



# FAST RETAILING CSR REPORT 2012



## 世界のどこでも

## 社会に受け入れられる企業であること

## これは何よりも大切なことです

グローバル化が進む現代は、チャンスに満ちた時代であると私は考えています。インターネットに象徴されるコミュニケーション手段の革新などによって、これまで国と国を隔ててきた強固な障壁はその力を失い、世界はまさにフラット化の方向に向かっています。世界中のあらゆる人が、あらゆる場所で、あらゆる方法で競争に参加し、能力と努力しだいで誰にでもチャンスがある。力のある人、努力をした人が評価される。そういう時代を迎えつつあります。

そうした世界経済の地殻変動を背景に、歴史上初めて、最貧国や途上国といわれる国々で膨大な数の中産階級が誕生しつつあります。中国やインド、ブラジル、インドネシアといった国々を中心に、将来的には世界中で数十億人単位の中産階級が生まれてくるでしょう。グローバル化とは、そういう意味です。

まさに世界が一体化し、国という枠組みを超えて、誰もが自在に活動する時代に、私たち企業に求められることは何でしょうか。それは「社会にとって良い企業であること」にほかなりません。

私たちはどういった人間で、何を指してビジネスをしているのか。私たちの会社は、その土地でどんな役割を果たすことができるのか。そのことを自ら明らかにし、わかりやすい言葉で相手に伝える。グローバルな事業におけるCSR（企業の社会的責任）の意味はそこにあります。世界のどこでも社会に受け入れられる企業であること。これは何よりも大切なことです。

CSRとビジネスはいわば車の両輪であり、一体不可分です。社会に対して責任を果たさないビジネスはあり得ません。同時に、企業として利益を上げない限り、社会に責任を果たしていくことは不可能です。継続性のないCSRは意味がありません。そのためにはあくまで自分たち本来のビジネスに裏打ちされた、他の企業にはできない独自のCSRを追求していくことが重要です。

「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 (FR) のステートメントです。「服」の持つ価値を通じて、人々の生活をより豊かにし、社会をさらに良い方向に変えていく。FRらしいCSRの実現を目指します。それがグローバルに事業を展開する企業としての義務であり、まさに一体化しつつある「世界」という一つの社会に対する私たちの使命であると考えています。

## CEO Commitment



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

## 服の支援だけでなく、さまざまな課題との架け橋に… 新しいグローバルパートナーシップが始まりました

今日、世界で約4,300万人が紛争、人権侵害、迫害によって強制的に避難させられています。また2011年3月11日に発生した東日本大震災と津波の悲劇は、自然災害により大規模な移動を強いられる世界に暮らしているという現実を、改めて私たちに突き付けました。増え続ける紛争や自然災害をいかに防ぎ、対応するか、そして被災者の困難をいかに軽減させるかは、私たちが今日直面している最大の課題の一つです。

UNHCR(国連難民高等弁務官事務所)は、難民保護、そして強制的避難を余儀なくされた人に人道支援を提供する役割を担い、各国ドナー、そして市民社会や民間企業などを含めた幅広いパートナーと協力しています。日本は人間の安全保障と平和構築を優先課題に掲げ、世界の難民支援において重要な役割を果たしています。また日本のNGOも私たちのパートナーとしてさまざまな支援の現場で活動しています。

株式会社ファーストリテイリング(FR)とUNHCRが2011年に、グローバルパートナーシップの締結に合意したことを非常にうれしく思っています。UNHCRにとって日本企業と初めて結ぶパートナーシップであり、これは革新的なCSR(企業の社会的責任)モデルケースです。2006年以降、「全商品リサイクル活動」を通じて15カ国の難民に300万着以上の衣料が提供されました。難民に良質な衣料を提供することは、人に対する保護を行ううえで基本的な要素であるにもかかわらず、ともすると見過ごされやすい支援です。衣料を通じた援助は、子どもたちが学校に通い、女性たちが新たな雇用機会の可能性を得、さらに地域社会で嫌がらせを受けることなく暮らすうえでの大切な手立てとなります。

FRとの取り組みは、意識向上のための重要なツールでもあり、世界中のFRの顧客が難民の状況を知る機会をもたらします。さらに衣料の寄付を通じて、一人ひとりの難民の人生を好転させようと、お客様に呼びかける活動でもあります。私は、本プログラムが世界中のユニクロなどの店舗に拡大し、本当の意味でのグローバルパートナーシップになることを喜ばしく思っています。

さらに、このパートナーシップを通して、FRのスタッフが直接UNHCRの活動に参加できるようになります。2011年にはFRのスタッフが初めて、約9万人の難民を受け入れているネパールのダマクにある難民キャンプの活動に、5カ月間参加します。衣料の提供を実施するだけでなく、FRのスタッフの専門性を共有して、収入を生み出すプロジェクトを立ち上げる試みも開始します。日本では、資格を満たした難民がユニクロ店舗でインターンとして働き、訓練を受ける機会が設けられる予定です。これは、彼らの地域社会への統合を手助けするものです。

株式会社ファーストリテイリングとUNHCRのユニークなパートナーシップが、ビジネス界、難民、UNHCRの創造的な架け橋として、世界中に広まることを願ってやみません。

必要な服を持ってない難民がいるならば、たとえ一人でも多すぎます。何か一つ、始めましょう。

A Message  
from  
Our Global  
Partner



国連難民高等弁務官 (UNHCR)  
**António Guterres** (アントニオ・グテーレス)

2005年6月、第10代国連難民高等弁務官に就任、現在2期目  
元ポルトガル首相 (1995～2002年)  
社会主義国際連盟議長、欧州理事会議長などを歴任  
ポルトガル難民評議会創設者、ポルトガルのリスボン出身

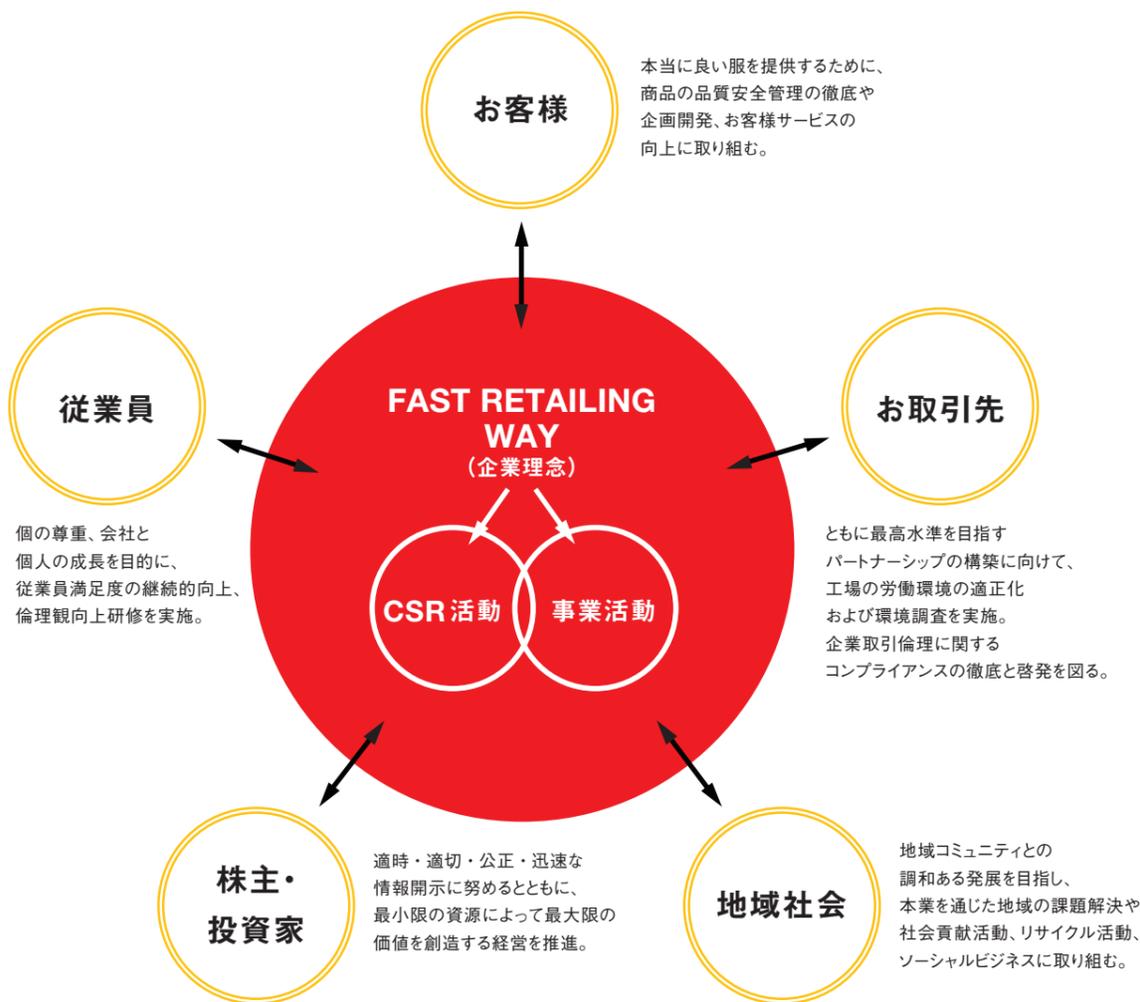
## より良い社会と企業の成長をともに実現するために ファーストリテイリンググループはCSRとビジネスが車の両輪となり 「世界を良い方向に変えていく」ことを目指します

「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」。これはファーストリテイリング(FR)グループが2008年に制定した企業理念「FAST RETAILING WAY」の冒頭に掲げたステートメントです。服の持つ力で、社会や人々の生活を豊かにしていきたい。それがFRの目指していることです。

CSRとは「社会に対する約束」を守ることであると私たちは考えます。FRにとっての社会に対する約束が、まさに「FAST RETAILING WAY」です。私たちのすべての行動や判断について、この約束ごとを基準に進めていきます。そこに妥協の余地はありません。コンプライアンスや企業倫理を常に重視し、誠実に行動します。チェックアンドバラ

ンスの行き届いた経営体制を確立し、公正で健全なコーポレートガバナンスを確立します。そしてステークホルダーとの対話や、説明責任を果たしていきます。

企業にとってのCSR活動とビジネス活動は表裏一体で、どちらが欠けてもその企業は社会的に評価されません。その意味で車の両輪であるといっていいいでしょう。日常の事業活動を通じて本当に良い服、今までにない新しい価値を持つ服を創造する。世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供することによって「世界を良い方向に変えていく」。それが私たちの目指すCSRです。



### FAST RETAILING WAY

<b>Statement</b> ステートメント	服を変え、常識を変え、世界を変えていく
<b>Mission</b> ファーストリテイリンググループのミッション	ファーストリテイリンググループは ●本当に良い服、今までにない新しい価値を持つ服を創造し、世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供します ●独自の企業活動を通じて人々の暮らしの充実に貢献し、社会との調和ある発展を目指します
<b>Value</b> 私たちの価値観	●お客様の立場に立脚 ●革新と挑戦 ●個の尊重、会社と個人の成長 ●正しさへのこだわり
<b>Principle</b> 私の行動規範	●お客様のために、あらゆる活動を行います ●卓越性を追求し、最高水準を目指します ●多様性を活かし、チームワークによって高い成果を上げます ●何事もスピーディに実行します ●現場・現物・現実に基づき、リアルなビジネス活動を行います ●高い倫理観を持った地球市民として行動します

### FR CSR Statement

#### 「世界を良い方向に変えていく」

私たちは、「衣服のあり方」を変えることで、世界中の人々の生活を豊かにしていきます。世の中にとって継続的な価値をつくる企業であるために、正しい経営を追求し、社会とともに成長し、次の世界基準を創造する。「世界を良い方向に変えていく」、それが私たちの目指すCSRです。

### ユニクロの服

企業としてのミッションは「本当に良い服」を通して、あらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供していくことです。FRの中核を担うユニクロが目指す究極の服は「MADE FOR ALL」。それを今改めて明確にするため、「ユニクロの服」を定義し、言葉にしました。

