

Panasonic

2016

台灣Panasonic集團企業社會責任報告書

**Taiwan Panasonic Group
Sustainability Report 2016**



關於報告書

範疇與邊界

本報告書涵蓋台灣 Panasonic 集團於 2016 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、環境保護及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，環境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，並視環境面績效之性質，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 G4 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 2016 年度（2016 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 集團內部會計年度為前一年度 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會溯及至以前年度。

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（2015 年）報告書於 2016 年 6 月出版發行，本年度發行時間則為 2017 年 6 月。下一期報告書（2017 年度）預計於 2018 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

Webinfo@tw.panasonic.com



更多公開資訊請參見台灣 Panasonic 官方網站：

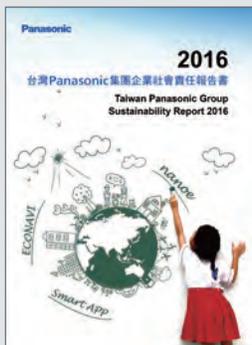
<http://www.panasonic.com/tw/>

CONTENTS

目錄 CONTENTS



2015 年



2016 年



01 關於報告書

04 經營者的話

1

06 **共軌 / 永續承諾**

08 共同走過的時光

09 人的一生可能有幾次的轉捩點

10 Panasonic 集團永續願景與績效

12 台灣 Panasonic 集團概況

14 歷史沿革

2

16 **共鳴 / 互動溝通**

18 利害關係人溝通

18 A. 利害關係人鑑別

18 B. 溝通管道

20 重大議題鑑別與回應

20 A. 重大議題分析方法

21 B. 重大議題與範疇邊界

3

24 **共理 / 經營願景**

26 Panasonic 理念

26 A. 經營理念

27 B. 經營績效

34 C. 企業社會責任實踐規劃

35 公司治理

35 A. 董事會運作與職能

36 B. 治理組織架構

37 C. 誠信正直

39 D. 風險控管



4

42 共享 / 智慧創新

- 44 創造智慧產品
- 44 A. 研發創新
- 44 B. 智慧生活應用
- 49 堅持品質為本
- 49 A. 注重產品責任
- 50 B. 全面品質掌控
- 51 客戶體驗升級
- 51 A. 貼近需求
- 55 B. 完善溝通

5

58 共構 / 幸福職場

- 60 安心工作成長
- 60 A. 資源與福利
- 66 B. 課程與訓練
- 70 美好工作環境
- 71 A. 職場健康
- 74 B. 安全防護

6

76 共營 / 善美環境

- 78 Panasonic 綠色承諾
- 80 環境管理精進
- 80 A. 節能減碳
- 82 B. 水資源管理
- 85 C. 廢棄物資源化
- 86 D. 環保支出

7

88 共創 / 卓越榮景

- 90 夥伴共榮
- 90 A. 供應商管理
- 92 B. 供應商稽核與評估
- 94 C. 經銷商夥伴合作
- 97 社會參與
- 97 A. 教育與合作
- 99 B. 環保與應用
- 100 C. 集團整體貢獻
- 102 附錄



經營者的話

共理，經營願景

Panasonic 集團以創業者松下幸之助先生所制訂「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」做為綱領，自從來到台灣設立第一間台灣松下電器公司起，便播下這樣理念的種子，以與台灣社會大眾共同成長來推動事業；如今，Panasonic 集團與台灣社會已共同走過 55 個年頭，集團從原本中和一個廠區發展至多元服務項目的營運版圖，業務範疇從最早生產收音機、電唱機和揚聲器三項產品，擴及至集團十家公司包含系統設備、營造建築、汽車電子、產業部材、環境方案、冷鏈事業等的業務範圍，更透過整合集團公司的專業優勢，發展多項專業領域解決方案，透過多年研究開發的累積，厚植「技術立社」、「製造立社」的實力，五十年前擘劃的事業版圖可說是在台灣開花結果。

共創，卓越榮景

回首這 55 年，我們深刻了解，是員工、供應商、以及社會各界的協助，才成就台灣 Panasonic 集團的現有成果，因此對台灣 Panasonic 集團而言，與這些關係對象的溝通、互動和照顧都是營運中非常重要的一環。感謝公司從業員工一直以來的辛勤付出，我們除將持續提供良好的培訓、福利和職場環境，並持續維持與工會的良好溝通；感謝供應商長期於品質、環境表現的配合，我們會持續邀請供應商一同為環境和社會努力。而台灣 Panasonic 集團秉持著「造福社會的精神」回饋社區，不僅已連續 29 年舉辦獎學金、響應 Panasonic 全球環保接力、並與各公益團體長期合作，更看到獎學金受獎者將這樣的精神傳承下去，顯現長期投入的不凡價值。

共享，智慧創新

台灣 Panasonic 集團一直以來致力於改善人們的生活，在全球過度開發與氣候變遷下，世界各國近年皆面臨能資源缺乏、環境汙染等問題，長期深耕台灣的我們也同時發現人們對於兼顧「節能」與「健康」的重視；因此台灣 Panasonic 集團的產品不僅搭載「ECO NAVI 智慧節能科技」、「nanoeX 奈米水離子淨化科技」並搭配 Smart APP 等技術，更積極創新解決方案的應用場域、進行多元的在地合作，如協助台南市

政府推動低碳宜居城市發展提供提案書、設置實證屋、並與高雄市長照機構合作打造智慧照護大樓及集團各公司位於各地的展場…等，都是希望能推廣舒適、節能居家生活以及各種解決方案對策，為整體社會、環境盡一份心力。

共營，善美環境

在以產品創新帶給人們美好的生活的同時，台灣 Panasonic 集團也致力於降低自身營運造成的環境衝擊，在達到 2011 年自主設定之「台灣環境宣言」目標後，隨即響應日本 Panasonic 集團發表之「2018 全球環境目標」，集合集團各公司的力量，持續精進環境面績效表現。2016 年台灣 Panasonic 集團無論是用水或溫室氣體排放，皆再創新低，但我們並不因此滿足，為了更有效的能資源利用，著手規劃推動大規模空調更換、水回收等專案，期許能真正照顧到未來世代使用能資源的需求。

55 年與台灣社會共同走過的路，台灣 Panasonic 集團點滴在心頭，我們在成為永續發展企業的同時，也希望能夠持續協助台灣社會、環境的永續。未來台灣 Panasonic 集團也會持續貫徹「A Better Life, A Better World」的品牌精神，為人們的幸福和社會的發展，以及地球的未來不斷做出貢獻。



林 淵 傳

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

1 共軌 永續承諾

台灣 Panasonic 集團自 1962 年於台灣成立台灣松下電器以來，已陪伴台灣走過了 55 個年頭。我們以「為社會發展做貢獻」的企業宗旨，於台灣陸續成立了十家公司，持續於各個專業領域擴大服務範圍。期望透過在各個面向，實現 Panasonic 的永續理念，持續與台灣共同成長、茁壯，為整個社會帶來更美好的未來。





共同走過的時光

台灣 Panasonic 集團自 1962 年於台灣成立台灣松下電器股份公司以來，已陪伴台灣走過了 55 個年頭。我們以「為社會發展做貢獻」的企業宗旨，持續於各個專業領域擴大服務範圍，從最初的台灣松下電器、到松下產業科技、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、聯淞微電子股份有限公司、台灣松下商用設備股份有限公司等。我們不僅持續提供高品質的產品與服務，為顧客帶來貼心、感動的服務，更落實在地共融與企業社會責任的精神，於人才培育、環境保護、社會公益等各項領域中，皆有卓越的表現。未來，我們也期望透過在各個面向，持續實現 Panasonic 的永續理念，持續與台灣共同成長、茁壯，並進一步呼應聯合國於 2015 年公布的永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，為整個社會帶來更美好的未來。

面 向

台灣 Panasonic 在地貢獻

對應之聯合國永續目標 (SDGs)



永續產品

▶ 家電產品

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



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

▶ 整合性解決方案

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 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



人才培育

於 1987 年推動建教合作，並於 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，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



環境保護

台灣 Panasonic 集團不僅遵循及落實日本母公司所訂定之長期環境保護目標，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



社會公益

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，期望能以企業的專業能力，於台灣社會中貢獻我們的力量，共同解決問題。



目標 3 確保健康及促進各年齡層的福祉

傳承

人的一生可能有幾次的轉捩點

/ 國立雲林科技大學教授兼教務長 李傳房

對我而言，人生最大的轉捩點就是 1990 年 3 月下旬，辭去工作到日本千葉大學留學，這要特別感謝台灣松下留日獎學金的支助才能成行，留日生涯成為個人最難忘的記憶。

1996 年回國後，任教於國立雲林科技大學工業設計系迄今。因正逢國內設計教育蓬勃發展的時期，可以發揮留日所學；教學之餘，積極從事研究與產學合作，以培育務實致用的設計人才，使 YunTech Design 成為雲科大的特色。另一方面，協助學校於 2000 年成立設計學研究所博士班，培育國內大專校院系的設計領域的師資與提供在職進修的管道。回國後，也持續與日本的師長與友人保持密切的關係，並舉辦學術交流活動，推薦學生到日本的姐妹校交流與見學，以促進台日交流與合作的機會。

在學校長官的厚愛之下，2017 年 2 月起，個人承擔推動學校教務的工作，能有這樣的機會協助學校推動教務行政工作，這要歸功於台灣松下留日獎學金的制度，才能成就現在的我。一路走來，只有感謝，希望能將受惠於台灣松下留日獎學金的恩情（おかげ），轉化與投入在雲科大的教育工作上。



註：YunTech 是雲科大的英文簡稱

YunTech Design 雲科大設計學院的英文簡稱

Panasonic 集團永續願景與績效

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 2016 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

- **連續 18 年**獲得讀者文摘信譽品牌，並有 **3 項**商品獲白金獎，**6 項**商品獲金獎，累積獲獎數量達 **91 項**，**為業界最多**
- 技術研發人員共 **309 人**，研發投入金額逾 **7 億元**
- 專利研發數較前一年度成長 **15%**
- 應用 SUMAie 概念打造 **Panasonic Living Showroom Taipei** 與 **松下生活體驗館**



環境保護

- 減少碳排放量達 **274.21 噸**
- 減少汙水排放達 **8,289 噸**
- 節約用水達 **8,517 噸**
- 廢棄物資源化率達 **99.86%**
- 環保支出達 **1,188.6 萬元**，較前一年度成長 **11.9%**
- 台南設置 **Zero Energy** 實證屋，追求零排碳生活



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 **89.7%**
- 教育訓練參加人次達 **11,329 人次**
- 投入之訓練費用高達新台幣 **1,425 萬元**，較前一年度成長 **47%**
- 社會參與支出達 **1,290 萬元**

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：2,200 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。



台灣松下電材股份有限公司

資本額：新台幣 250 百萬元
員工人數：230 人
地址：桃園市大溪區

主要為配線用插接器、室內用小型開關、分電盤、各種斷路器等事業。為生產高品質、高可靠性之電設資材綜合廠商。



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：310 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。



台灣松下電腦股份有限公司

資本額：新台幣 91 百萬元
員工人數：760 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。



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：500 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 373 百萬元
員工人數：260 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 40 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：35 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：145 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。



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

2016 年 /

- ◆ Panasonic 台南「智慧低碳實證屋」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

A hand holding a red puzzle piece against a background of hands shaking. The puzzle piece is red with a white cutout. The background shows a close-up of two hands shaking, with one hand wearing a grey sleeve and the other having red nail polish. The overall scene is brightly lit with a soft, out-of-focus background.

2 共鳴

互動溝通

利害關係人溝通

- ▶ 利害關係人鑑別
- ▶ 溝通管道

重大議題鑑別與回應

- ▶ 重大議題分析方法
- ▶ 重大議題與範疇邊界

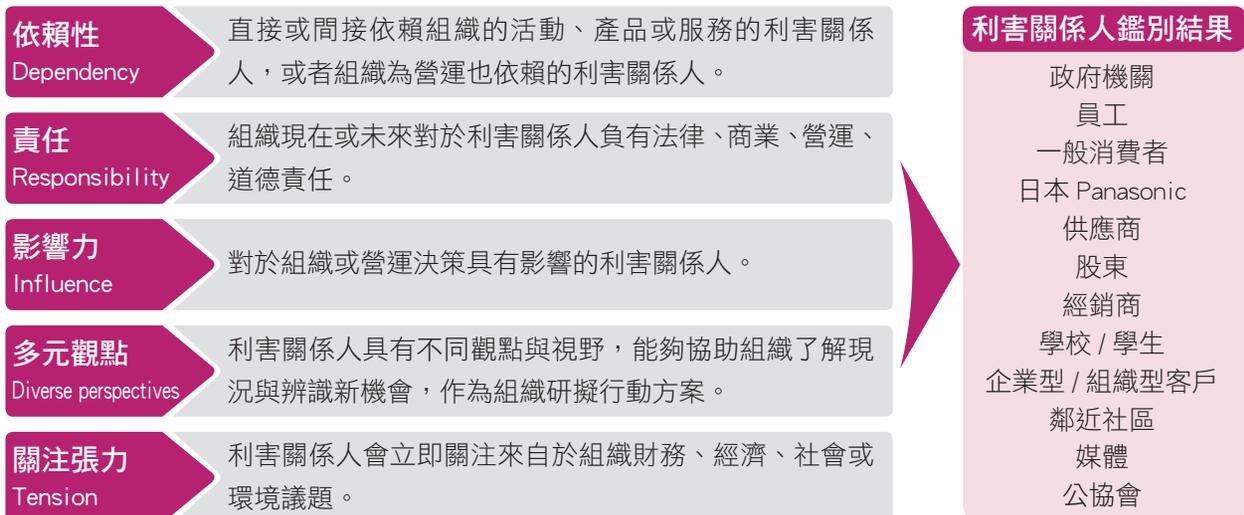


利害關係人溝通

A 利害關係人鑑別

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



B 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 2016 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
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
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、研修會	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
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
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
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
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
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
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



重大議題鑑別與回應

A 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 G4 相關要求進行重大議題分析，流程如下。



利害關係人之關注議題評估問卷發放數量

236 份

有效問卷數量

215 份

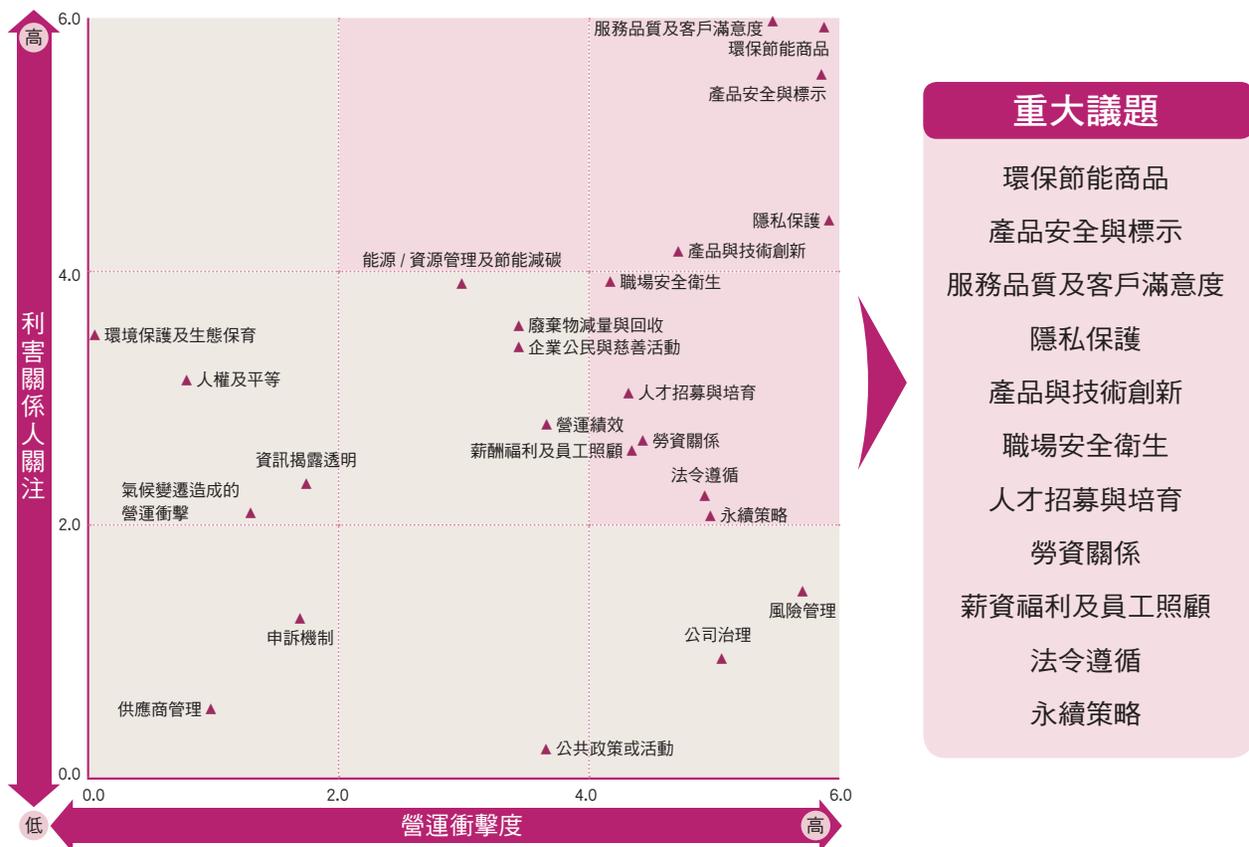
有效問卷率

91.1 %



B 重大議題與範疇邊界

依前述流程鑑別 2016 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，表示對外部關注與內部衝擊程度皆為高，依此原則選定重大議題共 11 大項，包含環保節能商品、產品安全與標示、服務品質及客戶滿意度、隱私保護、產品與技術創新、職場安全衛生、人才招募與培育、勞資關係、薪酬福利及員工照顧、法令遵循、永續策略等，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 G4 特定考量面共 27 項，為反應特定考量面對客重要價值鏈的衝擊與影響邊界，台灣 Panasonic 集團鑑亦完成別各考量面對應之邊界，確實掌握各考量面的衝擊範疇，以發展完善的集團內管理方針。

