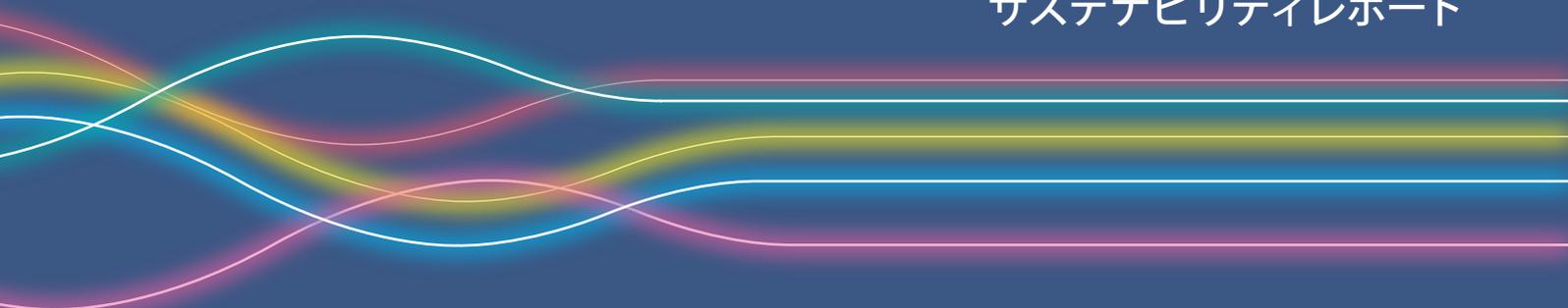


SHARP

2015

SUSTAINABILITY REPORT

サステナビリティレポート



CONTENTS

- 編集方針
 - 002 編集方針
- シャープグループの概要
 - 003 シャープグループの概要
- 経営理念・経営信条
 - 007 経営理念・経営信条
- トップメッセージ
 - 008 トップメッセージ
- 経営戦略とCSR
 - CSR取り組み方針
 - 010 CSR取り組み方針
 - CSR対談
 - 011 CSR対談
 - 事業とCSR
 - 014 事業とCSR
 - CSR重点項目（マテリアリティ）
 - 017 CSR重点項目（マテリアリティ）の特定プロセス
 - 018 5つの重点項目① サプライチェーンCSR取り組み
 - 019 5つの重点項目② 人権の尊重およびダイバーシティ・マネジメントの展開
 - 020 5つの重点項目③ 環境共有価値（GSV）の拡大
 - 021 5つの重点項目④ 製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み
 - 022 5つの重点項目⑤ ステークホルダーエンゲージメントの推進
 - CSRマネジメント
 - 023 CSRに関する全社方針・施策の推進体制
- 正々堂々の経営
 - 企業統治
 - 025 コーポレート・ガバナンス
 - 029 内部統制
 - 031 リスク管理
 - 033 コンプライアンス
- II お客さまの満足向上
 - 品質・安全性の確保
 - 037 品質・安全性の確保
 - より使いやすい製品の創出
 - 041 より使いやすい製品の創出
 - 043 製品改善事例
 - お客さま満足の向上
 - 048 お客さま満足の向上
- III 情報開示・情報保護
 - ステークホルダーコミュニケーション
 - 053 お客さまとのコミュニケーション
 - 054 ビジネスパートナー（お取引先さま）とのコミュニケーション
 - 055 ビジネスパートナー（ご販売店さまなど）とのコミュニケーション
 - 057 株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション
 - 058 従業員とのコミュニケーション
 - 060 地域社会（環境）とのコミュニケーション
 - 061 地域社会（コミュニティ）とのコミュニケーション
 - 情報管理
 - 063 情報セキュリティ戦略
- IV 地球環境保全への貢献
 - 環境取り組み方針
 - 067 「環境共有価値（Green Shared Value）の拡大」を目指して
 - 環境経営
 - 069 環境経営の実践に向けて
 - 071 マテリアルバランス
 - 073 環境会計
 - 製品開発
 - 075 環境に配慮した商品・デバイスの開発
 - 079 Close-up プラズマクラスター冷蔵庫<SJ-GF60A>が平成26年度省エネ大賞で「省エネルギーセンター会長賞」を受賞
 - 080 2014年度の主なスーパーグリーンプロダクト（SGP）認定機種
 - 082 ソーラーエネルギーソリューション事業の推進
 - 084 Close-up ソーラーエネルギーソリューション事業の取り組み
 - 086 グリーン調達・製品の含有化学物質管理
 - 製品製造
 - 087 工場の環境配慮性を高める取り組み
 - 089 温暖化ガスの排出抑制
 - 091 Close-up 亀山工場の「“液晶工場復活”に向けた省エネ活動」が平成26年度省エネ大賞で「経済産業大臣賞」を受賞
 - 092 廃棄物の排出抑制・再資源化
 - 094 水の有効利用
 - 096 工場で使用する化学物質の適正管理

- 輸送
 - 100 輸送における環境負荷低減
- 廃棄・リサイクル
 - 101 使用済み商品のリサイクルの推進
 - 104 資源循環型社会に貢献する環境技術
- 生物多様性保全
 - 108 生物多様性保全への取り組み
- 環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準
 - 110 環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準
- V 健全な経済活動の実践
 - 公正な事業償行
 - 115 公正な自由競争の維持と適正な表示
 - 116 知的財産保護の取り組み
 - 117 輸出入管理の徹底
 - 118 株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション
 - 120 インサイダー取引防止の取り組み
 - 適正な購買活動
 - 121 公平・公正な調達活動
 - 122 サプライチェーン全体でのCSR推進
 - 125 「紛争鉱物問題」への対応
- VI 人権の尊重
 - 人権の尊重
 - 127 人権に関する取り組み
 - 128 全社ダイバーシティ・マネジメントの展開
 - 135 活力あふれる企業文化の醸成
 - 137 人材育成
- VII 安全で働きやすい職場環境づくり
 - 職場環境づくり
 - 142 全社で取り組む小集団活動
 - 144 ワーク・ライフ・バランスの取り組み
 - 146 安全衛生および健康増進活動の推進
- VIII 社会との調和
 - 地域社会とともに
 - 152 社会貢献活動の推進
 - 153 環境分野の取り組み
 - 156 教育分野の取り組み
 - 158 社会福祉分野の取り組み
 - 162 従業員ボランティア活動
- ガイドライン対照表
 - 164 ISO26000対照表
 - 166 国連グローバル・コンパクト10原則対照表

表紙について



このレポートの表紙デザインは、5つのカンパニーがスピード感のある経営を実現して「2015～2017年度 中期経営計画」を実行するとともに、CSR中期戦略の重点項目（マテリアリティ）に取り組むことで、厳しい経営状況にある当社が未来に向けて安定していく様子を5色の光り輝く線で表現しました。
 (デザイナー: デザイン本部 南波 康彦/佐々木 寿枝)

インデックスページの写真について



このレポートのインデックスページの写真は、シャープグループ従業員から「シャープの再生と成長」をテーマに募集した応募作品の中から、次の従業員の作品を採用しました。
 ・通信システム事業本部 野津本 幸宏
 ・ビジネスソリューション開発本部 吉村 誠
 ・電子デバイス戦略本部 吉田 洋平
 ・ディスプレイデバイス管理本部 中川 晃希

当レポートへのご意見・ご感想をお寄せください
アンケートページ
http://www.sharp.co.jp/corporate/eco/report/ssr/ssr_form/index.html

編集方針

情報開示の考え方

「シャープサステナビリティレポート2015」は、持続可能な（サステナブル）社会の実現に貢献する、シャープのCSR（企業の社会的責任）の取り組みについて情報開示しています。今年度は、G4※を参考に優先的に取り組むべき重点項目（マテリアリティ）を決定、その特定プロセスについても、また、年次報告として、2014年度の取り組みを「シャープグループ企業行動憲章」の項目に沿って報告しています。

さらに、シャープWebサイト「社会環境活動（CSR）」に、詳細データや最新の取り組み情報を掲載しています。

※ 下記「参考にしたガイドライン」にて説明

対象期間

2014年度（2014年4月～2015年3月）

ただし、当該期間の前後の事実、および今後の方針や目標・計画などについても一部記載しています。

対象範囲

シャープ株式会社および国内・海外の子会社、関連会社

本文中では、シャープ株式会社を「シャープ（株）」「当社」と表記し、シャープグループを「シャープ」「シャープグループ」と表記することで区別しています。

海外の子会社・関連会社は、例えば「SEC」のように簡略化して表記しています。主要な子会社・関連会社の正式名称は、[環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準](#)に記載しています。

参考にしたガイドライン

- グローバル・リポーティング・イニシアティブ（GRI）による「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン第4版（G4）」

> [GRIガイドライン対照表](#)

- 環境省「環境報告ガイドライン（2012年版）」

> [環境報告ガイドライン対照表](#)

- 環境省「環境会計ガイドライン2005年版」

次回発行予定

2016年8月（1999年以来、毎年発行）

お問い合わせ先

シャープ株式会社

〒545-8522 大阪市阿倍野区長池町22番22号

> [お問い合わせはこちら](#) 

CSR推進部

TEL 06-6625-1167

FAX 06-6625-1274

環境企画推進部

TEL 06-6625-0438

FAX 06-6625-0153

シャープグループの概要

シャープの事業は、家電製品や情報機器などの「コンシューマーエレクトロニクス」、太陽電池事業である「エネルギーソリューション」、法人向け機器などの「ビジネスソリューション」、電子部品を提供する「電子デバイス」、液晶ディスプレイ事業の「ディスプレイデバイス」の5つの事業から成り立っています。

世の中にない特長商品・デバイスを創出し、お客さまに感動を与え、新たな市場を創造すべく積極的な事業活動を展開しています。

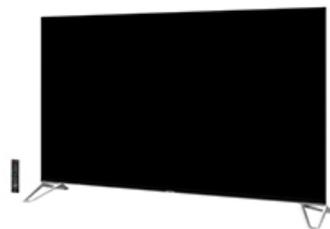
会社概要

社名	シャープ株式会社
本社所在地	大阪市阿倍野区長池町 22番 22号
代表	代表取締役社長 高橋 興三
創業	1912年 9月 15日
事業内容	デジタル情報家電、健康・環境、エネルギーソリューション、ビジネスソリューション、液晶、電子デバイス
資本金 ※1	5億円
従業員数 ※1	連結対象会社人員：49,418人（国内24,000人、海外25,418人） グループ総人員：56,461人（国内26,645人、海外29,816人）

※1 2015年6月末現在

主要製品

■ デジタル情報家電



4K液晶テレビ



スマートフォン

液晶テレビ/プロジェクター/ブルーレイディスクレコーダー/携帯電話機/タブレット端末/電子辞書/電卓/ファクシミリ/電話機など

■ 健康・環境



プラズマクラスター加湿空気清浄機



お茶メーカー「ヘルシオお茶プレッソ」

冷蔵庫/過熱水蒸気オープン/電子レンジ/小型調理機器/エアコン/洗濯機/掃除機/空気清浄機/扇風機/除湿機/加湿機/プラズマクラスターイオン発生機/電気暖房機器/理美容機器/LED照明機器/ネットワーク制御ユニットなど

■ エネルギーソリューション



シャープ大山の森 太陽光発電所 (鳥取県米子市)



タイのメガソーラーサイト

結晶太陽電池 / 薄膜太陽電池 / 蓄電池など

■ ビジネスソリューション



タッチディスプレイBIGPAD



デジタル複合機

POSシステム機器 / ハンディターミナル機器 / 電子レジスタ / インフォメーションディスプレイ / デジタル複合機 / 各種オプション・消耗品 / 各種ソフトウェア / FA機器 / 洗浄機など

■ 液晶モジュール



4K対応デジタルサイネージ用ディスプレイ



フリーフォームディスプレイ

アモルファスシリコン液晶ディスプレイモジュール / IGZO液晶ディスプレイモジュール / CGシリコン液晶ディスプレイモジュールなど

■ 電子デバイス



赤外線カラー暗視カメラ

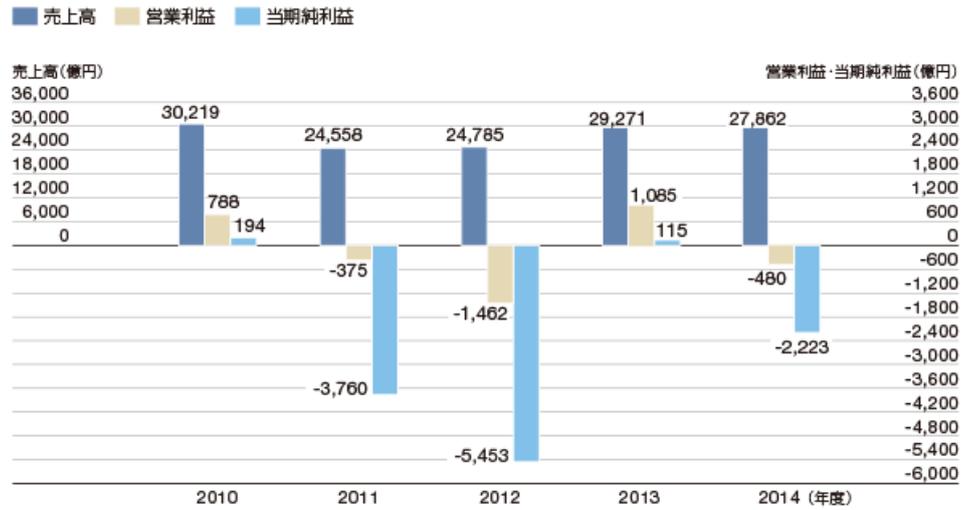


高感度タッチパネルコントローラ

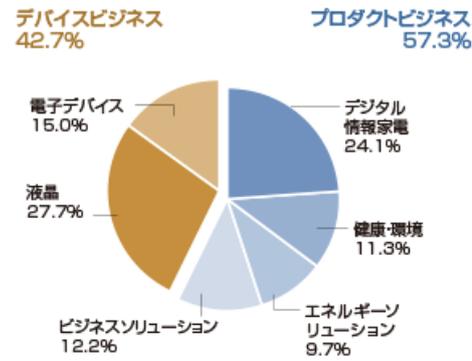
カメラモジュール / CCD・CMOSイメージャ / 液晶用LSI / マイコン / アナログIC / 衛星放送用部品 / 地上波デジタルチューナ / ネットワーク部品 / 半導体レーザー / LED / 光センサ / 光通信用部品 / レギュレータ / スイッチング電源など

主要データ

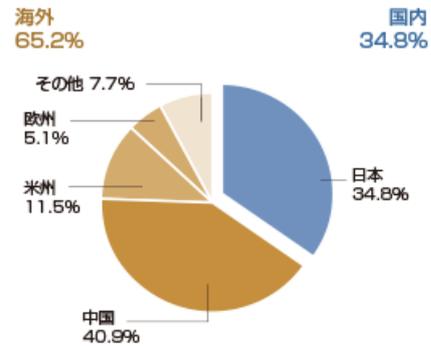
■ 売上高・営業利益・当期純利益の推移 (連結)



■ 2014年度部門別売上高※2 構成比(連結)

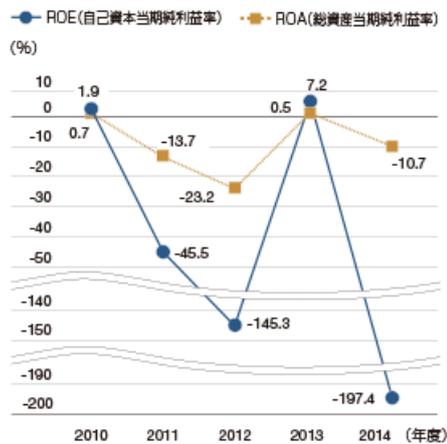


■ 2014年度地域別売上高構成比(連結)

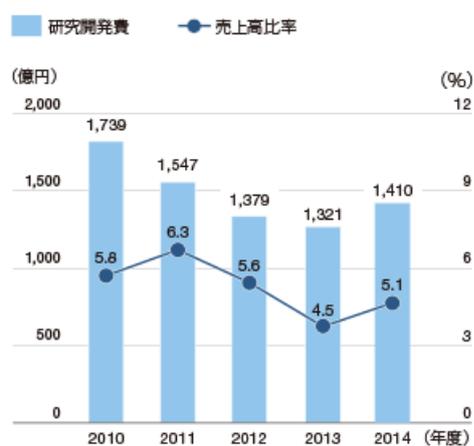


※2 外部顧客に対する売上高を元に算出しています。

■ 主要経営指標の推移 (連結)



■ 研究開発費の推移 (連結)



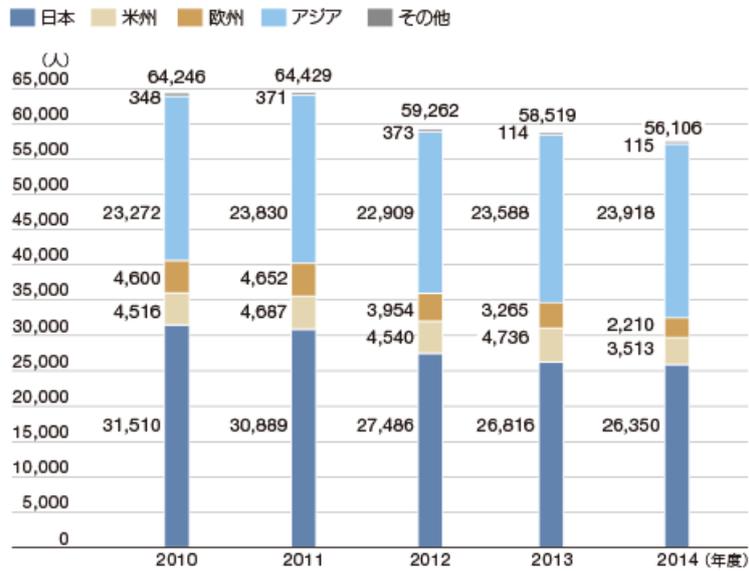
■ シャープグループの状況※3

- 連結対象子会社数 84社(国内15社／海外69社)
- 海外事業



※3 2015年3月末現在

■ シャープグループ従業員数※4



※4 シャープグループ：シャープ（株）・連結子会社・持分法適用会社・その他関連会社
各年度（4月1日から翌年3月31日まで）とも、年度末（3月31日）の数字

経営理念・経営信条

シャープは、経営理念、経営信条を原点として、社会的責任を果たします

「他社がまねするような商品をつくれ」。シャープの創業者 早川 徳次のメッセージには、次の時代のニーズをいち早くかたちにした「モノづくり」により社会に貢献し、信頼される企業を目指すという、経営の考え方が凝縮されています。

1973年にはこの創業以来不変の精神を、経営理念・経営信条として明文化しました。シャープが目指す姿を表現した経営理念には「世界の文化と福祉の向上に貢献する」などの言葉で、社会・ステークホルダーとの共存共栄を目指す、今日のCSR※に通じる思想が明確に盛り込まれています。経営信条には「誠意と創意」を掲げ、経営理念を実現するために全従業員が堅持すべき信念として徹底しています。

シャープは、事業活動を通じて経営理念を実現し、持続可能な社会の構築に貢献することを目指してきました。復活に向けて、シャープは改めてこの原点に立ち返ります。そして徹底したお客さま視点で、誠意ある行動・活動の実践と創意の遺伝子による新たな価値を生む商品の創出により、社会的責任を果たし、信頼される企業であり続けたいと考えます。

※ Corporate Social Responsibility (企業の社会的責任)

経営理念

いたづらに規模のみを追わず、
誠意と独自の技術をもって、
広く世界の文化と福祉の向上に貢献する。
会社に働く人々の能力開発と
生活福祉の向上に努め、
会社の発展と一人一人の
幸せとの一致をはかる。
株主、取引先をはじめ、
全ての協力者との相互繁栄を期す。

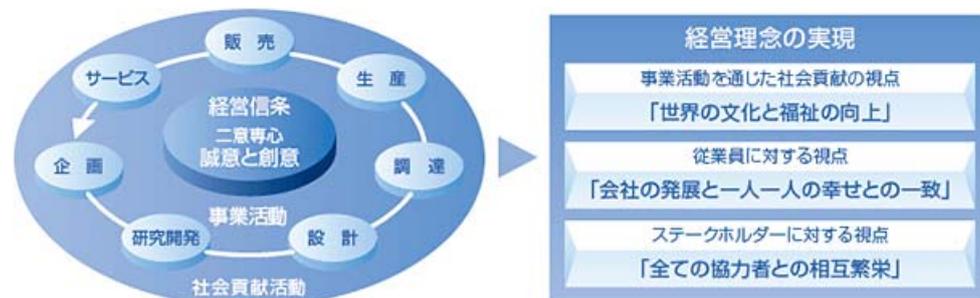
経営信条

二意専心
誠意と創意

この二意に強れる仕事こそ、人々に心からの満足と喜びをもたらす真に社会への貢献となる。

誠意は人の道なり、すべての仕事にまごころを
和は力なり、共に信じて結束を
礼儀は美なり、互いに感謝と尊敬を
創意は進歩なり、常に工夫と改善を
勇気は生き甲斐の源なり、進んで取り組み困難に

経営理念を実現するために、すべての事業プロセスで「誠意と創意」をもって業務を行います



- 経営信条は全ての事業活動の中心となる軸。
- 「誠意」とは、全ての周囲の人に、どうすれば本当に役立ち、喜ばれるかを考えて仕事をする事。
- 「創意」とは、現状に満足せず、より高い付加価値を追求し、そのために常に工夫と改善に取り組むこと。

トップメッセージ

持続可能な成長に向けた事業構造を確立するとともに、社会から必要とされる会社を目指します

2014年度の決算で大幅な純損失を計上し、お客さま、お取引先さま、株主さまをはじめ、ステークホルダーの皆さまにご心配をお掛けしており、心よりお詫び申し上げます。本年5月に発表した「2015～2017年度 中期経営計画」を着実に実行し、一日も早い業績回復を図るとともに、持続可能な成長に向けた事業構造を確立してまいります。

シャープは「経営理念」と「経営信条」をCSR（企業の社会的責任）活動の原点としています。経営理念では「誠意と独自の技術をもって、広く世界の文化と福祉の向上に貢献する」ことを謳っており、人にいちばん近いところで、人がより良く生きるために必要なことを追求し、社会に貢献していきたいと考えています。これに向け、当社グループ全従業員一人ひとりが、適切かつ真摯に行動してまいります。

シャープは2005年、経営理念および経営信条を実現するため、グループ全企業に共通した企業行動原則として「シャープグループ企業行動憲章」を、役員・従業員の行動の規程として「シャープ行動規範」を定めました。本年1月、これらの内容をISO26000などの国際的な基準・規格に沿って改定しました。

加えて、本年2月に「CSR中期戦略（2015～2017年度）」を策定しました。CSR中期戦略では、当社グループと社会にとっての重要度（ステークホルダーからの期待度）を踏まえ、「サプライチェーンCSR取り組み」「人権の尊重およびダイバーシティマネジメント※1の展開」「環境共有価値（GSV）※2の拡大」「製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み」「ステークホルダーエンゲージメント※3の推進」の5つを重点項目（マテリアリティ）に掲げ、グループ一体となって取り組んでまいります。

また、当社は国連グローバル・コンパクトが定める「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に関する10原則を、署名企業※4として今後とも支持します。シャープは、事業活動を通じて社会的責任を果たし「世の中から必要とされる会社」を目指してまいりますので、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。



取締役社長 高橋 興三

取締役社長

高橋 興三

※1 多様な人材を活かす戦略

従来の企業内や社会におけるスタンダードにとらわれず、多様な属性（性別、年齢、国籍など）や価値・発想を取り入れることで、ビジネス環境の変化に迅速かつ柔軟に対応し、企業の成長と個人の幸せにつなげようとする戦略（2002年「日経連（現・経団連）ダイバーシティ・ワーク・ルール研究会」報告書より）

※2 環境面における社会ニーズの充足と当社の事業成長を関連づけ、共有することで生み出される価値を「環境共有価値（GSV: Green Shared Value）」と定義

※3 多様なステークホルダーとの対話を通じてその関心事項を理解し、企業活動や意思決定に反映する取り組みのこと

※4 2009年6月に署名

経営戦略とCSR



▶ [CSR取り組み方針](#)

▶ [CSR対談](#)

▶ [事業とCSR](#)

CSR重点項目（マテリアリティ）

- ▶ [CSR重点項目（マテリアリティ）の特定プロセス](#)
- ▶ [【5つの重点項目①】 サプライチェーンCSR取り組み](#)
- ▶ [【5つの重点項目②】 人権の尊重およびダイバーシティ・マネジメントの展開](#)
- ▶ [【5つの重点項目③】 環境共有価値（GSV）の拡大](#)
- ▶ [【5つの重点項目④】 製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み](#)
- ▶ [【5つの重点項目⑤】 ステークホルダーエンゲージメントの推進](#)

CSRマネジメント

- ▶ [CSRに関する全社方針・施策の推進体制](#)

【経営戦略とCSR】

CSR取り組み方針

シャープでは「経営理念」と「経営信条」をCSR活動の原点としています。また、取り組みを大きく4つのカテゴリーに分類し、ステークホルダーとコミュニケーションを行いながら、エンゲージメントを推進していき「社会から必要とされる会社」を目指しています。

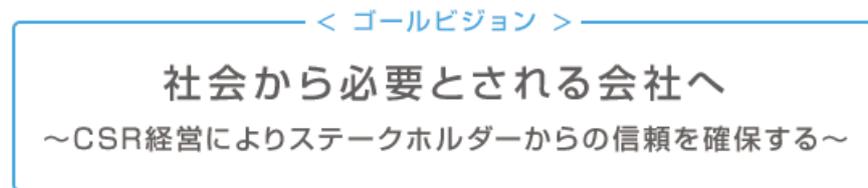
1つめの「イノベーションの提供」については、長年にわたって培ってきた当社の独自技術やシャープな目の付けどころで、「人にいちばん近いところで、人がより良く生きるために必要なこと」を追求する、すなわち「人に寄り添い、新しい価値を提供し続ける企業を目指す」ことにより、社会に貢献していきます。

また、経営とCSRの融合が言われている中で、この「イノベーションの提供」とともに「社会との調和・パートナーとの協働」「企業風土の創造・革新」「基礎的な社会的責任」にもバランス良く取り組んでいきます。



CSR中期戦略（2015～2017年度）の策定

シャープでは、持続可能な社会の発展に貢献し、自らも持続的な成長に向うCSR経営でステークホルダーからの信頼を確保することを目指したCSR中期戦略を策定しました。



このゴールビジョンの実現のために、われわれは社内外の環境変化・情報を迅速かつ的確に捉え、シャープグループが優先して取り組むべき重点項目（マテリアリティ）を特定し、関連する部門と連携・協働して施策を実践します。

【経営戦略とCSR】 CSR対談

地球環境や人権など社会的な諸問題に注目が集まる中、CSR（企業の社会的責任）への取り組みは、やるべきところに重点を絞って、効率よくしっかりとやっていくという流れにあります。シャープのCSR中期戦略「社会から必要とされる会社へ～CSR経営によりステークホルダーからの信頼を確保する～」の実効性、これから進むべき方向性について、当社のCSR推進責任者の伊藤 ゆみ子と、企業のCSR活動に詳しい神戸大学大学院教授の國部 克彦氏が対談しました。



取締役兼常務執行役員
伊藤ゆみ子



神戸大学大学院教授
國部克彦

シャープのアイデンティティと具体的取り組み施策について

國部： シャープの「2015～2017年度 中期経営計画」を拝見しました。シャープが再生していくために大事なことは、足元を見つめ直し、自分の会社が社会に対して持続的に生み出している価値に焦点を当てることです。CSRは持続的な価値創造と深く関係するものです。ですから、CSR中期戦略は経営再建を支援する役割を担うことができると思います。

伊藤： 中期経営計画の最後の部分に、自分たちのアイデンティティは何かということをもとめています。シャープは、独自技術で世の中になかった商品を開発することで社会の評価をいただけてきました。私たちは「目の付けどころがシャープでしょ」という気持ちを、今こそ思い起こさないといけないということで「技術のシャープ、目の付けどころがシャープなシャープ」ということを示しています。また、私たちが今まで何をやってきて、これから何をやらなければならないのかを考えたときに、「人にいちばん近いシャープ」として『人に寄り添い、新しい価値を提供し続ける企業』を目指すという、そういったアイデンティティを持って、そして事業活動を通じてしっかり社会に貢献するという強い想いが再確認されました。

関連情報： > [事業とCSR](#)

國部： それを聞いて、非常に安心しました。もう一つ、厳しい時こそ従業員が非常に重要になってきます。例えば人材育成。どういう人材を採用して、どう育成していくのかについて、具体的な方針を示されたりすることが今のシャープには重要なことだと思います。



伊藤： おっしゃるとおりだと思います。今回のCSR中期戦略では重点項目（マテリアリティ）のひとつとしてダイバーシティを選んでいます。人材育成についてはもっとできることがあるとの想いをわたしももっています。今のような経営状況であるからこそ、シャープにいる人間が希望をもって仕事をしていく、それは究極的には自分の能力を最大限に発揮する、発揮できるということだと考えています。そのためには、性別や年齢、国籍に関係なく能力のある人が大きな仕事に就き、頑張った人がそれに見合う高い評価を受ける人事制度を作り上げなければならない。そういった強い想いを中期経営計画に入れています。こうした取り組みはダイバーシティと根本ではつながっていると考えています。

國部： CSRの世界は、昔の規則主義＝ルールベースから、原則主義＝プリンシプルベースに変わってきています。規則主義じゃないと、何をしたらよいか分からないという日本企業は少なくないのですが、それはプリンシプルが確立されていないからです。むしろ、プリンシプルこそが大事で、それがなければCSRは展開できない時代になっています。シャープのCSR中期戦略のキーワードである「社会から必要とされる」がプリンシプルを示していると思いますが、先ほどのお話の人事制度のことや、ダイバーシティのことなど、何か問題を考えるときにこのプリンシプルに遡って判断していくことが重要になってきます。

伊藤： プリンシプルベースだからこそ、企業が何を考え、どのように行動するのが問われているんですね。

國部： そして、目標を立てたら、KPI※を設定して、行動しますが、定性的なところもしっかりみて評価していく仕組みがとても大事になります。KPIの効果は、見える化することです。KPI自身は平凡な指標でも構いません。むしろ、指標化を通じて現状を改善しようとする姿勢が大切です。例えば、ダイバーシティであれば、女性管理職の比率とか、環境であればCO2の排出量とか、比較的シンプルなもので構いません。ただし、大事なのは、KPIを設定したら、それが他のKPIと同格でないと、KPIと称する意味がないということです。CSRのKPIを、売上高や利益目標などのファイナンシャルなKPIと同格に位置づけることで、シャープのCSRへの取り組み姿勢が評価されてくると思います。

※ Key Performance Indicator：企業目標の達成度を評価するための重要管理指標

伊藤： CSRのKPIの位置づけが重要であるということですね。CSRのKPIについては、これを設定した途端に自己目的化してしまわないように、もしKPIが究極の目的に合わなくなってきたときに、事業目標と同様に思い切って変えろとか、ある種のPDCAの取り組み方が必要だということも感じています。

ステークホルダーエンゲージメントの推進について



伊藤： 重点項目（マテリアリティ）のひとつとしてステークホルダーエンゲージメントも掲げていますが、その対象範囲は広く、奥行きも深いことから手探りの取り組みとなっています。良い機会ですので、先生からアドバイスをいただければと思います。

國部： どの企業も“社会的責任を果たします”と表明しますが、これは社会に対する責任ですから、その責任を社会でなく自分で決めて、それを守りましたと言っても、全く意味がありません。

國部： 社会的責任というからには、その責任の対象である人にも中に入ってもらって、目標や取り組み内容を検証しなければ、真の社会的責任ではないということが背景にあります。つまり、CSRという以上その責任の対象である社会を無視して、“企業側だけでこうです”ということではできないのです。その意味で、ステークホルダーエンゲージメントは社会の意見を取り入れていく重要なプロセスとして、CSRの原理上、必要なものです。ただ、日本ではステークホルダーエンゲージメントはあまり根づいていません。その理由は、その企業に対して、敵対的であったり、要求の厳しいステークホルダーが少ないということと、企業のほうが外部に対してそこまでオープンにしていけないということの両方があると思います。しかし、CSR＝企業の社会的責任というからには、ステークホルダーエンゲージメントに取り組んで初めて完結するということを理解すべきだと思います。その方法はさまざまあると思いますが。

伊藤： なるほど。まさしく先生がお話されたとおり、自分たちがまずオープンにならなくてはならない、そうではないとエンゲージメントは始まらないということは、わたし自身の問題意識と同じです。このサステナビリティレポートも、そういう問題意識をもちながら、まず自らをできるだけオープンにしていくことで、次に何かが始まり得るのかなという気持ちが強くあります。

國部： シャープの場合、最初はどのような形でもよいので、一番大事なことは、重点項目（マテリアリティ）の妥当性に関するステークホルダーエンゲージメントにまずは取り組んでみて、そこでの意見を聞いて、次の取り組みを考えることです。こういったフィードバックプロセスができれば、立派なステークホルダーエンゲージメントだと思います。

CSRというのは、社会に向かって「開かれた窓」です。ステークホルダーの期待や要望を経営の中に反映することに加え、開かれた窓の中から将来的なリスク情報をつかむなど、社会に対して敏感になるということがあります。シャープの再生にステークホルダーエンゲージメントをうまく活用されることを期待しています。

國部 克彦
(こくぶ かつひこ)

2001年より神戸大学大学院 経営学研究科教授
2014年神戸大学大学院経営学研究科長に就任
専門は社会環境会計、環境経営、CSR経営
著書に『マテリアルフローコスト会計』（日本経済新聞出版社）『環境経営・会計』（有斐閣）などがある

伊藤 ゆみ子
(いとう ゆみこ)

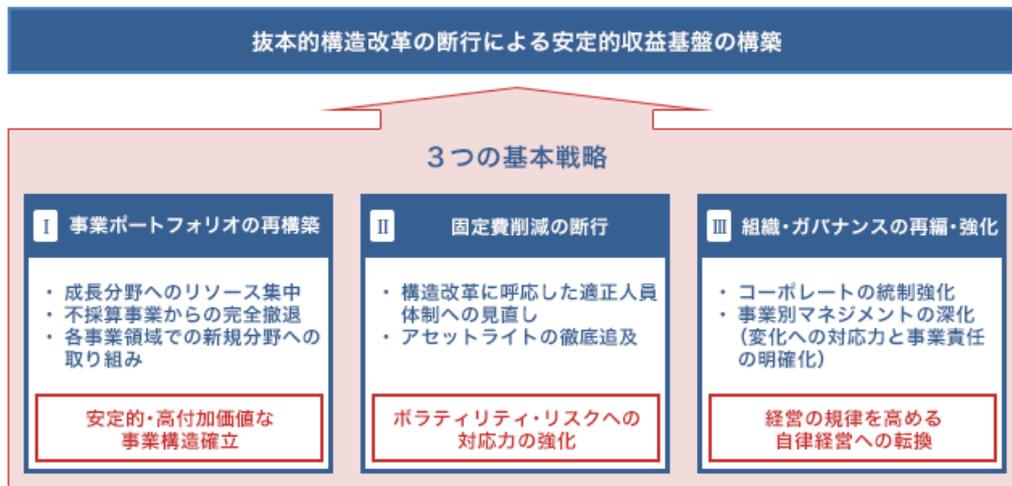
2013年当社入社、取締役兼執行役員（法務担当）に就任
2014年より現職

【経営戦略とCSR】
事業とCSR

2015～2017年度 中期経営計画

5月に策定した中期経営計画では「抜本的構造改革の断行による安定的収益基盤の構築」を目指しており、シャープの復活に向けた再スタートを切りたいとしました。このための基本戦略は次の3つです。

■ 中期経営計画の基本戦略



事業ポートフォリオの再構築



取締役 兼 常務執行役員
経営企画本部長
機本 明博

1つめの「事業ポートフォリオの再構築」では、不採算事業からの完全撤退を図るとともに、成長分野へのリソース集中、各事業領域における新規分野への取り組みを進めることにより、より安定的で付加価値の高い事業構造を確立していきます。

これまでの2つのビジネスグループ、8つの事業本部を、顧客ニーズや市場の変化に迅速に対応していくために事業特性に合わせて、5つのカンパニー制「コンシューマーエレクトロニクス」「エネルギーソリューション」「ビジネスソリューション」「電子デバイス」「ディスプレイデバイス」に再編します。

「コンシューマーエレクトロニクスカンパニー」では、本格的なIoT (Internet of Things) 時代を迎え、この分野でもあらゆるモノがインターネットにつながるようとしています。テレビ、通信、白物の技術を有する当社は、これをビジネスチャンスと捉え、お客さまにハードウェアだけでなく、ネットワークを介したサービス、すなわちクラウド・サービスをセットで提供することにより、付加価値と利便性の高い「人と家電の新たなつながり」を提案していきます。また、新たなデザインビジョン“美しさと愛着”“予期せぬ驚き”“家電たちとの情緒的つながり”で、3つの事業の融合効果を活かした新たな事業・商品を立ち上げる一方で、日本・アジアに経営資源を集中し、健康・環境事業を中核に、事業課題に取り組みます。

「エネルギーソリューションカンパニー」は国内と海外、それぞれの地域のニーズに合わせたソリューション事業への転換を目指します。例えば、国内ではソーラーと蓄電池をベースとして、HEMS^{※1}、省エネ家電、エコキュートなどをクラウドでつないだソリューションを提案、米国では、ピーク時の電力消費を減らして電気代を抑制する「ピークカットシステム」などの展開を強化していきます。そして、過剰となる固定費を削減し、収益力の回復を図ります。

「ビジネスソリューションカンパニー」は既存商品・顧客基盤の活用と積極的投資拡大によるソリューションのグローバル展開を目指します。例えば、デジタル複合機、複写機などのMFP^{※2}事業では、販路の積極的な投資拡大を図りながら、MFPとITサービスを組み合わせたオフィスの効率的ソリューションの提案を強化し、売上の拡大に取り組みます。ディスプレイ事業では、案件の開発から設置・保守まで一括して請け負うことが可能な体制を構築し、ソリューション販売比率を高めることにより、収益拡大を目指します。

「電子デバイスカンパニー」は強みとなる独自技術を活かし、高度なセンシング技術を活かした「PM2.5センサー」や「距離測定センサー」といったセンサーデバイス群を中核とした付加価値の高い事業分野、さらには液晶事業と連携した「タッチパネルコントローラー」や「車載用カメラモジュール」などの高付加価値分野の拡大を進めます。

「ディスプレイデバイスカンパニー」は当社の技術優位性をベースに、営業・サポート力の強化を図ることで、安定顧客の獲得と高付加価値パネルの拡大を目指します。例えば、安定性の高い車載や医療向けなど

「BtoBtoB事業」を拡大します。また、スマートフォンに代表される「BtoBtoC事業」は市場変化による急激な売価ダウンのリスクが常に存在する分野ですが、中国「華南」地区の営業や、デザイン・イン体制の強化により、取引顧客数を大幅に増加させることで、受注の安定化を図ります。

※1 Home Energy Management System：家庭におけるエネルギー管理を支援するシステム

住宅内のエネルギー消費機器をネットワークで接続し、稼動状況やエネルギー消費状況の監視、遠隔操作や自動制御などを可能にしている

※2 Multifunction Peripheral：コピー、プリンター、ファックス、スキャナの機能を兼ね備えた複合機器

固定費削減の断行

2つめの「固定費削減の断行」により、急激な需要減少や競争の激化など多様なリスクへの対応力を強化していきます。

具体的には、新たな事業構造に見合ったスリムな人員体制の実現、事業構造・拠点の改革の推進、また2015年度の収益構造を下支えする緊急人件費対策として、役員報酬の減額に加え、従業員の給与・賞与のカットを行います。

組織・ガバナンスの再編・強化

3つめ「組織・ガバナンスの再編・強化」を図り、個々の事業ごとに、経営の規律を高める自律経営を実現します。

2015年10月1日付で導入予定の5つのカンパニー制へ移行することで、事業とマトリックスの関係にある販売機能についても、明確にカンパニー傘下とすることで、一気通貫の体制を構築、個々のカンパニーの社長が自らの責任のもと、自律した経営を行います。一方で、コーポレートは各カンパニーに対する統制をきっちりと効かせ、全社として「規律あるスピード経営」により、変化に機敏に対応していきます。

さらに組織のフラット化、シンプル化により、従業員一人ひとり、個別の組織が、責任感や自主性を発揮する、活力あふれる組織風土の醸成を促す仕組み作りを進めていきます。

そして、シャープの再生のカギは人材が握っていると考えています。重要な役割を担う人材に最適な成長機会と働き甲斐のある処遇を提供し、厳しい競争環境を勝ち抜ける、強い組織を作っていきます。具体的には「等級・報酬制度の見直し」「処遇の適正化」「実力ベースの人材登用の徹底」「組織のフラット化・シンプル化」を実現すべく、抜本的な人事改革に取り組みます。

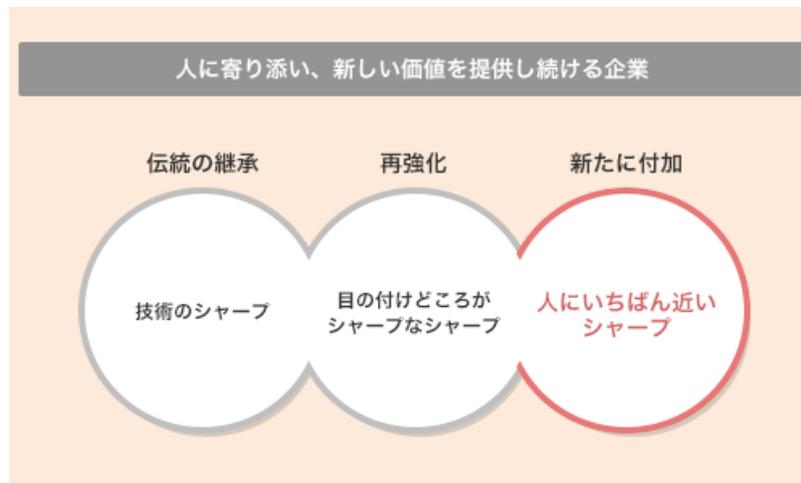


取締役 兼 常務執行役員
経営管理本部長
橋本 仁宏

シャープの目指す方向性

2015～2017年度中期経営計画の策定にあたり、独自の技術で世の中になかった商品を出すシャープの伝統、言い換えますと“企業価値”を見つめ直しました。再生するために、そして持続可能な成長に向けて、こうした企業価値の創造を継続していくことが重要だと考えています。

シャープが創業以来、培ってきた「独自技術」や「シャープな目の付けどころ」、これらに加えて、人にいちばん近いところで、人がより良く生きるために必要なことを追求する、すなわち「人に寄り添い、新しい価値を提供し続ける企業」を目指すことにより、持続可能な社会の発展に貢献していきます。



また、中期経営計画で示した財務面の目標とともに、非財務面の重点項目（マテリアリティ）をCSR中期戦略で明確にし、取り組むこととしています。

■ 非財務面の5つの重点項目（マテリアリティ）

1	サプライチェーンCSR取り組み
2	人権の尊重およびダイバーシティマネジメントの展開
3	環境共有価値（GSV）の拡大
4	製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み
5	ステークホルダーエンゲージメントの推進

関連情報： > [CSR重点項目（マテリアリティ）](#)

【経営戦略とCSR】

CSR重点項目

CSR重点項目（マテリアリティ）の特定プロセス



Step 1 : CSR重要課題の整理

シャープでは、グループの事業が社会に及ぼす影響を把握し、影響の可能性や影響そのものを管理しながらCSRの活動を行うべきだと考えています。

SR I ※アンケート結果や他社動向からの課題検討およびグループの事業が影響を及ぼす範囲である、お客さま、地域社会、お取引先さま、株主・投資家さま、従業員などさまざまなステークホルダーの皆さまからの意見・期待分析を実施してCSR重要課題を抽出しました。そして、シャープグループの社会的責任として、事業が持つ特性や展開地域などを念頭に、国際規格であるISO26000の7つの中核主題（シャープグループ企業行動憲章・シャープ行動規範のカテゴリーとシンクロ）をベースとし、整理していきました。

