# The Panasonic Report
## for Sustainability 2008

社会・環境報告 2008

Panasonic
ideas for life

TOP MESSAGE

**持続可能な社会に向けたグローバルエクセレンスの条件とは**

松下電器産業株式会社
取締役社長

# 大坪文雄

# 「企業の良心」に基づき率先垂範

## 引き継がれる創業者の経営理念

**杉本**　松下電器は今、グローバルに事業を行っていますが、創業の精神や経営理念を社内で受け継いでいくために、創業者の生涯やその考え方を紹介する「松下電器歴史館」（門真市）を公開されていますね。ボーンさんは、今回の対談に先立ち、松下電器歴史館をご覧になられましたが、どのように感じられましたか。

**ボーン**　非常に感銘を受けました。60年も70年も前、ヨーロッパでもまだそれほど多くの人がCSR（企業の社会的責任）について語っていなかった時代に、創業者の松下幸之助さんは、すでに経営やCSRについて深い洞察をされていました。歴史館ではそのことが非常に謙虚に語られており、それが一層、印象的でした。私も含め職業人として何かを成し遂げたいと思うすべての人にとって、彼の言葉は励みと支えになると思います。

**大坪**　松下電器歴史館を訪れるたびに感じるのは、90年間、松下電器には「企業は社会の公器」「本業を通じた社会への貢献」という創業者の経営理念が脈々と受け継がれ、それをベースに経営が進められてきたということです。言ってみれば、わが社は企業の存在意義を90年間求め続けてきたということです。これには一種の感動すら覚えますが、一方で今後も創業者の経営理念を未来永劫、受け継いでいかなければならないという責任も感じます。

**杉本**　私は長い間金融業界にいましたが、投資の世界でも、CSRが非常に重要なトピックになっています。CSRに関する社会全体の取り組みという点では欧州が一歩先を行っているように見えますが、欧州で今何が議論され、実行されているのでしょうか。

**ボーン**　欧州のCSRの特徴は3点あります。1点目は、企業が単独ではなく、他社と協力して取り組んでいるということです。すべての課題を1社では解決できないと考えているからです。2点目は、さまざまなステークホルダーを考慮に入れるべきだということ。CSRを企業だけで論じることはできません。企業は開かれた耳を持たなくてはなりません。そして3点目は、CSRを事業の主軸に据えていることです。「付録」ではなく、日常の業務に組み込むべきなのです。

**大坪**　創業者・松下幸之助は「企業というものは、社会と別のものと考えるべきではない。企業というのは、社会の一員である」と著書に記しています。私自身も「企業は社

CSRヨーロッパ代表

# Kerstin Born

カースティン・ボーン氏
CSRヨーロッパ（CSR推進を目的とした欧州企業による会員制組織）総代表。国際ビジネス、NGO、ヨーロッパ行政府において15年以上のマネジメント経験を持つ。ブリュッセル在住。

対談司会
**杉本由紀子氏**
米国金融機関にて日本株運用責任者としてマネージングディレクターなどを歴任。現在は子どものためのミュージアム建設などチャリティ活動にも携わる。ロンドン在住。

# CSR課題を革新のチャンスに

会の一員である」と考えれば、企業が社会と調和するのはもちろんのこと、社会としてこれが正しいと素直に感じたことを自ら実践することが非常に大事だと考えます。これを「企業の良心」と呼びたいと思います。企業の良心をもって行動すれば、ボーンさんが言われた3つの点もおのずと実践できると思います。

## 地球環境との共存：$CO_2$削減を経営指標に

**杉本**　幸之助さんは、環境問題にも触れています。企業はお金を儲けるためだけにあるのではない。地球環境の保護に貢献することで、社会を良くするお手伝いをしなくてはならない、と。欧州でも環境問題は非常に重要な論点の一つですね。

**ボーン**　環境問題は世界中の最優先課題です。$CO_2$をどう削減するか。その中で、御社はCSRを事業の本流に据えるために大変な努力をされていますね。$CO_2$削減という環境目標を、利益目標や売上目標と同じように企業戦略の中に組み込んでおられることには、大変感銘を受けています。

**大坪**　わが社にとっても、成長しながら$CO_2$の排出を減らすのは容易ではありません。しかし、企業の経営にとって、地球環境との共存は本当に重要です。創業者は「松下電器の存在が社会と調和しない、社会に役立たないものであれば、すぐに解散すべきだ」と以前から話していました。わが社は外から求められてやるのではなく、自分たちの意志で地球環境と共存していきたい。このような考えから昨年、グローバル規模でモノづくりでの$CO_2$排出量を2009年度までに30万トン削減するという目標を打ち出しました。そしてこれを各事業領域の経営成果の評価項目に入れると明言しました。日本の環境技術は進んでいるという自負を持っていますが、単にそれをアピールするだけでなく、達成目標として明確にしたのです。

**ボーン**　温室効果ガスの削減については、経営の制約になると受け止めている企業もありますが、御社のように革新のための良い機会ととらえている企業もあるということですね。

**大坪**　わが社では、外部機関からエネルギー効率が低いと評価された商品を2009年度中にすべてなくしてしまおうとも考えています。

**ボーン**　それは、また一歩先を行く取り組みですね。

**大坪**　地球環境との共存がビジネスチャンスになる「エコ・

松下エコテクノロジーセンターでの製品リサイクルの様子

プレミアム」の時代が到来したのです。

**杉本**　御社は製品のリサイクル専門工場を自社でお持ちですね。私は「松下エコテクノロジーセンター」（兵庫県）で製品リサイクルの様子を見学しました。

**ボーン**　私も見学しましたが、非常に細かいところまで驚くほど革新的で、リサイクルプロセスの輪が完結していますね。回収品が1カ所に集められ、すべてが解体された後で、リサイクルされたパーツを使って新しい製品ができていきます。

**大坪**　昨年10月、$CO_2$の30万トン削減を発表した記者会見で、ある欧州の記者に「パナソニックのリサイクルセンターは、利益を出していると聞きました。なぜ、リサイクルは儲かるビジネスだとアピールしないのですか」と質問を受けました。そのとき私は、こうお答えしました。「リサイクルセンターについては、一定の利益を得ることを期待していません。使用済みの製品をどうリサイクルするかを目的の中心に据えた施設であって、お金を儲けることを目的としているのではありません」。

**ボーン**　なるほど。とはいえ、このリサイクル事業の採算が取れたら、他のメーカーに対しても魅力的な手本になるでしょう。リサイクルは必ずしもコストではないということですから。

**大坪**　エコテクノロジーセンターの目的は新しいリサイクルの技術の開発です。もし利益が出れば、さらに新しい技術の開発のために再投資します。これが私たちの基本的な考え方です。

## 未来を担う子どもたちのために

**杉本**　私は今、ロンドンの子ども博物館設立に携わっています。ロンドンは大きな都市ですが、子どもだけのための博物館がありません。御社のパナソニックセンター東京の体験型ミュージアム「リスーピア」は、良いお手本になります。

**大坪**　日本でも大学生の理科系離れが深刻です。当社のような製造業で大事なことは、理科系であっても理科系でなくても、モノをつくるということ、あるいはたとえつくらなくても、自分たちの商品に興味があるということです。そうすればいいチームワークができると思うのです。チームとなって仕事をするには、モノづくりに興味を持った若い人材が潤沢にほしい。モノづくりに興味を持つためには、モノがどうして動くのか、モノがどうできているのかに子どものころから興味を持ってほしい。

**ボーン**　リスーピアは、子どもたちが先端技術に触れることで、技術とはエキサイティングで、自分でもつくることができ、理解できるものだということを知ってもらえる非常によい場所だと思います。こうした次世代のための場所を提供することも、企業にとってもう一つの社会貢献ですね。御社が持つ技術や特性を活かしたこのような協力がなければ、子どもたちはなかなかこういったことを経験できないと思います。

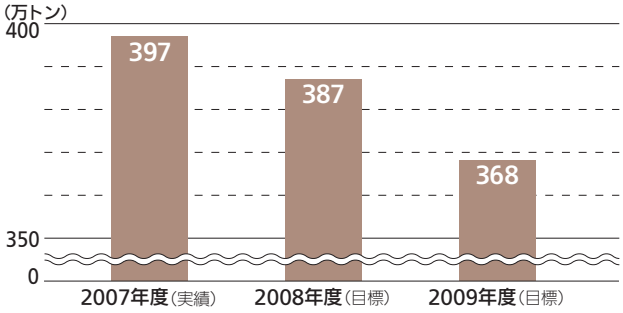
**大坪**　リスーピアは、今は東京にしかありません。しかし、見学された各国の政府関係者の方々から「私たちの国にもつくってほしい」というご要望をたくさんいただいています。こうしたご要望には可能な限り対応していきたいと思います。

## 「入り交じる」：さらなるダイバーシティをめざして

**杉本**　欧州では、CSRテーマの1つとしてダイバーシティ（多様性）が注目されているようですね。

**ボーン**　欧州では2007年はダイバーシティの年でした。欧州で関心の高いCSR課題は3つあります。1つ目はエンプロイアビリティ（雇用可能性）をいかにして広げるかです。欧州では、高齢者や障がい者、移民の雇用環境は決して恵まれたものではありません。これらの人々をどのように活用するかについて、すべての企業がステークホルダー

**モノづくりにおける$CO_2$排出量**



理数の魅力とふれ合うための体験型ミュージアム「リスーピア」

とともに取り組んでいます。2つ目はグローバルなサプライチェーンに関すること。そして、3つ目がダイバーシティです。

とくにダイバーシティは、企業がもっと真剣に取り組むべき分野です。21世紀に入り、多くの企業活動がグローバル化していますが、異なる文化の中で仕事をリードし、経営に参画する力を持つ女性は多く存在します。また男女の平等を追求するだけでなく、たとえば障がい者の生活をより快適にし、社会で活躍する上でのバリアを取り除くために、技術がなし得ることも大きいと思います。

御社はこれまで、独創性をもって数多くの先駆的なことを成し遂げてこられています。ダイバーシティの分野でも同じように独創性を発揮し、リードしていただきたいですね。

**大坪**　私たちの経営はかつてないほどグローバル化し、もはや日本の若い世代だけに頼っていては経営ができない時代になりました。ダイバーシティは環境問題と同様、その重要性を自覚しないと企業経営はうまく行きません。私にとって一つのキーワードは「入り交じる」です。互いの価値観の違いを受け入れ、いろいろな国の人が入り交じって仕事をしようということです。

大阪の交野市に車椅子を利用する重度障がいのある人が社員の大半を占めるグループ会社があります。岡山県でも100人近い知的障がい・身体的に障がいのある社員の中に障がいのない社員が入り交じって、AV商品をつくっています。こうした現場を見ると、人間には本来、何も差がないことがわかります。知的障がいがある人も8時間働き、完璧な品質確認作業をしています。交野でも岡山でも、手足の不自由な人、車椅子の人が、大きな成果を上げています。

私たちは、障がいの有無に関わらず仕事ができる設備やモノづくりの仕組みをどんどん生み出していきたいと考え、そのための新しい技術の開発にも積極的に取り組んでいます。そうした技術からは、すでに商品として実を結びつつあるものも生まれています。たとえば、上肢リハビリ支援スーツや安全な歩行を支援するロボットなどです。これらは将来、当社のコアビジネスになるかもしれません。

また、わが社は「イーユーハウス」というものも提案しています。これは、あらゆる人にとって生活しやすく、なおかつ環境にも配慮するというコンセプトを当社の技術で

具体化したものです。

**杉本**　先進的でエコなアイディアがつまったお風呂、太陽光発電、燃料電池コージェネレーションシステムなどが装備されたすばらしい体験ハウスですね。

**ボーン**　欧州から日本に来ると、「新しい技術の世界」に来たような気がします。イーユーハウスは大変細かいところまで配慮が行き届き、いたるところにユニバーサルデザインが適用されていますから、台所にいるのがもっと楽しくなりそうですね。

**大坪**　イーユーハウスは完全にバリアフリーです。高齢者の方でも、この新しい家では生活をより楽しんでいただけると思います。

**ボーン**　すばらしいですね。事業をグローバルに展開する中で、それぞれの国のステークホルダーの期待に応えていくということは大変ではありますが、それを逆境ととらえるのではなく、むしろチャンスととらえる考え方を持っていれば、それほど難しいことではないと思います。

**大坪**　いろいろと貴重なご意見ありがとうございます。最後になりますが、今年は創業90周年を迎え、10月からは社名も「松下電器産業株式会社」から「パナソニック株式会社」に変更を予定しています。我々には「企業は社会の公器」「本業を通じた社会への貢献」という創業者の理念を維持し、さらに深く実践していくという大きな責任があります。この重みを感じながら、今後ともしっかりと社会に貢献していきたいと考えています。

**ボーン**　御社の経営スローガンは「打って出る」ですね。期待しています。

**対談の内容は panasonic.co.jp/csr/message/ でもご紹介しています**

# 「eco ideas戦略」で環境経営を加速

当社は「地球環境との共存」を2大事業ビジョンの1つとして率先して取り組んでまいりました。そのような中、ますます深刻化する地球温暖化は今や人類共通の最優先課題として社会認識されています。これを受け2007年10月、事業経営の発展と環境負荷削減は両立するとの考えのもと、「eco ideas戦略」を中期計画の中核の1つに追加。すべての事業場で明確な数値目標を設定し、結果を業績評価に反映することによって取り組みをさらに強化していきます。

## エコアイディア宣言

### 商品のエコアイディア

**1. 私たちは、省エネ商品をおとどけします**

省エネルギーNo.1商品を増やし、省エネルギー性能の低い商品のゼロ化をめざすという、最も重要なテーマである温暖化対策を中心として、材料への配慮やリサイクル設計など環境配慮製品の開発を加速します。

### モノづくりのエコアイディア

**2. 私たちは、$CO_2$の排出量を減らします**

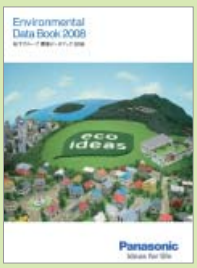
グローバル生産活動における$CO_2$排出量を総量で削減することを主軸としながら、商品企画から調達、販売、物流、リサイクルに至るすべてのモノづくりプロセスで生産性向上を図り、グループの活動全般にわたり$CO_2$排出量を削減します。

