

SONY

CSR Report 2003年3月期

Corporate Social Responsibility Report 2003

社会・環境活動報告
2003年 3月期

SONY

イノベーションと健全な事業活動を通じて、企業価値の向上を追求することが、ソニーグループの企業としての社会に対する責任の基本をなすものです。ソニーグループは、その事業活動が、直接、間接を問わず、さまざまな形で社会に影響を与えており、そのため健全な事業活動を営むためには、株主、顧客、社員、調達先(サプライヤー)、ビジネスパートナー、地域社会、その他の機関を含むソニーグループのステークホルダーの関心に配慮して経営上の意思決定を行う必要があると認識しています。ソニーグループは、このことを踏まえて、事業を遂行するよう努力します。

報告の対象範囲と期間

本報告書は、原則的に全世界で事業を行うソニーグループ(連結ベース)^{*1}を対象として、2002年度(2002年4月1日から2003年3月31日)を中心に、社会・環境活動の考え方やグローバルな実績、今後の方向性などをご紹介します。

情報開示とコミュニケーションについて

ソニーでは、ステークホルダーの皆様への適切な情報開示、コミュニケーションが大切だと考えています。ソニーは1994年度^{*2}から環境報告書を発行しています。企業の社会的責任に対するアカウンタビリティ(説明責任)の重要性を認識し、2002年より人々とのかかわりについて新たに記述し、本年度は、企業の社会的責任にかかわる情報をさらに充実させ、タイトルを「CSR^{*3}レポート」と改めました。

ソニーでは、当報告書を重要な情報開示の媒体と位置づけています。お気づきの点やアドバイスなどございましたらぜひお聞かせください(お問い合わせ先 81ページ)。また、本報告書は、GRI(Global Reporting Initiative)ガイドライン^{*4}など主だったガイドラインを参考にしています。

単位について

この報告書では、基本的に文中の単位をカナ、グラフ中の単位を記号で表記しています。(69ページ以降はすべて記号で表記しています。)文中/グラフ中

トン(重さの単位)/t、立法メートル(体積の単位)/m³、ジュール(熱量の単位)/J、テラ(10の12乗)/T

化学式については文中でも基本的に記号で表記しています。二酸化炭素は、CO₂と表記しています。その他の記号については用語集をご覧ください。

※1 ソニーグループとは、ソニー株式会社の出資比率が50%を超える連結会社を指します。但し、一部の記述およびデータは資本出資率50%合併会社であるアメリカン・ビデオ・グラス・カンパニー(米国)、エスティマー・エルシーディ(株)、ソニー・エリクソン・モバイル・コミュニケーションズ(株)や“SONY”を商号の一部として使用している会社を含めています。本文中では、ソニーグループを「ソニー」、ソニー株式会社を「ソニー(株)」として区別して表記しています。

※2 1994年、1997年、1999年、2001年に環境報告書を、2002年には社会・環境報告書を発行しました。

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

※4 GRIガイドラインの詳細については、<http://www.globalreporting.org/>をご参照ください。

目次

ごあいさつ	2
ソニーグループの概要	4
ソニーグループの主な業務	6
エレクトロニクス概要	7
マネジメント体制	8
コーポレートガバナンス改革	9
コンプライアンス統括機能の強化	11
人々とソニー	14
お客様と：カスタマーサティスファクションと品質向上	16
お客様と：使いやすさへの取り組み	19
社員と：雇用と労働	20
社員と：人権、機会均等	22
社員と：教育、研修	23
社員と：安全衛生	24
調達先（サプライヤー）と	26
コミュニティと：良き企業市民として	27
コミュニティと：次世代、そして地域に	28
コミュニティと：Someone Needs Youプログラム	30
地球環境とソニー	32
ソニー環境ビジョン 理念	33
ソニー環境ビジョン	34
ソニーにかかわる環境負荷の全体像	36
ソニーにおける環境効率	38
2002年度までの環境効率	39
環境会計	41
環境中期目標Green Management 2005進捗報告	42
環境マネジメント体制	43
環境監査と環境活動評価・表彰	45
環境教育	46
製品・サービスの環境負荷	47
製品・サービスの環境負荷低減をめざして	48
無鉛はんだへの取り組み	49
製品に含まれる化学物質の管理	50
製品・サービスの環境配慮情報と具体例	52
植物原料プラスチックを使用した製品の開発	55
製品リサイクルの取り組み	56
事業所における地球温暖化防止活動	60
事業所における資源の循環利用	63
事業所における化学物質の管理	65
持続可能な社会の実現に向けた環境効率向上へのシナリオ	67
事業所環境データ	69
環境データ集計の方法および考え方	70
事業所・環境データ	72
事業所の環境管理物質リスト	73
CSRレポート 用語集	74
第三者検証報告書	75
「社会・環境報告書2002」に寄せられたご意見・ご感想	78
ソニーCSRレポート2003 アンケートご協力のお願い	79

ごあいさつ

ソニーは長年、平和な社会を前提として世界中でビジネスを行ってきましたが、実はこの間も地球上で紛争が止むことはなかったというのが現実です。一昨年に起きた「9.11」の同時多発テロ事件以降も、アフガニスタンやイラクで戦争が勃発し、最近ではSARSが猛威を振るうなど、ここ数年の国際環境は一段と不安定さを増しています。一方で経済のグローバル化や急速な経済発展が、環境や人々の暮らしに悪影響やひずみを生じさせているといった指摘もなされています。

私は、企業経営にはふたつの側面があると考えています。ひとつめはどの企業にも共通することですが、良い製品やサービスの提供など、着実な事業活動により収益力のある経営を行うことです。ふたつめは、それぞれの企業が良き企業市民として、それぞれの事業の特性や経営環境に応じた社会的責任を果たすことです。企業経営にあたり、これらふたつの側面を両立させていくことが、重要であると認識しています。

ソニーは、お客様や株主の皆様、お取引先や地域社会など、多くのステークホルダーに支えられ、グローバル企業へと成長してきました。さまざまな国や地域で多様な事業活動を行っていますが、地球環境と共存できるように本質的な取り組みを進めています。また、コンプライアンス体制の強化にも取り組んでおり、その一環として本年5月に、全てのグループ会社および社員が共通して遵守すべき事項を定めた「ソニーグループ行動規範」を制定しました。ソニーは、グローバル企業としての社会的責任を果たし、健全な事業活動を営んでいきます。

本報告書では、ソニーの取り組みの一部をご紹介します。これを通して、ソニーの社会・環境活動をご理解いただくきっかけとなれば幸いです。



取締役 代表執行役
会長 兼 グループCEO

出井伸之

昨今のイラク戦争、SARSなどにより全世界で予想もしなかった程の不安感が高まっている状況の中で、地球は一つの運命共同体であるとの思いを最近一層強く持つようになりました。グローバル化した社会では多様な文化・価値観がぶつかりあうこともあります。文化というものには差異はあっても優劣はないと考えています。グローバルにビジネスを展開するソニーグループは、全ての社員が人種・性別などに関係なく自由闊達に個人の能力を発揮できるカルチャーを持ち、また各社の活動がそれぞれのコミュニティで親しまれ、尊敬される企業となることをめざしています。

ソニーは、エレクトロニクスやゲームビジネスで毎年1億台以上のハードウェアを世の中に送り出しています。高品質で環境に配慮した製品を提供することは、業界のリーディングカンパニーとしての当然の責任だと思います。限られた資源を有効活用するために製品の低消費電力化や使用済み製品のリサイクルなどの取り組みはもちろんのこと、そもそも無駄を生まないように製品・部品の点数を削

減し、必要な量しか作らない生産の仕組みづくりを強化することを通じて、地球環境に配慮した経営を行うことが重要だと考えています。私が何年も前に生産革新をソニーとして積極的に推進すべき、と考えたのは「無駄を徹底的になくす」ということが人類のために大切なことなのだという思想に深く共鳴したからにほかなりません。

私はただ単にソニーが利益を出せる会社であるのみならず、全てのステークホルダーが私たちとかかわりを持つことを誇りと思えるような企業であり続けるよう努力をしていきたいと思っています。ソニーではさまざまな文化を持つ人々が時間や空間を越えて、お客様に感動や価値を提供することで、精神的により豊かな社会を創造することに貢献してきました。これからのブロードバンドネットワーク時代においても、ハードウェアだけでなく、コンテンツやソリューションなどのビジネスを行うソニーグループ全員が一体となって、お客様にとって新たな価値を提供し続けることができれば素晴らしいことだと思います。

