

パナソニックのCSR(企業の社会的責任)

～ 国民の生活向上に寄与するという使命感 ～

家庭用電子機器・電化製品などの製造・販売を行うパナソニックは、1918年の創業以来、「企業は社会の公器」という考え方をもとにした経営を行っています。

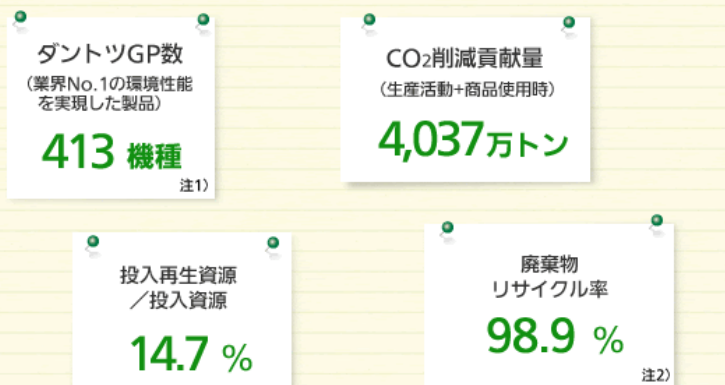
創業者の松下幸之助氏は、1978年、著書『実践経営哲学』で、「“企業の社会的責任”ということが言われるが、その内容はその時々社会情勢に応じて多岐にわたるとしても、基本の社会的責任というのは、どういう時代にあっても、この本来の事業を通じて生活の向上に貢献するということだといえよう。こうした使命観というものを根底に、一切の事業活動が営まれることがきわめて大切なのである」と述べています。

パナソニックでは、「生産・販売活動を通じて社会生活の改善と向上を図り、世界文化の進展に寄与すること」を1929年に「綱領」(こうりょう：企業の方針や目的を要約したもの)として発表しました。事業を通じて世界の人々の生活をより豊かで、より幸福なものにするという、パナソニックグループの事業の目的とその存在理由が簡潔に示されています。

企業にとっての人材、資金、物資など、あらゆる経営資源は、すべて社会が生み出したものです。企業は、こうした資源を社会から預かり事業活動を行っている以上、社会と共に発展し、その活動は透明で公明正大なものとならなければなら

綱領
産業人タル本分ニ徹シ
社会生活改善ト向上ヲ圖リ
世界文化ノ進展ニ
寄與セントス

環境



注1) パナソニックのグリーンプロダクツの判定基準により認定。
注2) リサイクル率=再資源化量÷(再資源化量+最終処分量)

いと同社は考えてきたのです。

また、パナソニックは、左のように、「数字で見るCSR」として、具体的な数値を示したCSRの取り組みを、ホームページに掲載しています(他に「従業員」「社会貢献」に関する数値が公表されています)。