

# 2006年度的成果与今后的课题

自我评价: ◎(超过目标)、○(完成目标)、△(部分目标未完成)

措施领域	去年的承诺	2006年度的成果	自我评价	今后的课题
质量	<ul style="list-style-type: none"> <li>“质量早期监督体系”在全球的展开。</li> <li>全面掌握FF型煤油暖气机的召回对象机型</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FF型煤油暖气机对象产品的事故为零(2007年3月末,产品的名单掌控率为69.7%)。</li> <li>虽然“质量早期监督体系”发现个别产品存在不合格问题,公司仍把监督范围扩大至面向海外出口的产品。</li> <li>新发生产品安全问题2起。</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续落实FF型煤油暖气机对象产品的零事故措施(继续开展悉数掌握产品情况的活动)。</li> <li>进一步扩大全公司措施的推进、通过体系改善实现快速应对。</li> </ul>
CS(顾客满意)	<ul style="list-style-type: none"> <li>以“综合接待中心”为主,进一步加快将顾客意见反映到商品中去的组织体系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>为在全公司实施将顾客的意见反映到商品中去的措施,公司成立了“全公司VOC委员会”。</li> </ul> <p>※VOC: Voice of Customer(顾客的声音)</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过“全公司VOC委员会”的活动,在全公司共享先行采取行动的各事业领域、其他公司的成功事例和课题,努力实现高水准化。</li> </ul>
人性化设计(UD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>确定语音、web等的新设计指南</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20余种产品上搭载了语音提示功能。英语指南也在完善之中。</li> <li>提高松下电器网站的易用性</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>在全球开展UD活动。</li> <li>实施以日本国内的所有员工为对象的e-learning。</li> </ul>
信息安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>创建可自律提高信息安全的组织。</li> <li>强化生产环节的信息安全等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本建立起了可自律提高信息安全的组织机构。</li> <li>构建起了能迅速把握全球的事故信息,从顾客第一的角度采取应对措施的工作机制。</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>作为中期计划,以强化IT安全、可视化和强化应对新威胁的技术信息保护为支柱。</li> <li>2007年度将重点加强IT安全措施。</li> </ul>
环境经营※ 详情请参照“环境数据手册2007”	<ul style="list-style-type: none"> <li>进一步提高产品的环境效率(防止全球变暖、资源的有效利用)。</li> <li>在全球提高生产阶段的环保措施执行水平。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>实现“防止全球变暖系数2.8”。</li> <li>实现绿色产品开发率96%。</li> <li>全球的清洁工厂认定率达到78%。</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高产品的环境效率。</li> <li>提高所有工厂的环保措施执行水平。</li> <li>在全球推进环境经营。</li> </ul>
遵纪守法活动	<ul style="list-style-type: none"> <li>充实强化有关遵循伦理和法律法规的规划、规则制订、推进和监督等机能。</li> <li>在全球推进守法贸易等的各项措施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>为防止再次发生违反反垄断法的行为,在全公司重新贯彻遵守法令和高标准企业伦理的实践活动。</li> <li>在日本国内开展“遵纪守法强化月”活动,实施贸易遵纪守法的全球措施。</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>充实强化遵守反垄断法状况的监督机能。</li> <li>将“遵纪守法强化月”活动推广到各地和进一步强化全球的遵纪守法体制。</li> </ul>
全球采购	<ul style="list-style-type: none"> <li>与所有交易方重新签订交易基本合同书,据此实施监察。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在全球完成80%的交易基本合同书的重新签署工作。</li> <li>评估环境、质量和信息安全等方面的措施水平,开始实施决定监察频度的“CSR采购评价制度”。</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>在9月份之前,推动完成全球交易基本合同书的重新签署工作。</li> <li>对亚洲、欧美等地的供货商举办“CSR采购方针说明会”,并予以落实。</li> </ul>
企业公民活动	<ul style="list-style-type: none"> <li>落实措施方针的全球共享,完善信息收集体系。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在欧洲的CSR会议上,向集团各公司的负责人宣布措施方针,呼吁进行全球合作。</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过今后CSR活动的网络机制,谋求强化与各地区的合作,重点加强“儿童”、“环境”和“福”3个领域的工作。</li> </ul>
人权·劳动·安全卫生	<ul style="list-style-type: none"> <li>构建不论性别、国籍和年龄的能发挥各类人才作用的组织风气。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>进一步充实支援工作·生活·相协调的上班休假制度。</li> <li>推进积极录用、培养、使用各类人才的措施。</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>创建发挥各类人才、价值观的组织风气。</li> <li>确保和培养可在全球发挥作用的人才。</li> <li>加快以“e-Work”为中心的工作方法多样化速度。</li> </ul>

## 《全球企划委员会》的介绍

作为“全球的松下(Global Panasonic)”实践“CSR经营”的重要措施之一,就是要考虑履行全球性的说明责任。2006年度,公司为更简单明了地宣传松下电器所开展的工作,成立了“全球企划委员会”。委员会成员由来自日本国内以及北美、欧洲和中国等地的人员构成,负责企划和制作报告书和网站。

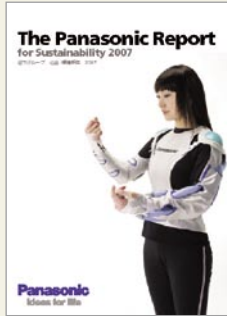


1. Panasonic Europe(株)  
Pamela Fandel
2. 企业交流本部  
乾 逸子
3. CSR 担当室  
有川 伦子
4. Panasonic China(有)  
王 小伟
5. Panasonic China(有)  
王 彦峰
6. Panasonic Corporation of North America(株)  
高桥 治
7. 企业R&D战略室  
浅原 重夫
8. 企业R&D战略室  
松冈 政治
9. 法务本部  
岸本 雅弘
10. CS本部  
柴 信夫
11. 信息安全本部  
带刀 静夫
12. 社会文化小组  
永见 英弘
13. 环境本部  
工藤 慎一
14. 采购本部  
浅井 润
15. 质量本部  
北山 茂
16. 劳政小组  
弓场 良平

# 手册和网站合二为一的CSR报告书

松下电器为向全球的顾客报告CSR活动，除以往的报告书外，还着力实施了用网站报告CSR内容。

## CSR报告书



### 手册

介绍松下电器对CSR的姿态、基本看法的信息



### 网站

介绍具体事例、量化成果的数据文件



## 松下电器 CSR网页

<http://panasonic.net/csr/>

点击松下电器网站首页的“CSR”！



### 特点-1

除手册上刊登的信息外，还刊登了丰富的事例和数据等

### 特点-2

实施利用具有网站特色的动画视频发布信息等新措施

### 特点-3

也可用GRI指南、环境报告书指南进行检索