



夏普 环境·社会报告书 2009





## 关于封面

夏普正在日本大阪府堺市建设的“21世纪联合企业”完成预想图。在联合企业内，世界首次使用第10代液晶母板的液晶面板生产工厂和世界最大规模的薄膜太阳能电池生产工厂计划于2009年10月和2010年3月相继投入生产。另外，不仅导入最先进的环保设备，还采用“虚拟整体公司”的形式进行联合运营，彻底减少浪费和损耗，构筑了环境先进“21世纪联合企业”。

## 目录

CSR（企业社会责任）观点 .....	2
夏普高层致辞 .....	3

## 特辑

从“将造成地球变暖的负荷变为零的企业” 到“为环境做贡献的企业” 夏普努力实现低碳社会 的事业举措 .....	5
--	---

## 管理

管理的目标和实际成绩 .....	9
企业统筹、内部管理 .....	10
遵守法规、风险管理 .....	12

## 环境与夏普

环境方面的目标和实际成绩 .....	15
环境会计 .....	17
质量平衡 .....	18
<b>技术</b>	
独一无二环境技术的开发 .....	19
<b>产品</b>	
高环境性能的商品、电子元器件的开发 .....	21
推进废旧商品的循环利用 .....	24
<b>运作</b>	
环境管理的推进 .....	26
提高工厂环保性能的举措 .....	27
提高办公室环保性能的举措 .....	29
抑制温室效应气体的排放 .....	30
抑制废弃物的排放及进行再资源化 .....	31
工厂使用的化学物质的规范管理 .....	32
削减物流、包装环节的环境负荷 .....	33
<b>关系网络</b>	
环境交流的推进 .....	34

## 社会与夏普

社会方面的目标和实际成绩 .....	35
<b>与顾客一起</b>	
提供带来“安心”、“满意”的产品和服务 .....	37
<b>与客户一起</b>	
实现与供应商、销售店的共存共荣 .....	39
<b>与股东、投资家一起</b>	
合理的利益回报和合适的信息公开 .....	41
<b>与员工一起</b>	
营造公平、便于工作和发展的公司环境 .....	42
<b>与地区一起</b>	
作为企业市民，开展社会贡献活动 .....	45
夏普集团概要 .....	49
第三者审查报告书 .....	50

## 编者寄语

### ■ 整体构成

本报告书主要由四大章构成。

在“特辑”章，介绍了环境蓝图“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”的达成，新环境蓝图“Eco-Positive企业”以及为实现低碳社会所推进的夏普特长环境举措。

在“管理”章，重点报告了夏普在企业管理中所设定的重点推进课题、目标以及实际成绩。

在“环境与夏普”章，针对环境举措，以各具体主题的方针、目标和实际成绩为中心进行阐述。

在“社会与夏普”章，区分利益相关者，设定夏普社会方面的重点推进课题，并对目标、实际成绩进行了报告。

### ■ 网络关联信息

本报告书的相关文章登载在下列URL上，可以阅览和下载。另外，相关的具体事例和详细数据在日本夏普以及夏普全球主页上也有登载。

中国：<http://www.sharp.cn/home/about/2009.jsp>

日本：<http://www.sharp.co.jp/corporate/eco/report2009/index.html>

全球：<http://sharp-world.com/corporate/eco/report2009/index.html>

### ■ 对应期间、范围等

**对应期间：**2008年度(2008年4月~2009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。

**对应范围：**夏普株式会社及日本国内外的分公司·关联公司的环境、社会方面。

**对应组织：**夏普株式会社及日本国内外的分公司·关联公司。但环境性能数据的统计范围如下表所示。

### ■ 环境性能数据统计范围：

夏普株式会社和联合决算对象的分公司。但工厂中还包含非联合决算的分公司·关联公司。

工厂	38(日本国内17、国外21)
办公室	31(日本国内10、国外21)

### ■ 参考指导方针

- 日本环境省“环境报告书指导方针2007年版”
- 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”

### ■ 下一次发行时间

2010年8月(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推进本部 企画室

电话：+81-6-6625-1167 传真：+81-6-6625-1274

〒545-8522 日本国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。

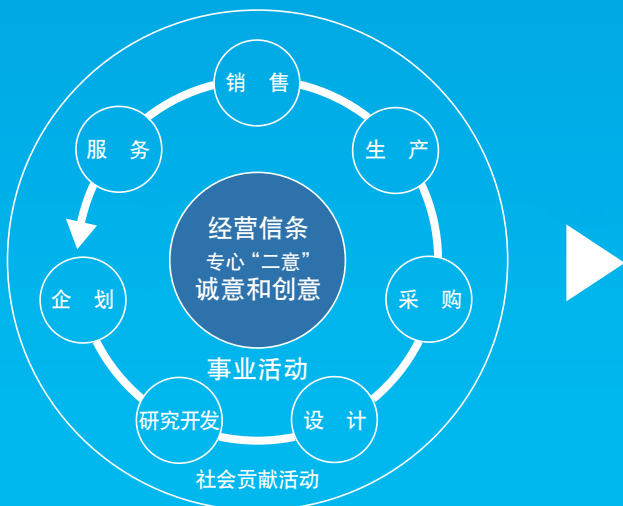
1973年，我们将创业以来的这一精神汇总为经营思想和经营信条。在夏普所追求目标之经营思想中表明：“为全世界的文化和福利的提高作贡献”，这表明了与利益相关者共存共荣的目标，与现在的CSR\*思想是一脉相传的。在经营信条中提出“诚意和创意”，表明为了实现经营思想，作为全体公司员工必须坚持的信念而彻底予以执行。

在本报告书中，介绍了在环境方面和社会方面等各领域夏普所采取的各种各样的CSR举措。这些举措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举措所要实现的目标，就是要通过事业活动和事业相关领域的社会贡献活动来实现经营思想。今后夏普仍然要在继承创业以来脉脉相承的创意基因的同时，不断开发出独一无二商品和建议新生活方式，用富含诚意的行动和事业活动，成长为永远为人类和社会信赖的企业。

\* CSR : Corporate Social Responsibility

■在所有的事业活动中都以“诚意和创意”来开展业务，以实现经营思想



- 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身边所有的人、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。

### 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潜力，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

### 经营思想的实现

- 通过事业活动为社会作贡献的观点  
“全世界的文化和福利的提高”
- 对于员工的观点  
“公司的发展和个人的幸福相一致”
- 对于利益相关者的观点  
“包括所有协作者在内的共同繁荣”

以太阳能发电与液晶显示器的独有技术为核心，  
在全球范围内开展环境事业，为保护地球环境做贡献。



### 前所未有的经济危机， 加速了向低碳社会的转变

2008年是《京都协议书》第一承诺期的起始年。这一年不仅仅在环境方面，在经济方面也同样将被刻入史册的一年。这一年因美国的次级贷款问题引发的金融危机波及到全球实体经济，导致世界经济陷入了极度低迷状态。

伴随着世界市场需求急剧减退，造成很多世界知名企业也陷入经营困境。其中，日本的出口产业又加上日元升值的双重影响，收益无可避免地大幅度减少。夏普当然也不例外，2008年度的经营业绩更是历史上未曾有过的严峻。

在这样的世界经济大环境中，各国政府接连推出力图恢复经济活力的一系列政策。这些政策以美国的“绿色新政(Green New Deal)”为代表，以大幅度引进可再生能源为中心，重新大胆地构建基础设施，在全球范围推动向低碳社会的意识结构的转变。

### 实现了“将造成地球变暖的负荷变为零的企业”， 并推出新环境蓝图和新环境战略

夏普在2004年度提出中期品牌目标为“环境先进企业”，并将环境蓝图设定为“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”。为实现这一中期品牌目标和蓝图，在所有的企业活动中都推出了以追求最大极限环保为目标的“超级环保战略”。

取得的丰硕成果有：利用夏普的独有技术，废弃塑料的再生使用量约达1,050吨；超级环保商品、电子元器件连续4年达成销售额构成比的设定目标；日本国内外有21家工厂被认定为超级环保工厂等。

作为总决算，提前两年实现了计划在2010年实现的环境蓝图，即夏普已成为“将造成地球变暖的负荷变为零的企业”。

藉环境蓝图达成之机，夏普在2009年推出新环境蓝图“Eco-Positive企业”，同时执行新环境战略“Eco-Positive战略”。

新环境蓝图“Eco-Positive企业”是指,利用太阳能电池和节能商品扩大温室效应气体的削减贡献量,同时继续将事业活动中产生的温室效应气体排放量抑制在最小范围内。新环境蓝图的目的是,使夏普成为整体事业活动的环境贡献(正面影响)将大大超出环境负荷(负面影响)的企业。

新环境战略“Eco-Positive战略”的目标是,进一步扩充“超级环保战略”指导下积累起来的环保型专业知识和技术,并将其推广普及至整个供应链,进而推广到社会。

## 在全球范围内开展,以太阳能发电和液晶显示器为中心的“地产地销”环境事业

夏普正在日本大阪府堺市建设的“21世纪联合企业”是为实现低碳社会所做的最重要举措之一。其中,世界首次采用第10代液晶母板的液晶面板生产工厂预计在2009年10月投产,而世界最大规模的薄膜太阳能电池生产工厂计划在2010年3月之前投产。

联合企业得到跨越不同行业的众多先进企业的携手参与。力图集合众企业之睿智,构建划时代的低环境负荷生产系统,批量生产环境性能优越的液晶面板与太阳能电池。

一直以来,夏普都是在日本国内建设液晶面板与太阳能电池前半工序的工厂。今后夏普将与国外权威企业携手合作,在国外消费市场本地建设工厂,在全球范围内开展当地生产、销售与消费的“地产地销”商品制造模式。夏普还计划实现商品及主要骨干电子元器件的从企划到设计、采购、生产、销售乃至再生循环整个过程的本地化,并将在日本国内蓄积的拥有雄厚实践经验的环保型技术和专业知识推广到全世界。

太阳能发电方面,夏普不仅开发、生产太阳能电池,还计划作为发电事业者,为实现低碳社会贡献力

量。迈出的第一步就是正在与意大利最大的电力公司Enel联手筹备开展太阳能发电事业。

另外,已在去年商品化的LED照明方面,今后也将在全球范围内推广,从而推动照明领域的节能运动。

## 为实现2012年蓝图,在经营思想及“诚意和创意”的经营信条下,进一步履行企业社会责任

为了迎接创业100周年的2012年,夏普制定了两大蓝图,即“通过世界第一的液晶显示器实现真正无处不在的社会”及“通过以节能·创能商品为核心的环境·健康事业为世界做贡献”。以积极致力于环境事业的各项举措为代表,全公司都在向实现蓝图奋起迈进。

今后,夏普还将一如既往地作为生产企业,通过开创新有助于社会持续发展的技术、商品和环保活动,为社会贡献自己的力量。

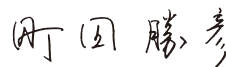
另一方面,为进一步强化企业伦理道德及对法律法规的遵守,夏普正在全球范围内,对遵守法规推进体制进行调整与完善。并继续致力于:强化企业统筹体制;进一步提高顾客满意度(CS);推进供应链的企业社会责任(CSR)和社会贡献活动,以及进一步充实人材培育等各种举措。

夏普今后依然会在经营思想及“诚意和创意”的经营信条下,继续通过为保护地球环境做贡献的“商品制造”,履行企业社会责任。

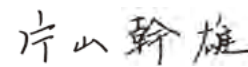
期待着您的坦诚意见!

2009年6月

取缔役会长 兼 CEO



取缔役社长 兼 COO



从“将造成地球变暖的负荷变为零的企业”到“为环境做贡献的企业”

## 夏普努力实现低碳社会的事业举措

夏普的环境蓝图“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”，在2008年提前2年实现了。

从2009年度开始提出新环境蓝图“Eco-Positive企业”，强化以实现低碳社会为目标的各项环境举措。



■ 环境蓝图“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”的实现

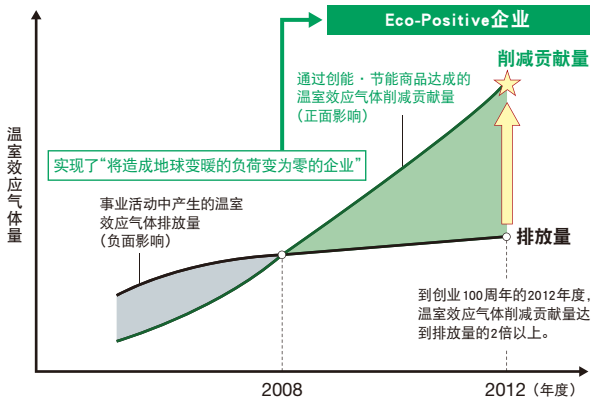


2008年度：约 170 万 t-CO<sub>2</sub>      2008年度：约 197 万 t-CO<sub>2</sub>

2008年度的温室效应气体削减贡献量是，太阳能电池约削减 102 万 t-CO<sub>2</sub><sup>※1</sup>与节能商品约削减 95 万 t-CO<sub>2</sub><sup>※2</sup>，合计约为 197 万 t-CO<sub>2</sub>。削减贡献量超过了同年度事业活动中产生的温室效应气体排放量的约 170 万 t-CO<sub>2</sub><sup>※3</sup>，实现了“将造成地球变暖的负荷变为零的企业”。

- ※1 太阳能电池2008年度的估算年发电量(2,260GWh)与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0.453kg/kWh(2007年度)相乘计算得出。估算相应年度的年发电量是夏普从前一年开始追溯过去20年所生产的太阳能电池，假设所有的太阳能电池都在工作的情况下计算得出。
- ※2 2008年度商品的节能效果所产生的温室效应气体削减贡献量的实际成绩，是依据夏普在2003~2007年度推向日本国内市场，以被视为替换旧机种的电视、空调、电冰箱等的换购台数在2008年4月1日到2009年3月31日(2008年度)期间工作所推算出的消费电力削减量(2,093GWh)与使用方CO<sub>2</sub>排放基本单位0.453kg/kWh(2007年度)相乘计算得出。推算消费电力的削减量是把1997年度业界代表机种的平均消费量作为旧机种标准进行计算。
- ※3 参照第30页。

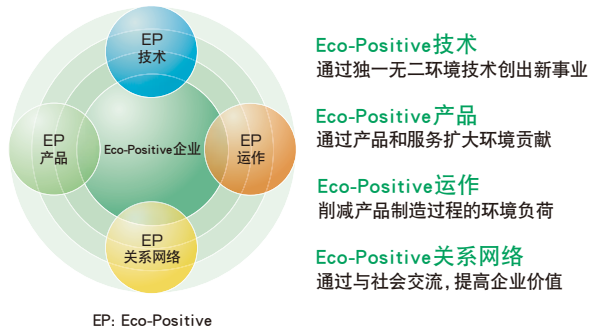
■ 新环境蓝图“Eco-Positive企业”



作为夏普独有指标，导入“温室效应气体削减贡献倍数”(Return On Emission, ROE<sup>m</sup>)。2012年度的2倍以上是指ROE<sup>m</sup>≥2。

$$\text{温室效应气体削减贡献倍数ROE}^m = \frac{\text{创能·节能商品产生的削减贡献量}}{\text{事业活动中产生的排放量}}$$

■ 新环境战略“Eco-Positive战略”



EP: Eco-Positive

环境蓝图  
“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”的实现

夏普在2004年度提出了中期品牌目标“环境先进企业”，并将环境蓝图设定为“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”<sup>※4</sup>。此后，为了实现该目标和蓝图，在“超级环保战略”的指导下，以普及和扩大太阳能发电为代表，积极推进了商品、电子元器件的环境性能强化、工厂的环保性能强化、独一无二环境技术的开发等先进环境举措。

至今，这些活动取得了丰硕成果，在2008年提前两年实现了环境蓝图。

- ※4 一方面抑制夏普在全球事业活动中的温室效应气体排放量，另一方面积极通过夏普生产的太阳能电池创能和商品的节能效果来扩大温室效应气体削减贡献量，到2010年度努力使温室效应气体的削减贡献量高于排放量。

新环境蓝图  
设定为“Eco-Positive企业”

2009年度开始提出新环境蓝图“Eco-Positive企业”，即努力实现环境贡献(正面影响)大大超出环境负荷(负面影响)之目标。为在创业100周年的2012年度之前，使温室效应气体削减贡献量达到事业活动中温室效应气体排放量的2倍以上，积极扩大太阳能电池的生产和推进商品、事业活动的节能，为实现低碳社会做出贡献。

深入开展“Eco-Positive企业”活动  
推进“Eco-Positive战略”

藉设定新环境蓝图之机，从2009年度开始推进“Eco-Positive战略”，代替以前的“超级环保战略”。

“超级环保战略”涉及到五个范围“技术”、“产品”、“工厂”、“循环利用”以及“管理”。而“Eco-Positive战略”对其进行调整组合，改为四个领域“技术”、“产品”、“运作”以及“关系网络”，以整体优化的观点更加广泛地推进环保举措。

夏普通过从2004年度开始推进，并已历时5年的“超级环保战略”，积累了丰富的环保型专业知识和技术，今后将继续在“Eco-Positive战略”的指导下进行扩充，并在整个供应链展开应用的同时，通过环境交流推广到社会。

以实现低碳社会为目标

## 夏普的Eco-Positive举措

### 太阳能发电的推广普及

扩大太阳能发电的导入量是实现低碳社会不可或缺的重要手段。夏普着眼于太阳能发电的远大发展前景，从1959年开始研究开发太阳能电池，在长达约半个世纪的时间里，一直作为行业带头人致力于太阳能发电的研究开发和推广普及，蓄积了大量的专业技术，赢得多方信赖。

针对近年急速扩大的市场需求，夏普在长年进行的晶硅太阳能电池研究开发的基础上，加强了薄膜太阳能电池的开发。今后将以晶硅与薄膜为两大轴心，发挥各自的特长，力争扩大应用范围。太阳能电池普及与推广的关键是发电成本，夏普正努力推进技术开发，力争早日实现晶硅与薄膜太阳能电池均能达到一般家庭用电费标准即每1kWh为23日元的目标。

为了对即将成为社会基础设施并急速发展的太阳能发电作出贡献，夏普在与日本ELIY Power公司联合进行大型锂电池开发的同时，也在积极地筹备与意大利最大的电力公司Enel携手共同推进的独立发电事业等，以成为“太阳能电池整体解决方案公司”为目标，正在积极开拓。

### 强化商品、电子元器件的环境性能

夏普自2004年度，导入了环境性能优越商品、电子元器件公司内部认定制度，并对其认定标准逐年进行严格修订。自2005年度以来，认定商品、电子元器件连续4年达成销售额构成比的预定目标(参照第21页)。

环境性能优越的商品中，特别是AQUOS液晶电视始终率先一步实现先进环境性能。例如：32V型电视在5年内年耗电量减少了7成以上，重量也减少了一半以上，大幅度节省了能源和资源<sup>※1</sup>。另外，在采用环保材料及循环利用设计方面，采用生物质树脂涂料、可反复循环利用的机身外壳等，运用夏普独有技术实现了先进的环保性能<sup>※2</sup>。

除此之外，从2008年度开始，将具有节能、使用寿命长等特长的LED照明商品化。LED照明商品耗电量非常少，设计寿命为4万小时<sup>※3</sup>(按1天点灯10小时计算，可用10年以上，是白炽灯泡的约40倍)，非常耐用。

今后还将进一步开发高性能的LED，为家庭及办公室的节能做出贡献。

※1 2003年度LC-32GD1(年耗电量238kWh/年、重量28.0kg)与2008年度LC-32DE5(年耗电量66kWh/年、重量13.5kg)的比较数据。

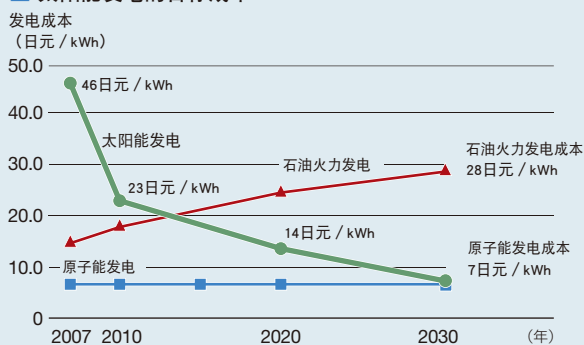
※2 采用生物质树脂涂料、可反复循环利用的机身外壳等的机型受到限定(参照第19、20页)。

※3 指设计寿命，即灯具光束降低至初始值的80%(长型、方型)或70%(天井镶嵌灯)时所需的时间，并非保证产品寿命。



采用夏普薄膜太阳能电池模块的德国慕尼黑蔬菜瓜果市场的太阳能发电系统

### 太阳能发电的目标成本



数据来源：根据日本新能源·产业技术综合开发机构(NEDO)的“2030年之前太阳能发电规划图”(PV2030)，由夏普作成。

### 第2代薄膜太阳能电池



2008年10月开始批量生产，采用原产品面积2.7倍的1,000mm×1,400mm大型玻璃基板。模组转换效率是业界最高级别的9%。在预计于2010年3月开始投产的大阪府堺市新工厂，将力争生产更高转换效率的薄膜太阳能电池。

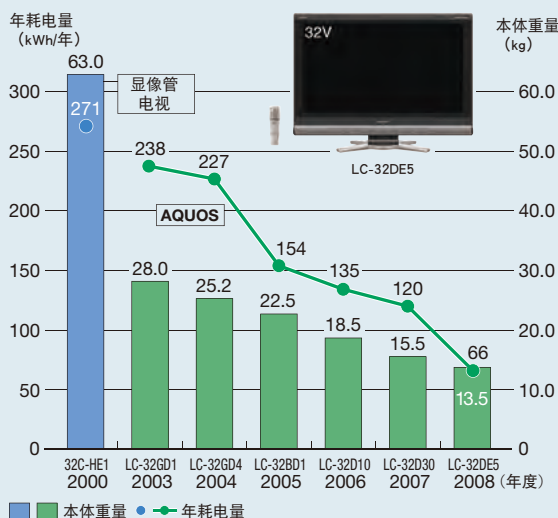
### 住宅用多晶硅太阳能电池模组 ND-191AV



太阳能电池片的高转换率技术和低反射玻璃的使用，使模组达到业内最高转换率<sup>※</sup>的14.4%。

※ 日本国内住宅用多晶硅太阳能电池模组的批量产品。

### 32V型液晶电视AQUOS的年耗电量和重量的推移







参考照片

### ■ 新一代照明：节能、使用寿命长的LED照明



方形灯DL-A002N搭载“净离子群”技术

天井镶嵌灯DL-D007N

LED灯泡DL-L60AV 调色·调光模式 (附带遥控器)



搭载了“净离子群”技术的机种，通过发生净离子群离子可以分解、消除空气中浮游的霉菌、病毒、过敏原等。创造洁净、舒适空间。

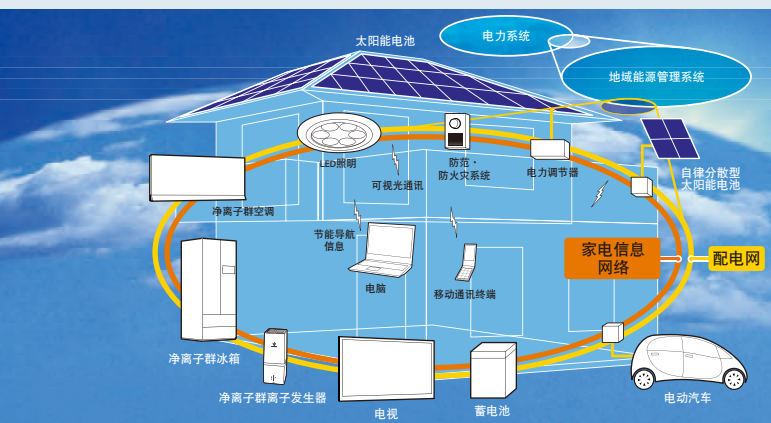
### ■ “21世纪联合企业”完成预想图

世界首次使用第10代液晶母板的液晶面板生产工厂和世界最大规模的薄膜太阳能电池生产工厂计划于2009年10月和2010年3月相继投入生产。利用高效率生产系统进行批量生产高环保性能的太阳能电池和大型液晶面板。另外，计划与大阪府立大学共同进行“植物栽培”、“废弃物的再资源化”等的研究也将在这里开始起步。



### ■ DC环保住房的构想

以活用IT技术的“家庭能源管理系统”为基础，将太阳能发电系统产生的直流电(Dc)蓄存起来，或以直流电的形式直接提供给家用电器，提高能源使用效率的构想。



## 强化工厂的环保性能

夏普从2003年度开始依照夏普独有的评估标准，分别将环保性能高的工厂认定为环保工厂(以下简称GF)，将环保性能极高的工厂认定为超级环保工厂(以下简称SGF)。其结果是日本国内外几乎所有的工厂都被认定为GF以上，其中包括夏普株式会社全部10家工厂在内的21家工厂被认定为SGF。达成SGF认定后的工厂，继续推进了进一步提高环保目标的“SGF II”制度，以期成为具有更高环保性能的工厂。

另外，正在日本大阪府堺市建设中的“21世纪联合企业”，作为符合低碳社会的新一代联合企业，计划导入远远超越夏普SGF代表工厂 - 日本三重县龟山工厂的环保体系。在联合企业内，除夏普外还聚集了基础设施相关企业及零部件、原材料生产企业等共17家企业，采用“虚拟整体公司”的形式，就像一个综合企业一样联合运营，从而将浪费和损耗控制到最小限度，实现高效率的生产。期待通过融合各企业智慧，能够在各领域产生新的技术革新。

