

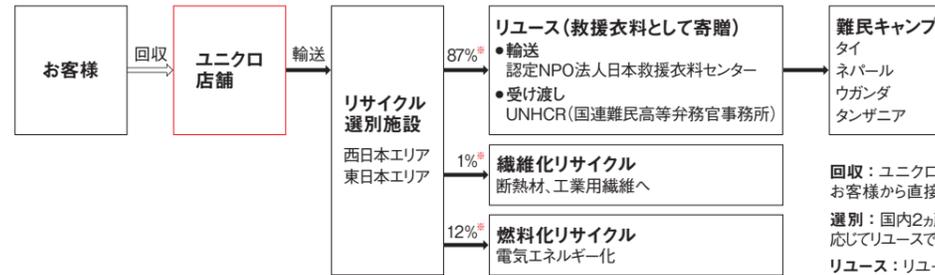


FAST RETAILING



あなたにとって不要な1枚が、 誰かにとって必要な1枚となります

全商品リサイクル活動フロー



回収：ユニクロの店舗において、ご不要になった商品をお客様から直接お受け取りします。

選別：国内2カ所のリサイクル選別施設で、商品の状態に応じてリユースできるもの、リサイクルできるものに分別します。

リユース：リユース可能な衣料は、UNHCRやNPO法人と連携し、難民の方々への救援衣料として寄贈します。

リサイクル：リサイクル可能な衣料は、発電用燃料や断熱材・ウエスなどの繊維製品の原材料など、素材の特性に応じて有効利用します。

※リサイクル選別比率は、2006年9月から2007年9月までの平均値です。

環境保全
社会貢献
活動

「全商品リサイクル活動」を行っています。

(株)ユニクロでは、2006年9月から、ご不要になったユニクロ商品をお客様からご提供頂く「全商品リサイクル活動」を、毎年3月と9月に行っています。

2006年9月に、お客様からご提供頂いた約14万点の衣料の9割を、2007年2月に、UNHCR(国連難民高等弁務官事務所)と協働してタイやネパールの難民キャンプに寄贈しました。

また、2007年3月にご提供頂いた約30万点の衣料の8割を、2007年11月に、UNHCRのアフリカ支援活動の一環として、ウガンダ及びタンザニアの難民キャンプに寄贈しました。

衣料を運送・保管する際には、盗難や転売による現地の繊維産業への悪影響が懸念されます。

そこでユニクロでは、従業員が実際に難民キャンプまで赴き、お客様からご提供頂いた衣料が着実に目的地に届いているかどうかを確認しています。

Voice

衣料を通じた(株)ユニクロならではの支援に感謝しています。

UNHCR駐日事務所 広報官
守屋 由紀氏

UNHCRは、世界の3,300万人以上の難民・避難民への保護と支援を実施し、問題の解決を模索する国連機関です。

UNHCRの活動は、各国政府、企業、各種団体、一般の個人の方々からの寄付に支えられています。従って、資金が予算を下回ると各援助活動は縮小を余儀なくされ、これまで衣料支援が現場で滞ることもありました。衣料は、暑さ寒さから身を守るものであると同時に、自己表現の手段でもあります。ユニクロの「全商品リサイクル活動」は、衣料の価値や役割を知る一人ひとりのスタッフが、お客様の善意を受け取り、難民に手渡すという「普段着の難民支援」であり、大変ありがたいことと深く感謝しています。





Voice

将来の夢は、
一人暮らしをして自立することです。

ダイエー千葉長沼店
東川 貴洋

2002年4月に養護学校を卒業後、(株)ユニクロに入社し、現在は、主に売場のご案内などの接客業務や、商品の陳列・荷受業務などを担当しています。日々の業務も充実しているのですが、世の中で起こっている社会・環境問題にも関心があります。「自分でも何かできることがあれば」と、会社が支援する瀬戸内オリブ基金のボランティア活動にも積極的に参加しています。将来の夢は、一人暮らしをして自立することです。それから、できれば難民キャンプに洋服を届けに行ってみたいですね。



■元上司から
ペリエ千葉店(前ダイエー千葉長沼店)店長
かのう 荷堂 京子

当初は、慣れない業務のため指導する機会もありましたが、お客様のことを第一に考え、積極的に改善提案をするなど、頼りがいのあるスタッフに成長しました。また、レジでハンガーや商品が溜まっていると、率先して片づけるなど、皆が働きやすいよう行動してくれました。とにかく明るく前向きな性格なので、職場が楽しい雰囲気になりました。



Voice

正社員になって、改めて
「とことんやっついこう!」と思いました。

銀座店 地域限定正社員
武田 千鶴子

私は、2001年4月に千葉野田店にアルバイトとして入社しました。その後、徐々に接客スキルを磨いていった結果、幸運にも、「サービスアテンダント制度(P20)」を導入していた銀座店に、準社員として登用されました。銀座店では、お客様に対する着こなしの提案や、他のスタッフの接客支援を、より積極的に行うように心掛けました。そうした中、「地域限定正社員制度」ができると聞いて、より責任ある仕事がしたいと考えるようになり、応募することになりました。正社員になってからは、改めて地に足をつけて「とことん仕事をやっついこう!」とモチベーションを高めることができている。私は、この銀座店で働くことを心から誇りに思っています。これからも、銀座店全体の接客レベル向上のため、他のスタッフへの改善指導をすると共に、他の店舗にも良い影響を与えるような人材になりたいと思っています。



障がい者雇用

1店舗1名を目標に
8割を超える店舗で
障がい者雇用を実施しています。

(株)ユニクロでは、2001年から、1店舗1名を目標に、障がい者雇用に取り組んできました。その結果、2007年6月時点において8割を超える店舗で障がい者雇用を実施しており、全社の障がい者雇用率は法定の1.8%を上回る7.43%に達しています。店舗スタッフ同士の助け合い意識が高まり、チームワークが強化されるなど、障がい者雇用の推進はスタッフの働く姿勢にも良い影響を与えています。2007年6月には、こうした障がい者雇用への継続的な取り組みと高い障がい者雇用率が評価され、内閣府が主催する「再チャレンジ支援功労者表彰^{*}」を受賞しました。

^{*} 子育て中の女性の再就職、障がい者の就労などの支援において顕著な功績、功労のあった個人・団体を表彰し、優れた取り組みを普及させ、社会全体において再チャレンジする気運の高揚を図ることを目的とした表彰制度です。

新人事制度の導入

地域に愛される店づくりの核となる、
優秀な人材を登用しています。

(株)ユニクロは、2007年4月から、店舗に勤務する契約社員などの非正社員を対象に、勤務地域を限定して正社員として働く「地域限定正社員制度」を導入しました。この制度は、転勤が制約条件となり正社員を目指せなかった優秀な人材に、さらに活躍の場を提供することを目的としています。また、従業員のモチベーションが向上し、結果として業務効率の改善につながることも期待されます。制度の運用に関しては、週40時間勤務する契約社員などの中から希望者を募り、2007年9月末までに約1,900人が地域限定正社員となりました。2009年3月末までに約5,000人を地域限定正社員として登用する予定です。

従業員がお互いに尊重し合い、
いきいきと働ける職場を目指しています

世界を良い方向に変えていくためには、 まず自らが変わらなくてはならない。

「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」これがファーストリテイリングの掲げるステートメントです。「衣服のあり方」を変えることで世界の人々の暮らしを豊かにしていく。常に正しい経営を追求し、次世代の世界基準を創造することで、世界をより良い方向に変えていく。それがファーストリテイリングの目指すCSRのあるべき姿です。

ニューヨーク旗艦店の成功によって、中核事業であるユニクロは、グローバル市場で一定のポジションをとれる基盤を確立しました。2007年11月にはロンドンに旗艦店をオープン、期日は未定ですが、パリの中心街にもグローバル旗艦店の出店が決定しています。ユニクロ事業以外にも、さまざまな関連事業に進出し、グループ経営は加速しています。そして2010年にはグループ売上高1兆円、経常利益1,500億円の達成を目指しています。

こうした新しいステージに立つファーストリテイリングにとって社会的責任を果たすということは決定的に重要です。自分たちが考えていることが海外でも通用するのか。海外で行われていることで、自分たちが本来やるべきことはないか。そういう意識をもって、国や地域を超えて通用するCSR活動を行っていかなくてはなりません。

法令遵守は当たり前です。それだけでは明らかに受け身であって、もっと能動的に「私たちは自分の意志としてこうします」というものを提示しなければなりません。自分たちは何者で、過去に何をきて、これから何をしようとしているのか。その中でファーストリテイリングはステークホルダーとどのような関係を築こうとしているのか。それを明らかにする必要があります。こうした情報発信や情報開示がなければ、グローバルな市場で受け入れられ、まして尊敬される企業になることはできません。

「あらゆる人が良いカジュアルを着られるようにする、新しい日本の企業です」。これが私たちの原点です。あらゆる人を対象にする。それは服を売る企業としては珍しいことかもしれません。あらゆる人にとって良い企業とは何か。普遍的に良いこととは何か。その答えを常に求めながらCSRを進めていかなければなりません。

日々のさまざまな選択肢において判断に迷ったら「何が社会にとって良いことか」を考えて判断する。自分たちがステートメントに掲げている社会的使命に照らして、どの方向に進むべきかを

考える。時にはその判断が会社の短期的な利益に反することもありますが、その時に判断が揺らぐことがないよう、世界共通の具体的な判断基準を確立する努力をさらに重ねていきます。それなしにはCSR活動の遂行は不可能であると考えています。

またグループ企業の数が増え、地域的にも広がり、人の数も増えてくると、自らが大切にしていることをいかに共有していくかが大きな課題となります。単にその企業に出資し、資本的につながっているだけではグループの意味はありません。企業としてのあり方、そこで働く個人のあり方についても、グループとしての価値観を伝え、共有していくための努力を積み重ねていくことが必要です。

CSRレポートは2006年に初めて刊行し、今回が第2回目になります。この1年間、関係各位のご支援のもと、未熟ながらもCSR活動に地道に取り組み続けるというカルチャーは社内に根づき、着実に前進してきたように思います。

企業とは本来、自らの事業で付加価値を生み出し、獲得した利益から税金を納め、雇用を創出し、維持する。それによって社会に対する責任を果たしていく存在です。またその利益を株主やお取引先、自社の従業員に適切に配分していくことも重要な社会的責任です。さらにグローバルに活動する企業として、社会や人々に対して、国や地域、民族などの違いを超えて、どのような貢献ができるのか、これも真剣に取り組むべき課題です。

2006年9月にトライアルで開始した全商品リサイクル活動は、継続的な活動が必要と判断し、その後も定期的を実施しています。ご提供頂いた衣料はエネルギー資源や繊維へとリサイクルすると共に、難民キャンプなどの救援衣料としてリユースするなど意義のある活動に積極的に活用しています。このレポートでもご報告しているように、こうした活動は今後も積極的に取り組んでいきます。

ダイバーシティの推進も大きなテーマです。私たち日本人は知らず知らずのうちに日本国内と同じ基準で海外でも行動したり、発言したりしがちです。ダイバーシティの観点からも、異なる文化や社会について常に学び続ける姿勢が必要です。同時に、「自分たちは何者であるか」を相手に伝えていく努力が求められます。

環境問題への取組みについては、私は、企業として環境負荷を低減する最大の方法は経営の効率化だと考えています。

無駄な事業をやっていないか、最低限の資源で最大の付加価値を生むためにどうするか。ファーストリテイリンググループとして、環境負荷を最小限にするために今後も効率的な経営に取り組んでいきます。

CSRに対するこの1年間の取組みを通して痛感したのは、遵法精神だけでは不足だということです。他の企業ではできないようなファーストリテイリングらしい独自の活動をもっと積極的にやっていく必要があります。

今後も、ファーストリテイリンググループとして、開発途上の国や地域で生産を続けていくことになるでしょう。その過程で繊維製品の生産活動を通じて、開発途上国の生活向上にも貢献していきたいと考えています。例えば、現地の生産パートナーと協力して学校を開設し、教育を受ける機会の乏しい人々に職業教育を提供するといったことも一案でしょう。生産パートナーの一部にはそうした教育施設をすでにもっているところもあり、利益の一部を拠出するなどして協力する方法も考えられます。

私たちのCSR活動は世界の先進的な企業に比べれば、その歩みはまだ未熟です。私たちに知らなければならないことがたくさんあります。もっと知るべきことがあるという自覚を前提に、もっと深く学ばなければいけない。グローバル化した世界で働くとはそういうことだと思いますし、会社としてもそうした学習の機会をさらに増やしていきたいと考えています。

これまでの活動を通じて私たちが確信しているのは、世界を良い方向に変えていくためには、まず自らが変わらなくてはならない。そして自らが能動的に変われば、世界を良い方向に変えていくことは必ずできるということです。

今後とも変わらぬご支援、ご助力をお願いします。

2008年1月

株式会社ファーストリテイリング
代表取締役会長兼社長
柳井 正



CONTENTS

Special Report	1 環境保全・社会貢献活動	02
	2 障がい者雇用	04
	3 新人事制度の導入	05
トップメッセージ		06
CONTENTS／編集方針		08
プロフィール		09
CSRマネジメント		12
コーポレートガバナンス		14
コンプライアンス		15
一人ひとりの想いを重ねて		16
DIALOGUE		
ユニクロのSPAフローとCSRの取組み		18
お客様とともに		20
お取引先とともに		22
従業員とともに		25
環境とのかかわり		28
社会貢献活動		30
ユニクロフランチャイズ店での取組み		33
グループ会社の取組み		34
CSRコミュニケーション		36

免責事項

本報告書には、株式会社ファーストリテイリングとそのグループ会社の過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸条件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただきますようお願いいたします。

編集方針

CSRレポート2008の編集にあたって

私たちファーストリテイリンググループは、グループの事業活動に伴う社会的責任を明確にすると共に、多様なステークホルダー（利害関係者）の関心・懸念事項に真摯に responding していくために、以下の方針のもと情報を開示しています。

CSRレポート情報開示方針

- アパレル小売企業グループとして、事業に関係の深い項目を開示します。
- 当社グループを取り巻く幅広いステークホルダーに向けて、偏りなく情報を開示します。
- 取組みが進んでいる項目だけでなく、今後の課題や、取組みが不十分な項目についても積極的に開示します。
- 最新の情報や補足データに関しては、随時Webサイト上で公開しています。

