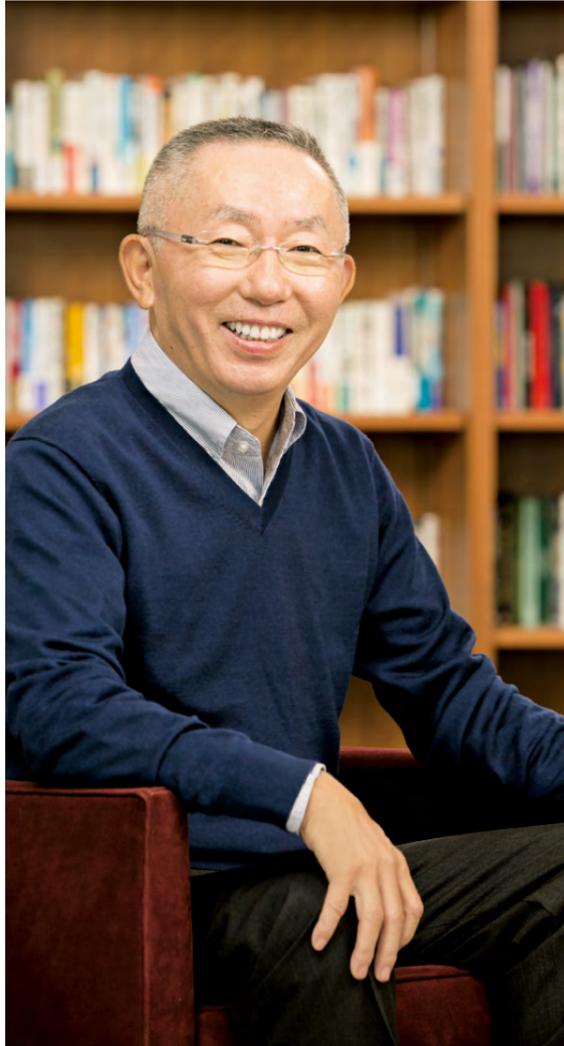




透過「服裝」事業讓世界朝更好的方向發展 這便是我們的CSR (企業社會責任)



迅銷有限公司
董事長、總裁兼CEO
柳井 正

建構全世界每個人都能實現自我價值的社會

Global is Local, Local is Global.
(全球在地化，在地全球化)

世界正急速地全球化和數位化，實際上各種資訊都僅僅掌握在我們的指掌之間。彷彿世界的人們彼此相比為鄰，人與人被串連了起來。這就是當今的世界。無論生於世界的哪一個角落，無論身處何處，所在之處即為世界的中心，並能夠在此實現自我價值。這便是所謂的「全球在地化，在地全球化」。

換句話說，世界任何一個角落所發生的事情，都不再事不關己。世界上發生的所有問題、各種變化，都將影響到自身。比如，孟加拉的縫製工廠大樓倒塌導致1000多人死亡；某個國家的創投企業開發出劃時代的新產品；南美的惡劣天氣導致農作物價格上漲。這些資訊瞬間傳遍全球，直接影響著我們每一個人的生活。我們生活在這樣的一個時代。

以使命為核心，與世界相連通

整個世界緊密相連。我們之所以能夠生存，完全仰賴於世界上的人們。我們須認清這一事實。而為了讓自己以外的他人生活變得更加美好，我們必須負責地展開行動。我們的使命在於：

- 提供真正優質、前所未有、全新價值的服裝。讓世界上所有人都能夠享受穿著優質服裝的快樂、幸福與滿足。
- 透過獨自的企業活動，以社會和諧為發展目標，為充實人們的生活做出貢獻。

正因為我們以此為核心，才能與世界各地的人們緊密相連。才使得迅銷能夠從中產生利潤，每一位參與其中的個人才能擁有不斷成長的機會。我們的CSR理想是打造一間能為大家提供這種環境的公司。

我們將立足這種企業價值觀，努力不懈於解決以下各項具體課題。

經營中杜絕各種歧視，尊重人權

我們秉持的經營理念是做到「經營中杜絕各種歧視」。為了實現個人發展和幸福生活，我們將經營重點放在「尊重人

權」。在店面回收顧客不再需要的服裝，在UNHCR（聯合國難民事務高級專員公署）以及NGO（非政府組織）的協助下，實施「全商品回收再利用活動」，將服裝送到真正需要的人們手中，也是我們所思考的尊重人權表現。另外，截至2014年8月底，迅銷在全球12個國家和地區雇用的身心障礙者人數達到了1372人，日本國內的身心障礙者雇用率為6.36%，於大型企業中位居榜首。於公司內部積極開展各項措施，打造女性員工及各國籍員工能舒適工作的職場環境、促進發揮個性的多樣性發展、大力啟用全球型人才等。

每一名員工都能實現自我成長、充滿自信和驕傲的「全員經營」

我希望將迅銷（FR）打造成為以員工為主體的公司。社會中的強勢集團總是少數。而企業的責任，在於為這些並非強勢集團的人們提供各種商機及自我實現的機會。我們希望增加雇用機會，透過每天的工作提高員工能力，創造出能夠為地區社會作貢獻的全員經營方式。構築讓每一名員工都擁有「自己對社會有用」的自信心並勇往直前的職場環境非常重要。

為此，在日本國內，迅銷積極接受各地方群眾前來公司進行職場體驗，錄用和採用地方正式員工，同時還在國外開展各項事業活動，如舉辦身心障礙者等的「購物體驗」活動，為智障人士體育活動、殘奧會提供贊助支持等，更加大力推動地方貢獻活動。迅銷正在積極推動環境建構，努力讓員工能對透過「服裝」改變社會這一使命感到驕傲。

堅持親自確認原材料供應源之「負責任的採購」

近年來，孟加拉接連發生工廠火災、大樓倒塌等事故，令人痛心疾首。確保供應鏈上的勞動環境和產品安全為當務之急。為此我們和所有合作夥伴齊心協力，進一步提高生產流程的參與程度，同時貫徹執行勞動環境審核等，防止出現雇傭童工和強制勞動，合理支付工資，執行勞動時間管理等，以此保護工作人員的安全和健康。另外我們還對原材料供應溯本追源，親自確認喀什米爾、棉、羊毛等原料的安全性和合法性。我們始終堅持積極的態度，做到「負責任的採購」，致力構建更加安全和高效的供應鏈。

為社會和地球的永續發展做貢獻

環境相關措施也非常重要。社會對於企業的要求日益嚴峻。我們需要正確認識到自身事業對環境所造成的影響，以最小的環境負荷來開展事業。我們透過對原料工廠進行「環境審核」，以及危險化學物質零排放相關措施等，貫徹實施減少環境負荷的措施，以2020年1月為目標，實現於整個商品生命週期中危險化學物質達到零排放。同時我們還將積極挑戰環保型商品的開發，以滿足顧客的期待。

謙虛傾聽社會聲音的開放式經營

在履行企業社會責任的同時，重視法令遵循，建立一套能完整落實到集團每位員工身上的健全體制是企業活動的基礎。我們將始終重視企業倫理，以誠為本開展各種企業活動。致力於構建完善的權力制衡體制和公正健全的企業內部管理體制。時刻重視與利害關係人進行對話，以開放的態度，謙虛地傾聽社會的聲音，毫不猶豫地對需要修正的地方進行改善。迅銷將始終堅持這一態度，履行企業的解釋說明責任，開展高透明度的全球化經營。

「改變服裝、改變常識、改變世界」。這是我們的主張。今後，迅銷也將不斷地勇敢迎向挑戰，竭盡全力讓世界朝更好的方向發展。

2014年8月

FAST RETAILING WAY (迅銷集團的企業理念)

Statement 主張

改變服裝、改變常識、改變世界

Mission 迅銷集團的使命

迅銷集團

- 提供真正優質、前所未有、全新價值的服裝。讓世界上所有人都能夠享受穿著優質服裝的快樂、幸福與滿足。
 - 透過獨自的企業活動，以社會和諧為發展目標，為充實人們的生活做出貢獻。
- 使命 (Mission) 不僅是FR 集團的使命，同時也是表現FR 集團存在意義，以及表示企業活動為社會帶來何種貢獻的理念。

Value 價值觀

- 永遠站在顧客的立場
- 革新與挑戰
- 尊重個體、公司與個人的成長
- 堅持做正確的事

Principle 原則

- 一切行動皆以顧客為前提而進行。
- 追求卓越性，以最高水準為目標。
- 發揮多元性，透過團隊合作達成最佳成果。
- 迅速執行所有事物。
- 根據現場、實物、現實，進行務實的商业活動。
- 成為能徹底實踐崇高倫理觀的地球公民。

迅銷集團 CSR 主張

讓世界朝更好的方向發展

透過「服裝所擁有的力量」持續豐富社會和人們的生活——這正是迅銷集團的目標所在。讓全世界所有人都能享受到穿著稱心得體優質服裝的喜悅、幸福和滿足感，從而「讓世界朝更好的方向發展」。這便是我們迅銷的CSR目標。

Challenge 1 生產

透過負責任的採購和正確的流程實現「世界最高水準的服裝生產」



08

Challenge 2 環境

減輕整個供應鏈中的環境負荷



16

Challenge 3 社區

為了幫助社區獲得幸福
勇敢突破業務框架
積極挑戰解決課題



24

Challenge 4 人才

讓全球的多樣化人才發揮才能
透過團隊合作創造價值



32

06 CSR Challenge Data 2014

40 認真傾聽全世界顧客的心聲，致力於進一步提升客戶滿意度

41 公司治理／法令遵循

42 迅銷集團的CSR

43 迅銷集團簡介

「全商品回收再利用活動」捐贈服裝的件數 (截至2014年9月底)

