

Panasonic

台灣 Panasonic 集團

永續報告書

Taiwan Panasonic Group
Sustainability Report

2022





關於本報告書

台灣 Panasonic 集團於 1962 年在台設立，為展現自身在環境 (E)、社會 (S) 及公司治理 (G) 的成果，及作為與利害關係人溝通之管道，特於每年定期編撰永續報告書，持續展現本集團提升永續績效之決心。2022 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。



邊界與範疇

本報告書主要範疇涵蓋台灣松下電器股份有限公司於 2022 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 2022 年度 (2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日) 台灣松下電器股份有限公司永續績效與成果。考量台灣 Panasonic 集團內部資料蒐集年度為前一年度 4 月 1 日至次年度 3 月 31 日，若遇此情形則於報告書中特別註明資料蒐集期間之相關資訊。



撰寫指南

本報告書參考「台灣上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」及全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報告準則 2021 年版本 (以下簡稱 GRI Standards) 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 集團永續報告書以每年定期出版為原則。前一年度 (2021 年) 報告書於 2022 年 7 月出版發行，本年度發行時間則為 2023 年 7 月。下一期報告書 (2023 年度) 預計於 2024 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#2219
Webinfo@tw.panasonic.com



集

團事業領域

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

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 LEXCM GX 系列為主要商品，供應世界各地的顧客

台灣松下電材

配線器具之開關、插座、漏電斷路器及電子高機能商品等事業的專業製造商，並以「電氣設備綜合資材製造商」的身份，為台灣經濟的發展與業界的繁榮及國產化技術提升做出貢獻



台灣松下電器

以國內家電、家電輸出、空調、
車載等事業領域為推動重點

台灣松下銷售

家電、建築設備及系統解決方
案的銷售，同時也負責銷售端
的經銷商溝通及售後服務

目錄

CONTENTS



關於本報告書	01
集團事業領域	02
目錄	04

01 · 松下信念 百年延續	07
02 · 台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	09
03 · 經營者的話	11
04 · 重大議題分析與利害關係人議合	12
05 · 呼應聯合國永續發展目標	17
06 · 深耕一甲子：堅持永續，希望未來	19
07 · 智慧城市與綠能科技的長期推手	20

1.1 · 公司治理	22
1.2 · 誠信經營	26
1.3 · 資訊安全	28
1.4 · 數位革新	31
1.5 · 創新研究開發	32

2.1 · 產品製造價值鏈	34
2.2 · 產品研究與設計	36
2.3 · 原料與零件採購	39
2.4 · 進貨物流	42
2.5 · 產品製造	43
2.6 · 倉儲管理	43
2.7 · 銷售服務	44
2.8 · 送貨服務	46
2.9 · 顧客反饋與售後服務	47



綠色
共生
03

3.1 · 環境承諾與願景	53
3.2 · 智慧能效	55
3.3 · 低碳管理	60
3.4 · 資源管理	63
3.5 · 氣候變遷因應	65

人才
培育
04

4.1 · 招募與組成	71
4.2 · 員工溝通與福利	74
4.3 · 人才發展與訓練	79

安心
職場
05

5.1 · 打造安全職場	84
5.2 · 員工健康照護	88

深耕
社會
06

6.1 · 在地社會關懷	92
6.2 · 文化發展支援	94
6.3 · 人才發展培育	95

GRI 索引表	97
SASB 索引表	100
TCFD 揭露架構索引表	100
會計師確信報告	101





百年
松下
Panasonic

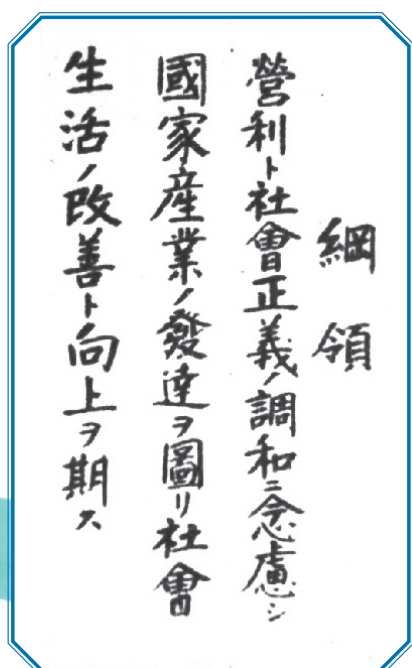
- 01 · 松下信念 百年延續
- 02 · 台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖
- 03 · 經營者的話
- 04 · 重大議題分析與利害關係人議合
- 05 · 呼應聯合國永續發展目標
- 06 · 深耕一甲子：堅持永續，希望未來
- 07 · 智慧城市與綠能科技的長期推手

01 松下信念 百年延續

百年初心，持續創新的承諾

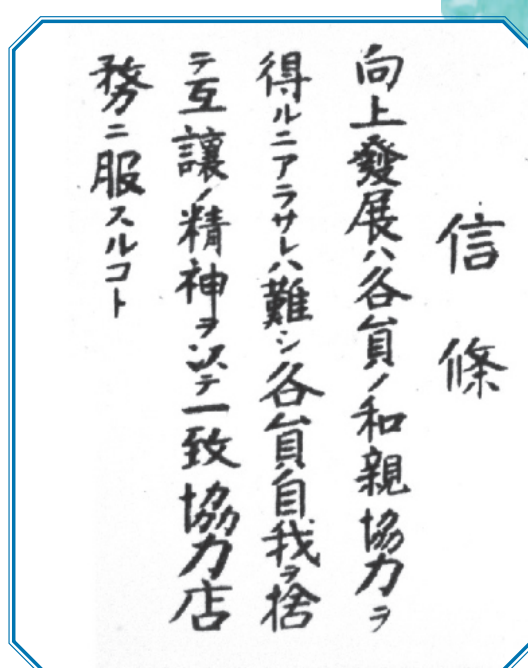
Panasonic 創業者松下幸之助先生於二次大戰後預測了電氣化社會的來臨，希望促進電器普及化以提高日本家庭的生活水平，於 1918 年創立了松下電氣器具製作所。透過不斷地創新與研發技術，並跟隨時代脈動持續拓展新局，Panasonic 提供從消費性電子產品到工業設備、建築用品與居家住宅等多樣化的產品、系統和服務，成為世界領先的電子工業製造商之一。

「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」是 Panasonic 集團的事業目的及存在的理由。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，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本，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 Panasonic 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



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

Panasonic 七大精神



在地深耕

Panasonic 集團於 1962 年來台設立第一個據點，就位在新北市中和區員山路 579 號，至本年度邁入第 61 年。台灣 Panasonic 集團目前包含七家公司，以 Panasonic 全球事業體的自主責任經營為基礎，朝向人類更美好生活的方面提供創新與前瞻的服務。

為所有人帶來舒適、安心生活的生產是 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，應以解決社會共同課題為目標。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，致力帶給社會正面安定之效益。

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。



02 台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖

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

松下幸之助先生的創業初心為「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」，他認為企業不屬於個人，經營一間企業，所包含的資源、人力、財力與商品，皆來自社會，集團也將「企業就是社會的公器」的觀念深植於心。

台灣 Panasonic 集團也承續松下幸之助創業者的七大精神為基礎，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「Live Your Best」為口號，開啟下一個百年的新里程。

永續理念

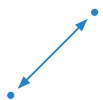
企業的成長，必須在公司本身、社會與環境永續的前提下才能持續，台灣 Panasonic 集團以七大精神，並整合台灣各公司的投入與信念，訂定六大主軸的永續發展投入方向：「穩健經營」、「品質共榮」、「綠色共生」、「人才培育」、「安心職場」，以及「深耕社會」，並將以此六大主軸持續耕耘公司的永續經營。

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，我們的事業始終以「人」為本，致力打造保障員工人權、多元自由的工作環境，以期許最大發揮員工自身能力，使集團不斷進步。

2022 年—2024 年永續活動方針

致力於實現每個人都能活出自我、充滿活力的可持續共生社會，為社會創造「良好的循環」

2022
良好的關係



建立與各利害關係人之間良好的互動關係

2023
良好的相乘作用



透過彼此的關係達到互相提升的相乘作用

2024
良好的循環



透過彼此影響建立良好的互惠循環

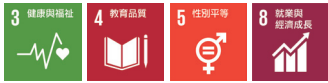


企業永續專區



全球永續行動

深耕社會



社會關係

Panasonic 致力透過企業公民活動和商業活動來因應社會挑戰，秉持著「取之於社會，用之於社會」的精神，不斷回饋社會，協助在地發展

產學贊助

Panasonic 深感人才之重要性，極力參與產學合作並提供獎學金給優秀學子

穩健經營



資訊安全

Panasonic 注重資訊安全措施，以避免客戶、業務合作夥伴等相關利害關係人的權益受到損害

誠信經營

Panasonic 遵守法律和自己的企業理念，改善社會基準並推動公平的商業實作

品質共榮



產品品質

Panasonic 將產品安全性放在第一位，並製造真正滿足客戶需求的產品

永續採購

Panasonic 訂立供應商行為準則，嚴格要求供應商符合規範，並將永續採購納入方針，希望從上游到下游整條價值鏈都能達到環境及社會的友善目標

客戶關係

Panasonic 以「真實服務」的理念為基礎，為客戶提供信任、安心和滿意度



安心職場



人權保障

Panasonic 已制定一套具體的人權政策，並建立遵守政策的管理系統

健康和安全管理

Panasonic 積極推動職業健康和安全管理，以實現舒適安全的工作場所和所有員工的福利

人才培育



人力資源發展

推動人力資源開發和多元化活動，讓每位員工可以不分年齡、性別或國籍盡情發揮自己的才華

綠色共生



氣候變遷風險因應

Panasonic 致力朝向 2030 年全事業碳中和，以及 2050 年「耗能 < 創能」的環境願景，直面未來嚴峻的氣候變遷風險，納入風險管理。

節能減碳

Panasonic 以節能、創能、儲能三大面向進行努力，積極發展再生能源、智慧節能家電以及儲電設備，不僅要做到內部減碳，更透過生活提案將減碳理念宣達出去

03

經營者的話

“

永續運營 持續前行

”

2022 年 Panasonic 集團於台灣迎來 60 週年，這是個深具意義的里程碑。耕耘一甲子，我們始終秉持著創業者松下幸之助先生的理念及「Live Your Best」品牌願景，善盡產業人的本分，以協助解決社會課題為己任，透過 Panasonic 集團的先進技術實力，不斷提供受到客戶喜愛的高品質產品與服務，構築受員工信賴的安心職場，實踐企業永續責任。

每個有意義的行動，未來回報在每個人的生活

隨著氣候變遷的加速，低碳轉型已成為各國亟待應對的重要議題。作為在台灣深耕已逾一甲子的台灣松下，我們肩負著使命，積極回應 Panasonic 集團所倡導的「GREEN IMPACT」環境永續承諾，致力擴大再生能源運用及開發高效率家電降低電力消耗，全力邁向「2030 年全事業碳中和」的目標和「2050 年耗能 < 創能」的願景，目標減少碳排約全球總 CO2 排放總量 1%，讓更多人安心生活。

為此，在公司內部方面，我們成立了 GX 推進室負責推動綠色轉型，並在創新科技的智慧家電、ABS/GHP 瓦斯空調、RE100 能源創出以及 Advanced X 智能科技為基礎，提供減碳需求的商品，朝向淨零碳排的目標提供了多種綠色解決方案；在公司外部方面，與台灣的產業、政府和學術界緊密合作，例如：於 2022 年與崑山科技大學簽署「推動智慧能源整合研究及創意應用」的產學合作意向書，共同策劃智慧節能應用和智慧節能社區的開發，還舉辦「2022 智慧能源高峰會」，研討智慧能源的發展現況和未來趨勢，展現臺灣在綠能科技發展上的決心和實力，將努力不懈地邁向碳中和的目標。

一個人獨自努力不如找一群人一起打拚

實踐永續是所有人無法置身事外的課題，找到各種優勢互補的永續夥伴，對於企業更能發揮一加一大於二的效果。秉持著松下幸之助創業者「製造產品之前先培育人才」的精神，Panasonic 將每個員工視為重要資產，在工作環境中構築友善員工的「幸福、安心、安全、信賴」職場，傾聽員工的心聲，貫徹「安全」和「遵紀守法」的觀念及行動，確保每一位同仁都能夠在工作中感到安心和滿足。

今後，我們將持續與台灣 Panasonic 集團各公司的夥伴們一起努力，持續推進綠色轉型，藉由長期且深化的產官學交流，積極鏈結主要利害關係人關注議題，以實際行動回應永續運營的目標。

果敢挑戰 向前行

在事業推進與轉型的過程中，必然會面對許多課題的產生，但危機往往也是突破成長的最好轉機，我們深信，透過技術創新和跨界合作，能夠為未來的世代打造一個永續、幸福的社會，我們期待以 Panasonic 品牌所倡議的綠色影響力帶動永續循環行動，深化永續發展的力量，持續為地球環境與社會經濟做出貢獻！

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
台灣松下銷售股份有限公司 / 董事長

黃政成



04 重大議題分析與利害關係人議合

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的五個面向：影響力、關注度、責任、依賴度和多元觀點，向內部工作單位發送利害關係人鑑別問卷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 28 項企業社會責任議題製成評估問卷。本年度分成六大層面，包含公司治理、經濟層面、環境層面、勞動與人權層面、社會層面與產品責任層面，以凸顯各利害關係人針對不同層面的重視，做為集團對於永續經營的方針。

重大議題分析流程

利害關係人關注議題調查

- 向利害關係人發放「關注議題評估問卷」
- 回收 46 份利害關係人問卷

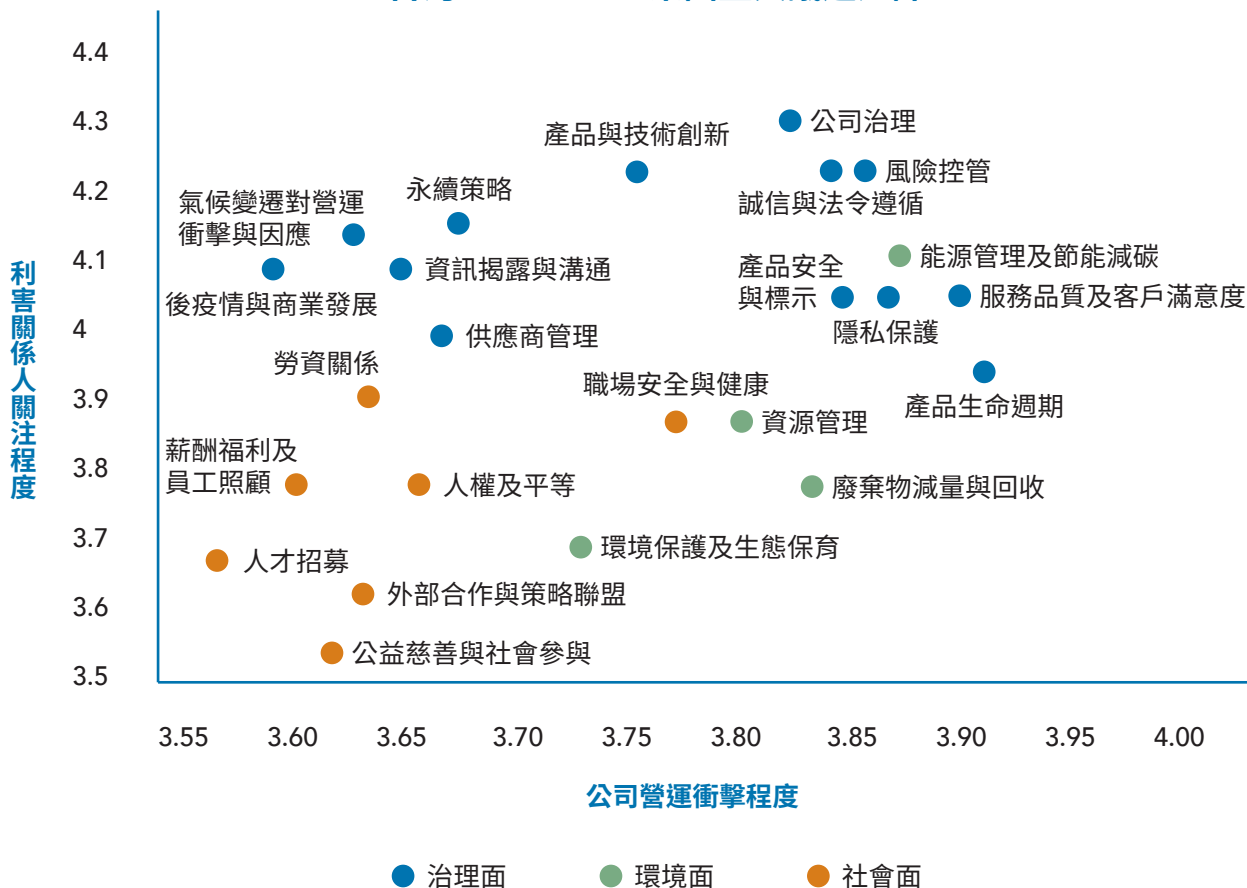
營運衝擊程度分析

- 由台灣 Panasonic 集團高階主管填寫「衝擊議題評估問卷」

重大議題分析

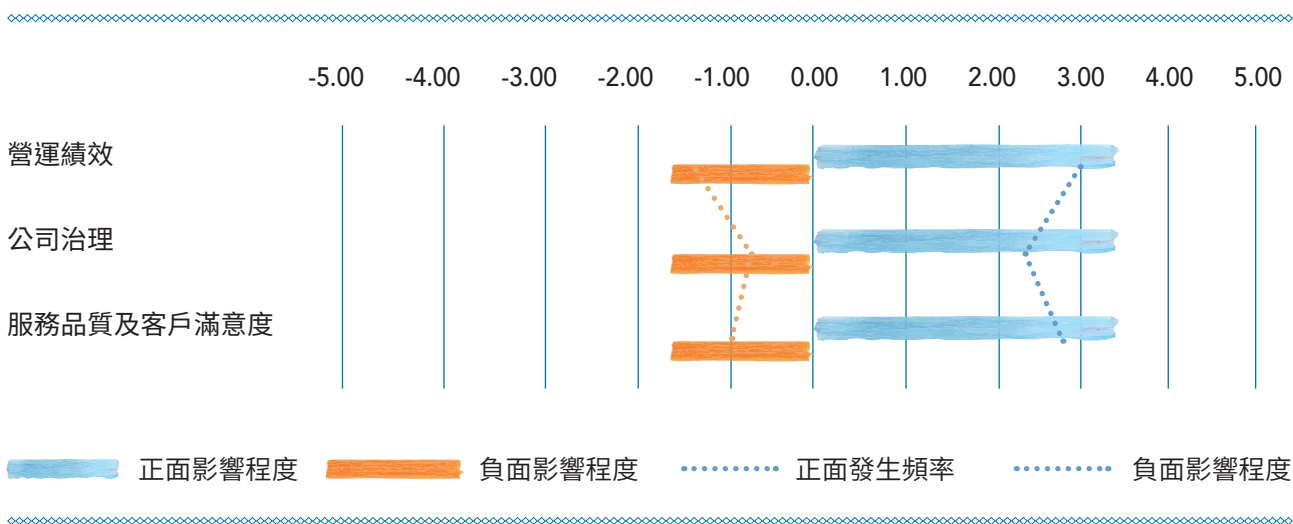
- 彙整問卷分析結果
- 繪製重大議題矩陣
- 進行衝擊顯著性評估

台灣 Panasonic 集團重大議題矩陣

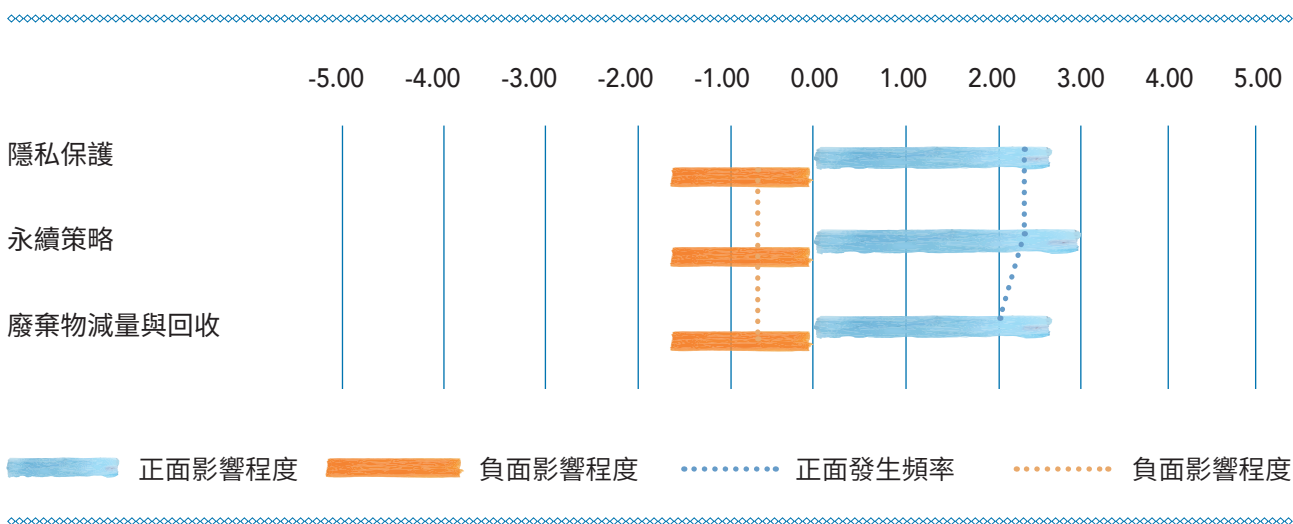


衝擊顯著性評估

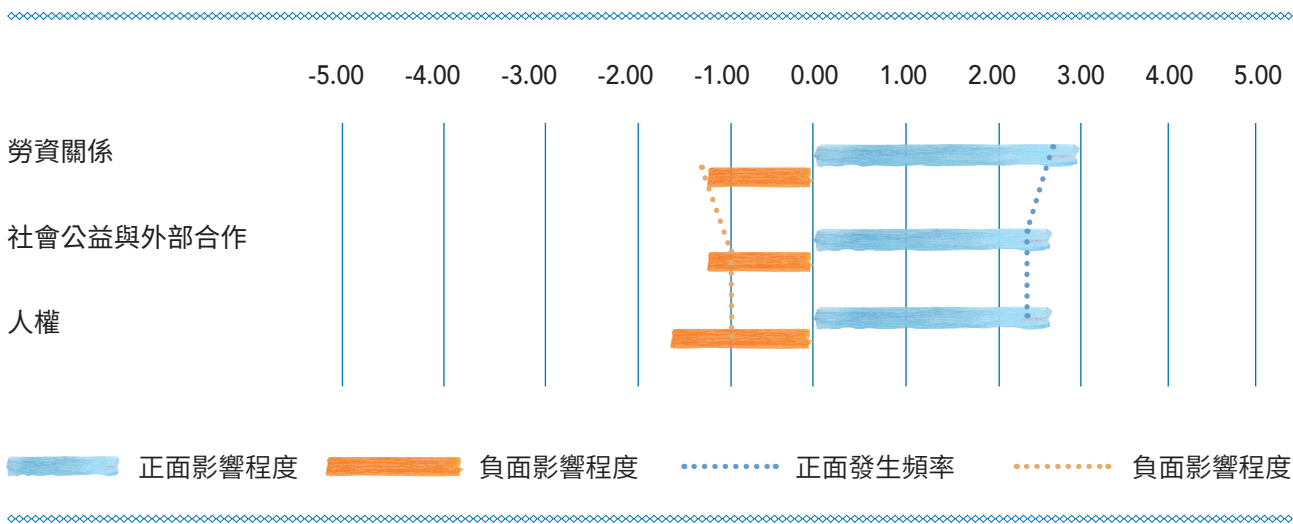
前三大經濟衝擊



前三大環境衝擊



前三大社會（含人權）衝擊



重大議題說明									
	主題	議題面向	對應 GRI	價值鏈 衝擊範圍 2			對台灣 Panasonic 集團之意義	2022 年 實績與具體 專案	回應 章節
				上游	組織內	下游			
1	公司治理	G	一般揭露 GRI 2-9~2-13	✓	✓	✓	台灣 Panasonic 集團深信完善的公司治理系統是奠定企業營運的基石。不斷改進管理效能並積極落實企業永續責任，將全球 Panasonic 的集團文化深植於全體員工，成就一甲子的健全治理。	董事會董事出席率 100%	CH1
2	風險控管	G	自訂重大議題	✓	✓	✓	台灣 Panasonic 集團奉永續經營為宗旨，致力提供利害關係人穩定與不間斷的服務，改善人們生活品質。透過鑑別營運攸關之內外部潛藏風險、分析與評估短、中長期衝擊，進而落實營運持續管理，展現 Panasonic 應變韌性。	風險評估達成率 100%	CH1
3	誠信與法令遵循	G	GRI 205 反貪腐	✓	✓	✓	Panasonic 集團秉持著創業者松下幸之助先生「企業是社會的公器」的經營理念，以遵守當地法律及尊重社會習俗作為公司基本行為準則。獲取企業利益的同時，合法合規，謹守紀律。	2022 年違法事件次數 2 件	CH1
4	能源管理及節能減碳	E	GRI 302 能源		✓		為實現去碳化社會，Panasonic 集團將能源管理視為產品設計及生產中重大議題之一，並開展多項節能技術及節能方案以降低 Panasonic 營運過程對環境所造成之衝擊，同時配合全球 Panasonic 集團進行每三年之階段性檢討，期望藉由能源管理達到中期 2030「淨零碳排」及長期環境願景 2050「耗能 < 創能」之目標。	物流無紙化及低碳設備導入，共計減少 107.8 噸碳排放量 協助客戶建置儲能案場，減少約 3% 電費	CH3
5	服務品質及客戶滿意度	S	自訂重大議題		✓	✓	最好的顧客服務是從商品開發設計、消費者購買過程，一直到售後提供的維修服務，過程中每個環節環環相扣，所以我們成立了「商品創意中心」解決售前問題，並積極精進銷售體驗，為顧客帶來實際的價值。	1. 消費者滿意度分數達 92.73 分 2. 引進文字客服於官網，24 小時都能解決顧客問題 3. 針對送貨物流的顧客滿意度達 96 分	CH2

重大議題說明									
	主題	議題面向	對應 GRI	價值鏈 衝擊範圍 2			對台灣 Panasonic 集團之意義	2022 年 實績與具體 專案	回應 章節
				上游	組織內	下游			
6	隱私保護	G	418 客戶隱私	✓	✓	✓	台灣 Panasonic 集團深知保護個人資訊及其客戶所委託之其他資訊的重要性，因此極其重視各類型資訊的價值與安全，為了確保資訊之機密性、完整性及可用性，松下積極推行與落實資安管理制度。	1. 持續通過台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下銷售及松下產業科技 ISO 27001 認證的審查 2. 2022 年顧客投訴隱私洩漏案件 0 件	CH1
7	產品安全與標示	S	417 行銷與標示	✓	✓	✓	確保產品擁有穩定的高品質是台灣 Panasonic 集團的立社精神與使命，也是公司營運的核心目標。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精進我們的產品。	1. 製麵包機取得 CNA 品質改善獎 2. 品質損失金額率達成 0.3% 以下	CH2
8	產品與技術創新	S	自訂重大議題	✓	✓	✓	台灣 Panasonic 集團為了讓顧客能夠在最舒適的環境下使用產品，並進一步的達到節能減碳目標。Panasonic 積極開發不同技術，並提供 B2B 商用化設備的整合服務；同時，也在產品節能減碳設計上提供技術支援，讓顧客能透過產品感受到 Panasonic 傳遞的永續精神。	1. 在倉儲管理方面採用 AR 揀料系統及 AMR 無軌道式物流自走系統，讓補料生產線更加自動化。 2. 除濕機新生產線導入自動化 IOT 及 ROBOT 的運用，進行品質傾向管理，並強化生產及人員安定性	CH2

重大議題說明									
	主題	議題面向	對應 GRI	價值鏈 衝擊範圍 2			對台灣 Panasonic 集團之意義	2022 年 實績與具體 專案	回應 章節
				上游	組織 內	下游			
9	產品生命週期	E	自訂重大議題	✓	✓	✓	為達成環境面之最核心目標：2030 年前實質淨零碳排與 2050「耗能 < 創能」之承諾，集團亦在產品設計不斷精進，考量其循環再生性並持續回收再利用，致力達成與環境之共榮共存。	訂有產品召回準則，並且無產品召回之情事	CH2
10	職場安全與健康	S	GRI 403 職業安全與衛生		✓		台灣 Panasonic 集團基於「對人尊重」的精神，致力於改善職場環境，實現安全，並設立健全的員工健康照護措施，以提供有益身心健康的舒適工作環境。	1. 舉辦共計 40 場次內外 部環境安全 衛生教育訓練 2. 台灣地域 三方交叉稽 核並針對問 題點進行改 善	CH5

註 1：GRI 索引表請詳本報告書附錄。

註 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。

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
員工	承續創辦人松下幸之助先生所言，Panasonic 是培育人的公司，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 工會 勞資會議	1. 誠信與法令遵循 2. 公司治理 3. 風險控管
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	1. 服務品質及客戶滿意度 2. 產品安全與標示 3. 隱私保護產品生命週期
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	1. 資源管理 2. 環境保護及生態保育 3. 廢棄物減量與回收
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	1. 服務品質及客戶滿意度 2. 產品生命週期 3. 產品安全與標示

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
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	1. 誠信與法令遵循 2. 資訊揭露與溝通 3. 能源管理及節能減碳
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	產品發表會 邀請媒體參訪	1. 廢棄物減量與回收 2. 資訊揭露與溝通 3. 公益慈善與社會參與
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	1. 公司治理 2. 能源管理及節能減碳 3. 服務品質及客戶滿意度
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	1. 服務品質及客戶滿意度 2. 產品安全與標示 3. 能源管理及節能減碳

註 3: 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。

05 呼應聯合國永續發展目標

台灣 Panasonic 集團為善盡全球企業公民責任，致力於永續、節能及健康多元的工作環境，並追求創造就業與經濟成長。我們將企業經營理念連結聯合國 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），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」之經營理念為承諾，積極回應其中的 9 項 SDGs，期望由內而外，將 ESG 行動連結企業策略並推動相關專案，為全球永續發展目標做出積極貢獻。

台灣 Panasonic 集團 2022 年成果

3 健康與福祉



1. 每年定期舉辦健康促進活動與講座，健康關懷措施使用人次達 6801 人
2. 舉辦共計 40 場次內外部環境安全衛生教育訓練，提升安全意識
3. 定期進行職場環境檢測，針對危害制定改善計畫

