The Panasonic Report
for Sustainability 2006

松下グループ　社会･環境報告 2006

Panasonic
ideas for life

松下グループの事業体制

（2006年4月1日現在）

グローバル&グループ本社

半導体	半導体社
デバイス･生産システム分野	
電池	松下電池工業（株）
電子部品	パナソニック エレクトロニックデバイス（株）
モータ	モータ社
FA	パナソニック ファクトリーソリューションズ（株） 松下溶接システム（株）
ディスプレイデバイス	パナソニックAVCネットワークス社
デジタルネットワーク分野	
AVC	パナソニックAVCネットワークス社
固定通信	パナソニック コミュニケーションズ（株）
移動通信	パナソニック モバイルコミュニケーションズ（株）
カーエレクトロニクス	パナソニック オートモーティブシステムズ社
システム	パナソニック システムソリューションズ社
アプライアンス･環境システム分野	
家庭電化／健康システム	ホームアプライアンスグループ 松下ホームアプライアンス社 松下冷機（株） ヘルスケア社
照明	照明社
環境システム	松下エコシステムズ（株）
サービス･ソリューション分野	*e*ネット事業本部 松下ロジスティクス（株） 松下テクニカルサービス（株）
パナソニック四国エレクトロニクス（株）	
松下電工（株）	
パナホーム（株）	
日本ビクター（株）	

PEAKSエンジン
（デジタルテレビ用システムLSI）

ヴィーナスエンジン
（デジタルカメラ用システムLSI）

HEV用フィルムコンデンサ

角速度センサ

プラズマテレビ
VIERA

デジタルカメラ
LUMIX

ななめドラム洗濯乾燥機

フィルターお掃除ロボットエアコン

パナホーム
エルソラーナ きれいにくらそう

システムキッチン
FiTi（フィットアイ）

表紙について

「Eco&Ud HOUSE（イーユーハウス）」は、当社がめざす「新たなくらし価値」をわかりやすく一軒の家の形で提案する情報受発信拠点です。「イーユーハウス」の「イーユー」は、環境と共生するエコロジー（Eco）の「イー」と、より多くの人に使いやすいユニバーサルデザイン（UD）の「ユー」から名づけました。

Eco&Ud HOUSE
イーユーハウス

※「イーユーハウス」についてはP48をご参照下さい。

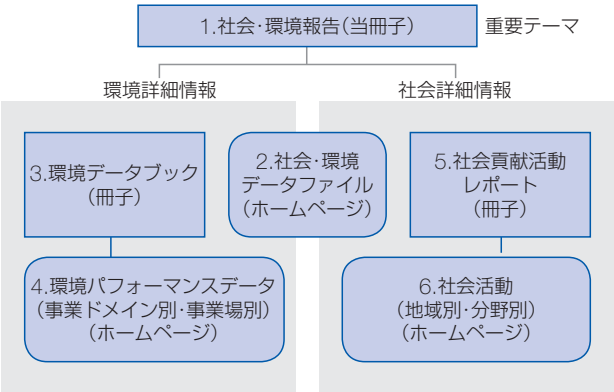
The Panasonic Report for Sustainability 2006

松下グループ　社会･環境報告 2006

松下グループの社会的責任(CSR)に関する情報について

持続可能な社会の実現を目指した松下グループの取り組みを等身大の姿で報告しご理解いただき、社会の皆様との双方向のコミュニケーションにより、経営活動の質を高めることを目的として、CSRに関する情報を以下のような体系でご報告しています。

松下グループのCSR情報開示体系図



1.「社会･環境報告」(当冊子):CSRの重要テーマに絞って報告
2.「社会･環境データファイル」(ホームページ):
環境報告･社会性報告の詳細情報(9月公開予定)
panasonic.co.jp/report/data_file/
3.「環境データブック」(冊子):
環境報告の詳細情報(8月発行予定)
4.「環境パフォーマンスデータ」(ホームページ):
事業ドメインおよび全世界製造サイト(事業場)の環境パフォーマンスを報告
panasonic.co.jp/eco/data/
5.6.「松下電器グループの企業市民としての社会貢献活動レポート」(冊子)および「社会活動」(ホームページ):
社会貢献活動の詳細情報
panasonic.co.jp/ccd/

お問い合わせ先

松下電器産業株式会社
CSR担当室
〒105-8581　東京都港区芝公園1丁目1番2号
TEL:03-6403-3126　FAX:03-6403-3427

インターネットでのお問い合わせは当社ホームページよりお願いいたします。
panasonic.co.jp/csr/enq.html

2006年6月発行

目次

トップメッセージ･･･ 3

ナショナルFF式石油温風機事故対応状況のご報告･･･ 7

松下グループの経営･･･ 9

2005年度の成果と課題 ･･･ 11

環境報告･･･ 13
- 新たなくらし価値創造を通じて地球環境との共存をめざす ･･･ 14
- 環境経営の進化 ･･･ 15
- 重要テーマ ･･･ 17
- 松下グループ環境経営へのメッセージ(ジョナサン･ポリット氏) ･･･ 18
- 温暖化防止 ･･･ 19
- 汚染リスクの極小化 ･･･ 25
- 資源の有効利用 ･･･ 27
- 第三者審査報告書 ･･･ 29

社会性報告･･･ 30
- 「お客様第一」を実践する取り組み ･･･ 31
- 情報セキュリティの確保 ･･･ 35
- 公正な事業活動 ･･･ 36
- お取引先とのパートナーシップ ･･･ 37
- 企業市民活動 ･･･ 39
- 従業員とのかかわり ･･･ 41

未来をみつめて･･･ 46
- 世界の課題と当社の取り組み事例 ･･･ 47
- 家まるごとで新たなくらし価値を提唱しファクター5をめざす ･･･ 48
- 松下がめざす2010年のくらし ･･･ 49
- すべての人にユビキタスネットワーク社会の便利さを ･･･ 51
- 安全･快適で環境への影響が少ないモビリティ社会をめざして ･･･ 53
- 新サービスの提案やモノづくりの工夫で持続可能な社会の実現に貢献する ･･･ 55
- 地域の一員として(アジア･中国･欧州･米州) ･･･ 56

第三者意見書･･･ 61

会社概要･･･ 62

参考にしたガイドライン

･環境省「環境報告書ガイドライン2003年度版」
･グローバル･リポーティング･イニシアティブ(GRI)
「サステナビリティリポーティングガイドライン2002」

対象範囲

期間:　年間実績データは基本的に2005年度(2005年4月1日～2006年3月31日)ですが、活動内容は一部2006年度も含みます。グラフの年表示は、年度(4月1日～3月31日)で記載しています。

組織:　松下電器産業株式会社と国内･海外関係会社

データ:　グループ連結対象会社を基本としていますが、「環境報告」は環境マネジメントシステムを構築している全事業場を対象としています。

Top Message
トップメッセージ

「社会・環境報告 2006」の発行にあたり

松下電器産業株式会社
社長

中村邦夫

お客様からの信頼回復をめざして

私たちはこれまで「社会の公器として、事業を通じて貢献する」との創業以来の経営理念のもと、常に「お客様第一」を念頭に事業活動を行ってまいりました。しかしながら、当社が1985年～1992年に製造したFF式石油温風機により、昨年、重大事故が発生いたしました。事故でお亡くなりになられた方のご冥福をお祈り申し上げますとともに、ご家族の皆様に心からお悔やみを申し上げます。また、被害に遭われたお客様のみならず、当社製品を信頼いただき、ご愛用いただく多くのお客様、広く社会の皆様にも多大なご迷惑とご心配をおかけしておりますことを、心より深くお詫び申し上げます。多くの皆様のご協力を得て、該当機種の回収・修理を進めておりますが、なお不明なものが残っており、最後の1台まで見つけ出す覚悟で取り組みを継続しております。お客様が当社製品を安心して安全にお使いいただけるよう、引き続き全社員一丸となって努力してまいりますので、何卒、ご理解のほどお願い申し上げます。

（ナショナルFF式石油温風機事故の対応状況につきましては7～8ページでご報告いたします）

私たちの使命
～事業を通じた社会への貢献～

さて、21世紀に入り、私たちを取り巻く社会はかつてない大変化の時代を迎えています。科学技術の進歩、経済のグローバル化が急速に進む中、地球規模の環境破壊や資源枯渇といった問題が顕在化しています。このような世界の中で、破綻を招くことなく持続可能な社会を実現していくことが人類共通の課題であり、私たちはこのことを強く意識して事業活動を進めていかなければなりません。当社は21世紀初頭の事業ビジョンとして、「ユビキタスネットワーク社会の実現」と「人類と地球環境との共存」に最先端の技術を通じて貢献していくことを掲げています。エレクトロニクス・メーカーとしての本業を通じて、世界の様々な課題解決に貢献してまいりたいと思います。

2つの事業ビジョン

- ユビキタスネットワーク社会の実現
- 人類と地球環境との共存

ユビキタスネットワーク社会の実現

“ユビキタス”は「いつでもどこでも」という意味を表しますが、当社が得意とするデジタル家電の分野はまさにそれを実現しつつあります。本年4月には、日本において普及が進む地上デジタル放送の電波を利用し、新たな可能性を広げる「ワンセグ」放送が始まりました。これによりプラズマをはじめとした大画面デジタルテレビはもとより、携帯電話や携帯型DVDプレーヤー、カーナビゲーションシステムなどの移動体機器においても鮮明なデジタル放送を楽しんでいただけるようになりました。また、デジタル家電をつなぐ方法としては、SDメモリーカードを中心とした小型記録メディアを介して簡単・便利にお楽しみいただくことに加えて、当社が長年にわたり研究・開発を続けてきた電力線通信がまもなく実現します。これに対応する各機器はコンセントに差し込むだけで相互に接続され、インターネットを利用すれば遠隔地からの制御も可能となります。当社はこうしたネットワーク技術や、高度化するデジタル家電の要とも言えるシステムLSI技術、ビジネスの現場や公共施設におけるシステム構築力などに磨きをかけ、ユビキタスネットワーク社会の実現に貢献してまいりたいと思います。そして、お客様に夢や感動を与えるエンターテインメントに加えて、安全・安心をお届けするセキュリティシステムの展開、教育や医療分野への応用などを通じて、世界中のお客様のお役に立ちたいと考えております。

人類と地球環境との共存

21世紀に私たちが直面している最大の課題は、気候変動、資源枯渇、環境負荷物質による汚染などの多くの問題を解決し、人類と地球環境との共存を図ることであると言っても過言ではありません。日本は気候に恵まれ、国土の約70%が森林に囲まれていますが、高度経済成長時代には世界に類を見ない公害の被害を経験し、それを克服するため、政府や企業、多くの国民が努力をして世界最先端の環境技術を有するに至りました。当社は日本で育まれたエレクトロニクス・メーカーとして、より少ない資源やエネルギーで現代の生活水準を保ち、さらに質的に高めていくという大きな命題に率先して取り組むことで、発展途上国を含めた世界

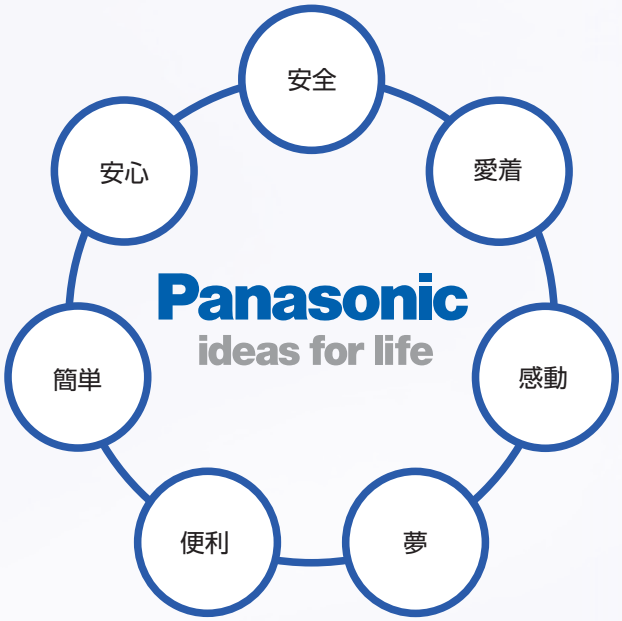
「社会・環境報告 2006」の発行にあたり

の国々に貢献してまいりたいと思います。全世界の工場をはじめ、物流や営業、サービスなどの現場において、環境への影響を限りなく抑えていくことは言うまでもありません。製品作りにおいては、常に、資源のリデュース(減量)、リユース(再使用)、リサイクル(再資源化)という、いわゆる“3R”を実践し、省エネルギーを徹底して追求した“グリーンプロダクツ”の開発を強力に進めるとともに、昨年市場導入し、次世代のクリーンエネルギーとして期待される燃料電池の低価格・長寿命化による普及促進など、「創エネ」の分野にも幅広く取り組んでまいりたいと思います。また、自動車にETC車載器をつけることにより料金支払いのための停車がなくなり、排気ガスやガソリン消費が削減されるように、ユビキタスネットワーク技術の活用による環境への貢献というテーマにも積極果敢に挑戦してまいります。

ユニバーサルデザインの取り組み

電気製品の高機能化・IT化が進む中、残念ながら「使い方がよくわからない」、「難しくて十分使いこなせない」というお客様も増えています。当社では、「理解しやすい操作」、「わかりやすい表示と表現」、「楽な姿勢と動作」などへの心配りを基本要件として、お年寄りや障害をお持ちの方など、どなたにも使いやすい、ユニバーサルデザイン(UD)商品の開発を行ってまいりました。すでに「ななめドラム洗濯乾燥機」、「音声ガイド付きファクス」、「フィルターお掃除ロボットエアコン」などの特徴的な機能をもった商品がお客様から大きな支持をいただいておりますが、今後もお客様の生活シーンを考えたUD商品を積極的に展開してまいりたいと思います。そして、今後ますます電気製品がネットワーク化されていくことを考えれば、当社の最先端テクノロジーを簡単・便利なUD商品・システムへと仕上げていくことが、ユビキタスネットワーク社会の実現に不可欠であり、誰もが安心して暮らせるユニバーサル社会を構築していくために、当社が果たすべき役割であると考えております。

本年1月、東京・有明の「パナソニックセンター東京」の敷地内に、「Eco&Ud HOUSE(イーユーハウス)」をオープンしました。これは1軒の家をまるごと使って環境とユニバーサルデザインによる「新たなくらし価値」を提案する情報受発信拠点であり、松下電器産業と、松下電工、パナホームをはじめとするグループ各社の技術が結集されています。この展示を通じて得られるお客様の声をもとに、いつもお客様の身近なところで貢献する、松下らしい商品・サービスを世の中にお届けしてまいりたいと思います。



真摯に社会への責任を果たす

当社の創業者松下幸之助は、今から約25年前、「企業の社会的責任」として次の3つを定義しました。

1.企業本来の事業を通じて、社会生活の向上、人々の幸せに貢献していくこと
2.その事業活動から適正な利益を生み出し、それをいろいろな形で国家社会に還元していくこと
3.そうした企業の活動の過程が、社会と調和したものでなくてはならないこと

私たちは、グローバルブランドスローガン"Panasonic ideas for life"に込めた思いを全世界の社員が共有し、常にお客様の身近なところで「簡単・便利」、「安心・安全・愛着」、「夢・感動」をお届けする様々なアイディアを商品・サービスとして具現化することで、事業を通じた社会への貢献を果たしてまいりたいと思います。そして、2010年には世界のエクセレントカンパニーの仲間入りができるよう、連結営業利益率10%、株式時価総額10兆円といった新たな目標に向けて、挑戦を続けてまいります。

また、私たちは、企業としての良心の発露という思いで、環境、教育、福祉といった分野を中心に幅広い社会貢献活動を行ってまいりました。今後も、常に広く社会の課題を認識し、会社として、一人ひとりの社員として何ができるのかを考え、21世紀の地球市民にふさわしい企業市民活動に取り組んでまいりたいと思います。

そうした取り組みを行う中で、何よりも大切なことは、当社経営理念の基軸にある「企業は社会の公器である」という言葉を噛みしめ、当社の活動そのものが真に社会と調和したものであるか、常に真摯に反省をしていくことだと考えております。私は様々な機会をとらえ、すべての社員に対し、「スーパー正直な会社に徹しよう」と呼びかけてまいりました。今後も私をはじめ経営トップが率先垂範して、社員全員でクリーンな風土の醸成に努め、事業活動のあらゆる側面において透明性の高い、社会とともに呼吸する松下グループであり続けたいと考えております。

本レポートでは、この一年の当社の取り組みを誠実にご報告することに努めました。皆様からの貴重なご意見に謙虚に耳を傾け、これからの松下グループの経営に生かしてまいりたいと思います。最後になりましたが、このレポートを手にしていただきました皆様、日頃から当社に関心をお持ちいただき、ご支援を賜っているすべての皆様に心より感謝を申し上げます。

ナショナルFF式石油温風機事故対応状況のご報告(2006年4月末現在)

当社が1985年から1992年に製造したFF式石油温風機をご使用中のお客様が、
一酸化炭素中毒により死亡・入院等される事故が2005年に5件発生いたしました。
これらの事故発生を受け、2005年11月29日付けで、経済産業大臣から当社に対し、
消費生活用製品安全法第82条に基づく緊急命令が発令されました。
当社のこれまでの対応状況につきまして、経過報告をさせていただきます。
被害に遭われたお客様をはじめ、広く社会の皆様に多大なご迷惑とご心配をおかけしておりますことを、深くお詫び申し上げます。

緊急対策について

事故製品と同様の構造をもつ25機種の回収・点検および改修を加速するため、当社は11月30日に「謹告」を行うとともに、社長を本部長とする「FF緊急市場対策本部」を設置しました。また、全社に「非常事態宣言」を発信し、各都道府県に「地区対策本部」を設置しました。

1) お客様への告知活動

メディアを通じた告知の徹底を行い、とくに12月10日～19日の間は当社のテレビ・ラジオCMをすべて、本件の告知に変更いたしました。また、従業員(のべ約20万人)によるお客様へのチラシ配布や灯油購入ルートなどへの巡回訪問、配達地域指定冊子郵便(タウンプラス)の利用など、関係先様のご協力をいただき、様々な方法でお客様への告知活動に取り組んでまいりました。

2) 具体的な対策内容

お客様のご要望に応じて製品のお引き取り(1台当たり5万円をお支払いいたします)もしくは無料点検修理をさせていただいております。修理済みの機器で発生したエアホース外れの事故を受けて、エアホース交換セットおよび修理作業マニュアルを改善し、その時点までの修理済み対象製品39,118台につきましては全数、2次点検を実施いたしました。全該当機種への対応状況は、■表1のとおりとなっています。

全国石油商業組合連合会様のご協力もいただき、全国のガソリンスタンドにポスターを掲示

社員も自宅近くや駅前などでチラシを配布

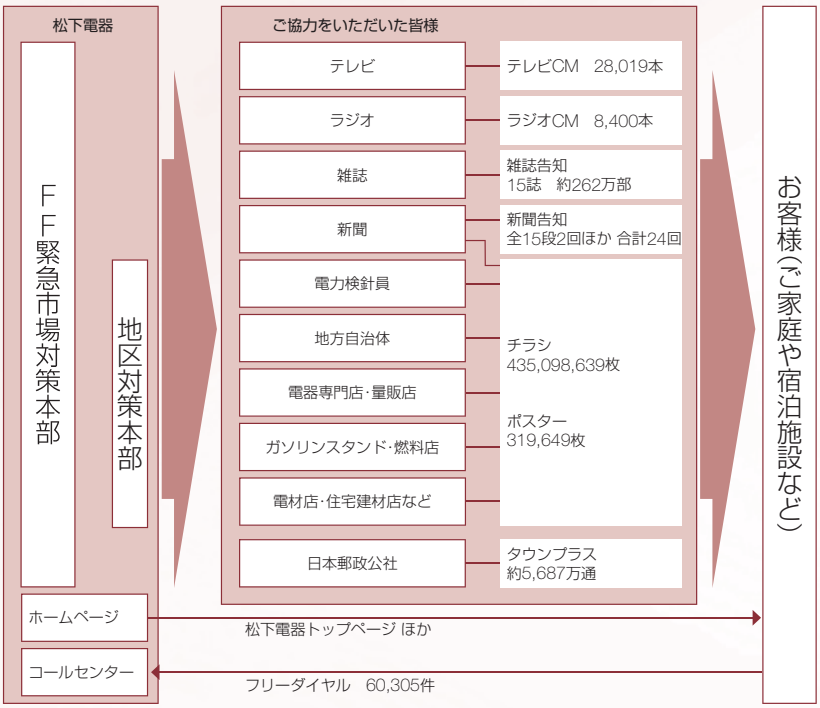
■表1　回収・点検・改修の進捗状況(2006年4月30日現在)

(単位：台)

販売台数				152,132	
	名簿把握			99,095	(※1)
		1.買替・廃棄済		23,831	
		2.回収または点検および改修		75,264	
			(1)回収	60,841	
			(2)点検・改修済	14,268	(※2)
			(3)点検残	155	

(※1) 2006年4月30日現在　名簿把握率　65.1%
(※2) 点検・改修済の14,268台には、シーズン終了後の引き取り予定分も含まれています。

お客様への告知



告知とお願いのはがきを、国内全世帯に配布

今後の対策について

あらゆる関係先様のご協力をいただき、全社を挙げて緊急対策を行ってまいりましたが、引き続き、販売先の把握に取り組むとともに、今後二度とこのような事故を起こさぬよう、再発防止に向けた抜本的な取り組みを進めてまいります。

1）FF市場対策本部による取り組み

5月1日付けで、「FF緊急市場対策本部」を常設の「FF市場対策本部」に改組いたしました。シーズンごとにお客様のご使用状況などを想定し、告知活動などを継続してまいります。

2）製品安全を考え抜いた設計・モノづくり

4月1日付けで、本社 品質本部に製品安全を専門に担当する「製品安全統括センター」を設置し、その傘下の「ライフエンド製品安全センター」において長期使用における部材の物性劣化研究や複合的な要因による不安全の防止技術確立をめざします。各事業ドメイン会社においても同様の部門を設置し、製品寿命末期における安全性の評価を強化いたします。

安全規格の面では、製品設計分野に加えて、販売、設置・施工、サービス、長期使用、リサイクル、廃棄などのすべてのプロセスにおける総合的な安全規格を構築いたします。

3）危機管理体制の見直し

お客様第一の迅速な危機対応を行うため、危機レベルを区分し、人の生死に直接かかわる事故や社会に対して甚大な被害を与える事故が発生した場合、またはそのおそれがある場合には、ただちに全社緊急対策本部を設置して全社的対応を行うなど、新たな危機管理の仕組みを構築いたします。

4）社員一人ひとりへの徹底

全社員に対して、製品安全最優先の品質理念と「Bad News First & Fast」の実践を徹底いたします。具体的には、全事業場経営責任者、事業場第一線の責任者(設計・製造・品質など)に対して安全教育を徹底いたします。また、社内外の失敗事例や社告事例に学び、設計・モノづくりに携わる多くの従業員がこれを共有することで、再発防止の徹底を図ってまいります。

今回の件につきましては、皆様から厳しいお叱りをいただく一方、あたたかい励ましのお言葉やお手紙も数多く頂戴しました。このような社会の皆様の声にお応えするためにも、安心して安全にお使いいただける製品の開発をはじめ、企業としての責任を果たすべく、不断の努力を続けてまいります。

本件に関するお問い合わせ先
フリーダイヤル(無料):0120-872-773

対象機種などに関する詳細情報は下記のホームページでもご確認いただけます。
panasonic.co.jp/appliance/info/important/heating/index.htm

「社会の公器」として責任を果たす

この他、社会・環境データファイルでは…
経営基本方針(綱領・信条・松下電器の遵奉すべき精神)
行動基準
コーポレートガバナンス

松下電器の経営理念

経営基本方針
綱領 産業人たるの本分に徹し 社会生活の改善と向上を図り 世界文化の進展に寄与せんことを期す

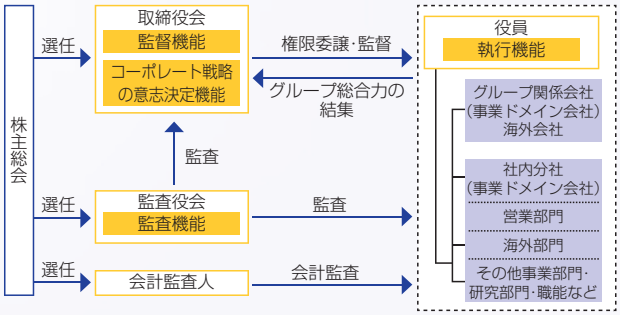
当社の経営は、松下幸之助創業者が確立した「企業は社会の公器」という経営観をすべての基本においています。すなわち、企業とは特定の個人や株主だけのものではなく、お客様をはじめとする社会全体のものであり、社会の公器として事業活動を通じて社会に貢献していかなければならないという考え方です。1932年、創業者は、人間の幸福が物心両面の豊かさによって成り立つとの認識から、生活必需品を安く、誰の手にも届くようにし、世の中から貧困をなくしていくことが生産者の真の使命であると考え、全従業員に向けてその決意を表明しました。また、社会のお役に立つ事業活動を持続的に行っていくためには、常に「お客様第一」に徹し、「日に新た」に自らを変革し、世の中に価値を提供し続けることが必要であると訴えつづけました。

これらの考え方はすべて、今日の松下グループに受け継がれる経営理念であり、私たちのすべての活動の根幹となっています。

ガバナンス体制

当社は、経営理念に基づく自己革新として、事業の再編を行い、2003年度から事業ドメイン別経営体制(P1)を導入しました(詳しくは「社会・環境データファイル」をご覧ください)。

■図1　ガバナンス体制
取締役会・役員・監査役会の機能



企業の社会的責任(CSR)の推進体制

当社は2003年10月にCSR担当室を設置し、あらためてCSRの推進に取り組んでいます。当社のCSRに対する基本的な考え方は、

①CSRの推進とは当社経営理念の実践そのものである
②経営トップのリーダーシップのもと、全部門、全社員で取り組んでいく

という2点です。これを実践するため、社長が議長を務める「全社CSR会議」においてCSRの推進に関する全社の意識統一を図るとともに、CSR推進委員会(CSR担当役員が委員長、本社各職能や海外部門を代表する約30名で構成)では、当社が果たすべきCSRについて、8つの要素を8つの視点で確認してきました。■図2　CSRの観点から抽出された課題は、各部門が相互に連携しつつ、解決に向けた取り組みを行っています。

■図2　当社が果たすべきCSR

共通的な視点	主要な構成要素
1 ガバナンス(企業統治)	1 環境
2 グローバル&グループ	2 公正な事業活動
3 倫理・法令遵守	3 労働・人権・安全衛生
4 リスクマネジメント	4 情報セキュリティ
5 サプライチェーン	5 企業市民活動
6 ブランドマネジメント	6 品質
7 情報開示	7 CS(お客様対応)
8 公益貢献	8 ユニバーサルデザイン

「松下グループ行動基準」の順守

現在の「行動基準」は、CSRの視点に立ち、よりグローバルかつグループ横断的に適用することを目的として、2005年に2回目の改定が行われ、21言語にてグループの取締役・役員および従業員約33万人に適用されています。

事業ドメイン会社、グループ関係会社等は、それぞれの取締役会等の決議により「行動基準」を採択するとともに、「行動基準」順守担当取締役等を設置し、計画的な教育研修など、順守徹底に向けた取り組みを行っています。また2005年12月に、「行動基準」を順守できているかを自己点検する目的で、国内の従業員等を対象にモニタリング(6万人強から回答)を実施しました。その回答結果は、一層の順守・実践に向けた効果的な教育・研修の実施等、各種施策の企画・立案に活用しています。