## 开发独一无二环境技术

夏普一直以来捕捉先机，不断地进行研究开发符合新时代需求的技术，进而运用培育出的新技术，以独有特长的商品、事业的形式提供给社会。

1963年成功进行批量生产的太阳能电池，1970年开发并批量生产的LED，1973年世界首次在小形计算器上成功实用化的液晶显示器，2001年与日本《家电循环利用法》的实施同期进行实用化的塑料自循环型材料循环利用技术等，都作为完全符合当今时代需求的有力环境技术而受到瞩目，并与正在推进的开创环保型商品以及循环利用事业密切相关。

作为“Eco-Positive企业”，并为了实现迎接创业100周年的2012年制定的两大蓝图：“通过世界第一的液晶显示器实现真正无处不在的社会”及“通过以节能·创能产品为核心的环境·健康事业为世界做贡献”，夏普今后仍将一如既往地推进独一无二环境技术的研究开发。

保护地球环境是人类共同的课题，而解决这一课题技术革新是必须的。夏普将在全球范围内与各领域的权威合作伙伴携手共进，发挥应有的作用，并履行更多的企业社会责任。

# 管理的目标和实际成绩

在夏普集团行动原则的“夏普集团企业行动章程”中提出“堂堂正正地经营”。夏普以永远作为人类和社会信赖的企业为目标，在事业活动基础的管理中设定重点推进课题，并对活动结果进行验证、评估和推进持续性改善措施。

自我评估 ○：有超出目标的成果 ○：基本达到目标 △：有一定的成果

重点推进课题		2008年度举措	自我评估	2009年度举措（目标）	登载页码
内部管理系统的完善、运用、评估	目标	对内部管理系统进行持续性地完善、运用和评估	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 巩固内部管理系统</li> <li>· 应对社内外环境的变化对“内部管理基本方针”进行重新审核、修订</li> <li>· 内部管理系统各项相关措施的重新审核和持续性运用</li> <li>· 根据内部管理报告书，实施内部管理系统的完善和运用状况等信息公开</li> </ul>	10·11
	成绩	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 6月伴随着“执行董事制度”等的导入，修订了“内部管理基本方针”</li> <li>● 实施内部管理系统相关各项措施的持续性运用</li> <li>● 对基于日本金融商品交易法的内部管理报告制度，实施内部管理有效性评估</li> </ul>			
遵守法规的实践	目标	扩充遵守法规的推进措施	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续扩充遵守法规的推进体制和实施</li> <li>· 以日本国内管理层员工为对象的遵守法规的研修，扩大到以日本国内的全体员工为对象</li> <li>· 强化国外遵守法规体制</li> <li>· 实施遵守竞争法的监督、指导</li> </ul>	12
	成绩	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 设置遵守法规委员会</li> <li>● 设置遵守法规担当董事“首席守法官(cco)”、遵守法规担当“守法官(co)”等</li> <li>● 作成·颁布夏普集团遵守法规指南、防止行业垄断手册以及实施各种培训</li> </ul>			
强化商务风险管理	目标	扩充BCM(事业持续管理)系统	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化、扩充BCM系统</li> <li>· 假定大地震的发生，进行BCP(事业持续计划)的再评估与重新修订</li> <li>· 假定新型流感的发生，扩充BCP</li> </ul>	13
	成绩	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 假定新型流感发生，完善BCM推进体制(各事业所、营业据点)</li> <li>● 推进完善全公司预防新型流感病毒的对策</li> <li>● 导入平安确认系统，并开始运用</li> </ul>			
强化保密、信息安全对策	目标	实施保密、信息安全对策的自我检查，向日本国内关联公司推广评估制度	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在国外据点充实信息安全对策推进方法</li> <li>· 在国外各地区确立，可实现自我约束的信息安全管理网络体制</li> </ul>	13·14
	成绩	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 实施保密、信息安全对策的自我检查，向日本国内关联公司推广评估制度活动已结束</li> </ul>			
强化个人信息保护体制	目标	为取得个人信息标志认证，在取得手续上予以推进	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续实施个人信息保护推进措施</li> <li>· 实施个人信息保护内部监查</li> <li>· 继续对员工等实施个人信息保护相关的教育、启发活动</li> </ul>	14
	成绩	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取得个人信息标志认证(2008年10月)</li> <li>● 实施个人信息保护的内部监查</li> <li>● 对员工等实施个人信息保护相关的教育、启发活动</li> </ul>			

## 2008年度举措的实际成绩总结

2008年度，股东及投资家等利益相关者对强化企业统筹方面的要求进一步提高，以及特别针对内部管理体系相关的法律要求，采取的重点举措是导入了执行董事制度，并持续实施了对内部管理系统的完善、运用和评估等。在推进事业活动过程中，遵守法规是CSR的基础，在这方面，夏普在全球范围内进一步完善、强化了遵守法规推进体制及其方针措施。另外，在管理相关的个别领域，同样继续推进了改善措施，如完备大规模地震、新型流感发生时的对策、取得个人信息保护认证等。

## TOPICS

### 加入了联合国全球契约

夏普已于2009年6月正式签署加入联合国全球契约。

夏普支持全球契约所倡导的关于人权、劳动标准、环境、反腐败等10大原则，今后将进一步扩充相关领域的计划和决策，并推进实施。



我们支持  
联合国全球契约

# 企业统筹、内部管理

夏普通过执行董事制度的导入、社外取缔役的委任，作为与监查役会联动的组织进行经营上的监视与牵制的综合监查室的设置等，作为监查役设置公司，在强化取缔役·监查役制度的同时，努力提高经营质量。

另外，通过持续完善内部管理体系，努力充实确保整个集团正当经营的健康体制。

2008年度目标	2008年度成绩	2009年度目标
<ul style="list-style-type: none"> <li>对内部管理体系进行持续性地完善、运用和评估</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6月伴随着“执行董事制度”等的导入，修订了“内部管理基本方针”</li> <li>实施内部管理体系相关各项施策的持续性运用</li> <li>对基于日本金融商品交易法的内部管理报告制度，实施内部管理有效性评估</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>巩固内部管理系统                             <ul style="list-style-type: none"> <li>应对社内外环境的变化对“内部管理基本方针”进行重新审核、修订</li> <li>内部管理系统各项相关措施的重新审核和持续性运用</li> <li>根据内部管理报告书，实施内部管理体系的完善和运用状况等信息公开</li> </ul> </li> </ul>

## 对于企业统筹的观点

在众多产品领域进行开发、生产到销售的一条龙生产的夏普，各部门不仅职责分明而且相互密切关联，这是夏普的企业特长。因此，为了进行迅速决策及业务执行，构筑各部门的负责取缔役与生产现场成为一体化的经营体制至关重要。从这一观点出发，夏普作为设有监查役的公司，在加强取缔役·监查役制度的同时，不断提高经营质量。

为在经营决策与业务执行这两方面加大力度，并实现高效快速的企业运营，夏普于2008年6月导入了执行董事制度。

2009年6月，为了进一步实现透明而健全的经营，从发展的观点解散了成立于2006年的有望将各界有识之士的意见运用到经营当中的“顾问委员会”，之后，并重新委任了社外取缔役。

现任4位监查役中有3位是社外监查役，并从2006

年开始，设置了作为监查役会联动组织的综合监查室，强化对经营的监视与牵制机能。

今后，夏普仍将进一步强化取缔役·监查役·执行董事制度，同时努力充实企业统筹体制。（参照第11页）

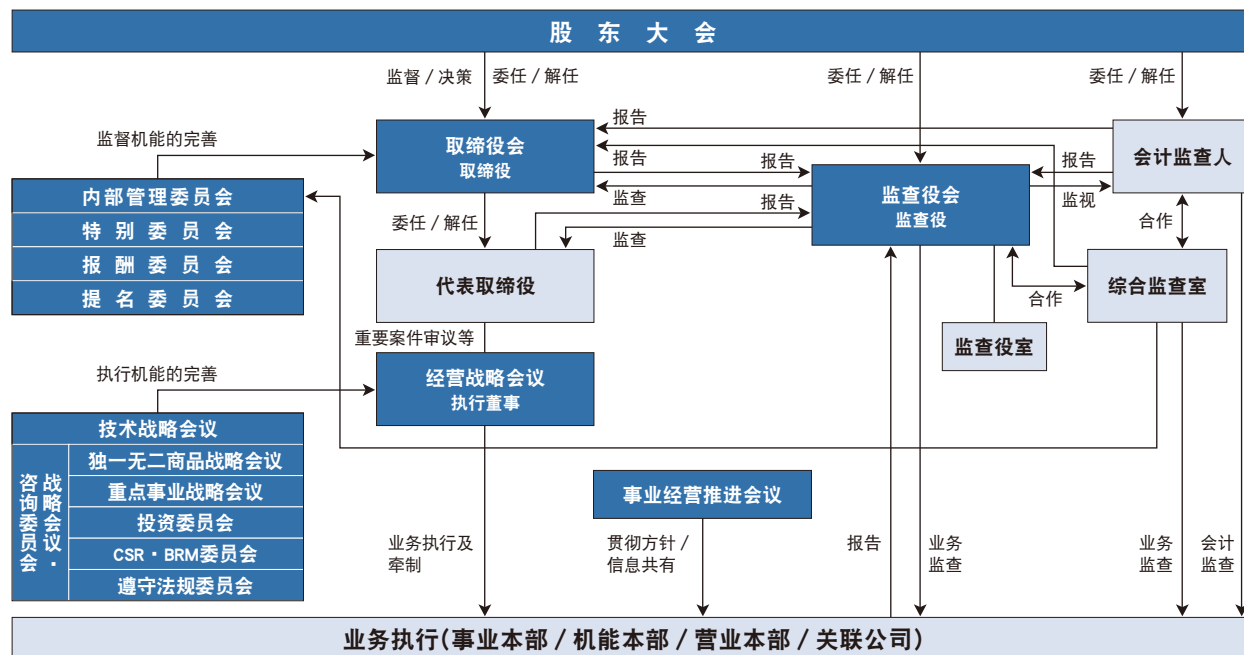
## 取缔役的委任·报酬·评估机制

夏普的取缔役受股东之托进行公司经营，为了提高取缔役的委任及报酬确定等方面的公正性和透明度，设立了完善取缔役会监督机能的内部管理委员会、特别委员会、提名委员会和报酬委员会。

取缔役的委任由提名委员会担任。社外取缔役也加入提名委员会，确定候选人。

另外，各位取缔役每月的报酬及奖金，以股东大会决议确定的报酬总额为上限，由包括社外取缔役在内的报酬委员会确定业绩、贡献度等评估标准，公正地予以决定。

■ 企业统筹体制图



特写

## 推进企业统筹改革，不辜负利益相关者的期待。

夏普为了建立持续发展的有效而合理的企业经营管理机制，进行了执行董事制度的导入、社外取缔役的委任等企业统筹改革。

夏普自创业以来，一直是利用独有技术开发世界上前所未有的商品和电子元器件，不断为客户提供新价值的“产品制造企业”。作为其核心的独一无二商品开发，在努力发挥夏普独有的特长元器件与商品开发的螺旋效应的同时，最大限度发挥与其它公司之间联手合作的相辅相成效应也非常重要。并且，还要求各事业的执行负责人要有从研究开发到商品化以及事业化的长远观点，要沿袭夏普的企业作风，不要只局限于自己负责领域的专业知识，要有广泛的知识 and 见解，相关执行负责人之间要互相保持合作，从而做到准确而迅速的决策。

另一方面，随着夏普多年来事业规模的扩大及公司品牌力的提高，外部对夏普的期待值也越来越高，这就更加强烈地要求经营过程中要意识到供应商、股东、消费者、地区社会、员工等所有利益相关者的立场。另外，如正在日本大阪府堺市建设中的“21世纪联合企业”项目等，在扩大事业规模的同时，为了进一步发展，还在致力于开展新商务模式。

要想确保能在各种状况下，都能更加稳妥地扩大事业，就需要不断地进行企业统筹体制的改革，最终构筑能够满足强化决策·监督机能和业务执行机能两个方面的企业统筹体制。作为改革的重要一环，为了做到正确决策与迅速的業務执行，于2008年6

月导入了“执行董事制度”。并且，为了进一步提高经营的“透明度”、“客观性”，于2009年6月迎来了拥有丰富经验与广泛见识的社外取缔役，共同参与经营。夏普希望通过这些不懈的改革，实现持续成长与发展，从而不辜负利益相关者的期待。



执行董事  
经营企画室长  
藤本 俊彦

### 内部管理基本方针和内部管理的完善

夏普依照日本的“公司法”和“金融商品交易法”，为确保集团全体业务的正当经营，正在完善夏普集团内部管理系统。

2006年5月，在取缔役会通过“完善确保业务正当经营的体制(内部管理系统)的基本方针”决议的同时，作为补充取缔役会监督机能的咨询机构，设立了“内部管理委员会”，针对内部管理系统的各相关决策的审议、实施状况进行确认等。

2008年7月，随着“执行董事制度”的导入，明确了内部管理系统完善过程中的执行董事的职责的同时，并从强化遵守法规体制的观点出发，反映出新成立的“遵守法规委员会”在内部管理系统中的定位等，对基本方针进行了修订。

对照该基本方针，各本部和日本国内外分公司将业务流程书面化，并自我检查这些流程是否得以规范地完善及

运用。并且，作为内部监查部门的综合监查室以独立的立场，对这些业务流程及整个公司管理环境的整備及运用情况进行监查。

2009年6月，夏普提交了自2008事业年度起在日本有义务向财务局提交的内部管理报告书，公布了涉及到财务报告的内部管理有效性的评估结果。

### CSR推进体制

针对CSR的全公司措施方针、活动计划、推进状况等，由经营管理担当副社长和全体事业本部长、全体机能本部长组成的“CSR·BRM<sup>※</sup>委员会”每年举行2次大会进行审议和确认。该委员会是夏普的补充执行机能的咨询委员会。

2008年4月，“CSR推进室”与“法务室”改组为本部组织，成为法务统辖董事旗下的“CSR推进本部”，并于同年10月在该本部内新设了“社会贡献推进室”，从体制上予以加强。

※ BRM：Business Risk Management (商务风险管理)

# 遵守法规、风险管理

夏普集团制定了“夏普集团企业行动章程”和“夏普行动规范”，并持续性进行体制完善及实施培训等，在全球夏普推进强化遵守法规的举措。另外，对应大规模的灾害和新型流感等商务风险管理等举措也正在稳步开展。

2008年度目标	2008年度成绩	2009年度目标
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩充遵守法规的推进措施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 设置遵守法规委员会</li> <li>● 设置遵守法规担当董事“首席守法官 (CCO)”、遵守法规担当“守法官 (CO)”等</li> <li>● 作成・颁布夏普集团遵守法规指南、防止行业垄断手册以及实施各种培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续扩充遵守法规的推进体制和实施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・以日本国内管理层员工为对象的遵守法规的研修，扩大到以日本国内的全体员工为对象</li> <li>・强化国外遵守法规体制</li> <li>・实施遵守竞争法的监督、指导</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩充BCM(事业持续管理)系统</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 假定新型流感发生，完善BCM推进体制(各事业所、营业据点)</li> <li>● 推进完善全公司预防新型流感病毒的对策</li> <li>● 导入平安确认系统，并开始运用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化、扩充BCM系统                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・假定大地震的发生，进行BCP(事业持续计划)的再评估与重新修订</li> <li>・假定新型流感的发生，扩充BCP</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 实施保密、信息安全对策的自我检查，向日本国内关联公司推广评估制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 实施保密、信息安全对策的自我检查，向日本国内关联公司推广评估制度活动已结束</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在国外据点充实开展信息安全对策推进方法                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・在国外各地区确立，可实现自我约束的信息安全管理网络体制</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 为取得个人信息标志认证，在取得手续上予以推进</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取得个人信息标志认证(2008年10月)</li> <li>● 实施个人信息保护的内部监督</li> <li>● 对员工等实施个人信息保护相关的教育、启发活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续实施个人信息保护推进措施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・实施个人信息保护内部监督</li> <li>・继续对员工等实施个人信息保护相关的教育、启发活动</li> </ul> </li> </ul>

## 彻底贯彻“夏普集团企业行动章程”和“夏普行动规范”

为了彻底贯彻对企业伦理道德及法规的遵守，夏普于2005年5月对原有行动章程进行了修改，制定了夏普集团新行动原则的“夏普集团企业行动章程”和作为所有董事、员工行动准则的“夏普行动规范”。

行动章程和行动规范作为夏普集团的通用基准，同时适用于分布在世界各国的夏普公司。

## 加强遵守法规推进体制

夏普集团为了在遵守法规及社会规范的基础上规范地开展事业，在持续性地修订和加强遵守法规推进体制。

2008年度，作为CSR·BRM委员会的补充机构，成立了由负责经营管理的副社长担任委员长、由机能本部长等成员组成的“遵守法规委员会”。该委员会每3个月召开一次例会，确认集团整体遵守法规方针政策的立案及其实施状况、纠正措施以及目前正在推进当中的加强国外据点遵守法规体制的状况等。

另外，任命负责经营管理的副社长为夏普集团遵守法规推进负责人“首席守法官 (CCO)”；为了更加强化国外遵守法规体制，任命海外营业本部长为“助理守法官”来辅

佐 CCO 的工作；并任命夏普株式会社事业本部负责人与国外4地区（美洲、欧洲、中国、亚洲）负责人为“守法官 (CO)”，确立了在各自立场推进遵守法规的责任体制。

并且，一直以来在夏普株式会社各事业本部与日本国内关联公司都配备了法务负责人，作为加强国外遵守法规体制的重要组成部分，从2009年3月起，在国外4地区也依次配备了法务负责人。

## 遵守法规意识的形成以及推广渗透

夏普株式会社为了促进遵守法规意识的形成以及推广渗透，以取缔役、经营干部、管理职员工、中坚员工以及新入社员工等为对象，进行了分级别研修、海外出差人员研修、各专门领域研修等遵守法规相关联的教育内容。还持续性扩充通过遵守法规手册和公司社内网络等方式提供的法律法规信息。

2009年2月发行了《夏普集团遵守法规指南》，并计划从2009年度开始，依照该指南以日本国内全体员工为对象进行遵守法规培训，在国外所有据点亦将依次进行同样的培训。并且继续实行一直由总公司法务部门进行的对日本国内各事业本部、关联公司遵守法规推进状况的监督，以期进一步加强推进遵守法规。

## 设置有关遵守法规的通报、咨询窗口“水晶热线”

夏普株式会社及日本国内关联公司，设置了有关遵守法规的通报、咨询窗口“水晶热线”。依照《公益通报者保护法》的宗旨，夏普的员工、派遣员工以及客户方面的员工也可以使用“水晶热线”。自2007年10月开始，还把顾问法律事务所设为社外管理窗口，建立了更加便利的通报和咨询体制。

在“夏普行动规范”中，明确规定必须严格保护通报和咨询者的个人信息，绝对杜绝因进行了通报或咨询等事由而受到不正当对待的现象。

## 杜绝各种形式的腐败现象，规范处理各种募捐款项

在“夏普集团企业行动章程”及“夏普行动规范”中明确规定，杜绝贿赂、索要金钱物品等各种形式的腐败现象，并规范处理各种募捐款项等的行动准则。

夏普株式会社的募捐款、赞助金等的支出，在日本有义务经“有关CSR等款项支出等审查委员会”进行审查，构筑对不正当提供利益和不正当支出等的预防体制。

## 推进CSR和BRM活动的一体化

夏普在迅敏灵活地应对事业环境变化的同时，将杜绝违反法律法规行为、排除风险损失的BRM（商务风险管理）作为履行企业社会责任的最重要的活动之一，并将CSR与BRM的活动一体化统合起来进行推进。

“CSR·BRM委员会”（参照第11页）负责对重要风险的定期审核，以及就全公司的措施方针进行审议。同时，各事业本部和机能本部每半年一次对重要风险进行确认，有计划地推进防患于未然、降低影响度等的对策实施。

## BCM与BCP的整备及扩充

夏普将发生大规模灾难时确保员工及其家人的安全、并实现尽快恢复重要业务的BCM（事业持续管理）作为经营的重要课题。继续致力于假定大规模地震等情况的BCP（事业持续计划）整备。

2008年度，夏普导入了在日本国内发生大规模灾难时，利用手机的邮件功能等有效率地收集员工是否平安等信息的“平安确认系统”。除此之外，还对总公司发生灾难时的对策及业务持续对策等事项进行了检讨及修订。另外，针对新

型流感对策，在总公司成立了对策筹备委员会，推动了日本国内外据点的对策研究及导入方针等的实施（参照TOPICS）。

2009年度将对各事业本部发生大规模地震时的BCP进行再次评价及提升，努力扩充其方针措施。另外，还将继续致力于包括对新型猪流感（H1N1）在内的新型流感预防对策的整备。

## TOPICS

### 在全球范围内推进新型流感对策

近年来，被认为含有强烈毒性的源于“禽流感（H5N1）”的新型流感威胁着世界各地。夏普以“禽流感（H5N1）”感染者较多的国家为首，在日本国内外致力于体制整备、感染预防对策、事业持续等相关的方针制定及各种措施的推进。

依照世界卫生组织（WHO）及各国政府的指导方针，2008年度导入了针对员工的教育、启发工具，制定了万一被感染后的行动规范，并储备了备用物品等。并且，作为夏普独有的措施，目前正在公司内部安装（日本国内外共约1万台）具有空气除菌功能的净离子群离子发生器。

另外，针对2009年4月发生的猪流感（H1N1），在源于“禽流感（H5N1）”的新型流感对策方针及措施的基础上，恰当灵活地予以运用，在日本国内外据点全面实施了对策。

## 加强提高信息安全水平的推进体制与扩充自我检查活动

夏普为加强机密信息的保护，每半年召开一次日本国内集团的全体担当负责人参加的“IT基础设施/信息安全委员会”例会。该委员会负责对2003年制定的《信息安全基本方针》的贯彻以及IT基础设施的整备状况、各种决策措施的推进状况等进行确认。另外，2008年度还通过e学习方式等，推进了对日本国内集团全体员工的持续性教育、启发活动。

夏普株式会社自2005年度开始，在各组织实施了各自的保密及信息安全对策状况的自我检查和评估活动。2008年度起，为了提高集团整体水平，在日本国内的关联公司及其支店、办事处等处也展开了实施。

在2009年度，计划对自我检查的项目进行审核和替换，并提高每一个检查项目的对策水平，同时修订评估要点、标准、流程等，以期提高该活动的整体水平。

在国外，夏普自2006年度开始，在美洲、欧洲、中国、亚洲4区成立了“地区信息安全委员会”，并从2007年度开始实施自我检查活动，从而强化了推进体制及提高了信息安全水平。2009年度，计划在实行自我检查的过程中，确立各地区能够自觉实施信息安全周期管理系统的机制。

## 关于液晶显示器涉嫌价格垄断的问题

### ■ 事件经过

2006年12月,夏普株式会社因TFT液晶显示器的价格涉嫌垄断,接受日本、美国、欧盟竞争当局\*的调查后,夏普认真对待了当局的各种要求。

2008年11月,夏普与美国司法部之间就出售给部分客户的TFT液晶显示器价格垄断问题支付1亿2000万美元的罚款达成合意。

2008年12月,日本公正交易委员会认为夏普销售给任天堂株式会社的TFT液晶显示器涉嫌价格垄断问题,责令停止违法行为并缴纳罚款。针对这一情况,夏普诉至法院,2009年4月该案已进入法院审理阶段。今后,夏普将按照诉讼程序,强调说明夏普“未实施违法行为”,请求得到公正的判决。目前欧洲委员会的调查还在进行当中。

\* 竞争当局: 公正交易委员会、美国司法部、欧洲委员会竞争总局

### ■ 采取措施防止再次发生

夏普集团一直坚持通过培训等方式致力于防范违反竞争法行为出现,但还是出现了上述情况而接受调查。夏普将严肃认真地对待这一事件,坚决防止出现违法行为,并重建现有

体制,加大培训力度,以杜绝违法嫌疑的行为的发生。

自2006年12月竞争当局开始调查之后,夏普在2007至2008年期间,修改了竞争法手册,并在日本国内各事业本部进行了竞争法培训。

2008年12月,夏普在公司内部传达了社长的“防止再次发生该类事件”的决心,并于2009年1月至3月期间,以日本国内全体管理层为对象进行了竞争法培训。

2009年2月,为遵守世界各地竞争法而制定《防止卡特尔指导手册》及《夏普集团守法指南》,并分发给夏普集团员工。现在正利用这些资料,依次在各事业所及据点开展包括遵守竞争法在内的守法培训。

并且,于2009年2月在原有的水晶热线(参照第13页)的基础上,还在公司内、外增设了竞争法专用举报及咨询热线。

今后,总公司法务部门在对各事业本部及关联公司的守法例行监督过程中,将特别加强对遵守竞争法方面行为的指导,使每一位员工都能正确处理工作。

夏普集团将进一步增加防范措施并继续推进各项工作,以期今后不再发生同样的事件。

## TOPICS

### 中国IT支援中心的活动介绍

中国IT支援中心(CITSC)成立于2007年10月,通过对夏普在中国的各生产基地、销售公司的IT资源的最优化管理,以及对服务器虚拟化集中管理,统一版本的标准化管理等,实施现地密集型的IT支援活动。

在每半年的初始时期,CITSC召集中国的各生产基地、销售公司的IT责任人,针对战略性运用中国地区IT资源以达到削减TCO目的举措进行指导。此外,各公司还分别介绍自己在IT方面的成功事例,并就中国地区灵活运用共享资源的实现情况进行确认。