### ひろげるエコアイディア

**3. 私たちは、エコ活動を世界中にひろげます**

従業員とその家族によるエコ活動を主軸として、社会の皆様とともに「エコ」を地域社会やグローバルに広げる活動を展開していきます。

### ■ 環境データブックのご紹介




環境経営の取り組みの詳細については、毎年6月に発行する「環境データブック」でご報告しています。当冊子は、当社環境経営に関するステークホルダーへの説明責任を果たし、フィードバックをいただくことで環境経営の改善につなげることを目的とし、「商品のエコアイディア」「モノづくりのエコアイディア」「ひろげるエコアイディア」それぞれについて、考え方や具体的な取り組み事例、パフォーマンスデータ、今後の課題などを報告しています。

### 当社の環境報告が報告大賞を受賞

「社会・環境報告 2007」と「環境データブック2007」は、環境省と(財)地球・人間環境フォーラムが実施する「第11回環境コミュニケーション大賞」にて、環境報告大賞(環境大臣賞)、環境報告マイスター賞を受賞しました。

受賞式の様子

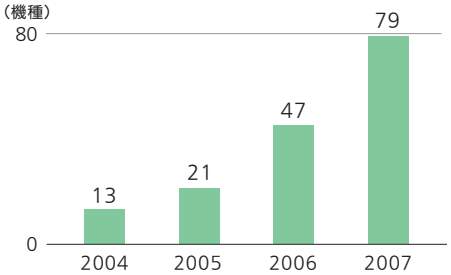
当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/eco/ でもご紹介しています

商品のエコアイディア

## 省エネルギー性能トップクラスの製品を増やす

近年増加傾向の続く家庭での消費電力量を削減することは、家電製品を生産・販売する当社にとって重要なテーマです。当社では、環境性能を向上させた製品・サービスをグリーンプロダクツ(GP)として認定し、その中でも業界トップクラスの環境性能を実現した製品を「ダントツGP」として2004年度から認定しています。このうち省エネルギー性能が業界トッププラスの機種数は、2007年度79機種に達しました。

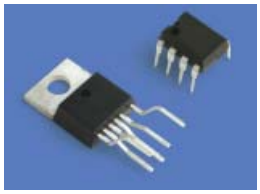
《 ダントツGP(省エネルギー性能)認定数推移 》




商品の省エネにはデバイスが大きな役割を果たします。その1つが待機電力を低減するデバイスです。現在、多くの商品がネットワークに接続したり、リモコン操作に対応するため待機時にも電力を消費しています。たとえば日本の一世帯あたりの年間消費電力量のうち、待機時消費電力量は約7%を占めるといわれており、※1冷蔵庫の年間消費電力量の約半分に相当します。※2これを日本の全世帯の年間の待機時消費電力量に換算すると約157億kWhになると推計されます。※3当社が開発したスイッチング電源用半導体素子「IPD」は、電力量に応じて間欠的に駆動することにより、待機時の消費電力を従来の0.4Wから0.07W(約6分の1)まで削減することが可能となりました。このことが評価され、当社は平成19年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰(技術開発・製品化部門)を受賞しました。

また、さまざまな駆動部に使用され、日本の全消費電力量の約半数を占めると言われる※4モーターも、省エネを進める上で欠かすことのできないデバイスです。たとえば洗濯機に使われるDCブラシレスモーターは、高占積巻線構造などの新技術により、ACインダクションモーターに比較して消費電力を約1/2に削減することができました。

※1　財団法人省エネルギーセンター「平成17年度待機時消費電力調査報告書」
※2　資源エネルギー庁「平成16年度電力需給の概要」
※3　当社推計
※4　当社推計


スイッチング電源用半導体素子「IPD」

DCブラシレスモーター

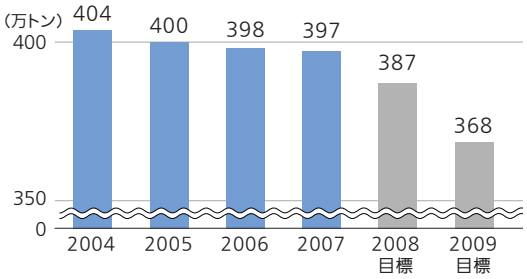
モノづくりのエコアイディア

## 3年で$CO_2$排出量30万トン削減をめざす

当社は2007年度より、モノづくりにおける$CO_2$排出量削減をこれまでの原単位※に加えて総量目標とし、2009年度の削減目標を2006年度比30万トンに設定、全社をあげてさまざまな省エネルギー活動に取り組んでいます。その中の1つに「省エネ33アイテム」の導入があります。これは、断熱塗装や燃料転換など、各工場の省エネルギーのノウハウを集約し、5つの大項目、33の中項目(アイテム)にまとめたものです。各工場はアイテムごとに具体策と数値目標を設定し、年度別の進捗管理を実施します。この取り組みにより、1工場のアイディアを他の294工場に横展開でき、新たな省エネルギーのアイディア創出にもつなげることができます。

※ 一定の売上金額当たりの$CO_2$排出量。

《 $CO_2$排出量推移と目標 》




商品のエコアイディア

## 化学物質を適切に使用する取り組みをグローバルに推進

当社は化学物質管理について、常に率先して取り組んできました。たとえばEUのRoHS(有害物質使用制限)指令で禁止されている特定6物質については、施行の9ヶ月前に、グローバルに対象となるすべての製品で代替化を完了しました。この取り組みを継続するため、部品受入から出荷検査にいたる各過程で特定化学物質を排除する仕組みをグローバルに導入し、分析作業者および指導人材の育成・認定制度も導入しています。

EUで2007年6月に施行されたREACH(化学物質の登録、評価、認可)規則についても、業界横断で環境負荷化学物質の情報を伝達する仕組みの構築に発起企業の1社として参画しています。

ひろげるエコアイディア

## グローバルに「エコ」の意識と取り組みをひろげる

グローバルに事業を行う当社にとって、地域社会に「エコ」の意識や取り組みを広げていくことは重要な社会的責任と考えています。具体的には、従業員とその家族による取り組み、環境コミュニケーション、マーケティングや工場による環境発信など、さまざまな方法があります。(「ひろげるエコアイディア」の概要についてはP27でご紹介しています)

# 世界各地での商品・サービスによる貢献

持続可能な社会に向けた「モノづくり立社」としての最も重要な役割は、「商品・サービスを通じた社会への貢献」であると考えています。途上国の急激な発展に伴う環境問題や経済格差、先進国の少子高齢化などに対し、誰もがデジタルネットワークの恩恵を享受できる、人に優しいテクノロジーの開発とユニバーサルデザインに取り組んでいます。

## 人に優しいデジタルネットワークの実現で家族の絆を取り戻す

通信技術が発達し、誰でも高画質の映像を楽しめるようになると、人と人とのつながりが希薄になってしまうのではないかと懸念する声もあります。

現在、当社では、薄型ハイビジョン・テレビを核に、さまざまなAV機器・セキュリティ機器・モバイル機器をインターネットにハイビジョンでつなげて、テレビのリモコン一つで簡単・便利に操作ができるライフスタイルを実現するために、さまざまな技術開発や商品づくりを進めています。そうすることで、テレビの周りに家族や友人が集う「Digital Hearth（デジタル囲炉裏）」を実現し、家族の絆を取り戻すことに貢献できると考えています。

そこでは、スポーツや映画はもちろん、誰でも簡単に家族で撮影したビデオをみんなで鑑賞するなど、家族が一緒に楽しい時間を過ごせるのです。

また、ドアホンをつなげることで、居間でテレビを見ながら、玄関の訪問者を確認できるので、生活の安心・安全に役立てることもできます。

将来的には、エンタテイメント、通信、健康、安全、そして、より臨場感のあるコミュニケーションで家族や友人同士を親密につなげるなど、さまざまな技術が生活全体をシームレスにつないでいきます。たとえば、このたび開発した「Life Wall（ライフウォール）」では、動作検知技術によりリモコンを使わず手の動きだけで操作、テレビの前に立つ人の顔を認識し、その人に合わせたメニューを表示したりできるなど、誰もが簡単に技術の恩恵を受けられます。

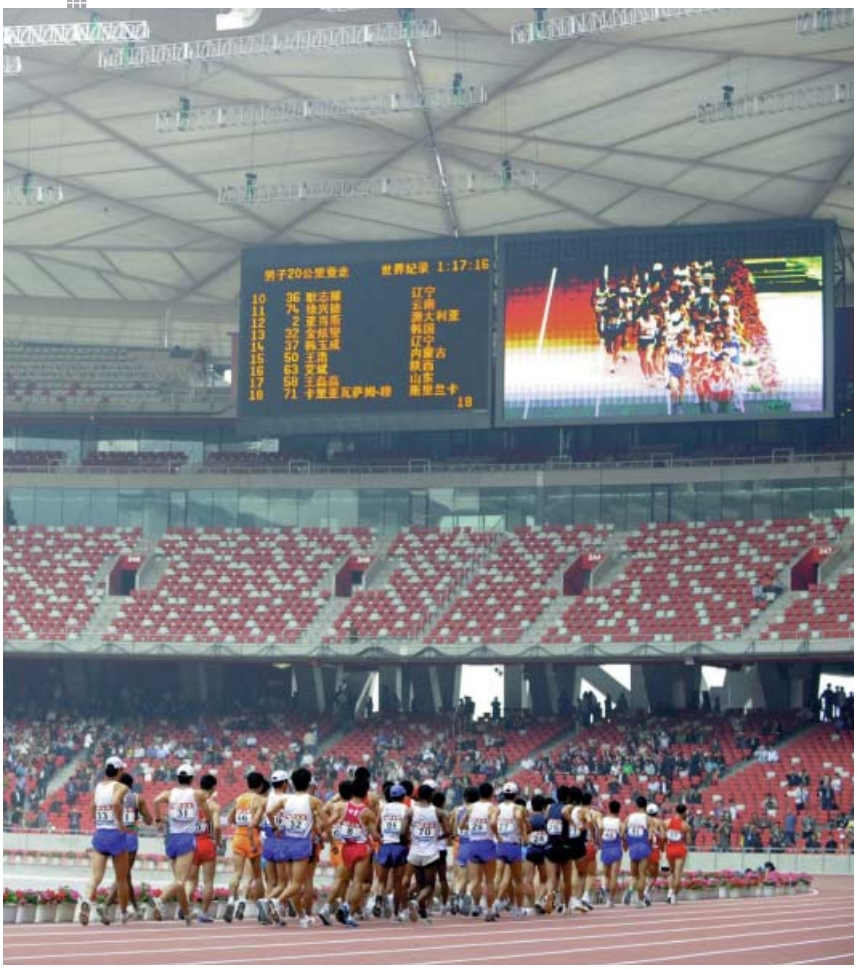
当社は今後も、「Digital Hearth」を通じて、人に優しいデジタルネットワークの実現に貢献してまいります。

Digital Hearthのイメージ

ライフウォールのコンセプトの１つに、テレビの前に立つ家族の顔を認識し、その人に合わせたメニューを表示する機能があります。

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/highlight/ でもご紹介しています

# オリンピック・パラリンピックの感動を全世界の家庭に届ける



大幅な省エネを実現した、開閉会式で使用される大型LED映像表示装置「アストロビジョン」

当社のプロ用放送機器DVCPRO HDは、トップアスリートのパフォーマンスを高画質イメージで記録するための、オリンピック公式映像記録フォーマットに選ばれています。

国際放送センター(IBC)でも、当社の放送機器や薄型テレビが使用されます。

当社は、フェアプレー精神の拡大と世界平和の実現をめざすオリンピック・ムーブメントの趣旨に賛同し、1988年のカルガリー冬季オリンピック大会以来20年以上にわたって、公式パートナーとしてオリンピック活動に貢献してきました。2008年の北京オリンピック大会でも、AV機器カテゴリーの公式パートナーとして、フルラインナップのHD※機器を提供し、会場から、放送、ご家庭まで、高精細な映像と音響で、世界中の皆様にオリンピックの感動をお届けします。

当社は、技術革新を通じて納入機器の省エネ化にも積極的に取り組み、たとえば大型LED映像表示装置アストロビジョンの消費電力は、1996年のアトランタオリンピック大会に使用した機器に比べ約1/3に削減しました。また競技会場をはじめ、北京市内に監視カメラシステムを納入し、安心・安全なオリンピック運営もサポートします。また当社は、障がい者スポーツの振興・普及をめざして2008年北京パラリンピック競技大会の公式パートナーも務めます。当社の映像・音響技術が、パラリンピックの感動を世界に伝えてまいります。

※High Definitionの略。ハイビジョン映像のこと。

当社がオリンピック公式パートナーになった1988年カルガリー大会から、20年を迎えます。これからも、4年に一度のスポーツの祭典で、選手の方々の情熱とオリンピックの感動を世界にお届けします。

F1・オリンピック推進室
中水　陽子

# 総務省「アジアブロードバンド計画」に高精細映像技術で貢献

スクリーンに映し出された手術映像

2008年3月、旭川医科大学で行われた眼科手術の映像をシンガポール国立眼科センターの国際会議で共有する様子。出席者は映像を三次元で見るための眼鏡を着用しています。

誰もが最新の医療サービスを受けられることは、安心なくらしを実現するための基本的条件の1つです。

当社は、ブロードバンド技術によるアジアの医療技術向上をめざして総務省が推進する「アジアブロードバンド計画」実証実験に2005年度から参画し、三次元高精細映像の通信・蓄積技術を提供しています。微細な眼科医療技術を共有するためには、精細で奥行きのわかる三次元映像が不可欠です。

まず、2005年度には眼科手術の様子を旭川医科大学、シンガポール国立眼科センターと共有。当社の提供する三次元高精細映像通信が、遠隔診断および医療技術の伝承に有用であるとの評価を得ました。2006年度には、タイのチュラロンコン大学も含めた三拠点通信に成功しました。そして2007年度は、これまで保存した手術映像をデータベース化、用途に適した映像を国際間で検索できるシステムの構築に取り組みました。

シンガポール国立眼科センターの展示会で三次元映像を見る来場者

教育訓練は、医療活動の重要な柱です。松下電器が開発した眼科用三次元高精細遠隔医療システムは、訓練の方法を大きく変えました。このシステムは奥行きを知覚し微細な外科的手技を見ることができるため、外科訓練が著しく強化され、一度により多くの外科医が訓練を受けることができるようになりました。これは従来の訓練方法では不可能でした。アジア・ブロードバンドに接続すれば、高品質の眼科訓練の普及を促進することができ、今後より多くの患者に恩恵をもたらすことと思います。

