Sustainability Report 2012

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 2012

Panasonic
ideas for life

サスティナビリティレポート2012をご覧の皆様へ

本レポートでは、持続可能な社会の実現に向けて、「エレクトロニクスNo. 1の『環境革新企業』」をめざす当社グループの課題認識や取り組みを取り上げ、報告しています。

サスティナビリティレポート2012について

サスティナビリティレポート2012（2012年6月発行）の報告対象期間は2011年度（2011年4月1日～12年3月31日）です。なお、パナソニックの事業活動に関する報告書は、本レポートに加え、当社の事業、業績、財務状態などを報告する「アニュアルレポート2012」、および、環境活動に関する詳細情報を報告する「エコアイディアレポート2012」の3部で構成されています。

本レポートにおける報告対象の範囲は、主にパナソニック株式会社と三洋電機株式会社および旧パナソニック電工株式会社が管轄する世界の市場と事業ドメインすべてのデータおよび活動内容です。本レポートで使用する「パナソニック」「パナソニックグループ」「当社」および「私たち」は、パナソニック株式会社およびその事業ドメインなどを指しています。

本レポートの環境に関する主なデータは、ＫＰＭＧあずさサステナビリティ株式会社により保証されたもので、独立保証報告書は、「エコアイディアレポート2012」に掲載しています。その他のデータについては、外部機関による保証は受けていませんが、当社の内部データに基づいています。

本レポートで使用している写真はすべて著作権保護の対象であり、著作権者の許可のもとで使用しています。

報告内容について

本レポートでは、社会的責任に関連した記載内容を決定するために、国際規格「ISO 26000：2010　社会的責任に関する手引き」を使用しました。具体的には、ISO26000が取り扱っている社会的責任の７つの中核主題、「組織統治」「人権」「労働慣行」「環境」「公正な事業慣行」「消費者課題」「コミュニティへの参画およびコミュニティの発展」に基づいて、内容と構成を決定しました。

また、グローバル・レポーティング・イニシアティブ（GRI）のサスティナビリティレポーティングガイドライン G3.1における、持続可能性に関する課題認識、ステークホルダーへの関心の「対応性」「重要性」、および「完全性」の原則に基づいて報告内容を作成しています。併せて、標準開示と持続可能性への取り組みについての報告の指針としてもGRI G3.1を使用し、また、持続可能性にかかわる優先課題を明確にするために、2011年度に実施したマテリアリティ（重要性）評価も参照しました。

なお、巻末にISO26000に基づいた主要評価指標とGRIガイドライン対照表を掲載しています。

ISO 26000
社会的責任に関する手引き

GRI G3.1
サスティナビリティレポーティングガイドライン

持続可能性に関する課題認識	対応性	重要性	完全性
持続可能性に関する課題への幅広い取り組み	ステークホルダーの要請に応える取り組みを報告	パナソニックに関連し、かつ優先度の高い課題への取り組みを報告	サステナブルな経営を評価するうえで十分な内容を報告

本レポートの内容と構成

目次

私たちのアプローチ

パナソニックについて 2
社長メッセージ 3
創業100周年ビジョンと環境行動計画 4
パナソニックのCSR経営と優先課題 6
パナソニックと持続可能性 8
パナソニックのコミットメントと参画 16
コーポレートガバナンス 18
リスクマネジメント 19
事例紹介　タイの洪水への対応 20
東日本大震災から一年を迎えての我々の活動 21

私たちのCSRの取り組み

活動ハイライト 22
お客様 24
環境 38
サプライチェーン 56
従業員 60
人権 66
公正な事業慣行 68
地域社会への参画および発展への貢献 70

パフォーマンスデータ

主要評価指標 74
レポート内容一覧 76
社外からの評価 80
持続可能性コミュニケーション 81

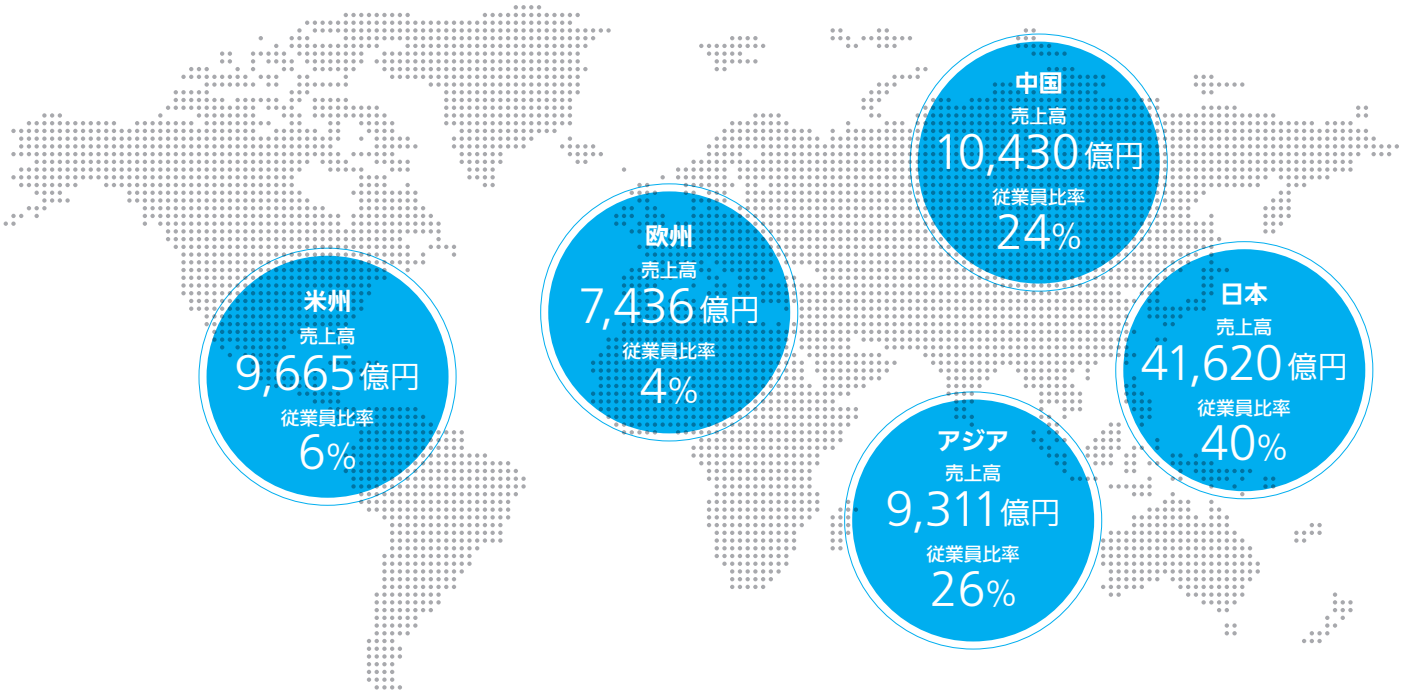
環境活動に関する詳細な報告は6月下旬に発行する「エコアイディアレポート2012（http://panasonic.co.jp/eco/）」に、業績・財務実績に関しては8月中旬に発行する「アニュアルレポート2012（http://panasonic.co.jp/ir/）」に記載しています。

エコアイディアレポート2012

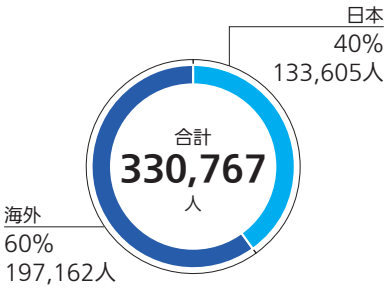
アニュアルレポート2012

パナソニックについて

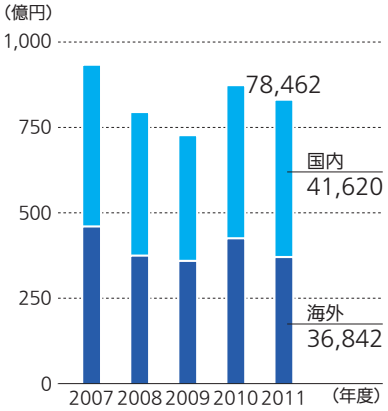
当社は、1918年の創業以来、世界中の皆様のくらしの向上と、社会の発展に貢献するという経営理念をすべての活動の指針として、事業を進めてきました。現在「環境貢献と事業成長の一体化」を図ることによって創業100周年のグループビジョンである「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」をめざしています。



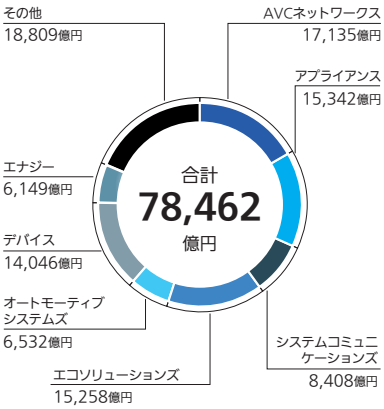
総従業員数（国内外比率）（2012年3月末現在）



売上高



2011年度セグメント別売上高



（注）セグメント別売上高は全社消去前。億円未満を四捨五入して表示。「その他」セグメントは、ヘルスケア社、マニュファクチャリングソリューションズ社、パナホーム等により構成されています。

9つの事業ドメインと1つのマーケティング部門による3つの事業分野

コンシューマー事業分野

- AVCネットワークス社
- アプライアンス社
- グローバル コンシューマー マーケティング部門

ソリューション事業分野

- システムコミュニケーションズ社
- エコソリューションズ社
- ヘルスケア社
- マニュファクチャリング ソリューションズ社

デバイス事業分野

- オートモーティブシステムズ社
- デバイス社
- エナジー社

社長メッセージ

東日本大震災と、そのわずか4ヵ月後に起こったタイの洪水で、私たちは改めて災害に強い社会システムの必要性を強く認識しました。さらに世界に広く目を向ければ、新興国のめざましい発展に伴って、資源・エネルギーの枯渇や食料・水不足、生物多様性喪失などの課題は一層深刻化しています。私たちを取り巻く環境は日々刻々と変化しており、今までにも増して社会全体で「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。

パナソニックは、この社会課題を踏まえ、創業100周年を迎える2018年に、「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」になることをグループのビジョンに掲げています。当社が目指す『環境革新企業』とは、環境貢献と事業成長の一体化、つまり「環境に貢献すればするほど事業が成長する」という姿へと進化することであり、言い換えれば「より豊かになるには、より多く消費するしかない」という従来の法則を変えることに挑戦し成し遂げることです。創エネ、蓄エネ、省エネ、エネルギーマネジメントによるエナジーソリューションを核に「家・ビル・街まるごと」での価値提案を行い、世界中の人々に持続可能で、安全・安心かつ快適なグリーンライフスタイルをお届けすることによって、「くらし」を起点とした環境革新を起こしたいと思います。

2011年度は、このビジョン実現に向けた中期経営計画「Green Transformation 2012」の折り返しの年でしたが、収益面では過去最大の損失を出し、これまでに経験したことのない大きな危機に直面しています。しかしその一方で、2012年1月からの新しい事業体制をスタートさせるなど「環境革新企業」実現に向けた基盤は整いました。CO_2排出量削減の取り組みや循環型モノづくり、世界各地域に根ざした商品開発など、新しい挑戦は着実に実を結びつつあります。

私たちは、新事業体制のもと、世界中の全社員の個性と能力を最大限に活かし、より総合的に新たなくらし価値を生み出してまいります。そして社会への貢献の結果として、この危機を乗り越え業績を回復してまいります。パナソニックは今後ともステークホルダーの皆様と連携し、皆様の声に真摯に耳を傾け、創業以来の考え方である「社会の公器」としての役割を果たしていきたいと思います。

2012年6月

パナソニック株式会社
代表取締役社長　大坪文雄

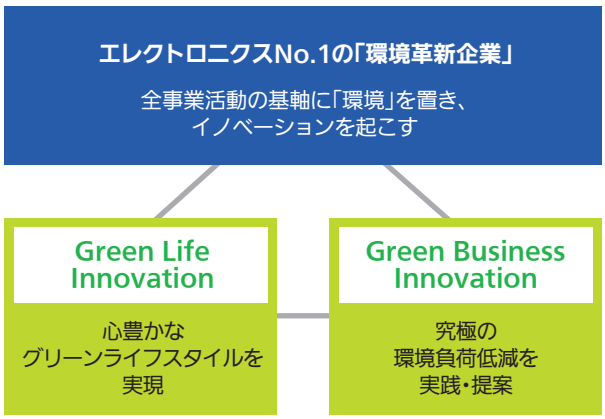
創業100周年ビジョンと環境行動計画

創業100周年ビジョン

地球温暖化の深刻化、資源枯渇の懸念、生態系の危機など、地球環境問題は、世界全体が抱える最大の社会課題になってきました。「社会への貢献」を自らの使命としてきたパナソニックグループは、業界の先頭に立ってグリーン革命に取り組みたい、パナソニックらしく「くらし」を出発点にした貢献をしていきたい、このような意志を込めて、「創業100周年ビジョン」を策定し、2010年1月の経営方針発表会で発信しました。創業100周年を迎える2018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、すべての事業活動の基軸に「環境」を置いて「グリーンライフ・イノベーション」と「グリーンビジネス・イノベーション」を起こしていきます。

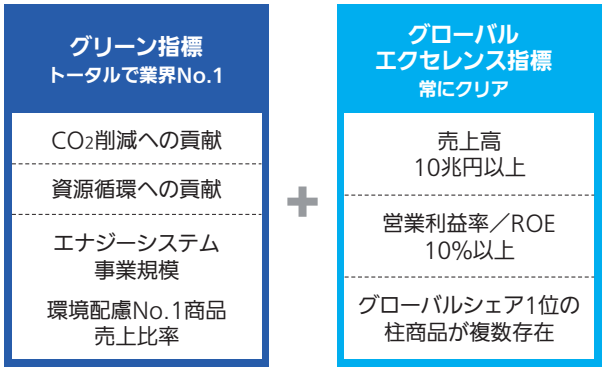
創業100周年ビジョンについては、以下をご覧下さい。
http://panasonic.co.jp/company/philosophy/vision/

創業100周年ビジョン



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、2つの経営指標からなる「エレクトロニクスNo.1指標」を策定しました。一つは、売上高や営業利益などの経営数値の目標である「グローバルエクセレンス指標」、もう一つは、「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つの項目からなる「グリーン指標」です。「グローバルエクセレンス指標」を常時クリアしながら「グリーン指標」の4項目トータルで業界No.1になることをめざします。この2つを同時に追求し、グループ全体で環境貢献と事業成長の一体化を実現します。

エレクトロニクスNo.1指標



環境行動計画「グリーンプラン2018 」

「グリーンプラン2018 」は、創業100周年ビジョンとグリーン指標の目標達成に向けて策定した、グローバル全従業員が実践するアクションプランです。2001年に策定した「グリーンプラン2010」の完遂を受け、2010年度から 2018年度までの新たな環境行動計画として位置づけています。「グリーン指標」の4項目を中核に、水、化学物質、生物多様性といったグローバルな課題を盛り込み、それぞれ目標を設定しています。当社従業員はもちろん、社会の皆様とも協働しながら取り組んでいきます。

グリーンプラン2018の位置づけ

グリーン指標の細目と進捗

項目			実績	目標			
			2011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※		4,037万トン	3,700万トン	4,100万トン	• 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	3,787万トン	3,500万トン	3,845万トン		
		省エネ	3,505万トン	3,200万トン	3,485万トン		
		創エネ	282万トン	300万トン	360万トン		
		生産活動	250万トン	200万トン	255万トン		
資源循環への貢献	投入再生資源／投入資源		14.7%	2012年度に＞12%		＞16%	
	廃棄物リサイクル率		98.9%	98.5%	≧99%	≧99.5%	
エナジーシステム事業規模			5,193億円	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13%	2018年度に30%（2009年度比倍増）			

※ 1台あたりのCO_2削減貢献量が大きいテレビの事業構造改革などの影響を受け、CO_2削減貢献量の2012年度目標を見直した。
（CO_2削減貢献量の定義はP39参照）

グリーンプラン2018の細目と進捗

★ グリーン指標の目標

2018年度目標		私たちの行動	掲載ページ
CO_2削減	CO_2総量をピークアウト★（生産活動＋商品使用時）	• 生産活動と商品使用でCO_2削減貢献量を最大化（2005年度基準比1億2,000万トン） • 物流のCO_2原単位を削減（2005年度比重量原単位46%以上削減） • オフィスのCO_2排出量を削減（自社拠点（日本）：年平均2%以上削減） • 購入先様とともにCO_2削減活動を推進 • 工場まるごとの省エネ支援サービス事業を推進	p.27-30, p.39-45, 58
	エナジーシステム事業を3兆円以上に拡大★	• 家・ビルまるごとのエネマネシステムをグローバルに展開 • 太陽電池事業で世界トップクラスのシェアを獲得（2015年にトップ3） • 燃料電池コージェネレーションシステムで世界トップシェアを獲得 • 定置型リチウムイオン電池システムをグローバルに展開 • 環境対応車向け事業を大幅に拡大（電池・熱システム・電源システムおよび充電インフラ）	p.27-28, 30
資源循環	資源を有効活用する循環型モノづくりを追求★	• 投入資源を減らし循環資源の活用を拡大（投入再生資源／投入資源を16%以上） • 全拠点で工場廃棄物をゼロエミッション化（廃棄物リサイクル率99.5%以上） • 購入先様とともに資源循環活動を推進	p.46-50, 58
水	水使用量を最小化	• 節水商品・水循環に貢献する商品を拡大 • 生産活動で水使用量削減と循環利用拡大	p.51
化学物質	化学物質による環境負荷を最小化	• 環境負荷物質に対する代替技術を開発 • 商品で代替可能な環境負荷物質を使用廃止 • 生産活動での環境負荷物質の排出を最小化	p.52-54, 58
生物多様性	生物多様性への影響把握と保全に貢献	• 生物多様性保全に貢献する商品を拡大 • 事業所および周辺地域の緑地づくりを推進 • 森林資源の持続的な利用を促進 • 購入先様とともに生物多様性保全活動を推進	p.55
環境配慮No.1商品の売上比率を30%に拡大★（2009年度比倍増）		• 全事業分野でトップクラスの環境配慮商品を提供 • 地域に密着したエコマーケティングを展開	p.25
ステークホルダーとの協働で環境貢献を拡大		• グリーンライフスタイルを研究・提案 • 環境革新を先導する人材を育成 • パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アースを推進 • 環境教育を全地域で200万人の子どもたちに展開 • ステークホルダーとともに全世界で1,000万本を植樹 • サプライチェーン連携で環境貢献を加速	p.58

パナソニックのCSR経営と優先課題

パナソニックは、1918年の創業以来、「社会の公器」として、事業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を経営理念として追求し続けてきました。

パナソニックのCSR経営

パナソニックでは、お客様に製品やサービスをお届けすること、サプライチェーンにおける影響に注意を払うこと、従業員や地域社会と積極的な関係を構築することなど、本業を通じてこれら使命を果たしていきます。

私たちが住む世界は、すべての人々の生活水準を高めながら社会との調和を図っていくという課題に対して、岐路に立っています。しかし、この課題に立ち向かうことで革新が生み出され、革新が解決策をもたらしてくれます。こうした認識のもと、パナソニックは、地域社会の持続可能性を実現していく技術開発はもちろん、社会に発展をもたらす客観的な思考方法や新しいアイディア、知見をもった当社の事業が新しい解決策を生み出す源泉になるという信念をもっています。

パナソニックは100年近くの間、革新に挑戦し続けてきました。2018年度までに「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」になるためには、企業の社会的責任（CSR）に関する取り組みについても、常に責任感と誠実さをもって持続可能な社会に貢献する事業に取り組み続けることが必要です。

パナソニックは、世界のさまざまな課題を解決し、社会に貢献するためのソリューションの構築に向けて、世界中の従業員の人材の個性とその能力を活かしていきます。

「“企業の社会的責任”ということが言われるが、その内容はその時々の社会情勢に応じて多岐にわたるとしても、基本の社会的責任というのは、どういう時代にあっても、この本来の事業を通じて生活の向上に貢献するということだといえよう。こうした使命観というものを根底に、一切の事業活動が営まれることがきわめて大切なのである。」

――松下幸之助著「実戦経営哲学」（1978年6月）より

創業者　松下幸之助

パナソニックの優先課題

パナソニックは、2011年度も引き続き新興国における事業を拡大するなど、「国内志向」から「グローバル志向」の経営へと成長へのパラダイム転換を進めてきました。また、CSRのリスクと機会に関する理解を深め、CSRの優先課題に対応することは、当社の事業目標の達成に大いに役立つと考えています。

こうした考えのもと、当社は、グローバル企業として成長していくための基盤を強化するために、社外の動向や機会を確認し、以下の項目を重視するCSR活動を推進し、社会に対する責任をより一層果たしていきます。

倫理観と誠実性

海外市場での事業を成功させるためには、各国の倫理や誠実性にかかわるリスクについての地域性の違いを理解することが重要です。そこで当社は、取り組みの一つとして、「パナソニック行動基準」を事業展開しているすべての地域で共有、適用しています。

製品開発

地域のお客様の持続可能性にかかわるニーズを理解することは、とくに新興市場においては、事業成長をもたらす革新性を生み出す重要な鍵となります。当社は、これからも地域の人々の要請に応えるとともに、地域での開発・生産・販売機能を強化していきます。

多様性

グローバル企業として成功するためには、グローバルに活躍する人材が不可欠です。当社では、お客様やステークホルダーからの期待に応える人材を確保していくために、当社の事業がもつグローバルな側面だけでなく、各地域のニーズと期待を捉える視点の双方を併せ持つ多様な従業員を育成していくべく、さまざまな取り組みを進めています。

人権

2011年3月に国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」が公表され、企業の事業運営において人権を尊重することが改めて重視されています。当社は、今後も地域に根ざした開発・生産・販売活動を拡大していくために、労働安全衛生の観点で守られるべき労働者の権利から、製品の安全と使用上の安全という観点で守られるべき消費者の権利までを含む人権課題について、これまで以上に重点的に取り組んでいきます。取り組みにあたっては、日々の意思決定プロセスのなかで人権をどのように評価・管理し、経営に組み込んでいくのかについて検討していきます。

サプライチェーン

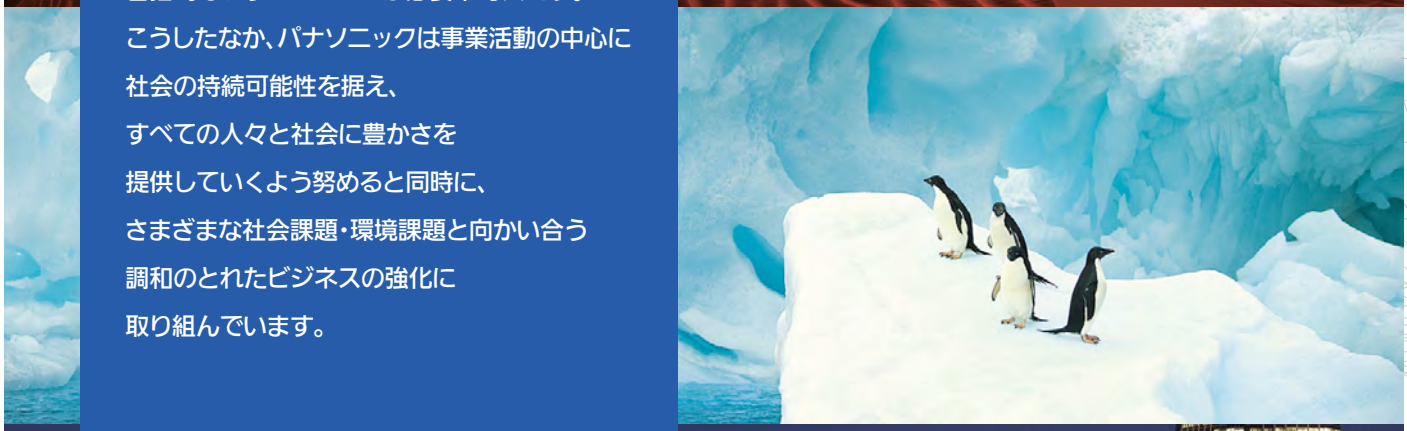
サプライチェーンを企業が責任をもって管理しているか否かについて、多くのステークホルダーが関心を寄せるようになっています。こうしたなか、国内外での調達プロセスに、CSRの考え方を組み入れることは企業にとって不可欠となっています。国内だけでなく、海外の事業所や拠点においても持続可能な成長を続けていくために、社会・環境面における責任をこれまで以上に果たす新たな取り組みに挑戦していきます。

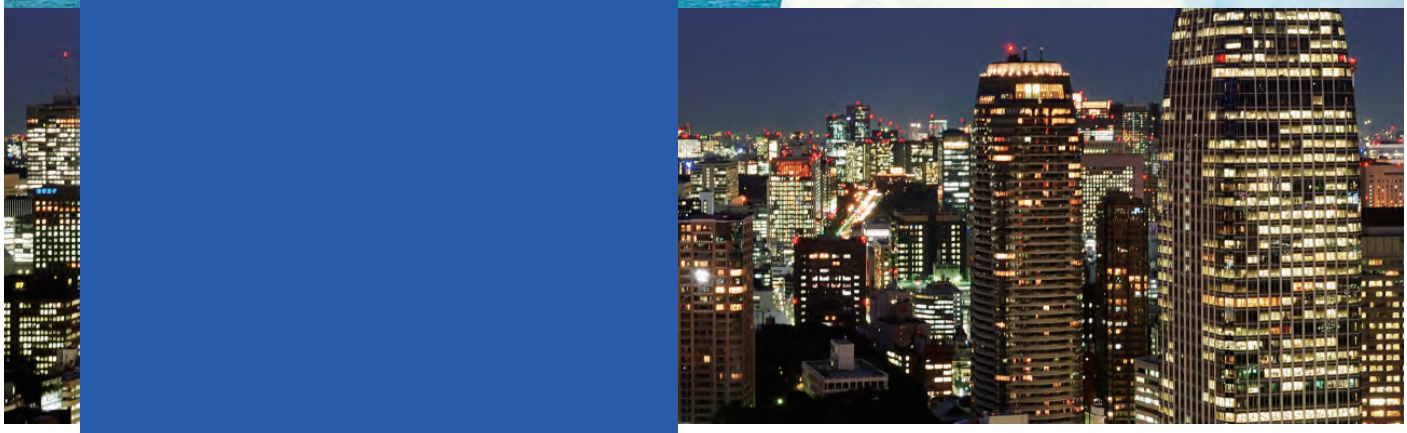
全社CSR会議

当社では、社長が議長を務め、関係取締役・役員などが出席する「全社CSR会議」を年1回開催しています。会議では、ステークホルダーとの対話を踏まえ、CSRのグローバルな動向や当社が優先的に対応すべきCSR課題について確認し、対応を検討しています。2011年度は、主要なお客様をはじめとしたステークホルダーからの要請が高まっていることを踏まえて、当社のサプライチェーンから紛争にかかわる鉱物を排除することを議題としました。そして、そのための仕組みの構築やステークホルダーとの連携方法などについて議論しました。

パナソニックと持続可能性

資源・エネルギーの枯渇や
技術利用における格差の問題、
そして環境の保全と
快適性のトレードオフの問題まで、
地球社会の持続可能性に関する課題は
今世紀、未曽有の規模と範囲におよんでいます。
これら課題を解決していくためには、
グローバルな協力体制や
包括的なソリューションが必要不可欠です。
こうしたなか、パナソニックは事業活動の中心に
社会の持続可能性を据え、
すべての人々と社会に豊かさを
提供していくよう努めると同時に、
さまざまな社会課題・環境課題と向かい合う
調和のとれたビジネスの強化に
取り組んでいます。





グローバルな課題1

資源・エネルギーの制約

地球温暖化問題や資源・エネルギーの枯渇問題が深刻化するなか、既存資源をどのように活用・管理し、新たな資源を創出していくかは、21世紀に生きる私たちが直面する最大の課題です。しかし、それは同時に、エネルギー効率と資源効率に優れた社会を実現する技術革新を創出するビジネスチャンスでもあります。

グローバルな課題2

技術利用における格差

地球上でかつてない人口増が進むなか、「より豊かになるためには、より多く消費するしかない」という従来の法則を変える新たな技術が必要です。これら技術をより多くの人々が利用できるようにすること、技術の利用・活用を通じて人々に新たな可能性を提供することは、社会の発展や環境問題の解決につながり、私たち企業が世界に問うべき大きなテーマといえます。

