

**Panasonic**

**2017**

**台灣Panasonic集團企業社會責任報告書**

**Taiwan Panasonic Group  
Sustainability Report 2017**



# 關於報告書

## 範疇與邊界

本報告書涵蓋台灣 Panasonic 集團 (以下簡稱本集團) 於 2017 年度企業永續經營及社會責任實踐績效，包含經濟與財務狀況、環境保護、員工照顧社會參與等相關數據與資訊。基於顯著性及數據代表性等相關考量，部份環境面及社會面績效以負責主要生產活動之台灣松下電器股份有限公司為數據揭露之主體，並視相關數據之性質，適時納入集團內其他公司之數據資訊。

## 計算依據

本報告書參照全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) GRI 準則永續性報告書指南之核心揭露 (Core) 選項編撰，並以公開、透明、誠信的原則，向利害關係人揭露台灣 Panasonic 集團在企業社會責任方面的策略、投入及績效。

## 報告書期間

本報告書揭露 2017 年度 (2017 年 1 月 1 日至 12 月 31 日) 台灣 Panasonic 集團各項企業社會責任管理方針、重大性議題、回應及行動的績效資訊。考量台灣 Panasonic 集團內部資料收集年度為前一年度 4 月 1 日至次年度 3 月 31 日，若遇此情形則於報告書中特別註明資料收集期間之相關資訊。此外，為了完整呈現企業社會責任各面向執行成果及呈現逐年變化趨勢，部份議題內容及資訊溯及至過往年度。

## 報告書發行週期

台灣 Panasonic 集團企業社會責任報告書以每年定期出版為原則。前一年度 (2016 年) 報告書於 2017 年 6 月出版發行，本年度發行時間則為 2018 年 6 月。下一期報告書 (2018 年度) 預計於 2019 年發行。

## 報告書聯絡資訊

如對於報告書內容有任何問題，請洽以下聯絡窗口：

台灣松下電器股份有限公司 公關中心

02-2223-5121#1089

Webinfo@tw.panasonic.com



更多公開資訊請參見台灣 Panasonic 官方網站：

<http://www.panasonic.com/tw/>

# CONTENTS

## 目錄



2017 年



2016 年



2015 年



01 關於報告書

04 經營者的話

## 1

06 深耕 / 責任開始

08 Panasonic 永續軌跡

08 A. 沃土深耕，松下成蔭

10 B. Panasonic 集團永續願景

12 C. 台灣 Panasonic 集團概況

14 D. 歷史沿革

16 互動傾聽

16 A. 利害關係人溝通

18 B. 重大議題鑑別與回應

## 2

22 沃土 / 堅實基礎

24 關於 Panasonic

24 A. Panasonic 經營理念

25 B. 事業與版圖

29 C. 永續發展與合作

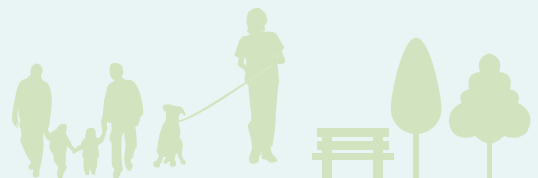
30 穩健紮根

30 A. 董事會運作與職能

30 B. 治理組織架構

31 C. 誠信正直

31 D. 掌握風險





# 3

## 36 拾種 / 價值創新

### 38 Panasonic 產品

39 A. 智慧家電

41 B. 智慧家居

44 C. 智慧商務

### 46 品質精進

46 A. 產品責任

47 B. 品質管理

### 48 服務貼心

48 A. 貼近需求

52 B. 客戶溝通

### 56 價值鏈共行

56 A. 供應商管理

57 B. 供應商稽核與評估

59 C. 經銷商夥伴合作

# 4

## 62 育成 / 幸福職場

### 64 人才培植

64 A. 員工概況

66 B. 人力資源政策

67 C. 課程與訓練

### 71 成長茁壯

71 A. 福利與資源

74 B. 安全防護

77 C. 職場健康

# 5

## 80 霖澤 / 環境保護

### 82 Panasonic 綠色承諾

### 84 珍愛自然

84 A. 節能減碳

87 B. 水資源管理

89 C. 廢棄物資源化

90 D. 環保支出

# 6

## 94 成蔭 / 社會共榮

### 96 關懷與動員

96 A. 教育與合作

97 B. 環保與應用

98 C. 社會公益與慈善捐獻

102 附錄



## 經營者的話

### 沃土 - 堅實基礎

創業者松下幸之助先生為 Panasonic 集團留下「貫徹為產業人的本分，圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」的價值觀，Panasonic 進入台灣 55 年來時時刻刻提醒著自己，要妥善發揮自身核心能力，不斷開創多元化的產品與服務，並以在地永續發展為方針，為人們的幸福和社會的發展做出貢獻，也為地球更美好的未來盡一份心力。

### 拾種 - 價值創新

正是因為這樣的價值觀，台灣 Panasonic 集團最初以家電為始、提昇社會大眾生活為宗旨，隨著時代和科技演進下，憑藉著我們「家電 DNA」的根基，將業務拓展至多個領域，從創業之初在中和一個廠區，發展至多元服務項目的營運版圖，包含生活家電、系統設備、工廠自動化設備及解決方案、環境方案、居家內裝、營造建築，及大型冷凍冷藏設備等業務範圍。透過集團跨領域專業優勢的整合，積極進行多元的在地合作，將智慧創新的解決方案應用於各種領域，近年也順應著科技和社會大眾需求，持續拓展智慧生活解決方案，並提供包含 SUMAie、Smart APP 等智能控制系統產品與技術，為消費者勾勒未來智慧、便利的新生活藍圖。

### 霖澤 - 環境保護

在發展多元、創新產品的同時，台灣 Panasonic 集團更努力落實對於對這片土地的保護。我們依循日本 Panasonic 發表的「2018 全球環境目標」，每年追蹤各類環境績效成效，並推行諸多節能減碳、廢棄物資源化





專案，以減少營運過程中對環境的衝擊。在打造綠色營運的過程中，我們也意識到，唯有產品和製程都包含對環境的關懷，才能真正落實我們的承諾，因此我們積極引進相關技術，希望將這樣的美好願景帶入台灣大眾的生活。因此除了推行產品取得台灣本地的環保、省水等標章外，台灣 Panasonic 集團也積極引入母公司智慧、省能源技術，應用於多樣化產品，如大眾耳熟能詳的「ECO NAVI」，便是我們深耕台灣的痕跡。

## 成蔭 - 社會共榮

在台灣逾 50 年的營運中，我們深深體認到企業的穩健發展，實有賴於社會大眾的支持。台灣 Panasonic 集團立足於「造福社會的精神」，不僅紮根人才培育、連續 29 年舉辦獎學金，更進一步思索如何結合我們的核心事業能力，發揮產業所能提供的社會價值，因此我們積極連結產、官、學界辦理相關活動，並與在地非營利組織合作，貢獻技術力與產品力，協助產業發展、提供弱勢美好生活，希望從各個層面建構與在地社會長期而密切的連結，善盡身為產業人的本分，展現品牌真正的價值。

回顧過去，台灣 Panasonic 集團以堅實的技術與踏實的脚步，在台灣這塊土地播下良善的種子，並吸取養分、成長茁壯；展望未來，希望已然成為堅實大樹的台灣 Panasonic 集團，能為社會帶來一股安定人心的力量，與台灣社會共同面對快速變化的環境，共創新價值。Panasonic 的品牌口號「A Better Life, A Better World」，A Better Life 追求的是藉由我們所提供的產品、服務，協助提升人們的生活水準；而 A Better World 方面，則是希望透過在地合作，用我們事業的力量，共同來解決社會的課題，對永續發展做出貢獻，與台灣社會共同實現「A Better Life, A Better World」的美好願景。

林淵傳

Panasonic 集團中國·北東亞 台灣地區統括本部 總責任者  
台灣松下電器股份有限公司／總經理 林淵傳

# 深耕

# 1

## 責任開始

### Panasonic 永續軌跡

- ▶ 沃土深耕，松下成蔭
- ▶ Panasonic 集團永續願景
- ▶ 台灣 Panasonic 集團概況
- ▶ 歷史沿革

### 互動傾聽

- ▶ 利害關係人溝通
- ▶ 重大議題鑑別與回應







# ↻ Panasonic 永續軌跡

## A 沃土深耕，松下成蔭

自 1962 年台灣松下電器成立起，台灣 Panasonic 集團開始了深耕台灣、與社會共同成長的旅程；經過 55 年，台灣 Panasonic 集團已然茁壯，成為包含台灣松下電器、松下產業科技、台灣松下電材、台灣松下多層材料、台灣松下電腦、台灣松下環境方案、台松電器販賣、台灣松下營造、聯淞微電子、台灣松下商用設備等十家公司的大家庭。同時，台灣 Panasonic 集團對於外部社會的貢獻也逐漸開花結果，在產品技術發展、人才養成培育、社會關懷貢獻、環境保護優化等面向上，皆有深植人心的優良實績。在日本母公司歡慶 100 周年之際，台灣 Panasonic 集團也十分榮幸能夠與台灣社會分享長期深耕長出的果實，並展望共同創造更美好的生活、更美好的世界。

面 向

台灣 Panasonic 集團在地貢獻

對應之聯合國永續目標 (SDGs)



▶ 智慧家電

透過環保節能技術 ECONAVI，並結合智慧住宅解決方案，如 SUMAie、Smart APP 等，幫助消費者達到美好生活品質的同時，也能兼顧環保。

▶ 智慧家居

從建築本體建材，到內部家具、環境燈光，Panasonic 集團整合各公司研發成果，打造考量通用設計、提升生活品質的智慧家居。

▶ 智慧商務

推出店鋪、工廠解決方案，持續運用 Panasonic 先進的技術，與台灣的工、商業界共同朝向永續、環保、智慧的目標邁進。



目標 7 確保所有的人都可取得負擔得起、可靠的、永續的，及現代的能源



目標 9 建立具有韌性的基礎建設，促進包容且永續的工業，並加速創新



### 人才養成 培育

於 1989 年設立台灣松下留日獎學金制度，其後於 2014 年推出台灣 Panasonic 獎學金制度，獎勵優秀學子深造，至今培育的人才於台灣的企業、學術等各領域皆持續發光發熱；2015 年起舉辦綠色生活創意設計競賽，激發更多關於綠色產品設計與應用的創意，共同引領台灣持續發展與進步。



目標 4 確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習



### 社會關懷 貢獻

台灣 Panasonic 集團為落實企業社會責任，多年來不斷推動各項公益活動，包含急難救助、家電捐贈、志工活動等，期望能結合集團各公司的專業能力，於台灣社會中貢獻我們的力量，在營運中創造更好的社會。



目標 3 確保健康及促進各年齡層的福祉



### 環境保護 優化

台灣 Panasonic 集團不僅遵循及落實日本母公司所訂定之 2018 全球環境保護目標，更於 2011 年發表「台灣環境宣言」，於商品、生產、員工活動等面向，全面推動節能減碳措施，並提前於 2015 年達成目標。



目標 12 確保永續消費及生產模式



目標 13 採取緊急措施以因應氣候變遷及其影響



## B Panasonic 集團永續願景

### Panasonic 追求的目標姿態

與「產業」合作夥伴一起擴展顧客「美好生活」



今後 Panasonic 追求的目標姿態是，與各個行業合作夥伴們一起 Engineering A better World for you 為人們締造更美好生活。

即，在繼承貼近顧客生活的「家電 DNA」的同時，從住宅、社會、商務、旅行、汽車等多個空間・領域，擴展顧客的美好生活。

這些空間都與各大產業密切相關，Panasonic 將與這些產業合作夥伴一起開展事業，力爭實現為顧客做更大的貢獻。

如今，全世界在社會、經濟、產業…各個方面都發生巨大轉變。為了確保 Panasonic 集團永遠是一家「為社會發展做貢獻的企業」，我們將立足於經營理念，透過獨特的技術、產品、服務，進一步豐富人們的生活，並為與地球環境共存作貢獻為基礎，展開從台灣到亞洲以至全世界的產銷活動，為更美好的生活方式提供新價值，讓每位客戶實現「更美好的生活，更美好的世界」，不斷開拓新的未來。



台灣 Panasonic 集團 2017 年度重要永續績效如下，詳細績效內容則請見報告書各章節。



### 經濟績效

- 集團年營業額成長 **61 億**，達到 **1,022 億**
- **連續 19 年**獲得讀者文摘信譽品牌的肯定，並有 **3 項**商品獲白金獎，**7 項**商品獲金獎，累積獲獎數量達 **101 項**，為**業界最多**
- 技術研發人員共 **310 人**，專利研發數達到 **50 項**
- 技術研發金額較前一年度成長逾 **1 億元**，達 **8 億元**
- 成立台灣松下商用設備公司



### 環境保護

- 2017 年產品取得政府**環保類標章**，總計達 **937 件**
- 廠區達成**零毒化物**，並已完成註銷核備、解除列管
- 廢棄物資源化率達 **99.66%**
- 環保支出達 **2,533 萬元**，較前一年度成長 **11.3%**
- 投入約 **1,000 萬元**汗水回收措施建置、管路汰換和更新，提升水回收比例達 **100%**



### 社會共融

- 1970 年簽訂第一次團體協約，是台灣簽訂團體協約**歷史最悠久**的企業
- 客戶滿意度達 **92.3%**
- 2017 年度休假總日數 **126 日**，優於法規要求 **109%**
- 總計辦理 15 項安全衛生課程，總上課時數達 **7,507 小時**
- 台灣松下電器成立 **55 週年**，舉辦歷史回顧展
- 社會參與支出達 **758 萬元**

## C 台灣 Panasonic 集團概況

我們不斷為顧客創造新的生活價值，追求成為創造顧客價值之企業；我們秉持「製造立社」的精神，結合開發、生產、販賣等力量，提供能提昇顧客生活品質的產品與服務。在台灣，Panasonic 集團有十家公司分別從各個專業領域朝此目標加以努力。

### 製 造



#### 台灣松下電器股份有限公司

資本額：新台幣 3,422 百萬元

員工人數：2,500 人

地址：新北市中和區

主要產品為 Panasonic 家庭電化、汽車電子、零組件及系統、設備商品及整合解決方案事業。



#### 台灣松下電腦股份有限公司

資本額：新台幣 91 百萬元

員工人數：800 人

地址：新北市中和區

主要營業項目為工業用或特殊用途之強固筆記型電腦、平板電腦及其週邊、終端設備或重要配件之製造與銷售。



#### 台灣松下多層材料股份有限公司

資本額：新台幣 780 百萬元

員工人數：373 人

地址：新竹縣湖口鄉

主要從事電路板材料 (IC-Substrate 材料、多層板的材料) 之製造，往來客戶多為國內外知名之印刷電路板業者。



#### 台灣松下電材股份有限公司

資本額：新台幣 250 百萬元

員工人數：206 人

地址：桃園市大溪區

主要生產住宅用配線器具、電子高機能商品、分電盤、各種斷電器，為生產高品質、高可靠性之電設資材綜合廠商。



#### 聯淞微電子股份有限公司

資本額：新台幣 6 百萬元

員工人數：6 人

地址：苗栗縣竹南鎮

主要為半導體記憶體之控制及產品開發生產。



## 販 賣



### 台松電器販賣股份有限公司

資本額：新台幣 700 百萬元  
員工人數：520 人  
地址：新北市中和區

Panasonic 家電商品銷售及售後服務的綜合性公司。



### 松下產業科技股份有限公司

資本額：新台幣 387 百萬元  
員工人數：232 人  
地址：台北市信義區

積極培養國際性專業人才，引進最新科技商品，提供台灣電子、電機及車載產業之製造商，促進台灣產業升級。



### 台灣松下環境方案股份有限公司

資本額：新台幣 26 百萬元  
員工人數：50 人  
地址：台北市中山區

主要業務分為環境工程事業、電材事業、系統事業、照明事業、住建事業、機構控制部品事業，行銷點遍佈全台灣。



### 台灣松下商用設備股份有限公司

資本額：新台幣 234 百萬元  
員工人數：36 人  
地址：台北市中山區

主要業務包含冷凍冷藏設備、廚房設備、商業用空調之銷售及安裝工程；及後續維修、保養服務。

## 營造/其它服務



### 台灣松下營造股份有限公司

資本額：新台幣 530 百萬元  
員工人數：130 人  
地址：新北市五股區

主要為提供在台企業主、居住者的居家整體解決方案，引用日本「住宅裝修」、「住宅建造」、「城鎮建造」、「銀髮族設施建造」、「老人長照事業」的技術及知識，給予全方位一貫化的服務。

## D 歷史沿革

### >> 創業奠基與建設發展 >>

#### 1962 → 1991

- 1991 年 /
  - ◆ 台灣松下環境方案股份有限公司成立
- 1990 年 /
  - ◆ 台灣松下電腦股份有限公司成立
- 1987 年 /
  - ◆ 台灣松下電材股份有限公司成立
  - ◆ 台灣松下多層材料股份有限公司成立
  - ◆ 設立台灣松下留日獎學金制度
- 1976 年 /
  - ◆ 松下產業科技股份有限公司成立
- 1969 年 /
  - ◆ 產銷冷氣機、彩色電視機
- 1965 年 /
  - ◆ 產銷烤麵包器、電冰箱
- 1963 年 /
  - ◆ 產銷電晶體收音機、電鍋、黑白電視機
- 1962 年 /
  - ◆ 台灣松下電器股份有限公司成立，使用「國際牌」及「National」產銷收音機、電唱機、揚聲器

### >> 承先啟後 >>

#### 1991 → 2002

- 2002 年 /
  - ◆ 松下資訊科技股份有限公司加入集團體系
- 2000 年 /
  - ◆ 台松電器販賣股份有限公司成立
- 1997 年 /
  - ◆ 取得環境管理系統 ISO 14001 認證
- 1996 年 /
  - ◆ 榮獲第七屆國家品質獎
- 1994 年 /
  - ◆ 電冰箱領先業界取得「環保標章」
- 1993 年 /
  - ◆ 獲環保署頒發「企業環保獎」
- 1992 年 /
  - ◆ 成立台灣松下技術服務公司、財團法人台灣松下文教基金會



## 環境革新

### 2003 → 2013

#### 2012 年 /

- ◆取得資訊安全管理 ISO27001 認證
- ◆捐贈桃園縣 Panasonic 森林、認養新北萬里 Panasonic 海灘、設立台灣 Panasonic 展示館

#### 2011 年 /

- ◆成立台灣松下營造股份有限公司
- ◆集團共同發表「台灣環境宣言」

#### 2010 年 /

- ◆發表 ECO NAVI 智慧節能科技產品

#### 2008 年 /

- ◆電獲第 18 屆國家品質獎，製造業唯一兩度獲獎
- ◆台松電器販賣公司統合系統販賣、售後服務三公司合一再出發

#### 2003 年 /

- ◆商品統一使用 Panasonic 品牌

## 在地共融

### 2014 → 2015

#### 2015 年 /

- ◆獲頒勞動部「國家人才發展獎」大型企業獎
- ◆連續三年榮獲經濟部頒贈電子資訊國際夥伴績優廠商
- ◆六項產品獲讀者文摘「信譽品牌」金獎、冰箱 / 洗衣機獲白金獎

#### 2014 年 /

- ◆連續五年蟬聯數位時代「綠色品牌」家電類首獎
- ◆與全國電子合作，於台南、林口及高雄三店設立「Panasonic 未來意念館」
- ◆發表 ECO NAVI 智慧節能及 nanoe 奈米水離子淨化雙科技產品
- ◆聯淞微電子股份有限公司成立
- ◆香港商松下企業有限公司台灣分公司成立

## 永續承諾

### 2016 → 2017

#### 2017 年 /

- ◆PCN 新任橫尾總代表與卸任大澤顧問來台拜訪洪董事長及經濟部沈榮津次長
- ◆發表第二本「台灣 P 集團 CSR 報告書」，台灣松下電器 CSR 實績榮獲大中華區企業社會責任典範獎，台灣松下電器林淵傳總經理獲頒責任之星獎項
- ◆台灣松下電器空調社及台灣松下商用設備公司成立
- ◆空調科系家電實習器材捐贈四年計畫第三年捐贈式在高雄中正高工舉行

#### 2016 年 /

- ◆Panasonic 台南「智慧低碳實踐屋」啟用
- ◆「UD 夢想家松下生活體驗館」開幕
- ◆發表首部「台灣 Panasonic 集團 CSR 報告書」
- ◆「Panasonic Living Showroom Taipei」開幕
- ◆Panasonic 台中霓虹廣告塔落成啟用

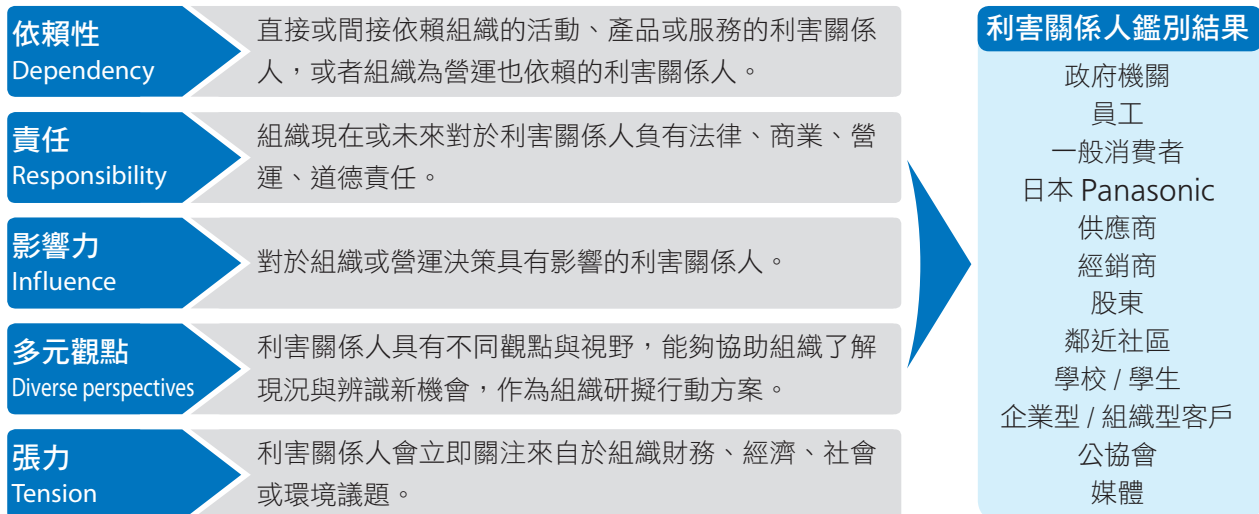


## 互動傾聽

### A 利害關係人溝通

台灣 Panasonic 集團參考 AA1000SES 利害關係人議合標準，根據依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力等五大要素，由各重要部門鑑別出主要的利害關係人，做為後續利害關係人關注議題調查對象。

#### 利害關係人評估要素



#### 溝通管道

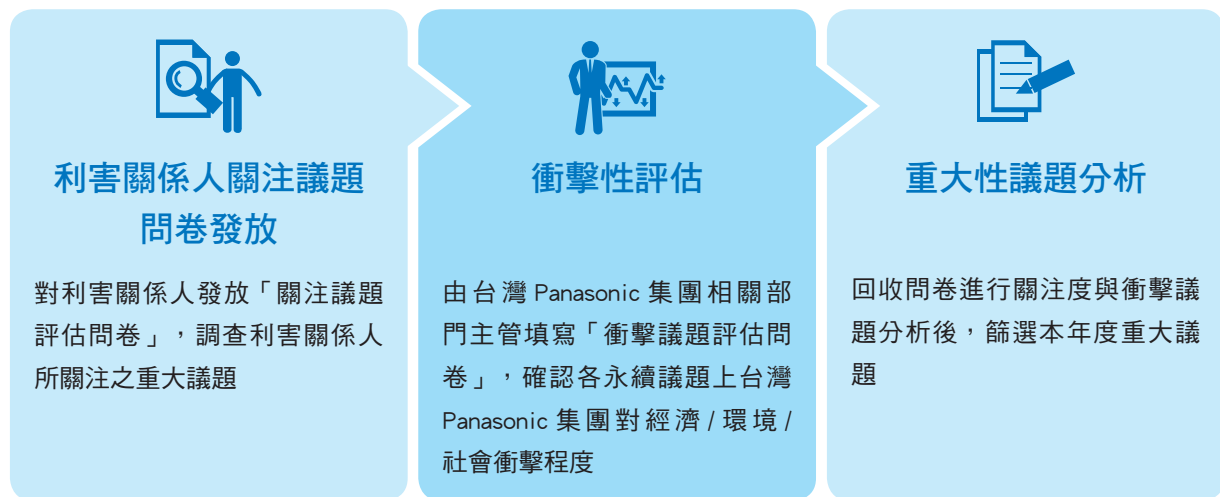
台灣 Panasonic 集團極度重視各方利害關係人之意見與關注議題，並透過多樣化的溝通管道，確保能通暢及有效地與利害關係人進行意見交流。彙整 2017 年與主要利害關係人之溝通管道與做法如下。

