Sustainability Report 2011

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 2011【ダイジェスト版】

CSRサイト

http://panasonic.co.jp/csr/

Panasonic
ideas for life

CSRサイト
http://panasonic.co.jp/csr/

トップメッセージ

はじめに、東日本大震災で被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。

現在、復興に向けた取り組みが少しずつ始まっていますが、私たちは、これを新しい日本を創っていく出発点にしなければならないと考えています。今回の震災を受けて、今まで以上に「災害に強い社会」の実現が求められています。

GREEN INNOVATION

電力不足への対策も急務です。当社が培ってきた技術を生かし、「エネルギー」に「安心・安全」を加えた、パナソニックならではの、復興に向けたリーダーシップを発揮してまいりたいと考えています。

世界に目を向けると、新興国がめざましい発展を遂げ、多くの人々が豊かなくらしの実現を求めるなか、資源・エネルギーの枯渇や食料・水不足、生物多様性の喪失など、さまざまな課題が深刻化しています。社会全体で「持続可能な発展」に向けた取り組みを加速しなければなりません。

当社はこれまで、事業を通じて社会に貢献することを経営理念とし、くらしに密着した商品を通じて、世界中の人々と深いつながりを築いてまいりました。現在の社会課題を踏まえ、パナソニックが果たすべき使命を考えた結果、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』」と定めました。このビジョンのもと、創エネ、蓄エネ、省エネ、エネルギーマネジメントによる「家・ビル・街まるごと」のエナジーソリューションに注力し、世界中の人々に、持続可能で、安心、快適なグリーンライフスタイルを提案することで、「くらし」を起点とした環境革新を起こしてまいります。あわせて、事業活動におけるすべてのプロセスで CO_2 排出量削減に継続的に取り組み、資源を有効に活用する「循環型モノづくり」の実現をめざします。

本年 4 月には、パナソニック電工と三洋電機が当社の完全子会社となりました。新しい体制で、世界中の全社員の個性と能力を最大限に活かし、より幅広い価値を生み出すことで、環境貢献と事業成長の一体化を図ってまいります。そして、今後とも社会の皆様の声に真摯に耳を傾け、「社会の公器」としての役割を果たしてまいりたいと思います。

パナソニック株式会社
代表取締役社長
大坪　文雄

大坪文雄

数字で見るパナソニックのCSR（2010年度）

環境	従業員	社会貢献
ダントツGP数（業界No.1の環境性能を実現した製品） 338 機種 注1	海外会社社長に占める現地社員比率 24 %	女性役付者数 1,982 人（5.1%） ※
CO_2削減貢献量（生産活動+商品使用時） 3,518 万トン	障がい者雇用率 2.05 % ※	平均勤続年数 男性 22.8 年 女性 22.2 年 ※
投入再生資源／投入資源 13.6 %	在宅勤務利用者数 7,000 人 ※	労働災害発生率 0.12 件／100万時間 ※
廃棄物リサイクル率 97.4 % 注2		

環境教育参加人数 約21.3 万人の子どもたち

植樹本数（累計） 約 208 万本

※ 当社および国内主要関係会社（ただし、パナソニック電工および三洋電機は除く）の合計

注1）パナソニックのグリーンプロダクツの判定基準により認定。
注2）リサイクル率＝再資源化量÷（再資源化量＋最終処分量）

エレクトロニクスNo.1の「環境革新企業」をめざして

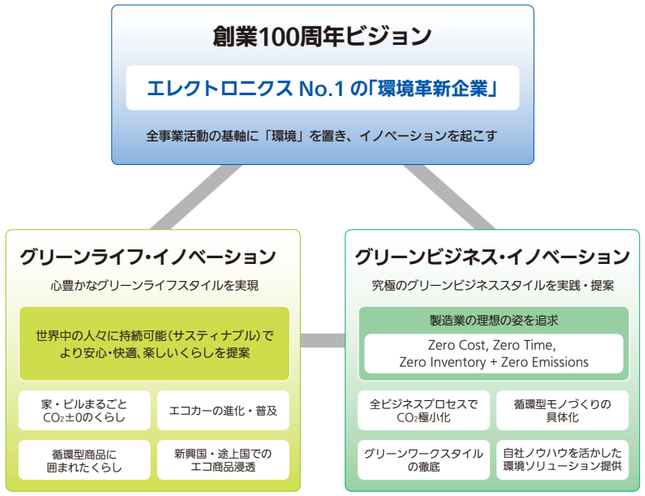
パナソニックは、2018年の創業100周年に向けて、エレクトロニクスNo.1の「環境革新企業」をめざします。全事業活動の基軸に「環境」を置き、世界中の次の世代の人たちのために、全世界で起こりつつある「グリーン革命」を、先頭に立って推進してまいります。
具体的には、二つの「イノベーション」によって、このビジョンを実現してまいります。

