

National

National

松下電工サステナビリティ・レポート2005

Sustainability Report 2005

環境的、経済的、社会的に持続可能な発展を目指して

松下電工株式会社
環境推進部

〒571-8686 大阪府門真市大字門真1048番地
TEL06-6901-5929
ホームページ@<http://www.mew.co.jp>



表紙の3つの輪は環境、経済、社会の
トリプルボトムラインをイメージしています。

2005年6月発行
CEMD-1 Jun05 1XL



CONTENTS

松下電工の経営理念	2
トップメッセージ～サステナブル・カンパニーを目指して～	3
松下グループにおける環境コラボレーション	5
2010年にありたい姿	7

クローズアップ

本業を通じた貢献	9
地球温暖化対策への取り組み	11
資源枯渇問題への対応	13
環境負荷物質削減への取り組み	15
お客様視点に立った商品づくり～ユニバーサル・デザインへの取り組み～	17
多様な人材が活躍できる企業風土を目指して	19

企業統治

コーポレートガバナンス	21
コンプライアンス	22

経済性報告

財務報告	23
ステークホルダーとの関係	24

環境報告

環境への基本姿勢	25
2004年度の主な目標と実績	27
グリーンプロダクツの創出	29
設計/調達	30
製造	31
販売・物流・施工	33
使用・消費/廃棄・リサイクル	34
環境マネジメントシステム	35
環境教育・啓発/環境コミュニケーション	36
環境会計	37
海外での取り組み	38

社会性報告

お客様とのかかわり	39
従業員とのかかわり	40
社会とのかかわり	41
担当役員あいさつ/第三者検証について	42

サステナビリティ・レポート2005の編集方針

1999年の環境報告書発行以降、毎年情報開示を進めてきました。社会から求められる情報範囲が広がるに伴い、2003年度より環境情報に経済・社会面の情報を加えサステナビリティ・レポートとして発行しています。

2005年度もGRI*ガイドライン、環境省・経済産業省の各種ガイドラインを参考に2004年度(2003年12月1日～2004年11月30日)の活動結果を中心に編集しました。※決算期の変更に伴い、2004年12月1日～2005年3月31日の実績はWeb上で開示します。

本レポートの制作に際し、読者の方との交流の機会やアンケートで頂いたご意見・ご要望をもとに改善を図りました。これまでは内容の拡充に努めてきましたが、今回はできる限り重点を絞り、詳細な情報はWebへ移行し、読みやすいレポートを目指しました。

▶WEB の項目はWeb上で情報開示しています。
(www.mew.co.jp/corp/eco)

皆様からのご意見・ご感想などを参考にしながら、より一層ご理解頂きやすいように今後も改善していきます。添付のアンケート用紙は皆様との双方向コミュニケーションツールです。来年度以降も毎年発行致しますのでご意見を頂ければ幸いです。

*GRI: Global Reporting Initiative

サステナビリティ・レポート2005の対象範囲 (2004年度スタート時の体制)

松下電工株式会社

松下電工工場(14工場)

門真工場、新潟工場、郡山工場、郡山西工場、茨城工場、幸田工場、瀬戸工場、四日市工場、南四日市工場、津工場、伊勢工場、彦根工場、米原工場、栗東工場

100%出資国内製造会社(12社)

帯広松下電工株式会社、真岡松下電工株式会社、ナショナル建材工業株式会社、山梨松下電工株式会社、尾張松下電工株式会社、竜野松下電工株式会社、北九州松下電工株式会社、名古屋松下電工株式会社、群馬電材部品株式会社、松下電工化研株式会社、松下電工マシンアンドビジョン株式会社、朝日松下電工株式会社

松下電工の経営理念

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

信条

向上発展は各員の和親協力を得るに非ざれば得難し 各員至誠を旨とし一致団結 社務に服すること

松下電工の遵奉すべき精神

- 一、産業報国の精神
- 一、公明正大の精神
- 一、和親一致の精神
- 一、力闘向上の精神
- 一、礼節謙讓の精神
- 一、順応同化の精神
- 一、感謝報恩の精神

当会社経営の基本理念

綱領信条並に我等の遵奉すべき七精神をよく体する当社従業員によって需要家に最大の満足と誠意を贈る事を念願し 常に業界の繁栄を図ると共に社会に対しより新しき価値の創設を期するものである

企業は社会の公器

松下電工には連結会社を含めると約5万人の従業員が働いています。こうした多くの人の活動が有機的に結合し、一つの方向に結集されて初めて適正な成果が生まれます。その方向を当社では、お客様が求める製品やサービスを提供することで、人々の生活の改善と向上が図られ、平和で幸福で、より高い文化社会が実現できるよう日々努力することと考えています。この考えは当社の経営理念の「綱領」に明文化されています。

人、金、土地、物、つまり企業の活動に必要なもろもろの要素はすべて本来は天下のもの、公のものであり、そういう社会のものを社会から預かって仕事をしている企業自体、やはりこれは社会のもの、公器であると言えます(松下幸之助著「企業の社会的責任とは何か?」昭和49年、PHP研究所より引用)。このことは創業者・松下幸之助が確立した経営観であり、こうした考え方が現在でも受け継がれています。

創業以来の経営理念

当社は創業以来一貫した経営理念を有し、時代の変化に対応しながら、経営を進めてきました。その心構えのよりどころとして「松下電工の遵奉すべき精神」があり、精神的よりどころ、行動指針を示しています。これは制定以来、現在に至るまで各職場で唱和され、この精神をかみしめ、仕事を通じて社会に貢献しています。

昨今、CSR(企業の社会的責任)という言葉がよく聞かれます。CSRとは、社会から必要とされ信頼される企業活動を展開することだと私たちは考えます。これは創業以来、受け継いできた「企業は社会の公器」であるという考えを基調に行動することだと思います。

当社では創業以来の考え方を基調に、グローバル化や情報化の現在に対応しながら、今後もこの理念をもとに、日々の仕事やあらゆる行動の中で実践していきます。

サステナブル・カンパニーを目指して

私は子供のころから緑に囲まれて育ってきました。現在でも山歩きや畠仕事が趣味で、自然に接する時間を大切にしているため、昨今耳に入る環境問題には大変危機感を持っています。特に2004年は、国内においては台風による豪雨の被害や新潟県中越地震などが発生し、また海外でもスマトラ島沖地震により多くの尊い人命が奪われました。こうした自然の脅威の前では人は無力だとあらためて感じる一方で、自然災害を生み出す原因にもなっている気候変動を人間自身がつくっているという事実にも正面から向き合わなければならないと感じています。

新生松下グループの事業ビジョン

当社と松下電器産業株式会社（以下松下電器）は2003年12月に包括的協業関係の構築を図ることに合意し、以降その具体的内容について協議を重ねてきました。その結果、「ユビキタスネットワーク社会の実現」と「地球環境との共存」に貢献するというビジョンを共有する新生松下グループとしてスタートしました。そして世界中のお客様に「安心・安全・愛着」「簡単・便利」「夢・感動」をお届けし、お互いの強みをくらしという観点から融合した「生活快適ソリューション」を実現したいと考えています。このコラボレーションによって今まで当社単独では実現し難かったことも、松下電器の電子技術と当社の住空間の創造技術という互いの強みを合わせることで、これまでにない提案・ソリューションが可能となってきます。

■ 新生松下グループの21世紀事業ビジョン

ユビキタスネットワーク社会の実現
地球環境との共存

地球環境との共存を目指した挑戦

当社が環境経営を進めていくにあたっての課題は、全ライフサイクル（設計から調達、製造、販売・物流・施工、使用・消費、廃棄・リサイクルに至る商品のすべてのプロセス）でいかに環境負荷の少ない商品づくりを行い、生活の質の向上を図れるかということです。

例えば、民生部門の消費エネルギー量は年々増加し、私たちは便利な生活を手に入れています。しかし、地球温暖化問題を考える際に、エネルギー使用量の削減は非常に大きなテーマの一つです。一般家庭における電力消費量のうち照明器具は16%、オフィス・工場においては22%を占め、省エネ照明器具の創出は地球温暖化防止に大きな効果があると考えられます。当社の省エネ照明器具をご使用頂いた場合の省エネ量を算出したところ、約45万t-CO₂（2004年度販売台数からの推計）もの削減効果が得られました（当社の省エネ商品全体による削減効果は58万t-CO₂）。これは、当社の全製造連結会社の生産にかかわるCO₂排出量とほぼ同量です。このことから地球温暖化対策において、製造現場での各種省エネ活動に加え、省エネ商品の創出がいかに重要な役割を果たすかがお分かり頂けると思います。こうした取り組みに加え、廃棄物の削減や環境負荷物質の削減などの活動が評価されて第14回地球環境大賞（フジサンケイグループ主催）の大賞を頂きました。大変光栄に思っております。

地球環境との共存を進めていくということは、便利で快適な生活・空間を保ちながらエネルギーや廃棄物、環境負荷物質といった問題を解決していくことだと思います。松下グループでは、新たなくらし価値をはかる物差しとして「ファクターX」という指標を挙げています。これは、環境への影響を減らしながら製品やサービスの価値を高めていくというもので、1990年を基準に2010年には生活の質を2倍にし、環境への影響を1/2にするファクター4の達成を目指しています。

ステークホルダーとの協働が不可欠

当社は「真・お客様主義」という経営ビジョンを2005年度に掲げていますが、この中には「お客様が本当にその商品が必要としているのか」「お客様自身は気付いていないが、ご提供することで感動や喜びを与えられるものはないか」まで考えることも含まれています。例えば、貴重な地球資源を使ってもお客様が求めていない商品であれば、それは資源とエネルギーの無駄づかいとなります。また、環境を特に意識していない人でも気付かないうちに普段の生活で環境に配慮された製品・サービスが溶け込んでいければ、どんなにか素晴らしいでしょう。地球もお客様の一人であることを私たちは意識しなければなりません。

ただ、こうした商品創出や取り組みを一企業がいくら行なっても、社会にそれをきっちりと受け入れて頂き、評価して頂かなければ事業そのものが成り立ちません。持続可能な社会は企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility）だけで実現できるのではなく、社会の皆様と一緒に考えていくテーマだと思っています。

また、今まで述べてきたようなことを達成するためには、従業員一人ひとりの力が何より大切です。商品をつくるのも、お客様の声を一番近いところでお聞きするのもすべて従業員であり、その人たちの努力の積み重ねこそが当社のCSRの原動力となるのです。従業員全員にそうした意識が浸透し「自分の社会的責任は何なのか」までを考えるようになれば、

自ずと社会から信頼され、必要な存在と認められるようになるでしょう。そのためには、私をはじめとした経営陣が、あらゆる機会において積極的に「当社のCSRとは何か」を発信していく必要があります。現在は、毎月従業員向けのホームページで社長メッセージを発信しているほか、各事業所を訪れて少人数での対話を行い、考え方を共有できるようにしています。

そして、このレポートを今お読み頂いている皆様も勿論私たちの重要なステークホルダーの一人です。このレポートでは、当社の想いや取り組みをできるだけ分かりやすくお伝えするよう努めました。持続可能な社会を切り開いていくためには、皆様の力が不可欠です。ぜひ、忌憚のないご意見をお聞かせ頂ければ幸いです。



取締役社長

畑中 浩一

松下グループにおける環境コラボレーション

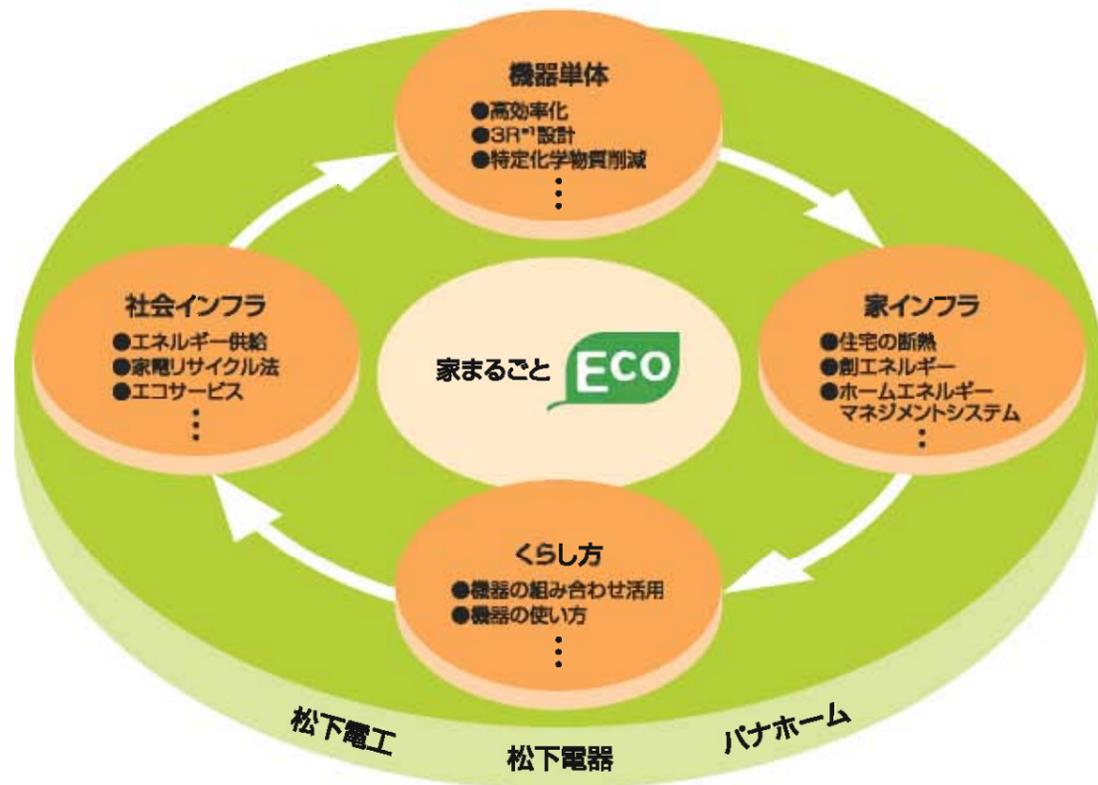
環境ビジョン

松下電器との包括的協業について具体的内容を検討する際、環境面に関する協議も行いました。両社の強みを融合することで、環境負荷低減の取り組みを加速させていきます。その取り組みのベクトルをそろえるために、新生松下グループの環境戦略を一元化し、目指す姿を明確にしました。

松下グループでは機器単体だけでなく、家インフラ、くらし方、社会インフラまで含めたくらしトータルでお客様に貢献できると考えています。私たちのくらしの質を高めるとともに、環境への影響を限りなく減らすことが大切です。その両立は可能であり、そこに新しい価値があると確信し、「新たなくらし価値」を創造していきます。その創造に向け、「家まるごとエコ」を実現するグローバルエクセレントカンパニーを目指します。

■ 新生松下グループの環境面で目指す姿

「地球環境との共存」を、くらしトータルで実現する世界No.1カンパニー



*1 3R: Reduce (発生抑制), Reuse (再使用), Recycle (再資源化)

松下グループのコラボレーションで「地球環境との共存」をくらしトータルで実現するグローバルエクセレントカンパニーを目指します

「新たなくらし価値」の指標：ファクターX

「新たなくらし価値」を創造する際、それを評価する指標が必要です。そこで商品機能の向上と環境負荷の削減の両方を総合的に評価するために、「ファクターX」を導入しました。これは「製品・サービスの価値」の向上(生活価値の向上)を分子に、「環境への影響」の削減を分母とする数式で表します。つまり「ファクターX」の値が大きいほど、生活を豊かにし、地球環境との共存を実現する方向にあると言えます。

$$\text{温暖化防止ファクター} = \frac{\text{「商品寿命×商品機能」の向上}}{\text{「ライフサイクルでの温室効果ガスの排出量」の削減}}$$

$$\text{資源ファクター} = \frac{\text{「商品寿命×商品機能」の向上}}{\text{「ライフサイクルでの循環しない資源量*2」の削減}}$$

*2 循環しない資源量=新規に地球から取り出す資源量+廃棄する資源量



商品それぞれで機能が向上し、環境負荷の削減が図れ「ファクターX」は向上しても、家庭全体で見れば使用台数や種類の増加などでトータルの環境負荷が増えては意味がありません。そこで、「家まるごとファクター」という指標を導入しました。これは家まるごとで「新たなくらし価値」を評価することです。2010年までに1990年の商品と比較して温暖化防止ファクターを5、資源ファクターを3にし、トータルで4にすることを目指します。