4 教育品質



1. 深耕校園，與 8 間大專院校合作參訪，招募 91 位校園人才入職
2. 2022 年與崑山科技大學簽署「推動智慧能源整合研究及創意應用」產學合作意向書，共同推動「新時代能源產業應用及教育推廣」
3. 與崑山科技大學及台灣中油公司合辦「2022 智慧能源高峰會」、
「2022 第 7 屆綠色生活創意設計大賽」活動，協助永續人才培育
4. 提供台灣 Panasonic 獎學金，自 2014 年起共發放 90 位學生獎學金，並提供暑期實習機會



5 性別平等



1. 全集團實施男女同酬，且男女性薪資比差距逐年縮小
2. 2022 年獲「1111 人力銀行」幸福企業獎，建立多元化招募管道



7 可負擔能源



1. 成立 GX 推進室，並導入電力供應和廢熱利用設備構築再生能源設備與儲能設備，致力推動 2030 碳中和
2. 協助客戶建立儲能合作計畫，有效整合再生能源與區域型用電，減少因再生能源不穩定對電網 / 電力系統產生的衝擊，節省年度電費 2% 以上
3. 持續與台灣中油合作設置燃料電池 EMS，並回收熱能再利用，建置宿舍熱水器系統

8 就業與經濟成長



1. 員工照護措施完善，達成職場零職災的目標
2. 2022 年獲上級單位 CNA（松下中國東北亞公司）健康與安全衛生論壇活動 - 銅獎
3. 2022 年台灣松下電材獲得職業安全衛生五星獎
4. 2022 年獲 TCSA 人才發展領袖獎



9 工業、創新基礎建設



1. 發展 B2C 和 B2B 事業，以創新整合的解決方案提供客戶一站式服務
2. 配合政府能源轉型政策，與台灣中油簽訂 MOU 共同推動智慧能源轉型及推廣工作

11 永續城市



1. 2022 年與崑山科技大學簽署推動「智慧節能應用及社區開發」產學合作意向書，擘劃智慧節能社區開發及研究推廣





1. 持續推動永續採購方針，並定期進行供應商管理及評估
2. 改善廠區內設備，推動綠色生產；積極開發智慧節能家電，提高產品節能效率
3. 2022 年獲讀者文摘信譽品牌的 5 座白金獎和 8 座金獎，蟬聯台灣消費者最信賴家電品牌



1. 持續推動永續經營及主動編製企業永續報告書，揭露 TCFD 氣候風險鑑別，2022 年獲 TCSA 永續報告書金獎
2. 新增空污防制設備與電動堆高機，有效減少碳排放量



06 深耕一甲子：堅持永續，希望未來

台灣 Panasonic 集團長期於在地深耕，2022 年 10 月正式邁入在台一甲子，多年來始終堅持著服務品質及社會回饋信念，透過自身產品核心出發。尤其近年來，經歷美中貿易戰、COVID-19 疫情延燒，以及俄烏戰爭等政經動盪，為企業經營設下諸多難關，但正如同企業品牌的願景「Live Your Best」，在艱困的環境中仍細膩地回應社會及生活的需求，一次次地化危機為轉機，斬獲成長，使營收登上 400 億元，持續作為台灣消費者最信賴的家電品牌。面對全球能源轉型及淨零碳排的挑戰，也積極注入研發資源，拓展智慧科技與綠色能源發展，除了成為樂活生活空間的提案者外，更致力於與地方土地共創共融，為更美好的現代化生活及永續願景持續耕耘。

60 一甲子 + 團結同心協力 + 燈泡燈座 燈泡形象



一甲子陪伴，共創美好台灣

邁入 60 年一甲子的時光，60 週年裡圓與圓，意象為在這個大家庭，大家心手相連一起扶持成長，團結一心同心協力，上方的圓環籠罩，代表燈泡的形象，松下幸之助創立之初做的是電燈燈座，延續松下幸之助的精神，致力於實踐公司的經營理念，全力朝向社會課題解決方案的企業。顏色使用 Panasonic blue，邁向永續經營，再加入漸層色的淺藍，擁有科技感的淺藍，創造未來智慧的美好生活。

07

智慧城市與綠能科技的長期推手

因應氣候變遷為全球的共識，積極低碳轉型成為最迫切的議題，為回應世界趨勢及政府淨零政策，台灣 Panasonic 集團除了成立 GX 推進室推動再生能源開發外，更早已積極與產官學合作朝向智慧城市及綠能科技的研究，雙軌並行投入研發與教育多年，實證智慧低碳與能源轉型的未來性。

2022 年

- 與崑山科大簽署「**智慧節能應用及社區開發**」產學合作意向書(MOU)，擘劃智慧節能應用及智慧節能社區開發

2021 年

- 與台灣中油公司續簽「**智慧綠能科技領域**」合作備忘錄 (MOU)

2019 年

- 參與中油**智慧綠能加油站**，提供 Panasonic 燃料電池，進行多元電力供應系統確證
- 與大台北瓦斯公司合作，實證**瓦斯空調**的實用效能

2018 年

- 與台灣中油公司簽署「**智慧綠能科技領域合作備忘錄 (MOU)**」強化台灣綠能科技競爭力

2016 年

- 「**Panasonic 台南智慧低碳實證屋**」：節能、創能、續能的能源管理三要素概念設置**節能應用**及**智慧節能社區開發**

2014 年

- 與台南市簽署合作備忘錄 (MOU)，打造台南為**智慧低碳合作示範城市**
- 與經濟部台日產業合作推動辦公室 TJPO 簽署 LOI，啟動**智慧低碳合作項目**

2022 年

- 與崑山科大舉辦「**2022 智慧能源高峰會**」，邀請產官學研各界共同討論智慧能源發展現況與未來趨勢，以展現臺灣發展再生能源的決心和實力。
- 借助該校「**綠能科技研究中心**」、「**智慧聯網自動光學檢測類產線基地**」、「**機聯網、感知系統、機器人工程師 iPAS 實作考場**」、「**織物染整及印花類產線基地**」、「**車用零組件生產自動化類產業環境工廠**」等 12 間場域的研發成果，共同**培育智慧能源整合之技術人才**。
- 規劃**產學合作研究議題**，協助人才培育及建置研發基地的，提供實習及未來工作之媒合機會。

2018 年～

- 恢復舉辦**兒童環境教育活動**

2015 年～

- 舉行「**Panasonic 綠色生活創意設計大賽**」展現年輕學子對綠色生活的新創意
- 每年**捐贈家電實習器材**及改善空調 / 家電檢定場所，供**學生實習**接觸最新的綠色家電製品

2014 年～

- 台灣 Panasonic 獎學金**每年發放 10 位學生獎學金，並提供**暑期實習機會**

2013 年～

- Panasonic Love Cooking 料理鮮體驗 **小廚師親子活動**

研發 教育

01 穩健經營

- 1.1 公司治理
- 1.2 誠信經營
- 1.3 資訊安全
- 1.4 數位革新
- 1.5 創新研究開發

章節亮點

- 1. 營業額連續 8 年創下歷史新高
- 2. 綜合家電市佔率持續維持第一
- 3. 顧客投訴隱私洩露案 0 件

3 健康與福祉



5 性別平等



8 就業與經濟成長



9 工業、創新基礎建設




1.1 公司治理

重大議題 – 公司治理

管理目的	以創辦人之創業精神，落實企業經營者之責任，並保障利害關係人之權益與利益		
管理方針	1. 維持董事會及功能性委員會之運行，以達組織管理及監督職能 2. 關注國際永續趨勢，持續深化公司治理與企業永續文化		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	確保董事出席率 100%	持續強化公司組織之管理及監督職能	透過董事會及功能性委員會深化公司治理及企業永續文化
2022 年實績	共召開 7 次董事會，全體董事之出席率皆為 100%		

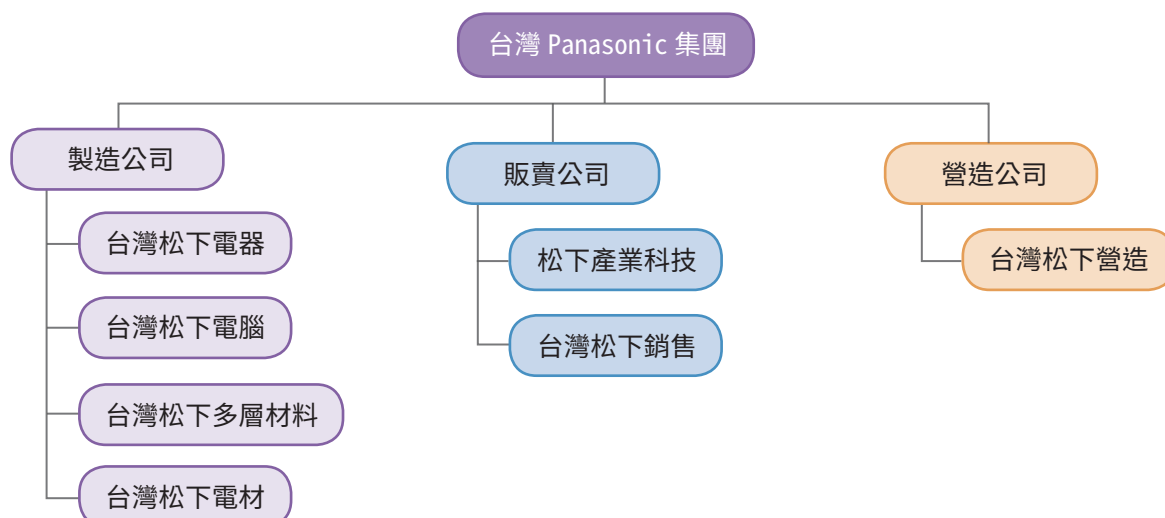
台灣 Panasonic 集團創立於 1962 年，至今年承載了一甲子的歷史。一路走來，台灣 Panasonic 集團體認健全的公司治理架構為組織整體推動永續策略之基礎。堅持營運透明，透過嚴謹的管理與監督機制，促進董事會履行職能，充分保障股東合法權益同時兼顧利害關係人之最大利益、審慎落實企業永續經營之責任，以達成營運目標。

1.1.1 集團架構

從創新的電子技術出發，Panasonic 提供生活家電、建築、商用設備、FA、產業部材、營造建築及系統解決方案等多元化技術、產品與服務，除了 B2C 方面的家電商品，更跨足 B2B 領域的建築建材、照明、廚具、冷凍冷藏設備及解決方案等服務，提供居家、大樓及社區整體解決方案，提升人們生活品質。

台灣 Panasonic 集團包含 7 家集團公司，以製造、販賣和營造等三種事業體區分公司，各司其職以專業分工，致力實現「Live Your Best」。

2021 年，因應全球氣候變遷及 5G 和 IoT 應用趨勢，台灣 Panasonic 集團成立了 GX 推進室（Green Transformation）和 5G 新事業推進室。其中 GX 推進室主要負責推動台灣 Panasonic 集團的綠色轉型，朝向日本母集團的 Green Impact 理念 - Panasonic 2030 年全事業碳中和，以及 2050 年「耗能 < 創能」前進；另一方面，5G 新事業推進室則為研究開發導向，透過致力發展 5G 專網和 IoT 的應用，配合各個部門進行內部營運的優化以及外部方案的提供，提升台灣 Panasonic 集團的數位競爭力。



1.1.2 董事會

在台灣松下電器董事會的架構下，設有董事 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。另特別設立 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，健全公司治理。董事會每季至少召開一次，以審核企業經營績效與討論重要永續策略，內外部面向包含環境、經濟、社會衝擊、風險與機會等議題，並全力支持企業永續，定期檢視執行情形與審查成效。2022 年共召開 7 次董事會，全體董事之出席率皆為 100%。

董事會成員多元化

為了有效實施優良的董事會治理制度，董事會成員的多元性和專業性至關重要。台灣松下公司之董事成員組成具備多元與專業背景，跨足多方產業與學術，來自台灣與日本等不同國家國籍，並擁有豐富的公司治理經驗。



1.1.3 公司治理架構

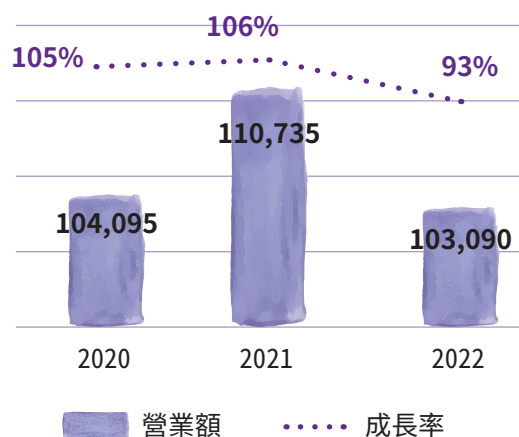
台灣松下電器公司為了提高公司治理效能、減少風險發生機率與保障勞工福利權益，共設立 12 個委員會，以因應公司發展目標、外部法令趨勢及各式新興風險。各委員會由高階主管擔任委員長，並由各部門主管擔任委員，定期召開會議整合與更新各事業單位營運現況。



1.1.4 經濟績效

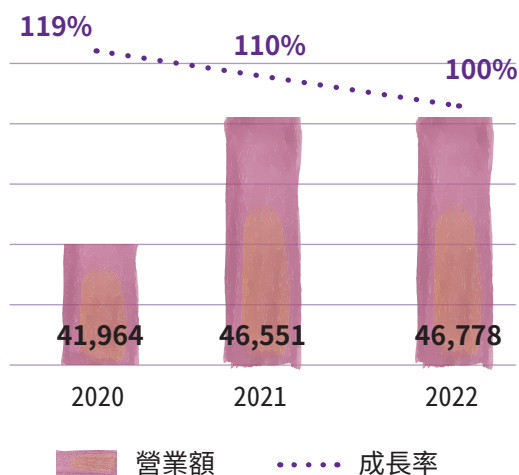
台灣 Panasonic 集團貫徹「圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」之經營理念持續不斷地進步。由於疫情延燒，除了全球經濟受到重創之外，原物料取得及航運情況不穩定，但台灣松下仍力求維持家電市場的成長。

台灣 Panasonic 集團 年度營業額



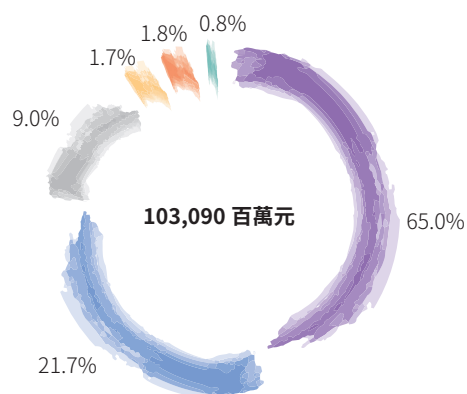
(單位：新台幣百萬元)

台灣松下電器集團 年度營業額



(單位：新台幣百萬元)

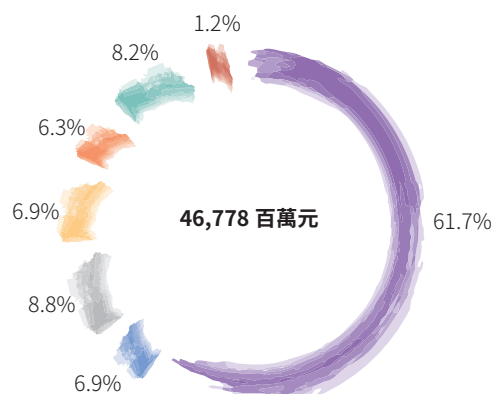
台灣 Panasonic 集團
2022 年各集團公司營業額與占比



- 台灣松下電器集團
- 松下產業科技
- 台灣松下電腦
- 台灣松下電材
- 台灣松下多層材料
- 台灣松下營造

(單位：新台幣百萬元)

台灣松下電器集團
2022 年產品別營業額與占比



- 家電及空調產品
- 車載 / 元件 / 揚聲器
- 建築設備
- 系統解決
- 馬達
- 家電輸出及中國直販
- 服務收入

(單位：新台幣百萬元)

註1：台灣 Panasonic 集團包含台灣松下電器及其他 6 家集團公司

註2：台灣松下電器集團包含台灣松下電器股份有限公司及台灣松下銷售股份有限公司

註3：商用設備及整合方案的產品服務在 2022 年合併為系統解決

稅務資訊

台灣松下電器與在地社會攜手成長，依循國家法律納稅，民國 51 年創立至今 61 年以來繳納稅額累計達 847 億元。全體員工協同國內外多家廠商，為穩定社會的重要力量。公司營運重要決策皆考量稅務風險，提升股東價值以落實永續責任。

2022 年度台灣松下電器集團納稅額	
類別	金額 (單位：百萬元)
營業稅	228.0
營利事業所得稅	651.6
貨物稅	1654.9
其他類捐	307.7
合計金額	2842.2

2022 年度銷售亮點

販賣面

- 國內大型家電及空調產品銷售成長
- 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
- 家電領域整體銷售達 467 億
- 營業額連續 8 年創下歷史新高

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

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

1.1.5 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協會，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。在 2021 年，因應近年 AIoT 的趨勢，台灣 Panasonic 集團也參與智慧家電規格的相關訂立，提供專業知識為智慧家電的發展推進。

電子同業公會	台灣區電機電子工業同業公會	其他公協會	中華民國工商協進會
	新北市電器商業同業公會		新北市工業會
	台北市電器商業同業公會		台灣區照明燈具輸出業同業公會
	冷凍空調公會		財團法人台灣數位電視協會
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		台北市事務器械商業同業公會
	台北市室內設計裝修商業同業公會		社團法人中華軌道車輛工業發展協會
	新北市室內設計裝修商業同業公會		台北市進出口商業同業公會
	台南市室內設計裝修商業同業公會		台灣區電信工程工業同業公會
	高雄市室內設計裝修商業同業公會		台北市電腦商業同業公會
	中華民國室內設計協會		台灣區電信工程工業同業公會
	桃園市室內設計裝修商業同業公會		台北市電腦商業同業公會
其他公協會	台灣智慧型電網產業協會		台北市日本工商會
	台灣智慧能源產業協會		台灣電路板協會
	湖口工業區廠協會		台灣連鎖暨加盟協會

1.2 誠信經營

台灣 Panasonic 集團秉持著創業者松下幸之助先生的「企業是社會的公器」的經營理念，遵守當地法律是公司基本行動基準，故訂定「Panasonic 行動基準」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，且與供應商及經銷商簽署廉潔承諾書及反賄賂條款。2022 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

1.2.1 法規遵循

管理目的	堅守集團創業之初的綱領與信條，以法規遵循為根本營運企業		
管理方針	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定集團的合規管理與法遵制度，並確保其與時俱進 2. 舉辦法規相關教育訓練，確保員工充分理解與實踐 3. 設立反貪腐、反賄賂及疑似違法行為的通報系統 		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	維持違法事件 0 件，並持續推動法規相關教育訓練	維持無違法事件，並精進教育訓練之內容	深耕以「光明正大、遵循法則」等集團精神為核心的法規遵循文化
2022 年實績	2022 年度台灣松下電器共有兩起勞動基準法違法事件，共裁罰新台幣 240,000 元，台灣松下電器未來將持續推動法規相關教育訓練，確保達成年度無違規事件發生		

為確保員工理解法規遵循的要求與規範，台灣 Panasonic 集團透過定期舉辦法規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，並設立法規遵循講師、定期實施合規 / 遵紀守法教育訓練及 e-Learning 線上教育訓練，內容包含反貪腐、反壟斷及反賄賂行為等，一旦有任何疑似違規事件發生，員工（包括前員工）或者交易方可以透過「全球熱線 EARS」立即通報，由集團相關單位彙整事件後，作成適法性處置及相關再發防止措施。

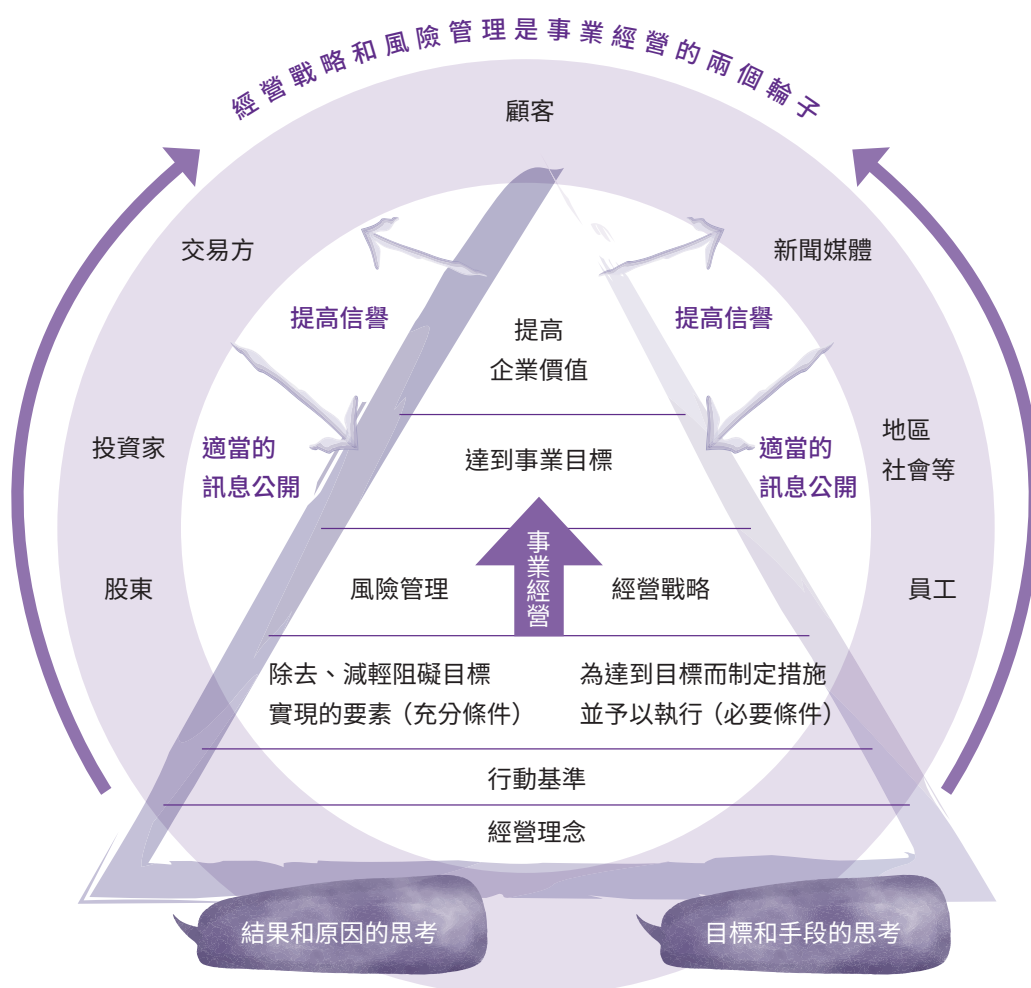
2022 年法規遵循教育訓練課程		
主題	時數（單位：小時）	人次
昇格人員遵紀守法教育訓練	1	200
PSTW 遵紀守法研修會	20	1962
新進員工守法教育訓練	1	58
線上 e-Learning	1	1425

1.2.2 風險管理

管理目的	強化集團之韌性，提升風險應變能力，並確保持續營運		
管理方針	1. 制定策略與應對計畫，持續健全集團管理制度及控管機制 2. 優化風險評估方式，提前辨認潛在風險與趨勢變化 3. 關注國際環境趨勢，加強氣候治理與相關風險管理		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	持續評估集團之風險因素並規畫因應措施	精進執行風險評估與營運衝擊的分析，並訂定相應之應變計畫	精進集團風險控管架構，包含氣候治理及相關計畫，並確保集團內的一致性
2022 年實績	評估 2022 年集團之風險因素並規畫因應措施		

松下幸之助先生相信防患於未然對於企業經營的重要性，並提倡「先憂後樂的思考」，預先為不可預知的風險制定應對計畫。台灣 Panasonic 集團視經營戰略和風險管理為推動事業發展的「雙輪軸」，並設有經營風險管理本部。集團構築完善內部監查體系，透過業務、不正會計防止等監查活動，期望推動風險管理透明化，達成提升企業價值之目標。

風險管理藍圖



2022 年台灣松下電器 集團重大風險疑慮項目

風險名稱	因應策略
自然災害 (如地震等重大災害)	強化防災系統與防災措施
技術軟體不正當使用	強化對於智慧財產權的管理及教育訓練
生產條件惡化	更換生產設備提升整體品質
產品品質問題	加強人員教育訓練，呼籲務必遵守集團 SOP
應收帳款無法收回	加強對於應收帳款的查核及管理
對公務員行賄或收賄	教育集團員工，提升法遵倫理的意識
職業災害	加強職業安全訓練及設備
員工上班時間管理	以系統追蹤，針對不合理之上班情況通知所屬上司
對社內資訊系統的網絡攻擊	強化各項網路安全防禦措施並積極監控以降低潛在的攻擊風險
對製造系統的網絡攻擊	區隔製造網路並以 SOC(Security Operation Center) 進行監控

1.2.3 營運持續管理

為有效預防產品與服務因災害或意外事故中斷，並確保在遭受衝擊發生後可迅速恢復正常營運，台灣 Panasonic 集團成立危機管理對應委員會，由總經理擔任委員長，建立完善營運持續計畫 (Business Continuity Plan, BCP)，降低事故衝擊，提升企業應對風險之韌性。

重大風險	因應措施
颱風和地震等自然災害	<ol style="list-style-type: none"> 1. 重建防災系統，為所有員工實施防災教育和實際的防災演練 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
COVID-19 等大型流行傳染病	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成立防疫小組，隨時掌握政府相關訊息、分享公告，並遵循政府政策執行相關措施 2. 建置行動裝置相容之遠端打卡系統，並整備 IT 環境以執行分流上班 3. 為預防物料交期延後影響生產期程，提前告知供應商訂單預估，並要求供應商備料至少 30 天庫存 4. 利用線上工具與供應商及經銷商溝通及舉行會議

1.3 資訊安全

重大議題 – 隱私保護

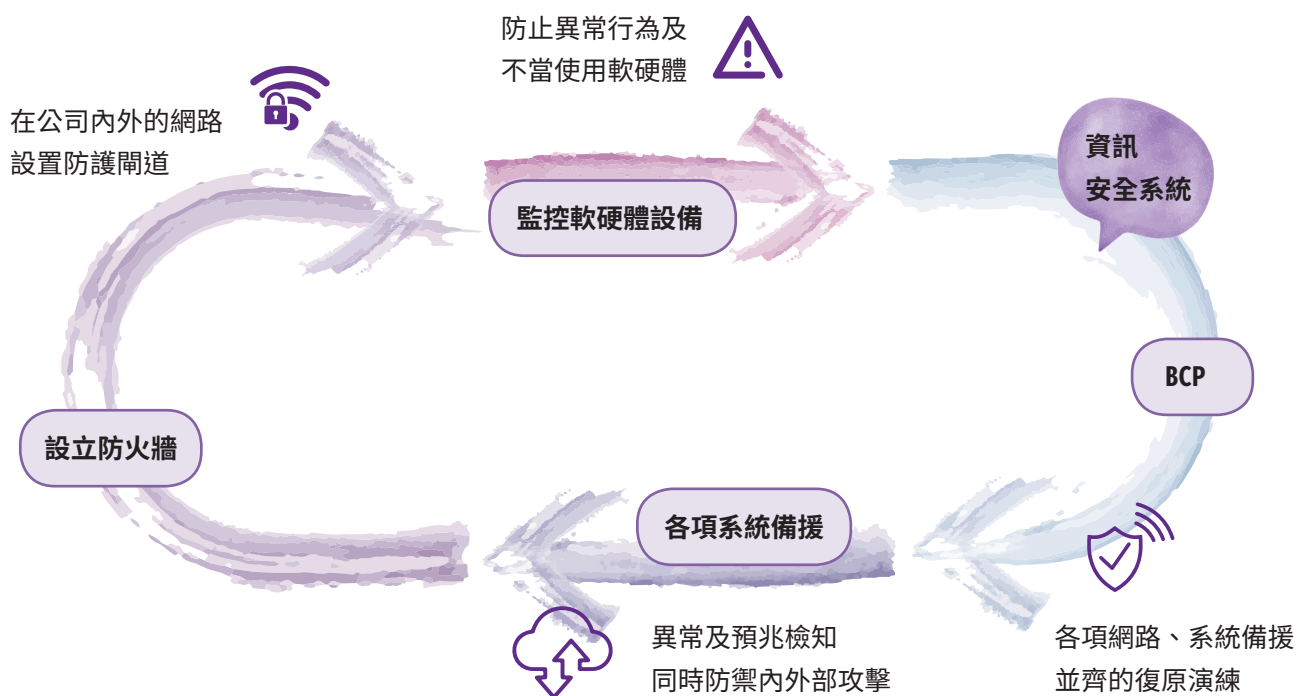
管理目的	維護顧客與合作夥伴之資料隱私，並健全集團資安風險之控管能力
管理方針	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定內規及管理制度，以確保資料皆透過合法的蒐集、處理與取用 2. 以防火牆設立、監控軟硬體設備、資訊安全監控中心導入、企業持續營運計劃 (BCP) 等進行資訊安全管理，並持續更新精進 3. 定期舉辦個資保護相關的教育訓練，確保員工充分了解及落實

目標	2023 年目標	短期	中長期
	維持個資洩漏事件為 0 件	維持無個資洩漏，持續落實相關的教育訓練及查核程序	集團公司持續推動導入 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，並定期換證維護持續優化雲端的資安系統，提升全集團之資案控管水準
2022 年實績	顧客投訴隱私洩漏案件 0 件		

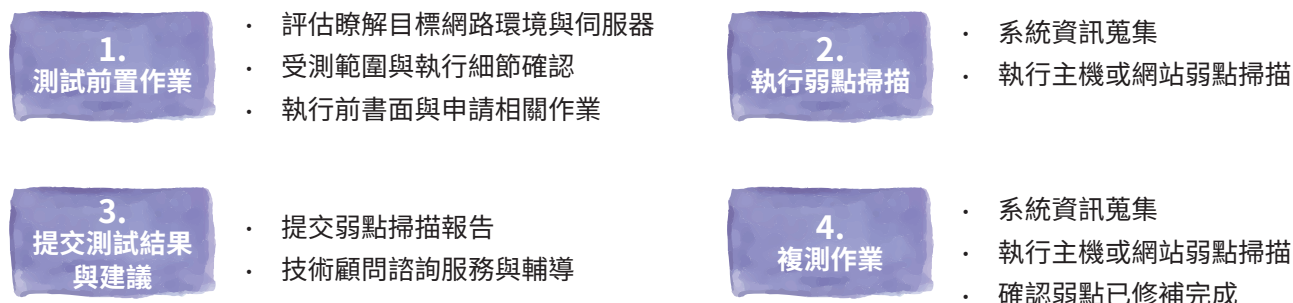
台灣 Panasonic 集團持續精進資安管理制度，目前集團公司中，台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下銷售及松下產業科技皆已取得 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，並且每年均委託第三方機構進行 ISO 27001：2013 的年度審查，每三年進行換證。此外，為保護顧客隱私，台灣 Panasonic 集團制定「個人資料保護規則」及發布「隱私權保護聲明」，確保合法蒐集、處理及取用顧客資料，更開發「個人情報處理系統 (Personal Info Register)」，透過雲端資訊系統確認全球松下集團使用一致的資料處理水準，藉各項規範、作業程序、查核及定期的教育訓練，確保落實個資保護，2022 年個資洩露事件為 0 件，且並未有任何顧客或監管機關的違反客戶隱私投訴案件發生。

