

**SHARP**



夏普 环境・社会报告书 2007



### 关于封面

在美国加利福尼亚州葡萄酒制造工厂的屋顶上设置了2,000块太阳能电池模块(411kW)。所发电力可以提供榨葡萄机及装瓶、贮槽冷却等所有需要。在充足的日光照射下,葡萄无比甜美,利用太阳光能而成为美味的葡萄酒。太阳能发电是直接利用伟大的自然力进行发电的清洁能源系统。

## 目录

CSR(企业的社会责任)观念	2
致语人类与地球	3
管理体制	
企业统筹	5
遵守法规、风险管理	6
夏普集团概要	7

## 特辑 夏普的目标“可持续发展的产品制造”

①扩大普及太阳能发电	10
②产品的环保性能设计	13
③降低工厂的环境负荷	15

## 特写

1. 在“顾客咨询中心”开展的活动	17
2. 在日本国内营业据点开展的CSR活动	19
3. 与气象预报员合作进行环境教育	21

## 环境与夏普

作为经营方针所开展的环境先进活动	25
超级环保管理的推进	27
环境会计	29
事业活动与环境的关系	30
超级环保技术的开发	31
超级环保产品、电子元器件的创造	33
超级环保工厂的实现	35
抑制温室效应气体的排放	36
抑制废弃物的排放及再资源化	37
化学物质的恰当管理和风险管理	38
环保性物流、包装	39
超级环保循环利用的开展	40
环境交流的推进	41

## 社会与夏普

在社会方面开展活动的状况	43
与顾客一起	
回报顾客的信赖,将满意带给顾客	45
强化信息保护	47
与股东、投资家一起	
适正的利益还原和信息公开	48
与客户一起	
实现与供应商、销售店的共存共荣	49
与员工一起	
营造公平、便于工作和发展的工作场所	51
与地区一起	
作为企业市民的社会贡献活动	53
第三者审查报告书	55

## 编者寄语

### ■ 关于整体构成

本报告书大致由四部分构成。

在卷首的“特辑”部分,从“扩大普及太阳能发电”、“产品的环保性能设计”、“降低工厂的环境负荷”三个侧面来介绍以“可持续发展的产品制造”为目标的夏普措施。

在“特写”部分,介绍夏普继续推广的措施中的特色事例。

在“环境与夏普”部分中,主要以夏普的环境保护方针、目标和实际成绩为中心进行阐述。

而在“社会与夏普”部分中,则对每一个利益相关者采取的社会性重点课题进行设定,同时对目标、实际业绩进行说明。

### ■ 关于对象期间和范围

**对象期间:**2006年度(2006年4月~2007年3月)。但对一部分上述期间之前的事实以及之后的方针和目标、计划等也有刊载。

**对象范围:**夏普株式会社及日本国内外的分公司、下属公司的环境侧面、社会侧面以及经济侧面。

**对象组织:**夏普株式会社及日本国内外的分公司、下属公司。但环境执行数据的统计范围如下表所示。

**环境执行数据统计对象事业所(公司):**

夏普(株)及连结对象分公司。但生产型事业所(公司)还包括非连结分公司及下属公司。

生产型事业所(公司)	39(日本国内17、日本国外22)
非生产型事业所(公司)	34(日本国内11、日本国外23)

本报告书中,夏普株式会社记作“夏普(株)”、“本公司”,夏普集团记作“夏普”、“夏普集团”,以示区别。

### ■ 参考的指导方针

- 日本环境省“环境报告书指导方针2003年度版”
- Global Reporting Initiative(GRI)  
“可持续性发展报告书指导方针Version3.0”
- 日本环境省“环境会计指导方针2005年版”
- 日本环境省“事业者的环境执行指标指导方针2002年度版”

### ■ 下一次发行时间

2008年(自1999年以来、每年发行一次)

### ■ 咨询处:夏普株式会社(负责部门如下所示)

环境安全本部 环境企划推进部

电话: +81-6-6625-0438 传真: +81-6-6625-0153

CSR推进室

电话: +81-6-6625-1167 传真: +81-6-6625-1274

邮编: 545-8522 日本大阪市阿倍野区长池町22番22号

电子邮件: eco-info@sharp.co.jp

# 夏普以“产品制造”为社会作贡献。

夏普的创业者早川德次提出：“制造我们的竞争对手想要模仿的产品”。这句话精辟地概括了作为生产企业，应以最快的速度满足下一个时代需求，来为社会作贡献的经营思维。历代的经营者虽然各自的语言表达方式不同，但是作为生产企业来说，在经营活动中，都力争成为以“产品制造”为社会作贡献并得到信任的生产企业。

1973年，我们将创业以来的这一精神汇总为经营思想和经营信条。在明确表明夏普所追求姿态的经营思想中表明：“为世界文化的发展和福利的提高作贡献”这明确表明了与利益相关者共存共荣的目标，与现在的CSR\*思想是一脉相传的。在经营信条中提出“诚意和创意”，表明为了实现经营思想，作为全体公司员工必须坚持的信念而彻底予以执行。

在本报告书中，将介绍夏普各种各样的CSR措施。这些措施已成为验证是否不偏离“诚意和创意”这一中心思想而进行事业活动的标准。

夏普通过CSR措施所要实现的目标，就是要通过事业活动来实现经营思想。今后夏普仍然要在继承创业以来的创意基因的同时，不断开发独一无二产品和建议新的生活方式，努力成为受到广大社会信任的企业。

\* CSR : Corporate Social Responsibility

**经营思想**

我们并不一味追求规模的大小，我们以诚意和独有的技术来广为全世界的文化和福利的提高作贡献。我们致力于挖掘公司中每一个职工的能力，以公司的发展和个人的幸福相一致为目标。我们期望着以股东及客户为首的包括所有协作者在内的共同繁荣。

**经营信条**

专心“二意”

## 诚意和创意

正是充满着诚意和创意这二意的工作，才会给人们带来心灵的满足，才会对社会作出真正的贡献。

诚是处世之道，应贯彻于万事之始终  
和谐是力量，愿彼此信赖、团结一致  
礼仪是美德，要互相尊敬，感恩戴德  
创新是进步，须精益求精，不时改进  
勇气是生活价值源泉之所在，  
让我们排除一切困难，勇往直前

■在所有的事业流程中都以“诚意和创意”来开展业务，以实现经营思想

夏普的事业活动



**经营思想的实现**

- 通过事业活动为社会作贡献的观点  
“世界文化的发展和福利的提高”
- 对于员工的观点  
“公司的发展与个人的幸福相一致”
- 对于利益相关者的观点  
“与所有合作者共同繁荣”

- 经营信条是所有事业活动的中心轴。
- 所谓“诚意”，是指在工作中要考虑到怎样才能真正帮助所有身边的人、怎样才能让他们高兴。
- 所谓“创意”，是指不满足于现状，为了追求更高的附加值而坚持努力和改善。

# 开展先进的环保活动， 以构筑可持续发展的社会为目标。



町田勝彦会长（左）与片山幹雄社长

夏普株式会社  
会长

町田勝彦

社长

片山幹雄

## 原点：“制造我们的竞争对手 想要模仿的产品”

夏普今年将迎来创业95周年。自金属加工手艺人早川德次19岁独立创业以来，夏普的创意产品从活芯铅笔、矿石收音机、显像管电视机、微波炉、太阳能电池、电子计算器、液晶摄像机(VIEWCAM)到液晶电视，可谓用创意刻画了历史。

早川的口头禅是“制造我们的竞争对手想要模仿的产品”。换句话说，就是要不断在创意上下苦功，快人一步创建将成为下一个时代主流的产品。这就是夏普的原点。对未来旺盛的好奇心以及对关照过自己和与自己有关的所有人的感激之情培育了早川的创意。这就是后来成为夏普经营信条的“诚意和创意”，并一直传承至今。

夏普的目标“制造成为下一时代主流的产品”，时至今日，其前提无非是对环境的考虑。可以说，

保护地球环境的“可持续发展的产品制造”进而“建设可持续发展的社会”，才是现代最大的课题，也是现代义不容辞的使命。

## 跨越半个世纪致力于地球环境保护

夏普在环境保护方面，也一直快人一步，不断在努力。作为可创造清洁能源而广受关注的太阳能电池，夏普早在约半个世纪前，即1959年已经开始研究开发，并于1963年率先成功批量生产。随后，始终脚踏实地进行技术开发，时至今日，已逐步扩大到住宅用和产业用等广泛的事业规模。截至去年为止，夏普的太阳能电池产量创下连续7年位居世界第一的记录。太阳能电池的普及现在才正式开始，技术开发的空间也很大，夏普今后将进一步在扩大普及方面努力，为保护地球环境做出贡献。

夏普一直是努力节省能源和资源的先锋。例如广为人知的薄型轻巧、节能、节省资源的电子元器

件—液晶显示器方面，夏普率先在世界上致力于研究开发，并于1973年成功实用化，将其用于计算器的显示装置，只要一个干电池就能长时间使用，并大幅度实现了小型化，使其可装入口袋。其后，更坚持不懈地进行研究开发，高精细的显示器已广泛应用于民用和产业用产品，如今更应用在手机的高画质显示屏、高精细的大画面薄型电视 AQUOS 等产品上。

AQUOS 贯彻最先进的环境技术，具备节能、节省资源、长寿命、采用环保材料及循环利用设计等完全符合环境时代的性能。

生产 AQUOS 的龟山工厂引进了最新的环境保护系统，力争贯彻执行世界最高水准的环保。

## 努力实现“环境先进企业”

夏普自2004年度开始，作为整个公司的经营方针进一步加强了环保措施。

夏普将“环境先进企业”作为中期品牌目标，并制定了“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”蓝图。为了实现以上目标和企业蓝图，夏普在所有的企业活动中，实施“超级环保战略”，开展先进的环保活动。

本报告书将就此进行详细的介绍，其中，当务之急的作为改善地球变暖的对策，要大幅度扩大太阳能发电事业、贯彻产品的节能设计以及工厂、办公室和物流等环节的节能对策，努力实现不增加产生温室效应气体的“将造成地球变暖的负荷变为零的企业”。

并且，在人们的日常生活中，夏普推出利用太阳能发电系统和节能家电，倡议“不让地球变暖的生活”方案。

除此之外，夏普还通过开发塑料自循环型循环利用※、植物类树脂材料的利用等减少石化资源消费的技术，扩大废旧产品的循环利用事业等，努力实现“可持续发展的产品制造”。

另外，夏普还通过致力于“小学环境教育”、“夏普环保俱乐部”等活动，为“建设可持续发展的社会”做出贡献。

## 用“诚意和创意”赢得更大信赖

为了今后能继续成为赢得社会信赖的企业，夏普将在努力实现可持续发展的社会的方向指引下，在“诚意和创意”的经营信条的基础上，将“堂堂正正的经营”付诸实践，履行企业的社会作用和责任。

其中，在作为生产企业根本的产品制造方面，在今年5月制定的“夏普产品安全自主行动方针”指引下，进一步加强体制，将产品的安全性和品质确保放在最优先位置。

并且，夏普还将遵守法规付诸实践，遵守“夏普集团企业行动宪章”和“夏普行动规范”，并继续推动公司最重要的经营资产“人才”的培养以及致力于供应链上 CSR 活动。

创业以来95年的时间里，夏普一直得到全世界消费者的厚爱。今后，我们仍然将竭尽“诚意和创意”、倾注所有精力于“制造成为下一时代主流的产品”上，通过对新生活的提案，为社会做出贡献。

期待着您的坦诚意见。

2007年6月

※塑料自循环型循环利用：家电中的循环利用对象产品，其塑料部分可反复作为新产品的零部件或材料再生使用。

# 企业统筹

为了确保经营的健全性、透明性，坚持业务的正当性，在强化董事、监查员制度的同时，还不断充实着集团整体的统筹体制。

2006年度举措(实际成绩)	2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>完善内部管理系统</li> <li>制定“内部管理基本方针”</li> <li>设置内部管理委员会</li> <li>推进各项政策，完善内部管理系统</li> <li>实施内部管理e学习</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>巩固内部管理系统</li> <li>分析内部管理系统的运用状况，实施课题改善</li> <li>实施内部管理监查</li> <li>构筑内部管理IT系统</li> </ul>

## 关于企业统筹的基本设想

本公司强化长期培养成的“产品制造”措施，力争提高经营效率和质量。

夏普的事业领域为“产品”和“电子元器件”的开发、生产、销售，其范围很明确，并且具有很高的相互关联性和专业性。因此，各部门由具有执行责任的董事在相互交换意见的基础上来确定方针。使得相互之间明确经营责任，可以迅速且有效地展开业务，同时提高了相互间的监督机能。

另外，2007年6月起，增加1名监查员，成为5名体制(其中公司外部监查员3名)，从而提高了经营的健全性。

因此，进一步强化现有的董事、监查员制度，使经营与“产品制造”现场成为一体，不断推进事业扩充。同时还要推进企业统筹的充实。

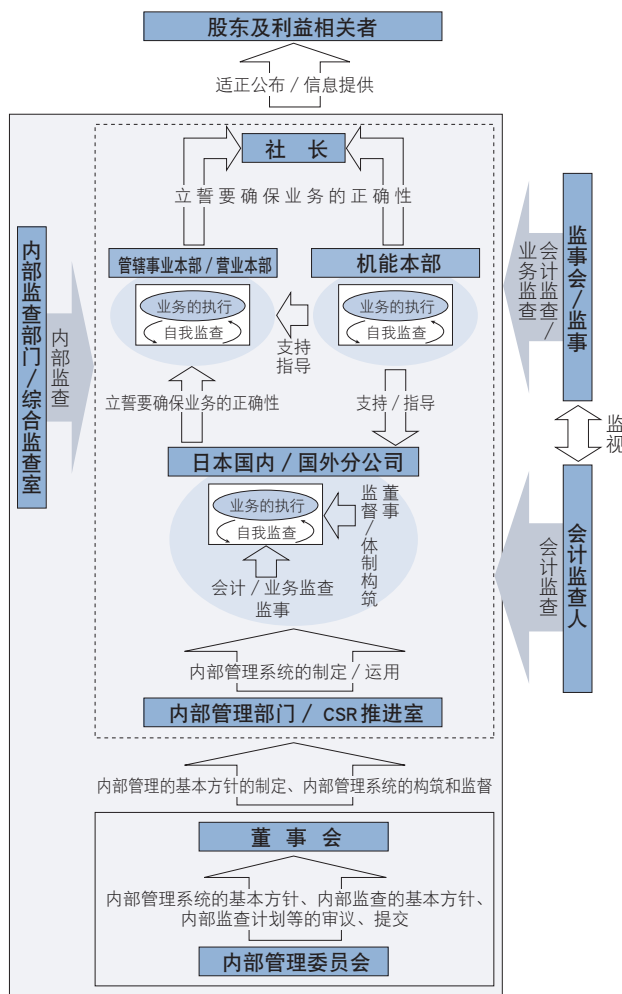
## 企业统筹体制的充实

为了能通过充实企业统筹体制，确保经营的透明性、健全性，夏普采取了下列措施。特别是对于重要性日益增强的内部管理问题，根据自2006年5月起实施的“公司法”，新设立了“内部管理委员会”，作为董事会的咨询机构，积极强化内部管理。

2006年7月，设立“顾问委员会”，作为听取各界有识之士的意见、建议并将意见、建议应用于经营决策的机构。

- 设立“综合监查室”，统一管理内部监查部门，具有区别于执行部门独立性。(2006年4月)
- 设立“内部管理委员会”。(2006年5月)
- 设立“顾问委员会”。(2006年7月)
- 设立由专任董事进行管理的“法务统辖”，其下配置法务室和知识产权本部。(2007年4月)
- 在股东大会决议了引进应对大量收购本公司股票等行为的计划(收购防卫政策)。(2007年6月)

## 企业统筹 / 内部管理体系图



## 集团管理

不仅夏普公司，也包括日本国内外分公司在内的整个集团统筹能有效发挥机能，构筑了全球夏普集团的内部管理系统。

关于其系统的运用情况，日本国内外分公司实施自我监查，不仅向夏普的管辖事业本部、营业本部确保业务的适当性，也各自实施内部管理监查，持续不断地改善内部管理。

# 遵守法规、风险管理

确立和维护企业伦理、遵守法规是企业必须履行的起码的社会责任。

在推进 CSR 与风险管理紧密相连体制的基础上，积极致力于企业伦理、遵守法规的实践。

2006年度举措(实际成绩)		2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 扩充遵守法规培训制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 开展法务/遵守法规e学习</li> <li>• 实施以董事、本部经营干部为对象的遵守法规培训</li> <li>• 针对不同阶层，修改遵守法规培训课程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 扩充遵守法规的启发工具</li> <li>• 制作遵守法规指南</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 完善重点风险的管理方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 修改各重点风险的风险评估计算基准 (“影响度”×“发生概率”)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 构筑BCM(事业持续管理)系统</li> <li>• 通过PDCA循环，在日本国内所有生产型事业所构筑BCP(事业持续计划)的管理系统</li> </ul>

## 普及贯彻夏普集团企业行动宪章/夏普行动规范

夏普从来为遵循“经营思想”、“经营信条”的行动指针，并且努力促使全体员工彻底贯彻这一行动指针。在2005年5月，在重视企业伦理、遵守法规的同时，从CSR观点出发，为了充实内容，将以往的行动指针进行了修改，使之成为集团企业的行动准则的“夏普集团企业行动宪章”和役員、员工行动准则的“夏普行动规范”。作为夏普集团的通用基准，其适用于位于世界各地的集团公司。

## 推进 CSR · BRM(商务风险管理)活动

夏普认为，在灵活应对事业环境变化的同时排除违反法律和避免损失风险的BRM与CSR同等重要。因此，夏普将CSR与BRM的活动结合起来进行推进。

设立了由负责经营管理的副社长以下的所有事业本部以及所有机能本部长等组成的“CSR·BRM委员会”，就各本部的措施方针、活动计划、推进状况等进行审议和确认。另外，在负责经营管理的副社长之下还设有“CSR推进室”，负责集团整体的政策的企划和推进。

在各部门中，不仅是生产、品质部门，还包括从产品企划、技术部门到销售、采购、管理部门等所有部门，都开展小集团活动“R-CATS<sup>※</sup>”，从CSR的视点出发，解决日常业务中产生的问题和课题。

※ R-CATS : Revolution-Creative Action Teams 参照第43页。

## 防止接受和送出不正当的金钱和物品

在集团企业行动宪章/行动规范中，明确规定了为防止勒索、贿赂金钱和物品等所有形式的腐败行为以及正确处理捐款等的行动准则。

关于捐款、赞助金等支出，由“捐款等问题审查委员会”进行审查，构筑防止不正提供利益和不正当支出的限制机制。

## 为彻底贯彻企业伦理和法规

为了在推进事业时不违反法令及社会规范，夏普(株)及日本国内关联公司在各本部、公司设置了“法务责任人”。此外，为了培养法律意识和贯彻企业规范，实施各种教育计划。

特别是在2006年度，推广了阶层别员工培训，除了管理人员、新员工外，董事、本部经营干部也加入到了接受培训的队伍中。2007年度，还将对骨干员工进行培训，不仅要在日本国内、还要在日本国外据点继续推进遵守法规的贯彻工作。

- 集团企业行动宪章/行动规范的管理人员贯彻以及全体员工培训会(2005年度、2006年度)
- 阶层别员工培训【董事、本部经营干部、管理人员、新员工】(2006年度)
- 各专业领域培训/WEB讲座【电气用品安全法、各国安全规格、禁止侵占法、承包法、知识产权相关法、出口管理相关法、劳动相关法等】(随时)
- 以全体员工为对象的e学习  
(2004年度)环境、个人信息保护  
(2005年度)CSR、信息安全·个人信息保护  
(2006年度)法务·遵守法规、内部管理、信息安全·个人信息保护

## 法规通报、咨询窗口的“水晶热线”

在夏普(株)及日本国内关联公司设置“水晶热线”，作为遵守法规相关的通报、咨询窗口。该通报、咨询窗口不仅以员工、派遣员工以及在夏普事业所内开展业务的相关公司的员工为对象，根据从2006年4月开始实行的“公益通报者保护法”的宗旨，公司外部的相关客户的职员同样也可以使用这个窗口。

对于通报、咨询者，明确规定不得通过通报、咨询谋取任何利益。

# 通过产品与电子零部件的融合开展事业

我们的事业，以提供家电产品和信息产品等“电子产品”及提供电子产品主要零部件的“电子零部件”等为基础而成立。

通过对基于独自技术的核心电子元器件的开发及其应用产品的生产，创造出世上前所未有的“独一无二产品·电子元器件”，带给顾客感动，积极开展创造新市场的事业活动。

## 会社概要

公司名称 夏普株式会社  
 总公司地址 日本大阪市阿倍野区长池町22番22号  
 公司代表 会长 町田勝彦  
 社长 片山幹雄  
 创业 1912年9月15日  
 事业内容 AV、通讯产品、电气产品、信息产品、LSI、液晶、其他电子零部件等的生产与销售  
 资金※ 2,046亿7,500万日元(舍去不足100万日元的尾数)  
 员工人数※ 48,927人(日本国内29,798人、日本国外19,129人)

※截至2007年3月31日  
 ※员工人数包括夏普株式会社及连结分公司

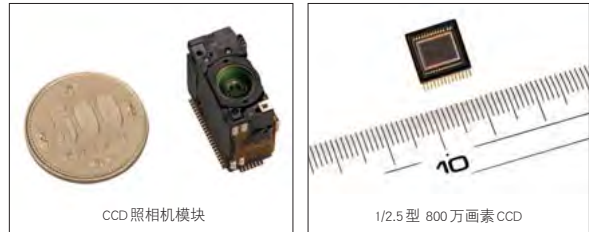
## 主要产品

### AV、通讯产品



液晶彩色电视机“ AQUOS”  
 手机  
 液晶彩色电视机/彩色电视机/录像电视机/投影机/数码播放接收机/DVD刻录机/DVD播放机/录像机/1Bit数码音响/MD播放机/CD立体声音响/传真机/电话/手机/PHS手机

### LSI



CCD·CMOS 意象/液晶用LSI/微机/瞬时存储器/复合存储器

### 电气产品



电子超加热蒸气式烹调器“HEALSIO”  
 空调  
 电冰箱/超加热蒸气式烹调器/微波炉/空调/洗衣机/吸尘器/空气净化器/除湿器/加湿器/电气取暖器/小型烹调器

### 液晶



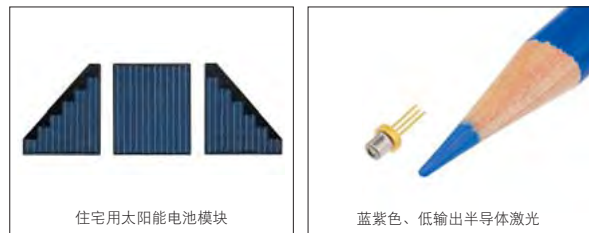
TFT 液晶显示模块/Duty 液晶显示模块/系统液晶显示模块  
 三重显示液晶  
 ※中央显示狗的图像，左侧显示富士山图像(反射于镜中)、右侧显示地图(反射于镜中)  
 Mobile ASV 液晶  
 ※高对比度、广角影像

### 信息产品



电脑电视“互联网 AQUOS”  
 数码复合机  
 个人电脑/便携式信息工具/移动通讯终端/电子辞典/电子计算器/POS系统产品/手提式终端适配器/电子收款机/彩色液晶显示器/多媒体播放器/静电复合机/静电复印机/各种复合机·复印机及打印机用耗材/各种软件/工厂自动化产品/洗净机

### 其他电子零部件



太阳能电池/卫星广播用元器件/地面数字广播调谐器/高频模块/网络元器件/半导体激光/LED(发光二极管)/光拾音器/光传感器/光通讯用元器件/调节器/电源元件/模拟IC  
 住宅用太阳能电池模块  
 蓝紫色、低输出半导体激光



# 通过强化独一无二战略追求企业价值的增大

## 2006年度的事业概况

夏普致力于创造可带来新生活方式的独一无二产品，强化支持该产品的具有高附加价值的电子元器件的开发。在电子产品领域，在全球对液晶电视的需求不断高涨的背景下，夏普以先进的全规格高清晰机型为中心，进一步加强大型液晶电视的开发，扩大在世界市场上的销售。另外，将装载独自元器件技术的支持数字电视功能的手机投放市场等，努力扩充特长产品。

另一方面，在电子零部件等领域，世界上首次采用第八代液晶母板的龟山第二工厂投入使用，并构筑了50V型、40V型级液晶电视用液晶屏的高效生产体制。另外，在该工厂引进了第二期生产线，进一步加强了生产液晶屏的能力。此外，还加强了手机等移动设备用系统液晶的销售，进一步扩大液晶事业。

除此之外，夏普还扩充太阳能电池生产体制，创造支持特长产品改进的独自零部件等，继续积极推进各项事业活动。

通过以上努力，使得2006年度联合业绩的销售额、营业利润、同期利润都创造了新高。（具体成绩如下）

## 2007年度的事业开展

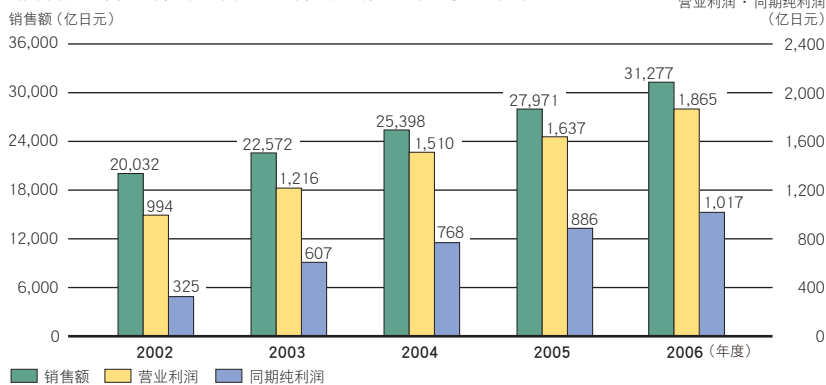
2007年度，夏普为了进一步实现飞跃，将继续积极推进独一无二战略，努力在全球市场的竞争中确立领先地位，同时提高品牌价值。