取締役 代表執行役
社長 兼 グループCOO

安藤 固威



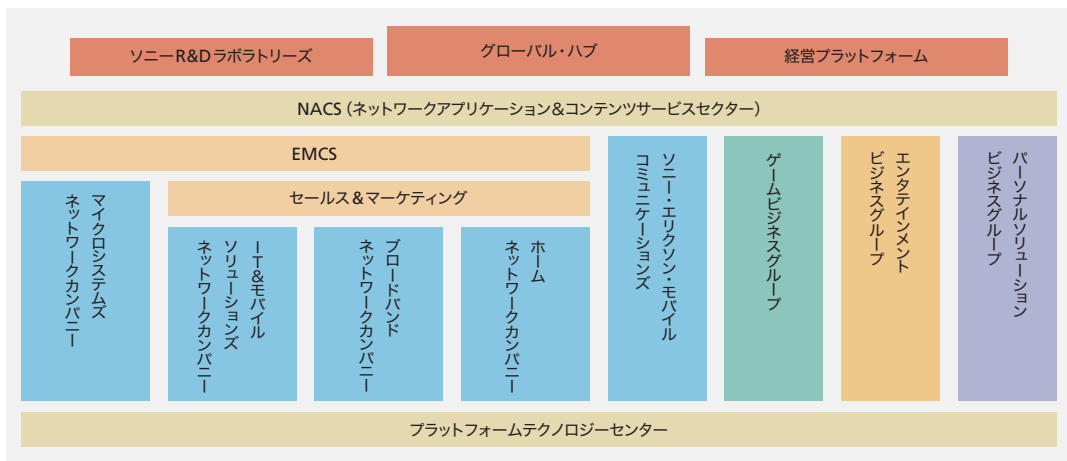
ソニーグループの概要

会社概要

本社所在地 東京都品川区北品川6-7-35
創立 1946年5月7日
社員数 16万1,100名 (2003年3月31日現在)
売上高および営業収入 7兆4,736億円 (2003年3月31日に終了した1年間)

組織概況

ソニーグループのビジネスを以下の4つのネットワークカンパニー(NC)と3つのビジネスグループ、そしてソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズからなる8つの組織で推進しています。



また、グループのネットワーク・サービスビジネスのコアとなるネットワークアプリケーション&コンテンツサービスセクター (NACS) に加え、ハードとコンテンツをつなぐ統合的な技術基盤の構築をめざしたプラットフォームテクノロジーセンターを新設します。これらのプラットフォーム機能は、全てのNCやビジネスグループに対して横断的にサポートすることで、連携強化を図ります。

●ホームネットワークカンパニー

次世代のテレビを核とした、ネットワーク化した新しいホーム機器環境の実現

●ブロードバンドネットワークカンパニー

次世代に向けたエレクトロニクス機器とゲーム機器との一層の連携を推進

●IT&モバイルソリューションズネットワークカンパニー

PCやモバイル機器による“つながる”世界の構築と、BtoBソリューションビジネスの強化

●マイクロシステムズネットワークカンパニー

魅力的なセット商品の基礎となるキーデバイス/モジュールの強化

●ゲームビジネスグループ

ブロードバンド時代に向けたゲームビジネスの推進

●エンタテインメントビジネスグループ

映画、音楽を中心とする各種エンタテインメントコンテンツビジネスの推進およびネットワーク時代に対応した新たなコンテンツビジネスモデルの創造

●パーソナルソリューションビジネスグループ

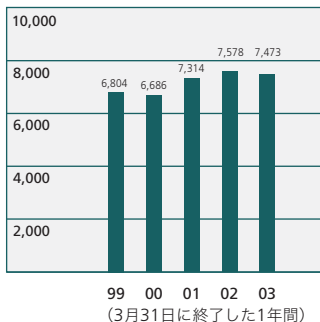
お客様と直接接点を持つサービス事業群 (金融ビジネス・リテールビジネスなど) を新たにひとつのビジネスグループとして統合。相互連携を深めIT化を促進することで、お客様にとって魅力ある新しいビジネスモデルを構築していく

●ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズ

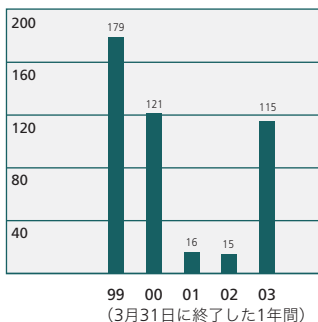
モバイルネットワーク時代にふさわしい高品質なコミュニケーションサービスを提供

財務ハイライト (単位:十億円)

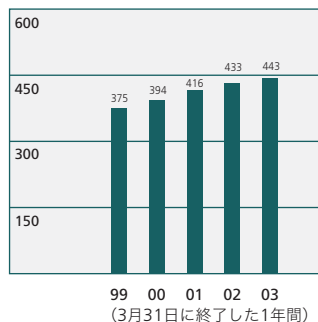
売上高および営業収入※1



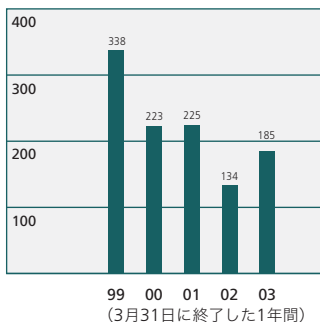
当期純利益



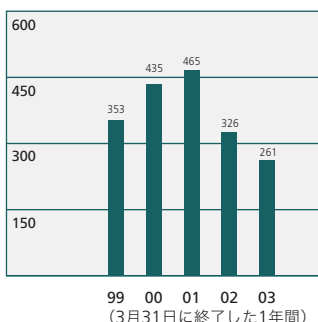
研究開発費



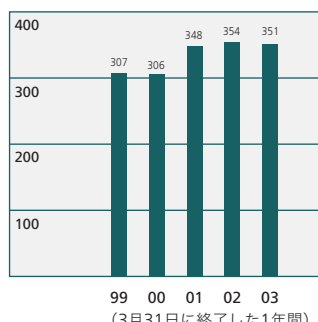
営業利益※1



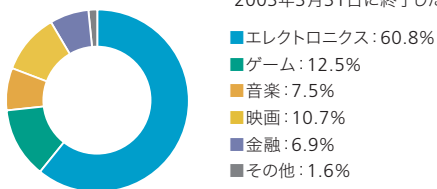
設備投資額



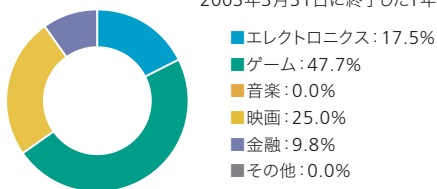
減価償却および償却額※2



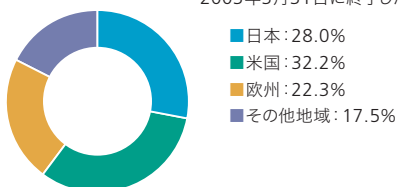
ビジネス別売上高構成比 (売上高 7兆4,736億円: 2003年3月31日に終了した1年間)



営業利益別構成比※3 (営業利益 1,854億円: 2003年3月31日に終了した1年間)

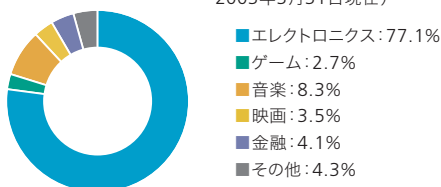


地域別売上高構成比 (売上高 7兆4,736億円: 2003年3月31日に終了した1年間)



人員構成

ビジネス別人員構成比 (社員数 161,100名: 2003年3月31日現在)



※1 セグメント間取り引きを含みます。 ※2 繰延保険契約費の償却を含んでいます。

※3 営業利益の構成比は、音楽およびその他の分野の営業損失を便宜上ゼロとして算出しました。

ソニーグループの主な業務

エレクトロニクス	事業内容	主要会社
	<p>オーディオ、ビデオ、テレビ、情報・通信、半導体、コンポーネント、その他から構成されるエレクトロニクス事業</p>	<p>エレクトロニクスの主要会社については7ページをご覧ください。</p>
ゲーム	<p>家庭用ゲーム機、ソフトウェア</p>	<p>(株)ソニー・コンピュータエンタテインメント、ソニー・コンピュータエンタテインメント・アメリカ・インク、ソニー・コンピュータエンタテインメント・ヨーロッパ・リミテッド</p>
音楽	<p>音楽ソフトウェア</p>	<p>(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント、ソニー・ミュージックエンタテインメント・インク、デジタル・オーディオ・ディスク・コーポレーション</p>
映画	<p>映画、テレビ番組、デジタルエンタテインメント事業</p>	<p>(株)ソニー・ピクチャーズエンタテインメント、ソニー・ピクチャーズエンタテインメント・インク</p>
金融	<p>生命保険、損害保険、リースおよびクレジットファイナンス事業、銀行</p>	<p>ソニー生命保険(株)、ソニー損害保険(株)、(株)ソニーファイナンスインターナショナル、ソニー銀行(株)</p>
その他	<p>インターネット関連事業、広告代理店事業、その他の事業</p>	<p>ソニー(株)、ソニーコミュニケーションネットワーク(株)、(株)フロンテッジ(旧(株)インターネットビジョン)</p>

©1996-2003 Sony Communication Network Corporation. All rights reserved.

