

# 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

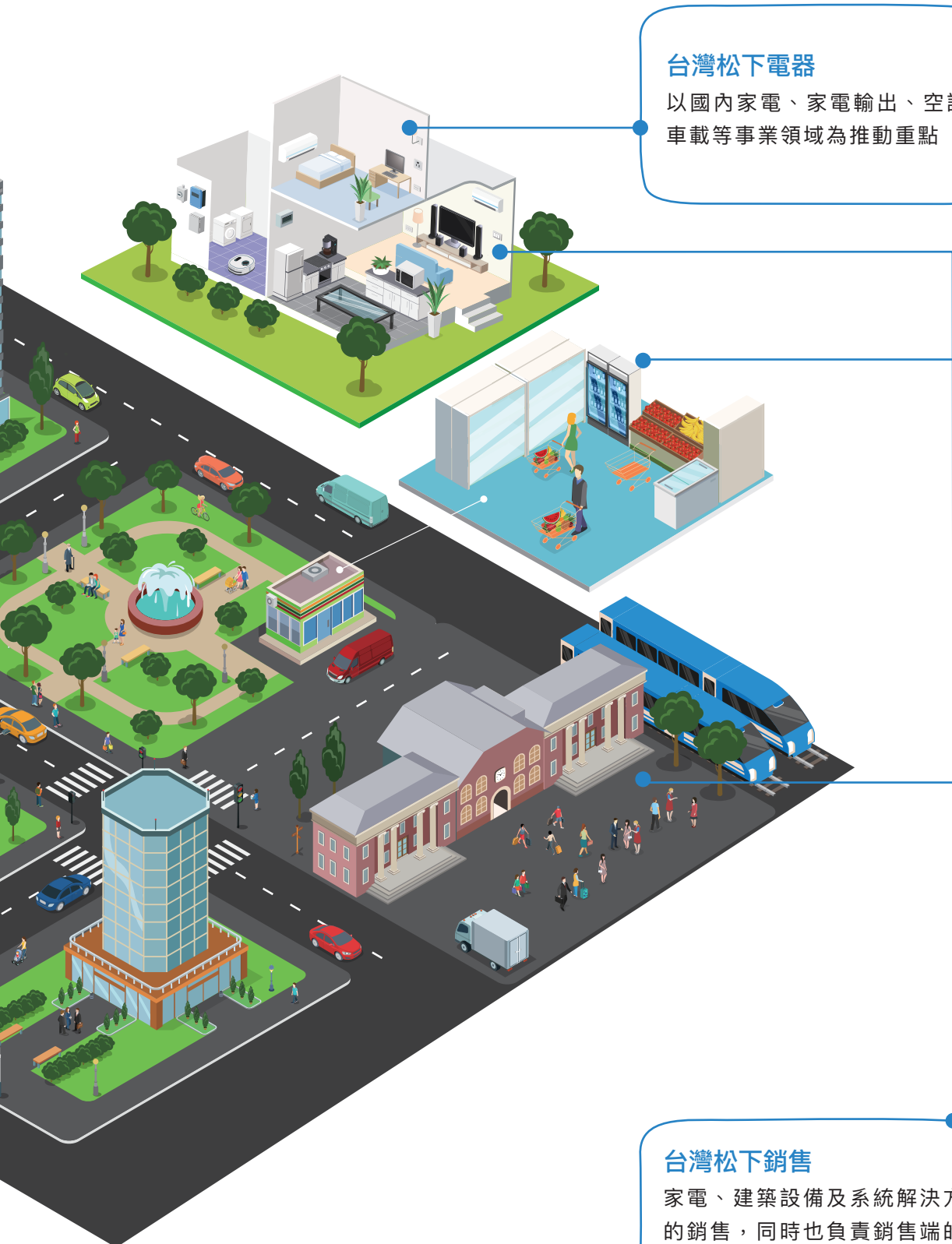
## 台灣松下多層材料

從事多層印刷電路板材料的製造，以 MEGTRON 系列商品與半導體用基板材料的 MEGTRON GX 系列為主要商品，供應世界各地的顧客

## 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作出貢獻





### 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



關於本報告書	01
台灣 Panasonic 集團事業領域	02
目錄	04



松下信念 百年延續	06
台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	08
經營者的話	10
重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
集團公司亮點績效與成果	16
呼應聯合國永續發展目標	18

1.1 公司治理	23
1.2 誠信經營	27
1.3 資訊安全	30
1.4 數位轉型	32
1.5 創新研究	33



2.1 社會價值鏈	35
2.2 創新服務方案	35
2.3 顧客服務	37
2.4 品質管理	41
2.5 供應商管理	44
2.6 倉儲物流管理	47
2.7 經銷商合作	48



3.1	環境承諾與願景	51
3.2	智慧能效	54
3.3	低碳管理	57
3.4	資源管理	60
3.5	環境法規遵循	62
3.6	氣候變遷風險鑑別與因應	63



