

關於本報告書

台灣 Panasonic 集團於 1962 年來台設立，為展現自身在環境 (E)、社會 (S) 及公司治理 (G) 的成果和與利害關係人溝通之管道，特於每年定期編撰企業社會責任報告書，持續展現本集團提升永續績效之決心。

2019 年度本集團與外部第三方專業機構合作，針對報告書內容進行確信，希望透過第三方的檢視，強化報告書資訊的可信度，並持續提升自身的永續績效。

範疇與邊界

本報告書主要範疇涵蓋台灣松下電器股份有限公司於 2019 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，部分數據則是以台灣 Panasonic 集團呈現，若有超出台灣松下電器股份有限公司以外之資訊，皆會敘明。

報告期間

本報告書揭露 2019 年度 (2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日) 台灣松下電器股份有限公司永續績效與成果。

撰寫指南

本報告書參照「台灣上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報告準則 (以下簡稱 GRI Standards) 核心選項編撰，同時呼應聯合國永續發展目標 (SDGs)。

內部稽核

本報告書的編制過程是由台灣松下電器總經理召開，由集團各單位主管檢視各章節資訊的正確性，並經由經營戰略、公關中心統整後發佈。

外部確信

本報告書部份績效數據經安永聯合會計師事務所依中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限確信 (limited assurance)，確信報告書附於本報告書附錄。

發行

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 (2018 年) 報告書於 2019 年 6 月出版發行，本年度發行時間則為 2020 年 7 月。下一期報告書 (2020 年度) 預計於 2021 年發行。

意見回饋

如對於報告書內容有任何問題，請洽負責單位：

台灣松下電器股份有限公司 (新北市中和區員山路 579 號)

經營戰略、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/>

台灣Panasonic集團事業領域

台灣松下電器

以國內家電、家電輸出、空調、整合方案、車載 / 元件等五大事業領域為推動重點。

台松電器販賣

家用空調、廚房調理、家事商品、視聽影音、數位攝影、通信 / 照明、健康商品、美容美髮、健康商品、設備空調等。

台灣松下環境方案

電材事業、系統事業、照明事業、住建事業、環境工程事業。

台灣松下電材

專業生產各類符合安全、電工法規的配線器具，包括強弱電插座與系列的開關、蓋板組合，還有電子高機能商品、感應式開關、延長線及電路等商品。

台灣松下多層材料

從事多層印刷電路板材料的製造，以網際網路市場用途的 MEGTRON 系列商品與半導體用基板材料的 MEGTRON GX 系列為主要商品，供應世界各地的顧客。

聯淞微電子

半導體存儲器 (SD 記憶卡、SSD、eMMC)。

松下產業科技

電子零組件與裝置、工廠自動化設備販售暨售後維修服務、協助產業新製程導入及客戶教育訓練。

台灣松下營造

室內設計・裝修・別墅・個人住宅營造、公寓大廈集合住宅營造、銀髮族住宅營造、飯店・商辦大樓改裝・營造、社區造鎮規畫・施工、合建・都更工程事業。

台灣松下電腦

日本 Panasonic 在海外的 PC 製造事業據點，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。

台灣松下商用設備

便利商店、超市及量販用冷凍櫃、廚房設備、冷藏機組及商用空調。



● 台灣松下電器整合方案事業 ●

交通、LED、廣播、影像及通訊設備

目錄

● 關於本報告書	1
● 台灣 Panasonic 集團事業領域	2

1 百年松下

一 · 松下信念 百年延續	6
1. 百年不變的初心	6
2. 在台發展	7
二 · 台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	8
1. 百年精神 永續傳承	8
2. 永續經營理念	8
3. 經營者的話	10
三 · 百年松下 回顧與總覽	11
1. Panasonic 創業 - 百周年紀念展	11
2. 台灣 Panasonic 展示館 松下幸之助紀念廳 ...	11
四 · 集團公司亮點績效與成果	12

1 穩步向前

章節重大主題 - 重大議題與利害關係人鑑別	15
一 · 公司治理	19
1. 集團架構	19
2. 董事會	20
3. 公司治理架構	21
4. 財務績效	22
5. 獲獎紀錄	23
6. 外部組織參與	23
二 · 法規遵循	24
1. 誠信經營	24
2. 法規遵循	24
三 · 風險管理	25
四 · 資訊安全	26
1. 顧客隱私	26
2. 資安系統	26
3. 資安管理	27

2 技術立社

章節重大主題 - 品質管理	29
一 · 永續松下	30
1. 綠色家電	31
2. 節能住宅	32
3. 智慧城市	34
4. 永續環境	35
二 · 創新研發	36
1. 技術創新	36
2. 全球布局	36
三 · 品質管理	37
1. 權責分工	37
2. 品質管理系統	37
3. 品質管理培訓課程	37

3 以人為本

章節重大主題 - 人才吸引與留任	39
一 · 招募與組成	41
1. 招募	41
2. 員工組成及多元化	42
二 · 人才發展與培育	42
1. 人才育成	43
2. 技能競賽	44
3. 績效評估	45
三 · 員工溝通與福利	46
1. 員工溝通	46
2. 社團及員工活動	47
3. 員工薪資與福利	48
四 · 安全照護	49
1. 工作安全	50
2. 工傷職災狀況	51
五 · 健康照護	52
1. 人因危害預防	52
2. 健康管理促進	53
3. 日常健康維護	55

4 共榮成長

章節重大主題 - 客戶服務	57
一 · 供應鏈管理	58
1. 永續採購方針	58
2. 綠色採購規範	59
3. 供應商評估	59
4. 松榮會	61
4. 承攬商管理	62
二 · 經銷商合作	63
1. 經銷通路與溝通	63
2. 二代 NICE 經銷商經營管理系統	64
3. 經銷商交流平台	64
三 · 顧客服務	65
1. 售前掌握需求	65
2. 售後解決問題	66
3. 生活研究中心	68
4. 完善維修服務	69
5. 客戶隱私保護	70
6. 客戶服務教育訓練	70

5 在地價值

章節重大主題 - 能源管理	73
一 · 環境承諾與願景	75
1. 2021 環境目標	75
2. 環境法規遵循	77
二 · 能源管理	77
1. 能源消耗	77
2. 溫室氣體管理	79
三 · 資源管理	80
1. 水資源管理	80
2. 廢水管理	81
3. 廢棄物管理	82
四 · 全球 Panasonic 環保接力 (ECO RELAY)	83
1. 淨灘活動	84
2. 植樹活動	84
3. 環保親子教育活動	84
五 · 人才培育	85
1. 亮點專欄「Panasonic 獎學金」 - 始終堅持教育人才的理念	85
2. 全國大學生 「綠色生活 · 創意設計競賽」	86
3. 「高工職家電實習器材捐贈」 培養家電領域專才	86
六 · 弱勢關懷	87
1. 亮點專欄「125 度 C 照顧角落」 - Panasonic 陪您道老	87
2. 員工愛心募捐	87
附件一、補充說明	88
附件二、第三方外部保證	93

百年松下

一・松下信念 百年延續

▶ 1. 百年不變的初心

創業者於 1918 年創立了松下電氣器具製作所，提供從消費性電子產品到工業設備、建築用品與居家住宅等多樣化的產品、系統和服務。“貫徹產業人的本分，謀求社會生活的改善和提高，以其貢獻世界文化的發展”是 Panasonic 集團的事業目的及存在的理由。創業者松下幸之助先生於 1929 年制定企業綱領與信條，1933 年提出了應遵奉的七精神，並將其視為所有營運活動的根本。此後，全球各營運據點一直以此理念為經營的根，來開展各項事業，直至今日仍體現於我們的營運中，正是這樣的精神與理念，為松下的百年發展奠定堅實的基礎。

綱領

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。

綱領

營利ト社會正義調和ニ念慮シ
國家産業ノ發達ヲ圖リ社會
生活ノ改善ト向上ヲ期ス

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。

向上發展ハ各員ノ和親協力ヲ
得ルニテラサレ難シ各員自我ヲ捨
テ互讓ノ精神ヲ以テ一致協力店
務ニ服スルコト



我們的事業始終以「人」為本，著重「人們的生活」，也期望透過我們的產品與服務為客戶提供更進步的生活方式。在如居家、社區、商業、旅遊與交通等不同的空間和領域，我們將繼續努力，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」。

為所有人帶來舒適、安心的生活是 Panasonic 的崇高使命，松下幸之助先生的管理哲學認為企業的不獲利是一項罪惡，違背社會及員工的託付。更以共同解決社會課題為目標，我們也將創業者的思想，付諸於實踐。如今，在全球永續經營與創新發展的趨勢日益蓬勃之下，我們除了不斷提出嶄新的各種智慧生活解決方案，也時刻將初衷與品牌核心理念謹記於心，在追求企業長遠且永續發展的同時，致力帶給社會 “ **A Better Life, A Better World**” 。

▶ 2. 在台發展

Panasonic 集團於 1962 年來台設立第一個生產據點，就位在新北市中和區員山路 579 號，至本年度邁入第 58 年。台灣 Panasonic 集團目前包含十家公司，以日本「家電冷熱設備公司」、「生活方案公司」、「互聯解決方案公司」、「汽車電子公司」、「機電解決方案公司」五大商品軸事業公司，以及「中國·東北亞公司」、「美國公司」等兩大地域軸公司為基礎，向著人類更好生活的方方面面提供創新與前瞻的服務。創立至今也不間斷地貢獻社會、投注在地資源，藉由與台灣在地的產、官、學合作，在技術發展、人才培育、環境保護及社會關懷上，皆有深植人心的優良實績並持續提升我們的社會影響力。

二 · 台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖

▶ 1. 百年精神 永續傳承

實踐經營哲學

「現下關於『社會責任』的探討繁多，儘管這個概念的意涵，可能會因為特定時期的社會條件而相當廣泛，但無論任何時代，一家公司的基本社會責任，都應該是透過業務活動來改善社會。基於這樣的使命感來從事所有商業活動，是非常重要的事」。

..... Panasonic Corporation 創辦人
松下幸之助



松下幸之助先生於 1918 年創立了 Panasonic Corporation，創業的初心即為一「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」。他認為，企業並不屬於個人，一家公司的所有經營資源，包含人力、財力與商品，全都來自社會，集團也將「企業就是社會的公器」的觀念深植於心。

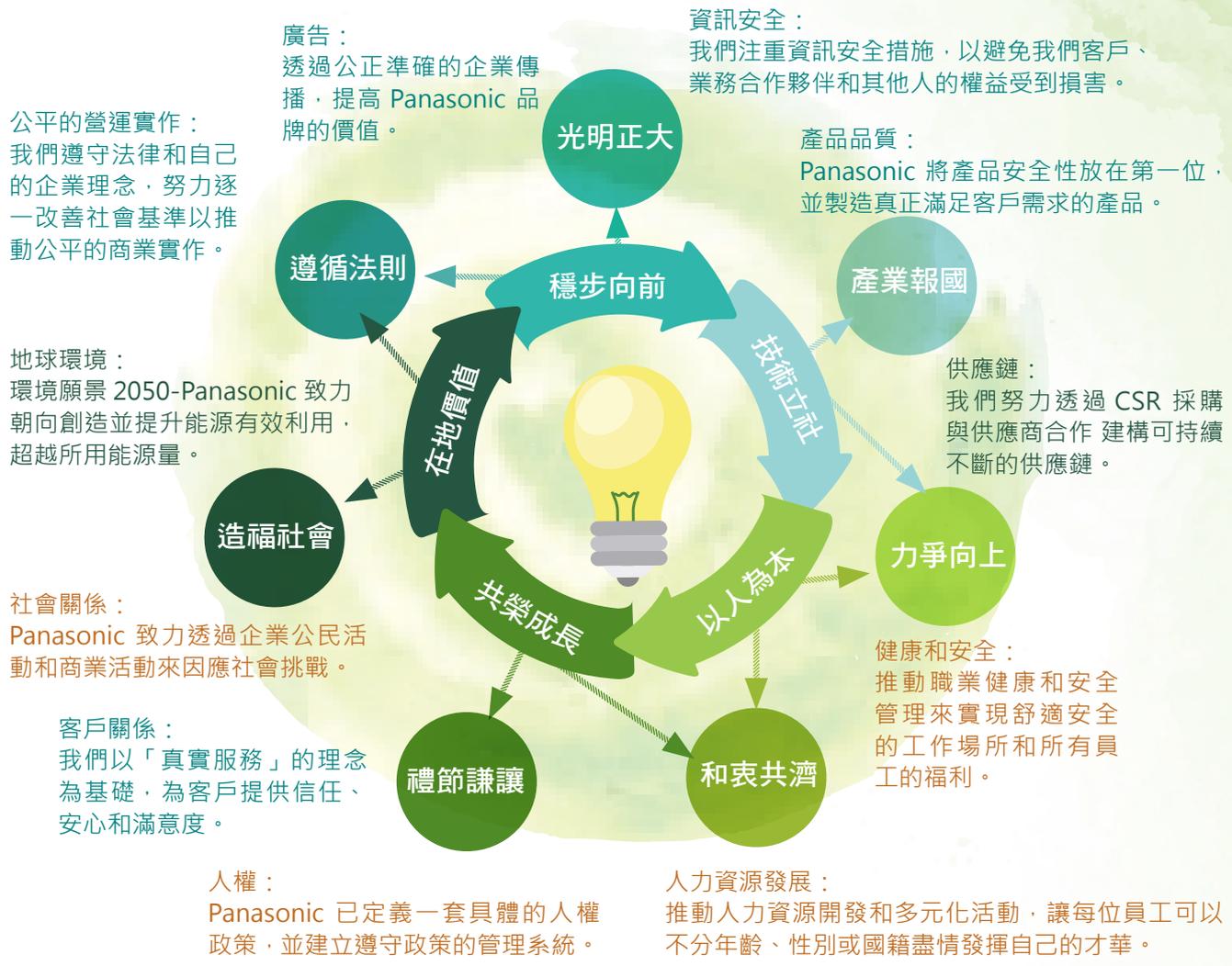
Panasonic 集團的全體人員，都很關注自身的管理與經營活動，是否符合適當「社會公器」的角色，因此對於台灣 Panasonic 集團而言，企業之所以能夠繼續生存，歸因於其創造的價值能切合社會的需求。台灣 Panasonic 集團身為與地球環境及社會共好共存的企業公民，我們也認知到自身對社會與環境資源維護的責任與義務。實踐「公司就是社會公器」的理念，亦為台灣 Panasonic 集團永續發展的重心。

Panasonic 集團在 2013 年制定永續發展政策，做為努力貢獻於當前社會及履行企業社會責任 (CSR) 的書面記錄與企圖表現。台灣 Panasonic 集團也以日本集團推動架構的七精神與松下幸之助先生的五大核心價值為基礎，設定公司的永續理念藍圖，整合台灣 Panasonic 集團公司的資源，期望透過在產品技術發展、人才養成培育、環境保護、社會關懷貢獻等面向上的持續投入，從各個層面建構與在地社會的密切連結，擴大自身的企業影響力。我們也將落實環境、社會與公司治理方面的績效管理，並以「Change for the Next 100」為口號，開啟下一個百年的新里程。

▶ 2. 永續經營理念

企業的成長，必須在公司本身、社會與環境永續的前提下才能持續，台灣 Panasonic 集團以七大精神：「產業報國」、「光明正大」、「和衷共濟」、「力爭向上」、「禮節謙讓」、「遵循法則」以及「造福社會」為根基，整合台灣各公司的投入與信念，訂定五大主軸的永續發展投入方向：「穩步向前」、「技術立社」、「以人為本」、「共榮成長」，以及「在地價值」，並將以此五大主軸持續耕耘公司的永續經營。

透過各面向的持續投入，台灣 Panasonic 集團的努力與堅持不僅僅體現在以高科技製造高品質產品和服務，也體現在環境管理、遵紀守法、資訊安全的基本要求上。同時，也期望我們的成果能表現在為全球員工創造良好的工作環境以最大程度發揮員工自身能力，保障員工工作與生活的最佳平衡。



自 1962 年台灣松下電器成立起，台灣 Panasonic 集團深耕台灣，58 年來與台灣社會共同成長，多年來藉由環境保護與社會關懷相關活動落實我們的 CSR 理念並打下基礎，並自 2015 年起結合品牌價值與永續經營，深化在地投入與貢獻，期望透過更多元的合作實踐 CSR 企業的目標與願景。



2019 年是集團成立 100 周年後，邁向下一個世紀的第一年。展望未來，台灣 Panasonic 集團會繼續在全球推動永續性的管理，提供生活方式的明日願景，為未來的社會和世界貢獻心力。



▶ 3. 經營者的話 - 台灣 Panasonic 集團發展藍圖



Panasonic 集團 秉持 A Better Life A Better World 品牌願景，使用事業力量貢獻社會是 Panasonic 的使命，也是我們存在的價值。A Better Life 追求的就是個人生活水準的提升，提供舒適安心的生活。A Better World 則是要用事業的力量與當地產官學研共同的解決社會的課題。Panasonic 集團從家電商品製造起步，隨著時代和科技智能化的革新，我們不斷為人們生活拓展更多可能性，透過集團跨領域專業優勢的整合，打造各種場域的全方位解決方案。

2018 年是 Panasonic 集團創業 100 周年紀念，在百年歷程中，不斷堅持進行「向新事業發起挑戰」，始終秉持創業者松下幸之助先生的理念—「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」，提供受到客戶喜愛的高品質產品與服務。

2019 年是創業 100 週年後承先啟後的第一年，開始迎向下一個 100 年的挑戰。Panasonic 集團將原來四大事業公司，重組為五大商品軸的事業公司，包括有家電冷熱設備公司、生活方案公司、互聯解決方案公司、汽車電子公司、機電解決方案公司，來對應負責的商品服務範疇；此外並增加兩大地域軸公司，包括中國東北亞公司及美國公司，以推動跨越既有事業結構，發揮集團優勢創造更大價值的事業體，成為了七大事業公司的運營體制。Panasonic 在台灣的十家集團公司在商品區分連結上述事業公司，並也以地域軸為中心，組成跨越既有事業結構的組織。台灣 Panasonic 集團配合地域軸事業公司中國東北亞公司的設立，在台灣設立了跨越既有事業體的台灣事業部，成為 Panasonic 集團 38 個事業部之一，這是集合跨越事業部門的組織，服務顧客。緊接著在 2020 年 4 月起更整合台灣事業部的家電、建築設備、冷鏈商用設備、整合方案等四大通路，成立新銷售公司，「台灣松下銷售股份有限公司」提供顧客 One Panasonic One Window 單一窗口的便利服務。

台灣 Panasonic 集團也持續推動在環境永續方面的努力，秉持 Panasonic 集團的 2050 年環境願景—「所用能源 < 創造能源」，致力朝向創造並提升能源有效利用，超越所用能源量。除製造與推廣各項綠色節能商品，並響應全球 Panasonic 集團 ECO-RELAY(環保接力) 活動，將環境永續的理念透過實際活動推動上予以發揚光大。而在社會參與方面，我們始終秉持「取之於社會，用之於社會」的基本想法，在人才培育及弱勢關懷等面向上積極為台灣社會貢獻我們的力量，結合我們的核心能力，發揮我們的社會影響力。

今後，我們將持續與集團各公司的夥伴一起努力，整合資源、強化研發、完整服務，進一步結合 Panasonic 集團的資源，為全球社會做出的貢獻，豐富人們的生活，並為實現與地球環境共存作貢獻為基礎，共同攜手邁向下個百年。

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

三 · 百年松下 回顧與總覽

▶ 1. Panasonic 創業 - 百週年紀念展

2018年3月，Panasonic 迎來公司創立100週年，台灣 Panasonic 集團特別在華山文創園區舉辦「FUTURE:FUTURE | Panasonic 創業100週年紀念展」與社會大眾分享 Panasonic 產品享譽全球的發展歷程，也感謝各界百年來的磨礪與回饋。二週展期來場人次合計19,463人，社群媒體互動數高達20,585。透過展覽活動，Panasonic 與社會大眾一起探討推進「美好生活」的思潮，針對未來人類可能面對的議題，包括氣候變遷、科技革新、人口老化及糧食危機等問題，與社會分享與交流。

透過此展覽，除了回顧 Panasonic 創業一百年來在企業經營、產品服務所締造的創新里程碑，更想傳達 Panasonic 集團現在到未來的「不變」與「改變」。「改變」來自於 Panasonic 與時俱進，以技術、製造服務社會大眾與產業；「不變」則是 Panasonic 集團始終堅持帶給人類更美好的生活，透過科技智能化的革新，拓展未來生活可能性。



本展共榮獲以下大獎：

2019 義大利
國際設計獎 A'
Design Award
銅獎

2019
德國紅點設計獎
RED DOT AWARD

GODEN PIN
DESIGN AWARD
金點設計獎標章

2020
德國 iF DESIGN
AWARD

▶ 2. 台灣 Panasonic 展示館 - 松下幸之助紀念廳

而在台灣 Panasonic 集團也因應 Panasonic 一百週年在台灣松下電器中和廠區設立「松下幸之助紀念廳」，以松下幸之助先生創業理念為核心規劃主題展區，其中包含台灣發展歷史照片、台灣松下歷史商品區、創業者主題區以及 Panasonic 年表與經營理念，詳盡的 Panasonic 發展史請參考 QR Code 連結。



Panasonic 發展史



四 · 集團公司亮點績效與成果

台灣松下電器

產品：生活家電、空調、車載 / 元件

致力於提供受到顧客喜愛的產品，透過獨特技術、產品、服務豐富人們的生活。

- ♻️ 能源排放量及二氧化碳排放量皆較前一年減少 1%
- 👥 辦理淨灘、環保親子教育、創意設計競賽等社會活動
- 💰 2019 年銷售額達 353 億元
- 🏆 榮獲 2019 讀者文摘信譽品牌調查 4 項白金獎、6 項金獎