CSRサイト：<http://www.fastretailing.com/jp/csr/> (P36)

特に、株主や投資家の皆様に向けた情報は、IRのWebサイトで公開しています。

IRサイト：<http://www.fastretailing.com/jp/ir/>

今回のレポートは、前回のレポートと比較し、

- 全商品リサイクル活動
 - 従業員とのかかわり
 - 環境問題への取組み
 - フランチャイズ店での活動
 - グループ会社での活動
- について記載を充実させました。

報告対象範囲

- 株式会社ファーストリテイリング
- 株式会社ユニクロ、海外ユニクロ事業、国内関連事業、グローバルブランド事業 (P10,11を参照してください。)

報告期間

- 2006年9月から2007年12月まで
- 第2回目の発行となる今回より、CSRレポートの報告期間を会計年度(9月-8月)、及び年末までの4ヶ月間(9月-12月)とすることとしました。これにより、今後CSRレポートは毎年1月初旬に発行する予定です。また、前回同様、今回のレポートにも、過去の経緯や将来の見通し、活動予定などを記載しています。なお、CSRレポート上の数値・データは、特に記載が無い限り、会計年度末(8月末)での実績を開示しています。

参考にしたガイドライン

GRI(Global Reporting Initiative)

「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン第3版」

服を変え、常識を変え、世界を変えていく

1984

“いつでも、どこでも、誰にでも”

UNIQUE CLOTHING WAREHOUSE



ユニクロ1号店

1984年、「UNIQLO」の1号店が開店しました。続いて郊外に開店した2号店は、年齢・性別を問わないカジュアルウェアショップとして人気を集め、その後のユニクロの成長につながっています。今日まで、ユニクロブランドは「いつでも、どこでも、誰にでも着られるカジュアルウェアを提供する」というコンセプトを貫いています。

2001

“国境を超えるUNIQLO”



リージェント通り店 ロンドン市内

(株)ファーストリテイリングは、ユニクロ事業を立ち上げた時から、グローバルなビジネス展開を視野に入れていました。2001年9月には、ロンドンにユニクロの店舗を開店し、翌年9月には、上海にも出店するなど、新たな挑戦を始めました。また、2004年1月には、米国のブランド「Theory(セオリー)」をグループに迎え入れ、複数ブランドでのグローバル経営体制を着実に強化し始めました。

1998

“良質なカジュアルを納得の価格で”



フリースブームの一助となったポスター

(株)ユニクロは、良質で低価格なカジュアルウェアを追求し、商品企画・生産・物流・販売までを一貫して行うSPA(P18)企業(アパレル製造小売業)としての体制を確立してきました。こうした取組みが1998年にはじまったフリースの爆発的なブームへとつながり、フリースは、誰もが知る身近な商品となりました。

2005

“仕組みをすべて作り直す”



ユニクロ銀座店 2005年10月開店

2005年は、それまでの成功体験にとらわれないビジネスのあり方を追求する「事業構造改革元年」となりました。まず、コントワー・デ・コトニエといった海外ブランドを取得し、グローバルカンパニーとしてグループ事業の拡大を推進しました。また、ユニクロ事業全体の再強化とグループ内のシナジー効果を高めるため、ファーストリテイリンググループは2005年11月、持株会社体制に移行しました。

2007

“真のグループ化、グローバル化”に向けて

2006年以降は、ニューヨークに売場面積約1,000坪のグローバル旗艦店、上海にアジア最大規模の大型店、さらにロンドンにグローバル旗艦店のオープンを果たし、ユニクロがグローバルブランドへと進化する足掛かりをつくりました。国内のユニクロ事業では、大型店戦略の展開や原宿のTシャツ専門店のオープンなど、ユニクロの魅力や新しい可能性を積極的に発信することに力を入れています。グループでは、(株)ジーユーによる新ブランド「g.u. (ジーユー)」の立ち上げ、婦人靴専門店を展開する(株)ビューカンパニーの関連会社化、婦人服ブランド店を展開する(株)キャビンの株式取得など、グループ事業の強化を図りました。

主な出店地域

Asia

- UNIQLO (日本)
- UNIQLO (ロンドンなど)
- コントワール・デ・コトニエ (フランス・イタリアなど)

Europe

- PRINCESSE tam・tam
- プリンセス タム・タム (フランス・スペインなど)
- UNIQLO (ニューヨーク)

North America

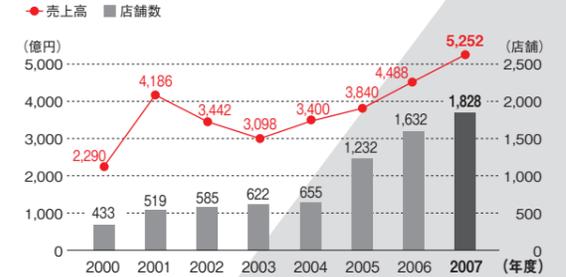
- COO ICI (クワイサイ) (株)ビューカンパニー (日本)
- g.u. (株)ジーユー (日本)
- FOOT PARK (株)ワンゾーン (日本)
- enraciné (アンラシーネ) (株)キャビン (日本)
- UNIQLO (上海・香港など)
- UNIQLO (ソウルなど)
- Theory (日本・米国など)

2010

会社概要 (2007年8月31日現在)

商号 株式会社ファーストリテイリング
 設立 1963年5月1日
 本社 〒754-0894 山口県山口市佐山717-1
 東京本部 〒102-0073 東京都千代田区九段北1-13-12 北の丸スクエア
 資本金 102億7,395万円
 事業内容 株式又は持分の所有によるグループ全体の事業活動の支配・管理等
 連結売上高 5,252億円
 連結従業員数 6,534名
 決算期 毎年8月末日

連結売上高・店舗数



主要なグループ企業とブランド (店舗数は2007年8月31日現在)

■: 連結対象子会社 ●: 持分法適用関連会社

UNI QLO	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式会社ユニクロ (日本に748店舗) ■ UNIQLO (U.K.) LTD. (英国に11店舗) ■ 迅銷 (中国) 商貿有限公司 (中国に9店舗) ■ UNIQLO USA, Inc. (米国に1店舗) ■ FRL Korea Co., Ltd. (韓国に14店舗) ■ UNIQLO HONG KONG, LIMITED (香港に4店舗) ■ UNIQLO FRANCE S.A.S. 	いつでも、どこでも、誰でも着られる、ファッション性のある高品質なベーシックカジュアルを低価格で継続的に提供するブランド
FOOT PARK	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式会社ワンゾーン (日本に332店舗) 	自由で快適なライフスタイルをシューズファッションとして提案するブランド
enraciné	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式会社キャビン (日本に211店舗) 	フレンチトラッドをベースにナチュラルカジュアルと程よいトレンド感を取り入れたブランド
g.u.	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式会社ジーユー (日本に50店舗) 	「もっと自由に着よう」というメッセージが込められたカジュアルウェアのブランド
COMPTOIR DES COTONNIERS	<ul style="list-style-type: none"> ■ クリエーション ネルソン社 (Création Nelson S.A.S.) (フランス・イタリア・日本などに305店舗) 	着る人の内面を母娘のコンセプトで、心と心のつながり、親密で自然な関係を大切にしているブランド
PRINCESSE tam・tam	<ul style="list-style-type: none"> ■ プティ ヴィクル社 (PETIT VEHICULE S.A.S.) (フランス・スペインなどに131店舗) 	シックでクリエイティブなランジェリー、ナイトウェア、水着のフレンチブランド
t h e o r y	<ul style="list-style-type: none"> ● 株式会社リンク・セオリー・ホールディングス (東証マザーズ上場) (日本、米国、欧州などに216店舗) 	コンテンポラリーなライフスタイルをもつ人のニーズを実現させたアパレルブランド
VIEW COMPANY	<ul style="list-style-type: none"> ● 株式会社ビューカンパニー (JASDAQ上場) (日本に103店舗) 	あらゆるファッションシーンに対応できる、自分の主張をもつ女性のニーズに応える靴のブランド

ファーストリテイリンググループの社会的責任



執行役員
CSR委員会委員長
新田 幸弘

私たちファーストリテイリンググループは、人々が生活するうえで必要不可欠な衣料の企画・生産・販売を通して、「世界を良い方向に変えていく」ことを、企業の社会的責任(CSR)の基本方針としています。私たちは、CSRを実践していく前提として、コンプライアンスや企業倫理を常に意識し誠実に行動する必要があります。

また、チェックアンドバランスの効いた経営体制を構築し、公正かつ健全なコーポレートガバナンスを確立していくことで、各ステークホルダーに対する十分なコミュニケーションと説明責任を果たす必要があります。

その上で、私たちは、以下の点において社会的責任を果たすべきだと考えています。

- SPA(P18)企業(アパレル製造小売業)として、サプライチェーン全体での品質・安全管理や環境保全対応に努めること。万一、不具合や欠陥が発生した場合には、社内外に迅速に情報開示し、適切に対応すること
- 商品づくりやサービスの提供にあたって、長期的な視野から、最小限の資源で、最大の経済的、社会的価値や効果を生み出せるよう、常に創意工夫していくこと
- 労働面については、当社グループ従業員のための職場の安全確保や健康管理の徹底、キャリア開発に努めること。また、パートナー工場を含むお取引先に対し、労働や環境に関する法令遵守や人権尊重を求めていくこと
- 社会貢献活動にあたっては、企業価値の増大やブランドの向

上といった視点だけでなく、社会全体の効用や価値の創出を伴うこと

2007年の新たな試みとしては、お客様からご不要になったユニクロ商品をご提供して頂き、その多くを、UNHCR(国連難民高等弁務官事務所)やNPO等と協力して、タイやネパールの難民キャンプに寄贈する、また、一部については、環境に配慮したエネルギー化や再商品化に活用するという「全商品リサイクル活動」を開始しました。この活動は、様々なステークホルダーの協力を得ながら、グローバルレベルでの衣料のニーズに応えると共に、地球環境保全にもつながることから、私たちのCSR活動の新たな可能性を見出すものと考えています。

また、昨年度の目標であった、ファーストリテイリングコードオブコンダクト(行動規範)のグループ全社への導入と啓発活動を実施しました。

従業員に対しては、一人ひとりが生きがいを持って働ける職場づくりの一環として、地域限定正社員制度の導入や障がい者雇用の促進に努めました。

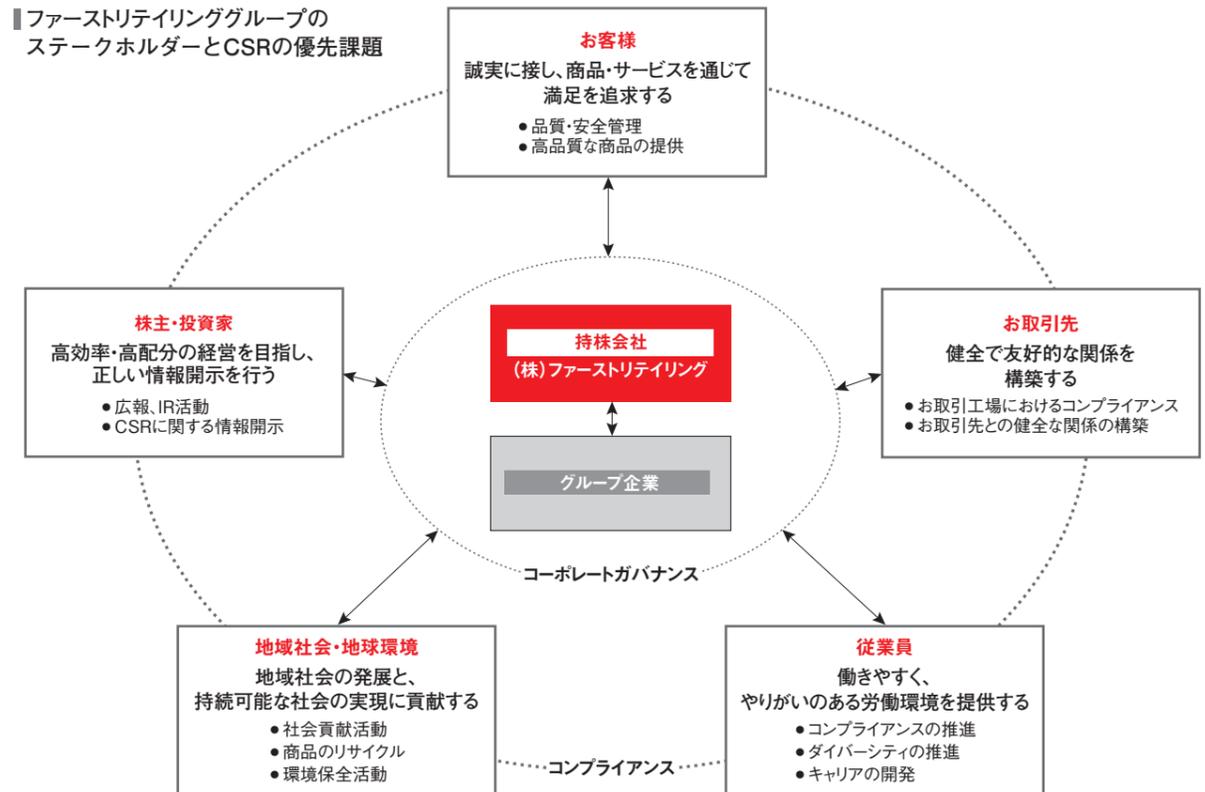
2008年度は、CSR活動を推進していく上での“羅針盤”となる中期計画の策定と実行を課題としています。

計画の方向性としては、

- 環境保全については、サプライチェーンマネジメントの中で、全体及び個々のフローの環境負荷を継続的に低減していく仕組みを構築していきます。そのためには、経営資源の活用や分配のあり方を見直し、高効率経営を追求していく必要があります
- 社会貢献については、衣料を企画、生産、販売し、世界各地で多店舗展開するビジネスモデルを活かし、皆が参加しやすく、継続性のある活動にしていきます
- 従業員に対しては、ワーク・ライフ・バランスに配慮した職場づくりを一層推し進めると共に、人材だけでなく、働き方の多様化を提案していきます

また、各ステークホルダーに対し積極的なコミュニケーションを図っていくことはもちろんですが、様々なご意見、ご批判に真摯に耳を傾け、誠実かつ公正に行動していくことで、より一層透明性のある経営を目指していきたいと考えています。