項目	指標	コーポレート目標 2010年(1990年比)
地球温暖化防止	温暖化防止ファクター	5
資源有効利用	資源ファクター	3
特定の化学物質削減	特定の化学物質の削減に努力します	

●ファクターXの算出(例)

1990年商品と比較して、同じ消費電力で明るさが約2倍、ランプの寿命も約2倍を達成しました。明るさを10%~100%に調光でき、音声ガイドで省エネ度、蛍光灯の交換時期をお知らせする機能も付いています。



ツインPaフLOAT55 (HFA8280)

温暖化防止ファクター 1.7

資源ファクター 2.4

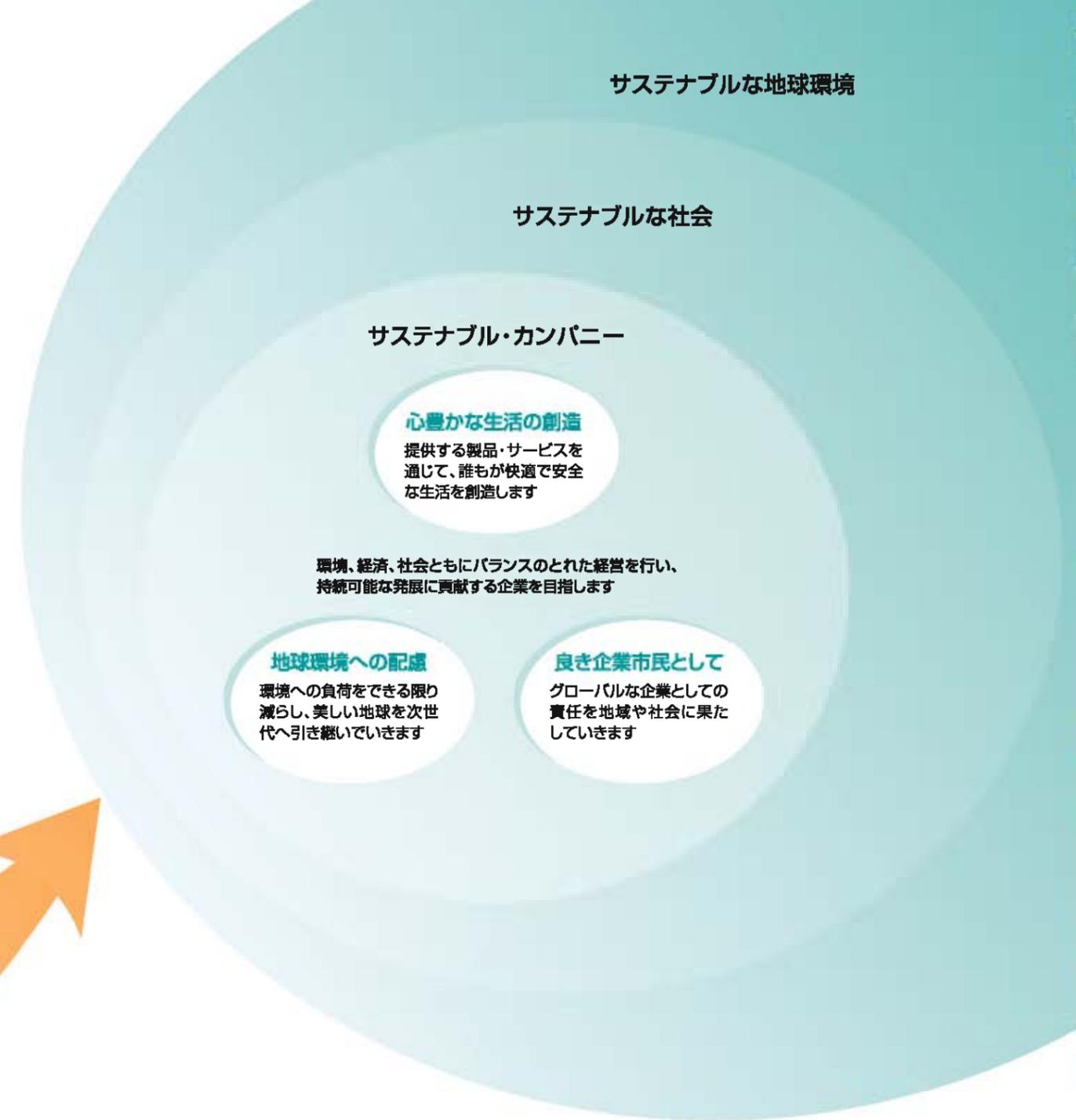
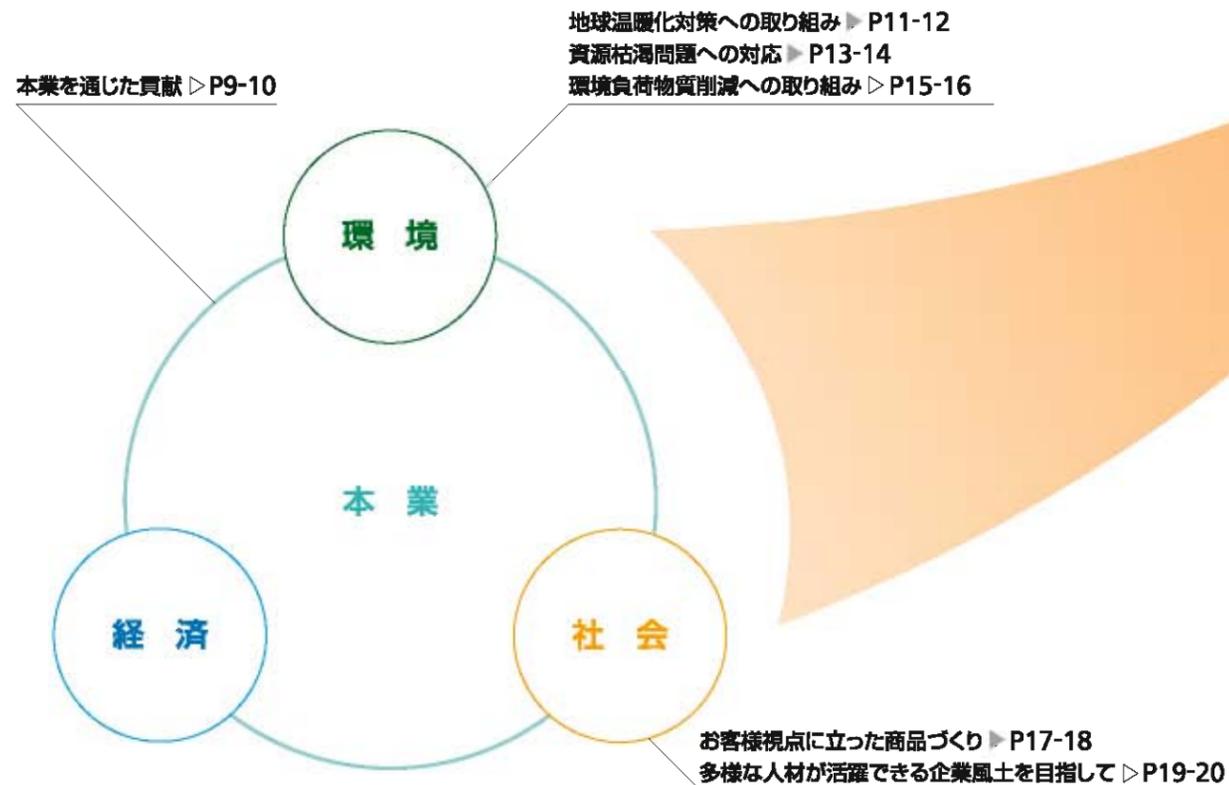
基準商品：1990年製銅線安定器30Wx4 シャンテリア
商品寿命、商品機能は同等で計算

2010年にありたい姿

持続可能な社会の実現には企業の活動もその実現を目指したものでなければなりません。当社では着実に持続可能な活動を実践する企業を目指して、2010年にお客様や社会にどのような製品・サービスを提供するようになりたいか、どのような形で貢献したいのかということをもとめました。

現在の松下電工

当社は照明器具、情報機器、電器、住設建材、電子材料、制御機器を基幹事業として様々な商品を扱っています。こうした基幹事業が関係する市場も国内外を含め広範囲に及んでいます。それぞれの事業に応じて重点課題はありますが、環境・経済・社会のバランスを取りながら、課題解決を図っていきます。



2010年に向けて松下電工が目指す企業像

京都議定書が発効されるなど、世の中は真摯に地球環境のことを考え始めており、持続可能な発展への方向に向かっていていると考えています。リースやレンタルなど脱物質型、製品循環型のビジネスモデルも多く確立され、修理・メンテナンスの考え方が発展し、お客様は商品の機能を利用するという考え方が徐々に広まってきています。

そのような中、当社経営の基本理念にある「需要家に最大の満足と誠意を贈る」ことを実現するために、環境、経済、社会ともにバランスのとれた経営を行います。環境への負荷をできる限り減らし、現状以上の環境修復を行い、美しい地球を次世代へ引き継いでいくことに努めます。さらに当社が提供する製品・サービスを通じて、「安心・安全・愛着」、「簡単・便利」、「夢・感動」をお届けし、心豊かな生活の創造を目指します。また良き企業市民として社会貢献活動を積極的に行い、グローバル企業としての責任を地域や社会に果たしていきたいと考えています。

本業を通じた貢献



松下電工の事業分野は多岐にわたります。その一つに世界有数の照明器具メーカーということがあります。照明事業においてサステナブルな社会の実現に向けて、社会にどのように貢献しようとしているのか、また今後の果たすべき役割や未来像・未来社会について考えました。

照明事業における社会トレンドへの対応

当社の照明事業のコンセプトは「地球環境保護」「快適演出」「防犯・防災」「清潔・健康」という社会トレンドに対応した快適なソリューションを提供することです。照明は従来、物をはっきり見えるようにするための機能が重要でした。しかし、最近ではそれ以外に安らぎなどの心理的な機能も注目されるようになってきました。光には演出効果があり、明るさだけでなく、人の心を癒したり、楽しさを感じさせてくれたりするという事です。こうした従来機能を損なうことなく、社会トレンドにも対応した商品を創出し、社会をより良い方向へ変えていくことができると考えています。

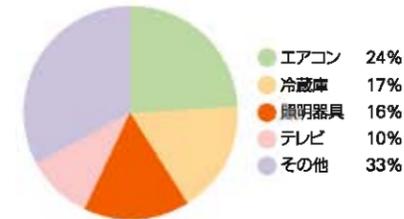
新たな「あかり社会」へ

現在、日本の家庭で使用される電力量の約16%は照明器具による消費と言われています。また、学校や病院、オフィスビルなどの建物をはじめ、道路、トンネルなどにも広く照明器具は使用されており、身近な生活の中で皆様に安心・安全・快適さなどを提供しています。

現在の照明器具のエネルギー効率は10年前と比較すると格段に向上しました。ランプの耐久性も向上し長寿命化が図られています。しかし将来、これまでの常識を覆す「長寿命」とさらなる「高効率化」により環境負荷を大幅に低減した世界が訪れると考えています。例えば、ランプが切れず交換不要な照明器具、さらには通常のコンセントからの電源供給なしにソーラーに代表される自然エネルギーだけで点灯できる新たな「あかり社会」が到来することも夢ではないでしょう。

こうした「高効率化」と「長寿命化」の潮流に応える当社の答えの一つが「LED照明」と「無電極照明」であると考え、革新的技術開発を進めています。

■家庭で消費される電力量(2001年度)



出典：省エネルギーセンター



LED照明器具(左)、無電極照明(右)



中国黄土高原での植樹の様子

次世代のあかり

●LED照明器具 (EVERLEDs)

LEDとはLight (光る)、Emitting (出す)、Diode (ダイオード)の頭文字の略で、発光ダイオードとも呼ばれる発光する半導体の一種です。LEDが発明された当初は、一粒当たりの光出力が小さいことなどから、照明用の光源としての利用ははるか先のことと考えられていました。しかし、2003年に高出力LEDユニットの開発に成功し、照明光源としての利用が可能となりました。現在では、発光効率も白熱灯を上回り、店舗などでデザイン性を重視した補助照明や交通信号機、車のテールランプなど様々な場面で使用されています。

LEDは、有害物質の水銀を使わずに点灯でき、約12年の長寿命、白熱灯の約50分の1の大きさなどの長を有しており、今までにない新しい発想の照明が可能になってきます。例えば、ランプ交換を前提として天井に付ける照明とは異なり、建築空間にマッチした形態へと変化することも可能です。すなわち光るパネルや薄型・コンパクトな照明形態など「光る建築部材」への進化が考えられます。「快適な睡眠に効果的な寝室」や「癒し感を高めるバスルーム」などなど、さらなる高効率化・省エネを図りつつ、これまで考えられなかった新しい空間演出の夢を広げていきたいと考えています。

●無電極照明 (EVERLIGHT)

エジソンによって発明された電球は「切れる」ものであり「交換する」のが常識でした。電球や水銀灯は、長時間の点灯・点滅の繰り返しによるフィラメントや電極の損耗などが寿命の原因となっていたためです。これに対し、無電極照明はフィラメントや電極を使用しない新しい点灯方式で、約15年間ランプ交換が不要となります。また、発光効率は水銀灯と

比較し約2倍の高効率を達成しました。こうした長寿命、高効率の特長を活かし、道路灯、防犯灯、トンネル灯などに使用されています。これらは歩行者や交通の安全を確保する照明であり、無電極照明は極めて有効な照明器具といえます。

●環境調和型商品の販売促進に伴う植林活動

当社の環境調和型照明器具である「SmartLightingEcoシリーズ」などを、ご採用頂いた台数に応じてNPO「緑の地球ネットワーク」を通じて植林活動を行うキャンペーンを展開(2004年9月～2005年3月)。これまでに中国の黄土高原30haに約10万本の松の苗木を植樹しました。今年度も引き続き本キャンペーンを展開し、環境調和型商品の普及とさらなる地球環境保護を推進していきます。

「第14回 地球環境大賞」で大賞を受賞(2005年4月)

「産業の発展と地球環境との共生」を目指して、環境保全活動に熱心に取り組む企業などを表彰する「第14回地球環境大賞」(フジサンケイグループ主催)で、当社の新たな「あかり社会」の創出活動をはじめとした環境活動全般が評価され、最も優れた企業に贈られる「大賞」を受賞しました。



4/14に行われた表彰式
左：WWFジャパン会長 大内照之氏
右：フジサンケイグループ代表 日枝久氏
中央：当社 畑中社長

地球温暖化対策への取り組み



地球温暖化は人類共通の問題

世界中の様々な研究成果を集めて気候変化を予測する国際組織「IPCC（気候変動に関する政府間パネル）」が2001年に極めて深刻な予測を示しました。2100年には平均気温が1990年に比べて1.4～5.8℃上昇、海面水位は9～88cm上昇するというのです。こうした状況を回避するため、温室効果ガスの排出削減義務などを定めた京都議定書が2005年2月に発効し、日本を含め世界各国が温室効果ガスの排出削減に努めています。

日本には2008年から2012年までの平均で1990年比6%削減が求められており、地球温暖化への影響度が大きいCO₂排出量の削減が急務となっています。

当事業活動におけるCO₂排出量の削減にあたっては、特に二つの側面からのアプローチが重要と考えています。一つは商品製造時に消費するエネルギーに由来するCO₂の削減、もう一つはお客様が商品をご使用頂く際に消費するエネルギーに由来するCO₂の削減です。

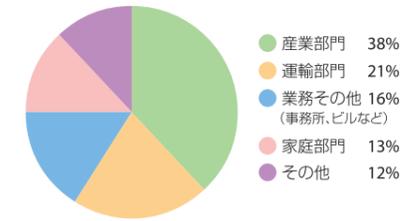
製造面における取り組み

日本の2002年度CO₂排出量は12.5億t-CO₂です。そのうち産業部門からの排出量は38%を占め、京都議定書の目標実現には産業部門におけるCO₂排出量削減が欠かせません。