グローバルな課題3

環境の保全と快適性の両立

地球環境問題は、今や世界が抱える優先的な社会課題となっています。次世代に引き継ぐべき自然環境や社会環境、生活環境なども含む幅広い環境の大切さを意識し、ともに連携してこれら社会課題を解決することは、今を生きる私たちの世代の責務です。
一方で、こうした地球環境に関する諸問題は、企業が安全・安心・快適にかかわるさまざまな技術開発や包括的なソリューションを創造し、ビジネスチャンスを拡大していくうえでの大きな推進力にもなっています。

グローバルな課題1
資源・エネルギーの制約

私たちのソリューション

環境に配慮した製品

気候変動や資源・エネルギーの枯渇
といった課題が深刻化するなか、
地球環境への影響を低減していく必要性は
先進国においても
新興国・途上国においても一層高まっています。
世界の人々は、こうした懸念を踏まえて、
より環境負荷の低い商品を選択できるような
社会を求めています。

私たちのアプローチ

パナソニックは、新たな製品の開発やラインアップの拡充にあたっては、常に環境負荷低減に貢献する高度な開発技術、生産技術の活用に努め、CO_2排出量と資源利用の削減に貢献しています。

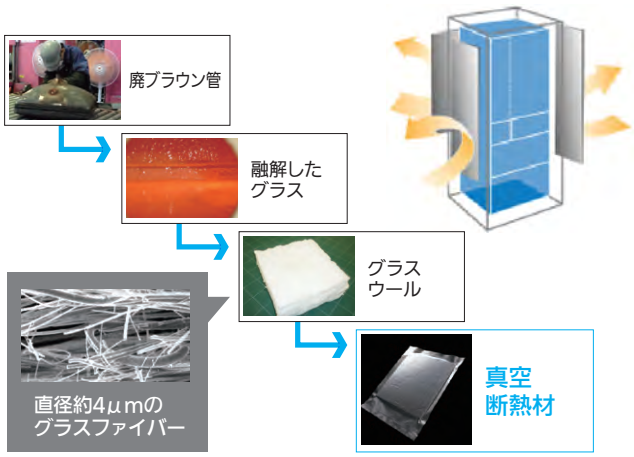
パナソニックは、環境に配慮した新たな家電製品の発売を開始しています。冷蔵庫、洗濯乾燥機、掃除機、炊飯器などの商品群には、製造・使用段階でCO_2排出量と資源利用の削減に一層貢献する最先端の技術が用いられています。

環境に配慮した新たな家電製品の
「資源循環商品」シリーズ

廃ブラウン管ガラスからグラスウールを
再生・再利用する独自の再生プロセスを確立

再生資源の利用

パナソニックの環境に配慮した家電製品には、多くの再生資源が利用されています。例えば、最新の再生技術を有するリサイクル工場が廃ブラウン管から取り出したパネルガラスをアプライアンス社では、グラスウールに再生。冷蔵庫などの真空断熱材として利用する独自の再生プロセスを確立しています。



使用時の影響を軽減

お客様が毎日のくらしのなかで取り組む環境活動をお手伝いするために、「エコナビ」機能を搭載した家電商品を販売しています。エコナビのインテリジェントセンサーを活用することで、お客様はご自身のライフスタイルや好みの使用状況に応じてエネルギーや水の消費量を最適化することができます。

例えば、エアコンでは、室内の人の居場所を検知し、位置に応じて空気の流れを調節することができます。また、室内に人がいなくなると、自動的にオフになります。

私たちの貢献

パナソニックは、新興国などで販売する家電製品についても、現地のライフスタイルや習慣などの生活研究をベースに、環境に十分配慮した開発・設計を推進するよう体制を強化し続けています。環境に対する人々の意識や取り組みは地域によって異なりますが、その地域の人々に受け入れられる環境に配慮した商品を開発し、その普及に全力を尽くすことがパナソニックの使命の一つです。

グローバルな課題2
技術利用における格差

私たちのソリューション

ソーラー発電による照明の提供

必要最小限の電気や照明といった技術を
利用することができないために、
新興国・途上国では、教育の機会や経済発展、
社会生活の向上が大きく妨げられています。
今日でも、世界には電気のない生活を送っている
人々が13億人以上もいるというのが現実です。
※出典：国際エネルギー機関「World Energy Outlook 2011」

私たちのアプローチ

当社は、無電化地域で生活する人々に対して、手頃な価格で再生可能エネルギーによる照明を提供しています。その代表的な商品が、太陽エネルギーを蓄え、光に変えるソーラーランタンです。

無電化地域の多くでは、通常、昔ながらの灯油ランプが使用されていますが、ランプの黒煙により健康に深刻な悪影響が生じています。ソーラーランタンを使用することにより、このような健康被害が軽減されるとともに、火事など安全面の懸念も解消されます。

また、現地の生活研究調査を通じて、お客様のニーズを踏まえた地域指向の商品開発にも注力しています。

私たちの貢献

当社は、2011年4月、タンザニアのミレニアム・ビレッジ、ムボラで国連開発計画（UNDP）などが実施しているプロジェクトに対して、ソーラーランタン1,000台を寄贈しました。寄贈されたソーラーランタンは、現地の貯蓄融資協同組合を通じて低価格で販売され、現地の人々に有効に活用されています。例えば、店舗では夜でも安心して販売を行えるようになり、ま

た学校の先生は翌日の授業の準備に時間をかけられるようになりました。

カンボジアは、大メコン圏の一つとして近年着実な経済成長を遂げていますが、内戦の後遺症や貧困に関連するさまざまな社会課題が残存しており、電化率が低いという問題も解消されていません。そこで当社は2012年3月、現地で活動する非営利・非政府団体（NPO／NGO）など計15団体に対してソーラーランタン2,000台を寄贈しました。ソーラーランタンは夜間の識字教育や医療活動などに活用されており、カンボジアの社会課題解決の一助となることが期待されています。

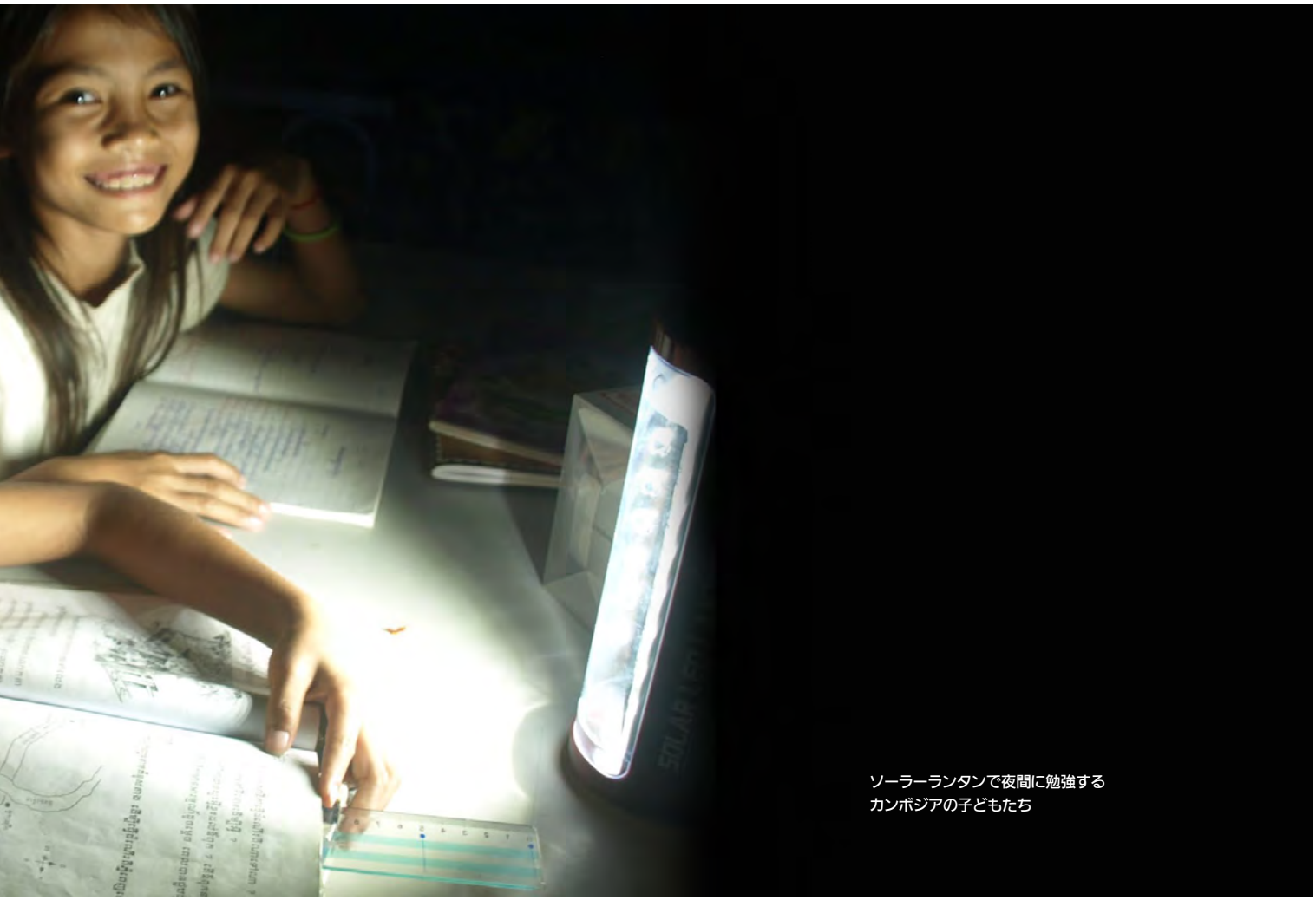
新興国・途上国だけでなく、東日本大震災の被災地においても、ソーラーランタンは有効に活用されました。当社は震災発生直後にソーラーランタン4,000台を寄贈。大地震により電力インフラが破壊され、一時的に無電化地域同然となった被災地で、ソーラーランタンは非常用照明として力を発揮し、高い評価を得ました。当社はこの経験を踏まえてコンパクトソーラーライトを開発、2011年8月から販売を開始しました。

ソーラーランタンの普及は、持続可能な社会づくりへ向けて、当社が世界の新興国・途上国のニーズに対応して推進している取り組みの一つです。当社は、新興国・途上国の人々の日々のくらしの向上をめざして、ほかにも自社の技術やノウハウを活用した幅広い取り組みを行っています。

インドで販売しているエアコン「CUBE」は、現地の生活研究調査を通じて開発された商品で、現地の電力事情や、静音性にも対応しています。

また、インドネシア市場向けに投入した低消費電力の冷蔵庫は、現地の人々のライフスタイルに合わせて、飲料水や食品、薬などを大量に収納できる広々とした庫内設計としています。

当社は、今後も世界の多くの人々が従来の生活をより良く変えていけるような技術を提供するために、長期的な市場性、拡張性や持続可能性を常に考慮し続けることで、持続可能な事業モデルの構築をめざしていきます。また、これらの取り組みを、新しいアイディアの実現やグローバルな商品開発力を強化するビジネスチャンスとして位置づけていきます。



ソーラーランタンで夜間に勉強する
カンボジアの子どもたち

グローバルな課題3
環境の保全と快適性の両立

私たちのソリューション

藤沢 サスティナブル・スマートタウン

環境への負荷を低減し、
世界の多くの人々に安全・安心かつ
快適で持続可能な社会生活を提供することは、
地球温暖化や深刻化する
資源・エネルギーの枯渇問題を抱える
現代社会においてますます重要になっています。
こうした環境・社会課題を解決する
グリーンライフスタイルへの取り組みが
求められています。

私たちのアプローチ

パナソニックは先進的な取り組みとして、世界の人々がより安全・安心して、快適に、そして環境に配慮した生活を営むためのビジネスモデル、「藤沢サスティナブル・スマートタウン（Fujisawa SST）」を開発しています。

Fujisawa SSTは、パナソニックの「まるごとソリューション」事業の例として、「家・ビル・街まるごとのソリューション」の実現をめざしています。これは、省エネ機器の普及や、創エネ、蓄エネ、エネルギーマネジメントなどの新たな技術を統合し、エネルギー利用の先進モデルを創り上げる構想です。例えば、SEG（Smart Energy Gateway）技術は、設備や機器をネットワーク上で接続し、安全で信頼できるエネルギー効率に優れた住環境を実現するものです。

Fujisawa SST構想では、各戸、集合住宅、商業・福祉・公共施設などを含むFujisawa SST全域にソーラー発電システム、家庭用蓄電池などの技術やエコソリューションを設置することを計画しています。こうした取り組みは、CO_2排出量や家庭での水の消費量の削減に役立ちます。また、「風と緑のネットワークづくり」をテーマに、生物多様性の保全に努めています。

パナソニックが神奈川県藤沢市で進めている
「藤沢サスティナブル・スマートタウン」完成予想図

私たちの貢献

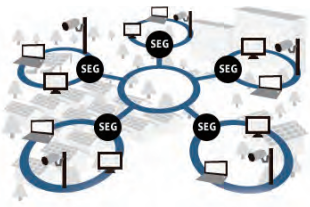
この革新的なスマートタウン構想では、パナソニックと8社のパートナー企業、藤沢市が協力・提携関係を構築しています。

パナソニックは、パートナー企業、藤沢市と緊密に連携しながら、各事業体がもつ高度な技術とノウハウを結集して、最終的には約1,000世帯が住まう街のマスタープランの作成から実際の運営までを担っていきます。

スマートタウンは、藤沢市の当社工場跡地に建設中で、2013年度の完成をめざしています。

さらに、パナソニックは、このFujisawa SSTの取り組みを世界のほかの地域におけるプロジェクトに活かしています。例えば、「中国・シンガポール天津エコシティ」プロジェクトでは、ホームエネルギーマネジメントシステムを導入しています。これは、地域社会のエネルギーマネジメントシステムと家庭用のエネルギーマネジメントシステムをつなぐことによって、地域社会全体のエネルギー利用を最適化し、急激な都市化による環境や社会への負荷を軽減するソリューションです。

豊かなくらしとサービスを展開
自然の恵みを取り入れた
エコで快適な街を実現



街全体をつなぐ情報ネットワーク
さまざまな設備・機器が連携し、
つながる街を構築

街まるごとエネルギー設備・機器
創エネ・蓄エネ・省エネ技術を
街まるごとで導入

パナソニックのコミットメントと参画

パナソニックは「企業は社会の公器である」という創業以来の考え方に基づき、事業活動を通じて社会に貢献していくという強い決意を持ち続けてきました。この考え方は、製品やサービスを通じて社会の発展と人々のくらしに貢献するという経営理念に通じています。

パナソニックは、さまざまな取り組みを通じてこの目標を達成するための努力を続けています。当社は経営理念を実践するための具体的な日々の指針である行動基準を実践することと、ステークホルダーの声を経営に反映することを通じて社会のお役に立ちながら自らも成長していくという使命を果たしていきます。

ステークホルダーとの対話は、グローバルに事業を遂行していくうえでも、ますます重要な役割を果たすようになっています。

役員や管理職に対して定期的に行っている研修には、ステークホルダーとの対話に関するプログラムが含まれています。例えば欧州では、NGO/NPOなどと経営理念について話し合った事柄を該当地域の管理職に定期的に伝えて共有しています。

次ページの表では、当社がステークホルダーとの間で実施している対話の内容や方法、そこで得た気づきをいくつか紹介しています。

行動基準

行動基準は、当社の経営理念を実践するための具体的な指針として定められたものであり、22の言語で作成され、パナソニックとその全事業ドメインおよび子会社のすべての取締役・役員、従業員に適用されています。また、この行動基準の確実な順守のために、すべての対象会社において担当取締役・役員を選任するとともに、適切な教育・研修を実施しています。

パナソニックの行動基準については、以下をご覧ください。
www.panasonic.co.jp/company/philosophy/conduct/

ステークホルダー参画

現代社会において企業が成功するためには、ステークホルダーの声を反映した経営を推進していく必要があります。

こうした考えのもと、当社は、お客様、従業員、投資家様、購入先様、政府、業界団体、NPOやNGO、地域社会など世界中の幅広いステークホルダーと対話を実施し、説明責任を果たすよう努めるとともに、いただいたご意見を事業活動に取り入れています。

グローバルアドバイザーズカンファレンス

グローバルアドバイザーズカンファレンスのブラジル部会は、2011年10月12日と13日の2日間にわたってサンパウロで会議を行いました。会議では、当社のグローバルアドバイザーを務める元開発商工大臣のルイス・フェルナンド・フルラン氏がブラジルの経済動向について基調講演を行いました。講演のなかでフルラン氏は、「ブラジルの経済成長は欧米の経済不安を受けて鈍化する見通しだが、中間所得層が台頭することで実需が伸び、2014年のサッカーワールドカップ、2016年のオリンピック・リオデジャネイロ大会に向けて積極的なインフラ投資が計画されている。こうしたなかで、まるごとソリューション事業や市販・システムのエレクトロニクス商品事業の成長が期待される。このビジネスチャンスを成長につなげるためには迅速な対応が必要である。」と述べました。

また同時に、「６月の『国連持続可能な開発会議（リオ＋20）』は、環境革新企業として政府・関係機関に対してアピールできるチャンスである。」と指摘しました。

グローバルアドバイザーズカンファレンスや、各地域での部会で提起された意見・見解は、当社のグローバル戦略だけでなく、地域戦略や地域の諸活動にも反映されています。

ステークホルダー	コミュニケーション手段	気づきと成果
顧客	• パナソニックは、グループ企業や事業ドメイン間でお客様からのフィードバックを共有するため、世界中のお客様を対象としたブランド調査を実施しています。調査には、グループ全体にかかわる質問と各地域にかかわる質問が含まれています。 • 当社は、「お客様の声（VOC）」システムを使って当社の製品やサービスに対するお客様のご意見を伺い、商品開発に活かしています。	お客様からのフィードバックをパナソニックのグループ企業やドメイン会社の間で共有し、日常業務に反映することは、顧客満足度におけるさまざまなギャップを埋めるうえで役立っています。
従業員	• 当社は、従業員のニーズや懸念に耳を傾け、理解するために、従業員の満足度調査を毎年行っています。 • 当社は、世界中の従業員から、担当職務に関して経営の発展向上のための提案を受け付ける「従業員提案制度」を導入しています。この「従業員提案制度」には、毎年全社で100万件もの提案が寄せられています。	世界的に景気が低迷するなかでも、当社は従業員満足度で高い評価を得ていますが、一部には、「海外の従業員とのコミュニケーションに改善の余地がある」という意見もあります。
投資家	• 当社は、機関投資家に対して、業績、財務状態の最新情報を定期的に提供しています。 • 当社は毎年、世界中の機関投資家約800～900社に、当社への投資意欲に関する調査を行い、その結果を当社のIR（投資家向け広報）活動に取り入れています。	2011年11月、当社は重要な環境ソリューションの一つであり、省エネ施策でもあるLED照明事業の成長戦略と見通しについて投資家に説明しました。また、2012年5月には、1月から発足した新体制（9事業1部門）の事業責任者が出席して「パナソニックＩＲ説明会」を実施し、証券アナリストやマスコミに事業戦略を説明しました。
購入先様	• 当社は、アジア・中国をはじめとする世界の購入先様を対象に、調達に関する方針や考え方を理解いただくセミナーや講演会を各地で行っています。 • 当社は、グリーン調達基準書を改定し、購入先様とともにサプライチェーン全体での環境負荷低減を推進しています。例えば、2009年度からは購入先様と共同でECO・VC（ECO Value Creation：環境価値創造）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しながら同時にコスト合理化もめざす取り組みです。	サプライチェーンへの責任に対する社会的な期待が高まるなかで、購入先様とともにサプライチェーン全体の社会面・環境面でのさらなる取り組みを強化することが求められています。
政府・業界団体	• 当社は、さまざまな業界活動に参加しています。環境問題に関する会合や委員会、日本経団連の活動など多方面の活動で得た情報は、毎月社内に伝達しています。 • 当社は、国民の生活を向上させる技術や革新に関心を持つ海外の政府関係者の視察を受け入れています。	当社がウガンダ政府の代表団と共同で行っているクリーンエネルギーをテーマとした取り組みは、再生可能エネルギーを用いた低価格なソーラーランタンの開発につながりました。
NPO/NGO	• 当社は、NPOやNGOからの問合せに対して積極的に対応し、当社に対する要望や期待を理解するよう努めています。 • 当社は、紛争鉱物の問題解決に向けて、国際機関や業界団体に加えて、複数のNGOと連携しています。 紛争鉱物に関しては59ページをご覧ください。	当社は、紛争鉱物に関する経済協力開発機構（OECD）の実施プロジェクトに参加し、主要なステークホルダーから今後の効果的な取り組みについて助言をいただきました。
地域社会	• 当社は、地域や社会、環境、教育に関するニーズを理解し、必要な取り組みを進めるために、地域社会と積極的にかかわっています。	地域社会のニーズを理解することは、優先順位を定めてより効果的な社会貢献活動を行ううえで役立っています。

コーポレートガバナンス

当社は、「企業は社会の公器」という考え方に基づき、コーポレートガバナンス体制を構築しています。

＜体制＞

当社は、グループ全体にかかわる重要な業務執行を決定し、取締役の職務の執行を監督する取締役会と、取締役会から独立し、取締役の職務の執行を監査する監査役・監査役会を置いています。

取締役会

取締役会は、取締役16名で構成され、うち２名は社外取締役です。社外取締役とは、現在および過去において、当社または当社の子会社の代表取締役・業務執行取締役もしくは執行役または支配人、その他の使用人ではない者です。当社は、社外取締役2名いずれについても、利益相反を生じるおそれのない独立性を有し、かつ、客観的・中立的な立場から、取締役の職務の執行に対する取締役会による監督の実効性を高め、強化することができるものとして選任しています。

監査役・監査役会

監査役・監査役会は、コーポレートガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、取締役の職務の執行を含む日常の経営活動の監査を行っています。当社の監査役は５名で構成され、うち３名は社外監査役です。社外監査役もまた、過去に、当社または当社の子会社の取締役、会計参与、もしくは執行役または支配人、その他の使用人ではない者です。当社は社外監査役３名いずれについても、利益相反を生じるおそれのない独立性を有し、かつ、客観的・中立的な立場から、取締役の職務の執行に対する監査役による監査の実効性を高め、強化することができるものとして選任しています。

なお、日本の会社法では、委員会等設置会社を除き、社外取締役を選任する義務はなく、また、報酬委員会などを設置する義務もありません。パナソニックを含め多くの日本の企業は、監査役を設置してコーポレートガバナンス体制を強化しています。なお、当社の取締役、監査役の選・解任は株主総会で決議されます。

報酬

パナソニック株式会社の取締役の報酬については、経営に対する貢献度を報酬に連動させるため、CCM※、売上高および環境経営の指標であるCO_2排出量を業績評価の基準とし、各人の支給額に反映しています。株主利益に立脚した業績評価基準の徹底を通じ、当社グループ全体の長期継続的な成長性、資本収益性の向上を図っていきます。

また、日本の会社法上、株式会社（委員会等設置会社を除く）の取締役および監査役の報酬（ストックオプションなどの株式関連の報酬を含む）、賞与その他の職務執行の対価として会社から受ける財産上の利益（以下、総称として「報酬」という）のそれぞれの総額の最高限度額は、株主総会において承認されなければなりません。また、かかる報酬の最高限度額の変更を行おうとする場合、株主総会においてその承認を得なければなりません。従って、取締役および監査役の報酬は、株主の監督下にあります。

当社においても、取締役および監査役の報酬については、株主総会の決議により、取締役全員および監査役全員のそれぞれの報酬総額の最高限度額を決定しており、この点で株主の監視が働く仕組みとなっています。各取締役の報酬額は、取締役会の授権を受けた代表取締役が当社の定める一定の基準に基づき決定し、各監査役の報酬額は、監査役の協議により決定しています。

※CCM（キャピタル・コスト・マネジメント）：
資本収益性をベースとした当社の経営管理指標

コーポレートガバナンスの詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/company/philosophy/governance/

リスクマネジメント

リスクマネジメントは、当社や当社の従業員だけでなく、事業を展開している全世界の国や地域社会の健全性を保つうえでも重要な取り組みです。パナソニックは、事業活動の継続を阻むさまざまなリスクを低減していくために、グローバルなリスクマネジメントの体制とプロセスを構築しています。

事業活動にあたっては、世界各地における事業目標の達成を阻みかねない過失の原因を未然に取り除くようにしています。

G&Gリスクマネジメント

パナソニックは、グループ全体のリスクマネジメントを統括するために、「グローバル＆グループ（G&G）リスクマネジメント委員会」を設置しています。委員会は社長を委員長とし、本社職能部門を担当する取締役・役員で構成されます。これらの職能部門はリスクマネジメント関連の各種委員会を通して連携し、全社的にリスクに対処するための対策を促進することで、地域統括とともに、ドメインや関係会社を支援しています。また、リスクマネジメント委員会は、事業ドメインや関連会社、地域統括にも設置されています。これらの委員会が一体となってパナソニックグループ全体のグローバルリスクマネジメントシステムを構築しています。

リスクマネジメントの詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/csr/management/riskmanagement/

当社では、経営の透明度を高めるための重要な手段としてG&Gリスクマネジメント委員会が決定した全社重要リスクの一覧表を毎年公表しています。2011年度は、東日本大震災の発生を受け、自然災害（地震、津波など）を全社重要リスクに追加するとともに、沿岸地域にある生産拠点における地震・津波対策の中期計画の見直しを開始しました。

リスクマネジメントにおける2012年度の優先課題は、BtoC（消費者向け取引）はもとより、BtoB（企業間取引）企業としてのサプライチェーンのリスクマネジメントです。災害・事故などが部品などの供給業者や製品納入先などといった当社グループのサプライチェーンにおいて発生した場合には、当社グループの生産・販売に影響がおよび、これがBtoBビジネスにおいては、さらに納入先の生産・販売に影響するからです。

2011年度　全社重要リスク

- 品質問題（不安全事故）
- 戦争、内乱、紛争（テロ含む）
- 営業秘密漏洩（技術・個人情報）
- 自然災害（地震、津波など）
- 原材料の高騰
- カルテル
- 輸出管理法令違反
- リスク発現時の対応不全

2012年度　全社重要リスク

- 品質問題（不安全事故）
- 営業秘密漏洩（技術・個人情報）
- カルテル
- 輸出管理法令違反
- 自然災害（地震、津波など）
- サプライチェーンの寸断

事例紹介 タイの洪水への対応

2011年、タイの雨季にチャオプラヤー川流域とメコン川流域で大洪水が発生し、多数の犠牲者、経済への深刻な影響など、甚大な被害をもたらしました。

災害時や災害後においても事業の継続性を確保し、管理していくことは企業にとって極めて重要なリスクマネジメント活動です。

海外に約200ヵ所あるパナソニックの工場のうち、20ヵ所以上がタイにあります。当社では、洪水が発生する以前から、生産拠点がある地域の地図をもとに洪水のリスクを想定していましたが、想定した水の高さは1～3メートルでした。しかし、実際の水の高さは4メートルに達し、その結果３つの工場が浸水しました。現地で働くパナソニックの従業員は、ただちに関係者の安全を確認するとともに、洪水の影響を最小限に抑えるために、洪水地域の外に対策本部を立ち上げました。そして、被災した金型や設備の対策を進めるとともに、代替生産の手続きや支援スタッフの出張要請を行うなど、復旧・再開に向けて努力しましたが、残念ながらBtoBのお客様にもご迷惑をおかけすることとなりました。

こうした経験や知見を踏まえて、当社は現在、サプライチェーンを含めた世界各地の自然災害ハザード情報の見直しを進めています。

また、東日本大震災に加え、タイの洪水の経験を踏まえ、事業継続マネジメントも見直し、2012年1月、洪水リスクを含むさまざまなリスクを低減し、被害を最低限に抑えることを重視した新しい事業継続マネジメント（BCM）構築ガイドラインを策定しました。

タイの工業団地の浸水した当社工場

水中から懸命に金型を引き上げる社員

仮工場内での生産ライン

再開した生産ライン

東日本大震災から一年を迎えての我々の活動

2011年3月に発生した東日本大震災は、パナソニックの企業市民としての決意とリスクマネジメントへの取り組みを改めて問われる出来事となりました。

当社は震災発生直後から、従業員の派遣、物資の提供、施設の開放など、復興支援活動に注力してきました。例えば震災当日、当社は有明にあるパナソニックセンター東京を避難場所として開放し、300人以上が一夜を過ごしました。また、震災以来、復興支援に9億円以上を寄付しました（当社の支援の詳細は別表をご覧ください）。また、さまざまな製品や技術を復興支援活動に提供しています。懐中電灯とソーラーLEDランタン約5万6千本、乾電池約58万個のほか、最も被害が大きかった地域の一つである宮城県南三陸町にはライフイノベーション・コンテナを1台寄贈しました。ライフイノベーション・コンテナは、ソーラーパネルと蓄電池から成るシステムで、通信機器などに必要な電力を供給しました。