4.1	招募與組成	67
4.2	員工溝通與福利	69
4.3	人才發展	73
4.4	安全照護	76
4.5	健康衛生維護	79
4.6	疫情防護	81



5.1	在地社會關懷	83
5.2	文化發展支援	85
5.3	人才發展培育	86
5.4	環境照顧	87

---

附錄一	補充說明	88
附錄二	GRI 準則報告指南揭露項目對照表	89
附錄三	第三方外部保證	94
	編輯委員名單	98

# 松下信念 百年延續

## 1

## 百年初心，持續創新的承諾

Panasonic 創業者松下幸之助先生希望透過促進電器普及化以提高日本家戶的生活水平，於 1918 年創立了松下電氣器具製作所。在不斷地創新與研發技術下，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，並將其視為從上游到下游價值鏈上所有營運活動的根本。此後，全球各營運據點一直以此理念結合價值鏈經營，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

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

### 信條

向上發展，如非得到大家的同心協力，殊難實現，大家要以至誠為旨，團結一致服務為上

信條  
向上發展ハ各負ノ和親協力ヲ  
得ルニアラサレ難シ各負自我ヲ捨  
テ互讓ノ精神ヲ以テ致協力店  
務ニ服スルコト



## 在地深耕

Panasonic 集團於 1962 年來台設立第一個生產據點，就位在新北市中和區員山路 579 號，至本年度邁入第 60 年。台灣 Panasonic 集團目前包含七家公司，以 Panasonic 全球事業體的消費性電子產品、居家、汽車、物聯、機電解決方案等服務為基礎，向著人類更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。如今，隨著全球永續經營與創新發展的趨勢日益蓬勃，台灣 Panasonic 集團也在松下幸之助先生的思想下，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，致力於帶給社會更好的商品及舒適的生活。

台灣 Panasonic 集團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，為所有相關的利害關係人帶來實質的影響力。



Panasonic 發展史

## 2

## 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 集團也以日本集團推動架構的七精神與松下幸之助先生的五大核心價值為基礎，設定公司的永續理念藍圖，整合台灣 Panasonic 集團公司的資源，期望透過在產品技術發展、人才養成培育、環境保護、社會關懷貢獻等多個面向上的持續投入，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。我們承諾將從多個面向提升人們的生活品質，以「Live Your Best」為口號，開啟下一個百年的新里程。

自 1962 年台灣松下電器成立起，台灣 Panasonic 集團深耕台灣一甲子，60 年來與台灣社會共同成長，我們經過多年環境保護與社會關懷相關活動落實我們的 CSR 理念並打下基礎，並自 2015 年起結合品牌價值與永續經營，深化在地投入與貢獻，期望透過更多元的合作實踐企業的永續目標與願景。

