

Brother集团的CSR经营

迈向将要到来的2012年

Brother集团在制定以2012年度为最终年度的新中期战略“CS B2012”时，将本页右侧刊载的项目列为了“2012年CSR经营的理想姿态”。

2012年是Brother集团企业中长期计划“21世纪全球理想”(以下简称:GV21)的最终年度,我们将积极认识“事业的进一步发展”与“回应各种利益相关方的要求与期待”之间的两立关系并赴之于行动,努力推进为实现GV21的CSR经营。

此外,2008年4月1日,我们对Brother集团各公司以及集团员工进行日常意向决定与开始实践时的“基本方针”和“行动规范”二部分组成的“Brother集团全球宪章”(以下简称:全球宪章)进行了修改。

Brother集团于1999年制定了“全球宪章”,以推进更为坚实的全球性集团经营。为了使“全球宪章”成为“Brother集团在全球范围开展一切活动之根基”,在迎来创业100周年之际,我们对其内容进行了修改,旨在使“全球宪章”

- 对所有集团员工来说,更通俗易懂,更具有亲切感
- 与时俱进
- 明确以往未有记述的对“商业合作伙伴”的责任等。

“全球宪章”修订版是由集团经营层领导经过数次讨论后最终一致决定的,今后将不断渗透落实到所有集团公司的全体集团员工中去。

Brother集团通过这样的活动,力争成为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”。

2007年度开展的主要CSR经营启发活动

1. 实施CSR经营启发研修

我们在世界各地每月举办数次兼顾了渗透落实“全球宪章”与“GV21”内容的“CSR经营”推进研修,从而增进了大家对CSR经营的理解。2007年度重点对亚洲地区各销售网点、生产基地的经营者及干部等领导层实施了启发教育,使意识到顾客、员工进而包括事业合作伙伴的CSR经营得到了渗透。

2. 强化利用公司内部网的交流

我们在2007年5月公开的公司内部网“CSR经营Web”上,用日文、英文、中文三种语言传播CSR信息。该网页登载了Brother所追求的CSR经营理念、经营领导层对CSR经营的寄语、集团内CSR活动的事例、其它公司CSR活动的介绍等内容。短短几个月中,三种语言加起来,集团员工的月平均点击率达到了约9,500次。

Brother集团的CSR经营指的是:

