

FAST
RETAILING
ESR
REPORT
2011



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

社会にとって価値ある企業であるために。 果敢に新たな試みに挑戦し、 グローバル企業としての責任を果たしていきます。

「社会にとって良い企業であるかどうか」。このことが何よりも重要であると私たちは考えています。グローバルに展開する事業が、どこの国でも社会のプラスになり、そこで暮らす人々に歓迎されるものでなければなりません。そうした観点で考えたとき、CSR(企業の社会的責任)の持つ意味は非常に重要です。私たちは何を目的に事業を行い、どのような形で社会に貢献するのか。そのことを常に考え、明確な形で発信する。社会の一員として責任ある行動をとることを広く宣言する。そうした真摯な態度が不可欠であると考えています。

ファーストリテイリング(FR)は今年、ノーベル平和賞受賞者のムハマド・ユヌス氏が創業したバングラデシュのグラミン銀行と協力し、貧困や衛生、教育などの社会的課題の解決を目指すソーシャルビジネスに着手しました。新たな事業を起こし、雇用を創り出し、技術や技能を伝えて人材を育て、そこで生まれた利益はすべてソーシャルビジネスに再投資、さらなる社会的課題の解決の力とします。こうした理念に共鳴した多くの優秀な人材が、この事業に参加するために、自ら志願し、集まってきています。

ソーシャルビジネスへの挑戦は、私たちにとって一枚の服が持つ価値、生活衣料が持つ限りない可能性に改めて気づき、服の持つ力を学ばずばらしい機会でした。服がもたらす価値によって生活が変わり、社会が良い方向に変わっていく。そういう力が服にはあります。BOP*ビジネスは、そうした取組みの結果として実現されるものであると思います。

グローバルに活動する企業として、私たちは世界中に人材を求め、世界中で人を育て、世界中で活躍できる仕組みを構築します。「個」を尊重し、フェアで透明性の高いプラットフォームがあってこそ世界中から優れた人材が集まり、力を発揮することができます。コミュニケーションのツールとして英語の社内公用語化を進めているのも、そうした考え方に基づいています。

今後、世界においてグローバル企業の持つ影響力はますます大きくなっていくでしょう。「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」。このステートメントを実現するために、私たちは果敢に新たな試みに挑戦し、グローバル社会に対して一層明確な責任を果たしていくことを決意いたします。

2011年1月

*BOP(ベース・オブ・ザ・ピラミッド):世界の低所得者層のこと。主に発展途上国の低所得者層のことを指し、世界の人口を所得別に分けたときに描かれるピラミッド型の基盤の層にあたるため、このように呼ばれる。

FRグループ CSR活動の歩み

ファーストリテイリングの 過去、現在、そして次の10年に向けて

2001～2004

「社会貢献室」から
CSR活動をスタート

2001. 3

「社会貢献室」を設置。
障がい者雇用を推進。

2001. 4

「瀬戸内オーリーブ基金」への支援開始。
ユニクロ全店に募金箱設置。



豊島(香川県)で植樹を行う
従業員ボランティアたち

2001.10

「フリースリサイクル活動」開始。

2002. 6

スペシャルオリンピックス日本
への支援開始。



スペシャルオリンピックス長野・
世界大会
©Special Olympics Nippon

2004. 2

「優越的地位の濫用行為
防止ガイドライン」制定。

2004. 3

「企業取引倫理委員会」の設置。

2004. 5

パートナー工場の
労働環境モニタリング開始。



中国のパートナー工場

2004. 9

従業員のボランティア組織
「ファーストリテイリングボランティアクラブ」発足。
従業員向け行動規範「コードオブコンダクト」の制定。
「コードオブコンダクト委員会」の設置。

2005～2009

グループ全体でのCSR活動へ

2005. 9

障害者雇用優良事業所
厚生労働大臣表彰。

2005. 12

ファーストリテイリング「グループCSR部」設置。
「CSR委員会」の設置。

2006. 6

ユニクロの女性活躍推進が「均等推進企業」
東京労働局長優良賞を受賞。

2006. 9

ユニクロの
「全商品リサイクル活動」
スタート。



お客様からお預かりした服

2006. 11

初のCSRレポート発行。
以降、毎年1月に発行。



CSRレポート2006

2007. 2

タイ、ネパールの
難民キャンプ訪問。
難民支援活動を開始。



ネパール難民キャンプ訪問

2007. 6

障がい者雇用において
「再チャレンジ支援功労者表彰」
を内閣府より受賞。インドネシア・
ジャワ島中部地震における
支援活動において「紺綬褒状」を受章。



ユニクロ 中もず店(大阪府)で働く
障がい者スタッフ(右)

2007. 10

環境方針、環境ガイドライン制定。

2008. 5

四川大地震の被災地へ
緊急支援物資として衣料品を提供。



表彰を受ける柳井社長

2008. 10

全商品リサイクル活動
「第5回朝日企業市民賞」を受賞。



店舗での商品回収

2009. 3

全商品リサイクル活動の回収点数が
初めて年間100万点を超える。

2009. 10

CSR小冊子「服のチカラ」創刊。



「服のチカラ」創刊号
ユニクロが取り組む
障がい者雇用を特集

2010～

ソーシャルビジネスを核とした
新たなチャレンジ

2010. 1

ハイチ大地震の被災地に対する
支援として500万円を寄付。

2010. 3

全商品リサイクル活動が通年化。



全商品リサイクル通年化を
お知らせするポスター

2010. 9

Bangladeshにおける社会的
課題(貧困、衛生、教育など)
の解決に向け、服の企画、
生産、販売を通じた
ソーシャルビジネスを開始。



グラミン銀行との
合併会社設立に向けた調印式

2010.10

全商品リサイクル活動、
グループ会社のジーユー店舗でも
受付開始。



ジーユー店舗に貼られた
全商品リサイクル活動の
ポスター

2020年へ

Message from Global Challenger

これまでにない、
まったく新しいソーシャルビジネスの推進に向けて。
グラミン銀行とともに進む日本初の企業として、
果敢に挑戦していきましょう。

グラミン銀行総裁
ムハマド・ユヌスさん



バングラデシュにあるグラミン銀行総裁。経済学者。マイクロクレジットの創始者でもある。2006年には貧困層の経済的・社会的基盤の構築に対する貢献でグラミン銀行とともにノーベル平和賞を受賞。

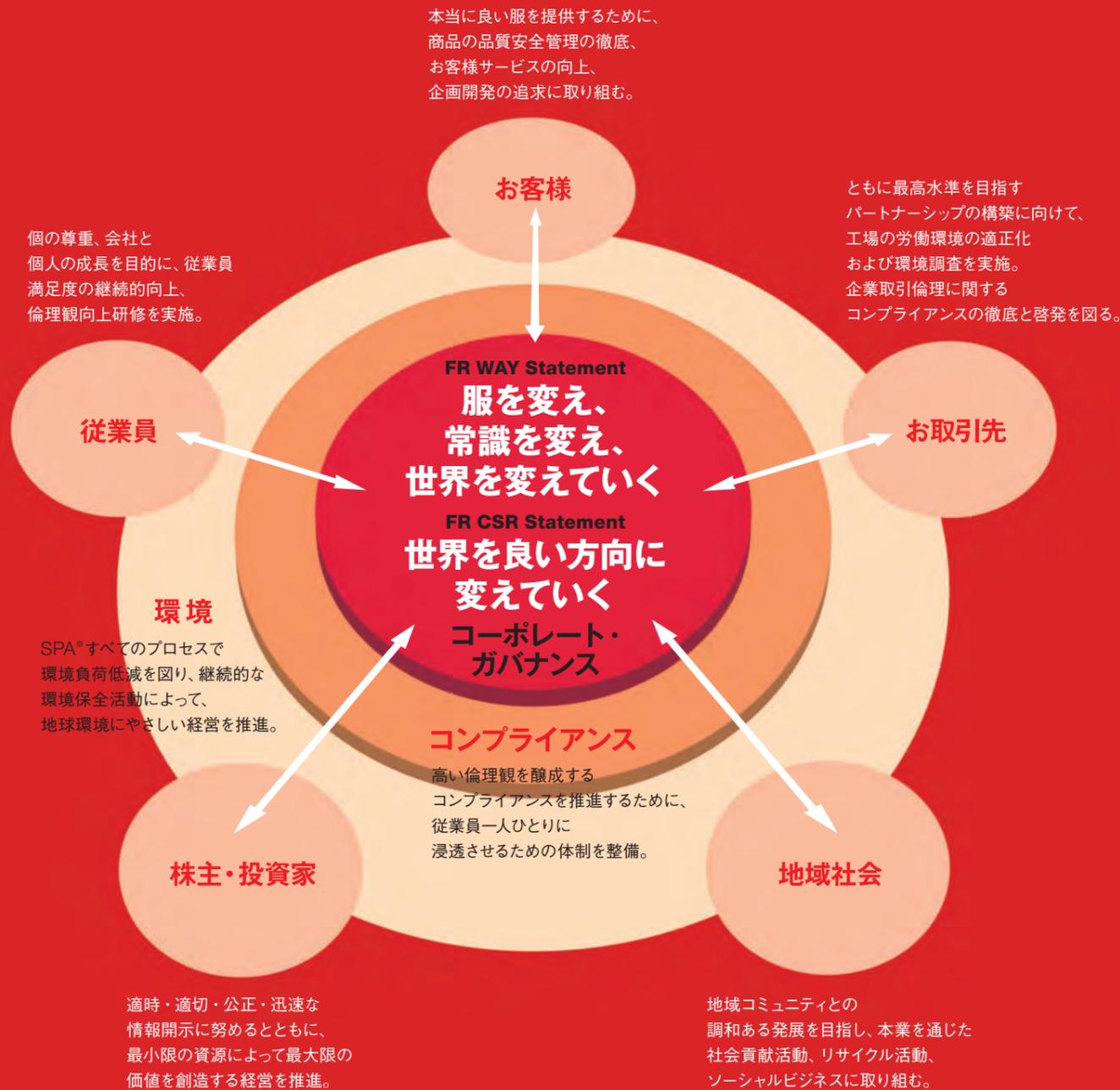
グローバル化が加速するこの時代において、自社の活動が世界にもたらす影響を企業はしっかりと認識しなければならないと考えます。発展途上国は、多国籍企業の活動の影響を特に受けています。そのような状況下、ソーシャルビジネスは、継続的そして永続的に社会に貢献するための手段として非常に有効です。

そもそもソーシャルビジネスは、利益最大化を目指す一般的な企業とは異なる目的に向かって進むものです。今の経済の仕組みは、「人は富を蓄えることのみ興味・関心を持つ」という一面的な見方の前提の上に成り立っています。しかし、現実には必ずしもそうではありません。利潤に対する欲求の他に、社会や家族の中での役割を持ち、また自身の精神面の充実を求めるなど、人生とは実に多面的なものです。