## 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」



建立與各利害關係人之間  
良好的互動關係

透過彼此的關係達到互相  
提升的相乘作用

透過彼此影響建立良好的  
互惠循環



企業社會責任網

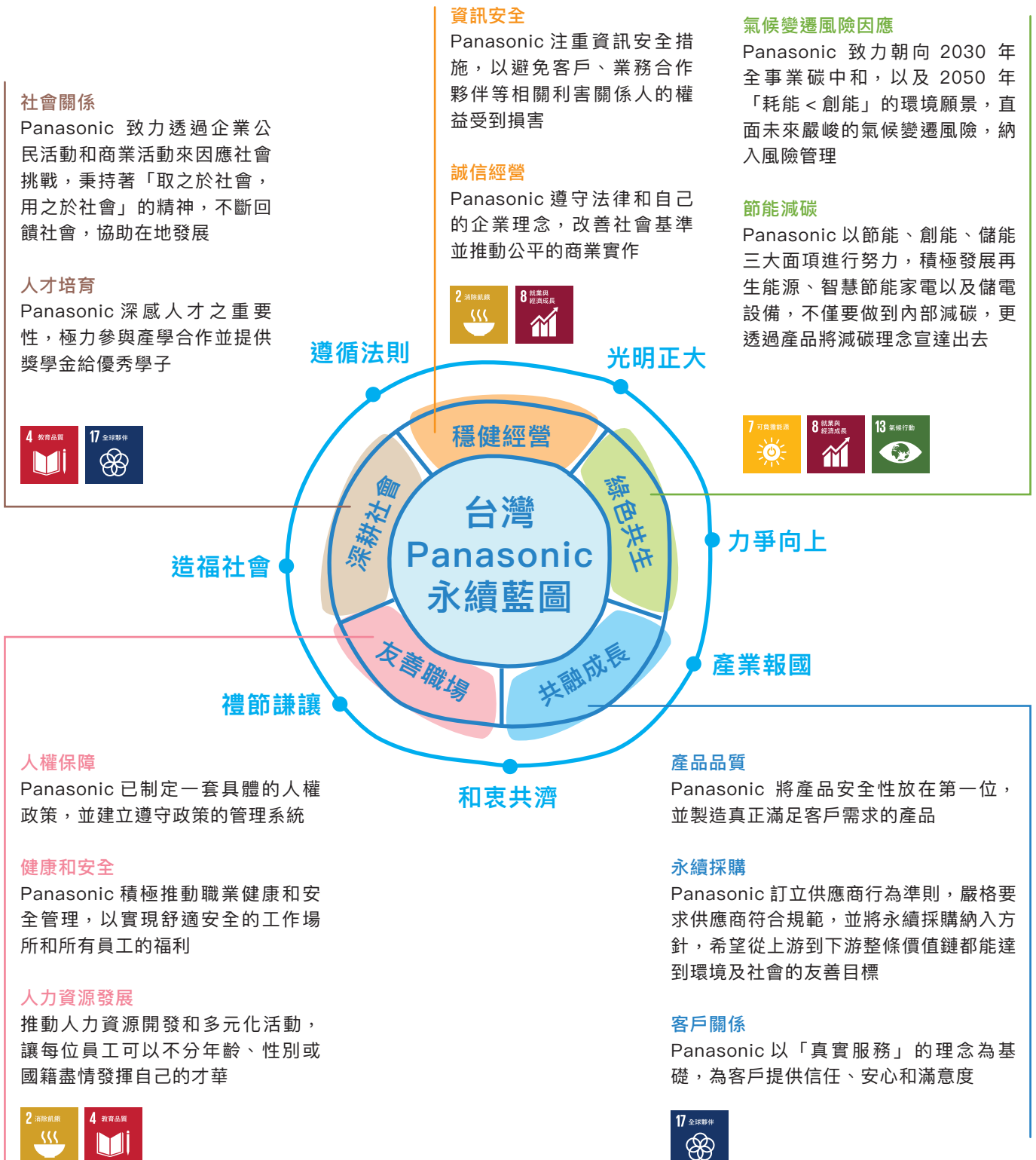


全球永續行動

## 永續理念與藍圖

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，訂定五大主軸的永續發展投入方向：「穩健經營」、「共融成長」、「綠色共生」、「友善職場」，以及「深耕社會」，並將以此五大主軸持續耕耘公司的永續經營。

透過各面向的持續投入，台灣 Panasonic 集團的努力與堅持不僅僅體現在以高科技製造高品質產品和服務，也體現在環境管理、遵紀守法、資訊安全的基本要求上。同時，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。





## 3

## 經營者的話

## Live Your Best

Panasonic 集團來台灣設立生產據點滿一甲子，秉持「Live Your Best」的品牌願景，在過去歷程中，不斷堅持「向新事業發起挑戰」，提供給人們最好的生活環境。我們也始終秉持創業者松下幸之助先生的理念—「貫徹為產業人的本分，圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」，提供受到客戶喜愛的高品質產品與服務。

從家電商品製造起步，百年來隨著時代和科技智能化的革新，我們不斷為生活拓展更多可能性，透過集團跨領域專業優勢的整合，打造各種場域的全方位解決方案。在現代社會的急遽變化下，無論是政治、經濟、社會、科技各層面都受到莫大的挑戰。然而，對於 Panasonic 集團來說這不僅僅只是挑戰，更是推動集團進步的重要動力。從數位科技引領下的大時代變遷、日益增長的環保意識和全球相關法規、以及創新的商業模式及產品服務需求，我們追求的不僅僅只是在社會的要求下進步的過程，更是成為超越業界引領未來人們享受數位、永續及穩定生活的重要開拓者。

### 機會一、疫情下的數位轉型趨勢

在疫情的衝擊下，數位轉型的趨勢也不斷的在上升，雲端科技的應用更是在近年來被視為首要企業發展方針。台灣 Panasonic 集團早在多年前便開始佈署數位轉型的計畫，改善內部的作業流程，提升外部的多元數位管道。疫情期間，更是加強線上各項服務的利用，減少員工的實體接觸機會，落實營運持續管理。此外，我們也抓緊機會，看準 5G 為市場上的藍海，積極發展 5G 專網科技及人工智慧 IoT 的應用。2021 年為台灣 Panasonic 集團重要革新的一大步，透過成立 5G 新事業推進室，我們不僅開發了全台灣第一個業者自建的 5G 專網架設服務，也以 AIoT 就揀料、作業、品管、運輸上解放人力、提升工廠生產的效率。未來，台灣 Panasonic 集團將持續抓緊每一個機會，積極開發最新科技，從內部及外部分別作出數位化的革新以幫助人們生活及工作上能夠享有更便利的環境。

## 機會二、氣候變遷下的企業應對

近年來，隨著極端氣候變遷愈發劇烈，如何控制在天氣影響下帶來的實體風險以及在趨勢下行伸出的各項轉型風險已經成為了所有企業需要面臨的重大議題。呼應 Panasonic 集團推出的 Green Impact 環境概念，希望能以集團事業帶動整體社會的綠色生活發展，實踐全事業達到「2030年碳中和」的目標與「2050年耗能 < 創能」的集團環境願景；我們並與母公司商討推行 2019-2021 的三年綠色行動計畫。2021 年，我們不僅導入了 TCFD 氣候變遷風險的四大評估面向，並就各項風險提出了管理方法及短、中、長期目標，為了推動集團內部對應方案的運行，更是成立了 GX 推進室，下轄供應鏈管理、物流運輸管理、再生能源管理、營運節能管理以及節能商品開發管理五個小組。近年來，我們的團隊也取得了出色的結果，就節能、創能、儲能上皆開發出了高效率的商品和解決方案，攜手與客戶打造全面淨零碳排的綠色社會。