パナソニックは、今後もこうした活動を継続していくとともに、電力が不足した2011年の夏に発売した大容量リチウムイオン蓄電システムをはじめ、今まで以上に省エネ技術・製品の開発に注力していきます。

また、災害防止策と事業継続計画（BCP）の見直しにも重点的に取り組んでいきます。例えば福島県の工場では、震災時の被害を最小限に抑えるため、建物の補強や機器の転倒防止、ガラスの飛散防止などの具体策を事業継続計画に盛り込みました。調達活動においては、主要部材について、複数の地域の仕入先で製造されるものを採用するようルール化しました。今後、これらのノウハウを他拠点にも応用していきます。

宮城県南三陸町に寄贈されたライフイノベーション・コンテナ

＜別表＞
パナソニックグループが行った支援
（2012年3月11日現在）

- **会社による寄付金**：約3億7,000万円
- **従業員による寄付金（労働組合含む）**：約4億2,100万円
- ゴルフトーナメント「パナソニックオープン」の入場料収入から4,000万円（被災地である宮城県・岩手県・福島県の育英基金等に寄付）
- **支援物資**：ライフイノベーション・コンテナ、ラジオ、テレビ、乾電池、懐中電灯、LEDネックライト、ソーラーLEDランタン、ソーラーライト、電気ケトル、ジャーポット、加湿器、電子レンジなど9,400万円以上相当

活動ハイライト

パナソニックは、持続可能性の追求をめざし、
「お客様」「環境」「サプライチェーン」「従業員」「人権」「公正な事業慣行」
「地域社会への参画および発展への貢献」の分野で積極的な取り組みを進めています。

これら各分野の取り組みは、グローバル市場における当社の成長のみならず、
世界各地で企業市民としての責任を果たし、
リーダーシップを発揮し続けていくために不可欠な取り組みです。
すべての分野で継続的な改善に注力することが、
世界の持続的な発展に貢献するという当社の経営理念につながるものと考えています。

お客様

グローバル展開を進めるパナソニックにとって、新興市場のお客様は、その地域のニーズや社会的課題を把握するうえでの重要なパートナーです。当社は、環境に配慮した商品など、革新的な技術開発を継続するとともに、お客様との対話を通じて各地域のニーズや課題に応えるソリューションの提供に努めています。

24

環境

パナソニックは、お客様のニーズに応える製品やソリューションを提供するとともに、当社の世界各地での事業活動で環境への影響を低減することを事業目標の一つとしています。こうした取り組みを通じて、「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」をめざします。

38

サプライチェーン

グローバル企業として、パナソニックが担う責任は、自社の活動にとどまるものではないと認識しています。購入先様の活動が社会の発展に貢献するよう最大限努力しています。

56

従業員

従業員は成長戦略を進め、事業の拡大を図るうえで不可欠な存在です。パナソニックは、従業員の育成に力を入れており、世界各地で働く多様な従業員の人権と安全に配慮し、満足度を高めるよう努めています。

60

人権

パナソニックは、事業を展開しているすべての国で法令や規制を順守し基本的人権を尊重するとともに、常に雇用の機会均等の確保に努め、個性とプライバシーを尊重します。これら基本的人権に関する方針を当社の行動基準で規定し、その尊重に努めています。

66

公正な事業慣行

グローバル市場で成長をめざす企業として、パナソニックは公正かつ自由な競争を尊重し、当社が事業展開をしている各地域で法令順守に努めています。

68

地域社会への参画および発展への貢献

世界の発展に貢献するためには、短期的な利益にとらわれず、中長期的な視野に立った行動が必要です。パナソニックは、次世代を担う人々を支援する取り組みにも力を入れています。

70

お客様

パナソニックは、環境に配慮した商品など、世界中のお客様のくらしに革新をもたらす
製品やソリューションの創出を追求しています。
新興国を含む世界の主要市場の構造変化に対応しながら、お客様のニーズに応え、
持続可能な社会を実現していくためには、今まで以上に地域に根ざした取り組みが必要だと認識しています。

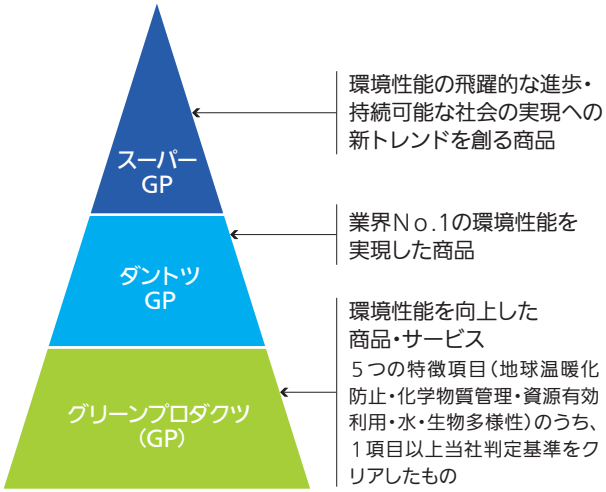
環境配慮商品

環境配慮商品（グリーンプロダクツ）の取り組み

当社では、商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商品・サービスを「グリーンプロダクツ（GP）」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商品を「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商品を「スーパーGP」として認定しています。

GPの判定基準において、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きました。2011年度はこれらの項目に加えて生物多様性および水に関する判定基準も追加・充実し、より幅広いGPの創出を図りました。

グリーンプロダクツの判定基準



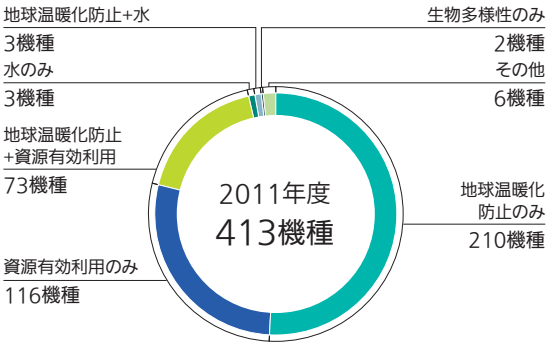
環境配慮No.1商品（ダントツGP）の取り組み

GP開発率2010年度90%以上の目標を、2005年度から3年連続達成したことを受け、活動の重点をダントツGPの創出に移して取り組んできました。さらに、2010年度からは、業界における環境配慮No.1の維持をめざして、発表時の環境性能の他社優位性を強化できるように判定基準を改定しました。2004年度19機種の認定をスタートに、2011年度は413機種を認定しました。2010年度に比べ、グローバル各地域で機種数の増加も実現しています。

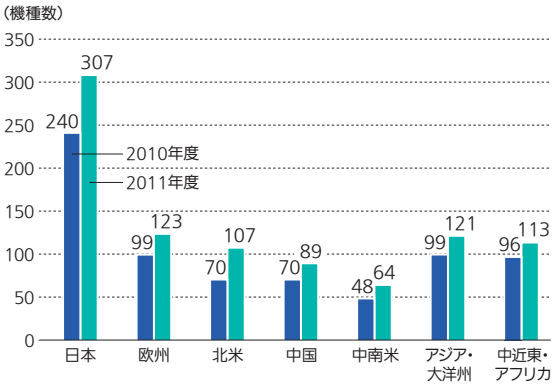
また、ダントツGP機種数を維持拡大することで、お客様にダントツGPを選択いただく機会を増やすとともに、ダントツGPの売上比率拡大にも注力しています。グリーン指標の一つである「2018年に環境配慮No.1商品売上比率30%の目標」に対し、2011年度の実績は約13%でした。なお、2011年度のスーパーGPは2012年6月に認定する予定です。

グリーンプロダクツ認定商品一覧については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/eco/products/gp/list/

ダントツGP機種数（特徴項目別）



ダントツGP機種数（地域別）※



※ グローバルモデルは同じ機種を複数の国で表示

資源循環商品への取り組み

私たちのくらしには、たくさんの資源が使われています。

一方、地球にある資源には限りがあります。金や銀、銅、石油といった資源を大切に使っていくために、当社は2010年度から循環型モノづくり（P46参照）を進めてきました。

2012年2月から、「商品から商品へ」をコンセプトに、限りある資源を未来につなぐ新しい商品を発売しました。循環型モノづくりによって、使い終わった商品から取り出した資源を活用した商品群「資源循環商品」シリーズです。

本シリーズは、当社の代表的なアプライアンス商品である冷蔵庫、洗濯乾燥機、掃除機、炊飯器の4機種で、独自のリサイクル技術により、使い終わった商品から資源を取り出し、可能な限り再利用しました。冷蔵庫には、テレビのブラウン管から再生したグラスウール（ガラス繊維）を活用した断熱材を装備し、洗濯乾燥機、掃除機、炊飯器には、リサイクル工場で回収された冷蔵庫や洗濯乾燥機などのプラスチックを活用しています。

再生プラスチックは、従来、耐熱性や難燃性などの面から、製品に使用できない部位がありましたが、新たな技術開発により、それらの性能が求められる部品にも使用できるようになり、活用範囲が拡がりました。

また、当社はプラスチックの種類別に酸化防止剤や添加剤の配合を最適化するなど、「強度・寿命の回復」「外観品位向上」の取り組みも強化し、これまで使用できなかった外観にも再生材を使用することができました。加えて、自然のやさしい彩りをイメージするベージュを基調とした統一色「アースベージュ」で揃えました。

●トップユニット冷蔵庫（NR-F506T-X）

ブラウン管で使用されているガラスを約4 μmという微細な繊維に加工することに成功。真空断熱材に加工し、冷蔵庫に使用しています。

真空断熱材のグラスウールに使用されている再生材の割合

90%

●ドラム式洗濯乾燥機（NA-VX7100L-X）

従来は、再生プラスチックを成形すると内部に残った異物が黒点や黒い線となり、外観部品として使えませんでした。今回、材料の不純物除去と可視化を防ぐ技術などにより、洗濯乾燥機の台枠などに使用できるようになりました。

製品に使用しているプラスチック部品のうち、再生プラスチック部品の割合
（再生材の含有率は80%）

26%

●サイクロン式掃除機（MC-SS310GX-X）

立体的な形状の部品にフィルムを使用し、製品へのデコレーションを成形と同時に行う「3D インモールド」工法技術の開発により、再生材を下地材として活用し、美しく高品位なデザインが可能となりました。

製品本体に使用しているプラスチック部品のうち、再生プラスチック部品の割合
（再生材の含有率は65%）

17%

●スチームIHジャー炊飯器（SR-SX101-X）

再生プラスチックに投入する充填材などを最適化することで、高温時の強度と寿命を確保できるようになりました。

製品本体に使用しているプラスチック部品のうち、再生プラスチック部品の割合
（再生材の含有率は89%）

20%

創エネルギー商品

創エネ商品によるCO_2削減貢献量

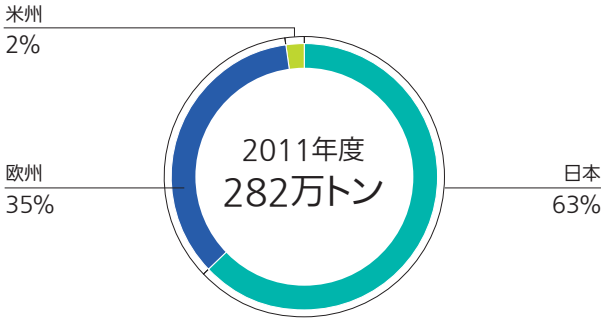
当社は、CO_2削減貢献量※1の最大化に向けて、創エネルギー事業を積極的に進めています。必要な電気をCO_2排出量の少ない方式で発電する太陽光発電システムと家庭用燃料電池コージェネレーションシステムを社会に提供することで、CO_2排出量を低減します。

※1 CO_2削減貢献量の算出については、39ページをご覧ください。

2011年度の創エネ商品によるCO_2削減貢献量は300万トンを目標にしていましたが、太陽光パネルの販売減の影響で、実績は282万トンでした。そのうち約99%は太陽光発電によるもので、地域としては主に日本、欧州の2地域でした。

今後も創エネ商品の技術革新を続けるとともに、グローバルに事業拡大を図り、2012年度には360万トンのCO_2削減貢献量へと拡大させることをめざします。

創エネ商品によるCO_2削減貢献量（地域別）※2



※2 インドを除くアジア大洋州地域および中国は販売量の減少によりCO_2削減貢献量がマイナス値となるため、またインドは未販売のため、上記グラフには含めない。

太陽光発電システム

太陽光発電システムは、光電変換の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おこす火力発電と異なり、発電時にCO_2や排気ガスなどを全く排出しない特長があります。

当社グループが事業展開する太陽光パネルHIT※3は、発電効率が高く、単位面積当たりの発電量の高さ、省スペース、軽量性に優れ、狭い屋根でも十分な発電が可能です。2012年3月から、太陽電池セル構造のさらなる最適化により、世界最高水準の発電量※4を実現した住宅用太陽光発電システム「HIT240/233シリーズ」の受注を開始しました。

※3 HITはパナソニックグループの登録商標であり、オリジナル技術です。
※4 国内の住宅用太陽光発電システム業界において、（社）太陽光発電協会基準「年間発電量計算式」に基づく。2012年1月時点（当社調べ）。

住宅用太陽光発電システム

家庭用燃料電池コージェネレーションシステム

家庭用燃料電池コージェネレーションシステムは、都市ガス（天然ガス）の主成分であるメタン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、反応時に発生する熱でお湯を沸かすことができる、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。

当社は2009年5月に、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、日本のガス会社様より世界に先駆けて一般販売を開始し、2011年12月末までに累計約1万1,000台を出荷しました。また2011年4月からは、定格発電効率40%（LHV※5）を実現するとともに、システム構成の簡素化と基幹部品の小型化により、低価格化と省設置スペースを実現した新モデルの販売を開始しました。

※5 Lower Heating Value（低位発熱量基準）：燃料ガスを完全に燃焼したときの発熱量から水蒸気の凝縮潜熱を差し引いた値。

家庭用燃料電池コージェネレーションシステム

蓄エネルギー商品

産業・住宅用リチウムイオン蓄電システム

蓄電システムは、貯めた電気を必要なときに取り出して使う装置で、太陽光発電や風力発電などの再生可能エネルギーによる発電電力を安定利用するために重要な役割を担います。また、東日本大震災以降、停電や災害時の電力供給に対する備えや電力のピークシフトができることで、注目が集まっています。

当社は、従来の産業用途に加え、リチウムイオン蓄電システム（1.6kWh/3.2kWhタイプ）の販売を住宅用にも拡充し、2011年11月から受注を開始しました。本システムには、ノートパソコンなどで長年の実績があり、汎用性の高い18650サイズ（直径18mm×高さ65mm）の円筒形リチウムイオン電池を多数組み合わせて、高電圧・高容量を実現した蓄電池ユニットを搭載しています。停電時には、自動的に電源として、照明や通信機器などの接続機器に電力を供給できます。加えて、平常時にも、タイマー設定により、電力を一番多く使用する時間帯に接続機器への系統電源からの供給を自動的に止め、蓄電池を電源として作動させることで、電力需要ピーク時の系統電力量を抑制できます。

当社の蓄電システムは、2011年度「定置用リチウムイオン蓄電池導入促進対策事業費補助金」に関する補助対象機器に指定されており、個人が蓄電システムを設置する場合は、100万円を上限として機器費用の1/3が補助されます。

産業・住宅用リチウムイオン蓄電システム

Message

エナジー社 社長　**伊藤 正人**

今、世界は、気候変動やエネルギー不足といった環境問題に直面し、創エネ、畜エネ、省エネといったエネルギーをめぐる新たな技術革新やビジネスに取り組む必要性に迫られています。

当社は、これら環境面でのニーズに対応するため、高い発電効率を誇るソーラー電池、リチウムイオン蓄電池、エネルギー効率の高い蓄電システムといった革新的なエネルギー関連製品の開発・販売に取り組んでいます。

エネルギー関連製品の技術開発においては、国・地域それぞれのニーズを理解するとともに、エネルギー政策や価格設定、国民の環境に対する意識レベルなども考慮することが重要です。そこで当社は、現地のお客様の期待に応える製品を開発、製造、販売できるよう、常に市場からの要望のフィードバックを重要視しています。また、最先端技術を用いて製品の高い安全性、信頼性を確保しています。まさに、電池は技術力が最も重要な要素なのです。

エナジー社は、パナソニックグループが進める創エネ・蓄エネ・省エネ・エネルギーマネジメントによるエナジーソリューションの中核を担う企業として、今後もグローバルに事業を展開していきます。

省エネルギー商品

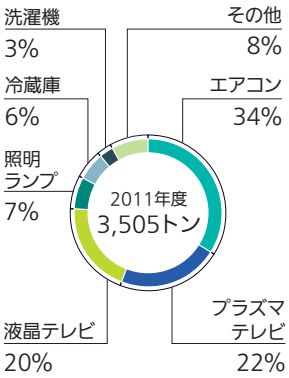
省エネ商品によるCO_2削減貢献量

当社の省エネ商品によるCO_2削減貢献量は、2011年度は日本でのエコポイント制度や中国での「以旧換新」政策（買い替え促進政策）の好影響もあり、目標3,200万トンを上回る3,505万トンとなりました。

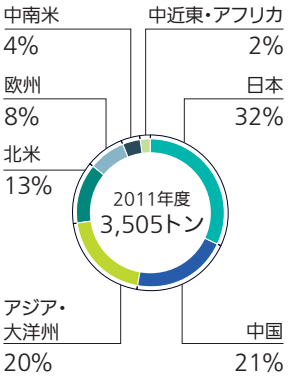
グローバル商品別のCO_2削減貢献量では、約76%がエアコンとテレビによるもので、地域別では、日本、中国、アジアと大洋州で約73%を占めました。

当社は2009年度より、商品の省エネ性能を向上させる取り組みに加え、「エコナビ」商品の拡大を推進しています。「エコナビ」とは、センサー技術などにより、家電がムダを見つけて自分で節電する機能です。2012年4月時点で、日本向けの商品においては21商品群に搭載し（2011年3月時点では16商品群）、アジア向けなどの商品にも搭載を開始しました。また、規制が強化されつつある待機電力について、2012年4月までにグローバルで295機種が0.5W以下を達成しています。今後も省エネ商品の開発・普及に努め、2012年度に省エネ商品によるCO_2削減貢献量3,485万トンをめざします。

省エネ商品によるCO_2削減貢献量（商品別）



省エネ商品によるCO_2削減貢献量（地域別）



省エネ環境配慮No.1商品事例

エアコン

日本向けモデルCS-X282Cは、室内機の設計を改良して熱交換器および送風ファンの全長を増加させ、加えて室外送風ファンの形状改善による送風性能を向上させることで、APF※1を2010年度モデルと比較して0.3ポイント改善しました。また、エコナビ機能を搭載し、センサーによって、人とものを見分けて人のいるところを中心に送風でき、日差しの変化を見分けて省エネ運転することもできます。

さらに、コンプレッサーの排熱を蓄えて暖房エネルギーとして活用する「エネチャージシステム」を搭載し、霜取り運転時にも暖房を継続でき、温風スタート時の吹き出し温度アップも実現できました。

※1 Annual Performance Factor（通年エネルギー消費効率）

通年エネルギー消費効率APF

2010年度モデル（CS-X281C）	6.7
2011年度モデル（CS-X282C）	7.0

冷蔵庫

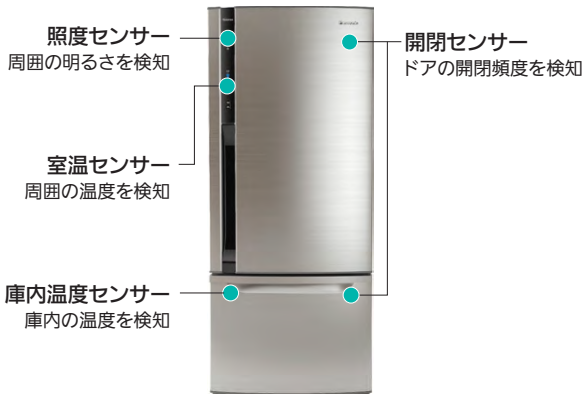
タイ向けモデルNR-BY602X-Sは、インバータ制御のコンプレッサー、庫内照明のLED化などにより、2006年モデルと比較して庫内容量を増やしながらも年間消費電力量を約25%削減し、460.63kWhを実現しました。これにより、タイEGAT※2の最高レベル（レベル5）を取得しています。

さらに、4つのセンサーで使用状況を検知し、生活パターンにあわせて省エネ運転をするエコナビ機能も搭載しています。

※2 Electricity Generating Authority of Thailand（タイ発電公社）

年間消費電力量

2006年度モデル（NR-B41M1 庫内容量405.5L）	616.85kWh
2011年度モデル（NR-BY602X-S 庫内容量546.0L）	460.63kWh



まるごと エナジーソリューション

家まるごと「CO_2±0（ゼロ）」の実現

人々が豊かなくらしの実現を求める中、家庭部門からのCO_2排出量の増加が懸念されます。くらしに密着した製品を数多く提供している当社は、「創エネ」「蓄エネ」「省エネ」とそれらをつなぐ「エネマネ」の4つの切り口から、機器単体から家そのものまでトータルでCO_2排出量削減に取り組む「家まるごと」ソリューションを提供しています。まず機器使用時の消費電力削減や建物の断熱効果を高める「省エネ」により、家全体でのエネルギー消費量を減らします。省エネに取り組んでもなお必要な電力は、太陽光発電や燃料電池による「創エネ」と、家庭用リチウムイオン蓄電池による「蓄エネ」との組み合わせで供給し、これらをエネルギーマネジメントすることで、家全体でのCO_2排出量を実質ゼロにすることをめざしており、このコンセプトは2009年4月より東京・有明にある「エコアイディアハウス」にて展示しています。

またエコソリューションズ社では、停電時など“もしも”のときに安定的なエネルギー供給を家庭で実現できる「住宅用創蓄連携システム」を開発し、2012年3月より受注開始しました。

同システムでは、太陽電池とリチウムイオン蓄電池を連携させ、停電時だけでなく平常時でも電力を有効活用し、電力消費のピーク抑制や環境への負荷軽減に貢献できます。2012年4月には、この「創蓄連携」と建物の優れた気密・断熱性能によりCO_2±0（ゼロ）のくらしが実現可能な「カサート・テラ スマート」をパナホームから発売しました。これにより、「家まるごと」でエコで快適、安心なくらしを提供しています。

「街まるごと」エナジーソリューションのグローバル展開

当社はエナジーシステム事業を通じて、店舗、公共施設など、街へも提案範囲を拡大し、「街まるごと」ソリューションのグローバル展開を推進しています。日本では、神奈川県藤沢市の当社工場跡地に、「Fujisawaサスティナブル・スマートタウン」を推進中。2013年度末に1,000世帯規模でのまちびらきをめざしています。海外でも、中国の「中国・シンガポール天津エコシティ」「大連ベストシティー」の建設計画に参画し、エネルギーの管理支援システムなどの導入を予定しています。またシンガポールでは政府機関と連携し、プンゴルの公営集合住宅におけるトータルソリューションの実証プロジェクトに参画しています。

当社のエナジーシステム事業は、2011年度は5,193億円の事業規模を実現しました。今後、事業を拡大しながら快適な「くらし」とCO_2削減の両立に貢献していきます。

Message

エコソリューションズ社 社長　長榮 周作

持続可能な社会を実現していくためには、快適な生活環境を維持・向上させつつ、環境問題にも効率的に対応していくことが必要です。

この目標に近づくため、当社は、エナジーソリューションを提案し、環境問題への対応とより安心で快適なくらしの両立をめざしています。

また、このエナジーソリューションを実践していくために、新しい事業モデルを100個つくる「100本の矢」という独自の活動に取り組んでいます。例えば、中国や日本で進めているスマート・シティ・プロジェクトでは、創エネ、畜エネ、省エネに加えてエネルギーを管理するエネルギーマネジメントを一体化した「家まるごとエナジーソリューション」構想を推進しています。また、日本のコンビニエンス・ストアのエネルギー効率の向上に貢献する当社の技術も、世界へ展開可能なエネルギー事業の一モデルといえます。

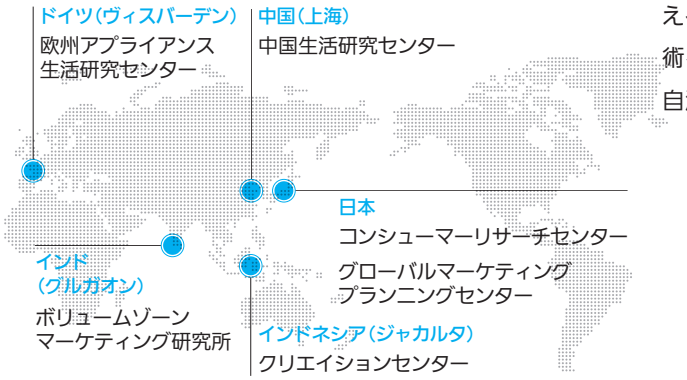
これらのプロジェクトに取り組むことで、パナソニックはグローバルなエコソリューション企業へ向けてさらに前進すると考えています。

地域課題に対するソリューション

新興国での商品開発

パナソニックは、インドにおける省電力設計のテレビや中国における節水設計の洗濯機など、現地のお客様のニーズを踏まえた地域指向の商品を開発しています。さらに、こうした商品の企画・開発を強化するために、生活研究についてのグローバルなネットワークを構築。インド、中国、インドネシアなどの主要な新興市場に拠点を設け、急速に変化するお客様のライフスタイルやトレンドを調査しています。また、これら各拠点では日本のグローバル・コンシューマーリサーチ・センターと連携し、各地域の要請に応えながら商品開発の効率化、新たな市場の創造と商品開発力の強化を図っています。

各国の生活研究所（2012年6月現在）



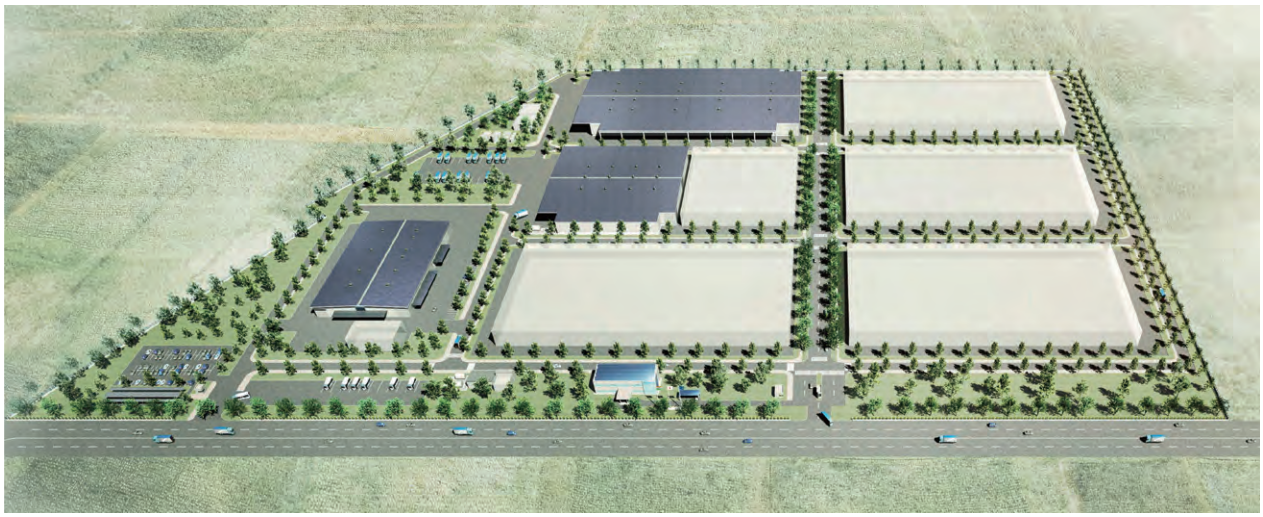
新興国での現地生産

パナソニックは、主な新興国に新工場を建設するなど、開発や製造の現地化を強化しています。例えば、パナソニックインドがハリヤナ州ジャジャールに建設し、2012年12月から一部で稼働を始める新工場は、307,000㎡の敷地を有しており、完成時の生産力はエアコン100万台、洗濯機40万台、溶接機25,000台となる予定で、将来的には生産品目をさらに拡大していく予定です。

ジャジャール工場は、パナソニックの環境戦略を具現化するモデル工場の一つでもあります。工場内には、下水処理施設、雨水貯留タンク、リサイクルセンターを設けており、また自然光を取り入れる屋根、LEDランプ、ソーラーパネルなどによって照明の消費電力を削減しています。

