Sustainability Report 2010

eco ideas

パナソニック株式会社

サスティナビリティレポート 2010

Panasonic
ideas for life

サスティナビリティレポート2010について

本年5月、当社は新中期計画を発表しました。この中で当社は、持続可能な多極化社会の実現に向け、先頭に立って最も身近な「くらし」から革新を起こしてまいりたいと考えております。

このような思いを込め、当年度より、本報告書の名称を、従来の「社会・環境報告」から「サスティナビリティ（持続可能性）レポート」に改めました。この報告書の中で、持続可能な発展への貢献をめざすパナソニックの革新の取り組みをお伝えしてまいりたいと考えています。詳細情報については、当社CSRサイトの「サスティナビリティレポート e報告書」（PDF冊子）でご報告いたしますが、本レポートはその中の内容を抜粋し、サマリーとしてまとめたものです。

なお、当社の事業活動に関する報告書は、本レポートに加え、環境活動に関する詳細情報をご報告する「エコアイディアレポート」と、株主・投資家向けの財務情報をご報告する「アニュアルレポート」の3部で構成しています。

表紙デザインは「成長エネルギーと調和」をテーマに、「環境貢献と事業成長の一体化」をめざす当社の取り組み姿勢をコンセプトとしており、「エコアイディアレポート」「アニュアルレポート」とも共通のデザインとなっています。

目 次

トップメッセージ 1
不変の経営理念とCSR 4
環境ビジョン・戦略* 6
くらしのエコアイディア* 8
ビジネススタイルのエコアイディア* 14
CSR調達「調達部材の再資源化でエコとコスト力の両立をめざします」 20
お客様起点のモノづくりで本業を通じて社会に貢献 22
さまざまな社員が、イキイキと活躍するパナソニックをめざして 26
輝く未来をになう子どもたちのために 30
FF式石油暖房機事故への対応状況 32
会社概要、当社の事業活動に関するご報告 33

*このセクションは、「エコアイディアレポート 2010」の内容から抜粋して掲載しています。

トップメッセージ

地球環境との共存は人類共通の課題、
取り組みが不十分な企業は存在すら許されません。

今日、世界は極めて大きな節目を迎えています。

地球環境問題の深刻化、資源枯渇の懸念、新興国の台頭などを背景に、「持続可能な多極化社会への転換」が全世界共通の大きな課題となっており、その実現に向けて世界中が動き出そうとしています。

当社は2007年度から2009年度までの中期経営計画「GP3計画」で、「すべての事業活動での環境負荷削減」を成長性や収益力の向上と並ぶ最重要テーマに掲げ、環境経営の加速を図ってきました。環境に対する当社の貢献を社会にお約束するものとして、「エコアイディア宣言」を発信し、省エネ商品をお届けする「商品のエコアイディア」、すべての生産プロセスからのCO_2排出量を減らす「モノづくりのエコアイディア」、エコ活動を世界中に広げる「ひろげるエコアイディア」の3つのエコアイディアに沿ってさまざまな取り組みを進め、多くの項目で目標を達成することができました。特に、生産活動におけるCO_2排出量削減については、中期目標としていた「グローバルで2006年度比30万トン削減」を大きく超える84万トンの削減を実現しました。また、世界39の国と地域で、社員とその家族、そして地域の皆様による環境保全活動「Panasonicエコリレー」を展開。2年間の延べ数で1,000を超える取り組みを実施するなど、グローバル規模で地球環境との共存に向けた活動が確実に進展しています。

**「社会の公器」として、
世界中の社員が力をひとつにして
エレクトロニクスNo.1の
環境革新企業をめざします。**

身近なくらしの中から社会にイノベーションを起こしていきます。「環境貢献と事業成長の一体化」を図り、大胆なパラダイム転換に取り組みます。

「GP3計画」に続く2010年度からの新たな経営計画の策定にあたって、私たちは、自らの特長を活かした形で環境経営をさらに進化させなければならないと考えました。当社はこれまで、くらしに密着した事業を営み、お客様との深いつながりを築いてきました。これは、私たちの最大の財産です。また、事業を世界に展開する中で、それぞれの地域や国に真に根ざした存在になることをめざしてきました。こうした当社の特長を踏まえると、今後、取り組むべきことは、持続可能な社会の実現という課題に真正面から向き合い、世界中の、次の世代の人たちのために先頭に立って「くらし」からのイノベーションを起こしていく、ということではないかと思います。

こうした思いのもと、創業100周年を迎える2018年にめざす姿を「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」といたしました。このビジョン実現のため、あらゆる事業活動の基軸に環境を置き、例外はない、という徹底した姿勢で取り組んでまいります。

具体的には、私たちが提供する“アイディア”によって心豊かなグリーンライフスタイルを実現する「グリーンライフ・イノベーション」と、私たち自身の事業活動で究極の環境負荷低減を実現し、さらにそのビジネススタイルを社会に広く提言していく「グリーンビジネス・イノベーション」、この2つのイノベーションに取り組みます。ビジョン達成に向けた指標も設定しました。売上高10兆円以上、ROE10%以上をはじめとする「グローバルエクセレンス指標」について常時クリアしながら、「CO_2削減への貢献」「資源循環への貢献」など4項目からなる「グリーン指標」についてトータルでNo.1になることをめざします。

創業100周年ビジョンの策定を踏まえ、「エコアイディア宣言」の内容も一新し、CO_2±0(ゼロ)のくらしを世界にひろげる「くらしのエコアイディア」と、資源・エネルギーを限りなく活かすビジネススタイルを創り、実践する「ビジネススタイルのエコアイディア」といたしました。これを社会への新しいお約束として、常に実践・追求してまいります。

今年5月には、ビジョンの実現に向けた最初のステップとなる新中期計画「Green Transformation 2012 (GT12)」を発表しました。三洋電機(株)を加えた新・パナソニックグループとして、大胆なパラダイム転換と環境革新企業の基盤づくりに取り組みます。

それぞれの地域や国で、人々のくらしに密着し真に地域に根ざした貢献を果たすため、世界中の多様な社員の個性と能力を活かします。

組織の成長、事業の成長は、人の成長の集合に他なりません。多極化が進むグローバル社会の発展に貢献するためには、これまで以上に多様な人材が交流し、価値観を認め合い、競い合い、そして力強く成長する風土の醸成が不可欠です。当社では、これを「入り交じる」という言葉で表現して積極的に推進してきました。パナソニックで働くグループ社員・約38万人は、さまざまな国や地域、文化、歴史等の背景を持ち、国籍、年齢、性別の異なる個性と能力のある人の集まりです。一人ひとりが国や組織を越えて、考え方をぶつけ、自らも変革を遂げながら、世界中のお客様に革新的な商品やサービスをお届けできる集団でありたいと思っています。

当社の人材育成の基本の考え方である、「ものをつくる前に人をつくる」という理念のもと、これからもパナソニックらしい多様性を追求していきたいと考えています。

「社会の公器」として、本業であるモノづくりを通じて持続可能な社会の発展に貢献していきます。

パナソニックは、CSRという言葉が広く使われる以前から、「企業は社会の公器」という経営理念を掲げ、行動してきました。創業者 松下幸之助は、「企業と社会は別のものではなく一体のものである」と説いていました。企業と社会を別のものと考えると、企業は社会から要請された法令やルールを守る、という受身の姿勢になります。しかし、「企業も社会を構成する一員」と考えると、社会にとって本当に正しいことは何なのか、自分たちはどうあるべきか、常に素直に社会の声から学びつつ、自発的に考え行動するようになります。私たちはここに「企業の良心」があると考えています。これからも、社員一人ひとりが自らの「企業の良心」に問いかけ、持続可能な社会の発展に向け、行動してまいりたいと考えています。そして誠実な行動の積み重ねによって、社会に貢献し信頼されるパナソニックグループであり続けたいと思います。

パナソニック株式会社
代表取締役社長

大坪文雄

不変の経営理念とCSR

「社会の公器」

当社は、「本業を通じた社会への貢献」を不変の経営理念としてすべての事業活動の基本としています。そして、創業100周年に「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」となることをめざし、徹底した姿勢でイノベーションを起こしてまいります。当社には“日に新た”という経営の基本的な考え方があります。創業者 松下幸之助は、「経営理念を現実の経営の上にあらわすその時々の方針なり、方策というものは(中略)その時代時代によって変わっていくのでなければならない。いいかえれば“日に新た”でなくてはならない。」と語っています。“日に新た”に込められた創業以来の革新の精神をグローバルに全社員が一丸となって実践してまいります。

“日に新た”

「正しい経営理念というものは、基本的にはいつの時代にも通じるものである。しかし、その経営理念を現実の経営の上にあらわすその時々の方針なり方策というものは、これは決して一定不変のものではない。というよりも、その時代時代によって変わっていくのでなければならない。いいかえれば“日に新た”でなくてはならない。この社会はあらゆる面で絶えず変化し、うつり変わっていく。だから、その中で発展していくには、企業も社会の変化に適応し、むしろ一歩先んじていかなくてはならない。」

「実践経営哲学」(松下幸之助著)「時代の変化に適応すること」の章より

事例1:人々に文化的生活を提供したい、という思いから生まれたイノベーション「新米教師が買えるアイロンを開発せよ」

スーパーアイロン

1927年、アイロンはラジオとともに、文化生活時代の先端を行く商品として普及し始めていました。しかし、その価格は高く、安いものは粗悪品という状況でした。「新米教師でもアイロンの効いたワイシャツを着ることができるという文化的生活を提供したい」。このような思いからアイロンの開発が始まりました。当時故障の多かった電熱部に壊れにくい機構を採用。さらに万一故障した場合も修理しやすい設計としました。コストダウンのためには、日本ではまだ珍しかった大量生産方式を採用。わずか3ヵ月の開発期間を経て「スーパーアイロン」が発売されました。当時のアイロン価格は国産品が5～8円、輸入品が15円ほどでしたが、「スーパーアイロン」は3円20銭という低価格で高い品質も評価いただき大ヒットとなりました。その後もお客様の声をもとに改良を重ねた結果、1930年には商工省(現在の経済産業省)から国産優良品に指定されました。

事例2:全ての人に自転車の便利さを、との思いがもたらしたイノベーション「電動自転車なら高齢者も楽に乗れる」

電動自転車に試乗する
創業者 松下幸之助

創業者は若い頃、自転車店に奉公していたことから、自転車にはひとかたならぬ思い入れがありました。1952年に念願の自転車を発売してからも、「電機メーカーとして自転車に貢献できることは何か」と常に考えてきました。そして1980年、ついに日本初の電動自転車を発売。すでに80歳を超えていた創業者は「自分のような高齢者でも楽に乗れる」と、電動自転車の将来性を実感しました。この電動自転車は、現在の電動アシスト自転車と違い電動だけで走るもので、免許がなければ運転できなかったため、需要は限られていました。しかし、その後も研究は続き、培われてきた技術は電動アシスト自転車で開花。現在、日本の電動アシスト自転車市場で半数以上のお客様のご支持をいただいています。

エレクトロニクスNo.1の「環境革新企業」をめざして

創業100周年ビジョンの実現をめざして、2つのイノベーションを起こしてまいります。私たちが提案するくらしの“アイディア”によって、心豊かなグリーンライフスタイルの実現をめざす「グリーンライフ・イノベーション」、そして、究極のグリーンビジネスの実践・提案を行う「グリーンビジネス・イノベーション」です。
これらの取り組みを通して、社会の発展・豊かなくらしに貢献してまいります。

社会の公器

モノづくりで
社会の発展・豊かなくらしに
貢献する

創業100周年ビジョン

エレクトロニクスNo.1の「環境革新企業」

全事業活動の基軸に「環境」を置き、
イノベーションを起こす

グリーンライフ・イノベーション
心豊かなグリーンライフスタイルを実現

世界中の人々に
持続可能(サスティナブル)で
より安心・快適、楽しいくらしを提案

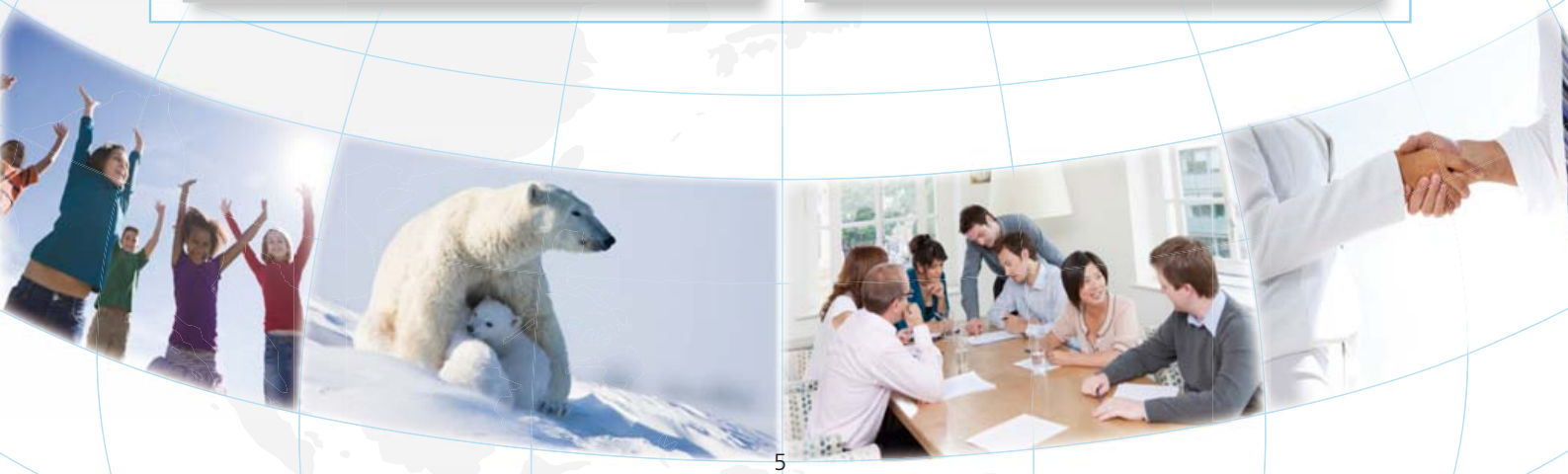
- 家・ビルまるごと CO_2±0のくらし
- エコカーの進化・普及
- 循環型商品に囲まれたくらし
- 新興国・途上国でのエコ商品浸透