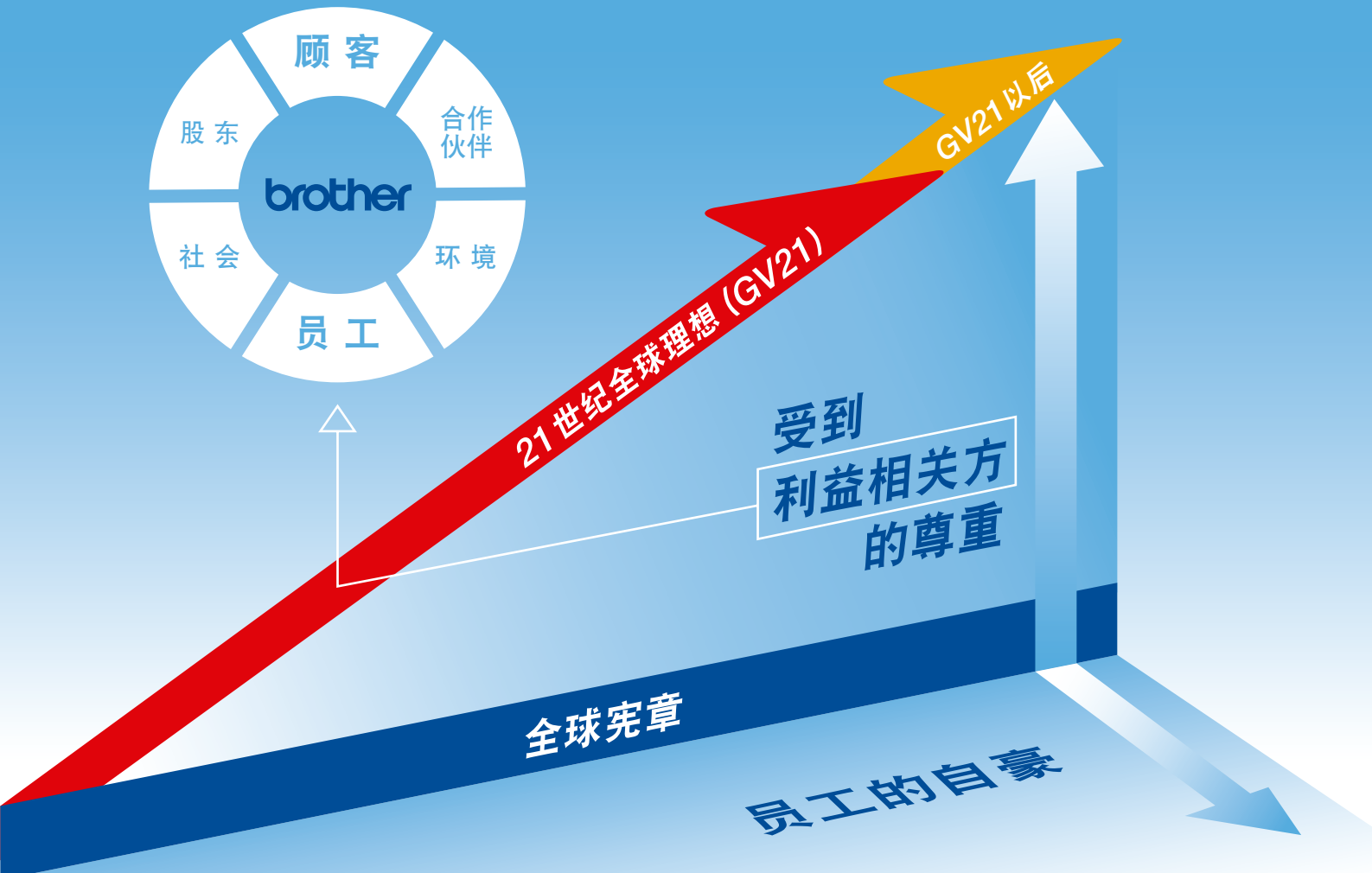
**“成长为一个受各利益相关方
尊重与爱戴,并让所有员工
发自内心引以为豪的企业”**

到2010年要实现的CSR经营

- “全球宪章”渗透落实到整个Brother集团
- 通过持续降低“顾客不满率”，CS(顾客满意度)不断得到提高
- 各组织实行为提高ES(员工满意度)而采取的各项措施
- 亚洲地区与商业合作伙伴的协作关系被加强(在中国推进CSR采购等)
- 各网点、各事业提取出CSR重点课题并予以展开
- 建立起关爱地球环境的各种业务程序，进一步开发环保型产品，实行防止地球温室化效应的对策措施

2012年CSR经营的理想姿态

- 各类员工深入理解“At your side.”精神，通过这些员工提供的产品与服务，使世界各地的Brother喜爱者不断增加
- 深化与各利益相关方的双向交流，正确掌握来自社会的需求与期待，并作为经营课题予以实践，由此赢得社会贡献度高的企业评价
- 持续不断地推进开展关爱地球环境的各项活动，承担高水准的企业社会责任
- 通过开展以上这些活动，成为让集团员工发自内心“引以为豪的企业”



各事业、各地区对 CSR 经营的推进

Brother 集团在全球各地开展着多种事业，在事业活动中实践 CSR 经营时重要的是，本着 2006 年公布的“Brother 集团 CSR 经营的基本想法”，考虑到各部门、各地区的业

务特点及地区文化、传统习惯的不同开展活动。各事业、各地区分别制定了推进 CSR 经营的重点措施，并自觉地开展着活动。

在各项事业中开展的活动

2007 年度的实际成绩

三年目标(2008~2010 年度)