エレクトロニクス概要

オーディオ



主要製品

家庭用オーディオ、携帯型オーディオ、カーオーディオ、カーナビゲーションシステム

ビデオ



主要製品

ビデオカメラ、デジタルスチルカメラ、ビデオデッキ、DVDビデオプレーヤー/レコーダー

テレビ



主要製品

ブラウン管テレビ、プロジェクションテレビ、プラズマテレビ、デジタル放送受信システム、プロジェクター

情報・通信



主要製品

パーソナルコンピューター、コンピューター用ディスプレイ、プリンターシステム、携帯情報端末、放送用・業務用オーディオ/ビデオ/モニター、液晶テレビ、その他の業務用機器

半導体



主要製品

LCD、CCD、その他の半導体

コンポーネント



主要製品

光学ピックアップ、電池、ブラウン管、オーディオ/ビデオ/データ記録メディア、データ記録システム

その他



主要製品

上記カテゴリーに含まれない製品やサービス

主要会社

ソニー (株)、ソニーイーエムシーエス (株)、ソニーエンジニアリング (株)、ソニーケミカル (株)、ソニーセミコンダクタ九州 (株)、ソニー栃木 (株)、ソニーレーディングインターナショナル (株)、ソニー福島 (株)、ソニー・プレジジョン・テクノロジー (株)、ソニー・マニュファクチャリングシステムズ (株)、ソニー・マーケティング (株)、ソニー宮城 (株)、ソニー・エレクトロニクス・インク、ソニー・エレクトロニクス・(マレーシア)・センディリアン・ベルハッド、ソニー・エレクトロニクス・(シンガポール)・プライベート・リミテッド、ソニー・セミコンダクタ・(タイランド)・カンパニー・リミテッド、ソニー・テクノロジー・マレーシア・センディリアン・ベルハッド、ソニー・マーケティング・アジア・パシフィック・プライベート・リミテッド、ソニー・ドイチュラント・ゲー・エム・ペー・ハー、ソニー・フランス・エス・エー、ソニー・ユナイテッド・キングダム・リミテッド、ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズ



マネジメント体制

コーポレートガバナンス改革

ソニーはこれまで経営の監督と執行の分離を目的とした執行役員制の導入など、ガバナンス強化のための諸施策を実施してきました。

こうしたガバナンス強化の流れを推し進め、ソニーが独自に導入してきたこれら各制度の法的安定性を高めるため、今回、さらなるコーポレートガバナンス改革を行いました。

ソニーは、独自のガバナンス強化規定を付加した上で、新たに施行された日本の改正商法に基づく「委員会等設置会社」に2003年6月に移行しました。

これにより、監督機関としての取締役会のさらなる強化、並びに、執行責任の明確化と一層の権限委譲を実現し、より健全で透明、また迅速でダイナミックなグループ経営を追求していきます。

ソニーのコーポレートガバナンス強化の歩み

1970年	社外取締役2名設置
1976年	CEO制導入
1983年	事業本部制導入
1991年	外国人(社外)取締役の登用
1994年	カンパニー制導入
1997年	執行役員制導入
1998年	報酬委員会・指名委員会の設置
1999年	ネットワークカンパニー制導入
2000年	取締役会議長と執行トップを分離
2002年	アドバイザリーボード設置
2003年	委員会等設置会社へ移行

コーポレートガバナンス改革

ソニー(株)は、日本の商法で新たな選択肢として導入された「委員会等設置会社」に移行しました。これによって、取締役会の監督機関としての機能を強化し、さらに執行への責任を伴った一層の権限委譲を実施します。コーポレートガバナンス改革を推進し、従来以上にダイナミックで迅速な経営を行います。

独自規定を追加し、「委員会等設置会社」へ移行

ソニー(株)は、2003年6月20日開催の定時株主総会において、「委員会等設置会社」に移行しました。これにより、従来の監査役・監査役会制度を廃止し、法定機関として、社外取締役過半数で構成される指名、監査、報酬の3委員会および執行役を設置しました。

株主総会では、社外取締役8名を含む17名の取締役が選任され、さらに、株主総会直後に開かれた新取締役会において、3委員会の構成メンバーと共に、3名の代表執行役を含む12名の執行役を選任しました。

ソニー(株)は、商法の要請事項に加え、取締役会の執行からの独立性を確保し、また、取締役会に比べ少人数で運営される各委員会の活動や決定の妥当性を確保するための仕組みを、取締役会および各委員会規定に定め、制度化しました。

各機関の役割

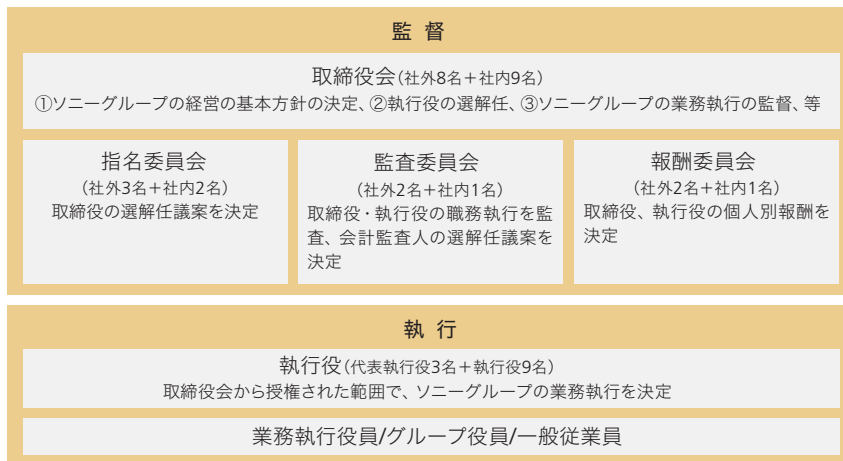
• 取締役会および3委員会

新たに組成された取締役会および3つの委員会は、グループの経営の基本方針を決定するとともに、グループの経営の適法性・妥当性を確保することを目的として活動していきます。

• 執行役および執行役会

執行役は、取締役会から授権された範囲で、グループ全体の業務執行権限と責任を有し、グループの企業価値の向上をめざします。投資、アライアンスなど、業務執行に関連する事項については、執行役に対して大幅な権限委譲を行いました。これにより、従来以上にダイナミックで迅速なグループ経営を行うことが可能となりました。

ソニーの新しいコーポレートガバナンス機構



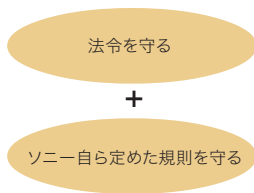
コンプライアンス統括機能の強化

企業が社会的責任を果たしていく上で、コンプライアンスは最も基本的な活動のひとつです。ソニーでは、コンプライアンスを法令に加え、自ら定めた規則に対する遵守と考え、「ソニーグループ行動規範」を制定するとともにCSR※1を重要課題ととらえ、CSR担当部署を設置しました。

ソニーにおけるコンプライアンスの取り組み

これまで、ソニーでは、製品安全や環境保全などの専門部署が、それぞれの担当範囲内で、コンプライアンス活動を推進してきましたが、従来の仕組みに加え、2001年7月、本社内にソニーグループ全体のコンプライアンス活動を統括する部門を設置しました。

ソニーにおけるコンプライアンス

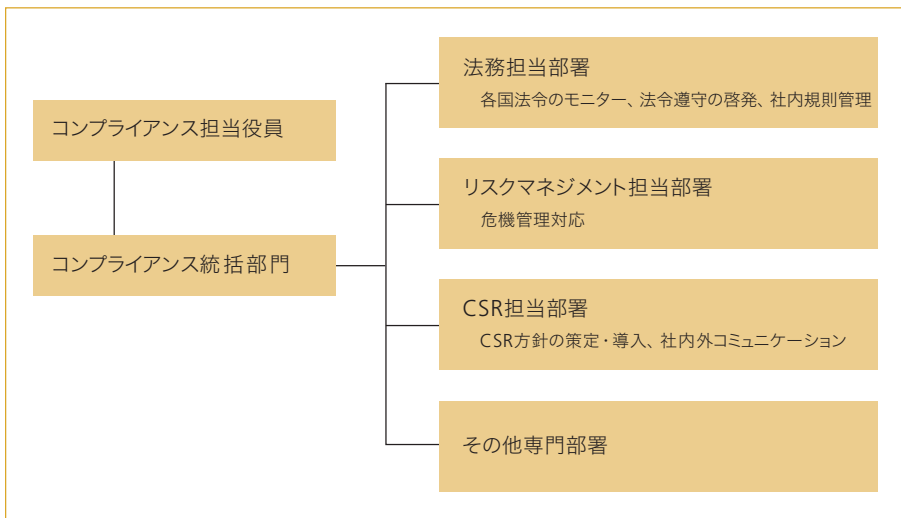


CSR担当部署の新設

ソニーでは、顧客満足度を高め、社員の労働環境を改善し、事業活動における地球環境への負荷を減らし、地域コミュニティとの良好な関係を維持するためにさまざまな活動を実践してきました。ソニーでは、そうした企業の社会的責任にかかわる活動に対する社会からの要望の高まりや、企業にとっての重要性を認識し、企業として適切に行動するために、2003年3月にCSR担当部署を新設しました。

CSRを担当する部署では、従来各担当部署が個別に行ってきた活動を横断的に把握し、方針を立案し、グループ全体に浸透させるとともに、情報発信などの対外的なコミュニケーションを行います。

ソニーのコンプライアンス体制



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

コンプライアンス統括機能の強化

規則管理機能

コンプライアンス活動を実践する上で、まず始めに取組みかねばならないことは、ソニーが遵守すべき法令にはどのようなものがあるかについて事実を確認し、必要な場合には、その法令に対応した内部規則を制定することです。

コンプライアンス統括部門は、ソニーのビジネスに影響を及ぼす世界各国の法令をモニターし、内部規則化する場合の草案作りにかかわると同時に、主要な内部規則に関して、規則間の整合性、個々の内部規則の実効性を確保する役割を担っています。