台灣松下多層材料

產品：多層印刷電路板及材料及半導體基板材料

往來客戶多為國內知名之印刷電路板業者，海外客戶分佈於世界各地。

- ♻️ 能源耗用量較 2018 年減少 10%
- ♻️ CO2 排放量原單位較 2018 年減少 9%
- 🏢 成立半導體研發中心

台灣松下電材

產品：各式強弱電插座與系列化的開關、蓋板組合以及高機能電子產品。

以電設資材總合製造商的身份，為國產化技術提升上作出貢獻

- ♻️ 廢棄物回收量佔總廢棄物之 82%
- 👥 辦理逾 40 場教育訓練，投入經費達 153 萬元
- 🏢 研發埋入式無線基地台、熱感應器等市場領先產品

台灣松下電腦

產品：工業用或特殊用途之筆記型電腦、平板電腦及其週邊產品

主要販賣對象以政府組織及警察、汽車車廠、電信、軍事等特殊業界的歐美市場為主。

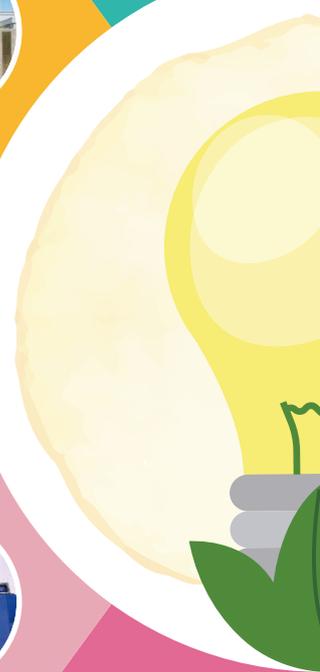
- 👥 向幸福狗流浪中途協會購買禮盒 1,100 份
- 🏆 獲頒 SGS「ISO27001 情報安全管理優越獎」
- 🏢 供應商大會共 123 家廠商參與，出席率達 96%

聯淞微電子

產品：半導體存儲器產品的開發、製造

配合特定客戶從開發到生產專屬規格的半導體儲存產品，提供最佳客戶滿意的儲存設備。

- 🏢 致力於快閃記憶體及周邊應用整合之設計
- 🏢 由日本 Panasonic 派任主管直接管理



台松電器販賣

販售產品：家電商品及售後服務業務

負責台灣區商品之販賣及售後服務業務，是一家結合販賣和服務為一體的公司。

- Panasonic 旗下 9 大商品在台灣家電市場銷售第一
- 重視感動服務，顧客滿意度達 92%

松下產業科技

販售產品：電子零組件、工廠自動化設備銷售

積極培養國際性專業人才，引進最新科技商品，促進台灣產業升級。

- 捐助育幼院近 40 萬元，回饋社會
- 導入 ISO27001，提升資訊安全保護
- 與北科大共同合作研發電動二輪車相關零組件

台灣松下營造

販售產品：以住宅事業、資產活用事業及改裝事業為主力發展項目

以尖端的先進技術不斷地深入觀察台灣生活，為大家提供健康舒適的居家環境。

- 參與婦女永續發展協會慈善義賣，關懷婦女權益
- 擬定長期發展的在地化策略結盟戰略

台灣松下環境方案

販售產品：建築用住建、電材、照明、系統商品

運用專業研發技術，結合集團的環境事業體提供整體解決服務方案。

- 因應台灣在地需求，客製太陽能板
- 於台中打造「不老夢想 125 號」據點，提供長者照護環境

台灣松下商用設備

販售產品：冷凍冷藏設備、商用空調設備系統、冷鏈系統

提供從製造、銷售、安裝及售後服務的完整服務架構。

- 變頻壓縮機節能效果提升 30%
- EMS 設備可隨時監控設備耗電狀況，節能效率達 5-10%
- 具有 24 小時維修專線，隨時進行維修作業，以確保服務品質



E 環境



S 社會



G 公司治理

1 穩步向前

- 公司治理
- 法規遵循
- 風險管理
- 資訊安全

光明正大
的精神

遵循法則
的精神

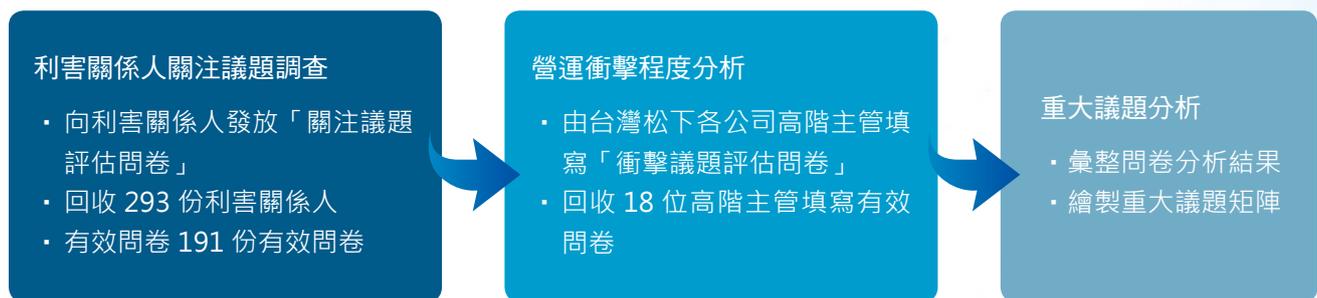
章節亮點

- ★ 台灣松下電器集團整體銷售達 353 億
- ★ 成立 12 個功能性委員會精實公司治理
- ★ 2019 年 0 件違反法規遵循事件

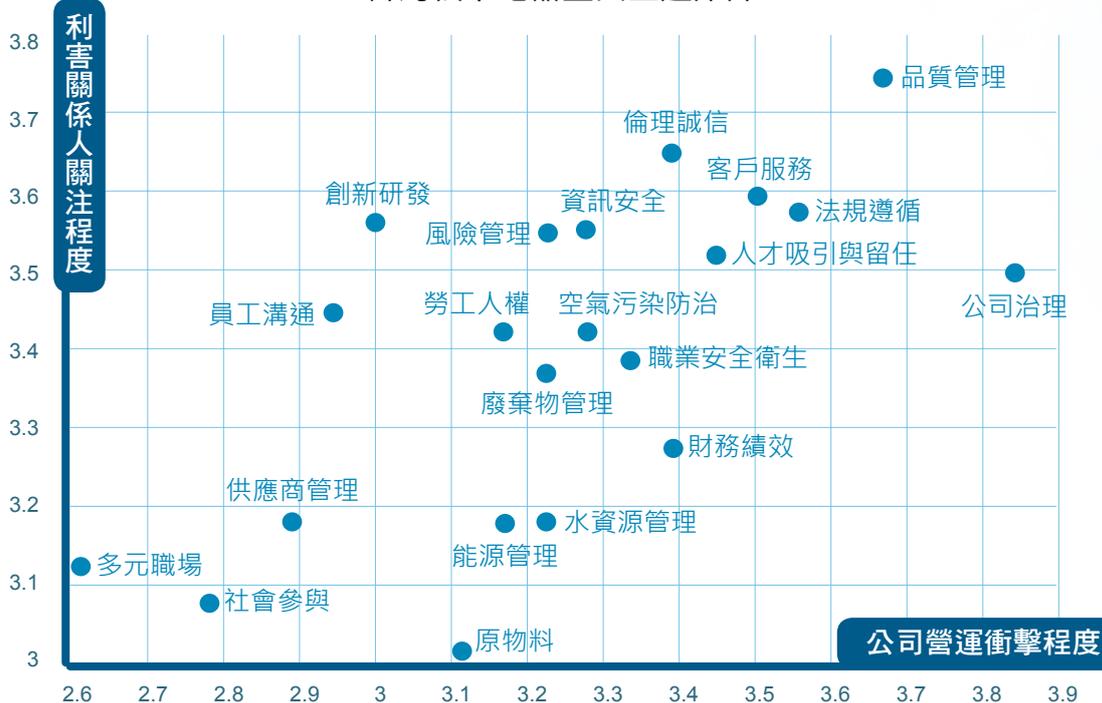
重大議題與利害關係人鑑別

本報告書之主要利害關係人為台灣 Panasonic 集團參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準並經由內部及外部顧問討論後鑑別之結果，主要利害關係人為員工、供應商、學校與學生、企業客戶與一般消費者、政府機關、媒體、經銷商和公協會、非營利組織與鄰近社區等。重大議題問卷則是以 GRI 準則主題與全球 Panasonic 集團之發展目標、同產業以及台灣 Panasonic 集團之關注議題，彙整 21 項企業社會責任議題製成評估問卷發放。

重大議題分析流程



台灣松下電器重大主題矩陣



重大議題說明¹

主題	議題 面向	對應 GRI		衝擊範圍 ²			對台灣 Panasonic 集團之意義	回應章節
		編號	主題	上游	組織內	下游		
品質管理	G	416	顧客健康與安全	✓	✓	✓	台灣 Panasonic 集團成立至今持續生產各項高品質產品於客戶，今後也會維持良好的品質管理，持續提供符合品牌聲譽之高品質產品予客戶	技術立社
公司治理	G	102 103	一般揭露 管理方針	✓	✓	✓	穩健的公司治理是台灣 Panasonic 集團經營磐石，亦是邁向百年之關鍵。我們將堅持良善的公司治理，積極實現企業社會責任與永續發展	穩步向前
法規遵循	G	102 205 305 306 403	一般揭露 反貪腐 排放 廢汗水與廢氣物 職業安全衛生		✓	✓	台灣 Panasonic 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	穩步向前 以人為本 共融成長 在地價值
客戶服務	G	417	行銷與標示 客戶隱私		✓	✓	良好的服務品質，是我們的承諾，提供令客戶驚豔的服務，是我們努力不懈的目標	共榮成長
倫理誠信	G	103 205	管理方針 反貪腐	✓	✓	✓	台灣 Panasonic 集團貫徹「取信於社會的經營」，透過各類管理機制貫徹誠信經營，建立品牌信任	穩步向前
人才留任 與吸引	S	403 404	職業衛生與安全 教育與訓練		✓	✓	台灣 Panasonic 集團是培育人才的公司，員工是我們最重要的資產，也是公司經營成長不可或缺要素	以人為本
能源管理 ³	E	302	能源		✓		台灣 Panasonic 集團跟隨全球 Panasonic 集團所制定的環境願景目標，每年持續減少能源耗用，並開發再生能源的使用與儲存技術	在地價值

與利害關係人溝通情形

利害關係人	對台灣 Panasonic 集團之意義	議合之方法與管道	前三大關心議題 ⁴
員工	承續創辦人松下幸之助先生所言，台灣 Panasonic 是培育人的集團，傾聽員工的心聲是我們重要的責任	部門懇談會 EOS 員工意見調查 總經理信箱	品質管理 法規遵循 員工溝通
供應商	供應商為台灣 Panasonic 集團維持產品品質與服務之重要後援，也是台灣 Panasonic 集團期望共存共榮之重要夥伴	定期召開供應商大會 松榮會	倫理誠信 品質管理 公司治理
學校與學生	台灣 Panasonic 集團積極與學校進行產學合作，提供實習管道，為台灣社會培育人才盡一份心力	實習計畫 獎學金支援 學生競賽	品質管理 客戶服務 職業安全衛生
企業客戶與一般消費者	客戶與消費者是產品與服務的使用者，我們持續溝通以理解客戶與消費者的感受並做為台灣 Panasonic 集團持續進步成長之良方	客服專線 多媒體溝通管道	倫理誠信 資訊安全 品質管理
政府機關	台灣 Panasonic 集團遵循政府機關相關政策與法令，少有違規之情形，希望持續維持優良企業之形象	積極遵循現有法令 配合主管機關稽核	法規遵循 風險管理 創新研發
媒體	媒體單位為台灣 Panasonic 集團對社會大眾之重要溝通管道，我們期望與媒體單位保持良好溝通，有效率地將訊息傳遞給利害關係人	不定期產品發表會 不定期邀請媒體參訪	創新研發 品質管理 空氣污染防制
經銷商	經銷商為台灣 Panasonic 集團立足台灣各縣市之重要銷售合作夥伴，更是台灣 Panasonic 集團獲取市場意見之重要管道	定期召開經銷商大會 松誼會	倫理誠信 資訊安全 客戶服務
公協會、非營利組織與鄰近社區	公協會與非營利組織為台灣松下重要的第三方意見來源，鄰近社區更是台灣 Panasonic 集團創造社會正面效益時重要的合作夥伴	社區服務 募捐與志工活動	公司治理 倫理誠信 法規遵循

1. GRI 索引表請詳本報告書附錄。

2. 衝擊範圍為重大主題的主題邊界，本表主要係依 GRI Standards 規定描述重大主題的衝擊範圍以及組織與這些衝擊的關聯。組織與衝擊的關聯分為三個涉入程度：組織是否直接造成此衝擊、或促成衝擊、或透過其商業關係與此衝擊有直接關聯。衝擊範圍在組織內的主題主要為台灣松下直接造成之衝擊（如員工與產品服務相關主題），而衝擊範圍為組織外的主題，台灣 Panasonic 集團主要透過商業關係而與此衝擊有關聯（如客戶、供應鏈相關主題），另外台灣松下則多與主管機關間接促成法遵與誠信經營相關之衝擊。

3. 能源管理雖非本次鑑別出排序較前的議題，然 Panasonic 對環境永續高度重視，因此亦納入重大議題。

4. 如遇調查結果同分情況則由內部討論及外部顧問意見挑選三項高度關聯性議題回應。

章節重大主題 - 公司治理

✓ 對松下的意義

台灣 Panasonic 集團認為完整的公司治理系統是企業營運的基石，百年來不斷優化管理效能並積極落實企業社會責任，將全球 Panasonic 的集團文化深植於全體員工。

✓ 松下的承諾

台灣 Panasonic 集團將持續精進公司管理制度，透過董事會及其他功能性委員會強化管理機能，以「提供給客戶令人驚豔的產品」為努力目標，滿足顧客需求和解決利害關係人關注議題。

✓ 松下的目標

短期：強化功能性委員會之管理及監督職能。

中長期：透過董事會及功能性委員會深化公司治理及企業社會責任文化。

✓ 申訴與溝通機制

各部門可透過營運會議或委員會中提出公司治理議題及建議的改善方法。

✓ 投入的資源

設立管理本部及經營戰略暨公共關係中心，分權執行公司治理業務。

✓ 具體實績與專案

1. 林淵傳總經理榮獲經理人雜誌頒發之 2019 年度 Super MVP 經理人
2. 設立 12 大功能性委員會，專職管理公司事務

章節重大主題 - 法規遵循

✓ 對松下的意義

台灣 Panasonic 集團秉持著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，遵守當地法律及尊重社會習俗作為公司基本行為準則。

✓ 松下的承諾

持續關注新法規動態及適當修正內部規程，並定期舉辦法遵相關教育訓練。

✓ 松下的目標

短期：關注國內外法規變化，並透過教育訓練傳達法規遵循事項。

中長期：定期修正公司規章及準則，以確保公司所有行為都能符合當時法規。

✓ 申訴與溝通機制

建置 Panasonic 全球諮詢熱線，並提供 28 種語言服務，以方便員工（包含離職員工或是交易方公司員工）報告有合規疑慮的問題，並且貫徹 1. 可匿名通報 2. 保密義務 3. 禁止報復，的三大原則，公司致力於建構此體制讓所有關於合規通報都能透過此獨立的外部系統報告。

✓ 投入的資源

台灣 Panasonic 集團培訓 5 位專職的內部法規遵循講師。

✓ 具體實績與專案

2019 年辦理之法規遵循教育訓練課程及參與人數

1. 新進員工教育訓練 194 人
2. 昇格人員遵紀守法教育訓練 229 人
3. 整合方案遵紀守法研修會 42 人

2019 年法規遵循紀錄

1. 重大罰款事件：0 件
2. 非金錢的處罰次數：0 次
3. 透過爭議解決機制提起的訴訟：0 件



一 · 公司治理

台灣松下電器創立於 1962 年，是全球 Panasonic 集團成員，一路走來始終貫徹「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。」之經營理念，並以「提供給客戶令人驚豔的產品」為努力目標，將滿足顧客需求和解決利害關係人關注議題視為最高營運宗旨。

▶ 1. 集團架構

從創新的電子技術出發，Panasonic 提供生活家電、系統設備、產業部材、環境方案、居家內裝、營造建築等多元化技術、產品與服務，並進一步跨足 B2B2C 領域，提供居家、大樓及社區整體解決方案，更加豐富人們的生活。

為了提供給客戶更完善的服務品質，台灣 Panasonic 集團分別成立十家集團公司，區分為製造、販賣和營造公司，各司其職以專業分工，努力讓每位客戶實現「更美好的生活，更美好的世界」。



▶ 2. 董事會

為強化公司監督機制，台灣松下電器董事會設立董事 10 席，任期三年。董事會討論及核定事項包含決算報告、子公司經營概況、董事及監察人選舉、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。並特別設立 2 名監察人，擔任監督董事會、確保公司運作順暢的角色，把關公司利益、股東權益，避免董事會專權。

2019 年共召開 4 次董事會，全體董事之出席率皆為 100%，可見各董事皆積極監督公司運作、參與營運決議。2019 重大決議事項包含：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。

職稱	姓名	出席率
常務董事暨董事長	洪裕鈞	100%
常務董事暨總經理	林淵傳	100%
常務董事	鈴木豐	100%
董事	涂宗典	100%
董事	洪裕超	100%
董事	飯野高之	100%
董事	許國士	100%
董事	本間哲朗	100%
董事	堂埜茂	100%
董事	新宮領理	100%
監察人	西本重之	100%
監察人	林哲生	100%

▶ 3. 公司治理架構

台灣松下電器集團為了提高公司治理效能、減少風險發生機率、保障勞工福利權益等，共設立 12 個委員會，由高階主管擔任委員長，並由各部門主管擔任委員，定期召開會議整合與更新各事業單位營運現況，滾動式調整公司經營政策與走向，期許持續突破舊有的營運框架，也為公司的永續發展奠定根基。

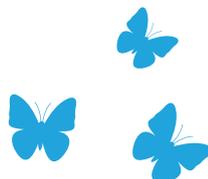


製品法規與品管標準委員會

- 各國限制法令宣導及遵守
- 相關推進課題追蹤與情報發布
- 確保開發設計之產品，符合各銷售地域之法令規範
- 策劃品質方針，協調各品管部門，監督品質管理業務

安全衛生與環境保護委員會

- 強化自主管理，持續改善安全衛生績效，降低職業災害，保護勞工安全與健康
- 零污染環境塑造「與地球環境共存」



▶ 4. 財政績效

台灣 Panasonic 集團 2019 年受電子產品及車用配件銷售量降低之影響，年度營業額並無持續往年趨勢向上成長，但台灣松下電器集團 2019 年度營業額再創新高，達到 353 億元。未來將持續朝向智慧家電的方向布局並提供更多元且領先於市場現況的產品，以符合家用及商用客群的需求。

台灣 Panasonic 集團 年度營業額 (單位：億元)



類別	2017	2018	2019
年度營業額	1,022.27	1,033.52	991.83
成長比例	106%	101%	96%

台灣松下電器集團 - 年度營業額 (單位：億元)



類別	2017	2018	2019
年度營業額	340.61	349.06	352.68
成長比例	103%	102%	101%

註：台灣 Panasonic 集團包含台灣松下電器及其他 8 家集團公司

利益面

- 販賣增加，稼動率大幅良化
- 材料合理化，販賣費用降低
- 品質提升並降低損失
- 持續達到水準以上之利益表現，營業利益創下歷史新高紀錄

販賣面

- 國內大型家電及空調產品銷售增加
- 綜合家電市占率持續維持第一
- 商品訴求品質及效能均符合市場之需求
- 台灣松下電器集團整體銷售達 353 億
- 營業額連續 5 年創下歷史新高

資金面

- 受營收利益的卓越表現及資產壓縮之影響，自由現金流 (FCF) 大幅改善



台灣松下電器集團
2019 年度銷售亮點

▶ 5. 獲獎紀錄



創新量能

- 2019 讀者文摘信譽品牌調查 4 項白金獎、6 項金獎
- 台灣松下環境方案榮獲今周刊第十二屆商務人士理想品牌大賞「智慧家庭系統」類別中商務人士理想品牌桂冠
- 經濟部電子資訊國際伙伴綠色系統伙伴獎
- 台灣松下電器榮獲新北市「企業推動家庭友善優良獎」
- 林淵傳總經理榮獲經理人雜誌「Super MVP」頂尖經理人獎項
- 顧客服務中心陳雪琦專員榮獲 2019 CSEA 卓越客服大獎



永續松下

- 2019 年台灣企業永續獎典範外商獎、報告書銀獎、人才發展獎、創意溝通獎
- Panasonic100 週年在台灣紀念展覽會「FUTURE : FUTURE」2019 年榮獲 2019 義大利國際設計大獎 A' Design Award、德國紅點設計獎 RED DOT AWARD、GODEN PIN DESIGN AWARD 金點設計獎標章



經濟部電子資訊國際夥伴績優廠商

- 致力於綠色環境規劃與發展，與台廠共同合作研發企業適用之綠色解決方案，落實企業永續發展、社會創新理念，經專家委員審議機制評選獲頒「綠色系統夥伴」獎項



2019 年台灣企業永續獎

- 秉持著「企業是社會的公器」的經營理念，持續以經濟成長、社會進步及環境保護三大面向投入永續經營，除了榮獲典範外商獎項外，更透過人才發展獎、創意溝通獎展現松下積極培育人才、投入多元溝通的努力與決心



▶ 6. 外部組織參與

為共同推動產業之發展，台灣 Panasonic 集團積極參與同業公會，透過公會組織將自身營運經驗與同業交流，共享最新市場趨勢、供需變化及技術資訊，期望能對於整體產業有所貢獻。

電子 同業公會

- ◆ 台灣區電機電子工業同業公會
- ◆ 新北市電器商業同業公會
- ◆ 台北市電器商業同業公會

設計裝修 同業公會

- ◆ 台灣省室內設計裝修商業同業公會聯合會
- ◆ 台北市室內設計裝修商業同業公會
- ◆ 新北市室內設計裝修商業同業公會
- ◆ 台南市室內設計裝修商業同業公會
- ◆ 高雄市室內設計裝修商業同業公會
- ◆ 中華民國室內設計協會
- ◆ 桃園市室內設計裝修商業同業公會

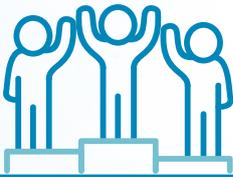
其他 公協會

- ◆ 中華民國工商協進會
- ◆ 台北市日本工商會
- ◆ 新北市工業會
- ◆ 台灣區照明燈具輸出業同業公會
- ◆ 財團法人台灣數位電視協會
- ◆ 台北市事務器械商業同業公會
- ◆ 社團法人中華軌道車輛工業發展協會

二 · 法規遵循

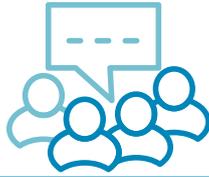
▶ 1. 誠信經營

台灣 Panasonic 集團秉持著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，遵守當地法律是公司基本行為準則，故訂定「Panasonic 行為準則」和「台灣地區反賄賂及反腐敗規程」以規範全體員工需遵守之道德準則，並持續關注新法規動態以適當修正內部規程。2019 年並無任何貪腐及壟斷事件，或員工因貪腐事件而被解僱或受到紀律處分。