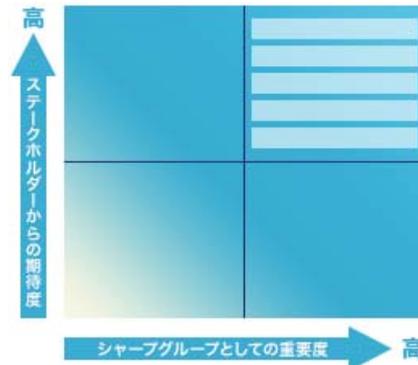
※ Socially Responsible Investment : 収益性や成長性だけでなく、環境や社会に対する取り組みも考慮して社会的責任を果たしている企業に投資を行う、投資行動のこと

Step 2 : CSR重点項目（マテリアリティ）の特定

整理したCSR重要課題は「社会にとっての重要度（ステークホルダーからの期待度）」と「シャープグループにとっての重要度」という2軸の観点で、優先順位を付けてマッピング（右図）し、CSR重点項目（マテリアリティ）をまとめました。

そして、社長を委員長とする「CSR・コンプライアンス委員会」（1回／四半期開催）において審議し、最終的な承認を経て決定しました。

2015年度、優先的に取り組むべき重点項目（マテリアリティ）として「サプライチェーンCSR取り組み」「人権の尊重およびダイバーシティマネジメントの展開」「環境共有価値（GSV）の拡大」「製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み」「ステークホルダーエンゲージメントの推進」を特定しました。



Step 3 : CSRマネジメントへの組み込み

特定した重点項目（マテリアリティ）は、各推進部門で、KPIを設定して、CSRマネジメントサイクルに組み込んでいます。

実践、レビューおよび社会の変化とともに必要に応じて見直しを図り、当レポートで開示していきます。

【経営戦略とCSR】

CSR重点項目

5つの重点項目 ①

サプライチェーンCSR取り組み

シャープグループでは、グローバル・サプライチェーン上における人権や労働基準、環境などの社会的課題に対する社会やステークホルダーの関心の高まり、そしてこれら諸課題の解決に向け、グローバル企業が果たすべき貢献への期待とその期待に応えていくことの重要性を認識しています。このような環境変化に対応するため、5つの重点項目（マテリアリティ）の1つとして、サプライチェーンCSR取り組みを設定し、その取り組みの促進を通じて、顧客企業さまやお取引先さまとの信頼関係を強化していきたいと考えています。

CSR中期戦略 重点項目の（目指すべき）ゴール

自社工場および取引先工場へのCSR調達調査と、CSR調達リスク評価、監査の仕組みの定着を通じた、顧客企業を含む社外からの信頼・評価の獲得。

2015年度施策	管理指標	対象範囲
改定ガイドブックに基づく自社工場CSR調達および内部監査の実施	<ul style="list-style-type: none"> ■ CSR調査実施工場数 ■ CSR内部監査実施工場数 	中国・アジア生産工場
改定ガイドブックに基づく取引先CSR・グリーン調達調査の実施	<ul style="list-style-type: none"> ■ CSR・グリーン調達調査の取引先回答率 	一次取引先
重点管理工場に対する現地指導監査の実施	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現地指導監査実施工場数 ■ 顧客企業CSR監査における指摘事項件数 	特定重点管理工場

サプライチェーン全体で一層のグローバル社会への貢献を目指して



経営企画本部 経営戦略担当役員 福井 博之

CSRの推進にあたっては、部材調達はもとより開発・生産・販売・サービスに至る一連の事業プロセスにおいて、シャープグループのみならず、関係する全てのお取引先（サプライヤー）の皆さまとともに、すなわち、サプライチェーン全体で、取り組むことが求められています。

シャープでは、サプライチェーン全体でCSRを推進していくためには、お取引先の皆さまのご理解とご協力が欠かせないと考え、シャープ基本購買方針を定めるとともに、EICC（Electronic Industry Citizenship Coalition：電子産業CSRアライアンス）が策定・公表する「EICC行動規範」に準拠した「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」により、お取引先の皆さまへもCSR取り組みを要請しています。

昨年は、国際的なCSR基準の変遷などの環境の変化に応じ、より実効的なCSR監査を実施すべく、外部監査機関による第三者監査を開始いたしました。

今後も、4月に改定したガイドブックに基づく継続的なCSR調達調査および監査の仕組みの改善と定着を通じて、お取引先さまとともにサプライチェーンCSRリスクの特定と未然防止を図り、「サプライチェーン全体で一層のグローバル社会への貢献」を目指します。

ご関係の皆さま方のさらなるご支援とご協力をお願いいたします。

関連情報： > [V.健全な経済活動の実践](#)

【経営戦略とCSR】

CSR重点項目

5つの重点項目 ②

人権の尊重およびダイバーシティ・マネジメントの展開

シャープグループでは、ビジネスのグローバル化が進展する中で、異なる文化、習慣などをもつ者同士が共に働く機会が飛躍的に増えており、企業が注意を払わなければならない人権問題が多様化・複雑化しています。さらに国籍、性別、年齢などにかかわらず優秀な人材の登用が課題となっており、ダイバーシティ・マネジメントの展開が更に重要になってきていると考えています。

CSR中期戦略 重点項目の（目指すべき）ゴール

ダイバーシティ推進の促進により、従業員の能力や働きがい・意欲を高め、組織の活性化を図ることで、より高付加価値かつ革新的な商品・サービスを提供。

2015年度施策	管理指標	対象範囲
女性管理職比率を5%に上げるための施策強化	女性管理職比率を5%以上にする【2018年度までに】	主要国内連結子会社、海外出向者を含むシャープ（株）従業員
障がい者雇用率の維持	障がい者雇用率2.3%台の維持	シャープ（株）、シャープ特選および一部国内関係会社※1
パワーハラスメントの防止	職場いきいき調査※2における職場満足度、上司満足度の向上	国内シャープグループ従業員および海外拠点出向者

※1 対象範囲は官公庁の定めによる

※2 全従業員を対象とした職場風土調査



経営管理本部 人づくり担当役員 深堀 昭吾

シャープは経営理念に「会社の発展と一人一人の幸せとの一致を図る」を掲げています。女性、障がい者、外国籍社員といった多様性を持つ従業員の活躍推進やハラスメントのない職場づくりに積極的に取り組むことにより、従業員の能力や働きがい・意欲を高め、組織の活性化を図り、より高付加価値かつ革新的な商品・サービスを提供し、社会に貢献することを目指しています。

現在、シャープの経営は非常に厳しい局面を迎えておりますが、従業員一人ひとりの努力や成長はもちろん、互いの人格を尊重して協力し影響を与え合うことによる相乗効果と、それによる組織活力の高まりが、この危機を打開し再成長につながる原動力だと考えます。

5月に発表した「2015～2017年度 中期経営計画」の中でも、抜本的な人事改革の一つとして「優秀人材の国籍、性別、年齢などに一切関わらない抜擢、登用」を打ち出しており、従業員の人権尊重とダイバーシティ・マネジメントを、今一度重要な成長戦略として捉え直し、取り組みを加速していきます。

関連情報： > [VI.人権の尊重](#)

【経営戦略とCSR】

CSR重点項目

5つの重点項目 ③

環境共有価値（GSV）の拡大

世界的な人口増加や経済発展に伴い、エネルギー消費の拡大、鉱物や水資源などの不足および自然破壊などの社会的な課題が顕著になっています。地域にとどまらずグローバルな環境問題に多様な影響をもたらす事業活動を推進する上で、シャープグループは、環境方針である「環境共有価値（GSV）の拡大」に向けて、環境への貢献（ポジティブ・インパクト）が環境への負荷（ネガティブ・インパクト）を上回るよう「低炭素」「資源循環」「自然共生」を環境分野の主要課題に設定し、環境保全活動を進めていきます。

CSR中期戦略 重点項目の（目指すべき）ゴール	
環境分野における主要課題【低炭素】 【資源循環】 【自然共生】の解決に貢献。	

2015年度施策	管理指標	対象範囲
【低炭素】 ① エネルギー使用効率（工場）を高水準で維持 ② 環境配慮型製品の創出	① エネルギー使用効率 ② スーパーグリーンプロダクト（SGP）の認定機種数	国内
【資源循環】 ① 資源有効使用効率（工場）を高水準で維持 ② 使用済み商品※のリサイクル推進	① 資源有効使用効率 ② 再商品化率	国内
【自然共生】 ① 水資源 ② 化学物質の有効使用効率（工場）を高水準で維持	① 水資源有効使用効率 ② 化学物質有効使用効率	国内

※ 家電リサイクル法の対象4品目（エアコン、テレビ、冷蔵庫、洗濯機）

環境分野の課題解決に貢献する
製品・サービスを創出しています



CS・環境推進本部 本部長 安木 正志

2020年以降の地球温暖化防止に向けた国際枠組みとして、日本は2030年までに温暖化ガス排出量を26%削減（2013年比）する目標を打ち出しました。

今後の経済成長を見込む中で、この削減目標を達成するためには、省エネ余地のある家庭やオフィスビルを中心に、蓄電池やエネルギーマネジメントシステムなどの普及拡大を促進し、更なる省エネ対策を進める必要があります。

シャープグループは、環境問題への取り組みを重点項目（マテリアリティ）の一つとして認識し、2013年度より掲げる“環境共有価値（GSV）の創出と拡大を目指す環境方針”のもと、家庭やオフィスでお使いいただく省エネ・創エネ製品の普及拡大に取り組んできました。

今後、IoT（Internet of Things）時代を迎え、テレビ・通信・白物家電などで培った技術をベースに、クラウド連携を活かしたエネルギーソリューション事業や人と家電との新たなつながりを実現する革新商品など、環境分野の幅広い課題解決に貢献する製品・サービスを創出していく考えです。

関連情報： > [IV.地球環境保全への貢献](#)

【経営戦略とCSR】

CSR重点項目

5つの重点項目 ④

製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み

消費者課題への意識が高まる中、シャープグループは「お客さま満足（CS）」を基軸として、常にお客さま目線と考え、お客さまの立場で製品・サービスを開発・提供することを基本にしてきました。これからもお客さまを第一に考え、社会的に悪影響を及ぼさないために、リスクを最小限に抑えた安全で快適な製品・サービスを提供することが使命と考えています。

CSR中期戦略 重点項目の（目指すべき）ゴール

「製品の安全性と信頼性の確保」と「お客さま満足向上」を両立し、お客さまとの信頼関係を築く。

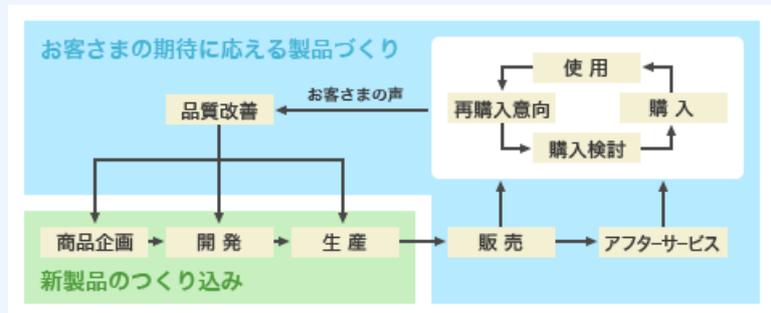
2015年度施策	管理指標	対象範囲
製品の安全性・信頼性の確保と使いやすさの向上	重要品質問題発生件数	国内／海外
アフターサービスのお客さま満足向上	お客さま満足度調査結果	国内／海外

CSを高めることでお客さまとの長期的な信頼関係を築く

CS・環境推進本部 副本部長 西良 浩一

CS（お客さま満足）が企業活動の全ての起点になると考えています。CSを高めるには、お客さまが期待していること、求めていることをしっかりと知ることが重要です。そのために、お客さまとのいろいろな接点におけるコミュニケーションを大切に、全社を挙げてその期待と要望に応え続けることで「次もシャープ、ずっとシャープ」と言われるよう、お客さまとの長期的な信頼関係を築くことを目指しています。

一方、メーカーのブランドイメージは、お客さまの製品に対する品質評価で決まるといっても過言ではありません。お客さまの期待以上の製品を提供し続けることでブランドイメージは高まりますが、一度でもその期待を裏切れば、ブランドイメージは下がり、回復させることはたやすいことではありません。シャープでは、品質をCSの根幹と捉え、新製品企画から開発、生産、販売、アフターサービスなど、お客さまと関わる全てのシーンで、高い品質を提供するための活動を続けてまいります。



関連情報： > [II.お客さまの満足向上](#)

【経営戦略とCSR】

CSR重点項目

5つの重点項目 ⑤

ステークホルダーエンゲージメントの推進

シャープグループの事業領域や展開地域を踏まえ、社会の持続可能な発展に向けた企業の責任と役割、それに対するさまざまなステークホルダーの期待の高まりを認識しています。ISO26000をはじめとする国内外のCSRに関わる基準などにおいて「ステークホルダーエンゲージメント」が重要視される傾向を見据え、実施可能な手法を用い、地域社会とのステークホルダーエンゲージメントでの反響を当社の事業活動に反映し、価値創造につなげていきたいと考えています。

CSR中期戦略 重点項目の（目指すべき）ゴール

適切なコミュニケーションを通じ、人に寄り添える企業として地域との良好な関係を構築する。またこれらによる企業活動へのフィードバックを通じ、価値創造の一助とする。

2015年度施策	管理指標	対象範囲
地域社会との対話（ダイアログ）	地域社会とのダイアログ実施スキームの構築と各生産拠点において試行的に実施	国内生産拠点
シャープグループとして地域社会貢献活動への参画	社会貢献活動の実施回数の維持と新規活動のトライアル導入	国内シャープグループ



地域社会との連携や対話を深める
社会貢献活動の推進

CSR推進部 部長 澁谷 明典

地域社会への「報恩感謝」を形にする社会貢献活動は、創業者の想いとDNAを今も脈々と受け継ぐものとして、とても重要であると考えています。さまざまな社会的課題の解決に向け、地域の方々とともに汗をかき、対話の中で生まれる絆は事業活動を行う上で、何ものにも代えがたい財産であります。こうした財産の蓄積を積み重ね、少しでも社会の持続可能な発展に貢献していきたいと思えます。

シャープではさまざまな活動に取り組む中、特長的なものとして、地域との関わりや、活動に参加する従業員一人ひとりの社会性の向上などを図るきっかけづくりとして、労使共同のボランティア団体「シャープグリーンクラブ（SGC）」を運営しています。

全国85拠点の生産事業所や営業拠点ごとにSGCの活動として、近隣清掃や地域性を活かした緑化運動をはじめ「シャープの森」づくりや「ラムサール条約湿地」の保全活動を行っています。

人に寄り添う会社として「社会への報恩感謝」の想いをこれからも大切にし、社会貢献活動を継続してまいります。

関連情報： > [VIII.社会との調和](#)

【経営戦略とCSR】

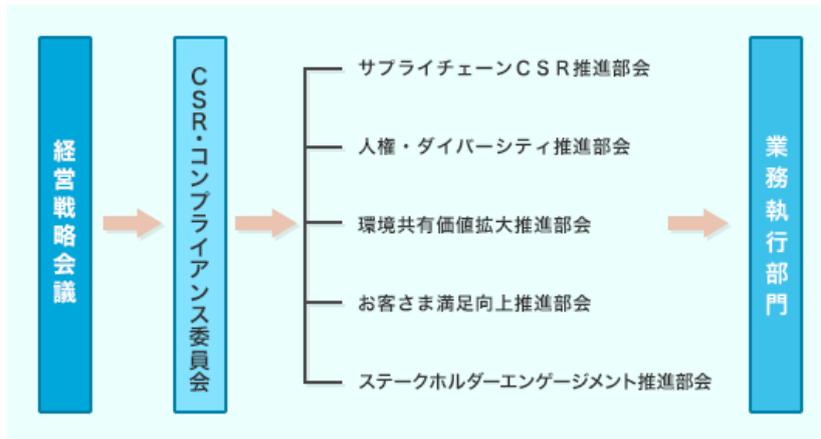
CSRマネジメント

CSRに関する全社方針・施策の推進体制

CSRに関する全社方針・重点施策の審議と実施状況のレビューを行い、全社展開を図るため「CSR・コンプライアンス委員会」を四半期ごとに開催しています。当委員会は社長を委員長とし、関係役員や各事業統轄（10月1日以降のカンパニー社長）などが参加しています。

また、推進部門として、法務担当役員傘下にCSR推進部を設置しています。国内外のCSR動向に関する情報を収集・分析し、当委員会で審議される重要施策について、5つの関係推進部会と連携して企画推進しています。

■ CSR施策の推進体制図



「シャープグループ企業行動憲章」「シャープ行動規範」

CSR施策推進の基礎として、各グループ企業とその役員・従業員一人ひとりが、法令遵守・企業倫理の実践をはじめとして適切かつ真摯な行動をすることが重要であることから、グループ企業の行動原則として「シャープグループ企業行動憲章」を、また、役員・従業員の行動規準として「シャープ行動規範」を定めています。

「シャープグループ企業行動憲章」「シャープ行動規範」は、ステークホルダーの期待の変遷や法令などの改正・新設など経営環境の変化を踏まえて、毎年見直しを行うこととしており、2014年度は、国際規格やガイドラインに準じて改定を行いました。

また、世界各国のグループ企業の取締役会でその適用を決議するとともに、社内通知、研修などを通じて徹底・浸透を図っています。2014年度は、国内の全役員・従業員を対象としたe-ラーニング「シャープ行動規範・コンプライアンス研修」を実施しました。

関連情報： > [シャープグループ企業行動憲章、シャープ行動規範](#)

ISO26000、国連グローバル・コンパクト

シャープでは、CSRに関する国際ガイダンス規格ISO26000、国連グローバル・コンパクト、OECD* 多国籍企業行動指針などを活用し、CSRの取り組みを推進しています。

「国連グローバル・コンパクト」には2009年6月に参加しており、10原則を踏まえて人権、労働、環境、腐敗防止における各種施策を展開しています。

引き続き、グローバル企業として、社会的課題（途上国での労働問題、紛争地域での人権侵害など）の実効的な解決に向け、国内外でのCSR取り組みの継続的な拡充を図ってまいります。



* Organisation for Economic Co-operation and Development：経済協力開発機構

> [ISO26000対照表](#)

> [国連グローバル・コンパクト10原則対照表](#)

関連情報： > [United Nations Global Compact](#)

> [グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン](#)

1. 正々堂々の経営



企業統治

- ▶ [コーポレート・ガバナンス](#)
- ▶ [内部統制](#)
- ▶ [リスク管理](#)
- ▶ [コンプライアンス](#)

【1.正々堂々の経営】

企業統治

コーポレート・ガバナンス

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
ビジネスグループ制の更なる推進強化による「実行力の強化」と取締役改革などによる「統制機能の強化」	各ビジネスグループへの人材を含めたリソース・権限などのシフトを実施	△
2015年度の重点取り組み目標	カンパニー制を導入し、コーポレートによる統制の強化と、各カンパニーの自律性の確立を両立することによる、規律あるスピード経営の実現	
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ リソースのシフトを一段と進めるとともに、経営管理の仕組みをさらに進化させ、カンパニー単位の責任経営体制を強化 ■ 事業特性をより絞り込んだ組織体とし、変化への対応力アップを推進 	

取締役会、監査役会、監督・意思決定と業務執行を分離した執行役員制度に加え、社外取締役の選任、取締役会の監督機能を補完する各種委員会の設置などにより、コーポレート・ガバナンス機能を高めています。

特に2015年度（6月23日以降）は、社外取締役を5人へ増員し、経営の透明性と監督の強化を図っています。

基本的な考え方

シャープは、経営理念の一節に掲げている「株主、取引先をはじめ、全ての協力者との相互繁栄を期す」という考えのもと「透明性」「客観性」「健全性」を確保した迅速かつ的確な経営により、企業価値の最大化を実現することを、コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方としています。

こうした考えから、広く社会・経済環境、当社の将来方向などに関し、コンプライアンスを含めた国際的・多面的な視点を持った社外取締役を選任し、取締役会における意思決定および取締役の職務執行の監督機能を強化しています。

一方、業務執行については、執行役員制度の導入により、監督・意思決定機能と業務執行機能を分離することで、迅速かつ効率的な業務執行を着実に遂行できる体制を構築しています。さらに、2015年10月のカンパニー制導入を見据えて6月から5つの事業体制に移行し、コーポレートによる統制の強化と、各事業体の自律性の確立を両立することにより、規律あるスピード経営の実現を目指しています。

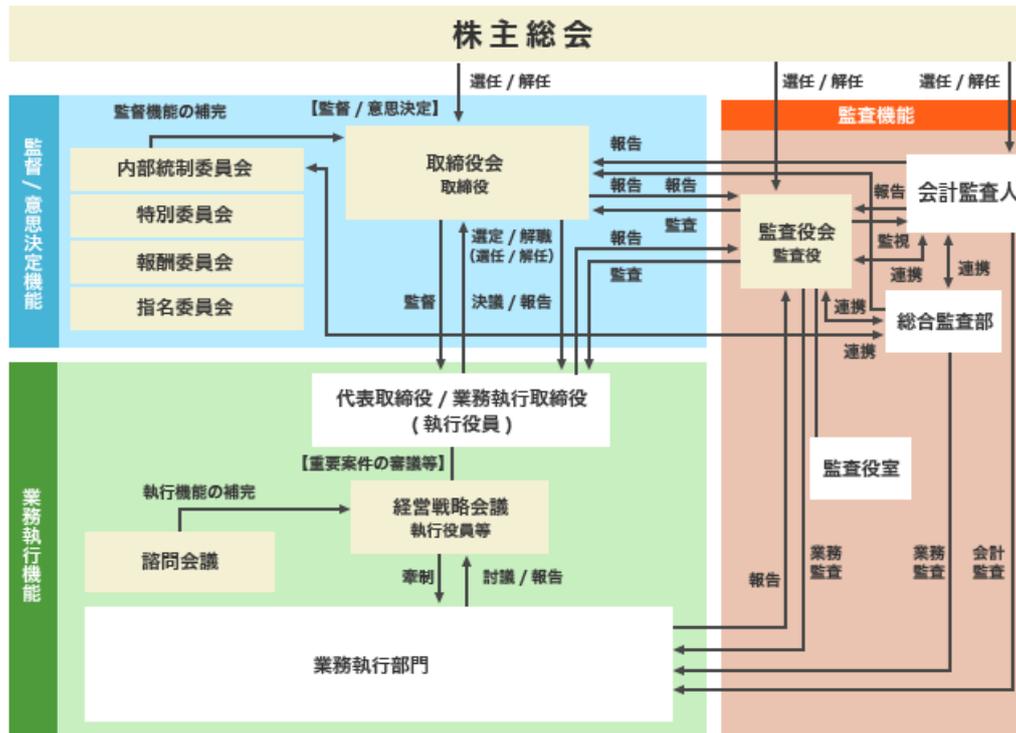
また、監査役および監査役会については、独立性を有する社外監査役の選任により、経営への監視・牽制機能を強化するなど、コーポレート・ガバナンス体制の強化に取り組んでいます。

加えて、全ての取締役、監査役、執行役員および従業員のコンプライアンス意識の高揚を図るため、具体的な行動原則として「シャープグループ企業行動憲章」を制定し、浸透に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス体制の状況

取締役会は、法令で定められた事項や経営に関する重要項目を決定するとともに、業務執行の状況を監督しており、原則毎月開催しています。また、経営の機動性および柔軟性の向上と、事業年度ごとの経営責任の明確化を図るため、取締役任期を1年にしています。

取締役会の他に、全社的な経営および業務運営に関する重要な事項について討議・報告する機関として経営戦略会議を設置しています。監査役会は、監査方針の決定、会計監査人からの報告聴取、取締役などからの職務執行状況の報告聴取を行うとともに、重要会議の審議状況や監査（往査）結果などについて監査役相互に意見・情報交換を行い、監査の実効性の確保に努めています。



※ 2015年7月現在

関連情報： > [コーポレートガバナンス報告書](#)

取締役の報酬・評価の仕組み

各取締役の月額報酬、賞与については、株主総会の決議で定められた報酬総額の範囲としており、社外取締役を含む報酬委員会において、業績、貢献度などの評価基準を定め公正に決定します。

当社の取締役および監査役に対する2014年度の報酬などの額は、次のとおりです。

	報酬などの額
取締役（社外取締役除く）	284百万円
監査役（社外監査役除く）	38百万円
社外役員（社外取締役および社外監査役）	62百万円

(注) 1. 上記金額には、第120期定時株主総会終結の時をもって退任した取締役2人への当事業年度分の報酬などを含んでおります。
なお、当事業年度においては、役員賞与は支給していません。

(注) 2. 報酬などの額が1億円以上である者はいません。

戦略的経営管理システムの運用

当社は、2004年度から「バランススコアカード」という経営手法を基本にした独自の戦略的経営管理システム（eS-SEM）を導入しています。これは、組織の戦略を財務・非財務の両面からバランスよく展開し、個人レベルにまで落とし込んで確実に実行し、組織と個人のパフォーマンスを高めていくことを目的とするシステムで、これにより目標の実効性が高まります。経営環境を踏まえ、毎期改定を行い、全社戦略に沿った成果が得られるよう運用しています。

2014年度からは中長期の目標設定ルールを明確にし、先を見据えた取り組みにチャレンジする風土の醸成に取り組んでいます。

社外取締役からのメッセージ

加藤取締役

持続可能な企業は地球環境への配慮や社会的な貢献を原則として、人々の生活を豊かにし、また適正な利潤を確保する活動に照準を合わせ、ステークホルダーとともに発展していく必要があります。

シャープは快適で清潔な暮らしや生活環境に資する製品群をこれまでも展開していますが、まだまだやらねばならぬことがあるはずです。厳しい状況に屈することなくチャレンジ精神をかき立て、顧客や取引先、株主などあらゆるステークホルダーの声を真摯に受け止めてほしいと思います。そしてさらに、持てる技術と英知を結集した特長ある製品やサービスを通じて、環境に、社会に、グローバル社会の一員として、より一層貢献できる企業になることを期待します。



社外取締役 加藤 誠

<略歴>

1995年 6月 伊藤忠商事株式会社 取締役
 1998年 4月 同 代表取締役専務取締役
 2001年 4月 同 代表取締役副社長
 2006年 4月 同 取締役副会長
 2007年 6月 同 相談役（平成22年7月退任）
 2011年 6月 当社取締役（現在に至る）

大八木取締役

優れた企業は社会発展の原動力となる存在です。シャープは「誠意と創意」の経営信条のもとで、独創的発想による顧客志向の商品開発を志向し、社会の原動力として高く評価されてきました。

今後もサステナブルであるためには、優れた企業・技術戦略と収益確保が問われますが、同時に従業員、地域社会とともに成長し、社会が抱える諸課題に真正面から向き合い、事業を通じてソリューションを提供していく必要があります。

社外取締役として、シャープのコーポレート・ガバナンスを注視するとともに、歴史を通じて蓄積されたシャープの「技術開発力」と「グローバルネットワーク」の力が今後も大いに発揮されるように応援していきます。



社外取締役 大八木 成男

<略歴>

1999年 6月 帝人株式会社 執行役員医薬事業本部東京支店長
 2001年 6月 同 常務執行役員医薬営業部門長補佐
 2002年 6月 同 専務執行役員医薬事業本部長
 2003年 10月 帝人ファーマ株式会社 代表取締役社長
 2005年 6月 帝人株式会社 常務取締役
 2006年 6月 同 専務取締役
 2008年 6月 同 代表取締役社長CEO
 2014年 4月 同 取締役会長
 2014年 6月 当社取締役（現在に至る）

北田取締役

昨年、社外取締役就任時の抱負として当社のガバナンスの強化とPerformance（業績）、Management（組織運営）、Compliance（法令遵守）の向上にいささかなりとも貢献したいとしましたが、現下の当社の業績は極めて厳しいものがあり、内心忸怩たる思いです。今の苦境を脱出し、シャープ再生を果たすためには、全社一丸となって「誠意と創意」という経営信条を日々の業務の中で実践し、さすが「技術のシャープ」と思わせる製品を社会に絶え間なく提供することが必要ではないでしょうか。

業績低迷が続くとその向上が至上命題となり、ガバナンスやコンプライアンスがおろそかになりかねません。業績至上主義が、官民を問わず組織に大きな不祥事を招来しかねないことは多くの事例が示しています。この1年を振り返ると、当社は、ガバナンスとコンプライアンスの向上という側面にもしっかりと軸足を置き着実に努力を積み重ねてきた点が評価できるところです。社外取締役としてこのような努力を今後もサポートしてまいります。



社外取締役 北田 幹直

<略歴>

1976年 4月 検事任官（東京地方検察庁）
 1987年 7月 在米日本大使館一等書記官
 1997年 4月 法務省刑事局国際課長
 2002年 4月 外務省大臣官房監察査察官
 2008年 7月 千葉地方検察庁検事正
 2009年 1月 公安調査庁長官
 2010年 12月 札幌高等検察庁検事長
 2012年 1月 大阪高等検察庁検事長（2014年1月退官）
 2014年 3月 弁護士登録、森・濱田松本法律事務所入所 客員弁護士
 2014年 6月 当社取締役（現在に至る）

新任社外取締役



社外取締役 住田 昌弘

<略歴>

1979年 4月 弁護士登録
 1995年 4月 センチュリー法律事務所設立、代表パートナー（現在に至る）
 2002年 9月 株式会社整理回収機構 常務執行役員
 2010年 9月 ジャパン・インダストリアル・ソリューションズ株式会社
 取締役会長（現在に至る）
 2015年 6月 当社取締役就任



社外取締役 齋藤 進一

<略歴>

1971年 4月 丸紅飯田株式会社（現 丸紅株式会社）入社
 2003年 1月 アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・フィナンシャル・サービス株式会社入社
 2006年 7月 アーンスト・アンド・ヤング・トランザクション・アドバイザー・サービス株式会社 代表取締役
 2009年 7月 同 代表取締役CEO
 2013年 5月 ジャパン・インダストリアル・ソリューションズ株式会社
 代表取締役社長（現在に至る）
 2015年 6月 当社取締役就任

【1.正々堂々の経営】

企業統治

内部統制

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ 内部統制システムの整備に関する基本方針に関連する各種施策の継続的運用と、内部統制の統制領域毎の重点項目（課題）に対する集中的な取り組みを実施 <ul style="list-style-type: none"> ○ 内部統制システム関連施策（30項目）を、それぞれ設定した期限までに完了 ○ 2015年6月に、内部統制報告書を提出 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 各種施策の継続的運用につき、当初設定した期限通りに完了 ○ 施策内容の見直しと重点項目（課題）への集中的取り組みを実施し、内部統制報告書を提出（情報開示）[2015年6月] 	○

2015年度の重点取り組み目標	改正会社法に則り改定された「内部統制に関する基本方針」に基づく各種施策の運用と、設定した期限までの完了
	内部統制の統制領域ごとの重点項目（課題）に対する集中的な取り組みの実施と、2016年6月の内部統制報告書の提出
中期（～2017年度）目標	内部統制に関する基本方針に基づく施策として、社内ルール（諸規程）の実効化をより一層図る具体的施策の展開
	内部統制の統制領域ごとの重点項目（課題）に対する集中的な取り組みの継続と、各年6月の内部統制報告書の提出

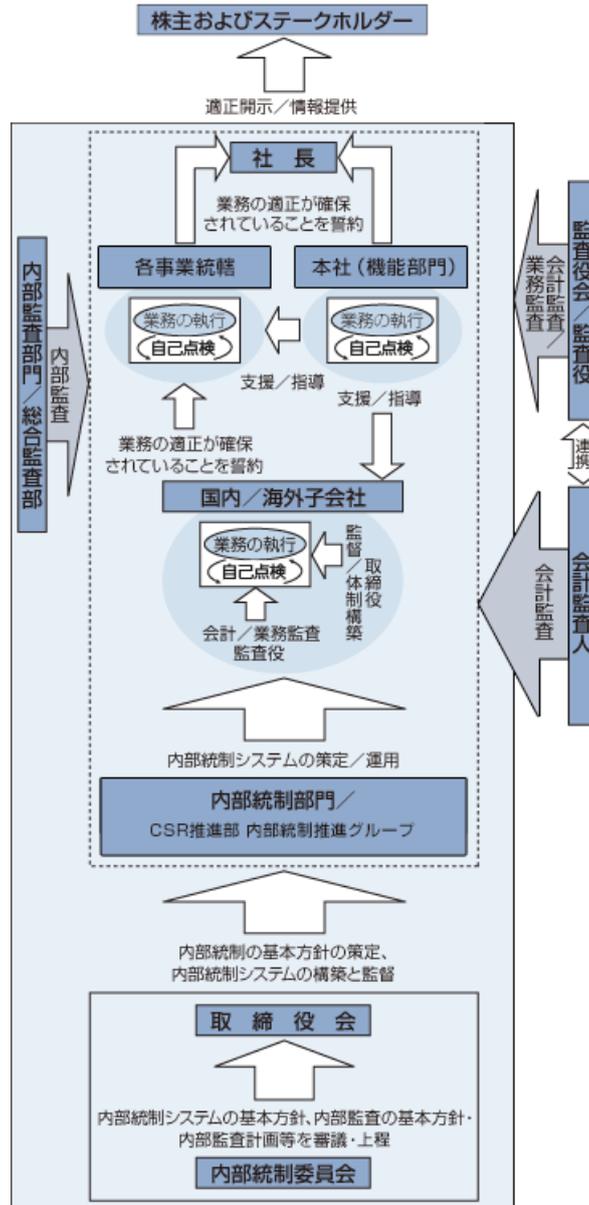
コーポレート・ガバナンスを有効に機能させる方法の一つとして、シャープは「会社法」および「金融商品取引法」に基づく「内部統制報告制度」に則り、グループ全体の業務の適正を確保するため、シャープグループとしての内部統制システムを整備しています。

2006年の会社法施行に対応し「業務の適正を確保するための体制（内部統制システム）の整備に関する基本方針」を取締役会で決議し、整備・運用に努めています。この基本方針に則り、取締役会の監督機能を補完する諮問機関として「内部統制委員会」を設置し、内部統制システム関連諸施策の審議、運用状況の確認などを行っています。2014年度は「内部統制委員会」の機能を、重要課題に対する取り組みの要否や施策・仕組みづくりの妥当性審議に特化させ、取締役による監督がより効果的に行われるよう運営を見直しました。2015年4月に改正会社法に則り「内部統制に関する基本方針」の改定を行いました。この改定された基本方針に基づいて各種施策の見直しに取り組んでまいります。

一方、金融商品取引法への対応については、財務報告に係る内部統制の有効性の評価に加え、さまざまな事業リスクの低減を図るために、内部統制を着実に運用する取り組みを実施しています。2014年度は、各内部統制領域における統制機能および評価の効率を高める取り組みを行うとともに、重点項目に集中的に取り組む、2015年6月に内部統制報告書を提出しました。

2015年度も引き続き、内部統制システム関連各種施策をそれぞれ設定した期限までに完了させるとともに、内部統制システムの重点項目（課題）についても、各統制領域ごとに集中的に取り組んでまいります。

■ 内部統制体系図 ※



※ 2015年7月現在

【1.正々堂々の経営】

企業統治

リスク管理

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ 重点管理リスクの継続的見直しと、リスク管理のPDCAサイクル推進の継続 ○ 海外子会社に対するリスク管理の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 重点管理リスクの見直しとリスク管理のPDCAサイクル推進を実施 ○ 海外子会社に対するリスク管理の強化を実施 	○

2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ 重点管理リスクの継続的見直しと、リスク管理のPDCAサイクル推進の継続 ○ 情報管理の強化 ○ 海外子会社に対するリスク管理の強化
-----------------	---

CSR活動の一環としてのリスク管理

シャープは、企業を取り巻くさまざまなリスクを管理することは、事業を持続的に発展させステークホルダーのご期待に沿う上で、社会的責任を果たす重要な活動の一つであると考えます。これを受け「ビジネスリスクマネジメント（BRM）」の取り組みを、CSR活動の一環として推進しています。

「CSR・コンプライアンス委員会」での審議・徹底・確認

「CSR・コンプライアンス委員会」において、重点管理を行うリスク項目の見直しおよび全社的なBRM施策などの審議を行い、全社に徹底しています。また、事業・業務などにかかわるリスクについて、未然防止・影響度低減のための施策を計画的に推進しています。

また、社内で発生したリスク事案などと各本部・部門が立案する施策を勘案した上で、優先して対応すべき重点項目を定め、その推進責任者と期限などを明確化し、実施状況を確認することで、リスク管理をPDCAサイクルで推進しています。

BRMの推進

「ビジネスリスクマネジメント要綱」などに基づいた管理・対応

シャープでは、BRM推進の基本方針として「ビジネスリスクマネジメント要綱」を定め、リスク管理活動を推進しています。この要綱の中で、経営への影響が特に大きいリスク項目を「特定リスク」と位置づけ、リスク管理マニュアルを作成しています。全ての特定リスクについて、全社横断的に横串管理を担当する本部・部門を定め、リスクの最小化・適正化や、未然防止の取り組みを継続的に推進しています。

また、万が一重大なリスク事案が発生した場合の対応ルールとして「緊急時対応要綱」を定め、緊急事態発生時の迅速かつ適切な行動により、自社のみならず、社会に対する損失の最小化と被害の拡大防止を図るとともに、ステークホルダーに対して迅速かつ適切な情報開示を行うための実施事項を規定しています。

これらの要綱・マニュアルについては、常に経営環境の変化に対応した内容とするために、定期的に特定リスク項目の追加などの見直しを行っています。

重点リスク管理

「特定リスク」のうち、発生確率が高く、発生した際の影響度が大きいものを「重点リスク」として選定し、各本部・部門で管理を徹底しています。

「重点リスク」については、各本部・部門にて、リスクの発生確率を低減するための施策と、万が一リスク事案が発生した場合に経営などに与える影響度を低減するための施策の両面から、継続的な取り組みを行っています。

2015年度は、引き続き「情報管理の強化」「海外子会社に対するリスク管理の強化」に関連する施策に取り組んでまいります。

事業継続マネジメント（BCP※）の推進

シャープは、大規模災害や感染症の流行などの緊急事態において事業の継続や早期復旧を可能にするため、主要な事業所やグループ会社でBCPを策定し、定期的な見直しや訓練によって組織の事業継続能力の維持・改善を図っています。

2014年度は、本社で「全社緊急対策本部」BCP机上訓練を行い、経営幹部が事業継続・復旧における優先課題や被災した事業所の支援策などについて協議しました。



BCP机上訓練の様子

※ Business Continuity Plan

全社BCP基本方針

(1) 当社グループでは、次の3項目を全社BCP基本方針とします。

- ① 人命最優先
当社の事業において最も重要な経営資産は「人」であり、大規模災害・感染症などの発生時は、従業員および家族の人命安全確保を最優先とする。（安全確保・避難、負傷者対応、安否確認など）
- ② 事前対策および災害時復旧対策の整備
大規模災害・感染症などの発生時も、製品・サービスを継続して提供することが、企業の重要な社会的責任（CSR）のひとつであることを認識し、災害などによる被害を最小限にとどめる事前対策の実施、および、被災時の迅速かつ確かな事業継続あるいは復旧を実現する体制・制度の構築を図る。
- ③ 地域社会、取引先の支援
大規模災害発生時などに、当社の各事業所・本部・部門・各社が所在する地域社会および、サプライチェーンにおいて求められる、あるいは期待される役割を十分考慮する。
（地域社会に対する、避難場所・備蓄の提供、取引先の復旧支援など）

(2) また、実際にBCPを作成する場合は、上記全社共通基本方針に加えて、各本部・各社における独自方針についても検討、追加して定めます。

【1.正々堂々の経営】
 企業統治
コンプライアンス

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
各種コンプライアンス研修の実施	競争法など、各種法令に関する研修や新任管理職に対するコンプライアンス研修などの実施	○
2015年度の重点取り組み目標	各種コンプライアンス施策（研修など）の実施	

シャープは、グローバルな事業展開を強化するにあたり、シャープ（株）、国内関係会社および海外関係会社におけるコンプライアンス体制をPDCAサイクルで整備・拡充し、グローバルなコンプライアンス意識の醸成と浸透を図っています。

基本的な考え方

シャープでは、コンプライアンスを「法令や企業倫理などの社会ルールおよび社内ルールを守ること」と定義し、コンプライアンスを重視した経営を実践するため、継続的な体制の整備および取り組み施策を推進します。

グローバルなコンプライアンス推進体制の強化

シャープでは、コンプライアンス経営を実践するため、日本国内におけるコンプライアンス・法務体制の強化はもとより、海外法務体制の整備に取り組んでいます。

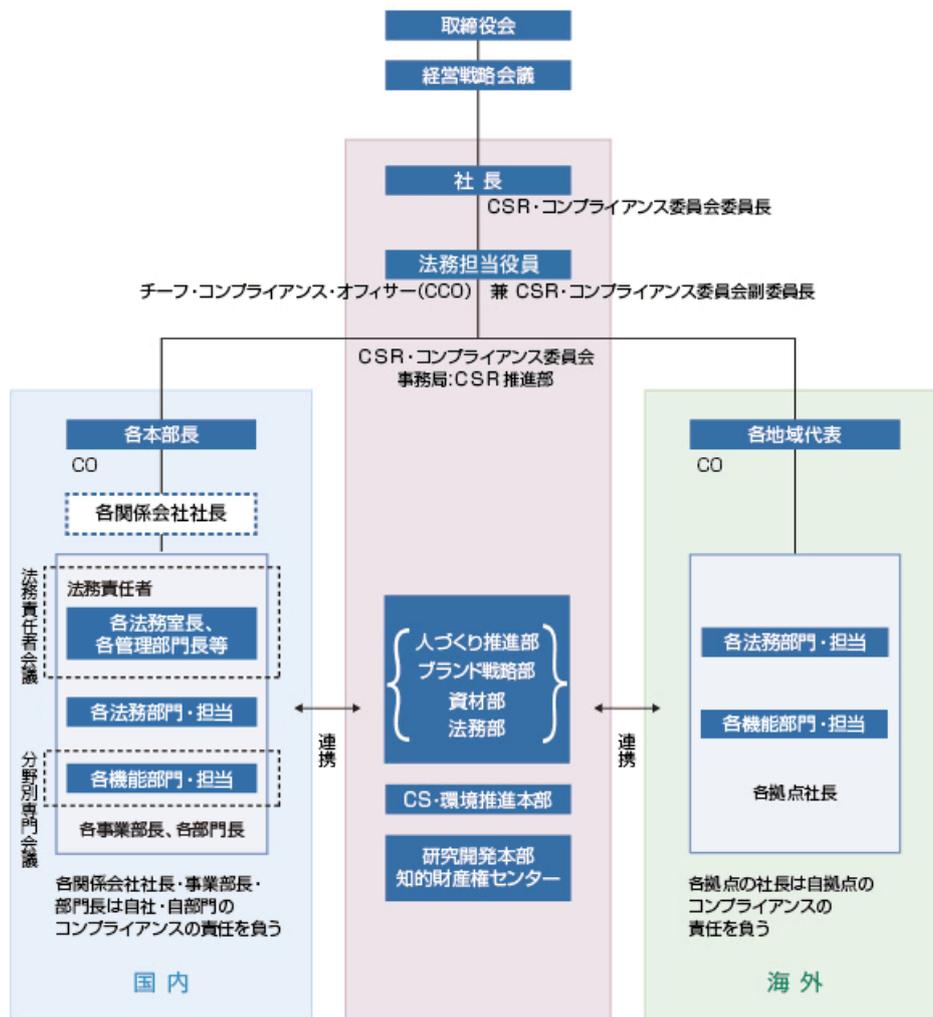
国内でのコンプライアンス・法務体制の強化として、シャープ（株）の各本部および国内関係会社の法務責任者、担当者と本社法務部門間で定期的に会議を開催し、コンプライアンス・法務に関する課題や事例を議論し共通認識を図る取り組みを継続して実施しています。

海外でのコンプライアンス・法務体制の強化として、海外の主な地域（米州・アジア・中国など）の経営トップをコンプライアンス・オフィサー（CO）に任命するとともに、法務担当者を配置しています。各法務担当者は、各地域COのスタッフとして、地域内各拠点と連携し、また、本社法務部門と定期的に会議を行い、情報共有しながら地域内のコンプライアンス・法務機能の強化に努めています。

これらの国内・海外各地域での各取り組みについては、社長を委員長とする「CSR・コンプライアンス委員会」において、①各種コンプライアンス施策の浸透・徹底方法の審議・確認、②各種施策の優先順位づけ・実施時期の調整を定期的に行っています。