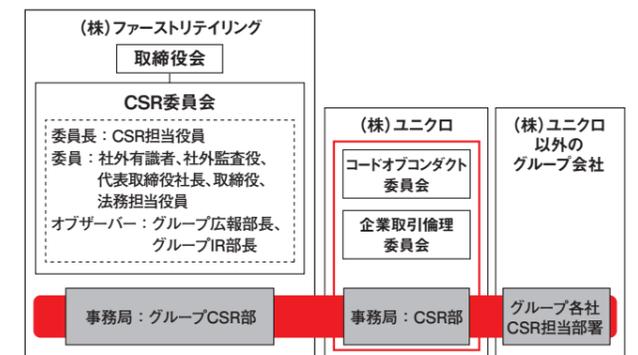
ファーストリテイリンググループのステークホルダーとCSRの優先課題



CSR推進体制

ファーストリテイリンググループでは、CSR委員会を中心とするCSR推進体制をとっています。CSR委員会は、2005年11月の持株会社体制への移行時に設置され、それ以降、隔月に1度開催されています。同委員会では、ファーストリテイリンググループのCSR活動を推進するため、優先課題(上図)を明確にすると共に、環境保全・社会貢献活動、コンプライアンス、ダイバーシティ、品質・安全管理体制などについて討議しています。

同委員会の事務局を担当するファーストリテイリングのグループCSR部は、他のグループ会社のCSR担当部署と互いに連携しながら、グループ全体でのCSR活動の推進を図っています。



「人事」「開示」「リスクマネジメント」に関する委員会を設置するなどコーポレートガバナンスの強化に努めています。

基本的な考え方

(株)ファーストリテイリングは、「世界No.1のアパレル小売企業グループ」を目指し、コーポレートガバナンスの強化を図っています。その一環として、2005年11月に、持株会社体制への移行に合わせて、「委任型執行役員制度(取締役会から一定の範囲内で業務執行権限を委譲)」、「社外取締役制度(取締役5名のうち3名が社外取締役)」を導入しました。これにより、意思決定の独立性と経営の透明性を確保する体制を確立しました。

主な取組み

新たに委員会を設置

2007年度は、取締役会の機能を補完し、経営の意思決定をより確実にを行うために、従来からの「CSR委員会」に加え、新たに「人事委員会」「開示委員会」「リスクマネジメント委員会」を設置しました。

※ 下記、各種委員会の概要を参照してください。

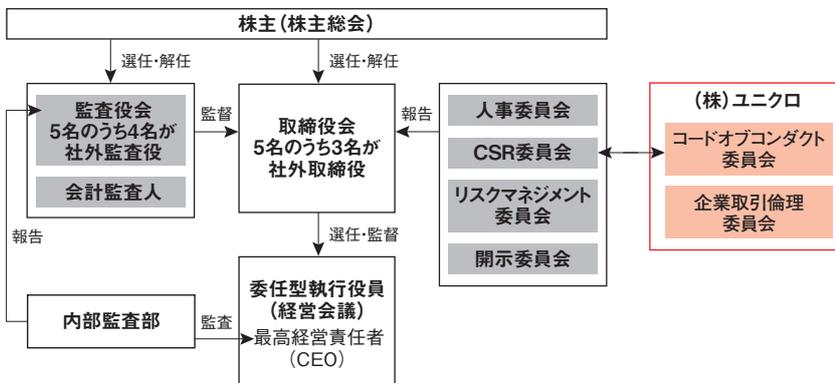
内部統制プロジェクトを推進

2006年6月からは、「内部統制プロジェクト」を立ち上げ、日本版SOX法への対応に加え、以下の5つのテーマについて討議しています。

- ①「ファーストリテイリンググループ コードオブコンダクト(P15)」の浸透
- ②グループリスクマネジメントの推進
- ③個人・経営情報を含む機密情報の管理
- ④グループ経営指標の共通化
- ⑤事業のグローバル化に対応する社内規程類の整備

このプロジェクトを通じて、コンプライアンス(法令遵守)の徹底や内部統制の強化を図っています。また、適正かつ効率的な業務プロセスの確立、リスク管理の強化なども進め、事業全体の公正性及び健全性を高めていきます。

ファーストリテイリングのコーポレートガバナンス(2007年11月28日現在)



各種委員会の概要

- 人事委員会**
 グループ執行役員の業績評価や報酬、選任・退任などについて、取締役会へ提案・推薦します。委員長は社外取締役が務め、委員として代表取締役社長と、もう1名の社外取締役、オブザーバーとして社外監査役が参加しています。
- CSR委員会**
 ファーストリテイリンググループのCSR活動の推進を目指し、環境保全・社会貢献活動、コンプライアンス、ダイバーシティ、品質・安全管理体制などについて討議しています。委員長はCSR担当役員が務めます。(P13を参照してください。)
- リスクマネジメント委員会**
 ファーストリテイリンググループのリスク管理全般の方針、手法、及びモニタリングの実施状況について審議します。委員長は代表取締役社長が務め、委員として(株)ファーストリテイリングの取締役、法務担当役員、財務担当役員、(株)ユニクロの取締役、オブザーバーとして常勤監査役が参加しています。
- 開示委員会**
 情報開示規程に基づき、株主・投資家に対して、適時、公正で公平、かつわかりやすい情報開示することを目的としています。委員長は、IR担当役員が務め、委員として法務、財務、経理担当役員、オブザーバーとして常勤監査役が参加しています。
- コードオブコンダクト委員会**
 (株)ユニクロでのコードオブコンダクト(CoC:行動規範)の遵守を目的として、2004年9月に設置されました。委員長はCSR担当役員が務め、委員として常勤監査役、弁護士資格を有する社外監査役、顧問弁護士などが参加しています。
- 企業取引倫理委員会**
 (株)ユニクロが、優越的な地位を利用してお取引先企業(生産工場、納入業者等)に不当な圧力をかけるといった行為を未然に防止することを目的としています。委員長はCSR担当役員が務め、委員として、常勤監査役、弁護士資格を有する社外監査役、顧問弁護士などが参加しています。

今後の改善に向けて

事業活動がグローバル化する中では、不測の事態への迅速かつ適切な対応や、事業戦略を柔軟に軌道修正することが重要になります。今後は、グループ各社に対する牽制やモニタリング機能を強化し、事業展開する各国・各地域の法令や文化・習慣の十分な理解に基づいて、コンプライアンスとリスクマネジメントを徹底していきます。

事業のグローバル化に対応したコードオブコンダクトの改定を実施し、グループ会社への導入を完了しました。

基本的な考え方

ファーストリテイリンググループでは、コンプライアンスを、健全な企業活動を営み、社会的責任を果たしていくための前提と捉えています。そして、法令遵守にとどまらず、企業倫理や社会規範に基づいた行動がグループ各社に浸透していくよう努めています。

主な取組み

CoCを改定

2006年10月、当社グループの事業展開がよりグローバル化していることを踏まえ、ファーストリテイリンググループコードオブコンダクト（CoC:行動規範）を改定しました。改定にあたっては、文化・習慣の異なる環境においても通用する内容となるよう努めました。

また、改定したCoCをグループ会社^{※1}に確実に浸透させるよう、日本語版だけでなく、英語・中国語・韓国語・仏語版も作成しました。

CoCを導入したグループ会社では、新卒・中途採用の従業員の入社時にCoCの説明会を実施するとともに、年1回CoC研修を実施し、従業員全員が内容を再確認し、遵守する旨の誓約書にサインしています。^{※2}

また、ファーストリテイリンググループのコンプライアンス担当部署は、四半期に一度、各社での活動状況を確認しています。

^{※1} 持分法適用関連会社である(株)ビューカンパニー、(株)リンク・セオリー・ホールディングスには導入していません。

^{※2} 派遣社員を除く全ての従業員が対象です。また、フランスに拠点をもつエファール・フランス社、クリエーション ネルソン社、プティ ヴィクトル社については、同国の法令・慣習を踏まえ、従業員から誓約書は回収していません。

グループ各社に ホットラインを設置

ホットラインは、仕事に関する悩みや、CoCに違反する恐れのある事象について、匿名での相談が可能な社内窓口です。

2007年度は、従来、(株)ユニクロ内のみ設置されていたホットラインを、CoCを導入したグループ会社に設置しました。

寄せられた通報・相談に対しては、公正かつ迅速な解決を目指し、グループ各社で対応策を決定します。経営トップに問題があった場合など、各社内での解決が難しい場合は、(株)ファーストリテイリングのコンプライアンス担当部署が通報・相談に応じます。

今後の改善に向けて

コンプライアンス意識をより高めていくために、今後も既存の仕組みを見直し、体制を強化し続けていきます。

具体的には、各国の法規制や他社の対応事例などを掲載した「コンプライアンスメッセージ」を定期的に発信するほか、グループとして一貫したCoC研修を導入していきます。その第一歩として、2007年11月に(株)ファーストリテイリングと(株)ユニクロの本部オフィスで、eラーニング研修を導入しました。2008年度中には、他のグループ会社でもeラーニング研修を導入する予定です。

コードオブコンダクトの内容

- お客様への商品・サービス等の提供について
お客様の安全確保、お客様情報の取扱いなど
- ファーストリテイリンググループ社員のあり方について
セクシュアルハラスメント・パワーハラスメントの禁止など
- お取引先との関係について
お取引先に対して、不当な圧力をかけることの禁止など
- 株主・投資家との関係について
インサイダー取引の禁止など
- 地域社会との関係について
地域慣習の理解と法令遵守、地域社会への貢献など
- 地球環境について
環境負荷の低減など
- 会社財産について
会社財産の毀損・盗難の防止、知的財産の保護など
- 情報管理について
個人情報の漏洩の禁止など



コンプライアンス研修

一人ひとりの想いを重ねて

女性が生き生きと働ける会社であり、シルバー人材、障がい者も活躍し、外国人も安心して働ける会社であり続けるため、職場環境や働き方を考える必要がある。そして、将来的にはフランチャイズ店舗も全国各地に拡大し、地域の人々とさまざまな活動を営みながら商売をしていく。これが「真に地域に根ざしたユニクロ」の姿だと思う。

(木ノ元 徹／(株)ユニクロ 営業本部営業本部 部長)

商業施設は、お客様、ご出店者や周辺商業者をはじめとして、警備会社、清掃業者、設備管理会社の方々などさまざまなステークホルダーに支えられている。こうした方々に対して、私たちが何を選元できるかが、CSRの重要なポイントだ。

地域の一員として、商業施設を通じて地域社会のために何ができるかを考え、取り組んでいきたい。

(門脇 滋人／(株)ファーストリテイリング グループ店舗開発本部 部長)

我々は、衣料品を通じて世の中の皆様に、「幸せ」を提供していることに誇りをもっている。

CSRは、「商品売る」際だけでなく、商品づくりの全てのプロセスに携わる全員が「幸せ」になることだと思う。CSRは幸せづくりです。

(島田 明雄／(株)ユニクロ 生産企画部ベトナム事務所 所長)

CSRという言葉調べて、『Corporate Social Responsibility(企業の社会的責任)』とあります。話の概念が大きくて、非常に難しく聞こえるかもしれませんが、「お客様に気持ちよくお買い物をして頂く為に、売り場をピカピカにする」、これも立派に社会的責任を果たすことだと思います。まずは目の前のゴミを1つ拾ってみる。これこそ今日から始められるCSRの第一歩です。

(上田 亜由子／(株)ファーストリテイリング 人事部)

店に、部署に、会社に、社会に当事者意識をもって「参加する」ことがCSRだと考えます。

CSRを継続する上で、社会的責任や義務からではなく、チームや個人が楽しんで会社の新しい取り組みにチャレンジできる環境が必要だと思います。

(田中 ともみ／(株)ユニクロ 営業支援統括部 本部配属新卒社員)

※ 新卒社員の本部配属制度はP25を参照してください。

人に対して誠実であることがCSRだと思います。お客様、スタッフ、上司、お取引先、地域の皆様に対して誠実であり続けようとする姿勢をもち、売上・利益を追求することが店舗や企業の存続につながるのではないかと考えています。

(遠藤 工／(株)ユニクロ 栃木県 佐野店 店長)

ユニクロの企業姿勢・顧客最優先の姿勢を商品・売場・人材を通じて直接伝えられるのが店舗である。「ユニクロに行って良かった」とお客様の笑顔を見た時に、私たちスタッフも幸せになれる。お客様・従業員双方の観点から、地域社会になくてはならない存在にしていかなければならない。

(吉村 直美／(株)ユニクロ 大阪府 箕面店 店長)

私たち店長が店舗でもっとも多く関わりがあるステークホルダーはお客様・従業員です。

従って、私たち店長ができるCSRはお客様がお買い物しやすいような店舗づくりとサービスを提供することだと思っています。また、一緒に働いているスタッフが仕事を通じて成長できるような職場を提供することも、ユニクロができるCSRではないでしょうか。

(山本 健太／(株)ユニクロ 茨城県 水戸姫子店 店長)

企業は多くの人々と関わりをもって成り立っています。その人々が幸せになれるように、社会とより良い関係を築くことは企業の責任です。そして、企業の責任は私の責任。全商品リサイクル活動や瀬戸内オーリーブ基金など多くの取組みに私も積極的に参加する、これが私にとってのCSRです。

(網島 直恵／(株)ファーストリテイリング グループ広報・プレス部 1年間業務ローテーション)

※ 1年間業務ローテーションプログラムはP25を参照してください。

私たちユニクロUSAでは、CSRの観点を踏まえて日々の業務を行うためのバランスの取れた良い方法を常に考えています。1年程前にニューヨークに出店したばかりですが、店舗近隣の地域の方々や広く社会全体への支援を行うようないくつかの慈善活動団体等と、すでにパートナーシップを築き始めています。2008年は、将来UNIQLOで働く人材を輩出するような、地域に根ざした職業訓練プログラムへの支援を広げていきたいと思っています。

(エイミー サレノ／ユニクロUSA 人事部 部長)

DIALOGUE

より良く変えていくために、向かい合う。

建築家、「瀬戸内オリーブ基金」発起人

安藤 忠雄氏からのメッセージ 2

お客様と 4

機関投資家の皆様と 5

内定者の方々と 6

認定NPO法人「JEN」事務局長

木山 啓子氏からのメッセージ 7

安藤 忠雄氏からのメッセージ

社会成長がもたらした「負の遺産」をしっかりと認識し、 社会貢献に強い意識を持つ多くの人々と共に 健康な地球を取り戻す努力を続けていきます。

瀬戸内海は自然の森と、美しい海を持つ世界でも類まれなる内海であり、日本の宝です。その瀬戸内海に浮かぶ豊島の産業廃棄物不法投棄問題は、前世紀の社会成長がもたらした「負の遺産」を象徴する事件でした。日本唯一の内海である瀬戸内海の植樹による自然再生を目的に、「瀬戸内オリーブ基金」は発足しました。



