

关于Brother集团 集团概要

Brother集团以集团总部兄弟工业株式会社(简称:兄弟工业)为中心,通过分布世界32个国家和地区的18个生产基地(包括兄弟工业的5家工厂)与39个销售网点(2006年5月),将中国、马来西亚、美国、日本等地生产的产品送至顾客手中。整个集团的企业治理体制是通过兄弟工业的经营会议(战略会议),对包括各集团公司重要经营项目在内的集团经营战略进行审议,以及建立内部监查体制、向主要集团公司派遣高层管理人员

等进行实施的。此外,守法和信息安全保障工作等也以兄弟工业为中心,在整个集团展开。

■集团合并业绩(2005年度)

销 售 额	5,792亿日元
营 业 利 润	450亿日元
经 常 利 润	422亿日元
本 期 纯 利 润	246亿日元

※ 部分合并业绩子公司决算期变更

为了进一步推进全球化经营, Brother集团将部分以海外为中心的合并业绩子公司的决算期由原来的12月31日统一更改为总公司兄弟工业的3月31日。为此, 2005年度集团合并业绩中包含了这些子公司由于决算期变更而产生的过渡期部分(3个月)。

Brother集团的主要生产基地与销售网点

兄弟工业(英国)有限公司
[英国]



兄弟国际(欧洲)有限公司
[英国]



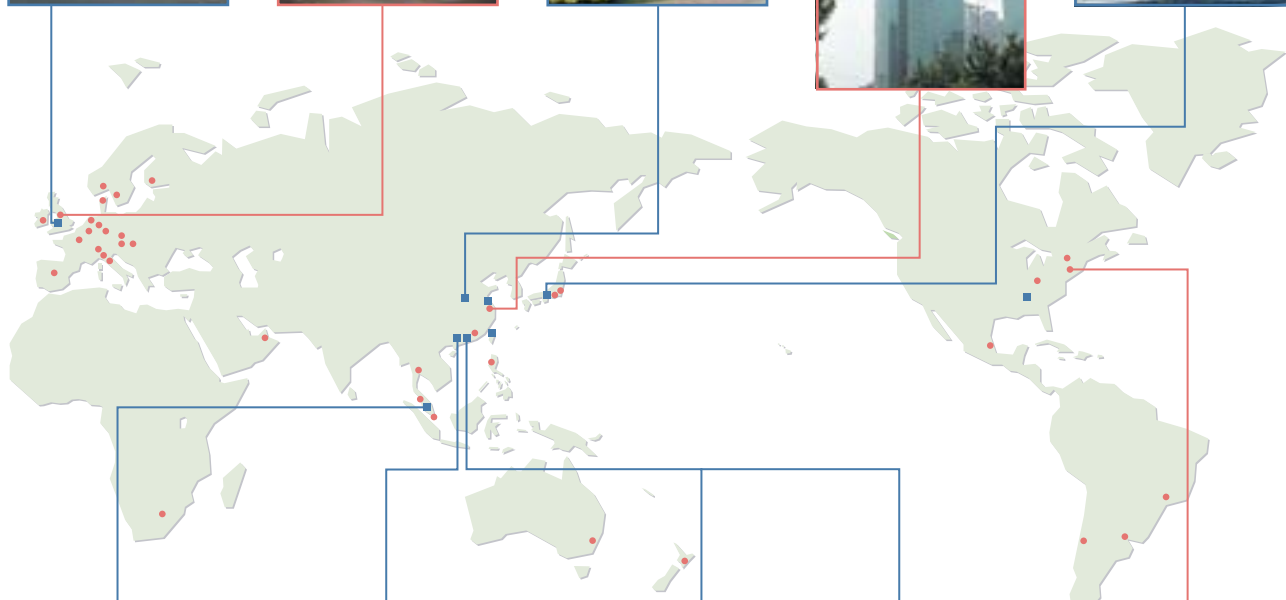
兄弟缝纫机(西安)有限公司
[中国]