ソーシャルビジネスは、持続可能な方法で貧困層が抱える課題に取り組み、資本主義経済の欠陥を補う役割を果たします。企業が収益の一部を社会貢献に投じ、社会的責任を果たすことは世界的にも知られてきています。なかでもソーシャルビジネスにその資金を投じることで、ビジネスのノウハウと社会的課題の解決への意欲を融合し、ビジネスを通じてさまざまな社会的課題に取り組むことができるのです。これまでのCSRは資金を寄付金として提供するという形態をとってきましたが、ソーシャルビジネスでは、得られた利益はそのソーシャルビジネスに還元され、そして新たなソーシャルビジネスの資金となります。要するに、ソーシャルビジネスでは、1ドルの価値が何倍にもなるのです。

今回、ファーストリテイリングとパートナーシップを組んで推進するソーシャルビジネスは、これまでにないまったく新しいものです。グラミンユニクロは、ソーシャルビジネスの理想とユニクロの専門的なノウハウを融合させ、貧困や衛生、教育の欠如等、社会に蔓延する問題に取り組んでいきます。ファーストリテイリングはグラミン銀行と初めて覚書を交わした日本企業です。どんなビジネスでも始めるときは課題や壁はつきものですが、他の企業も後に続くよう、どんな困難にも立ち向かっていきましょう。

ファーストリテイリングは、人々の暮らしに必要な不可欠な衣料の企画・生産・販売を通じて「世界を良い方向に変えていく」ことを、CSR(企業の社会的責任)のビジョンに掲げています。



*SPA：素材調達、企画、開発、製造、物流、販売、在庫管理など、製造から販売までのすべての工程を一貫して行う業態のこと。

編集方針

ファーストリテイリングは、本業である服の企画・生産・販売などの事業を通じて、「世界を良い方向に変えていく」ことをCSRのビジョンに掲げています。2001年に社会貢献室を立ち上げて、今年でちょうど10年目を迎えました。グループの事業活動がグローバルに展開するのに伴い、私たちの企業としての社会的な責任範囲も拡大しています。ファーストリテイリンググループとして、いまだにできていないこと・取り組めていないことも多くありますが、まずは、私たちがこれまで

どういった思いでCSR活動を行い、次の10年に向けて、どのような方針で進めていくのか、目指すべき姿を明らかにするために、今回5冊目となる「CSRレポート2011」を発行します。その中で、特に今後10年で取り組むべきテーマを「FR Challenge」として特集しました。まずは、できていること、できていないことを含めて情報を開示し、ステークホルダーの皆様方からのご意見を頂戴した上で、次の活動にチャレンジしていきたいと考えています。

FR Challenge

Challenge 1

パートナーとともに
世界最高水準の
服づくりを目指す。

..... P10

Challenge 2

世界で、地域で、
活躍できる人を育てる。

..... P16

Challenge 3

服の力で
コミュニティを変える。

..... P22

報告対象期間：2009年9月から2010年8月

※本レポート上の数値は、特に記載のない限り、会計年度での実績を開示しています。

※特に重要な報告事項に関しては、可能な範囲で最新の情報を開示しています。

Challenge 1

パートナーとともに 世界最高水準の 服づくりを目指す。

サプライチェーン

本当に良い服を
お客様にお届けするために

ファーストリテイリングが目指す「世界最高水準」とは
サプライチェーンすべてのお取引先と、
FRグループ企業理念「FR WAY」を共有し、
“取引”ではなく、“取組み”を行い、長期的視野に立った
信頼できるパートナーシップを構築すること。



Bangladesh の
パートナー工場に活躍する匠

Challenge 1

パートナーとともに 世界最高水準の服づくりを目指す。

サプライチェーン

パートナーシップの構築

「世界中でつくって、世界中で売る」。
私たちは「本当に良い服をつくる」という高い志を持ったパートナーとともに、
お客様に喜んでいただける商品づくりを目指しています。

生産事務所

生産拠点のパートナー工場とのコーディネートを担当するのが、各地の生産事務所です。
ともに知恵を絞り、改善し、成長していく姿勢は世界中のどこでも変わりません。



「世界中でつくり、世界中で売る」ビジネスを展開するファーストリテイリング(FR)にとって、 Bangladeshは重要な国のひとつです。基本は「取引」ではなく「取組み」であるという点はここでも変わりません。FRの理念に共感し、長期的な視野で一緒に品質の向上や新商品の開発に取り組んでくれる工場が、ここ Bangladeshでも着実に増えています。そうした工場と強いパートナーシップを組み、現場のレベルまで入り込んで、新たな商品を開発し、品質を向上させていく。そういう取組みの蓄積が、近い将来、他社に真似のできない競争力になると確信しています。

Bangladeshは人口が多く、若年層の比率が高いなど、大きな潜在力を持った国です。アパレル産業は輸出の80%を占めるほどの基幹産業なので、ハイレベルの人材が集まっているという利点もあります。ダッカにある生産事務所では、大学卒の優秀な人材が生産管理の手法、工場から集まるデータの分析や活用方法、工場におけるラインの改善手法などについて真剣に学んでいます。工場の労働環境や商品の安全管理などもグローバルな基準で運用されています。生産拠点としての Bangladeshの重要性がますます高まることは間違いのないと思います。

パートナー工場

ユニクロの商品は、中国や Bangladeshなどのアジア地域を中心とする
パートナー工場で生産されています。世界最高水準の服づくりをささえる重要なサプライヤーです。



FRと私たちの考え方は非常に似ています。生産はとても組織的に行われ、デザインも洗練されていて、店舗のサービスもすばらしい。とても大きなポテンシャルを感じています。

日本はとてもクオリティに厳しいマーケットです。私たちはそこに向けてさまざまなチャレンジをしてきました。何か課題が発生すればFRと一緒に解決していく。そのプロセスで多くのことを学ぶことができました。私たちの考え方は取引(trading)ではなく、モノづくり(manufacturing)です。新しい商品を生み出す。そこに高い価値を加える。そういう考え方でやってきた結果、他社には負けない技術が当社にはたくさんあります。この姿勢は変わることはありません。

FRとは5年、10年の長期的なプランを共有し、戦略的なパートナーとしてともに成長していきたいと考えています。



パシフィックジーンズ社 会長
ナシル・ウディンさん



マトリックスセター社 会長
サラウディン・アラムジルさん

匠

日本が世界に誇る繊維業界で30年以上の経験を持つ「^{たくみ}匠」と呼ばれる技術者を
各パートナー工場に派遣し、生産現場での技術指導や工程管理、人材育成にあたっています。



縫製の匠
若林 浩正

Bangladeshの人たちは真面目な上、勉強熱心で、とても大きなポテンシャルを感じます。大切なのは基本をしっかり守ること。工場で指導するときも、これは何のためにやるのか、根気よく説明し、実際にやって見せて成果を出す。その繰り返しです。世界のどこでも同じレベルでユニクロの基準を守っていくことは本当に大変です。とても大きなチャレンジですが、それが自分に求められた責任であり、やりがいのある仕事だと思っています。



染色の匠
上村 一三

40年以上の間、染色の仕事に携わっています。あらゆる素材に関して原料から生地まで一貫して取り扱ってきました。 Bangladeshは繊維産業の歴史が長く、高い技術力を持っています。それをさらに一段高いレベルに成長させるのが私の役割です。問題点は指摘し、改善を指導しますが、褒めるところは褒めて、若い人に自信を持ってもらうことが大切だと思います。自分の持つ技術の確かさを工場から評価されたときが一番うれしいですね。

Challenge 1

パートナーとともに 世界最高水準の服づくりを目指す。

サプライチェーン

労働環境モニタリング

「本当に良い服」「安心して安全な服」をお届けするために。
私たちは、パートナー工場の労働環境が適正であることが重要だと考え、
2004年から外部の専門機関による
労働環境モニタリング(監査)を実施しています。

工場の労働環境モニタリング 2010年の取組み状況

ファーストリテイリング(FR)は、「生産パートナー向けのコードオブコンダクト(CoC)*」を2004年に制定し、誓約書にサインした主要なお取引先縫製工場の労働環境を中心にモニタリングを行っています。

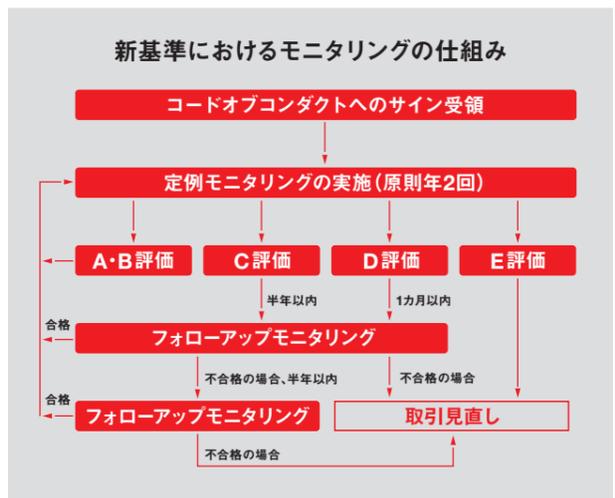
2008年に改定した新評価基準によるパートナー工場の労働環境モニタリングの運用を2009年より本格的にスタートさせました。また2010年より、ユニクロだけでなく、他のグループ企業についても同一基準でのモニタリングを行うなど、さらに取組みを進めています。

評価基準の変更前は、例えば、従来の評価はA～Dの4段階で、児童労働は直ちに取引見直し、強制労働は最も低いD評価という運用をしていました。しかし新基準では、児童労働・強制労働にかかわらず、直ちに取引を見直すE評価を新たに設け、取引見直しの対象範囲を拡大しま

した。また評価基準を一層厳格化し、工場従業員の人権・安全および周辺環境に与える影響が極めて大きいと判断されるすべての場合をD評価としています。

2010年度FRグループで174工場に対して行ったモニタリングの結果では、E評価の判定である労働時間に関する虚偽報告が2件、児童労働が2件ありました。こうした深刻な事象が発覚した場合は、実際にパートナー工場にFRのCSR部が赴き、事実関係を確認した上で、取引内容を見直すとともに、パートナー工場とともに再発防止の対策・改善に取り組んでいます。また、その結果については随時開示しています。その他の課題として、労働時間や賃金に関するものなどは、問題の根本的な原因にさかのぼって解決を図っています。

※コードオブコンダクト(CoC): 行動規範のこと。各企業や機関が独自の規範を設けている。



FRができていること、できていないこと

パートナー工場の労働環境モニタリングは、専門機関の監査員が実際に工場を訪問して行います。例えば、オープニングミーティングから始まり、工場や寮、食堂などの視察・チェック、従業員へのインタビュー、書類のチェックなどへ続きます。最後には、クロージングミーティングを開き、モニタリングで検出された事項について、確認のためのフィードバックを行います。

FRは、モニタリングの結果をふまえ、以下のようにできていること、できていないことを明確にし、さらなる改善につなげています。

できていること (2009年度からの改善点)

- 1. ユニクロからFRグループへ**
ユニクロだけでなく、他のグループ企業についてもグループ同一基準でのモニタリングを開始。
- 2. 新基準でのモニタリング本格スタート**
これまでよりもさらに厳格な新評価基準によるモニタリングの結果について、改善施策を強化し、特に最低賃金の保障や残業代未払いといった賃金面での課題に対して改善が進んだ。
- 3. 素材工場での環境モニタリングのスタート**
SPA(8ページ参照)フローの中で、最も環境負荷が高いと想定される素材工場についても環境基準を導入し、モニタリングを開始。

