



FAST RETAILING CSR REPORT 2013

CEO Commitment



주식회사 패스트 리테일링
대표이사 회장 겸 사장
야나이 다다시

꿈과 희망이 실현되는 사회를 만들기 위하여 글로벌 기업으로서 책임을 다한다

더 좋은 사회를 실현하기 위하여

‘옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다.’ 이것은 2008년에 제정한 패스트 리테일링(FR)의 기업이념 ‘FAST RETAILING WAY’의 스테이트먼트입니다. 저희는 단지 옷을 판매하는 것뿐만 아니라, 옷이 가진 가치를 통하여 사람들의 생활을 더욱 풍요롭게 하고, 사회를 더 좋은 방향으로 바꿔나가는 것을 목표로 하고 있습니다.

최근 글로벌 기업이 사회에 미치는 영향력은 점점 강해지고 있습니다. 애플의 iPhone 등장이 커뮤니케이션의 세계를 크게 바꿔놓은 것처럼 기업은 사회를 바꾸는 힘이 있습니다. 사회를 더 좋게 바꿔나가는 힘을 가진 것은, 국가나 정부보다도 글로벌 기업이라는 인식은 점점 강해질 것입니다. 한편 사회를 바꾸는 힘을 갖는다는 것은, 다시 말하면, 더욱 커다란 책임이 따른다는 것을 의미합니다. 영향력 있는 존재는 강한 책임감을 갖지 않으면 안 됩니다.

CSR(기업의 사회적 책임)이란 ‘사회에 대한 약속’을 지키는 것이라고 저희는 생각합니다. CSR 활동과 비즈니스 활동은 표리일체로서 어느 한 쪽이 결핍되어도 그 기업은 사회로부터 좋은 평가를 받지 못합니다. 그런 의미에서 이 둘은 자동차의 양바퀴와 같습니다. 저희는 기업활동을 통하여 정말로 좋은 옷, 이제까지 없었던 새로운 가치를 가진 옷을 창조하고, 전 세계의 모든 사람들에게 좋은 옷을 입는 기쁨을 제공하겠습니다. 그리고 세계 어디서나 사람들로부터 존경받고 환영받는 기업으로서 더 좋은 사회의 실현을 위하여 공헌해 나가겠습니다. 그것이 진정한 글로벌 기업을 지향하는 저희의 사회에 대한 책임이라고 생각합니다.

기업으로서의 이러한 가치관에 입각하여 FR은 다음과 같은 과제를 추진해 가겠습니다.

전 세계에서 사업을 만들어내고 사람을 키운다

글로벌하게 활동하는 기업으로서, 세계 각지에서 새로운 산업을 육성하고 고용을 창출하며 세계적인 시야에서 인재를 육성하는 것은 사회에 대한 커다란 책임 중 하나입니다.

FR은 SPA(어패럴 제조소매업)를 주체로 하는 기업으로서, 원재료의 조달에서 공장 생산, 물류, 판매 등 넓은 사업영역을 가지고 있습니다. 특히, 봉제업은 경제성장을 목표로 하는 개발도상국에 있어 효과적임과 동시에 사회적 의미가 큰 산업입니다. 저희는 세계 각지의 개발도상국을 중심으로 옷의 생산을 통하여 새로운 산업을 일으켜 고용을 창출하고 인재를 육성함으로써 그 나라와 지역의 발전에 공헌해 나가겠습니다.

또한, 글로벌하게 활약할 수 있는 인재 육성도 저희의 커다란 책임입니다. FR은 이제까지 세계 각지에서 2,000개 이상의 점포를 전개하고, 2012년에는 새롭게 200이 넘는 점포를 출점했습니다. 이러한 사업을 통하여 더욱 다양한 직업에 도전하는 기회를 전 세계 사람에게 제공하고, 성장의 기회를 창출해 가겠습니다. 이러한 활동을 통하여 지역사회에서 생활하는 사람들과 FR 종업원에게 새로운 미래의 가능성을 열어주는 것이 글로벌 기업으로서의 책임이라고 생각합니다.

SPA의 모든 프로세스에 관여한다

저희 패스트 리테일링(FR)은 글로벌하게 SPA를 전개하는 기업으로서 원재료의 조달, 상품의 기획과 생산, 물류, 판매, 리사이클에 이르기까지 하나하나의 프로세스를 일관하여 직접 파악하고 관리하는 체제를 갖추고 있습니다. 서플라이 체인 전체에 적극 관여함으로써 문제 발생을 미연에 방지하고, 만일 어떤 문제가 발생한 경우에도 그 원인을 명확히 하여 적절한 대책을 취하는 것은 SPA 기업으로서의 책임이라고 생각합니다.

자연환경에 대하여 저희 사업이 끼치는 영향을 정확하게 인식하고, 환경부하가 가장 적은 형태로 사업을 추진하는 것은 기업으로서의 중요한 책임입니다. FR은 이제까지도 환경부하의 계속적 저감을 목표로 환경보전에 임해 왔습니다. 앞으로도 그 자세를 계속해 나가겠습니다. 특히, 소재 생산 공정에서는 위험화학물질의 배출량 삭감, 나아가 배출량 제로를 실현하는 것이 중요한 과제임을 인식하고, 그 실현을 위해 노력하고 있습니다. 또한, 원재료 조달에서도 양털을 깎는 방법 등에 관련하여 동물의 윤리적 취급에 유의하는 등의 노력을 계속하고 있습니다. 이러한 추진 내용은 국제기관을 비롯한 글로벌 NGO 등과의 커뮤니케이션을 적극 도모하고, 다른 의견에 대해서도 겸허하게 귀를 기울이면서 함께 과제를 해결하는 길을 모색하겠습니다. 노동환경에 관해서도 아동노동과 강제노동, 위험한 작업이 없는 적정하고 안전한 노동환경하에서 생산되고 있는가 등을, 제3자 기관을 통하여 모니터링하고, 노동환경 개선을 위하여 지속적인 활동을 추진하고 있습니다.

꿈·희망을 다음 세대의 어린이와 젊은이에게

근년, 세계에서는 경제 침체와 빈부 격차 확대 등으로 미래의 글로벌 사회를 짊어질 나날 젊은 세대 사이에서 폐색감이 짙어지고 있습니다. 앞으로의 세계를 만들어 나가는 것은 젊은이들과 어린이들입니다. 커다란 가능성을 지닌 어린이들과 젊은이들이 꿈과 희망을 갖고 '자신들이 미래를 만든다'는 마음가짐을 갖기를 저는 진심으로 기원하고 있습니다. 그것을 위한 작은 도움으로서 세계 일류 프로 테니스 선수이자 세르비아의 유니세프 친선대사인 노박 조코비치 씨와 공동발의한 프로젝트 'Clothes for Smiles'를 시작하였습니다. 이 프로젝트는 1,000만 달러의 펀드를 설립하여 앞으로 미래를 짊어질 나날 어린이와 젊은이들의 다양한 꿈과 희망을 실현하는 것입니다. FR만의 혁신적이고 유니크한 활동으로 만들어 가고자 합니다.

이러한 모든 활동을 통하여 더 좋은 사회를 만들어 가는 것이 저희의 사명입니다. 앞으로도 변함없는 지원과 협력 부탁드립니다.

A Message from Our Global Ambassador



프로 테니스 선수
Novak Djokovic
노박 조코비치

1987년 5월 22일 출생, 세르비아 출신
2008년, 2011년, 2012년 호주 오픈, 2011년 윌명던, US 오픈에서 우승하는 등 4대 대회에서도 활약했으며, 2012년 10월에 열린 중국 오픈, 같은 달의 상하이 마스터스에서 우승. 2012년 ATP 세계랭킹 1위로 세르비아의 유니세프 친선대사로도 활약하고 있으며, 2007년부터는 Novak Djokovic Foundation(노박 조코비치 기금)을 설립. 청소년의 생활과 교육에 대하여 기부활동을 하고 있다.

미래를 만드는 어린이들에게 꿈과 희망을 전하고 싶다

저는 2012년 5월에 유니클로의 글로벌 홍보대사에 취임했습니다. 일본의 좋은 라이프스타일이 표현된, 멋진 감각의 어패럴 브랜드 유니클로. 그런 유니클로와 함께 활동할 수 있다는 것을 진심으로 기쁘게 생각합니다.

저는 세르비아에서 태어나 자랐습니다. 꿈을 좇는 일에는 어려움이 따랐지만 '세계 최고의 테니스 선수가 된다'는 꿈은 결코 포기할 수 없었습니다. 다행스럽게도 많은 사람의 도움을 얻어 꿈은 실현되었고, 제 안에서는 'Be Unique(유니크 하라)'라는 철학이 움텄습니다. 어려움이 있더라도 꿈을 포기하지 않아도 되도록. 그러기 위해 저는 도움을 필요로 하는 사람들, 특히, 어린이들이 그런 도움을 필요로 한다면 그들의 힘이 되고 싶다고 기원하게 되었습니다.

유니클로도, 저도, '사람들의 생활과 사회를 더 좋은 방향으로 바꿔가고 싶다'는 정열을 갖고 있습니다. 그 정열에서 탄생한 것이 'Clothes for Smiles' 프로젝트입니다.

이 프로젝트는 유니클로 매출의 일부를 출자하여 1,000만 달러의 펀드를 설립, 앞으로 미래를 만들어 나갈 그들에게 다양한 꿈과 희망을 제공하고자 하는 것입니다. 펀드의 절반은, 펀드 활용 아이디어를 전 세계에서 인터넷으로 모집하여 실행하는 활동으로, 나머지 절반은 글로벌 얼라이언스를 체결한 유니세프(유엔아동기금)가 전 세계에서 벌이고 있는 어린이들의 교육환경 개선에 관한 프로그램에 사용됩니다.

이 혁신적이고 독창적인 프로그램이 앞으로 어떤 것을 성취할 수 있을지 저는 진심으로 설렘니다. 어린 시절부터 셀 수 없을 만큼 많은 분들의 도움이 있었기에 지금의 제가 있습니다. 이 'Clothes for Smiles' 프로젝트에 전 세계 사람들이 참가하여 한 명이라도 더 많은 어린이의 꿈이 실현되고, 그들의 환한 미소가 확산되기를 기원합니다.



노박 조코비치

FR CSR Statement

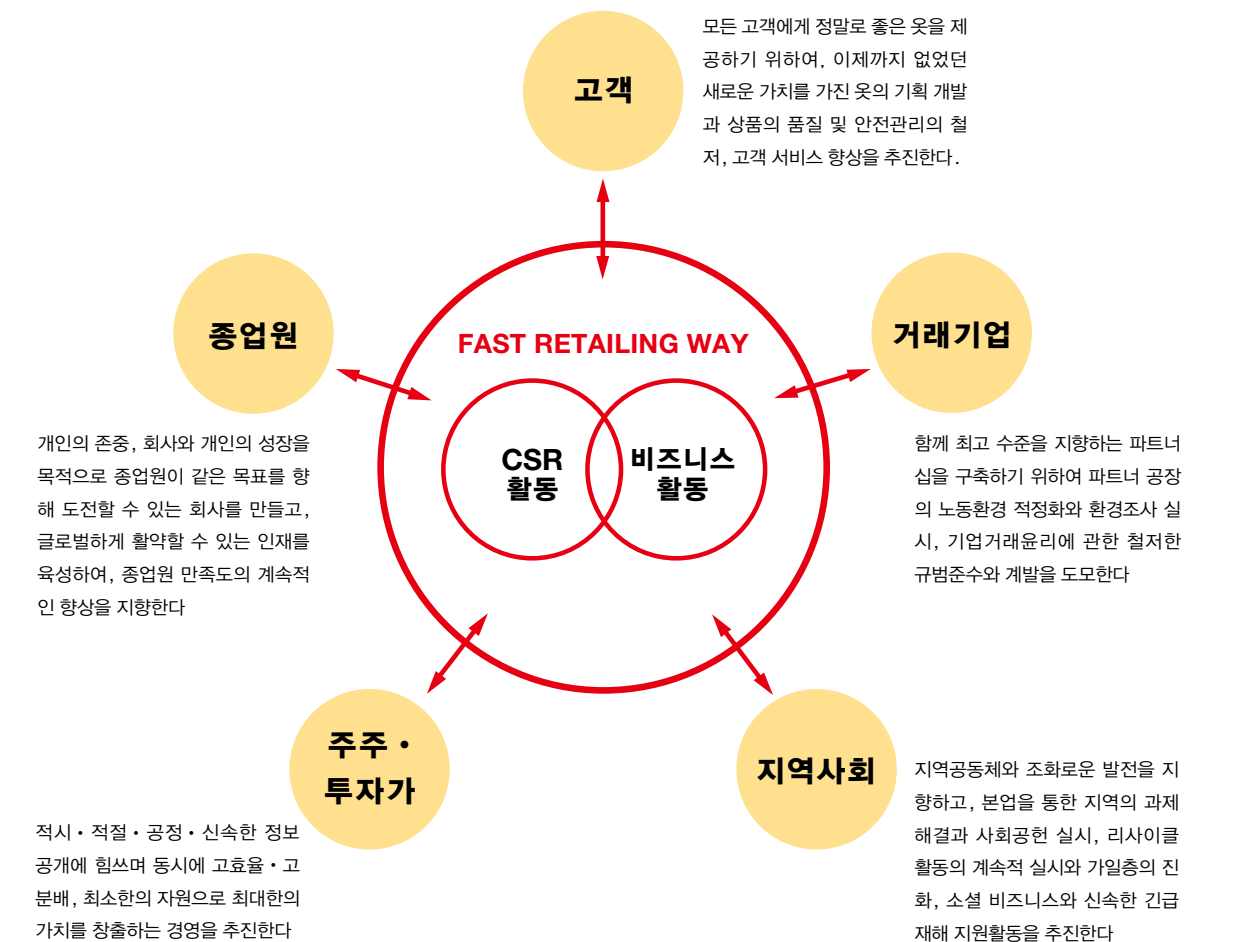
**패스트 리테일링은 CSR과 비즈니스가 자동차의 양바퀴가 되어
'세계를 좋은 방향으로 바꿔나가는 것'을 지향합니다**

패스트 리테일링(FR) 그룹의 목표는 옷이 가진 힘으로 사회와 사람들의 생활을 풍요롭게 하는 것입니다. 그것은 기업이념 'FAST RETAILING WAY'의 서두에 천명한 스테이트먼트에 나타나 있습니다.

CSR이란 '사회에 대한 약속'을 지키는 것이라고 저희는 생각합니다. FR의 사회에 대한 약속이 바로 'FAST RETAILING WAY'입니다. 저희의 모든 행동과 판단은 이 약속을 기준으로 하여 추진해 나갑니다. 여기에 타협의 여지는 없습니다. 규범준수와 기업윤리를 항상 중시하고, 성실하게 행동하겠습니다. 견제와 균형이 살아있는 경영체제를 확립하고, 공정 건전한 기업 지배구조를 확립

하겠습니다. 그리고 이해관계자들과의 대화와 설명책임을 다하고, 국가라는 틀을 넘어선 노력을 추진해 가겠습니다.

기업에 있어 CSR 활동과 비즈니스 활동은 표리일체로 어느 한 쪽이 결핍되어도 그 기업은 사회적으로 좋은 평가를 받을 수 없습니다. 그런 의미에서 자동차의 양바퀴와 같다 할 수 있습니다. 일상적 사업활동을 통하여 정말로 좋은 옷, 이제까지 없었던 새로운 가치를 가진 옷을 만들어내는 것. 전 세계의 모든 사람에게 좋은 옷을 입는 기쁨, 행복, 만족을 제공함으로써 '세계를 좋은 방향으로 바꿔나가는 것.' 그것이 저희가 지향하는 CSR입니다.



FAST RETAILING WAY

Statement 스테이트먼트

옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다

Mission FAST RETAILING 그룹의 미션

FAST RETAILING 그룹은

- 정말 좋은 옷, 지금까지 찾아볼 수 없었던 새로운 가치를 지닌 옷을 만들어 전 세계의 모든 사람에게 좋은 옷을 입을 수 있는 기쁨과 행복, 그리고 만족감을 제공합니다.
- 독자적인 기업활동을 통해 사람들이 충실한 삶을 실현하는데 공헌하고, 사회와의 조화로운 발전을 지향합니다.

Value 우리의 가치관

- 고객 입장에 입각
- 혁신과 도전
- 개성 존중, 회사와 개인의 성장
- 정의를 향한 집념

Principle 나의 행동규범

- 고객을 위해 다양한 활동을 합니다.
- 탁월함을 추구해 최고 수준을 지향합니다.
- 다양성을 살린 팀워크로 높은 성과를 실현합니다.
- 모든 일을 신속하게 실행합니다.
- 현장, 상품, 현실에 입각해 리얼한 비즈니스 활동을 전개합니다.
- 높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다.

FR CSR Statement

'세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다'

저희는 '옷의 바람직한 모습'을 바꿈으로써 전 세계 사람들의 생활을 풍요롭게 만들어 나가겠습니다.

이 세상에 지속적인 가치를 창출하는 기업이기 위하여 올바른 경영을 추구하고, 사회와 더불어 성장하며, 차세대의 세계 기준을 창조합니다.

'세계를 좋은 방향으로 바꿔나가는 것.' 그것이 저희가 지향하는 CSR입니다.

세계를 좋은 방향으로 바꿔나가기 위해 저희는 끊임없이 '도전(Challenge)'합니다

패스트 리테일링 그룹의 CSR 스테이트먼트는 '세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다'는 것입니다.
'옷의 바람직한 모습'을 바꿈으로써 전 세계 사람들의 생활을 풍요롭게 하고 싶다는 것.
그것이 저희가 목표로 하는 CSR 활동의 사고방식입니다.

저희가 비즈니스 활동이나 CSR 활동을 하는 데 있어 특히 중요시하고, 계속 추진해야 할 테마로 삼고 있는 것은
'생산·지역사회·인재·환경'의 네 가지입니다.
'생산'은 옷 만들기라는 저희의 비즈니스 활동의 근간입니다. 사내의 생산관리체제는 물론, 각 공장과의 강력한
파트너십으로 세계 최고 수준의 옷 만들기 실현을 목표로 하고 있습니다.
또한, 글로벌 기업으로서 계속 발전하는 저희에게 밀접한 관계가 있는 것이 바로 '지역사회'입니다.
지역사회에서 생활하는 사람들에게 정말로 필요하고, 또 좋은 옷을 제공하는 것이 저희의 사회공헌이자 책임이라고
생각합니다.
한편, 글로벌하게 전개하기 위해서는 그것을 뒷받침하는 '인재'가 필요합니다.
앞으로 저희의 활동을 추진하고 세계의 미래를 만들어 갈 인재를 계속해서 육성할 필요가 있습니다.
'환경'에 대해서는 저희 사업이 끼치는 영향을 정확하게 인식하고, 환경부하가 가장 적은 형태로 사업을 추진하는 것이
기업으로서의 중요한 책임이라고 생각하며 항상 임하고 있습니다.

2011년판부터 천명해 온 이러한 테마를 이번 "FAST RETAILING CSR REPORT 2013"에서도 생각하고,
항상 끊임없이 도전하는 활동내용을 '도전(Challenge)'이라는 특집으로 꾸몄습니다.
이 보고서를 바탕으로 이해관계자 여러분의 기대와 관심, 우려 사항 등에 진지하게 대응해 가고자 하오니 기탄없는
의견을 내주시기 바랍니다.

Challenge 1 생산/Production	p9
파트너 기업과 함께 창조하는 '세계 최고 수준의 옷 만들기'	
Challenge 2 지역사회/Community	p20
옷의 힘으로 새로운 가치를 낳고, 지역사회를 바꾼다	
Challenge 3 인재/Human Resources	p27
전 세계의 인재가 모이고, 희망을 갖고 성장할 수 있는 무대가 된다	
Challenge 4 환경/Environment	p34
이해관계자들과 연계·협동하면서 환경부하 삭감에 도전한다	
FR Global Leader Commitment	p40
세계 각 거점의 리더에 의한 CSR 커미트먼트	
Corporate Governance/Compliance	p42
기업 지배구조/규범준수	
Company Profile	p43
패스트 리테일링 그룹의 개요	

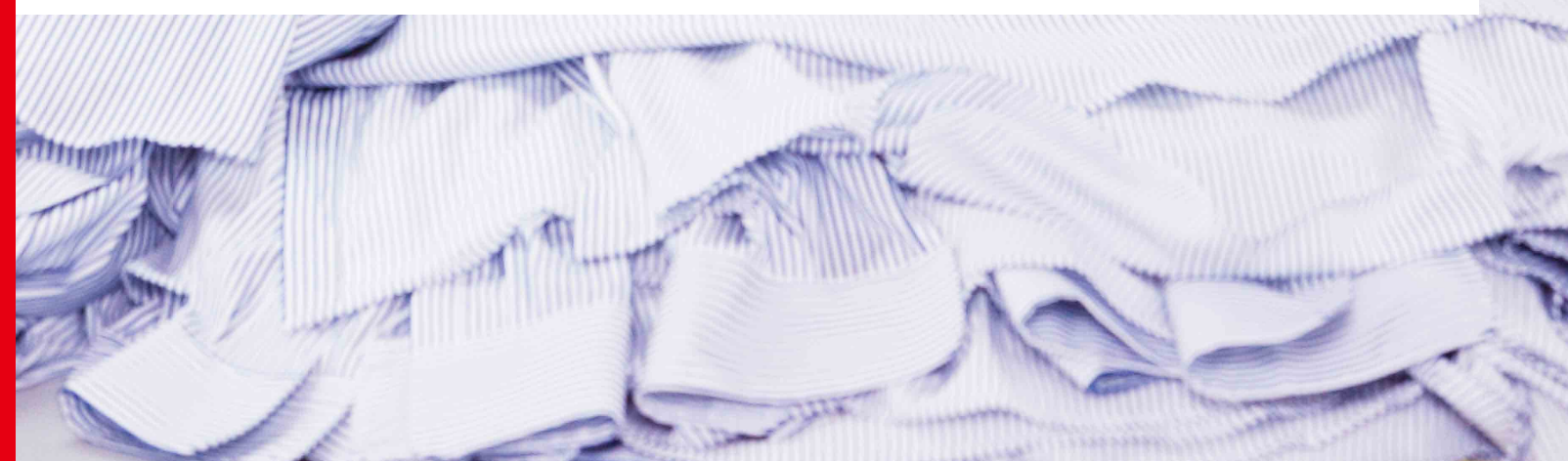
Challenge 1

생산/Production



파트너 기업과 함께 창조하는 '세계 최고 수준의 옷 만들기'

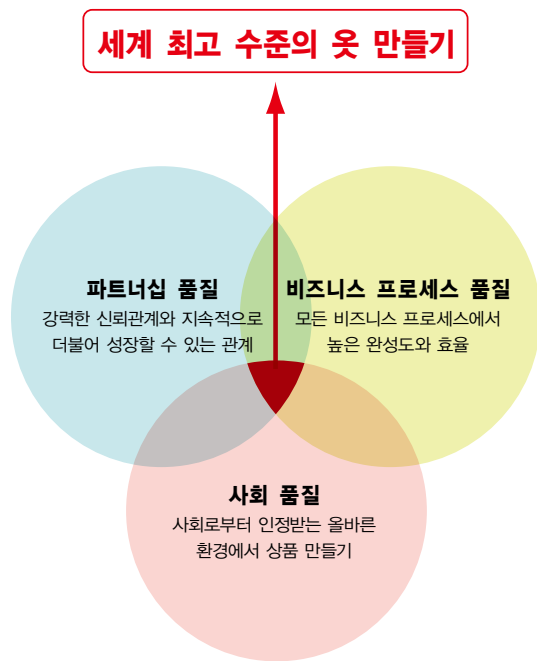
좋은 상품을 제공하는 것은, 고객 기대에 부응하는 것의 일부이며 기본 조건에 지나지 않습니다.
패스트 리테일링이 지향하는 '세계 최고 수준의 옷'이란, 단지 품질이 좋다는 것뿐만 아니라
모든 거래기업과 올바른 파트너십을 구축하고, 적절한 환경과 올바른 프로세스를 거쳐 만들어진 최고 품질의 상품을
제공하는 것에 의해서만 실현될 수 있습니다.
이를 위해 저희는 장기적인 시야에 입각하여 같은 이상과 같은 이념을 공유하는 세계 각지의 파트너 기업과 더불어
성장해 나가기 위해 다양한 노력을 추진하며 끊임없이 도전하고 있습니다.



