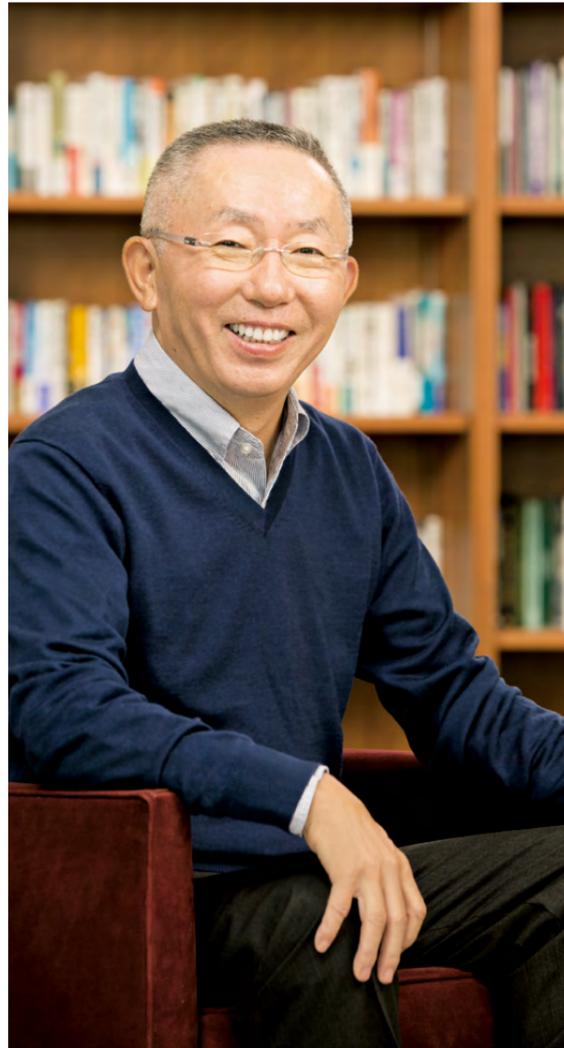




# 通过“服装”事业让世界朝更好的方向发展 这便是我们的CSR



株式会社迅销  
董事长兼 CEO  
柳井 正

## 构筑全世界每个人都能实现自我价值的社会

Global is Local, Local is Global.  
(全球即本土, 本土即全球)

世界正急速地全球化和数字化, 实际上我们手中已经掌握着各种信息。仿佛世界各国的人彼此都近在咫尺, 人与人之间直接联通。现今的世界便是如此。无论生于世界的哪一个角落, 无论身处何处, 所在之处即为世界的中心, 并能够在此实现自我价值。这便是所谓的“全球即本土, 本土即全球”。

换句话说, 世界任何一个角落所发生的事情, 都不再事不关己。世界上发生的所有问题、各种变化, 都将影响到自身。比如, 孟加拉的缝制工厂大楼倒塌导致1000多人死亡; 某个国家的风投企业开发出划时代的新产品; 南美的恶劣天气导致农作物价格上涨。这些信息瞬间传遍全球, 直接影响着我们每一个人的生活。我们生活在这样的一个时代。

## 以使命为核心, 与世界联通

整个世界紧密相连。我们之所以能够生存, 完全依赖于世界上的人们。我们需要认识到这一事实。而为了让自己以外的他人生活变得更加美好, 我们必须负责地展开行动。我们的使命在于:

- 创造真正优质、具有前所未有崭新价值的服装。让世界上所有人都能够享受穿着称心得体、优质服装的喜悦、幸福和满足。
- 通过开展独特的企业活动, 为人们充裕的生活作出贡献, 实现企业与社会和谐发展。

正因为我们以此为核心, 才能与世界各地的人们紧密相连。才使得迅销能够从中获得利润, 每一位参与其中的个人才能拥有不断成长的机会。我们的CSR理想是打造一家能为员工提供这种环境的公司。

我们将立足这种企业价值观, 不断致力于解决以下各项具体课题。

## 经营中杜绝各种歧视, 尊重人权

我们秉持的经营理念是做到“经营中杜绝各种歧视”。为

了实现个人发展和幸福生活, 我们将经营重点放在“尊重人权”方面。迅销回收顾客不再需要的服装, 在UNHCR(联合国难民事务高级专员公署)以及NGO(非政府组织)的协助下将服装送到真正需要的人们的手中, 我们认为这种“全部商品回收再利用活动”也是一种对人权的尊重。另外, 截至2014年8月末, 迅销在全球12个国家和地区雇佣的残障人士人数达到了1372人, 日本国内的残障人士雇佣率为6.36%, 于大型企业中立居榜首。公司内部正在积极开展各项举措, 例如打造易于女性员工及各国籍员工工作的职场环境、促进发挥个性的多样性发展、大力启用全球型人才等。

## 每一名员工都能实现自我成长、 充满自信和自豪感的“新型个体店经营”

我希望将迅销(FR)打造成以员工为主体的公司。社会中的强势群体总是少数。而企业的责任, 在于同时为这些并非强势群体的人们提供各种商机及实现自我价值的机会。我们希望增加雇用机会, 通过每天的工作提高员工能力, 创造能够为地区社会作贡献的新型个体店经营方式。构建让每一名员工都拥有“自己对社会有用”的自信心并勇往直前的职场环境非常重要。

为此, 在日本国内, 迅销积极接受各地区群众前来公司进行职场体验, 录用和采用地区正式员工, 同时还在国外开展各项事业活动, 如面向残障人士等举办“购物体验”活动, 为智障人士体育节、残奥会提供赞助支持等, 更加大力推动地区贡献活动。迅销正在积极推进环境建设, 努力让员工能对通过“服装”改变社会这一使命充满自豪感。

## 连原材料供应源都坚持亲自确认的 “负责的采购”

近年来, 孟加拉接连发生工厂火灾、大楼倒塌等事故, 令人痛彻心扉。确保供应链上的劳动环境和产品安全是当务之急。为此我们和所有合作伙伴齐心协力, 进一步提高生产流程的参与程度, 同时贯彻执行劳动环境审核等, 防止出现雇佣童工和强制劳动, 合理支付工资, 执行劳动时间管理等, 以此保护工作人员的安全和健康。另外我们还对原材料供应源进行

追溯, 亲自确认山羊绒、棉、羊毛等原材料的安全性和合法性。我们始终坚持积极的态度, 做到“负责的采购”, 努力构建更加安全和高效的供应链。

## 为社会和地球的可持续发展做贡献

环境相关举措也非常重要。社会对于企业的要求愈发严格。我们需要正确认识到自身事业对环境所造成的影响, 以最小的环境负荷来开展事业。我们通过对原料工厂进行“环境审核”, 以及危险化学品零排放相关举措等, 贯彻实施减少环境负荷的措施, 目标是到2020年1月, 整个商品生命周期中危险化学品实现零排放。同时我们还将积极挑战环保型商品的开发, 以满足顾客的期待。

## 谦虚倾听社会声音的开放式经营

在履行企业社会责任方面, 建立一套重视遵纪守法并落实到每位员工身上的相关体制是企业活动的基础。我们将始终重视企业治理, 以诚为本开展各种企业活动。致力于构建完善的权力制衡体制和公正健全的企业内部管理体制。时刻重视与利益相关者进行对话, 以开放的态度, 谦虚地倾听社会的声音, 毫不犹豫地需要对需要修正的地方进行改善。迅销将始终坚持这一态度, 履行企业的解释说明责任, 开展高透明度的全球化经营。

“改变服装、改变常识、改变世界”。这是我们的声明。今后, 迅销也将不断地勇敢挑战, 竭尽全力让世界朝更好的方向发展。

2014年8月

## FAST RETAILING WAY (迅销集团的企业理念)

Statement 我们的声明

# 改变服装、改变常识、改变世界

Mission 迅销集团的使命

迅销集团

- 真正优质服装，创造前所未有崭新价值的服装，让世界上所有的人能够享受身着称心得体、优质服装的喜悦、幸福和满足。
- 通过开展独特的企业活动，为人们充裕的生活作出贡献，实现企业与社会和谐发展。

Value 我们的价值观

- 站在顾客的立场上。
- 革新和挑战。
- 尊重个体，公司与员工共成长。
- 坚持正直诚信。

Principle 我的行为准则

- 开展一切以顾客为中心的经营活动。
- 追求完美，追求最高水准。
- 充分发挥多样性优势，通过团队合作取得更大的成就。
- 雷厉风行做好每件事。
- 以现场、现物、现实为本，开展确切、实际的经营活动。
- 作为拥有崇高伦理观的地球市民而行动。

## 迅销集团 CSR 声明

# 让世界朝更好的方向发展

以“服装所拥有的力量”不断丰富社会 and 个人的生活——这正是迅销集团的目标所在。  
让全世界所有人都能享受到身着称心得体优质服装的喜悦、幸福和满足感，从而“让世界朝更好的方向发展”。  
这便是我们迅销的 CSR 目标。

## Challenge 1 生产

通过负责的采购和正确的流程实现“世界最高水平的服装生产”



08

## Challenge 2 环境

减轻整个供应链中的环境负荷



16

## Challenge 3 地区社会

为了帮助地区社会获得幸福  
勇敢突破业务框架  
积极挑战解决课题



24

## Challenge 4 人才

让全球的多样化人才发挥才能  
通过团队合作创造价值



32

06 CSR Challenge Data 2014

40 倾听全球顾客的心声，致力于进一步提升客户满意度

41 公司治理 / 遵纪守法

42 迅销集团的 CSR

43 迅销集团简介

“全部商品循环再利用活动”捐献服装的件数 (截至2014年9月末)