并且,推进IT设备的环保化(通过CPU虚拟化和服务器虚拟化的集中管理)、开展PC会议等,运用IT为环境做贡献。另外,关于活用IT的效果测评,不单是对成本的削减进行测评,还采取将其换算成CO<sub>2</sub>等测评举措。

为防止包括顾客信息在内的中国各公司企业信息的外泄,CITSC根据总公司制定的“信息安全方案”和“信息安全管理办

法”贯彻实行了有关携带笔记本电脑及有记录功能媒介物出入公司的规定,以及杜绝使用复制软件、加强许可管理等应对措施,并全力对中国各公司的员工进行信息安全的启蒙教育。



中国据点 IT 负责人会议场景

### 取得个人信息保护认证

个人信息保护认证授给那些能够规范管理个人信息的企业,为进一步明确夏普的立场,2008年10月夏普株式会社全公司接受了认证。



### 知识产权的保护

夏普将其所保有的知识产权,最大限度地活用在夏普的事业战略和研究开发战略中。

针对夏普知识产权受到的不正当侵害,原则上以对话的方式解决,如果得不到应有的尊重时,将采取求助法院等第三者判断的方针。特别是近年来,国外夏普品牌假冒产品造成了恶劣影响,通过与管理当局、行业团体之间的携手合作,强化产权保护的对策。

另外,夏普还加强公司内部规程,努力加强对企业机密的保护,特别是预防夏普独有的重要生产技术、专业知识的泄漏等。

在坚持尊重第三者知识产权的中心思想下,积极召开全公司专利相关人员会议,积极组织以开发、制造等相关技术人员为中心的员工培训等活动。

# 环境方面的目标和实际成绩

夏普在“环境基本理念”的指导下，根据“夏普集团企业行动章程”和“夏普行动规范”中所规定的环境方针，在所有企业活动中致力于推进环境保护。2008年度环境蓝图“2010年将造成地球变暖的负荷变为零的企业”提前2年实现了。从2009年度起提出了新环境蓝图，继续为保护地球环境贡献力量。

### 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”

### 夏普集团企业行动章程

#### 对保护地球环境的贡献

在加强为保护地球环境做贡献的独自技术开发的同时，开展考虑到环保性能产品的开发与事业活动，进一步履行环保责任。

### 夏普行动规范

#### 贡献于地球的环境保护

1. 为了环境保护
2. 为了环境顾及型产品、服务的开发及事业活动

## 设定新环境蓝图和新环境战略

夏普在2008年度提前实现了环境蓝图“2010年 将造成地球变暖的负荷变为零的企业”。并以此为契机设定了新环境蓝图“Eco-Positive企业”和新环境战略“Eco-Positive战略”，从2009年度开始推进实施。

## 2008年度各项举措的实际成绩总结

夏普在2004年度将“环境先进企业”设定为中期品牌目标，并一直将环境举措作为最重要的经营课题，现已迎来了第五年，2008年度提前实现了环境蓝图，创下了可称为总决算的硕果。

首先，在环境技术方面：塑料的自循环型材料循环利用，其再生使用量约达到1,050t，作为一项新事业顺利开展起来；在确保操作人员安心、安全地作业，大幅度削减作业负担的设计理念指导下，薄型电视循环利用生产线顺利建设完成，并按计划于2009年4月1日开始投产。

其次，在环保商品、电子元器件方面：连续4年4种商品都达成销售额构成比的预定目标，其中环境性能优越的商品、电子元器件占有相当大的比例。

另外，在工厂方面：日本国内外38家工厂中21家成为了超级环保工厂(SGF)，而且在已成为SGF的夏普株式会社10家工厂，又开始导入、实施新举措“SGFII”。在“SGFII”中作为削减CO<sub>2</sub>及废弃物排放量的举措之一，是将目标设定为排放量控制在2007年度实际成绩之下，各项举措的实施结果加上减产等因素的影响，各项设定目标均得以达成。

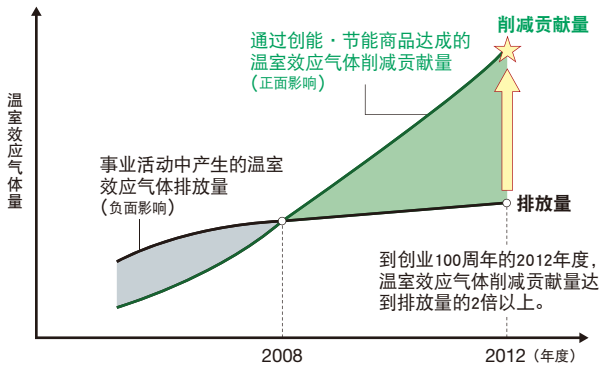
今后，将在积极推进新环境蓝图“Eco-Positive企业”的同时，进一步强化“创能和节能”为核心的环保举措，与以供应链为首的关系网络的合作伙伴一起，将所开发的环保型专业知识和技术推广至社会，为实现低碳社会做贡献。

## 主要目标和2008年度的实际成绩

活动划分	课题	重点推进的项目	
技术	确立3R技术	扩大塑料的自循环型材料的循环利用	
		确立液晶电视循环利用技术	
产品	开发环保商品	扩大超级环保商品(日本国内)的销售额构成比例	
		扩大环保标志商品的销售额构成比例	
	开发环保电子元器件	扩大超级环保电子元器件的销售额构成比例	
运作	推进废旧商品的循环利用	扩大环保电子元器件的销售额构成比例	
	扩充环境管理系统	扩充循环利用系统	
		建立综合管理系统	
	促进环保工厂/环保办公室	实现环保工厂(GF)及超级环保工厂(SGF)	推进环境e学习
			实施交叉监查
			举办“最佳环保实践论坛”
			扩大环保办公室认定
	抑制温室效应气体的排放	抑制温室气体排放	削减CO <sub>2</sub> 排放量
			削减CO <sub>2</sub> (产量基本单位)排放量
	抑制废弃物的排放及再资源化	抑制废弃物的排放及再资源化	削减废弃物排放量
削减废弃物(产量基本单位)排放量			
削减废弃物等的(产量基本单位)排放量			
降低有害化学物质的风险	降低有害化学物质的风险	强化化学物质管理体制	
削减物流环节产生的CO <sub>2</sub>	削减物流环节产生的CO <sub>2</sub>	削减基本单位的CO <sub>2</sub> 排放量	



■ 新环境蓝图“Eco-Positive企业”



作为夏普独有指标, 导入“温室效应气体削减贡献倍数”(Return On Emission, ROE<sup>m</sup>)。2012年度的2倍以上是指ROE<sup>m</sup>≥2。

$$\text{温室效应气体削减贡献倍数ROE}^m = \frac{\text{创能·节能商品产生的削减贡献量}}{\text{事业活动中产生的排放量}}$$

■ 新环境战略“Eco-Positive战略”



- Eco-Positive技术**  
通过独一无二环境技术出新事业
- Eco-Positive产品**  
通过产品和服务扩大环境贡献
- Eco-Positive运作**  
削减产品制造过程的环境负荷
- Eco-Positive关系网络**  
通过与社会交流, 提高企业价值

EP: Eco-Positive

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%

	2008年度目标	2008年度实际成绩	自我评估	2009年度目标	2012年度目标	登载页码
	向新产品中投入使用再生塑料量1,000t	向新产品中投入使用再生塑料量约达到1,050t	◎	使用量1,200t	使用量1,500t	19-20
	液晶电视循环利用技术验证试验	液晶电视循环利用的验证试验完成	○	液晶电视循环利用流水线作业线最佳化	开发液晶显示屏循环利用技术	20-25
	55%以上	68%	◎	60%以上	60%以上	21-22
	90%以上	91%	◎	90%以上	90%以上	
	20%以上	24%	◎	20%以上	20%以上	21-23
	80%以上	85%	◎	85%以上	95%以上	
	构建薄型电视循环利用系统	薄型电视循环利用系统构建完成	○	薄型电视循环利用高效率化	实现薄型电视显示屏玻璃的高附加值循环利用	24-25
	夏普株式会社累计5家工厂建立 国外5家工厂建立	夏普株式会社累计5家工厂建立 国外3家工厂建立	△	— 国外累计5家工厂建立	—	26
	—	—	—	在日本国内56个办公室、国外21家 工厂·21个办公室实施第一阶段(基础篇)	在日本国内56个办公室、国外21家 工厂·21个办公室实施第二阶段(应用篇)	
	夏普株式会社工厂：10(全部成为SGF) 将SGF的新举措“SGF II”制度化	“SGF II”制度化完成	○	SGF II等级A以上：2家工厂	全部工厂达到SGF II的A等级以上	27~29
	日本国内工厂(分公司·关联公司)：7 SGF：2	SGF：2	○	向SGF的2家工厂开展SGF II SGF：累计3	全部工厂达到SGF II的B等级以上	
	国外工厂(分公司·关联公司)：21 SGF：累计9	SGF：累计9	○	向SGF的9家工厂开展SGF II SGF：累计11	全部工厂达到SGF II的B等级以上	
	国外累计15家工厂实施	国外累计15家工厂实施	○	—	—	
	—	—	—	在欧洲、美洲和中国举办	在欧洲、美洲、中国和亚洲举办	27
	日本国内累计30个办公室取得认定	39个办公室取得认定	◎	认定43个办公室	认定56个办公室	29
	夏普株式会社10家工厂： 抑制在2007年度的实际成绩之下	比2007年度 削减2%	◎	抑制在2007年度的实际成绩之下(每年度目标)		30
	夏普株式会社 商品工厂 比上年度 削减2% 电子元器件工厂 比上年度 削减5%	比上年度 增加34% 比上年度 增加9%	×	— —	实际产量基本单位 ·夏普株式会社所有工厂 比1990年度 削减35% (2008~2012年度平均)	
	国外工厂(分公司·关联公司)： 比上年度 削减2%	比上年度 增加2%	×	比上年度 削减2%(每年度目标)		
	夏普株式会社10家工厂： 抑制在2007年度的实际成绩之下	比2007年度 削减16%	◎	抑制在2007年度的实际成绩之下(每年度目标)		
	夏普株式会社10家工厂： 比上年度 削减3%	比上年度 削减3%	○	—	—	31
	国外工厂(分公司·关联公司)： 比上年度 削减2%	比上年度 削减12%	◎	比上年度 削减2%(每年度目标)		
	实施夏普新化学物质管理指针	完成夏普新化学物质管理指针的制定	△	夏普新化学物质管理指针的实施· 在日本国内工厂制度化	夏普新化学物质管理指针 在日本国内外工厂制度化	32
	日本国内夏普集团全体 比上年度 削减1%	比上年度 增加8%	×	比上年度 削减1%(每年度目标)		33

# 环境会计

夏普为了准确掌握环境保护相关成本和定量效果,并使其有利于环境经营的实践,自1999年度起引进了环境会计。还从2005年度起,采用日本环境省《环境会计指导方针》所规定的公布方式。

## 环境保护成本的推移

环境保护投资方面,虽然在日本三重县龟山工厂防止臭气及空气污染对策方面进行了设备投资,使防止公害相关投资额比上年度增加了73%,但整体投资与上年度持平约35亿日元。环境保护经费也与上年度相近约203亿日元。

## 经济效果的推移

由于受原油价格暴涨导致热电共生系统等的燃料成本增高等的影 响,实际经济效果比上年度减少16%约为55亿日元。但因太阳能发电事业的扩大使发电量顺利增加等,推测效果比上年度增加了24%,约为559亿日元。

环境活动分类 ( )内:根据环境省制定的“环境会计指导方针”进行分类		环境保护成本 (百万日元)		经济效益 (百万日元)		环境保护效果				参考 页码
		主要举措内容	投资额	费用	实际效果	推测效果	物理效果		推测效果	
环境经营 (管理活动)	· 运用环境管理系统 · 推进环境经营 · 环境教育活动	60 (43)	2,014 (1,840)	—	—	推进环境经营				26
						环境教育 听课人数	干部 专家 一般	144名 606名 195名	— — —	
企画·设计 (研究开发)	· 太阳能发电的研究开发 · 推进塑料的自循环型 材料循环利用 · 环境基础技术研究开发 · 开发生物质树脂涂料	124 (452)	2,281 (2,385)	—	54,136 (43,638)	提供环保商品 (百万日元)				5 8 19 24
						环保标志商品销售额构成比	91.2%	—		
						超级环保商品销售额构成比	68.3%	—		
						太阳能发电总量	2,260GWh	47,460		
						(同上)CO <sub>2</sub> 排放抑制量	102万t-CO <sub>2</sub>	1,382		
						节能商品节省的电量	245GWh	5,144		
(同上)CO <sub>2</sub> 排放抑制量	111千t-CO <sub>2</sub>	150								
抑制温室效应 气体的排放 (保护地球环境)	· 导入PFC等除害装置 · 设置太阳能发电 · 导入节能设备	910 (1,679)	2,494 (2,263)	1,706 (2,386)	1,736 (1,372)	通过减少电力、燃料的使用,削减温室效应气体的排放量(百万日元)				8 27 32
						CO <sub>2</sub> 排放削减量	103千t-CO <sub>2</sub>	139		
						PFC等排放削减量	1,183千GWPt-CO <sub>2</sub> *	1,597		
削减废弃物的 排放及资源化 (资源循环)	· 推进削减废弃物 排放及有价物化 · 水循环利用	15 (19)	7,725 (8,334)	2,139 (2,368)	—	废弃物再资源化、规范处理				
						废弃物再资源化量	183千t	—		
水的循环利用量	18,561千m <sup>3</sup>	—								
防止公害 (防止公害)	· 设置排气脱酸漆气塔 · 引进排放气体处理系统	2,346 (1,358)	5,688 (5,369)	—	—	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 化学物质的规范管理及削减排放 降低土壤污染风险				
						规范处理废旧商品的回收、循环利用、规范处理				
循环利用·物流 (上·下流)	· 推进废旧商品的回收、 循环利用、规范处理	91 (8)	21 (15)	1,615 (1,757)	—	废旧电脑资源循环利用量	23t	—		
						废旧复印机再资源化重量	3,106t	—		
						废旧四种家电再商品化重量	48,175t	—		
降低物流环节的环境负荷						铁路、船舶货运(集装箱运输)	25,261本	—		
						低公害车引进台数	96台	—		
社会活动方面	· 开展社会贡献活动	—	53 (44)	—	—	环境社会贡献活动				45 48
						参加SGC活动的员工人数 合计	29,809名	—		
						实施环境教育学校 合计	556校	—		
合计		3,546 (3,559)	20,276 (20,250)	5,460 (6,511)	55,872 (45,010)	* 地球温暖化系数。将对地球变暖的影响程度换算成CO <sub>2</sub> 重量值。				

下行中( )内为上一年度的实际成绩数值

### 用语说明

**(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。

**(经济效益)**  
作为环境保护活动的成果,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:节能举措、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。

推测效果:夏普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商品的节电效果,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1,350日元
- (2)太阳能发电以及节能商品实现的节电量的金额换算:21日元/kWh

### 统计范围

夏普株式会社的工厂(栃木、八尾、广岛、奈良、葛城、福山、三重、天理、三原、龟山、富山)和办公大厦(田边、总公司)以及夏普制造系统株式会社、夏普新潟电子工业株式会社、夏普米子株式会社。

### 统计时间

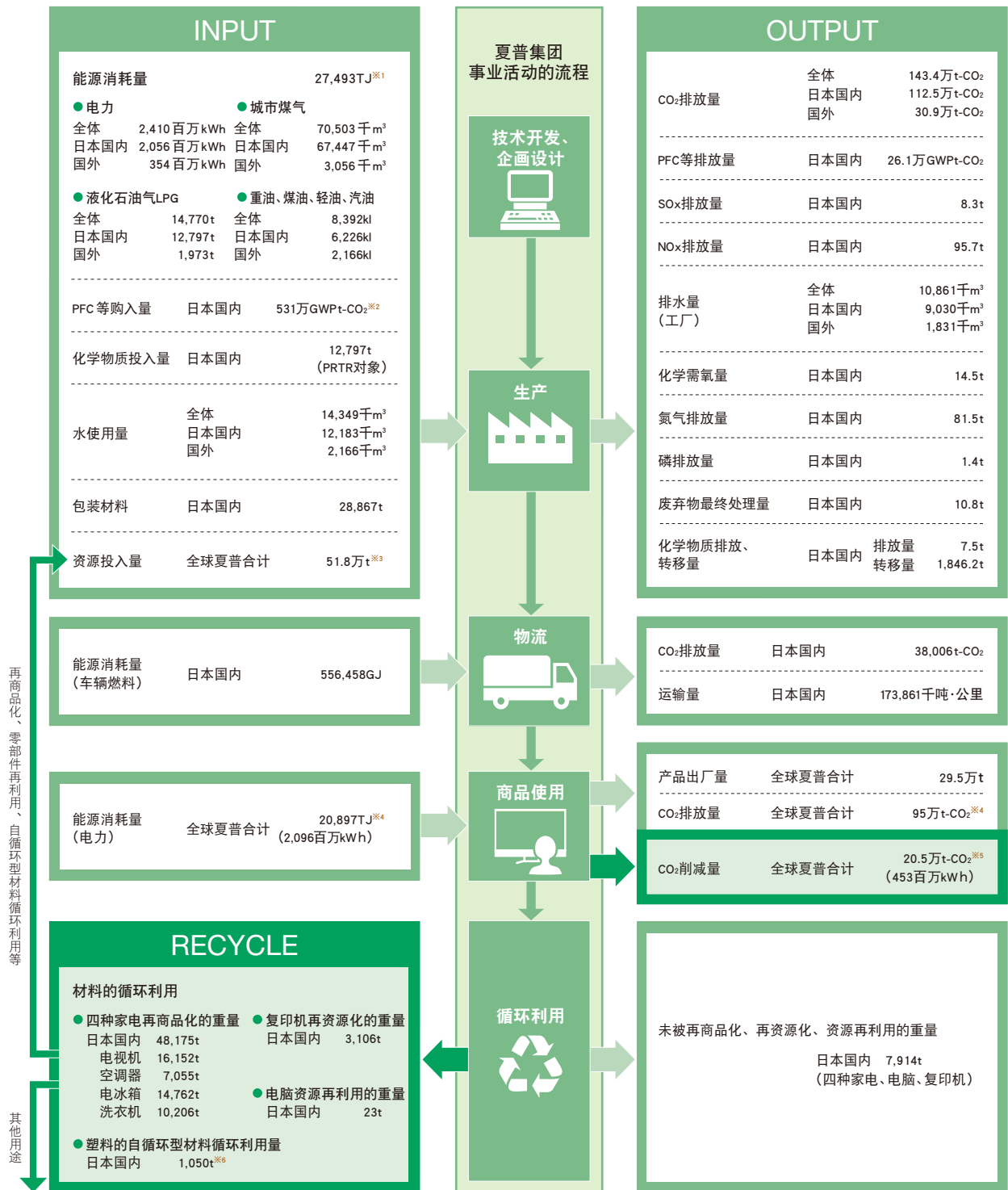
2008年4月1日~2009年3月31日

### 参考指导方针

日本环境省“环境会计指导方针2005年版”

# 质量平衡

夏普在正确掌握事业活动与环境各项相关数据的基础上，开展环境经营。将事业活动中各个阶段的现状数据，灵活应用于各项决策的起草和成果分析、评估中，期待更有效地削减环境负荷。



※1 TJ=10<sup>12</sup>J

※2 地球温暖化系数。将对地球变暖的影响程度换算成CO<sub>2</sub>重量值。

※3 2008年度出厂的12种主要产品重量(推算)和废弃物等排放量的合计。

※4 根据2008年度出厂的11种主要商品1年中能源消耗量、CO<sub>2</sub>排放量进行推测。根据各产品的年耗电量计算得出。

※5 根据2008年度生产的太阳能电池的年发电量(kWh)及CO<sub>2</sub>削减量(t-CO<sub>2</sub>)。

※6 参照第20页



# 独一无二环境技术的开发

夏普为了提高商品、电子元器件的环境性能，降低产品生命周期的环境负荷，在“节能·创能”、“资源有效利用”、“安全·安心”、“健康·舒适”等四个领域积极推进独一无二环境技术的研究开发。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
向新产品中投入使用再生塑料量 1,000t	向新产品中投入使用再生塑料量 约达到 1,050t	使用量 1,200t	使用量 1,500t
液晶电视循环利用技术验证试验	液晶电视循环利用的验证试验完成	液晶电视循环利用流水线作业线最佳化	开发液晶显示屏循环利用技术

## 开发生物质类材料的利用技术

夏普为了削减有限的石化资源的消耗，正在推进开发生物质类材料的利用技术。

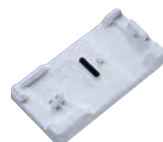
2006年度，开发出以淀粉为原料的生物质塑料和泛用塑料(聚丙烯、聚苯乙烯等)混合技术，并进一步提高了耐用性，而且生物质塑料也实现了“自循环型材料循环利用”，该塑料已成功应用于2007年6月以后上市的手机座上。

并且，夏普与日本关西涂料株式会社(涂料的制造和销售公司)共同开发出以淀粉为原料的生物质树脂涂料，从2006年3月开始应用在AQUOS液晶电视支架上。生物质树脂涂料在焚烧处理时排出的CO<sub>2</sub>，正是原材料的植物在生长过程中所吸收的CO<sub>2</sub>，从而被称作“碳中和”作用(不会造成地球变暖的恶性影响)。

2008年度，又将该涂料扩展应用到AQUOS G系列※1机型的支架上，同时面向白色家电，开发出具有优越耐油性、耐摩擦性的新生物质树脂涂料。今后将朝着进一步提高性能和实用化方向发展。

※1 LC-65GX5/52GX5/46GX5/42GX5

### ■ 生物质塑料的使用事例



面向株式会社NTT DoCoMo “SH906iTV”用手机机座

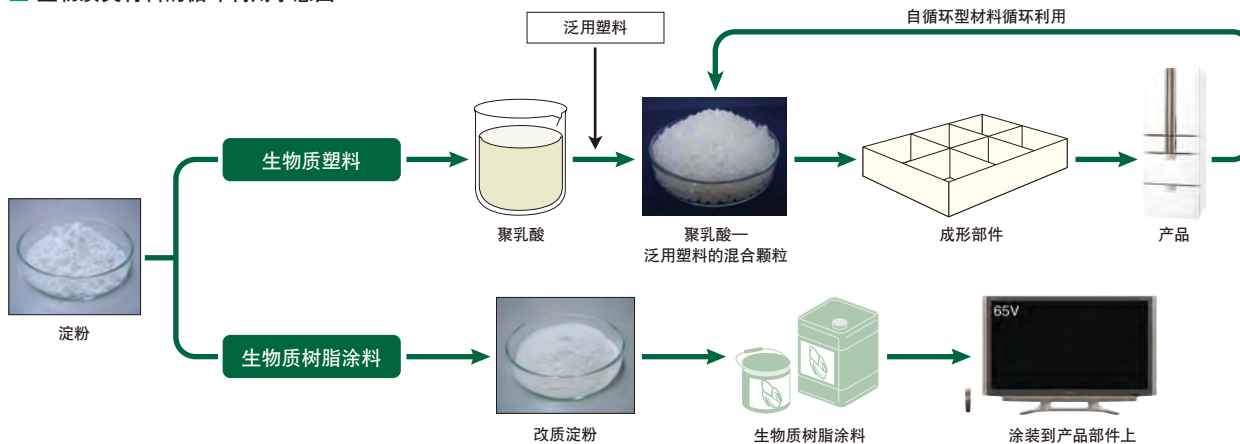


面向SoftBank Mobile株式会社 “SoftBank 932SH”用手机机座

### ■ 生物质树脂涂料的使用事例



### ■ 生物质类材料的循环利用示意图



# 塑料的再生使用量约达到1,050t

2001年,夏普与关西RECYCLING SYSTEMS株式会社<sup>※2</sup>共同开发出了“自循环型材料循环利用”技术,将从废旧家电中回收的塑料作为新家电产品的材料,并已应用到生产实践中。

又与日本宇部兴产株式会社(综合化学制造公司)共同开发并导入了“高纯度聚丙烯分离回收技术<sup>※3</sup>”、“塑料着色技术<sup>※4</sup>”以及“阻燃技术”等新技术,扩大了可再生塑料的使用量,同时将再生塑料的应用范围扩展到家电产品机壳及阻燃部件等方面。

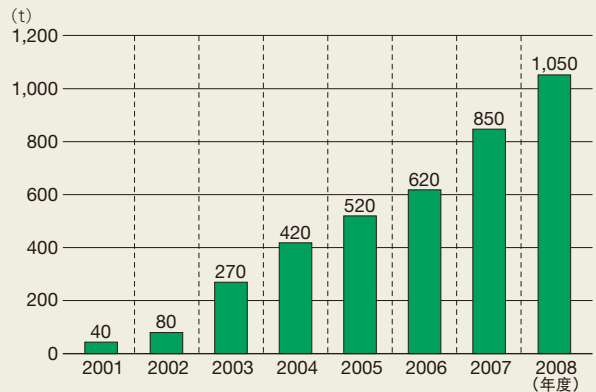
其结果,2008年度塑料的再生使用量扩大到约1,050t。今后将继续致力于开发新技术,实现更有效的资源利用。