反賄賂

- 禁止不實交易和利益輸送
- 訂定嚴格的送禮及招待限制



反競爭

- 禁止與競爭對手交流產品資訊
- 制定與競爭對手接觸之審核機制



公平採購

- 進行採購業務時需遵循法律規範
- 不接受供應商提供的個人回饋

▶ 2. 法規遵循

為確保員工理解法規遵循的要求與規範，定期舉辦法遵相關教育訓練的方式，確保員工充分理解且實踐誠信的經營方針，設立法規遵循講師共 5 人，定期要求員工進行紙本或線上教育訓練，內容包含反貪腐、反壟斷及反競爭行為等，2019 年需進行教育訓練且完成者共 465 人。亦辦理重大法規遵循研修會，邀請外部律師擔任講師，說明法規變動事項及因應方法。

一但有任何疑似違規事件發生，員工或消費者可透過官方網站中 24 小時 Hot-Line 熱線立即通報，由法務部門彙整事件資訊後呈報給風險管理委員會評估，再由總經理進行最終裁決。



新進員工教育訓練 **194** 人

昇格人員遵紀守法教育訓練 **229** 人

整合方案遵紀守法研修會 **42** 人

三 · 風險管理

為有效鑑別企業經營風險、建立防範意識，台灣松下電器成立危機管理對應委員會，由林淵傳總經理擔任委員長，考量國際趨勢、市場脈動和投資人、股東、消費者、供應商等外在影響，及公司經營方向、未來目標和員工反饋等內在因素後，每年盤點出重大風險議題，並依據其高、中、低度衝擊性，擬定相對應的因應策略。

台灣松下集團風險鑑別列表：

風險類型	重大程度	因應策略
自然災害 (如地震、颱風、海嘯、洪水等)	高	強化防災系統與防災措施
產品開發	中	針對產品開發、生產等管理強化
生產條件惡化 (如設備老舊 / 人員更換等)	中	逐年更替生產設備、加強員工訓練
產品品質	中	強化品質管理流程
未掌握販售機會 (如供給不足)	中	強化產品生產管理
競爭對手影響	中	強化產品特色及宣傳
市場環境改變	中	因應政府相關政策、社會結構變更，開發適當商品
產品標示	中	透過人員意識強化、預警系統等方式進行管理
勞動安全	中	持續以「安全第一」為基本方針，強化管理
勞動條件與人權	中	加強勞動相關政策宣達與溝通
資訊安全	中	透過資訊安全模擬等措施控管風險

2019 年風險鑑別結果以颱風和地震等自然災害帶來的影響最為顯著，考量未來氣候變遷帶來的環境衝擊可能逐年升高，每年皆制定因應措施以預先防範可能造成的危害。



重大風險

颱風和地震等自然災害

因應措施

1. 重建防災系統，為所有員工實施教育和實際的演練
2. 改善和維護建築安全
- 3 進行機械安全檢查，並不斷更新老化設施

四 · 資訊安全

台灣 Panasonic 集團注重顧客的資料保護，制定個人資料保護規則，並開發個人情報處理系統 (Personal Info Register) · 透過雲端資訊系統確認全球松下集團使用一致的資料處理水準，保障消費者隱私、提升資訊安全層級。台灣松下電器 2019 財務年度沒有任何個資洩漏事件。

集團公司中，台灣台松電器、台灣松下電腦、台松電器販賣及松下產業科技已取得 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，資訊安全管理體系已達到國際標準，但為了因應科技化的浪潮，台灣 Panasonic 集團持續向前邁進，除了定期更新、調整資訊系統之外，亦不定期透過外部滲透測試檢驗穩定性，依據檢測結果優化風險較高的弱點項目，滾動式提升資訊安全層級和管理模式。

▶ 1. 顧客隱私

台灣 Panasonic 集團發布隱私權保護聲明，保證消費者的個人資料將嚴密妥善管理，屏除一切不當存取、丟失、塗改、竊取的可能性，只在收集目的範圍內利用。並在取得用戶資料後進行加密。

▶ 2. 資安系統

台灣 Panasonic 集團以「設立防火牆、監控軟硬體設備、各項系統備援，企業持續營運計劃 (BCP)」四大方針進行資訊安全管理，以減少資訊於集團公司內傳遞過程中可能造成的外流風險和軟硬體設備損壞帶來的營運衝擊。並持續投入資訊系統的升級與檢測，提高安全性和縝密性，確保有能力可隨時回應突發的資安問題。



除了一般的資料保護外，各工廠與辦公室之間設定獨立防火牆，並隨時監控工廠使用的軟硬體設備，防止異常行為發生。並準備導入工廠安全監控中心 (Security Operations Center, SOC)，強化異常檢知的能力，當檢測出有異常狀況時，能在第一時間對應，有效阻隔資料外洩與系統入侵威脅。

類別	執行方法
PC 安全風險對應	windows7/office2010 昇級
對外網站安全監控	SOC 監控服務
網站安全檢查	對外網站滲透測試 / 源碼檢測 / 弱點掃描
網路安全檢查	對外網路安全檢查系統
Server 安全風險對應	Windows Server 2008 昇級

▶ 3. 資安管理

為確保資安系統有能力抵抗外來攻擊並迅速啟動防護機制，每季度委託外部第三方資安檢測中心進行弱點掃描、滲透測試及源碼檢測，透過初測及複測兩個循環的資訊攻擊情境演練，檢驗因應措施是否有效。



2 技術立社

- 永續松下
- 創新研發
- 品質管理

產業報國
的精神

力爭向上
的精神

章節亮點

- ★ 2019 讀者文摘信譽品牌調查 4 項白金獎、6 項金獎
- ★ Smart App 打造解決日常問題的智慧居家空間
- ★ 內建 IAQ 空氣品質系統的 PURETECH 永續節能建築
- ★ SUMAie 系統提供公共場域的智慧控制解決方案

章節重大主題 - 品質管理

✓ 對松下的意義

確保產品擁有穩定的高品質是台灣 Panasonic 集團的立社精神，也是公司營運的核心。我們透過良好的品質滿足客戶的需求，也透過消費者的回饋持續不斷精進我們的產品。

✓ 松下的承諾

提供顧客優良品質的商品及服務，並且持續不斷地追求品質、和品味的提升。

✓ 松下的目標

短期：重大品質不良事件 0 發生，及持續提升顧客滿意度。

中長期：顧客滿意度再提升，並創造顧客價值、維護顧客關係。

✓ 申訴與溝通機制

台灣松下電器集團設有顧客商談中心及 0800 免費服務電話以利顧客隨時反應商品問題。

✓ 投入的資源

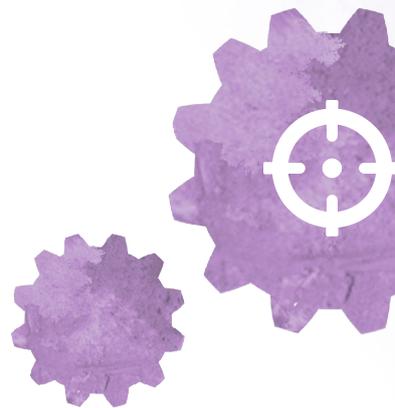
每一位松下員工都扮演著品質管理的重要角色，確保負責的產品或服務確實滿足顧客的需求。

✓ 具體實績與專案

品質管理系統已導入市場不良品的自動警示系統，如果消費市場發生不良異常，系統將立即回報，並由該負責單位立即採取對策，降低顧客抱怨。

2019 年台灣松下電器違規事件：

1. 導致罰款的違規事件：0 件
2. 導致警告的違規事件：0 件
3. 違反自願性規約的事件：0 件



一 · 永續松下

Panasonic 集團自 1918 年創立以來，持續致力於提供給客戶更進步的生活方式，我們的事業始終以「人」為本，著重「人們的生活」。產品研發以創新的電子技術基石，提供消費性電子產品、工業設備、建築用品與居家住宅等多樣化的產品、系統和服務，應用於居家、社區、商業等不同的空間。

提供顧客最高品質的產品是我們的理念，確保顧客使用產品時沒有任何健康與安全的疑慮更是我們首要的責任，台灣松下電器 2019 財務年度並無違反產品與服務的健康和安全法規事件*，亦皆遵循產品與服務之資訊與標示相關法規。

* 主要確認法條為標檢局商品檢驗規定

Panasonic 永續智慧城市

智慧城市

智慧環境控制解決方案
(商店、辦公室、工廠)

綠色家電

ECONAVI、Smart APP

節能住宅

PURETECH 空氣調節技術
IAQ 空氣品質系統
SUMAie 系統

永續環境

IT 溫室、Smart Saian Cloud 氣候控制系統
雲端農業管理系統



▶ 1. 綠色家電

全球 Panasonic 集團制定「環境願景 2050」計畫，竭力邁向 2050 年「創造能源」超越「所用能源」的願景。由於電器產品在使用時比生產過程中消耗更多的能源，Panasonic 致力於以「節能」、「創能」、「儲能」和「能源管理」四個概念全面減少二氧化碳排放量，我們會繼續努力，為更美好的生活方式提供新價值，讓每一位使用者在使用舒適安全的產品之餘，也為環境保護盡一份心力。



智慧節能科技

- 主動偵測室內人的活動位置、感應日照變化程度、調節氣流及分流風量，能更有效調節溫度，讓每個人都能享受到舒適的空調，達到節能省電的最佳效果。



AI 控頻晶片

- 採用日本最新一代晶片，可以精準控頻，讓壓縮機的效能完全發揮，智慧調整壓縮機頻率、膨脹閥開度及風扇轉速，依據負荷調控電流，降低耗損，維持恆溫舒適，發揮最高效能，達到省電節能的最佳狀態。



原廠高效率壓縮機

- 採用稀土類磁石，通過強大磁力來確實調控及提昇馬達的運轉效率，讓空調更節能更省電，低震動更安靜好眠。



直流變頻馬達

- 室內機及室外機皆採用無刷式 DC 直流馬達，能夠平順地調節風量，高效能線圈與強力磁石設計，能提昇馬達效率，有效降低耗電、同時減少發熱，延長使用壽命。



高效率蒸發器及散熱器

- 增大室內機蒸發器及室外機散熱器，以提高效能。散熱器銅管內部採用螺紋式設計，能增加冷媒流速與散熱效率。鰭片採多縫式風窗設計，能有效增加散熱效率。



台灣 Panasonic 集團推動智慧居家解決方案，開發「SMART APP」提供遠距家電控制服務，讓消費者除了可以透過手機輕鬆操控、管理家電的運作，也解決了一般消費者需要等待冷氣開機、冰箱食物經常過期、沒有時間曬衣服的日常家電使用問題，並進一步達到節能、省電的效果。



冷氣

當偵測到濾網需要清潔時，Smart App 將主動送出推播通知，維護居家的空氣品質；並可於 APP 中確認每月累積電費及用電趨勢圖。

冰箱

結合食材建檔、即期提醒通知、庫溫調節等功能以確保食材新鮮度，並有追蹤冰箱溫度及 ECONAVI/nanoe™ 是否開啟等實用功能。

除濕機

主動感知適合人體的最適濕度，當實際濕度達到設定濕度時，則自動停止運轉。並透過空氣過濾網協助抑菌、除塵脫臭及抗過敏。

洗衣機

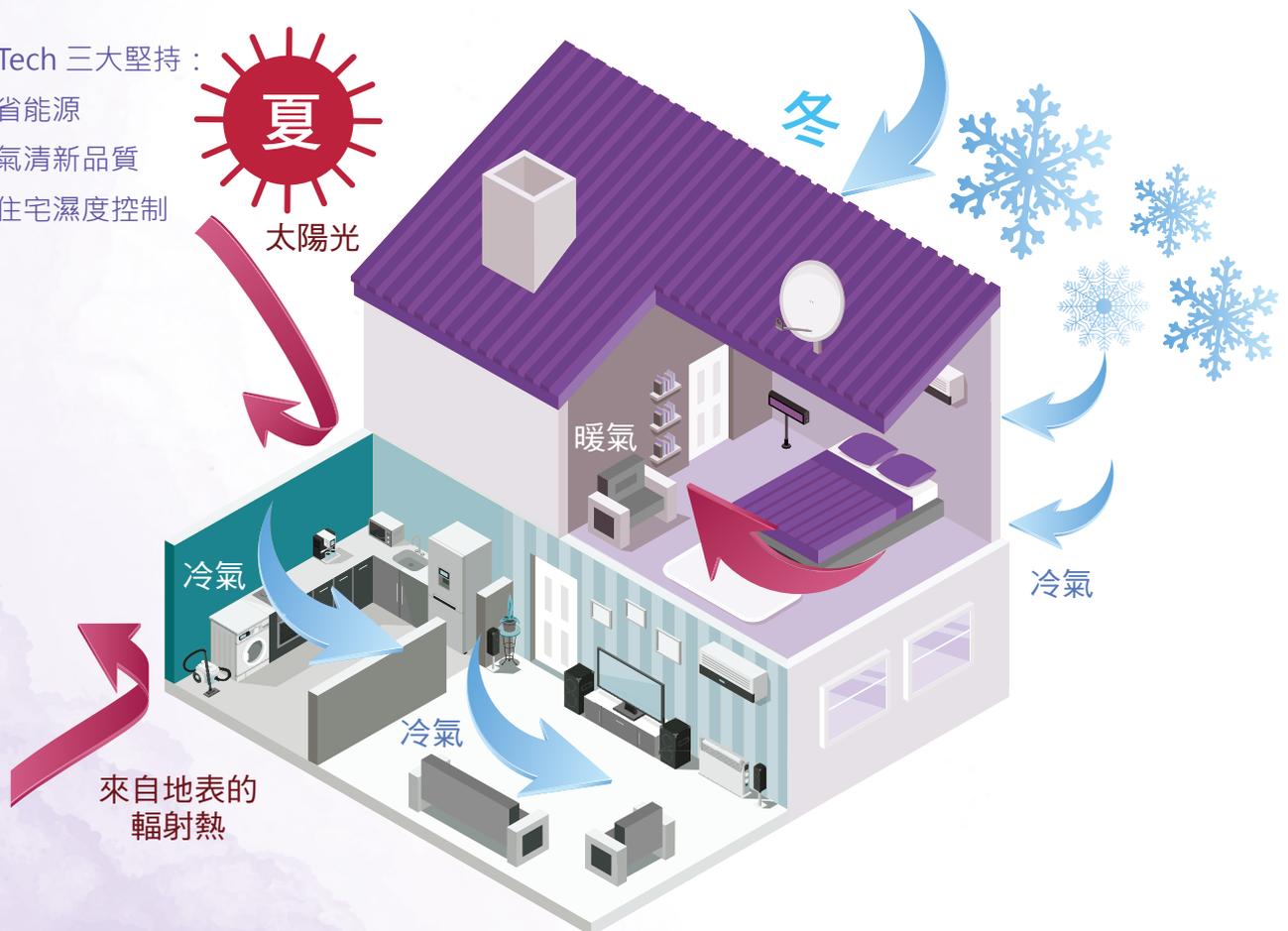
當洗衣完成時將主動發送推播通知，若無法即時晾衣，即可啟動「延後晾衣」功能。洗衣機將會主動釋放 nanoe™，消除異味；再定時翻動洗好的衣物，防止悶臭。

▶ 2. 節能住宅

台灣松下營造以日本工法建造高斷熱、高氣密、省能源的環保創意日式住宅，獨家研發出空氣調節技術「PURETECH」，具備先進優異的斷熱性及氣密性結構，平衡調節「換氣」與「濕度」。讓地板下的新鮮空氣自然循環於家中，並輔以天然調濕素材，除了節省能源之外，更有效控制濕度。

PureTech 三大堅持：

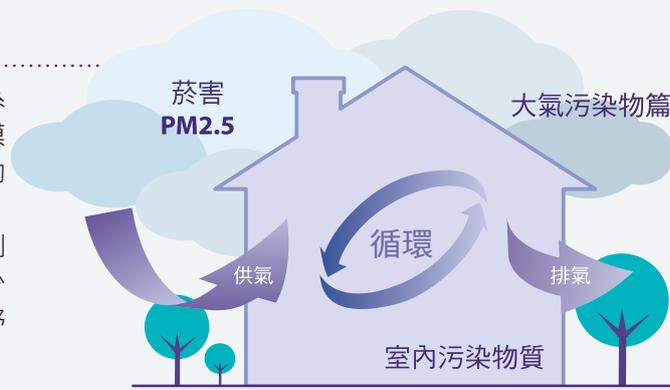
1. 節省能源
2. 空氣清新品質
3. 全住宅濕度控制



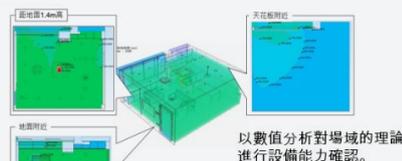
Panasonic 於住宅中導入 SUMAie 智慧家居系統，將全熱交換器、環境感知器、智慧家居系統主機等設備和各式家電連結，讓家人可同時操作空調和照明等家電設備，並研發 IAQ 智慧空氣品質系統，自動改善從室外流入的空氣品質，全方位的實現舒適的家居生活。

IAQ 空氣品質系統

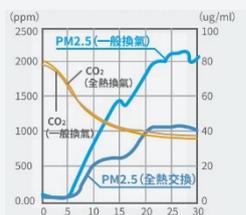
- IAQ 指的是室內的空氣品質系統，內建二氧化碳濃度監測模型，在不同二氧化碳濃度時自動控制供氣、循環、排氣的多寡，並藉由過濾器和溫溼度控制機制分別降低 PM 2.5 的濃度和減少空氣中的黴菌，實現更加健康舒適的生活空間。



IAQ 系統連動全熱交換器、NANOE 光觸媒系統及空調系統，提供高品質空氣環境



二氧化碳監測模型可確認家中各區域的二氧化碳濃度



通過全熱交換器的室內外空氣交換，PM2.5 濃度大幅降低



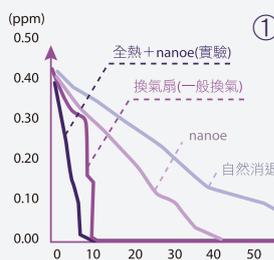
經過實測，IAQ 系統可以大幅提升空氣品質的穩定性

熱交換系統

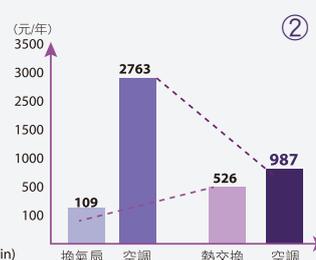
- 全熱交換器可有效的幫助空氣循環，利用室內及室外的溫差進行熱交換。空氣流通除了可以將室內混濁的空氣排出，在短時間內清潔空氣之外，更可以節省約 50% 的用電量。



- 全熱交換器系統搭配 nanoe 空觸媒可快速清潔空氣中的異味因子



- 使用熱交換系統可節省約 50% 的用電量



▶ 3. 智慧城市

Panasonic 集團除了打造一般家庭的舒適高品質生活空間，更為公共區域提供了智慧環境控制的解決方案。管理系統可應用於商店、辦公室和工廠等場域，提供更有效率的商業管理系統，有效減低能源使用，減少營業損失。



商店

- 能源耗用分析：系統可自動分析出商店或賣場中各區域的能源耗用量，以利提供經營者分析如何提高節能效率的數據基礎。
- 人體感應照明：在較少客人走動的區域裝置人體感應器，平時可關閉照明設備，減少能源耗損。



辦公室

- 中央調控平台：將辦公室內的燈光、空調控制系統與管理室的控制平台連動，可統一調整燈光的開關與空調溫度。



工廠

- 故障事件自動通報系統：當設備故障或異常時，雲端平台將自動發送簡訊通知維修人員，以利及時排解危機，減少營運損失。



台灣松下電器於 2018 年與台灣中油簽訂合作備忘錄，共同發展太陽能及燃料電池等多元能源應用，創能之外更積極邁向儲能，創造的電力除提供智慧綠能加油站充電使用之外，同時更以加油站為核心發展社區微電網。未來台灣松下電器將持續研究適合台灣使用之燃料電池，並與台灣中油合作推動智慧能源方面的廣泛應用，希望將台灣中油的能源開發體系與 Panasonic 集團的全球經驗相結合，共同發展能源管理應用模式，擴大推動智慧城市理念。



項目	2019 年成效	短期目標	中長期目標
店鋪、公共、通訊專案	<ul style="list-style-type: none"> • 增加自動點餐機海外店點 • 取得智慧學校專案 • 取得地震預報系統合作案 	<ul style="list-style-type: none"> • 拓展智慧商店，邁向無人商店、無現金支付 • 擴大智慧學校運用，導入日本人臉辨識系統、5G 技術 	<ul style="list-style-type: none"> • 成為 Local 5G 通訊服務供應商 • 投入智慧城市研發
台灣中油合作專案	<ul style="list-style-type: none"> • 開設台南前鋒綠能加油站 	<ul style="list-style-type: none"> • 發展中油新店鋪型態，提供顧客全新服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 雙方共同檢討未來營運模式，邁向綠能企業 • 成為多元能源供應企業
交通事業	<ul style="list-style-type: none"> • 取得大型鐵路專案 	<ul style="list-style-type: none"> • 增加鐵路維護服務比例 • 導入品質控制流程 • 增加設計開發協力廠商 • 開發新的影像辨識系統 	<ul style="list-style-type: none"> • 增強開發品質 • 建立彈性的組織 • 拓展海外業務 • 新系統提案

▶ 4. 永續環境

Panasonic 集團正在開發先進的農業解決方案，目標是在惡劣的氣候下也可終年種植水果和蔬菜，透過在 IT 溫室中導入紅外線吸收簾、Smart Saien Cloud 氣候控制系統和 Cultivation Navi 雲端農業管理系統，提出在面對日漸嚴峻的氣候衝擊時的因應策略。目前已經在沖繩島的石垣島上建設實驗型的 IT 溫室，測試種植番茄和草莓，並期望最終可將成功模式推廣至世界各國。



IT 溫室

- 架設 Panasonic 自行研發的紅外線吸收簾，可有效吸收紅外線、控制室內溫度，預防室內氣溫升高，並避免農作物受到太陽直射。
- 建置油綠色空調部門開發的自動灑水系統，將水柱調整為極細噴霧，有助於穩定內部的溫度和濕度保持最佳水準。