1.3.1 資安系統

台灣 Panasonic 集團與日本總公司使用一致的資料處理規範，以「設立防火牆、監控軟硬體設備、導入資訊安全監控中心、企業持續營運計劃 (BCP)」四大方針進行資訊安全管理。透過強化系統機能，減少資料傳遞過程中造成的外流風險及受到外部攻擊帶來的營運衝擊，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緊急情況。



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，台灣 Panasonic 集團每年度委託外部第三方資安檢測中心定期進行弱點掃描、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。



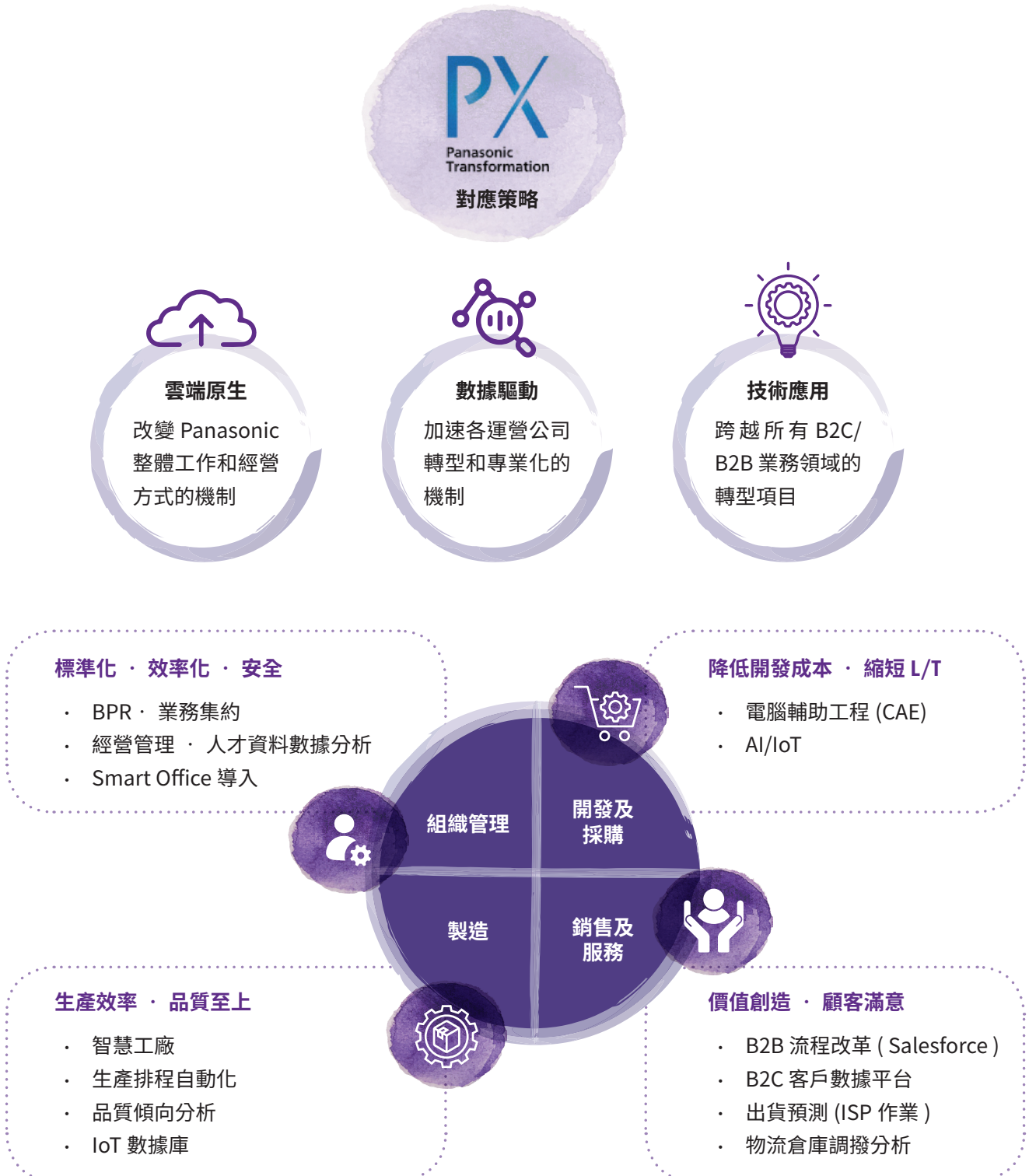
1.3.2 資安訓練

台灣 Panasonic 集團竭力捍衛資訊安全的防護。除了透過強化委員會職能與防護系統機能、積極實施全球化規章制度，2022 年度舉辦了 3 次網路釣魚模擬信件與 2 次 e-Learning 線上課程及測驗，並針對不同的內外部人員進行教育訓練，深化資安意識涵養。承諾以「提升資訊安全層級」為目標，致力降低資訊在傳遞過程中可能造成的外流風險以及受到外部攻擊帶來的營運衝擊。



1.4 數位革新

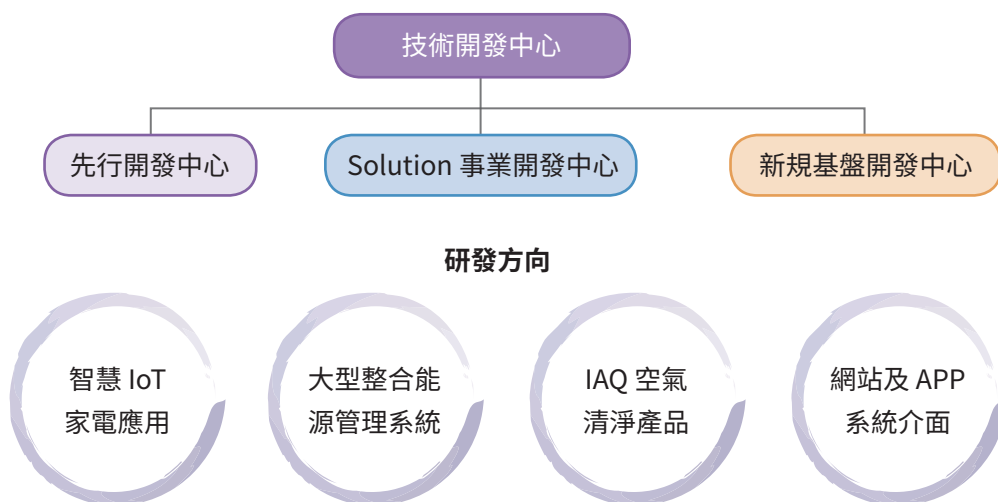
台灣 Panasonic 集團為了因應國際趨勢，加速數位轉型的腳步，積極導入高附加價值的新興科技，並制定 2021-2023 年 IT 戰略計畫「Panasonic Transformation (PX)」，期望活用數位科技變革經營模式，賦予集團內部新的動能藉此提升市場競爭力。



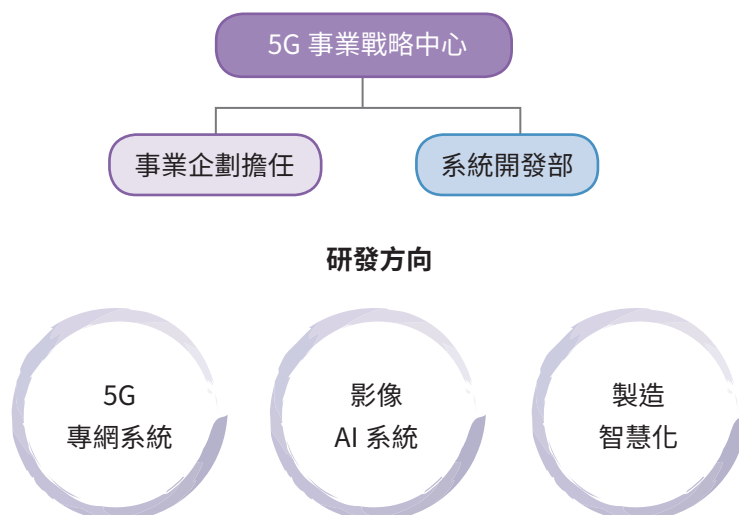
1.5 創新研究開發

目標		
2023 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
持續開發新技術，把握 5G 趨勢及集團優勢獲取新專利	提供創新整合服務銷售，並將技術擴大應用至製造、物流領域、醫療場域等的實證實驗與銷售	透過對製造業的銷售，提升製造業生產價值；透過醫療市場銷售，降低醫護人員體力腦力負擔，提升醫療品質，以及透過物流業銷售，降低物流成本，提升物流作業效率

台灣 Panasonic 集團致力於投入創新研發、探索新事業可能性，透過成立三大開發中心－先行開發中心、Solution 事業開發中心、新規基盤中心持續精進核心產品，發展全新事業群以滿足並領先產業發展趨勢。



因應全球 IoT 趨勢高漲，2021 年更成立 5G 事業戰略中心，投入大量資源建構企業內部專網，並以此極力開發 IoT 的解決方案。2022 年台灣松下電器投入研發金額高達 **565** 百萬元，由 **297** 位技術人員攜手努力，取得 **38** 件專利。



02 品質 共榮

- 2.1 產品製造價值鏈
- 2.2 產品研究與設計
- 2.3 原料與零件採購
- 2.4 進貨物流
- 2.5 產品製造

- 2.6 倉儲管理
- 2.7 銷售服務
- 2.8 送貨服務
- 2.9 顧客反饋與售後服務

章節亮點

1. 品質損失金額率 **0.3%** 以下
2. 消費者滿意度調查 **92.73** 分，優於去年
3. 製麵包機榮獲上級單位 CNA (松下中國東北亞公司) **品質改善獎**



2.1 產品製造價值鏈

重大議題 - 產品生命週期

管理目的	為提高產品的品質與控制成本和資源的有效利用，企業應有效地規劃、控制和最大化產品在市場上的價值和效益		
管理方針	1. 訂定品質控管目標及計劃、整合各部門產品生命週期策略與行動方針 2. 持續控管產品品質安全，符合法規要求，致力於最大化產品的生命週期		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	資源再利用率達 100%	提供供應商相關教育訓練，將資源再利用之理念推廣至供應商	達成供應商共同響應資源再利用率達 100%
2022 年實績	品質管理 KPI 為品質損失金額率 (%) (品質損失金額 / 販賣金額) 達成事業計畫目標 0.3% 以下		

台灣 Panasonic 集團由特定部門分別進行各類別的品質管理作業流程，針對產品製造之每一環節皆嚴格控管，商品從企劃階段開始，到開發設計、製程品質保證、製品審查、量產前品質檢討、品質出貨確認以及市場品質初期流動管理皆有嚴謹程序規範，並按各生產製造部門相應調整基準，以因應該領域之國際標準 ISO 準則。

價值鏈與實績

相關規範與系統	2022 年實績	權責單位
 <p>產品研發</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品研究事例 (生活審查及檢證) 生活研究事例 	279 位社員參與商品研究 20,439 位使用者 / 消費者 / 販賣店提出回饋	商品創意中心
 <p>原料把關</p> <ul style="list-style-type: none"> 《供應商行為準則》 《台灣地區反賄賂反腐敗規程》 《不使用保證書》 《供應商環境品質保證體制監察》 RoHS QCDS 評分 供應商輔導 	商品禁用 RoHS 物質達成率：100% 無高風險或不合格供應商	法務中心 全球採購中心 台灣松下多層材料 台灣松下電材
 <p>安全運輸</p> <ul style="list-style-type: none"> 《物流業者評價實施細則》 	生產入庫、調撥分數：89.9 分 發送業者分數：90.6 均高於往年	物流管理中心

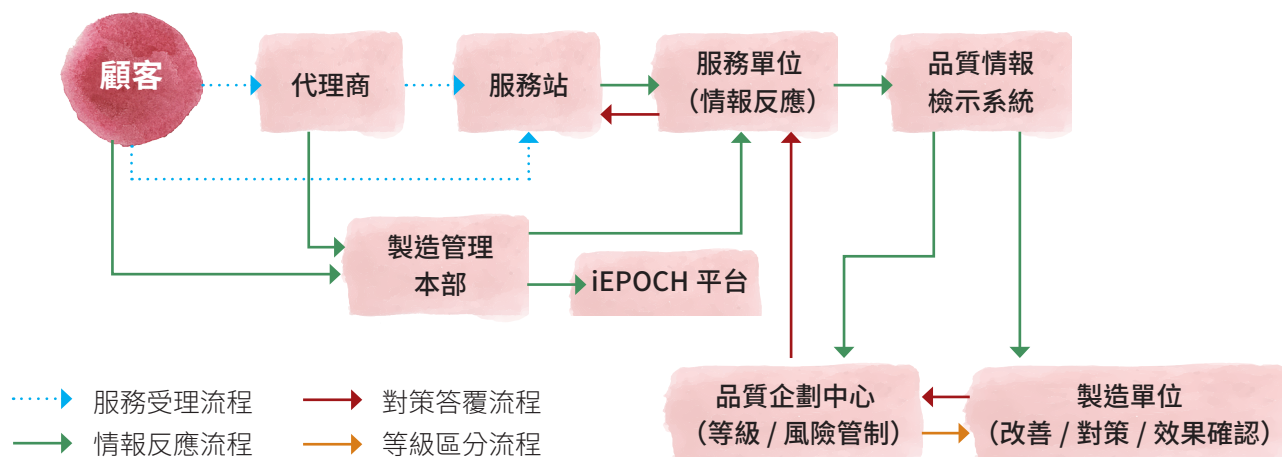
相關規範與系統	2022 年實績	權責單位
 <p>產品製造</p> <ul style="list-style-type: none"> • ERP 系統 • MES 系統 • IoT 系統 • 專案管理流程 • DP/DR 品質預審流程 	<p>大數據統合、資料分析提升生產效率與品質；完整品質追溯系統快速回溯品質問題</p>	<p>技術本部 台灣松下銷售</p>
 <p>倉庫儲存</p> <ul style="list-style-type: none"> • AR 揀料系統 • AMR 無軌道式物流自走系統 • CCTV 監控系統 	<p>導入自動化系統，提高生產效率</p>	<p>台灣松下銷售</p>
 <p>銷售管理</p> <ul style="list-style-type: none"> • 二代 NICE 系統 • 經銷商品質回饋 App 	<p>經銷商座談會參與人次：622 人</p>	<p>台灣松下銷售 品質企劃中心 研修中心</p>
 <p>安全出貨</p> <ul style="list-style-type: none"> • 送貨服務問卷調查 	<p>顧客滿意度：96 分</p>	<p>物流管理中心</p>
 <p>售後反饋</p> <ul style="list-style-type: none"> • 產品使用線上教學 • 24 小時自動回答服務 • 商品品質警示系統 • 國際 IT 法規雲 • 服務部門管理系統 • MQC 市場品質管理系統 • 客戶數據平台 • Salesforce Customer 360 	<p>2022 年消費者滿意度調查 92.73 分，顧客滿意度成長 品質損失金額率低於 0.3% CNA 頒發製麵包機品質改善獎</p>	<p>台灣松下銷售</p>

同時，集團設有品質中心為產品品質進行把關，定期召開全社品質會議、經銷商品質座談會，強化集團內對於品質管理的一致性，同時，亦跟進各商品改善進度，確保產品獲得改善與優化。

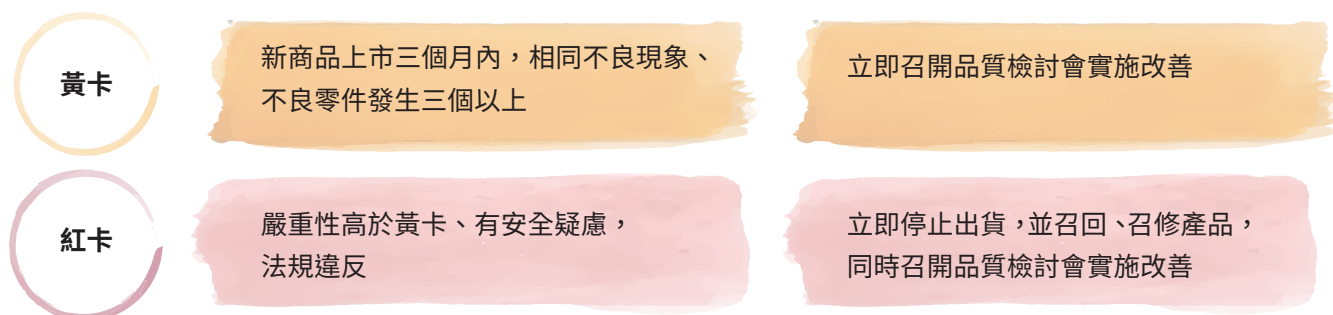
此外，台灣 Panasonic 集團成立品質政策委員會，不論自主生產或委外生產之產品均制訂完善程序，於商品首批量產時嚴格把關商品之技術、品管均遵照性能、機構、外觀、包裝檢查基準確認，以及符合不使用特定物質之相關規範，經上述認定合格及最終決裁者簽核後，方可准予出貨。

為了讓客戶有最佳的產品體驗，台灣 Panasonic 集團訂立完整品質反應流程，制定改善程序，在收到顧客反應意見後，將意見反應至各相對應的負責單位，由各負責單位確認並提出因應的對策與改善作為。

客戶品質反饋流程



針對重大品質事件，台灣 Panasonic 集團訂定一套處理流程，將檢測之產品品質區分為黃卡與紅卡，並針對不同情境提出相對應的處理措施與流程。



2.2 產品研究與設計

重大議題 - 產品生命週期

管理目的	為提供具有市場競爭力的產品，企業應有效管理產品與技術創新能力，滿足市場的需求和期望		
管理方針	1. 訂定技術創新目標及計劃、設置產品與技術創新策略與行動方針 2. 持續控管產品品質安全，符合法規要求，致力於最大化產品的生命週期		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	持續開發新技術，把握 5G 趨勢及集團優勢獲取新專利，並廣納消費者、社內人員之意見	提供創新整合服務銷售，並將技術擴大應用至製造、物流領域、醫療場域等的實證實驗與銷售	透過對製造業的銷售，提升製造業生產價值；透過醫療市場銷售，降低醫護人員體力腦力負擔，提升醫療品質，以及透過物流業銷售，降低物流成本，提升物流作業效率
2022 年實績	1. 透過內部社員體驗，直接操作商品並評估其效果和性能 2. 應用 ERP 系統、MES 系統以及 IoT 技術於製造流程中		

商品創意中心在商品設計初期即已在實驗室中進行多次操作檢證，除不定期進行消費者調查，針對全新推出之產品，以意識形態網路調查之方式，了解各地消費者的使用需求，優化與改善產品功能。

顧客困擾



解決方案



成果展示



空調遙控器
背光設計

消費者於夜間或採光不佳時使用遙控器，有看不清楚按鍵的困擾，遙控器新增按鍵背光設計，提升消費者使用便利性。



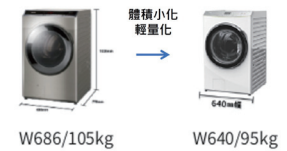
洗衣機絲屑過濾網
材質變更

消費者反映現行絲屑過濾網在洗衣後仍有棉絮殘留在衣物表面，因此提案改善濾網材質，變更後的絲屑回收效果大幅提升。



洗衣機體積小化、
輕量化

消費者反映洗衣機體積大又重，不易搬運及擺放，因此開發寬 640 mm，降低搬運難度並能輕鬆放置在陽台空間。



為了提升商品研發的品質，採取了一項重要的檢驗步驟——在商品推出前先進行內部社員體驗。透過讓員工自行操作商品，能更深入了解產品的實際使用情況以及潛在的問題點，並就其使用性、效果和性能方面進行評估。這種直接的體驗可以幫助評估產品的優缺點，並提供有價值的反饋，協助設計出更加符合使用者需求的產品。

這樣的內部體驗也可以促進團隊合作和溝通。通過讓不同部門的員工參與產品的評估，可以促進跨職能團隊之間的合作，並增進彼此之間的了解。這有助於我們建立一個共同的目標，進而提升團隊的效能和創造力。

研究項目	產品名稱	照片	評價 / 檢證內容	改善提案 / 檢證結果
機能檢證	冷(暖)氣機		檢證冷(暖)氣機 PM2.5 及異味的消除效能	實驗證明 PM2.5 及異味消除，效果皆優於他社
	空氣清淨機		檢證空氣清淨機 PM2.5 及異味的消除效能	實驗證明 PM2.5 及異味消除，效果皆優於他社
	電冰箱		-3°C微凍室效果檢證	-3°C微凍室不論溫度或保鮮後的食材料理性皆優於他社，他社微凍室溫度整體低於-4°C、食材偏硬不好切
	洗衣機		洗衣機振動及噪音檢證	脫水行程的噪音值偏高需改善

研究項目	產品名稱	照片	評價 / 檢證內容	改善提案 / 檢證結果
操作性	冷(暖)氣機		空調室內機濾網清洗之面板拆卸	打開面板時有斷裂的疑慮，拆卸容易度有改善空間
	空調遙控器		遙控器式樣、按鍵大小、操作方式…等評價	強化遙控器的握感、滑蓋及背光設計
	除濕機		除濕機水箱須雙手才能取出	開發單手就可輕鬆拿出來的水箱
	電冰箱		新機種出貨前生活操作性審查	確保商品使用性及品質皆滿足消費者需求

研究項目	產品名稱	照片	評價 / 檢證內容	改善提案 / 檢證結果
外觀喜好	除濕機		除濕機操作性及外觀評價	掌握使用者外觀偏好，提供設計參考
	電冰箱		電冰箱機能外觀對顧客的價值	了解仕様機能的優先順序，提供商品開發依據
	洗衣機		洗衣機整體外觀及住宅擺放性	外觀品味、尺寸小化輕量化需求

2.3 原料與零件採購

2.3.1 供應商管理與評估

台灣松下電器致力於營造利於環境、社會、經濟的商業模式，不僅對於自身所採購之原料、零件有所重視，也持續推動供應鏈合作夥伴廠商加入永續行動的行列。本公司與供應商簽署包含尊重人權、安全職場環境、環境等相關行為準則在內的交易基本合約，並致力於提升品質、成本、交貨期、服務（QCDS）的評鑑結果，藉由優化嚴謹、健全的供應商管理，竭力建構可持續發展的產業供應鏈。

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

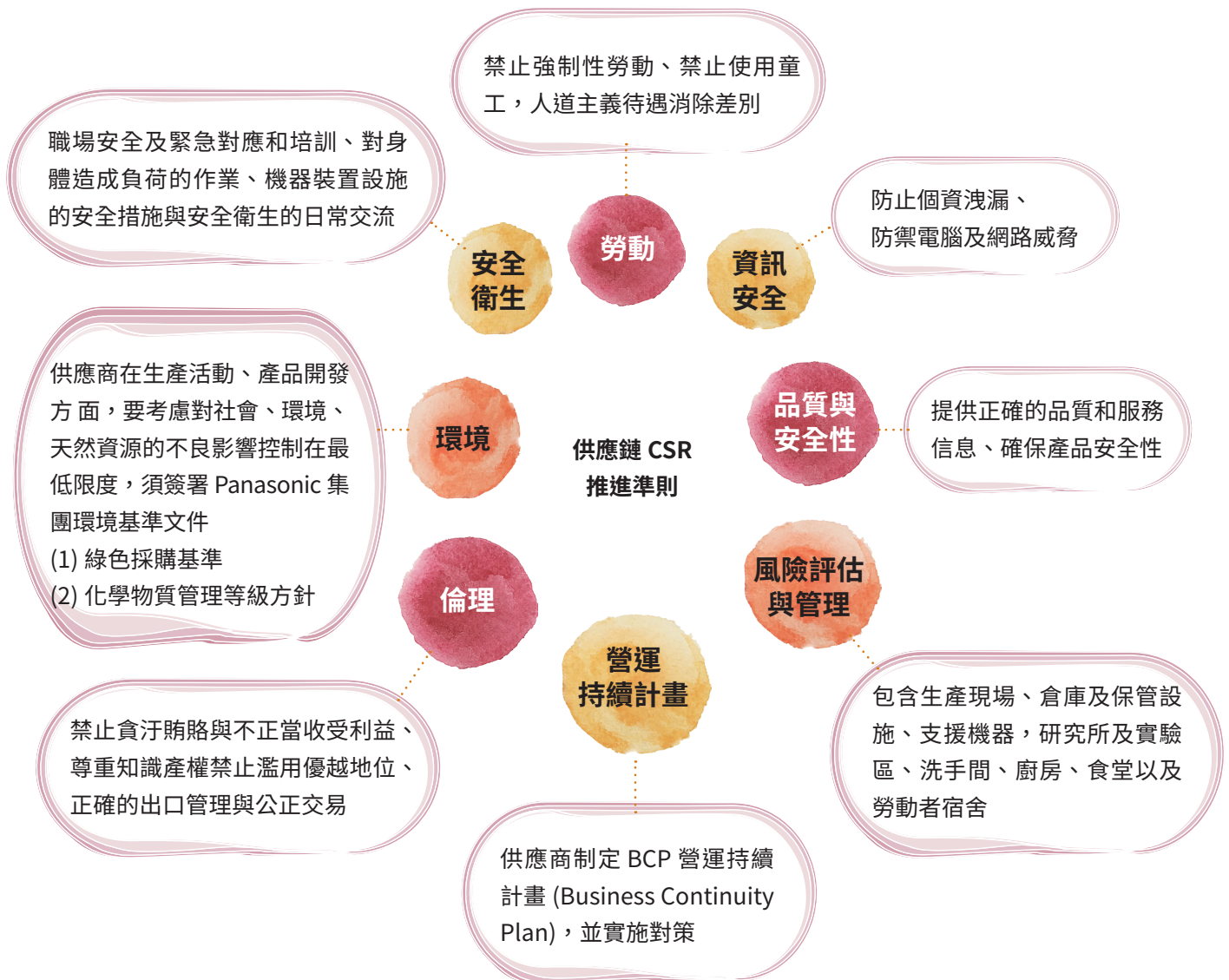
台灣松下電器訂有「衛星工廠開發基準」，認為供應商是重要的事業夥伴。除平時供應商會議、教育訓練，並針對供應商實施信用調查評鑑，要求供應商到達 50 分與 B 等級以上才合格，進一步降低供應鏈違約之風險。除上述之外，我們以品質力 (Q)、成本力 (C)、交貨期 (D)、服務 (S) 四大項目對供應商進行評核，針對表現不如預期之廠商亦有輔導計畫，協助其改善營運表現。台灣松下電器期望與供應商建立長期互相信賴的關係，並以共存共榮的正面態度與供應商合作，攜手共創良好的商業環境。

· 供應商風險管理

我們透過全球 Panasonic 集團所設置全球採購中心與 Panasonic G-MATICS 全球調達系統，結合各地 Panasonic 集團，統一集中採購合理化價格，並施行風險管理對應與管理。針對特定原物料，台灣松下電器亦建立第二供應商制度，在災害或意外發生時能即時轉移生產，以確保營運不中斷。針對日松新廠商開發三條件的遵守、新廠商符合環境法規要求、優秀 QCDS 開發等短中長期目標，並將環境因素納入供應商評分項目，以期抵禦因環境所致之風險，建立穩健供應鏈。

期間	目標	行動
短期	日本 Panasonic 新廠商開發三條件的遵守 (ISO9000/14001/EDI)	依日本 Panasonic 規定及評鑑基準新廠商開發 100% 遵守
中期	新廠商符合環境法規要求	對新廠商開發，追加信用調查評鑑
中長期	優秀 QCDS 廠商開發	連結 Panasonic 集團新廠商系統整合

台灣松下電器 2020 發布新版全球交易基本契約，為確保供應商落實企業社會責任，制定了 Panasonic「供應鏈 CSR 推進準則」，開發新廠商皆會採取實地監察，除 RoHS 之要求、QCDS 評價需達到 70 分以上才可進行開發外，還須取得 ISO9001/14001 認證及經營信用評估調查。同時也須符合我們的供應商行為準則：



通過堅持誠信和道德商業行為的價值觀，台灣松下電器致力於維護一個 0 腐敗的環境。我們依循公司內部道德倫理標準，並遵守相關法規，持續更新我們所制定之《台灣地區反賄賂反腐敗規程》，在制式合約中納入了反賄賂條款，要求我們的供應商和經銷商簽署廉潔承諾書以維護我們誠信經營的承諾，建設一個值得信賴和永續發展的未來。

為了強化供應鏈品質，台灣松下電器對既有供應商每年利用 QCDS 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。2022 年共完成 178 家供應商稽核，成果如下：

既有供應商家數	189 社
經評估之供應商家數	178 社 (11 社模具排外)
已鑑別有實際或潛在負面衝擊家數	2 社
評估高風險或不合格家數	0

台灣松下電器每年挑選 12 家高風險廠商 (如：塑化劑、軟質塑膠、PVC 等) 進行檢驗，針對不合格之供應商，我們針對不合格事項，要求供應商回覆檢討做法並監督執行，若二次評估仍不合格者，則終止與供應商之合作關係。2022 年，台灣松下之供應商合格率達 100%。

· 與供應商之溝通交流

為了以實際行動實現永續經營目標，台灣松下電器成立松榮會，協助我們的供應商夥伴一同成長，除了提供品質、採購業務研修等相關教育訓練課程之外，也不定期針對全面性環境品質監察辦理案例舉辦交流會議，保持與供應商夥伴順暢且密切的溝通管道，提升產品整體品質，共同達成永續目標。