面向	重大議題	考量面	內 部		外 部				對應章節	管理方針對照頁碼	
			台灣 Panasonic 集團	日本總公司	供應商	客戶	經銷商	鄰近社區			
經濟	永續策略 / 產品與技術創新	經濟績效	◎	◎			◎		3 共理，經營願景	27	
		採購實務	◎	◎	◎				7 共創，卓越榮景	90	
		反貪腐	◎	◎	◎	◎	◎		3 共理，經營願景	37	
		反壟斷	◎	◎		◎	◎		3 共理，經營願景	37	
環境	永續策略	供應商環境評估	◎	◎	◎				7 共創，卓越榮景	92	
	法令遵循	法規遵循（環境）	◎	◎					6 共營，善美環境	78	
	環保節能商品	能源		◎	◎				◎	6 共營，善美環境	78
		排放		◎	◎				◎	6 共營，善美環境	78
		水		◎	◎				◎	6 共營，善美環境	78
		廢污水及廢棄物		◎	◎				◎	6 共營，善美環境	78
		原物料		◎	◎	◎			◎	6 共營，善美環境	78
		整體情況		◎	◎				◎	6 共營，善美環境	78
環境問題申訴機制			◎	◎				◎	6 共營，善美環境	78	



面向	重大議題	考量面	內 部		外 部				對應章節	管理方針對照頁碼
			台灣 Panasonic 集團	日本總公司	供應商	客戶	經銷商	鄰近社區		
社會	服務品質及客戶滿意度 / 產品安全與標示 / 隱私保護	法規遵循 (產品責任)	◎	◎	◎	◎	◎		4 共享，智慧創新	49
		產品與服務標示	◎	◎		◎	◎		4 共享，智慧創新	49
		行銷溝通	◎	◎		◎	◎		4 共享，智慧創新	49
		顧客隱私	◎	◎		◎	◎		4 共享，智慧創新	57
		顧客的健康與安全	◎	◎	◎	◎	◎		4 共享，智慧創新	49
	薪資福利及員工照顧 / 職場安全衛生 / 勞資關係	勞僱關係	◎	◎					5 共構，幸福職場	60
		員工多元化與平等機會	◎	◎					5 共構，幸福職場	60
		勞工實務問題申訴機制	◎	◎					5 共構，幸福職場	60
		女男同酬	◎	◎					5 共構，幸福職場	62
		職業健康與安全	◎	◎				◎	5 共構，幸福職場	70
		市場形象	◎	◎				◎	5 共構，幸福職場	62
	人才招募與培育	訓練與教育	◎	◎					5 共構，幸福職場	66
	法令遵循	法規遵循 (社會)	◎	◎	◎	◎	◎		3 共理，經營願景	37
	永續策略	供應商勞工實務評估	◎	◎	◎				7 共創，卓越榮景	92

3 共理

經營願景

Panasonic 理念

- ▶ 經營理念
- ▶ 經濟績效
- ▶ 企業社會責任實踐規劃

公司治理

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





Panasonic 理念

A 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 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。



B 經濟績效

財務表現

台灣 Panasonic 集團 2016 年度整體經濟績效表現良好，年度營業額達新台幣 961 億元。



2016 年度營業額 (2016/4~2017/3)

台灣 Panasonic 集團

961 億元

台灣松下電器集團

331 億元

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、商用空調等，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





面對台灣近年來的食安危機、PM2.5 空污，以及缺電、缺水等問題，讓我們意識到「節能」與「健康」是台灣社會最重視的兩個課題，因此 Panasonic 的產品除了原有的「ECO NAVI 智慧節能科技」之外，更加上由 nanoe 進化獨家專利的「nanoeX 奈米水離子淨化科技」，以同時搭載這兩種科技搭配智慧手機 APP 操控軟體的產品，來提供給消費者一個更節能、更健康的舒適生活。同時，Panasonic 更推出蒸氣烘烤爐等適合中華圈使用的相關調理家電，以兼顧便利、美味與健康為出發點，讓家庭主婦或忙碌的上班族，只要動動手指就能輕鬆完成，不僅能讓家人享受到美味料理，同時也能維護家人的健康。



+



+



什麼是 ECO NAVI 呢？簡單來說，就是 Panasonic 獨家的智慧節能科技。

在家電上有自動感知的裝置，可以自動讓這些家電，節省看不見的能源浪費，達成節能、省電的實際效用。

搭載 ECO NAVI 功能九大商品群：



主動除臭	nanoe ⁺ 主動淨化空氣 消除生活6大異味 煙味、氣味、臭味、汗味、汗臭、汗酸、汗垢	nanoeX 更快淨化空氣 10倍速分解生活異味
	淨化PM2.5 淨化PM2.5有害菌體達99% 徹底分解	4小時有效降低PM2.5中安登菌數 8小時有效降低PM2.5中十六烷
	抑制過敏原 有效抑制 黴菌、病毒、過敏原 呵護呼吸健康	有效降低空氣中黴菌存活率

全新 nanoeX 新進化!

nanoe ⁺ (LX・L系列) 每秒可釋放 4800億個 ⁺	nanoeX (PX系列) 每秒可釋放 4兆8,000億個 ⁺
OH 氫氧離子	OH 氫氧離子

10倍 OH 氫氧離子 提升至每秒4兆8,000億個⁺

什麼是 nanoe 呢？nanoe 就是奈米水離子。是通過施加高壓來分離奈米水離子而產生的帶電淨水粒子，含水量比一般負離子多約 1000 倍，具有除臭、抑菌及淨化空氣等功效。

此外，因應物聯網技術的發展，我們更於2016年推出搭載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。



- 洗衣完成主動提醒，延後晾衣無異味
- 隨時了解食材狀況，採買不浪費
- 隨時調整室內溼度，保持乾爽空間
- 開關機主動掌握，節能又舒適

獲獎榮耀

讀者文摘信譽品牌

2016年「讀者文摘信譽品牌」調查出爐，Panasonic 多項商品持續蟬連信譽品牌大獎，不僅連續18年獲得讀者文摘信譽品牌的肯定，累計獲獎總數更高達91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/烤箱品項拿下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，主要是因為以消費者需求為出發點，並以日本同步技術，持續打造為「家人」、為「自己」更為「健康」需求的高優質商品。

Panasonic 始終堅持「環保永續・貢獻台灣」之企業經營理念！我們將持續以滿足消費者需求為目標，開發更適合在地的優質商品，為台灣的生活把關、為健康加分！繼續成為消費者心目中最專業也最可靠的信譽品牌。

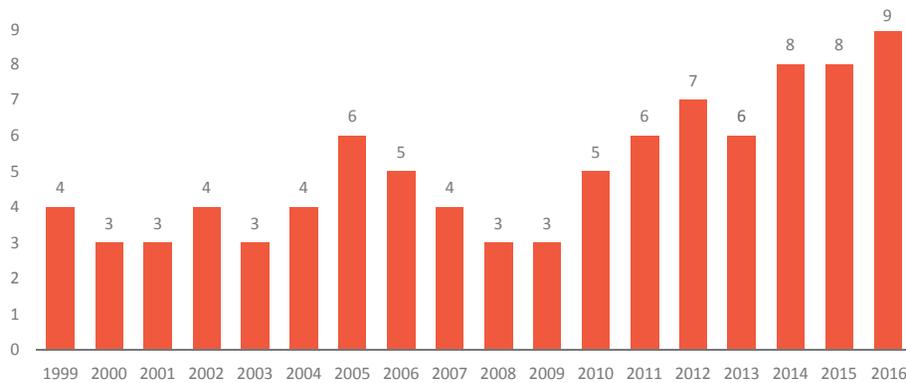




各項家電獲獎次數 / 百分比統計



① 薄型電視	17次	19%
② 冰箱	17次	19%
③ 洗衣機	14次	15%
④ 冷氣	13次	14%
⑤ 淨水商品	11次	12%
⑥ 空氣清淨機	6次	7%
⑦ 除濕機	4次	4%
⑧ 電鬍刀	3次	3%
⑨ 微波爐/烤箱、家用投影機、 傳真機、錄放影/數位錄放影機	6次	7%



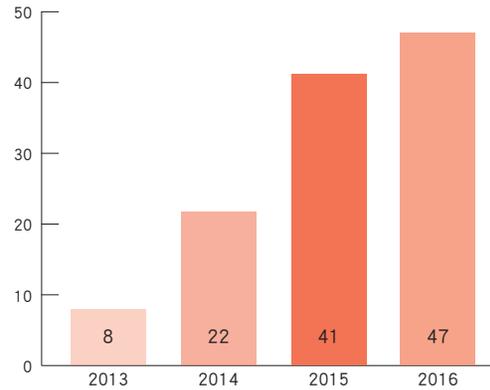
■ 讀者文摘白金獎歷年獲獎項目數



* 冰箱產品曾獲 5 次白金獎最高殊榮
 ** 洗衣機產品曾獲 5 次白金獎最高殊榮
 *** 微波爐 / 烤箱產品於 2016 年首次獲
 白金獎最高殊榮

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，2016 年度台灣松下電器技術研發人員共 309 人，投入金額達新台幣 701 百萬元，約占當年度營業額 2.1%；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。



台灣 Panasonic 集團專利研發數量

為提供更加健康的空質及舒適的空間，Panasonic 的 IAQ 圖控整合系統利用空氣品質標準值的判斷來自動連結空調系統的運作，由供氣和排氣來達到高效率的換氣，讓室內的空氣品質達到最佳的狀態。本系統也可連結社內多樣 Smart 家電，啟動智慧家電享受便利新生活。



IAQ 圖控整合系統

IAQ (室內空氣品質) 圖控整合系統充分利用智慧科技達到最優化的控制，來提高住宅空間的價值 -

- ▶ 操作簡單：便利的直覺式 GUI 操作
- ▶ 便利生活：整合 Panasonic Smart 家電群 App 系統來實現智慧生活
- ▶ 健康 IAQ：透過空質 Sensor 隨時監控溫度、濕度、CO₂、PM2.5 數值含量，並連動空調、全熱交換器、除濕機，自動調節到健康舒適的空氣環境



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。



未來研發方向



簽署智慧交通系統合作備忘錄

為推進智慧交通系統發展，朝環保、主動安全、聯網應用、自動駕駛等方向為發展目標，台灣 Panasonic 集團與知名台日廠商，如 TOYOTA、台灣三陽工業等共計 12 家廠商，在經濟部技術處支持下，於 2016 年 11 月與財團法人資訊工業策進會針對智慧交通系統的發展，簽訂合作備忘錄 (MOU)，期透過產、官、研、協會等深化合作，攜手共創車聯網新局。



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，參與之重要工會組織如下，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並積極協助，如：LED 與照明委員會、產業聯盟及國際事務委員會等各項會務推展：

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	台灣區照明燈具輸出業同業公會	2002 年
新北市電器商業同業公會	1967 年	台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	新北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	台南市室內設計裝修商業同業公會	2011 年
新北市工業會	1975 年	高雄市室內設計裝修商業同業公會	2011 年
中華民國國際經濟合作協會	2001 年	台灣省室內設計裝修商業同業公會聯合會	2011 年
社團法人中華軌道車輛工業發展協會	2016 年	中華民國室內設計協會	2015 年
台北市事務器械商業同業公會	2016 年	桃園市室內設計裝修商業同業公會	2015 年

企業社會責任實踐規劃

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實踐 CSR 理念活動打下深厚基礎後，於 2016 年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 CSR 活動，徹底實踐集團 CSR 標竿企業形象。



- 社會公益
- 環境活動



- 產官學合作
- 社會公益擴大
- 環境保護、EcoRelay 持續
- CSR 績效透明展現



- 產官學合作深化
- CSR 持續貢獻與創新

公司治理

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、6、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、董監事選舉、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。

2016 年度董事會重大決議事項包含修改章程、董監事選舉、總經理委任、2016 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 / 副總經理	鈴木豐
	上席董事	林聰智
	上席董事	木村裕二
	董事	黃文賢
	董事	堀川弘樹
	董事	橫尾定顯
	監察人	川野敬和
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

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。

功能

1. 風險相關：有關法令遵守、資訊安全、風險管理。
2. 生產相關：包含技術力、品質力強化及生產力、成本力提昇等。
3. 勞資福利相關。

風 險

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

開發責任者
委員會

品質政策
委員會

製造力強化
委員會

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

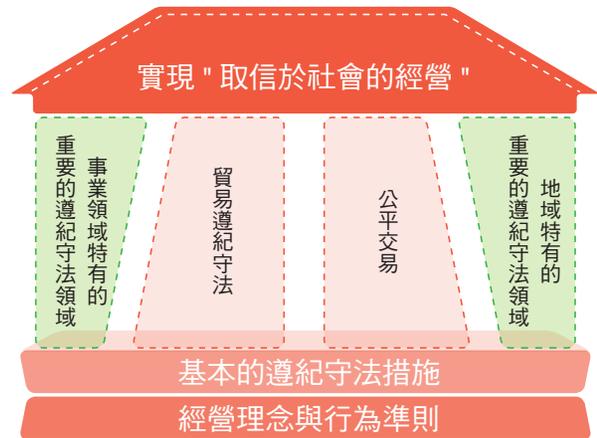
福利委員會

獎懲委員會



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

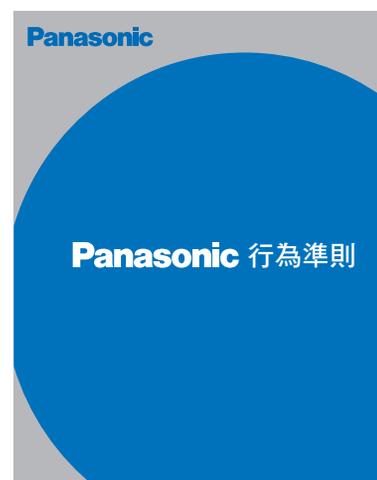
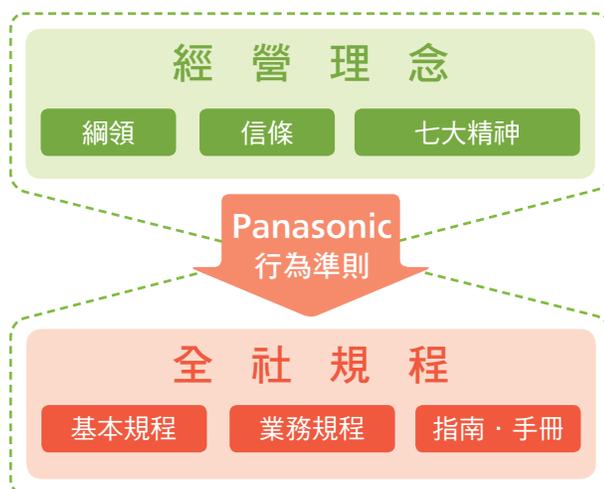
為防止壟斷相關行為的發生，台灣 Panasonic 集團明確禁止與競爭對手交流有關產品資訊，同時訂有與競爭對手接觸之事前許可制度。