日本人は本来、四季の変化に富む自然とともに生きてきた民族です。しかし20世紀の経済発展は、国民を物質的に豊かにする一方で、民族として持ち合わせていた意識や価値観といったものを奪い去ってしまいます。その傷跡は、目に見える形で今も根深く残っています。現在瀬戸内海の島々は自然破壊で痛々しい姿を晒し、かつての美しい風景は見る影もありません。この瀬戸内海を人間と自然とが共存する豊かな地域に再生し、美しいふるさととして子孫に残す、それがこの活動の主題です。

一口1,000円、100万口を目標に募金を集めています。現実味のない数字だとは自覚していましたが、そこには活動が恒久的に続いて欲しいという願いも込められていました。しかし、(株)ユニクロをはじめとして様々な企業からのご協力も得ること

ができ、これまでの寄付金は累計で30万口を超えています。ここに来て、目標の達成も不可能ではないという実感が沸いてきました。

(株)ユニクロには募金活動だけでなく、従業員のボランティア活動など、現地での取組みにも積極的に参加してもらっています。こうした社会貢献に強い意識を持つ企業や個人のおかげで、基金の要でもある植樹活動も徐々に軌道に乗りつつあります。

個人も、家族も、企業も、それぞれの幸せは全て、健康な地球あつてのことです。私たちが前世紀で失ったもの。それをしっかりと認識し、取り戻す努力を続けていくためにも、今後ますます活動に勢いをつけていきたいと考えています。



Profile

安藤 忠雄氏
1941年大阪生まれ。独学で建築を学び、1969年安藤忠雄建築研究所を設立。環境とのかかわりの中で新しい建築のあり方を提案し続けている。イエール、コロンビア、ハーバード大学の客員教授歴任。1997年から東京大学教授、現在名誉教授。

お客様と

(株)ユニクロのCSR活動に関して、2007年度にお客様窓口寄せられた声や、アンケートはがきで頂戴したご意見の一部をご紹介します。

全商品リサイクル活動

- 「UNIQLO Express」やWebサイトを見て、救援衣料を受け取ったタイやネパールの方々の幸せそうな顔が印象的だった。ユニクロがこのような形で活動していることには本当に好感がもてる。一枚でも多く、難民の方々に届けて欲しい。

人にやさしい店舗づくり

- フィッティングルームに手摺り(持ち手)や椅子を付けて欲しい。

商品パッケージ

- シャツの包装の薄紙や襟元へのプラスチックは不要ではないかと思う。商品の品質が良く、多少陳列が乱れても気にならないので、環境に配慮した取組みを積極的に行って欲しい。

Voice

ご意見を頂いて

お客様から頂くCSR活動についてのさまざまなご要望・ご意見を真摯に受け止め、新しい活動につなげたり、既存の活動の見直しを行ってきたいと考えています。

全商品リサイクル活動については、より多くのお客様にご賛同頂けるよう、今後も活動成果を具体的にお伝えしていきます。また、店舗のバリ

アフリー化や商品の環境負荷に関するご提案も多く頂いており、今後はさらに取組みを充実させていかなければならないと考えています。

今後も、一人でも多くのお客様にご満足いただけるよう、CSR活動を推進していきます。

Answer

機関投資家の皆様と

(株)ファーストリテイリングは、2007年1月～2月に、国内機関投資家の皆様と、「CSRレポート2006に関する意見交換会」を実施しました。ここでは、頂戴したご意見の一部をご紹介します。

CSRの考え方、方針

- 経営トップがどれだけCSR活動に注力しているかを見たが、「会社より社会が大切」というトップのコメントに、活動への明確な姿勢が感じられる。
- 「ファーストリテイリンググループ」としてのCSRをどのように考え、どこまで対応していくのかを知りたい。

コーポレートガバナンス体制

- 「グループのCSR」の考え方の中で「グループのガバナンス」がどのような位置づけにあるものなのか、明確に説明できれば良いと思う。

環境保全活動

- 環境問題は、グローバルブランドの確立を目指す上で重要なテーマだが、「CSRレポート2006」を見た限りでは、あまり触れられていない。より積極的に情報を開示していくべき。

ネガティブ報告

- 商品のリコールなどが誠実に報告されている点は良いと思う。しかし、それ以外の、例えば環境に関する事故の有無なども報告して欲しい。

工場モニタリング

- 海外の工場で何が起きているのかが見えると、株主は安心感がもてる。その点で、海外工場のモニタリングを実施していることや、その結果が公表されており、リスクマネジメントの面からも非常に良い情報開示だと思う。ぜひ続けて欲しい。

CSRコミュニケーション

- グローバルブランドとして、どのステークホルダーと、どのようなコミュニケーションを図ろうとしているのかがわかると良い。

Voice

ご意見を頂いて

ファーストリテイリンググループとしてCSR活動を実践していくために、(株)ユニクロで培ってきた活動のグループでの展開を検討し、一体感のある取組みを進めていきたいと考えています。また、ガバナンスについては、事業活動がグローバル化し、リスクが高まる中において、グループ各社への牽制機能やモニタリング機能の一層の強化を図る必要があると認識しています。

本レポートの「環境とのかかわり」で、環境活動の詳細、数値データやネガティブ情報を開示したように、環境活動については今後も情報開示を充実させていきます。

海外の生産パートナー工場へのモニタリングも引き続き実施し、CSRレポートなどで随時情報開示をしていきたいと考えています。

Answer

内定者の方々と

(株)ファーストリテイリングは、2007年1月に、(株)ユニクロの新卒内定者の方々と「CSRレポート2006に関する意見交換会」を実施しました。ここでは、頂戴したご意見の一部をご紹介します。

ブランドイメージ

- 「ユニクロ」は親しみやすいブランドで、以前に比べて私たちのような若い世代へのアピール力が高まったと思う。
- グループ会社も増えているので、「ファーストリテイリング」としてのブランド価値・イメージ像をより明確にしていくことが必要ではないか。

全商品リサイクル活動

- この会に参加する前から、唯一知っていた環境活動だった。
- 商品をカウンターまでお持ち頂く回収方法は、ボックスを設置して回収するよりも、お客様に直接感謝の気持ちを伝えられるので良いと思う。また、全商品リサイクル活動に対する店舗スタッフの参加意識も高まると思う。

サービス袋の削減

- 多くの自治体はゴミ処理問題を抱えており、廃棄物が削減できる取り組みをもっと推進していくべきだ。
- サービス袋の削減のためには有料化も案としては考えられるが、実際に導入するとすると、ユニクロのイメージが下がってしまうような気がする。

ボランティア活動

- 従業員一人ひとりが参加できるボランティア活動をもっと増やして欲しい。

(株)ユニクロのCSR活動

- 「世界を良い方向に変えていく」というメッセージはシンプルであるが、わかりやすく、しかもとても深い意味をもっていると思う。
- 「ユニクロのCSR活動」は、一般的にはあまり知られていないと思う。社外の方々がすぐにイメージできるような活動を行ったり、コミュニケーション手段を見直すべきだと思う。

ご意見を頂いて

私たちは、社会の健全な発展に寄与し、諸問題の解決に役立つようなCSR活動を目指しています。全商品リサイクル活動は、こうした思いを実現するための第一歩だと考えています。環境問題については、サービス袋の環境負荷低減などに取り組み、従業員のボランティア活動では、一人ひとりの思いを実現できるような、より参加しやすい仕組みを構築していきます。

そして、私たちの活動をより多くのステークホルダーの皆様にご覧いただき、共にできることから少しずつ、「世界を良い方向に変えていく」ことができると考えています。

内定者の方々には、入社後もこうした問題意識を持ち続けて頂き、ファーストリテイリンググループのCSR活動を一緒に推進していきたいと思っています。

認定NPO法人「JEN」事務局長

木山 啓子氏からのメッセージ

受け手のニーズを最優先する“人に優しいCSR”を推進しているユニクロさんとの協働を、今後も継続していけるよう願っています。



Profile

木山 啓子氏
1992年5月米国ニューヨーク州立大学バッファロー校社会学大学院修士課程修了。
2000年7月より特定非営利活動法人JEN事務局長に就任。
日経WOMAN誌「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2006」大賞を受賞。

「難民は寒い思いをしているんでしょう!? 軽くて暖かいエアテックジャケットをいらないなんてことがあるんですか」「日本ではあり得なくても、文化も習慣も違うパキスタンなので、現地から明確に“必要”と言われなければ送ることはできません」。ユニクロさんとJENとの協働は、そんなやり取りから始まりました。

2001年の9.11テロに端を発する空爆を逃れて、着の身着のままのアフガニスタン難民がパキスタンに流入していました。厳しい冬を迎え、越冬支援が一刻を争うという時に、JENから

「まずはサンプルを現地に送ってニーズを確認してから」と言われて、ユニクロさんのCSR担当者も戸惑ったことでしょう。けれど、ユニクロさんは「現地のニーズを最優先させて欲しい」というJENの訴えを全て受け止めて下さいました。そして、その後「着ます。是非欲しい!」という現地の確認が取れるとすぐに衣料を用意して頂き、空輸費用とともにお預かりしました。

また、2005年10月に起きたパキスタン北部のカシミールでの大震災の際は、最初から商品の写真とともにオファーを頂き、現地のニーズを確認した上で、迅速に空輸して頂きました。

二度の協働で信頼関係を構築した後、2007年7月、新潟県中越沖地震が起きました。酷暑、断水、停電の中、当然必要と思われていたTシャツと下着についてもあえてニーズを確認しました。高齢者の多い地域だったせいか、予想に反してニーズがなく、三度目の協働は幻に終わりました。

CSRは、その企業の姿勢を克明に映し出す鏡です。ユニクロさんの鏡に映っているのは、自分の考えを押し付けず、受け手のニーズを最優先する“人に優しいCSR”です。人に優しいやり方で世界を良い方向に変えていくことを推進するユニクロさんとの協働を、これからも続けていけることを願っています。



2007年1月の新卒内定者の方々との意見交換会より

企画から生産・販売までを一貫して行うSPA※企業として、各工程における重点課題に取り組んでいます。

※ Specialty store retailer of Private label Apparelの略語で、素材調達、企画、開発、生産、物流、在庫管理、販売など、製造から販売までの全ての工程を一貫して行うアパレル製造小売業を意味します。



障がい者雇用と地域限定正社員 Special Report (P4, 5), P26

- 2007年6月時点で、8割を超える店舗で障がい者雇用を実施し、全社の障がい者雇用率は法定の1.8%を上回る7.43%に達しています。
- 2007年4月から、店舗に勤務する契約社員などの非正社員を対象に、勤務地域を限定して正社員として働く「地域限定正社員制度」を導入しました。

全商品リサイクル活動 Special Report (P2, 3), P27

「全商品リサイクル活動」では、お客様からご提供頂く、ご不要になったユニクロ商品を、エネルギー資源や断熱材などの繊維製品の原料にリサイクルすると共に、救援衣料として難民キャンプに寄贈しています。

R&D

R&Dセンター

東京・ニューヨーク・パリ・ミラノの4拠点のR&Dセンターが、世界のトレンド、ニーズ、ライフスタイルや素材などの最新情報を収集します。集めた情報をもとにシーズンコンセプトを決定。これに沿って4拠点で同時にデザインし、圧倒的な数のデザインから各国のマーケットに合わせた商品を構成・編集します。



本部

店舗開発・設計



お客様にとって便利で快適な店づくりを目指し、立地開発や店舗設計を実施します。

商品企画・販売促進



商品コンセプトを軸に、商品戦略から、商品企画、販売計画、ビジュアル・マーチャンダイジングなどの活動を、商品事業部ごとに一貫して実施します。

素材企画



世界中の有力メーカーと直接交渉して最高の素材を調達。東レ株式会社との業務提携による新素材の開発も推進しています。

営業支援、人事、広報、経理・財務、法務、システムなどの部署

生産・調達・物流

品質・安全管理、生産進捗管理

生産現場と連動した品質・安全性の改善に向けて、品質・安全管理チームを設置。また、品質・安全性や生産進捗率の改善を目指し、匠(P21)が中国の生産パートナー工場やその技術者に日本の繊維加工技術を伝授しています。

生産パートナー工場



ユニクロ商品の約90%が中国で生産されています。生産パートナー工場とは、長期的視点から協力関係を築き、技術サポートなどを行っています。

素材メーカー

世界各地で約790店舗を展開するスケールメリットを背景に、世界有数の繊維メーカーと直接交渉を実施しています。

物流・在庫管理

在庫リスクを最小化するため、売価変更のタイミングを調整し、在庫水準をコントロールしています。

販売

国内

ロードサイド型店舗やショッピングセンター内の店舗を中心に、日本全国で約750店舗を展開しています。

海外

海外店舗は英国、中国、米国、韓国、香港、フランスに拡大。今後も世界中のファッション都市を中心に、旗艦店戦略を展開していきます。

オンラインストア

オンラインストアではユニクロの全商品に加え、オリジナル企画商品も販売しています。
<http://store.uniqlo.com/>

お客様窓口

お客様から寄せられるさまざまなご意見・ご感想を、商品・店舗・サービス・経営に反映しています。
<http://www.uniqlo.com/jp/corp/customer/index.html>

お客様

環境方針・環境ガイドライン P28

グローバルな事業活動による環境負荷の継続的な低減を目指して、環境方針と環境ガイドラインを制定しました。

社会貢献活動 P30, 31

ユニクロボランティアクラブを充実させ、従業員によるボランティア活動を推進しました。

育成ローテーションプログラム P25

店舗と本部の交流を深めることで従業員の活性化を目指す、育成ローテーションプログラムを開始しました。

品質・安全管理体制 P21

何段階もの検査体制を確立するとともに、品質・安全管理チームが生産現場と連携して品質・安全管理の向上に努めています。

工場モニタリング P22, 23

生産パートナーに対する労働環境を中心とした第三者モニタリングや自社による改善指導は、今年で4年目の取組みとなりました。

お客様の声への対応 P20

お客様から頂戴した声は、CS担当部署※が取りまとめ、経営及び関連部署に報告し、商品の開発やサービスの向上に活かしています。

※ Customer Satisfaction(顧客満足)の略。お客様満足の向上を目指す部署です。

お客様との積極的な対話を図りながら満足度の向上を目指しています。また、厳格な品質・安全管理ルールをグローバルに運用しています。

お客様とのコミュニケーション

基本的な考え方

(株)ユニクロでは、毎日多くのお客様から貴重なご意見を頂きます。私たちは、お客様との対話を大切に、頂いたご意見を商品づくりやサービスなどさまざまな場で反映しています。