利害關係人類別	溝通議題	溝通管道	溝通頻率
政府機關	職業訓練、補助及獎項申請、各項法規及申報、智慧方案提案、展示會參展	E-MAIL/ 電話 / 信函 / 網站、宣導及溝通會議、監理及查核活動(不定期)、企業工會會務評鑑(每年)	除企業工會會務評鑑為每年，其餘為不定期
員工	制度與內部訊息傳達、技能提升、環境 / 工安 / 產品品質、法規遵循及資訊安全、薪資福利	教育訓練 / 研習會 / 檢討會、內部網站、E-MAIL/ 電話 / 面談 / 勞資會議	勞資會議為每季，其餘為不定期
日本 Panasonic	營運及永續績效、法務事項、新品開發、新聞發布、員工研修	E-MAIL/ 電話 / 信函 / 會議、監查及評估、月報、研習會	月報為每月，其餘為不定期
供應商	交易事項、法律及資訊安全、行銷活動、環境及化學管理審查、勞務提供	E-MAIL/ 電話 / 信函 / 會議、教育訓練、供應商稽核(每年)、供應商大會、松榮會(不定期)	供應商大會與稽核為每年辦理，其餘為不定期
一般消費者	客服事項、需求趨勢、產品安全	電話 / E-MAIL/ 書面信函 / 傳真 / 公司網頁 / Club Panasonic/Facebook、拜訪及面談、營業活動、產品說明標示、簡訊	不定期
經銷商	商品促銷、商品運送	電話 / E-MAIL、業務拜訪、座談會	不定期
股東	股東事務	電話 / E-MAIL/ 書面信函、股東大會	股東大會為每年，其餘為不定期
鄰近社區	社區環境維護、敦親睦鄰、抱怨處理	電話、社區 / 里民活動參與	不定期
學校 / 學生	獎學金發放、產學合作促進、建教生合作事宜	拜訪 / 座談 / 電話 / E-MAIL/ 書面信函	不定期
企業型 / 組織型客戶	交易事項、環境數據查核、解決方案及實証場建置、客戶服務	E-MAIL/ 電話 / 信函 / 會議 / 傳真 / 參訪 / 簡訊	不定期
公協會	展示會參展、意見表達、法令及權責	電話 / E-MAIL/ 書面信函 / 會議 / 拜訪、幹部研習會(不定期)	不定期
媒體	企業相關新聞、品牌廣告、宣促活動	記者會、新聞稿發送、電話 / E-MAIL/ 會議	不定期

## B 重大議題鑑別與回應

### 重大議題分析方法

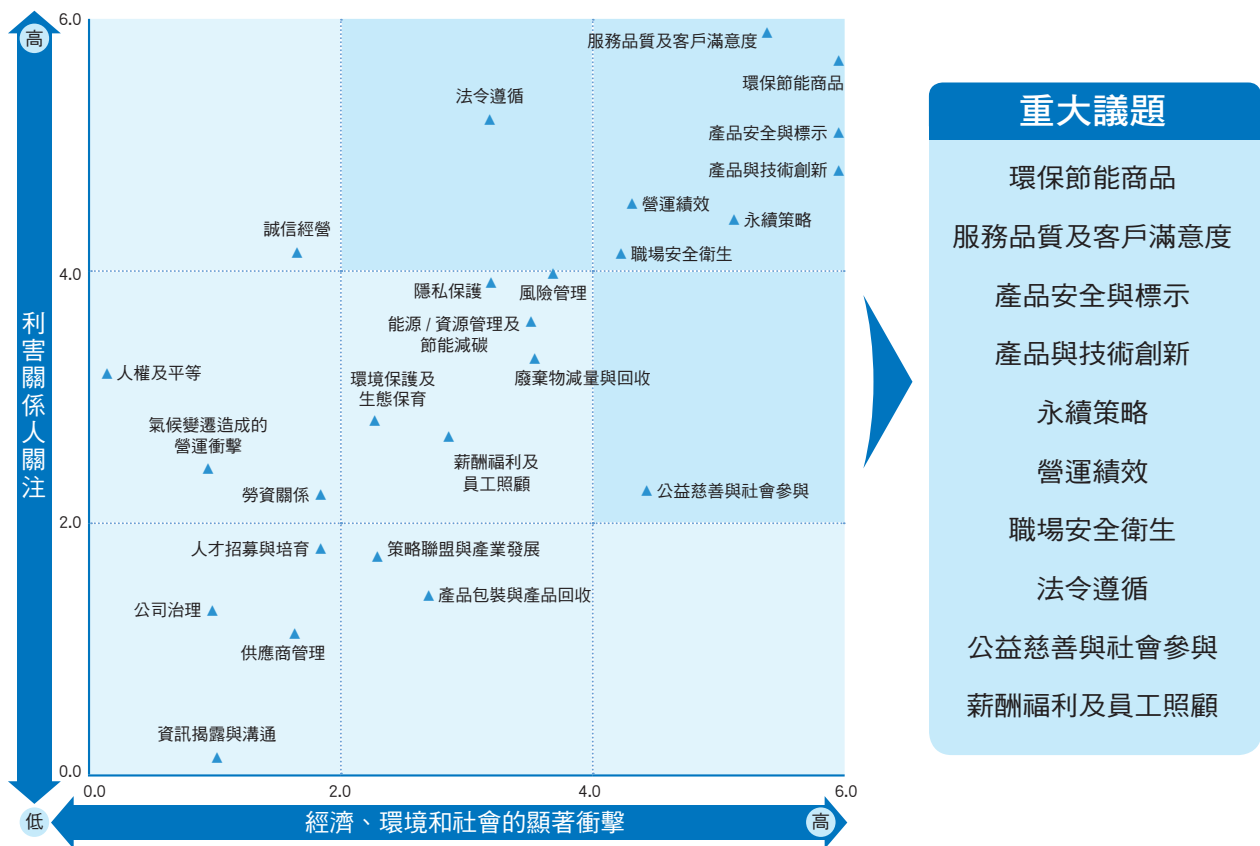
在完成利害關係人鑑別後，台灣 Panasonic 集團依據 GRI 準則相關要求進行重大議題分析，流程如下。





## 重大議題與範疇邊界

依前述流程鑑別 2017 年台灣 Panasonic 集團重大性議題結果矩陣圖所示，其中右上方的區塊中所涵蓋的議題，表示對外部關注與衝擊程度皆為高依此原則選定重大議題共 9 項，包含環保節能商品、服務品質及客戶滿意度、產品安全與標示、產品與技術創新、永續策略、營運績效、職場安全衛生、法令遵循、公益慈善與社會參與等，除此之外，考量 2017 年外部趨勢與利害關係人關注情形，另納入薪酬福利及員工照顧，並於後續報告書內容中進行相關內容及績效之揭露。



由前述重大議題鑑別結果對應 GRI 準則主題共 10 項，為反應特定主題對重要價值鏈的影響，台灣 Panasonic 集團亦鑑別各主題對應之邊界，確實掌握各主題的衝擊範疇，以發展完善的集團內管理方針。

重大議題	對台灣 Panasonic 集團的意義	重大主題	管理方針	評量與管理機制	衝擊邊界	對應章節
環保節能商品	本集團長期發展節能技術產品，也持續於生產過程中減少對環境的衝擊，希望為環境保護盡一份心力	能源	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 全力達成 2018 全球環境目標</li> <li>■ 家電產品搭載 ECO NAVI 並取得環保 / 節能標章</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 每年追蹤環境目標達成情形</li> <li>■ 增加 ECO NAVI 產品</li> </ul>	直接衝擊：本集團、客戶 間接促成衝擊：日本總公司、鄰近社區	05 霖澤 環境保護
		排放	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 推動節能減碳措施並於工廠屋頂設置太陽能板</li> <li>■ 產生廢水均進行妥善處理、符合法定標準後才排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 每年確認標章取得情形</li> <li>■ 每年追蹤減碳成效與太陽能板發電情形</li> <li>■ 每半年進行水質檢驗</li> </ul>	直接衝擊：本集團 間接促成衝擊：日本總公司、鄰近社區	
		廢汙水和廢棄物			直接衝擊：本集團 間接促成衝擊：日本總公司、鄰近社區	
服務品質及客戶滿意度	良好的服務品質，是我們的承諾，而達成客戶的滿意，是我們努力不懈的目標	服務品質及客戶滿意度	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 設立客戶商談對應單位</li> <li>■ 設立全台服務據點，貼近消費者</li> <li>■ 進行消費者生活場景研究，以發掘顧客需求、創造價值</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 追蹤客戶商談情形</li> <li>■ 定期進行服務滿意度調查</li> </ul>	直接衝擊：客戶、經銷商 間接促成衝擊：本集團、日本總公司	03 拾種 價值創新
產品安全與標示	產品的安全性是本集團決不退讓的堅持，我們也希望以清楚、完整的標示傳達給所有客戶	顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商品開發注重安全、環保節能</li> <li>■ 積極替代並全面禁用有害物質</li> <li>■ 主動回收或召修有安全疑慮之產品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 產品均依循認證基準</li> <li>■ 提前依循新版 RoHS</li> <li>■ 每年追蹤產品回收 / 召修情形</li> </ul>	直接衝擊：客戶 間接促成衝擊：本集團、日本總公司、供應商、經銷商	03 拾種 價值創新
		行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行銷活動絕不誤導客戶及大眾視聽</li> <li>■ 完整標示產品注意事項</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 審核標示、廣告及宣傳內容，確保遵法</li> </ul>	間接促成衝擊：本集團、日本總公司、客戶、經銷商	
產品與技術創新	本集團秉持技術立社精神，持續研發創新技術，以創造智慧生活	產品與技術創新	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 設立研發部門，並因應外部趨勢投入相關人力及資源發展</li> <li>■ 推行產、官、學合作，積極與外部單位進行技術交流</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 每年編列技術研發預算，並追蹤取得專利數</li> <li>■ 每年舉辦創意設計競賽，徵求學生創意</li> </ul>	直接衝擊：客戶 間接促成衝擊：本集團、日本總公司	02 沃土 堅實基礎
永續策略	企業應透過事業活動，為提高人們生活做出應有的貢獻	永續策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 以「更美好的生活，更美好的世界」為理念，推進企業於經濟、環境、社會等面向之作為</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 每年召開企業社會責任報告書編輯委員會、出版企業社會責任報告書</li> </ul>	直接衝擊：本集團 間接促成衝擊：日本總公司	02 沃土 堅實基礎



重大議題	對台灣Panasonic集團的意義	重大主題	管理方針	評量與管理機制	衝擊邊界	對應章節
營運績效	本集團以卓越的產品及服務打造穩健的營運績效	經濟績效	<ul style="list-style-type: none"> <li>■積極充實集團於資金、利益、販賣、研發等面向上之發展能力與績效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■每年追蹤集團營業額等經濟面向表現，落實績效管理</li> </ul>	直接衝擊：本集團 間接促成衝擊： 日本總公司、經銷商	02 沃土 堅實基礎
職場安全衛生	員工健康安全，是本集團穩健營運最重要的基石，因此我們致力於提供員工安全職場	職業安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>■設置職業安全衛生管理委員會</li> <li>■定期進行安全巡檢、醫師臨廠訪視</li> <li>■提供員工及承攬商職業安全教育訓練</li> <li>■推行健康管理制，包含定期體檢及健康促進活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■定期召開職業安全衛生委員會</li> <li>■改善醫師提出潛在危害</li> <li>■規範必修安全衛生教育訓練</li> <li>■分析體檢結果進行健康促進</li> </ul>	直接衝擊：本集團 間接促成衝擊： 日本總公司、供應商	04 育成 幸福職場
法令遵循	本集團秉承「遵循社會正義，與社會共命運」理念，遵守法律並重視誠信	有關環境保護的法規 社會經濟法規 社會經濟法規	<ul style="list-style-type: none"> <li>■所有營運皆遵循集團七大精神中之「遵循法則的精神」</li> <li>■舉辦遵紀守法相關教育訓練與測驗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■提供內部申訴管道</li> <li>■規範必修遵紀守法教育訓練</li> </ul>	直接衝擊：本集團 間接促成衝擊： 日本總公司、鄰近社區  直接衝擊：本集團 間接促成衝擊： 日本總公司	02 沃土 堅實基礎
公益慈善與社會參與	「企業是社會的公器」，本集團期能傾力回饋社會	公益慈善與社會參與	<ul style="list-style-type: none"> <li>■舉辦獎學金，深耕人才培育</li> <li>■舉辦集團「環保接力」活動</li> <li>■各公司以核心能力辦理社會參與活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■每年訪視獎學金受贈者</li> <li>■每年計算環保接力成果</li> <li>■每年追蹤集團社會參與成效</li> </ul>	直接衝擊：鄰近社區 間接促成衝擊： 本集團、日本總公司	06 成蔭 社會共榮
薪酬福利及員工照顧	公司重視每位員工，希望能夠提供良好的福利制度與發展環境	勞雇關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>■設置福利委員會</li> <li>■訂定福祉制度，提供保險、退休制度</li> <li>■實行同工同酬，並參考內外部條件與個人考評予以調薪</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■福利委員會定期召開及改選</li> <li>■進行員工滿意度調查</li> <li>■每年進行調薪</li> </ul>	直接衝擊：本集團 間接促成衝擊： 日本總公司	04 育成 幸福職場

# 沃土 2

## 堅實基礎

### 關於 Panasonic

- ▶ Panasonic 經營理念
- ▶ 事業與版圖
- ▶ 永續發展與合作

### 穩健紮根

- ▶ 董事會運作與職能
- ▶ 治理組織架構
- ▶ 誠信正直
- ▶ 掌握風險







## 關於 Panasonic

### A Panasonic 經營理念

1929 年創業者松下幸之助先生制定企業經營綱領，此後，我們一直以此一理念為基本開展各項事業。如今，在全球永續經營與創新思潮持續發展下，我們除了不斷提出嶄新的各種智慧生活解答，也不忘初衷，始終遵從我們的綱領、信條與七精神，以此作為我們的品牌核心價值，追求企業長遠的永續發展。

#### 綱領

貫徹為產業人的本份，圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展。

#### 信條

向上發展，如非得到大家的同心協力，殊難實現，大家要以至誠為旨，團結一致，服務為上。

#### 我們應遵奉的精神

- 產業報國的精神
- 光明正大的精神
- 和衷共濟的精神
- 力爭向上的精神
- 禮節謙讓的精神
- 遵循法則的精神
- 造福社會的精神

### 品 牌

#### 品 牌

# Panasonic

#### 品 牌 標 語

## A Better Life, A Better World

#### 品 牌 宣 言

Panasonic 承諾，創造更美好的生活，為全世界人們的幸福和社會的發展，以及地球的未來不斷做出貢獻。



## B 事業與版圖

### 財務表現

台灣 Panasonic 集團 2017 年度整體經濟績效表現良好，年度營業額達新台幣 1,022 億元。



2017 年度營業額 (2017/4~2018/3)

台灣 Panasonic 集團

**1,022** 億元  
(較前一年比為 106%)

台灣松下電器集團

**341** 億元  
(較前一年比為 103%)  
(天下) 二千大製造業排名 105 位

## 產品表現

一直以來，Panasonic 秉持著「企業是社會的公器」，希望藉由我們所生產的產品，來提升消費者的生活品質，進而促進社會的幸福與繁榮。

Panasonic 集團在台灣自台灣松下電器創業之初，從生產收音機、電唱機和揚聲器三項產品開始，目前產品範圍已橫跨生活家電八大類產品、以及設備 / 部材及解決方案等多項專業領域，如系統設備、營造建築、汽車電子、產業部材、環境方案、冷鏈事業等，透過多年研究開發的累積，厚植「技術立社」、「製造立社」的實力。

### 生活家電

包含八大類產品，期望以最精良的品質，帶給消費者最佳生活體驗

▶ 視聽影音



▶ 數位影像



▶ 空調商品



▶ 廚房調理



▶ 家事商品



▶ 美容美髮



▶ 健康商品



▶ 通訊 / 照明



### 設備、部材及解決方案

涵蓋多項專業領域，提供更全面的系統性應用與解決方案

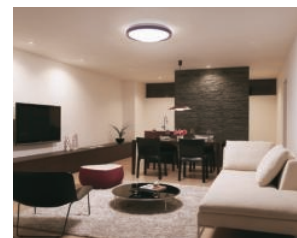
▶ 系統設備



▶ FA / 產業部材



▶ 營造建築 / 居家內裝



▶ 環境方案



▶ 汽車電子



▶ 冷鏈 / 商用空調





## 獲獎榮耀

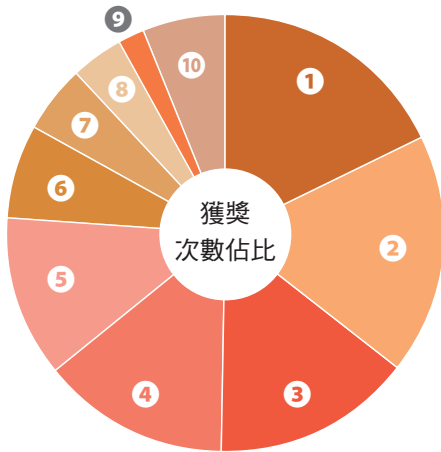
### → 讀者文摘信譽品牌

2017年「讀者文摘信譽品牌」調查結果，Panasonic 多項商品持續蟬聯信譽品牌大獎，不僅連續 19 年獲得讀者文摘信譽品牌的肯定，累計獲獎總數更高達 101 項，成為業界獲獎數量最多的優質品牌，今年更在電冰箱、洗衣機和微波爐 / 烤箱品項蟬聯 3 項白金獎。

Panasonic 全線商品在市場銷售與信譽品牌獎項上屢創佳績，主要是因為能夠貼近消費者需求、以消費者需求為出發點，並不斷創新、讓消費者享受智慧・便利的新生活，持續打造為「家人」、為「自己」更為「健康」需求的高優質商品。

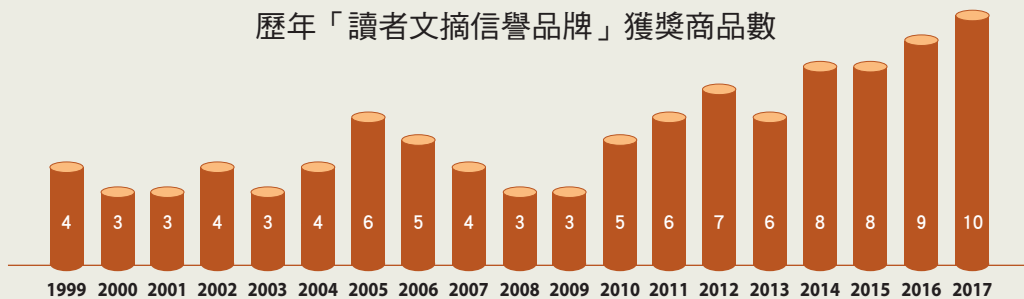


各項家電獲獎次數統計



家電項目	獲獎次數	獲白金獎次數
1 薄型電視	18	
2 冰箱	18	6
3 洗衣機	15	6
4 冷氣	14	
5 淨水商品	12	
6 空氣清淨機	7	
7 除濕機	5	
8 電鬍刀	4	
9 微波爐 / 烤箱	2	2
10 其他	6	

歷年「讀者文摘信譽品牌」獲獎商品數



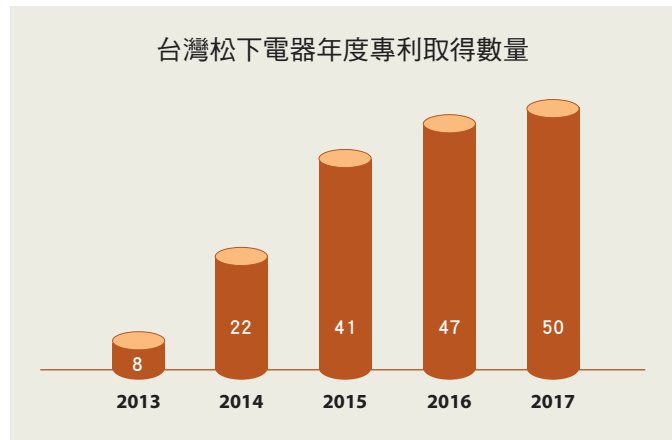
## 技術研發

台灣 Panasonic 集團對於產品創新十分堅持，秉持「技術立社」理念，積極投入相關人力及資源，2017 年度台灣松下電器技術研發人員共 310 人，投入金額達新台幣 806 百萬元，約占當年度營業額 2.4%；在新技術開發上，無論是 Eco Navi 與 nanoeX 等新技術的導入，到近年因應物聯網盛行而開發智慧型家電、APP 應用程式以讓消費者可以對產品進行遠端控制等，都可以看出 Panasonic 在技術力提升、服務多元及提升消費者便利上的用心。

未來，因應全球智慧化發展潮流，我們期望能運用物聯網技術，結合智慧化商品·感測·管理等功能，創造更優質、高價值的居住空間環境，並提升集團整體品牌價值。

## 公共事務參與

台灣 Panasonic 集團積極參與各項公協會運作，藉以成為業界與政府溝通及發聲之重要管道，參與之重要公協會組織如下，其中，於台灣區電機電子工業同業公會中擔任理事兼家電委員會與創意設計委員會主任委員，其餘則以會員身分參與：



公協會名稱	加入年份	公協會名稱	加入年份
台灣區電機電子工業同業公會	1967 年	台北市室內設計裝修商業同業公會	2011 年
新北市電器商業同業公會	1967 年	新北市室內設計裝修商業同業公會	2011 年
台北市日本工商會	1971 年	台南市室內設計裝修商業同業公會	2011 年
中華民國工商協進會	1974 年	高雄市室內設計裝修商業同業公會	2011 年
新北市工業會	1975 年	台灣省室內設計裝修商業同業公會聯合會	2011 年
社團法人台灣數位電視協會	1998 年	中華民國室內設計協會	2015 年
中華民國國際經濟合作協會	2001 年	桃園市室內設計裝修商業同業公會	2015 年
台灣區照明燈具輸出業同業公會	2002 年	台北市事務器械商業同業公會	2016 年
台北市電器商業同業公會	2002 年	社團法人中華軌道車輛工業發展協會	2016 年



## C 永續發展與合作

台灣 Panasonic 集團身為與社會和全球環境和諧共處的公眾機構，我們期望透過自身的業務及活動的參與為永續發展的未來貢獻心力。Panasonic 的永續發展政策包含：



台灣 Panasonic 集團於企業社會責任作為上，以創意、專案、公益、在地為主軸，經過過去多年環境及社會貢獻活動打下深厚基礎後，並於 2016 年起積極連結品牌價值提升與擴大影響力，展開 CSR 活動。未來，台灣 Panasonic 集團也將持續擴大影響力，徹底實踐集團永續標竿企業形象。

**2010~2014**  
環境社會貢獻活動

- 社會公益
- 環境活動

**2015~2017**  
在地活動拓展

- 產官學合作推展
- 社會公益持續貢獻與創新
- 環境保護、EcoRelay 持續
- CSR 績效透明展現

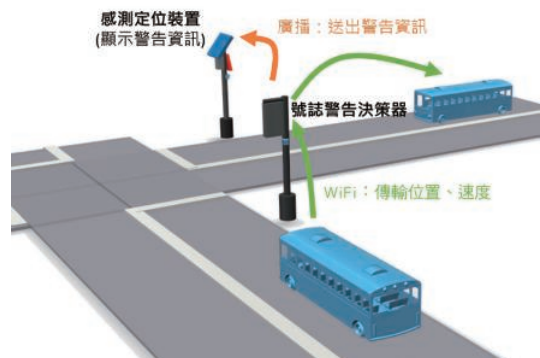
**2018~**  
異業合作共利創新

- 產官學合作深化
- 集團串聯，共力貢獻社會
- 實踐 2018 環境目標
- 持續深化 CSR 績效揭露



### 產、官、學合作，串聯智慧運輸

2016 年本集團與財團法人資訊工業策進會及其他知名廠商、學校展開合作，協力於交通部智慧運輸規劃下，推動智慧交通安全計畫。本集團提供架構物聯網所需之 Wi-Fi 通訊之解決方案、並協助進行整合，希望藉由及時傳輸感測設備資訊，降低發生事故之機率，以科技提升交通安全。



