

企业是社会的公物

今年，本公司迎来了创业 90 周年。自 1918 年创业以来，我们得到了来自各方面的大力支持与客户的青睐，在此表示衷心的感谢。在这个具有深远意义的关键之年，我们回顾创业者 松下幸之助所思考的，在经营活动中实践的“企业的社会责任”，因为“松下电器是社会托付给我们的”。借此机会，再介绍我公司今后的社会责任活动。

企业是社会的公物

“无论是私人企业还是股份公司，从一个侧面来讲，我们可以认为这是以自己的意志而创立的，但是如果站在更高的角度来考虑，那么企业就是维持社会生活，提高文化水平而存在的社会的公物”。

创业者认为企业活动所需要的人员、资金、土地和物品都是公共的，也就是说，企业是社会托付给我们的，因此企业本身也是社会的，即是公物。企业作为社会公物，其“企业的社会责任”就在于通过企业活动以各种各样的形式为社会做贡献，不断提高社会的生活水平。

企业的使命

“企业的社会责任可以是多种多样的，但我认为最根本的当然还是要通过本职工作为社会做贡献。从事物资生产和提供产品的企业，其使命就是开发真正对人们有用的优良产品，尽可能合理生产，以合适的价格提供所需的数量。”

创业者想到，生产者的使命是生产如水般丰富的各种物资并提供给社会，以此让人们的脱离贫困和不便。他一直谨记这个使命，制定了“松下电器奉行的精神”以戒律员工心境。至今“松下电器奉行的精神”仍作为整个集团的基本方针而得到继承。

与地区 and 环境的和谐共存

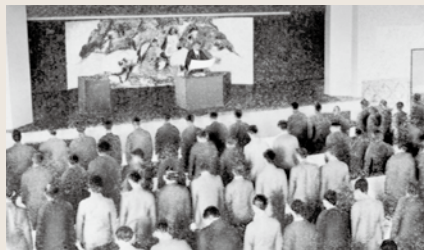
“企业作为社会的公物在社会中开展事业，此时，与实际开展活动的所在地区社会、周围的环境保持和谐共存是十分重要的。对于占有大量土地，拥有众多人员的企业来说，更应该认识到自己是与地区社会及环境一体存在的，要不断协调发展，进而为社会发展做出贡献。”

创业者一直认为企业的使命是在消除贫困的同时保持与地球环境共存，这是重要的社会责任。产业或者说经济，其目的是给人类带来真正的繁荣和幸福，人类不是为了产业而存在的，企业应该率先积极行动，保护无法替代的宝贵的自然环境，否则企业就无法真正实现繁荣发展。

自由竞争中实现共存共荣

“不是只有一个企业繁荣发展，而是必须通过其活动，让社会也实现繁荣。实际上即便在一定时间内，只有自己的公司得到发展，但这种情况也不会长久持续。没有共同的繁荣，也就不能实现我们所倡导的共存共荣，就不会有真正的繁荣和发展。”

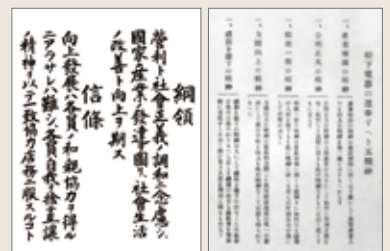
关于客户，创业者一直认为双方作为独立的企业要考虑到对方的立场及发展，在此基础上一起应对社会的要求，这样才能实现双方的共同繁荣。同时，



1932 年 第一次创业纪念典礼中明示了事业活动的真正使命



丰富人们生活的主要家电商品群



实践经营理念的行动准则“纲领”、“信条”、“奉行的精神”

认为在实现共存共荣的基础上，要杜绝串通勾结和过度竞争，“遵守法则、自由且公正的竞争”是整个行业以及社会的繁荣所不可或缺的。

履行21世纪的社会责任

创业者以“日日创新”的精神站在时代的潮头，率先尝试创新。其中之一就是引入了1960年公布的“双休日制度”。在当时的日本，几乎没有企业实行双休日制度，公司内对此也多存质疑，而创业者说：“在面临经济困难的时候，实施每周5天工作制并不是容易的事情。希望大家充分理解这一点，要有决心用超过发达国家美国的高效率来面对这个变化”。他的话语激发了员工的觉悟和奋斗意志。紧接着创业者又用5年时间开展了“生产率倍增运动”，在企业能够承受每周双休制的基础上付诸实施。

本公司于2007年将削减二氧化碳排放纳入了经营指标，并重新审视所有的事业活动，以便能够实现该诺言。我们所考虑的是效仿40多年前我公司先于其他公司导入“双休日制度”时的作法，通过尽早开展环境工作，在实现企业成长的同时削减二氧化碳。

在1946年7月第二次世界大战后最初的营业所长会议上，创业者首次在公开场合使用“企业是社会的公物”这一概念。

他说：“生产、销售和利润是最重要的。但是那只不过是第一阶段，更为重要的是要贯彻松下电器的思想和经营理念。这样，我们的商品就能打动客户的心，产

生超过商品本身的信誉，让客户信赖 National 的品牌。”

创业者认为，重要的是创建一个即便出现了不良品，也能迅速按照经营理念进行改善的公司。这就是增加客户的信赖，提高品牌力，即“在品牌中体现经营理念”的思想。

本公司将在今年10月将公司名称变更为“Panasonic Corporation”，Panasonic 和 National 两个品牌也将统一成“Panasonic”。创业者精神的核心可以归纳为“企业是社会的公物”、“客户第一”、“日日创新”这三点，但作为其根本灵魂之所在，即“坦诚之心”是十分重要的。在全球化愈演愈烈的当今世界，如果用一颗“坦诚之心”来思考本公司现状的话，创业者也一定赞成变更公司名称。

公司名称虽然改变了，但无论是什么时代，本公司的经营理念都不会改变。时代变化越剧烈，越要重视原本的创业精神，决不安逸于过去90年的传统，每一位员工都会在各自己的立场上不断实践经营理念。

进入21世纪，对于企业的社会责任来说，也必须从整个地球的角度来思考。这个想法也体现在“Panasonic ideas for life”的品牌口号中。我们向全世界的人们提供明天的生活方式提案，并通过它不断为地球的未来和社会的发展作贡献”。这已经以“品牌宣言”的形式，向全世界的客户作出了承诺。今后，在 Panasonic 品牌的指引下，进一步努力开展工作，实现21世纪的社会责任，“为地球的未来和社会的发展作贡献”。



在收音机的生产活动中，为了整个行业的发展，购买了重要的专利并公开

Panasonic
ideas for life

品牌宣言

Panasonic 创造的是让生活丰富多彩的“创意”。
向全世界的人们提供明天的生活方式提案，
为地球的未来和社会的发展不断做出贡献。