## 機會三、創新商業模式及產品服務需求

現代的社會越來越趨於多元發展，除了個人能力的要求提升外，企業也要求能夠享有多元化的商業解決方案。台灣 Panasonic 集團意識到這樣的趨勢，在 2020 年將松下銷售的四大通路—家電、建築、商用設備及系統解決方案整併成單一銷售公司，並集結於新設立的銷售據點，期望能夠透過部門的整合，提高跨領域的溝通，並互補各銷售通路之優缺點，提升整體市場之銷售額。在 2021 年，台灣松下電器集團的整體營業額也連續 7 年達到兩位數的成長，並透過多方銷售體系的整合，提供給顧客在生產、物流、交通、媒體、能源等的創新解決方案，以及在智慧化、防疫健康、居家整合的優秀產品。我們將會持續以打造輕鬆的全新社會為己任，持續開發不同的創新產品和解決方案。

台灣 Panasonic 集團在台已成立 60 週年，在一甲子的歲月當中，我們不斷創新、不斷敦促自己為社會盡上一份心力。未來，我們期許能持續經營在地化深耕這片土地，結合從 Panasonic 集團而來的先進技術，與台灣的產、官、學界積極合作，並持續擴張海外事業之發展。無論是往後五十或是一百年，都期許能持續為台灣這片土地善盡社會責任，於台灣深耕經營，為國家與消費者盡一己之力。



Panasonic 集團中國·東北亞  
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

林 淵 偉

## 4

## 重大議題鑑別與利害關係人溝通

本報告書之主要利害關係人為台灣 Panasonic 集團參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準並經由內部及外部顧問討論後鑑別之結果，主要利害關係人為員工、供應商、學校與學生、企業客戶與一般消費者、政府機關、媒體、經銷商和公協會、非營利組織與鄰近社區等。重大議題問卷則是以 GRI 準則主題與全球 Panasonic 集團之發展目標、同產業以及台灣 Panasonic 集團之關注議題，彙整 28 項永續發展議題製成評估問卷。經分析與整合共辨識 10 項重大議題，其中由於在分數前 10 項中皆無環境、社會、公司治理三大面向中的社會相關議題，因此為突顯台灣 Panasonic 集團於各層面之重視，本報告提取社會層面中分數最高的「職業安全衛生管理」取代為第 10 項重大議題。