2015年度も、かかるコンプライアンス・法務体制を一層強化・充実させるために行動していきます。

■ シャープグループのコンプライアンス体制図 ※1



(注) CO : コンプライアンス・オフィサー

※1 2015年7月現在

コンプライアンス意識の醸成と浸透に向けて

シャープでは、企業の役割、社会的責任について一層厳しく問われる社会環境を踏まえて、利益のみを追求するのではなく、コンプライアンスを第一とした経営を維持・継続するため、従業員一人ひとりがコンプライアンスの意味を十分理解し、日々の事業活動のなかで実践していくための手引きとして「シャープグループ・コンプライアンス・ガイドブック」を策定しています。このガイドブックは、全従業員に配布されており専門分野別各種研修などの機会に周知徹底を行い、コンプライアンス向上を図っています。

グローバルな事業展開に当たっては、グローバルに適用される法規制あるいは地域特有の法規制に則って適切に事業活動が実施されるよう、各種法規制の遵守の取り組みをより一層強化拡充し、コンプライアンス意識の醸成と浸透を図っていきます。

コンプライアンスに関する通報・相談窓口

シャープ（株）および国内関係会社では、コンプライアンスをはじめとする職場の諸問題に関する総合相談窓口「クリスタルホットライン」、競争法に関する専用相談窓口「競争法ホットライン」を社内および社外（顧問法律事務所）に設置し、公益通報者保護法の趣旨に沿って従業員や派遣社員ならびにお取引先さまの社員※2も利用できるようにしています。

また、クリスタルホットラインに加え、セクシュアルハラスメント（マタニティハラスメントを含む）やパワーハラスメントなど、職場でのハラスメントに関しては専用の社内相談窓口「ハラスメント相談窓口」も設置しています。

これらの窓口では相互に連携をとって、違反行為や、その恐れのある行為をいち早くキャッチし、問題解決に向けて早期に対策を講ずることとしています。

「クリスタルホットライン」には、2014年度は60件の通報・相談が寄せられましたが、重大なコンプライアンス違反行為はありませんでした。

「シャープ行動規範」では、各窓口への通報・相談者のプライバシーを厳守すること、通報・相談した事実を理由に不利益な取り扱いを受けないことを明確に規定しています。

なお、海外の主要な拠点でも同様の通報・相談窓口を設置し、諸問題の早期解決への対応を図っています。

※2 お取引先さまの社員は「クリスタルホットライン」のみ利用可

あらゆる形態の腐敗防止、寄付金などの適正処理

「シャープグループ企業行動憲章」「シャープ行動規範」では、直接または間接的な金品の贈与、強要などのあらゆる形態の腐敗の防止、および寄付金などの適正処理のための行動原則・行動規準を明記しています。

贈収賄などの腐敗防止については、役員および従業員が遵守すべき規範を定めた「贈収賄等の防止に関する規程」を2015年3月に制定し、社内のチェック体制を明確化して、贈収賄行為の未然防止に取り組んでいます。また、社内ガイドブックや研修資料を作成し、社内研修を実施しております。

今後は、海外の各地域において、当社の規程をベースに現地法制などに準じてカスタマイズした規程の制定に取り組めます。

シャープ（株）および国内関係会社の寄付金・賛助金などの支出については、2008年12月より審査を義務づけ、利益供与や不正支出を発生させない仕組みを構築しています。

2014年3月にはこれらの仕組みがより公正な運用となるよう審査項目を厳格化し、2014年度は138件の審査を行いました。

II.お客様の満足向上



品質・安全性の確保

▶ [品質・安全性の確保](#)

より使いやすい製品の創出

▶ [より使いやすい製品の創出](#)

▶ [製品改善事例](#)

お客さま満足の向上

▶ [お客さま満足の向上](#)

関連情報：

▶ [CSR中期戦略【5つの重点項目④】製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み](#)

【II.お客さまの満足向上】
品質・安全性の確保

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル品質・CS向上の取り組み <ul style="list-style-type: none"> ○ 【国内】CS人材育成体系の再構築（品質・サービス技術、マインド研修の体系整備/CSマネジメント研修の拡充） ○ 【海外】現地品質人材育成の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル品質・CS向上施策の推進 <ul style="list-style-type: none"> ○ 【国内】階層別CSマネジメント研修の開催 ○ 【海外】中国・ASEAN地域における品質技術の実践活用研修 	○
2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル品質・CS向上の取り組み <ul style="list-style-type: none"> ○ 【国内】専門知識修得による品質改善力の強化 ○ 【海外】品質人材の育成施策強化 	
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ 品質・サービス人材育成のグローバル展開 <ul style="list-style-type: none"> ○ 品質・サービスにおける専門性と指導力を兼ね備えたエキスパート人材をグローバルで育成 	

シャープでは、常にお客さま目線で考え、お客さまの立場で製品・サービスを開発・提供することを基本としています。また、シャープ製品を長年安心してご愛用いただけるよう「お客さまの声」を製品の改善と販売・アフターサービスの改善に活かしています。

そして「次もシャープ、ずっとシャープ」と継続してシャープ製品・サービスを選んでいただけるよう、これからもお客さま満足（CS）を追求していきます。

品質・サービスに対する基本姿勢

シャープグループは、お客さまの信頼獲得と満足向上のために、お客さまのニーズと要望に応え、かつ、安全性、品質、信頼性、環境に配慮したより良い製品、サービスを提供します。

品質管理	
私たちは、社会の要請に応え、お客さまのご満足が得られる製品づくりに向けて、常に、「品質第一」を心し、行動します。	
CSスローガン	品質スローガン
品質とサービスでお客さまとの信頼関係を築く 「次もシャープ、ずっとシャープ」	品質第一 私たちの心です Quality First in Heart and Mind

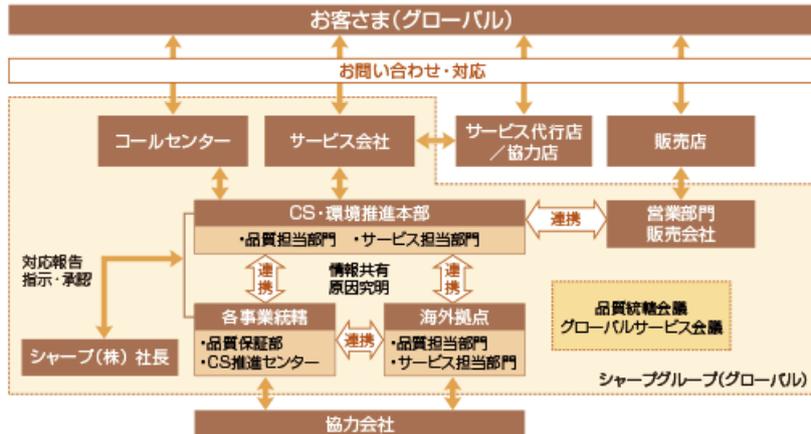
品質・サービス推進体制

シャープは、お客さまの目線に立った経営を基本に、製品開発から営業・サービスにわたる全ての事業活動に取り組んでおり、製品の品質・安全性とお客さま満足をより一層高めるため、全社推進組織としてCS・環境推進本部を設置しています。

各事業統轄には、製品に応じたサービスや品質管理を行う「CS推進センター」「品質保証部」を設置し、海外拠点・協力会社を含めたシャープグループが連携し、高品質で安全な製品とサービスでお客さまとの信頼関係を築くための体制を整えています。

2014年度は、海外における品質・サービス人材育成推進のため、グローバル品質教育体系のもと中国8拠点、アジア9拠点で、品質技術研修を実施しました（延べ1,082人修了）。また、現地サービスマネージャー向けに品質管理・サービス管理研修を実施し、現地に根ざした人材の育成に注力しました。

■ 体制図

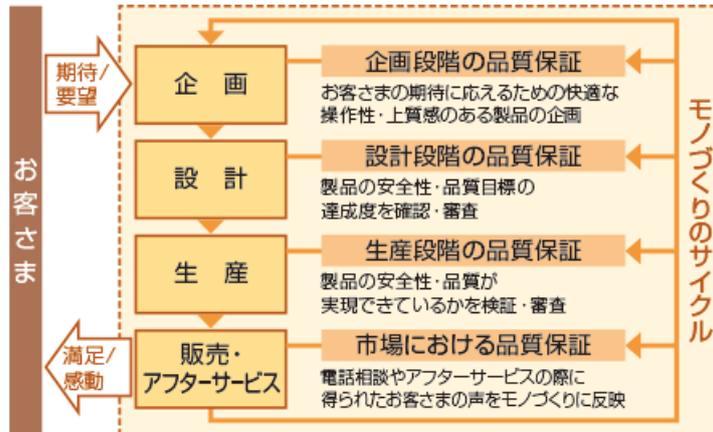


※ 2015年7月現在

品質保証体制

シャープは、製品の企画/設計/生産/販売・アフターサービスに関わる全従業員に対して「お客様に保証すべき品質」を明らかにし、全員参加で品質の継続的改善に取り組んでいます。シャープの全事業統轄に加え、国内外連結対象子会社の全ての生産拠点他において品質マネジメントシステムの国際規格であるISO9001を認証取得しています。

また、シャープグループ独自の品質保証規格「SHARP Corporation Standards」を運用し、製品企画、設計、生産、評価・試験、市場など、モノづくりサイクルの各段階において、様々な品質保証活動を行っています。



製品の安全性確保の取り組み

シャープでは、製品の安全性確保のため、各国の法規制や規格の遵守にとどまらず、独自の安全基準を制定し、全ての製品に適用しています。この基準では、想定外の不具合が生じた場合にも製品の安全を確保するために、特に難燃構造や異常動作試験などに関して基準を定めており、より高い安全レベルを目指し、都度改定しています。また、不具合発生時に迅速かつ適切に緊急対応が取れるよう製品安全確保の推進体制を構築しています。

今後も製品安全に関する法改正や社会情勢の変化に迅速に対応するとともに、お客様にシャープ製品を安心してお使いいただけるよう、取り組みを強化していきます。

関連情報： > [シャープ製品安全自主行動指針](#)

安全なご使用のための啓発活動

シャープでは、お客さまに安全に製品をご使用いただくために、Webサイトやパンフレットなどを通じて、お客さまの安全なご使用に関する啓発活動にも注力しています。

使い方や設置場所などにより、お客さまに思いもかけない不利益を生じさせないよう「安全な使い方アドバイス」をWebサイトに掲載し、積極的な情報提供を実施しています。



安全な使い方アドバイス

関連情報： > [製品を安全に正しくお使いいただくために](#)

問題発生時の情報開示と対応

シャープ製品が原因となってお客さまが被害を受けたり、お客さまの財産に損害を与える恐れがあることが判明した場合は、新聞やWebサイトなどを通じて、速やかに情報を開示するとともに、相談窓口を設置するなどの対応を実施し、お客さまの不利益を最小限に食い止めるよう努めています。

注意喚起や無償での点検・修理のお知らせは「製品に関する大切なお知らせ」としてWebサイトに掲載しています。

また、「シャープ製品安全自主行動指針」に基づき、消費者庁・経済産業省へ報告した事故で製品起因もしくは製品起因が疑われると判断された「重大製品事故」について、Webサイトで公表しています。

関連情報： > [製品に関する大切なお知らせ](#)

お客様の環境にあった製品づくり

シャープでは、各国・地域の気候の変化や、電力供給事情（電圧変動）のデータなどを収集し、その地域の環境に最適な製品づくりを行っています。また、工場からお客さまへ製品をお届けするまで、輸送によるダメージがないように、輸送振動データを収集し、製品づくりに活かしています。



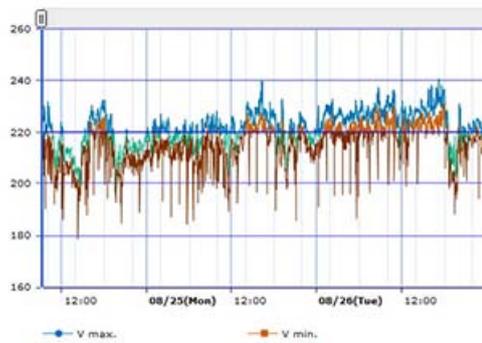
ASEAN地域の環境データ取得



お客さま宅（ベトナム）にて電圧の変動を測定



トラック輸送での振動データ取得（ベトナム）



測定データ

【II.お客さまの満足向上】
より使いやすい製品の創出

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

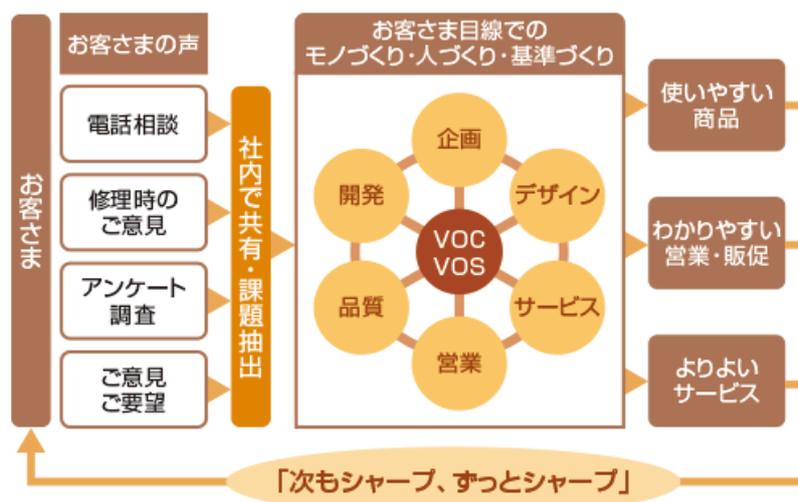
2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さま感覚の品質・サービス活動の向上 <ul style="list-style-type: none"> ○ 市場品質情報の見える化による設計・開発・生産部門への分析情報フィードバック 	<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さま感覚の品質・サービス活動の推進 <ul style="list-style-type: none"> ○ 新たにグローバル市場品質情報システムを導入、情報分析のスピードアップと関係部門へのフィードバックを強化 	○
2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さま感覚の品質・サービス活動の向上 <ul style="list-style-type: none"> ○ 設計段階での製品ユーザビリティ向上支援 ○ 市場品質情報の開発・生産部門への早期フィードバック 	
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さま感覚での品質・CS向上活動の定着 <ul style="list-style-type: none"> ○ 市場品質の早期フィードバック加速と設計段階での改善活動により、業界トップクラスの品質・サービスを実現 	

「お客さまの声」を活かしたモノづくり

シャープでは、より使いやすい製品をお客さまにお届けするために、製品に対する評価やご意見などの「お客さまの声」をモノづくりに活かすVOC（Voice of Customer）／VOS（Voice of Service）活動を進めています。お客様相談センターの電話相談や訪問修理時のご意見、Webアンケート調査などで寄せられるお客さまの声は、個人が特定できない形で社内に共有され、企画、デザイン、開発、品質、営業、サービスなどさまざまな業務において、お客さま目線の課題抽出に活かされています。

お客さまの声から抽出された課題をもとに、CS部門と開発、品質、営業部門が連携して改善を検討、意見交換することで、より使いやすく魅力ある製品づくりやより良いサービスの提供を目指しています。

また、シャープでは、製品改善の取り組みだけでなく、常にお客さま目線に立ってモノづくり、営業、サービスに取り組むために、研修を通じた人材育成や、お客さま目線でのモノづくりを支える評価基準づくりにも積極的に取り組んでいます。



使用性に関するお客さまの潜在的なご不満やニーズを調査し、モノづくりへ反映

シャープでは、国際規格（ISO9241-210）で規定されている「ユーザー中心設計（UCD：User-Centered Design）」の考え方に基づいて、製品開発のプロセスの中で、お客さまの潜在的なご不満やニーズなどを調査しながら、製品の仕様決定や設計に反映させています。

例えば、日本のお客さま相談センターに寄せられる声以外にも、訪問調査、アンケート調査、ユーザビリティテスト（お客さまに実際に製品を操作いただいている様子を観察するテスト）などを通じて、お客さまと製品の関わり方などの情報を収集・分析することで、3つの観点（使ってみたい、使いやすい、長く使い続けたい）から魅力的な製品の創出を目指しています。

また、より多くのお客さまに気持ちよく製品をお使いいただけるように、「ユニバーサルデザイン」に配慮した製品づくりも推進しています。2015年4月現在「ユニバーサルデザイン配慮家電製品（一般財団法人 家電製品協会）」として、18品種（138機種）が選ばれています。このような活動を通じて、シャープ製品の魅力向上を図っています。

関連情報： > [ユニバーサルデザイン配慮家電製品（一般財団法人 家電製品協会ホームページ）](#) 

【II.お客さまの満足向上】
より使いやすい製品の創出
製品改善事例

加湿空気清浄機<KI-EX100/75/55>



(商品画像はKI-EX100のもので)

■ パネルを外さずにお掃除OK、簡単お掃除後ろパネル



(KI-EX75イメージ)

■ 移動に便利! ストッパー付き自在キャスター



■ 便利な使い方などを音声で教えてくれる「ココロエンジン」搭載



関連情報： > [加湿空気清浄機 製品情報](#)

ウォーターオープン ヘルシオ<AX-XP100/XP1WF/SA100>



(商品画像はAX-XP100のもので)

■ カラーで見やすい! タッチで使いやすい!「ヘルシオタッチパネル」

ボタン表示を切り替えられる!



(画面はAX-XP100のもので)

■ 入門メニューの作り方やポイントをカラー画面と音声で分かりやすく説明



(画面はAX-XP100のもので)

■ 音声でお料理作りをお手伝い「ココロエンジン」



関連情報： > [ウォーターオープン ヘルシオ 製品情報](#)

ファクシミリ<UX-AF90CL/CW>



(商品画像はUX-AF90CLのもので)

■ ワンタッチで受話音量が一気に大きくなる「音量大ボタン (親機/子機)」



■ 見やすく、使いやすくなった「漢字液晶（親機／子機）」



■ ボタンを押すと基本操作を液晶と音声でガイド「音声案内ボタン」



関連情報： > [ファクシミリの製品情報](#)

コンビニエンスストア プリントサービス

■ 対話型UIを採用することで、操作が簡単に!



■ できあがり確認機能により、原稿の置き間違いや設定ミスを軽減



■ 日本語と英語対応の音声ガイダンス付き



ご利用いただけるコンビニエンスストア（50音順）：

- サークルK・サンクス
 - セイコーマート
 - ファミリーマート
 - ローソン
- （一部店舗を除く）

関連情報： > [コンビニでの複合機サービス](#) 

【II.お客さまの満足向上】
お客さま満足の向上

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス技術・応対力強化によるお客さま満足の向上 ○ ASEAN地域でのCSマインド向上施策の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス技術・応対力強化によるお客さま満足の向上 ○ 中国・フィリピンにてCSマインド研修を実施、定着化促進 	○
2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス技術・応対力強化によるお客さま満足の向上 ○ ASEAN地域でのCS応対力強化施策の推進 	
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス技術・応対力強化によるお客さま満足の向上 ○ 中国・アジア地域へのCS応対力強化研修・施策の展開 	

「期待される以上」のお客さま応対を目指して

お買い上げご検討時から、シャープ製品に関するあらゆるご相談にお応えしている「お客様相談センター（日本）」では、常に「期待される以上の応対」を目指しています。

お客様相談センターの全エージェント（相談員）の応対は、定期的に応対品質管理者がモニタリングしています。その結果をもとに、お客さまのご相談内容にフィットした説明をしているか、さらに聞き方・話し方に至るまで、改善点を指導する応対レベルアップ研修を実施することで、CSマインドのさらなる醸成と高いレベルの応対品質を目指しています。

2014年度は、お客様相談センターにお電話をいただかなくても、問題を解決していただけるよう、当社Webサイト上でのサポートをより一層強化しました。例えば、画面に表示された質問に答えることによって故障か否かの判断ができる「故障診断ナビ」の対象品種の拡大（液晶テレビ・BDレコーダー・洗濯機・エアコン・冷蔵庫・ファクシミリ・電話機など掲載）や、言葉やイラストでは伝わりにくい商品のお手入れ方法を動画でご案内する「ビジュアルガイド」の充実など、お客さま目線でのサービス提供を拡充しています。

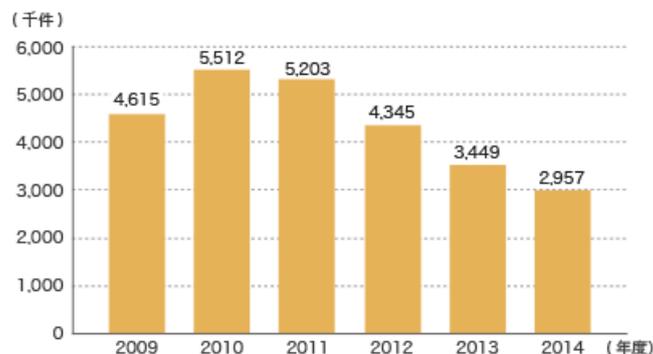
また、よくあるご質問とその解決方法を自動音声応答で案内する「自動音声案内ダイヤル（専用フリーダイヤル）」を導入し、深夜などお客様相談センターの受付時間外であっても問題解決いただけるよう、利便性の向上を図っています。

お客様相談センターに寄せられるご相談は2010年をピークに減少傾向にあります。

これは、エコポイント需要や、アナログ放送終了に伴って増加したご相談が落ち着いたことに加え、上記Webサイト上でのサポートや「自動音声案内」などのご提供により、お客さまご自身でお困りごとを解決いただけるようにしたことも減少の一因と考えています。

引き続き、お客さまが「いつでも」「手軽に」お困りごとを解決いただけるよう、内容の充実を図ります。

■ お客様相談センター受付件数推移（日本国内）



関連情報： > [故障診断ナビ](#)

> [ビジュアルガイド](#)

「Web修理お申し込み」の強化

当社Webサイトから出張修理をお申し込みいただく際に、お客さまご希望の訪問日が指定できることに加え、修理をキャンセルしたり、日程を変更する場合も、同サイトからお手続きができるようにしました。さらにスマートフォンの普及に合わせ、Web修理お申し込みをスマートフォン対応として公開するなど、お客さまの利便性向上を図りました。

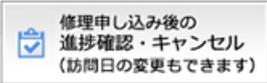
インターネットでの修理のお申し込み

インターネットから出張修理および引き取り修理を承ります。

- 出張修理は、Web修理申し込み時に、修理訪問日の指定ができます。(一部地域を除く)



- ご依頼頂いている修理の進捗状況確認や修理申し込みのキャンセル、修理訪問日の変更ができます。



- 引き取り修理については、一部対象製品につき、シャープエンジニアリング轉指定の配送業者が修理依頼品をお引き取りし、修理完了後に修理品をご自宅までお届けします。
※沖縄県全域を除きます。
→ [引き取り修理サービスの詳細についてはこちら](#)

お申し込みのWebサイト画面

関連情報： > [修理相談サポート](#) 

「お客さまの声」を開発に活かす取り組み

シャープでは、製品開発に携わる技術者を対象とした「SEK※1サービス研修」を2009年より実施しています。

これは、技術者自らがサービス現場に出向き、お客さまの声を直接聞いたり、製品が使われている現場を見ることで、品質や使い勝手、メンテナンスのしやすさなどを学ぶことを目的にしています。2014年度は、AV機器を担当する新入社員が、5か月間に及ぶ「SEKサービス研修」を受講しました。

シャープの技術者は、お客さまと接する機会はほとんどありません。しかしこの研修により、技術者は、お客さまと直接お話しをしたり、時には厳しいお言葉に触れる機会を通じて、お客さま目線とサービス現場を意識した、モノづくりの大切さを学ぶことができます。

また、先輩サービスマンとの同行により、サービス対応を通して「対人コミュニケーション」や「能動的に情報収集する姿勢」など、社会人としてのスキルも学ぶことができます。

サービス研修が始まってまだ数年ですが、この研修を通じて、アフターサービス会社SEKと開発部門、企画部門などモノづくりの現場とのつながりが太くなったとの社内評価も得ていますので、今後ますます充実させていきます。

※1 シャープエンジニアリング(株)：当社製家電製品のアフターサービスを担当



Voice

「SEKサービス研修」受講者の声

研修を通じてさまざまなお客さま宅を訪問し、たくさんのシャープ製品をお使いいただいていることを知りました。シャープファンの方が多く、修理後に「またシャープを買うよ」と声を掛けていただくこともあり、これは、シャープ製品の魅力だけによるものではなく、徹底したお客さま第一主義で対応しているサービスマンのおかげでもあったと思います。



デジタル情報家電事業本部
次世代AV開発センター 第二開発部
担当 池田 考志



Topics

サービスマンの技術、マナーを競うコンテストを初開催

経済成長が続くアジアにおいて、当社は企業や官庁向けの機器販売、アフターサービスを強化しています。これら機器は、事業用途に使用されており、定期メンテナンスや故障時の修理におけるダウンタイム※2の短縮が、製品・ブランドの良し悪しを決める一つとなっています。

当社ではサービスマンへの技術力向上研修によるアフターサービス強化を進めており、2014年度は初めての取り組みとして、複合機のサービス技術力、ビジネスマナーを競うサービスマンコンテストを2014年12月～2015年3月にかけて開催しました。

5か国（インド、シンガポール、ベトナム、タイ、マレーシア）のサービス部門で予選を行い、3月にマレーシアで開催した決勝大会では、各国で勝ち抜いたサービスマンが複合機のハードウェアとソフトウェア不具合時のトラブルシューティング能力、修理スピード、ビジネスマナーを競い合いました。

コンテストを通じて、サービスマンが理解できていなかった部分への指導や、お互いが持ち合わせている技術力やマナーのノウハウを共有するとともに、各国代表がこのコンテストを通じて学んだことを自国に持ち帰って水平展開することにより、お客さま満足度の向上を図ることができました。



実技試験中のサービスマン



コンテスト参加者一同

※2 定期メンテナンスや故障により、製品を使用することができない時間

CSマインドでお客さまの心をつかむ

中国の販売会社SESCでは、日本で実践しているアフターサービス対応を学ぶため、サービスマンを対象としたCSマインド研修を実施しています。

CSマインドを伝授する専任者に任命されたSESCのサービスマンが、日本のアフターサービス会社SEKで、単に技術のみではなく、あいさつ、言葉使い、身だしなみ、マナーなど、お客さまと接する際の応対力を強化する研修を受講しました。そして、その専任者が実際のアフターサービスを実施しているパートナー会社のサービスマンへ研修を実施し、2014年度は中国各地で40回開催しました。

文化の異なる地域に日本流アフターサービスの導入が可能かとの不安もありましたが、研修受講者のパートナー会社のサービスマンから「お客さまとコミュニケーションを図るツールとして使える」「クレーム削減にCSマインドは必須」「他社には無い研修」と高い評価をいただいています。

中国では内需が拡大しているため競争が激しく、今後もCSマインドをもった応対でお客さまの心をつかむアフターサービスを展開していきます。



SEKの実践風景ビデオを活用した電話応対マナーの研修

フィリピンの生産・販売拠点SPCダバオ支店のリニューアル開所式

2015年3月23日、SPCはミンダナオ地方ダバオ市にあるサービスセンターをリニューアルし、現地のマスコミやディーラーを招聘して大々的にアピールするための開所式とプレスカンファレンスを開催しました。

今回のリニューアルオープンに合わせ、お客さまからの問い合わせに即座に対応する新サービス「1 Hour、1 Day、1 Week」を導入しました。このサービスはお客さまからの問い合わせに対して「1時間で回答、1日以内に現場に訪問、1週間以内に問題を解決する」という取り組みで、大規模拠点を皮切りにフィリピンの主要都市のサービス拠点に随時導入します。

SPCでは、昨年からの日本の「OMOTENASHI（おもてなし）」接客方法をベースとしたサービスの取り組みを全拠点に導入しており、日本の高レベルなお客さま対応の提供による、CS向上を推進しています。

SPCは現在、22か所のサービス拠点を保有し、2015年6月には新たに、中部ビサヤ地方ボホール州に新サービス拠点を開設しました。

今後はフィリピン以外のASEAN諸国にも、積極的にアフターサービスの取り組みを展開し、お客さま満足の向上を目指します。



リニューアルオープンしたダバオ支店の外観



リニューアルオープンしたダバオ支店の内観



現地ホテルでのプレスカンファレンスの様子

III.情報開示・情報保護



ステークホルダーコミュニケーション

- ▶ [お客さまとのコミュニケーション](#)
- ▶ [ビジネスパートナー（お取引先さま）とのコミュニケーション](#)
- ▶ [ビジネスパートナー（ご販売店さまなど）とのコミュニケーション](#)
- ▶ [株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション](#)
- ▶ [従業員とのコミュニケーション](#)
- ▶ [地域社会（環境）とのコミュニケーション](#)
- ▶ [地域社会（コミュニティ）とのコミュニケーション](#)

情報管理

- ▶ [情報セキュリティ戦略](#)

【III.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

お客さまとのコミュニケーション

お客さまの声を活かしたモノづくりとアフターサービスの提供

2014年度は、お客様相談センターに寄せられた声をもとに、お客さま自身で問題を解決していただけるよう、当社Webサイト上でのサポートをより一層強化しました。

例えば、画面に表示された質問に答えることによって故障か否かの判断ができる「故障診断ナビ」の対象品種の拡大（液晶テレビ・BDレコーダー・洗濯機・エアコン・冷蔵庫・ファクシミリ・電話機などを掲載）や、言葉やイラストでは伝わりにくい商品のお手入れ方法を動画でご案内する「ビジュアルガイド」の充実、さらにWebサイトからの修理お申し込みや日程変更を、スマートフォンからもできるようにするなど、お客さま目線でのサービス提供を拡充しています。また、よくあるご質問とその解決方法を自動音声応答で案内する「自動音声案内ダイヤル（専用フリーダイヤル）」を導入し、深夜などお客様相談センターの受付時間外であっても問題解決いただけるよう、利便性の向上も図っています。

さらに、お客様相談センターに寄せられる声以外にも、訪問調査、アンケート調査、ユーザビリティテスト（お客さまに実際に製品を操作いただいている様子を観察するテスト）などを通じて、お客さまと製品の関わり方などの情報を収集・分析することで、3つの観点（使ってみたい、使いやすい、長く使い続けたい）から魅力的な製品の創出を目指しています。

SHARP i CLUB（シャープ製品をご利用いただいているお客さま向けに提供するシャープの会員サイト）へご登録いただいているお客さまにもご協力いただき、オープンレンジ・洗濯機のユーザビリティテストを実施しました。実際に製品を操作しながらいただいた貴重なご意見などは開発部門へフィードバックし、より良い製品づくりに役立てています。



Voice

ユーザビリティテスト参加者の声

実際に参加してみて、自分の思っていることや感じたことを真剣に聞いてもらって意見が出せて良かった。また、このような機会があれば参加したいです。（60代女性）

ちょうど自宅のものを買い替えようかと検討していたこともあり、ボタンの位置や表示の文字の大きさなど、自分に合うのはどれか？などと思いながら参加でき、購入の参考になりました。（60代女性）



テストの様子



インタビューの様子

関連情報： > [故障診断ナビ](#)

> [ビジュアルガイド](#)

> [上手な家電製品の使い方（コールセンターからのアドバイス）](#)

【III.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

ビジネスパートナー（お取引先さま）とのコミュニケーション

お取引先さま経営懇談会

当社は、半期ごとに各事業本部で、お取引先さまとの経営懇談会を開催し、部品や材料のお取引先さまに当社の経営状況・事業方針と併せてCSRへの取り組みを説明し、ご理解とご協力をお願いしております。

今後も引き続き、お取引先さまと積極的にコミュニケーションを図りつつ「基本購買方針」の相互理解のもと、円滑なお取引引きを行うべく継続してまいります。



経営懇談会の様子

【Ⅲ.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

ビジネスパートナー（ご販売店さまなど）とのコミュニケーション

国内：地球環境にやさしい商品の提案

エコで快適な生活をお客さまへご提供するため、ご販売店さまとともに合同展示会を各地で展開しています。蓄電茶屋コーナーなどお客さまに楽しんでいただける場を設けて、地球環境にやさしい商品を提案しています。

会場の真ん中には、蓄電池のアプローチの場「蓄電茶屋コーナー」が新登場！ご来場のすべてのお客さまに蓄電池をご提案！



福岡県久留米市での合同展示会の様子

こうした取り組みの提案にあたっては、従業員の環境問題に関する知識の習得を目的として推進している「環境社会検定試験（eco検定）」取得によって身につけた知識を大いに活用しています。

これからも全員がさらなるスキルアップに励みながら、ご販売店さまとともに考え、地球環境に貢献できる営業活動を目指して、取り組んでまいります。

海外：お取引先さまとの接点を大切に

中国での当社商品の販売パートナーとなるお取引先さまとの関係を一層深め、お互いの発展の実現に向け、2015年3月11日、12日の両日、上海で開催された中国家電博覧会※1に出展中の当社ブースで「ディーラー大会」を開催し、約200社のお取引先さまにご出席いただきました。

当社の最新技術や生活家電の実体験コーナー、業務用商品の活用シーンのご提案を通じ、液晶TV「AQUOS」をはじめ、今後の需要拡大が期待される空気清浄機などの白物家電、快適なビジネスを実現するBtoB向け商品などをきめ細かくご紹介いたしました。

今後も中国における事業活動の認知向上やブランディング強化を目指し、お取引先さまとの接点を大事にした活動を続けてまいります。

※1 例年3月に上海で開催される中国最大規模の家電展示会。2015年は、3月11日（水）～14日（土）に開催。出展：40か国500社以上、来場者：11万人以上。



家電博覧会会場で「ディーラー大会」を開催



中国での当社液晶商品のイメージキャラクター「ドニー・イェン氏」がサプライズで登場し、会場が大盛況に

海外：ご販売店さまとの"絆"を強める活動

アジアの国々では、当社特長商品による便利で快適な生活をお客さまに提案する「個展」を展開しています。この個展は、お客さまへのトータルプロモーション活動をご販売店さまと一緒に実施することにより、当社の海外販売会社・ご販売店さまとの「強い絆づくり」を基本に据えています。会場では、日本的な場づくりとイベントを多数用意して、ご来場の皆さまに日本の文化を身近に感じて、楽しんでいただける工夫を凝らしています。

 **Myanmar**
Apr 2015



今回で2度目となる個展開催のご支援をいただきありがとうございます。
商戦期の中、他店もプロモーションを展開する中で、個展実施により差別化に繋がりました。大変感謝しております。
是非来年も開催したいので、引き続きよろしくお願ひします。

ミャンマー 大手ディーラー
Asia Fortuna社 オーナー

 **Bangladesh**
Jun 2015



個展を通じ、お客さまがイベントを楽しみ、満足される姿を数多く見る事ができました。感謝申し上げますとともに、ぜひ今後とも個展を展開していきたいと思ひますので、ご協力よろしくお願ひします。

バングラデシュ 総代理店
エスカイヤ社 営業本部長

 **Vietnam**
Jan 2015



着物試着やけん玉ゲームなど、日本風の演出により、お客さまを取り込む大変良い機会となりました。またこのような取り組みは他社にはないものであったと感じております。引き続き、売上拡大に向けた新たな取り組みを一緒に取り組んでいきたいです。

ベトナム 合展参加ディーラー
ベトロニメックス社 オーナー



 **Malaysia**
Oct.-Dec 2014



ATOM研修を通じ、販売力と士気を向上いただき、クアトロンプロや大型冷蔵庫などの付加価値商品の販売へと繋げることができました。このようなサポートを提供していただき、ありがたく感じています。この次に続くステップアップキャンペーンもぜひとも実施いただき、ともに成長できる強い関係づくりを進めていきたいです。

マレーシア 大手ディーラー
ESH社 幹部

 **Indonesia**
Fed 2015



市場の落ち込みにより他社が軒並み売上を落とす中、当社は売上をキープすることができました。納入するだけでなく実売までしっかりとフォローしていただき、感謝申し上げます。

インドネシア 大手ディーラー
Hartono社 幹部

海外：ご販売店さまの研修・育成

ご販売店さまのスタッフの皆さまが各国それぞれに適した一連のプロモーションを実施できるよう、商品知識力や接客力向上のためのATOM (Attack Team of Market) 実践研修^{※2}の支援をしています。

※2 シャープ独自の研修。接客に必要な基本的な動作の体得、接客販売の基礎知識の習得および商品知識強化システムによる販売技術力の強化を図ります。



ATOM実践研修の様子

【Ⅲ.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション

投資家とのコミュニケーション

2014年度の主な活動としては、大阪・東京両オフィスにて、投資家・アナリストとの個別IRミーティングやテレフォンカンファレンスを実施しました。また、経営幹部によるIR活動として、海外投資家訪問（北米・欧州・アジア）の他、証券会社主催のカンファレンスに複数回参加し、国内外投資家に対して当社の経営状況や事業戦略の説明を行いました。

9月に東京で行われたカンファレンスでは、国内外投資家との個別・グループミーティングの他、中小型ディスプレイの事業説明会を開催しました。説明会では、当社ディスプレイの事業戦略の他、車載向けフリーフォームディスプレイ※などの新技術を紹介しました。

今後も、事業活動や経営改善などに関する適正かつタイムリーな情報発信を図るとともに、当社経営幹部によるIR活動を強化してまいります。

※ IGZO技術の応用と独自の回路設計手法の確立により、ユーザーからのさまざまな形状ニーズに対応できるディスプレイ



経営幹部による事業説明会

【III.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

従業員とのコミュニケーション

従業員のやる気を醸成し会社が成長していくためには社内（個人・職場・会社）のコミュニケーションが非常に重要であると考え、経営企画、広報、人づくり、ブランド、IR、IT部門など、組織を横断したメンバーで各種インナー施策を全社に展開しています。

今後も従業員が能力や意欲を最大限に発揮できるように、社内のコミュニケーションを積極的に図っていきます。

経営幹部とのダイレクトコミュニケーション

社長をはじめ経営幹部が国内外の各拠点を訪問し、工場やオフィス、営業・サービスの現場の状況を見るときともに、現場で働く従業員と意見交換をしています。また、ストリーミング配信やマイク放送を活用し、タイムリーに情報を発信することで全員の士気と結束力を高めています。

社内報（冊子）の復刊

従業員の家族やOB・OGとのコミュニケーションを活性化する一助として、2015年1月に社内報を復刊しました。社内報には、挑戦する会社の取り組みや各事業所・関係会社の自発的な活動、生き活きと活躍する従業員の姿などを紹介しています。



Voice

社内報編集に参加した従業員の声

私にとって社内報は、会社からのメッセージに対して自分が何をすべきかを考えると同時に、誇りをもって仕事に励む従業員を見て“自分も頑張ろう”と奮起する材料になっていました。また、読み終わると家族に渡し、家族が会社のことを知る良い機会となっていました。

以前は、受け手側の目線だけで何気なく読んでいたため、いざ自分が作成することとなると、“受け手側が求める内容に沿った社内報とは何か。一方、作り手側のメッセージが伝わる社内報とは何か”について特に頭を抱えましたが、組織を横断したメンバーが編集委員として参画しているため、さまざまな意見をもとに作成することができています。また、社内報に対する社内Webアンケート調査を実施し、より良い社内報になるよう見直しも行っています。

今後も「作り手側の目線に偏らず、受け手側の目線に立つこと」を忘れず作成し、永年続くシャープファミリーの新たなメディアに育てていきます。



社内報冊子

社内SNS、社内Webサイトの情報配信

組織や地域の壁を越えた情報発信や意見交換を行うものとして、2013年5月から社内SNSを導入しています。また、社内Webサイト上には会社の経営状況や各種施策の他、社長の拠点巡訪の様子、各部門の取り組みを紹介するなど情報発信に努めています。2014年度は動画配信を積極的に活用し、従業員により分かりやすく正確に伝えています。

社内コミュニケーション推進委員の任命

会社の情報および施策の意図が現場に正しく伝わり、浸透しているかを確認するとともに、現場の生の声を全社に届ける社内コミュニケーション推進委員を2013年7月以来国内で任命しています。社内コミュニケーション推進委員は各事業所・関係会社の活動に関するレポーターも務め、全社の情報を共有する役割を担っています。

イベントなどを通じたコミュニケーション

各職場での定期的な懇談会（職.com）、部門の垣根を越えたプロジェクト活動による交流やスポーツ大会、ハイキング、文化祭などのイベント開催を通じた業務外でのコミュニケーションを図っています。また、従業員の家族を会社へ招待する「職場見学会」も開催し、従業員家族とのコミュニケーションの機会も積極的に設けています。



職場見学会（名刺交換）の様子



職場見学会（環境授業）の様子

【III.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

地域社会（環境）とのコミュニケーション

地域社会に根ざした工場を目指して

国内外の工場では、地域社会とのコミュニケーションなどを目的に工場環境取り組みをまとめたサイトレポートを毎年発行しています。発行したレポートは、Webサイトに公開するとともに近隣にお住まいの皆さまや工場にお越しいただいた方々に配布し、工場の取り組みについての理解を深めていただいています。

2014年度は、亀山工場サイトレポート「CSR Report 2014 亀山工場環境取り組みのご紹介」、三重工場サイトレポート「シャープ三重工場 環境・社会貢献活動情報誌2014」が、第18回環境コミュニケーション大賞※「優良賞」を受賞しました。



授賞式の様子

環境サイトレポート
(左) 亀山工場、(右) 三重工場

※ 環境省、一般財団法人地球・人間環境フォーラムが主催。優れた環境報告書などや環境活動レポート・テレビ環境CMを表彰することにより、事業者などの環境経営および環境コミュニケーションへの取り組みを促進するとともに、環境情報開示の質の向上を図ることを目的とする表彰制度。

関連情報： > [「環境サイトレポート掲載！工場からエコ 環境に配慮したものづくり」](#)

【Ⅲ.情報開示・情報保護】

ステークホルダーコミュニケーション

地域社会（コミュニティ）とのコミュニケーション

地域社会を意識した社会貢献活動の推進

社会貢献活動の企画および推進においては、社会的課題の解決につなげる観点から、地域社会からの期待や要望を意識した活動を目指して取り組んでいます。

その取り組みは、関連する自治体、NPO団体、地域社会などの皆さんとの情報・意見交換をはじめ、多様な協働方法や連携などで地域に密着した活動に拡がりつつあります。

具体的な事例では、森林保全活動地の自治体さまの行事に、間伐材（竹）を利用した燈籠の提供や、活動後に従業員が近隣商業施設の利用につながる促進策などを行っています。また、拠点近隣の清掃活動や町内会の皆さまと協働した地域の用水路の保全など、地域のご期待にお応えできるよう取り組んでいます。

今後も、各関係者との連携を継続するとともに、地域社会の方々との一層の交流などにも取り組みます。



シャープの森で間伐した竹を利用して作成した燈籠の提供



地域の方々と用水路保全活動に継続して取り組む広島ビルのメンバー

- 関連情報： > [環境分野の取り組み](#)
> [従業員ボランティア活動](#)



Voice

社内推進責任者の声

本社は大阪市阿倍野区にあり、街の中にある事業所であることから地元、地域とのつながりを大切にしています。

主な取り組みとして、1つめは近隣の公園、道路の清掃活動を行う「SGCクリーンアップ活動」です。毎月1回、有志が集まり、就業前の約30分間、吸い殻や空き缶などのゴミを回収しています。参加者は活動後、清々しい気分で業務をスタートしています。

2つめは、地域活動への参加、協力です。2014年秋に地域振興イベント「あべのあきないロード」が行われ、お祭り会場では、当社製品の体験コーナーの出店を行い、たくさんの近隣住民の方に当社の製品を紹介し、良さを知っていただく機会となりました。

また、近隣飲食店が協賛して開催された「西田辺まちバル」での清掃活動にも参加し、微力ながら地元イベントを盛り上げるお手伝いをさせていただきました。

これからも常に地元の一員として、報恩感謝の心でコミュニケーションを図ってまいります。



本社近隣で開催される地域行事に協力しています。

経営管理本部 総務部
部長 太田 弘幸

【III.情報開示・情報保護】

情報管理

情報セキュリティ戦略

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
社外公開サイトの集約一元管理推進継続	社外公開サイトの管理基準を改定し、周知徹底を実施	△
標的型攻撃メール対応訓練の実施	業務でメールを利用する全従業員対象に訓練実施	○

2015年度の重点取り組み目標	個人情報取扱部門で、国際基準のISO27001「情報セキュリティマネジメントシステム」の認証取得
	社外公開サイトの集約一元管理推進継続
	複合機からの情報漏えい防止のためのセキュリティ対策推進
中期（～2017年度）目標	“情報の活用”につながる情報管理の統一的、効率的運用の実現
	社外公開サイトを統一環境に集約し、管理強化
	情報セキュリティ観点において、社内の全複合機を最適化

