

地域社会

基本的な考え方

当社は、事業に必要なリソースはすべて社会からお預かりしているという認識に立ち、社会の公器として地域社会と対話をしながら事業活動を推進しています。

特に、事業進出・撤退の際は、現地政府や住民との対話、環境等への影響度評価を行い、地域社会への貢献と、マイナス影響の最小化に努めています。

また、事業拠点のある地域を中心に、企業市民としての活動も積極的に展開しています。

企業市民活動や地域社会とのかかわりについては、行動基準の中で方針を定めています。

パナソニック行動基準(一部抜粋)

第2章 事業活動の推進 II-6. 企業市民活動

(1) 企業市民活動

私たちは、健全で心豊かな社会づくりをめざし、社会と対話しつつ、企業の立場から積極的に企業市民としての活動を行います。特に、地球環境との共存、人材育成・教育、芸術・文化振興、社会福祉の活動を行い、NPO/NGO・市民とともにより良い社会づくりなどの支援活動も行います。

(2) 地域社会との共生

私たちは、自らが地域社会の一員であることを認識し、地域社会との連携を図りつつ、ともに発展していくよう努めます。

特に、地域社会の活動への参加・協力を積極的に行い、環境への対応や芸術・文化・スポーツの振興など、地域に根ざした活動を実施するとともに、社内施設の提供や社内イベントの開放などにできる限り努め、地域社会のニーズに適切に対応します。

また、自然災害など大規模災害発生時には、関係先と協力しつつ、可及的速やかな支援活動を行います。

(3) 寄付、賛助活動、公益事業の運営支援

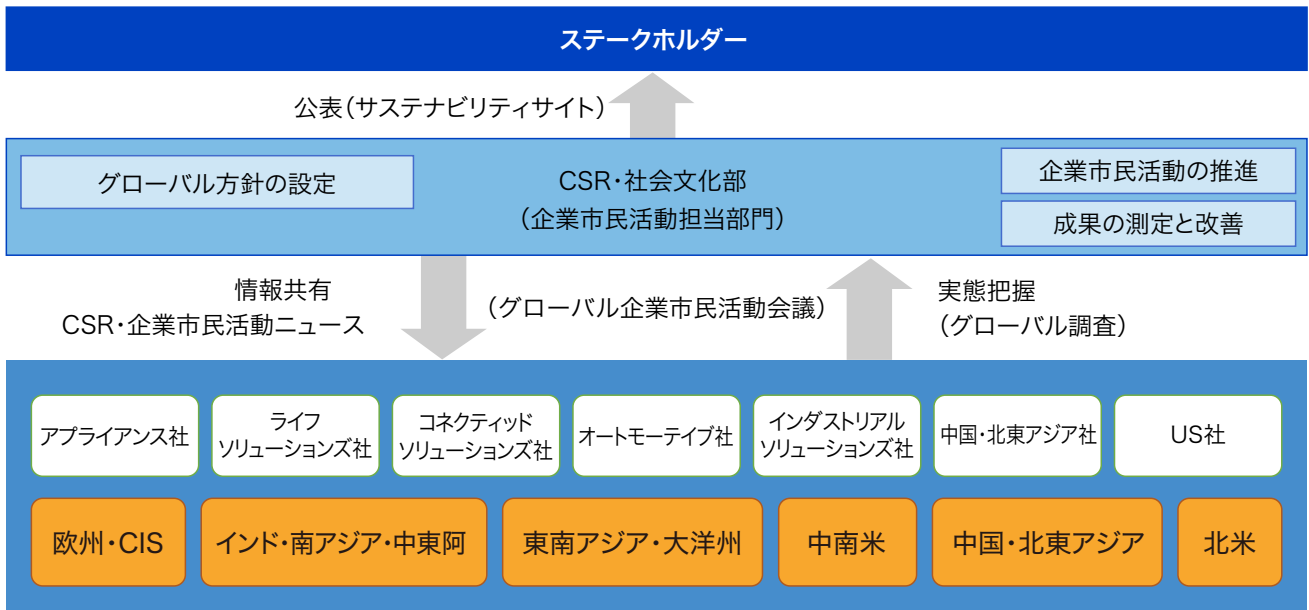
会社は、社会的課題の解決と社会的ニーズへの対応のため、社会貢献として意義のある適正な寄付、賛助活動などを行うほか、自ら設立した財団や基金などの公益事業の運営を支援します。