Smart Saien Cloud 氣候控制系統

- 智慧菜園雲端控制系統可自動遠端控制 IT 溫室的光線、溫度、濕度和霧氣，並收集每天感應到的數據資料，做為引進種植蔬菜栽培系統和農業設施時的評估依據，以利提高環境管理成效，打造最佳的生長環境。



雲端農業管理系統

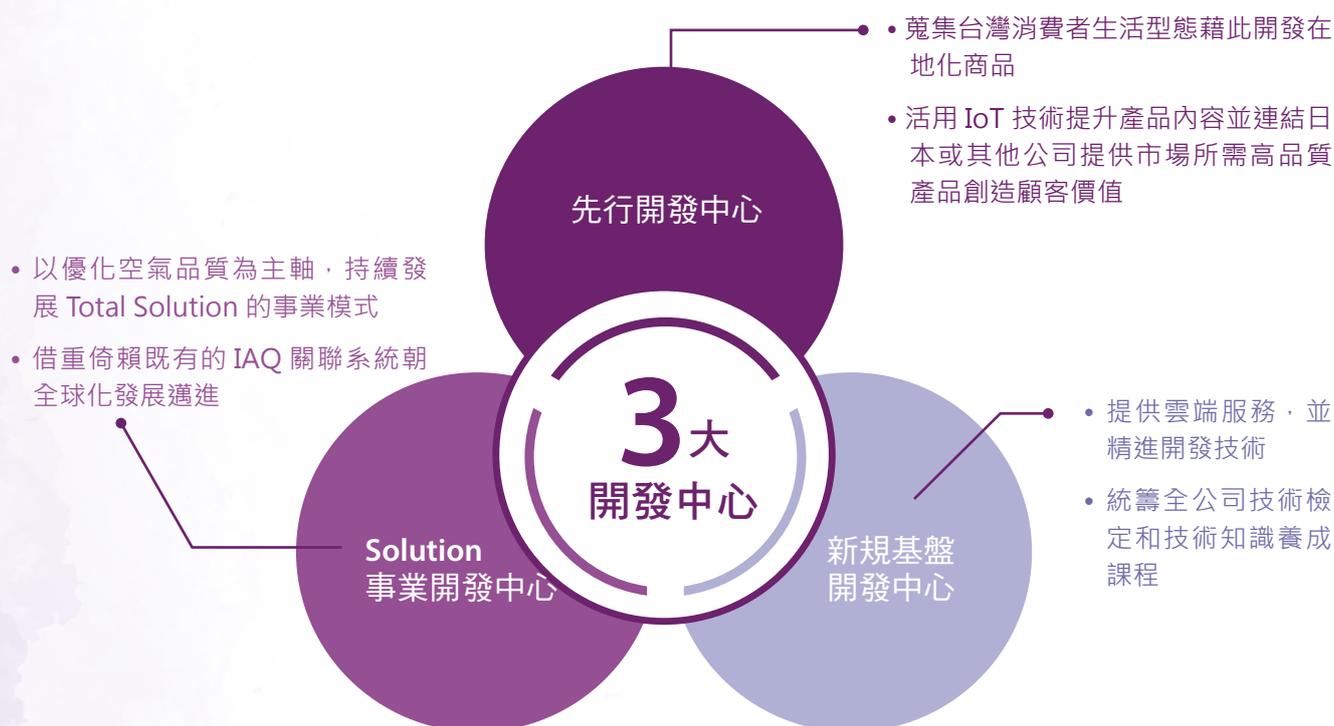
- 雲端農業管理系統著重於農耕技術知識管理，將農業種植技術數據化、可視化後更新於雲端平台，除了可持續傳承之外，亦可分享給發展中國家，提高農作物產量及品質。



二 · 創新研發

▶ 1. 技術創新

台灣松下電器集團致力於開展技術創新，2019 年投入研發金額高達 6.73 億元，佔總營業額的 3.2%，由 327 位技術人員攜手努力，取得 32 件專利。



▶ 2. 全球布局

台灣 Panasonic 集團同時發展 B2C 和 B2B 事業，成功模式可做為東南亞國家集團據點的參考基礎，另外自 2019 年 12 月起已確立由台灣負責全球窗型空調的開發與行銷，可將舊式房屋的開窗式空調和其他最新的產品研發技術外銷海外，未來將持續透過相關產品的技術輸出，協助全球 Panasonic 集團以精實的研發實力，滿足客戶在地化的需求。



三 · 品質管理

為提供給顧客最好的產品品質，台灣 Panasonic 集團積極提升內部控管流程、優化顧客回饋機制，除了符合法規要求之外，台灣松下電器集團更針對有害物質、電磁波、能源效率及產品性能等提出嚴格的品質管理規範，並由特定部門分別進行各類別的品質管理流程，另將顧客、經銷商和利害關係人的產品使用回饋提供給各負責部門，持續改善產品品質與性能，提升顧客滿意度。

▶ 1. 權責分工

品管內容	設計品質	部品品質	加工品質	市場品質
負責部門	技術部門	購買部門	製造部門	品管部門
工作項目	<ul style="list-style-type: none"> 品質設計提升 不良設計預防 	<ul style="list-style-type: none"> 部品協力廠商品質巡檢 電子基板品質改善 	<ul style="list-style-type: none"> 確實遵守標準作業加工 發現異常，立即反映對策 	<ul style="list-style-type: none"> 市場品質監視自動化系統 分析不良品及擬定改善對策

▶ 2. 品質管理系統

品質管理系統 (QMS, Quality Management System)	依據全球 Panasonic 集團的指導方針 / 準則設計而成，不同產品線會依照產品不同的特性來制定不同的管理規程及管理基準，並對應於該領域之 ISO 規則。
品質追溯系統 (QR Code 應用)	讓客戶可以快速線上登錄購買者資料，如果產品有問題或需要召修或召回時，公司可以回溯到使用者，快速解決產品的品質問題。2019 年共有 100,202 筆登錄資料，較去年成長 152%，登錄的筆數以大型家電商品為主。統整各產品之顧客回饋之後，統一交由各部門進行產品優化與改善。
年度品質檢討計畫	製造工廠每年都會事先做成年度的品質事業計畫，檢討去年的缺失做成改善計畫，然後依照 PDCA (Plan-Do-Check-Action) 流程，持續推行品質改善工作。

▶ 3. 品質管理培訓課程

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。2019 年共辦理 4 場次教育訓練，培訓時間共 192 小時。

課程內容	2019 年培訓時數
生產流程分析研修	68
品質專業人員與品質標準研修	26
共通品質研修	62
其他品質管理研修	36

3 以人為本

- 招募與組成
- 人才發展與培育
- 員工溝通與福利
- 安全照護
- 健康照護

力爭向上
的精神

和衷共濟
的精神

章節亮點

- ★ 2019 全球 Panasonic 集團調查—台灣 Panasonic 集團高效率員工高於全球平均 30%
- ★ 2019 年 TCSA—人才發展獎
- ★ 2019 獲得勞動部企業人力資源提升計畫之訓練費

章節重大主題 - 人才吸引與留任

✓ 對松下的意義

「人就是經營的基石。製造產品前，先造就人才」為 Panasonic 集團創始以來一貫的理念，人才的吸引與留任對於台灣 Panasonic 集團有著直接且全面性的影響。台灣 Panasonic 集團重視員工工作的尊嚴及職涯發展，藉由公司全體的合作，建立和諧的勞資關係，也讓員工透過工作完成自我實現。

✓ 松下的承諾

本集團人力資源政策的核心，為透過各種員工互動措施如：職能與生涯發展、多元溝通管道、照護資源等，建立公司與員工之間的雙贏關係，創造更理想、人性化的工作環境，也達成業績持續成長的目標。

✓ 松下的目標

短期：

1. 持續建立多元溝通管道關懷員工工作與個人職涯發展機會
2. 透過集團 EOS 調查提升員工滿意度

中長期：

長久和諧的勞資關係，幫助員工在松下達成自我實現，與員工共創雙贏

✓ 申訴與溝通機制

台灣 Panasonic 集團設有豐富的員工申訴溝通管道，以聆聽員工的心聲，詳細說明請參照「員工溝通」段落。

✓ 投入的資源

台灣 Panasonic 集團為能持續吸引、培育及留任人才，在各個面向皆有豐富且參入的投入，請參照本章節說明。

✓ 具體實績與專案

台灣 Panasonic 集團各公司每年皆依照公司文化、產業特性及員工需求有對應的專案及作為，包含各式主題員工活動規劃、員工能力培育、薪酬獎金等，以持續吸引與留任人才。

2019 年，台灣松下電器集團為提升薪酬的競爭力與更好的落實工作內容與薪酬的對價性，執行了職位薪酬制度的變更，第一階段的導入為職級參事處長以上，共 97 人，未來會持續擴大導入範圍並聆聽反饋修正做法，希望可以激勵員工持續努力。

✓ 人才理念

人才育成是本集團及集團負責人最重要之職責，秉持著松下創辦人的精神「實踐製造之前先育成人材」，建立相關經營理念與意識，實踐永續經營之理念。基於公司中、長期事業經營暨重點戰略的實現，所需之戰略方向：

- 幹部開發體系之建立與實現
- 符合事業發展專案人才招募與多元人才募管道建立
- 公開透明評價方式建立與員工溝通平台
- 落實成果主義激勵施策導入
- 企業組織文化的改革推動

✓ 人力資源發展方針

全球 Panasonic 集團於人力資源發展政策中，鼓勵全體員工實踐 Panasonic 之價值與理念，並建立五大關鍵方針。

為實現集團目標，台灣松下電器將人力資源管理分為三個子部門：

1. 員工關係部：人事、薪酬、獎金、組織、升遷、勞資溝通
2. 員工支援部：人才發展、教育訓練、員工福祉
3. 人力規劃部：人力規劃、人員招募

透過三個子部門的明確分工確保落實各人力資源目標，同時人力資源戰略部門則做為公司策略夥伴，配合公司未來成長策略，進行人事制度改革及接班人培育，以對應未來的事業發展。



一 · 招募與組成

▶ 1. 招募

本集團在招募及晉用勞工時響應世界人權宣言，不因種族、膚色、性別、語言、宗教、政治或其他見解、國籍或社會出身、財產、出生或其他身分而有所區別。同時謹守各國勞動法規，從未發生聘用童工之事件。

2019 年，台灣 Panasonic 集團新進及離職人數如下表，我們把員工作為自己的家人，始終為員工著想，也塑造了本集團的低離職率，而以台灣松下電器為例，員工平均年資 13.7 年，顯見員工對我們的認同，資深的同仁也為公司的長期競爭力提供了最堅強的後盾。

台灣 Panasonic 集團新進及離職人數

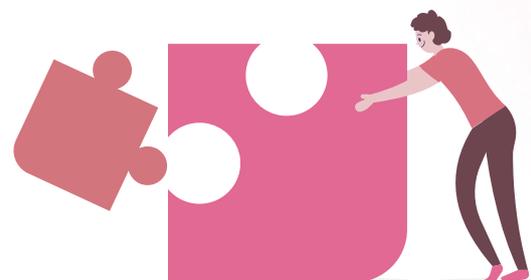
新進員工數	新進率	離職員工數	離職率
438	9.1%	392	8.2%

台灣松下電器新進及離職人數

項目	2019 年				
	男性		女性		
	人數	比例	人數	比例	
新進人數	30 歲以下	114	8.5%	58	6.8%
	30-50 歲	23	1.7%	5	0.6%
	50 歲以上	4	0.3%	1	0.1%
	總數	141	10.6%	64	7.5%
	合計	205		新進率	9.3%
離職人數	30 歲以下	80	6.0%	34	4.0%
	30-50 歲	12	0.9%	32	3.7%
	50 歲以上	31	2.3%	4	0.5%
	總數	123	9.2%	70	8.2%
	合計	193		離職率	8.8%

我們持續拓展人才招聘之管道，除透過台灣 Panasonic 官方網站、全球 Panasonic 人才招聘網站為求職者提供方便、完整的資訊外，也藉由人力銀行、獵人頭公司、校園徵才、大專院校實習及內部員工推薦等管道募集人才。

台灣 Panasonic 集團以人性化的勞動管理為傲，透過勞資合作與完善的員工照護資源，協助員工發展職能、自我實現，建立重視工作尊嚴的職場生態。因應近年公司研發轉型，也擴大產學合作，開闢多元招聘管道。





▶ 2. 員工組成及多元化

截至 2019 年底，台灣 Panasonic 集團總人數為 4,787 人¹，其中四大製造公司因產業特性員工數較多，台灣松下電器共有 2,194 位為集團員工人數最多之公司，次多者為台灣松下電腦共有 1,096 人。

由於本集團的技術人員比例高，目前台灣相關科系及勞動力仍是以男性為主，也因此本集團的男女比為 1:0.7，而在非技術人員的職務中女性的比例則會較高，本集團為持續平衡員工之男女性別比，在非技術人員及經營管理職務方面則會著重在提升女性員工的比例，在人力配置上亦尊重多樣性與包容性，各公司皆依法足額晉用並保障身障者就業權益，身心障礙者中更有 13.8% 擔任主管職務，顯見我們為身心障礙者提供穩定而優質的工作環境。

二 · 人才發展與培育

「人才立社」是 Panasonic 集團創辦人最為重視的理念之一，Panasonic 集團秉持製造產品前，先培育人才的经营理念配合 Panasonic 集團願景、使命及方針，為員工進行培訓和技能提升，並將人力資源分為職涯管理及職能別管理，提供員工職涯各階段多元發展途徑與育成訓練。除人才發展與培育外，本集團同時考量組織未來人才缺口及健全體制等，給予員工相應之薪酬及職責，以提升員工自信及留職率，上述作為成功使本集團能屢創經營績效之新高，更長期維持商品市場佔有率第一名，足見本集團之人才發展能夠有效提升集團績效，並達成經營目標。

註：¹ 包含正式、約聘僱及派遣員工

▶ 1. 人才育成

2019 年本集團投入訓練課程經費達新台幣 6,234,842 元

本集團為提升人力資源品質，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（管理、製造、技術、品質、購買、營業/服務），並分別訂有嚴謹的職涯管理辦法及進修規章，針對各級人員所應具備之技能，本集團持續辦理相關課程與檢定，評估現有人員能力與未來需求的契合度，進而思考如何就現有人才進行專業能力的培育。

而為使員工更具國際視野，培育全球化人才，且與日本母集團連結，本集團亦持續為重要幹部及技術人員安排赴日進修並參與日本工科短大受訓、語文課程與檢定等，積極養成人才。

▶ 1 教育訓練體制

本集團的教育訓練體制從新進員工開始共分為四個階段：

- **新人訓練**：包含完整福利介紹、環境保護承諾、經營理念、品質政策、法令遵循、資訊安全管理及職業安全衛生等內容，建立對公司及集團的完整了解
- **技術提升**：針對各階人員應具備的技能，參照 TTQS 人才發展品質管理系統規劃研修流程
- **資格昇格**：針對晉升資格職前準備的進修，通常以課題型的研修為主，由主管隨時指導及中間確認課題實施進度，帶領準備晉升的同仁完成工作專題報告與發表，昇格後進行新資格及新任命主管的課程研修
- **管理職務**：針對管理階層所需具備之能力，包含：領導力課程、管理能力研修、賄賂與誠信法務授課、勞動法外聘講師授課、環境保護授課

台灣 Panasonic 集團透過集團的共同進修平台，促進各公司間人才的交流，進一步提升跨公司合作之效益。除上述四階段課程之外，本集團近年亦持續推展儲備幹部培訓計畫以持續培育中高階主管的接班人。同時為培養員工的跨界思考能力及提升人文素養，與洪建全基金會合作開辦人文藝術課程，其餘外訓課程各單位可依需求提出，費用則由公司負擔。



▷ 2 中高階主管培訓

除上述培訓課程外，本集團亦針對中高階主管及其接班人進行培訓，開設多項課程，其中包含標竿企業參訪、專題課程及外聘教授一對一討論與指導，以學習服務轉型與企業世代交替之經驗交流，同時也針對 Panasonic 集團的經營策略及組織文化開設專門課程。期望透過上述課程，提升主管視野、強化經管理思維並建立人脈資源。

▷ 3 集團各公司特色訓練

而在集團的教育訓練體制外，集團各公司也會針對自身的業務及產業特色進行不同的人才培育課程設計，內容包含：公司文化的培養、公司職能需求、前瞻技術 IoT 及 AI 課程、管理職共識凝聚合宿、軟性能力(領導力、情緒力、團隊建立與溝通).....等等。

上述豐富而完整的人才培育規劃打造了台灣 Panasonic 集團在台將近 60 年的核心競爭力，未來本集團也將持續規劃更加精實的培訓制度與課程，再搭配集團各公司自行規劃的課程，建立完整的培訓體制，2019 年台灣松下電器員工平均訓練時數請參考下表。

2019 年台灣松下電器員工平均訓練時數

	男性		女性	
	人數	平均每人時數	人數	平均每人時數
主管	523	46	69	103.8
非主管	1,025	9	980	1.5
總計	1,548	22	1,049	8.2

▶ 2. 技能競賽

內部檢定

為培育人員全方位的多能工技能，每年會展開全公司性的技能檢定培訓，在學科與術科同時合格後，頒發三年有效合格證書。

內部競賽

為滿足公司同仁們挑戰技能的需求、達到能力高位水準化，舉行技能競賽，每個項目由社內專業講師與評審評分，並由總經理親自頒發獎狀及獎金。

Panasonic Corporation 全球競賽

每年 10 月時會由日本的人才開發公司 (HRDC) 為主軸舉辦。全世界各國家的 Panasonic 優秀選手在日本聚集競爭，爭取成為全球松下技能領頭羊。

Panasonic 集團以製造及品質立社，本著追求企業的永續發展及滿足員工自我技術提升的期望，每年舉辦全球集團技能競賽來提升全體員工的技能水平及實踐最高技能水平的追求。



技能競賽分為台灣及全球競賽兩部分，由台灣技能檢定及競賽選出代表出賽的選手，進行一至二個月的訓練。並於賽前三天前往日本進行現地練習，由日本講師進行指導，讓同仁們能再更一步學習並更新技能。2019 年台灣松下電器集團赴日參賽獲得一銅牌，近四年台灣松下電器集團的獲獎保持每年持續獲獎的紀錄，可以見得台灣松下電器集團員工持續保持著精進之心，而代表台灣松下赴日參加比賽之獲獎選手，歸國後會由總經理頒發獎牌與獎金以茲鼓勵。



銀鐸銅獎 吳昇源

▶ 3. 績效評估

台灣松下電器的績效評估是透過定期紀錄的員工績效考核表與每年 4 月的績效面談進行，用以與員工充分溝通及討論員工職涯發展，並且建立從部門到公司整體的共識，本公司所有員工不分性別及類別都必須參與。

根據績效考評結果，對員工進行適當的任命、升遷及加薪，也了解員工的職涯發展規劃，做為公司內人員調配及中高階主管接班人的依據，並與員工共同訂立個人下一年度目標。

2019 年為強化績效面談的成效，台灣松下電器導入主管整體評價反饋機制，使員工更能掌握針對上一年度整體的績效主管對其的整體評價，藉此強化員工與主管的溝通。

針對每位員工每年的績效表現，台灣松下電器皆將其詳實記錄於系統中，建立員工檔案庫，以此做為未來人才需求時的人才庫。

而台灣 Panasonic 集團中各公司除上述做法之外亦會根據自身業務及產業性質發展適合的績效評估方式，如台灣松下環境方案即發展出「高潛力人才發展制度」，透過定義公司所需之高潛力人才、分析其職涯需求與市場薪酬，制定適合的員工激勵方案。



三 · 員工溝通與福利

▶ 1. 員工溝通

台灣 Panasonic 集團為傾聽員工心聲以積極留任人才，除單位人事主管及總經理電子信箱外建立了多元溝通管道作為提升與改進公司管理之依據，並確保員工意見能夠被聽見並得到回應，而每間集團公司亦根據自身的營運規模大小及業務特性有不同的員工溝通方式，由於台灣松下電器是台灣 Panasonic 集團最早成立之公司，其後成立的集團公司多會參採其作法，雖未必有相同管道但都會有類似的替代方案，因此以下將以台灣松下電器為例說明。



▶ 1 部門懇談會

各部門每三個月由部門主管召開部門懇談會，會中就部門業務及各員工的意見進行討論，會後將會議紀錄上交到人力資源中心後，針對各問題再由公司相關單位進行回應。

▶ 2 工會

2019 年台灣松下電器工會主要討論的議程有「勞工退休金監督委員會運行辦法」、「員工績效考核雙向溝通」以及「勞動條件變更的溝通」，工會要求公司在嚴重影響員工權利的重大營運變化之前一年需提前告知員工，也因此 2020 年度針對銷售公司合一事項，也依工會要求在 2019 年通知員工及其代表。我們積極傾聽員工心聲並得到了政府肯定，於 2019 年榮獲「新北市政府勞資關係貢獻獎」。

台灣松下電器於 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，為勞資和諧及勞資事務處理奠定新的里程碑，其後公司與工會每三年簽訂一次團體協約。工會運作以理監事為主體，協助勞資代表及福利委員，定期會議中爭取並確保員工福祉。理監事及福利委員會每月召開 1 次會議，勞資代表每 3 個月召開 1 次，勞資雙方都依年度計畫循序推進議題及行事，共同達成協議。員工可透過工會幹部反應意見，或透過各單位會員代表於會員大會會議中反應。

▶ 3 EOS 員工意見調查

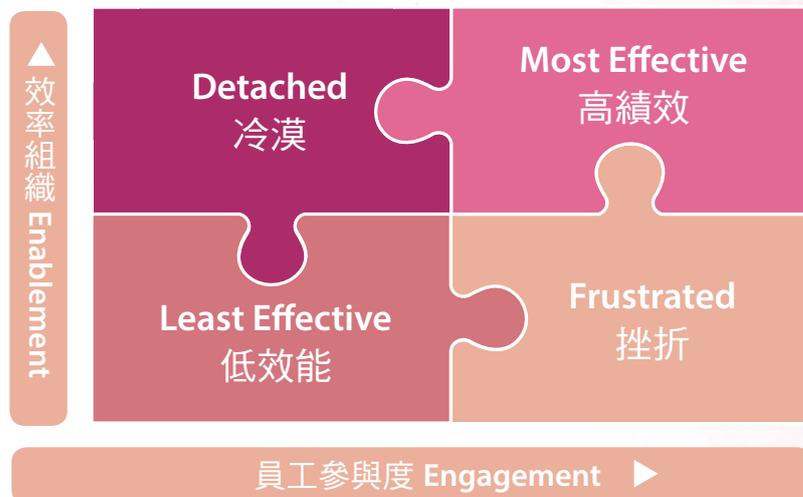
EOS 員工意見調查為全球 Panasonic 集團為衡量員工的承諾、動機、目標感和對工作及組織熱情的全球統一問卷，透過瞭解問卷瞭解組織中的問題進行改善，進一步提升員工向心力及績效。本調查於每年 11 月間進行為期三週、採 26 種語言的線上匿名調查作業。