兄弟(中国)商业有限公司
[中国]



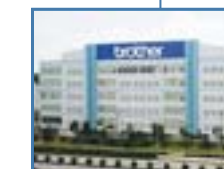
兄弟工业株式会社
[日本]



兄弟工业技术(马来西亚)有限公司
[马来西亚]



珠海兄弟工业有限公司
[中国]



兄弟工业(深圳)有限公司
[中国]



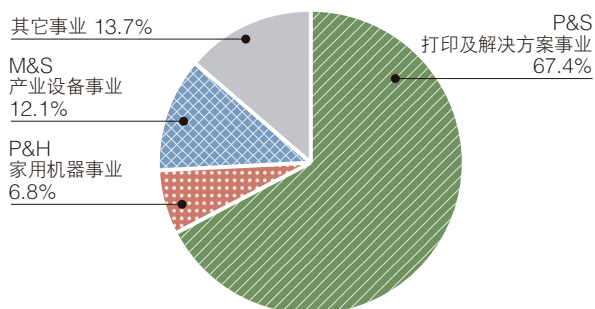
兄弟高科技(深圳)有限公司
[中国]



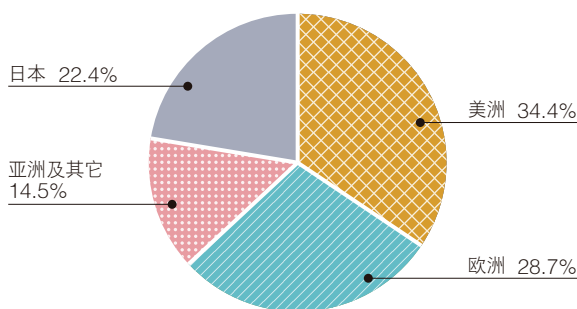
兄弟国际(美国)有限公司
[美国]

■ 生产基地 ● 销售网点

■ 各事业销售额构成比 (2005年度)



■ 各市场销售额构成比 (2005年度)



※ “各事业销售额构成比”与“各市场销售额构成比”是除去部分合并业绩子公司由于决算期变更而产生的过渡期部分后算出的。

■ Brother集团全球网络 (2006年5月)

Brother集团全球各网点位置请参阅 http://www.brother.com/en/aboutbrother/data/co_data_ove3.html (仅限英文网站)

生产子公司

集团总部(日本)	兄弟工业株式会社		
北美 / 南美洲	兄弟工业(美国)有限公司	亚洲 / 大洋洲	西安兄弟标准工业有限公司
欧洲 / 非洲 / 中东	兄弟工业(英国)有限公司		兄弟电子标签机(上海)有限公司
	GKK塑料加工(英国)有限公司		兄弟缝纫机(西安)有限公司
亚洲 / 大洋洲	三重兄弟精机株式会社		兄弟缝纫设备(上海)有限公司
	台弟工业股份有限公司		兄弟工业(深圳)有限公司
	兄弟工业技术(马来西亚)有限公司		兄弟高科技(深圳)有限公司
	珠海兄弟工业有限公司		