在电子产品方面，为了扩大液晶电视事业，除了向全球推广画质、功能和设计等得到进行进一步改进的大型全规格高清晰电视外，还在世界主要消费地区构筑高效生产体制，继续致力于降低成本的活动。另外，继续扩充运用独自技术的手机和通信融合终端等领先行业的独一无二产品。

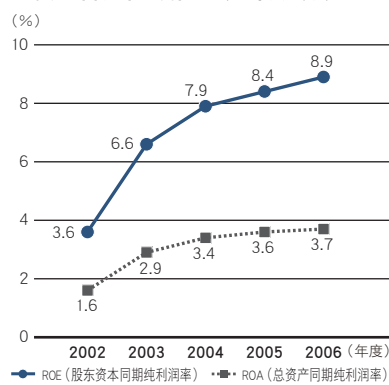
在电子零部件等方面，在龟山第二工厂引进第三期生产线，扩大液晶电视用大型液晶屏的销售，同时加强移动设备用系统液晶的销售，扩大液晶事业。另外，继续针对太阳能电池等主要元器件推进生产技术的革新，降低成本，进一步提高竞争力。

除此以外，积极开展下一代技术的开发、推进低成本运作等策略，努力扩大事业内容。另外，进一步加强全企业集团的CSR活动，推进有益于保护地球环境的事业活动，实践遵守法规经营等，提高企业价值。

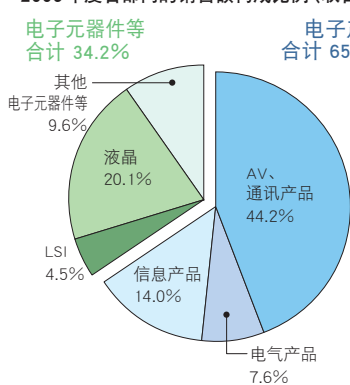
销售额、营业利润、同期纯利润的推移（联合决算）



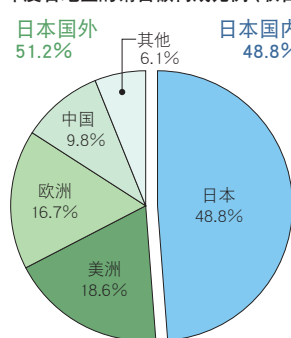
主要经营指标的推移（联合决算）



2006年度各部门的销售额构成比例（联合决算）

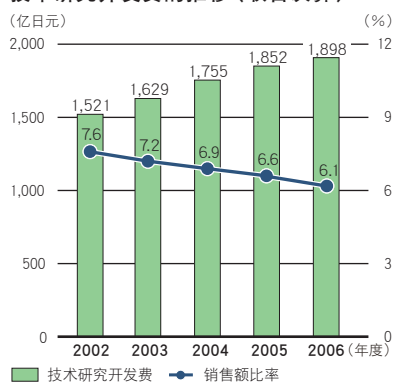


2006年度各地区的销售额构成比例（联合决算）



从重要性观点考虑，从2006年度起，将上一年度包含在“其他”内的“中国”独立显示出来，而将上一年度独立显示的“亚洲”列入“其他”内。

技术研究开发费的推移（联合决算）



# 夏普的目标 “可持续发展的产品制造”

夏普的目标是“制造成为下一时代主流的产品”，对今天这个时代而言，无非是指保护地球环境的“可持续发展的产品制造”。从前的夏普通过开发日本国产第1号矿石收音机及黑白电视机开拓了播放信息时代，并推出世界第一个台式电子计算机，开创了电子时代，进而通过开创液晶显示器及其应用产品，开拓了信息通讯时代。今天的夏普则致力于符合“环境时代”要求的“可持续发展的产品制造”。本报告书从“扩大普及太阳能发电”、“产品的环保性能设计”以及“降低工厂的环境负荷”三个侧面，介绍开展活动的概要。

- 1 扩大普及太阳能发电
- 2 产品的环保性能设计
- 3 降低工厂的环境负荷





1966年设置的长崎县尾上岛灯塔太阳能发电系统  
照片提供：海上保安厅



世界首个自动对接卫星“织女·牛郎”  
照片提供：宇宙航空研究开发机构(JAXA)

与灯塔一样,对人造卫星而言,太阳能电池作为宇宙这种严酷环境下的贵重能源,是一种不可或缺的存在,而无法轻易进行维修的宇宙环境对产品的可信性要求非常高。夏普是日本唯一被宇宙航空研究开发机构认定的生产企业,自1976年的人造卫星“梅”发射以来,截至2006年4月为止,共有超过150颗人造卫星安装了夏普的太阳能电池。

## 1 扩大普及太阳能发电

# 用太阳能发电开拓清洁能源的新时代，这是夏普一位生产企业的挑战。

### 在家电热潮中开始研究开发太阳能电池

夏普早在48年前,即1959年就开始研究太阳能电池。当时的日本正是被誉为“三大神器”的电视机、洗衣机和冰箱非常风光并迅速普及的家电热潮的最高峰。当然,一般老百姓之间当时还没有开始谈论“地球环境问题”。

比起开发当时的主流家电产品,太阳能电池的研究的确不太符合形势,但当时夏普的技术人员们坚信利用这无私将阳光洒向地球每一个角落的太阳能,不仅没有有害物质,也不会产生二氧化碳,还不会产生震动或噪音,但是却能够制造电气能源,这种环保的能源转换技术一定会为和平、富裕的未来社会做出贡献。

经过4年的失败与试验,夏普最终于1963年确立了太阳能电池的批量生产技术。不过,当时的成本很高,主要用于灯塔为代表的不通电地区的电力供应。在饱受海风、甚至台风等暴风雨洗礼的严酷条件下,设置在灯塔上的太阳能电池一定要确保产品的可信性。并且,每个灯塔的设置条件各不相同,担任设计的技术人员要亲自到荒无人烟的小岛等现场确认状况。截至2006年4月为止,设置在1,810处灯塔上的夏普太阳能发电系统,都是这些技术人员辛辛苦苦逐一设计出来的,这些设计技术,如今充分活用在住宅用和产业用的太阳能发电系统上。

### 通过住宅用系统的销售大幅度扩大生产

只有灯塔和人造卫星的需求,事业规薄太小,收益性也不理想。在研究开发太阳能电池的48年时间里,也遭遇过经济不景气等几度艰难的时期。但夏普坚信太阳能发电在未来社会的可行性,一直没有放弃这一事业,仍然脚踏实地坚持技术开发。到1994年,形势终于出现了转机。日本通商产业省(现经济产业省)开始对使用住宅用太阳能发电系统的家庭进行补助的“住宅用太阳能发电系统试验模型事业”。另外,由电力公司收购家庭剩余电力的系统联系的机构也被完善了。借此机会,太阳能发电系统逐渐普及到一般住宅,由于批量生产的效果,成本也下降了,市场需求开始顺利增长。

夏普配合以上试验模型事业的发起而开始销售住宅用太阳能发电系统,并随着市场需求的扩大增强了生产能力,同时坚持投入技术开发,扩大产品阵容,并推动施工和销售网络的整備。

经过这些措施,终于结出了硕果,夏普的太阳能电池生产量自2000年起连续7年位居世界第一\*。

\*出处: PV News (2007年3月号)



住宅用太阳能发电系统



大阪府万博纪念公园



蒙古国诺杨村分散型太阳能发电系统



英国曼彻斯特 (Manchester) CIS大厦



兵库县西播磨统合市厅



奥地利萨尔茨堡 (Salzburg) 机场



德国美因兹 (Mainz) 的足球场

### 企业蓝图“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”

在全球事业活动中产生的  
温室效应气体排放量  
(抑制)

=

通过太阳能电池的  
创能与产品节能而削减  
温室效应气体量  
(扩大)

一方面尽可能抑制“夏普在全球事业活动中所排放的温室效应气体量”，另一方面积极扩大“通过夏普生产的太阳能电池创造能源并通过产品的节能效果降低温室效应气体的排放量”，预计到2010年温室效应气体量的削减量将可望高于排放量。

2006年度夏普的温室效应气体的排放量约为173万t-CO<sub>2</sub><sup>※1</sup>。与此相对，夏普截至2005年度的20年内生产的太阳能电池，在2006年度的估算发电量约为1,322GWh<sup>※2</sup>，相当于减少了约56万t-CO<sub>2</sub>温室效应气体<sup>※3</sup>。

※1 详情请参照第36页。

※2 按夏普1986年~2005年的20年时间里太阳能电池累计产量1,272MW计算。

※3 按日本电气事业联合会发表的使用方CO<sub>2</sub>排放基本单位0.425kg/kWh(2005年度)计算。

### 为了实现“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”

夏普比京都协议生效早半年，即2004年8月就制定了“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”蓝图，作为防止地球变暖的目标之一。作为太阳能相关产品的顶级生产企业，夏普将加大太阳能发电的进一步开发和普及，配合产品的节能设计，推动减少温室效应气体，到2010年度，努力实现将夏普在全球事业活动中的年间温室效应气体削减量达到年间排放量的目标。

近年来，在欧洲、美国、中国和亚洲，扩大导入可再生能源的趋势越来越高涨，市场对太阳能发电系统的需求迅猛上升。

但是，与火力发电和原子能发电相比，太阳能发电的成本要高得多，占整个电力的比例非常小。为了实现真正意义上的普及太阳能电池，进一步降低成本势在必行。

夏普将对应这一降低成本的要求及旺盛的市场需求，在迄今为止积累的技术基础上，推动硅(单晶硅、多晶硅、薄膜硅)、化合物类和色素增感型等多种太阳能电池的研究开发，发掘进一步普及的可能性。

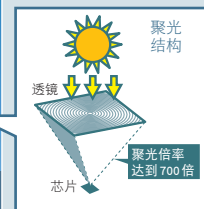


照片再现了晴天时所见到的实际情况

三重县铃鹿市厅（晶硅薄膜透明太阳能电池模块）



聚光跟踪型太阳能发电系统



聚光跟踪型太阳能发电系统是主要针对日本国外电气事业者开发的产品。目前，正在地中海沿岸和美国西南部的沙漠地带收集数据，并朝着早期批量生产的方向进行研究开发。



JH-S6A2/L6A3



夏普的太阳能电池模块和用于太阳能发电的功率调节器分别在业界首次取得环保标志 (Eco-Mark)。

夏普产品在不产生环境负荷物质等环境方面的出色特长获得了第三者评定机构的认可。



※环保标志 (Eco-Mark) 是财团法人日本环境协会认定为“有助于环保”的产品所发放的标志。



NE-050LT/100CT/050RT



白天



内侧

综合商业设施 Alfronte (千叶县松户市) 正面采用晶硅薄膜透明太阳能电池与白色发光二极管一体成型的发光太阳能电池“Lumiwal”

## 利用夏普独特的技术开发，实现真正意义上的普及

作为扩展太阳能发电可能性的新技术，夏普正在推动薄膜硅太阳能电池和聚光型太阳能发电系统的开发。

薄膜硅太阳能电池与目前主流的晶硅太阳能电池相比，硅的厚度大约只有百分之一，可减少硅的使用量。利用激光将整块划分成格的晶硅薄膜透明太阳能电池可用于建筑物的窗户和屋顶上采用。并且，透明太阳能电池与白色发光二极管一体成型的“Lumiwal”集发电、采光和发光功能于一体，白天一边采光一边用太阳能发电，夜晚则作为照明灯光。

此外，聚光型太阳能发电系统可跟踪阳光，利用菲涅耳透镜<sup>※</sup>将阳光集中于一点，用强光照射电池，实现高效率的发电。所用的电池7毫米方形左右、与高发电效率的人造卫星用电池一样，都是化合物电池。这种减少原材料使用量但维持较高发电效率的系统，可望降低发电成本。为了在不久的将来实现实用化，目前正在地中海沿岸和美国西南部沙漠地带进行验证实验。

夏普将通过正式普及太阳能发电，为防止地球变暖做出贡献，同时为了实现“可持续发展的产品制造”，

在积累了长达半个世纪的技术基础上，竭尽全力致力于新技术的开发。

※菲涅耳透镜：指将普通透镜切割成同心圆状的沟纹，从而减少厚度的透镜。其断面呈锯齿状，最初作为用作灯塔的透镜而发明。

## 将太阳能发电变成“可持续发展社会”的基础能源！



奈良先端科学技术大学院大学  
物质创成科学研究科  
教授、工学博士  
冬木 隆 先生

看到近年来太阳能电池产量在迅速扩大，我认为对始终坚持不懈开拓太阳能发电技术未知领域的夏普而言，迎来了关键时刻。为了今后能将太阳能发电培植成基础的能源，希望夏普能够充分利用迄今为止培养起来的技术力量，构思并建立起包括太阳能发电在内的能源网络系统。

## 在沙漠里建设大规模聚光型太阳能发电站

用于聚光型系统的芯片与夏普所开发的用于宇宙航空的太阳能电池一样，也是化合物芯片，转换效率高达37%，相应成本也很高，通过透镜聚光并高效率地发电。目前，正在地中海沿岸和美国西南部进行验证实验。在逐一解决散热、地震对策等诸课题的同时，迫切推动其实用化。



太阳能系统事业本部  
聚光系统事业推进中心  
企画推进室 室长  
田中 正雄



2007年3月开始销售的“AQUOS R系列”。  
R系列融汇了夏普迄今为止千锤百炼的环境技术之精华。



LC-42SA1E



LC-52D92U



LC-52GX1W

液晶电视AQUOS的环保性能设计,在世界各国均获得较高评价。

在欧洲,夏普于2005年在业界首次取得欧盟的EU环保标签(Eco-Label)<sup>※1</sup>,截至2007年2月,累计36个机种先后取得了该标签。

在美国,AQUOS的主要机型遵循能源之星<sup>※2</sup>计划。在日本,LC-52GX1W在第三届环保产品大奖中,荣获环保产品推进协会会长奖(优秀奖)。

※1 指欧盟委员会等向低耗电量或考虑循环利用的设计、环保型材料的采用等符合环境标准的产品授予的环境标签,亦称为EU“环保之花”。

※2 指向符合美国环境厅(EPA)和日本经济产业省等规定耗电量等项目的标准产品上可表示的环境标签。

## 2 产品的环保性能设计

# “节能、节资”、“环保材料”、“循环利用”—— AQUOS所象征的环保性能设计思想。

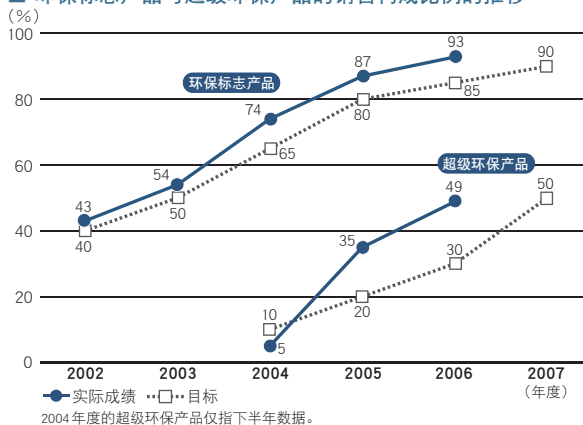
### 环保产品和环保电子元器件的开发

夏普在1998年公布的环境战略“3G-1R战略<sup>※1</sup>”指导下,同年制定了“环保产品指导方针”,将夏普产品的环保性能设计方针、标准和流程体系化,确定目标,并在整个公司开始全面推进。自那之后,夏普开始在新产品的环保性能设计上进行贯彻,使所有新产品都满足环保产品的标准。同时还实行将环保产品中具有优异环境性能的产品认定为“环保标志产品”的制度,并按年度设定这类产品的销售构成比例目标,并逐年提高目标。

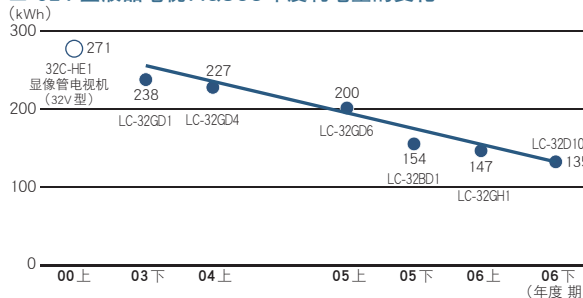
从2004年度开始,在新制定的“超级环保战略<sup>※2</sup>”指导下,设定将环境性能提高到极限的“超级环保产品”标准,随“环保标志产品”一起,逐年将标准改订得更严格,并设定更高的销售构成比例目标,努力扩大这类产品的规模(参照右表)。

此外,电子元器件方面,为了贯彻环保性能设计的方针,从2004年度开始制定“环保电子元器件”、2005年度开始制定“超级环保电子元器件”标准,与产品一样,每年设定销售构成比例目标,不断努力。

■ 环保标志产品与超级环保产品的销售构成比例的推移

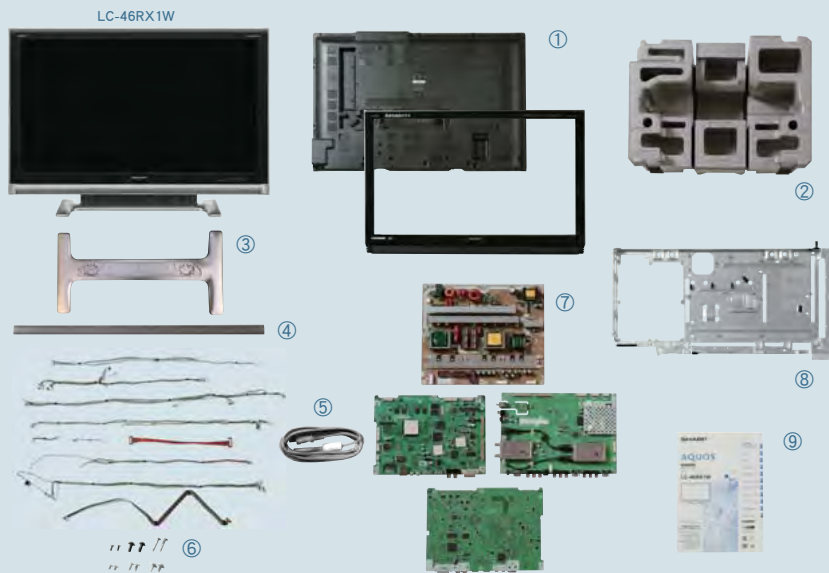


■ 32V型液晶电视 AQUOS 年度耗电量的变化



※1 3G-1R战略:1997年发起的由环境安全本部制定的适用于横贯全公司的环境战略。以环保产品(Green product)、环保工厂(Green factory)、环保意识(Green mind)、循环利用(Recycle)为四大行动主题,在整个公司范围内展开各种方针措施。

※2 超级环保战略:参照第26页。



最大限度采用环保材料的 AQUOS (LC-46RX1W) ①采用可自循环型材料循环利用的非卤素树脂的壳体 ②采用可循环利用的泡沫苯乙烯的包装用缓冲材料 ③采用混合了循环利用材料的树脂和植物类树脂涂层的支架 ④使用易于循环利用的金属材料的扬声器系统 ⑤采用无卤材料的电源线、电线 ⑥不含有害重金属六价格的螺钉、螺母类 ⑦采用无铅锡焊的基板 ⑧采用不含有害重金属六价格的无铬钢板底盘 ⑨使用100%再生纸和植物性大豆油墨印刷的使用说明书



夏普与王子CHIYODA CONTAINER株式会社共同开发出用于20V型以下 AQUOS\*1、可轻易折叠的纸箱。无需使用裁纸刀等工具即可折叠成30厘米的方形，便于与报纸等一起归入再生垃圾，有助于循环利用。该设计在2006年日本包装大赛\*2中荣获最高大奖“经济产业大臣奖”，并在亚洲和世界比赛\*3中获奖。



\*1 用于 LC-20D10-B/W/R、LC-16E1-B/W/R、LC-20GH1、LC-15SX7、LC-13SX7。  
\*2 由社团法人日本包装技术协会主办。  
\*3 亚洲包装联盟主办的亚洲之星2006大奖赛以及世界包装机构主办的2006世界之星竞赛。

## AQUOS 的环保性能设计

液晶电视 AQUOS 是夏普超级环保产品的代表作，也可以说是夏普环保性能设计思想的象征。

AQUOS 是符合环境时代的电视机，从一开始就贯彻环保性能设计的思路。与显像管电视机相比，“节省能源”——耗电量低、“节省资源”——薄型轻巧、“长寿命”——背光灯的寿命长达约6万小时\*，这些液晶电视特有的性能在 AQUOS 产品上得到进一步的提升，并如上图所示，AQUOS 还在最大限度上采用环保材料。

其中，支架部分使用的植物类树脂涂料是夏普与关西涂料株式会社共同开发的独自技术；自循环型可循环利用的后机壳将来使用后循环利用时，可作为家电产品的材料反复循环利用，是非常先进的技术。这些先进的环境技术都体现了夏普竭力减少石化资源的消费这一基本方针。

AQUOS 的这些环境性能，在国内外均获得较高评价，在电视机行业首次取得欧盟的环境标签“环保之花”；在美国取得能源之星认定；在日本第三届环保产品大奖中，作为 AV 机器首次获奖。

今后，AQUOS 作为夏普所要实现的“可持续发展的产品制造”之目标的旗舰产品，不遗余力地引进更先进的环境技术。

## 高度评价贯穿 AQUOS 产品整体的鲜明的环保性能



“第三届环保产品大奖评委”  
社団法人日本消费生活  
顾问协会  
常任理事 环境委员长  
辰巳 菊子 女士

AQUOS 非常细致的环保性能设计是荣获环保产品大奖优秀奖的原因。通过薄型轻量的设计减少资源的使用、充分利用再生资源、使用在废弃时易于分解的材料等 3R 的理念。通过一条龙生产减少运输负荷及使用时的节省能源性、背光灯的长寿命化等，贯穿产品整体的环保性能非常鲜明。广告对社会的影响非常大，龟山工厂的广告将制造过程中环保的重要性广为传播，对此，我给予高度评价。

## 继续制造环境性能第一的电视机

我们时刻提醒自己，AQUOS 作为日本国内液晶电视市场的首席产品，在环境性能方面一定要做到顶级水平。当然，AQUOS 也是夏普环保性产品的代表。今后仍然将在重视“品质”、“成本”、“稳定供应”的同时，积极引进最新的环境技术。



AV 系统事业本部  
液晶数字系统  
第一事业部 第二技术部 副参事  
松本 浩一

## 从废旧 AQUOS 中诞生新的 AQUOS

薄型电视机的需求在迅速扩大，AQUOS 也在不断增产。考虑到这些产品将来结束使命，被循环利用，因此从现在开始就要着手目前所使用的零部件和材料的循环利用性，这是非常重要的课题。本次开发的 AQUOS 壳体非常出色，可循环利用于新的 AQUOS 上。



环境安全本部  
环保产品开发推进部 系长  
内海 康彦

\*在室温 25℃、将亮度设为“标准”并连续使用时，亮度减半期间的推测。



龟山工厂（三重县龟山市/液晶电视、大型液晶屏）



三重工厂（三重县多气郡/中小型液晶屏）



SMF（法国/办公产品）



广岛工厂（广岛县东广岛市/通讯产品）



奈良工厂（奈良县大和郡山市/信息产品、电子零部件）



八尾工厂（大阪府八尾市/电气产品）

### 3 降低工厂的环境负荷

# 提高全世界夏普工厂的环保性能， 实现贡献于当地社会的环保工厂。

## 实现环保工厂化的措施

夏普从1995年度开始推动其在全世界的生产工厂取得ISO14001环境管理系统的认证，并开始努力按照PDCA的思路，在生产工厂系统性地降低环境负荷。1995年9月，广岛工厂率先取得认证；1997年6月，当时在日本国内的9家工厂全部取得认证。在日本国外工厂，从1995年11月英国SUKM\*开始，截至2004年度，所有22家国外工厂全部取得认证。

从2002年度开始，夏普在ISO规格的基础上追加了多达49项夏普独自的管理项目，制定了S-EMS标准，到2004年已在日本国内所有工厂引进该标准，日本国外工厂也正在引进。

与此同时，配合以上行动，在3G-1R的战略指导下，于1999年度制定了“环保工厂指导方针”作为环保工厂化的标准，日本国内的所有工厂都已实施。日本国外工厂也从2001年度开始一起引进，日本国内外所有工厂都将创建环保工厂作为目标，正式开展降低环境负荷的活动。

\* SUKM：夏普在英国的生产基地，生产微波炉和太阳能电池模块。

## 超级环保工厂的诞生

在环保工厂指导方针指引下的环保工厂化措施，以2004年1月启动的超级环保工厂龟山工厂的建设为契机，跃上了一个新台阶。龟山工厂的建设，从一开始就制定了贯彻环保的方针。2004年1月发表的经营基本方针中，将“环境先进企业”确定为中期品牌目标，并开始执行为实现这一目标的“超级环保战略”。龟山工厂以及该工厂内生产的液晶电视AQUOS，与太阳能发电并列成为夏普“环境先进企业”的象征，也是超级环保战略的核心项目。为了明确夏普重视环境的公司经营这一姿态，在龟山工厂与AQUOS上追求了卓越的先进的环境性。

龟山工厂所在的三重县，环保意识非常高，在龟山工厂建厂之前的1995年10月启动的三重工厂（多气郡）建设时，通过有学问和经验人士以及当地相关人员对环境评估，共用了三年时间才得其结果，以工程排水100%循环利用和零排放为主的先进环保系统的引进，在这一过程中积累的知识和经验以及夏普其它工厂的专业技术，最终都汇聚体现在龟山工厂上。





SOCC (中国/办公用品)



### 为了更好的明天

夏普办公设备(常熟)有限公司(SOCC)为了成为超级环保工厂,整个公司上下一心,逐步实行环保对策,特别是将重点放在减少废弃物的排放量、节能设备的引进、水资源的有效利用、工厂内的安全对策等方面予以推进,并获得政府方面的表彰。SOCC将超级环保工厂的认定当作鼓励,今后还将继续为实现“环境先进企业”的目标不断努力。