## 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 142 份利害關係人
- 經檢視後無發現無效問卷

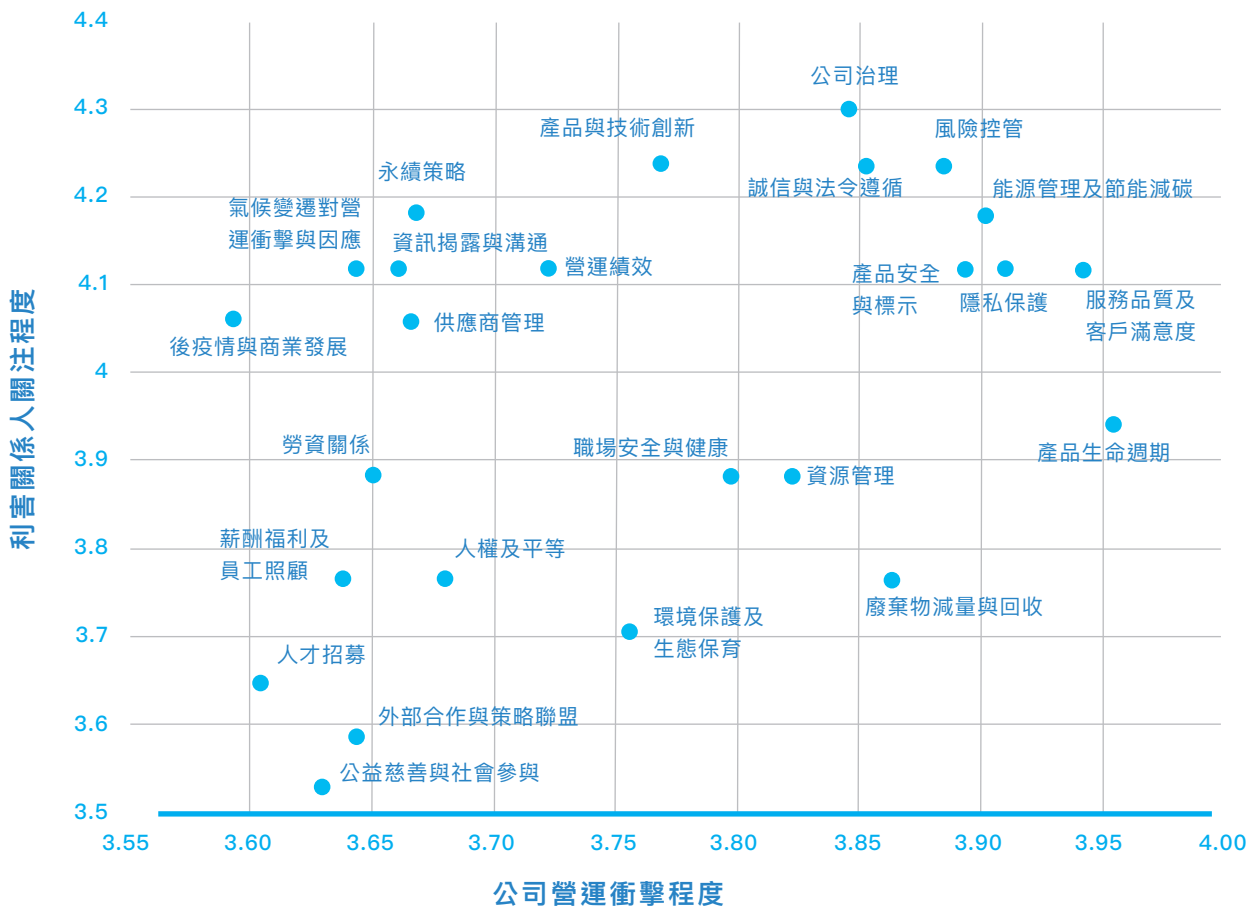
## 營運衝擊程度分析

- 由台灣 Panasonic 集團高階主管填寫「衝擊議題評估問卷」
- 回收 17 位高階主管填寫之有效問卷

## 重大議題分析

- 彙整問卷分析結果
- 繪製重大議題矩陣

## 台灣 Panasonic 集團重大主題矩陣



## 利害關係人溝通情形

利害關係人	對松下的意義	議合管道	前三大關心議題	松下的回應
員工	承續創辦人松下幸之助先生所言，台灣 Panasonic 是培育人的集團，傾聽員工的心聲是我們重要的責任	1. 部門懇談會 2. EOS 員工意見調查 3. 總經理信箱 4. 工會 5. 勞資會議	1. 誠信與法令遵循 2. 公司治理 3. 風險控管	1. 2021 年提供員工共 27 小時法規遵循教育訓練 2. 將勞動安全、勞動條件與人權等納入風險管理議題
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	1. 供應商大會 2. 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	1. 制定 Panasonic「供應鏈 CSR 推進準則」提供供應商明確規範項目 2. 建立良好資訊安全體系，取得 ISO 27001 認證
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	1. 學生競賽 2. 產學合作 3. 信箱聯絡	1. 資源管理 2. 環境保護及生態保育 3. 廢棄物減量與回收	1. 每年皆舉辦環境保護相關活動或講座提高社區環保意識 2. 集團內部積極做好資源管理，2021 年共回收事業廢棄物 1,591 公噸
客戶與消費者	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	1. 客服專線 2. 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	1. 建立官網文字客服，提供多元溝通管道 2. 透過商品創意中心，持續優化、改善產品問題；並透過技術本部不斷研發，降低產品生命週期
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	1. 公司官網	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	1. 2021 年導入 TCFD 準則，揭露氣候變遷風險資訊於報告書 2. 2021 年違法事件 0 次 3. Panasonic 環境願景 2050 年「耗能 < 創能」
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	1. 產品發表會 2. 公司官網	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	1. 將公司相關公益參與及 ESG 相關活動揭露於公司官網 2. 2021 年發生環境汙染違規事件 0 件
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	1. 經銷商大會 2. 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	1. 全力推動節能減碳，完善治理組織，成立 GX 推進室推動綠色轉型 2. 2021 年共舉辦 9 場經銷商交流活動，分享相關知識，確保提供給消費者最好的服務品質
公協會、非營利組織與鄰近社區	公協會與非營利組織為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	1. 社區服務 2. 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	1. 向心路基金會、喜憨兒基金會等採購公益商品 2. 舉辦環境教育親子講座活動，與當地社區居民一同照顧環境