销售子公司

北美 / 南美洲	兄弟国际(美国)有限公司	欧洲 / 非洲 / 中东	兄弟国际(瑞典)有限公司
	兄弟国际(加拿大)有限公司		兄弟国际缝纫机(意大利)有限公司
	兄弟国际(墨西哥)有限公司		兄弟国际(意大利)有限公司
	MIM缝制机械工业(美国)有限公司		兄弟国际(捷克)有限公司
	兄弟国际(巴西)有限公司		兄弟国际(匈牙利)有限公司
	兄弟国际(智利)有限公司		兄弟国际(阿联酋)有限公司
	兄弟国际(阿根廷)有限公司		兄弟国际(伊比利亚)有限公司
欧洲 / 非洲 / 中东	兄弟国际(欧洲)有限公司		兄弟国际(芬兰)有限公司
	兄弟国际(德国)有限公司	亚洲 / 大洋洲	兄弟国际株式会社
	兄弟国际(法国)有限公司		兄弟国际(澳大利亚)有限公司
	兄弟国际(英国)有限公司		兄弟国际(新加坡)有限公司
	兄弟国际(荷兰)有限公司		兄弟国际(新西兰)有限公司
	兄弟国际(南非)有限公司		兄弟国际(泰国)有限公司
	兄弟国际(丹麦)有限公司		兄弟贩卖株式会社
	兄弟国际(奥地利)有限公司		兄弟国际(香港)有限公司
	兄弟国际(比利时)有限公司		兄弟国际(马来西亚)有限公司
	兄弟国际缝纫机(德国)有限公司		兄弟国际(菲律宾)有限公司
	兄弟国际(瑞士)有限公司		兄弟机械设备(上海)有限公司
	兄弟国际(爱尔兰)有限公司		兄弟(中国)商业有限公司
	兄弟国际(挪威)有限公司		

其它子公司

欧洲 / 非洲 / 中东	兄弟控股(欧洲)有限公司	亚洲 / 大洋洲	兄弟兴业株式会社
	兄弟金融(英国)有限公司		株式会社益星歌
亚洲 / 大洋洲	兄弟物流株式会社		兄弟亚洲有限公司
	兄弟恒产株式会社		冠顶人材派遣株式会社
	兄弟福利服务株式会社		兄弟工程开发服务株式会社
	可梦路电脑商城株式会社		兄弟金融株式会社

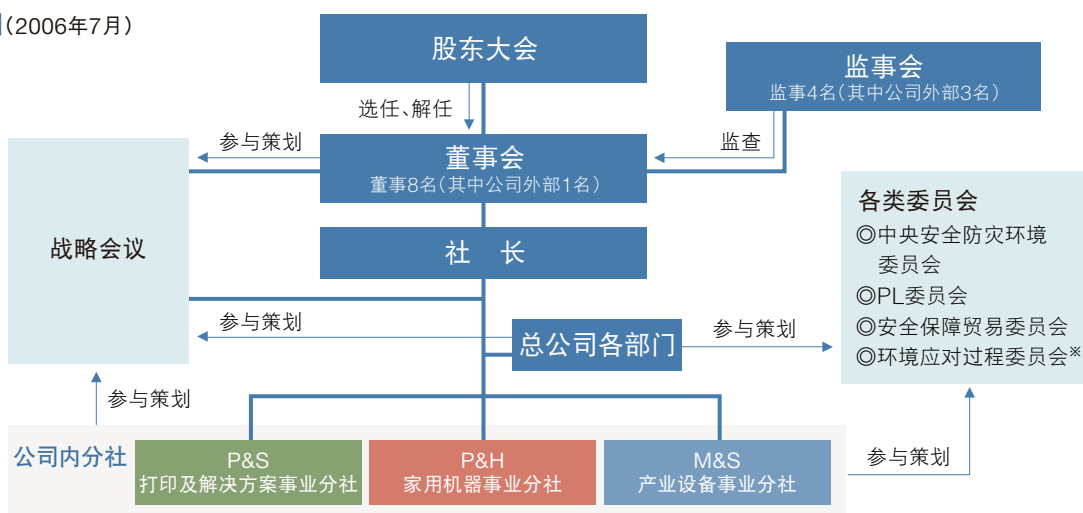
以上按各地区公司成立日期先后为序, 具体成立日期请参阅 http://www.brother.com/en/aboutbrother/data/co_data_ove9.html (仅限英文网站)

企业治理体制*

兄弟工业选择把“监事制度”作为企业治理体制的根本，完善了监事（包括公司外部监事）出席董事会等重要会议，以独立视点对董事的职务执行情况进行监查的体制。并依据“执行负责人制度”，建立了由董事负责企