※2 由夏普与三菱材料等7家公司共同出资创办的家电循环利用公司。

※3 从金属及各类树脂混合的废塑料中,分离回收高纯度聚丙烯的夏普独有技术。

※4 宇部兴产株式会社独立开发的着色技术,使混在其中的异物难以发现。

## 再生塑料使用量的推移



## 获奖

第13届  
地球环境大奖  
文部科学大臣奖  
主办: 日本工业新闻社



第15届  
“青木 固”技术奖  
主办: (社)塑料成型  
加工学会



2008年度  
资源循环技术·系统表彰  
经济产业省产业技术环境局长奖  
主办: 财团法人CJC(Clean Japan Center)



## 塑料的自循环型材料循环利用



## 薄型电视循环利用技术的开发与实用化

从2009年4月,薄型电视也被追加到适用日本家电循环利用法所规定的家电对象中。

夏普为配合该法规的实行,在2008年度与日本关西RECYCLING SYSTEMS株式会社共同建设了薄型电视专用循环利用生产线(参照第25页)。此外,还正在推进开发回收零部件的循环利用技术。

液晶面板部分,确立了稀有金属的回收技术,还开发出降低液晶面板玻璃熔点、生成可再生使用玻璃板的相关技术,并已开始了实用化; AQUOS液晶电视的后机壳部分,使用了2006年度开发并实用化的“自循环型材料循环利用”技术而再生出的机壳用材料,今后将积极推进把应用扩大到其它机型。



可进行自循环型材料循环利用的后机壳

(2008年度采用机型)

LC-65XS1/52XS1、LC-65RX5/  
52RX5/46RX5、LC-65GX5/  
52GX5/46GX5/42GX5、  
LC-52ES50/46ES50/42ES50



由废弃显示面板再生的玻璃板  
(协力公司: 日本美浓工艺株式会社)

# 高环境性能的商品、电子元器件的开发

夏普对商品和电子元器件环保型设计的相关指导方针逐年进行修订，环保型商品·电子元器件认定的评估标准也逐年严格，不断地提高商品和电子元器件的环境性能。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
超级环保商品(日本国内)的销售额构成比例55%以上	68%	60%以上	60%以上
环保标志商品的销售额构成比例90%以上※1	91%	90%以上	90%以上
超级环保电子元器件的销售额构成比例20%以上	24%	20%以上	20%以上
环保电子元器件的销售额构成比例80%以上※2	85%	85%以上	95%以上

※1 环保标志商品的销售额构成比内包含超级环保商品的销售额构成比。

※2 环保电子元器件的销售额构成比内包含超级环保电子元器件的销售额构成比。

## 环保商品的认定

夏普将具有环保性能商品称为“环保商品(以下简称GP)”，1998年度开始基于7个概念，将开发·设计指针综合为《GP指导方针》，并在日本国内外所有商品设计部门开始实施运用。

在开发商品时，依照以该指导方针为基础制定的《GP标准书》，在企划设计阶段设定具体目标，在试生产和批量生产阶段评估其目标达成率，将满足标准的商品认定为GP。1998年度之后的所有新商品都已满足GP认定标准。

## 扩大超级环保商品

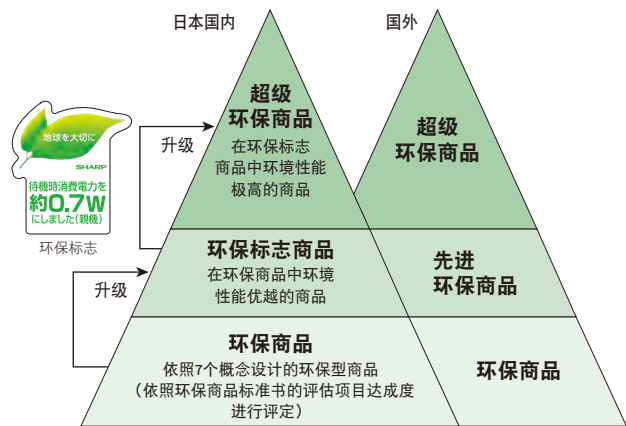
在面向日本国内的商品方面，从1998年度开始将GP中具有特别优秀环境性能的商品认定为“环保标志商品(以下简称GS商品)”，从2004年度开始将GS商品中环境性能极高的商品认定为“超级环保商品(以下简称SGP)”，并分别设定了认定标准。2008年度GS商品及SGP均实现了销售额构成比例的预定目标。

从2009年度也开始在面向国外的商品中实施SGP设定，将根据欧洲、北美、中国以及亚洲等各地特点分别设定适合各地区的认定标准，不断推出SGP和先进环保商品(AGP)。

### ■ 环保商品概念

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

### ■ 夏普环保商品



### ■ 环保标志商品和超级环保商品(日本国内)的评估、认定标准(2008年度)

标准	环保标志商品	超级环保商品(日本国内)
I 环保性能	· 达到“环境对外表示标准”※3中1项以上的要求	· 与其他制造厂的商品相比，具有突出的优越环保性能
II 环境性能评估※3 (100分满分)	· 达到环境性能评估标准必备8项目的要求	· 达到环境性能评估标准必备9项目的要求
	(分类得分) ●防止地球温暖化 低耗电、高能效比等 20分	●有害化学物质的替代 RoHS对应完成等 35分
	●资源的有效利用 循环利用设计、节省资源等 20分	●其他 取得环境标志(Eco-Label)、削减包装材料等 25分
	70分以上	90分以上

以必须完全达到I和II的所有项目要求为条件

※3 参照第22页

# 2008年度SGP认定商品事例 (日本国内)

## 住宅用多晶硅太阳能电池模组 (ND-191AV)

通过采用将太阳光高效转换成电力的太阳能电池模块和低反射玻璃,实现了行业中模组转换效率最高等级※1。



### 创能

- 模组转换效率达14.4%

## 液晶电视 AQUOS (LC-32DE5)

通过电源电路及背光灯的高效化等,实现业内节能第一排名※2。



### 节能

- 年耗电量为66kWh/年
- 2008年度节能标准达成率为303%

### 环保材料

- 非卤素树脂外壳
- 无卤素的电源线和内部布线
- 采用无铅焊电路板
- 支架使用再生材料混合树脂
- 包装用缓冲材料使用可再生泡沫苯乙烯

## LED照明 (DL-N001N)

运用独特的面发光技术和光学技术,实现行业顶级※3综合效率。



### 节能

- 综合效率73.8lm/W
- 亮度与荧光灯相同,但耗电量约为25%的节能※4效果

### 环保材料

- 不使用水银

### 使用寿命长

- 设计寿命40,000小时※5

## 净离子群空调 (AY-Y50SX)

采用气流控制技术的“上下两开长面板方式”,实现业内节能顶级水平※6(APF5.7)。



### 节能

- 年耗电量为1,758kWh/年
- 2010年度节能标准达成率103%
- 配置可保持节能效果的“滤网自动清洁功能”
- 配置“推荐环保运行”模式,仅用单键便可轻松节能运行



大阪健康产业产业创造协议会2009年度“舒缓·舒适认证推荐标准”第1号认证



2008年度(社)日本流体力学会“流体力学技术奖”

## 净离子群冰箱 (SJ-FS45R)

采用高隔热性能和环保结构技术,实现业内节能顶级水平※7。



### 节能

- 年耗电量为370kWh/年
- 2010年度节能标准达成率149%

### 环保材料

- 使用“自循环型材料循环利用”技术※8所开发的再生塑料
- 与以前代替氟利昂(R134a)机型相比,本机采用无氟冷媒(R600a),使对地球变暖的影响降至1/400

## 洗衣烘干机 (ES-TG820)

洗涤脱水用内桶无孔,采用独特的“无孔内桶”和大型波轮式“波轮烘干”,实现业内节水第一排名※9和高效节能效果。



### 节水

- 使用水量 93L (洗涤8kg衣物时)

### 节能

- 耗电量约1,980Wh (4.5kg洗涤~干燥时)

### 环保材料

- 水槽和底座使用“自循环型材料循环利用”技术※8所开发的再生塑料

### 节水·循环利用设计

- 洗涤脱水用内桶与水槽之间不会进水,通过“无孔内桶”实现节水。并且还可抑制水槽的腐蚀,废弃后还能作为优质树脂被循环利用。

## 净离子群技术

通过离子放电释放出与自然界相同的正、负离子,对空气中的浮游菌、病毒等有害物质进行包围分解,达到净化效果的夏普独有空间除菌技术。



- ※1 限日本国内住宅用多晶硅模组的批量商品。
- ※2 限32V型数码高清晰电视。截至2009年2月2日。
- ※3 使用200V电源。截至2008年8月4日。
- ※4 与2只大约40W荧光灯的照明亮度相比较。
- ※5 灯具光束降低至初始值80%时所需的时间。
- ※6 限家用室内空调5.0kW级。截至2009年5月1日。
- ※7 限日本国内家用无氟冷冻冷藏冰箱,额定容量为401~450L级。截至2009年6月10日。
- ※8 参照第20页。
- ※9 限洗涤8kg / 烘干4.5kg级洗衣烘干机。截至2009年5月。

## 环保标志商品“环境对外表示标准”(2008年度)

项目	详细
防止地球温暖化	<b>耗电量</b> · 各商品领域的业内领先機種 <b>待机耗电量</b> · 各商品领域的业内领先機種 · 0.1W以下(遥控器类待机、有时间设定功能商品) · 1.0W以下(电话机、传真机、电脑) <b>创能</b> · 转换效率达行业内领先水准 <b>运转时节省资源(电力以外)</b> · 各商品领域的业内领先機種(节约水、洗涤剂 etc)
资源的有效利用	<b>小型、轻量化</b> · 各商品领域的业内领先機種 · 比原机型削减30%以上 <b>循环利用材料</b> · 采用自循环型循环利用材料
有害化学物质的替代	<b>环保材料</b> · 废除卤类阻燃材料,用聚氯乙烯替代化 · 使用地球温暖化系数低的制冷剂
其他	<b>取得环保标志(Eco Mark)</b> · 取得财团法人日本环境协会认定环保标志(Eco Mark) <b>独有技术</b> · 行业首创、或本公司独有技术开发的环保商品

## “环境性能评估标准”必备项目(2008年度)

项目	必备项目
防止地球温暖化	· 耗电量或待机耗电量等均低于原机型等温暖化 · 节能标准达成率在100%以上
资源的有效利用	· 易于分离和拆解,或可以升级
有害化学物质的替代	· 完成对应RoHS指令 · 不含夏普禁用物质
其他	· 不使用Ni-Cd电池 · 包装材料的总使用量在原有机型之下 · 实施LCA · 取得环境标志(Eco-Label)(仅限SGP)

## 环保和超级环保电子元器件的认定

夏普将具有环保性能的电子元器件称为“环保电子器件(以下称GD)”,从2004年度开始依据7个概念,将开发·设计指针综合为《GD指导方针》,并在所有电子元器件事业本部实施运用。还以该指导方针为基础制定了《GD标准书》,把达到标准的环保型电子器件认定为GD。另外,从2005年度开始,将GD中环境性能极高的电子器件认定为“超级环保电子器件(以下称SGD)”。

在开发电子器件时,依照标准书在企划设计阶段设定具体的目标,在试生产和批量生产阶段,对其目标的达成度进行判定等,从各角度和观点出发进行环保性能的确认。

2008年度,GD和SGD均完成了销售额构成比例的目标。今后还计划进一步提高销售额构成比例。

### ■ 环保电子器件概念

<b>节能</b>	耗电力(量),待机耗电量应低于原机型
<b>循环利用</b>	使用标准化塑料,且易于分离、拆解等(对象:液晶电子器件)
<b>节省资源</b>	重量和体积低于原机型
<b>环保材料</b>	对零部件、材料所含化学物质进行管理,且不含夏普标准中禁用物质
<b>长寿命化</b>	通过更换零部件、耗材而延长使用寿命等(对象:液晶电子器件)
<b>包装</b>	削减包装材料等
<b>信息公布</b>	可公布所含化学物质的信息

## 2008年度SGD认定电子元器件事例

### 接收卫星播放用LNB※1 (BS1R9EL100A)

1台LNB可以接收欧洲的全卫星播放的“欧洲全能对应LNB”。



- 实现业内最高标准的小型、轻量化※2
- 更加节能的低耗电设计80mA(TYP.)

※1 LNB : low-noise block converter

※2 截至2009年5月

### 照明用LED模组 (GW5BWC15L02)

具有使用寿命长、耗电量低、无水银等优秀环保性能的LED照明用的高输出LED。



- 通过提高LED芯片的发光效率和封装的反射效率,实现输入电力3.6W就能达到业内最高级别的亮度和发光效率。※3
- 一个模组(搭载30个粒子): 280lm(3.6W)
- 发光效率: 78lm/W(近似白色)

※3 截至2009年5月

## 在全球推广运用“产品环境综合评估系统”

夏普为了确保在遵守环境法规的同时,更进一步促进环保设计,建立了对全公司产品环境数据进行一元化管理的“产品环境综合评估系统”,并从2006年4月开始,在日本国内的所有商品、电子元器件事业本部进行运用。2008年度开始在国外的所有设计、开发据点导入该评估系统,开展全球范围的运用。

该系统拥有夏普迄今为止所积累的环保性商品、电子元器件开发和评估的专业技术、数据,以及产品寿命周期影响评估(LCA)的专业知识和技能。期待通过运用评估系统能够提高产品开发流程的效率,实现设计专业技能、开发数据的一元化管理,LCA手法的标准化等目的。

今后,将灵活运用该系统来推进环保型商品、电子元器件的开发。

## 降低产品的VOC含量

夏普将努力降低产品的VOC※4含量作为更安全、安心产品制造的重要一环。

2008年度,召集各事业本部技术人员约15名,实施了掌握收集气体的解析方法的“低VOC产品开发培训(高级)”,对低VOC产品开发的专业技能进行了横向展开。

另外,在奈良的VOC试验室,还取得了德国政府研究机构“BAM※5”授予的,复印机、复合机、打印机的化学物质排放※6试验机构的认证。由此,取得德国“蓝色天使※7”环保标志认证的相关试验测定,可以在夏普公司内部进行了。

今后,还将继续致力于推进降低产品的VOC含量。

※4 VOC: 挥发性有机化合物的总称,是引发化学物质过敏症及致病建筑物综合症的原因。

※5 BAM: 德国联邦材料试验研究所。

※6 化学物质排放: 机器设备产生的VOC、臭氧、灰尘等化学物质。

※7 蓝色天使: 德国的环保标志。申请取得该认证时,必须测定对象机器排放的化学物质等试验数据,并进行评估。



## 推进绿色采购

夏普在2000年制定了《绿色采购指南》，与相关供应商企业携手，致力于从零部件、原材料开始推进提高环保性能的举措。

从2003年开始，在根据日本环保产品优先购入调查共通化协会(JGPSSI)<sup>※8</sup>所规定的对象物质的含有状况进行调查的同时，开始对应RoHS指令<sup>※9</sup>，截止于2005年度末，面向欧洲的所有商品以及新商品(除部分地区外)都已完成了RoHS指令的对应。

从2006年度开始，根据《绿色采购指南》和《零部件、原材料含有化学物质调查手册》，在日本国内外供应商处导入了网络调查。

2008年度，构建REACH法规<sup>※10</sup>义务登录的应对系统，并在2008年11月完成了预备登录<sup>※11</sup>。

2009年度，将在夏普全球范围推进REACH法规高关注物质的调查。

- ※8 日本环保产品优先购入调查共通化协会(JGPSSI)：零部件和原材料所含化学物质标准化调查的协议会。由夏普在内的电气·电子产品生产厂家66家和2个团体构成。
- ※9 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·电子产品使用的铅、水银、镉、六价铬、聚溴联苯(PBB)、聚溴二苯醚(PBDE)等物质均有所规定。
- ※10 REACH法规：是一项要求在欧盟区域内凡制造或进口的化学物质需承担注册、评估、认定等限制义务的新化学物质规范。
- ※11 预备登录：作为REACH法规适用现存化学物质的过渡法规，在2008年6月1日到12月1日的6个月期间内进行预备登录者，可获得到正式登录延期准备时间的制度。

## 推进废旧商品的循环利用

夏普将以下三项作为指导方针：“以最终处理率为零作为目标的循环利用率的提高”、“构建降低循环利用成本的高效率循环利用系统”和“将循环利用技术反映在商品开发设计中”，开展各种废旧商品的循环利用。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
构建薄型电视循环利用系统	薄型电视循环利用系统构建完成	薄型电视循环利用高效率化	实现薄型电视显示屏玻璃的高附加值循环利用

### 在日本四大家电(空调、电视、冰箱、洗衣机)的循环利用

夏普作为家电循环利用的B团队<sup>※1</sup>的一员，在全国配置了190处指定交易场所以及18家循环利用工厂，构筑并运作着高效率的循环利用系统。在家电循环利用法的修改讨论的影响下，于2008年10月，就开始将部分指定交易场所与A团队<sup>※2</sup>共同利用。

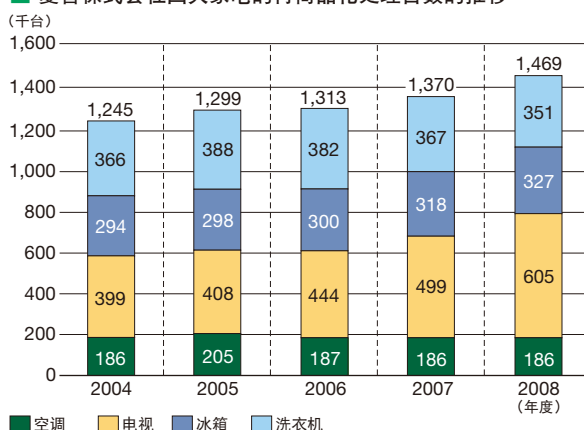
2008年度，四大家电共回收、再商品化约146万台(是上年度的107%)。四大家电再商品化率都超过了法定标准。

2009年4月，针对循环利用法追加的薄型电视(液晶、显像管)和衣物干燥机等，也开始了循环利用。

※1 B团队：夏普、三洋电机、索尼、日立空调·家用电器、富士通General、三菱电机等构成。

※2 A团队：由东芝、Panasonic等构成。

■ 夏普株式会社四大家电的再商品化处理台数的推移 (千台)



■ 夏普株式会社四大家电的再商品化率(2008年度) (%)

	空调	电视	冰箱	洗衣机
再商品化率	91	90	77	88
法定基准值	60	55	50	50

特写

## 在日本开始实施薄型电视的循环利用

自2009年4月1日开始,薄型电视也被追加为日本家电循环利用法的适用对象家电。夏普与日本关西RECYCLING SYSTEMS株式会社\*共同在该公司第二工厂建设了薄型电视专用循环利用生产线,并已开始投入生产运营。

夏普是从2001年开始销售AQUOS液晶电视,在2002年度就尽早地设立了“液晶电视循环利用研究会”。2004年度夏普着眼于未来,作为液晶电视的引领企业率先制定了“液晶面板循环利用指南方针”等,积极推进循环利用举措的有效实施。



减轻操作人员作业负担的  
大画面薄型电视机“运载装置”



可以轻松拆卸螺钉和进行翻转等作业的“倾斜、翻转工作台”

2008年度以“确保操作人员安心、安全作业”和“便于拆解大画面薄型电视”为设计理念,开发并引进了薄型电视专用循环利用生产线。为使操作人员能轻松工作、安全搬运和拆解薄型电视,在各个环节深钻细研,引进了“运载装置”、“倾斜、翻转工作台”以及可安全拆除背光灯的“背光灯回收台”等。

为了应对薄型电视回收台数预测将出现的增加趋势,今后将继续努力提高循环利用效率,并与商品设计部门携手合作,共同推进液晶电视的循环利用设计。

\* 夏普与三菱材料以及5家家电(三洋电机、索尼、日立空调·家用电器、富士通General、三菱电机)共同出资成立的家电循环利用公司。

### 以追求“高效”、“安全”的循环利用技术, 为构建资源循环型社会做贡献。

循环利用工厂平时要接收各个生产企业众多机型的薄型电视。我公司拥有长年积累的专业知识和技术,并与夏普株式会社共同设立了更安全有效进行生产的循环利用生产线。预计今后薄型电视将会大幅度增加,因此,我们要更加努力开发出革新性薄型电视循环利用技术。



日本关西RECYCLING SYSTEMS  
株式会社  
生产技术部 部长  
丹波 秀行

### 在日本电脑的循环利用

依照日本的“资源有效利用促进法”,对家用和业务用的废旧电脑进行循环利用。

家用废旧电脑的循环利用方面,运用行业内通用的回收和再资源化系统,并与日本邮政公社携手在全国的邮局进行回收。

业务用电脑则从2009年2月开始,委托有限责任公司法人电脑3R推进中心,在行业通用的范围内推进高效率的回收和再资源化。

2008年度,共回收并循环利用业务和家用废旧电脑(笔记本、台式机)约5,700台(是上年度的107%)、显示器约2,000台与上年度持平。

### 在日本复印机的再利用、循环利用

夏普通过自行构筑的流通渠道和行业内通用的渠道,推进废旧复印机的再利用和再资源化。回收的废旧复印机约38,000台(是上年度的92%),并对所有回收的复印机进行手动分解、细致分类并进行再资源化,同时对部分零部件实行了再利用。

另外,废旧墨盒也通过夏普自行构筑的回收渠道,回收了大约88万个(是上年度的112%)共12个种类,对其中的24万个(是上年度的89%)进行了与新产品有相同品质保证的再生,并已出厂上市。今后,将继续扩大复印机再利用的对象機種和再生量。

# 环境管理的推进

在以环境安全本部为中心的环境经营推进体制基础上，通过建立与战略经营管理系统一体化的“综合管理系统”、推进环境教育等，继续致力于强化环境经营和提高员工的环保意识。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
建立综合管理系统 夏普株式会社工厂：累计5 国外工厂：5	夏普株式会社累计5家工厂 <sup>※1</sup> 建立 国外3家工厂 <sup>※2</sup> 建立	— 国外累计5家工厂建立	— —
—	—	推进环境e学习 实施第一阶段(基础篇) 日本国内56个办公室、 国外21家工厂·21个办公室	实施第二阶段(应用篇) 日本国内56个办公室、 国外21家工厂·21个办公室

※1 广岛工厂(广岛县东广岛市)、八尾工厂(大阪府八尾市)、栃木工厂(栃木县矢板市)、三原工厂(广岛县三原市)、奈良工厂(奈良县大和郡山市)  
 ※2 国外(中国)3工厂: STW(江苏省)、WSEC(江苏省)、NSEC(南京市)

## 推进以环境安全本部为中心的环境经营

环境安全本部长担任议长，每半年召开一次“全球环境统辖会议”，负责审议、决策全公司的环境方针、战略、目标等重要案件。此外，通过“全公司GP(环保商品)/GF(环保工厂)推进会议”、“地区环境会议”、各委员会和专题活动等，与各据点的环境部门成员密切合作，推进各项环境举措。

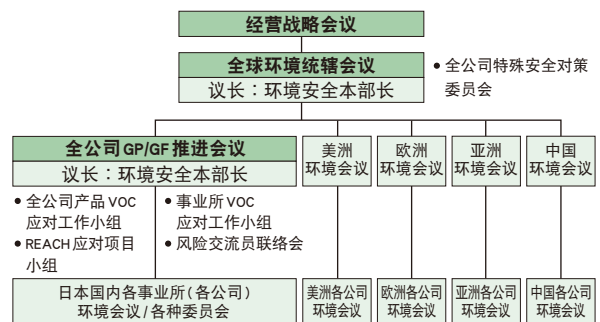
## 建立与战略经营管理系统相结合的综合管理系统

夏普在独有的战略经营管理系统(eS-SEM)<sup>※3</sup>的基础上，将迄今为止分别独立运作的环境管理系统(S-EMS)<sup>※4</sup>和品质管理系统(QMS)进行了统合，在日本国内外建立了综合管理系统(综合MS)。通过综合管理系统，在优化全局的基础上更容易寻找课题的最佳解决方案，更加提高了经营准确度和经营效率。2008年度，在日本奈良和中国的3家工厂新建立了综合管理系统(综合MS)。

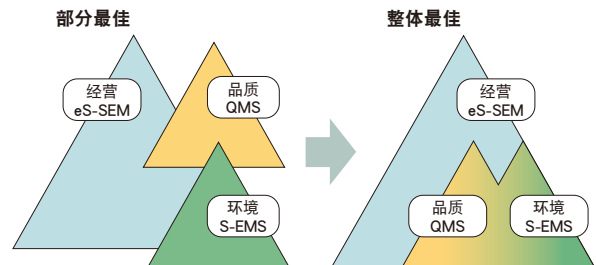
## 推进环境教育

夏普将员工的环境教育分成“干部”、“专家”、“一般”三个课程体系进行推进。2008年度的“干部”课程中，实施了日本国内的环境干部培育培训，还以中国据点为对象，实施了活用电视会议系统和以小组讨论为中心的环境培训。“专家”课程中，以日本国内56个办公室的环境监查员为对象，实施了环境法规培训和监查实习，目的是强化提高监查员的专业监查能力。今后，将在日本国内外继续开展和充实环境e学习。