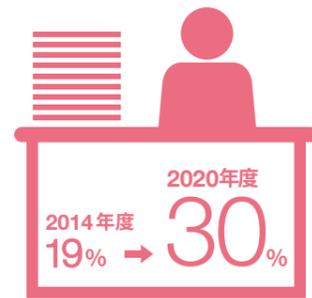


向53个国家和地区捐赠的服装件数

约 **14,200,000**

11个国家和地区回收的服装件数 约32,500,000

女性管理职务的目标比例



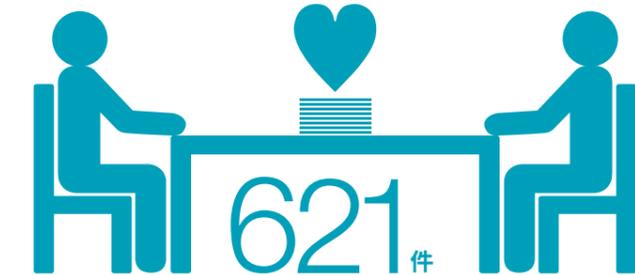
“全部商品循环再利用活动”回收服装的使用用途



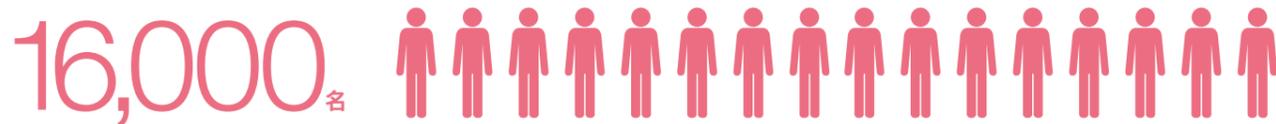
环境审核合计实施件数



劳动环境审核合计实施件数



日本国内优衣库事业雇用地区正式员工的目标数量



全球残障人士雇用人数

**1,372** 名

日本的残障人士雇用率

2.0%  
法定雇用率

**6.36**%  
迅销集团残障人士雇用率

与UNHCR (联合国难民事务高级专员公署) 缔结全球伙伴关系



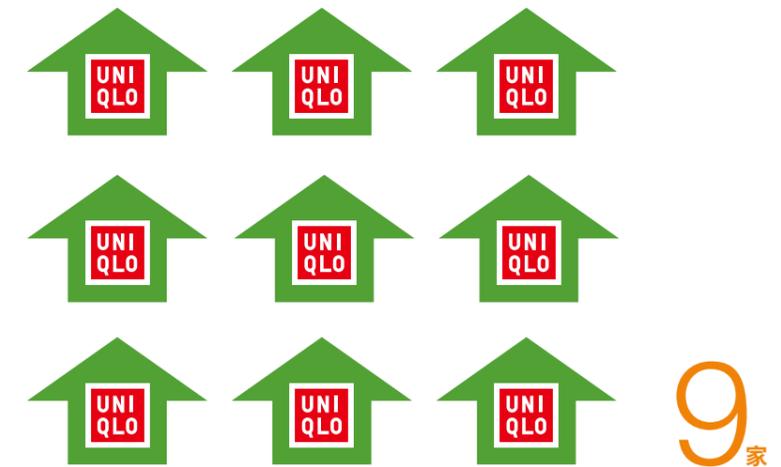
与UNICEF (联合国儿童基金会) 结成全球联盟



在孟加拉开展的防火及建筑物安全强化自我检查中问题事项的改善状况



在孟加拉开展“社会企业商务”的“格莱珉优衣库”店铺数量



“购物体验”项目实施国家



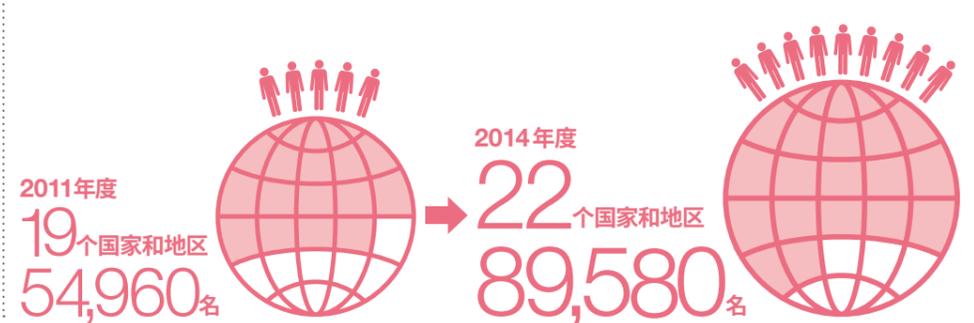
特奥会支援活动实施国家



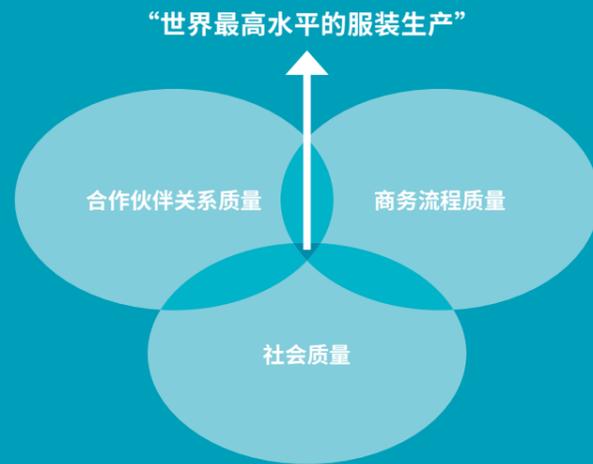
危险化学物质排放量目标值



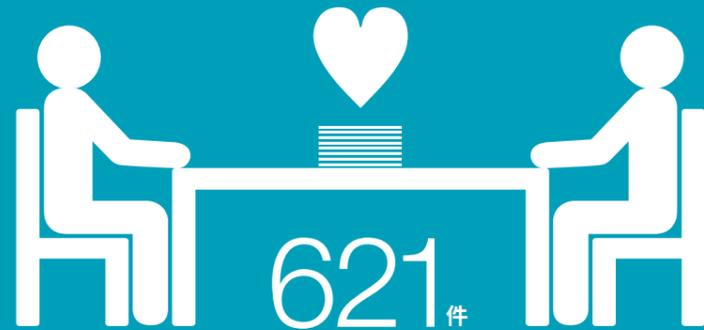
全球员工人数



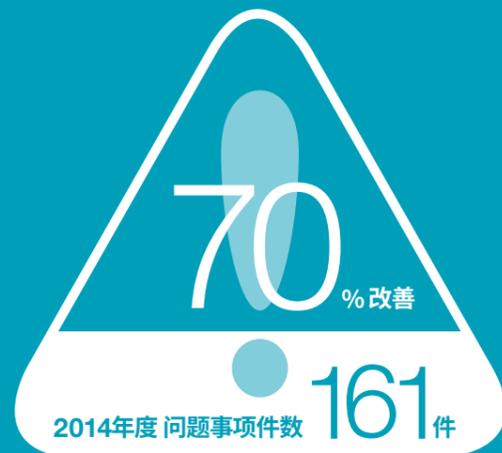
### 生产方针中的“三大质量”



### 劳动环境审核合计实施件数



### 在孟加拉交易方工厂开展的防火及建筑物安全强化自我检查问题事项的改善状况



# Challenge 1

## 生产

## 通过负责的采购和正确的流程实现“世界最高水平的服装生产”

迅销所追求的“世界最高水平的服装”，是能够让服装穿着者、服装生产者、整个供应链上的所有相关者都能感受到幸福的服装。

为了实现这一目标，在合理的环境及正确的流程中制造服装，是我们对于顾客和社会应尽的最基本的责任。

为了源源不断地向社会供应“世界最高水平的服装”，需要深入参与供应链中的全部流程。我们将立足长远视角，与心怀相同理想和理念的合作伙伴及顾客一起携手并肩，不断进行全新挑战，让世界朝更好的方向发展。

### 宣言

### 实现让供应链上所有参与者都能感到幸福的“世界最高水平的服装生产”

实现“世界最高水平的服装生产”这一迅销 (FR) 目标，有赖于三大质量，即在确保交易方工厂员工安全的劳动环境、关注地球环境和爱护动物等的合理流程中生产的“社会质量”；立足长远视角、与世界最高水平的交易方工厂实现共同发展的“合作伙伴关系质量”；以及高精度高效率地开展工作、确保持续发展的“商务流程质量”。

FR 为了确保遍及世界各地的生产据点的“社会质量”，正在实施劳动环境审核，坚决杜绝雇用童工和强制劳动的现象，贯彻执行支付合理工资、强化劳动时间管理等。审核不仅仅停留在“指出问题”的层面，还会实施改善指导工作，提高交易方工厂自身的“社会质量”，从而成为竞争力之源。

为了实现三大质量，不仅 CSR 部，生产部也需要深入理解三大质量的意义，在日常业务中积极开展 CSR 活动。FR 在上海、胡志明市、达卡、雅加达以及伊斯坦布尔设有生产事务所，约 400 名质量生产进度管理人员在此工作，与交易方工厂一起，积极致力于实现三大质量。而同时，减轻地球环境负荷相关举措也尤为重要。迅销通过与 NGO 等众多利益相关者展开对话，与交易方工厂携手，共同推进相关举措。2012 年迅销提出了危险化学物质零排放的宣言，负责董事参加每月一次的定期会议，对项目进度进行管理，目前项目的进展情况非常稳定。另外，FR 正就整个供应链中的环境风险开展相关调查工作，以便从各种各样的环境课题中筛选出应重点开展活动的环境课题。

为了实现“世界最高水平的服装生产”这一目标，FR 坚持深入参与到供应链中的全部流程中去，与彼此相互信任的合作伙伴一起，致力于实现三大质量，让世界朝更好的方向发展。



迅销有限公司  
集团执行董事  
生产统管负责人  
国井 圭浩



#### CSR部与生产部的合作

## 在世界各地的生产据点，与当地工厂开展合作 共同确保“社会质量”

### 将“社会质量”落实到生产一线的日常业务中

迅销（FR）集团为了确保交易方工厂的员工能够在安全、合理的劳动环境中工作，实现“社会质量”，将生产活动对于社会的影响视为重要的CSR课题。CSR部内设置CSR资源团队，专门负责与交易方工厂共同开展举措，已在东京总部以及生产据点的各个地区开展相关活动。例如，有CSR专职团队常驻迅销最大的生产据点中国上海生产事务所。他们每天拜访各地的交易方工厂，了解安全方面以及劳动时间管理等劳动环境相关情况，同时还针对工厂的环保措施等，在现场发现问题，并掌握现场的情况，与工厂共同解决问题。

同时，生产部为了与交易方携手共同履行社会责任，与交易方保持密切的沟通与交流，并据此开展事业活动，需要在日常业务中主动积极地采取措施，努力实现合理的劳动环境。FR为了实现与交易方共同成长的理念，在上海、胡志明市、达卡、雅加达以及伊斯坦布尔的生产事务所内，建立起

完善又稳固的当地体制，约400名质量生产进度管理人员在此工作。生产部员工每周前去拜访所负责的工厂，直接掌握现场的情况，并根据需要加以改善等，与交易方工厂一起，开展多种多样的举措。

此外，生产部在与新工厂开始进行交易前，不仅会从质量、价格、经营等商务层面进行判断，还会在工厂接受劳动环境审核的前提下，决定是否开始与其进行合作。2013年，为了让CSR部与生产部间的合作发挥更大效果，开始在生产部内部贯彻执行FR的基本规定，即“无法通过劳动环境审核的工厂，即便其产品高质量低价格，即便其能迅速交货，都不与其进行交易”。进而还通过在生产部的员工业务培训中结合CSR课程，加深员工对于CSR的理解，促进CSR观念的渗透。

### 致力于解决整个行业的共同课题

2013年，孟加拉缝制工厂所在的建筑物发生倒塌事故

时，FR也曾向交易方工厂再次确认是否真的没有问题。当时我们再次感觉到，拜访现场，掌握交易方的经营状况乃至问题点，能够降低发生致命问题的可能性。CSR部及生产部经常性地拜访交易方工厂，随时保持在能够掌握现状的状态，并与工厂携手努力从根本上加以改善，正是FR举措的特征。而之所以能够做到这一点，完全仰赖于FR与交易方工厂间彼此相互信任的稳固的合作伙伴关系。

FR作为成衣行业最具代表性的全球企业集团之一，强烈认识到中国等各生产据点不断凸显的课题是整个行业的共同课题。迅销认为，相应举措不能局限于自己公司的交易方工厂，更需要为解决当地课题作出应有的贡献。

中国的法律法规和限制规定正呈现愈发严格的趋势，对于交易方工厂而言，完善劳动环境也是当务之急。CSR部会与经常拜访工厂的生产部展开合作，同交易方一起，共同推进相关举措。

迅销(上海)企业管理咨询有限公司  
CSR部 负责人  
田中 利之



从事业风险及质量观点来看，合理的劳动环境也是最基本的条件。我们利用每天的会议、培训以及同CSR部一起拜访工厂等机会，在生产部内部贯彻并分享CSR意识。

迅销(上海)企业管理咨询有限公司  
生产部 部长  
宇津野 智哉



## 在合理的环境及正确的流程中制造服装 让供应链中的所有参与者都能感到幸福

### 劳动环境审核的举措

迅销 (FR) 的劳动环境审核, 是一项非常重要的举措, 通过与交易方工厂共同维持安全合理的劳动环境, 提高生产率和质量以及员工满意度, 从而为双方创造出价值。迅销以2004年制定的《生产合作伙伴行为准则 (CoC)》为基础, 委托外部专业机构对交易方工厂生产一线是否存在雇用童工和强制劳动现象, 以及作业环境能否确保安全等方面进行审核。对于有必要进行改善的工厂, 由CSR部员工直接前往工厂进行指导。(2014年的审核结果请参考下表)。

具体为, 针对建筑防火安全相关证书的取得方法、工资计算结果的确认方法、劳动时间的记录方法等个别课题的实践性内容, 提供建议。另外对于即将开始合作的新工厂, 还会实施“预先审核”。2014年开始, 更进一步提高了标准, 同时再次要求严格遵守实施规则。通过“预先审核”, 能够及早着手进行改善, 结果是成功地减少了开始交易后才发现问题的工厂比例。而存在问题的工厂中, 很多工厂的监查评分都有所提升。

此外, 为了广泛宣传FR的标准, 迅销增加了针对交易方工厂的教育、培训等的次数, 同时还对内容进行了强化。内容具有实践性, 例如因虚假报告而停止交易的案例, 以及不合理的劳动时间管理等, 以便交易方工厂针对个别问题能够迅速地在现场处理。

### ● 劳动环境审核的三大使命

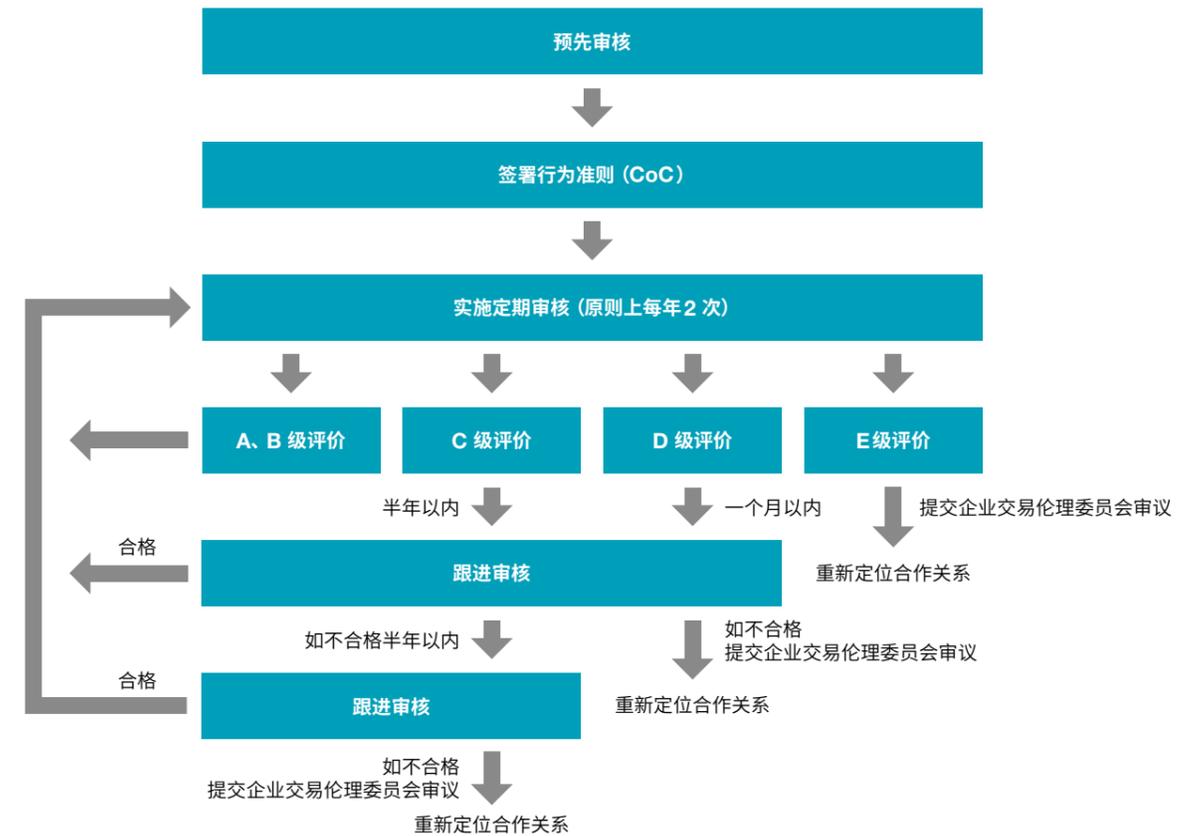
为了更加切实地开展劳动环境审核, FR在CSR部内成立了专门负责伦理采购的专业CSR资源组, 并提出了以下三大使命, 致力于劳动环境的改善和强化。