本回調查期間自 2019 年 11 月 7 日起至 11 月 28 日止，共計約有 170,000 社員共同參與調查，台灣松下電器集團總計有 1,991 人參與調查，1,937 人回答，整體回答率高達 97.3%，除每年持續上升外，今年亦為歷年最高。後續公司透過 PDCA 的手法，將調查結果向經營責任者報告及對員工公告週知，並針對自部門之調查結果，提出行動方案及進度追蹤報告，以改善員工的整體工作環境。

EOS 評估面向：

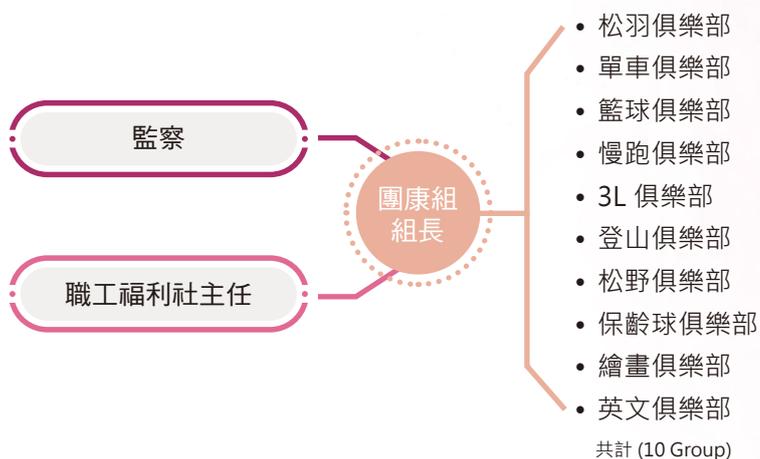
EOS 透過員工參與度、組織支持度兩大平面向，其中包含 12 個評估因素，共以 45 道題目進行衡量。參與度與組織支持效率皆高之員工屬於高績效 (Most Effective) 群體，此為最有生產力和積極性的員工群體，代表理想的狀態。

2019 年台灣 Panasonic 集團的 EOS 評估結果平均而言相當於往年，仍舊持續高於全球 Panasonic 集團的水準，屬於高效率的員工群體持續超過總員工數的一半，未來本集團將針對評分中表現較差的項目進行行動計畫的訂定，並配合集團發展持續提升員工的參與度與對集團的支持度。



▶ 2. 社團及員工活動

台灣 Panasonic 集團各公司依據自身經營情形設立不同的員工社團及舉辦員工活動，各公司每年皆投入大量的時間與經費，希望能幫助松下的員工達到工作生活平衡，Work Hard and Play Hard！以下以台灣松下電器及松下產業科技為例介紹。



▶ 1 台灣松下電器

台灣松下電器團康組自 1981 年 10 月成立，至今已有 10 個社團，皆由員工主動發起並負責活動運作，2019 年度活動總參加人次高達 4,468 人，其中的 3L 俱樂部 (Loving, Living & Learning) 俱樂部，近年持續透過義賣、捐贈、認養、認購等方式向公司員工進行募捐，在 2019 年共有 809 人合計捐贈了新台幣 895,602 元，身體力行的體現松下造福社會的精神。





▷ 2 松下產業科技

Power of Walk 健走活動是松下產業科技於 2017 年發起徒步遠征的戶外活動，其精神是「一個人可以走很快，但一群人才走得遠！」，因每年員工的熱烈迴響而逐步提升挑戰級別，今年已提升至 36 公里與 42 公里兩個組別，並且也擴大參與對象至員工家庭，將親子健走活動納入家庭日之中，讓員工及其家庭都能一起共襄盛舉。

Power of Walk 健走活動不僅僅是單純的個人健走活動，此挑戰要求小組夥伴必須「一起」抵達終點，以此建立團隊精神。為了幫助員工順利達成挑戰目標，公司會替員工安排訓練計畫，同時將不同業務的同仁打散分組，讓平常難以共事的同仁有彼此交流的機會，讓擁有不同專長的人學會相互扶持、彼此激勵。

▶ 3. 員工薪資與福利

▷ 1 薪資

台灣 Panasonic 集團實行男女同工同酬，新進員工依學歷科系別任敘，不因員工性別區分起薪薪資，由於產業特性過去主管多以男性為主，因此在男女平均薪資仍有些許差異，也因此在此產業的勞動力市場有越來越多女性投入後，台灣 Panasonic 集團近年亦積極拔擢女性主管，希望逐漸消彌平均薪資差距。

台灣松下電器男女薪資比

	男性薪資	女性薪資
管理職	1	0.76
非管理職	1	0.80

▷ 2 員工福利

2019 年本集團員工福利經費達新台幣 47,925,709 元

台灣 Panasonic 集團為與員工共同分享經營成果並提升員工向心力，年終獎金的發放亦會配合公司營運狀況，例如近年台灣松下電器經營績效屢創新高，員工年終獎金平均即高達 7 個月以上。同時也根據自身員工需求設立了豐富的福利制度，例如：松下產業科技近年重視辦公環境改善，更新辦公室人體工學椅、頭靠椅背與外接螢幕；台灣松下電材推行每週三禁止加班，搭配既有員工健康促進活動，提升同仁生活品質；台灣松下多層材料根據員工健檢結果，舉行飲食與健康講座；台灣松下環境方案則增加津貼次數，達成有感的員工福利提升；2019 年台灣松下電器集團成立後首次舉辦尾牙活動，希望藉此持續激勵員工。

台灣松下電器集團員工福利²

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、生日禮金、員工旅遊補助
保險	員工團體保險(人壽保險、意外險、傷害醫療險、住院醫療險)
退休計畫	依法提撥勞退基金、提早退休優惠辦法
補助措施	員工及配偶生育賀金、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
健康檢查	一般/新進員工、特殊作業員工、外勤人員、幹部暨資深員工
其它福利	每年額外 9 天暑假假期、尾牙活動

註²：台灣松下電器營運據點：新北市中和區員山路 579 號，為集團內重要營運據點

▷ 3 育嬰假

本集團重視員工健康與家庭生活，為保障員工孕期調養、家庭照顧之品質，依性別平等法所賦予的權利，所有員工皆享有符合勞基法之育嬰假，可申請留職停薪。

項目	男性	女性	總計
A：2019 年度申請育嬰留停總人數	5	3	8
B：申請於 2019 年復職人數	2	3	5
C：2019 年度實際復職人數	2	3	5
D：2018 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	1	2	3
E：2018 年育嬰留停復職人數	1	2	3
復職率 % = C/B	100%	100%	100%
留任率 % = D/E	50%	50%	50%

四 · 安全照護

Panasonic 之職業安全環境理念為：基於「對人尊重」的精神，實現安全、有益身心健康的舒適工作職場。

本小節之範圍除特別標註以外，原則包括台灣 Panasonic 集團中四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料。另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團之中和廠區部份資源，因此本章節所稱之中和廠區為此兩家製造公司之代稱。

台灣 Panasonic 集團每年持續針對各營運據點之職業安全環境進行積極改善，除最低限度遵守相關法規，我們針對不同工作崗位設有專門設計之職業安全衛生教育訓練，希望能夠強化員工職業安全衛生意識。在管理架構上，台灣 Panasonic 集團各子公司設有職業安全衛生管理委員會或相同職責單位，藉由定期召開討論解決工作環境中相關風險，期望能夠理解員工感受並發現問題點，強化風險控管，達到防範於未然之效果。

▶ 1. 工作安全

Panasonic 安全衛生政策



台灣 Panasonic 集團藉由管理架構發現問題點，如台灣松下電器設有職業安全衛生管理委員會，配合職業安全衛生風險，積極改善相關設施及作為。部分特殊作業環境 (如需接觸化學物質之作業流程) 亦會採取定期檢驗方式，確保相關作業人員皆獲得完善保護。相關流程如下：



本年度施行之職業安全衛生風險對應作為如下：

公司	職業安全衛生風險對應	說明
中和廠區	堆高機限速增設	堆高機加裝限速警報器，限制廠區內速度 (室內 5km、室外 10km)，並透過警報器提醒駕駛及周遭同仁，降低事故發生。
台灣松下電材	添購氣壓升降平台推車	因應廠區重物搬運，重複不當彎腰姿勢負重搬運，容易造成搬運物體不平衡、傾倒、費力，或造成人員肌肉骨骼受傷，因此添購設備避免造成相關職業災害。
台灣松下多層材料	設置防墜器	現場設備保全增添，設置勾掛點使安全帶有穩固勾掛位置。
	成型機安全改善	增加安全光閘、連鎖裝置、安全圍欄及警示標語提醒作業人員。
	機台模範產線改善	增加安全光閘、連鎖裝置、安全圍欄及警示標語提醒作業人員。

● 台灣松下電器於 2019 年委託檢測機構進行作業環境監測結果如下；

2019 年	化學性因子	物理性因子	經費
5 月	93 點	113 點	221,165
11 月	97 點	119 點	225,838

兩次檢驗結果均符合法規要求標準，顯示作業環境控管得當，將曝露員工於環境化學物質之風險降至最低。

(2) 教育訓練

台灣 Panasonic 集團為強化廠區所有人員之安全衛生意識與危害預防能力，並有效落實 Panasonic 安全衛生管理規定，要求同仁需定期接受安全衛生管理教育訓練。

教育訓練包含新進員工訓練、全體員工一般安全衛生教育訓練與相關主題講習，以及安全專責人員之專業教育訓練與專業證照訓練。2019 年安全衛生相關教育訓練總計辦理 13 場次，共有近 1,000 人次參與課程、總課程時長為 70.5 小時。



台灣松下多層材料 - 安全道場

台灣松下多層材料為讓員工對於安全環境相關規範及危險性有更進一步的瞭解，於 2019 年份設置「安全道場」，內有製作油壓升降機、捲夾體驗機、裁切體驗機、靜電體驗機、壓力體驗機及其他安全相關設備，讓員工在無危險性的環境中練習相關操作及規範。2019 年共訓練全社 364 人，每次課程約 1-2 小時。



▶ 2. 工傷職災狀況

2019 年，台灣松下電器未發生員工或其他工作者之職災、職業病事件。

綜觀過往五年，台灣松下電器所有職業傷害事件為 2017 年發生之機台夾傷、走廊滑倒各一件，意外發生的頻率與嚴重性皆遠低於台灣家用電器製造業平均值。台灣松下電器除透過安全衛生管理系統、例行巡檢、醫師訪視、訓練演習對職業安全進行管理外，更針對潛在職業傷害風險製作調查報告書，鑑別事件發生原因、提出改善對策，並於各工廠間進行案例討論與宣導，力求有效防止類似事故發生。

2017-2019 年度台灣家電業綜合傷害指數平均值：

行業別	失能傷害頻率	失能傷害嚴重率	綜合傷害指數
家用電器製造業平均	0.83	125	0.32
2019 年台灣松下電器	0.03	1	0.01

五 · 健康照護

台灣 Panasonic 集團照顧員工健康之措施可分為人因危害預防、健康管理促進與日常健康維護三大部分，除例行健康檢查、動態活動、知識宣導、環境優化外，更積極引入外部資源，透過與大學研究室合作、導入健康管理 App 等，力求為同仁建立方便、完善、符合自身需求的健康照護資源。

本小節之範圍除特別標註以外，原則包括台灣 Panasonic 集團中四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料。另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團之中和廠區部份資源，因此本章節所稱之中和廠區為此兩家製造公司之代稱。



▶ 1. 人因危害預防

台灣 Panasonic 集團定期邀請職業健康醫師訪視並提出之建議即開設職業健康相關之講座課程。主管亦經常性執行現場巡查與同仁意見反應，由工廠端回覆健康安全預防與改善計畫，執行相關改善、優化措施後由安全衛生人員確認改善成果並持續追蹤成效。

▶ 1 職業健康醫師訪查

台灣松下電器及台灣松下電腦之人因危害預防除職業安全面向外，也與台北市立聯合醫院之職業醫學科合作，由職業專科醫師評估職場物理性、化學性、人因、過勞等潛在安全危害。2019 年健康檢查台灣松下電器及松下電腦健康檢查異常並需改善人數為 5 人，經追蹤治療後目前已改善人數為 3 人，需持續追蹤人數為 2 人。

主管及職業健康醫師訪查時相當關心員工工作負荷情形，如經下列程序判定負荷過高則會協助員工進行調整：

臨場訪視重點 (異常工作負荷健康管理)



2019 年度訪查	需改善人數	已改善人數	需持續追蹤人數
中和廠區異常工作負荷	55	55	0

台灣松下電材及台灣松下多層材料於 2019 年度亦因應其特殊之工作環境風險，定期邀請當地醫院之職業醫學專業醫師進行相關輔導以及進行特殊健康檢查，檢查結果皆為正常，相關參與人數如下：

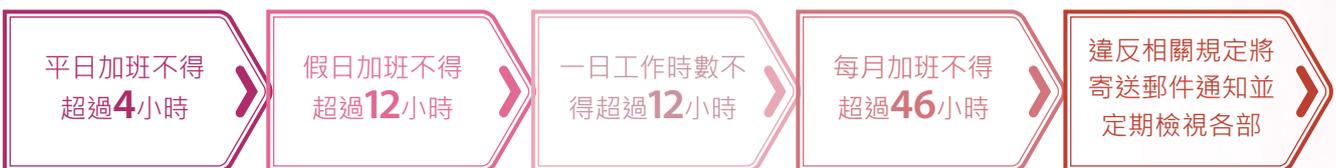
	課程	內容	總場次	總參與人數
台灣松下電材	人因危害預防	請職醫骨骼肌肉疾病預防面談及衛教課程	2	10
	噪音特殊作業預防	請職醫認識噪音危害防治面談及衛教課程	1	8
台灣松下多層材料	健檢報告知多少？ 三高尿酸要顧好！	常見健康檢查異常發現及常見生活習慣疾病	1	14

台灣松下電材	噪音	粉塵作業	正己烷	游離輻射	甲醛	心電圖
檢查人數	2	20	2	1	20	12

台灣松下多層材料	噪音	游離輻射	二甲基甲醯胺
檢查人數	32	63	74

▶ 2 加班時數控管

為確保員工擁有足夠的休息時間及休假權益，台灣松下電器自 2015 年起將加班時數系統可視化，讓各單位主管可以快速掌握員工加班時數，在 2017 年 4 月起開始實施加班預報系統，使主管可提前控管員工的加班時數，並在員工即將超時前予以警示，大幅提升控管的精確度，同時若是實際加班超出預報亦須獲得主管簽核，使得台灣松下電器能夠確保員工能夠一步步達到工作生活平衡，亦大幅降低了員工在工作時因精神不濟而受傷的風險。



▶ 2. 健康管理促進

台灣 Panasonic 集團中和廠區定期邀請職業健康醫師訪視並提出之建議即開設職業健康相關之講座課程。主管亦經常性執行現場巡查與同仁意見反應，由工廠端回覆健康安全預防與改善計畫，執行相關改善、優化措施後由安全衛生人員確認改善成果並持續追蹤成效。



在 2019 年度台灣 Panasonic 集團中和廠區針對幹部及 45 歲以上員工之健康檢查中針對六項常見議題 (如上圖) 進行特別檢查。檢查後員工整體健康改進狀況良好，顯示台灣 Panasonic 集團於協助員工健康管理上有卓越成效。

▷ 1 健康管理促進

2019 年，台灣 Panasonic 集團承襲去年所增加之健康管理評估項目，由醫護團隊檢討其員工健康風險並提供適合個人狀況的健康管理資源，並針對高度健康危害風險員工，進一步給予一對一指導與訪視關懷，調整其工作環境，降低促發疾病之可能性。

(單位：人次)

	台灣松下電器	台灣松下電腦	台灣松下電材	台灣松下多層材料
血壓測量	2,732	324	現場有血壓機供員工自行檢測	可連絡廠護進行量測
新人體檢報告	239	630	30	63
配工適工	35	630	20	0
母性關懷	11	74	4	10
復工評估	24	10	3	4
傷病照護	462	572	14	48
健康指導	6,297	634	87	41
健康諮詢	8,465	344	41	18
轉介服務	648	346	0	0
異常工作負荷	2,188	110	22	4
人因工程評估	2,208	108	11	18

▷ 2 健康分級制度

台灣 Panasonic 集團定期協助員工進行體檢，相關體檢成果將進行健康分級管理及追蹤，以協助員工進行健康管理，達到生活與職場之健康平衡。健康分級管理制度之說明及 2019 年追蹤人數如下：

級數	定義	台灣松下電器 台灣松下電腦	台灣松下電材	台灣松下多層材料
第一級	體檢項目正常	450	27	36
第二級	部分異常但與職場無關	1,727	164	164
第三級	有異常需限制條件 (職場) 或執行保護計畫	12	17	62
第四級	異常需立即就醫	0	1	23
總體檢人數		2,189	209	285

同仁除定期接受醫護人員健康分析結果外，也可主動透過公司開創之個案聯絡管道獲取資訊與協助，如 LINE 心靈資訊站、臉書社團、醫護團隊意見箱等多元資訊媒介。針對員工心理健康，健康管理室也提供專業心理諮商師、臨床專業治療師開辦員工生活講座，提供員工支持並分享相關資訊。

未來，台灣 Panasonic 集團計劃持續強化員工健康管理的周延性，根據健康風險等級的不同，適當調整體檢項目，並持續優化健檢後的健康管理機制。同時，規劃繼續利用科技媒體設計健康活動與工具，鼓勵同仁參與，也規劃增進全面性健康推動，如心理健康、睡眠健康。

▶ 3. 日常健康維護

台灣 Panasonic 集團為了創造健康、舒適的職場生活，在飲食上對員工團膳設立了嚴謹的管理制度，根據員工意見回饋、體檢結果設計營養、安全、令員工滿意的餐點；也鼓勵員工參與運動及健康活動，從日常生活中保持健康，達到生活工作平衡。

▶ 1 飲食照顧

台灣 Panasonic 集團認為健康的飲食是員工身心靈健康的基本條件。目前台灣松下電器及台灣松下多層材料設有員工餐廳之單位皆設置員工餐廳相關委員會，並針對供餐菜色以及餐廳環境和員工及外包廠商進行溝通。松下電器每年度亦進行滿意度調查，並將相關結果與外包廠商討論溝通，改善飲食內容及藉此促進員工健康。

餐廳滿意度調查結果 滿意度百分比	2017	2018	2019
中和廠區	79.8	80.0	81.5

▶ 2 健康促進活動

台灣松下電器集團在 2019 年度於中和廠區共舉辦 9 場健康促進活動及講座，累計共 964 位員工參與，相關課程如下：

	課程及講座名稱	參與人數
1	下背痛	98
2	防護達人 – 要動不要痛	120
3	中年危機 – 男女更年期的不同	80
4	痛 – 要你懂我的痛	108
5	2019 AJTA 台灣 Panasonic 邀請賽	75
6	紓壓實作 – 結合日常	90
7	科技體適能	168
8	KO 上班族肩頸痠痛 & 下背痛	120
9	抗壓好心情 – 紓壓穴道按摩	105

4 共榮成長

- 供應鏈管理
- 經銷商合作
- 顧客服務

禮節謙讓
的精神

和衷共濟
的精神

章節亮點

- ★ 2019 年共實施 91 家供應商監察，成績均達 A 評價，達標率為 100%
- ★ 二代 Nice 經銷商經營管理系統正式上線使用店數為 304 家
- ★ 客戶服務滿意度達 91.93%

章節重大主題 - 客戶服務

✓ 對松下的意義

台灣松下電器集團認為最好的顧客服務是從商品開發設計、購買到售後維修，環環相扣、滿足顧客需求的過程。因此我們成立生活研究中心解決售前問題、與經銷商及直營店積極增進銷售體驗以及增加教育訓練保持售後服務及維修水準。我們希望顧客不僅滿意我們的產品，也能體會到產品為客戶帶來的實際價值。

✓ 松下的承諾

台灣 Panasonic 集團將持續精進售前、購買及售後等全方面之客戶服務，透過持續的研發及內外部教育訓練砥礪我們的產品與人員，並帶給客戶「感動服務」。客戶於任何管道的指教與批評，我們一定都在最短時間內反應，期望能解決客戶的疑惑，也帶給我們成長的動力。

✓ 松下的目標

短期：持續進行客服人員及維修人員教育訓練。

中長期：增加智能客服以及社群媒體使用比例，主動與客戶溝通並提升服務品質。

✓ 申訴與溝通機制

多元化的管道傾聽客戶的聲音並予以協助，包含電話溝通、網路留言、EMAIL 以及簡訊發送。客戶亦可經由經銷商或直營店提出疑問或維修要求。

✓ 投入的資源

生活研究中心目前全職員工 7 人

業務與服務人員之教育訓練本年度 共計 1,438 小時

✓ 具體實績與專案

1.2019 年度台灣松下電器集團客服人員 陳雪琦女士獲 CSEA「卓越客戶服務大獎」之個人類「最佳服務之星」。

2.2019 客戶服務滿意度達 91.93%。



一 · 供應鏈管理

台灣松下電器之原物料包含機械及零件、原材料、電子產品、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。



機械及零件

塑膠射出/真空成形
/塑膠二次加工機，
橡膠、玻璃、絕緣
材料、紙箱等



原材料

塑膠粒、鐵板、鋁
素材、銅管、基板
材料等



電子產品

電阻器、電容器、
線圈、變壓器、基
板、半導體等



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

▶ 1. 永續採購方針

台灣 Panasonic 集團希望將自身的影響力發揮到最大，除了自身的作為外亦影響我們的供應鏈，因此我們訂定我們的永續採購方針：保持社會責任意識，並與實踐社會責任的供應商合作。

具體實踐包括誠信採購、綠色採購、遵紀守法、資訊安全、社會永續等五個面向，基於「企業是社會的公器」之基本理念，在採購過程中依循集團的方針及程序，與全球供應商進行公正公平的交易。同時，共同落實商品節能、資源再利用與回收，不使用有害物質，建立符合經濟、環境、社會等永續價值及共存共榮的夥伴關係。