### 环境经营推进体制

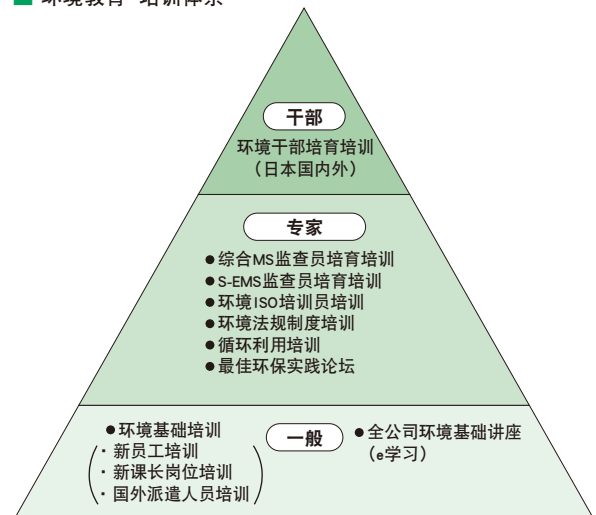


### 综合管理系统



※3 eS-SEM: 依照“平衡计分卡”的管理思路,夏普独自建立的战略经营管理系统。  
 ※4 S-EMS: 为了彻底贯彻遵守环境法规和更加充实环境举措,在ISO14001的基础上增加了夏普独自管理项目(49个项目)的环境管理系统。

### 环境教育·培训体系





# 提高工厂环保性能的举措

夏普依照独有的评估标准, 以将环保性能极高的工厂认定为超级环保工厂(SGF)的认定举措为中心, 持续推进削减工厂环境负荷的产生。还在SGF认定据点, 开始推进新举措“SGFII”。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
夏普株式会社工厂: 10(全部成为SGF) 将SGF的新举措“SGF II”制度化	SGF II 制度化完成	SGF II 等级A以上: 2家工厂	全部工厂达到SGF II 的A等级以上
日本国内工厂(分公司·关联公司): 7 ·SGF: 2	SGF: 2	向SGF的2家工厂开展SGF II SGF: 累计3	全部工厂达到SGF II 的B等级以上
国外工厂(分公司·关联公司): 21 ·SGF: 累计9	SGF: 累计9※1	向SGF的9家工厂开展SGF II SGF: 累计11	全部工厂达到SGF II 的B等级以上
国外累计15家工厂实施交叉监查	国外累计15家工厂实施	—	—
—	—	在欧洲、美洲和中国举办 “最佳环保实践论坛”	在欧洲、美洲、中国和亚洲举办 同论坛

※1 SGF的SREC(马来西亚)于2008年12月与SMM合并。

## 环保工厂的认定

夏普将具备了高环保性能的工厂定义为“环保工厂”(以下称GF), 并以10个概念※2为基础, 总结了基本方针和专业性知识制定了《GF指导方针》, 在日本国内外所有工厂导入实施。

夏普在日本国内从2003年度开始、国外从2004年度开始, 制定了GF和超级环保工厂(以下称SGF)的评估标准, 并开始了公司内部认定。

评估标准是依据夏普定量化后的环境性能评估项目, 将100分满分中获得70分以上的工厂认定为GF、90分以上的工厂认定为SGF。

※2 10个概念: 由温室效应气体、能源、废弃物、资源、化学物质、大气·水·土壤、自然共存、地区共存、环境意识以及信息公布等10项构成。

## 全部工厂实现超级环保工厂

夏普株式会社的全部10家工厂, 在2007年度全部成为SGF。

2008年度, 又有日本国内2家工厂和国外4家工厂获得了SGF认定, 至此日本国内外的38家工厂中已有21家工厂成为SGF。在日本国内获得SGF认定的工厂, 开始推进更高目标的新举措“SGFII”。

## 工厂间相互促进提高水平

通过工厂间的相互交流, 共享实施环境举措的经验和技能, 开展促进相互水平提高的活动。

事例之一是多家工厂相互实行“交叉监查”制度。截至2008年度在日本国内外有15家工厂导入了该制度, 并在提高工厂的监查水平, 通过内部监查员的相互学习获得多领域专业知识和技能等方面都取得了成果。

从2009年度开始, 在国外各地区举办相互学习会“最佳环保实践论坛”, 介绍先进举措事例并横向推广, 寻求共同课题的解决方法。

### 日本国内外SGF认定工厂

#### 夏普株式会社

- ① 广岛工厂 ② 三原工厂 ③ 福山工厂 ④ 八尾工厂 ⑤ 葛城工厂
- ⑥ 奈良工厂 ⑦ 天理工厂 ⑧ 龟山工厂 ⑨ 三重工厂 ⑩ 栃木工厂

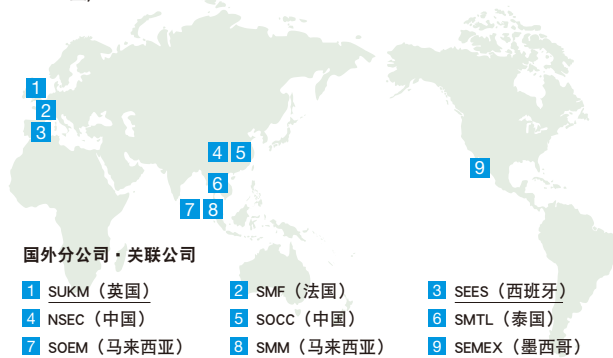
#### 日本国内分公司·关联公司

- ⑪ 夏普制造系统株式会社 (SMS)
- ⑫ 夏普米子株式会社

● 日本国内SGF: 12

■ 国外SGF: 9

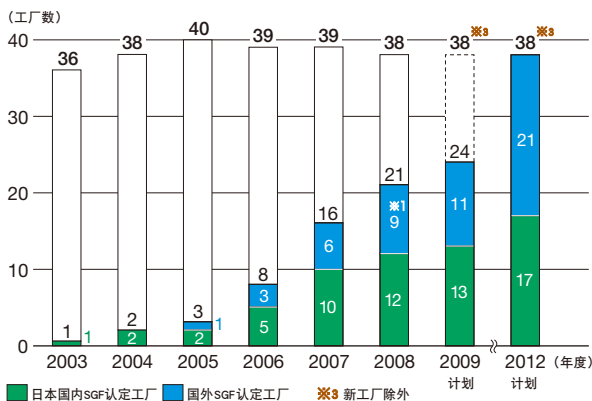
※下划线是2008年度达成的SGF工厂



#### 国外分公司·关联公司

- ① SUKM (英国) ② SMF (法国) ③ SEES (西班牙)
- ④ NSEC (中国) ⑤ SOCC (中国) ⑥ SMTL (泰国)
- ⑦ SOEM (马来西亚) ⑧ SMM (马来西亚) ⑨ SEMEX (墨西哥)

### SGF认定工厂数的推移



# 2008年度实现超级环保工厂 SUKM的环境举措在英国获得 高度评价。



夏普1985年在英国威尔士设立的生产据点SUKM<sup>※</sup>，位于欧洲委员会和英国指定的自然保护区所在地，有着丰富的自然环境。1995年该公司作为夏普国外工厂的第一个、同时也为英国电机生产企业工厂中最早取得了环境管理系统ISO14001认证，率先推进了环境举措。

夏普从2003年开始实施SGF以来，进一步加强了节能及削减废弃物等举措，稳步扎实地取得了成果。并且，作为当地工厂积极开展社会贡献活动，例如：与威尔士野生动物保护活动团体—北威尔士野生动物基金会合作为野生动物保护活动贡献力量；2008年度接受企业及学校约1,000人前来参观工厂等。通过这些活动，SUKM在2008年度达成了SGF。

※ SUKM：英国的销售公司夏普电子英国(U.K.)有限公司(SUK)的生产事业本部。主要生产微波炉，从2004年开始生产太阳能电池模组。

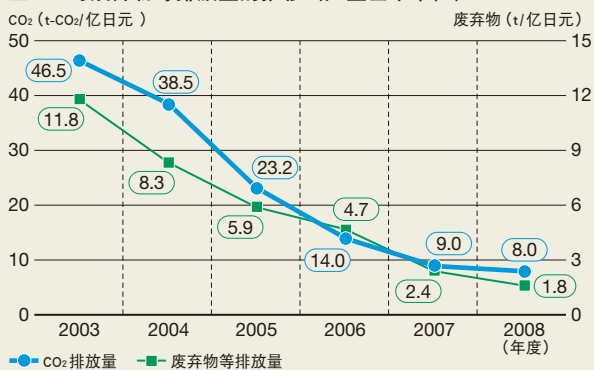
由于SUKM在环境方面的积极努力，从而获得了来自社会各界的众多荣誉和奖励。其中，2008年度，在威尔士环境活动团体ARENA Network举办、威尔士议会政府赞助的“威尔士商业&可持续性奖2008”当中获得最高综合奖；在“环境与可持续性最优秀事例”中获得很高评价。

在管理干部的领导下，每一名员工都拥有很高的环保意识，积极推进多方面的环境举措，应该说：正是这些努力才取得了这些荣誉，名副其实。

### 最近获得的主要奖项

年度	奖项(内容)	主办组织
2006	● 获得通商产业部门银奖“青苹果”，并在优秀事例集“Green Book”中获得介绍	Green Organisation
2007	● “Green Book”中被介绍的100个事例中，获得了“Green Hero”表彰 ● “威尔士商业&可持续性奖”“可持续&环境报告”部门奖	
2008	● “威尔士商业&可持续性奖”获得最高综合奖，“资源效率”部门奖	ARENA Network

### CO<sub>2</sub>与废弃物等排放量的推移 (产量基本单位)



### 环境举措事例



设备电源开关的条件标示成红、黄、绿等清晰可见形式，分别表示“非相关人员不可开关电源”、“向相关人员确认可以开关电源”、“任何人可以开关电源”等，以促进节能。



改良太阳能电池模组的包装，减少覆盖产品的包装材料的面积，从而大幅度削减了包装材料的用量。同时提高运输装载率。

### 为实现可持续性的商品制造，不断追求“最好”的环境举措。

SUKM在努力将环境举措提升到最高水准、大幅度减少环境负荷的同时，积极推进在当地的社会贡献活动。社会贡献活动并得到了社外各方面的高度评价，还作为优秀模范事例被选入全球的优秀事例集。今后，将进一步加强环境举措，努力成为环境先进企业的夏普工厂。



SUKM 副社长  
五十岚 升

### 以实现享誉世界的环保型工厂为目标。

SUKM获得了很多环境荣誉奖项，从而证明了我们的环境举措已得到外部的高度评价，这是非常有意义的。但是，我们不能满足现状，今后要更加积极推进环境事业，打造享誉世界的环保型工厂。



品质管理中心 所长  
比尔·托马斯  
(Bill Thomas)

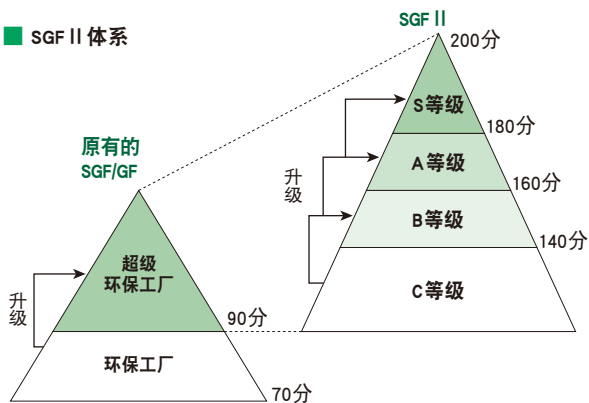


## 进一步强化超级环保工厂，开展新举措“SGF II”

2008年度开始，日本国内已成为SGF的工厂，在原有的举措之上增加了环境设备更新、维护管理专业知识和技能等软件方面的评估。同时开展以削减温室效应气体和废弃物排放量为重点的新举措“SGF II”。

2009年度开始，在国外的SGF认定工厂也开始实施新举措SGF II。为了迎接2012年度，努力使日本国内外的所有工厂达到SGF II的B等级以上。

### SGF II 体系



### SGF II 量化环境性能评估项目和评估比重(200分满分) (日本国内)

环境性能评估项目		评估比重	小计	合计	
原有的SGF (修改部分评估项目)	削减基本单位的温室效应气体排放	<ul style="list-style-type: none"> <li>削减PFC等气体</li> <li>推进灵活供应控制</li> <li>废热的回收再利用</li> <li>引进热电共生系统</li> <li>引进高效设备</li> <li>引进新能源</li> <li>基本单位的持续改善</li> <li>履行判断管理标准</li> </ul>	30分	100分	
	削减化学物质的排放	<ul style="list-style-type: none"> <li>PRTR大气排放</li> <li>PRTR水域排放</li> <li>硫氧化物燃烧</li> <li>各种臭气对策</li> </ul>	26分		
	规范处理产业废弃物	<ul style="list-style-type: none"> <li>零排放</li> <li>规范处理的确认</li> <li>推进有价物化</li> </ul>	14分		
	削减用水量	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用雨水、冷凝水</li> <li>回收生产清洗用水</li> </ul>	9分		
	监视·安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>危险品消防</li> <li>特殊安全对策</li> <li>采用中央监视</li> </ul>	21分		
SGF II 的追加评估项目	为降低环境负荷和经营做贡献	<ul style="list-style-type: none"> <li>削减温室效应气体排放量</li> <li>削减废弃物排放量</li> </ul>	40分	100分	
	安全对策	环境设备	<ul style="list-style-type: none"> <li>设备更新</li> <li>维护管理</li> </ul>		10分
		环境设备以外的设备	<ul style="list-style-type: none"> <li>设备更新</li> <li>维护管理</li> </ul>		10分
	公布信息	按实施内容评分	10分		
	合计				200分

## 提高办公室环保性能的举措

办公室的环境对策已成为重要课题，夏普基于在工厂实践中所积累的环保专业知识和技能，制定了“环保办公室认定制度”，并从2007年度开始导入实施。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
环保办公室认定 日本国内办公室：30	39个办公室取得认定	认定43个办公室	认定56个办公室

### “环保办公室”的认定和扩大

作为完善夏普独有的环境管理系统S-EMS\*的举措，从2007年度开始在日本国内的办公室导入了“环保办公室认定制度”。

该制度规定，将满足8个评估项目的一定标准的办公室认定为“环保办公室”。2008年度将CO<sub>2</sub>、废弃物的排放量以及纸张使用量等的评估标准，从总量开始变更到销售基本单位。通过推进从经营角度出发进行评估等举措，实现了环境负荷的可视化。

2008年度，对56个办公室进行了实际业绩评估，有39个办公室获得了环保办公室认定。今后计划在国外也开展环保办公室认定举措。

\* S-EMS：参照第26页

### 环保办公室认定标准

评估项目	评估要点
遵守环境法规	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守法规</li> <li>社内外监查所指出的遵守法规情况</li> </ul>
在日常业务中降低环境负荷	<ul style="list-style-type: none"> <li>销售环保型商品</li> <li>提高担当者专业技能</li> </ul>
防止地球温暖化	<ul style="list-style-type: none"> <li>削减CO<sub>2</sub>排放量</li> <li>环保车导入比率</li> </ul>
废弃物对策	<ul style="list-style-type: none"> <li>推进零排放</li> <li>再资源化率</li> </ul>
绿色购买等	<ul style="list-style-type: none"> <li>削减纸张使用量</li> <li>推进绿色购买</li> </ul>
整顿工作环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>设施、设备的运用管理</li> <li>废弃物保管场所的管理</li> </ul>
实施环境教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>教育计划完成率</li> <li>确保配备S-EMS监查员</li> </ul>
环境社会贡献活动	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展与地区协作的活动</li> <li>支援小学环境教育</li> </ul>

# 抑制温室效应气体的排放

夏普致力于抑制事业活动中温室效应气体的排放。从2008年度开始在原有的产量基本单位的削减之上，提出了削减排放量的目标，并积极予以推进。

2008年度目标※1	2008年度实际成绩	每年度目标	中期目标
夏普株式会社10家工厂CO <sub>2</sub> 排放量 抑制在2007年度的实际成绩之下	比2007年度 削减2%	抑制在2007年度的实际成绩之下	(每年度) 抑制在2007年度的实际成绩之下
产量基本单位的CO <sub>2</sub> 排放量※2 夏普株式会社 ·商品工厂 比上年度 削减2% ·电子元器件工厂 比上年度 削减5%	比上年度 增加34% 比上年度 增加9%	— —	实际产量基本单位※3的CO <sub>2</sub> 排放量 ·夏普株式会社所有工厂 比1990年度 削减35% (2008~2012年度平均)
产量基本单位的CO <sub>2</sub> 排放量 ·国外工厂(分公司)·关联公司 比上年度 削减2%	比上年度 增加2%	比上年度 削减2%	(每年度) 比上年度 削减2%

※1 因开展环境新举措“SGF II”，在2008年度追加了目标，并变更了夏普集团的温室效应气体排放总量的展示区分。

※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 实际产量基本单位(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)÷日银公布的日本国内企业物价指数：电气·电子产品部门)

## 夏普集团温室效应气体排放总量削减了6%

夏普集团2008年度温室效应气体排放总量，日本国内外和PFC等※4均低于上年度的实际成绩，总体削减了6%（参照左下图）。

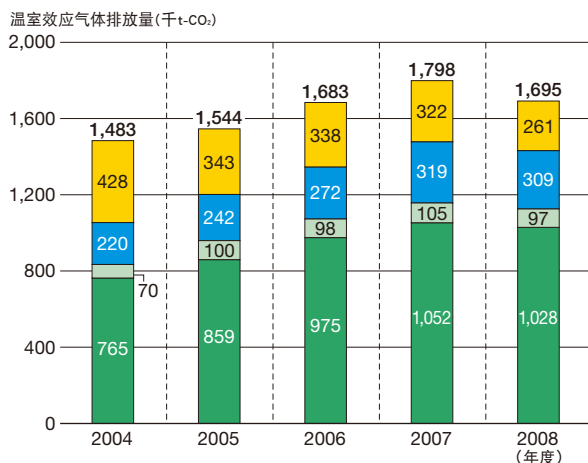
诚然，这些也与世界经济危机导致生产量削减的影响有关，在设定2007年度为排放量高峰的基础上，计划削减已成为SGF的夏普株式会社10家工厂的CO<sub>2</sub>排放总量，并且SGF II评估项目相关规定是平均每年度削减3%，2008年度采取的强化举措作出了巨大贡献。另外，还通过采取替换为温室效应化系数低的气体、引进除害设备等来削减PFC等的排放，及其在办公室开展的细致的节能活动也做出了贡献。

另一方面，产量基本单位因受产量大幅度减少、加之出厂价格下跌的影响，夏普株式会社以及国外的商品类和电子元器件类均比上年度有所恶化（参照右下图）。

2009年度之后，按计划将扩大生产量，但是由于继续推进节能举措，同时在堺市新工厂等新设工厂中设置可完全清除PFC等气体的除害装置，并且合理地管理运用，将彻底抑制温室效应气体的排放。另外，在国外认定的SGF工厂，今后将计划制定以削减CO<sub>2</sub>排放量为目标的举措。

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

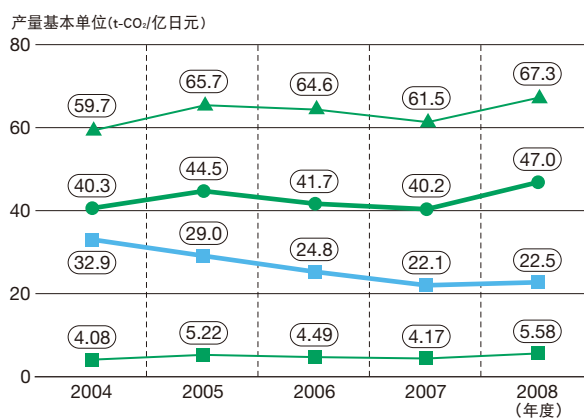
### ■ 夏普集团温室效应气体排放总量的推移



■ 夏普株式会社10家工厂的CO<sub>2</sub>排放量  
■ 夏普株式会社办公室、日本国内分公司·关联公司的CO<sub>2</sub>排放量  
■ 国外分公司·关联公司的CO<sub>2</sub>排放量 ■ PFC等排放量

- 有关PFC等排放量的计算，2005年度以前使用IPCC第二次报告书的温暖化系数，2006年度以后使用第三次报告书的温暖化系数。
- 2006年度起包括日本富山工厂。
- 使用的CO<sub>2</sub>排放系数参照日本夏普和夏普全球主页“环境业绩指导指标算定标准”。  
日本：<http://www.sharp.co.jp/corporate/eco/report2009/edit/performance.html>  
全球：<http://sharp-world.com/corporate/eco/report2009/edit/performance.html>
- 彻底详查节能法规定的报告对象范围，2008年度除去三重工厂的协力公司的部分。（作为2008年度的基准年度的2007年度也一同除去）从统计中排出的协力公司的2007年度排放量为57千t-CO<sub>2</sub>，2008年度为55千t-CO<sub>2</sub>。

### ■ 夏普株式会社工厂按业务内容分类和国外工厂的产量基本单位的CO<sub>2</sub>排放量的推移



■ 日本国内商品类 ■ 国外 ■ 日本国内合计 ■ 日本国内电子元器件类  
● 日本国内产量基本单位计算中，不包含研究、开发、设立、停产等产生的排放量。  
● 2006年度起包括日本富山工厂。

### ■ 夏普株式会社工厂实际产量基本单位的CO<sub>2</sub>排放量推移

年度	1990	2007	2008
实际产量基本单位(t-CO <sub>2</sub> /亿日元)	32.2	18.4	20.8
与1990年度相比(%)	100	57	65

### ■ 夏普株式会社工厂的自家发电量※5

年度	2006	2007	2008
自家发电量(百万kWh)	246	287	261

※5 热电共生系统、太阳能发电系统、燃料电池系统



# 抑制废弃物的排放及进行再资源化

夏普致力于抑制废弃物排放及进行再资源化。从2008年度开始在原有的产量基本单位的削减之上，提出了削减排放量的目标，并积极予以推进。此外，还在彻底地推进水循环利用。

2008年度目标 <sup>※1</sup>	2008年度实际成绩	每年度目标
夏普株式会社10家工厂削减废弃物排放量 <sup>※2</sup> 抑制在2007年度的实际成绩之下	比2007年度 削减16%	抑制在2007年度的实际成绩之下
削减废弃物产量基本单位的排放量 ·夏普株式会社10家工厂 比上年度 削减3%	比上年度 削减3%	—
削减废弃物等产量基本单位的排放量 <sup>※3</sup> ·国外工厂(分公司·关联公司) 比上年度 削减2%	比上年度 削减12%	比上年度 削减2%

※1 因开展环境新举措“SGFII”，在2008年度追加了目标，并变更了展示区分。

※3 废弃物等排放量=废弃物排放量+有价值物量

※2 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

## 夏普集团的废弃物等排放量削减了10%

2008年度夏普集团的废弃物等排放量，日本国内外同时低于上年度的实际成绩，总体达到了削减10%的成果(参照下左图)。

这些同样与世界经济同时下滑导致生产量减少的影响有关，在设定2007年度为排放量高峰的基础上，计划削减已成为SGF的夏普株式会社10家工厂的废弃物总排放量，并且SGF II评估项目相关规定是平均每年削减6%，2008年度采取的强化举措作出了巨大贡献。

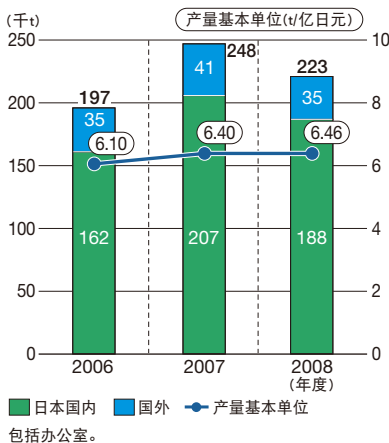
夏普株式会社的10家工厂，有价值量比上年度扩大了31%，废弃物排放量比上年度削减16%，产量基本单位也比

上年度削减了3%(参照下中图)。另外，日本国内工厂方面，2008年度连续8年实现了零排放<sup>※4</sup>。

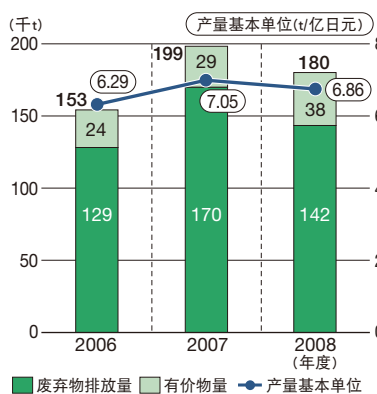
2008年度，在国外工厂努力争取SGF认定的举措已见成效，废弃物等排放量削减了16%、产量基本单位削减了12%，分别低于上年度的实际成绩，为集团总体削减废弃物等的排放做出了贡献(参照下右图)。

※4 夏普将废弃物最终处理率等于或不足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+有价值物量)×100  
自2005年度起，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+有价值物量)”，从而使得零排放的定义更加严格。从2004年度起，日本国内工厂包括分公司·关联公司。

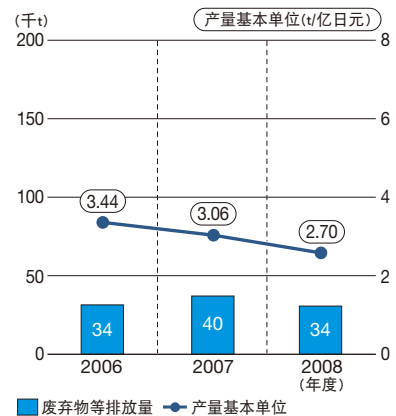
夏普集团废弃物等排放量的推移



夏普株式会社10家工厂废弃物排放量和有价值量的推移



国外工厂废弃物等排放量的推移



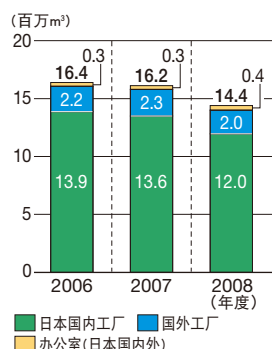
## 推进水循环利用

2008年度夏普集团的用水量，因循环利用的扩大和受减产的影响比上年度减少了11%。

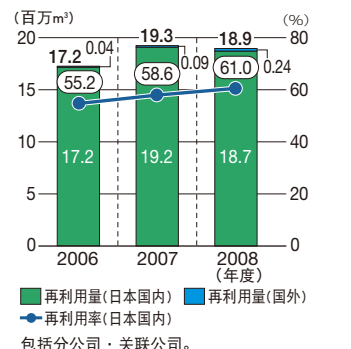
以龟山工厂和三重工厂为中心，彻底推进水循环再利用的结果，使得日本国内水循环利用率达到了61%。