● P&S 打印及解决方案事业

1. 将 Brother 价值链式经营管理(以下简称: BVC M)各阶段所要求的从顾客视点出发的质量标准数据化, 同时积极推进了将其可视化的工作
2. 通过开展上述活动, 使与产品制造有关的所有部门在提高质量的目标上取得了一致并提高了认识, 质量指标“顾客不满率”也较上一年下降了约 7%, 实现了数值目标

1. 在顾客认知、购买、直到废弃 Brother 产品的整个过程中, 从顾客与 Brother 相关连的所有方面分析顾客的需求, 积极推进在任何情况下都以顾客第一为宗旨的产品制造
2. 努力加强与顾客间的双向交流, 从顾客视点出发改进服务质量

● P&H 家用机器事业

1. 追求立足于顾客视点的最高质量, 在“不生产次品、不将次品送入下道工序”思想指导下, 完善了生产基础并建立了推进“可理解化”的 IT 管理体制
2. 为培养能承担推进集团经营战略的人材, 积极鼓励员工参加公司外讲习班, 促进部门负责人与一般员工进行“鼓舞士气的对谈”, 通过专家、经营领导人所做的讲习与演讲, 积极推进国际型人材的培养
3. 组织 CSR 推进工作组, 通过每月的学习会以及事例研究等, 促进对 CSR 经营的理解与渗透

1. 缝纫机产品能带给人们“完成作品”的感动以及“人与人的关联”, 积极推进重视这些内容的事业活动
- ◇支持通过缝纫机产品所诞生的“手工艺文化”
- ◇通过提供更高质量、更高功能、使用方便的产品, 为顾客提供更多的全新感受
2. 缝纫机产品能给人带来丰富的精神世界, 努力推进缝纫机产品独有的这种“充满温馨”的 CSR 经营
3. 形成挑战风气, 努力培养勇于开拓新领域、新市场的人材

● M&S 产业设备事业

1. 促进注重质量提高的员工能力培养
- ◇通过有效利用分社内部的各种信息共有手段以及小团队活动等, 采取对策措施努力提高 ES
- ◇实施根据教育路线图开展的全员教育活动和质量技能教育计划
- ◇开展促进质量管理考试认定等活动
2. 提高质量以提高顾客满意度
- ◇加强对顾客需求的掌握, 从而明确顾客所追求的质量, 实施顾客满意度调查
- ◇开发可减低缝制时令人不快的噪音和震动的产品等, 推进关爱人体的产品制造

1. 培养注重质量提高的员工能力
2. 提高质量以提高顾客满意度
3. 推进对节能有贡献的产品开发和工厂建设工作, 积极应对限制法规(RoHS*)等重视环境的事业活动
4. 积极开展为亚洲地区发展中国家纺织产业振兴做贡献、支援中国农村妇女自立、支持所在地区植树活动等社会贡献活动

各地区开展的活动

2007年度的实际成绩

三年目标(2008~2010年度)

日本

1. 集团上下齐心协力降低“顾客不满率”，实现了降低目标
2. 与包括兄弟贩卖株式会社在内的六家同行业企业开始了通过邮局共同回收废弃墨水盒的项目。2008年4月起在日本的3,600个邮局开始正式回收
3. 为了使兼并同行业企业而增加的员工产生共同体感，制定了新的计划目标，并召开全体管理干部参加的誓师大会，开展员工满意度调查等

1. 建立顾客365天24小时全天候都能够自行解决问题的服务网站
2. 提高修理服务的速度
3. 销售网点取得ISO14001认证
4. 促进废弃耗材的回收以及建立废弃产品的回收系统

亚洲、大洋洲、中东

1. 伴随着人们对社会问题和环境问题的意识提高，亚洲及大洋洲地区的各销售公司开始在顾客服务、人材培育、耗材回收再利用、社会贡献等领域开展各种活动
2. 举办了第一届亚太地区CSR会议，加深了对CSR经营的理解，完善了进一步推进各国活动的体制