- ユニクロの服とは、服装における**完成された部品**である。
- ユニクロの服とは、人それぞれにとってのライフスタイルをつくるための**道具**である。
- ユニクロの服とは、作り手ではなく**着る人の価値観**からつくられた服である。
- ユニクロの服とは、服そのものに**進化**をもたらす**未来の服**である。
- ユニクロの服とは、**美意識のある超・合理性**でできた服である。
- ユニクロの服とは、世界中の**あらゆる人のための服**、という意味で**究極の服**である。

UNIQLO MADE FOR ALL

 サプライチェーン — 本真好い服をお客様にお届けするために

## パートナーとともに 世界最高水準の服づくりを目指す

ファーストリテイリングの目指す世界最高水準の服づくりは、同じ目標に向かってともに歩む世界各地の生産パートナーに支えられています。世界中のお客様に本真好い服を提供するという理念のもと、互いに学び合い、長期的な視野に立って、さまざまな取組みを行っています。



## グローバル展開が加速 パートナーシップは新たな段階へ

「ともに世界最高水準を目指す」  
パートナーとの強固な関係はファーストリテイリング最大の財産です



### 「取引」ではなく「取組み」

中国浙江省の寧波は、中国の古い港町。歴史的に日本とも関係の深い土地柄です。その寧波に拠点を置く、主要な生産パートナーの一つに、申洲国際集団控股有限公司があります。董事局主席、執行董事の馬建榮さんは「ファーストリテイリング（FR）は私の知る限り、生産パートナーを最も重視している企業の一つだと思います。常に長期的な視野でともに成長することを考える。より高品質の商品を、高効率に生産するにはどうするか、一緒に現場で汗を流し、課題に取り組んでいく姿勢はとても真剣で、尊敬に値するものだと感じます」と語っています。

ユニクロの商品は、中国を中心にベトナムやバングラデシュなど、主にアジア地域の生産パートナーの手によって生産されています。その数は現在約70社。これはグローバルに事業を展開している他のSPA<sup>(注)</sup>と比べても、非常に少ない数です。そこにはFRの「パートナー」に対する姿勢が反映されています。



申洲国際集団控股有限公司  
董事局主席 執行董事  
馬建榮

私たちは生産パートナーを、単に価格や納期を交渉し、その場限りの取引をするだけの相手とは考えていません。世界中のお客様に本当に良い服を提供するために、同じ目標を共有する仲間として協力し、一緒に成長する。そういう強い信頼関係に基づいた長期間の協力関係こそ、真の「パートナー」だと考えています。

たとえばユニクロでは、そうした考え方に基づいて、染色や縫製など繊維業界で豊富な経験を持つ技術者による「匠チーム」を編成し、各地のパートナー工場に派遣して技術指導や工程管理、人材育成などにあたっています。こうしたFRとパートナー工場、双方の継続的な努力によって、生産現場の技術水準や管理手法が向上し、商品の競争力が高まっていきます。「取引」ではなく「取組み」がFRの基本。「世界最高水準の服づくり」を追求する姿勢は生産パートナーとの間で深く共有されています。

\*SPA：「Specialty store retailer of Private label Apparel」の略語で、「製造小売業」を意味する。素材調達から商品企画、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。生産そのものは外部委託する例が多い



晶苑集團 (Crystal Group)  
執行董事  
Dennis S. W. Wong

グローバル化が急速に進むなか、ファーストリテイリングにとって世界各国のパートナーとの協力体制は、ますます重要になっています。そこではビジネスとCSRは車の両輪。

ビジネス面では「取引」ではなく「取組み」という長期的な視野の活動をより強化し、上海事務所の体制強化などを進めています。同時にCSR面では、パートナーとのより緊密なコミュニケーション、モニタリング体制の充実など、さらに踏み込んだ活動を展開しています。

Challenge1では、ビジネスとCSRの両面で常に進化を続けるファーストリテイリングの状況をご報告します。



### 「優れた人材で、高品質の商品を」

中国では近年の急激な経済成長とともに、都市部だけではなく、地方や農村部でも生活水準が急速に向上しています。工場に働く人々も高学歴化が進むなど、平均賃金は大きく上昇しています。FRの商品の生産を支えているのは、主にこうした地方や農村部出身の人材です。

社会が豊かになり、人生の選択肢が広がるのはすばらしいことです。私たちは、生産パートナーと一体となって、こうした社会環境の変化に前向きに対応していくことが企業としての責任であると考えています。

「この10年ほどで人々の“働くこと”に対する考え方はすっかり変わりました」と語るのは、香港に拠点を置く晶苑集團 (Crystal Group)、執行董事、Dennis S. W. Wong さんです。「暮らしが豊かになったことで、以前であれば残業は歓迎だった従業員も、最近は自分の時間を大切に、残業を喜ばなくなっています。これは社会が発展すれば当然起きることです。工場経営者としては、従来以上に効率的な生産を実現し、付加価値の高い製品をつくり出すことが必要です」。そのためにDennisさんはお互いの緊密な



協力が不可欠だといいます。「納期がタイトになっても以前のように残業でカバーはできません。その分FRにもオーダーの平準化や、より計画的な発注などいっそうの努力をお願いしたい。これまで以上の協力体制とお互いの努力で、社会の変化に前向きに対応していきたいと考えています」と語っています。

### 激変する中国のライフスタイル

近年、従業員のライフスタイルは大きく変わりました。収入の額だけでなく、自分の生活を大事にするようになってきました。「従業員に残業や休日出勤を求めるのは難しい。無理をいえばすぐ退職してしまいます。その分技術指導によって技能レベルを高めたり、事前の生産計画を確実にするなど、経営側の努力がより重要になっています」（馬さん）。こうした面や、商品生産における中核機能の中国集約化などを踏まえて、FRは生産パートナーと緊密に連携し、現場の従業員が働きやすい環境を提供するため、発注時期や数量を平準化させるなどの対応を取りつつ、CSR機能の強化を図っています。

一方でグローバル化とそれにとまなう全体的な生産量増加に対応し、中国の主要な生産パートナーと一体となって中国以外の地域に生産拠点を設ける動きも進めています。これまでにベトナムやカンボジア、バングラデシュなどで商品の生産を開始。生産地の多様化を進めています。

## グローバル展開が加速 パートナーシップは新たな段階へ

### より精度の高いSPAを目指して ファーストリテイリング上海事務所の体制を強化



#### 生産部・R&D<sup>(※1)</sup>部を生産地に近い上海へ

ファーストリテイリング (FR) は、2011年9月、これまで東京と中国・上海とに分かれていた生産部およびR&D部のほぼすべての機能を上海に集約し、業務を開始しました。その目的は、中国を中心とした生産パートナーとの距離を縮めることで、商品の完成度とスピードをいっそう高めることにあります。生産部やR&D部のスタッフとパートナー工場の担当者が、商品の現物を前に直接やりとりし、互いの意図を確認することで、商品開発や発注、生産・納期管理の精度が飛躍的に向上しました。

特にユニクロは、企画から生産・販売まで一貫して行うSPAのモデルを確立しているため、独自商品の開発による差別化や販売状況に応じた臨機応変な生産調整は、その大きな強みです。今回の生産部およびR&D部の中国への集約で、この強みをさらに強化することを目指しています。

ここでユニクロの商品開発から生産までの流れを簡単にご紹介しておきましょう。

商品開発を担当するR&D部は、世界最先端のファッションやライフスタイル、新しい素材の情報などを常にサーチし、各シーズンのコンセプトを決定します。それに沿ってデザイナーやパタンナーがさまざまなデザインを起し、デザインサンプルを作成していきます。

その後、マーチャンダイザー (MD) がデザイナーなどとの話し合いを経て、シーズンごとのコンセプトに沿った商品企画・デザイン・素材を決定。各シーズンの商品構成や生産数量を決めていきます。さらに、シーズン中の増産、ある



いは減産の決定を行うのもMDの役割です。素材の選定については、動物の権利保護の観点も含んでいます。たとえば、生きたまま採取したダウンは使用していません。ミュールシグ<sup>(※2)</sup>についてはさまざまな課題を認識し、社会や生産者団体、取引先と継続的に対話をしていきます。

一方、MDの決定を受け、実際の生産管理を担当するのが生産部ですが、実際の生産に入る前のR&D部の作業工程にも深く関わり、完成度の高いサンプルを仕上げるべく協働体制を取っています。そして生産工程に入ってから、パートナー工場と緊密なコミュニケーションを取りつつ、商品の納期や品質の管理、工場の人材育成のサポートなどを行います。現在、上海をはじめ広東省深圳、ベトナムのホーチミン、バングラデシュのダッカに生産事務所があり、合計250名の従業員や匠チームが常駐しています。担当者は、生産パートナーの工場に毎週訪問し、工場の経営陣やスタッフと一体となってさまざまな課題を解決していきます。

※1 R&D: 研究開発 (Research and Development)。新しい素材や商品などのもとになるアイデアを出し、それを実際の商品として形にするまでの一連の活動を指す

※2 ミュールシグ: 羊への蛆虫 (クロバエ科のヒツジキンバエなどの幼虫) の寄生を防ぐために、子羊の臀部 (陰部) の皮膚と肉を切り取る行為

(株)ユニクロ 生産部  
上海総公司・深圳分公司  
統括リーダー  
池田 茂



#### 商品開発から生産まで直結

FRは2010年11月から生産部およびR&D部の一部の移動を開始、2011年9月にはほぼすべての機能を東京から上海に移しました。その結果、素材からデザイン、発注、生産プロセスの管理まで、すべてのプロセスを生産地に近いところで時間差なく行うことが可能になりました。

「商品には、単に数字やスペックだけでは表せない出来栄えというか、品位・品格のようなものがあります。それは商品の現物を前に、人間同士が直接顔を付き合わせて議論し、工夫することで初めて実現できるものです」。生産部上海総公司・深圳分公司統括リーダー、池田茂はこう語ります。「今回、商品づくりの中核を担うスタッフが上海で一堂に会し、現地の生産パートナーと一体となって商品づくりを進める体制ができました。このような体制は世界の主要SPAでも比類のないものです。今後、商品力は飛躍的に高まると確信しています」。

また生産パートナーの工場が多く集まる中国国内の取引先からは特に、FRの商品づくりに関する中核機能が上海に集約されることで、より緊密にFRとの連携を図り、効率的かつ高品質、スピードの速い商品生産が可能になるものと歓迎されています。



(株)ファーストリテイリング  
執行役員 (CSR担当)  
新田幸弘

#### CSRの体制も強化

こうした動きと並行して、CSR部の体制も強化されています。従来、CSR部は基本的に東京の本部が海外の各事務所や生産パートナーと直接やりとりをしていましたが、2010年10月、FR上海事務所に常駐のCSR部従業員を派遣。中国現地の従業員と一体となって業務を進める体制になりました。それによって生産パートナーの工場にCSR部の従業員が直接出向く機会が増え、より深く課題を共有し、一緒に解決していく体制が強化されました。

CSR担当の執行役員、新田幸弘は「CSRに取り組むことが、生産パートナーにとってのメリットになることを理解してもらおうのが大切だと考えています。工場の従業員にとっての工場の魅力が高まることで、優秀な人材の採用が可能になり、雇用も安定する効果が期待できます。中国でも労働力の不足が叫ばれる現在、こうした発想はますます重要になっていると思います」と話しています。

工場モニタリングに対してもFRは明確な方針に基づいて実施しています。工場モニタリングは厳格に実施しますが、その目的は問題点を探し出すことではありません。「単に現状をチェックするのではなく、現場で直面する課題をどのように解決し、パートナーとしてともに成長していけるかを一緒に考え、実行していくことがCSR部の役割だと考えています」(CSR部スーパーバイザー、田中直美)という姿勢で取り組んでいます。