主な取組み

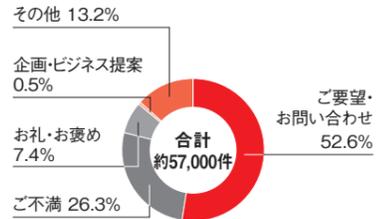
お客様の声を商品開発やサービス向上に活用

(株)ユニクロでは、「お客様窓口」を設置し、メールや電話などによるお問い合わせを年中無休で受け付けています。また、店舗では、お客様にアンケートはがきを配布しています。

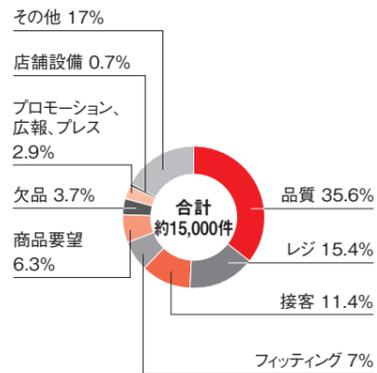
2007年度のご意見の総数は、約57,000件、そのうち、ご要望・お問い合わせが約30,000件、ご不満が約15,000件、お褒めの言葉が約4,200件でした。具体的なご不満の内容としては、品質・商品に関するもの、接客・レジ対応に関するものが多くありました。なお、お客様からのご意見・ご要望については、CS*担当部署が取りまとめ、速やかに関連部署及び経営に報告し、商品開発やサービス向上に活かしています。

* Customer Satisfaction(顧客満足)の略。

お客様の声の内訳



ご不満の内訳



CS向上のための施策を実施

(株)ユニクロは、CS向上のため、接客・対面販売の専門職を店舗に配置する「サービスアテンダント制度」を導入しています。また、「CSキャンペーン制度」は、店舗スタッフに対するお客様からのお褒めの言葉をポイントに換算し、販売キャンペーン期間中に高得点を挙げたスタッフや店舗を表彰する制度です。こうした取組みを通じて店舗から寄せられた活動事例は、ベストプラクティスとして全社に共有されています。

このような制度面の整備のほか、店舗施設内でのスロープや車椅子用トイレの設置などを推進し、どなたにも気持ち良くお買い物を楽しんで頂ける店舗づくりに取り組んでいます。

今後の改善に向けて

現状、店舗に多くのお客様が来店した際、レジでの待ち時間が長くなったり、接客時間が短くなるなどの改善すべき点があります。また、店舗数の増加や新しい店舗形態の展開により、お客様からのお問い合わせ・ご要望が多様化しています。

こうしたお声に迅速かつ適切にお応えしていくよう、窓口担当スタッフの研修を強化するなど、お客様窓口のサービスをより充実させていきます。

TOPICS カスタマーサービス強化のための標語を作成—ユニクロUSA

ユニクロUSAでは、「UNIQLO」の6文字を頭文字とする、カスタマーサービス強化のための標語を作成しました。また、カスタマーサービスの見直しや研修を行うなど、日々改善に向けて取り組んでいます。

- **Unique Approach:** お客様が必要とされる時はいつでも、お役に立てるような提案をご提供する
- **Never Judge:** すべてのお客様に対して公正かつ平等にサービスをご提供する
- **Identify:** お客様のニーズを把握する
- **Quickly Determine:** 最善、最速の方法でお客様のニーズにお応えする
- **Listen:** お客様が我々の商品・サービス、或いはご提案に満足されているかどうか耳を傾ける
- **Outstanding Customer Service:** いつでも、誰に対しても最上級のご満足頂けるサービスをご提供する



ユニクロ商品の安全性への取組み

基本的な考え方

ユニクロの商品の大部分は、直接身体に触れる状態で使用されます。そのため、素材選定、生産、流通などの各段階で高い品質と安全性の確保が求められます。(株)ユニクロでは、厳しい基準のもと、商品ラインに応じた品質・安全管理体制を構築するなど、高品質で安全な商品づくりに努めています。

主な取組み

生産現場との連携体制を確立

東京本部と上海事務所にある品質・安全管理チームは、品質・安全の社内基準を策定しています。また、生産現場と連携しながら、全てのユニクロ商品がその基準を満たしているかを確認しています。確認した情報は、関連部署間で共有しており、お客様からのお問い合わせに円滑に対応できる体制を整えています。また、「品質・

安全に関するレポート」を毎月全社で共有し、品質改善に役立てています。

第三者公的検査機関と協働

商品に使われる全ての素材は、第三者公的検査機関※1などによる「サンプル検査(染色堅ろう度検査※2、ホルマリン検査※3など)」を実施し、安全性を確認しています。また、量産時には「本生産検査」を実施するほか、工場出荷時には全ての商品の「出荷前検品(針・危険物混入も含む)」を行っています。さらに、生産パートナー工場で検品が確実に実行されているか否かを確認する「出荷前監査」を、第三者公的機関と協働して実施しています。

- ※1 財団法人 日本化学繊維検査協会などです。
- ※2 染色された製品は、耐光、洗濯、汗、摩擦、塩素などに関する堅ろう度基準に基づき、検査されています。
- ※3 防しわ剤、防縮剤や柔軟剤等として、主に天然繊維の加工に用いられるホルムアルデヒド(ホルマリン)の含有量検査です。

生産パートナーでの指導・管理

(株)ユニクロの上海・シンセンなどの事務所に常駐している「匠」は、伝統ある日本の繊維産業ならではの、高い技術力をもった服づくりのプロです。彼らは、毎週、生産パートナーに出向き、技術指導、工程

管理、人材育成などの支援を行っています。また、上海事務所の品質・安全管理担当者も定期的に工場を訪問し、品質の維持・向上を図っています。

不具合時の対応

万一、商品に問題が見つかった場合は、品質・安全管理チームが中心となり、お客様の安全を最優先にして原因調査・究明を迅速に行います。また、経営に状況報告、改善提案などを行い、自主回収や販売・製造中止などの決定をしていきます。こうした対応については、Webサイトや新聞などを通じて速やかに情報開示します。

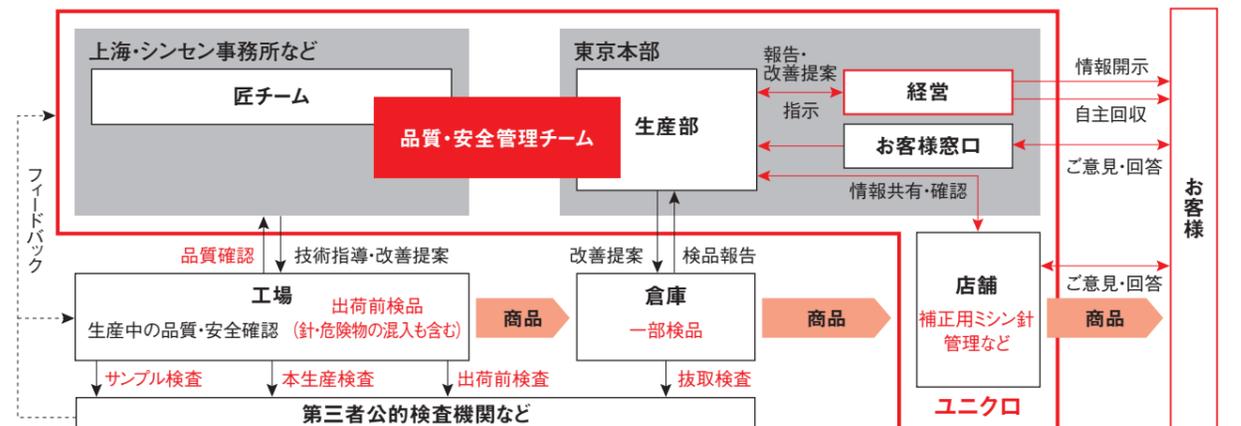
グローバルな品質・安全基準を運用

ユニクロ事業では、米国やEUなど、国や地域の安全基準に合致した「ユニクロの品質・安全基準」を設け、厳格な検査・管理に努めています。各国の基準の中で最も厳しいものを、「ユニクロのグローバル品質・安全基準」として採用する計画も進めています。

品質問題に伴う商品の回収※

2007年度の商品回収は0件でした。
※ これまでに行った商品回収に関する詳細は、<http://www.fastretailing.com/jp/csr/>を参照ください。

品質・安全管理体制



ユニクロの商品がどのような環境のもとでつくられているか、定期的にモニタリングを実施し、生産パートナーと一体となって労働環境などの改善に努めています。

生産パートナーのコンプライアンス強化

基本的な考え方

ユニクロは、中国を中心とする約70工場を生産パートナーとし、一体となって生産効率や品質の向上を追求しています。一方で、私たちが販売する商品がどのような環境のもとで生産されているかについての説明責任を果たすことが重要と考えています。私たちは、適正な環境のもとで生産活動を行うことの重要性について、価値観を共有する生産パートナーのみと取引することを前提としています。

この考え方にに基づき、2004年に「生産パートナー向けのコードオブコンダクト (CoC:行動規範)」を制定し、労働環境を中心に第三者によるモニタリングを実施しています。モニタリングの結果、問題点が発見された場合は真剣にこれを受け止め、パートナー工場とともに課題の解決を図っていきます。

生産パートナー向けのコードオブコンダクト (CoC:行動規範) (抜粋)

- 児童労働の禁止
- 強制労働の禁止
- 抑圧およびハラスメントの禁止
- 差別の禁止
- 健康と安全性の確保
- 組合結成の自由の尊重
- 適正な賃金と諸手当の支払い
- 適正な労働時間の遵守
- 環境保全対策
- 社内規定への反映
- モニタリングの受け入れ

主な取組み

モニタリングと評価

CoC遵守の誓約書にサインをした工場は、「生産パートナー」として、CoCに基づくモニタリングの対象となります。

モニタリングは、第三者の中立的な立場からCoCの遵守状況をチェックできるよう、監査法人系モニタリング機関や審査・登録機関などの外部機関により年2回実施しています。

モニタリング結果は、ユニクロの基準に基づいて、「A」「B」「C」「D」の4段階で評価しています。評価は、「児童労働^{※1}の禁止」「強制労働^{※2}の禁止」を最も重視しています。これらが遵守されない場合、最も低い「D」評価となり、最優先で改善を依頼し、確実に改善状況を確認します。また、労働契約書や人事関連ファイル、労働時間の記録など、モニタリングのために不可欠な書類の不備は「C」評価としています。

「D」または「C」評価を受けた工場は、状況の深刻度によっては即座に取引見直しの対象としますが、原則、ユニクロの担当者が訪問し、改善を要請後、フォローアップモニタリングを実施します。さらに、この段階でも「D」「C」評価の場合は、再度

評価基準

評価	該当項目
A	● 環境保全 ● 寮の安全・衛生 ● 社内規定への反映
B	● 抑圧およびハラスメント ● 差別 ● 労働安全衛生 ● 組合結成の自由 ● 賃金と諸手当 ● 労働時間
C	● モニタリングの受け入れ (重要な書類 [※] の不備) [※] 労働契約、労働時間の記録など
D	● 児童労働 ● 強制労働

フォローアップモニタリングを実施し、改善が見られない場合は、取引縮小や停止の対象としています。

^{※1} 生産国・地域の法律や条例が定める最低就労年齢より低い年齢の従業員による労働のことです。

^{※2} トイレ・水を飲むための休憩が許可制となっていたり、健康診断費等の名目で預かり金の制度があるケースなど、強制労働の可能性のある事象を含みます。

モニタリング結果について

2006年度までは「C」「D」評価の工場が継続的に減少しましたが、2007年度末時点の実績では、共に増加する結果となりました。

「D」評価の事例としては、工場で、従業員の郵便局口座開設のために工場の代表者が身分証明書原本を預かっていたケース(強制労働の指摘に該当)がありました。また、新規取引工場で、法律上の最低就労年齢(満16歳)に満たない15歳を採用していたケース(児童労働の指摘に該当)などがありましたが、いずれも直ちに改善を確認しました。

モニタリングフロー図



^{※3} モニタリングはサンプリング方式によって行われます。

「C」評価の内容としては、「労働契約・労働時間に関する記録の不備」が多く指摘されました。従来の取組みによって、労働契約の未締結や労働時間が記録されていない問題については改善が進んだものの、契約内容や記載方法等に不備が見られることが「C」評価の増加原因です。

改善に向けた取組み

労働時間に関する記録の不備

2006年後半から2007年にかけて、労働時間の記録が正確に行われていないことや、生産現場の記録と労働時間管理の記録の間に不一致があるなどの課題が多く指摘されました。

ある工場では、記録の不一致に改善が見られず調査を進めたところ、二重帳簿の存在が判明したため、取引を大幅に削減しました。その後、当該工場では、代表者が労働環境改善へのコミットメントを表明し、積極的な改善を推進しています。

2007年度は、この問題に対しCSR担当部署が重点的に生産パートナーへの改善指導を行いました。

長時間労働

2007年度は、CSR担当部署が中国の生産パートナーのトップに対してヒアリングを行いました。その結果、生産のピーク時やリードタイムの短縮時、及び原料・副資材の到着が遅れることなどが長時間労働の原因として確認できました。

今後、CSR担当部署が中心となって商品企画・生産計画などの社内関連部署へ働きかけ、この問題の改善を図ります。

環境問題への取組み

2007年度は、主要な素材工場にアンケートを送付し、素材の生産プロセスにおける環境対策について調査を行いました。また、主要縫製工場については、従来からの労働環境モニタリングの中の環境関係の項目をより詳細にしました。特に、当局の排水水質検査に合格しているかどうかなどについてのチェックを強化しました。