できていないこと (現在の課題)

- 1. 新規お取引工場における児童労働・虚偽報告の発生**
取引開始前に、CoCについて説明を行っているにもかかわらず、再度FRの基準について説明するとともに再発防止の対策・改善に取り組む。児童労働が発生した。
- 2. 既存お取引工場におけるC評価・D評価の発生**
既存のお取引工場において、通路が荷物などで塞がっていたり、非常口が施錠されているなどのすぐに改善できる項目であるにもかかわらず徹底ができていないため、C評価やD評価となるケースが発生している。工場側の基準の理解を深め、抜けもれが発生しないようにするため、モニタリングにおける自己チェックツールを開発し、日常的にチェック・徹底を求めている。

2010年度定例モニタリングにおける深刻な事例(E評価)

虚偽報告

2009年11月に行われた定例モニタリングにおいて、ある工場で給与明細と労働時間記録の間に不一致が見られた。その後、CSR部が訪問・確認時、工場の担当者は、実際の出勤・退勤時刻が正しく反映されていないタイムレコードを提出したことを認めた。FRでは、正しい労働時間の把握と実際に支払っていない給与の支払いを求めるとともに、この事実を重く受け止め、E評価とし、取引量の縮小を行った。

児童労働

2010年7月に行われた定例モニタリングにおいて、ある工場で児童労働が発覚した。当該児童は、親戚が働いていた工場、夏休み期間のみ、日雇い臨時工員として雇用されていた。FRは、臨時工員だとしても、雇用の際に年齢確認の書類の提出を義務付けることと、その管理徹底を工場側に求めた。また、本件内容を重く受け止め、E評価とし、工場側に、当該児童の親戚にも厳重注意を行うよう求め、取引量の縮小を行った。

Message from FR Challenger

長期的な視野で互いに学び合い、
ともに成長していく信頼関係の構築を目指しています。

パートナー工場との取組みを進めていく上での最大のカギは、お互いが価値観を共有できるかどうかだと思います。すべての面で世界最高水準を追求していく成長意欲、人材育成に対する熱意、常に正しいビジネスを行う姿勢など、FRの基本的な考え方に共感していただける企業や経営者であることが前提条件です。そして言葉だけでなく、それを実現できる能力やスキルを持っていることも不可欠な要素です。

本当の意味で理念を共有し、ともに成長できるパートナー工場は、そんなに多くは存在しません。だからこそ、私たちは、いったん手を組んだら長期的な視野で一緒に問題を解決していきます。それが「取引」でなく「取組み」であるという意味です。FRとパートナー工場は運命共同体であり、同じ船に乗っているのだという姿勢を常に忘れず、長期的な信頼関係を構築していきます。



(株)ファーストリテイリング
執行役員(生産担当)
園井 圭浩

Challenge 2

世界で、地域で、 活躍できる人を育てる。

ビジネスを支える人

個の尊重、会社と個人の成長

ファーストリテイリングの「人」に対する考え方

「個の尊重によって会社と個人は成長する」という基本的な考え方に基づき、世界中で活躍できる人を、世界中で採用し、育てること。



ロシアのユニクロ アトリウム店 オープニングの様子

Challenge 2

世界で、地域で、活躍できる人を育てる。

ビジネスを支える人

グローバル採用・FRMIC

ファーストリテイリング(FR)を世界中から優秀な人材が集まる会社になりたい。そのために世界のどこでも公平にチャンスがあり、フェアに評価され、キャリアアップできる制度の構築を進めています。

FRの「人」に対する考え方は、単に「人を大切にする」ということではありません。すべての従業員がビジネスの成功を通じて社会に価値を提供し、働くことの意味や楽しさを発見して、人間として成長する。それによって会社も発展し、社会が良い方向に変わっていく。世界中から優秀な人材が集まり、世界中で人が育っていく会社にすること。それがFRの目指す姿です。

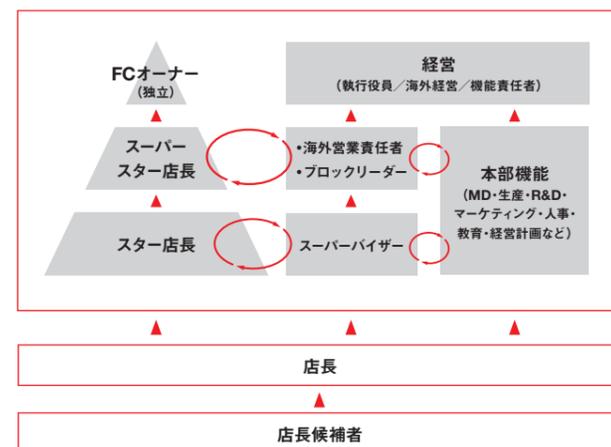
優れた人材を集め、力を発揮してもらうには、透明性の高い公平な採用・処遇の仕組みが必要です。世界中の人々から見て魅力的なワークスタイルを持った会社でなければ、優れた人材が集まることはありません。私たちは、世界中どこでも同一の基準で採用し、誰にも等しくチャンスがあり、能力と成果によってフェアに評価され、世界のどこでもキャリアアップしていける新しい人事制度の導入を進めています。こうした仕組みを実現することが、究極的な「個」の尊重につながると思っています。

グループ全社が一つの会社のように、世界で最も良い方法を全員で実行していく。これがFRの目指す「グローバルワン」です。世界中が一つのプラットフォームで動いていく。こうした制度の構築と運用を進めるには、グローバルな意思疎通のツールとして英語によるコミュニケーションを社内に定着させることが重要です。英語を第一言語とする地域以外の国々では、従業員の英語能力向上のプログラムを積極的に推進しています。



Theory ニューヨーク ガンザポート店

グローバル人材のキャリアステップ



エフアールミック
経営者人材の育成と企業変革を同時に進めるFRMICが2009年にスタートしました。5年間で200名の経営者を育てます。



UNIQLO (U.K.) LTD. サイモン・コプル

FRMICを通じて、グループ内の他の国や会社の人たちと顔を合わせて課題や成功事例の共有を行い、グローバルにビジネスを展開していく上での前向きな議論を行うのは、本当に刺激的だし、素晴らしいことだと思います。今後は、自分の領域以外にも視野を広げ、FRMICで学んだ姿勢をUKでの事業に活かしていきます。

世界各地で活躍できる人材を育てることは、私たちFRにとって最も大きなテーマの一つです。今後、FRがグローバル企業として世界中で高収益のビジネスを展開し、成長していくためには、グループ企業の経営にあたる人材の育成が特に重要です。こうした観点から、経営者育成と企業変革を同時に進めるユニークな取り組みとしてスタートしたのが、FRMIC(エフアールミック: FR Management and Innovation Center)です。

FRMICは従来型のOff-JT(職場を離れた教育研修)の教育機関とはまったく異なる発想のもとに生まれました。経営とは実行・実践が生命です。そのため、あくまで日々の業務の中で、自分の頭で考え、仕事のやり方を変え、課題を解決していく中で経営者として育っていくことを意図しています。会社全体を課題解決とチャンス開発の「場」としてとらえ、常に人材が育ち続ける場所にします。

FRMICの学長には柳井 正・FR代表取締役会長兼社長、副学長に竹内 弘高・ハーバード大学ハーバード・ビジネス・スクール教授が就任。今後は東京の他、ニューヨーク、パリ、上海にも戦略拠点を設置していきます。世界各地の著名な経営者や研究者、コンサルタントらが参画する他、グローバル企業や大学、研究機関などと提携し、過去に例のないユニークな人材育成のハブとして機能することを目指しています。

世界で200名の経営者人材の育成を目標に、すでに社内から100名の候補を選抜し、多彩な課題解決やチャンス開発といったプロジェクトがスタートしています。さらに世界各地から経営者候補を採用し、5年間で計200名の経営者を育てることを当面の目標にしています。



FAST RETAILING (CHINA) TRADING CO., LTD. 黒瀬 友和

FRMICに参加して、世界中の常識を破り、世界中の人々に「本当に良い服」を届けるために、経営者として自分はどうしていくかを問われることで、最初は戸惑いながらも大きな刺激をもらいました。まずは、文化の違う中国で、服の概念を変えていくことにチャレンジしていきます。

Message from FR Challenger

採用前に一定期間、店舗での仕事を体験。社員全員が採用活動に参加し、全員で人を育てます。

グローバルな人材採用で大切なことは、FRの理念や目指しているものをよく理解していただくことだと考えています。そのために、例えば日本では、新卒者については一定期間、店舗の現場で実際の仕事を体験していただき、お互いを理解した上で正式に採用の可否を判断することになっています。また、もう一つの大切な原則は、人事部が人を採用するのではなく、全社員が採用活動にコミットし、全社員で育成するという点です。常に現場で人材を受け入れ、実際の業務を通じてその人が本当に成長していける人なのかどうかを見極める。そういうやり方を徹底しています。



(株)ファーストリテイリング 人事・採用・教育部部長 佐藤 崇史

Challenge 2

世界で、地域で、活躍できる人を育てる。

ビジネスを支える人

障がい者雇用

ユニクロでは、「1店舗に1名以上」を目標に障がい者を雇用しています。
2001年に方針を定め、現在では、約9割の店舗で障がいのあるスタッフが働いています。
障がい者と働くことで、スタッフ同士に細かい配慮や気づかいが生まれ、
お客様へのサービス向上にもつながっています。



商品を段ボールから出し、色別・サイズ別に整理をする袋むきの作業。
最初は段ボールで手を切ったりしたが、いまでは次から次へリズムカルに作業をこなす。

**人とふれ合うことが大好き。
“マリリン”のニックネームで、みんなに親しまれている
彼女が、いまチャレンジしたいと思っていること。**

神奈川県 ユニクロ ヨドバシ横浜店
藤澤 真理子 (2008年入社) ダウン症による知的障がい

子どもの頃から、着せ替えのカード遊びが好きだった。ファッションのコーディネートをあこれ考えては、ワクワクした。そんな藤澤にとって、ユニクロは天職との出会いだったかもしれない。

「近所のユニクロでアルバイトをしている姉を訪ねてみたら、ちょうどお客様の対応をしていたんです。その姿が、すごくカッコよくて」と回想する。高校1年生のときだった。

ユニクロで働いてみたい。藤澤の強い志望を受けた進路指導の先生の助けもあって、スムーズに話が進み、ヨドバシ横浜店での入社前実習が決まる。

人とふれ合うことが大好きな藤澤は、すぐにとけ込んだ。「スタッフの皆さんは温かく、働く喜びを感じました」。実習のときにももらった“必ず帰ってこいよ” “一緒にやろう”といった言葉が並ぶ寄せ書きは、宝物だ。

入社後は、バックヤードで商品の袋むき、品出しなどを担当する。重い段ボール運びを含め、他のスタッフと同様の仕事をこなす。給料の一部を家に入れ、貯金もするなど、自立した暮らしの足固めもしっかりしてきた。