Global Strategy

모든 면에서 '세계 최고 수준의 옷'을 추구하는
패스트 리테일링의 옷 만들기

'세계 최고 수준의 옷'을 실현하기 위해 정말 좋은 원단, 정말 좋은 상품을 개발하고, 원료, 원단에서 최종 상품에 이르기까지 모든 제조 프로세스를 직접 관리하여, 고객에게 제공하는 것. 그러한 일련의 프로세스가 지속성을 가지고, 한층 더 개선되어, 진화해 가는 체제야말로 저희가 지향하는 '세계 최고 수준의 옷 만들기'입니다. 그리고 그 실현에는 3가지 품질이 필요하다고 생각합니다.



우선 기본이 되는 것은 '사회 품질' 즉, 사회로부터 인정받는 올바른 환경에서의 상품 만들기입니다. 구체적으로는 공장에서의 노동환경과 환경보전, 생태계에 대한 영향 등 사회적으로 요구되는 품질을 말합니다. 저희가 상품을 제조할 때에, 원재료의 선정에서는 동물 애호의 관점도 포함하여 안전하고 쾌적한 공장에서 환경부하가 적은 방법으로 만들 필요가 있습니다. 기업은 사회의 일부로서 존재하는 것이며 그렇기 때문에 지켜야 할 의무가 있습니다. 또한, 적극적으로 사회에 공헌해야 하며 사업 그 자체가 사회를 개선하는 것이어야 할 필요가 있습니다.

두 번째는 저희의 가장 큰 장점이기도 한 공장과의 '파트너십 품질'입니다. 대다수 글로벌 어패럴 기업은 수백에서 천 개가 넘는 위탁공장에서 생산하고 있으나, 유니클로는 6억 벌 이상의 상품을 약 70개의 거래기업에서 생산하고 있습니다. 이는 저희가 거래하는 공장을 장기적으로 비전을 공유할 수 있는 파트너 기업에 한정하고 있다는 점, 그리고 파트너 기업과 저

희가 사업을 함으로써 더불어 성장해 가는 것을 전제로 하고 있기 때문입니다. 그렇기 때문에 당연히 저희에게도 커다란 책임이 발생합니다. 제조 프로세스에서 강한 신뢰관계를 구축했다 하더라도 상품이 계획대로 팔리지 않으면 안정적인 발주는 불가능하며 공장 경영에 커다란 영향을 줄 가능성이 있기 때문입니다. 신뢰관계와 구체적인 추진 성과를 토대로 한, 마치 하나의 회사와 같은 강력한 파트너십이 필요합니다.

세 번째는 '비즈니스 프로세스 품질'입니다. 아무리 훌륭한 노동환경과 파트너십이 있다고 하더라도 일의 완성도와 효율이 낮으면 비용 저감, 품질관리 등 모든 프로세스가 제대로 기능하지 않게 되고, 상품 품질과 파트너 기업의 성장에도 악영향을 끼치게 됩니다. 사회의 요청에 대응하고, 고객의 기대에 부응하기 위하여 높은 완성도와 높은 효율이 필요합니다.

이와 같이 '세계 최고 수준의 옷 만들기'는 이러한 3개의 품질이 모두 연동함으로써 비로소 실현됩니다. 강력한 신뢰관계하에서 올바른 비즈니스를 올바른 방법으로 추진하고, 더 많은 고객에게 도움이 될 수 있도록 지속적인 성장을 추구하는 것이 중요합니다. 항상 올바른 비즈니스를 하는 패스트 리테일링(FR)의 자세에 공감하는 기업 및 경영자들과 함께 '거래'가 아닌 '함께 하는 노력'이라는 생각으로 사업을 해 나감으로써 '세계 최고 수준의 옷 만들기'를 실현하고 세계를 좋은 방향으로 바꿔가고자 합니다.



패스트 리테일링 그룹 집행의원 생산총괄 책임자 쿠니이 요시히로

Production Center

최고 품질을 전 세계에서 실현하는
상하이 생산체제

2011년 9월, FR은 중국을 중심으로 한 생산 파트너와의 거리를 좁힘으로써 상품의 완성도를 더욱 향상시키고, 개발 스피드를 높이기 위해 생산부 및 R&D(연구개발) 기능을 상하이에 집약시켰습니다. 원재료 조달에서 디자인, 발주, 생산 프로세스 관리 등 모든 업무를 상하이에서 관리하는 체제가 실현되어 업무에 커다란 성과가 나타났습니다.

'서로 같은 샘플을 눈앞에 두고 논의할 수 있다는 점이 가장 컸다고 생각합니다. 그리고 공장과의 왕래가 빈번해짐으로써 서로의 현실적인 과제를 이해할 수 있게 되어, 해결해야 할 논점이 명확해졌습니다. 이에 따라 품질, 납기, 생산 조정 등의 모든 대응을 비약적으로 개선할 수 있게 되었습니다. 스태프, 공장, 이 모두가 실현해야 할 '세계 최고 수준의 옷'을 공유할 수 있게 된 것입니다.'라고 상하이 사무소의 이케다 시게루 총괄 리더는 말합니다.



앞으로의 과제는 생산수가 많은 상품 등을 여러 지역에서 나누어 생산할 때, 특히, 중국 이외의 나라에서 생산하는 경우에 품질을 높은 수준에서 맞추어 가는 것입니다. 나라에 따라 소재나 부자재의 품질에 편차가 있다든가 국내에서 조달할 수 없다는 등의 문제, 그리고 공장 종업원의 기술이나 국민성의 차이 등 많은 어려움이 있습니다. 이러한 과제를 해결하기 위하여 '장인(匠人)'(18페이지 참조)의 경험과 지혜도 최대한 활용하고, 상하이를 생산본부로 하여 각 생산사무소, 그리고 파트너 기업과 연계함으로써 '세계 최고 수준의 옷' 실현을 목표로 모든 과제에 도전해 가겠습니다.



유니클로 생산부 상하이 총공사·선전(深圳) 분공사 총괄 리더 이케다 시게루

유니클로의 옷

기업으로서의 미션은 '정말 좋은 옷'을 통하여 모든 사람에게 좋은 옷을 입는 기쁨, 행복, 만족을 제공해 나가는 것입니다.

FR의 중핵을 담당하는 유니클로가 지향하는 궁극의 옷은 'LifeWear'입니다.

이를 명확히 하기 위하여 '유니클로의 옷'을 정의하고 말로 표현하였습니다.

UNIQLO is the **elements** of style.

UNIQLO is a **toolbox** for living.

UNIQLO is clothes that suit **your values**.

UNIQLO is how the **future** dresses.

UNIQLO is **beauty** in hyperpracticality.

UNIQLO is clothing in the **absolute**.

Our Partner - 1

높은 수준에서 절차탁마하며 더불어 세계 최고를 지향하는 패스트 리테일링이 자랑하는 최강의 파트너십

그룹 종업원 8,000명, 8개의 공장을 갖고,
연간 4,000만 벌 이상을 생산하는, 중국을 대표하는 어패럴 생산기업 첸펑 그룹.
15년 전 아직 서로가 작은 회사였던 시절부터
함께 세계 최고 수준의 옷 만들기에 매진해 온 최고의 파트너 중 하나입니다.

파트너십의 뒷받침으로 중국 굴지의 봉제공장으로

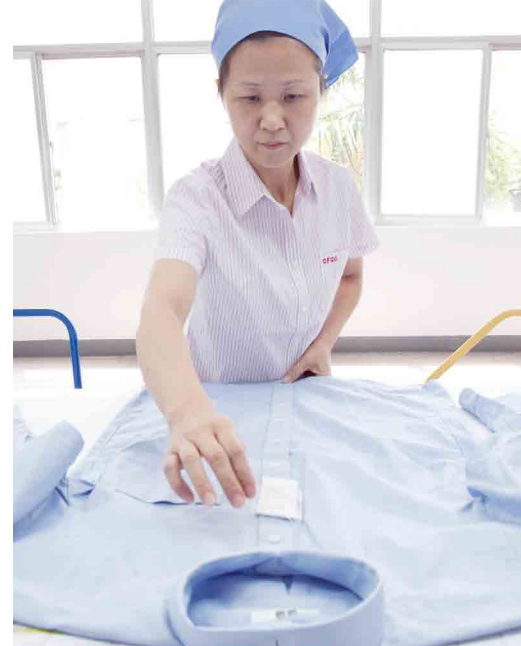
중국 상하이의 교외 장쑤성 (江蘇省) 의 진탄시 (金壇市) 에 자리 잡은 첸펑 그룹의 공장은 부지 면적 22 만㎡ (도쿄도의 약 5 배 크기). 동마다 1,000 명 이상이 근무하는 광대한 공간에 수십 개의 생산라인이 정연하게 형성되어 있습니다. 원단관리에서 재단까지의 모든 과정을 컴퓨터로 관리하는 기계를 도입, 플로어에서는 봉제, 프레스, 옷 개기 등 각각의 담당팀이 한마음이 되어 작업에 임하고 있습니다. 눈길을 끄는 것은 라인마다 걸려있는 “개선”이라고 적힌 한 장의 종이. 이것은 모든 공정에서 향상 업무의 효율을 재점검하고, 유니클로와 함께 문제의 본질을 공유, 개선해 나가기 위한 것입니다. 지금은 봉제공장으로서 중국 국내에서도 높은 평가를 획득하여 품질은 물론, 생산량에서도 중국을 대표하는 공장으로 성장한 그룹의 동사



장 (董事長, CEO) 인 귀신 (尹國新) 씨는 당시를 돌아보며 이렇게 말합니다.

‘지역의 작은 봉제공장이었던 저희가 여기까지 성장할 수 있었던 것은 유니클로와의 파트너십의 영향이 크다고 생각합니다. 거래를 시작하고, 먼저 품질관리 방법이 바뀌었습니다. 그 포인트는 1. 상품의 전 공정 분석 2. 상품의 문제점 수집 (원인을 특정, 개선 계획 입안, 관리 도입) 3. 품질 의식 향상입니다. 그전까지는 결과로서의 불량품 비율 검사밖에 없었고, 검품도 전 상품을 대상으로 하지 않았기 때문에 안정된 운영이 되지 않았습니다. 그래서 “품질은 각자가 각 공정에서 만든다”는 것을 전 종업원과 함께 인식하고, 마지막 검품에서 품질이 확보되는 것이 아니라 하나하나의 부분이 완성품이며 다음 공정에 넘기기 전에 확인하고 또한, 다음 공정에서도 작업에 들어가기 전에 확인 한다는 자세를 철저히 했습니다. 물론, 종업원의 의식을 바꾸고, 공장의 생산성을 높이기 위해서는 어느 정도의 비용과 시간도 필요합니다. 그것을 위해서는 기계도 교체하고, 기술에 대한 공부와 습득을 위한 아낌없는 투자도 중요했습니다.’

앞으로 ‘세계 최고 수준의 옷 만들기’를 함께 실현하기 위해 가장 힘을 쏟고 있는 것은 품질을 한층 더 향상시키는 것입니다. ‘유니클로가 생산계획의 완성도를 고집함으로써 생산이 안정되고, 저희도 공장 기술을 한층 더 향상시켜 그 결과 서로의 효율도 향상되어 가게 됩니다. 지금까지도 매일 유니클로의 생



산부 슈퍼바이저 (SV) 와 “장인 (匠人)”이 저희와 함께 현장에 들어가서 매일매일의 과제를 해결해 왔습니다. 이것은 유니클로에게는 당연한 것입니다. 문제가 있으면 곧바로 연락하고, 곧바로 대응하는 것. 지적 받은 문제를 하나씩 해결해 가는 것이 “성장”으로 이어지는 것입니다.’ (인 귀신 씨)

이와 같이 현장을 중시하는 자세는 지금도 관철되고 있습니다. 이날도 유니클로 생산부 SV 우 아펑 (吳亞峰) 씨가 공장을 방문하여 공유해야 할 과제를 제시하자, 공장의 각 라인 책임자들이 곧바로 모여들어 진지하게 논의하고 있었습니다. ‘서로에게 이익을 낼 수 있는 환경을 만드는 것이 중요합니다. 예를 들면, 공장에 대해 “전 상품을 검품하십시오.”라고 하는 것은 간단하고, 그것이 유니클로의 품질에 공헌하는 것은 확실합니다. 하지만 그것만으로는 리스크를 공장에 부담시키는 것이 됩니다. 사전에 문제를 해결할 수 있도록 품질관리 체제를 함께 만드는 것. 팀워크를 만드는 것이 필요합니다. 공장은 품질 달성을 위한 가족입니다’라고 우 아펑 씨는 말합니다.

물론, 처음부터 모든 것이 잘된 것은 아닙니다. ‘처음에 담당자가 되었을 때, 첸펑 그룹의 공장장에게 문제점으로 느낀 것을 지적하자 “계속 이렇게 해왔기 때문에 바꾸고 싶지 않다”는 대답을 들었습니다. 어떻게 하면 납득시킬 수 있을까를 “장인

(匠人)”과 함께 생각하고, 직접 봉제 시범을 보이자, 오랫동안 해 온 방식을 곧바로 개선해주었습니다. 도움이 되도록, 그리고 힘이 되어 주고자 생각하고, 그것이 성과를 내면 좋은 관계를 만들 수 있습니다.’ (우 아펑 씨)

각 종업원이 기술을 향상시키고, 공장도 더불어 성장한다

첸펑 그룹은 종업원의 노동환경에도 최대한 배려하고 있습니다. 그것은 “종업원은 가족”이라는 인 귀신 씨의 신조이기도 합니다. ‘임금은 업계에서는 가장 높은 수준이고, 종업원의 건강과 품질을 위해서도 노동시간 컨트롤은 중요합니다. 저는 저를 보스라고 부르는 것을 금지하고 있습니다. 공장은 한 사람의 것이 아니기 때문입니다. 여기에서 일하는 것은 단지 임금 때문이라고 생각하기를 원하지 않습니다. 자신의 기술을 향상시키고, 공장도 더불어 발전해 가며, 가족의 일원으로 느끼기를 바랍니다.’

공장 벽에는 고민과 불안이 있으면 언제든지 상담을 할 수 있도록 24시간 연락 가능한 핫라인 번호가 적힌 플레이트가 게시되어 있습니다. 거기에는 동사장 (董事長, CEO) 인 인 귀신 씨와 공장장의 전화번호, 그리고 행정당국의 전화번호 등이 게재되어 있습니다. ‘지금은 적어졌지만 10여 년 전 처음 게시했을 때, “공장장에게 엄청나게 혼났다. 납득할 수 없다. 압력이 있다”는 전화가 끊이지 않았습니다. 그래서 관리자들이 모여 곧바로 해결할 수 있게 한 것입니다.’ (인 귀신 씨)

종업원을 사랑하고, 파트너 기업을 소중히 여기는 인 귀신 씨의 꿈은, 세계 제일의 봉제회사가 되는 것입니다. ‘유니클로의 꿈은 세계 No.1의 실현입니다. 첸펑은 유니클로와 함께 품질 No.1을 목표로 하고자 합니다. 부디 꿈을 실현하기를 바랍니다.’

함께 절차탁마하며 성장을 지향하는 든든한 파트너 기업이야말로 패스트 리테일링의 최대의 강점입니다.



유니클로
상품본부 생산부 직물생산팀
슈퍼바이저
吳亞峰
우 아 펑

CHENFENG GROUP CO., LTD.
동사장 (董事長)/CEO
尹國新
인 귀신



Our Partner - 2

유니클로와 함께 일한다는 것, 그것은 '불가능하다고 생각했던 것을 가능케 한다'는 것

유니클로와 거래를 시작한 지 2년째인 판 브라더스(PAN BROTHERS).
수많은 글로벌 브랜드와 거래를 해왔지만, 유니클로와의 거래는 유니클로의 높은 품질 기준과 면밀한 프로세스에 대한 놀라움과 악전고투의 연속이었습니다.
그리고 높은 벽을 넘었을 때 세계 최고를 향한 꿈이 더욱 커졌습니다.

유니클로의 높은 기준과 이념에 충격

인도네시아에 16개 공장을 전개하고, 21,000명의 종업원을 거느린 판 브라더스는 유니클로와 거래를 시작한 지 2년째가 되는, 아직 새로운 파트너 기업입니다. 그 기간을 되돌아보며 CEO인 루디안토 세티조(Ludijanto Setijo) 씨는 말합니다. '다양한 글로벌 브랜드와 줄곧 일을 해왔지만, 일본의 브랜드는 유니클로가 처음이었습니다. 우선 놀랐던 것은 높은 품질 수준의 요구였습니다. 불량품이라는 기준이 있는데 다른 글로벌 브랜드에 비해 3배 이상 엄격합니다. 그리고 전례가 없는 전 상품 검사. 솔직한 심정으로 너무 까다로운 거래기업이라고 느꼈지만, 생산개시 몇 개월 전부터 꼼꼼하게 준비를 거듭하는 진지한 자세에 감명을 받아, 장기적인 비전을 갖고 맺어진 파트너십을 믿고자 하는 마음이 생겼습니다.'

유니클로와 일한다는 것은 높은 품질기준과 그것을 달성하기 위한 사고방식을 포함해서 이제까지 불가능하다고 생각했던 것을 가능하게 하는 것이라고 부사장인 안 파트리샤 수탄토(Anne Patricia Sutanto) 씨는 말합니다. '처음 유니클로의 기준과 프로세스를 들었을 때, 달성할 수 있을지 정말로 불안했습니다. 예상대로 처음 3개월은 믿을 수 없을 정도로 힘들었습니다...'

염려했던 것처럼 판 브라더스에게는 어려운 과제의 연속이었습니다. 예를 들면, 공정마다 품질검사가 들어가기 때문에 실수가 발생하면 공정마다 다시 작업을 하지 않으면 안 됩니다. 그러한 체제로 최종적인 불량률을 줄이는 효과가 있지만, 이제까지는 없었던 재작업이 발생합니다. 이는 번거로운 뿐만 아니라, 언뜻 보기에는 효율이 낮은 것으로 느껴지기 때문에 종업원으로서 별로 하고 싶지 않아 하는 것도 당연합니다. 하지만 유니클로의 종업원이 와서 함께 공정에 들어가 작업방식을 설명하고 불량품이 실제로 줄어가는 결과를 구체적으로 보여줌으로써 공장 종업원들에게도 변화가 생기기 시작했습니다. 무엇을 해야 할지가 명확해져서 앞으로의 일에 활용할 수 있다는 것을 알게 된 것입니다. '유니클로의 생산 프로세스는 공정의 어느 단계에서 어느 로트에서 실수가 있었는지 곧바로 알 수 있기 때문에, 대량 생산된 상품 중에서 문제가 있는 것만을 특정하여 대응할 수 있습니다. 얼핏 보기에는 작업량이 증가한 것 같지만, 이것 덕분에 얻어지는 것은 큼니다'(세티조 씨). 또한, 함께 추진해온 유니클로의 쓰지모토 미쓰히로 씨는 '함께 성장해 가기 위해서는 진정한 신뢰관계가 중요합니다. 미국이나 유럽 기업은 불량품률이 몇%면 OK라는 입장이지만, 유니클로는 공장과 함께 서로 아이디어를 내서 개선해 갑니다. 더 좋은 노동환경에서 품질을 높이면서 생산성도 향상시켜가기 위해서 모든 협력을 합니다. 판 브라더스도 그것에 대해 최대한의 능력을 결집하여 부응해주는 훌륭한 파트너 기업'이라며 기대를 담아 말합니다.

결과적으로, 판 브라더스의 종업원에게도 규율과 품질에 대한 의식이 높아져, 3개월 후에는 생산과 품질에도 커다란 변화가 나타났습니다. '유니클로와 함께 일함으로써 성과가 나타났고 자신감도 생기게 되었습니다. 2015년까지 매년 10% 이상 생산능력을 확대하여 서플라이 체인을 더욱 강화할 것을 목표로 하겠습니다.' 라며 판 브라더스의 두 대표는 든든한 메시지를 전해 주었습니다.

PAN BROTHERS
Vice Chief Executive Officer
Anne Patricia Sutanto
안 파트리샤 수탄토

PAN BROTHERS
Chief Executive Officer
Ludijanto Setijo
루디안토 세티조



아시아 제일의 생산거점을 목표로

인도네시아 제3의 도시 솔로 교외에서 새 공장도 시동하고, 매월 50만 점~100만 점을 생산하는 판 브라더스지만, 한층 더 성장하기 위해서는 아직 과제가 많다고 세티조 씨는 말합니다. '앞으로의 과제 중 하나는 소재와 부자재의 조달입니다. 요구되는 품질을 유지하고, 또한, 많은 양을 안정적으로 계속 생산하기 위해서는 품질 좋은 소재를 확보하고, 필요한 양을 계획적으로 공장에 납품할 수 있어야 합니다. 중국에서는 거의 모든 것을 중국 국내에서 조달할 수 있지만, 인도네시아에서는 소재와 부자재 중 많은 양을 베트남으로부터의 수입에 의존하고 있기 때문에 공급이 안정되어 있지 않습니다. 앞으로는 유니클로와 함께 소재 메이커의 발굴 등 서플라이 체인의 상류, 즉, 조달처 등의 강화를 추진해 나가겠습니다. 또 하나는 인재입니다. 풍부한 노동력이 있는 인도네시아지만 스킬 측면에서 과제가 많고, 봉제를 하는 종업원 비율에 비해 관리자 인원, 검품 인원의 비율이 아직 높은 상황입니다. 앞으로는 높은 품질을 유지하면서 봉제를 하는 종업원의 비율을 높여가고자 합니다.'