1. 针对供应链, 筛选并解决劳动环境、环境保护方面的问题, 响应社会各界的要求
2. 与生产部一起同交易方工厂协作, 开展行业领先的最佳实践活动
3. 与顾客、交易方工厂、NGO、地区社会开展合理的沟通与交流, 公平地发布信息

### 在交易方工厂配置 CSR 专业负责人

为了让劳动环境审核发挥更大效果, 迅销还要求交易方工厂配置CSR专业负责人, 构建公司自我监查机制和体制等, 同时开展提升交易方工厂管理能力的举措。在公司内部还面向生产部的员工实施公司内部培训, 帮助他们学习CSR整体知识、采购相关伦理课题、劳动环境审核的目的、意义、标准和注意事项。同时持续对培训内容进行调整。

### ■ 劳动环境审核的体制



### ■ 劳动环境定期审核结果 (截至2014年8月末)

评价	内容	实施定期审核的工厂数 (其中优衣库)		
		2012年度	2013年度	2014年度
A	未发现问题	9 (8)	11 (10)	1 (1)
B	发现轻微问题 1 件以上	87 (59)	134 (95)	175 (115)
C	发现严重问题 1 件以上	69 (51)	97 (45)	72 (32)
D	发现极为严重问题 1 件以上	56 (34)	48 (19)	77 (17)
E	应立即重新评估交易状态的极为恶劣和严重的问题	8 (7)	4 (1)	7 (3)
合计		229 (159)	294 (170)	332 (168)

- 2014年度针对332家工厂实施了审核
- 与2013年度相比, 整个FR的D级评价工厂数量有所增加。由于新交易方工厂中D级评价的工厂较多, 今后将从交易开始阶段加强说明和指导工作, 以期及早解决课题
- 与2013年度相比, E级评价数量有所增加。尤其是在规定的审核次数内未见改善, 因此需要重新定位合作关系的情况有所增加
- 2014年度评价为E级的工厂, 重新定位与其的合作关系。未见改善的工厂已与其结束合作关系

### ● 预先审核

开始合作前实施的审核。事先判断是否能与该工厂进行合作。审核步骤和评价标准与定期审核所包含的项目基本相同, 但实施重点放在雇用童工等重要项目上。

### ● 定期审核

外部专业机构的审核员亲自前往工厂。根据情况也会实施突击审查。从启动会议开始, 陆续实施工厂、宿舍、食堂等现场审核、员工访谈、资料审核等。最后召开总结大会, 就审核中发现问题事项, 与工厂负责人确认, 并提供反馈以便改善。

### ● 审核评价

审核的结果, 按照FR的标准 (A~E) 进行评价, 性质极为恶劣的事例为E级评价, 会立即决定重新定位合作关系。针对C级与D级评价进行改善指导, 实施跟进审核来确认改善结果, 如未有改善再提交企业交易伦理委员会审议, 做出重新定位合作关系等决定, 可以看出迅销对于审核的态度极为严格。

另外, 如发生严重事态, CSR部员工将直接前往该工厂, 确认事实关系后重新审视合作内容, 并根据工厂的经营和雇用情况作出最终决定。然后与工厂一起采取措施防止复发, 如果工厂能够加以改善, 也会进行重新定位, 恢复正常合作关系。

## 违规问题的改善事例

### ● 劳动时间记录存在疏漏（中国）

2013年4月第一次跟进审核中，发现交易方工厂的门卫处留有钥匙借用记录，但劳动时间记录上却显示为休息，审核人员认为劳动时间记录缺乏可靠性，因此作出了C级评价。迅销（FR）的CSR部员工拜访了交易方工厂，对原因进行了确认，了解到工厂当天施工，工作人员只是为了帮外部的工人开门而借用了钥匙，因此留下了钥匙借用记录。只是交钥匙也应视为上班，仍需记录考勤情况，因此CSR部的员工指导交易方工厂工作人员贯彻考勤管理规则。在第二次跟进审核前，交易方工厂、生产部和CSR部员工进行了会面，再次确认了改善状态以及规则的贯彻执行方法。2013年12月的第二次跟进审核中确认了上述情况已得到改善。

### ● 漏付加班费（中国）

为了确认2013年5月第一次跟进审核中问题事项的改善情况，CSR部员工拜访了交易方工厂，发现存在漏付加班费、漏记劳动时间、化学物质保管情况有疏漏等情况。漏付加班费是由于工资计算负责人的认识存在误解，其认为平时加班的时间已经得到调休，因此不计作加班，CSR

部员工对其进行了指导，教导正确的工资计算方法，并要求不能漏付。针对漏记劳动时间以及其他问题事项，CSR部员工指导工厂，要求工厂内部进行严格管理，如每天早会后说明正确管理的重要性等。CSR部员工还多次拜访该工厂，进行确认和指导。后来经确认，漏付的加班费已补发，其他问题事项也全部得到改善。

## 发现的恶劣事例

### ● 虚假报告（中国）

2013年12月的第一次跟进审核中，发现生产记录和考勤记录存在不一致的情况。2014年6月CSR部员工为确认改善状况而拜访了该工厂，经与员工访谈后发现存在更多与考勤记录不一致的地方。

此后，为了改善这一情况，CSR部员工与工厂进行协商时，发现工厂提供的考勤机打卡记录与手写的考勤记录内容有所出入，要求工厂对此作出说明，最后得知打卡记录以及过去所提供的考勤记录为虚假记录。

CSR员工要求工厂采取合理正确的考勤记录系统，但交易方工厂未能给出具有说服力的改善方法，因此判断工厂方无意改善，故停止与其进行交易。

## 在中国向解决成衣行业的共同课题发起挑战

### 与最佳合作伙伴携手推进新举措

晨风集团是中国最具代表性的成衣企业，其与迅销携手共同走过了21个年头，是迅销无与伦比的合作伙伴之一。晨风集团在质量方面享有很高的信誉，获得免检资格，在CSR方面也主动积极开展各项措施，比如首次作为供应商参与对世界工厂进行劳动监查的FLA（Fair Labor Association）等。曾经视察过众多工厂的迅销上海生产事务所CSR部负责人田中利之也认为晨风集团是一家非常突出的企业。

田中说道：“向现场、交易方工厂的员工进行CSR教育并要求其贯彻实施，对于我们和工厂而言，都是一项极为艰难的课题。晨风集团在各个地区和工厂分

别配置有CSR部、CSR负责人，扎根现场实施各项活动。晨风集团尤其重视入职后最初3个月的时间，针对劳动环境和工资计算问题等个别课题，仔细地向员工说明‘为何一定要这样做’的理由，并告诉员工产生的结果。在得到员工的理解后，再要求员工开展行动，现在晨风集团已经构建起了这样一套基本流程。不仅是组织架构方面，我尤其希望其他交易方工厂也能够学习晨风集团与员工沟通交流方面的长处”。

迅销与晨风集团达成共识，开始将这种最佳实践经验推广到其他工厂。首先于2014年8月在江苏省晨风集团的工厂内召开了由迅销CSR部、晨风集团董事

长以及CSR部负责人等参加的意见交流会。董事长尹国新（Yin Guoxin）先生（照片左侧）如此说道：

“正因为我们与迅销携手并进，才有了现在堪称最佳实践的我们。今后我们希望能够进一步深化与迅销间良好的合作伙伴关系，作为一个好的示范案例，帮助整个行业实现发展和成长。另外，我们认为，帮助解决雇用等各地区的课题、提升技术及经营水平、从根本上为中国整个成衣行业做贡献，正是迅销和晨风作为行业龙头应尽的责任”。

迅销与晨风集团作为成衣产业的龙头老大，今后仍将不断地进行挑战，致力于为中国整个成衣行业的发展贡献力量。



## 在孟加拉开展预防火灾及确保建筑物安全的相关举措

迅销汲取2012年11月、2013年4月孟加拉发生的火灾及大厦倒塌事故等的教训，为了保证孟加拉交易方工厂员工们的安全，不仅采取行业内部一般性措施，还实施公司的自主检查，努力维持合理的劳动环境。

具体为，在实施劳动环境审核的基础上，从2013年5月开始实施防火及建筑物安全强化的自主检查。通过CSR部员工拜访现场以及交易方工厂提交的改善报告，得知：截至2014年3月末，2013年12月发现的351件问题事项中，已有190件得到改善。迅销还委托有经验的日本检查机构针对建筑物的安全性进行了强度检查，检查已全部结束，确认无任何问题。

此外在2013年8月8日，迅销签署了旨在保护工厂塌陷、火灾等事故中劳动者的《孟加拉消防及建筑物安全协议》（Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh），并参与了由劳动工会国际组织IndustriALL Global Union及UNI Global Union组织的活动。目前共有国际NGO以及超过190个品牌等参与了此项活动。2014年2月起，由防火、电气系统、建筑安全性方面的各国专家组成的38支检查队伍开始进行检查，今后预定将针对约1500个工厂实施检查，以确保劳动环境的安全性。

环境审核合计实施件数



“全部商品循环再利用活动”回收服装的使用用途



“危险化学物质零排放项目”



# Challenge 2

## 环境

### 减轻整个供应链中的环境负荷

迅销朝着“环保型经营”的目标而努力，通过减轻供应链所有流程中的环境负荷，积极应对国际社会所面临的课题以及地球环境课题。为此，迅销首先通过提高经营效率，不断思考如何才能以最少的资源提供最大的附加价值，并落实到行动中。同时还注重倾听利益相关者的心声，与利益相关者共同思考和行动，不断发起挑战，努力保护地球环境，实现可持续发展的社会。

宣言

#### 制定更为明确的环境方针 致力于实现“环保型经营”

迅销（FR）是一家开展SPA<sup>※1</sup>事业的企业，在水源、能源、CO<sub>2</sub>等地球环境课题方面，坚持以最小的环境负荷来开展可持续发展的事业活动。迅销致力于减轻供应链中所有流程的环境负荷，掌握整个供应链对环境的影响情况。根据负荷的量和质来决定优先顺序，致力于课题的解决。

2014年，FR制定了环境方针，来明确责任，努力实现“环保型经营”（参考第18页）。FR的供应链里，生产工序中所产生的负荷特别高。迅销现在已经开始在所有一级供应商的缝制工厂实施劳动环境审核，并在能源用量和耗水量最大的二级供应商面料工厂中实施环境审核。今后，迅销希望能够在集团事业的交易方面料工厂中也实施环境审核。2015年以后，迅销将掌握对环境影响和负荷的实际情况，并据此决定应该优先着手的部分，贯彻实施相应举措。尤其是针对危险化学物质，迅销提出的目标是到2020年1月前，整个商品生命周期中危险化学物质实现零排放。

此外，在负有直接管理责任的店铺内，迅销不是以采购、店铺设计等各部门为单位，而是在全公司以及整个供应链中坚持连贯性，推行各项举措，通过这种方式努力构建能够产生更大效果的组织架构。迅销提出了明确的环境方针，尤其在削减能源用量、CO<sub>2</sub>排放量等方面，制定了具体措施和目标数值，努力在2020年之前达成目标。

迅销还通过“全部商品循环再利用活动”进行服装的再利用和循环使用，不仅珍惜所制造的服装，而且尽可能长久地利用服装的价值，倡导“有益于环境的活动”，与利益相关者一起，共同为削减所有的负荷贡献力量。



株式会社迅销  
集团执行董事  
CSR 负责人  
新田 幸弘

※1 SPA: Specialty store retailer of Private label Apparel的略称，意为“成衣制造零售企业”。对原料采购、商品企划、开发、生产、物流、销售、库存管理等，从生产到销售的各环节实行一条龙管理的模式。