グリーンライフ・イノベーション

世界中の人々に、持続可能で、より安心、より快適、そしてより楽しいくらしを提案してまいります。例えば、「家やビルまるごとで『CO_2±0』のくらし」や「リサイクルが出来る循環型商品に囲まれたくらし」、「エコカーが進化し、普及したくらし」など、さまざまなグリーンライフを、革新的な事業・商品・サービスを次々に生み出すことによって実現してまいります。

グリーンビジネス・イノベーション

コストやリードタイム、在庫水準と同様に、廃棄物・排出物についても「ゼロ」であることを製造業の理想として、徹底的に追求してまいります。「すべてのビジネスプロセスで、CO_2排出量を極小化する」、「廃棄物をほとんど出さない、循環型モノづくりを実践する」といった取り組みを積極的に推進し、これらのノウハウを社会へ提案・発信してまいります。



パナソニックとサスティナビリティ

私たちのお客様

当社は商品・サービスを通じて、人々の豊かなくらしの実現に貢献することをめざしています。その取り組みの一つとして、ユニバーサルデザインや福祉機器の開発に取り組んでいます。例えば、意思伝達装置「レッツ・チャット」は、言語や上肢に障がいを持ち、言葉で自らの思いを伝えることができない人が体のわずかでも動くところを使って、一つの入力スイッチを押すだけで、文章の作成や読み上げを行うことができます。

私たちのサプライチェーン

当社は環境に配慮した製品づくりを購入先様とともに推進するために、1999年3月に「グリーン調達基準書」(2010年2月にVer.5に改定)を発行・公開し、グリーン調達を実施しています。購入先様には当社の環境への取り組みや考え方をご理解いただくとともに、ISO14001認証取得による環境管理体制の確立・維持向上および購入部品・材料の環境負荷低減をグリーン調達基準に基づき要請しています。

私たちの事業活動

現在、生物多様性がかつてない速さで損なわれています。当社は、生物多様性への取り組みの大きな柱の一つとして、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)ジャパンと協議を重ねて策定。優先調達に努めるもの、調達適合とするもの、調達排除に努めるものを明確にしてグリーン調達を推進しています。今後、2012年度までに調達排除対象品をなくすことをめざして取り組みを推進します。

私たちの従業員と地域社会

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。企業市民活動においても「次世代育成支援」を重点分野の一つに定め、さまざまな取り組みを行っています。1998年設立のパナソニック スカラシップは、21世紀のアジアをリードする人材の育成と、日本とアジアの友好親善を目的とし、アジアから日本の大学院修士課程に留学する私費留学生を支援しています。2011年度は新たに23人の留学生が認定され、累計奨学生数は322人となりました。

東日本大震災からの復興に向けて

2011年3月11日、太平洋三陸沖を震源とする未曽有の大地震が日本を襲い、東北地方を中心にかつてないほどの甚大な被害をもたらしました。
この地震で被災されたすべての方々に、謹んでお見舞いを申し上げます。
また、世界中から寄せられた温かいご支援に対して、心から感謝を申し上げます。
「企業は社会の公器」を経営理念に掲げる企業として、あらゆる必要な手段を講じて、お客様、お取引先様、従業員、および地域社会の皆様の、一刻も早い復旧を支援してまいります。