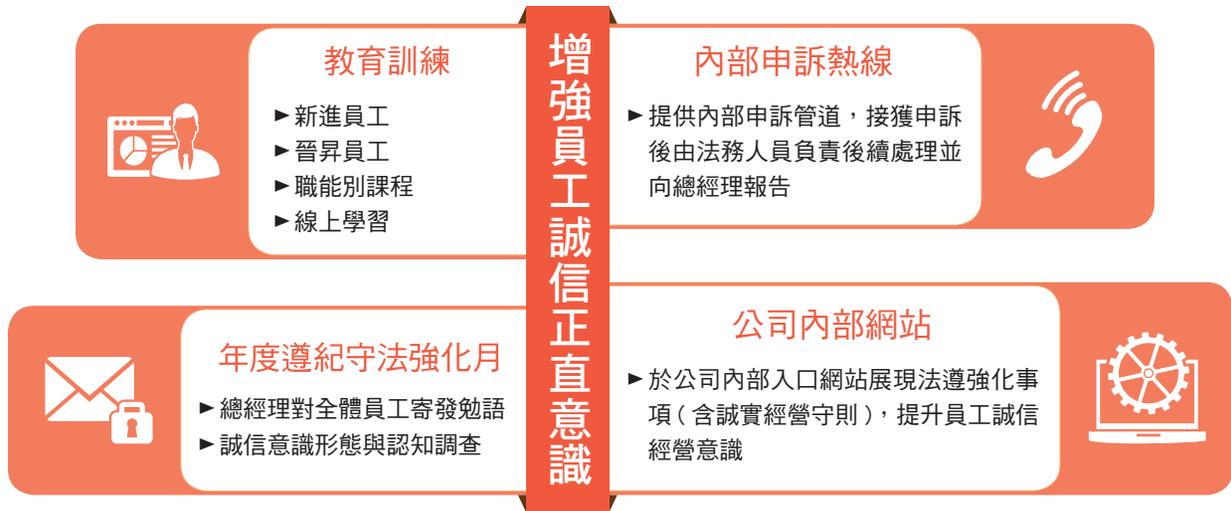
反商業賄賂

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，在亞洲地區的所有廣告宣傳活動均遵守台灣廣告相關法律。





實體課程 + 公司內部入口網站宣導法遵強化事項

除實體課程外於公司內部入口網站放入重要的法遵強化事項，並搭配案例、通報方式等，讓員工能夠一目瞭然，將遵法意識融入日常生活。



2016 年新增線上法遵學習課程

課程主題：不正會計、聯合壟斷行為防止、公務員賄賂禁止等，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，每周通知幹部受訓，完成率 100% 並頒發結業證書。

e-learning 何謂行賄公務員 2/3

對公務員，懷有某種做什麼（或不要做什麼）的期待，
為此提供**錢財或其他利益**（包括提議、承諾）。

E-Learning 課程內容



D 風險控管

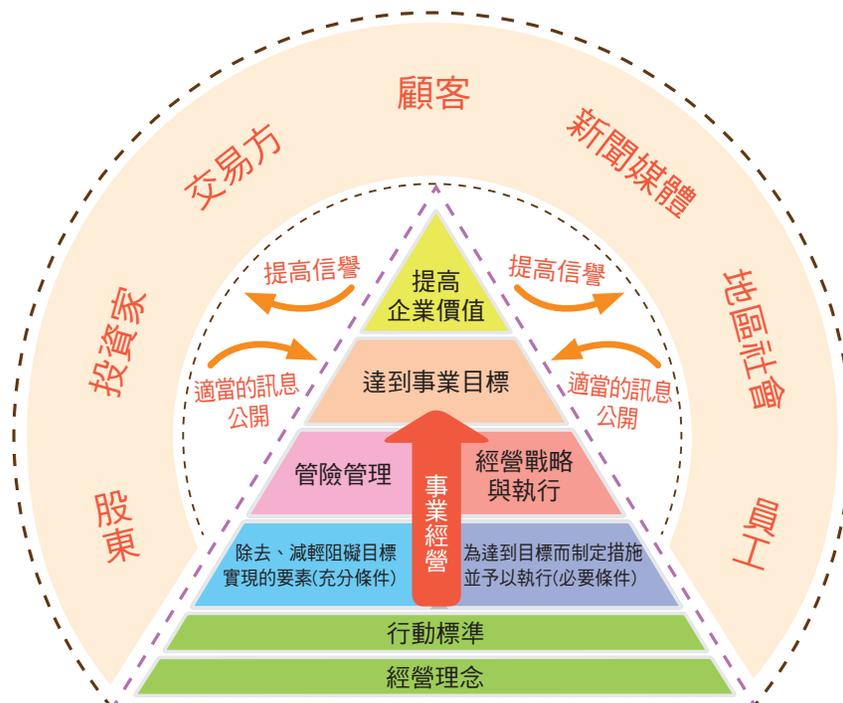
以事先預防為基礎建構風險管理

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。

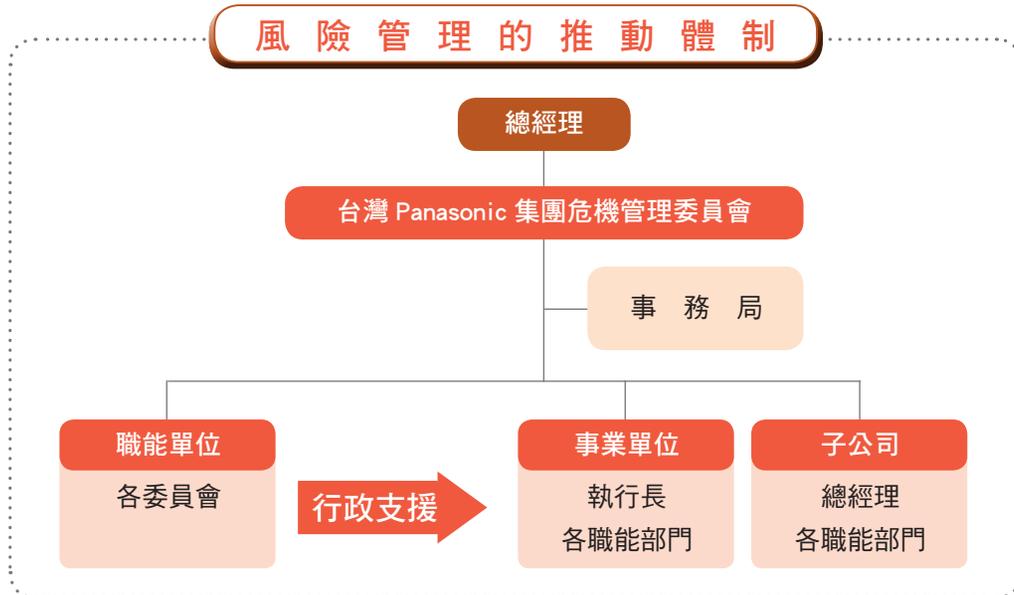
此外，向公眾適當披露風險資訊及相應的應對措施，亦有利於利益相關方更加全面地瞭解公司經營狀況，增強利益相關方對公司的信心，為公司發展營造良好的外部環境。

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，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

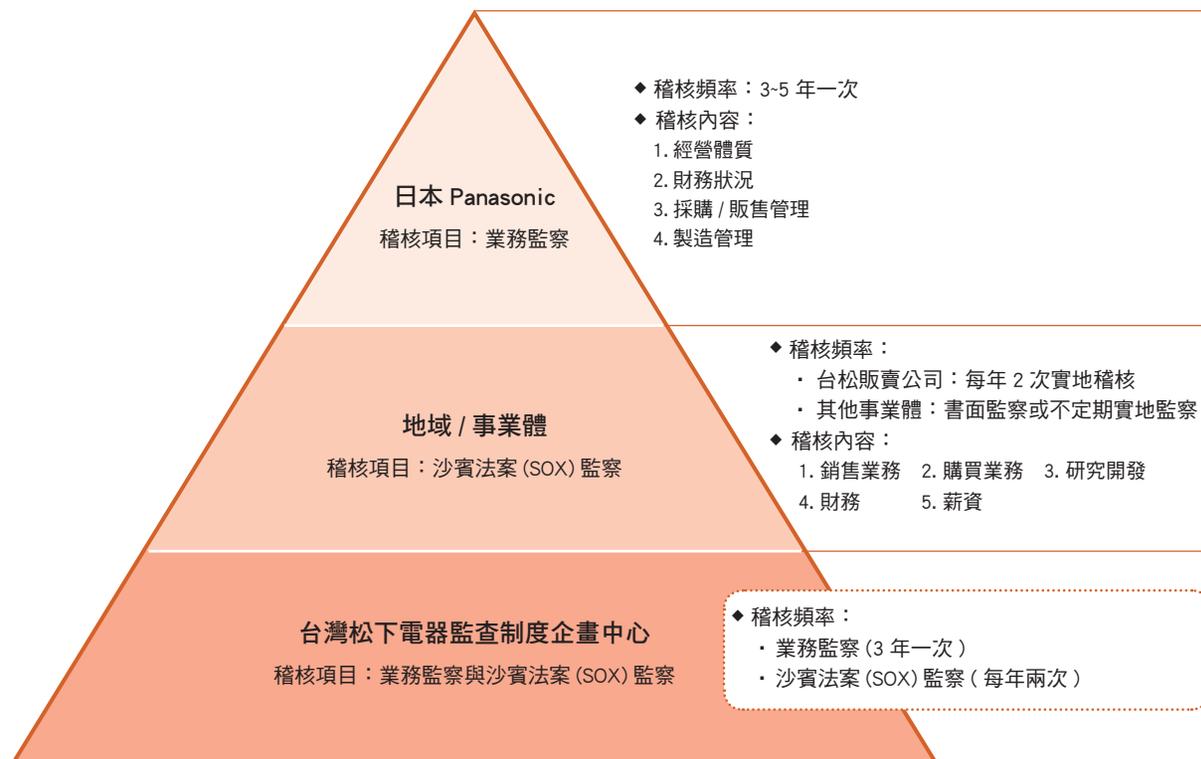
台灣 Panasonic 集團每年會定期檢討去年進行的風險改善措施，以及針對未來一年潛在風險之發生可能性與影響進行評估，其結果向總經理報告後，將於年度經營會議進行確認。

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	高	加強品質管理
產品品質違法事件	中	高	加強相關法規追蹤與因應管理
客訴不滿事件	中	高	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	高	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	高	極高	強化財務策略
人才聘用與留任	中	低	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。



遵紀守法及風險控管教育訓練



- 1 台灣 Panasonic 集團重大不正防止研修會
- 2 配合母公司實施台灣 Panasonic 集團教育訓練
- 3 服務人員全體應注意法律事項宣導 (職能別訓練)

4 共享 智慧創新

創造智慧產品

- ▶ 創新研發
- ▶ 智慧生活應用

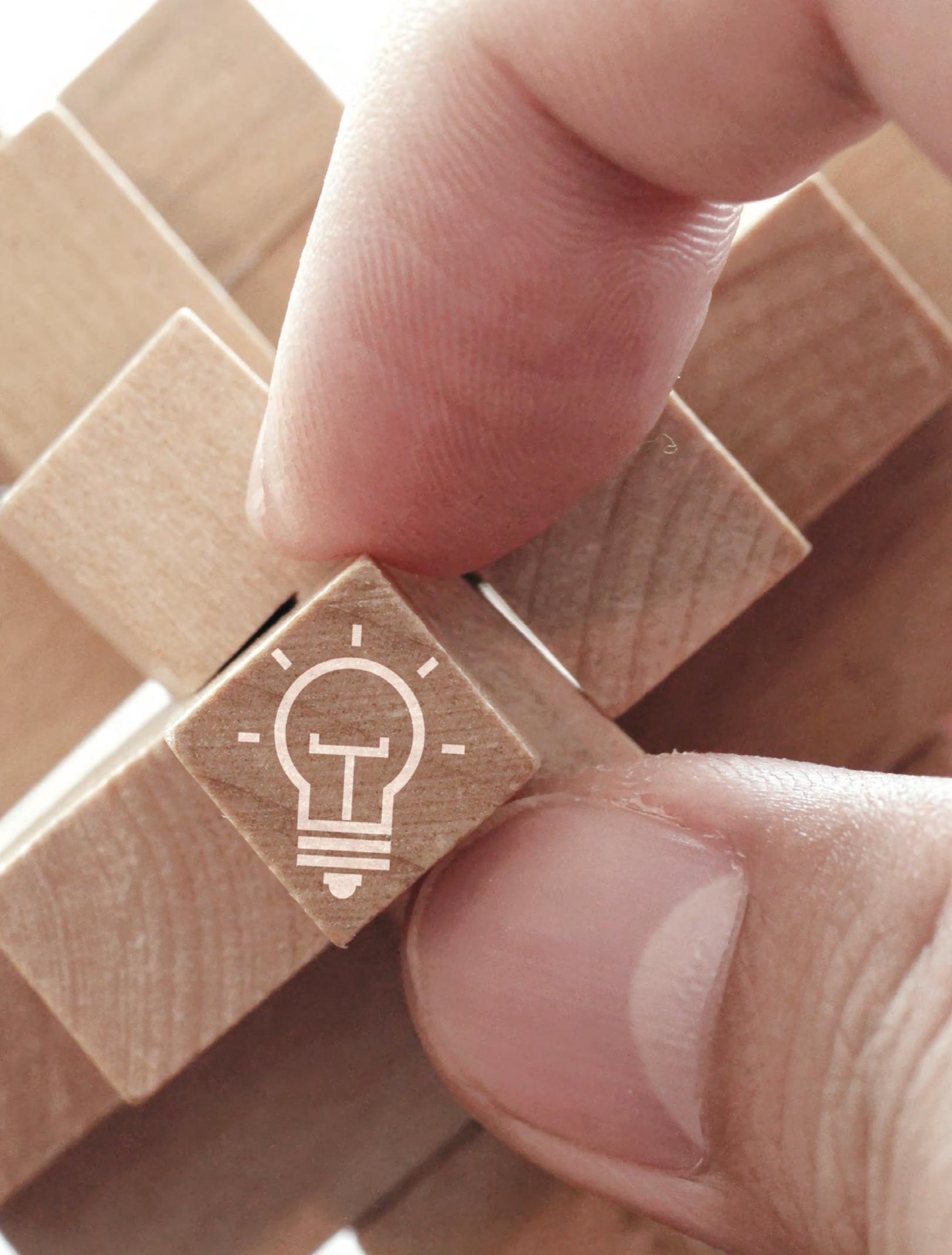
堅持品質為本

- ▶ 注重產品責任
- ▶ 全面品質掌控

客戶體驗升級

- ▶ 貼近需求
- ▶ 完善溝通







創造智慧產品

A 研發創新

Panasonic 除販售家電之 B2C 通路外，並推動以「One Panasonic 創造新價值」為主軸，整合旗下十家相關企業資源，針對住宅、店鋪等提供 B2B 整體解決方案。為了帶給顧客最大的滿足，Panasonic 發揮引以為傲的整合力，建構出全新系列的完整服務！

B 智慧生活應用

住宅解決方案：業界唯一提出一條龍服務的智慧節能品牌

因應台灣高溫潮濕的環境及綠能智慧建築的興起，Panasonic 使用 SI 住宅構造工法來提升建築主體的長期耐久性。並運用珪藻土等綠色建材及開關、配電盤等電材打造出環保綠能建築，此外，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，成就每個人輕鬆擁有健康、舒適、安全、智慧住宅的夢想！



1. 打造 Panasonic Living Showroom Taipei 體現完美生活

- 台灣松下環境方案曾於 2013 年與綠野國際建築事業機構簽約共同打造智慧綠建築住宅，引起廣大迴響。2016 年，台灣松下環境方案更進一步，結合「KURASHI 生活品質」與「SUMAie」等概念，打造了 Panasonic Living Showroom Taipei，讓大眾能實地感受 Panasonic 對居住健康、節能減碳的堅持與理念。

什麼是 KURASHI 生活品質

- 從消費者生活品質出發，提供消費者更健康的生活方式、以及兼具生活品質與節約能源的優質居住環境。

什麼是 SUMAie

- 從智能 (Smart)、使用者角度 (Userbility)、管理系統 (Management System)、全天候生活 (All Day Life)、環保 (Interfacing ECO) 出發，以更實際的方式落實並解決消費者在居住上的任何問題。





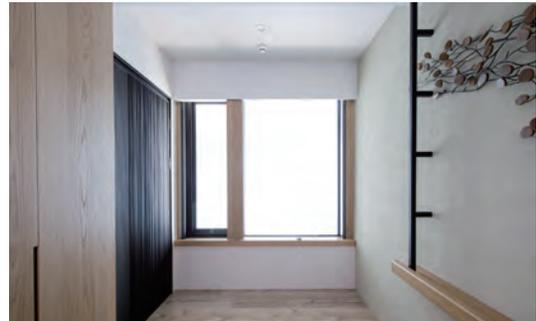
2. UD 夢想家 - 松下生活體驗館

台灣松下營造為提供消費者最便利、貼心的居家打造服務，2016 年於新莊推出松下生活體驗館，提供各式室內設計提案展示，期望與消費者一起實現兼顧健康、安全、安心、舒適之家的夢想。