(株)ユニクロ 生産部  
ベトナム・カンボジア事務所  
所長  
黒尾徳彦

#### 注目集めるベトナム・カンボジア 「チャイナプラスワン」の中心的存在

ベトナム・カンボジアは「チャイナプラスワン」の中心的存在であり、生産拠点としての役割が注目されています。海外からの投資も急増、平均所得も上昇し、個人消費も活発化しています。FRは両国での生産活動に力を入れており、その重要度は年々高まっています。生産パートナー工場では、労働環境の改善などCSR活動の重要性に対する認識は高く、たとえば、多くの工場で空調設備や工場内の空気を循環させる装置などを導入し、従業員の快適な作業環境を実現するなど、さまざまな活動に取り組んでいます。



(株)ユニクロ 生産部  
バングラデシュ事務所  
所長  
奥谷 圭

#### 大きな潜在力を持つバングラデシュ アパレルは国の基幹産業

バングラデシュは1億5,000万人超の人口を擁し、若年層の比率が高いなど大きな潜在力を持つ国。そのなかでアパレルは輸出の80%を占める基幹産業で、ハイレベルの人材が多いという特徴があります。FRにとって重要な国の一つであり、FRの理念に共感し、ともに品質向上や新商品開発に取り組む生産パートナーが着実に増えています。社会環境も急速に変化しています。ビジネスやCSR活動の推進を通じて、バングラデシュ社会に歓迎され、現地の経済発展に貢献できる企業として、長期的な視野で活動しています。



## グローバル展開が加速 パートナーシップは新たな段階へ

### 日々、進化するCSRの現場 労働環境モニタリングの新たな取り組み

#### 外部専門機関と連携、的確なモニタリングを実施

「ユニクロのグローバル品質・安全基準」については、米国やEU諸国など、各国の安全基準のなかで最も厳しいものを基準に制定し、取引先に遵守を求めています。また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（以下CoC）」を2004年に制定し、主要パートナー工場に対する外部の専門機関によるモニタリングを行っています。2008年には評価基準を改定、新基準による労働環境モニタリングの運用を翌年から本格的にスタートしました。また「CoC」は、環境保護に関する項目も広くカバーしています。2010年からは縫製工場だけでなく、その前段階にあたる

素材工場に対しても「素材工場向け環境基準」を制定し、同様に専門機関によるモニタリングを実施。排水や廃棄物、化学物質の管理などの状況を確認しています。

こうした専門機関による確認結果を踏まえ、FRの従業員が直接、工場に対して必要な指導を行います。評価が一定の基準に達していない場合、外部の専門機関またはFRの従業員が協力してフォローアップモニタリングを実施します。評価結果への対策を工場任せにせず、FRの従業員が自ら現場で状況を確認し、一緒に改善策を立案、実行していくプロセスを重視しています。

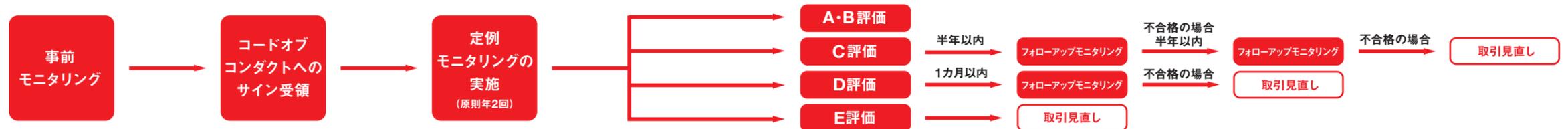
#### 事前モニタリングとチェックリストの徹底運用

現在、FRが新規に取引を開始する工場などすべてを対象に実施しているのが「事前モニタリング」です。事前モニタリングは取引前に、その工場が取引開始可能かどうかを判断するもので、事前に定めた基準を満たした工場でなければ取引はできないルールになっています。これによってFRの新規の取引を開始する際の基準が明確になり、よりスムーズな取引開始が可能になると同時に、新たな生産パートナーの開拓と互いの成長に大きく役立つことが期待されています。

また、生産パートナー工場が自ら労働環境をセルフチェックすることで、より自立したCSRの取り組みを促進する目的

で開発されたのが「チェックリスト」です。2010年から各パートナー工場に配布を始めました。「チェックリスト」は、CSRの観点から重視すべき点を明らかにし、パートナー工場の自発的な取り組みを促すことで、適切な労働環境を実現したいとの意図が込められています。

モニタリングは問題点の指摘に狙いがあるのではなく、目指すべき方向を明らかにし、より良い商品をつくり出すためにあるというFRの考え方に基づいています。



**「事前モニタリング」**  
取引開始前に実施するモニタリング。その工場に対する取引が可能かどうかを事前に判断するもの。その手順や評価基準は通常の定例モニタリングに含まれる項目と基本的に同じだが、児童労働など特に重要な項目について重点的に行われる。



**「定例モニタリング」**  
パートナー工場の労働環境モニタリングは、FRの従業員や専門機関の監査員が実際に工場を訪問して行う。具体的には、オープニングミーティングから始まり、工場や寮、食堂などの現場確認、従業員へのインタビュー、書類のチェックなどと続く。最後にクローズ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、工場の責任者らと確認や改善のためのフィードバックを行う。



**「モニタリングの評価」**  
評価はA～Eまでの5段階（詳細は34ページ）。児童労働・虚偽報告などの特に深刻かつ悪質なケースはE評価として即座に取引を見直す決定をする。CおよびD評価は、改善指導を行い、結果を確認するためのフォローアップモニタリングを実施し、改善がみられない場合は取引を見直すなど、厳正な姿勢でのぞんでいる。

深刻な事象が発覚した場合は、当該工場にFRのCSR部従業員が直接赴き、事実関係を確認したうえで取引内容の見直しを行うが、工場の経営・雇用状況を踏まえて最終決定をする。その後工場とともに再発防止に取り組み、改善がみられたら通常の取引に戻すなどの見直しも行う。

### 2011年度労働環境モニタリングの結果

2011年度における労働環境モニタリングは、188工場を対象に実施しました（2010年度は174工場対象）。

- A評価は6、B評価は66、C評価は91、D評価は25工場となり、D評価が23%から13%と減少した（非常口不備などの改善が進んだため）
- C、D評価を受けた工場は、ただちに改善が可能な指摘のみであった工場と、残業や連続勤務、出勤記録不備など、改善と取組みの定着に時間を要する工場の二極化がみられる。また後者については、昨年度改善完了した指摘事項の再発もみられた

これにより、今後の対策としては、以下のような内容が挙げられ、さらなる改善につながっていきます。

- 事前モニタリングやチェックリストの徹底運用
- 取引先にFR基準を繰り返し伝え、正しく理解していただく
- 工場固有の問題を早い段階で特定し、解決を促す
- 工場側の問題だけでなく、FR側の発注計画や納期設定に問題がないかなど、問題の背景まで入り込んで課題を特定し、解決する
- 工場の抜本的なレベルアップにつながる施策を考え実行する

#### 改善事例

- 連続勤務14日間、20日間などの状況が検出された  
→ FRの従業員が工場を訪問し、労働時間管理の重要性を説明。定期的に監視し、未然に超過勤務を防止できる管理の仕組みが定着していることを把握し、フォローアップモニタリングでも改善を確認した。
- 出来高払いの従業員に対する賃金の算出方法を誤って認識していた  
→ FRの従業員が工場を訪問し、出来高払いの場合の時給や残業代などの正しい計算方法を確認。その後も給与明細などの継続的な提出を求めて改善状況を把握し、フォローアップモニタリングでも確認した。

#### 定例モニタリングで検出された深刻な事例（E評価）

- 虚偽報告  
初回モニタリングで、生産記録・従業員インタビューとタイムレコードの間に不一致がみられた。その後、FR従業員が訪問・確認したところ、従業員の土曜出勤や平日残業の事実が認められたが、工場側は法定残業時間（月36時間）超過を避けるために、出勤記録を操作していた。よって虚偽報告とみなし、E評価として、取引量を削減した。
- 過去の児童労働  
満16歳未満の4名が2009年に入社していたことが発覚（訪問当日時点では満16歳以上）。入社時の年齢チェックは業務管理マネージャーが行い、ダブルチェック体制がなく、書類面の管理にも不備があった。1カ月後にFR従業員が訪問し、体制改善などを確認したが、当初の管理体制に重大な不備があったとしてE評価となり、取引量を削減した。

※2011年度中にE評価は4件あったが、すべて改善を確認。年度末（2011年8月末）時点で0件（詳細は34ページ参照）

 **ビジネスを支える人**

## 世界で、地域で、 活躍できる人を育てる

日本発の新しいグローバル企業になるために  
会社と個人がともに成長できる  
魅力的なプラットフォームをつくります。



## 世界のどこでも、誰でも ともに成長できる組織であるために

### 世界中の力のある人材にとって、ファーストリテイリングが 魅力的なプラットフォームであるために



(株)ファーストリテイリング 上席執行役員 (人事担当)  
横濱 潤

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な環境を整え、グローバルな視点で、革新的な仕事のできる人材を育成する。これがファーストリテイリング (FR) の「人」に対する基本的な考え方です。従業員の誰もが自分の夢や自らの価値観を大切に、それを追求していく姿勢が大切です。誰もが「私は何をしたいのか」を明確にすることで、仕事

へのモチベーションも高まり、夢を追求する力になります。自分の将来を信じるという意味を込めて、そのことを「希望を持つ (Believe in yourself)」と表現しています。

一方、個人が将来への期待を持って仕事に取り組めるよう、会社も相応の報酬や快適な職場環境、効果的な研修、チャレンジングな仕事の機会などを提供し、力のある人材にとって魅力的なプラットフォームである必要があります。より個人を活かし、その能力を発揮できる場であることが、企業としての責任であると考えています。

これまでFRは、こうした自らの考え方を、広く人々に伝えていく努力が十分だったとはいえません。まず私たちはどんな企業で、何をしようとしているのか、もっと語り、同時に実行していかなければなりません。世界各地で起きていることを日本の本部が正しく理解し、的確に反応していくために、本部で働く日本人以外の比率を劇的に高め、あらゆる国の従業員の間で常に活発なコミュニケーションが行われる環境をつくります。英語の公用語化はそのための小さなステップです。世界のどこでも、FRで働く人々が「自分は尊重されている」と感じ、仕事を楽しんでいる企業を目指して、チャレンジを続けます。

### 世界中のどこでも、誰がやっても、変わらない ユニクロの“基準”を大切にしたい

シンガポールで新卒として入社し、2010年9月に日本にきました。最初の2カ月は、1日12時間の日本語学習。その後、銀座店でOJTが始まったのですが、やはり最大の壁は日本語でした。特に敬語、尊敬語がとても難しく、悩んでいました。そんなときトレーナー役の店長に、わかりにくい言葉について英語の発音と意味をノートに書くなど、きめ細かくフォローしていただいたので、少しずつ話せるようになり、よりポジティブに仕事に向き合えるようになったのです。これからの目標は、半年で店長、5年後にはトップクラスの店長として先頭に立っていくということ。いつも温かく見守っていただいている店長も「私たちがこれまでやってきたことを半分の時間でできるようにがんばれ」と応援してくれています。期待されていることは、大きなやりがいです。柳井社社長が初めてシンガポールのユニクロに来たときに聞いた「全世界のユニクロで同じ基準、同じサービスを実現する」ために、精一杯がんばりたいと思います。



ユニクロ 銀座店  
Kenniese Wang (写真右)

世界中から優秀な人材が集まる会社をつくるのがファーストリテイリングの目標です。そのために世界のどこでも公平にチャンスがあり、優れた人、努力した人がフェアに評価され、キャリアアップできる制度の構築を進めています。

### ビジネスでやるべきことは世界中同じ 大きなビジョンと全員経営

1995年に新卒で入社し、店長やブロックリーダーなどを経て、イギリスに3年、アメリカに2年赴任しました。そこで学んだのは、ビジネスでやるべきことは世界中同じであるということ。もちろん、文化も価値観も違う国で商売をするのですから、その人たちを知り、その国を理解することはとても大切です。しかし、仕事のやり方を変えるということではありません。どこの国でも、出てくる課題の根本は同じですから、日本でやってきたユニクロのやり方を、現地の仲間と全員で進めていくことができれば結果はついてきます。今、ファッションの中心であり、情報発信地であるパリで、オペラ店が全世界のユニクロ店舗のなかでも上位の売上げをあげていますが、これも、日本発、ユニクロの全員経営方式を徹底した結果だと思っています。