グリーンビジネス・イノベーション
究極のグリーンビジネススタイルを実践・提案

製造業の理想の姿を追求

Zero Cost, Zero Time, Zero Inventory
+ Zero Emissions

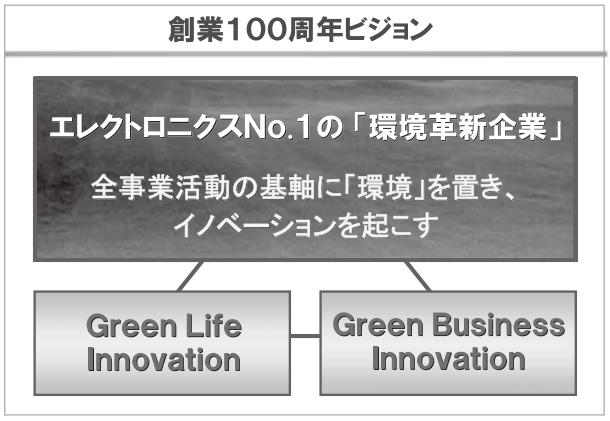
- 全ビジネスプロセスで CO_2極小化
- 循環型モノづくりの具体化
- グリーンワークスタイルの徹底
- 自社ノウハウを活かした環境ソリューション提供



環境ビジョン・戦略

大きな転換点となる2010年度経営方針

2010年1月8日、経営方針発表会で大坪社長は、「創業100周年である2018年、エレクトロニクスNo.1の環境革新企業になる」ことをめざすビジョンを、力強く明言しました。ここで出された方針は、2001年から推進してきた環境取り組みの総括と、2018年に向けた新たな取り組みのスタートを同時に告げる、極めて重要な意味を持つトップメッセージとなりました。



当社は2001年に、持続可能な社会システムとくらしの実現をめざした環境行動計画「グリーンプラン2010」を策定しました。はじめに2010年度のあるべき姿を描き、そこからバックキャスティングすることで取り組み目標を明確化させています。製品開発、製造工程からコミュニケーションに至るまで、当社の環境取り組みを網羅した内容で構成し、適宜目標を強化するなど見直しを繰り返しながら進捗管理を実施してきました。

GP3計画（2009年までの3カ年計画）総括とグリーンプラン2010の完遂

2007年10月、当社は大きな転機を迎えました。環境経営は、これまでも重要な取り組みとして位置づけてきましたが、さらに全社の経営計画に組み入れて推進することに踏み込みました。「GP3計画」は、収益をともなった着実な成長によってグローバルエクセレンスへの挑戦権を獲得することを目標とした中期計画です。ここに、「エコアイディア戦略」として、事業成長と環境負荷削減を同時に実現させるという考え方を導入しました。喫緊の課題である地球温暖化防止に焦点を絞り、CO_2削減を中心とする取り組みを「エコアイディア宣言」としてシンプルに「3つのエコアイディア」にまとめ、グリーンプラン2010に組み入れて目標達成に努めてきました。

「商品のエコアイディア」では、商品の徹底的な省エネにより、省エネNo.1の比率を高め、省エネ性能の低いものは限りなく減らす取り組みを推進しました。また2009年4月には、3年から5年後に実現可能な「家まるごとCO_2±0（ゼロ）」のくらしをご提案するエコアイディアハウスを開設しました。

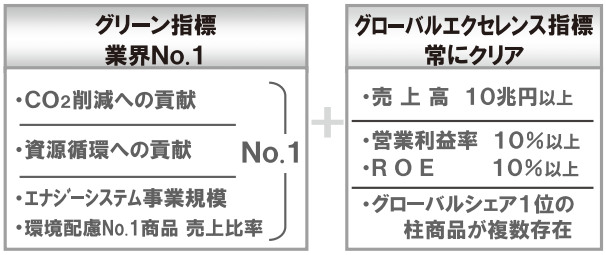
「モノづくりのエコアイディア」では、生産活動におけるCO_2排出を、生産拡大でも総量で削減することを社会の皆様にコミットしました。2006年度は398万トンであったグローバル全製造拠点からのCO_2排出量を、3年間で30万トン削減する目標を掲げ、あらゆる取り組みを見直し積極推進してきました。その結果、2008年に発生した急激な景気後退の影響もありましたが、製造現場の地道な削減努力が効果を上げ、目標を大きく上回る84万トン削減を達成しました。「ひろげるエコアイディア」では、グローバル各地域の事業体がそれぞれの地域特性に応じた商品開発などの環境取り組みを展開する「グローバルエコプロジェクト」を推進、環境経営のグローバル展開に努力してきました。これら一連の取り組みにより、2009年度目標に対して、充分な結果を出すことができました。

このようにして2001年以降の9年間、取り組みを継続的に実施してきた結果、グリーンプラン2010はほぼすべての項目で目標を達成し、策定当初の目標は1年前倒しの2009年度に完遂することができました。全社一丸となった取り組みが実を結び、新たなフェーズへの飛躍の礎となる9年間となりました。

創業100周年ビジョンとGT12

創業100周年ビジョンでは、達成時の姿を示す具体的な目標として「グリーン指標」と「グローバルエクセレンス指標」を策定しました。経営数値の目標である「グローバルエクセレンス指標」は常にクリアしながら、「グリーン指標」についてはトータルでNo.1となることをめざします。

■エレクトロニクスNo.1指標



「グリーン指標」は、「CO_2削減への貢献」、「資源循環への貢献」、「エナジーシステム事業規模」、「環境配慮No.1商品売上比率」の4項目です。これまでのCO_2削減中心の取り組みから一歩進め、資源循環とエナジーシステム事業にも拡げた目標を立てています。さらに、活動項目の拡充だけではなく、従来まで取り組んできた地球温暖化防止については内容を強化しました。これまでは生産活動におけるCO_2削減を目標としていましたが、お客様にご提供す

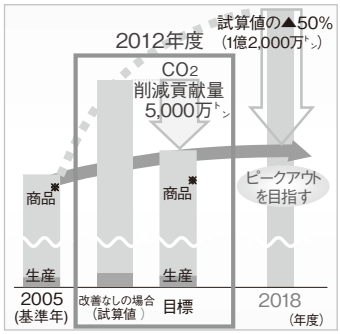
る商品使用時の省エネによるCO_2削減とを総合した、事業全体による削減貢献を新たに目標としています。

創業100年ビジョン実現に向けた最初のステップが2010年度から2012年度までの新中期計画「GT12」です（GT12:Green Transformation 2012）。2010年度は「GT12」1年目としてビジョン実現への第1歩となる重要な年です。新たなフェーズとしてグリーンプラン2010に替わる2018年度までの環境行動計画を策定し、2010年度中に公表し実践していきます。

CO_2削減への貢献

新興国市場における需要の増大にともない、2018年に向けて事業活動全体におけるグローバルでのCO_2排出総量は増加の傾向にならざるを得ません。先の洞爺湖サミットにおいて国際社会で合意された、2050年までにCO_2排出量を世界で半減する目標達成のためには、増加から減少へ転換させるピークアウトの実現が必須となります。生産活動だけでなく商品の使用によるCO_2排出量を合計した値をピークアウトさせることをめざし、新たに「CO_2削減貢献量」を目標設定しました。「CO_2削減貢献量」とは、とくに対策を取らなかった場合に増加が想定されるCO_2排出量の試算値に対し、対策することで可能となるCO_2削減量と定義しています。この取り組みにより、全事業活動におけるCO_2排出削減の継続的努力を反映することができ、その最大化を追求することで、事業成長しても事業活動全体における排出総量のピークアウトが実現できると考えています。2018年度は、2005年度基準で試算した量の50%、約1億2千万トンの削減貢献量を目標とします。それに向けての最初の3年間である「GT12」では、2012年度5千万トンの削減貢献量をめざします。

■CO_2削減貢献量



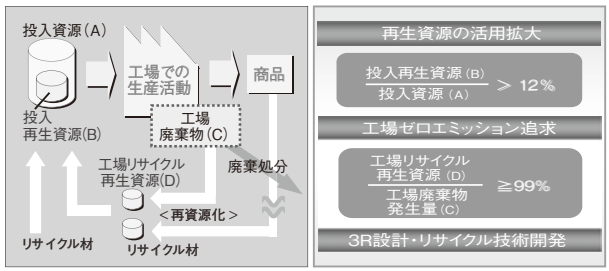
※ 商品は主要セット商品のみ

資源循環への貢献

新興国が急成長する中、資源循環への対応が地球温暖化と同様にクローズアップされてきました。そこで当社は、循環型モノづくりによる、資源循環への貢献を新たな目標に追加しました。資材調達からリサイクルまで、モノづくりの全プロセスでトータルに取り組みます。設計や調達段階においては、リデュース・リユース・リサイクルの3R設計、再生資源の活用を強化します。工場での生産活動や商品廃棄の段階においては、リサイクル技術の開発を加速し、ゼロエミッションに限りなく近づくことに注力します。

2018年度には、生産に使用する投入資源総量の最小化と、リサイクル材の使用量や商品から再生される資源量の最大化をめざしていきます。あわせて、生産活動からの廃棄物は、「ゼロ」を目標とします。「GT12」では、2012年度に投入資源における再生資源の比率12%超、工場からの廃棄物を再生資源にリサイクルする比率99%以上を目標とします。

■資源循環への貢献



エナジーシステム事業

「環境貢献と事業成長の一体化」を図る当社は、エナジーシステム事業をグループのフラッグシップ事業と位置づけ、年率16%の高成長をめざしています。太陽光発電、燃料電池などの創エネ、リチウムイオン電池などの蓄エネ、「省エネ」「創エネ」「蓄エネ」の機器・システムをつないで最適制御するエネルギーマネジメント、そして環境対応車関連などの事業を展開、三洋電機のグループ化による強みを最大限に活かし、エナジーソリューションを提供していきます。

創業100周年ビジョンを踏まえ、「エコアイディア宣言」を「くらしのエコアイディア」と「ビジネススタイルのエコアイディア」に一新しました。パナソニックグループは、全事業活動の基軸に「環境」を置き、イノベーションを起こしていきます。事業が成長すればするほど環境に貢献でき、環境に貢献すればするほど事業も成長する、このような経営をめざし、取り組みを推進していきます。

エコアイディア宣言

パナソニックグループは、
地球発想の「環境革新企業」へ

くらしのエコアイディア

私たちは、CO_2±0のくらしを世界にひろげます。

ビジネススタイルのエコアイディア

**私たちは、資源・エネルギーを限りなく活かす
ビジネススタイルを創り、実践します。**

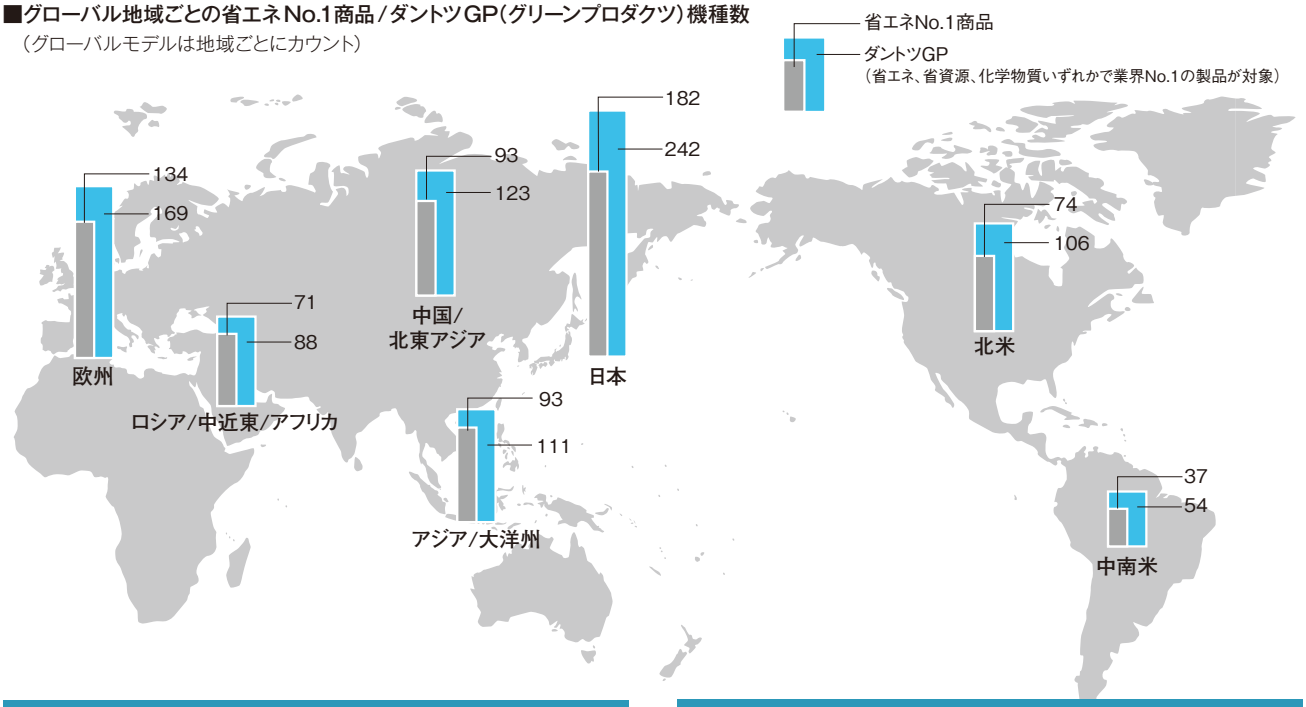
くらしの
エコアイディア

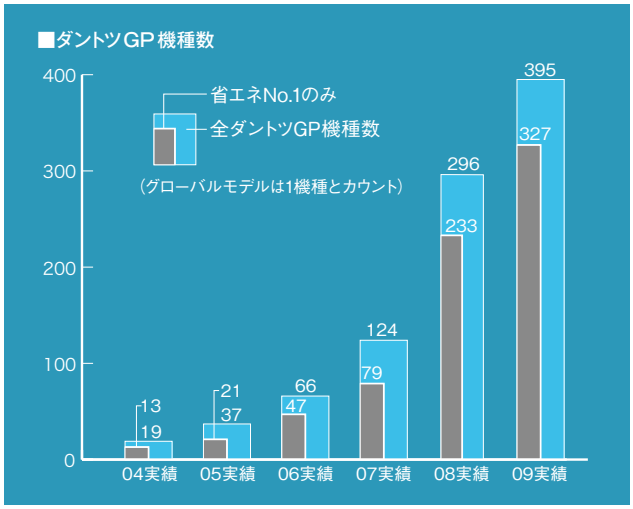
私たちは、CO_2±0（ゼロ）のくらしを世界にひろげます。

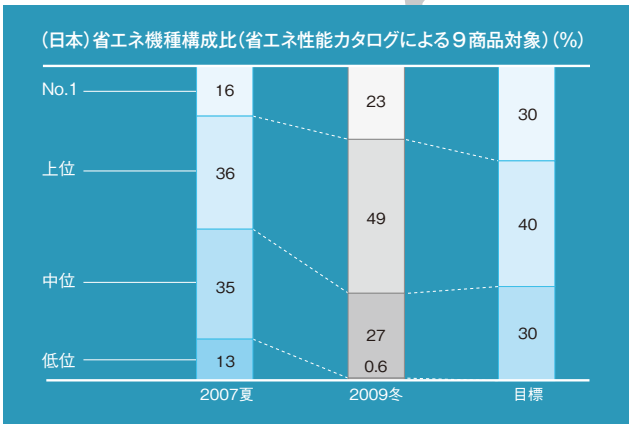
当社は「地球温暖化防止」「資源有効利用」「化学物質管理」の3つの観点から、環境に配慮した製品づくりをグローバルに進めています。過去3年間においては、2009年度にダントツGP（業界No.1の環境性能を実現した製品）を200機種以上創出することを目標に取り組みを推進してきた結果、目標の約2倍となる395機種を創出することができました。日本市場においては省エネ性能カタログ※での構成比を目安に、省エネNo.1比率を30%に高め、省エネ性能の低いものを限りなく減らすよう取り組みを進めてきた結果、No.1は23%、下位はほぼゼロを達成することができました。2010年度以降も引き続き取り組んでいきます。