## 与利益相关者协同合作 致力于削减所有业务流程的环境负荷



### 制定环境方针

迅销 (FR) 为了将整个供应链的环境负荷降至最低，正积极与包括顾客、交易方、地区社会、NPO和NGO、交易方工厂在内的全体人员等利益相关者开展合作。尤其是在生产工序中，举措实施对象不仅仅停留在一级供应商的缝制工厂，还与原材料及面料加工方面的所有交易方工厂一起，共同开展高效、高品质的业务流程构建工作，推行减轻环境负荷的相关举措。

2014年，迅销为明确目标、切实推行举措，特别制定了环境方针。

### 环境方针

迅销的目的是实现“环保型经营”，严格遵守环境相关法令法规，开展行动时重视国际社会的课题以及地球环境保护。迅销认为，作为企业，为了将环境负荷控制在最小限度，首先能够做的便是实现经营的效率化，坚持思考业务中是否存在浪费、如何才能以最少的资源提供最大的附加价值，并落实到行动中去。

- 在商品企划、生产、物流、销售以及废弃流程中，积极开展重视减轻环境负荷的活动
- 在事业活动中，也针对重点经营的店铺制定减轻环境负荷的目标，并朝着目标积极开展行动
- 将工作重点放在环境负荷尤其高的商品生产流程，与交易方工厂携手合作，共同努力减轻环境负荷
- 与最重要的利益相关方——顾客一起思考环境问题，积极开展对话，推动能够带来良性影响的活动

### 减轻SPA流程中环境负荷的举措



#### 企划

FR在进行商品企划时除关注原料的安全性、注意减轻采购及生产时的环境负荷外，还通过能够提高生产效率的款式设计、改变穿着者的生活方式以及提高保温性、速干性等服装本身的功能性等，致力实现能为减轻环境负荷做出贡献的服装制造。

#### 原材料

迅销的目标是实现原材料的直接管理，对于棉等主要原材料，迅销的员工会拜访原材料供应商。2013年，迅销员工拜访了中国新疆维吾尔自治区的棉花田，检查这里是否存在有雇用童工的现象，以及是否合理使用农药和水源等。今后迅销也将继续与当地企业进行沟通，同时不间断地进行检查确认。

#### 生产

SPA流程中环境负荷最大的是面料生产工序，因为需要使用大量的水、热能以及含化学物质的染料。2013年6月起，作为试点项目，迅销向交易方面料工厂派遣了能源诊断专家进行能源诊断，根据诊断结果实施各项对策并进行效果测定。今后将对推广应用到其他工厂展开讨论。

#### 物流

供应链中，物流会对二氧化碳排放量等产生重大影响。迅销积极在全球推进物流网络合理化工作，通过运输手段最佳化、从仓库（据点）到店铺的配送网络合理化、仓库布局最佳化、运输物资轻量化和再利用、装载方法有效化等，实现减少环境负荷。

#### 销售

在迅销的事业活动中，对于负有直接管理责任的店铺，在开展事业活动时也要制定减轻环境负荷目标，并积极开展举措来实现目标。首先，迅销针对日本国内优衣库店铺设定了2020年年末前实现二氧化碳排放量（单位建筑面积的排放量）较2013年削减10%的目标，2015年开始，还将在整个迅销集团推进相应举措。

#### 回收和循环再利用

在全世界的优衣库和g.u.店铺开展“全部商品循环再利用活动”。活动范围涵盖11个国家和地区，所回收的商品中，约90%被捐赠至难民营等处，其余约10%则被用作燃料和纤维的原料，从而实现循环再利用。此外还积极回收店铺所产生的商品包装材料等废弃物，并推进资源的有效利用。

# 根据《针对面料工厂的环境标准》 推进环境审核工作

## 面料工厂的环境审核

迅销 (FR) 认为, 想要减轻环境负荷, 整个供应链相互合作非常重要。特别是其中的面料生产 (纺织、织布、编织、染色、加工等), 由于使用化学物质、废弃物和排水量较多等原因, 对于环境的影响很大, 因此从2010年起便开始针对生产优衣库产品面料的交易方工厂实施环境审核。

迅销 (FR) 的环境审核依据《针对面料工厂的环境标准》实施。该标准由 1. 环境管理体制、2. 化学物质的管理、3. 废弃物的管理和处理、4. 石棉/PCB对策、5. 排放物 (排水等) 的处理和测量、6. 员工健康与安全这六大项构成, 各大项下设有 5 ~ 10 个详细标准。

实施环境审核时, 首先由外部专业机构按照上述标准对现场实施详细确认。FR与交易方工厂共同分享检查结果, 在双方协商一致的期限内, 工厂须进行改善。接着FR和外部专业机构对改善进展进行确认, 对于存在很多问题的交易方工厂, 迅销将进行包括上门拜访在内的改善指导, 并实施跟进审查。

## 针对面料工厂的环境标准

### 1. 环境管理体制

为持续有效地推进环境活动, 经营管理者自身作出了环境活动宣言, 并任命负责环境管理的负责人。构建收集信息、开展具体措施、确认进度的组织架构非常重要。

### 2. 化学物质的管理

针对成衣面料生产所使用的染料、加工辅助剂等化学物质进行妥善管理并在发生紧急情况时采取对策, 对于保护员工健康和周围环境来说极为重要。

### 3. 废弃物的管理和处理

对废弃物进行妥善管理和处理, 防止泄漏风险, 并积极推动循环再利用和资源的有效利用。为了对废弃物进行最终处理并循环再利用, 还必须对排放到工厂以外的废弃物处理进行确认。

### 4. 石棉/PCB对策

石棉和PCB的危险性很高, 很可能对员工及周围环境造成严重影响。

### 5. 排放物 (排水等) 的处理与测量

成衣面料的生产过程中所产生的公害, 包括染色和加工工序等的排水、锅炉产生的排气以及大规模使用机械设备而产生的噪音等。

### 6. 员工的健康和安全

为保证员工能够在安全放心的环境中工作, 必须在设备方面做到防火、确保避难通道等, 同时在平时组织员工进行工伤、职业病防治的相关培训和演习也极为重要。

## 环境审核结果

2014年, 从2010年6月开始实施环境审核的交易方工厂中挑选出62家长期合作供应商工厂, 实施了环境审核 (遵守情况参考第20页)。

通过举办说明会和现场访问进行指导, 加深了供应商对于完善环境管理体制、化学物质及废弃物管理的理解, 因此这三个项目的遵守率得到了提高。在员工健康和安全管理方面, 通过跟进审查, 发现了即使发放手套等防护用品工作人员也并不佩戴等问题事项, 遵守率较低。今后迅销将和工厂的经营层一起开展解决根本问题的改善活动, 确保所存在的问题事项能够得到切实改善。

## 问题事项的改善事例

### ● 化学物质和废弃物的管理与保管 (泰国)

2013年3月的跟进审查中, 发现存在化学物质及废弃物的保管场所措施不够完善等问题。实施审查后, 针对改善进行沟通, 12月, CSR部工作人员与染色和面料生产专家“技术顾问”以及公司外部专家一起拜访了相关工厂, 进行改善确认并实施具体指导。在跟进审查中, 确认问题事项已得到了改善。

### ● 雇用童工 (中国)

环境审核也将禁止雇佣童工纳入审查项目。2014年5月的首次审查中, 发现过去曾雇用过2名未达到中国法定工作年龄的16岁以下童工。CSR部工作人员拜访了交易方工厂, 对相关事宜进行了确认, 发现人事部未确认年龄, 而是依据生产现场的判断直接雇用。在FR工作人员的指导下, 对人事部录用的组织架构等进行改善。

2014年7月迅销工作人员再次拜访了工厂, 确认工厂面向经营管理层到普通员工实施了人事制度教育、完善了可以确认年龄的雇用流程、人事部每月核对确认三次员工工作状况和员工名录等, 员工访谈时也了解到管理体制有所加强。但迅销认为过去曾雇用童工的事实非常严重, 经企业交易伦理委员会审议, 减少了对该工厂的订购量。

■《针对面料工厂的环境标准》遵守情况 (2010年6月以后实施审核的交易方工厂中的62个长期合作供应商工厂, 截至2014年8月末的统计)

项目	达标率	改善确认项目事例
1. 环境管理体制	90%	• 任命环境负责人 • 实施环境管理培训 • 制定环境管理计划
2. 化学物质管理	35%	• 制定包含详细信息的化学物质表 • 化学物质的安全保管 (例: 安放防止泄漏的容器、张贴标识、任命管理负责人、收集和共享安全信息)
3. 废弃物管理和处理	34%	• 废弃物交由相关资质机构处理 • 分类 (例: 化学废弃物和其他废弃物) 并张贴标识 • 安全保管废弃物
4. 石棉/PCB对策	97%	• 妥当确认和管理石棉及PCB
5. 排放物 (排水等) 处理与测量	74%	• 从行政机关取得排污许可证等 • 测量设施的排放量, 遵守法律标准
6. 员工健康和安全管理	27%	• 佩戴劳保用品 (口罩、耳塞、手套) • 完善紧急出口和火灾安全设备 • 实施职业病健康检查



杜绝危险化学品排放的相关举措

# 为了实现宣言目标 稳步推进“危险化学品零排放项目”

## 与利益相关者合作, 共同推进举措

迅销 (FR) 提出宣言：到2020年1月, 整个商品生命周期中危险化学品实现零排放, 并积极开展“危险化学品零排放项目”。为了实现这一目标, 迅销面临着诸多现实难题, 如自然界存在的物质、排水中所含有的物质等, 还有很多事实上无法控制的物质等, 因此除了整个成衣行业的行动外, 还需要各利益相关者的参与。迅销与交易方、化学药品行业、NGO 以及同行业其他公司等携手合作, 致力于实现危险化学品零排放的目标。

具体为, 要求交易方遵守迅销的标准, 实施交易方工厂的产品和排水检查。如发现存在问题事项, 通过前往交易方工厂或化学生产商进行听证和现场访问, 探明原因, 指示采用替代物质等, 迅速予以应对。

项目围绕三大支柱展开, 分别是：1. 产品检查, 2. 排水检查, 3. 与 NGO 进行沟通与交流。

## 经营管理层参加的定期项目会议

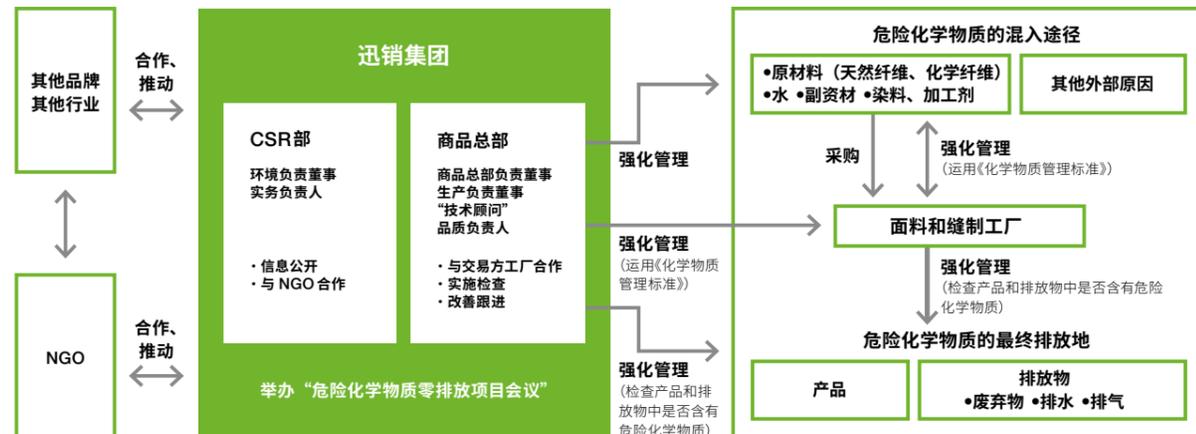
为了切实开展相关举措, 迅销每月召开一次“危险化学品零排放项目会议”。CSR部、生产部以及商品总部的所有董事和实务负责人参加会议, 染色和面料生产专家“技术顾问”、质量团队的负责人也会出席, 东京总部和世界各地的生产事务所通过电视会议的方式共同参加会议。

会议内容以项目三大支柱的开展情况为主。1. 根据产品检出有害化学物质列表, 对照迅销的标准, 选定需要处理的产品和物质。就探明原因和改善措施进行讨论。2. 排水方面, 根据检查结果, 报告情况和应对措施。3. 在与 NGO 的沟通交流方面, 会定期与合作的 NGO 召开会议。此外还针对各国法律的变更等, 协议调整相应的标准。

另外, 信息公开对于客户以及工厂附近地区居民而言, 是与环境和健康等休戚相关的事情, 因此需要努力确保正确、透明地依次公开信息。为将供应链中所使用的危险化学品物质相关信息公开并确保信息的透明性, FR 构建了相应体制, 并于2013年4月在FR的CSR网站上公开了限制物质列表。迅销努力对信息进行定期更新, 公开最新信息。