1 玄關

玄關氛圍的營造能沉澱一天在外的思緒，是室內外空間緩衝的場域，更是傳達主人生活品味的第一印象。通用設計、無障礙及收納為此玄關的基本要件。

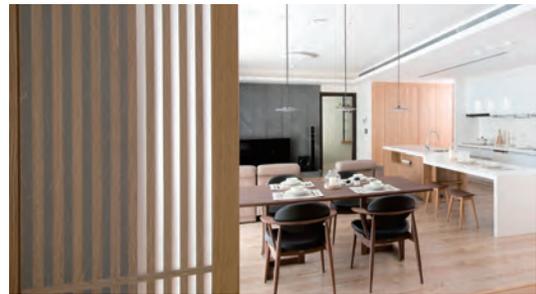
→ 設計重點：通用設計無障礙斜坡



2 開放式設計居家環境

以開放式設計銜接客廳、餐廳及廚房，運用動線規劃讓下廚的人也能和客餐廳互動，讓料理不孤單且更輕鬆樂活，一同親子互動兼顧陪伴安全看管，這是通用設計的精神。

→ 設計重點：APP 控制燈光與窗簾



3 和室

日式風格簡單明瞭獨特空間，再加上樸素典雅的視覺感受，醞釀出寧靜氛圍。休閒與健康風潮的帶領下，和室不再是空間的配角，已朝向多元功能空間規劃。

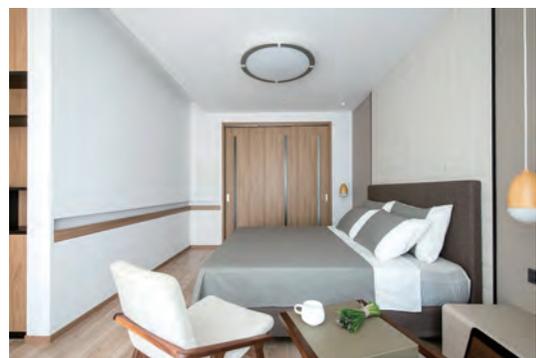
→ 設計重點：榻榻米隱藏式收納



4 主臥室 / 主衛浴

強調通用設計的概念，走道利用牆面美化扶手、雙向門片單手即輕鬆開關、不設門檻地面無軌道的設計可通行無阻，空間隱含通用設計內容，達到安全與舒適的目的。

→ 設計重點：易開合門板、人體工學扶手、無障礙養護衛浴設備





3. 打造智慧低碳實證屋

2014年6月台南市政府與台灣Panasonic簽署「智慧低碳合作示範城」合作備忘錄，共同推動台南市邁向智慧低碳城市，並建置智慧低碳實證屋，利用Panasonic集團的建材、住宅設備、家電、解決方案等，打造出兼顧健康舒適與節能的居住空間。該實證屋於2016年6月正式開幕，安排南台科大四位研究生進駐，實際進行台灣標準民宅CO₂±0生活實證實驗。

實證屋開幕儀式



實證屋設計理念





4. 推動智慧長照設施

因應台灣邁入高齡社會，台灣 Panasonic 集團與高雄市長照業者台灣受恩股份有限公司合作，於高雄市三民區設立先端智慧照護服務示範場域-「台灣受恩智慧照護大樓」，並於2016年6月正式啟用。該智慧照護大樓運用 Panasonic 的建材、住宅設備、家電、解決方案等，創造出符合未來需求的智慧長照舒適空間，除引進優良輔具以貼近受照護者需求並降低照護者負擔，更運用大數據協助掌握受照護者的健康狀況，提供全面性的長照解決方案。

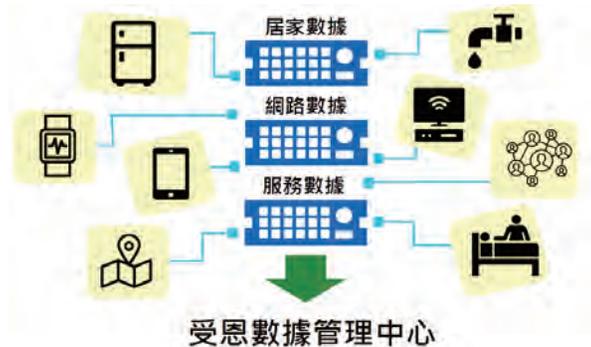
台灣受恩智慧照護大樓開幕儀式



大樓內部空間



大數據分析架構



店鋪解決方案：獨家引進賣場管理系統，提供優質購物環境

在店鋪方面，Panasonic 為提供更完善的服務，也引進各項先進設備，提供顧客更多的選擇。此外 Panasonic 相信只要商家清楚了解到顧客需求，就能提供全方位專屬服務，因此特別由日本引進客流情報分析系統，導入高科技臉部影像辨識及每小時最多 500 筆記錄能力的技術，更精確自動計算顧客人數，滯留率及嗜好的情報。



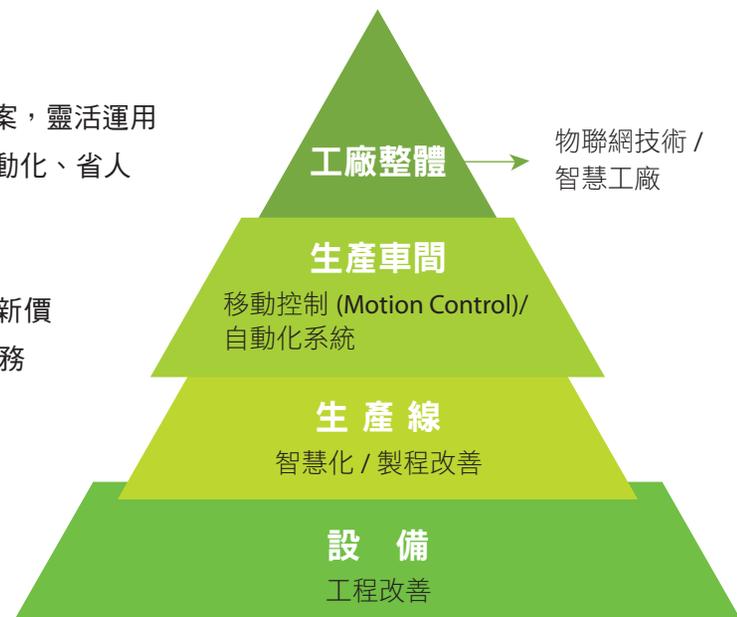
2016 年，台灣 Panasonic 集團更進一步發展各式智慧店鋪解決方案，包含人體與商品模擬、智慧商品貨架等，並成功與台灣安麗合作，運用 Panasonic 先進技術打造智慧店鋪，提供消費者全新的智能購物體驗。未來，我們將持續不斷地提供以最先進技術所製作的高水準產品及 IoT 解決方案，以創造「顧客價值」，並期許成為顧客能永續合作「無可取代的科技夥伴」，在 B2B 領域，配合顧客的需求，提供安全、安心、先進的全方位解決方案。

2017 年台灣 Panasonic 集團將拓展合作模式，運用多種先進技術與安麗合作打造全球首座智能體驗展示中心，相關技術更延伸至室外展場，於 2017 年台灣燈會與國立雲林科技大學合作，運用光 ID 技術創造與過往完全不同的體驗。

工廠解決方案

松下產業科技提出智慧工廠解決方案，靈活運用長年累積的經驗、技術，為客戶帶來自動化、省人化的生產解決方案。

台灣 Panasonic 集團秉持不斷創造新價值之理念，期待將 One Panasonic 的服務帶給大家，以客製化的方式實踐每個人的夢想，打造出環保節能、舒適便利、安心安全的生活環境，並期許在未來共同攜手邁向 A Better Life, A Better World 的美好願景！





堅持品質為本

A 注重產品責任

台灣 Panasonic 集團自創業以來，一貫秉持『品質乃企業之命脈』，實施全面品質管理，並於 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以及顧客滿意、持續改善為基礎的管制流程，作為產品實現執行與管理規範。

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，此外並依日本 Panasonic 產品安全標準更實施「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。

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。

2016 年家電產品全數取得政府環保類標章

	能效標章	省水標章	節能標章	微笑標章	環保標章
商業別					
總計	72	32	123	175	134

B 全面品質掌控

新商品開發品質管理

各商品開發從企劃起就已設定品質目標做為全員品質努力的目標，依循 Plan-Do-Check-Act (PDCA) 流程不斷精進，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，2006 年歐盟要求有害物質不使用管制 (RoHS)，Panasonic 提前於 2005 年全面要求實施不使用有害物質，並於公司內部建立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，以確實符合法規並落實有害物質不使用。

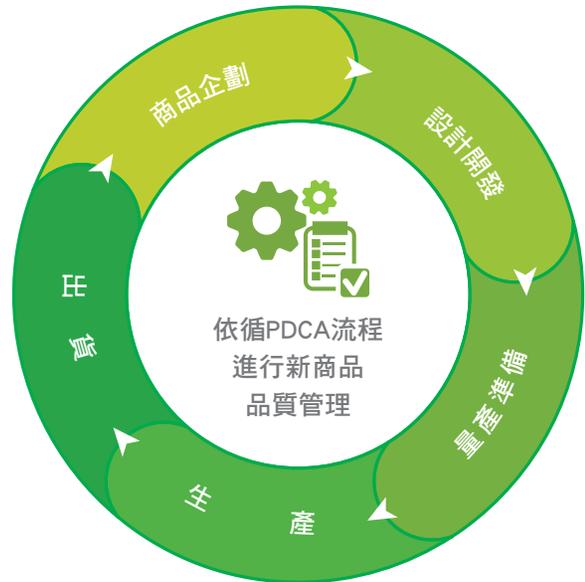
產品電磁波檢測

對於各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，對於有安全疑慮的商品且可能造成消費者安全之產品，Panasonic 皆主動進行回收或召修。

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：

由於本公司於 2011 年 6 月～2013 年 6 月 24 日間所生產銷售的一部份滾筒洗乾衣機 (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 2017 年 4 月底，召修率已達 81.56% (目標 90% 以上)。



類 型	課 程 內 容
公司內部品質管理課程	Why Why 分析 /5 原則表
公司外部專業講師授課	安全規範說明 (IEC60335-1/EMC 等)
Panasonic 研習課程	技術法規研修會
	技術法規遵守管理與規範



此外，台灣 Panasonic 集團也不定期接受日本母公司對各事業處之品質監察活動，使其達到全球高品質商品。

客戶體驗升級

A 貼近需求

台灣松下電器生產並販售多樣化之家電產品，深入所有客戶的日常生活，因此，我們也極度重視顧客產品使用經驗與意見回饋，以及對客服人員服務的滿意度，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，努力創造顧客價值。



顧客商談中心

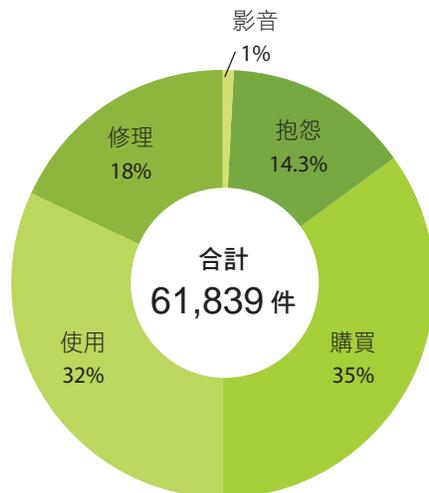
顧客商談中心成立於 2004 年 10 月 1 日，其業務為顧客商談的整體受理 商談對應，除致力於提升顧客滿意度外，也將商談情報全社共有化、並活用於經營、商品開發等作業過程。

顧客商談中心提供多樣化的顧客意見管道，包含電話、Email、留言等，並於 2016 年新增簡訊回覆管道，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，便利客戶查詢。

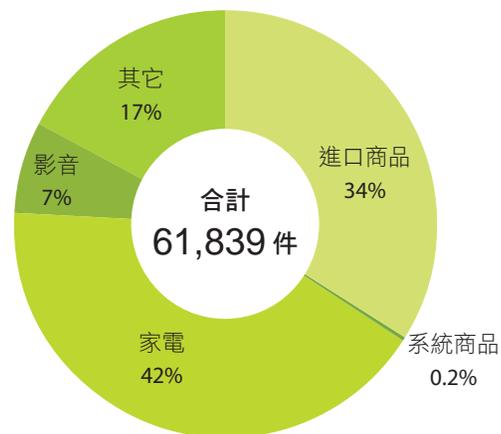
我們 2016 年共接到超過 6 萬件的顧客商談需求，以商品的購買、使用及維修為大宗，並已全數結案。



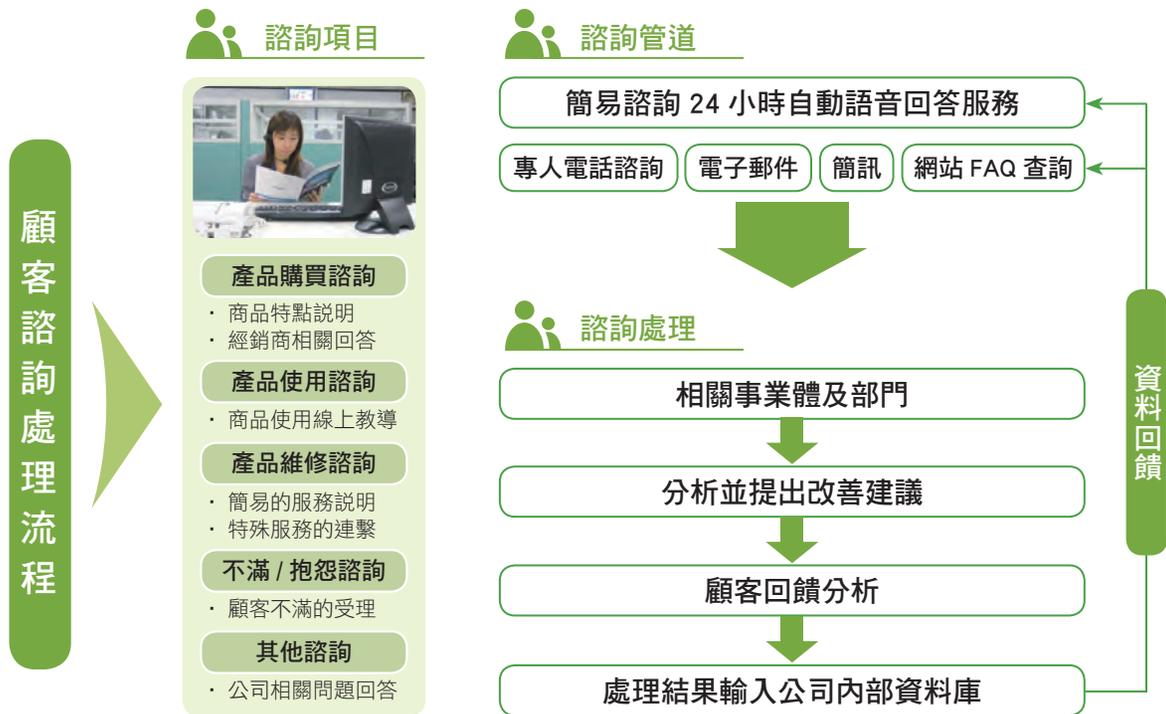
顧客商談內容分類



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 2016 年底以來，已累積超過 99 萬件顧客商談紀錄。



生活研究部門

台灣松下電器創業 50 多年來一向以開發製造高品質、高品味的產品來服務消費者。秉持「發掘顧客需求、創造顧客價值」的思維，於 2004 年 10 月 1 日成立生活研究部門，落實以「顧客觀點」，探索顧客使用商品的不滿點與需求，進而開發出更符合顧客需求及滿意的商品，達到創造顧客價值的目的，也讓顧客買到更安心、安全、便利的商品。



我們始終站在客戶的觀點，透過實際家庭訪查、意見調查等方式，為實際了解與消費者有相同的居家環境，生活研究空間的軟、硬體設施，完全同顧客生活一致，設置有家事設備及廚房調理相關商品，如冰箱、洗衣機、空調及調理商品...等等。在社內外建立起顧客情報網，經常舉辦群體訪談、家庭拜訪及網路量化調查等活動，以顧客實際操作使用製品之經驗及對未來的生活意識、價值觀等趨勢之研究，透過種種研究手法藉由大數據分析將顧客需求，反映到次期商品的開發，以開發出最貼近顧客需求、能為顧客帶來「感動體驗」的商品。