エネルギーや水資源の有効利用に加えて、工場稼働時から廃棄物のリサイクルを開始する予定で、1年以内にISO 140001の認証を取得することをめざしています。

地域社会の福祉の充実に貢献することも重要な役割と考えるパナソニックインドは、地元住民が利用できる最先端技術を用いた研修施設の建設に協力することをハリヤナ州の自治体と協議を進めています。



インド　ハリヤナ州に建設中のジャジャール工場完成予想図

また、パナソニックブラジルがブラジルのミナスジェライス州エストレマに建設している新工場の年間生産量は、冷蔵庫50万台、洗濯機20万台となる予定です。このエストレマの工場は、日本および台湾の子会社が地域を越えてリソースを活用し、成長市場を開拓しています。具体的には、日本・台湾と連携して冷蔵庫や洗濯機の生産力を強化する新技術や最適な開発や製造方法の共有・蓄積をめざしています。

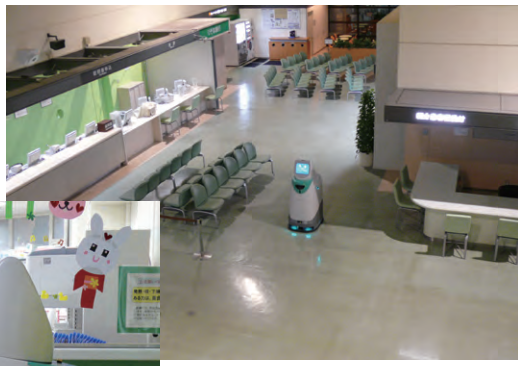
これらインド・ブラジルの新工場は、現地の人々に雇用の機会を提供するほか、地域社会や地元企業にも利益をもたらします。

ヘルスケア事業での取り組み

パナソニックは、ヘルスケア事業を次世代の中核事業と位置づけています。「世界各地の人々に手が届くヘルスケアを実現することにより、健康で心豊かなくらしに貢献する」という目標を掲げ、各地域のヘルスケアニーズに応える製品やソリューションの開発に取り組んでいます。

その一環として、パナソニックは、病院の各種業務負担を軽減する院内業務のロボット化に取り組んでいます。病院内搬送ロボット「HOSPI」は、病院の最も重要な業務の一つである、安全・適時に患者に投薬するという業務を支援します。とくに医師や薬剤師・看護師が十分でない夜間にはロボットが搬送業務を代行することで質の高い仕事に集中することができます。現在、大阪府の松下記念病院で実証実験が行われており、今後事業化していく予定です。

エレベーターと連携して自動乗降が可能



無人のロビーを自律搬送するHOSPI

ナースステーションで看護師が薬剤を受け取る

電力供給に課題を抱える地域への「ライフイノベーション・コンテナ」を通じた貢献

タンザニア

タンザニアのミレニアム・ビレッジ、ムボラは、アフリカに数多く存在する、無電化村の一つです。この地域に当社は18枚のソーラーパネル、48個の蓄電池、充放電制御装置を備えた「ライフイノベーション・コンテナ」を寄贈しました。このコンテナによりつくられる電気は、子どもたちへの視聴覚教育や携帯電話充電ビジネスなどに広く活用されています。

こうした地域の発展に貢献する社会への投資を、本業と一体となって強化しています。

ライフイノベーション・コンテナのつくる電気で視聴覚教育を実施

日本

2011年に発生した東日本大震災の地震と津波によって大きな被害を被った宮城県の海岸沿いの町、南三陸町では、安全かつ確実な電力、情報・通信（ICT）インフラの復旧が地元の切実なニーズとなっています。こうしたなか、日本の最大手移動体通信事業者であるNTTドコモ様は、被災地域の一日も早い復興に向けて、各方面と提携しながら通信技術を活かした復旧に率先して取り組んできました。

この取り組みのなかで、NTTドコモ様は当社の太陽光発電を用いた独立型電源ソリューション「ライフイノベーション・コンテナ」に着目。当社は現地ニーズに合わせ従来より小型化したコンテナを納入、南三陸町に設置されました。このコンテナを活用して、移動可能なワイヤレス通信装置、海や川の津波等潮位監視用カメラ、LEDを使った街路灯、予備電源などを被災者の方々に提供しています。また、今後5年にわたって「ライフイノベーション・コンテナ」による支援を継続していくことで、各方面と協力しながら現地のニーズや規制に適合した情報・通信システムとして検証を重ねていきます。そして、南三陸町やその他の地域で有事の際、その被害を最小限に抑えることのできる堅強な情報通信基盤をつくることをめざしています。

津波監視用に設置されたコンテナ

製品の品質と安全性

製品の品質と安全性の確保は、パナソニックが果たすべき最も重要な社会的責任の一つであり、海外売上が拡大するなか、その取り組みはますます重要になっています。さらに、海外へのアウトソーシングが増加し、また製品にリサイクル材料を用いる必要性も高まり、引き続き高いレベルの品質と安全性を両立させていくことには困難が伴います。当社は世界のすべてのお客様のために高いレベルで安全と品質を向上させていくよう努めています。

例えば当社では、製品の品質と安全性を確保するために、(1)安全性にかかわる国際基準や法規制の順守にとどまらず、これまでの経験を適切に活用すること、(2)通常使用だけでなく、誤用されることも予測して安全性を確保すること、(3)製品寿命を通じて安全性を確保すること、また製品が故障した際にも決して危険な状態で故障しないようにすること、という3つの基準を設定しています。さらに、生産時および製品が市場に流通したあとのクレームや、「クオリティ・ロス」、すなわち品質問題に起因する損失について測定し、製品社告をゼロにすることを目標としています。

また、当社では、研修、啓発、インフラの構築の3つの面から製品の品質と安全性の確保に向けた取り組みを強化しています。

研修

2010年4月から技術品質本部と人材開発カンパニーで海外の設計スタッフを対象に製品安全設計研修を実施しています。本研修は、全製品の安全確保に必要となる基本的要件、設計規格、判断基準を規定したパナソニック安全規格(PCSS)の徹底的な教育など、製品安全の基本を教えるものです。通常、海外拠点において月に2回、スタッフが正確に理解できるよう現地の言語で実施しています。

啓発

海外の購入先様からの原材料調達の増加に伴って、当社の品質リスクも増加しています。そのため、当社は購入先様とともに品質に対する意識および品質管理レベルの向上に取り組んでいます。例えば、エナジー社 三洋エナジー(蘇州)有限公司 テクニカルセンターでは、中国東部地域の購入先様を対象にコネクターの品質会議を定期的に開催。品質基準の設定、改善計画の策定、改善結果の報告を要請し、どの購入先様からも高品質な材料を調達できるようにしています。

インフラの構築

当社では上海とシンガポールにサテライトオフィスを設置し、アジアの事業部門における製品品質・安全に関する業務を支援しています。これらオフィスの役割は、(1)現地会社の設計・生産拠点における問題解決の支援、(2)現地における製品検査の支援、(3)現地に即した品質情報の分析です。例えば、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は本システムを活用し、入社1年目のすべての技術者にサテライトオフィスでのPCSS研修の受講を義務づけています。

シンガポールで開催された製品安全設計研修会

FF式石油暖房機事故への対応状況

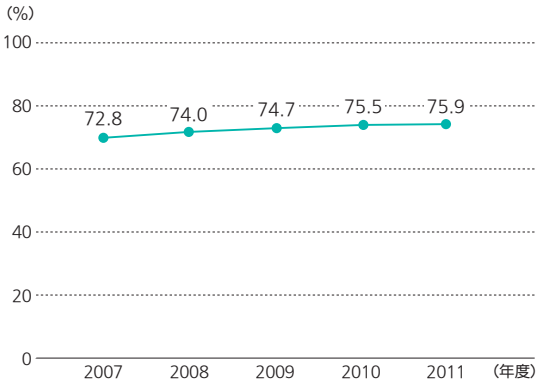
FF式石油暖房機事故に関しまして、市場対応にご支援、ご協力いただいているすべての関係者の皆様に心より御礼申し上げます。

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7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。

2011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、（1）ご販売店への巡回調査、（2）地域を特定しての全戸巡回調査、（3）自治体への協力依頼などに重点的に取り組みました。

総販売台数における発見台数※の割合（%）



※発見台数：リコール台数、検査・修理後利用されている台数、お客様より廃棄が確認済みの台数など

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、また寒冷地の約1,000万世帯に対する配達地域指定郵便（タウンプラス）の利用など、さまざまな告知徹底も実施しています。

2011年度新たに現品発見または廃棄されたことを確認した台数は、700台であり、2012年3月31日現在の累計台数は115,500台（販売台数の75.9%）となりました。

今なお毎月現品が発見されており、なか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。

対象製品の特徴である給排気筒を設置されたお宅を戸別訪問し確認

環境ラベル

お客様に製品の特性について正しくお伝えすることは、お客様の信頼を維持するための重要なステップです。

とりわけ、世界中のお客様の環境意識が高まり続けるなかでは、製品の環境性能を示すことがますます重要になっています。そのため、当社では製品やカタログに環境ラベルを貼付し、特定の製品が環境に配慮したものであることを紹介しています。また、環境ラベルとともに、商品カタログや店頭のPOPなどで製品に関する当社の環境技術情報をわかりやすくお伝えすることで、お客様が商品を購入する際の「かしこい選択」に役立てていただいています。

さらに、地球環境への負荷低減を世界各地で推進していくために、国際環境ラベルの取得にも力を入れています。

国際環境ラベルの例

環境ラベルについての詳細は、以下をご覧ください。
www.panasonic.co.jp/eco/products/env_label/

情報セキュリティ

情報ネットワークのグローバル化が進むなか、パナソニックは、保有するお客様の情報を安全かつ確実に保護し、また適切に共有・活用するために、「情報セキュリティ基本方針」に基づき、さまざまな情報セキュリティ対策を講じています。

「情報セキュリティ基本方針」

当社は、経営基本方針にのっとり、優れた技術、製品およびサービスによって、お客様の満足と信頼を得ることをめざしています。このためには、お客様の情報、個人情報、財産的情報をはじめとする情報の保護が重要であることを認識し、情報セキュリティを経営の重要戦略の一つと位置付け、健全なる情報化社会の実現へ向けて尽力します。

1. 情報セキュリティ体制
   各組織に情報セキュリティの責任体制を敷き、所要の規程の策定と実施により適切な管理に取り組みます。

2. 情報資産の管理
   情報は、そのセキュリティ確保のため、重要性とリスクに応じた取り扱いを明確にし、適切に管理します。

3. 教育・訓練
   全役員および従業員に対して情報セキュリティについての教育・訓練を継続的に実施し、その意識向上と情報セキュリティに関連する諸規程の徹底を図ります。違反者に対しては、懲戒も含め、厳正に対処します。

4. 安心できる製品・サービスの提供
   利用されるお客様の情報のセキュリティに配慮し、安心してお使いいただける製品・サービスの提供に努めます。

5. 法令順守と継続改善
   関連する法令、その他の規範を順守するとともに、環境の変化に合わせ情報セキュリティ確保への継続的な改善・向上に努めます。

お客様および取引先様の情報を適切に管理することは、「社会から信頼される会社」であるために不可欠な取り組みです。また、グローバル企業として成長を続けるためには、市場競争力を生む技術情報を保護しつつ、適切に共有・活用することで、スピーディーに開発・生産・販売オペレーションを実施していくことが必要です。

情報セキュリティを強化していくために、当社は、情報セキュリティの国際規格であるISO/IEC27001の認証取得に取り組んでいます。

企業コミュニケーション

パナソニックは、行動基準のなかで当社の考えや製品、サービス、技術に関するコミュニケーションの方針について定めています。

具体的には、お客様や他のステークホルダーに公正かつ正確な情報を提供するとともに、常に社会の声に耳を傾け、事業やマーケティング、販売活動に反映しています。また、虚偽的な表示、誤解を招くおそれがある表示、詐欺的な表示、不正な表示はもちろん、社会的差別に繋がる表現や、他を中傷したり個人の尊厳を損なう表現をしないよう努めています。また、政治的・宗教的な内容を含む事柄は表現の対象としません。当社は、コーポレートコミュニケーション活動にあたり、創造性と先進性を追求・発揮し、人々に感動を与えるよう努めます。そして、私たちのブランドに対する共感と信頼の向上をめざします。

顧客満足

当社は、世界中のお客様のくらしを豊かにする商品やソリューションの開発を通じて、常にお客様に満足していただくことを追求しています。この目標を達成するために、当社のグローバル・コンシューマーマーケティング部門を設置し、CS本部を再編・拡充しました。CS本部は、世界各地の市場で販売現場への指導やサポートなどのカスタマーサービスを実施しています。

お客様に信頼と安心、喜びを感じていただけるカスタマーサービスの提供は、パナソニックの事業の中核を成す活動です。この活動を専門的に推進するCS本部では、世界のさまざまな国や地域にある販売会社と協働しながら、カスタマーサービスの向上に取り組んでいます。お客様に最も近いところにいる現地のCS部門を通じて、また日本と海外のスタッフが持ち合わせた知識を融合して、より良いカスタマーサービスを提供していくことが基本的な役割です。

加えて、国内外の市場における商品の品質に関する情報収集や、お客様からのご要望などのフィードバックを通じてパナソニックのグローバルなリスクマネジメントやガバナンスの強化を担っています。

2012年度には、世界の顧客満足度を評価するための新たな基準や指標づくりを開始しました。これら指標は、同業他社だけでなく、当社の事業所、販路、商品の性能を客観的に比較する際に使うことができ、カスタマーサービスのレベルアップを総合的にサポートするものです。

2012年3月には、グローバルCS会議を開催し、今後の方向性に関してコンセンサスを得ると同時に、CS本部と各国のCS部門の間でさらなる情報の共有や協調が必要なことを再確認しました。

パナソニックは、カスタマーサービスや顧客満足に対して真摯に取り組むことで、製品品質や安全性などの確保に努めるとともに、各市場のお客様のニーズに合わせた商品開発を進めています。

環境

パナソニックは、創業100周年を迎える2018年に
「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」になるというグループビジョンの実現をめざしています。
その挑戦は、商品の省エネにとどまらず、工場・オフィスの省エネや循環型モノづくりなど、
グローバルな事業活動で実を結びつつあります。

創エネ・蓄エネ・省エネを総合的に制御する
エネルギーマネジメントに取り組む「加西
グリーンエナジーパーク」（兵庫県）

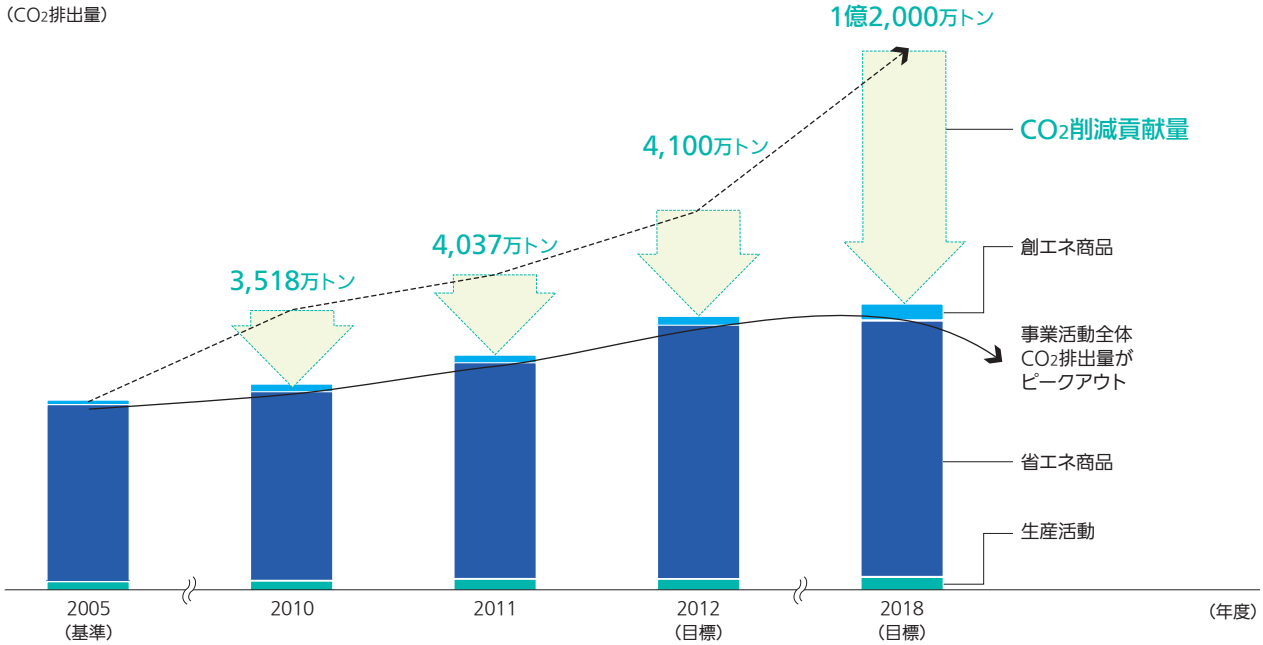
CO_2削減貢献量

CO_2などの温室効果ガスの排出量を2050年までに2005年比で半減させることが、世界全体で取り組む中長期的な環境目標の一つとして掲げられています。これを実現するためには、CO_2排出量を2020年から2030年の間に増加から減少へと転換（ピークアウト）させる必要があります。

当社は、社会の動きに先んじて、創業100周年を迎える2018年に、生産活動のみならず、商品使用時も含めた事業活動全体でのCO_2排出量のピークアウト実現をめざします。そのために、これまで以上にCO_2削減努力を積み重ねていくことが不可欠です。当社は、独自の指標「CO_2削減貢献量」を導入し、「商品（省エネ、創エネ）」「生産活動」の2つの切り口で削減取り組みを加速しています。CO_2削減貢献量とは、2005年度から商品の省エネ性能や生産効率などの改善がないと仮定した場合の想定排出量から、実際の排出量を差し引いた量、すなわち削減努力によって排出を抑制した量と定義しています。この指標はCO_2排出削減の継続的努力を反映でき、当社はCO_2削減貢献量の最大化を進め、ピークアウト実現をめざします。

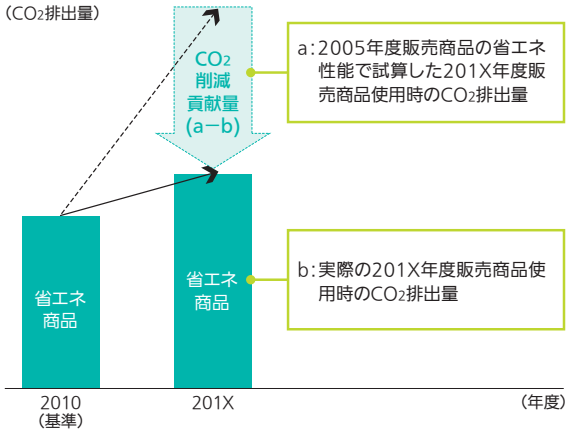
CO_2削減貢献量の2011年度実績は、4,037万トンでした。2012年度4,100万トンを目標とし、最終的には2018年度1億2,000万トンのCO_2削減貢献量を実現します。

CO_2削減貢献量の中長期目標と実績



商品では省エネ性能を高め、使用時の消費電力量を下げることで、CO_2削減に貢献します。そして、省エネ商品をより普及させることによって、商品によるCO_2削減貢献量は一層大きくなります。

省エネ商品によるCO_2削減貢献量



a：2005年度販売商品の年間消費電力量※1 × 201X年度販売台数 × CO_2排出係数※2 × 商品寿命※3

b：201X年度販売商品の年間消費電力量※1 × 201X年度販売台数 × CO_2排出係数※2 × 商品寿命※3

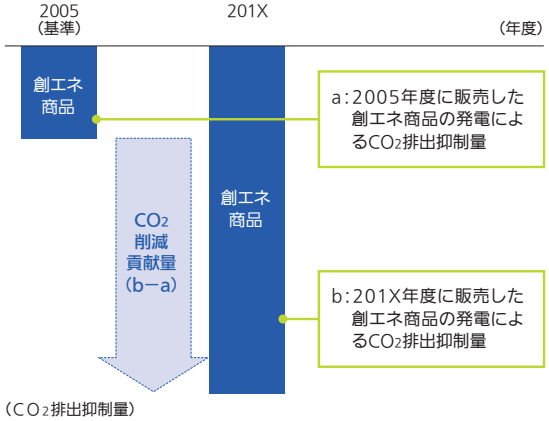
※1 商品カテゴリの各地域で最多販売台数の機種を選定

※2 地域別のCO_2排出係数（kg-CO_2／kWh）として、0.41（日本）、0.487（欧州）、0.579（北米）、0.74（中国）、0.927（インド）、0.527（アジア大洋州、北東アジア）、0.332（中南米）、0.327（その他の地域）を使用

※3 当社が定める補修用部品の保有年数

太陽光発電や燃料電池からの電気を使うことで、一般の火力発電所などから発生するCO_2排出量を抑制することができます。当社は創エネ事業を発展させることで、創エネによるCO_2削減貢献量を伸ばしていきます。

創エネ商品によるCO_2削減貢献量



a：2005年度に販売した創エネ商品の年間発電容量×発電量係数※4 × CO_2排出抑制係数※5 × 商品寿命※6

b：201X年度に販売した創エネ商品の年間発電容量×発電量係数※4 × CO_2排出抑制係数※5 × 商品寿命※6

※4 太陽光発電の場合、1,193kWh／kW（日照条件やシステムの損失など、発電効率変動の要素を考慮済み）

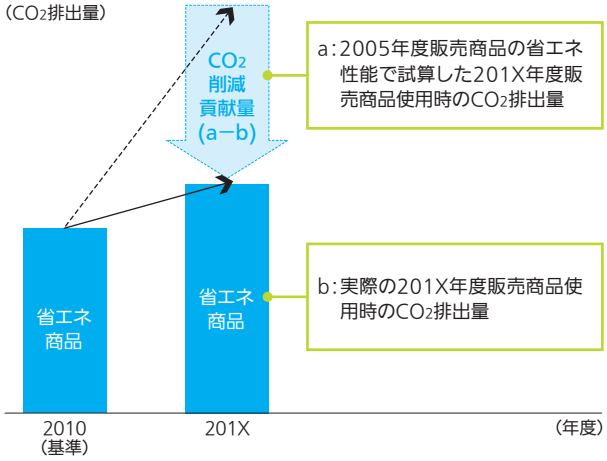
※5 太陽光発電の場合、0.3145kg-CO_2／kWh（太陽光発電協会より、製造時のエネルギーを考慮済み）

※6 太陽光発電の場合、20年

生産活動におけるCO_2削減貢献の要は、生産効率の向上です。「CO_2生産高原単位（トン／億円）」※7が小さいほど生産効率がよく、CO_2削減貢献量が大きくなります。

※7 1億円分の商品を生産するのに消費したエネルギーをCO_2排出量に換算した値で、生産効率を示す指標

生産活動におけるCO_2削減貢献量



a：2005年度工場使用エネルギー生産高原単位※9 × CO_2排出係数※10 ×201X年度生産高※11

b：201X年度工場使用エネルギー生産高原単位 × CO_2排出係数※10 × 201X年度生産高※11

※8 製品価格の下落が大きい等の理由で名目生産高原単位が2005年度比で悪化した工場は、マイナスのCO_2削減貢献量となる。2006年度以降、統廃合・売却された工場のCO_2削減貢献量は、2005年度のCO_2排出量を使用。買収の場合に2005年度のCO_2排出量をマイナスのCO_2削減貢献量とする考え方は採用していない

※9 工場買収時は2005年度、工場新設時は新設年度の原単位を使用

※10 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プロトコルの各国ごとの係数を使用

※11 名目生産高

工場の省エネルギー・温暖化防止

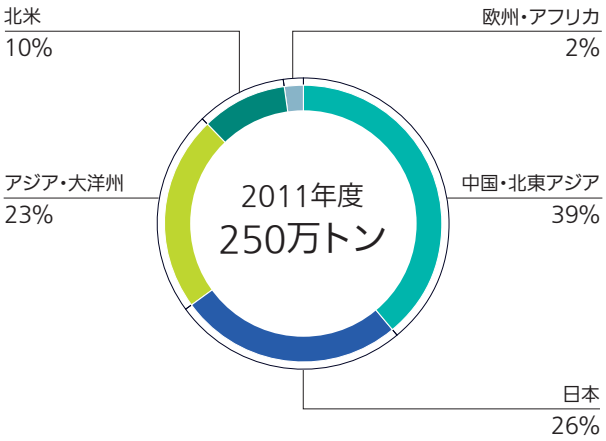
CO_2削減貢献量の最大化

当社は、2009年度の生産活動におけるCO_2排出総量を2006年度比で30万トン削減する目標を設定し、結果84万トンと大幅達成しました。2010年度からは新たな指標「CO_2削減貢献量」で取り組み、省エネ体質の継続的な改善を追求し、CO_2排出量原単位を下げることで、生産活動におけるCO_2削減貢献量の最大化をめざしています。

CO_2削減施策として、CO_2イタコナ※1活動の推進、省エネ・創エネトップランナー工場の推進、「省エネルギー診断」による対策の掘り起こし、削減事例の横展開と専門人材の育成などを全社で推進し、2011年度は200万トンの目標に対して、結果250万トンの生産活動におけるCO_2削減貢献量を実現しました。

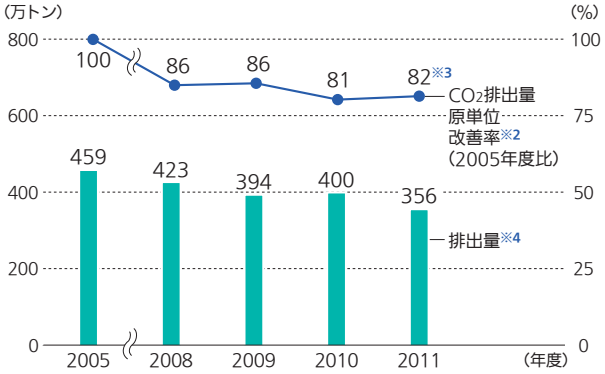
今後も省エネ体質の一層の強化に向けた取り組みを加速し、2012年度に255万トンのCO_2削減貢献量を実現します。

生産活動によるCO_2削減貢献量（地域別）



※1 当社の造語で、商品開発段階で商品設計上のムダを探す際に、商品の構成要素を「板（イタ）」や「粉（コナ）」にまで細かく原価分解してムダを発見する手法の考え方を、CO_2削減に適用させたもの

生産活動におけるCO_2排出量と原単位改善率



※2 各工場の名目生産高原単位の改善率を加重平均して算出。重みは改善がなかったと仮定した場合の各工場のCO_2排出量を使用

※3 2011年度原単位の増加は、生産高減の影響によるもの

※4 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（kg-CO_2/kWh）は、0.410を固定して使用。各年度の電力係数である0.425（2005年度）、0.373（2008年度）、0.351（2009年度）、0.350（2010年度、2011年度）を使用した場合のCO_2排出量は、463万トン（2005年度）、408万トン（2008年度）、370万トン（2009年度）、374万トン（2010年度）、334万トン（2011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プロトコルの各国の係数を使用

CO_2イタコナ活動の推進

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4万点以上の計測装置やファクトリーエネルギーマネジメントシステム（FEMS）を導入し、CO_2メタゲジ※5活動に取り組んできました。

2010年度からはこの仕組みを活かして、エネルギーのムダをさらに顕在化させて削減アイディアを出すCO_2イタコナ活動を展開しています。この活動はエネルギーの見える化ができた段階で、さらにその使用エネルギーを要素ごとに細かく分解し、取り組むべき課題を見つけ、より効率的に対策を打ちます。

※5 当社の造語で、メーター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

2011年度は、モデル工場による実践活動や研究会を通じて手法の確立や実践するための手順書への落とし込みを行いました。結果としてはモデルラインで予想を上回る20～30%の省エネができることを確認しました。

例えばエコソリューションズ社の空調設備製造工場の連続洗浄工程では、エネルギーの見える化を行うと同時に、製品1個当たりのエネルギー消費を経過時間ごとに分析をすることで、製品が流れていない時のエネルギーロスを発見し、設備の改造により23%の省エネを実現しました。

今後は、この手法をグローバル全社へ展開し大幅な省エネを実現させる予定です。

省エネ・創エネトップランナー工場の推進

全グループの省エネレベルの底上げに向け、事業ドメイン会社ごとに製造する製品が多種多様であることから、2010年度からそれぞれの事業ドメイン会社内で最も省エネルギーを進めるべき「トップランナー工場」を一つ以上選定し、以下の6項目に基づき、省エネ投資を含めた3カ年計画を作成・実行しています。