## 重大議題說明

主題	議題面相	對應 GRI		衝擊範圍 2			對台灣 Panasonic 集團之意義	2021 年實績與具體專案
		編號	主題	上游	組織內	下游		
公司治理	G	102 103	一般揭露管理方針	☑	☑	☑	深信完善的公司治理系統是奠定企業營運的基石。百年來不斷優化管理效能並積極落實企業永續責任，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	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事會董事出席率 100%</li> <li>成立 GX 推進室及 5G 新事業推進室，強化集團內部綠色和數位轉型的治理</li> </ul>
風險控管	G	無對應 GRI 指標	自訂主題	☑	☑	☑	台灣 Panasonic 集團奉永續經營為宗旨，因此我們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，落實風險控管以達營運持續管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>風險評估達成率 100%</li> <li>將 TCFD 納入集團風險評估架構，強化氣候變遷風險鑑別</li> </ul>
誠信與法令遵循	G	205	反貪腐	☑	☑	☑	Panasonic 集團秉持著創業者松下幸之助先生「遵循社會正義，與社會共命運」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	<ul style="list-style-type: none"> <li>違法事件次數 0 件</li> <li>昇格人員遵紀守法教育訓練參與人次 209 人</li> <li>合規 / 遵紀守法研修會參與人次 1,219 人</li> </ul>
能源管理及節能減碳	E	302	能源		☑		為實現 2030 年碳中和之願景及長期環境願景 2050 「耗能 < 創能」之目標，台灣 Panasonic 集團極力於內部的能源管理，並力行節能減碳的專案	<ul style="list-style-type: none"> <li>因產能增加，2021 年較 2020 年用電量增加 3.53%</li> </ul>
服務品質及顧客滿意度	S	無對應 GRI 指標	自訂主題		☑	☑	創業者松下幸之助先生曾經說過「服務是作為生意人的一種義務」，因此，台灣 Panasonic 集團致力於做好顧客服務，從商品開發、顧客購買，一直到售後服務，皆環環相扣，並積極改善服務體驗，提升顧客滿意度	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者滿意度調查達 92.71 分</li> <li>年度辦理維修及服務人員教育訓練共 2,118 小時</li> </ul>
隱私保護	G	418	客戶隱私	☑	☑	☑	深知保護個人資訊及其客戶所委託之資訊的重要性，因此極重視各類型資訊的價值與安全，盡心做好資安管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續通過松下電器、松下電腦、松下銷售及松下產業科技 ISO 27001 認證的審查</li> <li>2021 年顧客投訴隱私洩漏案件 0 件</li> </ul>
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立社精神與使命，也是公司營運的核心目標。致力於提供良好的產品，以滿足客戶的需求	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>品質損失金額率達成目標 0.3% 以下</li> </ul>
產品與技術創新	S	無對應 GRI 指標	自訂主題	☑	☑	☑	為了讓顧客在最舒適的環境下使用產品，並進一步達到節能減碳目標，產品與技術創新是必然的過程。透過不斷的創新開發研究，希望能持續的發掘集團的可能性，朝向永續的未來	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立 5G 新事業推進室，專職於 5G 專網應用 B2B 事業開發</li> <li>台南沙崙智慧實驗城合作專案</li> <li>發展 n79 5G 專網獨立組網系統</li> <li>開發 MR 作業指引及 AI 作業結果辨識軟體</li> <li>開發 AMR 無軌道式智慧物流系統</li> </ul>
產品生命週期	E	無對應 GRI 指標	自訂主題	☑	☑	☑	為實現 2030 年碳中和之願景及長期環境願景 2050 「耗能 < 創能」之目標，在產品設計不斷精進，考量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	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般事業廢棄物再利用、回收及再生使用比例為 6.10%</li> <li>除掩埋外於可再利用、回收及再生使用之資源實際化率達 100%</li> </ul>
職場安全與健康	S	403	職業安全與衛生		☑		基於「對人尊重」的精神，致力改善職場環境，並設立健全的員工健康照護措施，提供有益身心健康的舒適工作環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>職業安全相關教育訓練參與人次 45 人</li> <li>廠區作業危害風險全面檢視共 9 場</li> <li>新增工安漏電檢測及維護設備</li> <li>健康關懷措施使用人次 12,485 人</li> </ul>

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促成或法遵與誠信經營相關之衝擊

策略管理方針	目標			回應章節
	2022 年目標	短期目標 (1~3 年)	長期目標 (3~10 年)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>設多個功能性委員會，根據營運目標優化治理組織</li> <li>定期召開營運會議</li> </ul>	維持董事會及功能性委員會之運行，確保董事出席率 100%	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	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>設有經營風險管理本部進行管理</li> <li>定期針對營運各面向進行風險鑑別與衝擊評估</li> </ul>	風險評估達成率達 100%	根據現行評估風險及管理之流程架構，優化資源配置之適當性及即時性	擴大風險辨識範圍，強化與完備不同情境之下組織的應變能力	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>定期舉辦法令遵循教育訓練</li> <li>建立官方網站熱線通報機制</li> </ul>	年度違法事件次數 0 件	關注國內外法規變化，並透過教育訓練傳達法規遵循事項與倫理誠信等概念，以確保公司所有員工具備法遵意識	透過定期召開會議與內部討論，適當修訂公司規章及準則，並針對客戶、合作夥伴及員工等不同面向，訂定個別倫理誠信章程	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>以 GX 推進室進行價值鏈上各項節能減碳的推進</li> <li>配合全球 Panasonic 集團，每三年進行檢討並規劃未來年度計畫</li> </ul>	用電量較前一年度降低 1.5%；節電量為前一年度用電量 2% 以上	至 2025 年前，用電量較前一年度降低 1.5%；節電量為前一年度用電量 2% 以上	2030 年前達成全事業碳中和；2050 年達成全球 Panasonic 環境願景「耗能 < 創能」	Ch3
<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「商品創意中心」進行管理</li> <li>定期進行顧客滿意度調查並檢討</li> <li>建立售後服務處理 SOP，確保服務品質</li> </ul>	持續加強服務品質，提升顧客滿意度	持續優化客服人員及維修人員的教育訓練，並設置線上自助語音 ASR 以及 LINE/ 官網文字客服，以提供消費者更好的服務體驗	增加智能客服以及社群媒體使用比例，主動與客戶溝通並提升服務品質	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>落實資安管理制度</li> <li>定期進行資安模擬訓練</li> </ul>	年度收穫顧客投訴隱私洩漏案件 0 件	提升員工資訊安全意識，APT 模擬訓練誤擊率下降至年平均 12%	持續擴大 ISO 27001 的認證到整個集團	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>建立品質管理 SOP，並以系統進行管理</li> <li>定期提供除員工外，經銷商、委外廠商等品質管理教育訓練</li> </ul>	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 集團品質損失金額率 (%) 0.3% 以下	市場重大品質不良事件 0 發生	精進品質管理措施，完善優化品質管理系統，確保無品質造成的任何問題	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>設有技術本部進行產品的開發管理</li> <li>設有 5G 新事業推進室，推動 5G 應用整合開發</li> </ul>	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	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>GX 推進室下轄節能商品開發小組進行節能產品的開發管理</li> <li>明確制定資源管理相關辦法，針對水質處理流程、水質處理設備維護、廢水、廢棄物等訂立管制程序</li> </ul>	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%	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>設有安全衛生與環境保護委員會進行管理</li> <li>訂立安全健康行動管理方針</li> </ul>	提升風險評估執行效率	廠區安全檢查強化	實現長期零風險及災害	Ch4