为了实现危险化学品零排放的目标, 整个迅销集团将齐心协力, 共同推进各项举措。

## 实现危险化学品零排放的相关举措



## 与利益相关者协同合作, 致力于减轻环境负荷

FR集团的目标是掌握SPA模式下供应链中所有流程的环境负荷相关数据。正如数值所示, 生产工序中的环境负荷明显高于其他工序, 因此迅销不仅针对一级供应商的缝制工厂, 还在开展相关工作掌握二级供应商面料工厂的相关数值。面料工厂中, 能源用量和用水量尤其多, 因此迅销派外部专家前往这些工厂对用量进行诊断, 并着手开展相应举措来削

减用量。同时还利用迅销与交易方之间稳固的合作伙伴关系这一优势, 与交易方工厂合作, 共同推进削减能源用量和水用量的各项举措。迅销的目标是在减轻环境负荷的同时, 削减交易方工厂的成本, 提高经营效率。

此外, 在负有直接管理责任的店铺削减能源用量, 是迅销集团最为优先的课题。迅销正在积极推进各项举措, 如日本国

内优衣库店铺的照明全部采用LED、引进带有节能控制器的空调设备、在营业准备时段节省照明、发放《店铺节能指南》来增强店铺工作人员的意识等, 目标是到2020年, 单位建筑面积的二氧化碳排放量相比2013年削减10%。

迅销集团正在与交易方工厂等各方利益相关者合作, 有效利用最小限度的资源, 努力将环境负荷降至最低。

## 事业活动所产生的环境负荷

	企划	生产	物流	销售	使用/废弃
In 能源及原材料的投入	能源燃料等	<b>缝制工厂和面料工厂</b> 能源使用量(热量) 18,577,035 GJ 电能 498,628,225 kWh LPG(液化石油气) 2,050,836 kg LNG 3,067,414 kg 天然气 17,961,193 m <sup>3</sup> 燃料油 150,237,139 ℓ 柴油 2,434,134 ℓ 汽油 16,988,813 ℓ 煤炭(包括煤气) 227,991,115 kg 蒸气 736,076 t 用水量 20,212,318 t	<b>物流</b> 能源使用量(热量) 260,474 GJ	<b>店铺</b> 用电量 214,140,968 kWh 城市燃气使用量 1,453,680 m <sup>3</sup> LP气体使用量 1,297,710 m <sup>3</sup>	
	总部办公室	用电量 4,952,667 kWh	煤气用量 5,350.9 m <sup>3</sup>	用水量 13,111 t	
	总部办公室	复印纸用量 11,718,000 张			
资材等				<b>店铺</b> 容器包装 5,429 t	
Out 二氧化碳及废弃物的排放	二氧化碳排放	<b>总部办公室</b> 二氧化碳排放量(电、煤气) 2,759 t-CO <sub>2</sub> <b>缝制工厂和面料工厂</b> 二氧化碳排放量 1,836,166 t-CO <sub>2</sub> <b>物流</b> 二氧化碳排放量 17,862 t-CO <sub>2</sub> <b>店铺</b> 二氧化碳排放量(电) 117,777 t-CO <sub>2</sub> 二氧化碳排放量(煤气) 11,806 t-CO <sub>2</sub>			
	废弃物、循环再利用	<b>总部办公室</b> 可燃物排放量(纸屑等) 117 t 不可燃物排放量(废塑料等) 21.9 t		<b>店铺</b> 一般废弃物排放量 43,750 t	<b>顾客</b> “全部商品循环再利用活动” 中回收的商品 1,462.3 t

※物流数据为2013年4月至2014年3月的数值。 ※物流和店铺的数据为日本国内优衣库的数据。 ※总部办公室的数据为日本国内(山口总公司和东京总部)的数值。  
 ※容器包装为日本国内优衣库和g.u.所使用的购物袋(纸袋、塑料袋)。 ※“全部商品循环再利用活动”中回收商品的统计对象为截至2014年8月末送至回收物分类站的商品。

# Challenge 3

地区社会

“全部商品循环再利用活动”中捐献和回收的服装件数



截至2014年度9月末的活动成果

约 14,200,000  
 向53个国家和地区捐献的服装件数

约 32,500,000  
 11个国家和地区回收的服装件数

在孟加拉开展“社会企业商务”的“格莱珉优衣库”店铺数量



## 为了帮助地区社会获得幸福 勇敢突破业务框架, 积极挑战解决课题

世界上的各个地区社会, 都面临着其独有的、各种各样的社会课题。  
 这些社会课题复杂又具有一定的难度, 需要行政、市民、企业等所有利益相关者相互理解、齐心协力加以解决。  
 迅销集团认为, 不仅要通过服装事业来解决社会课题做贡献, 为了建设美好社会, 让下一代拥有梦想与希望, 要向更多的利益相关者传递社会现状和课题、获得更多的理解和支持、不断扩大活动网络, 这点非常重要。  
 迅销将不断发起挑战, 努力成为一家为全球所有地区社会所需要的、具有存在价值的企业。



购物体验项目

## 通过开展扎根各国和地区的活动 为解决课题做贡献

### 新开展的地区社会活动

迅销 (FR) 集团不仅在全球开展事业活动, 还非常重视扎根地区社会的 CSR 活动, 致力于为解决地区课题做贡献。优衣库新加坡事业为了策划贡献当地社会的活动而多次访问国内的残障人士设施, 在此过程中, 亲身体会到残障人士需要体验社会的机会。因此优衣库新加坡于2014年开始启动“购物体验”项目, 为残障人士提供在店铺内与工作人员一起“选择服装”、“购物”的社会体验平台。

今后, 我们将继续了解FR集团事业相关地区的真正需求, 与行政及NPO、NGO等进行合作, 同时开展独有的活动来满足需求, 创造最佳实践。并在整个FR集团内分享和推广这些实践经验, 从而为世界各地的地区社会做贡献。

### 帮助残障人士 / 新加坡、马来西亚

在新加坡, 加深与残障人士共同构建地区社会的理解也是社会课题之一。优衣库新加坡事业正积极致力于残障人士支援活动, 从2014年2月开始面向智障儿童实施了“购物体验”项目, 这是优衣库新加坡的独有举措。该项活动中, 优衣库新加坡向每位智障儿童发放100新加坡元 (约折合8,000日元) 的商品券 (购物券), 让他们在优衣库店铺进行“自己购买服装的体验”。由于存在计算以及记忆力障碍等, 智障儿童很少有购物的机会, 而这项活动通过培养智障人士的时尚意识 (= 穿什么)、自行判断预算的能力, 帮助他们树立自信心, 从而帮助他们提高生活技能。截至2014年, 优衣库新加坡共举办了6次活动, 从中积累了丰富的知识经验, 还对参加成绩进行管理、编制了事先培训用的手册以便更多店铺和员工能够参与进来, 同时还在公司内外进行了大力宣传等。

优衣库马来西亚事业参考了这一举措, 也于2014年6月举办了“购物体验”活动。邀请20名智障儿童来到优衣库店铺, 给每人发了300林吉特 (约折合1万日元) 的商品券。40名员工作为志愿者, 为孩子们提供商品选购的相关建议, 协助他们进行购物等。

这项活动正不断推广, 美国、韩国、德国等地的优衣库以及迅销集团的其他事业等也根据各个国家和地区的课题, 对活动内容加以调整, 并积极开展。

### 流浪之家儿童的购物体验 / 美国

在美国国内, 流浪问题已经成为一大社会课题, 2013年12月优衣库美国事业的店铺与纽约市和旧金山的NGO联合开展了节日季“购物体验”活动。这一活动旨在为生活在流浪之家的200名儿童提供“选择服装”、“购买新衣服”的社会体验机会, 并为他们提供必要的服装。为了让孩子们进行购物体验, 给每位孩子发放了100美元 (约折合1万日元) 的商品券, 资金均来自优衣库顾客的捐献。

### 让孤儿感受“选购服装”的喜悦 / 韩国

优衣库韩国事业与联合国NGO组织韩国救世军 (The Salvation Army Korea)、孤儿院 (南山院) 两个组织携手, 于2014年4月在优衣库明洞中央店面向孤儿举办了“购物体验”活动。活动目的是让平时没有条件购买服装的孩子感受“选购服装”的喜悦, 赠送每人10万韩元 (约折合1万日元) 的商品券, 让他们体验购物的乐趣。当天80名孤儿参加。73名员工作为志愿者, 帮助这些孩子选购商品、试穿衣服、计算购物金额等。

### 帮助贫困儿童 / 德国

2014年8月, 优衣库德国事业通过帮助贫困儿童的NPO法人Die Arche邀请26名儿童来到店铺, 让他们进行“购物体验”。其中很多孩子从来都没有离开过家附近。因此优衣库希望通过让孩子在陌生的环境中购物、与初次见面的人进行交流, 来帮助孩子提高与人交流的能力, 以及决定预算进行购物的技能。当天发放给每个孩子40欧元 (约折合6,000日元) 的商品券, 孩子们在员工的帮助下, 进行购物体验。活动结束后孩子们还去了柏林动物园, 度过了一段快乐的时光。

※文中出现的日元换算金额根据实施活动时的换算汇率计算得出



### 全部商品循环再利用活动

## 将服装送到真正需要的人们手中 以“服装的力量”传递希望



### 最大限度地发挥服装的所有价值

迅销集团 (FR) 作为服装生产和销售企业, 在优衣库和 g.u. 店面回收顾客不再需要的服装, 实施“全部商品循环再利用活动”, 将服装送到真正需要的人们手中。

这项活动的初始目的, 是将废旧衣服作为工业纤维或能源加以循环利用, 但实际上从顾客手里回收的服装基本上都状态良好, 还可继续穿着。而且当时迅销从 UNHCR (联合国难民事务高级专员公署) 处听闻了服装对于难民等的重要性以及难民服装匮乏的现状, 经过与 UNHCR 协商, 最终决定对服装进行再利用, 启动向难民营捐赠服装的活动。随着社会重新认识到“服装”的重要作用, 这项活动也逐渐发展成为将服装送到全球所有需要服装的人们手中的活动。现在, 迅销集团从全球 11 个国家和地区的优衣库、g.u. 店铺累计回收了 3,250 万件服装。所回收的服装等在与迅销集团签订了全球合作伙伴关系的 UNHCR 以及各地 NGO 的协助下, 捐赠给 53 个国家和地区的人们, 捐赠数量已达 1,420 万件。

2014 年, 为了帮助躲避内战而在约旦避难的叙利亚难民度过冬天, 日本和韩国的优衣库事业开展了着重回收防寒服装的“送‘温暖’!”活动。活动中, 不仅仅从顾客处回收服装, 店铺内还发放爱心卡, 以便将捐赠者的爱心传递给难民。结果成功地从支持此项活动的顾客中收集到 11,000 多张爱心卡, 在国际 NGO 特定非营利活动法人 JEN 的协助下, 赶在约旦冬天真正到来前将其与 25 万件衣服一起送到了难民手中。

### 与地区社会和教育机构合作

FR 认为必须通过店铺与当地社会沟通交流, 并同时携手开展让社会朝着更好方向发展的活动。

在日本, 为了让儿童了解难民问题这一世界性课题, FR 以“服装的力量”为主题启动了“‘带去服装的力量’项目”。由 FR 的员工担任讲师, 前往全日本和学校走上讲台授课, 2014 年, FR 面向 120 所学校 (约 16,100 名学生) 进行了讲授。除此之外, 还让孩子亲身体验“全部商品循环再利用活动”, 参与通知、回收和发送等过程。并将最终向难民营进行捐赠的捐赠报告送到各个学校, 让学生们也能够了解到报告的内容。

### “全部商品循环再利用活动”的流程 (店铺海报)



### 社会企业商务

## 贫困、雇佣、自立...通过“社会企业商务” 解决孟加拉的社会课题, 与地区社会共同发展



### 通过特殊的 SPA 模式, 向社会课题发起挑战

FR 与“社会企业商务”的倡导者格莱珉银行集团携手, 成立了合资公司 GRAMEEN UNIQLO Ltd. (格莱珉优衣库), 从而为解决贫困问题、扩大雇佣机会、帮助人们自力更生以及促进产业发展做出贡献。2010 年起便开始在迅销的重要生产基地孟加拉开展“社会企业商务”事业, 通过独特的 SPA (成衣制造零售企业) 模式, 积极致力于社会企业商务。

格莱珉优衣库的社会企业商务事业, 是利用优衣库的技术经验, 在孟加拉国内进行企划、原料采购、生产和销售等全部流程, 再将销售服装所获得的收益投资到“社会企业商务”中去。

为了改善孟加拉人们的生活水平并帮助他们实现自力更生等, 我们积极努力地创造新市场, 致力于解决社会课题, 这些举措都是迅销 (FR) 为了实现“通过自身企业活动为丰富人们的生活做贡献”这一使命而发起的重要挑战。

### 设立 9 家店铺。以此为起点不断实现发展

社会企业商务事业的成功, 离不开合理的利润和事业的发展。过去迅销尝试了在农村地区销售以及移动销售等模式, 但由于人们的购买力以及对于服装的价值观存在差异, 未能取得预期成果。因此从 2013 年开始, 为了在城市地区开展销售活动、扩大品牌认知程度, 开始在首都达卡以外的城市开设店铺。