※ 経済産業省資源エネルギー庁が年2回発行（夏版、冬版）

■グローバル地域ごとの省エネNo.1商品／ダントツGP（グリーンプロダクツ）機種数
（グローバルモデルは地域ごとにカウント）







対象製品（生産完了品は除く）：エアコン、テレビ（液晶・プラズマ）、DVDレコーダー（地デジ対応）、冷凍冷蔵庫、ジャー炊飯器、電子レンジ、蛍光灯器具、温水洗浄便座
上位・低位：機種数にて区分内の上下各30%相当（上位にはNo.1機種を含まず）

グリーンプロダクツの取り組み

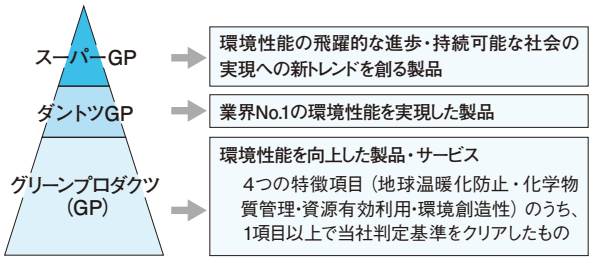
グリーンプロダクツ(GP)の判定基準と評価体系

当社は、製品が環境に与える影響を企画・設計段階から事前評価する「製品環境アセスメント」をもとに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」と認定しています。さらにその中で業界No.1の環境性能を実現した製品を「ダントツGP」、持続可能な社会の実現に向けて新しいトレンドを創る製品を「スーパーGP」と認定しています。

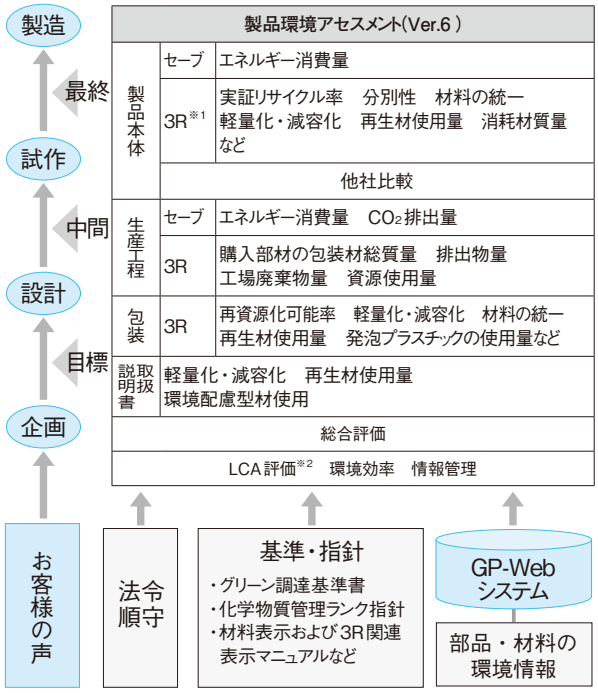
GPの判定基準では、自社比較のみならず他社比較も実施しながら、地球温暖化防止や資源有効利用の環境性能を評価すると同時に、環境への影響が懸念される化学物質の管理にも取り組んでいます。

2010年度からはダントツGPの判定基準を強化し、他社優位性を高めていきます。

■グリーンプロダクツの判定基準(2009年度)



■グリーンプロダクツの評価体系



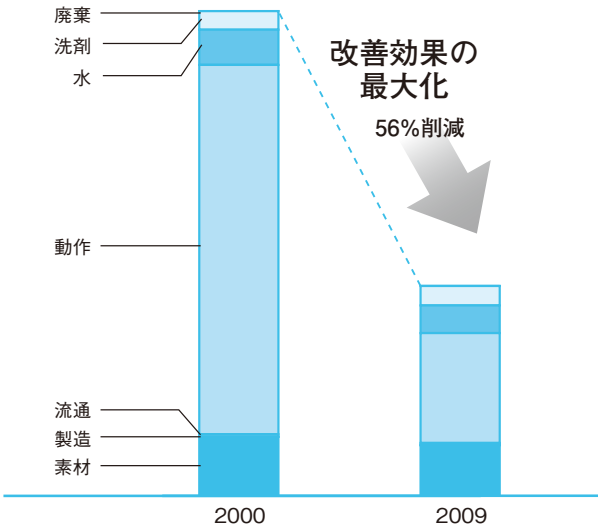
※1　廃棄物の発生抑制(Reduce)、材料の再使用(Reuse)、材料の再生利用(Recycle)
※2　製品がライフサイクルの各段階において環境に与える影響を定量的に評価する手法

ライフサイクルでの環境影響評価

当社の「製品環境アセスメント」では、ライフサイクルアセスメント(LCA)を実施しています。これは、製品のライフサイクルである素材、製造、運搬、使用、廃棄といった各ステージにおけるCO_2排出などの環境負荷を分析・評価することで、製品による環境への影響を改善することを目的としています。当社のLCA評価では、地球温暖化の改善をめざした各種省エネルギーによる改善効果をCO_2に換算しており、主な製品の最新モデル評価値を、対象機種である2000年度モデルの評価値と比較して表示しています(参照P10,11)。下図のLCA評価例で示しているように、ライフサイクル全体でCO_2排出が最も多いのは、製品の使用ステージ(動作時と待機時)となる場合が多いため、製品使用時の省エネルギーを徹底することによって、ライフサイクルでのCO_2排出削減の最大化を図ることができます。また、製品の軽量化などによる素材製造時と工場省エネルギーによる製品製造時、それぞれでのCO_2排出の削減効果を確認することができます。LCA評価は、各ステージの改善効果全体を把握可能にするだけでなく、さらなる改善にも活用しています。

なお、使用ステージにおける評価方法は、法律(エネルギー使用の合理化に関する法律)や業界標準で規定されている場合にはそれらに準拠しています。

■LCA評価の具体事例(ななめドラム洗濯乾燥機)



2000年度モデル:NA-SK600
2009年度モデル:NA-VR5600

製品の省エネルギー

省エネルギーの取り組み

製品の省エネルギー性能を高める取り組みとして、製品の動作時、待機時などの基本回路の見直しによる電力使用効率の改善に加え、ヒートポンプやLEDのような新規技術の採用、真空断熱材を活用した断熱性能の向上などにも取り組んでいます。

2009年度は、さらなる省エネの実現をめざして、エコナビ機能を開発しました。例えば、エアコンでは、人や家具の位置、日当たりまで検知し、風量・温度調節を最適にコントロールし、省エネ運転します。洗濯乾燥機では、衣類の量や泥汚れ・汗汚れの程度を見分けて、省エネ、節水します。掃除機では、ハウスダストの量を見分けて吸引力を制御することで無駄な電力消費を省きます。照明器具では、部屋の明るさにあわせて明るさを調光し、最適な状態に省エネできます。他には、テレビ、冷蔵庫、ジャー炊飯器、食器洗い乾燥機、温水洗浄便座、アラウーノ、エコキュートと、全部で11商品群にエコナビを搭載しています（2010年4月時点）。

冷蔵庫

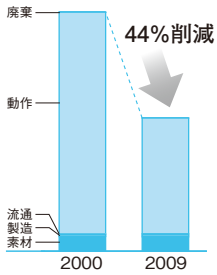
高効率なコンプレッサと冷却器の開発および高性能真空断熱材「U-VacualV」の採用により、年間消費電力量360kWhを実現

【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体：44%削減

- 動作：消費電力量ダウンで47%削減

NR-F554T（日本）



2000年度モデル：NR-E46W2
2009年度モデル：NR-F554T

プラズマテレビ

発光効率を約2倍※に高めた新開発ブラックパネル搭載により、年間消費電力量154kWhを実現

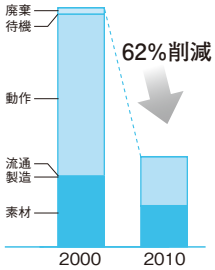
※ 2009年パネルのみとの比較

【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体：62%削減

- 動作：消費電力量ダウンで69%削減
- 待機：消費電力量ダウンで96%削減
- 素材：軽量化および製造効率化で41%削減

TH-P42G2（日本）



2000年度モデル：TH-42PM30
2010年度モデル：TH-P42G2

ななめドラム洗濯乾燥機

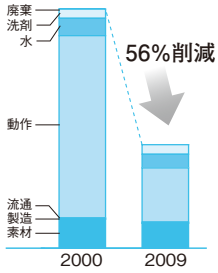
大気熱を利用するヒートポンプ乾燥方式により、洗濯から標準モードでの乾燥時の消費電力量860Whを実現

【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体：56%削減（定格洗濯乾燥容量6kgでの算出値）

- 動作：消費電力量ダウンで70%削減
- 節水で21%削減
- 素材：軽量化で14%削減

NA-VR5600（日本）



2000年度モデル：NA-SK600
2009年度モデル：NA-VR5600

LED 電球

独自の放熱技術により業界No.1の明るさ480lm、業界最軽量40g※を実現

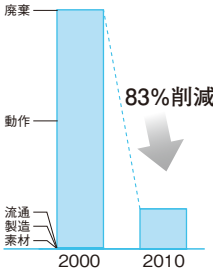
※ 小形電球タイプ(E17口金)において。2010年3月5日時点

【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体:83%削減(同一使用時間での比較)

- 動作:消費電力量ダウンで83%削減
- 動作時が全体の99.5%を占める(2010年度モデル)

LDA6D-E17(日本)



2000年度モデル:ミニクリプトン電球40形(LDS100V36WWK)
2010年度モデル:LED電球(LDA6D-E17)

デジタルコードレス電話

本体の電源をレギュレータ方式からDCDCコンバータ方式へと変更し電力使用効率を向上させることにより、待機時消費電力0.45Wを実現

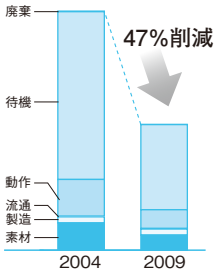
【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体:47%削減

- 動作:消費電力量ダウンで49%削減
- 待機:消費電力量ダウンで49%削減
- 素材:軽量化で44%削減

ダントツGP

KX-TG5511(欧州)



2004年度モデル:VE-SV01CL
2009年度モデル:KX-TG5511

エアコン

ECO NAVI

独自のハイブリッド形熱交換器やコンプレッサにより業界トップクラスの期間消費電力量1,272kWh※を実現

※4.0kWクラス日本家庭用エアコンにおいて。2009年10月8日時点

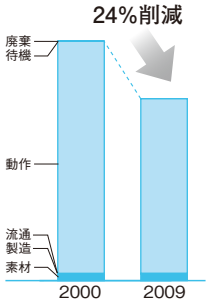
【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体:24%削減

- 動作:消費電力量ダウンで24%削減

ダントツGP

CS-X400C2(日本)



2000年度モデル:CS-E400AH2
2009年度モデル:CS-X400C2

温水洗浄便座

ECO NAVI

「ダブルセンサー制御機能」と独自の加熱方式「W瞬間式」により、業界No.1※の省エネ(瞬間式において、省エネ基準達成率180%)を実現

※2009年8月25日時点

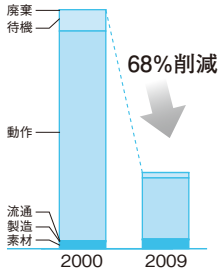
【CO_2排出のLCA評価】

ライフサイクル全体:68%削減

- 動作:消費電力量ダウンで70%削減
- 待機:消費電力量ダウンで75%削減

ダントツGP

DL-WB60(日本)



2000年度モデル:DL-ST30
2009年度モデル:DL-WB60

創エネルギー

創エネルギーの考え方

当社は、商品の「省エネ」取り組みから一歩踏み込んだ新しい領域へのチャレンジとして、エネルギーを創り出す「創エネ」事業を積極的に進めています。エネルギー使用量を減らしCO_2排出量を削減する省エネに加え、必要なエネルギーをCO_2排出量の少ない発電方式によって創り出す取り組みとして、家庭用燃料電池や太陽光発電などの開発を進めています。

創エネルギー機器

燃料電池は、都市ガスから取り出した水素と空気中の酸素を電気化学反応させて電気をつくると同時に、反応時に出る熱でお湯を沸かすことができることから、高い発電効率と省エネルギー性を兼ね備えたシステムです。都市ガスを使うためCO_2を排出しますが、季節や天候、時間帯に左右されず安定して発電できる特長があります。

2009年5月、当社はガス会社様より家庭用燃料電池コージェネレーションシステム「エネファーム」を世界に先駆けて一般販売を開始、2010年2月までに2,100台を出荷しました。発電効率は最高35% HHV/39% LHVと世界トップレベル※1、湯沸しまで含めた総合的なエネルギー変換効率は85% HHV/95% LHVで、火力発電所からの電力供給、都市ガスを用いた給湯器からの熱供給と比較して、CO_2排出量は住宅1軒1年間で約1.5tの削減※2が期待できます。

※1 2009年4月時点(当社調べ)
※2 CO_2換算係数 ガス:2.29kg-CO_2/m^3
電気:0.69kg-CO_2/kWh(火力発電原単位)での当社試算

家庭用燃料電池コージェネレーションシステム(1kW)

太陽光発電は、半導体を利用して太陽の光エネルギーを直接電力に変える発電装置です。発電量は、季節や天候、時間帯の影響を受けますが、化石燃料を燃やして電気を起こす火力発電と異なり、発電時にCO_2や排気ガス、燃えカスなどを全く排出しないという特長があります。

三洋電機(株)が展開するHIT太陽電池は、アモルファスシリコン薄膜と単結晶シリコンを積層した独自の構造で発電量を飛躍的に高め、世界トップレベルの発電効率※3を誇ります。HIT太陽電池モジュールHIT NKH210では、従来型結晶系150W太陽電池モジュールに比べ、設置面積あたりの年間予測発電量を約38%向上させています。

※3 2010年5月時点
(当社調べ)

住宅に設置された太陽電池HIT

蓄エネルギー

蓄エネルギーの考え方

エネルギーを貯めておき、必要なときに取り出して使う「蓄エネルギー」機器は、安定したエネルギー供給を可能にします。特に太陽光発電や風力発電など、自然エネルギーの効率的な活用には欠かせません。当社ではリチウムイオン電池を「蓄エネ」事業の中核と位置づけ、高容量化やリチウムイオン電池モジュールの開発などに取り組んでいます。