当社はこれまで省エネ設備の導入や、より最適な生産体制に向けた工程全般の改善・見直し（生産効率の向上）によるエネルギー使用量の削減（CO₂排出量の削減）を図ってきました。2004年度のCO₂排出総量は24.6万t-CO₂。1990年度と比較すると2.4%減となっています。

現在、データの収集範囲は松下電工工場と100%出資国内製造会社です。今後は国内外の全製造連結会社まで拡大するとともに、松下電工工場と国内製造連結会社において2010年度までに1990年度比7%削減を目指します。その実現は、事業形態、生産量の変化が大きく影響するため、容易でないことは認識しています。しかし、京都メカニズム*の活用も含めCO₂排出量の削減に積極的に取り組んでいきます。

■日本のCO₂排出量（2002年度）



出典：平成16年版 環境白書



ツインPaフロード55音声ガイドシリーズ
平成16年度省エネ大賞
省エネルギーセンター会長賞受賞



ケナフを利用した繊維ボード

商品面における取り組み

日本における家庭部門や事務所・ビルなどからのCO₂排出量はそれぞれ全体の13%、16%を占めます。1990年と比較すると両部門とも大きく増加しており、産業部門が1.7%減少していることと比べると、その取り組みが求められています。これらの部門において当社は商品使用時のエネルギー消費量を削減することで、地球温暖化防止に大きく貢献できると考えています。

当社は省エネ商品の創出に努めてきました。地球温暖化防止への貢献を示す指標として当社省エネ商品をご使用頂いたことで削減できたエネルギー量を1996年度より算出しています。2004年度はCO₂に換算すると58.2万tのCO₂削減に貢献できました。当社ではセンサやシステム制御の商品も扱っています。それらと照明や電器商品を組み合わせることで、人が席をはずすと自動的に明るさを抑える照明器具や、天候の変化に応じてビル全体のエネルギー最適化を自動的に行うビルシステムなど、一層大きな省エネ効果を得ることが可能です。また防犯・防災・ユビキタスなどにも対応しながら、安心・安全、快適なども同時に提供していきます。

当社では、商品製造時に由来するCO₂排出量より省エネ商品をご使用頂いたことによるCO₂削減量が大きくなりました。このことから、地球温暖化防止に向けて、省エネ商品の創出が大きな使命であると考えます。今後もさらなる省エネ商品の創出を図り、くらしの質を高めるとともに環境への影響を限りなく減らし、皆様のお役に立ちたいと考えています。

さらなるCO₂削減に向けた取り組み

太陽光など自然エネルギーを活用した商品の開発やCO₂の吸収能力が高いケナフを利用した繊維ボードの本格的な事業展開も行っています。ケナフは短期間で空気中のCO₂を吸収して生育し、それを建築材料として長く使用することで、大気中のCO₂削減に寄与します。また同時に南洋材の使用量削減にも貢献できます。既に繊維ボードの開発・量産化技術の確立に成功しており、マレーシアでケナフ繊維ボードを加工・販売する事業を展開しています。

また、物流部門および営業部門でのCO₂排出量削減にも取り組んでいます。物流部門では、輸送ルートの適正化や積載効率の向上、低公害車の導入などによりCO₂排出量の削減をさらに進めます。営業部門では、オフィスの省エネ活動とともに、営業部門が所有する自動車のエコカーへの切り替えを順次行っています。

今後に向けて

先に述べたように地球温暖化問題は人類共通の大きな課題です。また産業革命以降、化石燃料の消費によって発生した人為的な問題とも言えます。その解決には様々な面からアプローチが必要で、皆様と一緒に英知を集めて問題解決を図っていきたくと考えています。

*京都メカニズム：省エネ技術供与などにより他の国で削減した温室効果ガスを自国で削減したとカウントしたり、他の国から排出権を購入する制度



地球の資源は有限

産業革命以降、人類は革新的な生産技術を獲得するとともに、地球が何億年もかけてつくってきた地球の遺産を大量に消費して、飛躍的に生活を向上させてきました。しかし、石油は約40年で枯渇すると予想されるなど、地球の資源は有限であることが広く認識されており、より有効に利用することが強く求められています。

日本は鉱物資源や化石燃料の大半を輸入に頼っています。一方、大量の廃棄物が排出され、最終処分場がひっ迫しているという現実もあります。それに伴い、廃棄物の不法投棄問題も大きな社会問題となっています。資源の少ない日本にとって、資源を有効に利用することは当然で、循環型社会の実現が望まれます。

当社では限りある資源を活用してお客様に商品を提供すること、商品使用後も有効に利用すること、商品製造時に発生する廃棄物を削減することを資源枯渇問題における重要な課題と認識し、その対策に取り組んでいます。

資源を有効に利用した製品・サービスへ

資源を有効に利用してお客様に商品を提供するには、商品の設計段階で省資源に配慮することが重要です。当社ではすべての新商品開発段階で「商品環境アセスメント」を実施しており、その中で小型・軽量化などの省資源化、商品の長寿命化、解体容易化など3R（リデュース、リユース、リサイクル）の視点で環境評価を行っています。また梱包材の省資源化も推進しており、一部照明器具の配送に省梱包・リターナブル梱包（Smartエコデリバリーシステム）を採用しています。

「製品からサービスへ」のビジネスモデル構築に向け、リース事業や既存の設備に向けた新しい付加機能を提供する製品やサービスを展開しています。例えば、オフィスビルなど施設分野で誘導灯、照明器具の安定器、さらに誘導灯や非常用照明器具のバッテリーのリース事業を行うなど新しいビジネスモデルを創造しています。



省梱包・リターナブル梱包
(左：搬入時、右：返却準備)



ゼロエミッション工場の廃棄物分別状況



マレーシアでの植林支援活動

製造・施工時に発生する廃棄物の削減

商品を製造する際、廃棄物が発生します。その廃棄物を細かく分別することで有価物化を図ったり、工場間で廃材を有効に利用することなどにより廃棄物の削減に努めています。また、不良率の削減や金型の変更によるロス削減など廃棄物の発生量削減にも取り組んでいます。このような取り組みの結果、2002年11月末までに松下電工工場、100%出資国内製造会社、全物流センターでのゼロエミッション^{※1}を達成しています。これは、当社独自の社内認定制度によるもので、今後は対象範囲を営業部門や国内外の製造連結会社へ拡大していきます。

また、住建商品などを施工する際、端材が発生する場合があります。その施工端材を現場から回収し原材料へリサイクルする活動を展開しています。広域認定制度^{※2}の認定を受け、施工端材を回収し粉砕後、原材料の一部に再使用しています。

商品使用後への対応

使用後の商品回収・リサイクルへの対応としては、既に法律で定められている小形充電式電池と容器包装については業界団体や指定法人と協力・委託して、その回収・リサイクルに取り組んでいます。EUで施行される使用済み電気・電子機器の回収・リサイクル法（WEEE指令）をはじめとした各国の法律に関しては現地のリサイクルスキームを活用しながら、松下グループとして対応を推進していきます。

今後の課題

こうした取り組みを進める上で多くの課題が残されているのも事実です。例えば、商品を世に送り出さなければならないという使命の一方で、生産・販売量の増加に伴い、資源の消費量や廃棄物量は増加します。また、リサイクルシステムの構築は当社だけの取り組みでは困難であることなどです。例えば、ゼロエミッション活動やリサイクル活動を海外に拡大していく上で、リサイクルのインフラが不足している、国の制度が整っていないなど、それぞれの地域や事情を考慮して対応すべき問題も多く残されています。

森や山はCO₂の吸収源となるばかりでなく、癒しや安らぎを与えてくれます。こうした自然からの恵みである資源をおろそかにすることは許されません。当社では住設建材部門が主体となり、木質材料の調達先であるアセアン諸国へ「緑の恩返し」と名付けた植林支援活動を展開しています。自然は経営における最大の資源という認識に立ち、お客様やお取引先、業界などとのパートナーシップをより強化し、こうした困難な課題に取り組んでいく考えです。

※1 ゼロエミッション：当社では、廃棄物の埋め立て処分ならびに単独焼却される量がゼロになり、3カ月以上継続された状態と定義しています

※2 広域認定制度：廃棄物となった商品の処理をその商品の製造・加工・販売などを行う事業者が広域的に行うことで適正な処理が確保されることを目的として、地方公共団体ごとに必要な処理業の許可を不要とする特別制度

環境負荷物質削減への取り組み



化学物質の氾濫

1960～70年代にかけて、日本は未曾有の経済成長を遂げました。しかし、その裏で、日本各地において大気汚染・水質汚濁などの公害が発生し、社会問題となりました。

現在では多種多様な化学物質が使用され、我々の生活に欠かすことのできない役割を担っているものもある一方、自然界で分解されにくいもの、焼却時などに意図せず発生し人の健康や生態系への影響が懸念されるものもあります。

化学物質による人の健康や生態系への影響を未然に防止するには、有害な影響の可能性（環境リスク）の評価を行い、その結果に応じて適切な対策を講じる必要があります。同時に、環境ホルモンなどその有害性が未解明なものも含めて、使用している化学物質を適切に管理することが重要です。

当社では、製造時に使用する化学物質と商品に含まれる化学物質双方の把握・管理を実施し、将来にわたる環境リスクの低減に努めています。

製造時の取り組み

PRTR法^{*1}に基づき、製造時に使用する化学物質（354物質群）の管理を行っています。当社から特に多く排出・移動している物質はトルエン、N,N-ジメチルホルムアミドであり、全体の51%を占めます。これらは主に樹脂や塗料に含まれる有機溶剤で、除去設備により排出量を削減しています。今後は、松下グループの管理ランク指針に沿い、対象を3,475物質まで拡大し広範囲な物質の適正管理を進めていきます。

2003年12月に1工場において、自家処理設備の能力を超える量の銅排水により県条例基準を上回る事態が発生しました。直ちに排水量を削減するとともに、高濃度排水や汚泥を社外処理委託し、自家処理設備の改善を実施しました。その結果、2004年1月7日以降は安定して十分に基準を満たした状態を維持しています。

その他の水質汚濁、大気汚染の原因となる物質に関しては各工場において濃度測定を定期的に行い、基準値以内であることを確認しています。



トルエン、N,N-ジメチルホルムアミド除去設備



グリーン調達基準書類



環境負荷物質不使用に関する説明会（タイ）

商品に含まれる環境負荷物質

昨今、商品に含まれる環境負荷物質を規制する法令が強化されています。欧州では電気・電子機器の鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、特定臭素系難燃剤（2種類）の6物質を2006年7月から禁止するというRoHS指令が発効され、このような流れは世界的に広がっています。

当社では2003年11月末までに国内外の工場および連結対象会社の製造ラインで電気・電子機器類に内蔵される回路基板の電子部品接合部から鉛はんだの使用を廃止しました（一部OEM^{*2}品、購入部品などの例外部品を除く）。また、RoHS指令への対応も期限を前倒しし、2005年10月末までにグローバルに電気・電子機器以外も含む全商品で規制物質の排除を目指します（但し、業界の標準的な部材などで代替調達の目処がたたないもの、納品先の指定によるものなどは除く）。

また、調達先がグローバル化している現在、海外の資材調達先に対しても、商品に含まれる化学物質の有無や量を確認して頂く必要があります。当社の方針をご理解頂き、調査協力を要請し、その対応を徹底しなければなりません。当社の考えをご理解頂くために、国内外で「環境負荷物質の不使用に関する説明会」を開催しました。これまで国内外で多数の取引先に参加頂き、RoHS指令規制対象の特定化学物質（鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、特定臭素系難燃剤2物質の計6物質）の全廃をお願いし、含有量の把握、環境品質管理体制の構築を進めています。

当社では、「グリーン調達基準書」および「環境負荷物質管理ランク指針」に基づき、その含有調査を加速させています。また、このような膨大な情報を一元管理できる商品含有化学

物質管理システムの導入を進め、今後もより徹底した管理によりリスク低減を図っていきます。

今後に向けて

化学物質管理への取り組みの難しさは、管理すべき情報の多さにあります。例えば、一つの商品は多数の部品や部材で構成されており、それら一つひとつについて、対象となる化学物質の含有を確認することが必要となります。また現在、有害性が認められない物質でも、将来において有害性が発見される恐れもあります。

数多くの化学物質が氾濫している現在、調達先とも協力しあい、実際に使用・含有している化学物質をしっかりと把握することが大切です。そして、それら物質の管理レベルを明確にし、禁止物質は使用・含有することのないよう、削減物質は期限までに代替化などによって削減するなど、基準や目標を明確にして管理していきます。

*1 PRTR法：化学物質管理促進法

*2 OEM：相手先ブランド生産品

お客様視点に立った商品づくり ～ユニバーサル・デザイン(UD)への取り組み～



お客様視点に立った商品づくり

当社には「企業は社会の公器」とする考え方が継承されています。これは創業者・松下幸之助が確立した経営観で、社会が必要とするから企業は存在し得るということであり、言い換えると人々や社会が必要としないのであれば、企業として成り立たないということでもあります。そういう意味で、社会やお客様の欲求に応える製品やサービスの提供が大切とする考え方が脈々と受け継がれています。当社経営の基本理念の中にも「需要家に最大の満足と誠意を贈ること」を念願するとあり、「満足と誠意」に「快適」を加えた豊かな暮らしをお届けすることを目指し、お客様視点に立った商品づくりを行ってきました。

真・お客様主義

現代は飽和の時代です。お客様の欲求が潜在化し、見えにくくなっている現代において、お客様が「見えていないもの」「気付いていないもの」「想像も及ばないもの」を創造し、提供することがお客様の感動と喜びにつながり、「真のお客様主義」

を実現することになります。その思いを明確にし、全従業員に周知するため、2005年度に経営ビジョンとして「真・お客様主義」を掲げて、今まで以上にお客様視点に立った事業展開を目指します。

共生社会の実現に向けて

UD(ユニバーサル・デザイン)とは、年齢・性別・人種・体格・心身能力の違いや障がいの有無に関わらず、少しでも多くの方が快適に利用できるような「使いやすさ」を重視した商品(製品・環境・サービス)を開発しようとする考え方です。これは松下グループが創業以来、基本精神としてきた「お客様視点に立った商品づくり」にも通じるものです。当社の考えるUDとは、様々な人々が快適な生活を過ごすことができる「共生社会」の実現に向けた商品を開発することです。どなたにとっても暮らしやすい「共生社会」の実現に役立つ、ものづくり・住まいづくり・街づくりに、これからも全社をあげて取り組みます。

「UD認定商品」と「UD配慮商品」の位置付け



2004年度UD認定商品例



UDの取り組み

現在、松下グループでは、UDを推進する際に配慮すべき事項を6項目の基本要素として設定しており、この基本6要素をもとに松下電工ではUD認定制度を実施しています。社内基準を満たした商品を「UD配慮商品」と位置付け、さらにその中で業界初あるいは業界トップレベルのものを「UD認定商品」としています。UD認定商品には、UDマークとともに、その特長をメリット表示として付記して、カタログなどに表示しています。

松下電工では、2003年度より左記のUD認定商品制度を開始し、UD認定商品の商品数、売上げともに大きく伸びています。また、UDに関する社員研修の実施や、ショールーム、ホームページなどを活用した社内外への情報発信など、UDの取り組みを積極的に推進しています。

UD基本6要素とUD認定商品例



多様な人材が活躍できる企業風土を目指して



モノを作る前にヒトをつくる

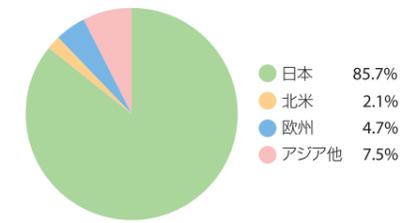
企業の社会的責任を果たしていく上で重要なテーマの一つに人材の育成があります。良き人材の育成なしには、企業は自らの社会的責任を全うしていくことはできません。そういう意味で企業は物をつくるだけでなく、あわせて良き社会人をつくらなくてはならないと考えています。当社は「モノを作る前にヒトをつくる」「物づくりと人づくりは車の両輪」という創業以来の理念をもとに人材育成に取り組んでいます。