截至 2014 年 8 月, 店铺数量已经扩大到了 9 家, 向当地传授零售业知识经验的协同效应也正不断显现。

另外, 能够满足地区需求的商品战略也非常重要。“旁遮普服”、“孟加拉沙丽”等民族服装激发了一定的服装需求, 在一年之中预计销路最好的“斋月 (禁食)”后, 是增加竞争力不可或缺的产品类目。

迅销正在孟加拉全国范围内与合作伙伴共同携手, 努力建设“所有人随时随地”都能买得起商品的社会。



Clothes for Smiles

## 通过儿童的笑容来改变世界 为儿童带去梦想和希望, 开拓未来



优衣库与职业网球选手诺瓦克·德约科维奇 (Novak Djokovic) 共同携手开展“Clothes for Smiles”基金项目, 专为肩负未来的儿童们设立了10亿日元的基金, 基金源于2012年秋冬季节HEATTECH和高级轻型羽绒的销售所得, 旨在帮助肩负未来的儿童们实现自己的梦想和希望。基金主要分为两大部分。其一是从全球征集创意, 来自全球的739个创意中选出了8个, 利用基金助其实现。其二是迅销 (FR) 与 UNICEF (联合国儿童基金会) 缔结全球合作伙伴关系, 并使用基金来援助改善儿童教育环境。

现在优衣库所实施的8个项目, 从提供教育机会到通过体育活动实现“活力化”, 都将焦点放在提升儿童生活技能方面, 截至2013年, 8个创意中有6个已经完成了事业规划, 并在全球加以实施。2014年度, 为了增加柬埔寨儿童和成人的受教育机会, 还启动了“图书馆项目”。项目涵盖了非常丰

富的活动内容, 包括制作和分发手工绘本、建造社区图书馆等, 2014年11月图书馆正式对外开放。



帮助下一代

## 培养下一代的领导者 打造改变社会的原动力

迅销 (FR) 集团相信, 帮助肩负未来的年轻人实现梦想, 将能推动世界朝更好的方向发展, 因此将帮助年轻人作为我们社会贡献活动的一个重要主题。

2013年起, FR决定在5年时间内向孟加拉的亚洲女子大学 (亚洲唯一一所培养亚洲地区女性领袖的国际大学) 捐赠100万美元。让女性不再受自身经济状况的制约, 只要想学习, 都有机会去大学, 从而培养活跃于世界舞台的人才, 助其走上社会。2014年, 优衣库新加坡事业和格莱珉优衣库向20名学生提供了店铺、总部的实习机会, 让其通过市场调查等积累经验。

另外, 迅销自2012年起支持日美两国发起的日美官民合作伙伴关系“TOMODACHI”项目, 旨在帮助东日本大地震受灾地区重建, 通过对未来领袖的投资来强化两国间的文化、经济联系, 该项目向在美国著名大学及研究生院留学的

日本年轻人提供奖学金, 帮助立志成为经营管理人或设计师等、拥有丰富才能的年轻人实现梦想和希望。



## 努力实现与当地社会的和谐发展

### 东日本大地震重建援助活动“优衣库 重建援助项目”

FR从2012年3月日本国内全部优衣库店铺的销售额中拿出3亿日元, 加上FR集团的捐款以及全球店铺收到的顾客捐款, 作为“重建援助金”, 提供给5个NGO组织, 以帮助受灾地区自力更生、创造就业机会、实现经济复兴。另外2014年3月, 临时店铺优衣库海滨广场釜石店成为正式店铺, 不断致力于满足顾客需求, 为创造地区就业机会做出了贡献。此外FR还实施了高中生职场体验项目,

为受灾地区的年轻人提供援助。从福岛核电站相邻地区 (福岛县双叶郡) 避难、在该县内 (福岛县岩手市) 临时学校学习的福岛县立双叶高中的14名高一学生, 来到优衣库店铺进行了职场体验。FR深刻认识到持续进行重建援助的重要性, 在所有优衣库店铺张贴有援助东北的新海报, 并发放宣传单等, 推动沟通交流活动。我们将竭尽所能, 继续开展各种援助活动。



### 通过环保设计商品帮助女性技术者

2014年, COMPTOIR DES COTONNIERS 事业在商品产地危地马拉雇用了300名当地女性技术者。在春夏的设计商品中, 推出了纯手工制作的女性配饰。除了雇用女性技术者外, COMPTOIR DES COTONNIERS 事业还与“Mercado Global”开展合作推进举措。“MERCADO GLOBAL”是一家通过教授商务知识、向国际市场介绍女性技术者的手工作品,

来帮助女性实现自力更生的团体。居住在21个社区的121名女性技术者参加了该合作项目, 耗费20,000个小时, 终于成功地制作出独一无二的作品。作为COMPTOIR DES COTONNIERS的设计商品推出的这些作品, 使用了纯棉和天然皮革, 属于环保商品, 在比利时、中国、法国、德国、意大利、日本、西班牙、瑞士和美国9个国家上市销售。



### 在发源地持续开展 CSR 活动

2004年, PRINCESSE tam tam 事业在创业者的故乡马达加斯加建立了生产工厂。同时还在该地区创建了第一家“马达加斯加学校”, 旨在向低收入单亲妈妈家庭的孩子提供教育机会, 满足母亲的雇用, 健康和教育的需求, 学校开办之际, PRINCESSE tam tam 事业承担了其中30%的费用, 同时还向学校捐赠了所需物资。现在援助活动依然在继

续, 共有242名学生在学校学习。此外, 2013年9月, 马达加斯加生产的儿童睡衣开始在法国销售。由欧洲最受欢迎的艺术家AYO女士担纲商品设计, 所得利润将全部捐献给马达加斯加学校。PRINCESSE tam tam 事业将CSR活动作为品牌的起点, 以此为荣, 并与顾客以及外部合作伙伴一起, 积极致力于此。

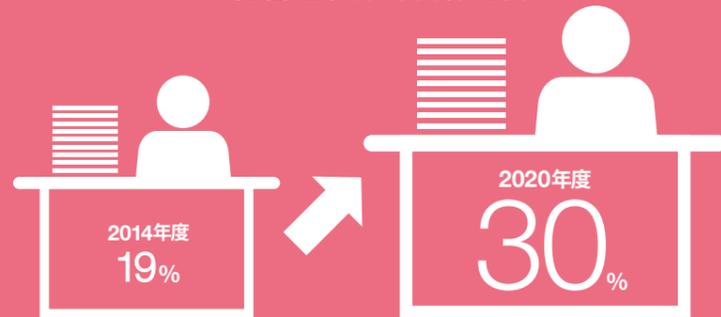


迅销集团各国和地区的员工人数



日本	53,200人
中国大陆	11,100人
美国	5,300人
韩国	3,600人
法国	3,500人
台湾	3,300人
香港	2,400人
泰国	1,200人
新加坡	1,100人
菲律宾	800人
马来西亚	800人
印度尼西亚	800人
英国	700人
澳大利亚	500人
俄罗斯	500人
德国	300人
孟加拉国	200人
西班牙	100人
意大利	60人
比利时	50人
越南	40人
瑞士	30人

女性管理职务的目标比例



日本国内优衣库店铺的雇用残障人士员工数量



# Challenge 4

## 人才

### 让全球的多样化人才发挥才能 通过团队合作创造价值

迅销集团经营理念的基础在于尊重多样化人才。

杜绝人种、国籍、性别等各种歧视，  
不过是在人权角度下的最低条件。

迅销希望能够汇聚全球心怀大志的多样化人才，并最大限度地发挥他们的个性。  
打造唯有最优秀团队才能创造出的独一无二的价值，让每一名员工以工作为傲。  
我们的目标是成为一家具有价值的企业，通过既能让员工实现自我价值、  
又能推动企业发展的最优秀团队合作，让社会及他人认可我们存在的意义。

宣言

#### 尊重多样化的个性 使之成为竞争力之源

迅销 (FR) 集团对于人才的思考，以尊重多样化个性为基础。考评时绝对条件是，在包容员工个性的前提下，以公平性和透明性为原则进行考评，确保晋升降级的公平公正。此外，FR认为通过多样化的工作方法，为员工提供能够发挥其能力的环境，才是竞争力之源。2014年，FR集团为了更好地尊重多样性，在日本推行了改革，引入了“地区正式员工Regional (R) 员工制度”。目的在于让员工在自己希望的地区或店铺长期辛勤工作以提高专业性，从而打造出顾客喜爱的店铺。并不是选择做R员工后就不能再更改，还可以转换为在全球舞台大展拳脚的全国性National (N) 员工，公司的制度允许员工根据个人的意愿和具体情况进行相互转换。

同时，促进女性能活跃于职场的举措也非常重要。FR集团认识到，越是高级的职位，女性担任管理职务的比例越低，并将这一情况视为一项重要的人事课题。因此提出到2020年要将女性管理职务的比例提高到30%这一目标，并开始实施各项举措。

在残障人士雇用方面，日本国内FR集团的雇用率压倒性地居于榜首。残障员工为店铺做出自己的贡献，其他员工帮助打造便于残障员工工作的环境等，已经产生了这种良好的变化。包括日本在内，有12个国家和地区开始雇用残障人士，这项举措现正在全球展开。另外，由全球人事负责人参加的“全球HR会议”上，大家会相互分享各国的入职人数和退职人数、晋升人数等信息。尤其非常重视退职人数相关信息，会针对退职原因等进行密切的信息交流，致力于让员工的工作和私生活更加充实，打造大家能安心工作的环境。FR集团会继续挑战，让员工和公司认同彼此的价值观，成为能够持续发展的全球企业。



株式会社迅销  
首席执行官  
人事负责  
小山 纪昭

## 推进多样化发展

# 视人才的多样性为宝贵财产 使之成为发展的原动力

迅销 (FR) 集团为进一步促进人才的多样性, 在制度方面大胆地进行尝试, 实现了巨大转变。其中之一, 便是N员工和R员工的选择制度, 即员工自己可以选择是成为在全日本或全球舞台大展拳脚的N员工, 还是扎根当地的R员工。例如, 如果员工因结婚或看护等原因, 希望留在家人居住的地区继续工作, 可以转换成为R员工; 如果环境发生变化, 自己希望再次走上国际舞台时, 也可以挑战再次转换。根据每一名员工的人生计划来选择工作方式, 从而提升员工长期工作、持续发挥能力的可能性。

另外, 积极雇用女性已经成为一种世界趋势, 这对于FR集团而言也是一项很大的课题。FR所经销的商品中, 有一半以上都是面向女性的商品, 而且顾客、员工中的一大半都是女性, 这一课题的重要性不言而喻。FR集团内, 有一些女性进入经营层、由女性负责事业核心的事业公司, 如以欧美为根据地的COMPTOIR DES COTONNIERS事业以及PRINCESSE tam tam事业等, 但我们认识到优衣库事

业, 尤其是日本事业, 女性的工作环境尚不健全, 需要及早改善。这是因为在日本, 要想让女性员工对未来充满希望和期待, 并一直活跃在职场中, 就需要在结婚、生子等各个个人生阶段实施与之相符的人事政策。FR集团为解决这一课题, 第一步是启动了“Women’s直接会议”, 由日本国内优衣库事业超过300名的女性店长与经营层、以及外部有识之士等展开对话。

关于女性管理职务比例这一全球性要求事项, 目前包括执行董事在内的管理职务中, 女性所占比例约为19% (截至2014年8月末的数据)。FR决定到2020年, 将女性管理职务比例提高到30%以上。还针对销售方面的女性管理职务提出了明确目标, 即管理层的女性Supervisor比例要提高至50%, 明星店长的比例要提高至30%以上。此外, 对于女性商品相关负责人、人事部门等只有女性更能发挥其优势的职位, 将通过公司内部公开征集和选拔, 积极任用女性。

## 为解决各国和各地区的课题做贡献

# 创造灵活机动的工作方式, 实现雇用多样性, 为课题解决做贡献

## 地区正式员工制度 / 日本

在日本国内, 为地区创造雇佣机会, 尤其是积极利用年轻劳动力是一项迫在眉睫的课题。2014年, 日本国内优衣库事业开始推行全新的地区正式员工制度, 旨在为解决雇用课题做贡献, 确保地区的优秀人才能够长期工作, 从而实现稳定的店铺运营。雇用店铺工作的小时工、临时工, 让他们成为固定工作地区的正式员工, 让那些因无法调动等有着各种烦恼的员工有机会发挥其能力。员工还可以根据工作方式选择不同的职业规划, 有多种职业规划可供选择, 如积累店长等管理经验走向全球舞台的规划, 作为地区内的管理层在当地工作、紧密联系当地的规划, 以及专业职务规划等。