生活研究為提供全面性的生活家電解決方案，除了積極進行實地調查外，也將調查結果提供給各商品企劃及關連部門，更與日本松下 Panasonic 及海外各生活研究部門等進行情報交流，共同為創造顧客價值而努力。

生活研究以感動、感性生活提案為方向，不僅對少子高齡化及多樣化的家庭型態、或對省能源及資源再利用之地球友善的優質生活提案，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、掌握瞬息萬變的動脈，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

第一次聽到家電業者來電、說明要到家裡來進行家庭訪問真是一件新奇的事，我心裡想著：

沒想到售後服務可以做到這麼地無微不至。而這一切的驚奇只是無意間隨手接受商品的問卷調查開始……。

那一天，兩位訪問人員按約定的時間前來、就此展開親切地訪問。過程不像制式的問卷那樣僵化、比較像朋友聚會聊天那般輕鬆。期間也不馬虎地仔細請教我們產品的使用習慣、經驗以及細心觀察我們的使用環境，而且耐心解答我們使用上的疑問。最後，甚至探討到將來如果要改善商品，我們對於商品有什麼樣的需求等等……，不同於其他業者的售後服務那樣生硬，貼近我們消費者讓我們對於貴公司的服務精神印象深刻！

我還記得當天訪問中剛好提到冷氣室外機集水盤會滴水的問題，訪問人員當場就立刻打電話回公司跟技術人員說明狀況，查明後原來是出廠時缺少了一個水栓導致滴水……。訪問人員二話不說馬上承諾會寄送零件給我，而結束訪問後沒幾天我果然就收到了替換的零件。這樣積極地服務真的令我感到窩心。雖然只是個小小零件對我來說也無傷大雅，但從小事情的處理就可以知道貴公司多麼注重消費者的問題，不得不佩服公司的大處著眼、小處用心。



聆聽顧客的問題與需求



▲紅圈處的地方少了止水栓，會滴水，且會弄濕下方吊掛的衣物。



▲原廠寄過來的小零件，除了止水栓之外，還給了另一個可接導管的配件。真的是很貼心。



B 完善溝通

全省服務據點

Panasonic 於全台設有家電商品直營服務站及服務授權店，可更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。

Panasonic 全省家電服務據點數量

服務授權店 **279** 店
直營服務站 **25** 站

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

2016 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)
2016 得分	89.52	19.49	14.99	19.23	21.12	9.76	4.93

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



台灣松下電器為進一步提升家電顧客滿意度，已導入簡易安裝服務，針對購買洗衣機之顧客，由台灣松下電器與物流人員合作，於送貨到府時提供簡易安裝服務，提高顧客的使用便利性。



▲對物流業者實施簡易安裝教育訓練



▲簡易安裝實地施行狀況

其他多樣化溝通管道

除此以外，台灣 Panasonic 也透過多種管道與顧客互動，如多媒體管道、實體教室等，期望能更即時貼近顧客需求，也讓我們的產品更密切與顧客生活連結。

社群 / Facebook

粉絲團累積人數已超過 **40** 萬人

包含 5 個 Facebook 粉絲團 (LUMIX、VIERA、Panasonic Cooking、Panasonic Beauty、Panasonic Health)，透過塗鴉牆分享各式訊息。

影音 / YouTube

影片已超過 **420** 部 頻道訂閱人數超過 **1.3** 萬人

五大影音專屬頻道提供商品多媒體展現的線上服務，影片已超過 420 部，頻道訂閱人數超過 1.3 萬人。

會員 / CLUB Panasonic / email

粉絲團累積人數已超過 **60** 萬人

CLUB Panasonic：線上商品註冊即可免費延長保固及點數兌換好康獎勵。

email：提供新品、販促、活動等訊息，及會員意見回饋，作為新品開發、反省與精進的依據。

活動 / 教學教室

針對數位相機及調理商品提供售後教學滿意服務。LUMIX 愛用者商品註冊後即可線上免費報名攝影教室，每月開辦調理教室邀請專業講師，愛用者可線上免費報名參加。



▲ Panasonic cooking 廚藝教室



▲ Panasonic LUMIX 攝影教室



搭配近年食安議題，鼓勵民眾多多自製食品，台松電器販賣公司配合 Panasonic 集團於 2016 年 10 月於香港舉辦的兩岸烘焙師大賽總決賽，於 2016 年於台灣地區辦理地區決賽，鼓勵參賽民眾發揮創意運用 Panasonic 麵包機，創造出各式健康又美味的食譜。經過激烈的競爭，總共有四位台灣地區選手脫穎而出，前往香港參加總決賽，並奪下第一名及第二名的佳績！



第一名 台灣 / 黃翠麗、林大右



果香杏鮑佐優格



相思鳳梨梅花酥



第二名 台灣 / 劉珮汶、劉玳均



羽翼下的天堂



南瓜馬車大遊行

▲ 台灣選手獲第一及第二名佳績

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。



▲ 通過 ISO27001 認可 (ISO27001：2005 及 ISO27001：2013)



▲ ISO27001:2013 主任稽核員訓練課程



截至目前為止，均無收到來自顧客或監管機關的投訴案件。

5 共構 幸福職場

安心工作成長

- ▶ 資源與福利
- ▶ 課程與訓練

美好工作環境

- ▶ 職場健康
- ▶ 安全防護





安心工作成長

建立一個人性化的勞動生態，使每一位工作者都能尊嚴地工作，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 資源與福利

員工組成

台灣 Panasonic 集團總員工數為 4,500 人，台灣松下電器目前共有 2,040 位正式員工，平均年齡為 40 歲，平均年資為 15 年。

台灣松下電器員工性別、年齡與職級分布狀況如下，女性主管與男性主管比例則為 1:10。

▼台灣松下電器員工組成

員工組成		性別		職務		總計	佔比
		女	男	主管	非主管		
年齡	30 歲以下	214	278	21	471	492	24.12%
	31-40 歲	179	340	66	453	519	25.44%
	41-50 歲	179	408	205	382	587	28.77%
	51 歲以上	94	348	204	238	442	21.67%
總計		666	1374	496	1544	2040	100.00%
學歷	高中以下	234	403	149	486	637	31.23%
	大專	419	896	331	985	1315	64.46%
	碩士	13	75	16	73	88	4.31%
總計		666	1374	496	1544	2040	100.00%

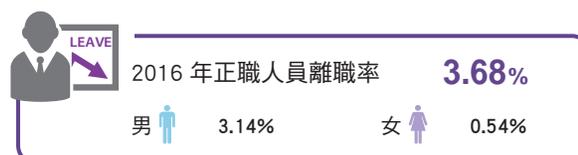
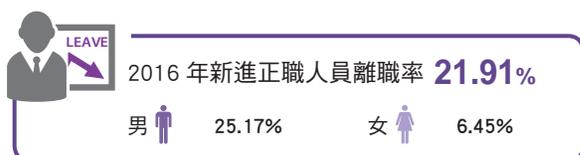
▼台灣松下電器 2016 年新進正職人員與離職率

新進正職人員與離職率	性別		年齡				總計
	女	男	30 歲以下	31-40 歲	41-50 歲	51 歲以上	
新進人數	31	147	134	36	8	0	178
佔比	1.15%	7.21%	6.57%	1.76%	0.39%	0.00%	8.73%
離職人數	2	37	31	7	1	0	39
新進員工離職率	6.45%	25.17%	23.13%	19.44%	12.50%	0.00%	21.91%



▼台灣松下電器 2016 年正職人員離職率

正職人員離職率	性別		年齡				總計
	女	男	30 歲以下	31-40 歲	41-50 歲	51 歲以上	
離職人數	11	64	32	31	11	1	75
離職率	0.54%	3.14%	1.57%	1.52%	0.54%	0.05%	3.68%



人力資源管理策略

在人力資源運用上，為因應全球化產業型態的改變，本公司除強化人員多元運用外，也增加人才招聘管道，以吸引更多人才加入。

► 人員需求多元化與活用

因應生產型態的改變，季節性商品生產與即時生產有增加趨勢，銷售市場也逐漸由賣方市場轉變為買方市場，因此，本公司為強化人員運用彈性，導入複線化人才管理策略，除持續任用具經驗者及優秀專業人才外，也將短期約僱人員運用、外籍員工、建教生實習配合季節性生產調節等策略。

► 增加人才招聘管道與強化傳承

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，並持續與學校合作，發掘可用人才。

2016 年恢復定期採用制度，固定在 7 月招募新人、辦理統一入社，進行為期 1 個月的新入社員培訓，讓新人有更完整、系統性的養成。

定期採用新進員工研修心得

(外觀設計 / 蘇聖峰)

在經過將近三週的訓練中，除了更了解公司，也實際到以往不曾去過的產線見習。更加體會到身為商品外觀設計師，是整個生產流程的最前頭。如果沒有好好瞭解後面的夥伴是怎麼工作的，就可能設計出雖然好看卻不好生產，甚至造成後續安全問題的產品。希望未來能學習更多前輩的經驗，並且用這些經驗設計出更多好看、好用、好生產的商品，成為一個能為社會帶來幸福的設計師。



台灣松下電器與高雄中山工商建教合作自 1987 年啟動，已持續近三十年，期間持續提供學生建教實習機會，並提供完善教育訓練及協助學校端建立台灣松下電器訓練系統，至 2016 年底為止，已累積建教生達超過 **6,000** 人次。

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月參考物價水準、同業調薪、個人考評結果等予以調薪。

台灣松下電器徹底實行男女同工同酬，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。

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，台灣松下電器員工獎金平均更從2015年的6.7個月上升到2016年的7.8個月；休假方面，公司每年排定9天暑假，2016年度休假排定總日數126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。

▼員工福利

福利項目	福利內容
基本福利	夏季獎金、冬季獎金、員工酬勞、三節禮券、生日禮券、員工旅遊補助
保險	人壽保險、意外險、傷害醫療險、住院醫療險
退休計畫	①新制勞工退休金提繳6%、②舊制勞工退休金提撥15%、③提早退休優惠辦法
補助措施	結婚祝賀金、生育祝賀金、員工家屬死亡慰問金、語文合格激勵金、員工撫卹金
健康檢查	一般員工、新進員工、特殊作業員工、幹部暨資深員工、外勤人員
其它福利	25年資深員工有薪假14天及旅遊補助金、子女入學祝賀金、急難救助金
集團其他會社特色福利	托兒中心、無息助學貸款、年度旅遊、員工家庭日聯誼、激勵宴

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。





育嬰留停

台灣松下電器於工作規則中明訂育嬰留職停薪制度，2016 年有 8 位員工申請育嬰留停，7 位已留停結束，其中 4 位已回任，回任率 57%；2015 年有 2 位員工申請育嬰留停且已回任，其留任率為 100%。

育嬰留停統計	女	男	總計
A：2016 年申請育嬰留停總人數	7	1	8
B：申請 2016 年育嬰留停復職人數	7	0	7
C：申請 2016 年度育嬰留停後實際復職人數	4	0	4
D：2015 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	2	0	2
E：2015 年育嬰留停復職人數	2	0	2
復職率 %= C/B	57%	N/A	57%
留存率 %= D/E	100%	N/A	100%
回任率 %=C/A	57%	0%	50%

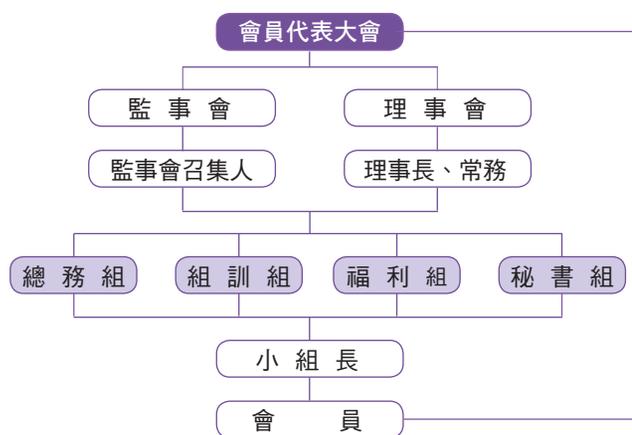
勞工組織

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%。

工會組織表



工會體系



福委會

台灣松下電器集團聯合職工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、勞方委員 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、休閒中心組進行活動推進，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、視聽圖書館、福利社、員工餐廳、並於新北市三峽區設立台灣松下員工休閒中心提供員工及其眷屬享有融合自然生態的休閒場所。



2016 年台灣松下電器於松下員工休閒活動中心舉辦烤肉、健行、親子繪畫、園區戲水活動，共有近百位同仁與家眷同歡

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 年改為 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。



協助華嚴中心義賣活動



3L 俱樂部積極鼓勵社員參與慈善活動，

2016 年度義賣及樂捐共 **673,539** 元

展現 Panasonic 員工對社會的關懷。



2016 年度大型活動舉辦



年度廠慶員工表彰活動



投籃機大賽



路跑活動



星光大道歌唱比賽



燈籠彩繪比賽



「慶中秋，博狀元」民俗活動



「母愛月」親子活動

推動勞資和諧措施與溝通管道

台灣松下電器為建立明朗工作環境，提高員工工作效率，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. 勞資會議召開：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. 內部溝通管道：包含總經理網頁意見箱、以及單位懇談會辦理等。



單位懇談會

各單位依據「懇談會規則」辦理懇談會，以聽取每位員工之意見，並將意見做成會議紀錄後交由人力資源中心，進行建議事項之對策與解決。

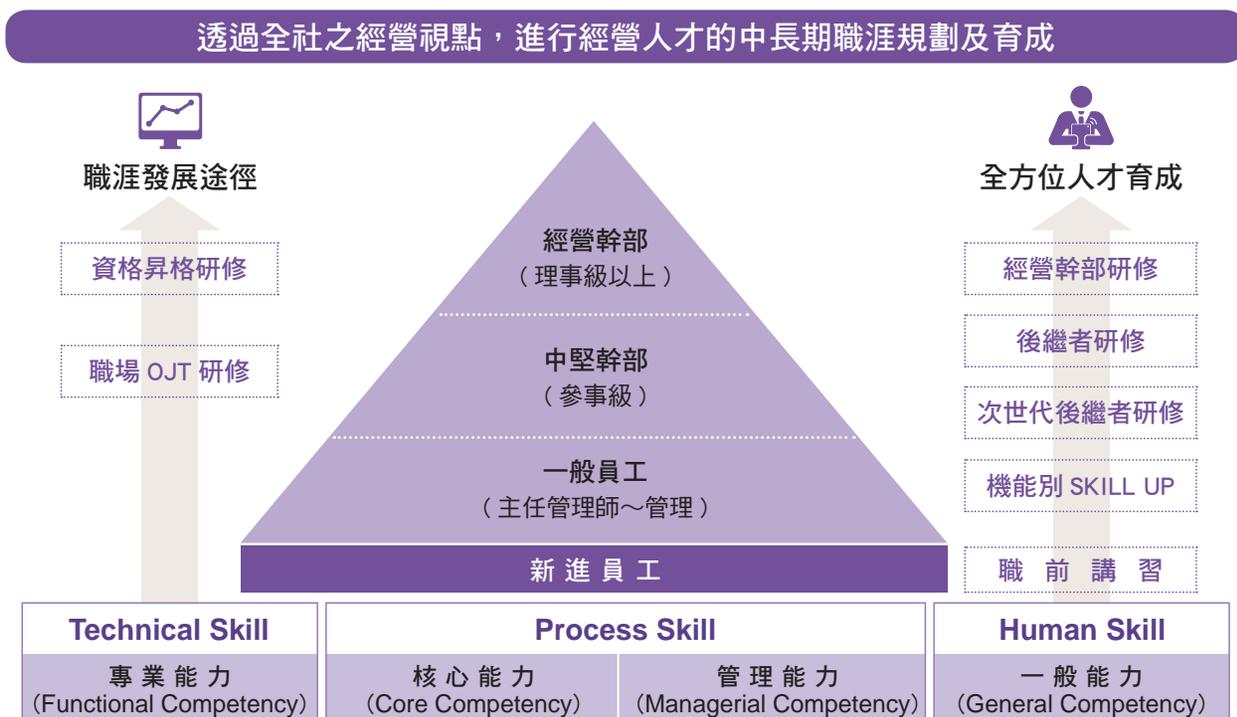


勞動裁罰與後續改善

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 小時的情形。針對此事件，內部由各單位提出人事管理系統強化課題，再由人力資源中心協同相關單位檢討對應方案；目前已開展相關人事系統調整與強化，並預計將建置每月系統通報，讓最高主管與人事幹部都能即時了解每月實施情形。

B 課程與訓練

為提升台灣 Panasonic 集團人力資源品質，以確保永續經營及競爭力，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，訂有嚴謹的職涯管理辦法，及研修規章。2016 年台灣 Panasonic 集團更推展「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。





台灣松下電器員工訓練架構



人才育成具體內容

- (1) 新人訓練：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。
- (2) 全員 skill up：全員針對管理階層、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) 全球化人才：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) 儲備幹部培訓計畫：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~2016 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。
- (5) 線上課程：包含英文 E-Learning、與天下雜誌合作創新學院的線上學習，強化經營幹部經營與市場趨勢的知識。
- (6) 外訓：各單位可依自身職能需求報名外部訓練，費用則由公司負擔。
- (7) 人文藝術課程：台灣松下電器與洪建全基金會自 2004 年起合作，將精采的人文講座引入公司，讓員工能夠親近、感受人文藝術之美，提昇人文素養，培養跨界思考的能力。

松下經營理念推廣

適逢台灣松下電器 55 周年，自 2016 年起規劃一系列經營理念推廣計畫，首場以「再現松下的經營哲學」為題，期許增進員工對於公司經營理念的認同與實踐。



成果殊榮

透過完整研修體系，厚實員工的能力，在 2016 年參與國內外競賽獲得優秀成績。



日本松下技能競賽獲得 1 銀 2 銅



參加全國團結圈大賽榮獲銅塔獎

工科短大研修生心得

台灣松下電腦 · 技術部 / 李韋翰

一年多前，在我爭取 1 年的工科短大研修前，我曾多次思考及自問自己，為何會想報名及未來這一年研修，我要如何塑造一個不一樣的我。

而透過徵選，公司給了我這寶貴的機會到日本進行研修，這一年不單單只是技術的學習，人際關係、管理技能、日語能力全方位的提升自我能力，及吸收不同國家文化的優點，而在這一年研修中的神戶工場實習，直接的進入日本職場上班的學習，日本的職場文化、工作方法，很多是在台灣無法親身體會及學習到的經驗，一年的研修，讓自己未來在 Panasonic 能夠更有發揮空間。回到台灣不是結束，而是真正的開始，這就是工科短大生的使命...