UNIQLO FRANCE S.A.S. COO 兼  
UNIQLO U.K. LTD. COO  
真田 秀信

### ユニクロのグローバル化に向けて 自分のベストを尽くしたい

大学時代、ロンドンの店舗でアルバイトを始めたのがきっかけで、卒業後にユニクロUKへ入社。それから9年間、何ごとにもベストを尽くすことを信条に仕事をしてきました。店舗運営のさまざまな経験と知識、スタッフの大切さ、コミュニケーションを含むセルフマネジメントなどを学び、自分なりに大きく成長できたと思います。将来は、どこかの国や地域でCEOとして仕事をするのが夢ですが、大切なのは私にその力があるかどうか。もちろん、生涯を通じて学ぶべきことはたくさんあります。だからこそよりいっそう努力し、その結果、大きな役割を果たせるという100%の自信を得たい。会社が自分に期待と信頼を寄せてくれ、そしてより大きな役割と責任を任う機会があれば、全力で取り組みたいと考えています。



UNIQLO U.K. LTD.  
エリアマネージャー  
Harinder Bains

### 「ユニクロは個人の選択を重視する会社」 将来は日本で旗艦店の店長をやりたい



ユニクロ 上海 南京西路店  
副店長  
朱偉 (Zhu Wei)

上海の南京西路は、この街で最もファッションに敏感な人の集まる場所です。世界のメジャーなブランドが続々と出店し、激しい競争を繰り広げています。今ここで店舗の運営ができることは、とてもエキサイティングなことだと思います。入社は2003年で、大型店店長やスーパーバイザーを経て、2010年にこの店の立ち上げに加わりました。ユニクロは個人の選択を重視する会社です。公平に機会が開かれていて、自分が「やりたい」と宣言し、力をつければ、どん

な仕事でもやれます。次にチャレンジしたいのは、ユニクロが誕生した日本で旗艦店の店長になることです。将来はたとえばブラジルやインドなど世界の新興市場で店を運営してみたい。FRの次代を担う経営者人材の育成と企業の変革を同時に進める人材育成機関であるFRMIC (詳細は37ページ参照)のメンバーにも指名されました。とても光栄に思います。日常の仕事の実践を通じて「経営とは何か」を追求したいと決意しています。

## 障がい者とともに働く 「1店舗に1人」の実現を目指して

### 障がいの有無にかかわらず スタッフ全員が大切なチームの一員です



(株)ファーストリテイリング 総務・ES推進部長  
植木 俊行

私たちが最も重視しているのは、障がいの有無にかかわらず、全従業員が皆チームの一員であることです。確かに、障がいのある方にはできないこと、難しい仕事があるのは事実です。しかしファーストリテイリング (FR) は小売業ですから、店舗には多種多様な仕事があります。障がいの内容や能力に応じて、やりがいのある仕事を見つけて努力できる環境があります。そして、店長以下、スタッフ全員がそれをフォローしていくマインドがあります。

支援機関などとの連携も、非常に大切です。入社前に支援機関の「雇用前ジョブコーチ支援事業」などの制度を活用することで、入社後のミスマッチを防ぎ、その人が前向きに仕事に取り組み、成果を出せるように努力をしています。2001年にユニクロが掲げた「1店舗に1人の障がい者を雇用」という目標は、充足率96%まで達しました。

しかし、一方でその他のグループ企業や海外法人での取り組みは、やっと本格的に始まったところです。今後は、よりグローバルな視点で障がい者雇用に取り組み、世界中で社会から必要とされる企業になりたいと考えています。

### 障がい者ならではの視点から、大きな仕事をしたい

一番難しいのは“デイリー”を組む仕事です。これはスタッフの出勤予定を見て、この人はレジ担当、この人は補正担当など、仕事の割り振りを決めていく仕事ですが、土日にお客様が多いのにスタッフが足りないときなど、うまくまわせないときもあります。とても悩むのですが、店長やみんなが親身に相談に乗ってくれるので、うまく解決することができます。茅ヶ崎ラスカ店はスタッフ数も少なく、一人でいろいろな業務をこなさなくてはなりません。補正やフィッティング、接客。苦手な業務もあり、たいへんですが、その毎分違う仕事ができる、いろいろな気づき、発見があります。店舗は自分自身も成長できる職場。僕は障がい者ですが、その人にしか見えないモノがあるのではないのでしょうか。その視点から、何かユニクロにとっても、僕にとっても、大きなことができればと思っています。



ユニクロ 茅ヶ崎ラスカ店  
塩田 知弘  
(聴覚障がい)

聴覚障がい者サッカーの日本代表としても活躍  
2010年アジア大会で4位になり  
2012年世界ろう者サッカー選手権に出場予定

ユニクロは2001年から、「1店舗に1名以上」を目標に障がい者を雇用しています。現在、その充足率は96%まで上がってきました。

### 学校で習ったことが生きて、うれしいです

仕事は清掃や商品整理、店頭への品出しなどいろいろな種類がありますが、補正の仕事が一番やりがいがあります。学校で習ったことが生きて、きれいにできて、ほめられたときは本当にうれしいです。袋むきや品出しもがんばっていますが、納品が多いときはたいへん。でもスタッフはみんな親切で、いろいろ教えてくれたり、助けてくれたりするので安心です。これからも休まず、一生懸命がんばりたいです。



ユニクロ 東京ドームシティラクア店  
尾形 勇旗 (知的障がい)



2011年9月、日本代表として、韓国・ソウルで開催された障がい者の技能五輪「国際アビリンピック」に参加  
圧倒的な仕上がりの正確さと美しさで堂々の銀メダルを獲得



ユニクロ 岩国店  
前田 昇子  
(知的障がい)

### 仲間との楽しい時間が最高の財産

最初は皆さんに障がいのことをうまく伝えられず、なじみなくて、店長や、支援センターの方に泣きながら相談したこともありました。でも、皆さんにアドバイスをいただき、自分なりにがんばってみたら、溝が埋まっていくのが実感できました。今はワイワイとランチをしたり、個人的な相談をもちかけてみたり…コミュニケーションが取りやすい、というのが一番良かったです。仕事の楽しみは、納品の箱を開けて売場に商品を出すとき。どんな色、どんな柄なのかになってワクワクしています。大好きな洋服と先輩方に囲まれて、とても楽しく、充実した毎日を送っています。



ユニクロ JR 新大阪店  
西原 満久 (発達障がい)

### 自分が一番活かせること、 貢献できることをやり抜く

自分が一番活かせるのは何かと考えたとき、商品整理などの仕事は、練習はしているけれどお世辞にもうまいとはいえない。だから、今一番売場に貢献できることを特にがんばろうと思いました。それは「いらっしゃいませ!」と元気を出したり、そのときの店舗の「売り」を店頭前をとるお客様に声で伝える「呼び込み」。呼び込みにこたえて来店いただいたり、声をかけていただいたときなどは、本当にうれしいです。将来は独立して、障がい者の方をたくさん雇い、一緒にがんばっていききたいですね。



ユニクロ 明洞中央店 (韓国)  
Lee Ji Yeon  
(写真左、知的障がい)  
Yoon Ji Hyeon  
(写真右、知的障がい)

### 2010年10月、韓国で障がい者雇用がスタート 店舗、スタッフが丸丸となって取り組んでいます

韓国では、障がい者雇用のスタートから1年以上が経ちました。2011年12月現在、39名のスタッフが働いています。明洞中央店で働くLeeさんは「入社前はユニクロのことは知りませんでした。でも働いてみて、服を整理してハンガーにかけたりする作業がとても自分に合っていて、楽しいです」。もう一人のYoonさんも「服のお店ということが一番気に入りました。いずれは、他のスタッフと一緒に売場に出

て、同じ業務をやってみたいです」とのこと。一方、受け入れる店舗側にも影響がありました。障がいのあるスタッフが、小さいことでもすごく楽しみ、やりがいを感じながら働いている姿を見て、店舗スタッフ全体のモチベーションも上がっています。まだまだ始まったばかりで多くの課題はありますが、会社、店舗、スタッフ、丸丸となって取組みを進めています。

 コミュニティとの協働

## 服の力でコミュニティを変える

「良い服」が持つ力は、世界のどこでも、  
新しい価値を生み、コミュニティを良い方向に変えていく力を持っている。  
服を通じた支援や社会問題の解決を目指します。



## ソーシャルビジネスの可能性

### バングラデシュで試行錯誤の1年 ソーシャルビジネスの可能性を実感



#### 企業の優位性を活かし、社会的課題を解決

ファーストリテイリング（FR）の企業理念にもあるとおり、私たちは社会にとって良い会社、価値のある会社でなければ、存在する価値がないと考えています。FRは2010年9月、バングラデシュ人民共和国でソーシャルビジネスをスタート。2011年8月にはグラミン銀行グループと共同で、グラミンユニクロを設立しました。

ソーシャルビジネスは、貧困や環境問題など社会のさまざまな課題をビジネスの手法で解決していこうという取り組みです。FRグループの最大の強みは、高品質で低価格の服を、効率的に生産・販売できる点にあります。この優位性を活かし、ビジネスの力で社会をより良い方向に変えていく活動を行うのが、FRのソーシャルビジネスの狙いです。



#### 商品のアイテム数は着実に増加

グラミンユニクロの従業員自らが農村部に入り、販売を担当するグラミンレディたちと行動をともにしながら、市場のサーチを行う一方、販売方法や金銭管理などのノウハウを丁寧に伝えています。そこからお客様のニーズを汲み取り、市場に合った商品を次々と投入しています。当初からのインナー類や無地のTシャツなどに加え、2011年春からはポロシャツやプリントTシャツ、襟付きシャツなどを追加。お客様の要望に基づき、民族衣装のサリーや衛生改善に役立つ生理用ナプキンの販売も開始しました。売上高は着実に伸びています。グラミンレディもスタート当初の30名から100名以上に増加し、「最初はつらかったけど、代金や商品の管理にも慣れ、収入が増えて楽しい」という声も聞かれるようになってきました。

グラミンユニクロが販売する主な商品



男性に人気の高い襟付きのシャツやポロシャツをはじめ、ウイメンズでは、代表的な民族衣装のサリーやサロアカミュをラインアップ。キッズ商品の売上げも順調なことから、イラストの入ったTシャツなどのキッズ商品も充実させました。売上高の2割をキッズ商品が占めています。また女性の衛生面の改善、社会問題の解決に貢献する観点から、女性向けの下着類やサニタリー商品にも力を入れています。

バングラデシュのソーシャルビジネスに取り組んで1年。  
予想以上の困難に出会いながらも、その可能性も見えています。

#### 販売数量の伸びは目標を下回る

生産面でも成果が出ています。町の小さな縫製工場が従業員が一軒一軒訪ね、事業目的を話して協力を依頼する努力が実を結び、信頼できる生産パートナーが誕生してきました。まだ小規模ですが、心強い味方です。

一方、依然として課題は山積みです。その困難さは予想を超えるものでした。生産量が少ないため価格が下がらず、そのために販売量が伸びにくいというジレンマは、まだ解決できていません。当初より増えたとはいえ、商品のラインアップが少ないことも課題です。魅力ある商品を、競争力のある価格でお客様に提供できておらず、販売数量の伸びは当初の目標には達していません。そうしたことが原因でグラミンレディの販売収入も想定を下回る例が発生し、離職者発生の一因となっています。

#### 「良い商品」を核に、より良い社会をつくる

しかし従業員自らが現地の社会に入り込み、お客様やグラミンレディたちの声を聞き、トライアンドエラーを繰り返すなかで、事業の基礎は固まりつつあります。この1年の取り組みを通じて、ソーシャルビジネスには巨大な可能性がある、私たちは強く感じています。困難な条件は多いものの、この事業は必ず成長する。そう確信しています。その核になるのは、いうまでもなく「良い商品」です。良質な工場で、良い商品をつくり、誠実に売る。それがお客様の支持を得て、さらなる雇用を生み、より良い社会をつくることにつながります。このサイクルを1日も早く確かなものとするために日々、努力を続けています。