#### SOCC环境负责小组

前排左起总务部顾俭部长、总务部环境综合组朱燕、瞿建明课长;后排左起总务部设备设施组邵理君系长、潘雪君、吴东课长、总务部总务组何伟课长



SRC (马来西亚/AV产品)



### 为了更先进的超级环保工厂

马来西亚夏普一乐声公司(SRC)在31年的历史中形成的企业风土里正包含着环境意识。为了符合超级环保工厂的要求,我们再次回到原点,全体人员都要提高环境意识,在各方面努力推进。这不但指降低工厂的环境负荷,还包括向学校传授环境知识以及公共场所开展的义务活动等。我们今后将为了实现更先进的超级环保工厂不断努力。

#### SRC环境负责小组

前排左起总务部C.L. Lim课长、人才开发中心C.K. Choo系长、人事总务部Sofu部长、安全卫生管理Ali系长;后排左起总务课Johari、总务课Jolyn Teoh干事、品质部S.L. Teh高级干事、总务课Azhar高级干事、总务课Suchaad高级干事

## 2007年度夏普的所有工厂都将成为环保工厂

2003年度,夏普在建设龟山工厂的同时,制定了追求将环境负荷降至最低的超级环保工厂的评估和认定标准。并在此基础上,于2004年度设定了环保工厂的认定标准,同时制定“到2007年度夏普(株)所有10家工厂都成为超级环保工厂,夏普所有日本国内外工厂都超过环保工厂的要求”的目标,作为超级环保战略的重点措施。

继2003年度龟山工厂获得认定之后,2004年度有三重工厂达到了认定标准、2005年度法国夏普制造公司SMF在日本国外首次被认定为夏普的第三个超级环保工厂。

相对龟山和三重工厂均为最新型的液晶工厂,借助专家的智慧 and 先进环保技术来获得认定,而17年前成立的SMF,在管理干部们坚强的意志推动下,支持员工们的小集团活动,通过提高员工意识以及细致的措施展开,从而获得了认定。

SMF的成果对夏普其它工厂产生了很大的影响,2006年度,日本国内广岛、奈良和八尾的工厂以及日本国外的SOCC(中国)和SRC(马来西亚)共计5家工厂成为超级环保工厂。

截至2006年度,夏普在全世界的39家工厂中,有32家工厂已经成为环保工厂,而夏普(株)的10家工厂中,有5家已经成为超级环保工厂。

今后,夏普将继续努力开展降低工厂环境负荷方面的活动,不仅为实现“可持续发展的产品制造”,还要通过加深与当地社会的交流,不断为当地社会提供新的价值,努力成为对当地社会不可或缺的企业,并努力建设让当地社会引以为傲的工厂。

## 与企业布局共同发展地区环境保护



龟山市 环境森林部理事 木下弘志先生

龟山市的环境措施因夏普龟山工厂的布局进展很大。在夏普与当地政府缔结严格的环保协议、工厂整体环保企业理念的先见性激发下,政府的环境措施也有了新的发展。“良好的产品来自企业良好的环境意识,地方自治通过环保性措施赢得居民的信赖”。我们希望将值得自豪的环境传给下一代。



### 与龟山工厂相邻的调整池上设置的漂浮型太阳能发电系统

在与龟山市的联合下,夏普与株式会社Cenergy(中部电力集团)共同推进。在调整池上漂浮着200kW太阳能发电系统,不仅能够发电,还能够为池水遮挡30%的太阳能,抑制池内绿藻的繁殖,可防止水质劣化。另外,池内所储存的雨水还可作为工厂空调用水等而有效利用。(与独立行政法人 新能源产业技术综合开发机构共同研究事业)

## 以“顾客咨询中心”为基点， 努力提高顾客满意度和 改善产品品质

随着产品的多功能化和数字化，来自顾客的咨询也在不断增加。顾客的咨询里隐含着能够改善或改良产品的提示。为了能够充分利用来自顾客的这些宝贵意见，夏普对“顾客咨询中心”的体制、系统以及与事业部之间的联系方式进行了革新。



### 为了实现三大使命，建立了新的体制和架构

夏普“顾客咨询中心”肩负提供以下三大CS (Customer Satisfaction：顾客满意度) 的使命：

#### ①通过电话应答的品质直接提供CS

夏普“顾客咨询中心”每天约应答1万件咨询。之前，这些咨询由东西两个分区对应，即位于幕张(千叶)的东日本咨询室和位于八尾(大阪)的西日本咨询室。但是，被称为“代理人<sup>※</sup>”的每一位咨询员都要精通所有的产品，学习相关知识，这成了一大课题。

于是，从2006年4月开始，夏普逐步对体制进行变革，从按地区划分变成按产品类别来划分。通过语音自动提示将咨询电话分类，距离负责液晶电视等AV产品的事业部较近的东日本咨询室负责AV产品、位于负责冰箱等白色家电的事业部的西日本咨询室负责白色家电产品以及附近的大和郡山(奈良)生产的电脑和传真机等。事业部与顾客咨询中心的距离拉近，通过实际使用产品的学习会等，更易于加深咨询员对产品知识的理解。

#### ②通过切实的维修服务提供CS

作为售后服务司令部的功能之一，夏普引进了“诊断知识”支援工具，即可通过分步骤的提问诊断出故障的流程。夏普集团的服务公司夏普Engineering(株)的员工亦可根据诊断内容判断出要修理的部位以及所需的零

配件，然后与夏普(株)的零部件中心联系，当日或次日即可对应。

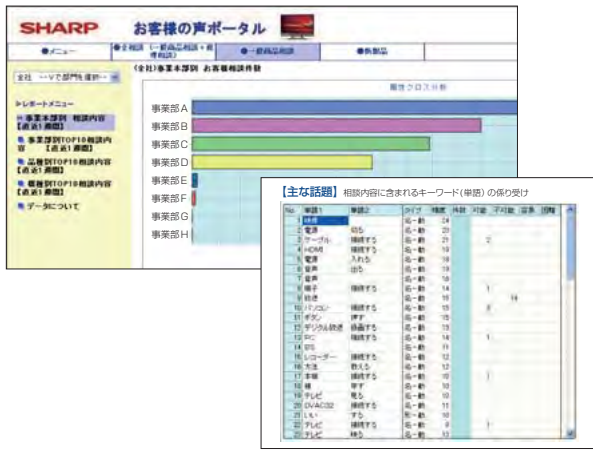
#### ③通过将顾客意见反映到产品提供CS

为了将顾客意见反映在产品上，定期召开顾客咨询中心与各事业部意见交流例会。这是为了在顾客咨询中心收集到的信息的基础上，定期对产品和使用说明书进行改善。该例会由事业部开发人员和顾客咨询中心的咨询员参加，负责人可当场就改善对策下决定。通过这样的意见交流会，已经成功完成了电子超加热蒸气式烹调器“HEALSIO”的放置空间紧凑化等多个实际改善事例。

并且，夏普还将顾客咨询中心收到的除个人信息以外的所有信息全部转化成数据库，在公司内部网络上新开设了可检索和浏览的“顾客意见门户网站”。每天约1万件来自顾客的信息被累积下来，由产品企画、设计和品质管理的担当人员进入查看，并可在产品改善和使用情况验证等方面充分利用。之前的系统已经全面更新，并从2007年1月开始运行新系统，现在系统还在不断进行改良。

还有，夏普从2006年5月开始在新产品发售之后不久，由技术、品质和服务部门的各担当人员常驻顾客咨询中心，就来自顾客的咨询进行分析，实施即时进行对应体制。

<sup>※</sup> 代理人：咨询员不仅作为夏普的“代理人”对应顾客，还要作为顾客的“代理人”向公司反馈意见，考虑到咨询员的这一角色任务而采用的称呼。



- ① 咨询员可同时查看输入和信息这两个画面，确保更快更准确的支援。
- ② 在咨询员的教育培训方面，重视实际产品使用“体验”。图为电子超加热蒸气式烹调器“HEALSIO”烹调方法学习会。
- ③ 顾客咨询中心与各事业本部召开的“例会”，是为了产品改善的宝贵交流之地。
- ④ 顾客咨询中心。所有电话线的来电以及应答状况全部用65V型液晶显示器实时确认。
- ⑤ 顾客意见门户网站。将顾客的意见于第二天转化成数据库，并可按照机种名、咨询内容等各种方式进行检索。

### 制定最大限度发挥咨询员能力的制度

为了收集并充分利用来自顾客的所有信息，作为顾客和夏普接点的“代理人”，咨询员必须具备丰富的产品知识和信息处理能力。因此，夏普一直致力于让咨询员在上班时间内安排部分时间进行教育培训，并按照“咨询员资格社内认定制度”进行认定。

从2007年开始，在之前的初级考试的基础上追加了高级考试，并对考试结果进行评估，并反映在个人待遇上，以期达到更进一步提高咨询员技能、激励士气的目的。

为了提高顾客满意度，夏普将继续致力于提高顾客咨询中心的应答品质和充分活用顾客意见的产品制造。

#### 负责人之声

#### 培养待客之心和丰富的产品知识

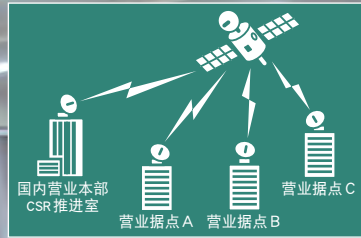
对顾客咨询中心的咨询员而言，最重要的是“如何听懂顾客说的话”，要理解“顾客在寻求什么”。这就要求要有待客之心。在咨询员的培训过程中，传授可在实际操作中立即予以运用的知识，并安排使用产品实习。例如，培训中有这样一个咨询：“怎么用HEALSIO做松蘑料理？”针对各种提问，咨询员们各自制作了自己的“我的使用说明书”，对各种不同的咨询进行应答。



CS推进本部 顾客咨询中心  
西日本咨询室 副参事  
稻川 和子

## 在日本国内营业据点开展 CSR 活动，努力实现“扎根于地区社会的夏普”

为了将“顾客第一主义”和“遵守法规”作为最重要主题推进营业活动，在夏普日本国内营业本部内设立了 CSR 推进室。以向日本全国营业员员工渗透 CSR 意识，促进各营业据点的社会贡献活动等，以及履行营业据点的社会责任，为实现诺言积极行动。



### 构筑各种架构，使 CSR 意识渗透到所有营业据点

夏普在日本全国从事营业和服务活动的据点，不仅接触顾客，还要直接接触客户等，因此这些据点以“顾客第一主义”和“遵守法规”为重点来开展营业活动。2004年4月，统括营业据点的日本国内营业本部设置了“CSR推进室”，推进具有营业部门特色的CSR措施。

夏普认为让CSR意识渗透到全国营业据点的每一个员工是非常重要的课题，因此，从2004年度开始，除之前的集体培训之外，还运用连接日本所有营业据点的“卫星通讯系统”，开展“日本国内营业CSR讲座”。该讲座选择“禁止垄断法有关营业遵守事项”等与营业和服务业务有关的遵守法规或执行CSR相关的主题，录制成15分钟左右的视像节目。将这些节目传送到日本国内的所有营业据点，让全体员工同时收看，致力于共享迫切而重要的主题。2006年度，该CSR讲座共实施了6次；从最开始至今，累计次数已超过30次。

此外，在多个销售和服务公司共处的据点，每周初，各公司负责人集中召开交流信息的“早会”。2006年度开始，由国内营业本部提供CSR或遵守法规相关的培训资料，早会主持人担任讲师一职，召开培训会，以提高

遵守法规的意识，增长CSR知识与见识。

夏普更进一步利用“Web自我监查系统”，让营业和服务负责人自我反省是否将讲座和培训内容在营业活动中付诸实践。并将监查结果予以定量和定性分析，并反映在制定新的方针措施和组织结构上。

### 竭尽全力考虑对当地的社会贡献活动，最终扩大CSR活动范围

与当地社会距离最近、希望给当地社会做贡献的各地营业据点，至少每半年一次进行“扎根于当地的夏普据点”活动。日本国内营业本部针对这些活动，通过提供信息和解决课题等予以支援。

不同的据点，周围的地域环境也各不相同。为此，各据点自发地开展与当地特性相符合的社会贡献活动。并且，不同地域的营业据点，其规模也有大有小，人数较少、无法单独开展活动的据点，则联手当地自治会或呼吁员工家属参加，积极开展活动。

2006年度，在“扩大CSR活动范围”主题下，还呼吁销售店来参加CSR活动。山梨大厦据点开始的活动是与销售店人员共同走访老人福利设施，帮助老人使用家电产品。仙台大厦据点邀请夏普系列销售店等客户，开



- ① 利用卫星通讯系统在日本全国据点播放“日本国内营业 CSR 讲座”
- ② 与客户合作开展的美化公园活动（仙台大厦）
- ③ 治安巡逻队（江东大厦）
- ④ 美化饭钢山活动（长野大厦）
- ⑤ 美化游乐园活动（水户大厦）
- ⑥ 大江东清洁队活动（东京中央大厦）
- ⑦ 在大波斯菊大道栽种（宇都宫大厦）
- ⑧ 美化百道滨活动（福冈大厦）

展美化榴冈公园的活动，大家纷纷表示“加深了对 CSR 活动的理解”、“今后还想积极参加这些活动”等，对社会贡献活动给予了很高的关注。

夏普在持续开展这些 CSR 活动中，进一步加深了与当地社会的合作关系。例如，江东大厦（东京）据点实施的献血活动中，在当地自治会和邻近企业的协助下，连续三年参加人数超过 50 人，作为扎根于当地的 CSR 活动固定下来。

2006 年度日本全国营业据点实施的社会贡献活动共计 636 次，总参加人数达 14,078 人。今后，夏普还计划进一步扩大 CSR 活动范围，强化包括客户、合作公司等在内的整个供应链。

### 利益相关者之声

#### “期待继续开展与当地紧密结合的社会贡献活动”

在当地福冈市百道滨海岸举办的“Love Earth CleanUp”活动中，我们团队（通称“减少垃圾”）每年都有超过 100 人参加。而每年都能看到夏普的大批员工前来参加，当听说他们是从虽在福冈市内却很远的博多区特意而来时，非常惊讶。同时也感到真不愧是“环境先进企业”。希望今后继续开展与当地紧密结合的社会贡献活动。



“减少百道滨校区垃圾量及循环利用推进会议”会长 柴崎 正广 先生

### 负责人之声

#### “实现营业据点特色的 CSR”

营业和服务部门的基本使命是通过提供令顾客满意的产品提案和服务活动来履行企业的社会责任。但是，我们还将具有各地营业据点特色的环境和社会贡献活动等 CSR 作为新使命开展活动。在各地区努力推进自主设定主题，通过这些活动，进一步提高全国营业据点的 CSR 风气和员工意识，努力实现“与地区社会共存的夏普营业”。



日本国内营业本部 CSR 推进室 室长 阪井 嘉英

## 在日本与气象预报员合作 对小学生进行环境教育

夏普从2006年10月开始，与“NPO法人气象预报网络”携手为使小学生们理解地球变暖问题、太阳能发电和循环利用的重要性，开展环境教育活动。从日本全国募集希望授课学校，为了让更多的孩子们思考环境问题，积极提供传授机会。



### 培养为了环境平时就从我做起、 付诸实践的自觉性

电视台和广播气象预报员组成的“NPO法人气象预报网络”，从2004年开始面向日本全国的学校和市民团体实施气象防灾教育和防止地球变暖的教育。另一方面，夏普在2001年开始家电循环利用事业的同时，也开始了以循环利用为主题的环境教育，并从2004年起开展介绍太阳能发电构造和特长的“太阳能学会”外出授课活动。

在2005年12月东京国际展示场召开的“环保产品2005”发表会上，夏普与气象预报网络偶然相遇，双方意志相投，并以此为契机，在共同的使命感的推动下，从2006年10月开始携手开展面向小学的环境教育活动。

夏普与气象预报网络共同授课的主题是“地球变暖与新能源（太阳能发电）”和“地球变暖与循环利用”。关于地球变暖，由身为气象专家的气象预报员以近在身边的气象变化为例，利用实验和擅长的讲解方式，轻松地进行讲解；课程的下半部分关于太阳能发电和循环利用，由夏普的讲师穿插实验进行介绍。最后复习具有环保性的生活习惯，促使孩子们将其付诸实践。

这些内容都充分反映了环境教育的三大基本原则：  
①科学性教育；②实际体验教育；③培养学而实践的作风。

以四年级以上小学生为对象，实施时间为2006年10月~2007年3月，当初计划从全国募集50所授课学校，但实际约有100所学校报名，由此可见教育现场对环境

#### 教师之声

##### 环境教育让孩子们开始思考地球环境

通过环境教育授课，孩子们对地球的现状有了更详细的了解。并且，孩子们开始用自己的方式思考自己能做些什么，养成随手关灯、带头关紧滴水的水龙头等具有环保意识的生活习惯。



东京都中央区立  
月岛第一小学  
大贺 豪 老师

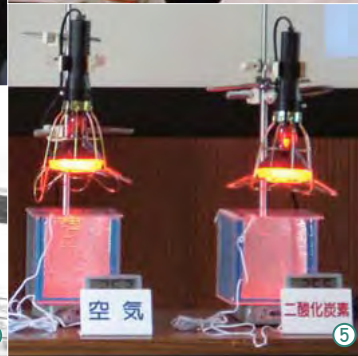
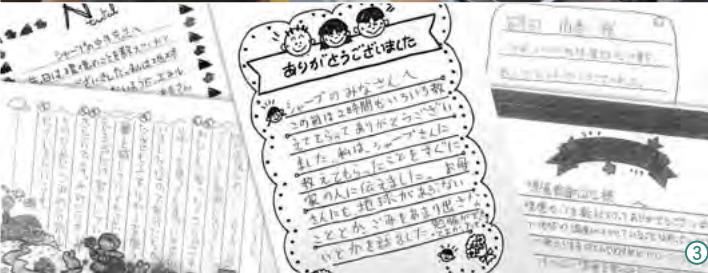
#### 气象预报员之声

##### 比我们的预想更有趣的实验

与夏普一起开展环境教育让我感受最深的是授课时的实验非常有趣。这些实验的效果远远超过了我们的预想，对孩子们而言极有魅力。非常希望夏普能够将这个方法传授给我们。



NPO法人气象预报  
网络代表  
平井 信行 先生



- ① 气象预报网络藤森副代表在授课
- ② 使用太阳能进行发电实验
- ③ 孩子们的感想作文
- ④ 环保带路人正讲解地球环境问题
- ⑤ 了解二氧化碳增多、地球就会变暖的实验
- ⑥ 孩子们在挑战环境问答比赛

教育的关注程度之高。

开始授课后，在半年时间里，收到授课学校教师和孩子们的来信超过400封，“我听说环境变坏了，也认为应该要做什么”、“我跟妈妈说，尽量不要产生垃圾”、“以后出去买东西要自己带袋子”等等，这些朴实的文字让相关人员都觉得教育活动取得了很大的效果。

### 进一步增加环境教育的机会 充实在日本国外的教育活动

夏普希望向更多孩子传达环境问题意识，培养孩子们环保的生活方式。因此，2007年度将大幅度增加环境教育活动的实施学校。环境安全本部专任的负责人（讲

师）从4人增加到8人，同时将全国营业和服务据点人员中挑选出来担任讲师一职的环保带路人从50人增加到110人。他们将和气象预报员一起一年在500所学校开展环境教育。

环保带路人是在兼顾营业和服务业务的同时开展活动的，他们同时还是各据点环境和CSR活动推进的核心人物，将扎根于当地的社会贡献活动当作新的职责，怀着使命感，努力开展活动。在实施授课之前，他们本身还要通过培训，认真学习环境问题以及如何与孩子们相处。

为了避免教育活动只停留在外出授课阶段，2007年4月开设了“WEB揭示板”，支援授课之后的意见交流、研究发表、共同研究等继续学习和学校之间的交流。参

#### 气象预报员之声

##### 努力成为让孩子们开心接受知识的讲师

为了让孩子们理解异常气象和地球变暖，首先要和他们做朋友。让他们参加问答比赛、用昵称称呼他们等等。让孩子们开心接受知识时感到很充实。我要努力成为优秀的讲师。



NPO法人气象预报网络副代表  
藤森 凉子 女士

#### 气象预报员之声

##### 传达不增加地球负荷的富裕生活信息

近年来地球变暖不仅增加了异常气象，还产生了生物存续相关的问题。但人类能够做到在不增加地球负荷的同时过着富裕的生活。

我希望与夏普一起为实现有益于地球的循环型社会目标，努力做好地球环境代言人。



NPO法人气象预报网络事务局长  
岩谷 忠幸 先生



① ② 正在做使用金属磁性分类的循环利用实验的环保带路人和孩子们。  
 ③ 正在讲授循环利用与资源问题  
 ④ SRC (马来西亚) 与“马来西亚女童军协会”Kedah 州支部”合作, 2005 年度开始对当地的女中学生开展环境教育活动。  
 ※ 马来西亚女童军协会: 1916 年设立。加盟于“世界女童军协会”的少女训练团体。

加的学校得到 ID 和密码即可进入, 通过该网站可持续支援环境教育。

今后, 夏普还将加强在日本国外的环境教育。迄今为止, 夏普的日本国外据点中, 英国、印度尼西亚、菲律宾等有开展环境教育的实绩, 2005 年度, 夏普在马来西亚的制造公司 SRC<sup>※</sup>也开始在当地的初中开展环境教育。今后还将充实针对日本国外的教育内容, 计划横贯各据点展开活动。

夏普在执著于“可持续发展的产品制造”的同时, 通过环境教育, 协助更多的孩子培养环保的生活方式, 为建设可持续发展的社会做出贡献。

※ SRC: 马来西亚夏普—乐声公司, 生产 AV 机器。

### 环保带路人之声

#### 与孩子们约定从身边的事情做起

授课时, 针对环境问题, 与孩子们约定好从身边的事情做起, 不断努力。通过更好的生活提案或服务活动不断为社会做出贡献, 这是生产企业营业的使命, 不过除了提供产品以外, 还能够像这样通过环境教育活动为地区社会做出贡献, 对比我感到很骄傲。



夏普电子市场(株) 广域第四统辖 课长 诹访 靖则

### 担当者之声

#### 大家都喜欢我这个“循环利用先生”



环境安全本部 环境社会贡献部 主事 中井 刚男

气象预报员用“循环利用先生”介绍我时, 孩子们都用充满期待的表情迎接我。我认为环境教育活动在开心地进行实验和问答比赛的同时, 能够促使孩子们开始对环境进行思考。

#### 孩子们的想法有时会令我惊奇

讲授太阳能电池时, 孩子们说出了各种自己的想法, 例如“要是可以装在路轨上发动电车”、“要是埋进沥青里”等等。有时还有些想法让我认为要“与技术人员讨论一下”。这些课程如能对孩子们将来选择专业方向发挥作用将是非常高兴。



环境安全本部 环境社会贡献部 主事 深田 千晃



# 环境与夏普

以环境先进企业集团为目标

作为经营方针所开展的环境先进活动 .....	25
超级环保管理的推进 .....	27
环境会计 .....	29
事业活动与环境的关系 .....	30
超级环保技术的开发 .....	31
超级环保产品、电子元器件的创造 .....	33
超级环保工厂的实现 .....	35
抑制温室效应气体的排放 .....	36
抑制废弃物的排放及再资源化 .....	37
化学物质的恰当管理和风险管理 .....	38
环保性物流、包装 .....	39
超级环保循环利用的开展 .....	40
环境交流的推进 .....	41



# 作为经营方针所开展的环境先进活动

在环境基本理念之下，根据夏普集团企业行动宪章及夏普行动规范中规定的环境方针，在企业活动的各个方面致力于环境保护。特别是从2004年度以来，将中期品牌目标设定为“环境先进企业”，通过超级环保战略的推进，努力构筑实现企业蓝图和“可持续发展的产品制造”的体制。

## 中期品牌目标“环境先进企业”

从2004年度开始，作为经营基本方针将中期品牌目标设定为“环境先进企业”，同时又制定了企业蓝图“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”，为了进一步提高环境的先进性，正在全球推进“超级环保战略”。

## 主要目标及2006年度的实际成绩

中期品牌目标设定为“环境先进企业”，提出这一目标之后的第3年，即2006年度，迎来了各种举措的收获期。

首先在环境技术方面，塑料的CMR（自循环型材料循环利用）顺利发展，在AQUOS壳体上新采用了可以CMR的材料，为将来奠定了基础。另外，还开发出新速干性植物类树脂涂料，并且扩大了其应用范围。

其次，在产品、电子元器件方面，4种环保产品和电子元器件达成了销售构成比例的目标。为使环境性能达到相当高的水平，今后还将在引进LCA专门技术的“产品环境综合评估系统”评估指标上进一步研究目标设定。

还有，在日本国外工厂的环境负荷降低活动更加显著。到2007年度全部实现环保工厂的目标加速了措施的实行。所有的日本国内工厂全部成为环保工厂以上的工厂。

其他，在构筑综合管理系统、关西循环系统(株)第二工厂开始投产以及开展小学环境教育等方面，其成果也是非常瞩目的。

作为贡献于构筑可持续发展社会的环境先进企业的体制，以产品制造为中心，正在顺利地逐步完善。

### 环境基本理念

满怀诚意和创意，创建“有益于人类和地球的企业”