한편, 스탠토 씨는 공정 이외의 부분에서도 배워야 할 점이 있다고 생각합니다. '일본인들이 일하는 데 있어서의 팀워크와

5S(정리(Seiri), 정돈(Seiton), 청소(Seiso), 청결(Seiketsu), 예의범절(Shitsuke) + 1A(안전(Anzen))라는 사고방식에 관심이 있습니다. 배우고 개선할 것이 많이 있다고 생각합니다. 또한, 취업규칙의 침투와 규범준수에 대한 대응도 중요합니다. 저희는 해외 기준에 맞는 기준을 본사에서 통일하여 작성하고, 그운용은 각 지역의 인사부가 그 공장마다 현지의 노동기준에 따르면서 법률로 정해진 기준으로 실천하고 침투시키기 위해 노력하고 있습니다. 그러한 노력이 인재 유지, 품질 향상으로 이어진다고 생각합니다.'

파트너십을 통해 메리트와 더불어 과제 지적도 받아들여, 함께 성장해 가고자 하는 판 브라더스의 자세에 깊이 공감하면서 쓰지모토 씨는 기대합니다. '지금은 직물 중심이지만 가까운 장래에는 인도네시아에서 모든 아이템의 상품을 생산하고 싶습니다. 소재부터 봉제까지 인도네시아 안에서 완결할 수 있게 하여 중국에 필적하는 생산거점으로 만들어 가고 싶습니다.'

아시아 제일의 생산거점을 목표로 유니클로와 판 브라더스의 도전은 계속됩니다.



유니클로
생산부
인도네시아 사무소 소장
쓰지모토 미쓰히로

Monitoring

더욱 품질 좋은 안심 · 안전한 상품과 서플라이 체인에 관여하는 사람들의 행복과 만족을 위하여

패스트 리테일링에게 모니터링은,
‘세계 최고 수준의 옷 만들기’를 실현하기 위해 파트너 기업과 협동하여 추진하는 노력입니다.
단지 기준을 체크하는 것에 그치지 않고, 노동환경을 정비하여 생산성과 품질, 종업원 만족도를 향상시켜,
기업과 지역 쌍방에게 가치를 창조하는 사이클을 함께 만들기 위해 이러한 노력을 진화시켜 가겠습니다.

더욱 효과적인 모니터링과 개선지도로

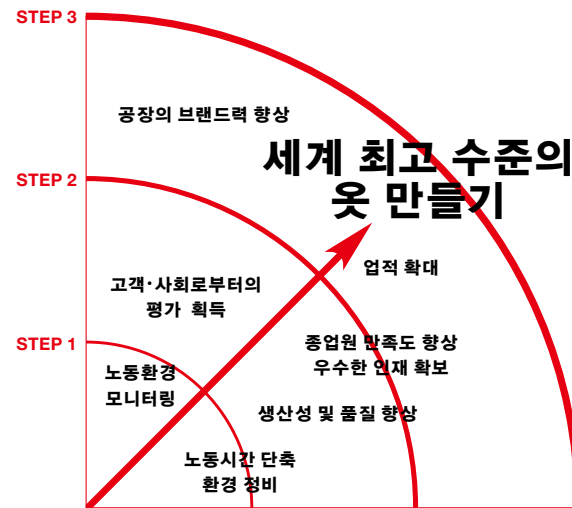
패스트 리테일링(FR)은 ‘생산 파트너 대상 윤리 규범(CoC, Code of Conduct)(19페이지 참조)을 2004년도에 제정하고, 주요 파트너 공장에 대한 노동환경 모니터링을 하고 있습니다. 모니터링에서는 생산 현장에서 아동노동과 강제노동이 있지는 않은지, 작업환경이 안전하게 유지되고 있는지 등을 외부 전문기관이 확인하고, 그 결과에 대해 FR 종업원이 필요한 지도를 실시합니다.

2012년 8월 말 시점의 모니터링 결과는 17 페이지와 같습니다. 2012년도에 발생한 심각한 사례(E 평가)는 허위보고 5건, 아동노동 3건, 또한, 소정 기간 내에 개선이 이루어지지 않았던 사례 5건 등 총 13건입니다. 이에 대해서는 ‘기업거래 윤리위원회(19페이지 참조)’에서 고용에 대한 영향이 없는가 등을 포함하여 심의한 후에 거래 재고 조치를 했습니다. 그 후, 1건은 개선을 확인하고, 4건은 거래를 중지하였으므로 2012년 8월 말 시점에서의 E 평가 공장은 8건이 되었습니다.

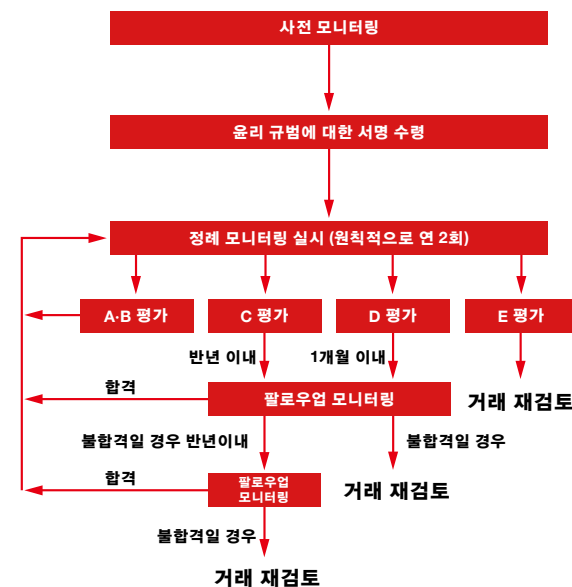
FR의 CSR 활동을 포함한 생산체제는 거래기업 수를 줄이고, 공장과 일체가 되어 개선활동을 추진해 가는 것이 특징입니다. 공장의 노동환경 개선에 관해서도 대처적인 해결방법이 아니라, 공장 신뢰관계를 구축하면서 근본적인 해결을 도모하는 것이 중요하다고 보고 있습니다. 개선이 필요한 공장은 FR 종업원에 의한 직접 방문지도 외에도 중국에서는 과제별, 기업 그룹별 연수회를 개최하여, FR 기준의 내용, 구체적인 해결방법을 더 깊이 해설하고, 해결로 이끄는 노력을 시작했습니다. 공장에서 전임 담당자 설치 등의 체제 만들기, 자사 감사 체제 만들기 등 공장에서의 관리능력 향상에도 노력해 가겠습니다.

또한, 이러한 노력에 대한 NGO 등 제3자로부터의 리뷰·평가 실시와 공장 스스로 문제를 해결하는 능력을 향상시키는 지원을 통해 더욱 효과적인 모니터링으로 만들어 나가겠습니다.

●생산 파트너와의 노력과 지향하는 자세



●노동환경 모니터링 체제



●FR 그룹의 노동환경 모니터링 결과(2012년 8월 말 시점)

평가	내용	2010		2011		2012	
		FR 그룹	(그 중 유니클로)	FR 그룹	(그 중 유니클로)	FR 그룹	(그 중 유니클로)
A	지적 사항 없음	10	(9)	6	(6)	9	(8)
B	경미한 지적 사항 1 개 이상	53	(52)	66	(56)	87	(59)
C	중대한 지적 사항 1 개 이상	68	(50)	91	(63)	69	(51)
D	매우 중대한 지적 사항 1 개 이상	39	(19)	25	(19)	56	(34)
E	즉시 거래 재고 대상으로 할 필요가 있는 매우 악질적이고 심각한 사항	4	(2)	0	(0)	8	(7)
정례 모니터링 실시 공장 수		174	(132)	188	(144)	229	(159)

- 2012년도의 노동환경 모니터링은 229개 공장을 대상으로 실시했습니다
- D 평가는 건수가 증가. 신규로 거래를 시작한 공장에서의 D 평가 비율이 높았기 때문에 사전 모니터링 후 개선지도의 철저화와 연수회 실시 등을 지속적으로 하여 조기 해결에 주력하겠습니다
- E 평가도 건수가 증가하였기 때문에 문서통지, 연수회, 설명회, 공장 방문 등 모든 기회를 이용하여 FR 기준을 침투시키고 미연 방지에 힘쓰겠습니다

2012년도에 검출된 결과 개선 사례

- 노동시간 관리(중국)
출근기록에서는 일요일은 전원 휴일로 되어 있었으나, 원재료 수령 기록에서는 종업원 몇 명이 어느 일요일에 근무했던 것으로 판명되었다. 원재료가 일요일에 입하되는 경우, 출근 기록을 하지 않고 수령한 종업원이 있던 것이 원인이었다. 물품 수령 작업만이라고 할지라도 출근기록을 확실히 할 것, 또한, 휴일은 원재료 반입을 하지 않도록 철저화. 후속 모니터링에서 개선을 확인하였다.
- 주 1일 휴일 확보(태국)
최장 연속 근무가 13일간인 종업원이 있었다. 원인을 확인한 바, 공장단지 내의 인제 모집 타이밍이 겹침으로써 필요 인원의 채용이 늦어져, 공장 설립 작업을 위해 엔지니어가 휴일 출근을 했던 것을 알게 되었다. 공장은 주 1일을 휴일로 하는 방침을 재차 철저히 하고, 후속 모니터링에서 개선을 확인하였다.

- 임금 계산방법을 널리 알림(베트남)
모니터링 때 종업원이 임금 계산방법을 올바르게 이해하고 있지 않았다는 것이 지적되었다. FR 종업원이 공장을 방문하여, 계산방법에 대한 정책이 있으나 고지되지 않았다는 것을 확인. 종업원 미팅 개최와 공장 내 게시로 널리 알리도록 지도하고, 후속 모니터링에서 개선을 확인하였다.

- 유급휴가(중국)
법정 휴일은 법률상 유급휴가로 해야 함에도 수습기간(1개월) 중의 종업원이 유급으로 처리되지 않았다. FR 종업원이 유급휴가 부여의 올바른 사고방식을 공장 과 확인하고, 후속 모니터링에서 개선을 확인하였다.

- 신규 공정의 화학물질 대응(중국)
새롭게 추가한 레미네이트 공정에서 법규 대응(화학물질 취급 설명서 작성, 공기 중 유해 물질 검사, 마스크 착용 등)이 누락되어 있었다. FR 종업원이 신규 공정 추가 시에는 법률 대응을 누락 없이 시행하도록 다시금 공장요청. 검사 보고서 포함 개선보고를 수령하고, 대응 완료를 확인하였다.

2012년도에 검출된 심각한 사례(E 평가)

- 아동노동(중국)
2011년 10월, FR 종업원이 공장을 방문했을 때, 1명의 종업원이 1995년 12월 출생으로, 언니의 ID 카드를 사용하여 입사했다고 대답하여 아동노동이 발각되었다(중국에서는 만 16세 미만인 자의 취업은 금지되어 있다). 채용 면접은 공장 총경리가 실시하고, ID 카드가 위조가 아닌 것은 확인하였지만, 용모가 닮아서 언니의 것이라고 눈치채지 못했다는 것을 알게 되었다. FR 종업원이 재차 방문하여 해당 아동이 16세가 되기까지의 임금을 수령한 후 퇴직하였다는 것, 인사 파일은 전 종업원의 것이 정비되어 있다는 것을 확인. 공장 경영진은 응분의 채용 절차를 수행하였으나, 과실이 있었다는 것은 사실이기에 본 건 내용을 심각하게 고려하여 거래량을 축소하였다.
- 허위보고(중국)
정례 모니터링에서 종업원 인터뷰와 노동시간 기록 사이의 불일치가 발각. 종업원 출근기록과 급여명세서에서는 토요일 근무시간이 4시간이었으나, 4명의 종업원이 토요일에 8시간 근무하고 있다고 대답하였다. FR 종업원이 재차 방문하여 확인한바, 인사책임자가 법정 잔업시간 이내로 보이게 하려고 실가동시간의 일부만을 기록한 것을 모니터링 때에 제출하고, 나머지는 별도 기록으로 관리하고 잔업수당을 지불했다는 것을 증언. 허위보고는 대단히 악질적인 것으로 간주되므로 본 건 내용을 심각하게 고려하여 해당 공장과의 거래 정지 조치를 실시하였다.

품질 · 안전관리 체제 및 거래기업에 대한 책임

패스트 리테일링은 고객에게 정말 좋은 옷을 제공하기 위해 철저한 품질 · 안전관리체제를 갖추고 있습니다. 또한, 기업으로서 법령을 준수하고, 공정함에 유의하며, 종업원과 거래기업에 대해서도 '올바른' 행동을 요구하고 있습니다.

철저한 품질 · 안전관리체제

유니클로는 사업 전개를 하고 있는 일본 · 구미 · 아시아 지역 등 국가와 지역을 넘어 각국에서 제정된 안전기준 중 가장 엄격한 것을 '유니클로의 글로벌 품질 · 안전 기준'으로 채용하고 있습니다. 이러한 기준은 생산 담당 임원을 뽑은 후 '품질 확정 위원회'에서 결정되고, 생산부 내의 생산 리더가 중심이 되어 생산공장과 연계하면서 '장인(匠人)'에 의한 식견 · 경험을 바탕으로 모든 상품이 이 기준을 충족시키고 있는지 확인하고 있습니다. 확인한 정보는 관련 부서 사이에서 공유하고 있으며, 상품품질 고객대응팀이 중심이 되

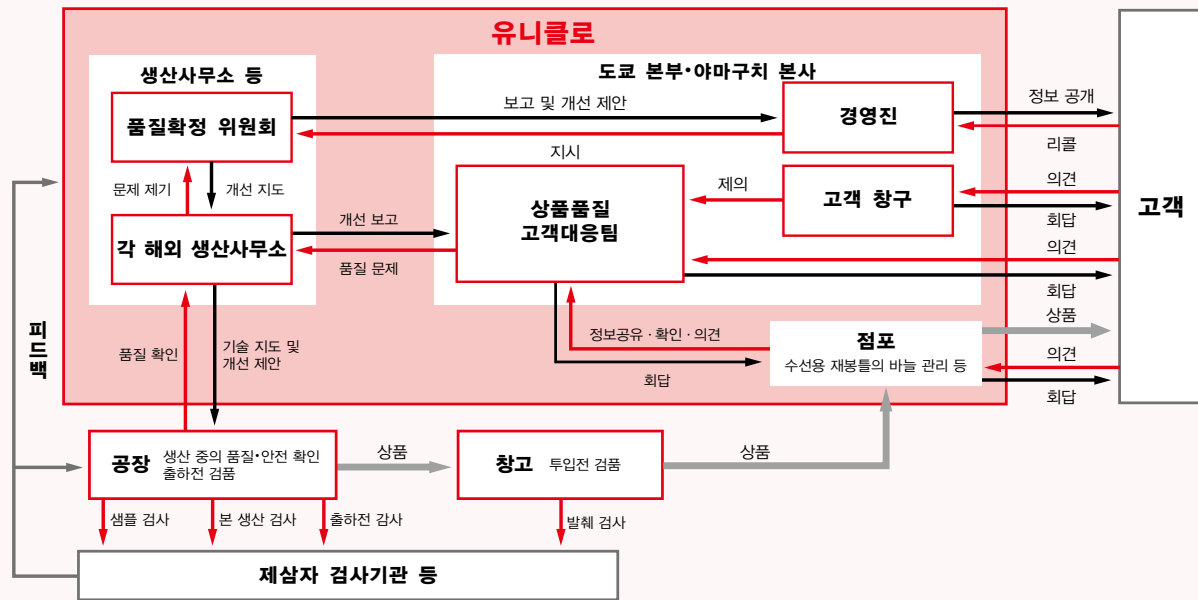
어 고객으로부터의 문의에 원활히 대응할 수 있는 체제를 갖추고 있습니다. 또한, 매 월 CS(Customer Satisfaction: 고객 만족) 추진팀의 '고객 의견 · 요망'과 상품품질 고객대응팀의 '고객 제안'을 바탕으로 해외 생산 사무소(상하이, 선전(深圳), 베트남, 방글라데시, 인도네시아)에 그 내용을 피드백합니다. 그리고 그 내용에 대해 각각 개선과 대책을 입안한 '이상치 사례집(개개의 품질문제에 관한 개선 제안서)'을 작성하고 각 사무소 사이에서 수평적으로 전개함으로써 같은 상품을 취급하는 담당자의 계발과 품질 개선에 도움이 되도록 하고 있습니다.

품질과 안전성을 지키는 '장인(匠人) 제도'

유니클로는 2000년부터 일본이 세계에 자랑하는 섬유산업에서 오랜 경험을 지닌 '장인(匠人)'이라고 불리는 기술자를 각 공장에 파견하여 생산현장에서의 기술지도 및 공정 관리, 인재 육성을 담당하게 하고 있습니다. 소재 장인(匠人)과 봉제 장인(匠人)으로 나뉘어 현재 35명의 장인(匠人)이 중국을 비롯한 생산지역에서 활약하고 있습니다.



●유니클로의 품질 및 안전관리 체제



㈜유니클로 상하이 사무소 생산기술부 장인(匠人) 시라이시 다카히로

현재는 전 세계에 35명 있는 '장인(匠人)'의 한 명으로서 이너웨어 생산에 관한 품질 책임을 맡고 있습니다. 다른 SPA는 보통 검품 회사와 공적인 조사기관에서 상품을 발체하여 품질을 체크하지만 유니클로는 스태프가 매 주 공장에 들어갑니다. 현장에서 현물(실제 상품)을 보고 체크하는 데는 아마 유니클로밖에 없을 겁니다. 입사 이래 추진해 온 중국 공장의 품질 향상과 안정은 성과가 오르고 있습니다. 당초에는 모든 공장에서 최종적인 상품에 대해 제삼자 기관이 감사와 품질 검사를 하고, 검사에 합격하면 출하하는 체제였지만, 공장과 유니클로 담당자와의 일상적인 개선노력으로 공장의 자체적인 검품 정밀도가 감사 검품과 동등한 수준까지 올라왔기 때문에, 현재는 약 절반 정도의 이너웨어 공장(양말 포함)은 제삼자 감사 검품을 할 필요가 없어졌습니다. 앞으로의 과제는 생산수량을 확대해 가는 가운데 중국 이외의 국가를 포함하여 여러 공장에서 생산된 상품이 같은 품질, 같은 규격이 되도록 하는 것입니다. 각국의 사정, 설비, 경험, 기능 수준이 달라 어려운 과제이기는 하나 중국에서의 이제까지의 경험과 지식을 활용하면서 하나하나 해결해 가고자 합니다.

[프로필]
유명 어패럴 메이커 출신. 봉제에 관한 것뿐만 아니라 생산기 계발에서 관련 회사 기술지도에 이르기까지 담당하고 있으며, 타이완의 자회사에서 마지막 7년간은 총경리(總經理)를 역임하였다. 2005년에 ㈜유니클로 입사

안전성에 관한 제삼자 기관의 품질 검사

유니클로 상품에 사용되는 모든 소재는 제삼자 검사기관(※ 1)에 의한 '샘플 검사(염색견뢰도 검사(※ 2)와 포르말린(※ 3) 검사 등)'을 실시하여 안전성을 확인하고 있습니다. 양산 시에는 '본 생산 검사'를 실시하여 다시금 안전성을 확인하고, 공장 출하 시에는 모든 상품의 '출하 전 검품(비늘 · 위험물 혼합 체크 포함)'을 실시하고 있습니다. 또한, 생산파트너 공장에서 이러한 검품이 확실하게 이루어지고 있는가를 확인하는 '출하 전 감사'를 제삼자 검사기관 등과 실시. 참고에 상품이 반입된 후에는 참고에서의 '투입 전 검품' 실시와 더불어 제삼자 검사기관에 의한 '발체 검사'도 실시되어, 안전 · 품질관리체제의 강화를 도모하고 있습니다.

- ※ 1 제삼자 검사기관 : 공내청 납품과 일반 상품 거래에서 공정한 제삼자의 입장에서 섬유 및 상품에 대한 품질 테스트를 하는 기관. 일본에서는 '일반재단법인 카켄 테스트 센터' 등이 있다
- ※ 2 염색견뢰도 검사 : 염색된 제품 고유의 내구성 검사를 말한다
- ※ 3 포르말린 : 포르말린(포름알데히드)은 줄어들을 방지하기 위한 방축제, 주름방지제와 유연제 등으로서 아주 미량이 천연 섬유 가공에 사용되는데, 피부가 민감한 분 등은 습진이나 발진, 피부 알레르기 등을 일으킬 가능성이 있다

상품 리콜에 관하여

패스트 리테일링(FR)에서는 품질에 만전을 기하여 고객에게 상품을 제공하고 있으나 만에 하나 고객이 구매하신 상품에 불량 발생되었을 때는 본부와 현지 사무소에서 불량 상황을 확인하여 곧바로 해당 상품의 생산공장을 특정할 수 있는 체제를 갖추고 있습니다. 2012년도에는 지유(g.u.) 상품에서 상품 불량과 품질 표시 오류로 인한 상품 리콜이 3건 발생했습니다. 폼프와 데 꼬도니에(Comptoir des Cottonniers) 상품에서도 상품 불량에 의한 상품 리콜이 1건 발생하였습니다. 이러한 합계 4건의 리콜을 심각히 인식하고, 사내의 '품질 · 안전관리 담당자'를 중심으로 재발 방지책을 마련함과 동시에, 가일층의 품질 · 안전성 향상을 꾀함으로써 고객의 신뢰를 회복할 수 있도록 노력해 가겠습니다.

생산 파트너 대상 윤리 규범(CoC)

FR에서는 상품이 아동노동이나 강제노동 등이 없는 적절한 노동환경하에서 생산되고 있는지를 정기적으로 점검하고, 개선을 위한 활동을 추진함과 동시에 정기적인 정보공개를 실시하고 있습니다. 구체적인 활동으로는 생산공장의 노동환경(아동 노동 금지와 작업시간 제한 등)에 관하여 국제노동기관(ILO)의 조약 · 권고 등을 참고로 한 '생산 파트너 대상 윤리 규범(CoC)'을 2004년도에 제정하여 서약서에 서명한 봉제공장의 노동환경을 중심으로 외부 전문가에 의한 모니터링을 실시하고 있습니다.