より現場に踏み込んだアプローチ

2004年の取組み開始から3年以上が経過した現在、第三者機関のモニタリングを通じた生産パートナーでの主要な課題

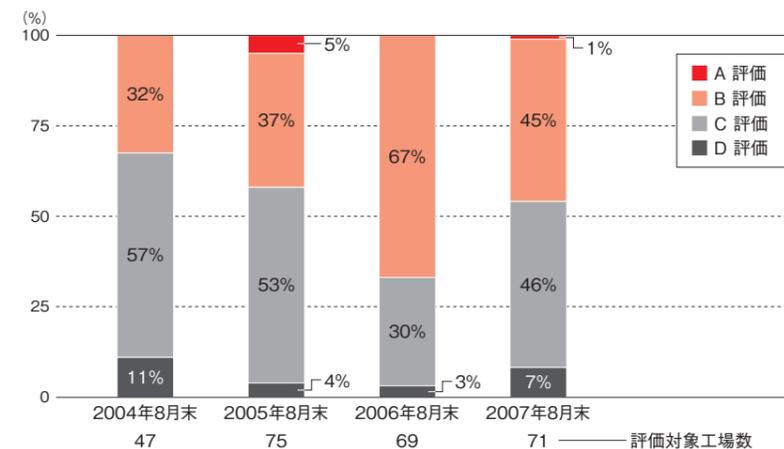
の洗い出しが進み、ユニクロの労働環境などに関する考え方も、各工場に浸透しつつあります。しかし、上記に挙げた課題解決のためには、より生産現場に踏み込んだアプローチが必要です。

2007年7月からは、CSR担当役員や担当部署による訪問回数を増やし、改善要請や指導に力を入れています。訪問時には、工場トップと直接対話し、取組みの重要性について討議しています。また、工場内での仕組みづくりについて具体的に提案するよう努めています。

今後も、第三者機関によるモニタリングを継続的にを行い、CSR担当部署が中心となり、商品企画・生産計画などの関連部署との連携や、生産パートナーとの積極的なコミュニケーションを通じて改善を加速していきます。



パートナー工場の評価状況^{※4}



^{※4} 数字は、CoC締結済みの工場の年度末時点での評価結果を各評価(A「B」「C」「D」)ごとに集計したものです。なお、集計方法の変更により、2005年8月末及び2006年8月末の数値を前回報告時から変更しました。

お取引先とより良い関係を築くため、積極的にご意見を頂き、社内意識の向上に努めています。

パートナーシップの構築

基本的な考え方

ファーストリテイリンググループは、生産パートナーのコンプライアンス強化を推進しています。しかし、まずは自らを厳格に見つめ、お取引先と信頼関係に基づく対等なパートナーシップを築かなければならないと考えています。特に(株)ユニクロは、日本国内で約750店舗を展開し、生産などの規模も大きいことから、グループ各社の中でお取引先に対して優越的な地位を濫用しやすい立場にあると考えられます。そのため、(株)ユニクロでは「優越的地位の濫用行為※」を徹底的に排除、防止するための取り組みを進めています。

※ 取引上の地位が優越していることを利用して、相手方を抑圧し、対等な関係ではあり得ない、一方的に不利益な取引条件を強要するなどの行為です。

主な取組み

優越的地位の濫用行為防止ガイドラインを制定

(株)ユニクロは、2004年に「企業取引倫理委員会」を設置し、「優越的地位の濫用行為防止ガイドライン」を制定しました。このガイドラインに基づき、企業間取引のルールに対する社内意識の向上に努めています。

優越的地位の濫用行為防止ガイドライン

目的 企業間取引において、グローバル企業を目指す(株)ユニクロの従業員としてふさわしくない行動を防止するため

内容 企業間取引における禁止行為および必要な社内手続きを規定

項目例

- 一方的な契約内容の変更・修正
- 一方的な取引の縮小および停止
- 不当な損害賠償請求
- 接待・中元・歳暮などの要求など

4回目のお取引先アンケート調査を実施

(株)ユニクロでは、全部署に対し四半期に一度、お取引先とのトラブルの有無について調査をしています。また、お取引先に対しては年1回アンケート調査を実施し、(株)ユニクロの役員・従業員の行動に問題がなかったかどうかを確認しています。

2007年度で4回目となるお取引先アンケート調査は、2006年9月から2007年2月までの取引額が上位の、国内企業273社に対して実施しました。また、海外のお取引工場71社に対してもアンケート調査を実施し、国内208社、海外55社からご回答を得ました。

アンケートの主な内容は、2006年度に続き、(株)ユニクロからの「一方的な発注変更がなかったか」「接待の強要がなかったか」などです。アンケート調査の結果、問題事例については、企業取引倫理委員会で審議し、必要に応じてより詳細な調査を行い、改善策を実施しています。

今後の改善に向けて

お取引先に対するアンケート調査は、(株)ユニクロの考えをご理解いただくと同時に、お取引先の声を真摯に受け止めるための取組みです。今後は、アンケートの結果を踏まえた従業員教育をより充実させ、お取引先とのより良いパートナーシップの形成に努めます。



「会社」と「一人ひとり」が共に成長していくための 制度づくり、環境づくりを進めています。

多様な人材が能力を 発揮できる環境づくり

基本的な考え方

(株)ユニクロをはじめ、世界各地でアパレルブランド事業を展開するファーストリテイリンググループは、衣服の提供を通じて世界中のお客様に喜んで頂くことを目指しています。そのために、グローバルな視野をもち、革新的な仕事をしていく人材の育成に力を注いでいます。

主な取組み

人材育成・能力開発の体制づくり 「ユニクロ大学」を設置

(株)ユニクロは、2000年に人材開発・従業員教育を実施する「ユニクロ大学」を設置しました。ユニクロ大学では、店舗や本部で求められる人材像を踏まえたさまざまな研修を行い、従業員のキャリアアップを体系的に支援しています。

2006年度は、マネジメント能力の向上を目的として、「上司の意識行動改革プログラム」を実施し、上司とその部下を対象に行った6ヵ月間のコーチング研修などを通して、管理職層の意識と行動改革を進めました。また、役員・部長などを対象とした一橋大学大学院との「変革リーダー養成プログラム」を実施しました。

「スーパースター店長制度」を採用

店長のキャリアパスとして、「スーパースター店長制度」を採用しています。この

制度は、店舗スタッフの模範となる優れた店舗運営実績をもつ店長を「スーパースター店長」として登用し、事業全体の課題解決などの業務経験を積むことで、将来の経営者や「社員フランチャイズ制度※」を活用したフランチャイズオーナーへのキャリアを支援する制度です。

※ 従業員が独立して会社を設立し、ユニクロのフランチャイズ店舗を運営することを支援する制度です。(株)ユニクロでは、経理・財務など経営者としての基本的な知識など、事業の立ち上げに関するさまざまなノウハウを提供しています。2007年8月末までに、8名のユニクロ店長が独立し、フランチャイズオーナーとして会社を運営しています。

「育成ローテーションプログラム」 を実施

(株)ユニクロは、2007年3月から、店舗と本部の交流を深めることで従業員の活性化を目指す「育成ローテーションプログラム」の実施を開始しました。この制度は、ユニクロ事業に対するより深い理解の促進や業務知識・スキルの習得、社内外人脈の構築などをポイントに、「1ヵ月インターンシッププログラム」「1年間業務ローテーションプログラム」「新卒の本部配属制度」の3つのプログラムで構成されています。

①1ヵ月インターンシッププログラム

店舗勤務者が本部で1ヵ月間勤務する制度です。さまざまな部署での体験を通して、将来のキャリアアップにつなげていくことを目的としています。

②1年間業務ローテーションプログラム

店舗勤務者が本部で1年間勤務する制度です。

③新卒の本部配属制度

店長候補として採用した一部の新入社員を、最初の1年間本部に配属する

ことで、(株)ユニクロの組織や事業の全体像に対する理解を促し、その後のキャリア形成に役立てることを目的としています。

ダイバーシティ(多様性)の推進 女性のキャリア開発を支援

(株)ユニクロは、ダイバーシティの推進体制を強化するために、2004年に「女性キャリア推進室」(現、人材・キャリア開発チーム)を設置しました。同推進室では、女性従業員がより幅広く活躍できるよう、仕事に対する意識改革や自己啓発を目的としたキャリア研修などを行ってきました。具体的には、女性店長が個々の生活事情を踏まえて長期的な視野でキャリア形成していくことを目指し、2004年9月から「女性店長プロジェクト」を推進しています。また、全国各地で活躍する女性従業員を紹介する冊子「style」を年4回発行しているほか、男性上司も参加する、女性のキャリア開発をテーマとした「ウィメンズフォーラム」を定期的に開催しています。



ウィメンズフォーラムの様子

外国人を積極的に採用

(株)ユニクロでは、事業のグローバル化に合わせて、外国人従業員の採用を推進しており、2007年度は16名を採用しました。これに合わせて、入社した外国人従業員と上司が円滑にコミュニケーションできるよう、試行的に実施していた「異文化研修」を本格的に導入しました。研修では、異文化に対する相互理解を深めるためのワークショップやディスカッションを実施しています。

障がい者雇用を推進

(株)ユニクロでは、これまで「1店舗1名以上」を目標として、障がい者の雇用を積極的に進めてきました。2007年6月現在の障がい者雇用率は7.43%と、全国の大企業(従業員5,000名以上)においてトップの水準です。2007年度までの障がい者雇用に関するデータはグラフのとおりです。

※ Special Report(P4)も参照してください。

障がい者雇用率の推移



※ 数字は各年3月末時点、2007年度は6月1日時点のものです。

働きやすく安全な職場づくり

事故の原因を個別に追求

ユニクロの店舗では、ミシン作業時の事故が最も多く、また、倉庫からの商品の搬送作業が労働災害につながることもあります。これらについては、個別に原因を解明し、迅速に対策を講じることで、再発防止に努めています。また、定期的に従業員に注意喚起することで未然防止に努めています。

ワーク・ライフ・バランスの取組みを強化

(株)ユニクロは、誰もが安心できる、働きやすい職場環境づくりを目指して、育児・介護休暇制度の運用や、メンタルヘルスケアの相談窓口の設置などを行っています。また、ワーク・ライフ・バランスを推進するために、本部で実施していた「ノー残業デー」を、2007年3月以降、それまでの週2日から週4日間に拡大しました。さらに、年



間の有給休暇の取得計画と実績を個人ごとに管理し、休暇取得を促しています。

店舗では、2006年9月から、業務効率化を進めるため、1ヵ月の残業時間に上限を設ける取組みを開始しました。

今後の改善に向けて

グループ事業のグローバル化が進んでいることから、各社間の人材交流を促進するほか、海外拠点の人事制度や人材育成などの仕組みを強化していく予定です。

従業員の評価制度についても、グローバルな事業展開のための業務や人材育成に重きを置く新たな評価体系の導入を進めています。長期的な視点を持ち、従業員にとって公平性の高い制度づくりを目指していきます。



TOPICS 1 従業員満足度を追求するオフィスづくり

(株)ユニクロの本部では、総務担当部署が中心となって、オフィス業務の生産性と従業員の満足度を高めるオフィスづくりを推進しています。2006年3月には、本部の移転を機に、各人

が業務の目的に合わせて適切な場所や座席を自由に選べる、フリーアドレス制を導入しました。また、必要な時に速やかに打合せや会議ができるよう、ミーティングスペースを数多く設けました。

こうした環境整備の結果、部署を越えた従業員間の活発なコミュニケーションが図れるようになりました。

オフィスづくりの基本施策

	仕事の中身が見える 常に「何をすべきか」を意識し 社員が自律的に働く	商品・店舗が見える 常に商品や店舗を意識して働く	リーダーシップが見える 本気の議論と意思決定が どんどん行われる
ワークスタイル	●業務目的に合わせて適切な場所を選択する	●商品にかかわる検討・議論は全て現物を見ながら行う	●会議形式にこだわらずすばやく集まり、タイムリーに結論を出す
ワークプレイス	●業務目的に合わせた選択式ワークスペース 	●店舗イメージを再現したR&Dワークスペース 	●ミーティングルーム型執行役員室 

TOPICS 2 従業員報奨制度

(株)ユニクロでは、業務改善や業績に著しく貢献した従業員を表彰する制度を設け、対象者を表彰しています。キャンペーン期間中に地域内で最も成果をあげた店舗に贈られる「キャンペーン目標達成賞」や、お客様から頂いたお声をもとに、お客様の満足度向上に取り組んでいると評価された個人に毎月贈られる「CSスタッフ賞」などがあります。また、店舗でのさまざまな取組みや成果に対してポイントを付与し、半期に一度、加算されたポイントの合計点に基づき、全国第1位の店舗を表彰する「U-1グランプリ報奨制度」は、今年で3期目を迎えています。



TOPICS 3 障がい者雇用の取組みを紹介

(株)ユニクロは、「第39回関東地区知的障害福祉関係職員研究大会(2007年7月18日)」や国際アビリンピック※(2007年11月15日)で、障がい者雇用の取組みについて講演を行いました。「障がい者雇用の現状と課題、そして展望～できることからはじめていくユニクロの障がい者雇用への取組み」と題した特別講演を行い、一人の元気がスタッフ全員のやる気につながる障がい者雇用の様子を紹介しました。

※ 1981年の国際障害者年を記念して、障がい者の職業的自立の意識を喚起するとともに、事業主及び社会一般の理解と認識を深め、さらに国際親善を図ることを目的として開催されており、今年で7回目となります。

「環境方針」「環境ガイドライン」の制定を皮切りに、 今後は「環境中期計画」の策定などを進めていきます。

基本的な考え方

SPA(P18)というビジネスモデルをもつユニクロ事業は、商品の企画から生産、物流、販売、廃棄までのそれぞれのプロセスで、環境に関する法令を遵守し、事業活動によって発生する環境負荷を継続的に低減することを目指しています。

主な取組み

店舗での省エネ・省資源を推進

(株)ユニクロの全国の店舗では、本部が作成した店舗向けの省エネマニュアルなどを活用して、徹底した省エネ・省資源活動を推進してきました。2003年度に実施した「全店一斉省エネキャンペーン」では、電力使用量で、前年度比約10%の削減を達成しました。店舗での省エネ・省資源意識やコスト削減意識が高まり、具体的な成果につながっていることから、現在まで継続して取り組んでいます。

商品の梱包資材を削減

工場出荷時

(株)ユニクロは、工場からの出荷時に商品の品質を保持する目的で使っているポリエチレン袋の削減に取り組んでいます。2006年度は、試行的に5~6アイテムの商品について、個別包装から複数枚をまとめて包装する方法へと変更した結果、年間200万枚のポリ袋を削減しました。

