



FAST RETAILING WAY (迅销集团企业理念)

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, 创造前所未有的崭新价值的服装, 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。

Contents

4 让世界朝更好的方向发展

12 CEO的承诺

14 迅销集团的CSR

16 Challenge 1 / 生产

24 Challenge 2 / 环境

32 Challenge 3 / 人才

42 Challenge 4 / 地区社会

52 提高顾客满意度

54 公司治理 / 遵纪守法

55 迅销集团简介

编辑方针

迅销有限公司所发行的本CSR报告, 目的在于向利益相关者明确说明与迅销集团企业活动相关的社会责任, 并清楚总结企业立场与努力。我们站在国际社会的角度, 与有识之士开展对话, 不断与各利益相关者反复探讨四大重点主题, 将其作为我们的“Challenge (挑战)”, 并刊登各项挑战的相应举措。

我们希望能通过本报告, 与各利益相关者深入对话, 真挚地回应大家对于迅销的各种期待、关心、忧心中。

另外从2015年度开始, 迅销集团以GRI G4可持续发展报告指南中的核心方案为基准, 同时在迅销集团网站上进行报告。详情请参阅网站所列GRI指南对照表。(日文·英文)

迅销网站除了刊登CSR相关内容外, 还刊登了公司信息、IR信息(年报)等很多本CSR报告以外的内容, 敬请浏览。(日文·英文·繁体中文)

报告对象范围

原则上以迅销集团(迅销有限公司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。

报告对象期间

2014年9月至2015年8月

※本CSR报告中的数值, 如无特别说明, 均为会计年度的实际业绩。

※关于重要的报告事项, 本报告尽可能将最新信息列入刊登内容。

参考指南

GRI G4可持续发展报告指南

发行时间

2016年1月(下期预计于2017年1月发行)



迅销的网站

- 迅销有限公司
www.fastretailing.com/
- 迅销有限公司 CSR
www.fastretailing.com/eng/csr/

人类与地球、国际社会的持续繁荣，
是各个国家、企业和组织的生存条件，是应该实现的共同目标。
但我们所面临的环境，却不断发生着各种问题，
诸如战争、难民、轻视人权、贫穷、保健卫生条件不足、环境破坏等等，
社会的可持续成长和发展正遭受着威胁。

企业存在于社会之中。
迅销集团致力于在全球公平公正地开展事业，
通过自身发展，解决各种社会课题。
同时作为SPA(自有品牌服饰专卖店零售商)企业，
有责任确保整个供应链的可持续发展。

为了让世界朝更好的方向发展。
我们筛选出“生产”、“环境”、“人才”和“当地社会”四大重点课题，
提出CSR活动方针，制定目标，推行重点活动，
不断发起挑战。

让世界 朝更好的 方向发展

UNIQLO

GU

Theory

COMPTOIR DES
COTONNIERS

PRINCESSE tam•tam
PARIS

J BRAND



通过经营活动和CSR改变世界

全球多样化人才满怀自豪, 热情工作



通过服装给全球难民带去希望



让世界朝更好的方向发展 不断勇敢地发起挑战



迅销有限公司
董事长、总裁兼 CEO
柳井正

出路唯有共存共荣

随着全球化和数字化的发展，国境的意义愈发淡薄，工业的壁垒正逐渐消失。整个世界紧密相连。地球上发生的任何问题，都会在瞬间影响到我们的生活及事业。过去30年才完成的变化，现在只需3年。这就是我们所生活的时代。尽管意见主张各不相同，但生存之路唯有所有国家和人民发挥自身个性，实现共存共荣。

地球环境、贫穷、难民问题等等，全球亟待解决的课题依然堆积如山。现在的当务之急，在于实现世界的可持续发展。绝不能冷漠以对或是不断重复历史。这需要我们彻底认清现实，立足未来，满怀希望地开展行动。我们迅销（FR）集团拥有着“让世界朝更好的方向发展”的决心和觉悟，致力于通过自身的事业，积极解决社会课题。

你能带来什么益处？

根据过去的事业经验，我有了一些亲身体会。即要在全球开展事业，必须回答以下三个问题。

- 你是谁？与他人有什么不同之处？
- 你能为这个国家带来什么益处？
- 你能为这个世界带来什么益处？

如果和其他人做同样的事情，那么没有必要特意从其他地方请你过来。其次，如果这家企业来到当地，能为这个国家和地区做些什么？只想要赚钱是没法得到人们的尊敬的。最后要问“你平时有做好事吗？”。平时都不做的事情，就算回答“今后我会做”等等，也无法让人信服。

“工作时心怀使命感”。这应该是我们这个时代最为重要的一点。今后我们自身想要如何发展？按照哪种

方针开展经营活动？是否有明确的愿景和使命？这些问题的答案，会导致结果的千差万别。

基于上述价值观，在CSR活动方面，我们也与事业活动一样，筛选出其中的重点课题，制定了明确方针与目标，积极致力于解决以下课题。

实现可持续发展的世界

为了实现可持续发展的世界，我们不仅从侧面提供支持，更通过事业本身来解决课题，力求做到与社会共同进步。

例如，我们在全球各地创造就业机会，培养人才，增加人们的收入，开拓新市场。做到这些才可能初步实现可持续发展的社会。我认为，CSR活动与事业活动是不可分割的一个整体，CSR活动本身便是企业生存的条件。

当前不断激化的难民问题是全球最为严重的问题之一。过去我们一直在积极开展“全商品回收再利用活动”，2015年10月起更进一步强化，开始推动“服适人生，让爱远传一千万爱心，温暖世界”项目。我们与联合国难民署（UNHCR）等携手，计划为全球的难民和流离失所者送去1,000万件衣服。

经营的基础在于尊重人权

现在全球都在积极废除各种歧视，杜绝童工和强制劳动、雇用残疾人士、帮助社会弱势群体、积极发挥女性才干、促进多样性、在全球有效利用人力资源等重要课题重新得到了重视。重视“人才”是迅销的经营基础。我们再次将尊重人权放在最优先的位置，重视遵纪守法，努力推动企业理念渗透到全体员工的心中。

此外，保持合理的工厂劳动环境也是一项重要课

题。2015年3月开始，除了原有的制衣工厂以外，面料工厂也被纳入审核对象范畴，实施劳动环境及环境负荷相关审核。2015年7月，迅销加盟致力于保护工厂劳动者权利的国际NPO组织——公平劳工协会（FLA：Fair Labor Association），致力于保护劳动者的人权。今后我们也将仔细倾听各方利益相关者的意见，先人一步掌握时代及社会的变化，为工作者创造更好的劳动环境，实现更富裕的生活。

降低环境负荷

社会对于企业环境举措的要求越发严格。我们的目标是正确掌握整个供应链对环境产生的影响，在各个流程做到环境负荷最小化。2014年9月，迅销加盟全球可持续服装联盟（SAC：Sustainable Apparel Coalition），与NGO及合作伙伴企业等携手，共同致力于降低环境负荷。

重视遵纪守法和企业伦理

我们一直非常重视遵纪守法和企业伦理，坚持公正诚信地开展各项活动，构建起能够制衡的经营体制，履行说明责任，开展公正健全的公司治理。我们始终保持良好的态度，虚心倾听社会的声音，毫不犹豫地改正缺点。

以“服装”所拥有的力量，进一步丰富人们的生活，让社会朝着更好的方向发展。为了实现具有迅销特色的CSR，我们将不断地勇敢挑战。

迅销集团的 CSR

迅销集团 CSR 声明

“让世界朝更好的方向发展”

► CSR推进据点



CSR推进体制

迅销 (FR) 集团为使经营与CSR一体化, 成立由全体高级执行副总裁等参与的CSR委员会, 以做出合理判断, 推进CSR工作。此外还设有其他重要事项决策机构, 如行为准则委员会、商业道德委员会等由公司行政执行官和外部有识之士等组成的委员会。迅销集团由位于东京总部的各委员会事务局与各国相应部门携手合作, 共同开展各项活动。

另外还以东京总部CSR部为中心, 在海外主要据点配置CSR负责人, 构建迅销集团全球推进体制。每半年举办一次全球CSR会议, 来自全球的CSR负责人齐聚东京总部, 共同探讨各国各地区的课题及活动。

以重点课题为主推进CSR活动

迅销集团为实现国际社会的可持续发展及自身的成长, 明确订出能符合利益相关者期望的重要课题, 并据此推进CSR活动。

重要课题CSR活动的筛选流程如右图所示。

从2015年度开始, 迅销集团针对四大重点课题, 按照基本方针提出宣言及制定重点活动。若有可能则订出具体数字化目标, 并一步步朝阶段性目标, 踏踏实实地开展相关活动。

► 重点课题筛选流程



※ 迅销网站内容, 包括相关链接, 皆以GRI G4可持续发展报告指南的“核心方案”为基准 (参考GPI指南 (G4) 对照表)

※ 本公司按照具体标准披露项目进行披露, 按照上述流程选择对本公司而言重要的项目 (重点课题)。关于各方面管理方法, 分别刊登在相应重点课题“Challenge (挑战)”的特辑中。