■CoC 항목

- 아동노동 금지
- 강제노동 금지
- 억압 및 괴롭힘(harassment) 금지
- 차별 금지
- 건강과 안전성에 관하여
- 조합 결성의 자유에 관하여
- 임금과 기타 수당에 관하여
- 노동시간에 관하여
- 환경보호에 관하여
- 사내 규정 작성에 관하여
- 모니터링 및 CoC 준수 확인에 관하여

기업거버넌스위원회 설치

FR에서는 거래기업과 대등하고 우호적인 파트너십을 구축하기 위한 행동기준으로서 '우월적 지위 남용(※ 4) 행위 방지 가이드라인'을 제정. 이는 기업으로서 적절하지 않은 행위를 없애기 위하여 종업원의 의식을 높이고 기업행동을 재검토해 나가려는 것입니다. 위원회는 CSR부 책임자를 위원장으로 하고, 상근 감사역, 사외 감사역, 고문

변호사와 사내 관계부처 책임자를 중심으로 구성되어 있습니다. 심의 시에는 거래기업과 FR측 쌍방에 대한 청문회를 실시하여 사실관계를 조사한 후, 위원회에 상정하여 심의 경과를 신청부문에 통지하고 있습니다.

※ 4 우월적 지위의 남용 : 거래상의 지위가 우월하다는 것을 이용하여 상대방을 억압하고, 대등한 관계에서는 있을 수 없는 일방적이고 불리한 거래조건을 강요하는 것

■기업거버넌스위원회에 대한 상정 안건 수

- 2010년도 53건
- 2011년도 57건
- 2012년도 79건

전 부서 대상 거래기업 앙케트 조사

FR은 4반기에 한 번, 거래기업과의 금전적인 부담을 동반한 트러블 유무를 CSR부가 조사하고 있습니다. 또한, 거래기업에 대해서는 2003년도부터 연 1회 앙케트 조사를 실시, 2012년도에는 그룹사를 포함한 390개사에 앙케트 조사를 의뢰하여 207개사로부터 회답을 받았습니다. 발주자는 항상 우월한 입장에 있기 때문에 거래기업과의 사이에서 공정한 거래가 이루어지지 않을 가능성도 있지만, FR에서는 그러한 일이 없도록 항상 노력하고, 거래기업과의 공정한 파트너십의 구축을 지향하고 있습니다. 또한, 회수된 앙케트 조사 내용은 호의적인 의견이 많았으나, 그중에는 당사 종업원의 복장과 말씨 등 비즈니스 매너에 관한 것, 그리고 발주와 납기, 금액과 같은 거래에 관한 의견도 있었습니다. 이러한 의견들을 진지하게 받아들여 전사에서 공유하고 또한 이와 더불어 임원과 종업원의 행동에 문제가 없었는지를 확인하고 관계부문에 대한 보고 및 시정활동을 실시해 나가겠습니다.

2012년도 거래기업 앙케트 결과

- 실시기간: 2012년 8~9월
- 대상: FR 및 그룹 각사의 주요 거래기업

	송부 기업수	회답 기업수(%)
FR/유니클로(일본)	138사	101사(73.2%)
FR/유니클로(일본 이외 지역)	174사	54사(31.0%)
지유(g.u.)	51사	36사(70.6%)
링크 띠어리 재팬(Link Theory Japan)	27사	16사(59.3%)
	390사	207사(53.1%)

※ 2011년도 실적 : 송부 395개사, 회답 156개사(39.5%)

Challenge 2

지역사회/Community



옷의 힘으로 새로운 가치를 낳고 지역사회를 바꾼다

‘높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다.’

이것은 기업이념 ‘FAST RETAILING WAY’에 천명한 ‘Principle·나의 행동규범’ 중 하나입니다.

유니클로와 지유가 벌이고 있는 ‘전 상품 리사이클 활동’에서 회수한 옷의 무게는 총 1,680만 벌에 달하며, 전 세계 4,250만 명 정도로 추정되는 모든 난민, 피난민과 그 외 옷을 필요로 하는 사람들에게 필요한 옷을 전달하는 것을 목표로 하고 있습니다.

3년째에 접어든 방글라데시의 ‘소셜 비즈니스’는 많은 시행착오를 거듭하면서도 새로운 비즈니스 모델의 구축을 향하여 착실하게 전진하고 있습니다.

세계의 모든 나라와 사회에 의류사업을 통하여 공헌하고,

모든 지역사회에게 가치 있는 기업으로 존재하기 위해 전력을 다해 끊임없이 도전하겠습니다.



Recycling

전 세계에서 옷을 필요로 하는 모든 사람들에게 필요한 ‘옷’을 전달하는 것을 목표로 한다

“300만 벌 필요합니다.” 캠페인’과 ‘케냐 난민 캠프 100만 벌 지원’ 등

2012년에도 패스트 리테일링은 글로벌한 규모에서 적극적으로

‘전 상품 리사이클 활동’을 전개해 왔습니다.

일본 국내의 교육기관과 연계한 프로젝트도 실시하여 이 활동은 한층 더 확대되고 있습니다.

300만 벌을 난민 캠프에 전하고 싶다

‘전 세계의 난민 캠프에 있는 사람들에게 300만 벌의 옷을 전하고 싶다.’ UNHCR(유엔난민기구)로부터의 요청을 받아 패스트 리테일링(FR)은 ‘전 상품 리사이클 활동’으로 2012년 6월 1일부터 세계 각지의 유니클로와 지유의 매장에서 “300만 벌 필요합니다.” 캠페인’을 실시했습니다. 이 캠페인은 커다란 반향을 불러, 여러분의 협력으로 10월 7일까지 3,043,114 벌이 모여 300만 벌이라는 목표를 달성했습니다.

이 캠페인의 커다란 계기가 되었던 것이 2012년 3월 아프리카 동부의 케냐를 대상으로 실시한 의류 지원입니다. 이 나라에 난민 캠프가 설치된 것은 1991년. 이후, 주변국으로부터의 난민을 적극적으로 받아들이고 있습니다. 인접한 나라인 소말리아에서는 장기화된 국내 분쟁에다 큰 가뭄이 겹쳐서 2011년에는 사상 최악의 인도적 위기에 직면하여 많은 사람이 케냐로 피난했습니다. 소말리아뿐만 아니라 남수단과 콩고, 부룬디, 에리트레아 등 주변국으로부터 찾아온 난민도 많아서 케냐의 다다브 난민 캠프와 카쿠마 난민 캠프 등에서는 약 63만 명의 난민이 피난생활을 하고 있습니다.

케냐의 난민 캠프에 100만 벌을 지원

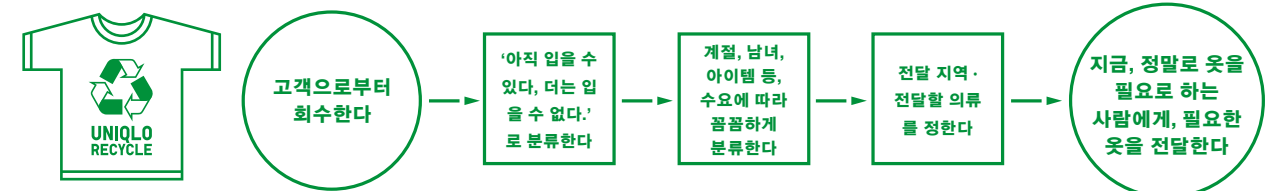
이번 회에는 케냐의 카쿠마와 다다브 난민 캠프와 수도 나이로비의 난민을 대상으로 FR은 한 나라에 대한 지원으로는 과거 최대 규모인 100만 벌의 의류를 지원했습니다. 난민 캠프에는 물과 식량, 텐트 등의 물자는 우선적으로 배급되지만, 의



류 지원은 지체되는 경향이 있습니다. 이번에는 한 명당 4벌(상의, 하의 각 2벌)을 배부. 난민 중에는 갈아 입을 옷도 없이 피난 온 사람들도 많아, 많은 사람으로부터 감사의 인사를 들었습니다. 그러한 한편, 케냐는 지역에 따라서는 겨울 기온이 10℃ 이하로 내려가는 등 기온 차가 있는 곳이기 때문에 여름 옷과 겨울옷이 모두 필요한데, 난민 수와 비교해 지원할 수 있었던 의류의 물량이 턱없이 부족하여 앞으로도 지속적인 지원이 필요합니다.

옷은 부상이나 감염증 등으로부터 몸을 보호하고, 더위와 추위를 막아주는, 생활에 없어서는 안 되는 것임과 동시에 인간의 존엄을 나타내고, 자기표현의 수단이 되기도 합니다. 또한, 어린이가 학교에 다니는 계기가 되고, 여성들이 지역사회에 참가하는 동기부여가 되기도 합니다. 옷의 가치를 최대한으로 살리고 효과적인 지원이 될 수 있도록 앞으로도 전력을 다해 노력하겠습니다.

●‘전 상품 리사이클 활동’의 흐름



회수한 옷, 누계 총 1,680만 벌을 돌파

‘전 상품 리사이클 활동’은 2001년 10월 유니클로의 후리스 리사이클 활동에서 시작되었습니다. 그 후, 회수 대상을 유니클로와 지유에서 판매하는 모든 상품으로 확대. 현재, 일본 국내의 유니클로와 지유의 모든 매장에서 1년 내내 회수하고 있으며, 해외에서도 2011년 3월에 시작한 한국을 필두로 영국과 미국, 프랑스, 싱가포르에서도 활동을 개시. 2012년 3월에는 홍콩, 타이완, 상하이 시내에서도 같은 활동을 시작했습니다.

점포에서의 공지와 이벤트, 신문광고와 웹사이트, SNS 등의 미디어를 통해 이러한 활동이 고객들 사이에 서서히 침투하여, 회수량은 착실히 증가하고 있습니다. 회수한 옷의 누계 총수는 1,680만 벌가량. 이 중 약 629만 벌을 UNHCR과 NGO 등을 통하여 케냐와 네팔, 잠비아 등 24개국의 난민 캠프와 개발도상국의 임산부 등에게 기증했습니다. 하지만 UNHCR의 조사로는 세계의 난민과 피난민의 수 약 4,250만 명. 옷의 수는 아직 턱없이 부족한 실정입니다. 앞으로의 목표는 모든 판매국에서 더 많은 고객의 협력을 얻어 가능한 한 많은 상품을 회수하여 정말로 옷을 필요로 하는 사람들에게 전달해 가는 것입니다.



UNHCR과 교육기관과의 협동

이 활동의 바탕에 있는 것은, 저희가 기업이념에 내건 ‘높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다.’라는 결의입니다. 2006년부터 UNHCR과 협력하여 난민과 피난민에 대한 지원 활동을 시작하고, 2011년 2월에는 더 넓은 영역에서의 문제 해결을 목표로 한 글로벌 파트너십을 UNHCR과 체결하였습니다. 이에 따라 회수 의류의 기증처 범위 확대, UNHCR 현지 사무소에서 패스트 리테일링(FR) 종업원의 인턴십(아래 칼럼 참조) 활동, 그리고 일본에서 난민 인정을 받은 사람들이 유니클로 매장에서 인턴십 활동을 하게 하는 등 다양한 활동을 하고 있습니다.

또한, 일본 국내에서는 ‘전 상품 리사이클 활동’의 확대를 목표로, 다음 세대를 짊어질 젊은이들의 더욱 폭넓은 참가를 끌어내고자 일본 국내의 초등학교, 중학교, 고등학교 등의 교육기관과 연계하여 학교에서의 의류 회수 활동을 2009년부터 실시하고 있습니다. 2012년도(2012년 4월부터 2013년 3월)에는 전국 38개교에서 실시되어 합계 4만 벌(총 누계 1,680만 벌에 포함됨)의 의류를 회수했습니다(23페이지 하단의 칼럼 참조).

난민 캠프에 FR 종업원을 UNHCR의 스태프로서 파견

UNHCR과의 글로벌 파트너십의 일환으로, FR은 2011년 10월부터 종업원에 의한 UNHCR 인턴십 프로그램을 시작하여, 2012년 4월과 9월에 합계 3회를 계속하여 실시했습니다. 제1회와 제2회는 각각 반 년간 각 2명의 종업원이 네팔의 UNHCR 다마크 사무소에 파견되어, 남서부의 쿠두나바리 난민 캠프 등에서 활동했습니다. 현지에서는 의류와 생활양식에 관한 인터뷰 조사와 의류·생리용품 등에 관한 위생 강습, ‘전 상품 리사이클 활동’으로 현지에 전달된 의류 배부, 앞으로의 지원 수요 파악 등을 실시합니다. 또한, 자립 지원 활동과 멘탈케어를 겸한 중이접기와 아로마테라피 교실 등도 실시. 난민들의 생활 개선에 도움이 되는 활동과 FR 종업원의 사회공헌의식 향상 등, 서서히 성과를 올리고 있습니다. 2012년 9월의 제3회 파견에서는 2명의 종업원을 반 년간 방글라데시의 UNHCR 록스 바자르 사무소에 파견했습니다.



2012년 8월 말까지의 활동 실적

1,680만 벌
9개 국가와 지역에서 회수한 벌 수

628.8만 벌
24개 국가와 지역에 기증한 벌 수

‘전 상품 리사이클 활동’의 앞으로의 과제

이처럼 매년 계속해서 확대되고 있는 ‘전 상품 리사이클 활동’이지만 해결해야 할 과제도 적지 않습니다. 우선 활동의 인지도를 높일 필요가 있으며, 옷의 수요에 비해 회수되는 옷의 수가 적습니다.

활동이 7년째에 접어드는 일본 국내에서도 FR의 조사에서는 ‘전 상품 리사이클 활동’에 대한 고객 인지도는 41.4%로, 전체의 반에 못 미쳤습니다. 고객들의 더 많은 협력을 얻

기 위해서는 고객들이 기증하신 옷이 어떻게 도움이 되고 있는지를 좀 더 고객에게 전달해 나갈 필요가 있습니다. 또한, 난민 캠프에서는 어린이 옷의 수요가 많은데, 회수되는 옷이 적어 수요에 대응하지 못하고 있는 실정입니다. 아울러 회수, 선별, 수송 과정에서의 효율화를 도모해 가는 것도 과제입니다. 이러한 과제를 인식하고, 정말로 옷을 필요로 하는 더 많은 사람에게 전달하기 위하여 새로운 도전을 계속해 가겠습니다.



교육기관과의 협동에 의한 ‘전 상품 리사이클 활동’의 확산

교육기관과의 협동에 의한 ‘전 상품 리사이클 활동’은 한층 더 확대되고 있습니다. 초등학교와 중학교, 고등학교에서의 활동은 2011년도의 4개교에서 2012년도에는 38개교로 증가. 지역도 도쿄와 가나가와를 비롯하여 효고, 니가타, 도쿠시마 등, 각지로 확산되었습니다. 많은 학교에 수업이나 학생회 활동의 하나로 도입됨으로써, 학생들의 국제문제와 환경문제에 대한 이해가 깊어지고, 지역 주민과 함께 활동에 참가함으로써 지역사회에 대해 공헌하는 마음이 양성되는 교육 효과가 생겨나고 있습니다. FR로부터는 CSR부 담당자뿐만 아니라 점포 등 다양한 부문의 종업원이 학교를 방문하여 강연함으로써 지역사회와의 새로운 접점이 생겨났습니다. 또한, 와세다대학교 도쿄약과(藥科)대학 등에서도 2011년 가을부터 회수활동이 시작되었습니다. 이러한 시도를 더욱 많은 학교에 확산시켜 가고자 합니다.

Social Business

빈곤, 위생, 교육 — 사회문제 해결을 목표로 모든 가능성에 도전한다

2010년 9월에 시작한 방글라데시의 '소셜 비즈니스'

여러 가지 시행착오를 거듭하면서도 착실하게 전진하고 있습니다.

농촌지역에서의 그라민 레이디들에 의한 상품 판매와 더불어 수도 다카에 쇼룸도 오픈.

가격대를 조정하여 비즈니스 모델을 재구축하고 있습니다.

비즈니스 수법을 통해 사회문제 해결을 지향한다

패스트 리테일링(FR)은 '사회에 있어 좋은 기업이 되는 것'을 가장 소중하게 생각합니다. 그러한 사고방식에 입각하여 FR은 2010년 9월부터 방글라데시에서 '소셜 비즈니스'를 시작했습니다. 이 '소셜 비즈니스'는 빈곤과 환경문제 등 여러 가지 사회적 과제를 비즈니스 수법으로 해결해 가려는 노력입니다.

그 목적을 위하여 2010년 9월에 FR은 새로운 회사 UNIQLO Social Business Bangladesh Ltd.를, 2011년 8월에는 GRAMEEN Bank 그룹의 Grameen Healthcare Trust와의 합작회사 GRAMEEN UNIQLO Ltd.를 설립했습니다. 고품질의 옷을 대량으로 그리고 효율적으로 생산 판매할 수 있는 FR의 강점을 살려 생산에서 판매까지 현지에서 완



결하는 체제를 확립하고, 비즈니스 사이클을 회전시켜 감으로써 빈곤·위생·교육 등의 사회적 과제를 해결하고자 합니다. 의류 제조판매라는 비즈니스 프로세스를 통해 현지의 고용을 창출하고, 현지인 스스로 생활개선과 자립을 도모하도록 하는 것입니다.

상품 구성과 가격대를 조정하여 새로운 시장에 도전

상품은, 방글라데시 국내에서 소재를 조달하고 유니클로 등의 상품생산에서 축적한 품질관리 노하우를 활용하여, '소셜 비즈니스'의 이념에 찬동하는 현지 공장에서 생산합니다. 상품을 판매하는 것은 그라민 은행의 용자를 받아 그것을 바탕으로 자립을 도모하는 그라민 레이디들입니다. 가난한 농촌지역 출신인 그녀들이 농촌지역의 집들을 방문하거나 자신의 집



GRAMEEN FABRICS AND FASHIONS
Managing Director
Ashraful Hassan
아쉬라ful 하산

방글라데시의 극빈층 사람들에게 좋은 옷을 제공하기 위하여

그라민 그룹의 한 회사인 'Grameen Fabrics and Fashions'는 그라민 유니클로의 '소셜 비즈니스'에 협력하고 있습니다. 두 회사는 빈곤선 이하에서 생활하는 극빈층 사람들이 구입할 수 있을만한 가격으로 좋은 옷을 제공하여 삶의 질 향상에 공헌하고, 그러한 활동을 하면서 사회에 고용 창출을 하고자 하는 비전을 공유하고 있습니다. 방글라데시에서 이러한 목표를 실현하기 위해서는 종업원과 소재 등 인적 물적 자원의 조합이 중요하며, 가격을 억제하면서 생산성을 높이고, 좋은 상품을 신속하게 개발하여 시장에 제공하지 않으면 안 됩니다. 파트너 기업과의 연계, 적절한 조달, 종업원 의식 향상, 유통 채널과 인프라, 커뮤니케이션 향상. 이러한 과제를 하나씩 해결해 나갈 필요가 있습니다. 결코, 간단한 일은 아니지만, 그라민 유니클로는 그것에 도전하고 있으며 실현 가능한 비전이라고 믿고 있습니다.



을 매장 대신 이용하는 등하여, 하나하나 상품의 특징을 설명하면서 판매합니다. 상품은 기본적으로는 위탁판매 방식으로 매출대금에 따라 그라민 레이디에게 커미션을 지급합니다.

상품구성은 처음에는 내의류와 민무늬 티셔츠에서 시작하여, 그후, 플로셔츠와 프린트 티셔츠, 깃 달린 셔츠 등을 추가. 민족의상인 사리, 그리고 위생개선에 도움이 되는 속옷과 생리대 판매도 시작했습니다. 상품 가격은 처음에는 1달러 이하로 설정했지만, 생산 코스트와 비교했을 때 상품 경쟁력이 없어서 예상만큼 판매가 늘지 않았습니다. 그래서 상품구성과 가격대를 재검토하여, 2~4달러의 상품도 개발. 소재도 면 소재와 더불어 폴리에스테르와 아크릴 등 기능적인 화학섬유도 투입하는 등 그 종류도 풍부해졌습니다. 또한, 기존의 농촌지역에서의 판매 이외에 수도 다카의 쇼룸에서도 판매를 시작. 그리고 다카 시내와 시외를 차로 순회하며 상품을 판매하는 이동판매도 착수했습니다. 이와 같이 앞으로도 적극적으로 도시지역에서 출점과 정보발신을 하여, 브랜딩과 프로모션을 강화해 나가겠습니다.

아직은 시행착오의 연속이지만 '소셜 비즈니스'가 방글라데시 사회를 좋은 방향으로 바꿔갈 수 있는 커다란 가능성이 있다는 것은 과거 2년 반의 활동을 통해 확신하고 있습니다. 비즈니스를 통한 사회문제 해결을 위해 앞으로도 모든 가능성을 향하여 계속 도전하겠습니다.



회사명 : GRAMEEN UNIQLO Ltd.
설립 : 2011년 8월
자본금 : 10만 달러 (약 900만엔) 상당
임원 구성 : 패스트 리테일링에서 임원 4명 파견,
Grameen Healthcare Trust 에서 임원 1명을 선임.
grameenuniqlo.com



여중생 대상 건강교육 프로그램 실시

방글라데시에서는 많은 여성이 생리대의 필요성을 못 느끼고 있으며, 농촌지역에서는 속옷 착용률도 낮기 때문에 좀처럼 보급이 진척되고 있지 않습니다. 이러한 문제에 대한 대책으로 천으로 된 생리대와 속옷 착용의 편리성, 필요성을 이해시키기 위한 개발활동을 하고 있습니다. 2012년 4월, 다카 교외의 가지푸르 지역 여중생 450명을 대상으로, 일본의 세이루카 간호대학(聖路加看護大學) 학생의 협력을 얻어, 여성 건강교육 프로그램을 실시. 수업에서는 직접 만든 교재를 사용하여 월경의 의미와 구조 해설, 천으로 된 생리대의 샘플 배포, 사용방법을 설명하여, 참가자로부터는 '구체적 지식이 없었기 때문에 매우 도움이 되었다.' 등의 소감이 있었습니다. 이와 같이 상품 제공뿐 아니라 여성들의 건강교육에 대한 개발활동 등 현지 사회에 필요한 활동을 앞으로도 꾸준히 이어 나가겠습니다.

지역사회에 대한 공헌

패스트 리테일링은 '높은 윤리관을 가진 지구시민으로서 행동합니다.'라는 행동규범 아래, 국제사회가 안고 있는 과제를 인식하고, 지구환경에도 배려하는 행동을 하도록 노력하며, 사회와의 조화로운 발전을 지향합니다.