FR提出了未来雇用16,000名地区正式员工的目标, 结合采用从现有小时工、临时工等转正和外部雇用两种方式, 不断推进相关工作。

## 各国雇用相关表彰 / 韩国、美国

优衣库韩国事业在2013年入选“为雇用做贡献的百强企业”, 2014年荣获“创造就业机会功劳者嘉奖团体部门”的“国务总理奖”等, 因其持续创造雇用机会而在韩国国内备受赞誉。韩国优衣库正积极推行各种人事措施, 不断满足社会和员工的期待, 如引进小时工制度以及大学生实习制度等新人事制度、积极雇用家庭主妇来激活地区社会、推动雇用残障人士等。

优衣库美国事业方面, Division Advisor的员工在2014年获得了非营利性组织JVS颁发的“Department of Rehabilitation Employee of the Year”。该员工因身体和精神问题, 处于难以适应社会的状况, 但优衣库美国不歧视其个人背景、雇用了该员工, 并提供必要的培训, 通过公平公正的考评使其获得2次晋升, 并担任重要职务等, 因此获得了很高评价。



## 残障人士雇用

# 一起工作，共同生活 一起学习，共同成长

突破所有残障壁垒，作为团队一员，相互学习，共同成长。这是迅销（FR）集团对于残障人士雇用的基本且普遍的认识。FR集团基于上述认识，于2001年开始在日本国内优衣库店铺开展残障人士雇用活动。2011年，日本国内FR集团获得了企业集团计算特例认定<sup>※1</sup>。

2012年，日本国内基本实现了最初“每个店铺至少雇用一名残障人士”的目标。2014年1月开始，还开始推进大型店铺雇用两名以上残障人士等活动，2014年度FR集团残障人士的雇用率在日本国内员工人数超过5,000名的企业中高居榜首，集团计算达到6.36%。该项活动还扩大到了集团其他品牌以及海外，2013年，美国、法国和俄罗斯也开始雇用残障人士。现在FR在全球12个国家和地区，共雇用了1,372名残障人士。

FR在残障人士雇用方面属于领跑者，为履行自身职责，进一步增加雇用人数非常重要，目标不仅是雇用残障人士在店铺工作，还要增加他们在总公司和总部办公室的工作机会。为此，从2013年开始，日本国内便在精神障碍者雇用方面下工夫。残障类型多种多样，其中精神障碍者占绝大部分，但因难以稳定工作，而成为一项巨大的社会课题。FR集团认识到这一社会课题的重要性，在山口总公司雇用了7名

精神障碍者，主要担任总务职务等。

今后的课题，是如何让全体员工习惯与残障人士一起工作。为了让普通员工和残障员工一起工作、共同成长，首先需要让员工了解何谓残障。同时还需要为残障人士创造良好的环境，让残障人士觉得这不仅仅是工作的场所，要让其感受到自己对店铺和顾客的贡献，即自身的价值。因此，FR在过去所实施的经理培训的基础上，还准备引进全体员工培训计划，将FR集团对于雇用残障人士的想法落实到其中。FR集团将继续通过特有的事业活动，在全球发起更多更大的挑战。

※1 企业集团计算特例：“残障人士雇用制度”规定各企业均有义务确保残障人士的就业机会（法定雇用率为2.0%）。自2009年4月起，满足一定条件并获得厚生劳动大臣认定的企业集团，即使其旗下的各企业未获得特例子公司认定，也可以企业集团整体为单位，对实际雇用率进行总计。

## ■ 迅销集团残障人士雇用人数

(名)			
日本	1,164	马来西亚	11
韩国	83	英国	9
台湾	34	泰国	8
新加坡	25	香港	4
美国	18	俄罗斯	3
法国	11	印度尼西亚	2
合计			1,372

## 山口总公司雇用残障人士的举措

为了进一步增加残障人士雇用，需要在店铺以外创造雇佣机会。过去，FR主要雇用的是能够适应店铺工作的智障人士，但今后FR希望通过雇用残障人士在总公司等办公室工作，来扩大雇用各类残障人士的可能性。

作为举措的一环，山口总公司雇佣了7名患有精神障碍的员工，他们活跃于自己的工作岗位。精神障碍者明明能够做好工作，但往往陷入“自己的工作真的能够为公司做贡献吗”的忧虑。因此充分地和他们沟通，每天非常具体地持续肯定他们的工作表现尤为重要。如今他们也能够顺利地与他人进行沟通交流，并积极地参与工作。而且，现在他们除了负责总务以及财务业务外，还开始参与到每周向日本国内FR集团所有店铺发送小邮包的项目。这项业务能够让他们学会团队合作的重要性，他们每天下工夫钻研工作，并通过反思会等相互分享见解和想法。此外，为他们提供援助的培训员工也与他们紧密团结在一起，不断开展各项举措，努力通过彼此的成长，让团队取得巨大成果。



株式会社迅销  
总务・ES推进部  
山口总公司统管负责人  
森田 生夫

## 人事考评和薪酬制度

# 尽可能的透明和公正 旨在培养人才的人事考评和薪酬制度

## 在全球范围内实现集团公司透明、公正的考评

身为在全球开展业务的企业，需要将实现集团公司透明、公正的人事考评和薪酬制度的举措扩展至全球。为了实现这一目标，在全球拥有约9万多名多样化人才的FR集团引进了全球等级制度，将要求具备的通用能力和条件进行了统一。FR正在构建并运用相关人事制度，要求做到每季度按照相同的标准对FR集团全体员工进行考评，并根据设定目标进行人事考评、做出晋升降级的决定等。

## 人事考评制度与考评者教育

FR集团定期召开全球人事负责人共同参加的“全球HR会议”（照片下方）。在整个集团内重新共享入职人数和离职人数、晋升人数、男女比例等人事基本信息，并针对问题点和课题点等进行讨论，商议对应之策。尤其重视离职人数等需要尽快采取对策的部分，人事负责人会突破国家、地区和事业领域的限制，彼此确认了解原因、对策的有效性等，以此作为考评、薪酬和教育制度的基础。

即使考评标准相同，但由于考评者的解释存在差异，因

此无法确保公平性。FR集团会在整个全球集团范围内对各事业所实施的考评分布状况进行详细调查，并向各事业负责人反馈考评水平的差异等。事业负责人可对照整个集团的考评水平，重新实施考评。而管理职务以上等级的业绩考评和晋升降级都需要提交FR集团全体执行董事参加的“全球考评董事会”（下图）进行审议。会议将按照事业共同的等级和职务来进行调整，确保考评的公平性和透明性。

另一方面，关于设定目标和考评，人事考评课的方针是，不仅看数字数据，还要从培养人才这一角度进行考评。因此所有的考评者都必须学会应该以什么为目标如何进行考评，需要具备相同的考评标准和考评技能。用以应付考评的目标、最后仅凭数字作出判断的考评，无助于个人的发展。因此要求从达成结果前的过程以及商务环境等多个角度进行公平公正地考评。一直以来FR实施考评教育，以作为培训和教育等的一环。今后，我们将从日本新担任考评者的员工开始，逐渐面向全部事业的所有考评者实施教育。

## ■ 全球考评董事会



## 培养能活跃在全球舞台 具备经营管理者眼光的人才

迅销 (FR) 集团努力为每一名员工提供活动的平台和机会, 帮助他们在世界舞台充分发挥自身的个性和能力, 从而实现自我价值。同时 FR 还不断地进行体制建设, 让公司和上司能够提供最大限度的支持实现员工自我价值。积极在公司内部进行公开征集, 如全球任何事业的员工都能报名的“全球公开征集制度”等。

FR 集团要作为一家深受社会认可的全球企业开展事业并不断发展进步, 培养全球人才是最为重要的一项课题。这不仅意味着要拥有多国籍人才, 更重要的是, 不分国家和地区、符合职业和能力要求的最佳人才能够彼此理解文化和习惯的差异, 相互尊重相互融合, 共同形成一个团队。为此, 需要培养可同时以国际和当地两种视角开展工作的人才。

另外, 培养具备经营管理者眼光的员工, 对于 FR 集团的事业而言必不可少, FR 正为此开展“FR-MIC (FR Management and Innovation Center)”。FR-MIC 是从基层开始培养人才的 FR 集团内部教育机构, 负责新入职员工到

店长甚至未来经营管理者的培养, 通过让学员亲身实践能让事业加速发展的经营项目, 并让他们向集团里令事业取得发展的经营管理者学习, 了解成功与失败的本质。

例如, 由所有事业的店长及总部员工参加的“FR 会议”(每年召开 2 次, 累计约 1 万人参加), 以及针对日本国内优衣库事业店铺员工的“员工会议”(2014 年 4 月开始, 截至 11 月末共举办了 57 次, 约 4,300 名员工参加), 这些会议能够帮助 FR 成为全球 No.1 的成衣企业集团, 是协调全体员工前进方向性的重要机会。此外, FR 也非常重视经营管理者与员工间的直接对话, CEO 柳井正本人每周都会抽出 2 个小时, 与 30 名日本国内优衣库店铺的店长进行对话, 这种“直接沟通交流”活动已经实施了 20 多次, 现在仍在继续。

今后, FR 将以 FR-MIC 为中心, 包容和融合多样的价值观, 积极培养成为 FR 集团发展源泉的人才。



## 努力实现易于工作的职场环境, 持续提高员工满意度

### 打造员工“身心”健康, 幸福工作的职场环境

2014 年, 东京总部成立了“健康中心”, 为员工提供一个能够轻松咨询的平台。此外, 迅销还积极推动员工接受健康体检, 体检后由职业保健医生提供指导并定期发送健康相关信息, 还提供保健医生健康咨询服务。在心理健康方面, FR

聘请公司外部心理咨询师开设咨询窗口。此外, FR 还积极开展各项心理健康培训, 如针对担任“上司”的员工实施培训, 帮助他们重新认识到关心下属的重要性, 以及针对全体员工实施讲习, 教育他们如何自我调节压力等。



### 改善职场环境和缩短工作时间

FR 为了让员工每天都能积极进行沟通交流并舒适高效地开展工作, 采取了 Group Address (一种职员无固定座位的办公方式) 制度进一步完善职场环境, 并积极引进视频会议系统, 努力提升业务的高效化, 不断推进利用 IT 优势的办公环境建设。

此外, 山口总公司和东京总部正在积极进行工作方式的改革, 要求做到每天不加班。还定期地向全公司呼吁, 并由经营管理层亲自针对加班多的部门和个人进行个别指导。除了进行总劳动时间的管理外, 还关注每天的劳动时间, 并据此进行指导。

此外, 向全体员工提供的手机内都装上了考勤应用程序。该应用程序不仅能防止漏打卡, 当工作时间超过每天规定的劳动时间后, 还会显示警告敦促下班, 有助于进行时间管理。

### 工作生活的平衡

FR 积极帮助员工确保工作与生活的平衡, 为了实现公司和个人两者的可持续发展, 正不断完善员工可长期工作的制度。如在孩子满 1 周岁生日前员工可以休育儿假, 回归职场后, 到孩子上小学 3 年级为止可以申请享受育儿短时间工作制度。同样的, 看护假等制度也正在逐步完善。

此外, 日本国内优衣库事业还不断完善各项制度, 帮助女性员工兼顾生育、育儿和工作, 如优先为那些孩子未上小学

的店长配置副店长或代理人, 采取可灵活休息的体制, 即使是繁忙时期也能够根据孩子学校的活动安排等休假等等。

■ 育儿假、看护假的人数 (日本国内集团公司) (名)

	正式员工	非正式员工	男性	女性	合计
育儿假的人数	269	562	0	831	831
享受育儿短时间工作制度的人数	281	16	0	297	297
休看护假的人数	8	9	1	16	17
享受看护短时间工作制度的人数	4	1	0	5	5

### 防止工伤事故再次发生的举措

FR 经常呼吁员工在上下班途中和工作期间注意避免受伤或发生事故。2014 年度工作期间的事故为 544 件, 上下班途中的事故为 135 件, 发生了在店铺内使用梯凳时摔倒等事故。一旦发生事故,

我们会提交事故原因相关报告, 做出最恰当的处理, 同时, 还会通过分享事故和改善事例, 定期呼吁员工注意安全, 防止类似事故的再次发生。

### ■ 工伤事故发生件数

- 2013 年度 651 件
- 2014 年度 679 件

## 倾听全球顾客的心声，致力于进一步提升客户满意度

迅销要求全体员工真诚地接受顾客的意见和建议，并不断进行改善，努力实现高水平的CS (Customer Satisfaction：顾客满意)。

### 直接反映来自世界各地的顾客心声

优衣库和g.u.构筑起一个体制，以让开展事业的全球各个国家的顾客服务中心所获取的顾客宝贵心声能够在公司内共同分享。顾客的心声反馈给经营管理层、各相关部门以及店铺，对于需要答复的意见，也构建起了一套可以迅速对应的组织体系。例如，在日本、韩国和中国分别设有客服中心，各国的顾客意见会在一天两天内反馈给各店铺。这些地区的店铺会立即改善，上司和客服中心也会对改善结果进行确认。

2014年，移动通信手段的增加导致顾客应对方面的课题凸显，因此，迅销针对客服中心的人员实施了IT信息素质培训。并且，为了加强客服教育，除了以往以OJT为主的教育课程以外，还邀请资深员工担任讲师，在半年内实施了10次服务品质培训。