「商品を大切にし、お客様を大切にするのがユニクロの良さ」と目を輝かせる藤澤の夢は、ヨドバシ横浜店の仲間と一緒に売上世界一を達成すること。そして、あの日の姉のように、いつか店頭でお客様に対応する仕事にチャレンジしたいと思っている。



入社前実習を終えた後、
店のみんなからもらった色紙。
大切な宝物だ。

ヨドバシ横浜店のムードメーカー。
マリリンは店長がつけた名前だが、
他のスタッフともニックネームで呼び合う。



**パンツ1本を3分で仕上げる。
ミシンのスピードと正確さは圧倒的で、
高いスキルと責任感にスタッフの信頼は厚い。**

東京都 ユニクロ 東京ドームシティ ラクーア店
尾形 勇旗 (2008年入社) 知的障がい

専門学校の頃から縫製は得意だった。農作業や木工、パソコンなども勉強したが、縫製が一番おもしろかった。「ミシンを一生懸命勉強しました。まっすぐに縫って、前に進んで、後ろに戻って。ピラミッドの形を縫うとか」。専門学校3年生のとき、第30回全国障害者技能競技大会(2008 年の花アビリンピック in ちば)で金賞と厚生労働大臣賞を受賞。これを仕事にしたいと思って卒業後、ユニクロに入社した。

自宅は千葉・木更津市なので、東京湾アクアラインで海を渡るバスに乗り1人で通勤する。自宅を出るのは6時20分。店に着くのが8時半。仕事は9時からだ。まず朝礼でその日の目標や注意事項を確認し、続いて店内の清掃とゴミ出し。営業が始まるとバックルームで商品をビニール袋から出してハンガーにかけたり、商品の整理をしたりする。

店が忙しくなり、補正の仕事が増えたと尾形の出番である。なにしろミシンをかけるスピードが圧倒的に速い。しかもまっすぐで安定している。パンツ1本を平均3分くらいで次々と仕上げていく。裾の長さを測って切ったり、糸を選択したりする作業はできないので、スタッフのサポートが必要だが、店にとっては欠かせない戦力になっている。「店の人はみんな親切です。いろいろ教えてください」。

2011年、韓国・ソウルで開かれる第8回国際アビリンピックに日本代表としての出場が決まっている。「エプロンを縫います。ポケットが2つあって、肩ひもを後ろで結ぶようになっています。代表になってうれしいです」。

人の話を聞くときは必ず両手をヒザの上に置く。背筋は常にまっすぐだ。「学校の先生に教わりました」。高い技能と責任感のある仕事ぶりにスタッフの信頼は厚い。



ユニクロ 東京ドームシティ ラクーア店 店長
塚越 春樹

ミシンだけでなく、バックルームでの商品準備などでも尾形さんは仕事が速く、貴重な戦力です。もっと売場に出て活躍してもらえる機会を増やしていきたいと思っています。

Message from FR Challenger

ダイバーシティ、障がい者雇用の根底にあるものは同じです。

FRの基本的な考え方は「全員経営」です。社員の一人ひとりが会社の歯車ではなく、経営者であると自覚し、何をすべきか自分の頭で考えて行動する。ダイバーシティや障がい者雇用に対する考え方も出発点は同じです。すべての人には必ず能力があって、社会に貢献できることがあります。障がいのある人に対しても、常にその人がどうやったら会社で価値を発揮できるのかをともに働くチーム全員が考え、実行する。その姿勢がチームの力を増すことにつながります。ビジネスですからときには厳しい要求もしますが、それがフェアな態度であると考えています。



(株)ファーストリテイリング
執行役員(人事担当)
横濱 潤

Challenge 3

服の力でコミュニティを変える。

コミュニティとの協働

独自の企業活動を通じて、
社会との調和ある発展を目指す

ファーストリテイリングが目指す「コミュニティとの協働」とは

グローバルに事業を展開するなかで、
関係する国や地域に暮らす人々にとって価値ある企業であるために、
その国や地域が抱える社会的課題に対して、本業を通じて貢献し、
持続可能なコミュニティをつくること。



Challenge 3

服の力でコミュニティを変える。

コミュニティとの協働

ソーシャルビジネス

ファーストリテイリングは、2010年9月、バングラデシュ人民共和国にソーシャルビジネスを行う会社を設立しました。

ソーシャルビジネスとは、貧困や環境問題など社会のさまざまな課題の解決にビジネスの手法で取り組む活動を指します。FRグループの企業としての最大の強みは、高品質で低価格の服を効率的に生産・販売することができるという点にあります。この優位性を活かし、ビジネスの手法を通じて社会をさらに良い方向に変えていくための活動を行うのがソーシャルビジネスです。

バングラデシュで1983年に創立され、2006年にノーベル平和賞を受賞したムハマト・ユースが総裁のグラミン銀行と協力し、同国内の素材を用い、FRのノウハウを活かして衣料品を生産し、1ドル以下の価

格で販売します。生産や販売時に雇用を創出すると同時に、清潔な服を販売することで、貧困層の保健衛生を改善し、販売に携わる女性たちの自立を支援するため人材育成にも力を入れます。この事業であげた利益はすべてソーシャルビジネスに再投資されます。初年度には、バングラデシュ国内で250名の雇用創出を目指し、3年後には1,500名規模まで増やしていきたいと考えています。

ソーシャルビジネスとチャリティとの違いは、現地の事業とそれに携わる人々の自立を目指す点にあります。長期的に持続可能なサイクルの確立を目指し、新たなビジネスモデルの構築にチャレンジしています。

ソーシャルビジネスにかける我々の思い

農村の人々は低価格で良質な服を手に入れる機会に恵まれていません。衛生面の課題もあります。ユニクロとの取組みを通じてバングラデシュや世界から貧困をなくしていきたいと思ひます。



グラミン銀行 エティシャン・ウディン・アハマトさん

高品質でなおかつ貧困層の人々が購入することができる価格の衣服は、生活改善に向けて大きな助けとなるでしょう。私もこの考えに賛同し、協力していきたいと思ひます。



パートナー工場の社長 ナシル・ウディン・アハマトさん

2人の子供がいます。ユニクロのTシャツや下着はコットン100%で品質もデザインも良いので、とてもよく売れます。この仕事を始められてうれしい。いただいたお金は子どもの教育に使います。



グラミンレディ ドウラさん

ユニクロの話聞いた瞬間、自分はこの仕事をするのだと心に決めました。以前からサリー（バングラデシュ等の民族衣装）など服の行商をしているので経験もあります。4人の子供たちのためにがんばって働きます。



グラミンレディ ヌル・アハシさん

ユニクロの服を販売するグラミンレディたちには販売のプロになってほしい。ユニクロが重視している基準をしっかりと伝え、それを覚え、実行してもらえるように一緒に頑張って勉強しています。



ユニクロソーシャルビジネスバングラデシュ（販売担当） 杉山 敬

生産担当としては常に品質とコストとの闘いです。限られたコストでいかに良い商品を生産するか。SPA（ページ参照）としての強みを活かし、世界に通じるユニクロのソーシャルビジネスモデルを構築したいですね。



ユニクロソーシャルビジネスバングラデシュ（生産担当） 吉川 智清

FRのソーシャルビジネス



事業の基本方針

1. 商品の素材調達から、生産、物流、販売にいたるまでをバングラデシュ国内で完結する仕組みをつくること。
2. 商品は、貧困層の保健衛生や教育機会の創出といった課題解決につながるもので、確実に購入できる価格で販売することで、日々の生活改善に寄与すること。
3. バングラデシュの貧困層が起業家として自立した生活を営むことができるよう、雇用機会を創出すること。
4. 利益を追求し、その収益は、ソーシャルビジネスの拡大再生産に再投資すること。

Message from Our Advisor

「市場の失敗」と「政府の失敗」をどう解決するか。ユニクロとグラミン銀行の出会いが偶然ではないと思ひます。

市場の論理を押し進めれば、勝ち組と負け組が分かれ、貧富の格差が広がります。それを政府の力で是正しようとするれば、政府の支出が増えて財政が破綻しかねません。今の社会が抱える問題には、この「政府の失敗」と「市場の失敗」という2つの要素が大きく影響しています。そうした限界が見えてきたなかで、社会が抱えるさまざまな問題の解決にビジネスという手法をもって当たるソーシャルビジネスの考え方が力を持ってきたわけです。

グラミン銀行とユニクロが出会い、手を組んだことは、決して偶然ではないと思ひます。ユニクロにはもともとから服の力で社会を良い方向に変えたいという強い意志があった。ソーシャルビジネスに取り組む準備ができていたというべきでしょう。この取組みがソーシャルビジネスの新たな1ページを開いてくれることを強く期待しています。



立教大学 経営学部教授(社会学博士) 笠原 清志さん

Challenge 3

服の力でコミュニティを変える。

コミュニティとの協働

全商品リサイクル活動

ユニクロ、ジーユーは、「服の価値を最後まで無駄なく活かしたい」と考え、全商品リサイクル活動に取り組んでいます。世界に3,600万人※いるといわれる難民・避難民全員に衣料をお届けすることを目指しています。



ご使用後の商品をリユース・リサイクルすることで衣料の価値を最後まで無駄なく活かすことを目指して、ユニクロは「全商品リサイクル活動」を2006年から展開しています。2010年10月からはグループ企業のジーユー店舗でも回収をスタートしました。

当初は期間限定の活動でしたが、2010年3月からは通年回収を開始。これまでの総回収点数は、770万点を超えました。回収した衣料は、その約80～90%をリユースし、難民・避難民支援や災害支援等の救援衣料として活用しています。2010年9月には、初めてキルギス共和国の国内避難民への支援を実施しました。3,600万人※以上といわれる世界の難民・避難民全員に、少しでも多くの衣料をお届けするために活動を拡大していきます。