동일본 대지진에 대한 지원활동

패스트 리테일링(FR)에서는 2011년 3월에 발생한 동일본 대지진에 관한 지원을 표명한 이래 다양한 활동을 통해 지원을 하고 있으며 앞으로도 지속적인 복구 지원을 해 나가겠습니다.

■피해지역에 유니클로 매장 오픈

2012년 3월 9일부터 미야기현 케센누마시, 이와테현 카마이시시에 가설 점포를 개설하고, 후쿠시마현 미나미소마시의 유니클로 하라마치 점영업도 재개. 그 후 카마이시시의 씨플라자 카마이시 점은 정식 점포가 되었습니다. 앞으로도 고용의 장, 일상적인 생활필수품을 제공하는 장, 입을 것을 즐길 수 있는 장으로서 영업해 나가겠습니다.



■NGO와의 복구 응원 프로젝트 활동 실시

2012년 3월의 일본국내의 모든 점포의 매출에서 3억엔과 고객으로부터의 모금을 합하여 '복구 지원금'을 만들어, 피해지역에서의 자립지원, 고용 창출, 경제지원 활동을 하는 NGO 5개 단체에 3년간 지원할 것을 결정. 또한, FR 종업원도 NGO 단체의 활동에 자원봉사자로서 참가하고 있습니다.

■활동실적 소개

'특정 비영리활동 법인 JEN'에서는 "꿈과 희망이 있는 거리, 이시노마키" ~미래를 짚어질 어린이들의 육성~이라는 가치를 내걸고, 어린이들과 주위의 어른, 지역을 포함한 심리 사회케어 및 지역 복구에 널리 공헌하는 것을 목표로 합니다. 미야기현 이시노마키 시내의 학교에 계속적으로 FR의 종업원 자원봉사자를 파견하여 어린이들의 서포트를 실시. 예를 들면, 음악실 청소와 과일활동, 학교행사 준비 서포트 등을 통해 어린이들과 교류하고 배움터의 환경정비를 추진합니다. 작으나마 이러한 서포트를 통해 교사와 보호자가 어린이들의 마음의 케어에 집중할 수 있는 환경을 구축해 나가겠습니다.

또한, '특정 비영리활동 법인 ADRA Japan'에서는 '미래·꿈·희망'을 테마로, 고교생을 대상으로 한 포괄적인 인재육성 프로그램을 실시. 고교생이 다채로운 경험을 통하여 자신감과 의욕을 갖고, 다양한 능력을 익힘으로써 장래의 가능성을 넓히는 기회를 제공합니다. 2012년에는 후쿠시마현립 나미에 고등학교, 토미오카 고등학교, 후타바쇼 고등학교의 3개교를 대상으로 활동. 유니클로의 점장에 의한 강연회, 그리고 FR의 디자이너와 학생이 협동하여 티셔츠를 만드는 활동 등을 실시했습니다. 실제 체험을 통하여 커뮤니케이션 능력과 행동을 익히고 나아가 달성감과 자신감을 얻으면서 각자의 꿈을 향해 전진하기 위한 힘을 배양하는 것을 목적으로 활동하고 있습니다.

■총액 약 33억 엔 상당의 기부 실시

FR그룹에서는 종업원 자원봉사자(누계 347명)가 직접 배부한 의류(내의류 등의 유니클로 상품) 120만 벌(10.6억 엔 상당) 등 총액 33억 엔 상당을 기부했습니다. 앞으로도 그룹 전체가 최대한 지원해 나가겠습니다.

자궁암 예방 계발 프로젝트 지원

유니클로에서는 자궁경부암에 관하여 널리 알리기 위해 자궁경부암에 관한 올바른 정보 발신과 검진을 장려하는 예방 계발 프로젝트 'HelloSmile'에 찬동하여, 자선 티셔츠를 11개의 나라와 지역에서 발매. 프로젝트의 응원 캐릭터인 헬로키티와 마이 멜로디, 리틀 트윈스터즈가 그려진 오리지널 디자인입니다. 티셔츠 1장당 매출의 일부가 'HelloSmile'을 통해 계발활동과 유엔연구기금, 일본대암(對癌)협회 등에 기부되어 유익하게 쓰였습니다.



©1976, 2012 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO.5533219

'세토우치 올리브 기금' 지원

'세토우치 올리브 기금'은 산업폐기물 불법투기사건이 있었던 테시마(豊島)를 비롯한 세토우치해

(海)의 섬들과 연안부의 풍요로운 자연을 재생하기 위하여 2000년에 시작한 활동입니다. 유니클로는 2001년부터 점포에서의 모금활동을 실시하고 있으며, 2011년 9월부터는 자유에서도 모금활동을 시작했습니다.

■지원활동 실적

- 식수된 나무의 누계 141,740그루(2000년 11월부터)
- 고객으로부터의 누적 모금액 194,173,362엔(2001년 4월부터)



스페셜 올림픽 일본에 대한 지원

스페셜 올림픽(SO)은 지적 발달 장애가 있는 분들에게 다양한 스포츠 트레이닝과 그 발표의 장인 경기대회를 제공하는 국제 스포츠 조직입니다. 유니클로는 2002년부터 SO 일본 본부의 공식 파트너로서 자원봉사자 스태프용 유니폼 제공과 경기대회 운영지원 등을 해 왔습니다.

2012년 2월에 개최된 '2012년 제5회 SO 동계 전국대회 후쿠시마'에서는 참가 스태프와 자원봉사자가 착용하는 유니폼 약 3,500벌을 기증. FR의 임원, 점포와 본부 종업원 36명도 자원봉사자로서 참가했습니다.

2013년 1월에 개최되는 '2013년 SO 동계 세계대회 평창'에서는 한국, 일본, 싱가포르 각국 선수단의 선수복 일체를 거점별로 기증하겠습니다(FRL Korea는 3,200벌, 국내 유니클로는 1,200벌, 유니클로 싱가포르는 500벌).



Challenge 3

인재/Human Resources



전 세계에서 인재가 모여 희망을 갖고 성장할 수 있는 무대가 된다

세계 각지에서 활약할 수 있는 인재를 양성하는 것은 저희 패스트 리테일링의 가장 중요한 테마 중 하나입니다. 패스트 리테일링이 전 세계의 사람들이 보기에 매력적인 워크스타일(Workstyle)을 가진 회사가 아니라면 그 가치관에 공감하고, 함께 성장할 수 있는 인재가 모이지 않습니다. 저희는 전 세계 어디에서나 누구에게나 평등하게 기회가 있고, 능력과 성과에 따라 공정하게 평가되며, 커리어 업 할 수 있는 체제 구축을 추진하고, 미래를 만드는 인재 육성을 목표로 합니다. 또한, 고객의 지지를 받는 상품도, 높은 수준의 CS(고객 만족)도, 모든 것은 '사람'이 실현하는 것입니다. 한 사람 한 사람의 개성을 살리고, 그 능력을 발휘할 수 있는 장을 만드는 것이 기업의 책임이라고 생각합니다.

Human Resources Policy

종업원 전원이 글로벌하게 활약하고, 경영자로서 활약하는 인재 육성 기업이 된다

전 종업원이 경영자 관점으로 '전원 경영'을 실천

패스트 리테일링(FR)의 기업으로서의 지향점은 '옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다'는 것입니다. 정말로 좋은 옷, 새로운 가치를 가진 옷을 창조하고, 전 세계의 사람들에게 좋은 옷을 입는 기쁨, 행복과 만족을 제공하고 싶습니다. 그것으로 사회를 더욱 좋은 방향으로 바꿔나가고 싶습니다. 정말로 그렇게 생각하고, 행동하고 있습니다.

이 목표를 실현하기 위해서는 이러한 뜻에 공감하고, 평생에 걸쳐 실천할 가치가 있다고 믿는 사람들이 모여, 같은 목표를 향해 끊임없이 도전하는, 그러한 회사여야 합니다. FR의 이념에 공감하는 전 세계의 사람들이 언제나 희망을 잃지 않고 자신의 성장을 실감할 수 있는 기업이란 어떠한 것인가. 이를 위해 무엇을 해야 하는가. FR이 생각하는 '사람'은 모두 이 질문에서 출발했습니다.

한 가지 예를 들겠습니다. FR은 '전원 경영'을 기본으로 하고 있습니다. 저희는 경영이란 경영자만의 일이라고 생각하지 않습니다. 종업원이 계층으로 나뉘어 있거나 본부와 점포 등 조직에 위아래가 있다고도 생각하지 않습니다. 상층부, 중층부, 하층부라는 발상은 없고, 조직은 평등한 것이며, 종업원 개개인에게 경영자의 관점에서 판단할 것을 요구하고, 이를 위해 필요한 정보도 공개하고 있습니다. 모든 것을 FR이 품은 뜻과 이념에 비추어서 판단하고, 고객을 위해 사회를 위해 무엇을 할 수 있는가를, 누구나가 대등한 입장에서 논의하고, 한 사람 한 사람이 의사결정하여 즉각 행동합니다. 그러한 기업문화가 바탕에 있습니다.



(주)패스트 리테일링
그룹 집행임원 인사 담당
와카바야시 타카히로

글로벌한 인사제도를 구축

세계의 우수한 인재를 끌어모아 실력을 발휘하게 하기 위해서는 투명성 높은, 공평한 채용과 처우 제도가 반드시 필요합니다. FR은 세계 어디에서 채용되어도, 현지 최저·동일 기준으로 채용활동을 하여, 능력과 성과에 따라 공정하게 대우받고, 글로벌하게 커리어 업 할 수 있는 인사제도 구축을 추진하고 있습니다. 구체적으로는, 목표 설계와 평가 기준, 잡 그레이드(Job Grade), 커리어 개발, 교육제도 등의 각 영역에서 글로벌한 표준을 만들고, 그룹 전체에 침투시켜 가는 제도 개혁이 진행 중입니다. 이러한 제도를 통해 모든 종업원이 자신의 가능성을 넓히고, 글로벌하게 활약할 수 있는 인재로서, 그리고 세계 각지에서 경영자가 될 수 있는 인재로서 활약하기를 기대하고 있습니다.

하지만 현실에서 저희의 체제에는 아직도 시급히 개선하고 향상해야 할 것이 산적해 있습니다. 예를 들면, 현시점에서는 FR 경영 인재의 대부분은 일본인이 차지하고 있습니다. 앞으로의 해외 전개 가속화를 위해서는 외국인을 적극 등용할 필요가 있습니다. 이러한 다양한 노력을 전력을 다해 추진해 가겠습니다.

종업원 한 사람 한 사람이 자기 자신의 가능성을 믿고 도전을 계속하여, 한 사람 한 사람의 미래에 대한 꿈과 목표가 회사의 미래로 이어지는 것. 그리고 그러한 것이 밝은 미래 사회의 창조로도 이어지는 것이 중요합니다. FR의 이념에 공감하는 더 많은 사람이 이 사업에 참가하고, 종업원 전원이 글로벌하게 활약할 수 있는 인재로 성장해 가는 인재 육성 기업이 되는 것. 그것이 저희의 목표입니다.



Our Employees - 1

세계 각지에서 활약하는 종업원들의 이야기



전 세계의 어디에서나 누구에게나 기회가 있고, 노력한 사람, 성과를 낸 사람이 공정하게 평가된다. 패스트 리테일링은 이러한 기업이념에 공감, 찬동하여 모인 많은 종업원으로 이루어진 곳입니다. 세계 각국에서 일하는 종업원들의 이야기를 소개하겠습니다.

UNIQLO FRANCE

파리의 신 점포 오픈을 담당하는 2명의 점장. 각자의 '공감'과 '마음'

누구에게나 기회가 있는 공정한 풍토

유니클로는 프랑스 파리 교외 르발루아르의 소 웨스트(So Ouest)에 프랑스 3번째 매장을 2012년 10월 18일에 오픈했습니다. 점장으로서 활약하고 있는 이가 캐롤라인 지레(Caroline Gire) 씨입니다. '이전부터 고객 서비스에 관심이 있어서 더 넓은 필드에서 고객 만족을 실현하고 싶어 유니클로를 선택했습니다.'

입사 후, 가장 힘을 쏟은 것은 스태프의 의식을 바꾸는 것이었다고 합니다. 'FR의 이념과 철학을 스태프에게 전하고, 저희가 추구하는 가치는 무엇인지, 고객 만족이 얼마나 중요한지에 대해 거듭 이야기를 나누었습니다. 그리고 OJT(실무를 통한 교육훈련)로 구체적인 작업을 진행하면서 어떻게 하면 고객의 관점에서 경쟁 상대와 다른 가치를 느끼게 할 것인지를 파악할 수 있도록 노력했습니다.' 라고 캐롤라인 씨는 말합니다.

르발루아르 소 웨스트 점 오픈 때에는 점장으로서 스태프의 모집에서 트레이닝, 판매계획 입안과 실행, 고객 서비스 향상 등 점포 경영의 모든 책무를 맡았습니다. '유니클로는 전원이 공통의 목표를 공유하고 있기 때문에, 무엇을 해야 하는지를 확실히 알 수 있고, 의사결정을 명확하게 할 수 있어 인재의 성장도 빠르다고 생각합니다. 누구에게나 기회가 있고, 성과를 내면 곧바로 인정받는 공정한 풍토가 있습니다. 확실히 아직은 일본 중심인 부분이 있어, 완전한 글로벌 기업을 목표로 노력하고 있는 단계이지만, 방향은 맞습니다. 착실히 전진하고 있습니다. 이 점에 대해 저는 전혀 비판적으로 생각하지 않습니다.'



UNIQLO FRANCE S.A.S.
르발루아르 소 웨스트 점 점장
Caroline Gire
캐롤라인 지레

럭셔리 브랜드와 파리 시내의 유서 깊은 백화점 매니저를 거쳐 2009년 9월에 UNIQLO FRANCE S.A.S.에 입사. 오사카에서 2개월간의 연수를 받은 후, 파리 오페라 점에서 플로어 매니저가 되었다. 2012년 4월부터 도쿄에서 점장 연수. 10월부터 르발루아르 소 웨스트 점 점장

도전정신으로 프랑스 근무를 따냄

르발루아르 소 웨스트 점 시작부터 지레 씨와 함께 점포 매니저먼트에 관여하고 있는 사람이 이마이 아야카 씨입니다. 이마이 씨는 대학생 시절 프랑스에 1년간 유학하여 프랑스어를 배웠습니다. '프랑스를 비롯하여 글로벌하게 사업을 전개하고 있기 때문에 거기에서 기회를 잡고자' 2011년 3월 (주)유니클로에 입사하여, 반년 만에 일본 국내 점포의 점장으로 승격하였습니다. 사내 공모제에서 프랑스 근무를 희망함과 동시에 2012년 3월 전 세계의 점장들이 모인 회의에서 '장래에는 유니클로 프랑스 사업에 공헌하고 싶다'고 발언. 이를 계기로 점장으로서의 활약과 왕성한 도전정신을 인정받아 입사 2년 만에 프랑스 부임이 결정되었습니다.

르발루아르 소 웨스트 점에서는 신인 스태프 모집과 트레이닝을 담당. 스태프 지도를 담당하는 점포 내의 리더들과 함께 고객에 대한 유니클로의 사고방식과 매장 운영에 필요한 구체적 스킬을 지도하고 있습니다. '점장으로서 일본에서 배운 것을 활용하여 "유니클로는 이런 브랜드"라는 것을 프랑스의 고객에게 알리고 싶어요. 스태프와 함께 저도 성장해 가고 싶습니다.'



UNIQLO FRANCE S.A.S.
르발루아르 소 웨스트 점 플로어 점장
이마이 아야카

대학 시절 1년간 프랑스에 유학. 졸업 후 2011년 3월에 (주)유니클로에 입사. JR 신오사카점 점장 등을 거쳐 2012년 4월부터 도쿄에서 연수. 같은 해 9월에 UNIQLO FRANCE S.A.S.에 부임

FRL KOREA

한국 최초의 글로벌 플래그십 스토어 점장으로. 개방적이고 공정한 자세에 감동

한국 서울에서 가장 변화가 자라난 유니클로 명동 중앙점은 뉴욕, 런던, 파리, 상하이, 오사카, 타이베이 등에 이은 세계 8번째의 글로벌 플래그십 스토어. 글로벌 플래그십 스토어란 유니클로의 최신 브랜드 콘셉트를 세계에 전달하는 정보발신기지의 역할을 하는, 그야말로 유니클로의 '얼굴'입니다.

이곳의 초대 점장이 강승원 씨입니다. 강승원 씨는 학생 시절 일본에 유학하여 유니클로의 존재를 알고, 졸업과 동시에 입사. 난관으로 알려진 한국의 국가 공무원 시험에도 합격했으나 속려 끝에 유니클로를 선택했습니다. '커다란 목표를 향하여 모두가 힘을 합쳐 도전해 가는 기업 자세에 공감했습니다. 미래의 꿈이 경영자이므로, 글로벌하게 사업을 전개하며 성장하고 있는 유니클로라면 도전할 수 있지 않을까 생각했습니다.'

강승원 씨는 점장, 슈퍼바이저로서 눈부신 성과를 올려 한국에서는 최초로 글로벌 플래그십 스토어 점장이 되었습니다. '뉴욕과 파리, 런던 등 글로벌 플래그십 스토어의 점장은 정말로 실력 있는 존경할 만한 사람들입니다. 노력하여 성과를 내면 누구든지 기회를 잡을 수 있는 개방적이고 공정한 자세에 감동했습니다.'

이 점포 오픈은 대성공을 거두었고, 그 후에도 계속 호조를 보이고 있습니다. '오픈 성공을 스태프와 함께 기쁨을 나누고, 언론에도 크게 보도되는 등 사회적으로 인정받았다는 것을 경영자로서 매우 기쁘게 생각합니다. 경영자는 혼자서는 아무것도 할 수 없습니다. 고객과 스태프를 위하여 저 자신은 무엇을 할 수 있을지를 항상 생각하고 실현해 나가는 것이 경영자의 책임이라고 새삼 실감했습니다.'

현재는 글로벌 플래그십 스토어를 포함한 지역 총괄 블록 리더가 된 강승원 씨의 꿈은, 더 큰 필드에서 활약하는 경영자가 되는 것입니다. 세계 어디에서나 누구에게나 기회가 있고, 성과를 공정하게 인정받는 것. 그러한 패스트 리테일링의 기업풍토에서 그의 뒤를 잇는 경영 인재가 계속해서 탄생할 수 있도록 저희는 전 세계에서 계속 도전해 나가겠습니다.



FRL KOREA CO., LTD.
블록 리더
Seungwon Kang
강승원

대학 졸업 후, 2006년 2월 한국에서 유니클로가 전개하는 FRL Korea CO., LTD.에 입사. 부산점 점장, 슈퍼바이저 등을 거쳐 2011년 11월 세계 8번째 글로벌 플래그십 스토어 명동 중앙점 점장에 취임. 2012년 9월부터 서울시 중심부를 총괄하는 블록 리더.

HELMUT LANG

좋은 아이디어와 비즈니스 플랜이 있으면 누구라도 도전할 수 있다

제인 쿠슈너 (Jane Kushner) 씨는 대학에서 심리학을 전공했고, 패션 업계의 경험은 전무. 백화점에서 근무하고 있던 친구가 우연히 띠어리(Theory)에 이력서를 보내준 것이 인연이 되어 이 업계에서 일하기 시작하였습니다. '처음에는 세일즈와 마케팅의 차이도 알지 못했다'고 말하는 쿠슈너 씨는 국내를 대상으로 한 세일즈에서 시작하여 조금씩 공부하여 곧 국제 부문의 일을 하게 되었습니다.

2006년에 띠어리가 헬무트 랭을 인수했을 때, 커리어 업 할 수 있는 절호의 기회라고 느꼈다는 쿠슈너 씨. 스스로 지원하여 새로운 영역에 도전했습니다. '이 회사가 훌륭한 것은 자신에게 좋은 아이디어가 있고 비즈니스적으로 가능성이 있으면 누구라도 그것에 도전할 수 있다는 점. 다른 대부분의 회사에서는 사내에 여러 계층이 있어 그렇게 간단하게는 실현할 수 없지만 여기서는 그렇지 않습니다.'

헬무트 랭의 주력은 여성 의류와 액세서리. 하지만 브랜드 인지도는 미국에서도 아직 그다지 높지 않습니다. 최근에 쿠슈너 씨 등이 새로운 라인을 시작했습니다. '중저가에 좀 더 베이직한 라인은 기존 고객뿐만 아니라 새로운 고객에게도 어필할 수 있을 거예요. 남성 의류와 가방에서도 커다란 시장이 있을 것으로 생각합니다.'

2012년 9월에 첫 아이를 출산. 가정을 돌보며 직장에 다니는 것은 힘들지만, 반드시 양립할 수 있다고 쿠슈너 씨는 생각하고 있습니다. '커다란 도전이지만, 적절한 시간관리와 권한 위임, 업무의 우선순위 조정 등 노력하면 반드시 할 수 있을 것입니다. 이곳에는 훌륭한 팀과 회사의 지원이 있기 때문에 걱정하지 않습니다.' 글로벌 브랜드 매니지먼트 팀의 일원으로서 쿠슈너 씨의 가능성은 더욱 넓어지고 있습니다.



Helmut Lang New York LLC
Vice President of Sales
Jane Kushner
제인 쿠슈너

대학 졸업 후 2004년에 띠어리에 입사. 해외 세일즈 부문 등을 거쳐 2006년 띠어리의 헬무트 랭 인수와 동시에 이직. 2011년에 세일즈 담당 부사장에 취임. 현재 미국 국내 판매 및 유럽 지역 세일즈를 총괄하고 있다.

●국내 유니클로 매장에서의 장애인 고용에 관하여 (2012년 12월 말 현재)

장애 종류		근속기간	
지적 장애인	80%	2년 이상	7%
정신 장애인	13%	1년 이상 2년 미만	56%
기타 장애인	6%	1년 미만	38%

연령		성별	
40대	2%	남성	60%
30대	20%	여성	40%
20대	78%		

※ 2010년 10월부터 장애인 고용제도 시작
※ 한국 내 유니클로 총 90개 매장 중 29개 매장에서 45명의 직원을 채용
※ 한국 내에서 채용하고 있는 장애인 고용 직원 수의 비율

Our Employees - 2

다양한 개성을 살려 팀워크로 높은 성과를 올린다

유니클로에서는 2001년부터 장애인 고용을 실천하기 시작했습니다. 이 실천이 2010년에는 한국으로도 확대되었으며, 자유에서도 시작하고 있습니다. 오늘도 세계 여러 곳에서, 각자의 개성을 가진 많은 사람이 패스트 리테일링에서 함께 일하며 새로운 일에 도전하고 있습니다.