私たちは、震災の翌日に緊急対策本部を立ち上げ、社員と家族の安否、被災地域の当社拠点や、流通・調達など関係先様の状況確認を開始しました。
同日、被災者の救済および被災地の復興のために義援金3億円の寄付を決定しました。その後、グローバルで支援の呼びかけを行い、国内の経営幹部・社員から1億6千万円、海外の関係会社と経営幹部・社員から1億5千万円、パナソニック労働組合連合会から1億円を寄付し、2011年5月時点で、国内外のグループ全体での寄付総額は7億円となりました。
また、支援物資として、ラジオ1万台、懐中電灯5万個、乾電池50万個、テレビ125台、被災地での通信機器等への電力供給用としてソーラーパネルと蓄電池を備えた「ライフイノベーションコンテナ」1台、ソーラーランタン4千個の寄付を行いました。さらに、広範囲での電力不足の懸念に対し、パナソニックグループのすべてのオフィスと工場で節電対策を実施するなど、産業界として協力して取り組んでいます。

被災地では多くのご販売店様も被害を受けられました。当社の販売会社社員は、震災の翌日に現地のご販売店様をお見舞いし、カセットコンロ、毛布、ポリタンクを収めた「生活キット」と、お客様からの需要が高まっていた乾電池、懐中電灯、ラジオを商品としてお届けしました。また、地震で影響を受けた当社製品について特別価格による修理対応を開始し、お問合せのためのフリーダイヤルを開設しました。

被災地の工場では、従業員全員の無事が確認されましたが、一部天井や壁が落ちるなどの被害がありました。また、余震の影響で立ち入りできない工場もありました。しかし、このような国家的危機に際しては、企業の事業活動の継続が、地域および日本経済において非常に重要となります。私たちは復旧を急ぎ、被災地の全工場の操業を再開いたしました。

今回の震災を受け、今まで以上に「環境にやさしく災害に強い社会」の実現が強く求められています。私たちは、「安心・安全でサスティナブルな街づくり」への貢献により、社会のニーズに応えてまいります。このような取り組みは、「環境革新企業」のコンセプトそのものです。私たちは、このコンセプトをグループ全員で実践・実行し、被災地から世界へと、新しいくらし、新しい社会の姿を発信してまいります。これこそが、震災からの復興における、経営理念の実践に他ならないと信じています。

津波で大きな被害を受けた宮城県南三陸町にライフイノベーションコンテナを寄贈

緊急医療用の乾電池3,660個を仙台に発送

新興国で地域に貢献

インドでは、より多くのお客様が豊かなくらしを求める一方、環境への関心も高まっています。2010年12月に発売したエアコン「CUBE」は、現地社員を中心とした研究開発チームが徹底的な市場調査に基づいて開発し、お客様のニーズに応えた手ごろな価格、省エネ性、静音性を実現しました。デリー近郊の当社ショールームでは、安心、快適で、楽しいくらしをご提案するとともに、当社の環境活動や経営理念などもご紹介しています。2012年にオープン予定の複合製造拠点「パナソニック・テクノパーク」では、太陽光発電やゼロエミッションの取り組みなど、徹底した環境配慮を行ってまいります。

ムンバイのショールームオープニング式典
女優のディア・ミルザさんと大坪社長

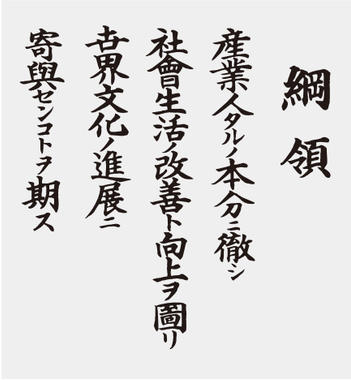
インドで発売中のエアコン「CUBE」

地球市民活動

当社は、1998年より「地球を愛する市民活動」(Love the Earth=LE)を推進してきました。また、2008年から、地域に根ざした環境活動をそこで働く従業員自らが企画し実施する「パナソニック エコリレー」を世界各地で展開し、地域の方々や子どもたち、従業員の家族を交えて3年間で延べ1,800を超える活動を実施してきました。今後は、人、地域、活動、さらに次世代、グローバルへ「つなぐ」という想いをこめて、活動名称を「パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アース」に改め、地球市民として持続可能な地球環境と社会づくりへの貢献をめざします。2010年10月には、昼休みの過ごし方や昼ごはんの食材・調理・かたづけなどをテーマに身近にエコロジーを考え実践する「アースランチアワー」をスタートしました。従業員やその家族、食堂業者や地域社会の皆様にも参加を呼びかけ、環境貢献の拡大をめざしています。