企業市民活動のマネジメントシステム

私たちは、後述するグローバル方針に基づき、世界各地の実情に合わせた企業市民活動を展開しています。主な活動については主要評価指標(KPI)を定め、実績評価と改善につなげています。定期的にグローバル企業市民活動会議を開催して情報共有や意見交換を行い、よりよい活動推進に向けた検討を続けています。さらに、各地域の活動については「CSR・企業市民活動ニュース」にて社長以下、関連する取締役・役員、世界各地の企業市民活動担当者に共有しています。

また、年1回、企業市民活動の実態をグローバルに調査し、サステナビリティサイトで社外に公表しています。

- > 基本的な考え方 > 企業市民活動のマネジメントシステム > 方針策定 > 企業市民活動の方針
- > 企業市民活動の責任者・体制 > 従業員の参画推進 > 企業市民活動の評価 > 受賞等について
- > 企業市民活動の費用支出



方針策定

3年毎に中期計画を策定し、企業市民活動の方針、重点テーマは、を定めています。重点テーマについては、中期計画を策定するタイミングで見直し、事業方針や社会情勢、社会からの要請事項、有識者からの意見などを総合的に勘案し、決定しています。

現在の中期計画(2019～2021年度)については、創業100年を含む前中期(2016～2018年度)の進捗や、社内外の動向を踏まえて策定をしました。

企業市民活動の方針

当社は「A Better Life, A Better World」のブランドスローガンのもと、事業活動とともに企業市民活動を通じて、社会課題の解決や、より良い暮らしの創造と世界中の人々の幸せ、社会の発展に貢献することを目指しています。

昨今、世界が直面するさまざまな課題のうち、特に先進国、新興国・途上国に存在するさまざまな貧困は深刻なものとなっています。2015年に国連が、人間、地球及び繁栄のための行動計画としてかかげた「持続可能な開発目標(SDGs)」は、17の目標と169のターゲットから構成されていますが、「貧困」はその筆頭に記されています。

またパナソニックの創業者である松下幸之助は、「貧困」を罪悪としてとらえ、それをなくすことが企業の使命と考えました。現在、人々の暮らしの水準は向上し、一部の貧困は解消されましたが、豊かさから取り残される国や地域も多く、先進国と呼ばれる発展した国の中でも、格差が大きく広がっています。そうした現状を踏まえて、重点テーマを共生社会の実現に向けた「貧困の解消」に設定しています。

従業員の企業市民活動への積極的な参画を促すと共に、私たちの製品や技術、モノづくりで培ったノウハウやリソースを生かし、ステークホルダーの皆様と協働しながら、人材育成、機会創出、相互理解などの企業市民活動を通じて、社会課題を解決しサステナブルな社会づくりに貢献したいと考えています。

▶企業市民活動

<https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship.html>



企業市民活動の責任者・体制

企業市民活動の責任者は、執行役員の三島茂樹です。(2021年8月現在)

CSR・社会文化部がグループの戦略立案、グループを横断するプログラムの運営等を担当しています。さらに7つの社内カンパニー（アプライアンス社、ライフソリューションズ社、コネクティッドソリューションズ社、オートモーティブ社、インダストリアルソリューションズ社、中国・北東アジア社、US社）と6つの地域統轄（欧州・CIS、東南アジア・大洋州、インド・南アジア・中東阿、中南米、中国・北東アジア、北米）に企業市民活動担当者を設置し、グローバル方針に基づきながら地域の実情に合わせた活動を展開しています。

従業員の参画推進

従業員が社会課題への関心や解決への意欲を高めることは、企業市民活動を推進する上でも、本業を実践する上でも非常に重要です。当社では、従業員の参画を促進するため、ボランティア情報や、従業員の意識変革の場、社会課題解決実践の機会などの提供を行っています。以下に、特徴的な活動を記載します。