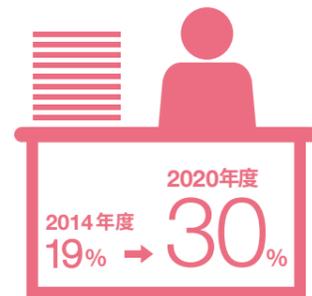


向53個國家和地區捐贈的服裝件數

約 **14,200,000**

在11個國家和地區回收到的服裝件數 約32,500,000

女性管理職務的目標比例



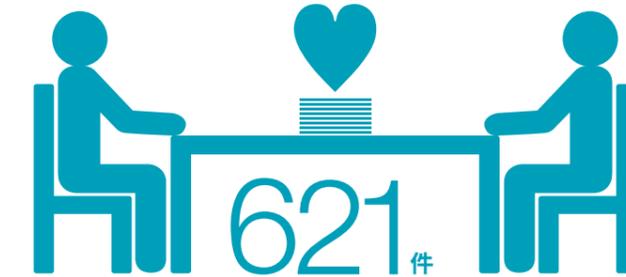
「全商品回收再利用活動」回收服裝的使用用途



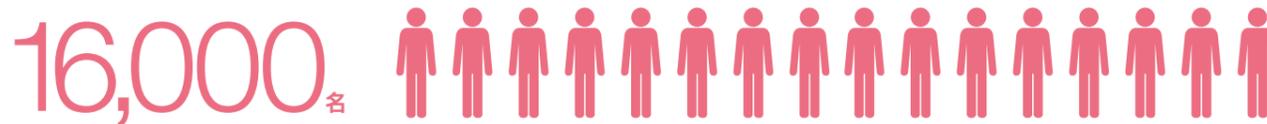
環境審核合計實施件數



勞動環境審核合計實施件數



日本國內優衣庫事業雇用當地正式員工的目標數量



全球身心障礙者雇用人數

1,372 名

日本的身心障礙者雇用率

2.0% 法定雇用率
6.36% 迅銷集團身心障礙者雇用率

與UNHCR (聯合國難民事務高級專員公署) 締結全球合作夥伴關係



與UNICEF (聯合國兒童基金會) 結成全球聯盟



在孟加拉開展的防火及建物安全強化自我檢查中問題事項的改善狀況



在孟加拉開展「社會企業商務」的「格萊珉優衣庫」店舖數量



「購物體驗」專案實施國家



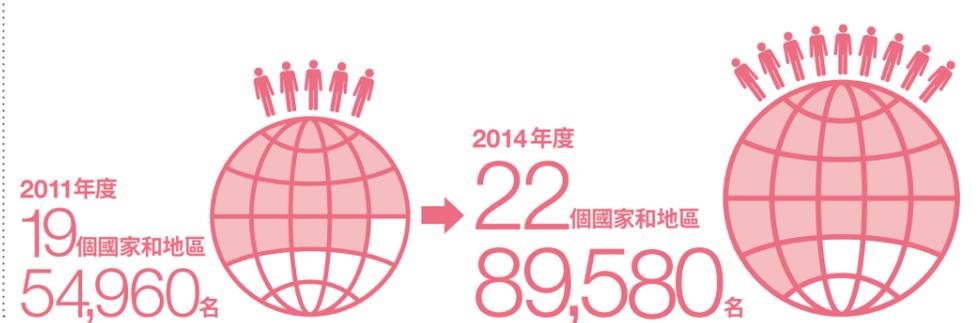
特奧會支援活動實施國家



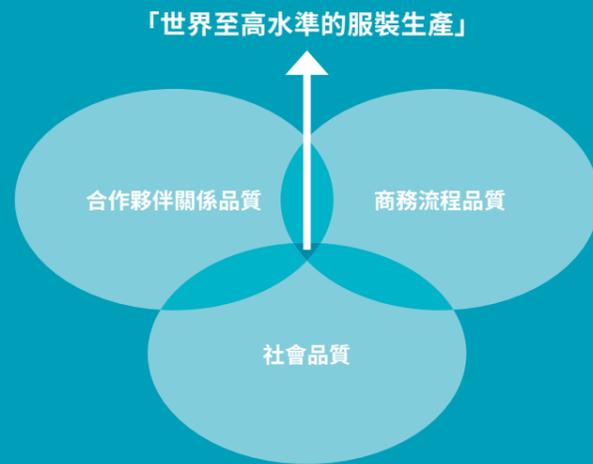
危險化學物質排放量目標值



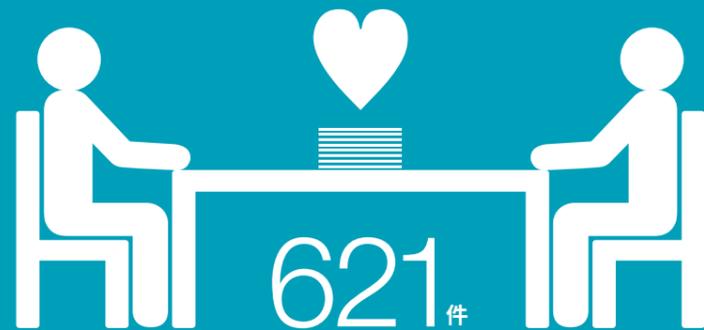
全球員工人數



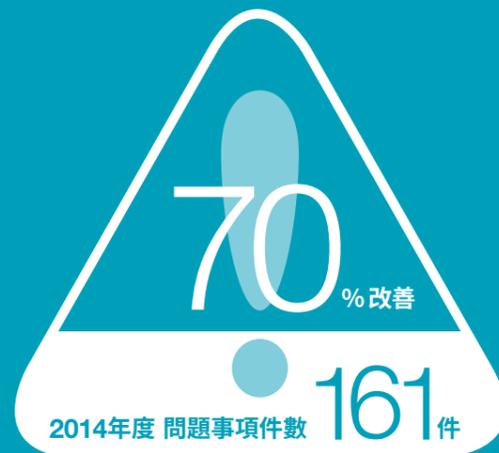
生產方針中的「三大品質」



勞動環境審核合計實施件數



在孟加拉的合作廠商開展防火及建物安全強化自我檢查問題事項的改善狀況



Challenge 1

生產

透過負責任的採購和正確的流程實現「世界最高水準的服裝生產」

迅銷 (FR) 集團所追求的「世界最高水準的服裝」，是能夠讓服裝穿著者、服裝生產者、整個供應鏈上的所有相關者都能感受到幸福的服裝。為了實現這一目標，在合理的環境及正確的流程中製造服裝，是我們對於顧客和社會應盡的最基本的責任。為了源源不斷地向社會供應「世界最高水準的服裝」，需要深入參與供應鏈中的全部流程。我們將以長遠的觀點，與心懷相同理想和理念的合作夥伴及顧客一起攜手並肩，不斷進行全新挑戰，以讓世界朝更好的方向發展。

宣言

實現使供應鏈上所有參與者都能感到幸福的「世界最高水準的服裝生產」

實現「世界最高水準的服裝生產」這一迅銷 (FR) 目標，有賴於三大品質，即在確保合作廠商工廠員工安全的勞動環境，並注重地球環境和愛護動物等的合理流程中生產的「社會品質」；立足長遠視角、與世界最高水準的合作廠商實現共同發展的「合作夥伴關係品質」；以及高精度高效率地開展工作、確保持續發展的「商務流程品質」。

FR為了確保遍及世界各地生產據點的「社會品質」，正在實施勞動環境審核，堅決杜絕雇用童工和強制勞動的現象，貫徹執行支付合理工資、強化勞動時間管理等。審核不僅僅停留在「提出問題」的層面，還會實施改善指導工作，提高合作廠商自身的「社會品質」，從而發展成競爭力的泉源所在。

為了實現三大品質，不僅CSR部，生產部也需要深入理解三大品質的意義，在日常業務中積極納入CSR活動。FR在上海、胡志明市、達卡、雅加達以及伊斯坦堡設有生產辦公室，約400名品質生產進度管理人員在此工作，與合作廠商共同積極致力於實現三大品質。

而減輕地球環境負荷相關行動則更為重要。迅銷透過與NGO等眾多利益關係人展開對話，與合作廠商工廠攜手，共同推動。2012年迅銷提出了危險化學物質零排放的宣言，負責董事參加每月一次的定期會議，對專案進度進行管理，目前專案穩扎穩打的進展當中。另外，FR正就整個供應鏈中的環境風險開展相關調查工作，以便從各種各樣的環境課題中篩選出應鎖定推動的環境課題。

為了實現「世界最高水準的服裝生產」這一目標，FR堅持深入參與到供應鏈中的全部流程中，與彼此相互信任的合作夥伴一同努力實現三大品質，讓世界朝更好的方向發展。



迅銷有限公司
集團執行董事
生產統管負責人
國井 圭浩



CSR部與生產部的相互合作

在世界各地的生產據點，與當地工廠相互合作 共同確保「社會品質」

將「社會品質」納入生產線現場的日常業務中

迅銷 (FR) 集團為了確保合作廠商的員工能夠在安全、合理的勞動環境中工作，實現「社會品質」，將生產活動之於社會的影響視為重要的CSR課題。在CSR部內設置CSR資源團隊，專門負責與合作廠商共同行動，已在東京總部以及生產據點的各個地區開展相關活動。例如，有CSR專職團隊常駐迅銷最大的生產據點中國上海生產辦公室。他們每天拜訪各地的合作廠商工廠，除瞭解安全方面以及勞動時間管理等勞動環境相關情況，還針對工廠的環保措施等，在現場發現問題，並掌握現場的情況，共同解決問題。

同時，生產部為了與合作廠商攜手共同履行社會責任，與合作廠商透過保持密切的溝通與交流，而開展事業活動，需要在日常業務中主動積極地採取措施，努力實現合理的勞動環境。FR為了實現與合作廠商共同成長的理念，在上海、胡志明市、達卡、雅加達以及伊斯坦堡的生產辦公室內，建立起完善又穩固的當地體制，約400名品質生產進度管理人

員在此工作。生產部員工每週前去拜訪所負責的工廠，直接掌握現場的情況，並依需求加以改善等，與合作廠商工廠一起，推動各種行動。

此外，生產部在與新工廠開始進行交易前，不僅會從品質、價格、經營等商務層面進行判斷，還會在工廠須接受勞動環境審核的前提下，決定是否開始與其進行合作。2013年，為了讓CSR部與生產部間的合作發揮更大效果，開始在生產部內部貫徹執行FR的基本規定，即「無法通過勞動環境審核的工廠，即便其產品如何高品質低價格，即便其能迅速交貨，都不與其進行交易」。進而在生產部的員工業務培訓中結合CSR課程，加深員工對於CSR的理解，促進CSR觀念的滲透。

致力於解決整個行業的共同課題

2013年，孟加拉縫製工廠所在的建築物發生倒塌事故時，FR也曾向合作廠商工廠再次確認是否真的沒有問題。當時我們再次感覺到，拜訪現場，掌握合作廠商的經營狀況乃

至問題點，能夠降低發生致命問題的可能性。CSR部及生產部經常性地拜訪合作廠商工廠，隨時保持在能夠掌握現狀的狀態，並與工廠攜手達成徹底的改善，正是FR行動上的特徵。而之所以能夠做到這一點，完全仰賴於FR與合作廠商工廠間彼此相互信任的穩固的合作夥伴關係。

FR作為成衣行業最具代表性的全球企業集團之一，須強烈認識到含中國等各生產據點不斷凸顯的課題是整個行業的共同課題。迅銷認為，相應行動不能局限於自己公司的合作廠商，更需要為解決當地課題作出應有的貢獻。

中國的法律法規和限制規定日趨嚴謹，對於合作廠商而言，整備勞動環境乃屬當務之急。CSR部須與經常拜訪工廠的生產部通力合作，與合作廠商共同推動。

迅銷(上海)企業管理諮詢有限公司
CSR部負責人
田中 利之



從事業風險及品質觀點來看，合理的勞動環境也是最基本的條件。我們利用每天的會議、培訓以及同CSR部一起拜訪工廠等機會，在生產部內部貫徹並分享CSR意識。

迅銷(上海)企業管理諮詢有限公司
生產部部長
宇津野 智哉



勞動環境審核

在合理的環境及正確的流程中製造服裝 讓供應鏈中的所有參與者都能感到幸福

勞動環境審核的行動

迅銷 (FR) 的勞動環境審核，乃透過與合作廠商共同維持安全合理的勞動環境，提高生產率和品質以及員工滿意度，從而為雙方創造出價值的一個重要行動。迅銷以2004年制定的《生產合作夥伴行為準則 (COC)》為基礎，委託外部專業機構對合作廠商工廠生產線現場是否存在雇用童工和強制勞動現象，以及作業環境能否確保安全等方面進行審核。對於有必要進行改善的工廠，由CSR部員工直接前往工廠進行指導。(2014年的審核結果請參考下表)。

具體為，對合作廠商針對建築防火安全相關證書的取得方法、工資計算結果的確認方法、勞動時間的記錄方法等個別課題的實踐性內容，提供建議。另外對於即將開始合作的新工廠，還會實施「預先審核」。2014年開始，更進一步提高了標準，更加嚴格貫徹遵守實施規則。透過「預先審核」，能夠及早著手進行改善，結果是成功地減少了開始交易後才發現問題的工廠比例。而存在問題的工廠中，很多工廠的監查評分都有所提升。

此外，為了廣泛宣傳FR的標準，迅銷增加了針對合作廠商的教育、培訓等的次數，同時還對內容進行了強化。內容具有實踐性，例如因不實報告而停止交易的案例，以及不合理的勞動時間管理等，方便合作廠商能針對個別問題迅速地在現場處理。

● 勞動環境審核的三大使命

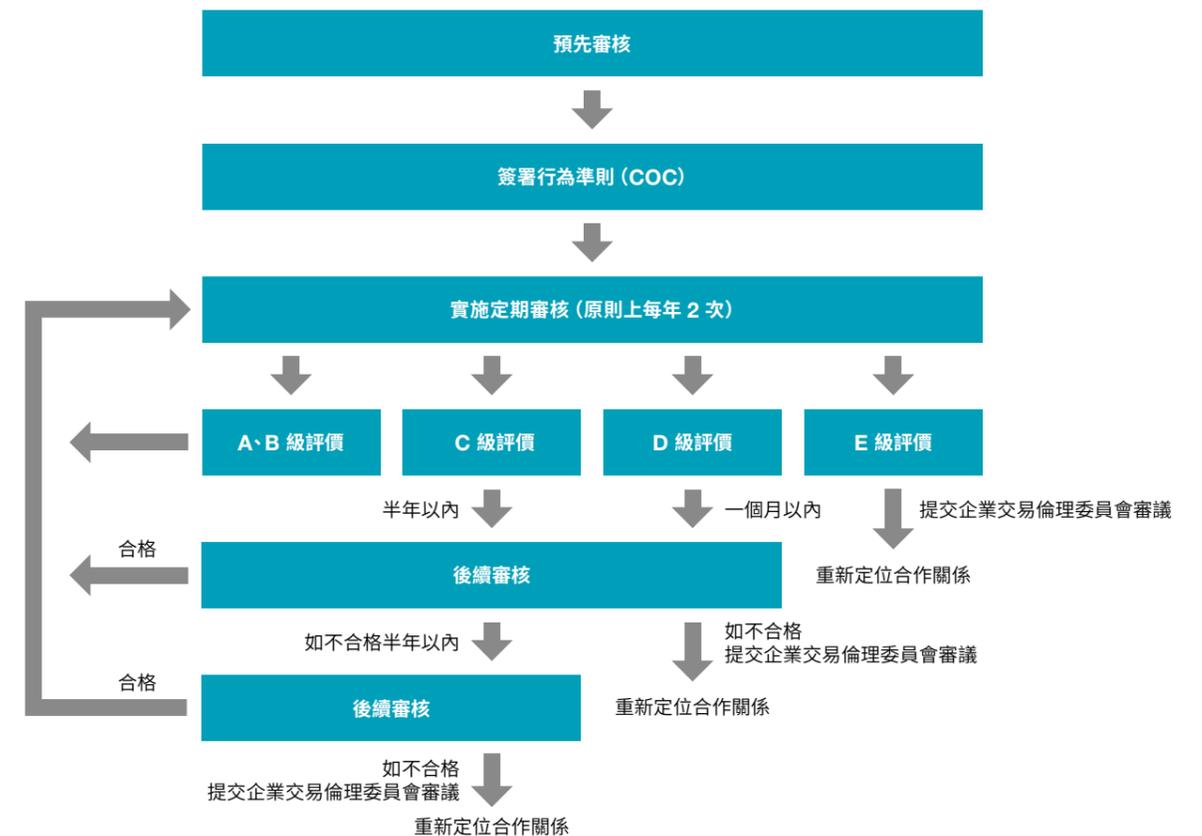
為了更加確實地推動勞動環境審核，FR在CSR部內成立了專門負責倫理採購的專責CSR資源組，並提出了以下三大使命，致力於勞動環境的改善和強化。