1. 建立CSR经营推进体制和推进程序
◇ 通过全年事业计划、亚洲管理会议以及亚太CSR会议等，推进CSR经营的PDCA循环，促进各销售公司的具体活动开展
2. 提高以工作组活动为核心的人材培育与经营质量
◇ 在以往服务、市场调研、企业解决方案、IT的基础上，在电子文具、物流、财务、CSR领域开始泛亚太地区工作组的活动
3. 积极推进关爱环境的企业经营
◇ 促进耗材的回收再利用
◇ 推进削减CO₂排放量的活动，为防止地球温室化效应做贡献

中国

1. 推进销售网点当地员工的人材培养
◇ 对员工实施提高自身交流能力的研修
◇ 对高级职员实施有效运行会议的研修
2. 开展社会贡献活动
◇ 实施为学生提供经济援助的计划

- 以“保护环境与成长”为纲领开展下列活动
1. 销售网点取得ISO14001认证，并积极应对中国版WEEE*
 2. 在原有的公园绿化推进活动的基础上，制定独自的活动计划，推进开展员工参加型的环保活动
 3. 进一步推进人材培养工作
 4. 继续向贫困学生提供经济援助，同时将创业家等也列为支援对象，使活动成为支援社会性成功的一项长期活动

欧洲

- ◇ 配合内部治理活动，在制定欧洲统一的人事评价方法和职务内容说明的同时，开始向部分销售网点推广欧洲统一的人事方针
- ◇ “Look to the Future”参加者中，各网点间交流机会不多的销售人员以外的员工占了半数以上，促进了欧洲内部的信息共有

1. 向所有销售网点推广欧洲统一的人事评价方法和职务内容说明
2. 为制定欧洲统一的道德伦理与行为准则以及在各销售网点的推广提供支援
3. 准备销售网点的企业手册
4. 继续举办“Look to the Future”活动

南北美洲

1. 拓展有效利用顾客关系管理系统(CRM*)以及自动语音应对系统(IVR)等的高质量的顾客服务
2. 通过实施接班人培养计划、各级别研修等积极培养人材。除美国、加拿大以外，在中南美洲的销售公司实施了员工满意度调查
3. 在美国开展道德伦理共有计划
4. 美国销售网点取得ISO14001认证，持续开展降低仓库用电量活动
5. 持续开展员工参加型的捐赠、志愿者活动

1. 充实整个Brother集团的顾客服务以及强化全南北美洲的服务体制，以提高顾客满意度
2. 通过实施接班人培养计划以及在南北美洲推广公司内部研修制度、召开泛美洲会议等，推动人材的交流与培养
3. 中南美洲地区销售网点取得ISO14001认证，扩大降低用电量活动，加强耗材回收再利用工作的力度
4. 作为地区社会的一员，进一步推进员工参加型的捐赠、志愿者活动

小池 利和 × 陈美龄 女士

兄弟工业株式会社 法人代表董事社长

作为生存于同一地球的人和企业

在全球性的环境问题和许多社会性课题受到世界广泛关注的情况下，为了保证企业的持续发展，Brother集团正积极开展全球范围的CSR经营。

就Brother集团对所开展的CSR经营活动的想法，2007年6月就任兄弟工业株式会社社长的小池利和与作为歌手、联合国儿童基金会亲善大使、随笔作家等活跃于众多领域的陈美龄女士进行了交谈。

(2007年11月26日于东京)

陈美龄女士

歌手、随笔作家、教育学博士(ph.D)

1955年生于香港，1972年凭借“虞美人花”一曲进入日本歌坛。曾就读于日本上智大学，后毕业于加拿大多伦多大学(社会儿童心理学)。自1985年起致力于义演音乐会以及志愿者活动，此前，获得美国斯坦福大学教育博士学位。1998年就任日本联合国儿童基金会亲善大使，不断赴世界各地考察，以演讲、撰书、歌唱等形式，对消除贫困、饥饿、艾滋病、儿童卖淫等社会问题提出了广泛的意见与建议。2005年荣获授予优秀教育实践者的“裴斯泰洛齐教育奖”。



现在正是解决地球温室化效应问题的好时机

陈 听说Brother的产品约有70%是在中国生产的，在广东省拥有好几家大型工厂。我的家乡香港离深圳和珠海都很近，想到Brother与中国的关系如此密切融洽，我真的感到非常高兴。

