

## contents 02 Top Messages

### 关于Brother集团

- 04 社长寄语
- 05 全球网点
- 06 企业治理
- 08 事业介绍
- 10 贯穿整个事业活动的经营管理体系
- 12 中长期计划与3年战略

### Brother集团的CSR (企业社会责任)

- 14 Brother集团的CSR经营
- 16 访谈
- 20 各分社、地区对CSR经营的推进
- 22 特辑 [努力提高顾客满意度(CS) / 员工满意度(ES)]

### 24 与利益相关方在一起

24 30 36 38 40 44

### 52 与读者的交流 / 编辑方针

### 53 第三方意见

### 54 集团概要

### 55 Brother集团的历程

### 56 技术与产品的历史

#### 本报告书的报告范围与期间

对象组织:

兄弟工业株式会社及其日本国内、海外集团公司

对象期间:

2006年4月1日~2007年3月31日

及至报告书发行(2007年6月)为止的重要事项

#### 参考指南

GRI(全球报告协会)“持续发展报告指南2002”

※本报告书的编辑制作方针登载于P52页上。

标有★记号的术语,请参阅“术语说明”附录。

24

#### 与顾客在一起

时刻认真倾听顾客的呼声,  
并将其反映到产品制造中。



30

#### 与员工在一起

创造可发挥多种才能的工作环境,  
提供富有挑战意义的工作机会。



36

#### 与股东在一起

建立长期持久的相互信赖关系。



Brother集团的使命是—

“通过产品制造，为顾客提供优良的价值”。

为此，不仅在服务方面，在规划、开发、制造等各个环节，

都应重视培养以顾客第一为宗旨的企业文化，

将Brother打造成顾客放心的品牌，

使顾客“这次选择Brother，下次还选Brother”。

这就是Brother集团的“*At your side*”理念。

我们也是本着这一精神重视地球与社会，开展贡献活动的。

为了提高Brother集团的存在价值，

将其建成为世界各地员工都为之自豪的企业，

我们将继续不断地努力。

# At your side.

38

与合作伙伴在一起

与合作伙伴共同成长发展。

40

与社会在一起

时刻不忘为所在地区和国家做贡献。

44

与环境在一起

把重视环境做为所有事业活动的根本。



## 以CSR为核心，

### 根据各地区的特色与文化， 追求“Brother的CSR”

随着事业规模的不断扩大，Brother集团正逐年推进企业全球化，利益相关方\*也变得更为多样。在这种情势下，我们于2006年推出了“CSR经营(→P14)”目标，即“将Brother集团建成一个受各利益相关方尊重和爱戴，并让所有员工发自内心引以为豪的企业”。CSR经营进一步深化了一切从顾客视点出发的“CS(顾客满意)经营”，在与更多的利益相关方进行双向交流中发现课题，不断提高，以求实现企业的更大发展。

我们首先在“CS B2008”(→P12)中，从利益相关方中选取“顾客”和“员工”作为重点。为做到渗透CSR经营理念和提取课题，我与欧洲和亚洲等地员工们进行了以“辻说法(现身说法)”为题的直接对话。在此过程中，我再一次认识到不同国家和地区的多样性，单纯以成熟社会为基准的思维方式是无法实现真正的全球型企业的CSR经营的。在追求同一目标的同时，还应认识到文化、社会、宗教等方面的多样性，在此基础上根据社会成熟度的不同，带动员工自发思考，展开CSR活动。在不同的国家和地区，赢得“与Brother的合作令人愉快”的评价，这才是我们所追求的CSR经营，和“引以为豪的企业”这一目标的实现。2006年度，反映顾客建议的产品开发和环境对策得到了进一步深化，同时，越南工厂的投产以及日本新研发中心的兴工等也得到实现。2006年度，Brother集团在重视CS和ES(员工满意)的基础之上，实现了企业的加速发展。2008年，Brother将迎来创业100周年。届时，希望Brother品牌及Brother集团能更加为社会所欢迎，每位员工也能切实体会到Brother正在向“引以为豪的企业”这一目标靠近。我们决心要进一步加快CSR经营的步伐，敬请大家对我们的工作提出坦率的宝贵意见。

兄弟工业株式会社  
法人代表董事副会长

平田 誠一





# 创造新的价值

## 以“造物、经营、育人” 三位一体为目标

我公文包侧面的拼布装饰，是用我多年来戴过的30多条领带缝制而成的，当我向人们展示这个“节俭包”时，大多数人会立刻领悟我的意思，并为之心动。因为这里边不仅包含了惜物之意，也体现了开拓物品用途的智慧以及通过再生创造出新价值的喜悦。大家领会到了这一点，并因此而感动，制包人也会共享这份喜悦。我们所追求的“造物的理想姿态”即在于此。

从修理外国缝纫机起步的Brother集团，经历了近一个世纪，成长为今天产品为世界各地顾客所喜爱的“信息通信产品的Brother”。在此成长历程中，前辈们创造出了丰富多彩的产品。作为永久不变的DNA，我们将持续继承的理念是“将顾客享受新价值的喜悦，作为员工创造新价值的喜悦予以共有”。

为此，我们在不断提高产品质量和服务体制方面(经营)也倾注了力量。近年来，利用IT技术实现部门信息共有，把顾客的呼声迅速反映到产品和服务中的系统就是其中的一个例子。而推动所有这一切的原动力就是每个员工的“热情、创意、诚意”，这也可以说是Brother的“育人DNA”。

如果每个员工都能把自己当成Brother的代表，站在顾客、所在地区社会、合作伙伴和股东的立场上行动的话，就一定能实现个人成长。同时，Brother的品牌价值也会得到提高，并获得更多利益相关方的信赖。只有努力去实践这些，才能实现“造物、经营、育人”三位一体的目标，才是向Brother集团下一纪元继续迈进的途径。

兄弟工业株式会社  
董事会会长

安井義博