今后仍将致力于水资源的有效利用。

夏普集团水利用量的推移



日本国内外工厂水循环利用量和日本国内工厂循环利用率推移





# 工厂使用的化学物质的规范管理

夏普按照独有的化学物质管理系统,对工厂所使用的所有化学物质进行一元化管理。在对化学物质的使用量和排放量进行规范管理的同时,还在日本国内各工厂设置“特殊安全对策委员会”,对危险物质和有害化学物质进行彻底的安全管理。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标	2012年度目标
实施夏普新化学物质管理指针	完成夏普新化学物质管理指针的制定	夏普新化学物质管理指针的实施·在日本国内工厂制度化	夏普新化学物质管理指针在日本国内外工厂制度化

## 化学物质的规范管理

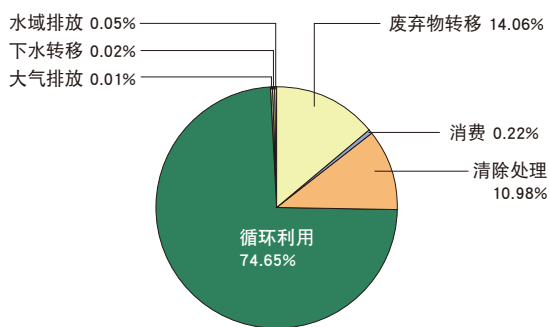
夏普在引进新化学物质及其处理设备时,根据C-PA制度<sup>※1</sup>及流程评估制度<sup>※2</sup>,从环境、安全、健康方面实施严格的事前审查。并且,通过开展定期教育、培训以及各种监查活动,推进事故预防和环境负荷的削减。

对所使用的化学物质,利用化学物质管理系统S-CMS<sup>※3</sup>等,对使用量和排放量等进行一元化管理,并推进规范化管理。

PRTR<sup>※4</sup>制度管理对象的化学物质,2008年度的使用量达到500kg以上的物质中,日本国内所有工厂合计使用了16种,使用量合计为约12,797t(是上年度的99%)。另外,因为削减了氟化氢的排放,排放总量约为7.5t,是上年度的90%。

今后,计划将2008年度新制定的化学物质管理指针在夏普各工厂推进制度化,确定各工厂举措的标准化,强化化学物质的管理体制。

■ PRTR对象物质去向的比例



■ 向大气、水域等的排放量较多的化学物质及其排放量 (日本国内)

主要化学物质	2008年度排放量(kg)	排放量构成比例(%)	与上年度相比(%)	2007年度排放量(kg)
氟化氢及其水溶性盐	6,411	85.7	93.8	6,835
2-氨基乙醇	785	10.5	68.1	1,153
二甲苯	104	1.4	77.6	134
其他	183	2.4	90.6	202
合计	7,483	100.0	89.9	8,324

## 彻底进行危险物质及有害化学物质的“特殊安全管理”

夏普将对所用化学物质中的危险物质及有害化学物质等进行的安全生产管理命名为“特殊安全管理”,并从研究开发阶段乃至生产线等广泛领域进行彻底的贯彻执行。

在特殊安全管理中,首先对危险物质及有害化学物质的引进阶段、使用设备的安装阶段进行义务性风险评估审查。日本国内各工厂设立“特殊安全对策委员会”,切实推进安全管理举措,同时进行假定事故发生时的紧急应对演习、培训以及对使用情况等实施监督,力求提升安全等级。

## 风险交流和信息公开

夏普通过“社会环境活动”主页以及各工厂发行的网页报告书等,积极定期地公开事业活动中产生的环境风险信息。另外,在夏普株式会社的所有工厂配置受过专业培训的风险交流员,并通过在各工厂定期举办的环境节及座谈会等,与附近居民、行政机构等相关人员相互理解,保持良好的交流与沟通。

在1998年进行的土壤、地下水调查中,确认有4个工厂(奈良、八尾、天理、葛城)受到氯系溶剂的污染。在这4个工厂中,除奈良工厂以外,其余3个工厂都采取了抽出处理技术<sup>※5</sup>、生物处理<sup>※6</sup>等方法进行净化,结果均达到了环境标准以下的水平。另外,奈良工厂为达到环境标准以下的水平,正在积极进行净化,并向当地政府和附近居民定期报告进展状况。

※1 C-PA制度:对所用化学物质的有害性进行审查的制度

※2 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

※3 S-CMS:夏普的化学物质管理系统

※4 PRTR:环境污染物质排放、转移注册,收集并公布有害性化学物质的排放量和转移量等数据的制度

※5 抽出处理:将受污染的地下水抽出地表,通过净水设施进行净化的方法

※6 生物处理:通过微生物分解有害物质的净化方法



# 削减物流、包装环节的环境负荷

夏普与业务相关的运输公司合作，推进最优化的运输和装载方式，致力于削减物流环节产生的环境负荷。另外，在包装材料上也采用全球统一的环保包装等，推进削减环境负荷。

2008年度目标	2008年度实际成绩	每年度目标
基本单位※1的CO <sub>2</sub> 排放量 日本国内夏普集团全体 比上年度 削减1%	比上年度 增加8%	比上年度 削减1%

※1 基本单位的CO<sub>2</sub>排放量(t-CO<sub>2</sub>/亿日元)=CO<sub>2</sub>排放量(t-CO<sub>2</sub>)÷销售额(亿日元)

## 在各物流领域推进削减环境负荷的相关举措

“节能法货主对应委员会”负责掌握产品销售物流、采购生产物流、废弃物物流以及部件物流※2等领域的环境负荷，同时加强集团整体物流环节的节能对策。特定货主责任目标“基本单位的CO<sub>2</sub>排放量年均削减1%以上”，也是日本国内夏普集团的目标，今后还将继续推进“运输形态转换”、“改善运输效率”等节能举措。

2008年度，日本国内夏普集团货物运输基本单位的CO<sub>2</sub>排放总量，因受销售额的大幅度减少的影响，比上年度增加了8%，而CO<sub>2</sub>排放量却比上年度削减了10%。

※2 部件物流：用于商品的修理、保养等售后服务的部件物流。

## 推进运输形态的转换

日本国内正在推进运输形态的转换，将商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。

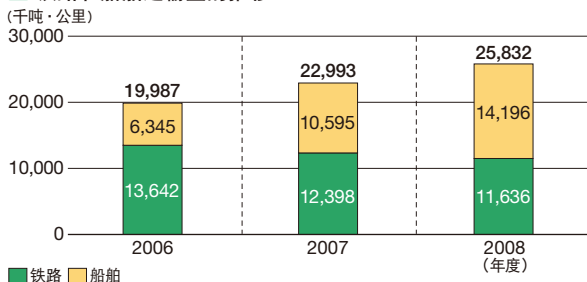
2008年度，船舶运输量大幅扩大，铁路和船舶的运输量比上年度增加了12%。另外，手机的500km以上的陆地运输中的约63%(2007年度)采用了铁路运输，并获得国土交通省以及社团法人铁路货物协会制定的“环保轨道标志”※3认定。

今后还将推进以高速船舶运输代替航空货物等，继续扩大运输形态的转换。



※3 环保轨道标志：500km以上的陆地运输中的30%以上采用了铁路运输的商品认定。

■ 铁路和船舶运输量的推移 (千吨·公里)



## 削减包装材料的环境负荷

积极开展削减包装材料环境负荷的活动，采用环保型的统一包装等彻底推进节省资源等。

日本国内从2006年开始，几乎所有的商品均采用环保型统一包装。环保型统一包装能够令人一眼就认出夏普的产品，这也是夏普努力实现环境先进企业，作为构建“以环境为主题CI※4”的重要环节所开发的包装材料。采用了以地球与大气为主题设计的简朴的企业识别标志，大大减少了印板和油墨的使用量。从2009年1月起在国外也开始使用环保型统一包装。

※4 CI：Corporate Identity(企业识别)



以地球和大气为设计主题的标志

环保型统一包装

## TOPICS

### SEC连续3年在环保性物流方面获奖

夏普在美国的销售公司，美国夏普电子技术公司(SEC)积极参与“智能公路计划※5”，并率先普及该计划，推进了停车关掉引擎等具体的环保启发活动。结果，截至当前SEC公司的全体物流量中，按该计划标准实施的运输量高达97%。

这些功绩获得了当地政府的好评，在美国环境保护局举办的第3届表彰大会上，作为唯一的货主企业连续3年获得优秀奖。

※5 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。



3年连续获得优秀奖



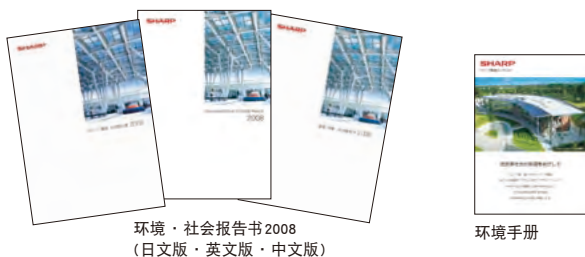
# 环境交流的推进

夏普通过环境·社会报告书、主页等公开发布环境信息，还通过展览会、环境论坛以及报纸、电视等公开媒体广泛地为利益相关者提供环境信息，进行交流沟通加深相互理解。

## 环境·社会报告书、主页、网页报告书

夏普作为环境、社会活动的年度报告书，每年发行《环境·社会报告书》。另外，在夏普主页上登载环境·社会报告书之外，还公布了具体的活动事例、详细的环境负荷数据等内容。

并且，日本国内外的工厂还发行网页报告书，向附近居民及前来参观工厂的人员发放。三重工厂发行的2008年版网页报告书，在东洋经济新报社与环境报告书论坛共同举办的“第12届环境报告书奖·可持续性发展报告书奖”中获得“环境报告书奖 网页报告书奖”。



环境·社会报告书2008  
(日文版·英文版·中文版)

环境手册



环境&社会活动主页  
<http://www.sharp.cn/home/about/society.jsp>



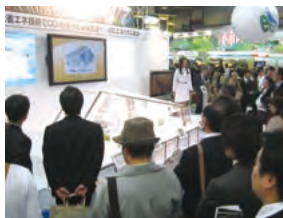
日本三重工厂的网页报告书

## 展览会

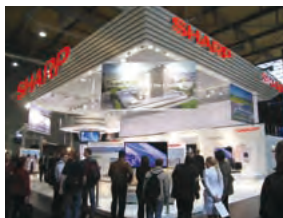
夏普积极通过日本国内外的各种展览会介绍夏普的先进环境举措。

在日本国内最大规模的环境综合展“2008环保产品展览会”上，以“使用太阳能发电和运用节能技术创造减少CO<sub>2</sub>的生活”为主题，展示了夏普构想中的健康·环保住宅以及环境技术、太阳能面板、液晶电视等环保商品。

另外，还参加了在德国举办的“产业技术汉诺威工业博览会”（Hannover Messe 2008），通过展示太阳能概念模型及液晶电视样机等，介绍了夏普为实现低碳社会所采取的创能、节能等环境举措。



2008环保产品展览会



汉诺威工业博览会

## 报纸广告、电视广告

夏普为了让更多的人了解夏普所采取的先进环境举措，积极通过报纸广告及电视广告发布环境信息。

2008年度，夏普将“拯救地球的是太阳。夏普将努力成为全球的太阳企业”作为口号，通过报纸广告、电视广告以及主页等横向贯穿地介绍了夏普所开展的太阳能发电事业。

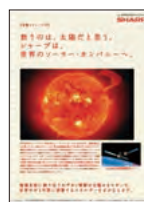
其中的报纸广告，在读卖新闻社主办的“第25届读卖广告大奖”的“读者选择广告部门”中获得了读者大奖。



电视广告



太阳能故事主页



报纸广告

## 环境论坛

为了更加广泛地宣传夏普的环境举措，夏普陆续举办了以媒体记者和一般市民为对象的环境论坛。2008年度分别在日本、德国、中国以及印度尼西亚等国家举办了环境论坛，尤其对正在积极加强环境保护的中国，相继在天津、武汉、西安以及成都等城市举办了环境论坛。

2009年2月在成都市举办的“第七届中国环境论坛”，邀请了中国政府官员、媒体记者等众多人员前来参加。重点介绍了夏普正在大阪府堺市建设的“21世纪联合企业”以及夏普的先进环境举措。



第7届中国环境论坛（成都）

## 参观活动和各种交流会

夏普通过工厂的参观活动和各种交流会、专题活动等，努力与更广泛的利益相关者进行交流与沟通。

2008年度，与日本三重大学的师生就环境报告书相互进行了交流，获得了许多宝贵意见和建议。



与三重大学的交流会

# 社会方面的目标和实际成绩

为了实现作为夏普集团CSR出发点的“经营思想”和“经营信条”，夏普制定了“夏普集团企业行动章程”及“夏普行动规范”两项行动指针。并以永远作为人类和社会信赖的企业为目标，依照企业行动章程·行动规范，设定了社会方面CSR的重点推进课题，并开展各种活动。

## 推进在社会方面的CSR举措

夏普在积极推进社会方面CSR各项举措时，根据不同的领域(利益相关者)，分别设定了重点推进课题、年度目标并推进各种措施和决策。

并且，为实现经营思想中提出的“我们期待着以股东及客户为首的包括所有协作者在内的共同繁荣”，积极与夏普事业活动的利益相关者开展交流，推进CSR活动。

有关各项举措的目标与决策，今后还将继续定期确认推进状况，运用管理系统探索筛选课题并确定改善措施，以期在业务流程中切实地进行巩固。

### 从CSR视点出发进行的小组活动“R-CATS”※

“R-CATS”活动不仅在生产、品质部门，而且包括从商品企画、技术部门到销售、采购以及管理部门在内的所有部门和工种的员工为对象，是从CSR视点出发的小组活动。活动以“培育人才”、“营造工作环境”为目的，小组共同探讨解决工作问题，并挑战各种课题寻找解决方案，改善工作的“质量”和“体制”。

2008年度，夏普集团共有37,000名员工参加了R-CATS活动，在各自的工作岗位上从CSR视点出发推进了业务革新、提高顾客满意度(CS)等举措。

※ R-CATS: Revolution-Creative Action Teams (革新—开创活动小组)

## TOPICS

### 夏普中国据点获得CSR相关表彰与认定

夏普商贸(中国)有限公司(SESC)和上海夏普模具工业控制系统有限公司(SSMC)，积极推进环境保护活动和社会贡献活动等CSR举措，并获得各有关单位的好评。2008年度获得了以下表彰与认定：

#### SESC

- 入选“社会公益50强企业(社会公益排名前50家)”  
(主办：中国残疾人联合会、中国红十字总会、中华慈善总会和中国环境保护基金会)
- 荣登“2008第一财经—中国企业社会责任榜”(主办：第一财经日报)  
荣获“2008第一财经—中国企业社会责任榜杰出企业奖”
- 入选“2008年中国企业公民论坛”(主办：21世纪报社)  
荣获“2008年第五届中国最佳企业公民”大奖

#### SSMC

- 获得“浦东新区企业社会责任达标企业”认定(主办：上海浦东新区政府)



2008年第五届中国最佳企业公民颁奖庆典

领域 (利益相关者)	重点推进课题
与顾客一起	确保品质、安全性
	创造更加便于使用的产品
	提高顾客满意度
与客户一起	在全体供应链推进CSR
与股东、投资家一起	扩充与股东、投资家的交流
与员工一起	强化人才开发
	全公司推进多元、融合的多样化管理 (发挥多种人才作用的管理战略)
	推进劳动安全卫生
与地区一起	扩充社会贡献活动



在全球范围内充实售后服务  
(参照第38页“与顾客一起”)



在日本全公司推进多元、融合的多样化管理  
(参照第43页“与员工一起”)



在全球开展小学环境教育活动  
(参照第48页“与地区一起”)

自我评估 ◎：超过目标取得成果 ○：基本达到目标 △：有一定的成果

2008年度举措		自我评估	2009年度举措(目标)		登载页码
目标	实际成绩		2009年度举措(目标)	登载页码	
<ul style="list-style-type: none"> <li>灵活运用统计手法及工具,强化设计品质的改革和安全性的确保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>修订《全公司安全技术标准》(第15版),依据强化后的标准推进产品制造</li> <li>将开发、设计过程中品质工学适用事例扩大到上年度的2倍,从而确保品质、可靠性,并缩短评估时间</li> <li>每年实施4次,有助于全公司共享产品制造的解析技术信息的“领头人解析技术培训”</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高全球夏普的“品质力”</li> <li>推进顾客满意(CS)、品质的可视化</li> <li>强化国外市场的品质保证活动</li> <li>构筑全球风险管理系统</li> </ul>	37	
<ul style="list-style-type: none"> <li>从顾客的立场、角度出发改善产品和充实通用设计产品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过将顾客的意见反映到产品制造上的VOC (Voice Of Customer顾客之声)活动,改善产品</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>从顾客的立场和角度出发的改善产品活动</li> <li>在全球夏普开展VOC活动</li> </ul>	37	
<ul style="list-style-type: none"> <li>追求“无需等待窗口”和更迅速而准确的服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过活用电话分拣系统,在电话高峰期(7月~9月)的接听率比上年度增长了5.3个百分点</li> <li>持续性实施应对技能培训,强化应对技能</li> <li>通过1次登门完成的修理(首次维修成功),连续12个月均比上年同月有所提高</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>更加充实基本服务及开展“独一无二服务”活动</li> <li>实现更迅速而准确的服务</li> <li>强化售后服务的司令塔机能(从受理到维修完成的一元化管理)</li> </ul>	38	
<ul style="list-style-type: none"> <li>在国外开展供应链CSR举措</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在中国的生产据点,以当地的客户为对象开展CSR采购调查</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续在国外开展供应链CSR活动举措</li> </ul>	39·40	
<ul style="list-style-type: none"> <li>扩充向股东、投资家公开的信息内容与对应投资家多样化需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>扩大国外举办IR会议的地域范围(亚洲、中东)</li> <li>举办各种IR说明会</li> <li>扩充夏普网络主页的登载内容</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>扩充向股东、投资家的持续性信息公开以及加大信息传达力度</li> </ul>	41	
<ul style="list-style-type: none"> <li>培育适于开展国际事业的干部人才</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>约430人接受“GMP制度(国际骨干专业人才培养制度)”培训</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续培育适于开展国际事业的干部人才</li> <li>强化国外潜力市场(包括新兴国家)的人才培育</li> <li>培育国外年轻派遣要员</li> </ul>	42·43	
<ul style="list-style-type: none"> <li>推进多样化管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>由多样化管理推进负责人召集“多样化管理推进会议”,制定“全公司多样化管理推进方针”</li> <li>将“推进积极行动项目小组”改编成“多样化推进小组”,进行“多样化计划”的企画和立案活动</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>导入和开展“多样化计划”</li> <li>在日本制定按女性、外国人(日本国内工作)、残疾人、老年人等区分的多种人才的具体推进事项,并在全公司贯彻实行</li> </ul>	43·44	
<ul style="list-style-type: none"> <li>继续强化降低劳动事故风险活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>对日本国内11家主要工厂实施例行安全卫生检查</li> <li>推进安全卫生管理系统导入准备工作</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续强化降低劳动事故风险活动</li> <li>对日本国内11家主要工厂定期实行安全卫生检查</li> <li>推进劳动安全卫生管理系统引进风险评估和培训等举措</li> </ul>	44	
<ul style="list-style-type: none"> <li>继续强化心理健康维护活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>扩充对心理健康停职、复职员工的支援制度</li> <li>对全体员工进行精神压力检测</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续强化心理健康维护活动</li> <li>对心理健康停职、复职员工的支援制度的正确运用和彻底巩固应用</li> <li>通过定期召开由各事业所的负责人组成的“推进心理健康担当者例会”,强化信息共享与合作</li> </ul>	44	
<ul style="list-style-type: none"> <li>继续强化生活习惯病对策活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化对代谢症候群员工的保健指导(推进以改善运动、饮食以及禁烟等生活习惯为目的的“健康get运动”和健康教育会的召开)</li> <li>推进“全公司健康步行小组”(年合计约12,600人参加)等步行活动</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续强化生活习惯病对策活动</li> <li>生活习惯病诊察(定期健康检查)并支援有异常者</li> <li>强化特定保健指导</li> <li>协助代谢症候群员工养成运动习惯</li> </ul>	44	
日本国内: <ul style="list-style-type: none"> <li>继续推进在全国10处的“夏普森林”活动</li> <li>以小学生为对象的小学环境教育,累计实施500多所小学校</li> <li>继续在营业、服务据点实施地区社会贡献活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在全国10处实施“夏普森林”的植树和育林活动</li> <li>累计在全国556所小学实施环境教育活动</li> <li>在营业、服务等所有据点,作为社会贡献活动一环的志愿者活动已累计实施约660次、参加人数达到约15,100人</li> <li>在所有事业所、据点累计约有3万人参加了志愿者活动</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极推进各地“培育夏普森林”活动(全国10处)</li> <li>以小学生为对象的环境教育累计实施500所小学校,“产品制造教育”累计实施100所小学校</li> <li>继续实施营业、服务等所有据点的地区社会贡献活动</li> <li>继续巩固员工的志愿者活动(全公司合计3万人参加)</li> </ul>	45·46 ·47·48	
国外: <ul style="list-style-type: none"> <li>继续在中国推进以“夏普慈善基金”为中心的社会贡献活动</li> <li>开展国外各地区的环境教育活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在中国实施奖学金授予(11所大学约180人);捐赠夏普生产的空气净化器(向大约40所公立医院捐赠约170台);在各事业据点所在地区开展环境美化活动、植树活动以及希望小学校的建设活动等</li> <li>国外各地区实施环境教育活动(14据点57次)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>继续在中国推进以“夏普慈善基金”为中心的社会贡献活动</li> <li>在国外各地区强化环境教育</li> </ul>		



# 提供带来“安心”、“满意”的产品和服务

夏普始终把从顾客的立场和角度出发,开发和提供产品和服务作为事业活动的基本。

另外,为了使顾客能够长期和安心使用夏普产品,充分地“顾客之声”反映到改善产品和改善销售、售后服务的活动中。保持顾客“下一次也买夏普产品,一直用夏普产品”的持续购买欲望,继续追求使顾客满意的产品和服务。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标
<ul style="list-style-type: none"> <li>灵活运用统计手法及工具,强化设计品质的改革和安全性的确保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>修订《全公司安全技术标准》(第15版),依据强化后的标准推进产品制造</li> <li>将开发、设计过程中品质工学适用事例扩大到上年度的2倍,从而确保品质、可靠性,并缩短评估时间</li> <li>每年实施4次,有助于全公司共享产品制造解析技术信息的“领头人解析技术培训”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高全球夏普的“品质力”</li> <li>推进顾客满意度(CS)、品质的可视化</li> <li>强化国外市场的品质保证活动</li> <li>构筑全球风险管理系统</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>从顾客的立场、角度出发改善产品和充实通用设计产品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过将顾客的意见反映到产品制造上的VOC(Voice Of Customer顾客之声)活动,改善产品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>从顾客的立场和角度出发的改善产品活动</li> <li>在全球夏普开展VOC活动</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>追求“无需等待窗口”和更迅速而准确的服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过活用电话分拣系统,在电话高峰期间(7月~9月)的接听率比上年度增长了5.3个百分点</li> <li>持续性实施应对技能培训,强化应对技能</li> <li>通过1次登门完成的修理(首次维修成功),连续12个月均比上年同月有所提高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>更加充实基本服务及开展“独一无二服务”活动</li> <li>实现更迅速而准确的服务</li> <li>强化售后服务的司令塔机能(从受理到维修完成的一元化管理)</li> </ul>

## 夏普的品质理念

### 品质理念

我们坚持贯彻“品质第一”的口号,根据社会的需求,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

作为全公司的品质口号,在各事业所公示

## 确保产品安全性的举措

夏普在确保产品安全性方面,不仅遵守各国的规格要求以及法律法规等,还独自制定了严格的《全公司安全技术标准》,并每年进行修订。该标准以力争在超出预想范围的情况下也能确保产品安全为目标,还特别针对阻燃材料的使用及异常运转试验作出了相关规定。在2008年度,以强化确保产品长期使用的安全标准为中心,修订并发行了第15版《全公司安全技术标准》。

另外,不仅在日本国内,在国外各据点也在进一步完善发生产品不良状况时,能够进行及时、恰当的紧急应对的体制。今后,夏普在迅速应对产品安全相关法律的修订以及社会形势变化的同时,加强相关对策行动,使顾客放心使用夏普的产品。