内部通報制度

ソニー(株)では、従来から人権の擁護や製品の品質など、個別案件ごとに内部通報制度はすでに運用されていましたが、コンプライアンス活動は、取締役を始め、社員全員の共通課題であるという認識に立ち、包括的な窓口として、2003年5月、新たに「コンプライアンス・ホットライン」を開設しました。

これは、社員のコンプライアンス活動への参画を容易にすると同時に、法令や内部規則全般に違反する潜在的なリスクに対して早期に対処できるようにするためです。受けた通報は定められた手順に従って対処され、通報者の保護の観点からも、通報者が会社において不利益な扱いを受けることがないようにしています。

危機対応機能

社内規則や体制をいくら整備しても、企業活動において不測の事態が発生する可能性は否定できません。ソニーでは、このような場合、関連部署が状況に応じて迅

速かつ適切に対応できるような仕組みを運用しています。万が一、ソニーにとって危機的な状況が発生した場合には、リスクのレベルによってはトップマネジメント自ら陣頭指揮をとって迅速かつ適切な対応がとれるよう、グループ全体でのグローバルな危機対応を行っています。

「ソニーグループ行動規範」の制定

ソニーは、多様な事業活動をグローバルに行っており、その活動はさまざまな形で社会に影響を与えています。そこで、ステークホルダーの関心と同時に、文化的、地域的な差異にも十分配慮して、誠実かつ倫理的に事業活動を行うことが大切だと考えています。

ソニーでは、こうした考え方は従来よりファウンダーの井深大が創業時に記した「設立趣意書」^{※1}などに表されていましたが、2003年5月に、グループ全体の取締役、役員、および従業員一人ひとりに周知徹底するため、「ソニーグループ行動規範」を制定しました。この行動規範には法令遵守に加え、人権尊重、情報開示、知的財産、環境保全にかかわる基本方針などが盛り込まれています。これは、いくつかのグループ会社で各々の行動規範を制定していたものを、グループとしてはじめてグローバルに統一した行動指針として定めており、ソニーの倫理的なビジネス活動への姿勢を示しています(次ページ参照)。

これは、経済協力開発機構(OECD)多国籍企業ガイドライン、国連グローバルコンパクト、国際労働機関(ILO)の「基本的人権規約」^{※2}など主要な国際基準やガイドラインを参考にしています。

※1 「設立趣意書」については、こちらをご覧ください。<http://www.sony.co.jp/SonyInfo/CorporateInfo/History/prospectus.html>

※2 経済協力開発機構(OECD)多国籍企業ガイドライン <http://www.oecd.org/>

国連グローバルコンパクト <http://www.unglobalcompact.org/> 国際労働機関(ILO)の「基本的人権規約」<http://www.ilo.org/>

ソニーグループ行動規範

2003年5月制定

【適用対象会社】

ソニー株式会社

ソニー株式会社が直接または間接に発行済議決権付株式または持分の過半数を所有するグループ会社
ソニー株式会社の取締役会が適用対象と定める会社

【適用対象者】

全ての取締役、役員、および全従業員

【規定項目】

1. 基本原則
 - 1-1 法令、社内規則・方針の遵守
および誠実で倫理的な事業活動
 - 1-2 ステークホルダーとの関係
 - 1-3 多様性の理解
 - 1-4 構造的利益相反の回避
 - 1-5 社内通報
2. 人権の尊重
 - 2-1 雇用における機会均等
 - 2-2 強制労働、児童労働の禁止
 - 2-3 健全な雇用・労働
 - 2-4 職場環境
3. 誠実で公正な事業活動
 - 3-1 製品・サービスの安全
 - 3-2 環境保全
 - 3-3 公正競争
 - 3-4 広告
 - 3-5 企業情報開示
 - 3-6 個人情報
 - 3-7 知的財産
 - 3-8 機密情報
 - 3-9 公正な調達
 - 3-10 贈答、接待
 - 3-11 記録および報告
4. 倫理的行動
 - 4-1 インサイダー取引
 - 4-2 個人的利益相反
 - 4-3 会社資産
 - 4-4 メディアとの関係と公的発言

URL

「ソニーグループ行動規範」の全文は、ホームページをご覧ください。
<http://www.sony.co.jp/eco/book/index.html>



人々とソニー

人々とソニー

ソニーは、その事業活動が、さまざまな形で社会に影響を与えており、株主、顧客、社員、調達先（サプライヤー）、ビジネスパートナー、地域社会、その他の機関を含むステークホルダー（利害関係者）の方々の関心に配慮して経営を行うことが大切だと考えています。

お客様と：カスタマーサティスファクションと品質向上

ソニーでは、お客様に「満足感」、「信頼感」、「安心感」を提供できるよう、お客様の視点で製品品質・サービスのさらなる向上をめざしながら、さまざまな活動に取り組んでいます。

CS※1理念、考え方

「お客様の視点」を常に持ち続け、より質の高いCSを実現すること、21世紀においても「お客様にとって最も信頼されるパートナー」であり続けることは、ソニーにとって最大の目標であり、お客様から高い期待を寄せていただいているソニーにとっての使命と考えています。

こうした基本理念のもと、ソニーでは2001年度より「CS憲章」を制定し、全社員の意識改革・CSマインドのさらなる定着を図ってきました。2002年度には、「CS憲章」の内容をより具体化し、実践するための取り組みの一環として、「CS21キャンペーン」をスタートし、全社的な活動を展開しています。

CS21キャンペーン活動、およびその成果

ソニーでは、2002年2月より全社プロジェクト「CS21キャンペーン」(“CS21”)をスタートし、「CSを企業文化に」をスローガンに、お客様にご満足いただける製品品質・サービスの実現をめざしてさまざまな活動を行っています。

この“CS21”では、国内外を問わず、ソニーのビジネスに携わるすべての分野の社員が、その活動領域においてお客様の視点で業務を見直し、さらなるCSレベル向上のためのアプローチを行い、各活動領域において着実にその成果を生み出しています。

製品品質の向上においては、お客様の声を広範囲に吸い上げながら、お客様の視点に立った品質改善、使い勝手の見直しなどの改革に積極的に取り組んでいます。

具体的には、お客様の声をきっかけに、機器作動時の機械音の低減化を行うなどの努力を行いました。



※2

お客様ご相談センターの体制

ソニーでは、お客様のソニー製品に関するお問い合わせに適切に対応するための窓口として1963年に「お客様ご相談センター」を国内に開設、以来、全世界の販売会社へとその機能を展開しています。

2002年度のお問い合わせの総数は全世界で約2,400万件ありました。製品関連のお問い合わせの多くはご購入前後の製品の仕様・使い勝手に関するものとなっていますが、最近では時代のニーズに合わせてソニー製品のみならず他社製品との接続に関するお問い合わせも増加しています。

また近年では、インターネットの普及に伴い、ネット上での商品情報の公開や、よくいただくご質問をまとめたサイト(FAQ)の充実など、ソニー製品の情報をタイムリーに提供できるような基盤整備に努めています。

米国においては、お客様ご相談センターに最新の音声自動応答システムを導入するなどのインフラ整備を行い、お客様をお待たせしない体制の確立、よりスムーズな応対をめざしています。

※1 CS:カスタマーサティスファクション(顧客満足)。

※2 役職についてはソニーCS憲章発行当時。

全世界の修理ネットワーク

ソニーでは、製品品質のさらなる向上に全力で取り組む一方、製品に不具合が発生した場合のサービスについても、CSを最優先したさまざまな取り組みを行っています。

現在、ソニーではサービスステーションと認定修理代理店を合わせて、全世界に8,000カ所を超えるサービスネットワークを擁しています。各地域のソニー拠点では修理技術向上のための研修、最新の製品情報の共有化などを基本とした、修理品質の向上プログラムを日常的に実施しており、全世界において均質なサービスを提供するための仕組み作りに積極的に取り組んでいます。

1996年からはサービス技術情報の電子化を全社的に行うことにより、最新情報の迅速な伝達、修理スピードの短縮および各種トレーニング、確かなナレッジベース^{※1}の世界規模での共有化を実現しています。

2002年度には、さらなる修理技術の向上をめざして、グローバルナレッジベースの機能強化プロジェクトを推進し、よりスピーディーかつ確かなサービス提供のためのプラットフォームを構築しました。

また2002年のアイワ(株)からの業務移管に伴い、アイワ製品に対するサービスについてもソニー製品と同レベルの修理対応を提供するためのさまざまな活動を展開中です。

製品・サービスの安全性

お客様の安全は、ソニーにとって最重要事項です。そのためソニーでは、製品開発からアフターサービスまでの全事業活動におけるさまざまな分野で安全性の向上に取り組んでいます。

ソニーでは、製品安全に関する国際規格、各国規制への適合はもとより、製品がお客様に危害・損害を与えないように、製品の開発から設計・製造に至るまでソニー独自の安全基準を設定し、製品の安全性をより確実なも

のとするよう取り組みを行っています。

1995年の日本での製造物責任法の施行を機に、この取り組みを「安心・安全推進活動」としてさらに強化しています。加えて、医学的な観点からリスクを解析する部署を社内に設置しており、ここでは製品やサービスが人に悪影響を及ぼすことがないようにリスクの調査と分析を行っています。そして、必要に応じて関係部署と情報を共有し、経営上の判断に生かしています。