### 夏普集团企业宪章

#### 为地球环境保护做贡献

在加强开发可为地球环境保护做出贡献的独自技术的同时，开发顾全环境的产品并开展环保事业活动，进一步担负起环境保护的责任。

### 夏普行动规范

#### 为地球环境保护做贡献

1. 为了环境保护
2. 为了开发环保性产品、服务及推进事业活动

活动划分	课题	重点推进的项目
环境经营	环境管理系统	扩大夏普独自的环境管理系统(S-EMS)的运用
		推进ISO14001认证取得
		取得综合管理系统※1
		实施交叉监查
策划、设计	确立3R技术	促进塑料自循环型材料循环利用
		确立液晶电视循环利用技术
	开发环保产品	扩大环保标志产品的销售构成比例※2
		扩大超级环保产品的销售构成比例
开发环保电子元器件	扩大环保电子元器件的销售构成比例※3	
	扩大超级环保电子元器件的销售构成比例	
生产	促进环保工厂化	实现环保工厂(GF)及超级环保工厂(SGF)
		减少二氧化碳的排放量(产量基本单位)
	抑制温室气体排放	减少废弃物的排放量(产量基本单位)
		降低有害化学物质的风险
物流	减少因物流而产生的二氧化碳	在日本推进运输形态的转换
循环利用	废旧产品的循环利用	扩大循环利用系统的范围

※1 综合管理系统是同时改善环境负荷和品质的系统。

※2 环保标志产品的销售构成比例中包括超级环保产品的销售。

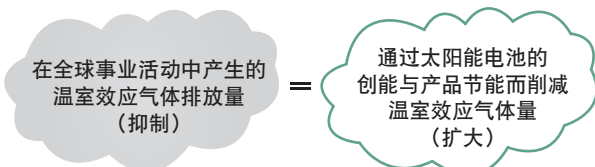
※3 环保电子元器件的销售构成比例中包括超级环保电子元器件的销售。

※4 废弃物等排出量是在废弃物排出量的基础上加上有价值数量。

※5 实质产量基本单位(t-CO<sub>2</sub>/亿日元)=CO<sub>2</sub>排放量(t-CO<sub>2</sub>)÷(生产量(亿日元)÷日银公布的日本国内企业物价指数：电器产品部门)

## 企业蓝图

“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”



一方面尽可能抑制“夏普在全球事业活动中所排放的温室效应气体量”，另一方面积极扩大“通过夏普生产的太阳能电池创造能源并通过产品的节能能源效果降低温室效应气体的排放量”，预计到2010年温室效应气体量的削减量将可望高于排放量。

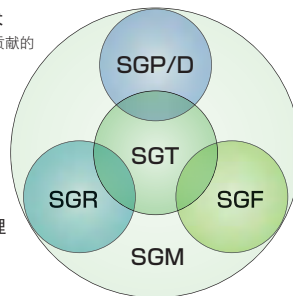
※ 详细内容请看第11页。

## 以实现环境先进企业为目标的“超级环保战略”

**SGT 超级环保技术**  
开发为环境保护做出贡献的独自环境技术

**SGR 超级环保循环利用**  
促进资源循环的废旧产品的循环利用

**SGM 超级环保管理**  
提高环境经营水平的独自管理模式



**SGP / D 超级环保产品、电子元器件**  
创造环境性能高的产品、电子元器件

**SGF 超级环保工厂**  
实现环保性能强、从当地获得信赖的工厂

自我评估 ◎：超目标达成 ○：按目标达成 △：达成率80%以上 ×：达成率不到80%

2006年度目标	2006年度实际成绩	自我评估	2007年度目标	2009年度目标
在国外10家生产型事业所引进S-EMS	在国外12家生产型事业所引进S-EMS	◎	在国外22家生产型事业所引进S-EMS	国内外所有生产型事业所完成引进
在国外的所有非生产型连结分公司(累计21家)完成取得认证	1家未完成	×	国外的所有非生产型连结分公司完成取得认证	—
日本国内2家生产型事业所取得	日本国内2家生产型事业所取得	○	日本国内累计6家生产型事业所取得	日本国内累计6家生产型事业所、国外11家生产型事业所取得
在国外3家生产型事业所实施	在国外3家生产型事业所实施	○	在国外累计10家生产型事业所实施	在国外同种产品的生产工厂相互实施
向新产品中投入再生塑料的量达到600t	投入约620t	◎	投入800t	投入1,000t(2008年度目标)
实施液晶屏的钢回收技术的实际验证试验	实际验证液晶屏的钢回收技术	○	验证研究液晶电视的循环利用技术	研究液晶电视循环利用技术的实用化
环保标志产品的销售构成比例为85%	约93%	◎	90%以上	90%以上
超级环保产品的销售构成比例为30%	约49%	◎	50%	60%
环保电子元器件的销售构成比例为65%	约73%	◎	75%	85%
超级环保电子元器件的销售构成比例为10%	约12%	◎	15%	20%
国内：夏普(株)生产型事业所：10 SGF 5 GF 5 国内分公司·下属公司：7 GF 5	国内：夏普(株)生产型事业所 SGF 5 GF 5 国内分公司·下属公司 GF 7	◎	夏普(株)生产型事业所全部实现超级环保工厂(SGF) 日本国内外生产型事业所(分公司·下属公司)全部达到环保工厂(GF)以上	推进新的SGF措施
国外：生产型事业所：22 SGF 1 GF 14	国外：SGF 3 GF 12	◎		
国内：商品事业所比上一年度减少2%(每年度) 电子元器件事业所比上一年度减少5%(每年度)	国内：商品事业所比上一年度减少约12% 电子元器件事业所比上一年度增加约1%	△	国内：商品事业所比上一年度减少2%(每年度) 电子元器件事业所比上一年度减少5%(每年度)	国内：(2010年度目标)按实质产量基本单位 <sup>※5</sup> ，比1990年度减少28%
国外：所有生产型事业所 比上一年度减少2%(每年度)	国外：所有生产型事业所 比上一年度减少约14%	◎	国外：所有生产型事业所比上一年度减少2%(每年度)	
国内：按产量基本单位，将废弃物排出量 比上一年度减少3%(每年度)	国内：按产量基本单位， 比上一年度增加约11%	×	国内：按产量基本单位，将废弃物排出量比上一年度减少3%(每年度)	
国外：按产量基本单位，将废弃物等排出量 <sup>※4</sup> 比上一年度减少2%(每年度)	国外：按产量基本单位， 比上一年度减少约19%	◎	国外：按产量基本单位，将废弃物等排出量比上一年度减少2%(每年度)	
在夏普(株)生产型事业所，排放风险 比2003年度降低55%以上	比2003年度降低约58%	◎	比2003年度降低60%	比2003年度降低60%以上 (2008年度目标)
日本国内铁路货物运输(集装箱运输)1,050个/月 日本国内二氧化碳排放量减少4,400t-CO <sub>2</sub>	1,263个/月 约5,327t-CO <sub>2</sub>	◎	1,300个/月	1,600个/月
强化日本国内废旧家电循环利用	提高再产品化率 (家电四大产品全部比上一年度提高3个百分点)	○	对应扩大产品种类化率	

# 超级环保管理的推进

在开展先进的环境活动中起着核心作用的环境安全本部在全公司的环境经营推进体制基础上，通过构筑与战略经营管理系统相结合的“综合管理系统”、推进环境教育等措施，继续强化环境经营水平及提高员工的环保意识。

2006年度目标	2006年度实际成绩	2007年度目标	2009年度目标
在国外10家生产型事业所引进S-EMS	在国外12家生产型事业所引进S-EMS	在国外22家生产型事业所引进	国内外所有生产型事业所完成引进
在国外的所有非生产型连结分公司(累计21家)完成ISO14001认证取得	1家未完成	国外的所有非生产型连结分公司完成取得认证	—
日本国内2家生产型事业所取得综合管理系统	日本国内2家生产型事业所取得	日本国内累计6家生产型事业所取得	日本国内累计6家生产型事业所、国外11家生产型事业所取得
在国外3家生产型事业所实施交叉巡查	在国外3家生产型事业所实施	在国外累计10家生产型事业所实施	在国外同种产品的生产工厂相互实施

## 以环境安全本部为中心的环境经营推进体制

在夏普环境经营中发挥核心作用的环境安全本部，在负责环境问题的议长主持下召开“全球环境统辖会议”，负责审议并决定全公司的环境方针、战略、目标等重要项目。此外，可以召开“全公司GP(环保产品)/GF(环保工厂)推进会议”，就产品及工厂相关的具体环境推进政策进行审议。

另外，在世界四个地区召开“地区环境会议”，贯彻各据点的环境方针、战略、目标的同时，就各据点报告的事例及特定主题进行重点审议。

环境安全本部与各据点的环境负责部门在保持相互紧密联系的同时，可随时成立发起项目小组等，在特定主题下选择课题或推进政策措施立案。

## 构筑与战略经营管理系统相结合的综合管理系统

本公司自2004年度起开始引进基于“平衡计分卡<sup>※1</sup>”这一经营手法的独自的战略经营管理系统(eS-SEM<sup>※2</sup>)。该系统是将全公司战略细分到各组织及个人，明确每一个员工的目标，同时把握目标达成率，以评估对公司经营的贡献度。因此，目标的可行性提高，全公司的战略能取得相应成果。

另一方面，夏普一直以来都致力于贯彻执行环境法规，进一步充实环境措施，推进独自的环境管理系统(S-EMS<sup>※3</sup>)的引进。S-EMS是在ISO14001的基础上增加了夏普独自管理项目(49个项目)的同时，定期将运用成果报告给环境安全本部而制定的环境管理系统。

在此之前，eS-SEM、S-EMS和QMS(品质管理系统)三个系统分别在公司内部独立使用，但为了提高经营精度和效率，构筑与S-EMS和QMS相结合的综合管理系统(综合MS)，

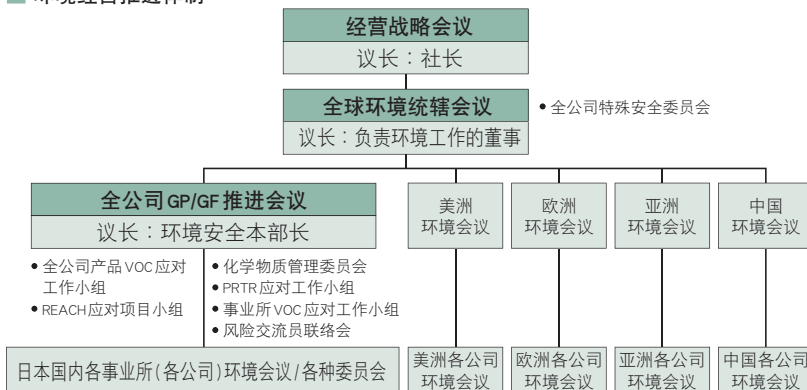
并将该系统与eS-SEM结合，运用其中的一部分。(参照第28页的图“综合管理系统的构筑”)

通过构筑与eS-SEM集成的综合MS，有望获得两大成果。其一，有望沿着全公司的经营目标，削减企业活动中产生的温室效应气体的排放、降低不良品率等，提高生产能力，降低风险。其二，通过将S-EMS和QMS的各项独立措施转变为用以达成全公司经营目标的措施，可以实现经营资源的最佳配置。

2006年度，广岛和八尾2个事业所率先构筑了综合MS。2007年度，计划在日本国内累计6个生产型事业所构筑综合MS。

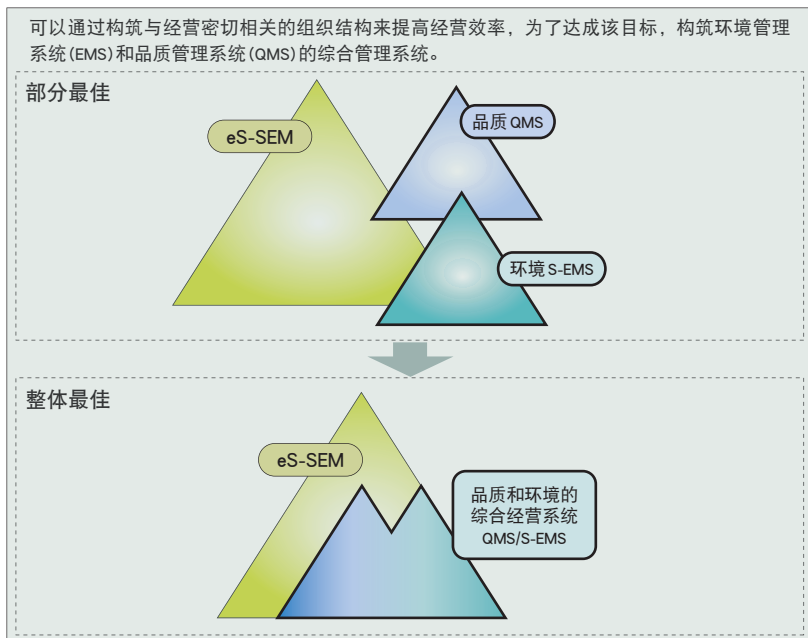
- ※1 平衡计分卡：90年代初，美国哈佛大学的R.卡普兰教授和D.诺顿教授提倡的经营管理手法
- ※2 eS-SEM：夏普战略经营管理系统(e-SHARP Strategic Enterprise Management)
- ※3 S-EMS：夏普环境管理系统(Sharp-Environmental Management System)

### 环境经营推进体制



2007亚洲环境会议(泰国)

## 综合管理系统的构筑



一直以来，由各系统分别设定个别目标(部分最佳)，例如S-EMS设定的目标是“削减废弃物”，QMS设定的目标是“降低故障率”。而综合MS，采取例如查找废弃物及产品故障原因的“提高良品率”等措施，通过以事业经营计划为中心设定同时改善环境负荷及品质的目标(整体最佳)，可能获得巨大成果。另外，还有望通过综合管理来获得文件精简、业务集中、审查时间缩短等效果。

## 实施交叉监查

一直以来，由日本国外的各生产型事业所分别实施内部监查。在此基础上，从2006年度开始，为了提高内部监查员的能力和事业所的监查水平，引进了已在日本国内生产型事业所实施的在多个事业所间交换内部监查员的“交叉监查”制度。

2006年度，在中国的3个事业所，拥有ISO14001和环境关联设施专业知识的多名监查员对其他事业所实施了监查。监查结果被报告给事业所经营者，并构筑了切实实施改善政策的体制。通过交叉监督，不仅加强了以各事业所为单位的环保活动，还提高了监查员的能力，实现了知识的共享，完善了可高精度、高品质实施监查的体制。

今后，将在中国其他3个事业所以及东南亚、欧美开展同样的监查。

## 推进环境教育、培训

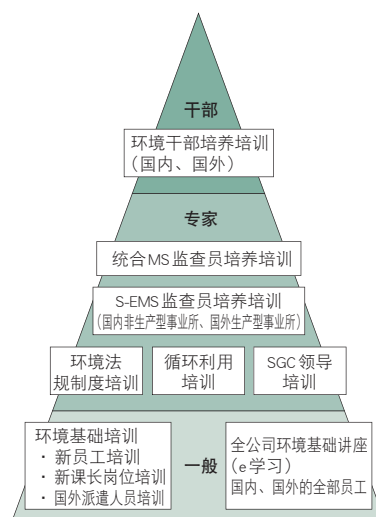
夏普有体系地推进分为三个课程的环境教育、培训。

- ①干部：目标在于学习横跨技术、产品、生产等各领域的综合性知识，培养作为环境经营核心领导的能力。
- ②专家：目标在于学习环境法规制度和专业能力。
- ③一般：目标在于学习环境基础知识和提高环境意识。

从2006年度开始，为了培养掌握环境各领域专业知识的领导，对“干部”课程的加上了“专门讲座”。

专门讲座首先要提出与业务紧密相连的主题(环境设备、节能、废弃物处理、化学物质管理、操作安全)，然后由公司内部、外部讲师开展讲授、现场实习和分组讨论。2006年度，在6个事业所开设了这种讲座。

## 环境教育·培训体系



循环利用培训中的空调拆解实习

## 环境会计

夏普为了准确掌握环境保护相关成本和效果,以有利于环境经营实践,自1999年度起引进了环境会计。从2005年度起,采用了按照环境省的“环境会计指导方针2005”所规定的公布方式。

### 环境保护成本的推移

环境保护投资额约达31亿日元,比上一年增加了30%。环境保护经费伴随着下一代燃料电池和环保性生产技术研究开发费用、生产扩大所带来的废弃物的处理费用以及防止公害费用等的增加,比上一年增加了30%,约达到153亿日元。

### 经济效果的推移

实际效果主要是节能政策以及回收利用排水的进展成果,约达到43亿日元(比上一年度增加了70%),其结果高于在致力于节能、龟山工厂引进太阳能发电系统和同时供电供热系统所需的抑制温室效应气体排放的费用。

环境活动分类 ( )内:根据环境省制定的“环境会计指导方针”所进行的分类		环保成本 (百万日元)		经济效益 (百万日元)		环保效果			参考 页码
		投资额	费用	实际效果	预测效果	物理效果		预测效果	
环境经营 (管理活动)	<ul style="list-style-type: none"> <li>运用环境管理系统</li> <li>推进环境经营</li> <li>环境教育活动</li> </ul>	10 (0.5)	1,509 (1,337)	—	—	推进环境经营			27 · 28
						环境教育 听课人数	干部 101名 专家 430名 一般 440名	— — —	
计划·设计 (研究开发)	<ul style="list-style-type: none"> <li>太阳能发电的研究开发</li> <li>促进再生塑料的自循环型材料循环利用</li> <li>环境基础技术研究开发</li> <li>植物类树脂涂料的开发</li> </ul>	—	2,005 (1,006)	—	35,129 (21,894)	提供环保性产品 (百万日元)			9 · 14 · 31 · 34
						环保标志产品销售构成比例	92.5%	—	
						超级环保产品销售构成比例	48.6%	—	
						太阳能发电总发电量	1,322GWh	30,411	
						(同上) CO <sub>2</sub> 排放抑制量	562千t-CO <sub>2</sub>	731	
						节能产品节省的电量	169GWh	3,893	
抑制温室效应 气体的排放 (地球环境保护)	<ul style="list-style-type: none"> <li>引进PFC类除害装置</li> <li>设置太阳能发电</li> <li>节能设备的引进</li> </ul>	1,027 (391)	1,568 (1,610)	2,018 (1,340)	1,121 (2,852)	通过减少电力、燃料的使用抑制温室效应气体的排放(百万日元)			15 · 16
						CO <sub>2</sub> 排放削减量	89千t-CO <sub>2</sub>	116	
						PFC类排放削减量	773千GWPt	1,005	
减少废弃物的排放 及再资源化 (资源循环)	<ul style="list-style-type: none"> <li>推进减少废弃物排放及有价物化</li> <li>水的循环利用</li> </ul>	135 (263)	5,044 (3,435)	2,288 (1,096)	—	废弃物再资源化、恰当处理			35 · 38
						废弃物再资源化量	153千t	—	
						水的循环利用量	16,983km <sup>3</sup>	—	
防止公害 (防止公害)	<ul style="list-style-type: none"> <li>设置排气脱酸涤气塔</li> <li>引进特殊气体排放处理系统</li> </ul>	1,908 (1,719)	5,150 (4,289)	—	—	遵守环境相关法律法规 防止大气污染、水质污染、噪音、振动 推进风险管理 化学物质的恰当管理及抑制排放 降低土壤污染风险			39 · 40
						废旧电脑资源循环利用量	22t	—	
循环利用·物流 (上·下流)	<ul style="list-style-type: none"> <li>推进废旧产品的回收·循环利用·恰当处理</li> </ul>	0 (0)	12 (71)	24 (54)	7 (15)	恰当处理废旧产品的回收、循环利用			39 · 40
						废旧复印机再资源化重量	2,685t	—	
						废旧四大家电再资源化重量	37,967t	—	
						降低物流环节的环境负荷 (百万日元)			
社会方面	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展社会贡献活动</li> </ul>	0 (0)	49 (60)	—	—	环境社会贡献活动			53 · 54
						参加SGC活动的员工人数	总计28,678人	—	
合计		3,080 (2,374)	15,337 (11,808)	4,330 (2,490)	36,257 (24,761)	※ 下行中( )内为上一年度的实际数值			

### 术语说明

(环境保护成本)

环境保护活动所需的各种经费、人工费、投资及随之产生的折旧费

(经济效果)

作为环境保护活动的结果,将对社会以及企业所作的贡献用货币的形式来表达

实际效果:节能措施、水的循环利用等所节约的费用和有价物的销售收入等可直接用金额来掌握的经济效果

预测效果:本公司将根据温室效应气体的削减效果、太阳能发电以及使用节能产品的节电效果,按以下条件进行金额换算。

(1) 削减温室效应气体排放量的金额换算:1t-CO<sub>2</sub>的金额为1,300日元

(2) 太阳能发电以及节能产品实现的节电量的金额换算:23日元/kWh

### 统计对象范围

夏普(株)的栃木、八尾、广岛、奈良、葛城、福山、三重、天理、三原、龟山的各事业所、田边大厦、总公司大厦以及夏普制造系统(株)、夏普新泻电子工业(株)等全部14家日本企业(公司)

### 统计对象时间

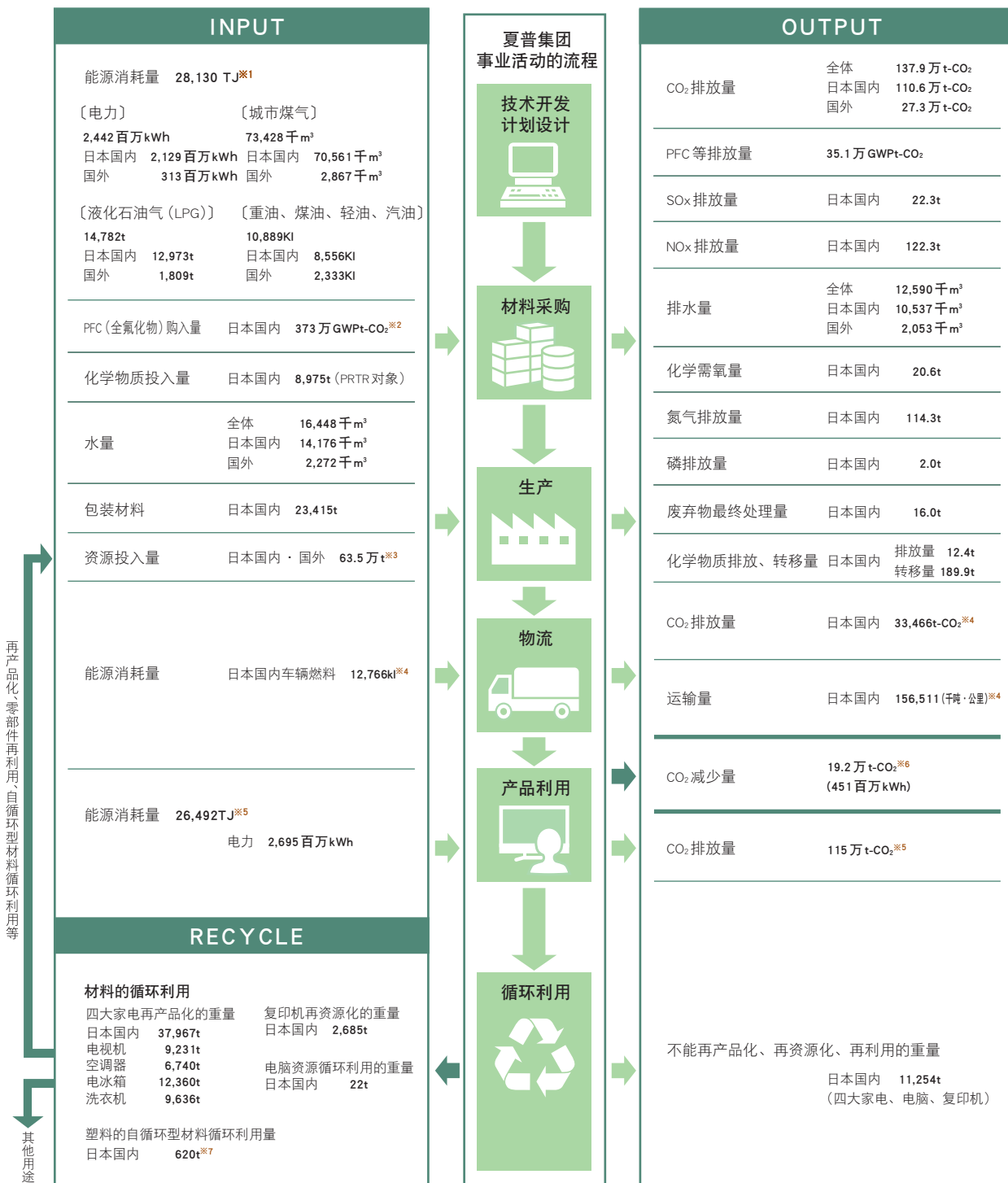
2006年4月1日~2007年3月31日

### 参考指导方针

日本环境省“环境会计指导方针2005年版”

### 事业活动与环境的关系

夏普在根据各项数据正确地掌握事业活动与环境的关系的基础上，展开环境经营。通过将事业活动中各个阶段的现状数据，应用于活动决策的起草和成果分析、评价，以图有效地降低环境负荷。



※1 TJ=10<sup>12</sup>J  
 ※2 地球变暖系数。将对地球变暖的影响程度换算成CO<sub>2</sub>重量的值。  
 ※3 2006年度出产的15种产品重量(推算)和生产型事业所废弃物发生量的合计。  
 ※4 速报值  
 ※5 根据2006年度出产的主要14种产品1年中排出的CO<sub>2</sub>量、能源消耗量进行推测。在各产品的耗电量基础上计算得出。  
 ※6 根据2006年出产的太阳能电池的1年中发电量(kWh)、及CO<sub>2</sub>削减量(t-CO<sub>2</sub>)  
 ※7 详细内容请参阅第31页。

# 超级环保技术的开发

为了实现“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”这一企业蓝图，提高产品和电子元器件的环境性能，以减少生产负荷，必须要开发优秀的环境技术。夏普将重要度较高的环境技术做为“独一无二环境技术”，以全公司的技术开发战略为基础来推进开发。

2006年度目标	2006年度实际成绩	2007年度目标	2009年度目标
推进塑料自循环型材料循环利用 向新产品中投入再生塑料的量达到600t	向新产品投入 约620t再生塑料	投入量800t	投入量1,000t(2008年度目标)
实施液晶屏的回收利用技术的实际验证试验	实际验证液晶屏的 回收利用技术	验证研究液晶电视的 循环利用技术	研究液晶电视循环利用技术的 实用化