1. 鎖定供應鏈中勞動環境、環境保護方面的課題，予以解決以回應社會各界的要求
2. 與生產部一起同合作廠商通力合作，開展領先同業的最佳實踐活動
3. 與顧客、合作廠商、NGO、地區社會進行合理的溝通與交流，公正地發布資訊

在合作廠商配置 CSR 專責負責人

為了讓勞動環境審核發揮更大效果，迅銷還要求合作廠商配置CSR專責負責人，構建公司自我監查機制和體制等，並推動提升合作廠商管理能力。在公司內部還面向生產部的員工實施公司內部培訓，教授學習CSR整體知識、採購相關倫理課題、勞動環境審核的目的、意義、標準和注意事項。同時持續對培訓內容進行改善。

■ 工作環境審核機制



■ 勞動環境定期審核結果 (截至2014年8月底)

評價	內容	實施定期審核的工廠數 (優衣庫工廠數)		
		2012 年度	2013 年度	2014 年度
A	未發現問題	9 (8)	11 (10)	1 (1)
B	發現輕微問題 1 件以上	87 (59)	134 (95)	175 (115)
C	發現嚴重問題 1 件以上	69 (51)	97 (45)	72 (32)
D	發現極為嚴重問題 1 件以上	56 (34)	48 (19)	77 (17)
E	應立即重新評估合作狀態的極為惡劣和嚴重的問題	8 (7)	4 (1)	7 (3)
合計		229 (159)	294 (170)	332 (168)

- 2014年度針對332家工廠實施了審核
- 與2013年度相比，整個FR的D級評價工廠數量有所增加。由於新合作廠商工廠中D級評價的工廠較多，今後將從交易開始階段加強說明和指導工作，以期及早解決課題
- 與2013年度相比，E級評價數量有所增加。尤其是在規定的審核次數內未見改善，因此需要重新定位合作關係的情況有所增加。
- 2014年度評價為E級的工廠，重新定位與其的合作關係。未見改善的工廠已與其結束合作關係。

● 預先審核

開始合作前實施的審核。事先判斷是否能與該工廠進行合作，審核步驟與評估標準基本與定期審核所包含的項目相同，但實施重點放在雇用童工與否等重要項目上。

● 定期審核

專業機構的審核員親自前往工廠進行審查。甚至偶爾也會實施不事先通知的突擊檢查。審查內容除了會議，更陸續實施工廠、宿舍、餐廳等現場審核、員工訪談、資料審核等。最後召開總結大會，就審核中發現的問題事項，與工廠負責人確認，並提供回應意見以便改善。

● 審核評價

審核的結果，按照迅銷的標準 (A~E) 進行評價，特別是被評為E級的案例顯示為極度惡質，會立即決定重新定位合作關係。針對C級與D級評價案例進行改善指導，並實施後續審核以確認改善結果，如未有改善則再提交企業交易倫理委員會審議，做出重新定位合作關係等判決，迅銷對於審核結果的嚴謹態度極為嚴格。另外，如發生嚴重事態，CSR部員工將直接前往該工廠，確認相關事實後重新審視合作內容，並根據工廠的經營和雇用情況作出最終決定。然後與工廠一起採取措施防止復發，若工廠能夠加以改善，也會進行重新定位，恢復正常合作關係。

違規問題的改善案例

● 勞動時間記錄存在疏漏（中國）

2013年4月第一次後續審核中，發現合作廠商工廠的守衛處留有鑰匙借用記錄，但勞動時間記錄上卻顯示為休息，審核人員認為勞動時間記錄缺乏可靠性，因此作出了C級評價。

迅銷（FR）的CSR部員工拜訪了合作工廠，對原因進行了確認，瞭解到工廠當天施工，工作人員只是為了幫外部的工人開門而借用了鑰匙，因此留下了鑰匙借用記錄。只是交鑰匙也應視為出勤，仍需記錄考勤情況，因此CSR部的員工指導合作廠商工作人員應貫徹考勤管理規則。在第二次跟後續核前，合作工廠、生產部和CSR部員工進行了會面，再次確認了改善狀態以及規則的貫徹執行方法。

2013年12月的第二次後續審核中確認了上述情況已得到改善。

● 支付加班費的疏漏（中國）

為了確認2013年5月第一次後續審核中問題事項的改善情況，CSR部員工拜訪了合作廠商工廠，發現存在漏付加班費、漏記勞動時間、化學物質保管情況有疏漏等情況。

漏付加班費是由於工資計算負責人的認知有所誤解，認為平時加班的時間已經得到補休，因此不計作加班，CSR部員工

對其進行了指導，教導正確的工資計算方法，並要求不能漏付。針對漏記勞動時間以及其他問題事項，CSR部員工指導工廠，要求工廠內部進行嚴格管理，如每天早會後說明正確管理的重要性等。CSR部員工還多次拜訪該工廠，進行確認和指導。後來經確認，漏付的加班費已補發，其他問題事項也全部得到改善。

發現的惡質案例

● 不實報告（中國）

2013年12月的第一次後續審核中，發現生產記錄和考勤記錄存在不一致的情況。2014年6月CSR部員工為確認改善狀況而拜訪了該工廠，經與員工訪談後發現存在更多與考勤記錄不一致的地方。

此後，為了改善這一情況，CSR部員工與工廠進行協商時，發現工廠提供的考勤機打卡記錄與手寫的考勤記錄內容有所出入，要求工廠對此作出說明，最後得知打卡記錄以及過去所提供的考勤記錄為不實記錄。

CSR員工要求工廠採取合理正確的考勤記錄系統，但合作廠商工廠未能提出具說服力的改善方法，因此判斷工廠方無意改善，而停止與其進行交易。

在中國向解決成衣業的共同課題發起挑戰

與最佳合作夥伴攜手推動新行動

晨風集團是中國最具代表性的成衣企業，其與迅銷攜手共同走過了21個年頭，是迅銷無與倫比的合作夥伴之一。晨風集團在品質方面享有很高的信譽，獲得免檢資格，在CSR方面也主動積極地開展各項措施，比如首次作為供應商參與對世界工廠進行勞動監查的FLA (Fair Labor Association) 等。曾經視察過眾多工廠的迅銷上海生產辦公室CSR部負責人田中利之也認為晨風集團是一家非常突出的企業。

田中說道：「向現場、合作廠商的員工進行CSR教育並要求其貫徹實施，對於我們和工廠而言，都是一項極為艱難的課題。晨風集團在各個地區和工廠分別配

置有CSR部、CSR負責人，紮根現場實施各項活動。晨風集團尤其重視進公司最初3個月的時間，針對勞動環境和工資計算問題等個別課題，仔細地向員工說明『為何一定要這樣做』的理由，並告訴員工會產生的結果。在得到員工的理解後，再要求員工照做，現在晨風集團已經構建起了這樣一套基本流程。不僅是組織架構方面，我尤其希望其他合作廠商工廠也能夠學習晨風集團與員工溝通交流方面的長處」。

迅銷與晨風集團達成共識，開始將這種最佳實踐經驗推廣到其他工廠。首先於2014年8月在江蘇省晨風集團的工廠內召開了由迅銷CSR部、晨風集團董事長

以及CSR部負責人等參加的意見交流會。董事長尹國新 (Yin Guoxin) 先生 (照片左側) 如此說道：

「正因為我們與迅銷攜手並進，才有了現在堪稱最佳實踐的我們。今後我們希望能夠進一步深化與迅銷間良好的合作夥伴關係，作為一個好的示範案例，幫助整個行業實現發展和成長。另外，我們認為，幫助解決雇用等各地區的課題、提升技術及經營水準、從根本上提升中國整個成衣業水準以做出貢獻，正是迅銷和晨風作為行業龍頭應盡的責任」。

迅銷與晨風集團作為成衣產業的龍頭老大，今後仍將不斷地迎接挑戰，致力於為中國整個成衣行業的發展貢獻力量。



在孟加拉推動預防火災及確保建物安全的相關行動

迅銷汲取2012年11月、2013年4月孟加拉發生的火災及大廈倒塌事故等的教訓，為了保證孟加拉合作廠商工廠員工們的安全，不僅採取行業內部一般性措施，還實施公司的自主檢查，努力維持合理的勞動環境。

具體行動為，除實施勞動環境審核外，從2013年5月開始實施防火及建物安全強化的自主檢查。透過CSR部員工拜訪現場以及合作廠商工廠提交的改善報告，得知：截至2014年3月底，2013年12月發現的351件問題事項中，已有190件得到改善。迅銷還委託有經驗的日本檢查機構對建物的安全性進行了強度檢查，檢查已全部結束，確認無任何問題。

此外在2013年8月8日，迅銷簽署了旨在保護工廠場陷、火災等事故中勞動者的《孟加拉消防及建物安全協議》(Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh)，並參與了由勞動工會國際組織 IndustriALL Global Union 及 UNI Global Union 組織的活動。目前共有國際NGO以及超過190個品牌等參與了此項活動。2014年2月起，由防火、電氣系統、建築安全性方面的各國專家組成的38個檢查團隊開始進行檢查，今後預定將針對約1500個工廠實施檢查，以確保勞動環境的安全性。

環境審核合計實施件數



「全商品回收再利用活動」回收服裝的使用用途



「危險化學物質零排放專案」



Challenge 2

環境

減輕整個供應鏈中的環境負荷

迅銷朝著「環保型經營」的目標而努力，透過減輕供應鏈所有流程中的環境負荷，積極應對國際社會所面臨的課題以及地球環境課題。為此，迅銷首先透過提高經營效率，不斷思考如何才能以最少的資源提供最大的附加價值，並落實到行動中。同時還注重傾聽利益關係人的心聲，共同思考和行動，為保護地球環境，並實現可持續發展的社會，挑戰不懈。

宣言

制定更為明確的環境方針 致力實現「環保型經營」

迅銷 (FR) 身為開展 SPA^{※1} 事業的企業，在水源、能源、CO₂ 等地球環境課題方面，堅持以最小的環境負荷來開展可持續發展的事業活動。迅銷致力於減輕供應鏈中所有流程的環境負荷，掌握整個供應鏈中對環境的影響情況。根據負荷的量和質來決定優先順序，致力於課題的解決。2014 年，FR 制定了環境方針，來釐清責任，以實現「環保型經營」(參考第 18 頁)。

FR 的供應鏈裡，生產過程中所產生的負荷特別高。迅銷現在已經開始在所有一級供應商的縫製工廠實施工作環境審核，並在能源用量和耗水量最大的二級供應商面料工廠中實施環境審核。今後，迅銷希望能夠在集團事業的合作面料工廠中也實施環境審核。2015 年以後，迅銷將掌握對環境影響和負荷的實際情況，並據此決定應該優先著手部分，貫徹實施相應措施。尤其是針對危險化學物質，迅銷提出的目標是到 2020 年 1 月前，實現整個商品生命週期中危險化學物質零排放。

此外，在負有直接管理責任的店舖內，不僅採購、店舖設計等各部門，而是以全公司以及整個供應鏈為對象一貫性地推動各項措施，透過這種方式努力構建能夠產生更大效果的組織架構。迅銷提出了明確的方針，尤其在削減能源用量、CO₂ 排放量等方面，制定了具體措施和目標數值，努力在 2020 年之前達成目標。

迅銷還通過「全商品回收再利用活動」進行服裝的再利用和回收使用，不僅珍惜所製造的服裝，而且盡可能長久地利用服裝價值，宣導「有益於環境的活動」，與利益關係人一起，共同為削減所有的負荷貢獻力量。



迅銷有限公司
集團執行董事
CSR 負責人
新田 幸弘

※1 SPA: Specialty store retailer of Private label Apparel 的簡稱，意為「成衣製造零售企業」。對原料採購、商品企劃、開發、生產、物流、銷售、庫存管理等，從生產到銷售的各項節實行一貫化的模式。

與利益關係人通力合作 致力於所有業務流程中削減環境負荷



制定環境方針

迅銷 (FR) 為了將整個供應鏈的環境負荷降至最低，正積極與包括顧客、合作對象、地區社會、NPO和NGO、合作廠商在內的全體人員等利益關係人進行合作。尤其關於生產過程，實施對象不僅侷限在一級供應商的縫製工廠，還與原材料及面料加工的所有合作廠商共同推動建構高效、高品質的業務流程，開展減輕環境負荷的相關活動。

2014年，迅銷為確立目標、切實展開行動，特別制定了環境方針。

環境方針

迅銷的目的是實現「環保型經營」，遵守環境相關法令法規，開展行動時重視國際社會的課題以及地球環境保護。迅銷認為，作為企業，為了將環境負荷控制在最小限度，首要便是實現經營的效率化，經常檢視業務中是否存在浪費、如何才能以最少的資源提供最大的附加價值。