社員食堂へのサステナブル・シーフード[※]の導入

2021年8月現在、日本国内累計53拠点の社員食堂へ「サステナブル・シーフード」を導入しています。食堂での喫食を通じて従業員の社会課題への意識を高め、本人やその家族の消費行動の変革につなげることを目的に、2021年度は日本国内の主要拠点すべてへの導入を目指しています。

※ MSC及びASC認証を取得した持続可能な水産物

▶サステナブル・シーフードを社員食堂から拡げる

https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship/environment/sustainable_seafood.html

みんなで“AKARI”アクション

社員の福利厚生サービスのポイントや、古本・リサイクル品などの寄贈などで集めた資金で、無電化地域に当社製品のソーラーランタンを届け、夜間の学習や就労、医療などに活用いただくプログラムです。これは、2018年1月に終了した「ソーラーランタン10万台プロジェクト」で、アジアやアフリカなどの無電化地域に明かりがもたらした効果を継続するために、一般の方にも寄付の輪を広げるプラットフォームとして構築したもので、2020年度は、1,136人の従業員も参加しました。

▶みんなで“AKARI”アクション

<https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship/solution/akari.html>

プロボノ活動

従業員が、仕事で培ったスキルや経験を活かし、NPO/NGOなど社会課題解決に取り組む団体の事業展開力の強化を支援するプログラムです。社会課題に対する理解が得られるだけでなく、実践的な経験が当社の事業にも生かされるため、日本およびヨーロッパ地域では、人材育成プログラムの一環としても取り組んでいます。日本の「プロボノプログラム」としては、これまでに296人の従業員が参加し、54団体の中期計画策定や営業資料の作成、ウェブサイトの再構築などを支援しました。

▶Panasonic NPOサポート プロボノ プログラム

<https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship/pnsf/probono.html>

パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アース

1998年に日本でスタートした従業員とその家族が家庭や地域社会でも積極的に環境活動を行うことで環境意識を向上し、ライフスタイルを変革することを目的とした地球を愛する市民活動は、その後地域住民にも展開し世代を超えてグローバルな活動「パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アース」として継続しています。

▶パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アース

<https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/eco/community.html>

学びの場の提供

社会課題への関心や解決の意欲を高めるため、社会課題に取り組む多様なゲスト講師を招いての講演会「従業員向け社会課題講演会 Social Good Meetup(SGM)」を終業後の時間を用いて実施しています。また、年に1回、従業員に向けたeラーニングも実施し、SDGsなどの社会課題を学ぶ機会を提供しています。

- > 基本的な考え方 > 企業市民活動のマネジメントシステム > 方針策定 > 企業市民活動の方針
- > 企業市民活動の責任者・体制 > 従業員の参画推進 > 企業市民活動の評価 > 受賞等について
- > 企業市民活動の費用支出

▶従業員向け社会課題講演会 Social Good Meetup(SGM)

<https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship/solution/sgm.html>

社員参画を支える人事制度(日本国内の事例)

■ボランティア休暇制度

社員一人につき年5日のボランティア休暇が付与されています。ボランティア活動目的で休暇を取得する場合は、会社は連続取得できるよう配慮します。

■ボランティア休業制度

ボランティア活動への参加を目的とした休業制度です。

対象の活動は国・地方公共団体等の公的機関が主催するボランティア活動、および、会社または組合が主催・推奨するボランティア活動で会社が認めたものとなっています。(ただし、政治・宗教活動を除く)

■青年海外協力隊休職制度

青年海外協力隊への参加目的での休職制度です。

■チャレンジ休暇(節目休暇)

心身のリフレッシュや自己成長をはかり、新たな意欲をもって会社生活を過ごせるように、会社生活の節目において、休暇を取得出来る制度です。30才、40才、50才に達した社員(除、管理職)について10日の休暇が取得可能で、ボランティア参加の機会としても活用されています。

企業市民活動の評価

当社の主だった活動に対し、その特性に合わせた効果測定をおこなっています。

(1) Panasonic NPO/NGOサポートファンドfor SDGs(旧Panasonic NPOサポート ファンド)