生产

基本方针

迅销集团尊重服装生产活动的的所有相关者，坚持诚信原则。

通过与合作工厂间的稳固伙伴关系，确保合作工厂员工的健康与安全，保护人权及其他受到法律保障的权利，努力建设员工能够长久就业的劳动环境。

在此基础上努力提高商品质量，保证稳定供应，追求具有竞争力的商品，让世界上所有的人都能够享受身着称心得体、优质服装的喜悦、幸福和满足。

Challenge

1



Challenge 1 生产

宣言

- 重视生产方针中所提出的“三大质量^{※1}”，实现“世界最高水平的服装生产”
- 找出并解决供应链中劳动环境方面的课题，满足社会要求
- 与合作工厂携手，在生产现场实现行业中劳动环境的最佳实践
- 适时与利益相关者沟通，传递信息

重点活动

- 强化劳动环境监测制度
- 对二级供应商面料工厂也开始实施劳动环境监测
- 立足CSR视角的生产活动
- 与行业协会及其他品牌合作开展活动

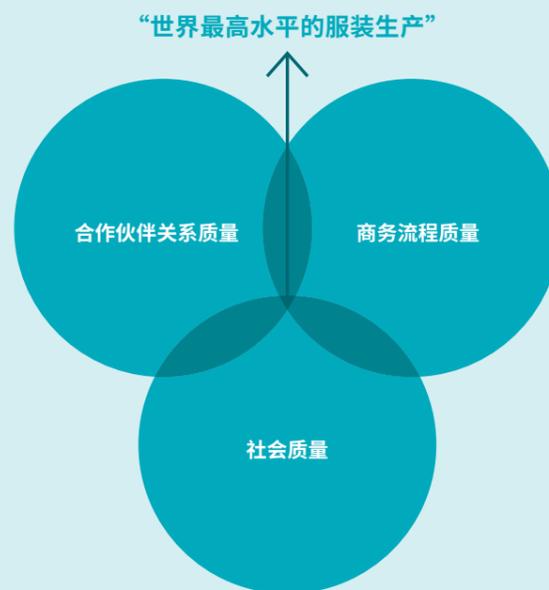
与合作厂商共同实现“世界最高水平的服装生产”

迅销 (FR) 集团与往来厂商建立稳固合作伙伴关系，致力于实现“世界最高水平的服装生产”。因而，作为生产活动的基础，迅销十分重视以下“三大质量”。

第一个质量是在确保合作工厂员工有适当的劳动环境、关注地球环境和爱护动物等合理流程中生产的“社会质量”。第二个质量是立足长远视角、与世界最高水平的合作工厂实现共同发展的“合作伙伴关系质量”。第三个质量是高精度高效率地开展工作的“商务流程质量”。

迅销将立足长远，与心怀相同理想和理念的合作伙伴共同实现“三大质量”，为了推动世界朝着更好的方向发展而不断挑战。

▶ 生产方针中的“三大质量” (※1)



重点活动

与利益相关者共同确保“社会质量”

强化劳动环境监测制度

迅销在遍及全球的生产据点，针对往来工厂实施劳动环境监测 (参考第20页)。2015年度，迅销携手外部专业机构，共同对现有的劳动环境监测项目进行了改进。另外还致力于强化劳动环境监测体制，比如将一级供应商制衣工厂的审核方法全部改成突击检查等。

此外迅销的CSR部还会参加交易方工厂每月生产计划确认会议，为帮助工厂保持合理的劳动环境，还对订单量进行审核。

面料工厂也被纳入劳动环境监测对象范畴

2004年开始，迅销针对一级供应商制衣工厂实施劳动环境监测，2015年9月时，占优衣库 (UNIQLO) 总产量70%的面料工厂也被纳入劳动环境监测对象范畴。除此之外，迅销也在面料工厂实施环境负荷相关监测。

立足CSR视角的生产活动

迅销集团的生产体制特征在于筛选出能共同实现“三大质量”的交易方，共同开展生产活动。迅销在上海、胡志明市、达卡、雅加达及伊斯坦布尔设有生产事务所，共有约400名负责质量和生产进度管理的工作人员。

迅销的CSR部内部，设有专门负责与合作工厂配合的CSR供应链管理团队。东京总部与各生产事务所的专职团队每天与生产部携手合作，对合作工厂内的劳动环境及工厂环境应对等进行监测，并给予改善指导。

为了与合作工厂共同履行社会责任，需要在生产活动中与合作工厂保持紧密联系的生产部，与CSR部形

成一个整体，在日常工作中积极致力于实现合理的劳动环境。

具体活动包括CSR部针对生产部定期实施CSR相关内部培训。通过培训来学习公司内部CSR活动以及整个成衣行业的课题、生产业务中的CSR举措等，并应用到日常的生产业务中。另外CSR部与生产部还根据需要共同访问交易方工厂，对于现场发现的问题当场给予改善指导。构建两者携手共同解决课题的体制，努力实现“社会质量”。

与行业协会及其他品牌合作开展活动

迅销通过强化与行业协会及其他品牌间的合作，贡献一己之力致力于解决一家企业难以应对的成衣行业整体课题。

2013年8月，迅销签署了《孟加拉消防及建筑物安全协议》(Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, 参考第23页)，2014年9月还加盟了致力于减少成衣行业环境和社会负荷的行业协会可持续服装联盟 (SAC)。2015年7月，迅销加盟致力于保护工厂劳动者权利的国际NPO组织——公平劳工协会 (FLA)。

公开生产活动相关信息

迅销集团与合作工厂共同开展的生产活动相关信息，将通过本CSR报告及迅销网站依次公开。

2015年度，NGO公布的报告中指出了迅销集团合作工厂内存在的劳动环境问题。迅销立即实施了相关调查，并在迅销网站上刊登了调查结果以及与合作工厂共同制定的改善计划和进展情况等。

确保合理劳动环境为首要之务

劳动环境监测与行为准则

迅销 (FR) 集团的劳动环境监测是与合作工厂共同创造双向价值的重要举措, 比如确保安全安心的生产劳动环境, 尊重工人人权, 提高工人满意度, 提升工厂经营生产率和质量等等。

以迅销于2004年制定的《生产合作伙伴行为准则 (CoC)》为基础, 由外部专业机构对生产现场的劳动环境进行审核, 再由迅销将评估结果反馈到合作工厂。对于需要改善的工厂, CSR部会直接前往, 在现场与厂方一起找出问题的根本原因, 并开展改善活动。所有合作工厂都必须同意该CoC, 并有义务保证遵守该准则内容。

对于所有可能成为合作对象的工厂, 还会实施“预先审核”。交易方工厂及早着手改善活动, 有助于减少开始合作后出现问题, 提高审核评价。

违规问题的改善事例

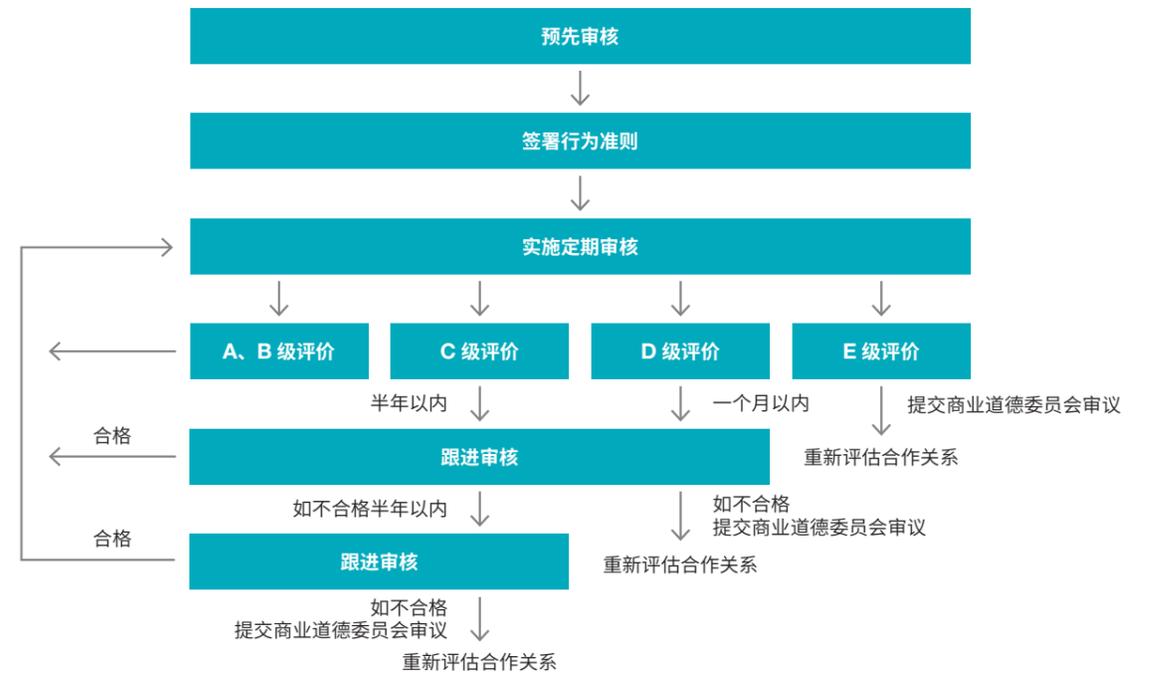
● 健康及安全相关对策存在疏漏 (越南)

