

ブラザーグループのCSR

CSR・ブランド戦略

グローバルにCSRを推進し、信頼のブランドを確立

信頼されるブランドを目指して

ブラザーグループは、ブランドとは、「グローバルに統一感のある、明確なもの」であり、「その時の事業や経営の状況にとらわれない、強く普遍的なもの」であるべきだと考えています。こうした考えに基づいて、

- ・「ブラザーグループ グローバル憲章」に基づいた意思決定と行動
- ・環境スローガン「Brother Earth」に基づく地球環境への配慮

を中心に、お客様を第一とするすべてのステークホルダーの要請や期待に応え、「Brother」を「信頼できるブランド」として確立していきます。

「グローバルCSR・ブランド戦略会議」を開催

グローバルでのCSR経営の継続とさらなる進化に向けて

「グローバルCSR」の推進、「信頼のブランド」の確立に向けて、グループの経営層がブラザーのCSR・ブランド活動の進捗を確認し、今後の方向性を共有する場として「グローバルCSR・ブランド戦略会議」を毎年開催しています。

2015年1月26日に開催された第7回目の会議では、中期戦略「CS B2015」の最終年度での目標達成、そしてその先の成長を見据えた事業の育成・拡大を加速していく中で、

- ・グローバル憲章の更なる浸透を通じた、チャレンジ意識のさらなる向上
- ・「Brother Earth」の継続的かつグローバルな推進

という2つを柱に、今後も各地でCSR活動を自律的に展開するとともに、事業活動および従業員が参画する活動を通してグループとして一体感をもって社会的責任を果たしていくことを確認しました。また、事業の拡大・成長にあわせ、業務プロセスを革新することはもちろん、人権や環境面からのサプライチェーン全体への責任や、人材のグローバル化やダイバーシティ(多様性)への対応の強化を進めていくことを、経営層の共通認識としました。

ブラザーグループは、今後も、所在する地域においてステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通して期待や要望を受け止め、グローバルでのCSR経営をさらに進化させていきます。



グローバルCSR・ブランド戦略会議