台灣松下電器集團於 2019 年對供應商召開多次會議，針對法令、法規及 CSR 政策等進行宣達，確保廠商符合誠信採購、遵紀守法及社會永續的面向標準；教育訓練則依據品質、環境、技術等方面，鑑別出不同的關鍵議題與其交流。



▶ 2. 綠色採購規範

台灣松下電器集團對於供應商交付的零部件材料，必須符合全球 Panasonic 集團管理規範，禁止使用 25 種 1 級禁用化學物質。供應商皆需簽訂《製品中不使用規定化學物質保證書》，台灣松下電器集團也和全球 Panasonic 集團定期討論及共享目前全球相關法規訊息，達成全面禁用有害化學物質之目標，並導入綠色採購 GP-Web 管理系統，致力於交易的零部件材料中是否使用到 25 種 1 級禁用物質或 EU REACH-SVHC 物質，由供應商自主宣告材質中含有的物質並登錄到 GP-Web 系統，以確保生產的製品是符合全球限制法規的要求。

針對查驗部分，台灣松下電器集團所有零部件材料皆需依風險等級定期進行快篩 RoHS 共 10 種物質。第一次開發需進行 RoHS 實地監查，項目包含管理文件審核，材料入庫檢查，產線治工具及包裝材料等共 72 項確認清單，年度評價 90 分以上是 A 等級，80 分是 B 等級，需到達 B 等級標準往後才可使用書面監查程序。2019 年共實施了 91 社供應商監查，成績均達 A 評價，達標率為 100%。

除 RoHS 以外，台灣松下電器集團為保護環境生態及客戶健康，2019 年開始實施嚴格地塑化劑管理，其相關流程如下：



▶ 3. 供應商評估

台灣松下電器集團訂有「衛星工廠開發基準」，期望與供應商建立長期互相信賴的關係。我們以品質力 (Q)、成本力 (C)、管理力 (D)、環境保護 (E) 四大項目對供應商進行評核，除平時供應商會議與教育訓練外，針對表現不如預期之廠商亦有輔導計畫，協助其改善營運表現。台灣松下電器集團認為供應商是重要的事業夥伴，並以共存共榮的正面態度與供應商合作，攜手共創良好的商業環境。



▷ 1 供應商風險管理

2019 年度在地化採購金額約 59%，另有 41% 之採購金額為進口項目。進口項目部分，全球 Panasonic 集團設有全球採購中心，結合各地 Panasonic 集團，統一集中採購並施行風險管理對應與管理。

台灣 Panasonic 集團則針對在地化採購部分則設有管理目標如下：

目標	2019 年達成情形 (達成率)	短期目標	中長期目標
廠商開發審核率	90%	95%	100%
QCDE 品質檢測率	96%	98%	100%
交貨期管理率	98%	99%	100%
A 等級供應商比例	25%	30%	60%

另針對特定原物料，台灣松下電器集團亦建立第二供應商制度，在災害或意外發生時能及時轉移生產，以確保營運不中斷。

▷ 2 新供應商開發

因應商品生產與開發需求，台灣松下電器集團每年約增加 5~10% 新廠商，新廠商皆會採取實地監察，除 RoHS 之要求外，QCDE 評價需達到 70 分以上才可進行開發，相關資料蒐集完畢後會上傳到全球 Panasonic 集團系統，並核發全球 Panasonic 集團通用之供應商認定編號。



▷ 3 既有供應商稽核

台灣松下電器集團對既有供應商每年利用 QCDE 制度鑑別有實際潛在負面衝擊之廠商家數，並對供應商進行稽核與評估，2019 年共完成 151 家供應商稽核，成果如下：

地區		台灣	海外	總數
既有供應商家數		213	121	334
經評估之供應商家數		202	94	296
已鑑別有實際或潛在負面衝擊家數		134	17	151
評估高風險或不合格家數		22	6	28
輔導改善	輔導家數	12	3	15
	經輔導後合格供應商家數	12	3	15
	終止合作家數	0	0	0

針對交貨有風險的供應商，台灣松下電器集團提供三個月的輔導計畫協助其降低風險，流程如下；



另除上述 QCDE 評估外，2019 年度台灣松下電器集團也首次導入了信用調查制度，並要求供應商到達 50 分以上 B 等級以上才可合格，進一步降低供應鏈違約之風險。

▶ 4. 松榮會

松榮會為台灣松下電器集團供應商交流平台，成立至今已 25 年，其任務為協助供應鏈夥伴成長達到永續經營並與我們共存共榮。為了達成上述目標，我們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，以進一步提升供應商認知、創造雙贏。

目前松榮會為會員邀請制，廠商需為台灣松下電器集團主要、優良並達到一定交易金額以上才予以邀請。2019 年度台灣松下電器集團共有 78 家供應商會員，舉辦之活動如下：



活動內容	參加人數
松榮會年度大會	全數會員
幹部交流會	60 人
研修會	36 人
會員工廠資訊安全診斷	12 人
新商品發表會	103 人
優良工廠選拔	38 人
國內外優良公司參觀	43 人



▷ 1 幹部交流會

松榮會幹部會議為每 3 個月舉辦一次之活動，目的為共同討論會員供應商當下所遇到之商業議題，我們會與夥伴共同研議問題解決計畫，並持續確認計畫施行效果以確保夥伴能夠永續經營。

● 供應商團隊化，共同提升經營績效

● 和台灣松下電器集團建立固定供通管道，相互支援合作

● 情報共享
異業交流

● 改善提報議題及
相關管理機制



▷ 2 會員工廠資訊安全診斷

為持續確保公司商業資訊及消費者的隱私，2019 年我們延

續與供應商共同努力改善資訊安全的政策，台灣松下電器集團本年度選定十家 A 級供應商並邀請外部講師進行資訊安全 ISO 27000 輔導，所有受輔導供應商皆完成導入資安基準，並自我檢測 38 項評分項目之檢測表及由台灣 Panasonic 集團實地檢測。

▷ 3 優秀工廠選拔

2019 年台灣松下電器集團也進行了供應商競賽，由 QCDE 評價結果挑選金、銀、銅及努力獎。幹部初選 18 家，前三名由總經理來現場進行實地評審確認並表揚獲獎供應商，以此激勵供應商持續提升優良表現。

▷ 4 國內外優良公司參觀

除了上述活動，2019 年度台灣松下電器集團更與一優良機械工具機廠商合作進行實地參訪，受訪廠商積極解說其廠房設備及管理秘訣予松榮會會員，為提升台灣 Panasonic 集團整體價值鏈無私分享。

另於國外優良公司參訪部分，本年度參訪馬來西亞 Panasonic 空調工廠與相關銅管供應商。希望藉由參訪國外優良公司及其管理與技術，達到學習與激勵會員之效益。

松榮會已成為台灣松下電器集團密不可分之一部份，不僅感謝供應商與松榮會會員之支持，也藉由與優良供應商之互動成長茁壯，更期望能與引以為傲之松榮會會員邁向台灣 Panasonic 集團的第一個百年。

▶ 5. 承攬商管理

台灣松下電器集團針對承攬商管理之重點為確保廠內人員與承攬商安全，建立承攬商安全衛生管理制度，並定期宣達相關要求，以達最高效益的安全風險控管。為促進承攬商落實安全衛生，台灣松下電材除要求承攬商取得安全衛生丙級業務主管證照外，更主動聘請講師、提供承攬商免費證照課程，透過合作與資源分享，確實提升廠區安全衛生管理。2019 年，台灣松下電器無承攬商工傷情形。

二 · 經銷商合作

經銷商是台灣松下電器集團重要的合作夥伴，也是接觸顧客、傳遞 Panasonic 品牌形象的第一線人員，台灣松下電器集團目前服務授權店數 296 店、直營店數（服務站）28 站；今年新設立之店家 46 店和重新裝潢或擴大之店家 79 家。為了提升合作夥伴的販賣技能，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，提供 IT 及經營層面等課程及經銷商第二代接班者訓練，期透過多元合作模式，建立經銷商與 Panasonic 一體的認知，以提供令顧客滿意的服務、深化對 Panasonic 品牌信任度。



2019 年，台灣松下電器集團以全方位人員應對訓練為主，針對營業人員與服務人員進行國家品質認證的輔導以及家電產品的應用。也包括了經銷商交流平台「松誼會」、二代接班者訓練「二代會」以及女性經銷商為主的「小家電調理會」等多元輔助經銷商之平台，也包含經營理念、如何打造經營、行銷策略、如何利用自身媒體與公司活動資源進行結合及勞基法等相關知識分享，期望能夠協助經銷商成長並與經銷商一同進步。

▶ 1. 經銷通路與溝通

台灣松下電器集團為充分掌握第一線市場品質情報，並促進公司幹部與經銷商的直接雙向溝通，2014 年起，每年邀請主力經銷商分別在北、中兩地召開經銷商品質座談會，共同研討提升顧客滿意度、加深顧客對商品信心的策略並聽取建言。2019 年共 82 人到場，涵蓋全台北、中、南、東部經銷商。



經銷商品質座談會

邀請 Panasonic 經銷專售店及混合有力店一起參加座談會，交流會發言時，經銷商可以暢所欲言並列舉不同品牌的優缺點來做比較參考，督促 Panasonic 商品的品質及成長與提升。

▶ 2. 二代 NICE 經銷商經營管理系統

Nice 系統為經銷商設計的線上經營管理系統，透過台灣松下電器集團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。2019 年度發表第二代新 Nice 系統，正式上線使用店數為 304 家。



▶ 3. 經銷商交流平台

為有效與經銷商建立連結，協助經銷商成長並聽取建議改進 Panasonic 的商品與服務，積極建立各經銷商交流管道，除既有經銷商交流平台「松誼會」之外，台灣松下電器集團也陸續建立協助經銷商二代接班者之二代會以及協助女性經銷商之小家電聯誼會。



▶ 1 松誼會

松誼會為目前台灣松下電器集團為經銷商所設立之交流平台，目前會員人數 665 人，每年定期舉辦相關交流會以及產品發表會，提供經銷商最新的產品資訊以及市場情報分享。



▶ 2 二代會

二代會為台灣松下電器集團協助經銷商第二代接班人之交流平台。台灣 Panasonic 集團非常理解二代接班人之辛勞，並期望能給予適當資源協助經銷商永續經營。本年度二代會會員共 327 人，相關活動包括國內外經銷商經驗分享及交流等多元活動。



活動	特色	2019 年舉辦次數	參與人次
經營研修	二代會成員的經營技能養成，給予如經營理念的建立、戰略的規劃、行銷活動策劃、銷售技能提升、勞務相關法律知識...等相關講座與課程，並提供與台日兩國優秀經銷商的交流參訪。	台灣：2 次 日本：2 次	76
經營回訓研修	針對 2010 年 ~ 2013 年曾參與過二代會研修的經營二代們進行進階的經營研修課程	1 次	28

▷ 3 小家電聯誼會

台灣松下電器集團於 2019 年 5 月正式成立小家電聯誼會，協助女性經銷商了解及操作應用小家電商品。目前北中南設置三間調理體驗館及五位女性小家電專任業務，並提供小家電調理會於體驗館中進行包班制教學，2019 年調理體驗館之實績如下：



	上課班次	上課人數
台北館	11 班次	172 人
台中館	24 班次	319 人
高雄館	16 班次	199 人

2019 年度藉由小家電調理會及專責門市的銷售促進和商品知識傳授，相關店家之生活小家電銷售額有大幅度的增長。台灣松下電器集團將持續協助知識與經驗的傳承，藉由多元的經銷向客戶傳達商品的優點。

三 · 顧客服務

台灣松下電器集團認為，最好的顧客服務是從商品開發設計、購買到售後維修，環環相扣、滿足顧客需求的過程。其中，商品開發設計的根基，在於充分掌握使用者的生活需求，進而改善並優化的生活家電解決方案。

因此，台灣松下電器集團成立了顧客商談中心來回應顧客的需求，我們的顧客服務開始於產品的設計，以顧客觀點出發、收集顧客使用商品的不滿意點與需求，將之應用於商品研發之上，進而開發出更貼近顧客需求，提供顧客更滿意的暢銷商品，達到創造顧客價值的目標。



▶ 1. 售前掌握需求

顧客商談中心於新商品發表前即與營業部門、服務部門、製品審查單位及技術開發單位等相關部門進行前置作業，務求全盤掌握新商品的訊息與知識，如發現問題點便透過公司內部供通管道進行問題點回饋，以期改善相關品質。2019 年度相關回饋如下：



未發售除濕機新機種
說明書修正



促銷活動辦法網頁錯誤修正



有線電話主機顯示語言調整



產品型錄錯誤修正



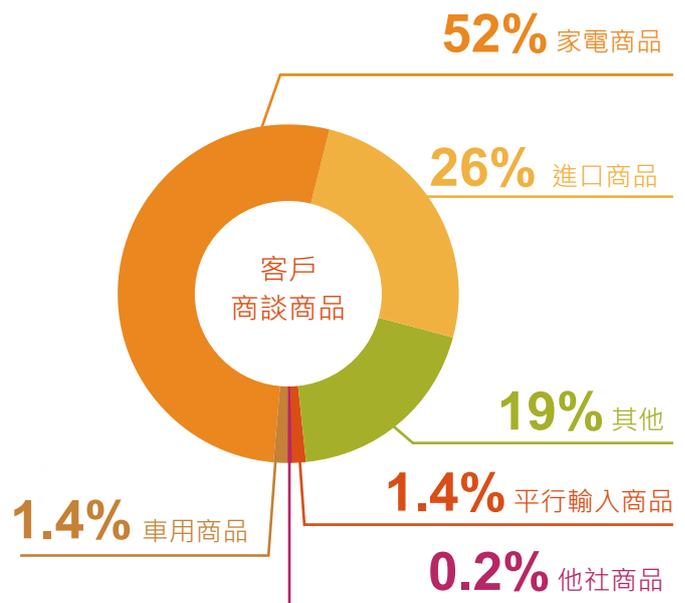
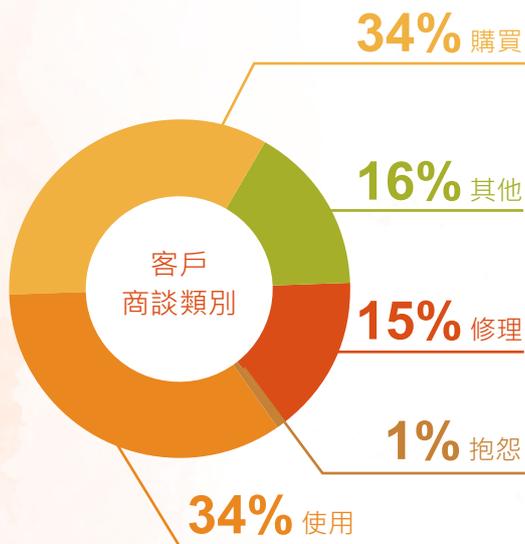
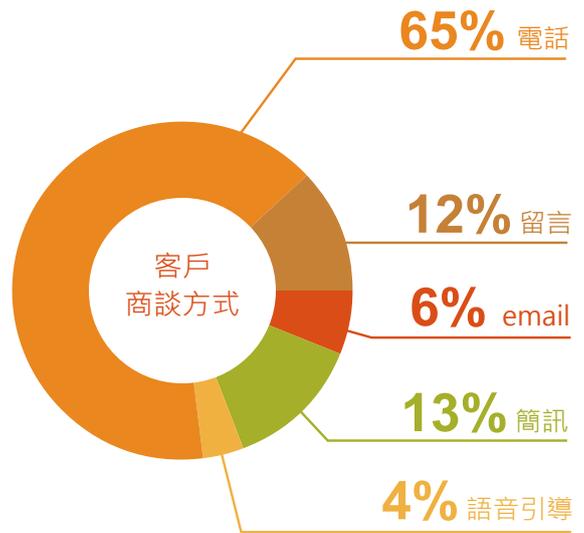
電冰箱蛋架孔洞尺寸調整



電風扇定時開關功能調整

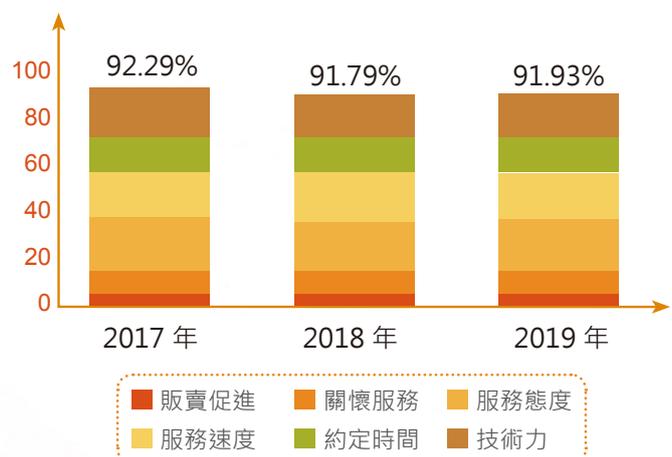
▶ 2. 售後解決問題

對於售後所產生的相關問題，顧客商談中心提供多元化的管道傾聽客戶的聲音並予以協助。包含電話溝通、網路留言、EMAIL 以及簡訊發送，台灣松下電器集團也藉由網路 Q&A 及電話線上語音引導註冊、自動驗證系統協助客戶更有效率地解決問題。接獲需求後，台灣松下電器集團會由專職商談人員鑑別顧客問題，並於商談系統中立案，再依問題屬性轉由適當部門處理，除提供客戶問題解答與所需支援外，也將結果匯入全企業 FAQ 共同資料庫中供使用者查詢，讓顧客能更即時獲取所需資訊與服務。自 2004 年成立至今已累積百萬件商談紀錄，不斷更新累積資料庫並提供顧客更良好的服務品質。



台灣松下電器集團每年執行消費者滿意度調查，針對販賣促進、關懷服務、服務態度、服務速度、約定時間及技術力六大面向進行評比，2019 年得分為 91.93 分，較 2018 年更為提升，期許透過消費者的回饋不斷優化售後服務品質，提供更符合消費者需求的服務。

歷年消費者滿意度調查



台灣松下電器集團也以社群多媒體積極與顧客互動，包含產品介紹影片、相關活動之訊息分享及直播等形式，2019 年度家電類產品之互動數量相較去年度有大幅提升之趨勢，顯示台灣松下電器集團家電類產品已成功獲得顧客注意與青睞。2019 年社群多媒體與數位互動數據如下：

項目	數量		重點營運說明	
	2018 年	2019 年		
粉絲數	Panasonic 家電	26,143	89,374	2018 年轉換全商品宣傳
	Panasonic Beauty	184,534	196,822	美容 / 個人全系列商品
	Panasonic Cooking	117,588	124,879	結合時事議題並強化調理全商品曝光
	Panasonic Lumix	117,158	117,259	結合攝影教室與講座，持續溝通攝影全商品
自社 YouTube	Panasonic Taiwan	3,000	4,700	強化全商品影音素材曝光
官網 (網頁瀏覽量)		12,082,725	15,737,715	強化商品頁設計並豐富網站內容
Club Panasonic (CP) 會員	會員數	41,928	66,965	會員活動擴增 (新品體驗、個人化發信 EDM)
	註冊數	65,081	114,773	商品註冊入口單一化 (2019.12)

高度重視客戶的意見，在接獲顧客反應後，台灣松下電器集團會立刻啟動對應流程



▶ 3. 生活研究中心

生活研究中心透過問卷調查、家庭實地拜訪、群體訪談、模擬居家環境等各種方式，深入了解顧客的使用習慣、發掘顧客的潛在需求，運用量化、質化調查分析，來掌握顧客真正的需求。

生活研究中心不定期發起消費者家庭拜訪，針對全新推出之產品，隨機抽樣消費者進行家庭拜訪。除了當場解決顧客對於產品的問題之外，更希望透過實際訪查，觀察各地消費者的使用習慣與生活環境，盤點顧客的需求，向企劃開發部門提案設計出更符合大眾的產品。

生活研究調查範疇



顧客回饋

「商品再好，沒有好的售後服務真的會讓消費者跳腳，但是 Panasonic 這老品牌並沒有因為大公司而驕傲自滿，反而身段柔軟、親切地面對客戶，真是讓我打從心裡認定品牌的用心。未來如果要汰換家中的老舊家電，我會因為他們對顧客服務至上的態度，而優先考慮 Panasonic 的家電！」



近年針對洗衣機、電冰箱以及空調部分持續改進，協助顧客改善煩惱範例如下：

產品	問題	解決方法	圖片
洗衣機	洗劑因各廠牌劑量及標示單位不同，經常混淆導致投入過多或過少劑量。	洗劑自動投入	
電冰箱	1. 蔬果保鮮不夠持久 2. 肉類解凍不易，且解凍後風味不加	1. 智慧蔬果保鮮室 2. -3°C 微凍結	
空調	夜晚燈號顯示太亮影響睡眠	能自動減光或可關閉的指示燈	

▶ 4. 完善維修服務

台灣松下電器集團重視產品及服務的品質，亦對維修服務採取高規格的要求。目前區分為授權店與服務站，主要服務項目為服務諮詢、維修服務、材料販賣、保養維護以及工程設計與施工。本集團隊授權店及服務站皆採取定期檢視追蹤的管理機制，目前授權店與服務站之管理項目如下表：

區分	定期管理項目
授權店	維修件與材料銷售管理
	保證書回收管理
	人員安定性與技能檢定管理
	年度表彰
服務站	48H 維修時效
	外修一次完修率
	顧客滿意度
	技能評定與獎勵

另也定期舉行相關服務活動及講習如下：

項目	內容	
服務活動	巡迴服務	主動關懷顧客，提供冷暖氣機、洗衣機免費點檢服務，保養優惠
	CS 大會	外地訓練活動、激勵員工士氣與體恤平日辛勞
	CS 教育講習	提升顧客服務對應能力、感動顧客
	服務表彰	年度各項評比表現優良之服務員、服務部門及授權經銷商進行表揚與獎勵

台灣松下電器集團亦定期舉行相關技術講座及檢定，希望藉由維修服務的技術提升，達到較高的顧客滿意度以及延長產品壽命，增加產品使用價值。2019 年度技術相關之講習與檢定如下：

項目	範圍	場次及人數
技術力提升	技術講習	社內、委外、授權店、一般店 86 場 /2681 人次
	銀焊檢定	社內 合格：21 人
	技術評定	社內、委外、授權店 合格：785 人

▶ 5. 客戶隱私保護

台灣松下電器集團自 2012 年開始，每年度均委託第三方機構進行 ISO 27001：2013 的年度審查，並於每三年進行換證。近年外部稽核重點因應 AI 及 IoT 的興起，多集中在資訊安全之審視。台灣松下電器集團也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。