シンガポール国立眼科センター ダイレクター
（現 シンガポール国立総合病院 CEO）
アン・チョンライ 教授

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/highlight/ でもご紹介しています

## UDフォントの開発

当社は、ユニバーサルデザイン研究にも力を入れています。たとえば操作パネルの表示文字については、書体メーカーの株式会社イワタ様と共同で、視覚障がいのある方や高齢者の方など、より多くの方々に見やすい文字の研究を重ね、独自のフォント「PUDフォント」(日本語・英語)を開発。2007年度より順次商品表示に採用しています。(当冊子にも使用。)

《UDフォント配慮事例》

隙間を十分にとって、形をはっきりさせる

形が同じで向きだけ異なる文字の判別に障がいを持つ方のために、形そのものを差別化

## 携帯電話におけるユニバーサルデザインの追求

パナソニックデザイン社の尾城 淳一は、聴覚障がい者としての視点から携帯電話画面のGUI(グラフィカル・ユーザー・インターフェース)のユニバーサルデザイン化に入社以来取り組んでいます。

かつて、聴覚障がい者にとって電話は使えない不便なものでしたが、携帯電話のメールやカメラなどの付加機能が充実することにより、日常の中での不便さは解消されてきています。これまではボタンを大きくするなど、物理的な使いやすさを向上させるユニバーサルデザインが中心でした。しかし、聴覚障がい者には、音声や警告音だけでは情報が伝わらないため、光や振動と連動させるなど「GUIの設計と物理的機能・使いやすさを一体で考え、見やすさ、わかりやすさ、使いやすさを追求することが最も重要」と、尾城は考えています。

尾城が担当したNTTドコモ社向け携帯電話P906i(向かって左の商品)では、音の情報を視覚化するために、音と連動してグラフィックと光でお知らせする機能を搭載しています。

パナソニックデザイン社 尾城 淳一

## 現地デザインセンター開設で、お客様のくらしに密着した商品開発を強化

パナソニックデザインセンター・ヨーロッパの事務所ビル

当社が世界各地で販売する家電製品は人々のくらしに深く関わるため、お客様の生活実態や価値観に合うデザイン・機能でなければ、ご満足いただくことはできません。そのため、これまでも中国やアジアなどにデザイン開発や生活研究の拠点を開設し、現地のお客様のくらしに根ざした商品開発に取り組んできました。

そして2008年4月、ロンドンとニューヨークにデザインセンターを開設しました。欧州、北米では、これまでも現地デザイナーとの協働により、現地のお客様のニーズに応えたデザイン開発に取り組んできましたが、各地域の多様な文化・生活様式を背景としたニーズに応えるには、現地により深く根ざした開発を行うことが求められていました。

新しいデザインセンターでは欧州・北米のお客様の生活実態や価値観の把握を通じてパナソニックブランドをリードする先進デザインの創出をめざします。とくにロンドンでは、今後欧州で本格導入する家庭電化製品のデザイン開発にも注力してまいります。

私たちは、パナソニックデザインセンター・ヨーロッパと協力して先端技術・先端デザインでありながら簡単操作も実現した商品を開発し、欧州のお客様にご満足いただきたいと考えています。

「欧州白物家電プロジェクト」メンバー
パナソニック フランス(株) 家庭電化担当
ナタリー・ロー

# 私たちの伝えたいこと

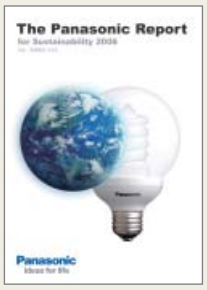
CSRに関する説明責任を強化するため、2007年度、ステークホルダーの関心事をふまえグローバルな基準・ガイドライン等を参照し、当社独自の報告アプローチを開始しました。今後とも、さらなる説明責任を果たすため、情報開示のあり方の継続的な改善に取り組んでまいります。

## 冊子とWebサイトが一体となったCSR報告書

当社では、CSRに関する十分な説明責任を果たすには年1回の報告では不十分と考え、取り組み・成果をよりタイムリーに報告するアプローチを開始いたします。Webサイトにおける報告の強化はもちろん、情報の更新性、読者の閲覧性、印刷・配送による環境負荷の低減を考慮し、Web上での電子データ版「社会・環境報告 2008（詳細版）」を新たに発行いたします。

**冊子ハイライト版（本冊子）**

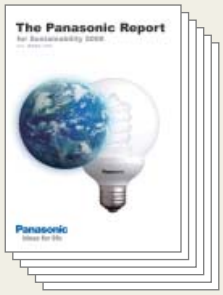
重要度の高いテーマをご報告




●本冊子は、当社のユニバーサルデザイン対応フォント（PUDフォント）を用いています

**冊子詳細版（本年度から提供）**

CSRに関するすべての情報をご報告
（Webサイトに掲載）




**冊子形式での閲覧・印刷機能**
**Web To Print**

**Webサイト**

panasonic.co.jp/csr/
年間を通して、よりタイムリーに
詳細な情報・データをご報告

●当社グローバルサイト（および各地域サイト）から世界各国へ向けて報告しています
●Webサイトは、当社ユニバーサルデザイン指針に基づき、音声ブラウザ（読み上げソフト）対応をはじめとして、アクセシビリティ・ユーザビリティに配慮しています

## 当社の報告アプローチ

多様な事業を営む当社にとって、持続可能性に関する課題は広範にわたります。その中から重要なものを抽出・分析し報告する手段として、世界中のさまざまなステークホルダーの意見が反映された「グローバルレポーティングガイドライン第三次改訂版（GRI G3）」や環境省による「環境報告ガイドライン07年度版」等を参照し、当社独自の「CSR報告ガイドライン」を作成しました。とくに、報告事項の合理的選定方法としては、AA1000※の3原則を参照しました。

※英国アカウンタビリティー社が開発したCSR情報開示規格。右記3原則をCSR情報開示の基本としている。

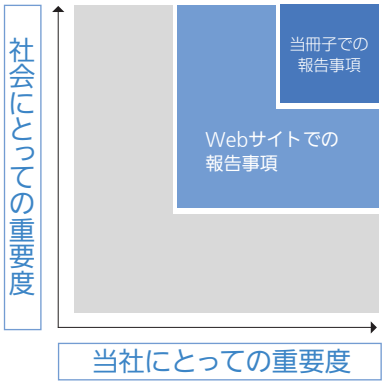
| | |
|---|---|
| 重要性 | ステークホルダーの行動・意思決定に必要な情報が含まれているか |
| 完全性 | 組織が持続可能性に関連する重要な側面をどの程度完全に特定し理解しているか |
| 対応性 | ステークホルダーの関心に適切に対応し、その結果が開示されているか |

## 1. 何をお伝えするか（重要性の考え方と判断基準）

当社は、アカウンタビリティー社が提唱する5つの重要性テストに基づいて、さまざまな社会・環境課題のうちで何が当社の事業活動に関連が深く、かつ影響度が高いかを検討しました。具体的には、持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）や国連による調査・レポートなど、幅広く得られるグローバルな情報源を活用し、さらに専門家とのコンサルテーションを通じて、CSR課題の洗い出しと重要な報告事項の選定を行いました。当社にとって重要度が高く、かつ社会・ステークホルダーにとって重要度が高いもの、という観点に基づき、項目の洗い出しと選定を行いました。（右図参照）

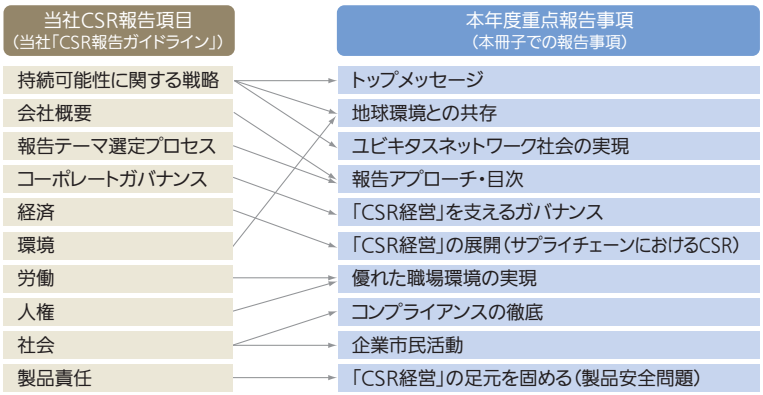
●各分野のステークホルダーからのフィードバック（お客様、従業員、お取引先、投資家、等）
●国際的スタンダードやガイドライン
・国連グローバルコンパクト
・OECD多国籍企業ガイドライン
・日本経団連企業行動憲章 等

《 報告テーマ選定の考え方 》




●当社の中期計画「GP3計画」での重要度

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/approach/ でもご紹介しています

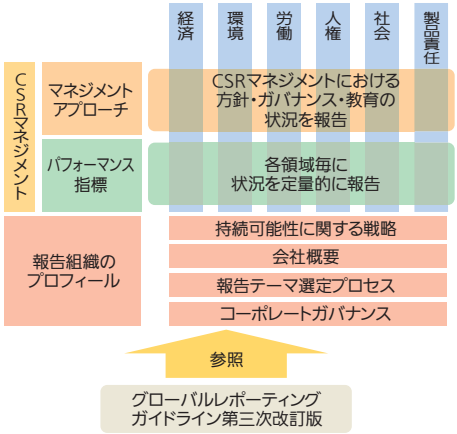



## 2. どこまでお伝えするか(完全性の考え方)

### 報告テーマの範囲

CSR報告内容が、企業にとって都合のよいことばかり選択するのではなく、網羅的に重要な事象を取り扱うことに留意しました。報告事項の網羅性を担保するために、GRI G3などを参照し作成した、当社独自の「CSR報告ガイドライン」に基づいた報告を実施しています。

《当社「CSR報告ガイドライン」》




※ガイドラインの概要はWebサイトでご紹介しています。

### 報告対象の範囲について

報告対象の範囲は、それぞれの項目のコンプライアンス・レベルや経営課題との関連性、社会・環境への影響度合いなどに基づいて、重み付けした上で設定しました。

報告対象には、当社のすべての国内・海外関係会社が含まれています。ただし、一部のデータでは主要なグループ企業のみを対象としているものもあります。詳細は右記「報告対象の範囲」をご覧ください。

## 3. どのようにお伝えするか(対応性の考え方)

当社は「お客様第一」「共存共栄」「衆知を集めた全員経営」などの考え方に基づき、重要なステークホルダーであるお客様・取引先様や従業員との対話を重視してまいりました。具体的にはお客様・従業員の意識調査、社内外の関係者を集めた専門委員会の開催など、さまざまなステークホルダーとの対話を実施しております。

今回、新しい報告アプローチを採用した当社にとって、今後に向けて取り組むべき多くの課題があると認識しています。さまざまな国や地域、当社の多様な事業に関わるステークホルダーに対応するためには、当社独自のステークホルダー・エンゲージメントのあり方を追求していく必要があると考えています。また、社員一人ひとりが日々の行動の中でステークホルダーと対話し、CSR課題を事業活動の中に組み込んでいくプロセスの確立に、継続的に取り組んでまいります。

## 目次

**トップメッセージ** ..... 01
**事業ビジョンに基づく持続可能性への貢献**
地球環境との共存 ..... 05
ユビキタスネットワーク社会の実現 ..... 07
**報告アプローチ・目次** ..... 11
**「CSR経営」の実践**
「CSR経営」の推進 ..... 13
「CSR経営」を支えるガバナンス ..... 15
「CSR経営」の足元を固める ..... 17
「CSR経営」の展開 ..... 19
**コンプライアンスの徹底** ..... 23
**優れた職場環境の実現** ..... 25
**企業市民活動** ..... 27
**不変の経営理念とグローバル・パナソニック** ..... 29

■報告対象の範囲

期　間:年間実績データは、基本的に2007年度(2007年4月1日～2008年3月31日)ですが、活動内容は一部2008年度も含みます。グラフの年表示は、年度で記載しています。

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。

■会社概要

本社社名:松下電器産業株式会社

本社所在地:〒571-8501
大阪府門真市大字門真1006番地

TEL:06-6908-1121(大代表)

連結対象会社:556社、持分法適用会社139社
従業員数305,828人
(2008年3月末現在)

事業内容:部品から家庭用電子機器、電化製品、FA機器、情報通信機器、および住宅関連機器等に至るまでの生産、販売、サービスを行う総合エレクトロニクスメーカー

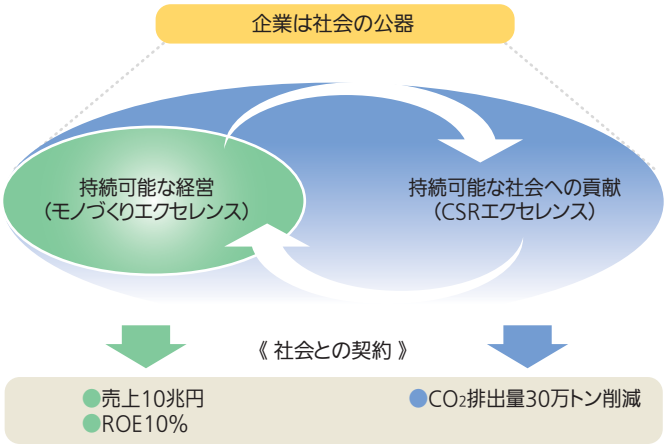
# 「社会の公器」に基づく「CSR経営」

当社は創業以来の経営理念に基づき「本業を通じた社会への貢献」を実践してまいりました。当社にとってこの不変の経営理念は最大のコーポレートガバナンスでもあります。21世紀を迎え急速なグローバル化が進む中、社会環境はより一層多様化しています。「人類と地球環境の共存」を全世界共通の課題ととらえ、法律やルールを超えた「企業の良心」でグローバル・パナソニックのCSR経営を実践してまいります。

## CSR先進企業として本業を通じた社会への貢献を実践

2007年度よりスタートした中期計画「GP3計画」では、「モノづくり立社」の実現によりグローバルエクセレンスへの挑戦権をめざすことを骨格としてまいりましたが、地球規模での環境問題がより深刻さを増す中、同年10月に新たに「環境戦略」を打ち出し、「収益を伴った着実な成長」と「すべての事業活動で環境負荷を削減」することを車の両輪として推進することを決定いたしました。この具体的な目標として$CO_2$排出量を2006年度比30万トン削減することをめざし、全事業場で取り組んでいます。