目前松榮會為會員邀請制，廠商需為台灣松下電器主要供應商，並達到一定交易金額以上才予以邀請。2022 年度台灣松下電器共有 77 家供應商會員，舉辦之活動如下：

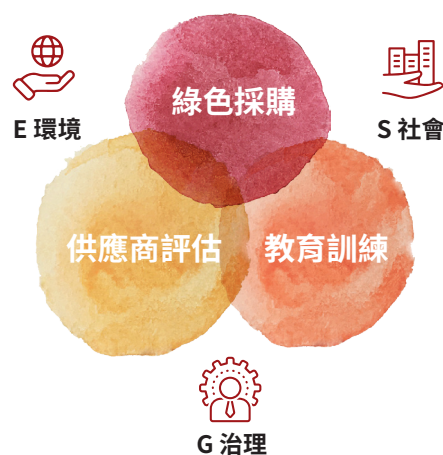
活動內容	參與者與人數
松榮會年度大會	136 人
幹部交流會	16 人
研修會	1. 供應商環境安全教育訓練：40 社 45 人 2. 量測校正專業人員基礎：5 社 9 人
會員工廠資訊安全診斷	10 社
新商品發表會	空調新商品發表會：10 社 10 人
優良工廠選拔	優秀事例競賽：5 社提案
國內外優良公司參觀	因 COVID-19，改為國內工廠參觀：24 社 28 人

台灣 Panasonic 集團期待將自身的影響力發揮到最大，推動供應商夥伴共同成長、實踐永續行動，因此我們以環境、社會、經濟三大面向為基礎，訂定我們的永續採購方針，透過綠色採購、供應商評估以及教育訓練，保持企業社會責任意識，並與實踐企業社會責任的供應商合作，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。

2.3.2 永續採購

台灣 Panasonic 集團持續優化綠色採購行動，針對供應商交付的零部件材料，必須符合全球松下集團管理規範，禁止使用 26 項 1 級禁用化學物質。除此之外，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，致力於檢視交易的零部件材料中是否使用到 26 項 1 級禁用物質或 EU REACH-SVHC 物質，並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。

除 RoHS 以外，台灣松下電器 2019 年開始嚴格的實施塑化劑管理為保護環境生態及客戶健康，2022 年塑化劑管理實行流程與成果如下：



2022 年完成的部品塑化劑的檢測數量	數量：17,137 件
全商品禁用 RoHS 物質 (含 4 種特定塑化劑 DBP,DIBP,BBP,DEHP)	達成率：100%
對全數供應商傳達鄰苯二甲酸酯塑化劑具移行性汙染的教育資料	達成率：100%
對供應商發行 RoHS 併行生產問卷調查	回收率：100%

台灣松下電器採購原料的管道為在地採購及非在地採購，其中在地採購原料有銅、ABS、鐵材、塑料、金屬蓋板、電子商材...等；非在地採購原料有開關用零部件、UREA、電子商材...等。近年來，在地採購金額有提高的趨勢，藉此了解到我們對於在地採購的重視程度逐年提升。



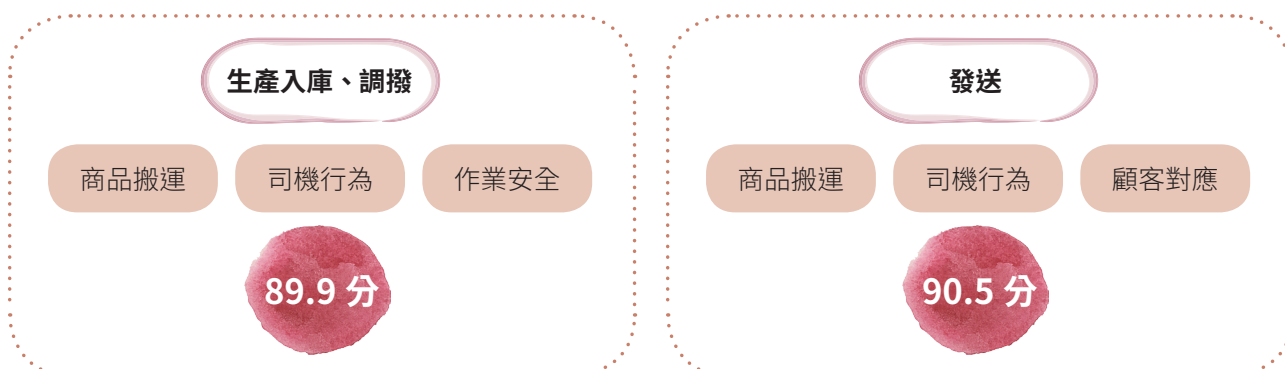
在地採購金額的增加反映了我們對於加強與當地供應商之間合作關係的承諾。透過增加在地採購金額，台灣松下電器能夠更深入地參與當地供應鏈，建立長期穩定的合作夥伴關係，有助於降低供應風險，同時也能支持當地經濟的發展。當我們能夠在本地市場上建立多元化的供應鏈時，便可以更靈活地應對市場變化和供應問題，進而提高產品的永續性。通過在地採購，可以更好地控制產品的生產過程，確保符合環境和社會責任的標準。

2.4 進貨物流

2.4.1 物流業者評價系統

台灣 Panasonic 集團重視服務品質，不僅是產品、服務態度能夠滿足消費者的需求，更重要的是能將商品完整送到經銷商及消費者手中，因此台灣 Panasonic 集團內部設有物流部門，分別對倉儲、運輸、以及輸出入業務進行管理，期望能以最良好的品質配送貨物，減少商品損壞機率。

台灣松下電器集團合作的物流業者共有 13 社，其中 6 社為生產入庫、調撥等相關業務，7 社為發送貨物相關業務。為了能確保品質，訂立「物流貨運業者評價 (KPI) 實施細則」，將生產入庫、調撥及發送分為兩組，個別進行三大指標的審查，2022 年兩組綜合評價平均分數分別為 89.9 分和 90.5 分，審查結果良好，彰顯物流管理品質。



2.4.2 物流業者會議

為了能與物流業者維持良好關係，並且保持優良品質，台灣 Panasonic 集團每年都會與業者進行多場會議檢討需要改進的內容。2022 年一共舉辦了 13 場與業者的會議。

2.5 產品製造

管理目的	為保護消費者的健康和 safety，監控和控制產品的製造、分發和使用過程中的風險，以確保產品符合相關法規和標準的要求		
管理方針	1. 訂定品質控管目標及計劃、整合各部門品質管理策略與行動方針 2. 持續控管產品品質安全，符合法規要求，致力於 0 不良事件的發生		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	品質管理 KPI 為品質損失金額率 (%) (品質損失金額 / 販賣金額) 達成事業計畫目標 0.3% 以下	產品安全不良事件 0 發生，產品標示符合法規要求	維持產品安全不良事件 0 發生及產品標示符合法規要求
2022 年實績	品質管理 KPI 為品質損失金額率 (%) (品質損失金額 / 販賣金額) 達成事業計畫目標 0.3% 以下 2022 年度台灣松下電器重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次		

2.5.1 產品智慧製造

在空調工廠的智慧製造實踐中，我們透過製造 ERP 系統、MES 系統以及 IoT 技術之應用，成功提升生產過程標準化及精細化水平，有效執行品質傾向管理。透過大數據蒐集，將各工程及作業等生產資訊進行統合，並利用該資料進行資料分析，在生產效率和產品品質得到大幅提升。此外，公司還建立了完整的品質追溯系統，通過紀錄生產設備、材料及人員等資訊，能夠迅速回溯生產過程中的品質問題，對產品的品質進行全方位控制，提升了客戶對產品的滿意度和信任度。智慧製造的實踐為台灣松下帶來了更高的效率並同時降低成本，資源最大化的利用，並系統性的管理商品。

2.5.2 專案管理流程

我們導入了 DP 品質預審流程，在商品製造的過程中先對商品依照執行階段進行劃分，能夠更好的管理不同類型的商品，提高管理效率和效益。根據每個階段的狀態，分析出應該檢討的項目以及未來的規劃方向，有助於及時發現問題並進行調整，確保項目順利進行以最大化商品管理的效益。

透過 DP 品質預審流程，我們能夠針對不同的狀態進行分析，了解每個階段所需的改進和優化方向，提高產品品質、減少錯誤和瑕疵，同時也能夠更好地掌握市場需求和趨勢，並根據這些資訊進行未來的規劃和發展，保持與市場的接軌，以確保持續的市場競爭力。

2.6 倉儲管理

2.6.1 倉儲管理系統

台灣 Panasonic 集團近期的採用先進的 AR 揀料系統，透過擴增實境技術，幫助倉儲工人在進行揀料作業時，更加快速和準確地選擇出需要的物料。這種系統透過 MES 製造執行系統和企業 ERP 系統的結合，讓倉儲作業更加自動化和高效化。

同時，我們還採用了 AMR 無軌道式物流自走系統，讓補料多條生產線更加自動化，進一步提高了生產線的效率。這些自走系統能夠在生產線之間自由移動，並且能夠根據設定的路線，自主地補充原材料，進一步節省了人力資源。

除此之外，更引入了 CCTV 監控系統，實施工廠人與物安全巡檢，提高了工廠的安全性。這些系統能夠對工廠的各個角落進行監控，及時發現問題，保障工廠的運轉安全。

這些先進的技術和系統的應用，為公司帶來了更高的生產力和更佳的产品品質。透過自動化和高效化的生產線，以及提高了工廠的安全性，台灣 Panasonic 集團能夠更好地滿足客戶的需求。



倉儲揀料輔助系統



路徑指示及條碼掃描



自動搬運機影像安巡系統



影像巡檢

我們與電電公會、外貿協會攜手合作，積極參與國際展會，展示其在人工智慧和物聯網領域的成果。特別是在台灣國際人工智慧暨物聯網展上，展示了在自主移動機器人（AMR）和智慧眼鏡等方面的最新成果。這些創新技術和解決方案展示了 Panasonic 在先進科技領域的領先地位，同時也展現了台灣企業在全球舞台上的實力。這種合作和參展活動有助於推動台灣的科技創新發展，同時也提高了 Panasonic 在國際市場的知名度和競爭力。



2.7 銷售服務

經銷商、代理商是台灣松下銷售公司重要的合作夥伴，也是最直接接觸顧客、傳遞 Panasonic 品牌形象的第一線人員，期望透過多元合作模式，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。

台灣松下銷售公司代理商、經銷商總數為 **1,214 家**：

- 家電：1139 家 (含系列店，法人、大賣場、百貨、專業店)
- 建築：67 家
- 系統解決方案：8 家

我們提供了多元輔助經銷商之平台，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。

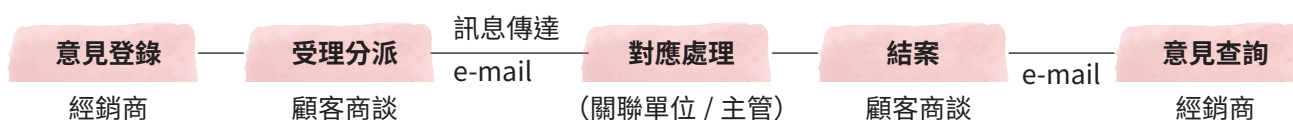
2.7.1 二代 NICE(經銷商經營管理)系統

台灣松下銷售公司於 2019 年發佈第二代 Nice 系統，為針對經銷商設計的線上經營管理系統，透過台灣松下電器免費提供的雲端服務進行管理，協助經銷商提升其經營管理效率。

二代 NICE 系統功能

- E-Learning 研修專區
- 影音 / 銷售墊板專區
- 商品價格表

經銷商品質回饋 App(行動版)，可以立即反應顧客回饋，可即時上傳影片及圖片、留下通話紀錄等，並由營業人員與服務人員作為接收窗口。



2.7.2 經銷商交流平台

為了與經銷商建立緊密、有效的連結，我們積極建立各經銷商的交流管道，針對不同屬性的經銷商建立專屬的交流平台，包含協助女性經銷商的小家電聯誼會、新增 B2B 之經銷商品質座談會、針對建商及包商召開產品品質課題及經營建議案等座談會。2022 年，共舉辦 4 場經銷商交流活動，參加人次達 622 人次。

小家電聯誼會分會活動



經銷商品質座談會



快適代理店經營品質座談會



	台北場	高雄場	
活動內容	新商品料理操作實演	產品品質、經營課題交流	產品品質、經營課題交流
場次	8 場	2 場	1 場
參與人數	362 人	207 人	53 人



2022 年 小家電聯誼會分會

為了能夠促進家電業同仁的感情，從而提升整體產業的凝聚力，台灣松下銷售歷年來均舉辦小家電聯誼會活動，讓家電業同仁透過烹飪課程增進彼此交情

2.7.3 經銷商教育訓練

為強化經銷商專業能力與技能、提升商品知識，台灣松下銷售公司每年針對不同項目舉辦講習會，針對後疫情時代市場環境變遷，台灣松下銷售公司也於課程中提供分析與應對策略，期望能給予適當資源協助經銷商永續經營。2022 年成果如下：

課程	場次	參與人數
商品教育講習、新商品販賣手法說明會	64 場	4,120
系列店巡迴講習	20 場	775
法人商品講習	52 場	1,272
專售店勞務法律研修課程	3 場	105
新取引店經營研修課程	1 場	28
二代經營課程	二代回訓：2 場 系列通路二代研修：1 場 建築通路二代研修：1 場	61
社員研修課程	8 場	673

2.8 送貨服務

2.8.1 送貨服務問卷調查

為了能接收到顧客最真實的回饋，了解送貨品質，台灣 Panasonic 集團要求貨運業者司機在送貨後發送簡訊，提供給顧客反映送貨品質的渠道如下：



在收到顧客的反饋後，台灣 Panasonic 集團會依據顧客反饋，即時了解情況並協助顧客解決問題。同時，也會將問題點納入物流業者會議溝通時提案討論，並加強人員教育訓練及審查，不斷精進服務品質，將台灣 Panasonic 集團最好的一面展現給顧客。

2.9 顧客反饋與售後服務

重大議題 - 服務品質及客戶滿意度

管理目的	為保護消費者的健康和 safety，監控和控制產品的製造、分發和使用過程中的風險，以確保產品符合相關法規和標準的要求		
管理方針	訂定品質控管目標及計劃、整合各部門品質管理策略與行動方針	持續控管產品品質安全，符合法規要求，致力於 0 不良事件的發生	
目標	2023 年目標	短期	中長期
	顧客接點強化： 顧客服務 QR code 推廣 FAQ 內容優化 EC 商城服務耗材導入	電話客服： SMS 連結 簡訊導入	數位轉型： 透過自動化、智能運用、多工等，實現多渠道整合，並建立顧客輪廓，透過即時互動模式，精準提供顧客所需的服務
2022 年實績	1. 消費者滿意度調查達 92.73 分 2. 年度辦理維修及服務人員教育訓練共 3312 小時		

2.9.1 即時疑難排解

台灣 Panasonic 集團非常重視顧客是否有良好的使用及體驗感，若顧客在使用產品上有任何疑問及困難，我們的任務就是能夠在最短的時間內為顧客解答疑惑。因此，台灣松下近年開始推行線上自助語音 ASR 以及文字客服。

我們非常關注顧客的使用體驗和滿意度，因此努力確保顧客能夠得到迅速且精準的支援。為了實現這一目標，近年來我們推出了線上自助語音 IVR(Interactive Response) 和文字客服服務。

初期透過自動化語音辨識 ASR(Automatic Speech Recognition) 系統，顧客可以透過語音辨識，快速查詢到所在地之服務據點資訊。

此外，我們還提供文字客服服務，讓顧客可以通過線上平台與我們的客服人員進行即時溝通。無論是解答產品問題或是解決其他疑惑，台灣松下的客服團隊將竭盡全力為顧客提供準確、即時的回應。

這些線上自助服務的推出旨在為顧客提供更便利、即時的支援，並確保顧客在使用我們產品時獲得良好的使用體驗。我們將繼續改進這些服務，以提供更全面、個性化的顧客支援，並持續提升我們與顧客之間的溝通和互動。

售前

產品購買諮詢

- 商品特點說明
- 經銷商相關 Q&A



售後

產品使用

- 商品使用線上教學



產品維護

- 簡易服務說明
- 特殊服務聯繫

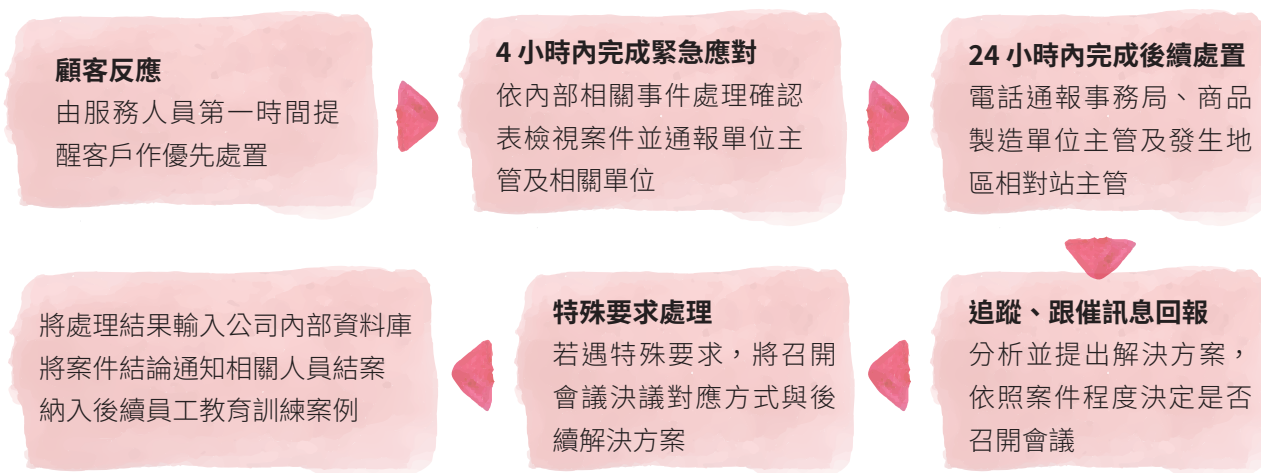


顧客意見

多元化溝通諮詢管道

- 專人電話諮詢
- 電子郵件
- 簡訊
- 網站 FAQ 查詢
- 線上自助語音 IVR
- 文字客服 (官網)

在接獲顧客反饋後，會由專職商談人員鑑別顧客問題，並於系統中立案，依據問題類別轉由適當部門處理，協助顧客能更快速有效地解決問題。除提供客戶問題解答與所需支援外，我們也藉由網路 Q&A 及電話線上語音引導註冊、自動驗證系統，並將結果匯入 FAQ 智能資料庫中供使用者查詢。



2.9.2 維修服務

除了提供完善的售後服務外，我們對於維修服務同樣以高標準的規格要求。維修服務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。本集團授權店及服務站皆採取定期檢視追蹤的管理機制，其管理項目如下。

授權店	服務站	安全性點檢
維修件與材料銷售管理	48hr 維修時效	Panasonic 商品檢查
保證書回收管理	外修一次完修率	家電商品安全性點檢
人員安定性與技能檢定管理	顧客滿意度	2022 年點檢數約 51 萬顧客
年度表彰	技能評定與獎勵	

2.9.3 品質管理系統

台灣 Panasonic 集團持續優化產品品質管理系統，更獨自開發商品品質警示系統，全面檢視產品品質之不良率，2021 年度在市場服務對應上，增加手機 APP 功能，使得經銷商可以透過手機查詢商品的登錄 / 受理 / 跟催的情報，提高市場服務滿意度。



商品品質警示系統

分為新機種產品不良自動通知與舊產品不良率惡化通知，每週一系統將自動發信通知品質案件。



國際 IT 法規雲

由總公司定期更新全球安全法規，台灣亦設置專職人員管理追蹤，每月定期召開例會議更新與討論。



服務部門管理系統

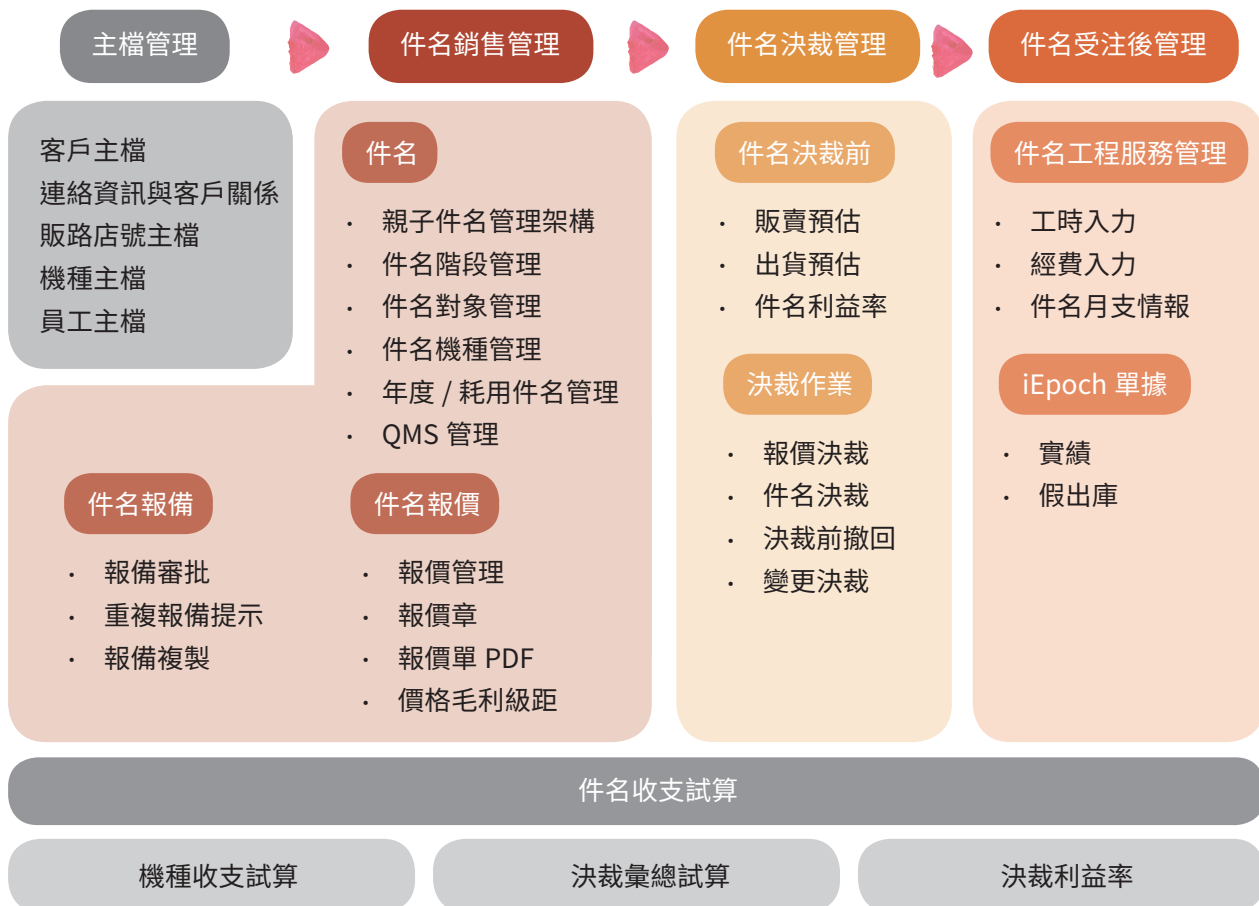
統整商品維修記錄管理系統、服務材料庫存管理、顧客滿意度調查。



MQC 市場品質管理系統

商品維修件數統計分析，作為市場品質分析之用途。

從 2022 年 12 月底開始，台灣松下銷售引進 Salesforce 顧客管理 / 件名系統化管理，以實現件名管理和銷售管理流程的一體化，同時減少了製作會議報告所需的時間，因為相關資訊可以通過系統即時呈現，而無需各別手動整理和匯總，提高了業務製作報表的效率，幫助業務人員能夠更加專注於核心業務，減少投入管理資源到瑣碎的任務中。同時，管理層也能通過即時報表資訊，管理層可以清晰地了解整體推進狀況，提前發現並解決潛在的問題。最後，系統能夠即時顯示最新案件資訊，使得相關人員可以快速查詢和追蹤案件進展，提供更即時的客戶服務。



Salesforce 顧客管理及件名系統為台灣松下銷售的內部效率精簡了 85% 的耗時，提高業務專注度，並致力於提供更好的客戶服務。

2.9.4 品質管理教育訓練

為了讓品質管理系統運作更順利，以增進整體產品品質控管績效，集團定期舉辦相關教育訓練與研習課程，讓「提供安心可靠的產品」的核心理念融入於工作日常與企業文化之中，以提供更加專業且精確的品質管理服務。2022 年度共舉辦 183 場商品、品質相關之教育訓練，總時數為 3,312 小時，包含內部員工、委外廠商及經銷商在內，參與人次共達 3,883 人。

2.9.5 消費者互動與改善成果

· 媒體與數位互動

為了積極與年輕世代溝通，並讓消費者更加了解台灣 Panasonic 集團的產品及理念，台灣松下銷售公司也積極於社群媒體與消費者互動，包含產品宣傳影片、線上線下活動之訊息分享、新品介紹及直播等。除了透過多元化數位溝通媒介向消費者介紹 Panasonic 品牌與多樣產品外，同時也會結合時事、節慶等議題，引發消費者關注與喜好，期望帶給消費者更豐富的內容體驗。

近三年社群媒體與數位互動數據

項目		2020 年	2021 年	2022 年	重點溝通內容
粉絲數	Panasonic 家電	114,254	136,905	176,350	品牌及全商品宣傳
	Panasonic Beauty	196,260	197,335	196,332	結合造型手法溝通全系列商品
	Panasonic Cooking	127,072	128,904	129,124	結合料理食譜及節慶議題全商品曝光
	Panasonic Lumix	114,007	115,920	113,554	結合線上攝影比賽，持續溝通攝影全商品
	Panasonic 建築設備	-	834	10,958	結合建材及配線建築設備商品曝光
	Panasonic Taiwan IG	-	5,007	14,785	針對年輕族群全商品宣傳
自社 YT 頻道	Panasonic Taiwan YouTube	6,200	7,325	8,752	全商品影音素材曝光強化
官網 (網頁瀏覽量)		20,078,770	21,483,170	20,276,183	強化網站內容及優化手機版型
CP 會員 (累積數)	會員數	836,098	951,623	1,102,889	結合經銷商一店一碼活動，增加新會員
	註冊數	1,428,773	1,606,493	1,876,612	結合會員舉辦註冊商品季季加碼抽家電

· 消費者滿意度調查

台灣 Panasonic 集團致力於提供完善、精確的服務體驗，我們認為最好的顧客服務始於產品的設計、購買到售後保養維修，環環相扣。為了進行自我評估，台灣松下銷售公司更於每年執行消費者滿意度調查，針對六大面向進行評比。**近三年來，顧客滿意度逐年成長**，2022 年總得分為 **92.73** 分。未來，台灣松下銷售公司將持續提昇服務品質，秉持者客戶至上的理念為消費者提供安心、滿意的產品、解決方案與服務。



· 顧客意見回饋與改善成果

台灣 Panasonic 集團提供全方位的顧客使用體驗，成立「商品創意中心」，以深入了解、挖掘顧客的使用習慣。根據消費者調查，今年透過 12 次的意識形態網路調查，了解消費者需求及趨勢，發掘顧客的潛在需求，並分析量化、質化調查結果，完善顧客體驗，掌握顧客真正的需求。

為了確實回應顧客需求，我們以顧客觀點為出發點，蒐集顧客使用商品的反饋與需求，將其運用於產品研發上。商品創意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溝通管道即時回饋，以期改善相關品質。**2022年，台灣 Panasonic 集團品質損失金額率(%) (品質損失金額 / 販賣金額) 達成事業計畫目標 0.3% 以下。**

顧客困擾

解決方案

成果展示

電冰箱
冷凍室照明

冰箱冷凍室無照明，因此提案追加冷凍室 LED 照明，提升使用性並有效降低開啟冰箱的時間。



電冰箱
超大瓶棚

市售超大容量鮮奶或果汁 (3000cc 以上) 因無法放置在電冰箱門棚，故提案設計超大瓶棚，讓超大瓶罐亦能輕鬆擺放。



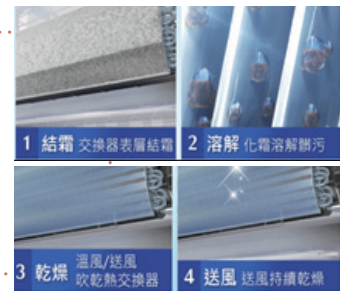
電冰箱
自動製冰

消費者反映手動製冰，需反覆加水、卸冰，且裝水及移動時須小心才不易濺出。台製冰箱導入自動製冰功能，於儲水箱裝水就可完成製冰流程，不用再為裝水、卸冰等煩惱。



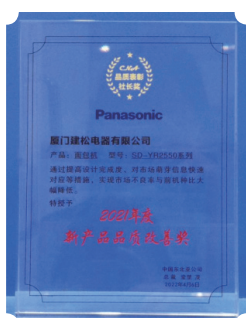
空調防霉
行程多樣化

消費者反映原空調防霉為固定 10 分鐘行程，無法作調整，因此新增共 4 段 (10、20、40、60 分鐘) 行程，提供消費者可依需求作選擇。



洗衣機洗劑
自動投入盒增量

現行洗劑自動投入盒存量少，新機種將自動投入之洗劑盒增量，液體洗劑從 870ml 增加至 900ml；柔軟精從 580ml 增加至 650ml。



2022 品質改善佳績

2022 年台灣 Panasonic 集團更榮獲上級單位 CNA (松下中國東北亞公司) 頒發的製麵包機品質改善獎。

03 綠色共生

3.1 環境承諾與願景

3.2 智慧能效

3.3 低碳管理

3.4 資源管理

3.5 氣候變遷因應

章節亮點

1. 呼應 2030 年碳中和目標，2023 年規劃淨零碳排能源實證
2. 建立儲能合作計畫，自動化設備與綠能化機器，助客戶節電成效顯著
3. 2022 年維持優異表現，達成 0 環境面相關裁罰及申訴



3.1 環境承諾與願景

3.1.1 全球 Panasonic 集團永續承諾

Panasonic GREEN IMPACT

承諾

Panasonic 集團訂立全球承諾「Panasonic Green Impact」，期許自身以四個階段分別不同的影響力為主軸，透過商業營運規劃實際行動，由內而外的擴散影響力，協助建構淨零碳排社會

願景

為此，Panasonic 集團也訂立了「2030 年全事業碳中和」及「2050 年耗能 < 創能」兩個環境願景，希望能夠作為 Panasonic 集團每年回顧成果時對自己的警惕以及向前努力邁進的里程碑

實績

至今，Panasonic 集團已經為了淨零碳排社會做出了許多實際的行動，包含開發新能源電池、響應 RE100 的能源解決方案、居家的節能產品、商用設備節能系統等等。未來我們也將持續勉勵自己，做出更多能幫助社會節能減碳的產品