UNIQLO Japan

프로급의 양재 솜씨를 점포의 작업에서 살린다

애니메이션과 게임 등의 "성지"로서 지금은 세계적인 관광지가 된 '아키하바라.' 시라이 쿠니코 씨가 일하고 있는 유니클로 아토레 아키하바라 1 점은 JR 아키하바라 역의 역사(驛舎) 건물 안에 있습니다. 장소가 장소인지만 매장은 작지만, 고객은 끊이지 않습니다. 특히 주말의 매장은 매우 붐벼서 시라이 씨가 담당하는 수선(밀단 줄이기) 업무는 온종일 계속됩니다.

시라이 씨는 청각 장애로 귀가 들리지 않습니다. 그렇기 때문에 말도 잘 발음하지 못합니다. 커뮤니케이션은 구화(입 모양을 읽어내는 것)와 필답이 중심입니다. 시라이 씨의 취미는 양재와 수예. 이미 성인이 된 그녀의 딸은 3살 때부터 발레를 배워 고교 시절에는 콩쿠르에서 입선했을 정도. 그 발레 의상을 바느질하는 것은 항상 시라이 씨입니다. 딸의 몸에 맞춰 몇 번이고 몇 번이고 가봉하면서 완성시켜 갑니다. '어머니가 바느질해 준 의상 이외에는 입을 수가 없다'는 딸의 말이 늘 격려가 되었습니다.

언제나 바쁜 이 점포에서 재봉 솜씨가 뛰어난 시라이 씨는 든든한 인재입니다. 이 점포에서 일한 지 1년, 발레 의상에서 단련된 재봉 솜씨가 유니클로 매장에서 마음껏 발휘되고 있습니다. '자신의 기술이 고객에게 도움이 된다는 것이 매우 기쁘다'는 시라이 씨. 그녀에 대한 스태프의 신뢰도 매우 두텁습니다.



㈜유니클로
유니클로 아토레 아키하바라 1점
시라이 쿠니코
(청각 장애)

g.u.

옷을 좋아하므로 패션 관련 일을 하고 싶다

카이다 테츠로 씨가 자유에 입사한 것은 지금부터 2년 반 전. 원래부터 옷을 매우 좋아해서 패션 관련 일을 하고 싶었기 때문입니다. '매일 매장에 나가는 것이 너무 즐겁습니다. 출근 때 입고 갈 옷을 전날 밤에 전부 생각해 둡니다. 우선 상의를 정하고, 하의를 거기에 맞추고, 마지막에 양말과 악센트를 줍니다. 양말을 좋아해서 매번 너무 많이 사기 때문에 어머니한테 항상 혼납니다.'

오전 8시 15분에 출근하여 우선 매장의 컴퓨터 전원을 켭니다. 청소를 하고 매장에 도착한 상품이 있으면 하물 수취 작업을 합니다. 상품을 비닐 봉투에서 꺼내어 옷걸이에 걸고 한꺼번에 선반에 얹어 매장에 내놓습니다. 자신의 일을 해내는 것은 물론이고 '요령 있게 잘 가르친다'는 것이 그에 대한 주위의 평가입니다. 새로운 스태프에게 매장 청소와 상품 보충, 쓰레기 처리 등의 일을 꼼꼼하게 가르치고, 자기 일을 하면서 틈틈이 그 스태프가 일하는 모습도 확인합니다. '자유 의 옷을 매우 좋아합니다. 더욱더 패션 공부를 하고 싶습니다'라며 카이다 씨는 의욕을 보입니다.



㈜자유
자유 하치오지 점
카이다 테츠로
(지적 장애)

UNIQLO SINGAPORE

많은 사람들을 만날 수 있는 이 일이 정말 즐겁습니다

'조례시간입니다. 여러분 모여 주세요.' 개점 전의 매장 안에 모하메드 사이후 빈 샤프트(Muhammad Shaiful Bin Sahid) 씨의 목소리가 울려 퍼집니다. 그것을 신호로 스태프들이 계산대 앞에 정렬. 이 점포의 하루는 항상 여기서부터 시작됩니다. 그가 유니클로에 입사한 것은 '더 많은 사람과 함께 일하고 싶다'고 생각했기 때문. 예전에는 장애가 있는 사람을 지원하기 위한 카페테리아에서 일했습니다. 즐거운 직장이었지만, 더 많은 사람과 사귀고, 더 넓은 사회를 접하고 싶다는 생각에 유니클로의 일을 하게 되었습니다.

점포에서는 주로 매장 안 창고에서 상품을 포장상자로부터 꺼내어 옷걸이에 걸거나 사이즈 표시를 부착하는 일을 담당하고 있습니다. '고객과 스태프, 많은 사람을 만날 수 있어서 매우 즐겁습니다. 새로운 친구들도 많이 생겼습니다.'

사이후 씨의 미래의 꿈은 더욱 공부하여 매니저가 되는 것. 타고난 긍정적인 마인드가 있기 때문에 그는 계속해서 새로운 일에 도전해 갈 수 있을 것입니다.



UNIQLO (SINGAPORE) PTE. LTD.
싱가포르 유니클로 313 @서머셋 점
Muhammad
Shaiful Bin Sahid
모하메드 사이후 빈 샤프트
(지적 장애)

Customer Satisfaction

‘고객’에게 정말 좋은 옷을 제공하기 위하여 한 사람 한 사람이 전 세계 고객의 의견을 듣고 그것을 반영해 나간다

패스트 리테일링은 전 세계 고객의 요망에 대응하기 위하여 전 세계 고객의 의견을 듣고 있습니다. 그리고 한 사람 한 사람이 그 의견을 진지하게 받아들여 언제나 개선과 진화에 계속 도전해 나가는 것이 CS(Customer Satisfaction: 고객 만족) 실현을 위한 조건이라고 생각합니다. 종업원 일동 고객의 의견을 상품, 매장, 서비스 등에 신속하게 반영해 가기 위해 전력을 다해 노력해 가겠습니다.

고객의 의견을 직접 반영

유니클로 및 지유에서는 고객 만족을 한층 더 향상시키는 것을 목표로 다양한 방법으로 의견을 듣고 있습니다. 구체적으로, 일본 국내에서는 연중무휴 고객센터를 설치. 메일과 전화, 우편, 점포에서 배부하는 엽서를 통해 전달된 고객의 의견을 지체없이 경영진과 각 관련 부서, 점포 등에 신속하게 피드백하고, 회답이 필요한 의견에 관해서는 신속하게 회답하는 체제를 갖추고 있습니다.

또한, 매장과 서비스 개선에 더 직접적으로 고객의 의견을 반영하기 위해서는 종업원 한 사람 한 사람의 의식 향상이 중요합니다. 이를 위해 ‘고객의 의견에 진지하게 귀를 기울인다’, ‘클레임은 우리에게 대한 피드백이며, 고객이 지도해 주시는 것’, ‘좋은 행동을 공유하자’라는 사고방식을 철저히 하고 있습니다.

나아가 상품개발에 고객의 의견을 반영하는 것도 앞으로의 중요한 목표입니다. 이제까지 몇 가지 사례는 있었지만, 아직 정보가 부족하여, 온라인 스토어에서 구매하신 고객에게 앙케트 조사를 실시. 상품의 착용감이나 기능, 좋았던 점, 개선점 등을 조사하여, 집약한 데이터를 생산부와 R&D(연구개발)부에 고객의 의견으로서 실시간에 전달하고 있습니다.

신속한 대응과 미연방지를 위한 궁리

특히, 상품에 대한 불만에 관해서는 고객의 귀중한 의견이라는 것을 전원이 깊이 인식하고 CS 추진팀이 독자적으로 데이터로서 축적. 같은 사례가 연속해서 발생하지 않도록, 신속하게 파악할 수 있도록 하고 있습니다.

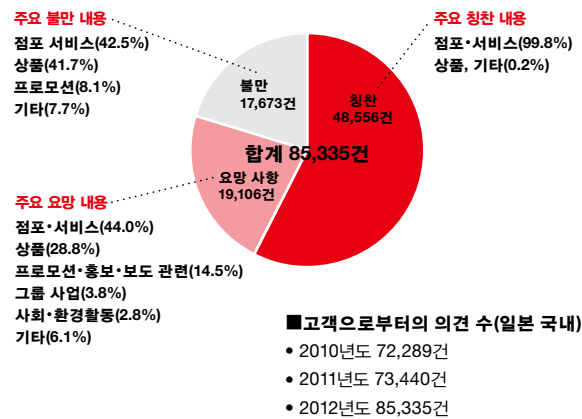
나아가 고객으로부터의 클레임을 미연에 방지하기 위하여 과거의 경위를 조사함으로써, 시기나 상품 등에 따라 일

어나기 쉬운 클레임과 트러블을 예측하여, 전 세계의 매장 스태프를 위한 ‘CS 개혁 뉴스’ 메일로 격주 배부함으로써 정보를 공유하고, 서비스 향상에 더한층 노력하고 있습니다.

전 세계 고객의 의견을 듣고 요망에 부응한다

2011년부터 해외 고객의 의견을 듣기 위한 ‘CS 웹 앙케트’를 개설. 각국의 유니클로 웹사이트에서 고객이 현지의 언어로 자유롭게 기재해 올려주신 의견이 일본의 고객센터에 집약되는 체계를 구축함으로써 전 세계의 고객으로부터 솔직한 의견과 요망을 실시간으로 받을 수 있게 되었습니다(33페이지의 원그래프 참조). 고객으로부터 받은 의견은 국가와 지역별, 매장 타입과 상품 타입 등의 카테고리별로 집계하여, 각국의 사업책임자 등 경영진에 피드백. 각국별 요망에 맞추어 현지에서 신속하게 대응함과 동시에 사례를 각국에서 공유하여 전 세계의 사업활동에 활용하고 있습니다.

● 고객센터(전화, 메일, 우편, 매장 배부 엽서)에 고객으로부터 전달된 의견(일본)



고객 및 종업원에 대한 책임

패스트 리테일링은 판매활동과 조직체제 만들기, 경영계획 등에 관해서도 ‘고객의 입장에 입각’하는 것을 항상 의식하며 추진합니다. 또한, 21개의 국가와 지역에 주재하는 종업원에 대해서도 종업원 만족도의 계속적 향상을 목표로, 글로벌한 관점에서 혁신적인 일을 해나갈 인재 육성에 힘쓰고 있습니다.

고객에 대한 책임과 방침

패스트 리테일링(FR)은 상품, 매장, 서비스, 마케팅 등 판매에 관계된 활동은 물론, 조직체제 만들기와 경영계획, 그 외 모든 경영시책에 관해서도 ‘고객의 입장에 입각’하는 것을 항상 의식하고 추진합니다.

FR의 종업원에 대한 책임

FR은 일하기 편한 직장환경 실현과 종업원 만족도의 지속적인 향상을 목표로 하고 있습니다. 한 사람 한 사람을 존중하며, 회사와 개인이 더불어 성장할 수 있도록 환경을 정비하고, 글로벌한 관점에서 혁신적인 사업을 해 나갈 인재 육성에 힘쓰고 있습니다.

장애인 고용 추진

유니클로는 2001년부터 ‘한 점포당 한 명 이상’을 목표로 장애인 고용을 추진해 왔습니다. 장애가 있는 종업원을 여러명의 스태프가 서포트하는 등 점포 스태프 간의 팀워크 향상으로도 이어져, 지유와 일본 이외의 유니클로에서도 이러한 고용 추진이 확산되고 있습니다.

FR은 2011년 4월에 기업 그룹 산정 특례 요건을 그룹 각사에서 달성하여, 특례(※1) 인정을 받았습니다. 2012년도에는 일본 국내에서 136명을 채용, 고용률이 그룹 산정으로는 2011년도의 6.22%에서 6.43%가 되었습니다.(※2)

※1 기업 그룹 산정 특례: ‘장애인 고용률 제도’에 기업마다 장애인 고용기회 확보(법정 고용률=1.8%)의 의무가 있는데

2009년 4월부터 일정 요건을 충족한 그룹으로서 후생노동 장관의 인정을 받은 기업은 특례 자회사가 없는 경우에도 기업 그룹 전체에서 실질 고용률을 통한 계산할 수 있게 되었다. ※2 후생노동성이 2012년 11월 14일에 발표한 ‘2012년 장애인 고용상황 집계 결과’에 따르면 민간기업의 장애인 고용자 수는 382,363.5명으로 과거 최고를 경신하고, 실질 고용률은 1.69%, 법정 고용률 달성 기업 비율은 46.8%였다(후생노동성 홈페이지의 언론보도자료 참조)

글로벌하게 활약할 수 있는 경영자 육성

‘FR Management and Innovation Center (FRMIC)’는 전 세계에서 참가자를 선출하여 경영 인재 육성을 하는 기관입니다. 강의와 연수에 의한 육성이 아니라, 사업성장을 가속시키는 중요 경영 프로젝트 실천과 FR 그룹에서 단기간에 급성장한 사업의 경영자로부터 성공과 실패의 본질을 배우는 프로그램 등을 실시하고 있습니다. 앞으로는 해외로 거점을 확대하여 경영 인재 육성을 가속화시켜 나가겠습니다.

종업원이 쾌적하고 효율적으로 일하기 위하여

FR에서는 종업원이 매일 쾌적하게 커뮤니케이션을 하면서 효율적으로 일하기 위해, 그룹 어드레스제를 이용한 직장환경 정비와 화상회의 시스템 등의 적극적인 도입으로 업무의 효율화, IT의 이점을 살린 오피스 환경 만들기를 추진하고 있습니다. 또한, 장시간 노동 방지의 관점에서 본부에서는 주 4일의 잔업 없는 날을 설정. 잔업이 많은 부서와 개인에 대해서는 개별지도도 실시하고 있습니다. 종업원의 건강관리는 정기적으로 건강에 관한 정보를 메일로 보내거나 건강상담실도 개설.

정신건강에 관해서는 사외 상담창구를 마련하고 있습니다. 또한, 일과 생활사건(life event)의 양립도 지원, 회사와 개인의 지속적인 성장을 목표로 종업원이 장기적으로 근무할 수 있는 제도도 갖추고 있습니다.

- 육아휴가 취득자 수
- 정사원 183명, 그 외 407명
- 육아 단축근무제도 이용자 수
- 정사원 144명, 그 외 12명
- 간병휴가 취득자 수
- 정사원 6명, 그 외 5명
- 간병 단축근무제도 이용자 수
- 0명

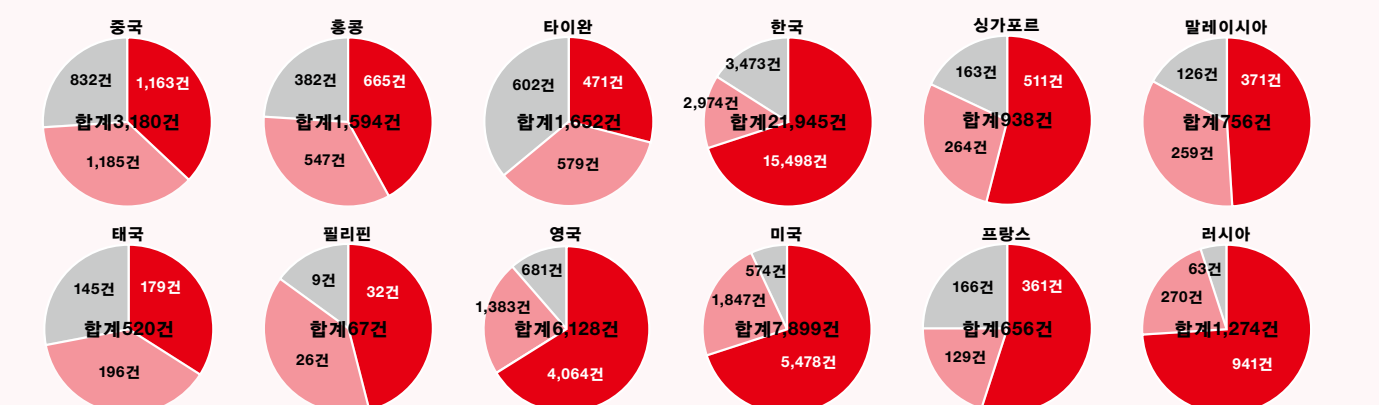
노동재해 사고 재발 방지를 위한 노력

FR은 통근 시와 근무 중 등에 부상과 사고가 없도록 종업원에 대한 주의 환기를 하고 있습니다. 업무 중 사고는 주로 점포 내의 수선작업에 사용되는 재봉기에 의한 사고와 점사다리 사용 시 사고 등이 많습니다. 사고가 발생한 경우 그 원인에 대한 보고서를 제출하고, 원인 파악과 필요에 따라 개선을 하는 등 적절한 대응을 실시. 또한, 사고사례와 개선사례 등을 공유함으로써 정기적으로 주의를 환기하고 재발방지를 꾀하고 있습니다.

■ 노동재해 사고 건수

- 2010년도 391건
- 2011년도 369건
- 2012년도 323건

● 고객 센터(CS 웹 앙케트, 매장 앙케트)로 고객이 보내주신 의견(국가 및 지역별)



Challenge 4

환경/Environment



이해관계자와 연계 · 협동하면서 환경부하 삭감에 도전한다

패스트 리테일링은 SPA로서 옷의 기획에서 생산, 물류, 판매, 그리고 리사이클에 이르기까지 모든 프로세스를 일관하여 관리하고 있습니다. 그러한 서플라이 체인 전체를 통하여 발생하는 환경에 대한 부하를 깊이 인식하고, 그 삭감에 노력하는 것이 의류 생산과 판매에 종사하는 사업자의 책임이라고 생각합니다.



Environmental Activities

SPA 모든 프로세스에서 환경부하 저감을 추진한다

옷의 기획부터 생산, 물류, 판매, 그리고 리사이클에 이르기까지 SPA의 모든 프로세스에서 발생하는 환경에 대한 부하를 깊이 인식하고, 적극적으로 환경부하 저감을 추진하는 것이 저희의 책임이라고 생각합니다.

패스트 리테일링의 환경에 대한 사고방식

천연 · 화학섬유의 재배 · 제조에서 상품의 폐기까지. 패스트 리테일링(FR)은 모든 과정에서 환경 영향을 정확히 파악하여 자원을 낭비하지 않고, 불필요한 것 · 해로운 것을 발생시키지 않는 옷 만들기를 목표로 하고 있습니다. 사업활동 중에서도 특히 환경 영향이 큰 '상품의 생산과정'부터 중점적으로 추진하여 환경부하를 삭감하겠습니다.

또한, 환경문제 해결을 위하여 고객, 지역사회, 종업원과 함께 이러한 활동을 확산시켜 가겠습니다.

FR에서는 '생산 파트너 대상 윤리 규범(CoC) (19페이지 참조)'을 제정하고, 2004년부터 환경보호에 관한 항목을 포함한 노동환경 모니터링을 봉제공장에 실시하고 있습니다. 또한, 2010년부터는 그 전 단계인 소재공장에 대해서 독자적인 환경기준에 의한 환경 모니터링을 시작했습니다.

● 옷 만드는 과정에서의 환경문제 대응

재이용·리사이클 (재활용)

회수한 상품의 약 75%는 난민 캠프에 대한 기증 등으로 재이용하고, 나머지는 연료화, 섬유화하여 활용

원재료

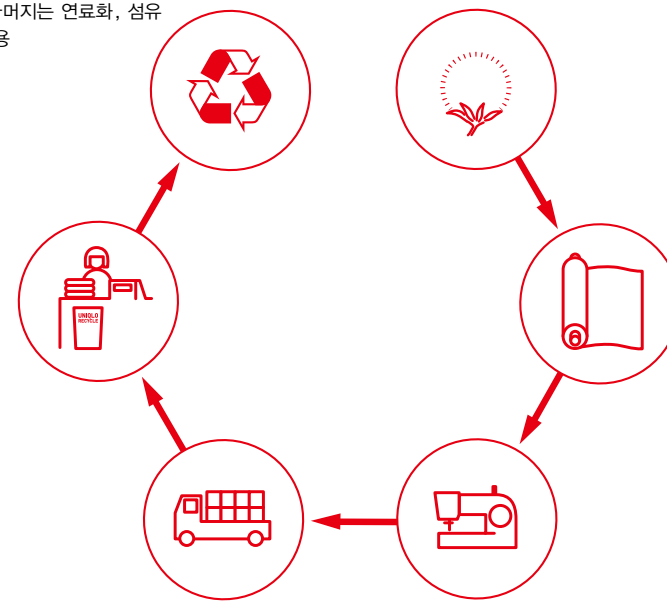
생산 파트너와 함께 최적의 원재료를 효율적으로 조달

판매·회수

점포에서는 에너지 절약을 추진. 2006년부터 유니클로에서 시작한 '전 상품 리사이클 활동'은 현재, 유니클로와 지유에서 판매하는 전 상품을 회수하며, 글로벌하게 추진 개시

소재 생산·염색·가공 등

사업 프로세스 중에서 가장 환경부하가 높은 것으로 알려진 소재생산 공정에서, 위험화학물질 배출 제로를 목표로 환경 모니터링 등을 실시



물류

생산지에서 판매지까지의 물류 프로세스에서 포장상자의 경량화와 재이용 등의 간소화, 적재 효율 향상으로 환경 부하와 물류비용 저감

봉제

봉제공장에서는 환경보전 분야 항목을 포함한 노동환경 모니터링 실시와 상황 확인을 철저히 함

Environmental Monitoring

‘소재공장 대상 환경 기준’에 기초하여 지속적인 환경 모니터링과 환경부하 삭감을 추진

모든 프로세스에서 환경에 대한 부하를 줄이기 위해 직접적인 파트너 공장인 봉제공장뿐 아니라 그 전 단계인 소재공장에 대해서도 환경 모니터링을 실시. ‘2015년까지 준수율 100%’를 목표로 외부 전문기관과 함께 모니터링과 개선지도를 강화하고 있습니다.

소재공장 환경 모니터링

2010년에 작성한 ‘소재공장 대상 환경 기준’은, 환경관리 체제, 화학물질 관리, 폐기물 관리 및 처리, 석면·PCB, 배출물(배수 등)의 처리 및 측정, 종업원의 건강과 안전에 관한 기준을 정한 것입니다. 이 기준에 기초하여 외부 전문기관이 공장을 모니터링하고, 패스트 리테일링(FR)이 그 결과를 공장에 피드백. 공장은 합의한 기간 내에 개선을 추진하고, FR의 CSR부 종업원이 그 진척사항을 확인하여, 필요에 따라 조언을 제공합니다.

2010년 6월부터 2011년 3월에 걸쳐 유니클로에 소재를 제공하고 있는 75개 공장에 대해 첫 모니터링을 실시. 2011년부터 2012년에 걸쳐 그 중 17개 공장에 대해 후속 모니터링을 실시했습니다. 문제가 있었던 공장에 대해서는 2011년 9월부터 2012년 8월까지 전문기관과 함께 2개 공장에 대한 공장현장에서의 연수와 6개 공장에 대한 그룹 세미나를 제공하고, 문제와 해결방법에 관하여 철저히 정보를 공유했습니다.