《 CSR先進企業として本業を通じた社会への貢献を実践 》




## 2007年度の主な取り組みと成果

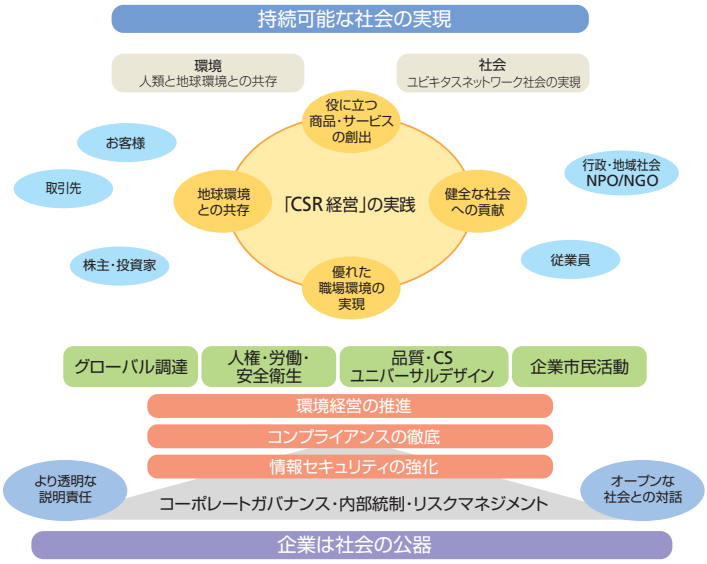
当社は「CSR経営」の実践にあたり、2007年度から継続して右のようなフレームワークをもって推進しています。ベースにある「企業は社会の公器」という経営理念は普遍ですが、実践の方法は社会・環境課題の変化に応じて変えていく必要があります。

世界各地で異なる社会・環境課題に取り組み、それぞれの地域で社会的責任を果たしていくには、各地域のステークホルダーとの積極的な対話を行うことが重要です。欧州では、以前から環境、人事等の分野でさまざまなステークホルダーとの対話を進めてまいりましたが、2008年4月からは、欧州でCSRを推進する企業ネットワーク「CSRヨーロッパ」に参画。ステークホルダーとの対話をさらに促進しています。

社会的責任投資(SRI)の成長など、投資家のCSRへの関心もますます高まっています。当社は投資家の関心事に応える情報開示・対話にも積極的に取り組んでまいりました。その結果、世界の代表的SRIインデックスであるダウジョーンズ・サステナビリティ・インデックス(DJSI)、FTSE4Good、ETHIBELエクセレント・インベストメント・レジスターに継続採用されています。また、2008年1月の世界経済フォーラム(ダボス会議)で発表された「世界で最も持続可能性のある企業100社」にも選出されました。

また、当社はグローバルに事業を行う製造業として、幅広いサプライチェーンに責任があります。当社が率先して環境、人権などの社会的責任を果たすとともに、取引先・購入先とも協力して健全な社会の実現をめざしてまいります。その取り組みの一環として、2007年度、自社および取引先と協力して当社のCSR重点項目を洗い出す取り組みを開始しました。(詳しくはP19-22でご紹介しています)

《 松下グループCSR推進フレームワーク 》




《 当社はグローバルなSRIインデックス・レジスターに採用されています。》

Dow Jones Sustainability Indexes Member 2007/08　FTSE4Good　ETHIBEL MEMBER OF THE ETHIBEL INVESTMENT REGISTER

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/policy/ でもご紹介しています

## 2008年度の取り組み

持続可能な社会の実現に貢献するためには、自社の取り組みだけでは限界があります。2008年度は世界各地のステークホルダーとの対話をさらに強化し、国や企業の枠を超えた取り組みに積極的に参画してまいります。自社の取り組みとしては、2007年度に開始したCSR重点項目の洗い出しをより広い事業領域に拡大するとともに、サプライチェーンとも協力して取り組んでまいります。持続可能性課題解決への貢献とマーケティングや事業活動を融合することも重要です。すでに国内で成功を収めている環境貢献とマーケティングの融合をはじめ、より広い分野・地域に取り組みを広げてまいりたいと考えております。

## 第三者意見

### ── 松下電器の持続可能性の取り組みと企業競争力について ──

企業のブランド、顧客満足(CS)、環境責任、社内の知識基盤、人的資源などの無形資産の強化は、持続可能な成長の決定要素であり、機能性以上に製品・サービスの差別化を図る鍵となりつつある。変化の早い電子・家電製品市場では、たえず革新力が求められている。そして、地域特有のニーズやライフスタイルに対する理解力も鍵となる。松下電器が他社に先駆けて取り組むR&Dやデザインセンターの地域分散化戦略は効を奏し、地域文化と連携する機会が拡大した。また、製品の短命化による廃棄物の増加や原材料の需要増加などに対しては、子会社である松下エコテクノロジーセンターを通して4つの主要電気製品(テレビ、洗濯機、冷蔵庫、エアコン)のリサイクルに取り組んでいる。今後はこのプログラムを他の電気製品にまで拡大することが不可欠である。さらに、製品の全ライフサイクルを通した環境面での課題に対する取り組みを企業戦略に取り込めば、恒久的に他社との差別化を図れるであろう。

松下電器は、持続可能性に対する取り組みを常に強化し、それを、企業文化や日々の活動に浸透させようと努力している。同社は、長年にわたりグループ全体の効果的な環境政策を実施してきた。製品による負荷だけでなく自社およびサプライチェーンの生産時の環境負荷も減少させることができた。同社は、高いレベルの省エネ製品数の増加にとどまらず、環境的に持続可能な製品の普及促進にも取り組んでいる。このような取り組みは、エネルギー効率の向上に非常に効果的である。

企業の持続可能性に関する取り組みに対して、ステークホルダーからしかるべき理解を得るには、社内体制・組織と持続可能性戦略の一貫性がとれていなければならない。したがってグループ内コミュニケーションは、オープンかつ透明であることが求められる。松下電器は、経営側と従業員との正確な意思疎通を重視している。人事管理に関しては、主要パフォーマンス指数(KPI)を使用してその透明性を確保している。松下電器の人材のスキルは、1996年に導入された評価制度で確実に向上している。人材育成に関する松下電器の次の課題は、企業の利益を左右するスキル強化戦略の投資対効果を積極的かつ恒常的に評価することである。そうすることで、長期的戦略との一貫性を図ることができるのである。

全体的に、松下電器は、持続可能なパフォーマンス向上のために、さまざまな努力と資源をうまく投下してきた。同社の持続可能性に関する戦略は、世界的な法令順守にとどまらず、企業市民活動、従業員への魅力的な機会の提供、持続可能性に関する潜在的リスクの回避といった内容にまで及んでいる。環境やステークホルダーの認識の変化によって生まれる機会から利益を得るための戦略と体制は適切に整えられている。松下電器は、持続可能な価値をステークホルダーに提示し、かつこれをパナソニック・ブランドに反映するよう最善策をとっており、これが長期的な競争力の優位性につながるであろう。

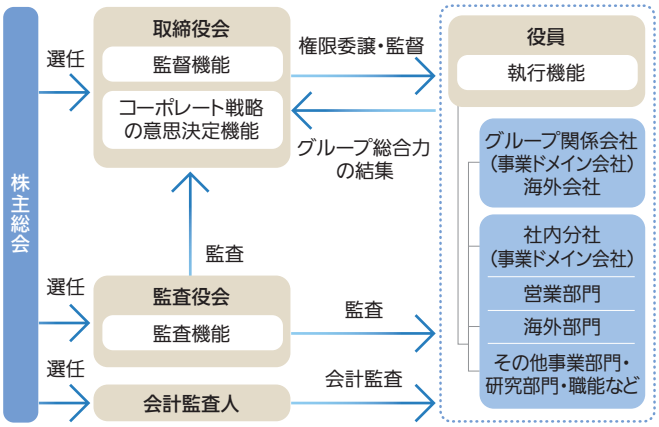
SAM(Sustainable Asset Management)社
シニア・エクイティアナリスト
イヴァン・ガフーリ

# コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

**「CSR経営」の基本は健全なマネジメント体制にあります。当社は取締役と役員の機能分担の明確化や、監査役による実効性あるモニタリング、労使協議会の実施など、バランスの取れたガバナンス体制の構築に努めています。また、環境などの持続可能性課題について経営幹部が議論するためのさまざまな委員会を設置しています。**

## 取締役・役員体制

当社は、グループ全体に関わる重要な業務執行を決定し、取締役の職務の遂行を監督する取締役会と、取締役会から独立し、取締役の職務の執行を監査する監査役・監査役会によるコーポレートガバナンス体制を構築しています。また当社は、事業ドメイン別経営体制に基づき、各事業ドメイン会社にさらなる権限委譲を徹底するとともに、コーポレート戦略においてはグループの総合力を結集するため、国内外のグループをまたがる横断的な執行責任者制度として「役員制度」を採用しています。取締役会は、グループ全体に関わる経営案件について、スピーディーで戦略的な意思決定と健全で適切なモニタリングの両立を行うべく、コーポレート戦略の決定と事業ドメインの監督に集中することとし、執行責任を負う「役員」との機能分担の明確化を図っています。一方、グループの事業が広範多岐にわたるという実態をふまえ、それぞれの事業に精通した執行責任者が取締役会に参画する体制をとっています。なお、取締役の責任の明確化を図るとともに機動的な取締役会の体制構築を目的とし、取締役の任期を1年としています。




※取締役には役員を兼務している者を含んでいます。

## 監査役・監査役会

当社は会社法に基づき、監査役、および監査役によって構成される監査役会を設置しています。監査役・監査役会は、ガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、取締役の職務の執行を含む日常の経営活動の監査を行っています。2008年6月26日現在、当社の監査役は5名であり、うち3名が社外監査役です。監査役は、株主総会と取締役会に出席し、取締役、役員、従業員、および会計監査人から報告を受け、法律上監査役に認められているその他の監査権限を行使しています。これに加え、とくに常任監査役（常勤）は、重要な会議への出席や事業場への往査を行うことなどにより、実効性あるモニタリングに取り組んでいます。また、当社グループにおける監査体制を強化するため、社内分社に計8名の監査役監査を補佐する常勤の「監査役員」を設置しています。これに加え、当社監査役会議長が議長を務める「松下グループ監査役会議」（主要な当社グループ会社の常勤監査役および常勤の監査役員計18名で構成）を設置して、当社グループ会社の監査役、および監査役員と当社監査役との連携を図り、グループ全体のガバナンスを有効に機能させるための体制を整えています。さらに、監査役の監査職務の遂行にあたっては、監査役と内部監査部門が緊密な連係を保ち、効率的な監査を実施しています。なお、監査役監査の実効性を高め、かつ監査業務を円滑に遂行できるようにするため、5名の専任の監査役スタッフが所属する監査役室を監査役会の直轄下に設置しています。

## 内部統制

「経営理念」と「内部統制システムの整備に関する基本方針」を指針として、当社のグローバルな経営戦略・事業活動を支える安心・安全な経営基盤としての内部統制システムの構築を図っています。具体的には、当社の内部統制をつかさどる「コンプライアンス委員会」「G＆G（グローバル＆グループ）リスクマネジメント委員会」「ディスクロージャー委員会」が、それぞれの役割で相互に連携をとりながら活動するとともに、経営レベルの仕組みづくりのみならず、全従業員の意識・行動の定着、企業風土の醸成までを意識した取り組みを推進しています。

## 松下グループ行動基準

経営理念の実践指針としてグローバルに統一された「松下グループ行動基準」を制定、各社の取締役会等の決議により採択しています。21言語に翻訳され、松下グループの取締役・役員および従業員約30万人が確実に順守・実践するため、教育・研修の仕組みを整備し、その運用強化に向けた取り組みを行っています。

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/company/philosophy/governance/ でもご紹介しています

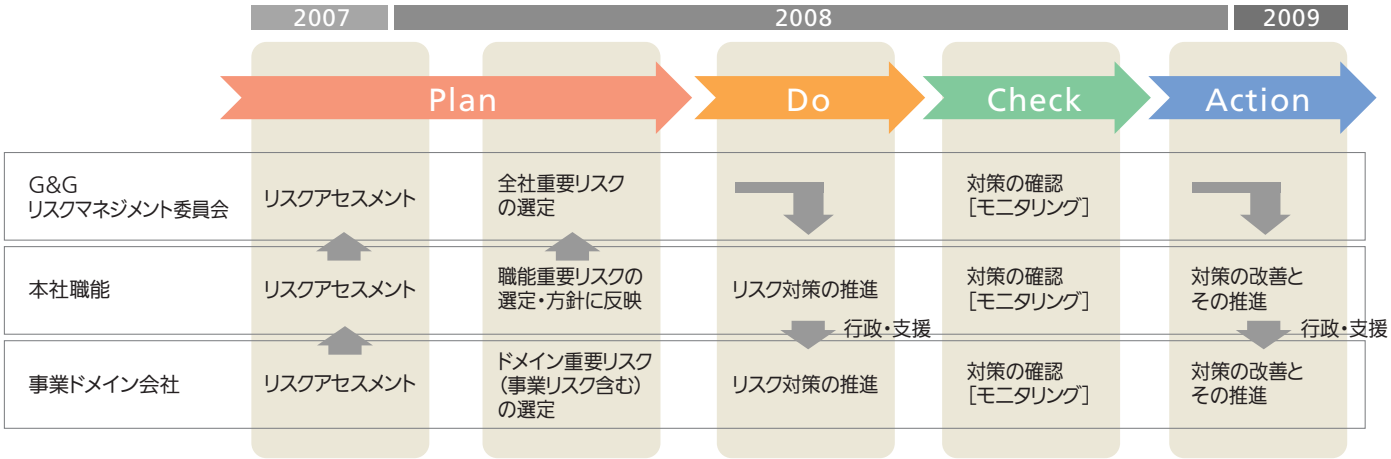
## G&Gリスクマネジメント活動

グローバルに共通の評価基準に基づき、一元的・網羅的なリスク情報の収集・評価を行うとともに、事業経営と一体化させたリスクマネジメント活動を推進しています。このための体制として、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リスクマネジメント委員会」に加え、事業ドメイン会社・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。具体的には下記のとおり年1回、事業計画策定と連動して、全事業ドメイン会社、関係会社および関係職能、G&Gリスクマネジメント委員会によるリスクアセスメントを実施し、それぞれの重要リスクを決定。これら優先度の高いリスクに関して、それぞれが連携して迅速・的確に対応を図るとともに、対策進捗のモニタリングを行っています。