2015年7月的定期审核中, 发现存在五个与健康安全相关的重大疏漏, 如生产现场紧急出口的设置不完善等。迅销对此进行了指导, 并确认问题全部得以改善。

● 拖延支付加班费 (孟加拉)

2015年2月的定期审核中, 发现存在拖延支付加班费的问题。工厂的支付方针原本规定在支付基本工资数日后才支付加班费, 迅销要求改善, 之后工厂同意变更支付方针。此后的跟进审核中, 迅销确认情况已得到改善。

▶ 劳动环境监测的制度



● 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。

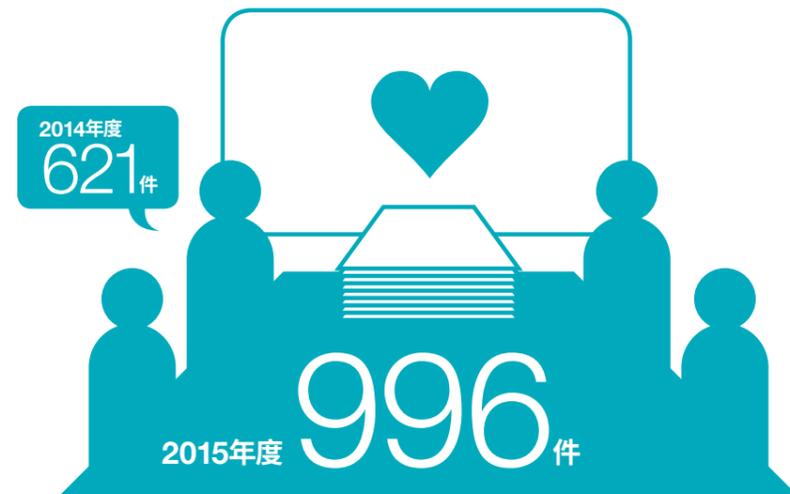
● 定期审核

外部专业机构的审核员亲自前往一级供应商制衣工厂进行突击检查。从首次会议开始, 陆续实施工厂、宿舍、食堂等现场审核、同时进行员工访谈、资料审核等。最后召开总结会议, 就审核中发现的问题事项, 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, 按照迅销的标准 (A ~ E) 进行评价, 性质极为恶劣的事例为 E 级评价, 会立即决定重新评估合作关系。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, 如未有改善再提交商业道德委员会审议, 做出重新评估合作关系等决定, 由此可知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, 根据工厂的经营和雇用情况重新审视合作内容。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。

▶ 劳动环境监测合计实施件数



▶ 劳动环境审核结果 (截至2015年8月末)

评价	内容	定期审核实施工厂数 (括号内代表优衣库)		
		2013 年度	2014 年度	2015 年度
A	未发现问题	11 (10)	1 (1)	5 (1)
B	发现轻微问题 1 件以上	134 (95)	175 (115)	202 (115)
C	发现严重问题 1 件以上	97 (45)	72 (32)	171 (73)
D	发现极为严重问题 1 件以上	48 (19)	77 (17)	75 (28)
E	应立即重新评估交易状态的极为恶劣和严重的问题	4 (1)	7 (3)	19 (10)
合计		294 (170)	332 (168)	472 (227)

- 2015 年度针对 472 家工厂实施了审核
- C 级评价的问题中, 劳动安全卫生相关问题最多, 因此将开展强化交易方工厂内部管理体系的举措
- 由于强化了预先审核及跟进审核, 本年度 D 级评价的数量较上一年有所下降, 但“紧急出口未满足迅销标准”、“紧急疏散通道上堆有物品”等安全问题较多, 因此将在贯彻实施迅销标准方面下功夫
- 与 2014 年度相比, E 级评价数量有所增加。在规定审核次数内未见改善, 因此评为 E 级, 需要重新评估合作关系的情况尤其多。
- 2015 年度评价为 E 级的工厂, 重新评估与其的合作关系。未见改善的工厂已与其结束合作关系。

在供应链中推行 CSR

以提升合作工厂的自我管理能力为目标

配置并培养 CSR 专业负责人

若合作工厂无需迅销 (FR) 进行劳动环境监测和改善活动指导, 能自主地维持对工厂和工人而言都具有价值的劳动环境, 是最为理想的状态。因此迅销要求合作工厂配置 CSR 专业负责人, 在工厂内部构建监查机制和体制等, 积极致力于提升合作工厂的自我管理能力。

另外, 迅销的 CSR 部还定期召集合作工厂的 CSR 负责人来到各生产事务所实施培训。这些定期培训能够帮助工厂的 CSR 负责人学习改善劳动环境的意义、劳动者权利及健康安全管理等, 分享各工厂的最佳实践案例, 积极思考自己工厂应该实践的举措。

合作工厂内部举报热线

迅销认为, 想要改善合作工厂内的劳动环境, 必须通过不会造成工厂工人不利的方法, 广泛听取大家的意见和要求, 构建公正判断和应对的体制。劳动环境审核不仅关注各合作工厂内是否设有举报热线 (投诉处理制度), 还开始着手体制、使用频率等实效性的掌握。

与行业协会及其他品牌合作开展活动

在孟加拉开展的举措

预防火灾及确保建筑物安全

迅销汲取孟加拉制衣工厂不断发生火灾及大厦倒塌事故等的教训, 为了保证工厂工人们的安全, 于 2012 年开始针对孟加拉的合作工厂实施自主检查 (防火检查、建筑物安全检查)。2013 年 8 月, 迅销签署了《孟加拉消防及建筑物安全协议》(Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh)。

自主检查中发现的 550 个问题事项, 除了根据另行协议制定改善计划的问题事项外, 截至 2015 年 10 月已全部改善完毕。

迅销还针对所有合作工厂实施协议规定的检查。所有对象工厂都制定了改善行动计划。在协议规定检查中发现存在问题的工厂, 40% 已经改善完毕。迅销的目标是在 2018 年以前, 帮助全部工厂完成改善。

工厂女性员工支援项目

孟加拉是迅销集团的重要生产据点, 其社会课题之一, 是占据成衣行业从业人员大部分的女性缺乏接受基础教育的机会。

因此优衣库在孟加拉实施“Factory Worker Empowerment Project”项目, 即在孟加拉当地生产以女性民族服饰为主题设计的系列商品, 在全球主要店铺进行销售, 并拿出销售所得的部分收益来帮助合作工厂的女工。该项目依据国际 NPO 组织 BSR 所开展的“HERproject”计划, 旨在帮助女性掌握基本的营养学、卫生和健康管理及家庭收支管理等生活技能, 首先针对在合作制衣工厂中工作的 20,000 名女工启动了项目。预定在 2016 年 4 月前, 所有对象工厂都将开始实施相关培训, 并于 2017 年 3 月前完成所有培训计划。



迅销 CSR 网站 (英文)
www.fastretailing.com/eng/csr/

- 与合作工厂携手
- 基本方针
 - 理想的服装生产
 - 在供应链中推行 CSR
 - 劳动环境监测
 - 立足 CSR 视角的生产活动
 - 孟加拉安全保证相关举措
 - 工厂女性工人支援项目
 - 坚持公正平等交易

环境

基本方针

迅销为实现“环保型经营”，遵守环境相关法令，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。

- 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产品生产流程，与合作工厂携手，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，推动能够带来良好影响的活动。

Challenge

2



Challenge 2 环境

宣言

- 掌握整个供应链中对环境可能造成的影响, 努力实现各个流程对环境形成负荷的最小化
- 与行业团体及NGO合作, 突破单家企业的限制, 发挥领导作用
- 通过店铺、商品和服务, 实践与客户开展环境相关对话及举措

重点活动

- 掌握公司本身对环境产生的影响并做到可视化
- 在各事业流程中开展降低环境负荷的举措
- 危险化学品零排放举措
- 强化环境监测
- 立足CSR观点的生产活动

以实现“环保型经营”为目标

迅销 (FR) 集团为做到通过事业活动降低对环境造成的各种负荷, 积极应对国际社会面临的地球环境问题, 制定了环境基本方针。确定明确的目标, 并开展相应活动。首先针对旗下日本国内优衣库 (UNIQLO) 店铺, 制定了截至2020年底前减少10%二氧化碳排放量 (单位建筑面积的排放量) 的目标, 并着手从店铺设计及资材采购进行改善。

迅销集团的供应链中, 环境负荷尤其高的是生产工序。迅销针对合作工厂实施环境影响测评审核。2014年9月加盟可持续服装联盟 (SAC), 开始着手进行审核项目的重审和改善, 以便确保能够在整个行业内有效且高效地推行环保举措。同时还推动实施将于2020年1月前实现全部商品生命周期中危险化学品零排放的项目。

作为SPA^{※1}企业, 积极深入参与所有事业流程, 与往来工厂等利益相关者携手, 共同降低环境负荷。

※1 SPA: Specialty store retailer of Private label Apparel的略称, 意为“自有品牌服饰专卖店零售商”, 对原料采购、商品企划、开发、生产、物流、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。