シャープは、情報および情報システムの安全かつ適切な管理と利用を行うため「情報セキュリティグローバル基本方針」を定め、情報セキュリティの確保に取り組んでいます。

関連情報： > [情報セキュリティグローバル基本方針](#)

情報管理体制の強化

2014年10月より、全社最適視点で情報管理諸施策の推進を行う部門を、経営企画担当役員傘下に発足させました。

「情報セキュリティグローバル基本方針」に基づく秘密情報・個人情報の適切な管理、取り扱いと情報セキュリティ施策の円滑な推進とともに、ビッグデータなど、“情報の活用”にもつながる情報管理の統一的、効率的運用に取り組んでいます。

秘密情報漏えい防止の取り組み

秘密情報漏えい防止対策として、秘密文書管理システムおよびペーパーレス会議システムを全社へ展開中です。秘密文書管理システムを用いることにより、電子データの自動暗号化、閲覧権限の設定、編集・印刷・コピーなどの操作制限が可能となります。さらに、ペーパーレス会議システムを用いて、重要会議資料を電子データ化することにより、秘密情報を不正な利用から保護します。

今後も引き続き、実運用面の充実を図るために関連規程などの見直し・拡充を行い、これに基づく周知徹底を実施する予定です。

情報セキュリティ対策の取り組み

国内では、毎年、全従業員を対象として「情報セキュリティ」をテーマとするeラーニング研修を行っている他、各事業本部／関係会社などにおいて、年1回「情報セキュリティセルフチェック」を実施しています。

海外についても、米州、欧州、中国、アジアの地域ごとに、セルフチェックとオンサイト監査を組み合わせた「情報セキュリティ・インフラ監査」を継続して実施し、情報セキュリティ維持に取り組んでいます。

情報セキュリティに対する新たな脅威への対応

脅威が高まっている標的型攻撃への備えとして、業務でメールを利用する全従業員を対象とした標的型攻撃メール訓練を実施しました。さらに、標的型攻撃を受けた結果、社内コンピュータネットワークに侵入された場合においても、外部ネットワークとの不審な通信を検知・遮断するためのネットワーク監視ツールの運用および監視体制の強化を進めています。

また、情報漏えいの可能性が指摘される複合機についても、情報セキュリティ対策も進めています。社内ネットワークに接続された複合機に対して、全社で統一した情報セキュリティ基準を策定し、対策を進めています。

個人情報保護の取り組み

シャープでは、自社の情報だけでなく、お客さま、お取引先さま、従業員などから入手した個人に関する情報の漏えいリスクの発生を未然防止するために「プライバシーポリシー」に基づいた個人情報保護に取り組んでいます。

関連情報： > [プライバシーポリシー](#)

具体的には、毎年、国内全従業員を対象とした「個人情報保護」のeラーニング研修や社内ルールの整備を実施するとともに、個人情報の管理に関する監査を原則として年1回行っています。

Topics パーソナルデータの取り扱いに関する社内ルールの整備

シャープは、近年の情報通信技術の発展により多種多様な情報の取得が可能になった状況を受け、個人情報保護法上の「個人情報」に限らず、Webサイト閲覧履歴や端末IDなどの個人に関する全ての情報（パーソナルデータといいます）について、常に個人のプライバシーに配慮した取り扱いをするとの方針を定めました。

当社は、このような方針を、当社のプライバシーポリシーとして社外向けWebサイトで宣言するとともに、関連する社内規程を整備し、2014年9月には実務に携わる従業員の手引書となるガイドブックを作成し、従業員の啓発を図っております。このガイドブックでは、個人情報に限らず、個人に関する全ての情報については、適切な取り扱いをすることが重要であることを説明するとともに、その取得・利用などについて、ご本人に対しどのような説明をして了解を得るべきかなどを詳細に解説しています。



IV.地球環境保全への貢献



環境取り組み方針

- ▶ [「環境共有価値（Green Shared Value）の拡大」を目指して](#)

環境経営

- ▶ [環境経営の実践に向けて](#)
- ▶ [マテリアルバランス](#)
- ▶ [環境会計](#)

製品開発

- ▶ [環境に配慮した商品・デバイスの開発](#)
- ▶ [Close-up プラズマクラスター冷蔵庫<SJ-GF60A>が平成26年度省エネ大賞で「省エネルギーセンター会長賞」を受賞](#)
- ▶ [2014年度の主なスーパーグリーンプロダクト（SGP）認定機種](#)
- ▶ [ソーラーエネルギーソリューション事業の推進](#)
- ▶ [Close-up ソーラーエネルギーソリューション事業の取り組み](#)
- ▶ [グリーン調達・製品の含有化学物質管理](#)

製品製造

- ▶ [工場の環境配慮性を高める取り組み](#)
- ▶ [温暖化ガスの排出抑制](#)
- ▶ [Close-up 亀山工場の「液晶工場復活」に向けた省エネ活動」が平成26年度省エネ大賞で「経済産業大臣賞」を受賞](#)
- ▶ [廃棄物の排出抑制・再資源化](#)
- ▶ [水の有効利用](#)
- ▶ [工場で使用する化学物質の適正管理](#)

輸送

- ▶ [輸送における環境負荷低減](#)

廃棄・リサイクル

- ▶ [使用済み商品のリサイクルの推進](#)
- ▶ [資源循環型社会に貢献する環境技術](#)

生物多様性保全

- [生物多様性保全への取り組み](#)

環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準

- [環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準](#)

関連情報： > [CSR中期戦略【5つの重点項目③】環境共有価値（GSV）の拡大](#)

【IV.地球環境保全への貢献】

環境取り組み方針

「環境共有価値（Green Shared Value）の拡大」を目指して

シャープは、環境面における社会ニーズの充足と当社の事業成長を関連づけ、共有することで生み出される価値を「環境共有価値（GSV: Green Shared Value）」と定義し、環境方針として「環境共有価値の拡大」を掲げています。

社会ニーズの一つである低炭素社会の実現に貢献する取り組みとして、温暖化ガス排出源については、排出削減を求める法規制の対象である「製品製造」に加え、素材調達から製品使用などサプライチェーン全体に関わる排出量を包含した国際標準「スコープ3」にも対応して排出量の管理を行っています。

「環境共有価値の拡大」を目指し、シャープは、省エネ・創エネ製品による温暖化ガス削減貢献量（ポジティブ・インパクト）が、サプライチェーン全体の事業活動に伴う排出量（ネガティブ・インパクト）に対して常に上回るように、環境取り組みを推進しています。

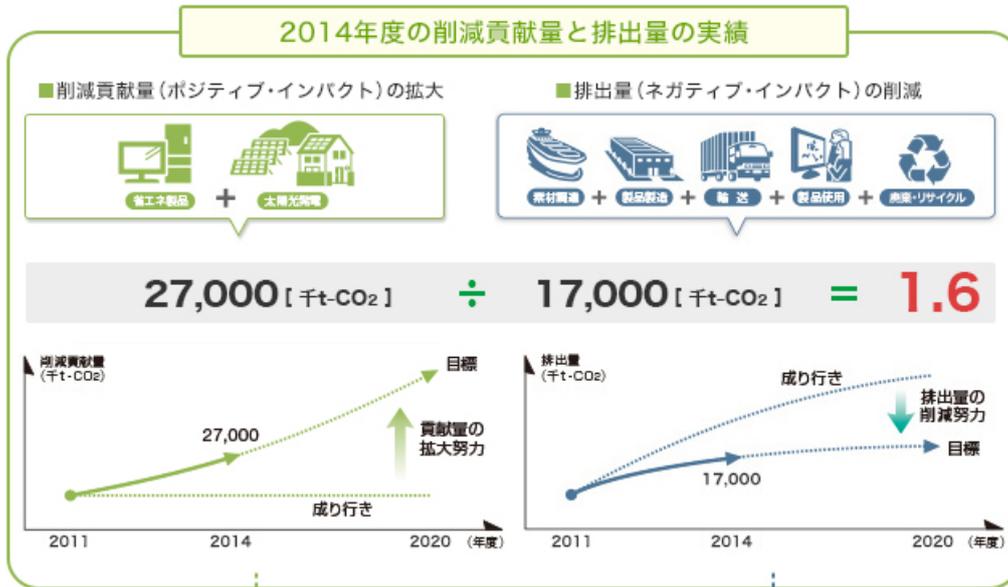
「環境共有価値(GSV)の拡大」を目指した取り組み



2014年度の実績

2014年度は、太陽光発電システムの出荷減少などにより、ポジティブ・インパクトは前年度比10%減少の27,000[千t-CO₂]となりました。一方、大型液晶テレビをはじめ、省エネ性能が優れた製品の創出を進めることなどを通じて、ネガティブ・インパクトは前年度比15%減少の17,000[千t-CO₂]となりました。

この結果、ネガティブ・インパクトに対するポジティブ・インパクトの倍数であるGSV指数を、1.6 (=27,000[千t-CO₂]/17,000[千t-CO₂])へと拡大しました。



削減貢献量の拡大に向けた取り組み

省エネ製品

スーパーグリーンプロダクト(SGP)認定制度による、製品の省エネ性能の向上

2014年度削減貢献量：11,000 [千t-CO₂]

太陽光発電

太陽光発電システムの拡販とエネルギーソリューション事業の推進

2014年度販売量：1,773MW
削減貢献量：16,000 [千t-CO₂]

排出量の削減に向けた取り組み

素材調達

取引先と連携したグリーン調達の推進

製品製造

省エネ設備の導入と省エネ活動の推進

輸送

輸送手段やルート、積載方法の改善

製品使用

省エネ製品の普及拡大

廃棄・リサイクル

使用済み製品の再資源化

▶ [温暖化ガス削減貢献量の算定方法はこちら](#)

▶ [温暖化ガス排出量の算定方法はこちら](#)

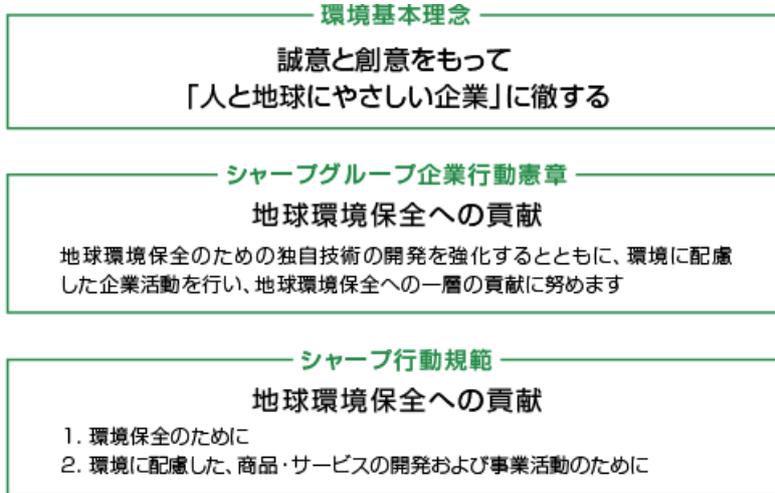
2015年度以降も、サプライチェーン全体の温暖化ガス排出量の削減を進めるとともに、省エネ製品の創出や太陽光発電システムの普及を進めることで、当社の事業成長と温暖化ガスの削減に貢献し「環境共有価値の拡大」を進めてまいります。

【IV.地球環境保全への貢献】

環境経営

環境経営の実践に向けて

シャープは「環境基本理念」のもと、「シャープグループ企業行動憲章」および「シャープ行動規範」に定めた地球環境保全への取り組み方針に沿って、全ての企業活動を環境に配慮して推進しています。



- 関連情報： > [シャープグループ企業行動憲章](#) 
> [シャープ行動規範](#) 

環境経営の推進体制

シャープは、全社環境方針などを決定・推進する組織として、CS・環境推進本部を設置しています。CS・環境推進本部では、環境経営に関わる全社レベルの重要な方針、戦略や施策について、全社会議に諮り会社幹部の承認を得るとともに、全社への徹底を図っています。具体的には、半期ごとに現場の環境責任者や海外拠点責任者に対して環境基本方針徹底会を開催し、製品設計や製造などを担うモノづくりの現場と戦略や重点的に取り組む施策などを共有しています。

また、これを受けて、各部門や拠点が推進する個別施策の進捗管理や課題解決に向けて、国内では「全社GP（グリーンプロダクト）／GF（グリーンファクトリー）推進会議」を、海外では各地域で環境会議を開催し審議や討議を行うなど、全社を挙げて環境経営を実践する体制を構築しています。

■ 環境経営推進体制



環境マネジメントシステムの推進

シャープは、環境経営の強化と従業員の環境意識の向上を目的に、1995年から工場やオフィスでの環境マネジメントシステム（ISO14001）の運用を進めています。

環境マネジメントシステムの規定や推進体制については、工場、オフィスなどそれぞれの特性に合わせてより効果的な運用を図るため、見直しや再構築に取り組んでいます。

- 関連情報： > [ISO14001認証取得工場・オフィス一覧](#) 

環境パフォーマンスデータ管理システムの運用

環境経営の推進にあたり、エネルギーの使用量、廃棄物の発生量や水の使用量など、事業活動に伴う環境負荷データなどを高い精度で迅速に収集・集計する「環境パフォーマンスデータ管理システム」を構築し、グローバルの全ての工場とオフィスで運用しています。

これらのデータを蓄積することにより、環境経営における現状の把握、課題の抽出および施策の立案などに活用しています。

環境教育の推進

製品に関する法規制について理解を深める「環境コンプライアンス研修」やリサイクルに配慮したモノづくりを目指した「リサイクル設計研修」などを全社で推進しています。また工場やオフィスにおいても、環境関連業務の担当者を対象とした専門研修や一般従業員を対象とした環境基礎研修などを実施し、継続的に従業員の環境知識の向上とマインドの醸成に取り組んでいます。

2015年度以降は、網羅的な環境教育に加え、より環境担当者のニーズを反映した環境教育のあり方を追求し、環境教育体系スキームを刷新します。



取り組み事例

実務担当者への定期的な環境研修を実施（葛城工場、堺太陽電池工場）

太陽電池やエネルギーソリューション機器を開発・製造している葛城工場（奈良県葛城市）や堺太陽電池工場（大阪府堺市）では、環境業務に関する研修を定期的開催しています。

2014年度は、内部環境監査員の養成研修をはじめ、商品企画や技術開発の担当者を対象とした「世界各国の製品環境法規制」や「シャープのグリーンプロダクトの考え方」に関する研修、生産に従事している担当者を対象とした「高圧ガス保安講習」や「廃棄物処理教育会」など計12回の研修を開催しました。

また、必要なときに環境に関する知識が得られるよう、工場の社内Webサイトに「環境ワンポイントレッスン」のページを設け、分かりやすくまとめたテキストを公開しています。



企画／設計部門対象のグリーンプロダクト研修



社内Webサイト「環境ワンポイントレッスン」ページ（左）と掲載されているテキスト（右）



Voice

担当者の声

私たちが扱う太陽電池は、創エネで地球環境に貢献できるからこそ、製造過程や寿命を全うした後の廃棄段階で発生する環境負荷を極力抑えなければならぬと考えています。

この考えや法規制に関わる情報を全部門に理解してもらうために「環境ワンポイントレッスン」を定期的に発信したり、業務内容に応じた専門研修会を開催しています。

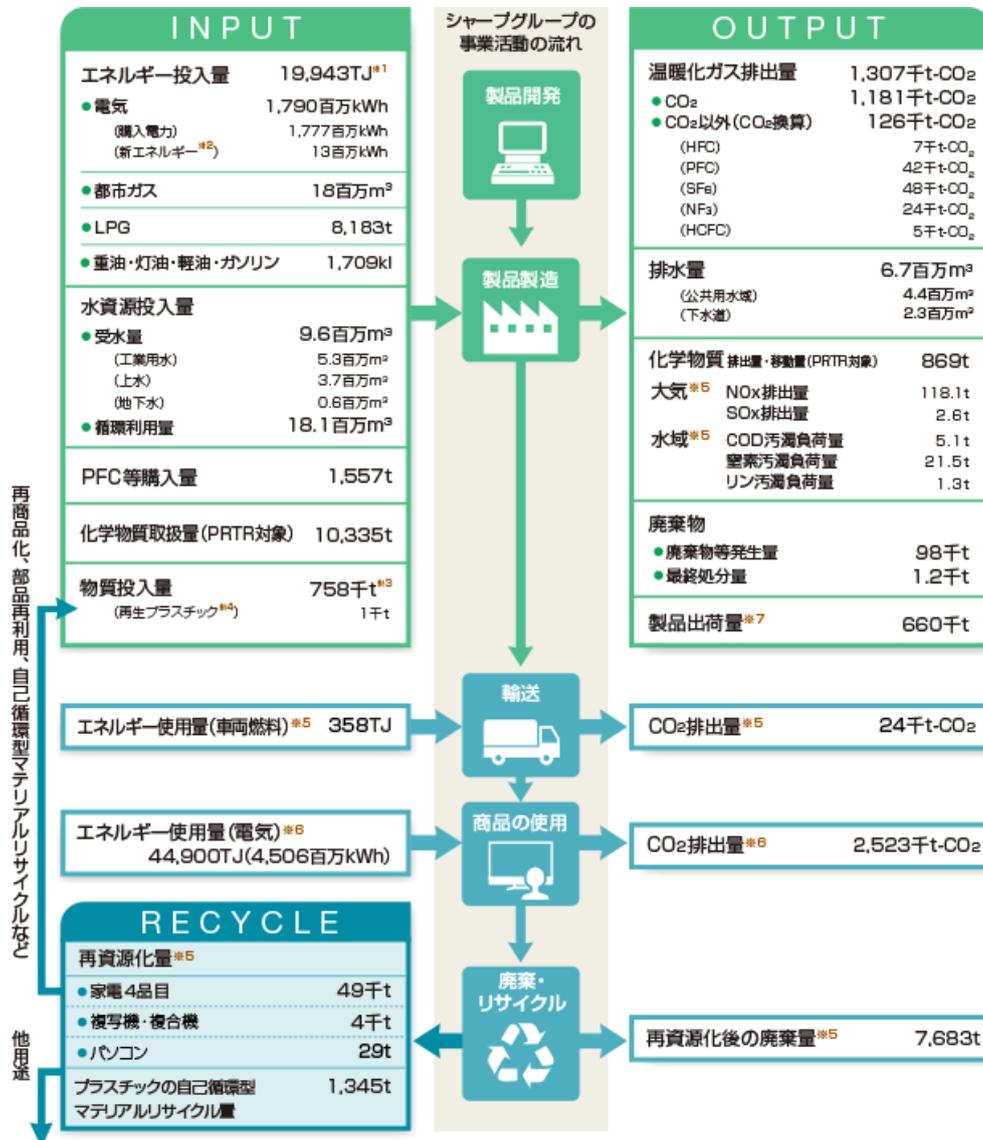
このような教育活動を継続することで、より多くの従業員に環境配慮への意識づけができればと日々努めています。



エネルギーシステム
ソリューション事業本部
葛城環境安全推進センター
副参事 橋本 隆宏

【IV.地球環境保全への貢献】
環境経営
マテリアルバランス

シャープでは、事業活動に伴う環境負荷の全体像を数値で把握した上で環境経営を進めています。事業活動のそれぞれの段階における現状の数値を、施策の立案や成果の分析・評価に活用することで、環境負荷の効果的な低減を目指しています。



※1 TJ=10¹²J

※2 太陽光発電量、グリーン電力証書購入量

※3 製品出荷量と廃棄物等発生量の合計

※4 自己循環型マテリアルリサイクル技術による再生利用

※5 国内

※6 2014年度に販売した主要13品目の1年間のエネルギー使用量およびCO₂排出量(推計)

※7 2014年度に販売した主要13品目の製品質量と包装材使用量の合計(推計)

関連情報： > [環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準](#)

GHGプロトコルに基づく温暖化ガス排出量

シャープは、GHGプロトコル※8に基づく温暖化ガス排出量を算出し、サプライチェーンを含めたシャープの事業活動およびシャープ商品の使用による温暖化ガス排出量の抑制に取り組んでいます。2014年度の実績は下表のとおりです。

※8 世界の有力企業が加盟する「持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）」と米シンクタンク「世界資源研究所（WRI）」が定めた温暖化ガス排出量を算出するための国際基準

■ スコープ1,2,3の温暖化ガス排出量（2014年度）

スコープ	排出量（千t-CO ₂ ）	備考
スコープ1（事業活動からの直接的温暖化ガス排出）	196	ガス、重油などの使用に伴う排出
スコープ2（事業活動でのエネルギー使用による間接的温暖化ガス排出）	1,111	電力などの使用に伴う排出
スコープ3（事業活動範囲外での間接的温暖化ガス排出）	29,052	「調達」「輸送・流通」「販売製品の使用」「従業員の通勤・出張」など10カテゴリーにおける排出

■ スコープ3のカテゴリー別温暖化ガス排出量（2014年度）

区分	カテゴリー	排出量（千t-CO ₂ ）	備考
上流	購入製品またはサービス	3,220	シャープグループが当該年度に販売した主要製品※9の調達部材の生産に伴うCO ₂ 排出量
	スコープ1、2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	100	シャープグループが購入した電力の送電損失に伴うCO ₂ 排出量
	上流の外部物流・流通	40	シャープグループの調達部材の物流・流通に伴うCO ₂ 排出量
自社	従業員の出張	20	シャープ（株）の全従業員の出張に伴うCO ₂ 排出量
	従業員の通勤	20	シャープ（株）の全従業員の通勤に伴うCO ₂ 排出量
	リース資産の稼働	-	スコープ1と2の排出量に含む
下流	販売製品の加工時	330	シャープグループの製品出荷先での加工に伴うCO ₂ 排出量
	下流の外部物流・流通	230	シャープグループが生産した製品の物流・流通に伴うCO ₂ 排出量
	販売製品の使用時	25,090	シャープグループが当該年度に販売した主要製品※9の使用に伴うCO ₂ 排出量
	販売製品の廃棄時	2	シャープ（株）が日本で販売した廃家電4品目※10のリサイクル処理に要したCO ₂ 排出量
合計		29,052	

※9 テレビ、エアコン、冷蔵庫、洗濯機、空気清浄機、レンジ、LED照明・電球、ブルーレイディスクレコーダー、FAX、携帯電話、インフォメーションディスプレイ、複写機・複合機、太陽電池（13品目）

※10 テレビ、エアコン、冷蔵庫、洗濯機

【IV.地球環境保全への貢献】

環境経営

環境会計

シャープでは、1999年度から環境会計を導入し環境保全に関わるコストと効果を定量的に把握し、環境経営の実践に役立てています。

環境保全コストについて

環境保全コストの投資については約23億円、費用については約346億円となりました。どちらも「企画・設計（研究開発）」に関するコストが大きなウェイトを占めています。

経済効果について

実質効果は、水の循環利用量の増加や廃棄物の有価物化推進などにより「廃棄物の排出削減と再資源化（資源循環）」に関する効果は向上したものの「温暖化ガスの排出抑制（地球環境保全）」に関する省エネ効果が減少したために、前年度とほぼ横ばいの約25億円にとどまりました。

環境保全活動分類 ()内:環境省の「環境会計ガイドライン」に基づく分類		環境保全コスト (百万円)		経済効果 (百万円)	環境保全効果	
主な取り組み内容		投資額	費用額	実質効果	物理的效果	
環境経営 (管理活動/ 社会貢献)	<ul style="list-style-type: none"> 環境マネジメントシステムの運用 環境教育活動 社会貢献活動の展開 情報開示 	24	2,067	-	環境経営の推進	
					環境教育受講者人数	133人
					環境社会貢献活動	
					SGC活動参加従業員数	延べ 18,995人
					環境/ものづくり教育実施校	延べ 131校
企画・設計 (研究開発)	<ul style="list-style-type: none"> 太陽光発電の研究開発 プラスチックの自己循環型マテリアルリサイクルの推進 環境基礎技術研究開発 	1,616	21,217	-	環境配慮型商品の提供	
					スーパーグリーンプロダクト創出機種数	66機種
					太陽光発電によるCO ₂ 排出抑制量	15,587千t-CO ₂ ^{※3}
					省エネ商品によるCO ₂ 排出抑制量	10,795千t-CO ₂ ^{※4}
温暖化ガスの 排出抑制 (地球環境保全)	<ul style="list-style-type: none"> PFC等^{※1}除害装置導入 太陽光発電の設置 省エネ設備 	53	2,225	844 ^{※2}	電力・燃料の使用削減による温暖化ガスの排出削減	
					CO ₂ 排出削減量	29千t-CO ₂
					PFC等排出削減量	1千t-CO ₂
生産 廃棄物の排出 削減と再資源化 (資源循環)	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物排出削減 有価物化の推進 用水の循環利用 	418	5,447	1,648	廃棄物の再資源化・適正処理	
					廃棄物再資源化量	71千t
					水の循環利用量	17,876千m ³
公害防止 (公害防止)	<ul style="list-style-type: none"> スクラパーの設置 排ガス処理システムの設置 	236	3,513	-	環境関連法規制遵守 大気汚染・水質汚濁・騒音・振動の防止 リスクマネジメントの推進 化学物質の適正管理と排出削減 土壌汚染リスクの低減	
リサイクル・輸送 (上下流)	<ul style="list-style-type: none"> 使用済み商品の回収 リサイクル適正処理の推進 	0	120	-	使用済み商品の回収・リサイクル・適正処理	
					使用済みパソコン資源再利用量	29t
					使用済み複写機・複合機再資源化量	4千t
					使用済み家電4品目再商品化量	49千t
					輸送時の環境負荷低減	
					モーダルシフト化率	26.3%
低公害車導入率	99.8%					
合計		2,347	34,589	2,492		

※1 HFC類、PFC類、六フッ化硫黄 (SF₆)、三フッ化窒素 (NF₃)、HCFC類

※2 減価償却中の設備に限定した施策についての累計効果

※3 2014年度に販売した太陽光発電を約20年間使用したと仮定して算定した抑制量

※4 2014年度に販売した主要4製品（液晶テレビ、エアコン、冷蔵庫、複写機・複合機）を約10年間使用したと仮定して算定した抑制量

用語説明

<環境保全コスト>

環境保全活動に関わる諸経費、人件費、減価償却費および投資額

<経済効果>

環境保全活動の結果として生じる社会や企業への貢献を貨幣単位で表したもの（省エネ対策や水の循環利用などで削減した費用や有価物の売却益など、直接的に金額で把握できる経済効果）

集計対象範囲

シャープ（株）の本社、田辺、亀山、三重、天理、福山、三原、葛城、堺、栃木、奈良、八尾、広島およびシャープマニファクチャリングシステム（株）、シャープ新潟電子工業（株）、シャープ米子（株）、シャープ三重（株）

集計対象期間

2014年4月1日～2015年3月31日

参考にしたガイドライン

環境省「環境会計ガイドライン2005年版」

【IV.地球環境保全への貢献】

製品開発

環境に配慮した商品・デバイスの開発

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
スーパーグリーンプロダクト（国内）の認定機種数：65機種	スーパーグリーンプロダクト（国内）の認定機種数：66機種	○
グリーンデバイスチャレンジポイント：平均45ポイント	グリーンデバイスチャレンジポイント：平均83ポイント	◎

2015年度の重点取り組み目標	① スーパーグリーンプロダクト（国内）の認定機種数：50機種（認定基準／評価内容は毎年見直し） ② グリーンデバイスチャレンジポイント：平均50ポイント（認定基準／評価内容は毎年見直し）
中期（～2017年度）目標	① スーパーグリーンプロダクト（国内）の認定機種数：50機種（認定基準／評価内容は毎年見直し） ② グリーンデバイスチャレンジポイント：平均50ポイント（認定基準／評価内容は毎年見直し）

シャープは、液晶テレビや冷蔵庫などの商品ならびに液晶モジュールや各種センサーなどのデバイスの環境配慮設計の指針となるガイドラインを策定・運用するとともに、環境性能の優れた商品・デバイスの認定基準を定め、これを毎年改定することで環境性能を継続的に高めています。

グリーンプロダクトの開発

環境に配慮した商品を「グリーンプロダクト（GP）」と呼び、1998年度から、7つのコンセプトに基づいて開発・設計指針をまとめた「GPガイドライン」を全ての商品設計部門で運用しています。

商品開発にあたっては、GPガイドラインをもとに策定した「GP基準書」に沿って企画段階で具体的な目標を設定、試作・量産段階でその達成度を評価し基準を満たしたものをGPとしています。

開発目標の指標となる「GP基準書」は、毎年改定することで商品の環境配慮性を継続的に高めています。

■ グリーンプロダクトのコンセプト

省エネ・創エネ	省エネ・創エネ性能の優れた商品 エネルギー効率の向上、エネルギー使用の削減など
省資源	省資源化を考慮した商品 使用材料の削減、使用時の資源削減、商品の長寿命化など
リサイクル配慮	リサイクルに配慮した商品 分離・分解しやすい構造設計、再資源化しやすい材料の採用など
安全使用・処理	安全に使用・処理できる商品 人体や地球環境に悪影響を与える物質の不使用など
グリーンマテリアル・デバイスの使用	グリーンマテリアル・デバイスを使用した商品 再生プラスチック、バイオマス由来プラスチックの採用など
電池等の環境配慮	電池・取扱説明書・包装等の環境配慮性を高めた商品 包装材の削減、電池の取り外ししやすい構造など
見える化	環境配慮性能／情報を見える化した商品 環境ラベルの取得、LCAの実績など

グリーンマテリアルの利用拡大

シャープは、グリーンプロダクトのコンセプトのひとつ「グリーンマテリアル・デバイスの使用」において、再生プラスチックやバイオマス由来プラスチックの採用を推進しています。

特に再生プラスチックの採用では、プラスチックを何度もリサイクルし素材を継続して使用するために「自己循環型マテリアルリサイクル技術」を開発しました。廃素材の回収、プラスチック再生処方の開発や再生プラスチックの特性に応じた設計などを、リサイクル会社および環境技術開発部門や商品企画部門が連携して取り組んでいます。

現在は、特定家庭用機器再商品化法（家電リサイクル法）対象の使用済み家電商品のプラスチック材料を原料としていますが、今後は、再利用するプラスチック量の増大を目指し、回収した複写機・複合機の部品を活用するなど、商品カテゴリーを超えたりサイクルに取り組んでまいります。

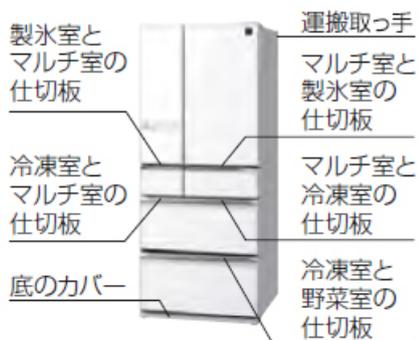
【グリーンマテリアルの採用事例】

グリーンマテリアル		商品	採用部位
再生プラスチック	ポリプロピレン (PP)	全自動洗濯機	水槽（全機種）、底台など
		冷蔵庫	仕切板、運搬取っ手など
	PC+ABS ※1	プラズマクラスターイオン発生機（車載タイプ）	内部部品
		業務用携帯端末（ハンディターミナル）	充電器
バイオマス由来プラスチック		携帯電話	充電器

※1 ポリカーボネートとアクリロニトリル・ブタジエン・スチレンのアロイ材（複数のポリマーを混合することで、新しい特性を持たせた高分子）

■ 再生プラスチックの採用部位

《冷凍冷蔵庫》



《プラズマクラスターイオン発生機》



《業務用携帯端末》



関連情報： > [プラスチックを繰り返し再利用する自己循環型マテリアルリサイクル技術を拡大](#)

スーパーグリーンプロダクトの開発

2004年度より、環境性能が特に優れた商品を「スーパーグリーンプロダクト（SGP）」として認定しています。2013年度からは、認定基準を「商品ごとのカテゴリー区分で省エネ／創エネ性能が業界No.1となる商品」または「独自技術などによりエネルギー消費量を大きく低減させた商品」に改定し、消費電力量を極力抑えた商品や高効率な太陽光発電の開発を積極的に進めています。

2014年度は、この認定基準に基づき66機種がSGPとして認定され、その売上高は2,246億円（GPの売上に占めるSGPの売上の割合：35.1%）となりました。

関連情報： > [SGP認定機種一覧](#)

グリーンデバイスの開発

環境に配慮したデバイスを「グリーンデバイス（GD）」と呼び、7つのコンセプトに基づいて開発・設計指針をまとめた「GDガイドライン」を全てのデバイス設計部門で2004年度から運用しています。

デバイス開発にあたっては、GDガイドラインをもとに策定した「GD基準書」に沿って、企画段階から具体的な目標を設定、試作・量産段階でその達成度を評価し基準を満たしたものをGDとしています。

2013年度には、お取引先さまやお客さまのニーズを踏まえた先進的な取り組みを評価項目に追加し、それらの達成度を「GDチャレンジポイント」として評点化する制度に刷新しました。2015年4月には、難易度の高い項目を盛り込み評価基準のレベルアップを図っています。今後もこの仕組みを活用し、デバイスの環境配慮性を継続的に高めてまいります。

■ グリーンデバイスのコンセプト

省エネ	エネルギー効率が良く、エネルギー使用の少ないデバイス 消費電力（量）、待機時消費電力の削減など
省資源	省資源化を考慮したデバイス 質量、容積の削減など
リサイクル配慮	リサイクルに配慮したデバイス 標準化されたプラスチックの使用、分離、分解しやすい構造設計など
安全使用・処理	安全に使用・処理できるデバイス 部品・材料含有化学物質管理の実施など
長寿命化	製品の長寿命化に配慮したデバイス 部品・消耗品を交換することにより寿命の延長が可能など (対象:液晶デバイス)
包装	包装の環境配慮性を高めたデバイス 包装材料の削減など
情報開示	環境情報の開示が可能なデバイス 含有化学物質の情報開示が可能など

商品のライフサイクルを通じた環境負荷の把握と低減

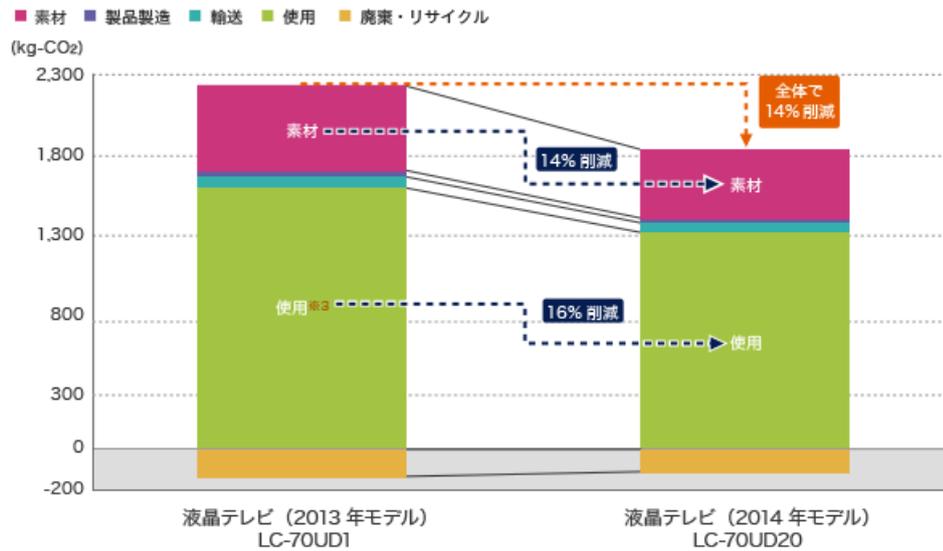
商品のライフサイクル※2における環境負荷をCO₂排出量に換算して定量的に把握するライフサイクルアセスメント（LCA）を実施することにより、環境負荷の低減に取り組んでいます。具体的には、液晶テレビをはじめとする家電商品は「使用時」の環境負荷が大きいことから、省エネ性能の向上に注力することにより、環境負荷の低減を効果的に進めています。

また、商品や包装材の設計を工夫し、軽量化、小型化、薄型化を図ることで資源の使用量を抑制し、調達や廃棄段階における環境負荷低減に努めています。

今後も、商品のライフサイクルを考慮した環境負荷のより小さい商品の開発を進めます。

※2 素材などの調達から、製造、輸送、使用、廃棄、リサイクルまでの商品の一生

■ 液晶テレビのLCAデータ、消費電力などの変化



年間消費電力量 ※4	310 kWh/年	260 kWh/年
本体質量	55 kg	44 kg
包装材容積	548 L	516 L

※3 使用時のCO₂排出量は、電力のCO₂排出係数0.570kg-CO₂/kWh（出典：電気事業連合会公表の排出係数の2014年度データ）を用いて算出

※4 「エネルギーの使用の合理化に関する法律（省エネ法）」に基づいて、一般家庭での平均視聴時間（4.5時間）を基準に算出した、一年間に使用する電力量（AVポジションを「標準」として測定）

製品環境総合評価システムを運用

環境法規制の遵守と環境配慮設計を促進するために「製品環境総合評価システム（e-SPIRITS）」を運用しています。

e-SPIRITSの運用により、設計・開発の全拠点におけるGP・GDの開発ノウハウや設計データをデータベース化し、設計水準の向上とともに、LCAの社内標準化を図っています。また、グローバルで推進しているSGPの認定制度にも対応しており、環境配慮型商品・デバイスの創出に活用しています。

【IV.地球環境保全への貢献】

製品開発



Close-up

プラズマクラスター冷蔵庫<SJ-GF60A>が平成26年度
省エネ大賞で「省エネルギーセンター会長賞」を受賞

シャープでは、環境性能が特に優れた商品を「スーパーグリーンプロダクト (SGP)」として認定しています。

2014年度にSGP認定したプラズマクラスター冷蔵庫<SJ-GF60A>は「平成26年度省エネ大賞」において「省エネルギーセンター会長賞 (製品・ビジネスモデル部門)」を受賞しました。<SJ-GF60A>は、環境性能の向上によるハード面と使用時に節電をサポートするソフト面の機能が評価されました。

ハード面では、高性能放熱システムや高効率冷凍サイクルの開発などにより、消費電力量を従来機比約35%削減※しました。また、結露防止ヒーターの熱負荷を低減するセンターピラーレス構造の採用やドアの閉め忘れを防止するオートクローズドア機構も省エネに貢献しています。

ソフト面では、お客さまの使い方が消費電力量に大きく影響することに着目し、節電につながる使い方を音声メッセージと光でお知らせする「ココロエンジン」を搭載しました。さらに「食のエコ」という考えのもと、野菜室やチルド室に高湿シールド構造を採用し、食品の乾燥防止機能を高めました。食品の鮮度維持を実現することで、食品ロスの削減が期待できます。

※ <SJ-GF60A>(220kWh/年)と、2010年7月発売の当社製同等容量冷蔵庫 <SJ-XF60S>(340kWh/年)との比較



エコをサポートする「ココロエンジン」のメッセージ例



昨日よりも冷蔵庫ドアを多く開けています

熱いものは、冷ましてから入れてね

節電25を設定すると効率よく節電できるよ

ドアの開閉は、できるだけすばやくしてね

賞味期限が近い食材はないですか？

省エネ大賞を受賞した<SJ-GF60A-R (レッド系)>とメッセージ例

Voice 担当者の声

環境性能の向上というハード面だけでなく、お客さまの実使用時の省エネに貢献できるような取り組みも行った結果「省エネ大賞」を受賞することができました。これからは「省エネ」というのは当たり前で、いかに食品のロスを減らすかという「食のエコ」という考えを、今以上に追求していきたいと考えています。

その第一歩が「冷凍」をキーワードに2014年10月に発売した「メガフリーザー」シリーズです。上手に冷凍を使うことで「食品の廃棄率をゼロに」という目標を掲げ、これからも社会に貢献できる商品を開発していきたいと思えます。



健康・環境システム事業本部
冷蔵システム事業部 国内商品企画部
係長 井上 智之

関連情報： > [SGP開発者インタビュー \(SJ-GF60A\)](#)

【IV.地球環境保全への貢献】

製品開発

2014年度の主なスーパーグリーンプロダクト（SGP）認定機種

以下の商品は、当社の「スーパーグリーンプロダクト（SGP）」制度※で環境性能が特に優れていると認定した機種の一例です。

※ 「商品ごとのカテゴリー区分で省エネ／創エネ性能が業界No.1となる商品」または「独自技術などによりエネルギー消費量を大きく低減させた商品」をSGPとして認定する制度



関連情報： > [2014年度のSGP認定機種一覧](#)

スーパーグリーンプロダクトの訴求

シャープでは、商品企画部門、技術部門など関連部門が連携してSGP認定基準を満たす商品の創出に取り組んでいます。これらの商品開発段階における取り組みをお客さまにお伝えし、当社の環境配慮型商品の創出に対する姿勢を訴求するために、SGPの紹介Webサイトを制作・運営しています。



SGPの開発秘話を紹介するWebサイト

関連情報： > [SGP紹介Webサイト「開発者インタビュー 聞いてなっとく! ココにもエコ」](#)

【IV.地球環境保全への貢献】

製品開発

ソーラーエネルギーソリューション事業の推進

中期（～2017年度）目標

ソリューション事業の比率を約5割に拡大

シャープは1959年に太陽電池の開発に着手して以来、約半世紀にわたり太陽光発電システムの開発と普及拡大に取り組んできました。その結果、2014年度までの太陽電池の生産量は累計10.3GWに達しています。太陽電池の開発・生産、システム設計、発電所の建設、保守メンテナンス、さらには独立発電事業や蓄電池を活用したエネルギーマネジメントシステムなど、ソーラーエネルギーソリューション事業をグローバルに展開しています。

国内におけるソーラーエネルギーソリューションの拡大

国内では、2014年度までに約71万軒の住宅屋根にシャープ製の太陽光発電システムが設置されています。住宅用太陽電池では、バックコンタクト構造※1を採用した高効率太陽電池「BLACK SOLAR（ブラックソーラー）※2」で、従来機※3に比べ出力が約3.5%向上した商品を2014年12月に発売しました。

また、当社は太陽発電システムの設置にとどまらず、太陽光で発電した電気を蓄電池に蓄え、HEMS（ホーム・エネルギー・マネジメント・システム）と省エネ家電で賢く消費する時代を見据えたZEH（ゼロエネルギーハウス）の実現を目指しています。その第一弾として、2014年7月には、クラウドを活用し効率的なエネルギーマネジメントを実現するクラウド蓄電池システムを発売しました。

一方、産業用分野では、設計から機器調達、建設までを手掛けるEPC事業※4や保守・メンテナンス事業、さらには独立発電事業にまで広がっています。独立発電事業では、2014年度までに24か所（合計60MW）の発電所が稼働しています。



クラウド蓄電池システム

左から ハイブリッドパワーコンディショナ<JH-55FM3P>

リチウムイオン蓄電池本体<JH-WB1503>（左側：メインユニット、右側：サブユニット）

マルチエネルギーモニタ<JH-RWL6W>

※1 太陽電池表面の電極をなくし太陽光を受ける面積を最大化した構造

※2 <NQ-210AD/148AD/095LD/095RD>

※3 <NQ-203AD/143AD/092LD/092RD>

※4 Engineering Procurement Construction：プラント建設などにおいて、エンジニアリングの設計、資機材調達、製作、建設工事を含む一連の工程を請け負う事業

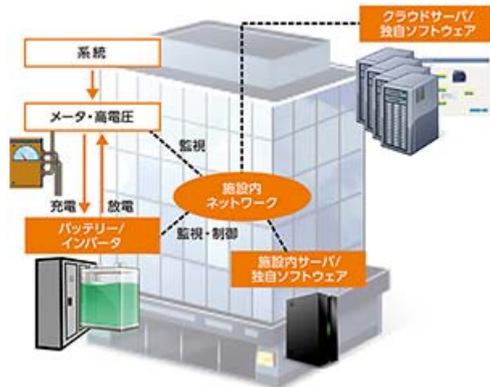
エネルギーソリューションのグローバル展開

海外でもEPC事業ならびに保守・メンテナンス事業を手掛けています。

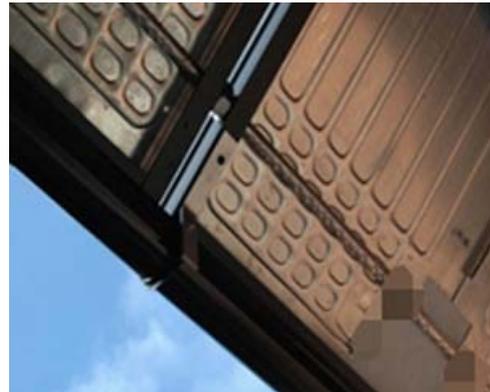
米国では、デマンド料金※5の割合が高いカリフォルニア州で、電力需要の上昇に合わせて蓄電池に充電した電気を使用することで購入電力のピークを下げ、エネルギーコストの削減を実現するピークカットシステムを2014年10月に発売しました。今後は、ピークチャージ電力料金が増加傾向にある他の地域にも販売を拡大します。