グローバル&グループ リスクマネジメントの取り組み

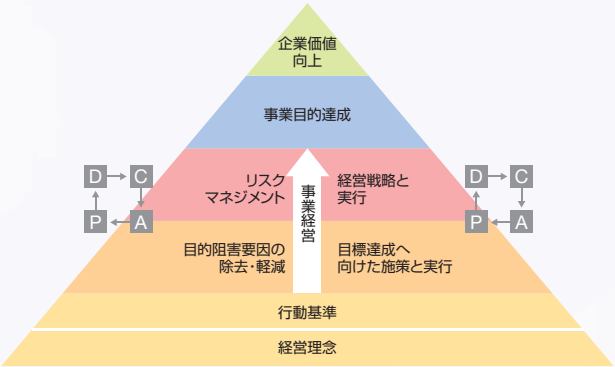
従来より、当社では、事業計画制度を核として、日々の業務の中でリスクマネジメントを行ってきました。しかしながら、昨今、米国における企業改革法の施行や日本における新会社法の制定等にともない、企業に対し、リスクマネジメントをはじめとする内部統制の強化の要請が高まってきました。これを受けて、当社でもあらためて、グローバルに一元的・網羅的なリスク情報の収集・評価を行うとともに、事業目的の達成に向け、事業経営と一体化させたリスクマネジメント活動のマネジメントサイクルを推進しています。■図3

このための体制として、2005年4月に、本社の職能・部門を代表する取締役・役員で構成される「G&G(グローバル&グループ)リスクマネジメント委員会」を設置し、またその事務局として社長直轄のリスクマネジメント室を設置しました。さらに、事業ドメイン会社、グループ関係会社にも同様の委員会を設置し、グローバルかつグループ横断的に対応できる体制を構築しています。

具体的な取り組みとしては、事業計画策定と連動して、すべての事業ドメイン会社、グループ関係会社および関係職能によるリスクアセスメントを行っています。さらに「G&Gリスクマネジメント委員会」においてもリスクアセスメントを実施し、その重要度を判定し、優先度の高いリスクに関しては、各事業ドメイン会社・職能にて迅速・的確に対応を図っています。2005年度はこのようにして抽出された3,000件近くに上るリスクシナリオを集約し、重要リスクを特定しました。また事業ドメイン会社等においてはこの仕組みの整備・運用状況や重要リスクへの対応についてモニタリングし、継続的な改善を実施しています。

当社は、事業を進めていく上で、その障害となり得るリスクをこのような形で認識し、的確に対応することで、お客様をはじめ地域住民の皆様、株主様、お取引先様、そして従業員などのステークホルダーに安全と安心をお届けするとともに、事業目的の達成と安定した事業の発展をめざします。

■図3　事業経営と一体となったリスクマネジメントの取り組み



事業継続マネジメント(BCM)の実践

近年、世界的に大規模災害が多発する中で、日本でも内閣府の中央防災会議において事業継続ガイドラインが策定されるなど災害に強い企業体質づくりが求められています。

当社としても災害時において、人の安全・安心はもとより、事業活動を迅速に復旧しお客様に対する供給責任を果すため、事業継続マネジメント(BCM:Business Continuity Management)を推進しています。

2005年度から東南海地震・断層直下型地震を想定して、モデル事業場において耐震調査を実施しています。これにより、目標復旧期間を設定し、事前に損傷を軽減する対策や資材等の代替調達先および代替施設を確保する対策を推進するため、全社ガイドラインを策定しました。

社内ホットライン

より風通しの良い、オープンで透明な企業風土を確保するための制度として、「企業倫理」、「公正取引」、「女性相談」、「フェア・ビジネス」に加えて、2005年7月に新たに設置した「グローバル企業倫理」および「監査役通報システム」の、合計6本のホットラインを本社に設置、運営しています。これらに加えて、事業ドメイン会社、グループ関係会社、そして北米や欧州などの地域統括会社においても適宜、ホットラインを設置、運営しています。

従業員などが会社の業務に関する課題や疑問などを持った場合の、職制を越えた通報・相談先として、これらのホットラインが各国・各地域から通報・相談を受け付け、課題の早期解決を図っています。

成果と課題を把握しCSR活動を進化させる

2005年度の成果(総括)

当社CSR活動における社会的側面の取り組みは、これまで法務、人事、情報セキュリティなど、本社部門が中心となって推進してきましたが、2005年度は、事業ドメイン会社のトップを含めた「全社CSR会議」(議長・社長)を開催し、「事業活動と連動した発展的取り組み」という観点を含む、全社的なCSRの取り組みに着手しました。

環境的側面については、京都議定書が発効された2005年は、当社にとっても2001年に策定した環境行動計画「グリーンプラン2010」の中間目標年にあたり、「家まるごと温暖化防止ファクター5」をめざして、新たな一歩を踏み出す意義深い年となりました。

いずれの側面においても、社員の啓発とステークホルダーとの対話に重点を置いて取り組みました。

全社員を対象とした啓発活動

2005年4月から6月まで、本社の歴史館において、「松下幸之助とCSR展」を開催し、松下幸之助創業者のCSRへの考え方、実践事例などを紹介しました。その後全国5カ所で行った移動展を含めて、約15,000人の来場者があり、多くの社員がCSRに関する理解を深めました。この内容は日本語・英語でホームページにも掲載しています。

また、2005年4月から、環境省などの主催により展開された国民運動「チーム・マイナス6%」に積極的に参画、「クール・ビズ」、「ブラック・イルミネーション」(夏至の日の消灯キャンペーン)などを通じて、全社員が環境への思いを共有することができました。「ブラック・イルミネーション」については、その後も当社独自の「ライトダウン活動」を継続しています。

さらに、11月からは「CSRを理解して行動を変えてみよう」というコンセプトで、全社員を対象とした啓発ツール「CSRニュース」(日本語・英語)を毎月発行し、社員一人ひとりに、わかりやすくCSRの重要性を訴えています。

ステークホルダーとの対話

ステークホルダーの声をCSR活動に反映させるため、様々な対話を行いました。以下に、コメント事例(●)とともにご紹介します。

CSRの情報開示についての有識者との対話

2005年度の報告書について様々な分野の方の意見を伺い、以下のようなご意見をいただきました。

●投資家は、CSRの取り組みが企業の競争力を高めているか、に注目している。(SRI評価機関)
→当年度の報告書では、世界の課題と当社の事業との関わりについてご報告しています。(P46−60)
●目標に対する達成度合いを報告すべき。(監査法人)
→P12の表で「CSR要素ごとの成果と課題」を報告しています。

新時代のライフスタイルについての有識者との座談会

2005年11月、「イーユーハウス」(表紙およびP48参照)において、計23名の有識者・ジャーナリストと当社幹部との座談会を実施しました。

●もう少し自然素材を取り入れた提案、また街や地域とのつながりに関する提案がほしい。
→2006年度「ファクター5プロジェクト」において、検討します。

当社の事業活動についての読者とのWeb会議

インターネットを利用した「Web会議」を試行しました。今回は、ランダムに抽出した「社会・環境報告2005」読者に呼びかけ、各地から参加いただきました。

●CSRの意識を社員一人ひとりに浸透させることが大事。
→「CSRニュース」(日本語・英語)の発行を開始しました。

労働組合幹部との対話

当社のCSRに関する取り組みについて、労働組合との相互理解を深めるため、社内分社パナソニックAVCネットワークス社の組合幹部8名との「報告書を読む会」を実施しました。

●この冊子で、全社で取り組んでいることの社会的意義を知ることは、組合員一人ひとりの仕事への誇りにつながる。今後、職場懇談会(当社で、部署ごとに実施している労使懇談会)等でも活用したい。
→CSR推進について、互いに協力していくことを確認しました。

グローバルリポーティングイニシアティブ(GRI)への参画

2004年よりステークホルダー団体(OS)に加入しています。2005〜06年には、第三次改訂プロセスの「アドバイザリー・グループ」に参画しました。2006年6月には、当社従業員がステークホルダーカウンシル(SC)メンバーに選出されています。

CSR要素ごとの「重点取り組みテーマ」に対する2005年度の成果と課題

当報告書では2005年度の取り組みを以下のCSR要素に分類し、「重点取り組みテーマ」を中心に「成果」と「課題」をご報告しています。また、「今後の課題」を踏まえ、当社ではCSRの具体的な実践を「6つの方向性」で考えています。

「未来をみつめて(P46-60)」の冒頭では、当社の様々な取り組み事例を、この「6つの方向性」に沿ってまとめています。

CSR要素(掲載ページ)	CSR重点取り組みテーマ	2005年度の成果	今後の課題	CSR活動における6つの方向性
環境※ (P13-28)	・「新たなくらし価値創造」を通じて"家まるごと"で 「温暖化防止ファクター5」「資源ファクター3」をめざす。(2010年度目標、1990年度比)	・製品における省エネルギー・省資源技術の開発により、「温暖化防止ファクター2.3」「資源ファクター1.6」を達成。	・製品における環境効率(温暖化防止、資源の有効利用)のさらなる向上。 ・生産段階での環境パフォーマンスをグローバルに向上。	環境革新のあくなき追求
品質 (P31-32)	・重要問題の予兆を監視し、迅速に対応するしくみ(「品質早期監視システム」)の構築と定着を図る。	・11月までに国内全事業ドメイン会社に導入完了。	・「品質早期監視システム」のグローバル展開。 ・FF式石油温風機回収対象機種の全数把握。	社会価値の高い商品の提供
CS(お客様対応) (P31-32)	・お問い合わせへの迅速な対応のため、お客様相談対応窓口を一本化する。 ・お客様の声を商品に反映する仕組みを強化する。	・2006年4月に「総合コンタクトセンター」をスタート。 ・事業ドメイン会社単位でお客様の声を商品に反映する仕組みを構築。	・「総合コンタクトセンター」を中心に、お客様の声を商品に反映する仕組みをさらに加速。	
ユニバーサルデザイン (P33-34)	・UD商品の連打で、お客様満足の向上と顧客層の拡大を図る。	・音声案内付商品群や「ビエラリンク」等、主力商品のUD化を展開。	・音声、Web等の新しい設計ガイドラインの定着。	
情報セキュリティ (P35)	・すべての業務フローの中に情報セキュリティが組み込まれている組織を実現する。	・「グローバル情報セキュリティ管理規程」を制定し、グループ約33万人に適用。	・情報セキュリティが自律的に向上する組織づくり。 ・モノづくりにおける情報セキュリティ強化、等。	
公正な事業活動 (P36)	・「スーパー正直」な経営の徹底に向けたさらなるコンプライアンス風土を定着させる。	・「松下グループ行動基準」のグループ約33万人への順守・徹底。 ・海外地域統括会社・販売会社に公正取引責任者を設置。	・コンプライアンスに関する企画・ルールの策定・推進・モニタリング等の機能の充実強化。 ・グローバルに貿易コンプライアンスなどの各種取り組みを推進。	「スーパー正直」な経営の徹底
調達先、販売先とのパートナーシップ (P37-38)	・購入先選定の基本に「CSR評価」を定め「CSR調達」をグローバルに推進する。	・人権・環境・情報セキュリティ等の項目を含む「新・取引基本契約書」を策定し、取引先との再契約を開始。	・全取引先との再契約および、それに基づく監査を実施。	信頼と責任に基づくパートナーシップの確立
企業市民活動 (P39-40)	・社会・会社・社員を元気にするべく、全世界で地域特性を活かした活動を展開する。	・外部ステークホルダーの声も取り入れて取り組み方針を決定。	・取り組み方針のグローバルな共有と情報収集の仕組みを整備。	地球市民としての社会貢献活動
従業員とのかかわり (P41-45)	・「全員経営」「実力主義」「人間尊重」を基本に多様性を拡大する。	・多様性推進本部を設置。 ・e-Work推進室を設置。(2006年4月1日付)	・性別・国籍・年齢に関わらず、多様な人材が活躍できる組織風土の構築。	優れた職場環境の実現

※ 詳細は「環境データブック2006」(8月発行予定)をご覧ください。

その他の成果

・ダウジョーンズ・サステナビリティ・インデックスに選定
・FTSE4Good Global100インデックスに選定
・エティベル・サステナビリティ・インデックスに選定
・日本経済新聞社第9回「企業の環境経営度調査」で第1位
・日本経済新聞社「働きやすい会社ランキング」で第1位

Environmental Responsibility

環　境　報　告

生活の質を高めながら
環境影響の少ない製品を世界へ

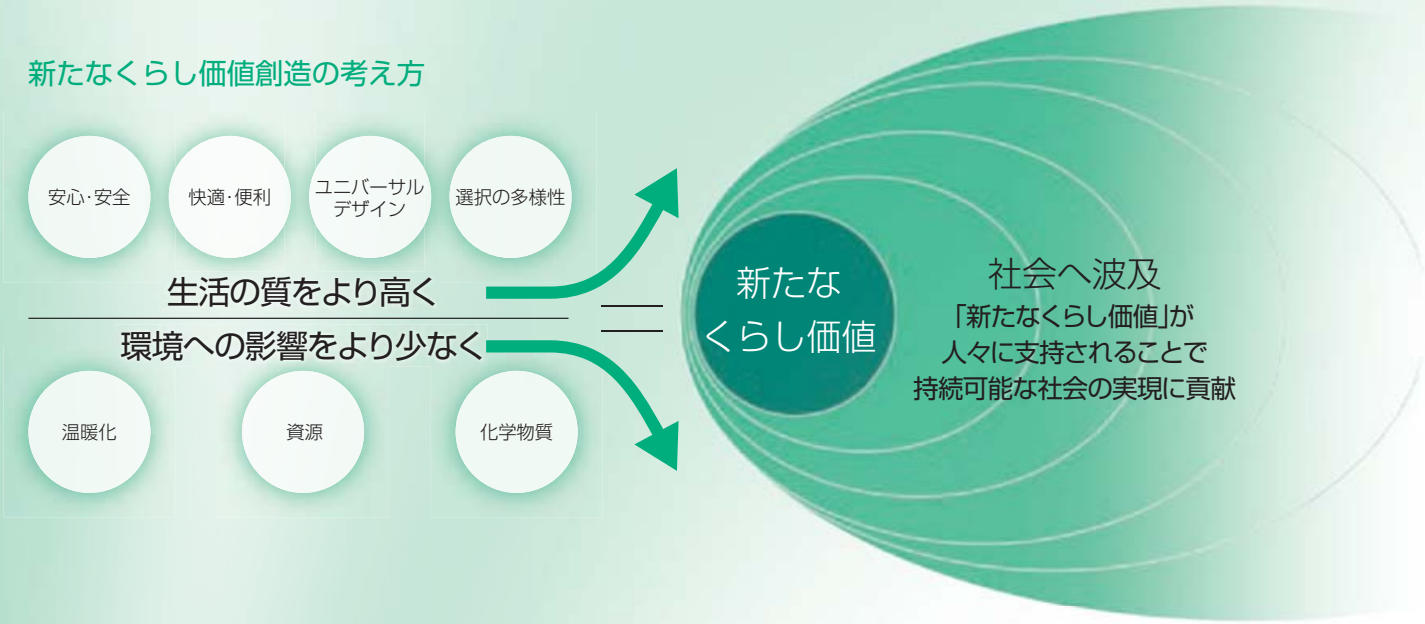
近年、異常気象が増加するなど地球環境問題が緊迫化しています。
このため、温暖化防止や資源の有効利用、化学物質リスクの低減など、
持続可能な社会づくりに向けた動きが世界的に加速しており、
私たちのくらしにおいてもこれらの取り組みがより一層重要になっています。
当社は2001年より「地球環境との共存」を事業ビジョンとして掲げ、
世界のお客様の生活の質を高めながらも、環境への影響を限りなく少なくすることを
「新たなくらし価値創造」として追求しています。その評価指標として「ファクターX」を開発し、
この指標を軸に環境に配慮した製品・サービスの提供を進めています。
今後、この考え方を家庭で使われる製品から、オフィスや交通などの社会インフラ、
産業機器などの分野にも広げていきたいと考えています。

ライトダウン活動
地球温暖化防止の取り組みの1つとして、午後8時以降、事業場・宣伝広告用のネオンサインおよび電照看板の消灯を実施する活動。
国内220事業場のすべてで展開している(P24)。

新たなくらし価値創造を通じて地球環境との共存をめざす

関連情報:ファクターX
panasonic.co.jp/eco/factor_x/

新たなくらし価値創造の考え方



新たなくらし価値創造の目標と実績

(基準年:1990年度)

家まるごとファクター(約90品目)

	2010年度目標	2005年度実績	実績内訳	
温暖化防止ファクター	5	2.3	生活の質	製品機能数※ 1.4倍 (1990年度 90→2005年度 127)
			環境への影響	年間温室効果ガス排出量 0.60倍 (1990年度 9.1トン/年→2005年度 5.5トン/年)
資源ファクター	3	1.6	生活の質	製品機能数※ 1.4倍 (1990年度 90→2005年度 127)
			環境への影響	循環しない資源量 0.89倍 (1990年度 470kg/年→2005年度 420kg/年)

※ 製品の提供する各機能を1として算出。

製品のライフサイクル全体で家まるごとファクター向上

ファクターXは、温暖化防止、資源の有効利用、化学物質による汚染リスクの極小化という3つの側面から、素材製造、生産、物流、お客様でのご使用、リサイクルといった製品ライフサイクルにおけるすべての段階で環境への影響を減らしていくことを主眼としています。

この考えを拡大し、家庭全体で使用される約90品目にわたる機器・設備群のファクターをまとめて「家まるごとファクター」として追求しています。2005年度は「生活の質」の評価を従来の製品台数から機能数へと進化させるなど、評価手法の開発も進めています。

今後この取り組みをさらに強化すべく、2006年度経営方針において2010年度に「家まるごと温暖化防止ファクター5」を実現する決意を新たにしました。

環境経営におけるマネジメント、人材育成、行動計画を強化

この他、社会・環境データファイルでは…
グリーンプラン2010／環境ガバナンス

関連情報：環境への基本姿勢
panasonic.co.jp/eco/policy/

家まるごとファクターの2010年度目標を達成するためには、
環境への影響を低減する取り組みをすべての事業プロセスで強化することが不可欠です。
そのためには、環境活動をより密接にグループ経営戦略へと結びつけ、人材育成を強化し、
PDCAサイクルをより強固に回していくことが必要であると考え、環境経営の革新を図りました。

環境経営の基本の考え方

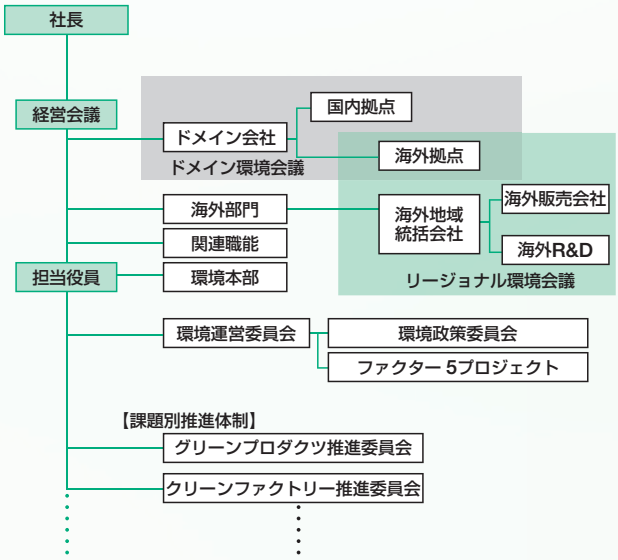
当社の使命は「生産・販売活動を通じて社会生活の改善と向上を図り、世界文化の進展に寄与すること」です。「綱領」をはじめとする経営理念を基礎とし、1991年に環境管理基本方針を策定、続いて「環境宣言」を発表しました。そして2001年には環境問題の解決に向けた7分野の方向性を示した「環境ビジョン」と、2010年度を目標にした行動計画「グリーンプラン2010」を策定し、公表しました。

環境経営の推進はこれらに基づく、全社各事業場における確実なPlan-Do-Check-Action（PDCA）の実践が基本です。

環境経営における意思決定を通常の経営会議へ統合

1997年より、環境経営における最高意思決定機能として、社長を議長とした全役員による「コーポレート環境会議」を年2回開催してきました。経営トップのリーダーシップにより先駆的な環境取り組みを実践してきましたが、8年を経て環境取り組みが全社の各部門に定着してきたことから、2005年4月より同会議を発展的に解消し、通常の経営会議へ統合しました。■図1

■図1　2006年度 環境経営推進体制



環境活動を支える人材を組織的に育成

経営における環境分野の重要性が高まる中、環境活動を加速していくためには、それを支える人材の強化が必要不可欠です。今後、計画的・継続的に人材を育成していくために、2006年4月から人材育成体制を組織化し、その推進機能として「環境部門人材育成委員会」を設置しました。今後、「スキル評価制度」（P43）による定量的把握に基づき、個々人の育成の方向を明確にし、専門性の強化に向けた「人材育成プログラム」の実施や、基幹人材の育成を推進してまいります。

新「グリーンプラン2010」により優先課題を明確化

2005年度は環境行動計画「グリーンプラン2010」の中間年にあたり、その方向性や目標レベルを総合的に見直し、2006年2月に新「グリーンプラン2010」を策定しました。■表1

新「グリーンプラン2010」では、各分野の目標について環境経営における位置付けを明確にしました。そして、最優先の目標として、当社の基本的な考え方である「新たなくらし価値創造」と、最も環境への影響が大きい製品分野と生産分野での取り組みに焦点をあて、「グリーンプロダクツ開発率」■グラフ1と「クリーンファクトリー認定率」の3つを全社の基本目標と設定しました。

グリーンプロダクツの基準を強化

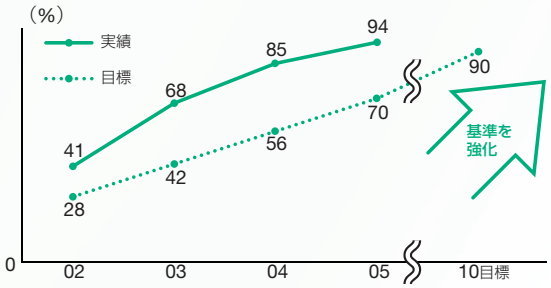
製品ライフサイクルで独自の環境基準を満たした製品をグリーンプロダクツ(GP)と定義し、1997年より開発を進めてきました。そして、当年度における開発製品全体の売上げに占めるGPの割合をGP開発率とし、数値目標を掲げています。■グラフ1　環境に配慮した製品開発が加速されたことにより、2005年度のGP開発率は「70%以上」という目標に対し、94%(877機種)と目標を大きく上回りました。当社は、環境先進企業として今後さらに環境効率の高い製品を社会にお届けするために、GP認定基準を強化しました(P20)。

クリーンファクトリー認定制度の推進

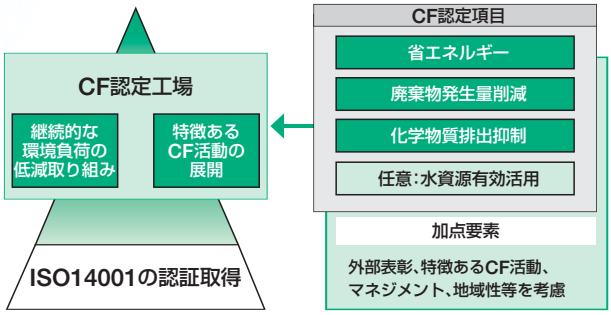
世界に300を超える工場を持つ当社には、事業活動の環境負荷をグローバルに削減することが強く求められます。当社では生産工程における環境負荷を総合的に削減した工場をクリーンファクトリー(CF)と呼び、各工場は事業特性に合わせて特徴ある環境への取り組みを推進してきました。

当社はすべての工場をCFにするために、各工場における努力の総和を評価する「CF認定制度」■図2を2005年度に開始し、2010年度に「CF認定率90%以上」の達成を基本目標に掲げました。CF認定制度では、全工場が「省エネルギー率」や「廃棄物発生量削減率」などの環境業績評価制度と連動した評価指標を共通に用いています。これらの継続的改善をCF認定基準の柱とすることで、全工場がPDCAを着実に回していくことを狙いとしています。また、各工場が立地する国や地域に根ざした、独自の創造性あふれる環境への取り組みも反映、促進します。これにより、当社の環境への取り組みは、そのビジョンからモノづくりの現場まで一貫したものとなり、環境経営の推進に必要なPDCAをより着実に回していくことが可能となりました。

■グラフ1　グリーンプロダクツ(GP)開発率



■図2　クリーンファクトリー(CF)認定制度



■表1　新「グリーンプラン2010」

■基本目標(2000年度基準)

項目	指標		2010年度目標
新たなくらし価値	家まるごとファクター	温暖化防止ファクター	5(1990年度基準)
		資源ファクター	3(1990年度基準)
グリーンプロダクツ	グリーンプロダクツ開発率		90%以上
クリーンファクトリー	クリーンファクトリー認定率		90%以上

■分野別目標(2000年度基準)

項目	2010年度目標
製品リサイクル	全家電製品のリサイクル体制確立
環境・エネルギー事業	家庭用燃料電池の本格普及　など
販売・物流のグリーン化	モーダルシフトの推進:鉄道コンテナ輸送3万本(日本)　など

■マネジメント目標(2000年度基準)

項目	2010年度目標
環境コミュニケーション	LE※1ファミリーの拡大:従業員世帯数の80%以上(日本)　など
環境経営と人づくり	環境経営の「見える化」推進　など
環境リスクへの対応	PCB・VOC・重金属による汚染浄化　など

■環境パフォーマンス目標(2000年度基準)
基本目標・分野別目標を達成するための指標

項目			2010年度目標
温暖化防止	製品		製品使用時CO_2排出量試算
	工場		CO_2排出量原単位※2 10%削減
	物流		CO_2排出量原単位 4%削減(2006年度基準)
	オフィス		CO_2排出量原単位 1%削減(前年比)〔検討中〕
資源の有効利用	工場	廃棄物	発生量原単位※3 20%削減
		水資源	使用量原単位※4 10%削減
化学物質排出抑制	工場		排出・移動量10%削減(2005年度基準)

※1　Love the Earth(地球を愛する市民活動:P24参照)
※2　CO_2排出量÷(連結売上高÷日本銀行企業物価指数(電気機器))
※3　廃棄物発生量÷(連結売上高÷日本銀行企業物価指数(電気機器))
※4　水使用量÷(連結売上高÷日本銀行企業物価指数(電気機器))

重 要 テ ー マ

3つの大きな環境影響の低減に向けて

(1)CO_2排出量の抑制、(2)化学物質管理、(3)廃棄物削減とリサイクルの推進、の3つに重点をおいて取り組んでいます。

製品と工場の省エネルギーに注力

当社のCO_2排出量を製品ライフサイクル全体で評価すると、使用段階が最も多く、生産段階の約11倍と推定されます。くらしからのCO_2排出量を削減するため、業界トップレベルの環境効率をもつ製品(P19)や、家庭用燃料電池などの創エネルギー機器の開発・普及に努めています(P23)。

また生産活動ではCO_2排出量原単位(P21)で目標管理し、これは着実に削減していますが、CO_2排出量は日本・中国・アジアで増加傾向にあります。その要因は、デジタル家電やその心臓部を占める半導体などのデバイス事業の生産拡大であり、これらの生産には他分野に比べて多くのエネルギーを必要とするためです。中国では石炭が主な電力源となるため、同じ電力使用量でも日本と比べて約2倍のCO_2が排出されることから、当社はデバイス事業と中国・アジア地域でのCO_2の削減に重点を置いています。

化学物質を管理し汚染リスク極小化

化学物質が自然界に拡散し、生態系などへ将来的に影響を与える可能性が懸念されています。当社はメーカーの責任として、生産活動と製品においてリスク評価に基づく化学物質の総合管理に取り組んでいます。また当社事業場の土壌・地下水の浄化や、ポリ塩化ビフェニル(PCB)・アスベスト(石綿)など危険性の高い物質の管理にも努めています(P26)。

一方当社は、多様な製品をお客様にお届けしていますが、その大半はお客様により排出されます。このため当社にとって製品に含まれる化学物質による汚染リスクを下げることは重要な責務であり、現在最も注力している活動が、欧州連合によるRoHS指令※へのグローバル全製品分野での対応です(P25)。