## 穩健紮根

### A 董事會運作與職能

台灣 Panasonic 集團董事會組成包含董事 10 人、監察人 2 人。每年 3、5、9、12 月召開例行董事會，並於每年 5 月份召開年度會議，討論事項包含決算報告、子公司經營概況、常務董事選舉、總經理之委任、重大資產購置及處分、營業項目之增加、修改公司章程、任命主辦會計人員、選任財務報表簽證會計師…等。

2017 年度董事會重大決議事項包含 2017 年度營業報告書、決算表冊、利益處分、董監事報酬、員工酬勞等之審議等。（董事會成員名單如附表）

所屬	職稱	姓名
Panasonic	常務董事 / 總經理	林淵傳
	常務董事	鈴木豐
	董事	飯野高之
	董事	林聰智
	董事	大瀧清
	董事	佐藤敦司
	董事	橫尾定顯
	監察人	渡部伸一
合夥人	常務董事 / 董事長	洪裕鈞
	董事	涂宗典
	董事	洪裕超
	監察人	林哲生

在董事會薪酬政策部分，台灣側董事 3 人及監察人 1 人之薪酬皆依公司法第 196、227 條董事之報酬規定辦理。

### B 治理組織架構

為強化橫向連結與合作，台灣 Panasonic 集團內部共成立 12 個委員會，並於每年 5 月進行委員會成員改選。

#### 強化橫向連結與合作

##### 目的

1. 透過委員會整合各自主經營事業單位的各項活動。
2. 藉由委員會的活動達到情報共有化、經營管理的共識與價值觀。
3. 全員經營、集思廣益，以顧客滿意為中心，才能提高經營品質，進而建立強勢的商品力與品牌。

#### 風險管控

危機管理對應委員會  
資訊安全暨遵紀守法推進委員會  
製品化學物質管理委員會  
安全衛生・環境保護委員會

#### 生產促進

開發責任者委員會  
品質政策委員會  
製造力強化委員會  
CB(成本降低)推進委員會  
小團隊活動委員會

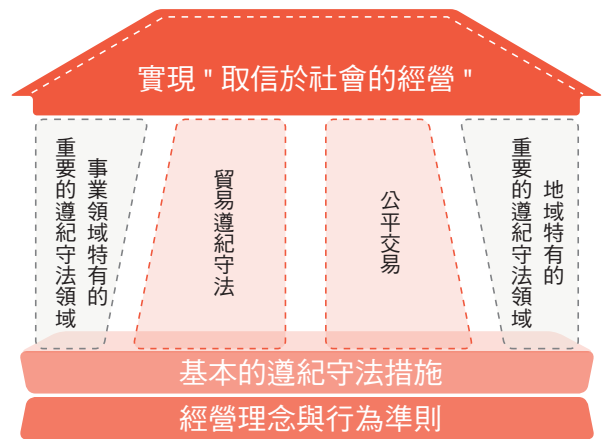
#### 勞資福利

勞資會議  
福利委員會  
獎懲委員會



## C 誠信正直

台灣 Panasonic 集團始終秉承創業者松下幸之助先生的「遵循社會正義，與社會共命運」的經營理念，將遵守所在國家法律，尊重所在地區社會習俗作為公司基本行為準則的重要內容；並極度重視企業誠信經營原則，且透過各種管道向全體員工宣導相關規範與要求。



### 反壟斷

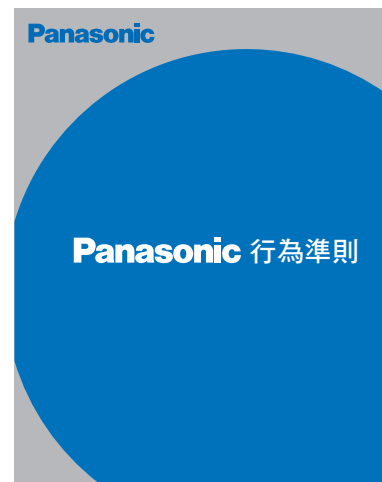
為防止壟斷相關行為的發生，台灣 Panasonic 集團明確禁止與競爭對手交流有關產品資訊，同時訂有與競爭對手接觸之事前許可制度。

### 反商業賄賂

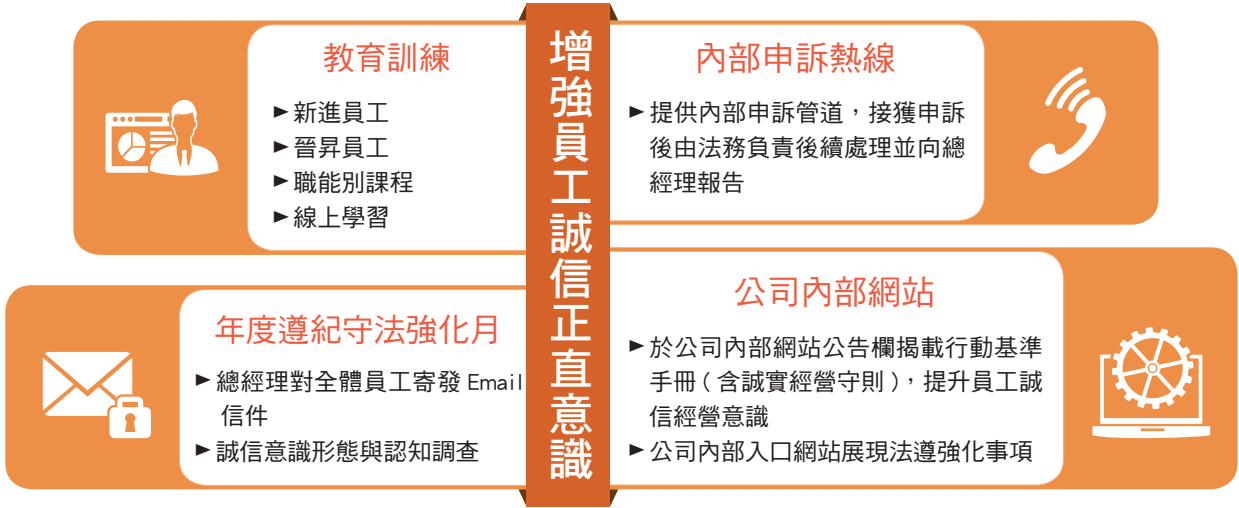
台灣 Panasonic 集團為避免因不當接觸行為導致公務員賄賂，嚴格禁止向本國及外國公務員行賄，並訂有接待公務員的相關規範、在所有事業領域貫徹。

### 廣告合規

台灣 Panasonic 集團內部嚴格審核所有對外發佈的廣告及宣傳內容，在台灣地區的所有廣告宣傳活動均遵守台灣廣告相關法律。







### 2017 年持續推行線上法遵學習課程

課程主題：不當會計、資產不正當挪用、聯合壟斷、防止行賄公務員等，透過活潑生動的案例介紹等方式，提供不同職能員工適當的線上學習教材，每週通知幹部受訓，完成率 100% 並簽署誓約書。



### 2017 公司福利社員工休息區宣導法遵強化事項

除實體課程外，並於公司福利社員工休息區電視牆中，播放重要法遵強化事項，讓員工能夠一目了然，將遵法意識融入日常生活。





## D 掌握風險

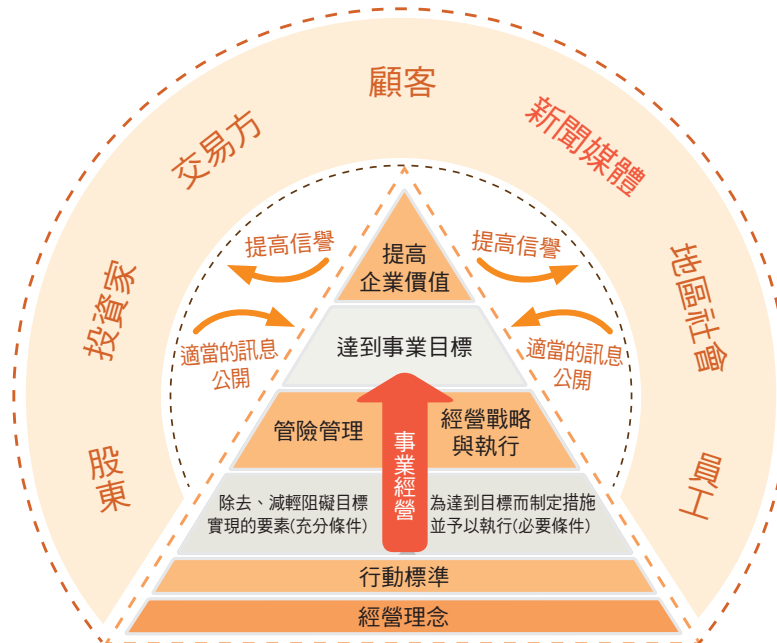
### 以事先預防為基礎建構風險管理

台灣 Panasonic 集團始終相信，防患於未然對於企業永續發展是必不可少的，因此，我們除於集團層面建立風險管理體系，亦根據社會發展和公司內外環境的變化趨勢，持續完善和升級風險管理。

台灣 Panasonic 集團將經營戰略和風險管理並稱為推動事業發展的兩大支柱，正確的經營戰略可以引導企業在經營中取得成功，有效的風險管理則為企業提供安全的內外部環境，二者相輔相成，共同推動事業目標的實現。

此外，向公眾適當披露風險資訊及相應的應對措施，亦有利於利益相關方更加全面地瞭解公司經營狀況，增強利益相關方對公司的信心，為公司發展營造良好的外部環境。

### 經營戰略與風險管理為事業經營的兩大支柱



### 風險控管流程

台灣 Panasonic 集團已建立完善風險通報與管理流程，並成立危機管理委員會、對總經理直接報告，以即時因應企業營運過程中可能出現的突發事件或危機，並降低其對企業可能的衝擊或影響。

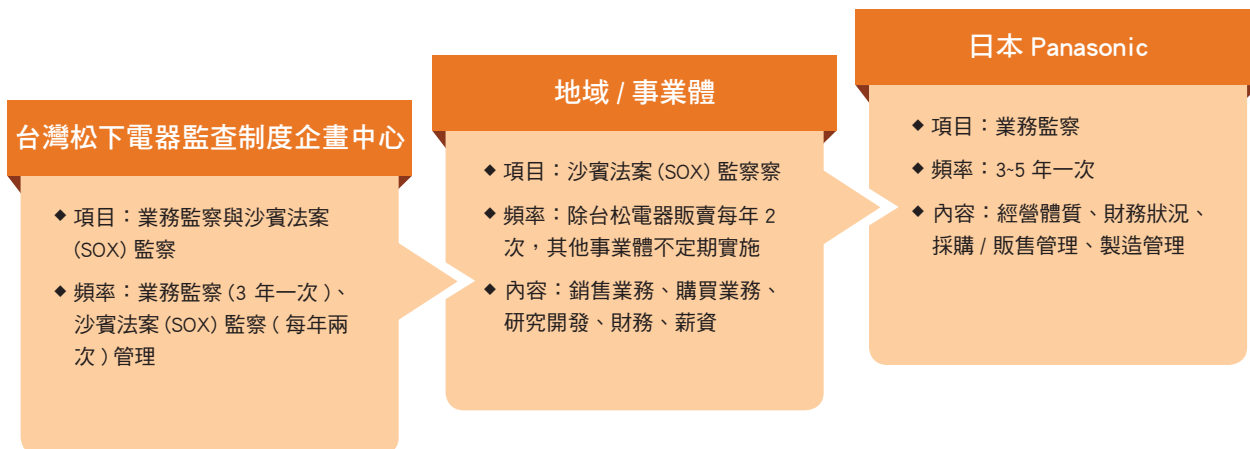
## 營運重大風險鑑別結果

台灣 Panasonic 集團每年會定期檢討去年進行的風險改善措施，以及針對未來一年潛在風險之發生可能性與影響進行評估，其結果向總經理報告後，將於年度經營會議進行確認。

風險類型	發生可能性	影響程度	因應策略
自然災害(如地震、颱風、海嘯、洪水等)	高	高	強化防災系統與防災措施
產品品質及產品安全問題	中	中	加強品質管理
產品品質違法事件	中	中	加強相關法規追蹤與因應管理
客訴不滿事件	中	中	強化客訴管理系統及對應人員訓練
反競爭 / 壟斷相關違法事件	中	中	強化法規追蹤、稽核與人員宣導管理
產品宣傳 / 標示違法事件	中	中	強化對外發表內容之管理與審核
原物料價格提升 / 供應量不足	中	中	持續新供應商開發及強化採購策略
資訊安全	中	中	加強資訊管理
匯率變動	中	中	強化財務策略
人才聘用與留任	中	中	加強新人留任率並改善人才管理結構

## 稽核單位與運作方式

除定期接受日本 Panasonic 業務稽核外，台灣松下電器集團也設立監查單位以達到內部控制強化、防弊防錯、業務效率化提昇及降低經營損失等效果。





## 資訊安全管理

2017年台灣松下電器針對資訊安全展開一系列推進作為，除年度ISO 27001外部審查外，也積極推動各項教育訓練與演練，以增進員工相關意識。

在教育訓練方面，2017年之推行重點在於以實際發生事例、淺白的語言，以提升員工吸收程度；重點訓練課程內容包含內部資安稽核員培訓，以及與集團中國地區公司之交流訓練，更提供供應商資訊安全訓練，以提升緊密合作關係。

在演練部分，2017年共以郵件方式進行四次進階持續性滲透攻擊(Advanced Persistent Threat, APT)模擬，逐次從高階主管拓展到全員參與；演練後員工對於特定類別信件開啟率明顯下降，如附加檔案類別信件於第四次演練已無人開啟，有效降低相關風險事件發生機率。

### 資訊安全教育訓練



集團公司資訊安全管理訓練



「松榮會」供應商資訊安全管理訓練



內部資安稽核員培訓



# 拾種

# 3

## 價值創新

### Panasonic 產品

- ▶ 智慧家電
- ▶ 智慧家居
- ▶ 智慧商務

### 品質精進

- ▶ 產品責任
- ▶ 品質管理

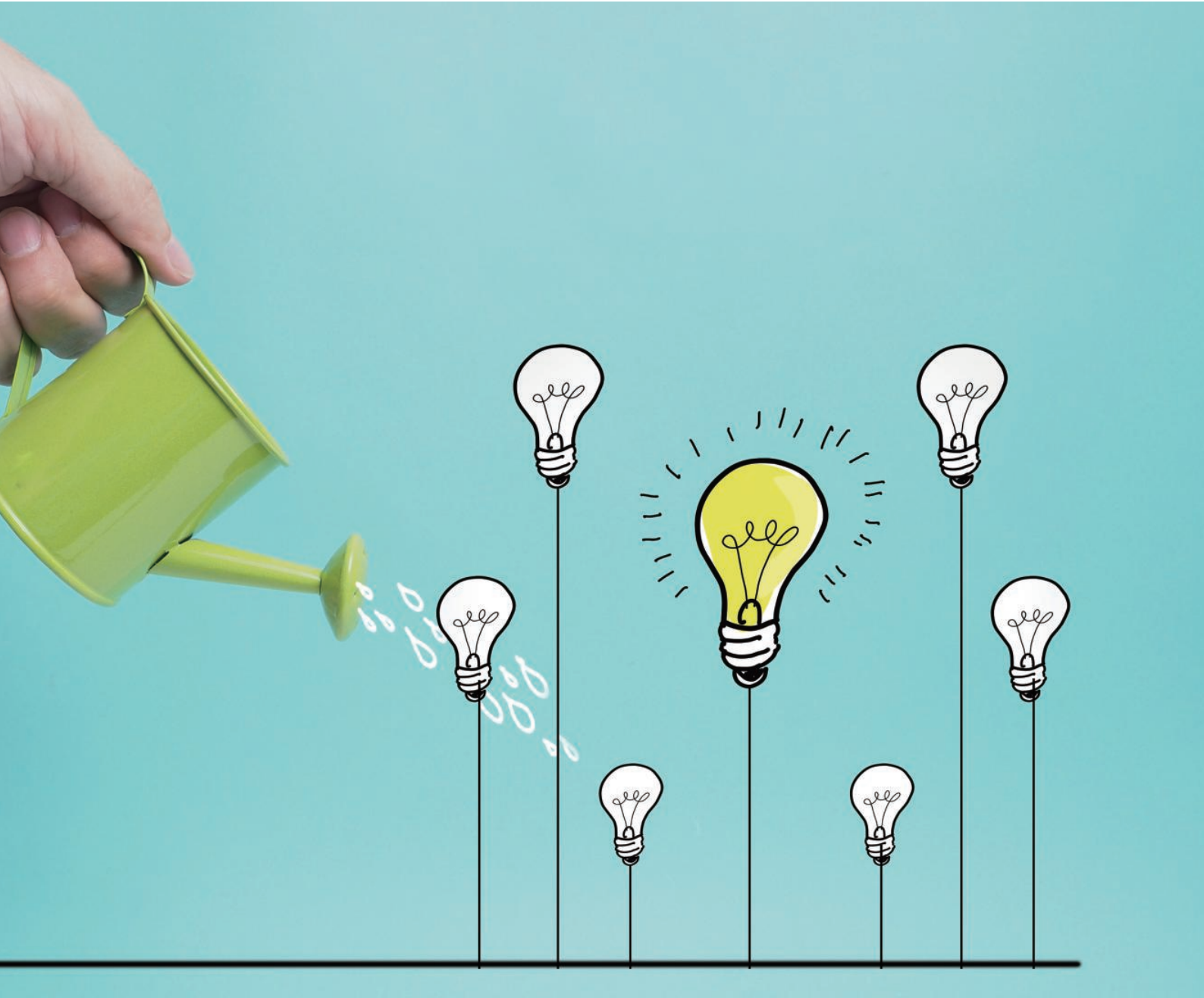
### 服務貼心

- ▶ 貼近需求
- ▶ 客戶溝通

### 價值鏈共行

- ▶ 供應商管理
- ▶ 供應商稽核與評估
- ▶ 經銷商夥伴合作





# ↻ Panasonic 產品

台灣 Panasonic 集團秉持不斷創造新價值之理念，在消費者所熟悉的家電通路中，以客製化的方式打造出環保節能、舒適便利、安心安全的生活環境，實踐每個人的生活夢想；更在台灣推動整合解決方案事業，以「One Panasonic 創造新價值」為主軸，整合集團在台 10 家公司之產品及企業資源，針對住宅、店舖、工廠等提供 B2B 整體解決方案。我們期待以 One Panasonic 的服務整合便利、健康、舒適的智慧城市，共同攜手邁向 A Better Life, A Better World 的美好願景。

### 智慧家電服務

#### 智慧家電商品群構築



### SUMAie 服務

#### SUMAie 商品群構築



### 智慧商務服務

#### 智慧商務系統構築



### 實踐物聯網家居、商務系統自動化的智慧城市願景

#### 住宅·家電

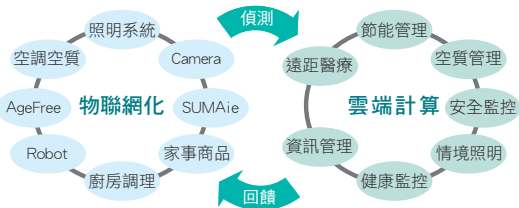
舒適環境便利生活安心安全  
單品→空間「場」的創造



空調·空質·照明·音樂統合的舒適生活空間

#### 家電商材物聯網化

#### 控制 & 服務雲端化



安全監控·能源管理·舒適空質照明統合的智慧安全住宅

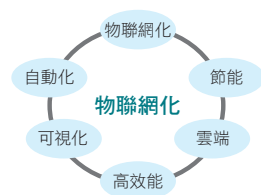
#### 自動·效能

節能環保元件與自動化管理系統  
→智慧商務發展



新科技·高效能·輕量的元件與軟體整合

#### 智慧化商務整合



遠程設定管理·視覺化·數據分析優化整合的自動化生產



## A 智慧家電

台灣 Panasonic 集團堅守產品品質，更不斷追求創新。家電商品搭載「ECO NAVI 智慧節能 +nanoe 健康」雙科技，更加入 Smart App，讓手機成為家電的無線控制器，設定智慧管理與通知。

Panasonic 商品以節能、健康、便利、品味為理念，2017 年讀者文摘透過全球知名消費者研究公司，調查消費者對品牌的信賴程度，Panasonic 在電冰箱、洗衣機和微波爐 / 烤箱獲得白金獎最高榮譽；冷氣、電視、整水器、空氣清淨機、除濕機、電鬍刀和數位相機等商品獲得金獎肯定，總計 10 項商品獲頒「2017 讀者文摘信譽品牌」，未來本集團也將持續堅持品質與創新，以多樣性且完整的商品陣容，為提供消費者優質生活而努力。

### ECO NAVI 智慧節能 +nanoe 健康

Panasonic 從消費者角度出發，因應台灣近年來的食安危機、PM2.5 霾害，以及缺電、缺水等問題，我們秉持著「節能」與「健康」兩大理念，推陳出新，家電同時搭載「ECO NAVI 智慧節能科技」以及由 nanoe 進化的獨家專利「nanoeX 奈米水離子淨化科技X」，來提供消費者更節能、更健康的舒適生活。



## ECONAVI 智慧節能科技

Panasonic 獨家的智慧節能科技 ECO NAVI，在家電中包含自動感知元件，可以自動偵測並調節家電運行，節省看不見的能源浪費，達成節能、省電的實際效用。

- 1 空 調
- 2 電 冰 箱
- 3 洗 衣 機
- 4 電 視
- 5 電 子 鍋
- 6 空 氣 清 淨 機
- 7 除 濕 機
- 8 微 波 爐
- 9 溫 水 洗 淨 便 座
- 10 IH 調 理 爐

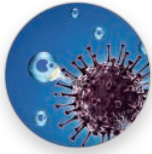
搭載 ECO NAVI 功能十大商品群：







### nanoe X 奈米水離子淨化科技



抑制病毒



抑制菌類



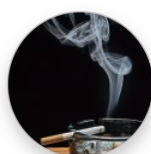
對肌膚的  
保濕作用



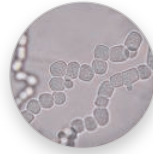
保持蔬果  
的新鮮度



減少農藥殘留



除去附著的異味



抑制黴菌 &  
過敏原物質

#### 主動除臭

nanoe™主動淨化空氣

消除生活**6**大異味

煙味\* 寵物\* 室內晒衣\* 燒肉\* 汗臭\* 垃圾\*

nanoe X 更快淨化空氣

10倍速分解  
生活異味

#### 淨化 PM2.5

nanoe™主動淨化空氣

淨化PM2.5有害菌體達**99%**

徹底分解

nanoe X 更快淨化空氣

4小時有效降低  
PM2.5中安息香酸 (註1)

8小時有效降低  
PM2.5中十六烷 (註1)

#### 抑制過敏原

nanoe™主動淨化空氣

有效抑制 黴菌、病毒、過敏原

黴菌、病毒、  
過敏原  
呵護呼吸健康

nanoe X 更快淨化空氣

有效降低空氣中黴菌存活率



因應物聯網技術的發展，我們持續優化搭載 Smart App 的洗衣機、冰箱、除濕機、冷氣機等家電產品，讓消費者能以手機遠端遙控家電運作，享受智慧便利生活。



#### 洗衣機

- 洗衣完成主動提醒，  
延後晾衣無異味



#### 冰 箱

- 隨時了解食材狀況，  
採買不浪費



#### 除濕機

- 隨時調整室內溼度，  
保持乾爽空間



#### 冷氣機

- 開關機主動掌握，  
節能又舒適



## B 智慧家居

住宅解決方案：健康、安全、節能、方便的智慧家居應用一條龍服務。

為優化家居生活的舒適、健康與方便性，台灣 Panasonic 集團站在生活者的視點，設計適合台灣氣候的綠能智慧建築，導入新型構造工法來提升建築主體的長期耐久性與維修便利性、透過空間設計達成全年齡層便利與安全、運用綠色建材及日式電材打造出節能舒適空間，更在住宅內部運用獨家技術開發的智能系統，從裡到外進行全面性整合，提供業者一條龍的便利服務，實現健康、安心、舒適並且高質感的空間夢想。