(1)トップレベルの生産プロセス革新技術導入
(2)高効率の原動設備を維持・管理
(3)CO_2排出量原単位削減率がドメイン内でトップレベル
(4)徹底した見える化システムを導入
(5)CO_2削減の取り組みを工場一丸となり実践
(6)太陽光発電システムを導入

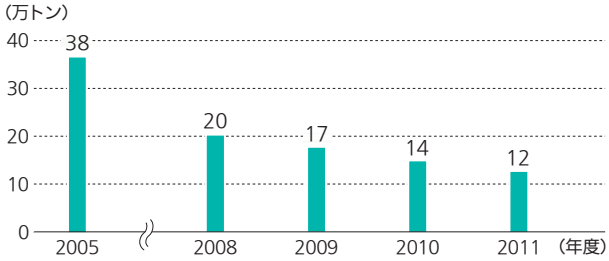
選出された工場には、それぞれとくに秀でた省エネルギーへの取り組みも求められています。この活動を通じてドメイン内で最高水準の省エネルギーを実現すると同時に、特定分野で社内No.1の省エネ技術を持つ工場に育てます。そして、これらの先行した工場の事例を各ドメイン会社傘下の全世界の工場へ順次展開していきます。

エネルギー起源のCO_2以外の温室効果ガス削減

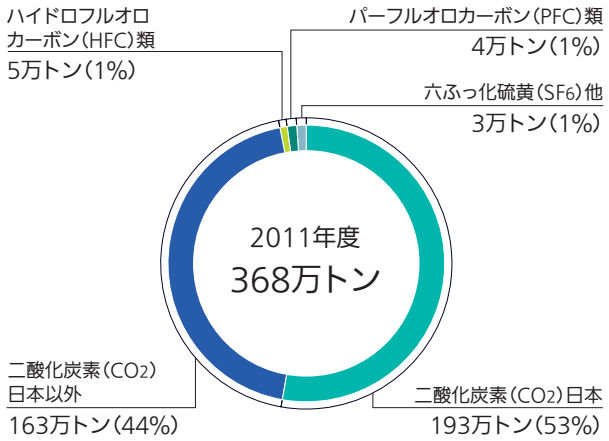
当社が排出するエネルギー起源のCO_2以外の温室効果ガスは、主に半導体工場のエッチングガス、クリーニングガスとして使用しているPFC、SF_6などです。半導体工場では、これらのガスの削減に向けてガスの代替化や、除害装置の設置によるフロンガス無害化などの対策を実施してきました。

世界半導体会議(WSC)では「1995年比で2010年までに10%以上削減」の目標を2012年まで継続しています。当社の半導体部門では2011年度に、1995年比で60%削減しました。

生産活動におけるエネルギー起源のCO_2以外の温室効果ガス排出量(CO_2換算)



生産活動における温室効果ガス排出量(CO_2換算)の内訳



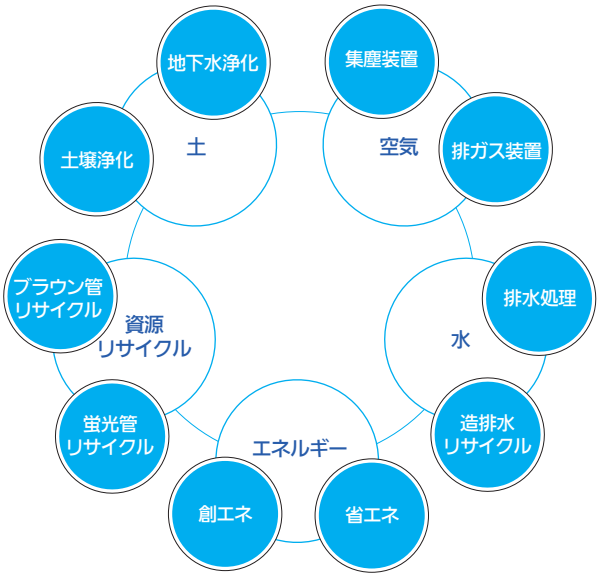
環境ソリューション事業

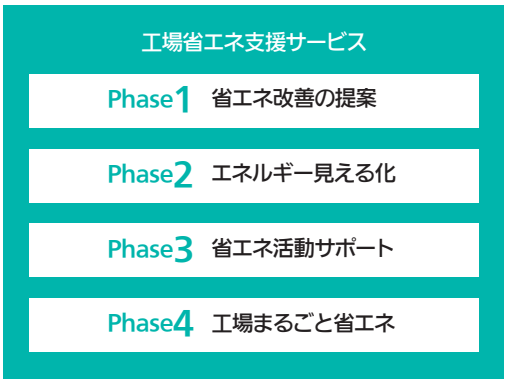
工場省エネ支援サービス

当社は、グループで培った環境の技術・ノウハウ・経験をパッケージ化し、省エネルギー、排水処理、造排水リサイクル、排ガス処理、資源リサイクル、土壌地下水浄化、太陽光発電などの環境・エネルギー技術をトータルで提供する「工場まるごと環境ワンパッケージサービス」を展開しており、事業として社外の企業様の環境対応に貢献します。とくに、3年間で生産活動におけるCO_2排出量を84 万トン削減した実績を活かした「工場省エネ支援サービス」は2010年4月からスタートし、エネルギーの見える化から省エネ診断、具体的な省エネ対策の実践まで、工場の省エネ活動を総合的にサポートします。さらに、省エネルギーを進めるための組織運営・推進ノウハウ、省エネ情報・ノウハウ共有の仕組み、人材教育方法、省エネ機器・システムもトータルで提供し、工場の省エネルギーに必要な技術、設備、人材、資金の面で包括的に支援します。

サービスの一環として、当社のエネルギー管理ノウハウを凝縮した、工場向けエネルギー見える化システム「SE-Navi」を開発し、2011年10月13日より受注を開始しました。本システムは、工場内の電気、ガスなどの基幹エネルギー量、設備の稼働状態を直接反映する流量、圧力、温度、湿度などの物理データ、および生産数量から、エネルギー利用効率を把握し、迅速な省エネ対策立案、効果試算、検証の精度向上をサポートします。また、コンプレッサー、ボイラー、冷凍機などの原動設備の長期的な効率変動をグラフ表示し、設備の劣化やメンテナンスの必要性を把握、設備の消費エネルギーのムダを削減することが可能です。さらに、今後は生産数量と消費エネルギーから算出される原単位を、当社独自の省エネ判定手法に基づいて分析判断し、ラインや設備の課題点をタイムリーに抽出する「省エネナビ機能」を付加していきます。

工場まるごと環境ワンパッケージサービスのイメージ





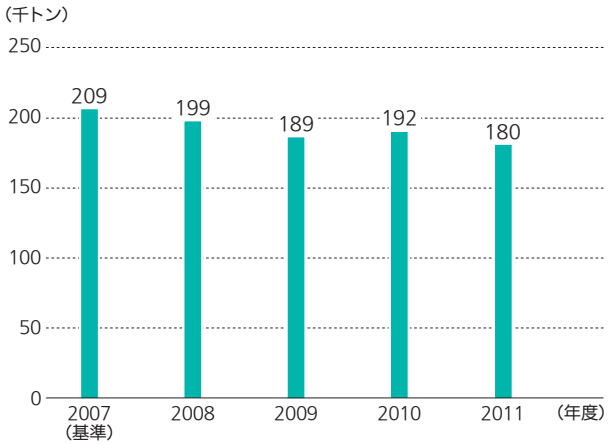
オフィスの省エネルギー

非製造拠点におけるCO_2削減

当社は、生産活動におけるCO_2削減の推進に連動し、2008年度から事務所や研究所などの非製造拠点におけるCO_2削減取り組みを推進しています。日本の自社所有建物81拠点では、CO_2排出量2007年度比で年平均2%以上削減を目標に、各拠点で省エネ3ヵ年計画を策定して取り組みを進めると同時に、専門家による省エネ診断などによりムダの見える化を行い、更なる省エネ対策を進めています。2011年度のCO_2排出量は約18万トンで、2007年度に比べて年平均約3.4%の削減となり、目標を達成ました。

また2010年度からは、他社所有建物45拠点を含めた全124拠点を対象に、月次での進捗管理を開始しました。さらに、各拠点の管理レベル向上を目的にした独自の省エネ自己評価ツール「グリーンオフィスアセスメント」の運用をスタートしています。同アセスメントは具体的な40の省エネチェック項目（50点満点）と、CO_2排出量の実績評価（50点満点）で構成され、毎年度点数化して評価し、2012年度に5段階レベル中、全社平均で「レベル4（80点）以上」をめざしています。2011年度は、全社平均でレベル3.8（76点）でした。

非製造拠点からのCO_2排出量（日本の自社所有建物）



注：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0.410kg-CO_2/kWhを使用

グリーンITの取り組み

当社はIT技術を活用して環境負荷の低減をめざす「グリーンIT」を推進しています。具体的には、IT機器自体の省エネルギーとその運用改善を行う「Green of IT」、ITを活用して社会全体の省エネルギーをめざす「Green by IT」、データセンターの省エネルギーを行う「Green データセンター」、という3つの取り組みを行っています。

取り組み内容と実績

項目	主な内容	2011年度 CO_2削減量
Green of IT	パソコンの電源管理強化 IT機器の待機電力削減	785トン
Green by IT	在宅勤務、Web会議、HD映像コミュニケーションの推進	3,393トン
Greenデータセンター	サーバーの集約・統合	1,898トン

グリーンロジスティクス

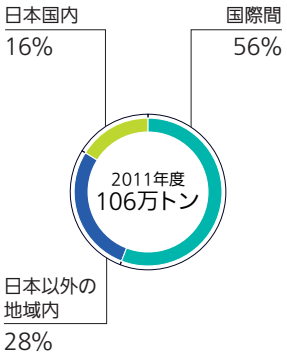
輸送におけるCO_2排出量の削減

当社は、グリーンロジスティクスにおける目標を2018年度にCO_2排出原単位※1 2005年度比46%削減とし、中期目標として2012年度まで、毎年CO_2排出原単位前年度比で1%以上削減をめざしています（いずれも国際間および日本国内の物流を対象）。

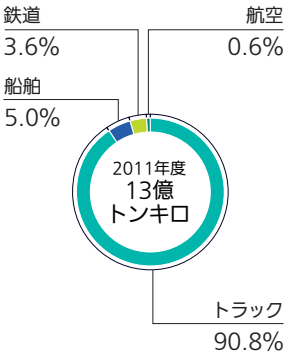
2011年度のCO_2排出量は、グローバルで106万トン、そのうち国際間の輸送が56%、日本国内の輸送は16%でした。国際間輸送および日本国内輸送についてのCO_2排出量原単位は、モーダルシフトなどにより2010年度に比べて1%削減し、目標を達成しました。

2012年度は、海外各地域でロジスティクス職能研修による人材育成やグリーンロジスティクス推進体制の構築などを進め、グローバルに取り組みを加速していきます。

輸送におけるCO_2排出量



輸送手段別輸送量（日本）



注：日本以外の地域内と国際間は三洋電機の旧事業場分を含まず。国際間は把握対象商品・地域が2010年度に比べて拡大

※1 CO_2排出量÷物流重量

環境配慮型物流インフラの構築

当社は、国内東西主要港近郊に新たな物流拠点を立ち上げ機能を集中させ、国内の販売物流体制を刷新しました。とくに西日本グローバル物流センター（尼崎市）では、港近くの立地を活かし、海貨事業者との連携により輸入貨物と輸出貨物のコンテナラウンドユース※2を実施し、CO_2排出量とコスト合理化の両立を図っています。2011 年度は輸出入のマッチング率を2010年度比で10%向上し、CO_2排出量を14%（76トン）削減しました。また、6台の日本初次世代低公害大型CNG※3車の導入、長距離輸送の鉄道へのモーダルシフト、自動配送システムによる高効率輸送の実現など、グリーン輸送ネットワークを構築しています。さらに、倉庫・事務所に約1万2,000本のLED照明、発電容量50kWの太陽光発電システムを設置するなど、環境配慮型拠点づくりにも取り組んでいます。これらの取り組みが尼崎市の推薦を受け、2012年1月に「第1回環境対策に係る模範的取組表彰」で環境大臣表彰を受賞しました。

※2 輸入時に使用したコンテナを船社ヤードに返却せず輸出時に再利用する方法
※3 Compressed Natural Gas（圧縮天然ガス）

モーダルシフト※4の取り組み

2011年度の国内における鉄道貨物輸送の利用実績は5トンコンテナ換算で1万7,813本となり、モーダルシフトによるCO_2削減量は9,561トンでした。また、2011年度は新たな取り組みとして、物流パートナー様と連携したモーダルシフト推進協議会を設立し、5トンコンテナ換算で2,077本相当の鉄道輸送を拡大しました。

日本以外の地域でもトラック輸送と比較してCO_2排出量が少ない河川海上輸送の利用を推進しています。ブラジルでは、内陸部のマナウス市からサンパウロ市など南部方面への長距離輸送において、2011年度は同ルートの河川海上輸送率を前年度比で20%引き上げ、CO_2排出量を7%削減しました。

※4 トラックや航空機による輸送を環境負荷の小さい鉄道や船舶輸送に転換すること

異業種企業様との共同輸送

当社は他の荷主企業様や物流パートナー様との連携による輸送効率向上の取り組みを推進しています。2010年度から株式会社朝日新聞社様、朝日産業株式会社様の新聞配送車両の帰り便や空きスペースを活用し、当社の貨物を輸送することで、空車での回送距離短縮と輸送効率の向上を図っています。荷扱いや輸送の時間軸の違いなどの課題を克服し、新聞業界と家電業界の往復輸送を実現したとともに、天然ガス車やバイオ燃料車など低公害車の活用にも取り組み、CO_2排出量を取り組み前と比べて55%削減しました。この取り組みが2011年12月に「第10回グリーン物流優良事業者表彰」で経済産業大臣表彰を受賞しました。

また、王子製紙株式会社様と2011年12月から当社保有のコンテナ2基を活用した共同ラウンド輸送を開始し、両社で年間40%（175トン）のCO_2削減効果があると試算しています。

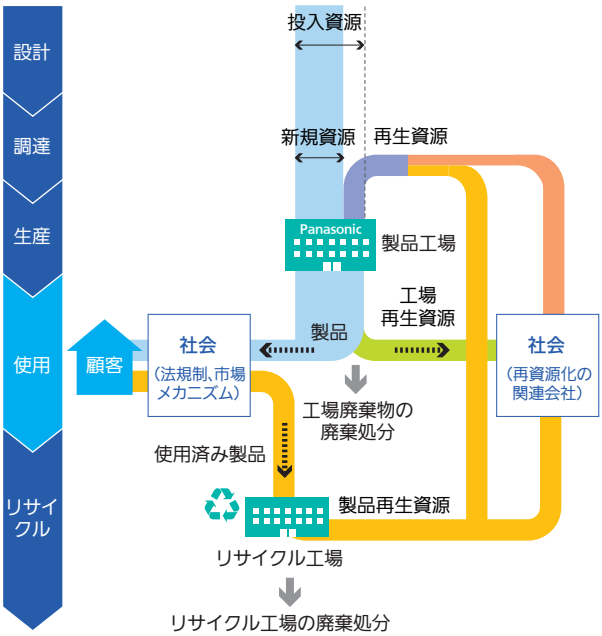
資源循環

循環型モノづくり

グローバルで急速な経済成長が進むにつれ、資源に対する社会的な関心は日増しに高まってきています。新規資源の採掘は地球環境に大きな負荷を与えるだけでなく、鉱物資源の枯渇や資源価格の高騰は、企業経営を揺るがす大きな問題にもなってきました。

そのようななかで、当社はCO_2の削減に並ぶ重要テーマとして資源循環を掲げ、「循環型モノづくり」を進めています。循環型モノづくりには「投入資源を最小化し、再生資源を最大化する」「生産活動から出る廃棄物の最終処分量をゼロにする」という2つの取り組みがあります。これまでも製品の軽量化・小型化で、投入資源の削減に取り組んできましたが、同時に新しいリサイクル技術の導入などにより、資源の回収量を増やし、その活用を拡大します。また工場廃棄物の発生量をできるだけ減らすとともに、再資源化を進めることによって、最終処分量を限りなくゼロに近づけます。このように、生産プロセスでムダになっていた資源を活用するだけでなく、さらに使用済み製品から資源を回収して再び商品をつくりお客様に使っていただくというプロセスを確立させることで、持続可能な社会への貢献と事業の継続的な成長を両立します。

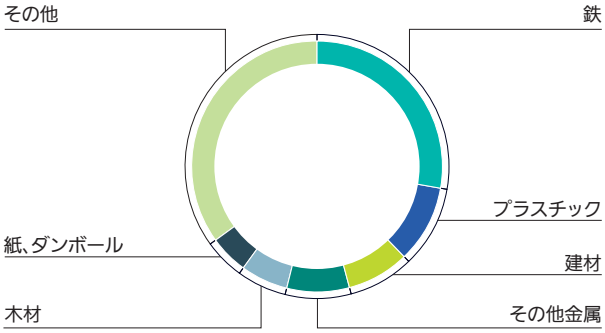
循環型モノづくりのめざす姿



当社の事業は、半導体などの部品から家屋に至るまで、幅広い分野におよぶため、多種の資源を利用しています。

循環型モノづくりにおいては、投入資源の削減をこれまで以上に進めるとともに、再生資源の活用拡大についても、資源の種類ごとに、その特性に合わせた循環の仕組みづくりに取り組むことが重要です。

2011年度投入資源の内訳(種類別)

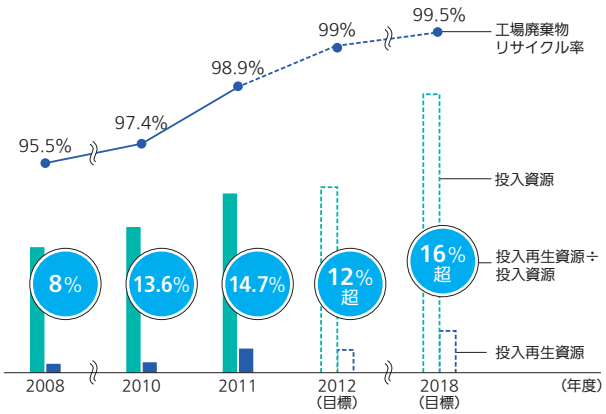


当社は、グループ全体の資源別投入量を調査し、再生資源活用の課題を明確化しています。例えばプラスチックの場合、活用する製品や部材に求められる特性への対応、供給量の安定的確保、使いこなす工夫、リサイクル技術開発などの課題に取り組むことで2011年度は約8,000トンの再生プラスチックを製品に活用しました。製品への再生資源の活用を積極的に推進してきた結果、2012年に当社製品に使う断熱材やプラスチックに再生資源を多く活用した「資源循環商品」シリーズが誕生しました(26ページを参照ください)。

また、工場廃棄物リサイクル率においては、従来から日本と日本以外の国では、それぞれリサイクルインフラの実情に即した目標設定をしてきましたが、近年地球規模でのゼロエミッション活動が重要であるとの認識に立ち、2010年度以降目標設定をグローバルで統一し、全グループにおける廃棄物リサイクルの高位平準化を図っています。

2008年度の実態をベースに、2012年度の資源循環目標として「投入再生資源÷投入資源=12%以上」を掲げ、2011年度は活動の積極的な推進で、14.7%を達成しました。工場廃棄物リサイクル率は2011年度98.5%、2012年度99%以上の目標に対して、2011年度の実績は98.9%でした。今後も2018年度の目標達成に向け、循環型モノづくりをさらに進めていきます。

循環型モノづくりの中長期目標と実績



投入資源の削減

製品の小型・軽量化

投入資源を減らすためには、製品質量を削減することが大切です。当社は軽量化・薄型化・部品点数の削減など製品の省資源化を進めています。今後は資源循環という観点から、リサイクルしやすい製品設計などの取り組みも加速していきます。

●HDインテグレーテッドカメラ

HDインテグレーテッドカメラは、テレビ会議やさまざまな会場の様子をHD映像で撮影できるカメラです。
高倍率の20倍ズームレンズ、高画質フルHD撮影が可能な220万画素の3MOSシステムを搭載した回転台一体型HDインテグレーテッドカメラAW-HE120は、キーデバイスである高性能・高倍率レンズモジュールと、上下左右に首を振るためのパン／チルト機構の小型軽量化を実現しました。映像信号のデジタル処理を行う高性能新DSP（デジタル シグナル プロセッサー）-ICの導入、および回路の効率化により、従来機種（AW-HE100）と比較して容積※・質量ともに約60%減のコンパクト設計になっています。省電力化も達成し、消費電力は従来機種比で約48%削減の21Wです。使いやすさと洗練されたデザインで、ドイツの「iFプロダクトデザイン賞2012」の金賞を受賞しました。

※ 幅180mm/ 高さ228mm/ 奥行220mm
（突起部、飾りカバー、天井直付金具を除く）

資源の回収

リサイクル技術の開発

再生資源の活用を拡大するためには、使用済み製品からより多くの資源を回収することも重要です。当社は2つのリサイクル工場を運営すると同時に、リサイクルに関する技術開発も進めています。

単なる資源回収の視点にとどまらず、資源循環の拡大、希少金属の確保などに取り組んでいます。

●高精度樹脂選別システム量産機の開発

従来、廃家電から回収したプラスチックは、手作業で種類ごとに分別してから再び資源として当社製品などに活用していました。手作業で分別できなかったプラスチックは、製品に再利用できず、破砕後、主に燃料として取り扱ってきました。これは、環境規制の対象となっている特定臭素系難燃剤入りプラスチックは、破砕後の状態から除去することができなかったからです。
当社は2010年度に、自動的に残渣からさらにプラスチックを選別・回収できる「高精度樹脂選別システム」を開発し、当社のリサイクル工場であるパナソニック エコテクノロジーセンター株式会社（PETEC）に試験導入しました。
この装置はコンベア上を流れてきた残渣に近赤外線を当て、瞬時に種類を読み取り、圧縮空気を用いて高速で特定のプラスチック破片を打ち落として回収します。99%を超える純度でプラスチックを種類ごとに選別・回収できるだけでなく、臭素系難燃剤入りプラスチックも自動的に判別して除去することができ、資源回収量の拡大が可能となります。
2011年度にはさらに量産機の導入を行いました。コンパクトで、水を使わない特長はそのままに、試験機に比べて回収率が約20%上昇し、処理能力も1.5倍となり、年間1,000トンのプラスチックを処理できます。

ネオジム磁石回収装置の開発

エアコン用コンプレッサーとドラム式洗濯機の一部のモータにはネオジム磁石が使われています。この磁石にはディスプロシウムも配合されていることが多く、どちらも希少価値が高いレアアースです。供給不安定や価格高騰などの課題から、レアアースの確保は極めて重要となってきました。

当社は2011年度にこのネオジム磁石を使用済み製品から取り出す装置の開発を終え、稼動を開始しました。

当社のリサイクル工場であるPETECには、エアコン用コンプレッサーのモータを対象とした、コンパクトで、熱、ガスの発生をともなわない低環境負荷回収装置を開発・導入しています※1。モータのローター部分を装置にかけ、磁力を取り除いたうえで、板状のネオジム磁石を回収します。近年製造されたエアコンにネオジム磁石が使われていながら、これまでは回収できませんでした。本装置の導入で、2012年度は約1.2トンの回収を見込んでいます。

また、三菱マテリアル株式会社様と合弁のリサイクル工場であるパナソニック エコテクノロジー関東株式会社（PETECK）には、三菱マテリアル株式会社様との共同研究で、エアコンに加えてドラム洗濯機のモータから、ネオジム磁石だけでなく、非鉄金属も一貫して回収可能な装置を開発・導入しました※2。

これまで、金属では鉄、銅、アルミなど比較的多く使われる資源を回収していましたが、今後は、ネオジム磁石のような取り出しにくいものもできるだけ回収して再利用できる資源に戻していきます。

※1 経済産業省の補助金事業
※2 新エネルギー・産業技術総合開発機構の補助金事業

使用済み製品のリサイクル

資源の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※3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月から法律が施行されました。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しています。

※3 WEEE：Waste Electrical and Electronic Equipment
電気・電子機器廃棄物に関する欧州議会・理事会指令

2011年度実績

日本	使用済み家電4品目を約16万4,000トン再商品化
欧州	使用済み電気電子機器を約5万8,000トン回収
米国	使用済み電気電子機器を約1万4,000トン回収

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型処理システムを構築しました。リサイクル管理会社が、Aグループ（当社をはじめとする22社）に所属するメーカ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378ヵ所と再商品化拠点36ヵ所を管理運営しています。当社のリサイクル工場であるPETECとPETECKは、使用済み家電4品目※4のリサイクルをより効率的に、かつ多くの資源の回収・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。当社は2011年度は使用済み家電4品目を約16万4,000トン再商品化しました。

※4 エアコン、テレビ、冷蔵庫・冷凍庫、洗濯機・衣類乾燥機

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。また、ENEは大学の研究機関や製錬会社とも共同でリサイクル技術開発に取り組んでいます。2011年はWEEE指令対象製品を約5万8,000トン※5回収しました。

※5 回収システムごとの回収重量×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月に株式会社東芝様およびシャープ株式会社様とともにアメリカリサイクルマネジメントLLC（MRM）を設立しました。全米規模のリサイクル会社様5社との提携を通じて全米リサイクルプログラムを運営し、2011年は全米1,300ヵ所以上の回収拠点で約1万4,000トン※6の使用済み電子製品を回収しました。

※6 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、中国で「廃棄電器電子製品回収処理管理条例」が施行されました。これを受け、当社は杭州大地環保（有）様、DOWAホールディングス株式会社様、住友商事株式会社様とともに、浙江省杭州市において、使用済み家電のリサイクル事業を行う合弁会社、杭州パナソニック大地同和頂峰資源循環有限会社を2011年11月に設立しました。新会社は同条例に則り、中国の先進家電リサイクルモデル企業をめざし、10年以上にわたり日本のリサイクル事業で築き上げてきた先進的かつ実用的な技術と近代的管理方法をベースに、使用済み家電の回収、解体処理、資源売却の事業を行うことで、中国の環境保全、資源の有効活用に貢献していきます。

アジア大洋州

アジア大洋州各国でもリサイクル法制化の動きが本格化しています。

インドでは2012年5月の法施行にともない、当社はブランドショップや認定サービス店を回収拠点とする回収網を構築しました。

オーストラリアでは2012年7月の法施行にともない、テレビ、パソコンなどを回収処理するリサイクルスキームを通じてリサイクルに取り組んでいます。

ベトナムにおいても、政府・業界とともに最善な法制化をめざして協議を続けています。

再生資源の活用

使いこなす技術

当社は、使い終わった商品からできる限り資源を取り出し、その資源を材料として新しい商品を作るための技術開発を行っています。例えば、ブラウン管テレビのガラスを、冷蔵庫やジャーポットなどに幅広く使用されている真空断熱材の材料として活用する独自の技術。使用済み製品から回収したプラスチックを新たな製品に使うために、劣化を回復させる材料再生技術や成形技術。今後も資源を使いこなすための技術開発を加速していきます。

●使用済みブラウン管テレビのガラスの活用

ブラウン管テレビは、総重量の約60%がガラスです。使用済みテレビのブラウン管ガラスの一部は、これまで主にブラウン管テレビに再利用していました。しかし、薄型テレビの発売と地上アナログ放送の終了で、大量のブラウン管テレビが廃棄されるものの、ブラウン管テレビの需要が減少したことで、回収したブラウン管ガラスの使い道が少なくなりました。

当社は使用済みブラウン管のガラスを、冷蔵庫などに用いられる真空断熱材用グラスウール（ガラス繊維）に再加工する新たな独自技術を開発しました。まずブラウン管ガラスをレーザーで切断し、粉砕後、乾式洗浄工程などを経て、カレット（ガラスくず）にします。それを1,000℃以上の高温で一気に溶かした後、約4μmに微細加工し、グラスウールとして再生します。このグラスウールを使った真空断熱材の活用を、冷蔵庫より開始しました。テレビのブラウン管を他の家電に再利用する取り組みは日本国内の家電メーカでは初めてです。

工場廃棄物ゼロエミッション

最終処分量の最小化による工場廃棄物ゼロエミッションの追求

工場から発生する廃棄物・有価物は、(1)再資源化量(有価売却、無償・逆有償譲渡に関係なく再資源化できたものの量)、(2)減量化量(焼却や脱水により減量化した量)、(3)最終処分量(埋立処分せざるを得ないものの量)に分類されます。当社は、生産工程において材料歩留まりを向上して廃棄物の発生量を抑えるとともに、さらに廃棄物の再資源化量を増加することで2012年度に最終処分量を限りなくゼロに近づける「工場廃棄物ゼロエミッション※1」の実現をグローバルにめざしています。