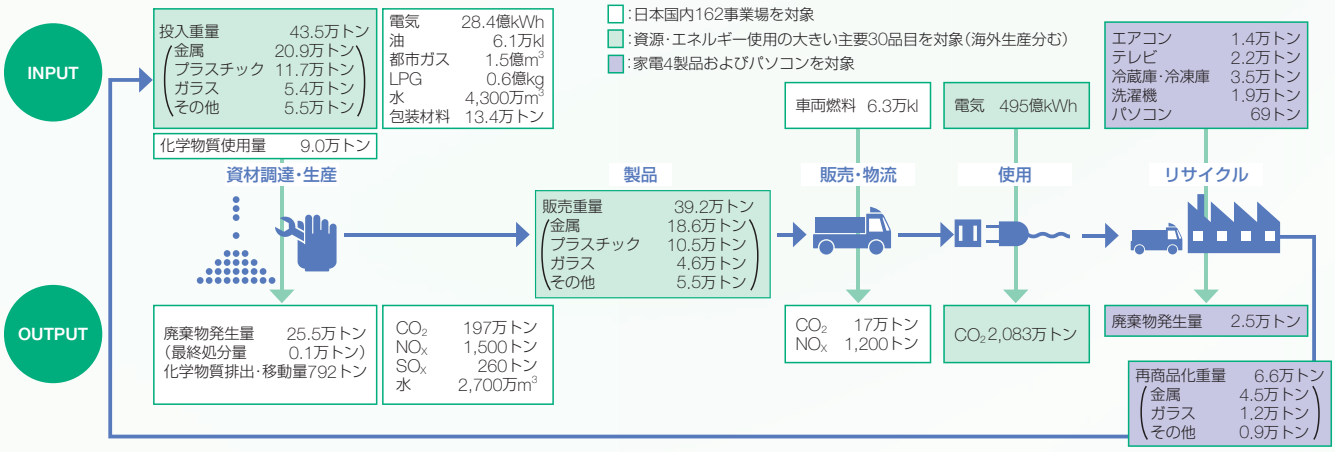
※ 電気・電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限指令

資源有効利用を日本から世界へ

資源の枯渇、資源採取による生態系の破壊、最終処分場のひっ迫などの観点から、資源生産性の高い事業活動が求められています。当社は日本で生産活動における廃棄物のリサイクル率(P27) 98%以上を2002年度から達成しており、2005年度の最終処分量は0.1万トンでした。

また当社は日本だけでも年間39.2万トンの製品を販売しています。日本では2001年より使用済み製品リサイクルに取り組んでおり、2005年度には回収量の約7割の再資源化を実現しました。また日本で培ったノウハウを活かして、2005年度は欧州におけるリサイクルの仕組み構築を開始しています。さらに、現在の製品が将来リサイクルされることを考え、より簡単に解体・分別できる製品の開発も進めています(P28)。

当社の関わる環境への影響(日本、2005年度速報値)



●算出モデル 対象地域:日本 資材調達・生産:(インプット項目)電気=電力会社からの購入電力量、油=重油・灯油使用量、水=上水道・工業用水・地下水使用量、包装材料=段ボール・発泡スチロール・板紙などを対象とする(パナホームを除く)。 (アウトプット項目)CO_2=電気・都市ガス・LPG・油の使用にともなうCO_2排出量、NO_X・SO_X=法律規制のある事業場を対象とする。水=下水道・公共水域への排水量 販売・物流:製造事業場から販売店までの輸送を示し、海外からの輸入品は日本到着後の国内輸送を対象とする。 使用:対象製品の生涯消費電力量とそれによる生涯CO_2排出量。生涯消費電力量は各製品の販売台数・使用時間・使用期間(10年)から推計。 リサイクル:再商品化重量は、製品の部品または材料の利用業者に、有償または無償で譲渡可能な資源を示す。

ジョナサン・ポリットからの
松下グループ環境経営へのメッセージ

ナチュラル・ステップ・英国会長
ジョナサン・ポリット氏

松下グループ(以下、松下)についてナチュラル・ステップが本当に感嘆する点の一つは、生産プロセスでインプットされる原材料、化学物質、水、エネルギーに関する問題解決への情熱である。家電製品について「環境への影響の低減」と口で言うのはたやすいが、実際にそれを行うのは非常に困難である。松下のあらゆる目標と達成事項の背後には、驚くほど豊富なデータと情報の積み重ねがあり、環境会計と環境経営の膨大なスキルと経験がある。それらが松下の総合的な環境パフォーマンスが毎年進化し続けることを可能にしている。

通常、このような環境に関する報告書は、社外に対するコミットメントとともに、社内におけるプロセスや取り組みの改善を含んでいる。松下が新「グリーンプラン2010」達成に向けて、環境活動を支える人材の社内でのステータスを高めながら、環境経営システムを社内全体に浸透させていることは、一見それほど重要なことと思えないかもしれない。しかし実は、それらのことは、企業文化、社員行動の変革、さらなる改善への原動力という意味において、極めて重要なことである。

新たな課題への挑戦

この種の報告書には、必ず達成事項と課題事項が記載される。ナチュラル・ステップの役割は、そのような課題事項を取り上げ、企業に真のリーダーシップを問い、答えにくい質問をあえて投げかけることである。

松下が「今後グリーンプロダクツ(GP)の基準定義をさらに厳しくしていく」ことは素晴らしい。しかし仮に工場からのCO_2排出量原単位の継続削減に成功しても、今後とも事業成長を続けた場合、CO_2排出量の増加については、どのように対処していくのか。気候変動への懸念が高まる中で、排出量の削減にも短期・長期目標を設定すべきではないか。また、松下におけるエネルギー需要総量に対し、再生可能エネルギーの占める割合は小さい。再生可能エネルギーへの投資を拡大しなければ、CO_2排出量の削減は困難(または不可能)である。また、再生可能エネルギーへの投資拡大は、水や廃棄物管理に関して困難に直面している中国において、生産量増加に伴うCO_2排出量急増に加担しないというメリットが得られるのではないか。

さらに我々は松下との会合において、より大胆に革新を推し進めてはどうかと問いかけた。GPの開発拡大という取り組みを、松下の事業計画に組み込むこと自体は歓迎であるが、そのプロセスは漸進的な改良を目指すものであり、より抜本的な改革とは言えないように思われる。取り組みの余地はまだまだ残されている。

透明性の向上について

松下の「スーパー正直」という透明性への取り組みは、非常に有意義なものである。この点に関して2つコメントを述べる。第1点は、本報告書をはじめ様々な場面において、松下のような企業が直面している巨大なジレンマについて、もっと議論してはどうかということである。我々は松下との議論を通じて、彼らがこのジレンマをはっきりと認識していることが分かっている。にもかかわらず、このジレンマの深刻性は、現在はっきり表現されていない。第2点は、松下で進められている取り組みの数が非常に多いため、混乱の危険性があるのではないかという点である。「GP」「スーパーGP」「ダントツGP」「V商品」など、製品分類の多さについても同様である。

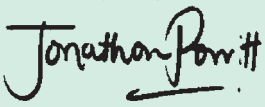
顧客と最善の関係を築くには、透明性だけでなく「シンプルさ」も重要である。松下製品の使用段階で排出されるCO_2量は、生産段階での排出量の11倍にも及ぶ。したがって、我々は松下の「イーユーハウス」により、資源効率や気候変動に関する人々の理解が促進されることを心から希望する。ぜひ、松下には「イーユーハウス」を通じて「家まるごと温暖化防止ファクター5」へのコミットメントを人々の総合的な生活の豊かさの向上にむけて本格的に推進していただきたい。またこのような取り組みを通じて、松下は「地球を愛する市民活動」において社員に勧めてきたことを、ぜひ一般消費者にも勧めてほしい。

社会への働きかけ

松下が顧客を通して、さらに広く社会に対して、低CO_2排出・省資源のライフスタイルへの移行を進めていくにはどうすればよいだろうか。そのためには、持続可能に関するチャレンジを達成するためのスキル基盤を考え直す必要があるだろう。人々の価値観と行動の変革、コミュニケーション、持続可能な消費などに関する各専門分野への投資を通じて環境職務従事者のスキルアップを行う必要がある。松下は今後数年間、社員や購入先のみならず、社会のあらゆる人々に対して、責任ある省資源市民となるよう、より積極的な働きかけが必要である。

最後に、我々は松下に対し持続可能な発展の枠組みを構築し、社会・社員・株主・購入先そして環境に対するすべてのコミットメントを統合できるようにしてほしいと願う。現在、これらは別々に進められているように見えるが、より統合的・包括的な仕組みを構築することにより、全体成果の強化と社内およびステークホルダーとのコミュニケーション向上が実現できるだろう。

ナチュラル・ステップ・英国会長
英国持続可能開発委員会委員長
ジョナサン・ポリット



ロンドンにて(2006年3月)

ジョナサン・ポリット氏　略歴

フォーラム・フォー・ザ・フューチャー(FFF)創設者、ナチュラル・ステップ・英国の会長であると同時に、持続的な開発に関する著名な執筆家、アナウンサー、コメンテーターでもある。FFFは1996年に設立され、現在では英国を代表するサステナビリティNGOとなっている。2000年7月、英国首相により持続可能開発委員会の委員長に任命。同委員会は、英国のあらゆる持続的開発政策に対する最重要外部諮問機関である。1999年12月より、南西地域開発局理事会の理事を務め、さらに各国で経営者セミナーを開催する英国皇太子産業環境計画の監修者のひとりでもある。またアシュデン持続可能なエネルギー賞の評議員、社会主義環境資源協会(SERA)副会長でもある。これまで、FoE理事(1984~1990)、グリーン・パーティー共同議長(1980~1983)、UNED英国支部長(1993~1996)、南西地域持続的開発円卓会議(サステナビリティ・サウスウェスト)議長(1999~2001)、英国WWF理事(1991~2005)などを歴任。2000年1月にはその環境保護活動により、上級勲爵士を授与。

温暖化防止

家庭からのCO_2排出を減らすために すべての製品をグリーンプロダクツへ

この他、社会・環境データファイルでは…
環境配慮設計／製品省エネルギー

関連情報:Nのエコ計画
national.jp/2eco

家庭からのCO_2など温室効果ガスの排出量を削減するため、製品におけるエネルギー効率の向上と普及に努めています。当社は独自の認定制度を設けて目標管理してきましたが、より高いレベルのグリーンプロダクツを生み出すために、その基準を強化しました。

おもな課題は製品の省エネルギー

温室効果ガスはCO_2換算で、世界で年間252億トン※1排出されており(2003年度)、IPCC※2は21世紀中には平均気温が1.4〜5.8℃上昇し、地球環境にさまざまな影響を与えると予測しています。日本における2004年度のCO_2排出量は産業部門が全体の約40%※3と最も多く占めていますが、増加率では業務部門や家庭部門、物流部門などが大きいことから、これらの部門における一層の削減努力が求められています。

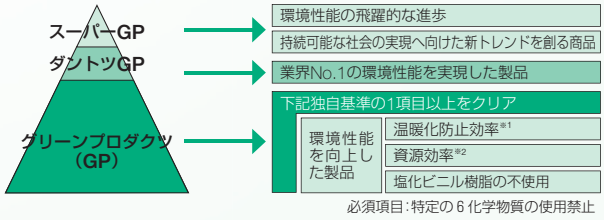
日本における当社のCO_2排出量を、製品のライフサイクルで見たときに最も多いのが「お客様による当社製品のご使用時」で、消費電力量のCO_2換算で2,083万トンと推計しています(2005年度、日本)。■図1　これは、日本の家庭部門におけるCO_2排出量(日本全体の約14%※3)の12%に相当します。同様に、生産段階からは産業部門の0.4%、物流段階からは貨物輸送部門の0.2%に相当するCO_2を排出しています。このことから製品の省エネルギーは、当社の事業活動における最重要課題の一つと認識しており、より高いエネルギー効率を持つ製品の開発と普及に努めていきたいと考えています。

※1　出典:エネルギー経済統計要覧(2006年版)
※2　IPCC:「気候変動に関する政府間パネル(Intergovernmental Panel on Climate Change)」
※3　環境省資料より算出(2004年度データ)

主力製品を省エネトップレベルへ

当社は、製品が環境に与える影響を企画・設計段階から事前評価する「松下製品アセスメント」制度を1991年から運用しています。その中でライフサイクルアセスメント(LCA)※4を実施しており、その結果をもとに「グリーンプロダクツ(GP)」と定義する環境配慮設計の製品を3つのレベルで認定しています。■図2　環境性能を向上させた製品や環境問題の解決を目的とする製品・サービスを「GP」、GPの中で業界ナンバーワンの環境性能を実現した製品を「ダントツGP」、持続可能な社会の実現に向けて新しいトレンドを創る製品を「スーパーGP」としており、GPについては毎年基準値を高める仕組みにしています。これらの開発を推進するために、その開発計画を2004年度から事業計画に盛り込んでいます。

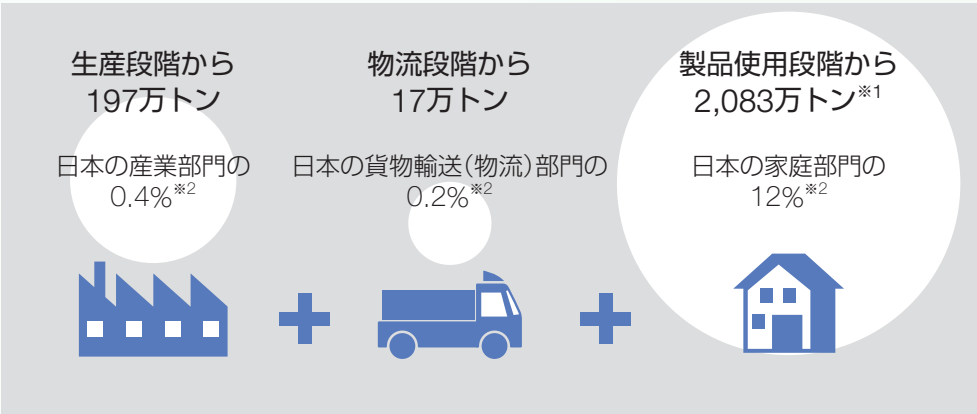
■図2　グリーンプロダクツ体系図



※1　温暖化防止効率＝ 製品寿命×製品機能 / ライフサイクルでの 温室効果ガス排出量

※2　資源効率＝ 製品寿命×製品機能 / ライフサイクルでの循環しない資源量

■図1　日本における当社のCO_2排出量(2005年度)



※1　当社の試算値で、資源・エネルギー使用量の多い主要30製品について年間販売台数・使用時間(業界基準もしくは当社独自の基準に基づく)・使用期間(10年)から推計。30製品とは、プラズマテレビ、液晶テレビ、ブラウン管テレビ、DVDレコーダー、SDステレオシステム、パーソナルファクス、冷蔵庫、エアコン、オーブンレンジ、IHクッキングヒーター、洗濯乾燥機、全自動洗濯機、衣類乾燥機、ジャー炊飯器、食器洗い乾燥機、自然冷媒(CO_2)ヒートポンプ給湯機、ジャーポット、電気カーペット、掃除機、温水洗浄便座、アイロン、除湿器、加湿器、換気扇、空気清浄機、バス換気乾燥機、レンジフード、蛍光灯、照明器具、ドライヤー。
※2　環境省資料より算出(2004年度データ。物流は2003年度データ)。

デジタルハイビジョンプラズマテレビ(TH-37PX600)では、発光効率向上などで、年間消費電力量を37%削減(TH-37PX300比)。スーパーGPに認定されたななめドラム洗濯乾燥機(NA-VR1000)では、世界初のヒートポンプ乾燥方式で消費電力量と水使用量を2分の1に削減(6kg洗濯乾燥時、NA-V81比)。

2005年度は、877機種のGPを開発・販売し、GP開発率※5は94%に達しました。これは、2005年度の目標である70%を大きく上回りました(P16)。また、ダントツGPは2004年度の19製品から37製品へと倍増しました。そして、スーパーGPとしてななめドラム洗濯乾燥機(NA-VR1000)を認定しました。GPを開発する基盤が全社に定着してきたことに加え、ダントツGPは増加しており、この流れを加速することで、今後もスーパーGPの創出をめざします。

※4　製品がライフサイクルの各段階において環境に与える影響を定量的に評価する手法。
※5　当年度開発製品に対するGPの販売比率。

全製品の省エネルギー性能の向上をめざして認定基準を強化

当社の省エネルギー技術をさらに高めるため、新「グリーンプラン2010」において、温暖化防止効率の認定基準を強化しました。例えば2010年度の基準は2000年度比で1.5倍から2.0倍への強化です。これらの新しい認定基準でGP開発率目標を達成することで、全製品の環境性能をさらに底上げし、製品に強い競争力を持たせることもねらいとしています。

一方、当社のめざす社会やくらしの価値を実現しながら、事業の成長を牽引する商品群を「V商品」と呼んでおり、これらは①ブラックボックス技術、②ユニバーサルデザイン、③環境配慮を認定の3条件としています。今後、V商品における環境配慮とダントツGPが連動していくことをめざしています。これにより、さらなるお客様価値の向上につなげていけると考えています。

■図3　グリーンプロダクツの新認定基準(2010年度)

●温暖化防止効率

旧	1.5倍(2000年度比)
新	2倍(2000年度比) or 省エネルギー性能で業界トップレベル※1

●資源効率

旧	1.7倍(2000年度比)&業界トップレベル
新	1.7倍(2000年度比) or 業界トップ 上位10% or 実証リサイクル可能率　前年度比向上※2

※1　(財)省エネルギーセンター「省エネ性能カタログ」上位10%相当。
※2　但し、4家電(冷蔵庫・冷凍庫、エアコン、テレビ、洗濯機)については法定再資源化率に25%上乗せした実績。

「Nのエコ計画」で環境配慮製品の普及を促進

当社は、GPを普及するとともに緑を増やす宣伝・キャンペーン活動「Nのエコ計画」を2003年から展開しています。

「Nのエコ計画」では、当社従来機種と現在の製品を比較して電気代や水道代がどれだけ節約できるかを具体的に示した内容をマスコミ宣伝、Web、店頭などで継続して訴求し、環境に配慮した製品の大切さを訴えてきました。また、緑を増やす活動としては、全国3,741カ所の幼稚園に花の種を贈り、サクラの苗木4,814本を全国に植樹しました。

2005年には、新「Nのエコ計画」を展開し、環境保護の啓発のため、デンマークの環境親善大使「グリーンサンタ」をキャンペーンキャラクターに起用し、「みんなで"エコの絵"を描いて緑をふやそう！」と呼びかけ、その応募数に応じて植樹を行うというお客様参加型の活動を行いました。

また、カタログなどを通じ、製品に関する環境情報を掲載、省エネルギーのための上手な使い方を紹介しています。

グリーンサンタ

温暖化防止

生産段階におけるCO_2排出の抑制をめざし デバイスと中国に注力

この他、社会・環境データファイルでは…
地球温暖化防止／物流のグリーン化

関連情報：工場の省エネルギー活動
panasonic.co.jp/eco/cf/senergy.html

CO_2削減のグローバル目標を達成するため、全社で「省エネルギー３ヵ年計画」を策定して取り組んでいます。事業の成長にともない、CO_2排出量が増加傾向にある地域・事業分野での省エネルギー活動にとくに注力しており、今後もその取り組みを強化していきます。

CO_2排出量原単位目標は達成

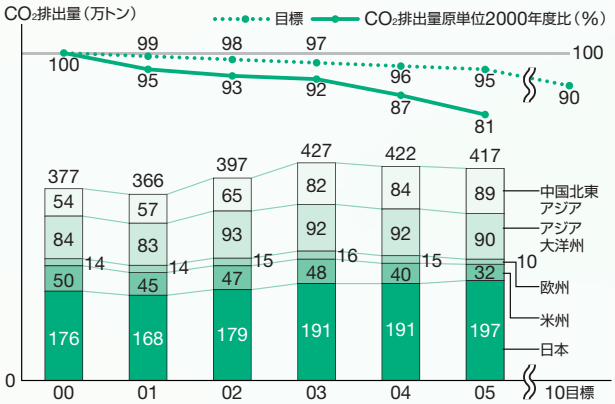
当社の全世界における工場CO_2排出量の削減目標は「2010年度に2000年度比で原単位※1を10%削減」することです。また日本では、「2010年度に1990年度比でCO_2排出量実質生産高※2原単位を25%削減」の達成をめざしています。

当社の工場省エネルギーマネジメントの基本は、省エネルギー対策と投資計画をまとめた「省エネルギー３ヵ年計画」を世界の全製造事業場で策定し、毎年見直しながら推進することです。工場ごとの具体的な目標は、当社独自の「省エネルギー率※3」という指標で示し、製品の組み立てを行うセット系事業場で年間3.5%以上、半導体などの電子部品を製造するデバイス系事業場で年間7%以上に設定しています。2005年度の省エネルギー率はセット系事業場で平均3.5%、デバイス系事業場で平均6.2%を実現しました。CO_2換算すると、グローバルで22万トンのCO_2削減の取り組みです。その結果、グローバルでのCO_2排出量の原単位は2000年度比で19%削減となり2005年度目標を達成しました。■グラフ1

また、日本ではCO_2排出量の実質生産高原単位は1990年度比で、20%削減しました。■グラフ3

※1　原単位＝CO_2排出量／（連結売上高÷日本銀行企業物価指数（電気機器））
※2　実質生産高＝名目生産高÷日本銀行企業物価指数（電気機器）
※3　省エネルギー率＝当年度の対策によるエネルギー削減量（CO_2換算）／前年度のエネルギー消費量（CO_2換算）

■グラフ1　CO_2排出量と原単位（グローバル）



（注）当社のCO_2排出量算出基準
・日本以外の購入電力の係数については、GHGプロトコルの各国の係数を使用。
・燃料関係は、環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（試案ver1.6）」の係数に基づく。

CO_2排出量増加への対応

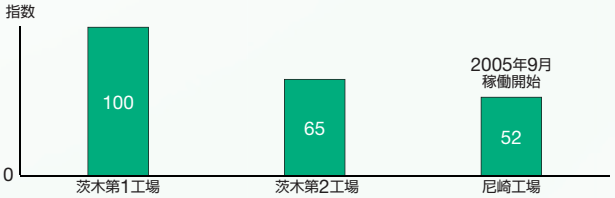
2005年度目標は達成したものの、CO_2排出量は417万トンで、2000年度より40万トン増加しました。

増加の理由は、第一に中国・アジアにおける生産拡大です。さらに中国では、発電の一次エネルギーとして石炭を使う割合が高いため、CO_2排出係数（エネルギー使用量からCO_2排出量を算出する係数）が大きいことも挙げられます。第二には、デバイス事業の進展です。日本ではデジタル家電の需要が急激に拡大しており、その心臓部である半導体やプラズマディスプレイパネル（PDP）などを生産するデバイス部門でのCO_2排出量が増加しています。当社はCO_2排出量をできる限り抑制するために、デバイス事業および中国・アジア地域に重点をおいた取り組みを強化します。

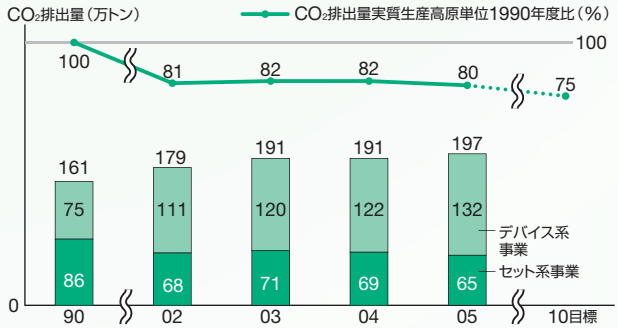
たとえば、PDPを生産する尼崎工場では、ガラス基板あたりのPDP取り数の拡大、熱処理における処理空間の極小化などにより、生産能力の拡大とともに、PDP1枚あたりのCO_2排出量を当社茨木第1工場に比べ約48%削減できました。

■グラフ2

■グラフ2　PDP生産1枚あたりのCO_2排出量の比較



■グラフ3　CO_2排出量と実質生産高原単位（日本）



（注）
購入電力の係数は、電気事業連合会発表の使用端での全電源を平均した係数を使用。各年度のCO_2排出係数は、0.410kgCO_2／kWh（1990年度）、0.407kgCO_2／kWh（2002年度）、0.436kgCO_2／kWh（2003年度）、0.421kgCO_2/kWh（2004年度）。2005年度は2004年度の値で算出。

PDPの最先端工場である尼崎工場(兵庫県)では、多面取り(6面)方式で生産効率の大幅向上と環境配慮を徹底。外壁部分すべての光触媒コーティング(ポプラ1,800本の植樹相当のNO_x削減)や雨水再利用システム、太陽光と風力で発電するハイブリット風車「風かもめ」(P23)などを導入しています。

モノづくり革新でCO_2を削減
～半導体社 魚津工場の事例～

半導体の製造工程では、高温下で高電圧をかけて初期不良品を発見して取り除き、品質を確保する試験を行います。従来、半導体パッケージのほぼ完成段階において検査を実施するため、不良品については製造・検査時に使用するエネルギーが無駄となっていました。半導体社魚津工場では、この検査を半導体パッケージの組み立て前の段階で実施できる工法を開発・導入しました。この方法では、検査に必要な熱も半導体自体の発熱を利用するため、従来の方法に比べ検査時の電力使用量を1／6に低減できます。同工法の設備は2000年から順次導入しており、2005年度は年間1,700トンのCO_2排出量を削減しました。

中国・アジアでのCO_2削減取り組み

生産の拡大する中国やアジアでの省エネルギー対策を進めるためには、その対策に習熟した現地技術者の育成が急務です。2005年2月以来、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピンそして中国におけるエネルギー管理者の育成をめざす「省エネルギー技術セミナー」を展開しており、内容は事前に実施した省エネルギー診断の結果に基づく改善策を検討するなど実践的です。2005年度は中国で毎回技術テーマの異なるセミナーを3回開催し、延べ132人が受講しました。

エアー漏れチューブの交換

また、工場の省エネルギーでは地道な活動も重要です。生産設備の多くの箇所で製品の搬送などに圧縮エアーを必要としますが、エアー漏れにより工場で使用するエネルギーの約2%が失われると推定されています。2006年度は全社で「工場エアー漏れ撲滅」の活動を推進し、消費電力を削減します。

物流分野では「モーダルシフト」と「エコカー」への転換を推進

生産活動の省エネルギーのみならず、物流分野では2006年3月に策定した「松下グループ・グリーンロジスティクス方針」のもと、4つの重点テーマ「モーダルシフト」「エコトラックの導入」「グリーン物流事業者との連携強化」「バイオ燃料の導入」(P23)を柱としてCO_2削減を推進しています。

トラックから環境負荷の少ない鉄道や船舶に切り替えるモーダルシフトでは、1998年度には5トンコンテナ換算で1,735本あった鉄道輸送を2005年度は1万7,595本に増やし、トラック輸送を継続した場合に比べてCO_2を8,777トン削減しました。また、500km以上の陸送輸送のうち15%以上を鉄道輸送にしている企業に与えられる「エコレールマーク」の認定を、第1回の松下電池工業(株)に続き、パナソニック ストレージバッテリー(株)と松下プラズマディスプレイ(株)が受けました。販売店等への配送など当社の物流の中核を担う松下ロジスティクス(株)では、2003年に世界で初めてハイブリッド小型トラックを導入し、2005年度末までで115台の切り替えを終了しました。引き続き、2006年度末までに小型配送用トラック306台のすべてをハイブリッドや天然ガスなどのエコトラックに切り替える方針です。また、2005年1月に「パナソニック躍進エコカー※4計画」を策定。販売・サービス会社も対象に広げ、2010年度までにグループ全体で保有する業務用車両約1万4,000台を全てエコカーに切り替え、2003年度には5万2,200トンと推定されていたCO_2排出量を、2010年度にはその16%に相当する約8,500トン削減することを目標としています。

※4　国が定める低公害車およびグリーン税制適合車で政府が導入する環境配慮車両と同種。

温暖化防止

新エネルギー分野を開拓し、徹底的に活用する

関連情報:家庭用燃料電池コージェネレーションシステム
panasonic.co.jp/appliance/FC/
バイオ燃料トラック
panasonic.co.jp/ideas/closeup/08fuel/

関連情報: 風かもめ
panasonic.biz/energy/furyoku/

CO_2の排出が少ないことや、資源を有効に利用できることから、
再生可能なエネルギーや未利用のエネルギーへの注目が高まっています。
持続可能な社会の構築をめざして、新エネルギーを積極的に活用していきたいと考えています。