- 在商品企劃、生產、物流、銷售以及廢棄流程中，積極開展重視減輕環境負荷的活動
- 在事業活動中，也針對經營重點店鋪制定減輕環境負荷的目標，並朝著目標積極開展行動
- 特別將重點放在環境負荷尤其高的商品生產流程，與合作工廠攜手合作，共同努力減輕環境負荷
- 與最重要的利益關係人——顧客一起思考環境問題，積極推動能夠帶來良性影響的活動和對話

■ 減輕SPA流程中環境負荷的措施



企劃

FR在進行商品企劃時除關注原料的安全性、注意減輕採購及生產時的環境負荷外，還透過能提高生產效率的款式設計、改變穿著者的生活方式以及提高保溫性、快速性等服裝本身的功能性等，致力成為能為減低環境負荷做出貢獻的服裝製造。

原材料

迅銷的目標是實現原材料的直接管理，針對棉等主要原材料，迅銷工作人員會拜訪原材料供應商。2013年，迅銷員工拜訪了中國新疆維吾爾自治區的棉花田，檢查這裏是否合理使用農藥和水源，以及是否存在雇用童工的現象等。今後迅銷也將繼續與當地企業進行溝通，同時不間斷地進行檢查確認。

生產

SPA流程中環境負荷最大的是面料生產程序，因為需要使用大量的水、熱能以及含化學物質的染料。2013年6月起，迅銷在試點專案中，向合作面料工廠派遣了能源診斷專家進行能源診斷，根據診斷結果實施各項對策並進行效果測定。今後考慮將推廣到其他工廠。

物流

供應鏈中，物流會對二氧化碳排放量等產生重大影響。迅銷積極在全球推進物流網絡合理化，透過運輸手段最佳化、從倉庫（據點）到店鋪的配送網絡合理化、倉庫佈局最佳化、運輸物資輕量化和再利用、裝載方法有效化等，實現減少環境負荷。

銷售

在迅銷的事業活動中，對於負有直接管理責任的店鋪，在開展事業活動時也要制定減輕環境負荷目標，並積極實現目標。首先，迅銷針對日本國內優衣庫店鋪設定了2020年年底前實現二氧化碳排放量（單位建築面積的排放量）較2013年削減10%的目標，2015年開始，還將在整個迅銷集團推動。

回收再利用

在全世界優衣庫和極優店鋪開展「全商品回收再利用活動」。活動範圍涵蓋11個國家和地區，所回收的商品中，約90%被捐贈至難民營等再利用，其餘約10%則被活用作燃料和纖維的原料。此外還積極回收店鋪所產生的商品包裝材料等廢棄物，並推進資源的有效利用。

根據《針對面料工廠的環境標準》 推進環境審核工作

面料工廠的環境審核

迅銷 (FR) 認為，想要減輕環境負荷，整個供應鏈相互合作非常重要。特別是其中的面料生產 (紡織、織布、編織、染色、加工等)，由於使用化學物質、廢棄物和排水量較多等原因，對於環境的影響很大，因此從2010年起便開始針對生產優衣庫產品面料的合作廠商實施環境審核。

迅銷 (FR) 的環境審核依據《針對面料工廠的環境標準》實施。該標準為 1. 環境管理體制、2. 化學物質的管理、3. 廢棄物的管理和處理、4. 石棉/PCB對策、5. 排放物 (排水等) 的處理和測量、6. 員工健康與安全這六大項構成，各大項下設有5~10個詳細標準。

實施環境審核時，首先由外部專業機構按照上述標準對現場實施詳細確認。FR與合作廠商共同分享檢查結果，在雙方協商一致的期限內，合作廠商須進行改善。然後FR和外部專業機構對改善進展實施審核，對於存在很多問題的合作廠商，迅銷將親身拜訪進行改善指導，並實施後續審核。

針對面料工廠的環境標準

1. 環境管理機制

為持續有效地推進環境活動，經營管理者自身作出了環境活動宣言，並任命負責環境管理的負責人。構建收集資訊、開展具體措施、確認進度的組織架構非常重要。

2. 化學物質的管理

針對成衣面料生產所使用的染料、加工輔助劑等化學物質進行妥善管理並在發生緊急情況時採取對策，對於保護員工健康和周圍環境來說極為重要。

3. 廢棄物的管理與處理

對廢棄物進行妥善管理和處理，防止洩漏風險，並積極推動回收再利用和資源的有效利用。為了對廢棄物進行最終處理及回收再利用，還必須對排放到工廠以外的廢棄物處理進行確認。

4. 石棉/PCB對策

石棉和PCB的危險性很高，很可能對員工及周圍環境造成嚴重影響。

5. 排放物 (排水等) 的處理與測量

成衣面料的生產過程中所產生的公害，包括染色和加工過程等的排水、鍋爐產生的排氣以及大規模使用機械設備而產生的噪音等。

6. 員工的健康與安全

為了保障員工能夠在既安全又安心的環境中工作，關於針對火災的防止、確避難通道等設備上的健全化以及職業災害和職業病的防止，平日對於員工的教育・研修是極其重要。

環境審核結果

2014年，從2010年6月開始實施環境審核的合作廠商中挑選出62家長期合作供應商工廠，實施了環境審核 (遵守情況參考第20頁)。

透過舉辦說明會和現場訪問進行指導，加深了供應商對於完善環境管理體制、化學物質及廢棄物管理的理解，因此這三個項目的遵守率獲得了提升。在員工健康和安全管理方面，透過後續審核，發現存在即使發放了手套等防護用品工作人員也並不佩戴等需改善事項，遵守率較低。今後迅銷將持續確認需改善事項的改善狀況，與工廠的經營層級者一同解決根本原因，以推動改善行動。

糾正事項的改善事例

● 化學物質和廢棄物的管理與保管 (泰國)

2013年3月的後續審核中，發現存在化學物質及廢棄物的保管場所措施不夠完善等問題。實施審核後，針對改善進行溝通，12月，CSR部工作人員與染色和面料生產專家「技術顧問」以及公司外部專家一起拜訪了相關工廠，進行改善確認並實施具體指導。在後續審核中，確認糾正事項已得到了改善。

● 雇用童工 (中國)

環境審核中也包含禁止雇用童工等審查項目。2014年5月的首次審核中，發現過去曾雇用過2名未達到中國法定工作年齡的16歲以下童工。CSR部工作人員拜訪了合作廠商，對相關事宜進行了確認，發現人事部未確認年齡，而是依據生產現場的判斷直接雇用。在FR工作人員的指導下，變更了人事部錄用的組織架構等進行改善。

2014年7月迅銷工作人員再次拜訪了工廠確認工廠改善成為一個從經營管理層到一般員工可實施人事制度教育、並能確認年齡的雇用流程，人事部每月核對確認三次員工工作狀況和員工名錄等，員工訪談時也了解到管理體制有所加強。但迅銷認為過去曾雇用童工的事實非常嚴重，經企業交易倫理委員會審議，減少了對該工廠的訂購量。

■ 《針對面料工廠的環境標準》遵守情況 (2010年6月以後實施審核的合作廠商中的62個長期合作供應商工廠，截至2014年8月底的統計)

分類	達成率	確認改善之項目實例
1. 環境管理體制	90%	● 派任環境負責人 ● 實施環境管理培訓 ● 制定環境管理計畫
2. 化學物質管理	35%	● 制定包含詳細資訊的化學物質清單 ● 化學物質的安全保管 (例: 設置防止洩漏的容器、張貼標識、派任管理負責人、收集和分享安全資訊)
3. 廢棄物管理和處理	34%	● 廢棄物交由具相關處理資格機構處理 ● 分類 (例: 化學廢棄物和其他廢棄物) 並張貼標識 ● 安全保管廢棄物
4. 針對石棉和PCB的處理	97%	● 妥當確認和管理石棉及PCB
5. 排放物 (排水等) 處理與檢測	74%	● 從主管機關取得排汙許可證等 ● 測量設施的排放量，遵守法定標準
6. 員工健康和安全管理	27%	● 佩戴防護裝備 (口罩、耳塞、手套) ● 完善緊急逃生出口和火災安全設備 ● 實施職業病健康檢查



杜絕危險化學物質排放的相關行動

為了實現宣言目標 穩步推動「危險化學物質零排放專案」

與利益關係人合作，共同推動

迅銷 (FR) 宣示，到2020年1月為止，整個商品生命週期中危險化學物質實現零排放，積極開動「危險化學物質零排放專案」。為了實現這一目標，迅銷面臨著諸多現實難題，如自然界存在的物質、排水中所含有的物質等，還有很多事實上無法控制的物質等，因此除了整個成衣行業的行動外，還需要各利益關係人的參與。迅銷與合作廠商、化學藥品業、NGO以及同業其他公司等攜手合作，致力於實現危險化學物質零排放的目標。

具體來說，為要求合作廠商遵守迅銷的標準，實施合作廠商的產品和排水檢查。如發現存在問題事項，透過前往合作廠商工廠或化學生產商進行訪談和現場訪問，探明原因，指示採用替代物質等，迅速予以應對。

專案圍繞三大支柱展開，分別是：1. 產品檢查，2. 排水檢查，3. 與NGO進行溝通與交流。

經營管理層參加的定期專案會議

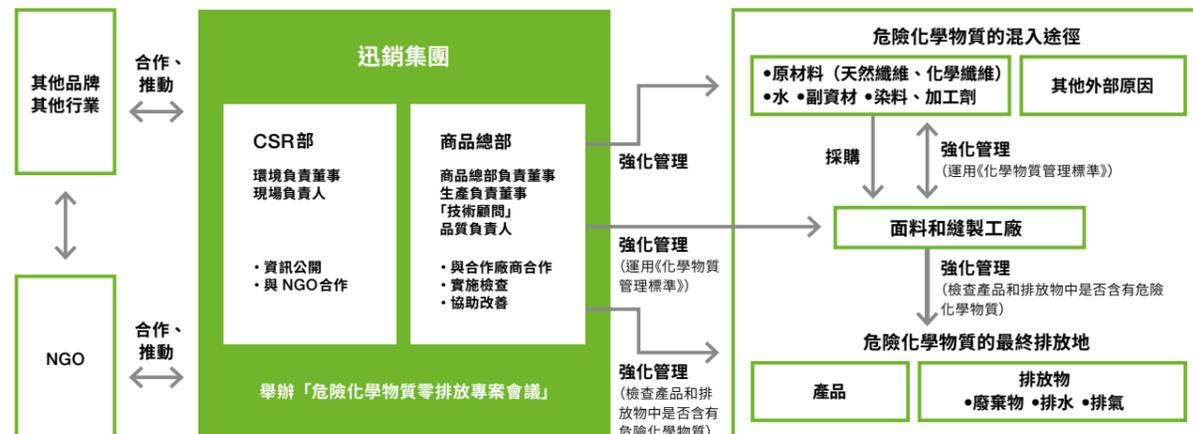
為了能確實推動相關行動，迅銷每月召開一次「危險化學物質零排放專案會議」。CSR部、生產部以及商品總部的所有董事和實務負責人參加會議，染色和面料生產專家「技術顧問」、品質團隊的負責人也出席，東京總部和世界各國的生產辦公室透過電視會議的方式共同出席會議。

會議內容以專案三大支柱的推動情況為主。1. 根據產品檢出有害化學物質清單，對照迅銷的標準，選定需要處理的產品和物質。討論追究原因和改善策略。2. 排水方面，根據檢查結果，實施進展和因應對策報告。3. 在與NGO的溝通交流方面，會與合作的NGO召開定期會議。此外還因應各國法律的變更等，協議調整相應的標準。

另外，資訊公開對於客戶以及工廠附近地區居民而言，攸關環境和健康等問題，因此需要秉持正確、透明化，依序公開資訊。為將供應鏈中所使用的危險化學物質相關資訊公開並確保資訊的透明化，FR構建了因應體制，並於2013年4月在FR的CSR網站上公開了限制物質清單。迅銷努力對資訊進行定期更新，公開最新資訊。

為了實現危險化學物質零排放的目標，整個迅銷集團將齊心協力，共同推進各項行動。

實現危險化學物質零排放的相關行動



與利益關係人相互合作，致力於減輕環境負荷

FR集團的目標是掌握SPA模式下供應鏈中所有流程的環境負荷相關數據。正如數值所示，生產程序中的環境負荷明顯高於其他程序，因此迅銷不僅針對一級供應商的縫製工廠，更進一步推動掌握二級供應商面料工廠的相關數值。面料工廠中，能源用量和用水量尤其多，因此迅銷派外部專家前往這些工廠對用量進行診斷，並著手開展相對策以削減

用量。同時還利用迅銷與合作廠商之間穩固的合作夥伴關係這一優勢，與合作工廠共同推進削減能源用量和用水量的各項行動。迅銷的目標是在減輕環境負荷的同時，削減合作工廠的成本，提高經營效率。此外，在負有直接管理責任店鋪的能源用量削減，是迅銷集團最為優先的課題。日本國內優衣庫店鋪的照明全部

採用LED、引進帶有節能控制器的空調設備、在營業準備時段節省照明、發放《店鋪節能節源指南》來增強店鋪工作人員的意識等，目標是到2020年，單位建築面積的二氧化碳排放量能較2013年削減10%。迅銷集團正與合作廠商等各方利益關係人合作，有效利用最小限度的資源，努力將環境負荷降至最低。