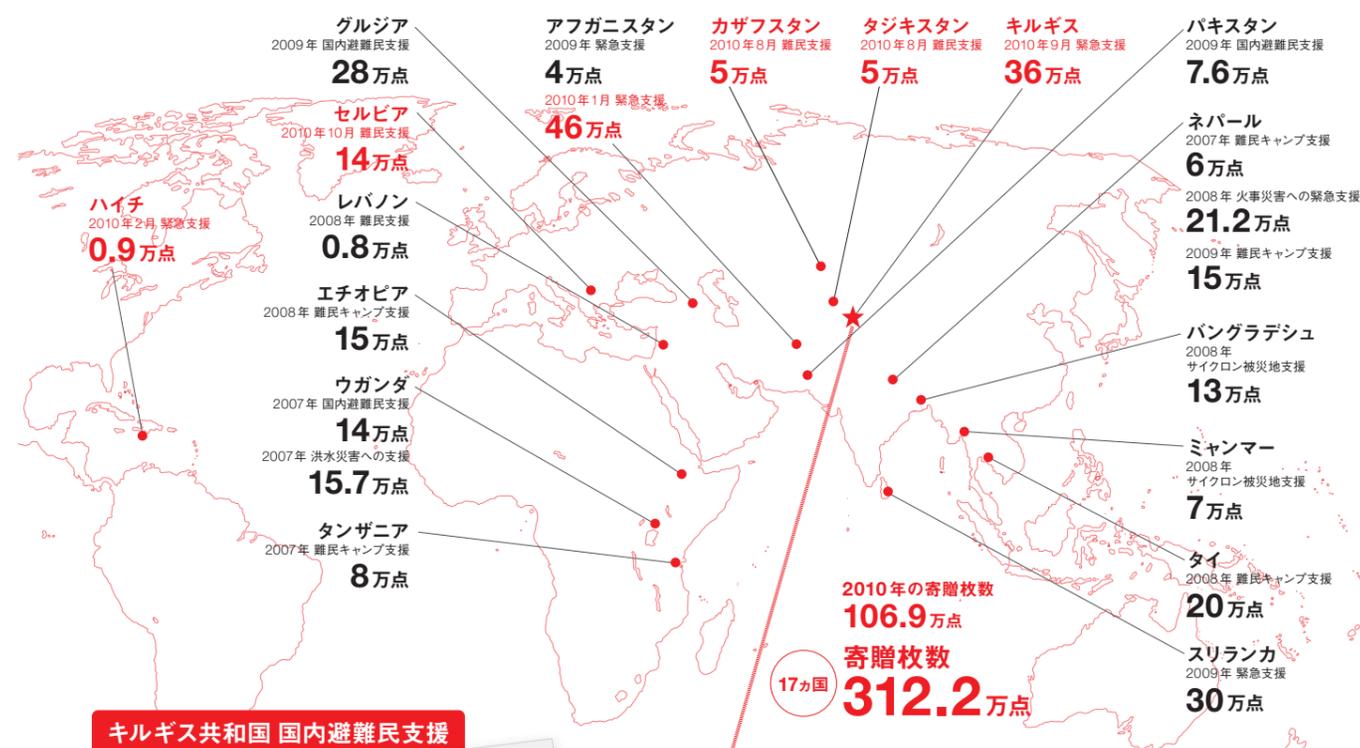
東京都立高校との取り組み



次代を担う高校生たちが、広く世界のことを知り、地域の人とふれ合うために、学校教育機関と協働した活動を行っています。

2010年度は東京都教育委員会などと連携し、都立高校6校で「高校版全商品リサイクル活動」を展開しました。都立千早高校では「課題研究(NPO)」の授業で、ボランティア活動を実施。9月11・12日の文化祭では、近隣住民や保護者、在校生、教職員などの協力で2日間計1,296枚の衣料を回収。また中高一貫教育を行っている都立武蔵高校では、中高生徒会が中心となって夏休みや文化祭の期間も活用しながら活動を進め、7,493枚を回収しました。こうした活動は、生徒たちが奉仕の精神を学び、ビジネスの仕組みや国際社会に対する理解を深める上で大きな意義があると高い評価をいただいています。

全世界での寄贈枚数 (2010年10月末現在) ※回収点数については、38ページに記載しています。



キルギス共和国 国内避難民支援



2010年6月にキルギス共和国南部で起きた紛争で、30万人の人々が家を追われ、避難生活を余儀なくされるという緊急事態が発生しました。ユニクロは、9月にUNHCRからの要請を受け、緊急支援用のテントで暮らす避難民の方々に、36万点の冬物衣料をお届けしました。キルギスの冬は気温がマイナス20℃を下回る非常に厳しい環境にあります。なかには、寒さが原因でかぜや喘息になる人もおり、防寒衣料のニーズが非常に高い地域です。冬を迎える前に、着の身着のまま逃げた約37,000人の避難民の方たちへ、フリースなどを中心に冬物衣料の配布を行いました。

「ヤボネ(日本)のフリースはとっても軽くて温かい。しかもリバーシブルで着られるので、大工仕事をして汚れても裏返せばまたきれいなまま着られる。すごく便利だね」(ラスロスさん・男性)「家も服もなにかもすべて焼けてしまったが、日本から家族全員分の服をプレゼントしてもらえて、本当に感謝しています。スパシーバ(ありがとう)」(ムクタサさん・女性)。

人が生きていく上での基本的なものである「衣食住」の衣料を担う企業として、ユニクロの服がキルギスの人々の困難な避難生活を少しでも改善させ、人々の生活にささやかな喜びを生み出すことができると考えています。

今後も、アジアやアフリカだけでなく世界中に支援地域を拡大し、お客様からお預かりした貴重な善意をお届けしていきます。

Message from FR Partner

服は難民に対する世界からのメッセージ。難民問題の解決に対する企業の力が持つ可能性に期待しています。

2009年の段階で世界には約3,600万人※が紛争や迫害を理由に難民などとして避難生活を余儀なくされています。健康上の問題や社会的、経済的困難に直面しており、彼らの苦難は計り知れないものです。しかも長期化する傾向が強まっており、残念なことに、問題解決への兆しは見えていません。

そうした複雑な状況のなかで、企業は問題解決への大きな鍵を握っています。FRの何年にもわたる取組みは、UNHCRの活動に対して多大なる貢献となっています。なにより素晴らしいのは、会社だけでなく多くのお客様が率先して自らの服を提供し、問題に対する理解を深めると同時に社会貢献に参画してくれていることです。

服は食糧や住居、教育などと並んで、人が生きるために必要不可欠なものであり、尊厳の基本でもあります。ところが故郷を追われた難民の多くは満足な衣料を持っていません。満足な服がないために学校に行けない人々、仕事が見つからない人々が現実にかくさんいます。そのためFRから贈られてくる服は、こうした人々に対する世界からのメッセージであり、励ましとなるのです。FRの活動に対して心からの感謝と敬意を表すと同時に、この活動がさらに広まることを願っています。



UNHCR 駐日代表
ヨハン・セルスさん

※UNHCR(国連難民高等弁務官事務所)の支援を必要とする難民・避難民



数字でみる2010年度の活動報告



CONTENTS

お客様への責任 30

お取引先への責任 32

従業員への責任 34

地域社会への貢献 36

環境への責任 38

コンプライアンス/コーポレート・ガバナンス .. 39



お客様への責任

あらゆる「お客様」へ本当に良い服の提供

基本方針

FRは、商品、売場、サービス、コミュニケーションなど、販売に関わる活動についてはもちろん、組織体制づくりや経営計画、その他あらゆる経営施策についても、「お客様の立場に立脚」することを常に意識して取り組みます。

お客様との3つの約束

ユニクロでは、「お客様との3つの約束」を制定し、店舗に掲出するとともに、毎日全店で唱和することで、現場におけるお客様第一主義の徹底を行っています。

1. きれいな売場にします
2. 広告商品の品切れを防止します
3. 3カ月以内は、返品交換します

お客様から寄せられた声

7万2,289件

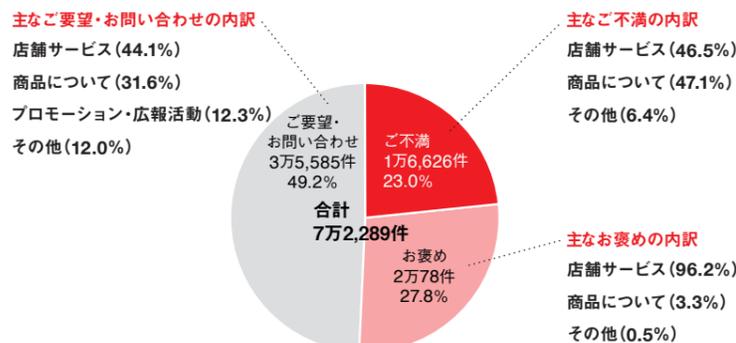
お客様の声を経営に活かすために

FRは、メールや電話、ファックスなどによるお客様窓口を設置し、年中無休でお問い合わせを受け付けています。また、ユニクロ店舗では、お客様に「サービスに関するアンケート」はがきを積極的に配布し、お客様の声をダイレクトに頂戴しています。

いただいたご意見は、CS推進部が取りまとめ、速やかに関連部署や経営トップに報告するとともに、回答が必要なものは、迅速にお答えする仕組みを整えています。



2010年度にお客様から寄せられた声の集計結果



お客様の声をもとにした改善例

ジーンズやチノパンなどのボトムスを購入する際に、サイズや長さなどのアドバイスがほしい、というお客様の声に応え、商品の専門知識を持ったスタッフを育成する「ボトムスアドバイザー制度」を設けました。商品選び、あるいはフィッティングルームでサイズ合わせをしているお客様の要望にしたがって、専門知識を活かしたアドバイスを行っています。



CSスタッフ賞受賞人数



カスタマーサービス向上のための施策

ユニクロはCS(お客様満足)向上のため、さまざまな取組みを行っています。店舗では、「CSスタッフ賞」や「CS店舗賞」など、全店に日々お客様から店舗やスタッフにいただくお褒めの言葉をポイントに換算し、スタッフや店舗を毎月表彰する制度を設けています。

2010年度は、947名のスタッフが表彰されました。表彰されたスタッフが、他のスタッフの手本となって活躍することで、さらなるお客様満足向上に向けての取組みを進めています。

商品自主回収件数



お客様のお手元に届くまでの徹底した品質・安全管理体制

ユニクロは、事業展開を行っている米国やEU諸国など、国や地域を超えて各国で制定されている安全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」として採用しています。これらの基準は、本部と上海事務所にある生産部内「品質・安全管理担当者」が中心となり、生産工場と連携しながら、すべてのユニクロ商品がこ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、「商品品質顧客対応部」が中心となって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、「安全に関するレポート」を毎月関係者で共有し、商品に関する担当者の啓発や、品質改善に役立っています。