2008年度以降の本格普及をめざし家庭用燃料電池を実用化

家庭用燃料電池コージェネレーションシステム

燃料電池の原理は、水素と酸素が反応して水が生成される際に発生する電気を家庭のエネルギーとして利用するというものです。発電時に発生する熱も同時に利用することをコージェネレーションといいます。エネルギーを効率よく利用できるため、一般的な家庭用エネルギーに比べてCO_2排出量を45%削減、一次エネルギー消費量も32%削減が可能です(当社調べ)。

2005年2月に当社の家庭用燃料電池コージェネレーションシステムを、世界初の商用機として首相新公邸に納入して以来、2006年3月末時点で稼働台数は約100台となりました。燃料電池を導入した住宅の分譲も開始しています。日本の全世帯が燃料電池を使うと仮定すると、東京都の30倍の面積が森林になるのと同じ環境保全効果※1が得られます。2008年度以降の本格普及をめざします。

また、外観は景観の美しさにも配慮した結果、2005年度グッドデザイン賞では「エコロジーデザイン賞」に選ばれました。

※1　家庭での年間CO_2排出量(当社調べ)と平成17年度国勢調査(総務省調べ)のデータを基に算出。

上海でグリーン電力を活用

グリーン電力購入制度は、太陽光、風力、地熱などの自然エネルギーによる発電電力を標準発電よりも高価で販売し、その差額を自然エネルギーの利用開発に投入する仕組みです。中国では上海市が本制度を採用し、自然エネルギーの利用を促進しています。パナソニック プラズマディスプレイ上海(有)は2005年6月に購入契約を結び、1年間で60万kWhのグリーン電力を購入しました。

社員食堂の使用済みてんぷら油をトラック燃料として再利用

滋賀県草津地区の社員食堂から排出される使用済みてんぷら油を精製し、バイオ燃料※2として松下ロジスティクス(株)のトラックで再利用する実験を2005年9月から2006年3月まで行いました。バイオ燃料は、植物が成長段階でCO_2を吸収するため、CO_2排出量はほぼゼロとみなせます。同地区の使用済みてんぷら油の排出量は年間7,000ℓで、すべて精製して再利用すれば同社のトラック2台が1年間に使用する軽油量を削減できます。この取り組みの意義は、CO_2排出量削減に加えて、使用済みてんぷら油の回収からバイオ燃料の活用までの資源循環を同じ地域内で実現できることにあると考えています。今後、このモデルを実運用に移行するとともに、他地区にも展開していきます。

※2　生物のはたらきに由来する物質を利用して作られる燃料

風力と太陽光を活用して発電

当社が2001年に発売した「風かもめ」は、風力と太陽光で発電した電気を使って夜にあかりを灯し、屋外の独立電源として利用するハイブリッドタワーです。風速2.5m以上の風があれば、昼夜も風向きも問わず安定した明るさが得られます。また「風かもめ」は照明用電源としてだけでなく災害時の電力供給に適することから官公庁に多く採用されています。さらにネットワークカメラを搭載可能のため公園などのセキュリティシステムとしても活用できます。

624機

実用化への広がりを見せている「風かもめ」。
全世界で624機が稼動しており(2006年3月末現在)、
風力発電はもちろん、セキュリティの面でも活躍が期待されます。

エコライフの実践から生まれる大きな成果

この他、社会・環境データファイルでは…
環境分野の社会貢献・啓発

関連情報：地球を愛する市民活動（LE活動）
panasonic.co.jp/eco/le/
松下グリーンボランティア倶楽部
meu.or.jp/ippa/frame/frame_mgr.html

環境に配慮した“エコライフ”を実践するために、
当社は、従業員とその家族が一体となった取り組みを続けています。
環境配慮の意識を育む地道な活動は、地域の人々へも広がってきています。

「地球を愛する市民活動」は9年目に

当社は1998年から従業員とその家族を対象に「地球を愛する市民活動（LE※活動）」を展開しています。LE活動は「真のグリーンプロダクツを作るには、従業員すべてにグリーンマインドが必要」という当時の社長の思いを具現化したものです。企業人であると同時に、一人の社会人、家庭人としても環境を大切にできる市民であることが「地球環境との共存」につながると考えています。

重点取り組みテーマは、①環境家計簿をつける②エコバッグを使ってレジ袋の利用を減らす③環境ボランティア活動に参加する、の3つ。オリジナルの環境家計簿では、電力やガスの使用量から家庭でのCO_2排出量を簡単に計算でき、エコライフ実践のアイディアも紹介されています。環境家計簿の参加世帯数はスタート時（1998年度）の約3,300世帯から2005年度には約3万7,000世帯になりました。

2005年には、長年にわたる地道な活動が評価され、「地球温暖化防止活動 環境大臣賞」を受賞しました。松下グループの従業員とその家族から、グリーンマインドを持った人たちの輪を社会に広げていきたいという活動は、ゆっくりと確かに広がっています。

また、LE活動のほかに、各事業場で植樹などの構内緑化に取り組む「共存の森」や1993年から続く「松下グリーンボランティア倶楽部」などの活動でも、地域との協働を通じてグリーンマインドを育んでいます。

※ LE：Love the Earth

環境家計簿

「チーム・マイナス6%」への参画
～国内全拠点での「ライトダウン活動」～

宣伝用ネオンの消灯

2005年の京都議定書の発効を受け、温室効果ガス排出量6%削減に取り組む国民的運動として「チーム・マイナス6%」がスタートしました。当社はこの運動に団体チーム員として参加し、「クールビズ」「ウォームビズ」を全社で実施したほか、「地球温暖化防止のためのライトダウン活動」を自主的に継続展開しています。2005年7月から2006年3月末までの合計254日間、国内220事業場のすべてで、午後8時以降の宣伝用ネオンサインと電照看板を消灯しました。この間の電力削減量は約88万kWhとなり、約384トンのCO_2を削減、また電力料金も約1,055万円を削減できました。2006年度も継続して実施しています。

13,450本

2006年3月までの3年間に、全国13カ所の「共存の森」に13,450本の苗木が植樹され、育っています。

化学物質を総合管理し、環境への拡散を防止

この他、社会・環境データファイルでは…
製品の化学物質削減／工場の化学物質管理
工場環境の保全／環境リスクへの対応

関連情報：化学物質管理ランク指針
panasonic.co.jp/eco/suppliers/
材料のエコ
panasonic.co.jp/eco/gp/catalog/gp01.html

欧州連合（EU）でのRoHS指令※1の発効を機に強化した、製品における特定の化学物質を使わない取り組みを指令施行前の2005年10月末にグローバルに達成しました。生産段階でも排出・移動量の削減に向けて取り組みを強化しています。また、土壌・地下水汚染を管理下に置き、PCB、アスベストへの対策も着実に進め、環境汚染リスクの極小化をめざしています。

特定の化学物質を使わない取り組みをグローバルに全製品で挑戦

EUでは、電気・電子機器に含まれる特定の化学物質（鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、特定臭素系難燃剤2種）を含む製品を2006年7月からEU域内で販売禁止にするRoHS指令が発効され、世界的にも同様の規制の動きが広がっています。

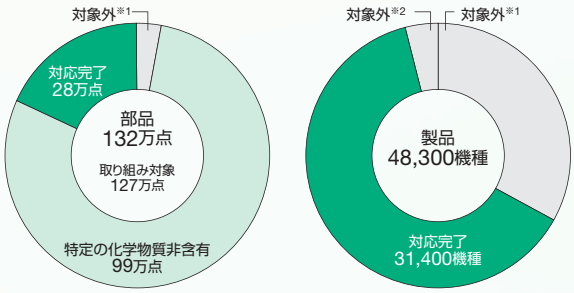
当社では2003年6月に「グリーンプラン2010」を改定し、2005年4月以降にEU域内だけでなく、グローバルに出荷するすべての製品からこれら特定の化学物質を不使用にするための全社プロジェクトを開始しました。当社独自に部品132万点のすべてについて特定の化学物質の含有調査を行った結果、取り組み対象は127万点あり、そのうち約28万点の部品に特定の化学物質が含有されていることを確認しました。含有を確認した部品については、当初の目標期日の2005年3月末までに24万点の部品で代替化しました。残り4万点の部品についても、品質評価の期間と安全規格の取得を必要としましたが、2005年10月末に対象となるすべての製品約3万1,400機種で特定の化学物質不使用の対応を完了しました。

■グラフ1

※1　電気・電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限指令。

■グラフ1　製品における特定の化学物質不使用の取り組み状況（2005年10月末時点）

（注）パナホームを除く



※1　業界の標準的な部品・材料などで代替・調達の目途がたたないもの、および納品先の指定によるもの。
※2　RoHS指令適用除外申請製品。

グリーン調達体制をより強化

特定の化学物質を使わない取り組みは、“グリーン調達”をより強固にする取り組みでもありました。当社の資材の購入先は約9,500社に上ります。世界各地で購入先の参加を得て当社の方針の説明会を開催し、購入先自身の調査をもとに物質が含まれていないことを保証する「不使用保証書」と「化学物質含有データ」の提出を要請してきました。

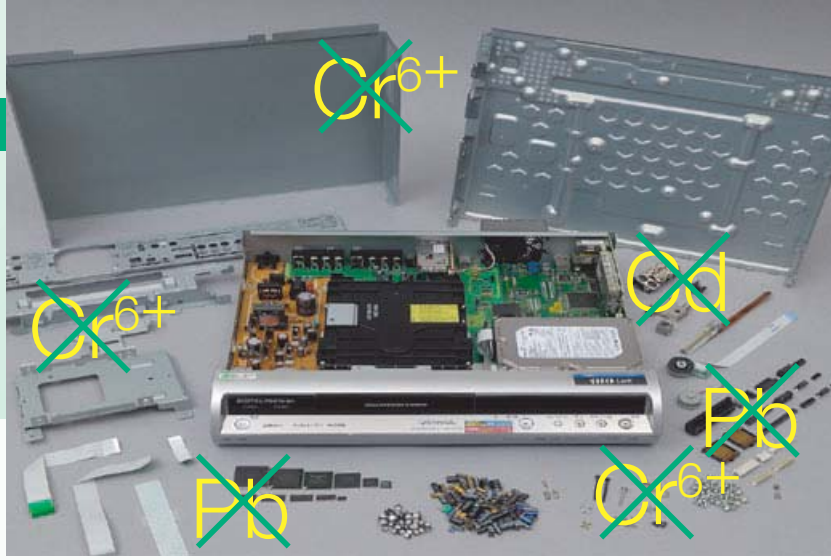
また、購入先からの「化学物質含有データ」を一元管理するために、データベース「GP−Web」を当社独自に構築し、2004年度より国内外の大半の購入先で運用を開始しています。このシステムを利用することにより、世界中から新たに購入する部品などに特定の化学物資が含まれていないかどうかを確認できます。また、購入先に環境マネジメント体制も強化してもらう必要があるため、当社では、監査員を派遣して環境品質保証体制の監査を実施してきました。

特定の化学物質を含む製品は今後も世界のお客様へ出さない

特定の化学物質の代替化が完了したことにより「特定化学物質を入れさせない！使わない！出さない！」という同プロジェクトの考え方に基づき、モノづくり現場での継続徹底が必要です。そのために、当社が購入する部品に特定の化学物質が含まれていないかを現場で分析確認できるように、当社独自に六価クロム簡易分析手法や高速・高精度有害物質測定システムを開発しました。また分析装置も新たに360台を事業場に導入しました。

さらに製品の設計から出荷検査に至る生産活動の各過程で特定の化学物質を混入させないための仕組みをつくり、全事業場に導入しました。そしてこれらの取り組みを社内の現場に定着させるために、情報共有と実技指導による人材育成を目的とした「テクノスクール」を世界19カ国で合計57回開催し、受講者数は累計約4,000人になっています。

1,270,000点
9,500社



お客様の家庭にお届けするDVDレコーダー（DMR-EX350）。特定の化学物質を使わない製品とするためには、これだけの部品・材料において、代替技術の確立、信頼性再試験、人材育成などさまざまな取り組みが必要でした。

生産段階で排出・移動量の多い化学物質を2010年度までに10%削減

工場では1998年から「化学物質管理ランク指針（工場版）」における「削減」ランクの物質の使用量と「適正管理」ランクの物質の排出・移動量を3年後までに33%、6年後までに50%削減する「33／50（サンサンゴーマル）削減活動」を世界の地域ごとに進めてきましたが、日本では2005年度に「削減」ランクを82%削減、「適正管理」ランクを57%削減しました。

これを機に、これまで3,486物質を対象に取り組んでいた削減活動を、排出・移動量の80%以上を占める368物質※2に絞って重点的に総量を削減するために、「2010年度までに2005年度比で排出・移動量を10%削減する」という新たなグローバル目標を設定しました。2006年度には削減対象の化学物質を使用する事業場を対象に、2010年度までの計画を立案し、削減活動を展開していく予定です。

※2　①日本のPRTR 調査（2002年）における排出・移動量上位10物質群、②松下グループ化学物質調査における排出・移動量上位10物質群、③地球温暖化対策推進法からの5物質群、④電機電子業界調査によるVOC（揮発性有機化合物）排出量の上位20物質

製品など3分野で石綿対策を実施

石綿による汚染リスクについて、当社では石綿対策委員会を設置し、全社横断的に「労働安全衛生」「ファシリティ（建物・施設）」「製品」の3つの側面から調査・対策を講じています※3。現在、当社で販売しているすべての製品において石綿を使用していません（P44の関連記事をご参照ください）。

※3　詳細は下記をご参照ください。
松下電器　panasonic.co.jp/eco/users/info1.html
松下電工　www.mew.co.jp/corp/oshirase/050721/index.html
パナホーム　panahome.jp/

土壌・地下水の環境を管理する

1980年代後半に、一部の事業場で塩素系有機溶剤による土壌・地下水汚染が発見されて以降、当社では「土壌・地下水汚染防止マニュアル」「環境汚染予防管理の手引き」などを作成して汚染の調査・対策と再発防止に取り組んできました。

地域の住民の皆さまの安全と安心の確保を基本として、すべての土壌・地下水汚染を「管理下に置く」※4ことを進め、2003年度に日本国内143事業場をすべて管理下に置きました。基準を超える汚染があった78事業場の2005年度末の状況は、「対策完了」が40事業場、「対策中」が38事業場となっています。また海外事業場においても2005年度内に152事業場すべてを「管理下に置く」と同時に、土壌表層調査を実施した57事業場のうち、基準を超える汚染があった9事業場においては浄化対策を加速してまいります。

※4　調査完了、対策着手、観測井戸の設置、流出の未然防止、運用管理の徹底までが実施される事。

日本で民間初のPCB汚染土壌の浄化試験に成功

当社は、2003年1月に4工場および1工場跡地におけるPCB（ポリ塩化ビフェニル）入りコンデンサの埋設を自主的に公表して以来、緊急安全対策、および埋設物の掘り起こしと適正管理等の対策を実施してきました（パナソニック エレクトロニックデバイス松江（株）を除いて完了。継続中の同社は2008年に完了予定）。

公表時に社会へお約束した汚染土壌の浄化への取り組みとして、2005年5月から約5カ月間、汚染土壌浄化実証試験を実施し成功しました。試験は新日本製鐵株式会社様、三菱重工業株式会社様、日鐵運輸株式会社様の協力を得て、汚染土壌の保管事業場から試験実施場所である「北九州エコタウン」に運び、溶剤抽出法を用いて浄化するもので、PCB汚染土壌の浄化実績としては日本で民間初です。この実証試験の結果を踏まえ、本格処理の検討に着手しています。

リサイクルマネジメントをグローバルに展開

この他、社会・環境データファイルでは…
使用済み製品のリサイクル／製品の省資源化
廃棄物の削減

関連情報:製品リサイクル
panasonic.co.jp/eco/recycle

製品リサイクルに取り組むことで、限られた資源を有効に使うだけでなく、
その取り組みが新たなイノベーションを生みだします。
リサイクルについての豊富なノウハウを広く活かし、世界規模でのリサイクルマネジメントを構築する試みを始めています。

メーカーの責務として積極的にリサイクルに取り組む

現在、廃棄物の最終処分場がひっ迫しつつあり、このまま廃棄物の量が減らなければ、私たちの生活環境は徐々に損なわれていく懸念があります。また資源の枯渇、資源採取による生態系の破壊という観点からも資源生産性の高い事業活動が求められています。このような社会状況の中、当社は生産拠点からの廃棄物の削減だけでなく、お客様が使い終わった製品をもう一度資源として使うリサイクルを、メーカーの責務として積極的に果たしたいと考えています。

生産拠点からの廃棄物については、日本において2002年度よりゼロエミッション※1を継続しています。グローバルにおける廃棄物リサイクル率は2000年度で85.5%でしたが、2005年度は93%まで向上しました。

※1　廃棄物リサイクル率(再資源化量／(再資源化量＋最終処分量))が99%以上(2005年度以降)、98%以上(2004年度まで)

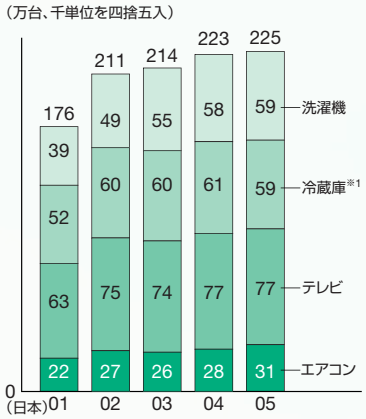
既存のインフラを活かし、効率的なリサイクル社会づくりに貢献

日本では、2001年に家電リサイクル法(特定家庭用機器再商品化法)が施行されました。対象である冷蔵庫(冷凍庫を含む)・洗濯機・エアコン・テレビの4製品は、重量比で日本の使用済み電気・電子製品の約80%を占めています。

日本では、市場競争を維持する観点から、回収・リサイクルを2つのメーカーグループに分けて実施しています。当社は全国各地の既存の再商品化拠点を活用し、効率的な地域分散のリサイクル処理システムを構築しました。そして、同じグループに属するメーカーなどの委託を受けて(株)エコロジーネットが関連業務を一括代行、190カ所の指定引取場所と再商品化拠点35カ所を管理運営しています。

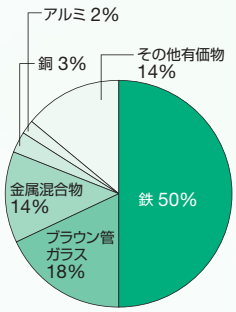
さらに同年、「商品から商品へ」をコンセプトに、自社の再商品化拠点である(株)松下エコテクノロジーセンター(METEC)を設立し、2005年度には70万台のリサイクル処理を行いました。同時にMETECでは使用済み製品の再商品化に加え、リサイクル技術やリサイクルしやすい製品開発の研究が行われています。ここで得られた解体技術などをグループ内の再商品化拠点で共有することで、グループ全体の効率向上に貢献しています。また当社はMETECの取り組みを世界に発信し、教育の場としてもご活用いただける施設として当センターを公開しています。設立以来、5年間で世界各国から4万8,000人の方々にご見学いただきました。

■グラフ1　再商品化処理台数

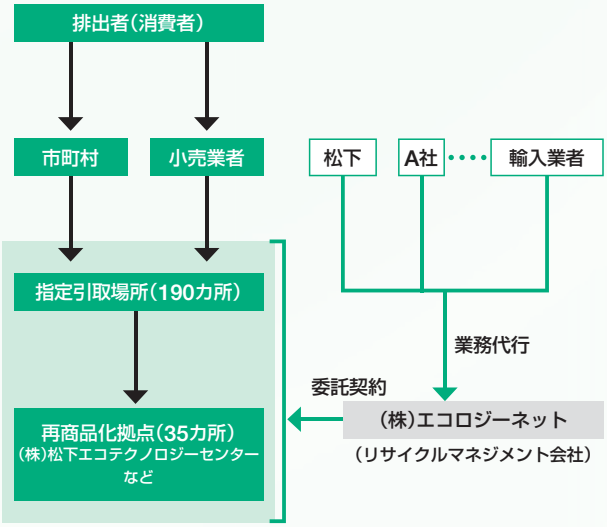


※1　2004年度以降は冷凍庫を含む

■グラフ2　回収重量構成(2005年度)



■図1　日本における松下グループのリサイクルシステム



エコロジーネットヨーロッパでは、EU主要国でWEEEに対応するためにさまざまな使用済み家電製品を回収し、リサイクル工程を最適化するための分析を進めています。

社内の資源循環への取り組みを新たなビジネスに

鉄や銅など使用済み製品から回収された金属原料は、材料メーカーに引き渡されたのちに、リサイクル原料として精製されます。当社はプラスチックに関して、社内でリサイクルを行い、次なる生産の原材料として再利用しています。これは、当社が構築したリサイクルネットワークを活用し、再商品化拠点の協力を得ながら高品質のプラスチック回収を促進した結果です。

当社が設立した(株)イーティーソリューションズでは、リサイクルのノウハウを再生プラスチック事業に応用しています。2005年度は、他社への販売を含めて約1万トンの再生プラスチックが販売されました。このほか、産業廃棄物が適正に運搬されているかをGPS※2や画像により排出事業者が自らインターネットで確認できる「ETマニフェスト」などの事業も進めています。

※2　全地球測位システム(Global Positioning System)

家電リサイクルシステムの適正推進に向けて

家電リサイクルの実現には、まず使用済みの製品が確実に回収されなければなりません。当社は消費者や小売店の皆様に一層のご理解とご協力をいただくために、日本では2001年より小売店など流通部門の方々へリサイクルシステムの仕組みや順法の重要性を訴えてきました。2005年度はその取り組みをさらに強化し、約1万1,000店の小売店の方々を対象にセミナーを開き、独自に作成したツールも活用しながら、順法への理解を促進しました。当社はこうして日本で培ったリサイクル技術やノウハウを世界に広げる活動におけるリーダーシップを発揮したいと考えています。

小売店対象の順法啓発ツール

日本でのノウハウを欧州で活かす

使用済み製品リサイクルの法制化をめぐる動きは世界的な潮流になっています。欧州連合(EU)では、2005年8月から「WEEE指令(廃電気・電子機器に係る指令)」が施行され、90品目を超える電気・電子製品の回収・リサイクルがメーカーに義務付けられました。

同指令では、リサイクルの仕組みづくりにおける一次的責任が、メーカーまたは電気・電子機器業界にあります。ドイツの仕組みでは、競争原理が導入されるよう、業界単位ではなく、各メーカーによるリサイクル対応が求められています。当社は、日本での実績がドイツでも同様に活かせると考え、エコロジーネットヨーロッパ(有)(ENE)を2005年4月1日に設立しました。

ENEでは、日本のリサイクル技術者とともに、ドイツをはじめ欧州各国の主要なリサイクル処理業者へ繰り返し訪問し、技術力などの把握に努めてきました。2006年3月24日、ドイツで回収リサイクルが始まりましたが、今後もリサイクル処理業者との関係強化を図りながら、さらなる技術の向上に向けて協議を進めます。

100機種の製品を解体実験し、リサイクル性を検証

高いリサイクル率※3を効率的に達成するためには、リサイクルを考慮した製品の設計が重要です。当社は、リサイクル設計の強化をモノづくりの力を強める機会と考え、設計者自身による「解体してリサイクルするときの課題を把握する」取り組みを、2005年4月に全社「3R※4エコプロジェクト」として立ち上げました。

1年間のプロジェクト活動の結果、累計約100機種の製品で実験を完了し、リサイクルに関する技術やノウハウなどのデータを製品ごとに蓄積しました。

※3　リサイクル率:日本の「特定家庭用機器再商品化法」では「再商品化率」として、「無償または有償で譲渡できる重量/製品重量」と定義されています。
※4　廃棄物の発生を抑制するReduce、材料を再使用するReuse、材料を新たな製品材料とするRecycle

第三者審査報告書

KPMG

「松下グループ　社会・環境報告 2006」に対する独立第三者の審査報告書

平成 18 年 5 月 15 日

松下電器産業株式会社

代表取締役社長　中村 邦夫　殿

あずさサスティナビリティ株式会社
（あずさ監査法人グループ）
大阪市中央区瓦町 3 丁目 6 番 5 号
代表取締役社長　魚住 隆太
（環境主任審査員、環境計量士、公認会計士）

1．審査目的及び対象範囲

審査の目的は、松下電器産業株式会社（以下、会社という）が作成した「松下グループ　社会・環境報告 2006」（以下、「社会・環境報告」という）に記載の 2005 年度の生産段階での CO_2 排出量関連指標（以下、「指標」という）の信頼性について、独立した立場から当社の結論を表明することにある。

「指標」の算定責任は経営者にあり、当社の責任は独立第三者として実施した審査の結論にある。

2．審査基準及び判断規準

当社は、「国際保証業務基準（ISAE）3000（改訂版）」（平成 15 年 12 月　国際会計士連盟）を参考にして審査を行った。

会社が「事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン－2002 年度版－」（平成 15 年 4 月　環境省）及び「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（試案 ver1.6）」（平成 15 年 7 月　環境省）、「温室効果ガス（GHG）プロトコル　事業者排出量算定報告基準　改訂版」（平成 16 年 3 月　持続可能な発展のための世界経済人会議、世界資源研究所）等を参考にして定めた、「社会・環境報告」29 頁に記載の「CO_2 排出量関連指標算定基準」を、審査における判断規準とした。

3．審査手続

当社は、CO_2 排出量算定式の検討、排出係数選択の妥当性の検討、算定の基礎となるデータの把握方法の検討、サンプリングによる会社の基礎データの証憑突合及び集計計算の正確性の検証、並びに算定責任者への質問、工場の現場視察による状況把握等を実施した。

4．審査の結論

当社は、上記審査手続を通じて結論の基礎となる十分かつ適切な証拠を入手した。

「指標」について、会社が定めた「CO_2 排出量関連指標算定基準」に基づいて把握・集計・開示がなされていないと認められる重要な事項は発見されなかった。

会社と当社との間にはわが国の公認会計士法の規定に準じた記載すべき利害関係はない。

以　上

CO_2排出量関連指標算定基準

項目	該当エリア	算定基準
燃料の使用に伴うCO_2排出量	グローバル	環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（試案Ver.1.6）」
電力の購入に伴うCO_2排出係数	日本	電気事業連合会「電気事業における環境行動計画」（2005年9月）に記載されている年度ごとの「使用端CO_2排出原単位」を使用して計算。 ただし、2005年度の数値は未発表のため2004年度の0.421kgCO_2／kWhを使用。
	日本以外	持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）並びに世界資源研究所（WRI）が公開しているGHGプロトコルウェブサイト内のCalculation Toolsに記載の各国ごとの数値を採用。 全ての年度で、"ElectricityHeatSteamPurchase_tool1.0_final"記載の2002年の数値を採用。
CO_2排出量原単位	日本	CO_2排出量／（名目生産高÷企業物価指数※） ※日本銀行発表の2005年4月～2006年3月の企業物価指数（電気機器部門）の平均値
	グローバル	CO_2排出量／（連結売上高÷企業物価指数※） ※日本銀行発表の2005年4月～2006年3月の企業物価指数（電気機器部門）の平均値
省エネルギー率	グローバル	当年度の対策によるエネルギー削減量（CO_2換算）／前年度のエネルギー消費量（CO_2換算）

Social Responsibility
社会性報告

あらゆるステークホルダーから敬愛される企業をめざす

「企業は社会の様々なステークホルダーに支えられ、
社会のために存在する」という考え方のもと、
経営トップから従業員一人ひとりまで創業以来の経営理念や「行動基準」を順守し、
社会的責任を果たすための取り組みを推進することによって、
お客様や地域社会、お取引先など
あらゆるステークホルダーから敬愛される企業をめざしています。

敷地内の池と地下貯水槽の水は、緊急時の中水として利用することができます。(写真は完成直後の池)

「さくら広場」は、千葉県習志野市の幕張新都心と大阪府門真市の当社保有地を、地球環境との共存、地域貢献、都市景観といった観点から、桜の公園として整備したもので、2006年4月に開園しました。広場は地域の皆様の憩いの場となるだけでなく、災害時の避難場所としての機能を持っています（写真はいずれも幕張）。