社員が多様性を発揮して活躍できるように

企業が人を育てるということは、国際社会教育の上でも大切です。グローバル化が進行する現在、海外での事業活動が相手国に喜ばれるかどうかは、その企業の経営理念によりますが、加えて実際に海外で働く人の資質も極めて大きいと考えられます。相手国に喜ばれるためには、その国の利益を第一に考え、真に求められるものを提供し、それによってその国が発展し、人々の生活が向上するということを念頭において活動することが重要だと考えています。

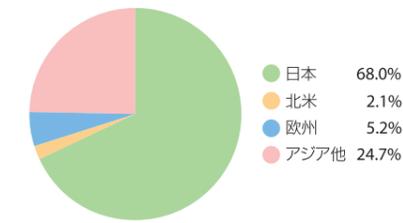
また、グローバル化と同様に日本では女性の社会進出が一般的となってきています。こうした性別・年齢・国籍などにとらわれず多様な人材が活躍できる自由闊達な企業風土を醸成することが、そこで働く従業員のやる気・やりがいの高揚につながり、結果として会社組織の活力を生み出します。少子高齢化が深刻化する日本では、今後多様な人材が同じ職場で活躍することが考えられます。また幅広いお客様にご満足頂ける製品・サービスを提供するには、自らも多様な価値観を受け入れる組織でなければなりません。こうしたことから男女社員が共生協働し、多様性を発揮して活躍する企業を目指しています。

■ 地域別売上高 (2004年度)



売上高(連結)：13,353億円

■ 地域別従業員数 (2004年11月30日現在)



従業員数(連結)：50,062人



社長と女性社員による懇談会

グローバル化への対応

2004年12月現在、海外32の国と地域で91社、136拠点で事業活動を行っています。2000年度では海外での売上は全体の売上げに対して10.9%であったのに対し、2004年度は14.3% (1,905億円) とその比率・売上高とも高くなっています。それに伴い、海外で働く従業員数の比率も32% (16,026名) と率・総数とも増加しています。

さらなる海外への事業展開を検討している現在、現地スタッフの育成が大きな課題と認識し、海外会社の現地化を推進しています。海外で働く日本からの出向者は2005年4月現在348名ですが、現地社員の管理職への登用などにより現地化を進め、現地の会社、工場に働く日本人は必要最小限にとどめ、その国の人を養成し適材をどんどん登用することにより、相手国の発展を図っていきます。

女性活躍に向けた取り組み

2004年12月現在、当社の従業員のうち、女性は22%に達しています。女性の社会進出、能力の活用、職場の活性化などの観点から、女性の管理・監督職への任用を進めています。また、管理・監督者数約4,000名のうち女性は60名を占めています。女性の社会進出を困難にしている要因の一つとして出産・子育てと仕事の両立が難しいということがあります。これは、社会的習慣や個人の考え方など様々な影響要素に基づきます。しかし、少子高齢化が進む日本において、次世代の育成を支援するため、仕事と子育ての両立が実現できる雇用・就労環境を整備することは、非常に大切です。それを支援する制度として当社では1990年度から育児休業制度を導入し、これまで延べ約1,500名の社員が活用し、利用者の

ほぼ100%が復職しています。1996年度からは就業時間を短縮した育児勤務制度を設け、多数の従業員が活用してスムーズな職場復帰を実現しています。これら以外にも労使共同で次世代育成支援のための制度や体制の整備を検討しています。

2004年6月には男女社員が共生協働し、多様性を発揮して活躍する松下電工を目指して「女性躍進推進室」を設置しました。ここでは、女性自身の「生きがい」「やりがい」を実現させるために改善や新設すべき制度・体制や風土づくりなどを検討しています。また、7月には社長と女性社員の代表による懇談会が開催され、活発な意見交換が行われました。

懇談会に出席した女性社員から出た意見

- 女性には出産というハンディがあります。育児休暇など様々な制度が整備されていますが、もう一歩踏み込んで、ハンディへのプレッシャーが少しでも軽くなるための配慮も必要だと思います。
- 育児などで長期間、会社を離れ、復職すると男性社員と差ができてしまうのが現状です。女性社員の育成や教育は長い目で対応することを考えてください。
- 女性が出産休暇を取るのも個人のライフスタイルの一つと考えられる風土づくりが大切ではないでしょうか？
- 女性は男性よりも家事などの面で制約される度合いが高いのが今の実情だと思うので、IT活用などの在宅勤務なども新たな制度として整備されればと思います。



私たちの倫理行動規範

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス体制

当社は、株主価値、顧客価値、従業員価値を創造し、企業価値を最大化するために、商法上の監査役設置会社をベースに、コーポレートガバナンス体制の充実に取り組んでいます。2003年12月以降は、スピーディかつドラスティックな「執行」体制、実効的な「監督」体制の構築、そして監査役機能の充実に取り組んできました。

「執行」体制は、社長に最高の意思決定と業務執行の権限と責任を集中しています。社長の意思決定を補佐するために社長・副社長で構成する「代表取締役会」を、社長の業務執行の指揮・監督の場として業務執行を担当する役員で構成する「経営執行役員会」を設けています。また、執行役員制度を導入し経営者層の若返りを図っています。

「監督」体制は、社外取締役のほか執行権限を持たない取締役が「経営監督役」として経営の監督に当たっています。また、監督の実効性を高めるため、社長、監査役と定期的に情報交換を実施しています。取締役会は、現在は15名で、より活発な審議ができる体制にしています。

2005年6月定時株主総会以降は、CSR、リスクマネジメント、内部統制システムなどの「統制」機能を強化するため、現在の「経営監督役」体制を改定し、社外取締役による「監督」体制と専任のCSRM (CSR, Risk Managementの総称) 担当の取締役 (代表取締役) による「統制」体制にします。CSRM担当は、CSR、リスクマネジメント活動の推進と内部統制システムの構築・運用のほか、コンプライアンス経営の推進、役員候補者案の策定などコーポレートガバナンスにおいても中心的な役割を果たしていきます。

監査役会は、常勤監査役2名、社外監査役2名で構成され、重要な会議への出席、事業場への往査、代表取締役・内部監査部門そして会計監査人との連携を通じて監査活動を実施しています。

CSR体制

当社は経営理念に基づき、事業活動を通じて社会に貢献することを使命としています。

社会から企業への要請は、様々なステークホルダーから多岐かつ高度なものになってきました。そこで当社の経営取り組みをCSRの視点から再点検し、あらゆるステークホルダーから敬愛される企業を目指すには何をなすべきかを具体化したいと考え、2005年2月に社長をトップにCSR担当役員をもつCSR室を設置しました。さらに下図の経営層からなる「CSRM委員会」、本社職能で構成する「CSR推進委員会」を組織しました。

■ CSR推進体制



さらに全社横断の本社職能からなる各テーマに応じたワーキンググループで個別テーマを検討しながら、当社のCSRに関する方針などを検討していきます。

■ 取り組み項目と視点



コンプライアンス

コンプライアンス

設立当初より当社の経営理念にある「各員至誠を旨とし」、「公明正大の精神」のもと、正しい姿勢で事業活動を行うことに努めてきました。

2002年11月には倫理行動規範を制定し、冊子「私たちの倫理行動規範」にまとめ、すべての役員・従業員に配布するとともに、ホームページに掲載し広く社外にも公開しています。

私たちの倫理行動規範

▶ WEB

実行組織の整備

コンプライアンスを全社推進するための組織として、社長を委員長とする「企業倫理委員会」を設置するとともに、「倫理担当役員」を任命し、「全社倫理推進会議」を定期的に開催しています。さらに各事業場に「倫理リーダー」を配置し、全社レベルでコンプライアンスを推進しています。

全社への活動推進

コンプライアンス上問題と思われる情報を社長に直接伝えることができる内部通報制度 (名称:コンプライアンス通報ライン) を2002年12月より設置しています。この制度は通報したことによる不利益を受けないよう通報者の秘密などが厳守されるようになっています。

教育研修にも力を入れており、全社員を対象に2003年度から毎年eラーニングやVTRによる「コンプライアンス基礎研修」を実施しています。また毎年10月を「コンプライアンス月間」と定め、ポスターの掲示や啓発シールの配布など各種啓発活動を展開しています。

2004年度には「私たちの倫理行動規範」の定着度を測るため、従業員を対象にしたモニタリングを実施しました。全体の約80%がコンプライアンスに関する意識が高まったと回答し、約70%が倫理行動規範の定着が進んでいると回答しました。

情報セキュリティ

最近の情報セキュリティに関する脅威は、コンピューターウイルスがパソコンやネットワーク機能をマヒさせるネットワークセキュリティ問題、様々なお客様の個人情報・開発商品の技術情報など機密情報が盗難に遭い、社外へ漏洩してしまう問題など多岐に渡ってきました。当社では、こうした問題に対応するため、CSO (最高セキュリティ責任者) を委員長とした全社情報セキュリティ管理委員会を設け、トラブルの未然防止や万一のトラブル発生時における迅速かつ誠実な対応を行っています。現在、事業場における情報セキュリティ委員会をはじめ、各職場単位・連結会社・海外連結会社まで情報セキュリティ委員を配置しています。

個人情報保護への取り組み

高度情報通信社会の進展に伴い、個人情報の利用が著しく拡大し、プライバシーなどの個人の権利を侵害する危険性や不安が増大してきました。こうした背景のもと、個人情報保護法が制定され、2005年4月1日より完全施行されています。

当社も「個人情報保護方針」を制定し、ホームページ上で掲載・公開しています。部署で保有している個人情報については承認登録制とし、登録していない個人情報は使用できないルールになっています。また、従業員へは当社方針や管理ルールなどを記した個人向けの携帯カードを配布したり、eラーニングを実施したりするなど、情報セキュリティに対する意識改革の啓発、ルール遵守の徹底により、事故の防止に努めています。

個人情報保護方針

▶ WEB

財務報告

2004年度の事業概要

2004年度の日本経済は、年度前半においては輸出や民間設備投資の伸びとともに、個人消費の緩やかな改善に支えられた着実な回復を続けました。年度後半には輸出と設備投資主導の景気回復にやや変動が見られ始めましたが、猛暑やアテネオリンピック需要などによる個人消費に支えられて、結果として堅調に推移しました。また世界経済は、海外経済の減速懸念や、原油価格の高騰と一次産品の価格上昇、円高懸念などが存在しましたが、総じて底堅く成長が維持されました。

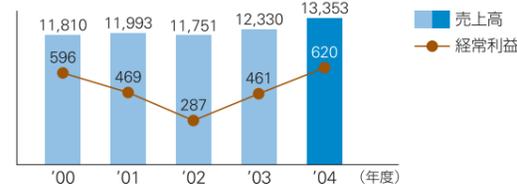
このような経営環境下において、当社は「成長は 創需要とシェア で実現」を全社方針に掲げ、シェアアップ、有望市場であるリフォーム市場の掘り起こし、ハード・ソフト・サービスが一体となった魅力的なソリューション・ビジネスの提供、グローバル成長市場への取り組みなどを通じて増収増益に努めてきました。さらに2004年度から開始した松下電器との包括的協業において「生活快適ソリューション」を提供する新生松下グループの一員として、環境を重視しながらお客様の満足度を高めるとともに、企業価値を高めるべく取り組んだ結果、2004年度は2年連続で増収増益となりました（詳細は有価証券報告書などをご参照ください）。

2005年度の見通し

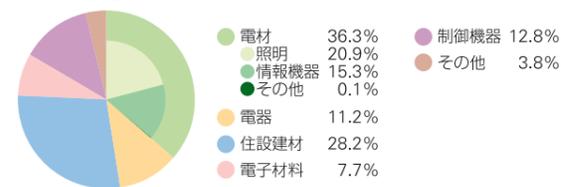
当社を取り巻く環境は、輸出・設備投資主導の景気にかげりの懸念が広がり始めていることに加え、原油価格の高騰と資材値上がり、海外経済の減速、円高など厳しい状況が予測されます。

その中で当社は2005年度に経営ビジョンとして、「真・お客様主義 Creating Customer Delight」を掲げ、暮らし方・住まい方・その快適の実現に向けて新商品創出、基幹事業の磐石化と、海外事業の加速などによる新たな成長への取り組みを通じて、さらなる企業価値の最大化に努めてまいります。

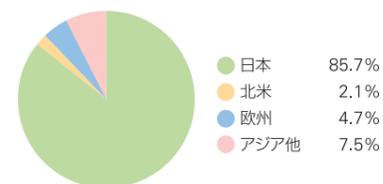
■売上高・経常利益の推移(連結) (億円)



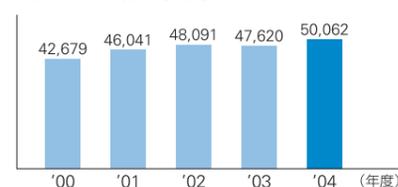
■部門別売上構成比(連結)



■地域別売上構成比(連結)



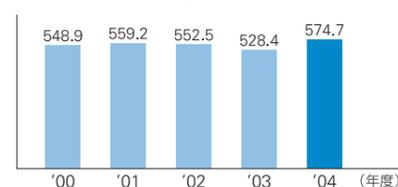
■従業員数の推移(連結) (人)



■地域別従業員構成比(連結)



■研究開発費の推移(連結) (億円)



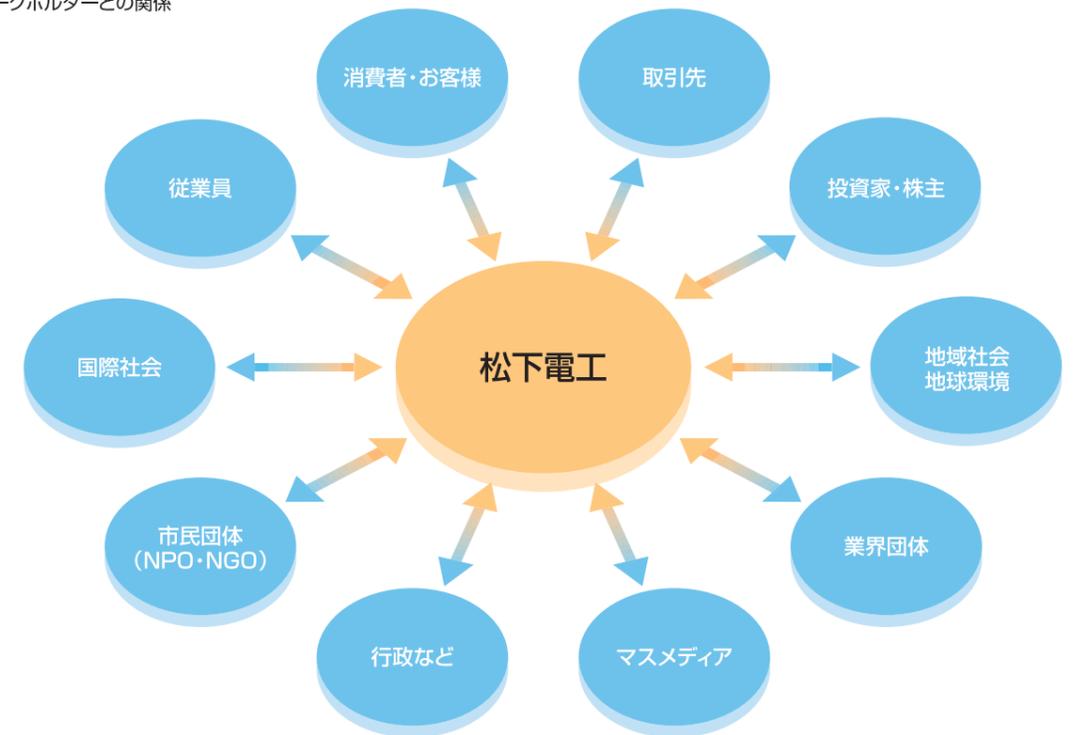
ステークホルダーとの関係

ステークホルダーとの関係

当社は様々なステークホルダーとの関係の中で事業活動を行っています。お客様に製品やサービスを提供し、その対価を頂き、取引先に必要経費を支払います。営業活動以外から生じた利益も含め、発生した利益の中から、行政(税金など)、従業員(給与など)、投資家・株主(配当)など様々なステークホルダーに分配しています。さらには新しい商品開発などへの投資も行い、さらなる価値の創出を目指しています。こうしたステークホルダーとの関係には、もちろん直接、経済的な影響のある場合もあれば、間接的に影響を及ぼす場合もあります。間接的な影響を正確に把握することは困難であり、直接的な経済影響をすべて把握する算出方法も未だ確立されていません。下図では当社とステークホルダーとの関係に関連付けました。