事業伴隨 CO₂ 總排出量的削減

2030 年止 CO₂ 排放量實質為零

Panasonic 全球約有 250 家工廠，2020 年間使用約 50 億 KWh 電力，換算成 CO₂ 約有 220 萬噸，透過先端的製造技術與潔淨能源解決方案，從工廠的 CO₂ 削減、實現製造的碳中和。

客戶使用商品的 CO₂ 排放量削減

Panasonic 的商品，每日 10 億人以上使用，伴隨顧客生活的電力消費間接排放的 CO₂ 大約有 8600 萬噸，透過更節能商品及解決方案的開發，達成顧客日常生活上 CO₂ 排出量的削減。



Panasonic 日本草津燃料電池工廠用電，由 PV + 蓄電 + 氫燃料電池的組合供給（2022 年 4 月開始運行）

擴大對於社會的 CO₂ 削減貢獻

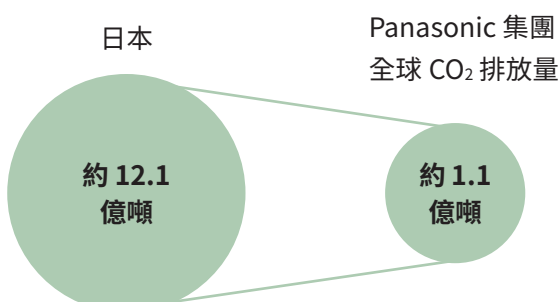
Panasonic 集團在生活、街道、移動、供應鏈等地各種社會領域的廣泛事業運營中。

我們徹底在能源使用量上進行削減，及潔淨能源的創出及利用關聯解決方案，在 B2B/G 的顧客推廣，加速碳中和在社會全體的實現。



「Panasonic 台灣成立 GX 推進室推動碳中和」

全球暖化課題與 Panasonic 集團自身的責任



- 2020 年日本全國年度 CO₂ 總排放量約 12.1 億噸
- 2020 年 Panasonic 集團在全球的 CO₂ 總排放量約 1.1 億噸，超過挪威、瑞典、丹麥三國的總排放量。Panasonic 認為這 1.1 億噸為自身的責任，將盡力推動削減

3.1.2 綠色行動計劃

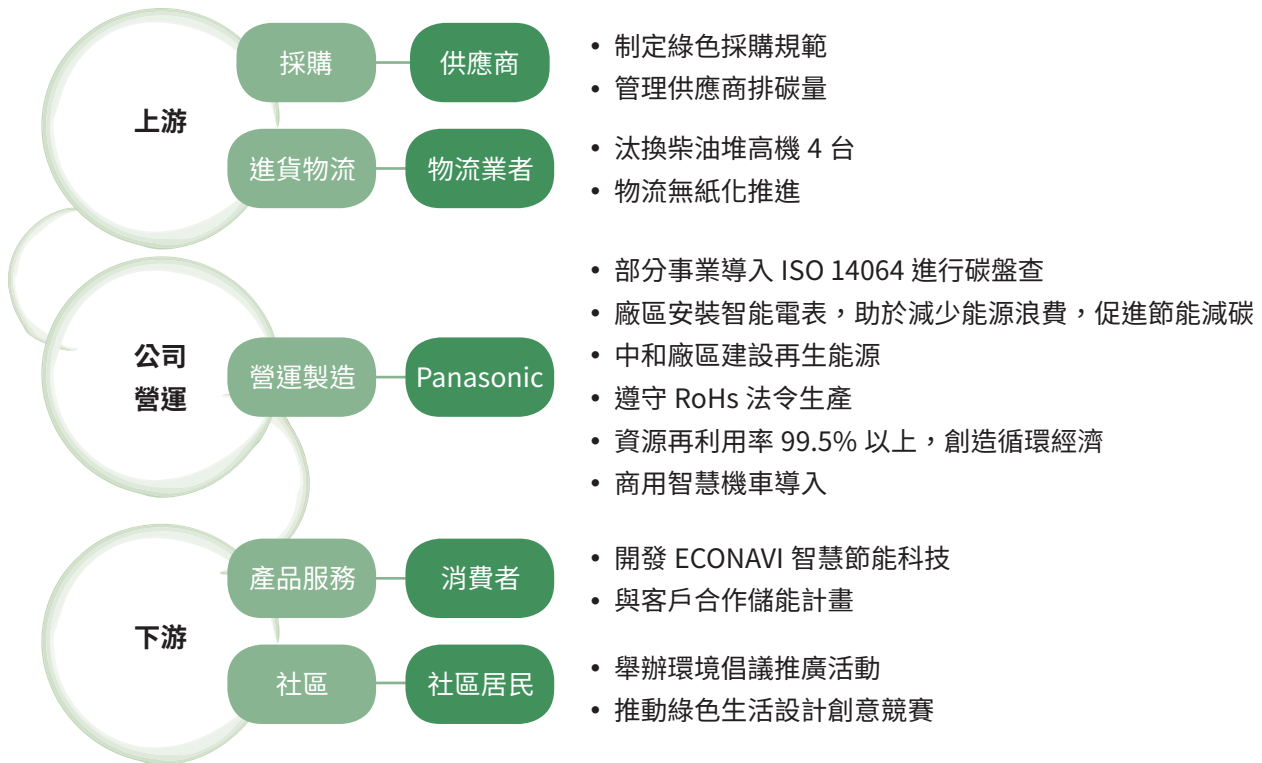
為達成 Panasonic 2030 年碳中和與環境願景 2050「耗能<創能」，台灣 Panasonic 集團每三年與全球 Panasonic 集團共同訂定下一階段之挑戰，推動「綠色行動計畫」以落實減碳目標，本階段重點強調「節能」與「儲能」。

「綠色行動計畫」目標達成情形					
	全球總目標		中和廠區		
			目標	2022 年 實績	2022 年 作為
能源	相對於所用能源總量，擴大創能總量的比率。		<ul style="list-style-type: none"> • 用電量原單位對前年比降低 1.5% • 節電量為前一年度用電量 2% 以上 • CO₂ 排放量原單位對前年比降低 1% 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 較 2021 年度節省用電量 1.49% • 2022 年各製造工廠透過製程優化以及汰換老舊高耗能設備共節碳約 496,670 噸
	產品	<ul style="list-style-type: none"> • 增加產品與服務的節能效率 • 擴大儲能相關事業 • 利用 AI/IoT 產品與服務達到節能產品與服務之功效 			
	工廠	<ul style="list-style-type: none"> • 推廣零碳排工廠 • 增加再生能源使用或購買 • 在生產過程中達到節能效果 • 加速設備汰舊換新 			
資源	<ul style="list-style-type: none"> • 創造循環經濟商業模式 • 減少資源消耗並採用永續性原料 • 工廠端藉由廢棄物回收達到零廢棄物之目標 		<ul style="list-style-type: none"> • 資源再利用率達 99.5% 以上 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 除掩埋外資源再利用率達 99.5% 以上
化學物質	<ul style="list-style-type: none"> • 將生產活動與產品中化學物質對環境的負荷降到最低 		<ul style="list-style-type: none"> • 產品停止使用有害物質 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 符合歐盟 2019 年 7 月發佈之 RoHS 2.0 法令
用水	<ul style="list-style-type: none"> • 進行水錶分錶勾稽查漏 		<ul style="list-style-type: none"> • 用水原單位對前年比降低 1% 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 2022 回收用水比例提升至 10%，促進循環經濟
生物多樣性	<ul style="list-style-type: none"> • 推廣永續性原物料採購 		<ul style="list-style-type: none"> • 持續評估供應商之環境績效 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 於在地社區推廣環境倡議並教育下一代 		<ul style="list-style-type: none"> • 不定期舉辦與推廣環境教育 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 2022 年度持續與環境教育推行業者合作，共辦理 4 場、417 人次的小學生到校節能宣導教學活動
法令遵循	<ul style="list-style-type: none"> • 確保符合當地環境法規 		<ul style="list-style-type: none"> • 零環境違規 	✓	<ul style="list-style-type: none"> • 本年度無任何環境法規相關違規事項

3.1.3 永續價值鏈

台灣 Panasonic 集團自 2021 年成立 GX 推進室，從產業上游到下游各環節積極推動碳中和，響應母集團 2050 年的環境願景，強化集團內部綠色轉型，台灣松下 GX 推進室 2023 年規劃淨零碳排放能源實證，利用氫氣實現碳中和，並藉由導入再生能源設備與儲能設備，構築電力供應和廢熱利用之能源最大化解決方案。

2022 年永續價值鏈的經營狀況優良，為 2023 年全事業碳中和目標的執行與發展奠定了良好的根基。



環境管理考核機制

環境部門每月監控全公司能源使用量、水使用量與廢棄物產生量，並進行目標達成比對，若有異常狀況需進行分析與改善。

環境部門將環境績效登錄於全球 Eco system 線上系統，由日本總部監控能資源使用情形，若有異常須回報差異說明及改善計畫。

透過上述的兩階段環境管理考核機制，台灣松下電器設定用電量原單位較前年減少 1.5% 之目標、節電量為前一年度用電量 2% 以上並成功達標。我們將持續更新環境管理機制並提升能效。

3.2 智慧能效

Panasonic 致力於運用「節能」、「創能」、「儲能」和「能源管理」四大概念，全面減少二氧化碳排放量。透過多項計畫與技術的不斷改進，我們致力於實現 2030 碳中和目標和 2050 「耗能 < 創能」的願景，同時降低環境負擔，落實環境永續的承諾。

管理目的	透過提高能源使用效率，減少企業及產品所需的能源消耗，同時增進經濟效益和減少碳的排放量		
管理方針	訂定節能減碳發展目標及計畫、整合各部門節能減碳推動策略與行動方針	持續引進節能設施之改善計畫，開發創能、儲能技術，致力於提升節能效率	
目標	2023 年目標	短期	中長期
	原單位較前一年度降低 1.5%；節電量為前一年度用電量 2% 以上	目標每年，原單位較前一年度降低 1.5%；節電量為前一年度用電量 2% 以上	2030 年達成事業活動碳中和；2050 年達成全球 Panasonic 環境願景「耗能 < 創能」
2022 年實績	2022 年較 2021 年用電量減少 1.49%		

3.2.1 智慧節能

Panasonic 自創立以來，一直為人們的生活創造便利與舒適，每天大約有 10 億人以上使用 Panasonic 商品，加上製造過程，每年 Panasonic 集團在全球的 CO2 總排放量達到 1.1 億噸。因此，Panasonic 為減碳不遺餘力，除提出 2030 全事業碳中和的目標外，也持續發展多項節能技術。

以節能商品實現永續經營

透過高效率家電逐步替代，降低電力消耗 推動家電汰舊換新活動 為台灣省下更多電力

**全系列 省電
超越2025國家1級標準^{*19}**

**省電效率 65%^{*20}
超越國家1級標準**

Category	CSPF Value
2025 國家一級標準	6.23
Panasonic	10.30

**ECONAVI
智慧節能科技**

人體 + 日照 智慧雙感應
智能感應，舒適省電

*19 2023.02.01製造生產之Panasonic變頻一對一空調(RX系列、QX系列、LJ系列、K系列)及變頻窗型空調(R系列)，與政府2025一級能源效率標準比較(詳細商品內容請參閱型錄)。
*20 Panasonic變頻一對一空調RX超高效旗艦系列(CU-RX22NDCA2/CU-RX22NDHA2)與政府CSPF一級節能標準比較：2022年2月15日止(詳細商品內容請參閱型錄)。
*21 Panasonic變頻一對一空調RX超高效旗艦系列(CU-RX22NDCA2/CU-RX22NDHA2)。

Panasonic 智慧管理系統

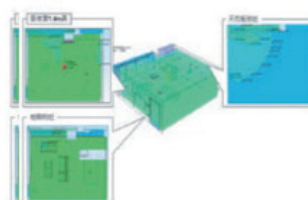
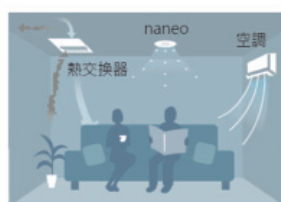
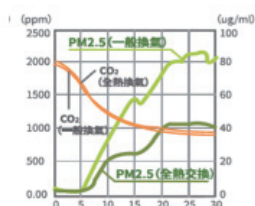
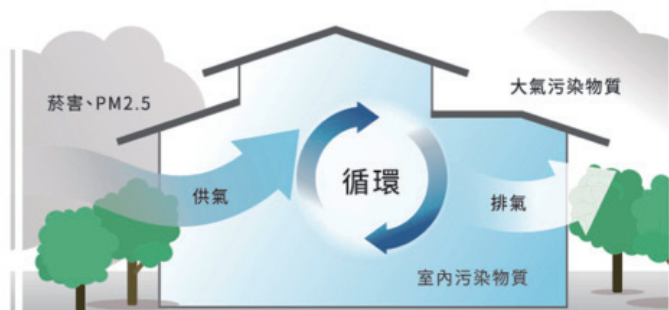
利用 ECONAVI 智慧節能技術，從家電事業出發，搭載 nanoe™ 健康科技，依各項創新 AIoT 技術，透過空調、換氣、照明進行自動控制和管理的系統，幫助消費者節能減碳，實現更加健康舒適、節能環保的生活空間。

透過智慧節能可視化設計，於特定區域加裝人體感應器，減少能源損耗。健康舒適 IAQ 則透過環境監控、空質連動全熱等技術，快速調節室內空氣品質。



未來環境型「舒適、健康住宅」

通過全熱交換器的室內外空氣交換，PM2.5 濃度大幅降低

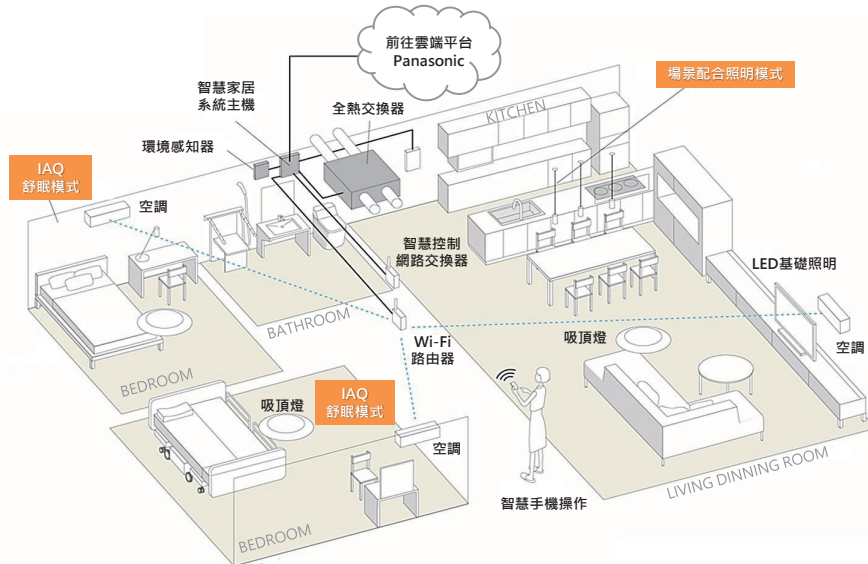


以數據分析對場域理論，進行設備能力確認。

二氧化碳監測模型可確認家中各區域的二氧化碳濃度。

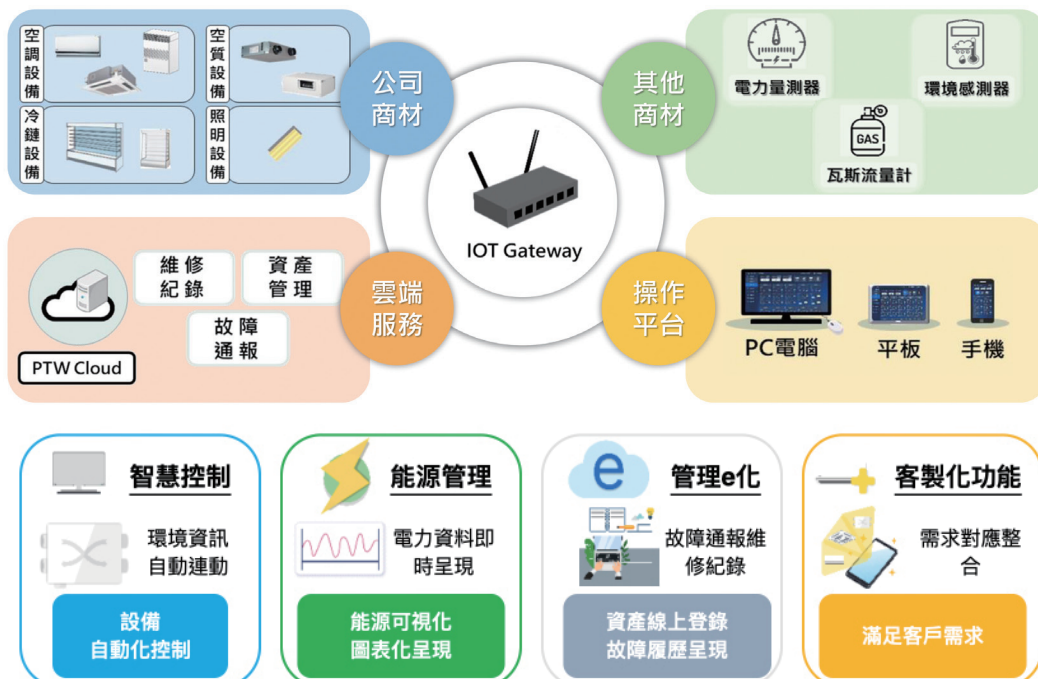
SUMAie 智慧居家系統

台灣 Panasonic 集團結合產品知識與技術，提出智能全方位解決方案，創造智慧控制系統「SUMAie」提供節能、舒適、便利的生活提案，並提升商業空間中的空氣品質，亦能集中管理、讓所有區域一覽無遺，透過能源使用可視化設計減少能源損耗。



Advanced X 智慧環控系統

台灣 Panasonic 集團開發 Advanced X 智慧環控系統，能夠串連並整合空調空質商品及其他設備，像是住宅、飯店、辦公室、工廠、店舖等商業空間中，能夠提供客製化服務，除提高商品附加價值之外，還可以達到更智慧的能源管理效益。

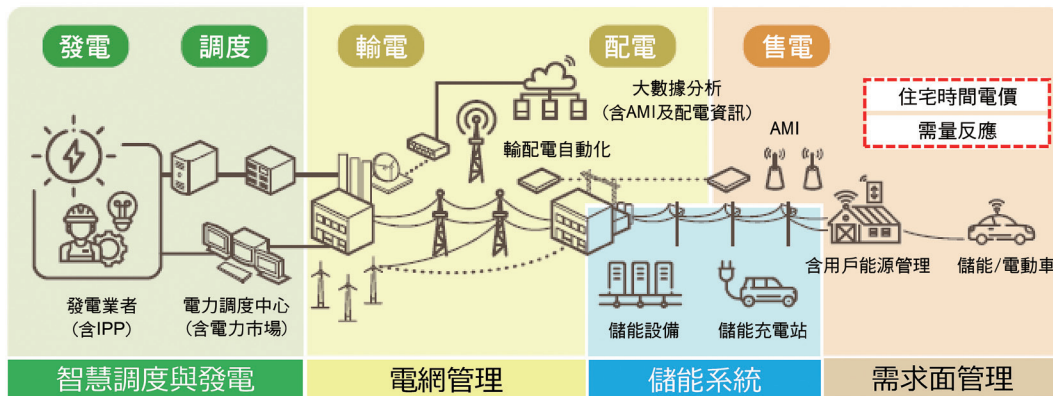


Advanced X 智慧環控系統，通過設備管理 E 化、電力查詢、故障通報、運轉查詢、資產管理、系統設定六大功能，協助用戶智慧節電控制、享受舒適的健康空間。

攜手工業技術研究院 推動智慧電網節能

為因應台電公司電網負載量和售電量增長，台灣 Panasonic 集團與工研院合作，在辦公室空調設備上進行需量反應控制的測試。Panasonic 集團開發需量制御的空調省能系統，考慮節能效果和舒適度，並進行了卸載策略測試和實證，推估了整個公司辦公室場域在不同需量反應方案和卸載調控機制下的需量反應資源。

需量反應策略相較於傳統空調設備，根據實時監控室內外環境溫度、人員密度和天氣變化等因素，動態調節空調設備的運行參數，有效抑制用電需求，實現節能和減排的效果，達到能源效益最大化。



3.2.2 智慧創能

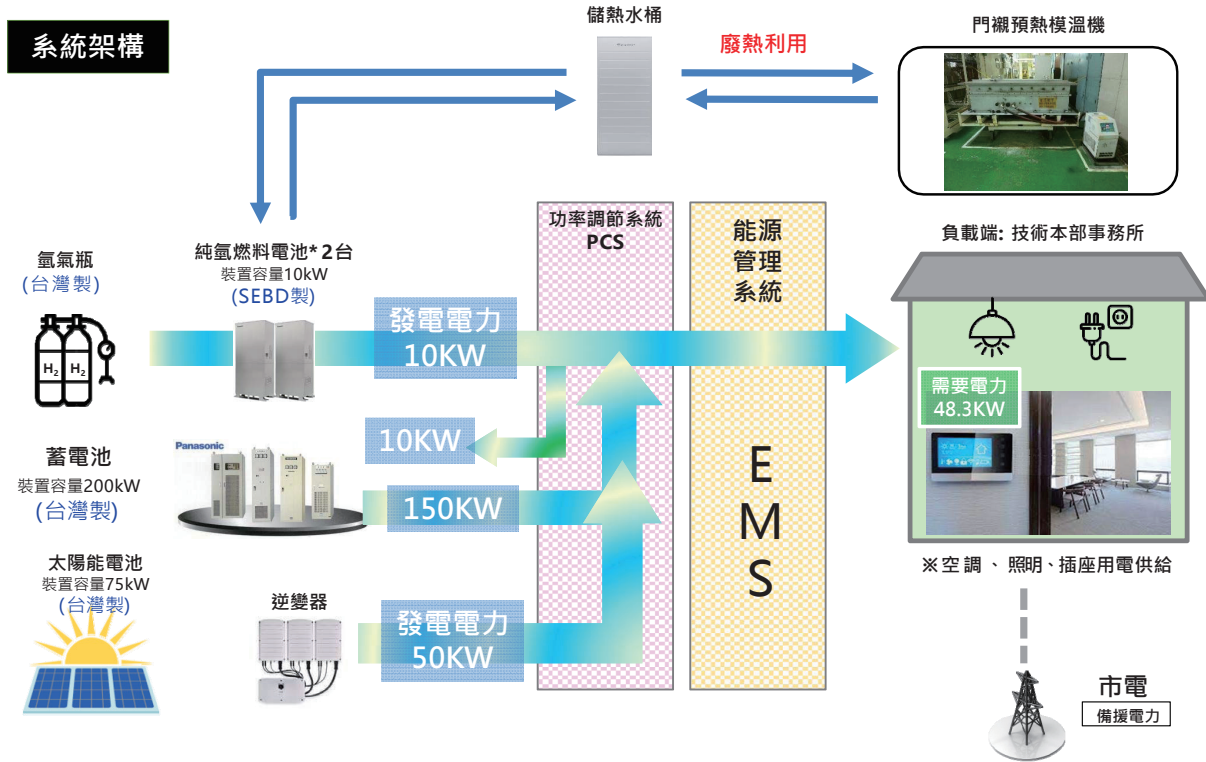
台灣 Panasonic 集團持續守護這片土地的呼吸，把節能減碳的未來式變成現在式，承諾持續為台灣貢獻企業一己之力，推動 2030 碳中和目標，2050 年「耗能 < 創能」的環境願景目標，落實並實現 Panasonic GREEN IMPACT 的願景。台灣 Panasonic 集團積極與政府和多家企業合作，建立創能及儲能計畫，開發相關系統，運用日本藤澤 SST (Fujisawa Sustainable Smart Town) 永續智慧城市的建置經驗，為台灣社會創造碳中和的綠能生活。

台灣松下 GX 推進室推動碳中和

台灣松下電器集團 2021 年成立了專業的 GX 推進室，專責達成 Panasonic 在 2030 年達成碳中和的目標努力用氫氣實現碳中和，並藉由導入再生能源設備與儲能設備，構築電力供應和廢熱利用之能源最大化解決方案，響應 RE100 全球再生能源倡議行動，預計於 2023 年度於中和廠區進行淨零碳排能源實證。此外，在 2022 年進行內部節能診斷活動，並透過設備管理強化、製程及品質改善，共計節省 897,950 度電及 444.49 公噸碳排放量。預計 2023 年也將委託社外專業單位進行節能診斷服務。



淨零碳排能源實證



台南沙崙綠能科學城 CO₂± 實證屋設置與工研院合作驗證智慧節能實證屋

台灣 Panasonic 集團與工研院合作建立節能展示屋，為台灣首個社區型分散式能源系統智慧調度測試基地。展示屋結合太陽能板發電、鋰電池儲能及能源管理系統等能源設施，實證透過創能、節能、儲能的零排碳生活，建構能源自給自足的居家生活。計畫目標是成為台灣智慧綠能居家設計的參考，打造高能源效率的智慧住宅，呈現未來智慧化節能生活的型態和綠能最大化的應用情境。



3.2.3 智慧儲能

儲能合作計畫 助客戶提升用電效率

響應政府再生能源政策，台灣 Panasonic 集團與家樂福、佳世達等企業建立儲能合作計畫，開發出高電壓大容量電池系統，其具備電力儲存、控制等特性，穩定電力供給，有效整合再生能源與區域型用電，減少因再生能源不穩定對電網 / 電力系統產生的衝擊，幫助客戶節電成效十分顯著。

合作案	計畫	成效
家樂福中原店	288kWh 儲能系統	節省約 3% 電費
佳世達龜山廠	192kWh 儲能系統	節省 2% 電費
新店賣高園區	192kWh 儲能系統	支援電動車充電供應
台電梧棲辦公室	192kWh 儲能系統	提升其太陽能發電系統電力儲存與調節

3.3 低碳管理

台灣 Panasonic 集團秉持「綠色經營革新」理念，透過節能減碳和永續發展的措施，投入資金購置各項節能和環保設備，並以經濟和環境永續企業為目標，致力減少生產過程中的碳足跡，降低環境負擔。

本次永續報告書的範圍含括台灣 Panasonic 集團旗下的四大製造公司，分別是台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材和台灣松下多層材料。此外，由於台灣松下電器和台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團的中和廠區資源，因此在本次報告中，中和廠區指的是這兩家公司所共同使用的廠區。

3.3.1 能源管理

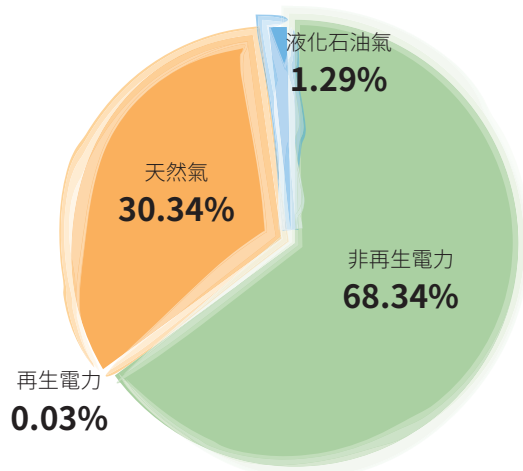
台灣 Panasonic 集團之能源耗用以製程用電為大宗，其次為天然氣，約佔總能耗用量的 24%。未來我們也將配合 2030 碳中和之目標，持續減少能源損耗與碳排放，提升能源使用效率，為友善環境盡一份心力。

	原始單位	原始單位			轉換為 GJ		
		2020 年	2021 年	2022 年	2020 年	2021 年	2022 年
非再生電力	度	53,123,848	41,462,829	32,416,800	191,246	149,265	190,875
再生電力	度	24,018	33,391	0	86	120	0
天然氣	立方公尺	2,253,177	1,931,756	1,591,701	84,900	72,777	59,965
液化石油氣	公升	129,987	71,717	82,565	3,611	3,622	4,169
加總					279,843	225,784	255,010

* 電力轉換係數 1kWh = 0.0036GJ ; 1kcal = 4.1868 GJ

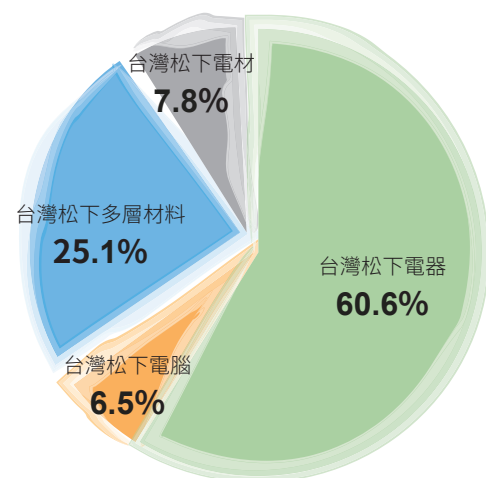
* 能源熱值參考經濟部能源局之公告熱值

2022 年 能源消耗量占比



● 非再生電力 ● 再生電力 ● 天然氣 ● 液化石油氣

2022 年 各公司能源消耗量占比



● 台灣松下電器 ● 台灣松下電腦
● 台灣松下多層材料 ● 台灣松下電材

台灣 Panasonic 集團於廠區內建置能源監控系統，以蒐集各饋線用電狀況並運用數據分析，規劃節電措施。2022 年各製造工廠透過製程優化以及汰換老舊高耗能設備共節能約 1,816,123 度，節碳量約 898.98 公噸。透過改善能源使用效率，台灣 Panasonic 集團積極進行節能減碳。

公司	方案	節能度數	節碳量 (公噸 CO ₂ e)
台灣松下電器	高效率機器引進	311,900	154.39
	設備操作管理強化	310,800	153.85
	生產工法改善	160,270	79.33
	其他	114,980	56.92
台灣松下多層材料	更換永磁式空壓機	290,064	143.58
	空壓洩漏調查	93,390	46.23
	A 棟 RC 自動倉儲溫控調整	281,458	139.32
	VT8 鍋爐循環變頻化	20,368	10.08
	P5 鍋爐循環變頻化	38,363	18.99
台灣松下電材	高效率機器引進	34,500	17.08
	生產工法改善	51,950	25.72
	汰除高耗能設備	108,080	53.50
合計		1,816,123	898.98

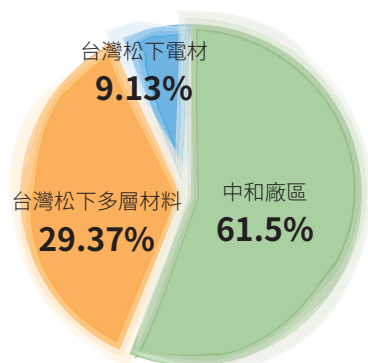
* 溫室氣體排放量計算採用經濟部能源局 2023 年所公告之電力排放係數 0.495 kg/CO₂ekWh；LPG 排放係數為 3.000 kg-CO₂/kg；LNG 排放係數為 2.698 kg-CO₂/kg。前述排放係數僅考量 CO₂，其他種類溫室氣體由於對排放量最終結果影響極微，故未納入計算。