杜绝危险化学品排放的相关举措

“危险化学品零排放项目”

与利益相关者合作, 共同努力推进

迅销作为开展SPA事业的企业, 认识到减少危险化学品排放的重要性, 2011年开始推行相关举措以达到零排放。2013年发表宣言, 开始推进“危险化学品零排放项目”, 目标在2020年1月前, 将全部商品生命周期中的危险化学品排放量减至零。

迅销与交易方、化学药品行业、NGO以及同行业公司其他公司等各利益相关者携手合作, 朝着零排放的目标积极开展相应举措。

具体为, 要求合作工厂遵守迅销的标准, 实施工厂产品及废水排放检查。如发现存在问题事项, 通过前往合作工厂或化学品生产厂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。

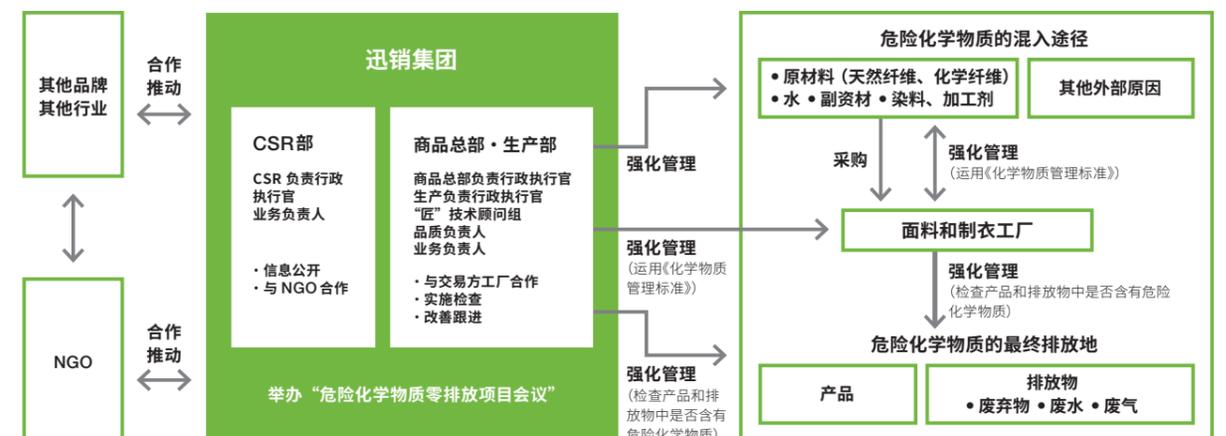
经营管理层参加的定期项目会议

迅销为踏踏实实地推进“危险化学品零排放项目”, 已开展内部项目会议。由CSR部、商品总部、生产部各行政执行官及负责人、染色和面料生产专家“匠”技术顾问组, 以及质量团队的负责人等出席。东京总部与各国的生产事务所时时通过远距电视系统召开会议。

会议主要针对项目中的三大重点进行。1. 根据检查的结果, 如果发现存在危险化学品, 就探明原因和改善措施进行讨论。2. 根据废水排放检测信息实施排放状态报告和应对报告。3. 与合作的NGO定期召开会议。此外, 还针对各国的法律变化等协商讨论相应的标准变更等事宜。

另外, 迅销的网站上也公布有各种最新信息, 如限制、管制物质列表以及项目进展等。

► 实现危险化学品零排放的相关举措



降低环境负荷举措

降低所有事业流程中的环境负荷

针对各事业流程推进相应举措

迅销 (FR) 集团掌握整个供应链对环境可能造成的影响, 按照环境负荷的量和质来决定优先顺序, 与利益相关者共同致力于在各事业流程中降低环境负荷。

面料生产工序会对环境造成很大影响, 在这一工序中, 迅销针对面料工厂实施环境监测, 并跟进后续发展确保改善。

今后迅销将根据各事业流程的状况, 制定和实践最佳方案, 积极降低环境负荷。

▶ 截至2020年底前日本优衣库 (UNIQLO) 店铺的二氧化碳排放量削减目标 (与2013年度相比, 单位建筑面积的排放量)



▶ 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		制衣工厂和面料工厂 能源使用量 (热量) 17,116,915 GJ 电能 508,492,602 kWh LPG (液化石油气) 1,252,172 kg LNG 7,409,376 kg 天然气 29,599,589 m ³ 燃料油 139,789,380 ℓ 柴油 1,440,937 ℓ 汽油 462,668 ℓ 煤炭 (包括煤气) 201,470,102 kg 蒸气 671,362 t 用水量 24,785,654 t	物流 能源使用量 (热量) 307,356 GJ	店铺 用电量 217,278,085 kWh 城市燃气使用量 1,455,441 m ³ LP气体使用量 1,286,365 m ³	
	能源燃料等	总部办公室 用电量 4,779,562 kWh 煤气用量 4,822.2 m ³ 用水量 13,876 t			
	资材等	总部办公室 复印纸用量 12,098,500 张		店铺 容器包装 5,573 t	
Out 二氧化碳及废弃物的释放		制衣工厂和面料工厂 二氧化碳排放量 1,705,655 t-CO ₂	物流 二氧化碳排放量 20,991 t-CO ₂	店铺 二氧化碳排放量 (电) 119,502 t-CO ₂ 二氧化碳排放量 (煤气) 11,735 t-CO ₂	
	二氧化碳排放	总部办公室 二氧化碳排放量 (电、煤气) 2,660 t-CO ₂			
废弃物、循环再利用		总部办公室 可燃物排放量 (纸屑等) 218.8 t 不可燃物排放量 (废塑料等) 3.6 t			
	废弃物、循环再利用			店铺 一般废弃物排放量 51,440 t	顾客 “全商品回收再利用活动” 中回收的商品 1,457 t

※ 工厂数据为优衣库产品生产工厂的数值 ※ 物流数据为2014年4月至2015年3月的数值。
 ※ 物流和店铺的数据为日本国内优衣库事业的日本国内数值 ※ 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GU所使用的购物袋 (纸袋、塑料袋)。
 ※ “全商品回收再利用活动”中回收商品的统计对象为截至2015年8月末送至回收物分类站的商品。

▶ 减轻SPA流程中环境负荷的举措



为成衣行业的可持续性发展做贡献

面料工厂的环境监测

在供应链中，面料的生产工序（纺织、织布、编织、染色、加工等）使用大量的水和化学物质，也产生大量的废弃物，因此迅销（FR）了解其对环境产生很大的影响。从2010年开始，迅销针对二级供应商面料工厂实施环境监测。

环境监测依据《面料工厂环境基准》实施。该基准的前五大项目，分别是：1. 环境管理体制、2. 化学物质管理、3. 废弃物管理和处理、4. 石棉和PCB对策、5. 排放物（废水等）处理与检测，各大项下设5~10个详细标准。

实施环境监测时，由外部专业机构依据上述标准对现场实施详细确认。迅销与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，根据存在问题的数量和内容，迅销将通过CSR部或生产部前往工厂进行改善指导并实施跟进审核等方式确认改善情况。

强化环境和劳动环境两个方面

《面料工厂环境基准》的第六个基准，是“6. 员工的健康和安全”。为强化该项目，从2015年3月开始，本来只针对一级供应商制衣工厂实施的劳动环境监测，推广到了二级供应商面料工厂。将以往环境监测的内容整合到劳动环境监测中去，并依此实施监测。

另外，迅销加盟了积极致力于降低成衣行业对环境、社会影响的可持续服装联盟（SAC）。今后将就引进SAC框架及行业通用指标等事宜积极进行讨论。

环境监测的结果

2015年度共实施了118件环境监测。

在合规率低的废弃物管理和处理以及化学物质管理项目中，发现了很多问题，如容器标签的记载信息遗漏、容器设置不合理、现场未明确标示管理负责人姓名等，这些可以通过正确的知识和彻底改变意识来迅速改善。我们通过CSR部及生产部前往工厂或开展培训等，加强与工厂间的合作，积极构建和运用体制实现：工厂所有员工可以分享信息，理解遵守规定的重要性并在现场进行实践。

违规问题的改善事例

● 化学物质保管和操作存在疏漏（中国）

2015年1月实施的审核中，发现存在未设置防止化学药品泄漏的容器、通风不足，以及员工未佩戴安全护具等问题。CSR部亲自前往工厂进行指导及培训，同时2015年5月工厂方面也主动邀请外部专家前来，举办面向管理职务及安全管理职务人员的培训。此后迅销确认问题已得到改善。

● 废弃物管理和保管存在疏漏（印度尼西亚）

2014年5月的跟进审核中，发现废弃物保管场所露天未设置屋顶。CSR部与迅销“匠”技术顾问组中的染色和面料生产专家前往工厂，与工厂方面不断就改善案例进行对话，2014年10月迅销在现场确认问题已得到改善。

● 化学物质管理和保管存在疏漏（泰国）

2014年3月的审核中，发现存在未设置防止化学药品泄漏的容器的问题。迅销与工厂方面不断对话探讨改善方案，2014年10月，CSR部偕同外部专家前往工厂，在现场确认问题已得到改善。