NPO/NGOの組織基盤強化を支援する「Panasonic NPO/NGOサポートファンド」では、助成事業終了の1年後に助成先のフォロー調査を行い、組織基盤強化の有効性について第三者が定量的・定性的な評価を実施しています。2020年に行った、2018年の助成先10団体への調査結果では、助成前に比べて現在の総収入が平均10.7%増加し、財政規模が拡大し、10団体の組織運営力は助成前より約1.2倍向上しています。組織基盤強化事業の取り組みにより助成前に抱えていた課題が解決したと答えたのは10団体のうち6団体(60%)でしたが、10団体のうち9団体(90%)で主要事業のアウトカムが増大したと回答しており、本助成プログラムによる組織基盤強化の取り組みが、主要事業のアウトカム・インパクトの改善・向上に有効であったことを示しています。

なお、2015年には、助成先の1つである「特定非営利活動法人アレルギー支援ネットワーク」を対象にSROI評価を行い、その結果、組織基盤強化支援の社会的インパクトが投入額の8.82倍となり、大きな社会的成果を生んだことが分かりました。また本結果レポートを「Social Value International」に提出し、SROIレポートとして日本で初めてアシュアランスを取得することができました。

▶Panasonic NPO/NGOサポート ファンド for SDGs 事業評価レポート

https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship/pnsf/npo_summary/2021_building.html

▶Panasonic NPOサポート ファンド SROI評価

https://www.panasonic.com/jp/corporate/sustainability/citizenship/pnsf/npo_summary/sroi_report2018.html

(2) キッド・ウィットネス・ニュース(KWN)

映像制作を通じて、協調性や創造性、コミュニケーション能力を高めることを目的とした教育支援プログラム「キッド・ウィットネス・ニュース」では、プログラムの効果検証に取り組んでいます。2017年は、小学校の参加児童を対象に記述式アンケートやインタビューなどの定性評価を実施しました。続いて2018年は中学校の参加者に対して質問紙やインタビューを用いて調査を行い、プログラム実施前後や、参加者以外の集団との比較・分析を行いました。これらのプログラム効果検証を通じて、映像制作を通して子どもたちの成長が期待できる資質・能力を社会的意義やチームワーク・役割分担など9領域に整理をしました。

2019年は47校の教員や指導員を対象にアンケート調査を実施し、本プログラムがどのような教育活動に活用できるのかを検証しました。調査結果から「映像制作スキル強化(コンテスト参加)」、「映像制作を通じた探求学習」、「チームワークを通じた人間的成長」、「チームワーク+探求学習」の4類型に分けられることがわかりました。

▶KWNへの映像制作参加が子どもたちに与える影響を検証

https://www.panasonic.com/jp/corporate/kwn/overview/teachersguide_eval.html

- > 基本的な考え方 > 企業市民活動のマネジメントシステム > 方針策定 > 企業市民活動の方針
- > 企業市民活動の責任者・体制 > 従業員の参画推進 > 企業市民活動の評価 > 受賞等について
- > 企業市民活動の費用支出

(3) オリンピックとパラリンピックを題材とした教育プログラム

様々な社会課題について学び、その解決方法を考える「オリンピックとパラリンピックを題材とした教育プログラム」では、プログラム実施前後の生徒達の成長を定量的・定性的に測ることで、プログラムの効果検証に取り組んでいます。2019年度は、プログラムを実施した中学校でプログラムの実施前後に、生徒と先生へ記述式アンケートやインタビューを行い、生徒の社会参画や社会課題に対する意識がどのように変容したのか等を測定しました。その結果、「社会的意義」、「人間関係形成力」等の領域で生徒の資質・能力に伸びが確認できました。また授業の手法としてアクティブラーニングを積極的に取り入れることにより、プログラムを取り入れた授業では「コミュニケーション」と「思考活動」が活性化される傾向が見られました。