欧州では、太陽の光だけでなく熱も利用するPV※6サーマルシステムの事業化に取り組んでいます。当社が独自に開発した集熱モジュールにより電気と熱を取り出し、熱はヒートポンプにつなぐことで温水や室内暖房に利用することができます。イギリスの一般住宅での実証実験では、セントラルヒーティングの光熱費が約60%削減されました。

今後もさまざまなソリューション事業を海外でも展開してまいります。



ピークカットシステムの概要



PVサーマルシステム（ソーラーモジュール裏面に設置された排水管）

※5 一定期間内の最大需要電力（デマンド値）に対し課金される電気料金

※6 Photovoltaics（太陽光発電）

【IV.地球環境保全への貢献】

製品開発



柏の葉スマートシティにHEMSを納入（日本）

シャープは、三井不動産さまとともに「柏の葉AEMS※1」と連携する「柏の葉HEMS（ホーム・エネルギー・マネジメント・システム）」を開発しました。このシステムは、各ご家庭のエネルギー使用状況を見える化するだけでなく、家電機器の制御や生活スタイルに適した省エネアドバイスを提供します。またAEMSとの連携により「他世帯や街全体との省エネ状況の比較」「省エネ達成度合いに応じて地域ポイントが貯まる“柏の葉ポイント”」「地域のイベント情報や交通情報、災害発生時の防災情報」などをHEMS専用のタブレット端末で確認できるようになり、家庭から地域にわたるエネルギーの効率的な使用に役立っています。

また、建物の屋上や壁面、ひさしには当社のブラックソーラーやクリスタルスルータイプなどの太陽電池を設置いただいています。



柏の葉HEMSタブレット端末画面イメージ



地域イベント情報の確認画面イメージ

※1 Area Energy Management System：地域を対象としたエネルギー管理システム

Voice お取引先さまの声

柏の葉スマートシティでは、分散電源設備の一つとして自然エネルギーを活用できる太陽光発電システムに着目していました。

中でもシャープ製太陽電池の長年の実績による信頼性や風雨に対する架台の耐久性などを高く評価しました。

またHEMSでは、各住戸の電気使用量だけでなく家電別の使用状況も把握できることに加え、街全体のエネルギーを監視・制御するAEMSとの連携システムを構築するなど、カスタム対応いただけた点に満足し導入いたしました。



三井不動産株式会社
柏の葉街づくり推進部
事業グループ 統括 近澤 誠さま

タイ王国で約52MWの大規模太陽光発電所を完工（海外）

タイ王国の発電事業者であるSSP社※2より約52MW-dc※3の大規模太陽光発電所の建設を受注し、2015年2月に完工、運転を開始しました。これにより、タイ王国における当社の太陽光発電所の累計建設量は140MWを超える規模となりました。この発電所では、高温時の温度特性に優れる薄膜太陽電池モジュールを採用し、約1.3km²の広大な敷地に約40万枚の薄膜太陽電池モジュールと周辺システムを設置しました。発電所の保守・メンテナンスおよび運転管理は2011年3月に設立したSSMA社※4が担当し、特別な教育や訓練を受けた専任者が発電事業の運営をサポートしています。

※2 Serm Sang Palang Ngan Co.,Ltd：SNNP社（Tang Kim Heng Group）が母体の特別目的会社
発電事業の企画、投資、運営を行う

※3 direct current：直流電流

※4 Sharp Solar Maintenance Asia Co.,Ltd.：アジア地域における大規模太陽光発電所の保守・メンテナンス業務を行う目的で、2011年3月21日に設立した当社の子会社



タイ・ロップリ県の大規模太陽光発電所



Voice

担当者の声

タイ語がほとんど話せない私ですが、ローカルスタッフの根気強い作業や安全担当者の献身的なパトロール、そして徹底した安全教育のおかげで、無事に完工までこぎ着け、十分な発電性能を得ることができました。

今回の案件では、当社が開発した「太陽電池モジュール清掃マシン」をメンテナンス業務の一部に使用しています。メガソーラーの建設には設計・施工・運営・メンテナンスの全てにおいて、一層のコストダウンが求められています。上記清掃マシンのような新たな技術を駆使しながらお客さまのご要望に応じてまいります。



シャープソーラーソリューションアジア (SSMA)
技術部長 吉見 直輝 (前列左から3番目)

【IV.地球環境保全への貢献】

製品開発

グリーン調達・製品の含有化学物質管理

グリーン調達の推進 ～サプライチェーンにおける環境負荷低減活動～

シャープは、2000年度に「グリーン調達ガイドライン」を策定し、お取引先さまの協力を得て環境負荷の低い物品を調達することで、材料・部品レベルから環境配慮性を高める取り組みを継続しています。2005年度には「グリーン調達ガイドライン」の遵守をお取引先さまとの契約内容に含め、2011年度にはお取引先さまの「生物多様性保全」への取り組みを促進するため、当該ガイドラインを改定しました。

2015年4月には「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」をEICC（Electronic Industry Citizenship Coalition：電子産業CSRアライアンス）が策定する「EICC行動規範」に準拠した内容へ改定するにあたり、これまで個別に実施していた「グリーン調達調査」と「CSR調達調査」を「CSR・グリーン調達調査」に統合しました。

今後も、サプライチェーン全体での環境負荷低減を目指し、お取引先さまとともに環境を重視した事業活動を推進します。



Voice

担当者の声

環境にやさしいモノづくりを部材の調達段階から推進するとともに、欧州をはじめとする各国の製品関連環境法規制に対応するため、お取引先の皆さまのご協力をいただきながらグリーン調達を推進しています。具体的には、シャープ調達ポータルサイト（SCOPE※1）を通じて、納品いただいている部材の含有化学物質やサプライヤー様の環境取り組みを調査し、環境配慮設計に活用しています。使いやすいシステムの開発や、各事業本部との迅速な調査結果の共有などを心掛けています。



CS・環境推進本部
環境安全推進室 環境企画推進部
主事 伊納 一平

※1 Sharp Cooperation System of Procurement for Essential Partners：シャープの製品含有化学物質調査やCSR・グリーン調達調査システムのアクセス窓口を一つにまとめたポータルサイト

製品の化学物質管理

テレビや冷蔵庫など数百から数千の部品からなる電気製品にはさまざまな化学物質が含まれており、これらを適正に管理するために世界各国で化学物質を規制する法律が制定されています。EUではRoHS指令※2により特定化学物質の製品への含有が禁止されるとともに、REACH規則※3によりサプライチェーンでの情報伝達や開示などが義務化されています。また、日本や中国でも特定化学物質の含有情報の開示などが求められています。

シャープは、1994年度に構成部品・材料に含まれる化学物質について法規制や業界の自主規制より厳しい基準を設け、開発・設計段階で安全性を評価する独自の「化学物質に係わる製品事前評価（C-PA：Chemical - Product Assessment）制度」を導入し、製品使用時の安全性確保と廃棄時の環境負荷低減を図っています。

また、独自の化学物質管理システムを構築し、お取引先さまの協力を得て部品や材料に含まれる化学物質のデータを収集することにより、製品に含まれる化学物質のデータベースの拡充に取り組んでいます。

※2 「電気・電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限」に関するEU指令（2003年公布／2011年改正）

2006年7月1日以降、EUの市場に投入される電気・電子機器について、鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、ポリ臭化ビフェニル（PBB）、ポリ臭化ジフェニルエーテル（PBDE）の使用を制限（2015年3月末現在）

※3 EU域内で製造もしくは輸入する化学物質の登録・評価・認可を義務づける欧州の化学物質規則（2007年施行）

【IV.地球環境保全への貢献】

製品製造

工場の環境配慮性を高める取り組み

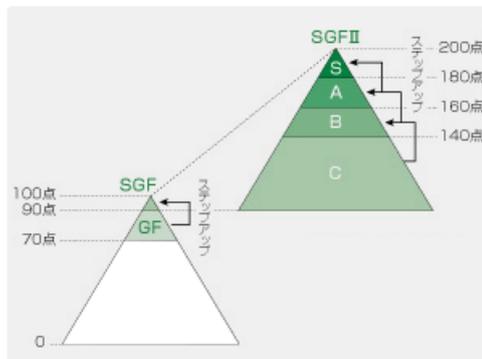
2015年度の重点取り組み目標	シャープグリーンファクトリー（ShGF）施策の国内工場への展開
中期（～2017年度）目標	ShGF施策のアセアン地域工場への展開

シャープグリーンファクトリー（ShGF）施策の展開

シャープは工場の環境配慮性を高めるため、独自の評価・認定制度を2003年度から運用し、高効率機器や排ガスの除害設備の導入などハード面の整備と設備の適切な運用・管理といったソフト面の取り組みなどを進めてきました。その結果、これまでにほぼ全ての工場が目標水準（スーパーグリーンファクトリー）に達しています。

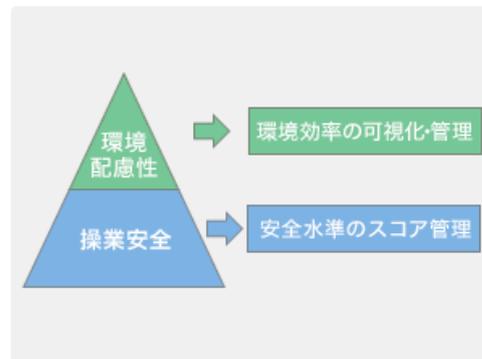
次のステップとして、高めた環境配慮性水準の維持継続と操業安全水準の向上を目指し、新たに「シャープグリーンファクトリー（ShGF）」施策を展開していきます。

■「スーパーグリーンファクトリー」評価・認定制度



環境配慮性水準を高める施策

■「シャープグリーンファクトリー（ShGF）」施策



高めた水準を維持する施策

工場の環境配慮性水準の維持継続

エネルギー、廃棄物、水資源、および化学物質の主要な4分野に対する環境効率の可視化と管理を通じ、工場ごとに抽出した課題などへの対応を図ることで、環境配慮性水準を維持継続していきます。

工場の操業安全水準の向上

工場関連法規制の強化や設備の経年劣化などへ確実に対応するため、法律対応を主とする環境保全業務と工場インフラや環境関連設備の適正管理の指針となる「環境安全業務ガイドライン」を策定し、運用しています。

これらの運用状況については監査により毎年確認するとともに、監査結果のスコア管理を通じて操業安全水準の向上を図っています。



取り組み事例

社外環境評価の取得推進（インドネシア SEID）

インドネシアの生産・販売拠点SEID（ジャカルタ）は、インドネシア政府が企業の環境パフォーマンスを評価するプロパー制度※において、環境法規制を遵守し積極的に環境保全に取り組む企業に与えられる「ブルー」の認定を4年連続で取得しました。政府による更新監査が年々厳しくなる中、2014年度は、工場の排ガスや排水などの厳格な管理により環境基準を満たすとともに、有害廃棄物処理など全ての環境法規制への遵守を徹底し、これらの取り組みを確実に政府に報告することで認定を受けました。



プロパー制度「ブルー」の認定書



排ガス測定の様子

※ 企業の環境管理パフォーマンスを5段階（高い評価からゴールド、グリーン、ブルー、レッド、ブラック）で格付けし、その評価を公表する制度

【IV.地球環境保全への貢献】

製品製造

温暖化ガスの排出抑制

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
(国内) エネルギー消費量原単位：年平均1%以上改善 (2010～2014年度平均)	(国内) エネルギー消費量原単位：年平均3.0%改善 (2010～2014年度)	◎
(海外) エネルギー消費量原単位：2013年度比で改善	(海外) エネルギー消費量原単位：前年度比4%改善	◎

2015年度の重点取り組み目標	エネルギー使用量原単位改善率 (基準年：2012年度)：25%
中期 (～2017年度) 目標	エネルギー使用量原単位改善率 (基準年：2012年度)：27%

シャープグループの温暖化ガス排出量を抑制

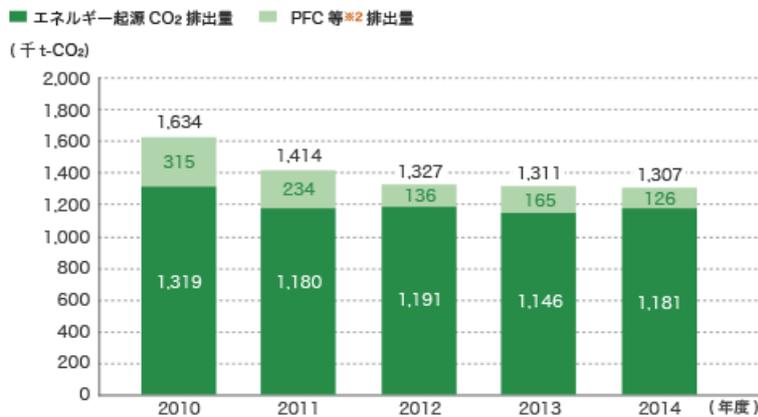
シャープは地球温暖化の防止に貢献するため、事業活動に伴う温暖化ガス排出量の抑制に取り組んでいます。生産設備から電気・ガス・水などを供給するユーティリティ設備に至る、あらゆる設備に踏み込んで省エネ取り組みを強化した結果、国内の購入電力のCO₂排出係数※1が上昇する中、2014年度シャープグループの温暖化ガス排出量は前年度比0.3%削減となり、温暖化ガス排出量の生産高原単位を前年度比2%改善しました。

今後も省エネ施策の推進に加え、地球温暖化への影響が大きいPFC (パーフルオロカーボン) など※2を影響が小さいガスへ代替する検討も進め、温暖化ガスの排出量を抑制します。

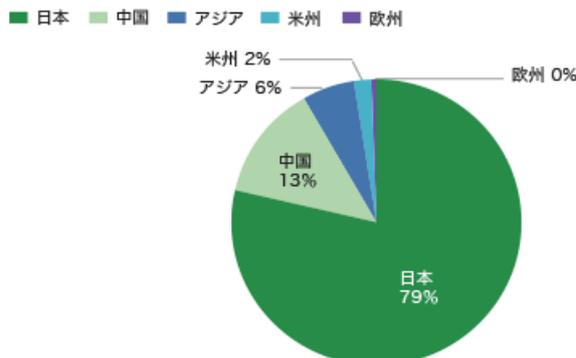
※1 燃料や電力の使用に伴うCO₂排出量を算出するための係数

※2 HFC類、PFC類、六フッ化硫黄 (SF₆)、三フッ化窒素 (NF₃)、HCFC類

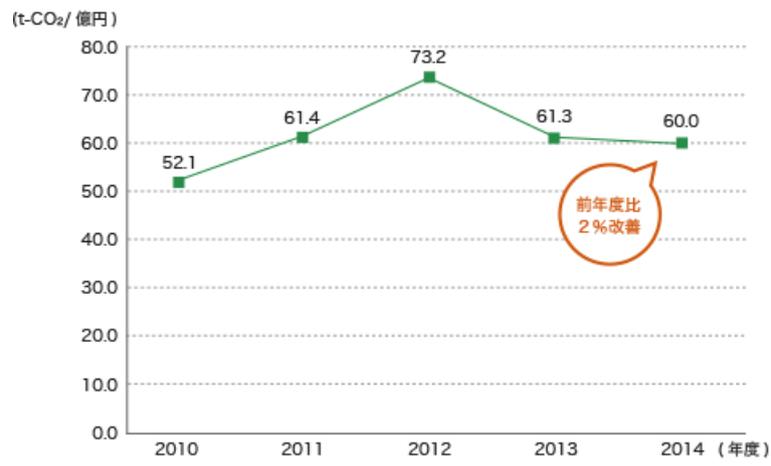
■ 温暖化ガス排出量の推移



■ 温暖化ガス排出量の地域別内訳 (2014年度)



■ 温暖化ガス排出量の生産高原単位の推移



【IV. 地球環境保全への貢献】

製品製造



Close-up

亀山工場の「液晶工場復活」に向けた省エネ活動が 平成26年度省エネ大賞で「経済産業大臣賞」を受賞

液晶ディスプレイの製造工場では、各種生産設備やクリーンルームの空調などに固定エネルギー※1を大量に使用しています。

亀山工場では、外部環境の変化によりエネルギー利用効率※2が悪化したことを受け、2011年度に関連部門を横断して組織された「省エネワーキンググループ」の活動を強化し、固定エネルギーの削減に取り組みました。2011年度からの3年間で実施した307件の省エネ活動の内、特に効果が大きかった5つの取り組みが「平成26年度省エネ大賞」において評価され、「経済産業大臣賞（省エネ事例部門）」を受賞しました。

「外気処理空調機※3への熱回収システム導入」「クリーンルーム空調の最適化」「クーリングタワー※4の季節による運用の変更」「生産装置用ファン・ポンプ予備機の起動制御ソフトの改造」「工場内照明のLED化」の5つの取り組みにより、原油換算で5,505kL/年のエネルギーを削減しました。これは一般家庭約6,800軒の1年分の電気使用量に相当します。同時に投資額を上回るコストダウンを実現し、環境保全と事業経営の両面に貢献しています。



省エネワーキンググループの活動の様子



省エネ大賞表彰式

- ※1 生産量の多寡に関わらず必要なエネルギー
- ※2 原油1kL分のエネルギー量で生産できる液晶パネル面積
- ※3 外気を取り込み、温度や湿度を調整してクリーンルームへ送り込む設備
- ※4 空調に使用する冷却水を製造する設備

Voice
担当者の声

亀山工場では、2011年度に悪化したエネルギー利用効率を改善するため、空調設備などのユーティリティ設備だけでなく、液晶パネルを生産しているクリーンルームの生産設備にまで切込み、工場全体で固定エネルギーの削減に取り組みました。

今後も常に新しい省エネ施策の実践を通じて、エネルギー利用効率の改善に貢献していきたいと思っています。



ディスプレイデバイス管理本部
亀山環境安全推進センター
副参事 今津 史郎

関連情報： > [工場のイチ押し エコ特集](#) [（亀山工場の省エネ活動）](#) [🔗](#)

【IV.地球環境保全への貢献】

製品製造

廃棄物の排出抑制・再資源化

2015年度の重点取り組み目標	最終処分率：1.1%以下
中期（～2017年度）目標	最終処分率：1.0%以下

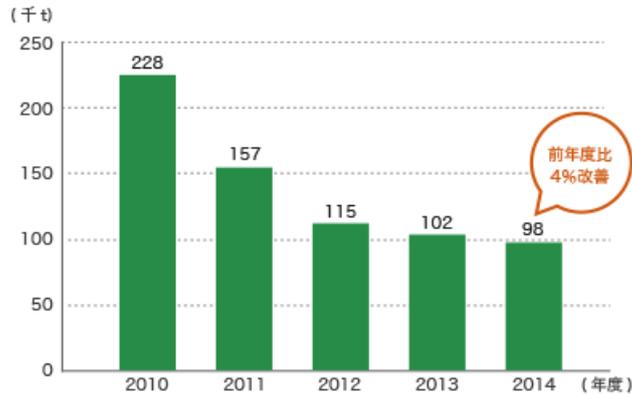
シャープグループの廃棄物等発生量を抑制

シャープは資源循環型社会の構築に貢献するため、廃棄物の削減と再資源化に取り組んでいます。2014年度のシャープグループの廃棄物等発生量は前年度比4%削減、廃棄物等発生量の生産高原単位は前年度比6%改善しました。

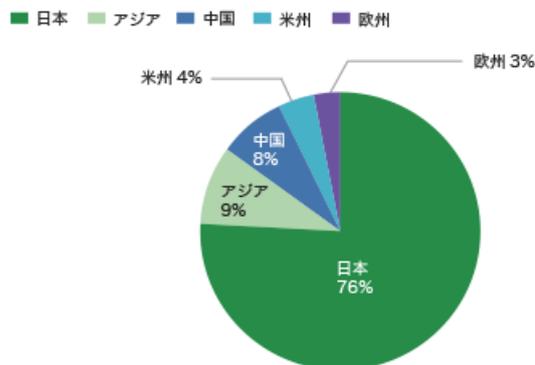
また、廃棄物や廃液の再資源化・有価物化などの取り組みを継続的に進めたことにより、国内工場では14年連続でゼロエミッション[※]を達成しています。今後は資源の有効活用に向け、最終処分率をグローバルで削減する目標を設定し、廃棄物のさらなる削減取り組みを推進していきます。

※ シャープでは、廃棄物最終処分率0.5%未満をゼロエミッションとしています。
 廃棄物最終処分率（%）＝最終処分量÷廃棄物等発生量×100

■ 廃棄物等発生量の推移

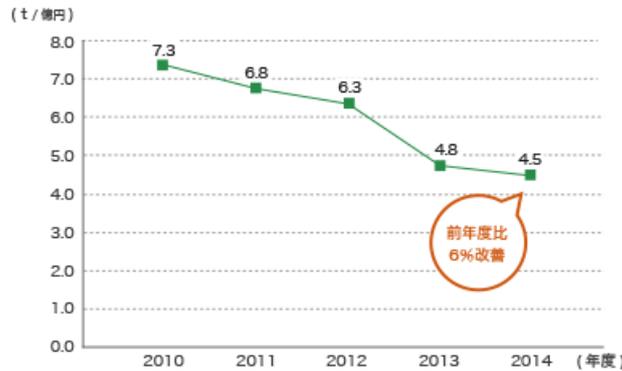


■ 廃棄物等発生量の地域別内訳（2014年度）



関連情報： > [シャープ（株）における廃棄物に関する詳細データ（日本）](#)

■ 廃棄物等発生量の生産高原単位の推移



国内におけるPCB廃棄物の適切な保管と処理

PCB（ポリ塩化ビフェニル）廃棄物を事業所単位で適正に管理し、行政への届出を徹底しています。法律で規定されている期限（2027年3月末）までに無害化処理を完了するために、処理認定機関に登録し、計画的に処理を進めています。現在、高圧トランスの一部を除きPCBは使用していません。



取り組み事例 …… 繰り返し使用可能な荷崩れ防止用バンドの採用による廃棄物の抑制（中国 NSEC）

中国の生産拠点NSEC（南京）は、2013年度から液晶テレビ輸送時の商品保護や荷崩れ防止のために使用していたストレッチフィルムを、繰り返し使用可能な荷崩れ防止用バンドに変更し、32型や40型の中型テレビの輸送で使用しています。2014年度は、品質保証試験を行った結果、大型テレビの輸送においても荷崩れ防止用バンドの使用が可能となり、現在は90型を除く全てのテレビ輸送で採用しています。この取り組みにより、廃棄物となっていたストレッチフィルムを年間約20t削減しました。



ストレッチフィルム使用



荷崩れ防止用バンド使用



Voice …… 担当者の声

従来、使用後のストレッチフィルムは廃棄していたため、環境配慮と費用面で何とか改善できないかという思いが頭から離れませんでした。そこで繰り返し使用可能な荷崩れ防止用バンドの採用を決めました。品質への影響がないよう慎重にテストを行いながら、まずは中型テレビ、その後バンド丈の改善を加えた上で、大型テレビに導入しました。今回の取り組みにより廃棄物とコストを削減できたことから、今後もバンドの使用可能な分野を検討し、環境配慮に尽くしていきたいと思えます。



NSEC 事業推進統轄
販売管理部 販売管理課
課長 余朕

【IV.地球環境保全への貢献】

製品製造

水の有効利用

2015年度の重点取り組み目標	受水量原単位改善率（基準年：2012年度）：22%
中期（～2017年度）目標	受水量原単位改善率（基準年：2012年度）：23%

シャープグループの受水量の削減と循環利用の推進

シャープは、受水量の削減と循環利用による水の有効利用に取り組んでいます。

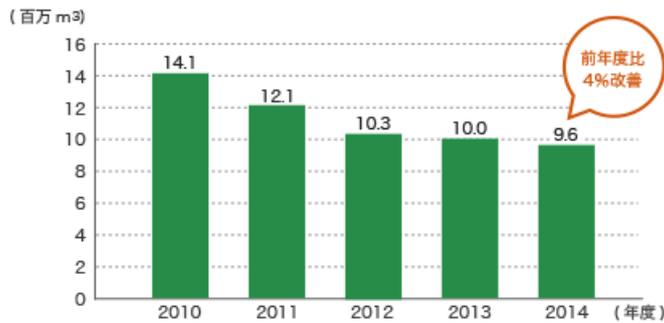
2014年度のシャープグループの受水量は前年度比4%削減、受水量の生産高原単位は前年度比5%改善しました。

液晶パネルの製造で大量の水を使用する亀山工場（三重県亀山市）と三重工場（三重県多気郡）では、工程排水を全量回収し再利用するクローズド・システムを導入しています。こうした取り組みにより、シャープグループの循環利用率[※]は6割以上を維持しています。

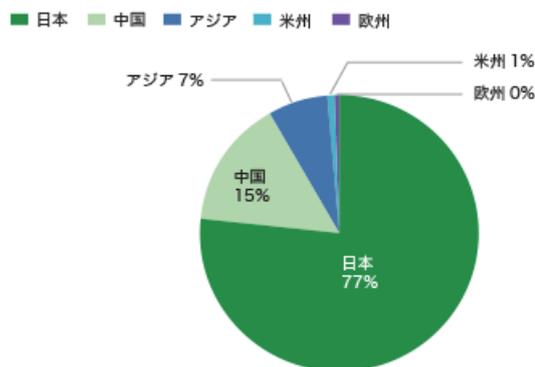
今後は受水量原単位の改善を目標に設定し、水資源の効率的な利用に向け、引き続き取り組みを推進します。

※ 循環利用率 = 循環利用量 ÷ (受水量 + 循環利用量)

■ 受水量の推移

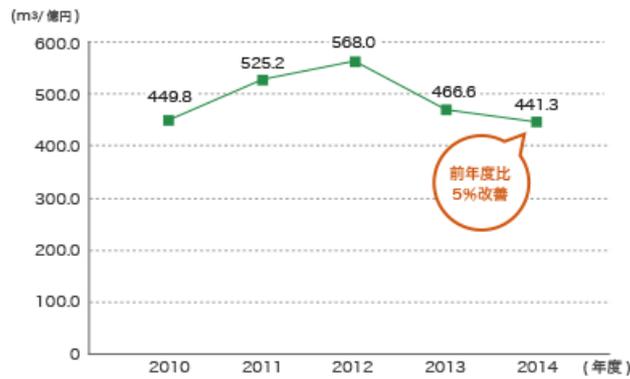


■ 受水量の地域別内訳（2014年度）

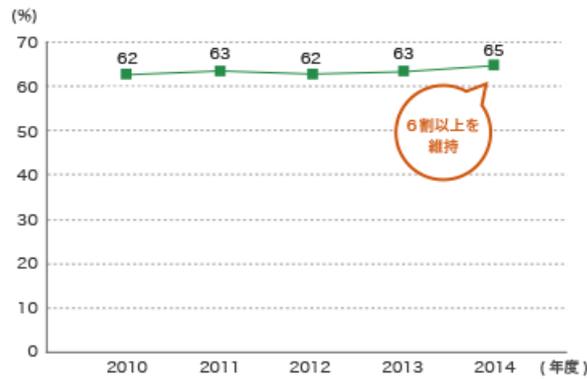


関連情報： > [シャープ（株）における水に関する詳細データ（日本）](#)

■ 受水量の生産高原単位の推移



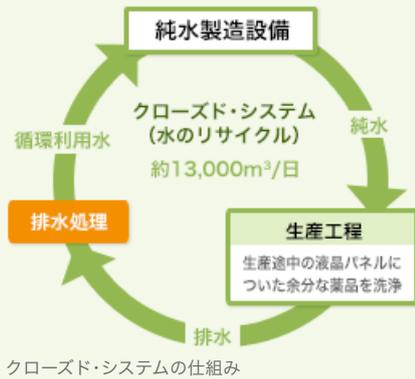
■ 循環利用率の推移



取り組み事例 「クローズド・システム」による水のリサイクル

三重工場（三重県多気郡）では、液晶ディスプレイの生産で使用する大量の水を半永久的にリサイクルする「クローズド・システム」を採用しています。

生産に使用した水は、微生物の力で薬品を自然分解処理する「生物接触ろ過」、細かい物質を取り除くための「ミクロンフィルター（精密ろ過膜）」、イオン（薬品成分）を取り除く「逆浸透膜（RO膜）」などを経て、工業用水と同等以上の水質にまで浄化します。その後、純水製造装置で水質を高め、繰り返し生産に使用しています。



繁殖させた微生物で薬品を分解する水槽

関連情報： > [工場のイチ押し エコ特集](#)（[三重工場の「水」の有効活用](#)）

【IV.地球環境保全への貢献】

製品製造

工場で使用する化学物質の適正管理

2015年度の重点取り組み目標	PRTR対象物質排出・移動量原単位改善率（基準年：2012年度）：10%
中期（～2017年度）目標	PRTR対象物質排出・移動量原単位改善率（基準年：2012年度）：15%

化学物質の適正管理

シャープは、生産工場で使用される化学物質の適正管理を徹底しています。新たな化学物質や取り扱い設備の導入時には、独自のプロセスアセスメント制度※1により、厳密な事前審査を実施することで、環境負荷の低減と安全の確保、健康への配慮を行っています。

現在取り扱っている化学物質については、取り扱い従業員を対象に教育・訓練を定期的実施し、事故防止に努めるとともに、環境安全業務監査※2により適正な管理を確認しています。

また、PRTR制度※3に基づき、対象化学物質の排出・移動量を把握し報告しています。2014年度は、工場単位の年間取り扱い量が500kg以上の対象化学物質は、国内では19物質、海外では8物質※4となりました。

※1 化学物質および取り扱い設備に関して、安全性や環境負荷などを事前に評価・確認する社内制度

※2 工場の環境管理部門の取り組みを審査する社内制度

※3 有害性のある化学物質の排出量や移動量などのデータを集計・公表を義務付ける法定制度

※4 シャープが日本の法定制度に基づき対象物質を定義

2014年度のPRTRデータ（国内）

（単位：kg）

PRTR No.	化学物質名	取扱量	排出量		移動量		消費量		除去処理量
			大気	水域	下水	廃棄物等	製品含有等	リサイクル	
20	2-アミノエタノール	6,586,319	1,102	204	0	277,535	0	5,189,835	1,117,643
31	アンチモンおよびその化合物	720	0	0	0	14	706	0	0
44	インジウムおよびその化合物	27,142	0	0	0	7,329	814	18,999	0
71	塩化第二鉄	120,120	0	0	0	0	0	83,663	36,457
82	銀およびその水溶性化合物	742	0	0	0	0	446	296	0
232	N,N-ジメチルホルムアミド（DMF）	3,381	0	0	0	0	0	0	3,381
272	銅水溶性塩（錯塩を除く）	13,603	0	0	0	13,332	0	0	271
332	砒素およびその無機化合物	1,497	0	0	0	1,457	13	27	0
343	ピロカテコール（別名カテコール）	1,275	0	0	0	1,275	0	0	0
355	フタル酸ビス	558	0	0	0	558	0	0	0
368	4-ターシャリーブチルフェノール	2,101	36	0	0	2,065	0	0	0
374	フッ化水素およびその水溶性塩	773,819	685	0	0	514,104	0	142,268	116,762
401	1,2,4-ベンゼントリカルボン酸1,2-無水物	502	0	0	0	32	470	0	0
405	ホウ素化合物	2,077	2	0	0	1,427	487	161	0
407	ポリ（オキシエチレン）＝アルキルエーテル	890	0	1	0	856	0	0	33

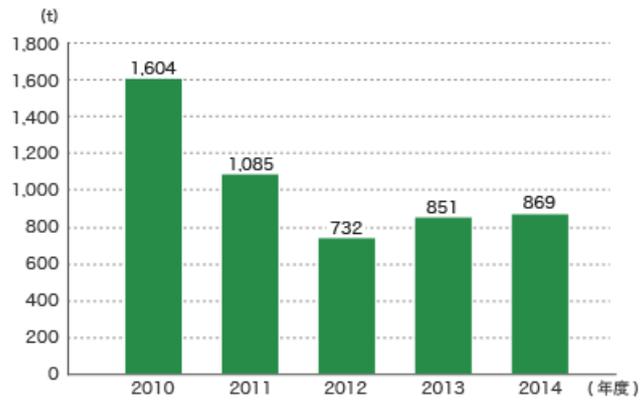
412	マンガンおよびその化合物	27,419	0	0	0	0	27,149	270	0
438	メチルナフタレン	14,211	71	0	0	0	0	0	14,140
448	メチレンビス（4,1-フェニレン）=ジイソシアネート	491,187	0	0	0	98	491,089	0	0
453	モリブデンおよびその化合物	12,135	0	14	0	2,421	432	9,268	0
合計		8,079,698	1,896	219	0	822,503	521,606	5,444,787	1,288,687

2014年度のPRTRデータ（海外）

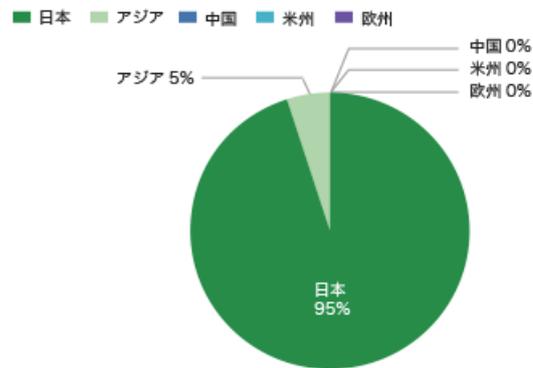
（単位：kg）

PRTR No.	化学物質名	取扱量	排出量		移動量		消費量		除去処理量
			大気	水域	下水	廃棄物等	製品含有等	リサイクル	
31	アンチモンおよびその化合物	4,778	0	0	0	48	3,208	1,522	0
104	クロロジフルオロメタン (HCFC-22)	179,584	616	0	0	0	178,968	0	0
291	1,3,5-トリス（2,3-エポキシプロピル）-1,3,5-トリアジン-2,4,6（1H,3H,5H）-トリオン	3,660	0	0	0	37	2,457	1,166	0
300	トルエン	705	705	0	0	0	0	0	0
355	フタル酸ビス（2-エチルヘキシル）	12,350	0	0	0	8,980	0	3,370	0
384	1-ブロモプロパン	2,127	0	0	0	21	722	1,384	0
413	無水フタル酸	2,499	0	0	0	25	1,678	796	0
448	メチレンビス（4,1-フェニレン）=ジイソシアネート	2,049,130	0	0	0	33,550	2,015,580	0	0
合計		2,254,833	1,321	0	0	42,661	2,202,613	8,238	0

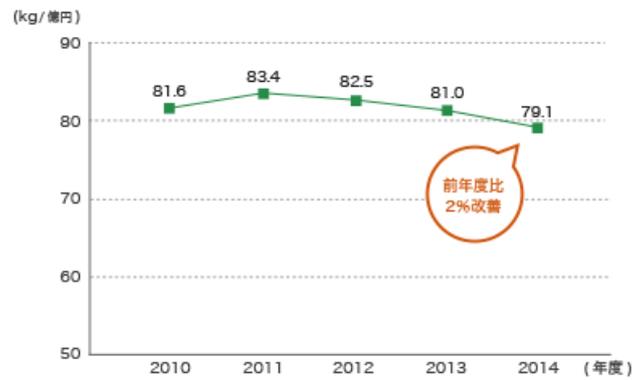
■ 化学物質排出・移動量の推移



■ 排出・移動量の地域別内訳 (2014年度)



■ 排出・移動量の生産高原単位の推移

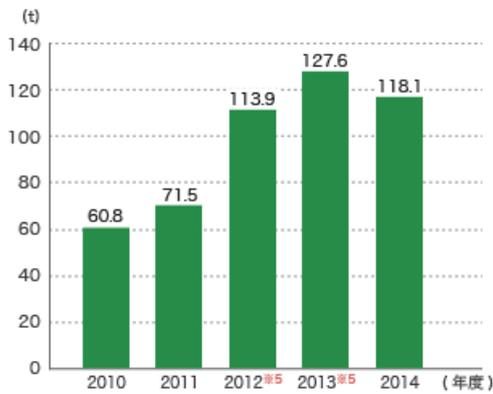


大気・水域への環境負荷の管理

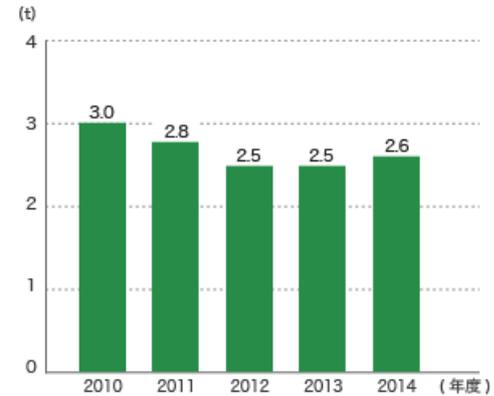
シャープは、大気汚染や水質汚濁物質の濃度・排出量の把握を通して、大気や水域への環境負荷を管理しています。各工場では法規制値や地域との協定値よりも厳しい自主基準を設け、管理を徹底しています。

大気への排出量の推移（国内）

NOx（窒素酸化物）排出量



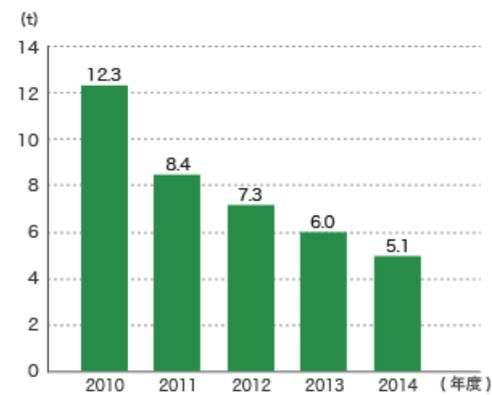
SOx（硫黄酸化物）排出量



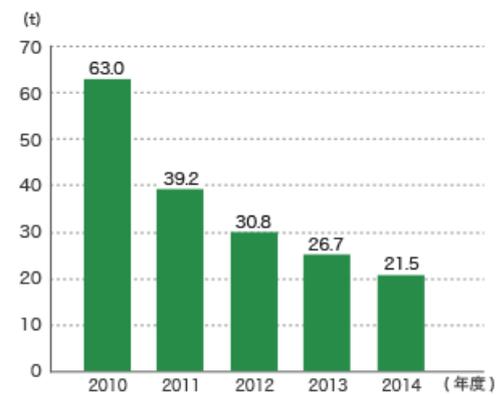
※5 2012、2013年度実績については、電力供給不足への対応から、コージェネレーションシステムの稼働率を上げたことなどにより、NOxの排出量が増加しました。

水域への排出量の推移（国内）

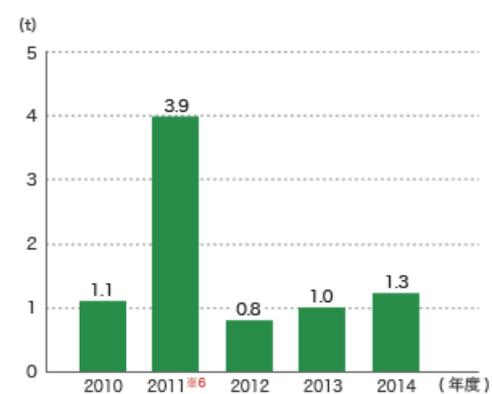
COD（化学的酸素要求量）汚濁負荷量



窒素汚濁負荷量



リン汚濁負荷量



※6 2011年度実績については、シャープ米子（株）における生産で使用する薬品の変更により、リン汚濁負荷量が増加しましたが、条例による排水基準を下回っています。

【IV.地球環境保全への貢献】

輸送

輸送における環境負荷低減

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
CO ₂ 排出量原単位（国内）：年平均1%以上改善（2010～2014年度）	CO ₂ 排出量原単位（国内）：年平均3%改善（2010～2014年度）	◎

2015年度の重点取り組み目標	CO ₂ 排出量原単位（国内）：年平均1%以上改善（2011～2015年度）
中期（～2017年度）目標	CO ₂ 排出量原単位（国内）：年平均1%以上改善（2013～2017年度）

輸送における環境負荷低減を目指し、業務委託先の運送会社と協力して輸送手段や輸送ルート、積載方法などの改善に取り組んでいます。

国内輸送における環境負荷低減

シャープは、省エネ法で求められる「CO₂排出量原単位の年平均1%以上削減」の遵守はもとより、環境負荷と輸送コストの継続的削減に向けて、輸送効率の改善やモーダルシフトなどの取り組みを、国内のシャープグループ全体で展開しています。

2014年度の国内シャープグループ全体の貨物輸送に伴うCO₂排出量は24千t-CO₂（前年度比22%減）となり、輸送量当たりのCO₂排出量は0.2t-CO₂/千トンキロで、直近の5年間で年平均3%の削減となりました。

商品の輸送手段をトラックから船舶（内航船）や鉄道（JRコンテナ）などの環境負荷の低い輸送手段に切り替えるモーダルシフトを継続的に推進しています。2014年度は、船舶と鉄道による輸送量が23,019千トンキロ（前年度比26%減）となりましたが、モーダルシフト化率は26.3%を維持しています。また、輸入商品を販売比率に応じて最適港に陸揚げすることで、物流拠点間での再輸送の抑制を図るなど、輸送を通じた環境負荷低減に取り組んでいます。

また2013年度に続き、2014年度も国土交通省ならびに公益社団法人鉄道貨物協会が制定する「エコルールマーク※」の認定を取得しました。

■ モーダルシフト（船舶と鉄道による輸送量）の推移



※ 鉄道貨物輸送を一定以上利用している商品または企業に対して「エコルールマーク」の認定を行い、マークの表示によって消費者に判断基準を提供する制度

海外輸送における環境負荷低減

シャープは、国際間輸送や海外での域内輸送に伴うCO₂排出量削減に取り組んでいます。具体的には、モーダルシフトの推進による航空輸送の削減や積載効率の向上に加え、生産拠点と消費地を結ぶ海上ルートの見直し、陸揚げ地の最適化、さらには工場から近いサプライヤーへの部品調達切り替えなど、幅広い取り組みを進めています。

2014年度に、当社が生産・販売した商品・デバイスの国際間輸送や海外での域内輸送に伴うCO₂排出量は234千t-CO₂となりました。

【IV.地球環境保全への貢献】

廃棄・リサイクル

使用済み商品のリサイクルの推進

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
リサイクル処理の効率化	プラスチック再資源化量の増量と洗濯機ラインを効率化	○
混合プラスチックの回収量拡大と選別精度向上 (価値向上)	選別機の適正化により混合プラスチックの回収量を6%増量	○
使用済みソーラーパネルの処理技術案の策定	使用済みソーラーパネルの処理技術案を策定	○

2015年度の重点取り組み目標	① 手解体での細分解によるプラスチックの再資源化量拡大 ② ソーラーパネル破砕・選別試作機的设计完了
中期(～2017年度)目標	① 薄型テレビ入荷増に対応する高効率ライン構築と作業時間の短縮 ② ソーラーパネル破砕・選別機の試運転開始

シャープは「資源の有効利用を目指したリサイクル率の向上」「リサイクルコスト削減につながるリサイクルシステムの高効率化」「リサイクル技術の開発と商品設計への反映」という3つの方針のもとに、使用済み商品のリサイクルを進めています。

家電4品目(エアコン・テレビ・冷蔵庫・洗濯機)のリサイクルを推進

シャープは、家電リサイクルBグループ※1の一員として、全国18か所のプラントで高効率リサイクルシステムを構築・運用しています。

2014年4月の消費税増税による駆け込み需要の反動やそれに対する需要回復の遅れなどの影響から、2014年度の当社家電4品目の引取台数は約140万台(前年度比約90%)と前年度を下回りました。

また、家電リサイクル法で求められている再商品化率については、4品目とも法定基準を大幅に上回るとともに、2015年度から引き上げられる新基準※2(エアコン：80%、薄型テレビ：74%、冷蔵庫・冷凍庫：70%、洗濯機・衣類乾燥機：82%)も満たしています。

当社の家電4品目の再商品化等実施状況(2014年度)