## 5

## 集團公司亮點績效與成果



## 台灣松下電器

產品：生活家電、影音及通訊產品致力於提供受到顧客喜愛的產品，透過開發技術、產品、服務豐富人們的生活

- 台灣松下電器集團營業額連續 7 年創下歷史新高，整體銷售達 464 億元
- 2021 年讀者文摘「信譽品牌」調查中奪下 5 座白金獎和 8 座金獎
- 成立台灣松下 GX 推進室，以 5 個小組進行價值鏈的能源管理
- 榮獲 2021 年經濟部 IPO 綠色系統夥伴獎
- 連續 34 年提供獎學金，2021 年度共提供 120 萬給台灣優秀學子
- 支持在地人才發展，除捐贈家電實習器材，同時也建立產學合作計畫

## 台灣松下多層材料

產品：多層印刷電路板及輔助材料，往來客戶多為國內知名之印刷電路板業者，海外客戶分佈於世界各地

- Panasonic 東北亞 2021 年度環境友善表彰
- 榮獲 2021 年度新竹縣「推動環境友善企業 - 環保車隊」殊榮
- 定期召開 ZD 零災害小組活動，提升職業安全意識
- 舉辦 5 場親子環境活動，守護在地環境

## 台灣松下電材

產品：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作出貢獻

- 重視高危險工作的職業安全，2021 年度捐款給在地義工消防隊
- 替換高耗能設備及改善製程，2021 年度減碳共 94.28 公噸
- 熱心公益，邀請身障者到市集擺攤，並捐鞋至非洲幫助當地居民

## 台灣松下電腦

產品：工業用或特殊用途之筆記型電腦、平板電腦及其週邊產品，主要販賣對象以政府組織及警察、汽車車廠、電信、軍事等特殊業界的歐美市場為主

- 取得 ISO27001，對於資訊安全高度重視
- 與心路基金會合作採購 13.5 萬元的員工聖誕小禮物
- 持續更換變頻空調進行節能減碳，較 2020 年度減少碳排放量 **235** 公噸

## 台灣松下銷售

販售產品：家電、建築、系統解決方案等，負責在台灣商品之販賣及售後服務業務，是一家結合販賣和服務為一體的公司

- 榮獲 2021 年度讀者文摘「家電售後服務與直營維修中心」金獎
- 透過 E-learning 及舉辦活動，提供經銷商與供應商完善的教育訓練
- 致力於改善顧客服務，消費者滿意度 **92.71** 分
- 透過新商品發表研習會，宣揚松下的永續承諾與理念
- 推出多項領域的商用解決方案，協助顧客解決問題
- 東森 ETtoday 企業聲望調查最佳人氣獎、最佳品牌獎、永續經營獎

## 松下產業科技

服務項目：引進最新科技商品，提供台灣電子、電機產業之製造商，積極培養國際性專業人才，促進台灣產業升級

- 組織扁平化與事業部對應更有效率
- 重視員工健康，舉辦 Bike 106km Training
- 強化主管策略分析能力，舉辦進階決策管理課程
- 與家樂福、佳世達建立儲能合作計畫，協助兩家公司節省 2~3% 電費

## 台灣松下營造

販售產品：以住宅事業、資產活用事業及改裝事業為主力發展項目，以尖端的先進技術不斷地深入觀察台灣生活，為大家提供健康舒適的居家環境

- 成立優工會促進承攬商溝通以期實踐 **0** 事故現場
- 注力於開發醫療機構、商辦、飯店等建案，提升在地生活機能
- 投入大量金額對抗疫情，購買快篩試劑並做環境消毒



## 6

## 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、濟貧與創造良好的工作環境，同時提升就業與經濟成長，我們將企業經營理念與聯合國 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）做連結，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 13 項 SDGs，期望由內而外，將 CSR 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 2021 年績效

## 1 消除貧窮



- 與「有情有疼心ㄟ厝」計畫合作，捐贈家電，改善東奧國手的家庭環境
- 與行政院合作執行「班班有冷氣」計畫，讓偏鄉小學也能享有舒適環境

## 3 健康與福祉



- 每年定期舉辦健康促進活動與講座
- 定期進行職場環境檢測，針對相關危害制定改善計畫

## 4 教育品質



- 針對各級人員制定嚴謹的職涯管理與完整教育訓練體制，持續提升員工能力與競爭力，也確保新進人員皆能快速銜接工作
- 連續 34 年提供台灣 Panasonic 集團獎學金給優秀學子，並推動高潛力人才專案，提拔青年人才
- 每年捐贈 200 萬新台幣以上的家電實習器材予高工職校，培育家電專業人才

## 5 性別平等



- 提倡職場多元化，不因種族、膚色、性別、語言、宗教、政治或其他見解、國籍或社會出身、財產、出生或其他身分而有所區別
- 公司內部提供多元性別職場環境，設有哺乳室，讓有需求同仁皆能安心哺乳