※キッド・ウィットネス・ニュース(KWN)とオリンピックとパラリンピックを題材とした教育プログラムは、パナソニックのキャリア教育「学び支援プログラム」として、第10回キャリア教育アワード 大企業の部「優秀賞」を受賞しました。特に審査項目の「教育効果」において、プログラムの効果検証を行っている点や先生、生徒へ継続的にアンケートを実施している点が高く評価されました。

受賞等について

2020年度の主な受賞は以下の通りです。

■文部科学省主催 令和2年度「青少年の体験活動推進企業表彰」

審査委員会奨励賞

アプライアンス社「子ども向けエコ体験学習」

https://panasonic.co.jp/ap/eco_study/index.html

■第14回 キッズデザイン賞

アプライアンス社「子ども向けエコ体験学習」

https://panasonic.co.jp/ap/eco_study/index.html

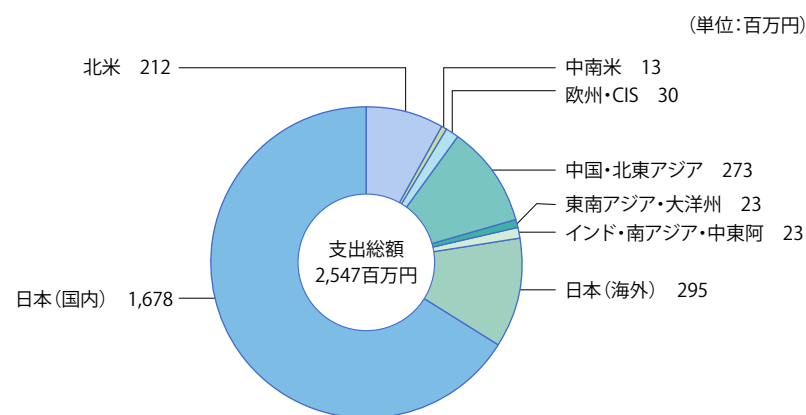
■Global Business Alliance (GBA) 2020年度CSR賞受賞

Panasonic Foundation「キャンパススカイフックプログラム(自然体験学習)」

<https://na.panasonic.com/us/trends/developing-future-stem-stars-camp-skyhook>

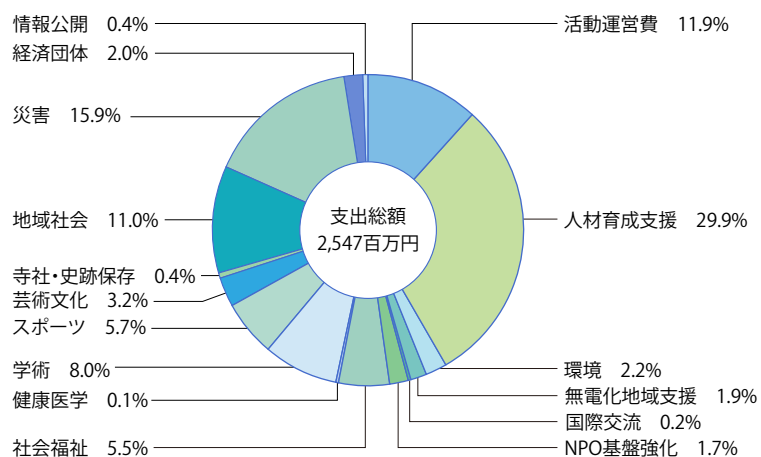
企業市民活動の費用支出

2020年度 企業市民活動の地域別活動費



- > 基本的な考え方 > 企業市民活動のマネジメントシステム > 方針策定 > 企業市民活動の方針
- > 企業市民活動の責任者・体制 > 従業員の参画推進 > 企業市民活動の評価 > 受賞等について
- > 企業市民活動の費用支出

2020年度 企業市民活動への支出の活動分野別内訳



寄付金について

(百万円)

寄付の種類	金額	企業市民活動総額における割合
寄付金	1,072	42%
地域貢献他	1,228	48%
各種協賛支援	247	10%
合計	2,547	100%

(百万円)

貢献の方法	金額
キャッシュでの寄付	1,190
社員ボランティア関連費用	26
商品・サービス提供とプログラム協賛金	1,028
企業市民活動に関する運営費	303
合計	2,547