また、アフターサービスにおいても安全重要部品の指定を行い、アフターサービス後も製品の安全性が確保されるよう徹底しています。

品質管理体制

ソニーでは、品質問題を未然に防ぐためISO9001を基本とした、製品の特性に合わせた総合的な品質マネジメントシステムの下、品質保証活動を、設計から製品の出荷までのあらゆる過程で実施しています。また、ソフトウェアの品質保証活動については、CMM (Capability Maturity Model) ^{※2}を導入するなどその強化を積極的に進めています。

本格的UVN (ユビキタス・バリュー・ネットワーク) ^{※3}時代の幕開けを控え、ソニーが提供するUVN製品を、全てのお客様が安心して簡単に設置し操作できるよう、他社製品を含めた製品間の接続性に焦点を当てた活動を行っています。

品質管理問題について

2003年4月には、デジタルスチルカメラ「DSC-P1」の充電部分に関する問題をインターネットで告知しました。「DSC-P1」については、問題部分の特定に時間がかかり、残念ながら告知までに発売後1年以上を経過する結果となりました。こうした品質管理問題に関しては品質管理プロセス全体の徹底的な見直しを含めた、さらなる品質問題への取り組みを行っています。

※1 ナレッジベース：知識やノウハウなどを検索できるデータベース。

※2 Capability Maturity Model、能力成熟度モデル：ソフトウェアの開発工程の重要な要素を検証するフレームワーク。

※3 ユビキタス・バリュー・ネットワークのビジョンは、使いやすさの視点から、さまざまなハードウェアを互いに、そしてネットワークに継ぎ目なくつなぐことにより、お客様がいつでもどこでも自由にそれぞれのライフスタイルに合ったコンテンツやサービスを楽しむ世界を実現し、お客様自身の新しい楽しみ、夢や感動といった価値を作り上げることをめざしています。

個人情報管理

ソニーでは、商品の販売、サービスのため、お客様の個人情報をご提供いただくことがあります。インターネットなどのネットワークを通じて、このような情報を電子データで大量に収集、利用、管理することが容易になるに従い、情報漏洩の防止など情報の管理強化がますます重要になってきています。日本を含めた世界各国で個人情報保護の法制化が進んでいますが、ソニーでは、2000年7月にソニーグループ共通の「個人情報に関するソニーの基本原則」を定め、お客様の個人情報の適切な取り扱いにグループで取り組んでいます。

特に、ソニー(株)では、担当部署を設置し、全社員を対象にした研修の継続的な実施、社内における規則の遵守状況の確認などを通して、お客様に安心してソニーに個人情報を預けて頂けるよう、社内の環境作りに努めています。

ゲーム商標登録問題について

2003年4月、英国のメディアにより、「ソニー・コンピュータエンタテインメント (SCEI) の米国子会社ソニー・コンピュータエンタテインメント・アメリカ (SCEA) が“Shock and Awe (衝撃と畏怖)” という表現の商標登録を申請し、ソニーはイラクを取り巻く悲劇的な状況を商業的に利用しようと試みている」という旨が報道されました。

ソニーおよびSCEIは、かかる申請行為の適否について即刻検討した結果、この行為は状況に対する理解を欠いた不適切なものであると判断し、申請を取り下げました。ソニーは多様でグローバルな環境下で事業活動を行っていることを十分に認識し、このような行動が繰り返されないように、ソニーグループ行動規範を徹底します。

お客様とのコミュニケーションスペースのご紹介

ソニーでは、各地にショールームを開設し、お客様に楽しんでいただきながら製品のご紹介をしています。さらに、下記のような子供たちに科学への興味を持ってもらうためのサイエンスミュージアム、ソニーの歩みや環境に対する取り組みのご紹介など、製品以外のさまざまな展示活動も行っています。

ぜひ一度、お近くのソニーショールームや、以下のソニー関連のコミュニケーションスペースへお越しください。

ソニー・エクスプローラサイエンス (東京、北京)

ソニーがプロデュースするサイエンスミュージアム。科学の原理・原則、デジタル技術の進化や面白さを実際に見て、触れて、楽しみながら体験できます。

URL <http://www.explorascience.com/>



ソニー・エクスプローラサイエンス

ソニーミュージアム (東京)

ソニー製品を「プロフェッショナル」「デバイス」「一般家庭用」などの分野に分けて、創業時から最新のものまでを年代順に展示しています。

ホームページでも館内の様子をご覧いただけます。

URL <http://www.sony.co.jp/Fun/the-museum/frame/>



ソニーエコプラザ

ソニーエコプラザ (東京)

ソニーの環境活動をご紹介するショールームです。映像や実験、アテンダントによる詳しい説明で環境研究やリサイクル技術をご紹介しています。

URL <http://www.sony.co.jp/ecoplaza/>



ソニー・ワンダーテクノロジーラボ

ソニー・ワンダーテクノロジーラボ (ニューヨーク)

1994年にオープンしたインタラクティブなミュージアムです。教育、エンタテインメント、技術が融合した音楽、映画、テレビゲームやデジタル技術の展示をご覧いただけます。

URL <http://www.sonywondertechlab.com>

お客様と：使いやすさへの取り組み

製品の高機能化・複雑化が進む中、ソニーは「ユーザビリティ（操作しやすさ）」も製品品質の一要素ととらえ、高齢のお客様をはじめ多くの方に快適に使っていただける商品やサービスの提供を心がけています。また、情報提供においても「アクセシビリティ（利用しやすさ）」に配慮しています。

製品における「使いやすさ」の追求

「本当にお客様が求めているCDラジカセとはどのようなものなのか？」—CFD-A100TVはこの原点に立ち返り、ラジカセのお客様の主要層であるシニアの方を中心にユーザーアンケートやインタビューを実施し、さまざまなお客様が本当に必要としている機能・使い勝手・デザインなどを徹底的に追求して商品化したCDラジカセです。同シリーズのラジオICF-A100Vは、老若男女を問わず、どなたにでも簡単に使っていただける操作性と上質なデザインを兼ね備えています。

パーソナルITテレビ「エアボード」は、液晶モニターだけを持ち運んで、家中好きな場所で手軽にテレビを楽しめるだけでなく、タッチパネル式の直感的な操作でメールやインターネットをご利用いただけます。キーボードも接続不要なので、パソコンが不慣れな方でも簡単にIT機能を楽しんでいただけます。



ラジオのチューニングをより簡単にした、CFD-A100TVの「簡単ラジオカード」



使いやすさを追求した「エアボード」

お客様へお伝えする情報の「利用しやすさ」

ソニーマーケティングでは、視覚障害者の方が容易に商品情報を入手できるように1992年から「聞くカタログCD版」を配布しています。このカタログは、CDのトラックナンバーを利用して聞きたい部分にすぐにアクセスできる構造になっています。また、製品の使いやすさについてもお伝えしています。

ソニーでは、ソニー(株)のホームページをより使いやすく、利用しやすくするために、2002年12月に「アクセシビリティガイドライン」を制定しました。具体的には、ユーザーが自ら文字の大きさを調節できるなどして、アクセシビリティ(利用しやすさ)の向上に取り組んでいます。



視覚障害者が聞きたい製品情報にすぐにアクセスできる「聞くカタログCD版」(年3回発行)



文字を拡大してもデザインの統一感を保ったソニー(株)のホームページ

社員と：雇用と労働

ソニーは、健全な雇用・労働環境の整備を实践し、各国・地域の適用法令を遵守して社員を処遇することを基本方針としています。社員と経営層の健全な関係をサポートするためにコミュニケーションの機会を設けたり、労働力やライフスタイルの多様化に応じた人事制度や勤務形態の導入を試みています。

社員と経営層のコミュニケーション

ソニーでは、社員と経営層のコミュニケーションをより密に行うことにより、経営層の意思を社員に浸透させるとともに、現場の声を経営層の判断に反映しています。

例えば、社内イントラネットを通じて、社員がソニーの経営にかかわる改善案や意見を、経営トップに直接、自由に提案できる仕組みを活用しています。

また、経営方針や戦略などの方向性を社員に伝えるために、経営トップのメッセージを社内報や社内イントラネットに掲載したり、管理職を対象とする定期的な会合の開催を行うなど、さまざまな機会を設けています。

欧州においては、各国の法規制・慣習に基づいた労使のコミュニケーションを行うワークカウンスル (Works Council) の設置に加え、「欧州全体のソニー」について経営層と欧州各国 (EU参加国) の社員代表が話し合うことができる「EICC※1」を1995年から組織しています。

これによって、欧州の一国だけでなく複数国に影響のある雇用や組織、従業員にかかわる情報を労使で共有し、社員の意見をマネジメントが直接聞き、良く理解する場を確保することが可能となりました。

また、ソニーイーエムシーエス(株)瑞浪テックでは、ビジネス状況や職場環境、福利厚生などについて社員と経営者が話し合うための職場協議会を設けています。職場協議会には、各職場の代表者と経営責任者が参加し、毎月1回、直接意見交換を行っています。