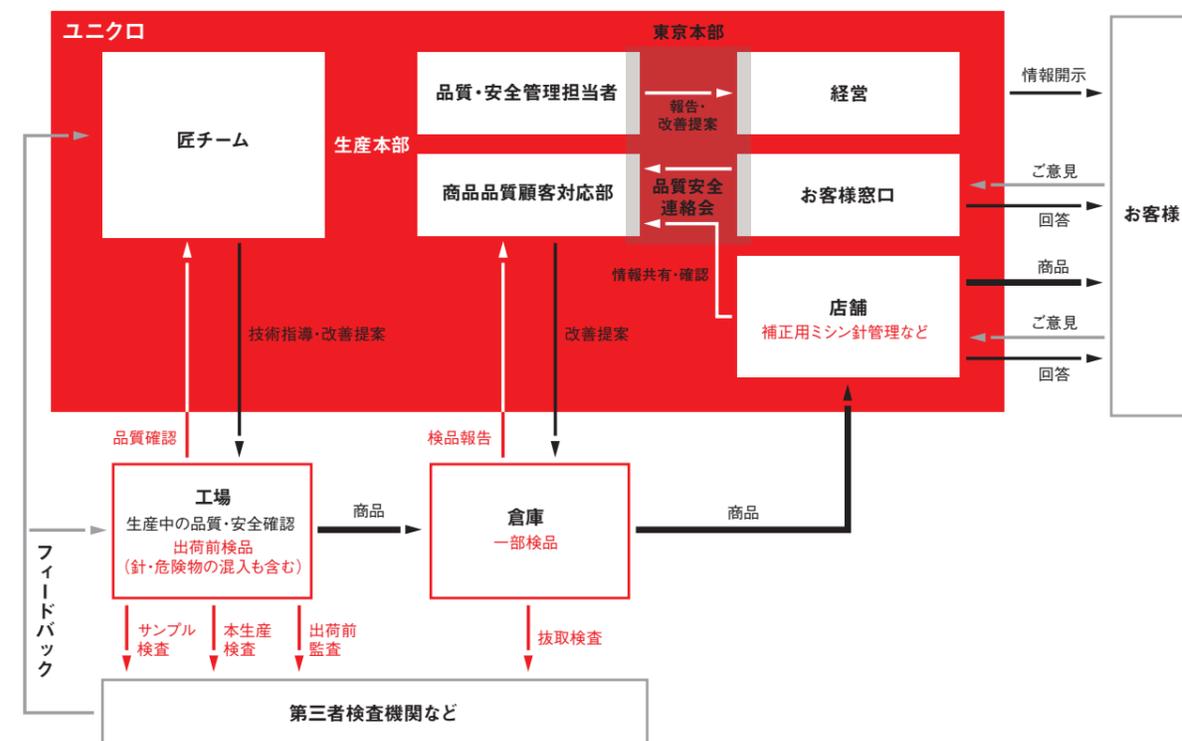
こうした活動の結果、本年は対象となる商品自主回収はありませんでした。

安全性に関する第三者検査機関の複数回の品質調査

商品に使われるすべての素材は、第三者検査機関などによる「サンプル検査(染色堅ろう度検査^{*1}、ホルマリン検査^{*2}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」を実施する他、工場出荷時にはすべての商品の「出荷前検品(針・危険物の混入も含む)」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されているか否かを確認する「出荷前監査」を、第三者検査機関と協働で実施しています。また、倉庫に商品が搬入された後は、倉庫での「一部検品」に加えて、第三者機関による「抜取検査」も実施しています。

^{*1} 染色堅ろう度検査：染色された商品固有の耐久性検査のこと。
^{*2} ホルマリン(ホルムアルデヒド)検査：ホルムアルデヒドは、縮みを防ぐための防縮剤、防シワ剤や柔軟剤として天然繊維の加工に使われる。特に、皮膚がデリケートな人などは湿疹やかぶれ、皮膚アレルギーなどを引き起こす可能性がある。

ユニクロの品質・安全管理体制



お取引先への責任

より良いパートナーシップの構築

基本方針

FRは、経営のあり方、企業取引姿勢、ものの考え方など、あらゆる企業活動において「正しさ」にこだわります。
企業として法令を遵守し、公正さを心がけるのはもちろんのこと、
従業員一人ひとりやお取引先に対しても、「正しい」行動を求めています。

労働環境モニタリング対象工場数



FRグループでのモニタリングが本格的にスタート

ユニクロは中国をはじめ、ベトナム、バングラデシュなどアジア地域を中心に約70社のお取引先と一体となって、商品が児童労働や強制労働などのない適正な労働環境のもとで生産されているかどうか、定期的にチェックし、改善を進めると同時に、定期的な情報開示を行っています。

具体的な活動としては、2004年度に「生産パートナー向けのコードオブコンダクト(CoC)」を制定し、誓約書にサインした主要な縫製工場の労働環境を中心に、外部の専門機関によるモニタリングを実施してきました。今年度からは、2008年に制定した新評価基準をユニクロだけでなく、他のグループ企業にも展開し、グループ内同一基準でのモニタリングを行うなど、さらに取組みを強化しています(詳細は、14～15ページ参照)。

工場コンベンションの開催

2020年に向けたFRの経営方針の共有と、パートナー工場における労働環境改善などの好事例を紹介する目的で、2010年5月に、主要パートナー工場の経営者を対象とした「工場コンベンション」を開催しました。



2010年8月末時点のFRグループでの定例モニタリングの結果

評価	内容	工場数	
		FRグループ	(内、ユニクロ)
A	指摘事項なし	10	(9)
B	軽微な指摘事項が1つ以上	53	(52)
C	重大な指摘事項が1つ以上	68	(50)
D	極めて重大な指摘事項が1つ以上	39	(19)
E	即取引見直しに値する極めて悪質かつ深刻な事項	4	(2)

「生産パートナー向けのコードオブコンダクト(CoC)」とは

FRでは、生産環境(児童労働の禁止や残業時間の制限など)について、国際労働機関(ILO)の条約・勧告などを参考に「生産パートナー向けのコードオブコンダクト(CoC)」を定め、パートナー工場と誓約書を交わしています。

「生産パートナー向けのコードオブコンダクト(CoC)」の項目

- 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
- 健康と安全性について
- 組合結成の自由について
- 賃金と諸手当について
- 労働時間について
- 環境保護について
- 社内規定の作成について
- モニタリングおよび本コードオブコンダクトの遵守



企業取引倫理委員会への上程案件数



アンケート回収件数



全部署を対象としたお取引先アンケート調査(第7回)の実施

FRは、グループ会社も含めた全部署を対象として、四半期に一度、お取引先とのトラブルの有無についてCSR部が調査を行っています。また、お取引先に対しては、2003年度より、年1回のアンケート調査を実施しています。今年度は、グループ会社も含めて177社のお取引先(有効回答数50.4%)から回答をいただきました。コメントは、当社従業員の服装や言葉遣いといったビジネスマナーに関するものや、発注や納期、金額といった取引に関わるものなど多岐にわたっています。いただきましたご意見を真摯に受け止め、全社で共有するとともに、役員や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。

対等かつ友好的なパートナーシップを築くために

ユニクロは、お取引先との対等かつ友好的なパートナーシップを築くために、2004年に「企業取引倫理委員会」を設置し、行動基準「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。企業としてふさわしくない行為をなくすため、従業員の意識を高め、企業行動を見直していくというもので、2009年度からはFRグループ全体をカバーした取組みを開始しました。委員会はCSR部責任者を委員長とし、常勤監査役・社外監査役・顧問弁護士や社内関係部署の責任者を中心に構成されています。今年度は、53件の案件が上程されました。具体的には、一方的な取引停止や縮小などがないかどうか、また、トラブル発生にかかった費用の負担割合が不公平になっていないかなどを審議しています。

審議に際しては、当社側、お取引先、双方にヒアリングし、事実関係を調査後、委員会に上程し、結果を通知しています。

*優越的地位の濫用：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えない一方的な不利益な取引条件を強要すること。

2010年度お取引先アンケートの結果

●実施期間:2010年6～9月
●対象:ファーストリテイリングおよびグループ各社の主要お取引先

	送付件数	回答数(%)
FR/ユニクロ(国内)	120社	61社(50.8%)
FR/ユニクロ(海外)	141社	78社(55.3%)
GOVリテイリング	30社	14社(46.7%)
キャビン	30社	14社(46.7%)
リンク・セオリー・ジャパン	30社	10社(33.3%)
合計	351社	177社(50.4%)

●アンケート結果のコメント事例

- 海外取引先工場A社:会社利益を守るためか、特に価格交渉時、態度が強い。
- 海外取引先工場B社:御社の担当者は業務に詳しくて、常に工場の問題点を発覚・指摘していいアドバイスをしてくれます。
- 国内取引先C社:自社商品とはいえ、着こなしがカジュアルすぎると感じることがあります。
- 国内取引先D社:商品決定および発注が遅くなった場合でも、計画通りの納期を要望されることが多々あります。

従業員への責任

個の尊重、会社と個人の成長

基本方針

FRは、働きやすい職場環境の実現と、従業員満足度の継続的な向上を目指しています。

一人ひとりを尊重し、会社と個人がともに成長できるよう、

さまざまな環境を整え、グローバルな視点で、革新的な仕事をしていく人材の育成に努めています。

7.19%

障がい者雇用率(2010年6月1日現在)

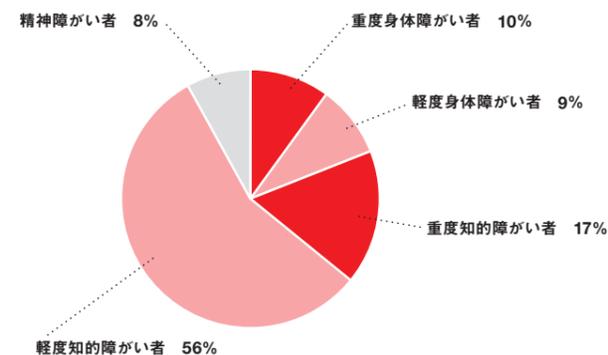
ユニクロの障がい者雇用率の推移



障がい者雇用の推進

ユニクロは、2001年より「1店舗1名以上」を目標に、障がい者雇用に取り組んできました。障がいのある従業員を複数のスタッフでサポートするなど、店舗スタッフ同士のチームワーク向上にもつながっています。現在は、9割以上の店舗で雇用が進み、すでに2名以上が働いている店舗もあります。ユニクロ全社の障がい者雇用率は法定の1.8%を上回る7.19%となっています。また、グループ各社での雇用もあわせて進めています。GOVリテイリングは、3.56%、ファーストリテイリングは、1.65%、リンク・セオリー・ホールディングスは、1.49%となっています。法定雇用率未達の会社については、早急に取組みを進めていきます。

スタッフの障がいの種類



育児休暇取得者数

昨年度 145名 → 今年度 234名

ワーク・ライフ・バランス

ユニクロは、仕事とライフイベントとの両立を支援し、会社と個人が継続的に成長できる環境を整えるため、育児・介護休暇制度を改定し、これまで以上に従業員が長期にわたって働き続けられる環境を整えています。育児休暇に関しては、子どもが満1歳の誕生日を迎えるまで、また、職場復帰後の育児短時間勤務に関しては、子どもが小学校4年生に上がる年の3月まで取得可能です。

	正社員	それ以外	計
育児休暇取得者数	72名	162名	234名
育児時短制度利用者数	46名	8名	54名
介護休暇取得者数	2名	0名	2名
介護時短制度利用者数	2名	0名	2名

17カ国以上

FRグループの従業員が駐在している国や地域

グローバルなコミュニケーションを目指して

事業のグローバル化に伴い、世界17カ国以上の国や地域にFRグループの従業員が駐在し、ビジネスを展開しています。こうしたなか、グループ内でのコミュニケーションをより円滑に行い、業務のスピードアップを図るため、2012年よりグループ内での会議やメールなどでのコミュニケーションを英語で行う予定です。現在、従業員向けの英語教育プログラムをスタートするなど、社内英語公用化に向けての準備を進めています。

国・地域別従業員数 (2010年10月1日現在)



労働災害の再発防止に努める

ユニクロは、通勤時や業務中などにけがや事故がないよう、従業員への注意喚起を行っています。今年度は、通勤時の事故が74件、業務中の事故が363件ありました。業務中の事故については、什器などによるものが83件と最も多く発生しています。今後も社内の通達や店長研修などを通じて定期的な注意喚起を行い、再発防止に努めていきます。

労働災害件数

昨年度 386件

今年度 437件

200名

グローバル経営者 育成目標人数

グローバルに活躍できる経営者を育成

FRでは、国籍を問わず、全世界の優秀な若者を将来の経営幹部候補として採用しています。さらに、グローバルに活躍できる経営者を育成するための機関、FRMIC (FR Management and Innovation Center) を設立し、2020年までにグローバル経営者200名の育成を目標としています。これは、経営人材候補の成長を常に確認し、適切なチャンスを与え、自発的な成長を促す、まったく新しい取組みです。