事業活動中所產生的環境負荷

	企劃	生產	物流	銷售	使用/廢棄
In 能源及原材料的投入	能源燃料等	縫製工廠和面料工廠 能源使用量(熱量) 18,577,035 GJ 電力 498,628,225 kWh LPG(液化石油氣) 2,050,836 kg LNG(液化天然氣) 3,067,414 kg 天然瓦斯 17,961,193 m ³ 燃料油 150,237,139 ℓ 柴油 2,434,134 ℓ 汽油 16,988,813 ℓ 煤炭(包括煤氣) 227,991,115 kg 蒸氣 736,076 t 用水量 20,212,318 t	物流 能源使用量(熱量) 260,474 GJ	店鋪 用電量 214,140,968 kWh 自來瓦斯使用量 1,453,680 m ³ LP瓦斯使用量 1,297,710 m ³	
		總部辦公室 用電量 4,952,667 kWh 瓦斯用量 5,350.9 m ³ 用水量 13,111 t			
		總部辦公室 影印紙用量 11,718,000 張			
資材等				店鋪 容器包裝 5,429 t	
Out 二氧化碳及廢棄物的排放等		總部辦公室 二氧化碳排放量(電、瓦斯) 2,759 t-CO ₂	縫製工廠和面料工廠 二氧化碳排放量 1,836,166 t-CO ₂	物流 二氧化碳排放量 17,862 t-CO ₂	店鋪 二氧化碳排放量(電) 117,777 t-CO ₂ 二氧化碳排放量(煤氣) 11,806 t-CO ₂
	廢棄物、回收再利用	總部辦公室 可燃垃圾產出量(紙屑等) 117 t 不可燃垃圾產出量(廢塑膠等) 21.9 t		店鋪 一般廢棄物排放量 43,750 t	顧客 「全商品回收再利用活動」 中回收的商品 1,462.3 t

※物流資料為2013年4月至2014年3月的數據。※物流和店鋪的資料為日本國內優衣庫的數據。※總部辦公室的資料為國內(山口總公司和東京總部)的數據。※容器包裝為日本國內優衣庫和極優所使用的購物袋(紙袋、塑膠袋)。※「全商品回收再利用活動」中的回收商品資料泛指截至2014年8月底前送至回收分類站的商品。

Challenge 3

社區

「全商品回收再利用活動」中捐贈和回收的服裝件數



截至2014年度9月底的活動成果

約 **14,200,000**
 捐贈至53個國家和地區的件數

約 **32,500,000**
 11個國家和地區的回收件數

在孟加拉開展「社會企業商務」的「格萊珉優衣庫」店舖數量



為了幫助社區獲得幸福 勇敢突破業務框架，積極挑戰解決課題

世界上的各個社區，都存在著其獨有的、各式各樣的社會課題。這些社會課題複雜又具有一定的難度，需要行政體系、市民、企業等所有利益關係人相互理解、齊心協力加以解決。迅銷集團認為，不僅要透過服裝事業來為解決社會課題做出貢獻，為了建設能讓下一代擁有夢想與希望的美好社會，要向更多的利益關係人傳遞社會現狀和課題、獲得更多的理解和支持、不斷擴大活動網絡，這點非常重要。迅銷將不斷發起挑戰，努力成為一家為全球所有社區所需要的、具有存在價值的企業。



購物體驗活動

透過開展深根各國和地區的活動 為社區做出貢獻

新開展的社區活動

迅銷 (FR) 集團不僅在全球開展事業活動，還非常重視深耕社區的 CSR 活動，為解決地區課題做出貢獻。優衣庫新加坡事業為策劃貢獻當地社會的活動而多次訪問國內的身心障礙者設施，透過此過程，切身體會到身心障礙者需要體驗社會的機會。因此優衣庫新加坡於2014年開始啟動「購物體驗」行動，為身心障礙者提供在店舖內與工作人員一起「選擇服裝」、「購物」的社會體驗平臺。

今後，我們將繼續瞭解FR集團事業相關地區的真正需求，與行政體系及NPO、NGO等進行合作，同時開展獨有的活動來因應需求，創造最佳實踐。並在整個FR集團內分享和推廣這些實踐經驗，從而貢獻世界各地的地區社會。

幫助身心障礙者／新加坡、馬來西亞

在新加坡，加深社會重視和身心障礙者共同建立互動的理解是社會課題之一。優衣庫新加坡事業正積極致力於支援身心障礙者，從2014年2月開始針對智能障礙兒童實施了「購物體驗」行動，這是優衣庫新加坡的獨有活動。優衣庫新加坡發給每位智能障礙兒童100新加坡幣（約折合8,000日圓）的商品券（購物券），讓他們在優衣庫店舖進行「自己購買服裝的體驗」。由於存在計算以及記憶力障礙等，智能障礙兒童少有購物機會，而這項活動透過培養智能障礙者的時尚意識（=穿什麼）、自行判斷預算的能力，幫助他們樹立自信心，從而幫助他們提高生活技能。截至2014年，優衣庫新加坡共舉辦了6次活動，從中積累了豐富的知識經驗，還對參加成績進行管理、編制了事先培訓用的手冊以便更多店舖和員工能夠參與，同時還在公司內外進行宣傳等。

優衣庫馬來西亞事業參考了這一行動，也於2014年6月舉辦了「購物體驗」活動。邀請20名智能障礙兒童來到優衣庫店舖，發給每人300令吉（約折合1萬日圓）的商品券。40名員工志工，為孩子們提供商品選購的相關建議，協助他們進行購物等。

這項活動正不斷推廣，美國、韓國、德國等地的優衣庫以及迅銷集團的其他事業也根據各個國家和地區的課題，對活動內容加以調整，並積極開展。

流浪之家兒童的購物體驗／美國

在美國國內，流浪街頭問題已經成為一大社會課題，2013年12月優衣庫美國事業的店舖與紐約市和舊金山的NGO聯合開展了節日季「購物體驗」活動。這一活動旨在為生活在流浪之家的200名兒童提供「選擇服裝」、「購買新衣服」的社會體驗機會，並為他們提供必要的服裝。發放給每位孩子做為購物金的100美元（約折合1萬日圓）的商品券，資金均來自優衣庫顧客的捐募。

讓孤兒感受「選購服裝」的喜悅／韓國

優衣庫韓國事業與聯合國NGO組織韓國救世軍 (The Salvation Army Korea)、孤兒院 (南山院) 兩個組織攜手，於2014年4月在優衣庫明洞中央店針對孤兒舉辦了「購物體驗」活動。活動目的是讓平時沒有能力購買服裝的孩子感受「選購服裝」的喜悅，贈送每人10萬韓元（約折合1萬日圓）的商品券，讓他們體驗購物的樂趣。當天80名孤兒參加。73名員工志工，幫助這些孩子選購、試穿、計算購物金額等。

幫助貧困兒童／德國

2014年8月，優衣庫德國事業透過幫助貧困兒童的NPO法人Die Arche邀請26名兒童來到店舖，讓他們進行「購物體驗」。其中很多孩子從來都沒有離開過家附近。因此優衣庫希望透過讓孩子在陌生的環境中購物、與初次見面的人進行交流，來幫助孩子提高與人交流的能力，以及決定預算進行購物的技能。當天發放給每個孩子40歐元（約折合6,000日圓）的商品券，孩子們在員工的幫助下，進行購物體驗。活動結束後孩子們還去了柏林動物園，度過了快樂的時光。

※文中出現的日圓換算金額乃根據活動實施時的換算匯率計算得出



全商品回收再利用活動

將服裝送到真正需要的人們手中 透過「服裝的力量」傳遞希望



讓服裝的價值發揮到最極致

迅銷集團 (FR) 為負起服裝生產和銷售的企業責任，在優衣庫和極優店面回收顧客不再需要的服裝，實施「全商品回收再利用活動」，將服裝送到真正需要的人們手中。

這項活動的初始目的，是將廢舊衣服作為工業纖維或能源加以回收利用，但實際上回收回來的服裝基本上都狀態良好，還可繼續穿著。而且當時迅銷從 UNHCR (聯合國難民救濟總署) 得知了服裝對於難民等的重要性以及難民服裝匱乏的現狀，經過與 UNHCR 協商，最終決定對服裝進行再利用，啟動向難民捐贈服裝的活動。隨著重新認知到「服裝」的重要作用，這項活動也逐漸發展成為將服裝送到全球所有需要服裝的人們手中的活動。現在，迅銷集團從全球 11 個國家和地區的優衣庫、極優店舖累計回收了 3,250 萬件服裝。所回收的服裝等在與迅銷集團簽訂了全球合作夥伴關係的 UNHCR 以及各地 NGO 的協助下，捐贈給 53 個國家和地區的人們，捐贈數量已達 1,420 萬件。

2014 年，為了幫助躲避內戰而在約旦避難的敘利亞難民度過冬天，日本和韓國的優衣庫事業開展了著重回收防寒服裝的「送『暖!』」活動。活動中，不僅僅從顧客處回收服裝，店舖內還發放愛心卡，以便將捐贈者的愛心傳遞給難民。結果成功地從支持此項活動的顧客中收集到 11,000 多張愛心卡，在國際 NGO 特定非營利活動法人 JEN 的協助下，趕在約旦冬天真正到來前將其與 25 萬件衣服一起送到了難民手中。

與地區社會和教育機構合作

FR 認為必須透過店舖與當地社會溝通交流，並同時攜手開展讓社會朝著更好方向發展的活動。

在日本，為了讓兒童瞭解難民問題這一世界性課題，FR 以「服裝的力量」為主題推動了「『傳遞，服裝的力量』計畫」。由 FR 的員工擔任講師，前往全日本的學校走上講臺授課，2014 年，FR 到 120 所學校 (約 16,100 名學生) 實施。除此之外，還讓孩子親身體驗「全商品回收再利用活動」，參與通知、回收和發送等過程。並將最終難民營的捐贈報告送到各個學校，讓學生們也能夠瞭解到報告的內容。

「全商品回收再利用活動」的流程 (店舖海報)



社會企業商務

貧困、雇用、自立...透過「社會企業商務」 解決孟加拉的社會課題，與地區社會共同發展



透過獨特的 SPA 模式，挑戰社會課題

FR 與「社會企業商務」的宣導者格萊珉銀行集團攜手，成立了合資公司 GRAMEEN UNIQLO Ltd. (格萊珉優衣庫)，從而為解決貧困問題、擴大僱傭機會、幫助人們自力更生以及促進產業發展做出貢獻。2010 年起便開始在迅銷的重要生產基地孟加拉開展「社會企業商務」事業，透過獨特的 SPA (成衣製造零售企業) 模式，積極致力於社會企業商務。

格萊珉優衣庫的社會企業商務事業，是利用優衣庫的技術經驗，在孟加拉內進行企劃、原料採購、生產和銷售等全部流程，再將銷售服裝所獲得的收益投資到「社會企業商務」中去。

為了改善孟加拉人們的生活水準並幫助他們實現自力更生等，我們積極努力地創造新市場，致力於解決社會課題，這些行動都是迅銷 (FR) 為了實現「透過企業活動以貢獻豐富人們的生活」這一使命而發起的重要挑戰。

設立 9 家店舖。以此為起點成長茁壯

社會企業商務事業的成功，離不開合理的利潤和事業的發展。過去迅銷嘗試了在農村地區銷售以及移動銷售等模式，但由於人們的購買力以及對於服裝的價值觀存在差異，未能取得預期成果。因此從 2013 年開始，為了在城市地區開展銷售活動、擴大品牌認知度，開始在首都達卡以外的城市開設店舖。

截至 2014 年 8 月，店舖數量已經擴大到了 9 家，在當地宣導零售業概念的正向加成效應也日益顯現。

另外，能夠滿足地區需求的商品戰略也非常重要。「旁遮普服」、「孟加拉沙麗」等民族服裝激發了一定的服裝需求，在一年之中預計銷路最好的「齋月 (禁食)」後，是增加競爭力不可或缺的產品類目。

迅銷正在孟加拉全國範圍內與合作夥伴共同攜手，努力建設「所有人隨時隨地」都能買得起商品的社會。



Clothes for Smiles

透過兒童的笑容來改變世界 帶來夢想和希望，開拓未來



優衣庫與職業網球選手諾瓦克·喬科維奇(Novak Djokovic)共同攜手開展「Clothes for Smiles」基金計畫，專為肩負未來的兒童們設立了10億日圓的基金，基金源於2012年秋季節HEATTECH吸濕發熱衣和特級極輕羽絨外套的銷售所得，旨在幫助肩負未來的兒童們實現自己的夢想和希望。基金主要分為兩大部分。其一是從全球徵集創意，從來自全球的739個創意中選出了8個，利用基金助其實現。其二是迅銷(FR)與UNICEF(聯合國兒童基金會)締結全球合作夥伴關係，並使用基金來援助改善兒童教育環境。

現在優衣庫所實施的8個計畫，從提供教育機會到透過體育活動實現「活力化」，是將焦點放在提升兒童生活技能的計畫。截至2013年，8個創意中有6個已經完成了事業規劃，並擴展至全球。2014年度，為了增加柬埔寨兒童和成人的受教育機會，還啟動了「圖書館計畫」。計畫涵蓋了非常豐富的