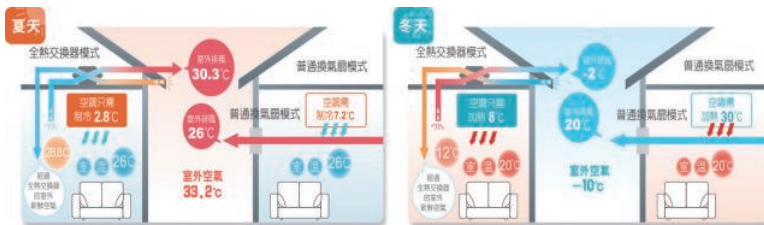
### 健康、舒適的空間提案

#### → 永續工法與建材

為提升建築的耐久性與使用彈性，Panasonic 顛覆傳統施工模式，導入新型 SI 構造工法，使維護修繕作業變得簡易，且在空間化使用上更具彈性。台灣松下營造重視技術人員的研修，針對新式工法、日式工法與台灣不同處對人員進行訓練與監督，在設計與裝修上更請到日本知名建築師中西宏次，為設計圖之繪製進行評點。

為因應台灣高溫潮濕氣候，在建材挑選上，採用數種高斷熱建材阻隔室外熱能，並活用調濕石膏板、珪藻土壁紙、珪藻土牆壁塗料等調濕建材，可維持家中濕度常保 40 ~ 70，同時抑制跳蚤與黴菌的發生。搭配完整換氣規劃的全熱交換器，減少冷氣空調的耗電量，創造節能、健康、舒適的室內空間。

#### 全熱交換器的效果



夏天—用室內排出的冷空氣能量，盡量將外面的熱空氣預冷後再送入室內，大量降低室內冷量損失。

冬天—用室內排出的暖空氣能量，盡量將外面的冷空氣預熱後再送入室內，減少室內熱量損失。



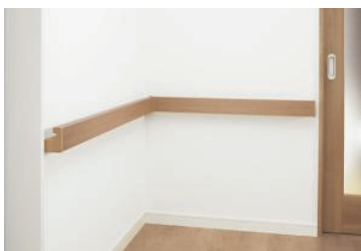
#### SI 構造工法

SI (Skeleton Infill 構造體內裝設備) 住宅構造工法，使用擁有百年以上長期耐久性的結構骨架 (Skeleton)，內部包含可依業主期望靈活變換的空間分隔與內裝設備 (Infill)，使用 SI 工法之住宅具備乾淨的管線配置，耐久、高度彈性且修繕便利。



## → 貼心通用設計

通用設計為無須新增改良就可供所有人使用的設計手法，不只为身障者、高齡者等生活弱勢族群消除生活上的物理障礙，也考慮使用時的內在感受。



於玄關牆面設置扶手、穿脫鞋用之附壁折凳



在廁所設置扶手與易操作的遙控器，幫助身體的水平、上下移動



隔間之拉門為可單手開關的輕巧連動設計，同時附緩衝與靜音構造



具易保養、抗過敏塗層之木地板



摺疊門與收納具備防止夾手指之構造



出入無段差、適用高齡者之浴室



廚房自動台車與電動升降壁櫃，減輕家務負擔



油壓拉籃，使用高處空間並可輕易拿取



## 亮點方案

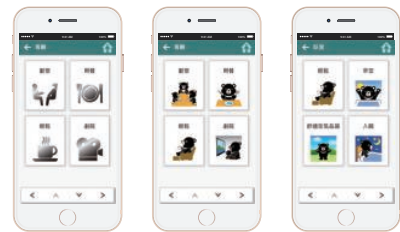
### Panasonic Living Showroom Taipei

由台灣松下環境方案管理的展示中心以「住宅解決方案 SUMAie」為設計概念，邀請使用者、室內設計師與相關業者實際體驗每一項展出商品，讓心目中所規劃的居家藍圖更加完整豐富。

展示商品包含 e-home 系統、LED 照明器具、開關插座等電氣設備商品，以及日本製高級系統廚具、洗臉化妝台、有機玻璃製全自動清潔馬桶、照護商品、壁板等住宅設備商品。Panasonic Living Showroom Taipei 擁有最新建築相關資訊，為台灣的舒適生活、高品質新住宅空間普及化盡一份心力。

#### 1 SUMAie 智慧居家系統

SUMAie 智慧開關僅使用一個開關，就可以同時控制居家中的多項設備。通過選擇用餐或就寢等場景，可以一次控制到最佳溫度和燈光亮度等設定。也可以通過智慧手機以手機 APP 管理與操作，讓家保持在最舒適宜人的狀態。



#### 2 RISNA 系列配線器具

擁有各種開關與插座形式的 RISNA 配線器具，以市面上最高等級的質感與外型，配合住宅的空間與電器產品的種類，以滿足不同的需求與搭配。



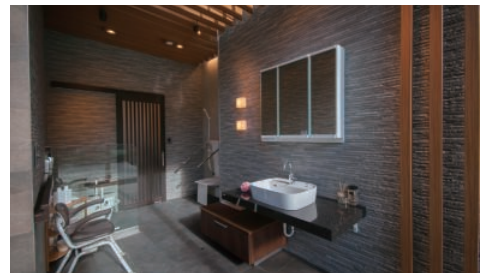
#### 3 系統廚具

以生活為主題，擁有日系簡約外型、雙倍收納空間、多樣化配件選擇、讓您感受真幸福的生活實踐。



#### 4 健康浴座

適溫的水霧噴灑可達到和泡澡一樣的效果，同時省去泡澡容易發生的危險。



Panasonic Living Showroom Taipei

地點：台北市內湖區新湖一路 185 號  
(台北設計建材中心 1 樓)

時間：10:30-19:30(星期一休館)

電話：02-2793-9008

網址：<http://essales.tw.panasonic.com/showroom/>

## C 智慧商務

台灣 Panasonic 集團除導入日本領導性技術，更開發符合台灣產業需求的整合服務，成為協助台灣企業進行工廠自動化轉型之領導廠商。同時，本集團積極與各地產、學界合作，如松下產業科技與學界共同開發之高分子能量電容器，成功延長既有鉛酸電池的使用壽命、縮小體積並達成更好的環保績效。



### 亮點方案

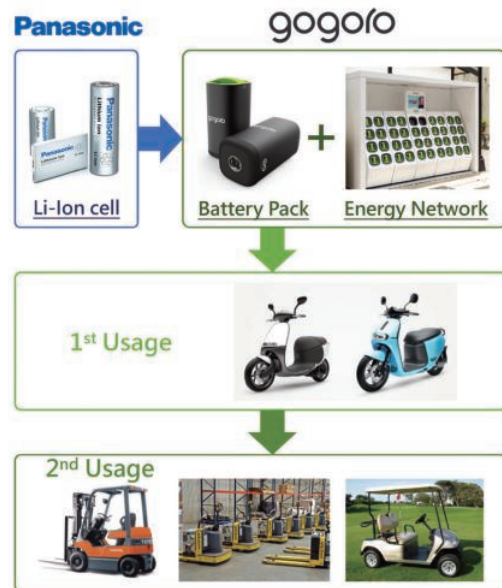
#### 能源管理與店鋪智慧化系統

根據店內溫度濕度，即時控制防露加熱器開關，並根據櫃內負荷，在允許的櫃內溫度波動範圍內，智慧調節設定目標溫度。同時，具備智慧化管理蒸發壓力與冷凝溫度的功能，可自動檢測櫃內溫度並優化壓縮機、風扇的運行，確保系統在滿足食品溫度的前提下達到最佳節能效果。



#### 鋰離子電池

松下產業科技以先端的鋰離子電池取代傳統氫酸電池，提供 Gogoro 在 Smartscooter 智慧雙輪電動機車上更高效、環保、性能優化之選擇，共同以在都市中提供更好的智慧生活為願景而努力。



#### 智慧環保農場

松下產業科技設計之可程式控制器結合物聯網於農業，可依環境狀況自動調整溫、溼度、光線、水份，使用小體積之機台收集資料，將農業監控過程轉為精準的自動作業。





## 亮點方案

### 與安麗合作打造全球首座智能體驗展示中心

台灣 Panasonic 集團與台灣安麗合作，於其總部展示中心引進 Panasonic 顧客體驗技術、落實虛實整合，創建全球第一家智能體驗中心，帶來智能互動新體驗！

### 五大創新 Solution

#### 1 數位模擬彩妝擬技術

先進的畫像科技模擬彩妝效果，同時可檢測使用者膚質與皮膚健康。



#### 2 可視光通訊技術（光 ID）

透過光 ID 技術打造智慧商品架，和過往的 QR 碼等讀取圖樣型的方法不同，不需要對準條碼或是進行複雜的圖像處理，只要在遠處用手機對準 LED 光源或是被照射的物品，便可迅速讀取商品資訊。



#### 3 影像運算模擬技術

利用畫像認知與成像技術打造的體態模擬系統，可模擬使用者不同體重時的體型體態，看見自己身形的潛力。



#### 4 多媒體顯示（ESL）

商品架上備有多媒體顯示系統，播放即時快訊與品牌廣告。



#### 5 特殊透明玻璃

利用數位面板打造出展示櫥窗效果的「透明螢幕」，運用特殊材質調光電膜，可控制櫥窗玻璃透度，一體兩用。



## 品質精進

### A 產品責任

台灣 Panasonic 集團秉持著『品質乃企業之命脈』，實施全面品質管理，並持續優化、策進，我們於 1993 年起各事業處陸續獲得 ISO9001/ISO9002 認證，從研發設計、生產管理、銷售管理，到售後服務、顧客滿意、持續改善的管制流程，在產品責任各個面向嚴格精進品質。

#### 產品安全與責任

遵守法令維護消費者權益，一直是我們秉持的理念。因此，我們對於產品開發設計，向來以追求安全、環保節能、有害物質不使用超越符合法令規範為依循，所有產品除依循標準檢驗局規定符合 CNS/IEC 規範獲得安全認證外，亦獲得 NCC 相關認證及商品標示基準，此外依日本 Panasonic 產品安全標準，更全面採用「不燃化設計」，確保消費者安全。



不燃化設計：使用不燃燒的材質（如玻璃、金屬、耐熱塑膠等）包覆起可能燃燒的部品或元件，降低高溫延燒的發生。

#### 產品節能與環保

在環保節能方面，我們領先業界率先推出省能 No.1，能效 1 級的 ECONAVI 及重視健康、舒適的 nanoeX 雙科技商品群，喚起顧客重視省能、健康之意識並獲得節能標章、綠色環保標章、省水標章等國家認證。

2017 年產品取得政府環保類標章					
商業別	能效標章	省水標章	節能標章	微笑標章	環保標章
					
總計	208	21	278	310	120

1. 空調商品全機種新能效 CSPF 規格申請，變頻機種全 1 級取得
2. 空調商品機種數激增，能效、節能、微笑標章件數增加



## B 品質管理

### ■ 新商品開發品質管理

各商品開發依循 Plan-Do-Check-Act (PDCA) 流程不斷精進，從企劃起就已設定品質目標，以此高要求貫徹商品的完整生命週期。此外，為提升員工對產品品質的認知，除辦理教育訓練外，並於每年 11 月推動品質加強月，促使品質意識能深入每個員工。



### ■ 有害物質管理

在有害物質不使用方面，台灣松下電器已達成有害物質全面禁用，於 2005 年便領先歐盟有害物質不使用管制 (RoHS) 率先終止相關化學物質的使用。台灣松下電器於公司內部建有檢測部門及電腦系統管理，依部品來源每半年或一年實施自我或外部第三方 (SGS) 檢測。

除歐盟管制，我們遵守各國化學物質法規，每年更新禁用物質，並於各規範生效日提前一年以上實施。2019 年將規範停用之 RoHS 塑化物，台灣松下電器已完整導入儀器，將拆解受測產品所有零件進行檢測。我們要求供應商簽定不使用保證書，更將進行供應商基準更新，強制規定供應鏈不可包含塑化劑。

### ■ 產品電磁波檢測

對於全品項家電產品皆每年委由 ETC 進行電磁波 (EMC) 干擾測試，以確實掌握產品品質，維護消費者權益。

### ■ 消費者安全

為維護消費者權益及製造者應負的責任，對於可能造成消費者安全疑慮之產品，台灣 Panasonic 集團皆主動進行回收。

為使所有員工皆能確實了解品質控管流程與系統，以增進整體產品品質控管績效，亦定期辦理相關研修課程及教育訓練，將品質管理的概念落實於日常作業中。



#### 近年產品回收情形說明：

台灣松下電器於 2011 年 6 月～2013 年 6 月 24 日間所生產銷售的一部份滾筒洗衣機 (五機種) 之電熱器組件的氣密橡膠墊片使用乾衣功能後，有可能因材質劣化，電熱器端子間產生火花導致大電流通過。在極少數的情況下可能有過熱、冒煙之疑慮，故於 2013 年起展開召修活動，除由公司主動連絡客戶更換外，對於無法掌握的顧客，仍持續努力主動尋找對象顧客，至 2018 年 2 月，召修率已達 82.65% (目標 90% 以上)。



## ▼品質精進研修

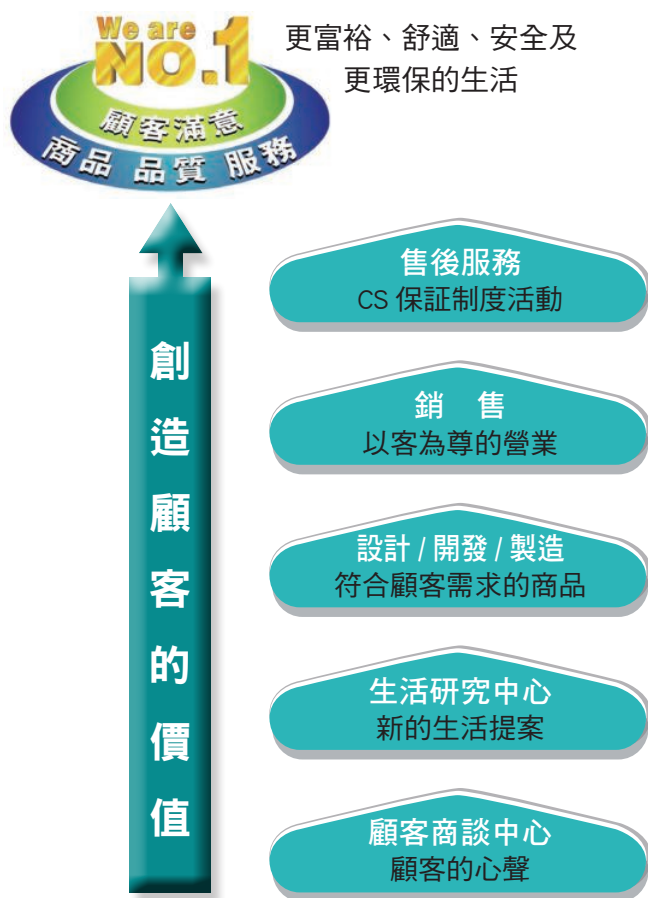
課程名稱	研修時數	研修合格人數(出席率80%以上)
5原則表分析研修	15	113
ISO9001:2015年版內部稽核員研修	6	49
OJT 品管、檢收研修	18	200
其他品質、產品安全、風險評估研修與檢定	65	557
供應商管理研修	6	24

此外，本集團不定期接受日本母公司對各事業處之品質監察活動，在生產的每一刻都貫徹全球高品質商品要求。

## 服務貼心

### A 貼近需求

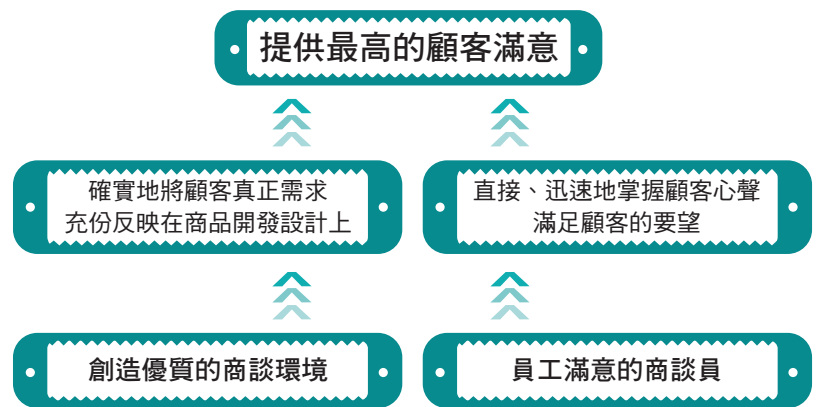
台灣 Panasonic 集團提供多樣化之家電產品，深入所有客戶的日常生活，我們以提供使用者安心、舒適的生活家居為傲，極度重視顧客使用產品的經驗、回饋、以及對整體服務的滿意度。除設有顧客商談中心專責處理顧客意見與意見反映，也設有生活研究中心，由顧客的角度出發進行創新商品研發，處處以顧客為本位，為提供顧客更好的生活持續精進、創造價值。





## 顧客商談中心

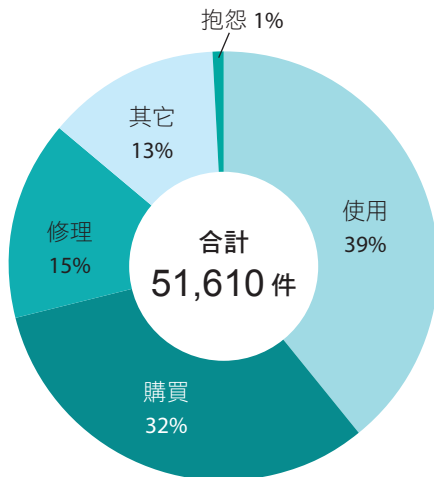
顧客商談中心成立於2004年10月1日，其業務為顧客商談的整體受理、商談對應，除協助解答顧客疑問、致力於提升顧客滿意度外，也將商談情報全社共有化、並活用於經營、商品開發等作業過程。



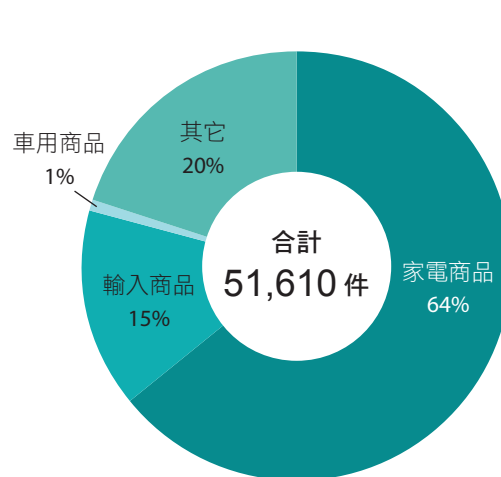
顧客商談中心提供多樣化的顧客意見管道，包含電話、Email、留言、簡訊等，並領先全球，首創多功能電話商談自動語音服務，透過語音引導註冊、自動驗證，協助顧客在方便的操作中得到Panasonic最優化的服務，推出年間便進線30萬通。2017年也提升了簡訊回覆管道的功能，新增24H簡訊自助服務，針對客戶對販促活動提出的疑問，提供相關活動說明及連結網址，全面提供不同客群便利的查詢。

我們2017年共接到超過5萬件的顧客商談需求，以商品的購買、使用及維修為大宗，並已全數結案。

顧客商談分類

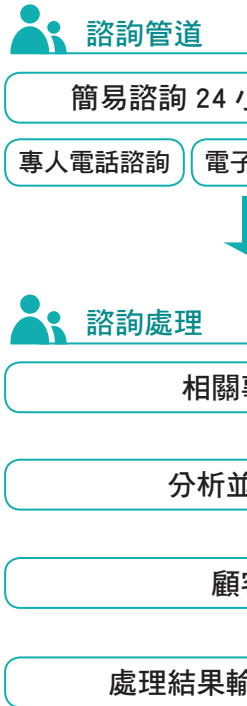
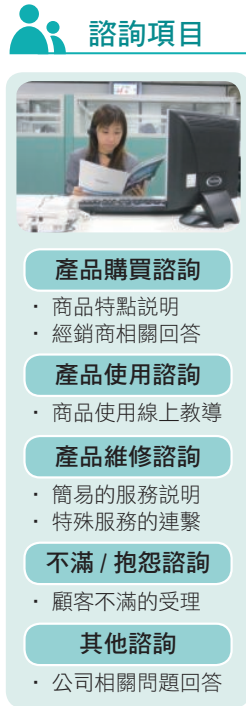


產品別分類



在接獲需求後，由專職商談人員鑑別顧客問題，並於商談系統中立案，再依問題屬性轉交由適當部門處理，在經過內部分析後，除提供客戶問題解答外，也將結果匯入全企業FAQ資料庫中供使用者查詢，自2004成立至2017年底以來，已累積超過一百萬件顧客商談紀錄。

顧客諮詢處理流程



生活研究部門

台灣 Panasonic 集團以開發製造高品質、高品味的產品服務消費者為傲。生活研究部門自 2004 年以來，秉持「發掘顧客需求、創造顧客價值」的思維，以「顧客觀點」探索顧客使用商品的需求與回饋，進而開發出更貼心、符合顧客心意的商品，達到為顧客創造價值的目的，也讓顧客買到更安心、安全、便利的商品。

我們相信一個被消費者認同的商品，是透過各部門團隊合作，才能串連出縝密的價值鏈，生活研究為提供全面性的生活家電解

決方案，始終站在客戶的觀點，除了透過實際家庭拜訪、意見調查、團體訪談、居家環境模擬等實地調查外，也將調查結果提供給各商品企劃及關連部門，更與日本 Panasonic 及海外各生活研究部門進行





情報交流，以顧客實際與產品共同生活之經驗及對未來的生活意識、價值觀等趨勢，透過質化、量化研究分析掌握顧客需求，並反映到次期商品的開發。2017年我們持續根據生活現場的深入研討，開發最貼近顧客需求、能為顧客帶來「感動體驗」的商品。

### 生活現場深入探討

### 創出顧客需要的商品

洗衣機



洗大件寢具，容量不足，時洗/乾時間長，耗電感



洗劑量標準不一、洗劑殘留或洗淨力不足疑慮



黑霉產生，令人苦惱

提案

- 小體積大容量 22kg
- ECONAVI 智慧節能科技
- 40°C溫泡洗 / 3段溫水洗衣
- nanoe™ X / 預洗淨行程
- 槽洗淨：雙效自動 / 30°C溫水
- 洗衣除蟻行程
- 洗劑自動投入



電冰箱



日常冷凍庫塞的滿滿，冷凍室收納容量不足



蔬菜新鮮度想保持久些



肉品解凍不易、且解凍營養易流失、風味不佳

提案

- ECONAVI 新節能 1 級
- 小體積大容量
- 大冷凍需求 / 冷凍櫃導入
- 蔬果 nanoe 保鮮及保濕機能
- 免解凍、好料理的微凍結機能
- 時尚美型外觀設計



空調



防過敏、在意冷房使用之空氣品質、濕度



擔心耗電 & 冷度不均電風扇不可或缺



遙控器無背光、夜晚看不見燈號顯示太亮影響睡眠

提案

- 省能源 1 級、CSPF 業界 NO.1
- 更均勻舒適的送風機能
- nanoe-X 空氣品質再進化
- 快適空氣吹出
- 能自動減光或可關閉的指示燈
- 按鍵有背光，能在夜間使用的遙控器



生活研究透過充分了解消費者，創造令使用者感動的人性化設計提案，不僅是對少子、高齡化、獨居等多樣化生活形式提出優質生活方案，同時深入研究省能源、增進資源再利用的地球友善提案，不斷地追求智慧、便利及創造健康舒適的生活。在強化研究的同時，與學術機構、業界合作、掌握豐富而瞬息萬變的生活夢想，朝全球 NO.1 的生活家電邁進。

## 客戶心得回饋

/ 愛用者 台北 魏先生

那天接到 Panasonic 生活研究人員來電話；說明要來做家庭訪問，感到十分驚訝！

回想一下買過這麼多的商品，從沒有接受過廠商的家庭訪問經驗，懷抱著期待的心情迎接家庭訪問的日子到來！在家庭訪問中受益良多，對滾筒洗衣機的槽乾燥有了更進一步的瞭解，使用洗衣機槽乾燥可以抑制洗衣槽產生黴菌，保持洗衣槽乾淨。還有，洗衣機從購入至今約 6 個月，排水濾網壓根兒不知要清洗，非常感謝生活研究人員的到來，提醒了這件事。平時做好洗衣機清潔保養，才能讓衣服洗得更乾淨衛生，還可延長洗衣機使用壽命哦！