业经营上重要事项的决策以及监督业务执行情况，由执行负责人负责战略立案及业务执行的体制。针对经营环境正在全球范围内发生剧烈变化的情况，由此实现迅速的意向决定与经营运作。

■ 企业治理体制图 (2006年7月)



※“环境应对过程委员会”是对整个集团必须应对的环境课题的措施方案进行审议与决策的会议，负责环境工作的公司领导担任委员长。

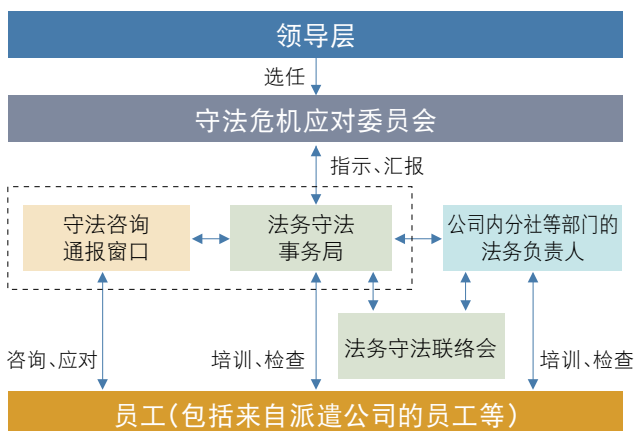
彻底贯彻守法精神*

企业承担社会责任的根本在于能否与利益相关各方*建立起相互信赖的关系。为了维护和发展这种关系，每个员工守法（遵守法律及道德伦理）的正确行为必不可少，这些行为的彻底落实是避免各种危机产生的关键所在。兄弟工业在“全球宪章”的行动规范中强调了“守法精神与道德伦理观”的重要性，并将其作为员工的行为准则，建立起由负责该方面工作的公司领导担任委员长的“守法危机应对委员会”，通过向员工分发标明咨询窗口的案例集等，力争做到防患于未然。

2005年度还新设了由兄弟工业、各公司内分社、主要集团公司法务负责人组成的“法务守法联络会”，旨在强化企业危机管理体制。同时，为了提高道德伦理意识，按级别和所在部门分别组织了培训，迄今为止，已有5,500名员工接受了培训。通过对守法理念及一般事例

的讲解，使守法意识在员工中得到了渗透与落实。

■ 守法精神推进体制



强化信息安全保障体系

兄弟工业每天处理着技术信息(开发、生产、采购等)、销售信息(顾客、零售店等)、企业信息(人事、财务等)等多方面的信息,这些信息都是Brother集团的宝贵财产,同时,管理和保护好这些信息也成为Brother集团的重要社会责任,我们把管理和保护好这些信息视为确保根据“*At your side*”理念推行的经营品质的基础。基于这种认识,Brother集团于2001年制定了信息安全保障基本方针,正逐步完善遵照第三者适应性评价制度“信息安全保障管理系统(ISMS)”的规程和运用规则等并积极展开。2005年度,还将已往个别设定的信息管理规则统一为集团整体的总括规则,同时,为了进一步加强管理,将所有信息分四个阶段进行了再整理。

信息安全保障基本方针

1. 在信息安全保障方针中,明确企业对保护本公司信息及信息系统免受各种威胁的信息安全保障问题的重视。
2. 信息安全保障方针由兄弟工业ISMS负责人裁决,向所有就业人员及信息管理人员进行传达,实现彻底共知。
3. 本着信息安全保障方针,全公司共同构筑兄弟工业的ISMS,做到持续运营,定期修改。
4. 通过确保信息及信息系统的安全,以保障日常业务活动中信息系统的便利性,实现信息系统的安全应用。
5. 研究与信息及信息系统重要性相适应的安全保障对策,以确保必要的安全性。在选择防范各种威胁的安全保障对策时,要考虑到成本与效果的平衡。
6. 兄弟工业ISMS的适用范围包括兄弟工业株式会社以及另行规定适用的子公司。