具体的には、工場廃棄物リサイクル率を2011年度に98.5%以上にすることを目標とし、中国や欧州での取り組み強化により、実績は98.9%と目標を達成しました。2012年度99%以上をめざし、今後工場廃棄物リサイクル率のさらなる向上を追求してきます。

※1 当社定義:工場廃棄物リサイクル率99%以上リサイクル率＝再資源化量÷(再資源化量＋最終処分量)

廃棄物最終処分量削減の取り組み

廃棄物の最終処分量を削減する取り組みとして、熱硬化性樹脂などとくにリサイクルしにくい材料の廃棄量を抑えるとともに、工程ごとの廃棄物分別を徹底することで再資源化の拡大などを実施しています。

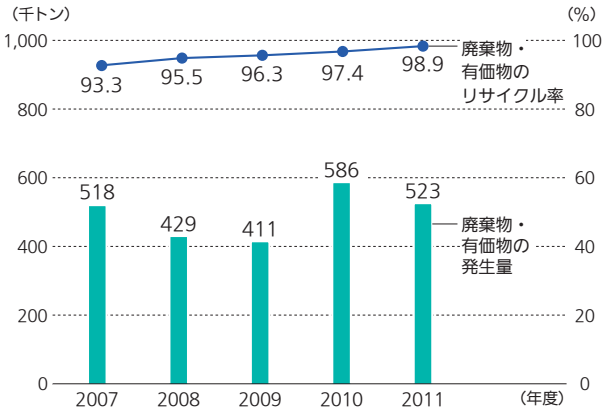
さらに、海外の工場廃棄物リサイクル率が日本より低いことを受け、地域内あるいは地域間の情報共有により取り組みの高位平準化を図ってきました。中国をはじめとするアジア諸国や欧州からスタートし、2011年度は北米や中南米まで活動を拡大しました。具体的には、現地工場と日本の事業ドメイン会社間で廃棄物リサイクル課題の共有を加速するとともに、長年取り組んできたCO_2削減活動のアプローチを踏襲し、「BAチャート※2」を各地域で作成し、グループでの優秀事例やノウハウの横展開を推進しています。さらに、廃棄物処分量が多くリサイクル率が低い44工場を専門家が訪問し、廃棄物管理状況の確認や現地のリサイクルインフラにあわせたソリューション提案を行ってきました。

パナソニック アプライアンス冷機デバイスシンガポール(PAPRDSG)では、コンプレッサー用鋳物部品の砂型から発生した鋳物廃砂の再資源化に取り組んできました。鋳物廃砂のリサイクルが難しく、これまでは現地の法律に従って最終処分場に埋め立てをしていました。2011年度は日本のリサイクル技術を参考にして、廃砂のリサイクルが可能な現地リサイクル会社の開拓を行った結果、優良なリサイクル会社様との連携により、地下鉄工事の地盤材や建材メーカの路面ブロックに再利用できました。この廃砂の再資源化により、PAPRDSGの廃棄物最終処分量は2010年度比で83%削減しました。

これらの活動を進めるためには、廃棄物管理専門人材の育成が不可欠です。当社は各地域で廃棄物管理研修を定期的に実施しており、2011年度はアジア諸国や欧州で開催し、約470人の廃棄物管理責任者・担当者が受講しました。

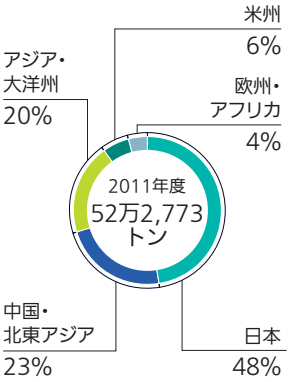
※2 廃棄物削減やリサイクル率向上事例についての実施前(Before)と実施後(After)の比較をチャート形式の資料にまとめたもの

廃棄物・有価物の発生量とリサイクル率

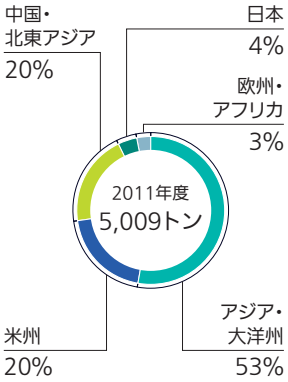


注:2007～2009年度は当時の三洋電機・パナソニック液晶ディスプレイ株式会社を含まず。

廃棄物・有価物発生量の内訳(地域別)



廃棄物最終処分量の内訳(地域別)



水資源への取り組み

水資源保全に対する考え方

地球上で利用可能な淡水は水資源全体の0.01%程度にすぎないと言われています。当社は、限りある水資源を節約すべく、商品がつくられる過程で一度使った水を限りなく循環するモノづくりをめざすとともに、お客様にも節水に役立つ商品をお届けし、事業活動を通じて水資源の保全に取り組んでいきます。

商品による水資源への取り組み

当社は、商品における水の使い方を徹底的に分析し、水流制御、水量制御などの機能を向上させ、水を最大限に活用することで、意識することなく節水を可能にします。2011年度からグリーンプロダクツ※1の判定基準に水の項目を充実させ、業界トップレベルの節水を実現する商品の開発を加速しています。

※1 グリーンプロダクツについては25ページをご覧ください

●リズムeシャワー

シャワー流量を120回/分のペースで高速で変動させることで、お湯の当たり心地が快適なままで、シャワーの使用湯量を節約し、「快適」と「節水」を両立します。通常シャワーと比較して最大約10%※2の節水が実現できます。

※2 シャワー時間5 分／回で、リズムeシャワーON（設定：強）時とOFF時の比較

●ドラム洗濯機

グローバルモデルとしての位置づけの洗濯機であるNA-148VG3は、3Dセンサーがドラムの動きを検知し、インバータにより最適な回転速度に制御するとともに、負荷センサーで感知した洗濯量にあわせた最適な水量で洗濯することで、省エネ運転だけでなく、シンガポール市場でトップレベル※3の節水性能が評価されました。

※3 洗濯物1kg当たり使用水量6.13L。2012年3月時点（当社調べ）。

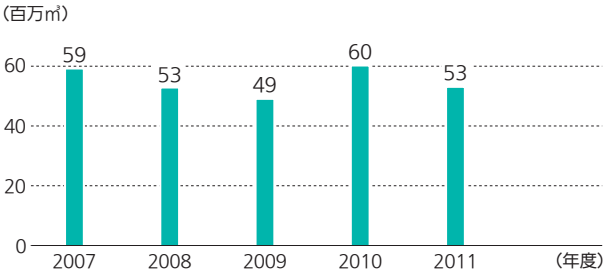
生産活動における水資源への取り組み

当社は生産工程排水、空調系統排水などを回収し、再利用することで、新規補給水および排水放流量を削減し、生産活動の取水・排水による水資源への負荷を低減します。世界には水不足に脅かされる地域が数多く存在しており、当社は海外の重点取り組み地域を選定し、活動を展開しています。2011年度は生産高減にもかかわらず、工場水使用量生産高原単位は2010年度に比べて0.2%改善しました。

エナジー社 住之江工場では、従来は純水設備・工業用水処理設備・回収設備が工場の棟ごとに分散していましたが、最新の造排水設備を導入して集中化管理するオンサイト方式に切り替えたことで、供給水質の均一化によるコストの低減だけでなく、工程用水のリサイクル率の向上にもつながりました。さらに、水の浄化など設備の運営をグループ会社に委託し、工程用水リサイクル率100%を実現しました。

当社は生産が増えるなかでも水使用量の削減活動を進め、今後も重点地域である中国や他のアジア諸国を含めグローバルに工場内の水循環利用を拡大することで、水使用量の削減に努めます。またモデル工場をつくり、ノウハウのグループ内展開を図っていきます。

水使用量



注：2007～2009年度は当時の三洋電機・パナソニック液晶ディスプレイ株式会社を含まず。

水使用量の内訳（地域別）

（単位：万㎥）

地域	上水道・工業用水	河川・湖水	地下水	使用量	排水量
日本	1,716	20	2,129	3,865	3,314
米州	61	0	12	73	51
欧州・アフリカ	16	0	12	27	30
アジア・大洋州	476	4	75	555	349
中国・北東アジア	783	0	27	810	462
合計	3,052	24	2,254	5,330	4,207

注：四捨五入による端数調整をしています。

化学物質による環境影響の最小化をめざす取り組み

環境影響最小化の考え方

現在、世界ではEUのREACH規則※に代表されるように、2002年に開催された持続可能な開発に関する世界サミット（WSSD）で合意した「2020年までにすべての化学物質をヒトの健康や環境への影響を最小化する方法で生産・利用する」という目標に向けて取り組みが進んでいます。当社は、その背景である1992年のリオ宣言で提唱された予防的アプローチを支持するとともに、人と環境への影響が懸念される化学物質の使用を製品のライフサイクル全体で最小化するという基本方針に基づいた製品づくりをめざしています。具体的な取り組みとして、（1）含有される有害性物質の把握に努め、（2）環境影響を評価し、（3）化学物質による環境リスクが懸念される場合には自主的に使用・排出を削減、廃止することによって、当社の製品に起源する環境への影響を最小化することをめざします。

※化学物質の登録、評価、認可および制限に関する規則

環境影響最小化の取り組みプロセス

このような取り組みを明確に推進するため、製品と工場での取り組みについてそれぞれ禁止物質と管理物質を規定した「化学物質管理ランク指針」を発行し、当社グループ内はもちろん、必要に応じて購入先様にも対応を求めています。

化学物質管理ランク指針（製品）の体系

ランク		定義
禁止	レベル1	• 法規制で製品含有が禁止されている物質 • 法規制で1年以内に製品含有が禁止される予定の物質 • 当社として製品含有を禁止している物質
	レベル2	• 国際条約・法規制により期限を定めて製品含有が禁止される物質 • 当社の自主取り組みで使用を一部禁止する物質
管理		• 使用実態を把握し、健康、安全衛生、適正処理等を考慮すべき物質 • 使用の有無および使用量を把握すべき物質

化学物質管理ランク指針（工場）の体系

ランク	定義
禁止	万一使用している場合には、即時に使用中止しなければならない下記に該当する物質 • 人に対して発ガン性がある • オゾン層破壊物質（HCFCを除く） • 当社として使用を禁止している物質 • 化審法第一種特定化学物質 • 安衛法　製造禁止物質 • 国際条約において製造、使用などが禁止されている物質
削減	• 使用量、排出・移動量を把握し排出・移動量を削減すべき物質 • 禁止ランク以外で人・環境に対して有害性があるとされる物質

化学物質管理ランク指針については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/procurement/green/

製品の環境影響低減の取り組み

製品における化学物質の環境影響を低減する取り組みとして、使用する部品や原材料の含有化学物質情報の把握に努めるとともに、欧州RoHS指令などの法規制によって主要な先進国で製品への含有が禁止されている物質については、代替が困難で使用することが不可避な一部の用途を除いて、グローバルで不使用・不含有がなされるように禁止物質に指定して管理しています。今後、製品の管理物質については用途や使用量に基づく環境影響評価を進め、人や環境への影響が無視できない物質については自ら使用の削減や禁止を計画していく予定です。

化学物質含有情報の把握

当社が生産・販売する電気・電子製品は、原材料を生産する素材メーカに始まり、多数の部材・部品メーカに至る長いサプライチェーンによって成り立っています。WSSDで合意された目標を達成するには、このサプライチェーンにおいて、製品に含まれている化学物質情報を円滑に開示・伝達することが重要であり、そのための仕組みを作り、普及させていく産業界全体での取り組みが不可欠です。当社は、化学メーカや部品メーカから機器メーカにおよぶ有力企業約400社の会員とともにアーティクルマネジメント推進協議会（JAMP）に参加しています。化学物質管理基準や情報伝達の仕組みを構築して活用するとともに、より広い事業者への普及活動に積極的に取り組んでいます。

2004年度から化学物質管理システム「GP-Web」を運用し、当社へ部材・部品を納入いただく購入先様より化学物質の含有量データを提供いただいてきました。2009年7月からは、JAMPの情報伝達フォーマットによる「GP-Web」への化学物質の含有情報提供をより多くの購入先様にお願いしています。

製品に含有する化学物質情報は、その部品を形にした製造者こそが把握しているので、当社の購入先様ばかりでなく、さらに上流に位置する当社と直接お取引のないメーカ様に対しても情報伝達をお願いする必要があります。そのお願いと説明を効率的に行うべく、インターネット上に化学物質管理に関するe-ラーニングサイト（日・英・中の3カ国語対応）を開設しています。2012年1月にJAMPのフォーマットがEUのRoHS指令改正などに対応するために改定が行われたので、同年3月からe-ラーニングの内容を更新し、購入先様へのご説明を進めています。

また、化学物質情報の取り扱いについて海外の購入先様により理解を深めていただくために、一般知識と当社の考え方を紹介する説明会、製品含有化学物質情報データの作成に関する実務講習会を2010年度に中国で実施し、2011年度は東南アジア諸国などまで展開しました。2011年度は購入先様1,037社1,648人を対象に説明会を合計10回、186社237人を対象にパソコンを用いた実務講習会を合計5回実施しました。

JAMPホームページ
http://www.jamp-info.com

化学物質の影響評価

環境負荷の低い製品開発に向けて、製品に含まれる化学物質が、ヒトや環境にどのような影響を与えるかを科学的に把握することが重要です。当社は、製品の使用時において使用者であるお客様が高懸念物質に暴露する可能性やその際の安全性などを評価する取り組みを進めています。

これまでは、電源ケーブルに含まれるフタル酸エステルの影響、業務用電子レンジの一部の機種で用いられていたセラミックファイバーの影響について評価を行い、EUのREACH規則で製品が所定量の高懸念物質を含有する場合に求められる「安全に使用するための情報」を作成する一環として、安全性評価書を作成・公表しています。双方とも使用者への暴露はほとんどなく、健康影響の懸念は少ないと判断しています。

Management of Chemical Substances in Products（英語のみ）
http://panasonic.net/eco/products/chemical_substance/reach.html

塩化ビニル樹脂の使用削減

塩化ビニル樹脂（PVC）は、廃棄時の不適切な処理による有害物質の生成や、PVCを軟らかくするための一部の添加剤（フタル酸エステル）の有害性が懸念される材料です。このPVC製の機器内部配線は、使用済み製品での分別処理が難しく、不適切に処理される可能性が高いため、品質・調達上の課題がある場合を除いて、2011年4月以降の新製品においてすべて非PVC製電線で代替する目標を掲げていました。

2011年3月までに品質評価を行ったうえで対象製品を定め、2011年4月以降は、AVC製品を中心にグローバルの対象製品において802トンのPVC製電線を非PVC製に切り替え、目標を達成しました。

工場の環境影響低減の取り組み

当社は1999年度から工場の化学物質の使用量および排出・移動量の削減を推進し、2005年度に1998年度比で使用量81%および排出・移動量60%の削減を達成しました。それからさらに排出・移動量の多い物質に特化して削減に取り組み、2010年度は対象の重点化学物質の排出・移動量を2005年度比で46%削減できました。

国際的な化学物質管理の動向を踏まえ、より有害な物質が優先的に削減されるよう削減取り組みを実施しています。2010年度に運用を開始した当社の化学物質管理ランク指針Ver.4（工場版）では、化学物質に関する主要な法規制から人体の健康および環境に有害性を有する化学物質を選定し、管理対象物質としました。加えて、これらの有害性情報をベースとした区分を行い、物質ごとに有害性の重み付けを表す有害性係数を付与し、当社独自の指標「ヒト・環境影響度※1」を策定しました。

2010年度に収集したデータを基準に、ヒト・環境影響度を2011年度に2.5%、2012年度に5%削減することを目標とし、最終的に2018年度には15%削減の実現をめざします。2011年度は、除害・脱臭装置の効率化、歩留まり向上、リサイクル推進、低溶剤・低有害性部材の導入、塗布量や洗浄回数見直しなど工法改善による使用量削減を進め、ヒト・環境影響度を5.3%削減しました。

※1 ヒト・環境影響度＝有害性係数×排出・移動量※2

※2 排出量：大気、公共用水域、土壌への排出を含む
移動量：廃棄物としての移動と下水道への排水移動を含む。なお、廃棄物処理法上廃棄物に該当する無償および当社が処理費用等を支払う（逆有償）リサイクルはリサイクル量に含む（PRTR法で届け出た移動量とは異なる）

化学物質管理ランク指針Ver.4（工場版）の管理対象物質の考え方

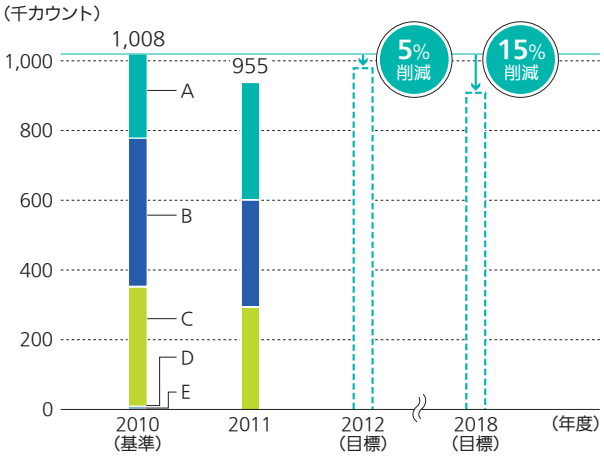
対象とする法規制など
- 化学物質管理の分野（例：PRTR法など）
- 環境保全の分野（例：環境基本法における環境基準など）
- 労働安全衛生の分野（例：労働安全衛生法など）
- 国際条約（例：ストックホルム条約など）

対象とする有害性
- **人の健康に影響する有害性：**
  発がん性、変異原性、生殖毒性、急性毒性
- **環境に影響する有害性・物質：**
  生態毒性、オゾン層破壊物質、温暖化に影響する物質、光化学オキシダント発生の原因となる物質

有害性区分

有害性区分	ヒトに対する有害性	環境に対する有害性	有害性係数
A	発がん性	オゾン層破壊物質	10,000倍
B	影響大もしくは直接的な影響		1,000倍
C	影響中		100倍
D	影響小もしくは間接的な影響		10倍
E	影響極小もしくは評価されていない		1倍

ヒト・環境影響度の中長期目標と実績



注：三洋電機の旧海外事業場は含まず

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、生物多様性によって提供されるさまざまな自然の恵み（生態系サービス）に支えられています。一方で、生物多様性は史上かつてない速さで大規模に損なわれており、企業もそ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、事業活動が生物多様性へ与える影響を適切に把握しその保全に貢献するという目標を掲げ、自治体や環境NPO、専門機関と連携して取り組みを推進しています。

事業活動における生物多様性の取り組み

生物多様性保全を、事業活動へ落とし込んだ取り組みとして推進するため、2009年に生物多様性プロジェクトを発足。3つの重点分野「商品」「土地利用」「調達」を切り口とした活動を進めています。

商品分野の取り組み

生物多様性に貢献する商品の情報をお客様に提供できるよう、国際環境NGOバードライフ・インターナショナルと第三者評価手法を構築。この手法を用いて生物多様性に関わりの深い商品の評価を行っています。

また、本年度はグリーンプロダクツの判定基準において生物多様性にかかわる部分の見直しを実施。生物多様性に貢献する商品の開発促進をねらいとし、素材や機能のあり方を具体的に示すよう改訂しています。

土地利用の取り組み

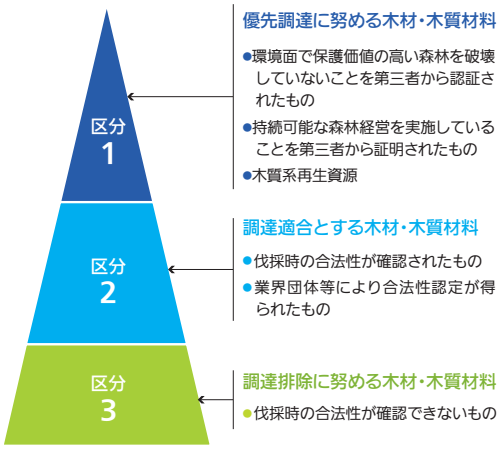
事業所の緑地を通じて地域の生物多様性保全への貢献をめざしています。これまでに国内121事業所を対象に生物多様性に貢献できる可能性を評価し、本社を含む12事業所が集まる大阪府の守口・門真地区をモデル地区に選定。同地区の北を流れる一級河川・淀川と南に位置する花博記念公園鶴見緑地の間のエコロジカルネットワークを強化し、自然と共生した街づくりへ貢献することをめざしています。2010年度は、自治体、大学、企業が連携し活動推進する協議会を設置。本年度はこの活動の第一ステップとして生物多様性に配慮した緑地エリアを構内に新しく創出。今後、身近な生き物のモニタリング調査により緑地の効果を検証していきます。また生物多様性をテーマとした環境学習での活用を図ります。

モデル地区以外の事業所でもさまざまな取り組みを推進しています。滋賀県草津市の「エコアイディア工場びわ湖」では、工場緑地と周辺の里山林や琵琶湖とのつながりに着目し、地域の自然環境や植生、野生生物の生息や移動に配慮した工場緑地の整備を従業員と専門家の連携で進めています。

調達分野の取り組み

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、世界自然保護基金（WWF）ジャパンと協議を重ねて策定。2011年度の調査の結果、木材・木質材料の総調達量は約42万m^3、区分ごとの内訳は、優先調達に努める区分1が75%（前年度差＋4ポイント）、調達適合とする区分2（調達が25%（前年度差－3ポイント）、調達排除に努める区分3が0.6%（前年度差－0.5ポイント）でした。2012年度末までに区分3をなくすよう、取り組みを推進しています。

木材グリーン調達の考え方



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。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で、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持続可能な管理をめざします。

Panasonic
Project Supporter
WWF

サプライチェーン

購入先様は、お客様が求める商品づくりを実現するうえで不可欠なパートナーであり、
相互の信頼関係に基づき、研鑽や協力を重ねながら価値を創造しています。
原材料や環境対応など、サプライチェーンにかかわる事柄に関する説明責任や透明性が求められるなか、
当社は多くの購入先様と協力して社会的責任を果たすよう努めています。

CSR調達

パナソニックは、優れた技術と品質を提供するだけでなく、CSR活動を推進している購入先様との取引を進めています。購入先様には当社の経営理念やCSR調達に関するさまざまなガイドラインに賛同していただき、取引開始前に取引基本契約を締結しています。また、定期的に品質・コスト・納期・サービス（QCDS）基準、経営実績だけでなく、CSR活動などについても、購入先様の評価を実施しています。

当社は、CSR調達を推進していくために、重視する5つの項目を定めています。

クリーン調達

当社は、購入先様との公正かつ誠実な取引に努めています。当社の「クリーン調達宣言」には、既存の購入先様に対する基準が詳述されています。

グリーン調達

当社は購入先様にグリーン調達方針を順守していただくよう要請し、環境負荷低減への具体的な取り組みを実施している購入先様と優先して取引をするよう努めています。

コンプライアンス

当社は、「企業は社会の公器」であるとの考えのもと、世界各国の法令を守ることは当然のこととして、さらに高い倫理観をもって事業活動を推進するよう努めています。また、購入先様との間においても公正・公平に商品やサービスを調達するために、監査や従業員向けの研修会を定期的に実施しています。

情報セキュリティ

事業にかかわるデータや購入先様、従業員の個人情報などを確実に管理することは企業の重要な責任です。当社では、厳格な情報セキュリティ方針を策定し、購入先様にも同様のレベルを確保していただくよう要請しています。

人権・労働・安全衛生

購入先様との取引基本契約などの契約において、雇用における機会均等、差別防止、プライバシーの尊重、労使間の良好な関係に関する方針を順守することを要請しています。また、安全で、従業員の健康を損なわない職場の実現についても要請しています。

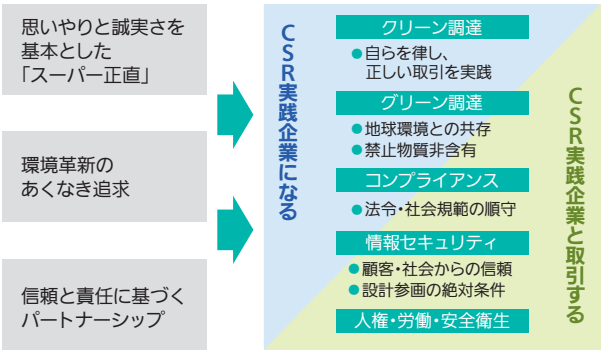
当社では購入先様の評価などあらゆる関連情報を統合し、全社で情報共有しています。また、製品の化学物質管理についても同様の仕組みを導入し、すべての部品に含まれる化学物質についてデータを収集しています。

くわえて、すべての購入先様にISO9001およびISO14001の認証取得を要請しています。

当社の調達活動の方針やCSR調達の考え方について、購入先様に理解を深めていただくため、毎年、「パナソニック・エクセレントパートナーズ・ミーティング」を開催しています。購入先様とのコミュニケーションを図ることでサプライチェーン全体で社会に貢献できるよう、積極的な意見交換に努めています。

一方、当社の公正取引ホットラインでは、行動基準、調達基準への違反や違反の疑いについて、第三者からの報告を受け付けています。

CSR調達の実践がなければ、社会から峻別される時代



当社のCSR調達アプローチに関する詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/csr/procurement/

グリーン調達

購入先様・物流パートナー様との協働

グローバルに事業を展開する当社は、自社単独ではなく、サプライチェーン全体での環境負荷を考慮する必要があります。CO_2削減、資源循環、化学物質管理、生物多様性保全などさまざまな分野で、当社の事業活動と密接な関係を持つ購入先様・物流パートナー様との連携を通じて、さらなる環境負荷の低減を図っています。

グリーン調達の取り組み

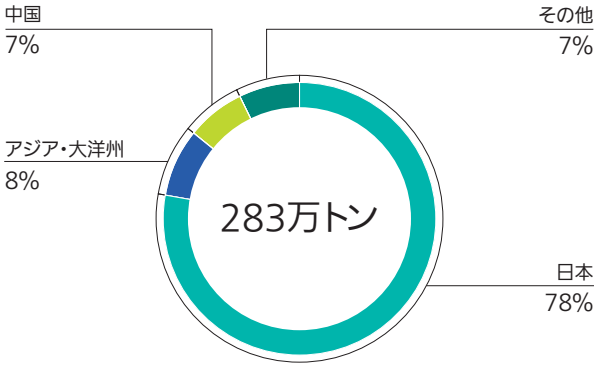
当社は1999年3月に「グリーン調達基準書」を発行し、環境に配慮した製品づくりを購入先様とともに推進しています。「グリーンプラン2018」に盛り込んだ購入先様との協働目標を達成するための第一歩として、2012年1月にグリーン調達基準書を第6版に改定・公開しました。新たなグリーン調達方針として、創業100周年ビジョンに賛同し商品・物品を提供いただく購入先様グループを構築することを掲げ、購入先様の事業活動領域での環境負荷低減、当社とのコラボレーションによる成果の共有、サプライチェーン上流への環境負荷低減の働きかけを要請しています。

購入先様のサプライチェーンでの環境負荷低減

従来の環境マネジメントシステムの構築、化学物質管理の徹底に加え、温室効果ガス排出量の把握と削減、資源循環、生物多様性保全での取り組みを加速することを購入先様に要請しています。

温室効果ガス排出量の把握と削減の取り組みの第一歩として、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量把握試行を開始しています。購入先様の温室効果ガス算定プロセスでの課題を確認するために、当社の購入金額から試算した温室効果ガス排出量の大きい順から均等に対象の購入先様を選定し、2011年7月に原材料と電気電子部品メーカ様を、同年11月に加工部品メーカ様などを対象に説明会を開き、当社向け温室効果ガス排出量の算定を要請しました。賛同いただいた購入先様84社より、購入先様の自社領域、上流領域（原材料・部品の製造）、下流領域（国内搬入物流）の当社向け温室効果ガス排出量をグローバルで算定いただき、排出量合計は約283万トンでした。今後は、購入先様と当社の経済合理性、収集データの網羅性などを考慮しながら取り組みをさらに進めていきます。

購入先様84社の当社向け温室効果ガス排出量内訳（地域別）



当社とのコラボレーションによる成果の共有

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年度より、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さらに拡大しました。

2011年度は、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901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」で紹介しています。

今後も、ECO・VC活動を通してより多くの購入先様と、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）を共に実践していきます。

※ VC：Value Creation

責任ある鉱物調達

当社は、コンゴ民主共和国（DRC）やその周辺諸国で採掘される鉱物（スズ、タンタル、タングステン、金）が人権侵害、環境破壊、汚職などの不正にかかわる武装勢力の資金源となる「紛争鉱物問題」を、当社のサプライチェーンにおける最も喫緊の環境・社会問題の一つと認識しています。不正な組織への資金源となることを回避するとともに、調達活動における社会的責任を果たすために、不正とかかわる紛争鉱物を原材料として使用しない方針を掲げています。