聆聽顧客的問題與需求



排水濾網清潔

## B 客戶溝通

### 全省服務據點

台灣 Panasonic 集團於全台設有家電商品直營服務站及服務授權店，持續增加以貼近在地消費者的需求，實地解決消費者商品送修，報修、安裝保養、零件購買等疑難雜症，並確認客戶對服務的滿意程度，以提供更優質的產品使用經驗。

2017 年我們改善了迎賓櫃台的設計，設置明亮、舒適的接待區與顧客休息等候區；同時也持續提供客戶簡易安裝服務，針對購買洗衣機之顧客，於送貨到府時即提供簡易安裝服務，2017 年協助安裝超過九千台。不斷提升的服務，希望讓顧客更感賓至如歸的用心。

### Panasonic 全省家電服務據點數量

服務授權店

**290** 店

直營服務站

**27** 站

全台服務授權據點  
未來將再增設中部、  
南部的常駐服務專員

**7** 處



### 服務據點客戶滿意度調查

調查方式	電話訪問調查、網路回函調查
調查對象	近期修理服務完成之愛用者
調查項目	技術力、約定時間、服務速度、服務態度 關懷服務、販賣促進



高雄北區服務站整新樣貌接待來客

2017 年我們也新增了大型空調的服務據點，並透過可視化系統管理物流，提升對每個產品與服務環節的完整掌握，為客戶提供最高的方便性。

### 2017 年顧客滿意度調查結果

	總分	技術力 (20 分)	約定時間 (15 分)	服務速度 (20 分)	服務態度 (30 分)	關懷服務 (10 分)	販賣促進 (5 分)
2017 得分	92.3	19.48	14.96	19.12	24.21	9.66	4.87

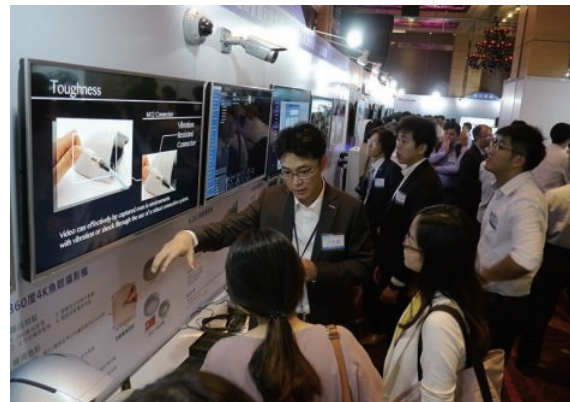
客戶滿意提升作法	內容說明
提供完善服務管道	0800 免付費電話、4128 付費電話、網路報修、售後服務信箱、傳真、語音留言等
進行提升服務價值活動	免費關懷到府點檢服務、淡季冷氣機預約點檢保養服務，新商品目錄發送等
協助天然災害應變	免費點檢服務、修理費採用成本優惠價等

## 其他多樣化溝通管道

除此以外，台灣 Panasonic 集團也透過多種管道與顧客互動，如新商品發表會、多媒體管道、實體教室等，期望能更即時貼近顧客需求，也讓我們的产品更密切與顧客生活連結。



秋季新商品發表會



整合方案新商品展示會

## 社群 / Facebook

粉絲團累積人數已超過 **45** 萬人

Panasonic 5 個 Facebook 粉絲團 (LUMIX、VIERA、Panasonic Cooking、Panasonic Beauty、Panasonic Health)，透過塗鴉牆進行各式互動、回應客戶線上提問。

## 影音 / YouTube

影片已超過 **500** 部 頻道訂閱人數超過 **1.7** 萬人

Panasonic 影音專屬頻道提供商品多媒體展現的線上服務，包括調理影音教學、商品功能實測、產品體驗分享、活動花絮等。

## 會員 / CLUB Panasonic

粉絲團累積人數已超過 **65** 萬人

線上商品註冊即可參加每月抽獎活動，並可透過會員紅利點數兌換好康。

## 網站 / 官方網站

網站瀏覽量 **1165.3** 萬人

Panasonic 網站：全商品介紹、詳細規格、說明書下載、服務據點查詢及線上 FAQ。

專屬網站 (Panasonic Cooking、Panasonic Beauty、全領域空調、nanoe 網站)：深入溝通各類產品，如專屬食譜、料理教學、美容小教室等)。

## 活動 / 教學教室

LUMIX 商品註冊後即可免費報名攝影教室，包括功能使用、攝影概念與技巧，以及街頭、生態、晨昏攝影與相機體驗會等。

2017 年透過 Panasonic LUMIX Facebook 粉絲團進行線上直播的攝影教室，累計觀看數約 30 萬、觸及數超過 50 萬。

為了滿足愛用者在料理上的學習需求與疑問解答，開設「Panasonic 廚藝生活體驗館」，每週開辦調理教室。



▲ Panasonic LUMIX 攝影教室

◀ Panasonic 廚藝生活體驗館



## 2017 年兩岸三地料理烘焙大賽：健康時尚「烘」派對

2017 年第三屆兩岸三地料理烘焙大賽在台北盛大舉行，各地選手經過激烈選拔，來到現場運用巧思和創意，做出兼具味覺與視覺饗宴的派對料理。除了精彩賽事，「烘」派對現場同時也準備了多樣以 Panasonic 蒸氣烘烤爐、電氣壓力鍋、果汁機等所做出來的美味料理，以及只需簡單 3 步驟，現沖現磨的香醇咖啡試喝。另還有延續日本超高 95% 滿意度的米飯試食巡迴活動，以及專為親子設計，使用 Panasonic 製麵包機和鬆餅機的烘焙體驗活動，讓大小朋友一起動手做出美味的鬆餅與麵包。活動現場好評不斷，單日參與人次約 2,800 人。



▲ 健康時尚烘派對總決賽現場，2017 年金銀銅大獎皆由台灣選手包辦



▲ 架式十足的小小烘焙師親子隊伍，熱愛烘焙的小朋友及爸爸媽媽大手拉小手，一起為愛烘焙

## 消費者隱私保護

在消費者隱私保護方面，目前本公司有兩位專責人員已取得 BS 10012 個人資訊管理系統主任稽核員的認證，負責公司內部的資訊安全，並已推動 47 位同仁取得 ISO27001：2013 資訊安全管理系統主任稽核員的認證資格，於各單位協助推動資安活動。此外，每年度均委託第三方機構 (DNV GL) 進行 ISO27001：2013 的年度審查，並依照所發現的不足進行改善，也會每年進行資訊安全的內部監查活動，並特別針對人事部門及營業部門所掌管的個資管理現狀進行確認。



截至目前為止，均無收到來自顧客或監管機關的投訴案件。



▲ 通過 ISO27001 資訊安全管理證照更新審查



## 價值鏈共行

### A 供應商管理

台灣 Panasonic 集團視供應商為我們的重要夥伴，透過教育訓練、辦理供應商大會等方式，持續與供應商共同成長，並落實供應商管理政策。

台灣松下電器之原物料包含機械及零件、電子產品、原材料、物料、模具等五大類，除部分原材料、技術指定及廣泛品由日本母公司進口外，其餘原料向台灣廠商採購，主要分布於台北及桃園地區，採購金額約佔 61%。

原物料類型	項 目
機械及零件	塑膠射出機、真空成形機、塑膠二次加工機、橡膠、玻璃、絕緣材料、紙箱等。
電子產品	電阻器、電容器、線圈、變壓器、基板、半導體等。
原材料	塑膠粒、鐵板、鋁素材、銅線、基板材等。
物料	布料、接著劑、塗料、氣體等。
模具	塑膠成形模、沖床成形模等。

### 台灣松下電器供應鏈管理作為

#### ◆ 辦理供應商大會

台灣松下電器每年舉行供應商大會，邀集重要供應商進行法令、法規及 CSR 政策宣達。

#### ◆ 成立松榮會

台灣松下電器於 2015 年 4 月 23 日再啟動松榮會，作為供應商交流平台，為供應商夥伴安排品質、採購業務研修等課程，也不定期針對全面性環境品質監查辦理案例交流會議，近年更持續加強與外部交流，以進一步提升供應商認知。

松  
榮  
會

任務

協助供應商朝最優品質力及最強製造力成本邁進，致力成為松下優秀供應夥伴。

宗旨

① 攜手同進，綠色調達    ② 共存共榮，創造雙贏    ③ 共創新局，永續經營



松榮會研修會分為社內及社外活動項目，由每季前一回松榮會幹部交流會提案，及事務局結合台灣松下電器人力資源課程建議案，經幹部交流會決議推進；每月一回之課程，內容以「品質力(Q)、成本力(C)、管理力(D)、環境保護(E)」及自我成長為主，2017年持續實施研修認證制度，協助協力廠商提高人力素質、提升會員進修意願，並期待獲取持續改善的效果。2017全年度共有377人次參與，較前年度參與成長幅度為8%；未來預計結合優秀工廠QCDE競賽，提升松榮會會員廠商水準，為成為Panasonic優秀夥伴群而努力。

#### ◆ 召開法令研習會與宣導

台灣Panasonic集團定期針對供應商召開各國法令研習會，宣導國內外最新法規訂定狀況與趨勢。

### 台灣 Panasonic 集團對供應商重點要求

#### 衝突礦產禁用

台灣Panasonic集團持續強化對供應商宣導禁止使用「衝突礦產」要求，追蹤產品中含有金、鉍、錫和鎢來源，確保該金屬不是來自「衝突礦區」或「血礦區」，除達到順應國際法律規範，並落實企業社會責任。

#### RoHS 與 REACH 法規對應

對供應商傳達並要求禁止使用禁用化學物質，除於合約中註明禁用物質相關規範外，也要求供應商簽定不使用保證書。

## B 供應商稽核與評估

我們鑑別出較具作業危害、有害物風險之高風險供應商，進行優先監察與輔導，向不符合監察項目者提出改善建議，並於改善後重新進行確認。使用日本Panasonic之稽查清單訓練各廠人員，於評估完成後只保留A級廠商，為Panasonic整體產品與服務把關。

### ■ 供應商篩選策略

供應商對Panasonic製品的品質、成本以及生產量都具備重大影響力，為提昇台灣Panasonic集團供應商之水準，引導新舊供應商配合未來發展需求，我們對供應商篩選之策略涵蓋供應商營運情形與供貨狀況，透過篩選保留優質合作廠商。

#### 供應商營運情形

- 體質及信用佳
- 合法營業
- 確實保密
- 財務健全
- 高技術水準與發展潛力
- 生產環境與環保符合要求

#### 供應商供貨狀況

- 配合度高
- 履約狀況良好
- 價格合理與交期準確
- 品質與規格良好

## ■ 供應商稽核實務

台灣 Panasonic 集團之供應商稽核實務可分為兩大塊，分別為新廠商開發及既有廠商管理。

### ◆ 新廠商開發

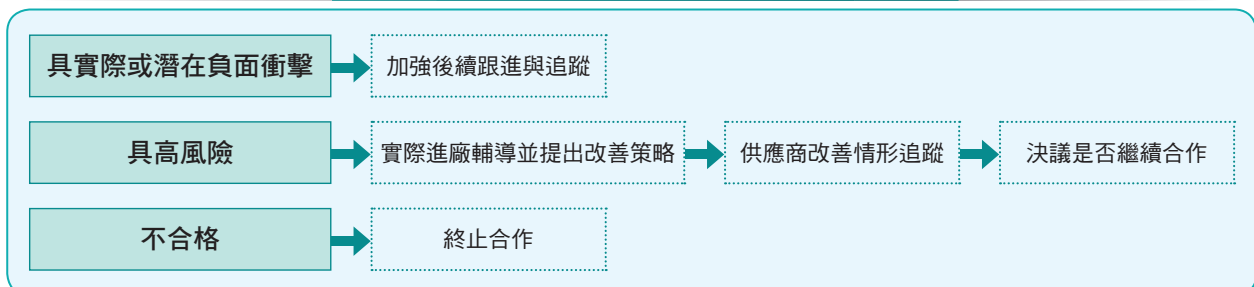
因應商品生產與開發需求，台灣松下電器每年約增加 5~10% 新廠商，訂有「衛星工廠開發基準」，以「品質力 (Q)、成本力 (C)、管理力 (D)、環境保護 (E)」四大項目對協力廠商、規格廠商、原材料、物料、模具及其他相關供應商進行評核。

### ◆ 既有廠商日常管理

本集團訂有「衛星工廠評鑑管理基準」，以「品質 (Q)、成本 (C)、交期 (D)、技術服務 (S)」對既有供應商以書面及實地訪查方式進行定期稽核。目前廠商評為合格等級者佔整體廠商 97% 以上，可充足對應現階段生產需求。



## 對供應商稽核結果因應做法



### ▼ 2017 年既有供應商稽核結果

地 區		台灣	海外	總數
既有供應商家數		240	133	373
經評估供應商總數		228	133	361
已鑑別有實際或潛在負面衝擊家數		18	49	67
評估高風險或不合格家數		7	0	7
改善措施	輔導家數	7	0	7
	經輔導後合格供應商家數	7	0	7
	終止合作家數	0	0	0

2017 年度針對 96.8% 以上供應商已完成評估，我們計畫在 2018 年將供應商稽核比例提升至 98%，並持續追蹤與進行改善輔導。

## C 經銷商夥伴合作

### ■ 經銷商合作計畫

經銷商一直都是台松電器販賣公司重要的合作夥伴，其店鋪門面與商品陳設方式，極可能影響消費者對 Panasonic 商品的第一印象，因此，台松電器販賣公司推出與經銷商夥伴的合作計畫。2017 年，我們持續強化通路夥伴關係，借由店面改裝、百貨品牌櫃與量販商品專區之設置與更新，除提升品牌形象外，也提供消費者更優質的購物空間。

#### 經銷商合作計畫

提升賣場環境格調及更舒適的展售空間

因應時代潮流與區隔其他競爭品牌，呈現整潔明亮又時尚的展示空間

統一消費者對 Panasonic 品牌形象認同，加深優質商品印象

	全店改裝	商品專區製作	百貨品牌櫃	百貨專櫃
2017 年	14	506	3	3
累計	97	2796	32	84

01. 深耕  
責任開始

02. 沃土  
堅實基礎

03. 拾種  
價值創新

04. 育成  
幸福職場

05. 霖澤  
環境保護

06. 成蔭  
社會共榮

	改裝前	改裝後
系列店		
百貨品牌專櫃		
量販店		



## 經銷商研修

經銷商是接觸顧客、傳遞 Panasonic 品牌形象的第一線人員，為了提升其販賣技能，台松電器販賣於 2017 年設立研修中心，開設增進各類商品知識的經銷商研修班，也針對 IT 和經營等層面開設課程、更提供經銷商第二代接班者訓練，希望能夠藉由這樣的合作模式，建立經銷商與 Panasonic 一體的認知，以提供令顧客滿意的服務、深化其對 Panasonic 品牌信任度。

課程	期間	內容	課程照片
商品教育講習	全年	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市場趨勢與利基</li> <li>◆自社商品說明 &amp; 競社比較</li> <li>◆商品操作實演</li> </ul>	
服務技術講習	9月~12月 / 1月~3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆商品拆卸 &amp; 故障排除教學</li> <li>◆安裝 SOP &amp; 技術認證</li> <li>◆市場維修案例說明</li> </ul>	
新系列店經營研修	9月	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Panasonic 集團介紹</li> <li>◆經營理念及品牌價值</li> <li>◆家電市場展望 &amp; 販促政策說明</li> <li>◆自店經營 &amp; 行銷</li> </ul>	
二代經營台灣研修會	1月	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆經營理念 &amp; 經營戰略</li> <li>◆行銷手法</li> <li>◆財務管理 &amp; 勞資知識</li> </ul>	
二代經營日本見習會	3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆本社交流 &amp; 工廠見學</li> <li>◆海外專門店參訪</li> <li>◆行動計畫策定</li> </ul>	

## 電子商務經營管理系統

台灣 Panasonic 集團為經銷商設計的線上經營管理系統也於 2017 年正式上線，經銷商透過台松電器販賣免費提供的雲端服務進行管理，協助經銷商提升其經營管理效率。系統中會自動更新所有 Panasonic 商品資訊，如商品資訊、價格、販售活動等，也可自行管理其他販售資料。現約 120 家經銷商使用，共 356 家參與教育訓練，將於通過核可後陸續正式上線。

# 育成4

## 幸福職場

### 人才培植

- ▶ 員工概況
- ▶ 人力資源政策
- ▶ 課程與訓練

### 成長茁壯

- ▶ 福利與資源
- ▶ 安全防護
- ▶ 職場健康







## 人才培植

建立一個人性化的勞動生態，使每一位工作者都能自信地工作，一直是台灣 Panasonic 集團的理想。我們始終期待能藉由勞資合作、建立和諧的勞資關係，進而共創勞資雙贏的理想目標。此外，我們也非常重視員工的生涯規劃與職能發展，不僅提供多樣化專業技能課程，讓員工能在專業技能更上一層樓外，更提供豐富通識及語言選修課程，期許員工在台灣 Panasonic 集團內，能有全方位的成長。

### A 員工概況

#### 員工組成

台灣 Panasonic 集團有超過 4,800 位員工，台灣松下電器目前共有 2,244 位正式及派遣員工，為集團員工人數最多之公司。

台灣 Panasonic 集團員工性別、年齡、職級與身心障礙雇用情形如下，集團在聘用上尊重多元，各公司皆依法定比例聘用身心障礙人員，女性主管與男性主管比例則為 1:6.7。

	2015 年				2016 年				2017 年			
	正職	建教生	派遣	總計	正職	建教生	派遣	總計	正職	建教生	派遣	總計
男性	1,662	189	491	2,342	1,754	145	480	2,379	1,818	196	603	2,617
女性	878	33	555	1,466	905	21	518	1,444	917	39	614	1,570
總計	2,540	222	1,046	3,808	2,659	166	998	3,823	2,735	235	1,217	4,187

註：1. 集團無兼職員工

2. 正職包含外籍人員

3. 本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下營造、松下產業科技五家公司，涵蓋集團總人數達 73.7%

	年齡				職務			學歷分佈				身心障礙聘用人數		
	30 歲以下	30-50 歲	50 歲以上	總計	主管	非主管	總計	高中職及以下	大學 / 專科	碩士	總計	2015 年	2016 年	2017 年
男性	317	1,032	469	1,818	602	1,216	1,818	350	1,320	148	1,818	28	28	26
女性	289	494	134	917	85	832	917	236	647	34	917	4	4	4
總計	606	1,526	603	2,735	687	2,048	2,735	586	1,967	182	2,735	32	32	30

註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下營造、松下產業科技五家公司



台灣 Panasonic 集團 2017 年正職人員新進與離職情形									
正職人員 新進情形	年 齡			總計	正職人員 離職情形	年 齡			總計
	30 歲 以下	30-50 歲	51 歲 以上			30 歲 以下	30-50 歲	51 歲 以上	
新進男性 員工人數	151	78	1	230	離職男性 員工人數	60	53	11	124
新進女性 員工人數	107	48	1	156	離職女性 員工人數	45	61	2	108
新進員工總人數				386	離職員工總人數				232
新進男性 員工佔比	5.52%	2.85%	0.04%		離職男性 員工佔比	2.19%	1.94%	0.40%	
新進女性 員工佔比	3.91%	1.76%	0.04%		離職女性 員工佔比	1.65%	2.23%	0.07%	
整體新進比率				14.11%	整體離職比率				8.48%

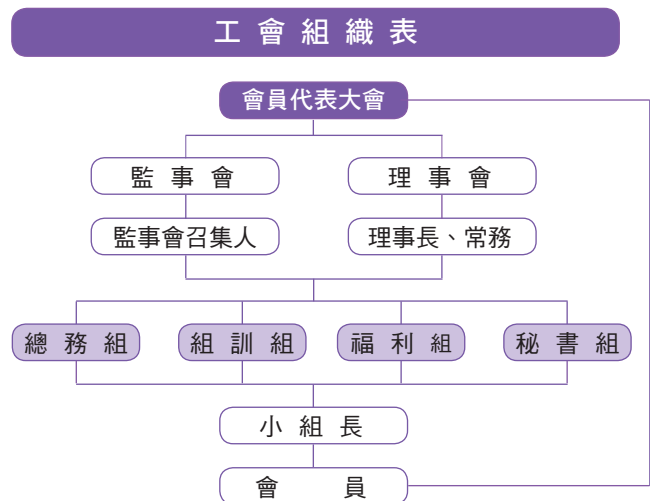
註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下營造、松下產業科技五家公司

## 勞工組織

### 工會

台灣松下電器秉持勞資和諧之經營理念，長期以來對勞資關係極為重視，為維護公司與員工的共存共榮的發展、保障員工權益、增進員工知能、發展生產事業、改善員工生活，於 1970 年 4 月 3 日設立「台灣松下電器股份有限公司工會」並簽訂第一次團體協約，是台灣簽訂團體協約**歷史最悠久**的企業，為勞資和諧及處理勞資事務奠定新的里程碑，其後公司與工會每三年簽訂一次團體協約。

第 18 次團體協約經雙方依法令變更及情勢變化，將協約適度調整後於工會會員代表大會通過。最近一次為 2015 年 12 月 25 日簽訂，其中有四條關於健康與安全相關議題，佔全文四十六條的 9%。



## ◆ 福委會

台灣松下電器福利委員會的設立宗旨為開創多元服務，活用福利資源，豐富員工生活，組成為資方委員 7 名、勞方代表 14 名、總幹事、主任各一名，任期 3 年，配置專任人員處理相關業務。

福委會組織依據活動內容分成事務組、福利組、活動組、團康組進行活動推進，相關福利事項包含三節禮券、生日禮券、員工旅遊補助、年終摸彩、子女入學祝賀金、員工圖書館、福利社、員工餐廳等員工福利設施。

## B 人力資源政策

台灣松下電器為保障員工權益，提供許多促進勞資和諧措施及員工溝通管道，包含：

1. 依照「勞動基準法」及政府有關法令訂定工作規則。
2. 訂定「性騷擾防制措施及懲戒辦法」，維護性別工作平等及人格尊嚴。
3. 依據「勞資會議章程」召開勞資會議，並將勞資會議內容做成記錄。
4. 以總經理網頁意見箱、「台灣松下集團報導」、單位懇談會進行內部溝通。

更多台灣 Panasonic 集團勞動政策，請參見



## ■ 勞動裁罰與後續改善

台灣松下電器受新北市政府勞工局勞動檢查，經檢閱出勤紀錄發現有員工單月加班時數超過 46 小時、以及緊急對應後休息時數不足的情形。針對此二事件，內部已展開相關人事系統調整與強化，強化系統預警與事前管理功能；同時為因應勞動法規調整，除了於經營會議向單位主管進行多次宣導裁罰情形與法規重點外，亦進行人力盤點，對於人力不足之崗位增加人力補充，同時也針對工會強化勞動法規相關溝通，以協助員工了解公司做法。

## ■ 績效考評

台灣松下電器每年 4 月進行員工績效考評，提供員工晉升之透明判斷依據。此外，基於企業永續經營發展的目的，提供員工對於不同職種別工作的挑戰，員工可以在績效評價表中表達是否願意輪調的意願，做為主管培育人才的依據。