蓄エネルギー機器

家庭用太陽光発電などの再生可能エネルギーの利用や電気自動車の実用化への期待が高まる中、これらの普及には蓄電システムが不可欠となります。とくにリチウムイオン電池を用いた蓄電システムは、他の二次電池を利用したものに比べ高容量・軽量であるため、実用化が大いに期待されています。

当社は、ノートパソコンなどで使用されている18650サイズ(直径18mm×高さ65mm)のリチウムイオン電池で、業界トップレベルの高容量※を開発・量産しています。また、18650サイズのリチウムイオン電池を用いた1.5kWhタイプの電池モジュールを開発しました。この電池モジュールを直列や並列に複数個接続することで、太陽光発電や燃料電池との蓄電システム、電気自動車用電源など環境エネルギー分野向けの各種電源に適用が可能になりました。

※ 2009年12月時点(当社調べ)

リチウムイオン電池モジュール(1.5kWh)

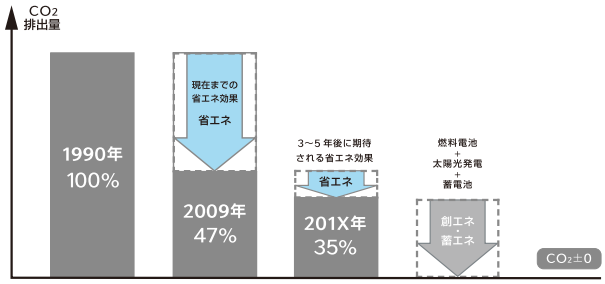
家まるごと「CO_2±0(ゼロ)」

省エネ・創エネ・蓄エネ、それらをつないで実現する家まるごと「CO_2±0(ゼロ)」のくらしを提案

経済成長や世帯数の上昇にともない、家庭部門からのCO_2排出量がますます増加することが懸念されます。当社は、様々な家電製品から、住宅に至るまで、家をとりまく多くの製品を提供しています。家庭からのCO_2排出量を効果的に削減するには、当社の幅広い商品群において、単体機器から家そのものまでトータルで取り組むことが重要と考えます。当社だからこそ実現できるこの考え方を、「家まるごと」と呼んでいます。

家まるごとでのCO_2削減は、「省エネ」、「創エネ」、「蓄エネ」の3つの切り口で推進しています。「省エネ」では、機器使用時の消費電力削減や建物の高断熱化などにより、エネルギーの消費量を減らします。下図に示すくらしモデルに基づく試算では、機器の省エネ性能の向上と、家全体の使用電力を削減した結果、3年から5年後には1990年比で65%のCO_2排出量が削減できます。しかし、徹底的に省エネに取り組んでも、発電所からの電力を消費する限り、CO_2を出してしまいます。そこで、燃料電池、太陽光発電による「創エネ」と、家庭用リチウムイオン蓄電池による「蓄エネ」との組み合わせにより、省エネしてもなお必要な、残り35%のCO_2排出量に相当するエネルギーをつくり、ためて、使うことで、家全体でCO_2排出量を実質ゼロにします。このコンセプトを家まるごと「CO_2±0（ゼロ）」と呼んでいます。さらに、支える要素としては、「つなぐ」という考え方があります。これは、効率的な機器の使い方をする「ホームエネルギーマネージメントシステム(HEMS)」や、効率的な電気の使い方をする「宅内AC/DCハイブリッド配線システム」で実現します。家中の家電や設備をネットワーク化してかしこくコントロールすることで、家まるごと「CO_2±0（ゼロ）」は達成できます。

■家まるごと「CO_2±(0ゼロ)」の考え方



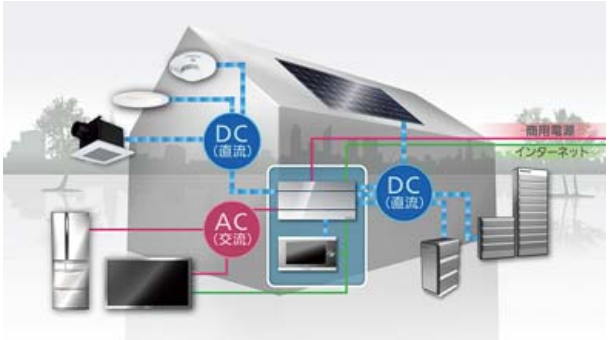
算出条件（くらしのモデル）
- 家族と住宅：祖母（70歳）、父（40歳）、母（37歳）、娘（6歳）の3世代4人家族。住居は2階建ての一戸建。3LDK+和室、延べ床面積136.9平方メートル（全国平均値）。
- 対象商品：【1990年】普及率10%を考慮し、当社が生産・販売していた当時の最新機種を設定。【2009年～201X年】普及率10%を考慮の上、ライフスタイルの変化（製品の保有数の増加や大型化）などを踏まえ当社が想定する機種を設定。

宅内AC/DCハイブリッド配線システム

「つなぐ」には、すでに商品化されたHEMS以外に、現在開発中の宅内AC/DCハイブリッド配線システムが挙げられます。

電気には2つの種類があります。一つは電力会社から各家庭へ送電され、コンセントを経由して使用する電気で、交流（AC）です。もう一つは、太陽光発電や燃料電池で発電した電気で、直流（DC）です。交流は、送電時の損失軽減や、工事の安全性などのメリットがありますが、一方で、テレビやパソコン、LED照明など一部の機器は直流で動作するため、交流から直流への変換時にロスが発生しています。当社はこの変換ロスを無くすことや、創エネ、蓄エネ機器である燃料電池、太陽光発電、蓄電池が直流で発電、蓄電することに着目し、2種類の電気を上手に無駄なく使えるように、一部そのままで活用する「宅内AC/DCハイブリッド配線システム」を開発しています。交流で動作する機器には電力会社からの電気を、直流で動作する機器には燃料電池、太陽光発電、蓄電池からの電気を供給することで、さらなる省エネを実現します。

■宅内AC/DCハイブリッド配線システム



エコアイディアハウス

エコアイディアハウスは、家まるごと「CO_2±0（ゼロ）」の考え方を現実の姿として体感していただくために、2009年4月に東京・有明の当社ショウルーム「パナソニックセンター東京」に開設したコンセプトハウスです。3年から5年後である201X年に、家庭のくらしで消費するエネルギーを「へらす、つくる、ためる、つなぐ」ことで、家まるごとCO_2排出量を実質的にゼロにすることを実体験できる展示をしています。また、エネルギー消費を抑えると同時に、涼しさと暖かさ、明るさなどの自然の恵みを活かすことで、心地よいくらしも提案しています。

エコアイディアハウス外観

ビジネススタイルの
エコアイディア

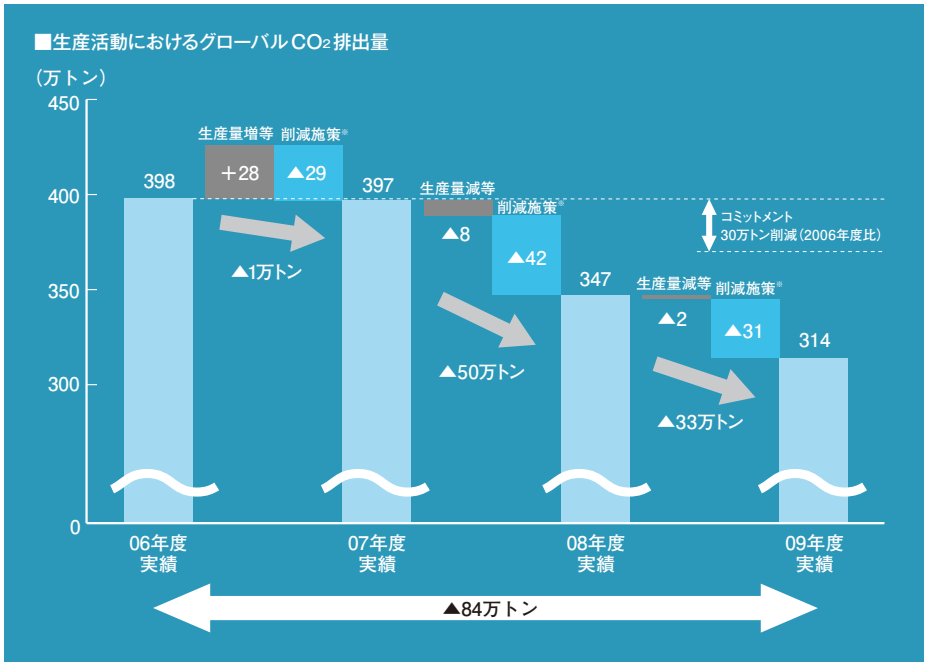
私たちは、資源・エネルギーを限りなく活かすビジネススタイルを創り、実践します。

当社は生産活動におけるCO_2排出量について総量で削減することをめざし、中期計画の3年間の取り組みで、グローバルに30万トン削減の目標を掲げてきました。2009年度も徹底した削減施策などにより33万トンを削減し、3カ年では84万トン削減と、目標を大幅達成することができました。

2010年度からCO_2削減の全社活動は、研究所やオフィスなどの非製造部門や物流部門にも広げて進めていきます。また、全社活動テーマもCO_2削減のみならず、資源循環にも重点を置いて推進し、モノづくりの全プロセスで環境負荷低減と生産性向上を両立したビジネススタイルの創造に取り組みます。

省エネ実践研修の様子

省エネ診断での現場確認の様子



注) CO_2排出係数(日本・電力)は、その実績公表と当社計画策定のタイミングの相違により、2006年度0.425kgCO_2/kWh、2007年度以降は0.410kgCO_2/kWhを使用。0.410kgCO_2/kWhを使用した場合の2006年度CO_2排出量は393万トン。2007年度の削減施策による削減量▲29万トンの内、▲5万トンは電力係数改善による削減量

※ 対策をしない場合と比較した概算値。製造拠点の統廃合による削減効果も含む

グリーンファクトリーの取り組み

グリーンファクトリー（GF）のめざす姿

当社では、地球温暖化防止、廃棄物・有価物発生量削減、化学物質排出・移動量削減を中心としてあらゆる投入量と排出量の最小化に取り組んでいます。これを通じて環境貢献と経営体質強化の両立を図り、全工場を「グリーンファクトリー」にすることをめざしています。

GF認定制度について

当社は、グローバル全工場でのGF活動のレベルアップのため、各工場での取り組みを評価・認定する「GF認定制度」を運用してきました。この制度は、継続的な環境負荷削減取り組みと特徴あるGF活動について、必須3項目である「地球温暖化防止」「廃棄物·有価物発生量削減」「化学物質排出・移動量削減」および、任意項目である「水資源有効活用」の成果に基づいて点数化し、基準点以上の工場をGFとして認定するものです。

2005年度から導入した本制度は、2009年度にはグローバル238工場がGFに認定され、全工場に占めるGF認定工場の比率（GF認定率）は94%となり、目標の82%を大きく上回りました。また、環境に関する国家レベルの最高賞を受賞するなど、その国で最高レベルのGF活動を推進している工場を「ダントツGF」として認定しており、2009年度は13工場を認定しました。

■「GF認定制度」の設定項目と主な評価指標

	項目	指標	定義
必須	地球温暖化防止	CO_2排出総量	CO_2排出量の総量
必須	廃棄物・有価物発生量削減	発生量削減率	当年度の対策による廃棄物・有価物発生量削減量 / 前年度の廃棄物・有価物発生量
必須	廃棄物・有価物発生量削減	リサイクル率	再資源化量 / 再資源化量＋最終処分量
必須	化学物質排出・移動量削減	重点削減対象物質の排出・移動量削減率	1－ 当年度の「重点削減対象物質」排出・移動量 / 基準年度の「重点削減対象物質」排出・移動量
任意	水資源有効利用	使用量削減率	当年度の対策による水使用量削減量 / 前年度の水使用量

■2009年度ダントツGF認定工場

パナソニック（株） AVCネットワークス社 宇都宮工場、パナソニック プラズマディスプレイ（株） 尼崎工場、パナソニック AVCネットワークス 廈門（有）、パナソニック AVCネットワークス クアラルンプールマレーシア（株）、パナソニック（株） ホームアプライアンス社 キッチンアプライアンスビジネスユニット／自販機ビジネスユニット、パナソニック HA電子レンジ上海（有）、パナソニック HAタイ（株）、パナソニック エレクトロニックデバイス（株） チューナビジネスユニット、パナソニック エレクトロニックデバイス ジャパン（株） 若狭ディビジョン、青島松下電子部品（保税区）（有）、パナソニック半導体オプトデバイス（株）、パナソニック コミュニケーションズ マレーシア（株） 計13工場

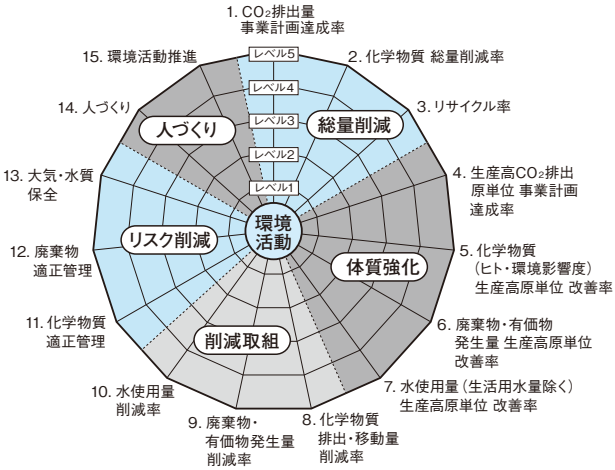
会社名は2010年3月31日時点の名称

GFアセスメント制度

GF認定制度の2010年度目標である「GF認定率90%以上」が過去2年間達成されていることを受け、全工場のさらなる取り組み水準向上をめざして、2010年度よりGF認定制度を「GFアセスメント制度」へと進化させました。

5側面からなる環境活動15項目を各工場がそれぞれレベル1から5までの5段階基準で自己評価し、目標進捗度の把握や他工場との比較を行うとともに、グループ全社で2012年度に平均レベル4以上をめざします。

■「GFアセスメント制度」の評価指標



中国GFコンペ

優れたGF活動の評価と社内情報共有による取り組みの高位平準化をめざして、中国・北東アジア地域では2007年度より社内表彰制度「中国GFコンペ」を毎年1回行っています。CO_2、廃棄物、化学物質、水の4分野でそれぞれの優秀事例を表彰し、それらの取り組み内容を「GFコンペ事例集」として全在華工場に配布してノウハウ・情報の共有化を進めています。

■中国GFコンペの状況

		2007年度	2008年度	2009年度
応募件数		134件	179件	168件
応募案件の削減量	CO_2	21千トン	20千トン	24千トン
応募案件の削減量	廃棄物	17千トン	1.2千トン	7.7千トン
応募案件の削減量	化学物質	2百トン	0.5百トン	1.3百トン
応募案件の削減量	水	124万トン	21万トン	20万トン