本年度並未發現或接獲任何顧客或監管機關的違反客戶隱私投訴案件。台灣 Panasonic 集團將持續努力保護客戶之隱私，保持客戶可信賴之品牌形象。

▶ 6. 客戶服務教育訓練

為了完善上述各項目之客戶服務，台灣松下電器集團對生活研究中心以及相關客戶服務人員備有完善的教育訓練，因材施教情境引導、將「訓練」與「行動」串聯所學，確實應用於實務工作。除定期更新分享相關客戶服務案例外，亦定期藉由應對演練、書籍研究及內部讀書會方式提升客戶服務品質。台灣松下電器集團希望客戶服務人員不僅提供一致性的優質顧客服務標準，也能藉由學習與溝通成長，學會新的溝通模式，提升顧客價值。台灣松下電器集團 2019 年所施行之客服人員教育訓練如下：



透過上述教育訓練，2019 年度台灣松下電器集團客服人員陳雪琦女士以靈活的專業知識、耐心親切的應對及確實為使用者解決問題之積極態度，以「擁有一顆善良真誠的心，勇於挑戰克服困難，為顧客提供解決各項難題之道」之服務理念報名參與臺灣客服中心發展協會舉辦之 2019 CSEA 卓越客服大獎，獲得「卓越客戶服務大獎」之個人類「最佳服務之星」。

上述的種種作為都彰顯了我們對消費者的重視，而我們努力也成功獲得了消費者的肯定，在 2019 年「讀者文摘信譽品牌」我們總計獲得 4 項白金獎及 6 項金獎的殊榮，成為家電業的最大贏家，不僅連續 21 年獲得讀者文摘信譽品牌的肯定，累計獲獎總數更高達 121 項，再再顯示品牌受廣大消費者的喜愛與信任，未來我們會持續提升顧客服務，致力做到顧客體驗最好、產品品質最佳的目標。



5 在地價值

- 環境承諾與願景
- 能源管理
- 資源管理
- 全球 Panasonic 環保接力
- 人才培育
- 弱勢關懷

造福社會
的精神

遵循法則
的精神

章節亮點

- ★ 能源消耗與溫室氣體排放再創新低
- ★ 2019 年導入高效能空污防制設備
- ★ 社會參與投入金額達新台幣 7,993,093 元

章節重大主題 - 能源管理

✓ 對松下的意義

承襲全球 Panasonic 2050 環境願景「耗能 < 創能」，台灣 Panasonic 集團將能源管理視為產品設計及生產中重大議題之一，並配合全球 Panasonic 集團進行每三年 (2019-2021) 階段性檢討，期望藉由能源管理達到「耗能 < 創能」之目標

✓ 松下的承諾

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

✓ 松下的目標

短期：2019-2021 年每年節電 1%

中長期：達成全球 Panasonic 2050 環境願景「耗能 < 創能」

✓ 申訴與溝通機制

定期舉辦相關社內外環保活動，蒐集員工及外部利害相關人意見並持續改進。

✓ 投入的資源

1. 系統

全製造相關公司依循 ISO14001 規範

2. 設備

- (1) 空壓機、變壓器汰舊換新
- (2) 廠區道路照明更換節能燈具

✓ 具體實績與專案

1. 本年度相較 2018 年度之能源使用減少 4.85%
2. 環境行動計畫 - 綠色計畫 2021

✓ 能源管理與環境理念

台灣 Panasonic 集團深知在「環境保護」的重要性與急迫性，為達成「善待環境」和「與地球環境永續發展」之企業責任，台灣 Panasonic 集團每年均遵照 ISO14001 系統要求嚴格執行各項環境管理工作，並定期進行年度綠色行動計畫檢討以達環境目標，為永續環境與更美好的生活盡一份心力。

✓ 能源與環境管理發展方針

Panasonic 環境願景 2050

所用能源 < 創造能源

為實現「A Better Life (更美好的生活)」以及「永續全球環境」，Panasonic 致力朝向創造並提升能源有效利用，超越所用能源量，追求潔淨能源與更舒適生活品質的社會。

台灣 Panasonic 集團與全球 Panasonic 集團一同遵照 Panasonic 2050 環境願景，在進行各項業務活動的同時，推動各項綠色節能商品製造與推廣，期望落實環境承諾與企業使命。為在台灣本地更好地推廣 Panasonic 2050 環境願景，台灣 Panasonic 集團架構本地綠色推廣方針與承諾如下：

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

✓ 能源與環境相關風險

台灣 Panasonic 集團主要之能源管理相關風險為用電量及範疇二之溫室氣體排放量之增加，兩者皆有對本集團造成財務影響之可能。本集團透過積極汰換老舊設備，並優先使用節能設備，確保每年減少能源使用，近年各主要製造工廠皆穩定減少能源使用量。本集團將秉持與社會共存共榮之精神，持續改善能源使用效率與汰換舊有高耗能設備，期望能為保育自然環境貢獻心力。



一 · 環境承諾與願景

台灣 Panasonic 集團期望透過堅實的管理、合理的目標以及積極的推廣來達到我們對台灣社會的環境承諾。亦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」為經營方針，全力推動環境保護措施，並將「環境保護為企業的社會責任」之概念融入日常業務中，積極構築可持續發展的社會，最終達到「耗能 < 創能」之環境願景。

▶ 1. 2021 環境目標

自 2011 年率先同業發表環境宣言後，台灣 Panasonic 集團於 2011-2015 及 2016-2018 年皆達成目標並持續與全球 Panasonic 集團一同訂定下一階段之挑戰，以確保能完成 Panasonic 2050 環境願景。

全球 Panasonic 集團於達成「綠色計畫 2018」之挑戰後，制定了適用於 2019 年至 2021 年之「綠色計畫 2021」。本階段目標則於實現「Panasonic 環境願景 2050」的重點課題：「能源」和「資源」。同時我們也將致力於進一步加深與整個供應鏈合作夥伴的協作，加速推進環境願景的實現。

「綠色計畫 2021」

相關全球目標與台灣 Panasonic 集團之達成情形如下：



全球總目標		台灣松下電器 目標	2019 情形	2019 達成作為	
能源	相對於所用能源總量，擴大創能總量的比率	每年節電 1%	✔	本年度相較 2018 年度之能源使用減少 4.85%	
	產品				1. 增加產品與服務的節能效率 2. 擴大創能相關事業 3. 利用 AI/IoT 產品與服務達到節能產品與服務之功效
	工廠				1. 推廣零碳排工廠 2. 增加再生能源使用或購買 3. 在生產過程中達到節能效果
資源	1. 創造循環經濟商業模式 2. 減少資源消耗並採用永續性原料 3. 工廠端藉由廢棄物回收達到零廢棄物之目標	資源再利用率達99.5%以上	✔	1. 80.21% 一般事業廢棄物再利用、回收及再生使用 2. 8.33% 有害事業廢棄物再利用、回收及再生使用 3. 考量部分廢棄物為不可再利用、回收及再生使用性質，於可再利用、回收及再生使用之資源實際化率已達 99.5% 以上	
化學物質	將生產活動與產品中化學物質對環境的負荷降到最低	產品停止使用有害物質	✔	符合歐盟 2019 年 7 月發佈之禁用 4 種鄰苯二甲酸酯法令	
用水	生產活動中減少用水量	用水量較前一年度降低 1%		較去年增加 9.84%。原因為 2019 年度產量提升造成用水量增加	
生物多樣性	推廣永續性原物料採購	持續評估供應商之環境績效	✔	台灣 Panasonic 集團遵照全球 Panasonic 政策，對供應商之環境績效有嚴格評估，並於可行範圍內陸續採購永續性原料	
在地社區	於在地社區推廣環境倡議並教育下一代	不定期舉辦及推廣環境教育	✔	與環境教育推行業者合作，2019 年共辦理 4 場、402 人次的小學生到校節能宣導教學活動	
法令遵循	確保符合當地環境法規	零環境違規	✔	台灣松下電器 2019 財務年度無任何環境法規相關違規事項	

台灣 Panasonic 集團身為全球 Panasonic 集團重要的一員，除積極達成上述各項目目標外，我們也以更嚴苛的標準要求自己，設定溫室氣體排放目標較前年減少 1% 之目標並成功達標。我們期望在未來能持續進步，透過進一步的和全球 Panasonic 集團之合作，於本期 2019-2021 之環境目標中有所貢獻。台灣松下也希望能夠將此願景推廣到台灣在地商業合作夥伴，透過積極的協助與溝通完成環境目標。

▶ 2. 環境法規遵循

台灣 Panasonic 集團致力於提供安全可靠的產品，並將產品在客戶使用期間及廢棄處置後對人體健康和環境影響列入重要考量。為防止工廠地區的環境污染及附近居民的負面影響，台灣 Panasonic 集團持續努力改善生產方式，並定期檢視內部系統運作情形。集團各公司亦定期關注環保政策的發展與法規的制定、更新，確保系統、設備及營運皆符合法規與作業規範。

近三年違規	案件數目	公司	違規類型	改善措施
近三年違規	案件數目	公司	違規類型	改善措施
2018	3	松下營造	廢棄物管理法噪音管制法	與鄰近居民及廢棄物處理承包商溝通並依據其建議改善
2019	0	無	無	無



台灣 Panasonic 集團於環安衛法規遵循管理

1. 每月定期於政府法規公告網站擷取最新法規訊息，每季彙整環安衛相關連法規進行守規評估。
2. 評估與對應，並傳達相關部門以確保合規。
3. 每年定期自主法規符合查核。
4. 定期員工環保守規教育訓練。
5. 環安衛專責人員定期（每周至少一天定期巡檢）與不定期進行廠內巡檢，確保落實守規。

二 · 能源管理

本小節之範圍除特別標註以外，原則包括台灣 Panasonic 集團中四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料。另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團之中和廠區部份資源，因此本章節所稱之中和廠區為此兩家製造公司之代稱。

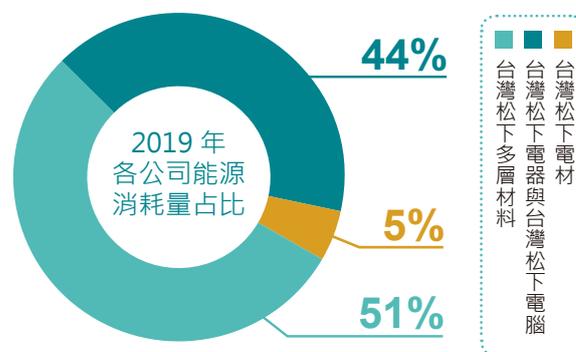
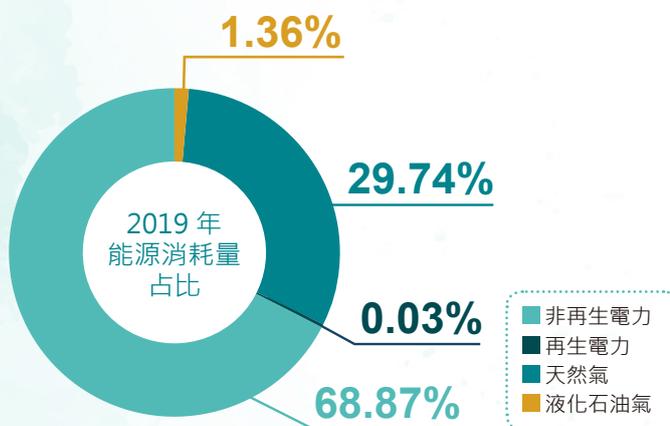
▶ 1. 能源消耗

台灣 Panasonic 集團之能源耗用以製程用電為主，其次為天然氣，分別約佔總能源耗用量的 68.87% 及 29.74%。相較於 2018 年，2019 年能源消耗量減少 4.85%，未來我們也將持續減少能源損耗、提升能源使用效率，為打造永續環境盡最大努力。

能源類型	原始單位	原始單位			轉換為 GJ		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
非再生電力	度	58,050,400	58,153,100	54,308,420	208,981	209,351	195,510
再生電力	度	23,101	24,577	22,885	83	88	82
天然氣	立方公尺	2,353,237	2,223,605	2,240,864	88,673	83,788	84,438
液化石油氣	公升	232,709	184,418	138,623	6,465	5,123	3,851
合計					304,202	298,350	283,880

* 電力轉換係數 1kWh = 0.0036GJ ; 1cal = 4.1868 GJ | * 能源熱值參考經濟部能源局之公告熱值

近三年能源耗用情形 (GJ)



台灣 Panasonic 集團 2019 年於中和廠區積極進行節能減碳設備更換，受益範圍包括中和廠區之台灣松下電器、台灣松下電腦及台松電器販賣。年度計算共節能約 440,576MJ(122,382 度)，節碳約 76,904 公斤。

公司	方案	節能種類	節能量 (兆焦耳 / 小時)	節碳量 (kg)
中和廠區	空壓機汰舊換新	電力	189,000	30,503
	變壓器汰舊換新	電力	113,782	18,363
	廠區道路照明 更換節能燈具	電力	137,794	28,038
合計			440,576	76,904

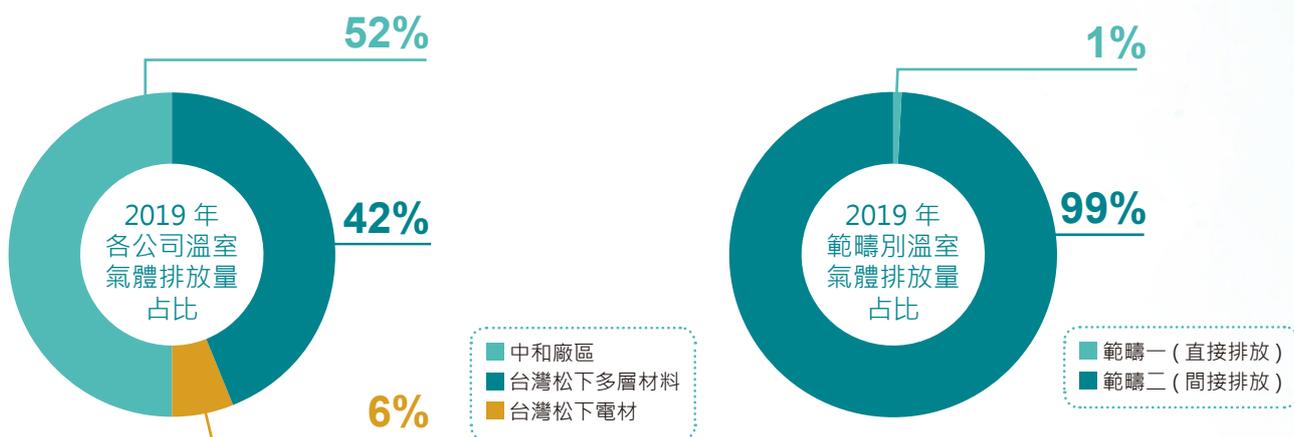
▶ 2. 溫室氣體管理

台灣 Panasonic 集團最大溫室氣體來源為外購電力所產生之範疇二間接排放溫室氣體。台灣 Panasonic 集團藉由節能省電控制範疇二排放，近年來成效優越，相關排放數據如下：

單位：公噸	2017	2018	2019
範疇一（直接排放）	384.01	304.32	228.75
範疇二（間接排放）	38,923.23	38,696.68	37,601.50
總排放量	39,307.24	39,001.00	37,830.25

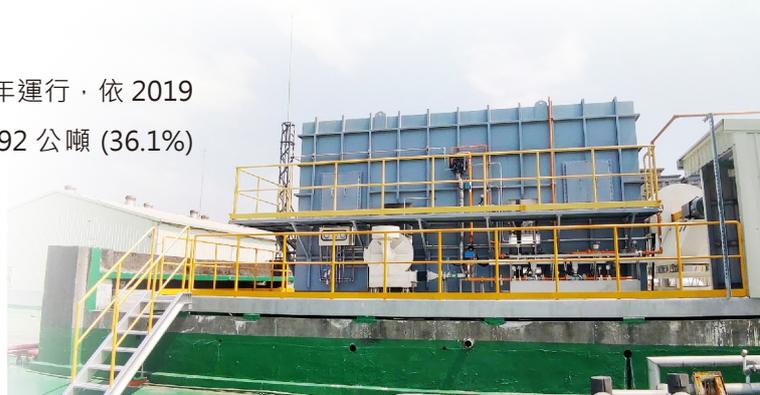
* 溫室氣體排放量計算採用日本母公司對全球規範之排放係數，其中電力排放係數為 0.581 kg-CO₂/kWh；LPG 排放係數為 3.000 kg-CO₂/kg；LNG 排放係數為 2.698 kg-CO₂/kg。前述排放係數僅考量 CO₂，其他種類溫室氣體由於對排放量最終結果影響極微，故未納入計算。

* 溫室氣體排放量未經第三方查證。



專案亮點

2019年中和廠區導入高效能空污防制設備並計畫於2020年運行，依2019年製程空污排放量為基準，預估2020年將可減少約32.92公噸(36.1%) VOCs排放量，且廢氣中污染物的去除率可達95%。



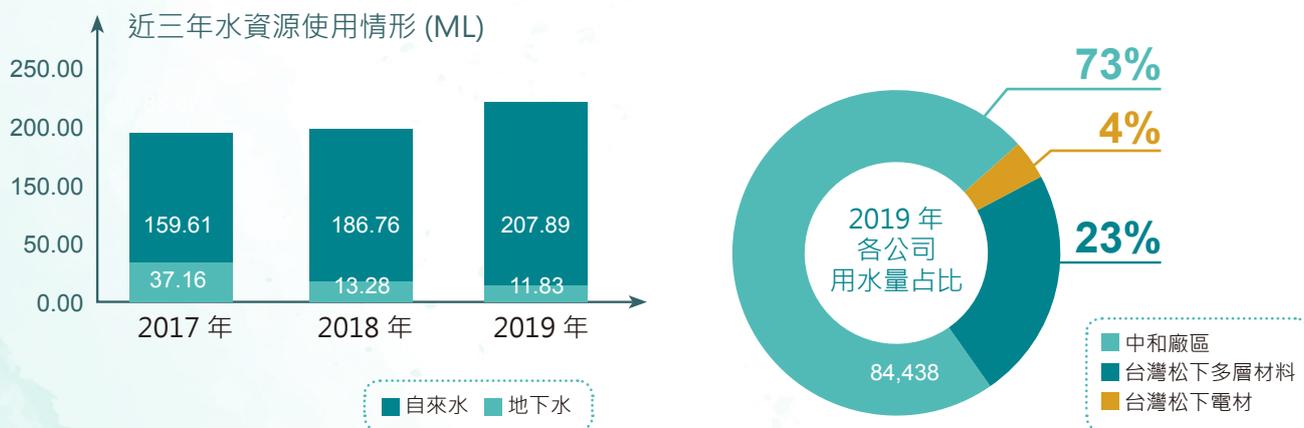
三 · 資源管理

本小節之範圍除特別標註以外，原則包括台灣 Panasonic 集團中四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料。另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團之中和廠區部份資源，因此本章節所稱之中和廠區為此兩家製造公司之代稱。

▶ 1. 水資源管理

水資源管理為台灣 Panasonic 集團所在乎之環境指標。本年度原訂目標為減少 1% 用水量，但因應年度增產，導致用水量合併計算較去年多出約 10% 左右。台灣 Panasonic 集團經過檢討，將積極提升再生水使用比例及降低水資源之浪費。本年度台灣 Panasonic 集團 2019 年度用水量約為 219,719 噸，以自來水為主，佔總用水量 95%，包含生產、員工餐廳及宿舍等用水。

年度		2017	2018	2019
地下水	使用量 (百萬公升 ML)	37.16	13.28	11.83
	比例	19%	7%	5%
自來水	使用量 (百萬公升 ML)	159.61	186.76	207.89
	比例	81%	93%	95%
總用水量		196.77	200.04	219.72





中和廠區水資源管理

台灣松下電器自 2017 年規畫進行水回收及導入回收水處理系統，將廠內可再回收利用之廢水回收處理後用於沖廁或洗滌等用途。目前廠內生活用水占 50% 以上，除積極回收再利用外，也加強檢漏，增加如明管等可檢測異常之設備偵測不必要之水資源浪費。未來期望加強源頭控管，珍惜每一滴水資源。

水系統回收 ▶

回收水處理 ▶

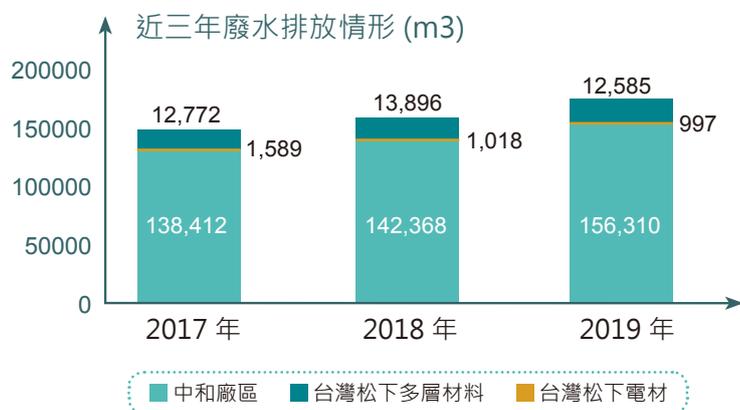
廠內沖廁用水
洗滌等用途



▶ 2. 廢水管理

台灣 Panasonic 集團清楚認知到未經處理的廢污水都可能對環境帶來不可預料的衝擊。因此我們不斷監控廢水排放量，也定期委託第三方公正單位協助進行水質檢測，確保排放水質之生化需氧量 (BOD)、化學需氧量 (COD) 以及懸浮固體 (SS) 皆處於合規標準之內。

廢水主要來源皆為廠區生活及製程用水，經生物及化學汙水處理排放至附近溪流。



年度	廢水排放量 (m ³)
2017	152,773
2018	157,282
2019	169,892

台灣 Panasonic 集團定期檢測廢水排放之水質，其標準因產業不同而有所變動，但本集團皆符合法規標準取得檢測水質合格數據如下 (括弧內數值為排放標準)：

公司	BOD (mg/L)	COD (mg/L)	SS (mg/L)
中和廠區	1.5 (30)	12.0 (100)	2.2 (30)
台灣松下電材	14.5 (30)	43.8 (100)	9.7 (30)
台灣松下多層材料	N/A	83.5 (480)	43.8 (400)