### 員工績效考核表

#### 績效面談

- 對於部門及個人之課題與挑戰目標建立共識
- 瞭解員工表現與未來發展性

#### 完成考評

- 評價結果與組織任命、資格昇格、薪資福祉與職涯規劃等連動，進而提昇組織整體績效



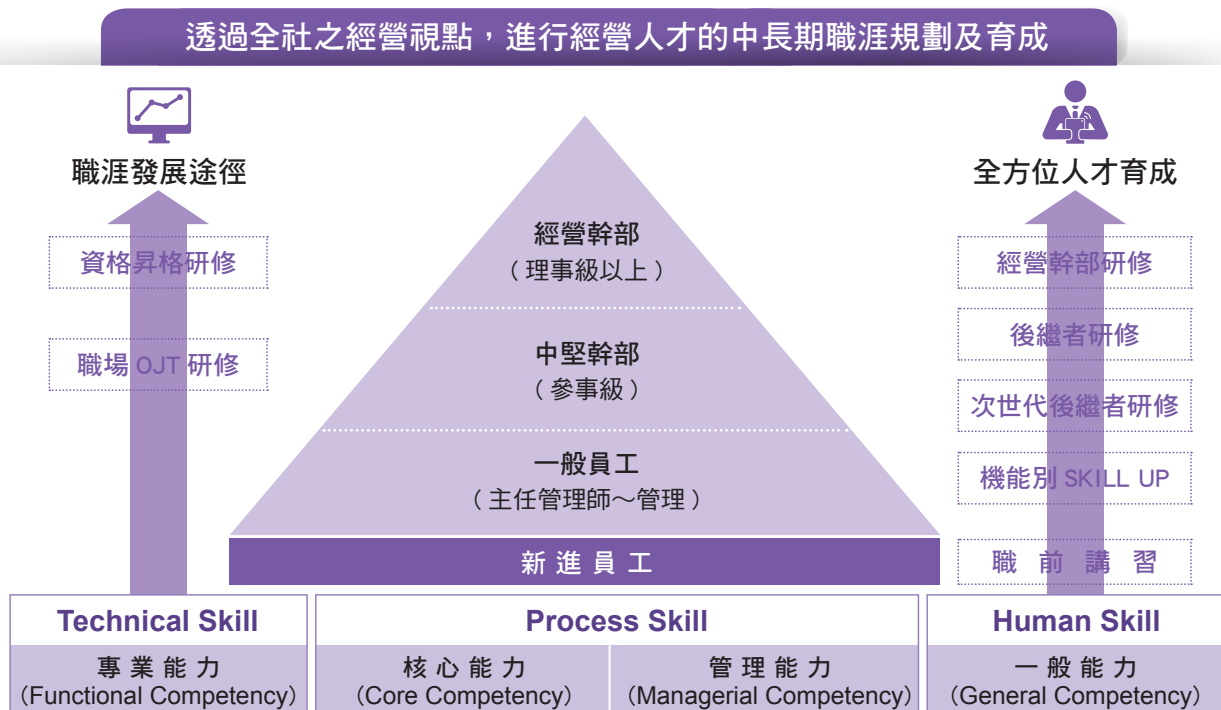
## 人力資源管理策略

- 強化人員多元運用：導入複線化人才管理策略，持續任用具經驗者及優秀專業人才，並以短期約僱人員配合季節性生產調節。
- 增加人才招聘管道：與高雄中山工商建教合作已持續近三十年、提供學生實習機會及完善教育訓練，並與聖約翰科技大學、亞東技術學院合作，導入大專實習生，同時也向政府申請兩名研發替代役，充實技術本部研發力。
- 強化技能傳承：由資深基層幹部及技術員協助傳承實務技能，拔擢年輕優秀人才為未來公司中、高階主管或幹部後繼人才。

## 課程與訓練

為提升人力資源品質，以確保永續經營及競爭力，台灣 Panasonic 集團依據企業願景、使命、方針，將人力資源分為縱向的職涯管理（資格職與管理職），以及橫向的職能別管理，皆訂有嚴謹的職涯管理辦法及研修規章。此外，台灣 Panasonic 集團自 2016 年開始推展「共同研修平台」，希望藉由共同參與研修課程，深化集團資源共享。

## 人才規劃及育成



## 台灣松下電器員工訓練架構

## 後繼者

- 經營幹部後繼人才育成研修
- 次世代後繼人才育成研修 (經營基礎研修)

## 管理職

- 共通研修
- 專業研修
- 各層級管理職能力養成研修

## 資格昇格

- 新任資格職研修
- 課題解決型研修 (O.J.T 指導)

## SKILL UP

- 開發技術、製造、管理、營業服務 SKILL UP 研修
- Technical Skill (專業能力)
  - Process Skill (管理能力/核心能力)
  - Human Skill (一般能力)

- 長期派遣研修
- 工科短大

## 新進人員

- O.J.T
- 公司簡介
- 經營理念
- 品質
- 環安
- 人事制度
- 福祉

- (1) 為徹底落實「人才立社」行動，並朝百年企業目標邁進，台灣 Panasonic 集團於 2012 年~2017 年共辦理次世代後繼者培訓計畫，合計完成 66 名儲備幹部的培育。
- (2) 針對管理階層、製造與技術人員、營業服務人員所應備有的技能，思考如何就現有人才進行專業能力的培育，並以 PDDRO 流程規劃年度訓練及 skill up 課程推動，使同仁獲得足夠之研修課程以充實自我能力。
- (3) 為使員工更具國際視野，培育全球化人才，且與日本資源連結，辦理各項職場研修課程、赴日研修與日本工科短大受訓、語文課程與檢定等，積極養成人才，並與組織人才缺口、健全體制等相結合。
- (4) 新人訓練內容包含公司簡介、經營理念、品質政策、法令遵循、資訊安全管理、人事制度與福利簡介、環境保護等內容，建立對公司完整了解。
- (5) 其他課程：包含線上課程、外部訓練、人文藝術課程等。

## 台灣松下電器

人文藝術課程 - 「故宮國寶與創新京劇 - 談國光劇團的快雪時晴」



## 台松電器販賣

商品研修 - 員工商品知識講習



## 松下產業科技

團隊研修 - Power of walk together



## 台灣松下電腦

Skill up - 工科短期大學





## 松下經營理念推廣

適逢 55 周年，台灣松下電器自 2016 年起規劃一系列經營理念推廣計畫，以回歸創業者松下幸之助先生創業時的初心為主題，2017 年持續辦理「經營理念」的課程推廣以及書籍研修。課程規劃上除了持續「再現松下幸之助的經營哲學」講座外，更由日本 PHP 大江弘部長針對處長級幹部講述「人才培育的要領」；另一方面，2017 年對於年度參加昇格候補者員工，要求經營理念書籍研修與讀書心得報告，相關書籍皆為松下幸之助先生的著作，包含領導者必先知道的事、經營之神的初心 松下幸之助的職人精神、經營之神的初心 松下幸之助的幸福之道等。



## 成果殊榮

透過完整研修體系，厚實員工的能力，在 2017 年參與國內外競賽獲得相較過往更加優秀之成績。



日本松下技能競賽獲得 2 金 1 銅



第 30 屆全國團結圈競賽銅塔獎

### 競技大賽心得

台灣松下電器電冰箱開發部 · 主任工程師 / 莊政憲

在參加多次的「3D CAD」競技大賽裡，從連第一階段完成不了的狀態，一步步練習，到能夠站上全球競賽的舞台上，儘管中間挑戰失敗多次，但也學習到寶貴經驗。

從拿到題目開始，要迅速理解圖面的內容，並分析規劃製圖的流程，如何在最短時間內，完成題目的要求，並利用工作上的累積，進一步改善設計，使其成為更好的完成品。這些也都是日常工作所需的技巧及要求。

這些技巧除了未來繼續精進外，在工作上如何去應用，來提升自我工作效率之餘，反饋教導後續繼任者，使其他人能夠進一步提升，是我後續進行的方向。

## 五大架構課程

管理研修  
19.3%核心研修  
5.89%專業研修  
68.72%新人訓練  
1.52%通識暨自我  
啟發研修  
4.58%

※ 上圖為台灣松下電器集團五大課程架構與開課時數占比

台灣松下電器集團員工教育訓練時數統計

	男 性			女 性		
	總受訓時數	總人數	平均每人受訓時數	總受訓時數	總人數	平均每人受訓時數
主管	20,251.50	511	39.63	7,660.50	76	100.79
非主管	9,160.00	1,056	8.67	8,853.50	742	11.93
總計	29,411.50	1,567	18.77	16,514.00	818	20.19

註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦三家公司

2017 年度台灣松下電器集團  
員工教育訓練實績

開設課程

369 場次

共計

2,896 小時

參加人次達

9,971 人次





## 成長茁壯

台灣 Panasonic 集團希望打造令員工全心投入工作並且安心自在的工作環境，因此致力於提供良好的福利與資源，以及健全的安全、健康照顧。

### A 福利與資源

#### ■ 薪資福利

在人員薪資福利部分，公司薪資支給項目除本俸、伙食津貼及依各資格層級支給資格津貼，依不同工作屬性支給工作機能性津貼。每年7月依公司營業利益外，參考物價水準、同業調薪、個人考評結果等予以調薪。

台灣 Panasonic 集團女男薪酬比		
	男性	女性
主管	1.35	1
非主管	1.17	1

註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下營造四家公司

台灣 Panasonic 集團實行男女同工同酬，新入社員工依學歷科系別任敘，不因員工性別區分起薪薪資，近年積極拔擢女性主管，因平均擔任年資較低於男性主管，故薪資仍有些許差異。

為激勵與照顧員工，提升員工士氣，台灣 Panasonic 集團相關福祉制度除每年夏季及冬季獎金、員工酬勞等，近兩年台灣松下電器員工年終獎金平均**更高達7個月以上**；休假方面，公司每年排定9天暑假，2017年度休假總日數127日與法定休假日數116日比例為109%，優於法規要求。

在退休金制度方面，過去依循舊制退休金制度，按勞工法令規定每月依員工薪資總額固定提撥15%退休準備金，後依循法規修正採納新制勞工退休金，每月固定提繳6%，另以遵守法令為前提，配合員工生涯規劃，制訂員工退休優惠方案提供員工自行選擇。

基本福利	保險	退休計畫	補助措施	健康檢查	其它福利	集團其他公司特色福利
夏季獎金 冬季獎金 員工酬勞 三節禮券 生日禮券 年度員工旅遊補助	員工團體保險 人壽保險 意外險 傷害醫療險 住院醫療險	依法提撥勞退基金 提早退休優惠辦法	結婚生育祝賀金 員工家屬死亡慰問金 子女入學祝賀金 急難救助金 員工撫卹金 語文合格激勵金	一般員工 新進員工 特殊作業員工 外勤人員 幹部暨資深員工	25年資深員工 14天有薪假及旅遊補助金 資深員工表彰 部門激勵會 懇談會	托兒中心 無息助學貸款 員工家庭日 激勵宴



## 育嬰留停

台灣 Panasonic 集團為保障員工權利，於工作規則中明訂育嬰留職停薪制度；2017 年集團有 8 位員工申請育嬰留停，有 6 位已留停結束，其中 6 位已回任，復職率 100%；2016 年有 5 位員工申請育嬰留停且已回任，其留任率為 80%。

項 目	女	男	總 計
A：2017 年度申請育嬰留停總人數	6	2	8
B：申請於 2017 年復職人數	3	3	6
C：2017 年度實際復職人數	3	3	6
D：2016 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	4	0	4
E：2016 年育嬰留停復職人數	5	0	5
復職率 %= C/B	100%	100%	100%
留任率 %= D/E	80%	N/A	80%

註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下營造、松下產業科技四家公司

## 員工活動辦理

在工作之餘，台灣 Panasonic 集團也辦理各樣員工休閒活動，並鼓勵員工參與社團俱樂部，目前已有 3L、慢跑、籃球、單車、登山、松野、保齡球、松羽、繪畫等九大俱樂部，全方位提供員工休閒放鬆的機會。其中，基於對社會的關懷理念，台灣松下電器員工於 1990 年設立關愛基金會，主要宗旨為認養貧困兒童，並於 1993 年納入 3L(Loving, Living & Learning) 俱樂部，正式成為福委會社團一份子，目前義工人數約 120 人，參與各項社福公益活動，持續以團體的力量，永續經營源源不絕的善念。



3L 至伯特利致贈愛心捐款與物資



3L 俱樂部積極鼓勵社員參與慈善活動，2017

年探訪孤兒院，並贊助世界和平會、家扶中心、創

世基金會等，義賣及樂捐共 **776** 千元，展現

Panasonic 員工對社會的關懷。



## 2017 年度員工活動舉辦

台灣松下電器



路跑活動



星光大道歌唱大賽



保齡球大賽



創世基金會入場義賣活動

集團



台灣松下商用設備宜蘭不老部落參訪



台灣松下電材家庭日

公司



AJTA 全社大賽 - 台灣松下電腦代表隊



### 全日本玉入れ協会

AJTA：日本的傳統競技，台灣松下電腦舉辦 AJTA 大賽，更組隊參與日本總公司競賽，藉以促進身心健康、增強團隊協作能力。

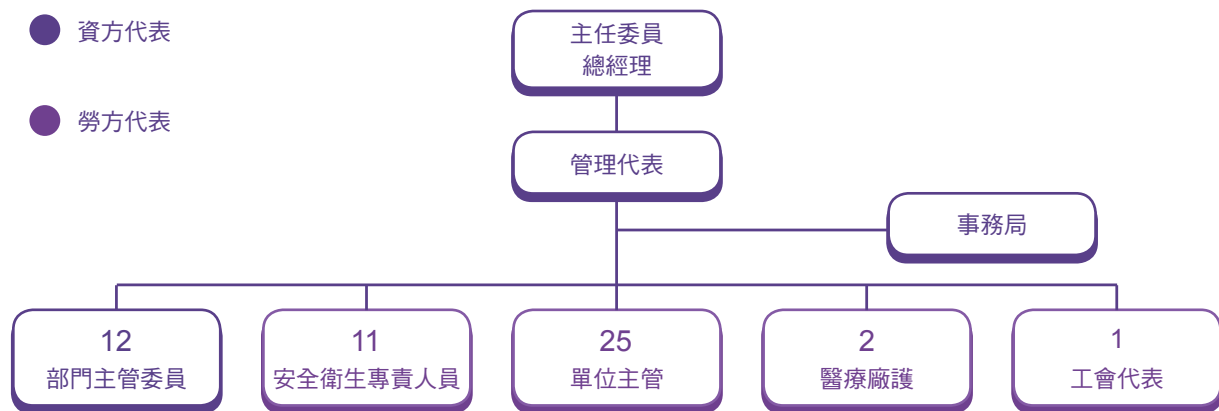
## B 安全防護

台灣 Panasonic 集團極度重視工作環境安全，除依職業安全衛生法設置職業安全衛生管理委員會，亦以全員參與、遵守法規及預防危害，持續改善，為建立安全、明朗、健康之職場而努力。

### 職業安全衛生管理委員會

台灣松下電器設置職業安全衛生管理委員會，每兩個月召開安全衛生委員會議，以推動本公司安全衛生政策與目標之實施，同時監督確認執行單位是否依安全衛生管理計畫落實執行，並於會議中針對各項安全衛生相關議題討論、決策及實施。並且安全衛生委員也以每兩個月一次進行全廠區各工廠的安全巡檢，確保同仁工作環境的安全與衛生。

本公司職業安全衛生委員組成除法規規定設置一級單位之專任勞安人員共 5 位外，於各工廠均設置安全專責人員，並將工會理事長納入安全衛生委員會之成員，此外設有兩位駐廠護理師隨時提供醫療上的協助與諮詢。委員成員中，勞方比例高達二分之一以上。



### 安全衛生管理作業程序

為確保職業安全衛生相關事項皆能確實符合法規規範等要求，特制定相關安全衛生管理作業程序。

#### 安全衛生管理作業程序內容

規 劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>以遵守國家的法令規章為最低要求</li> <li>有助於實施公司的職業安全衛生管理系統要素</li> <li>持續改善安全衛生績效</li> <li>進行良好溝通及健全教育體制</li> </ul>
要 求	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據 TOSHMS 職業安全衛生管理系統，強化自主管理，降低職業災害發生</li> <li>保護勞工安全與健康</li> </ul>



## 員工

為使台灣松下電器之安全衛生管理系統運作人員及廠區作業所有人員建立安全衛生意識、危害預防能力並有效執行安全衛生管理規定，要求相關人員需定期接受安全衛生管理教育訓練，平均每年度辦理 10 場次以上，以確保員工工作環境的安全與健康。2017 年安全衛生相關教育訓練總計辦理 15 場次，共有 1,614 人參與課程、總上課時數為 7,507 小時。

實施對象	項 目
新進員工	· 報到當日需接受 3 小時安全衛生教育訓練
所有員工	· 一般安全衛生教育訓練 3 小時 · 交通安全講習 3 小時
專業人員	· 專業證照安全衛生教育訓練 (目前持照人數 476 人) · 分發至各職場需針對專項工程別進行安全衛生教育訓練 1 小時

註：依 2018 年 3 月底資料

除實施安全衛生教育訓練外，依據職安法規定，台灣松下電器需設置 36 位急救人員，而目前設置合格急救人員達 100 位，為法規要求人數 2 倍以上。



合格急救人員達 **100** 位

此外，台灣松下電器也持續推動勞工健康保護計畫，以員工自評、工作環境調查、潛在危害評估等結果提出改善建議，以增進全體員工健康。



為法規要求人數 **2** 倍以上

## 演習

2017 年台灣松下電器於中和廠區，配合新北市消防局辦理下半年度公共危險物品場所自衛消防編組暨火災搶救演練，以提昇自我消防能力。



## 2017 年工傷職災情形

2017 年台灣松下電器共有兩件工傷事故，針對傷害事件，作成事故調查報告書、鑑別事件發生原因，並於各工廠間進行案例討論，且針對事發原因檢討提出對策、進行宣導，以防止類似事故發生。

為持續營造安全舒適的工作職場，台灣松下電器制定許多活動讓全公司同仁一同參與安全環境營造，如 5S 評比競賽、週三定例巡檢、週二或週四醫師臨場訪視以及與其他公司實施安全衛生交流活動，藉此提升公司的安全環境。

台灣松下電器 2017 年員工工傷統計

	應工作 總時數	應工作 總天數	實際工作 總時數	職災 受傷 人數	損失 工作 日數	工傷 事故 件數	缺勤 總天數	工傷率 (IR)	缺勤率 (AR)	損失天數 比率 (LDR)
男	2,025,275	283,166	2,025,275	-	-	-	717	-	2,530.32	-
女	1,050,901	146,832	1,050,869	2	4	2	230	1.90	1,566.42	3.81
總計	3,076,176	429,998	3,076,144	2	4	2	947	0.65	2,201.17	1.30

- 註：1. 損失工作日數為預定工作日，並於事故發生隔天即開始計算  
 2. 兩件事分別為機台夾傷及走上廁所滑倒，無造成人員死亡  
 3. 2017 年無職業病事件發生，故職業病率為 0  
 4. 缺勤總天數為正式員工包含工傷假、病假、事假、生理假  
 5. 工傷率、缺勤率、損失天數比率皆以每年 50 個星期、每星期工作 40 小時計算每 500 名雇員的比率

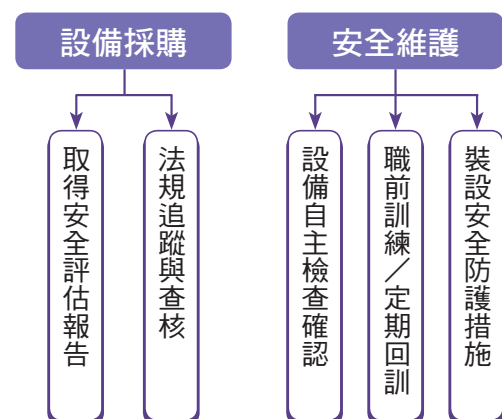
## 設備採購及安全維護

為確保設備採購及後續維護皆符合安全衛生規範相關要求，針對設備請購、採購、安全維護等事項，皆制定完整流程並明訂單位權責、授權範圍、作業程序、作業表單，以增進作業效率。

### 承攬商

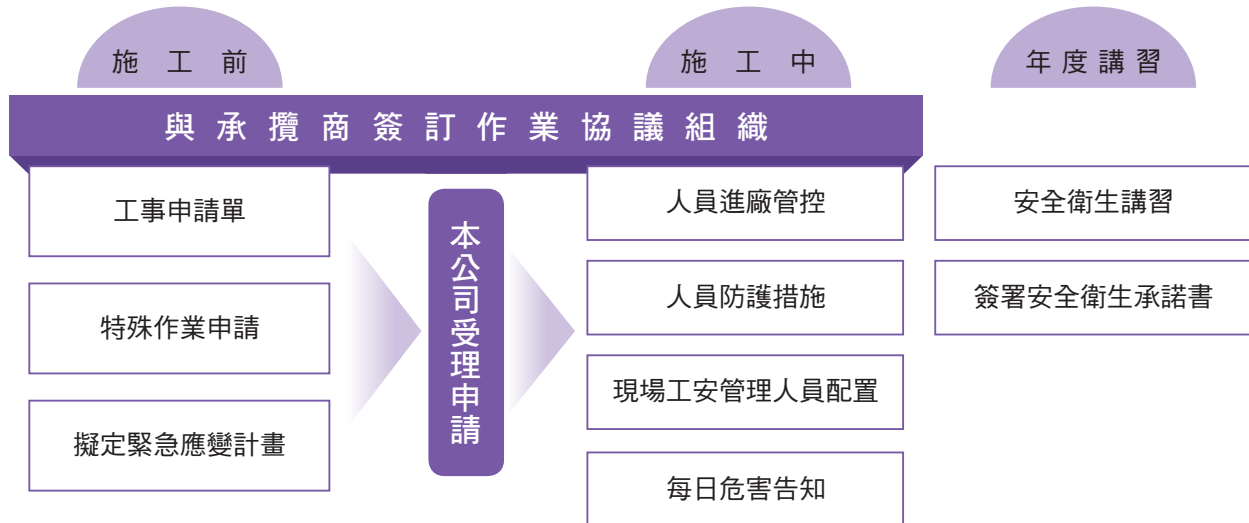
承攬商為台灣 Panasonic 集團重要夥伴，為確保廠內及施工廠商之人員安全，建立承攬商安全衛生管理制度，並定期向承攬商宣達相關要求。2017 年承攬商無工傷情形。

### 設備採購及安全維護流程





## 承攬商安全衛生管理制度



台灣松下營造會同承攬商成立「優工會」，期許一同提升工程品質與效率的同時，也與承攬商一起努力達成0事故的目標。為此，優工會訂定八大安全衛生遵守事項，並藉由定期舉辦交流會，確保承攬商一致之認知與努力。



## 職場健康

台灣松下電器重視員工健康，提供所有員工檢查、宣導、課程、環境調整等方式，增加對員工健康需求的了解，並落實改善；對於高風險者更給予指導與訪視關懷，減少異常工作負荷所促發疾病。



### 健康管理促進

- 健康檢查
- 健康講座



### 日常健康維護

- 飲食照顧
- 環境優化



### 人因性危害預防

- 現場訪視
- 工程改善

## 健康管理促進

台灣松下電器實行優於法令之體檢制度，並於 2017 年納入派遣員工，提供全體人員至少 2 年一次 45 歲以上及參事級以上幹部每年一次的健康檢查；在全員檢查結果出爐後，由健管室與體檢院方合作分析，列出前十大異常作為健康促進的重點課題。

2017 年分析結果顯示前三大健康問題皆因肥胖、不當飲食及缺乏運動造成；因此，為促進員工身心健康管理，台灣松下電器與長庚科技大學健康管理學系合作舉辦體重管理班、脂少享健康等課程，並新增 QR code、網路報名及 Line 群組訊息等管道，以提升員工參與意願，總計共有 163 人參與，總減重達 339 公斤、總體脂肪平均下降 9%。

## 日常健康維護

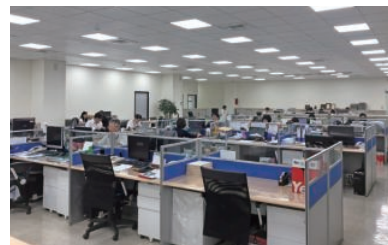
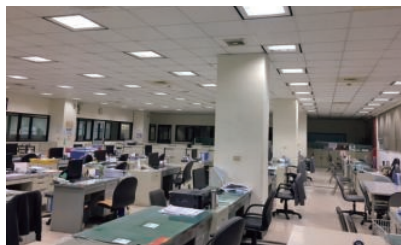
台灣松下電器針對員工餐廳提供團膳設立了嚴謹的管理制度，不僅保證食物的營養、安全，更是員工滿意的內容，2017 年更推出輕食餐，滿足員工多樣化的需求。

1. 團膳業者必須為 ISO9001 的認證廠商
2. 每週五與業者營養師檢討下週菜單，並將檢討後菜單公告在公司網頁提供員工參考
3. 每 3 個月進行餐廳改善會議，由各部門推派代表出席參加
4. 每年進行滿意度評價，未達 80 分以上者，不能續約承攬
5. 食安問題為優先考量
  - ① 食材必須要有來源證明
  - ② 每日餐點必須保留 3 天作為日後追蹤依據
  - ③ 廚師需有證照及工作人員健康體檢證明
  - ④ 提供產品責任險 / 公共意外責任險保障