グラミンユニクロの理念を表現した商品の発売



ソーシャルビジネスについて、より多くの人に知っていただくことを目的に、グラミンユニクロの理念を表現したTシャツとトートバッグを2011年10月に全世界のユニクロで発売しました。グローバル旗艦店「ニューヨーク5番街店」オープン記念商品の一つ。収益はすべてグラミンユニクロのソーシャルビジネスの活動に充当されます。



#### Grameen UNIQLO

会社名：GRAMEEN UNIQLO Ltd.  
設立：2011年8月  
資本金：10万ドル（約900万円）相当  
役員構成：ファーストリテイリングから役員4名派遣  
Grameen Healthcare Trustから  
1名の役員を選任

[grameenuniqlo.com](http://grameenuniqlo.com)

## 服の価値を最後まで無駄なく活かすために 世界に広がる全商品リサイクル活動

全商品リサイクル活動の回収点数1,000万点突破、  
そして、回収地域は世界に広がり始めました。  
世界中の服を本当に必要としているすべての人に届けることを目指しています。

### UNHCR や NGO とのパートナーシップで グローバルな社会的課題の解決を目指す



#### 英国、米国、フランス、シンガポールでもスタート

ユニクロの全商品リサイクル活動は、2001年のフリースリサイクル活動からスタートしました。その後、リサイクルの対象をユニクロとジーユーで販売するすべての商品に拡大し、現在、日本のユニクロとジーユーすべての店舗で、年間を通じて全商品の回収を行っています。

2011年3月からは韓国でも同様の活動が始まりました。店舗での告知やイベントを通じて、社会課題に対する関心の強いお客様の間で徐々に浸透し、回収点数は着実に増えています。さらに同年9月からは英国、米国、フランス、12月からはシンガポールの4カ国でも回収活動をスタート。すべての販売国で活動を開始することを目指します。

#### UNHCRとグローバルパートナーシップ締結

全商品リサイクル活動の回収枚数は、約1,164万枚。このうち約420万枚をUNHCR(国連難民高等弁務官事務所)や国際NGOを通じてネパールやザンビア、ボツワナなど22カ国の難民キャンプなどに寄贈しました。しかしUNHCRの調べでは、世界の難民・避難民の総数は約4,300万人。服の数はまだまだ足りない状況です。こうした状況を改善するため、2011年2月、ファーストリテイリング(FR)はUNHCRとの間でより広い領域での難民・避難民問題の解決を目指すグローバルパートナーシップを締結しました。UNHCRとは、全商品リサイクル活動の回収衣料の寄贈先範囲の拡大、FR従業員のUNHCRフィールド事務所でのインターンシップ、日本で難民として受け入れられた方々のユニクロ店舗でのインターンシップの実施 — などの活動を実施しています。

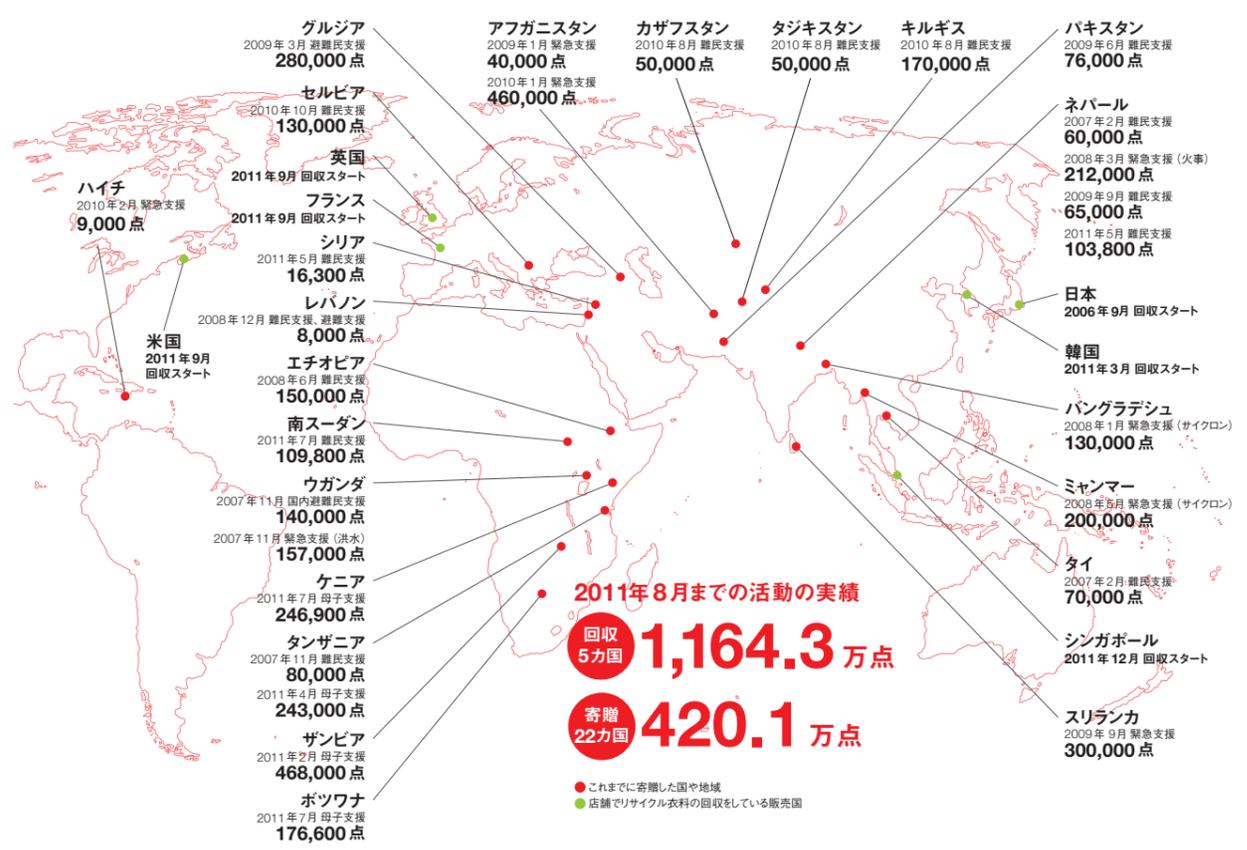


#### ザンビアで妊婦服と乳幼児の服を配布

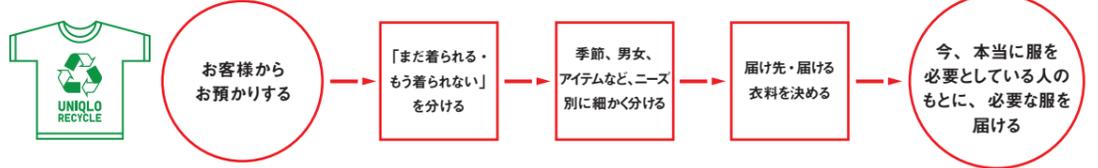
さらに、たとえばアフリカ南部の国、ザンビアでは、全商品リサイクル活動の公式パートナーである、公益財団法人ジョイセフ<sup>(注)</sup>と協働し、途上国の妊産婦や乳幼児の身体を守るための服を届ける活動を2011年2月に実施しました。発展途上国で乳児の生命を奪う大きな原因の一つが蚊を媒介したマラリアの感染です。服はそのリスクを大きく減らすことができます。このように、世界各地では難民・避難民だけでなく、妊産婦や乳幼児、都市型の生活困窮者など、服を必要としている人たちのニーズは急速に多様化しています。こうした社会的課題を解決するため、FRはさまざまな国際機関やNGOなどとパートナーシップを構築しています。単に服を回収して現地に送るだけでなく、FRの従業員が自ら現地に赴くなど、きめ細かく実情とニーズを把握したうえで、現場に即した、効果的な支援を行うよう努めています。



#### 全世界での寄贈点数 (回収点数の推移は40ページ参照)



#### 全商品リサイクル活動



#### 「必要ときに、必要な人に、ふさわしい形で」 東日本大震災被災地、ソマリア飢饉支援に義援金、衣料を寄贈

2011年3月に発生した東日本大震災被災地への支援活動では、FRは、義援金や支援金、支援衣料の寄贈に加え、従業員ボランティアによる衣料の直接配布も行い、合計で約115万点(10.6億円相当)をお届けしました。ただ服を届けるのではなく、本当に必要なときに、本当に必要な服をお届けするため、復興の状況や気候、現地のご要望などを踏まえて、Tシャツや下着などの生活必需品を中心とした継続的な支援を行いました(詳細は39ページ参照)。

一方、過去60年で最悪の干ばつに見舞われているソマリアの飢饉に対し、FRとして100万USD、柳井正代表取締役会長兼社長から個人として100万USDの計200万USDをUNHCRを通じて寄付しました。加えて全商品リサイクル活動の一環として、ケニアに避難しているソマリア難民へ約100万点の衣料支援も行っています。残念ながら日本国内でのソマリアの惨状に対する理解は深くありません。FRによる今回の支援が、この問題に対する社会の関心を少しでも高めるきっかけになればと思っています。



※公益財団法人ジョイセフ・JOICFP = Japanese Organization for International Cooperation in Family Planning. 1968年設立。アジア・アフリカ・ラテンアメリカ諸国において、女性・妊産婦のための母子保健の国際協力を行っている NGO

# ステークホルダーと連携・協働しながら 負荷削減に挑む

## SPAのすべてのプロセスで 環境負荷の低減に取り組んでいます

事業を行う限り、環境に対する負荷をゼロにすることはできません。しかし、その環境負荷を限りなくゼロに近づけるための努力は不可欠であり、それは商品の品質の一部であると私たちは考えています。そのためユニクロでは、事業を展開している各国で制定されている安全基準のなかで最も厳しいものをグローバル品質・安全基準として採用し、パートナー工場にも遵守を求めています。また「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、2004年からはこれに基づいたモニタリングを実施しています。2010年

には、従来から環境保護に関する項目を含む労働環境モニタリングを実施していた縫製工場に加え、その前段階の素材工場に対しては新たに環境基準を定め、環境モニタリングに着手しています。

こうした環境負荷低減の取り組みは継続性が重要です。今後とも社内の部門横断的なプロジェクトの強化、業界他社およびNGOとの対話、管理基準およびモニタリングなどのチェックシステム強化などに全力で取り組んでいきます。



ファーストリテイリングは、SPAとして服の企画から生産、物流、販売、さらにリサイクルにいたるまで、すべてのプロセスを一貫して管理しています。そうしたサプライチェーン全体を通して発生する環境への負荷を深く認識し、それらの削減に取り組むことが、衣料品の生産や販売に携わる事業者としての責任であると考えています。

## 素材工場の環境モニタリングを開始し 工場とともに環境問題に取り組む

### 独自の環境基準を制定

環境に対する負荷をどのように低減させるかは、企業にとって重要な課題です。ファーストリテイリング (FR) ではこの問題を重視し、今後も環境問題対応について生産パートナーとともに積極的に取り組んでいきます。縫製工場向けには、FRの求める行動基準を定めた「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、そのなかの環境保護規定に基づいたモニタリングを実施しています。

これまでの取り組みは、SPAとしてのサプライチェーンのうち、服を縫製する過程に重点を置いたものでした。しかし、事業全体のフローのうち、最も環境負荷が高いのは縫製の前段階にあたる、紡績や染色などの素材生産のプロセスであると私たちは考えています。それは多くのエネルギー、水、化学物質を使用するからです。こうした観点に立て、2010年からは縫製工場のみならず、その前段階の素材工場に対しても独自の「素材工場向け環境基準ガイドブック」を制定。それに基づくモニタリングを行い、排水など排出物の処理・測定、廃棄物管理、化学物質の管理、従業員の健康・安全などの状況を確認しています。