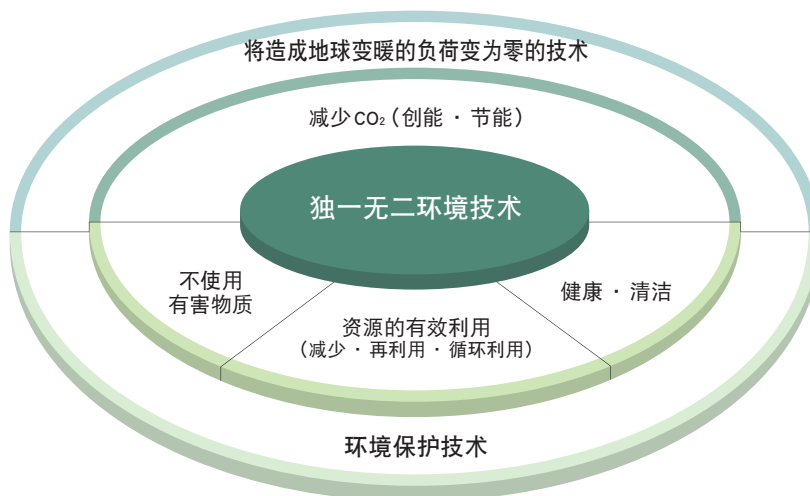
## 独一无二环境技术的开发

夏普在“减少CO<sub>2</sub>”、“资源的有效利用”、“不使用有害物质”、“健康·清洁”四个方面推进对环境技术的研究开发。

其中，“独一无二环境技术”作为提高产品·电子元器件环境性能、降低工厂环境负荷以及循环利用的保护地球环境的核心技术，以全公司的技术开发战略为基础来推进开发。

“超级环保技术”就是在此类措施中产生的。

## 创造超级环保技术的独一无二环境技术开发领域



## 塑料的自循环型材料循环利用技术的开发

2001年，夏普和西关RECYCLING SYSTEMS(株)共同将“自循环型材料循环利用”技术应用到实践中，将从四大家电<sup>※1</sup>中回收的废塑料再次循环用作新家电产品的材料，截止2006年度，再生塑料的使用量累计达到1,950t。

2006年度，除了“开发废洗衣机脱水槽回收装置”以外，还开展了“开发聚苯乙烯系塑料循环利用技术”，再生塑料的使用量达到约620t。

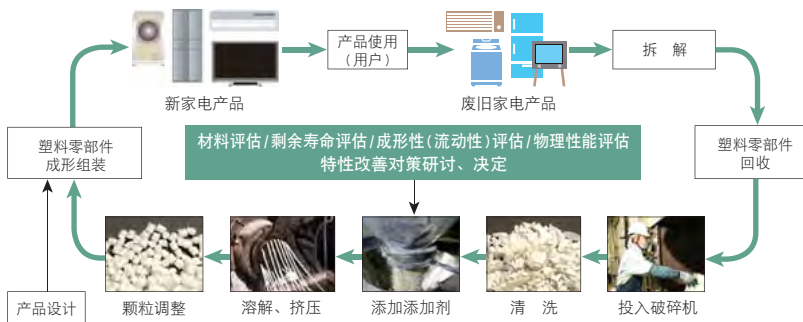
2008年度，计划将再生塑料的使用量扩大到1,000t。

※1 四大家电：空调、电视、冰箱、洗衣机



由西关RECYCLING SYSTEMS(株)扩大设置的树脂筛选线

## 塑料的自循环型材料循环利用、流程



## 塑料的自循环型材料循环利用的目标和实际成绩 (日本)

回收部件	材质	技术内容	再利用部件	循环利用材料的使用量 (t/年)							
				2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度 (目标)	
洗衣机	水槽	聚丙烯	·调整特性 ·改善寿命	洗衣机水槽	40	80	190	180	180	200	200
	脱水槽/平衡机	聚丙烯	·调整成形性 ·调整特性 ·改善寿命	冰箱部件	—	—	—	80	80	80	80
				冰箱部件	—	—	50	65	140	185	180
电视	外机壳	聚丙烯	·非阻燃性PP的筛选 ·改善寿命 ·改善耐热性	空调机部件	—	—	10	20	10	10	—
				冰箱部件	—	—	15	40	20	15	—
冰箱	蔬菜专用柜	聚丙烯	·调整特性 ·改善寿命	冰箱部件	—	—	—	35	90	120	150
	隔板	聚苯乙烯	·材料筛选 ·调整物性 ·改善寿命	冰箱部件 电视部件	—	—	5	—	—	10	100
冰箱/洗衣机	低品质PP部件	聚丙烯	·高纯度PP的分离、回收 ·调整特性 ·改善寿命 ·异物的不可视化	冰箱部件 洗衣机部件	—	—	—	—	—	—	90
合计					40	80	270	420	520	620	800



## 植物类树脂涂料的开发与实用化

夏普与关西涂料株式会社共同开发了以玉米为原料的植物类树脂涂料，并在2006年3月销售的液晶电视 AQUOS的支架部分开始使用。这也是世界上首次将植物类树脂涂料用于家电产品塑料零部件上的涂装技术。

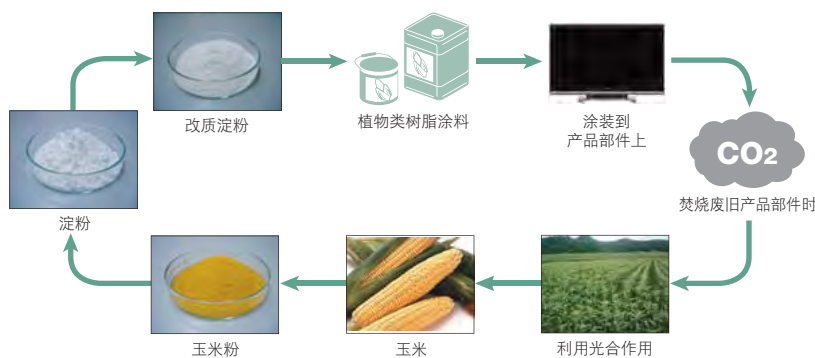
2006年度，进一步改进了这种植物类树脂涂料，使干燥时间缩短1/2，简化涂装工程，成功地开发出

速干性新型植物类树脂涂料并投入使用。这种涂料被率先应用到2006年10月以后销售的液晶电视 AQUOS<sup>※2</sup>的支架部分。

支架部分采用了速干性新型植物类树脂涂料(淀粉涂料)的液晶电视 AQUOS



### 植物类树脂涂料的循环示意图



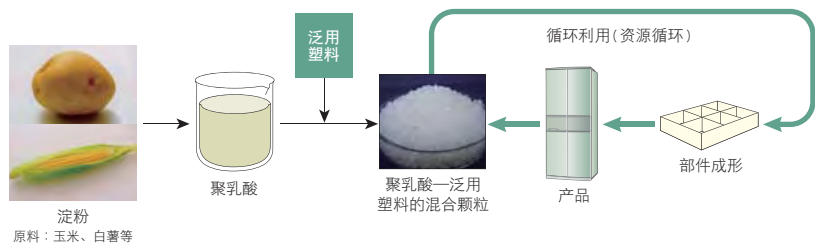
## 植物类塑料的利用技术

2006年度，应用夏普与STARLITE工业株式会社共同开发的、以玉米等为原料的植物类塑料和废塑料(聚丙烯)的混合技术，开发了植物类塑料(聚乳酸)和泛用塑料(聚苯乙烯)的混合技术。接着，通过对

其赋予耐用性，实现混合塑料的循环利用，有助于降低有限的石化资源的利用率。

今后还将开展评估试验等，以便尽早投入使用。

### 植物类塑料的循环利用



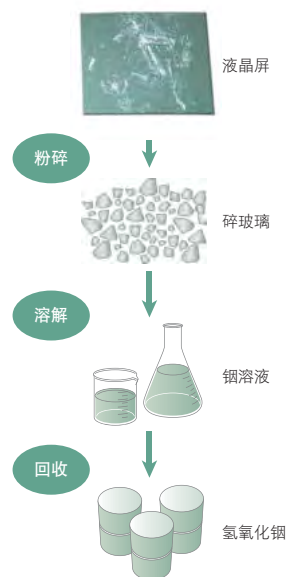
## 从废液晶屏回收、循环利用钨的技术

2006年度，与株式会社AQUA TECH共同开发了利用独自方法从液晶屏的透明导电膜<sup>※3</sup>回收、循环利用稀有金属钨的技术。

该技术是将液晶屏玻璃粉碎为碎玻璃状(细碎状态)，然后将碎玻璃表面上的钨溶解于酸中，利用激活钨的特性的分离方法回收钨。该方法无需施加高温、高压的大能量负荷，采用一般的药品，利用简单的流程便能回收高纯度钨。

※3 透明导电膜：设置在玻璃基板上的透明电极。对两张玻璃基板间密封的液晶材料施加必要的电压。从而可以通过液晶分子的移动来控制光的透过量。广泛利用导电性和光透过率高的氧化铟作为材料。

### 钨的循环利用示意图



# 超级环保产品、电子元器件的创造

夏普为了继续提高产品和电子元器件的环境性能，每年都修改指导方针，使得评估标准更加严格，同时设定更高的目标。2006年度，作为努力的结果，实现了环保标志产品和超级环保产品、环保电子元器件和超级环保电子元器件销售构成比例扩大目标。

2006年度目标	2006年度实际成绩	2007年度目标	2009年度目标
环保标志产品的销售构成比例为85%	约93%	90%以上	90%以上
超级环保产品的销售构成比例为30%	约49%	50%	60%
环保电子元器件的销售构成比例为65%	约73%	75%	85%
超级环保电子元器件的销售构成比例为10%	约12%	15%	20%

环保标志产品的销售构成比例中包括超级环保产品的销售，环保电子元器件的销售构成比例中包括超级环保电子元器件的销售。

## 将所有产品升级为“环保产品”

夏普将环保性产品称为“环保产品”，1998年度制定了基于“节能性”和“安全性”等7大概念并综合了开发、设计指针在内的“环保产品指导方针”，引进到日本国内外所有的设计、生产型事业所中。

在开发产品时，首先在企划设计阶段，按照从各个角度对环境性能进行评估的“环保产品标准书”设定具体的目标。然后，在试生产和批量生产阶段，对已设定目标的达成率进行判定。

2006年度，以实现44个项目中的90%以上做为环保产品的判定标准，所有新产品均能满足该标准。

### ■ 环保产品概念

- 节能** 能效比高、耗能少的产品  
削减耗电量和待机耗电量，  
提高制冷与制热效率
- 节省资源** 考虑节省资源化的产品  
削减产品和包装的材料用量，  
节省水和洗涤剂等资源
- 安全性** 可安全使用的产品  
谋求废除和削减对人体和环境  
有不良影响的物质
- 循环利用** 充分考虑循环利用的产品  
采用易于再次使用、  
再资源化的材料并实施材料标识
- 再生材料** 使用再生材料的产品  
采用塑料等再生材料，  
及零部件的再使用
- 长期使用** 充分考虑使用寿命的产品  
可升级的产品制造  
和易于修理的构造设计
- 拆解性** 充分考虑拆解性的产品  
易分离、易拆解的构造设计

## 环保标志产品与超级环保产品在日本的认定

从1998年度开始，在面向日本国内的产品中，将具有特别优秀环境性能的环保产品认定为“环保标志产品”，从2004年度开始，将环保标志产品中环境性能极高的产品认定为“超级环保产品”。

环保标志产品必须满足“环境对外表示标准”中至少一项和“环境性能评估标准”必备4项目，在“环境性能评估标准”的100分中，至少要

取得70分以上；超级环保产品在此基础上还要满足“取得环保标签(Eco-Label)”的条件，并且在“环境性能评估标准”的100分中，至少要取得90分以上。

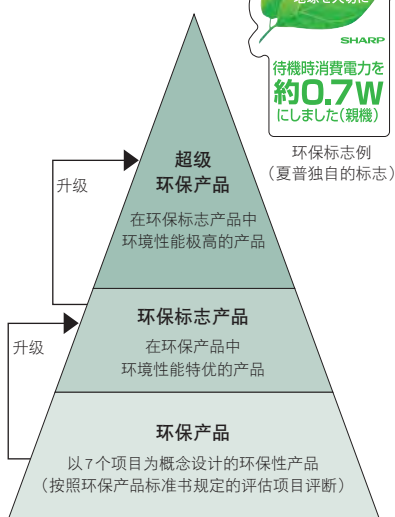
2006年度，环保标志产品及超级环保产品都实现销售构成比例目标。今后计划进一步提高销售构成比例。

### ■ 2006年度环保标志产品和超级环保产品的评估·认定标准

项目	环保标志产品	超级环保产品
I 环保性能	· 达到“环境对外表示标准”中1项以上的要求	· 与其他制造厂商的产品相比，具有压倒性的优质环保性能
II 环保性能评估标准 (满分100分)	· 达到环境性能评估标准必备4项目的要求	· 达到环境性能评估标准必备4项目的要求 · 取得环保标签(Eco-Label)
	对应地球变暖 低耗电量、 高能效比等 20分	资源的有效利用 循环利用设计、 节省资源等 20分
	70分以上	90分以上

条件是必须完全达到I、II的要求。

### ■ 夏普环保产品



### ■ “环境性能评估标准”必备4项目 (2006年度)

项目	详细
节能	· 耗电量或待机耗电量等均低于原机型等
3R	· 易于分离和拆解，或可以升级
安全性	· 完成对应RoHS指令 · 不含夏普禁用物质 · 不使用Ni-Cd电池
包装	· 废止发泡苯乙烯 (产品重量为10kg以下的产品) · 增加循环利用材料的使用比例，或者包装材料的使用总量低于原机型 (产品重量为10kg以上的产品)

## 环保电子元器件和超级环保电子元器件的认定

夏普将顾全环境的电子元器件称为“环保电子元器件”，从2004年度起，开始运用以“节能性”和“循环利用性”等7大概念为基础、并综合了开发、设计指针在内的“环保电子元器件指导方针”。另外，从2005年度开始，将环保电子元器件中环境性能极高的电子元器件定位为“超级环保电子元器件”。

在企划设计阶段，从各个角度考虑到环保性能，按照“环保电子元器件标准书”设定具体的目标。然后，在试生产和批量生产阶段对其目标的达成率进行判断。

环保电子元器件将达到“环境性能评估标准”20个项目(其中必备项目有9项)中的90%以上作为认定标准。超级环保电子元器件将环保电子元器件的“环境对外表示标准”中的至少一项以上必须为行业第一或行业首创，并且将达到“环境性能评

估标准”的20个项目(其中必备项目10项)中的95%以上作为认定标准。

2006年度，环保电子元器件及超级环保电子元器件都实现销售构成比例目标。今后计划进一步提高销售构成比例。

### ■ 环保电子元器件概念

<b>节能</b>	应降低耗电量， 待机耗电量应低于原机型
<b>循环利用</b>	应使用标准化塑料， 且易于分离、拆解等 (对象：液晶电子元器件)
<b>节省资源</b>	重量和体积应低于原机型
<b>环保材料</b>	实施零部件、材料含有化学物质 管理及不含夏普标准中的禁用物质
<b>长寿命化</b>	可通过更换零部件、 耗材而延长寿命等 (对象：液晶电子元器件)
<b>包装</b>	削减包装材料等
<b>信息公布</b>	可公布有关 化学物质的信息

### ■ 环保标志产品环境对外表示标准 (2006年度)

项目	详细
节能 创能	耗电量 · 各类产品的耗电量均为行业内领先水平 待机耗电量 · 各类产品的耗电量均为行业内领先水平 · 0.1W以下(遥控器类待机产品) · 1.0W以下(电话机、传真机、电脑) 创能 · 转换效率达行业内领先水平
3R	运转时节省资源 · 各类产品均为行业内领先水平 (节约水、洗涤剂) 小型化/轻量化 · 各类产品均为行业内领先水平 · 比原机型削减30%以上 循环利用材料 · 采用材料循环利用技术， 使用可循环利用的材料
安全性	环保材料 · 废除卤类阻燃材料，用聚氯乙烯替代 · 使用地球变暖系数低的制冷剂
环保标志 (Eco-Mark)	取得环保标志(Eco-Mark) · 取得财团法人日本环境协会认定的 环保标志(Eco-Mark)
其他	独自技术 · 行业首创、或本公司独自 技术开发的环境产品

## 在全球推广产品 环境综合评估系统

夏普自2006年4月开始，在日本国内的所有产品、电子元器件事业本部运用“产品环境综合评估系统”，该系统融合了至今为至积累的环保性产品、电子元器件开发、评估相关的经验和寿命周期影响评估(LCA)经验。通过运用该系统，提高了产品开发流程的效率、实现了设计技术及开发数据的一元化管理和LCA手法的标准化等。

在产品开发体制的全球化进程中，为了对全公司的产品环境数据开展一元化管理，确保遵守环境法规，进一步促进环保性能设计，自2007年3月对日本国外据点开始推广引进该系统。计划于2007年度内在日本国外的所有开发据点开始运用这一系统。

## 推进环保采购

夏普在2000年度制定了“环保采购指导方针”，与零部件·材料的供应企业携手从零部件·材料水平方面积极推进提高环保性能的措施。

2003年度开始，制定了“零部件、材料含有化学物质调查手册”，对于根据在日本环保采购调查标准化协会(JGPSSI)<sup>※1</sup>上决定的调查对象物质的，在对化学物质含有情况进行调查的同时，开始对应RoHS指令<sup>※2</sup>。对于该指令的对应，面向欧洲的所有产品已于2005年年底完成，而2005年年底之前，除一部分地区外的新产品已完成对应。

2006年度，根据“环保采购指导方针”和“零部件、材料含有化学物质调查手册”，开始在日本国内利用WEB系统进行调查。并依次对日本国外的供应商召开说明会，推广该调查回答系统。2007年，计划完成该调查回答系统的全球推广活动。

※1 环保采购调查标准化协会：由包括本公司在内的电气·电子产品生产企业。中心的86家有志企业及5个团体构成，是一个旨在推进零部件、材料中含有的化学物质调查实现标准化的协会。

※2 RoHS指令：关于“电气·电子产品中含有的特定有害物质的使用限制”的EU指令。自2006年7月1日以后，投入EU市场的新电气·电子产品，将禁止使用铅、水银、镉、六价铬、聚溴联苯(PBB)、聚溴二苯醚(PBDE)。

# 超级环保工厂的实现

夏普正有计划地在全世界生产型事业所中进一步开展提高环保性能的活动，以其独自的评估标准为依据，分别将环保性能高的工厂认定为环保工厂，将环保性能极高的工厂认定为超级环保工厂。计划到2007年度，夏普集团在日本国内外的所有生产型事业所全部都能超过环保工厂的要求。

2006年度目标	2006年度实际成绩	2007年度目标	2009年度目标
夏普(株)生产型事业所：10 ● 超级环保工厂 5 ● 环保工厂 5	超级环保工厂 5 环保工厂 5	使全部工厂成为超级环保工厂	推进新SGF政策
日本国内生产型事业所(分公司·下属公司)：7 ● 环保工厂 5	环保工厂 7	使全部工厂成为环保工厂以上	
国外生产型事业所(分公司·下属公司)：22 ● 超级环保工厂 1 ● 环保工厂 14	超级环保工厂 3 环保工厂 12	使全部工厂成为环保工厂以上	

## 使全部工厂成为环保工厂

夏普将具备了高水平的环保性能工厂称为“环保工厂”，制定了以10种概念为基础、总结了基本方针和知识的“环保工厂指导方针”。日本国内从1999年度开始，日本国外从2001年度开始将其引进到所有生产型事业所。

为了树立环保工厂的形象，从2003年度开始，夏普融合环境评估的设想，设定了“满足第三者要求，赢得地区社会信赖的工厂”=“超级环保工厂”，并设定了评估标准，开始采取公司内部认定措施。

### 环保工厂概念

温室效应气体	将温室效应气体的排放降至最低
能源	将能源消耗降至最低
废弃物	将废弃物的排放降至最低
资源	将资源消费降至最低
化学物质	将化学物质引起的环境污染或事故风险降至最低
大气、水、土壤	将对大气、水、土壤的环境负荷降至最低
自然共存	致力于维护和恢复企业内外的自然环境
地区共存	力图与当地社会共存
环境意识	提高员工的环境意识
信息公布	公布有关环境的信息

## 环保工厂和超级环保工厂的认定

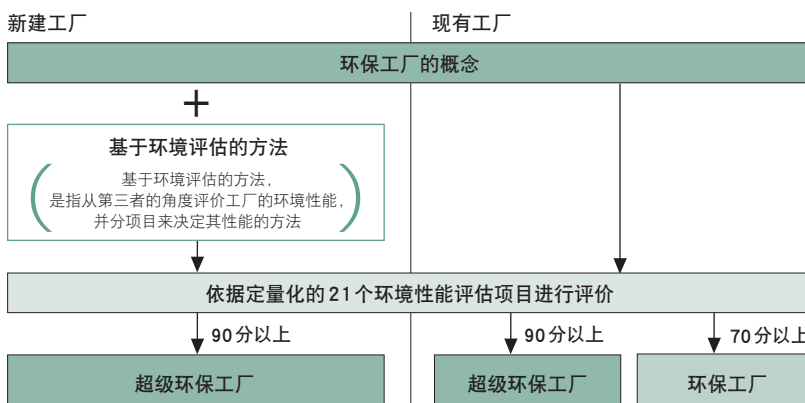
依据量化后的环境性能评估项目进行评估，将100分满分中获得70分以上的工厂认定为环保工厂、90分以上的工厂认定为超级环保工厂。

计划到2007年度，夏普(株)所有生产型事业所都能成为超级环保

工厂，集团所有生产型事业所都能超过环保工厂的要求。

2006年度，日本国内3个据点、国外2个据点新诞生了超级环保工厂，日本国内外共有10个据点分别实现了环保工厂的目标。

### 从环保工厂走向超级环保工厂



### 依据量化的21个环境性能评估项目进行评价

环境性能评估项目	减少温室效应气体的排放	减少化学物质的排放	妥善处理产业废弃物	减少用水量	公布监视、安全、信息
	· 减少PFC等气体 · 推进灵活供应控制 · 排热的回收再利用 · 引进同时供电供热 · 引进高效设备 · 引进新能源 · 标准单位的持续改善 · 判断管理标准的履行	· PRTR大气排放 · PRTR水排放 · 硫化物燃烧 · 各种臭气的对策	· 零排放 · 妥善处理的确认 · 推进有价值化	· 雨水、冷凝水的利用 · 生产洗净水的回收	· 危险品消防 · 特殊安全对策 · 采用中央监视 · 公开环境信息
评价比重	30分	26分	14分	9分	21分

(100分制评分)

# 抑制温室效应气体的排放

对于由事业活动引致的温室效应气体的排放，夏普不断推进抑制措施。通过引进同时供电供热系统和各种节能设备，设置太阳能发电系统和在工厂、办公室开展节能活动等，抑制了二氧化碳的排放。另外，对于PFC类<sup>※1</sup>等温室效应气体，则采取替换为温室效应化系数低的气体及引进除害设备等措施努力减少排放量。

2006年度目标	2006年度实际成绩	每年度目标	中长期目标
按产量基本单位 <sup>※2</sup> 计算二氧化碳排放量 ●日本国内产品事业所 比上一年度减少2% ●日本国内电子元器件事业所 比上一年度减少5% ●国外所有生产型事业所 比上一年度减少2%	比上一年度减少12% 比上一年度增加1% 比上一年度减少14%	●比上一年度减少2% ●比上一年度减少5% ●比上一年度减少2%	(2010年度目标) 以实质产量基本单位 <sup>※3</sup> 为标准，实现二氧化碳排放量： ●日本国内所有生产型事业所比1990年度减少28%

日本国内的事业所仅限于夏普(株)的事业所。日本国外的事业所包括分公司及下属公司。夏普为了合理地评估温室效应气体的排放抑制效果，采用了产量基本单位这一指标。

※1 温室效应气体PFC类气体的总称。CF<sub>4</sub>(四氟化碳)、C<sub>2</sub>F<sub>6</sub>(六氟乙烷)等。

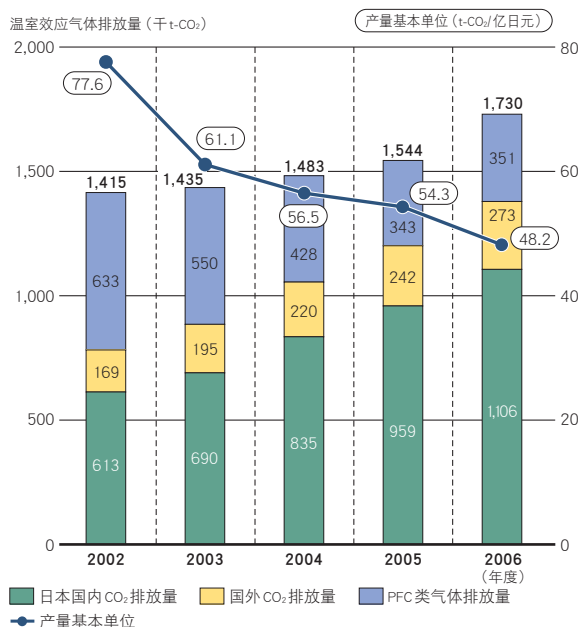
※2 产量基本单位(t-CO<sub>2</sub>/亿日元)=CO<sub>2</sub>排放量(t-CO<sub>2</sub>)÷产量(亿日元)

※3 实质产量基本单位(t-CO<sub>2</sub>/亿日元)=CO<sub>2</sub>排放量(t-CO<sub>2</sub>)÷(产量(亿日元)÷日经公布的日本国内企业物价指数：电器产品部门)

## 集团总体的排放抑制

2006年度夏普集团总体的温室效应气体排放量得到有效抑制，以产量基本单位为标准，比上一年度减少了11%。从总量来看，通过推进节能策略，为2006年8月新开始投产的龟山第二工厂的所有PFC类排放源安装除害装置，同时推广PFC气体的循环利用，抑制了排放，但由于生产量扩大，气体排放量比上一年度增加了12%。今后还要继续强化各种措施，抑制气体排放。