活動內容，包括製作和分發手工繪本、建造社區圖書館等，圖書館於2014年11月開始正式對外開放。



支援次世代

培養次世代的領導者 打造改變社會的原動力

迅銷(FR)集團相信，幫助肩負未來的年輕人實現夢想，將能推動世界朝更好的方向發展，因此將支援年輕人作為我們社會貢獻行動的一個重要主題。

2013年起，FR決定以5年時間捐款給孟加拉的亞洲女子大學(ASIAN UNIVERSITY FOR WOMEN)100萬美元。孟加拉的亞洲女子大學是亞洲唯一一所培養亞洲地區女性領袖的國際大學。目的是讓女性不再受自身經濟狀況的制約，提供任何有學習意願的人都能到大學學習的機會，從而培養能夠活躍於世界舞臺的女性人才，幫助女性走入社會。2014年，優衣庫新加坡事業和格萊珉優衣庫支援20名學生，提供了實習機會，讓她們在店鋪、總部工作，進行市場調查等積累經驗。

此外，迅銷自2012年起支持日美兩國間發起的日美官民合作夥伴關係「TOMODACHI」計畫，旨在幫助311大地震受災地區重建，透過對日美未來領袖進行投資來強化兩國間的文

化、經濟連結。透過這個計畫，提供獎學金給在美國著名大學及研究所留學的日美年輕人，以幫助那些立志成為經營者或設計師等，且擁有着豐富才能的日美年輕人實現夢想和希望。



努力實現與當地社會的和諧發展

日本311大地震重建援助活動「優衣庫 重建援助計畫」

FR從2012年3月日本國內全部優衣庫店鋪的銷售額中拿出3億日圓，加上FR集團以及全球店鋪收到的顧客捐款，作為「重建援助金」，提供給5個NGO組織，以幫助受災地區自力更生、創造雇用機會、實現經濟復興。另外2014年3月，臨時店鋪優衣庫海濱廣場釜石店成為正式店鋪，在努力滿足顧客需求的同時，為創造地區雇用機會做出貢獻。此外FR還實施了高中生職場體驗計畫，

為受災地區的年輕人提供援助。從福島核電廠鄰近地區(福島縣雙葉郡)避難，就讀於該縣內(福島縣岩木市)臨時校舍的福島縣立雙葉高中的14名高一學生，來到優衣庫店鋪進行了職場體驗。FR深刻認識到持續進行重建援助的重要性，在所有優衣庫店鋪張貼有援助東北的新海報，並發放宣傳單等，推動溝通交流活動。我們將竭盡所能，繼續推動各種援助活動。



透過環保設計商品幫助女性技術者

2014年，COMPTOIR DES COTONNIERS事業在商品產地瓜地馬拉雇用了300名當地女性技術者。在春夏的設計商品中，推出了純手工製作的女性配飾。除了雇用女性技術者外，COMPTOIR DES COTONNIERS事業還與「Mercado Global」合作推動。「Mercado Global」是一家通過教授商務知識、向國際市場介紹女性技術者的手工作品，來幫助女

性實現自力更生的團體。居住在21個社區的121名女性技術者參加了該合作專案，耗費20,000個小時，終於成功地製作出獨一無二的作品。作為COMPTOIR DES COTONNIERS的設計商品推出的這些作品，使用了純棉和天然皮革，屬於環保商品，在比利時、中國、法國、德國、義大利、日本、西班牙、瑞士和美國9個國家上市銷售。



在發源地持續開展CSR活動

2004年，PRINCESSE tam tam事業在創業者的故鄉馬達加斯加建立了生產工廠。同時還在該地區創建了第一家「馬達加斯加學校」，旨在向低收入單親媽媽家庭的孩子提供教育機會，因應母親的雇用、健康和教育的需要，學校開辦之際，PRINCESSE tam tam事業承擔了其中30%的費用，同時還捐贈了學校所需用品。現在援助活動依然在持續當中，

共有242名學生就讀。此外，2013年9月，馬達加斯加生產的兒童睡衣開始在法國銷售。由歐洲最受歡迎的藝術家AYO女士擔任商品設計，所得利潤將全部捐贈給馬達加斯加學校。PRINCESSE tam tam事業將CSR活動作為品牌的起點，以此為榮，並與顧客以及外部合作夥伴一起，努力並進。

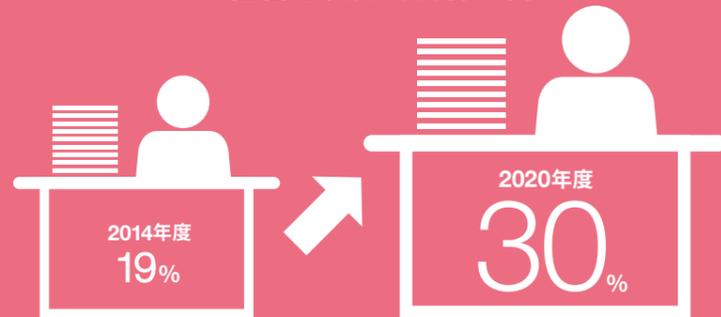


迅銷集團各國和地區的員工人數

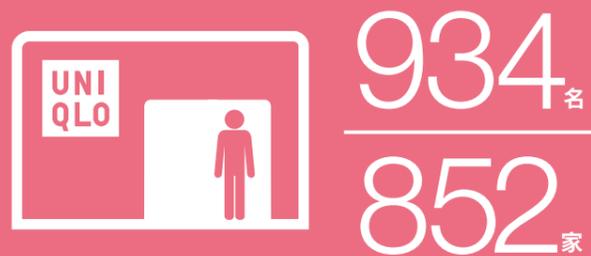


日本	53,200人
中國大陸	11,100人
美國	5,300人
韓國	3,600人
法國	3,500人
台灣	3,300人
香港	2,400人
泰國	1,200人
新加坡	1,100人
菲律賓	800人
馬來西亞	800人
印尼	800人
英國	700人
澳洲	500人
俄羅斯	500人
德國	300人
孟加拉	200人
西班牙	100人
義大利	60人
比利時	50人
越南	40人
瑞士	30人

女性管理職務的目標比例



日本國內優衣庫店舖的雇用身心障礙員工數量



Challenge 4

人才

讓全球的多樣化人才發揮才能 透過團隊合作創造價值

迅銷集團經營理念的基礎在於尊重多樣化人才。

杜絕人種、國籍、性別等各種歧視，不過是在人權角度下的最低條件。

迅銷希望能夠彙聚全球心懷大志的多樣化人才，

並能將他們的個性發揮到最大限度。

打造唯有最優秀團隊才能創造出的獨一無二價值，讓每一名員工以工作為傲。

我們的目標是成為一家俱有價值的企業，透過完美的團隊合作讓員工自我價值的實現和企業的成長能齊頭並進，讓社會及他人肯定我們存在的意義。

宣言

尊重多樣化的個性 使之成為競爭力之源

迅銷 (FR) 集團對於人才的想法以尊重多樣化個性為基礎。考評時絕對條件是，在包容員工個性的前提下，以公平性和透明性為原則進行考評，確保晉升降級的公平公正。

此外，FR認為透過多樣化的工作方法，為員工提供能夠發揮其能力的環境，才是競爭力之源。2014年，FR集團為了更尊重多樣性，在日本推動了改革，導入了紮根地區社會實現發展的「地方正式員工Regional (R) 員工制度」。目的在於讓員工在自己希望的地區或店舖長期辛勤工作以提高專業性，從而打造出顧客喜愛的店舖。並不是選擇做R員工後就不能再更改，還可以轉換為在全球舞臺大展拳腳的全國性National (N) 員工，公司的制度允許員工根據個人的意願和具體情況進行相互轉換。

同時，促進女性能活躍於職場的行動也非常重要。FR集團認識到，越是高階的職位，女性擔任管理職務的比例越低，並將這一情況視為一項重要的人事課題。因此提出到2020年要將女性管理職務的比例提高到30%這一目標，並開始實施各項措施。

在身心障礙者雇用方面，日本國內FR集團的雇用率壓倒性地居於榜首。身心障礙員工為店舖做出自己的貢獻，其他員工幫助打造便於身心障礙員工工作的環境等，已經產生了這種良好的變化。包括日本在內，有12個國家和地區開始雇用身心障礙者，這項行動現正在全球推展。另外，由全球人事負責人參加的「全球HR會議」上，大家會相互分享各國的入職人數和退職人數、晉升人數等資訊。尤其非常重視退職人數相關資訊，會針對退職原因等進行密切的資訊交流，致力於讓員工的工作和私生活更加充實，打造大家能安心工作的環境。

FR集團會繼續挑戰，讓員工和公司認同彼此的價值觀，成為能夠持續發展的全球企業。



迅銷有限公司
首席執行董事
人事負責
小山 紀昭

推進多樣化發展

視人才的多樣性為寶貴財產 使之成為發展的原動力

迅銷 (FR) 集團為進一步促進人才的多樣性，在制度方面大膽地進行嘗試，實現了巨大轉變。其中之一，便是N員工和R員工的選擇制度，即員工自己可以自行選擇要成為在全日本或全球舞臺大展拳腳的N員工，還是紮根當地的R員工。例如，如果員工因結婚或看護等原因，希望留在家人居住的地區繼續工作，可以轉換成為R員工；如果環境發生變化，自己希望再次走上國際舞臺時，也可以挑戰再次轉換。根據每一名員工的人生計畫來選擇工作方式，從而提升員工長期工作、持續發揮能力的可能性。

另外，積極雇用女性已經成為一種世界趨勢，這對於FR集團而言也是一項很大的課題。FR所經銷的商品中，有一半以上都是鎖定女性的商品，而且顧客、員工中的一大半都是女性，這一課題的重要性不言而喻。FR集團內，有一些女性進入經營層、由女性負責事業核心的事業公司，如以歐美為根據地的COMPTOIR DES COTONNIERS 事業以及PRINCESSE tam tam 事業等，但我們認知到優衣庫事業，

尤其是日本事業，女性的工作環境尚不健全，需要及早改善。這是因為在日本，要想讓女性員工對未來充滿希望和期待，並一直活躍在職場中，就需要在結婚、生子等各個人生階段實施與需求相符的人事政策。FR集團為解決這一課題，第一步是啟動了「Women's直接會議」，由日本國內優衣庫事業超過300名的女性店長與經營層、以及外部有識之士等展開對話。

關於女性管理職務比例這一全球性要求事項，目前包括執行董事在內的管理職務中，女性所占比例約為19%（截至2014年8月底的數據）。FR決定到2020年為止，要將女性管理職務比例提高到30%以上。還針對銷售方面的女性管理職務提出了明確目標，即管理層的女性Supervisor比例要提高至50%，明星店長的比例要提高至30%以上。此外，對於女性商品相關負責人、人事部門等只有女性更能發揮其優勢的職位，將透過公司內部公開招募和選拔，積極任用女性。

為解決各國和各地區的課題做貢獻

創造靈活機動的工作方式 實現雇用多樣性，貢獻解決課題

地方正式員工制度／日本

在日本國內，為地方創造雇傭機會，尤其是積極利用年輕勞動力是一項迫在眉睫的課題。2014年，日本國內優衣庫事業開始推行全新的地方正式員工制度，旨在為解決雇用課題做貢獻，確保地區的優秀人才能夠長期工作，從而實現穩定的店舖運營。雇用到店舖工作的計時工、臨時工，讓他們成為固定工作地區의 正式員工，讓那些因無法調動等有著各種煩惱的員工有機會發揮其能力。員工還可以根據工作方式選擇不同的職業規劃，有多種職業規劃可供選擇，如積累店長等管理經驗走向全球舞臺的規劃，作為當地的管理層在當地工作、扎根本地的規劃，以及專業職務規劃等。

FR提出了未來雇用16,000名地方正式員工的目標，結合採用從現有計時工、臨時工等轉正和外部雇用兩種方式，不斷推進相關工作。

各國雇用相關表彰／韓國、美國

優衣庫韓國事業在2013年入選「為雇用做貢獻的百強企業」，2014年榮獲「創造就業機會功勞者嘉獎團體部門」的「國務總理獎」等，因其持續創造雇用機會而在韓國國內備受讚譽。韓國優衣庫正積極推行各種人事措施，以滿足社會和員工的期待，如引進計時工制度以及大學生實習制度等新人事制度、積極雇用家庭主婦來活化地區社會、推動雇用身心障礙者等。

優衣庫美國事業方面，Division Advisor的員工在2014年獲得了非營利性組織JVS頒發的「Department of Rehabilitation Employee of the Year」。該員工因身體和精神問題，處於難以適應社會的狀況，但優衣庫美國不歧視其個人背景，雇用了該員工，並提供必要的培訓，透過公平公正的考評使其獲得2次晉升，並擔任重要職務等，因此獲得了很高評價。



身心障礙者雇用

一起工作，共同生活 一起學習，共同成長

突破所有殘障壁壘，作為團隊一員，相互學習，共同成長。這是迅銷 (FR) 集團對於身心障礙者雇用的基本且普遍的認知。FR集團基於上述認識，於2001年開始在日本國內優衣庫店舖推動雇用身心障礙者活動。2011年，日本國內FR集團獲得了企業集團計算特例認定^{*1}。