今後とも当社の事業活動とステークホルダーとの関係をわかりやすく開示することに努めていきます。

■ステークホルダーとの関係



社外からの主な評価

近年、業績や財務状況が優れるだけでなく環境や人権などに配慮している企業の株を優先的に購入する社会的責任投資(SRI)が拡大しています。それに伴い、企業の財務面、環境対策や社会貢献活動などを総合的に評価する企業格付けが行われています。当社の活動も評価され、いくつかのSRIファンドに組み入れられています。2004年度は以下の2つの機関から選定されました。



ダウ・ジョーンズ社
サステナビリティ・インデックス
全世界の企業を対象に総合評価を実施。318社(日本企業は37社)が選定され、当社は3年連続の選定



モーニングスター社
SRIファンド銘柄
日本国内初のSRI観点からの評価・選定を実施。当社は最高位の「総合A」評価を受け、SRIファンド銘柄に選定

環境報告

Environmental Performance

環境への基本姿勢

松下電工地球環境憲章

1992年に環境取り組みの基本理念を「松下電工地球環境憲章」に示しました。地球との共生を果たしながら持続的に発展し続けるために、地球環境保護について社員のとるべき行動の規範を明確にしています。

地球環境憲章

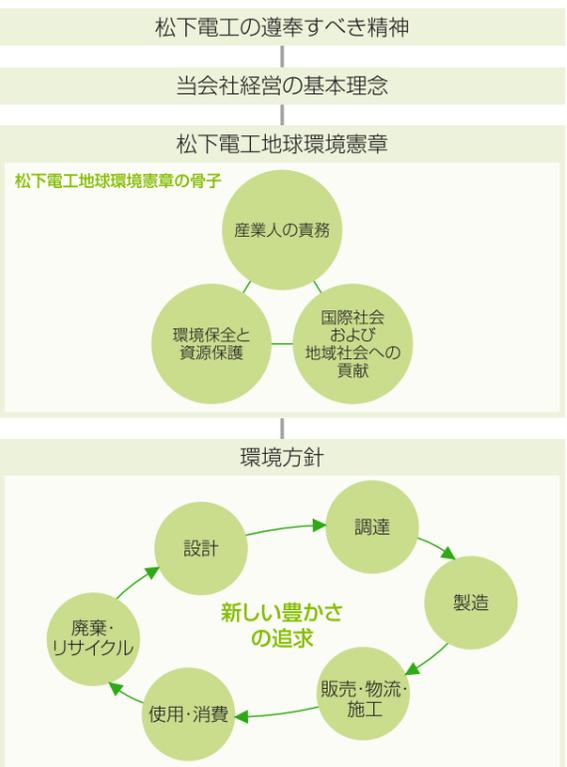
▶ WEB

環境方針

「松下電工地球環境憲章」を受けて、1996年10月に環境方針を社長が制定しました。2004年10月の改定では、生活の質の向上と環境配慮が両立する「新しい豊かさ」を追求することなどを明記しました。

環境方針

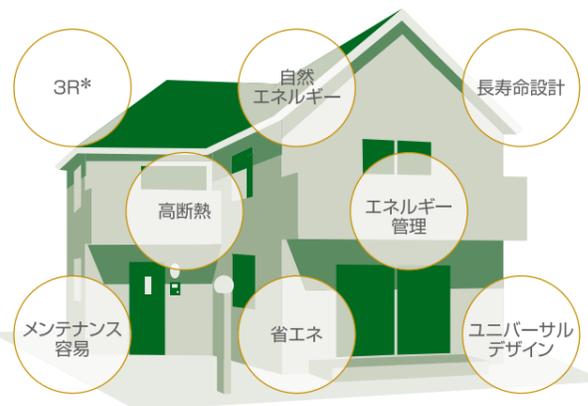
▶ WEB



当社の目指す方向性

2010年度に向けて当社の目指す方向性を2003年度に検討しました。現在、当社は住宅やビル関連の設備、照明器具などを多く扱っています。そこで、サステナブルな社会を実現するために、私たちができることは何かを考えました。その結果、資源循環型の住宅(ビル)設備をお客様に提供することが当社の使命と考えています。お客様には心豊かな生活を過ごして頂くと同時に、地球環境面でも社会に貢献する、そんな製品・サービスを家(ビル)全体で達成した「住まいまるとエコソリューション」を実現していきます。

■「住まいまるとエコソリューション」のイメージ



* 3R : Reduce (発生抑制)、Reuse (再使用)、Recycle (再資源化)

松下電器環境ビジョンとの整合

松下電器との包括的協業の具体的内容を検討するにあたり、環境ビジョンの整合と2003年度に制定した2010年度までの目標などの見直しも合わせて実施しました。

松下電器は2001年に制定した環境ビジョンの中で、「環境技術とエコロジー思考」というテーマを核として、事業活動のあらゆる側面を視野に入れた7つの分野で取り組み目標を定めその実現に挑戦しています。当社ではこれまで事業活動を4つの分野に分類して重点課題・目標を設定・管理してきました。今回の整合・見直しの中で、分類の仕方は異なりますが、その目指すべき方向は同じであることを確認しています。

松下電器の7つの分野	松下電工の4つの分野
グリーンプロダクツの新たな挑戦	プロダクツ&サービス
製品リサイクルの強化	
環境・エネルギー事業の取り組み	
クリーンファクトリーの新たな挑戦	ファシリティ
販売・物流のグリーン化	
環境コミュニケーション	コミュニケーション
環境経営と人づくり	マネジメント

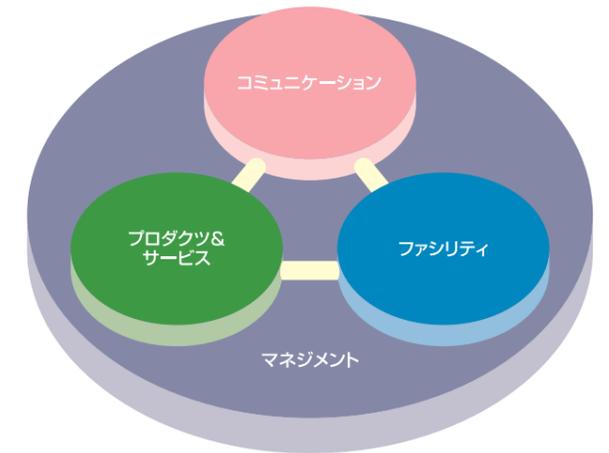
クリーンファクトリー認定工場

松下グループ全工場のレベルアップを図り、環境パフォーマンスを向上させるため、一定基準をクリアした工場に対しクリーンファクトリーとして社内認定を行います。評価項目としては地球温暖化防止、廃棄物削減、環境汚染防止、化学物質排出抑制などを予定しており、2010年度には90%以上の工場がクリーンファクトリーと認定されていることを目指して、工場の環境パフォーマンス向上を目指します。

環境中期計画

経営の基本理念である「需要家に最大の満足と誠意を贈る」ことを実現するため、社員一人ひとりの環境マインドを高め、製品・サービス、事業活動、マネジメント、コミュニケーションで高度な環境・社会活動を続ける企業を目指しています。

こうした姿を実現するために、製品およびサービス面(プロダクツ&サービス)、製造から物流・営業ビルまでを対象にした環境保全活動(ファシリティ)、双方向の環境情報交流(コミュニケーション)とそれらを支えるマネジメントの3つの分野に分けて、重点課題・目標を設定しています。



コミュニケーション

環境コミュニケーションの拡大・深化
● マルチステークホルダーとのコミュニケーション
● 社会貢献活動の活発化

プロダクツ&サービス

環境配慮商品の創出
● スーパー GP*、ダントツ GP の創出
● 新ビジネスモデルの事業化
* GP : グリーンプロダクツ

ファシリティ

環境負荷の極小化を目指した事業活動
● CO₂排出量の削減
● ゼロエミッションの維持とレベルアップ

マネジメント

環境マネジメントの革新
● グローバルマネジメントへの拡大
● 全社員の環境意識・行動のレベルアップ
● 環境会計と経営の連動

環境報告

Environmental Performance

2004年度の主な目標と実績

自己評価基準

- 目標を達成できた
- ▲ 積極的に取り組んだが目標達成に至らなかった
- ✕ 取り組みが不十分/年度計画の設定が不備

	重点課題	2004年度*1目標	2004年度*1実績	自己評価	2005年度(2005年4月~2006年3月)目標	2010年度目標		
		くらしーナルで環境負荷低減とくらし価値向上を両立			家まるごとファクター2005年版分析・評価	ファクター4の達成		
プロダクツ&サービス	[共通]	グリーンプロダクツの創出加速 スーパーGP、ダントツGPの開発	グリーンプロダクツ販売比率 40%以上	同 47.6%	●	同 52%	同 70% スーパーGP:事業本部1商品以上 ダントツGP:事業部1商品以上	
	地球温暖化防止	省エネ商品の創出	省エネ法特定機器基準値達成 蛍光灯器具:加重平均値で達成 待機時消費電力削減の技術開発	蛍光灯器具9/12区分で達成 技術開発推進 現状:0.5~10W インターホン、マッサージ椅子など	●	蛍光灯器具で達成 ガス調理機器・温水器は加重平均で達成 同 新商品1W以下	業界をリードする省エネ商品のラインアップ 同 全商品業界トップレベル	
	3R	3R設計の推進:ファクターXの向上、 資源生産性=販売金額/資源投入量(重量)	資源生産性の向上 資源投入量の把握、基準値設定	資源生産性:1,593円/kg<2003年度実績:1,478円/kg>	●	松下電器のファクターXとの整合・試算		
		使用済み商品のリサイクル対応推進	WEEE指令への対応推進	対応組織体制の明確化、法動向調査	●	WEEE指令への対応実施	業界トップレベルの回収リサイクルを実施	
		省包装の推進:売上高原単位の削減	売上高原単位 2002年度比 3%削減	同 2003年度比 5.5%削減	●	同 2003年度比 6%削減	同 15%削減	
	クリーン	商品含有環境負荷物質の削減	RoHS指令対象6物質の削減	●	RoHS指令対象物質不使用管理体制の構築	有害物質の不使用		
ファシリティ	環境配慮工場	クリーンファクトリー(以降CF)認定工場*2化				全30事業所内定(国内工場)	認定工場 90%以上	
	地球温暖化防止	CO ₂ 排出量の削減	国内工場*3	CO ₂ 排出量 2003年度比 1%以上削減 エネルギー生産高原単位 2003年度比 2%以上削減 省エネ率 3%以上	同 1.0%増加 未達理由:生産高が2003年度比5.4%増加したため 同 5.6%削減 同 4.6%	▲	同 前年度比 1%以上削減 同 前年度比 2%以上削減 同(松下電器方式*4) 3.5%以上	CO ₂ 排出量 1990年度比 7%削減 (国内工場+連結製造)
			製造連結	CO ₂ 排出量の把握準備(現状調査)	データ把握(2004年度実績:2.3万t)	●	省エネ率(松下電器方式) 3.5%以上	上記参照
			海外製造	エネルギー使用量の把握準備	準備完了	●	エネルギー使用量の把握	エネルギー生産高原単位継続的改善
		営業ビルCO ₂ 排出量の削減	CO ₂ 排出量の現状把握	2.0万t(内訳 1.6万t[ビル]+0.4万t[自動車])	●	CO ₂ 排出量 前年度比 1%以上削減 原単位 前年度比 1%以上削減	同 2004年度比 6%削減	
		物流部門CO ₂ 排出量の削減 エコカー導入	CO ₂ 排出量の現状把握	概算値:7.7万t/年(12物流センターと5事業部物流)	●	販売物流のCO ₂ 排出量 前年度比 1%以上削減 業務用車両をエコカーへの順次切替え	同 2004年度比 6%削減 エコカー率 100%	
	3R	廃棄物の削減と適正処理	社外処理委託量の削減 国内工場 2000年度比 23%削減 廃棄物適正処理の徹底 電子マニフェスト対応廃棄物管理システムの導入	同 6%削減 未達理由:環境汚染リスク低減のため、排水処理方式を 変更し社外処理委託量が増加したため 廃棄物管理システムの適正処理機能の導入	▲	同 2000年度比 26%削減 営業・物流部門:2004年度比 2%削減 廃棄物と有価発生物発生量削減 前年度比 2%削減(国内工場+製造連結) 海外製造:廃棄物の生産高発生量の把握	同 2000年度比 20%削減 同 2004年度比 10%削減 国内工場+製造連結+海外製造: 発生量の生産高原単位 2000年度比 20%削減 廃棄物と有価発生物発生量 前年度比 2%削減	
		ゼロエミッションの全拠点展開	製造連結などのゼロエミッション達成	製造連結、照明リサイクルセンター、持分法適用会社などで達成	●	CF認定で展開(国内工場+製造連結) ゼロエミッション達成(営業ビル)	CF認定で展開 (国内工場+製造連結+海外製造)	
		水使用量の削減	生産高原単位 2003年度比 2%以上削減	同 9.6%削減	●	同 2001年度比 4%削減(国内工場)	同 9%削減(国内工場) 同 2004年度比 6%削減(製造連結+海外製造)	
	クリーン	PRTRの排出・移動量*5の削減	国内工場 2002年度比 52.2%削減(354物質群)	同 50.6%削減(2003年4月~2004年3月)	●	同 44.1%削減 国内工場+製造連結+海外製造:3,475物 質の月次把握	同 62.2%削減 同 売上高あたりの排出移動量 2005年度比 30%削減	
コミュニケーション	環境情報・コミュニケーション	環境情報開示の充実	環境活動の情報開示充実 ステークホルダーとのコミュニケーション拡大	レポート・ダイジェスト版の発行 地球環境展および環境講演会開催 レポート2004読む会の実施(大阪10月、東京11月)	●	レポート、サイトレポートなどの発行 地球環境展の開催 ステークホルダーミーティングの継続開催	ステークホルダーカテゴリごとの情報開示 多岐のステークホルダーコミュニケーション	
	社会貢献活動	社会貢献活動の企画と実施	全社および地域推進型貢献活動の実施	労働組合と連携し企画、実践	●	社会貢献活動の実施 環境NPOとのパートナーシップ強化	グローバルで社会貢献活動が定着	
マネジメント	マネジメント体制	環境マネジメントシステムの拡充	環境マネジメントシステムの拡充	国内外連結会社へ対象範囲の拡大推進 分社ごとの環境推進体制を構築	●	グローバル環境マネジメントシステムの構築	グローバル環境マネジメントシステムの確立	
	環境経営	環境会計の充実	費用対効果の評価の仕組みづくり 対象範囲の拡大	松下電器の方法と整合 対象範囲の拡大は未達。2005年度より実施	▲	環境会計と連動した経営指標の立案 対象範囲の拡大	環境経営指標による改善活動の定着	
	教育	環境教育の充実	環境教育訓練システムの見直し 経営層(役員クラス)への環境研修導入	環境教育の実施。システム見直しは未達 経営層の環境研修(2005.3.25実施)	▲	カリキュラム整備とニーズに合った研修実施 環境eラーニングの導入	全社員の環境意識・行動のハイレベル化	

*1 2004年度:2003年12月~2004年11月
*2 クリーンファクトリー認定工場:26ページ参照
*3 国内工場:松下電器工場と100%出資国内製造会社

*4 省エネ率(松下電器方式):当該年度の省エネ率(CO₂削減量)/前年度の全エネルギー使用実績値(CO₂排出量)
*5 PRTR排出・移動量年度:行政年度に準じる

グリーンプロダクツの創出

グリーンプロダクツの定義

省エネ、省資源、グリーンに配慮し、業界トップレベルの環境性能・品質をもつ商品をグリーンプロダクツとして社長決裁により認定しています。グリーンプロダクツには自己宣言型の環境ラベルをカタログなどに表示し、環境面での商品特徴をお客様にわかりやすく明示しています。さらに業界No.1(オンリーワン)の環境性能を実現した商品をダントツGP、持続可能な社会の実現に向けて新たなトレンドを創る商品をスーパーGPと位置付け、その創出を目指しています。