个人信息保护

兄弟工业于2004年度制定了“个人信息管理规程”,规定了有关顾客个人信息管理的规则。2005年度,在向集团全体员工分发“个人信息手册”的同时,开设了顾客专用的“个人信息咨询窗口”。

由于前段时间集团公司——兄弟贩卖株式会社发生了丢失顾客底帐、事务所被盗电脑失窃事件(有关情况

详见去年报告书P9页),Brother集团现正积极开展全体员工提交保证书、小组再培训、负责人教育、导入电脑“指纹认证系统”等一系列改善活动。

公司概要

公司信息(2006年3月31日)

名称 / 兄弟工业株式会社(BROTHER INDUSTRIES,LTD.)
 总部 / 邮编467-8561 日本爱知县名古屋市瑞穗区苗代町15番1号
 电话:(81)52-824-2511(代表)

成立 / 1934年1月15日
 资本金 / 19,209,887,693日元
 员工人数 / Brother集团22,107名 兄弟工业2,846名

公司领导成员(2006年6月23日)

[董事]

安井 义博 法人代表董事会长
 平田 诚一 ※法人代表董事社长
 小池 利和 ※法人代表董事 专务执行负责人
 花泽 祐治 ※董事 专务执行负责人
 石川 茂树 ※董事 常务执行负责人
 小池 幸文 ※董事 常务执行负责人
 古河 勇治 董事
 中村 利雄 董事

注:标有※记号的董事兼任执行负责人。
 中村利雄为公司外部董事。

[监事]

藤嶋 乔 ※常任监事(常勤)
 杉坂 光一 监事(常勤)
 泷泽 正明 ※监事
 山崎 克之 ※监事

注:标有※记号的监事为公司外部监事。

[常务执行负责人]

大门 悟
 末藤 昭诏

[执行负责人]

片山 俊介
 高次 正树
 浅井 候序
 长谷川友之
 大岛 伸康
 石川 博
 藤井 宗高

P&S

打印及解决方案事业

(经营产品)

传真机、打印机、数码多功能一体机*、
电子文具、打字机

打印及解决方案事业

追求印字技术，对工作形态革新提出新建议。代表性产品有追求高速度、高画质的打印机、传真机、集打印·复印·扫描等功能于一体的数码多功能一体机，以及在世界市场占有率名列前茅的标签打印机等产品。通过这些通信·打印产品，为SOHO（小型办公室与家庭办公室）及企业内工作组提供更为舒适方便的打印解决方案。



平板式激光多功能一体机 MFC-8860DN



彩色喷墨多功能一体机 MFC-240



标签打印机 PT-18R



激光打印机 HL-2045



P&H 家用机器事业

(经营产品)
家用缝纫机

家用机器事业

通过以家用缝纫机及绣花机为中心的缝纫产品与服务，对手工艺创作的乐趣提出新建议。在原有的家用缝纫机产品的基础上，通过应用IT互联网技术的“缝纫工作站”等产品与服务，扩大手工艺创作的新可能性。



电脑缝纫绣花一体机
Innovis 4000



电脑缝纫机
NV-400

M&S 产业设备事业

(经营产品)
工业缝纫机、产业机械

产业设备事业

通过工业缝纫机与产业机械产品，为生产现场的顾客提供“能真正满意的解决方案”。在工业缝纫机方面，通过使用方便、缝制精密、节能的产品努力建立起与顾客间的相互信赖关系；在产业机械方面，作为生产现场帮助解决问题的“一对一解决问题顾问”，及时向汽车、硬盘驱动器、移动电话等零件加工业用户推荐最佳的加工设备并提供密集型的支持服务，从而帮助顾客提高生产效率并创造出新的价值。