## 将“顾客之声”运用到产品制造上

为了向顾客提供更便于使用的产品,夏普开展了VOC(Voice Of Customer顾客之声)活动,将对产品的评价或意见等“顾客之声”充分活用到产品制造上。

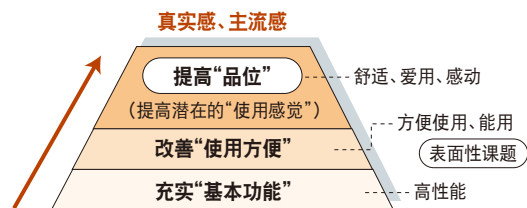
在活动中,夏普将在日本的顾客咨询中心所收集到的评价或意见,在公司内部网“顾客之声园地”内公开,供产品企画、开发、设计等各部门员工自由阅览。

另外,还通过让顾客实际试用产品、网上调查、登门调查等方式,不仅限于具体意见,还积极收集顾客与产品之间的关联方式等信息。再通过分析,掌握顾客本人可能都没有意识到的不满或需求,并将这些信息有效地应用在产品开发中。

2008年度,针对液晶电视、DVD、传真机、手机、空气净化加湿器等产品开展了VOC活动,努力提高了夏普产品魅力。

作为这一系列活动的成果之一,截至2009年5月,夏普有19种产品的103个机型在日本被评选为“通用设计型家电产品”(财团法人家电产品协会)。

### VOC活动的升级



## 为提高服务质量—— 强化并扩充中国热线咨询服务中心。

在中国，AQUOS液晶电视的销售业绩节节上升。夏普商贸(中国)有限公司(SESC)的现场服务支持部门，为了配合各项服务需求的提高，2008年7月从上海郊外的浦东区迁至市中心的黄浦区。

此次搬迁和2007年度搬迁的SESC总部汇合，并与营销部门合为一体，以期加强与销售代理店、服务业务代理公司等密切合作，更进一步强化客户服务体制。

搬迁后，热线咨询中心的客服座席也由20个扩充了约2倍，来满足不断增加的AQUOS电话咨询服务以及随季节变化而增加的大型白色家电等的咨询服务需求。

今后还将继续加强热线咨询中心的宣传，同时诱导那

些直接向夏普产品零售店、服务业务代理公司联络的顾客也转向呼叫咨询热线中心，逐步使中国各地的夏普产品的电话咨询服务都由热线咨询中心来应答并加以扩大。

为了能够快速而准确回答顾客的咨询，在咨询中心还配置了专门负责人。同时与夏普总部的热线咨询服务中心携手，导入相关培训方法、信息反馈体制、管理指标等制度，来提高客服人员的服务水平，达到提高整体客户服务水平的目的。



在装修一新的热线咨询中心接听顾客咨询电话的场面

### 追求“超出顾客期待”的服务

夏普的顾客咨询中心提供顾客从购买前到使用开始后的所有与产品相关的咨询服务，并始终以提供“超出顾客期待”的服务为目标。

另外，定期的由咨询品质管理担当人员对所有客服人员进行检查，并根据检查结果，对客服人员与顾客的会话内容、听和说的方式等进行改善指导，实施提高服务级别的培训等。进一步提高顾客满意度(CS)和维持高质量的顾客应对服务。

2008年度，在日本国内，为了使高龄顾客也可以方便使用不断进化的高功能AV产品，新开设了“老年热线”，由经验丰富的客服人员提供高质量的服务，深受顾客好评。并持续不断地追求“无需等待的窗口”，如充分运用纾缓电话线混杂的电话自动分拣系统，大大缩短了电话高峰期接通客服人员的电话接续时间等。

### 追求售后服务的顶峰

夏普在日本国内推进了“CS革新活动”，以期实现提供顾客放心、更迅速而准确的售后服务。

2008年度，除继续上年度的做法，提高一次登门完成维修的准确服务实施率之外，还为了向顾客提供更迅速的服务，在主要的大都市圈开展了为顾客提供当日登门维修的“当日服务”、并在顾客希望的服务时间提供登门维修服务的“365日服务”等活动。

除此之外，2008年度还为了培养应对技能优秀的客服人员，创立了“CS指导员制度”。该制度不仅要求修理技术好还要有优秀的应对能力，这样的客服人员将会成为指导员，通过OJT\*提高每一位服务人员的应对能力。通过实施该制度，服务人员能够站在顾客立场，提供更细致周到的服务。

\* OJT: On the Job Training 通过实际的工作进行教育和训练。

### 发生品质问题时的信息公开和应对措施

当确定因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，夏普立刻通过报纸和网页等公布信息，并设置咨询窗口，努力将顾客的损失降至最低。

2008年度，夏普就以下案件发表了通告，并提供了免费点检、维修和产品回收等服务。夏普网页上将相关信息作为“产品安全相关的重要通知”，随时更新。

- 面向日本的液晶投影机(2008年12月)  
液晶投影机的部分机种，因有电源电路发生火花现象的可能，进行了产品回收。
- 面向欧洲市场的液晶电视(2008年12月)  
将26型液晶电视通过金属挂钉等固定在墙壁上时，因产品外壳体受力过强发生扭曲，内部的金属部件与墙壁的固定金属部件发生接触，有触电的危险，对产品进行了点检、维修。
- 在越南销售的显像管电视机(2008年12月)  
因为电源开关的不良，有机身外壳体受热溶解的危险，对产品进行了点检、维修。



# 实现与供应商、销售店的共存共荣

夏普在采购活动中,对所有企业都提供公平机会,进行公正评价。

为了实现与客户的共存共荣,通过对话、交流沟通,与客户之间加深相互理解,建立相互协助,彼此信赖的关系,同时,在供应链整体推进CSR举措。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标
<ul style="list-style-type: none"> <li>在国外开展供应链CSR举措</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在中国的生产据点,以当地的客户为对象开展CSR采购调查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续在国外开展供应链CSR活动举措</li> </ul>

## 以“机会平等”、“公正评价”来确定供应商

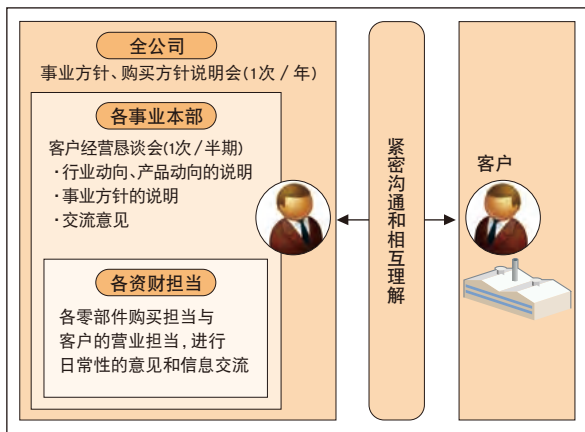
夏普在全球各地开展生产活动,在确定采购原材料、零部件、设备等供应商时,给予日本国内外所有企业平等的机会,并公正地评价是否满足夏普所要求的品质、规格、性能等。

另外,把确保整个采购活动的公正与公平,与客户建立相互合作、彼此信赖的关系,CSR举措作为向客户的请求事项在“基本采购方针”中明确规定,努力实现与客户共存共荣。

## 追求供应链整体的公正与公平

夏普为了通过事业活动,在“产品安全”、“降低环境负荷”、“人权与劳动”、“安全卫生”等各领域能够履行应尽的社会责任,仅要求自身行为的公正与公平还不充分。还要求包括原材料、零部件、设备等客户在内的供应链整体保持公正与公平的应对措施。

基于这样的考虑,在获得客户理解的同时,更为了加深相互理解,在各事业本部、国外生产据点定期举行“客户经营恳谈会”和“供应商会议”等,并且各零部件购买担当与客户的营业担当也在进行日常性的意见和信息交流。

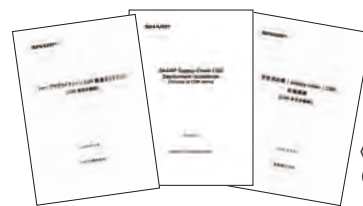


## 依照《夏普供应链CSR实施指南》推进CSR采购调查

夏普自2000年开始实施“绿色采购”,即要求客户(供应商)生产环保型零部件、原材料等的环保事业活动。并于2007年依照社団法人电子信息技术产业协会(JEITA)发行的《供应链CSR实施指南》制定了《夏普供应链CSR实施指南》。2007年,夏普向日本国内约1,400家主要客户分发了该指南,要求客户在“人权与劳动”“安全卫生”“环境”等CSR主要领域采取各种举措。

2008年1月,夏普依照该指南开始了“CSR采购调查”,即由客户进行自我检查,然后通过网络向夏普提交答卷。根据夏普独有的标准判断为需要改善的,则由供应商制定并提交改善计划书,要求其进一步推进改善。

2008年度开始在国外开展“CSR采购调查”。首先,以夏普在中国生产据点的当地客户为对象,从12月开始开展调查。计划2009年度将依次在亚洲地区及欧美地区开展该调查。



《夏普供应链CSR实施指南》  
(日文·英文·中文版)

### • 夏普供应链CSR实施指南的说明项目

- I. 人权与劳动
- II. 安全卫生
- III. 环境
- IV. 公正交易、伦理
- V. 品质、安全性
- VI. 信息安全
- VII. 社会贡献

## 贯彻遵守“承包法”的监查与培训

夏普为了在日本国内彻底贯彻遵守“承包法(防止延迟支付承包费用法)”,实施了遵守法规监查和社内培训。

遵守法规监查方面,自2002年度以来,每年一次由夏普总公司资材中心以日本国内所有事业本部为对象实施定期监查。又从2007年度,实施了由各事业本部的资材担当对其本部实施的内部“交叉监查”,强化了各事业本部的体制。



# 在中国开始了CSR采购调查。

以当地的夏普据点为主体，推进了以召开客户说明会为代表的CSR采购调查。

随着经济全球化，为夏普的事业活动提供协助的资材供应商、委托生产商等客户，即夏普的供应链也扩展到了全世界。

夏普在供应链CSR推进的基本举措CSR采购调查方面，继2007年度在日本国内实施，已计划自2008年度开始在海外开展。首先，夏普在有多个大规模生产据点的中国，以各生产据点的客户为对象开始了CSR采购调查。

以国外生产据点的客户为对象的CSR采购调查方面，重点在于确保与客户之间的顺利交流，因此，从导入阶段开始，以各生产据点为主体予以推进。

在中国导入CSR采购调查时，夏普总公司的CSR部门与资材部门，在中国的各生产据点召开了以CSR采购调查担当人员为对象的内部说明会，向大家说明CSR的最新动向以及夏普的CSR推进方针等，并现场讲解了网络调查系统的功能及操作方法等。

2008年12月，中国各生产据点共召集了约300家客户，由当地的担当负责人就夏普的CSR观点、CSR采购调查宗旨及回答调查的方法等进行了说明。

今后，将就调查结果进行评价和分析，并要求客户继续推进CSR及做出必要的改善。



CSR采购调查客户说明会  
(南京夏普电子有限公司会场)

在社内培训方面，夏普从2008年4月起在各事业本部资材相关部门实施了“承包法在线教育系统”的e学习。目的是培养所属员工的意识及提高知识水平。

2009年度，完善各事业本部能够自行进行“承包法”的培训与监查机制，同时计划向资材关联部门以外的部门也导入“承包法在线教育系统”。

## 协助销售店的环境活动

日本国内的夏普销售公司在日常经营活动中，通过提供更简单易懂地传达产品节能效果的店内布置方案、实施环保商品的学习会等与销售代理店齐心协力宣传环保举措。

其中重要一环是大力支持销售店参加日本财团法人节能中心主办的“节能型产品普及推广优秀店”认定活动。2008年度，又有与夏普携手的107家销售店被认定为优秀店。日本山口县有限公司永谷电视服务店还荣获最优秀奖的经济产业大臣奖。

## TOPICS

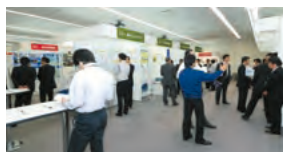
### 与大阪府内中小企业之间的商务洽谈会

2008年10月23、24日期间，在夏普综合开发中心举办了大阪府内约50家中小企业与夏普之间的商务洽谈会(主办：大阪府、堺市及其它4团体)。洽谈会是主办方所在的地方自治体等以新的交易或新事业、新技术的合作为目的，为企业见面提供的一种支持。

本次洽谈会，采取由夏普预先提出零部件及原材料等方面的需求，拥有符合这些需求的高技术、产品的大阪中小企业前来参展的形式。

洽谈会当天，参展企业的特色零部件及原材料等济一堂，夏普也派出干部和技术人员共约500人参加了洽谈会，并与参展企业之间进行了活跃的信息交流。

24日，大阪府知事与堺市长也来到会场，对参加本次洽谈会的各有关人员及参展企业做出了高度评价。



在会场进行了活跃的交流活动

### 荣获经济产业大臣奖的销售店的心声

4年前夏普向我介绍了这一制度，而我们平时就很重视提升销售店的层次以及与当地人士之间的密切联系，因此我很痛快地开始实施了。

评委认为我们的想法“很了不起”，我很感激。获奖后，在日本全国开展同样活动的很多销售店同行们都向我们表示了祝贺。非常感谢给我们提出各种建议的夏普公司以及全国的同行们。我们会把这次获奖当作一个新的起点，继续努力。



日本山口县  
有限公司永谷电视服务店



# 合理的利益回报和合适的信息公开

夏普把向股东的利益回报，作为企业经营最重要的课题之一。

积极通过股东大会和对应投资家多样化需求的IR(投资者关系Investor Relations)活动等，与股东、投资家进行密切交流，并将获得的宝贵意见等有效地运用到经营中。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩充向股东、投资家公开的信息内容与对应投资家多样化需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩大国外举办IR会议的地域范围(亚洲、中东)</li> <li>● 举办各种IR说明会</li> <li>● 扩充夏普网络主页的登载内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩充向股东、投资家的持续性信息公开以及强化信息传达力度</li> </ul>

## 利益分配的基本方针

夏普认为向股东的利益回报，是企业经营最重要的课题之一，把维持稳定的收益分配作为经营的根本。夏普将继续综合衡量联合决算业绩、财务状况以及今后业务开展状况等，向股东支付红利进行回报。今后我们还将力争使联合决算的股息支付率达到30%，积极回报广大股东。

2008年度的股息受严峻经营业绩的影响，比上年度减少了7日元，每股为21日元。

今后，将继续推进创造新需求的独一无二商品的开发，强化独有电子元器件的开发等，在维持基本收益分配的基础上努力增加股息派发，努力恢复业绩。

■ 每股收益(联合决算)与每股收益分配的推移 (年度)

	2004	2005	2006	2007	2008
收益率(日元)	70.04	80.85	93.25	93.17	▲114.33
股息(日元)	20	22	26	28	21

2008年度开展的主要活动：在大阪、东京两办公室可随时随地对应机构投资家、证券分析家的个别来访取材；还实施了决算说明会、事业战略说明会以及工厂参观等。在国外的IR会议方面，继美国、欧洲之后，还访问了亚洲、中东地区的实力机构投资家等，以期稳定现有的股东和开拓新股东。

另外，还活用夏普网页的投资家信息栏，并加大了发布信息的力度。

每年在努力充实网页内容的同时，还及时地公开决算资料及说明会的内容等信息。并且，为了向个人投资家们传递简明易懂的信息，还特别开设了专用网页(日文、英文)。



个人投资家信息网页  
<http://www.sharp.co.jp/corporate/ir/personal/index.html>

## 开放性股东大会的实践

在日本召开的股东大会，为了使更多的股东能够出席股东大会，避开其他公司的股东大会集中日而提前举办，并提前发送召开通知。在主页上登载英文招集通知、采用电脑和手机进行表决、以机构投资家为对象的电子表决平台等，完善股东决议权形式机制。还将股东大会的实况从大会第二天起的一定期间内在夏普主页上公开等，努力充实公开的信息内容。

2008年6月的股东大会以环境为主题，将7月北海道洞爷湖首脑会议也列入本届股东大会的宣传范围，就夏普正在全力推进的太阳能发电进行了展示和说明，加深了股东对夏普环境事业的理解。

## 开展满足各种投资家需求的IR活动

夏普努力迅速、准确地公开涵盖公司经营及事业活动的广泛信息，同时还通过在日本国内外召开IR会议，推进与股东、投资家之间的对话。

## SRI\*(社会责任投资)状况

截至2009年6月，夏普株式会社被以下的SRI评价机关选定为SRI构成品牌，并获得了CSR的等级认定。

- FTSE4Good全球指数(英国)
- 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)
- KLD全球气候100指数(美国)
- Oekom Research社会责任等级“prime”(德国)



\* SRI : Socially Responsible Investment(社会责任投资),指不仅考虑收益力和发展前景，而且充分顾及环境、社会等肩负企业社会责任的投资、投资行为。



# 营造公平、便于工作和发展的公司环境

夏普重视基本人权和个人尊严,向有积极性的员工提供机会,发挥每个人的多方面能力,努力创造可让多种人才发挥才能的工作环境。还充实和完善工作和家庭两立的各种援助制度,营造身心健康、安全的工作场所。

2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 培育适于开展国际事业的干部人才</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 约430人接受“GMP制度(国际骨干专业人才培养制度)”培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续培育适于开展国际事业的干部人才                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 强化国外潜力市场(包括新兴国家)的人才培育</li> <li>· 培育年轻的国外派遣要员</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 推进多元、融合的多样化管理(发挥多种人才作用的管理战略)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 由多样化管理推进负责人召集“多样化管理推进会议”,制定“全公司多样化管理推进方针”</li> <li>● 将“推进积极行动项目小组”改编成“多样化推进小组”,进行“多样化计划”的企画和立案活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 导入和开展“多样化计划”                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 在日本制定按女性、外国人(日本国内工作)、残疾人、老年人等区分的多种人才的具体推进事项,并在全公司彻底贯彻</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化降低劳动事故风险活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 对日本国内11家主要工厂实施例行安全卫生检查</li> <li>● 推进安全卫生管理系统导入准备工作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化降低劳动事故风险活动                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 对日本国内11家主要工厂实施例行安全卫生检查</li> <li>· 实施劳动安全卫生管理系统引进风险评估和培训等举措</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化心理健康维护活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩充对心理健康停职、复职员工的支援制度</li> <li>● 对全体员工进行精神压力检测</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化心理健康维护活动                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 对心理健康停职、复职员工的支援制度的正确运用和彻底巩固应用</li> <li>· 通过定期召开由各事业所的负责人组成的“推进心理健康担当者例会”,强化信息共享与合作</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化生活习惯病对策活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 强化对代谢症候群员工的保健指导(推进以改善运动、饮食以及禁烟等生活习惯为目的的“健康get运动”和健康教育会的召开)</li> <li>● 推进“全公司健康步行小组”(年合计约12,600人参加)等步行活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 继续强化生活习惯病对策活动                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 生活习惯病诊察(定期健康检查)并支援有异常者</li> <li>· 强化特定保健指导</li> <li>· 协助代谢症候群员工养成运动习惯</li> </ul> </li> </ul>

合理的利益回报和合适的信息公开/营造公平、便于工作和发展的公司环境

## 尊重基本人权和个人尊严

夏普为了向所有董事和员工彻底贯彻尊重基本人权及个人尊严,禁止儿童劳动、强制劳动等,依照“夏普集团企业行动章程”制定了“夏普行动规范”。

在日本国内,各事业所每年举办“人权培训”等彻底贯彻行动规范。在国外据点,将基于当地法令规章等,努力防止侵害人权问题的发生。

## 重视对话的良好的劳资关系

夏普基于各国、各地区的法规,尊重员工的团结权和集体谈判权,进一步强化劳资信赖关系。

在日本国内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,就经营环境、劳资课题等交换意见和信息。

在欧洲,从1997年起每年都召开“欧洲劳资协议会”。在中国的各据点,在2008年劳动合同法开始实施之际,召开了就待遇等事项进行员工民主决议的“职工代表大会”。

## 重视员工的自主性和多样性的人事、教育培训制度

夏普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,正在实行着尊重员工自主性的丰富多彩的人事、教育培训制度。

目前,以培养开展国际性事业骨干人才、多元·融合的多样化管理为重点,推进实施“GMP制度(国际骨干专业人才培养制度)”和制定“全公司多样化管理推进方针”为首的各项举措。

### 下一代人才培养制度

- 培养统率力计划、挑战者课程
- MOT(技术经营)计划
- 产品制造巧匠制度

### 发挥每个人能力、热情等的制度

- 人事申报—职业开发制度、职业开发岗位轮换
- 公开招聘登录制度
- 女性员工战斗力计划
- SHINE计划(年轻国际化人才培养制度)

### 教育培训、自我启发援助制度

- 各种职能、专业领域培训
- 国外派遣员工候补登录·培训计划
- 通信教育讲座、必须课程
- 升级、自我提高运动(资格取得奖励政策)



特写

# 使多样化人材成为独一无二经营的战斗力。 在全公司都推进多元、融合的多样化管理。

开展“全公司推进积极行动活动”的夏普株式会社,在日本自2008年10月开始在女性员工之外,增加了以外国人(日本国内工作)、残疾人、高龄者为对象的“全公司多样化方针”的制定,推进多元、融合的“多样化管理计划”。

夏普认为迅速、灵活地应对商业环境的急剧变化,“充分运用多样化人材”即多元、融合的多样化管理<sup>※</sup>是非常重要的。作为第一步,夏普自2005年6月在日本开始致力于“女性员工战斗力计划”。并在其成果的基础上,于2009年3月将专属部门“积极行动推进项目小组”转移至人事部旗下,改名为“多样化推进小组”。除继续之前“女性员工战斗力计划”的活动之外,还将在一直进行的活用外国人(日本国内工作)、雇用残疾人、返聘退休离职员工等方面综合予以推进,营造更加良好的工作环境,使所有员工都能发挥出最大的能力。

夏普对多样化人材方面的观点来自“我们致力于挖掘公司中每一个职工的潜力,以公司的发展和个人的幸福相一致为目标”的经营思想。多样化活动的理念确定为“使多样化人材成为独一无二经营的战斗力”,目标是员工之间互相尊重个性,从而孕育出新的价值,并最终有助于开发独一无二商品,提出服务方案以及提高顾客满意度。

## 多样化计划的观点

- ①以推进连贯性的多样化管理为目标。
- ②为使女性、外国人(日本国内工作)、残疾人、高龄者们在工作岗位上能发挥作用,按各属性分别制定相关制度并予以推进。
- ③作为推进多样化管理的基础,努力渗透并巩固“平衡工作与生活的支援制度”。
- ④致力于营造(能够)容许多样化管理的公司内部环境。



<sup>※</sup>多样化管理:即“发挥多种人材作用的管理战略”,力求不受以往企业内部或社会上的标准限制,吸收具有多样属性(性别、年龄、国籍等)、多样价值观或思想的人材,迅速灵活应对事业环境的变化,从而将企业成长与个人幸福结合起来。(摘自“日经联多样化工作规则研究会”报告书)

## 以能够发挥个性及强项的工作环境为目标

多样化推进小组为有能力及有热情的多样化员工提供发挥各自个性及强项、广泛活跃在工作岗位上的机会,并积极致力于营造生机勃勃的工作环境。

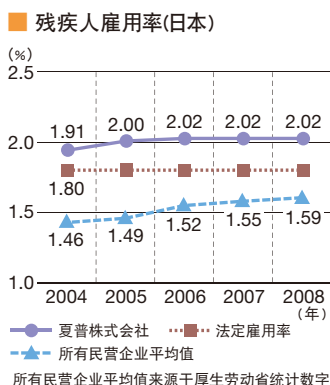


人事部人事  
多样化推进小组 主管  
森 仁美

## 残疾人、高龄者雇用

夏普雇用残疾人工作的历史由来已久,是从以扶助失明军人就业开设的冲压工厂为前身,1950年设立的合资公司“特选金属工厂”开始的,现在仍作为特殊分公司“夏普特选工业株式会社”而活跃着。夏普株式会社还一直积极雇用残疾人士,努力创造方便残疾员工的工作环境。截至2008年6月残疾人雇用率达到2.02%。

另外,在高龄者雇用方面也加大了力度,对于退休后员工(60岁),以自愿为原则,实行继续雇用至开始领取公共养老金的年限。



## TOPICS

### 在全球夏普致力于培养干部人材

为了今后继续在全球扩大事业,夏普从日本国内外据点选拔干部候选人材,并进行培育培训。

2006年度开始,作为培养下一代干部人材的“培养统率力计划”制度的一环,通过公司内部培训与在欧洲有实力的商业学校的外部培训这两者组合课程,进行了培养商业领导的培训。

该培训的目的是为了加深对夏普经营思想、事业经营基本观点的理解,以及学习能够实现创造新事业与成长战略的知识和技能,多样化的价值观及站在全球整体上的最佳视点。参加培训的员工将所掌握的知识和技能以及与不同国家员工之间的交流及交换意见中所获取的经验,充分应用到各自所担当的事业中。



## 平衡工作与生活的支援措施

夏普为了协助员工更好地平衡工作与生活(更好地平衡、两立工作与家庭生活),除分发相关指导手册外,还在企业内部网络上介绍样板人才等向员工提供相关信息。同时,计划性地推进因育儿和照顾病人、老人,而缩短工作时间或者看护休假等制度。

2009年,在日本作为依照《下一代培育支援对策推进法》,自主制定行动计划的目标达成企业,继2007年再次获得了厚生省的达标认证。



下一代认证标志  
厚生省的达标认证企业标志

## 为了抑制劳动事故风险 劳资协议推进工作场所的安全卫生

夏普为了彻底杜绝劳动事故,制定了安全卫生“基本理念”和“安全卫生方针”,并每年都制定具体的目标和推进计划。

为了确认整个公司安全卫生活动的推进状况,并在全公司推广有效的实施事例,与工会一起每年举行4次“中央安全卫生委员会”例会。另外,还由中央安全卫生委员会成员小组对各工厂的安全卫生进行检查。此外,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”例会,决定各事业所的安全卫生活动的报告、审议和改善措施。还举办“安全卫生协议会”例会,努力进一步提高常驻公司内部的客户公司员工的安全卫生条件。