台灣松下電器自 2016 年起規劃更換職場辦公室天花板材質，由一般礦籤材質改為耐水防火的矽酸鈣板，並已於 2017 年完成，除了安全性升級外，矽酸鈣板不會產生細懸浮微粒 (PM2.5)，可保障員工身體健康。於廠區員工宿舍，則更新運動及娛樂器材，以調劑員工身心並確保員工安全。

### 辦公室改善前後對比圖

改  
裝  
前



改  
裝  
後



### 運動器材更新



電動跑步機



磁控健身車



仰臥起坐板

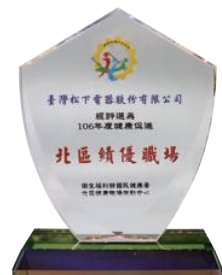
### 醫師臨場訪視

台灣松下電器與台北市立聯合醫院忠孝院區職業醫學科合作，由臨場職業專科醫師評估職場物理性、化學性、人因、過勞等危害，並依據醫師給予之建議、主管現場巡查與同仁意見反應，進行健康安全預防與改善措施。



台灣松下電腦為維護員工的健康福祉、預防人因重複性作業造成肌肉骨骼傷害，於2017年提出一系列改善、解決方案；包含針對辦公室員工進行危害意識之教育訓練、辦公室伸展操推廣，也針對久站作業員工提供軟鞋墊或防靜脈曲張襪，並於休息區設置腿部舒緩器具、舉辦腿部舒緩教育訓練課程，希望能充分回應不同工作性質員工之需求。

2017年在平日維護及多項措施推展下，台灣松下電器與台灣松下電腦獲得多項主管機關獎項肯定，包含反菸拒檳毒傑出獎與推動獎、健康職場認證—健康促進標章、北區績優健康職場等。



北區績優健康職場  
(台灣松下電器)



# 霖澤

# 5

## 環境保護

Panasonic 綠色承諾

### 珍愛自然

- ▶ 節能減碳
- ▶ 水資源管理
- ▶ 廢棄物資源化
- ▶ 環保支出





## Panasonic 綠色承諾

台灣 Panasonic 集團深刻認知，作為 21 世紀之企業，必須要有『善待環境』和『與地球環境共存』之使命感。我們承諾構築清潔生產之環境，並於活動、製造及服務過程中儘量降低對環境所造成的衝擊，全力推動環境保護措施，致力將環境保護做為主要經營方針，並訂定以下七項承諾：

### 我們承諾

1. 全面依循 ISO 14001 環境管理系統。
2. 設定環境目標與標的並實施審查。
3. 遵守環境相關法規、規定及組織訂定之績效標準。
4. 全面推行節能減碳、污染防治、廢棄物管理等綠色方案。
5. 降低生產、服務及商業活動之環境衝擊。
6. 在地經營、回饋社會。
7. 環境方針推廣及宣導。

### (一) 環境目標

台灣 Panasonic 集團意識到綠色永續發展的重要性，長年推動各項綠色節能商品製造與推廣，更於 2011 年領先同業發表「台灣環境宣言」，向社會大眾具體承諾將推動各項環保活動，讓業界刮目相看。

截至 2016 年 3 月止，台灣環境宣言所立下的目標已經順利達成，但台灣 Panasonic 集團並不因此停滯，於日本 Panasonic 集團發表「2018 全球環境目標」後，即持續為達成新的環境目標而努力。在污染排放管理方面，廢水與廢氣排放持續以自主管制限制為目標，嚴格監測廢水與廢氣的排放量。



## 2018 Panasonic 全球環境目標

<p><b>溫室氣體</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>在生產活動及產品使用上達到最大程度的 CO<sub>2</sub> 排放削減</li> <li>2018 年單位產值溫室氣體排放量較 2013 年減少 5%</li> </ul>	<p><b>用 水</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>降低生產活動用水與促進循環再利用</li> </ul>	<p><b>資源循環</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>集團廢棄物資源化率達 99%</li> <li>再生原料使用達一定比例以上</li> <li>擴大以使用再生資源導向的產品開發</li> </ul>
<p><b>化學物質</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>發展有害化學物質的替代技術</li> <li>產品禁止使用可被替代之有害化學物質</li> <li>致力於工廠有害環境的物質最低釋放量</li> </ul>	<p><b>生物多樣性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>增加產品在生物多樣性保育上的貢獻</li> <li>在商業上使用綠色區域以促進生物多樣性的保育</li> <li>在木材的採購上朝向可永續利用的森林資源</li> </ul>	<p><b>守 法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>遵紀守法：「零」違法</li> </ul>

### ▼台灣松下電器環境目標實踐進度

項 目	目 標	2017 年實績	2017 年進度
溫室氣體	CO <sub>2</sub> 排放量較前一年度原單位相比減少 1%	CO <sub>2</sub> 排放量較前一年度原單位減少約 2.46%	達成
用水	用水量較前一年度原單位相比減少 1%	用水較前一年度原單位減少約 0.8%	未達成
資源循環	資源化率達 99.5%	資源化率達 99.66%	達成
化學物質	產品禁止使用可被替代之有害化學物質	廠區已達成零使用毒化物質並解除列管	達成

註：用水量因廠內管線老舊，較前一年度增加，已分階段汰換。

### (二) 衝突礦產與有害物質政策

台灣 Panasonic 集團除確實要求供應商不使用衝突礦產與禁用物質外，集團內均有完善的綠色採購 IT 管理系統進行監督與管理，此外，對每批進貨材料也會進行入庫檢查及系統化管理，確保有害物質使用最小化及 RoHS 風險零發生。

台灣 Panasonic 集團積極發展有害化學物質替代技術。台灣松下電器逐步規劃以常溫下為固態，相對於 TDI 較為穩定之 MDI(二異氰酸二苯甲烷) 予以取代 TDI 作為製造電冰箱絕熱層的主要原料之一。經過階段性測試達到品質要求標準後，自 2016 年起全面停用 TDI 改以 MDI 做為生產原料。另早期為電冰箱材料實驗室分析試驗，曾使用微量毒性化學物質四氯化碳與三氯甲烷，近年已無使用需求，於 2017 年 3 月向環保局提送廢棄申請，4 月委託合格廠商廢棄清理，並已於 5 月經環保局完成註銷核備並解除列管。目前台灣松下已達成廠內零使用毒性化學物質。



#### 何謂 TDI ?

TDI，二異氰酸甲苯，是一種毒性物質，常溫下為液態，易揮發的特性，於製程中對於作業人員的危害風險相對高，可產生皮膚過敏，吸入時則可造成肺部傷害或死亡。

### (三) 環境法規遵循

台灣 Panasonic 集團的目標在於提供安全可靠的產品，遵守國家的相關法律和法規，並將產品在客戶使用期間以及廢棄處置後對人體健康和環境的影響列入考量至關重要。為了防止在工廠地區造成空氣、水和土壤污染，並避免對附近居民的不良影響，持續努力改善生產方式，定期檢視內部系統運作情形。集團各子公司亦會定期關注環保政策的發展及法規制定與更新，確認系統、設備及營運皆符合法規及相關作業規範。

更多台灣 Panasonic 集團環境政策，請參見



## ↻ 珍愛自然

### A 節能減碳

全球氣候變遷與溫室效應的影響日益明顯，而企業節能減碳之作為，也愈來愈受國內外政府與組織之關注。台灣 Panasonic 集團在推動營運生產過程之節能減碳也不遺餘力，以「綠色經營革新」概念推動整體業務流程中 CO<sub>2</sub> 排放量最小化，台灣松下電材更於工廠裝設自有太陽能板，自行發電提供工廠使用，期望能為全球永續發展盡一份心力。2017 年發電量為 23,523 度。





## 能源與溫室氣體

台灣 Panasonic 集團能源耗用主要以用電為主，占整體能源耗用量 99% 以上。

原始耗用活動數據				轉換為 GJ 活動數據		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
電力 (百萬度)	3,741	3,669	3,750	13,461,894	13,200,906	13,491,702
液化天然氣 (m3)	1,862,000	2,112,000	2,213,000	62,325	70,693	74,074
液化石油氣 (公噸)	113	97	128	6,206	5,352	7,051
總計				13,530,425	13,276,951	13,572,826

註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下電材、台灣松下多層材料公司。

本集團並非環保署公告強制盤查申報對象，但仍自願進行溫室氣體盤查並訂定自主減量目標，期望於 2018 年達到較 2013 年排放強度再減少 5% 的減量目標。

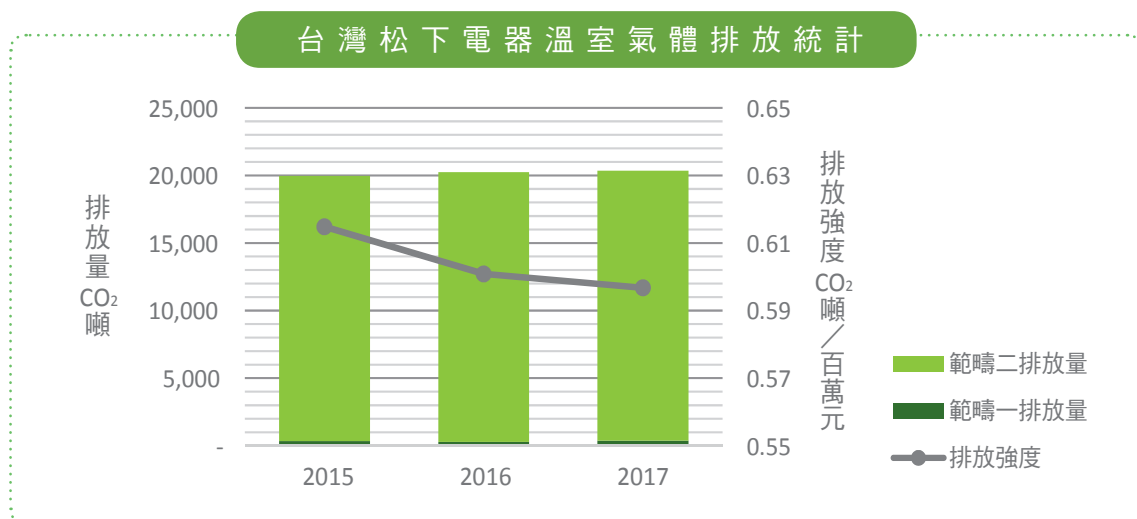
### ▼台灣 Panasonic 集團溫室氣體排放統計

年度	範疇一排放量 (噸 CO <sub>2</sub> )	範疇二排放量 (噸 CO <sub>2</sub> )	總排放量 (噸 CO <sub>2</sub> )
2015	338.01	31,335.77	31,673.78
2016	291.50	32,726.68	33,018.18
2017	384.01	33,246.77	33,630.78

註：1. 本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下電材、台灣松下多層材料公司。

2. 本公司溫室氣體排放量計算所採用之排放係數採用日本母公司對全球規範之排放係數，其中電力排放係數為 0.581 kg-CO<sub>2</sub>/kWh；LPG 排放係數為 3.000 kg-CO<sub>2</sub>/kg；LNG 排放係數為 2.698 kg-CO<sub>2</sub>/kg。前述排放係數僅考量 CO<sub>2</sub>，其他種類溫室氣體由於對排放量最終結果影響極微，故未納入計算。

3. 本公司溫室氣體排放量未經第三方查證。





台灣松下電材已達成年削減 **1%** 之用电量，同時致力於廢棄物、用水削減，並舉辦 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 相關環保活動，成果卓著獲日本母公司頒發清潔工廠認證。



台灣 Panasonic 集團溫室氣體排放量中，89% 以上來自外購電力造成之間接溫室氣體排放（範疇二），因此，為達節能減碳之具體目標，自 2013 年導入之節能減碳措施以降低外購電為主。2017 年集團執行多項節能計畫，在管理措施方面，藉由空壓機的操作調整，依尖峰與離峰用量設定不同壓力值，以減少無謂的能耗；另外在設備更新方面，持續進行空壓機的汰舊換新、VRF 多聯式變頻空調與 LED 燈具的換裝，同樣在節電方面發揮成效。2017 年台灣 Panasonic 集團總節電 1,850,223 度，主要節能減碳措施如下：

公司	節能減碳措施	節約電力 (度)	減碳效益 (噸)	節約電費 (仟元)
台灣松下電器	LED 節能燈具導入	622,274	361.54	1,866,822
	多連式變頻空調 (VRF) 導入	213,444	124.01	640,332
	空壓機汰舊換新	15,500	9.01	46,500
	高效率節能變壓器 (TR) 導入	1,000	0.58	3,000
	台電需量競價措施	50,508	29.35	151,524
台灣松下電材	直壓成形廠電動式直壓機更新	144,000	83.66	432,000
	老舊箱型冷氣更新	51,600	29.98	154,800
	螢光燈具改用 LED 照明	20,400	11.85	61,200
台灣松下多層材料	蓄熱式焚化法 (RTO) 提高廢熱回收率，節省燃料使用	731,497	425.00	2,194,492
總 計		1,850,223	1,074.98	5,550,670



## B 水資源管理

氣候變遷造成不穩定且極端的氣候型態，對水資源的穩定供應影響顯著。台灣松下電器為因應此一潛在風險，並響應 2018 Panasonic 全球環境目標，積極發展水資源管理計畫。2017 年除持續實施節水措施，更投入約 1000 萬元於水回收措施建置、管路汰換和更新，以減少因滲漏而浪費水資源，提升水回收比例。未來更計畫建置雨水回收設備，以減少取水量。

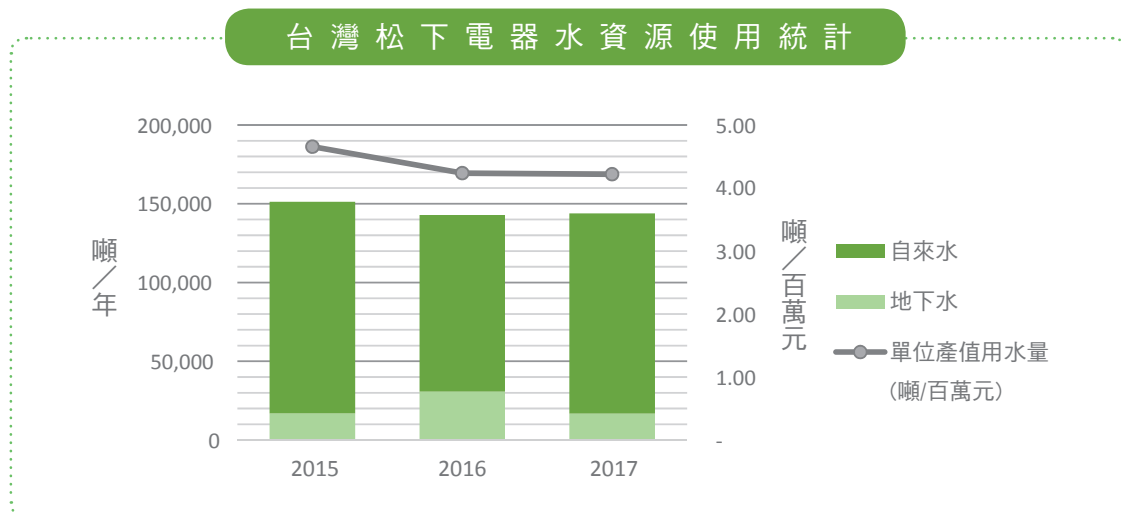
台灣 Panasonic 集團 2017 年度總用水量為 199,385 噸，其中以員工活動（餐廳及宿舍）用水占大宗，約占總用水 70%，生產用水則占 30%，主要使用於電冰箱與洗乾衣機產品的製造。

▼台灣 Panasonic 集團水資源使用統計

單位：m<sup>3</sup>/年

年 度		2015	2016	2017
地下水	使用量	29,204	51,316	32,308
	比 例	15%	25%	16%
自來水	使用量	167,280	153,273	167,077
	比 例	85%	75%	84%
總用水量		196,484	204,589	199,385

註：本表數據涵蓋台灣松下電器、台松電器販賣、台灣松下電腦、台灣松下電材、台灣松下多層材料公司。



為達到年度所設立的省水目標，台灣松下電器自 2009 年起分階段進行廠內管線偵漏與更換工程，於廠區各棟廠房增設獨立水錶，藉由記錄總水錶與獨立水錶的用水數值，查察廠內自來水管線有無滲漏的情況，並針對查察結果漏水嚴重的管線優先進行更新。



為更有效利用水資源，台灣松下電器自 2016 年開始規劃提昇既有廢水處理設施之處理效能，導入水回收系統，將處理過後符合放流標準的廢水，再次經過淨化處理後成為可再利用之回收水。2017 年 7 月為改善廢水處理效能進行改善工程，投資金額為 3,500 千元，將既有之生物曝氣池，更新為 A2O 生物處理系統，共計可增加 90% 氨氮處理效能；另外同時間增設回收水處理系統，投資金額為 4,000 千元，每日可回收處理 300 噸廢（污）水，作為非接觸之澆灌、沖洗使用，以達到水資源再利用之目標。目前生活汙水回收比率為 100%。

在廢水管理方面，廠區內所產生的廢水與生活污水，均收集至廠內的廢水處理廠進行妥善處理，廢水與污水經由生物曝氣、混凝、沈澱等處理程序後，達到符合法定放水流標準後才予以排放至新店溪。

台灣 Panasonic 集團 2017 年廢水處理量為 152 噸，每半年委託合格之檢測機構進行放流水水質採樣檢驗，檢驗項目包含水溫、pH、SS、BOD、COD、真色色度、介面活性劑、油脂等，針對前述污染物，台灣 Panasonic 集團皆嚴格自我要求，盡可能降低污水對環境衝擊，目前處理後水質均遠優於放流水標準。



#### 水污染防治措施計畫變更說明：

2014 年 7 月印刷電路板製程終止生產，其原先生產時所含重金屬之廢水不再產生，實態與原先核備的水污染防治措施計畫內容不相符，隨即委由環工技師簽證辦理變更，歷經處理設備拆移、功能測試運轉試車後，於 2014 年 12 月取得許可文件完成變更申請。

#### ▼台灣 Panasonic 集團廢水排放統計

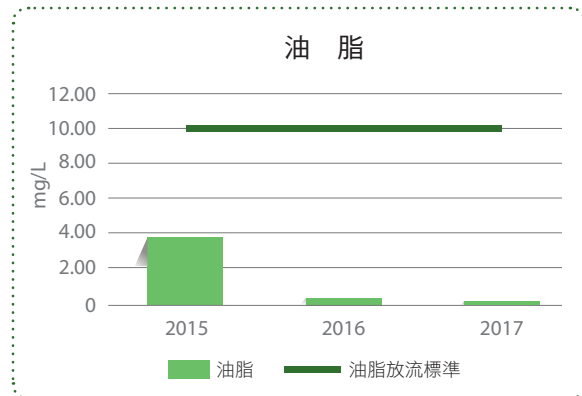
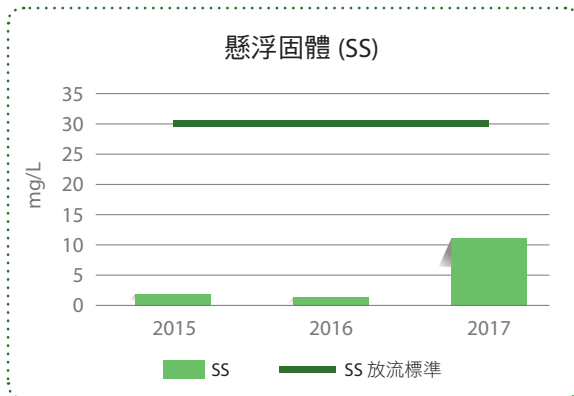
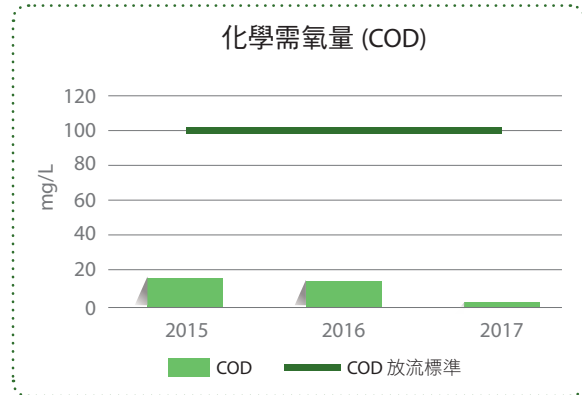
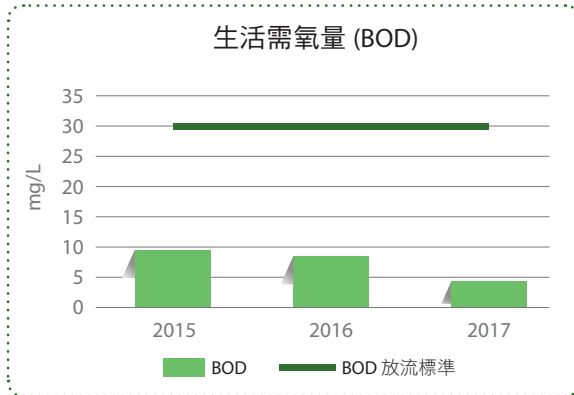
年 度	2015	2016	2017
廢水排放量 (立方公尺)	160,642	153,575	152,255

註：1. 本數據包含台灣松下電器、台灣松下電材、台灣松下多層材料。

2. 台灣松下電器自設廢水處理廠進行生物曝氣法與混凝沈澱等處理流程。確認處理後水質符合放流水標準後，依規定放流至新店溪。台灣松下多層材料產生之工廠生活污水，皆排放至新竹工業區汙水廠處理後排放。台灣松下電材僅產生生活污水，直接於排水溝排放。廢水排放量皆以水表數據統計。



## 台灣松下電器近三年水質重點項目檢測結果遠優於法規要求

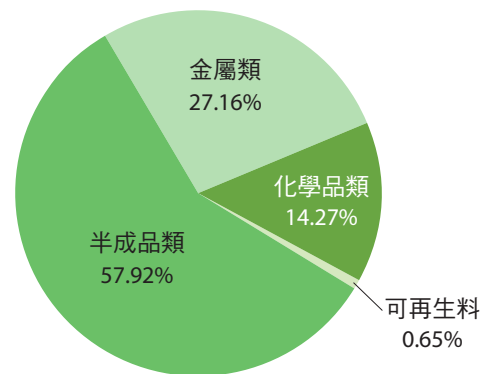


## 廢棄物資源化

台灣松下電器主要為生產家電製品，使用的原物料繁多，主要可以分為三大類別，分別為金屬類、化學品類與半成品類。廢棄物的管理則持續要求與落實減量與分類，妥善處置與強化流向追蹤。

台灣松下電器 2017 年原物料使用總量為 38,532 噸，包含可再生料、金屬類、化學品類及半成品類原物料。其中，可再生料包含塑料與樹脂，共使用 250.63 噸，佔年度總原物料使用量的 0.65 %。

2017 年台灣松下電器原物料使用量 (噸)



台灣松下電器產生之廢棄物以員工生活垃圾為主，約占總廢棄物 46.7%，其次為廢家電及廢水處理廠產生之無機性污泥，分別占 33.2% 及 12.8%。廢棄物皆委由合格清除商清運至處理廠進行處理。

廢棄物統計	廢棄物名稱	產生量 (公噸 / 年)
一般事業廢棄物	再回收	970.36
	再生利用 (包括能源的再生利用)	73.69
	焚化 (大量燃燒)	279.40
	掩埋	4.49
	其他	214.48
有害事業廢棄物	焚化 (大量燃燒)	188.29
總 計		1730.71

註：本表數據包含台灣松下電器、台灣松下電材、台灣松下多層材料。

各項製程所產生之廢棄物，均未直接採取最終處置 (如焚化、掩埋)，而是經中間處理以不同的形式再利用，例如資源化 (回收再用)、物理處理 (細部分解) 等，2017 年度廢棄物資源化率經統計為 99.66%。

## D 環保支出

台灣松下電器 2017 年度環保相關支出費用為 25,330 千元，與 2016 年相較，本年度環保支出增加 113%，主因為 2017 年產投入大量經費於更新舊水管線路、建置新管路及水回收系統。