* 溫室氣體排放量未經第三方查證。

3.3.2 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。我們藉由節能省電控制範疇二排放，近年來成效優越，2022 年度達成集團 CO₂ 排放量原單位比前年度至少降低 1.5% 之目標。

2022 年溫室氣體排放量佔比



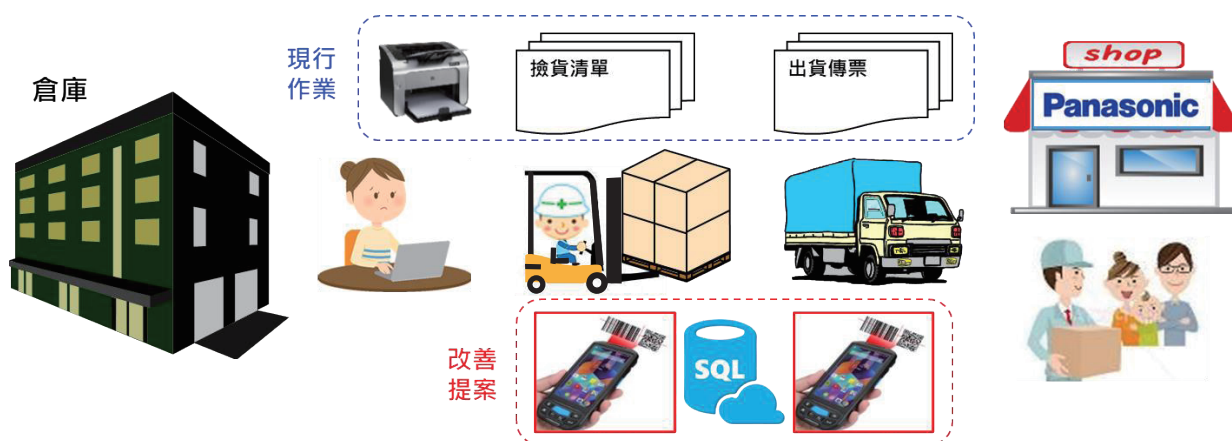
2022 年溫室氣體排放量統計

	公噸 CO ₂ e/ 年
範疇一 (直接排放)	8,640.14
範疇二 (間接排放)	19,883.11
排放量總計	28,523.25

低碳營運 | 物流無紙化及綠色設備轉型

台灣松下電器集團自 2021 年起開啟物流管理中心綠色轉型計畫，配合中和廠區規劃，貨運協力業者柴油堆高機 7 台逐步汰換為電動堆高機，預計於 2024 年共計 74 台柴油堆高機全數汰換完成，2022 年總計削減 170.8 噸碳排放量。

因應中長期成長需求，生產入庫及發送作業量大增，為提升倉儲作業效率並提升無紙化作業，節省資源耗損，通過工業型 PDA 協助儲位管理、出貨作業、機號收集、送貨簽收等電子作業，2023 年 1 月以林口倉作為首要推進對象正式實施。



節能減碳 | 商用智慧機車導入

響應集團永續理念，台灣松下銷售導入 32 輛三輪智慧電車，推估每年可減少排放：

懸浮微粒 (PM)	2.4 公斤
碳氫化合物 (NHMC)	640 公斤
氮氧化合物 (NOx)	32 公斤
一氧化碳 (CO)	23.6 公斤
二氧化碳 (CO2)	53,207.8 公斤

※ 預計於 2023 年度增購 20 輛，擴大環保減碳效果。



此外，為了達到 2050 年「耗能<創能」的目標，台灣 Panasonic 集團近年來也由 GX 推進室轄下的再生能源小組推動，階段性的規畫建置再生能源，期待能透過再生能源的建置減少能源使用量及排碳量。

3.4 資源管理

重大議題 – 廢棄物減量與回收

管理目的	妥善處理廢棄物除可以減少廢棄物產生及其相關成本外，並可創造營收價值與降低營運對環境之衝擊		
管理方針	1. 推動製程技術改善、源頭管理措施減少原物料使用及廢棄物產出 2. 與全球營運夥伴合作，回收資源達到廢棄物資源化及再利用 3. 關注國際環境趨勢發展，評估其機會與風險，妥善處理廢棄物並善用能資源，促進循環經濟		
目標	2023 年目標	短期	中長期
	資源再利用率達 99.5% 以上	提供供應商相關教育訓練，將資源再利用之理念推廣至供應商	供應商共同響應資源再利用率達 100%
2022 年實績	除掩埋外於可再利用、回收及再生使用之資源再利用率達 99.5% 以上 2022 年回收用水比例提升至 10%，促進循環經濟		

台灣 Panasonic 集團投入了大量資源來進行資源管理。為確保管理措施的有效實施，我們制定了一系列完整的管理辦法，包含水質處理流程、水質處理設備維護、廢水管理以及廢棄物管理等相關管制程序。此外，也為工廠用水制定了檢驗項目、規格標準以及抽樣頻率等不同的管制監控標準，將有助於確保水質符合相應的標準，同時減少對環境的影響。

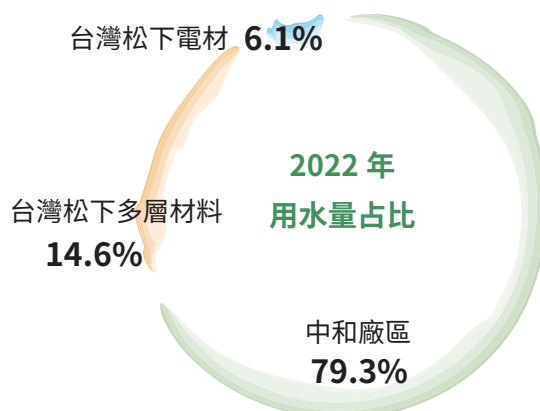
台灣 Panasonic 集團的四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料均納入了管理範圍，另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團的中和廠區部分資源，因此在本章節中，我們將以中和廠區代表這兩家製造公司。

3.4.1 水資源管理

水資源管理為台灣 Panasonic 集團所關注之環境指標。台灣松下於 2020 年導入分支水錶每日檢核有無漏水現象，及早發現異常以提前應對。台灣松下集團致力於減少廢水及提升水回收量以提升資源使用率，減少耗損，2022 年度總用水量下降到 168.02 百萬公升，其中以自來水為主，佔總用水量 92.6%，包含生產、員工餐廳及宿舍用水。

近三年中和廠區水資源數據統計

年度		2020	2021	2022
地下水	使用量 (百萬公升 ML)	12.03	15.26	12.43
	比例	6%	7.3%	7.4%
自來水	使用量 (百萬公升 ML)	195.61	193.73	155.59
	比例	94%	92.7%	92.6%
總用水量		207.65	208.99	168.02



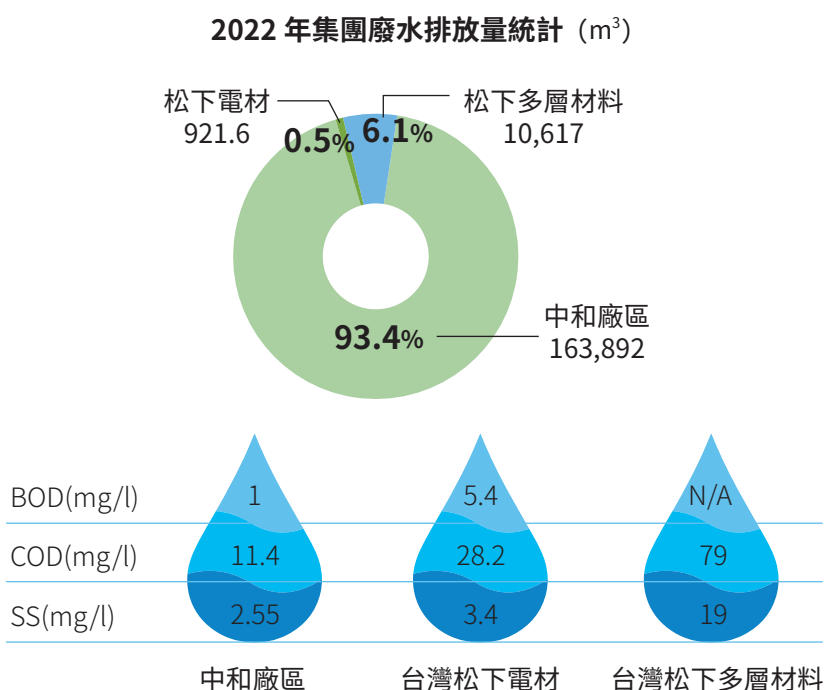
2022 年集團水資源管理 (用水量彙整表)

		松下電器 + 電腦	松下電材	松下多層材料	Total
地下水	使用量 (百萬公升)	12.43	0.19	0.00	12.62
自來水	使用量 (百萬公升)	155.59	12.77	30.86	199.22
總用水量		168.02	12.96	30.86	211.84
水回收	回收量 (百萬公升)	16.69	0.00	3.19	19.88

3.4.2 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，也定期委由外部檢測單位進行水質監測，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，經生物及化學淨化處理排放至附近溪流。

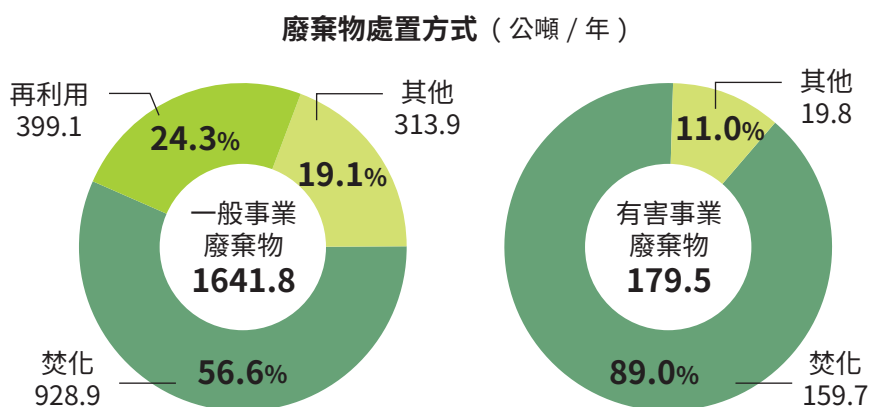
台灣 Panasonic 集團定期檢測廢水排放之水質，其標準因產業不同而有所變動，但本集團皆符合法規標準取得檢測水質合格數據如右：



3.4.3 廢棄物管理

台灣 Panasonic 集團主要的廢棄物來自於生產過程中產生的事業廢棄物。為了回應循環經濟的理念，集團致力於將廢棄物的處理優先考慮回收及再利用，以盡可能降低對環境的衝擊。儘管部分廢棄物難以再利用、回收或再生使用，但集團仍設定了管理目標，希望可再利用、回收及再生使用的資源再利用率達到 99.5% 以上，2022 年已經成功達成此目標。

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。



3.5 氣候變遷因應

3.5.1 TCFD 氣候風險鑑別

根據世界經濟論壇（World Economic Forum, 簡稱 WEF）2023 年發布之「全球風險報告」，未來十年內的十大風險中，「氣候變遷減緩失敗」為全球風險感知的第一名，「氣候變遷調適失敗」、「自然災害及極端天氣事件」則以第二、三名緊接在後，顯示氣候變遷議題是全球未來須共同面對的問題。

面對氣候變遷所帶來的轉型風險、實體風險與機會，積極佈署與因應以維持企業之競爭力。為落實氣候風險管理並響應聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs），台灣 Panasonic 集團導入氣候變遷相關財務揭露（Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）架構，鑑別氣候變遷帶來的風險與機會，並與營運策略進行鏈結，以達成永續經營的目標，並促進與利害關係人間的溝通。2022 年根據公司各部門業務內容鑑別出共計 10 項重大風險議題，並據此制定未來策略及因應措施以提升公司的氣候風險管理能力。

氣候變遷治理與管理架構



氣候變遷風險與機會鑑別流程



氣候變遷因應策略



治理
Governance

- 董事會及其功能委員會：監督氣候變遷風險、機會、因應策略及相關推動計畫與目標推動成果，審核成本效益及追蹤其執行成果
- 風險管理經營本部：協調公司內相關部門、共同審視公司面臨的內外部風險（包含氣候變遷風險），並針對全公司性重大風險議題擬定風險因應對策，定期向董事會報告
- 各單位與小組：依據 Panasonic 2030 企業願景及任務、制度或相關管理方針及具體推動計畫（含氣候變遷）之提出及執行



風險管理
Risk Management

- 鑑別在不同情境下可能衍生的政策、法規、市場與科技的轉變、商譽及實質性風險等面向分別進行風險與機會分析
- 透過相關部門討論及研擬，針對前重大風險發展調適與減緩之因應對策，整體評估結果呈報董事會



策略
Strategy

- 發揮專業與環保的綜效，從上游供應到下游均推動精實生產，提升資源效能
- 採用環保材料與綠能設備，供應節能商品，並積極開發再生能源
- 協助客戶建立儲能系統，持續成長，滿足利害關係人的期望，並提升氣候資訊揭露透明度



指標與目標
Metrics and
Targets

- 建立用水量、能源使用量、溫室氣體排放及低能耗產品技術開發等氣候相關風險與機會評估管理指標
- 因應氣候變遷及溫室氣體減量的規範，訂定包含 溫室氣體、再生能源、水、電減量以及產品設計等關鍵氣候目標 KPI

氣候變遷重大風險矩陣圖



面對日益惡化的極端氣候，可能對企業營運及財務有嚴重的潛在衝擊。台灣 Panasonic 集團依據 TCFD 執行氣候相關風險及機會鑑別，並考量內部與外在環境變化，找出對公司財務上的潛在影響與可能機會，同時因應氣候變遷做出管理方針及應對措施。

風險分類 (實體 / 轉型)	風險名稱	風險衝擊描述	對財務之潛在影響	利害關係人	管理方針 / 因應措施	未來機會
實體風險	R1 全球燃料價格上漲	燃料如柴油、燃煤價格大漲，對供應鏈造成衝擊	價格上升導致採購成本提升，降低營運毛利	松下客戶員工	<ul style="list-style-type: none"> 評估替代方案增加燃料供貨源，降低單一供貨商斷鏈的風險 提升燃料使用效率 	<ul style="list-style-type: none"> 透過良好供應鏈管理穩定事業，進而提升競爭力 發展再生能源事業，搶佔未來市場
	R2 能源供應不穩定	電力供應不穩定，造成停產、降載等營運可能中斷的事件發生	停產、降載等事件導致的營收損失及設備損失	供應商客戶	<ul style="list-style-type: none"> 與電力維護廠商定期接洽，模擬緊急狀況下的發電機調度及廠內應變 SOP 措施 開發再生電力，如：太陽能，降低風險 	<ul style="list-style-type: none"> 透過能源管理，穩定廠內營運，提升整體競爭力 開發再生電力，降低能源開銷成本
	R3 原物料供應中斷	原物料供應中斷，造成生產延遲、替代性原物料成本大漲	生產延遲導致交期延遲的賠償，以及購買替代性原物料的額外成本	供應商客戶	<ul style="list-style-type: none"> 確保多頭供貨來源，並建立供應商行為準則管理。 提供時價趨勢及物料的漲幅影響，供業務向客戶提出漲價 	<ul style="list-style-type: none"> 透過多元供貨管道及良好供應鏈管理提升穩定度及競爭力 拓展供貨源頭地點，增強供貨應變能力
	R4 天氣事件增強	颱風、地震等極端天氣事件造成營運中斷或廠區毀損	營運中斷造成的營收損失	供應商客戶	<ul style="list-style-type: none"> 針對颱風準備沙包、進行防水閘門演練 定期維護廠區建物 規劃緊急動線，並進行消防演練 	<ul style="list-style-type: none"> 透過定期維護增強廠區設備建置，提升工作環境 透過營運持續管理降低天災風險，提升應變力
轉型風險	R5 一般環境法規規範更加嚴謹	未來受到政府法規規範，如：【氣候變遷因應法】，導致營運方向需調整	企業內部轉型以符合規範的額外支出開銷	政府員工	<ul style="list-style-type: none"> 以【Panasonic 環境願景 2050】回應【氣候變遷因應法】 建立良好環境法規管理措施，確保營運符合政府規範 	<ul style="list-style-type: none"> 提前布局提升 Panasonic 在未來對於政策的應變能力，提升競爭力 透過提前響應政策提升 Panasonic 與政府之間關係

風險分類 (實體 / 轉型)	風險名稱	風險衝擊 描述	對財務之 潛在影響	利害關 係人	管理方針 / 因應措施	未來機會
轉型風險	R6 市場 需求轉變	政府及顧客 對於低碳解 決方案的要 求，導致產 品開發方向 轉變	提供低碳 解決方案 增加的研 發成本	政府 顧客	<ul style="list-style-type: none"> 積極配合政策需求，建置 GX 推進室，下轄五個小組推動轉型 致力於開發符合 CNS 規範的節能產品 	<ul style="list-style-type: none"> 透過回應政府及顧客需求，提升產品在市場上的能見度和影響力
	R7 碳排 總量管制 與碳權、 能源交易 相關要求 提升	因應碳排總 量管制、碳 權、能源交 易相關需求 造成	碳權、能 源相關需 求衍生出 的額外成 本	政府	<ul style="list-style-type: none"> 集團內部規劃 2030 年碳中和， 積極建置再生能源，並提前規劃綠能憑證的購買 	<ul style="list-style-type: none"> 透過 Panasonic 先進的減碳相關產品及解決方案獲取碳權，攻佔碳權交易市場
	R8 商譽 與品牌形 象受挫	因企業環境 面不當或違 法之舉，重 挫利害關係 人之信任， 對於品牌商 譽有負面影 響	顧客對於 品牌信任 下降導致 營收下 跌，以及 商譽損失 帶來的其 他無形成 本	顧客	<ul style="list-style-type: none"> 針對廢棄物積極進行管理，確保廢水排放、廢棄物回收符合法令規範，避免造成顧客觀感下降 	<ul style="list-style-type: none"> 宣揚集團環境理念，提升消費者對於 Panasonic 的品牌形象
	R9 客戶 對於低碳 產品與服 務的需求	客戶對於低 碳產品和服 務的需求提 升導致集團 須對產品做 改善	綠色產品 及服務研 發的支出 成本	顧客	<ul style="list-style-type: none"> 發展再生能源、智能 AIoT、儲能等能源解決方案 	<ul style="list-style-type: none"> 把握市場需求轉變出現的藍海，搶占市場先機 透過多元新興解決方案，提升客戶需求的解決能力
	R10 利害 關係人提 升對氣候 議題的關 注	利害關係人 對氣候議題 的關注逐漸 提升，致使 集團必須做 出回應	針對氣候 變遷做出 回應的因 應作為開 銷成本	股東	<ul style="list-style-type: none"> 將氣候變遷風險納入風險管理方針內 將 TCFD 的管理原則納入集團內部策略考量，並揭露於報告書中 	<ul style="list-style-type: none"> 因 Panasonic 對於氣候變遷的積極回應帶來更多利害關係人的支持和認同，從而提升形象

3.5.2 TCFD 氣候變遷風險管理與目標

依據上述氣候變遷風險議題，台灣 Panasonic 集團訂定追蹤管理制度，2022 年執行成果與 2023 年度之目標設定詳如下表所示：

項目	2022 年達成成果	2023 年短期目標設定	中期目標設定 (至 2030 年)	長期目標設定 (至 2050 年)
全球燃料價格上漲	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變遷造成燃料供應中斷 0 天 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持氣候變遷造成燃料供應中斷 0 天 	<ul style="list-style-type: none"> 持續降低內部燃料使用比率，朝碳中和目標邁進 	<ul style="list-style-type: none"> 協助供應商發展再生能源及電力設備，全面排除價值鏈燃料的使用，達到價值鏈碳中和
能源供應不穩定	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變遷造成營業中斷天數 0 天 集團使用電力較前一年減少 2% 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持氣候變遷造成營業中斷天數 0 天 集團使用電力較前一年減少 2% 	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變遷造成營業中斷天數 0 天 集團使用電力較前一年減少 2% 	<ul style="list-style-type: none"> 全面使用再生能源，廠內自行發電，並透過儲能開發降低因電力中斷造成的營運不穩定因素 集團使用電力較前一年減少 2%
天氣事件增強	<ul style="list-style-type: none"> 極端天氣造成原料供應中斷 0 天 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天
原物料供應中斷	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 符合松下綠色採購規範供應商 100% 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 符合松下綠色採購規範供應商 100% 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 符合松下綠色採購規範供應商 100% 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 符合松下綠色採購規範供應商 100%
一般環境法規規範更加嚴謹	<ul style="list-style-type: none"> 發生環境污染違規事件 0 件 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持發生環境污染違規事件 0 件 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持發生環境污染違規事件 0 件 	<ul style="list-style-type: none"> 持續維持發生環境污染違規事件 0 件
市場需求轉變	<ul style="list-style-type: none"> 產品 100% 符合 CNS 節能標章 	<ul style="list-style-type: none"> 持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章 	<ul style="list-style-type: none"> 持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章 	<ul style="list-style-type: none"> 持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章
碳排總量管制與碳權、能源交易相關要求提升	<ul style="list-style-type: none"> 導入 ISO14064-1，推動碳盤查 	<ul style="list-style-type: none"> 持續推動碳盤查與再生能源計畫 	<ul style="list-style-type: none"> 達成碳中和 	<ul style="list-style-type: none"> 達成耗能 < 創能
商譽與品牌形象受挫	<ul style="list-style-type: none"> 2022 年無任何不法情事與環境面負面新聞 	<ul style="list-style-type: none"> 2023 年無任何不法情事與環境面負面新聞 	<ul style="list-style-type: none"> 2023-2030 年無任何不法情事與環境面負面新聞 	<ul style="list-style-type: none"> 2031-2050 年無任何不法情事與環境面負面新聞
客戶對於低碳產品與服務的需求	<ul style="list-style-type: none"> 開發 ECONAVI 等節能產品，降低產品排碳量 	<ul style="list-style-type: none"> 持續開發節能產品降低產品排碳量 	<ul style="list-style-type: none"> 持續開發節能產品降低產品排碳量 	<ul style="list-style-type: none"> 持續開發節能產品降低產品排碳量
利害關係人提升對氣候議題的關注	<ul style="list-style-type: none"> 導入 TCFD 架構進行策略規劃 	<ul style="list-style-type: none"> 將 TCFD 準則導入 2022 報告書中揭露 	<ul style="list-style-type: none"> 持續擴大氣候變遷風險的評估範圍 	<ul style="list-style-type: none"> 持續擴大氣候變遷風險的評估範圍

04 人才培育

4.1 招募與組成

4.2 員工溝通與福利

4.3 人才發展與訓練

章節亮點

1. 榮獲 TCSA 人才發展領袖獎
2. 員工福利投入經費 5397 萬元
3. 高潛力人才專案培育 16 位優秀人才
4. 榮獲「1111 人力銀行」幸福企業獎



人力資源目標

一直以來，我們都將人力資源視為公司最珍貴的資產，透過參照式管理、績效考核與尊重員工等原則，建立公司與員工之間的雙贏關係。

人力資源發展方針

台灣 Panasonic 集團秉持著松下創辦人的精神實踐「製造產品之前先培育人才」，建立相關經營理念與意識，實踐永續經營之理念。且我們鼓勵全體員工實踐 Panasonic 之價值理念，並建立五大關鍵方針，以實現集團目標。台灣松下電器將人力資源管理分為三個部門，透過明確分工落實各人力資源的目標，配合公司未來成長策略，進行人事制度改革及接班人培育，以應對未來事業發展。

台灣 Panasonic 集團人力資源目標



台灣松下電器人力資源管理三大部門



4.1 招募與組成

台灣 Panasonic 集團秉持多元平等的人才招募政策，成員不分國籍、膚色、年齡、宗教與性別，雖然公司同仁的年齡層分布廣泛，但我們所看重且強調的是個人特質與能力，且員工的背景多元，因此帶給集團不同的能量與聲音，創造無限可能。

4.1.1 多元招募管道

為了事業成長，公司積極開拓市場，緊密跟進市場變化，也因此提供更多的就業機會，在當今社會，大環境缺工已成為眾多企業所面臨的共同挑戰，所以我們在今年的招募活動中，積極探索創新的方式，強化企業內部員工和外部優秀人才的招募平台，以更多元的方式實現更好的人才匹配。

台灣松下電器集團招募管道



內部

- 內部員工推薦：
由內部員工推薦優質人選
- 員工自我挑戰：公司提供特定職缺面試機會，員工可自我推薦挑戰符合自身興趣和能力的職位



外部

- 104 雇主品牌：重新設計招募網站
- 深耕校園：參訪計畫、科系合作、校園招募、實習制度
- 其他：獵頭仲介公司

· 員工成長與發展

台灣松下電器集團關注員工的成長與發展，內部招募管道包括員工自我挑戰、推薦制度，希望員工充分發揮自身優勢，挑戰符合自身興趣和能力的職位，此外，透過內部員工推薦，先期傳達職務及職場魅力，邀請優秀人才至公司任職。

- 內部招募人數：推薦共 8 位，實際到職 3 位^註

^註 僅計算台灣松下電器及台灣松下銷售公司

· 優秀人才的發掘和甄選

本年度擴大企業的外部招募管道和人才庫，與知名求職平台 104 合作打造多元化的雇主品牌形象，設計了全新招募介面，提供更豐富的招募資訊和職缺介紹，以及更加人性化的應徵方式，讓應聘者更容易找到適合自己的職位，也讓企業更加快速地找到合適的人才，進而提升企業的發展和競爭力。

- 人力銀行招募人數：107 位^註
- 2022 年榮獲「1111 人力銀行」幸福企業獎

^註 僅計算台灣松下電器及台灣松下銷售公司



· 深耕校園

近幾年來，公司不斷致力於深入校園，加強與各大院校的合作，提供更多實習機會和學習資源，台灣松下電器集團提供各項獎助學金及深耕校園計畫，希望幫助學生畢業後更容易進入職場，同時更能促進人才培育和社會的健康發展：



- 共計 9 間大專院校進行實習合作
- 深耕校園招募實習人才：52 位^註

^註 僅計算台灣松下電器及台灣松下銷售公司

4.1.2 新進及離職

2022 年，我們秉持為員工著想的精神，成功打造友善的職場環境，創造低離職率，且讓員工對企業產生高度認同，使各年齡層都能夠在所屬崗位中，找到歸屬感。



新進員工總數：111
新進率：6.8%



員工離職總數：87
離職率：5.4%

台灣松下電器新進率與離職率

項目		新進員工		離職員工	
		人數	比率	人數	比率
男	30 歲以下	51	3.1%	18	1.1%
	30-50 歲	34	2.1%	19	1.2%
	50 歲以上	4	0.2%	31	1.9%
	小計	89	5.5%	68	4.2%
女	30 歲以下	10	0.6%	6	0.4%
	30-50 歲	12	0.7%	8	0.5%
	50 歲以上	0	0%	5	0.3%
	小計	22	1.4%	19	1.2%
合計		111	6.8%	87	5.4%

註 1：不含正式員工以外人員

註 2：新進員工比例 (%)=(新進人數 / 員工總人數 1624)

註 3：離職員工比例 (%)=(離職人數 / 員工總人數 1624)

4.1.3 平權組成多元化

· 2022 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(全職)員工進行，離職率約 5.4%，於報導期間內並無重大變化。

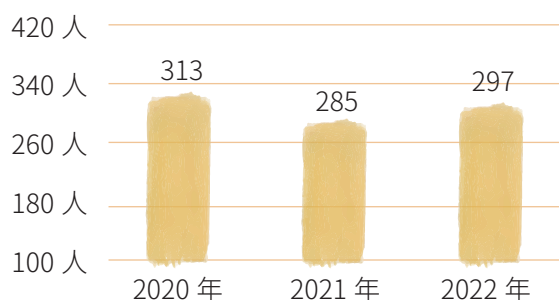
項目		男性 (人)	女性 (人)	總計 (人)
典型工作	全職員工	1025	599	1624
	約聘員工	0	0	0
	兼職員工	0	0	0
非典型工作	人力派遣	354		354
	保全			

· 人權溝通政策

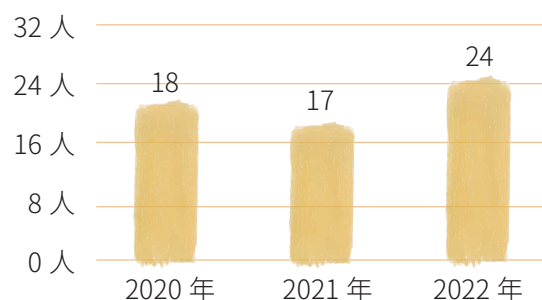
台灣 Panasonic 集團尊重人權和多元性，致力於建立一個平等與包容性的工作環境，我們堅信這不僅是人權的基本要求，也是健康穩定的企業文化所必需的基石。台灣 Panasonic 集團參考聯合國《世界人權宣言》、《全球盟約》等國際公認人權規範工約，秉持以下原則保護人權：

- 尊重人權，不因種族、性別、黨派、宗教、殘障等狀況而歧視
- 提供安全與健康工作環境，致力防止任何形式的騷擾、欺凌或暴力事件
- 自由結社和集會權利，不干預員工進行任何合法的集體談判等活動
- 禁止童工，嚴格遵守當地的法律和法規
- 公平的雇用原則，鼓勵各種背景的人才申請工作

台灣松下電器近三年外國籍員工聘用人數



台灣松下電器近三年身心障礙聘用人數



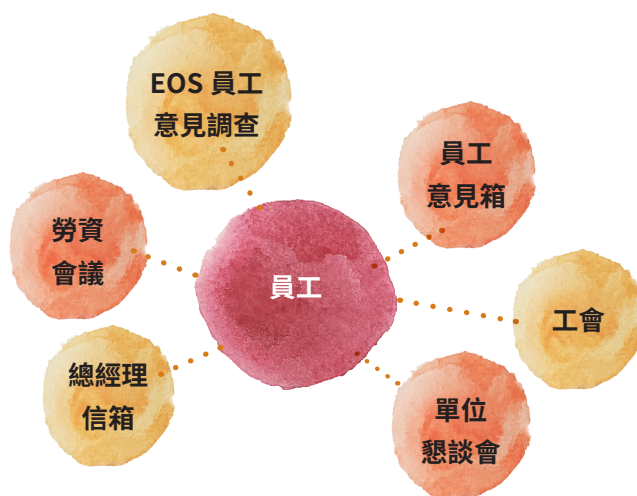
由於本集團的技術人員比例高，技術人員又多以男性為主，也因此台灣松下電器的男女比為1:0.58，但在非技術人員的職務中，女性的比率高於男性。