事例集を作成して在華全社で共有

工場の省エネルギー・温暖化防止

省エネ強化をめざして全社で推進

当社は、中期経営計画において、2009年度にグローバルのCO_2排出量を2006年度比で30万トン（全排出量の約7.5%相当分）削減することを目標に掲げ、全社で取り組みを進めてきました。

具体的には、「全社CO_2削減推進委員会」を設置し、進捗の月次管理を進め、CO_2削減施策として、①「メタゲジ※」による「見える化」の徹底、②専門チームによる省エネルギー診断の実施、③生産プロセスの革新、④削減事例の横展開 などを全社で推進しています。

目標は1年前倒しの2008年度に達成しましたが、2009年度はさらに厳しい目標を掲げて、省エネ体質の一層の強化に向けた取り組みを加速しています。

※ メータやゲージなどの計測器を導入してエネルギー使用量を「見える化」し、測定可能な削減対策を実行すること

全社CO_2削減推進委員会を設置

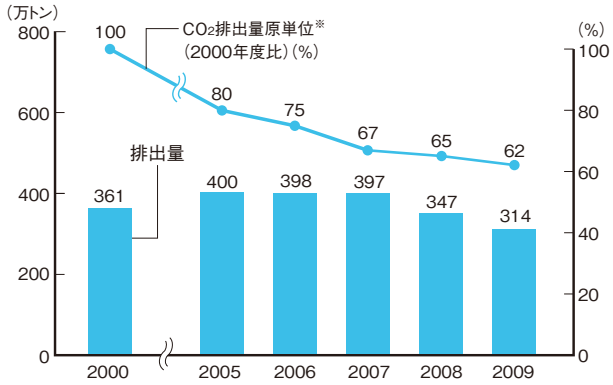
環境担当役員を委員長とし、ドメイン会社のモノづくり担当役員クラスを委員とする「全社CO_2削減推進委員会」を立ち上げ、月次で把握した進捗の確認や課題検討、施策実施の徹底などを行ってきました。さらに、全世界の工場と迅速に情報を共有して取り組みを徹底するため、ドメイン会社においても同様の推進体制を構築しています。委員会傘下には、省エネ技術を保有する関連部門で構成した「省エネ技術支援チーム」を設置し、各工場の共通課題に対する支援を行っています。2010年4月からは、商品や非製造部門、物流部門を加えた「全社CO_2削減貢献委員会」を立ち上げ、これまでの工場におけるCO_2削減活動は、本委員会傘下の「製造CO_2削減ワーキンググループ」として推進します。

CO_2排出量を基幹の経営指標に

当社は、グローバルすべての工場274拠点から毎月、CO_2排出量をはじめ23項目の環境パフォーマンスデータを集め、その分析結果を月次で決算・フィードバックする仕組みを構築・運用してきました。

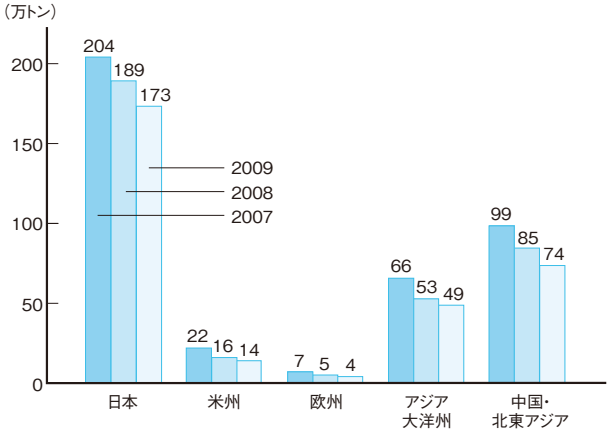
2008年度からは、売上高・営業利益・在庫など基幹の経営指標に「CO_2排出量」を加え、その結果を社内業績評価制度の一部として反映することで、取り組みのさらなる加速を図っています。

■グローバルCO_2排出量と原単位



〈当社のCO_2排出量算定基準〉
・燃料関係は環境省「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル（Ver2.2）」の係数に基づく
・日本の各年度購入電力の係数（$kgCO_2/kWh$）は、0.376（2000年度）、0.425（2005年度、2006年度）、2007年度以降は 0.410を固定して使用。各年度の電力係数に、実績（クレジットにより調整されている場合は調整後係数）に基づく0.410（2006年度）、0.453（2007年度）、0.373（2008年度、2009年度）を使用した場合のCO_2排出量は、393万トン（2006年度）、412万トン（2007年度）、334 万トン（2008 年度）、302万トン（2009年度）
・PPS（特定規模電気事業者）からの購入電力についても上記係数を使用
・日本以外の購入電力の係数は、GHGプロトコルの各国ごとの係数を使用
※ 原単位＝CO_2排出量÷（連結売上高÷日本銀行企業物価指数（電気・電子機器））

■CO_2排出量（地域別）



CO_2削減の取り組み

①グローバル全拠点で「メタゲジ」活動を推進

CO_2削減を確実に実行するためには、工場の各施設のエネルギー使用状況や対策による削減効果を「見える化」することが重要です。

これまでグローバル全製造拠点において約4万点の計測システムを導入し、管理体制を構築するとともに、モデル工場での取り組み成果に基づき「メタゲジ」活用マニュアルを作成しました。今後は、この仕組みを活かしてエネルギーの無駄をさらに顕在化させ、その削減取り組みを全社活動として強化していきます。

計測器

②「省エネルギー診断」による対策の掘り起こしを推進

各製造拠点における省エネルギー対策の掘り起こしに向け、専門家による「省エネルギー診断」活動を推進しています。各ドメイン会社では、各製品のモノづくりプロセスを熟知した技術者と工場の担当者が協力し、CO_2削減への問題解決を図っていますが、それと並行して、全社の省エネ技術支援チームメンバーによる専門部隊を編成し、全社展開が可能なテーマを掘り起こすため、省エネルギー診断活動を展開しています。2009年度は18工場において、2万トンを削減する350件の省エネ対策を提案し、各工場で取り組みが実践されています。

省エネ診断での現場確認の様子

③生産プロセス革新で削減を加速

全社目標の必達に向け、従来の手法では技術的課題や品質確保問題のために着手が困難であった削減テーマにも積極的に取り組んでいます。具体的には、社内の研究部門である生産革新本部が中心となり、先端シミュレーション技術などを駆使して工場省エネルギーに関する技術開発を行い、ドメイン会社を生産技術面で支援しています。

これらの取り組みにより、とくにエネルギー消費量の大きい半導体工場のクリーンルームや二次電池のドライエア供給において大きな削減成果を生み出すことができました。また、「省エネ生産技術研究会」を開催し、各工場が課題を持ち寄り、担当技術者の育成を含めた全社取り組みの加速を図っています。

省エネ生産技術研究会で他社や先進事業場に学ぶ

④削減事例の横展開と専門人材育成を推進

CO_2削減事例の横展開を図るため、2008年9月、削減事例を「BAチャート※」としてデータベース化し、フリーキーワードにより検索できるシステムをイントラネットに構築しました。本システムには1,139件（2010年3月現在）の省エネ事例が登録されており、全社で活用を推進しています。

また全工場が取り組むべき必須の省エネ対策を「省エネ33アイテム」としてチェックリストにまとめ、全工場で総点検を進めています。

さらに、これらの取り組みを進めるためには省エネ技術者の育成が不可欠です。当社は2007年度よりグローバルにCO_2削減の研修会18回、技術説明会12回を実施し、計340名の専門技術者を育成してきました。

※ BAチャート：CO_2削減事例についての実施前（Before）と実施後（After）の比較をチャート形式の資料にまとめたもの

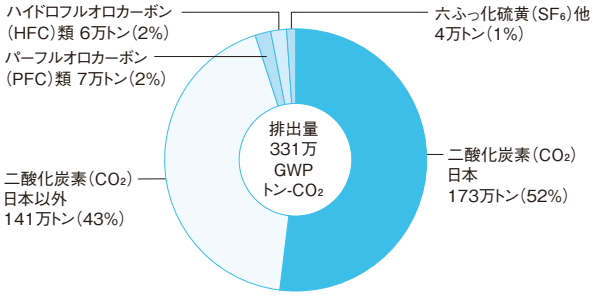
中国での研修の様子

エネルギー起源のCO_2以外の温室効果ガスを削減

当社が排出するエネルギー起源のCO_2以外の温室効果ガスは、主に半導体工場のエッチングガス、クリーニングガスとして使用しているPFC、SF_6などです。半導体工場では、これらのガスの削減に向けてガスの代替化や除害装置を設置し、フロンガスを無害化するなどの対策を実施してきました。

世界半導体会議（WSC）では「1995年比で2010年までに10%以上削減」をめざしていますが、当社の半導体部門では2009年度に、1995年比で53%削減しました。

■温室効果ガス排出量（CO_2換算）



「工場省エネルギー CDM※」を推進

当社は2004年度より、マレーシアの当社工場で実施する省エネルギー対策をCDMプロジェクトとすべく取り組みを進め、2007年3月、工場の省エネルギー対策としては日本で初めて、CDMとして国連に承認されました。現在、このプロジェクトを推進しています。

※ Clean Development Mechanism：京都議定書で承認された手法。先進国が発展途上国に対し資金・技術支援をして温室効果ガスの排出削減につながる事業を実施する制度

使用済み製品のリサイクル

リサイクルの基本姿勢

資源有効利用や環境汚染防止などを目的に、世界各国でリサイクルの法制度、仕組みの整備が行われています。日本では特定家庭用機器再商品化法(家電リサイクル法)や資源有効利用促進法、EUではWEEE指令が、米国の一部の州でもリサイクル法が制定・施行され、中国でも2011年1月から法が施行される予定です。当社は、各国の関連法規順守はもとより、国ごとのリサイクルインフラの実情に即して最も効率的な仕組みづくりに貢献するとともに、限りある資源を有効に活用する資源循環への取り組みを通じて地球環境のサステナビリティにも貢献していきます。

製品リサイクル活動をグローバルに推進

●日本

当社は、2001年に4品目を対象とした家電リサイクル法の施行にともない、既存インフラを活用した地域分散処理システムを構築しました。当社が主体で設立した(株)エコロジーネットが、Aグループ(当社をはじめとする24社)に所属するメーカーなどの委託を受けて関連業務を一括代行し、指定引取場所190カ所と再商品化拠点36カ所を管理運営しています。2009年4月より対象機器追加(薄型テレビ、衣類乾燥機)に対応した取り組みを行っています。当社は2009年度は家電4品目※1約10万4,000トン再商品化しました。

※1 エアコン、テレビ、冷蔵庫・冷凍庫、洗濯機・衣類乾燥機

薄型テレビの解体

●欧州

2005年8月の欧州WEEE指令施行に先立ち、当社は2005年4月ドイツにリサイクルマネジメント会社としてエコロジーネットヨーロッパ(ENE)を設立しました。ドイツを中心に優良リサイクル会社と連携し、高品質のリサイクルシステムを構築しています。当社は2009年はWEEE指令対象製品を約5万6,000トン※2回収しました。

※2 回収システムごとの回収重量X当該システムにおける当社重量ベース市場投入シェアにより算出

●米国

2007年7月のミネソタ州でのリサイクル法施行を契機に、当社が主体となり、同年9月にアメリカリサイクルマネジメントLLC (MRM)を(株)東芝様およびシャープ(株)様とともに設立し、テレビ、パソコンを中心としたリサイクルを開始しました。法制化済みの他州へも順次拡大するとともに2008年11月からMRMの運営による全米自主取り組みを開始しました。

これらの取り組みが評価されてMRMは米国環境保護庁(EPA)から2009年テレビリサイクルチャレンジ賞を受賞しました。当社は2009年は廃電子機器を約3,700トン※3回収しました。

※3 州法に基づく回収および自主取り組みによる回収など

●中国

2011年1月の法施行に向けて当社は投資性公司工作委員会のメンバー企業として中国政府と一緒に制度づくりを進めています。

●インド

2010年3月からテレビの自主取り組みをチェンナイ市から開始しました。今後対象地域を拡大する予定です。

リサイクルの技術開発

当社では限りある資源を有効に活用するため、「循環型モノづくり」をめざした取り組みを始めています。

使用済み家電4品目のリサイクルを行うパナソニックエコテクノロジーセンター (株)は、より効率的に、多くの資源の回収・供給ができるように独自の研究を行い、工程改善に努めています。テレビのブラウン管処理では、前面ガラスと背面ガラスに分割する必要があります。レーザ光を用いることで、従来のヒータ線ブラウン管分割方式に比べ、3倍の処理スピードを実現しました。正確なレーザ光照射と、ブラウン管の種類を自動判別する機能により、高品位な分割ができるようになりました。また、冷蔵庫の破砕物から鉄、アルミ、銅、樹脂を回収する一貫システムなども開発し導入しています。さらに、回収された樹脂を種類ごとに分別する技術開発も進めており、分別不可能な樹脂を減容化する装置も連続稼動評価の段階にあります。一方、これらの資源を社内だけでなく、広く活用するための用途開発にも積極的に取り組んでいます。ブラウン管ガラスを活用したインターロッキングブロックは、専門メーカーと共同開発したものです。社内で活用しており、順次社外にも広めていきます。

当社はこれらの取り組みを通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

レーザ式割断装置

インターロッキングブロック

生物多様性の取り組み

生物多様性に対する考え方

私たちの社会は、生物多様性を基盤とした様々な自然の恵み（生態系サービス）に支えられています。一方で、過去50年にかつてない速さで生物多様性が損なわれており、企業も生物多様性の保全と持続可能な利用に取り組むことが求められています。当社は、生物多様性の重要性と危機的な状況を踏まえ、事業活動と社会貢献活動の両輪で生物多様性の取り組みを推進しています。

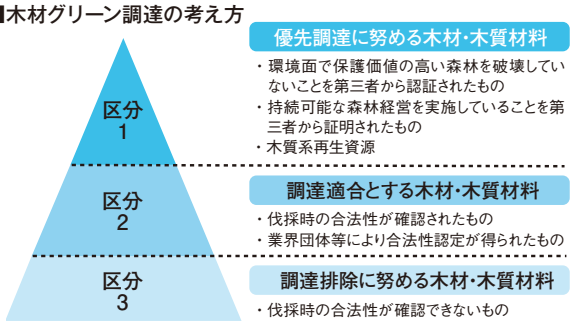
生物多様性プロジェクトをスタート

事業活動における生物多様性への取り組みを推進するため、2009年10月に生物多様性プロジェクトを発足し、3つの重点分野「調達」「立地・土地利用」「商品」で具体的な活動をスタートしました。