▶ 环境监测实施总数



▶ “面料工厂环境基准”重点课题

2015 年度	
1	废弃物管理和处理
2	化学物质管理
3	排放物（废水等）处理与检测
4	环境管理体制
5	石棉和PCB对策

※ 按需改善工厂数量的多少排序

迅销CSR网站（英文）
www.fastretailing.com/eng/csr/

环境保护活动

- 基本方针
- 环境问题举措
- 降低环境负荷举措
- 环境监测
- 杜绝危险化学品排放的相关举措

与地区社会携手

- 全商品回收再利用活动

人才

基本方针

迅销集团经营理念的基础在于尊重多样化人才,致力于消除人种、国籍、性别等各种歧视,开展以尊重员工人权为最优先的经营。

迅销集团希望能够成为汇聚全球心怀大志的多样化人才并最大限度发挥他们个性的企业,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。

因此积极致力于丰富工作和私生活两个方面,建设员工能够放心工作的良好环境。

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。

Challenge

3



Challenge 3 人才

宣言

- 保护员工的基本人权, 尊重多样化人才。通过团队合作创造价值
- 公平公正透明地进行评价, 努力实现个人与公司共同成长

重点活动

- 保护员工基本人权、尊重多样化人才
- 帮助女性员工发挥才干, 积极雇用残障人士
- 推行尊重多样化工作方式的人事制度
- 实施机会均等且有效的教育计划
- 贯彻实施公平的劳动条件和考评、薪酬制度
- 建设放心安全的职场环境

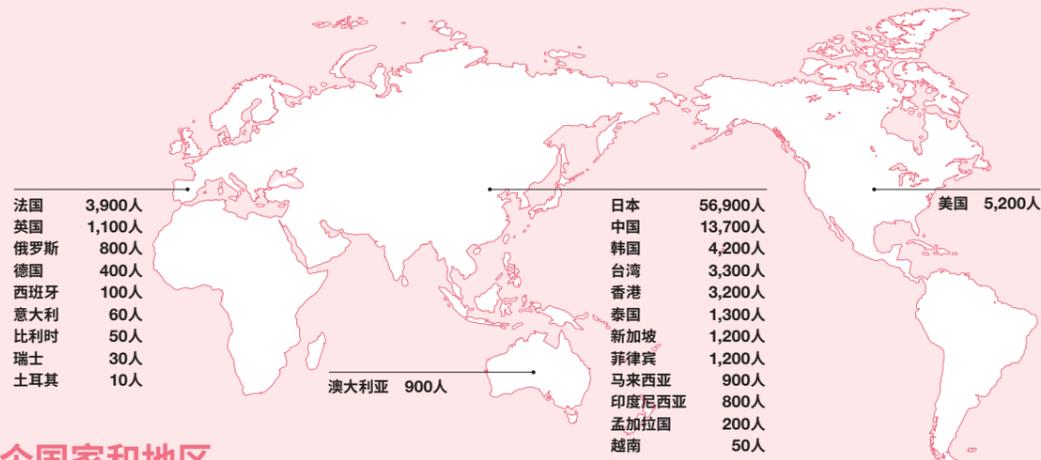
保护基本人权, 尊重多样化人才

迅销 (FR) 为在经营实践中追求自身所注重的最高伦理, 制定了《迅销集团企业行为准则 (CoC)》, 规定了每一名员工应遵守的共同方针基本事项。该准则明文列出包括人权、遵纪守法等原则, 同时也包括身为一个能够自律者的员工, 应该要遵守的保护地球环境、公司财产以及善加管理信息等行为准则。迅销通过向员工进行说明和举办培训, 确保员工在日常行为中注重伦理道德。

而且尊重多样化个性是迅销集团拥有竞争力的源泉。通过促进女性能活跃于职场的举措、雇用残障人士、开展地域正社员制度、改革人事制度等, 帮助员工充实工作和私生活两个方面, 打造员工与公司共同持续发展的企业。



► 迅销集团各国和地区的员工人数



遍布23个国家和地区

99,500名员工 (男性 29,000人 女性 70,500人)

促进女性能活跃于职场的举措, 积极雇用残障员工

促进女性能活跃于职场的举措

迅销 (FR) 集团的商品, 有一半以上都是面向女性, 而且顾客、员工中的一大半也是女性, 对于迅销而言, 女性员工的活跃是事业发展的重要关键因素。另外从社会观点来看, 欧洲及日本等国也益发重视女性员工活跃课题, 并朝法制化进行。

迅销集团旗下日本优衣库 (UNIQLO) 事业和GU (极优) 事业中女性员工数量尤其多, 因此迅销认识到需尽早建设帮助女性发挥才干的职场环境。2015年3月公司成立了“女性活跃推进室”, 积极开展各种活动。

例如持续召开“女性对谈”会议。邀请日本优衣库事业中超过300名的女性店长和经营管理人员以及外部有识之士展开对话。从2015年开始, 每年举办2次“育儿妈妈店长会”以及对帮助女性活跃职场至关重要的“升职培训”等, 努力建设更方便女性工作的职场环境, 并根据女性员工所面临的环境定期召开会议。

另外从2015年7月开始, 女性员工提出因产假和育儿假等休假期间会与社会和公司脱节, 接收不到相关信息, 对于回归职场感到担心, 因此有需求的女性员

工也可以参加上述会议, 还开设了专用网站, 即便不在公司也能及时了解迅销集团的最新举措及帮助女性发挥才干的新制度, 同时还设置了咨询窗口。

通过此类活动, 迅销集团提出了到2020年女性管理人员 (领导级别以上) 比例超过30%的目标。现在包括行政执行官在内的女性管理人员比例约为23% (截至2015年9月1日的数据), 但存在职务级别越高女性比例越低的趋势, 迅销认识到这一点是需要解决的课题, 正开展各种举措加以改善。

另外在销售部门, 制定了明确的目标, 即女性大区经理比率增加到50%, 女性SS明星店长比率增加到30%以上, 通过面向管理人员候补者开展培训等, 扎扎实实地推进相应举措, 努力实现目标。

积极雇用残障人士

迅销集团的基本理念是无论员工是否有残障, 患有何种残疾, 都能作为团队的一员相互学习, 共同成长。2001年, 公司开始在日本优衣库店铺推行雇用残障人士。2011年, 迅销以于日本的集团事业在雇佣方面获

得认定为企业集团计算特例^{※1}。

2012年, 日本国内基本达成了最初“每个店铺至少雇用一名残障人士”的目标。2015年度, 按照集团计算, 迅销集团残障人士雇佣率为5.87% (截至2015年6月1日的数据), 大幅超过日本法定雇佣率2%。

迅销同时稳步在全球推进雇用残障人士举措, 目前在13个国家和地区共有1,534名残障人士在迅销集团工作。

今后为了让全体员工理解与残障人士共同工作的意义, 除了过去一直实施的店长培训外, 还在入职培训中编入迅销集团雇用残障人士的内容。另外, 2015年4月, 迅销雇用具有国家认定资格的“工作指导员”, 以指导员为中心设计培训课程, 应对现场所存在的课题。迅销积极致力于职场环境建设工作, 不论有无残疾, 确保每一名员工都能充满活力地愉快工作。

※1 企业集团计算特例: “残障人士雇佣制度”规定各企业均有义务确保残障人士的就业机会 (日本法定雇佣率为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, 对实际雇佣率进行统计。

提高工作方法灵活性的“地域正社员制度”

在日本, 为地区创造雇佣机会, 尤其是积极利用年轻劳动力是一项巨大课题。2014年开始, 日本优衣库事业希望能为解决地方雇佣问题做出贡献、让地区优秀人才能长久地工作, 进而实现店铺稳定运营的目标, 开始实施地域正社员制度, 雇用限定工作地区的正式员工。目标数值为16,000人, 截至2015年8月, 雇用人数已超过10,000人。

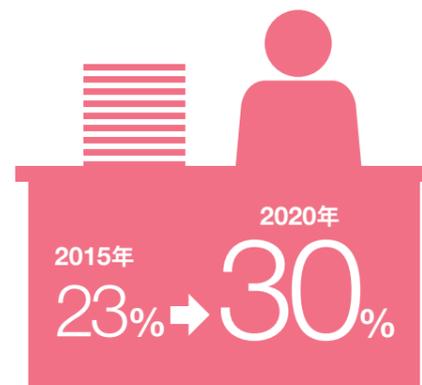
该制度为那些存在无法调动工作、工作时间受到限制等各种烦恼的员工提供了施展才干的平台。不仅有短时间工作及周休3天等多样化考勤体系可选, 还能晋升作为限定地区的店长及大区经理, 或是转成全国工作的综合职位, 有多种职业规划可供选择。除了日本以外, 相信这类需求在世界各地也以不同方式存在。今后迅销也将在必要的地区构建起最佳体制并推广开来, 提高工作方式的灵活性, 为多样化人才提供施展才干的平台和平台。

▶ 迅销集团各职务的女性员工人数

	女性	总数	女性比例	2020年目标比例
行政执行官	3人	45人	7%	30%
部长	23人	123人	19%	
经理	97人	356人	27%	
大区经理	135人	393人	34%	50%
SS明星店长	3人	54人	6%	30%