■グリーンプロダクツの考え方



環境配慮型商品 (ECP) の区分

▶ WEB

社外からの主な評価

- ツインPaフロート55音声ガイドシリーズが平成16年度省エネ大賞 省エネルギーセンター会長賞を受賞
- SmartLightingEco タイマーセルコンが第1回 エコプロダクツ大賞 エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞を受賞
- エパーレックスが2004電設工業展製品コンクール 国土交通大臣賞を受賞

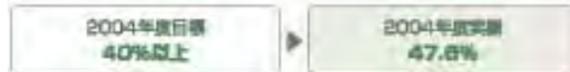
受賞内容

▶ WEB

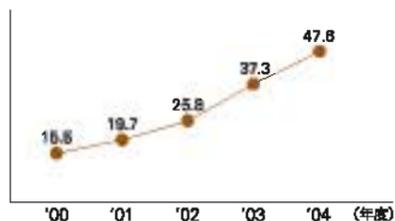
グリーンプロダクツの販売比率の推移

グリーンプロダクツの販売比率の向上を目指して取り組んでいます。2004年度は、47.6%と目標を大きく上回りました。これは環境に配慮した商品を選びたいというお客様のご要望が高まってきていることと、グリーンプロダクツの創出が加速した効果と考えられます。現在、グリーンプロダクツの販売比率に関する項目を各部門の業績評価に反映しており、各部門ともグリーンプロダクツの創出に積極的に取り組んでいます。

■グリーンプロダクツの販売比率



■グリーンプロダクツの販売比率 (%)



今後の目標

2003年度に設定した環境中期計画では、2006年度のグリーンプロダクツの販売比率目標は50%でした。2004年度の実績が47.6%と目標(40%)を大きく上回り、2005年度には52%、2006年度には55%以上と目標を上方修正しました。さらに、グリーンプロダクツの中でも特に環境性能に優れたスーパーGPやダントツGPの創出を推進しています。

環境配慮型商品 (ECP) の実績と方向性

▶ WEB

2004電設工業展 製品コンクールで国土交通大臣賞を受賞

グリーン調達基準書類

環境負荷物質の不使用に関する説明会(タイ)

設計

商品環境アセスメント

設計段階で商品が環境に与える影響を評価する商品環境アセスメントを複数回実施しています。この制度は全事業部の新商品開発管理フローに明記・運用されています。

また、「アセスメント・チェックシート」や「商品の環境情報データシート」をイントラネット上に掲載し、各商品企画・設計者がダウンロードして使用できるようにしています。

商品環境アセスメントのフロー書 評価項目と目的
 アセスメント・チェックシート ▶ WEB

LCA(ライフサイクルアセスメント)

商品の製造から廃棄・リサイクルに至るまでの環境負荷を定量的に把握し、新商品企画・設計に活用するためLCAを実施しています。

また、社内での普及・定着を促進するため、LCAに関する研修を行うとともにCO₂・NO_x・SO_xなどをはじめとする各種データベースをイントラネット上に公開し、商品企画・設計者が使用できるようにしています。

LCA実施事例

▶ WEB

商品含有環境負荷物質の削減

地球環境や人の健康にかかわる被害を生ずる恐れがある物質について、国内外の規制動向を考慮しながら、設計段階から商品に含有する環境負荷物質の削減を推進しています。RoHS指令対象特定物質*1についてはすべての部品・部材の含有調査を実施し、含有が確認された部品の約3分の2を2005年3月末までに代替完了しました。納入先の指定や調達先が対応中であるなどの理由で代替未了の残り3分の1については、2005年10月末までの完了を目指します(但し、業界の標準的な部材などで代替調達の目処がたたないもの、および納入先の指定によるものなどは除く)。

*1 RoHS 指令対象特定物質：鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、特定有害元素削減第2物質の計6物質

商品含有環境負荷物質削減の今後の方針・計画
 部品・材料の代替化促進(鉛はんだ、塩ビ樹脂、VOC) ▶ WEB

調達

原材料・部品のグリーン調達

RoHS指令などの環境関連法規制への対応と松下グループとしての活動の整合を図るため、2004年7月に「環境負荷物質管理ランク指針(第3版)」および「グリーン調達基準書(第2版)」を発行しました。この中で、商品を構成する部品、材料などに含有する環境負荷物質について管理レベルを明確にし、取引先に使用制限を求めています。国内および海外においてその方針・内容について説明会を開催し、周知徹底を図っています。

今後は取引先と連携しながら、商品に含まれる環境負荷物質の含有量の把握と削減、環境品質管理体制の構築を進めていきます。

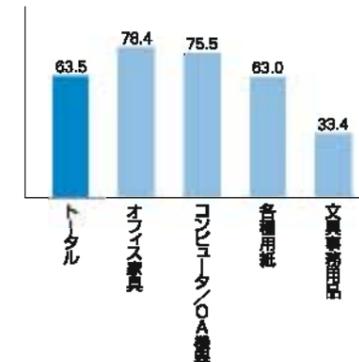
グリーン調達基準書類 環境負荷物質の管理水準
 今後の調達計画 ▶ WEB

オフィス用品のグリーン調達

当社ではオフィス用品などの購入をイントラネットで行っています。その際、エコマーク商品やグリーン購入ネットワーク*2の登録商品に「エコ表示」(マーク)を貼付し、エコ商品を選択しやすいようにしています。2004年度のオフィス用品のグリーン調達比率は63.5%となりました。2010年度にはすべてのオフィス用品をエコ商品にすることを目標に2005年度は事務用紙製品のグリーン調達比率を85%、その他オフィス用品については80%を目指します。

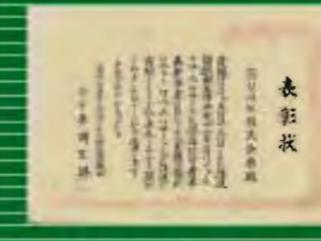
*2 グリーン購入ネットワーク：環境への負荷が少ない製品やサービスの優先的購入を進めるネットワーク

■オフィス用品のグリーン調達比率 (%)





エネルギー管理優良工場等表彰(津工場)
(左:省エネ射出成形加工システム 右:表彰状)



3R推進功労者等表彰(サックス)



地下水浄化装置(津工場)

製造

地球温暖化防止

地球温暖化防止に向けCO₂排出量の削減に努めています。2004年度は、各種省エネ活動を展開しましたが、生産高が前年度比5.4%増加したため総排出量では目標を達成できませんでした。一方、国内全製造連結会社と海外製造連結会社のCO₂排出量を2004年4月から把握し、WEB上で開示していきます。

引き続き、2010年までに松下電工工場と国内製造連結会社のCO₂排出量を1990年度比7%の削減に取り組みます。各種省エネ活動に加え、京都メカニズム*1の活用も視野に入れ、積極的に削減に努めていきます。

*1 京都メカニズム：省エネ技術供与などにより他の国で削減した温室効果ガスを自国で削減したとカウントしたり、他の国から排出権を購入する制度

社外からの主な評価

津工場が平成15年度エネルギー管理優良工場等表彰(電気部門) 経済産業大臣表彰を受賞

CO₂排出量



生産高当たりのエネルギー消費量



CO₂排出量と生産高当たりのエネルギー消費量



*各種エネルギーの換算係数について
 ●CO₂換算係数は日本電機工業会の係数を引用。
 但し、電気の換算係数はすべての年度において電気事業連合発表の1990年需要増係数(0.42kg-CO₂/kWh)を使用
 ●原油換算係数は、改正省エネ法の数値を引用

エネルギー管理優良工場等表彰 使用エネルギー削減比率
 事業本拠地CO₂排出量 WEB

廃棄物削減

社外処理委託量の削減と社内認定によるゼロエミッション*2活動を展開することで廃棄物削減に取り組んでいます。2004年度は、1工場において排水の環境汚染リスク低減を図るために自家処理から社外委託に変更したことなどの影響で社外処理委託量削減の目標を達成できませんでした。現在は処理設備増強により増加分の半減を達成しています。また、適正処理推進のため社内研修の実施と電子マニフェスト(産業廃棄物管理票)に対応した廃棄物管理システムを導入しました。

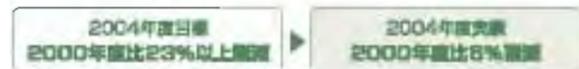
2005年度は、社外処理委託量を2000年度比26%以上の削減に取り組みます。一方、松下電工工場と国内製造連結会社、海外製造連結会社の有価物を含めた廃棄物の発生量の把握を開始し、それぞれ6.2万t、2.6万tとなりました。2005年度以降は前年度比2%の削減を進めていきます。

*2 ゼロエミッション：当社では、廃棄物の埋め立て処分ならびに単焼却される量がゼロになり、3カ月以上継続された状態と定義しています

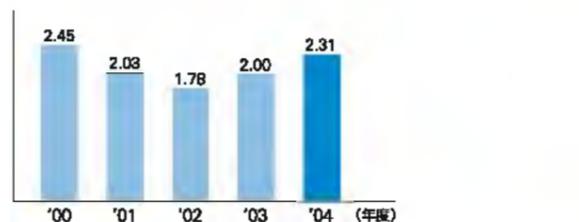
社外からの主な評価

連結製造会社のサックスが3R推進功労者等表彰 3R推進協議会会長賞を受賞

廃棄物の社外処理委託量



廃棄物の社外処理委託量(万t)



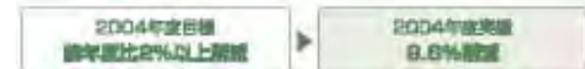
3R推進功労者等表彰 廃棄物の排出状況
 廃棄物管理システム WEB

水資源の有効利用

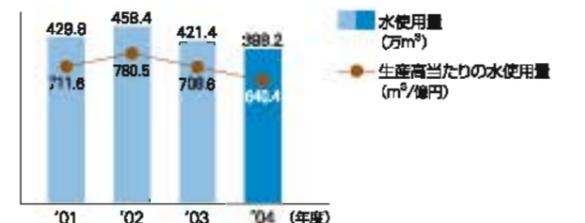
貴重な水資源の保全を目的に、水の使用量削減に取り組んでいます。2004年度の生産高当たりの水使用量は640.4m³/億円で、前年度比で9.6%削減となりました。2005年度は2001年度比4%以上の削減を目指します。

排水は排水処理施設で処理した後、公共用水域や公共下水道に排水しています。全工場の最終排水溝にpH計などを設置し24時間連続で監視できるシステムを導入し、環境事故の防止や早期発見に努めています。

生産高当たりの水使用量



水使用量と生産高当たりの水使用量



環境リスクマネジメント

環境汚染物質管理(PRTR)

2002年4月よりPRTR法(化学物質管理促進法)の施行により対象物質(354物質群)の排出・移動量を該当都道府県に届け出ることが義務づけられました。

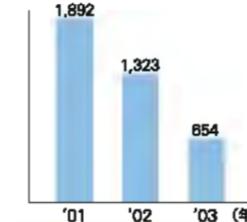
2003年度(2003年4月~2004年3月)のPRTR法対象物質の排出・移動量は654tで、2002年度比50.6%の削減となりました。

2005年度は2002年度比44.1%削減を目指すとともに、松下グループの化学物質管理ランク指針(工場版)に沿って3,475物質の管理を行っていきます。

PRTR法対象物質の排出・移動量



PRTR排出・移動量(t/年)



PRTR法対象物質の排出・移動量
 松下グループ化学物質管理ランク指針 WEB

大気への環境負荷低減

オゾン層破壊物質となる特定フロンは1993年11月末、トリクロロエタンは1994年12月末に全廃しました。各工場のボイラなど大気汚染防止法に係る施設では、定期的に排ガス濃度を測定し、基準値以下であることを確認しています。

また1工場臭気に関する苦情がありました。当該自治体に報告し、処理方式の変更、原因推定物質の代替化について検討を行い、実験・推進を行っています。

土壌・地下水汚染防止への対応

環境省の「土壌・地下水汚染に係る調査・対策指針および運用基準」に沿って、すべての工場土壌・地下水分析を行いました。土壌汚染が検出された津工場では行政指導のもとで1998年10月より浄化作業を継続しています。現在では安定して基準値を下回るレベルまで低下しています。他の工場でも定期的に地下水を分析し、継続的に監視しており、新たな汚染は発見されていません。

津工場の地下水浄化

津工場の地下水浄化 WEB

その他の取り組み

ポリ塩化ビフェニル(PCB)使用機器の管理
 有害物質正処分の取り組み
 環境事故・トラブルの未然防止 WEB



環境・エネルギー優良建築物：松下電工ビル（東京・汐留）

廃棄物管理実務研修

販売・物流・施工

営業活動における環境コミュニケーション活動

営業部門は、お客様と直接コミュニケーションを図る重要な役割を担っています。お客様の環境関連ニーズやトレンドを商品企画・設計部門にフィードバックすることで、環境調和型商品の開発に役立てています。また、住建商品、照明器具、住宅用分電盤などから放散するVOC（揮発性有機化合物）量を測定・開示するなどお客様のご要望に積極的に対応しています。

営業部門における環境コミュニケーション活動のイメージ図 [▶ WEB](#)

営業部門でのCO₂排出量削減

2003年6月より、営業部門から排出されるCO₂排出量の把握を始めています。2004年度はCO₂換算で営業ビルから1.6万t、営業車から0.4万tが排出されました。

営業ビルの省エネ活動を推進しており、松下電工ビル（東京・汐留）が（財）建築環境・省エネルギー機構から環境・エネルギー優良建築物（レベル2）に認定されました。また、営業部門が所有するすべての自動車について、2010年までにエコカーへの切り替えを行います。

環境・エネルギー優良建築物 [▶ WEB](#)

営業部門での廃棄物適正処理への取り組み

営業活動の中で、廃棄物の不法投棄を未然に防止するため廃棄物管理実務研修を開催し、管理レベルの向上とリスク低減を図っています。オフィスビルにおいてもごみの分別やリサイクルなどに取り組んでおり、環境負荷の低減に努めています。また、廃棄物管理システムの導入も進めており、適正処理を推進していきます。

廃棄物管理システム [▶ WEB](#)

物流部門でのCO₂排出量削減

物流センターを中心に代理店、現場、消費者への物流（販売物流）のCO₂排出量概算値を把握しています。2004年度はCO₂換算で約7.7万tとなりました。今後は対象範囲の拡大と以下の方策によりCO₂排出量を前年度比1%以上の削減を目指します。

- ・輸送ルートの適正化や積載効率の向上によるトラック輸送の効率化
- ・低公害車の導入や車両大型化、共同配送などによる効率化
- ・鉄道や内航海運の利用（モーダルシフト）

物流センターでのゼロエミッション活動

2002年11月末までに当社全物流センターでゼロエミッションを達成しています。2001年10月には物流センター内に照明リサイクルセンターを設立し、未使用の返品照明器具を回収・解体・分別し、リユース・リサイクルを推進しています。

照明リサイクルセンター [▶ WEB](#)

施工現場における端材の回収・リサイクル

施工現場で発生する施工端材の回収と原材料へのリサイクル活動に取り組んでいます。外装材、瓦、天井材、雨樋の4品目について広域認定制度*1などの認定を受けて、全国9拠点（クボタ松下電工外装を含む）で施工端材を粉砕し、原材料の一部に再利用しています。

*1 広域認定制度：廃棄物となった商品の処理をその商品の製造・加工・販売などを行う事業者が広域的に行うことで適正な処理が確保されることを目的として、地方公共団体ごとに必要な処理業の許可を不要とする特例制度

使用・消費

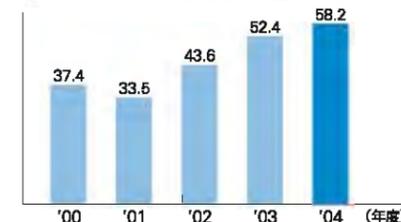
商品使用時の省エネ効果

当社の省エネ商品による地球温暖化防止への貢献を示す指標として、「当社省エネ商品使用による省エネ量*2」を1996年度より試算しています。これは当社省エネ商品をご使用頂いたことで削減できたエネルギー量を集計したものです。

2004年度は電力換算で13.2億kWh/年の省エネを図ることができました。これは58.2万tのCO₂排出量の削減に相当します。2003年度と比較すると、省エネ量は11.1%増加しており、省エネ商品の普及が進んでいることがわかります。また、2004年度に松下電工工場と100%出資国内製造会社で使用したエネルギーに起因するCO₂排出量は24.6万tであり、それを大きく上回るCO₂の排出を削減できたこととなります。