生産パートナー工場がこうした包装方法の対象アイテムを自主的に拡大したこともあり、2007年度は約1,000万枚の削減を達成しました。

商品販売時

(株)ユニクロでは、商品をお渡しする際に紙やポリエチレン製のサービス袋を使用しています。容器包装リサイクル法が強化

される中、これまで焼却時に有毒ガスを発生させない素材の使用やサービス袋の軽量化などを実施してきました。2007年度は、ポリエチレン製サービス袋の軽量化を行い、前年度比で約350トン削減しました。

また、2007年12月には、東京理科大学理工学部阿部正彦教授が中心となり開発した技術を応用した、「ナノハイブリッドカプセル2(NHC2)」添加剤入りのポリエチレン製サービス袋を導入しました。添加剤の投入で袋の強度が高まり、重量が約20%削減でき、また、燃焼時の二酸化炭素排出量を約40%削減することが可能になりました。これにより、従来のサービス袋と比べ、約60%の二酸化炭素の排出量を削減することができました。

物流に伴う負荷を削減

(株)ユニクロでは、高効率な物流体制の構築を目指し、常に物流フローの見直しや改善に取り組んでいます。また、物流における積載効率の向上を目指して、商品配送用ダンボール箱(以下、パッキン)の重量を見直し、軽量化を図っています。

2006年度には、使用するすべての形状のパッキンについて、平均で約10%の重量を削減しました。また、委託業者の協力を得て、納品された後のハンガーを回収し、海外の生産工場での再利用を開始しました。

「環境方針」「環境ガイドライン」を制定

(株)ユニクロは、2007年10月、環境負荷低減に向けた取組みをさらに推進していくため、新たに「環境方針」や「環境ガイドライン」を制定しました。今後は、海外のユニクロ事業会社に準用し、ユニクロ事業全体として、効果的かつ効率的な環境保全に向けた取組みを進めていきます。

環境負荷の測定を開始

(株)ユニクロは、2007年度から、事業活動に伴う主要な環境負荷項目のデータ測定を開始しました。測定結果(P29)は、今後の環境保全活動に活かしていきます。

「全商品リサイクル活動」を実施

2007年9月に1ヵ月間実施した「全商品リサイクル活動」では、お客様のご協力により、約43万点の商品を回収し、リユース、リサイクルしました。

内訳

- リユース(難民キャンプへの支援):約90%
- 燃料化リサイクル(電気エネルギー化):約9%
- マテリアルリサイクル(工業用ウエス、断熱材へ):約1%

※ Special Report(P2)も参照してください。



回収された商品

近隣からの苦情について

2007年2月、(株)ユニクロの店舗において、清掃委託業者が誤って清掃排水を用水路に流したことにより、近隣の企業から苦情を受けました。(株)ユニクロでは、ご指摘いただいた企業にお詫びすると共に、委託業者に対して清掃排水の回収作業を指示し、完了したことを確認しました。その後、委託業者と、原因や再発防止策についての検討を行いました。

ユニクロ事業における主な環境負荷項目※1

		企画	生産	物流	販売	使用/廃棄
In	エネルギー燃料等	本部オフィス 電力使用量 4,991,013kWh ガス使用量 7,827m ³		本部オフィス コピー用紙使用量 7,586,913枚		
	資材等			店舗 電力使用量 115,152,009kWh		容器包装 4,703t
Out	大気への排出	本部オフィス CO ₂ 排出量(電力、ガス) 3,517t-CO ₂		店舗 CO ₂ 排出量(電力) 48,940t-CO ₂		
	廃棄物・リサイクル	本部オフィス 可燃物排出量(紙くず等) 185t 不燃物等排出量(廃プラスチック等) 4t		店舗 一般廃棄物排出量 17,139t	お客様 全商品リサイクル活動で ご提供頂いた商品 132t	

※1 数値データについて

- 原則、2007年度の数値を記載しています。
- 店舗のデータは、テナントとして入居している一部の店舗については含まれていません。
- 本部オフィスのデータは、ガス使用量は山口本社のみ、それ以外は山口本社と東京本部の数値です。

今後の改善に向けて

(株)ユニクロは、今後は「環境中期計画」を策定するなど、「環境方針」と「環境ガイドライン」に基づき、より具体的に環境負荷低減に向けた取組みを進めていく方針です。

また、添加剤の投入により二酸化炭素の排出量を大幅に削減できるポリエチレン製のサービス袋については、2008年度中に、海外のユニクロ事業会社や一部のグループ会社への導入を計画しています。

TOPICS

クールビズ※2 カンファレンス2007

「クールビズ カンファレンス2007 in OMOTESANDO HILLS」は、(財)省エネルギーセンターと(株)ユニクロが共同で開催した、クールビズのさらなる浸透を目指したイベントです。(株)ユニクロは、このカンファレンスで、「クールビズに関する意識調査」を発表し、省エネルギーという観点から、地球温暖化防止と、CO₂の削減に向けて取り組むことの重要性を伝えました。「クールビズに関する意識調査」は、2006年度から(株)ユニクロの広報担当部署が中心となり、クールビズ普及の実態把握のために進めている調査です。従来は男性を対象とした調査でしたが、2007年度は、「主婦」や「働く女性」の方々にもご協力頂きました。



ユニクロのCOO大谷が意識調査結果を発表

※2 クールビズは、環境省の公募により選ばれた「省エネエルク」に代わる新しい愛称で、2005年6月に環境省の提唱で使用が始められました。

「お客様に愛され、信頼され続ける企業」であるために、
さまざまな社会貢献活動を「できることから少しずつ」始めています。

基本的な考え方

(株)ユニクロは、ファーストリテイリンググループの「お客様に愛され、信頼され続ける企業でありたい」「できることから少しずつ始めていく」という基本姿勢に基づき、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。また、全国の店舗網で25,000人以上が働く会社としての強みを活かし、地域に根ざした従業員参加型の活動を推進しています。

主な取組み

「瀬戸内オリーブ基金」を支援

瀬戸内オリーブ基金は、産業廃棄物の不法投棄事件のあった豊島をはじめとする瀬戸内海の島々や沿岸部に、かつての豊かな自然を再生するため、2000年、安藤忠雄氏、中坊公平氏が呼びかけ人となってスタートしました。

(株)ユニクロは、この基金の活動趣旨に賛同し、2001年から店舗での募金活動を開始し、お客様から寄せられた募金額と同額のマッチング寄付を行っています。

瀬戸内オリーブ基金は、活動をより活性化するため、2007年7月にNPO法人となり、運営委員会を設置しました。具体的な活動としては、里山の保全や、オリーブをはじめその土地の植生に合った木の植樹を行っています。また、他の団体が推進する同様の活動に対する助成も行っています。

2007年11月末時点の募金額の累計は103,637,519円、植樹本数は57,144本となりました。また、2007年度の助成団体数は22団体となりました。

※ DIALOGUE (P3)を参照してください。

「スペシャルオリンピックス日本」の活動を支援

スペシャルオリンピックスは、知的発達障がいのある方々に、さまざまなスポーツレ

ニングとその発表の場である競技会を提供している国際スポーツ組織です。

(株)ユニクロは、2002年から、スペシャルオリンピックスの日本本部(SO日本)のオフィシャルパートナーとなっています。これまでに、ボランティアスタッフ用ユニフォームの寄贈や競技会の運営支援などを行ってきました。2007年度は、2006年11月に開催された夏季ナショナルゲーム・熊本のボランティアスタッフや、2007年10月に開催されたスペシャルオリンピックス夏季世界大会(上海)の日本選手団のために、合計約3,000着のユニフォームを寄贈しました。また、SO日本の各地区組織への支援活動として、現在までにユニクロ172店舗及び東京本部の従業員休憩室にチャリティ自動販売機を設置し、その販売収益の一部を寄付しました。



オリーブ基金NPO法人化記念植樹にCOO大峯が参加



スペシャルオリンピックス夏季世界大会・上海 ©Special Olympics Nippon



オリーブの植樹



寄贈したユニフォームを着用した日本選手団 ©Special Olympics Nippon

「ユニクロサッカーキッズ!」を開催

日本サッカー協会(JFA)が主催する「JFAキッズ(U6)プログラム」は、6歳以下の子どもたちに身体を動かすことの爽快感やスポーツの素晴らしさを体感してもらいながら、サッカーの普及・浸透、人格形成を図るプログラムです。(株)ユニクロは、2003年からこのプログラムの公式パートナーとして、「ユニクロサッカーキッズ!」を毎年全国各地で開催しています。2007年度は、北海道、岩手、栃木、東京、愛知、島根、高知、福岡、熊本の会場で「ユニクロサッカーキッズ!」を開催しました。9会場合計で、約14,000人の子どもたちが参加しました。



ユニクロサッカーキッズ!



「ユニクロサッカーキッズ!」表彰式に執行役員和田が参加

緊急災害支援を実施

(株)ユニクロは、2007年7月に発生した新潟県中越沖地震において、特に被害の大きかった柏崎市内の店舗で、ニーズの高い下着類を中心とした衣料の特別割引販売を実施しました。

「ユニクロボランティアクラブ」を運営

2004年9月、従業員が自主的に社会貢献活動に参加するためのボランティア組織、「ユニクロボランティアクラブ」が発足しました。

2007年7月、より多くの従業員にボランティア活動への参加を促すために、これまで限定的であった活動地域を、ユニクロの店舗がある全地域としました。また、ボランティア活動情報の発信や、ボランティア活動参加者同士のコミュニケーションの場として、社内Webサイトを立ち上げました。こうした取組みを通じて、地域の一員として、これまで以上に環境や社会問題にかかわっていきます。

主なボランティア活動

- 店舗周辺など地域の清掃活動
 - 瀬戸内オリーブ基金植樹活動
 - SO日本地区組織のスポーツプログラム
- ※ 活動の詳細はP32を参照してください。



ユニクロボランティアクラブ社内Webサイト

今後の改善に向けて

現在の社会貢献活動を継続していくと共に、全国の約750の店舗で働く従業員が、一人でも多く地域社会での活動に参加できるよう環境を整備していきます。

TOPICS

NPO法人JENと実施した、パキスタン北部地震への緊急越冬支援活動でパートナーシップ賞を受賞

(株)ユニクロは、2005年のパキスタン北部地震の被災者への緊急越冬支援として、認定NPO法人JENと協力し、防寒着などを寄贈しました。NPO法人と企業が共同で確かつ迅速な支援を行った事例として評価され、NPO法人パートナーシップ・サポートセンターが主催する「パートナーシップ大賞」のパートナーシップ賞を受賞しました。

※ DIALOGUE (P7)を参照してください。



各地で広がるボランティアの輪～ユニクロボランティアクラブの活動実績～

■瀬戸内オリーブ基金

瀬戸内オリーブ基金植樹ボランティア

2006年10月、2007年4月、10月に店舗や本部から約200名の従業員が「瀬戸内オリーブ基金植樹ボランティア」に参加しました。この活動は4年目を迎え、オリーブ植樹だけでなく参道の整備、海岸清掃など徐々に活動の幅を広げており、^{てしま}豊島の方々と親睦が深まっています。



■スペシャルオリンピックス

SO日本スポーツ体験キャラバン大阪

2007年7月、知的障がいをもつアスリートがバスケットボールを体験するイベント「SO日本スポーツ体験キャラバン大阪」に、店舗や本部から12名がボランティア参加し、アスリートサポートを行いました。



トーチラン

2007年8月、上海でのSO夏季世界大会に先立ち、新宿都庁で「SO夏季世界大会」トーチランイベントが行われました。このイベントに、従業員44名がボランティアとして参加しました。会場設営、会場の警備、来賓案内、そして聖火リレーを行うアスリートの誘導などのサポートを行いました。



■地域の清掃活動

北陸エリア (参加人数 50名)



呼びかけ人: 羽森 綱平 スーパーバイザー
清掃場所: 石川県、福井県、富山県の海岸や店舗周辺

「スタッフには、実行できる人になってほしい」

地域の清掃活動は、従来から企業市民として当たり前のこと、やるべきことと感じていました。スタッフには、「何をすべきか知っている」だけではなく、どんなに小さなことでもそれを「実行する人」になって欲しいと思っています。

阿南アピカ店 (参加人数 33名)



呼びかけ人: 阿南アピカ店 ^{すや}須鎗 太一 店長
清掃場所: 徳島県阿南市北の脇海岸

「地域に根ざした会社・店舗でありたい」

清掃活動は今年で3年目を迎えました。地域限定正社員制度もスタートしたことで、これまで以上に地域に根ざした会社・店舗でありたいと考え、店舗スタッフにも積極的に参加を促しています。活動のおかげで、街に落ちているゴミを拾うことなども、率先してできるようになりました。

三重エリア (参加人数 40名)



呼びかけ人: 加藤 カ スーパーバイザー
清掃場所: 三重県津市御殿場海岸

「自分を取り巻く周囲にも視野を広げられる社員を目指します」

店舗だけでなく、自分を取り巻く周囲にも視野を広げられる社員でありたいという思いから、清

掃活動を実施しました。この活動を通じて、店舗でのチームワークが良くなり、また自分たちで何か行動を起こそうとする力が強くなってきていると思います。

東京本部 (参加人数 57名)



呼びかけ人: 篠原 友宏 トレッサ横浜店副店長
清掃場所: 千代田区北の丸公園周辺

「グローバル企業だからこそ、地に足のついた活動をしていくことが大切」

参加しやすく、地域に貢献できる取組みを考え、東京本部の従業員に北の丸公園周辺の清掃を呼びかけました。参加者からは、「通勤中の方からお礼を言われ、嬉しかった」「朝から身体動かせて気持ちよかった」という声がありました。グローバル企業だからこそ、地に足のついた活動をしていくことが大切だと思っています。

■その他の活動



呼びかけ人: 室蘭東町店 高橋 和人
約2,000冊の絵本を寄贈しました

KIDS用Tシャツと絵本のセット販売期間終了後、店舗スタッフから「見本として使用した絵本を回収し、児童福祉施設などに贈呈してはどうか?」という提案がありました。この提案をもとに約2,000冊の絵本を、幼稚園、小学校、児童福祉施設、スペシャルオリンピックス地区組織、UNHCRなど70あまりの団体に寄贈しました。