※截至2015年9月1日的数据

▶ 女性管理职务的目标比例



※截至2015年9月1日的数据

▶ 迅销集团残障人士雇用人数

(人)			
日本	1,249	法国	17
韩国	95	俄罗斯	10
台湾	38	英国	6
美国	36	香港	6
新加坡	33	印度尼西亚	2
泰国	22	德国	2
马来西亚	18		
合计	1,534		

▶ 日本优衣库事业的地域正社员人数



扩大多样化人才发挥才干和成长的可能性

着手人事制度改革

迅销 (FR) 集团提出了“Global One · 全员经营”的理念，作为每一名员工应该努力的方向，并将能够培养出体现该理念的人才作为目标。

随着事业的不断全球化，商务环境愈发呈现多样化，需要员工发挥自身能力并取得成果。同样也需要扩大每一名员工实现多样化职业规划的选择范围。

因此迅销着手对人事制度和人才培养制度进行改革。

培养人才的考评制度和人事调动

2016年9月前，将引进上司、同事和下属360度全方位考评的能力考评制度。不仅考核可见的成果，还实现个人各种能力的可视化，对员工进行公正的考评，扩大发展的可能性。

同时依据能力考评结果，发挥每一名员工的能力和专专业性，在全球范围内实施跨事业领域的职务提拔或跨部门的人事调动。目标是通过及早的人事调动，帮助员工积累丰富多彩的实务经验，掌握各种能力。

在全球范围内实现集团公司透明、公正的考评

为了在整个集团和全球范围实现透明公正的人事考评和薪酬制度，迅销集团采用全球等级制度，即对各公司都需要的能力及条件加以通用化。迅销集团构建并运用季度考评体制，确保所有员工都按照相同的标准进行考核，根据所设定的目标进行人事考核，决定升职降职等。

而且从2015年开始引进整个集团全球通用的考评分布指南。这是为了防止因国家、地区、考评人、业绩而导致的考评偏颇，实现公正且有助于人才培养的考评。该制度中融入了新引进的能力考评制度。

教育计划改革

想要培养能够在复杂多变的商务环境中做出成绩的全局领袖，人事制度与教育制度的联动不可或缺。另外，为了扩展员工职业规划的可能性，在整体教育的基础上，针对每一个人的不同个性及目标实施个别教育愈发显得重要。这些教育的内容，必须能够在迅销非常重视的第一线发挥实效作用。

因此由迅销集团内部教育机构“迅销管理暨创新中心” (FR Management and Innovation Center, FR-MIC) 与人事部主导，从长期观点出发，制定了人才培养“10年教育课程”。该课程为中期性系统课程，针对迅销集团的员工，以入职10年为目标，培养任何环境下都能取得成果的人才。

此外，还有行之多年由旗下各事业店长及总部员工参加的“迅销员工大会” (每年召开2次，共约10,000人参加)，以及针对日本优衣库店铺工作人员的“店员大会” (2014年4月开始实施，迄今已召开107次会议，约9,500人参加) 等，这些都是公司为了迈向世界第一服饰企业集团，使全体员工都能朝相同目标前进的重要机会。另外，迅销还非常重视经营管理人员与员工间的直接对话，董事长兼CEO的柳井正每周抽出时间，主动与日本优衣库的店长进行对话，每周30人，每次2小时，这项“店长直接对话”活动已经开展了

20多次，现在仍在继续。今后也将落实到10年教育课程中去。

在全球加强人才管理体系

迅销集团以2016年为目标，开发有效顺畅的人事管理体系，推动全球员工能力、考评、职业规划的数据化，在整个集团和全球培养人才，实施有助于推动人才培养和事业发展的人事调动。

另外还定期召开全球人事负责人共同参加的“全球HR会议”。分享集团内全球各地入职人数、离职人数、晋升人数、男女比例等人事基本信息，并针对课题和解决方案进行讨论。尤其重视离职人数等需要及时采取对策的部分，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。



▶ 10年教育课程的流程

	基础教育 入职 1 年	初级教育 入职 1 ~ 2 年	中级教育 入职 2 ~ 6 年	高级教育 入职 6 ~ 10 年
FR 的价值观	新员工教育 新店长教育			迅销员工大会 店长直接对话 经营者养成笔记
FR 的理念	FR 的理念教育 (基础~高级)			
问题解决能力	掌握问题和原因分析	问题解决的类型	设定课题和增强判断力	事业课题解决练习
信息运用	信息收集	信息分析	信息运用	
创意思考能力	接触创意	构思的基本方法	将构思与商务联系在一起	
商务沟通	基本动作	接收、说、听、读	说明和说服	达成共识
跨文化沟通交流	跨文化沟通交流			
销售计划	销售计划 (基础~高级)			
培养下属	培养下属 (基础~高级)			

给所有员工带去放心与安全

贯彻实施劳动安全卫生项目

迅销 (FR) 集团非常重视防止工伤事故、明确责任体制、敦促开展自主活动，遵守各国法律法规，最大限度地关注所有劳动安全卫生问题。

日本的劳动安全卫生法规定每一家经常性拥有 50 名以上在籍员工的企业，都有义务配置具备国家资格的卫生管理者和职业医生。

日本优衣库事业方面，以能在同一个店铺长期工作的地域正社员为中心，开展取得卫生管理者资格的培

训，现在 95% 的店铺已达到相应配置。到 2016 年 9 月前下一步目标是在达到 100% 的配置率。此外，公司还针对卫生管理者实施实务培训。另外，公司在日本全国与 50 名以上的职业医生签约，覆盖所有需要选任职业医生的店铺。

这些举措由东京总部的中央安全卫生委员会负责整体的统筹工作。由迅销的统括职业医生领头，每月召开委员会，各事业的劳动安全卫生负责人出席该会议，相互分享信息，探讨对策方案。



将员工放在首位的职场环境

迅销集团致力于帮助全体员工提高自身的工作效率和工作质量，全球统一实施不以加班为前提的工作方法，这种观念有助于实现公正考评，以及公司个人的发展。因此迅销按天对员工的工作时间进行管理，针对加班多的部门和个人，由经营管理人员主动与其沟通，还会实施个别指导。另外发给员工的智能手机中还加入上下班考勤应用。这不仅有助于防止考勤遗漏，当工作时间超过每天规定的工作时间时，会显示提醒等，有助于进行时间管理。

此外，为了确保员工之间能够轻松舒适且高效地工作，采取了分组自由座位办公方式，促进员工间的沟通交流，还积极引进电视会议系统以便实现业务的效率化，利用 IT 优势来保护环境和提高业务效率等，努力改善职场环境。

确保员工的身心健康

2014 年，东京总部成立了“迅销健康中心”，为员工提供一个能够轻松咨询的平台，员工不必独自烦恼，能够在此听到客观的意见，从而解决烦恼和课题。此外还推动员工接受健康体检，体检后由职业医生或保健医生予以指导，并持续发送健康相关信息，提供保健医生日常健康咨询服务。

心理卫生方面，由公司内部以及外部咨询师开设咨询窗口。心理健康培训的范围从总部管理职务扩大到了店长及代理店长，并根据各职务的要求职责相应地编制培训内容。另外还针对所有员工实施压力检查，并将结果发给个人。需要改善的店铺及部门，其部门领导有义务分析原因并提供对策方案。

为育儿及看护需要提供支持的制度

迅销希望员工能享有充实的工作和生活，并能长期活跃于职场。例如面对育儿期或中老年的员工，为了让他们都能够选择和实现多种生活方式，公司努力完善育儿及看护假以及短时间工作制度，竭尽全力建设所有员工都能轻松享受制度的职场环境。

▶ 育儿假、看护假的人数 (日本国内集团公司)

	育儿假的人数	享受育儿短时间工作制度的人数	休看护假的人数	享受看护短时间工作制度的人数
正式员工	414	316	19	14
非正式员工	593	19	9	8
男性	4	2	2	2
女性	1,003	333	26	20
合计	1,007	335	28	22

防止工伤事故的举措

为避免员工在上下班途中和工作期间发生事故，迅销不但致力建设放心安全的职场环境，也不断提醒员工注意。2015 年度的工伤数量如下所示，主要是店铺里发生的作业事故，如使用梯凳时跌落以及使用缝纫机导致的受伤。一旦发生事故，我们会向总部提交报告，做出恰当的处理，定期分享事故内容和改善事例，呼吁员工注意安全，努力防止类似事故的再次发生。

▶ 工伤事故发生件数 (日本国内集团公司)