①調達分野の取り組み

2010年2月に、生物多様性の保全と持続可能な利用をめざした「木材グリーン調達ガイドライン」を、WWF（世界自然保護基金）ジャパンとの協議を重ね策定。優先調達に努めるもの（区分1）、調達適合とするもの（区分2）、調達排除に努めるもの（区分3）を明確にしました。2009年度を対象にグリーン調達実態調査を実施した結果、木材・木質材料の総調達量は約44万m^3、区分内訳は、1が47%、2が51%、3が2%でした。今後、区分1と2の比率を高めるとともに、3の比率削減に取り組みます。

■木材グリーン調達の考え方



②立地・土地利用の取り組み

敷地内に緑地を有する当社の事業所は121拠点あり(日本、2009年12月末時点)、緑地面積の合計は約200万m^2となります。生物多様性の観点から、これらの緑地のあり方、管理方法などを見直すことで、事業所が立地する地域の生物多様性保全に貢献することをめざします。現在、日本の全事業所を対象とした調査を進めており、調査結果を踏まえて優先的に取り組むべき事業所を抽出してモデル事例づくりに取り組みます。

③商品分野の取り組み

生物多様性に直接関係が深い商品に的を絞り、生物多様性への影響と依存、およびリスクとチャンスについて、第三者評価をしていただいています。

国際環境NGO バードライフ・アジアによる
誘虫性を低減した照明器具「ムシベール」の評価

照明器具は、光に集まる昆虫の生息環境を攪乱し、結果としてそれらの昆虫を捕食する多様な生物にも広く影響を与えてしまいます。ムシベールは、光の波長制御により昆虫が集まりにくく（従来比70%減）、生物多様性保全に寄与する照明器具として評価できます。

室内での活用事例

屋外での活用事例

世界自然保護基金（WWF）との協働

当社は2007年より、WWFジャパンとともに「黄海エコリージョン支援プロジェクト」を推進しています。このプロジェクトは7年計画で、中国、韓国、日本が協力して、黄海（中国と朝鮮半島に囲まれた海域、世界最大級の大陸棚を持つ）の豊かな自然と生態系の保全および実効的な管理をめざすもので、これまでは海洋生態系の大切さを普及する活動を中心に行ってきました。2010年1月からの約3年間は、中国遼寧省の鴨緑江河口域沿岸と韓国全羅南道のムアン郡沿岸をモデル地域として、沿岸の漁業・渡り鳥・底生生物（甲殻類や貝類など）のつながりを科学的に現地調査し明らかにするとともに、地元行政（漁業、環境部門、政府系研究機関など）や地域住民との連携を図りつつ、環境の持続可能な利用と保全のために必要な対策の実現をめざします。

鴨緑江河口域。数万羽のオオソリハシシギの群れが春と秋の渡りの途中に立ち寄る ©Kango Nakao

国家級自然保護区になっている鴨緑江沿岸の湿地の視察 © WWF Japan

また2008年からは、WWFインターナショナルが推進する「北極圏プロジェクト」のファーストスポンサーとして、北極圏の環境分析・調査、さらには ホッキョクグマなどに象徴される生態系を維持する取り組みを推進しています。

COP15にあわせたイベントで氷のホッキョクグマ像を提供

Panasonic
Project Supporter
WWF

©1986 Panda symbol WWF
®"WWF"is a WWF
Registered Trademark

CSR調達

調達部材の再資源化で エコとコスト力の両立をめざします

役員　**藤田 正明**
グローバル調達担当(兼)調達本部長、
グローバル物流担当(兼)グローバルロジスティクス本部長、トレーディング社担当

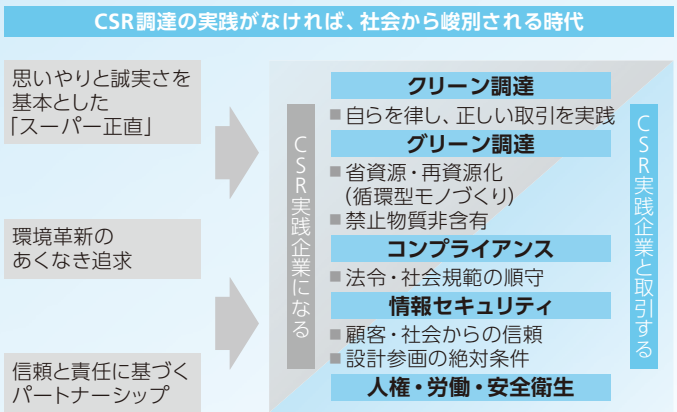
パナソニックはグローバルに約9,000社の購入先様より部品、材料、設備などを調達しています。これまで自らの調達活動におけるコンプライアンスを徹底するための「クリーン調達宣言」、購入先様の評価にCSRの取り組み度合いを含む「サプライヤー評価制度」、調達部材の特定化学物質不使用を徹底する「グリーン調達」など、多くの購入先様と協働でCSRの実践に取り組んでまいりました。

資源の枯渇が懸念される中、「環境革新企業」をめざす当社では「循環型モノづくり」の実現に向けた「省資源化」と「再資源化」の2つを重点分野としています。このうち、モノづくりの源泉を担う調達部門では、「再資源化」の分野で貢献してまいります。そのために、再資源化を前提とした材料・塗料、再生材料の調達を推し進めます。また、社内の設計・製造部門、グローバルに優れた技術力を持つ購入先様とともに、それらを使いこなすための加工技術や用途の開発まで踏み込んだ連携を行います。さらに、共通部材化することで集中購買を推し進め、資源循環の拡大とともにコスト合理化による競争力の強化にもつなげてまいります。このような取り組みを通じて購入先様とノウハウを共有することで、互いの技術レベルを向上させ、「循環型モノづくり」をサプライチェーン全体に広げていきたいと考えています。全投入資源のうち、ベースとなる金属や樹脂でまず重点的に取り組み、2012年度までに全投入資源に対する再生資源の比率を12%超に引き上げることをめざします。

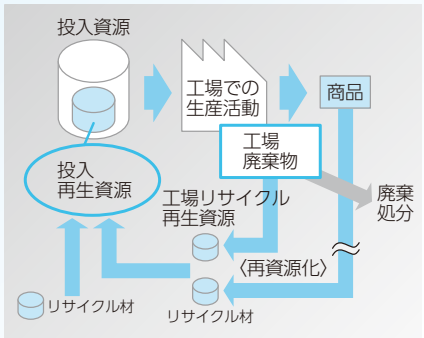
もう1つの重要な取り組みが、物流におけるCO_2の削減です。よりCO_2の少ない輸送手段への切り替えや、共同輸送の促進など、パートナー企業との連携によるさまざまなCO_2削減施策を強化します。また、日本国内で構築した、CO_2排出量を把握する体制と仕組みを海外にも展開し、グローバルなCO_2削減と競争力の強化を図ります。

これらを確実に達成していくことで、公正取引を基本に、持続可能な社会の実現に大きく貢献できる調達活動をめざしてまいります。

パナソニックのCSR調達の考え方



循環型モノづくりの推進

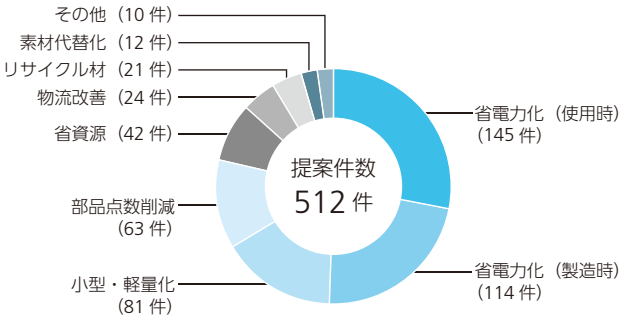


サプライチェーン連携で環境革新を推進

パナソニックでは2009年度より、購入先様と協業でECO-VC（VCはValue Creationの略で、「環境価値創造」の意味）活動を行っています。これは当社の調達部材で、省エネ、省資源、リサイクル材の使用などの環境配慮を行いながら、同時にコスト合理化もめざす取り組みです。2009年度は、省電力化や小型・軽量化、部品点数の大幅削減、物流改善など世界中の購入先様から500件を超えるアイディアをいただきました。これらの優れた取り組み事例を購入先の皆様と共有し横展開を図るため、国内外の購入先様が出席するパナソニック エクセレントパートナーズミーティングでご紹介しています。

今後は、循環型モノづくりの視点を強化し、より多くの購入先様に、ECO-VC活動への積極的な参画を呼びかけ、公正取引を基本とした地球環境への貢献に積極的に取り組んでまいります。

ECO-VC活動における購入先様からの提案内容の内訳（2009年度）



パナソニック エクセレントパートナーズミーティングでは、国内外の購入先様と循環型モノづくりのノウハウを共有しています。

グリーン物流への取り組み

パナソニックの工場におけるCO_2排出量は2009年度は314万トンでしたが、物流での排出量は78万トンで、工場からの排出量の約2割の量に相当します。当社では物流におけるCO_2排出量削減のため、これまでも、トラックから鉄道への輸送手段の切り替え（モーダルシフト）、エコカーやバイオディーゼル燃料の利用、他社との共同輸送等による積載率の向上などに取り組んできました。

2009年度は、新聞輸送でのCO_2削減に積極的に取り組まれている株式会社朝日新聞社様と連携。新聞を配送したトラックの帰り便をパナソニックの物流に利用する取り組みを開始しました。輸送には中型CNG（圧縮天然ガス：Compressed Natural Gas）トラックや、使用済みてんぷら油を原料としたバイオディーゼルトラックを利用しています。

海外では、海上輸送から鉄道への切り替えに取り組んでいます。2009年度は、極東からモスクワまでの輸送を、従来のインド、アフリカ沖を経由する海上輸送から、輸送方法の工夫等によりシベリア鉄道に切り替えることで、38％のCO_2を削減しました。また、中国からカザフスタンへの輸送も、従来は海上輸送で欧州まで運び、そこから陸路でカザフスタンまで輸送していましたが、同様の工夫により鉄道輸送に切り替え、62％のCO_2削減を実現しました。

金城 佐和子
グローバルロジスティクス本部
CSR・環境チーム　チームリーダー

物流におけるグローバルなCO_2削減にチャレンジ

物流におけるグローバルなCO_2削減の取り組みは、ほとんどの国で法律が未整備なこともあり、なかなか進みませんでした。しかし、当社が「環境革新企業」をめざす中、グローバルロジスティクス本部としても業界に先がけて本年度より本格的な取り組みをスタートしました。この中で特に力を入れたいのが、法的義務のない海外子会社へのインセンティブ制度*の活用です。まず、米国・欧州で成功事例をつくり、他地域にもどんどん展開していきたいと考えています。

*物流でのCO_2削減で成果を上げた企業に、製品でのエコマーク表示や補助金などのインセンティブを与える制度

お客様起点のモノづくりで本業を通じて社会に貢献

現在、世界のさまざまな国が新たに経済発展を遂げる一方、地球温暖化などの環境問題も顕在化しています。当社は、事業を行っている世界中の国や地域で、モノづくりを通じて、社会課題の解決や豊かなくらしの実現に貢献していくことが、当社の大切な使命であると考えています。
ここでは、現地のくらしに根ざした生活研究や商品開発を通じて、持続可能な発展への貢献をめざす取り組み事例をご紹介いたします。

インドネシアの多くの家庭では井戸水や水道水を煮沸して飲料水に使用しており、その保存にはペットボトルが用いられています。
（詳細はP23インドネシアの取り組み事例をご覧ください）

インドネシア

インドネシアの水事情

世界には安全な飲み水を手に入れることのできない人が10億人以上いると言われています。また、不衛生な水のために年間約200万人が命を落とし、そのほとんどが5歳未満の子どもたちです。世界第4位の2億2,800万人が約1万8,000の島々にくらすインドネシアでは、水道施設が十分に普及しておらず、多くの人が「浅井戸」と呼ばれる深さ10メートル程度の井戸から水を汲み、洗濯や入浴、そして飲料水に使用しています。井戸水を汲むのは女性や子どもの仕事であることが多く、浅い井戸とはいえ、毎日の水汲みは重労働です。

くらしを支える井戸水ポンプ

このようなことからパナソニックでは、1988年に井戸水ポンプの生産を開始しました。インドネシアの電力普及率は58%ですが、その約9割が900ワット以下です。当社製品はこの点に配慮した小電力設計であり、さらに品質が安定していることから、幅広いお客様にご支持をいただき、現在では井戸水ポンプをお使いの家庭の約半数で当社製品をお使いいただいていると推定されています。

お客様に高いご支持をいただいている当社の井戸水ポンプ

新たなモノづくりへの挑戦

インドネシアの多くの家庭では井戸水や水道水を煮沸消毒して飲料水に使用しています。煮沸消毒した水は冷蔵することで長時間貯蓄することができますが、冷蔵庫と同時に複数の家電製品を使用すると、電力が不足して停電してしまうという課題がありました。

このような事情に適応した小電力設計で、十分な飲料水を貯蔵でき、なおかつ、現地の食文化や買い物習慣にも適合した冷蔵庫を開発する。この目標達成のため最初に着手したことは、全国7都市のライフスタイル分析でした。その結果、①煮沸消毒した飲み水はペットボトルで冷蔵したい、②大きな野菜ケースが欲しい、③医薬品や化粧品を保管できるスペースが欲しい、などのニーズがあることがわかりました。

大胆な発想転換で お客様のニーズに応える

これらのニーズに応えるために考え出したのが、最下段のドアポケットをなくし大容量の野菜ケースを設置、その上にたくさんのペットボトルを寝かせて保管できるという大胆な庫内レイアウトです。また、庫内の凹凸を減らすことでデッドスペースをなくし、医薬品などを保管するためのスペースも設けました。

最下段のドアポケットをなくし、たくさんのペットボトル保管を可能にしたワンドア冷蔵庫

お客様の生活研究からニーズを洗い出し

最大の課題である小電力設計実現のためには、新しいコンプレッサーを搭載することなどにより約30%の省エネを実現しました。この商品の開発は現地の生活環境やニーズをよく知る現地の社員が、生活研究に基づく独自の商品企画を行い、日本の技術者と有意義な連携を図ったことで実現しました。

この冷蔵庫は、使い勝手やデザイン面で高い支持をいただき、2009年12月、インドネシア・グッドデザイン賞2009で金賞を受賞しました。

お客様の豊かなくらしを実現するために、パナソニックグループが国境を越えて協力し合うこと　“Think Globally, Act Locally”

私には、仕事を通じてインドネシアの人々の生活をより快適にしたいという強い思いがあります。今回開発した冷蔵庫A191シリーズは、その思いを具現化するという意味で、大きな成果でした。今後も、お客様に喜ばれる製品の開発に積極的に携わり、人々の豊かで明るいくらしの実現に役立っていることをみんなで喜び合いたいと思います。

ダニエル・スハルディマン
パナソニック マニュファクチャリング インドネシア(株)
クリエイションセンター　グループマネージャー

インド

地域の経済発展への貢献

成長を続けるインドでも、人口の約7割を占める地方の人々のくらしは、まだ豊かになったとは言えません。そのため私たちは、地域の経済発展に貢献し、さらに人々の生活を向上させることに貢献してまいります。