实施以上各项措施的结果,2008年的夏普劳动事故的“年度千人率<sup>※1</sup>”为0.04,比2007年的0.17有所改善。夏普的劳动事故发生率持续大大低于日本全国制造行业的平均值。

今后,为了实现向“预知安全”转变,即事先发现并清除或降低工作场所发生事故的所有潜在风险,目标在2年以内,在夏普所有生产事业所取得“劳动安全卫生管理系统”认证,通过以PDCA循环为基础的有组织性、有自主性的安全卫生活动,以期创造更安全、更舒适的工作环境。

具体地说,2008年度①完善了管理系统导入的推进,②风险评估培训的推进等措施。2009年度将正式实施①风险评估、②内部监查员的培养和监查,并推进③手册、实施要领、规程等的体系化和书面化等。

※1 表示员工每1,000人的年劳动事故发生率的指标。休息4天以上。

## 强化心理健康维护 扩充停职、复职员工支援制度

为支援员工心理疾病的预防、早期护理及顺利复职,夏普株式会社的主要事业所都配备专业医生及产业心理顾问,完善心理咨询的体制。同时开展各种培训和启蒙活动,以期让员工们对心理健康有正确、深入的认识。

在“定期健康检查”时,作为心理健康诊断项目,进行了精神压力检测(自我诊断)(2008年度检测率达99.9%)。对于精神压力大的员工,还与产业医生或心理顾问进行面谈咨询。

2008年度扩充了①加强了对长假·停职员工的支援,②完善了复职规定,③导入了试出勤制度等因伤病等原因长假·停职员工的复职支援制度。

## 推进“夏普健康get运动”

夏普(日本国内)为预防和改善员工们的代谢症候群等生活习惯病,在各事业所展开“夏普健康get运动”。即通过向员工分发记录运动、饮食、禁烟、体重等目标的表格,支援员工自觉改善生活习惯的活动。并且,为养成日常运动的习惯而专门组织了“全公司健康步行小组”活动,2008年度合计约有12,600人次参加了该活动。

该活动取得了明显的成果,如2007年度参加该活动的代谢症候群者中,约41%(300人/738人)的员工在2008年度的体检中不再是代谢症候群,今后还要督促代谢症候群者参加该活动,并积极支援各项健康举措。

### TOPICS

#### 扩充对育儿休假的经济支援, 推进营造为员工着想的工作环境

夏普于2008年4月扩充了对育儿的支援。

为了使男女员工都能利用育儿休假,制定了“休假开始10日内为有薪假期”“每月支付6万日元的援助金”等规定,从经济上扩大了对育儿休假制度的支援。结果,2008年度育儿休假的男性员工达到78人,与2007年度的1人相比,人数大大增加。今后公司还将继续站在员工的立场,积极推进支援措施。

#### 对育儿的经济支援制度

产前·产后休假期间	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 工资额的85%</li> <li>· 生育礼金(1万日元)</li> <li>· 一次性生育补助金(38万日元)</li> </ul>
育儿休假期 <sup>※2</sup> 内	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 10日内为有薪假期</li> <li>· 有新假期之后至育儿假结束之前,每月支付6万日元</li> </ul>

※2 孩子满一岁后的3月末,或者满1岁6个月



# 作为企业市民，开展社会贡献活动

夏普以经营思想“为全世界的文化和福利的提高做贡献”为基础，作为企业市民，针对各种社会课题，着眼于全球范围内的各个地区，开展扎根于当地的社会贡献活动。

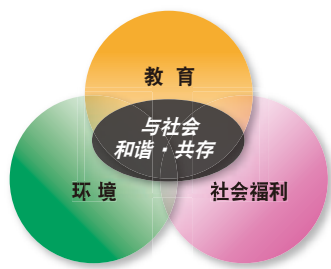
2008年度目标	2008年度实际成绩	2009年度目标
<b>日本国内：</b> ● 继续推进在全国10处的“夏普森林”活动 ● 以小学生为对象的小学环境教育，计划累计实施500多所小学校 ● 继续在所有营业、服务据点实施地区社会贡献活动	● 在全国10处实施“夏普森林”的植树和育林活动 ● 累计在全国556所小学实施了环境教育活动 ● 在营业、服务等所有据点，作为社会贡献活动一环的志愿者活动已累计实施约660次、参加人数达到约15,100人 ● 在所有事业所、据点累计约有3万人参加了志愿者活动	● 积极推进各地“培育夏普森林”活动（全国10处） ● 以小学生为对象的环境教育累计实施500所小学校，“产品制造教育”累计实施100所小学校 ● 继续实施营业、服务等所有据点的地区社会贡献活动 ● 继续巩固员工的志愿者活动（全公司合计3万人参加）
<b>国外：</b> ● 在中国继续推进以“夏普慈善基金”为中心的社会贡献活动 ● 开展国外各地区的环境教育活动	● 在中国实施奖学金授予（11所大学约180人）；捐赠夏普生产的空气净化器（向大约40所公共医院捐赠约170台）；在各事业据点所在地区实施环境美化活动、植树活动以及希望小学校的建设活动等 ● 国外各地区实施环境教育活动（14据点57次）	● 继续在中国强化以“夏普慈善基金”为中心的社会贡献活动 ● 在国外各地区强化环境教育

## 社会贡献活动的基本观点

夏普在“为全世界的文化和福利的提高做贡献”经营思想的指导下，积极推进社会贡献活动。

活动中，夏普以全球化视野积极应对社会性课题，充分运用夏普资源积极开展扎根地区的活动。特别将“教育”、“环境”、“社会福利”作为社会贡献活动的主要领域，继续自发地制定和构筑适于社会贡献活动的体制与制度。以期通过这些活动实现与社会和谐·共存，提高企业价值。

### 社会贡献的三大重点领域



## 社会贡献活动的推进体制与制度

夏普将在CSR推进本部内设立专门组织，进行统一企画和推进日本国内外的社会贡献活动。现正在努力构建便于社会贡献举措的企画及活动开展的体制与制度。

例如：为了以出访授课的方式对小学生进行环境教育，在日本国内各地区实施员工讲师培训等，推进持续性的人才培养。

志愿者活动方面，劳资联合组成“夏普环保俱乐部(SGC)”，企画并实施志愿者活动，为员工们能够参加保护森林及当地清洁活动等提供机会。另外，还设定了可申请最长1年时间用于志愿者活动的“志愿者服务休假制度”和每年可有8天时间用于社会贡献活动等的“多目的休假制度”，为员工们参加社会贡献活动营造良好的环境。

### 与当地密切合作开展社会贡献活动的SGC

“夏普环保俱乐部(SGC)”是于2003年6月由劳资双方联合成立的志愿者团体，其目的是通过员工们亲自参加社会贡献活动来提高参加志愿者活动的意识，从而实现为地区社会做贡献。

2008年度在日本约有3万多名员工参加了地区清洁活动，以及事业所、营业据点的保护周围森林的“夏普森林”等活动。

2008年度，在日本的龟山和札幌新增设了“夏普森林”，至此在日本已有10处。特别是大阪府的“神於山夏普森林”，因保护近邻山区活动获得好评，并在2008年10月荣获“大阪环境奖”；还有广岛县的“八本松吉川夏普森林”，2009年4月被财团法人日本樱花会授予“樱花功劳者”称号等，夏普在保护森林方面获得了各界的高度评价。

今后，SGC还将继续扩大志愿者活动的“层面”和“范围”，推进与当地密切合作开展社会贡献活动的举措。



SGC会长  
(取締役常务执行董事  
法务统辖  
兼CSR推进本部长)  
中川 敬

## 世界各地社会贡献活动事例



### ■ 在日本各地开始“产品制造教育”活动

“产品制造教育”是继“环境教育”之后，于2008年度新开始的一项教育支援活动。并由各事业本部挑选出来的技术类年轻职员“技术导航员”担任讲师。

通过对产品的分解与组装，寓教于乐，让孩子们了解公司在产品中所花费的功夫。



### ■ 支援日美交流学会

2008年10月，日本京都的中学与美国纽约州小学通过视频会议系统举办了交流学习会，夏普通过提供通讯线路、器材以及翻译等予以支援。

当天，孩子们互相介绍了各自国家日常采取的环保活动等，双方均受到了启发。



### ■ 马来西亚的植树活动

2008年10月，作为联合国植1亿棵树活动的一部分，夏普在马来西亚的生产据点马来西亚夏普-安桥电子有限公司(SOEM)约500名员工参与了植树活动，在厂区和员工自家庭院等处种植了树木。

## 中国据点社会贡献活动事例



### ■ socc 向儿童福利院捐赠生活用品

2008年5月，在“六一”国际儿童节暨常熟市儿童福利院十周年庆典之际，socc向常熟市儿童福利院捐赠了一批生活用品。该活动始于2005年，此次已是socc第4年向儿童福利院捐赠物品。

当天，儿童福利院的工作人员和小朋友们还自编自演了一台文艺节目，以庆祝自己的节日并感谢社会各界的资助。



### ■ NSEC 植树活动

2009年3月，NSEC组织员工近百人在南京溧水大金山风景区，开展了志愿者植树活动。大家以极大的热情投入到活动中，有的抬树，有的培土，当天共栽种上百棵树苗。

在世界森林资源日益减少的情况下，NSEC希望通过这样的活动，在提高员工环保意识的同时，尽自己的绵薄之力为中国实现森林资源的持续增长做贡献。



### ■ WSEC 清扫活动

2009年2月，WSEC的130余名员工参加了公司周边环境的清扫活动。当天早晨下着蒙蒙细雨，大家拿着垃圾袋、扫帚等工具以珠江路、君山路和黄山路三条线路为中心，对路面和绿化带进行了清扫。继老厂的清扫活动后，新一厂和新二厂也分别组织员工进行了厂区周边的环境清扫。象这样的清扫活动一年中会举行很多次，以保持厂区周围环境的整洁。



### ■ STW 清扫活动

2008年9月，STW的50余名员工参加了以“建设绿色园区、增强环保意识”为主题的公司周边环境清扫活动。STW每年组织一次这样的清扫活动，即培养了员工的志愿服务精神、又为当地的环境美化作出了贡献。



### ■ 上海地区5据点举行共同美化活动

2008年12月，SSEC、SSMC、SES、SESC和上海代表处5据点共210余名员工及其家属，参加了在上海吴淞炮台湾湿地森林公园的美化活动。当天早晨气温骤降，但大家依然保持热情、认真地积极地拾捡公园垃圾。该活动自2006年开始每年举行一次，目的是在美化地区环境的同时，进一步提高员工的环保意识。



### ■ SSMC 向小学赠送学习用品

2008年1月，SSMC向浦东新区花木小学赠送价值5840元左右的学习用品。该活动自2007年举办，此次为第2年。SSMC希望通过开展这样的活动，能为中国的教育事业的发展做出微薄贡献。

#### 中国各据点名称（所在地）

SESC（上海） 夏普商贸（中国）有限公司	SSMC（上海） 上海夏普模具工业控制系统有限公司	NSEC（江苏省南京） 南京夏普电子有限公司	WSEC（江苏省无锡） 无锡夏普电子元器件有限公司
SSEC（上海） 上海夏普电器有限公司	SES（上海） 夏普电子（上海）有限公司	SOC（江苏省常熟） 夏普办公设备（常熟）有限公司	STW（江苏省无锡） 夏普科技（无锡）有限公司

# 在中国推进的社会贡献活动

夏普为了实现企业持续发展和社会和谐共存的目标,从2003年开始推进超越事业活动范围、作为企业市民的社会贡献活动。并从2006年开始正式在中国开展社会公益活动,努力为地区社会做贡献。

## 建成两所“夏普希望小学”

作为2008年社会贡献活动的重要一项,为促进重庆市南川区基础教育事业的发展,夏普商贸(中国)有限公司(SESC)通过上海青少年发展基金会,向重庆希望工程捐资25万元,支援建设了重庆市南川区木凉“夏普希望小学”。

2009年3月18日,位于重庆市南川区木凉乡的“夏普希望小学”正式竣工,并举行了竣工典礼。

这是继2008年10月在安徽省建成的六安市金安区夏普希望小学之后,由SESC出资建设的第二所希望小学。两所小学的建设资金,均来自AQUOS液晶电视全国巡展活动中展示的产品通过慈善拍卖后所获得的善款。

SESC的大泽总经理参加了竣工典礼,并参观了新校舍,还亲切地与小学生们进行了交流。全校的学生都出席了竣工典礼,在来宾剪彩、孩子们放飞“希望气球”的欢快气氛中典礼隆重开幕。当地政府代表和校长向夏普表示了衷心的感谢,并激励孩子们要努力学习。学生代表也做了热情洋溢的感谢发言,决心要在新环境里刻苦学习。

## “夏普慈善基金”积极开展社会贡献活动

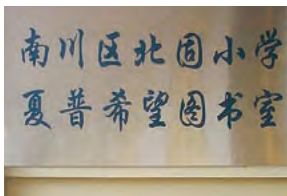
在中国,通过“夏普慈善基金”,2008年也积极开展了奖学金支援及植树造林等活动。

2006年5月,夏普在中国的8个据点联合以“夏普中国集团”的名义与上海市慈善基金会合作设立了“夏普慈善基金”,每年汇集活动资金约100万元,用以开展各种社会公益活动:向重点大学的经济困难、成绩优秀的学生颁发奖学金;向公立医院捐赠夏普产品以充实医疗设施;实施小学环境教育等。

2008年开展的产品捐赠活动有:向上海、南京、常熟、无锡、北京等11所大学约180名经济困难的学生授予“夏普奖学金”;向中国各据点所在地区的约40家公立医院捐赠空气净化器约170台,其中向上海地区19家收容四川地震伤员的医院共捐赠了69台。植树造林方面,自2007年4月

竣工典礼之后,政府相关人员及校方负责人就改善农村教育、企业的社会贡献等问题进行了热烈地交流。

除此之外,SESC还运用善款中的一部分资金约2万元,为重庆市南川区北固小学改善了图书室。并因图书室内的书籍、书架等物品均由夏普的慈善捐款得以改造,而被命名为“夏普希望图书室”。



在明亮的教室里听课的小学生们

起,夏普中国集团协同中国林业环境促进会、天津市武清区林业局共同开展营造防砂林“夏普中日友谊林”项目。2008年度的植树仪式是在天津市武清区陈咀镇艾蒲庄举行的,在约100亩(约6.7万平方米)的土地上共种植了5,700株速生杨。小学环境教育方面,与中国关心下一代工作委员会携手,向上海、南京、常熟、无锡等共25所小学约1,400名小学生进行了环境教育,授课内容涉及防止地球温暖化等环保知识。

此外,中国的各据点还独立开展了环保活动。例如:常熟地区的百余名员工参加了从言子墓至维摩山庄的虞山山道清扫活动。上海地区的200余名员工参加了吴淞炮台湾湿地森林公园的清扫活动。

通过上述系列社会公益活动,夏普在努力为地区社会做贡献的同时,更有效地提升了夏普的企业形象。



第三期“夏普中日友谊林”植树仪式



获得“夏普奖学金”的学生们



2008年夏普产品捐赠仪式



特写

# 在全球范围内开展以小学生为对象的环境教育活动。

孩子们肩负着我们的未来，为了有助于提高孩子们的环境意识，夏普努力开展小学生的环境教育。2008年度，不仅增加了可供选择的课程内容，还将活动区域从日本扩展到中国和美国。

## 在小学出访授课的环境教育实施学校累计达1,000所

夏普与活跃在日本电视台和电台的气象预报员们组成的NPO法人气象预报网络携手合作，从2006年10月开始，以小学4~6年级学生为对象，采用出访授课的方式，到各个学校开展环境教育。截至2008年12月，实施学校累计达到1,000所，听课小学生约达到65,000人。

2006年最初开始讲课时，从“地球温暖化与循环利用”“地球温暖化与新能源(太阳能发电)”这两个课程中选择其一。地球温暖化部分由气象预报员担任讲师，循环利用与新能源(太阳能发电)则由夏普的“环保导航员”担任讲师。“环保导航员”由夏普在日本全国的营业与服务据点派选，接受培训并被任命为授课讲师。

从2008年10月开始，与环境NPO法人 Asaza基金合作，增加了“生态保护”课程，即在原有的2个课程中分别增加了生态保护主题的课程，可选择的课程变成了4个。

另外，为了让接受环境教育的孩子们进一步加深理解，

并积极参与到环保活动当中，夏普还开设了门户网站“大家都是环保迷”(http://www.sharp-eco-fan.jp/)，向大家提供近在身边的环境话题。

## 充分运用在日本培养出来的专业知识和技能，推广为全球性的活动

在中国和美国，夏普已经从2008年10月正式开始以小学生为对象，以出访授课的方式开展环境教育活动。

夏普在中国的据点与推进以健全培养下一代儿童为目的的各种活动的国家外围团体“中国关心下一代工作委员会”合作，2008年度在25所学校实施了环境教育。在美国，由当地职员担任讲师，主要在新泽西州和加利福尼亚州的21所学校实施了环境教育。上课内容都是采用紧密结合当地教育现场的课程。

今后会依次将环境教育扩展到其它国家和地区。

在中国推进的社会贡献活动



气象预报员在讲授地球变暖



Asaza基金在讲授生态保护



美国的课堂



环境NPO法人  
Asaza基金 代表  
饭岛 博先生

通过夏普和气象预报网络的环境教育课程，使我有机会接触到日本全国各地的小学生，非常感谢。

今后我将同样珍惜每一次与孩子们相处的机会，希望能够实现孩子们的梦想得以拓展、生物们的网络也能够得以拓展的社会。



海外营业本部  
驻中国事务所  
吴 毅华

我们去讲课的学校对我们的评价都很高，很多学校都希望我们“明年也一定来”。并且，在上课的过程中，孩子们都很积极地参与实验，大家都是热情洋溢，欢笑声传到课堂之外，气氛非常活跃。

我从活动中认识到环境教育的意义和重要性，并再次强烈感觉到责任重大。



美国销售公司SEC\*  
太阳能营业本部  
Zelinda Welch

2008年10月，夏普在美国开始环境教育，大家都很高兴。很多SEC员工都是自愿去讲课。上课内容包括让孩子们参加实验等实际体验，报名人数已经超出了名额限制。我认为这个活动要是能够扩展到全美国的学校就好了。

\* SEC: 美国夏普电子技术有限公司(Sharp Electronics Corporation)

# 夏普集团概要

我们的事业，是提供家电产品和信息产品等的“电子产品”以及提供电气产品主要骨干零部件的“电子零部件”等。通过对基于独有技术的核心电子元器件的开发及其应用商品的生产，创造出前所未有的“独一无二商品·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 日本国大阪市阿倍野区长池町22番22号  
 公司代表 取締役会长 兼 CEO 町田勝彦  
 取締役社长 兼 COO 片山幹雄  
 创业 1912年9月15日  
 事业内容※ AV·通信产品、健康·环境产品、信息产品、液晶、太阳能电池、其他电子元器件等的生产与销售  
 资本金※ 2,046亿7,500万日元(舍去不足100万日元的尾数)  
 员工人数※ 54,144人(日本国内29,728人、日本国外24,416人)  
 员工人数包括夏普株式会社及连结分公司  
 ※截至2009年3月31日

## 主要产品(截至2009年3月31日)

### AV·通信产品



液晶彩色电视机、彩色电视机、投影机、DVD刻录机、DVD播放机、Blu-ray刻录机、Blu-ray播放机、移动通讯终端、手机、PHS电话

### 健康·环境产品



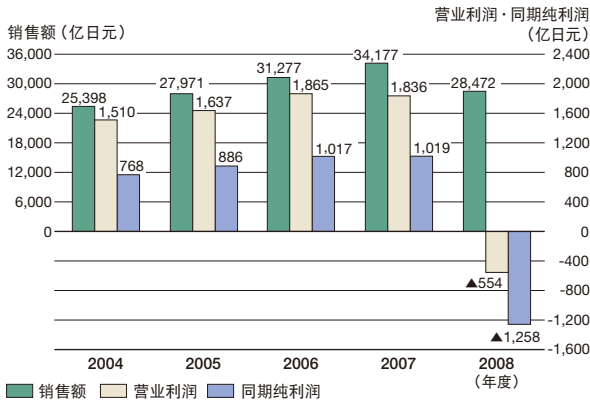
电冰箱、超加热蒸汽式烹调器、微波炉、空调、洗衣机、吸尘器、空气净化器、除湿器、加湿器、电气取暖器、小型烹调器、净离子群离子发生器、LED照明器具、太阳能·LED照明灯具

### 信息产品

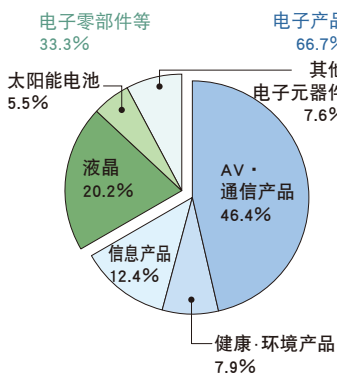


个人电脑、电子辞典、电子计算器、传真机、电话机、POS系统产品、手提式终端适配器、电子收银机、液晶彩色显示器、信息显示器、数字复合机、各种备选器材·耗材、各种软件、FA产品、洗净机

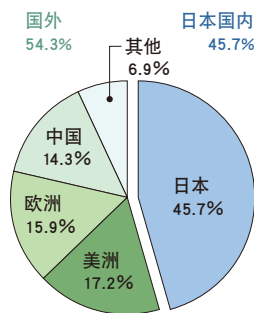
### ■ 销售额·营业利润·同期纯利润的推移(联合决算)



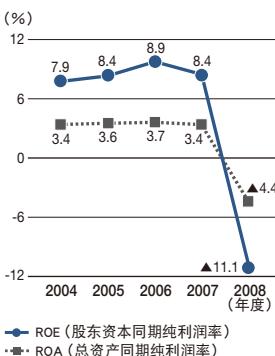
### ■ 2008年度各部门的销售额构成比例(联合决算)



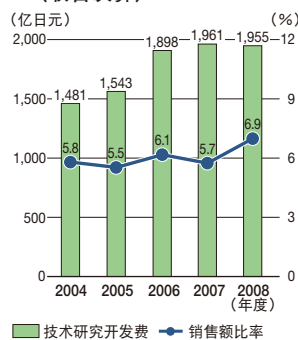
### ■ 2008年度各地区的销售额构成比例(联合决算)



### ■ 主要经营指标的推移(联合决算)



### ■ 技术研究开发费的推移(联合决算)



## 液晶



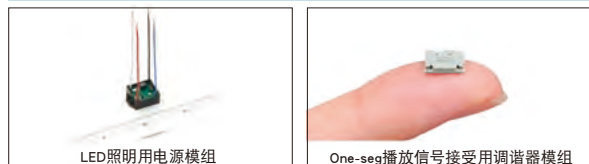
TFT液晶显示模组、Duty液晶显示模组、系统液晶显示模组

## 太阳能电池



晶硅太阳能电池、薄膜太阳能电池

## 其他电子元器件



CCD·CMOS Imager、液晶用LSI、微机、瞬时存储器、复合存储器、模拟IC、卫星播放用部品、地面数字播放调谐器、高频模组、网络元器件、半导体激光、LED(发光二极管)、光头、光传感器、光通信用部品、调节器、转换电源

# 第三者审查报告书



## 关于“夏普 环境·社会报告书 2009”的独立第三者的审查报告书

2009年9月3日

夏普株式会社  
取缔役社长 兼 COO  
片山 幹雄 先生

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

代表取缔役社长 **魚住 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 2009”(以下简称“环境·社会报告书”)中所记载的 2008 年度环境业绩指标、环境会计指标以及社会业绩指标(以下简称“指标”)的可信度,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,就指标的可信度表明结论。

### 2. 审查标准以及判断准则

本公司依据“环境报告书审查标准方案”(2004年3月 日本环境省)以及“可持续发展信息审查实务指针”(2008年2月改订 可持续发展情报审查协会)进行了审查。

此外,把会社参照“环境报告书准则 2007 版”(2007年6月 日本环境省)、“Sustainability Reporting Guidelines version 3.0”(2006年10月 Global Reporting Initiative)以及“环境会计准则 2005 年版”(2005年2月 日本环境省)等资料所制定的编写标准作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·社会报告书的编写以及开示方针进行提问
- 对会社制定的编写标准中的各项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的整備以及运用情况进行评价
- 在会社是否按照会社所制定的编写标准来掌握指标并进行统计的方面,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审查
- 就指标的开示是否妥当进行探讨

### 4. 审查结论

本公司通过上述审查程序,获得了成为结论基础的充分且恰当的证据。

依据会社制定的编写标准,环境·社会报告书中所记载的环境业绩指标、环境会计指标以及社会业绩指标在重大方面未发现有不合理的掌握、统计以及开示的事项。

会社与本公司以及审查者之间,不存在环境报告书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。



本报告书在排版、印刷时所使用的电力  
全部由清洁能源太阳能发电提供。



印刷使用的油墨不含VOC  
(挥发性有机化合物)成分。



混合来源  
产品来自良好管理的森林和其它受控的来源  
www.fsc.org 证书编号 SA-COC-1426  
© 1996 Forest Stewardship Council