## 6 淨水與衛生



- 持續監控廢水排放量，定期委託第三方公正單位協助進行水質檢測
- 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
- 導入回收水處理系統，並加強檢漏，有效管理降低用量減少浪費

## 7 可負擔能源



- 配合母公司 2030 年全事業碳中和，廠區設備汰舊換新，新增智慧電表監控能源使用狀況
- 與大台北瓦斯公司合作，推廣瓦斯空調減少能源耗損
- 透過台南沙崙科學實驗城，導入系統實驗實證以節能、創能、儲能為核心發展的淨零碳排生活，並與工研院合作設置智慧居家實證屋，進一步探討節能議題

8 就業與  
經濟成長

- 2021 年在讀者文摘「信譽品牌」奪下 5 座白金獎和 8 座金獎，成為家電業的最大贏家，累計獲獎總數更高達 133 項
- 定期對經銷商召開講座與研修，提供最新產品資訊、市場動向、品質回饋等訊息

9 工業、創新  
基礎建設

- 發展 B2C 和 B2B 事業，以創新整合的解決方案提供客戶最新的產品研發技術
- 成立 5G 新事業推進室，積極發展 5G 專網建置，開發台灣第一座純國產、業者自建、商業化且具備執照的 5G 專網獨立系統；另也結合 IoT 技術，應用於智慧製造、物流、通訊等多元產品服務開發

11 永續城鄉



- 開發 SUMAie 智慧家居系統、研發 IAQ 智慧空氣品質系統、智慧節能科技、AI 控頻晶片、直流變頻馬達等節能家電科技
- 引進 Panasonic 集團藤澤永續發展城市的經驗，與台南市政府合作推動智慧低碳宜居城市，建置台南沙崙科學實驗城實證宅

12 負責任的生  
產消費循環

- 制定永續採購方針，並定期進行供應商管理及評估，確保所有採購皆符合經濟、社會及環境各層面的要求
- 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

13 氣候行動



- 成立 GX 推進室，從產業上游到下游各環節積極推動碳中和，響應集團 2030 年的碳中和目標
- 中和廠區導入高效能空污防制設備，減少 VOCs 排放量、廢氣中污染物

16 公平、正義  
與和平

- 訂定「Panasonic 行為準則」和「台灣地區反賄賂及反腐敗規程」
- 提供工作機會給身障者 / 弱勢族群，重視職場多元平等
- 設置專線 / 信箱 / 員工意見調查及法規教育訓練，提供員工順暢的溝通管道

17 全球夥伴



- 積極推動產、官、學界合作，與多元夥伴建立合作關係開發創新技術及服務方案
- 參與相關同業公會，提供專業知識，分享產業最新趨勢，並協助制訂智慧家電的規格

## 7

## 一甲子的信念：團結一心，邁步永續

台灣 Panasonic 集團在地深耕已滿一甲子，在堅持著服務品質及社會回饋的理念下，多年來透過自身產品核心出發，致力於經濟、環境、社會各面向的發展，以回應這塊土地的期許。

為慶祝成立一甲子，特地舉辦社內 60 週年 LOGO 紀念創作大賽。該活動於 2021 年 12 月募集員工創意，引發內部極大回響，共徵得 57 件參賽作品，最終透過員工投票及經營幹部進行決選後，60 週年 Logo 正式投入各項活動中。



一甲子陪伴，共創美好台灣

60 一甲子 + 團結 同心協力 + 燈泡燈座 燈泡形象

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。

## 8

## 抗疫戰士：防疫先驅，營運持續

面對 2021 年台灣的新冠肺炎疫情，台灣 Panasonic 集團沉著應對，藉由營運管理、產品研發及防疫捐贈等方式，聯手醫護人員及集團員工共同對抗疫情。

1

## 營運持續管理

台灣 Panasonic 集團設有危機管理委員會，並且針對個別重大影響集團營運事件設定應對措施，其中針對防疫的作為包含內部消毒、進出入管理、員工快篩等等



2

## 防疫產品研發

台灣 Panasonic 集團發揮自身專長，打造 nanoe X 空氣清淨機，經實驗證實能有效抑制 99.99% 的新冠肺炎病毒



3

## 防疫捐贈支持

台灣 Panasonic 集團積極透過自身產品協助醫護對抗疫情，不僅捐贈共 250 台空氣清淨機給衛福部及各大醫院，更與台積電慈善基金會共同打造搭載 nanoe X 空調的「零接觸防疫採檢站」，提供醫護更安全舒適的工作場所



## 9

# 永續價值鏈：價值共好，永續經營

台灣 Panasonic 集團重視與集團利害關係人的互動與權益，不僅對內積極宣揚永續理念，也向外致力經營上下游乃至 Panasonic 的永續價值鏈。希望能將集團的影響力，由內而外的擴散，最終創造每個人都能活出自我、充滿活力的永續共生社會。2021 年度，台灣 Panasonic 集團於環境及社會面價值鏈都有十分亮眼的績效，未來台灣 Panasonic 集團也將持續秉持著創造永續共生社會的初心，持續在價值鏈上不斷改進，勉勵己身成為行業的永續先驅。