ノー残業デーを設定

FRは、長時間労働を減らし、仕事の効率を向上することを目的に、本部において、週4日のノー残業デーを設定しています。定期的に全社に呼びかけを行い、残業の多い部署や個人を特定して、個別に指導も行っています。その他、正社員を対象に通常の有給休暇以外に、年間16日の特別休暇を設定するとともに、計画的な休暇の取得を促しています。従業員の健康管理については、毎月健康に関する情報をメールで発信する他、健康相談室を開設しています。また、メンタルヘルスに関しては、社外に相談窓口を設置しています。

ダイバーシティの推進

FRは、本部や店舗において女性や外国人、中途入社者など、多様な人材が能力を発揮できるよう、人事・採用・教育部が中心となり、グループ横断でのダイバーシティに関するプロジェクトを発足させました。今後、プロジェクトメンバーを中心に、啓発活動を行うなど、具体的な取組みを行っていきます。

地域社会への貢献

「地域コミュニティ」との調和ある発展

基本方針

FRは、「高い倫理観を持った地球市民として行動します」という行動規範のもと、国際社会が抱える課題や地球環境にも留意した行動を心がけ、社会との調和ある発展を目指しています。

\$1以下

バングラデシュで販売するソーシャルビジネス用の服の価格

ソーシャルビジネスをスタート

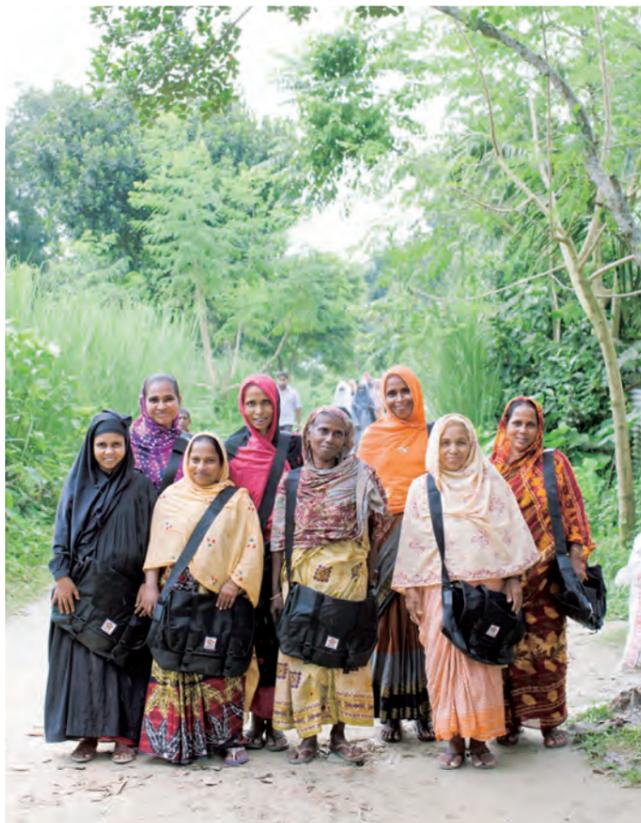
ユニクロは、最貧国のひとつといわれるバングラデシュの社会的課題を解決していくために、新しい形のソーシャルビジネスを立ち上げ、衣料の企画・生産・販売を一貫して現地で行う会社「ユニクロソーシャルビジネスバングラデシュ」を設立しました。3年後、年間100万枚の衣料の生産・販売と、1,500名の雇用創出を目指しています。

17カ国

リサイクル衣料を届けた国

世界中の難民・避難民を支援

ユニクロは、全商品リサイクル活動を通じて、世界中の難民・避難民に衣料の支援を行っています。今年度は、カザフスタン、タジキスタン、キルギス、セルビア、ハイチに106.9万着の衣料をお届けしました。衣料が足りない状況下に置かれた現地では、暑さ・寒さをしのぐ役割だけでなく、けがや病気から身を守り、服を着る喜びや幸せを提供する役割があることに気づかされます。



1,423名

これまでにボランティア活動に参加した従業員ののべ人数

「瀬戸内オリーブ基金」を支援

NPO法人 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（香川県）をはじめ、瀬戸内海の島々や沿岸部の豊かな自然を再生するための活動に2000年から取り組んでいます。2010年10月には、認定法人の資格を取得しました。ユニクロは、2001年から全店舗での募金活動と従業員によるボランティア活動を行っています。今年度は、のべ124名のスタッフやその家族がボランティア活動に参加しました。

これまでお客様からお預かりした募金と活動実績

募金金額の累計: 163,758,628円

2010年度の助成団体数: 58団体

(2010年10月末現在)



植樹本数

◎ 71,102本

◎ 今年度

104,226本

ファーストリテイリングボランティアクラブ

FRでは、2004年に、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「ファーストリテイリングボランティアクラブ」を発足しました。従業員が積極的にボランティア活動に参加しやすいよう、メールマガジンによるボランティア情報の提供や活動経費の補助などを行っています。

スペシャルオリンピックス日本への支援

スペシャルオリンピックス(SO)は、知的発達障がいのある方々に、さまざまなスポーツトレーニングとその発表の場として競技会を提供している国際的なスポーツ組織です。(株)ユニクロは、2002年からSO日本本部のオフィシャルパートナーとして、ボランティアスタッフ用ユニフォームの提供や競技会の運営ボランティアとして支援を行っています。2010年度は、SO日本夏季ナショナルゲーム大会・大阪大会のボランティアスタッフTシャツ300枚、パーカー4,200枚を提供し、従業員による大会運営ボランティア活動を行いました。

緊急災害支援の実施

FRは、2001年より、災害に遭われた方々に、義援金や衣料を通じた支援活動を行っています。2010年1月12日に発生し、大きな被害をもたらしたハイチ大地震では、被災地に対する支援として500万円の寄付金を送りました。この寄付金は、米国赤十字社、特定非営利活動法人JENを通じて被災者支援に充てられました。



©Special Olympics Nippon

環境への責任

継続的な環境負荷低減と環境保全活動

基本方針

FRは、環境に関する法令を遵守し、国際社会が抱える課題や地球環境にも留意した行動を心がけます。
企業として環境負荷を最小限に抑えるためにまずできることは、経営の効率化だと考えています。
無駄な業務を行っていないか、最低限の資源で最大の付加価値を提供するためには
どうしたらよいかを常に考えて行動しています。

環境に対する考え方

FRは、商品の企画、生産、物流、販売、廃棄まで、SPA(8ページ参照)のすべてのプロセスにおいて、2007年に制定した環境方針のもと、環境負荷低減を図っています。また、2006年に開始したユニクロの全商品リサイクル活動のように、本業を通じて、お客様と一緒に取り組める、本当に効果が実感できる環境保全活動を継続して推進していきます。

ユニクロ事業における取組みと主な環境負荷項目

A 商品における環境配慮

ヒートテックやドライなど、最先端の素材を使用することで、衣服を通じて人々の快適な暮らしに貢献することも、環境への配慮だと考えています。

B 工場での取組み

素材工場において、FRの環境基準を導入し、モニタリングを開始しました。

C 物流での省エネ・省資源活動

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図るため、商品配送用段ボール箱の重量を見直し、軽量化を図りました。

D オフィスでの省エネ・省資源活動

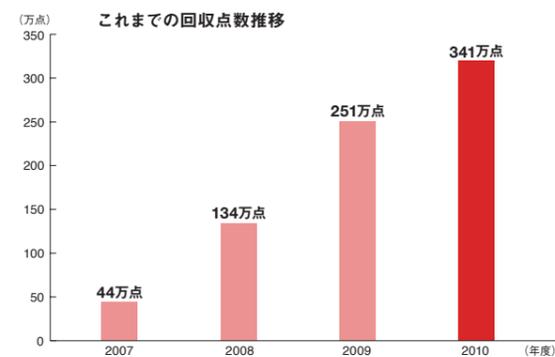
FR東京本部においては、フリーアドレス制を導入し、部署変更や人員増などに伴うレイアウト変更時に発生しやすい、備品や資源の無駄を省いています。また、スキャナープリンターの導入により、紙のプリントを減らすよう呼びかけています。

E 店舗での省エネ・省資源活動

ユニクロ、ジーユー全店に「店舗における省エネ・省資源マニュアル」を配布し、電力使用量などの削減を徹底的にチェックしています。また、店舗のハード面においてもエアコンコントローラーを導入し、照明設備の見直しを図るなどの取組みを始めています。

F 全商品リサイクル活動

ユニクロ、ジーユーの店舗では、お客様がご不要になった衣料を預かりし、リユース・リサイクルする活動を行っています(詳細は、26～27ページ参照)。
2010年3月より、通年での回収を始め、これまでの総回収点数は770万点を超えました。



In 原材料の投入	エネルギー燃料等	D	本部オフィス		店舗	
		項目	数値	数値	数値	数値
エネルギー燃料等	電力使用量	5,099,541kWh	ガス使用量	7,871m ³	水道使用量	8,283t
	コピー用紙使用量	11,379,539枚	国内物流エネルギー使用量(熱量)	182,498GJ	店舗電力使用量	125,737,307kWh
資材等				容器包装	4,539t	
<p>企画 → 生産 → 物流 → 販売 → 使用/廃棄</p>						
Out CO ₂ や廃棄物の排出	廃棄物・リサイクル	D	本部オフィス		店舗	
		項目	数値	数値	数値	数値
廃棄物・リサイクル	CO ₂ 排出量(電力、ガス)	3,228.5t-CO ₂	国内物流CO ₂ 排出量(電力)	12,492t-CO ₂	店舗CO ₂ 排出量(電力)	56,959t-CO ₂
	可燃物排出量(紙・プラスチック等)	391t	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	22,609t
					お客様全商品リサイクル活動で提供いただいた商品	471t

※数値データについて ●原則、2010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・水道使用量は山形本社のみ、それ以外は山形本社と東京本部の数値です。※容器包装は、(株)ユニクロ、(株)GOVリテイリングにおける、ショッピングバッグ(紙・ポリ)使用量です。※物流データは、2009年4月～2010年3月までのデータです。

コンプライアンス／コーポレート・ガバナンス

世界を良い方向に変えていく

基本方針

企業の社会的責任を果たす上で、コンプライアンスを重視し、
グループ全社の従業員一人ひとりに浸透させるための体制を整えています。

全従業員との間でCoCの内容を確認

FRグループコードオブコンダクト(CoC)は、ユニクロをはじめ、グループ各社に導入されています。入社時に確実に内容を説明し、従業員からサインを求めるとともに、年1回、全世界の従業員全員が内容を確認し、CoCに遵守する旨を誓約書にサインし、確実な浸透を図っています。

※コードオブコンダクトの内容は、日本語、英語、韓国語、フランス語、中国語、ロシア語に翻訳したものを、イントラネット上で公開し、いつでも確認できる環境を整えています。