### 環 保 支 出

2016 年

11,886 千元

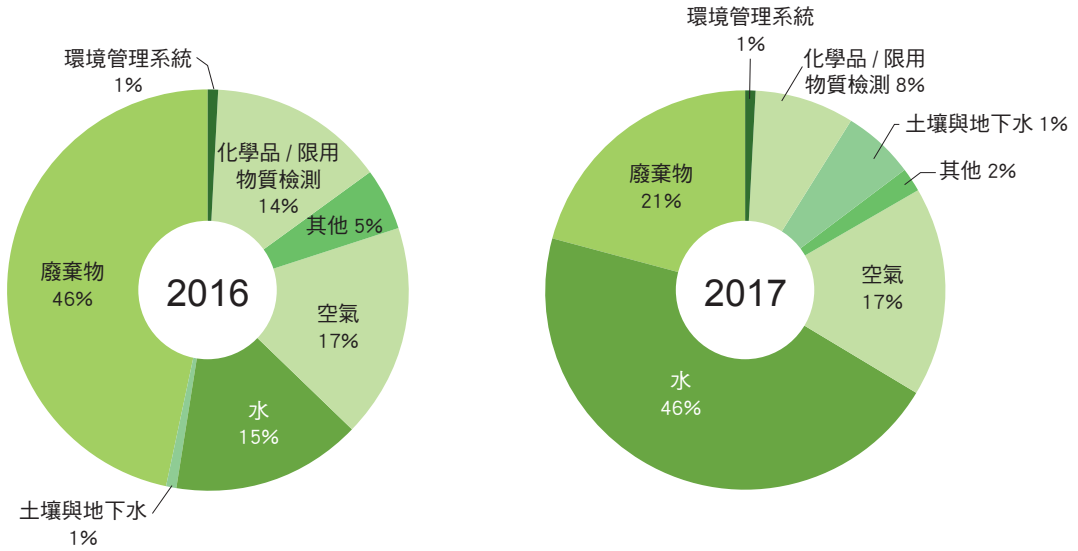
增加 113%

2017 年

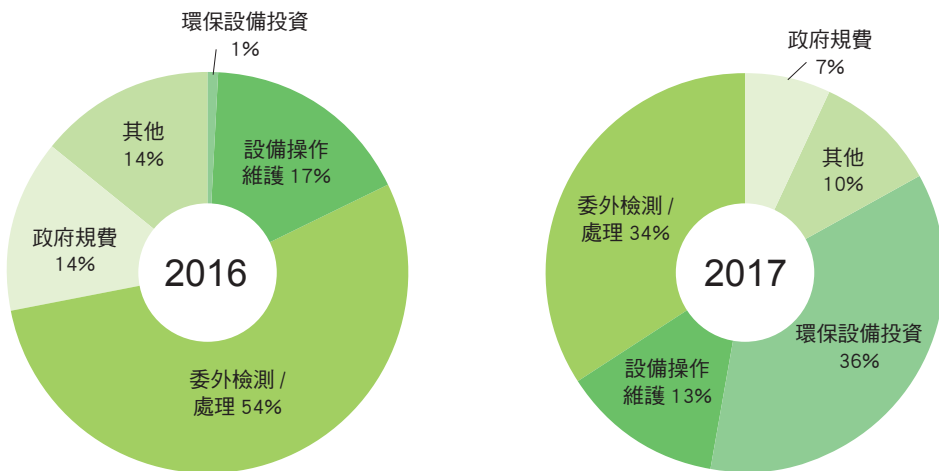
25,330 千元



### 依環境面向別



### 依支出項目別



台灣松下電器持續投入各項環保相關措施，不僅依循法規進行污染防制相關檢測，更定期進行自主檢測，可更即時地掌握廠內環境面資訊並盡力降低對環境可能的衝擊。

### 自主監控污染排放



每月進行放流水自主檢測，測定 pH、COD、SS、氨氮、真色色度、介面活性劑含量



定期進行廢氣排放自主檢測，檢測廢氣 VOCs 排放數值，監控空污防制設備效能

另一方面，台灣松下電器早於 2004 年即完成建置 ISO 14001 環境管理系統，除持續進行外部驗證外，也定期安排人員接受管理系統教育訓練，以確保系統持續性與有效性。

### ISO14001 環境管理



通過 ISO14001 認可



主任稽核員訓練課程

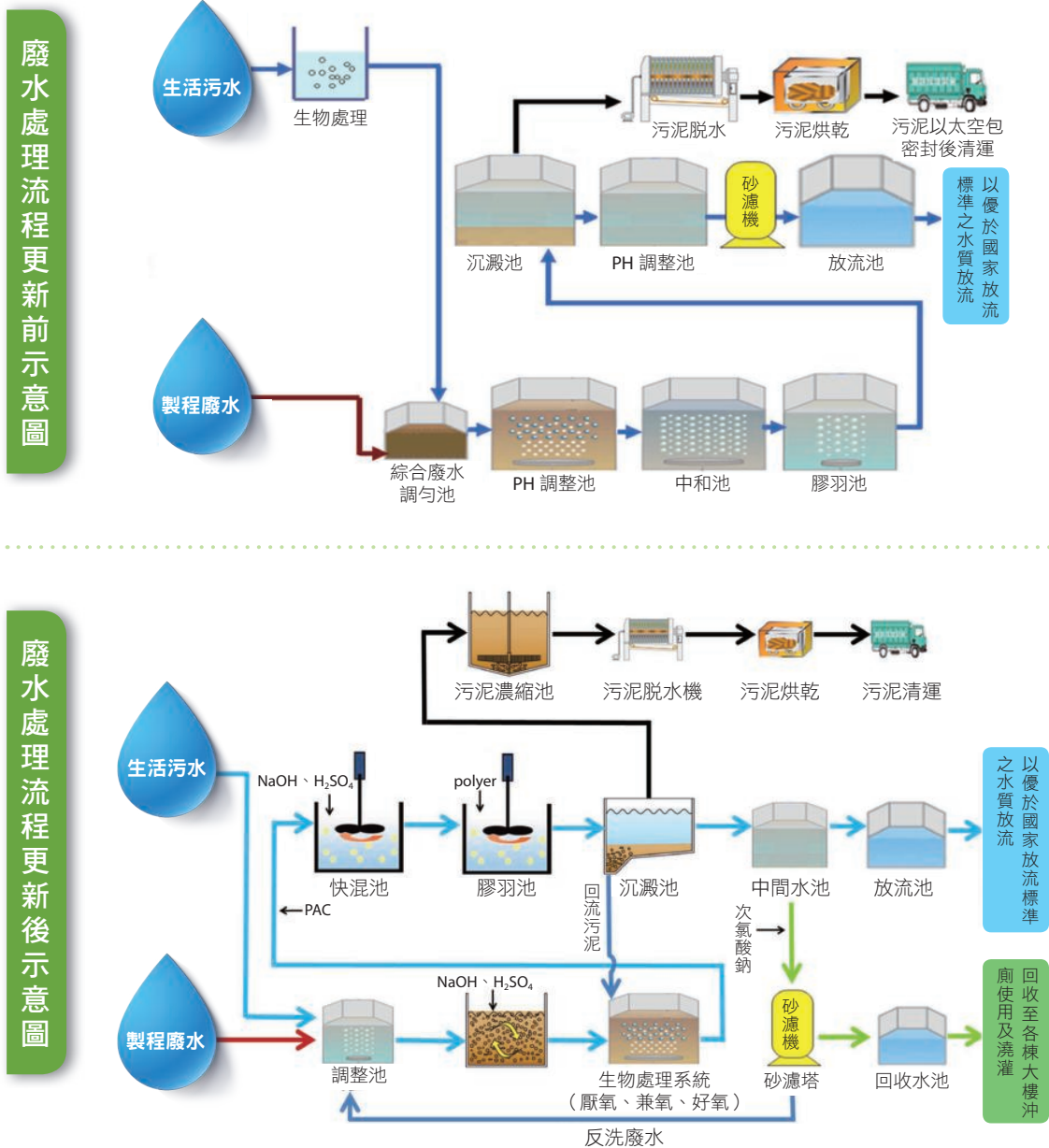


松下產業科技公司於 2017 年導入電子發票系統，成功減少紙張使用，2017 年平均每月費用較導入前減少 79%。



### 廢水處理廠功能提昇改善計劃工程

近年在極端氣候影響下，降雨集中的台灣，屢屢面臨水資源不足之窘境，政府也針對用水量較大企業規劃差異收費標準。松下為善盡對環境之責任，於2017年開展「廢水處理廠功能提昇改善計劃工程」，透過廢水處理、回收放流水，珍惜使用水資源，另外亦期望以本工程自主降低氨氮排放，減少產生河川優氧化。本工程分為兩期進行，分別於2017年3月和5月完成；完工後可增加90%氨氮處理效能，並可達成生活污水100%全回收。



# 成蔭 6

## 社會共榮

### 關懷與動員

- ▶ 教育與合作
- ▶ 環保與應用
- ▶ 社會公益與慈善捐獻







## 關懷與動員

### A 教育與合作

在拓展全球銷售版圖的同時，台灣 Panasonic 集團也不忘持續擴大對在地社會的經營與貢獻。除持續推動「Panasonic 獎學金」之外，近年更積極投身公益活動、贊助文化教育事業，並致力於優秀人才的培育。

#### ■ 推動技職學校產學合作，提升企業口碑與認同度

台灣 Panasonic 集團自創業之初便一直以「Panasonic 是培育人才的公司」做為人力資源的目標，注重職場上專業職人精神，將人才培育做為企業永續經營的基石，長期與技職學校進行產學合作，期望能在人才培育向下紮根；除提供實習機會外，更自 2015 年起，推動 4 年家電實習器材捐贈計畫。2017 年捐贈嘉義、台南、高雄四所高工職校電視、冷氣、冰箱、洗衣機等各式大小家電 200 餘台。



2017 年南部四職校家電實習器材捐贈式

#### ■ 辦理大學生「綠色生活 · 創意設計競賽」

為鼓勵年輕人透過未來智慧生活描繪，提供社會大眾開創性的未來想像，結合產官學的力量攜手舉辦以全國大學生為對象的「Panasonic 綠色生活 · 創意設計競賽」。2017 年比賽主要目的在於結合低碳與通用生活兩大主軸進行評選。優勝隊伍除獎金外，後續也會視情況提供商品化協助，期能開發出更多綠色創意產品。

組別	得獎作品名稱	學校
綠色生活居家通用設計組	SUSU - 智慧長效型氣喘急救手環	明志科技大學
綠色生活居家創意商品設計組	LightHouse - 智慧、緊急照明立燈	中原大學



「綠色生活 · 創意設計競賽」決賽現場



## ■ 推動「Panasonic 獎學金」，強化產學合作，發掘並栽培優秀技術人才

### ◆ 留日獎學金 (1989~2013)

台灣松下電器自 1989 年起即持續推動留日獎學金，1999 年適逢松下電器創業 80 周年，日本母公司即將台灣的留日獎學金擴大為亞洲地區留日獎學金。至 2013 年止已提供 87 名優秀學生至日本深造之機會。

### ◆ 台灣 Panasonic 獎學金 (2014 迄今)

自 2014 年起推出台灣 Panasonic 獎學金，頒發兩年獎學金予每年選出之 10 名優秀大三學生，並提供暑期實習機會及畢業後擇優提供就業機會。除直接對台灣在地大學及學生提供學習進修的機會，每年並舉辦聯誼會，藉以培育人才、強化產學合作關係，同時增加公司人才招募管道。



獎學金聯誼會

## B 環保與應用

### ■ 員工環保社會貢獻活動

台灣 Panasonic 集團自 2007 年開始響應日本 Panasonic 集團推動之「環保接力 (ECO RELAY)」活動，鼓勵全體同仁在日常生活中建立環保觀念及習慣，每年辦理包括植樹、淨灘、推動無車日、參與社區環境清掃…等各項活動。自 2011 年至 2017 年集團員工及眷屬共計 8,105 人次參與植樹及淨灘活動，總計栽種 20,900 棵樹，清理 16.1 公噸垃圾。

2011 年~2017 年

種了 **20,900** 棵樹

清了 **16.1** 公噸垃圾



台灣 Panasonic 集團幹部帶領員工及眷屬參與植樹及淨灘活動

## C 社會公益與慈善捐獻

### 銀髮族關懷

台灣 Panasonic 集團長期關懷銀髮族群，持續推廣長輩健康樂活的觀念及社會參與機會，並結合長照事業，期待能提升國人對老化的正面觀點與重視。2017 年台灣松下環境方案支持弘道老人福利基金會舉辦「仙角百老匯長輩健康活動」及「不老騎士圓夢計畫」。台灣松下環境方案愛吉福立事業為圓夢計畫主要推手，活動中提供休憩站點，並參觀內湖展示中心及享用下午茶。參觀時以默劇的方式示範長照產品使用方式，並邀請年輕同仁穿上彭祖體驗裝備，了解長者身體退化的感受，與長輩們逗趣互動。

#### 台灣松下環境方案



仙角百老匯長輩健康活動支持



員工著彭祖裝同理長者身體退化之感受



不老騎士圓夢推手活動獲總統召見前進總統府



## 弱勢援助志工活動

本集團感於在城市以及偏遠角落，有許多獨居老人、低收入民眾、身心障礙者等弱勢族群，其物資及生活環境皆極為匱乏，為善盡回饋社會的企業社會責任，希望以企業的微薄力量，拋磚引玉，讓社會充滿更多愛與希望。2017年台灣松下電器捐贈100台電視予台南社福中心，台灣松下環境方案也號召員工至花蓮門諾基金會擔任一日志工，提供年長者與身障者物資、關懷及生活照護。

### 台灣松下環境方案 - 門諾一日志工



門諾一日志工與長輩互動

記者謝宗璋／報導  
中秋前夕，台灣松下環境方案股份有限公司昨天在總經理西澤勇號召帶領下，二十五位員工犧牲假期，來到門諾基金會一身心障礙福利服務中心（自願服務（見下圖），並捐贈五箱濕紙巾及慰問金給重障養護中心住民，為住民的生活所需及機構開銷減輕負擔。

門諾基金會執行長邱燕銀表示，感謝西澤勇率領團隊來到花蓮，社會福利是需要政府、民間及社會大眾的力量共同努力，門諾基金會社區服務二十二年，因為有社會大眾支持、關注和資源挹注，才能讓服務擴展，基金會也會妥善運用來自社會大眾的愛心，落實將服務帶給花東弱勢老人跟身障者。



## 台灣松下員工 東來服務重障住民

### 松下產業科技 - 2017 愛心募款送體惠

松下產業科技本於回饋社會理念，於2007年舉辦望年會活動時，開始邀請體惠育幼院院生參加活動，並提供表演費用。

2008年全球金融風暴後，有鑑於各地善心捐款大幅減少，松下產業科技於是發起樂捐體惠的活動，累積至2017年為止，共捐款約342萬元。



## 醫療系統支持及捐獻

本集團向來秉持人溺己溺精神，為於急難發生時即時提供救援，已建立完善急難救助流程，可於第一時間完成需求物資募集。2016 年初高雄美濃地震及 2018 年初花蓮地震發生後，皆立即啟動救助流程。集團另定期對醫療機構、罕病基金會等進行捐贈。2017 年為感謝三總醫護人員的辛苦，並期提升醫療品質，台灣松下電器投入三總醫護休息室改善方案，捐贈相關電器共 17 件。

### 集團及各公司物資捐贈



台灣松下電器 / 三總醫護休息室改善



台灣松下電腦 / 支持財團法人心路基金會中秋禮品購買



台灣松下電材  
兒童癌症協會捐贈活動



台灣松下電材  
罕見疾病基金會物資捐贈



▼台灣 Panasonic 集團 2017 年社會貢獻活動績效及相關支出

項目類別	金額(千元)
教育與合作	4,249
環保與應用	163
社會公益與慈善捐款	3,164
總計	7,576



55 載社會共榮

台灣松下電器 2017 年歡慶創立 55 周年，以「那些年 我的松下我的家」為主題，舉辦創業 55 週年歷史回顧展；更舉辦烘焙派對，邀請親子組合以「家」的元素裝飾製作蛋糕，並由董事長帶領員工製作果汁、鬆餅等餐點，不僅是慶祝公司設立的里程碑，更是對 55 年以來台灣社會的支持表達感謝之意。



台灣松下電器洪董事長、林總經理及經營幹部出席 55 周年回顧展



洪董事長與烘焙派對民眾同樂

## 附錄、GRI 準則報告指南 揭露項目對照表

GRI 內容索引				
GRI 準則	揭露項目	內 容	章 節	頁碼
組織概況 2016	102-1	組織名稱	1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 歷史沿革	14
	102-2	活動、品牌、產品與服務	2. 沃土 堅實基礎 - 關於 Panasonic-Panasonic 理念	24
			2. 沃土 堅實基礎 - 關於 Panasonic- 事業與版圖	26
	102-2	活動、品牌、產品與服務	3. 拾種 價值創新 - 松下產品	38
			1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 台灣 Panasonic 集團概況	12
	102-3	總部位置	1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 台灣 Panasonic 集團概況	12
	102-4	營運據點	1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 台灣 Panasonic 集團概況	12
	102-5	所有權與法律形式	1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 歷史沿革	14
	102-6	提供服務的市場	1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 台灣 Panasonic 集團概況	12
	102-7	組織規模	1. 深耕 責任開拓 -Panasonic 永續軌跡 - 台灣 Panasonic 集團概況	12
			2. 沃土 堅實基礎 - 穩健紮根 - 事業與版圖	25
	102-8	員工與其他工作者的資訊	4. 育成 幸福職場 - 人才培植 - 員工概況	64
	102-9	供應鏈	3. 拾種 價值創新 - 價值鏈共行 - 供應商管理	56
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	本年度無重大改變		
102-11	預警原則或方針	2. 沃土 堅實基礎 - 穩健紮根 - 掌握風險	33	
102-12	外部倡議	5. 霖澤 環境保護 -Panasonic 綠色承諾	83	
102-13	公協會的會員資格	2. 沃土 堅實基礎 - 關於 Panasonic- 永續發展與合作	28	
策略 2016	102-14	決策者的聲明	經營者的話	4
	102-15	關鍵衝擊、風險及機會	2. 沃土 堅實基礎 - 穩健紮根 - 掌握風險	34
倫理與誠信 2016	102-16	價值、原則、標準及行為規範	2. 沃土 堅實基礎 - 穩健紮根 - 誠信正直	31
治理 2016	102-18	治理結構	2. 沃土 堅實基礎 - 穩健紮根 - 董事會運作與職能	30
	102-23	最高治理單位的主席	2. 沃土 堅實基礎 - 穩健紮根 - 董事會運作與職能	30

GRI 準則	揭露項目	內 容	章 節	頁碼
利害關係人 溝通 2016	102-40	利害關係人團體	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 利害關係人溝通	16
	102-41	團體協約	4. 育成 幸福職場 - 人才培植 - 員工概況	65
	102-42	鑑別與選擇利害關係人	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 利害關係人溝通	16
	102-43	與利害關係人溝通的方針	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 利害關係人溝通	17
	102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 重大議題鑑別與回應	19
報導實務 2016	102-45	合併財務報表中所包含的實體	1. 深耕 責任開拓 - Panasonic 永續軌跡 - 台灣 Panasonic 集團概況	12
	102-46	界定報告書內容與主題邊界	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 重大議題鑑別與回應	20
	102-47	重大主題表列	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 重大議題鑑別與回應	20
	102-48	資訊重編	本年度報告書於部分員工、環境段落納入集團公司數據，故與 2015、2016 年報告書呈現數字有所不同	
	102-49	報導改變	關於報告書	1
	102-50	報導期間	關於報告書	1
	102-51	上一次報告書的日期	關於報告書	1
	102-52	報導週期	關於報告書	1
	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於報告書	1
	102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於報告書	1
	102-55	GRI 內容索引	附錄	102
102-56	外部保證 / 確信	本年度報告書無經外部保證 / 確信		
管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 重大議題鑑別與回應	20
	103-2	管理方針及其要素	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 重大議題鑑別與回應	20
	103-3	管理方針的評估	1. 深耕 責任開拓 - 互動傾聽 - 重大議題鑑別與回應	20



## 特定主題揭露

經濟面				
GRI 準則	揭露項目	內 容	章 節	頁碼
經濟績效 2016	201-4	取自政府之財務補助	本集團 2017 年受政府補助狀況 研發投資抵減 24,180 仟元 企業人力資源提升計畫 80 仟元	
採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	3. 拾種 價值創新 - 價值鏈共行 - 供應商管理	56

環境面				
GRI 準則	揭露項目	內 容	章 節	頁碼
物料 2016	301-1	所用物料的重量或體積	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 廢棄物資源化	89
	301-2	使用的可再生物料	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 廢棄物資源化	89
能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 節能減碳	85
	302-4	減少能源消耗	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 節能減碳	86
水 2016	303-1	依來源劃分的取水量	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 水資源管理	87
排放 2016	305-1	直接 ( 範疇一 ) 溫室氣體排放	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 節能減碳	85
	305-2	能源間接 ( 範疇二 ) 溫室氣體排放	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 節能減碳	85
	305-4	溫室氣體排放密集度	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 節能減碳	85
廢污水和廢 棄物 2016	306-1	依水質及排放目的地所劃分的排放量	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 水資源管理	88
	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	5. 霖澤 環境保護 - 珍愛自然 - 廢棄物資源化	90
有關環境保 護的法規遵 循 2016	307-1	違反環保法規	2017 年本集團共有兩筆因違反噪音管制法遭台北市環保局罰款之情事，已依主管機關指示改正	
供應商環境 評估 2016	308-1	採用環境標準篩選新供應商	3. 拾種 價值創新 - 價值鏈共行 - 供應商稽核與評估	58
	308-2	供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動	3. 拾種 價值創新 - 價值鏈共行 - 供應商稽核與評估	58



U 社會面				
GRI 準則	揭露項目	內容	章節	頁碼
勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	4. 育成 幸福職場 - 人才培植 - 員工概況	65
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4. 育成 幸福職場 - 成長茁壯 - 福利與資源	71
	401-3	育嬰假	4. 育成 幸福職場 - 成長茁壯 - 福利與資源	72
職業安全衛生 2016	403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	4. 育成 幸福職場 - 成長茁壯 - 安全防護	74
	403-2	傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	4. 育成 幸福職場 - 成長茁壯 - 安全防護	76
訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	4. 育成 幸福職場 - 人才培植 - 課程與訓練	70
員工多元化 與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	4. 育成 幸福職場 - 人才培植 - 員工概況	64
	405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4. 育成 幸福職場 - 成長茁壯 - 福利與資源	71
供應商社會 評估 2016	414-1	新供應商使用社會準則篩選	3. 拾種 價值創新 - 價值鏈共行 - 供應商稽核與評估	58
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	3. 拾種 價值創新 - 價值鏈共行 - 供應商稽核與評估	58
顧客健康與 安全 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	3. 拾種 價值創新 - 品質精進 - 產品責任	46
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	關於 2011~2013 年部分滾筒洗衣機回收情形已於 3. 拾種 價值創新 - 品質精進 - 品質管理進行說明	47
行銷與標示 2016	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	3. 拾種 價值創新 - 品質精進 - 產品責任	46
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件	本年度無此情事	
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規之事件	本年度無此情事	
客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	本年度無此情事	
社會經濟法規 遵循 2016	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	2017 年本集團共有兩筆因違反勞基法第 32 條第 2、3 項遭新北市勞工局罰款之情事，已依主管機關指示改正	






## 編輯委員會名單 (職稱略)

# 2017

- ◆ 主 編：林淵傳
- ◆ 副主編：堀川弘樹 張啟元


### ◆ 編輯委員

台灣松下電器	倪淑慧	詹彬宏	台松電器販賣	廖真禎
	葉春伸	徐華梅	松下產業科技	于耀宗
	陳可穎	陳新鏡	台灣松下營造	曹一德
	陳麗瓊	陳進誠	台灣松下環境方案	周欣怡
	陳來傳	賴基尉	台灣松下電材	陳建宏
	劉國忠	葉秀文	台灣松下多層材料	陳志賢
	張芳瑋	吳建輝	台灣松下電腦	高琦智
	黃家豪	黎美玲	台灣松下商用設備	魏文英
	劉淑子	黃怡諭	聯淞微電子	闕米瑩



所謂「企業社會責任」，  
其內容隨著不同時期的社會情況的變化雖有不同，  
但是，不管是哪個時代，基本的社會責任，  
都是企業透過事業活動為提高人們的共同生活做出應有的貢獻。  
以這樣的使命觀做為基礎，進行一切經營活動是非常重要的。

~~ 松下 幸之助 ~~



# A Better Life, A Better World

Panasonic堅持創造更美好的生活及美好的世界  
為社會及全球人們幸福的發展持續做出貢獻

**Panasonic**

台灣Panasonic集團  
2018年6月 印製

本刊物紙張符合FSC™ COC認證及使用植物大豆油墨印刷