お客様の声を商品・サービスに反映するために

@ この他、社会・環境データファイルでは…
品質方針・組織
安全な商品・サービスの提供
お客様の声の反映
お客様対応体制

創業以来「お客様第一」の視点で、
商品企画・設計・製造・販売・サービスなど
すべての活動において徹底した品質管理を行い、
お客様にご満足いただける製品・サービスのお届けに努めています。

品質・CS(お客様対応)の考え方

品質本部・CS本部に加え各事業ドメイン会社にも品質・CS部門を設置し、全社的な方針や規程を定め、品質・CSの向上に取り組んでまいりました。

また、品質・CSのさらなる向上を図るためには、お客様からの情報を迅速に経営に反映する仕組みづくりが重要と考え、事業ドメイン会社ごとに、お客様の声を商品づくりに活かす仕組みをつくり、その改善に取り組んでまいりました。

2005年度は、これまでの取り組みで得たノウハウをもとに全社統制モデルとして「早期品質監視システム」(イエローカードシステム)を制定、全事業ドメイン会社への導入を完了しました。

具体的には、お客様からの情報を常時分析する専門部署を定め品質問題の兆しを早期に発見、経営幹部はじめ関連部門責任者・担当者が共有することで迅速な対応を図る、というものです。この中には、評価指標によりシステム運用の効果を測定し、改善を図る仕組みも含まれています。

2006年度からは、このシステムのグローバル展開を加速し、全世界で市場と呼吸した経営の実現をめざしてまいります。

お客様からのご相談への対応体制については、これまで事業ドメインごとに分散していたご相談対応機能を一元化し、2006年度より「総合コンタクトセンター」を設立しました。(「総合コンタクトセンター」については次ページをご参照ください。)

お客様の声を「製品開発の起点」として

当社ではお客様の声(VOC=Voice of Customer)は、「品質向上の起点」であり、同時に「製品開発の起点」でもあると考えています。お客様の声をもとにした製品の改善事例は33ページに紹介していますが、ここでは、お客様の声が、どのような流れで製品開発に反映されているかを紹介します。

例えば、テレビやDVDレコーダーなどを担当する社内分社パナソニックAVCネットワークス社(PAVC社)はVOC室を設置し、お客様ご相談センターや愛用者カードを通して寄せられたご意見やご要望を調査、分析し、その結果を「VOC改善要望書」としてまとめ、企画段階から開発プロセスに落とし込んで商品改善につなげています。この一連のプロセスには、お客様に優しく、使いやすく、わかりやすいユニバーサルデザイン商品づくりへの推進も含まれています。

こうしたVOC活動に対してPAVC社は2005年リックテレコム社主催の「コンタクトセンター・アワード」で「金賞」を受賞、また、CRM※協議会より「CRM ベストプラクティス賞」を受賞しました。

このように、お客様の声を商品改善に反映させる仕組みづくりは、PAVC社だけでなく、社内分社のさまざまな商品づくりの現場で導入されています。

※ 顧客関係管理(Customer Relations Management)

デバイス事業における取り組み

電子部品事業を担うパナソニック エレクトロニックデバイス(株)(PED)は、お客様が一般消費者ではなく企業ですが、1997年から自動車や電機メーカーなどの"お客様"に対するCS向上の取り組みを始めました。

具体的には、お客様に対し商品提案力や生産対応力、問題発生時の対応スピードなどについて、同業他社と比べた評価を伺い、商品・サービスに反映してきました。CS調査の手法は、改善を続けています。

2005年からは、調査対象をパートナーである販売代理店やグループ内の事業場にも拡充。また、複数の部署に調査を行い、多面的な評価を実施しています。

さらに、PEDとお客様企業のトップ同士の意見交流会も頻繁に開催しています。事業パートナーとしてどのような期待が寄せられ、また、どう応えていくべきかについて具体的な議論を重ね、より良い製品づくりを実現するための協力関係の構築をめざしています。

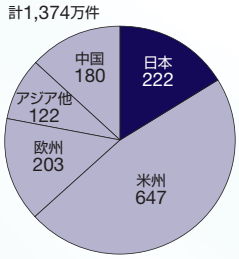
全14事業ドメイン

2005年度は、全事業ドメインに「早期品質監視システム」を導入しました。問題の重要度に応じて「イエローカード」や「レッドカード」のかたちでわかりやすく表示します。

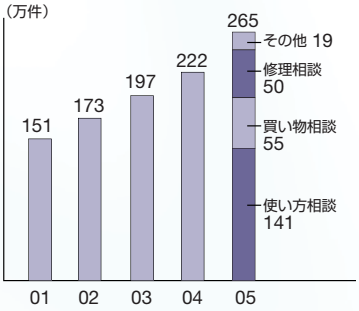
お客様相談対応

全世界のご相談件数(2004年度)■グラフ1は、1,374万件、国内お客様相談対応件数(2005年度)■グラフ2は、265万件で前年度比119%でした。内訳を見ると、DVDレコーダーやファクスなどデジタル機器・情報機器の普及にともない、使い方相談が大きなウェイトを占めています。他に、Eメールでのご相談も17万件あり増加傾向です。

■グラフ1　お客様相談件数
(単位:万件)



■グラフ2　お客様相談件数推移(日本)



※　2004年度の件数。修理ご相談窓口へのお問い合わせを除く。今年度より地域区分を変更しました。

「総合コンタクトセンター」の設立

商品に関するお客様からのお問い合わせについては、これまでその商品分野を担当する事業ドメイン会社ごとに対応機能を設けていました。しかし、ネットワーク化が進み複数の機器に関するご質問が増えてきたことや、家のリフォームに関するご相談にも迅速にお答えするため、事業ドメインの対応機能を一元化し、2006年4月より「総合コンタクトセンター」を設立しました。今後は、お客様からのお問い合わせにますます迅速に対応するとともに、お客様の声を商品・サービスに反映させる機能を強化してまいります。

ステークホルダーからのご意見

「イエローカードシステム」の全社への導入や「総合コンタクトセンター」の設立は評価できますが、これまでの仕組みとどう違うのですか?

(P33-34 のUDの取り組みについて)いろいろな取り組みが進んでいるようですが、「子どもにとって使いやすいか」という視点も含まれていますか?

帝塚山大学
法政策学部教授
ミッシェル・タン氏

当社の考え方

「イエローカードシステム」では、問題の兆しを事業場経営責任者をはじめ、すべての関連部門で共有化・見える化するため、部門間で連携した迅速なお客様対応ができます。「総合コンタクトセンター」では、お客様の声を一元化して収集できるため、今後、ネットワークにつながる商品群の使いやすさについてもトータルに高めることができます。

「子どもにとっての使いやすさ」に関しては、安全性について社内安全規格で定めるとともに、システムキッチンの子供用踏み台、身長にかかわらず開けやすい引き戸など、商品特性に応じた心配りや工夫をしています。今後は「キッズデザイン協議会※」への参画などを通じて、さらに取り組みを加速してまいります。

※　子どもが安全に、安心してくらせる社会作りのために、経済産業省、産業界等が共同で設立した、子どもに関する調査研究・顕彰事業などを行う協議会。

ユニバーサルデザイン(UD)を追求し便利な機能をより多くのお客様に

この他、社会・環境データファイルでは…
ユニバーサルデザインの基本6原則
ユニバーサルデザイン推進体制

関連情報:UD商品の開発ヒストリー（isM）
panasonic.co.jp/ism/ud
ナショナル商品のUDを紹介
national.jp/ud

「UD方針」を定め、商品・サービスを通じてより多くの人々への心配りを提供し、快適で豊かにくらせる生活の実現をめざしています。

UDの考え方

「UD方針」に基づいて「理解しやすい操作への心配り」など具体的な6つの要素を定めています。当社が成長のエンジンと位置づける「V商品」では、UDの考え方を取り入れることが必須条件になっており、この考え方はすべての商品に広がりつつあります。

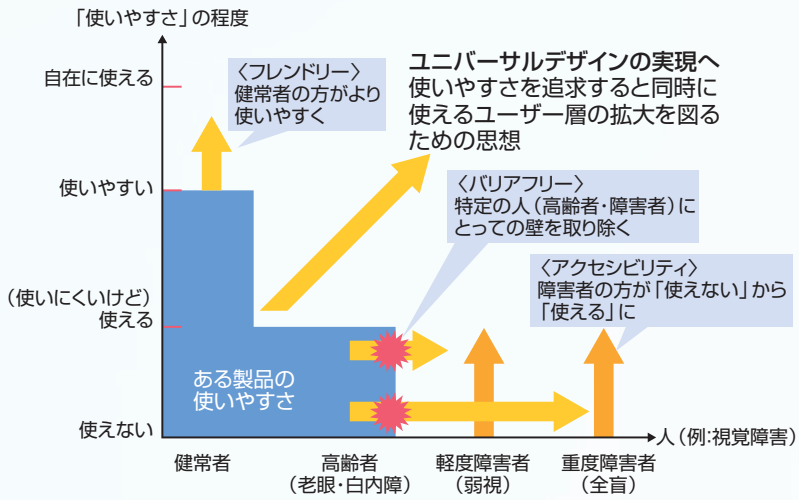
UD商品をつくるためには、人間の特性や行動を知る「人間研究」の重要性が増しています。どのようにすれば、使用時の負荷（ストレス）を低減し、自分にフィットしていると感じていただけるか。UDの究極は、お客様一人ひとりがそれぞれ必要とする機能を自在に利用し、かつデジタルデバイドを引き起こさない製品づくりであると考えます。

この実現に向けた「人間研究」の成果は、全社共通のUD規程や設計基準にまとめられ商品企画・デザイン・設計などのプロセスで活用され、またUD機能を実現する技術開発に生かされています。

UDの精神から実践の方法までを学ぶセミナーを開催

当社では、UDの取り組みを加速するために全従業員を対象とした「UD研修」を実施しています。この中に、使いやすく、安全な商品づくりのための人間工学、生活工学や各種ユーザビリティ評価手法を学ぶセミナーなどが用意されており、これらのセミナーをとおし、「人にやさしいモノづくり」への取り組みを強化しています。

■図1　ユニバーサルデザインと使いやすさ



お客様の声に応えてより使いやすい商品を開発

お客様からいただいた貴重なご意見、ご要望を、UDの視点に立った製品の開発や改善に活かすために、「パナモニター」制度を設けています。一般から公募した20～70代の主婦を中心に約350人が、アイディアの段階から開発途中、試作品、発売後に至る様々な場面で商品の評価を行っています。また高齢者や障害をお持ちの方など様々なお客様から寄せられるご意見も、商品開発・改善に活かされています。

デジタル放送やデジタルコンテンツの進化と普及拡大にともない、ご家庭で高画質・高音質をより簡単に楽しみたいというニーズが増えてきました。このようなご要望にお応えすべく、2006年4月より発売のうす型テレビ「ビエラ」の新製品に、世界で初めてHDMI※ケーブルを用いてAV機器の簡単接続、簡単操作を実現する「ビエラリンク」を搭載しました。これにより「ビエラ」とDVDレコーダー「ディーガ」やAVアンプなどの対応機器をHDMIケーブルで接続し、デジタル伝送による高画質・高音質をお楽しみいただけるとともに、「ビエラ」のリモコン1つで「録る」、「見る」、「聴く」の簡単操作や、一斉電源オフという連動操作も可能になりました。

こうした改善は、様々な製品で行っています。当社は改善事例をホームページでも公開し、さらなるご意見をお寄せいただくようお客様に呼びかけています。

※HDMI　次世代デジタルテレビ向けのデジタルインターフェース規格。デジタル映像や音声の高品位伝送に加え、制御信号の伝送も可能。

テレビ画面上の操作ガイドでわからないことがあれば、「?」ボタンを押して解説を読むことができます。

うす型テレビ「ビエラ」のリモコン

2カ所

赤外線発信部を上部と裏面の2カ所に配置したので、リモコンを縦にしたままでもボタンをまっすぐに見ながら発信することができます。

ホームページのUD化

インターネットは、体の不自由な方にとっても、社会との壁を取り除き、新たな可能性を開くことができるものです。

そこでホームページのUD化にも取り組んでいます。当社が定める「Webアクセシビリティ／ユーザビリティ指針」では、文字と背景の色を読みやすいコントラストにすることや音声読み上げソフトで正しく読み上げるための表記方法などを定めています。さらに、コンテンツを制作する約100の事業場で指針に基づくアセスメントを実施。結果をもとに、最優先／重点取り組み項目を定め、改善しています。

先端技術とモノづくりの力が融合したオーダーメイド補聴器

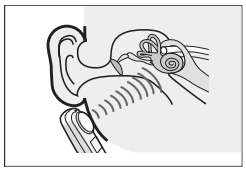
先端の電子技術と、熟練者の技が融合して作られているのが使用者の耳孔の形に合わせたケースにマイク、アンプ、レシーバーのすべてを組み込んだ「耳あな型」のオーダーメイド補聴器です。

当社では、お客様一人ひとりの「聞こえ」に対応して周波数や音圧を微調整できる「デジタル補聴器」と「フィッティング用コントローラ」を開発しました。

一人ひとり異なる耳型に合わせて製品を作り込むためには、職人ともいうべき熟練者の技が求められます。当社ヘルスケア社でオーダーメイド補聴器を担当する渡部年男は2005年に、第1回「ものづくり日本大賞」内閣総理大臣賞を受賞、厚生労働大臣からも「現代の名工」として表彰されました。

新しい骨伝導機能を家庭用ファクスの子機に搭載

パーソナルファクス「おたっくす」では、附属するコードレス子機に「骨伝導タイプ」を用意しています。



骨伝導は、音を振動に変えて外耳や中耳を通さずに頭蓋骨から内耳へ伝えることで音を聞く仕組みです。これにより鼓膜の働きが弱い方や、電話の声が聞こえにくくなった方でも気軽に会話を楽しめるようになりました。

部品の開発段階からユニバーサルデザインに取り組む

UDの取り組みは、部品一つひとつにおける配慮から始まります。部品事業を担うパナソニックエレクトロニックデバイス(株)(PED)では、「ヒューマン・インターフェース・テクノロジー・デバイスの追求」をテーマに掲げ、人間工学などを駆使した自動車用のスイッチ類や携帯電話のボタン、AV機器用リモコンの開発・生産にあたっています。

例えばDVDレコーダー用リモコンでは、PEDが開発したマルチジョグ(回るボタン)を活用し、誰もが簡単に使えて、しかも多くの機能を備えたリモコンを開発しました。

言葉を失った人にも対話の喜びを「携帯用会話補助装置」

言語障害と上肢障害を併せ持つ人、さらにはALS(筋萎縮性側索硬化症)等の難病を患う方などの中には、言葉で自らの思いを伝えることができない人が少なくありません。父親をALSで亡くした松尾光晴は、何かを語りかけようとしながら息をひきとった父の無念を思い、社内ベンチャー制度を利用して、ファンコム株式会社を設立、携帯用会話補助装置「レッツ・チャット」を開発しました。この装置は、文字盤に並んだひらがなが音声ガイドと共に順に光っていき、利用者の障害に合わせたスイッチ1つを押すと特定され、液晶画面に表示されます。あいさつなどよく使う言葉を登録することもできます。

また、安定して使えることを最優先し、シンプルな構造にしました。それは言葉を伝えられることの安心にまさるものはないと考えたからです。「レッツ・チャット」は、「万人のための技術」とは、どうあるべきかを考える上で重要な示唆を与えてくれています。

情報セキュリティの確保

デジタルネットワーク社会に対応する

世界各地で実施された研修会。社員に配られた情報セキュリティ・ガイドブックは全世界で65万部以上に上ります。

655,100部

今日、社会の変化やデジタル化・ネットワーク化の進展にともない、情報セキュリティの確保はますます重要になってきています。当社は、個人情報保護をはじめとする情報セキュリティの仕組み構築に取り組んでいます。

情報セキュリティの考え方

お客様からのお預かり情報や自社の情報など数多くの情報を保有していることから、個人情報をはじめとする情報の漏えい・流出には最大限の注意を払っています。

「情報セキュリティ基本方針」「個人情報保護方針」等を制定して、グローバルに適用し、人的・組織的側面では、教育・啓発、監査を行うとともに、ITや物理的管理ツールの積極的活用により、安全な情報管理・活用を進めています。現時点で、従業員のパソコン紛失、ファクスやメールの誤送信など、情報セキュリティ事故の根絶には至っておりませんが、事故が発生した場合には、お客様の安全を最優先に考え、お客様への通知、事故情報の公開、指導官庁への報告を迅速に行うとともに、再発防止に向けた適切な対応を進めています。

「全ての業務フローの中に情報セキュリティが組み込まれている組織」を目指し、今後も、情報管理が徹底できる企業風土づくりのための取り組みを強化してまいります。

情報セキュリティの仕組みの構築

ISO/IEC 27001に準じた「グローバル情報セキュリティ管理基本規程」を制定し、グローバル統一規程としてグループの取締役・役員および全従業員（約33万人）に徹底しています。さらに、世界各地の地域特性や事業場ごとの事業特性に合わせたガイドラインを策定し、情報の安全管理に努めています。

（1）社員教育・啓発

従来から実施している新入社員研修・昇格者研修などの徹底に加え、情報セキュリティの入門ガイドブックの配布やeラーニングを実施し、グローバル統一ルールの解説書を日本語・英語・中国語で提供しています。さらに啓発ポスター、強化月間におけるイベント実施など、さまざまな教育ツールを駆使して、より効果的な社員教育をめざしています。

（2）情報セキュリティ管理監査

上記規程に基づき、情報管理の内部監査を実施しています。監査項目は規程に基づいた網羅的な基本管理策と対象事業場の特性に基づいた特徴的な項目の2本立てになっており、情報セキュリティ研修を受講した有資格者が実施する仕組みになっています。

（3）プライバシーマーク認証取得

日本では、2005年4月の個人情報保護法全面施行を受け、グループ会社36社が一丸となって個人情報の取扱いに関する認証「プライバシーマーク」の取得を推進しています。2006年3月末までに、松下電器産業（株）をはじめとして、8社が取得しています。

2006年度の取り組み

情報セキュリティ確保を事業基盤強化の取り組みと位置づけ、情報管理が徹底できる企業風土づくりを進めています。その中で2006年度は特に以下の3点を強化していきます。

（1）グローバルに情報セキュリティが自律的に向上する組織づくり

（2）技術情報保護、取引先管理などの、モノづくりにおける情報セキュリティ強化

（3）監査制度の充実による情報セキュリティ認証取得プログラムの実施

「スーパー正直」な経営を徹底する

この他、社会・環境データファイルでは…
模倣品対策の取り組み

自浄作用を働かせる全社的なマネジメントの仕組みにより、倫理・法令違反を未然に防ぐ企業風土の構築に取り組んでいます。

公正な事業活動の考え方

「スーパー正直」を基本として公正な事業活動を行い、説明責任をしっかりと果たす企業であり続けたいと考えています。特に事業活動のあらゆる場面で、法令や企業倫理を順守することは、会社存立の大前提であるとともに経営の根幹であると考え、自浄作用の働く企業風土の確立に向けた取り組みを行っています。

コンプライアンス委員会

2003年度より、社長が委員長をつとめ、関係取締役・役員および監査役により構成される「コンプライアンス委員会」(年2回開催)を設置し、重点テーマである公正取引に加え、関税法や輸出管理など、グローバルな事業におけるコンプライアンスについて、全社方針の徹底や関係部門の取り組み状況の確認などを行なっています。2005年度は、同委員会から全社に対して、国内外で順法の姿勢を貫くとともに法令順守の風土を醸成するよう、あらためて強い要請を行いました。これを受けて、各国・各地域においては独占禁止法順守の再徹底など、それぞれの事業現場における倫理・法令順守に向けた一層の取り組みを加速しています。

公正取引の推進

当社は過去、公正取引に関連する法令違反を国内外で起こしています。このことを真摯に受けとめ、違反を決して繰り返さず、疑いを持たれることもなくす、という強い決意のもとに、独占禁止法・贈賄規制など、公正取引に関連する法令順守の取り組みをさらに強化しています。

2003年度以降、国内の営業・マーケティング部門などに公正取引責任者を設置し、現場主体でその推進を図っていますが、2005年度からは海外地域統括会社・販売会社においても公正取引責任者を新たに設置し、各国・各地域で法令を順守するための体制づくりや、教育・啓発などの取り組みの充実・強化を図っています。

貿易コンプライアンスの推進

グローバルに様々な取引を行っていることから、各国の輸出入に関わる法令やルールの順守に向けた取り組みを加速しています。特に2001年のWTO加盟以降の中国は、法整備をこれまで以上に急速に進めていますが、当社もその動きに呼応する形で法務部門や輸出入業務に携わる部門の体制強化などを進めています。

安全保障輸出管理については、国連決議などの国際合意に基づき、各国・各地域がその強化に取り組んでいます。当社の製品や技術が武器や兵器、テロなどに使われることのないよう、「懸念ある取引に加担しない」、「法令やルールに沿った手続きを行う」との観点から、各営業部門や事業ドメイン会社に輸出管理責任者を設置するとともに、国内外のグループ会社に対する教育・啓発活動の推進、社内の監査体制の強化などを進めています。

2006年度の取り組み

従来より、本社をはじめ、事業ドメイン会社、海外地域統括会社、主要グループ関係会社等に法務部門を設置していますが、2006年4月より、本社法務部門(事業ドメイン会社の本社を含む)による、コンプライアンスに関する企画・ルールの策定・推進・モニタリング等の機能を充実・強化しています。国外においても、外国公務員贈賄規制の順守による腐敗の防止、並行輸出入阻止等の競争法違反行為の防止など、各国・各地域に共通する課題や、それぞれの固有の課題に取り組むために、海外地域統括会社を中心とする法務ネットワークの充実を図ります。

独占禁止法や下請法、特定の事業に関連する各種「業法」、そして企業倫理に至るまで、順守すべき法令やルールは多岐にわたります。それらの順守・徹底にあたり、本社法務部門では教育・啓発の実施状況等について具体的な推進レベルの基準を設定するなど、コンプライアンス経営の実践に向けた取り組みを強化します。それらを受けて、事業ドメイン会社・関係会社は、それぞれ自社の取り組み状況を客観的に把握した上で、さらにコンプライアンス推進活動の継続的改善を図ります。

お取引先とともに社会的責任を果たす

この他、社会・環境データファイルでは…
公平かつ公正な調達活動(クリーン調達宣言)

関連情報:グリーン調達のガイドライン
panasonic.co.jp/eco/suppliers/

グローバルで約9,500社の資材購入先をはじめ、
すべてのお取引先の皆様とともに、持続可能な社会への貢献をめざしています。

パートナーシップの考え方

「共存共栄」の考え方に基づき、当社商品のご販売店様や電気・電子部品、原材料など資材購入先の皆様と、パートナーシップ構築に努めてまいりました。特に、資材調達においては、2005年度は、サプライチェーンを通じたCSRの実践という観点からグローバルに「CSR調達」を推進しています。

グリーン調達と環境品質監査の実施

当社は1999年度から「グリーン調達」を開始し、2003年度からはRoHS対応の一環として特定の化学物質に関する不使用保証書の提出を資材購入先にお願いしてきました。そして2006年7月の欧州連合(EU)におけるRoHS指令発効に先立ち、2005年10月、業界に先駆けて対象となる全製品について、特定の化学物質(鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、特定臭素系難燃剤2種)不使用の対応をグローバルで完了しました(P25)。

また、2004年度からは、資材購入先に対して、「環境品質保証体制監査」を継続して行い、ともに品質確保や環境対応を行ってきました。

「CSR調達」の推進

2004年12月、資材調達業務におけるコンプライアンスを徹底するために「クリーン調達宣言」を行い、購入先などから会食や接待を受けないなど、従業員の行動規範や順守事項を制定したほか、購入先からの相談窓口として「フェア・ビジネス・ホットライン」も設置するなど、関連の取り組みを強化しました。

また「クリーン調達宣言」の中では資材購入先の選択基準として、法令・社会規範の順守、当社の経営理念や「行動基準」への賛同に加えて、以下のような調達基準などに沿って公平な競争機会を提供しています。

資材購入先の選定基準

1.要求を満たす品質や安全性の確保
2.環境への配慮
3.優れた技術・開発力
4.競争力のある価格
5.指定納期の順守
6.安定した経営基盤
7.ITを駆使した変化対応力
8.人権や労働安全衛生などへの配慮

これらの取り組みをグローバルで徹底させるために、2005年度から取引基本契約書の改定と再締結の推進に着手しました。おもな改定内容として、児童就労、強制労働等を含む人権の尊重、安全衛生、情報セキュリティなどの内容を強化しています。

2006年度の取り組み

取引基本契約書の締結・更新をグローバルに完了させる予定です。また、資材購入先を選定・管理する仕組みとして、従来のQCDS(品質、コスト、納期、サービス)や経営・財務力・環境対応に加え、人権、安全衛生、情報セキュリティなどへの取り組みも対象に含めた「CSR調達評価制度」を開始します。この制度は、取引基本契約書の締結・更新時の書面での確認のみならず、取引先の事前審査や取引継続中の定期的監査を含め総合的に評価を行うものです。資材購入先の源流サプライヤーまでさかのぼり評価を実施してまいります。

このように、資材購入先管理の基本政策として「CSR調達評価制度」をグローバルに展開し、優秀な資材購入先に契約・発注を集中していくことで、持続可能な社会への貢献をめざしてまいります。

7,700件

これまで資材購入先で累計約7,700件の「環境品質保証体制監査」を行ってきました。今後は「CSR調達評価制度」に基づく監査を展開してまいります。(写真はタイの資材購入先での監査風景)

インドネシアにおける調達先の育成の取り組み事例

国内外において資材購入先の育成にも取り組んでいます。2005年10月、インドネシアで「第3回逆・部品見本市」が開催され、インドネシア経済発展の柱となる電機・自動車産業等から、日系企業31社を含む計78社が参加しました。

この見本市は、完成品メーカーが欲しい部品や金型を展示して地元企業から調達先を募るという方法で実施します。インドネシアの製造子会社であるパナソニック マニュファクチャリング インドネシア(株)(PMI)が3年前から始めたもので、インドネシア日本経済委員会の支援を受けて拡大、大きな地域貢献にもつながっています。

地域電器専門店の後継者を育成 ～松下幸之助商学院～

日本国内において当社の家庭電化製品やデジタル家電は、地域電器専門店によって数多く販売されています。その地域電器専門店の後継者を育成するのが「松下幸之助商学院」です。後継者不足に悩む地域電器専門店の経営者等から強い要請を受け、1970年に開設されました。

商学院は、「物をつくる前に人をつくる」という当社の基本方針に則った建学の理念を持ち、単に知識技能だけでなく正しい人生観、社会観、事業観を修得する徳育・体育・知育三位一体となった全人教育をその方針としています。学院生は約1年におよぶ全寮制の合宿研修を通して、人としての正しいあり方を身につけ、困難に打ち勝つ気力を養い、心身を鍛えていきます。また、電器専門店を営む上で欠くことのできない、第二種電気工事士の資格取得を全員がめざし、さらに、財務、法律、マネジメント、マーケティング等の経営・販売管理に関する知識も身につけていきます。

商学院はいわば、若い後継者たちのための「人生道場」であり、4,600人を超える卒業生は各々の出身地に帰り、経営者として自店経営の発展に尽力されるだけでなく、多くの方が地域のリーダーとして活躍されています。当社にとってもかけがえのないパートナーです。

ステークホルダーからのご意見

「CSR調達」について、取引基本契約書を改定し再締結を進めるだけでなく、「CSR調達評価制度」を定めて実際の状況を確認しようとしている点は評価できます。ただし、「信頼される会社」から一歩進んで「尊敬される会社」となるには、松下がなぜ「CSR調達」を推進するのかという「思い」を取引先と共有する努力を続けること、また、取引先の「本音」に「本気」で耳を傾けながら進めることが大切です。

株式会社インテグレックス
代表取締役社長
秋山　をね氏

当社の考え方

「CSR調達の推進」でご紹介のように、購入先に対し、経営理念や行動基準など当社の基本の考え方にご賛同いただくよう求めてまいりました。また、「クリーン調達宣言」により、自らの行動をもって「思い」を伝えることにも努めています。しかし、まだ不十分であり、当社が「CSR調達」を推進する「思い」を全取引先と共有できるよう、引き続き努力してまいります。