电脑直接驱动式自动切线平缝机
S-7200B



电脑控制圆头锁眼机*
RH-9820



数控攻丝加工中心*
TC-S2C

关于Brother集团 贯穿整个事业活动的经营管理体系

将顾客的“期待”变成“满意”—— Brother价值链式经营管理（BVCM）*

Brother集团将“顾客的呼声”作为规划、开发、设计、生产、销售、服务等所有企业活动的起点。为了把顾客的需求和期待放在首位，不断创造出新价值提供给顾客，Brother集团正努力构筑并实践独自的经营管理系统“Brother价值链式经营管理（BVCM）”。

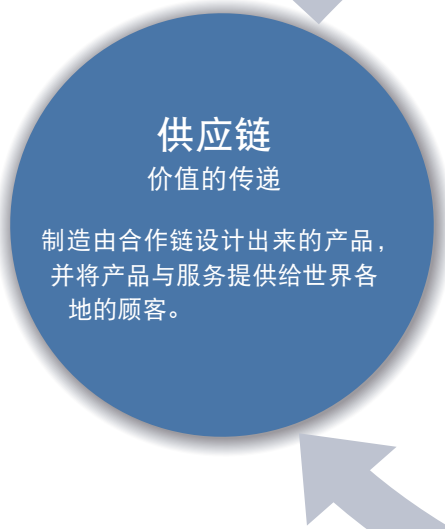
BVCM将更优良的价值提供到顾客手中的过程用“需求链”、“合作链”、“供应链”的三条链相连接。Brother集团始终以顾客为中心，本着“*At your side*”的企业精神，在不断进化BVCM流程的同时，努力为顾客提供更优质的产品和服务。



●制造、物流、销售、服务

Brother集团遍布世界各国与地区的18个生产基地正一方面与零件供应商等合作伙伴密切合作，一方面强化生产工序和质量管理体系，生产出高质量的产品。产品通过39个销售网点送至顾客手中，Brother集团通过网上支持服务与电话咨询中心等渠道正向每一位顾客提供令人满意的迅速而周到的服务。

（生产基地为2006年5月统计时的数字）



●开发设计、生产技术

在新功能和外观设计方面，为了将顾客追求的新价值反映到具体的产品中去，试制前与试制后要进行反复的模拟实验和试用实验，实施既能实现高质量，又快速有效的开发设计。最大程度地运用超精密加工等生产技术，最终将顾客追求的价值以产品的形式展现出来。



顾客

无论是已经购买了Brother产品的“现在的顾客”，还是今后可能选择Brother产品的“未来的顾客”，他们的呼声是所有企业活动的起点。



● 顾客的呼声

电话咨询中心（→P25）是连接顾客与企业的重要桥梁，这里每天约接到12,700件（按世界每日平均统计）咨询及需求电话。这些信息都会被输入到数据库中，Brother集团对其全球共有。

（照片为数码多功能一体机用户）

BVCM

Brother 价值链式经营管理

需求链

价值的选择

准确分析顾客的希望与要求，将其最大程度地反映到产品制造中去。



● 商品规划、研究开发

销售部门和设计部门根据各国电话咨询中心汇总来的顾客意见以及通过销售、服务和市场调查数据得到的信息，携手从“产品的使用环境今后将发生怎样的变化”、“为满足顾客需求还需要改良些什么”等各种角度对顾客的希望与要求进行分析，提出新的产品构思。

合作链

价值的创造

将需求链中提出的新的产品构思变为有形，得以具体实现。

关于Brother集团 中长期计划与3年战略

进入3年战略的第二阶段

Brother集团在1999年制定的“全球宪章”中指出，我们的使命是“通过产品制造创造出优良的价值，并将其迅速提供给顾客”。根据这一理念，Brother集团于2002年度制定了展望未来十年集团更大发展的企业中长期计划“21世纪全球理想（GV21）”，并为实现该目标，制定了以顾客满意为基轴的第一阶段3年战略