また、大規模自然災害リスク対策として、事業継続計画(BCP)の策定に取り組んでいます。2009年度までに、すべての事業ドメイン会社において少なくとも1拠点でBCPを策定します。

今後は新型インフルエンザの大流行など、事業を中断する危険性の高い他のリスクに対してもBCPを策定していきます。

《 G&Gリスクマネジメント活動の基本的枠組み 》




## 経営の重要な意思決定への従業員の参画

当社では経営上の重要事項について、労働組合に事前に説明し、意見を求める場として「経営委員会」を設置し、さらに、重要な意思決定事項について、労働組合の代表に説明し、承認・提言を得るための機会として「労使協議会」を設置しています。

「経営委員会」「労使協議会」とも、それぞれ全社レベル、事業ドメインレベル、ビジネスユニットレベルで定期的に開催しており、全社レベルの経営委員会は、社長、人事担当役員、労働組合中央執行委員長等が出席して毎月1回、また全社レベルの労使協議会は、常務以上の全取締役および労働組合の全中央執行委員等が出席して毎年2回開催しています。

## 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」、「イコールパートナーシップ相談」、「フェアビジネス」、「グローバル企業倫理」および「監査役通報システム」の6本のホットラインを本社に設置しています。事業ドメイン会社、関係会社および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、課題の早期掘りおこしと、その解決を図っています。

# 製品安全問題と工場火災のご報告

**FF式石油暖房機のみならず、電子レンジや電池パック等の製品安全問題、さらには工場火災を発生させ、社会の皆様にご迷惑とご心配をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。持続可能な「CSR経営」を確立するためには、まず足元をしっかりと固める必要があるとの課題認識のもと、迅速な情報開示とお客様第一の徹底した対応、再発防止に向けた継続的な取り組みを行っています。**

## FF式石油暖房機事故への対応状況

FF式石油暖房機事故に関しまして、市場対応にご支援、ご協力いただいておりますすべての関係先様に心より御礼申し上げます。

当社は2005年に、FF式石油暖房機の事故により緊急命令を受け、全社あげての市場対策を開始してから三度目の暖房シーズンを終えようとしておりますが、引き続き「新たな事故を二度と起こさない」ための取り組みを「FF市場対策本部」を中心に進めております。

2007年度は北海道、東北、首都圏、中部、北陸、関西を重点地区とし「FF市場対策本部」の社員を中心に、いまだ把握できていない製品の捕捉のための探索活動（「草の根ローラー活動」）や、点検・修理済みのお客様に対する回収促進、暖房シーズン前の製品の状態確認などに取り組んでまいりました。

「草の根ローラー活動」のテーマとしては、①寒冷地周辺および山間部の別荘②集合物件の再調査（同一物件で複数の名簿登録がある物件の全戸を再調査）③品番や住所の詳細が不明な情報などの追跡調査④ホームオートメーションアダプター（FF式石油暖房機含む空調機器の集中コントロールシステムなどに使用する部材）の販売情報に基づく追跡調査⑤販売会社のコンタクトセンターが電話、ファクシミリ等で対応している販売店の巡回調査などを中心に取り組みました。2007年度で約32万ヵ所を巡回し、179台の現品を発見し、3,228台の廃棄を確認しました。（累計では、巡回が約93万ヵ所、現品発見が337台、廃棄確認が3,832台となりました。）

また、引き続き暖房シーズンに入る時期とシーズンの終わる時期を中心に、全国規模のテレビ・ラジオのCMや新聞告知、新聞折り込みチラシをはじめ、ガソリンスタンドやスーパードラッグのPOS伝票の裏面広告、「日本聴力障害新聞」への広告など、さまざまな告知徹底も実施いたしました。

2007年度での名簿増加は、4,709台、その内現品の発見が724台、廃棄確認によるものが3,985台でした。

今なお毎月現品が発見されており、予断を許さない状況が続いております。引き続き、関係先様のご支援、ご協力をいただきながら最後の一台まで見つけ出す覚悟で、探索活動に取り組んでまいります。

全該当機種への対応状況は、下表のとおりとなっています。

### 回収及び点検・改修の進捗状況（2008年3月31日現在）

（単位：台）

| | |
|---|---|
| 販売台数 | 152,132 |
| 名簿把握 | 110,728 |
| 1.買替・廃棄済 | 34,322 |
| 2.回収または点検および改修 | 76,406 |
| (1)回収 | 74,738 |
| (2)点検・改修済 | 1,634 |
| (3)点検残 | 34 |

2008年3月31日現在　名簿把握率72.8%

## 電子レンジ、冷凍冷蔵庫、電気衣類乾燥機の事故防止のための「社告」実施について

当社は、1988年12月から1993年12月までに製造した電子レンジのうち12機種、1989年2月から1992年10月までに製造した冷凍冷蔵庫のうち5機種、および1993年8月から2001年12月までに製造した電気衣類乾燥機のうち8機種について、事故防止のため社告・無料の部品交換等を行っております。

当社では、2005年の石油暖房機の品質問題の反省から、「製品安全統括センター」などの製品安全専門組織を新設し、安全規格の改定・強化、重要品質の予兆の収集・監視のしくみの構築や長期使用製品への対応プロジェクトの発足など、製品安全確保の取り組み強化を行うとともに、お客様の安全確保の視点で過去の事故事例の見直しを行っております。

その取り組みの一環として、過去に事故が発生した時には事故要因に共通性が見られず、偶発的な事故と判断していた電子レンジ、冷凍冷蔵庫、電気衣類乾燥機の3製品それぞれについて、2006年後半からの事故情報と合わせた見直し・調査を行いました。その結果、過去の事故も含めそれぞれの製品において共通の事故原因を特定し、再発の可能性があると判断したため、この3製品について事故防止のために社告を行いました。対象製品をお持ちのお客様には、お買い求めの販売店または当社サービス会社が、無料で部品交換を実施いたします。

お客様との関わりに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/customer/ でもご紹介しています

お客様には大変ご迷惑をおかけしますが、ご理解とご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

《 お問い合わせ先 》
●フリーダイヤル（無料）

| | |
|---|---|
| 電子レンジ | 0120-871-682 |
| 冷凍冷蔵庫 | 0120-871-337 |
| 電気衣類乾燥機 | 0120-871-399 |

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/pro/

## 携帯電話用電池パック自主交換および工場火災への対応

2007年8月に携帯電話用電池パックの品質問題による自主交換を発表し、さらには、同年9月に松下電池工業（株）のリチウムイオン電池工場で火災事故が起きました。お客様をはじめ広く社会の皆様に大変なご迷惑とご心配をおかけしておりますことを、改めて心よりお詫び申し上げます。

松下電池工業では、2つの重大事故発生を受け、モノづくりを抜本的に見直し、強い経営体質の確立に取り組んでおります。

松下電池工業が2005年12月から2006年11月に製造したノキア社向け携帯電話用電池パック「BL-5C」において、充電中にごく稀に過熱・膨張し、電池パックが電話機本体から外れる可能性があるため、グローバルで4,600万個を対象に自主交換措置を行いました。今回の品質問題は、材料、工程など複数の原因が重なって起きたものです。

当社は、グローバルに迅速な電池自主交換を推進するための「リチウム電池市場対策本部」を設けるなど、お客様に「安全・安心」な商品をご使用いただくため、グループ全体で取り組んでまいりました。

しかし、2007年9月30日には、松下電池工業の本社構内にあるリチウムイオン電池工場で火災が発生し、工場の近隣、お客様、取引先をはじめ関係の皆様に大変ご迷惑をおかけする事態となりました。

そこで「市場対策」と「火災対策」を一体化した「リチウム電池対策本部」を改めて設置することで体制を強化し、生産復旧、再発防止の活動を進めてまいりました。

とくに取引先へのリチウムイオン電池の供給については、和歌山および中国で代替生産を行うとともに、本社工場は2007年11月より順次再開させ2008年3月末には火災前の状態に復旧いたしました。5月に和歌山工場に新棟が完成するなど、今後は生産体制を強化してまいります。

工場の安全については、「人命最優先・初期消火・類焼防止」との基本方針のもと、発火させない多重の安全対策、消火設備の拡充・強化、自衛消防体制の見直しと訓練の強化など徹底した再発防止に努めています。

国内でのリチウムイオン電池の自主回収については、電池メーカー、機器メーカーおよび通信事業者計22社で「携帯機器用リチウムイオン電池自主回収促進協議会」を設立し、松下電池工業も幹事会社を務め、自主回収をさらに促進するための取り組みを行っています。

松下電池工業（株）での現場の安全確認の様子

## 全社をあげて、迅速、強固な安全対策に取り組む

当社は、従来から事故情報を品質本部で一元管理し、経済産業省をはじめとする担当省庁などに事故報告を行ってきましたが、2007年に国内で「改正消費生活用製品安全法」が施行されたことを受け、これまで以上に迅速かつ漏れなく事故情報を収集・監視する体制の整備を促進し、全社をあげて製品安全対策を強化しています。「隠さない」「安易に判断しない」をキーワードに、全社への徹底だけでなく、社外の販売会社や販売店、修理事業者、設置工事事業者への安全対策の要請も行っています。また、社内ルールを、法改正に沿った内容に改定しました。これに基づき「事故情報は積極的に開示する」ことを基本に、お客様に対しても適切かつ迅速な事故情報の開示を行ってまいります。

当社において、安全・品質はすべてに優先するものです。製品安全事故を起こさないために、開発から廃棄にいたるすべてのライフサイクルで、一貫した安全確保の取り組みに努めています。そして、万一事故が発生した際にも、さらなる確固たる対応体制の構築を図ってまいります。

# サプライチェーンにおけるCSRの実践

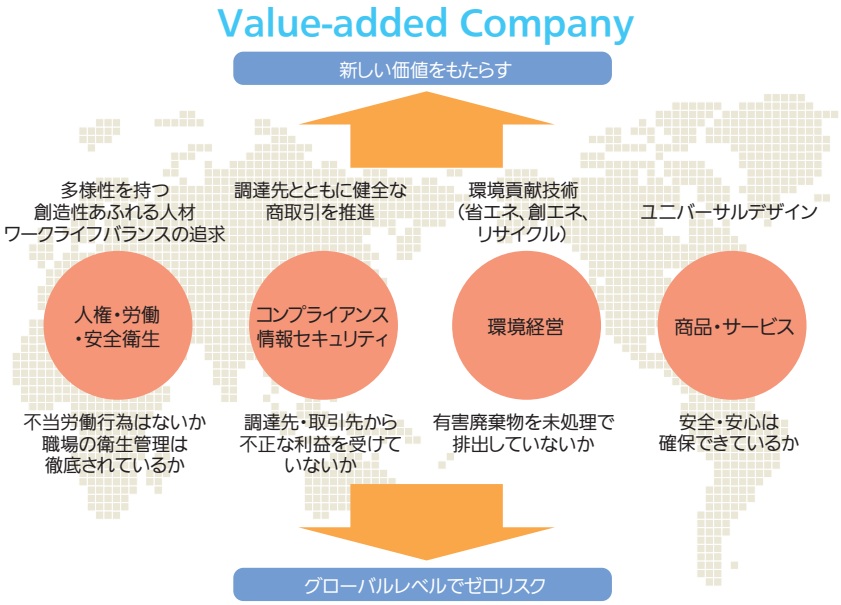
今やCSRの取り組みは自社のグループ企業にとどまらず、取引先を含むサプライチェーン全体での推進が強く求められています。当社はこれまでも社会のルールに則った公正な競争、さらには、ともに切磋琢磨し成長し合いながら健全な社会の発展に貢献する「共存共栄」を取引の基本としてまいりました。これはまさに、開発－生産－販売－サービス等の一連の事業プロセスに携わるすべての企業が協力して社会の要請に応えていくという、サプライチェーンのCSRに他なりません。今後とも世界中のステークホルダーの皆様により一層安心してお付き合いいただける企業をめざし、2007年度より CSRマネジメントの新たな取り組みを開始しました。

## 取り組みの背景

近年、地球規模での環境問題への対応が急がれることや、人権・労働に対するグローバルレベルでの課題認識の高まりなどを受け、企業に対する社会の要請はますます多様化しています。これを受け、米国エレクトロニクス業界を中心とした「電子業界行動規範（EICC）」の策定、欧米の情報通信技術関連企業を中心とした持続可能な開発への貢献をめざす取り組み（GeSI）におけるCSRに関する自主精査ツールの開発などの動きが起こっています。

当社はこれまでも経営理念、行動基準に基づき、労働・安全衛生、コンプライアンス、環境経営、顧客関係管理（CRM）など、それぞれの分野でのマネジメントシステムを徹底してきましたが、このような社会の動きに迅速に対応していくためにも、従来のマネジメントシステムをさらにグループ＆グローバルに強化・発展させる必要があると考えました。