小池 是的。除了广东省以外，西安和上海也有我们的工厂。在Brother工作的中国员工约有15,000人，约占集团全部员工的三分之二，他们积极肯干，工厂充满活力。我一贯主张，同时这也是Brother集团CSR活动所追求的目标，就是要为员工创造心情愉快并能精神饱满地工作的企业环境和氛围，要让员工们有“在Brother工作真好”的感觉，我们与全体员工正朝着这个目标不断努力着。不过，随着与中国的关系持续深入，也时常会听到一些关于CO₂排放导致地球温室化效应等有关环境问题的报道，每每想到其中也包括了Brother的生产时，我都感到十分歉疚。因为我们是借助中国宝贵的资源、土地和人材在开展事业，因此更有必要加强降低环境负荷的工作。

陈 以前，环境问题只能与NGO讨论，现在无论是政府还是个人，最重要的是企业也开始关注这个问题了。我觉得这才是推动时代前进的动力所在，现在正是解决环境问题的好时机。尤其是日本企业拥有领先世界的先进技术，加之日本人固有的“自己是托他人的福才立足于世”的这种“感恩”的传统理念，我们期待着这些都能成为解决亚洲地区环境问题的巨大推动力量。发达国家虽然很多，但是我想，能够使环境得到改善的“魔杖”正握在日本的手中。

对能够工作抱感激之情，以120%的努力回报对方

小池 在了解了中国民众的变化后，作为企业人，我深感只追求国家和企业的富有是不行的，只追求物质生活的丰富也是不行的，即使有了安定的生活，还需要有充实的内心。我们要与员工一起向着更高层次的目标攀登。

陈女士作为歌手，从年轻时一路走到现在，在完成大量日常工作的同时，还在不断扩展自己的事业范围。这令人感到您作为一个母亲和妻子，同时作为一个女性的专业责任感和热情，这些都是在工作中培养起来的吗？



陈 我的工作经常是他人给予的，这真是件很难得的事情，因此我感谢选择了我的人，我会一直考虑如何去努力完成这项工作回报对方。尽100%的努力是理所当然的事情，可能的话，我会以120%的努力去回报对方。如果周围的人都称赞邀请我的人说“你找陈美龄真是找对了！”的话，我想，那就是我对他的回报。

永久地提供愉快的工作环境 体现企业的社会价值

陈 据说您一贯主张“企业需要永远繁荣”，这种观点的形成，经历了哪些过程呢？

小池 Brother的创业精神包括了创建愉快的工作环境，为想要工作的人提供就业机会等，这些正是企业社会价值的体现，又与我的人生目标“明朗、愉快、充满活力”相吻合，所以我非常认同这一理念。在有限的人生中，我们有很多时间是在公司里度过的，如果这期间总是感到“痛苦、难过、郁闷”的话，那是很不幸的一件事。的确，要想在严峻的商业社会中生存下去，就无法避免巅峰与低谷，

但正因为如此，我们才会“在积极挑战新事物的过程中不断成长，并从中获得喜悦。企业也会重视这样的人材，并不断地面向下一时代努力进行基础建设”，这才是真正的意义所在。能够把这种动力持久保持下去的企业体质和姿态，是企业永远繁荣的首要条件，只有这样的企业才具有被社会认同的存在价值。

陈 嗯，我完全赞同。是否感觉幸福，我认为完全取决于是否能感到“生活的快乐与工作的喜悦”。不是许多人聚在一起嘻笑喧闹就是快乐，而应是拥有自己的梦想，自己制造的产品受到人们的喜爱，业绩提高了，来Brother工作的人增多了，这些才是真正的幸福与快乐。您刚才在谈话中也说到了社会的严峻，是啊，任何工作都不是容易的，可正因为有困难与难度，成功时才会格外地高兴吧。

小池 的确如此。人与人之间个别交往时要和和气气，但在追求结果的商场上，没有困难和难度就没有成长，没有成长也就不会有挑战新事物的机会。