“CS B2005”，该计划于2003年度正式启动。

2005年度是“CS B2005”的最终年度，在总结三年活动的同时，根据经营环境的变化及活动的进展情况，Brother集团制定了第二阶段的3年战略“CS B2008”，现正努力推动该计划的实施。



第一阶段 回顾“CS B2005”

对于经营目标

除去部分合并业绩子公司决算期变更产生的影响外，销售额和利润都低于目标。这主要是由于通信·打印设备事业竞争激烈，加上过去生产的某些产品发生故障导致预料外的成本增加等原因。但工业缝纫机事业方面，由于推进了机制改革，收益有所改善。

财务方面，建立了稳定的收益格局，财务经营机制也有了大幅度的改善。

对于重要课题

财务经营机制的加强同时为今后的投资做好了准备，高速喷墨打印头、信息内容*发送等新一代技术的开发也有所进展。但是，这三年中也出现了质量和新产品生产推迟等问题，强化技术基础成为当务之急。此外，一直以来我们都在积极开发新事业所需的要素技术*，但还远远满足不了企业未来更大发展所需。

为此，“为将来发展打好基础”成为“CS B2005”留给下三年的一个重要课题。为了加强基础建设，有必要进行大胆的开发投资和实施人才增强等对策。

第二阶段 为实现“CS B2008”

新3年战略的最终年度是2008年，正值创业100周年之际。在这三年里，Brother集团将一边完成尚未解决的课题，一边以“推动成长”为题，在发展的同时为进入第三阶段做好准备。扩大打印事业规模，加大市场优势，为第三阶段更大的成长与发展进行积极的投资。此外，通过同时推进对开发和培养新事业的投入，努力开展事业基础建设。伴随“CS B2008”的施行，Brother集团将朝着“21世纪全球理想（GV21）”加快发展进程，在第三阶段实现营业利润率超过10%的目标。

成为“以全球精神提供优良价值的高收益体制企业”

不只是形式，目标是成为推进价值观念全球化、灵活适应各种变化并不断迅速改革的企业。同时，建立起坚实的高收益财务经营机制。

实现“加大自主技术开发，用杰出的固有技术成就创造型企业”

拥有区别于其它企业的独自核心技术、专利等，推进以顾客第一为宗旨的独特并具有原创性的产品制造。

树立“At your side的企业文化”

不仅是服务，在规划、开发、设计、制造各方面积极培养顾客第一的企业文化，使Brother成为顾客“放心的品牌”。

第三阶段 (2009~2012年度)

- 打印事业的发展与收益扩大
- 新事业的成长与扩大
- 营业利润率实现 10% 以上

21世纪全球理想(GV21)

■ 2008年度经营目标值

- 销售额
6,000亿日元
- 营业利润
420亿日元
- 营业利润率
7.0%
- 本期纯利润
260亿日元

※设定汇率：1美元=100日元，
1欧元=125日元

- 研究开发投资
约1,000亿日元 (3年估算)
- 设备投资
约875亿日元 (3年估算)

■ CS B2008的重要措施

- 1, 扩大P&S打印及解决方案事业的规模，加大市场优势
 - 综合打印关连事业，强化可为顾客提供最佳产品与服务的事业机制。
 - 推进产品彩色化与一体化，在确立“彩色产品的Brother”之地位的同时，努力在一体机市场取得更大的优势。
 - 努力扩大战略市场（在SOHO市场的基础上，加上商务市场。地区方面，除美洲、欧洲外，加上日本和中国市场）的销售。
 - 推进开发线型喷墨打印头等下一代印字技术，力争于2008年度前实现事业化。
- 2, P&H家用机器事业与M&S产业设备事业为企业收益与资金运转做贡献
 - 重视收益性，筹措投资新事业的资金。
- 3, 推进新事业领域的基础建设
 - 推进NID（网络与图像装置）领域新事业的开发与培养。
- 4, 其它
 - 推进与落实CSR经营，强化企业治理体制。