2013 年度	651 件
2014 年度	679 件
2015 年度	795 件

迅销 CSR 网站 (英文)
www.fastretailing.com/eng/csr/

与员工携手
 ● 基本方针 ● 促进多样性 ● 人才培养 ● 建设易于工作的安全职场

地区社会

基本方针

迅销集团扎根于地区社会。我们认为，为地区社会的可持续性成长和发展贡献心力，是我们的责任。

迅销集团积极发挥服装企业的优势，针对国际社会所面临的难民等问题，以及各个市场所面临的地区性社会问题等两个领域展开活动，努力为当地社会带来价值。



Challenge

4

Challenge 4 地区社会

宣言

- 发挥作为服装企业的优势,让人们的生活变得更加美好,人生更加丰富
- 为解决地区社会的社会课题贡献心力
- 通过创新活动,为地区社会的可持续发展贡献心力

重点活动

- 提供服装必需品
- 教育援助·自立援助
- 积极通过店铺传播信息,加深与社会的沟通交流
- 员工参与地区社会活动

通过服装事业解决地区社会的社会课题

迅销 (FR) 集团秉持以服装事业解决地区社会课题的承诺,持续为需要者“提供服装必需品”。到目前为止,已持续逾十年为全球难民及流离失所者、遭遇突发灾难的灾民以及不同地区社会中的弱势群体提供服装支援。

迅销不仅要通过提供服装来为地区社会做贡献,更希望实现地区社会自身的可持续发展,因而需要一个能够使人们及社会自立的环境。阻碍人们自立的原因,如贫困等社会课题,源于教育及就业机会的缺乏。因此迅销集团将“教育援助·自立援助”作为地区社会活动中的重点。这些课题,需要企业及全体市民社会共同携手来解决。迅销集团亦突破自身业务框架,配合地区社会的需求,积极开展各种措施。

另外,全球各地的地区社会活动,需要积极通过店铺传递信息,员工参与也非常重要。作为店铺运营的一个组成部分,现在迅销也通过员工能够参与的方式,共同开展各种活动,在以国际企业角度面对全球性问题的同时,也在开展事业的国家满足地区社会的需求。



提供服装必需品



积极通过店铺传播信息,加深与社会的沟通交流



教育援助·自立援助



员工参与地区社会活动

提供服装必需品

帮助真正需要“服装”的人们

“全商品回收再利用活动”

迅销 (FR) 集团正通过优衣库 (UNIQLO) 和 GU (极优) 店铺回收顾客不再需要的衣物, 并与联合国难民署 (UNHCR) 及各地 NGO 合作将这些衣服送到包括难民等需要衣物的人们手中。

2001 年优衣库开始摇粒绒回收再利用活动, 2006 年进一步将回收对象范围扩大到全部商品。2010 年 GU 店铺也开始加入回收活动。迄今为止, 迅销在 16 个国家和地区累计回收约 3,949 万件服装, 并将其中约 1,632 万件衣服捐赠给了 59 个国家和地区。

回收来的衣物经过筛选, 无法再继续穿着的 (约 10%) 将作为燃料进行循环利用。对于可以继续穿用的衣物 (约 90%), 则在确认所需数量、种类、能够送达的途径后, 捐赠给难民等。迅销员工也持续亲自前往难民营等地, 捐赠衣物、确认发放状况, 同时直接与受赠者进行对话, 了解人们的生活状况以及对衣物的需求。

2015 年度, 迅销人员与 UNHCR 一同前往了约旦、缅甸和乌干达等难民营了解情况。

与 UNHCR 携手

迅销希望能更加全面地解决世界难民和流离失所者问题, 2011 年与 UNHCR 签订了全球合作伙伴关系协议, 成为第一家与之结盟的亚洲企业。围绕“衣物援助”、“紧急援助”、“自立援助”和“启蒙活动”四大支柱, 不断开展相应活动。

面对着愈发恶化的局势, 迅销作为民间企业, 希望为更多的难民送去必要的衣物和生存的希望, 2015 年 11 月强化了与 UNHCR 的合作伙伴关系。最新措施包括三点: 3 年内捐赠总额 1,000 万美金 (用于紧急援助与难民自立援助项目), 扩大优衣库店铺雇佣难民人数到 100 人, 以及向欧洲和阿富汗等地难民捐赠约 15 万件包括倍舒暖 HEATTECH 等衣物。另外扩大了“全商品回收再利用活动”, 优衣库和 GU 所有店铺开始推行“千万爱心, 温暖世界” (10 Million Ways to HELP) 项目, 强化服装的回收工作。

今后迅销还考虑增设储备仓库以便实现更加迅速的衣物支援、设立模拟店铺型服装发放中心等, 根据难民局势及需求变化, 通过服装事业实施全面支持。

“全商品回收再利用活动”的流程 (店面海报)



“全商品回收再利用活动”捐赠服装的件数



“全商品回收再利用活动”中回收的服装件数

在 16 个国家和地区回收的服装件数

约 **39,490,000**

已在店铺开展服装回收再利用的销售国与地区

- | | |
|------|----------------------|
| ① 日本 | ⑨ 新加坡 |
| ② 韩国 | ⑩ 泰国 |
| ③ 英国 | ⑪ 马来西亚 |
| ④ 美国 | ⑫ 菲律宾 |
| ⑤ 法国 | ⑬ 澳大利亚 |
| ⑥ 中国 | ⑭ 俄罗斯 |
| ⑦ 香港 | ⑮ 德国 |
| ⑧ 台湾 | ⑯ 比利时 (2015 年 11 月~) |

为学习和自立提供援助

员工前往教育机构上门授课

迅销 (FR) 集团为了让孩子们关心难民问题，与教育机构合作实施相关项目。2009年开始由员工担任讲师的上门授课活动，2013年全公司开展并成立“带去服装的力量”项目，进一步于课堂中，先让孩子们了解难民的避难生活以及服装的作用；然后由孩子们主导，实际着手体验如何回收衣服。最后，迅销员工会将前往各地难民营捐赠衣物的情况，以照片汇总为报告，寄到学校与孩子们分享。

2015年度，迅销共在日本国内的238所学校实施了上门授课，参加人数约26,000人。韩国和法国也开始推行该活动。

优衣库事业实施“难民实习生”

日本优衣库事业从2011年起开始实施“难民实习生”项目，针对经日本认定为难民且获准定居在日本的难民及其家属，提供就业体验的平台，帮助难民自立。提供的店铺实习机会最长6个月。对于希望成为正式员

工者，也为其开启成为店铺正式工作人员之路。

目前 (2015年11月)，包括难民实习生和正式员工等等在内，共有13位难民及其家属在日本优衣库工作。

在全球各地的优衣库店铺开展“购物体验”

2013年，优衣库新加坡事业为智障儿童策划并启动了“购物体验”项目。这项举措是给孩子们提供一个社会体验的平台，利用公司的“服装”、“店铺”和“员工”资源，接待这些孩子，让他们体验“挑选服装”和“购物”。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，而优衣库为他们提供实际购物的平台。这项举措通过选择服装和考虑预算来培养孩子们自行判断的能力，从而帮助他们提高生活技能。

现在除了新加坡外，项目范围还扩大到美国、韩国、马来西亚、德国、澳大利亚、中国、日本、泰国、台湾、英国、法国等世界各地的优衣库。同时，还进一步策划提供“一日店员”等体验机会，或将实施对象从智障人士扩大到家境贫困的孩子、无家可归者等等，针对各地的状况相应进行调整。



通过社会企业解决社会课题



通过特殊的 SPA 模式，扩大商务规模

孟加拉也是迅销的重要生产据点，为了能够解决贫困、促进工业发展、扩大雇佣机会、帮助人们自力更生，迅销与社会企业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)。迅销集团的使命之一是要“通过开展独特的企业活动，为人们充裕的生活作出贡献”，做为达成该使命的重要挑战，2010年开始，迅销以独特的 SPA 模式进行社会企业经营。

该社会企业的所有企划、生产和销售都在孟加拉国内进行，所得利润再次投入到“社会企业”中。迅销认为，通过提供生产技术经验、店铺运营及人才培养等资源来扩大这一事业，能够在不断发展的孟加拉零售业中创造新市场，从而有助于解决社会课题。

生产体制及强化商品战略、开设店铺

这一挑战仍在继续，2015年9月纳兹姆尔浩克 (Najimul Huq) 就任首席运营官 (COO)，强化了各项举措。

首先与拥有相同社会企业理念的制衣工厂构建起稳固的合作伙伴关系，在能够确保合理劳动环境的工厂努力扩大优质的工作机会，希望帮助当地所有的制衣工厂形成良好模式。

其次是提高商品品质的举措。为了做到以合理的价格提供符合当地居民品质要求的商品，正与优衣库商品本部加强合作。

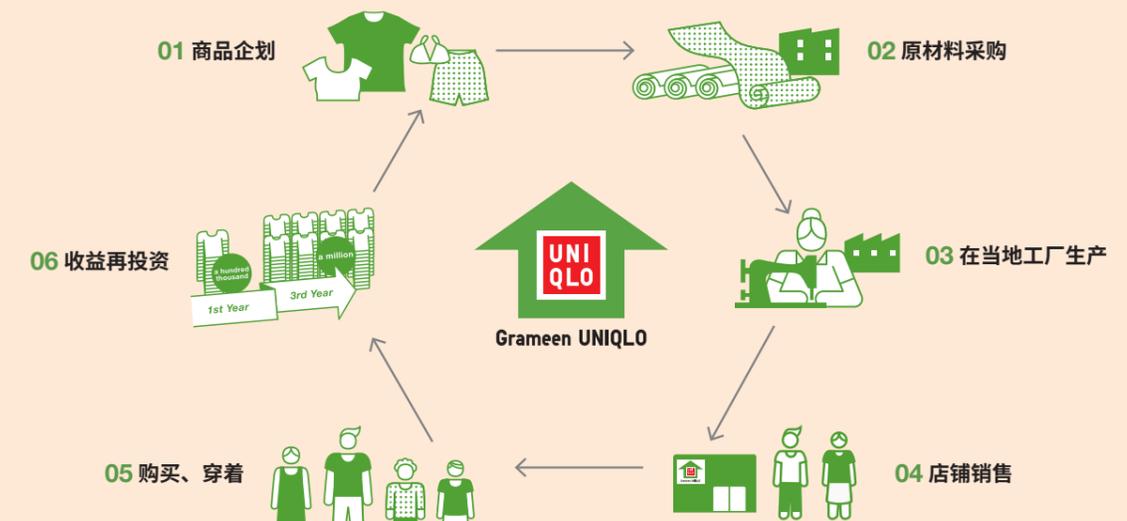
同时，改变店铺开发战略，在顾客需求高的地区加速开设店铺。2015年以来，积极进行“以旧改新”，在2015年12月底时，已共开设8家店铺。目标是所有店铺都能提供整洁的卖场和优质的待客服务，打造最佳的购物环境体验。