欧州EICCの会合



ソニーイーエムシーエス(株)瑞浪テックの会合

※1 EICC: European Information and Consultation Committee

労働力の多様化に応じた人事制度

ソニーでは、社員一人ひとりが職務に積極的に取り組む意欲を向上させるため、さまざまな人事制度の施策を行っています。

ソニー(株)およびグループ関連会社数社では、研究・開発・設計業務など、自己裁量可能な業務に携わる社員に対し、「エキスパート制度」を設けています。

この制度は、目標達成に向けて社員自らが効果的に時間配分を行うことで、個人の能力や創造性を最大限に発揮することを目的としています。

ソニー(株)の「社内募集制度」は、個人の意欲を尊重し、会社側の求人への対応、適材適所の配置を目的とした、自らのキャリアアップを希望する社員のためのチャレンジ制度です。職場の求人ニーズが発生したときにイントラネットを通じて社内の人材募集が行われ、部署在籍が2年以上の社員が自由に応募することができます。

柔軟な勤務制度

例えば、米国のグループ会社の一部では、自宅や承認された場所での就業、および就労日や就労時間を社員が柔軟に選択できる、「フレキシブル勤務制度」を導入しています。

希望する社員に対して、マネジメントの承認を経て実施されます。年1回、ビジネスの状況や対象者の能力が発揮できたかどうかを確認し、継続するかどうかをレビューします。

生産性の向上だけでなく、社員の多様なライフスタイルに応えることができます。

主な事業編成に伴う雇用への影響

激化する競争の中で、ビジネス上の効率化、競争力強化のために、構造改革が避けがたい状況となっています。ソニーでは、こうした改革により雇用に与える影響を考慮し、対象となる社員や退職者に対しての支援を行っています。

2002年12月にソニー(株)が吸収合併したアイワ(株)は、経営再建の一環としてグローバルに、工場の生産終了、販売・サービスの委託などを進めました。それに伴い、アイワ(株)は自社とその関連会社が雇用に与える影響を認識し、継続雇用希望社員の公平な選考、退職者に対する退職金への加算、就職斡旋などの支援を行いました。

また、グローバルな生産体制の再構築の一環として、2003年3月末にソニー・エレクトロニクス・インドネシアの製造事業所を閉鎖することを決定しました。この決定に伴い労使間で退職金などの条件をめぐる交渉が行われ、2003年5月に平和的合意に至りました。

社員と：人権、機会均等

ソニーは、求人、雇用、昇進などあらゆる局面において応募者や社員を人種、宗教、肌の色、出身国、年齢、性別、障害、およびその他ソニーのビジネス上の利益と関連のない要素によって差別しないことを基本方針としています。また、ソニーでは強制労働、児童労働を禁止しています。

グループ行動規範における人権規定

2003年5月に制定した「ソニーグループ行動規範」では、人権に関して以下の点を定め、グループの人権関連規定や活動の基本としました。

- (1) 雇用における機会均等
- (2) 強制労働、児童労働の禁止
- (3) 健全な雇用・労働の実践
- (4) 差別のない健康的で安全かつ効率的な職場環境

これらは、国連で定められた「世界人権宣言」、ILOの「基本的な人権規約」など、既存の国際基準を参照し、制定しています。

雇用における機会均等と差別の禁止

ソニーは、雇用機会均等、差別の禁止に関して、グループ会社で各国・各地域の法令を遵守しています。

日本では、国内グループ会社を網羅する人権基本方針を設けています。2002年度は延べ400回、1万人が人権に関する研修会に出席しました。また、社内外からの抗議や苦情、問い合わせ、相談に関する窓口を設けています。

欧州では、欧州ソニー各社を対象とする雇用機会均等基本方針、アンチ・ハラスメントガイドラインを設けています。

さらに米国では、エレクトロニクス、映画、音楽など全ての事業領域において雇用機会均等に関する明確なガイドラインを設け、差別を禁止しています。

今後は、グループ行動規範に基づき、雇用機会均等や差別の禁止をさらに徹底します。

強制労働、児童労働の禁止

ソニーは、どのような形であっても、強制あるいは意志に反しての就労や、児童労働を禁止しています。

さらに、サプライヤー各社にも同様の方針を呼びかけています(26ページ参照)。

多様性への理解と推進

ソニーは、性別、経歴、出身地、身体的特徴などでの差別を行わず、個人の能力を重視した多様な人材の雇用・登用を推進しています。

特に、就労意欲のある障害者に対して社会参加の機会を提供する活動を積極的に展開しています。日本では1978年設立のソニー・太陽(株)に続き、2002年度には知的障害者に雇用機会を提供するソニー光(株)が特例子会社^{※1}の認定を受けました。社員は専任指導員のもと、適性に応じた業務に従事しています。ソニー(株)における2002年度の障害者雇用率は1.88%でした。

女性の登用

社員の男女比率については、従来より課題として認識していましたが、ここ10年の育児などに関する就労環境の整備(育児休業・短時間勤務など)に伴って勤続が伸びを示していることもあり、徐々にマネジメント層での女性の割合が増加しています。

ソニー(株)の役員/社員構成(2003年3月末現在)(単位:人)

	2002年3月末		2003年3月末	
	男性	女性	男性	女性
役員	15	0	14	0
マネジメント	4,468	75	4,683	109
一般	8,536	4,011	8,611	3,756
合計	13,019	4,086	13,308	3,865

※1 障害者の雇用に特別な配慮をした子会社の設立が一定の条件を満たしている場合、その子会社に雇用されている社員は親会社に雇用されているものとして障害者雇用率に含めることができます。

社員と：教育、研修

ソニーは、さまざまな地域・事業領域で、社員の能力を高めるための教育や研修を行っています。インターネットを介して、業務をこなしながら能力を向上させられる仕組み作りや、次のソニーを担うリーダーの育成など、ユニークなプログラムを展開しています。

次世代のリーダー育成を担うソニーユニバーシティ

ソニーでは、グループの将来を担うビジネスリーダーの発掘・育成を主眼に、社内向け教育機関「ソニーユニバーシティ」を2000年11月から始めています。

出井会長、安藤社長をはじめソニーの経営層が多くの時間を割き、受講者と直接コミュニケーションをとることを特色としており、毎年5種類以上のプログラムを実施しています。インターネットを活用し、オンラインプログラムや議論のための研究スペースなども用意しています。



ソニーユニバーシティ

欧州のイントラネットによる教育・研修

ソニーヨーロッパでは、人事関連情報発信のイントラネット「sonypeople.com」を運営しており、2003年4月時点で約4,800人の社員が利用しています。

sonypeople.comは、諸規則・人事制度情報など多彩なコンテンツのあるウェブサイト、教育・研修プログラムも充実しています。

欧州各国ごとの教育プログラムの連絡先や、各言語で用意されているe-ラーニングプログラムなどに簡単にアクセスできます。

また、教育研修やチームワーク促進のため、sonypeople.comの中に「ソニープロジェクトスペース」を用意しネット上で社員がさまざまなプロジェクトを発足したり、自由に参加することができます。

米国のラーニング・センター

ラーニング・センターはソニー・エレクトロニクス・インクの人材開発プログラムを担う組織で、全米に3カ所の拠点を持っています。

インターネットを利用したe-ラーニングと集合研修の組み合わせによるマネジメント向け研修や、大学との連携による戦略的ビジネスリーダー開発プログラムを特長としており、新人研修からマネジメント・専門職などへの幅広いプログラムを用意しています。



ラーニング・センター ソニー・エレクトロニクス・インク

新しい人材開発への取り組み

設計・製造・カスタマーサービスのプラットフォームであるソニーイーエムシーエス(株)では、2003年2月より、製造部門の将来を担うビジネスリーダーの育成を目的として、「グローバル・リーダーシップ・セミナー」を開始しました。

製造部門における中心的人材や、次世代のリーダーを担うと期待される人材が参加しており、参加者同士の交流も行われています。

さらに、中国の索尼精密部件有限公司では、オペレーターをスタッフに登用する人事制度があります。この制度によるキャリアアップをめざす社員向けに、専門知識やコンピュータースキル向上など自己啓発を促進する図書館やコンピューター室の提供を行っています。

社員と：安全衛生

ソニーは、ソニーで働く人々のために健康で安全な労働環境を確保することが重要だと考えています。全世界の事業所で社員の安全衛生活動を推進するために「ソニー安全衛生基本方針」を1998年に施行しました。安全衛生にかかわるスタンダードを参照し、ソニーの基準を設定した上で安全衛生の管理に努めています。

ソニー安全衛生基本方針とは

ソニーは、それまで国・事業所別に行われていた安全衛生活動を、グローバルな観点からソニーグループで統一した基準で実行することを目的として、1998年に「ソニー安全衛生基本方針」を定めました。

この方針は、社員の安全と健康の確保を、事業活動と不可分なものとして位置付けており、具体的には以下のようなことを行います。

- (1) 安全衛生に関する法規制の遵守を最低条件とし、法律の要求を上回る活動を実施
- (2) PDCAサイクル^{※1}に基づく労働安全衛生マネジメントシステムの導入

労働安全衛生マネジメントシステムの活用

上記の安全衛生基本方針を実行する体制として、環境経営を行う「ソニー地球環境委員会^{※2}」の直下に「安全衛生・環境リスクマネジメント部会」を設置、安全衛生に関するマネジメントを行っています。

マネジメントシステムとしては、欧州の基準である「労働安全衛生マネジメントシステム (OHSMS)」を活用しています。2002年度末までに45事業所がOHSMS認証を取得しています。