### 75の素材工場に対してモニタリングを実施

2010年6月から2011年3月にかけて、FRグループに素材を供給している75工場に対し、モニタリングを行いました。その結果、2工場が指摘事項ゼロで、その他指摘事項が検出された工場に対してはただちに改善を求め、FR従業員による現場確認なども実施し、継続して改善に向けてフォローをしています。また専門機関の現場確認を必要とする問題点が指摘された4工場に対しては、専門機関によるフォローアップモニタリングを実施しました。具体的な例としては、ボイラー排水の一部が雨水溝に排出されていた例、騒音や発電設備の排気など環境面の影響測定がされていなかった例などがあります。

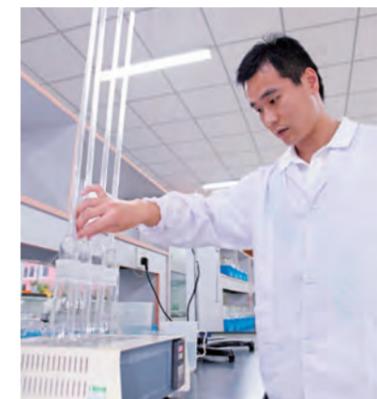
素材工場は一般に工場の規模が大きく、FRグループ以外に提供される製品も同時に数多く生産されていることが普通です。こうした工場の環境負荷の低減には、グローバルな衣料業界全体の協働が不可欠です。こうした面でも私たちは業界を巻き込んだ基準づくりを積極的に進め、この問題に取り組んでいきたいと考えています。



素材工場では紡績や染色の工程で、多くのエネルギーや水、化学物質を使用します



工場内の排水は適切な処理をされて排出されることを、随時状況確認しています



工場では法律に基づき、排水の処理・測定を実施。FRが結果の提出を求めた際はすぐ提出いただくよう求めている

## ステークホルダーと連携・協働しながら 負荷削減に挑む

### 真の「MADE FOR ALL」を目指して 環境問題に取り組んでいきます

私たちファーストリテイリング(FR)は服のビジネスを通じて、あらゆる国や地域、社会の人々にとって良い会社、価値ある会社でありたいと願っています。服のビジネスを通じて、社会を良い方向に変えていきたい。本気でそう考えています。

「あらゆる国や地域、社会の人々」には、FRグループの店舗にご来店されるお客様はもちろん、パートナー工場で働く皆さん、FRの従業員、さらにはこの社会を構成しているすべての人々が含まれます。私たちの服は「MADE FOR ALL」の服です。世界のあらゆる人にとって良い会社であるために、私たちがやるべきことに、一つひとつ取り組んでいきます。

環境問題に対する取組みはその大きなテーマの一つです。商品が高品質かつ低価格であるだけでなく、その商品を企画し、生産し、販売し、そしてリサイクルする、すべてのプロセスを、可能な限り環境負荷の低い方法で行います。さらに、その仕事に携わるすべての人々が、安心・安全かつ快適な環境で働けることが必要です。

原材料調達段階から最終商品になり、役割を終えてリサイクルされるまで、すべてが私たちの責任である。そのようにFRは認識しています。私たちが世に出す商品の価値は、価格や品質だけにあるのではありません。お客様に満足していただける商品が安全・快適な工場で、環境負荷の低い方法で生産され、適正な方法で販売され、有効にリサイクルされる。これらすべてが商品の、そして企業の価値である。それは世界中のお客様にきっと支持される。そう信じています。

「MADE FOR ALL」。その意味を深く考えながら、私たちは「本当に良い服」を追求していきます。

### お客様に提供する商品で環境問題に貢献する 「ヒートテック」のチカラ

冬の機能性ウェア「ヒートテック」は、ユニクロと東レ株式会社のパートナーシップにより2003年に誕生。累計販売枚数は2億枚を超えました。「冬の厚着からの解放」、「寒い日の積極的な外出」、「寒い室内での快適な生活」など日常のライフスタイルを変化させています。ユニクロが2011年8月に実施した、「ヒートテックに関する全国消費者調査」によると、ヒートテックを着たことのある人のうち80.8%が日常生活の変化を実感しており、節電による冬の寒さを懸念する人は52.8%に達しています。

ユニクロが2010年に販売したヒートテックは8,000万枚。仮にお客様1人あたり2枚購入、1世帯4名と仮定すると、購入世帯数は1,000万世帯となります。これらの世帯が仮に暖房温度を1℃下げたとすると、削減される消費電力は58万kWとなります。またCO<sub>2</sub>排出量は104万トン削減できることになり、森林面積に換算すると、東京都の約1/3に相当します(東レ株式会社調べ)。ヒートテックが厳しい冬の節電にもお役に立てることを期待しています。



### 数字で見る2011年度の活動報告

#### CONTENTS

お客様への責任	32
お取引先への責任	34
従業員への責任	36
地域社会への貢献	38
環境への責任	40
コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス	41

# お客様への責任

あらゆる「お客様」へ本当に良い服の提供



ファーストリテイリングは、商品、売場、サービス、マーケティングなど、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を徹底しています。

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

2010年度 7万2,289件

2011年度 7万3,440件

## お客様の声を経営に活かすために

ファーストリテイリング (FR) は、メールや電話、ファ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いただいています。2011年度は、東日本大震災被災地への支援についての多くのご要望やご意見をいただきました。

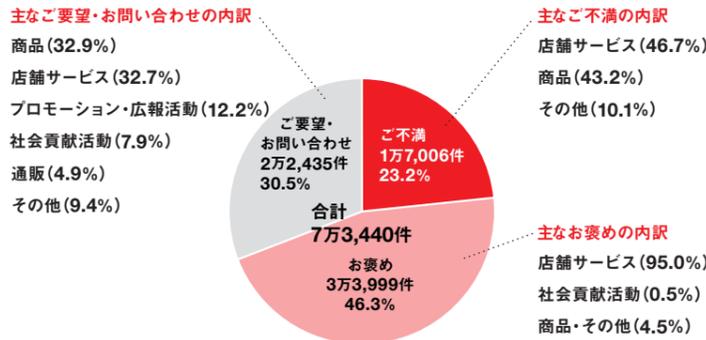
いただいたご意見は、CS (Customer Satisfaction: 顧客満足) 推進部が取りまとめ、速やかに関連部署や経営陣に報告するとともに、回答が必要なものは、迅速におこたえする仕組みを整えています。

## お客様の声をもとにした商品企画例

- 「ヒートテック」の機能が付いた「ブラトップ」  
お客様からご要望をいただき、ユニクロの「ヒートテック」機能が付いた「ブラトップ」を、2011年秋冬から販売しています。
- メンズ「イージーエクサイナー」の開発  
お客様からエクササイズに適した高機能インナーのご要望を多数いただき、市場ニーズも高いことから、メンズの「イージーエクサイナー」の開発、販売をし、好評を得ています。さらにウィメンズの「スタイルアップインナー」が販売好調であることから、体型補正機能も付加しました。



## 2011年度にお客様から寄せられた声の集計結果



## 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日本・欧米・アジア諸国など、国や地域を超えて各国で制定されている安全基準のなか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、生産担当役員をトップとする「品質確定委員会」で決定され、生産部内の生産リーダーが中心となって生産工場と連携しながら、匠<sup>(※1)</sup>メンバーによる知見・経験を踏まえ、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、商品品質顧客対応チームが中心となってお客様からの問い合わせに円滑に対応できる体制を整えています。

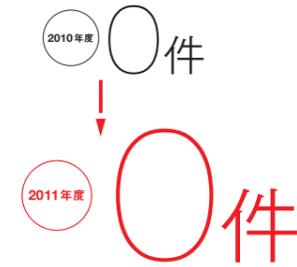
また毎月、CS推進部の「お客様のご意見・ご要望」と商品品質顧客対応チームの「お客様お申し出案件」をもとに、各海外生産事務所 (上海・深圳・ベトナム、バングラデシュ) にフィードバックし、それぞれ改善と対策を立案した「異常値事例集<sup>(※2)</sup>」を作成して、商品に関わる担当者の啓発や品質改善に役立てています。

※1 匠：日本が世界に誇る繊維産業で高い技術力を持つ技術者で、生産現場での技術指導や工程管理、人材育成にあたる。素材匠と縫製匠に分かれ、2000年より中国をはじめとした生産地域で活躍 (現在30名)  
※2 異常値事例集：個々の品質問題についての改善提案書。海外の各事務所間で水平展開することにより、同じ問題を繰り返さないようにしている

## 危険化学物質排出削減・撲滅に向けた取組み

「ユニクロのグローバル品質・安全基準」には、化学物質の使用制限リストが含まれており、生産部とCSR部を中心にプロジェクトチームを結成し、取組みを行い、取引先にも遵守を求めています。

## 商品自主回収件数



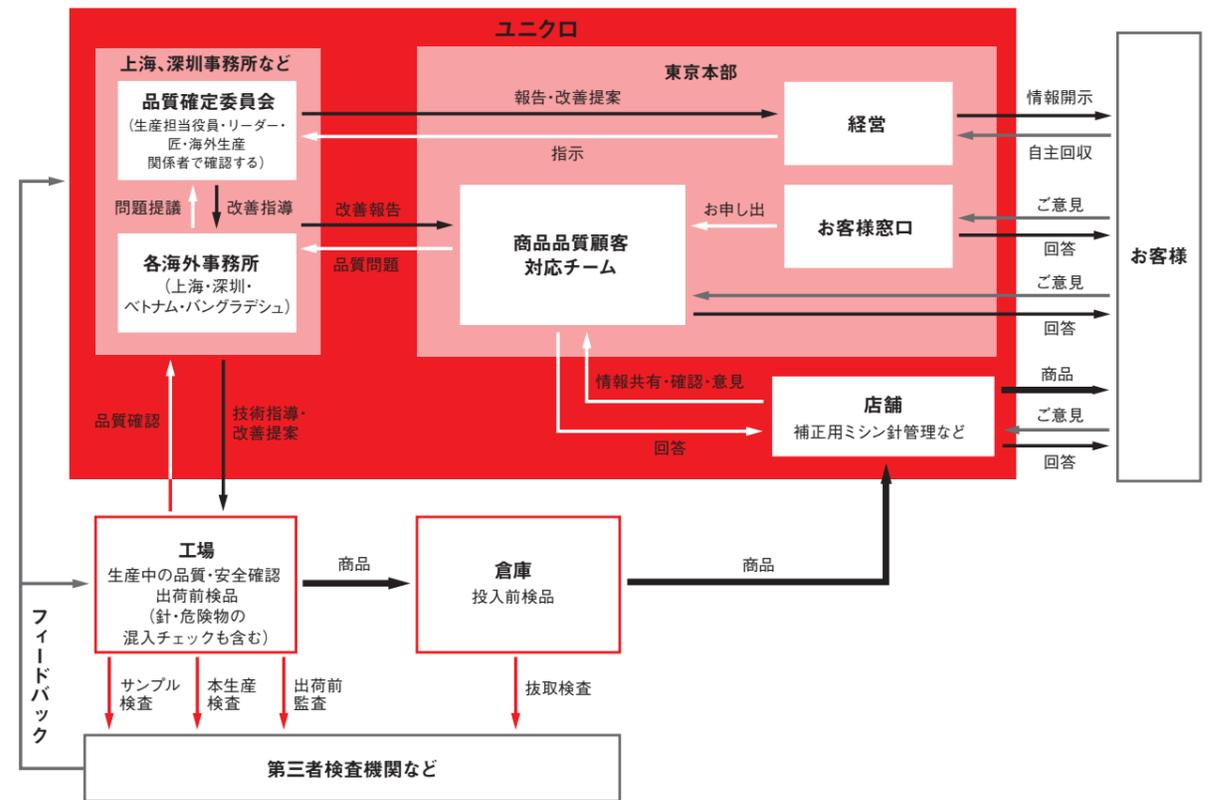
## 安全性に関する第三者検査機関の品質調査

ユニクロ商品に使われるすべての素材は、第三者検査機関<sup>(※3)</sup>による「サンプル検査 (染色堅牢度検査<sup>(※4)</sup>やホルマリン検査<sup>(※5)</sup>など)」を実施して安全性を確認しています。量産時には「本生産検査」を実施して、さらに安全性を確認し、工場出荷時にはすべての商品に「出荷前検品 (針・危険物の混入のチェックも含む)」を行っています。