2012年，日本國內幾乎實現了最初「每個店舖至少雇用一名身心障礙員工」的目標。2014年1月開始，還進展到大型店舖雇用兩名以上身心障礙員工等行動，2014年度FR集團身心障礙者的雇用率在日本國內員工人數超過5,000名的企業中高居榜首，集團計算達到6.36%。該項活動還擴大到了集團其他品牌以及海外，2013年，美國、法國和俄羅斯也開始雇用身心障礙者。現在FR在全球12個國家和地區，共雇用了1,372名身心障礙者。

FR在身心障礙者雇用方面屬於先驅，為履行自身職責，繼續增加雇用人數非常重要，目標不僅是雇用身心障礙者在店舖工作，還要增加他們在總公司和總部辦公室的工作機會。為此，從2013年開始，日本國內便在精神障礙者雇用方面下工夫。殘障類型各式各樣，其中精神障礙雖占絕大部分，但因難以穩定工作，而成為一項巨大的社會課題。FR集團認識到這一社會課題的重要性，在山口總公司雇用了7名精神

障礙者，主要擔任總務職務等。

今後的課題，是如何讓全體員工習慣與身心障礙者一起工作。為了讓普通員工和殘障員工一起工作、共同成長，首先需要讓員工瞭解何謂殘障。同時還需要為身心障礙者創造一個良好的環境，讓身心障礙者覺得這不僅僅是工作的場所，要讓其感受到自己對店舖和顧客的貢獻，即自身的價值。因此，FR在過去所實施的經理培訓的基礎上，還準備引進全體員工培訓計畫，將FR集團對於雇用身心障礙者的想法落實到其中。FR集團將繼續透過獨特的事業活動，在全球做出更大的挑戰。

*1 企業集團特例條件計算標準：「身心障礙者雇用制度」規定各企業均有義務確保身心障礙者的就業機會（法定雇用率為2.0%）。自2009年4月起，達到一定條件並獲得厚生勞動大臣認定的企業集團，即使其旗下的各企業未獲得特例子公司認定，也可以企業集團整體為單位，對實際雇用率進行統計。

■ 迅銷集團身心障礙者雇用人數

迅銷集團身心障礙者雇用人數 (名)			
日本	1,164	馬來西亞	11
韓國	83	英國	9
台灣	34	泰國	8
新加坡	25	香港	4
美國	18	俄羅斯	3
法國	11	印尼	2
合計			1,372

山口總公司雇用身心障礙者的行動

為了進一步增加身心障礙者的雇用，需要創造店舖以外的雇傭機會。過去，FR主要雇用的是能夠適應店舖工作的智能障礙者，但今後FR希望透過在總公司等辦公室雇用身心障礙者工作，來擴大雇用各類身心障礙者的可能性。作為行動的一環，山口總公司雇用了7名患有精神障礙的員工，他們活躍於自己的工作崗位。精神障礙者明明能夠做好工作，但往往陷入「自己的工作真的能夠對公司有所貢獻嗎」的憂慮。因此充分地與他們溝通，每天非常具體地持續肯定他們的工作表現尤為重要。如今他們也能夠順利地與他人進行溝通交流，並積極地參與工作。而且，現在他們除了負責總務以及財務業務外，還開始參與到每週向日本國內FR集團所有店舖發送小郵包的專案。這項業務能夠讓他們學會團隊合作的重要性，他們每天下工夫鑽研工作，並通過反省會議等相互分享心得和想法。此外，為他們提供援助的培訓員工也與他們緊密團結在一起，不斷推動各項措施，努力通過彼此的成長，讓團隊取得巨大成果。



迅銷有限公司
總務・ES推動部
山口總公司統管負責人
森田 生夫

人事考評和薪酬制度

盡可能的透明和公正 旨在培養人才的人事考評和薪酬制度

在全球範圍內實現集團公司透明、公正的考評

身為在全球開展事業的企業，需要將實現集團公司透明、公正的人事考評和薪酬制度的行動拓及全球。為了實現這一目標，在全球擁有約9萬多名多樣化人才的FR集團引進了全球考評等制度，將要求具備的通用能力和條件進行了統一。FR正在構建並運用相關人事制度，要求做到每季度按照相同的標準對FR集團全體員工進行考評，並根據設定目標進行人事考評、做出晉升降級的決定等。

人事考評制度與考評者教育

FR集團定期召開全球人事負責人共同參加的「全球HR會議」（照片下方）。在整個集團內重新共享入職人數和退職人數、晉升人數、男女比例等人事基本資訊，並針對問題點和課題點等進行討論，商議因應之策。尤其重視退職人數等需要盡快採取對策的部分，人事負責人會突破國家、地區和事業領域的限制，彼此確認了解原因、對策的有效性等，以此作為考評、薪酬和教育制度的基礎。

即使考評標準相同，但由於考評者的解釋存在差異，因

此無法確保公平性。FR集團會在整個全球集團範圍內對各事業所實施的考評分佈狀況進行詳細調查，並向各事業負責人反饋考評水準的差異等。事業負責人可對照整個集團的考評水準，重新實施考評。而管理職務以上等級的業績考評和晉升降級都需要提交FR集團全體執行董事參加的「全球考評董事會」（下圖）進行審議。會議將按照事業共同的等級和職務來進行調整，確保考評的公平性和透明性。

另一方面，關於設定目標和考評，人事考評課的想法是，不侷限於被數據化的資料，要從培養人才這一角度進行考評。因此所有的考評者都必須學會應該以什麼為目標如何進行考評，需要具備相同的考評標準和考評技能。用以應付考評的目標、最後僅憑數字作出判斷的考評，無助於個人的發展。因此要求從達成結果前的過程以及商務環境等包含在內的多個角度進行公平公正地考評。一直以來，FR實施考評教育，以作為培訓和教育等的一環。今後，我們將從日本新擔任考評者的員工開始，逐漸對全部事業的所有考評者實施教育。



■ 全球考評董事會



培養能活躍全球舞臺 具備經營管理者遠見的人才

迅銷 (FR) 集團努力為每一名員工提供活動的平臺和機會，幫助他們在世界舞臺充分發揮自身的個性和能力，從而實現自我價值。同時FR還不斷地健全體制的建構，讓公司和上司能提供最大限度的支持實現員工自我價值。積極在公司內部進行公開招募，如全球任何事業的員工都能報名的「全球公開招募制度」等。

FR集團要作為一家深受社會認可的全球企業開展事業、持續前進，培養全球人才成為最為重要的一項課題。這不僅意味著要擁有多國籍人才，更重要的是為不分國家和地區、符合職業和能力要求的最佳人才能夠彼此理解文化和習慣的差異，相互尊重相互融合，共同形成一個團隊。為此，需要培養可同時以國際和當地兩種觀點開展工作的人才。

另外，培養具備經營管理者眼光的員工，對於FR集團的事業乃屬當務之急，FR正為此開展「FR-MIC (FR Management and Innovation Center)」。FR-MIC負責新

入職員工到店長甚至未來經營管理者的培養，是從基層開始培養人才的一貫化FR集團內部教育機構，透過讓學員親身實踐經營計畫，並讓他們向集團裏成功推動業務成長的經營管理者學習，瞭解成功與失敗的本質。

例如，由所有事業的店長及總部員工參加的「FR會議」(每年召開2次，累計約1萬人參加)，以及針對日本國內優衣庫事業店舖員工的「員工會議」(2014年4月開始，截至11月底共舉辦了57次，約4,300名員工參加)，這些會議能夠幫助FR成為全球No.1的成衣企業集團，是協調全體員工前進方向性的重要機會。此外，FR也非常重視經營管理者與員工間的直接對話，CEO柳井正本人每週都會抽出2個小時，輪流與30名日本國內優衣庫店舖的店長進行對話，這種「直接溝通交流」活動已經實施了20多次，現在仍在持續當中。

今後，FR將以FR-MIC為中心，包容和融合多樣的價值觀，積極培養成為FR集團發展源泉的人才。



努力實現易於工作的職場環境，持續提高員工滿意度

打造員工「身心」健康、幸福工作的職場環境

2014年，東京總部成立了「健康中心」，為員工提供一個能夠輕鬆諮詢的平臺。此外，迅銷還積極推動員工接受健康體檢，體檢後由職業保健士提供指導並定期發布健康相關資訊，還提供保健士健康諮詢服務。在心理健康方面，FR聘

請公司外部心理諮詢師開設諮詢窗口。此外，FR還積極開展各項心理健康研習，如針對擔任「上司」的員工實施培訓，幫助他們重新認識到關心下屬的重要性，以及針對全體員工實施講習，教育他們如何自我調節壓力等。



改善職場環境和縮短工作時間

迅銷為了讓員工每天都能積極進行溝通互動並高效地推動業務，採取了Group Address (一種職員無固定座位的辦公方式) 制度，以進一步完善職場環境，並積極引進視訊會議系統，努力提升業務的高效化，利用IT優勢打造辦公環境。

此外，山口總公司和東京總部正在積極進行工作方式的改革，要求做到每天不加班。還定期地向全公司呼籲，並由經營管理層親自針對加班多的部門和個人進行個別指導。除了進行總勞動時間的管理外，還關注每天的勞動時間，並進

行指導。此外，提供給全體員工的手機內都裝上了考勤應用程式。該應用程式不僅能防止漏打卡，當工作時間超過每天規定的勞動時間後，還會顯示警告敦促下班，有助於進行時間管理。

工作生活的平衡

FR積極支援員工確保工作與生活的平衡，為了實現公司和個人兩者的可持續發展，致力健全為員工可長期工作的制度。如在孩子滿1周歲生日前員工可以休育兒假，回歸職場後，到孩子上小學3年級為止可以申請享受育兒短時間工作制度。同樣的，看護假等制度也正在逐步完善。此外，日本國內優衣庫事業還更進一步

健全各項制度，幫助女性員工兼顧生育、育兒和工作，如優先為那些孩子未上小學的店長配置副店長或代理人，採

取可靈活休息的體制，即使是繁忙時期也能夠配合孩子學校的活動等安排休假等等。

■ 休育兒假、看護假的人數 (日本國內集團公司) (名)

	正式員工	非正式員工	男性	女性	合計
休育兒假的人數	269	562	0	831	831
運用育兒短時間工作制度的人數	281	16	0	297	297
休看護假的人數	8	9	1	16	17
運用看護短時間工作制度的人數	4	1	0	5	5

防止職災事故再次發生的措施

FR經常呼籲員工在上下班途中和工作期間注意避免受傷或發生事故。2014年度工作期間的職災事故為544件，上下班途中的事故為135件，發生了在店舖內使用梯凳時摔倒等事故。一旦發生事故，

我們會提交事故原因相關報告，做出最恰當的處理，同時，還會透過分享事故和改善實例，定期呼籲員工注意安全，防止類似事故的再次發生。

■ 職災事故發生件數

- 2013年度 651件
- 2014年度 679件

認真傾聽全世界顧客的心聲，致力於進一步提升客戶滿意度

真摯地接受顧客的意見，並隨時改進，
以實現高水準的CS (Customer Satisfaction：顧客滿意)。

直接反映來自世界各地的顧客心聲

優衣庫和極優構築起一個體制，以讓推展事業的全球各個國家的顧客服務中心所獲取的顧客寶貴心聲能夠在社內共同分享。顧客的心聲回饋給經營管理層、各相關部門以及店舖，對於需要答覆的意見，也建構起了一套可以迅速應對的組織體系。例如，在日本、韓國和中國分別設有客服中心，各國的顧客意見會在一兩天內轉答至各店舖。這些地區的店舖會立即改善，上司和客服中心也會對改善結果進行確認。

2014年，因應行動通訊策略的增加，在客服方面逐漸浮現需要解決的課題。為此，迅銷針對客服中心的客服人員實施了IT資訊素質培訓，為了強化客服人員教育，除了以往以OJT為主的教育課程以外，更邀請資深員工擔任講師，在半年內實施了10次服務品質研習。

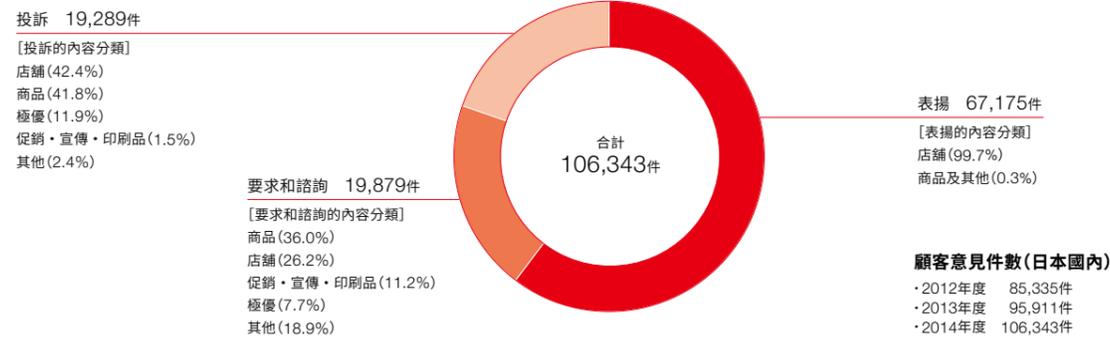
制定CS店舖經理制度

2014年，日本國內優衣庫店舖為了進一步提高CS品質，創制了CS店舖經理制度。

該職務定位為與店長同等級的专业職務，是具備專業知識的服務專家，以地區為單位幫助各個店舖落實優良的服務品質。向店舖工作人員舉辦公開招募的結果，現正有50名員工接受教育課程。目標是截至2016年能夠培養100名CS店舖經理，各地區配置1名。今後，FR在日本所開展的這些行動，將在整個集團以及全球推廣實施。