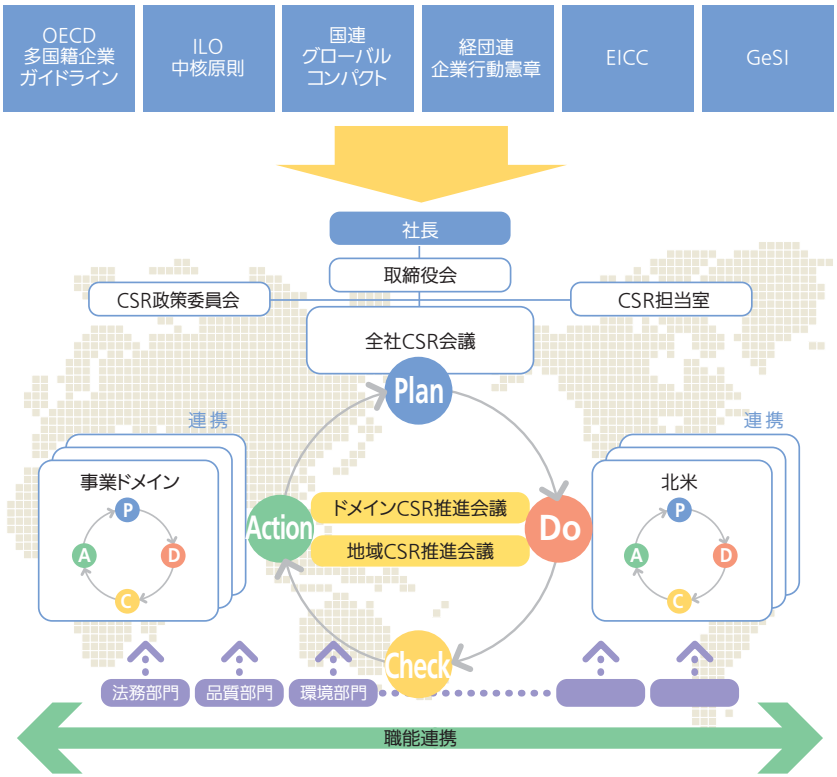
《 企業価値を高め、お客様に安心してお付き合いいただく 》



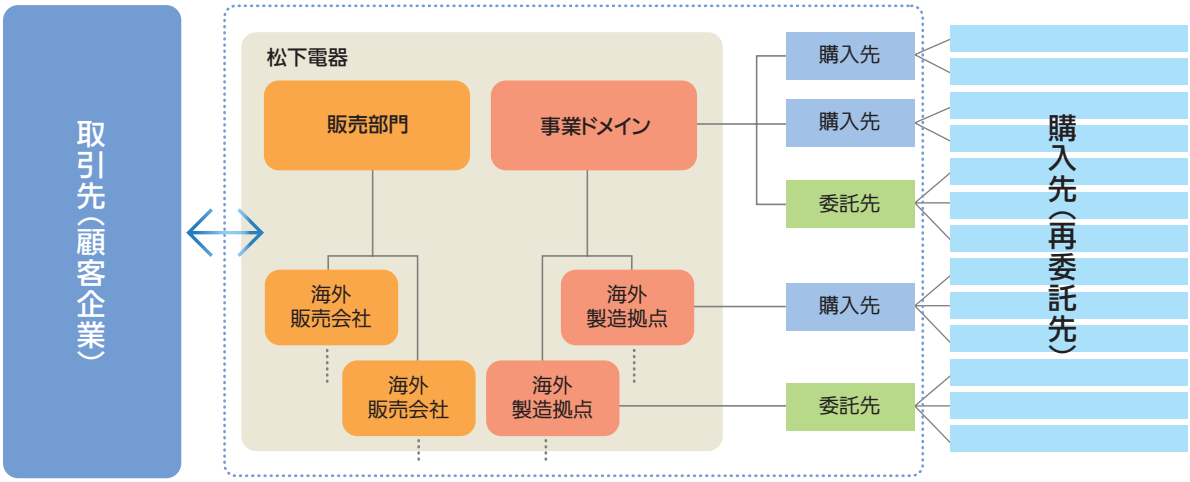

## グローバルなCSRマネジメント

全地域で「CSR経営」を推進していくためには、世界中の約30万人の全従業員一人ひとりが、日々の事業活動の中で着実に実践していくことが不可欠です。そのために、松下電器では全社でグローバルな推進体制を構築しています。トップによる「CSR経営」の発信が瞬時に全地域に共有・浸透されることに加え、各地域のさまざまなステークホルダーの要請や期待がタイムリーに事業活動に反映されるよう、社長を議長とする「全社CSR会議」をはじめ、各地域、各事業ドメインでPDCAを展開しCSRマネジメントに取り組んでいます。

《 社会からの要請を理解し、グローバルスタンダードの考え方を反映 》



当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/highlight/ でもご紹介しています




参考：《「電子業界行動規範（EICC）」が要請するCSR調達の範囲》

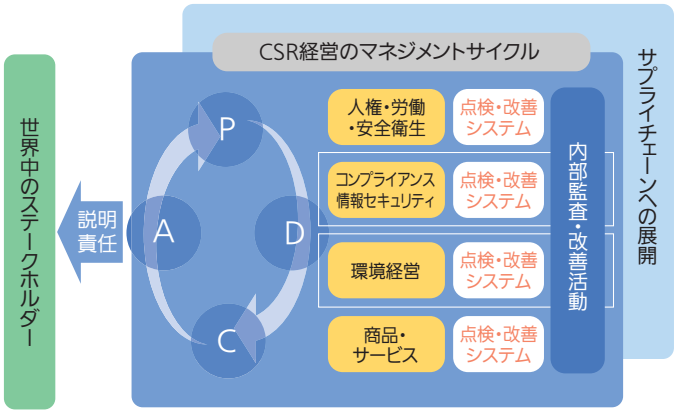
## ステークホルダーとの対話、ベンチマーキング

社会からの要請の変化を理解し適切な対応を行うため、まず、グローバルレベルでさまざまなステークホルダーとの情報交換やベンチマーク調査を行いました。

具体的には、EICC・GeSIのボードメンバーとの情報交換、サプライチェーンまでのCSR活動に早くから取り組んでいる多国籍企業のベンチマーク調査などを行い、社会からの関心の高い人権・労働・安全衛生、環境、コンプライアンスなどについてのグローバルレベルでの課題、また、それらに関する国・地域特有の事情などについての理解を深めました。

このようにして得られた新たな視点は、当社グループ行動基準、社内規程、マネジメントシステムなどとの整合確認を行った上で、新たな社会要請に応えられる仕組みの構築・強化に反映させることとしました。

《グローバルなCSRマネジメント強化の取り組み》




ステークホルダーとの情報交換・ベンチマーク調査などに基づき、グローバルスタンダードの要求レベルを目標に設定。内部監査・自主精査により抽出された課題は、業務フロー、点検システムなどに反映し改善を図っています。

## 全社を挙げた推進・支援体制の整備

2007年度の「全社CSR会議（議長：大坪社長）」において、CSRに関する全社的な仕組みの総点検を行うことが決定されました。これを受け、とくに欧米の情報通信分野の取引先とのCSR調達に以前より取り組んできたデバイス事業領域の事業ドメインが先陣となり、社内の仕組みを総点検し、お客様からの要請に対し迅速かつ的確に対応し、説明責任を果たすための体制強化を行いました。

具体的には、まずデバイス事業領域を担当するインダストリー営業本部に全体マネジメントのための専任体制を設置、各国や地域の関連営業部門とも情報交換を行いました。

また、本社法務部門、人事部門、環境本部、調達本部などが中心となりグローバルなCSR課題を多角的に抽出、各事業場での自主精査・内部監査を推進支援するための取り組みも開始しました。これらのベースとなっているのが、「グローバルCSRチェックリスト」（英語・中国語・日本語版）です。とくに当社の製造拠点が多い中国やアジア地域などでも急速に社会的な関心が高まりつつある人権・労働安全衛生・環境・コンプライアンスについて、当社の経営理念に照らし実践すべきレベルをまとめたものです。グローバルに事業拠点の責任者が自部門の取り組み状況を自己評価するためのツールとして提供されました。あるべき姿に加え、確認すべきポイント、さらには違反となりそうなケースなどを明示することにより、CSRへのより具体的で実践的な理解を深める工夫をしています。

さらに、事業のグローバル化により、世界各国の法規制にこれまで以上に迅速に対応していくことも重要です。国や地域の文化や法律に根ざした推進を加速するため、各地域の法務責任者が出席する「グローバル法務会議」においても取り組みの必要性を共有しています。

# 「CSR経営」の展開

これらの取り組みは社内のCSRマネジメントを強化するだけでなく、お客様から求められるCSRの実践レベルを客観的に見極めながら、説明責任を向上する機会でもあると考えています。

## 日々の事業活動への落とし込み

インダストリー営業本部やデバイス事業に関わる事業ドメインでは、グローバル全拠点の責任者を集めての「インダストリー営業グループ・グローバルCSR会議」を開催しました。会議の冒頭でデバイス事業担当の北代専務（現・副社長）からも「これからのCSRの推進はグローバルビジネスにおけるパートナーシップの基本であり企業としての信用・信頼の大前提。『CSR経営』の徹底ですべての取引先にとってのバリュー・アディッド・カンパニーをめざす」と強く表明があり、参加者全員で取り組みの徹底を確認し合いました。さらには全社員対象の「CSRセミナー」も実施し、日常の業務における具体的な実践ポイントを徹底しています。

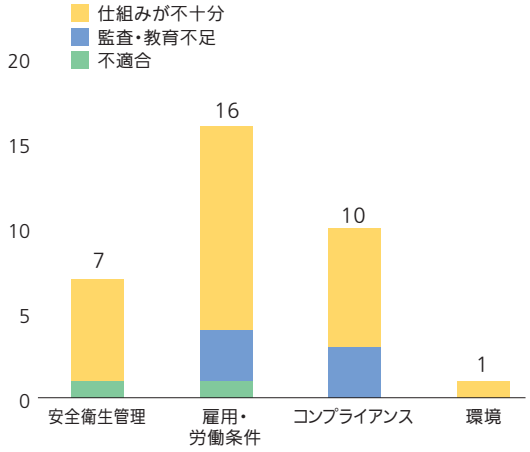
「インダストリー営業グループ・グローバルCSR会議」の様子

このような地道な取り組みを通じて、顧客や社会の要請にタイムリーに応える組織をめざしつつ、日々のCSR自主精査や内部監査、あるいはお客様からの要請で、改善すべき点が見つかった場合は、即座に業務ルールやしくみに落とし込むことを徹底しています。2008年2月にお客様によるCSR監査を受けたパナソニック エレクトロニックデバイス北京（有）（PEDBJ）では、労働安全衛生面などで数点の課題が見つかりました。PEDBJではただちに対策を行っただけでなく、本社部門を通じ全社で課題を共有しました。今後はこの取り組みを他の事業分野にも広げるとともに、調達・委託先とも共同で取り組むことで、サプライチェーンにおけるCSRを推進してまいります。

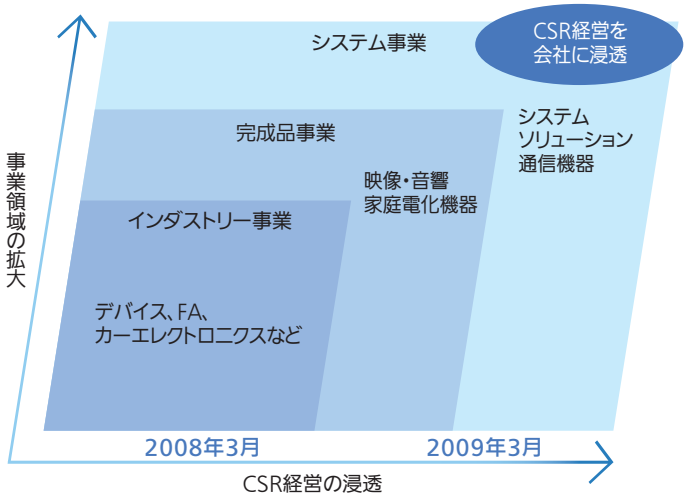
パナソニック　エレクトロニックデバイス北京（有）での監査の様子

《 自主精査で確認された問題件数 》

（アジア、中国、欧州、米州の製造拠点よりサンプリングした16社）




《 CSRマネジメントの展開計画 》




2007年度はデバイス事業領域を皮切りに取り組みをスタート。今後、映像・音響機器、家庭電化製品などの完成品事業、システムソリューションなどの事業領域まで順次展開してまいります。

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/highlight/ でもご紹介しています

## 情報システムの完全バックアップでテロや自然災害に備える

当社では、2006年度より受発注などの取引業務を支える情報システムのリスクマネジメントの一環として、バックアップ化に取り組んでいます。2008年2月には日本で完了し、約10,000社※の相手先との業務に関わるシステムの復旧時間を従来の約10分の1に短縮しました。システムを二重化しながら効率化にも取り組み、2006年度比約30%の省エネも実現いたします。2010年までには全世界の取引業務を対象に同様の取り組みを完了いたします。

お取引先様、調達先様、さらにはお客様にも安心してお付き合いいただける企業として、より強固な経営インフラの構築に努めてまいります。

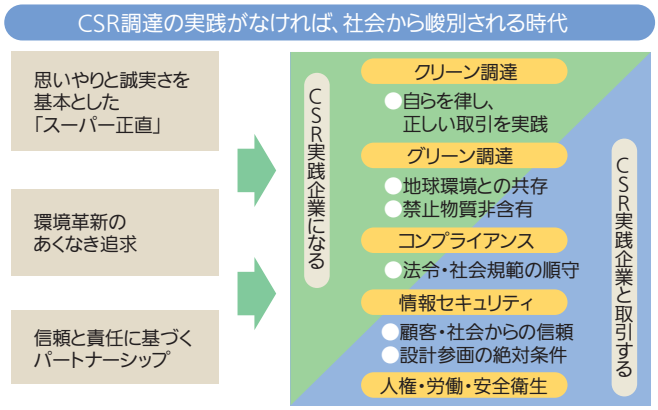
※コーポレート情報システム社EDI登録先数 2008年3月31日時点

## 購入先とともにCSR実践企業をめざす

CSR調達をグローバルに推進するため、「CSR調達説明会」を推進。2007年3月の中国を皮切りに、当社が事業展開する世界各地域で開催し、合計で購入先4,366社、約6,000名に参加いただきました。

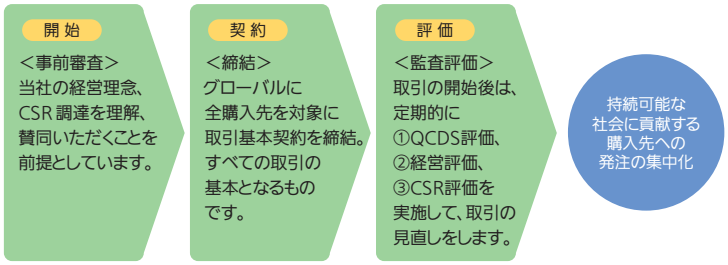
説明会では、公平かつ公正な取引関係をグローバルで構築し、調達プロセスに「私」を入れないという「クリーン調達」を宣言。法令順守、情報セキュリティ、環境、人権などに関するCSRの考え方を説明するとともに、CSR調達への理解を求めました。それとともに購入先にもCSR実践企業になっていただき、よきパートナーとしてよりよい取引を継続して世界中のお客様に最高の満足をお届けしていく、という考え方を表明しました。