また生産パートナー工場でごこうした検品が確実に実行されているかを確認する「出荷前監査」を、第三者検査機関などと実施。倉庫へ商品搬入後は、倉庫での「投入前検品」の実施に加えて、第三者検査機関による「抜取検査」も実施され、安全・品質管理体制の強化を図っています。

※3 第三者検査機関：宮内庁納入や一般商取引において、公正な第三者の立場から繊維および商品に対する品質テストを行う機関。日本では「一般財団法人カケンテストセンター」などがある  
※4 染色堅牢度検査：染色された製品固有の耐久性検査のこと  
※5 ホルマリン検査：ホルマリン (ホルムアルデヒド) は、縮みを防ぐための防縮剤、防しわ剤や柔軟剤などとしてごく少量が天然繊維の加工に使われるが、皮膚がデリケートな方などに湿疹やかぶれ、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



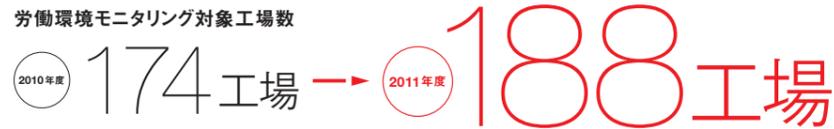
# お取引先への責任

より良いパートナーシップの構築

基本方針

ファーストリテイリングは、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



## グループでの労働環境モニタリングの実施

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社の取引先と一体になって、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、改善に向け活動を進めると同時に、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。2010年度からは、2008年制定の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て、グループ内同一基準でのモニタリングを行い、事前モニタリング実施を含めた取組みの強化を図っています(詳細は8～15ページ参照)。また素材工場における環境モニタリングも75工場で行っています(詳細は28～30ページ参照)。

## 工場コンベンションの開催

2020年に向けたファーストリテイリング (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、2011年3月、工場コンベンションを開催しました。



## 2011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

188工場対象

評価	内容	工場数	
		FRグループ	(内、ユニクロ)
A	指摘事項なし	6	(6)
B	軽微な指摘事項が1つ以上	66	(56)
C	重大な指摘事項が1つ以上	91	(63)
D	極めて重大な指摘事項が1つ以上	25	(19)
E	即取引見直し対象に値する極めて悪質かつ深刻な事項	0	(0)

### 「生産パートナー向けのコードオブコンダクト (CoC)」とは

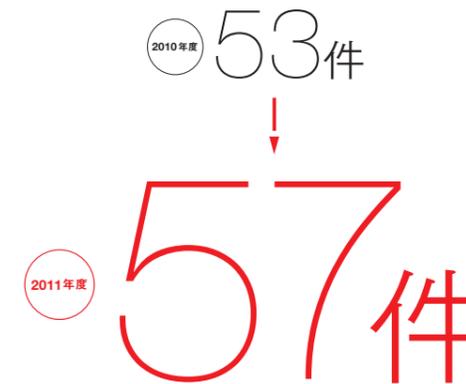
FRでは、生産環境(児童労働の禁止や残業時間の制限など)について、国際労働機関 (ILO) の条約・勧告などを参考に「生産パートナー向けのコードオブコンダクト (CoC)」を定め、パートナー工場と誓約書を交わしています。

### 「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



## 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、取引先と対等かつ友好的なパートナーシップを築くために、2004年「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<sup>(\*)</sup>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。2011年度は57件の案件が上程されました。

審議に際しては、取引先とFR側の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得ない一方的かつ不利益な取引条件を強要すること

## アンケート回収件数



## 全部署対象の取引先アンケート調査

FRは四半期に一度、取引先とのトラブルの有無をCSR部が調査しています。また取引先に対しては、2003年度から年1回のアンケート調査を実施。2011年度はグループ会社も含めて395社にアンケートを依頼し、156社から回答をいただきました。発注者であるFRは、常に優位な立場になる可能性や、取引先との間で公正な取引が損なわれる可能性もありますが、そのようなことのないよう日々取組み、取引先との良好なパートナーシップの構築を目指しています。なお回答いただいたアンケートの内容としては、多くは好意的なコメントをいただいておりますが、なかに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。これらの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。

## 2011年度取引先アンケートの結果

- 実施期間: 2011年7～9月
- 対象: FRおよびグループ各社の主要取引先

	送付社数	回答社数 (%)
FR/ユニクロ (国内)	143社	62社 (43.4%)
FR/ユニクロ (海外)	172社	50社 (29.1%)
ジーユー	50社	32社 (64.0%)
リンク・セオリー・ジャパン	30社	12社 (40.0%)
合計	395社	156社 (39.5%)

### ● アンケート結果のコメント事例

海外取引先工場A社: 商談中の態度が高圧的と感じることがある  
国内取引先B社: 親身に相談に乗っていただいています

# 従業員への責任

個の尊重、会社と個人の成長



ファーストリテイリングは、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。  
基本方針 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。

障がい者雇用率 (2011年6月1日現在)



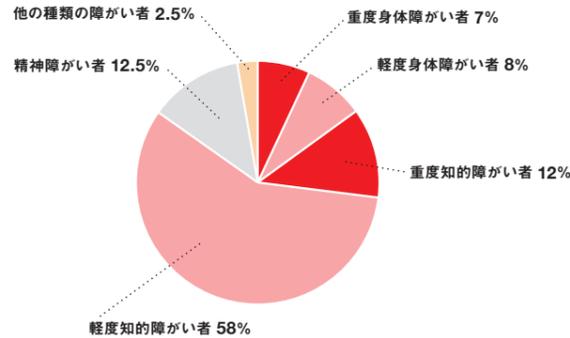
## 障がい者雇用の推進

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。現在では96%の店舗で雇用が進み、既に2名以上が働いている店舗もあります。またジーユーや、海外のユニクロでも取り組みを開始しており、韓国では2011年中に39名の雇用が決まっています(詳細は20～21ページ参照)。

2011年4月には、ファーストリテイリング(FR)はグループ算定特例の要件をグループ各社で達成し、特例<sup>(※1)</sup>の認定を受けました。雇用率はグループ算定では6.22%となります<sup>(※2)</sup>。

※1 企業グループ算定特例:「障害者雇用率制度」において、障がい者の雇用機会の確保(法定雇用率=1.8%)は企業ごとに義務付けられているが、2009年4月より一定の要件を満たすグループとして厚生労働大臣の認定を受けたものは、特例子会社がない場合でも、企業グループ全体で実雇用率を推算できるようにした  
※2 厚生労働省が2011年11月25日に発表した「障害者雇用状況報告」によると、民間企業の雇用障がい者数は366,199人と過去最高を更新し、実雇用率は1.65%、法定雇用率達成企業の割合は45.3%であった(厚生労働省ホームページ掲載のプレスリリース参照)

## スタッフの障がいの種類



## ワーク・ライフ・バランス

FRは、仕事とライフイベントとの両立を支援し、会社と個人の継続的な成長を目指し、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。男性の育児休暇取得も促進しています。

	正社員	それ以外	計
育児休暇取得者数	176名	394名	570名
育児短時間制度利用者数	112名	5名	117名
介護休暇取得者数	1名	5名	6名
介護短時間制度利用者数	1名	0名	1名



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ともない、世界19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3月からスタートする社内英語公用語化に向けての準備を進めています。現在、従業員向けの英語教育プログラムを行っています。

## グローバルに活躍できる経営者を育成

FRでは、グローバルに活躍できる経営人材を育成するための機関「FR Management and Innovation Center (FRMIC)」を設立、全世界の優秀な人材を国籍問わず、将来の経営人材候補として採用・育成しています。これはグローバルの経営人材200名の育成を目標としたもので、対象者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、まったく新しい取り組みです。2010年度の在籍者数は100名でしたが、2011年度はメンバーの入れ替えや新規メンバーの参加によって115名となり、上海やパリ、ニューヨークなどの海外拠点でもその取り組みが始まっています。



## 国・地域別従業員数



## 労働災害の再発防止への取り組み

FR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。業務中の事故については、ユニクロ店舗内において、補正作業などの際に使用するマシンによるものが一番多く発生しています。事故が発生した場合、その原因についての報告書を提出し、原因の把握と必要に応じて改善を行うなど、適切な対応を行っています。今後も社内の通達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



## 業務時間の短縮と従業員の健康管理

FRは、長時間労働を減らし、業務の効率を向上させることを目的に、本部において、週4日のノー残業デーを設定。定期的に全社に呼びかけを実施し、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したり、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。

# 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

ファーストリテイリングは、「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を認識し、地球環境にも配慮した行動を心がけ、社会との調和ある発展を目指しています。

商品を販売する「グラミンレディ」の人数

# 100人以上

## バングラデシュにおけるソーシャルビジネスの運営

ファーストリテイリング (FR) は2010年9月「ユニクロソーシャルビジネスバングラデシュ」を設立し、グラミン銀行グループと共同で、バングラデシュ人民共和国でソーシャルビジネスをスタートさせました。FRの強みである、高品質で低価格の服を、企画から生産、販売まで一貫して現地で行い、バングラデシュの社会的課題 (貧困、衛生、教育など) を、新しいビジネスの手法で解決していくこととする取組みです。スタートから1年以上経った今、さまざまな課題やビジネスの新しい可能性も見えてきました。今後2年間で、年間100万点の衣料の生産・販売と、1,500名の雇用創出を目指します (詳細は24～25ページ参照)。



リサイクル衣料を届けた国

2010年度 17カ国

2011年度 22カ国

## 世界各地で衣料を通じた支援を実施

全商品リサイクル活動を通じて、服を本当に必要とする世界中の人々に衣料を通じた支援を行っています。これまで、カザフスタン、タジキスタン、キルギス、セルビア、ケニア、ザンビアなどの国々に約420万点の衣料をお届けしました。服には、暑さ・寒さをしのぐ役割だけではなく、けがや病気から身を守り、服を着る喜びや生活の質を高めるなどの力があります。

2011年9月には、ケニアに避難しているソマリア難民へ100万点の衣料支援を行うことを表明し、実施しています (詳細は26～27ページ参照)。



## 「瀬戸内オリーブ基金」の支援

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をはじめ、瀬戸内海の島々や沿岸部に豊かな自然を再生するため、2000年にスタートした活動です。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おり、2011年9月からはジーユーでも募金活動を始めています。

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:

# 176,685,895円

(2011年8月末現在)

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

# 1,646名

## ファーストリテイリングボランティアクラブ

FR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、活動経費の補助などを行っており、今年は223名が参加し、これまでにのべ1,646名の従業員が参加しています。

## 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。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。2011年は、SO夏季世界大会・アテネに出場する日本選手団の大会用パーカー、Tシャツなど計400点を提供しました。

東日本大震災被災地で  
衣料配布活動を行った従業員ボランティア数

# 177名

東日本大震災の被災者の方々へ配布した支援衣料点数

# 1,153,000点



植樹本数

2010年度 104,226本

2011年度 132,497本

## 東日本大震災被災地への支援

被災者の方々へ震災直後から下着類などの生活必需品を中心とした衣料を、約115万点 (10.6億円相当) お届けしました (詳細は27ページ参照)。またお客様からの募金約2.7億円、お取引先からのお申し出の約1.3億円に、FRグループから2億円、全世界のグループ従業員から1.8億円、代表取締役会長兼社長の柳井正から10億円の義援金を合わせて日本赤十字社などに寄付しました。

この他、日本国内のユニクロで商品1点の売上げから100円を寄付する、期間限定の支援プログラムの実施による寄付や、世界的な著名人からの応援メッセージをプリントしたTシャツ「SAVE JAPAN! UT」の発売による利益の約1億円の寄付など、さまざまな方法での支援も実施しました。大震災遺児・孤児向けの奨学金として設立された「桃・柿育英会」<sup>(注)</sup>へも2.3億円の寄付や支援を行っています。