不変の経営理念とCSR

私たちパナソニックの使命は、生産・販売活動を通じて社会生活の改善と向上を図り、世界文化の進展に寄与すること――。当社「綱領」(右図)には、事業を通じて世界の人々の生活をより豊かでより幸福なものにするという、パナソニックグループの事業の目的とその存在の理由が簡潔に示されています。当社は1918年の創業以来、これを経営理念としてすべての事業活動の基本としてきました。そこには「企業は社会の公器である」という基本的な考え方があります。企業にとっての人材、資金、物資など、あらゆる経営資源は、すべて社会が生み出したものです。企業は、こうした資源を社会から預かり事業活動を行っている以上、社会と共に発展し、その活動は透明で公明正大なものでなければならないと考えます。私たちパナソニックグループは、あらゆる面で、「社会の公器」にふさわしい経営や行動を心がけ、これからも本業であるモノづくりを通して「経営理念」の実践に努めてまいります。そして、これこそが私たちパナソニックグループのCSRそのものです。社会、経済、地球環境など、あらゆる面で大きな転換期にある今日、パナソニックグループはこれからも世界中でCSR経営を徹底し、明日のライフスタイルを提案し続けながら地球の未来と社会の発展に貢献していきます。



ECO・VC活動

2009年度より、購入先様と「ECO・VC活動」を行っています。これは当社の調達部材で、省エネルギー、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。2010年度は、従来のCO_2削減に加え、循環型モノづくりにも焦点を当て、取り組みを拡大し、商品や工場の省エネルギー、商品の小型・軽量化や部品点数削減など世界中の購入先様から668件の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」で紹介しています。

今後も、調達から販売物流における範囲で、ECO・VC活動を通してより多くの購入先様に、CO_2削減、コスト削減、循環型モノづくり(投入資源の最小化、リサイクル、脱石油材料への代替など)を実践していただきます。

※ VCはValue Creationの略で、「環境価値創造」の意味

多様性の推進

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めざし、性別や年齢・国籍に関わりなく、多様な人材が活躍できる組織風土づくりを推進しています。経営幹部の育成・登用では、国籍・勤務地に関係なく、共通のプログラムで推進しています。また、外国人社員が働きやすい環境を整えるため、日本に勤務する外国人社員向けコミュニティサイト「イリマジロ」の展開や、外国人社員とその上司・同僚を対象とした「グローバル・イリマジロ交流会」の開催等を行っています。さらに、女性の経営参画を加速させるために、女性の積極登用や風土改革をトップダウンで推進するとともに、在宅勤務制度の導入や、育児や介護と仕事の両立を支援する勤務制度の充実など、多様で柔軟な働き方の加速にも取り組んできました。

これらの取り組みにより、現在、パナソニック株式会社における外国籍の役員は2名となり、本年度は初めて女性の役員も就任しました。

社外からの評価

Global 100

2011年、「世界で最も持続可能な企業100社(Global 100)」に選出

Dow Jones Sustainability Indexes Member 2010/11

ダウ・ジョーンズ・サスティナビリティ・ワールド・インデックス(DJSI World) 2010/2011構成銘柄に6年連続で採用
2010/2011年度はスーパーセクターリーダーに選定

「エコアイディアレポート2010」「サスティナビリティレポート2010」が2010年 第14回環境コミュニケーション大賞「環境報告大賞(環境大臣賞)」受賞

FTSE4Good

SRIインデックス"FTSE4Good Global Indexes"に継続採用

sam 2011 gold class

SAM(Sustainable Asset Management)による
CSR評価において、Gold Classを3年連続獲得

経済産業省「キャリア教育アワード」

当社の環境教育プログラムの一つである
「エコ・モノ語(がたり)」が2011年3月、経済産業省
「第1回キャリア教育アワード」最優秀賞を受賞

日経BP社「環境ブランド調査」

2010年度 日経BP社「第11回環境ブランド調査」で総合首位

日本経済新聞社「環境経営度調査」

2010年度 日本経済新聞社「第14回環境経営度調査」製造業総合ランキングで2年連続首位

主要評価指標

私たちのお客様	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
海外売上比率	49%	50%	47%	46%	48%
新興国の売上高（単位：億円）[1]	N/A	N/A	N/A	N/A	5,051