《 CSR調達の考え方 》




## 「CSR調達評価制度」の導入

当社は、持続可能な社会に貢献する購入先への発注を集中しつつあります。万一、購入先が取引基本契約のCSR条項の内容に違反した場合は、速やかに改善対応を実施し当社に報告するよう求めていますが、報告内容により取引の縮小・停止を行なうなど、厳正な対応も行なっており、右記手順の定着を推進しております。




## お取引先からのコメント

HPとパナソニックが締結したSER※契約は、エレクトロニクス業界のグローバルサプライチェーン全体の成功につながることと思います。

HPのCSRの取り組みは、グローバルサプライベースに及んでおり、パナソニックが社会的・環境的に責任ある態度で世界的な事業を行うことを期待しています。当社がめざしているのは、パナソニックとの連携のもとで下記の方針の順守徹底を図ることです。

●法令順守

パナソニックは、HP向けの事業および商品が、すべての国家法およびその他の適用される法規制に順守するようにすること。

●継続的改善

パナソニックは、環境、安全衛生、人権、労働に関する方針を事業および意思決定プロセスに織り込むこと。

またHPは、パナソニックが適切な目的や目標の設定、定期的な実績評価、継続的な改善の実施等、健全な事業および科学的原則に基づく効果的なマネジメントシステムを維持することを期待しています。

今後とも協力し続けることによって、グローバルな社会貢献活動方針を反映し、両社のステークホルダーの期待に沿うことができるものと思います。

※SER：社会・環境責任

ヒューレット・パッカードカンパニー

# 社会に信頼される経営を実践する

当社は、「企業は社会の公器」であり「事業を通じて社会に貢献する」というグループ共通の経営理念のもと、事業活動を行っています。この理念と表裏一体のものとして、「社会に信頼される経営」を行うとの考えに基づき、グループ約30万人の従業員一人ひとりが、法令順守はもちろんのこと、より高い倫理観をもって行動しています。

法務本部　本部長
**中村　幸雄**

## 2007年度の成果と課題

当社は、毎年10月を「コンプライアンス月間」とし、グループ共通の取り組みを行っています。2006年度から国内に設定した本取り組みを、2007年度はグローバルに拡大し、社長メッセージの発信やポスターの掲示、また、コンプライアンス理解度テスト・コンプライアンス意識実態調査を各国・各地域で実施し、日本国内約84,000名、国外約8,500名の従業員が受講しました。あわせて中国とアジア地域で、「コンプライアンス・ガイドブック」をそれぞれ作成し、従業員に対して日常の事業活動における留意点の徹底を図りました。また、独占禁止法順守を中心とする公正取引と、安全保障輸出管理と関税法順守を中心とする貿易コンプライアンスを、推進の最重点分野として取り組みました。

2008年度は、このような取り組みをよりグローバル共通の枠組みに基づき、推進してまいります。

## 公正取引

昨今の事業活動においては、グローバルに公正で自由な競争を行うことが必須であり、独占禁止法は、グローバルスタンダードの法律であると言えます。

残念ながら当社は、過去に独禁当局による調査や嫌疑を受けたことがあります。昨年11月には、日本の公正取引委員会や米国・ＥＵ等の独禁当局がブラウン管ビジネスにおける独占禁止法違反の嫌疑について調査を開始しました。当社は、現在、これらの調査に全面的に協力しています。

当社は、独占禁止法および関連法規を確実に順守し続けるために、事業者団体活動などの対外的活動に関する新たなガイドラインを策定し、営業部門や技術部門等の役員・従業員が確実に公正取引の考え方や法規制を順守して事業活動を推進できるようにいたします。あわせて、ITを使った体系的な教育・啓発活動を行うとともに、より実効性のあるモニタリングを実施いたします。

## 貿易コンプライアンス

グローバルに事業を展開する当社は、その重要な責務として、安全保障輸出管理および関税法の順守を中核とした貿易コンプライアンスの徹底を図っています。安全保障輸出管理については、2007年度は、中国、中米、中近東など輸出管理上重点をおかなければならない再輸出拠点などでの実地調査を行いました。関税法については、2007年7月、本社に貿易コンプライアンスセンターを設置、事業ドメインごとに関税法順守責任者を任命し、推進体制を構築しました。当社は、国内にてコンプライアンスに優れた企業として通関上の優遇措置を受けることができる「特定輸出者」の承認を取得しています。

2008年度は、安全保障輸出管理と関税法順守双方の管理ポイントを採り入れて、より現場現物視点で、教育・啓発活動、業務プロセスの見直し、監査など、遺漏のない取り組みを推進していきます。

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/social/com/ でもご紹介しています

# リージョナル＆グローバルのコンプライアンス推進

**46カ国･地域に事業を展開している当社は、国・地域ごとの法律を順守するために、さまざまな取り組みを行っています。**

## 北米の取り組み

パナソニック ノースアメリカ(株)
法務責任者

北米地域では、グループ会社に、法務・コンプライアンス推進の窓口となるリーガル･コーディネーターをそれぞれ選任。パナソニック ノースアメリカ(株)法務部が在米各社の経営責任者とリーガル・コーディネーター参加のもとで実施する四半期ごとの法務レビューをはじめ、情報提供やアドバイス・支援を行うことにより、コンプライアンスに関する課題を共有し、その解決を図っています。とくに、独占禁止法や米国輸出管理規則への対応を重点取り組み分野と位置づけ、オンライン教育や集合研修等を行っています。

## 欧州の取り組み

欧州地域では多くの国に子会社があり、パナソニック ヨーロッパ(株)法務部が各社に法務責任者を配置し、現場におけるコンプライアンスの徹底を図っています。また各社で定期的に「法務リスクアセスメント」を行い、必要な対策を実施しています。さらに、これらの活動により把握された地域共通のコンプライアンス課題にも取り組んでおり、EU競争法を地域共通の重点分野として位置づけています。競争法については、在欧グループ会社の従業員にオンライン研修を実施し、啓発を図っています。

パナソニック ヨーロッパ(株)
法務責任者

## グローバルなコンプライアンスの取り組み

当社では、事業のグローバル化に伴い、コンプライアンス活動も地域の枠を超えて、グローバルに共通の方針と目標のもと、共通のプロセスで、相互に連携をとって推進することが必要不可欠であると考え、数年前から本社・事業ドメイン会社・地域統括会社間でその検討と取り組みを進めてきました。前述したコンプライアンス月間の取り組みは、その一例です。さらに、2008年3月に開催されたグローバル法務会議では、より現場視点で取り組みを進化させるべく、事業ドメイン、地域統括会社の事業計画に基づき策定した法務活動計画を持ち寄り、各事業ドメインの法務部門が地域統括会社の法務部門と個別に当該地域・事業領域におけるコンプライアンスの課題と対策、具体的な連携と分担について討議・確認を行いました。コンプライアンスの神経系統をグローバルに張り巡らせ、それを実際に機能させることを通じて、コンプライアンスをより確実なものとし、事業現場の隅々まで定着させていきます。

啓発ポスター
コンプライアンス「5つの視点」
日本語を含め9言語に翻訳

中国
コンプライアンス
ガイドブック

# 働きやすく働きがいのある会社をめざして

当社は「経営の根幹は人にあり。物をつくる前に人をつくる」という創業以来の理念に基づき、これまで「経営基本方針を理解し、常に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。今後とも多様な人材を活かす組織風土作りやさまざまな人事施策の展開をグローバルに進めてまいります。

人事担当役員 原田雅俊（右から二人目）各事業ドメインの多様性推進メンバーと。
右よりパナソニックAVCネットワークス社 相馬洋子、原田、本社 福田敬子、松下ホームアプライアンス社 岩崎映子、e-Work推進室 樋口岳輝。

## 2007年度の成果と今後の課題

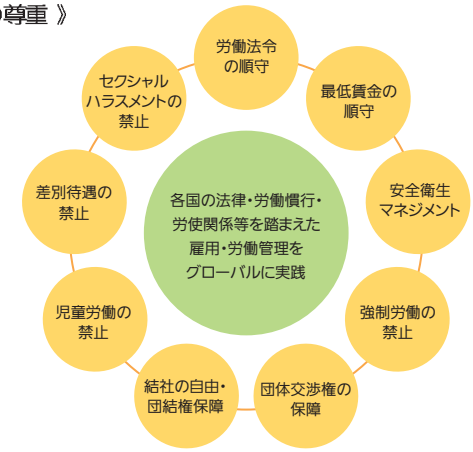
2007年度は、情報通信技術を駆使した、時間や場所にとらわれない柔軟で多様な働き方である「e-Work」の本格導入をはじめ、多様な人材が活躍できる組織風土づくりを進めました。また、海外会社の外国人基幹人材について、数ヶ月から2年程度の間、日本での勤務・研修を行うことにより、その育成や経営幹部への登用を図る「Working In Japan」の推進など、グローバルに人材の強化に取り組みました。

2008年度は、「GP3計画」の中間年度として、真のグローバル経営を実践していくための人材育成や組織風土づくり、国や地域、事業、職種を越えた人材交流の推進などに引き続き取り組んでまいります。

## 基本的人権尊重と法令・倫理の順守

グローバルに経営活動を行っていく上で、各国の雇用・労働に関する法令や倫理を順守しなければならないことは言うまでもありません。当社では、各国の法令・労働慣行・労使関係などを踏まえ、差別待遇の禁止、結社の自由、団結権の保障、団体交渉権の保障、強制労働の禁止といった基本的人権の尊重はもとより、適切な雇用・労務管理を行っていくことを、グループ全体の労働政策の基本方針としています。

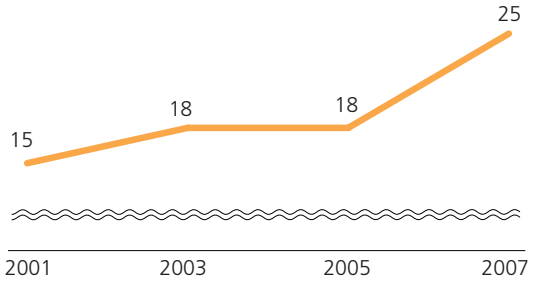
《基本的人権の尊重》




## グローバルな人材育成

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・性別など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だと考えます。経営環境や市場のグローバル化、ボーダレス化がますます進展する中で、国内外を問わず、グローバルに活躍できる人材の確保・育成に努めています。

《海外会社社長に占める現地社員比率》




※当年度より対象範囲等を見直し、過年度を含め再集計いたしました。

Webサイトでも、女性や現地社員の幹部登用、障がい者雇用などに関する数値データ、労使対話、労働安全衛生マネジメントや災害件数等についてご報告しています。

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/employee/ でもご紹介しています

〈 当社の在宅勤務制度、多様な人材の活用が高い評価をいただきました 〉
- 「第8回テレワーク推進賞」会長賞――「社団法人日本テレワーク協会」より、e-Workの取り組みを評価いただきました。
- J-Win準大賞―― 特定非営利活動法人ジャパン・ウィメンズ・イノベーティブ・ネットワーク(J-Win)より、製造現場での多様性推進施策を評価いただきました。

## 多様性を活かす組織づくり

世界中のお客様に満足いただける製品・サービスを提供していくためには、性別や年齢・国籍にかかわらず、多様な人材が持てる力を充分に発揮し、活躍できる組織風土を構築することが不可欠です。当社では、意欲と能力を持つ多様な人材に幅広く活躍の機会を提供するとともに、働きやすい環境の整備やしくみ作りに積極的に取り組んでいます。

その取り組みの一環として、情報・通信技術を活用したユビキタスな働き方として「e-Work」を推進しており、2007年4月に約3万人の社員を対象に在宅勤務制度「e-Work @Home」を本格導入。2008年3月末で、約3,000名が月1回～週1、2回の頻度で在宅勤務を利用しています。利用者を対象に実施したアンケートによると、以前と比べて生産性については75%が向上した、個人生活については72%が充実したという声が寄せられています。また、出張先でも業務が行えるスポットオフィスを9拠点に設置しており、月間の利用者は3,500人を超えました。「移動時間が削減できた」「お客様への対応が早くなった」といった効果が確認されており、今後さらに設置を拡大していく予定です。このような多様で柔軟な働き方の加速を通じて、生産性の向上とワーク・ライフ・バランスの実現につなげてまいります。

## 北米での雇用機会均等の取り組み

北米の地域統括会社パナソニックノースアメリカ(株)(PNA)では、全社員に対して、差別禁止に関する法令関連と、そのEEO方針(Equal Employment Opportunity雇用機会均等方針)に基づいて、「異文化コミュニケーション研修」を実施しています。これは、雇用における差別禁止に関する法律の理解を進め、職場でのハラスメントを防止することを目的に実施しているもので、この研修を通じて、社員同士やお客様、取引先との尊重しあえる関係づくりを学び、オープンでフェアな職場環境の実現をめざしています。さらに経営幹部や管理職には、職場におけるEEO方針の徹底や、法律を順守するために必要な措置をとる責任があることを啓発しています。

## 「海外人事・労務アセスメント」の実施

グローバルな事業展開を進める中で、当グループでは2007年度から、海外会社における労働・人権に関するコンプライアンスの徹底や労務リスクマネジメントの強化などを目的に、「海外人事・労務アセスメント」を実施しています。これは、海外会社において、現地の労働法や雇用制度・慣行に基づく適正な労務管理が行われているか、また、事業への影響やトラブルが発生する労務リスク要因が潜んでいないかなどを、約300項目からなるチェックリストに基づいて自主精査するもので、まず海外会社にて自己チェックを行った後、「アセッサー」と呼ばれる日本の親元事業ドメインの担当者が最終チェックを行うしくみです。また、「アセッサートレーニング」を定期的に開催し、計画的なアセッサーの育成やチェック能力の向上にも力を入れています。日本と海外との連携を深めながら、グローバルレベルでの労務マネジメントの強化に取り組んでいます。

## ILOフォーラムで中国における労使対話事例を紹介

マルチフォーラムの様子

プレゼンテーションを行うパナソニック ヨーロッパ(株)カルマン取締役

2007年11月、スイス・ジュネーブのILO本部で行われた「多国籍企業及び社会政策に関する原則の三者宣言」30周年記念フォーラムで、パナソニック ヨーロッパ(株)の人事担当カルマン取締役が中国での労使対話の取り組みをベストプラクティス事例として紹介。「労使対話を重視、促進するという点で、ILOの目指す『調和のある労使関係』の実践事例である」とのコメントをいただきました。