2010年12月、この方針を全パナソニックグループに発信しました。また、2011年2月には主要な購入先様に紛争にかかわる鉱物の使用の有無について、調達先への確認を求める取り組みを開始しました。しかし紛争地域には、不正とかかわりなく、合法的に事業活動を行っている企業や人々が存在し、この問題をさらに複雑なものとしています。鉱物調達は彼らの生活や、DRCならびに周辺諸国の平和で持続可能な長期的発展に必要なことも事実です。そのため当社では、紛争に加担する鉱物を使用しないという方針が、こうした地域における合法事業者の活動や、長期的な経済発展を阻害しないよう最大限の努力を払っています。

当社は、OECD（経済協力開発機構）の「紛争鉱物デューディリジェンスガイダンス」実施のためのパイロットプロジェクトにも参画しています。本プロジェクトへの参画は、国際機関、政府、NGO、他の企業、業界団体など、本問題の解決に取り組むさまざまな組織と連携する機会となっています。

2011年8月から2012年8月まで実施されるOECDプロジェクトにおいて、当社は以下の取り組みを行っています。

1. 対象となる商品および事業領域の絞り込み、および調査対象購入先様の選定
2. 購入先様調査の実施と分析
3. 来年度からの本格稼動に向けた方針、体制およびプロセスの策定

2011年9月から開始した活動は、着実に進展しています。例えば、グループ会社の一つで実施した購入先様調査では、紛争にかかわる鉱物使用の可能性を調べました。その結果を踏まえて、今後全社に取り組みを展開していくための指針や留意点を確認することができました。また、本調査を通じて、紛争鉱物の製錬所情報を共有する重要性を十分に認識していない企業の存在が、完成品メーカなど川下企業のデュー・ディリジェンスの妨げになっており、問題解決のためには業界全体で取り組む必要があることを再認識しました。

紛争鉱物問題に関する社会的な要請を正しく理解するとともに、業界全体での変革を推進するため、これらの取り組みに加え、NGOや企業団体など、他の主要なステークホルダーとも協働しています。例えば、電子情報技術産業協会（JEITA）の「責任ある鉱物調達検討会」への参加は、他の国内大手企業と協働するための基盤となっています。

さらに当社は、この深刻な問題に関する人々の認知度を高める必要があると考え、NPO法人エコ・リーグの青年向け教育教材制作の支援を行うなど、啓発活動に協力しています。

従業員

当社は、世界の全事業場で、経営理念を理解し、時代の変化に積極的に対応しながら
新たな価値創造に挑戦する従業員の育成をめざしています。
育成や配置にあたっては、従業員一人ひとりの個性や能力など、多様性を尊重して個々が自己実現できるよう
教育訓練とキャリア形成のための体系を整備しているほか、職場の安全衛生の向上に努めています。

従業員満足度向上に向けて

パナソニックは、従業員の懸念やニーズに耳を傾け、それらに誠実に対応することを重要視しています。

こうした考えに基づき、毎年7月、日本では従業員満足度調査を実施しています。また、日本以外の地域や海外拠点の一部でも、年1回、独自に調査を行っているところがあります。各地域ではそれぞれの地域の従業員や業務ニーズに適合するよう、特定のテーマを設けています。

2011年度の調査結果において、世界の経済環境は未だ厳しい情勢にあるものの、パナソニックに対する全体的な従業員満足度は改善の傾向が見られました。また、仕事のやりがいについても肯定的な回答が多くありました。上司に対して妥協することなく率直に意見や提案を伝えられるなど、風通しの良さも評価されました。

そして、もう一つの重要な項目が、当社のグローバル化の進捗について従業員がどう評価しているかでした。これに対しては「前年の調査からは進捗している」と評価されたものの、「さらなる改善が可能だ」という回答も数多くありました。例えば、「当社のグローバル化における自分の役割が理解しづらい」「海外の従業員とのコミュニケーションに改善の余地がある」などの回答です。当社は、これらの結果を踏まえて重点的に取り組んでいくべき施策を検討、実施していきます。

2011年度「従業員満足度調査」の主な質問項目

- 組織のリーダーは、自らが率先して課題解決に力を尽くしているか？
- 組織では、「現場・現物」を見て判断し、議論することがなされている、と思うか？
- お客様の苦情や意見に対して、あなたの属する組織は迅速に対応しているか？
- あなたの属する組織の活動計画には、お客様のニーズや満足が優先されているか？
- お客様からの要求を満足させるために、組織を超えた円滑な協力体制ができているか？
- あなたは、課題解決を図る場では安易に妥協することなく、自らの意思を積極的に述べているか？
- あなたは、必要な情報や提言を上司に積極的に伝えているか？
- あなたの組織では、性別に関わりなくスキルや意欲に応じて活躍の機会が与えられるようになってきたと思うか？
- あなたの組織では、日常の業務運営のなかで事業の「グローバル化」を意識した取り組みが充実してきた、と思うか？
- 組織では、海外会社や外国人勤務者とのコミュニケーションを活発にする気風が高まってきたと思うか？
- 組織の経営活動は「お客様本位」に向けて変わってきていると思うか？
- あなたの職場では、経営基本方針が、仕事や職場生活を通じて日頃から徹底されていると思うか？
- あなたの属する組織では、日常の業務運営のなかで「環境」を意識した取り組みが充実してきたと思うか？
- あなたは変化を起こすため、今までと異なるやり方を創造し、挑戦しているか？
- あなたの属する組織はイキイキしていると思うか？
- あなたは現在の仕事にやりがいを感じているか？
- あなたはパナソニックでの会社生活に満足しているか？

従業員の研修と育成

最新の従業員満足度調査では、多くの従業員が社内での役割に概ね満足しているものの、自らの職務能力に対する漠然とした不安や、現在の経済状況への不安をもっていることが明らかになりました。こうした従業員が確実に成長し続け、公私両面で目標を達成していくために、当社では十分な研修を実施するよう努めています。

パナソニックの人材開発カンパニー（HRDC）は、あらゆる階層の人材教育・研修を行っています。グローバル経営研修センターでは、創業者・松下幸之助の経営理念に基づき、リーダーシップの育成に取り組んでいます。本センターでは、組織内のあらゆる階層の従業員を対象に「経営理念セミナー」を開催しており、改革や経営理念を実践する方法を学ぶことができます。

また、HRDCはこれらの他に３つの研修センターを運営し、専門的な研修を実施しています。

●コーポレート技術研修センター

技術マネジメントやハードウェア、ソフトウェア、製品安全および情報セキュリティ研修を提供

●ものづくり研修センター

モノづくりのスキルについての研修、品質管理、環境マネジメント、生産技術、調達に関する機能研修を提供

●マーケティング開発研修センター

当社従業員やビジネスパートナーに対して、経営理念に基づくマーケティングの重要性をより深く理解するための研修を提供

ベトナム「ものづくり大学校」

アジアの事業強化という目標を達成するためには、現地において新しいリーダーシップとモノづくりのスキルを備えた中核的な従業員を育成することが極めて重要です。そこで当社では、ベトナムに「ものづくり大学校」を設置し、アジア全域の主要な現地製造スタッフを対象とした、リーダーシップや業務管理、製造に関する研修を実施しています。また、職業訓練施設として認定されている同校には、アジア太平洋経済協力（APEC）の技術者教育プロジェクトに参加する地域の大学生や卒業生も通っており、現地における次世代のモノづくり人材の育成を担っています。

2011年度は、250名以上の受講者が研修を修了しました。今後も多くの従業員が本プログラムを受講できるよう環境整備に努めていきます。

スキルチャレンジ大学

「新しい仕事に就いたので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」という従業員が、一定期間、現行の業務を離れて集中的に知識修得や実践を重ねていくことで、必要なスキルを修得できる仕組みです。

スキルチャレンジ大学は、品質保証や工場改革、調達、知的財産、環境・エネルギー技術など、幅広いカリキュラムを用意しています。従業員は、これらを活用して、新たな分野への理解を深め、スキルを向上することができます。パナソニックのさらなる成長を推進する人材を育成すること、従業員のチャレンジ意欲を活かすこと――スキルチャレンジ大学は、従業員と事業の双方の成長にとって有益なプログラムです。

多様性推進への取り組み

女性の活用・登用

多様性の推進は、パナソニックが重視する目標の一つです。社会の知的資本を最大限に活用するためには、性別にとらわれない多様性を確保することが重要であり、とりわけ日本では、上級の管理職や意思決定をする職位により多くの女性を登用する必要があると認識しています。当社では、社会の要請も踏まえ、性別にとらわれない多様性の確保に一層努めていきます。

2011年度には、当社初の女性役員が就任しました。また、女性社員向けの勉強会や女性リーダー向けのキャリアアップセミナーなど、女性社員向けの交流会や研修会も数多く開催しています。

グローバルな取り組み

海外の各地域で業務を担う従業員たちのニーズを真に理解するためには、その地域でリーダーシップを発揮する優秀な人材が必要です。そこで当社は、指導的なポジションで働く現地人材を確保するための採用活動を強化しています。

また、パナソニックでは、地域別の従業員に向けた研修プログラムを継続的に推進・拡充しています。例えば新興国では、当社の経営理念や事業方針に関する研修を実施しています。また、欧州の事業場では、2年間にわたる「タレント・フォー・トゥモロー（TfT）プログラム」を実施しています。このプログラムの一つとして従業員はCSR関連プロジェクトに参加し、社会貢献活動に参加して事業や社会と会社のかかわりを学んでいます。

海外会社社長に占める現地社員比率

米国における多様性

多様性は、当社の製品を生産・販売する多くの地域においては、お客様のニーズやご要望を理解するためにも重要です。例えば、米国のパナソニック ノースアメリカ（PNA）では、「法令を順守し、多様性に配慮する」という段階から「多様性を重視し、受容する文化を育む」という段階への移行をめざして、さまざまな活動を展開しています。

この目的の実現に向けて、PNAは多様な働き方を実現する会社としてトップ企業になることを目標としたプロジェクトを推進しています。その一環として、「文化研修プログラム」や「多文化継承月間」などコミュニケーション促進に向けた啓発活動などを実施しています。また、社員のワーク・ライフ・バランスを充実させるフレックスタイムやテレワークも導入しています。

労働安全衛生

当社は、従業員が自らの役割や責任を果たしていけるよう、健全な労働安全衛生環境の維持・向上に努めています。

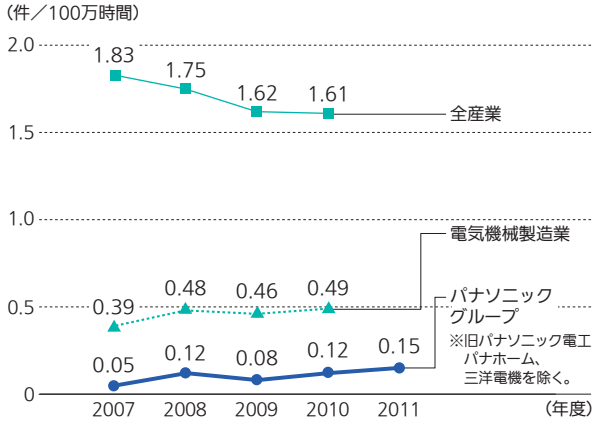
また、労働安全衛生に関する活動を推進していくために、日本のすべての製造拠点と主要関係会社にOHSAS18001に準拠した「労働安全衛生マネジメント・システム」を導入しています。このシステムを用いることで、明確な役割と責任のもと、定期的な検査や継続的な改善活動を体系的に推進していくことができます。また、グローバルな安全基準のレベルアップを図っていくために、日本以外の拠点でも同様の施策に取り組んでいます。

事業場ごとの労使メンバーで構成される安全衛生委員会では、すべての従業員に影響をおよぼす安全衛生管理の問題について調査・審議しています。さらに、協力会社の従業員への対応を図るために労働安全衛生協議会を設置し、安全衛生ポリシーをはじめ、各種情報提供などの活動を行っています。

海外の安全衛生の活動基準を日本と同等以上の基準としていくために、当社では、「海外安全衛生アセスメント」を導入し、海外での安全衛生管理プロセスにおける特徴や改善点を特定しています。

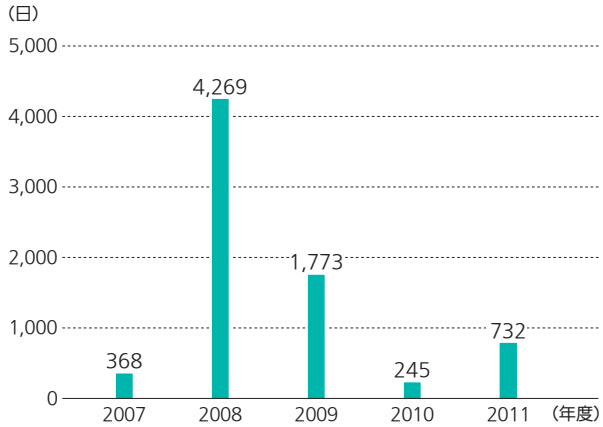
中国、マレーシア、タイなどの新興市場では、生産が増加したことによる労働災害発生率が上昇しています。2011年度は、プレス機に関連する重大な事故がタイと中国で発生しました。これを受けて当社は全社で再発防止に向けた情報共有、従業員啓発や研修、安全装置の変更やプレス機の作業手順の改正など、徹底した措置を講じました。また、コンベヤや加工機など、ほかの機器についても同様の予防措置をとっています。

労災発生率



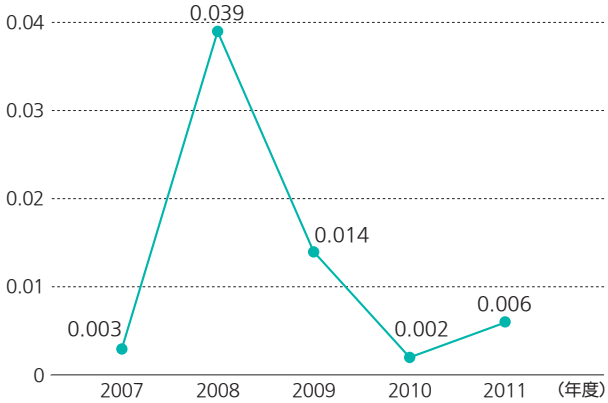
出典：「全産業」「電気機械製造業」のデータは厚生労働省のホームページより

労災による損失日数



※労働災害によって失われた被災者の労働日数の合計

労災による強度率



※延べ労働時間1,000時間あたりの労働損失日数の割合

労使関係

労使間での相互利益を実現するためには、対等な関係を構築・維持しながら緊密な話し合いを重ねていくことが必要です。とくに海外での成長をめざす当社にとっては、労使関係におけるグローバルなアプローチを強化していくことが必要です。

当社が事業を展開する各国においては、それぞれ固有の労務・法的リスクが存在しており、こうしたリスクを積極的に特定し、管理することが重要です。そのなかでも、当社は、従業員の満足度の向上のために、海外での人材マネジメントの強化に重点を置いています。

海外での人材マネジメントを強化するために、当社では「海外人事・労務アセスメント」を実施しています。このアセスメントは、海外での労務および人材マネジメントにおける課題を特定・理解するための調査です。

調査に活用するチェックリストには、さまざまなテーマにおよぶ300項目以上の項目が含まれています。このチェックリストは現地会社で自主精査されます。回答に際しては、コミュニケーションの方法や現地国内法の順守などを裏づける資料の提出を要請しています。その後、記入されたチェックリストをもとに、本社と人事部門が現地会社の社長とともに評価結果を検討していきます。こうした連携プロセスによって、人事制度がうまく機能しているかどうか、どのようなリスクに直面し得るかを特定していきます。また、これら調査結果のフィードバックや改善提案を提供することもあります。

2011年度は、改善の必要性が高い中国をはじめ、アジア諸国でのアセスメントに注力しました。

労使関係については、結社の自由や団体交渉などの権利を尊重しています。日本では、相互にとって有益な合意ができるよう、労働組合との直接的な対話を行っています。また、経営幹部と労働者代表団との定期的な交流を確実に実施するため、数々の施策を講じています。

- 労働組合からの課題提起や意見表明の場として、経営委員会を月に1回開催しています。委員会には社長、人事担当役員、労働組合中央執行委員長などが出席します。
- 重要な決定事項を労働組合の代表団に説明、提案する場として、労使協議会を年2回開催しています。協議会には、常務取締役以上のすべての役員と労働組合の中央執行委員会のメンバーが出席します。

パナソニックは、労働者の権利を尊重し、労働組合との信頼関係を構築していくことで、事業を展開する各国で労働環境の改善を図りながら、着実な成長をめざしています。

中国での安全衛生アセスメント

人権

**当社は、従業員のみならず、
ステークホルダーの基本的人権を尊重することを
事業活動の原則としています。**

基本的人権の尊重

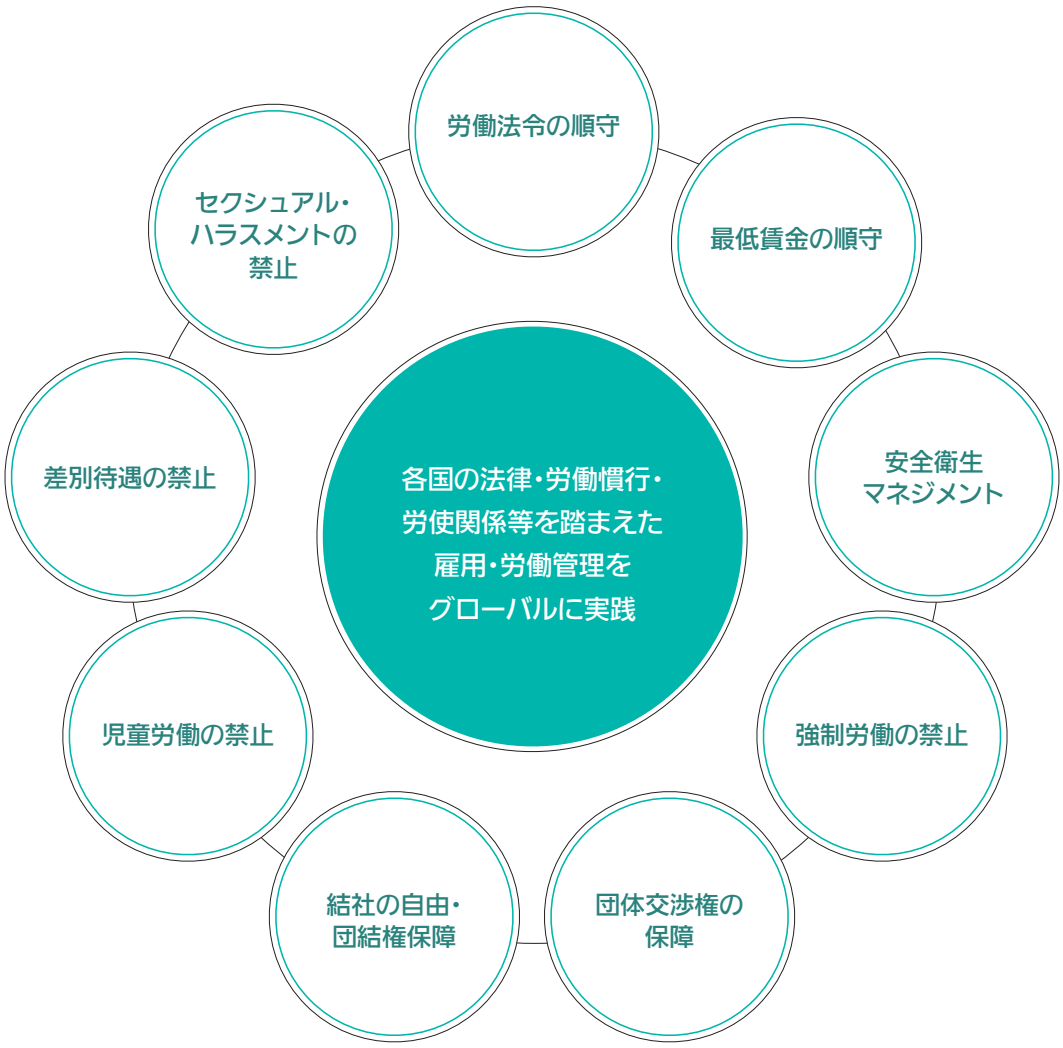
グローバルに事業を拡大している当社では、従業員のみならず、ステークホルダーに対して最大限の配慮と尊重をもって接することを重要視しています。なかでも基本的人権は、当社の行動基準に基本的な価値観として位置づけられています。

世界各国で業務を推進する当社は、さまざまな方法で人権の尊重に取り組んできました。その一つが、海外における人材マネジメントと労務管理についての「海外人事・労務アセスメント」※です。チェック項目のなかには、労務管理が適切かつ現地の労働法（法定労働時間、最低賃金など）や現地の雇用制度・慣行に合致しているかどうか、また事業に悪影響をおよぼしたり、問題を引き起こす潜在的な労務リスクがないかなども含まれています。

自主精査した内容は、地域総括のサポートのもと、日本の事業ドメインに所属する「アセッサー（評価担当者）」が最終チェックをします。また、「アセッサー講習」を定期的に開催し、アセッサーの育成やチェック能力の向上を体系的に進めています。今後も、日本と海外諸国間での緊密な連携を通じて世界各地での労務管理能力の向上を図りながら、当社の全事業において人権を尊重する能力の強化をめざしていきます。

サプライチェーンにおける人権への対応に関する事例については、
56ページの「サプライチェーン」をご覧ください。

※「海外人事・労務アセスメント」については、65ページをご覧ください。



公正な事業慣行

グローバルに事業を拡大する当社にとって、文化や法的環境の異なる世界各地で
経営理念や行動基準をいかに実践していくかは重要なテーマです。
当社は、高い倫理観と誠実さを維持するためのさまざまな取り組みを進めることで、
贈収賄や公正取引違反、その他の法令違反の未然防止に努めています。

倫理観と誠実性のある活動

当社は、倫理観と誠実性をもって働くうえで守るべき諸原則を行動基準にまとめています。また、この行動基準に基づき、役員を含むすべての従業員の違反について特定・報告・対処する体制を構築しています。「リスクアセスメント」「啓発および研修」「通報制度の運用」を3つの重点取り組み活動としています。

リスクアセスメント

パナソニックでは、世界の各地域で、優先度の高いリスクを特定・評価し、それらへの見解や対処策を策定しています。リスクを評価する際には、そのリスクが顕在化する頻度や可能性、そして顕在化した場合の影響の大きさという2つの要素で検討しています。

直面するリスクのなかには地域に特有のものもありますが、当社では「公正取引」「輸出・入管理」「贈収賄の禁止」の3つを世界共通の優先課題としています。

啓発および研修

当社では、グループ全員の倫理・法令順守意識のさらなる向上を目的として、さまざまな取り組みを推進しています。その一環として、2006年から毎年9月の1ヵ月間を「コンプライアンス月間」と位置づけ、日常業務において法令やルールが正しく理解されているか、職場に違法な行為や倫理に反する行為がないかを徹底的に見直す機会としています。

この期間には、経営幹部からコンプライアンスに関するメッセージが全従業員に発信されます。また、従業員の意識実態調査も行われ、従業員の意識変化の確認や職場課題の洗い出し、およびその改善に向けた取り組みなどを行います。なお、調査項目には各事業や国・地域の状況に合わせた質問を取り入れています。

また当社では、行動基準に関するeラーニングを米国と日本で導入しており、順次、中国・アジア、他地域での導入を進めています。各地域では、地域の重要なリスクに合わせた内容で実施しています。

事業の拡大にともなって、海外での潜在的なコンプライアンスリスクに関する従業員教育がますます重要になっています。そこで、海外赴任者を対象に海外赴任前研修を開催するとともに、「赴任者のための法務ガイド」を主要な国・地域ごとに作成し、研修を実施しています。

通報制度の運用

当社では、行動基準に対する従業員の認識・順守を確実なものとし、かつ役員を含むすべての従業員が職場に潜在するリスク要因を提起できる仕組みづくりに注力しています。

具体的には、国内外の「公益通報・グローバルホットライン」、性差別などに関する「イコールパートナーシップ相談室」、独禁法などに関する「公正取引ホットライン」、取引先様からの通報を受け付ける「フェア・ビジネス・ホットライン」、そして当社の会計・監査に関する「監査役通報システム」を整備しています。いずれのホットラインでも、通報者に対する不利益な取り扱いは固く禁止されており、秘密が守られます。

また、通報者の方への連絡が不要な情報については、匿名でも通報することができます。

公正取引に関する法令順守

パナソニックは、冷蔵庫用コンプレッサー事業に関するカルテルについて、2010年9月に米国司法省、同年10月にカナダ競争局との間で司法取引を行い、それぞれに対する罰金の支払いに合意しました。また2011年12月には、冷蔵庫用コンプレッサーに関する欧州委員会の決定を受け入れ、制裁金の支払いに応じました。

今後のカルテル防止に向け、当社は従来から推進している独占禁止法のさらなる徹底、とくに、カルテル防止に向けてグローバルなコンプライアンス施策の強化を図ってきました。当社は、2008年に「競合他社との活動に関する規定」を制定し、競合他社との接触に関して順守すべき事項を明示するとともに、役員・従業員が競合他社と接触する場合に、事業場長と法務責任者による事前承認の取得を義務づける制度を導入しました。また、カルテルに関する違反行為を知り得た従業員が責任者へその事実の報告を促す社内リニエンシー制度を設けています。

当社では、社長が議長を務め、関係取締役・役員などが出席するコンプライアンス委員会を年に1回開催し、重要な課題について議論しています。2011年度は、この委員会において、コンプライアンスに関するこれまでの取り組みを総括するとともに、とくに人事面の追加施策について討議しました。また、経営責任者は改めてカルテルには関与しないという当社のポリシーを全社員に向けて強く発信するとともに、引き続き営業、マーケティング部門の従業員に対して、疑わしい行為に遭遇したかどうかを報告するよう求めました。

地域社会への参画および発展への貢献

当社は「育成と共生」を活動理念に、「環境」と「次世代育成支援」の2つを重点分野とした企業市民活動（企業市民としての社会貢献活動）を推進し、世界各地で社会課題の解決に取り組んでいます。

企業市民活動

当社は「育成と共生」という活動理念のもと、利益還元としてではなく社会への投資として、重点分野で継続的な企業市民活動を実施しています。

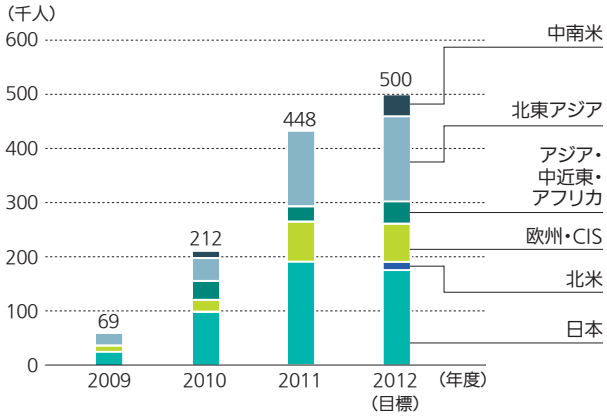
「エレクトロニクスNO.1の『環境革新企業』」になることをめざす当社では、「新興国・途上国の社会課題解決」「社員による地球市民活動」「次世代育成支援」の3つのテーマを重要戦略と位置づけています。また、最も優先度の高い課題を解決していくために、さまざまな取り組みを、課題解決のための「中核プログラム」、中核プログラムにかかわる「関連プログラム」、そして中核プログラムの成功に寄与する「支援プログラム」に分類して効果的に資源を投入しています。

2011年度は、世界共通の環境教育プログラムを用いて各国での環境教育活動を加速させました。また、ミレニアム開発目標（MDGs）の達成に資するよう、新興国・途上国向けの生活改善プログラムを策定しました。さらに、従業員による「地球市民活動」も引き続き推進しました。

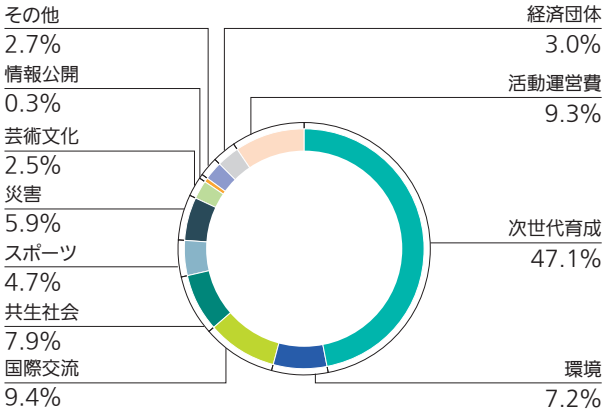
これらを合わせて、2011年度は当社の社会投資のおよそ54%を海外での企業市民活動に充てました。2012年度の目標である海外での企業市民活動70%の達成に向けて、取り組みを強化していきます。