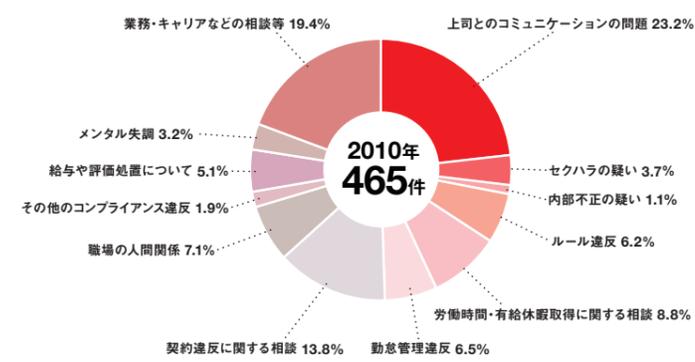
ホットライン相談件数



社内通報窓口の運用

FRは、仕事に関する悩みやCoC違反について、電話やメール、手紙などで相談できる総合窓口(ホットライン)をグループ各社に設置しています。相談窓口は、イントラネット上に公開している他、全グループ店舗の従業員休憩室にポスターを掲出するなど、全従業員が相談しやすい体制を整えています。CoC違反の疑いがある案件に関しては、ホットライン担当者が相談者のプライバシーを保護しながら、実態調査を実施。定期的に開催されるCoC委員会では案件ごとに具体的な解決に向けた審議を行っています。従業員数の増加に伴い、相談件数も増加しています。また、注意喚起を行っているにもかかわらず、上司とのコミュニケーションエラーなどの事例もなくなっていません。今後も、グループ会社全体に対して、コンプライアンス違反に関する事例を公開するなど、引き続き再発防止に取り組んでいきます。

ホットライン2010年度の件数とその内容



※数字は、国内グループ会社(ファーストリテイリング、ユニクロ、キャビン、GOVリテイリング)の合計です。

内部統制

FRは、事業活動の基本方針を定めた経営理念、FR WAY、並びに企業倫理、コンプライアンスの基本姿勢を定めたCoCの徹底を図っています。適法、適正、かつ効率的な事業活動を行い、財務諸表の信頼性の確保、および企業情報の開示における統制、手続きを確立します。また、これらを担保するために当社による客観的な内部監査を実施するとともに、FRグループとして定期的にリスク分析を行い、そのリスク管理に取り組んでいます。

コンプライアンス推進体制

FRは、「コンプライアンス」を、法令遵守はもちろん、道徳や倫理に基づいた行動を浸透させることととらえ、その活動の軸となる社内体制を構築しています。

●FR「CSR委員会」

FRグループ全体のコンプライアンス推進体制や、社会・環境活動などについて議論を行う委員会で、CSR部責任者が議長となり、経営トップ、役員、社外の有識者などで構成されています。今年度は6回開催しました。

●FR「コードオブコンダクト委員会」

CoCの浸透について議論を行います。また、ホットラインに相談のあった社内のコンプライアンス上の問題点を吸い上げ、具体的な解決策を検討し、改善を図ります。CSR部責任者が委員長となり、監査役、社外弁護士などがメンバーとなっています。今年度は6回開催しました。

●FR「企業取引倫理委員会」

従業員の意識を高め、企業行動を見直していくための委員会であり、CSR部責任者を委員長として構成されています(詳細は、33ページ参照)。今年度は19回開催しました。

個人情報の保護

FRは、CoCに関する教育の中に、個人情報の取り扱いについての重要性を織り込み、啓発活動に努めています。「個人情報取扱ガイドライン」の運用や、重要な個人情報を扱う部署での指紋認証等による入室コントロール、フォルダーへのアクセス制限、また、各店舗においては個人情報取扱責任者を設置し、お客様情報の取扱ルールを徹底しています。

ファーストリテイリンググループの概要

株式会社ファーストリテイリング

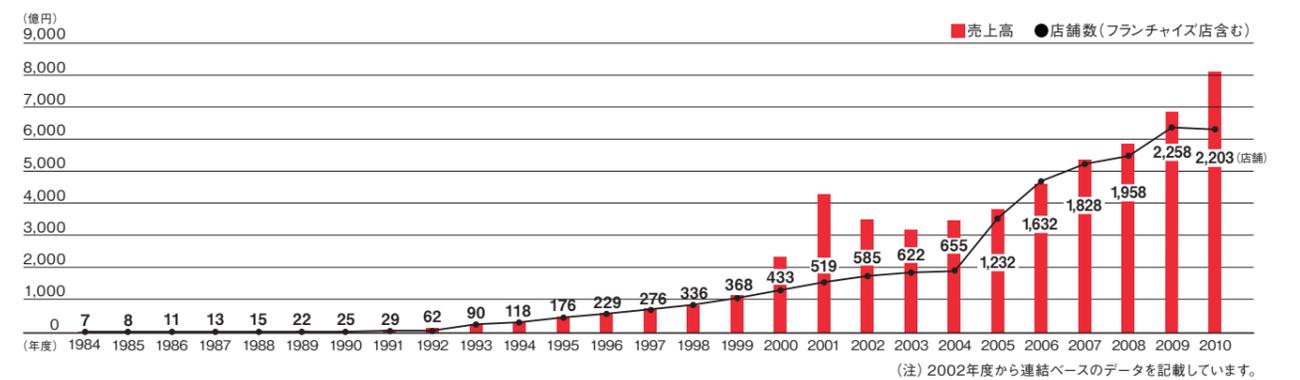
ファーストリテイリングは、カジュアルウェアブランド「ユニクロ」を中核として、日本市場だけでなく、世界市場での事業を展開するアパレル製造小売業グループです。事業の中心であるユニクロは、日本全国で808店舗、海外で136店舗を展開し、企画から生産・販売までを一貫して行うSPA(8ページ参照)企業として、高収益のビジネスモデルを確立しています。

事業には、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業、その他のアパレルブランドを展開するグローバルブランド事業があります。

会社概要(2010年8月31日現在)

商号：株式会社ファーストリテイリング
FAST RETAILING CO., LTD.
設立：1963年5月1日
本社所在地：〒754-0894 山口県山口市佐山717番地1
東京本部所在地：〒107-6231 東京都港区赤坂9丁目7番1号 ミッドタウン・タワー
資本金：102億7,395万円
事業内容：株また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
連結従業員数：11,596名
連結売上高：8,148億円
連結営業利益：1,323億円
決算期：毎年8月末日

売上高と店舗数の推移



国内ユニクロ事業(日本)



国内ユニクロ事業は、店舗数808店舗を日本全国で展開する国内最大のアパレル小売事業です。2010年8月期は、ヒートテックの大ヒット、プレミアムダウンウルトラライトジャケット、シルキードライナーなどの新商品が好調で、大幅な増収増益となりました。また、ここ数年間、開発に注力してきた500坪規模の大型店の出店も順調で、大型店の店舗数は2010年8月期末には102店舗に達しています。2010年10月には、日本で初のグローバル旗艦店「心齋橋店」をオープン、大きな話題を集めています。今後も、百貨店を含む都心好立地に大型店の出店を進める計画です。

2010年8月期

売上高：6,151億円
営業利益：1,277億円
店舗数：808店舗*
*店舗数はユニクロ店のみ、フランチャイズ店含む

海外ユニクロ事業(英国、米国、フランス、ロシア、中国、韓国、香港、シンガポール、台湾、マレーシア)



海外ユニクロ事業は、店舗を英国、米国、フランス、ロシア、中国、韓国、香港、シンガポール、台湾、マレーシアへと広げ、業績も順調に拡大しています。また、ニューヨーク、ロンドン、パリ、上海といった世界のファッション都市にグローバル旗艦店をオープンすることで、ユニクロブランドの知名度が世界中で高まっています。2010年8月期末の海外ユニクロの店舗数は136店舗に達し、ユニクロ事業全体に占める売上高構成比は10.7%となりました。特に今後の拡大が見込まれるのがアジアで、2011年8月期の海外ユニクロ事業の売上高は1,000億円の規模に達する見込みです。2011年秋にはグローバル旗艦店をニューヨーク5番街にオープンする計画であり、世界中の大都市すべてに出店することが、将来の目標です。

2010年8月期

売上高：727億円
営業利益：63億円
店舗数：136店舗

グローバルブランド事業



theory
COMPTOIR DES COTONNIERS
PRINCESSE tam・tam PARIS
g.u.

2010年8月期

売上高：1,252億円
営業利益：78億円
店舗数：1,169店舗*
*フランチャイズ店含む

セオリー事業

コンテンポラリー(現代的)な女性のための服として、1997年にニューヨークで誕生したTheoryブランド。イタリアの上質なストレッチ素材で着心地の良さや美しいシルエットを実現しています。セオリー事業が展開しているブランドは、Theory、Theory Men、Theory Luxe、HELMUT LANG、PLSTなどがあります。2010年9月にはファーストリテイリングのグループ会社であるキャビンを買収合併し、半年をかけて店舗の一部をセオリー事業のブランドに転換していきます。日本と米国を中心に326店舗、約500億円の事業規模があります。

コントワー・デ・コトニエ事業

1995年に南仏トゥルーズで誕生したブランドです。ナチュラルとオーセンティック(本物であること)を大切に、カジュアルでシックなフレンチファッションを展開しています。1997年からはじめた「母と娘」の広告で注目を集めました。フランスを中心としたヨーロッパ、日本、米国に371店舗を展開中です。

プリンセス タム・タム事業

1985年に生まれた独創的で自由な発想のプリント柄と鮮やかな色彩が特徴のブランドです。素材、デザイン、フィッティングに徹底的なこだわりを持ち、ランジェリー、ホームウェア、水筒の3つのラインを展開しています。フランスを中心としたヨーロッパの有名百貨店や専門店など、世界40カ国に販売ネットワークが広がっています。

ジーユー事業

低価格衣料を展開するジーユーは、「990円ゾーン」が大きな話題を集め、2010年8月期は大幅な増収増益となりました。2010年8月期末の店舗数は115店舗となり、今後も年間40~50店舗の大量出店を進める計画です。2013年8月期には売上高500億円、店舗数200店を目指しています。

CSRコミュニケーション

ファーストリテイリングは、多様なステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを促進するため、本報告書に加え、店舗での小冊子(「服のチカラ」)配布、ウェブサイトでの情報開示を積極的に行っています。



CSRウェブサイト <http://www.fastretailing.com/jp/csr/>

「服のチカラ」

ユニクロ店舗で小冊子「服のチカラ」を不定期で配布。ユニクロのCSR活動やさまざまな社会課題について「服を通してできること」をテーマに構成しています。一方的な情報発信ではなく、多方面からさまざまなご意見をいただくことで改めて自社の取組みを見直し、次の活動へとつなげることを目的としています。

*「服のチカラ」は、左記ウェブサイトでもご覧いただけます。



発行：2011年1月(次回2012年1月予定)

お問い合わせ先：株式会社ファーストリテイリング CSR部 FR_G_frgcsr@fastretailing.com

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、発行時点における計画や見直し、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に基づいた判断であり、諸条件の変化によって、将来の事業活動の結果や事業が予測とは異なるものとなる可能性があります。読者の皆様には以上をご理解いただきますようお願いいたします。





FAST RETAILING

株式会社ファーストリテイリング
www.fastretailing.com