### 夏普集团温室效应气体总排放量和产量基本单位的推移



产量基本单位根据生产相关的排放量计算得出。

## 抑制日本国内生产型事业所的CO<sub>2</sub>排放

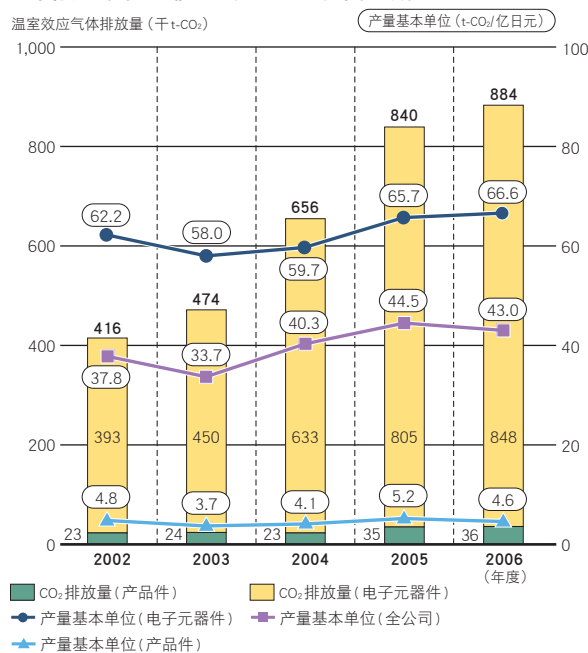
通过节能政策的推进和提高生产效率的措施，按照产量基本单位，日本国内生产型事业所的CO<sub>2</sub>排放量比上一年度减少了约3%。

按照产量基本单位，产品件事业所的CO<sub>2</sub>排放量减少了12%。电子

元器件事业所中，虽然液晶屏出厂价格大幅度下落，但CO<sub>2</sub>排放量只增加了1%。

今后，将通过引进各种节能设备、能源转换、利用太阳能发电等措施，不断致力于抑制排放量。

### 夏普(株)日本国内生产型事业所按业务内容区分的国内二氧化碳排放量和产量基本单位的推移



从2005年度开始，计算除基础研究外的生产型事业所所有部门排放的CO<sub>2</sub>总量。根据以往的计算范围，2005年度的CO<sub>2</sub>排放量为745(干t-CO<sub>2</sub>)，产量基本单位为41.5(t-CO<sub>2</sub>/亿日元)。

### 夏普(株)日本国内生产型事业所的CO<sub>2</sub>排放量和实质产量基本单位的推移

年度	1990	2005	2006
实质产量基本单位(t-CO <sub>2</sub> /亿日元)	32.2	22.1	21.6
与1990年度相比	100	69	67

# 抑制废弃物的排放及再资源化

夏普致力于抑制废弃物的排放量<sup>※1</sup>和再资源化，在日本国内生产型事业所(包括分公司、下属公司)连续6年实现零排放<sup>※2</sup>。今后将继续致力于坚持零排放和抑制废弃物的排放量。此外，在水的利用方面，将致力于水的循环利用，持续推进措施抑制用水量。

2006年度目标	2006年度实际成绩	每年度目标
废弃物排放量(产量基本单位) ●比上一年度减少3% 日本国内生产型事业所(包括分公司、下属公司): 推进有价值化 ●有价值化率 <sup>※3</sup> 15%	比上一年度增加 约11%  约16%	废弃物排放量(产量基本单位) ●比上一年度减少3%
国外生产型事业所(包括分公司、下属公司): 废弃物等排放量(产量基本单位) ●比上一年度减少2%	比上一年度减少 约19%	废弃物等排放量(产量基本单位) ●比上一年度减少2%

※1 废弃物排放量=产业废弃物排放量+事业部门一般废弃物排放量  
 ※2 夏普将废弃物最终处理率不足0.5%视为零排放。废弃物最终处理率(%)=最终处理量/废弃物等排放量(废弃物排放量+有价值量)×100  
 自2005年起，将分母由“废弃物总发生量”变更为更小数字的“废弃物等排放量(废弃物排放量+有价值量)”，从而使得零排放的定义更加严格。  
 ※3 有价值化率(%)=有价值量<sup>※4</sup>/废弃物等排放量(废弃物排放量+有价值量)×100  
 ※4 2005年修改了有价值量的定义，只有扣除了收集、搬运费后也能计算收益的才是有价值。

## 日本国内生产型事业所连续6年实现零排放，在国外的废弃物等排放量(依产量基本单位计算)减少了约19%

2006年度，由于生产量增加，夏普集团的废弃物等排放量比上一年度增加了约24%。

在日本国内生产型事业所(包括分公司、下属公司)，废弃物排放量(产量基本单位)比上一年度增加了约

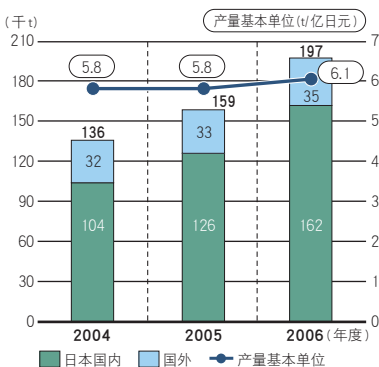
11%，没有完成目标。但是，贯彻废弃物的再资源化，最终处理率降低至低于0.01%，连续6年实现零排放，并且有价值化率提高至约16%。

另一方面，日本国外生产型事业所采取措施，为实现环保工厂而

加速发展，按产量基本单位，废弃物等排放量比上一年度减少了约19%。

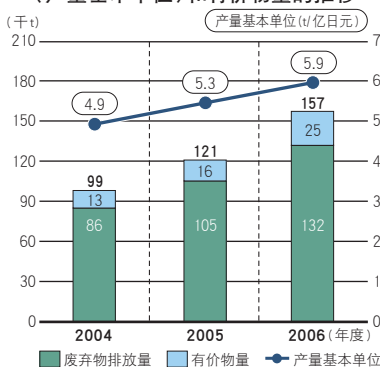
2007年之后，将继续致力于废弃物的再资源化和采取措施推进有价值化，推进抑制废弃物排放量。

夏普集团的废弃物等排放量



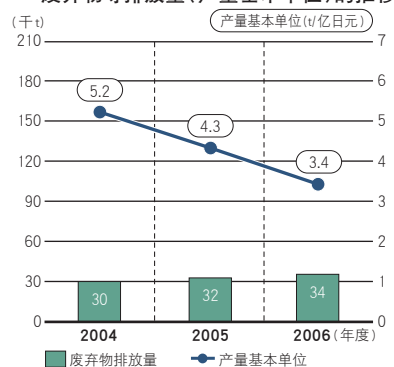
包括非生产型事业所。  
 自2005年6月起包括夏普米子(株)。  
 自2006年4月起包括富山工厂。

日本国内生产型事业所的废弃物排放量和有价值量的推移



包括分公司、下属公司。  
 自2005年6月起包括夏普米子(株)。  
 自2006年4月起包括富山工厂。

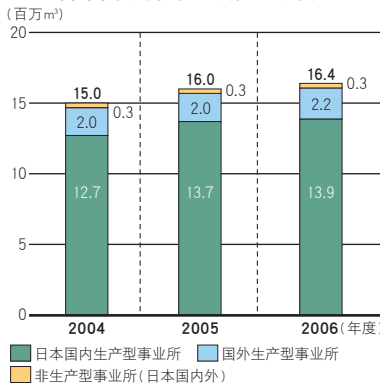
日本国外生产型事业所(分公司、下属公司)的废弃物等排放量(产量基本单位)的推移



## 推进水的循环利用

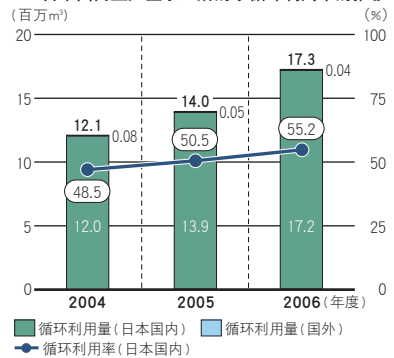
本公司以龟山工厂和三重工厂为中心，彻底推进水的循环利用，在日本国内生产型事业所的水使用量中，循环用水占到55%。结果是虽然生产大幅度增加，但是用水量被抑制在与上一年度大致相同的水准。今后仍将致力于水资源的有效利用工作。

夏普集团水利用量的推移(用水量)



包括分公司、下属公司。  
 自2005年6月起包括夏普米子(株)。

日本国内外生产型事业所的水循环利用量和日本国内生产型事业所的水循环利用率



包括分公司、下属公司。  
 自2005年6月起包括夏普米子(株)。

# 化学物质的恰当管理和风险管理

夏普按照独自の化学物质管理系统对所使用的所有化学物质进行一元化管理，对使用量和排放量进行正确管理。对于重点管理的化学物质，努力削减其排放量，特别是对于对健康有影响的化学物质，对其进行风险评估，优先进行削减。另外，努力公开环境风险信息，与当地保持良好的风险管理方面的交流。

2006年度目标	2006年度实际成绩	2007年度目标	2008年度目标
在夏普(株)生产型事业所的排放风险※1 ●比2003年度降低约55%以上	比2003年度降低约58%	●比2003年度降低60%	●比2003年度降低60%以上

※1 排放风险：每种化学物质，按照“排放量(占地边界线的浓度)×该物质赋予人体健康的风险系数”将其数值化，计算出排放至大气中的所有化学物质的合计数值，即为排放风险。

## 化学物质的恰当管理

本公司根据C-PA制度※2及流程评估制度※3，从环境、安全、健康方面对新的化学物质和处理设备实施严格的事前审查。夏普(株)在2006年度对3个事业所开展了作业安全等监查，力争防止事故发生和减少环境负荷。

在生产型事业所引进化学物质管理系统S-CMS※4，从数量方面对化学物质的使用量和排放量等进行一元化管理。

将PRTR※5制度对象的354个物质群加上有害大气污染物质等106个物质群，共460个物质群定为重点管理化学物质，对这460个物质群及VOC※6的排放进行减少，并且恰当管理。

- ※2 C-PA制度：对所用化学物质的有害性进行审查的制度
- ※3 流程评估制度：事前对处理化学物质的设备安全性进行审查的制度
- ※4 S-CMS：夏普化学物质管理系统(Sharp-Chemical Management System)
- ※5 PRTR：环境污染物质排放、移动注册(Pollutant Release and Transfer Register) 收集并公布有害性化学物质的处理量和排放量等数据的结构
- ※6 VOC：挥发性有机化合物(Volatile Organic Compounds)

## 削减化学物质的排放和减少排放风险

在PRTR制度对象物质中，2006年度，处理量在500kg以上的物质，日本国内所有生产型事业所总计共有17种，处理总量8,975t(是上一年度的141%)。处理量随着生产的扩大而增加，但是由于引进了除害装置来防止VOC排放，2006年度的总排放量为12.4t，是上一年度的88%。

从2004年度起，除了削减排放量以外，还引进了风险评估设想，优先削减对健康有影响的化学物质以降低排放风险，2006年度，实现了排放风险比2003年度(标准年)降低约58%。

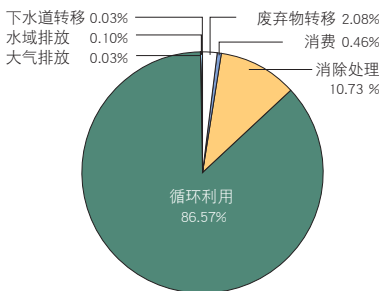
2006年度，VOC的排放量为286t，是标准年2000年度的81%。

## 风险交流和信息公开

夏普通过各事业所的夏普节及网站报告等手段，定期公开事业活动中产生的环境风险信息，致力于让事业者、附近居民、行政机构等相关人员相互理解，保持良好关系。2006年度，夏普(株)在10个事业所公开环境信息共11次。

在1998年进行的土壤、地下水调查中，确认有4个事业所(奈良、八尾、天理、葛城)由于使用氟系溶剂而产生污染。在这4个事业所中，除奈良事业所以外，其余3个事业所都采取了生物处理等对策进行净化，达到了环境标准以下的水平。另外，以与其他事业所一样达到环境标准以下的水平为目标，奈良事业所也进行净化，并且向自治体和附近居民定期报告进度状况。

PRTR对象物质的比例(日本国内)



向大气、水域等的排放量较大的化学物质以及排放量(日本国内)

主要化学物质	排放场所	2006年度排放量(Kg)	排放量构成比例(%)	与去年相比(%)	2005年度排放量(Kg)
氟化氢及其水溶性盐	水域	9,175	73.9	94.4	9,722
2-氨基乙醇	大气	1,743	14.1	88.3	1,975
二甲苯		694	5.6	119.2	582
苯酚		332	2.7	87.8	378
1,3,5-三甲基苯		303	2.4	38.5	788
其他		156	1.3	23.9	652
合计		12,403	100.0	88.0	14,098

# 环保性物流、包装

在日本国内，2006年4月1日开始施行修改后节能法，要求物流部门进一步采取节能对策。夏普与相关的运输公司合作，构筑能够精确掌握物流所引发环境负荷的体制，同时作为货主来说，实施最适合运输方法和装载效率等可能性措施，以减少环境负荷。

2006年度目标	2006年度实际成绩	2007年度目标	2009年度目标
推进运输形态的转换 日本国内铁路货物运输(集装箱运输)1,050个/月 日本国内二氧化碳排放量减少4,400t-CO <sub>2</sub>	1,263个/月 约5,327t-CO <sub>2</sub>	1,300个/月	1,600个/月

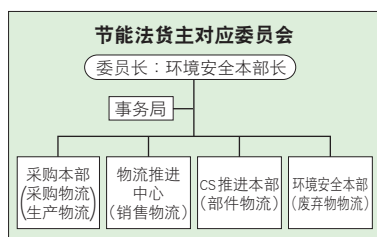
## 在日本设置节能法货主对应委员会，加强物流节能对策

本公司于2005年度设置了“节能法货主对应委员会”，掌握资材物流、生产物流、销售物流、部件物流<sup>※1</sup>、废弃物物流等流程中的环境负荷，同时全公司共同加强物流方面的节能对策。另外，在推进运输形态转换、提高运输效率的同时，还积极扩大节省资源措施。

2006年度，夏普(株)的货物运输量约为1亿5,700万吨·公里(各类货物重量(t)×运输距离(km)的合计值)，符合修改后节能法规定的特定货主(运输量多的货主)标准。“能源消耗基本单位年均减少1%以上”是特定货主的责任和义务，为了完成这一目标，今后将更进一步地推进节能措施。

※1 部件物流：用于产品的修理、保养等售后服务的部件物流。

### 物流的节能推进体制



### 修改后节能法对应(货主物流)运输量的实际成绩

物流范围	运输量(千吨·公里)	CO <sub>2</sub> 排放量(t-CO <sub>2</sub> )
整个公司	156,511	33,466

※速报值

## 在全球推进环保性物流

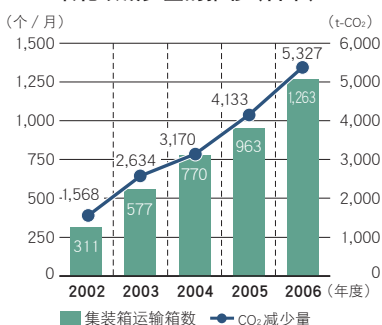
在日本国内推进运输形态的转换，将产品的运输由以前的卡车运输转换为铁路、船舶等环境负荷较小的运输手段。2006年度，与卡车运输相比，全年削减了约5,327t-CO<sub>2</sub>(上一年度的129%)的二氧化碳排放。

夏普位于美国的销售公司(SEC)参与了“智能公路计划<sup>※2</sup>”。2006年，“推进无空转政策”“严格遵守调配时间”等10个项目先进措施获取好评，在美国环保局举办的第一届表彰大会上获得了优秀奖。

今后，除了要在日本国内外扩大运输形态的转换外，还将进行以高速船舶运输代替航空货物。

※2 智能公路计划：由美国环保局和物流、货主等产业界共同制定的环保性物流。

### 集装箱运输箱数和二氧化碳减少量的推移(日本)



在“智能公路计划”中获得优秀奖(SEC)

## 提高运输效率的措施

为了消除产品大型化所带来的装载效率低下问题，引进了搭载有升降式双层架台的卡车。可以依据要搬运的产品大小来升降架台，调整空间。

从而可以安全、有效地搬运难以堆置搬运的精密设备等，有助于减少物流中的环境负荷。



装载效率得到提高的卡车

## 节省资源的措施

在物流过程中，不仅是节能措施，还要推进节省资源的措施。

在2006年度，开始对用于在运输中保护产品、防止货物倒塌的缓冲材料进行再利用。

以前，缓冲材料在使用后会被作为产业废弃物进行废弃处理，改用可反复使用的缓冲材料后，可以大幅减少废弃物的产生量。



可反复使用的缓冲材料



# 超级环保循环利用的开展

夏普将以下三条做为概念：“以最终处理率为零作为目标提高循环利用率”、“构建高效率的循环利用系统，以降低循环利用成本”和“将循环利用技术反映在产品开发设计中”，开展各种废旧产品的循环利用。

2006年度目标	2006年度实际成绩	今后的目标
强化日本国内废旧家电循环利用	提高再产品化率 (家电四大产品全部比上一年度提高3个百分点)	对应扩大产品种类化率

## 四大家电(空调·电视·冰箱·洗衣机)的循环利用(日本)

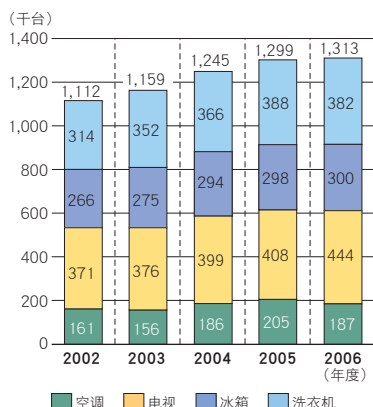
本公司与5家家电生产企业<sup>※1</sup>合作，对全国190处指定交易场所以及18家循环利用工厂进行恰当配置与运用，构筑起高效的循环利用系统。

2006年度，回收了约131万台(是上一年度的101%)由家电循环利用法(特定家用电器再产品化法)所规定的四大家电，实现了循环利用。而在循环利用工厂的再产品化率方面，全部四大家电都超过了法定标准。

今后还将根据对象产品的回收量的增加和状况的变化来推进系统的改善，同时努力提高再产品化率。

※1 合作5家家电生产企业：三洋电机、索尼、日立空调·家用电器、富士通General、三菱电机等五家公司(按五十音图先后顺序·省略(株))

■ 本公司四大家电的再产品化处理台数的推移



■ 本公司四大家电的再产品化率(2006年度)

	空调	电视	冰箱	洗衣机
再产品化率 (%)	87	74	72	80
法定标准值 (%)	60	55	50	50

## 在日本的复印机循环利用

本公司对回收的废旧复印机中劣化程度轻微者进行状态检查，然后拆解成零部件，经过洗净、检查再投入生产线。包括新零部件在内、在保证具备与新产品的性能和品质同等的前提下进行再制造。

2006年度，回收废旧复印机约33,000台(是上一年度的125%)，再制造了179台复印机(是上一年的38%)并出库。再制造复印机的数量减少是由于正处于机种更新换代期，计划以“引进新型再生设备”为课题增加生产台数。

另外，在废旧墨盒方面，回收了大约695,000个(是上一年度的138%)，再制造了约250,000个(是上一年度的102%)并出货。

另外，对于非循环利用的机种零部件，根据材料、全部以手工作业进行分类，以实现再资源化。

## 在日本的电脑循环利用

根据“资源有效利用促进法”，对公司、家庭所产生的废旧电脑进行循环利用。

在家用废旧电脑的循环利用方面，行业总体和日本邮政公社协作，构筑及运用以全国20,000多所邮局为接收窗口的回收和再资源化系统。

2006年度，共回收和循环利用了公司、家庭废旧电脑(笔记本、台式机)约4,300台(是上一年度的120%)，显示器约2,000台(是上一年度的105%)。

## 关西RECYCLING SYSTEMS(株)第二工厂开始投产

本公司与三菱材料等7家公司共同出资创办的家电循环利用公司“关西RECYCLING SYSTEMS(株)”在三重县伊贺市建设了第二工厂，这是一所废旧电视专用的循环利用工厂，于2006年12月开始投产。年处理能力约为50万台。

今后，由于2011年在日本模拟电视播放将全部終了，因此预测对电视的循环利用需求将急剧增加。该工厂引进了最先进自动化设备，从拆解电视到精制碎玻璃<sup>※2</sup>实现了一条龙作业，对塑料、铜、铁、铝、玻璃等材料进行彻底的再资源化措施。

另外，该工厂位于本公司液晶屏及液晶电视的主力生产据点龟山

工厂和三重工厂、以及作为液晶技术研究开发据点的天理事业所附近。今后，还将加强制造、研究部门和循环利用现场的合作，促进循环利用技术及易循环利用的环保性产品的开发。

※2 精制碎玻璃：将废旧显像管玻璃中的异物除去，进行精制。



关西RECYCLING SYSTEMS(株)第二工厂

# 环境交流的推进

为了加深与利益相关者之间就环境问题进行沟通交流，夏普通过环境·社会报告书、主页、报纸广告等各种媒体以及展览会明确公布环境信息。

另外，在各事业所还开展工厂参观会及各种活动等，制造各种机会来加强与各位利益相关者之间的沟通。

## 环境·社会报告书、主页

作为环境活动的年度报告书，本公司从1999年起每年都发行环境报告书。从2005年版起，改名为“环境·社会报告书”，充实了社会各个侧面的报告。2006年版在东洋经济新报社和GREEN REPORTING FORUM共同主办的“第10届环境报告书奖·可持续发展报告书奖”评选中获得了“环境报告书奖优秀奖”。

在主页上，除环境、社会报告书的内容外，还公布了具体的活动事例、详细的环境负荷数据等更为专业的内容。



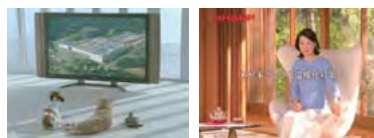
环境·社会报告书 2006  
[日文版·英文版·中文版]

社会环境活动主页 URL  
<http://www.sharp.co.jp/corporate/eco/>

## 报纸广告、商务广告

为了让更多的群众了解夏普所开展的环保活动，夏普将“让我们步入环保新境界—夏普。”作为口号，开展了以环保措施为题材的电视商务广告、报纸广告宣传。

2006年度，介绍利用太阳能发电实现家庭环保的电视商务广告在“第10届环境交流大奖”评选中获得了“电视环境CM部门优秀奖”。



电视商务广告



报纸广告

## 展览会

通过参加日本国内外的展览会，宣传夏普的环保措施等。

在日本国内，首次参展“2006环保生活节”，会上介绍了太阳能发电对防止地球变暖的重大贡献等。此外，在2000年度起每年都参加的“环保产品展”上，介绍了夏普企业蓝图，环保活动、环境技术和环保性产品。

另外，在德国举办的“IFA2006柏林展”上，展示了获得EU环保标签的液晶电视。



环保产品 2006



IFA2006柏林展上，在EU环保标签展位上展示液晶电视

## 与利益相关者的交流

夏普通过工厂参观会及各种活动，努力与众多的利益相关者进行交流。

2006年度11月，邀请神户大学及三重大学的学生们来到本公司事



与神户大学内研部研究室人员的利益相关者交流

业所，就夏普的环境及CSR措施交换意见，听取有价值的建议。

另外，在暑期家庭参观会上，有近1,000人前来参观，与附近居民加深了交流。



暑期家庭参观会(天理事业所)



参加 2006 环保生活节

# 社会与夏普

以成为赢得社会信赖的企业集团为目标

在社会方面开展活动的状况 .....	43
与顾客一起	
回报顾客的信赖，将满意带给顾客 .....	45
强化信息保护 .....	47
与股东、投资家一起	
适正的利益还原和信息公开 .....	48
与客户一起	
实现与供应商、销售店的共存共荣 .....	49
与员工一起	
营造公平、便于工作和发展的 workplaces .....	51
与地区一起	
作为企业市民的社会贡献活动 .....	53



“2007 奈良・若草山环保活动”——从2003年开始举行的保护奈良若草山景观的活动。在5月26日所举办的第五届活动中，员工及其家人、朋友、OB等约1,250人参加。

# 在社会方面开展活动的状况

为了实现作为夏普集团 CSR 出发点的“经营思想”“经营信条”，夏普制定了“夏普集团企业行动宪章”及“夏普行动规范”两项行动指针。各机能本部根据该集团企业行动宪章及行动规范，设定在社会方面的 CSR 重点推进课题，并实施各项举措。持续开展活动。

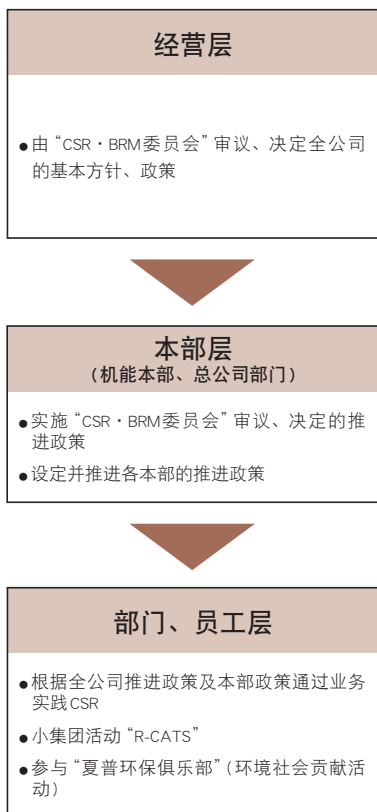
## 推进在社会方面的 CSR 活动

夏普分别根据经营、本部、部门层次，采取相应的政策，积极推进在社会方面的 CSR 措施。

经营层方面，在“CSR·BRM<sup>※1</sup>委员会”（参照第6页）上审议、决定全公司的推进措施，并由各机能本部在全公司开展具体推进政策。

部门、员工层方面，将业务细分为各项具体业务，实践 CSR。

※1 BRM：商务风险管理



## 2006年度所开展的活动

关于夏普在社会方面的特长性措施事例，请参阅“特写”(第17~23页)中介绍的内容(“顾客咨询中心的活动”“日本国内营业据点的 CSR 活动”“与气象预报员携向小学开展环境教育”)。