当社は今後とも、従業員との積極的な対話を通じて、健全な労使関係の維持に努めてまいります。

## 中国で積極的な労使対話を実践

中国では民間企業の組合組織率にばらつきがありますが、当社グループ会社では59社中55社で組合を組織し、数ヶ月に1回程度の労使対話を実施しています。急速に発展する中国では、生産設備の増強等で職場環境に影響を及ぼすケースもある中、当社では労使対話により着実な改善に取り組んでいます。2007年度、コンプレッサーを製造する当社グループ会社で設備増強に伴う職場温度の上昇が発生した際も、労使一体となった速やかな対処を行い、快適な職場を実現しました。このように着実な労使関係づくりにより、優れた職場環境の実現に努めています。

# グローバル・パナソニックとして地域社会と共生

当社は21世紀の地球市民にふさわしいグローバルな企業市民活動に取り組んでいます。さらに、NPOやNGOとも積極的に協働し、社員一人ひとりのボランティア活動への支援も推進しています。当社企業市民活動の詳細は、「企業市民活動レポート（冊子）」、CSRサイト「企業市民活動」でご紹介していますが、ここでは世界各地での取り組み事例をいくつかご紹介します。

## 「ひろげるエコアイディア」の取り組み

地球温暖化防止のためには、個人の省エネルギーの取り組みが重要な要素の１つです。当社は「eco ideas戦略」の３つの柱の１つとして、「エコ」を地域社会やグローバルに広げる「ひろげるエコアイディア」に取り組んでいます。具体的には、従業員とその家族によるエコライフ実践活動「地球を愛する市民活動（LE：Love the Earth活動）」を基本として、グループ全社員を対象としたエコアイディアコンテスト、環境ボランティア、マーケティングと連動した環境保護活動、工場の環境技術を公開し環境意識を高める活動など、さまざまな取り組みがあります。また、自社だけの取り組みにとどまらず、NPOの支援や協働、日本政府が主導する京都議定書目標達成のための国民運動「チーム・マイナス6%」への参画など、企業の枠を超えた取り組みにも積極的に参加しています。

LE活動については1998年度より日本国内で取り組んできましたが、2007年度は活動10周年を記念し中国でも活動を開始。グループ社員約67,000人が「エコ行動宣言」に署名し、環境家計簿活動やノーマイカーデー、電球蛍光灯への買い替え運動などを行っています。7月には中国と日本の社員合同による省エネ活動「$CO_2$削減10万人エコチャレンジ！」を実施。目標を上回る13万人が参加し１週間で推定約180トンの$CO_2$が削減されました。実施後の意識調査では7割の社員が「今後も省エネルギーの取り組みを継続したい」と答えています。

中国で「エコ行動宣言」を行うグループ社員

## 本業を通じ、お客様とともに緑を増やす「一台の家電で、一本の植樹を」キャンペーン

当社は世界各地で事業を通じた緑化活動を行っています。その１つとして、2003年より、お客様に環境配慮型の商品を訴求するとともに、お客様と一緒に環境について考え、緑を増やしていくマーケティング活動にも取り組んでいます。2007年度は「1台の家電で、1本の植樹を」キャンペーンを展開しました。これは、キャンペーン対象エコ商品をお客様が1台購入されると、ベトナム社会主義国トユエン・クアン省に1本の植樹を実施するというものです。この地を選定した理由は、ベトナム戦争の影響や、戦後長く続いた過剰な森林伐採、焼畑農業により森林が著しい減少に見舞われている地域であるためです。植栽樹種は現地の要望で、定着率のよい早生植物を選び、キャンペーン期間で合計約50万本の植樹が決定しました。実施にあたっては、現地の方々のご協力をいただき、森林の回復のみならず現地の経済活性化にも大きく貢献することになります。当社では、このようなキャンペーンを継続しており、2008年度上期は中国内モンゴル自治区に25万本の植樹をめざして取り組んでいます。

「1台の家電で、1本の植樹を」キャンペーンポスター

ベトナムの植樹にご協力いただいた現地の方々

当ページに関する詳細情報は panasonic.co.jp/csr/social/cca/ でもご紹介しています

## 子どもの健全な育成への貢献

当社では「こどもがかがやけば、みらいがかがやく」をテーマに、世界各地で子どもの健全な育成を支援する取り組みを行っています。たとえば日本では「パナソニックキッズスクール」として、スポーツ・エコ・文化・科学・芸術など、さまざまな分野の子ども向けイベントを提供しています。2007年度は148イベントを実施、28,000人以上の子どもたちが参加しました。

2008年度は「エコ」と「スポーツ」の体験を通じたプログラムに注力しています。子どもたちに身近なエコアイディアを学んでもらうためエコ学習・体験・絵日記募集を組みあわせた「エコキッズスクール」を実施。またスポーツ体験の一環として小・中学生の野球大会である「関東ボーイズリーグ　パナソニックカップ」に協賛。136チーム3,800人の参加により、スポーツを通じたキッズ育成にも貢献しました。

さらに、キッズスクールの日本でのノウハウを活かし、今後はグローバルにも展開してまいります。

自然体験教室
（西表島）

少年野球「関東ボーイズリーグ」開会式
（西武ドーム）

## 社員合唱団による国際交流

グローバルに事業を行う当社にとって、国際交流への貢献は重要な社会的責任の1つと考えています。その一例として「松下中央合唱団」の活動があります。当合唱団は当社グループ会社社員、約100名が参加する社内合唱団で、1974年の結成以来、全日本合唱コンクールで通算17回金賞を受賞するなど高いレベルを誇っています。2005年9月には米国で、2001年の同時多発テロや2005年のハリケーン「カトリーナ」の犠牲者追悼と世界平和の祈念を目的に、ニューヨーク公演を行いました。そして2008年4月には、日中平和友好条約締結30周年を記念し、日中友好の文化使節として中国人民対外友好協会から招聘され、北京と大連で公演を行いました。「松下中央合唱団」では、世界各地域との友好の架け橋になるこのような活動を今後とも続けてまいります。

北京で紅星合唱団と共演する松下中央合唱団

### ■「企業市民活動レポート 2008」のご紹介

企業市民活動の詳細については、毎年6月に発行する「企業市民活動レポート」でご報告しています。当冊子では、世界各地での取り組み事例をはじめ、NPOや社員のボランティア活動を支援するプログラム、災害支援などをご紹介しています。

# 企業は社会の公器

本年、当社は創業90周年を迎えました。1918年の創業以来、
多くの皆様のひとかたならぬご支援とお客様からのご愛顧をいただき、心から感謝を申し上げます。
この意義深い節目の年に創業者・松下幸之助が考え、経営の中で実践した
「松下電器は社会からの預かりものである」という「企業の社会的責任」を改めて振り返り、
これからの当社の社会的責任についてご説明いたします。

## 企業は社会の公器

**「個人企業でも株式会社でも、一面自分の意志で始めた自分のものであるという見方もできますが、より高い見地に立って考えれば、社会生活を維持し、文化を向上させるために存在している、いわゆる社会の公器だということになります。」**

創業者は、企業活動に必要な人・金・土地・物、すべては本来、公のもの、つまり企業が社会から預かっているものであり、よって企業自体も社会のもの、つまり公器であると考えました。社会の公器である企業は、その活動を通じていろいろな形で社会に貢献し、社会生活を向上させていくところに「企業の社会的責任」がある、と考えたのです。

## 企業の使命とは

**「企業の社会的責任については、いろいろなものが考えられますが、その根本となるのは、やはり、本業を通じて社会に貢献していくということだと思います。物資の生産、供給にあたる企業の使命は、真に人びとの役に立つような優良品を開発し、それをできるかぎり合理的に生産して、適正な価格で必要なだけ供給するということだと思います。」**

創業者は、生産者の使命はあらゆる物資を水のごとく豊富に生産し世に供給することによって、人々の生活から不自由と貧困をなくしていくことであると、思い至りました。この使命を絶えず念頭に置き、社員の心の戒めとするために「松下電器の遵奉すべき精神」を制定、現在に至るまで全グループの基本方針として受け継がれています。

## 地域・環境との調和

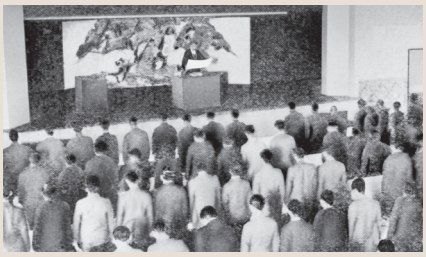
**「企業は社会の公器として、社会の中にあって事業を営んでいますが、その場合、実際に活動を展開している地域社会、周囲の環境との調和がきわめて大切になってきます。広い土地を占有し、多数の人を擁している企業にとっては、地域社会や環境と一体化するというような心がまえを持って、これを調和しつつ、さらにはその発展に貢献していくことがつよく求められると思います。」**

創業者は、企業の使命として貧困の撲滅と同時に地域・環境との共存を重要な社会的責任であると考えていました。産業なり経済というものは、人間の真の繁栄、幸福を生み出すためのものであって、産業のために人間が存在するのではない、よってかけがえのない尊い自然を保護することに、企業が率先して積極的に力を注ぐべきであり、それなくして企業の真の繁栄、発展は生まれてこない、と考えたのです。

## 自由な競争で共存共栄を

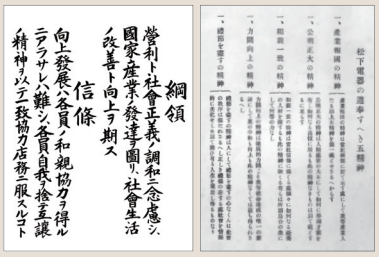
**「ひとりその企業だけが栄えるというのでなく、その活動によって、社会もまた栄えていくということでなくてはなりません。また実際に、自分の会社だけが栄えるということは、一時的にはありえても、そういうものは長続きはしないのです。やはり、共々に栄えるというか、いわゆる共存共栄ということでなくては、真の発展、繁栄はありえないのです。」**

創業者は、取引先に対して、お互いが独立した事業者として相手の立場や発展を考えた上でともに社会からの要請に応えていくことが、双方の繁栄につながると考え



事業の真の使命を明示した
1932年の第一回創業記念式典

世の中の暮らしを豊かにした
主要家電商品群




経営理念実践の行動基準
「綱領」「信条」「遵奉すべき精神」

ていました。また共存共栄を実現していく上で、馴れ合いや過当競争を排し、「ルールにのっとった自由かつ公正な競争」を推進していくことが業界全体また社会の繁栄のために必要と考えたのです。

## 21世紀の社会的責任を果たすには

創業者は、「日に新た」の精神で、多くの革新的な取り組みを時代に先駆けて実践してきました。その1つに1960年に発表した「週休二日制」の導入があります。当時、日本で週休二日制を導入していた企業はほとんどなく、社内でも実施を疑問視する声が多かった中、創業者は「経済国難に直面しているときに、週5日制を実施することは容易ならないことである。このことをよくわきまえ、先進国アメリカ以上に高能率を生み出す決意で臨んでほしい」と社員の自覚と奮起を促したのです。それから5年間かけて「生産性倍増運動」を展開し、週休二日制に耐えうる企業体質にした上で実行しました。

当社は2007年、$CO_2$の排出削減を経営指標に組み入れ、その公約が実行できるようにすべての事業活動を見直しています。40年以上前、他社に先駆けて「週休二日制」を導入したように、環境問題にもいち早く取り組むことによって、成長しながら$CO_2$を削減できる企業体質を実現できると考えたからです。

「企業は社会の公器」という言葉が初めて公に使われたのは、1946年7月。戦後初めての営業所長会議の席でした。

「生産、販売、利益は最も大事である。しかしそれは第一段階にすぎない。さらに重要なのは、松下電器の考え方・経営理念を徹底すること。そうすれば、お客様に商品の心が通じる。そこに商品を超えた信用が生まれ、ナショナルというブランドが信用してもらえる。」

たとえ不良品が出たとしても経営理念に則りすぐに改善のできる会社をつくることが大事だと創業者は考えたのです。それがお客様の信頼を高め、ブランド力を高める、すなわち「ブランドに経営理念を込める」ということなのです。

当社は本年10月に、社名を「パナソニック株式会社」に変更し、パナソニックとナショナルの二つのブランドも「パナソニック」に統一する予定です。創業者の精神の基本は「企業は社会の公器」「お客様第一」「日に新た」の3つであると言えますが、その根本となる心のあり方として「素直な心」が大切であると考えていました。ますますグローバル化している現在の当社の状況を「素直な心」で考えたならば、創業者も社名変更に必ず同意してくれたものと考えています。

社名は変わったとしても、またいかなる時代にあっても、当社の経営理念は変わることはありません。変化の激しい時代においてこそ、常に原点である創業の精神に立ち返り、これまでの90年の伝統に決して甘んじることなく、社員一人ひとりがそれぞれの立場で経営理念を実践してまいります。

21世紀になり、企業の社会的責任についても、地球全体という視点で考えていかなければならないと私たちは考えています。この思いは、「Panasonic ideas for life」というブランドスローガンにも込められています。「世界中の人々のくらしを輝かせる“アイディア”をお届けすることを通じて、地球の未来と社会の発展に貢献しつづける」ということを「ブランドプロミス」という形で、世界中のお客様に対してお約束いたしました。これからもパナソニックブランドのもと、21世紀の社会的責任「地球の未来と社会の発展への貢献」を果たすため、より一層取り組んでまいります。

ラジオ生産にあたり業界全体の発展のため
重要特許を買収し公開

Panasonic
ideas for life

ブランドプロミス

Panasonicが創るのは、くらしを輝かせる「アイディア」です。
世界中の人々に明日のライフスタイルを提案し、
地球の未来と社会の発展に貢献しつづけます。

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：03-3437-1121
2008年6月発行

Panasonic
ideas for life

**＜表紙について＞**

創業者・松下幸之助が創業まもなく発売した「改良アタッチメントプラグ」（左の写真）は、当時家庭用の電源としても使用されていた照明用ソケットにねじ込んで、他の電気製品を接続するための器具でした。創業者は古い電球の口金をリユースすることで、ねじ込みやすく安価な商品を新開発しヒット商品となりました。その考え方は引き継がれ、さらに進化し、現在、省エネ長寿命の電球型蛍光灯で21世紀の地球環境への貢献をめざします。

ミックス品
FSC認証林及び管理された森林からの製品グループです
www.fsc.org　Cert no. SGS-COC-2053
© 1996 Forest Stewardship Council