安全衛生リスクマネジメントガイドライン

安全衛生管理手法を全世界のソニーグループで標準化することを目的に、「ソニー安全衛生リスクマネジメントガイドライン」を施行しています。

これは、「ソニー環境ビジョン」と「ソニー安全衛生基本方針」に基づき、安全衛生管理全般の中で労働災害や職業性疾病を予防するためのリスクマネジメント手法を

ソニー安全衛生基本方針

この基本方針は、全世界のソニーグループ各組織に適用する。

【理念】

ソニーは、社員の安全と健康の確保は事業活動に不可分な関係と認識し、安全で働きやすい職場環境を確保するよう活動する。

【方針】

1. それぞれの地域における安全衛生関係諸法令を遵守すると共に、必要な自主基準を設け管理レベルの向上を図る。
2. ソニーグループの各組織に於いて、安全衛生活動の推進を可能とするための組織体制の整備、責任所在の明確化を図る。
3. 事業活動のすべての領域で、安全衛生上の科学的な検討を充分加え、危険性、有害性の事前評価を尊重する。
4. 安全と健康の確保は良好なコミュニケーションのもとに実現されるとの認識に立ち社員との協議を尊重する。
5. すべての社員に対し、安全衛生確保に必要な教育、訓練を実施する。又、ソニー構内での協力会社社員との安全衛生確保に必要な情報交換を行う。
6. 安全衛生の有用性を広告などを通じて社員に周知し、意識の向上を図る。
7. 定期的に監査を実施し、安全衛生マネジメントシステムの継続的な改善を図る。
8. 安全衛生に関する行政、地域社会などの活動に参加する。
9. 安全衛生に関する新たな手法、新技術の開発、導入に努める。
10. 本方針の実行に当たっては適切な経営資源を投入し、効果的な改善を継続的に実施する。

安全衛生リスクマネジメントガイドライン

事業所長の責務



安全衛生リスクマネジメントシステム

- 安全衛生リスクアセスメント
- 安全衛生リスクマネジメント
- 緊急事態への対応
- 教育、訓練および能力
- 労働災害の調査と再発防止
- 監査とモニタリング

※1 PDCAサイクル：Plan, Do, Check, Actの循環マネジメントシステムの仕組み。

※2 詳しくは43ページをご覧ください。

示したものです。

このガイドラインをソニーグループ全体の労働安全衛生における監査基準に使用することで、安全衛生面の法的規制が未整備な国や地域でのリスク低減に役立っています。

ガイドラインで具体的なリスク低減を提示

安全衛生リスクマネジメントガイドラインでは、化学物質の管理、エルゴノミクス（人間工学）、保護具の管理など具体的な管理項目を示し、日常の作業の中での事故や災害の防止に努めています。

例えばエルゴノミクスでは、右記のような作業や作業環境からのリスク低減をはかります。

このガイドラインは日々の作業のひとつひとつからリスクを低減する活動を全世界のソニーグループに示しています。

災害統計の度率率低減

このようなマネジメントシステムとガイドラインの構築により、ソニーにおける災害頻度は、日本国内の災害統計と比べても、低い災害度率率を達成しています。

しかしながら、2002年度はソニー・ミュージックエンタテインメント・インクのピットマン工場（アメリカ）とソニーDADC（オーストリア）で計2件の死亡事故が発生しました。このような事故が発生しないよう、リスク低減に向けて今後も活動を続けます。

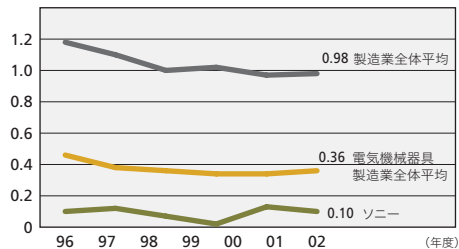
安全衛生リスクマネジメントの個別ガイドライン

- | | |
|------------------------------|--------------------|
| 1. 有害物質、放射性物質、
騒音および振動の管理 | 5. 保護具 (PPE) |
| 2. 設備安全管理 | 6. 危険な動力の管理 |
| 3. エルゴノミクス | 7. フォークリフト
安全管理 |
| 4. 5S (整理・整頓・
清潔・清掃・躰) | |

エルゴノミクスのリスク要因

- 不自然な姿勢
- 過度の力作業
- 繰り返し作業
- 機械との接触によるストレス
- 手腕の振動
- 静止して荷重を受ける / 荷重を支える作業
- 極寒、極暑、その他

日本国内災害統計（休業災害4日以上度率率）



度率率とは100万延実労働時間当たりの労働災害件数をもって災害の頻度を表したものをいう。
度率率=休業4日以上災害発生件数÷延実労働時間数×1,000,000

ソニー・セミコンダクタ（タイランド）が2002年総理大臣賞を受賞

2002年5月、ソニー・セミコンダクタ（タイランド）はすぐれた労働安全衛生マネジメントシステムを構築したことが評価され、タイ総理大臣賞を受賞しました。当賞は、環境や品質、労働安全衛生などの分野において顕著な成果を挙げた企業を表彰するものです。ソニー・セミコンダクタ（タイランド）では、職場の安全性を確保するために社員が積極的に活動を行い、経営層も自ら関連会議や監査に参加しています。また、就業時間外での安全と健康についても意識啓発を行っています。



タイのタクシン総理大臣から表彰を受けるソニー・セミコンダクタ（タイランド）代表者

調達先 (サプライヤー) と

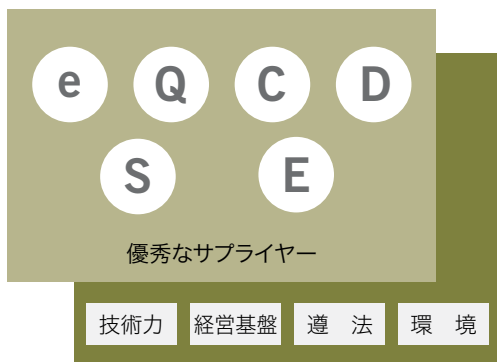
お客様に提供する製品やサービスの価値を高めるためには、ソニー自身の努力に加え、環境面、社会面でもサプライヤーの方々からの協力が不可欠です。ソニーはサプライヤーの方々に、品質の向上、環境負荷の低減や法令遵守の徹底を求めています。

ソニーの調達基本方針

ソニーは、サプライヤーの方々に対して、技術力の高さ、経営基盤の安定性、環境マネジメントの導入を重視しています。特に、サプライヤーとなる方々が、法令およびソニーが定める規則・基準類を遵守することを前提としています。例えば、万一、サプライヤーの方々が児童労働や強制労働などにかかわる労働基準法や、環境関連法令等に違反した事実がある場合には、改善を促し、それでも改善が見込めない場合は取引を停止することがあります。

調達の基本方針には、以下に挙げる「eQCDSSE」への対応力とその将来価値を視野に入れていきます。過去および現在の実績だけでなく将来の競争力となる経営方針・活動を重視します。

- e 電子商取引への対応力
- Q 適正な品質の調達品を継続して供給
- C 価格競争力のある調達品
- D 適時・適量の供給対応力
- S 多面的なサービス
- E 調達品の環境負荷低減



コンプライアンスの支援の取り組み

ソニーでは、サプライヤーの方々のコンプライアンス支援および情報共有の一環としていくつかの制度を設けています。2002年度の主要な活動としてはグリーン調達（グリーンパートナー認定制度の詳細については52ページ参照）が挙げられます。

また、コンファレンスやグリーンパートナー環境展、パーツテクノロジー展を開催し、サプライヤーの方々との連携や、情報共有を推進しています。



サプライヤー環境展のポスター

公正・公明・公平な購買姿勢

ソニーでは、サプライヤーに対しての機会均等に努め、各国の法令を遵守し、購買担当者に対しては、サプライヤーの方々との私的関係や利益相反関係を持つことを禁じています。こうした姿勢を徹底するためにソニー（株）では、全ての購買担当者を対象とした教育・研修を行っています。

コミュニティと：良き企業市民として

ソニーは創立以来、教育を中心に次世代の担い手を支援する活動に取り組んできました。企業にとって社会との関係がますます重要になってきている今、ソニーはコミュニティとのより良い関係作りをめざして、良き企業市民として歩んでいきます。

良き企業市民として

ソニーのファウンダーである井深大、盛田昭夫は、ソニーの設立趣意書に国民科学知識の実際の啓発をソニーの重要な役割のひとつと位置づけ、科学教育の振興に熱意を持って取り組みました。戦後復興間もない日本において、科学教育こそが社会を建て直す力となると考えたのです。1959年に始まった小・中学校の理科教育を支援する事業は、現在も(財)ソニー教育財団(1972年設立)において継承されています。また盛田は、国際社会の中でグローバルな視野を持つことの大切さを説き、米国の高校生を日本に招聘するプログラム、「ソニー海外学生プロジェクト(SSPA^{※1})」を10年間にわたって実施するなど、自ら国際交流事業にも積極的に取り組みました。現名誉会長の大賀典雄は(財)ソニー音楽芸術振興会(ソニー・ミュージック・ファウンデーション)の運営に尽力しました。

このような志を活かし、ソニーは良き企業市民として、次世代の担い手を支援する活動を推進します。

地域性を活かして

ソニーグループがグローバルに展開するに従って、社会貢献活動も世界の各地域に広がっています。もちろん、各地の社会状況や文化的・歴史的背景などにより、取り組むべき課題や方法は異なります。ソニーはこのような多様性を重視し、コミュニティの特性を活かした活動への取り組みを心がけています。