取引先の声に耳を傾けるためには、対話の機会を増やすとともに、「フェア・ビジネス・ホットライン」も開設しています。2006年4月に施行された公益通報者保護法についても国内の全取引先にお知らせを行い、より風通しのいい調達活動に取り組んでいます。

社会貢献活動を通じて社会・会社・社員が元気に！

※当社の社会貢献活動についてはホームページの「社会活動」で詳しくご紹介しています。
panasonic.co.jp/ccd/

よき企業市民をめざしグローバルに社会貢献活動を展開しています。
「育成」(人を育む)と「共生」(共に生きる)の考え方に基づき、
とくに「子ども」「環境」「福祉」分野に重点をおいて取り組んでいます。

社会貢献活動の考え方

「事業を通じて社会に貢献する」ことに加え、企業市民としての様々な社会貢献活動を通じて豊かな社会の実現に向けて取り組んでまいりました。

2005年度は、この考え方を明確にするため、「育成」と「共生」の考え方をもとに「子ども」「環境」「福祉」に重点をおいて取り組んでいくことを定めました。

[子ども]
～電池教室～

電池事業を担当する松下電池工業(株)では、1980年代から、工場見学を兼ねて電池教室を実施し、子どもたちに科学やモノづくりの楽しさを感じてもらう学習機会の提供を行っています。

現在は主に、小・中学校で2002年度から導入された「総合的な学習の時間」に当社社員を講師として派遣し、「オリジナル乾電池キット」を使った「出張電池教室」を実施しています。2003年からは、より多くの授業を行うため、テレビ会議システムや携帯電話を利用した「遠隔電池教室」も開講しています。「出張電池教室」および「遠隔電池教室」の受講者は年間１万人を超えています。

[環境]
～学校林プロジェクト～

自然の中での子どもたちの健やかな成長を願い、地球環境と共存するための活動として、当社は「学校林プロジェクト」を支援しています。

昭和20年代に盛んに造成された学校林の多くは、その後十分な手入れがされていないため、今では子どもたちが安心して遊ぶことができない場所となっています。子どもたちが自然の中での学習機会を得、貴重な体験ができるように、当社では2002年度より財団法人オイスカが進める学校林整備事業を支援してきました。

2005年には、首都圏で初めて「学校林を活用したふるさとづくりフォーラム」が開催されました。これまで立ち入り禁止となっていた森を、学校の先生と地元の方、当社社員が協力して整備し、環境活動はもとより音楽会や詩の朗読会で活用するなど、学校の活動に欠かせない存在になっています。

[福祉]
～岡山吉備高原 車いすふれあいロードレース～

この大会は、日本障害者スポーツ協会、岡山県他多くの団体が後援し、車いすランナーと一般ランナーがともに同じコースを走り、人と人との温かい輪を広げることを目的として開催されています。当社の関連会社であり、重度の身体障害者を雇用している吉備松下(株)は、1996年から毎年大会の事務局を担当し、地元の多数のボランティアや企業・団体とともにこの大会を支えています。2005年の大会では、車いす112名、一般1,210名のランナーが出場しました。

社員のボランティア活動の支援

1998年より、社員・家族と定年退職者のボランティアマインド向上とボランティア団体の活動支援を目的とし、その活動資金の一部を支援する「ボランティア・市民活動資金支援プログラム」を実施・運営しています。

2005年度の主な支援団体

- NPO法人　三島子ども文化ステーション
- 明神川を美しくする会
- いいお産京都実行委員会
- ひやしんす
- リサイクル工房・竹炭塾
- なら・観光ボランティアガイドの会
- みおの会(大阪・「非行」と向き合う親たちの会)
- ひょうごヘリテージ機構神戸地区

200人

「パナソニック スカラシップ」制度により日本の大学で学んだ卒業生は、各国の企業や大学などで活躍しています。
（パナソニック スカラシップ株式会社 嶋田社長（中央）を囲む卒業生・留学生）

また、10年以上にわたり社会貢献活動を継続し、その地域・社会から極めて高い評価を受け、全社員の範となるような活動をしている従業員に対して「社会貢献表彰・社長賞」を授与しています。

年度	活動内容	受賞者
2004	聴覚障害者とともに楽しむパントマイム	芳本　光司
2005	障害者向けスキー教室	小石原　靖

パナソニック スカラシップ

アジアの発展を担う人材の育成と、国際相互理解や友好促進への寄与を目的に、創業80周年記念事業として創設され、1998年からアジア各国の大学卒業者が日本の理工系大学院修士課程に留学する費用を助成しています。2005年度は新たに20人の留学生が認定され、創設当初からの認定者は200人となりました。

留学生の皆さんが日本で学び研究したことを自国の産業の発展に役立ててもらうために、これからもスカラシップ制度を続けてまいります。

災害支援活動

2004年12月の「スマトラ沖大地震およびインド洋津波」以降、大規模災害発生時には、経営トップの迅速な意思決定のもと、多くの社員が義援金を提供し、会社と社員が協力して被災地への支援を行うよう努めてきました。昨年度は、主に以下の災害支援活動を行いました。

2005年8月末に発生した米国南部ハリケーン「カトリーナ」の被災者救済や、被災地の復興を目的に、グローバルに義援金募金を実施、国内外の従業員募金、グループ会社のマッチング額を合わせて総額100万ドル（約1億1,400万円）の支援を実施しました。

2005年12月、パキスタン地震の際には、グローバルに義援金募集を実施し、すぐに必要とされる乾電池、懐中電灯、洗濯機等の物資支援も含め、総額5,435万円相当を支援しました。

2006年2月、フィリピン・レイテ島で発生した地すべりで被災された方々の救援活動と復旧支援のため、グローバルで610万円の支援を実施しました。

ステークホルダーからのご意見

多様なニーズに応えるプログラムを続けてこられたことに敬意を表します。今後は、(1)グループとしてグローバルに取り組むべきニーズを絞り込み共通展開すること、(2)災害時の製品および物流システムの提供や、ＮＰＯの活動成果事例データベースの構築など、本業（製品やノウハウ）を積極的に活用すること、(3)社員の参加を拡充することを通じた一層の進展を期待しています。

IIHOE
人と組織と地球のための国際研究所
代表　川北　秀人氏

当社の考え方

2005年度に、社会貢献活動のスローガン「社会・会社・社員が元気に！」を定め、「育成と共生」をベースに「子ども」「環境」「福祉」分野に重点をおいて取り組んでいます。今後はこの考え方をグローバルに展開してまいります。

より良い社会づくりのためには、社員一人ひとりが自分に何が出来るのかを考え積極的に行動することが大切と考えています。社員の参加を支援する仕組みとして、今回ご紹介の「ボランティア・市民活動資金支援プログラム」以外にも、「地球を愛する市民活動」「松下グリーンボランティア倶楽部」などの活動を行なっています。また、今後ともこのような仕組みづくりを充実してまいります。

「個人の自己実現」と「組織としての生産性向上」をめざし、従業員の働きやすい職場づくりを進めています

@ この他、社会・環境データファイルでは…
海外会社社長に占める現地社員比率(地域別) ／ワーク&ライフサポートプログラム
労働安全衛生憲章／その他労働安全関連データ

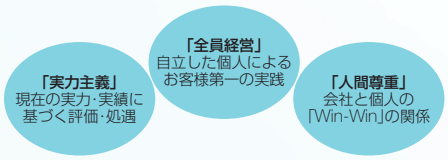
「経営の根幹は人にあり」、「モノをつくる前に人をつくる」という理念に基づき、様々な人事施策を展開しています。
また、従業員一人ひとりが安全に働ける職場づくりのために、様々な角度から取り組みを進めています。

人事の基本の考え方

当社は、これまで「経営基本方針を理解し、その方針を体して使命を達成する人材づくり」を進めてきました。

2004年度からスタートさせている中期経営計画「躍進21計画」では、これからの人事の基本の考え方として、「全員経営」「実力主義」「人間尊重」■図1を掲げ、新たな人事システムの構築をはじめとする様々な取り組みを加速しています。これらの取り組みを通じて、「個人の自己実現」と「組織としての生産性向上」を絶えず追求する「元気わくわく企業」の実現をめざしています。

■図1　これからの人事の基本的な考え方



多様性の拡大に向けた取り組み

近年の激しいグローバル競争の中で勝ち残り、世界中のお客様にご支持いただける企業となるためには、性別や国籍・年齢に関わらず、多様な人材が持てる力を十分に発揮し、活躍できる組織風土を構築することが不可欠になっています。このような課題認識に基づき、当社では次のような取り組みを展開しています。

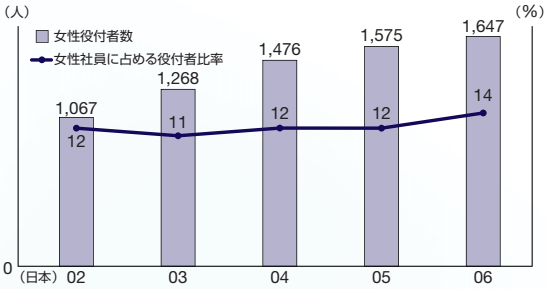
■女性の経営参画の加速

女性社員登用への積極的な取り組みは、1986年の男女雇用機会均等法の施行から始まり、1999年の法改正をきっかけに、"松下版ポジティブアクションプログラム"による女性の積極登用を進めてきました。

2001年には、性別に関わりなく能力、意欲のある人材を登用するという考えのもと、"女性の経営参画をさらに加速させることで企業風土を変える"という経営施策の一つとして、「女性かがやき本部」を設置、活躍している女性をフォーラムや社内報などの様々な媒体で紹介し、女性がもっと活躍できる風土づくりを進めてきました。

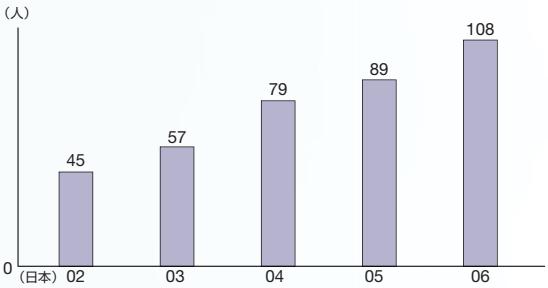
これまでの積極登用に加え、「女性かがやき本部」による風土改革に取り組むことにより、製造部門をはじめあらゆる職場で女性が活躍するようになるとともに、女性のリーダーや役付者・経営幹部が急増しました。■グラフ1・2

■グラフ1　女性役付者数と役付者比率の推移



※松下電器産業および同一の労働条件を持つグループ会社合計。
役付者：主事・参事など資格を与えられた従業員。

■グラフ2　女性管理職(課長クラス以上)人数の推移



※松下電器産業および同一の労働条件を持つグループ会社合計。

■表1　北米・欧州における女性管理職(課長クラス以上)比率の推移※

年度	北米		欧州	
	全管理職に占める女性比率	全社員に占める女性比率	全管理職に占める女性比率	全社員に占める女性比率
2001	20%	34%	データ無	データ無
2002	20%	33%	データ無	データ無
2003	18%	32%	9%	43%
2004	21%	33%	9%	43%
2005	24%	33%	11%	41%

※北米はパナソニック ノースアメリカ(株)の数値。製造系社員は除く。
欧州はパナソニック ヨーロッパ(株)と傘下販売会社の合計。

■「ダイバーシティ西日本勉強会」運営への参画

2004年8月から「ダイバーシティ西日本勉強会」の代表幹事6社の一員として、運営に参画しています。

この勉強会は、37組織、84名が会員企業・団体として登録しており（2006年1月末）、参加企業・団体が、それぞれの企業の「ダイバーシティ（多様性推進）」や「ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和）」の具体的な取り組みを互いに共有し、学びあう勉強会を年に4回開催しています。企業の推進担当者が、企業の枠を越えて情報交換し、勉強会で得た知識を自らの業務に反映させることによって、それぞれの企業でのダイバーシティの取り組みを加速させ、ひいては、社会のダイバーシティへの認識を高めることをめざしています。

■「多様性推進本部」の新設

「多様性推進本部」事務局長
松田聡子

2010年にグローバルエクセレンスへの仲間入りを果たすためには、刻々と変化する競争環境やお客様のニーズに柔軟に対応し、自律的に変革を進められる強い組織となることが不可欠です。そのためには、異なる価値観から学び、新しい価値の創造につなげられる、柔軟で多様性あふれる組織風土の醸成が重要と考え、2006年4月に社長直轄の「多様性推進本部」を新設しました。今後はこの組織が推進役となって、これまでの女性の経営参画の拡大に向けた活動をより発展させ、さらに年齢・国籍にかかわらない多様な人材の登用へと活動の幅を広げ、多様性の拡大に向けた取り組みをグローバルに展開していきます。

■「e-Work推進室」の新設

多様で優秀な人材が、持てる能力や個性を最大限に発揮して生き生きと活躍できる環境づくりをめざして、モバイル勤務(携帯電話、ノートパソコンなどを活用し、オフィス以外の様々な場所で業務を行なう勤務形態)、在宅勤務などの「e-Work（イーワーク）」を普及させる取り組みをスタートさせました。

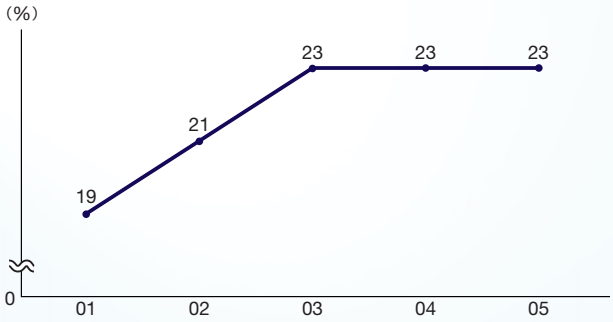
当社は、社会の変化に機敏に対応するためには、このような柔軟な働き方を推進することが不可欠であると考えます。現在は、営業社員を中心にモバイル勤務を積極的に進める一方、主に社内で勤務する企画、法務、技術など様々な職種で、在宅勤務の試行を進めています。

「e-Work」は、当社が21世紀の働き方として提唱する「ワーク&ライフサイクル」（仕事の効率を高めることで時間を創出し、個人生活を充実させることは、個人の能力・感性の向上につながり、結果として、さらに仕事に生かされるという好循環）を生み出す手段のひとつでもあります。育児、介護など様々な背景を持つ従業員の仕事と生活の両立を実現しながら、多様で働きやすい環境整備を進めます。

■グローバル適材適所の推進

真のグローバルエクセレンス企業となるためには、人種・国籍・年齢・性別等に関係なく、世界中から優秀な人材を確保・育成し、適所に配置していくことが必要です。そのため、2003年度よりパナソニック・グローバル・エグゼクティブ(PGE)システムを導入し、グローバルな視点から、海外会社の優秀人材の発掘・確保・育成を行い、適切に登用していく取り組みを進めています。これらを通じ、海外会社幹部の現地化を加速させ、グローバルに適材適所の実現を図り、中期目標として、海外会社社長の3人に1人が現地社員となることをめざしています。

■グラフ3　海外会社社長に占める現地社員比率

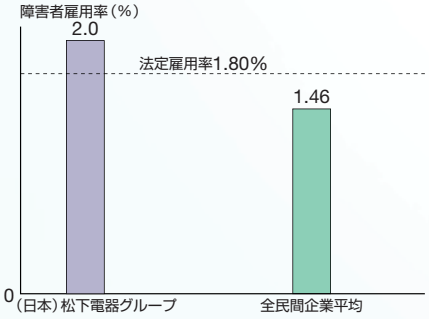


■ 障害者雇用の推進

当社は、障害の有無にかかわらず能力と適性を活かし専門性が発揮できる会社をめざしています。当社の国内における障害者雇用率は2.0%で、全民間企業の平均雇用率(1.46%)や法定雇用率(1.80%)を上回る高い雇用率を維持しています。

また行政や地域と共同で、第3セクター方式による3つの会社を含めグループ全体で4つの特例子会社を運営し、重度障害者の雇用を進めています。

■グラフ4　障害者雇用率



※松下電器産業および同一の労働条件を持つグループ会社合計

一人ひとりのスキルアップ・スキルチェンジの加速に向けて

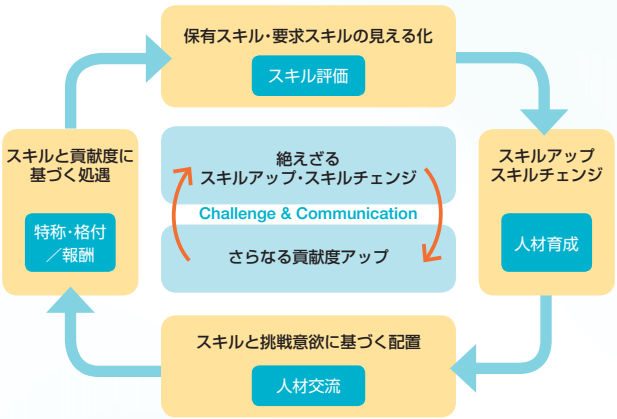
■「スキル評価」の導入

当社がそれぞれの分野でグローバルNo.1を争えるような強い組織になるためには、「強い現場・元気な現場」をめざして絶えず変革し続けていくことが欠かせません。そのためにはメンバー一人ひとりが自らの力を高める、つまりスキルアップ・スキルチェンジに挑戦し、そのスキルを最大限に発揮することが必要です。

「一人ひとりがスキルを高め、生き生き・わくわくしながら、より大きなやりがい・働きがいを求めてチャレンジする、そして、それが組織としての生産性アップや、継続的な業績の向上につながる」という姿の実現に向けて、2006年4月より、職種別・事業ドメイン別の客観的な評価基準に基づいた「一人ひとりのスキルの"見える化"」を起点に、「人材力の強化」と「組織力の強化」を加速することをねらいとした「スキル評価」の仕組み■図1を全社に導入しました。

この「スキル評価」をベースとしながら、人事システム全体を「従来以上に一人ひとりのスキルアップ・スキルチェンジを加速し、それを活かす仕組み」へと変えていくことによって、"真の実力主義"を実現し、「多様な人材が生き生きと活躍する、お客様本位の軽くて・速い松下」への飛躍をめざします。

■図1　スキル評価導入後の人事システムの全体像



■中国における技術人材育成

経営のグローバル化の進展にともない、当社の製造拠点が集中する中国では「設計開発の現地化」を進めており、毎年たくさんの中国人技術者を採用しています。

このような技術者の早期戦力化に向け、2005年度より「中国技術人材プロジェクト」を現地で立ち上げ、各社の技術責任者と人事責任者が、現地技術人材の採用・定着・育成のあり方について、具体的な施策を検討しています。さらに2006年度より「中国技術人材育成委員会」を発足。技術関連の研修講座を10科目導入するとともに、中国語による自己啓発用CD-ROM教材の開発にも着手するなど、技術人材育成の強化を図っています。また、日本の事業ドメイン会社での研修に加え、本社での研修も開始するなど、中国の技術人材の早期戦力化と意欲向上につなげています。

■中国における「経営後継者育成プログラム」の実施

当社の成長エンジンである中国地域において、経営の一翼を担う現地人幹部を早期に育成するとともに、各社の経営の現地化を加速するため、2004年度より北京大学と協同で当社独自のMBAコースを開設しています。毎年20~30名程度の優秀な人材が1年間にわたりこのプログラムを受講し、経営幹部として求められるスキルを習得しています。

労働安全衛生の考え方

「人間尊重」の考え方を基本に、従業員の安全と健康を守るため、職場の変化を先取りした安全衛生・健康づくり活動を積極的に推進しています。2005年度は、以下の取り組みを行いました。

(1)労働安全衛生マネジメントシステムによる
　自律型管理体制の構築
(2)機械設備関連災害撲滅
(3)騒音・有害物の作業環境改善
(4)過重労働等による健康障害防止・メンタルヘルス対策
(5)石綿による健康障害防止対策の推進

さらに2006年度は、労働安全衛生マネジメントシステムの着実な運用により、労働安全衛生リスクの低減、安全衛生教育の充実、健康管理の一次予防対策強化等、より快適で働きやすい職場づくりをめざしてまいります。

安全衛生管理状況

安全管理ではリスクアセスメントの実施や災害防止対策の水平展開など、設備による「はさまれ・巻き込まれ」災害防止に重点においた活動を2003年度から継続的に取り組んでおり、その結果、2005年度の設備による「はさまれ・巻き込まれ」災害は2004年度に引き続き過去最少となりました。今後も職場の危険源を事前に把握・改善する取り組みを継続的に推進してまいります。

作業環境管理については、2005年度の測定の結果、改善が必要な24カ所について12カ所で対策を完了しましたが、新たに改善が必要な作業場が15カ所発生したため、今後27カ所について継続して改善活動を進めてまいります。

健康管理では、社会的に問題となっている過労死などを防ぐため、時間外労働が長い従業員への産業医による面接指導を継続して実施しました。またメンタルヘルス対策では従来の社内相談窓口や従業員への教育に加え、外部専門機関サービスを導入し充実強化を図ってまいります。

さらに従業員一人ひとりの健康意識を更に高めるために、「健康づくり支援キャンペーン」を実施し、自発的な健康づくり活動のサポートを積極的に推進しました。

144件

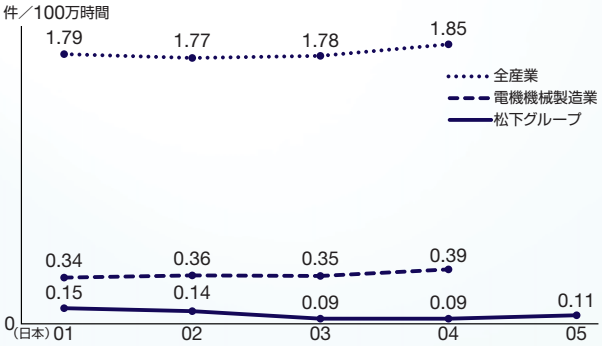
海外会社でも、各国の法律に従った労働安全衛生マネジメントを実施しています。中国では、2005年度に10社の社内監査を実施。管理方法28件、作業現場116件の合計144件の改善を行いました。(写真は障害を持つ労働者の作業机、椅子等の改善事例)

石綿による健康被害の不安解消に向けて

2005年度は石綿による健康被害が国内で社会問題となりましたが、当社でも蛍光灯工場の退職者が1950年代、石綿を含む緩衝材を使用した設備の保全ならびに石綿手袋の使用により健康障害を発症したことがわかり、2005年7月に労災認定を受けました。

この事態を真摯に受け止め、2005年8月に「全社石綿対策委員会」を設置し、全社の製品、設備、副資材、建築物等の石綿使用を可能な限り過去まで遡り、成分・含有量・使用や飛散状況など詳細に調査するとともに、飛散のおそれがあるものについては早急に飛散防止や除去工事・代替化など対策を講じました。なお近隣への飛散は一切確認されていません。今後とも、必要に応じて健康診断を実施するなど、石綿による健康被害への不安解消に向け、継続的な健康管理を進めてまいります。

■グラフ5　労働災害発生頻度(休業災害)



※松下電工、パナホーム、日本ビクターを除く。

中国における経営幹部と従業員のコミュニケーション促進

経営幹部と従業員とのコミュニケーションを充実させるため、パナソニック チャイナ(有)をはじめとする現地各社では、以下のような取り組みを行っています。

- 「職場懇談会制度」を導入し、経営幹部と従業員、従業員相互間のコミュニケーション強化に取り組んでいます。
- 経営幹部は積極的に会社や労働組合の主催する体育文化行事に参加し、一般社員との交流を深めています。
- 評価制度に「目標管理」を導入し、期首・期中・期末に上司と部下が仕事や能力開発について直接対話する機会を設けています。
- 中国で毎年実施する「経営後継者育成プログラム」の研修開講式と併せて、本社人事担当役員や地域統括会社の経営幹部と受講生が自由に対話を行う「わくわく・ワ～ク」を実施し、現地従業員がダイレクトに本社経営幹部と対話する機会を設けています。

パナソニック モバイルコミュニケーションズ(株)における構造改革

携帯電話事業を担当するパナソニック モバイルコミュニケーションズ(株)では、グローバル競争の激化に対応するため、海外向け2.5G(2.5世代)GSM携帯電話端末事業を終息させ、3G(3世代)以降の端末開発・事業などに経営資源を集中化することを決定しました。これにともない、英国、米国、チェコ、フィリピン、中国の開発・製造・販売部門で事業構造改革を行い、従業員の合計約1,400名に退職や異動をお願いしなければなりませんでした。

退職・異動に際しては、各国の法律や事情を踏まえ、組合や従業員代表との緊密な協議を行うとともに、従業員一人ひとりと十分に話し合い、できるだけ本人の意向に沿った選択ができるよう努めました。また、退職いただく方には退職金の支払いとともに、関係省庁や周辺企業、就職支援会社の力も借りて、各人の希望に合わせてでき得る限り再就職のあっせん・支援を行いました。フィリピンでは、今後の生活設計を支援するため、退職金の活用方法に関するセミナーも提供しました。

今後とも、事業環境の変化などにより、やむを得ず従業員に退職や異動をお願いしなければならない時は、事前に十分な説明を行なった上で、従業員一人ひとりの意向を最大限に反映できるよう努力してまいります。

ステークホルダーからのご意見

職場の多様性を高める取り組みは重要なことで、評価できます。4月に「多様性推進本部」を新設し、これから本格的な推進が始まることと思いますが、今後どのようにして多様な人材の雇用機会を拡大していきますか？また、多様な人材のスキルアップの一環として、CSRの考え方をどのように浸透させていきますか？

社団法人 アムネスティ・インターナショナル日本
事務局長
寺中　誠氏

当社の考え方

多様な人材の雇用機会を拡大するために、通年採用や海外での採用活動を積極的に行うとともに、それぞれの能力を発揮できる職場への配置・登用を推進してまいります。また、「スキル評価」を導入し“真の実力主義”を実現することにより、年齢・性別・国籍にかかわらず多様な人材が活躍できる機会を拡大してまいります。

当社のCSRの基本の考え方とも言える経営理念やその具体的な実践について正しく理解することは、当社が社員に求めるスキルの一つであると考え、人材育成プログラムを通じてその浸透を図っています。

For the Global Future

未来をみつめて

「産業人の使命は貧困の克服である。」
創業者　松下幸之助

事業を通じて社会に貢献する

科学技術の進歩、経済のグローバル化が進む中、地球規模の環境問題や様々な社会問題が顕在化してきました。
このような世界の中で、破綻を招くことなく持続可能な社会を実現していくことが人類共通の課題です。
当社は、創業以来の経営理念や事業ビジョンに基づき、本業を通じてこれらの課題解決に貢献していきたいと考えています。
また、広く企業の社会的責任を果たすためには、右のような取り組みが重要であると考えています。
この章では、当社が様々な事業分野や世界各地域で取り組んでいる事例をご紹介します。

※　この他にも、社会・環境データファイルで取り組み事例をご紹介します。

CSR活動における6つの方向性

対象	取り組み
1 全ステークホルダー	1「スーパー正直」な経営の徹底
2 お客様	2 社会価値の高い商品の提供
3 地球環境	3 環境革新のあくなき追求
4 コミュニティ	4 地球市民としての社会貢献活動
5 取引先	5 信頼と責任に基づくパートナーシップの確立
6 従業員	6 優れた職場環境の実現

私たちは、この子たちの未来のために何ができるのだろうか？

（「松下・ゴーベル教育財団」が運営する託児所にて）

世界の課題と当社の取り組み事例

世界の課題と、当社の事業活動との関わりを明らかにし、今後の取り組みに活かすため、以下の表をまとめてみました。
「世界の課題」は、世界経済フォーラム(WEF)、持続可能な発展のための世界経済人会議(WBCSD)、国連ミレニアム開発目標(MDGs)、サステイナビリティ社などの資料を参考に、当社の事業活動に関わりの深い項目を抽出しています。
「取り組み要素」は、P46に掲載の当社が考える「CSR活動における6つの方向性」を示しています。
「当社の取り組み事例」には、当報告書でご紹介している取り組み事例とその掲載ページを示しています。

