

ブラザーグループのCSR

CSR・ブランド戦略

「グローバルCSR・ブランド戦略会議」を開催

グローバルなCSR活動のさらなる進化のために

2011年1月24日、ブラザー工業本社において「第三回グローバルCSR・ブランド戦略会議」を開催しました。

ブラザーは、事業活動を支えるグローバル戦略の柱の一つとして「グローバルCSR」を推進し、「Brother」をグローバルな「信頼できるブランド」として確立することを目指しています。

この会議は、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、今後の計画を策定する場として設けられたものです。会議には、議長であるブラザー工業社長の小池をはじめ、ブラザー工業の執行役員、米州、欧州、亜州の地域統括販売会社、兄弟(中国)商業有限公司(以下、BCN)、ブラザー販売、エクシングの社長が出席をしました。



グローバルCSR・ブランド戦略会議

今回の会議では、各地域統括販売会社の社長などから各組織での2010年度のブラザーグループ グローバル憲章(以下グローバル憲章)の共有活動、「Brother Earth」をスローガンとした環境貢献活動などが報告されました。

また、その後参加者全員で、CSR・ブランドの中長期戦略について話し合いがなされました。具体的にはCS B2015におけるCSR・ブランド戦略のブラザーグループ方針、

- ・ グローバル憲章のさらなる浸透
- ・ 「Brother Earth」をスローガンとした地球環境に配慮した活動の強化

に加え、ますます拡大するステークホルダーからの要請や期待、CSRやブランドに関するリスクや課題、また、それらに対応するための従業員の意識の向上など、様々な項目について議論が行われました。

その結果上記のグループ方針に加え、以下の活動についても強化していくことが決定されました。

- ・ グローバルに一体感を持った社会貢献活動の推進
- ・ ブラザーグループの拠点が所在する新興国の社会課題への対応
- ・ WEBサイトの品質向上を含めたブランドマネジメントの強化
- ・ CSR、環境活動の外部への継続的な報告

ブラザーグループのCSR

CSR・ブランド戦略

中国でブランドイメージの統一活動を強化

ブランドイメージを統合管理するチームが社内外で幅広く活動

BCNは、2010年のCSR活動の重点施策の一つとして、中国市場におけるブランドイメージの統合的な管理を図る「ブランドガバナンス」の基盤づくりに着手しました。

ブランド価値の向上は、お客様満足に直結する重要な要素であり、ブランドイメージが常に世界中で正しく伝達されることによって、ブラザー製品やサービスの価値向上にも寄与します。

販売ネットワークが拡大し、情報媒体も多様化する中で、ブランドのガバナンスを推進することは大変重要であり、これを徹底するにはまずデザインマニュアル※の浸透および正しい運用を監督する組織が必要です。



ブランドイメージの統合管理を行うBCN担当者（CSR推進部）

そこでBCNでは、2010年に事業別のブランドガバナンス担当者を選任し、社内外で活動を展開しました。社内では、各部門で作成した印刷物・宣伝物すべてをチェックするとともに、全従業員にマニュアルに基づく会社便箋・看板・社員証・包装などのツールを示し、ブランドイメージ統一の重要性を理解するための教育活動を行いました。

社外では、上海地区の代理店を訪問し、看板や印刷物の使用状況を把握するとともに、ブランドイメージ統一への理解をお願いしました。

1年を通じた活動により、従業員や代理店におけるブランドイメージ統一への理解が深まり、BCN担当者も今後の更なる課題の把握ができました。2011年からは、社内での宣伝・印刷物の監督審査および従業員の啓発活動を継続するとともに、代理店訪問のエリア拡大やブランド使用の管理・助言活動を強化し、販売ネットワークの隅々までブラザーブランドの価値向上活動を広めていきます。

※ブラザーコミュニケーションデザインマニュアル：ロゴとコーポレート・カラーをルールどおりに正しく使用することで、一貫したブラザーブランドのイメージをお客様に伝えることを目的として作成されたマニュアル