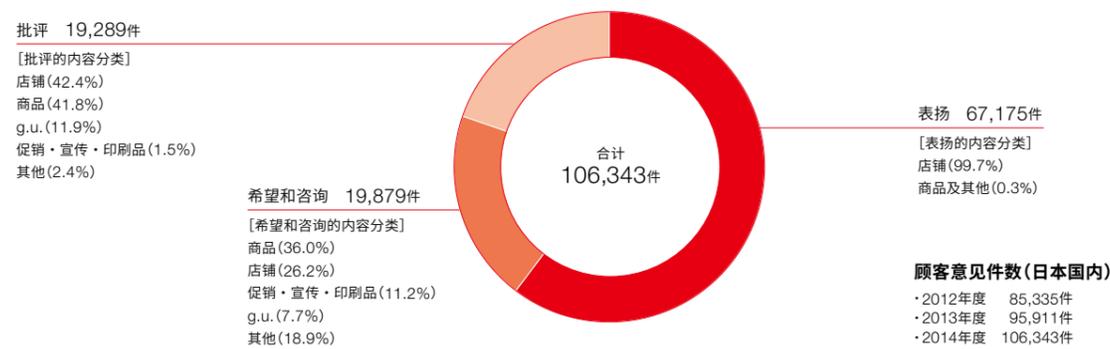
### 制定CS店铺经理制度

2014年，日本国内优衣库店铺为了提高CS品质，制定了CS店铺经理制度。

该职务定位为专业职务，与店长等级相同，作为具备专业知识的服务专家，以地区为单位，帮助各个店铺实现良好的服务品质。通过对店铺工作人员的公开征集，现正有50名员工接受教育课程。目标是到2016年培养100名CS店铺经理，各地区配置1名。今后，FR在日本所开展的这些举措，将在整个集团以及全球范围推广实施。

### 反应到客服中心的顾客意见 (日本国内)

※通过电话、电子邮件、信件、店面发放的意见卡自由回答的统计结果



### 反馈到顾客服务中心的顾客心声 (海外)

※通过CS在线问卷调查、店铺问卷调查自由回答的统计结果



## 公司治理 / 遵纪守法

在履行企业社会责任方面，集团正在建立一套重视遵纪守法并落实到每位员工身上的相关体制。

### 公司治理的意识

FR在强化董事会的独立性和监督职能的同时，还致力于实现迅速而透明的经营作风，不断提高公司治理的水平。作为强化公司治理体制的一环，我们于2005年11月起采取了委任型执行董事制度(董事会在一定范围内下放业务执行权限)，并致力于分离经营决策职能和业务执行职能，从而实现雷厉风行的经营作风。此外自2007年11月起，我们还采取从公司外部选任半数以上的董事会成员等措施，积极提高董事会的独立性，同时强化监督职能。FR设有监事会和各种委员会以对董事会职能进行补充，其中包括人事委员会、CSR委员会、信息发布委员会、IT投资委员会、行为准则委员会以及企业交易伦理委员会。各委员均以严格履行相关职责为己任，迅速公开地进行各种讨论并做出决定。

### ● CSR委员会

该委员会负责讨论CSR方针、CSR报告的编制发布、环保、社会贡献活动、遵纪守法、多样性等方面的工作，并决定推进的方向。委员长由负责CSR工作的董事担任，成员包括公司外部的资深人士、监查董事、全部首席执行官等。2014年度共召开了2次会议。

### ● 行为准则委员会

该委员会负责对违反FR集团行为准则(CoC)的事例进行审议和处理，针对热线

咨询(通报与咨询的综合窗口)的运用方式提出建议，并面向董事和员工宣传CoC的具体内容。委员长由总务与ES推进部负责人担任，成员包括监查董事及法律顾问等。2014年度共召开了8次会议。

### ● 企业交易伦理委员会

该委员会由负责CSR工作的董事担任委员长，成员包括公司外部的资深人士、监查董事，以提高员工意识、改善企业行为为宗旨。2014年度共召开了11次会议。

### 遵纪守法的意识

在履行企业社会责任方面，迅销集团已建立起一套重视遵纪守法并使之落实到每位员工身上的完整体制。

### 与全体员工确认CoC的内容

迅销集团行为准则(CoC)已导入到集团下属的各个公司。新员工入职时，公司会向他们详细说明准则内容，让员工正确理解并签字确认。此外，集团每年还会要求所有员工在重新确认内容的基础上，签署保证遵守CoC的书面协议，力求全员理解准则内容并予以遵守。我们已经获得全体员工的承诺书。

### 公司通报窗口的运用

FR设置了可通过电话、电子邮件等方式进行咨询的综合性窗口(热线)(海外的集团

公司仅限电子邮件形式)，供员工咨询有关工作上的烦恼及违反行为准则等方面的问题。窗口的联络方式除在内部网站公开以外，还采用张贴在员工休息室等方式广而告之，从而建立起一套便于员工咨询的良好体制。对于涉嫌违反CoC的案例，热线负责人会在保护投诉人隐私的前提下对实际情况进行调查，并在定期召开的CoC委员会上针对各个案例进行审议，以提出具体的解决方案。热线事务局的工作人员将会针对咨询数量较多的“员工与上司之间的沟通问题”，选取相关案例召开讨论会。集团正在通过上述各种方式积极推进相关活动，以加深员工对CoC的理解。今后，我们将向集团各公司公布违反遵纪守法原则的案例，积极采取各项措施以防止类似事件的再次发生。

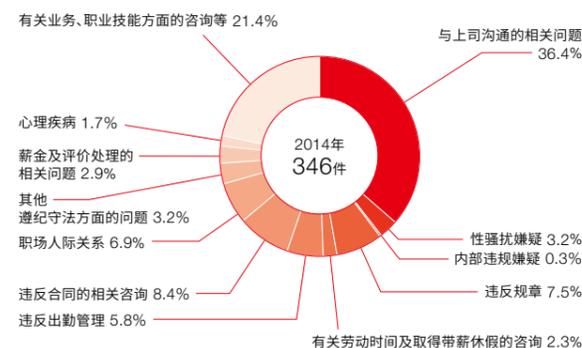
### ● 热线咨询件数 (日本国内集团所属公司)

- 2012年度 406件
- 2013年度 392件
- 2014年度 346件

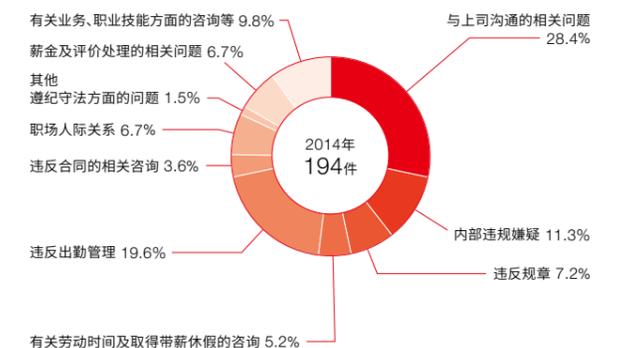
### ● 热线咨询件数 (海外集团所属公司)

- 2012年度 112件
- 2013年度 152件
- 2014年度 194件

### ■ 热线咨询件数及其内容 (日本国内集团所属公司)



### ■ 热线咨询件数及其内容 (海外集团所属公司)



# 迅销集团的CSR

迅销将CSR活动与经营活动作为密不可分的整体同时开展。倾听世界各地利益相关者的心声，不断致力于实现企业理念“FAST RETAILING WAY”，并通过日常事业活动“让世界朝更好的方向发展”。

## FAST RETAILING CSR声明

### “让世界朝更好的方向发展”

以“服装所拥有的力量”不断丰富社会和个人的生活——这正是迅销 (FR) 集团的目标所在。通过日常的企业活动创造真正优质的服装、具有前所未有崭新价值的服装。让全世界所有人都能享受到身着称心得体优质服装的喜悦、幸福和满足感，“让世界朝更好的方向发展”。这正是我们所追求的CSR。

### 针对四项重点主题发起挑战

为满足国际社会的要求，为构建可持续发展社会做贡献，迅销 (FR) 根据国际标准筛选出主要课题。迅销不断与精通各专业领域的外部专业机构以及国际NGO展开讨论，并从客观角度对企业活动进行验证，从“FR经营中的重要性”和“利益相关者对FR的期待”的角度出发进行评估，从而设定了“生产”、“环境”、“地区社会”、“人才”这四项重点主题，并优先采取相应措施。未来迅销也将继续通过与利益相关者进行沟通交流，推进妥当性验证、范围确定和KPI设定，努力开展更进一步的CSR活动。

### CSR推进体制

为了真正做到与经营一体化，我们成立了由所有首席执行官出席的CSR委员会等。同时正在努力构筑在集团内、全球范围内推进CSR的体制，以东京总部的CSR部为中心，在海外各据点配置CSR负责人。现在每隔半年，全球的CSR负责人都会齐聚东京总部，召开全球CSR会议，相互分享各国、各地区的课题和活动相关信息。

## 重点主题筛选流程



## 迅销集团CSR推进体制



# 迅销集团简介 (截至2014年8月末)

迅销是一家以休闲服装品牌“优衣库”为核心，在日本以及全球市场开展业务的成衣制造零售企业集团。

## 公司简介

**公司名称**  
株式会社迅销  
FAST RETAILING CO., LTD.

**成立日期**  
1963年5月1日

**总公司所在地**  
日本山口市山口市佐山717-1  
邮政编码754-0894

**东京总部所在地**  
日本东京都港区赤坂9-7-1  
东京中城大厦 邮政编码107-6231

**资本金**  
102亿7,395万日元

**事业内容**  
通过持股与控股对集团所属各公司的事业活动进行支配和管理等。

**合并员工人数**  
89,580名  
※记录在册的正式员工、准员工、合同工、小时工的人数合计

**合并决算销售额**  
13,829亿日元

**合并决算营业利润**  
1,486亿日元

**决算期**  
每年8月31日

## 事业内容

**日本国内优衣库事业 (日本)**  
 销售额：7,156 亿日元  
 营业利润：1,106 亿日元  
 店铺数量：852 家 ※含加盟店在内

**海外优衣库事业**  
 销售额：4,136 亿日元  
 营业利润：347 亿日元  
 店铺数量：633 家

**全球品牌事业**  
 销售额：2,512 亿日元 / 营业利润：163 亿日元 /  
 店铺数量：1,268 家 ※含加盟店在内



www.uniqlo.com



www.theory.com



www.comptoirdescotonniers.com



www.princessetamtam.com



www.gu-japan.com



www.jbrandjeans.com/

## 迅销的CSR交流

迅销为了促进与利益相关者的沟通和交流，除发行CSR报告外，还积极公布各种相关信息。

### 《FAST RETAILING CSR REPORT 2015》

**编辑方针**  
株式会社迅销所发行的本CSR报告，目的在于明确与迅销企业活动相关的社会责任，并汇报活动的相关成果。迅销希望通过本CSR报告，与各位利益相关者深入对话，真挚地回应大家对于迅销的期待、关心、忧闷等。此外，有关CSR活动的详细信息、公司概况以及补充数据将同时刊登在公司年报和迅销网站 (www.fastretailing.com) 上，敬请浏览。

**报告对象范围**  
原则上以迅销集团 (株式会社迅销以及日本国内和海外的事业公司) 为对象，有别于上述原则时将标明特定对象范围。

**本报告内容的对象期间**  
2013年9月至2014年8月  
※ 本报告中的数值，如无特别说明，均为会计年度的实际业绩。  
※ 关于重要事项，本报告刊登内容均为可能范围内的最新信息。

**发行时间**  
2015年1月 (下期预计于2016年1月发行)

### 相关网站

- 株式会社迅销 CSR  
www.fastretailing.com
- 株式会社优衣库 CSR  
www.uniqlo.com
- Grameen UNIQLO (格莱珉优衣库)  
www.grameenuniqlo.com
- Clothes for Smiles (衣服的微笑基金)  
clothesforsmiles.uniqlo.com/

### 《服装的力量》

《服装的力量》是以“通过服装能做到的事情”为主题，介绍了CSR活动及各种社会课题的宣传册。除了在店铺内发放 (每年两次) 以外，读者还可以在网站上浏览相关内容。  
www.uniqlo.com/power\_of\_clothes/

### 宣传单、店铺海报

我们通过在店铺内张贴海报和分发宣传单等方式，积极向顾客宣传CSR的活动内容并提供相关报告。

### SNS (社交网络服务)

积极利用SNS的宣传作用，及时更新集团各事业公司的Facebook等主页。在第一时间将来自公司内部负责人和店长的CSR相关信息传递给全社会。



### 免责声明

本报告不仅涉及株式会社迅销及其集团下属公司过去与现在的实际状况，还包括以截至报告发行时点采取的计划、调整、经营方针及经营战略为基础所作出的未来预测。由于这些预测内容是基于撰稿时所获信息而做出的假设与判断，故如各相关条件发生变化，则未来的事业活动结果或进展状况有可能与预测不符。敬请广大读者予以理解。



印刷CSR报告所需的电量 (700kWh) 均使用绿色电力。



