責任ある広告・宣伝活動

方針

広告・宣伝活動の考え方

責任者・体制

公正な広告・宣伝活動の推進



企業の広告・宣伝活動は、社会に対してブランド・商品・サービスを広く知らしめる効果を有すると同時に、多様性の視点や影響を受けやすい子どもへの配慮などが不十分な広告表現によって、一般消費者にマイナスの影響を与える可能性があります。さらにその影響は、ソーシャルメディアの発達により、広告・宣伝活動を行った国・地域だけでなくグローバルに広がることが想定されます。そのため、企業は自社のコミュニケーション活動において、常に高い規範意識や倫理観を持ち続ける必要があります。

方針

パナソニックは、正確かつ誠実な社外への情報発信およびコミュニケーションは、社会やお客様からの信頼の大前提であり、ブランド価値を守り向上させていくために必要不可欠との認識のもと、「パナソニックグループ コンプライアンス行動基準」の中で、社会とのコミュニケーションについて以下の通り定めています。

- 私たちは、広報・宣伝等のコーポレートコミュニケーション活動を通じて、当社の経営基本方針、そして、製品・サービスや技術等に関する公正かつ正確な情報を広く社会の人々にお知らせすることにより、ブランド価値の向上に努めます。同時に、常に社会やお客様の声に耳を傾け、それらを謙虚に受け止め、適切に事業活動に反映していきます。
- 私たちは、多様性を尊重し、常に事実に基づく表現を基本として、コーポレートコミュニケーション活動を行います。社会的差別につながるもの、他を中傷したり個人の尊厳を損なうものは表現の対象としません。

また、「全社ブランド基本規程」「デジタルメディア運用規程」「パナソニックグループ ソーシャルメディアガイドライン」「知的財産基本規程」「情報セキュリティ業務規程」等を制定し、コミュニケーション活動において、第三者の知的財産、アイデンティティやプライバシーを尊重することを定めています。

責任ある
広告・宣伝活動

方針

広告・宣伝活動の考え方

責任者・体制

公正な広告・宣伝活動の推進

広告・宣伝活動の考え方

創業者 松下幸之助の、「良い商品ができれば、メーカーには、それをより早く、広く、正しくお客様にお伝えする義務があり、そのための宣伝活動である。」との考え方を受け継いでいます。また、今日では、商品のみならず、さまざまな企業活動について広く社会にお伝えしていくことも重要な社会的責任となっています。これについても同様の考え方のもと、取り組んでいます。日々の広告制作(テレビCMや新聞・デジタル広告等を作る作業)においては、創業者の考え方を踏まえ、以下内容を宣伝の基本指針、心構えとして取り組んでいます。

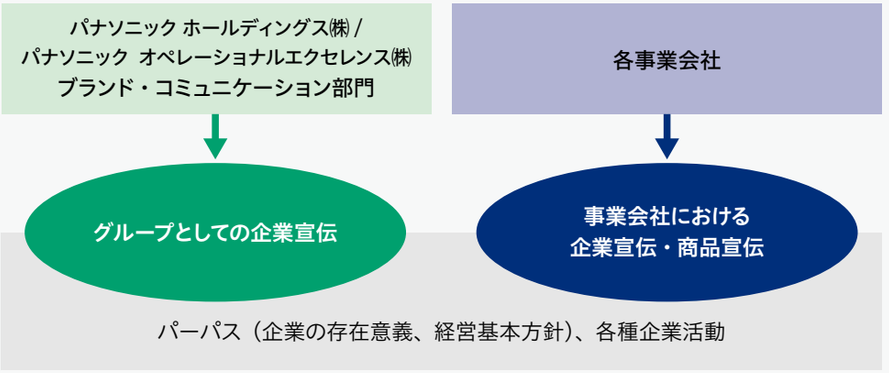
- 広告・宣伝活動は、企業活動における重要な社会的使命である
- 企業の「こころ」を伝える活動である
- 事実を正しく、お客様が理解しやすいように
- 不快感を与えたり、迷惑をかけたりしない
- 常に創意工夫をする
- 高い見識、技量、熱意で取り組む

また、各種広告・宣伝活動に使用するメディアは、各地域で広く社会に受け入れられ、認知されているものを、コスト効率等も勘案しつつ、選定しています。

責任者・体制

広告・宣伝活動の責任者は、ブランド戦略・コミュニケーション戦略担当執行役員です。(2023年8月現在)

パナソニック ホールディングス株式会社およびパナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社のブランド・コミュニケーション部門がグループとしての企業宣伝を担当、各事業会社が事業会社における企業宣伝・商品宣伝を担当し、宣伝職能が連携しながら推進しています。



公正な広告・宣伝活動の推進

宣伝の制作過程においては、世界各地域における各種の関係法規・業界規制等に基づき、お客様に誤解や誤認を与えないよう確認する仕組みを構築しています。例えば、日本国内においては、宣伝制作に携わる専門機能人材を育成、配置し、表現やリスク回避の経験・ノウハウを集積するとともに、制作パートナー企業とリスクのスクリーニング、メディアや広告代理店による表現考査、事前調査等を行い、必要に応じて法務部門の確認を仰ぐ体制を整え、「景品表示法」等の各種広告法規、(社)日本アドバタイザーズ協会の「倫理綱領」、各メディアの考査規準等を順守しています。また、子どもの教育上の配慮に欠ける表現や、健全な学びや成長を妨げる恐れのある表現や演出は用いず、児童を広告表現に起用する際には、関連法令を順守した撮影や制作を行っています。

またこれらの徹底のため、日々の業務でのOJT、あるいは大きな法改正時等においては社内研修会を実施し、担当者への周知・啓発に努めています。加えて外部団体による研修・セミナー等への参加や、必要に応じて外部専門家へヒアリングも実施しています。

2022年度は、中国のグループ会社(家電部門)において以下の違反事例があり、行政処罰罰金28,751.77元を当局に納めました。今後は、内部チェックプロセスの強化や従業員へのコンプライアンス教育を通じ、再発防止に努めてまいります。

① 2022年1月　ドライヤーのオンライン広告「髪質改善」の記載に対して虚偽宣伝広告法に違反

② 2022年5月　現地航空会社との共同キャンペーンにおける価格表記に誤記