*2 省エネ商品使用による省エネ量
 = (1台当たりの省エネ量) × (年間販売台数) × (年間想定使用時間)

■ 省エネ商品使用による省エネ量（CO₂換算）（万t-CO₂）



※電力CO₂換算係数：0.12kg-C/ kWh
 （環境省 環境家計簿）

廃棄・リサイクル

使用済み商品の回収・リサイクルシステムの構築

2005年8月にEUで施行されるWEEE指令*3をはじめとした各国の法律や業界動向を見極め、計画的な対応を推進しています。現地のリサイクルスキームを活用し、松下グループとして法制度や業界の動向も見極めながらWEEE指令への対応を推進していきます

*3 WEEE 指令：欧州議会で承認された加盟国は、電気・電子機器廃棄物を一般の廃棄物と分別して回収システムを確立しなければならない

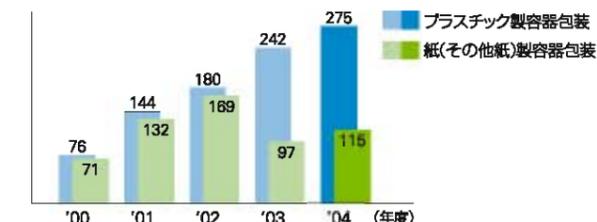
小形充電式電池の回収

誘導灯など小形充電式電池を利用した機器を製造している当社は、他メーカーと共同で有限責任中間法人JBRCを設立し、小形充電式電池の回収・リサイクルに取り組んでいます。2004年度におけるJBRCの回収・リサイクル量は1,162tで2003年度より10%増加しました。今後もJBRCを核として回収・リサイクルに取り組むとともに、意識啓発活動を展開していきます。

容器包装のリサイクル

容器包装材のリサイクル義務は、市町村で分別回収された容器包装を指定法人「日本容器包装リサイクル協会」にリサイクル委託する方法で履行しています。

■ 容器包装リサイクル委託量（t）





海外会社の環境監査(ドイツ)

海外会社の環境監査(タイ)

環境会計

環境会計への取り組み

環境保全活動に要した費用とその効果を把握し、計画的・継続的な環境保全対策実施への判断ツールとして利用すること、従業員の環境意識向上を目的に1998年度から環境会計を実施し、情報開示しています。

2004年度環境会計詳細結果

▶ WEB

対象範囲

- 松下電工工場(商品開発、R&D、本社含む)、国内100%出資製造会社、営業地区および物流センター

集計条件

- コスト面は環境活動を主目的にしたものに限定
- 人件費は業務時間比率で按分
- 減価償却費は投資金額との二重計上になることを避けるため、費用として計上せず
- 経済効果額は根拠のある6項目に限定

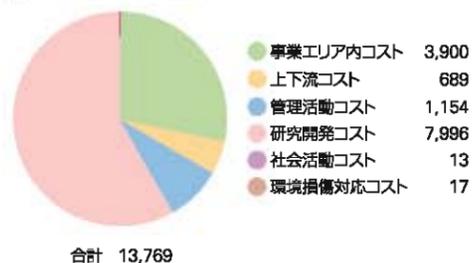
前年度からの変更点

- 松下電器との包括的協業により、松下グループ環境会計の内容と整合
 1. 環境保全コストの内訳変更
 2. 経済効果は単年度のみでなく過年度効果を合算

環境保全コスト

2004年度の環境保全コストは137.7億円となり、前年度に比べ9.8億円の増加となりました。中でも研究開発コストが約20.1億円増加しました。これはケナフ利用など新規事業の立ち上げ、リサイクル技術開発、商品の有害物質削減の投資と費用が増加したためです。また、事業エリア内コストが減少したのは、廃棄物削減効果が表処理コストなどが低減したためです。上下流コストが減少したのは、環境配慮材料が一般化し、今年度から材料差額の算出を止めたためです。

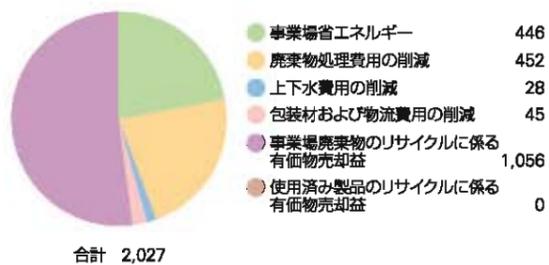
■ 環境保全コスト (百万円)



環境保全対策に伴う経済効果

2004年度の環境保全対策に伴う経済効果は20.3億円となり、前年度に比べ約5.6億円の増加となりました。中でも廃棄物削減効果による処理費用の削減で約3.6億円、廃棄物売却益で約1.1億円の経済効果が上がっています。

■ 環境保全対策に伴う経済効果 (百万円)



環境保全効果

CO₂排出量は前年度に比べ1.0%増加しましたが、生産高当たりのエネルギー消費量は減少しています。また、グリーンプロダクツの販売比率や商品使用時の省エネ効果も前年度より増加し、確実に効果が上がっています。

■ 環境保全効果

対応する効果	事業活動に関する効果	省エネ: 生産高当たりのエネルギー消費量 5.6%削減(前年度比)
事業活動から排出する環境負荷および廃棄物に関する効果	環境リスクの回避: 7件 CO ₂ 排出量: 1.0%増(前年度比) 廃棄物社外処理委託量(リサイクルを含む): 2.31万t/年(前年度比16%増) ゼロエミッション達成範囲(累計): 62事業所(国内工場、物流センター、製造連結会社)	
上下流コストに対応する効果	事業活動から産出する財・サービスに関する効果	容器包装リサイクル量: プラスチック 275t/年(前年度比14%増)、紙 115t/年(前年度比19%増) オフィス用品のグリーン購入比率: 63.5%(前年度73.1%) グリーンプロダクツ販売比率: 47.6%(前年度37.3%) 商品使用時の省エネ効果: 58.2万t-CO ₂ /年削減相当(前年度52.4万t)

今後の方向性

国内の全製造連結会社に加え、海外製造連結会社を対象を広げていく予定です。また、環境保全コストとその効果を的確に評価するため環境保全効果の金額換算を検討します。資源生産性の向上と効率的な投資を行うためマテリアルフロークロス会計の導入も検討します。

海外での取り組み

海外拠点の状況

2004年度の海外での売上げは1,905億円で、前年度と比較すると10%の増加となりました。全体の売上げに対する割合も約14%となりました。地域ごとの海外会社の状況は、アメリカ8社、ヨーロッパ31社、アジア他に52社となっています。海外での売上げ比率が伸びている現在、海外における環境負荷削減も重要な課題であると認識しています。

海外拠点の環境保全活動

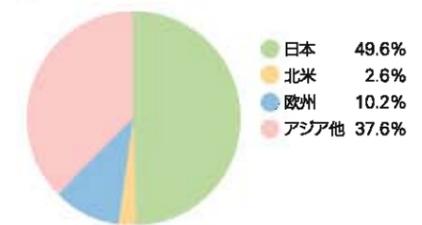
現在、ISO14001の認証取得など現地スタッフを中心に現地の環境規制に対応した環境保全活動を行っています。内部環境監査と外部の認証機関による外部環境審査のほかに隔年で「松下電工グループ環境監査」を実施し、日常の運用状況をチェックし、日本の本社および管轄部門と連携して展開しています。2004年度は海外23社で環境監査を実施しました。地域によっては廃棄物をリサイクルするインフラが整っていないため、リサイクル率の向上が簡単には図れない地域や、化学物質の管理を厳正に実施している工場など、地域に応じた課題や特徴があります。また松下電器との包括的協業によって、松下電器の海外工場との連携や情報交換、環境パフォーマンスデータの収集などを行っています。さらに2004年度から海外拠点まで管理対象範囲を広げるにあたり、環境保全活動への方針や中長期計画などの理解・協力を得るため、現地に説明会を開催しました。

2004年度の主な結果

CO₂排出量

2004年度のCO₂排出量を地域ごとに図示しました。地域ごとに見ると、海外ではアジアが最も多く37.6%となっています。CO₂の換算係数は各国の換算係数を使用しています。今後はエネルギー使用量の把握精度を上げるとともに、エネルギー生産高原単位の継続的改善を進めていきます。

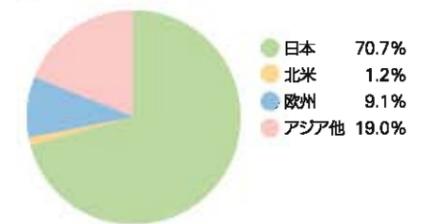
■ 地域別CO₂排出量



廃棄物と有価物発生量

2004年度の廃棄物と有価物の発生量を地域ごとに区分すると下図のようになりました。海外ではアジアが19.0%と最も多くなっています。地域の特性に応じて廃棄物削減を進めていく必要がありますが、発生量の把握精度を向上させるとともに、発生量の生産高原単位を毎年、前年度比2%以上削減し、2010年度までに2000年度比20%の削減を目指します。

■ 地域別廃棄物発生量



情報開示について

2004年度の主な環境パフォーマンスデータの開示準備を進めており、今後、ホームページ上に各工場のデータを開示していく予定です(2005年9月ごろの予定)。



地球環境展(東京)

これまでに発行したサステナビリティレポート

サステナビリティレポートを読む会(大阪)

環境マネジメントシステム

地球環境管理組織の役割

社長を最高責任者とした地球環境管理組織を設置しています。当社環境負荷の要因は商品設計、製造、営業活動、物流など多岐に渡るため、事業部門、製造部門、営業部門、物流部門、本社部門の各部門ごとにその役割を「松下電工環境マニュアル」に規定しています。

■松下電工地球環境管理組織(2005年度)



各組織の責任と役割

▶WEB

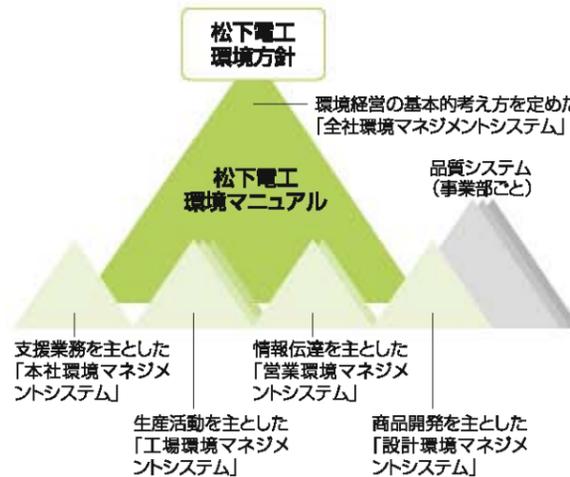
ISO14001 認証取得

1996年10月にマルチサイト認証方式*により環境マネジメントシステムの一括認証を取得しました。各組織内部で行う内部環境監査とは別に統括管理部門(本社)が各組織に対して行う環境監査(松下電工グループ環境監査)を行い、これら2段階の監査をもつ環境マネジメントシステムについて外部認証機関よりISO14001 認証を受けています。1998年度までにすべての松下電工工場と100%出資国内製造会社を組み入れ、2003年2月には全営業地区の組み入れを完了しました。2006年度までにその他の連結製造会社の組み入れを目指します。

全社統一の「松下電工環境方針」と「松下電工環境マニュアル」を定め、会社全体で一貫した環境マネジメントを行っています。さらに商品開発、製造、営業、本社の各業務機能ごとに環境マネジメントシステムを具体化しています。商品企画・設計については品質システムと連携を図っています。今後は事業本部主体で環境マネジメントシステムを運用し、国内外の連結会社まで含めて方針・施策を徹底していきます。

*マルチサイト認証方式:複数(マルチ)の場所(サイト)で行われている組織活動をまとまった一つの大きな組織活動とみなし、認証のための審査を一括で受ける方式

■環境マネジメントシステムの体系



ISO14001 認証取得一覧

▶WEB

環境教育・啓発

社員への環境教育

新入社員や新任管理職の階層別研修時に環境問題全般、当社の環境活動の理解啓発を行うとともに、内部環境監査コースなど職能別研修も実施しています。2004年度は、8講座で計629名が受講しました。また、2005年3月には社外から講師を招き経営層・管理職対象にCSR研修を開催しました。社内イントラネットにはLCAデータベースやグリーンプロダクツの販売速報などを掲載しています。社内データベースも活用し、環境に関する通達・連絡事項やお客様のニーズやトレンドなどの発信・共有化を進めています。

2002年度から当社従業員が環境問題をどの程度理解し行動しているか、自社の取り組みについてどの程度理解しているのかを毎年、調べています。この調査に基づき、従業員の環境意識および行動の向上を目指して啓発施策を講じています。その他、従業員から環境に関する写真を募集し、当社が主催する「地球環境展」で展示するなど、従業員の環境意識向上に取り組んでいます。

環境関連の社内研修一覧 ▶WEB
従業員の環境意識調査結果 ▶WEB

環境行事と表彰制度

環境関連月間には各種行事を行っています。環境月間(6月)には地球環境展の開催、社外講師による講演会などを実施しています。省エネルギー月間(2月)、3R推進月間(10月)には優秀事例を表彰するコンクールを開催するなど関連行事を展開しています。

また、1年間の環境取り組みが優秀だった組織に対して、7月に社長表彰を行っています。

環境コミュニケーション

様々なツールを用いた環境コミュニケーション

1999年以降毎年、環境報告書を発行してきました。2003年から経済・社会面の活動内容も追加し、サステナビリティ・レポートとして発行しています。展示会やショールーム用にダイジェスト版も作成し配布しています。さらに、ホームページでも情報開示を行っており、英語版のサステナビリティ・レポートや新着情報を掲載しています。

レポートとホームページにはアンケート用紙を添付しており、合計53名の方からご回答を頂きました(⇒詳細はアンケート用紙の裏面をご参照ください)。また、電子メールによるお問い合わせにも対応しており、環境推進部の電子メール窓口にて2004年度は約170件のお問い合わせ・ご意見などを頂きました。

サステナビリティ・レポートのバックナンバー
電子メールによるお問い合わせ内容

▶WEB

直接の意見交換

様々なステークホルダーの方と直接意見交換を行うことは、当社にとって非常に重要な機会と考えています。2003年度より「レポートを読む会」を開催し、2004年度は大阪と東京の2会場を実施しました。

6月の地球環境展ではパネル・商品を用いて社外・社内の皆様に当社の活動内容をご紹介します。2004年度は大阪と東京で実施し、2,000名以上の方にご来場頂きました。その他業界団体、教育機関などから環境関連の講演依頼に対し当社の取り組み内容をご説明しています。

また、各工場などにおいては定期的に施設の開放や工場内の見学会を実施しています。今後もこうしたステークホルダーとの直接対話を継続していきたいと考えています。

「レポートを読む会」 「地球環境展」

▶WEB



電話でのお客様対応

お客様とのかかわり

品質方針

いつの時代においても「結局は品質(クオリティ・ファースト)」を信念に、お客様に最大の満足と安心をお届けすることを究極の目標として、製品・サービスの質の向上を目指しています。お客様に感動と喜びを提供する「真・お客様主義」を経営ビジョンのもと、トップ主導による全員参加の品質・CS向上活動を展開しています。

松下電工の品質基本方針

いつの時代も「結局は品質(クオリティ・ファースト)」を信念に「社会や環境との調和を」図り、「需要家に最大の満足と安心」を提供しつづけることを、私たちの究極の目標とします。

品質に関する基本的考え方

1. 品質の良し悪しはお客様が決めるもの
2. 品質は社会に長期的利益を生み出すもの
3. 品質は全員参加で生み出すもの

品質確保への取り組み

近年、重大な安全問題により会社全体の信頼を失う事例が散見されます。当社も「真・お客様主義」の観点から、安心・安全を最優先にすべく、お客様迷惑度の高いトラブルを根絶し、お客様の信頼を低下させない取り組みにこれまで以上に注力しています。特に安全性については徹底した総点検を行い、重要な問題の根絶を進めています。

また、グローバルスタンダードに適合した商品づくり、品質マネジメントのレベルアップに取り組んでおり、ISO9000シリーズやQS9000の認証取得に加え、顧客視点と独自能力の向上を目指して、独自に開発した品質アセスメント制度を展開しています。