향후 목표는 ‘2015년까지 준수율 100%’를 달성하는 것. 화학물질 관리, 폐기물 관리, 종업원의 건강과 안전에 관해서는 중점 항목으로서 개선지도를 특별히 강화해 가겠습니다.

다. 또한 소재공장의 에너지 및 물 사용량 파악, 환경 NGO와 연계한 과제 해결, 문제가 있는 모든 공장에서의 트레이닝 제공, 모든 브랜드에 대한 모니터링 확대 등을 실천해 나가겠습니다.

환경 모니터링 개선 사례

●작업환경 측정과 건강검진(중국)
화학물질 취급, 소음이 발생하는 등의 공정에서 유해물질이나 소음의 측정, 종업원들의 직업병 건강검진이 법률로 정해져 있으나, 일부 공장에서는 종업원들이 통상적인 건강검진밖에 받지 않았다. FR의 CSR부 종업원은 구체적인 대응절차(측정 및 건강진단 자격을 가진 당국에 대한 문의 등)에 관하여 정보를 제공하고, 측정결과 및 건강진단 결과를 수령하여 확인. 후속 모니터링에서도 개선을 확인했다.

●화학물질 보관 및 사용장소 정비(중국)
화학물질의 보관 및 사용장소에 취급설명서가 게시되어 있지 않았으므로, 공장 종업원이 이해할 수 있는 언어로 필요한 내용을 알기 쉽게 게시하고, 화학물질 유출방지 받침점시와 긴급 시에 눈과 몸을 세정하기 위한 샤워를 설치. 후속 모니터링에서도 개선을 확인했다.

●철저한 폐기물 분리수거(중국)
골판지 상자 등의 일반폐기물과 폐염료 등의 폐기물이 공장 내에서 분리수거되지 않은 채 보관되고 있었고, 그밖에 염색 불량 때문에 폐기된 직물이 옥외에 버려져 있었다. FR은 폐기물 분리수거를 철저히 하게 하고, 그 보관장소를 옥내에 확보하도록 공장에 지도하여 개선을 확인했다.

●‘소재공장 대상 환경 기준’ 준수 상황 (2012년 8월 말 현재, 첫 모니터링 실시 75개 공장 중 계속 공급처 60개 공장)

구분	준수율	개선 확인 항목 사례
환경관리 체제	88%	•환경 담당자 임명 •환경 매니저먼트 트레이닝 실시 •환경 매니저먼트 계획 책정
화학물질 관리	48%	•상세 정보를 포함한 화학물질 리스트 작성 •화학물질의 안전한 보관(예: 누출 방지 용기 설치, 라벨 표시, 관리 담당자 임명, 안전 정보 수립 및 공유)
폐기물 관리 및 처리	45%	•자격을 가진 업자에게 폐기물 인도 •분리수거(예: 화학폐기물과 다른 폐기물)와 라벨 표시 •폐기물의 안전한 보관
석면·PCB	100%	•석면과 PCB의 적절한 확인과 관리
배출물(배수 등) 처리 및 측정	87%	•오염 배출 허가증 등 당국으로부터의 라이선스 취득 •시설로부터의 배출 측정과 법령 기준 준수
종업원 건강 및 안전	50%	•보호장구(마스크, 귀마개, 장갑)의 착용 •비상구·화재안전설비의 정비 •직업병 건강진단 실시

Eliminating Hazardous Chemicals

위험화학물질 배출 근절을 위하여 철저한 관리와 실천

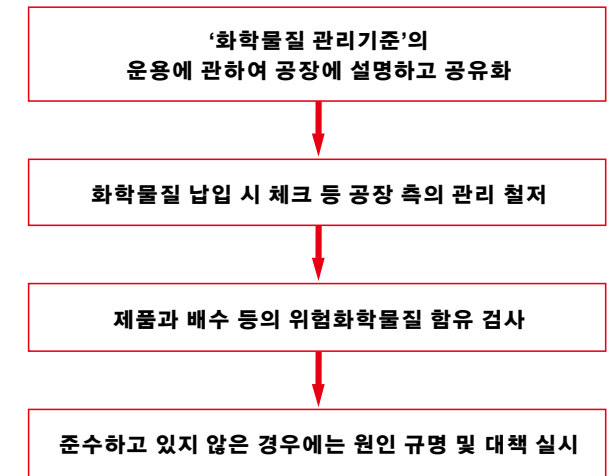
2012년에 ‘화학물질 관리 기준’을 개정하여 개정기준에 기초한 위험화학물질 함유 검사를 시작했습니다. 의류업계의 리더로서 환경부하 문제에 관하여 리더십을 발휘하고, 거래기업 여러분과 함께 대응을 추진해 나가겠습니다.

위험화학물질 배출 제로를 위한 노력

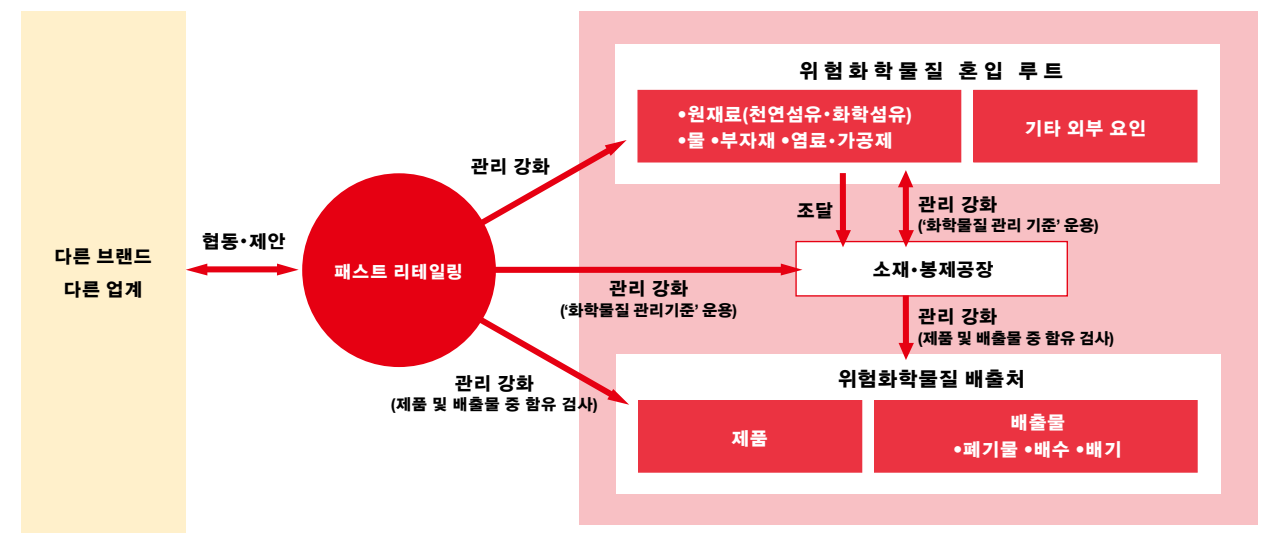
FR에서는 예방원칙에 기반하여 라이프 사이클 전반에 걸친 위험화학물질 배출이 제로가 되도록 노력을 해 나가겠습니다. 그 일환으로 2012년에 판매중인 모든 나라의 안전기준 중 가장 엄격한 기준에 맞춰 작성한 ‘화학물질 관리 기준’을 개정하고 거래기업에 대한 설명회를 개최했습니다.

제품에 관해서는 2012년 9월부터 개정 후 기준에 기초하여 위험화학물질 함유 검사를 시작했습니다. 배수에 관해서는 2012년 중에 파일럿 검사를 실시하여 프로그램을 수정하고, 본 검사를 실시할 예정입니다. (2012년 8월 현재 4건 실시)
2013년 이후에는 부자재 등의 검사도 시작. 검사 결과를 바탕으로 생산공정에서 사용하는 원재료와 화학물질 등 이외에 위험화학물질이 혼입될 가능성에 관하여 조사를 실시할 예정입니다.

●‘화학물질 관리기준’ 운용의 흐름



●위험화학물질 배출 제로를 위한 활동 개념도



환경에 대한 책임

패스트 리테일링 (FR)은 환경에 관한 법령을 준수하고, 국제사회가 안고 있는 과제와 지구환경에도 유의하여 행동하고자 다짐하고 있습니다. 기업으로서 환경부하를 최소한으로 억제하기 위하여 우선 할 수 있는 것은 경영의 효율화라는 생각에서, 불필요한 업무를 하고 있지는 않은지, 최소한의 자원으로 최대의 부가가치를 제공하기 위해서는 어떻게 하면 좋은지를 항상 생각하며 행동하고 있습니다.

환경에 대해 이렇게 생각합니다

패스트 리테일링 (FR)은 SPA로서 옷의 기획에서 생산, 물류, 판매, 그리고 리사이클에 이르기까지 모든 프로세스를 일관하여 관리하고, 여러 가지 공정에서의 환경부하 저감을 도모하고 있습니다.

또한, 2006년부터 유니클로에서 시작하고, 현재는 유니클로와 지유에서 실시하고 있는 '전 상품 리사이클 활동'과 같이, 본업을 통해 고객과 함께 실천할 수 있는, 정말 효과를 실감할 수 있는 활동도 계속해서 추진해 나가겠습니다.

상품을 통한 환경 배려 A

히트텍과 드라이 등 최첨단 소재를 사용한 옷을 제공함으로써 사람들은 따뜻함과 시원함을 느낄 수 있습니다. 그것은 곧, 옷을 통해 사람들의 쾌적한 생활에 공헌한다는 것이며, 그러한 상품을 개발하고 제공해 가는 것도 환경에 대한 배려라고 생각합니다.



위험 화학물질 배출 근절 B

2011년 8월 12일, FR은 상품의 라이프 사이클 전체에서 위험화학물질의 배출 근절을 목표로 한다는 정책을 선언하고, 실천하고 있습니다(상세한 내용은 37페이지 참조).

물류에서의 에너지 절약 및 자원 절약 활동 C

고효율 물류체제 구축을 목표로, 항시 물류 흐름의 재검토와 개선에 힘쓰고 있습니다.

창고(거점)에서 매장까지의 배송이 물류의 대부분을 차지하고 있는데, 일본 국내 유니클로 등 운송망이 정비되어 있는 브랜드에 관해서는 한층 더 합리화를 추진하여 코스트와 에너지를 삭감해가

겠습니다. 또한, 급격하게 배송량이 증가하고 있는 지유 등에 관해서는 상품의 안정적인 공급을 고려한 효율 높은 물류 흐름을 구축하는 것이 과제입니다.

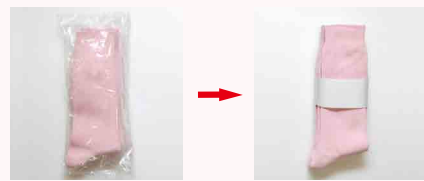
한편, 상품 포장용 상자는, 2006년부터 상품배송용 골판지 상자의 중량을 재검토하여, 15% 경량화를 도모함으로써 코스트와 자재 삭감을 목표로 하고 있습니다. 또한, 상품을 상자에 넣는 방법을 궁리함으로써 하나의 상자에 들어가는 상품 수를 늘려 전체 상자의 수량을 줄이는 노력도 계속적으로 실시하고 있습니다.

사용하는 골판지 상자는 생산공장에서 출하 시에 이용한 것을, 창고에서 점포로 배송할 때 재이용하도록 하고 있습니다. 또한, 골판지 상자 재이용을 촉진하기 위해, 공장에서 창고로 출하할 때의 상자 크기를 통일하는 등의 노력도 하고 있어, 매년 사용 상자 수가 감소하고 있습니다. 이러한 실천으로 현재 동종의 상품을 색상별, 치수별로 모아서 넣는 상자의 약 50%는 재이용 상자를 사용하고 있습니다. 그밖에도 공장 출하 시에 사용하는 상품 포장재는 가능한 한 줄이는 등 자원 절약도 추진하고 있습니다.

●자원 절약 활동 사례



플라스틱 셔츠 포장 시의 상자 사용 폐지



양말 포장을 비닐봉지에서 종이띠로 변경

사무실에서의 에너지 절약 및 자원 절약 활동 D

FR 본부는 고정석이 아니라, 그룹 어드레스제도를 도입한 사무실입니다. 부서 변경과 인원 증가 등에 따른 사무실 레이아웃 변경은, 비품과 자원 낭비가 발생하기 쉬우므로 이를 없애고, 종업원이 사무실에서 자유롭게 이동하여 커뮤니케이션 하기 쉬운

장소가 되도록 했습니다.

이러한 사무실에서의 효율적인 업무를 생각하여, 제작업체와 공동으로 개발한 프린터를 도입. 언제 어디에서나 필요한 때에 자신의 인쇄작업분량을 출력할 수 있는 프린터로, 불필요한 출력을 줄이게 되었습니다. 마찬가지로 팩스도 종이 안쓰기 (paperless) 캠페인 추진으로 자원 절약에 힘쓰고 있습니다.

또한, 글로벌화에 따라 각국의 사업을 뒷받침하는 서버를 하나로 통합함으로써 신규국에서의 출점을 스피디하게 실현함과 더불어, 효율화, 코스트 삭감, 전력 사용량 삭감을 실현. 금년도에 각국 유니클로 사업은 통합을 완료했고(러시아는 2013년도), 2013년도에는 지유의 통합 완료와 기타 그룹 브랜드의 통합에 착수할 것입니다.

점포에서의 에너지 절약 및 자원 절약 활동 E

유니클로와 지유의 모든 점포에 '점포에서의 에너지 절약 및 자원 절약 매뉴얼'을 배부하고, 전력 사용량 등의 삭감을 철저하게 체크하고 있습니다. 점포에서의 전력사용량은 조명이 약 60%, 에어컨이 약 40%의 비중을 차지하고 있어 각각 사용량 삭감 운동을 추진하고 있습니다.

에어컨은 설정한 시간에 에어컨 스위치가 꺼지는 등 온도 설정 관리 기능이 있는 에어컨 컨트롤러를 제작업체와 공동으로 개발. 일본 국내 유니클로의 모든 로드사이드 점에 도입이 완료되었습니다.

한편, 조명은 준비시간대의 조명을 영업시간대의 60%로 감소시켜 밝기를 조절하는 등 절전에도 힘쓰고 있습니다.

조명기구의 LED화는 우선 일본 국내 유니클로의 로드사이드 간판에 도입하기 시작했습니다. 앞으로 신규 점포, 그리고 기존 점포의 기구 교환 시에 순차적으로 LED로 교환할 예정입니다.

점포 내 조명은 연출 조명의 LED 기구가 성능도 코스트도 적합하여 유니클로와 지유에서 그 도입을 검토하고 있습니다. 또한, 간접조명은 유니클로 긴자 점에 LED화를 시범적으로 실시하고 있으며, 2013년 봄부터 유니클로와 지유의 신규 점포에 도입할 예정입니다.



로드사이드 매장의 LED 간판



유니클로 긴자 점의 LED 간접 조명

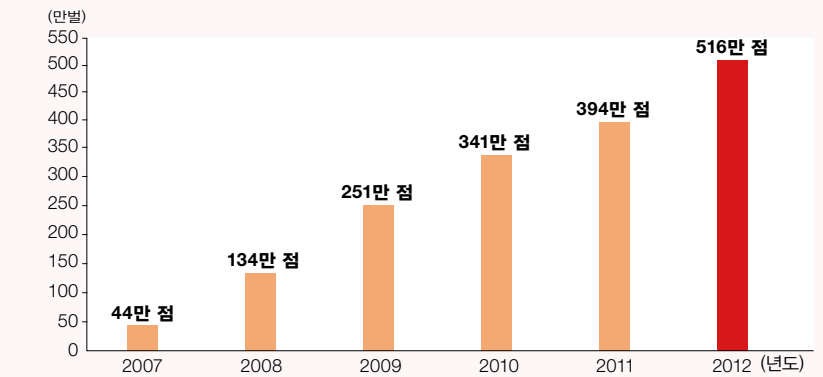


리사이클 회수 상자

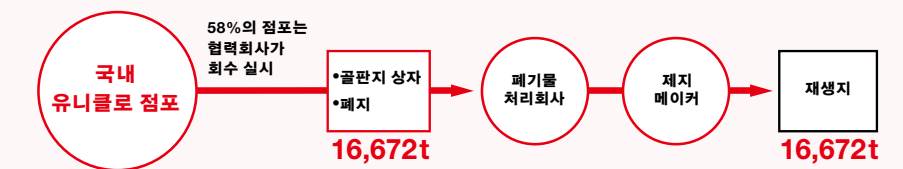
리사이클 활동과 폐기물 삭감 F

유니클로와 지유의 모든 점포에서는 고객에게 불필요해진 의류를 기증받아 재이용·재활용(리사이클)하는 활동을 실시. 회수 지역은 일본, 한국, 영국, 미국, 프랑스, 싱가포르, 그리고 2012년 3월부터는 상하이, 홍콩, 대만에서도 회수를 시작했습니다(상세한 내용은 21~23페이지 참조). 또한, 매장에서 배출되는 폐기물의 99%가 납입 상품 포장용으로 쓴 골판지 상자와 비닐봉지입니다. 현재, 일본 국내 유니클로 점포의 58%에서는 협력회사가 폐기를 회수를 하고 있으며, 자원을 유효 활용할 수 있는 것은 리사이클하고, 매달 이에 대한 보고도 받고 있습니다. 앞으로 나머지 매장에 관해서도 자사 회수 및 회수 상황 파악을 추진해 나가겠습니다.

●'전 상품 리사이클 활동'으로 회수된 의류수량 추이



●자원 유효 리사이클 흐름 (골판지 상자, 폐지의 예)



●사업활동에 따르는 환경 부하

In	에너지와 원재료 투입	본부 사무실		
		전력 사용량	가스 사용량	수도 사용량
에너지 연료 등	D	5,489,456 kWh	7,452 m ³	12,842 t
	D	복사용지 사용량 9,774,446 장		
자재 등		본재공장 에너지 사용량(열량) 2,261,971 GJ 전력 131,489,409 kWh LPG 193,135 kg 천연가스 16,489,284 m ³ 중유 166,650 l 경유 2,176,934 l 휘발유 191,577 l 석탄 27,306,667 kg 증기 75,276 t 물 사용량 6,363,545 t	국내 물류 에너지 사용량(열량) 202,816 GJ	점포 전력 사용량 150,416,928 kWh 도시가스 사용량 1,221,555 m ³ LPG 사용량 1,246,908 m ³
				용기 포장 4,482 t(※1)
Out	CO ₂ 와 폐기물 배출	A 기획 B 생산 C 물류 E 판매 F 사용/폐기		
		D	본부 사무실 CO ₂ 배출량(전력, 가스) 3,576 t-CO ₂	국내 물류 CO ₂ 배출량(전력) 13,889 t-CO ₂ (※1)
	D	본부 사무실 가연물 배출량(폐지 등) 81 t 불연물 등 배출량(페플라스트릭 등) 12 t	매장 일반폐기물 배출량 30,484 t(※1)	고객 전 상품 리사이클 활동으로 기부받은 상품 539 t(※2)

※원칙적으로 2012년도의 수치를 기재하고 있습니다 ※본부 사무실 데이터는 야마구치 본사와 도쿄 본부의 수치입니다 ※용기포장은 일본 국내 유니클로와 지유에서의 소량(백종) 사용량입니다 ※물류 데이터는 2011년 4월 ~ 2012년 3월까지의 수치입니다 ※점포 데이터는, 세입자로 들어가 있는 일부 점포의 수치는 포함되어 있지 않습니다 ※1 일본 국내 유니클로만의 수치 ※2 2012년 8월 말까지 회수를 선별소에 도착한 상품이 대상

FR Global Leader Commitment

세계 각 거점의 리더에 의한 CSR 커미트먼트

유니클로 사업



주식회사 유니클로 이사
오토마 나오키

일본에서 시작된 글로벌 기업으로서, '사회가 필요로 하는 기업이 된다'는 이념을 체현하는 실적을 일본에서 명확히 만들어내는 것이 저희의 사명입니다. 활동의 축은 '전 상품 리사이클 활동'이 모든 점포의 모든 스태프가 고객에게 권유할 수 있는 활동으로, 이를 통해 전원이 경영의식을 가질 수 있습니다. 또한, 활동을 통해 고객에게 세계의 과제를 알리는 것도 중요합니다. 그 중에서도 특히 어린이들에 대해서 전국의 점장과 슈퍼바이저 등 약 1,000명이 각 지역의 학교와 협동한 출장수업 실시를 목표로 합니다. 이러한 활동에 공감하는 사람이 늘고 사회를 좋은 방향으로 바꿔나가는 것이 최대의 목표입니다.



UNIQLO TAIWAN LTD. COO
타키 히로시

경제상황이 좋지 않은 타이완에서는 고용문제가 중요한 사회적 과제입니다. 유니클로는 첫 출점부터 2년 연속 고용 창출에 공헌한 기업으로서 '창조 취업 공로상'을 수상하여, 커다란 사회적 책임이 요구되는 기업이 되었습니다. 앞으로도 타이완 사회로부터 인정받기 위해서, 사업과 더불어 CSR 활동도 적극적으로 추진해 나가겠습니다. 장애인 고용은 현재도 타이완의 기준은 충족시키고 있지만, 한층 더 고용을 늘려 '한 점포 한 명'을 실현하겠습니다. '전 상품 리사이클 활동'은 종업원에 대한 더욱 높은 이해 촉진과 사내 침투를 철저히 하겠습니다. 종업원이 고객에게 활동에 대해 알림으로써 기업체와 함께 사회에 발신하도록 하겠습니다.



UNIQLO (SINGAPORE) PTE. LTD. Co-CEO
UNIQLO (MALAYSIA) SDN. BHD. CEO
오노구치 사토시

싱가포르와 말레이시아에서 현지 정부 및 행정기관과 함께 장애인 고용을 적극적으로 추진하고 있습니다. 싱가포르에서는 '전 상품 리사이클 활동'도 추진하고 있으며, 싱가포르 스포츠올림픽에 대한 지원도 결정되었습니다. 이와 같은 활동은 이곳 지역사회에서는 참신한 것이며 매우 환영받고 있어 빠르게 침투할 것으로 생각합니다. 사회공헌은 말뿐 아니라 스태프 자신이 체험하고 행동으로 보이는 데에 의미가 있습니다. 본래의 사업에 의해 뒷받침되는, 현지사회에 대한 공헌을 추구하고, 나아가 앞으로는 자신들의 활동을 사회에 발신해 가고자 합니다.