	単位	エアコン	ブラウン管テレビ	薄型テレビ	冷蔵庫・冷凍庫	洗濯機・衣類乾燥機	合計
指定引取場所での引取台数	千台	184	258	292	351	335	1,420
再商品化等処理台数	千台	201	249	287	378	356	1,471
再商品化等処理重量	t	8,247	6,376	5,612	23,777	12,892	56,904
再商品化重量	t	7,850	4,917	5,022	19,326	12,120	49,235
再商品化率	%	95	77	89	81	94	—
法定再商品化率	%	70	55	50	60	65	—

※1 シャープ、ソニー、日立アプライアンス、富士通ゼネラル、三菱電機などで構成

※2 ブラウン管テレビは新基準設定の対象外

リサイクル工場で資源の有効利用とリサイクルの効率化を推進

シャープは、関西リサイクルシステムズ（株）※3とともに資源の有効利用とリサイクルの効率化に取り組んでいます。

冷蔵庫のリサイクルでは、破碎選別の段階において当初は断熱材（ウレタン）に全重量の20%程度破碎されたプラスチックの混入がありましたが、選別精度の向上によりプラスチックの混入を半減させ10%としました。また、これにより混合プラスチックの回収量も約6%増加しました。今後、更なる改善によりウレタンへのプラスチックの混入ゼロを目指します。

洗濯機のリサイクルにおいては、モーターの自動分解装置を開発導入することにより、従来の手解体に対し作業時間を10%短縮させました。また、これは素材として出荷する際の品位アップにもつながっています。

※3 シャープと三菱マテリアルなど6社が共同で出資している家電リサイクル会社



取り組み事例 リサイクル研修の実施

シャープは、開発・設計の段階から使用後の回収・リサイクルまでを考慮したモノづくりを推進する一環として、主に商品の企画、設計、デザイン担当者を対象にした「リサイクル設計研修」を2001年度から実施しています。2014年度は、液晶テレビや白物家電のリサイクルについて26人が受講しました。

研修では、講義やリサイクル工場の見学、商品の解体に携わる作業員との意見交換に加え、実際にリサイクル工場で収集した使用済み家電の解体に取り組みました。研修の最後には、解体で苦労した点などを共有し、よりリサイクル性の高い商品のあり方について議論しました。この研修で得られた知識や経験は、新しい商品の企画や設計に反映されています。



リサイクル設計についての講義



洗濯機の解体実習



Voice 研修受講者の声

リサイクル研修を通じて「商品が材料に戻るまでの一連の流れ」「リサイクル設計の手法」といった基礎知識に加え、「現場でどのように解体しているか、どのような点に苦労しているか」などリサイクル現場の様子を直接見聞きすることができ、大変参考になりました。また、リサイクル設計の必要性や重要性を改めて実感しました。

この研修で得た知識を現在担当している洗濯機的设计に活かし、より環境に優しい商品を開発していきたいと思えます。



健康・環境システム事業本部
ランドリーシステム事業部
第一技術部
主事 坂元 仁

複写機・複合機のリユース・リサイクルを推進

自社流通ルートおよび業界共同ルートで回収した使用済み複写機・複合機のリユース・リサイクルを進めています。2014年度は約3万台を回収し、リユースまたはリサイクルを行いました。また、使用済みのトナーカートリッジを回収し、新品同等の品質に再生して出荷する取り組みを進めており、設計段階からリサイクル性に配慮することで使用時の耐久性と再生時の加工時間短縮を実現しています。

今後も、複写機・複合機およびトナーカートリッジのリユース・リサイクルを進めていきます。

海外における使用済み商品のリサイクル

全米でテレビを中心に商品のリサイクルを推進（米国 SEC）

米国の生産・販売拠点SEC（ニュージャージー）は、パナソニック・ノース・アメリカ、東芝アメリカ家電社と共同で家電リサイクル管理会社MRM※4を2007年9月に設立し、テレビを中心にAV機器のリサイクルを行っています。この取り組みは全米に拡大しており、使用済み家電の回収拠点を約1,600か所に設置しています。MRM社では、各州で定められた法規制への適切な対応を図っており、2014年度は50,144tの使用済み家電をリサイクルしました。

※4 Electronic Manufacturers Recycling Management Company, LLC

【IV.地球環境保全への貢献】

廃棄・リサイクル

資源循環型社会に貢献する環境技術

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
再生プラスチック材料の高付加価値化の技術開発	再生プラスチック材料の高付加価値化（抗菌PC+ABS※1）の技術開発	◎
開発ゼオライト※2による水質浄化実証実験開始	開発ゼオライトによる水質浄化実証実験開始	◎

2015年度の重点取り組み目標	① 再生プラスチック材料の高付加価値化（難燃HIPS※3）の技術開発 ② 量産プロト機（100kg規模）導入
中期（～2017年度）目標	① 再生プラスチック材料（難燃HIPS）の実用化 ② 開発ゼオライトによるビジネスモデル見極め

※1 ポリカーボネートとアクリロニトリル・ブタジエン・スチレンのアロイ材（複数のポリマーを混合することで、新しい特性を持たせた高分子）

※2 ケイ素やアルミニウム、酸素などを主成分とする、結晶性の多孔質アルミノケイ酸塩の総称

※3 耐衝撃性ポリスチレン（汎用ポリスチレンにゴム成分を加えて衝撃性を付与した樹脂）

資源循環型社会への取り組み

シャープは資源循環型社会の構築に向け、製品設計から製造工程・廃棄に至るまで、製品のライフサイクルを通じた環境配慮を推進しており、特に使用済み商品の再資源化（マテリアルリサイクル）に取り組んでいます。

2001年度に、使用済み洗濯機の水槽を原材料として新しい水槽をつくる「自己循環型マテリアルリサイクル（CMR：Closed Material Recycle）」技術を実用化したことを皮切りに、冷蔵庫の棚板や野菜ケース、薄型テレビのバックキャビネットなどの廃プラスチックを新しい商品の部材として何度も利用する技術を開発・実用化しています。

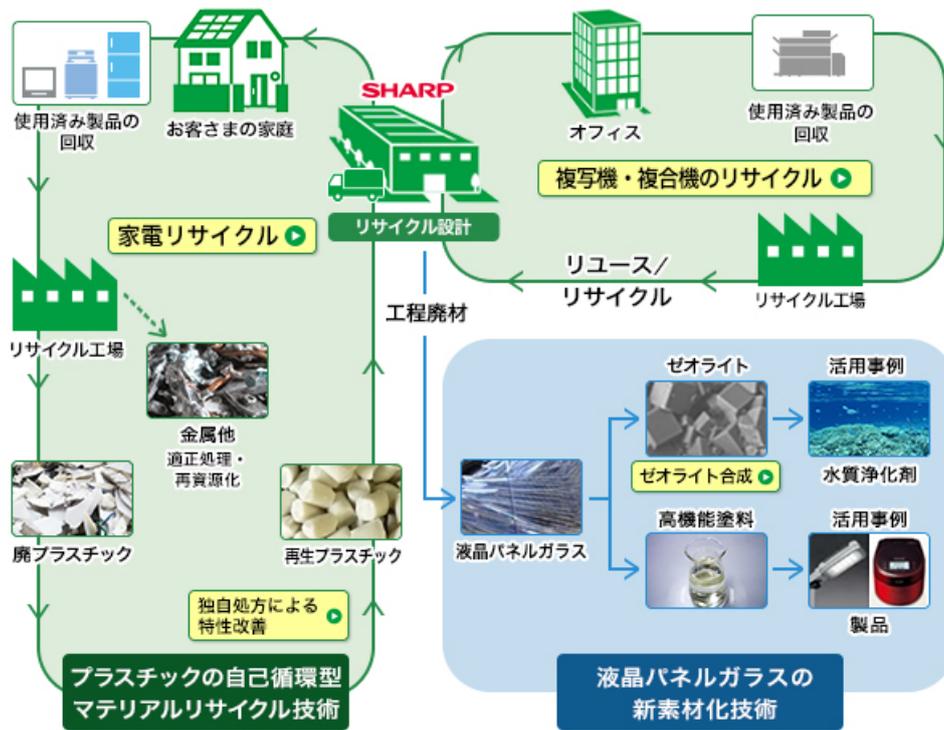
近年では、工程廃材の液晶パネルガラスを「高機能性塗料」や水質浄化に効果のある「ゼオライト」として新素材化する技術開発を進めています。2014年度には、液晶パネルガラスから合成したゼオライトによる水質浄化実証実験を開始しました。今後、薄型テレビ廃棄量の大幅な増加を視野に入れ、その基幹部品である液晶パネルのリサイクルに取り組む考えです。

プラスチックのCMR技術開発		液晶パネルガラスの新素材化技術開発	
2000年度	洗濯機水槽（PP※4）のCMR技術開発・実用化	2009年度	高機能性塗料の開発・実用化
2002年度	冷蔵庫棚板（PS※5）のCMR技術開発・実用化		
2012年度	混合プラスチックからのPP回収技術とCMR技術開発・実用化	2012年度	液晶パネルガラスの表層にゼオライトを形成する基礎技術を開発
2013年度	PC+ABSの特性改善技術開発・実用化（薄型テレビのバックキャビネットを再資源化）	2013年度	液晶パネルガラスからのゼオライト合成実用化技術開発（キログラム規模の量産に成功）
2014年度	PC+ABSの高付加価値化（抗菌化）技術開発・実用化	2014年度	開発ゼオライトによる水質浄化実証実験開始

※4 ポリプロピレン

※5 ポリスチレン

■ シャープの資源循環型社会への取り組み



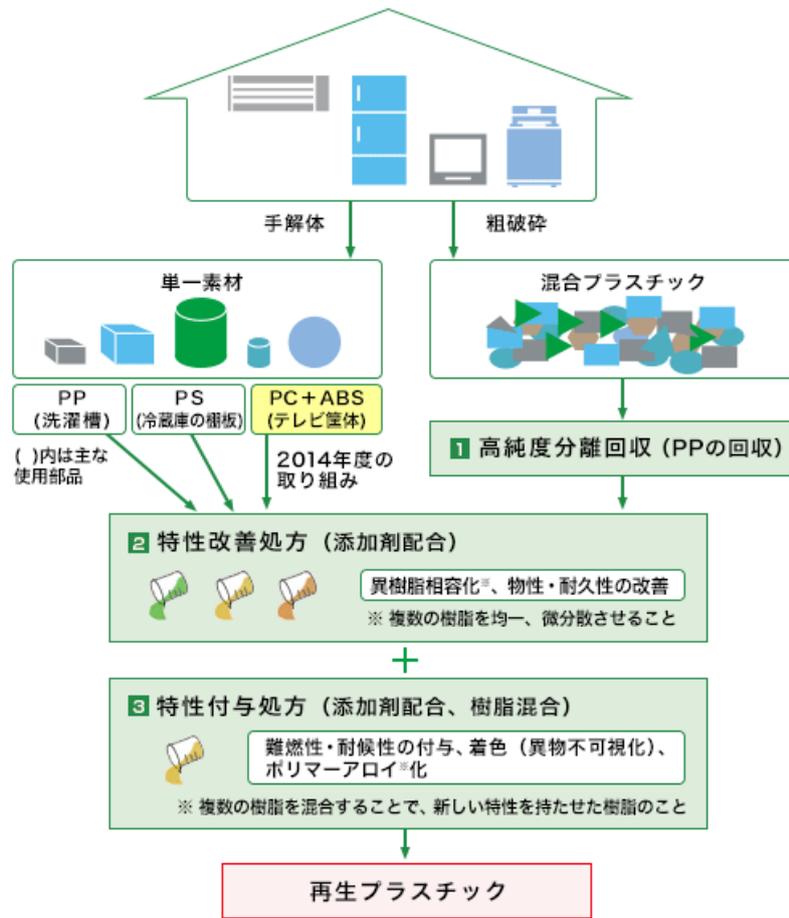
プラスチックを繰り返し再生利用する自己循環型マテリアルリサイクル技術を拡大

シャープは、使用済み家電製品から回収したプラスチックを、新しい家電製品の部材として何度も繰り返し再生利用する「自己循環型マテリアルリサイクル技術」を関西リサイクルシステムズ（株）と共同で開発し、2001年度より実用化しています。

回収した混合プラスチック部品からPPを取り出す ①「高純度分離回収」技術、回収したPP・PSなどの素材を新品材料と同等の特性に改善する ②「特性改善処方」技術など、回収から品質管理まで一貫した技術開発を手掛けることで、再生利用が可能なプラスチック量の増加に取り組んでいます。

また、さらなる用途拡大を目指し、難燃性や耐候性を高め素材を高付加価値化する ③「特性付与処方」技術の開発も進めています。2014年度は、「PC+ABS」リサイクル材の「抗菌性付与技術」を確立しました。プラスチック部品に求められる物性や耐久性に加え、清潔感・安心感・安全性を付与することにより、企業、学校や病院などで使用する幅広い商品への展開が可能となりました。この抗菌性PC+ABSは、流通店舗などで使用される業務用携帯端末（ハンディターミナル）の充電器に採用しています。

■ 家電4品目から回収した廃プラスチックの再資源化



ハンディターミナル<RZ-H250シリーズ>5連充電器

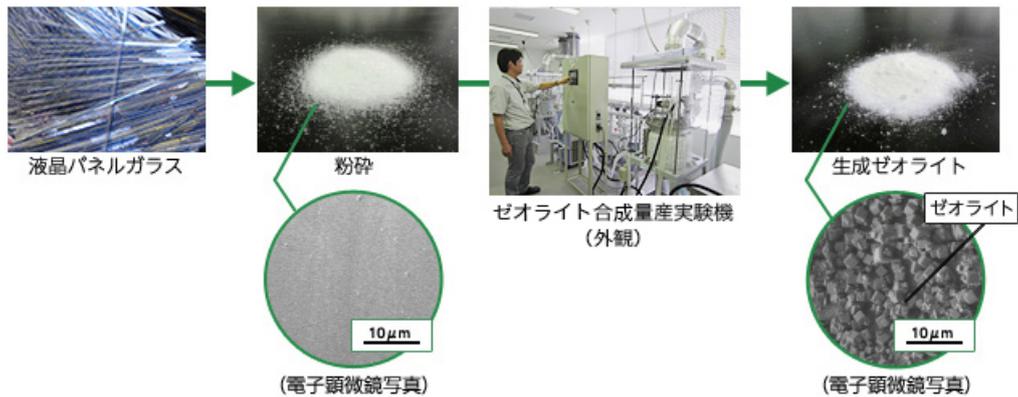
液晶パネルガラスの新素材化技術を開発

シャープは、液晶パネルに用いられるガラス成分の一部とゼオライトの成分が類似している点に着目し、大阪府立大学と共同で液晶パネルガラスからゼオライトを合成する技術開発を進めています。ゼオライトは、イオン交換、触媒、吸着作用などさまざまな機能を有しており、近年、土壌改質や水質浄化に貢献する環境浄化材料として注目されています。

2012年度に、液晶パネル製造工程で発生する端材を粉砕した後、液晶パネルガラスの表層にゼオライトを形成する基礎技術を確立しました。その後キログラム規模の量産に成功し、2014年度には、開発したゼオライトによる水質浄化実証実験を開始しました。

2015年度は、100kg規模のゼオライトの量産プロト機を導入し、合成規模のさらなる拡大に取り組みます。今後はこの技術の実用化を検討し、薄型テレビの液晶パネルリサイクルへの応用を目指してまいります。

■ 液晶パネルガラスからのゼオライト生成フロー



【IV.地球環境保全への貢献】

生物多様性保全

生物多様性保全への取り組み

「シャープグループ生物多様性の保全と持続可能な利用に関する方針」のもと、事業活動と社会貢献活動を融合したハイブリッド型アプローチで、生物多様性保全に貢献する取り組みをグローバルに展開しています。

事業活動と社会貢献活動を通じた生物多様性保全

近年、地球環境の悪化に伴って生物種の絶滅が加速しており、生態系への影響が懸念されています。シャープは事業活動のさまざまな場面で生物多様性に影響を与え、また生態系サービスの恩恵を受けていることから、生物多様性の保全活動と持続可能な利用を推進しています。

2009年11月には「シャープグループ生物多様性の保全と持続可能な利用を巡る方針」に基づく取り組み指針として「シャープ生物多様性イニシアチブ」を策定しました。このイニシアチブは、生物多様性について分かりやすく解説するとともに「事業活動を通じた取り組み」と「社会貢献活動での取り組み」の両面からの具体的な推進施策をまとめています。

2014年度も、イニシアチブに基づいた施策を進めるとともに、各拠点の特徴を活かした取り組みを展開するなど、継続的に推進しています。

■ シャープ生物多様性の取り組み領域



■ シャープ生物多様性イニシアチブ (日・英・中)



- 関連情報： > [生物多様性保全 社会貢献活動](#)
- > [環境分野の取り組み](#)



取り組み事例

奈良県の「希少種」に指定されている笹ユリの育成区域を整備（天理工場）

天理工場（奈良県天理市）では、敷地内にある「天理古墳シャープの森」に自生する笹ユリの育成・保護活動を行っています。笹ユリは種から発芽まで約1年半、花を咲かせるまでに5～7年の歳月がかかる非常に育成が難しい日本古来のユリです。

2009年春に敷地内に笹ユリが2本自生していることが分かり、保護と生息地域の拡大を目指した取り組みとして、さく果※から採取した種を育成区域にまきました。以降、笹ユリ周辺の雑草の処理や保護柵の補修などの整備を行なっています。

2015年6月には、初めて種をまいた笹ユリが花を咲かせました。今後も地域の自然環境を守り、次世代に引き継ぐ活動として継続いたします。



乾燥したさく果から種を採取



天理工場で初めて育成に成功した笹ユリ

※ 2枚以上の心皮で包まれ、成熟すると乾燥して裂開して種子を飛散させる果実



取り組み事例

生態系保全活動としてカニを放流（タイ SMTL）

タイの生産拠点SMTL（ナコンパトム）では、毎年実施している社員旅行のイベントのひとつに体験型の環境保全活動を組み込んでいます。

2014年度は、従業員200人が参加し、政府指定の自然保護地区の海に約200匹のカニを放流しました。カニは海底に穴を掘って生息するため、土壌に酸素を送り込むことができます。これにより、有機物を分解しミネラルを作り出す微生物の活動が高まり、美しい自然の保全につながります。

恒例となっているこの活動は、従業員の生物多様性保全への意識を高める良い機会となっています。



カニを海に放つ様子



Voice

参加者の声

自然が豊富なタイの沿岸にはさまざまな生物が生息していますが、近年、その生態系の破壊が問題となっています。沿岸生態系の保全には、地元の住民や企業をはじめとした全ての人の理解と協力が必要です。生物多様性保全について初めて教わった時から、私はこの問題に興味を持っていたので、カニの放流活動が生物多様性保全の大切さを考えるきっかけとなり、とても良い経験になりました。

私は今後もSMTLの生物多様性活動に参加していきたいと考えています。



SMTL
経営情報システム部
課長 トンチャイ・スットゥハパス

【IV.地球環境保全への貢献】

環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準

環境パフォーマンスデータ集計範囲・算定基準

「IV.地球環境保全への貢献」の各ページに掲載した環境パフォーマンスデータ（実績データ）については、下記の集計範囲・算定基準に基づいて算定しています。

報告対象期間

2014年4月1日～2015年3月31日

環境パフォーマンスデータ集計範囲

シャープ（株）および連結対象子会社

工場：20拠点30工場（国内5拠点15工場、海外15拠点15工場）

オフィス：30拠点36オフィス（国内7拠点13オフィス※1、海外23拠点23オフィス）

日本

工場	シャープ（株）	亀山工場
		三重工場
		天理工場（柏の首都圏研究所実績を含む）
		福山工場
		三原工場
		葛城工場（富山工場実績を含む）
		堺工場
		栃木工場
		奈良工場
		八尾工場
		広島工場
オフィス※1	シャープマニファクチャリングシステム（株）	
	シャープ新潟電子工業（株）	
	シャープ米子（株）	
	シャープ三重（株）	
	シャープ（株）	
	シャープエレクトロニクスマーケティング（株）	
	シャープビジネスソリューション（株）	
シャープエンジニアリング（株）		
シャープエネルギーソリューション（株）		
シャープトレーディング（株）		
シャープビジネスコンピュータソフトウェア（株）		

※1 札幌、仙台、幕張、芝浦、名古屋、本社地区、阿倍野、平野、藤井寺、阪南、広島、福岡、沖縄

米州

工場	Sharp Manufacturing Company of America (SMCA) ※2	米国	テネシー
	Sharp Electronica Mexico S.A. de C.V. (SEMEX)	メキシコ	バハ・カリフォルニア
オフィス	Sharp Electronics Corporation (SEC)	米国	ニュージャージー
	Sharp Laboratories of America, Inc. (SLA)		ワシントン
	Sharp Electronics of Canada Ltd. (SECL)	カナダ	オンタリオ
	Sharp Corporation Mexico S.A. de C.V. (SCMEX)	メキシコ	メキシコ市

※2 SECの生産事業本部

欧州

工場	Sharp Manufacturing Company of U.K. (SUKM) ※3	英国	ウェールズ北部レクスラム
	Sharp Manufacturing France S.A. (SMF)	フランス	スルツ
	Sharp Manufacturing Poland Sp.zo.o. (SMPL)	ポーランド	トルン
オフィス	Sharp Electronics GmbH (SEG)	ドイツ	ハンブルク
	Sharp Electronics (U.K.) Ltd. (SUK)	英国	ミドルセックス
	Sharp Laboratories of Europe, Ltd. (SLE)		オックスフォード
	Sharp Electronics France S.A. (SEF)	フランス	パリ
	Sharp Electronics (Italia) S.p.A. (SEIS)	イタリア	ミラノ
	Sharp Electronics (Schweiz) AG (SEZ)	スイス	リュージュリコン
	Sharp Electronics (Nordic) AB (SEN)	スウェーデン	ブロンマ
	Sharp Electronics Benelux B.V. (SEB)	オランダ	ホーテン
	Sharp Electronics Russia LLC. (SER)	ロシア	モスクワ

※3 SUKの生産事業本部

アジア・中近東・オセアニア

工場	Shanghai Sharp Electronics Co., Ltd. (SSEC)	中国	上海
	Nanjing Sharp Electronics Co., Ltd. (NSEC)		南京
	Sharp Office Equipments (Changshu) Co., Ltd. (SOCC)		常熟
	Wuxi Sharp Electronic Components Co., Ltd. (WSEC)		無錫
	Sharp Appliances (Thailand) Ltd. (SATL)	タイ	チャチャンサオ
	Sharp Manufacturing (Thailand) Co., Ltd. (SMTL)		ナコンパトム
	Sharp Manufacturing Corporation (M) Sdn. Bhd. (SMM)	マレーシア	ジョホール
	Sharp (Phils.) Corporation (SPC)	フィリピン	マニラ
	PT. Sharp Semiconductor Indonesia (SSI)	インドネシア	カラワン
	PT. Sharp Electronics Indonesia (SEID)		ジャカルタ

オフィス	Sharp Electronics (Shanghai) Co., Ltd. (SES)	中国	上海
	Sharp Electronics Sales (China) Co.,Ltd. (SESC)		
	Sharp Electronic Components (Taiwan) Corporation (SECT)	台湾	台北
	Sharp Electronics (Malaysia) Sdn. Bhd. (SEM)	マレーシア	セランゴール
	Sharp-Roxy Sales (Singapore) Pte., Ltd. (SRS)	シンガポール	
	Sharp Electronics (Singapore) Pte., Ltd. (SESL)		
	Sharp Software Development India Pvt. Ltd. (SSDI)	インド	バンガロール
	Sharp Middle East Free Zone Establishment (SMEF)	アラブ首長国連邦	ドバイ
	Sharp Corporation of Australia Pty. Ltd. (SCA)	オーストラリア	ニューサウスウェールズ
Sharp Corporation of New Zealand Ltd. (SCNZ)	ニュージーランド	オークランド	

環境パフォーマンス指標算定基準

環境パフォーマンス指標		単位	算定方法	
INPUT	製品製造	エネルギー投入量	TJ エネルギーの使用の合理化等に関する法律（省エネ法）および環境省「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル」をもとに算定	
		水資源投入量	百万m ³ 工業用水、上水、地下水の使用量および循環利用量	
		PFC等購入量	t HFC類、PFC類、六フッ化硫黄（SF ₆ ）、三フッ化窒素（NF ₃ ）、HCFC類の年間購入量	
		化学物質取扱量	t PRTR対象物質のうち、工場ごとの年間取扱量が500kg以上の物質の取扱量合計値	
		物質投入量	千t 2014年度に販売した主要13品目※4の製品質量（推計）と包装材料使用量および廃棄物等発生量との合計	
	輸送	エネルギー使用量	TJ 改良トンキロ法	
	商品の使用	エネルギー使用量	TJ（百万kWh） 2014年度に販売した主要13品目※4が1年間に消費するエネルギー使用量を、各製品の年間消費電力量に基づいて算出 単位投入熱量は9.97MJ/kWhを使用	
	廃棄・リサイクル	家電4品目	千t	家電4品目の再商品化重量
		複写機・複合機	千t	複写機・複合機の再資源化重量
		パソコン	t	パソコンの資源再利用量
	プラスチックの自己循環型マテリアルリサイクル量	t	プラスチックの自己循環型マテリアルリサイクル量	

環境パフォーマンス指標		単位	算定方法	
OUTPUT	製品製造	温暖化ガス排出量	千t-CO ₂ <ul style="list-style-type: none"> ■ 電力購入に伴うCO₂排出量 <国内> 電気事業連合会「電気事業における環境行動計画」に記載のCO₂排出係数 (kg-CO₂/kWh) を使用 <海外> GHG PROTOCOL Calculation Tools (GHG emissions from purchased electricity) を使用 ■ 燃料使用に伴うCO₂排出量 環境省「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル」に記載の排出係数を使用 ■ CO₂以外の温暖化ガス 気候変動に関する政府間パネル (IPCC) 第4次報告書に記載の地球温暖化係数を使用 	
		排水量	百万m ³	公共用水域および下水道への年間排水量
		化学物質排出量・移動量	t	PRTR対象物質のうち、工場ごとの年間取扱量が500kg以上の物質の排出量および移動量の合計値
		NOx排出量	t	NOxの年間排出量
		SOx排出量	t	SOxの年間排出量
		COD汚濁負荷量	t	公共用水域へのCOD排出量
		窒素汚濁負荷量	t	公共用水域への窒素排出量
		リン汚濁負荷量	t	公共用水域へのリン排出量
		廃棄物等発生量	千t	産業廃棄物量+事務系一般廃棄物量+有価物量
		最終処分量	千t	産業廃棄物最終処分量+事務系一般廃棄物最終処分量
		製品出荷量	千t	2014年度に販売した主要13品目の製品質量 (推計)
	輸送	CO ₂ 排出量	千t-CO ₂	改良トンキロ法
	商品の使用	CO ₂ 排出量	千t-CO ₂	2014年度に販売した主要13品目※4の1年間のエネルギー使用量およびCO ₂ 排出量を推計
	廃棄・リサイクル	再資源化後の廃棄量	t	[家電4品目、パソコン、複写機・複合機の総回収量] - [再商品化・再資源化・資源再利用された重量]

※4 液晶テレビ、エアコン、冷蔵庫、洗濯機、空気清浄機、レンジ、LED照明・電球、ブルーレイディスクレコーダー、FAX、携帯電話、インフォメーションディスプレイ、複写機・複合機、太陽電池

V.健全な経済活動の実践



公正な事業慣行

- ▶ [公正な自由競争の維持と適正な表示](#)
- ▶ [知的財産保護の取り組み](#)
- ▶ [輸出入管理の徹底](#)
- ▶ [株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション](#)
- ▶ [インサイダー取引防止への取り組み](#)

適正な購買活動

- ▶ [公平・公正な調達活動](#)
- ▶ [サプライチェーン全体でのCSR推進](#)
- ▶ [「紛争鉱物問題」への対応](#)

関連情報： > [CSR中期戦略【5つの重点項目①】サプライチェーンCSR取り組み](#)

【V.健全な経済活動の実践】

公正な事業慣行

公正な自由競争の維持と適正な表示

競争法遵守の取り組み

シャープでは、競争法遵守をコンプライアンスの重点分野として、継続的に取り組んでおります。特に、2008年に公正取引委員会から液晶モジュールの販売について他の事業者とカルテル行為を行ったとして受けた排除措置命令および課徴金納付命令が2013年8月に確定したことを受け、このようなカルテル違反行為を二度と起こさないよう社内にコンプライアンスの意識を徹底するべく、従来制定していた独占禁止法マニュアルを再編し、当社における独占禁止法遵守の行動指針として「独占禁止法遵守マニュアル（行動指針）」を制定しました。その他、国内全従業員に対する競争法eラーニング、各拠点・関係会社での研修、内部統制自己点検における競争法遵守（カルテル防止）のチェック（国内）などを適宜実施しました。

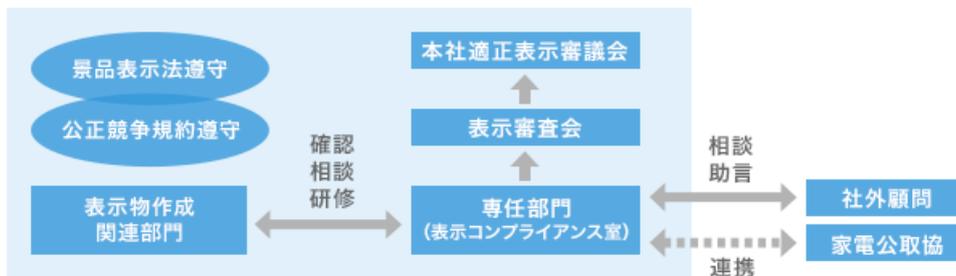
適正な広告・宣伝／表示関連法遵守の取り組み

当社は、適正な広告・宣伝活動ならびに景品表示法、公正競争規約などの表示に関わる法令の遵守による、「適正表示」に向けた取り組みを行っています。

- ① 広告物やカタログの全表示を事前チェックする専任組織の設置
- ② 法務担当役員をトップとした「本社適正表示審議会」による最終判断の実施など、表現に疑念が生じた場合の社内審議体制の構築
- ③ 定期的な景品表示法、公正競争規約に関する社内研修の実施
- ④ 社外有識者による非常勤顧問を設置し、表示に関する諸問題や相談事項に対して、客観的な指導・助言を得る

この他、社内規格やマニュアルなどに基づく社内基準・チェックルールの徹底や、社内Webサイトでの「適正表示ホームページ」による担当者のスキルアップのサポートなどを通じ、法令違反などを未然に防止する意識を醸成しています。

今後も、継続して国内外の表示チェック体制の一層の強化と施策の拡充を図り、お客さまをはじめとするステークホルダーへの適正な広告・宣伝活動ならびに表示関連法令の遵守を徹底してまいります。



「適正表示」取り組みの概念図

【V.健全な経済活動の実践】

公正な事業慣行

知的財産保護の取り組み

知的財産戦略および管理体制

シャープでは、知的財産戦略を経営戦略の一つとして位置づけ、事業戦略や研究開発戦略と一体で推進しています。事業ごとに中核となる技術分野を明確化し、特許に精通した技術者をこれらの中核事業分野に配置することで、現場に密着した戦略的な特許出願を行い、ビジネスの優位性を確保することで経営基盤の強化に努めています。

また、他社との協業、あるいは産学連携などのアライアンス活動により生み出される有用な特許も取得しています。

これら活動を通じて取得したシャープが保有する特許は、2015年3月末現在、国内で18,137件、海外では23,343件です。また、意匠・商標については、ブランド戦略に基づいて、グローバルな出願・権利化を行っています。

	2013年3月末	2014年3月末	2015年3月末
国内特許保有件数	20,764件	18,925件	18,137件
海外特許保有件数	25,093件	24,033件	23,343件

知的財産の保護

シャープでは、事業活動の根幹となる自社の知的財産権を保護する一方、第三者の知的財産権を尊重する姿勢を堅持しています。不当な侵害に対しては話し合いで解決することを基本としながらも、当社の知的財産権を尊重していただけない場合は、裁判所など第三者の判断を仰ぐことを方針としています。

また、社内規程を強化し、営業秘密の保護強化と特に重要な当社固有の生産技術・ノウハウなどの漏洩防止に努めています。

さらに、近年、海外でのシャープブランド模倣品による影響が増大しており、取り締まり当局、業界団体との連携などにより、その対策を推進しています。

職務発明の報償制度

シャープでは、職務発明に関する特許法第35条の主旨に対応すべく、従業員と協議を経て社内規程の「従業員の発明考案規程」を定めています。この規程においては、従業員が職務発明を成した場合、その発明について特許を受ける権利を会社へ譲渡する際の発明者への報償の詳細を取り決めています。

国内外の子会社および関係会社の報償制度についても、法の求めに対応するとともに、発明者のインセンティブを高めるべく、職務発明の貢献度を勘案した公正かつ相応に報償する制度を構築しています。

模倣品への対策について

シャープでは、模倣品への対策として、主に以下の2つの取り組みを実施しています。

- ① 模倣品が当該国の国内で取引される場合においては、現地行政機関への取り締まり要請、および職員向け研修会の実施ならびに同業他社と共同で摘発を行っています。
- ② 模倣品が当該国からその他の国に出て行く場合においては、現地税関への取り締まり申請および職員向け研修会を行っています。

これらの活動を通じて今後も対策強化に努めてまいります。

【V.健全な経済活動の実践】
公正な事業慣行
輸出入管理の徹底

安全保障輸出管理の取り組み

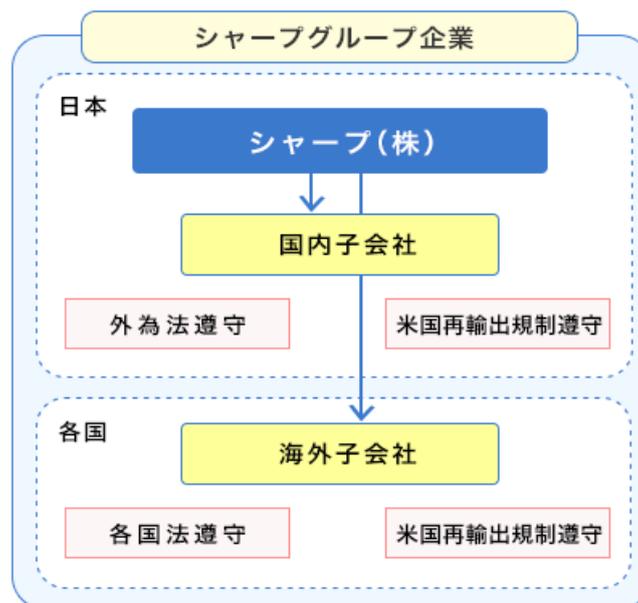
シャープでは、米ソ東西冷戦期のCOCOM規制時代からいち早く一貫して安全保障輸出管理に積極的に取り組んでおります。現在では、規制すべき先端技術が明確であった時代とは異なり、技術革新が進み、たとえ民生用に製造されたものであってもこれらが武器／兵器に転用されるケースも多く、製品／部品の輸出や技術の提供には細心の注意が求められています。加えて、北朝鮮の核／ミサイル問題、イランの核開発問題、ウクライナ情勢、ISなどの各地でのテロなど、安全保障を取り巻く国際状況は予断を許さない状況にあり、一層厳格な安全保障輸出管理が求められています。

法規制として、日本から外国への製品などの輸出、技術情報の提供については、「外国為替および外国貿易法（外為法）」などの安全保障輸出管理関連法規を遵守することが義務づけられていることから、シャープグループ各社では「シャープ行動規範」「シャープ輸出管理規程」に則り輸出管理体制を構築し、輸出規制対象貨物／技術の厳格な管理を行っているほか、上記のように民生品が武器／兵器に転用されるおそれがないかを見極めるため、相手先や用途についても厳しい審査を実施しています。

さらに、外為法の遵守に加え、米国域外でも適用される米国の再輸出規制[※]の遵守も必要となっており、同規制に対する対応も行っています。

シャープではこのようにさまざまな見地から管理を行っており、過去に法令違反が生じたことはありません。

また、規制該当品を国内のお客さまに提供する場合は、“本製品などが該当品である旨の通知”を行うとともに、お客さまから製品などが該当品か否かについてお問い合わせがあった場合は、必要に応じ“該非判定書”を発行することとしています。



シャープ安全保障輸出管理体制

このような厳格な輸出管理を行う上で重要なのが輸出管理教育です。シャープでは従業員の輸出管理マインドを醸成するため、輸出に関わる全従業員はもとより、直接輸出管理に関わらない従業員にも啓蒙の意味からeラーニングを実施しているほか、海外赴任者や輸出管理部門の新任者への集合研修を実施するなど、さまざまな教育を行っています。

さらに、海外各国においても輸出管理関連法規の整備が進み、輸出管理の重要性が高まっていることから、シャープでは、海外拠点の輸出管理体制構築ならびに法令違反を犯さないための情報発信の強化などにも取り組んでいます。

シャープでは、今後もこれらの方針・体制を維持し、企業としてグローバルな観点で、安全保障輸出管理に貢献すべく努めてまいります。

[※] 米国では米国品の第三国への再輸出も規制（域外規制）しており、違反すると米国政府から罰則が科される可能性があるため、管理対象としています。

関連情報： > [「安全保障輸出管理」に対するシャープの取り組みについて](#)

【V.健全な経済活動の実践】

公正な事業慣行

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
海外投資家訪問の充実化による情報発信力強化	経営幹部による北米・欧州・アジアの機関投資家訪問を強化	○
2015年度の重点取り組み目標	経営幹部によるIRコミュニケーションを強化	
中期（～17年度）目標	株主・投資家向け情報開示の継続拡充と各種IRイベントを通じたコミュニケーションの強化	

シャープは、株主総会や多様化するニーズに対応したIR（インベスターリレーションズ）活動を通じて、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション強化に取り組んでいます。

情報の適切な開示に努めるとともに、国内外でのIR活動を通じて、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション活動を積極的に行っています。2014年度は、機関投資家・アナリストとの個別ミーティングを実施した他、決算説明会の実施、経営幹部による海外機関投資家訪問や、証券会社主催のカンファレンスに参加するなどのIR活動を行いました。

IR関連資料については、決算短信のみならず、プレゼンテーション資料を作成するなど、決算情報のきめ細やかな開示に取り組んでいます。

今後も、各種法令などで定められた情報だけでなく、当社の事業内容や経営方針に関する情報についても、積極的な開示を行ってまいります。



投資家情報Webサイト

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


アニュアルレポート2015

<http://www.sharp.co.jp/corporate/ir/library/annual/>

定時株主総会においては、総会集中日を回避した開催や招集通知の早期発送、機関投資家を対象とした議決権電子行使プラットフォームへの参加、英文招集通知のWebサイトへの掲載、パソコン・携帯電話による議決権行使の採用など、議決権を行使しやすい環境の整備を行っています。

また、株主の皆さまが適切な判断を行うことができるよう、必要に応じ適確な情報提供に努めてまいります。なお、総会の模様は、開催翌日から一定期間Webサイトに映像などで公開しています。

SRI ※ (社会的責任投資) の状況

2015年7月現在、シャープは下記のSRI評価機関からSRIインデックス構成銘柄に選定されています。

- FTSE4Good Global Index (英国)
- MSCI World ESG Index、MSCI Global Climate Index (米国)
- モーニングスター社会的責任投資株価指数 (日本)



※ Socially Responsible Investment : 収益性や成長性だけでなく、環境や社会に対する取り組みも考慮して社会的責任を果たしている企業に投資を行う、投資行動のこと

【V.健全な経済活動の実践】

公正な事業慣行

インサイダー取引防止への取り組み

シャープでは「インサイダー取引規制に関する規程」を制定し、未公表の重要事実（インサイダー情報）の管理や株式などの売買規制について定めるとともに、インサイダー取引に関する社内研修や社内Webサイトなどを通じた従業員への啓蒙活動を実施し、シャープの役員・従業員によるインサイダー取引の未然防止を図っています。

また、ディスクロージャー（情報公開）の重要性から「金融商品取引法上の重要事実」や「証券取引所の定める適時開示すべき重要な会社情報」が発生した場合は、速やかに公表することを徹底しています。さらに、社外からの取材対応については、ディスクロージャーの趣旨を十分尊重し、インサイダー取引規制に抵触することのないよう配慮しながら、前向きに対処しています。

2014年度は、規程に基づく重要事実の管理を継続して行うとともに、社内研修において2014年4月1日施行の金融商品取引法改正内容も反映したインサイダー取引規制に関する講義を実施するなど、未然防止に向けた施策に取り組みました。

【V.健全な経済活動の実践】

適正な購買活動

公平・公正な調達活動

全てのお取引先さまと緊密なコミュニケーションを図り、相互理解を深める取り組みを通じて、サプライチェーン全体でCSR取り組みを推進しています。

「機会の平等」と「公平な評価」に基づいた調達先の決定

世界中で生産活動を展開しているシャープは、材料・部品・設備などの調達先決定にあたって、国内外全てのお取引先さまに対して、平等に機会を提供し、求めている品質・規格・性能などを満たしているかどうかを公正に評価しています。

また、調達活動全般において公正性・公平性を保つことと、お取引先さまとの共存共栄を目指しています。

緊密なコミュニケーションと相互理解

お取引先さまとの共存共栄のためには、部品・材料の品質・価格・納期に関する取り組みはもとより、サプライチェーン全体でCSRに取り組み「製品安全」「環境安全」「人権・労働」「安全衛生」などのさまざまな分野にわたる社会的責任を果たすことも求められています。

「基本購買方針」とそれを具体化し、シャープの基本的な考え方をまとめた「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」には、児童・強制労働や差別の禁止、従業員の団結権や団体交渉権の尊重などの労働基準を含む、あらゆる法令と社会規範の遵守、地球環境保全などのCSRの取り組みについてもシャープの調達における方針の一つとして明記し、お取引先さまにおいても積極的に取り組んでいただくことをお願いしています。

また、お取引先さまとシャープが相互理解を深めるために各事業本部や海外生産拠点では「お取引先さま経営懇談会」や「サプライヤーミーティング」を定期的開催している他、日頃の商談活動の中で情報交換をしています。

お取引先さまへのお願い事項

① 法令と社会規範の遵守

- 資材の製造、販売等に関連する法令の遵守
- 労働関連法令の遵守
- 安全衛生に関する法令の遵守と適切な労働環境の整備
- 児童労働、強制労働の禁止
- 人種、性別などによる差別の禁止、社員個人の尊厳の尊重
- 環境法令の遵守
- 贈収賄、不正な行為の禁止

② 健全な事業経営の推進

③ 環境への配慮

④ 最適な品質とコストの確保

⑤ 資材の安定供給

⑥ 先行技術力

⑦ 秘密情報の保持

「下請法」遵守を徹底するための監査と教育

当社および国内関係会社では「下請法（下請代金支払遅延等防止法）」の遵守を徹底するため、コンプライアンスチェックと社内教育を継続的に実施しています。

コンプライアンスチェックについては、2009年度より「自浄作用」と「予防保全」の一層の強化を図るため、各事業本部資材部門、本社部門、関係会社が下請法遵守状況を自己チェックする「下請法セルフチェック」を実施しています。

【V.健全な経済活動の実践】

適正な購買活動

サプライチェーン全体でのCSR推進

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> 外部監査機関との連携を含めた、より実効的な監査制度の導入展開 	<ul style="list-style-type: none"> 外部監査機関と連携し、海外サプライヤー3工場に対する監査を実施 	○
2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> 国際的CSR基準でのCSR調査の実施と、外部監査機関と連携したCSR監査の拡大 	
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> CSR調査・監査の仕組みの定着 	

取り組みを促進するために

シャープは2007年度に、お取引先さまに当社のCSRに対する考え方をご理解いただき、CSRへの取り組みを推進していただくために、「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」を作成し、配布するとともに、Webサイトでも公開しています。

シャープは、これにより、広く世界中のお取引先さまに対し、CSRへの取り組みを要請し、サプライチェーン全体でのCSR推進に取り組んでいます。

2007年度からは、このガイドブックに基づく「CSR調達調査」へお取引先さまから回答いただくことを通じて、サプライチェーンにおけるCSR課題についての一層の共通認識を図っています。

2011年度には、国内のお取引先さまと締結している「取引基本契約書」に、ガイドブックに定める指針などの遵守を求める「CSRの取り組み」条項を追加・改定し、2013年度には、国内のお取引先と再締結を行い、現在、海外のお取引先さまについても導入中です。また、2015年4月より、ガイドブックをエレクトロニクス業界のグローバルスタンダードである「EICC行動規範※」に準拠した内容に改定し、サプライチェーン全体で一層のCSR取り組み促進を図っています。

■ シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブックの項目

A. 労働

- 雇用の自由選択
- 若年労働者
- 労働時間
- 賃金および福利厚生
- 人道的待遇
- 差別の排除
- 結社の自由

B. 安全衛生

- 職務上の安全
- 緊急時への備え
- 労働災害および疾病
- 産業衛生
- 肉体的に過酷な作業
- 機械の安全対策
- 衛生設備、食事、および住居
- 安全衛生のコミュニケーション

C. 環境

- 環境許可と報告
- 汚染防止と資源削減
- 危険物
- 廃水および固形廃棄物
- 大気への排出
- 資材の制限
- 雨水の管理
- エネルギー消費および温室効果ガスの排出

D. 倫理

- ビジネスインテグリティ
- 不適切な利益の排除
- 情報の開示
- 知的財産
- 公正なビジネス、広告、および競争
- 身元の保護と報復の排除
- 責任ある鉱物調達
- プライバシー

E. 管理体制

- 会社の取り組み
- 経営者の説明責任と責任
- 法的要件および顧客の要件
- リスク評価とリスク管理
- 改善目標
- トレーニング
- コミュニケーション
- 労働者のフィードバックと参加
- 監査と評価
- 是正措置プロセス
- 文書化と記録
- サプライヤーの責任

関連情報： > [シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック](#)

※ サプライチェーンCSRを促進する海外の有力団体のEICC（Electronic Industry Citizenship Coalition）が定める行動規範

CSR調達調査の状況

シャープは、お取引先さまのCSR取り組み状況を「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」に基づき自己チェックの上、Webサイトよりオンラインで回答いただく「CSR調達調査」を、2007年度から順次開始し、現在、世界各地域で実施しています。

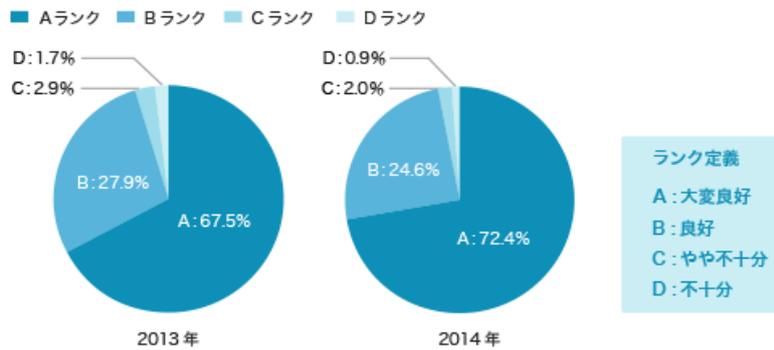
また、調査分野別の評価結果がDランクまたは2年連続でCランク以下となったお取引先さまについては「改善計画書」をご提出いただき、CSR取り組みの改善要請を行っています。

2014年度は、国内での第7回目、中国・マレーシアでの第6回目、欧米その他アジア地域での第5回目となる調査を行い、全世界で約2,000社/約3,800事業所より回答いただきました。

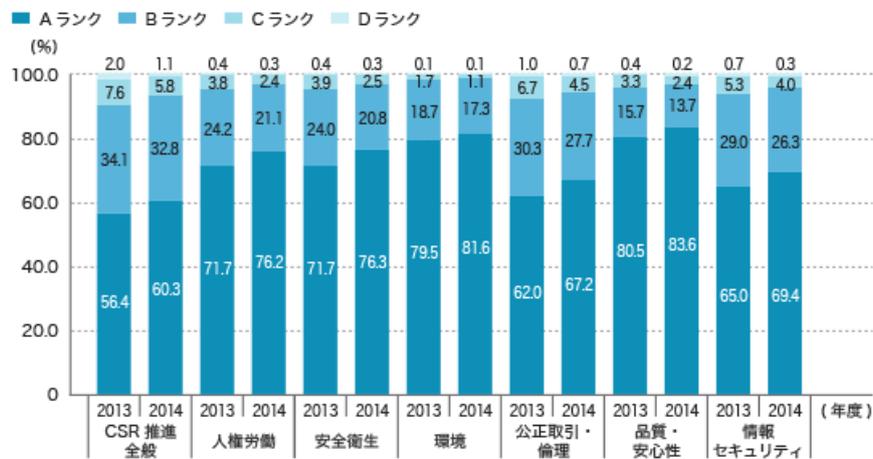
2015年度からは、グローバルスタンダードである「EICC行動規範」に準拠した内容に改定した「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」に基づき、調査を実施します。

今後も、年1回の調査を継続し、必要な改善要請と支援策の提供など、調査を通じてお取引先さまとのコミュニケーションを図り、サプライチェーン全体でのCSR取り組みの継続的なレベルアップを図ってまいります。

■ 総合評価ランクの状況



■ 分野別評価ランクの状況



CSR監査の状況

シャープでは、CSR調達調査の評価結果に加え、取引状況などを勘案して、重要なお取引先さまの工場を特定し、実際に現場に赴いて労働、安全衛生、環境、倫理などの分野の取り組み状況を確認するCSR監査の体制構築を進めています。

2014年度は、中国・ベトナムのお取引先さまの工場に対するCSR監査を実施しました。また、一部の工場については、国際的なCSR基準の変遷などの外部および内部環境の変化に応じ、より実効的なCSR監査を実施すべく、外部監査機関による第三者監査を実施しています。

これらの監査の結果、いずれも法令違反などの重大な不適合は発見されませんでした。各分野においてシャープが期待する取り組みや、取り組みが不十分と考えられる事項についてお取引先さまと現場で話し合い、各種改善取り組みを要請しています。

2015年度は、外部監査機関と連携を深めながら対象工場を増やし、4月に改定したガイドブックに基づくCSR監査の拡大に取り組みます。

今後も、継続的なCSR調達調査・監査の仕組みの改善と定着を通じて、お取引先さまとともにサプライチェーンCSRリスクの特定と未然防止を図り、サプライチェーン全体でグローバル社会への貢献を目指します。

顧客企業さまからのCSR要請への対応

グローバルな事業展開に伴い、シャープがデバイスビジネスを中心とする顧客企業さまより求められている国際的なCSR基準は、変化が激しく、高度化・複雑化してきています。

シャープでは、顧客企業さまからのご期待に沿うCSR取り組みを推進していくため、一部の工場において、顧客企業さまのCSR基準に基づくCSR内部監査も実施しています。

2014年度は、亀山・多気工場において、外部監査機関を活用した顧客企業さまの環境基準に基づく内部監査を実施し、ギャップ認識と必要な是正対応を実施しました。

こうした取り組みの結果、その後実施された顧客企業さまによる環境関連監査においても大きな指摘事項は発生せず、当社の取り組み状況について高い評価をいただくことができました。

2015年度も、顧客企業さまからのCSR取り組み要請への適切な対応を通じて、顧客企業さまとの信頼関係を醸成し、一層のパートナーシップ強化に取り組みます。



外部監査機関を活用した顧客企業さま環境基準での内部監査の様子

【V.健全な経済活動の実践】

適正な購買活動

「紛争鉱物問題」への対応

「紛争鉱物問題」に対する基本方針

コンゴ民主共和国（the Democratic Republic of the Congo : DRC）における、反政府武装勢力による地域住民への非人道的な行為や環境破壊が国際的に大きな問題となっています。

反政府武装勢力は、DRCおよびその隣接国で不法に採掘されたタンタル、錫、タングステン、金などの鉱物を資金源としていることから、これらの鉱物は「紛争鉱物」と呼ばれており、2010年7月の米国「金融規制改革法 紛争鉱物条項」の成立や、OECDによる「デュー・ディリジェンス・ガイダンス」の公表など、武装勢力の資金源を断つことを目的として、紛争鉱物を製品などに使用している企業に対して適切な対応を行うことが強く求められています。

シャープはグローバル社会の一員として、下記基本方針のもと、適切な対応を図っています。

コンゴ民主共和国での紛争に伴う人権侵害や環境破壊等に加担しないために、コンゴ民主共和国及び隣接国で不法に採掘された紛争鉱物を含む原材料、部品、製品等の調達及び使用をしない。
また、そのための適切な取り組み等を実施する。

「紛争鉱物問題」への取り組み

2012年度から国内のエレクトロニクス業界団体である一般社団法人 電子情報技術産業協会（JEITA）の「責任ある鉱物調達検討会」への参加などを通じてEICC/GeSI^{※1}や国内自動車業界など、関連業界との調査対応の統一化を図り、業界標準のEICC/GeSI報告テンプレート（現CFSI帳票またはCMRT^{※2}）を採用した紛争鉱物の使用状況や製錬所の調査を当社デバイス事業関連のお取引先さまから優先して開始しました。

また、2013年度は、「シャープサプライチェーンCSR推進ガイドブック」に「紛争鉱物問題への対応」について追加・改定を行い、お取引先さまに本取り組み趣旨のご理解とご対応を要請しました。

2014年度は、お取引先さまにJEITA主催の「紛争鉱物調査説明会」への積極的な参加を促し、紛争鉱物問題への取り組みの重要性を継続的に啓発するとともに、調査システムを導入しました。

2015年度は、前記の「紛争鉱物調査説明会」に説明員として参画するなど、JEITA「責任ある鉱物調達検討会」との連携も強め、共通の課題解決に取り組んでいます。また、調査のシステム化をさらに定着させ、調査効率向上、対象鉱物の原産国や製錬所名などの情報判明率向上および適切なサプライチェーン対応を図り、責任ある鉱物調達を推進してまいります。

※1 サプライチェーンCSRを促進する海外の有力団体

EICC（Electronics Industry Citizenship Coalition）はエレクトロニクス業界、GeSI（Global e-Sustainability Initiative）は通信キャリアと携帯電話メーカーの団体
各種サプライチェーンCSRの促進プログラム策定などで協働
両団体が母体となり、紛争鉱物問題に特化した団体CFSI（Conflict-Free Sourcing Initiative）を立ち上げ、JEITAもPartner associationとしてメンバーとなっている

※2 Conflict Minerals Reporting Template

VI.人権の尊重



人権の尊重

- ▶ [人権に関する取り組み](#)
- ▶ [全社ダイバーシティ・マネジメントの展開](#)
- ▶ [活力あふれる企業文化の醸成](#)
- ▶ [人材育成](#)

関連情報： > [CSR中期戦略【5つの重点項目②】人権の尊重およびダイバーシティ・マネジメントの展開](#)

【VI.人権の尊重】

人権の尊重

人権に関する取り組み

シャープは「シャープグループ企業行動憲章」「シャープ行動規範」の中で、人権に関する基本方針を定め、全ての役員・従業員に徹底し、グローバル企業として各国の異なる文化や価値観、および個人の人権を尊重した経営を行っています。

基本方針

■ シャープグループ企業行動憲章より抜粋

あらゆる事業活動において、基本的人権を尊重し、差別的な取扱いや人権侵害行為をしません。また、児童労働、強制労働を認めません。

■ シャープ行動規範より抜粋

- ① あらゆる事業活動において基本的人権および個人の尊厳を尊重し、また、人権侵害に加担しません。
万一、事業活動や商品・サービスが人権への悪影響を及ぼしていることが判明した場合は適切に対処します。
- ② 児童労働およびあらゆる形態の強制労働を認めず、また、その実効的な廃止を支持します。
- ③ 採用や報酬、昇進、研修の機会等の雇用慣行を含むあらゆる企業活動において、国籍、人種、民族、肌の色、性別、健康状態、妊娠、性的指向、年齢、配偶者の有無、宗教、信条、社会的身分、家柄、財産、身体的特徴、心身における障がいの有無、政治上の意見等による、差別となる行為を一切行いません。
- ④ いやがらせ、侮蔑、言葉による虐待、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメント等、非人道的な行為や言動を一切行いません。
- ⑤ 国際基準および適用される法令に基づき、報復・脅迫・嫌がらせ等を受けることなく、結社する自由、労働組合に加入する自由、抗議行動を行う自由、労働者評議会等に加わる自由等の従業員の権利を尊重し、配慮します。

基本的人権と個人の尊厳の尊重に向けた活動

シャープは、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」に参加し、人権・労働基準に関する原則に沿った取り組みを国内外で推進しています。

国内においては、各事業所で「人権研修」を毎年実施（2014年度延べ約50回）するなど、継続して人権啓発活動を行っています。また、新任海外拠点長に対して人権尊重などを織り込んだ冊子の配布を行っています。加えて、海外では、現地の法令などに基づいて、各拠点での人権取り組みを推進しています。

対話を重視した良好な労使関係

シャープは、各国・各地域の法令に基づいて、従業員の団結権と団体交渉権を尊重しながら労使の信頼関係の一層の強化を図っています。

国内では、労使のトップ同士が対話する「中央労使協議会」や、事業所／関係会社ごとの労使協議会など、労使協議の場を毎月設定して経営状況や職場環境についての労使間の課題について意見や情報を交換しています。

欧州では、汎欧州の経営課題を確認するために「欧州労使協議会」を毎年開催し、また、中国では待遇などの決定につき工会（日本の労働組合に相当）と協議し、より良きパートナーとして協調的な労使関係の構築を目指して取り組んでいます。

【VI.人権の尊重】

人権の尊重

全社ダイバーシティ・マネジメントの展開

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ ダイバーシティインクルージョン（多様性の受容）の取り組み強化 <ul style="list-style-type: none"> ○ 2018年度までに女性管理職比率を5%に引き上げるための各種対策の強化・推進 ○ 障がい者雇用率：2.3%台の維持 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ダイバーシティインクルージョンの取り組み強化 <ul style="list-style-type: none"> ○ 女性主事を対象としたキャリア・アップ研修を実施し、準管理職層（137人受講）への意識啓発とキャリア開発強化を推進 ○ 2015年4月1日現在の女性管理職比率は2.5%（前年は2.2%） （※シャープ（株）および主要国内連結子会社、海外外向者を含む、シャープ（株）基準女性管理職比率） ○ 2014年度シャープグループ 障がい者雇用率は「2.32%」で2.3%台を維持 	○
2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ ダイバーシティインクルージョンの取り組み強化（継続） <ul style="list-style-type: none"> ○ 2018年度までに女性管理職比率を5%に引き上げるための各種対策の強化・推進（継続） ○ 女性の採用拡大：新卒採用における女性比率目標 ビジネス系（事務系）5割、技術系1割の維持 ○ 障がい者雇用率：2.3%台の維持 	
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ ダイバーシティインクルージョンの取り組み強化（継続） <ul style="list-style-type: none"> ○ 外国籍者（国内勤務）、障がい者、高齢者、他の属性に関する取り組みの拡充と推進強化 ○ 2018年度までに女性管理職比率を5%に引き上げるための各種対策の強化・推進（継続） ○ 障がい者雇用率の維持 	

シャープのダイバーシティの考え方は「会社に働く人々の能力開発と生活福祉の向上に努め、会社の発展と一人一人の幸せとの一致をはかる」という「経営理念」に基づいており、従業員一人ひとりが互いの個性を尊重し合うことで、新しい価値を生み出し、お客さまとともにひとつ先の未来を作る商品開発とサービスの提案につなげることを目指しています。

全社ダイバーシティ・マネジメントの展開

ダイバーシティに関する取り組み

2004年に専任部門「ポジティブ・アクション推進プロジェクトチーム」を設置し、女性のための「単なる優遇策」ではなく、全従業員の能力を最大限に引き出すことを目的としたビジネス戦略として活動をスタートさせ、2009年からは国内勤務の外国籍社員の育成活用、障がい者雇用促進、高齢者（定年退職者）再雇用なども含めた、トータルなダイバーシティ・マネジメントを推進する「ダイバーシティ推進グループ」へと活動範囲を広げています。

ダイバーシティ・プログラムの考え方

- ① ダイバーシティ・マネジメントは「多様な人材を活かす戦略」であり「経営戦略」である。
- ② ダイバーシティは経営理念の上に成り立っている。
- ③ 女性、外国人（国内勤務）、障がい者、高齢者の活躍推進に向けた、各属性別のプログラムを策定・推進する。
- ④ ダイバーシティの一貫性ある推進を目指す。
- ⑤ ダイバーシティ推進の基盤として「ワーク・ライフ・バランス支援制度」の浸透・定着を図る。
- ⑥ ダイバーシティを受容する社内環境づくりを行う。



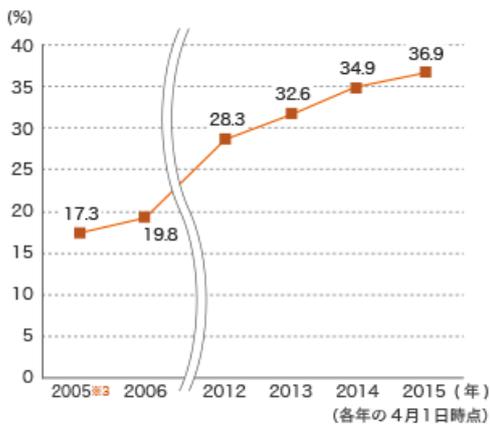
女性社員の活躍推進への取り組み

女性の積極的な採用拡大・活躍推進・登用を進める中で、新卒採用における女性比率目標を「ビジネス系（事務系）5割、技術系1割」と定め、2015年度は新入社員のうち約3割の女性社員を迎え入れています。

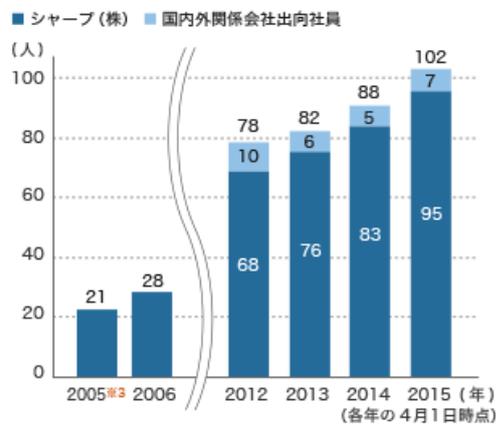
一方で女性リーダーへの登用プログラムや女性管理職人材の育成強化などについては、2005年度より「女性社員の戦力化プログラム」として取り組み、2011年度にはシャープ創業以来初の女性執行役員、2013年度には初の女性取締役や外国籍の女性管理職が誕生しました。今後、女性管理職の更なる増員に向けて、「2018年度までに女性管理職比率を5%※1」の目標を掲げ、各種施策を強化・推進してまいります。

※1 シャープ（株）および主要国内連結子会社、海外外向者を含む、シャープ（株）基準 女性管理職比率：2015年4月1日現在で「2.5%」

■ 全女性社員に占める主事(準管理職)の割合※2



■ 女性管理職数の推移



※2 シャープ（株）のみ

※3 2005年より「女性社員の戦力化プログラム」を開始

■ シャープ(株) 人員構成

(人)

		男性	女性	合計
取締役 監査役		15	1	16
従業員	執行役員	16	0	16
	管理職	2,840	95	2,935
	準管理職	7,042	652	7,694
	一般 (内、2015年度新入社員)	6,121 (195)	1,017 (84)	7,138 (279)
	小計	16,019	1,764	17,783
合計		16,034	1,765	17,799

(%)

構成比	90.1	9.9	100.0
-----	------	-----	-------

(2015年4月1日現在)

■ 海外主要拠点の従業員男女構成比

(%)

拠点		役員/管理職		非管理職 (正社員)		全体	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性
SEC (米国)	販売	79.0	21.0	65.6	34.4	69.4	30.6
SMCA (米国)	生産	83.3	16.7	56.0	44.0	60.4	39.6
SEMEX (メキシコ)	生産	82.0	18.0	55.4	44.6	56.9	43.1
SEG (ドイツ)	販売	72.0	28.0	70.4	29.6	70.7	29.3
SUK (英国)	販売	89.8	10.2	68.2	31.8	80.6	19.4
SUKM (英国)	生産	92.3	7.7	55.4	44.6	59.2	40.8
SEID (インドネシア)	生産・販売	80.5	19.5	65.5	34.5	66.3	33.7
SATL (タイ)	生産	77.6	22.4	28.4	71.6	30.7	69.3
SMM (マレーシア)	生産	70.3	29.7	34.7	65.3	40.9	59.1
SESC (中国)	販売	76.5	23.5	57.3	42.7	60.0	40.0
SOCC (中国)	生産	89.5	10.5	31.1	68.9	33.8	66.2
NSEC (中国)	生産	67.7	32.3	63.2	36.8	63.5	36.5
WSEC (中国)	生産	63.7	36.3	38.4	61.6	40.2	59.8

<<社内取り組み>>

■ 女性主事対象 キャリア・アップの取り組み

管理職予備軍である女性主事（準管理職）を対象としたキャリア・アップ研修を開催し、2014年度は137人が受講しました（全6回実施）。自らのキャリアを主体的に描く姿勢や管理職を目指すマインドセットと女性同士のネットワークづくりを行いました。

■ 管理職対象 女性部下育成の取り組み

女性の活躍推進には、彼女たちを育成する管理職（上司）の役割が重要であることから、女性部下を持つ管理職向けガイドブックを発行しました。男女の脳構造の違いなどに基づくコミュニケーションの留意点などをまとめ、人事評価の面談時などに活用しています。

■ 女性社員の職域拡大

シャープではダイバーシティ推進の一環として、2014年、女性営業職の戦略的育成「エイジョ・プログラム」をスタートしました。国内営業部門の女性営業職とその上司を対象に2度のワークショップを開催し、活発な意見交換を行っています。

 Voice 「エイジョ・プログラム」参加社員の声

■ 女性営業職

厳しくても忙しくても、自分自身が仕事にやりがいを感じることができる風土づくりを、新入社員と一緒につくっていき、女性の持ち味が加わった新たな「健康社会を実現する」企業を目指していきたいです。

■ 上司

女性・男性とも同様に、上昇志向を持って、管理職になりたいと思えるような企業風土にして行くことがますます必要です。特に、白物の健康環境商品のモノづくり／営業には女性目線での発想・行動が会社の大きな原動力となりますので、今後さらなる活躍を期待したいと思います。



健康・環境システム事業本部
PCI-BtoB事業センター
PCIシステム営業部（芝浦）
主事 白土 優子



健康・環境システム事業本部
PCI-BtoB事業センター
PCIシステム営業部（八尾）
副参事 岩本 正彦

■ 産休・育児休職を取得する女性社員への復職支援

育児休職からの復職支援策として、新たに「復職支援セミナー」を開催しました。会社の状況や支援制度の説明の他、社内の復職経験者からの経験談や仕事と育児の両立へのアドバイス、母親社員同士のネットワーク構築の機会を提供し、復職に向けたマインドセットをサポートしています。



育児休職「復職支援セミナー」を開催

■ 男性社員の育児休職取得を支援

シャープは働きやすい職場づくりを目指し、男女を問わず社員が育児に参加しやすい支援制度の確立・環境づくりに努めてまいりました。中でも少子化や働き方・ライフスタイルの多様化、共働き世帯の増加などを背景に、男性の育児参加にも力を入れ、育児休職制度の改定を行いました。結果として過去数年、毎年150人以上の男性社員が休職し、育児参加を経験しています。今後も社員の継続的な家庭・育児参加を支援・推奨してまいります。



Voice

育児休職取得経験のある男性社員の声

入社以来、テレビや携帯電話、携帯ゲーム機など新規製品のディスプレイ開発業務を担当しており、現在も主にスマートフォンやタブレット端末のディスプレイ開発を行っています。

2007年、2011年、2013年に子どもが誕生し、現在、二男一女の父親です。制度に関する情報を妻と一緒に確認しながら取得を決め、子どもの誕生に合わせて、都度、育児休職を取得してきました。

休職期間中は育児や家事に真っ向から向き合い、自分の思い通りにはなかなか仕事が進まない、専業主婦の大変さも体験しました。また2回目以降の育児休職時には、上の子どもの宿題なども見ることもでき、学校生活の様子が分かり良かったです。仕事とは異なる環境や条件の中で、視野が広がり、個人として成長する機会になりました。

普段から個人の担当業務の見える化を心がけ、取得に際しては、部内メンバーとの情報共有をしながら臨みました。その後私の育児休職取得をきっかけに、部内の他メンバーも続いて、積極的に育児休職を取るようになり、自然と取得促進の風土が根づいてきたように思います。

子どもとの関わりだけでなく、家事の分担までを含めたワーク・ライフ・バランスが重要だと捉えています。父親のさらなる参画には、個人や職場における仕事量の調整が不可欠だと感じます。そのためには自分自身の努力はもちろん、上司や同僚、部内メンバーとの連携を密に図り、互いに助け合うことも大切だと思います。実際に育児休職を取得してみて気付くこと、分かることは多く、まずは自ら経験してみること、そしてその経験談を周囲へ共有することで、仲間を増やしていくことが、育児参画の促進に繋がると考えています。

ディスプレイデバイス開発本部

表示モード開発センター 第四開発室（亀山）

係長 清水 雅宏

2009年、2012年、2014年に育児休職を取得

<<社外取り組み>>

■ ウーマンズ・ネットワーキング・フォーラム

2004年度に発足した、企業で働く女性を対象とした関西発の異業種フォーラム（約60企業・団体、約700人参加）に、幹事企業として参画しています。年1回フォーラムイベントを開催しており、2014年度も当社女性社員がロールモデルや参加者として出席しました。

■ ダイバーシティ西日本勉強会

関西企業のダイバーシティ推進担当者が集う勉強会（約30企業・団体、約60人参加）に2004年より参画し、テーマ別研究を通じて企業を超えた情報共有と社内へのフィードバック、社外への働きかけなどの取り組みを実施しています。

■ 大阪市主催イベントへの参加

大阪市主催の「大阪女性のソコチカラ」プロジェクトに、シャープエレクトロニクスマーケティング（株）から女性社員が参加し、3月開催のフォーラムで取り組み成果を発表しました。

外国籍社員（国内勤務）の活躍推進

シャープはビジネスのグローバル化に伴い、より現場ニーズに即したグローバル人材の確保と計画的な育成策に取り組んでいます。過去から国内における留学生、外国人の採用拡大を推進しており、2015年4月現在約20か国（主な国籍：インドネシア、カナダ、セルビア、ペルー、ルワンダ、中国など）、約110人が在籍し、多様な部門・職種で活躍しています。

障がい者の雇用促進

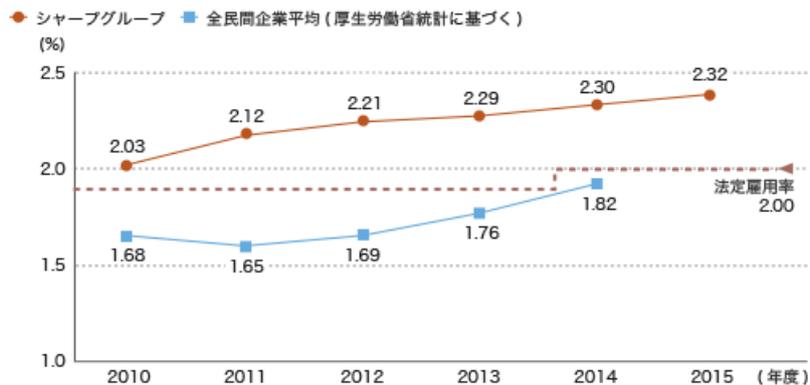
シャープは、創業者 早川 徳次が「5つの蓄積※4」の一つとして「奉仕の蓄積」を掲げて以来、社会への奉仕と福祉に積極的に取り組んでいます。グループ全体で障がい者の雇用促進に努めるとともに、障がいのある社員の働きやすい環境づくりを進めています。

具体的には、採用情報Webサイトに障がい者採用ページを開設し、シャープグループの障がい者雇用の取り組み内容を紹介する他、聴覚障がい者が含まれる研修には、パソコンテイク（音声情報をパソコンのキーボードで入力して伝える支援方法）を導入するなど、職場環境の整備にも取り組んでいます。

シャープグループの障がい者人数は約400人、障がい者雇用率は2014年度目標であった「2.3%台の維持」を達成し、2015年6月1日時点では障害者の雇用の促進等に関する法律に基づく法定雇用率2.0%を上回る「2.32%」となっています。

※4 「信用の蓄積」「資本の蓄積」「奉仕の蓄積」「人材の蓄積」「取引先の蓄積」

■ 障がい者雇用率の推移



関連情報： > [社会福祉分野の取り組み](#)

Voice 社内でも活躍する障がいのある社員の声

入社以来、通信・映像技術研究所でカメラを用いた空間計測技術の開発を担当しています。耳が聞こえにくいため、多人数でのミーティングでは会話を追いかかれず苦労していました。現在の職場では、ミーティングの都度、議事録が作られるルールが設けられタイムリーに内容を確認することができるので、議論内容を把握するのに非常に助かっています。対面の会話でも聞き取れないことはあるので、恥ずかしがらずに再度聞く、遠方から話しかけられたら近くまで行くなどの工夫をしています。

研究で行き詰まった時は一人で抱え込まずアドバイスを求めるなど、周囲との積極的なコミュニケーションを心掛けています。さらに、SNSを通じて専門分野が異なる人々と交流するなど、知見を広められるよう努力しています。一方で、レベルの高い人たちに囲まれて萎縮し、何をすることも遠慮しがちになってしまうので、ネットワークを軽くして積極的な研究活動をするため、興味がある分野の展示会に参加し、情報収集も行っています。

チーム一丸となり研究開発した内容を社内外で発表、デモ展示をすることもあり、評価や意見を貰ったときに大変やりがいを感じます。入社3年目の駆け出しのため、周囲のレベルにまで早く成長したいという気持ちに加えて、研究者として知識の幅をより広く持ち、多面的なアプローチで課題を解決できるようにもなりたいと思っています。



研究開発本部
通信・映像技術研究所
第五研究室（幕張）
三宅 太一
2013年4月1日入社 聴覚障がい



取り組み事例 : シャープ特選工業（株）における取り組み

シャープ特選工業（株）は、創業者 早川 徳次の「障がいのある方に人生の道を開いていただいた。その恩返しを。」との強い想いから、太平洋戦争中に失明した軍人のために設けられたプレス加工工場「早川分工場」を前身とする、1977年に日本で初めて障がい者雇用の特例子会社に認定された会社です。

その後、エレクトロニクス事業の発展に合わせて業容を変えながら、シャープグループの一員として事業の拡大に貢献しています。今後も 障がい者雇用・教育支援事業への取り組みにおいて、より一層の社会貢献ができるよう取り組んでまいります。



シャープ特選工業（株）現在の社屋

<<社外取り組み>>

■ 外部団体主催セミナーへの参加

2014年11月に「障がい学生のキャリア形成に対する効果的支援のあり方について」のセミナー（主催：独立行政法人日本学生支援機構／同志社大学）に参加し、当社事例を紹介しました。

高齢者の再雇用

会社として「高い勤労意欲を持った高齢者社員の活用を図る」、従業員として「長年培ったスキル・ノウハウを社会に還元する」との観点より、当社は2001年より60歳定年退職を迎えた従業員が引き続き活躍できるための「専門社員制度」を導入しました。

2013年4月に施行された「改正高齢者雇用安定法」を受けて、基準を見直し、60歳定年退職を迎えた従業員で再雇用を希望する社員を65歳まで原則的に雇用しています。

【VI.人権の尊重】

人権の尊重

活力あふれる企業文化の醸成

シャープは従業員が働きがいをもって生き活きと主体的・積極的に周囲に働きかけ、失敗を恐れず、持てる力を最大限に発揮できるような企業風土づくりに取り組んでいます。

企業風土づくりに向けた仕組みの改定、取り組みの継続的な推進

行動変革宣言の浸透に向けた継続的推進

全ての役員と従業員が、経営理念・経営信条を身近な存在とし、一人ひとりの業務と結びつけるために、さらに具体的な行動に落とし込んだ「行動変革宣言」を2014年1月に制定しました。

全役員と従業員は行動変革宣言カードに自身の宣言を記入し、常に携行しています。また、役員自身の宣言を社内Webサイトに公開するとともに、各職場における懇談会などで個人の宣言を紹介し、それにまつわるエピソードを話し合うなど意識を高めるための活動を継続的に実施しています。

評価制度の改定

従業員一人ひとりが常に新しい価値を追い求め、チャレンジする風土を醸成するために、失敗を恐れず高い目標に挑戦することを促す評価制度を、2014年4月から管理職を対象に導入し、一般社員にも2015年4月に導入しました。

管理職の職場マネジメント変革

行動変革宣言制定、人事評価制度改定に伴い、この浸透と管理職層のマインド・スキル改革の取り組みとして、2013年度下期より国内勤務の管理職層（課長職以上）約3,400人を対象に「管理職マネジメント変革研修」を全国主要拠点で開催しています。

- 2013年下期テーマ：行動変革宣言、360度アドバイスシステム
- 2014年上期テーマ：コーチングスキル
- 2014年下期テーマ：加点半義評価、評価者マインド

企業風土改革の実現のためには、まず、管理職層のマネジメント意識の改革を図ることが効果的と捉え、今後も管理職層の「気付き、意識共有」の場として定期的開催することで、継続的な取り組みを進めてまいります。

全社カエル運動の継続的推進

2013年5月から会社を変える運動として「カエル運動」を実施しています。

役職、世代間の距離を縮めて自由闊達なコミュニケーションを促す「さん付け運動」や、仕事を見直して効率化を図る「脱！仕事メタボ運動」、会議の5原則とマナー10カ条を定めて見直しを図る「会議改革」「メールマナー改革」など、各種施策の定着化に向けて継続的に推進しています。

また「カエル運動」の機運をさらに高める啓発活動として、社内Webサイトに「かわらねばん」という掲示板を常設し社長直筆のメッセージを掲載するとともに、各事業本部や関係会社、部門での取り組み事例を順次紹介しています。



社長直筆のメッセージと
カエル運動のシンボルキャラクター「カエるん♪」

社内コミュニケーション活性化施策

経営情報の共有のみならず、経営幹部の拠点巡訪、動画配信を利用した社内Webサイト・SNSの積極的な活用、イベントを通じた交流など、縦（年齢や資格・職務）、横（組織）を越えた社内のコミュニケーションを活発に行っています。

各人が自由闊達にモノを言える環境にすることで、従業員の自主性・主体性を促し、全員が目標達成に向けたチャレンジ精神をもって積極的に周囲に働きかけながら新たな取り組みに挑戦していく「意識改革」を図っています。

【VI.人権の尊重】

人権の尊重
人材育成

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ 会社の将来（再生と成長）を見据えた人材育成施策の強化 ① 経営幹部人材の育成 ② 管理職層を中心とした、マネジメント力の強化 ③ ビジネスモデルとの連動による新規事業／市場の創出力強化 	<ul style="list-style-type: none"> ① 4つの階層別（経営職、部長職、課長職、主事職）に「経営幹部人材育成研修」を実施 ② 国内全管理職を対象に「管理職マネジメント変革研修」を全国で実施 ③ 新規事業創出に向けた人材育成プログラム研修などを実施 	○

2015年度の重点取り組み目標	人材育成施策の着実な実行 ① 経営幹部人材の育成 ② 各階層別人材育成 ③ グローバル人材育成
中期（～2017年度）目標	人材育成機能の見直し ① コーポレートとしての人材育成機能・体制 ② 各カンパニーに対応した人材育成機能・体制

従業員の自主性と多様性を尊重する人事・教育研修制度

シャープは「人材こそ企業にとって最も大切な財産である」との考えのもと、従業員一人ひとりの個性や意欲、創造性が発揮されるように、自主性と多様性を尊重した多彩な人事制度・教育研修制度を導入しています。また、今後成長の著しい海外への事業展開を図る中で、世界で活躍できるグローバル人材の育成に注力しています。

次世代幹部／プロ人材の育成、および階層別人材育成

シャープでは、経営幹部の計画的育成を目的に、若手準管理職から部門責任者までを対象とする「シャープ・リーダーシップ・プログラム」および若手準管理職を対象とした「チャレンジコース」を導入し、若手人材の早期登用を推進しています。

また、グローバルにモノづくり人材を育成する「世界のモノづくりリーダー育成研修」の他、技術系や営業系のプロを目指す「プロ人材育成」、さらに入社後それぞれの節目に必要な知識やスキル、マネジメントの研修を体系的に行う「階層別人材育成」などを実施しています。





Topics

「3年次社員提言発表 全社大会」を開催

若手社員の早期育成を目的とした階層別研修「3年次社員研修」実施後、“シャープの再成長に向けて”をテーマとした活動を行い、その成果発表として「提言発表 全社大会」を人づくり推進センター（奈良県天理市）で開催しました。社長、研究開発本部長、人づくり担当役員を審査員とし、各本部・関係会社の予選を突破した10チーム、56人が若い力とあふれる熱意で新しい商品・事業を提案しました。また、審査員を囲んだ懇談会では、ざっくばらんに率直な意見交換が行われました。

参加した社員から「明確なビジョンや方向性を“見える形”にすることがとても大切だと感じた」「社長や経営幹部に直接会って話をする事ができ、モチベーションアップにつながった」「視点の違うさまざまなメンバーがいる中で、人を巻き込む難しさや自分の意見を正しく伝える難しさを実感した」など、本活動を通じ、通常業務だけでは得ることが難しい学びや気づきにつながったとの意見が多数寄せられました。



最優秀賞受賞の皆さん



Topics

「新規事業創出人材育成プログラム研修」を実施

新規事業の創出を加速するため、事業化に関する原理原則やバリューチェーンを理解し、事業を創出するマインドを身につけた人材を育成する研修「新規事業創出人材育成プログラム」を実施しています。2013年度は国内の12本部から28人・4チーム、2014年度は10本部から29人・7チームが参加しました。



新規事業創出人材育成プログラム実施の様子

グローバル人材育成

経営のグローバル化が進む中、異なる文化や価値観の人々と積極的に交わり、それらの違いを活かすことのできる人材の育成は不可欠です。シャープは、多様性を活かしながらグローバルに力を発揮できる人材づくりに向け「GATE」「G-BANK」「GRID」「GOAL」の4つの“G”（Global formation）による人事・教育制度を設けています。

■ シャープ人材育成のGlobal formation



制度名称	具体的取り組み内容
GATE	直近の海外派遣予定者を対象に、海外でスムーズに業務を行うために必要な知識や実践的なコミュニケーション能力を計画的に習得する研修 ■ 2008年度の導入から、累計で約1,050人が受講
G-BANK	3年以内の海外派遣予定者を対象に、グローバルで活躍するために必要な基礎知識や語学力の強化を図り、将来の海外派遣者として育成する研修 ■ 2008年度の導入から、累計で約650人が受講
GRID	次代のグローバル事業展開の中核を担うべき若手社員を対象に、戦略的に新興国に派遣し、その国や地域で活躍する人材を育成するグローバル若手育成プログラム ■ 2011年度の導入から、累計で約60人を派遣
GOAL	全社員を対象に、グローバルビジネスを進めていく上での基本スキルである語学力の強化を図る研修

Topics 「中国・アセアン地域でのグローバル営業研修」を実施

シャープが売上拡大を目指す中国・アセアン地域において、法人企業への売上拡大のためBtoB営業を対象に「G-S3※（ジー・エス・キュービック）研修」を実施し、2014年8月と11月にタイで計36人、9月に中国で54人が受講しました。



研修受講生の皆さん

※ Global Sales, Strategy, Solution

能力開発・意欲向上制度

公募エントリー制度

事業のスピードに対応するため年に数回、新規事業の立ち上げや新技術・商品の開発など重要度の高いテーマについて広く全社から人材を公募しています。2014年度は約80テーマについて募集し、約100人の配置を決定しました。

人事申告制度／キャリア開発ローテーション

「人事申告制度」は、全従業員が自己のキャリア開発計画や仕事の適性などを申告し、これに伴う上司との面談結果も含めて人事データベース化し、本人のキャリア志向や現在の状況を把握する仕組みです。その申告内容や仕事内容を活用し、複数の職種を経験する機会を設けたり、専門性を高める異動を行い、人材の育成を行っています。

ステップアップ・セルフアップ運動（資格取得奨励施策）

従業員の成長支援の一環として、技術・技能などの専門分野、日常業務に直結した必須資格に加え、グローバル人材育成の観点から語学スキルなど約250資格を対象に、資格取得の難易度に応じた奨励金を支給しています。

表彰制度

毎年、シャープグループにおいて顕著な業績をあげた国内外の従業員、部門に対して表彰を行っています。2014年度は、約110件、約4,500人（本部・関係会社独自表彰を除く）を表彰しました。

VII.安全で働きやすい職場環境づくり



職場環境づくり

- ▶ [全社で取り組む小集団活動](#)
- ▶ [ワーク・ライフ・バランスの取り組み](#)
- ▶ [安全衛生および健康増進活動の推進](#)

【VII.安全で働きやすい職場環境づくり】

職場環境づくり

全社で取り組む小集団活動

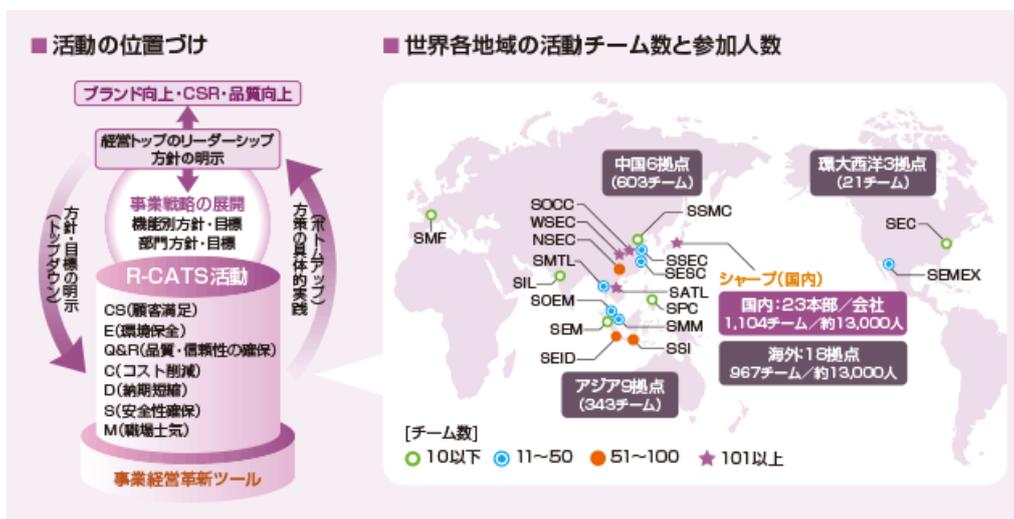
CSRの視点で取り組む小集団活動「R-CATS活動」

シャープの小集団活動「R-CATS※活動」は、ステークホルダーの皆さまに安心と満足をお届けするため、国内外の従業員が小集団を編成し、ステークホルダーの視点を持って自分たちの仕事の“質”の向上や、新たな“仕組み”づくりに挑戦する改善活動です。本活動は、変化に対応できる問題解決能力の高い人づくりのための重要な活動としても位置づけています。

2014年度は、全世界で約26,000人がこの活動に参加し、それぞれの職場の問題解決や課題達成に取り組みました。

2015年度は、会社の再生と成長に向けて、変革を実行するための有効な仕組みである「R-CATS活動」を再活性化していきます。

※ Revolution-Creative Action Teams



発表チーム（生産・産技術ブロック）と幹部との記念撮影

活動の成果は、全社大会において国内外から選抜された優秀チームが発表し、改善事例の全社共有化を図っています。

また、事例内容は社内Webサイトに掲載し、いつでも優秀事例に学べる環境づくりを行っています。

「QCサークル近畿支部 大阪・近畿南地区発表大会」で、お客様相談センターのチームが「お客様相談におけるスーパーバイザースキル向上」をテーマに発表し「奨励賞」を、また「QCサークルチャンピオン大会イン奈良」で、デジタル情報家電事業本部 海外拠点管理部のチームが「ODM生産 機種打ち切り時の余剰部材抑制」をテーマに発表し、「優秀賞」を受賞しました。

今後も社外発表に積極的に挑戦し、レベルアップに努めます。



お客様相談センター チームの受賞の様子



デジタル情報家電事業本部 チームの発表の様子

【VII.安全で働きやすい職場環境づくり】

職場環境づくり

ワーク・ライフ・バランスの取り組み

シャープでは、ダイバーシティ推進の基盤として「働きがいを生む職場」「安全で安心して健康に働ける職場」づくりに向け、従業員自ら各々のライフステージに応じた働き方を選択可能にするなど、ワーク・ライフ・バランス（仕事と家庭生活の両方を充実させること）を実現できるよう支援しています。