※桃・柿育英会 東日本大震災遺児育英資金：建築家・安藤忠雄氏が実行委員長として設立。  
FRの代表取締役会長兼社長の柳井正も発起人として参加



# 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

ファーストリテイリングは、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良いかを常に考えて行動しています。

## 環境に対する考え方

ファーストリテイリング (FR) は、商品の企画、生産、物流、販売、廃棄まで、SPA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きます。また、2006年より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まいります。

## 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 危険化学物質の排出削減・撲滅に向けた取組み

2011年8月12日、FRは商品のライフサイクルを通して危険化学物質の排出削減・撲滅を目指すというポリシーを宣言しました(詳細はCSRウェブサイト参照www.fastretailing.com/jp/csr)。

### 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、2006年より商品配送用段ボール箱の重量を見直し、15%の軽量化を図ることでコストと資材削減を目指しています。

### D オフィスでの省エネ・省資源活動

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もな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。

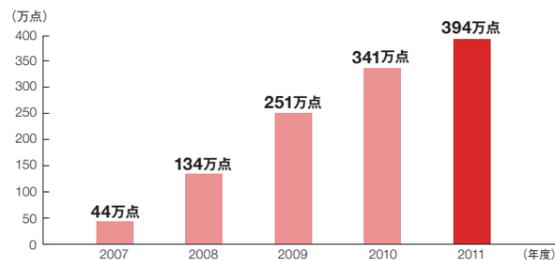
### E 店舗での省エネ・省資源活動

ユニクロとジーユー全店に「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。また店舗によっては、ハード面においてエアコンコントローラーを導入したり、準備時間帯の照明は営業時間帯の60%減として照明量の調節をするなど、節電も心がけています。

### F 全商品リサイクル活動

ユニクロとジーユー全店では、お客様からご不要となった衣料をお預かりし、リユース・リサイクルする活動を行っています。回収地域を日本、韓国、英国、米国、フランス、シンガポールに拡大しました(詳細は26~27ページ参照)。

これまでの回収点数推移



In 原材料の投入	エネルギー 燃料等	D	本部オフィス	電力使用量	5,658,031kWh	ガス使用量	7,937m <sup>3</sup>	水道使用量	11,764t					
		資材等	D	本部オフィス	コピー用紙使用量	8,330,000枚	縫製工場	エネルギー使用量(熱量)	2,040,480GJ	国内物流	エネルギー使用量(熱量)	203,020GJ	店舗	電力使用量
		A	企画	B	生産	C	物流	E	販売	F	使用/廃棄	容器包装	4,173t	
Out CO <sub>2</sub> や廃棄物の排出	廃棄物・リサイクル	D	本部オフィス	CO <sub>2</sub> 排出量(電力、ガス)	3,575.8t-CO <sub>2</sub>	縫製工場	CO <sub>2</sub> 排出量	211,229t-CO <sub>2</sub>	国内物流	CO <sub>2</sub> 排出量(電力)	13,903t-CO <sub>2</sub>	店舗	CO <sub>2</sub> 排出量(電力)	78,887t-CO <sub>2</sub>
		D	本部オフィス	可燃物排出量(紙くず等)	634.9t	不燃物等排出量(廃プラスチック等)	6.9t	店舗	一般廃棄物排出量	22,339.8t	お客様	全商品リサイクル活動で ご提供いただいた商品	658t	

※原則、2011年度の数値を記載しています。※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。※電力・LPG・天然ガス・重油・軽油・ガソリン・石炭・石炭ガス・蒸気の使用量を熱量に換算 ※容器包装は、(株)ユニクロ、(株)ジーユー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2010年4月~2011年3月までのデータです ※店舗データは、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ません

# コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス

すべてのステークホルダーに関わる経営の重要課題として強化に努める

基本方針

企業の社会的責任を果たすうえで、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、FRグループ各社に導入を進めています。入社時には内容を説明し、正しく理解してもらいます。その後は年1回、従業員が内容を再確認し、CoC遵守を誓約する書面にサインして、確実な浸透を図っています。

## ホットライン相談件数

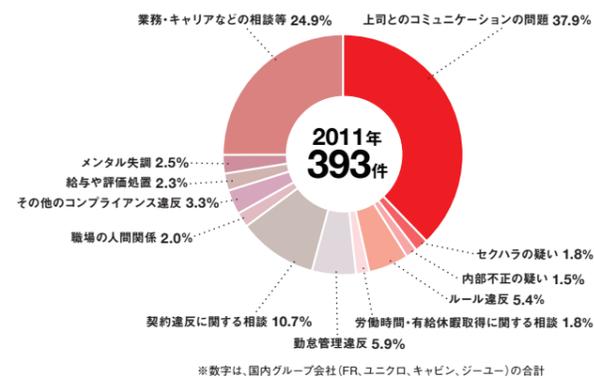


## 社内通報窓口の運用

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)を設置。相談窓口は、イントラネット上に公開している他、従業員休憩室にポスターを掲出するなど、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。またホットライン事務局では件数の多い「上司とのコミュニケーション問題」に関する事例を取り上げてセッションを行うなど、CoCの理解を促進する活動も行っています。

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、再発防止に取り組んでいきます。

## ホットライン 2011年度の件数とその内容



## 内部統制

FRは、事業活動の基本方針を定めた企業理念「FAST RETAILING WAY」と、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。

## コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス推進体制

FRは取締役会の独立性や監督機能を強化しながら、取締役会や監査役のメンバーは過半数以上を社外から選任するなど、迅速で透明性のある経営を実現して、コーポレート・ガバナンスの水準を高めています。またコンプライアンスについては、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捉え、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います。CSR部責任者が委員長となり、経営トップ、役員、社外の有識者などで構成されています。2011年度は9月末時点までに2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う委員会。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。委員長の総務部門責任者の他、監査役、社外弁護士などで構成され、2011年度は12回開催。

### ●FR「企業取引倫理委員会」

CSR部責任者を委員長とする、従業員の意識を高めて企業行動を見直していくための委員会。2011年度は15回開催。

## 個人情報の保護

FRは、CoCに関する教育のなかに個人情報の取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など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、お客様情報の取扱い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

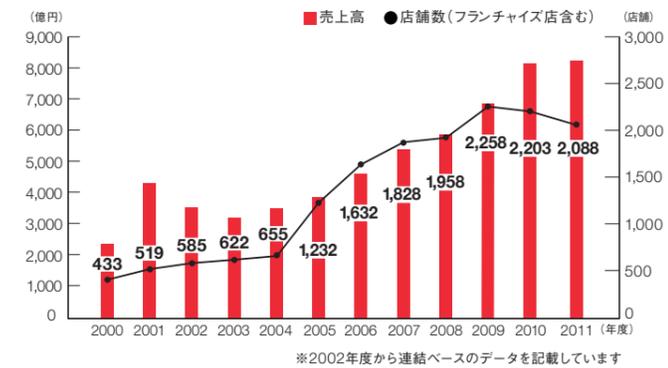
ファーストリテイリングは、カジュアルウェアブランド「ユニクロ」を中核として、日本市場だけでなく、世界市場での事業を展開するアパレル製造小売業グループです。事業の中心であるユニクロは、日本全国で843店舗、海外で181店舗を展開し、企画から生産、販売までを一貫して行うSPA企業として、高収益のビジネスモデルを確立しています。

事業には、国内外でユニクロを展開する国内ユニクロ事業と海外ユニクロ事業、および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 (2011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：株式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・管理など  
連結従業員数：14,612名  
連結売上高：8,203億円  
連結営業利益：1,163億円  
決算期：毎年8月末日  
www.fastretailing.com

### 売上高と店舗数の推移



## 国内ユニクロ事業

(日本)



2011年8月期  
売上高：6,001億円  
営業利益：1,062億円  
店舗数：843店舗<sup>(\*)</sup>  
※店舗数はユニクロ店のみ、フランチャイズ店含む

www.uniqlo.com

## 海外ユニクロ事業

(日本、中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、マレーシア、英国、米国、フランス、ロシア)



2011年8月期  
売上高：937億円  
営業利益：89億円  
店舗数：181店舗

## グローバルブランド事業

(セオリー事業、コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業、ジーユー事業)

2011年8月期  
売上高：1,240億円  
営業利益：87億円  
店舗数：1,064店舗<sup>(\*)</sup>  
※フランチャイズ店含む

theory

www.theory.com

COMPTOIR DES COTONNIERS

www.comptoirdescotonniers.com

PRINCESSE tam・tam PARIS

www.princessetamtam.com

g.u.

www.gu-japan.com

## ファーストリテイリンググループ CSR 活動の歩み

※災害、難民、緊急支援などの詳細は27ページ参照

2001年	3月 4月 10月	社会貢献室発足、障がい者雇用の推進(ユニクロ全店で1店舗1名採用の目標設定) 「瀬戸内オーリーブ基金」への支援を開始し、ユニクロ全店で募金箱を設置 「フリースリサイクル活動」開始
2002年	6月	スペシャルオリンピックス日本への支援開始
2004年	5月 9月	パートナー工場の労働環境モニタリングの開始 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年	9月 12月	障害者雇用優良事業所 厚生労働大臣表彰 ファーストリテイリング「グループCSR部」発足、「第1回CSR委員会」の開催
2006年	6月 9月 11月	ユニクロの女性活躍推進において「均等推進企業」東京労働局長優良賞を受賞 「フリースリサイクル」から対象を全商品に広げた「全商品リサイクル活動」を開始 初の「CSRレポート」発行
2007年	2月 6月 10月	タイ・ネパールの難民キャンプ訪問。難民支援活動を開始 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 環境方針、環境ガイドライン制定
2008年	10月	全商品リサイクル活動が「第5回朝日企業市民賞」を受賞
2009年	3月 6月	全商品リサイクル活動の回収点数が初の100万点を超える 工場の労働環境モニタリングに新基準を導入し、運用開始
2010年	3月 9月 10月	全商品リサイクル活動が通年化 バングラデシュにおける社会的課題の解決に向け、服の企画、生産、販売を通じたソーシャルビジネス開始 ジーユー店舗で全商品リサイクル活動開始
2011年	2月 3月 9月 9月 11月 12月	UNHCR(国連難民高等弁務官事務所)とグローバルパートナーシップの締結合意 3月11日に東日本大震災発生、支援を開始 全商品リサイクル活動の回収地域を、英国、米国、フランスに拡大 ソマリア飢饉への支援を発表 タイ洪水被害への支援を発表 全商品リサイクル活動の回収をシンガポールでも開始

### ファーストリテイリングの 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さま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。

#### ウェブサイト

FR CSR  
www.fastretailing.com/jp/csr  
ユニクロ CSR  
www.uniqlo.com/jp/corp/csr  
Grameen UNIQLO  
www.grameenuniqlo.com



#### 「服のチカラ」

活動やさまざまな社会課題について「服を通じてできること」をテーマに構成した小冊子。店頭での配布(不定期)に加え、ウェブサイトでもご覧いただけます(日・英・韓)。  
www.uniqlo.com/power\_of\_clothes



### 編集方針

ファーストリテイリングが発行する「ファーストリテイリング CSRレポート2012」は、当社グループの事業活動にともなう社会的責任を明確にし、わかりやすく伝えることを目指しています。本レポートをもとに、ステークホルダーの皆さまからのさらなるご期待・ご関心・ご懸念事項などに真摯におこたえしていきたいと考えています。報告内容は、(株)ユニクロの活動を中心に、ファーストリテイリンググループとしてグループ各社が一体となって、いっそう取組みを加速していきます。なお、会社情報や最新の情報に関しては、アニュアルレポートやファーストリテイリングのウェブサイトにも掲載をしています。ぜひご覧ください。

#### 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と見直し、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なし判断であり、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。読者の皆さまには以上をご理解いただきますようお願いいたします。

### 報告対象期間

2010年9月から2011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

#### 発行

2012年1月(次回2013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





**FAST RETAILING**

株式会社ファーストリテイリング  
[www.fastretailing.com](http://www.fastretailing.com)