競技大賽心得

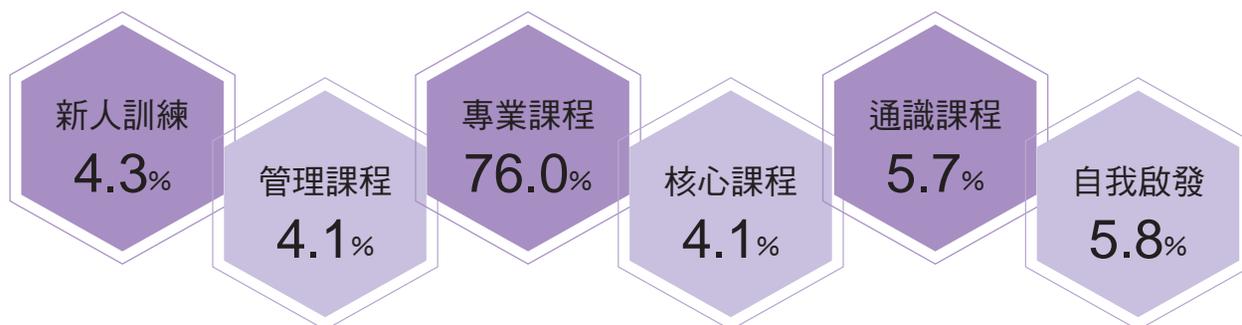
台灣松下電腦 · 技術部 / 江宏仁

我是第一次參加競技大賽「設計改善」這個項目，對於我們工場技術成員而言，從製品的構造設計；為了讓部品組立單純化的腦力激盪，以及透過設計改善出來的部品，能夠簡單地讓自動化設備去套用生產的產品，最後達到原價（加工費）的削減，都是很棒的一個經驗累積，藉由這次比賽的機會，讓我在短時間內，吸收到很多的改善經驗，也體認到了自己相關知識的不足。

很幸運的，我的隊友補足了我的經驗及知識不足的部分，未來也期望自己能夠持續的精進這些相關的知識去參加競賽，並且拓展自己視野。



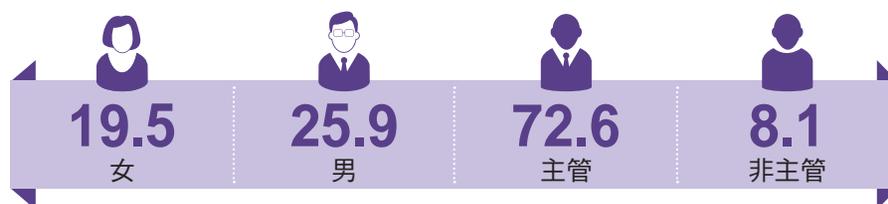
六大課程架構



※ 上圖為台灣松下電器六大課程架構與開課時數占比

▶ 員工教育訓練

平均時數 (小時/人)



2016 年度台灣松下電器 員工教育訓練實績

開設 **116** 門 **294** 場次

參加人次達 **11,329** 人次
(不含語文研修)

投入之訓練費用
高達新台幣 **1,425** 萬元



2016 年松下產業科技與就業情報及標竿學院等機構合作，舉辦團隊力、領導力等互動式課程，並施行人員海外工作訓練，以及聘請前駐法大使呂慶龍先生主講「不向逆境低頭」，年度總計共 723 人次參加訓練。

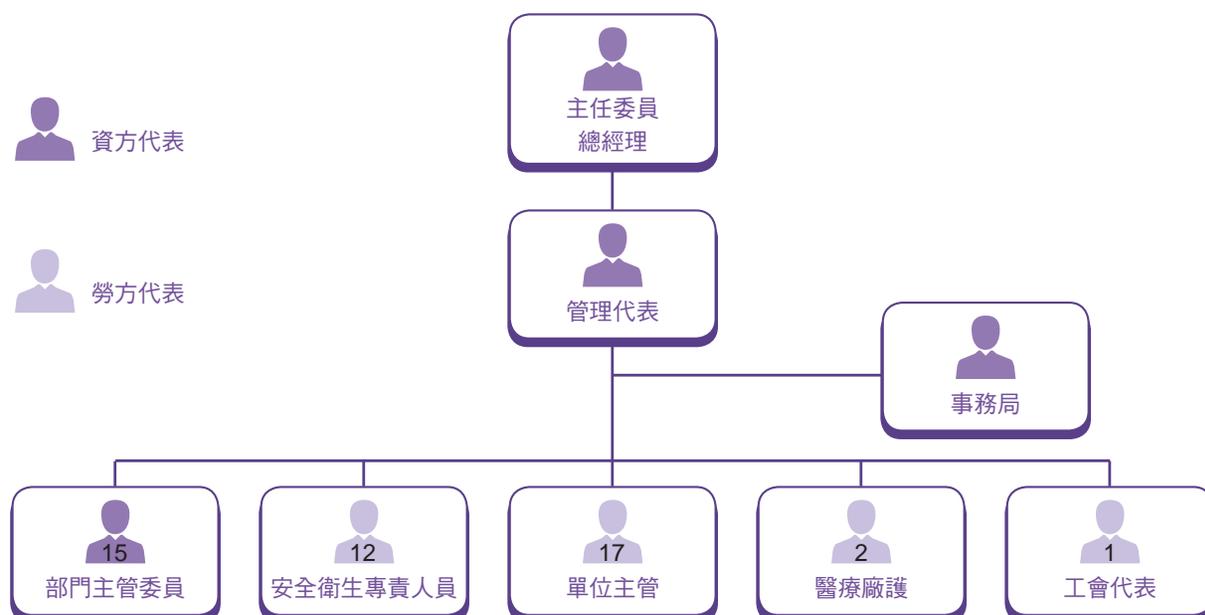
美好工作環境

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外，亦依法令及其他要求之規範訂定安全衛生管理作業程序，以落實各項職業安全衛生管理作業，並以遵守法規、預防危害及全員參與為基礎，承諾持續改善，為建立良好之職場安全衛生而努力。

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施行，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。而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，此外設有兩位廠護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

為確保各項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"> 以遵守國家的法令規章為最低要求 有助於實施公司的職業安全衛生管理系統要素 持續改善安全衛生績效 進行良好溝通及健全教育體制
要 求	<ul style="list-style-type: none"> 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 保護勞工安全與健康

A 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



母性保護

- 母性關懷空間設計
- 生產線設計



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，並預計於 2017 年納入派遣員工，提供全體人員至少 2 年一次的健康檢查；在檢查結果出爐後，由醫務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。

2016 年為促進員工身心健康管理，台灣松下電器推動體適能檢測，並實施健康認知與活動宣導，主題涵蓋戒菸、健康檢查後之健康管理、如何進行職場運動、外食營養情形、以及其他日常保健知識等，總計辦理 11 場次、共計 464 人參與課程。

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，更藉由多項作為，提高員工滿意度。

- | | |
|---|------------------------|
| 1. 團膳業者必須取得 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 |

自 2016 年起規劃更換職場辦公室天花板材質，由一般礦籜材質改為耐水防火的矽酸鈣板；此作業將於 2017 年完成，除了安全性升級外，矽酸鈣板不會產生微塵浮粒子 (PM2.5)，可保障員工身體健康。於廠區員工宿舍，則提供運動及娛樂器材，以調劑員工身心。



員工宿舍內設置健身室

母性保護

台灣松下電器 2016 年全面提升廠區母性關懷空間設計，包含改建、擴建哺乳室等。另外，台灣松下電腦則是針對生產線上的孕婦提供「孕婦關懷區」方便其進行作業。



溫馨明亮的哺乳室



人因性危害預防

為維護全體勞工的健康福祉，預防人因性危害及避免重複性肌肉骨骼傷病，台灣松下電器依醫師現場臨場訪視、主管現場巡查與同同意見反應，改善作業環境以降低工作場所造成的人因性危害。



工廠巡檢



設備安全維護

2016 年在平日維護及多項措施推展下，台灣松下電器獲得多項主管機關獎項肯定，包含反菸拒檯毒推動楷模獎、新北市特優哺集乳室、職場健康啟動標章、新北市工安獎優良單位、勞動部優良單位等，2017 年更將朝向健康職場認證 - 健康促進標章邁進。



反菸拒檯毒推動楷模獎



新北市特優哺集乳室



職場健康啟動標章



新北市工安獎優良單位



勞動部優良單位



B 安全防護

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。2016 年安全衛生相關教育訓練總計辦理 24 場次，共有 1287 人次參與課程、總上課時數為 5179 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 598 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

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 38 位急救人員，而目前設置合格急救人員達 83 位，為法規要求人數 2 倍以上。

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。

合格急救人員達 **83** 位
為法規要求人數 **2** 倍以上

台灣松下電器 2016 年工傷職災統計結果

截至 2016 年 12 月 31 日止，零災害天數累計達 1,587 天。

為持續營造安全舒適的工作職場，制定了許多活動讓全公司同仁共同參與，如 5S 評比競賽、週三定例巡檢、週四醫師臨場服務及與其他公司進行安全衛生交流，藉此提升公司的安全環境。

零災害天數累計達

1,587 天

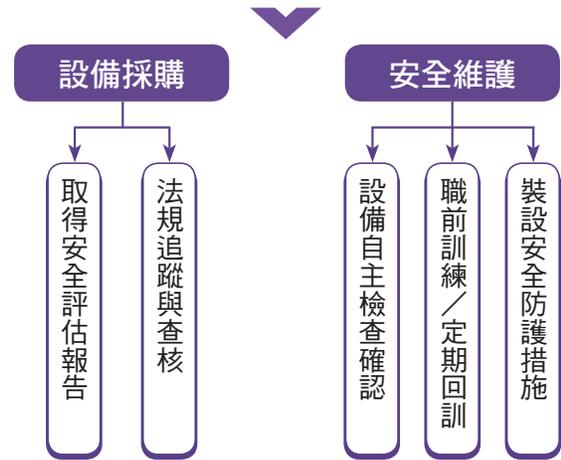
偶有微傷害事件 (例：美工刀割傷、手部碰撞傷等)，除作成事故調查報告書，於各工廠間進行案例討論，並針對事發原因檢討提出對策，以防止類似事故發生。



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。

設備採購及安全維護流程



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。

演習

2016 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。



環戊烷洩漏通報

通報連絡組



員工緊急疏散

避難引導組



著化災服止漏

安全防護組



員工灑水降溫

消防滅火組



受傷人員撤離

救護組



消防局接管現場

消防局現場模擬演練

6 共營 善美環境

Panasonic 綠色承諾

環境管理精進

- ▶ 能源減碳
- ▶ 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。台灣松下電器自 1997 年取得 ISO14001 環境管理系統認證以來，每年均遵照系統要求確實執行各項環境管理工作，在污染防制方面，在廢水、廢氣、廢棄物、噪音、土壤地下水等，均訂有優於法定標準的管制值，定期進行自主檢測。此外，我們承諾於構築清潔生產之環境，經由綠色計劃各項管理方案之執行以達到環境目標，並於活動、製品及服務過程中儘量降低對環境所造成的衝擊，以『同心協力，環境革新』作為經營方針，全力推動環境保護措施，致力將『環境保護為企業的社會責任』之概念，融入日常業務當中，以積極構築可持續發展的社會，並且時時刻刻保護環境、珍惜資源。

我們承諾：

1. 依據 ISO 14001 之需求實施環境管理系統，使企業經營與環境保護相結合。
2. 建立具體環境管理系統，以設定環境目標與標的並實施審查。
3. 遵守環境相關法規與其他規定及內部組織所訂之績效標準。
4. 全員共同推進省能源、省資源、資源回收、空氣污染防制、水污染防治、土壤及地下水污染防治、廢棄物管理及毒性化學物質管理，以達到持續改善與污染預防之承諾。
5. 實施綠色商品、綠色採購、清潔生產之推進以減低對環境衝擊。
6. 實施地域、社會貢獻之推進以提昇企業形象，增進外部團體關係。
7. 公開環境方針，且傳達給為組織或代表組織的人員。

(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 年主動發表「台灣環境宣言」，向社會大眾具體承諾將推動各項環保活動，為台灣社會貢獻一己之力。

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。



2018 Panasonic 全球環境目標

溫室氣體

- 在生產活動及產品使用上達到最大程度的 CO₂ 排放削減
- 2018 年單位產值溫室氣體排放量較 2013 年減少 5% 以上

能源

- 每年降低用電量 1%
- 全體工廠增加節約能源支援服務的業務

化學物質

- 發展有害化學物質的替代技術
- 在產品上停止使用有害環境的物質
- 致力於工廠有害環境的物質最低釋放量

用水

- 2018 年前用水量逐年減少 1%，並提高再生水使用比例
- 增加產品的省水與致力水的再循環利用

廢棄物

- 集團資源廢棄物回收率達 99.5%
- 再生原料使用達一定比例以上
- 擴大以使用再生資源導向的產品開發

生物多樣性

- 增加產品在生物多樣性保育上的貢獻
- 在商業上使用綠色區域以促進生物多樣性的保育
- 在木材的採購上朝向可永續利用的森林資源

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。

▼台灣松下電器環境目標實踐進度

項目	目標	2016 年實績	2016 年進度
溫室氣體	2018 年單位產值溫室氣體排放量達 0.00096 噸 / 千元	單位產值溫室氣體排放量為 0.00075 噸 / 千元	提前達成
能源	較前一年度減少 1%	用電較前一年度增加約 1.6%	未達成
用水	較前一年度減少 1%	用水較前一年度減少約 5.6%	達成
廢棄物	資源化率達 99.5%	資源化率達 99.86%	達成

(二) 衝突礦產與禁用物質政策

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。

針對其他有害化學物質，台灣 Panasonic 集團也積極發展替代技術。其中，TDI(二異氰酸甲苯)是製造電冰箱絕熱層發泡的主要原料之一，因其易揮發且具高毒性，為環保署公告列管之第三類毒性化學物質，於製程中對於作業人員與環境的危害風險相對較高；有鑒於此，台灣松下電器便逐步規劃以 MDI(二異氰酸二苯甲烷)予以取代。MDI(二異氰酸二苯甲烷)相較於 TDI 揮發性及毒性均較低，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，也因 TDI 為環保署管制之毒性化學物質，自停用後同步報請解除毒化物使用列管。



環境管理精進

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 CO₂ 排放量最小化，台灣松下電材更於工廠裝設自有太陽能板，2016 年發電量達 23,761kw，期望能為全球永續發展盡一份心力。