お客様満足度の向上

「お客様第一」の視点に立ち、お客様からの声を大切にしています。お客様からのご相談やご意見には誠意を持って対応するとともに、年齢・性別・身体能力や障がいの有無などにかかわらず、少しでも多くの人にご満足頂ける製品やサービスの創出に取り組んでいます。

お客様の声の反映

お客様からの商品に関するご相談や修理のご依頼に365日体制でお応えしています。2004年度は約66万件のお問合せやご依頼を頂きました。ホームページからのインターネット相談窓口にも約1.9万件のお問合せを頂き、お応えしています。

お客様の声はデータベースに集積され、担当セクションで検討後、製品・サービスの向上を目指し、お客様の新たなご満足へとつなげる努力を続けています。



修理・サービスへの対応

お客様から直接のご依頼および販売店からの依頼で、当社サービス会社が行った2004年度の修理件数は約61.6万件でした。当社商品を永くご愛顧頂くためにも、均質でスピーディーなアフターサービスの充実を図っています。

修理サービス件数

▶WEB

従業員とのかかわり

人事・人材育成の基本理念

当社の人事・人材育成は「モノを作る前に、ヒトをつくる」という創業以来の理念が基本となっています。また、「多様性」「自律・自己責任」「成果・能力主義」の考えのもと、自分の進む道は自分で決めたり、新たな能力を身につけたいというやる気を応援する制度を整えています。

さらに、育児・介護・身体障がいなどのハンディキャップをもつ人に対しては積極的支援を行い、働きやすい職場づくりを進めています。

フリーエージェント 社内人材公募制度・社内FA制度

社員本人の希望に応えるため、会社のニーズと社員のやる気の双方の意向を汲み取りながら、効果的な人材シフトと自律・自己責任によるキャリア開発を促進する制度を設けています。これまで約100人がこの制度を活用し、新しい環境で活躍しています。

従業員への教育研修

一人ひとりの能力を向上してもらうために従業員の教育研修にも力を入れています。2004年度は、社員11,541人に研修を実施しました。また、社内のイントラネットを活用したeラーニングによる研修も多数行っています。社員一人当たりの年間教育投資額は、約9万円となっています。

休業休暇制度 就業時間の現状 人材育成プログラム ▶WEB

発明報奨制度の改定について

職務発明の取り扱いを定めた改正特許法35条が2005年4月1日より施行され、これに合わせて当社の発明報奨制度(知的財産取扱規程)を改定しています。新しい社内の発明報奨制度の策定に際して、制度改定案についてeラーニングを利用して改正特許法の求める従業員との協議を実施し、全社で81%、R&D部門で99%の人が参加しました。

労働安全衛生

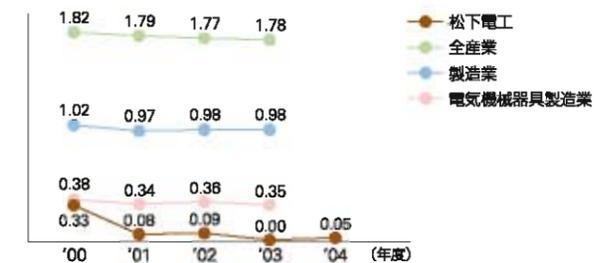
従業員の安全を守り、心と身体の健康を維持増進し、地域に配慮した安全で健康な働きやすい快適な職場環境の形成を進めています。

安全衛生の管理

2001年度より労働安全衛生マネジメントシステムの構築を推進しており、災害発生件数の根絶に努めています。発生してしまった災害については状況・原因などを含めて社内データベースで公開し、類似した災害の再発防止を図っています。

今後は、従業員の高齢化や製造部門の海外移転など労働環境の変化に対応しながらゼロ災害に向けて活動を行います。

■災害発生度数率 (100万時間当たり)



総合安全管理基本方針 2004年度スローガン ▶WEB

メンタルヘルスへの対策

ストレスの多い現在、心の健康確保も大きなテーマです。管理監督者向けに教育・講演会を実施するなど、全社レベルでメンタルヘルス対策に取り組んでいます。

また、仕事だけでなくあらゆる相談を誰もができるように「カウンセリングルーム」を全国19カ所に設け、臨床心理士がプライバシー厳守で相談に応じています。

メンタルヘルス講演会一覧

▶WEB

社会性報告

Social Performance



カンボジアの子供達との交流

社会とのかかわり

国際社会への貢献

スマトラ沖地震に対する復興支援

2004年12月26日に発生したスマトラ沖地震では甚大な被害が発生し、世界に衝撃が走りました。当社も、従業員から義援金を募集し、会社からのマッチングギフトとあわせて日本赤十字社を通じて寄付し、被災者の方々の復興を願っています。

アセアン諸国への植林支援活動

住設建材部門が主体となり、2001年から木質材料の調達先であるアセアン諸国へ「緑の返し」と名付けた植林支援活動を展開しています。2004年度はタイ、インドネシア、フィリピン、マレーシアの4カ国で、27.5haに38,500本を植樹しました。これにより累計で4カ国6地域に約11万本を植樹しました。

カンボジアへの井戸寄贈

カンボジアの農村では劣悪な水環境による子供の死亡率が高いことから、「ポンプ式の井戸」を寄贈する活動を行っています。2004年度は3基の井戸を設置（累計5基）しました。寄贈費用を集めるために、日本でバザーを開催して現地の状況を展示報告し、社員やその家族に関心をもってもらうよう努め、また現地では継続して子供たちとの交流を行っています。

地域社会への貢献

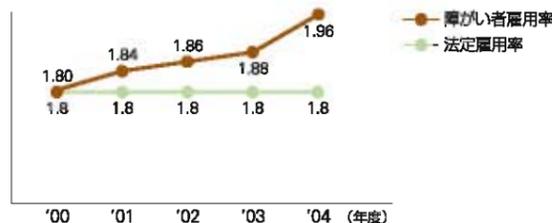
労働組合が主体となり、全従業員が参加できる地球環境保護運動（ECO Hunion運動）を展開しています。この運動にはリサイクル活動、富士山火山荒地での植林、琵琶湖の水質保全、環境家計簿などへの取り組みがあります。

また、2004年度には新潟県中越地震や大きな被害が出た台風23号などの被災地への義援金を従業員から募集し、合計約1,300万円を被災地域や住民に寄付し、復興に役立てて頂きました。

障がい者雇用への取り組み

障がい者の方々が社会的自立を実現できるよう働きやすい職場環境の整備に努め、2004年12月現在、松下電工単独で190名が様々な職場で活躍しています。障がい者雇用率も1.96%となり、法定雇用率の1.8%を上回っています。2004年9月には障がい者雇用にかかわる様々な活動が評価され、大阪府ハートフル企業顕彰制度の「ハートフル企業分野賞」を受賞しました。

■障がい者雇用率の推移



重度障がい者も働く滋賀松下電工の取り組み

▶WEB

人権問題の意識啓発

様々な国籍、信条、性別を持つ人々が同じ職場で働く現在、お互いを尊重して働ける職場を形成する必要があります。こうした背景のもと、個人の人格・人権の尊重を徹底させるために人権問題に対する意識啓発活動を行っています。人権問題の大きな柱は、障がい者問題、女性問題、同和問題、外国人問題、子供の人権問題などがあります。

当社では新入社員研修をはじめ、様々な研修で人権問題について教育カリキュラムに取り入れ、全社員に向けて啓発に取り組んでいます。また、12月の人権週間に人権啓発講演会を開催し、社内衛星通信を使って全国の営業所・工場でも放映し、意識啓発を行っています。

人権啓発講演会一覧

▶WEB

全社地球環境保全統括者あいさつ・第三者検証について



全社地球環境保全統括者
常務取締役
園田 信雄

発行にあたって

地球環境保全の必要性が叫ばれ、各分野にて環境負荷低減に取り組んでいますが、残念ながら地球温暖化や資源の枯渇などまだまだ残された課題も多くあります。その解決には、それぞれの立場の人がそれぞれの役割を担い、やるべきこと・やれることを着実に実行していくことが大切です。企業の活動が地球環境に及ぼす影響が大きいとされるなか、地球環境問題の解決における企業の役割は、事業活動を通じて「生活の質の向上とともに環境負荷低減を両立させる地球環境との共存」を図っていくことと認識し実行しています。私たちの環境活動を評価頂き、2005年4月に第14回地球環境大賞の「大賞」を受賞できたことは、非常に栄誉であると同時に、さらに大きな責任を感じています。

当社は1999年より環境報告書を発行し、また地球環境展やステークホルダーミーティングなども実施しています。これらを通じてより多くのステークホルダーの方々と環境活動に関し意見交換させて頂き、企業のひとりよがりの活動でなく、ステークホルダーの視点であるべき方向を見据え、サステナブルな社会の実現を目指していきたくと考えています。

本レポートはお読み頂き易くするため、できる限り重点を絞り詳細な情報はWebへ移行しました。

本レポートをご高覧頂き、ご感想・ご意見、また当社活動全般について忌憚ないご指摘を賜れば幸いです。

第三者検証について

本サステナビリティ・レポート2005は、第三者検証を受けておりません。第三者による検証方法は確立されておらず、信頼性確保に向けた一つの手段ではありますが、現時点では導入を見送っております。しかし、本レポートに掲載されている内容は、すべて各担当部門が適切な方法で情報収集および集計を行い、すべて真実の報告であることをお約束いたします。

掲載内容の信頼性を確保した上で、コミュニケーションを行うことが望ましいことは認識しております。今後も、第三者検証に関する基準策定や手法確立の動向を見ながら、導入の検討を進めてまいります。

また当社では、読者の方々から直接意見を頂戴する機会を設けるなど双方向のコミュニケーションに向けた活動に取り組んでおります。こうした機会を継続し、コミュニケーションの円滑化と信頼性の確保を図ってまいります。

発行責任者 環境推進部長
(全社地球環境保全管理者)

板垣 富栄

お問合せ先

本レポートに関するご意見・ご質問は下記までご連絡下さい。

松下電工株式会社 環境推進部

〒571-8686 大阪府門真市大字門真1048 TEL ● 06-6901-5929 FAX ● 06-6905-3474

E-mail ● kankyou@mewaa.mew.co.jp

発行日 2005年6月24日

サステナビリティ・レポート2004アンケートご回答のまとめ

2004年2月に発行したサステナビリティ・レポート2004は、株主・投資家、金融機関、官庁、取引先、地域住民、お客様など様々なステークホルダーの方々に、約11,000部(2004年4月現在)を配布しました。ダイジェスト版も講演会、展示会などでこれまで約10,000部配布しました。

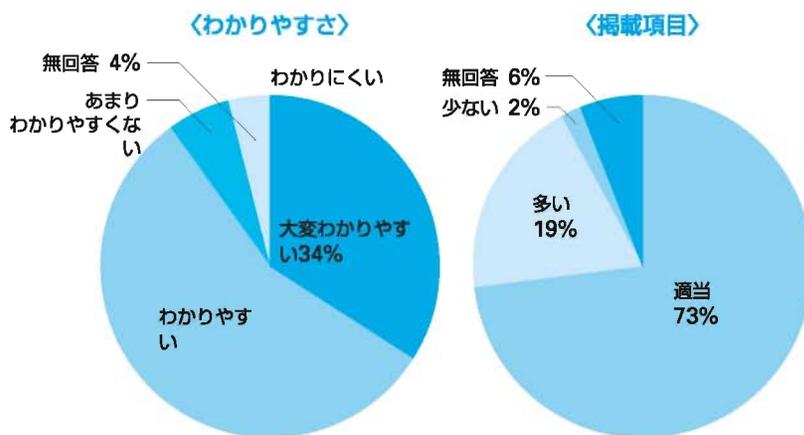
また、ホームページ上でも当社の環境活動内容やこれまで発行した環境報告書を英語版も含めPDF形式で掲載しています。

サステナビリティ・レポート2004に添付していたアンケートのご回答結果を以下にまとめます。2005年4月現在、ホームページからのご回答も含めて53件のご回答を頂きました。ご協力頂きありがとうございました。

読者層



感想



■頂いた主なご意見・ご提案

- 経済・環境・社会のバランスある記述がよい。
- 前年に比べ、図も多くなり、また数値による評価などもわかりやすくなったと思う。
- 全般的にバランスよく、かつ具体的な内容が記載されており、CSRに積極的に取り組んでいると感じた。
- レポート全体として配色、レイアウトなど非常に読みやすい印象を受けた。
- 従業員との関係についてさらなる努力・記述をお願いします。
 - クローズアップの中でも掲載し、当社の考え方や現状などを記載しました。
- ボリュームが多く、テーマも網羅的で訴えかけるポイントがつかみにくい。
 - ホームページを有効に活用し、冊子では重要課題などを中心に記載する構成に変更しました。
- 子供向けの環境レポートの発行を望みます。
 - 一般の消費者向けにイラストなどを用いたダイジェスト版を発行しています。
また、ホームページ上に子供向けの環境教育コンテンツを掲載しています。
- もう少し専門用語を少なくし、わかりやすく説明してはどうですか？
 - 簡単な表現に留意し、専門用語には簡単な解説を加えるなどわかりやすい表現に努めました。
- 消費者との信頼関係を大切にしてほしい。
 - 経営ビジョンに「真・お客様主義」を掲げ、今以上にお客様視点に立った事業展開を図っていきます。

当社ではこの添付したアンケートをお客様とのコミュニケーションの重要なツールの一つと位置付けています。来年度以降のレポートをよりよいものにさせるためにも皆様方からの忌憚のないご意見・ご提案をお待ちしております。

サステナビリティ・レポート2005に関するアンケート

松下電工(株)環境推進部宛
FAX：06-6905-3474

インターネットからもご回答頂けます
URL：http://www.mew.co.jp/corp/eco

Q1 本レポートをご覧になってどう感じられましたか？

<わかりやすさ>

- 大変わかりやすい わかりやすい あまりわかりやすすくない わかりにくい

<掲載内容量について>

- 適当 多い 少ない(不足している項目があれば)

Q2

本レポートに興味をもたれた項目はどれですか？(複数回答可)

- 松下電工の経営理念 トップメッセージ 松下グループにおける環境コラボレーション 2010年にありたい姿

<クローズアップ>

- 本業を通じた貢献 地球温暖化対策への取り組み 資源枯渇問題への対応 環境負荷物質削減への取り組み
お客様視点に立った商品づくり～ユニバーサル・デザインへの取り組み 多様な人材が活躍できる企業風土を目指して

<企業統治>

- コーポレートガバナンス コンプライアンス

<経済性報告>

- 財務報告 ステークホルダーとの関係

<環境報告>

- 環境への基本姿勢 2004年度の主な目標と実績 グリーンプロダクツの創出 設計
調達 製造 販売・物流・施工 使用・消費
廃棄・リサイクル 環境マネジメントシステム 環境教育・啓発 環境コミュニケーション
環境会計 海外での取り組み

Q3 <社会性報告>

- お客様とのかかわり 従業員とのかかわり 社会とのかかわり
担当役員あいさつ 第三者検証について

本報告書を主にどういうお立場でご覧になりましたか？

Q4

- 製品のユーザー 当社取引先 株主・投資家 政府・行政関係
環境NGO/NPO 報道関係 企業・団体の環境担当者 研究・教育機関
学生 当社グループ事業所近隣にお住まい 当社グループ従業員または家

Q5 族

以下、次回レポートの送付を希望される方、当社活動などに関するお問い合わせのある方は下記をご一読の上、必要事項をご記入ください

個人情報の利用目的

- お客様からご提供頂いた個人情報は、下記目的以外には利用いたしません。
 - 弊社次回レポートの発送(希望者)
 - お問い合わせご回答や履歴管理(必要項目をご提供頂けない場合は、レポート発送およびお問い合わせへの回答をいたしかねることをご承知ください)
- 個人情報に関するお問い合わせ先
ご本人の個人情報の開示・訂正・削除に関するお問い合わせは、下記窓口までお願いいたします。
松下電工(株)環境推進部 TEL：06-6901-5929

お名前

E-mailアドレス

〒

ご住所

電話

FAX

(送付先、回答先が勤務先・学校などの場合は以下をご記入ください)

ご職業(勤務先、学校名など)

部署・役職