私たちの事業活動	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
生産活動における CO_2 排出量（単位：万トン）[2]	464	473	423	394	400
生産活動における CO_2 以外の温室効果ガス排出量（CO_2 換算）（単位：万 GWP トン-CO_2）[3]	38	30	20	17	14
非製造拠点からの CO_2 排出量（日本の自社所有建物）（単位：万トン）[4]	N/A	18.7	17.7	16.8	17.1

私たちのサプライチェーン	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
ECO・VC活動における購入先様からの提案件数[5]	N/A	N/A	N/A	512	668

私たちの従業員と地域社会	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
女性役付者比率（各年度の４月時点の数字）[6]	4.0%	4.2%	4.5%	4.7%	5.1%
女性管理職数（各年度の４月時点の数字）[7]	108	131	169	209	236
海外会社社長に占める現地社員比率	N/A	25%	25%	24%	24%
障がい者雇用率[8]	2.10%	2.10%	2.05%	2.00%	2.05%
在宅勤務利用者数[8,9]	N/A	3,000	5,000	5,500	7,000
労働災害発生率（件 /100 万時間）[8]	0.11	0.05	0.12	0.08	0.12
労働災害による損失日数[8]	584	368	4,269	1,773	245
労働災害による強度率（延べ労働時間千時間あたりの労働損失日数の割合）[8]	0.005	0.003	0.039	0.014	0.002
企業市民活動費の海外比率	N/A	21%	46%	49%	55%

1. BRICs+V・MINTS+B（メキシコ、インドネシア、ナイジェリア、トルコ、サウジアラビア、バルカン諸国）における、パナソニックの市販／システム販売。
2. 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、0.410を固定して使用。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 プロトコルの各国の係数を使用。
3. GWP = Global Warming Potential:地球温暖化係数。各ガスの温室効果の影響をCO_2に換算。
4. 集計対象は、従業員100人以上の非製造拠点。購入電力のCO_2排出係数には0.410$kgCO_2/kWh$を使用。
5. ECO・VC活動は2009年度より開始しました。
6. 役付者には参事と主事を含む。当社および国内主要関係会社（ただし、パナソニック電工および三洋電機は除く）の合計。
7. 課長クラス以上。当社および国内主要関係会社（ただし、パナソニック電工および三洋電機は除く）の合計。
8. 当社および国内主要関係会社（ただし、パナソニック電工および三洋電機は除く）の合計。
9. 在宅勤務制度は2007年度より開始しました。

グリーン指標

2010 年度より新しい環境行動計画「グリーンプラン 2018」を策定しました。

項目		実績	目標			
		2010 年度	2011 年度	2012 年度	2018 年度	
CO_2 削減への貢献	CO_2 削減貢献量	3,518 万トン	3,700 万トン	5,000 万トン	・CO_2 削減貢献量を 1 億 2,000 万トン ・CO_2 総量をピークアウト （生産活動＋商品使用時）	トータルで業界NO.1
	商品	3,307 万トン	3,500 万トン	4,830 万トン		
	省エネ	3,117 万トン	3,200 万トン	4,500 万トン		
	創エネ	190 万トン	300 万トン	330 万トン		
	生産活動	211 万トン	200 万トン	170 万トン		
資源循環への貢献	投入再生資源／投入資源	13.6%	2012 年度に＞12%		＞16%	
	廃棄物リサイクル率	97.4%	98.5%	≧99%	≧99.5%	
エナジーシステム事業規模		5,508 億円	2012 年度に 8,500 億円		3 兆円以上	
環境配慮 NO.1 商品売上比率		約 10%	2018 年度に 30%（2009 年度比倍増）			

ウェブサイトでのご報告

当社の CSR の取り組みに関する詳しい情報は、パナソニックのホームページ、および、CSR サイトでご紹介しています。

CSRサイト　http://panasonic.co.jp/csr/

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/

アニュアルレポート（PDF）

2011年3月期版は、7月中旬IRサイトに掲載予定です。

IRサイト
http://panasonic.co.jp/ir/

■ お問い合せ　**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

2011年6月発行

VEGETABLE OIL INK