4.2 員工溝通與福利

4.2.1 員工溝通

台灣 Panasonic 集團十分重視員工意見，傾聽與溝通是我們一直以來十分重視的課題，為了確保每位員工的意見都能夠被聽見並得到回應，本公司設立多元的溝通管道，以積極留住人才。以台灣松下電器為例，除了各職場配置單位人事主管及設有總經理電子信箱外，也包含內部網站、單位懇談會、工會、勞資會議與 EOS 員工意見調查等，透過定期的懇談會與勞資會議，和不定期的溝通，使員工可自由發表建議。



· 定期員工溝通渠道

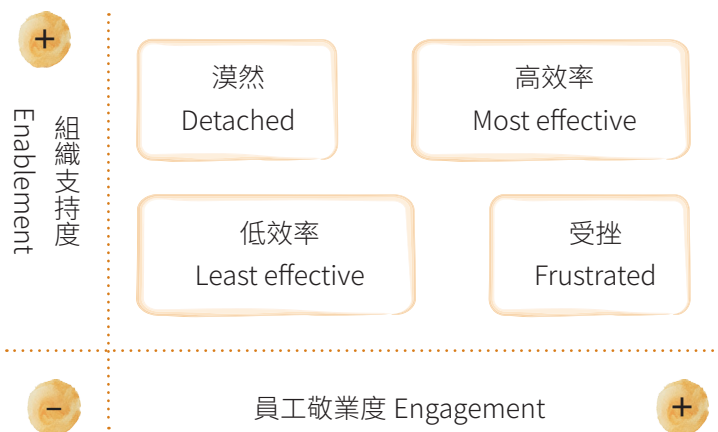
單位懇談會		各部門每三個月由部門主管召開部門懇談會，會議中就部門業務及各員工的意見進行討論，將會議紀錄上交到人力資源中心後，再由公司相關單位進行回應
工會		台灣松下電器於 1970 年 4 月 3 日設立「台灣松下電器股份有限公司工會」並簽訂第一次團體協約，是台灣簽訂團體協約歷史最悠久的企業，其後公司與工會每三年簽訂一次團體協約。截至 2022 年，工會會員達 2,244 人，且每月召開理監事及福利委員會，確保勞工權益
勞資會議		2022 年共舉辦 4 回勞資會議，討論議案涵蓋相關人事課題、職場安全以及員工福利福祉討論達成共識

· 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的熱情，並了解問題與日後採取最佳方案，進一步激發員工最大潛能、加強員工向心力，提升經營績效。

透過員工敬業度與組織支持度兩大面向，其中包含 16 領域、63 道題目進行衡量。敬業度與組織支持度皆高之員工屬於高效率 (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。

員工效能分析圖



EOS 權衡的內容

敬業度 追求自我努力

- 薪酬與福利
- 績效管理
- 職權與授權
- 資源
- 培訓
- 合作
- 工作、架構和流程

支持度 優化作用 支援環境

- 清晰和有希望的方向
- 對領導者有信心
- 品質和客戶導向
- 尊重與認可
- 發展機會

2022 年 EOS 員工意見調查實績

本年度 EOS 員工意見調查期間為 2022 年 11 月到 2022 年 12 月為止，調查對象為有申請使用 Email 之同仁及日籍人員，但不包含菲籍、派遣、休職、留職停薪者。

結果顯示，台灣事業部 - 包含台灣松下電器、台灣松下銷售以及台灣松下電材三家公司，回答率高於目標的 97%，在員工效能分析中，在高效率評比這方面達成預定之目標 (60%)，較去年提升；而本回特別關注「工作安全」之議題，台灣事業部全體於本年度均達成 75% 之高標，認同公司對於工作區域安全性的重視及迅速反應。

表現優異部分未來還需要繼續保持、努力推進，而針對較不理想之項目，也將會持續深入了解原因，鑑別是否可能成為未來風險，並且落實 PDCA 制定行動計劃，結合組織目標在未來提升或改善相關項目；以結果來看，組織支持度與員工敬業度在今年度分數上表現仍較去年有進步，可見台灣 Panasonic 集團員工對於職場依舊保有熱情與敬業的精神，努力為公司發展、創造機會與維持品質和客戶關係。

· 安全與健康的工作環境

除了上述溝通管道外，台灣 Panasonic 集團致力為我們的員工提供一個安全與健康的職場文化，我們堅決反對任何形式的職場霸凌和性騷擾，若有相關情事發生，皆會於第一時間召開會議調查事態，並且配合訓練單位每年教育訓練排定加強宣導與教育。

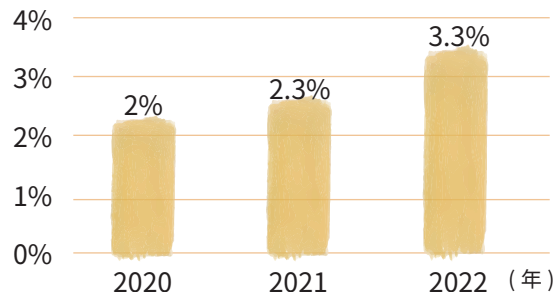
此外，我們也根據性別工作平等法，針對性騷擾案件設立申訴管道，以保障員工權益，創造優良的職場環境。台灣松下電器集團於 2022 年度共有職場霸凌申訴一件，後續皆依照公司程序與法規完善處理。

4.2.2 員工薪資與福利

薪酬 | 2022 年全體員工共同調薪 3.3%。

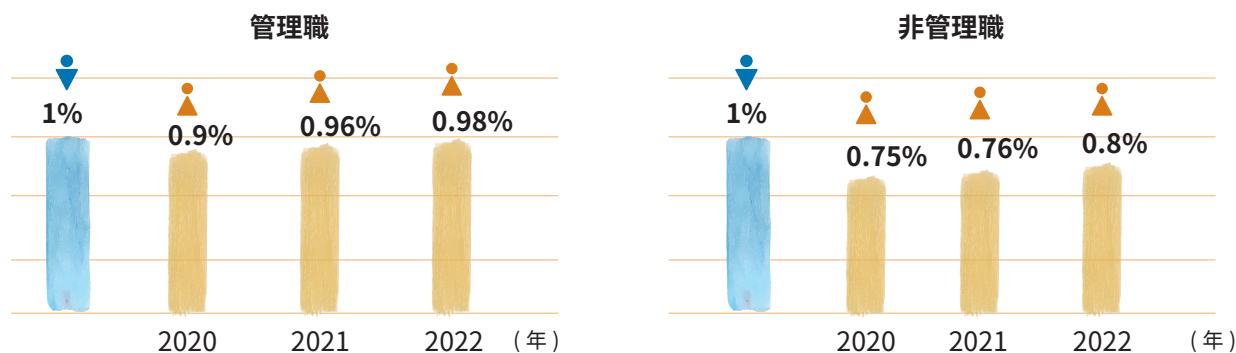
台灣松下電器集團實行男女同酬，新進員工依學歷科系別敘薪，不因員工性別區分起薪薪資。除此之外為了激勵員工，根據每年營收狀況，訂定不同的薪資漲幅，確保員工薪水穩定成長，近三年每年全體員工共同調薪漲幅介於 2% 至 3% 之間，以鼓勵員工在生產上有更好的表現，創造幸福企業。

平均調薪漲幅



台灣松下電器集團由於產業特性，過去大多以男性主管為主，造成女性薪資比略低於男性，但近年來透過集團的努力，積極提拔女性主管，男女平均薪資差異有逐漸縮小的情形。以台灣松下電器為例，不管是在管理職或是非管理職方面，兩者薪資差異皆逐年縮小。

台灣 松下電器集團男女薪資比



員工福利 | 2022 年台灣松下電器集團投入員工福利經費：5,397 萬元

台灣 Panasonic 集團為了提高員工的向心力與凝聚力，並與員工共同分享營運成果，除了夏季、冬季獎金與調薪之外，也提供年末春節摸彩、大型尾牙活動、秋季郊遊等大型活動，藉此機制激勵員工、打造人性化職場。

台灣松下電器集團員工福利



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
- 調薪 (每年)



福利措施

- 員工結婚祝賀金
- 員工本人或其配偶生育祝賀金
- 員工家屬死亡慰問金
- 子女入學祝賀金
- 急難救助金
- 員工撫恤金
- 語文合格補助金



退休

- 依法提撥勞退基金
- 提早退休優惠辦法



保險

- 員工團體保險
- 人壽保險、意外險
- 傷病醫療險、住院醫療險



健康檢查

- 一般 / 新進員工
- 特殊作業員工
- 外勤人員
- 資深員工及幹部體檢



其他福利

- 每年 9 天暑期假期
- 尾牙活動
- 福委會家庭日活動

台灣松下電器集團 60 周年特別福利

迎接 60 周年里程碑，深刻感謝員工多年來的辛勤付出和忠誠貢獻，為感謝員工們的辛勞，公司特別提供豐富的 60 周年福利，以表達對員工的關愛和支持：

- 60 周年激勵金
- 60 周年紀念品
- 年末激勵餐會

特別感謝激勵金發放

激勵金發放，感謝全體員工這兩年來疫情期間的辛勞；在面對全球經濟環境變動快速，透過激勵金發放，激勵全體員工再接再勵挑戰事業增長的決心。

其他福利措施

哺乳室

為滿足女性的哺乳需求，台灣松下電器設有哺乳室，內部設備含有置物櫃、呼叫鈴、蒸汽消毒鍋、嬰幼兒雜誌書籍、哺集乳室專用冰箱等設備，針對母乳專用冰箱，為避免汙染與異味，故不能夠冰存其他食物，以保持箱內空間的乾淨整潔，且為了避免傳染疾病，集乳罩宜由使用者自行準備，讓使用者可以安心使用。



其他設施 - 辦公環境

台灣松下銷售針對員工辦公環境十分重視，在辦公室中新增許多福利設施，例如按摩椅與其他設備，減輕員工上班時的辛勞，並且在休息室中，有醫護人員常駐，提供最即時的醫療救助。



育嬰假制度

台灣松下電器集團注重員工的家庭生活與對下一代的照顧，並提供友善的職場環境，同時設有員工育嬰假的制度，以保障員工工作與育嬰之權利。

2022 年台灣松下電器使用育嬰假人數

	男性	女性	總計
A: 2022 年度申請育嬰留停人數	2	6	8
B: 2022 年度實際復職總人數	1	2	3
C: 2022 年度應復職總人數	1	2	3
D: 2021 年度使用育嬰留停復職總人數	1	2	3
E: 2021 育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	2	2
復職率 ¹	1	100%	100%
留任率 ²	1	100%	67%

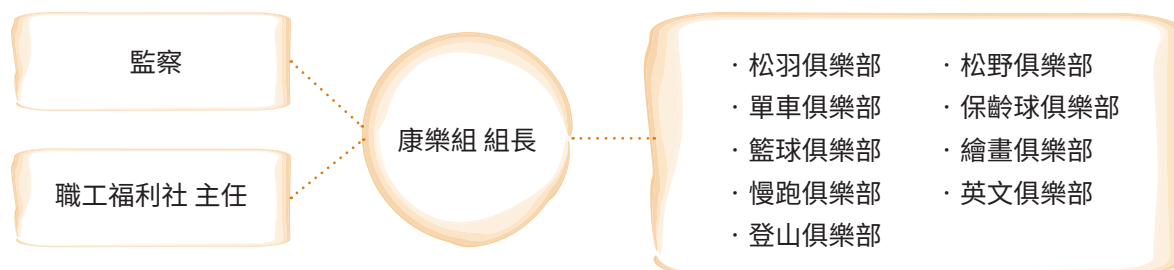
註 1: 復職率 (%)=B/C 註 2: 留任率 (%)=E/D

4.2.3 社團活動

2022 年台灣松下電器集團投入活動經費：1,460 萬元

備註：2022 上半年度因疫情關係上半年活動暫停。

台灣松下電器集團依據各自經營情形，提供員工不同類型的社團活動與員工團康活動，使得員工在工作之餘，能夠達到工作與生活的平衡，實現 Work hard and Play hard 的目標。



台灣松下電器集團社團活動



籃球俱樂部



繪畫俱樂部



松野俱樂部



繪畫俱樂部



登山俱樂部

4.3 人才發展與訓練

「製造產品之前先培育人才」，是台灣 Panasonic 集團所秉持的想法，因此人才的培訓是本公司不斷精進的課題。本集團制訂完善的人力資源政策，並且提供多元的教育訓練課程、競賽與檢定，提供員工學習與發展的平台，再透過培育高潛力人才等計畫，培育本集團所需之專業人才。

· 人力資源政策

Panasonic 集團於 1957 年提出「人力資源政策」，其中包含「人力資源發展的基本目的」、「Panasonic 集團全體員工須知」與「管理者基本方針」，適用於全體 Panasonic 員工，促進每一個人的成長，創造有利個人成長的工作場所氣氛。

4.3.1 人才培育

台灣松下電器集團十分重視人才培育與發展。公司堅信，只有優秀的人才才能推動企業不斷發展，為了培育更多優秀的人才，不斷加強對員工的培訓和發展，開展了各種培訓課程，包括專業技能、管理技能和領導力等方面，以幫助員工提高自身素質和能力。此外，還鼓勵員工積極參加學術研討會和行業觀摩交流活動，不斷拓展知識面，提升專業技能。

· 教育訓練

台灣松下電器集團 2022 年教育訓練實績

858 (小時)

課程總時數

5693 (人次)

總參與人次

194 萬 (元)

投入經費

(1) 教育訓練體制

台灣 Panasonic 集團的教育訓練體制共分為四個階段：



新進員工

- 職前研習：包含人事制度、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
- On the Job Training 在職訓練



技術提升

- 針對各階人才應具備的技能，參照 TTQS 人才發展品質管理系統規劃研修流程
- 長期海外研修、工科短大研修
- 開發、製造、管理、營業服務研修
- 技能檢定競賽



管理職務

- 各階管理職能力養成研修 專業職能研修



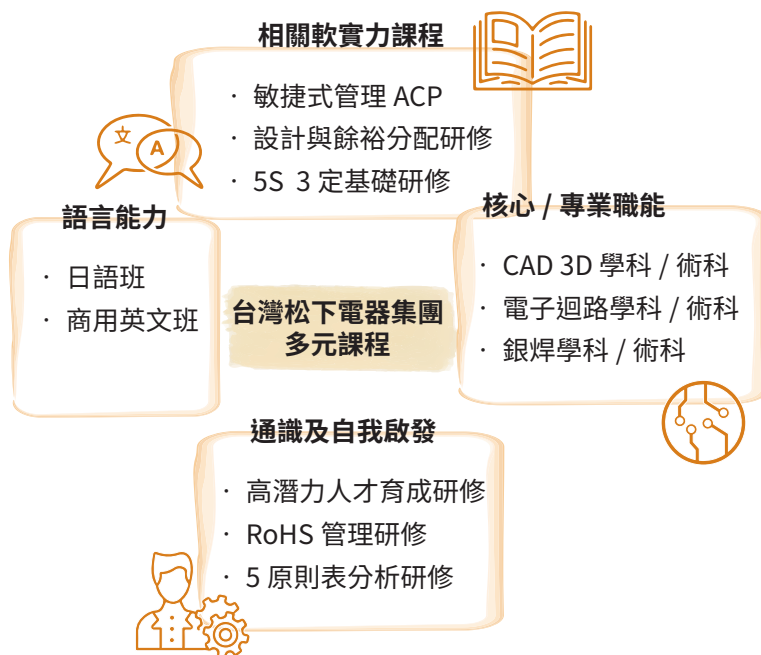
資格升格

- 課題型研修：晉升資格職前員工針對自身工作課題提出報告的研修
- 新任升職研修

台灣松下電器集團規劃完整四階段培訓制度，讓新進人員可以快速了解公司的相關體制與制度，使工作能夠更快速上手。另外針對本集團重要幹部及技術人員，透過海外進修培養同仁的國際視野與學習海外技術，提升集團的生產力。

(2) 課程特色

為提供員工多元的課程學習，我們給予集團不同職位設有不同的學習課程，以台灣松下電器集團為例，2022 年提供 88 門課程供員工修習，透過五大課程架構，以管理、核心職能、專業職能、新人訓練與通識暨自我啟發研修等，培養各項專業知識、公司文化培養、公司職能需求、語言能力與軟實力課程（如溝通技巧、簡報技巧、領導力等），讓公司從上到下，從新進人員、資深員工到管理職位，配合自身需求，都能夠找到適合自己職位的課程，不斷精進自我。



(3) 人員修課時數

透過上述豐富而完整的人才培育規畫打造了台灣松下電器集團 60 年來的核心競爭力，本集團未來也持續規畫更精實的課程，配合各公司的需求，給予完整的課程培訓機制。

團隊成員不分職位別，皆積極投入課程的學習，針對不同職位規劃符合需求的課程，讓同仁能夠不斷精進自己專業知識與各項軟實力，協助集團創造更多機會與營收。

台灣松下電器集團管理職與非管理職平均修課時數					
非管理職	參與人次	4,228	管理職	參與人次	1,331
	平均訓練時數	63.20 hr		平均訓練時數	59.19 hr

註 1: 平均訓練時數 = 課程總時數 / 該類別人數

· 競賽與檢定

參與內部檢定 **400 人**

參與競賽 **59 人**

台灣松下電器集團大力提倡同仁參與競賽與檢定，透過每年舉辦的活動，達成兩大目標：1. 強化製造現場技術、技能之傳承，強化品質力與製造力，2. 提高製造現場員工技能整體水準，進而強化經營體質，追求高效率工廠的實現。

內部檢定與競賽說明

內部檢定

為培育人員全方位的多能工技能，每年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，從事工作相關者則支給內部技能補助金（三年有效）

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內部競賽評審評分，並由總經理親自頒發獎狀及獎金

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 優秀選手全球競賽在日本聚集競爭，爭取成為全球 Panasonic 技能領頭羊



· 設立多元人才發展專案

高潛力人才發展專案

台灣松下電器集團為實現人才現地化目標，與 2025 年營運成長目標，於 2021 年導入高潛力人才發展專案，透過各事業高潛力人才育成，管理幹部提早儲備，以達企業永續之經營。依據分析職涯需求、潛在特質與管理能力，給予員工適當的獎勵方案，利用績效與潛力對員工進行評估，績效為考量其升格速度、輪調經驗、人事評價之綜合評估；潛力為長官面談之評估結果，評估重點為思維敏捷、溝通能力與決心。透過此方案，發掘出工作負責、充滿好奇心、善於溝通以及具有洞察力的高潛力人才。



高潛力人才育成開訓典禮



專案課程討論

主管階級研修

另外也提供管理職與主管階層的進修計畫，以不同類型的研修課程，使中高階人才得以繼續精進，創造正向的職場發展，如提供工廠長研修與工科短大的機會，精進開發製造管理的能力，提升產線競爭力；提供後繼者相關培訓課程，以減緩職位交接落差。

專案名稱	參與人數
高潛力人才發展專案	16
經營後繼者研修	18



4.3.2 績效評估

台灣松下電器集團與員工充分進行溝通及討論職涯發展，透過定期紀錄員工績效考核與每年4月的績效面談進行員工績效評估。根據考核結果，對員工進行適當的升遷與調薪等獎勵。藉此機會，與員工共同訂定下一年度的目標。

· 後繼者制度與資格昇等

2022年通過資格昇等人數:165人

後繼接班計劃三大評估面向

台灣松下電器集團為規劃員工職涯發展與後繼人才的育成，將職能管理區分為作業員、技術員、管理師、主任管理師，每年主管可依單位人員結構分析暨組織發展、個人能力績效與育成方向、個人研修學習狀況與經驗考量等三大面向評估是否推薦後繼者參加資格昇等，集團內每個部門主管需針對該職位提出後繼人選，並在主管的指導下進行書籍研修、工作專題報告以及昇等面試，選出適合人選，集團將培育接班人視為各部門管理者重要績效指標之一。

單位人員結構：

分析暨組織發展人力結構、經營策略、員工未來發展性

作為評選後繼者的
考量指標

個人研修學習狀況 與經驗考量：

員工專業技能、核心管理與職能發展、海外工作經驗、過去職種經驗

個人能力績效與育成方向：

過去績效表現、員工資格潛力、員工職場品行

2022年重要主軸

- 1、組織運營管理人才
- 2、ESG 永續經營管理
- 3、後疫情時代數位營運模式
- 4、創新並創造出顧客價值



2022年高階經營後繼人才育成研修

05 安心 職場

5.1 打造安全職場

5.2 員工健康照護

章節亮點

1. 達成職場 0 職災目標
2. CNA 地域 健康與安全衛生論壇活動 - 銅獎
3. 台灣松下電材榮獲職業安全衛生五星獎

3 健康與福祉



4 教育品質



8 就業與
經濟成長



5.1 打造安全職場

本章節 2022 年計算基礎：2022 年 4 月至 2023 年 3 月止。

管理目的	維護員工的生命安全、健康，實現安全、有益身心健康的舒適工作職場		
管理方針	遵守安衛法規，確保作業安全	著重風險管理，預防危害發生	
	致力教育訓練，落實安全衛生	承諾持續精進，善盡社會責任	
目標	2023 年目標	短期	中長期
	強化廠區安全檢查	提升安全衛生管理 IT 化	實現長期零風險與災害
2022 年實績	<ul style="list-style-type: none"> 持續精進職場安全衛生項目，2022 年達成職場 0 職災的目標 舉辦共計 40 場次內外部環境安全衛生教育訓練 		

5.1.1 安全衛生承諾與行動

為確保台灣 Panasonic 集團旗下各公司的員工健康與安全，我們建立完整的行動指南，各公司可以根據自身的營運情況和風險程度，依照指南建立職場安全相關政策，將職場中的風險降至最低。此外，各個據點皆設有職業安全管理委員會，定期召開安保會議，並依循安全衛生行動方針設立短、中、長期目標。



2022 年精進項目

- 天災緊急逃生強化：逃生路線夜光條設置
- 廠區入場安全須知注意事項看板設置
- 職場工安用品櫃新增
- 消防逃生集合地點可視化標示
- 作業危害虛擬實境 (VR) 導入
- 廠區避難設施配置圖建置及設置廠區看板

2023 年

- 承攬商管理系統優化
- 建置員工及承攬商教育訓練系統

2024 年

- 建置訪客、送貨廠商危害告知電子簽名
- 建置廠區緊急求救系統
- 化學品購買管理系統化
- 建置巡檢缺失管理系統 IT 化

2025 年

- 建置事故通報系統
- 增設消防警報增設

5.1.2 供應商及承攬商職業安全推進

台灣松下電器也定期對承攬商與供應商進行廠區安全衛生規定宣導及教育訓練，並每日與承攬商進行工具箱會議，以提升安全環境和減少事故發生的機率。

承攬商安全衛生教育訓練	
作業場所安全衛生規範	危害告知與宣導、職安法罰則說明
監督幹部的責任與義務	事故案例宣導

廠商	施工承攬商	協力廠商	物流業者	監督幹部	合計
受訓人數	99 人	86 人	7 人	98 人	290 人

5.1.3 工作環境守護

2022 年工傷職災情形

綜觀近年，台灣松下電器所發生之職業傷害事件的頻率與嚴重性皆遠低於其他台灣家用電器製造廠商之平均值。2022 年達成職場 0 職災的目標，未來將持續以提升職業安全，基礎設施及系統優化為首要考量，打造「安全、有益身心健康的工作職場」，台灣 Panasonic 集團各作業相關之廠區，皆全力落實並強化本質安全的實現，以達員工作業安全之保證。

安全體驗教室多年來不斷進行體驗設備的改善與環境優化，藉此提升員工自我保護之意識。2022 年以 VR 模擬作業情境，例如：高空作業及衝剪機械體作業等情境體驗項目讓員工對於可能發生之風險，提前做好準備。預定 2023 年 6 月起正式開放員工體驗。

2022 年工傷職災率

指標	台灣松下電器	家用電器製造業
傷害率 (IR)	0	0.175
職業病率 (ODR)	0	0
缺勤率 (AR)	0	15.5%
損工率 (LDR)	0	48.47
失能傷害頻率 (FR)	0	0.885
失能傷害嚴重率 (SR)	0	243.12



高空作業體驗



衝剪機械體作業體驗

2022 年職安投入項目

台灣 Panasonic 集團基於「對人尊重」的精神，致力於改善職場環境，實現安全、有益身心健康的舒適工作環境。為確保每位員工的職場安全，各個據點皆設有職業安全衛生管理委員會或相同職責單位，並依循安全衛生指南，針對各公司的營運風險與人員組成，設立不同的安全衛生管理與措施。

員工安全是台灣 Panasonic 集團首要目標，不斷精進訓練與添購所需設備，台灣松下電器集團設有職業安全衛生管理委員會，提供完善的衛生教育訓練，建構員工相關急救知識，並隨時加強社內員工職場安全觀念，並透過兩個月一次的職業安全衛生管理委員會會議，加強員工職場安全，減低環境造成的危害。

項目	說明	照片
集合地點及逃生路線看板可視化	當災害發生時，員工可依可視化看板立即疏散至集合地點	
逃生通道樓梯夜光條設置	夜光條設置在樓梯旁側，使人員在夜間行走時及災害發生時，能更清楚樓梯逃生方向	 各棟 (含宿舍) 樓梯間牆面，共 11 棟
全廠區工安用品櫃設置	緊急狀況發生時，提供避難引導及安全防護必要之物品	 大型工安用品櫃 (共 19 組) 小型工安用品櫃 (共 20 組)
用電設備安全檢查	透過漏電斷路器檢測儀確認漏電斷路器是否異常，避免造成感電危害	
作業環境監測	掌握廠區作業環境實態，包含：噪音、化學、粉塵、照度等項目，以評估作業勞工之暴露狀況	
安全衛生有獎問答競賽	透過腦力激盪趣味答題，加深安全衛生知識，達到宣導目的，並爭取單位及個人榮譽	
新人安全道場教育課程	針對職場安全意識教育訓練，進行危險體驗機的講解、職災案例宣導、化學品標示及 CPR+AED 訓練，強化全員安全意識	



台灣地域安全衛生交叉稽核

藉由各方安全及環境的專業，透過三方交叉稽核，檢視基本守規符合情況，並促進實務經驗交流，共計稽核出 35 項安全問題點、9 項環境安全點，並針對問題點進行改善，以因應日趨嚴峻的環安規範，並提供員工良好的工作環境。

台灣松下電器職安項目

職安項目	說明
開關試驗機安全評估	設備加裝護蓋防止夾傷
實裝機更換清潔料帶安全強化	為避免人員的手誤入清潔料帶內，進行安全迴路改造，增加安全裝置與安全蓋同迴路，禁止人員手伸進料帶內
加裝光電設置	設備作動時，為避免人員經過或誤觸遭受到撞擊而受傷，增設光電感應設置，手或異物進入到設備時即停止作動，保護人員安全

台灣松下電材職安項目

職安項目	說明
成形品料頭粉碎機作業有感電危害改善	避免漏電導致作業人員感電，於電源端加裝漏電斷路器加以預防
尿素樹脂原料倒料作業粉塵逸散改善	避免粉塵揚起或逸散造成粉塵爆炸，改善集氣罩使能有效集塵防止積塵
直壓成形部品毛邊去除作業噪音改善	直壓毛邊去除機作業噪音值大，基於持續改善原則進行改善
射出成形工序機械臂取出安全改善	自動取出機可能導致作業人員與機械臂發生碰撞，導入自動排列機並以防護罩隔離加以預防

台灣松下多層材料職安項目

職安項目	說明
全員安全道場教育訓練	透過職業安全道場模擬演練學習，提升員工安全意識
堆高機證照回訓	針對堆高機操作人員進行在職教育訓練
道路安全講習	提升員工交通安全意識，降低上下班途中交通事故案件

安全衛生教育訓練

台灣松下電器職業安全衛生管理委員會在 2022 年度開設大量安全衛生相關課程，公司內部職員定期接受相關知識的訓練，使員工充分學習安全衛生的相關知識。強化全體人員在環保與安衛方面之教育訓練參與，並確保勞工安全健康、預防疾病與工作場所之危害。

2022 年台灣松下電器針對操作人員、主管、監督幹部等進行環境安全衛生教育內訓，針對起重機操作人員、職安人員等進行環境安全衛生教育外訓。

2022 年度		場次	受訓人次	總上課時數
環境安全衛生教育訓練	內訓	10	722	4,137hr
	外訓	30	46	767hr

5.2 員工健康照護

台灣 Panasonic 集團透過三大面向提供員工健全的健康照護服務，台灣 Panasonic 集團認為唯有確保員工的身心健康，才能維持公司的良好營運。

台灣 Panasonic 集團健康照護三大面向：

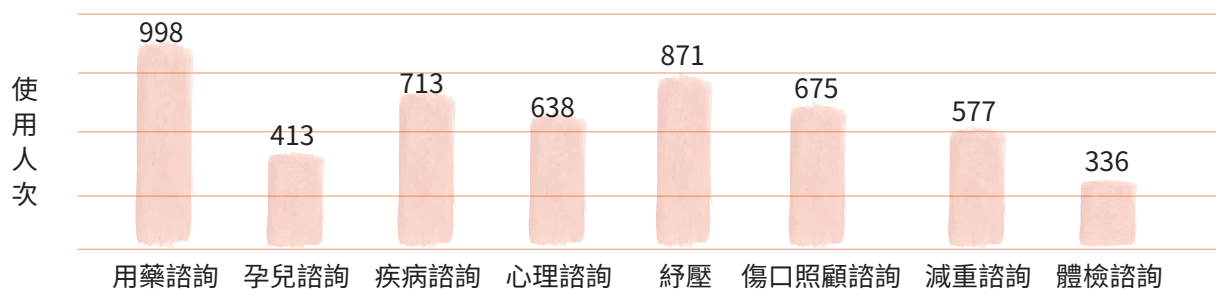


5.2.1 健康管理促進

台灣 Panasonic 集團依據各公司不同的營運狀況與風險，提供不同的健康管理項目，由醫護團隊評估其員工健康，並依個人狀況提供適當的醫療照顧，並針對高度健康危害風險員工給與一對一的指導與關懷，貫徹預防勝於治療的理念。