2006年度，在这些措施基础上，还在全公司推进“女性员工战斗力计划”，并取得了一定成果。今后也将对各项推进政策的推进状况定期确认，筛选课题，积极改善，在业务流程中切实应用这种管理系统。

### 按照 CSR 视点所进行的小集团活动“R-CATS<sup>※2</sup>”

“R-CATS”是除生产、品质部门，也包括间接部门在内的以所有部门为对象的小集团活动。按照 CSR 的视点，日本国内外所有职场员工将日常业务中所遇到的问题作为课题小组成员齐心协力出谋划策解决这些问题。

2006年9月~10月，在世界3个地区(亚洲、中国、环大西洋)举办了“R-CATS海外地区大会”。11月，举办了由这些大会中最优秀小组等参加的“R-CATS全公司大会”。最优秀奖决赛中发表的题目不限于改善生产和品质，还涉及到顾客咨询、物流等各项业务。

2006年度，夏普集团共有4,188个小组、共计40,623名成员(其中，日本国外1,280个小组、13,278名成员)参加R-CATS，分别以现场观点开展 CSR 活动。

※2 R-CATS：  
Revolution(革新)-Creative Action Teams

领域	重点推进课题
管理体制	构筑内部管理系统
	法规的遵守
	强化商务风险管理
与顾客一起	提高顾客满意度
	确保品质、安全性
	创造易用型产品
	强化个人信息保护体制
与股东、投资家一起	扩充与股东、投资家的交流
与客户一起	在供应链全体推进 CSR
与员工一起	强化人才开发
	在全公司展开“推进积极行动”活动
	推进劳动安全卫生
与地区一起	扩充社会贡献活动

2006年度举措(实际成绩)		2007年度举措	参考页码
<ul style="list-style-type: none"> <li>●完善内部管理系统</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●制定“内部管理的基本方针”</li> <li>●设置内部管理委员会</li> <li>●推进各项措施的开展,完善内部管理系统</li> <li>●开展内部管理e学习</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●巩固内部管理系统                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·分析内部管理系统的运用状况,实施课题改善措施</li> <li>·实施内部管理监督</li> <li>·构筑内部管理IT系统</li> </ul> </li> </ul>	5
<ul style="list-style-type: none"> <li>●扩充遵守法规培训制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●开展法务/遵守法规e学习</li> <li>●实施以董事、本部经营干部为对象的遵守法规培训</li> <li>●针对不同级别,修改遵守法规培训课程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●扩充遵守法规的启发工具                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·制作遵守法规指南</li> </ul> </li> </ul>	6
<ul style="list-style-type: none"> <li>●完善重点风险的管理方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●修改各重点风险的风险评估计算基准(“影响度”×“发生概率”)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●构筑BCM(事业持续管理)系统                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·通过PDCA循环,在日本国内所有生产型事业所构筑BCP(事业持续计划)的相关管理系统</li> </ul> </li> </ul>	6
<ul style="list-style-type: none"> <li>●提高为顾客服务的品质</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●开设液晶电视 AQUOS 专用呼叫中心(免费咨询电话)(日本国内)</li> <li>●完善顾客咨询中心咨询人员的应对、技术技能培训体系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●在顾客对咨询对应的满意度调查中获得更高排名                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·为了提高咨询电话的接听率,提高基于统计数据分析的咨询件数预测精度</li> </ul> </li> </ul>	17·18 45·46
<ul style="list-style-type: none"> <li>●降低初期故障</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新产品发售前,技术、品质、服务相关负责人常驻顾客咨询中心,对咨询趋势进行分析,并引进能及时对应的管理体制,降低初期故障</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●更进一步提高产品制造初期阶段(设计、购买零部件、软件)的品质                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·扩充品质工学等方面的培训</li> <li>·强化所使用的零部件、材料等的解析体制</li> </ul> </li> </ul>	45
<ul style="list-style-type: none"> <li>●提高数码家电产品的易用性(使用方便性能)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●引进手册易用性测试</li> <li>●在日本手册竞赛2006中获奖(硬盘-DVD刻录机、数码彩色复合机)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●扩大通用设计产品                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·根据顾客咨询中心咨询接受的咨询内容及易用性测试结果,加强开展通用设计产品的开发建议活动</li> </ul> </li> </ul>	46
<ul style="list-style-type: none"> <li>●为了全公司取得隐私权标章的措施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●实施个人信息保护的相关内部监督及改善对策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●申请、取得隐私权标章的认证                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·继续实施掌握个人信息保管部门的内部监督</li> <li>·继续教育员工</li> </ul> </li> </ul>	47
<ul style="list-style-type: none"> <li>●强化面向个人投资家的IR活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●向证券业内负责接待个人投资家的营业员举办说明会</li> <li>●在面向个人投资家的研讨会上进行说明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●扩充向股东、投资家公开的信息内容                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·刷新投资家信息主页的内容</li> </ul> </li> </ul>	48
<ul style="list-style-type: none"> <li>●开展以客户为对象的CSR学习会</li> <li>●扩充针对材料供应商的环保采购活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●以日本国内生产型事业所内常驻的生产、业务外包公司的现场负责人为对象,举办CSR学习会</li> <li>●引进在线环保采购系统,并对各材料供应商实施环境管理调查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●扩充供应链的CSR措施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·引进“夏普供应链CSR推进指导书”以及客户的CSR在线自我检查系统</li> </ul> </li> </ul>	49·50
<ul style="list-style-type: none"> <li>●看准经营环境的变化,推进培养多样化人才和开发能力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●SHINE制度(扩充国际化年轻人才的制度)</li> <li>●推进技术人员的职业开发</li> <li>●提高残疾人雇用率(2.0→2.02%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●看准经营环境的变化,继续推进培养多样化人才和开发能力                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·强化、扩充以干部人才、国际化人才为首的人才培养计划</li> </ul> </li> </ul>	51·52
<ul style="list-style-type: none"> <li>●推进“女性员工战斗力计划”</li> <li>●扩充工作和家庭两立的各种援助制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●扩大女性员工重点活跃部门(职业领域):69个部门、录用女性承担管理人员的计划等</li> <li>●新设育儿退职再雇用保证制度,延长育儿短时间工作制度的适用期间等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●继续推进“女性员工战斗力计划”和讨论追加政策                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·推进达成该计划的各种目标的活动</li> </ul> </li> <li>●更进一步扩充工作和家庭两立的各种援助制度                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·完善现行制度,并对追加的对策加以研究</li> </ul> </li> </ul>	51
<ul style="list-style-type: none"> <li>●加强事故防患于未然活动</li> <li>●提高公司内部业务外包/派遣员工的安全卫生水准</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●由劳资双方的日本国内10个主要工厂开展安全卫生检查</li> <li>●与公司内部合作公司携手,每月举办安全卫生协议会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●加强劳动事故风险降低活动                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·在包括富士工厂在内的日本国内11个主要工厂开展安全卫生检查</li> <li>·推进每月重点开展课题的研究</li> </ul> </li> <li>●提高公司内部外包业务/派遣的新进员工的安全卫生意识                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·扩充对新进员工的安全卫生教育</li> </ul> </li> </ul>	52
<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·在全国7处开展“夏普森林”活动</li> <li>·开始小学环境教育</li> <li>·在营业、服务共85个据点开展地区社会贡献活动</li> </ul> </li> <li>●国外:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·对各主要据点巩固社会贡献活动</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·已在全国6处开展了“夏普森林”活动</li> <li>·从10月起的半年内,已在全国55所学校开展</li> <li>·85个据点、共计14,078名员工参加</li> </ul> </li> <li>●国外:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·在中国开设“夏普基金”并开始开展各项活动</li> <li>·在亚洲各据点继续开展环境社会贡献活动</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·在全国10处以上地点开展“夏普森林”活动</li> <li>·每年在500所学校开展小学环境教育</li> <li>·扩充营业、服务据点的地区社会贡献活动</li> </ul> </li> <li>●国外:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>·在中国以“夏普基金”为中心,扩大活动范围</li> <li>·完善国外据点的社会贡献活动信息网络</li> </ul> </li> </ul>	19·20 21·23 53·54

与顾客一起

# 回报顾客的信赖，将满意带给顾客

为了实现便于顾客使用的产品，夏普进行易用性能测试，将顾客意见反映到产品中。

致力提供让顾客始终感到放心的产品和服务，提高顾客满意度。

此外，夏普还从顾客的角度出发，致力培养掌握可实现“易用性”技术的人才。

2006年度举措（实际成绩）		2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提高为顾客服务的品质</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 开设液晶电视 AQUOS 专用呼叫中心（免费咨询电话）（日本国内）</li> <li>● 完善顾客咨询中心咨询人员的应对、技术技能培训体系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在顾客对咨询对应的满意度调查中获得更高排名                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 为了提高咨询电话的接听率，提高基于统计分析的咨询件数预测精度</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 降低初期故障</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新产品发售前，技术、品质、服务相关负责人常驻顾客咨询中心，对咨询趋势进行分析，并引进能及时对应的管理体制，降低初期故障</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 更进一步提高产品制造初期阶段（设计、购买零部件、软件）的品质                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 扩充品质工学等方面的培训</li> <li>· 强化所使用的零部件、材料等的解析体制</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提高数码家电产品的易用性（使用方便性能）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 引进手册易用性测试</li> <li>● 在日本手册竞赛 2006 中获奖（硬盘-DVD 刻录机、数码彩色复合机）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩大通用设计产品                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 根据顾客咨询中心接受的咨询内容及易用性能测试结果，加强开展通用设计产品的开发建议活动</li> </ul> </li> </ul>

## 对于CS、品质的基本态度和目标

### 品质理念

我们坚持贯彻“品质第一”的口号，根据社会的需要生产顾客满意的产品。

**品質第一 私たちの心です**  
Quality First in Heart and Mind

作为全公司的品质启蒙口号，在各事业所公示

### 产品的安全性确保和品质保证体制

夏普要求全体员工彻底贯彻“确保产品安全性”，并明确表示“对顾客应该保证的品质”，全体人员共同

致力于继续改善品质。

另外，对于产品的安全性问题，在严格遵守2007年5月14日施行的修改后“消费生活用品安全法”的同时，还制定了明确记载①夏普产品安全自主行动指针、②产品安全推进体制、③确保产品安全的措施、④产品事故解决方案等内容的夏普集团关于产品安全的自主行动计划，推进根据这些方针的对策行动，进一步加强确保顾客放心使用本公司产品的措施。

## 积极公布品质信息

当断定因为夏普产品的原因给顾客带来危害，或是对顾客的财产造成损失时，夏普会立刻通过报纸和主页等公布信息，设置咨询窗口，接受顾客的直接咨询，努力将顾客的损失降至最低。

2006年度，夏普就以下案件发表了通告，并提供免费检查、修理、更换等服务。

- 判明公开LED显示器系统的部分产品中存在部分结构不符合电气用品安全法规定的技术基准问题
- 发现双缸洗衣机及全自动洗衣机的部分机型有可能存在冒烟、着火问题，公告了免费检查、修理信息

## 以提高服务为目标的CS革新活动

夏普以“实现CS No.1企业”为口号，以实现更迅速、更切实的服务为目标，致力于CS革新活动。

为了实现不让顾客等待的快速服务，2006年度，在18个主要据点引进大型液晶电视AQUOS的“当天访问系统”，并在12个主要受理窗口开始了“快速服务”，不论机型新旧，均于当天修复并返还顾客要求修理的产品。

另外，为了提供可靠的技术服务，以所有服务人员为对象，除了奖励取得内部资格，即“服务技能鉴定资格”之外，还以提高顾客应对技能为目标，开展“提高服务灵活性的培训”。

夏普今后还将从各个角度出发，继续以更高水准的服务来提高顾客满意度。

### 国外话题

#### 举办全球服务部件会议

2007年3月，日本、美洲、欧洲、亚洲世界四极的服务部件据点负责人集聚大阪总公司，举办了“第七届全球服务部件会议”。在会议上，就提高部件的快速应对率和削减库存两立的具体对策积极开展讨论。今后，实现业务的高效化和集中化，并在通过联合基础上的调整库存，提高全球CS。



全球服务部件会议

#### 在美洲举办“CS战略会议”

2006年8月，在夏普美国销售公司，总公司事业本部以提高产品品质和服务为目的，夏普美洲据点以及夏普（株）举办了“CS战略会议”。议题为全公司开展的以“品质遥遥领先”为目标的“超品质革新战略”和以“顾客满意度No.1”为目标的“CS革新战略”，这两个战略已开始实施。除此之外，还就AQUOS“构筑业界领先的服务体制”和强化新产品开发时的品质保证计划交换了意见。



在美洲举办的“CS战略会议”

## 创造使用更便于使用的产品

### 实施易用性测试，使产品更便于使用

2006年度，为了提高数码家电产品的易用性，集中开展了对AV产品的措施。相关事例如右所示。

今后，夏普将会把提高易用性的措施推广到所有产品，同时致力于提高顾客满意度的品位及实物感的创作。

### 制作浅显易懂、阅读方便的使用说明书

数码家电产品在更便利、功能更高的同时，操作也越来越复杂。为了让产品更容易为顾客所理解，夏普在制作使用说明书时开展了易用性测试，收集顾客的意见，采取各种措施。这样改善后的使用说明书也获得了外部机构的高度好评。

2006年度，在评估使用说明书易懂性的“日本手册竞赛2006”（工业传达专家协会主办）中，夏普产品在硬盘·DVD刻录机、数码彩色复合机两个部门获得大奖。

### 培养实现“易用性”的人才

夏普以负责产品开发的人员为对象，开展易用性工程师培训。

另外，设置了关于易用性的公司内部资格制度，以掌握一定知识和技术的相关资格人员为中心，在开发现场积极推进改善易用性。

按下“录制”按键后，刻录机的电源自动接通，开始录制正在AQUOS收看的节目



**【AQUOS Familink】**  
利用附带的遥控器，能轻松操作对应AQUOS Familink的高清晰刻录机、蓝光碟机、环绕音响等机器。



可以利用AQUOS遥控器的8个直接按键进行快速操作



①【硬盘·DVD刻录机的简单指南】  
采用对开格式。图片所示是硬盘·DVD刻录机与磁带录像机的不同之处  
日本手册竞赛2006小册子、手册 部门优秀奖



②【数码彩色复合机的简单操作指南】  
运用了插图、显眼的色彩，理解更容易。  
日本手册竞赛2006小册子、手册 部门优秀奖



以实际产品为题材开展讨论的听课者



面试技能培训中参加角色扮演的听课者

# 与顾客一起 强化信息保护

在IT化飞速发展的大潮中，与信息保护相关的企业责任将会越来越重大。

夏普在努力推进信息管理体制的整顿、强化信息安全性的同时，充实对员工的教育培训等措施，力争在信息保护和个人信息保护方面也成为“可信赖的企业”。

2006年度举措（实际成绩）		2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>为了全公司取得隐私权标章的措施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>实施个人信息保护的相关内部监查及改善对策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>申请、取得隐私权标章的认证</li> <li>继续实施掌握个人信息保管部门的内部监查</li> <li>继续教育员工</li> </ul>

## 保护个人信息和企业机密的推进体制

为了保护顾客、利益相关者的个人信息和企业机密，夏普于2004年设置了“信息保护推进部”、“个人信息保护推进室”，通过下图所示的推进体制，努力强化信息保护和个人信息保护工作。

另外，每半年召开一次“信息保护委员会”，日本国内所有公司的相关负责人参加会议，就半年内贯彻基本方针以及确认各项政策的进行情况。

个人信息保护方面，2005年度制定了个人信息保护相关监查规则，每年开展一次内部监查，根据监查

结果采取相应的纠正对策。2007年度的活动目标是取得隐私权标章的认证。

信息保护方面，为了有效掌握保守秘密、信息保护对策的状况，从2005年度起开始向全公司引进按部门进行的自我检查/评价制度，以提高保守秘密、信息保护水平。

今后，我们还将切实开展自我检查和内部监查，构筑坚固的管理体制。

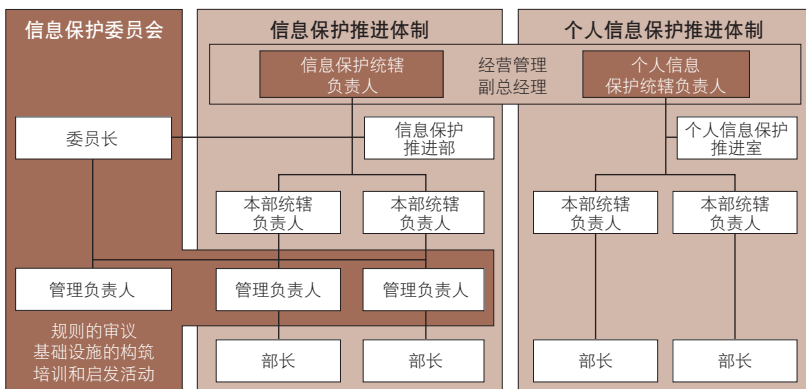
## 提高日本国外据点的保护水平，强化推进体制

在日本国外据点，根据各国、各地区的法规和情况，构筑信息保护推进体制。2006年度，为了强化、贯彻日本国外所有据点的信息保护对策，着重开展了以下3项活动。

- (1) 在欧洲、美洲、亚洲、中国这世界四极开设地区信息保护委员会（2006年10月）
- (2) 制定保护管理的相关基本规则（2006年12月）
- (3) 保护水平的自我诊断（2007年1月，开展了和日本国内相同内容的自我检查）。

2007年度，计划在夏普集团包括日本国外据点在内的所有据点引进用来持续发展PC保护对策的集中管理工具(PC内信息的自动收集，在网络内用户认证的自动化)，推进存储重要数据的服务器保护对策。

### ■ 信息保护和个人信息保护推进体制（日本）



## 利用e学习，开展员工教育

从2005年度开始，每年都通过e学习开展针对日本国内集团所有员工的“信息保护和个人信息保护相关教育”。该项计划网罗了实际业务中应该注意的所有问题。另外还包括理解度测试和意识调查，根据其结果来研究下一次e学习中应该强化的内容，反映到下一个政策。



e学习的画面图像



与股东、投资家一起

# 适正的利益还原和信息公开

本公司认为向诸位股东的利益还原，是经营上最重要的课题之一。

另外，夏普还致力于通过迅速而广泛的信息公开来实现与日本国内外股东、投资家的交流，同时随时将股东、投资家所提出的意见和建议反馈给经营干部，在经营活动中努力改进。

2006年度举措(实际成绩)	2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>强化面向个人投资家的IR活动</li> <li>向证券公司内负责接待个人投资家的营业员开展说明会</li> <li>在面向个人投资家的研讨会上进行说明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>扩充向股东、投资家公开的信息内容</li> <li>刷新投资家信息主页的内容</li> </ul>

## 关于利益分配的基本方针

本公司认为向诸位股东的利益还原，是经营上最重要的课题之一。在以维持稳定的分红为根本的同时，还将综合考虑业绩和财务状况、今后的业务开展等，实施增加分成等向股东还原的措施。

在这一方针指导下，2006年度的股息实现了7期连续增配，每股达26日元。今后我们还将继续积极地采取利益还原措施，力争使联合决算的股息支付率达到30%。

另外，对于内部留存存款，将主要用于未来成长性领域的投资以及特长产品和独自电子元器件的开发。而且，还将用于海外推广和环境应对措施等。

### ■ 每股收益推移(联合决算)

(年度)				
2002	2003	2004	2005	2006
29.37	55.37	70.04	80.85	93.25
(日元)				

### ■ 每股分红推移

(年度)				
2002	2003	2004	2005	2006
15	18	20	22	26
(日元)				

## 积极的IR活动

### 与机关投资家、证券分析者进行交流

2006年度，在大阪、东京两个办公室分别对机关投资家、证券分析者进行资料收集、召开会议，还实施了决算说明会、事业战略说明会、工厂参观会等活动。在日本国外，经营干部以及IR小组积极访问机关投资家，在民生用电子机器展会上展开研讨等。

另外，公开了日文版和英文版投资家信息主页，力争迅速而公平地向日本国内外的各位投资家提供信息。今后还将致力扩充信息公开。

### 与个人投资者进行交流

本公司以为让不同领域的投资家成为股东是非常重要的，因此，不断加强个人投资者的交流。

2006年度，在制作面向股东的报告书及主页时，为了确保内容浅显易懂，尽量不使用专业术语，并改善了报告书及网页的可读性。另外，参加面向个人投资家的各种股份研讨会，就业绩及业务战略进行

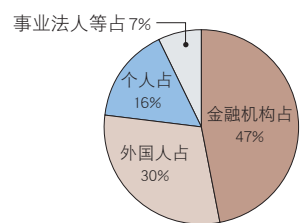
说明、解答疑问。除此之外，以证券公司内负责接待个人投资者的营业员为对象开展说明会。

### 召开股东大会

在定期股东大会上，为了有效使用表决权，采取了各种措施，包括为了避开大会集中日而提前举办、采用电脑和手机进行表决、参加以机关投资家为对象的电子表决平台以及在主页上发布英文的召集通知等。

另外，从大会第二天起，在一定期间内，将影像信息发布于主页上，以公布大会的情况，努力充实公开的信息内容。为容纳更多的股东出席会议，2007年6月的股东大会会场比以往的场所更大。

### ■ 股东的构成(截至2007年3月31日)



## SRI(社会责任投资)\*状况

作为向利益相关者适当公布信息的一个环节，本公司非常诚实地对待来自SRI相关的各种调查机关的调查。2006年9月，在巴黎参加了由证券公司主办的面向SRI投资家的说明会，会上介绍了夏普的主要事业和环境战略。

截止2007年6月，本公司已被以下的SRI指数的构成品牌所选用。

- FTSE4 Good全球指数(英国)(2007年3月)
- Ethibel环境可持续能力指数(比利时)
- Morningstar社会责任投资股价指数(日本)(2006年9月)
- KLD全球气候100指数(美国)(2007年5月)



\* SRI: Socially Responsible Investment的简称。指对那些不仅财务上具有业绩、而且在环境、社会等方面也尽到社会责任的企业进行积极投资的投资行动。

与客户一起

# 实现与供应商、销售店的共存共荣

夏普在采购活动中，为日本国内外所有企业提供公平的机会，公正地进行评价。

另外，为了确保与客户的良好关系，通过说明会及恳谈会等交换意见，加深相互理解。

此外，关于CSR措施，我们正考虑推进包括客户在内的全部供应链的活动。

2006年度举措 (实际成绩)	2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>开展以客户为对象的CSR学习会</li> <li>扩充针对材料供应商的环保采购活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>扩充供应链的CSR措施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>引进“夏普供应链CSR推进指导书”以及客户的CSR在线自我检查系统</li> </ul> </li> </ul>

## 为日本国内外所有企业提供公平的机会，并进行公正的评价

在日本国内外开展生产活动的夏普在购买材料、部件、设备时，给予国内外所有的企业以公平的机会，公正地评价是否满足夏普要求的品质、规格、性能，然后再进行采购。

另外，制定了“基本购买方针”，明确规定要实现公平、公正的采购和推进与客户的相互合作、构建信赖关系，力争实现与客户的共存共荣。

## 以供应链全体履行CSR为共通课题

作为生产企业，夏普为了能够在事业活动中履行应尽的社会责任，不仅是夏普，包括客户在内从部件采购到制造、流通、销售这一供应链全体都要采取相应的措施。

于是，夏普对1990年所制定的“基本购买方针”进行完善，作为客户应注意的重要事项，于2004年5月增加了对环保、遵守法规等夏普CSR活动的理解和要求协助事项，并进

而于2005年6月追加了“促进客户开展CSR活动”。以书面形式对日本国内外的客户提出这一要求的同时，还在主页上公布了这一内容，对于希望与夏普开始贸易往来的企业，明确阐述了采购方面的基本思想及要求事项。

今后，还将随时确认基本方针及要求事项是否符合社会的要求，努力确保整个供应链中的所有CSR。

### 基本购买方针

#### 1. 购买活动的基本思想

- 1) 以光明正大为宗旨，为日本国内外所有企业提供公平的机会，并在公正的评价之下，开展购买活动。
- 2) 遵守法规、社会规范，努力构筑与客户相互合作与信赖的关系。
- 3) 通过购买活动，履行地球环境保护等社会责任。
- 4) 力求最佳的品质和成本。

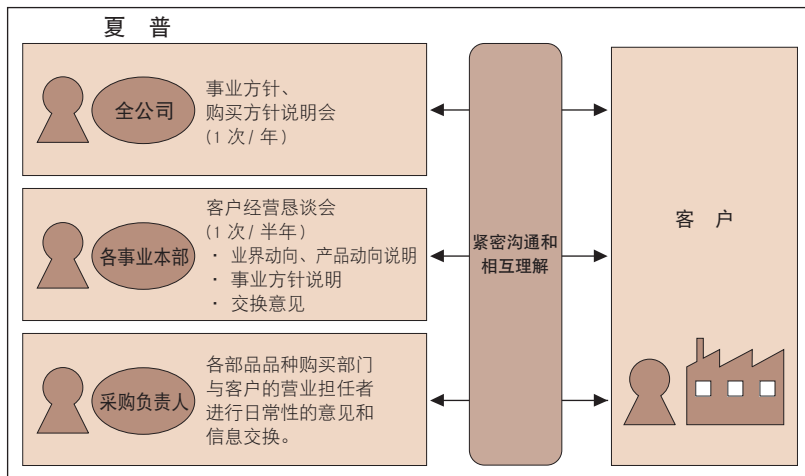
#### 2. 具体的购买活动实施方针

- 1) 光明正大的购买活动和最佳成本采购
- 2) 构筑相互合作与信赖关系
- 3) 环保
- 4) 确保最佳的品质
- 5) 确保适当的交货期和稳定供给
- 6) 领先的技术力量