その1つに、地方の村々での電力不足問題解決への貢献があります。インド政府が取り組む電力供給に、太陽光パネルの導入で貢献したいと考えています。また、電力供給施設がない村に太陽光で充電できるランタンを提供すれば、子どもたちの夜間の読書や勉強の手助けにもなります。このようなプロジェクトをスタートできれば、地方の人々のくらしの向上に役立つと考えています。

サビハ・キドゥワイ
パナソニック インド(株)
新規事業開発部　ジェネラルマネージャー

技術の恩恵をより多くの人々へ届ける

私たちは、より多くの人々が技術の恩恵を受けられるように、そして生活がより豊かにになるように、お客様が求めやすい価格帯の商品を提供したいと考えています。

一方で、工場の廃棄物などを最小限にとどめる取り組みや、商品での環境配慮に取り組むことも必要です。エネルギーと電力消費を最小限に抑えるインバーター技術は、インドのエネルギー効率局で承認されているトップクラスの技術です。こうした省エネ技術をすべての商品に導入することをめざします。

地球環境との共存をめざして

2012年のオープンをめざしている複合製造拠点「パナソニック・テクノパーク」では、工場の屋根全面に太陽光パネルを設置、リサイクルの仕組みづくりによるゼロエミッションの実現などを予定しています。

2009年9月には、環境に配慮した商品や取り組みを紹介する「エコキャラバン」を実施。2010年3月からは政府公認のリサイクル団体と協働でテレビのリサイクルを開始するなど、お客様により一層、環境意識を高めていただける取り組みに着手しました。

ベトナム

お客様のくらしを深く理解する

ベトナムは南北に長く伸びたS字型の国で、約8,800万人の人口を有します。森や海に囲まれた33万km^{2}におよぶ国土は気候の変化に富み、人々のライフスタイルや習慣もさまざまです。

私たちはお客様のくらしを深く理解し、お客様の課題解決や新しいライフスタイル提案につながる商品開発に活かすためのプロジェクト、「ディスカバー・ベトナム」に取り組んでいます。全国64省の300世帯を訪問し、所有家電の種類・用途・使用場所の確認、全家電商品の必要機能、購入理由についてのアンケート調査を実施しました。

ベトナム市場開拓の鍵

新しい発見の一例として、郊外にお住まいの方は、まとめ買いの傾向があり、大容量の冷蔵庫へのニーズが高いなど、ライフスタイルに基づいた傾向や、生活必需品だけでなく、健康や美容、旅行に関心の高い方が増えているなどの変化を把握することができました。

この調査を通じて、今後私たちがどのような分野に販売チャネルやサービス網を拡大していくのか、そして、どのようなコンセプトの商品を提案していくべきなのかを理解することができました。

ベトナムの人々は、常に新しいアイディアや最新技術などの付加価値商品を求めており、これに応えていくことがマーケットを開拓していく鍵です。

当社の調査にご協力いただいたご家庭の風景

ひとつ先のライフスタイル提案をめざして

今日、ベトナムの人々の生活は急速に変化し、より多様でより豊かになってきています。「ディスカバー・ベトナム」の中心メンバーのひとりとして、商品を通じてお客様のニーズにお応えしていきたいと思います。

トン・ヌ・カム・ハ
パナソニック セールス ベトナム　マーケティング・ディビジョン
プランニング・チーム　マネージャー

ブラジル

現地の気候、食材に合った電子レンジメニューの開発

豊かな食文化の実現は、人々のくらしを豊かにするために欠かせない要素です。当社では電子レンジを豊かな食生活を実現するための調理家電の一つと考え、商品開発に取り組んでいます。電子レンジは「マイクロ波」と呼ばれる非常に短い波長の電波で水分子を振動させることで熱を発生させますが、料理の種類、食材、さらに、大気に含まれる水分によっても温まり方は微妙に異なります。

ブラジルでは、料理に精通した女性社員が中心となり、実際のレシピをもとに、調理に必要な電力量と時間を割り出し、ブラジル料理に適した電子レンジの機能を開発しています。

「調理メニュー」は、お好みのレシピやコース料理が簡単にできるように考えられています。肉料理やお菓子など、シンプルで実用的、かつ手早くできる、ブラジルの家庭で日々つくられる料理に対応しています。

ブラジル中のお客様のために

ブラジル料理は地域によってそれぞれの味があります。お客様のご要望やニーズに合うよう、その独自性を考慮し、私たちの電子レンジにご満足いただけるよう開発にあたりました。

アレッサンドラ ロペス ソアレス[左] & フランシーン ハタガミ[右]
パナソニック ブラジル(有)
電子レンジエンジニアリング部門
料理センターインストラクター

美味しいポップコーンをつくる

特に注力して取り組んだメニューがポップコーンです。ブラジルの多くの家庭では、若者からお年寄りまでポップコーンを食べながらサッカーや映画を見て家族との時間を過ごします。スーパーマーケット ではさまざまな種類のポップコーンが売られており、どんなブランド、味、量でも美味しく調理できるプログラムの開発のために、多くの調理テストを行いました。

このような食への取り組みをはじめ、衣、食、住、エンターテインメントなどのあらゆる分野でブラジルのお客様の豊かなくらしに貢献する商品開発に、これからも取り組んでいきます。

ブラジル

生活や安全に役立つデジタル放送の普及

テレビ放送のデジタル化は、放送品質の向上に加え、人々の生活や安全に役立つ情報サービスの提供に不可欠なものです。ブラジルでは既存のオープンエア方式アナログ放送が全人口の99%以上をカバーしており、オープンエア方式のテレビ放送が家庭にエンターテインメントや情報の提供を行うのに最適なインフラと考えられています。

このことから当社と電機メーカー4社は、ブラジル政府に対して、同じオープンエア方式で信号を送る日本方式の利点を説明、2006年6月に提案が受け入れられ2007年12月より日本方式での商業用デジタル放送が開始されました。

当社は、ブラジルのデジタルテレビ関連仕様を定める業界フォーラムにおいて技術規格づくりに参画する一方、日本の商品開発チームのサポートを行うなど、ブラジルにおけるデジタル放送のさらなる普及に貢献しています。

ファビオ カンパナ[左] & ブルーノ カルバーリョ[右]
パナソニック ブラジル(有)　研究開発オフィス
シニアR&Dエンジニア、R&Dエンジニア

きめ細かな対応ができてこそ各国に貢献できる

デジタルテレビを中南米全体に展開するためには、各国の特性に合わせた仕様調整が必要です。このような取り組みは、商品の品質確保上不可欠なだけでなく、本業を通じた社会への貢献という意味でも、デジタル放送システムによる安心安全な社会インフラ整備のために、きわめて重要です。

技術ノウハウを活かして中南米諸国にも拡大

その後、同じ日本方式が、ブラジルおよび日本政府による働きかけもあり、中南米の他の国々でも採用が進み、現在ではアルゼンチン、ペルーで放送開始、チリ、ベネズエラ、エクアドルが採用を決定しています。

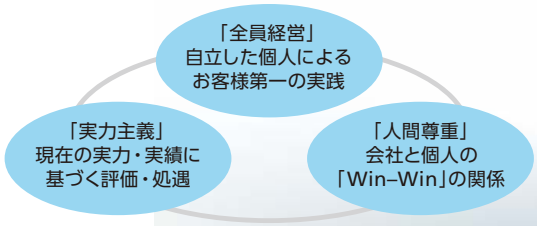
情報サービスの提供に向けては、ブラジルでは電子商取引、電子バンキング、教育などを目的に、「ギンガ」と名づけられたミドルウェアの開発が進められています。また、チリ、ペルーでは日本政府の支援のもと、地震や津波の予知情報を提供する緊急警報システムの導入が検討されています。

私たちは、このようなデジタル放送方式を用いた新しいインフラの整備が中南米地域で進む中、ブラジルで得た商品開発の技術ノウハウを広く提供することで、ブラジルを含む中南米諸国のデジタル放送の普及に貢献してまいります。

さまざまな社員が、
イキイキと活躍するパナソニックをめざして

創業以来、「事業は人なり。ものをつくる前に人をつくる」という理念に基づき、人材育成を重視した経営を積極的に展開しています。また、当社の人事の基本である「全員経営」「実力主義」「人間尊重」に基づくさまざまな取り組みを通じて、「会社と個人のWin–Winの関係」の構築、すなわち会社の継続的な業績向上と個人の仕事を通じた自己実現の双方を追求していきたいと考えています。このような活動を通じて、“働きやすく働きがいのあるパナソニック”の実現をめざしています。

「事業は人なり。ものをつくる前に人をつくる」



上段左：バンクーバーオリンピックのプロジェクトチーム
中：エコに取り組むチェコの薄型テレビ工場の社員たち
右：サウジアラビアで活動を展開する中近東マーケティング会社のメンバー

下段左：北米全土で展開する「3Dトラックツアー」のスタッフ
中：ベトナム「ものづくり大学校」に学ぶ第1期生
右：欧州での白物家電導入を発表したマーケティングチーム

2010年4月、「Global Diversity Policy」を制定

当社は、グローバル成長戦略の実現に向け、多様な人材が能力を発揮してそれぞれの国・地域で貢献するためのグローバル方針を定め、取り組みを加速しています。

Global Diversity Policy

「新・パナソニックグループ」は、くらしに関連したエレクトロニクス事業の領域で、幅広く商品を展開する世界有数の企業グループとなりました。「モノづくりで社会の発展・豊かなくらしに貢献する」ことを目指し、社員一人ひとりがそれぞれの仕事の主役となって、このパナソニックの事業活動を進めています。

パナソニックには38万人の社員が世界各国にいます。つまりパナソニックは、多様な地域・文化・歴史等の背景を持ち、国籍・年齢や性別の異なる、個性と能力のある人の集まりです。そこにはさまざまな異なるアイデアが存在し、そのアイデアを国や事業分野を越えて存分にぶつけ合うことで、革新的な価値を生み出すことができます。このように、衆知を集め、全員でイノベーションを起こしていく集団であり続けたいと思います。多様な考え方・見方を持つ私たちは、世界中のお客様に、比類のない商品・サービスをお届けできると大きな期待を持っています。

そのために必要なことは、国籍・性別やそのほかの様々な属性にかかわらず、全ての国・地域で意欲ある人々に活躍の機会が与えられることに他なりません。社員一人ひとりの個性を活かし、能力を発揮して活躍できることを推し進める多様性の取り組みを、2010年度からはグローバル&グループに展開します。それぞれの国・地域において、多様性推進の取り組みがNo.1となることを目指してまいります。

2010年4月1日

常務取締役
多様性推進本部 本部長　原田 雅俊

パナソニックの多様性推進ビジョン

私たちは真のグローバル企業として 異なる価値観を認め合う、多様性あふれる風土の構築を目指します。その中で、自立した個人が自由闊達に個性・創造性を発揮し、会社も個人も成長しつづけることによって「エレクトロニクスNo.1の環境革新企業」を実現します。

グローバルに入り交じり多様な個性と能力を伸ばす

多様な人材がその個性を活かしつつ能力を伸ばすことで、新たな価値観や創造性を生み、お客様第一を実践できるよう、各分野において人材育成を強化しています。例えば、日本および海外人材の経営幹部の育成強化をねらいとした「P-EDP（パナソニック・グローバル・エグゼクティブ・ディベロップメント・プログラム）」の実施をはじめ、海外販売会社社員を対象に経営理念・営業方針・マーケティング実践手法の修得を図る「GMS（グローバル・マーケティング・セミナー）」や、マネジメントの視点で事業経営に貢献できる技術 リーダーの 育 成 をねらいとした「P-MOT（Panasonic Management of Technology）」などがあります。

さらに、2008年から、開発・製造・販売の現場リーダーの育成強化や経営幹部への登用加速をねらいとした、「日本への長期・短期の派遣勤務・研修（Working in Japan）」を展開・定着させるなど、多様な国籍・文化・言語の人材が入り交じりながら相互に鍛え合えるような組織づくりを進めています。

グローバルのリーダーが入り交じり研修を受講

Working in Japan 研修
歴史館で経営理念を学ぶ

衆知を集める「モノづくりイノベーションフォーラム」

世界中のさまざまな事業場で展開しているモノづくり活動で得られた成果やノウハウを、組織や国を越えて学び合い、取り組みの高位平準化と加速を図ることを目的に、当社では毎年、「モノづくりイノベーションフォーラム」を開催しています。

2009年11月12日に開催されたセッションでは、当社のグローバル成長に不可欠な「ボリュームゾーン商品づくりへの挑戦」をテーマに、日本、シンガポール、上海の3会場を「HD映像コミュニケーションシステム」でリアルタイムに結び、開催しました。

当社経営幹部、ドメイン関係者など約400人が出席する中、中国、インドネシア、シンガポールなど各国の現場で活躍するリーダーも多数参加。取り組みの報告やパネルディスカッションにおいて、課題や今後の戦略について本音の議論を戦わせました。

各国リーダーも参加した
パネルディスカッション

人材交流を促進するさまざまな制度

パナソニックは「人材交流を通じた人材開発」に積極的に取り組んでおり、年齢・性別・国籍を問わずチャレンジする個人をサポートする制度を構築しています。前の中期計画(2007～2009年度)の3年間では、「ドメイン間」「モノづくりプロセス間」「海外と日本」の3つの切り口で、合計11,700人の人材交流を行いました。

〈3つの社内公募制度〉

「スキルe-チャレンジ」
新たな人材を必要とする事業部門が、必要な「スキルの内容・レベル」を明確にして募集内容を発信、個人は自らの「スキル」を武器にその仕事にチャレンジする社内公募制度

「スキルe-アピールチャレンジ」
個人が自らのスキルを希望先の事業部門に直接アピールし、新たな仕事にチャレンジできるFA制度

「スキルチャレンジ大学」
新しい仕事に就いたがその仕事に必要なスキルを集中的に修得したい、新たな仕事に挑戦したいが現在のスキルでは不安、という個人が、一定期間、現行の業務を離れて、集中的に知識修得と実践を通じたスキル修得に取り組むための仕組み

グローバルコミュニケーションのための環境整備

グローバル38万人の社員がその多様性を最大限に活かし、当社がめざす「グローバルネットワーク経営」を実現するためには、コミュニケーションが重要なポイントとなります。そのために、世界中の社員が情報を共有し、国や地域を越えて日常的に知恵・ノウハウを交換する姿をめざし、コミュニケーション革新に取り組んでいます。

そのベースとなるのが、英語のイントラネットグローバルポータルです。このポータルを通じて、全世界の従業員がトップメッセージやグローバルな社内の動きを共有できるよう、環境整備を進めています。

また、全世界のマネージャークラス以上の社員が、より深い経営情報を共有できる環境も整えつつあります。さらに、双方向コミュニケーションツールの導入で、経営戦略について各地域のマネージャーが経営幹部と意見を交わしたり、業務に必要なノウハウをもつ社員を探し出しグローバルに連携するなど、コラボレーションを生み出す環境をつくり上げることも視野に入れています。