能源與溫室氣體

台灣松下電器能源耗用主要以製程用電為主，占整體能源耗用量 80% 以上。

	原始耗用活動數據				轉換為 GJ 活動數據		
	2014	2015	2016	單位	2014	2015	2016
電力	59,814	33,798	34,350	千度	215,225	121,613	123,600
液化天然氣	190	-	-	M ³	7	-	-
液化石油氣	205	113	97	公噸	11,292	6,206	5,343
				總計	226,524	127,819	128,942

台灣松下電器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。



▼台灣松下電器溫室氣體排放統計

年 度	範疇一排放量 (噸 CO ₂)	範疇二排放量 (噸 CO ₂)	總排放量 (噸 CO ₂)
2014	953.01	34,751.93	35,787.82
2015	338.01	19,636.64	19,974.65
2016	291.50	19,957.36	20,248.86

* 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-CO₂/kWh；LPG 排放係數為 3.000 kg-CO₂/kg；LNG 排放係數為 2.698 kg-CO₂/kg。前述排放係數僅考量 CO₂，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。

** 本公司溫室氣體排放量未經第三方查證。



由於印刷電路板製程停止生產，台灣松下電器 2015 年相較於 2014 年電力耗用量及範疇二排放量皆大幅下降；而 2016 年度空調事業增設品質測試實驗室，進行相關測試與試驗增加用電量，加上年產量較前年提升，因而抵銷各項節電措施之節電成果，導致整體用電量不減反增，未達成能源目標。



台灣松下電材已達成年削減 1% 之用電量的目標，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，累成果卓著獲日本母公司頒發清潔工廠認證。



台灣松下電器溫室氣體排放量中，95% 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 年導入之措施以降低外購電為主要節能減碳措施。2016 年全社執行多項節能計畫，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，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。2016 年台灣 Panasonic 集團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)
台灣松下電材	T8 螢光燈管更換為 T5 螢光燈管	26,678	15.50	78,433
	使用紅外線熱感自動開關			
	冷氣溫度設定 27 度			
台灣松下電器	空壓機汰舊換新	12,000	6.97	35,280
	空壓機操作管理 (停開機調整)	302,148	175.55	888,315
	LED 燈具換裝	199,228	115.75	585,730
	VRF 多聯式變頻空調換裝	396,754	230.51	1,166,457
總 計		936,808	544.28	2,754,215



除自身節能減碳作為外，2016 年台灣松下電器更輔導便利商店客戶改採 CO₂ 冷媒，不僅不破壞臭氧層，更節省電力使用達 13.4%。

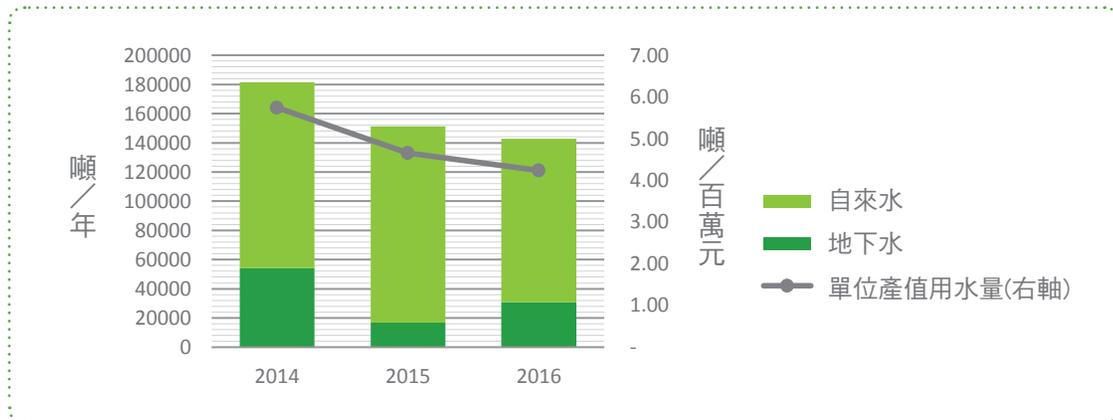
B 水資源管理

台灣松下電器 2016 年度總用水量為 142,783 噸，用水以員工活動（餐廳及宿舍）用水占大宗，約占總用水 56%，生產用水則占 44%，主要使用於電冰箱與洗乾衣機產品的製造，各佔生產用水的 70% 與 27%。與 2014 度相較，地下水用量顯著下降 43.3%，而自來水用水量也下降 12%，整體用水量則下降 21.4%，除因 2014 年印刷電路板停止生產，製程用水大幅下降外，台灣松下電器也持續實施節水措施，朝達成集團全球環境目標而努力。

▼台灣松下電器水資源使用統計

單位：m³/年

年 度		2014	2015	2016
地下水	使用量	54,332	16,944	30,786
	比 例	29.90%	11.20%	18.58%
自來水	使用量	127,247	134,356	111,997
	比 例	70.10%	88.80%	81.42%
總用水量		181,579	151,300	142,783



為達到年度所設立的省水目標，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。2016 年加裝感應式水龍頭加裝噴霧式節水器，並針對宿舍水塔進行防漏改善工程，預估每年可節省用水 1,895 噸，並可節省水費 23,303 元。

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，並預定於 2017 年完成生活污水 100% 回收，預計可供應 300 噸/日的回收水源，作為非接觸之澆灌、沖洗使用，期以達到水資源再利用之目標。

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。

台灣松下電器 2016 年廢水處理量為 139,748 噸，其中生活污水約為 78,461 噸，製程廢水約為 61,287 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。



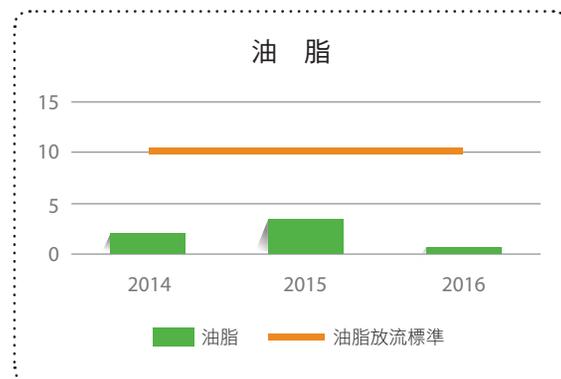
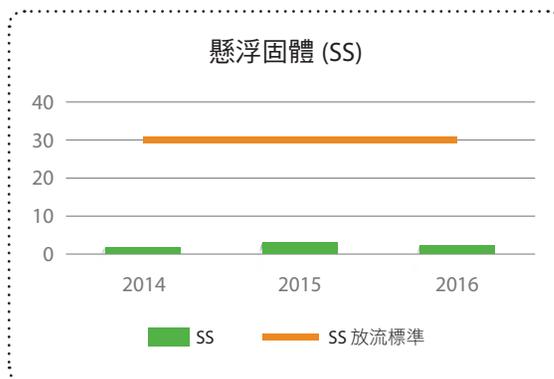
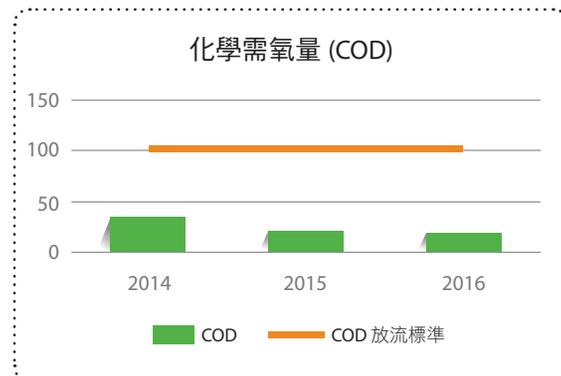
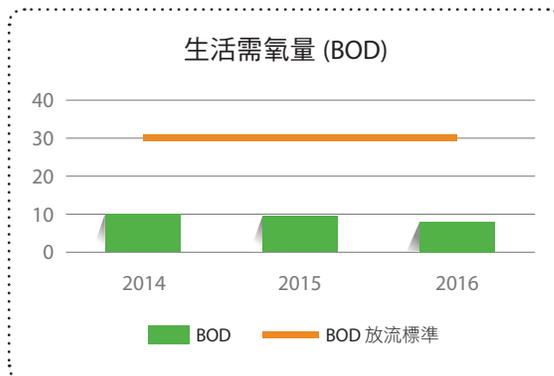
水污染防治措施計畫變更說明：

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。

▼台灣松下電器廢水排放統計

年度	廢水排放量 (立方公尺)	處理方式
2014	177,873	1. 以自設廢水處理廠進行生物曝氣法與混凝沈澱等處理流程 2. 確認處理後水質符合放流水標準後，依規定放流至新店溪
2015	148,037	
2016	139,748	

近三年水質重點項目檢測結果遠優於法規要求





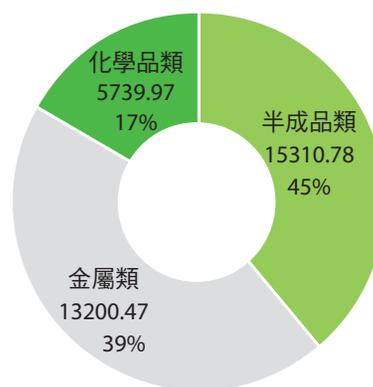
廢棄物資源化

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。

2016 年原物料使用總量為 34,251 噸，包含金屬類、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 242.6 噸，佔年度總原物料使用量的 0.7 %。

產生之廢棄物以員工生活垃圾為主，約佔總廢棄物 64.9%，其次為廢家電及廢水處理廠產生之無機性污泥，分別占 14.7% 及 12.3%。廢棄物皆委由合格清除商清運至處理廠進行處理。

2016 年台灣松下電器原物料使用量 (噸)



廢棄物統計	廢棄物名稱	產生量 (公噸 / 年)
一般事業廢棄物	廢木材棧板	20.20
	無機性污泥	70.44
	生活垃圾	373.16
	廢油混合物	0.60
	廢活性炭	4.87
	含金屬之印刷電路板廢料及其粉屑	17.42
	附零組件之廢印刷電路板	1.73
	廢家電 (製程不良品)	3.35
	廢家電 (冰箱機殼)	81.11
	廢油漆、漆渣	0.80
有害事業廢棄物	廢液	1.18
總計		574.86

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，2016 年度廢棄物資源化率經統計為 99.86%。

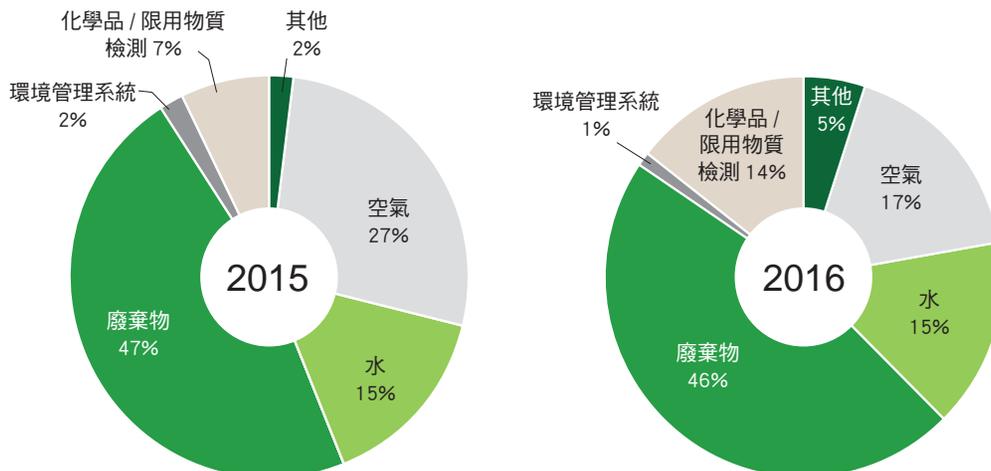
D 環保支出

台灣松下電器 2016 年度環保相關支出費用為 11,886 千元，與 2015 年相較，本年度環保支出增加 11.9%，主因為 2016 年產能增加連帶增加空污費繳納的費用，以及廢棄物委託清運處理之費用調漲等。

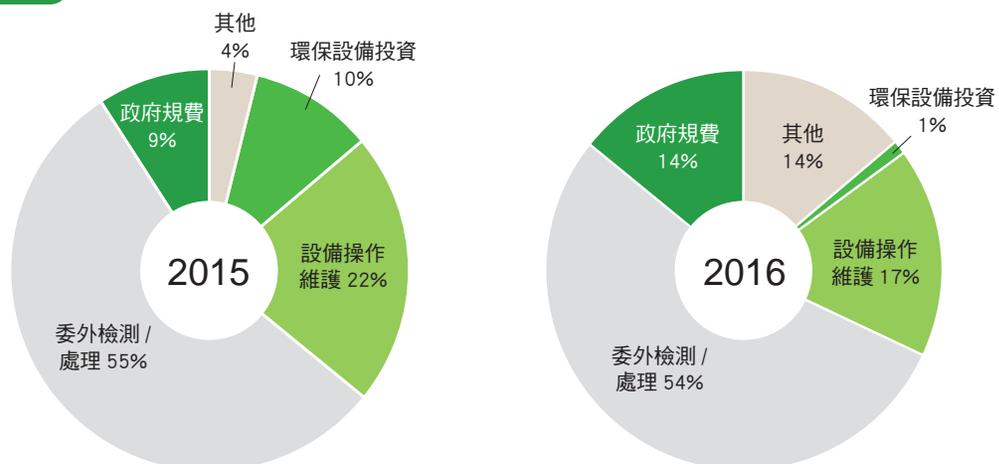
環保支出



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、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



主任稽核員訓練課程



松下產業科技於 2014 年底導入事務用資料 IT 化，成功減少紙張使用，2016 年平均每月費用較導入前減少 18%。

7 共創

卓越榮景

夥伴共榮

- ▶ 供應商管理
- ▶ 供應商稽核與評估
- ▶ 經銷商夥伴合作

社會參與

- ▶ 教育與合作
- ▶ 環保與應用
- ▶ 集團整體貢獻







夥伴共榮

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、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 Panasonic 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 60%。

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

台灣松下電器每年邀集重要供應商參加供應商大會，針對法令、法規及 CSR 政策進行宣達，2016 年參加供應商家數超過總家數 50%，占當年度採購金額達 70% 以上。

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，除安排品質及採購業務課程研修會議與課程，也會不定期針對全面性環境品質監查辦理案例交流會議，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



松榮會研修會分為公司內外的活動項目，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 QCDE(品質力/成本力/管理力/環境力)及自我成長為主，2016 年另追加研修認證制度，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。2016 全年度共有 349 人次參與，較前年度增加 60 人次、參與成長幅度為 20%；未來預計結合優秀工廠 QCDE 競賽，提升松榮會會員廠商水準，為成為台灣松下電器優秀貿易夥伴群而努力。



台灣松下電腦每年舉辦廠商大會，邀請主要供應商參加，說明公司政策理念、方針，並進行產品解說及交流等。



■ 召開法令研習會與宣導

台灣 Panasonic 集團對供應鏈會定期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

供應商篩選策略

供應商對本公司製品的品質、成本以及生產量都有重大影響，為提昇台灣 Panasonic 集團供應商之水準，使新開發或現有之供應商皆能配合未來發展之需，本公司供應商篩選策略涵蓋供應商營運情形與供貨狀況，以確認供應商能提供符合公司生產需求之產品。

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

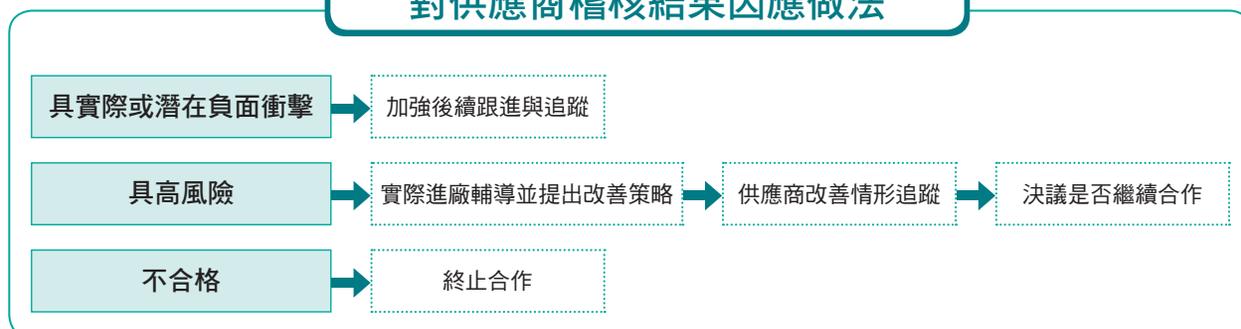
因應商品生產與開發需求，台灣松下電器每年約增加 5-10% 新廠商，訂有「衛星工廠開發基準」，以「品質力(Q)、成本力(C)、管理力(D)、環境保護(E)」四大項目對協力廠商、規格廠商、原材料、物料、模具及其他相關供應商進行評核。