領域	世界の課題	取り組み要素	当社の取り組み事例(掲載ページ)
家・くらし	貧困の解消	社会価値の高い商品の提供	遠隔教育システムの提供(P52)
	生活環境(とくに衛生面)の改善		インドネシアでの井戸水ポンプの販売(P56)
	家族関係の希薄化の解消		家族が仲良くなる家の提案(P49)
	長時間労働・ストレスによる健康への影響の解消		快適な入浴システム、睡眠環境の追求(P50) 過労死などを防ぐ取り組み、メンタルヘルス対策(P44)
	少子高齢化への対応		商品・サービスにおけるユニバーサルデザインの推進(P33-34、49-50、51)
		優れた職場環境の実現	多様な勤務形態への取り組み(P42)、従業員に対する「ワーク&ライフサポートプログラム」(社会・環境データファイル)
	家族の安全の確保、犯罪と不安感の増大への対処	社会価値の高い商品の提供	家のセキュリティ技術(P49) ユビキタスネットワークによる安心・安全の実現(P51) お年寄りや子どもを守る通信技術(P53)
	情報化社会の負の影響(デジタルデバイド等)の解消		使いやすいインターフェースの研究(P51)
地域社会	大規模災害への対応	地球市民としての社会貢献活動	災害支援活動(P40)
	地域紛争・テロへの対応	「スーパー正直」な経営の徹底	貿易コンプライアンスの推進(P36)
	医療サービス不足の解消	社会価値の高い商品の提供	遠隔医療システムの提供(P52)
教育システム	教師・教育施設不足の解消		遠隔教育システムの提供(P52)
	子どもの教育の充実	地球市民としての社会貢献活動	電池教室、学校林プロジェクト(P39)
	高等教育、研究活動の支援		パナソニック スカラシップ(P40)
交通	交通事故の削減、交通渋滞の解消	社会価値の高い商品の提供	ITSによる安全な車社会の実現(P53)
	環境負荷の低減		ITSによる環境負荷の低減(P53) 車載部品の開発、軽量化等によるエコカーへの貢献(P54)
	自動車による大気汚染への対応		トンネル内の窒素酸化物除去装置(P54)
企業活動	倫理・法令順守と汚職防止	「スーパー正直」な経営の徹底	グローバルな倫理・法令順守の取り組み(P36) 調達活動における倫理・法令順守の徹底(P37-38)
	知的財産の尊重		模倣品対策の取り組み(社会・環境データファイル)
	個人情報の保護	社会価値の高い商品の提供	情報セキュリティの取り組み(P35)
	サプライチェーンを通じた責任ある調達	信頼と責任に基づくパートナーシップの確立	「CSR調達」の推進(P37)
	児童労働、過酷な労働条件からの解放		人権、安全衛生、児童労働の禁止等を含む取引基本契約書を制定(P37)
雇用・労働	従業員と経営幹部との対話	優れた職場環境の実現	中国での経営幹部と従業員のコミュニケーション促進(P45)
	職場における伝染病予防		SARS等の予防の取り組み(社会・環境データファイル)
	労働者の人材育成		地域の人材育成への貢献(P56-57、59) 地域電器専門店の後継者を育成(P38)
	女性就労の障壁の除去(保育サービスなど)		多様な勤務形態への取り組み(P42)、従業員に対する「ワーク&ライフサポートプログラム」(社会・環境データファイル)
	多様な価値観を認める職場づくり		多様性拡大に向けた取り組み(P41-42)
環境保護・持続可能な発展	温暖化防止	環境革新のあくなき追求	製品・生産・物流における温暖化防止の取り組み(P19-22) クリーン開発メカニズムへの取り組み(P57) 新エネルギーの活用(P23)
	エネルギー供給システムの再構築		
	エネルギーの効率化／新エネルギーの創出		
	消費者への環境意識の啓発		「Nのエコ計画」(P20)、「地球を愛する市民活動」、「ライトダウン活動」(P24)
	化学物質による汚染の防止		化学物質による汚染リスクの極小化(P25-26)
	資源の有効利用		資源の有効利用(P27-28)

家まるごとで新たなくらし価値を提唱し ファクター5をめざす

人々のニーズを満たしながら将来世代の可能性を脅かさない「持続可能な社会」の実現に向けて、当社は事業活動のライフサイクル全体で環境効率を継続的に向上させながら、すべての人に配慮した製品デザインをめざしています。「イーユーハウス」は、そんな明日のくらしを形にした当社からのメッセージです。

「家まるごと温暖化防止ファクター5」実現に向けて

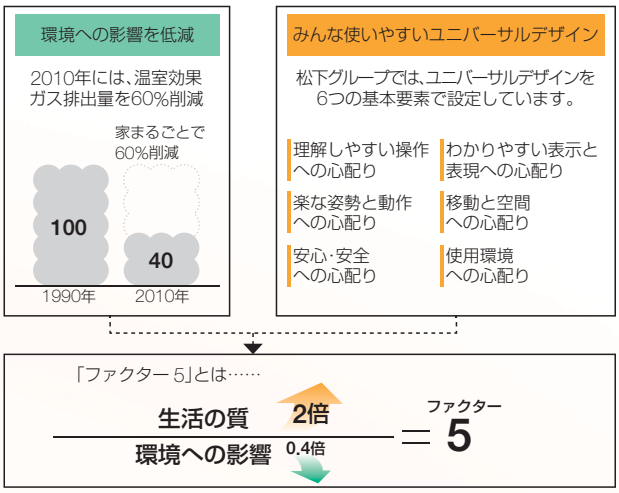
事業活動全体を通じて、世界のお客様のニーズを満たし、同時に地球や地域の環境への影響を極小化して持続可能なくらしを実現することに貢献したいと考え、あらゆる事業分野で取り組みを進めています。これを当社では「新たなくらし価値創造」と呼び、すべての事業活動でこの価値を創造することが当社の21世紀における社会的使命であると考えています。

当社の事業活動において地球環境や社会に最も影響を与えているものは、提供する製品やサービスです。製品・サービスが便利で快適なくらしを実現するだけでなく、地球環境に配慮し(Eco)、さらに、誰もが使いやすいもの(UD)であることを限りなく追求してきました。今後も技術開発を進め、家電製品から住宅設計・住宅設備に至るまで"家まるごと"で新たなくらし価値を創造し、お客様に提供し続けてまいります。

そして、2010年のくらしを想定し、1990年と比べて「生活の質を2倍」にすると同時に「環境への影響を0.4倍」に減らすという「家まるごと温暖化防止ファクター5」という具体的な価値基準を目標設定し、この実現への挑戦を始めました(P13-14)。

エコとUDの融合を提唱

このような当社の事業ビジョンと戦略を具体化し、家一軒まるごとで体験できる住宅「Eco&Ud HOUSE(イーユーハウス)」をパナソニックセンター東京の敷地内に建設し、2006年1月より一般公開を開始しました。イーユーハウスの基本の考え方は、当社設定の4人家族が2010年頃に「家まるごと温暖化防止ファクター5」を達成するくらしを体感していただくことです。家を基点として幅広い事業展開をしている当社は、その持てる技術やノウハウを結集し家まるごとで提供する「生活快適ソリューション」の可能性を提唱します。



イーユーハウス

ファクター5の前提シナリオ

<くらしモデル>
祖母、父、母、娘の3世代4人家族。祖母は健常だが将来の健康に不安を持つ。父は週1日在宅勤務。母は有職主婦。2階建ての一戸建て住宅に居住し、延床面積136.9m^2(全国平均値)。

<家電製品の変化予測>
1990年度は普及率の高い製品で、その時点における最新機種。2010年度はライフスタイルなどの変化をふまえ、普及率に関係なく当社が提案する最新製品を設定。使用台数の増加や大型化も反映。

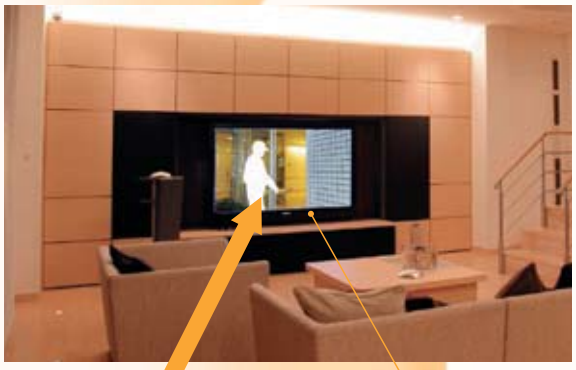
Eco&Ud HOUSE
イーユーハウス

松下がめざす2010年のくらし

持続可能な社会の実現に向けて、
「快適・便利で、環境への影響が少ないくらし」を提供する商品・サービスの開発に取り組んでいます。
ここでは、その取り組み事例のいくつかをご紹介します。

※　ご紹介の商品・システムには、発売中のものと開発中のものの両方が含まれています。

侵入者にはきびしく 家族にはやさしく



玄関の不審者をセンサーが感知、居間やキッチンのモニターに自動送信。

プラズマテレビのエコ技術
発光効率向上やLSIの集積化で年間消費電力量を37%削減※1。ガラス材料の削減で18%※2の軽量化も実現(PX600シリーズ)。

非接触ICカードを鍵にすれば、両手がふさがったときポケットに入れたままでも認識してくれる。

※1　37v型において当社従来品PX300と比較。
※2　42v型の本体質量において当社従来品PX500と比較。

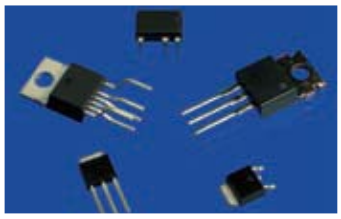
家の役割:家族がもっと仲良くなれる場所

高画質・高音質で迫力満点のホームシアターをより簡単に楽しむ。
(支える技術)ソファでリラックスしながら、AV機器はもちろん、照明やカーテンまでを一元的にコントロールするホームシアターコントローラー。

家族がどこにいても、お互いが見える安心感。
引きこもらない間取りの工夫。

UD配慮満載のキッチンで、親子三代で料理を楽しむ。
(支える技術)楽な姿勢と使いやすさの両立を追求するUD研究。お手入れしやすさを追求する高い防汚処理技術。

エネルギーを効率的に利用するため、お風呂やお洗濯に適した時間を教えてくれる。
(支える技術)家庭内のエネルギー使用を総合管理する「ホームエネルギーマネジメントシステム」を開発しています。



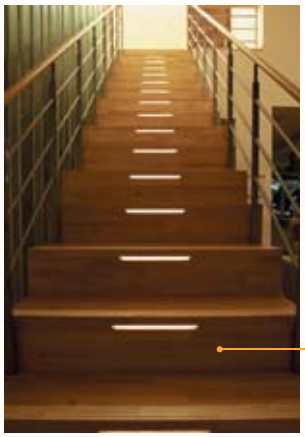
家庭の全消費電力量の約10%を占める待機時消費電力を、「インテリジェントパワーデバイス(IPD)」で0.1W以下におさえる。

（近未来のUD技術）
当社の社内ベンチャー会社では、人間の筋力を補強・増強する技術を研究しています。
介護現場や災害救助など、様々な場面での応用が期待されています。

私たちの考えるUD モノが人にあわせること

おばあちゃんの部屋をリフォーム

介護が必要になったとき、部屋の隣にバリアフリーの浴室をつくるなど、自由に間取りを変えられる。



夜、階段を上るとき、ライトが自動的に足元を照らしてくれる。

照明のエコ技術
LED照明は40Wの白熱灯と同等の平均照度で約26倍の長寿命、しかも消費電力を約55%削減。エコロジーな未来の照明として期待されています。

細かな文字を見るために手元を明るくしたいとき、また、蛍光灯を換えるとき、自分が台に乗るのではなく、照明が自動的に下りてくる。
（支える技術）ランプの寿命を事前にお知らせする音声ガイド機能、操作が簡単なリモコン（子供のいたずらを防ぐチャイルドロック機能付き）など、お客様視線に立った商品開発に取り組んでいます。

おうちで「創エネ」した電気を「省エネ」して使う

トイレのタンクをなくし業界最少の6リットルの水で洗浄することで水使用量を約60%削減（サイホンゼット式と比較）。
（支える技術）排水路が稼動するターントラップ洗浄方式。

燃料電池が発電時に発生する熱を、お風呂の給湯や衣類乾燥にも利用する（P23）。

家族みんながリラックス&リフレッシュ

浴槽のエコ技術
真空断熱材（U-Vacua）で浴槽を丸ごと包んでしっかり保温。追い焚き時のガス使用量を約80%削減（当社従来浴槽と比較）。

酸素たっぷりのお湯でお肌をリフレッシュ。
（支える技術）酸素富化微細気泡浴は当社が開発した「酸素富化膜」の応用商品。

寝ている人の心拍や体動を計測・分析し、照明・寝具・AV機器をコントロール。夜は自然な眠りに誘い、朝はさわやかに目覚める。
（支える技術）室内環境が眠りに与える影響を徹底研究。

すべての人に ユビキタスネットワーク社会の便利さを

当社は「ユビキタスネットワーク社会」の実現に貢献します。
お客様に夢や感動を与えるエンターテインメントに加えて、安心・安全をお届けするセキュリティシステムの展開、
教育や医療分野への応用などを通じて、世界中の人々のお役に立ちたいと考えています。

ユビキタスネットワーク社会が実現するものとは？

「ユビキタスネットワーク社会」と聞いて、すぐに思いつくのは、どのような社会でしょうか？映像や音楽をテレビや携帯電話にダウンロードしたり、家にいながらショッピングを楽しんだりという、夢のある楽しい生活かもしれません。もちろん正解ですが、それだけではありません。

当社の考えるユビキタスネットワーク社会とは、機械の苦手な人や障害のある人も自由に情報を手に入れたり、先生が不足している地域の子どもたちが衛星放送で授業を受けられたり、エネルギーを最適管理して環境に配慮したくらしを実現してくれる社会でもあります。ここでは、そのような当社のアイディアのいくつかをご紹介します。

機械の苦手な人が一人もいない社会

いろいろな機器がネットワークにつながって便利になったとしても、誰も使いこなせないような複雑ものでは、何の意味もありません。

当社では、誰もがすぐに機器を使いこなせるインターフェース（モニター画面や操作パネルなど、人と機械をつなぐもの）の実現は、ユビキタスネットワーク社会を実現するために、必ず超えなければならないハードルだと考えています。

そのために人の思考・行動パターンを徹底的に研究し、どんな情報をどのタイミングで知らせればミスが起こらないのかなど、「機械と人の対話方法」の研究や、「たたく」「ひっぱる」「押し込む」などの日常動作を機械の操作に取り入れる技術などを研究しています。

だれもが安心して暮らせる社会

2005年発売の「どこでもドアホン」「どこでもモニター」は、ユビキタスネットワーク技術が実現する安心機能を具現化した商品です。「どこでもドアホン」は、カラー液晶搭載のコードレスモニター子機により、家から約100m以内の場所から来客に応対することができます。また、住宅用火災警報器に連動して危険を知らせる安全機能も搭載しています。「どこでもモニター」は、ワイヤレスカメラで、別室の赤ちゃんの映像を撮影し、テレビ画面などで確認することができます。さらに、留守宅のカメラが人の体温や動きに反応して写真を撮り、携帯電話にメールで知らせてくれる機能もあります。

今後は、玄関の施錠やガス栓の確認、エアコンなどの機器操作もできるようになることをめざしています。

ビル設備のエネルギーを最適管理

省エネルギーが大事だと分かっていても、簡単に実施できなければ、継続は困難です。

ビルエネルギーマネジメントシステム（BEMS）は、ネットワーク化されたビル設備の消費エネルギーの一元管理を行うと同時に、室内環境とエネルギー性能の最適化を支援するシステムです。フロアやゾーンごとに消費エネルギーを自動集計し、省エネルギー効果の分析・評価を行うための情報提供を行います。当社では、ビル管理にかかわるさまざまなマネジメントシステムを提供し、省エネルギーの推進を側面から支援しています。BEMSを導入した当社のビルでは運用改善や設備改修などを実施し、平均約10%の省エネルギーを実現しています。

世界中の人々が十分な教育や医療を受けられる社会

2004年度の報告書でもご紹介したように、当社はエチオピア教育省が推進する遠隔教育システム用にプラズマディスプレイパネルや放送機器を納入しました。これまでにプラズマディスプレイパネル約9,000台を納入し、現在このシステムは、理科・数学などの基礎科目に加え、ビジネスや製図などの実務的な科目も配信しています。

2005年11月、アフリカのチュニジアで先進国と途上国のデジタルデバイドの解消を目指す「第2回世界情報社会サミット」が開催されましたが、当社は併催の展示会において、エチオピアの事例を含む遠隔教育等を紹介し、すべての人に教育の機会を提供する技術として、各国から高い関心をいただきました。

一方アジアでは、総務省が推進する「アジア・ブロードバンド計画」の実証実験に参画しています。これは、手術映像の共有により、アジア全体の医療技術向上を目指す取り組みで、2006年2月の実験では、旭川医科大学から眼科の超微細顕微鏡手術をリアルタイムでシンガポール国立眼科センターに伝送し、相互に症例の検討を行いました。

奥行きを重視する眼科手術では、高精細なだけでなく立体視の忠実な再現も重要になりますが、当社が提供する3次元高精細映像方式により限りなく肉眼に近い映像を再現し、同技術を用いた世界初の国際医療実験を成功させることができました。

コンセントにつなぐだけでネットワークにつながる電力線通信技術

ユビキタスネットワーク社会は便利ですが、そのために家中に新しく通信ケーブルを設置する必要があるとしたら、実現には大変なコストと手間がかかってしまいます。

当社は2005年、家庭内に張り巡らされている電力(電灯)線を使って機器をネットワークにつなぐことのできる「HD-PLC(高速電力線通信)」技術を実用化し、関連製品の出荷を始めました。PLCは電力線通信の意味ですが、当社は単なる高速なPLCではなく、ハイビジョン映像(HD)などの大容量データや、遅延が問題となる電話などの音声データの品質も確保して送受信できる、最大190Mbpsの高速伝送を実現したことから「HD-PLC」と命名しました。HD-PLCの最大の特徴は、新たな配線工事が不要で、すべての電源コンセントが情報への接続口になることです。PLCに対応する機能を持った機器は、今までと同じように電源プラグをコンセントに差すだけで家庭内のネットワークを使えるようになります。

また、HD-PLCは米国商務省標準技術局によって選定された次世代標準暗号化方式を採用し、高度なセキュリティを備え、どなたにでも使いやすくするためパソコンなしで使えるように工夫されています。

当社は、電力線通信の関連製品を開発しているメーカーにネットワークのコア技術としてHD-PLCの採用を働きかけ、またHD-PLCのアダプターなどの関連製品を幅広く提供することで、「安心・安全・快適」なユビキタスネットワーク社会の実現をめざしています。

安全・快適で環境への影響が少ない モビリティ社会をめざして

安心・安全・快適で環境に配慮した車社会のネットワークを実現するためには、さまざまな業界が連携しルールなどを整備することが重要です。当社はエレクトロニクス技術を駆使して、「すべての人が安全で快適な移動が出来る社会」「環境への負荷が少ない交通社会」の実現に貢献します。

ITSで拓く 安全・快適でエコなクルマ社会

ITS(高度道路交通システム)※1はクルマ社会が抱える事故や渋滞、環境対策などの問題を先進的な情報通信や制御技術を使って解決する交通システムです。とくに日本で普及が進んでいる有料道路のETC(自動料金支払いシステム)※2は、車載器のセットアップ台数が累計で1,100万台を超え、全国の利用率は約60%にまで急速に拡大しています。料金所で停車せずに、通過できることは運転者にとって便利であると同時に、渋滞緩和にも効果があります。さらに料金所付近でのCO_2やNO_Xを約30%も削減でき、地球温暖化や大気汚染の抑止にもつながると言われています※3。当社ではETC車載器を提供すると共に料金所システムを開発納入しており、さらに利用拡大が予想されるETCの進化に貢献していきます。

また、広く普及してきたカーナビゲーションシステムにはVICS(道路交通情報通信システム)※4受信機が装着されており、リアルタイムの道路交通情報提供による交通の円滑化に効果があります。当社のカーナビゲーション「ストラーダ」にもVICSを搭載しています。これに加え、全国約2,200の事故多発地点の情報を収録、走行中に事故多発地点に近づくと、画面表示と音声案内でドライバーに知らせ、事故防止に貢献しています。

当社は国際ITS会議のボードメンバーとして、国際規格づくりにも積極的に参画するなど、ITS関連のリーディング企業として安心・安全・快適で、環境負荷の少ない交通システムの実現をめざしています。

※1　ITS(Intelligent Transport Systems)
※2　ETC(Electronic Toll Collection System)
※3　国土交通省調べ
※4　VICS(Vehicle Information and Communication System)

お年寄りや子どもを守る通信技術

当社は行政や自動車メーカーとともに、ICタグを利用した事故防止システムの研究を行ってきました。具体的には、お年寄りや子供にICタグを携帯してもらい、道路上のセンサーで位置を把握して、近づいた車のドライバーにその存在を知らせます。また、交通量測定用の光ビーコンなどでそれぞれの車の位置を把握し、事故多発交差点に複数の車が接近した際、ドライバーに他の車の接近を知らせる実験も行っています。

また、街角を歩いている子どもが危険に遭遇したとき、助けを呼べる「子ども緊急通報システム」も商品化しています。子どもがボタンを押すとランプが点滅して警報が鳴るとともに、管理センターに音声と映像が送られ、通話で状況を確認できるため、確実な状況把握に基づいた救援体制を取ることができます。

子ども緊急通報システム

迅速な救命に向けた「ヘルプネット」

万が一、自動車事故が起こった際は、迅速な対応が救命率を左右します。当社がトヨタ自動車株式会社様などとともに開始した緊急通報サービス「ヘルプネット」(株式会社 日本緊急通報サービスが運営)は、事故や急病時に通報ボタンを押すとオペレーターにつながり救助を要請できます。この際、GPS(全地球測位システム)※5により車の位置情報も自動送信されます。また、エアバッグが作動すると自動的にオペレーターに接続され、問い合わせに返答がない場合は、意識不明と判断してオペレーターが乗員に代わって救急車の手配をするシステムとなっています。

※5　GPS(Global Positioning System)

トヨタ自動車株式会社様のハイブリッド自動車「LEXUS」(GS450h)には、パナソニックEVエナジー(株)のニッケル水素蓄電池などが搭載されています。

業務用電動自転車「ビジネスビビ」

エコカーの進化に貢献

排出ガス低減を実現するハイブリッド自動車は地球温暖化や大気汚染などへの課題を解決する有力な手段として注目されています。また、車載部品の軽量化は燃費を向上させ、CO_2排出量の削減につながります。当社はさまざまなエレクトロニクス技術を駆使し、エコカーの進化に貢献しています。

例えばハイブリッド車のエンジン部に搭載し、電動モータの動力電圧を安定させる、HEV用フィルムコンデンサ。当社は独自の技術により、薄膜フィルムに精密パターン金属蒸着を施したコンデンサ素子を開発し、高耐電圧と安全性の両立を可能としました。これにより長寿命・メンテナンスフリーによる省資源と小型軽量化を実現しました。■写真1

また、電子制御ブレーキの安全性向上に貢献する電源ユニット、バックアップ電源用電気二重層コンデンサでは、独自の電解液技術や高容量電極技術、寿命評価技術などにより、長寿命・メンテナンスフリーと、当社従来品と比べて25%の軽量化を実現しています。■写真2

ハイブリッド車の電動モータに電気エネルギーを供給する蓄電池、ハイブリッド車用ニッケル水素蓄電池については、1996年にトヨタ自動車株式会社様と合弁で、ハイブリッド車用の電池パックシステムの専門メーカー、パナソニックＥＶエナジー(株)を設立し、長寿命で信頼性の高い蓄電池を開発・生産してきました。この間に培ってきた技術で、コンパクトなパックモジュール構造と電池の高出力化を可能とし、車両一台あたりの電池使用数を削減、15%の省スペース化、25%の軽量化(共に同社従来比)を実現しています。■写真3

■写真1　HEV用フィルムコンデンサ

■写真2　バックアップ電源用電気二重層コンデンサ

■写真3　ニッケル水素蓄電池

※写真は、トヨタ自動車株式会社様の「LEXUS」(ページ左上写真)に搭載されているものとは異なります。

道路周辺における大気環境の改善

交通渋滞が深刻な大都市部では現在、地下における高速道路の開発が進んでいます。地下トンネルに溜まった空気は換気所を通じて地上へと送り出されますが、自動車の排気ガスには窒素酸化物(NO_X)など人体への影響が懸念される物質が含まれるため、ドライバーや地域への配慮が必要です。

従来、道路環境におけるNO_Xの除去(脱硝)はその濃度や気温の条件により難しいとされていましたが、当社はNO_Xの中でもとくに人体への直接的影響を持つNO_2を除去する技術を確立しました。すでに首都高速中央環状新宿線の地下トンネル(2007年3月完成予定)への納入も決まっており、トンネル内の換気所に脱硝装置が設置されるのは日本国内では初めての事例となります。

さらに、交差点や地下駐車場など局所的に排気ガスのたまりやすい地点では、コンパクトで設置しやすい「小型NO_2除去装置」により、大気環境の改善に貢献しています。

電動自転車でエコとUDを両立し雇用機会も拡大

電動自転車「ビビ」は、当社独自のモーター技術やセンサー技術、高性能のリチウムイオン電池などの採用により、これまでバイクを使用していた郵便・新聞配達や警備巡回などで充分活躍できる性能を確保しました。90ccのバイクを「ビビ」に切り替えると、1台あたり年間542kgのCO_2排出量を削減することができます。これまでに、九州旅客鉄道株式会社様の電動自転車レンタルサービス「楽チャリ」、私鉄各社への観光・通勤用レンタサイクルとして納入するなど、新しい都市交通の手段として街の環境負荷削減に貢献しています。

また、軽いペダル操作で運転できることや、免許がなくても乗れることから、新たな雇用機会の拡大にもつながっています。

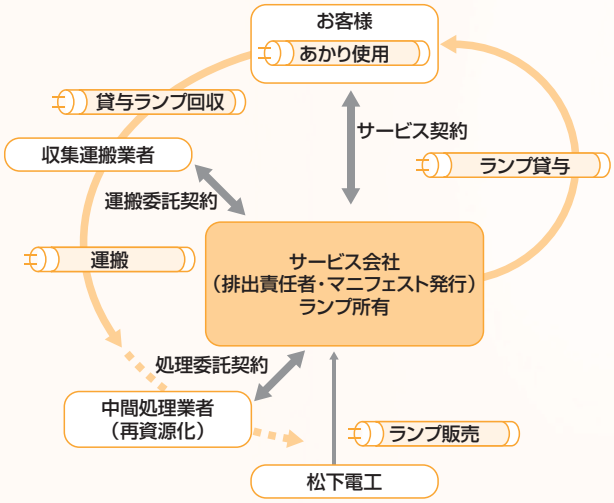
新サービスの提案やモノづくりの工夫で持続可能な社会の実現に貢献する

当社はこれまで、照明を「製品」として販売してきましたが、より多くの資源を循環させるために、照明の「機能」だけを販売するサービスに取り組んでいます。また、汚染土壌の浄化に、その土壌の微生物の力を借りたり、失われつつある熟練の技を機械に伝承させるなど、新しい発想でのしくみづくりやものづくりに挑戦しています。

「あかり安心サービス」でめざす機能販売型ビジネス

現在、工場やオフィスなどの使用済みランプの多くは破砕され埋め立て処理されています。当社が2002年4月に開始した「あかり安心サービス」■図1は、お客様に蛍光ランプを販売するのではなく、あかりという「機能」を提供する環境ビジネスです。本サービスでは、水銀などの環境負荷物質を含む使用済み蛍光ランプを、所有権者であるサービス会社が責任をもって回収・処理します。2006年3月現在で425法人・3,600事業所にご契約いただいていますが、本サービスを利用する企業が増えたことで、日本におけるランプのリサイクル促進に貢献しています。