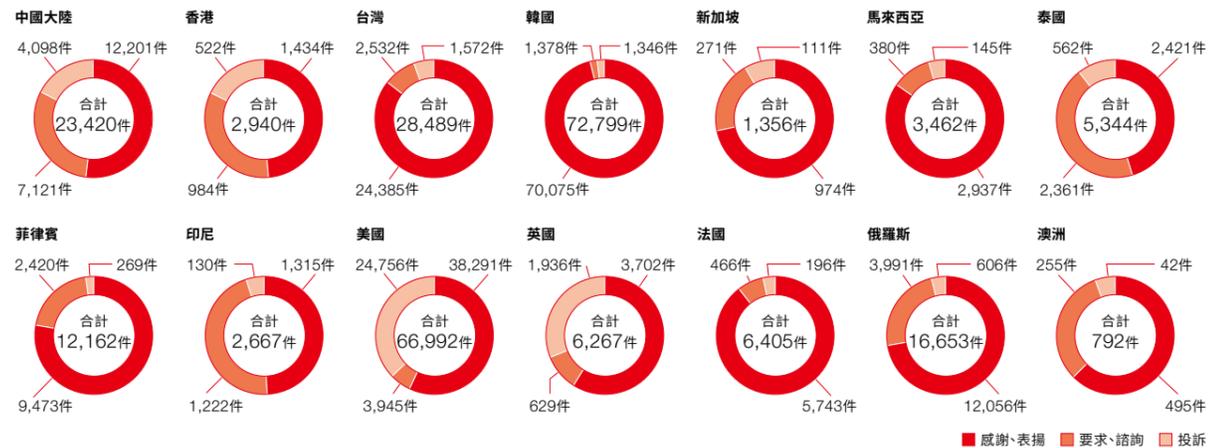
反映到顧客服務中心的顧客意見 (日本國內)

※透過電話、電子郵件、信件、店面發放的意見卡自由回答的統計結果



反映到顧客服務中心的顧客意見 (海外)

※透過CS線上問卷調查、店舖問卷調查自由回答的統計結果



公司治理／法令遵循

在履行企業社會責任的同時，重視法令遵循，
建立一套能完整落實到集團每位員工身上的健全體制。

公司治理的概念

迅銷在強化董事會的獨立性和監督機能的同時，還致力於實現迅速而透明的經營作風，提升公司治理的水準。作為強化公司治理體制的一環，我們於2005年11月起導入了委任執行董事制度(董事會在一定範圍內下放業務執行權限)，並致力於切割經營決策機能和業務執行機能，實踐迅速經營管理的目標。此外自2007年11月起，我們還採取從公司外部選任半數以上的董事會成員等措施，積極提高董事會的獨立性，同時強化監督作用。FR雖設有監事會，但為補強董事會機能，同時也設立了各種委員會。其中包括人事委員會、CSR委員會、資訊發佈委員會、IT投資委員會、行為準則委員會以及企業交易倫理委員會。各委員均以嚴格履行相關職責為己任，迅速公開地進行各種討論並做出決定。

● CSR委員會

該委員會負責討論CSR方針、CSR報告的編制發佈、環保、社會貢獻活動、法令遵循、多樣性等方面的工作，並決定推動的方向。委員長由負責CSR的幹部擔任，委員包括公司外部的有識之士、監查董事、所有高階執行董事等。2014年度共召開了2次會議。

● 行為準則委員會

該委員會負責對違反FR集團行為準則(COC)的事例進行審議和處理，針對諮

詢熱線(通報與諮詢的綜合窗口)的運用方式提出建議，並向董事和員工宣導COC的概念。委員長由總務與ES促進部負責人擔任，委員包括監查董事及法律顧問等。2014年度共召開了8次會議。

● 企業交易倫理委員會

該委員會由負責CSR的幹部擔任委員長，由外聘有識之士、監查董事擔任委員，以提高員工意識、改善企業行為為宗旨。2014年度共召開了11次會議。

法令遵循的意識

在履行企業社會責任方面，迅銷集團致力於建立一套重視法令遵循並使之落實到每位員工身上的健全體制。

與全體員工確認COC的內容

迅銷集團行為準則(COC)已導入到集團所屬的各個公司。新員工上任時，公司會向他們詳細說明準則內容，讓員工能夠正確理解。之後每年會再一次請員工確認內容並簽字確認遵守COC誓約，力求全員理解準則內容並予以遵守。我們已經取得全體員工的誓約書。

公司通報窗口的運用

FR設置了可透過電話、電子郵件等方式進行諮詢的綜合性窗口(熱線)(海外的集團公司僅限電子郵件形式)，供員工諮詢

有關工作上的煩惱及違反行為準則等方面的問題。窗口的聯絡方式除在內部網站公開以外，還採用張貼在員工休息室等方式廣而告之，從而建立起一套便於員工諮詢的良好體制。對於涉嫌違反COC的案例，熱線負責人員會在保護投訴人隱私的前提下對實際情況進行調查，並在定期召開的COC委員會上針對各個案例進行審議，以提出具體的解決方案。熱線辦公室的工作人員將會針對諮詢數量較多的「員工與上司之間的互動問題」，選取相關案例召開討論會，以加深員工對COC的理解。今後，我們將向集團各公司公佈違反法令遵循原則的案例，積極採取各項措施以防止類似事件的再次發生。

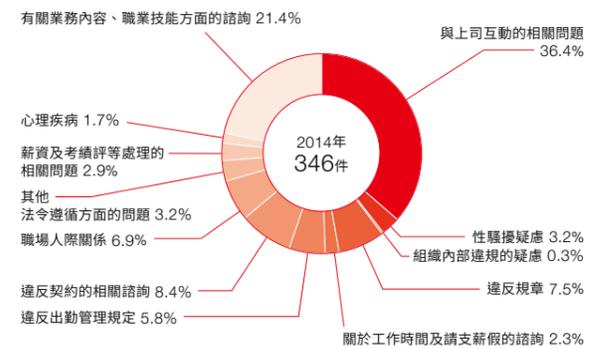
● 諮詢熱線件數 (日本國內集團所屬公司)

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

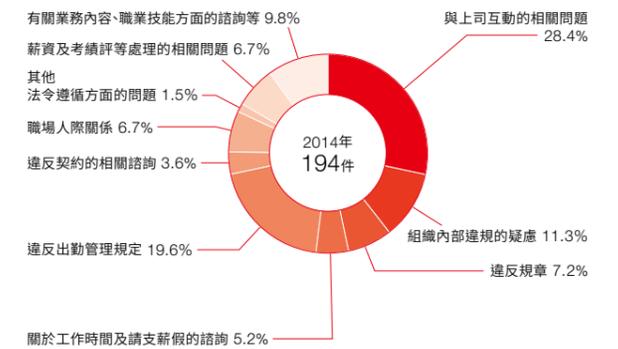
● 諮詢熱線件數 (海外集團所屬公司)

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

■ 諮詢熱線件數及其內容 (日本國內集團所屬公司)



■ 諮詢熱線件數及其內容 (海外集團所屬公司)



迅銷集團的CSR

迅銷的CSR (企業社會責任) 活動與經營活動為密不可分的整體，齊步並進。傾聽來自世界各地利害關係人的心聲，不斷致力於實現企業理念「FAST RETAILING WAY」，並透過日常事業活動「讓世界朝更好的方向發展」。

FAST RETAILING CSR主張

「讓世界朝更好的方向發展」

以「服裝所擁有的力量」豐富社會和個人的生活——這正是迅銷 (FR) 集團的目標所在。透過事業活動創造真正優質的服飾、具有前所未有嶄新價值的服裝。讓全世界所有人都能享受到身著稱心得體優質服裝的喜悅、幸福和滿足感，「讓世界朝更好的方向發展」。這正是我們所追求的CSR。

針對四項重點主題迎接挑戰

為滿足國際社會的要求，為構建可持續發展社會做貢獻，迅銷 (FR) 根據國際標準篩選出主要課題。迅銷不斷透過與精通各專業領域的外部專業機構以及國際NGO進行討論，進而從客觀角度對企業活動進行驗證，從「FR經營中的重要性」和「利害關係人對FR的期待」的角度出發進行評估，而設定了「生產」、「環境」、「地域社會」、「人才」這四項重點主題，並優先採取因應措施。未來迅銷也將繼續透過與利害關係人溝通交流，推動妥當性驗證、界線的鎖定和KPI的設定，努力開展更上一層樓的CSR活動。

CSR推動體制

為了真正做到與經營合而為一，我們成立了由所有首席執行董事出席的CSR委員會等。同時以東京總部的CSR部為中心，在海外各據點配置CSR負責人，以建構集團的全球性推動機制。現在每隔半年，全球的CSR負責人都會齊聚東京總部，召開全球CSR會議，相互分享各國、各地區的課題和活動相關資訊。

■ 重點主題篩選流程



■ 迅銷集團CSR推動體制



迅銷集團簡介 (截至2014年8月底)

迅銷是一家以休閒服裝品牌「優衣庫」為核心，在日本以及全球市場開展業務的成衣製造零售企業集團。

公司簡介

公司名稱
迅銷有限公司
FAST RETAILING CO., LTD.

成立日期
1963年5月1日

總公司所在地
郵遞區號754-0894
日本山口縣山口市佐山717-1

東京總部所在地
郵遞區號107-6231 日本東京都港區赤阪9-7-1
Tokyo Midtown

資本額
102億7,395萬日圓

事業內容
透過持股與控股對集團所屬各公司的活動進行支配和管理等。

全集團員工人數
89,580名
※ 記錄在冊的正式員工、準員工、契約員工、計時員工的人數合計

全集團合併營業額
13,829億日圓

全集團合併營業利益
1,486億日圓

決算期
每年8月31日

事業內容

日本國內優衣庫事業 (日本)
營業額: 7,156億日圓
營業利益: 1,106億日圓
店舖數: 852家 ※ 含加盟店在內

海外優衣庫事業
營業額: 4,136億日圓
營業利益: 347億日圓
店舖數: 633家

全球品牌事業
營業額: 2,512億日圓 / 營業利益: 163億日圓 /
店舖數: 1,268家 ※ 含加盟店在內



迅銷的CSR交流

迅銷為了促進與利害關係人的溝通和交流，除發行CSR報告外，還積極公佈各種相關資訊。

《FAST RETAILING CSR REPORT 2015》

編輯方針
迅銷有限公司所發行的本CSR報告，目的在確立迅銷企業活動而衍生的社會責任，並彙報活動相關成果。迅銷希望透過本CSR報告，與各位利害關係人深入對話，真摯地回應大家對於迅銷的期待、關心、擔心等。此外，有關CSR活動的詳細資訊、公司概要以及補充數據將同時刊登在公司年報和官方網頁 (www.fastretailing.com) 上，敬請瀏覽。

報告對象範圍
原則上以迅銷集團 (迅銷有限公司以及日本國內和海外的事業公司) 為對象，有別於上述原則時將個別標示說明。

本報告內容的涵蓋期間
2013年9月至2014年8月
※ 本報告中的數據，如無特別說明，均為會計年度的實際統計。
※ 依關重要事項者，盡可能以最新資訊刊載。

發行時間
2015年1月 (下期預計於2016年1月發行)

相關網站

- 迅銷有限公司 CSR
www.fastretailing.com
- 優衣庫有限公司 CSR
www.uniqlo.com
- Grameen UNIQLO (格萊美優衣庫)
www.grameenuniqlo.com
- Clothes for Smiles (衣服的微笑基金)
clothesforsmiles.uniqlo.com/

《服裝的力量》

《服裝的力量》是以「透過服裝能做到的事情」為主題，針對CSR活動或各種社會問題進行探討的宣傳小冊。除了在店舖內發放 (每年兩次) 以外，讀者還可以在我們的網站上瀏覽相關訊息。
www.uniqlo.com/power_of_clothes/

宣傳單、店舖海報

我們透過在店舖內張貼海報和分發宣傳單等方式，積極向顧客宣傳CSR的活動內容並提供相關報告。

SNS (社群網路服務)

積極活用SNS的宣傳效果，及時更新集團各事業公司的Facebook等主頁。在第一時間將來自公司內部負責人和店長的CSR相關資訊傳遞給社會。



免責聲明

本報告不僅陳述迅銷有限公司及其集團旗下所屬公司過去與現在的實際狀況，還包括截至報告發行時點所採取的計畫與調整，此乃基於經營方針及經營戰略所作出的未來預測。由於這些預測內容是基於撰稿時所獲資訊而做出的假設與判斷，可能因各相關條件發生變化，影響未來的事業活動結果或進展狀況而造成有所出入。懇請讀者惠予理解與包涵。



印刷CSR報告時所需的電量 (700kWh) 均使用綠色電力。