格莱珉优衣库正通过这些举措，为丰富孟加拉人民的生活不断做出贡献。



格莱珉优衣库
COO
纳兹姆尔浩克

社会企业的组织架构



积极通过店铺传播信息，加深与社会的沟通交流

与地区社会及顾客分享课题，携手解决

服适人生，让爱远传——千万爱心，温暖世界

迅销 (FR) 集团为向不断激增的难民和流离失所者提供更多的衣物援助，2015年10月开始在16个国家和地区的所有优衣库 (UNIQLO) 及 GU (极优) 店铺回收顾客所闲置的这两个品牌的衣物，开展“服适人生，让爱远传——千万爱心，温暖世界” (10 Million

Ways to HELP)。目标回收1,000万件服装。

所有优衣库及GU店铺为向顾客传递难民现状以及迅销集团的难民援助举措，积极在店内以海报及宣传单等方式，向顾客说明。此外还与认同该项目的往来企业及大学等合作开展活动，不断扩大在全球各地的援助范围。



职业高尔夫选手 亚当·斯科特 (Adam Scott)

职业轮椅网球选手·国枝慎吾

员工参与地区社会活动

满足地区需求，推进员工主导型活动

迅销集团在开展事业的国家和地区，由充分理解各地区需求的当地员工主导实施地区社会活动。

在“全商品回收再利用活动”中，员工还参与将店铺所回收的服装捐赠给国内外的捐赠活动。在“带去服装的力量项目” (参考第48页) 中，为了让孩子们理解难民问题，以区域经理和店长为中心的迅销员工会专

门前往当地学校担任讲师做上门授课。

此外，优衣库店铺所实施的“购物体验”项目 (参考第48页) 以及帮助家庭暴力受害女性的“Closet for Needs”项目等，均为员工利用“服装”这个核心业务根据当地课题策划的地区社会活动。



- 1 法国 Comptoir des Cottonniers 事业为存在困难的女性举办服装搭配讲座
- 2 台湾 台湾优衣库事业赞助台湾“特殊奥林匹克运动会”
- 3 韩国 韩国优衣库事业面向孤儿的“购物体验”项目
- 4 日本 日本优衣库事业支持“濑户内橄榄基金”
- 5 日本 Theory (思睿) 帮助家庭暴力受害女性“Closet for Needs”项目
- 6 美国 美国优衣库事业面向家境贫困儿童开展“T 恤制作活动”
- 7 中国 中国优衣库事业向云南省少数民族捐赠服装

迅销 CSR 网站 (英文)
www.fastretailing.com/eng/csr/

- 与地区社会携手
 - 基本方针
 - 特殊奥林匹克运动会
 - JFA 优衣库儿童足球
 - 全商品回收再利用活动
 - Clothes for Smiles
 - 下一代支援
 - 难民支援
 - 购物体验项目
 - 员工的地区贡献活动
 - 紧急灾害支援
 - 社会企业
 - 东日本大地震灾后重建支援活动
 - 集团公司举措
 - 濑户内橄榄基金

提高顾客满意度

客服中心将来自全球的心声反映到企业活动中

顾客接触我们的商品和举措的机会，不仅限于来店购物，还包括数码、广告和地区社会活动等，接触方式愈发呈现多样化。

随着时代的不断变化，顾客的需求也在变化，为更加迅速地满足顾客需求，优衣库 (UNIQLO) 事业和GU (极优) 事业在开展业务的各国都设置了顾客服务中心。例如在日本、韩国和中国，顾客服务中心能够在一天两天内将顾客的意见反馈到各店铺或相关部门，并由上司及顾客服务中心确认应对结果等，积极将顾客心声反映到企业活动中。对于顾客的批评尤为重视，务必尽快在全球范围内掌握情况，并与相关部门分享。为了防止同样情况复发，积极探究问题的根本原因并加以改善。

另外，我们的目标是站在顾客角度开发商品，因此针对网购顾客我们还进行了问卷调查，了解他们使用商品的感受等，并将其反映到今后的商品开发之中。

2015年9月开始，我们持续开展网络问卷调查，向来店购物的顾客了解店铺的服务情况。对顾客购物的店铺、购物时间以及对店内各项服务的满意度实施调查。

服务经理制度

日本优衣库店铺为进一步提高顾客满意度，引进了服务经理制度。服务经理与店长级别相同，属于专业职位，作为拥有专业知识的服务专家，帮助各家店铺实现高水平的服务品质。

2014年起，面向店铺员工公开招聘，2015年已配备14名服务经理，目标是到2016年配备人数达到50人。

打造提供舒心购物体验的店铺

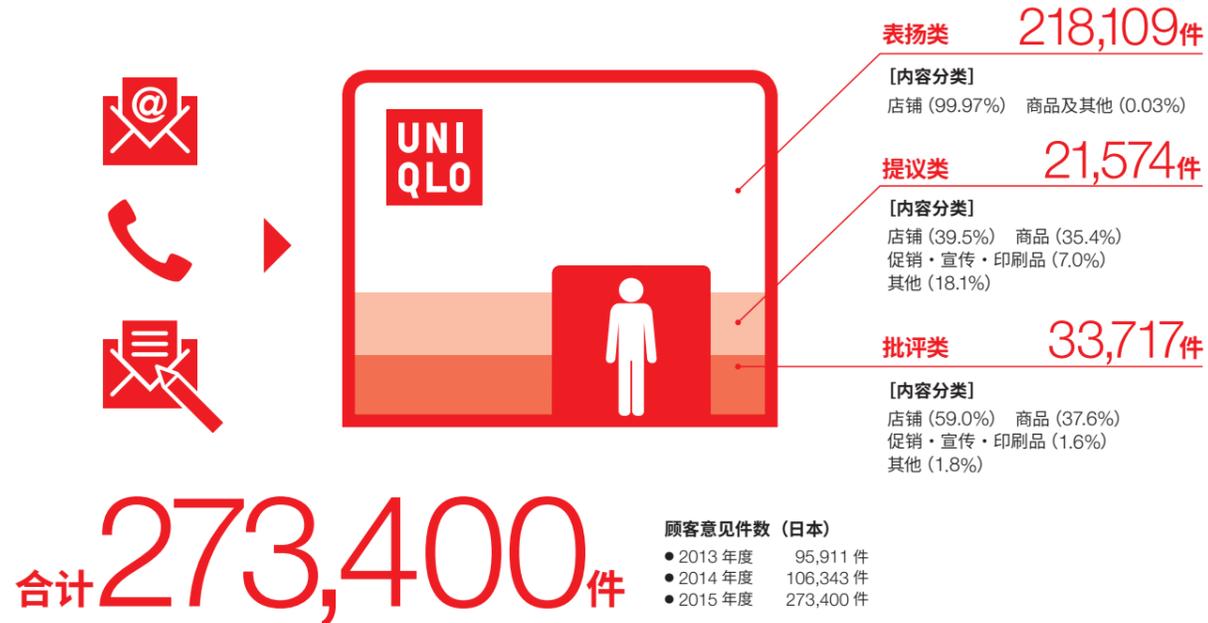
优衣库事业的店铺以白色为基调，设计简洁，内部装修和商品陈列都非常注重能够展现不同商品的优秀特质。设计主题要简单明了，使顾客能够迅速找到需要的商品。

另外店铺还张贴可携辅助犬入内的标识，促进需要辅助犬陪伴的顾客与周围其他顾客间的相互理解，完善厕所设施，确保足够的过道宽度以方便购物，建设宽敞的停车场，设计时避免高低落差等，根据各家店铺的情况，努力打造舒适贴心的店铺环境。



▶ 顾客服务中心的所接获顾客意见 (日本)

※通过电话、电子邮件、信件、店面发放的意见卡获得的顾客反馈内容的统计结果



迅销 CSR 网站 (英文)
www.fastretailing.com/eng/csr/

与顾客携手

- 基本方针
- 提高顾客满意度
- 关于品质 and 安全管理
- 关于商品自主回收