#### 3. 请客户注意的事项

- 1) 遵守法规和社会规范
- 2) 推进健全的事业经营
- 3) 顾全环境
- 4) 确保最佳的品质和成本
- 5) 原材料的稳定供给
- 6) 领先的技术力量
- 7) 信息保密

### 通过紧密的对话力求相互理解 (日本)



### 国外话题

在世界各地举办环保采购调查说明会。约有1,500家公司的客户参加了会议。

从2006年12月到2007年3月，在亚洲、欧洲、美洲共计7个国家\*13个地区召开了“环保采购调查说明会”，有1,517家公司、共计2,120名客户参加了会议。

对对应含有化学物质的各国限制，为了彻底遵守相关法规，说明会上说明了夏普的环保采购方针、调查所含化学物质的程序等，并要求客户给予协助。

2007年度，计划在韩国、菲律宾、印度尼西亚等国召开环保采购调查说明会。

\* 中国、泰国、马来西亚、波兰、法国、美国、墨西哥



在中国举办的环保采购调查说明会

## 开展与供应方结合为一体的CSR活动

夏普自2004年度起开始开展针对供应链的CSR活动。首先，从请求合作公司的协作开始，实施CSR说明会、培训会。通过这些措施，支援各合作公司构筑CSR推进体制的同时，制作关于措施内容的检查清单，奖励其实施自我检查。

2005年度，以本公司事业所内部生产及业务外包公司的责任人、担当者为对象，在各事业所举办了劳务、安全卫生管理、环境保护等相关的说明会。

2006年度，以外包公司的夏普事业所内部现场负责人为对象，举办劳动法、安全卫生措施、信息保护、环境等相关的学习会。

进而，为了能让客户依据国际水准确认其公司的CSR措施，夏普于2006年度在社团法人电子信息技术产业协会(JEITA)的“供应链CSR推进指南”中加入独创性内容，制作了夏普版“供应链CSR推进指南(CSR项目说明及自检清单、有日·英·中3个版本)”。从2007年5月起，进一

步要求供应方依据该指导书开展CSR措施及自我检查。

2007年度，计划根据该指南构筑CSR自检联机系统，推进日本国内外的客户实施CSR自我检查。

另外，2006年度之前，夏普就与日本国内几乎所有客户缔结了包括环境等方面在内的“交易基本合同”及“环保采购协议书”，请求客户开展环境保护(环保采购)活动。

### “供应链CSR推进指南”的说明项目

<b>I 人权、劳动</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 禁止强制性劳动</li> <li>2. 禁止非人道的待遇</li> <li>3. 禁止儿童劳动</li> <li>4. 禁止歧视</li> <li>5. 合理的工资</li> <li>6. 劳动时间</li> <li>7. 从业人员的结社权</li> </ol>	<b>III 环境</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 环境管理体系</li> <li>2. 产品中含有的化学物质的管理</li> <li>3. 制造工序中使用的化学物质的管理</li> <li>4. 对环境的影响最小化 (排水、排污、排气等)</li> <li>5. 环境许可证/行政审批</li> <li>6. 资源、能源的有效利用(3R)</li> <li>7. 减少温室效应废气的排放量</li> <li>8. 废弃物的削减</li> <li>9. 公布环境保护的状况</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. 尊重知识产权</li> <li>7. 合理的出口管理</li> <li>8. 信息公开</li> <li>9. 违法行为的预防和早期发现</li> </ol>	<b>VI 信息安全</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对计算机、网络威胁的防御</li> <li>2. 防止个人信息的泄露</li> <li>3. 防止泄露顾客、第三者的机密信息</li> </ol>
<b>II 安全、卫生</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 机械设备的安全措施</li> <li>2. 工作岗位的安全</li> <li>3. 工作岗位的卫生</li> <li>4. 工伤、职业病</li> <li>5. 紧急情况的应对</li> <li>6. 关注重体力劳动的工作</li> <li>7. 设施的安全卫生</li> <li>8. 从业人员的健康管理</li> </ol>	<b>IV 公平交易、职业道德</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 禁止贪污、受贿等</li> <li>2. 禁止滥用职权</li> <li>3. 禁止收受不合理的利益分配</li> <li>4. 禁止限制竞争的行为</li> <li>5. 提供正确的产品、服务信息</li> </ol>	<b>V 品质、安全性</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 质量管理体系</li> <li>2. 确保产品的安全性</li> </ol>	<b>VII 社会贡献</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对社会和地方的贡献</li> </ol>



“供应链CSR推进指南  
(日文·英文·中文版)”

## 承包法对策

为了遵守日本国内用于保护承包业者利益的“承包法”，本公司在公司内部教育和法规遵守情况的检查、订购系统等方面加强了对策。

关于公司内部教育，采购本部资材中心对所有事业所巡回开展“承包法教育会”。另外，由各现场对承包法遵守情况进行自我诊断，同时资材中心也会定期监查。进而，在主页上设立“承包法Q&A专栏”，登载员工的提问及对

其的回答，实现公司内部信息的共享。

另一方面，在针对供应方的订购系统中采取了一系列措施，如根据修改后的承包法构筑了模具订购系统，并利用EDI(电子数据交换)实现交易数据的透明化等。除此之外，本公司还积极参加公正交易委员会及业界团体(JEITA等)的活动，掌握承包法的最新信息、动向，严格监视、监查日本国内所有事业所。

## 与销售店结为一体、开展CSR实践措施

与销售店具有直接关系的营业部门通过新产品的相关培训会等，向日本国内销售店介绍夏普CSR思想及措施等。

另外，通过进行适合当地的活动，推进可以在销售、服务活动中实践CSR的合作关系的构建。

(详细内容请参阅第19~20页的特写2)

与员工一起

# 营造公平、便于工作和发展的 workplaces

夏普尊重基本人权和个人尊严，向有积极性的人士提供机会，拓展各人多样的能力。  
另外，通过营造让所有员工身心健康、安全工作的环境，有利于公司和员工的发展。

2006年度举措(实际成绩)	2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>看准经营环境的变化，培养多样化人才和开发能力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>看准经营环境的变化，继续推进培养多样化人才和开发能力                             <ul style="list-style-type: none"> <li>强化、扩充以干部人才、国际化人才为首的人才培养计划</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>推进“女性员工战斗力计划”</li> <li>扩充工作和家庭两立的各种援助制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续推进“女性员工战斗力计划”和讨论追加政策                             <ul style="list-style-type: none"> <li>推进达成该计划的各种目标的活动</li> </ul> </li> <li>更进一步扩充工作和家庭两立的各种援助制度                             <ul style="list-style-type: none"> <li>完善现行制度，并对追加的对策加以研究</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>加强事故防患于未然活动</li> <li>提高公司内部业务外包/派遣员工的安全卫生水准</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强劳动事故风险降低活动                             <ul style="list-style-type: none"> <li>在包括富山工厂在内的日本国内11个主要工厂定期检查安全卫生</li> <li>推进每月重点开展课题的研究</li> </ul> </li> <li>提高公司内部业务外包/派遣的新进员工的安全卫生意识                             <ul style="list-style-type: none"> <li>扩充对新进员工的安全卫生教育</li> </ul> </li> </ul>

## 人事政策的基本方针

- 为了谋求公司的发展和员工的幸福，
- 实践“资源经营”，重视员工技术和经验的积累。
  - 实践“公正人事”，贯彻以人尽其材为目标的灵活的人材配置和成果主义、实力主义。
  - 推进“成长支援”，使得各人拓展专业领域，掌握广泛的知识、技能。

## 重视员工的自主性和多样性的人事制度、教育培训制度

夏普(株)在有计划地培养人才的同时，为了充分发挥每一位员工的个性、热情和创造性，引进了以下尊重自主性和多样性的各种各样的人事制度、教育培训制度。

2007年度，本公司计划强化并扩充在将来的经营活动中发挥骨干作用的人才及全球人才培养计划。

### 【下一代人才培养制度】

- 管理者计划/挑战课程
- MOT(技术经营)计划
- 产品制造巧匠制度

### 【发挥每个人的能力、热情等的制度】

- 人事申报、职业开发制度/职业开发轮换
- 公开招聘登录制度
- 女性员工战斗力计划
- SHINE 制度  
(向日本国外据点派遣年轻人才的制度)

### 【教育培训、自我启发支持制度】

- 不同职能培训、不同专业培训
- 通信教育讲座、精英课程
- 层次提高与自我提升运动  
(资格取得奖励政策)

## 重视基本人权和个人尊严

夏普在“夏普集团企业行动宪章”、“夏普行动规范”中，为了尊重基本的人权及个人的尊严，制定了包括禁止儿童劳动、强制劳动等内容在内的企业方针及董事、员工的行动指针。在日本国内，这些规定将通过各事业所每年举办的“人权培训”等形式贯彻下去。在日本国外据点，将基于当地法令规章等，努力防止人权侵害问题的发生。

## 重视对话的良好的劳资关系

夏普一向都基于各国、各地区的法规，尊重员工的团结权及集体谈判权，重视与工会的对话。在日本每月提供劳资协议的机会，如劳资双方领导参加的“中央劳资协议会”、各事业所的“支部劳资协议会”等，就关于经营环境、劳资课题等交换意见。另外，从1997年开始，每年在欧洲召开“欧洲劳资协议会”。

## 开展“全公司积极行动\*推进活动”

夏普(株)于2004年10月在人事本部新设专门部门，开展“全公司积极行动\*推进活动”。

从2005年6月起，对女性员工的人事申报等人事数据进行了分析，并对所有管理人员、女性员工进行了意识调查等活动，并根据结果，开始推行“女性员工战斗力计划”作为下一代人才培养制度之一。在该计划中，设定了针对扩大女性员工的职业领域、录用女性员工担任管理人员等方面的相关政策和目标，并积极开展措施。

的职业领域、录用女性员工担任管理人员等方面的相关政策和目标，并积极开展措施。

另外，有计划地推进扩充援助工作和家庭两立的制度的措施，2006年度，“新制定了育儿退职再雇用保证制度”并“延长了育儿短时间工作制度的时间”等。通过采取这些措施，本公司于2007年4月被厚生劳动省认定为“行动计划完成企业”(基于“养育下一代支援对策推进法”)。

今后，通过扩充“全公司积极行动推进活动”的各项措施、制度，致力于创造一个不管男女，每个人都可以充分发挥自己能力的工作环境。



\* 积极行动：当男女员工之间事实上产生差别时，企业自主积极采取措施以消除这种差别(由男女雇用机会均等法规定)。



『下一代认定标志(昵称：拥抱小天使)』代表受到厚生劳动省认定的企业。

## 劳资协定、推进工作场所的安全卫生

夏普株式会社制定了安全卫生的“基本理念”和“安全卫生方针”，以零劳动事故为目标，每年都制定具体的目标和推进计划。这一内容作为全公司的运动，通过“全公司安全卫生大会”及每个事业所的“安全卫生大会”来彻底展开。

在日本各事业所每月召开劳资双方参加的“安全卫生委员会”，开展各种各样的活动。除此之外，自2006年度起，各事业所每月举办“安全卫生协议会”，致力于进一步提高常驻于公司内部的客户公司员工的安全卫生。

另外，在日本每2个月与工会联合召开1次“中央安全卫生委员会”，确认安全卫生的推进状况，将有效的措施内容等在全公司水平展开。

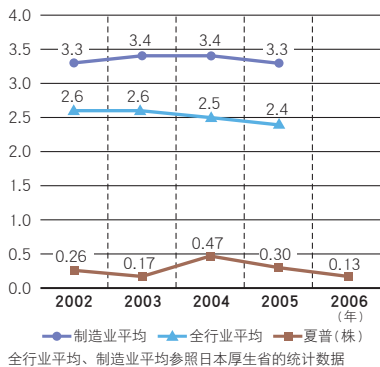
由本公司的安全卫生负责人和工会组成工作小组，对各工厂的安全卫生进行检查。

本公司以“年千人率”（休息日在

4天以上）来表示每1,000名员工1年发生劳动事故的比例。本公司2006年度的“年千人率”比上一年减少50%以上，仅为0.13。

今后，我们还将通过安全卫生检查及每月重点项目等措施，推进安全卫生活动的巩固、强化，同时与常驻于公司内的客户合作，进一步提高经验尚浅的新进员工的安全卫生意识，以降低劳动事故风险。

■ 劳动事故发生率（年千人率）的推移（日本）



## 通过“健康夏普21”支持员工及其家属的健康建设

夏普（日本国内）制定了综合计划“健康夏普21”，努力增进员工及其家属的健康。这一计划还包括通过各人改变自己的行动来预防和改善生活习惯病，并积极进行自主参加型的健康建设运动等。

“定期健康诊断”是增进健康的基础，2006年度日本国内全部事业所的就诊率达到99.94%。另外，对于在健康诊断中发现问题的员工，采取再次检查和保健指导等措施。

今后包括启发员工预防及改善目前倍受关注的代谢综合症，积极促进饮食、运动、吸烟等习惯方面的行动变化，提高自我健康管理意识。

## 国外话题

夏普为了培养国际性人才，从2004年度开始开展“SHINE(Sharp International New Experience)制度”，以30岁左右的年轻员工为对象，向国外派遣1年半~2年时间，接受当地法人的业务培训，在当地的语言学校学习语言。

目前已向12个国家派遣了37名培训生。在业务课程，学习销售、管理、生产、资材等专业技能；在语言课程学习中文、俄文等。

目前正在全公司招募合适人选。该项制度不受目前职务、经验的影响，不论男女均可挑战，积极录用有意愿和能力的年轻员工。

## 残疾人、高龄者雇用措施

本公司设置了“夏普残疾人士就业促进委员会”，积极雇用残疾人，努力创造残疾员工便于工作的工作环境。2006年度残疾人雇用率达到2.02%。

本公司雇用残疾人工作的历史由来已久，1950年将用于扶助失明人士再就业的分工厂成立为分公司，设立“早川特选金属工业”，现在它是“夏普特选工业(株)”，一直在努力扩大对残疾人的雇用。

另外，作为雇用高龄者的对应措施，如果员工按规定60岁退休后仍希望继续工作，本公司原则上会继续雇用(截止开始发放公共养老金前)。

## 精神健康方面的措施

夏普(株)一直致力于员工精神疾病的预防和早期处理，帮助员工顺利返岗。为此，夏普开展各项综合措施，致力于完善在主要事业所的专业医护人员及产业顾问、外部专业机构进行咨询的制度，同时开展各种培训、启蒙活动以实现精神健康的正确认识。

自2006年度起，在开展“定期健康诊断”时，作为心理健康诊断项目，会对全体员工进行精神压力检查(自我诊断)。对于精神压力大的员工，会确保其与产业医生或顾问进行当面咨询。

今后，将扩充公司内部精神健康咨询会，利用公司外部专业机构进一步推广咨询、会诊活动。

与地区一起

# 作为企业市民的社会贡献活动

夏普以“夏普环保俱乐部(SGC)”为推进主体，在日本国内外开展紧密联系当地的社会贡献活动。

另外，从2004年度起，在本公司的事业据点、销售据点所在地等处开展“夏普森林”活动。

2006年度举措(实际成绩)		2007年度举措
<ul style="list-style-type: none"> <li>国内：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>在全国7处开展“夏普森林”活动</li> <li>开始小学环境教育</li> <li>在营业、服务共85个据点开展地区社会贡献活动</li> </ul> </li> <li>国外：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>对各主要据点巩固社会贡献活动</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>已在全国6处开展了“夏普森林”活动</li> <li>从10月起的半年内，已在全国55所学校开展</li> <li>85个据点、共计14,078名员工参加</li> </ul> </li> <li>国外：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>在中国开设“夏普基金”并开始开展各项活动</li> <li>在亚洲各据点继续开展环境社会贡献活动</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>在全国10处以上开展“夏普森林”活动</li> <li>每年在500所学校开展小学环境教育</li> <li>扩充营业、服务据点的地区社会贡献活动</li> </ul> </li> <li>国外：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>在中国以“夏普基金”为中心，扩大活动范围</li> <li>完善国外据点的社会贡献活动信息网络</li> </ul> </li> </ul>

## 开展与当地密切相联的“夏普环保俱乐部(SGC)”活动

“夏普环保俱乐部”(SGC)2003年6月在日本成立，是以环境支援义务活动为中心进行企划、运营各种社会贡献活动的劳资联合组织。

SGC的目的是让员工走出办公室自行组织活动，以提高员工的环境意识和义务服务意识，同时为地区社会作贡献。

2006年度，参加员工总数达到28,678人，比前一年增加了约1,500人。另外，从2003年起连续在奈良县若草山举办的种植、清扫等活动受到好评，被认定为奈良公园管理事务所招募的“若草山景观保护活动等义务服务团体”第一团。

在日本国外据点也开展了植树活动和当地清扫活动、以及在学校的授课活动等。

今后还将进一步与地区协作，开展环境保护活动。



“2007若草山环保活动”

## 在事业据点所在的都道府县开展“夏普森林”活动

作为SGC的主要活动之一，在本公司事业据点及销售据点所在地等处开展“夏普森林”活动。

通过植树育林等活动来为森林建设作贡献的同时，作为与自然接触的场合，希望能进一步提高员工的环境意识。

目前，从2004年广岛县“八本松吉川夏普森林”开始，截止2007年4月香川县的“香川夏普森林”，已陆续在日本国内7处开展了“夏普森林”活动。

今后，计划于2007年度间在日本国内10处以上开展该活动。



“香川夏普森林”

名称	所在地	开设时间
夏普森林 in 矢板	日本栃木县矢板市	2007年03月
多气夏普森林※	日本三重县多气郡	2006年05月
天理古坟夏普森林	日本奈良县天理市	2006年04月
夏普环保俱乐部明日香森林	日本奈良县明日香村	2006年10月
神于山夏普森林※	日本大阪府岸和田市	2006年04月
香川夏普森林※	日本香川县高松市	2007年04月
八本松吉川夏普森林	日本广岛县东广岛市	2004年11月

※ 被认定为各府县与企业共同参与制定的“植树造林”制度的第一号。

## 支持员工社会贡献活动的休职、休假制度

为了增强员工参加社会贡献活动的积极性和提高他们的意识，夏普(株)引进了“义务服务休职制度”和“多目的休假制度”。

“义务服务休职制度”规定，参加义务活动对社会贡献度较高的，

最长可以休职1年。此外，“多目的休假制度”规定，每年给予8天可用于参加社会贡献活动及看护家属等的特别休假。

## 赞助用来表彰优秀著作的亚太奖

本公司自1989年第一届“亚太奖”(每日新闻社、亚洲调查会主办)起，一直提供赞助，为亚太地区的发展做出贡献。该奖用以表彰亚太地区政治、经济、文化、外交等方面的优秀著作。

2006年11月，举办了第18届“亚太奖”的颁奖仪式。



第18届“亚太奖”颁奖仪式

## 接纳约160名实习学生

本公司为支援学生的职业形成，采用提供体验商务现场的机会这一形式，在日本实施了学习制度。

2006年度，“商务系实习”接纳文科系学生约有90名，“技术系实习”接纳理工系学生约有70名。

## 日本国内外的地区社会贡献活动事例



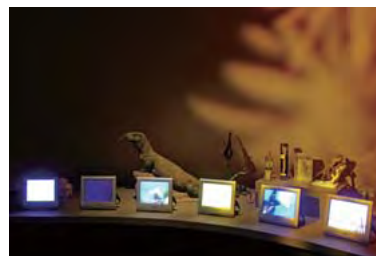
## ■ 当地活动的支援活动

本公司开展赞助各地多种多样的活动，加强与各地区之间的交流。总公司赞助了“阿倍野人类纪录片电影节”，奈良工厂赞助了“全日本金鱼钓鱼选拔赛”，栃木工厂赞助了“矢板高原马拉松大赛”。



## ■ 参加环境节

2007年3月，在龟山工厂所处的工业用地举办了“环境节”（龟山市主办），本公司与合作公司的约270名员工参加了此次“环境节”。为守护绿色，与当地居民一起将该用地内预计要开发的地块上的杉树及橡树等约400棵树木移植到附近的广场上。



## ■ 赞助博物馆展会(SEF/法国)

2006年4月~11月，在位于巴黎的国立自然史博物馆举办了展会，SEF对有45万人入场参观的“恐龙展”给予了赞助，提供液晶电视AQUOS和投影机。

Bernard FAYE/Museum d'Histoire Naturelle©



## ■ 举办企业参观等活动

2006年度，由东京公司举办的“趣味科学实验教室”和“太阳能电池讲座”活动中，约有350人到场参观。另外，由奈良县天理市综合开发中心举办的“亲子参观会”上，约有1,000人到场参观。

另外，广岛县东广岛工厂等工厂举办了以初中以下学生为对象的“工作场所体验学习会”，活用于学校教育和课程指导。



## ■ 在中国开设“夏普基金”(中国)

2006年5月，本公司与上海市慈善基金会联合开设了“夏普基金”。

从2000年起，夏普就开始赞助由小学、中学和高中的约2,000名选手参加的上海儿童日本象棋大赛，并向上海市、江苏省的23家医院捐赠了37V型AQUOS(25台)。另外，向上海市、江苏省、北京市的11所大学引进了“夏普奖学金制度”，对138名学生授予相当于一年学费数额的奖学金。此外，还定期开展植树等环境保护活动。



## ■ 为地区环境美化作贡献(SATL/泰国)

2006年12月，SATL公司员工及其家人共计400人参加了对当地差春骚县Khachinsorn小学、中学等开展的美化活动。

除了开展清扫活动外，还给公告板刷油漆、种植纪念树、向该小学及中学捐赠了一整套庭院养护用具。



## ■ 根据业务内容提供人才合作支援

三重工厂从2003年起向当地高中派出员工作为讲师，进行“超级科技讲座”，2006年度以液晶显示器的原理和环境措施为题实施讲座。

奈良县葛城工厂于11月派遣员工作为讲师，在大阪府内的大学以“太阳能系统的特性和环境贡献”为题进行讲座。



## ■ 新奥尔良市复兴慈善项目在美国企业奖上获奖(SEC/美国)

2007年3月，在逐渐从2005年卡特里娜飓风造成的毁灭性破坏中复兴过来的路易斯安那州新奥尔良市，SEC主办了复兴慈善项目“SOLA in NOLA”。与当地的复兴计划团体“Holy Cross”合作，邀请了SEC的10家经销商员工参加义务活动，对受灾最为严重的密西西比河沿岸10处住宅捐赠了本公司制造的太阳能发电系统并提供免费安装。

通过此项活动，2007年6月，SEC在以全美企业为对象的“美国企业奖”上获得了“最佳CSR计划”（员工人数在100~2,500名的企业）奖，该企业奖只颁发给该年度最具创新与优异功绩的企业。



# 第三者审查报告书



这是 AZSA Sustainability 株式会社针对夏普株式会社日语版“夏普环境·社会报告书 2007”所发行的一份独立第三者的日文版审查报告书,现将其翻译成中文。

## 关于“夏普 环境·社会报告书 2007”的独立第三者的审查报告书

2007 年 6 月 12 日

夏普株式会社  
取缔役社长 片山 幹雄 先生

AZSA Sustainability 株式会社  
(AZSA 监查法人集团)  
大阪市中央区瓦町 3 丁目 6 番 5 号

代表取缔役社长 鱼住 隆太

(环境计量师、公害防止管理者、注册会计师)

### 1. 审查目的及对象范围

审查目的在于就夏普株式会社(以下简称“会社。”)编写的“夏普 环境·社会报告书 2007”(以下简称“环境·社会报告书”)中所记载的 2006 年度的环境执行指标、环境会计指标以及社会性执行指标(以下简称“指标”)的可信赖性,站在独立的立场上表明本公司的结论。

环境·社会报告书的编写责任在于会社的经营者,本公司的责任在于要站在独立的立场上,就指标的可信赖性表明结论。

### 2. 审查标准及判断准则

本公司参照“国际担保业务标准 (ISAE) 3000”(2003 年 12 月 国际会计师联盟)并根据“环境报告书审查标准方案(2004 年 3 月 环境省)”以及“环境信息审查实务指针”(2006 年 1 月 日本环境信息审查协会)进行了审查。

此外还参照,“环境报告书准则(2003 年度版)”(2004 年 3 月 环境省)、“Sustainability Reporting Guidelines version 3.0”(2006 年 10 月 全球性报告倡议)以及“环境会计准则 2005 年版”(2005 年 2 月 环境省)等,将会社制定的编写标准定为审查时的判断准则。

### 3. 审查程序

本公司实施的主要审查程序如下所述:

- 就环境·社会报告书的编写及公示方针进行提问
- 对会社制定的指标是否妥当进行探讨
- 就指标的掌握方法以及统计过程进行提问,并对其内部管理机制是否完善及运用情况进行评价
- 在会社是否是按照会社所制定的编写标准来掌握指标并进行的统计方面,通过抽样调查,与原始单据进行核对并重新进行计算
- 对一部分工厂进行实地考察
- 就指标的公示是否妥当进行研究

### 4. 审查结论

本公司通过上述审查程序,获得了可作为结论基础的充分且恰当的证据。

关于环境·社会报告书所记载的指标,根据会社所制定的编写标准,在重大方面未发现没有合理进行掌握、统计及公示的事项。

会社与本公司或审查者之间,不存在环境报告审查标准方案所规定的利害关系。

完





# SHARP

## 夏普株式会社

邮编：545-8522 日本国大阪市阿倍野区长池町22番22号

电话：+81-6-6621-1221（总机）

<http://www.sharp.co.jp/>



本报告书，采用了无论是色盲、色弱人士，让更多的人都可实现易看易懂的设计，已被NPO法人“通用色彩设计机构”（Color Universal Design Organization - CUDO）所认定。



印刷使用的油墨不含VOC  
(挥发性有机化合物)成分。



2007年7月发行  
日本印刷