■図1　あかり安心サービス



微生物を利用した土壌・地下水の浄化サービス

揮発性有機化合物（VOC）で汚染された土壌・地下水の浄化方法として、微生物を利用した浄化サービスを提供しています。これは当社のやし油由来の栄養塩「アムテクリーン」の投入により、その土地に生息する微生物の分解作用を活性化させてVOCを分解する工法です。汚染土壌を掘削・置換する浄化方法に比べて、時間は多くかかりますが生態系への影響が少なく、低コストで実施しやすい浄化方法として注目を集めています。

浄化の実施には、分解菌が汚染土壌や地下水中に生息することが必須条件です。従来の方法では分解菌の種とその量が判別できず、浄化に多くの時間が必要でしたが、2005年6月に開発した「マイクロアレイ技術」※1により、1回の検査で浄化に必要な分解菌の存在と22種類の菌種の特定を可能とし、高精度で低コストな浄化サービスを実現しています。

※1　国立大学法人岐阜大学、独立行政法人産業技術総合研究所ヒューマンストレスシグナル研究センターと共同で開発。

省電力小型モーターの開発

様々な機器に使用されるモーターの消費電力量は、日本国内の全電力消費量の51%と言われています※2。当社ではモーターの省エネルギーに貢献できる技術開発に力を注いでいます。

2005年からは（独）新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）との共同開発により、従来の1.5倍の磁力を持つ新しい磁石の開発に取り組んでいます※3。この磁石はモーターの省電力、小型化に適しており、モーター効率を約10%向上させます（当社従来比）。当社は冷暖房機器、複写機、プリンターなどに使用される15~50Wクラスのモーターへの展開を検討しています。たとえば、40Wクラスのモーターが家電機器750万台に普及すれば、2.8万トンのCO_2排出量の削減が見込まれます。

※2　出展:資源エネルギー庁　「電力需要概要」データ。
※3　技術協力先:長崎大学、大阪大学、静岡理工科大学。

熟練工の技を伝承する溶接機

溶接作業は、溶接対象物により溶接電流・電圧といった条件が様々であり、作業者の経験や技量に大きく影響されるため、熟練の技術が必要です。最近では、団塊世代が一斉に定年を迎えることから、熟練技能者の減少が懸念されています。

当社は、10万件以上の溶接作業の状況や電流データなどを蓄積。鉄、アルミ、ステンレスなどの素材ごとに、熟練技能者作業時の電流・電圧の制御、溶接波形等を分析し、フルデジタル処理で再現性の向上を図りました。これにより、一般作業者でも熟練技能者に近い高品質な溶接の習得が比較的短期間で実現可能となりました。さらに、溶接時に発生するスパッタ（飛散金属粒）量を1／3以下に抑制、作業環境の改善にも積極的に取り組んでいます。

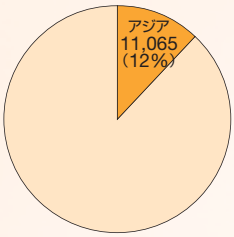
井戸水ポンプをお使いいただいているご家族と、
設計者の水野康一（左端）

当社は、海外においては「その国の会社として、その国の発展のために貢献する」という基本的な考え方のもとで事業を行ってきました。海外事業は今後も当社の「成長エンジン」であり、良き企業市民としてそれぞれの地域に貢献していきたいと考えています。

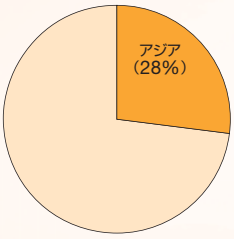
アジア　ASIA

1935年、当社は自らの手で海外の市場を開拓するため、第1号の海外駐在員をフィリピンのマニラに派遣したという歴史が残っています。
1961年には戦後初の海外製造会社ナショナル タイ（現在のパナソニック タイ（株））を設立。
以降、マレーシア、インドネシアなど、特に東南アジアの国々で地域に根ざした経営を進めてきました。
現在、当社はシンガポールにある地域統括会社パナソニック アジアパシフィック（株）を中心に、この地域で幅広い生産・販売・調達活動を行っています。

地域別売上高
（単位：億円、2005年度）



地域別従業員比率
（2005年度末）



インドネシア

水汲みの重労働から開放する井戸水ポンプ

すべての人々にとって、水は生命をつなぐものであると同時に、衛生的な生活のために欠かせないものです。世界第4位の2億2,000万人の人々が、約1万8,000の島々に暮らすインドネシアでは、水道設備が十分に普及していないために「浅井戸」と呼ばれる深さ10メートル程度の井戸の水を洗濯や入浴に使用しています。井戸水を汲むのは女性や子どもの仕事であることが多く、浅い井戸とはいえ、毎日のくみ上げは重労働です。

インドネシアの製造子会社、パナソニック マニュファクチャリング インドネシア（株）（PMI）では、1988年から井戸水ポンプの生産を開始。現在では井戸水ポンプをお使いの家庭の約半数がPMI製をお使いいただいていると推定されています。PMIの井戸水ポンプは、価格が手ごろで品質が安定しており、1軒当たり450Wまでの電力供給世帯が55%を占める電力事情を考慮した小電力設計になっています。そして、ほとんどの島々をカバーして、井戸水ポンプを必要とするすべてのお客様に商品をお届けする販売体制を築いたことが、多くの人たちにお使いいただいている大きな理由です。

インドネシア

産業人と産業基盤の育成に貢献する「松下・ゴーベル教育財団」

毎月の家計支出額が110ドル（約1万2,000円）以下の世帯が全世帯の約60%を占めるインドネシアで、若者たちに技術を学ぶ場を提供し、産業育成の一助となってきたのが「松下・ゴーベル教育財団」です。

財団は、当社の同国初の合弁企業であるナショナル・ゴーベル社（現PMI）のパートナーであったモハマド・ゴーベル氏の「若い産業人を育成し、産業発展の基礎を築きたい」という情熱に松下幸之助創業者が共鳴して100万ドルの基金を寄贈し、1978年に設立されました。財団によって「松下・ゴーベル研修所」が運営されています。

研修所には、「ものづくり経営」「テクノスクール」「金型ス

クール」の3つの教育コースと、「経営診断活動」を行う部門が設けられています。またJICA(国際協力機構)など海外からの教育支援も依頼され、自前の研修と合わせると年間40〜50件の研修を実施し、全受講者数は1,500人に達します。これまでに地元の中小企業なども含め、のべ233社、5万7,663人が当研修所を利用しました。今後はさらに、地元の中小企業の従業員を多く迎えていく計画です。

「松下・ゴーベル研修所」での研修風景

マレーシア

自社工場で省エネルギーCDMを推進

CDM※とは京都議定書で承諾された手法で、途上国の持続可能な発展を実現するために、先進国が途上国において温室効果ガス削減の取り組みを行い、合わせて排出権の獲得を行うものです。

日本の省エネルギー技術を途上国の自社工場で活かすため、マレーシアの11事業場における省エネルギー対策のCDMの登録をめざしています。これにより年間1万6,000トンの排出権取得が見込まれており、2006年2月には日本政府の承認を得ました。今後は、マレーシア政府の承認と、国際連合への登録に向けて取り組みます。

※ クリーン開発メカニズム(Clean Development Mechanism)

タイ

グリーンプロダクツの意義を先端商品で啓発

当社は2005年10月、国際機関アジア生産性機構(APO)がタイ工業連盟などと共催した「エコプロダクツ国際展2005」に出展しました。この出展は、タイにおけるエコデザインの促進、エコプロダクツの普及が目的です。当社の環境に配慮した最新型のAV製品やノンフロン冷蔵庫、ななめドラム洗濯乾燥機、さらにはハイブリッド風車「風かもめ」などは多くの人々の関心を集め、当地のマスコミでも取り上げられました。

エコプロダクツ国際展2005(タイ)

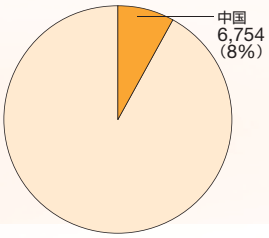
インドネシアと日本の架け橋に

PMIは1970年の設立以来、電気製品の製造・販売を通じてインドネシアの人々の生活向上に寄与し、日本・インドネシアの協力事業のモデル企業として高い評価をいただいてきました。事務局長を務めるインドネシア日本経済委員会、インドネシア日本友好協会などの活動を含め、今後とも、社会および両国の友好親善に貢献したいと考えています。

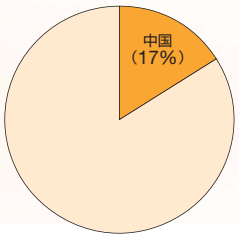
パナソニック マニュファクチャリング インドネシア(株)
取締役
ヘル・サントソ

中国　CHINA

地域別売上高
（単位：億円、2005年度）



地域別従業員比率
（2005年度末）



当社の中国事業は、1978年に来日中の鄧小平副総理（当時）と創業者 松下幸之助が、中国における電子機械工業の発展に向けて、協力を約束したことに始まりました。現在、当社のグローバル戦略においても、中国事業は極めて重要な位置を占めています。2005年11月、中国の地域統括会社であるパナソニック チャイナ（有）は、中国における長年の社会貢献活動が評価され、中国政府から「最優秀企業市民賞」を受賞しました。

技術と経営レベルの高いサービスステーションを育成

当社は中国の約700の家電製品サービスステーションに対し、技術支援によるサービスレベルの向上と経営管理面でのサポートを実施しています。コールセンターやホームページに寄せられた修理依頼には、全国規模でサービスマンを派遣、修理の状況を全過程にわたりフォローしています。その結果、当社調査で、ほとんどのお客様がサービスの内容に満足していると回答しました。

「平等・参加・共有化」を掲げ積極的に障害者を雇用

各地の障害者聯合会支援のもと北京、上海、珠海、無錫、蘇州などで障害者のための就職説明会を開催しました。2006年3月現在、中国内の当社グループ会社に就業している障害者は約150人で、製造、財務、品質検査などさまざまな職場で活躍しています。

電池製造子会社で活躍する聴覚障害を持つ従業員（左）

CO_2排出量削減と節水を中心に環境対策を実践

中国では急激な経済成長が進む一方で、電力不足と水不足が深刻化しており、省エネルギーと節水が緊急の課題となっています。

当社は中国に、約60の製造事業場を擁していますが、事業場から排出されるCO_2排出量は2005年度79万トンで、2000年度に比べ81%増加しており、今後も増加することが見込まれます。「省エネルギー 3カ年計画」に基づく活動により、2005年度には約5万トンのCO_2排出削減の取り組みを実施しました（P21-22）。

また、中国では国の総発電量の約10%が照明により消費されると言われていますが、省エネルギーランプの基準づくりとその普及促進を行う「中国緑色照明プロジェクト」が政府により1996年から進められています。パナソニック ライティング北京（有）では、このプロジェクトに開始年から参加。省エネルギーランプ15万本を、地下鉄などに設置しました。さらに同社は1995年度に、中国の照明業界として初めて廃ランプ処理工場を設立し、2005年度は30万本の廃棄蛍光管を処理しました。

水使用の観点では、北京・松下ディスプレイデバイス（有）（BMCC）は、ブラウン管の生産に多くの水を必要としています。その水使用量は当社中国事業場の約30%を占めるため、同社は2005年12月、工程内のリサイクルに加えて、廃水を回収し純水に再生する世界最先端のプラントを導入。年間総廃水量の約34%の再生が見込まれます。2006年度にはさらに第二期工事の実施を予定しています。

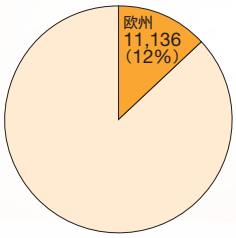
人を育て企業風土を高める

BMCCは、鄧小平副総理（当時）と松下幸之助創業者提唱のもと、1987年に設立された松下の中国における最初の合弁会社で、ブラウン管を製造しています。BMCCでは常に「優れた企業風土があってこそ、優れた技術力や営業力が生かせる」と考えてきました。そのために人を大事にし、お互いを思いやることを重視しています。当社のチームワークの良さは貴重な財産であると考えています。

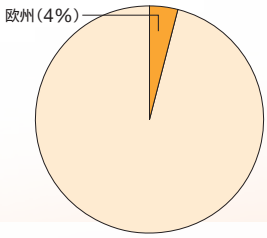
北京・松下ディスプレイデバイス（有）
副総経理　範文強

欧州　EUROPE

地域別売上高
（単位：億円、2005年度）



地域別従業員比率
（2005年度末）



1962年、欧州初の販売会社ハンブルグ松下電器（現：パナソニック マーケティング ヨーロッパ（有））が設立されました。本格的な製造事業が始まったのは1970年代からで、近年ではチェコ、ポーランドなど旧東欧諸国での生産が拡大しています。欧州においては企業の社会的責任への関心が極めて高く、当社は、イギリスに本拠を置く欧州の地域統括会社パナソニック ヨーロッパ（株）を中心に一早くCSR活動にも取り組んできました。

チェコ

電機製造業で働く人々の専門性向上を支援

パナソニックAVCネットワークス・チェコ(有)（PAVCCZ）は、ヨーロッパにおけるブラウン管テレビの製造拠点として1997年に操業を開始しました。しかし、この5年間で、販売されるテレビがブラウン管型からプラズマテレビなどに急速に移行し、従業員の技術力向上が緊急の課題となっていました。

PAVCCZは、欧州の雇用支援を行う欧州社会基金（ESF）とチェコ政府の支援を受け「パナソニックスクール」を2005年10月に開校し、従業員の専門性向上への取り組みを始めました。スクールの履修内容の策定や講師派遣などはピルセン市の西ボヘミア大学の支援を受けています。

パナソニックスクールは、他企業の社員にも開放されています。第1期の受講定員は115人でしたが、200人を超える応募がありました。学生は、2交替制勤務の合間を縫って2年間、4学期にわたって学びます。1学期は20週間で、学期ごとに電気工学や経済学、品質管理、安全衛生などを学びます。また、英語やコンピュータなどの選択コースも受講できます。スクールの事務局を務める人事部では、忙しい生徒のためにeラーニングを充実させて在宅学習の時間を増やすなどの改善を行っています。

トリノ・パラリンピックを公式パートナーとして支援

パラリンピックで使用された当社のプロ用放送機器

当社は1988年のカルガリー／ソウルオリンピックから、公式スポンサー（TOPスポンサー）を務め、最高の映像音響機器・放送システムで、世界中に感動をお届けしてまいりました。2006年のトリノでは、パラリンピックの公式パートナーもつとめました。

欧州における「行動基準」浸透の取り組み

当社では2005年1月に、CSRの考え方を盛り込んだ「行動基準」の改定を行ないました。2005年度は、この新しい「行動基準」を全世界の従業員に浸透させる年度と位置づけ、世界各地で積極的な取り組みを行いました。なかでも欧州では、15カ国で11種類の言語を使用するため、「行動基準」もそれぞれの言語に翻訳し、eラーニングシステムなどを用いて浸透に努めました。

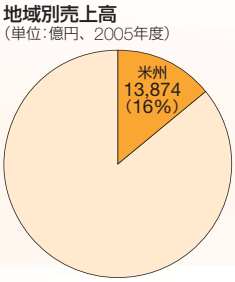
欧州のeラーニングシステムの画面

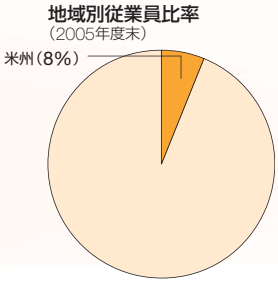
CSRの先進的動向をグループ内に発信

CSRへの関心が高い欧州において、欧州連合が主催するCSRの専門的なワークショップに参加したり、有識者・他社との交流などを通じて、欧州のCSRの動向をいち早く把握し、世界各地で松下グループのCSR活動を推進するスタッフに配信してきました。最近、社内でCSRを重視する風土が育ってきたことを、たいへん嬉しく感じています。

パナソニック ヨーロッパ（株）
欧州・国際関係グループ
マリー・エレン・ドゥブレイ

米州　AMERICAS





1951年、創業者 松下幸之助は「世界的観点からの経営と新規開業の心構え」を社員に説き、初めての米国視察に出発しました。これが当社の本格的な海外活動の始まりです。この地域には現在、パナソニック ノースアメリカ（株）、パナソニック ラテンアメリカ（株）の両地域統括会社を置き、広くビジネスを展開しています。また、1988年に米国で始めた社会貢献活動「キッド・ウィットネス・ニュース」（小中学生のビデオ制作支援プログラム）は、世界14カ国に広がっています。

アメリカ

使用済み製品の回収や省エネルギー製品の普及促進に貢献

米国環境保護局では、「プラグ・イン・トゥ・eサイクリング」という、使用済み製品の適正な処理を消費者・地方自治体・小売業者・メーカーが応分に負担するというプログラムを展開しています。これは、使用済み製品の回収量の増加を通じて、リサイクル技術の開発と、リサイクル材料の市場開発に貢献すると同時に、消費者の意識向上を促すことを狙いとしています。

当社はこのプログラムに2002年から参加し、2005年までの間に、米国27州において1,070回の回収行事を支援しました。これらの行事により約1万100トンの材料が回収されました。

またCO_2排出量削減をめざし、米国環境保護局とエネルギー庁が推進する省エネルギー機器の普及によるCO_2排出量削減の促進プログラム「エネルギースター※」に参加しています。2005年度は「エネルギースター」の認証を受けた376モデルの製品を販売しました。

※　米国・環境保護局とエネルギー省が推進する省エネルギー機器の普及促進プログラム
www.energystar.gov/

ブラジル

修理店のレベルアップでCSを向上

家電製品と電池を製造するパナソニック ブラジル（有）では、「お客様は、サービスレベルに基づいてブランドを選ぶ」という認識のもと、お客様満足向上のためのさまざまな取り組みを行っています。修理サービスでは、サービス店を修理時間の早さ、修理品質などで4段階に評価し、技術向上の支援を行っています。

DVDレコーダーなどの新しい商品も増えてきたことから、サービス店向けのeラーニングサービスを開発したり、技術コンクールを開催してレベルの向上を図っています。その結果、全修理件数のうち48時間で修理を終える率は2003年度の60%から80%に上昇しました。

また、試作品のフィールドテストの強化などを基に、新製品の改善点を早期に反映する「早期品質管理システム」にも取り組んでいます。

メキシコ

環境展示会へ積極的に参加し子供たちに環境の大切さをアピール

2005年にパナソニック コミュニケーションズ メキシコ（株）は、環境展示会「エクスポ・アンビエンテ」および「エコ・ティファナ」に出展しました。映像やゲーム、エコグッズなどを通じて、子供たちへ環境の大切さを訴えました。「エクスポ・アンビエンテ」では、優れた展示内容が評価され表彰を受けました。

「エクスポ・アンビエンテ」での当社展示

環境経営のビジョンとリーダーシップ

環境経営における投資には、ビジョンとリーダーシップが必要です。世界で企業競争の激化が進むなか、RoHS指令（P17）発効前の鉛フリーはんだプロジェクトなどで、当社のビジョンとリーダーシップが具現化されるのを何度も見てきました。

当社は北米で「充電式電池リサイクル会社」設立にリーダーシップを果たしましたが、現在この自主的な仕組みをカナダへと展開しようとしています。

パナソニック ノースアメリカ（株）
環境部長
ディビット・トンプソン

第三者意見

the NATURAL STEP

2006年4月、スウェーデン

松下グループの活動についての持続可能性分析報告書

分析結果

松下グループ（以下、松下）は、ステークホルダーにとって、また、自社の持続可能な発展において何が重要な課題なのかを理解していると判断する。2005 年は、特に、クリーンファクトリー、グリーン調達、環境マネージメント等のシステムがグローバルに導入されたことが高く評価される。今、松下が面している最も大きなチャレンジは、どのような製品・サービスを通して顧客の段階における CO_2 の排出量を抑えるかということである。グリーンプロダクツ（GP）開発率が 2010 年度の目標を達成し、製品自体の環境配慮や省エネルギーが進んでいるにもかかわらず、今後中国などの市場が増えることを考えるとトータルで CO_2 排出量が増大することが危惧されるからである。それゆえに、家庭用燃料電池コージェネレーションシステム、ハイブリッド風車、エネルギーと生活の質の両方を指標に取り入れたファクター5 のイーユーハウスのプロジェクトは、注目される。また、V 商品の定義とダントツ GP の定義とを連動させようとする意志も高く評価できる。松下の社会的持続可能性においての大きなチャレンジは、中国の生産工場とサプライヤーにおける労働条件が国内同様に把握され、行動規範が徹底されていくことである。

改善にむけた提言

環境戦略と変革のための体制

松下は、トップの持続可能な発展への真摯なコミットメントがあり、環境が本業のビジョンと方針に統合され、改善のためのしっかりした基盤が出来ており継続的な改善の成果が上がっている。2001 年に松下は持続可能な社会においてどのような役割が果たせるのかについてのビジョンを描いているが、長期的な視点で考えると、そのビジョンを更に発展させる必要があると考える。具体的に持続可能な社会での人々の生活の質はどのように向上させれば良いのかという戦略を構築することが必要である。その観点から見ると、ファクターXの考え方を街と人々のライフスタイルにまで広げるコンセプトの開発はとても先進的であるため期待したい。

社会的側面の戦略と変革のための体制

グローバル企業が抱えているCSR問題は非常に奥深い。松下の製品の生産は CSR の視点で問題を抱える中国に移転して行っている。全従業員の 16%（約 53000 人）が中国で働き、アジアを含めると 43%になるという現状である。日本国内の従業員の労働条件は世界的に見ると比較的良好であり、松下は様々な改善対策を既に進めている。しかし、中国における急速な経済発展と環境破壊、貧富の差の拡大による社会問題を考えると、グローバルなレベルにおける明確でかつ具体的な CSR のビジョン・戦略とアクションプランの策定が急務となっている。また、社会と環境の方針が持続可能な発展のための方針として統合されて使われることも望まれる。

製品とサービス

2005 年度は、スーパーGPの新製品が発売されなかったことは残念である。スーパーGPの定義には、既存の製品の環境負荷を削減するという概念ではなく、ナチュラル・ステップの持続可能な社会の 4 原則からバックキャステイングをして人間の本来の基本的なニーズを満たすことにフォーカスをあてた考え方を適用することを提案したい。人間の基本的なニーズは、マックス・ニーフが定義した9つの指標が使いやすい。それらは、身体的ニーズ（衣、食、住）、安全、愛情、理解、参画、休息、生きがい、創造、自由である。世界各国の顧客のこれらのニーズを相乗的に満たすために、松下は将来どのような製品とサービスを提供すれば良いのかという発想で考え、持続可能な社会の実現へ新しいトレンドを創るスーパーGPを打ち出されることに期待する。

ステークホルダー

松下にとって重要なステークホルダーは、従業員、サプライヤー、顧客と社会である。顧客と社会への情報は広範囲にカバーした情報開示がなされているが、日本国内の CSR として重要と考えられる従業員の労働時間、海外の CSR として重要と考えられる従業員とサプライヤーの労働条件についての情報開示は少ない。サプライヤーにおいては、松下のガイドラインとツールが確かに導入されていることの確認と監査が必要である。また、ビジョンを共有しての協働が強化されることを望む。今後、CSR におけるパフォーマンスの目標値の開発、達成成果の開示を期待する。

資源への依存性

松下の持続可能な原料への切り替えは、継続的に改善されている。世界でいち早く EU の RoHS 指令の重金属、化学物質の規制に対応をしたことは高く評価される。しかし、難分解な化学物質が膨大であり、サプライヤーとの協力体制の強化は今後も重要である。また現在、持続可能な原料に切り替えることやリサイクルのシステムの構築を要求する規制が、国内外で議論されている。そのような持続可能な発展に向かうための法律の実現に、日本の環境取り組みをリードする松下が積極的に関わっていくことも必要である。これに率先して取り組むことは結果的に松下の国際競争力においても有利になると考える。

エネルギー・物流

松下は、省エネルギー製品の開発、生産におけるエネルギー使用の効率化、社用車や輸送トラックの全てを環境に配慮したエコカーに切り替える方針の公表、ライトダウン活動など、CO_2 排出量の削減への努力を先駆的に取り組んでいる。しかし、今後、大きなCO_2削減の成果を出すためには、再生可能なエネルギー源への切り替えのステップがなければ困難な状況である。次のステップとして、ある工場を化石燃料ゼロにするなど、旗艦となるようなプロジェクトの立ち上げを提案する。

ナチュラル・ステップ・スウェーデン　分析者
アグネタ・ワンナーシュトレーム

ナチュラル・ステップ・インターナショナル　日本支部代表
高見幸子

創設者所見

先見の明をもち、強力な経営者となるためには、個性や明確なビジョンを伝達する力に加えて、あらゆる体制の抵抗と戦い、ビジョンの実現に向けて進み、低レベルでやめてしまうという誘惑に打ち克ち、進み続ける勇気と忍耐力が最も重要な素質として必要である。

松下はその創設以来、社会への貢献を重要な指針としてきた。その精神は今も生きている。ナチュラル・ステップは2001年から松下の分析を行ってきたが、ビジョンに向けて着実に歩むその姿に感銘を覚えている。

ナチュラル・ステップ・インターナショナル　創設者
カール・ヘンリク・ロベール

※マックス・ニーフ　途上国の経済発展をめざすNGO「Center for Development Alternatives」創設者

国際NGOナチュラル･ステップとのパートナーシップ

当社は2001年より国際NGOナチュラル･ステップと、「持続可能な社会と企業活動」をめざしたパートナーシップを構築してきました。当社がナチュラル･ステップとのパートナーシップを継続している理由は、ナチュラル･ステップが「持続可能な社会」を実現する条件を明確に示していること、また企業活動による社会変革を前向きに期待していることなどが挙げられます。

※ナチュラル･ステップ･英国からの環境経営へのメッセージはP18をご参照下さい。

ナチュラル･ステップの持続可能性分析とは

持続可能な社会において成功している姿から現在の取り組みを見るというバックキャスティング手法を用いて、持続可能な社会の原則(4つのシステム条件)を基準にして、当該組織がどのように進んでいるかについて評価します。

分析のプロセス

1. 社会･環境活動のビジョンや活動に関する質問票への当社の回答や、それを補足する資料(公開および非公開)により情報を収集。
2. ダイアログの実施により、松下の社会･環境的側面の主要な流れと区分および供給者との関係についてさらに情報を収集。
3. 上記の情報から資源の流れやプロセスの現状を整理し、それに基づいた持続可能性分析を実施。
4. 総合的な見地から、持続可能な社会への転換に向けての可能性とリスクを当社へフィードバック。

ストックホルムにて(2006年3月)

ナチュラル･ステップとは

1989年スウェーデンの小児がんの専門医･K.H.ロベール博士の提唱により発足した、世界12カ国に拠点を持つ国際NGOです。科学者のコンセンサスをもとに、持続可能な社会の発展に必要な要件を見出し、「4つのシステム条件」として提唱しています。その条件は持続可能性への戦略に関する識見と手引きとなることから、多くの環境先進国や環境先進企業で活かされています。

■ナチュラル･ステップ　4つのシステム条件

持続可能な社会で

1) 自然の中で地殻から掘り出した物質の濃度が増え続けない
2) 自然の中で人間社会が作り出した物質の濃度が増え続けない
3) 自然が物理的な方法で劣化しない
4) 人々が自らの基本的ニーズを満たそうとする行動を妨げる状況を作り出してはならない

URL:www.tnsij.org/

会社概要(2006年3月31日現在)

社名	松下電器産業株式会社
本社	〒571-8501 大阪府門真市大字門真 1006 番地　TEL（06）6908-1121（大代表）
設立	1935 年（昭和 10 年）12 月 15 日
創業	1918 年（大正 7 年）3 月 7 日
代表	取締役社長 中村邦夫
資本金	2,587 億円
従業員数（連結）	334,402 人
＜2005 年度 連結業績＞	
売上高	88,943 億円
営業利益	4,143 億円
当期純利益	1,544 億円
松下電器ホームページ　panasonic.co.jp/	
経営概況は「IR情報」をご覧ください。　ir-site.panasonic.com/jp/	

Panasonic
ideas for life

GPN Green Purchasing Network 印刷サービス
印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます
Waterless Printing. Naturally.
PRINTED WITH SOY INK
Trademark of American Soybean Association
R100