FAST RETAILING PHILIPPINES, Inc. COO
쿠보타 카즈미

필리핀은 유니클로가 사업전개를 하고 있는 국가나 지역에서는 평균 소득이 가장 낮은 나라면서도 상부상조가 매우 일반적인 사회입니다. 이 때문에 이 나라의 사업을 성장시켜 가기 위해서는 CSR 활동이 반드시 필요합니다. 출생률이 높고 어린이가 매우 많지만, 충분히 교육을 받지 못하고 또 불충분한 위생 등의 과제가 있기 때문에, 앞으로 교육과 학교 등 어린이에게 초점을 맞춘 CSR 활동을 추진해 나가겠습니다. 이미 필리핀에서는 일반화 되어있는 장애인 고용에 관해서는 올해 봄부터 시작할 예정입니다. '전 상품 리사이클 활동'은 출점 확대와 더불어 빠른 시기에 시작하도록 하겠습니다.



FAST RETAILING (CHINA) TRADING CO., LTD.
UNIQLO HONG KONG, LTD. CEO
潘寧

중국인 제도와 의식, 지역에 따른 차이 등 다양한 과제와 측면을 가진 사회로, CSR 활동도 실정에 맞는 전개가 필요합니다. 중국 사회에서 인정받고 사람들의 생활 속에서 유니클로의 존재의의를 표현할 수 있는 활동으로 만들어 가기 위해, 우선 저희 경영자가 회사 전체의 체제 만들기를 강력하게 추진하겠습니다. 그리고 또 중요한 것은 인재 육성. 중국의 사정을 잘 이해한 다음 세계에서 활동도 이해하고, 이를 바탕으로 중국과 세계를 어떻게 관련지어 나갈 것인지를 생각하고 행동할 수 있는 인재를 육성하겠습니다. 한편, 홍콩은 CSR에 대한 의식이 원래 높아서 이미 시작된 '전 상품 리사이클 활동'에 이어 장애인 고용 추진도 빠른 시기에 시작하고자 합니다.



FRL KOREA CO., LTD. Co-CEO
안성수

지속적인 성장을 위해서는 우선 한국의 고객으로부터 신뢰받고 존경받는 기업이 되는 것이 무엇보다 중요하며, CSR 활동은 No.1. 브랜드가 되기 위해 가장 중요한 것 중 하나라고 생각합니다. 한국 사회에서는 기부활동과 더불어 경제적인 것뿐만 아니라 '진정성'을 갖고 지속적으로 하는 활동이 요구되고 있습니다. 우선은 '전 상품 리사이클 활동'과 장애인 고용을 중심으로, 한국 스포츠올림픽에 대한 지원도 포함하여 더한층 성과를 올리도록 하겠습니다.



UNIQLO (THAILAND) COMPANY LIMITED COO
니시무라 다카히로

태국 사회는 '남을 돕는' 정신이 왕성하고 사회공헌활동이 주목받는 나라입니다. 아직 사업 자체가 시작된 지 얼마 안 되었지만, 패스트 리테일링 전체에서 커미트먼트하고 있는 CSR 활동을 확실히 추진하고, 유니클로 자체를 알리기 위하여 '전 상품 리사이클 활동'에 관해서는 빠른 시기에 추진하도록 하겠습니다. 또한, 경제적 조건 때문에 학업에 전념할 수 없는, 장래가 촉망되는 대학생을 지원하기 위해 2012년 11월부터 장학금 지급 인턴십을 시작했습니다. 단지 장학금을 지급한다는 금전 지원뿐만 아니라 실제로 유니클로 점포에서 아르바이트하는 자활과 실제 사회를 배우는 정도 제공하고 있습니다.



UNIQLO (U.K.) LTD. CEO
쿠와하라 타카오

영국에서도 실업이 커다란 사회과제입니다. 특히, 젊은 층은 정사원과 파트타이머를 불문하고 매우 힘든 환경에 직면해 있어, 우선은 사업에서 더 많은 고용을 창출하는 것이 최대의 공헌이 될 것이라 생각합니다. 동시에 CSR에 대한 높은 인식도 필요합니다. 원래 영국에서는 사회적 취약자에 대한 의식이 높고, 사회에 공헌하지 못하는 기업, 불성실한 기업은 직장으로써 선택되지 않을 뿐만 아니라 고객으로부터도 외면당합니다. 앞으로도 고객과 종업원이 함께 추진할 수 있는, 지역 사회에 뿌리를 내린 CSR 활동을 창조하고 전개해 가겠습니다.

유니클로 사업



FAST RETAILING USA, Inc. CEO
오다케 신

CSR에 관해서 매우 왕성한 나라이지만, 미국은 빈부의 격차가 심하고, 여러 가지 사회과제를 안고 있어 국내 과제에 대응하는 활동이 요구되고 있습니다. 우선은 2012년 10월 말에 동부 해안을 직격한 허리케인 '샌디'의 피해 지역 지원입니다. 히트테크를 10만 장, 울트라 라이트 다운 1만 장을 기부했는데, 단지 기부를 한 것으로 끝난 것이 아니라, 10주간에 걸쳐 매주 종업원이 고객과 함께 자원봉사자로서 피해지역에 가서 정부단체와도 연계하면서 직접 배부하였습니다. 이것을 계기로 더한층 미국의 지역에 밀착한 CSR 활동을 고안하여 전개해 나가겠습니다.

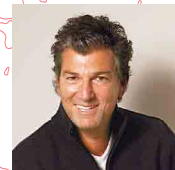
유니클로 사업



LIMITED LIABILITY COMPANY UNIQLO (RUS) COO
모리카와 타쿠

러시아에서는 자본주의 경제로 이행한 후, 빈곤과 교육 격차가 커다란 과제가 되고 있습니다. 동시에, 정부의 대응과 사회공헌활동에서의 불투명성이 시민의 신뢰를 잃고 있어, 기업이 중심이 되어 사회를 바꿔 갈 필요가 있습니다. 유니클로는 고품질의 의류가 적은 러시아 시장에서 사업을 확대함으로써 옷을 통하여 풍요로운 생활을 제공하고, 고용창출에 공헌하겠습니다. 다음으로, 모금과 기금을 통하여 사회과제인 빈곤과 교육에 이바지하는 시설과 교육기관을 설치하겠습니다. 그리고 보고활동도 중시하여 기업활동의 투명성을 알려 국민의 신용을 얻음으로써 사회를 바꿔나가는 원동력이 되겠습니다.

띠어리 사업



Theory LLC Founder and CEO
Andrew Rosen
앤드류 로젠

미국, 특히, 뉴욕시에서는 의류제조업의 고용 감소가 커다란 사회적 과제가 되고 있습니다. 저는 의류업계가 이전과 같은 번영을 다시 이룰 수 있다고 믿고, 비영리 기금 설립을 추진하기 시작했습니다. 띠어리, 다른 의류 기업, 그리고 저 자신이 지금을 각출하여 2월 1일까지 US 100만 달러를 모으고, 또한 뉴욕시로부터도 같은 금액을 제공받을 예정입니다. 이 함께 US 200만 달러의 기금을 통하여 제조시설의 최신화와 종업원의 고용조건 개선, 기술훈련에 사용하기 위한 무이자 대출을 제공할 예정입니다. 이러한 활동으로 미국의 디자이너들이 최신 설비 속에서 협력하여 이노베이션을 일으키기를 기원합니다.

폼프와 데 꼬포니에 사업



CREATIONS NELSON S.A.S. CEO
Elisabeth Cunin
엘리자베스 쿠닌

폼프와 데 꼬포니에는 상품 리사이클 활동과 모녀와 관련된 다양한 자선활동을 매년 실시하고 있습니다. 또한, 선물 카드 구매 시 1유로를 적십자에 기부하는 활동을 하고 있어, 이 활동을 통한 기부는 이미 일상활동이 되어 있습니다. 앞으로는 이러한 활동과 더불어 여성에 대한 지원, 교육과 훈련 등을 위한 여성단체와의 파트너십을 계획하고 있고, 종업원 한 사람 한 사람이 주체적으로 관여하고, 많은 고객이 함께 적극적으로 참가할 수 있도록 추진해 가겠습니다.



UNIQLO FRANCE S.A.S. COO
사나다 히데노부

유럽에서는 일상생활 속에서 빈곤 등 사회과제에 접할 기회도 많고, 시민 각자가 사회공헌활동에 대해 매우 높은 의식을 갖고 있습니다. 그리고 기업도 비즈니스를 통하여 사회공헌활동을 하지 않으면 유럽에서 환영받는 기업이 될 수 없습니다. 즉, CSR 활동도 회사의 성장에 발맞추어 성장시켜 갈 필요가 있습니다. 이를 위해서는 계속해서 종업원에게 확실한 사고방식과 활동을 전달하고, 전원이 자부심을 갖고 일할 수 있는 기업으로 만들어 가야한다고 생각합니다.

지유 사업



주식회사 지유 CEO
유노키 오사무

CSR에 대한 의식은 더 높아야겠지만, 특별한 것은 아닐 것입니다. 우선 무엇보다도 본업을 모두 올바르게 했을 때, 비로소 수익을 올리고, '고객과 사회에 가치를 환원할 수 있고, 존재를 인정받을 수 있습니다. 그리고 종업원의 노동환경과 커리어, 다양성, 생산지의 고용과 산업 창출 등 모든 것을 '올바른 방식'으로 관철하는 것이 중요합니다. '전 상품 리사이클 활동'은 옷을 파는 것과 이룰데면, 자동차의 양 바뀌어서 매우 중요한 것이며, 유니클로와 함께 지유도 '새로운 라이프 스타일'로 제안해 가고자 합니다.



주식회사 링크 띠어리 재팬 CEO
하타 마코토

기업으로 존재하는 한, 사회로부터 존재를 인정받지 않으면 안 됩니다. 이를 위해서는 비즈니스뿐만 아니라 CSR 활동이 반드시 필요합니다. 이제까지도 띠어리의 이름으로 유망업 박명 캠페인과 빈곤층에 대한 지원으로서의 화이트밴드 활동 등 여러 가지 자선활동을 중심으로 활동해 왔으나, 앞으로는 "오늘을 사는 성인 여성"에 대한 지원을 중심으로 추진해 나가겠습니다. 동시에 비즈니스의 중요한 요소인 이상, 종업원이 하고 싶어하는 CSR 활동이어야 한다는 것이 중요합니다. 종업원의 제안에 민감하게 반응하고, 고객과 공유할 수 있는 활동을 실시하겠습니다.

프린세스 탐탐 사업



PETIT VEHICULE S.A.S. COO
Pierre Arnaud Grenade
피에르 아노 그라나드

프린세스 탐탐은 여성에 의한 여성을 위한 브랜드입니다. CSR 활동에서도 특히 여성들의 힘이 되고자 하는 마음이 강해, 파트너 공장이 있는 마다가스카르에서 현지 여성들이 학교에 다닐 수 있도록 하는 지원을 하고 있습니다. 2013년부터는 활동을 확충하여 여학생에 대한 교육 지원과 그 어머니들을 돕는 활동을 시작합니다. 그 활동에 종업원과 고객이 관여할 예정입니다. 사람들에게 정말로 가치 있는 프로젝트로 만들어 가겠습니다.

기업 지배구조 / 규범준수

기업의 사회적 책임을 다하기 위하여, 규범준수를 중시하고, 그것이 전체 그룹의 종업원 한 명 한 명에게 침투될 수 있도록 체제를 정비하고 있습니다.

기업 지배구조에 대해 이렇게 생각합니다

패스트 리테일링(FR)은 이사회와 독립성과 감독 기능을 강화하면서 신속하고 투명성 있는 경영을 실현하여 기업 지배구조 수준을 향상시키고 있습니다.

기업 지배구조 체제 강화의 일환으로 위임형 집행원제도(이사회로부터 일정 범위 내에서 업무집행 권한을 위임)를 채용함으로써 경영의 의사결정 기능과 업무집행 기능의 분리를 도모하고 신속한 경영을 지향하고 있습니다. 또한, 이사의 과반수를 사외이사로 함으로써 이사회 독립성을 높이고 아울러 감독 기능을 강화하고 있습니다.

FR은 감사위원회 설치회사이나 이사회 기능을 보완하기 위한 각종 위원회를 설치하고 있습니다. 위원회에는 인사위원회, CSR위원회, 정보공개위원회, IT투자위원회, 윤리 규범 위원회, 및 기업거래윤리 위원회가 있으며 각 위원회의 목적을 다하기 위하여 신속하고 공개적인 토의 및 결정을 하고 있습니다.

■ CSR 위원회
CSR 방침, CSR 보고서의 작성·공표, 환경보전, 사회공헌활동, 규범준수, 다양성(diversity) 등에 관하여 토의하고 방향성을 결정. 위원장은 CSR 부문 담당책임자가 맡고, 위원으로는 사외 전문가와 사외 감사역, 집행임원 등이 참가합니다. 2012년도에는 4회 개최.

■ 윤리 규범 위원회

FR그룹 윤리 규범(CoC) 위반사태에 관한 대응과 심의, 핫라인(통보·상담 종합창구) 운용에 관한 조언 및 CoC에 관한 임원, 종업원 개발활동 등을 실시. 위원장은 총무·ES추진 부문 담당책임자가 맡고, 위원으로는 감사역, 고문변호사 등이 참가합니다. 2012년도에는 12회 개최.

■ 기업거래윤리위원회

CSR부 책임자를 위원장으로, 종업원 의식을 고양하여 기업행동을 재검토하기 위한 위원회. 2012년도에는 16회 개최.

규범준수에 대해 이렇게 생각합니다

기업의 사회적 책임을 다하는 데 있어 규범준수를 중시하고, 그룹 전체의 종업원 한 사람 한 사람에게 침투시키는 체제를 갖추고 있습니다.

모든 종업원과 윤리 규범 내용을 확인

FR그룹 윤리 규범(CoC)은 그룹 각사에 도입하고 있습니다. 입사 시에는 내용을 설명하여 바르게 이해하게 하고, 그 후에는 연 1회, 종업원이 내용을 재확인하고, CoC 준수를 서약하는 서면에 서명하여 확실한 침투를 도모하고 있습니다. 법률상 서약서에 서명할 수 없는 프랑스를 제외하고 모든 종업원으로부터 서약서를 받고 있습니다.

사내 신고 창구의 운용

FR은 일에 관한 고민이나 윤리 규범 위반에 관하여 전화나 전자메일, 편지 등으로 상담할 수 있는 종합창구(핫라인)를 설치(해외 그룹사는 전자메일만 가능). 상담창구는 인터넷 상에서 공개하고 있는 것 외에, 종업원 휴게실에 포스터를 게시하는 등 사원들이 상담하기 편한 체제를 마련하고 있습니다.

윤리 규범 위반 혐의가 있는 안건에 관해서는 핫라인 담당자가 상담자의 프라이버시를 보호하면서 실태 조사를 실시. 정기적으로 개최되는 윤리 규범 위원회에서는 안건별로 구체적인 해결을 위한 심의를 하고 있습니다. 또한, 핫라인 사무국에서는 신고 건수가 많은 '상사와의 커뮤니케이션 문제'에 관한 사례를 거론하여 세션을 펼치는 등 윤리 규범에 관한 이해를 촉진하는 활동도 하고 있습니다.

앞으로도 그룹 회사 전체에 대하여 규범준수 위반에 관한 사례를 공개하는 등 재발방지에 힘쓰겠습니다.

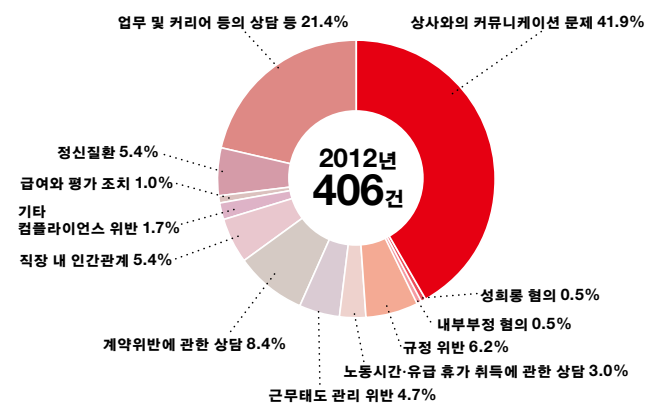
■ 핫라인 상담 건수(일본국내 그룹사)

- 2010년도 46건
- 2011년도 393건
- 2012년도 406건

■ 핫라인 상담 건수(해외 그룹사)

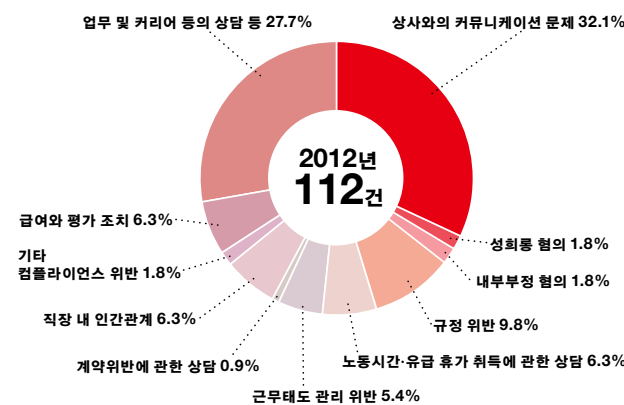
- 2012년도 112건

● 2012년도 핫라인 상담 건수와 그 내용(일본 국내 그룹사)



*숫자는 국내 그룹사의 합계

● 2012년도 핫라인 상담 건수와 그 내용(해외 그룹사)



*숫자는 해외 그룹사(FR, 유니클로, 띠에리)의 합계

패스트 리테일링 그룹 개요

FR은 캐주얼 웨어 브랜드 '유니클로'를 중핵으로 하여 일본시장뿐만 아니라, 세계시장에서 사업을 전개하는 어패럴 제조소매업 그룹입니다. 사업에는 일본 국내외에서 유니클로를 전개하는 일본 국내 유니클로 사업과 일본 외 지역 유니클로 사업, 그 외 어패럴 브랜드를 전개하는 글로벌 브랜드 사업이 있습니다.

회사 개요 (2012년 8월 31일 현재)

상호
주식회사 패스트 리테일링
FAST RETAILING CO., LTD.

설립 1963년 5월 1일

본사 소재지

717-1 Sayama, Yamaguchi-si,
Yamaguchi-ken, 754-0894

도쿄본부 소재지

Mid-Town Tower, 9-7-1,
Akasaka, Minato-ku, Tokyo, 107-6231

자본금 102억 7,395만 엔

사업 내용
주식과 지분의 소유에 의한 그룹 전체 사업활동의 지배 및 관리 등

연결 종업원 수 18,854명

연결 매출액 9,286억 엔

연결 영업이익 1,264억 엔

결산기
매년 8월 말일 www.fastretailing.com

사업 내용

국내 유니클로 사업(일본)

매출액: 6,200억 엔 영업이익: 1,023억 엔
점포 수: 845 매장(2012년 8월 말)
*프랜차이즈점 포함
www.uniqlo.com

해외 유니클로 사업

(중국, 홍콩, 타이완, 한국, 싱가포르, 말레이시아, 태국, 필리핀, 영국, 미국, 프랑스, 러시아)
매출액: 1,531억 엔 영업이익: 109억 엔
점포 수: 292 매장(2012년 8월 말)

글로벌 브랜드 사업

(Theory 사업, COMPTOIR DES COTONNIERS 사업, Princesse Tam Tam 사업, g.u. 사업)

매출액: 1,530억 엔 영업이익: 145억 엔
점포 수: 1,085매장(2012년 8월 말)
*프랜차이즈점 포함



● FR 그룹의 국가·지역별 종업원 수



59,617명,
21개 국가와 지역

패스트 리테일링의 CSR 커뮤니케이션

패스트 리테일링은 다양한 이해관계자 여러분과의 커뮤니케이션을 촉진하기 위하여, 이 CSR 보고서 외에도 다양한 종류의 정보공개를 적극적으로 실시하고 있습니다.

■ 『FAST RETAILING CSR REPORT 2013』

FR의 비즈니스 활동에 따르는 사회적 책임을 명확히 하고, 알기 쉽게 전달하는 것을 목적으로 한 CSR 보고서입니다.

■ 보고 대상 범위

원칙적으로 패스트 리테일링그룹(주식회사 패스트 리테일링 및 국내·해외 사업회사)을 대상으로 하고 있으며, 그렇지 않은 경우에는 개별적으로 대상범위를 기재하고 있습니다.

■ 보고 대상 기간

2011년 9월 1일부터 2012년 8월 31일
*이 보고서상의 수치는 특별한 기제가 없는 한, 회계연도의 실적을 공개하고 있습니다.
*특히 중요한 보고사항에 관해서는 가능한 범위 안에서 최신정보를 공개하고 있습니다.
*최신정보와 최신정보에 관해서는 매뉴얼 리포트와 웹사이트도 참조하십시오.

■ 발행

2013년 1월 (다음 발행은 2014년 1월 예정)

■ 웹사이트

주식회사 패스트 리테일링 'CSR' www.fastretailing.com/jp/csr/
주식회사 유니클로 'CSR' www.uniqlo.com/jp/csr/
Grameen UNIQLO (그라민 유니클로) www.grameenuniqlo.com

■ “옷의 힘”

활동과 여러 가지 사회적 과제에 대해 '옷을 통하여 할 수 있는 것'을 테마로 구성된 소셜책. 매장에서의 배부(부정기) 외에 웹사이트에서도 보실 수 있습니다(일본어·영어·한국어).
www.uniqlo.com/power_of_clothes/



■ 리플렛, 매장 포스터

CSR 활동내용과 보고 등을 매장에서 포스터 게시와 리플렛 배부로 고객에게 적극적으로 알리고 있습니다.

■ SNS (소셜 네트워킹 서비스)

각 사업회사의 facebook 등 SNS를 적극적으로 활용. 사내 담당자와 점장에 의한 CSR 정보 발신을 현장에서부터 실시간으로 전하고 있습니다.

■ 문의처

주식회사 패스트 리테일링 CSR부
FR_G_frgcsr@fastretailing.com



면책사항
본 보고서에는 주식회사 패스트 리테일링과 그룹 회사의 과거와 현재 사실뿐만 아니라, 발전시점의 계획과 조정사항, 경영방침 및 경영전략을 바탕으로 한 장래예측이 포함되어 있습니다. 이 장래예측은 기술한 시점에서 입수 가능한 정보에 근거한 가장 좋은 판단이며, 제반 조건의 변화에 따라 장래의 사업 활동 결과가 예측과 달라질 수도 있습니다. 독자 여러분께서는 이 점, 널리 이해 바랍니다.





FAST RETAILING

주식회사 패스트 리테일링
www.fastretailing.com