▶ 3. 廢棄物管理



台灣 Panasonic 集團主要之廢棄物來自於生產過程中所產生之事業廢棄物，主要種類及回收利用評估如下：

	不可再生原物料	可再生原物料	再利用原物料	回收再利用原物料
塑膠與橡膠			☑	暫無相關計畫
銅、鐵、錫、鋁	☑			
潤滑油		☑		
冷媒、冷媒壓縮機	☑			

如遇不可再利用、回收及再生使用之事業廢棄物，台灣 Panasonic 集團皆委託外部廢棄物處理公司協助進行合法合規之廢棄物處置，力求對環境造成最低汙染。本年度相關廢棄物產生量及處置方法如下：

廢棄物統計	處置方式	處置量（公噸／年）	占比
一般事業廢棄物	再利用	679.98	26.36%
	回收	1,377.42	53.39%
	再生使用	11.75	0.46%
	焚化	510.51	19.79%
	掩埋	0	0.00%
	小計	2,579.66	100.00%
有害事業廢棄物	再利用	14.00	5.89%
	回收	5.80	2.44%
	再生使用	0.00	0.00%
	焚化	218.01	91.67%
	掩埋	0.00	0.00%
	小計	237.81	100.00%
總計		2,817.47 （公噸／年）	



Panasonic 集團社會參與理念

「A Better Life, A Better World」是 Panasonic 集團的目標，除盡力提供最好的產品與服務之外，多年來也持續推動全球集團社會參與活動，打造更美好的社會。Panasonic 集團為更好的進行社會參與亦制定了全球統一的行為準則，請參考右方 QRcode 連結。



台灣 Panasonic 集團社會參與作為

除結合全球 Panasonic 集團統一的社會參與活動外，台灣 Panasonic 集團亦希望能夠實現「取之於社會，用之於社會」的理念，打造更美好的台灣社會。台灣 Panasonic 集團在台灣社會參與作為共分為三大類型，包含：人才培育、弱勢關懷及環境保護。希望結合集團各公司的專業能力貢獻我們的力量，共同解決社會的課題，同時回應聯合國永續發展目標，為台灣創造更美好的社會及生活。

台灣 Panasonic 集團 2019 年三大類別社會參與共投入將近 800 萬元，集團志工參與人次達 1,189 人次。



四 · 全球 Panasonic 環保接力 (ECO RELAY)

「ECO RELAY」最初由日本 Panasonic 公司、工會和退休人員協會所組成的“One Panasonic”所發起，旨在積極參與在地社區的環境保護活動，達成永續發展的目標，活動發起至今已成為全球 Panasonic 集團共同的核心作為理念。

為了實現這一目標，全球 Panasonic 集團及有關組織開始相繼以「森林保護」、「綠地、公園和河床清理」、「外來物種水生植物的滅絕工作」等主題開展相關活動，台灣 Panasonic 集團則是自 2010 年開始響應，除鼓勵全體同仁在日常生活中建立環保觀念及習慣外，亦串聯集團各公司辦理包括植樹、淨灘、推動無車日、參與社區環境清掃...等各項活動，直至 2019 年底已栽種超過 21,500 棵樹木，清理超過 17.9 公噸垃圾。



▶ 1. 淨灘活動

台灣四面環海，海灘活動是台灣民眾重要的休憩活動，因此台灣 Panasonic 集團自 2010 年起即開始舉辦全集團的淨灘活動。2019 年是台灣 Panasonic 集團響應 ECO-RELAY 的十周年，邀請員工及家屬共 483 人，共同在新北市萬里區的下社海灘響應 ECO-RELAY 的淨灘活動，總計清出約 800 多公斤的垃圾，在各公司經營幹部帶領下，長長的人龍將海岸邊的垃圾一一撿拾，再將一袋袋的垃圾運送至集中處理區交由清潔隊專人處理，齊心掃除海灘髒污，重現原本魅力，再現美麗的海灣。



▶ 2. 植樹活動

為打造台灣社會更適宜的生活空間，台灣 Panasonic 集團長期與桃園市政府水務局、大溪區公所等公民營單位合辦「水深根，新森活植樹活動」，持續捐贈樹苗及環保袋。另外也與新竹縣政府合辦植樹活動，共同為永續環境盡一份心力。

▶ 3. 環保親子教育活動

為提升社會的環保觀念及習慣，台灣 Panasonic 集團決定從自身做起，除日常教育員工相關的環保作為外，2019 年更在陽明山國家公園舉辦環保親子教育活動，邀請員工及其家屬共計 150 共同響應。另外，更前往新北市四所國小對 422 名學童舉辦了四場兒童環境教育，共同為台灣社會的環保意識提升努力。



五 · 人才培育

4 優質教育



「Panasonic 是培育人才的公司」，人才培育對於台灣 Panasonic 集團而言不僅是內部人力資源發展的目標，更是對在地社會的回饋。台灣 Panasonic 集團希望將這份精神，透過獎學金、家電捐贈等活動推展至在地社會，為台灣人才培育盡一份心力。因此自 1989 年以來，本集團在台灣實施「獎學金制度」，此外，也積極投身公益教育活動、贊助文化教育事業、強化產學合作，致力於台灣優秀人才的栽培。

▶ 1. 亮點專欄「Panasonic 獎學金」 - 始終堅持教育人才的理念

為達成人才培育的目標，台灣 Panasonic 集團在推動過程中共分為兩個階段：

▶ 1 留日獎學金 (1989 年 ~2013 年)

台灣松下電器自 1989 年起推動留日獎學金，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 年止共提供了 87 名優秀學子至日本深造之機會。

▶ 2 台灣 Panasonic 獎學金 (2014 年迄今)

自 2014 年起，因應時代變化則將原先的留日獎學金轉換為台灣 Panasonic 獎學金，藉由過去 25 年的經驗，優化獎學金制度，為台灣學子提供更好的機會。新設置的台灣 Panasonic 獎學金改為頒發兩年獎學金予優秀大三學生，並提供暑期實習及畢業後擇優就業機會，藉以培育人才、強化產學合作。2014 年至今已提供 60 名學生新台幣 600 萬元獎學金，並輔導學生於實習期間取得專利申請。



▶ 2. 全國大學生「綠色生活 · 創意設計競賽」

台灣 Panasonic 集團為激發年輕人對綠色及智慧生活的想像，並達成「培育青年夢想家」及開發未來具有潛力之「創新企業團隊」基礎，結合產官學力量與台灣中油、南台科大攜手舉辦「Panasonic 綠色生活·創意設計競賽」，從全國隊伍中脫穎而出的優勝隊伍除頒發獎金外，也會視情況提供後續商品化協助，鼓勵年輕學子透過創意，描繪未來智慧生活。競賽至 2019 年已邁入第五屆，每年投入百萬經費持續優化競賽流程，從開辦至今好評不斷，參賽隊伍也持續增加。



▶ 3. 「高工職家電實習器材捐贈」 培養家電領域專才

台灣 Panasonic 集團注重職場上專業職人精神，了解到自身能為台灣技職教育體系做出貢獻，因此自 2015 年起以多樣化的家電產品群展開了高工家電實習器材捐贈及產學合作計畫，每年捐贈四所學校約 200 萬元嶄新且符合實務的器材供學生習使用，除此之外也提供訓練場地、技術推廣基地以及技師到校授課等項日期望能在人才培育向下紮根。



六 · 弱勢關懷



台灣 Panasonic 集團長期關懷社會所需，除了不定期的急難救助，對於醫療照護、長輩及弱勢族群，不僅發起募捐，更運用企業核心能力並結合企業員工志工，整合內外部資源回饋社會，希望能讓台灣充滿更多愛與希望。

▶ 1. 亮點專欄「125 度 C 照顧角落」 - Panasonic 陪您道老

台灣 Panasonic 集團與弘道老人福利基金會以銀髮、文創、餐飲等「銀創參與」為規劃概念，共同在原台中市長公館打造「不老夢想 125 號」，希望將日本 20 多年來的老人照護經驗引進台灣，結合台灣在地需求，為友善高齡社會環境做出更多的貢獻。除提供資金修復建築外，更運用自身核心能力規劃室內空間，包含裝潢、家具及家電等支援，為在地長輩打造舒適友善的生活空間。

同時亦響應倡導長照新觀念「Aoi Care 葵照護」，贊助弘道基金會將「照顧人，有你真好」電影引進台灣，透過巡迴放映會進行政策倡議與社會教育，活動吸引民眾參與人次高達 4,384 人次。

除此之外，我們也共同舉辦「不老野球」，結合企業志工隊與啦啦隊，帶給長輩一場難忘的競賽回憶。



▶ 2. 員工愛心募捐

台灣 Panasonic 集團各公司長期關注地方弱勢族群，希望透過結合員工、企業的力量，參與各項社福公益活動，落實永續經營源源不絕的善念。2019 年我們透過募捐、團購、志工等方式參與了舊鞋救命活動、台灣兒童暨家庭扶助基金會、創世基金會、華嚴啟能中心、台灣幸福狗流浪中途協會、新竹家扶中心、偏鄉學校、天母私立體惠育幼院、弘道老人福利基金會及臺北醫學大學義賣等活動，一點一滴將我們的愛散播在台灣各個角落。

以台灣松下電器為例，員工自發性組成的 3L 社團在 2019 年共有 809 人擔任各項活動的志工，並募捐了 895,602 元，也捐助了舊衣舊鞋給東非兒童及青少年，及發起一人一句寫信給國內認養兒童祝福之語，展現松下人的溫暖影響力。

附件一、補充說明

▶ 1. 2019 年台灣松下電器員工資訊

台灣松下電器股份有限公司的營運區域在台灣，企業的營運活動主要由正式員工進行，離職率約 8.8%，於報導期間內並無重大變化。

分類	男性		女性		總數		
	人數	占比	人數	占比	人數	占比	
職務	正式員工 (管理職)	368	28%	51	6%	419	19.10%
	正式員工 (非管理職)	757	57%	591	69%	1348	61.44%
	約聘	6	0%	0	0%	6	0.27%
	派遣	205	15%	216	25%	421	19.19%
	總計	1336	100%	858	100%	2194	100%

▶ 2. 永續績效指標

永續績效指標	台灣松下電器股份有限公司	包含台灣 Panasonic 集團 其他關係企業	頁碼
台灣 Panasonic 集團 年度營業額	V	台灣 Panasonic 集團	22
台灣松下電器 年度營業額	V	X	22
獲獎紀錄	V	台灣 Panasonic 集團	23
風險管理	V	台灣 Panasonic 集團	25
資安管理	V	台灣 Panasonic 集團	27
法規遵循	V	台灣 Panasonic 集團	24
環境數據	V	台灣松下電腦 台灣松下電材 台灣松下多層材料	78
職業健康與安全	V	台灣松下電腦 台灣松下電材 台灣松下多層材料	49

附件、GRI 準則報告指南 揭露項目對照表

▶ 核心主題揭露

GRI 準則	GRI 準則年份	揭露項目	內容	章節	頁碼
一般揭露	2016	102-1	組織名稱	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-2	活動、品牌、產品與服務	技術立社	30
一般揭露	2016	102-3	總部位置	百年松下	7
一般揭露	2016	102-4	營運據點	百年松下	7
一般揭露	2016	102-5	所有權與法律形式	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-6	提供服務的市場	穩步向前	20
一般揭露	2016	102-7	組織規模	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-8	員工與其他工作者的資訊	附件	88
一般揭露	2016	102-9	供應鏈	共榮成長	58
一般揭露	2016	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	穩步向前 共榮成長	-
一般揭露	2016	102-11	預警原則或方針	穩步向前	25
一般揭露	2016	102-12	外部倡議	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-13	公協會的會員資格	穩步向前	23
一般揭露	2016	102-14	決策者的聲明	百年松下	10
一般揭露	2016	102-15	關鍵衝擊、風險及機會	穩步向前	15
一般揭露	2016	102-16	價值、原則、標準及行為規範	百年松下	6

一般揭露	2016	102-17	倫理相關之建議與 關切事項的機制	穩步向前	24
一般揭露	2016	102-18	治理結構	穩步向前	20
一般揭露	2016	102-40	利害關係人團體	穩步向前	17
一般揭露	2016	102-41	團體協約	以人為本	46
一般揭露	2016	102-42	鑑別與選擇利害關係人	穩步向前	15
一般揭露	2016	102-43	與利害關係人溝通的方針	穩步向前	17
一般揭露	2016	102-44	提出之關鍵主題與關注事項	穩步向前	16
一般揭露	2016	102-45	合併財務報表中所包含的實體	穩步向前	22
一般揭露	2016	102-46	界定報告書內容與主題邊界	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-47	重大主題表列	穩步向前	15
一般揭露	2016	102-48	資訊重編	無此情事	-
一般揭露	2016	102-49	報導改變	無此情事	-
一般揭露	2016	102-50	報導期間	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-51	上一次報告書的日期	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-52	報導週期	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	1
一般揭露	2016	102-55	GRI 內容索引	附件	89
一般揭露	2016	102-56	外部保證 / 確信	關於本報告書	1
一般揭露	2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題說明	16
一般揭露	2016	103-2	管理方針及其要素	請參考各項議題內容 請參考各章節	-
一般揭露	2016	103-3	管理方針的評估	請參考各項議題內容 請參考各章節	-

▶ 特定主題揭露

1. 經濟面

GRI 準則	GRI 準則年份	揭露項目	內容	章節	頁碼
反貪腐	2016	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	穩步向前	24
反競爭行為	2016	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	穩步向前	24

2. 環境面

GRI 準則	GRI 準則年份	揭露項目	內容	章節	頁碼
能源	2016	302-1	組織內部的能源消耗量	在地價值	77
		302-4	減少能源消耗	在地價值	78
水與放流水	2016	303-3	取水量	在地價值	80
排放	2016	305-1	直接（範疇一） 溫室氣體排放	在地價值	79
		305-2	能源間接（範疇二） 溫室氣體排放	在地價值	79
廢汙水和 廢棄物	2016	306-1	依水質及排放目的地 所劃分的排放量	在地價值	81
		306-2	按類別及處置方法 劃分的廢棄物	在地價值	82



3. 社會面

GRI 準則	GRI 準則年份	揭露項目	內容	章節	頁碼
勞雇關係	2016	401-1	新進和離職員工	以人為本	41
		401-2	員工標準福利	以人為本	49
		401-3	育嬰假	以人為本	49
勞 / 資關係	2016	402-1	營運變化最短預告期	以人為本	46
職業安全衛生	2018	403-3	職業健康服務	以人為本	53
		403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	以人為本	51
		403-6	工作者健康促進	以人為本	55
		403-10	職業病	以人為本	52
訓練與教育	2016	404-1	員工平均訓練時數	以人為本	44
		404-3	定期績效及職涯發展檢核	以人為本	45
員工多元化與平等機會	2016	405-2	男女薪資比	以人為本	48
顧客健康與安全	2016	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	技術立社	30
行銷與標示	2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	技術立社	30



附件二、第三方外部保證



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/tw

會計師獨立確信報告

台灣松下電器股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受台灣松下電器股份有限公司（以下簡稱松下電器）之委任，對2019年度企業社會責任報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。

有關松下電器所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一。

管理階層責任

松下電器管理階層應依據適當之基準編製2019年度企業社會責任報告書，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之GRI準則(GRI Standards)，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量松下電器內部控制之有效性，但目的並非對松下電器內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與松下電器之管理階層及員工進行訪談，以瞭解松下電器履行企業社會責任之整體情況，以及報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解松下電器之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及松下電器如何回應該等期望與需求；

- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀松下電器之企業社會責任報告書，確認其與本事務所取得關於企業社會責任整體履行情況之瞭解一致。

三、 先天限制

因企業社會責任報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，且任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

四、 品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、 結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現松下電器所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：張志銘



民國一〇九年七月二十九日



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																																																																	
1	第一章	穩步向前	台灣松下電器 2019 財務年度沒有任何個資洩漏事件。	台灣松下電器 2019 財務年度有關個資外洩之情事統計。																																																																	
2	第二章	技術立社	台灣松下電器 2019 財務年度並無違反產品與服務的健康和安全法規事件，亦皆遵循產品與服務之資訊與標示相關法規*。 *主要確認法條為標檢局商品檢驗規定。	台灣松下電器 2019 財務年度有關產品與服務的健康和安全法規和自願性規約違規的事件統計。																																																																	
3	第三章	以人為本	<p>台灣松下電器新進及離職人數</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">項目</th> <th colspan="4">2019 年</th> </tr> <tr> <th colspan="2">男性</th> <th colspan="2">女性</th> </tr> <tr> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>人數</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">新進人數</td> <td>30 歲以下</td> <td>114</td> <td>8.5%</td> <td>58</td> <td>6.8%</td> </tr> <tr> <td>30-50 歲</td> <td>23</td> <td>1.7%</td> <td>5</td> <td>0.6%</td> </tr> <tr> <td>50 歲以上</td> <td>4</td> <td>0.3%</td> <td>1</td> <td>0.1%</td> </tr> <tr> <td>總數</td> <td>141</td> <td>10.6%</td> <td>64</td> <td>7.5%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td colspan="2">205</td> <td colspan="2">新進率 9.3%</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">離職人數</td> <td>30 歲以下</td> <td>80</td> <td>6.0%</td> <td>34</td> <td>4.0%</td> </tr> <tr> <td>30-50 歲</td> <td>12</td> <td>0.9%</td> <td>32</td> <td>3.7%</td> </tr> <tr> <td>50 歲以上</td> <td>31</td> <td>2.3%</td> <td>4</td> <td>0.5%</td> </tr> <tr> <td>總數</td> <td>123</td> <td>9.2%</td> <td>70</td> <td>8.2%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td colspan="2">193</td> <td colspan="2">離職率 8.8%</td> </tr> </tbody> </table>	項目	2019 年				男性		女性		人數	比例	人數	比例	新進人數	30 歲以下	114	8.5%	58	6.8%	30-50 歲	23	1.7%	5	0.6%	50 歲以上	4	0.3%	1	0.1%	總數	141	10.6%	64	7.5%	合計	205		新進率 9.3%		離職人數	30 歲以下	80	6.0%	34	4.0%	30-50 歲	12	0.9%	32	3.7%	50 歲以上	31	2.3%	4	0.5%	總數	123	9.2%	70	8.2%	合計	193		離職率 8.8%		<p>台灣松下電器 2019 年依據性別及年齡區間之新進人數除以報導期間結束時總員工人數之比率。</p> <p>台灣松下電器 2019 年依據性別及年齡區間之離職人數除以報導期間結束時總員工人數之比率。</p>
項目	2019 年																																																																				
	男性		女性																																																																		
	人數	比例	人數	比例																																																																	
新進人數	30 歲以下	114	8.5%	58	6.8%																																																																
	30-50 歲	23	1.7%	5	0.6%																																																																
	50 歲以上	4	0.3%	1	0.1%																																																																
	總數	141	10.6%	64	7.5%																																																																
	合計	205		新進率 9.3%																																																																	
離職人數	30 歲以下	80	6.0%	34	4.0%																																																																
	30-50 歲	12	0.9%	32	3.7%																																																																
	50 歲以上	31	2.3%	4	0.5%																																																																
	總數	123	9.2%	70	8.2%																																																																
	合計	193		離職率 8.8%																																																																	
4	第三章	以人為本	<p>台灣松下電器數據如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>男性</th> <th>女性</th> <th>總計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A：2019 年度申請育嬰留停實際復職人數</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>B：申請於 2019 年復職人數</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>C：2019 年度實際離職人數</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>D：2018 年育嬰留停復職後持續工作一年人數</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>E：2018 年育嬰留停復職人數</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>復職率 % = C/B</td> <td>100%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>留任率 % = D/E</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	項目	男性	女性	總計	A：2019 年度申請育嬰留停實際復職人數	5	3	8	B：申請於 2019 年復職人數	2	3	5	C：2019 年度實際離職人數	2	3	5	D：2018 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	1	2	3	E：2018 年育嬰留停復職人數	1	2	3	復職率 % = C/B	100%	100%	100%	留任率 % = D/E	50%	50%	50%	<p>台灣松下電器 2019 年申請育嬰留停實際復職人數除以報導期間結束時申請於 2019 年復職人數。</p> <p>台灣松下電器 2018 年育嬰留停復職後持續工作一年之人數除以 2018 年育嬰留停復職人數。</p>																																	
項目	男性	女性	總計																																																																		
A：2019 年度申請育嬰留停實際復職人數	5	3	8																																																																		
B：申請於 2019 年復職人數	2	3	5																																																																		
C：2019 年度實際離職人數	2	3	5																																																																		
D：2018 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	1	2	3																																																																		
E：2018 年育嬰留停復職人數	1	2	3																																																																		
復職率 % = C/B	100%	100%	100%																																																																		
留任率 % = D/E	50%	50%	50%																																																																		
5	第五章	在地價值	台灣松下電器 2019 財務年度無任何環境法規相關違規事項。	台灣松下電器 2019 財務年度有關環境法律及/或法規違犯之情事統計。																																																																	

2019

編輯委員會名單（職稱略）

主編

林淵傳

副主編

路智恩 / 張啟元

編輯委員

台灣松下電器

倪淑慧 / 詹彬宏 / 葉春伸 / 陳燕萍 / 楊淑慧
蕭朝欽 / 陳麗瓊 / 楊銘彰 / 陳進誠 / 陳來傳
賴基尉 / 黃新國 / 葉秀文 / 張芳瑋 / 翁志堅
黃家豪 / 黎美玲 / 劉淑子 / 黃怡諭

台松電器販賣

林秀鈴

松下產業科技

于耀宗

台灣松下營造

曹一德

台灣松下環境方案

柯集瑛 / 單明萱

台灣松下電材

陳建宏 / 洪秀玲

台灣松下多層材料

羅玉麗 / 王珮齡

台灣松下電腦

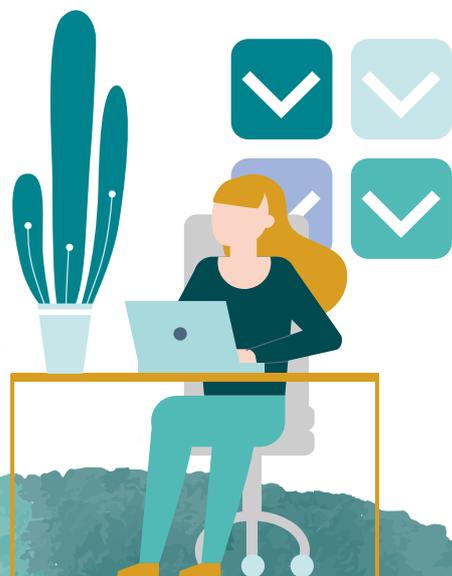
陳乙文 / 曾貴瑛

台灣松下商用設備

魏文英 / 張語舫

聯淞微電子

關米瑩





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

台灣Panasonic集團
2020年7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