障がい者が活躍できる職場づくり

〈2009年度の受賞・認証〉

パナソニック エコシステムズ共栄(株):
大阪府ハートフル企業顕彰
「ランプのともしび大賞(継続賞)」受賞

パナソニック吉備(株)
パナソニック交野(株):
厚生労働省
「障害者雇用優良企業認証」取得

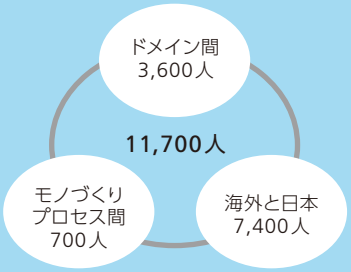
障害者雇用優良企業
厚生労働省 2012

2009年度の日本国内における当社および主要関係会社の障がい者雇用率は2.00%で、全民間企業の平均雇用率(1.63%)や法定雇用率(1.80%)を上回る高い雇用率を維持しています。また地域や行政との連携により、第3セクター方式による特例子会社3社(パナソニック エコシステムズ共栄(株)、パナソニック吉備(株)、パナソニック交野(株))を運営し、約30年にわたり重度障がい者の雇用を進めてきました。

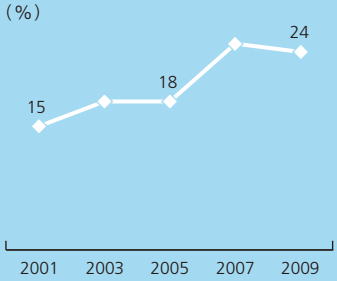
これらの事業場では、車椅子使用者各人の体型に合わせて部材の配置や作業机の工夫を行うなどの職場環境の整備を行っています。また、単身の知的障がい者が入社できるよう、グループホームや授産所と連携した職業生活指導、さらに実習生や会社見学の積極的な受け入れも行っています。

これからも、障がいのある方々の自立と社会参加を推進するための取り組みを継続してまいります。

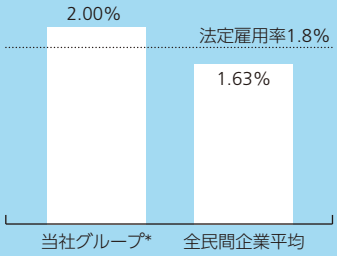
人材交流実績
(2007–2009年度)



海外会社社長に占める現地社員比率
(%)



障がい者雇用率(2009年度)
(%)



*当社および国内主要関係会社の合計

多様な働き方を支えるワーク・ライフ・バランス支援

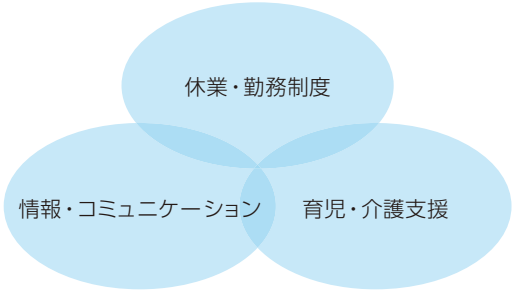
多様な人材が活躍できる環境づくりの一環として、従業員のワーク・ライフ・バランス支援にも積極的に取り組んでいます。

そのほか、次世代育成支援対策推進法への対応も含め、当社のイントラネット上に、「男性の育児参加応援コーナー」や「ワーク・ライフ・バランス体験談コーナー」を掲示するなど、両立支援制度を取得しやすい環境づくりに努めています。

ワーク・ライフ・バランスを支える制度の例

育児休業	子どもが小学校就学直後の4月末に達するまでのうち通算2年間取得可能
ワーク&ライフサポート勤務	短時間勤務、半日勤務、隔日勤務など、育児や介護との両立を図るための柔軟な勤務制度
ファミリーサポート休暇	家族の看護や介護、子どもの学校行事などのために幅広く利用できる休暇制度
チャイルドプラン休業	不妊治療のための休業制度

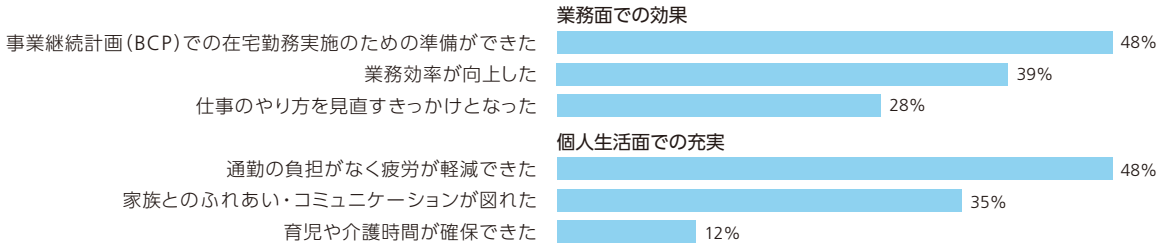
育児や介護との両立を支援



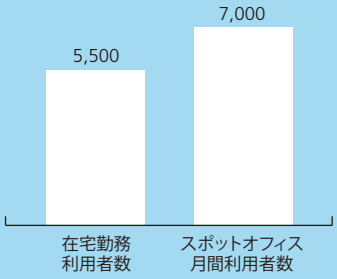
働き方の自由度を高める「e-Work」

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月より約3万人の社員を対象に、在宅勤務制度「e-Work@Home」を本格導入しています。2009年度は、約5,500人が月1回や週1、2回程度の頻度で、あるいは体験期間中に1回以上、「e-Work@Home」制度を利用して在宅勤務を行いました。また出張先でも業務が行えるスポットオフィスを全国16拠点に設置しており、月間の利用者は7,000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、今後さらに効率的に仕事が行える環境を整備していく予定です。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いきます。

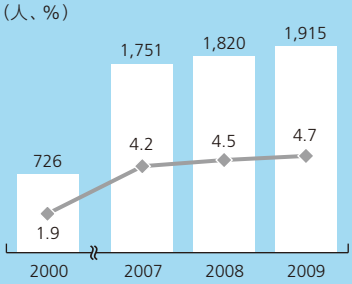
利用者へのアンケート結果：在宅勤務の効果（複数回答）



e-Work利用実績（2009年度）
（人）



女性役付者数と役付者比率の推移
（人、%）



*当社および国内主要関係会社の合計

男女別平均勤続年数（2009年度）

ワーク・ライフ・バランスを支える諸制度を活用することで、出産・育児や介護を理由に退職する女性社員が減り、勤続年数の男女差がなくなってきています。

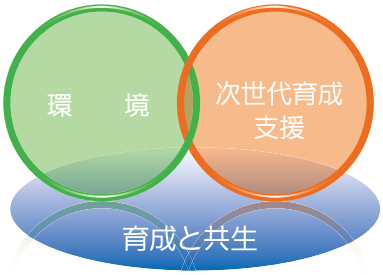
*当社および国内主要関係会社の合計

輝く未来をになう子どもたちのために

パナソニックは、持続可能で多様な社会の実現に向けて、「育成と共生」を活動理念に、「環境」と「次世代育成支援」を重点分野として企業市民活動をグローバルに展開しています。
とくに「次世代育成支援」については、地球の未来を担う子どもたちが健やかに育ち、持てる能力と可能性を最大限に発揮できるよう、家庭、学校、地域、NPO/NGO、行政などと連携して、当社の強み・リソースを活かした取り組みを行っています。

パナソニック企業市民活動グローバル方針

位置づけ：企業の社会投資として、経営戦略の一部に組み込まれるべきものである。
経営トップがリーダーシップを発揮するものである。
取り組み：重点分野は、「環境」と「次世代育成支援」とする。
めざす姿：本社はグローバル戦略を策定・発信し、地域をまたぐ活動を主導する。
地域は、地域戦略と地域活動を主導する。



パナソニック インド(株)は、植樹、エコ絵画コンテスト、廃材を利用した工作など、子どもたちが楽しみながら環境意識を高められる教育プログラムを行っています。(写真はエコ絵画コンテストの風景)

次世代育成支援の取り組み事例

パナソニックは世界各地で次世代育成支援の取り組みを行っています。その中のいくつかの事例をご紹介いたします。

パナソニックの次世代育成支援の取り組みについては、パナソニックのホームページ「パナソニックの企業市民活動レポート」(http://panasonic.co.jp/cca/)で詳しくご紹介しています。

環境庁と連携した環境学習プログラム【シンガポール】

パナソニック アジアパシフィック(株)は、シンガポール国家環境庁と協働で環境教育プログラムを実施しています。

キッズスクール【グローバル】

スポーツ・エコなど、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。2009年度は16カ国で572イベントを開催し約63,000人に参加いただきました。

パナソニック スカラシップ【アジア】

アジアの発展に貢献する人材の育成に寄与することを目的とし、日本の理工学系大学院修士課程に留学する私費留学生を経済的に支援しています。

環境教育を拡大展開【中国】

中国では、2009年から10年間で100万人の子どもたちへの環境教育を目指しています。2009年度は24,000人を超える子どもたちに実施しました。

教育サポートファンド【タイ】

貧困地域の学校給食を支援しています。これまでに20校に支援を行い、一部の学校では食堂を建設し継続して栄養のある給食の提供ができるようになりました。

学生へのキャリア教育【イギリス】

職場に学生を受け入れてキャリア教育の授業を行っています。法務、財務、マーケティング、人事などの仕事の紹介やワークショップを実施しています。

こどもエコクラブ「アイキッズ」【日本】

社員たちが琵琶湖の水と生態系を守るために立ち上げたNPO「びわ湖エコアイディア倶楽部」が運営。米づくりや水と生き物の調査などを行っています。

出張・遠隔電池教室【グローバル】

電池の仕組みを通して環境やリサイクルを学びます。1996年からはグローバルに展開し、これまでに10万人が参加しました。

キッド・ウィットネス・ニュース(KWN)【グローバル】

当社の撮影・編集機器を提供し、ビデオ制作活動を支援する小中学校向け教育支援プログラムです。これまでに世界各国から約13万人が参加しました。

知的障がい者スポーツ大会【ドイツ】

ドイツ障がい者スポーツ協会のプログラムを支援しています。日常的に身体を動かすことによる体力づくりと、活き活きとした生活を過ごすことが目的です。

社員が地球市民として行動し、地域・次世代とともに社会貢献

私たちは、持続可能な社会をつくるのは人である、という考え方のもと、世界各地でさまざまな次世代育成支援活動に取り組んでいます。子どもたちが21世紀を生きるうえで鍵となる基礎学力や生きる力を育むために、出前授業、教育教材、施設受け入れ、校外型体験学習、情報・通信機器やインターネットの活用など、さまざまな学びの場・機会・ツールを提供し、環境教育を重点に展開していきます。

小川 理子
社会文化グループ　グループマネージャー

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、ご協力いただいているすべての関係者の皆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、全社を挙げた市場対策を開始してから5度目の暖房シーズンを終えようとしていますが、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」を中心に進めています。

2009年度は、「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きました。「草の根ローラー活動」では、①1992年当時の取引店の調査、②不確定名簿の再調査、③ご高齢者、特に一人暮らしの方の多い地域を特定し全戸を巡回調査する活動などに重点的に取り組みました。2009年度は約4万5千ヵ所を巡回し、28台の現品を発見し、850台の廃棄を確認しました。本部が発足した2006年5月からの累計では、調査件数は約109万ヵ所となりました。

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CMや新聞折り込みチラシなどによる、さまざまな告知徹底も実施しました。

2009年度での名簿増加は1,191台であり、そのうち現品の発見が240台、廃棄確認によるものが951台でした。

今なお毎月現品が発見されており、中には対象製品と気づかずに未処置のまま使用されていたお客様もおられ、予断を許さない状況が続いています。引き続き関係者の皆様のご支援、ご協力をいただきながら、最後の1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。

市場対策の進捗状況(2010年3月31日現在)(単位:台)

年 月 日	2010年3月31日
販売台数	152,132
名簿把握	113,697
1. 買替・廃棄済	36,628
2. 回収または点検および改修対象	77,069
(1)回収	76,749
(2)確認済	309
(3)確認残	11

2010年 3月31日現在　名簿把握率 74.7%

ご連絡先:パナソニック株式会社 FF市場対策本部
(旧社名:松下電器産業株式会社)

フリーダイヤル電話 0120−872−773(FF式石油暖房機受付専用)
受付時間:9時〜17時(土曜日・日曜日・祝日を除く)
上記時間外につきましては、留守番電話にて受付させていただきます。

フリーダイヤルFAX 0120−870−779(FF式石油暖房機受付専用)

会社概要

会社名	パナソニック株式会社(Panasonic Corporation)
本社所在地	〒571-8501　大阪府門真市大字門真1006番地 (1006, Kadoma, Kadoma City, Osaka 571-8501, Japan) 電話番号:06-6908-1121(大代表)
取締役社長	大坪 文雄(Fumio Ohtsubo)
設立	1935年(昭和10年)12月15日
創業	1918年(大正7年)3月7日 ※当社創業者 松下幸之助(当時23歳)が、自身で考案したアタッチメントプラグを幸之助、妻、義弟の3名で製造販売を開始した時を創業としています。
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
資本金	2,587億円(2010年3月31日現在)
連結売上高	7兆4,180億円(2010年3月期)
従業員数(連結)	384,586人(2010年3月31日現在)
連結対象会社数 (親会社および連結子会社)	680社(2010年3月31日現在)

当社の事業活動に関するご報告

当社の事業活動に関する報告書は、本レポートに加え、環境活動に関する詳細情報をご報告する「エコアイディアレポート」と、株主・投資家向けの財務情報をご報告する「アニュアルレポート」の3部で構成しています。

エコアイディアレポート(PDF)
環境活動サイトに掲載しています。

環境活動サイト
http://panasonic.co.jp/eco/

年次報告書(アニュアルレポート)(PDF)
2010年度版は、7月中旬IRサイトに掲載予定です。

IRサイト
http://panasonic.co.jp/ir/

当社のCSRの取り組みはパナソニックのホームページ
(http://panasonic.co.jp/csr/)でより詳細にご報告しています。
本報告書は、その内容の一部を抜粋したものです。

Panasonic
ideas for life

当社のCSR活動は、グローバルに高い評価をいただいています。

Dow Jones Sustainability Indexes
Member 2009/10

FTSE4Good

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きました。その結果、世界の代表的な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に継続採用されています。

報告対象の範囲

期間：年間実績データは、基本的に2009年度(2009年4月1日～2010年3月31日)ですが、活動内容は一部2010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：パナソニック株式会社と国内・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、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。また環境活動に関する報告は、環境マネジメントシステムを構築している全製造事業場を対象としています。

お問い合わせ

パナソニック株式会社
CSR担当室

〒105-8581
東京都港区芝公園1丁目1番2号

2010年6月発行

FSC
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. CU-COC-809822
© 1996 Forest Stewardship Council