当社の企業市民活動の詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/citizenship/index.html

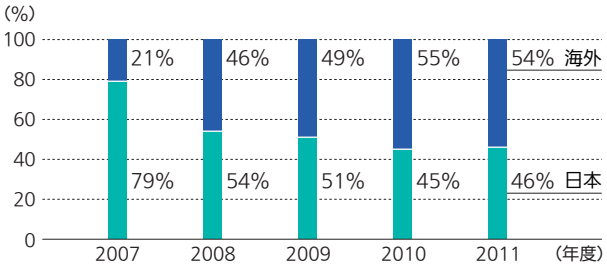
グローバル環境教育の実施人数



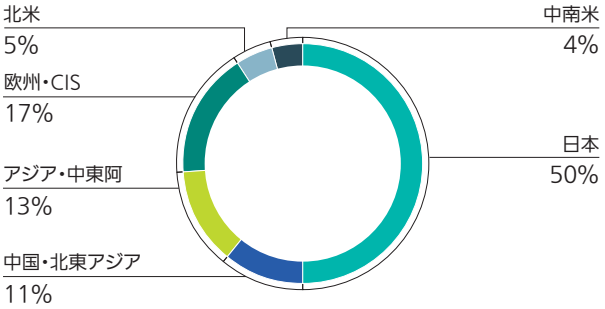
企業市民活動支出の分野別比率（2011年度）



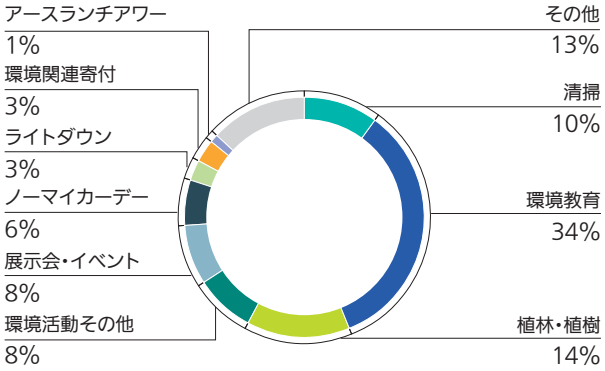
企業市民活動支出の国内外比率の推移



エコリレー※活動 地域別実績（2011年度）



海外におけるエコリレー※活動の項目別実績比率（2011年度）



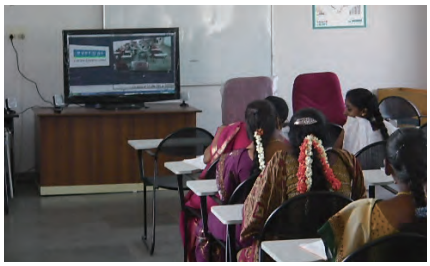
※エコリレーについては72ページを参照ください

新興国・途上国の社会課題解決

現在、世界の新興国・途上国は、貧困、エネルギー、教育、ジェンダー、食料、そして保健衛生などに関するさまざまな課題に直面しています。こうした課題に取り組むため、当社は「事業を通じて地域社会の発展に貢献する」という使命を忘れず、自社が持つ技術、ソリューション、そして専門知識を活用して地域社会が直面する課題の解決をめざします。また、国内外のNPOやNGOを含むさまざまなステークホルダーとの協力を強化し、社会に対する投資効果の最大化を図っていきます。

また、当社は、公共や民間の機関との協定事業にも引き続き参加しています。当社の成長の鍵となるアジアにおいては、世界保健機関（WHO）やアジア開発銀行（ADB）、地方政府やNPO、他の民間団体と協力し、鳥インフルエンザやSARSを含む感染症の流行を防ぐ仕組みの開発など、健康リスクの管理強化に取り組んでいます。

インドでは、タミル・ナードゥ州のカーンチプラム区で、現地のEveronn India Foundationの職業訓練センター（SIPCOTセンター）とともに新たなパートナーシップを立ち上げました。このパートナーシップ協定に基づき、同センターは州営施設として主に社会的権利の低い女性に対して職業訓練や技術向上の機会を提供し、Everonn India Foundationは同センターで職業訓練プログラムを実施し、当社は「ライフイノベーション・コンテナ」を提供しています。このコンテナのソーラー発電と当社製のテレビやコンピュータを用いることで、遠隔教育で職業訓練プログラムを実施することができます。当社のこのようなエナジーソリューションは、州全域、およびインド全国の農村地域や都市郊外で応用が可能です。



ライフイノベーション・コンテナがつくる電気を使った職業訓練

当社の新興国・途上国の社会課題解決の詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/citizenship/solution/

社員による地球市民活動

世界中の人々の生活の改善と向上に向けた技術提供に加え、当社では社員とその家族、そして退職者に世界規模でのボランティア活動への参加を奨励しています。社員がボランティアや企業市民活動にあてる総時間数を2015年度には100万時間以上に増やすことを目標としています。

当社は、社員によるこれらの活動を「パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アース」と名づけ、人、地域、そして活動を地球規模で結ぶ取り組みとして推進しています。2011年度は世界で合計500件を超える環境活動を実施しました。当社社員が参加したエコリレー活動には、日本の山梨県で生物多様性保全を目的に実施された田植えや、「国際森林年」である2011年に実施された複数の森林再生プロジェクトなどがあります。

例えば2011年10月、ドイツ ハンブルク郊外でパナソニックの従業員と地元の小学生が3,000本のブナの木の苗を植えました。参加者は、絶滅寸前のブナの木が地域の生態系に重要な役割を果たしていることを学びました。

当社では、パナソニックの製品やソリューション、ノウハウを用いながら、「ベイス・オブ・ザ・ピラミッド（BOP）」、すなわち開発途上地域の低所得者層が抱えるさまざまな社会課題の解決にビジネスを通じて取り組む「BOPビジネス研究会」を2011年に社内で立ち上げました。研究会では、社内でプロボノプログラム※に取り組むチームなどとも知識を共有し、環境革新企業としての当社ビジョンを実現するべく、討議を発展させています。こうした取り組みの継続がBOPに対するビジネス・ソリューションと持続的な価値をもたらすものと期待しています。

当社のプロボノプログラムに参加するチームのひとつに、パナソニックイノベーションボランティアチーム（PIVoT）があります。PIVoTは、当社の技術開発や事業活動で培った社員の経験やスキルを活かして、新興国・途上国が直面する持続可能性に関する課題解決をめざしています。実施にあたっては、さまざまな専門知識を持つ4～5名の社員でチームを構成し、そのなかの代表メンバーが約1ヵ月にわたってアジアやアフリカなどの新興国・途上国に滞在し、社内外の専門家と連携しながら、現地のNPO／NGOが抱える課題の解決にあたります。

2011年度は、ベトナム中部の都市ダナンに拠点を置く現地NGOとともに、太陽熱を利用して調理を行なうソーラー・クッカーの改良に携わりました。

この地域の貧困層の家庭では、毎日の食事のたびに薪を集めて火をおこしています。そのため、森林伐採が進み、また煙による肺の病気の原因にもなるという課題を抱えていました。そこで現地のNGOは、何年もの間、代替品となるソーラークッカーを製造・販売してきましたが、多くの貧困層の手の届く価格では生産できないという課題が生じていました。

こうしたなか、PIVoTのプロジェクトに参加したメンバーは、現地の社会環境や制約などについて理解を深めるとともに、NGOとともに生産工程の分析やソーラー・クッカーのユーザーへのヒアリングなど、リサーチを実施していきました。

また、当社の製品開発力や製造ノウハウを活かして、最も切実なニーズに機能を絞り込んだ低価格な商品を提案することができました。

このようなボランティア活動は、現地で提携するNPO/NGOにとって、課題解決や新たな活動を広げていく機会となるばかりでなく、ともに活動する当社の社員にとっても、培った知識やスキルを活かしながら新しい経験・文化に触れ、新たなネットワークづくりができる、大きなやりがいを得る機会となっています。さらに、PIVoTのプロジェクトは、パナソニックにとっても現地の持続可能性を阻む社会課題についての新たな理解を得る機会であり、将来的な成長に不可欠な新興国での製品やサービスの開発に役立つものと期待されています。

※プロボノ（Pro bono）とは、職業上持っている知識・スキルと時間を提供して社会貢献を行うことです。

当社の社員による地球市民活動の詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/citizenship/environment/

ベトナムでのプロボノ活動

次世代育成支援

持続可能な社会を実現するために、当社は次世代育成支援に力を入れています。パナソニックキッズスクールでは、小中学生を中心に、世界中の子どもたちの夢や未来を応援するさまざまなプログラムを提供しています。2011年度は29ヵ国、448,000人の子どもたちを対象に、2010年に本社で開発した教材「エコラーニングプログラム」を基本に、それぞれの地域に対応した内容の環境教育を行いました。2018年までに世界の200万人の子どもたちに環境教育を提供することをめざしています。

マレーシアでは、2011年7月、教育省との協働で環境教育活動をスタートさせました。セランゴール州の小中学校10校を対象に、環境保全の大切さ、そのための具体的な行動について考えるもので、授業のカリキュラムの一つとして取り入れられています。

マレーシアでの環境教育活動

また、ブラジルでは2011年8月にサンパウロにある当社ショールームで、9月にはマナウスの工場で、小学生を招いて環境教育を実施しました。

当社の次世代育成支援の詳細については、以下をご覧ください。
http://panasonic.co.jp/citizenship/child/

主要評価指標

以下の表は2011年度における進捗状況をまとめてあります。
環境への取り組みのより詳しい情報に関しては、エコアイディアレポート2012をご覧ください。

グリーン指標

項目				実績	目標			
				2011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※1			4,037万トン	3,700万トン	4,100万トン	• 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		3,787万トン	3,500万トン	3,845万トン		
			省エネ	3,505万トン	3,200万トン	3,485万トン		
			創エネ	282万トン	300万トン	360万トン		
		生産活動		250万トン	200万トン	255万トン		
資源循環への貢献	投入再生資源／投入資源			14.7%	2012年度に＞12%		＞16%	
	廃棄物リサイクル率			98.9%	98.5%	≧99%	≧99.5%	
エナジーシステム事業規模				5,193億円	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13%	2018年度に30%（2009年度比倍増）			

その他の評価指標

	関連ページ	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
海外売上比率	p.2	50%	47%	46%	48%	47%
生産活動におけるCO_2排出量※2（単位：万トン）	p.39-42	473	423	394	400	356
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	p. 42	30	20	17	14	12
非製造拠点からのCO_2排出量※4（日本の自社所有建物）（単位：万GWPトン-CO_2）	p. 44	18.7	17.7	16.8	17.1	18.0

年度	関連ページ	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
ECO・VC 活動における購入先様からの提案件数 ※5	p.59	―	―	512	668	901
女性役付者比率 ※6（各年度の4月時点の数字）	p.63	4.2%	4.5%	4.7%	5.1%	5.4%
女性管理職数 ※7（各年度の4月時点の数字）	p.63	131	169	209	236	258
海外会社社長に占める現地社員比率	p.63	25%	25%	24%	24%	29%
障がい者雇用比率 ※8	―	2.10%	2.05%	2.00%	2.05%	2.07%
在宅勤務利用者数 ※8	―	3,000	5,000	5,500	7,000	7,000
労働災害発生率（件／100万時間）※8	p.64	0.05	0.12	0.08	0.12	0.15
労働災害による損失日数 ※8	p.64	368	4,269	1,773	245	732
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	p.64	0.003	0.039	0.014	0.002	0.006
企業市民活動費の海外比率	p.71	21%	46%	49%	55%	54%

データに関する注記

※1 1台あたりのCO_2削減貢献量が大きいテレビの事業構造改革などの影響を受け、CO_2削減貢献量の2012年度目標を見直しました（CO_2削減貢献量の定義はp.39参照）

※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（kg-CO_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人以上の日本の非製造拠点。購入電力のCO_2排出係数には0.410kg-CO_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、旧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、旧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、旧パナソニック電工および三洋電機は除く）の合計

レポート内容一覧

国際標準に即したサスティナビリティ報告に向けて、当社ではISO26000の中核主題および
GRI G3.1のサスティナビリティレポーティング・ガイドラインを参照しています。
GRIアプリケーションレベルシステムに基づき、
当社は本レポートがアプリケーションレベルBに該当すると自己評価しています。

ISO26000規格の詳細についてはwww.iso.orgをご参照ください。
また、GRIガイドラインの詳細についてはwww.globalreporting.org.をご参照ください。

ISO 26000

中核主題	課題	関連項目	関連ページ
組織統治	1.組織統治の概説 2.組織統治と社会的責任 3.意志決定の過程及び構造	パナソニックのCSR経営と優先課題 パナソニックのコミットメントと参画 コーポレートガバナンス	p.6-7 p.16-17 p.18
人権	1. デューディリジェンス 2. 人権に関する危機的状況 3. 加担の回避 4. 苦情解決 5. 差別及び社会的弱者 6. 市民的及び政治的権利 7. 経済的、社会的及び文化的権利 8. 労働における基本的原則及び権利	労使関係 基本的人権の尊重	p.65 p.67
労働慣行	1. 雇用および雇用関係 2. 労働条件及び社会的保障 3. 社会対話 4. 労働における安全衛生 5. 職場における人材育成および訓練	従業員満足度向上に向けて 従業員の研修と育成 多様性推進への取り組み 労働安全衛生 労使関係	p.61 p.62 p.63 p.64 p.65
環境	1. 汚染防止 2. 持続可能な資源の利用 3. 気候変動の緩和及び気候変動への適応 4. 環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復	環境	p.38-55 エコアイディアレポート2012もご参照ください
公正な事業慣行	1. 汚職防止 2. 責任ある政治的関与 3. 公正な競争 4. バリューチェーンにおける社会的責任の推進 5. 財産権の尊重	リスクマネジメント CSR調達 グリーン調達 倫理観と誠実性のある活動	p.19-21 p.57 p.58 p.69
消費者課題	1. 公正なマーケティング、事実に即した偏りのない情報、及び公正な契約慣行 2. 消費者の安全衛生の保護 3. 持続可能な消費 4. 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決 5. 消費者データ保護及びプライバシー 6. 必要不可欠なサービスへのアクセス 7. 教育及び意識向上	環境配慮商品 資源循環商品への取り組み 創エネルギー商品、蓄エネルギー商品、省エネルギー商品 まるごとエナジーソリューション 地域課題に対するソリューション 製品の品質と安全性 環境ラベル 情報セキュリティ 企業コミュニケーション 顧客満足	p.25 p.26 p.27-29 p.30 p.31-33 p.34-35 p.36 p.36-37 p.37 p.37
コミュニティーへの参画及びコミュニティーの発展	1. コミュニティーへの参画 2. 教育及び文化 3. 雇用創出及び技能開発 4. 技術の開発及び技術へのアクセス 5. 富及び所得の創出 6. 健康 7. 社会的投資	地域課題に対するソリューション 企業市民活動	p.31-33 p.71-73

GRI3.1

標準開示パートⅠ:情報開示のプロフィール			掲載ページ・関係サイトおよび注記事項
戦略および分析	1.1	組織の最上級意思決定者からのメッセージ	p.3
	1.2	主な影響、リスクおよび機会に関する記述	p.3, 4-5, 6-7, 8-15, 19-21, 74
組織のプロフィール	2.1-2.9	組織のプロフィール、報告組織の規模、変更事項	p.2、アニュアルレポート2012
	2.10	報告期間内に受けた賞	p. 80
報告要素	3.1-3.3, 3.5	報告期間、報告の周期、　過去の報告書および報告書の内容決定プロセス	表紙内側ページ、過去の報告書およびデータは当社ホームページをご参照ください。
	3.4	報告書に関する問い合わせ窓口	p.81
	3.6-3.8	報告書のバウンダリー	表紙内側ページ、この報告書の範囲やバウンダリーについて特に制限は設けていません。但し、(たとえば、当社のサプライ・チェーンの持続可能なパフォーマンスに関する情報を加えるなど)当社事業の範囲を超えた部分に報告が及ぶこともあります。
	3.9	データ測定の技法	グローバル標準に基づくデータ測定方法によりデータを算出しました。個別データに関わる詳細な測定方法につきましては、主要評価指標のページおよびその他報告書をご参照ください。
	3.10-3.11	過去の報告書に記載された情報を再掲載することの趣旨と再掲載の理由、および過去の報告期間と著しく異なる点	本報告書において、過去の報告書で記載した情報の再掲載、著しく異なる点はありません。
	3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	p.76-79
	3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行	表紙内側ページ
ガバナンス、コミットメントおよび参画	4.1-4.7, 4.9-4.10	コーポレートガバナンスの構造、方針、およびアレンジメント	p.18、アニュアルレポート２０１２。当社ホームページ「コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方」および取締役と役員のリストをご参照ください。
	4.8	ミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則	p.4-5, 6-7, 16
	4.11	予防的アプローチまたは原則	p.19, 34, 37, 69
	4.12	外部で開発された憲章、原則	当社の行動規範は、他の指針とともに、国連人権宣言、国際労働機関労働の基本原則及び権利に関するILO宣言、OECD多国籍企業行動指針の主要内容を取り入れています。
	4.13	団体および／国内外の提言機関による会員資格	(社)日本経団連、JEITA、CSRヨーロッパ、JBCE、およびBSR等で、リーダーシップを発揮すべく、活動と貢献を行っています。
	4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	p.17 全てのステークホルダーを掲載するリストはありません。
	4.15-4.17	ステークホルダー・エンゲージメント	p.16-17 全てのステークホルダーを掲載するリストはありません。

標準開示パートⅡ: マネジメントアプローチの開示		掲載ページ・関係サイトおよび注記事項
経済	経済パフォーマンスと市場での存在感	p.2、アニュアルレポート2012
	間接的な経済的影響	p.31-33, 70-73
環境	原材料	p.26, 46-49、エコアイディアレポート2012 p.7, 19-22
	エネルギー	p.27-30, 39-42、エコアイディアレポート2012 p.11-16
	水	p.51、エコアイディアレポート2012 p.24
	生物多様性	p.55、エコアイディアレポート2012 p.27
	排出物、排水および廃棄物	p.52-54、エコアイディアレポート2012 p.25-26
	製品およびサービス	p.25-30、エコアイディアレポート2012 p.7, 9, 12-14
	コンプライアンス	p.18
	輸送	p.45、エコアイディアレポート2012 p.18
	その他全般	p.4-5、エコアイディアレポート2012 p.4-6
労働	雇用	当社ホームページ「採用情報」をご参照ください。
	労使関係	p.65
	労働安全衛生	p.64
	研修及び教育	p.62

労働	多様性と機会均等	p.63
	男女間の賃金の平等	従来より、「仕事別賃金制度」を導入しており、報酬体系上、性別による格差はありません。
人権	投資および調達の慣行	p.57
	無差別	p.67
	結社の自由	p.67
	保安慣行	p.67
	先住民の権利	当年度該当なし
	評価と改善	p.67
社会	地域社会	p.70-73
	不正行為	p.69
	公共政策	(社)日本経団連、JEITA、CSRヨーロッパ、JBCE、およびBSR等でリーダーシップを発揮し、公共政策策定に影響および、立案に参加しています。
	反競争的な行動	p.69
	コンプライアンス	p.18
製品責任	顧客の安全衛生	p.34-35
	製品とサービスのラベリングおよびマーケティング・コミュニケーション	p.36-37
	顧客のプライバシー	p.36-37
	コンプライアンス	p.34-35

標準開示パートIII:パフォーマンス指標			掲載ページ・関係サイトおよび注記事項
環境	EN1	使用原材料の重量または量	p.46-47、エコアイディアレポート2012 p.19, 37
	EN2	原材料のうち、リサイクル由来の原材料を使用した割合	p.26,46-47、エコアイディアレポート2012 p.7, 19
	EN3-EN4	一次エネルギー源ごとの直接・間接エネルギー消費量	エコアイディアレポート2012 p.37
	EN5*	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	p.39-45、エコアイディアレポート2012 p.11, 15-18
	EN6*	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための取り組み	p.25, 27-30, 39-40、 エコアイディアレポート2012 p.9, 11-14
	EN7*	間接エネルギーの消費量削減のための取り組み	p.41-45, 58、エコアイディアレポート2012 p.15-18, 29
	EN8	水源からの総取水量	p.51、エコアイディアレポート2012 p.24
	EN10	水のリサイクルおよび再利用が総利用水量に占める割合およびその総量	p.51、エコアイディアレポート2012 p.24
	EN11	保護地域内もしくは保護地域外でも生物多様性の価値が高い地域のうち、所有、賃貸、管理している土地の所在地および面積	p.55、エコアイディアレポート2012 p.27 面積は集計していません。
	EN12	生物多様性への著しい影響	p.55、エコアイディアレポート2012 p.27
	EN14	生物多様性への影響管理のための戦略、 現時点での活動、今後の計画	p.55、エコアイディアレポート2012 p.27
	EN16-EN17	直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	p.45, 74-75、エコアイディアレポート2012 p.15-18
	EN18*	温室効果ガスを削減するための取り組み	p.39-45, 74-75、エコアイディアレポート2012 p.11-18
	EN19	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	p.42, 74-75、エコアイディアレポート2012 p.16
	EN20	NOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質についての種類別排出重量	p.42, 74-75、エコアイディアレポート2012 p.16, 37
	EN21	排水の水質および流出先ごとの総量	p.51、エコアイディアレポート2012 p.24。水質と流出先は集計していません。
	EN22	廃棄物の種類別および廃棄方法ごとの総重量	p.50、エコアイディアレポート2012 p.23および当社ホームページ http://panasonic.co.jp/eco/factory/resource_conservation/ 廃棄物の種類および廃棄方法は集計していません。
	EN23	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	p.51、エコアイディアレポート2012 p.24、および当社ホームページ「環境リスクへの対策」をご参照ください。 漏出の件数と漏出量は集計していません。

環境	EN26	製品への環境影響を緩和する取り組み	p.25, 27-30, 39-40, 46-49, 51-55, 59、 エコアイディアレポート2012 P.9, 11-14, 19-22, 24-27, 29
	EN27	再利用される販売製品およびその梱包材の割合	p.25、エコアイディアレポート2012 p.9。 再利用された販売製品および梱包材の割合は集計していません。
	EN28	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	エコアイディアレポート２０１２、および当社ホームページ「工場におけるコンプライアンスマネジメント」をご参照ください。
	EN29*	製品の移動が、環境に与える重大な影響	p.45、エコアイディアレポート2012 p.18
	EN30	種類別の環境保護目的の総支出および投資	エコアイディアレポート2012 p.38
労働慣行とディーセントワーク（公正な労働条件）	LA1	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	p.2　地域別総労働力の内訳。
	LA2	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別、および地域による内訳	従業員の離職数は集計していません。
	LA4-5	団体交渉協定の対象となる従業員の割合と業務変更に関する最低通知期間	p.65 団体交渉協定の対象となる従業員の割合は集計していません。
	LA7-8	傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合、業務上の死亡者数、および深刻な疾病に関する支援プログラム	p.64, 74-75
	LA10	従業員研修	p.62
	LA13	統治機関の構成および従業員の内訳	p.63
	LA14	基本給の男性対女性の比率	従来より、「仕事別賃金制度」を導入しており、報酬体系上、性別による格差はありません。
	LA15	育児休暇後の復職率と定着率	復職率と定着率は集計していません。
人権	HR1-4	人権条項を含む、あるいは人権についての適性審査を受けた重大な投資協定、人権に関する適性検査と研修を受けた主なサプライヤーおよび請負業者の割合とその総数、および差別事例の総件数と取られた措置	p.67 協定、適性検査、研修の割合と総件数は集計していません。
	HR5-HR7	結社の自由、団体交渉、児童労働対策、強制労働対策	p.67
	HR10-11	人権に関する評価と改善	p.67。評価と改善に関する割合と総件数は集計していません。
社会	SO1, 9-10	コミュニティーに対する事業の影響、著しい悪影響を持つ事業、緩和・防止措置に対する評価	p.14-15, 17, 55, 70-73
	SO2-4	不正行為に関連するリスクの分析をおこなった事業所、不正行為対策の方針および手順に関する研修、不正行為事例に対応して撮られた措置の割合と総数	p.18, 69
	SO5	公共政策に関してとっている立場と、公共政策への参加およびロビー活動	（社）日本経団連、JEITA、CSRヨーロッパ、JBCE、およびBSR等でリーダーシップを発揮し、公共政策策定に影響および、立案に参加しています。
	SO8	コンプライアンス違反に対する罰金額および罰金以外の制裁装置の件数	p.69。違反等については、アニュアルレポートおよびプレスリリース等を通じて、詳細を報告しています。
製品責任	PR1	製品の安全衛生面での影響改善へ向けた評価	p.25, 34、エコアイディアレポート2012 p.9
	PR3	手順に基づき求められる製品・サービスの関連情報の種類	p.36。当社のホームページ「環境ラベル」をご参照ください。
	PR5	顧客満足度に関する取り組み	p.17
	PR6	マーケティング・コミュニケーション	p.36
	PR9	製品に関わる規制への違反件数、罰金額	p.34-35違反等については、アニュアルレポートおよびプレスリリース等を通じて、詳細を報告しています。
経済	EC1	創出したおよび分配した直接的な経済的価値	p.2　アニュアルレポート2012
	EC2	気候変動による財務上の影響およびその他のリスク	p.39-40　エコアイディアレポート2012 p.11
	EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	有価証券報告書（日本語版）をご参照ください。
	EC4	政府から受けた財政的支援	該当なし。
	EC6	各地域のサプライヤーについての方針、業務慣行および支出の割合	サプライヤーの選定、調達方針および私たちの期待することについて、公表し、世界からのサプライヤーを募っています。但し、各地域毎のサプライヤーの割合は集計していません。
	EC7	現地採用の手順、現地のコミュニティからの上級管理職となった従業員の割合	p.63, 74-75
	EC8	主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの進展状況と影響	p.14-15, 70-73, 74-75
	EC9	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	p.31-33, 70-73

社外からの評価

2011年度、当社は、社会や環境に貢献しながら成長していく持続可能性への活動に対して、数多くの評価をいただきました。

社外からの評価の詳細については panasonic.co.jp/csr/recognition/ をご覧ください。

当社は、サスティナビリティ投資において高く評価されている資産管理会社の1つであるSAM社（Sustainable Asset Management）から、CSR分野でのGold（金）クラスを4年連続で授与されました。家電メーカなどが分類されている「Leisure Goods」セクターの環境面で高い得点を獲得しています。

当社は、社会的責任投資（SRI）の世界的なインデックスとして高く評価されているダウ・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）の構成銘柄として、7年連続で選定されています。経済、環境、そして社会面での取り組み実績においてDJSI Worldに認められるのは、世界大手2,500社のうちの上位わずか10%の企業です。

当社は、環境、社会、そしてガバナンスの3つの活動分野での取り組み実績によって12年連続でFTSE4Good Indexシリーズに選定されました。2011年にFTSEグループが開始したFTSE4Good Indexシリーズでは、企業の責任に関して世界的に認められた基準を満たしている企業の取り組み実績が客観的に評価されています。

エネルギー効率に優れた換気扇の製造で市場をリードし続けてきたことが評価され、Panasonic Home & Environment Companyは、米国EPA（環境保護庁）による「2012年ENERGY STAR® Sustained Excellence Award（エネルギー・スター・サステインド・エクセレンス賞）」を受賞しました。また、当社は2010年と2011年に、米国EPAからENERGY STAR® Partner of the Year（エネルギー・スター・パートナー・オブ・ザ・イヤー）を授与されています。

持続可能性コミュニケーション

多様なステークホルダーの皆様にご覧いただくため、当社は持続可能性に関する活動やその実績をさまざまなかたちで報告しています。CSR活動に関する詳細については、当社CSRサイト（www.panasonic.co.jp/csr）を、2012年度版エコアイディアレポートなど、環境活動に関する詳細については環境活動サイト（www.panasonic.co.jp/eco）を、アニュアルレポート2012年３月期版など、業績・財務実績に関する詳細については、IRサイト（www.panasonic.co.jp/ir）をご覧ください。

CSR活動に関する詳細報告
http://www.panasonic.co.jp/csr/

環境活動に関する詳細報告
http://www.panasonic.co.jp/eco/

業績・財務実績に関する詳細報告
http://www.panasonic.co.jp/ir/

※アニュアルレポート　2012年3月期版は、8月中旬IRサイトに掲載予定です

Panasonic
ideas for life

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

2012年6月発行