▶ 既有廠商日常管理

台灣 Panasonic 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 A 等級者佔整體廠商 94% 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



▼ 2016 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		265	139	404
經評估供應商總數		257	139	396
已鑑別有實際或潛在負面衝擊家數		22	55	77
評估高風險或不合格家數		6(高風險)	0	6
改善措施	輔導家數	6	0	6
	經輔導後合格供應商家數	6	0	6
	終止合作家數	0	0	0

2016 年度針對 98% 以上供應商已完成評估。

◎ 經銷商夥伴合作

經銷商展場合作計畫

經銷商向為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，台松電器販賣推出與經銷商夥伴的合作計畫，透過提供系列通路專售經銷店全店改裝與全通路商品展示專區之輔導與建議，協助經銷商夥伴打造優質消費環境，並提升 Panasonic 商品整體販賣績效。2016 年更強化百貨品牌櫃、百貨專櫃等合作，全面提升經銷商服務品質。

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

統一消費者對品牌形象，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
2016 年	23	572	4	6
累計	87	2290	29	81

百貨品牌櫃



百貨專櫃





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，台松電器販賣於內部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。

2016	綜合家電研修	設備空調研修	調理商品研修	IT 研修	經營研修	商品海外見學
班次	24	9	13	20	1	2
店數	465	163	135	237	72	46
人數	570	216	140	350	131	48

經營研修



綜合家電研修



全省 IT 研修



調理商品研修



二代接班者研修



二代接班者研修(日本)：2010~2013 年 共計 45 店 /56 人

協助經銷商更換高安全性招牌

隨著極端氣候變遷，台灣的氣候災害程度逐年加劇，其中，颱風更是時常帶來重大破壞，甚至造成災後的安全疑慮。Panasonic 為顧及來往經銷系列店的行人安全，於 2016 年將全台 714 家店面招牌更新：在材質上，考量安全性，從傳統壓克力轉換為軟性招牌，不僅抗颱風，且重量為壓克力的 1/5；同時，Panasonic 也針對省電考量，將招牌燈光全面改採為 LED，不僅亮度提升，更節省了 2/3 電力。

舊式壓克力招牌

- ◆ 易碎、為軟材招牌的五倍重
- ◆ 容易被颱風摧毀
- ◆ 材質容易變黃、變脆



新式無接縫軟材招牌

- ◆ 重量輕、韌性強
- ◆ 抗颱風材質
- ◆ 抗紫外線特殊處理





社會參與

教育與合作

在拓展全球市場銷售版圖的同時，台灣 Panasonic 集團也不忘持續擴大對在地的社會貢獻，除持續推動從 1989 年以來在台灣實施的「留日獎學金」之外，也積極投身公益活動，贊助文化教育事業。

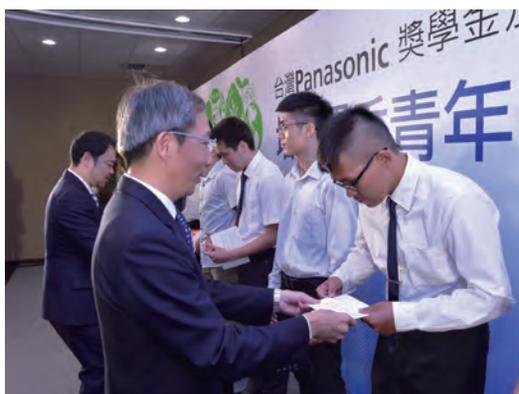
推動「Panasonic 獎學金」，強化產學合作，發掘優秀技術人才

▶ 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)

2014 年起推出台灣 Panasonic 獎學金，至 2016 年底為止已完成第三屆辦理，頒發兩年獎學金予 30 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貢獻，也可強化產學合作關係。



獎學金頒贈式



獎學金懇談會

弱勢援助捐贈活動

台灣 Panasonic 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，於 2016 年 12 月捐贈台北市、新北市、台南市、嘉義縣/市、高雄市、屏東縣、雲林縣等全台八縣市共計 1329 部電子鍋希望以企業的微薄力量，拋磚引玉，讓這個社會充滿更多愛與希望。



台北市社會局許立民局長代表接受捐贈



台南市賴清德市長暨各受贈單位代表共同出席捐贈式



新北市社會局呂春萍副局長代表接受捐贈

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，更於 2015 年起，推動家電實習器材捐贈計畫，2016 年 12 月捐贈台北市四所公立高工各類家電實習器材共計 329 件，未來更將拓展至全台各縣市。



洪董事長與教育局曾局長、科長及受贈四校校長合影



南港高工冷凍空調科實習工廠



B 環保與應用

員工環保社會貢獻活動

台灣 Panasonic 集團自 2007 年開始響應全球 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、推動無車日、參與社區環境清掃…等各項活動，自 2011 年 -2016 年集團員工及眷屬共計 6300 人次參與植樹及淨灘活動，總計栽種 19,300 棵樹，清理 15.2 公噸垃圾。

2011 年 ~2016 年

種了 **19,300** 棵樹

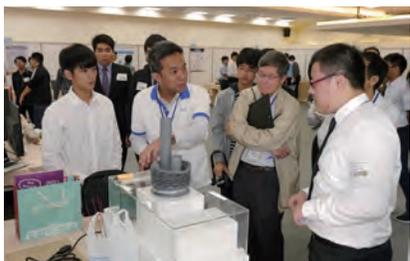
清了 **15.2** 公噸垃圾



集團幹部帶領員工及眷屬參與植樹及淨灘活動

辦理大學生「綠色生活創意設計競賽」

台灣 Panasonic 集團為鼓勵年輕人透過未來智慧生活描繪對社會提供具開創性的未來想像，2015 年起，每年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」；本次大賽共分「綠色生活居家創意組」及「綠色生活居家商品組」，針對優勝隊伍，也將在可能範圍內，協助將樣品予以製作實現，後續也將評估得獎商品化潛力，期能開發出更多綠色創意產品。



決賽現場各參賽隊伍向評審解說創意及發想



林總經理擊掌鼓勵參賽者



主、協辦單位與決賽優勝隊伍合影

組別	得獎作品名稱	學校	內容
綠色生活居家 創意組	風光互補式能源應用於組合屋	國立清華大學 國立台南大學	結合風能、太陽能，創造輕量化、可攜式之發電模組
綠色生活居家 商品組	智慧型家居－ 多功能榨油機	國立高雄海洋科技大學	兼具健康飲食、遠端控制以及穀物油脂生產製造之多功能榨油機

集團整體貢獻

台灣 Panasonic 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，台灣 Panasonic 集團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 年初高雄美濃地震後，台灣 Panasonic 集團於第一時間捐款 550 萬元。

除此之外，集團各公司平日皆不遺餘力投入社會參與，列舉 2016 年重要貢獻項目如下。

松下產業科技(股)公司



長期捐助各慈善機構

社會公益



心路基金會
XinYu Social Welfare Foundation

Since 2006 ,
NT\$ 100,000 / Year



財團法人台北市私立惠育幼院

Since 2006 ,
Ave. NT\$ 400,000 / Year

台灣松下電材(股)公司



捐助台灣世界展望會桃園中心



捐助桃園市私立庭芳啟教養院



捐助桃園市安欣關懷協會



台灣松下環境方案(股)公司



敏道家園參訪



▼彙整台灣 Panasonic 集團 2016 年於社會貢獻活動之績效 / 相關支出如下

項 目	金 額
頒贈台灣 Panasonic 獎學金	合計 1290 萬元
捐贈電子鍋計 1,329 部	
捐贈家電實習器材計 329 部	
舉辦大學生「綠色生活・創意設計競賽」	
集團員工海岸清掃活動	
高雄美濃地震集團捐款	
集團員工植樹活動	
福委會社團組織 - 社會關懷活動 (3L 俱樂部)	
捐血活動	
中秋送愛到農村	
愛心募款送體惠	
愛心捐贈喜憨兒	
大桃園地區弱勢團體物資捐助	
敏道家園物資捐助	

附錄、GRI G4 永續性報告指南 指標對照表

一般標準揭露

指標	指標說明	章節	頁碼
策略及分析			
G4-1	最高決策者對永續性議題與策略的聲明	經營者的話	4
組織概況			
G4-3	組織名稱	歷史沿革	14
G4-4	主要品牌、產品與服務	3. 共理 經營願景 - Panasonic 理念 - 經營理念 3. 共理 經營願景 - Panasonic 理念 - 經濟績效 4. 共享 智慧創新 - 創造智慧產品	26 27 44
G4-5	組織總部所在位置	台灣 Panasonic 集團企業概況	12
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	台灣 Panasonic 集團企業概況	12
G4-7	所有權的性質與法律形式	歷史沿革	14
G4-8	組織所提供服務的市場	3. 共理 經營願景 - Panasonic 理念 - 經營理念	26
G4-9	組織規模	台灣 Panasonic 集團企業概況	12
G4-10	員工總數	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利 台灣松下電器所有員工皆受集體協商保障	60
G4-12	組織的供應鏈	7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商管理	90
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	香港商松下企業有限公司台灣分公司更名為台灣松下商用設備股份有限公司	13
G4-14	組織之預警方針或原則	3. 共理 經營願景 - 公司治理 - 風險控管	39
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
G4-16	組織參與的公協會和國家或國際性倡議組織的會員資格	3. 共理 經營願景 - Panasonic 理念 - 經濟績效	27
鑑別重大考量面與邊界			
G4-17	a. 組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體 b. 是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	台灣 Panasonic 集團企業概況	12
G4-18	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程 b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」	2. 共鳴 互動溝通 - 重大議題鑑別與回應	20
G4-19	所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	2. 共鳴 互動溝通 - 重大議題鑑別與回應	20
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	2. 共鳴 互動溝通 - 重大議題鑑別與回應	20
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	2. 共鳴 互動溝通 - 重大議題鑑別與回應	20
G4-22	說明對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	無重編情形	-
G4-23	說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	較 2015 年報告書納入更多集團公司相關內容	-
利害關係人議合			
G4-24	列出組織進行議合的利害關係人群體	2. 共鳴 互動溝通 - 利害關係人溝通	18
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	2. 共鳴 互動溝通 - 利害關係人溝通	18



指標	指標說明	章節	頁碼
G4-26	與利害關係人議合的方式	2. 共鳴 互動溝通 - 利害關係人溝通	18
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項	2. 共鳴 互動溝通 - 重大議題鑑別與回應	20
報告書基本資料			
G4-28	所提供資訊的報告期間	關於報告書	1
G4-29	上一次報告的日期	關於報告書	1
G4-30	報告週期	關於報告書	1
G4-31	可回答報告或內容相關問題的聯絡人	關於報告書	1
G4-32	a. 組織選擇的「依循」選項	關於報告書	1
	b. 針對所擇選項的 GRI 內容索引	附錄、GRI G4 永續性報告指南 指標對照表	102
	c. 如報告書經過外部保證 / 確信，請引述外部保證 / 確信報告	本年度報告書無經外部保證 / 確信	--
G4-33	a. 說明組織為報告尋求外部保證 / 確信的政策與現行做法	本年度報告書無經外部保證 / 確信	-
	b. 如果未在永續報告書附帶保證 / 確信報告，則說明已提供的任何外部保證 / 確信的根據及範圍		
	c. 組織與保證 / 確信雙方之間的關係		
	d. 最高治理機構與管理階層是否參與尋求永續報告書外部認證的程序		
治理			
G4-34	組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會	3. 共理 經營願景 - 公司治理 - 董事會運作與職能	35
		3. 共理 經營願景 - 公司治理 - 治理組織架構	36
倫理與誠信			
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	3. 共理 經營願景 - 公司治理 - 誠信正直	37

特定標準揭露

U 經濟面							
考量面	指標	指標內容	章節	頁碼			
經濟績效	DMA		● 3. 共理 經營願景 - Panasonic 理念 - 經濟績效	27			
			● 3. 共理 經營願景 - 公司治理 - 治理組織架構	36			
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	本集團 2016 年受政府補助狀況				
			<table border="1"> <tr> <td>權利金豁免期 (2013-2017 年)</td> <td>25,740 仟元</td> </tr> <tr> <td>產業創新條例研發投資抵減稅額</td> <td>16,349 仟元</td> </tr> <tr> <td>五年免稅 (2011-2015)</td> <td>454 仟元</td> </tr> </table>	權利金豁免期 (2013-2017 年)	25,740 仟元	產業創新條例研發投資抵減稅額	16,349 仟元
權利金豁免期 (2013-2017 年)	25,740 仟元						
產業創新條例研發投資抵減稅額	16,349 仟元						
五年免稅 (2011-2015)	454 仟元						
市場形象	DMA		5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	62			
	G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利 台灣 Panasonic 集團基層員工標準薪資皆顯著高於台灣法定最低薪資水準	60			
採購實務	DMA		7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商管理	90			
	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商管理	90			

U 環境面				
考量面	指標	指標內容	章 節	頁碼
原物料	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN1	所用原物料的重量或體積	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 廢棄物資源化	85
能源	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 廢棄物資源化	80
	G4-EN6	減少能源的消耗	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 廢棄物資源化	80
水	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN8	依來源劃分的總取水量	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 水資源管理	82
排放	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN15	直接溫室氣體排放 (範疇一)	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 節能減碳	80
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量 (範疇二)	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 節能減碳	80
	G4-EN18	溫室氣體排放強度	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 節能減碳	80
廢污水及廢棄物	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排水量	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 水資源管理	82
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 廢棄物資源化	85
法規遵循	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	本年度無此情事	-
整體情況	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	6. 共營 善美環境 - 環境管理精進 - 環保支出	86
供應商環境評估	DMA		7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
	G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
	G4-EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
環境問題申訴機制	DMA		6. 共營 善美環境 - Panasonic 綠色承諾	78
	G4-EN34	經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之數量	無接獲任何環境申訴	-



U 社會面				
考量面	指標	指標內容	章 節	頁碼
勞動實務與尊嚴勞動				
勞雇關係	DMA		5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
			7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
職業健康與安全	DMA		5. 共構 幸福職場 - 美好工作環境	70
	G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	5. 共構 幸福職場 - 美好工作環境	70
	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	5. 共構 幸福職場 - 美好工作環境 - 安全防護 本年度無工傷事件	74
訓練與教育	DMA		5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 課程與訓練	66
	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 課程與訓練	66
員工多元化與平等機會	DMA		5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
	G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
女男同酬	DMA		5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
	G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬比率	5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利 台灣 Panasonic 集團基本薪資不因員工性別而有所區別	62
供應商勞工實務評估	DMA		7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
	G4-LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
	G4-LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	7. 共創 卓越榮景 - 夥伴共榮 - 供應商稽核與評估	92
勞工實務問題申訴機制	DMA		5. 共構 幸福職場 - 安心工作成長 - 資源與福利	60
	G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	台灣松下電器 2016 年共有一件勞動裁罰事件，已完成後續對應並強化加班管理體制。	66

社會面				
考量面	指標	指標內容	章節	頁碼
社會				
法規遵循	DMA		3. 共理 經營願景 - 公司治理 - 誠信正直	37
	G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	本年度無此情事	-
顧客健康與安全	DMA		4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 注重產品責任	49
	G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 全面品質掌握	50
	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	關於 2011~2103 年部分滾筒洗衣機回收情形已於 4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 全面品質掌握 進行說明 本年度則無此情事	50
產品與服務標示	DMA		4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 注重產品責任	49
	G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 注重產品責任	49
	G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	本年度無此情事	-
行銷溝通	DMA		4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 注重產品責任	49
	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	本年度無此情事	-
	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	本年度無此情事	-
顧客隱私	DMA		4. 共享 智慧創新 - 客戶體驗升級 - 完善溝通	57
	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	本年度無此情事	-
法規遵循	DMA		4. 共享 智慧創新 - 堅持品質為本 - 注重產品責任	49
	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	本集團 2015 年並無重大違法事件，僅有一件數位相機 DMC-F5 因違反商品檢驗法，被裁罰新台幣 20 萬元，目前皆已完成後續處理及強化後續管理。本年度無此情事	-



編輯委員會名單 (職稱略)

2016

- ◆ 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	何威治	台松電器販賣	廖真禎
	徐華梅	陳可穎	松下產業科技	于耀宗
	謝博宏	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	張志忠
	黃新國	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	羅盛旻
	黃家豪	黎美玲	台灣松下商用設備	施依岑
	劉淑子	黃怡諭	聯淞微電子	井上學



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
Taiwan Panasonic Group

本刊物紙張符合FSC™ COC認證及使用植物大豆油墨印刷