具体的には、育児や介護を中心とした支援制度の拡充や、利用促進に向けた各種ガイドブックの配布などの情報提供を行うとともに、両立を可能にする効率的でメリハリのあるワークスタイルを確立するため「ノー残業デー」の設定や年次有給休暇の計画的取得推進などを継続展開しています。

こうした取り組みは「次世代育成支援対策推進法」に基づく厚生労働省の認定を受けるなど、社外からも評価いただいています。



両立支援/介護支援ガイドブック



『次世代認定マーク(愛称：くるみん)』厚生労働省の認定を受けた企業であることを示します。

ワーク・ライフ・バランス支援のための主な制度と取得実績 (シャープ(株))

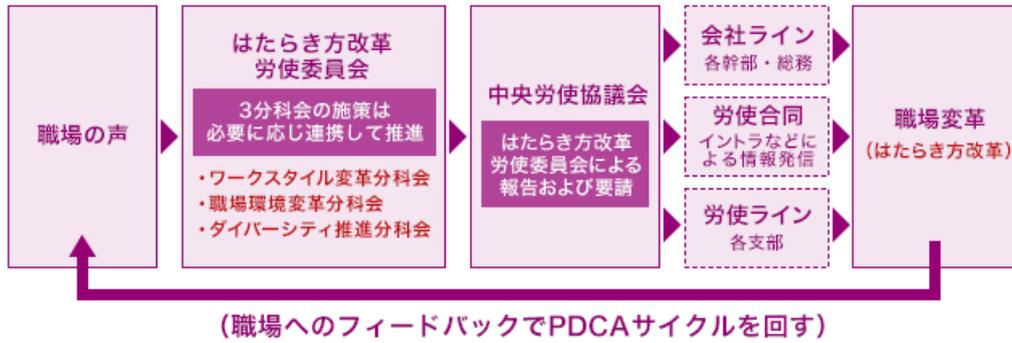
制度名称	内容	取得実績(人)		
		2012年度	2013年度	2014年度
育児休職制度※	子が満1才到達後の3月末日まで、または1才6ヶ月に達するまでの間、取得が可能 (2012~13年度の育児休職制度利用者の復職率は平均 98.6%) <育児支援金> ① 育児休職開始時より10日間を有給とする ② 育児休職期間中(①の有給期間除く)、月6万円の支援金を支給する	262 (内、男性 205)	223 (内、男性 161)	208 (内、男性 162)
出産育児短時間勤務制度	妊娠中、および子が小学校6年生の3月末日までの間、1日最長3時間、30分単位で就業時間を短縮できる制度	38	33	34
育児支援勤務制度	子が小学校6年生の3月末日までの間、始終業時刻を柔軟に変更できる制度(制度適用者は1日平均3時間、1時間単位での就業時間の短縮も可能)	433	454	465
介護休職制度※	要介護状態にある対象家族1人につき、通算2年以内(分割可)の間、取得が可能	7	7	9
介護支援勤務制度	介護のため、事由消滅までの間、始終業時刻を柔軟に変更できる制度(制度適用者は1日平均3時間、1時間単位での就業時間の短縮も可能)	3	4	7

※ 育児休職・介護休職期間中の人事考課が、昇格や昇給、賞与において不利に働くことはありません。

その他の各種制度	多目的休暇/多目的休暇の時間単位(または半日単位)取得/妊娠時差通勤制度/出産育児再雇用保証制度/配偶者出産時休暇/ならし保育休暇/介護再雇用制度/介護短時間・通勤日数短縮制度/独身者の介護残留家族支援金/独身者の介護帰宅交通費支給制度/介護休暇/看護休暇/ホームヘルパー費用助成/不妊治療に関する休職・有給休暇制度/不妊治療融資制度/キャリア開発支援短時間勤務制度/ボランティア休職制度
----------	--

はたらき方改革労使委員会

誰もが活躍できる職場の実現を狙いとした「はたらき方改革労使委員会」を2014年4月より発足し、長時間労働が発生している職場環境を改善する「ワークスタイル変革」、コミュニケーション豊かな職場づくりを実現する「職場環境変革」および「ダイバーシティ推進」の3つの分科会に分けて、労使協働による従業員の生の声を取り入れた施策の展開を進めています。



【VII.安全で働きやすい職場環境づくり】

職場環境づくり

安全衛生および健康増進活動の推進

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ 労働災害および設備・環境関連事故、社用車事故の低減 ■ メンタルヘルス不調・疾患の低減のため、それらの要因となりうる長時間労働やパワーハラスメントへの対策の強化・推進 ■ けんこうシャープ23（2023年3月末までに達成すべき健康目標とそれらを達成するための各種施策の総称）の浸透、体制構築および具体的施策の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 労働災害は増加、社用車事故については減少 ■ 労使で「はたらき方改革労使委員会」を発足し、長時間労働対策（労働時間に対する調査および結果に基づく対策、各事業所の取り組みの水平展開など）、パワーハラスメント撲滅に向けた取り組み（相談窓口強化、全管理職対象研修など）を実施 ■ けんこうシャープ23の取り組み内容について、社内浸透を図ることに加え、具体的施策を推進 	△

2015年度の重点取り組み目標	労働災害および設備・環境関連事故、社用車事故の低減
	メンタルヘルス不調・疾患による労働損失日数の低減
	健康経営推進体制の検討およびけんこうシャープ23の目標に応じた取り組みの実施
中期（～2017年度）目標	休業災害0件
	2017年度末までにメンタルヘルス不調・疾患に伴う休職延べ日数2013年度比10%以上減
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 健康経営推進体制の構築 ■ けんこうシャープ23の各数値目標の達成（BMI25以上の従業員23.3%、喫煙率21.7%、運動習慣定着者率28.3%）

安全衛生基本方針

「シャープグループ安全衛生基本方針」

<基本理念>

シャープグループは、世界中の全ての従業員の安全・安心・健康を守ることが、事業活動に不可欠なものと考え、適切な経営資源を投入し、誠意と創意の精神に沿って、安全で働きやすい環境の実現を図ります。

<基本方針>

1. 法令の遵守

それぞれの国や地域の安全と衛生にかかわる法令を遵守するとともに、グループで統一した方針に沿って、各社が構築する自主基準を遵守し、安全衛生の水準向上を図ります。

2. 管理体制の構築

安全衛生に関する管理体制を構築し、役割・権限・責任を明確にし、組織的な活動を推進します。

3. マネジメントシステムの構築と運用

労働安全衛生マネジメントシステムを構築し、継続した評価と改善を行い、危険や有害な要因の除去を図ります。

4. 教育と訓練の実施

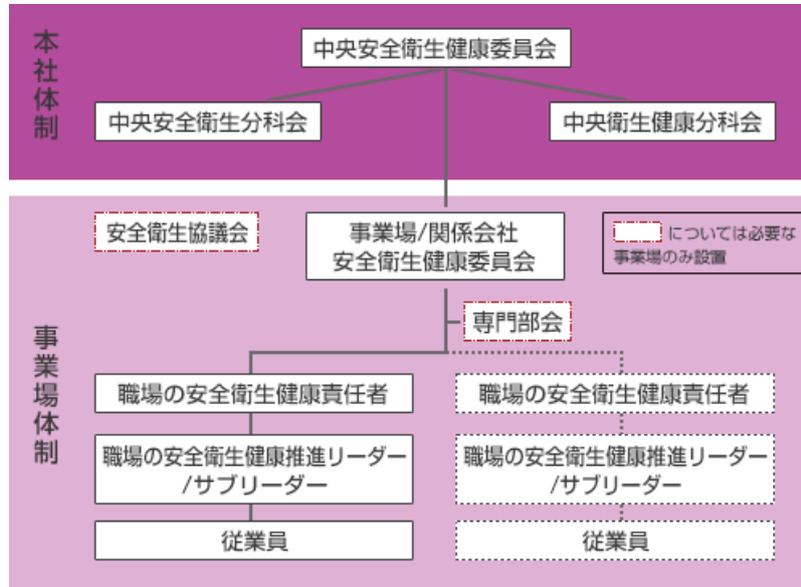
すべての従業員に対して、安全衛生の向上に必要な教育と訓練を実施することで、安全衛生の意識向上と自主的な活動の促進を図ります。

5. 目標の設定と全員参加による実践

災害の発生防止と従業員の健康増進に向けた目標を定め、全員参加による活動の実践を通して、その達成を目指します。

安全衛生健康推進体制

シャープは、これまで主にシャープ健康保険組合が担っていた「従業員およびその家族の健康の保持増進」について、2014年4月より安全衛生活動の枠組みに加え、会社としても本格的に取り組むこととしました。これらの意思を明確にするためにも社内の各組織の名称を「安全衛生」から「安全衛生健康」に変更しました。国内のグループ全体の安全衛生健康推進体制を下図のとおり定めています。



安全・安心・健康に働ける職場を目指して

シャープは、各事業場における「安全衛生活動」および「健康保持増進活動」の円滑な推進と水準の向上を図るため、全社的な見地から安全衛生健康に関する基本施策を審議決定する場として、「中央安全衛生健康委員会」を労働組合と共同で開催しています。委員会では、年間の全社方針や基本施策を定め、各事業場への浸透を図るとともに、委員会のメンバーがチームを編成して各事業場の安全衛生検査を実施しています。

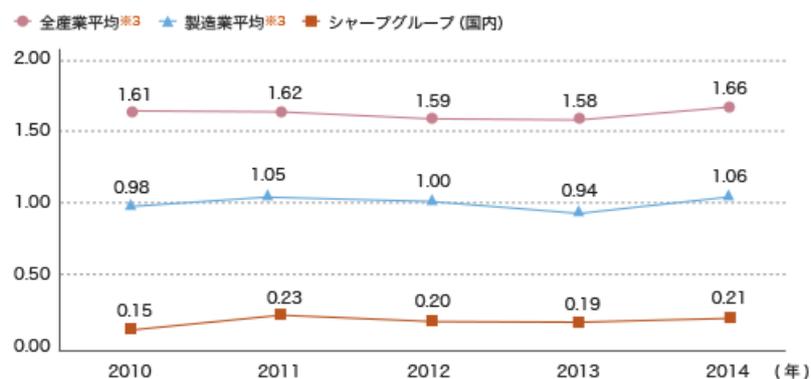
さらに、各事業場では、労使の代表者が参加する「安全衛生健康委員会」を毎月開催して、安全衛生健康活動についての報告・審議、改善施策の決定を行い、職場の安全衛生健康責任者に伝達し、職場における活動の浸透・推進を図っています。また、事業場構内に常駐しているお取引先さまも参加する「安全衛生協議会」を開催し、作業間の連絡調整などの協議や情報共有を行って、事業場全体にわたる安全衛生管理の向上を推進しています。

こうした取り組みを継続した結果、2014年における国内シャープグループ^{※1}の労働災害発生率（度数率^{※2}）は0.21となり、継続して全国製造業平均値を大きく下回っています。

※1 シャープグループ（国内）：シャープ株式会社、SEMC、SEO、SESJ、SBS、SEK、SMS、STC、iDeepソリューションズ（2012年の集計より、SDP、SFC、OSS、SORを除く）

※2 労働時間100万時間あたりの労働災害発生率（休業1日以上）を表す指標

国内シャープグループ 労働災害発生率（度数率）の推移



※3 全産業平均・製造業平均については厚生労働省の統計に基づく

労働安全衛生マネジメントシステムの導入を推進

シャープは、職場の災害発生の潜在リスクを事前に洗い出し、除去・低減する「先取り安全」の一層の浸透・定着に向けて「労働安全衛生マネジメントシステム」の導入を推進し、2010年度までにシャープの国内11生産事業場※4でOHSAS18001※5の認証を取得しました。

さらに、生産以外の事業場や関係会社についても生産事業場と同様に「先取り安全」の要素を取り入れるべく「職場のリスク洗い出し調査」を実施し、抽出結果を改善につなげるなどの独自の取り組みを行っています。

また、海外生産拠点でもOHSAS18001の認証を取得するなど、労働安全衛生管理の水準向上に取り組んでいます。

※4 2014年度末時点で国内10生産事業場／関係会社が継続認証

※5 労働安全衛生マネジメントシステムの認証規格の一つであり、現在最も国際的に採用されている規格

OHSAS18001認証取得事業場・海外拠点

国内	栃木、亀山、三重、八尾、堺、奈良、三原、福山、広島、シャープ三重（株）
海外	SSI（インドネシア）、WSEC（中国）、SATL（タイ）、SMTL（タイ）、SUKM（英国）

メンタルヘルスケアの強化と休職者・復職者支援制度の拡充

シャープは、従業員のメンタル疾患の予防・早期ケアや休職者の円滑な職場復帰を支援するため、主要事業場に専門医・産業カウンセラーなどによるカウンセリング体制を整備しています。また、従業員にメンタルヘルスケアに関する知識を深め、対処方法を習得してもらうよう、各種研修・啓発活動にも取り組んでいます。

定期健康診断時には、心の健康を診断するためにストレス度の自己診断を行っており（2014年度実施率97.7%）、ストレス度の高い従業員には産業医やカウンセラーによる面談を実施しています。

メンタルヘルス対策の一次予防、二次予防、三次予防の体制は整いつつあることから、各体制の実行力を上げることに加え、メンタルヘルス不調・疾患の要因となりうる過重労働やハラスメント対策などの活動の強化により、従業員が生き生きと働ける職場をつくることでメンタルヘルス不調・疾患に至る事象の低減を図ります。

メンタルヘルスケアの具体的な取り組み内容

<一次予防>

- 階層別のメンタルヘルスグループワーク研修実施による知識・意識の共有
- 全従業員への「職場のメンタルヘルスハンドブック」の配布
- メンタルヘルス・マネジメント検定試験の社内開催

<二次予防>

- 定期健康診断と連動した全従業員へのストレス度チェック
- 主要事業場での専門医・産業カウンセラーなどによる面接カウンセリング
- 外部専門機関によるメール・電話での相談、面接カウンセリング
- 転勤、単身赴任、昇格など、環境変化のあった従業員全員を対象とした面談

<三次予防>

- 休職中も継続的にコミュニケーションをとることによる休職者などの支援
- 産業医・所属部門・総務部門が連携した職場復帰時の支援プログラム
- 職場復帰に向けて行う入社訓練・作業訓練の場を提供する試し入社制度

健康の保持増進活動

従業員とその家族の健康づくりの取り組みとして「健康診断結果に基づく必要な方への改善指導」「全国各地の職場での健康教育会」「チェックシートを活用した生活習慣改善運動」「イメージキャラクターによる情報提供」「禁煙キャンペーン」「職場対抗のウォーキング運動やリレーマラソン大会など運動習慣をつくるイベント」「体重3kgの減量に挑戦するウェルネスプロジェクト」「歯の健康イベント」「従業員と家族への特定保健指導」など、さまざまな施策を実施しています。

また、2015年度からは健康診断のデータと医療機関での診療データから効果的な健康づくりをすすめるため、新たに「データヘルス計画」を開始しました。



大阪長居公園での職場対抗リレーマラソン大会 従業員と家族700人が参加

「けんこうシャープ23」の取り組み

シャープでは、経営理念の一節にある「会社の発展と一人一人の幸せとの一致」の実現を目指し、2014年度よりシャープ労働組合やシャープ健康保険組合と協力して、従業員とその家族の皆さんの健康づくりを積極的にサポートすることとしました。

取り組みにあたっては、健康日本21（第2次）※6にならい、2023年3月末までの目標値および目標の達成に向けた各種取り組み全体を「けんこうシャープ23」と命名し、皆さんの健康増進に向け、様々な取り組みを展開していきます。

※6 健康増進法に基づき、国民の健康増進の推進に関する基本的方向や目標を定めたもの（2012年7月10日 厚生労働省告示430号）

■ 「けんこうシャープ23」の取り組み

■ 2023年3月末までにオールシャープで目指す取り組み項目、目標値

- ① BMI25以上の従業員 20%以下 ※2014年度 26.0%
生活習慣病などの予防のために肥満者の割合を4人に1人から5人に1人へ
- ② 喫煙者率 12%以下 ※2014年度 26.5%
がん、循環器疾患、糖尿病などの予防に加え、受動喫煙の防止のためにも、健康日本21（第2次）と同水準までの低減を目指す
- ③ 運動習慣定着者率 35.6%以上 ※2014年度 23.3%
生活習慣病の予防や、健康寿命延伸のためにも運動の習慣化・定着化を図る
- ④ メンタルヘルス不調・疾患に伴う休職延べ日数 2013年度比 25%減
長期化しやすく、本人、会社の双方にとって大きな痛手となってしまうメンタルヘルス不調・疾患について、生き生きと働ける職場をつくることで低減を図る
(万が一休職に至ってしまった場合は、十分な休養とスムーズな復職を職場全体でサポート)
- ⑤ 恒常的な長時間労働を行う従業員ゼロ
管理職も含め、恒常的な時間外労働をなくし、仕事も余暇なども充実し生き生きと働ける従業員を増やす

VIII.社会との調和



地域社会とともに

- ▶ [社会貢献活動の推進](#)
- ▶ [環境分野の取り組み](#)
- ▶ [教育分野の取り組み](#)
- ▶ [社会福祉分野の取り組み](#)
- ▶ [従業員ボランティア活動](#)

関連情報： > [CSR中期戦略【5つの重点項目⑤】ステークホルダーエンゲージメントの推進](#)

【VIII.社会との調和】

地域社会とともに

社会貢献活動の推進

2015年度の重点取り組み目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ ステークホルダーエンゲージメントの推進（地域社会とのダイアログ実施のスキーム構築と国内生産事業所における試行実施） ■ 社会貢献活動の2014年度の活動実施回数維持と新規活動の試行導入
中期（～2017年度）目標	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内生産事業所へのステークホルダーエンゲージメント推進体制の定着と反響のフィードバック（16年度） ■ 国内グループ会社でのステークホルダーエンゲージメント推進体制の定着とグローバルにおけるスキーム構築（17年度）

社会貢献活動の基本的な考え方

シャープは「広く世界の文化と福祉の向上に貢献する」という経営理念のもと、社会貢献活動を推進します。活動にあたっては、社会的課題に対して、地域に根ざした取り組みを展開しています。

特に「環境」「教育」「社会福祉」を社会貢献活動の重点分野と定め、活動のための仕組みや制度を構築して自発的かつ継続的に取り組んでいます。これらの活動によって社会との調和・共存を図るとともに、社会貢献活動を通じて社会から信頼される企業を目指しています。

社会貢献活動の重点3分野



社会貢献活動を推進する仕組みや制度

国内外での社会貢献活動を統括的に企画・推進する部門を本社に設置し、社会貢献施策の立案や活動のための仕組み・制度の構築を推進しています。

例えば、国内の教育支援活動では社員講師の養成研修を実施し、社内資格としての認定や、手話などのスキル取得の奨励といった社会貢献に関わる人材の育成を継続的に進めています。

また、従業員のボランティアマインドの醸成や社会性の向上を意図し、機会の提供や活動のために最長1年間利用できる「ボランティア休職制度」と、社会貢献活動などに利用できる年間8日の「多目的休暇」を設けて従業員が社会貢献活動に参加しやすい制度や環境を整えています。

中でも特長的な取り組みとして、労使共同でボランティア団体「シャープグリーンクラブ（SGC）」を設立し、森林保全や地域のクリーンアップ活動などを展開しています。毎年、奈良公園で開催する「若草山グリーンキャンペーン」もその活動の一つです。



撮影：オフィスソリューション事業本部 安岡 典英

社会貢献活動の取り組み状況

2014年度も「環境」「教育」「社会福祉」の重点3分野を中心とした社会貢献活動を、継続的に取り組みました。

2015年度も、SGCによる地域のクリーンアップなどをはじめとして、地域に根ざした社会貢献活動に引き続き注力して取り組んでまいります。

【Ⅷ.社会との調和】
 地域社会とともに
環境分野の取り組み

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境／生物多様性保全活動をはじめとする、地域に根ざした社会貢献活動の継続実施 ○ 2013年度活動参加者数の維持 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 家族などを含めた参加人数：20,628人（前年度比109.8%） ○ 実施回数：825回（前年度比102.7%） 	◎

シャープは「誠意と創意をもって「人と地球にやさしい企業」に徹する」との「環境基本理念」のもと、地球環境に配慮した事業活動はもとより、企業市民として、地域の暮らしや風土に根ざした活動を継続的に推進しています。

国内での環境保全活動

労使共同のボランティア団体「シャープグリーンクラブ（SGC）」を中心に日本各地の事業所や営業・サービス拠点で環境保全活動を実施しています。具体的には、生物多様性／里山保全などの取り組みとして11か所での「シャープの森づくり」の活動や、8か所での「ラムサール条約湿地※の保全活動／活動企画」などを展開しています。また、地域密着型の「クリーン&グリーン活動」として、事業所周辺や地域の清掃や緑化に取り組んでいます。このうち営業拠点の広島ビルが「平成26年度広島市環境美化功労者」として「環境美化永年活動10年表彰」を広島市より授与されました。

清掃活動以外にも幕張新都心のオフィス街（千葉県）での「花いっぱいふれあい花壇運動」への参画や、若草山（奈良県）における生物多様性保全と山焼きの文化継承などの活動として「若草山グリーンキャンペーン」などにも取り組んでおり、これらの取り組みはSGCが主体となって全社的な活動に広がっています。

2014年度は、こうした活動を延べ825回実施し、延べ約20,000人が参加しました。今後も地域に根ざした活動を深め、地域社会へ貢献していきます。

- 関連情報： > [生物多様性保全 社会貢献活動](#) 
- > [生物多様性保全への取り組み](#)

※ 水鳥の生息地などとして国際的に重要な湿地、およびそこに生息する・育成する動植物の保全を目的とした条約



花いっぱいふれあい花壇活動（幕張ビル）

「シャープの森」づくり

北海道から九州まで、全国の主な事業所の近郊で、自治体などと森林保全の協定を結び、11か所で「シャープの森」を開設しています。

地域の団体やNPOとも協働して、植林や育林のみならず、里山再生などを通じ、生物多様性保全につながる活動を行っています。

このうち「神於山（こうのやま）シャープの森」（大阪府岸和田市）では「フクロウの棲む森づくり」に取り組んでおり、2015年4月には初めてフクロウのヒナが誕生しました（写真右）。これからも地域の特性に応じた生物多様性豊かな森づくりを目指します。



ラムサール条約湿地での保全活動

北海道から沖縄にかけての営業拠点を中心に、8か所での保全活動や活動の企画を進めています。

このうち、漫湖（沖縄県那覇市／豊見城市）の活動（写真右）においては、環境省や地元自治体と連携した活動に加え、当社が独自に取り組む活動に地域の方々が自主的にご参加されるなど、湿地の保全を通じた地域の絆に発展しています。これからも地域の方々とともに環境／生物多様性保全に取り組みます。



Voice 自治体代表者さまの声

農地の遊休地化と里山の荒廃が進む中、遊休地化した棚田において、2006年11月、シャープグリーンクラブの皆さまにより、万葉集にちなんだ桜などの植栽、周辺の里山や竹林も含め段階的に除草や伐採などの活動を実施していただき「明日香の森」として整備していただきました。

現在も毎年継続して活動いただき、2014年からは、周辺施設での飲食補助券を導入いただくなど、地元と共に活動をしていただいております。

村では、景観保全活動に力を入れるほか、超小型モビリティのレンタルサービス開始や、ゲストハウスのオープンなどの来訪者をおもてなしするための事業など「まるごと博物館づくり」に積極的に取り組んでいます。皆さまにもご利用いただければ幸いです。

最後に、今後とも末永く、明日香村の景観と地元に貢献していただける活動を期待しております。



明日香村長 森川 裕一さま

- 関連情報：> [従業員ボランティア活動](#)
 > [地域社会（コミュニティ）とのコミュニケーション](#)

海外の活動

世界の各拠点でも、企業市民として環境分野のさまざまな社会的課題に対し、生物多様性保全につながる植樹・育林・稚魚の放流などの環境保全活動を積極的に展開し、地球環境に貢献するとともに、従業員の環境意識のさらなる醸成を図っています。

今後も、各種団体などとの連携を深めながら、地域に根ざした環境保全分野の社会貢献活動を積極的に展開していきます。

2014年10月、フィリピンの生産・販売拠点SPCの従業員が、観光名所として有名なマニラ湾を清掃する自治体や近隣企業との合同清掃活動（写真右）に参加しました。



2014年12月、アラブ首長国連邦の販売拠点SMEFでは、ドバイの環境NGO「The Emirates Environmental Group」が主催された砂漠のクリーンアップ活動（写真右）に参加しました。SMEFはこのNGOの一員として継続した活動に取り組んでいます。



【VIII.社会との調和】
 地域社会とともに
教育分野の取り組み

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
子どもたちに向けた地球環境問題の啓発と理科への関心の向上および職業観の醸成につながる教育支援活動などの継続	<ul style="list-style-type: none"> 小学生を対象にした環境教育を国内外で、延べ約140校、約7,600人を対象に実施 ものづくり教育、特例子会社における特別支援学校等へのキャリア教育などを国内で、約3,200人を対象に実施 	△

2015年度の重点取り組み目標	障がいを持つ子どもたちへのキャリア教育を中心とした教育支援活動の継続
-----------------	------------------------------------

中期（～2017年度）目標	次世代に向けた教育支援活動の継続
---------------	------------------

シャープは、次代を担う子どもたちに向け、地球環境問題の啓発や理科への関心を高めるとともに、職業観の醸成につながる教育支援活動に取り組んでいます。国内では、2006年度からの「小学校環境教育」を皮切りに「小学校ものづくり教育」「工場見学&環境/ものづくり教室」「特別支援学校※1等へのキャリア教育」などを展開しています。海外でも各地域の地球環境問題の解決につながる教育支援活動に取り組んでいます。

※1 聴覚障がい者、視覚障がい者、知的障がい者などに対し、小学校、中学校、高等学校に準ずる教育を行うとともに、学習上または生活上の障がいの困難を克服し、自立を図るために必要な知識・技能を修得することを目的とする学校

国内での活動

2012年度からは、当社の特長ある活動として、特例子会社※2のシャープ特選工業（株）とともに、障がいのある方の職業観や勤労感を育み、自立支援につながるきっかけづくりとして、「特別支援学校等へのキャリア教育」の充実に取り組んでいます。障がいのある社員が講師となり、学校を訪問して行う出張型の講義を2015年3月末までに全国34都道府県、延べ約80校（約1,700人）で実施しました。また、特例子会社の職場見学・実習体験などを合わせると延べ約4,800人に、ご活用いただきました。2014年12月には長崎県立ろう学校の生徒さん10人が、修学旅行の研修コースとして見学に訪れました。



長崎県立ろう学校の見学の様子

※2 「障害者の雇用の促進等に関する法律」に定義されている、障がい者雇用に特別な配慮（障がい者が従事するための施設改善など）をした子会社

関連情報： > [社会福祉分野 特例子会社における取り組み](#)

Voice シャープ特選工業（株）を職場見学された学校さまの声

修学旅行で大阪を訪問した際、シャープ特選工業（株）の職場見学をさせていただきました。高等部本科を卒業後、就職を控えている生徒もあり、職場見学や聴覚障がいのある社員の方のお話はとても勉強になりました。生徒たちは、会社のさまざまな場面で障がいのある人が働きやすいように工夫がなされていることを知ると同時に、障がいがある者となない者、お互いが働きやすい環境を考えていくことの大切さを肌で感じる事ができたのではないかと思います。



長崎県立ろう学校 高等部主事
 中村 大悟さま

また、当社製太陽電池を使ったメガソーラー施設や太陽光発電システムが設置されている学校などでの環境教室も地域に密着した教育支援活動として進めています。2014年8月には「道の駅やいたエコハウス」で開催された栃木県矢板市農業公社さま主催の太陽光発電啓発イベントにおいて、地域の子どもたち12人にクイズや実験を交えた環境教室を実施しました。



道の駅やいたエコハウスでの環境教室の様子



Voice

太陽光発電啓発イベントを主催された団体さまの声

「太陽光発電のしくみを知ろう！」は、道の駅やいたがオープンした2011年度から続いている夏休みのイベントです。参加した地元矢板（栃木県）の小学生はもとより、付添いの大人までもが講義や実験に夢中になるような太陽光発電について学ぶことができる人気企画の一つです。これも講師の方の分かりやすい親切丁寧な説明のおかげであるとあらためて感謝いたします。



公益財団法人矢板市農業公社
山中 光男さま

海外での活動

2008年度より海外でも環境教育を開始し、中国、アセアンなどの各地域で実施しています。地球温暖化問題や生態系保護など、地域の環境問題に合わせたテーマで、2014年度は、海外で延べ約30校（約2,100人）の子どもたちを対象に授業を行いました。



中国の統轄会社SCICでの環境授業の様子



マレーシアの生産拠点SOEMでの環境授業の様子



インドネシアの生産・販売拠点SEIDでの環境授業の様子



メキシコの生産拠点SEMEXでの環境授業の様子

【Ⅷ.社会との調和】
 地域社会とともに
社会福祉分野の取り組み

※自己評価 ◎：目標を上回る成果があった ○：目標を達成 △：一定の成果があった

2014年度の目標	2014年度の実績	自己評価※
販売機会を提供する福祉施設数の維持 (13年度比100%)	販売機会を提供する福祉施設数：386施設 (13年度比103.2%)	○

シャープでは、社会福祉分野の取り組みとして、障がい者の自立支援を中心に、特例子会社を通じた障がい者の雇用促進や障がいのある子どもたちへのキャリア教育支援活動、障がい者福祉施設さまへの販売機会の提供を通じた就労支援を展開しています。

また、海外では福祉施設への寄付・寄贈や慈善基金による支援など地域の社会福祉向上のために、さまざまな社会的課題に対する活動を展開しています。

国内での活動

特例子会社における取り組み

シャープ特選工業（株）は日本初の特例子会社として認定され、障がい者雇用とともに、障がい者の社会参加につながる活動にも取り組んでいます。

具体的には、さまざまな障がいのある方が社会で活躍いただくための心構えや、企業としての対応などについて、講演会などを通じて障がい者やサポートされる方々にも広くお伝えしています。

また、特別支援学校などを訪問し、「障がいを持って働くということ」についての出張型の講義なども行い、自立支援につながるきっかけづくりにお役立ていただいています。

- 関連情報： > [教育分野の取り組み](#)
 > [障がい者の雇用促進](#)

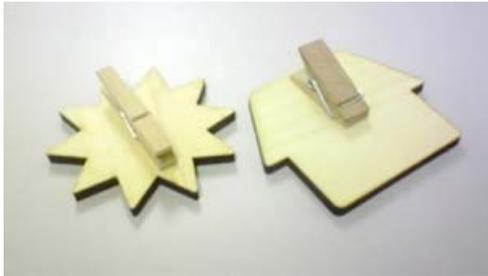


社外講演の様子

福祉施設製品の販売機会の提供

シャープは労使共同の取り組みとして、自治体やNPOなどと連携し、当社事業所近隣の福祉施設さまにパンやクッキーなどの販売機会を提供しています。2014年度は16か所の事業所内で、計179施設が参加されました。また、3月には全国21か所の事業所内で東日本大震災被災地の障がい者施設で作られた製品の対面販売やカタログ販売などを継続して行っています。

他にも営業部門の取り組みとして、国内の販売会社SESJが全国で展開するソーラー関連商品の合同展示会やイベントでは、来場されたご家族に社会福祉法人飛翔会 障害福祉サービス事業所TOPPOIさま（大阪府豊中市）が作られた福祉製品をノベルティとして配布しています。2014年度では44会場で計1200個配布しました。



SESJが合同展示会などで配布するノベルティ「エコクリップ」と「パンフレット」

Voice 福祉事業所で販売される施設さまの声（3施設五十音順）

社会福祉法人 アンダンテ ジョイ・ジョイ・ワーク引野 管理者 池田 晴美さま

お客さまが立ち寄ってくださるか不安でしたが、「おいしそうだね」「おすすめはどれ？」など毎回楽しい会話が弾ませながら、パン、かりんとう、ラスクの販売をしています。いつも沢山の方に足を止めて購入していただき、うれしく思います。次回の販売が待ち遠しいです。



パン作りの様子

社会福祉法人「ゼノ」少年牧場 ゆめの木・わかば パン屋麦っ子 山根 慎太郎さま

販売月になると「シャープあるね～」と通所者はうきうきとし、今日もいっぱい買ってくれるかなと話しながらパンやクッキーを作ります。シャープ工場の皆さまに喜んでいただけるよう、頑張って美味しいパンとクッキーをお届けいたしますのでよろしく願いいたします。



パン作りの様子

NPO法人 なの花会 なの花作業所 徳永 友紀子さま

11年程前に通所者のおやつ作りから始まったクッキーを、シャープ工場内で従業員の皆さまに直接販売させていただけるのは、何よりの励みになっています。仲間も沢山売れてよかったと喜んでます。



お菓子作りの様子



Voice

福山事業所での販売会にご協力いただいている中間支援組織さまの声

トータルライフサポートふくやまは、福山市内の障がい福祉サービスを提供する福祉施設62か所のネットワーク拠点として設立されました。ここでは企業さまなどからのさまざまなご要望（各種作業や障がいのある人たちが制作した商品や生産品などのご注文）の共同受注窓口として受託・調整し、各福祉施設への発注を進めています。

例年、福山事業所さまには多くの会員福祉施設が直接お客さまと接する良い機会をいただき、深く感謝申し上げます。この機会に少しでも多くの方に会員福祉施設の商品や生産品をご紹介し、皆さんの働く意欲の向上や工賃のアップへとつながればと願っています。また、直接販売に参加できない福祉施設の商品も預託販売させていただいていますこと、併せて感謝申し上げます。



一般社団法人 トータルライフ
サポートふくやま
代表理事 西山 聖太郎さま

海外での活動

世界の各拠点でも、企業市民として、国や地域における社会福祉分野の優先課題に対し、障がい者や高齢者などの福祉施設や学校などへの寄付・寄贈活動を中心に支援活動を実施しています。このような活動を通じて、地域社会に貢献するとともに、従業員の社会性向上にもつながっています。

これからも地域に根ざした福祉分野の社会貢献活動を積極的に展開していきます。



フィリピンの児童施設への寄贈

2014年6月、フィリピンの生産・販売拠点SPCは、地域の児童施設に本を寄贈しました。



中国で福祉施設製品の販売を実施

2014年12月から2015年1月にかけて、中国の生産拠点NSECでは、南京市の障がい者が作成のピース細工などを従業員へ販売しました。



インドネシアでの日本文化体験イベントの実施

2015年2月、インドネシアの生産・販売拠点SEIDは、ジャカルタで開催されていた「ドラえもん100シークレット・ガジェット・エキスポ」で、日本文化体験イベント（料理教室や折り紙教室など）を実施しました。約50人の孤児を招待しています。

【Ⅷ.社会との調和】

地域社会とともに

従業員ボランティア活動

シャープでは、創業者の「報恩感謝」の想いを受け継ぎ、地域社会への奉仕活動の一環として従業員のボランティア活動を積極的に推奨しています。これら地域に根ざした社会的課題への活動を通じ、従業員の社会性向上と会社のボランティア風土の醸成にもつながっています。

地域に根ざした活動

従業員一人ひとりが、地域に根ざした社会貢献活動やボランティア活動に積極的に参加できる環境づくりを3つの観点で整えています。

- ① ボランティア休暇などの社内制度の整備
- ② 労使共同で運営するボランティア団体「シャープグリーンクラブ（SGC）」の設置
- ③ NPOなどの社外団体と連携したボランティア参加機会の提供

2014年度は新たなボランティア活動の形態のひとつ、プロボノ[※]への機会提供を開始しました。地域に根ざしたボランティア活動を通じて、従業員のボランティアマインドの醸成や社会性の向上に取り組んでいます。

※ 社会的課題に取り組むNPOなどが活動する上で、不足しがちな組織運営上の課題を企業人が職業上のスキル、経験を活かして、業務時間外に期間限定のボランティアスタッフとして支援する取り組み



「大阪国際女子マラソン」でのボランティア活動

事業所近隣で開催されるマラソン大会などへのボランティアに、地域社会への奉仕活動の一環として参加しています。



栃木事業所周辺での清掃活動

事業所近隣や通勤路などの清掃活動で地域への「報恩感謝」を形にする活動を継続しています。

関連情報： > [地域社会（コミュニティ）とのコミュニケーション](#)

> [環境分野の取り組み](#)



Voice

ボランティア活動（プロボノ）で連携する団体さまの声

「越境学習」や「他流試合」といったキーワードに象徴されるように、組織の枠組みを超えた人材開発手法に注目が集まっています。朝活、勉強会、読書会、そしてプロボノ。会社の外に出ることで、視野の広がりや、新しいアイデア、目から鱗が落ちるような経験など、さまざまな気づきがそこかしこに転がっています。そして、こうした気づきは、商品やサービスの改善につながったり、自身の働き方を見直したりと、直接間接、本業にも還元されるものです。

2014年から、シャープの社内会議室をお借りして、プロボノの参加説明会を開催しています。そこには、さまざまな部署から、幅広い年代の方が関心を持って参加し、実際に、社外の人たちとチームを組んでプロボノ活動に踏み出しています。最初に参加した数名の人が、また次の人たちを呼び、プロボノの輪が少しずつ社内でも広がりを見せています。

高い技術力に、イノベティブな発想が重なれば鬼に金棒。プロボノは社会貢献活動の枠に留まらず、社会との接点を増やし、社内にイノベーションを起こす視野の広がりも期待できる新しい働き方の選択肢です。シャープにおいてよりこの取り組みが加速することを期待しています。



NPO法人サービスグラント
代表理事 嵯峨 生馬さま



Voice

労使共同のボランティア団体の声

従業員一人ひとりが地域に根ざした社会貢献活動を通じて、環境保全意識を高め、地域社会へ貢献していくことを目的とした「シャープグリーンクラブ（SGC）」において、2014年度も地域のクリーンアップ活動、植樹・育林活動、稀少な動植物の保護など地道な活動を継続して実施しました。

この活動が開始から10年経過したことを機に、2015年度は、活動方針を「活動を通じて従業員の成長と社会性を高め、地域社会との連携を深める」と定め、活動の対象をこれまでの環境／生物多様性保全活動のみならず、社会貢献活動全般へ拡大することとしました。

今後も自治体やNPOと連携して、地域イベントへの協力など、地域社会との連携を深め、地域社会に根ざした活動をより一層推進していきます。



シャープグリーンクラブ 副会長
シャープ労働組合中央執行委員長
津田 秋一

【ガイドライン対照表】
ISO26000対照表

シャープでは、CSRに関する国際ガイダンス規格ISO26000を活用し、CSRの取り組みを推進しています。

社会的責任の中核主題	課題	関連ページ
組織統治	組織統治	<ul style="list-style-type: none"> > トップメッセージ > CSR取り組み方針 > CSR対談 > CSR重点項目の特定プロセス > 事業とCSR > CSRに関する全社方針・施策の推進体制 > コーポレート・ガバナンス > 内部統制 > リスク管理
人権	<ol style="list-style-type: none"> 1. デュー・ディリジェンス 2. 人権に関する危機的状況 3. 加担の回避 4. 苦情解決 5. 差別及び社会的弱者 6. 市民的及び政治的権利 7. 経済的、社会的及び文化的権利 8. 労働における基本的原則および権利 	<ul style="list-style-type: none"> > トップメッセージ > 【5つの重点項目①】 サプライチェーンCSR取り組み > 【5つの重点項目②】 人権の尊重およびダイバーシティ・マネジメントの展開 > コンプライアンス > 公平・公正な調達活動 > サプライチェーン全体でのCSR推進 > 「紛争鉱物問題」への対応 > 人権に関する取り組み > 全社ダイバーシティ・マネジメントの展開 > 人材育成 > ワーク・ライフ・バランスの取り組み > 安全衛生および健康増進活動の推進
労働慣行	<ol style="list-style-type: none"> 1. 雇用および雇用関係 2. 労働条件および社会的保護 3. 社会対話 4. 労働における安全衛生 5. 職場における人材育成及び訓練 	<ul style="list-style-type: none"> > トップメッセージ > 人権に関する取り組み > 全社ダイバーシティ・マネジメントの展開 > 活力あふれる企業文化の醸成 > 人材育成 > ワーク・ライフ・バランスの取り組み > 安全衛生および健康増進活動の推進
環境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 汚染の予防 2. 持続可能な資源の使用 3. 気候変動緩和および適応 4. 環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復 	<ul style="list-style-type: none"> > トップメッセージ > 【5つの重点項目③】 環境共有価値（GSV）の拡大 > IV.地球環境保全への貢献 (環境取り組み方針/環境経営/製品開発/製品製造/輸送/廃棄・リサイクル/生物多様性保全)

<p>公正な事業慣行</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 汚職防止 2. 責任ある政治的関与 3. 公正な競争 4. バリューチェーンにおける社会的責任の推進 5. 財産権の尊重 	<ul style="list-style-type: none"> > トップメッセージ > 【5つの重点項目①】 サプライチェーンCSR取り組み > コンプライアンス > 公正な自由競争の維持と適正な表示 > 知的財産保護の取り組み > 輸出入管理の徹底 > インサイダー取引防止の取り組み > 公平・公正な調達活動 > サプライチェーン全体でのCSR推進 > 「紛争鉱物問題」への対応
<p>消費者課題</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公正なマーケティング、情報及び契約慣行 2. 消費者の安全衛生の保護 3. 持続可能な消費 4. 消費者に対するサービス、支援並びに苦情及び紛争解決 5. 消費者データ保護及びプライバシー 6. 必要不可欠なサービスへのアクセス 7. 教育及び意識向上 	<ul style="list-style-type: none"> > 【5つの重点項目④】 製品の安全性・信頼性、お客さま満足向上に向けた取り組み > 品質・安全性の確保 > より使いやすい製品の創出 > お客さま満足の向上 > 情報セキュリティ戦略 > サプライチェーン全体でのCSR推進
<p>コミュニティへの参画及びコミュニティの発展</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. コミュニティへの参画 2. 教育及び文化 3. 雇用創出及び技能開発 4. 技術の開発及び技術へのアクセス 5. 富及び所得の創出 6. 健康 7. 社会的投資 	<ul style="list-style-type: none"> > 【5つの重点項目⑤】 ステークホルダーエンゲージメントの推進 > III.情報開示・情報保護（ステークホルダーコミュニケーション） (お客さま/ビジネスパートナーさま/株主・投資家の皆さま/従業員/地域社会) > VIII.社会との調和 (社会貢献活動の推進/環境分野の取り組み/教育分野の取り組み/社会福祉分野の取り組み/従業員ボランティア活動)

【ガイドライン対照表】

国連グローバル・コンパクト10原則対照表

シャープは、2009年6月に国連グローバル・コンパクトに参加し、10原則を踏まえてCSRの取り組みを推進しています。

国連グローバル・コンパクト10原則		関連ページ
<p>【人権】</p> <p>原則1： 原則2：</p>	<p>企業は、 国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、 自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ トップメッセージ ▶ 【5つの重点項目①】 サプライチェーンCSR取り組み ▶ 【5つの重点項目②】 人権の尊重およびダイバーシティ・マネジメントの展開 ▶ コンプライアンス
<p>【労働】</p> <p>原則3： 原則4： 原則5： 原則6：</p>	<p>企業は、 組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、 あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、 児童労働の実効的な廃止を支持し、 雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 公平・公正な調達活動 ▶ サプライチェーン全体でのCSR推進 ▶ 「紛争鉱物問題」への対応 ▶ 人権に関する取り組み ▶ 全社ダイバーシティ・マネジメントの展開 ▶ ワーク・ライフ・バランスの取り組み ▶ 人材育成 ▶ 安全衛生および健康増進活動の推進
<p>【環境】</p> <p>原則7： 原則8： 原則9：</p>	<p>企業は、 環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、 環境に関する大きな責任を率先して引き受け、 環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ トップメッセージ ▶ 【5つの重点項目③】 環境共有価値（GSV）の拡大 ▶ IV.地球環境保全への貢献全般 (環境取り組み方針／環境経営／製品開発／製品製造／輸送／廃棄・リサイクル／生物多様性保全)
<p>【腐敗防止】</p> <p>原則10：</p>	<p>企業は、 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ トップメッセージ ▶ コンプライアンス ▶ 公正な自由競争の維持と適正な表示

SHARP

シャープ株式会社

〒545-8522 大阪市阿倍野区長池町22番22号

TEL.06-6621-1221(大代表)

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

2015年8月発行