また社員一人ひとりのコミュニティへの参画が促進されるよう、社員によるボランティア活動を推進するプログラムや、マッチングギフト制度^{※2}の拡充などに取り組んでいます。

※1 SSPA: Sony Student Project Abroadの略称。

※2 社員が非営利団体に寄付した場合に、会社からも同団体に寄付を行う制度。



第1回「ソニー理科教育振興資金」贈呈式の井深大



SSPAの学生と交流する盛田昭夫



国際オーボエコンクールにて大賀典雄

社会貢献活動と体制

ソニーでは、経営会議において、社会貢献にかかわる基本方針が決定されます。また、世界の各地域における社会貢献活動の状況などが報告され、課題が話し合われます。

ソニーの社会貢献活動は、ソニーの有する技術や人的資源を活かすこと、そして地域コミュニティとの共生を重視しています。科学や音楽芸術などの分野における支援活動、また社員の地域参加を促進する活動を行っています。特に社員が参画するボランティア活動を推進する「Someone Needs You」プログラムは、各地域でさまざまな活動を実施しています。

コミュニティと：次世代、そして地域に

ソニーは世界の各地域で次世代の担い手を支援する活動に取り組んでいます。子どもたちが科学の面白さを体験する活動や、青少年がさまざまな活動を通じて自らの可能性を広げる、また専門性を高める過程を支援しています。

科学教育

分解ワークショップ（日本）

ファウンダーの井深大は子どもの頃、親戚中の腕時計を分解してしまったとの逸話があります。物を分解することを通じて、逆にものづくりへの興味を持ってもらいたい、またものづくりをしている本物の大人に出会ってほしい、そのような思いで実現したのが東京都世田谷区の財団で親子向け夏休み企画として2001年から開催されている「分解ワークショップ」です。

ソニーは、ワークショップで子どもたちが分解する製品を提供するほか、エンジニアの社員がボランティアとして参加し、子どもたちが製品を分解するのを手伝っています。



ソニー製品の分解に取り組む親子と社員ボランティア

ソニークリエイティブサイエンス賞（シンガポール）

シンガポールでは、子どもたちの創造性を育むことを目的として、小学生を対象にした科学的な工夫のあるおもちゃを創作するコンテストを開催しています。毎年2,000件以上の応募があるこのコンテストは、2002年度で第5回目を迎えました。今回は、ソニーが運営する科学ミュージアム「エクスプローラサイエンス」（北京）との交流が初めて実現し、入賞した子どもたちが北京を訪れ現地の子どもたちとの交流を行いました。

アジア地域では、科学教育を支援する活動を中国、韓国、マレーシアなどでも実施しています。

財団法人 ソニー教育財団（日本）

（財）ソニー教育財団は「科学」を通して、好奇心や創造力を伸ばし、新しいことに勇気を持って挑戦していく精神（スピリット）を持ち、新しい世界を切り開いていく人の育成をめざしています。このような人づくりのために、小・中学校対象の「ソニー子ども科学教育プログラム」、その先生方を対象とした「ソニー科学教育研究会の活動支援」、幼稚園・保育園対象の「ソニー幼児教育支援プログラム」、さらに親子の絆を深める幼児開発センターの活動を通して、教育に尽くしている人たち、教育活動、学びの場を支援しています。



川の生き物を採集する入選プロジェクト校の子どもたち

URL <http://www.sony-ef.or.jp/>

青少年育成

ソニーマーケティング学生ボランティアファンド（日本）

「ソニーマーケティング学生ボランティアファンド」はソニーマーケティング（株）により2001年に設立されました。このファンドは、次世代を担う大学生の社会参加の第一歩、社会をより良くしていくこうとするリーダーシップを応援するものです。

大学生が中心のボランティア活動を全国公募し、2002年の第2回目は応募総数103件（有効案件）の中から20グループの活動に助成しました。活動後には対象グループによる報告会を開催し交流の場も設けています。

ソニーオーストラリア財団 (オーストラリア)

ソニーオーストラリア財団は、オーストラリアの青少年の育成支援を目的として1991年に設立されました。難病をかかえる若者を支援する活動など、青少年育成に取り組む非営利団体の支援を行っています。

2002年度には、同団体と若者たちに映画作りを体験してもらうキャンプを企画し、多くの社員がボランティアとして参加しました。

また科学技術、音楽、経済学など6分野で奨学金制度を設け、高等教育支援を行っています。

URL <http://www.sonyfoundation.org.au/>

「スタークラス」奨学プログラム (アメリカ)

米国では、1991年より4つの事業地域の高校生を対象とした大学奨学プログラムを実施しています。高校在学中の2年間、学業成績や地域でのボランティア活動などを審査し、選ばれた4名の学生に、大学4年間奨学金を提供します。

ソニーではこのほか、カナダ (ソニーカナダ科学奨学財団) および中国で科学技術系の大学生に対する奨学金の提供を行っています。

財団法人 ソニー音楽芸術振興会 (ソニー・ミュージック・ファウンデーション、日本)

ソニー・ミュージック・ファウンデーションは、クラシックを中心とした国内の音楽、オペラ、舞踏などの芸術の普及向上を図ることをめざし、1984年より国際交流の促進、新進芸術家を育成する活動に取り組んでいます。

日本のアマチュアの大学オーケストラの全国的な交流を図ることにより、大学オーケストラの一層の活性化と研鑽をめざす全日本大学オーケストラ大会の開催や、子どものためのクラシック音楽のコンサート企画などを行っています。

URL <http://www.smf.or.jp/>

地域との共生

社員の地域参加 (アメリカ)

アメリカでは、毎年、地域社会に貢献した社員を表彰しています。これは1992年にソニーUSA財団^{※1}の設立20周年を記念して始まった表彰制度で、毎年多くの応募の中から5名の社員が、社外の審査委員により選ばれます。また、選ばれた社員が活動する団体には活動資金を寄付し、社員の地域社会への貢献を支援しています。

またソニー・ミュージックエンタテインメント・インクでは、青少年に将来のキャリア選択などについてアドバイス



社員によるボランティア活動

するプログラムに、多くの社員がボランティアとして参加しています。

ソニー・ピクチャーズエンタテインメント・インクは、1993年にロサンゼルス市の非営利組織 (NPO) と共に、南カリフォルニア地域の植林活動を支援する基金を設立しました。1993年以来行われた25ヵ所以上の植林活動には、社員も多く参加しています。



植林活動に取り組む社員

緊急人道支援

重症急性呼吸器症候群 (SARS) 対策支援

世界各地で急速に感染が拡大した重症急性呼吸器症候群 (SARS) は、特にアジア地域に甚大な被害をもたらしました。ソニーは、特に被害の大きい中国、香港、台湾に対して医薬品などの物資を含む寄付、支援を行いました。

※1 ソニーUSA財団：1972年にアメリカで設立されたソニーの財団。主な事業は国際教育基金。

コミュニティと: Someone Needs Youプログラム



「Someone Needs You」(頭文字でSonyを表す)は、地域社会との豊かな関係づくりをめざしてソニーが取り組んでいる社員向けのボランティア活動推進プログラムです。2002年度は約1万1,000人の社員が参加し、22カ国で地域の特性に応じたさまざまな活動が実施されました。

ベルリン (ドイツ)

ベルリンでは、ソニー各社の社員が、北ベルリンの障害のある子どもたちのためのクリニックを訪問しました。参加した社員は、子どもの遊び場の整備や植栽を行い、また子どもたちとの交流会を開催し、デジタルカメラ、AIBOや音楽を楽しむワークショップを実施しました。



障害のある子どもたちのためのクリニック訪問



植林への取り組み

北京 (中国)

近年、砂漠化にかかわる問題が取り上げられている北京では植林活動を実施し、111名のソニー社員が参加しました。また中国各地で清掃活動などが行われました。

バンコク郊外 (タイ)

バンコク郊外にある老人養護施設を訪問しました。約200人の社員が参加し、歌や踊りなどのレクリエーションをお年寄りと一緒に楽しむ交流会を開催したほか、施設に社員から集められた衣類や薬、文具などを寄付しました。



老人養護施設訪問

URL

そのほかのSomeone Needs Youプログラムの事例についてはホームページをご覧ください。
<http://www.sony.co.jp/eco/book/index.html>

仙台 (日本)

アメリカの環境保護団体の呼びかけで始まった国際ビーチクリーンアップ活動は、世界各国でゴミの実態を調査し、地球規模でゴミ問題を改善していこうという取り組みです。仙台のソニー社員とその家族、友人等300名が参加し、海岸の清掃、散乱ゴミの実態調査などを行いました。



国際ビーチクリーンアップ活動



公園整備

ニューヨーク (アメリカ)

ニューヨークでは、セントラル・パークの環境整備に取り組む非営利組織(NPO)と協力し、公園の整備を行いました。

公園のベンチや柵を塗り直す作業や、雑草や草木の手入れなど、グループ各社の社員130名が参加して実施しました。

マイアミ (アメリカ)

低所得者層に安く住宅を提供する非営利組織(NPO)が行っている住宅の建設活動に、低所得者の方々や団体のボランティアの方たちと一緒にグループ各社の社員21名が参加しました。



低所得者層向けの住宅建設に参加