以台灣松下電器集團為例，公司設立相關健康關懷措施，項目涵蓋用藥諮詢、心理諮詢、減重諮詢與體檢諮詢等服務，供公司內各個部門使用，總使用次數高達 6801 人次。

台灣松下電器健康管理設施使用人次



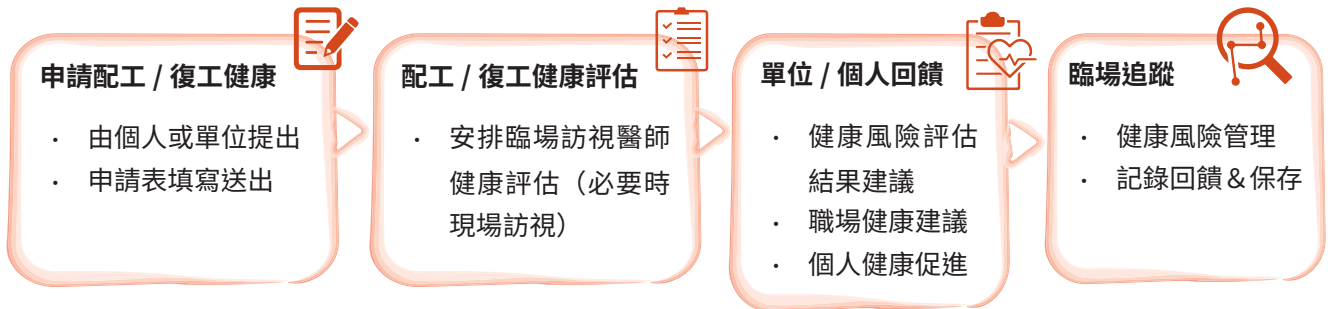
勞工健康保護計畫

藉由用人單位、健管室、安衛部以及全體公司人員的鼎力合作，設立勞工健康保護計畫，包含一般作業員工健康管理、特殊作業員工健康管理、母性健康保護計畫與異常工作負荷促發疾病預防計畫等項目，目的是為了針對不同類型的員工，如新進人員、特殊作業人員、女性、夜間工作人員或是長時間工作人員等訂定不同的健康照護評估流程。主要方法是透過體檢分析結果與員工自評問卷，了解同仁自身狀況，並進行後續的分析評估後，立即安排醫師面談與健康指導，有效改善人員健康風險，並提供後續的健康追蹤作業。

5.2.2 人因性危害預防

台灣松下電器集團針對員工身體健康進行照護，定期邀請職業健康醫師訪視外，也十分注重工作環境是否存在危害因子，避免因環境與健康因素而造成人為失誤、發生意外，導致肌肉骨骼傷病、降低工作生活品質，嚴重影響勞工的健康、安全與福祉，進而提出人因性危害預防計畫與肌肉骨骼症狀調查，並透過工廠端回覆健康安全預防與改善計畫，盡快發現職員的狀況，使同仁能夠在安全友善的工作環境進行作業。2022 年參與人因性危害預防計畫共 12 人次。

人因危害預防四階段



職業健康醫師訪查

台灣松下電器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、人因與過勞等潛在安全危害。針對高度健康危害風險員工，由聯合醫院之醫師進行深度面談，漸進式的調整工作模式，以減少健康危害。

作業環境檢測結果

針對辦公環境，台灣松下電器集團每年定期進行化學與物理因子檢驗，並配給作業人員聽力防護具，將危害降至最低，保護每一位員工健康安全。台灣松下電器集團亦建置化學雲端線上系統，將廠區化學品建檔分類，每項化學品需對應法令之事項一目了然，並透過系統化學品分級管理 (CCB)，掌握廠區化學品的風險等級，依不同等級實施預防措施。

2022 年作業環境檢測化學物質檢測結果

上半年	化學性因子	全廠合格
	物理性因子	噪音 18 點超過 85 分貝
下半年	化學性因子	全廠合格
	物理性因子	噪音 17 點超過 85 分貝

5.2.3 日常健康維護

台灣 Panasonic 集團也致力於生活中的健康照護，對員工餐食皆建立嚴格管理制度，根據員工的回饋，進行動態調整，並針對疫情建立一套防護流程，以保障員工在工作及用餐時的健康安全。

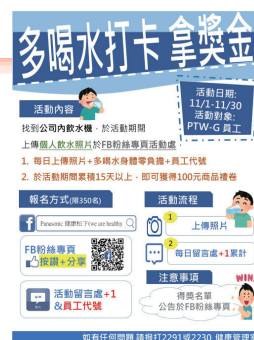
飲食管理

台灣 Panasonic 集團為提供健康均衡的餐食，在員工的團膳上設立嚴格的制度，並依照 ISO45001 準則對餐食廠商進行稽核，定期推出新菜色，以及提供價格實惠的銅板餐點，讓員工們享用。每年度亦進行線上問卷調查，問卷由食物種類、餐食分量、口味、餐廳的衛生環境等八大面向組成，並針對調查中評分較低的項目，與外包廠商溝通，規定期限內進行相對應的改善，讓員工的意見能夠即時被傾聽，促進身心健康。

2022 年，共 591 人參與餐廳滿意度調查，平均滿意度為 77.58，整體平均而言，較前一期的 77.14 高出 0.44 分，主要在飯量、餐道種類進行改善，顯示台灣松下電器集團對員工回饋的重視。

健康促進活動 多喝水 多健康

台灣 Panasonic 集團定期舉辦健康宣導等員工參與活動，2022 年舉辦「多喝水 多健康」的健康促進活動，透過喝水、打卡拿獎金的方式鼓勵員工參與，開設健康宣導活動，共涵蓋 24 個主題，綜合各單位朝會以及懇談會進行全員宣導，並利用郵件發送與海報揭示板張貼，透過員工參與，建立健康的企業文化，促進員工的身心健康。



台灣松下電材健康促進活動 健康護照

台灣松下電材 2022 年度取得教育部體育署「運動企業認證標章」，透過線上 APP 軟體舉辦專屬公司的多元健康促進活動，採購智慧健康裝置免費發放全員，做為結合 APP 健康運動工具。鼓勵同仁一起不受時間、地點限制，挑戰線上舉辦的運動任務，提升全員身心之健康。設置投籃機、飛輪腳踏車及按摩椅，提供員工可以健康運動及休閒紓壓的健康友善樂活職場環境。



5.2.4 新冠肺炎因應

為確保員工的健康狀況，台灣 Panasonic 集團針對廠區人員設立相關的關懷措施：

1. 新冠肺炎疫情人員追蹤，針對相關人員進行關懷追蹤
2. COVID-19 疫苗接種調查，以定期實施全體問卷的方式，了解廠內 COVID-19 疫苗接種覆蓋率
3. 高風險人員進行快篩，避免 COVID-19 疫情在公司內擴散，將疫情可能帶來的風險減至最低
4. 媒介醫療院所到廠施打新冠疫苗二次，共計 446 名員工接受疫苗施打

員工 / 來訪客戶 出入管理

- 每日入廠前、出勤及到訪客戶自主測量體溫，手部噴灑酒精，出現異常症狀，需通知人資單位、主管並就醫
- 無法保持社交距離時需配戴口罩
- 外勤人員須配合客戶端防疫政策
- 出入口皆設置手部體溫量測與酒精消毒

廠區環境 / 員工餐廳

- 公共區域、餐廳每日酒精、含氯消毒液擦拭；每周一回地板清潔、環境定期消毒
- 提供洗手間藥皂、公共會議室 / 會客室酒精
- 餐廳從業人員每日量測並記錄體溫

差旅政策

- 對員工暨眷屬進行海外旅遊史調查
- 因公務出差衍生防疫費用，由公司支付
- 若指派員工赴大陸地區或第三級疫區出差，須簽訂勞工同意書
- 員工旅宿隔離費補助

遠端勤務措施

- 建置相容行動裝置之遠端打卡系統，員工自主量體溫並回報

06 深耕社會

- 6.1 在地社會關懷
- 6.2 文化發展支援
- 6.3 人才發展培育

章節亮點

2022 年公益投入 1921 萬元

1. 獎學金活動持續第 34 年
2. 家電實習器材捐贈持續第 8 年
3. 綠色生活創意設計競賽持續第 8 年
4. EcoRelay 活動持續第 13 年



6.1 在地社會關懷

台灣 Panasonic 集團長期關懷社會所需及地方弱勢族群，參與各項社福公益活動，落實永續經營源源不絕的善念。透過運用企業核心能力並整合內外部資源回饋社會，我們希望藉由長期深耕社區營造，實踐 Panasonic 對於社會創生的使命。

公益與環境活動

台灣 Panasonic 集團重視弱勢照顧，也長期關注台灣為弱勢發聲的團體，並定期向公益團體採購商品，支持這些為弱勢群體默默耕耘的熱心人士。而針對環境方面，集團的 ECORELAY 活動更是集團員工每年全家共同參與的家庭活動。

活動募集支持身障

台灣松下多層材料重視並支持身障者的工作權益，2022 年度購買與仁愛基金會合作的中秋禮盒，支持身障團體募集教學及復健等服務經費。

聖誕節發起樂捐發票活動，製作與美化樂捐箱，並將募得發票捐贈給瑪利亞社福基金會，共 346 人次參與。



攜手同行有愛無礙

台灣松下電材於 2022 年度歲末公益活動，邀請公司內員工一同參與台中市聽障生活無障礙發展協會社會公益活動，採購聽障烘焙坊節慶禮盒，支持身障團體安心就業。

並於廠內舉辦愛心市集，邀請在地小農與身障機構—自閉症協會前來設攤，不僅提供平台及便利場地，也讓員工輕鬆參與並支持啟發更多人關注和參與社會公益活動。

二場活動總計 574 人次參與 / 投入金額達 16 萬元



捐血活動

台灣松下電器工會成員熱心公益，每年定期舉辦 4 次捐血活動，自 2014 年至 2022 年累積捐出高達 4846 袋鮮血。

2022 年活動總計 347 人次參與 / 捐出 592 袋熱血



員工自主社團 -3L 俱樂部

台灣松下員工自主組成 3L 俱樂部，推動國內外兒童認養、愛心活動贊助創世基金會、孤兒院、世界和平會、安養院、家扶中心等捐款及志工關懷，望透過俱樂部的努力能夠持續發揮積極的影響，為社會帶來正面的改變。

近三年出動志工 1371 人次，募款金額 165 萬元



ECORELAY 環境永續

「ECORELAY」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。台灣 Panasonic 集團自 2010 年起每年舉辦全集團的植樹及淨灘活動，2022 年分別於新北市萬里區大鵬村下社海灘及桃園市龍岡萬坪公園與舉辦活動。

2010 年－2022 年，總計種植 21,800 棵樹，清除 22 公噸垃圾



兒童環境教育－2022 智慧能源王環境教育

台灣 Panasonic 集團於 2018 年開發一式環境教育能源主題之國小到校推廣課程「智慧能源王的攻略本」，能源包含於《十二年國民基本教育課程總綱》19 項議題，課程運用遊戲、討論、競賽、團隊合作、問答等多元教學策略，將艱澀生硬的能源資訊導入活動，讓學生在活動參與後能獲得相關知識，了解個人生活與環境之間的關係，再透過講師的問答引導與案例分享，學習思考個人生活選擇如何更友善環境。

2022 年度共執行到校推廣活動 4 場次，參與師生共計 417 人次，師生課後回饋整體滿意度達 95.4%



6.2 文化發展支援

台灣 Panasonic 集團強烈支持台灣多元文化發展，長期以來贊助運動產業，不僅支持台灣運動產業的發展，更是本著企業要帶給大眾更好生活品質的核心價值，期望讓大眾能受體育文化薰陶自發性的養成運動習慣，提升身體健康素質。

球團贊助

台灣 Panasonic 集團自 2021 年開始贊助樂天棒球團及璞園籃球隊，推動兩大國民運動的發展，除期盼提升棒球、籃球的賽事關注度，也用行動鼓勵員工及大眾以運動充實生活，保持身心健康。



台北城市路跑賽

為了能讓全民一同響應運動，台灣 Panasonic 集團自 2021 年起舉辦「Panasonic 臺北城市路跑賽」。不僅透過報名抽獎吸引民眾參賽，更是準備了優渥的完賽獎品，激勵參賽者堅持到最後不放棄。2022 年 12 月的路跑活動參與人數更勝以往，期望能透過這場活動，讓大眾意識到運動的重要性並養成運動習慣，帶動「全民運動」風潮。



6.3 人才發展培育

台灣 Panasonic 集團為實現永續經營，積極培育在地人才，期許能給予種子最好的資源，協助年輕學子茁壯成長。

台灣 Panasonic 獎學金，強化產學合作

松下幸之助先生曾說過：「Panasonic 是培育人才的公司」，台灣松下電器於 1989 年創業 25 周年開辦 Panasonic 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。2014 年起，因應時代變化將原先的留日獎學金轉換為台灣 Panasonic 獎學金，優化獎學金制度，為台灣學子提供更好的機會。

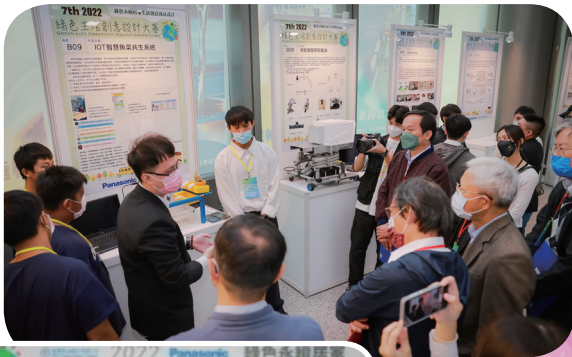
新設置的台灣 Panasonic 獎學金改為頒發兩年獎學金予優秀大三及大四學生，並提供暑期實習及畢業後擇優就業機會，藉以培育人才、強化產學合作。2014 年至今已提供 90 名學生共計新台幣 1020 萬元獎學金，並輔導學生於暑期實習期間取得多項專利申請。



Panasonic 家電實習器材捐贈

台灣 Panasonic 集團自 2015 年起，每年提供家電實習器材予高工職校學生學習之用，2022 年提供苗栗農工、彰化崇實高工、台東關山工商、台南玉井工商、台南白河商工五大高職家電實習器材及技藝競賽優勝獎品共計 257 件家電設備，期望能以事業力量擴散影響力，栽培一流的全國電器技術士。

2015 年至 2022 年總計八年期間總計與 34 校次合作，累積捐贈 2,299 件商品，市價超過 2,000 萬元



綠色生活·創意設計競賽

台灣 Panasonic 集團自 2015 年起開辦「綠色生活創意設計大賽」，目前已完成第七屆大賽，希望透過創意設計過程，提供學子們激發創意和實踐的機會，並邀請產官學專業代表共同合作擔任評審，共分三組進行，優勝隊伍金獎獎金高達 20 萬元，年年吸引全國大專院校組隊參與。2022 年度同時恢復與台灣中油公司共同舉辦能源論壇，邀請專家學者共同探討能源議題，並分享當社實際案例，強化在地產官學合作。

2022 年度綠色創競賽共計 574 人 /35 校 /38 系 /147 隊參與

附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引

使用聲明	台灣松下電器股份有限公司已依循 GRI 準則報導 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期間的内容。
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	N/A

一般揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	
GRI 2: 一般揭露 2021	組織及報導實務			
	2-1	組織詳細資訊	集團事業領域	2-3
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	1
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	1
	2-4	資訊重編	關於本報告書	1
	2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書	1
	活動與工作者			
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	重大議題分析與利害關係人議合	12
	2-7	員工	招募與組成	71
	2-8	非員工的工作者	招募與組成	71
	治理			
	2-9	治理結構及組成	公司治理	23
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	公司治理	23
	2-11	最高治理單位的主席	公司治理	23
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	公司治理	23
	2-13	衝擊管理的負責人	公司治理	23
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	公司治理	22
	2-15	利益衝突	公司治理	22
	2-16	溝通關鍵重大事件	重大議題分析與利害關係人議合	16-17
	2-17	最高治理單位的群體智識	公司治理	23
	2-18	最高治理單位的績效評估	公司治理	23
	2-19	薪酬政策	公司治理	24
	2-20	薪酬決定流程	員工溝通與福利	76
	2-21	年度總薪酬比率	員工溝通與福利	76
策略、政策與實務				
2-22	永續發展策略的聲明	台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	9	
2-23	政策承諾	台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	9	
2-24	納入政策承諾	台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	9	

GRI 2: 一般揭露 2021	2-25	補救負面衝擊的程序	重大議題分析與利害關係人議合	13
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	誠信經營	26
	2-27	法規遵循	誠信經營	26
	2-28	公協會的會員資格	公司治理	25
	利害關係人議合			
	2-29	利害關係人議合方針	重大議題分析與利害關係人議合	12
	2-20	團體協約	呼應聯合國永續發展目標	17-19

重大主題揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼
公司治理			
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合
	3-2	重大主題列表	
自訂重大主題		1.1 公司治理	22
風險管控			
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合
	3-2	重大主題列表	
自訂重大主題		1.2 誠信經營	26
誠信經營與法規遵循			
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合
	3-2	重大主題列表	
自訂重大主題		1.2 誠信經營	26
能源管理及節能減碳			
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合
	3-2	重大主題列表	
GRI 305 排放 2016	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	3.3 低碳管理
	305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	3.3 低碳管理
服務品質及顧客滿意度			
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合
	3-2	重大主題列表	
自訂重大主題		2.9 顧客反饋與售後服務	47
隱私保護			
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合
	3-2	重大主題列表	
GRI 418 : 客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.3 資訊安全
			28

產品安全標示				
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合	15
	3-2	重大主題列表		15
GRI 417 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	2.5 產品製造	43
產品與技術創新				
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合	15
	3-2	重大主題列表		15
自訂重大主題			2.2 產品研究與設計	36
產品生命週期				
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合	16
	3-2	重大主題列表		16
GRI 306 : 2020 廢棄物	306-1	廢棄物產生與廢棄物相關顯著衝擊	3.4 資源管理	64
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊管理	3.4 資源管理	64
	306-4	廢棄物的處置移轉	3.4 資源管理	64
職場安全與健康				
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析與利害關係人議合	16
	3-2	重大主題列表		16
GRI 403 : 2018 職業安全衛生	403-1	職業安全衛生管理系統	5.1 打造安全職場	84
	403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	5.1 打造安全職場	84
	403-3	職業健康服務	5.1 打造安全職場	85
	403-4	有關職業安全衛生工作者參與、諮商與溝通	5.1 打造安全職場	86-87
	403-5	有關職業安全衛生工作者訓練	5.1 打造安全職場	87
GRI 403 : 2018 職業安全衛生	403-6	工作者健康促進	5.2 員工健康照護	88
	403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯職業安全衛生衝擊	5.1 打造安全職場	85
	403-8	職業傷害	5.2 員工健康照護	89

附錄二：**永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 指標對照表**

台灣松下電器根據 SASB 官方網站產業分類查詢結果，自永續會計準則 (SASB 準則) 之重大性地圖索引 (SASB Materiality Map) 選出適用之指標進行揭露：

產業類別 (sector)：消費商品 (Consumer goods)

行業準則 (industry)：電器製造 (Appliance Manufacturing)

電器製造 (Appliance Manufacturing)

揭露主題	指標代碼	揭露指標	性質	對應章節	頁碼
產品安全	CG-AM-250a.1	製造商針對有問題產品	量化	2.9 顧客反饋與售後服務	47
	CG-AM-250a.2	辨識和管理與其產品使用相關的安全風險的過程	質化	2.2 產品研究與設計	36
	CG-AM-250a.3	因產品安全相關的法律訴訟而造成的金錢損失	量化	2.1 產品製造價值鏈	34
產品生命週期對環境的影響	CG-AM-410a.1	符合 Energy Star- 驗證收入的合格產品	量化	2.5 產品製造	43
	CG-AM-410a.2	通過家用電器製造商協會 (AHAM) 永續認證的合格產品	量化	2.5 產品製造	43
	CG-AM-410a.3	描述在產品生命週期結束時處理方式	質化	2.1 產品製造價值鏈	34-35
活動指標	CG-AM-000.a	年度產品	量化	2.5 產品製造	43

重大性地圖索引 (SASB Materiality Map)：<https://materiality.sasb.org/>
SASB 官方網站，請參閱 <https://www.sasb.org>

附錄三：TCFD 索引表

面向	建議揭露項目	頁碼
治理	董事會對氣候相關風險與機會的監督	65
	管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色	65
策略	鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	66
	衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會	67-68
	組織在策略上的韌性，考量不同氣候相關情境	67-68
風險管理	氣候相關風險的鑑別和評估流程	65
	氣候相關風險的管理流程	65
	氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程和整合在組織的整體風險管理制度	66
指標與目標	組織評估氣候相關風險與機會所使用的指標	66
	範疇 1、範疇 2 和範疇 3 (如適用) 溫室氣體排放和相關風險	61
	組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	69

附錄四：會計師獨立確信報告



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

會計師有限確信報告

確信範圍

本會計師接受台灣松下電器股份有限公司（以下簡稱台灣松下電器）之委任，對2022年度永續報告書中所選定之永續績效資訊（以下稱「標的資訊」），執行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所定義之「有限確信案件」並出具報告。

標的資訊及其適用基準

有關台灣松下電器之標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

台灣松下電器管理階層之責任係依據適當之基準編製標的資訊，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之2021年GRI 準則(GRI Standards)，台灣松下電器管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責，此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制、維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

本會計師之責任

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師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3000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，以對標的資訊是否存在重大不實表達出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。

會計師之獨立性及品質管理

本會計師及所隸屬組織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、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所遵循品質管理準則1號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定組織設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

所執行政序之說明

有限確信案件中執行政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，因此，有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。本會計師所設計之程序係為取得有限確信並據此作成結論，並不提供合理確信必要之所有證據。

儘管本會計師於決定確信程序之性質及範圍時曾考量台灣松下電器內部控制之有效性，惟本確信案件並非對台灣松下電器內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包

附錄四：會計師獨立確信報告



括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

有限確信案件包括進行查詢，主要係對負責編製標的資訊及相關資訊之人員進行查詢，並應用分析及其他適當程序。

本會計師所執行之程序包括：

- 與台灣松下電器人員進行訪談，以瞭解台灣松下電器之業務與履行永續發展之整體情況，以及永續報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解台灣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，以及台灣松下電器如何回應該等期望與需求；
- 與台灣松下電器攸關人員進行訪談，以瞭解用以蒐集、整理及報導標的資訊之相關流程；
- 檢查計算標準是否已依據適用基準中概述的方法正確應用；
- 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；
- 閱讀台灣松下電器之永續報告書，確認其與本會計師取得關於永續發展整體履行情況之瞭解一致。

先天限制

因永續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，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。

結論

依據所執行之程序及所取得之證據，本會計師未發現標的資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

其他事項

本確信報告出具後，台灣松下電器對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

安永聯合會計師事務所

會計師：呂倩雯

呂倩雯



民國一十二年七月二十日

附錄四：會計師獨立確信報告



附件一：

編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準
1	第一章	穩健經營	2022 年度台灣松下電器共有兩起勞動基準法違規事件，共裁罰新台幣 240,000 元。	<p>GRI 2-27 法規遵循</p> <p>報導組織應報告以下資訊：</p> <p>a. 報導報導期間發生的重大違反法規事件總數，並按以下方式細分：</p> <p>i. 被罰款的事件；</p> <p>ii. 非金錢制裁的事件；</p> <p>b. 報導在報導期間內支付違反法規罰款的總數和金額，並按以下方式細分：</p> <p>i. 在當次報導期間內發生違反法規行為事件的罰款；</p> <p>ii. 在先前的報導期間內發生違反法規行為事件的罰款；</p> <p>c. 描述重大違規事件；</p> <p>d. 描述組織如何判定重大違規事件。</p>
2	第一章	穩健經營	2022 年度台灣松下電器並未有任何顧客或監管機關的違反客戶隱私投訴案件發生。	<p>GRI 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴</p> <p>報導組織應報告以下資訊：</p> <p>a. 按以下分類，說明已證實之投訴屬於侵犯客戶隱私的總數：</p> <p>i. 來自外部各方並經由組織已證實的投訴；</p> <p>ii. 來自監管機關的投訴。</p> <p>b. 經證實之資訊洩露、失竊或遺失客戶資料事件的總數。</p> <p>c. 如果組織未認定任何的投訴，簡要陳述此一事實即可。</p>

附錄四：會計師獨立確信報告



編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準																																																								
3	第二章	品質共融	2022 年度台灣松下電器重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次。	GRI 416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件 報導組織應報告以下資訊： a. 按下列規約，說明組織在報導期間內違反有關產品與服務的健康和安全法規和自願性規約的事件總數： i. 導致罰款的違規事件； ii. 導致警告的違規事件； iii. 違反自願性規約的事件。 b. 若組織未違反任何法規和自願性規約，簡要陳述此一事實即可。																																																								
4	第五章	安心職場	2022 年台灣松下電器新進率與離職率 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">項目</th> <th colspan="2">新進員工</th> <th colspan="2">離職員工</th> </tr> <tr> <th>人數</th> <th>比率</th> <th>人數</th> <th>比率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">男</td> <td>30 歲以下</td> <td>51</td> <td>3.1%</td> <td>18</td> <td>1.1%</td> </tr> <tr> <td>30~50 歲</td> <td>34</td> <td>2.1%</td> <td>19</td> <td>1.2%</td> </tr> <tr> <td>50 歲以上</td> <td>4</td> <td>0.2%</td> <td>31</td> <td>1.9%</td> </tr> <tr> <td>小計</td> <td>89</td> <td>5.5%</td> <td>68</td> <td>4.2%</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">女</td> <td>30 歲以下</td> <td>10</td> <td>0.6%</td> <td>6</td> <td>0.4%</td> </tr> <tr> <td>30~50 歲</td> <td>12</td> <td>0.7%</td> <td>8</td> <td>0.5%</td> </tr> <tr> <td>50 歲以上</td> <td>0</td> <td>0.0%</td> <td>5</td> <td>0.3%</td> </tr> <tr> <td>小計</td> <td>22</td> <td>1.4%</td> <td>19</td> <td>1.2%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>111</td> <td>6.8%</td> <td>87</td> <td>5.4%</td> </tr> </tbody> </table>	項目	新進員工		離職員工		人數	比率	人數	比率	男	30 歲以下	51	3.1%	18	1.1%	30~50 歲	34	2.1%	19	1.2%	50 歲以上	4	0.2%	31	1.9%	小計	89	5.5%	68	4.2%	女	30 歲以下	10	0.6%	6	0.4%	30~50 歲	12	0.7%	8	0.5%	50 歲以上	0	0.0%	5	0.3%	小計	22	1.4%	19	1.2%	合計	111	6.8%	87	5.4%	GRI 401-1 新進員工與離職員工 報導組織應報告以下資訊： a. 在報導期間內，按年齡層、性別及地區劃分新進員工的總數及比例。 b. 在報導期間內，按年齡層、性別及地區劃分離職員工的總數及比例。
項目	新進員工		離職員工																																																									
	人數	比率	人數	比率																																																								
男	30 歲以下	51	3.1%	18	1.1%																																																							
	30~50 歲	34	2.1%	19	1.2%																																																							
	50 歲以上	4	0.2%	31	1.9%																																																							
	小計	89	5.5%	68	4.2%																																																							
女	30 歲以下	10	0.6%	6	0.4%																																																							
	30~50 歲	12	0.7%	8	0.5%																																																							
	50 歲以上	0	0.0%	5	0.3%																																																							
	小計	22	1.4%	19	1.2%																																																							
合計	111	6.8%	87	5.4%																																																								

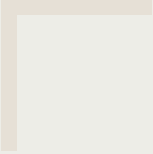
附錄四：會計師獨立確信報告



編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準																																
5	第五章	安心職場	<p style="text-align: center;">台灣松下電器使用育嬰假人數</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">男性</th> <th style="text-align: center;">女性</th> <th style="text-align: center;">總計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A: 2022 年度申請育嬰留停人數</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td style="text-align: center;">8</td> </tr> <tr> <td>B: 2022 年度實際復職總人數</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>C: 2022 年度應復職總人數</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>D: 2021 年度使用育嬰留停復職總人數</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>E: 2021 育嬰留停復職後持續工作一年人數</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>復職率</td> <td style="text-align: center;">100%</td> <td style="text-align: center;">100%</td> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> <tr> <td>留任率</td> <td style="text-align: center;">0%</td> <td style="text-align: center;">100%</td> <td style="text-align: center;">67%</td> </tr> </tbody> </table>		男性	女性	總計	A: 2022 年度申請育嬰留停人數	2	6	8	B: 2022 年度實際復職總人數	1	2	3	C: 2022 年度應復職總人數	1	2	3	D: 2021 年度使用育嬰留停復職總人數	1	2	3	E: 2021 育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	2	2	復職率	100%	100%	100%	留任率	0%	100%	67%	<p>GRI 401-3 育嬰假</p> <p>報導組織應報告以下資訊：</p> <p>a. 按性別劃分，享有育嬰假的員工總數。</p> <p>b. 按性別劃分，實際使用育嬰假的員工總數。</p> <p>c. 按性別劃分，休完育嬰假後，在報導期間復職的員工總數。</p> <p>d. 按性別劃分，休完育嬰假且復職後十二個月仍在職的員工總數。</p> <p>e. 按性別劃分，休完育嬰假後復職和留任的員工比例。</p>
	男性	女性	總計																																	
A: 2022 年度申請育嬰留停人數	2	6	8																																	
B: 2022 年度實際復職總人數	1	2	3																																	
C: 2022 年度應復職總人數	1	2	3																																	
D: 2021 年度使用育嬰留停復職總人數	1	2	3																																	
E: 2021 育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	2	2																																	
復職率	100%	100%	100%																																	
留任率	0%	100%	67%																																	

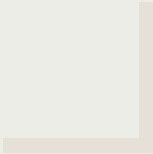
2022 編輯委員會名單 (職稱略)

主編	黃政成			
副主編	宮原敏文 倪淑慧			
編輯委員	台灣松下電器	黃玳嘉 陳郁心 蕭朝欽 吳耀任 林詩揚 賴基尉 黃家豪	詹彬宏 陳宇祥 謝博宏 黃坤右 陳進昇 陳文溪 黎美玲	葉春仲 楊淑慧 陳麗瓊 潘天立 陳來傳 楊博翔
	台灣松下銷售	柯集瑛	單明萱	
	松下產業科技	于耀宗		
	台灣松下營造	曹一德		
	台灣松下電材	曾秀菊		
	台灣松下多層材料	賴佳穗	王琳儀	
	台灣松下電腦	黃瑞妮	曾貴瑛	



企業的使命就是消除世界貧困，
水管裡面的水固然有其價值，
然而喝路邊的自來水不用付費，也不會受到責備，
因為水資源相對豐富，
企業的責任不正是讓世界物資豐富以消除一切不方便嗎？
「經營的第一理想應該是貢獻社會。」

~~ 松下 幸之助 ~~





Live Your Best

在變化的世界裡，貼近客戶，
成為持續創造幸福和身心愉悅的“力量”



台灣 Panasonic 集團
2023 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製