地域に愛される店舗であり続けるために、 ユニクロフランチャイズ店は地域社会の発展に貢献していきます。

ユニクロ イオンモール東浦店、半田店



(株)十福屋
山下 雅則 社長

当社は、刈谷市の商工会議所や青年会議所などに所属し、また、市周辺での社会貢献活動を15年にわたって継続するなど、微力ながらも、事業活動を通じて経済・社会・文化の発展を支え、地域社会に貢献する会社になるよう努めています。その背景には、企業と地域社会は、信頼関係をもとに共に発展する関係であるべき、という基本的な経営の考えがあります。

この考えを実践していく上で、ユニクロブランドは、多くの人々に広く浸透し、受け入れられており、社会の信頼を得やすい環境にあると言えます。しかし、地域社会で真に信頼を得るためには、ブランドが築いてきた信用を守り、さらに発展させるための誠実な企業活動を、地道に継続していく時間と情熱が必要です。当社は、これからも刈谷地域にしっかりと根ざした事業活動、社会貢献活動を推進していきたいと考えています。

これまでの主な社会貢献活動

- 社会福祉法人「ひかりの家」バザーでの商品寄付
- (社)刈谷青年会議所 青少年育成事業「30人31脚大会」参加
- 碧海Jr.フェスタミニサッカー大会の開催協力

ユニクロ 宮崎清武店



(有)ファーストアクト
飯牟禮 伸悟 社長

私がFCオーナーになってから3年が経ちますが、中学生の職業体験として、毎年、近隣中学3校から12名の生徒を店舗に受け入れています。受け入れる以上は、やりがいのある体験をしてもらいたいと思いい、職業体験をサポートする従業員を配置し、受け入れマニュアルも用意しています。マニュアルには、あいさつの仕方や接客、掃除の仕方まで、幅広い業務について記載しています。

従業員の協力のおかげで、学校の先生や父兄の方々にもご好評をいただく活動となりましたが、同時に、生徒さんへの研修を通じて、私自身が改めて「働く」ことの意味を考えることができ、初心にかえる良い機会にもなっています。

私は、一個人として、地域社会や環境に対し何ができるかを考えていくことがとても大切だと考えています。中学生の職業体験のような、地域に根ざしたユニクロならではの活動を通じて、私も従業員も、一人ひとりが「活動をもっと良くするためには



職業体験に参加した
中学生からのお礼の手紙

何が必要か」を考え続けていきたいと思っています。

これまでの主な社会貢献活動

- 近隣の野球クラブの全国大会出場費の募金活動
- 地域の秋祭り、夏祭りへの協賛金や商品の提供
- 中学生の職場体験研修の実施

ユニクロ 長府店



(有)ファイブ・スター
吉村 邦彦 社長

当社では、毎週火曜日に実施している社員勉強会のなかで、CSR(企業の社会的責任)の考え方などについて学習する機会を設けています。そうした場で、私は、企業が社会に与える影響にはどんなものがあるのか、地域レベルで取り組む社会貢献活動とはなど、CSRの理解と活動の重要性を伝えています。また、世の中の課題にも目を向け、「自分にできることは何か」を考え、行動を起こすことの大切さも繰り返し伝えています。

こうした勉強会の成果を実践していくために、当社では、障がいのあるお客様がご来店された際には、店舗の電話番号をお伝えし、次回お客様がご来店する際は、事前にご連絡を頂き、よりスムーズに、より楽しくお買物をしていただけるよう心掛けています。取組みはまだまだ不十分ですが、これからも「できること」を増やしていきたいと思っています。

これまでの主な社会貢献活動

- 老人ホームでの従業員によるボランティア活動
- 地元青年振興会との地域清掃活動の実施
- 下関市内の交換留学生への支援として、店舗見学や商品購入お手伝いの実施

ファーストリテイリンググループの各社でも、ブランドの特色を活かしたCSR活動に取り組んでいます。

クリエイション ネルソン社

会社概要

「母と娘」をコンセプトに、世代を問わずに支持される「コントワー・デ・コトニエ」

コントワー・デ・コトニエは、1995年にフランスで設立されたウィメンズウェアを中心としたコレクションブランドです。現在は、フランスのみならず世界11カ国で300以上の店舗を展開しています。「母と娘」のブランドコンセプトをコアとして、「本物であること」「親しみを感じる」「自然であること」のメッセージを大切にしています。これらの価値観が、世の中に対する企業としての責任感の原点になっており、フェアトレード※や社会貢献活動への中にも表れています。

これらの事業は現在、単体プロジェクトとして行っていますが、今後は、より明確に、組織的な取り組みとしてステップアップしていきたいと考えています。

※ 貧困のない公正な社会をつくるための、対話と透明性や、互いの敬意に基づいた貿易のパートナーシップです。特に開発途上国など立場の弱い生産者に、より良い貿易条件を提供し、その権利を守ることによって、持続可能な発展を支援します。



コントワー・デ・コトニエ ヴェルチェリ大通り店 ミラノ市内

フェアトレードを推進

天然素材で作られるスニーカーブランド「Veja」



コントワー・デ・コトニエが手掛けた最初のフェアトレードプロジェクトは、2006年秋冬コレクションでの「Veja(ヴェジャ)」ブランドとのコラボレーションです。コントワー・デ・コトニエと「Veja」は、「母と娘」のためにフェミニンで洗練されたデザイン、かつシーズンカラーに合わせた限定版スニーカーを作りました。1970年代のブラジルを想起させる、アーバンでヴィンテージ感覚のスニーカーです。ブラジルの小さな生産者グループによって天然素材100%で作られています。

アフリカの小さな村の女性たちが作るバスケット「Muñ」



2つ目のフェアトレード商品は、「Muñ(ムーン)」ブランドのバスケットです。日本人ファッションデザイナーがプロデュースした色付きのバスケットは、ガーナ北部にある農村の女性たちによって作られました。農村は非常に乾燥した地域にあり、このバスケットの生産が重要な経済活動の一つとなっています。コントワー・デ・コトニエは、ブランド限定デザインで、「トブロック」と

いうネーミングの「Muñ」バスケットを商品として展開しました。

NGO「世界の医療団」との人道支援活動

開発途上国の子どもたちにワクチンを

コントワー・デ・コトニエは、NGO「世界の医療団(Médecins du Monde: メデュサン・デュ・モンド)※」と連携し、2007年4月23日から6月2日までの間、開発途上国の子どもたちにワクチンを届けるキャンペーンを実施しました。

キャンペーンは、特製のTシャツを1枚販売するごとに、コントワー・デ・コトニエから世界の医療団に5ユーロを寄付するもので、5ユーロで6人の子どもたちがワクチンを受けることができます。コントワー・デ・コトニエは、このキャンペーンを、店舗展開するフランス、ドイツ、ベルギー、スペイン、イタリア、ルクセンブルク、ポルトガルの各国で実施しました。

ブランドが持つ「本物であること」「親しみを感じる」という価値を支持頂いている多くのお客様のおかげで、キャンペーンを通して、ネパールやチベットなどの開発途上国や地域の子供たちに、45,400本のワクチンを届けることができました。

※ フランスに本部を置く、世界各地に医療・保健衛生分野の専門ボランティアを派遣し、人道医療支援に取り組む国際NGOです。



キャンペーンで販売した特製Tシャツ

(株)ビューカンパニー

会社概要

婦人靴を中心に全国で100以上の店舗を展開

1962年に創業して以来、婦人靴を中心にビジネスを拡大し、2006年4月にジャズダック市場に上場した(株)ビューカンパニーは、2006年10月、(株)ファーストリテイリングと業務・資本提携し、持分法適用関連会社となりました。

「VIEW(ビュー)」「[vju:](ビジュー)」のほか、ファミリーをターゲットにした靴の総合店「SHOES WORLD(シューズワールド)」、オリジナルブランド商品を取り揃えた「COO ICI(クーイスイ)」など、2007年8月現在、103店舗を展開しています。



Ici sisters 堺店

靴を通じた社会貢献

アフリカ難民キャンプへ靴を寄付

(株)ビューカンパニーは、(株)ユニクロが実施している全商品リサイクル活動に賛同し、これまで約6,000足の未使用の靴を、認定NPO法人日本救援衣料センターに寄付しました。これらの靴は、2007年11月、(株)ユニクロがお客様からご提供頂いた衣料と共に、UNHCRが管轄す

るタンザニアの難民キャンプに届けられました。

アフリカでは、裸足での生活を余儀なくされる人々の足の爪に寄生虫が入り、「スナノミ」という病気にかかり、足が壊死してしまうことがあります。届けられた靴は、難民キャンプの方々の生活衛生の向上に役立てられます。

(株)リンク・セオリー・ホールディングス

会社概要

キャリア女性から支持される「Theory」ブランド

2004年1月、(株)ファーストリテイリングは、日米で「Theory」ブランドを展開する(株)リンク・ホールディングス(当時)に資本参加しました。「Theory」は、1997年にニューヨークで創設され、1998年12月から日本での事業展開を開始しました。

常に「コンテンポラリー」であることを追求し、パーフェクトなフィット感と最高級素材の着心地をもつ「Theory」ブランドは、キャリア女性の高い支持を背景に、日本でのビジネスも拡大し、2005年6月、東証マザーズに上場しました。



Theory ガンザポート店 ニューヨーク市内

アイコン・プロジェクト

新しい概念づくりや行動のきっかけとなるイベントを開催

(株)リンク・セオリー・ホールディングス(LTH)は、2006年から「Theoryアイコン・プロジェクト※1」を通して、多くの企業と提携し、「Theory」ブランドの本源にある革新、知性、信頼への共感の輪を広げています。

2007年6月には、ニューヨーク市にあるTheoryの旗艦店で、「アイコン・プロジェクト」の一環として、プリシピス・アライアンス※2とナチュラル・リソース・ディフェンス・カウンシル※3と共同で「グリーンイベント」を実施しました。イベントでは、二酸化炭素の排出量を減らす環境に配慮した生活の大切さを学ぶ場を設けるなど、環境問題への意識を改善していくことや、企業が社会的責任を果たすことの重要性を紹介しました。

※1 イベントやエキシビジョンを展開すると共に、時代を象徴するアイコン的なアーティストの発展をサポートするプロジェクトです。

※2 プリシピス・アライアンス(The Precipice Alliance)は、地球規模での気候変動の影響について啓発を行う団体で、社会的な課題を題材とする芸術作品の製作活動を支援すると同時に、情報提供・啓発活動を行っています。

※3 ナチュラル・リソース・ディフェンス・カウンシル(The Natural Resources Defense Council)は、地球上の人々、動植物、自然環境を守ることを使命とする、米国で最も影響のある環境保全団体の一つです。



イベントで配布したバッグ

(株)ファーストリテイリングでは、ファーストリテイリンググループに関わる利害関係者の方々とコミュニケーションの重要性を認識し、私たちのCSRに関する考え方や個々の活動についてご理解いただくために、積極的な情報開示を行っています。その一環としてグループWebサイトでは、グループ会社のCSR活動について、タイムリーな情報掲載に努めています。



ファーストリテイリンググループWebサイト
<http://www.fastretailing.com/jp/csr/>

(株)ユニクロのWebサイトでは、全商品リサイクル活動についてより多くの方々に知っていただくため、コミュニケーションサイトを立ち上げています。お子様にもわかりやすいように、全商品リサイクル活動をアニメーションを用いたストーリー仕立てで説明しています。

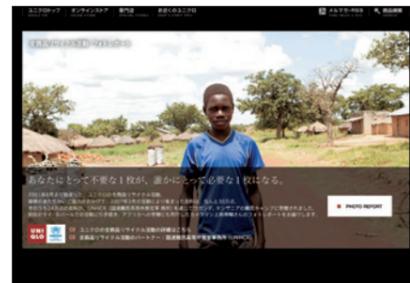
また、お客様からご提供頂いたユニクロ商品が、確実に難民キャンプに届けられている様子を報告する、「全商品リサイクル活動フォトレポート」を掲載しています。



(株)ユニクロ 全商品リサイクル活動
 コミュニケーションWebサイト
<http://www.uniqlo.com/jp/csr/>



(株)ユニクロ 全商品リサイクル活動
 フォトレポート タイ/ネパール編
<http://www.uniqlo.jp/special/csr/>



(株)ユニクロ 全商品リサイクル活動
 フォトレポート ウガンダ/タンザニア編
<http://www.uniqlo.com/jp/csr/africa/>

(株)ファーストリテイリングでは、グループ内や各社内でのコミュニケーションのあり方として、グループ各社のCSR活動に対する従業員の認識を深めると共に、自らが活動に参加することを通して「世界を良い方向に変えていく」ことができるという意識の向上を目指しています。

(株)ユニクロでは、年4回、社内報「Voice U」を発行しており、(株)ユニクロのCSR活動について、従業員が理解を深めることができるように、毎回、環境保全・社会貢献などの活動状況を掲載しています。



社内報「Voice U」



シンボルマークのモチーフは「旗〜フラッグ〜」

グローバルレベルで既存の枠組みを超え、新しい視点、新しい価値を提示する。そのビジョンを共に追求する人々の求心力として、また、様々な斬新な試みや、先進的で独創的な発想にリスクを恐れず挑戦するという姿勢の象徴として、私たちは「旗〜フラッグ〜」をファーストリテイリングの新しいシンボルマークに掲げました。グループ社員はもちろん、世界中のあらゆる人々に、ファーストリテイリングの意志と精神を明確に伝えたいという想いをこのシンボルマークに込めています。

さまざまな意味を持つ、コーポレートカラーの「赤」

コーポレートカラーである赤には、革新、改革、情熱、強さ、自立、先進のイメージに、「ユニクロ」に脈々と流れる挑戦者のDNAを重ねています。また、フラッグを構成する3本の赤いラインは、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」というコーポレートステートメントに呼応しています。

発行
 株式会社ファーストリテイリング
 〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-13-12 北の丸スクエア

「CSRレポート2008」に関するお問い合わせ先
 (株)ユニクロ お客様窓口
 電話: 0120-090-296 (9:00~17:00 年中無休)
<http://www.fastretailing.com/> から「お問い合わせ」メールのサイトにアクセスできます。

※(株)ファーストリテイリングは、お客様からのお問い合わせ対応窓口を(株)ユニクロお客様窓口へ委託しています。

本報告書は表紙に70%、本文は100%の再生紙を使用しています。



株式会社ファーストリテイリング
www.fastretailing.com