

SONY
make.believe



CSR Report
Executive Summary **2010**

ソニーグループのアウトライン

会社概要

本社所在地 〒 108-0075 東京都港区港南 1-7-1
 創立 1946 年 5 月 7 日
 社員数 16 万 7,900 人 (2010 年 3 月 31 日現在)
 売上高および営業収入 7 兆 2,140 億円 (2010 年 3 月 31 日に終了した 1 年間)

ビジネス概要

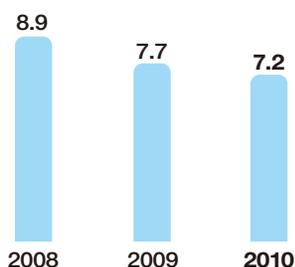
コンシューマプロダクツ&デバイス	ネットワークプロダクツ&サービス	B2B & ディスク製造		
事業内容 テレビ事業、デジタルイメージング事業、オーディオ・ビデオ事業、半導体事業、コンポーネント事業	事業内容 ゲーム事業および PC・その他ネットワークビジネス事業	事業内容 放送・業務用機器などの B2B 事業およびブルーレイディスク、DVD、CD のディスク製造事業		
映画	音楽	金融	ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズ	その他
事業内容 映画、テレビ番組、デジタルエンタテインメント事業	事業内容 音楽制作事業、音楽出版事業	事業内容 生命保険、損害保険、銀行、リースおよびクレジットファイナンス事業	事業内容 携帯電話事業	事業内容 ネットワークサービス関連事業、アニメーション作品の制作・販売事業、広告代理店事業、その他の事業

(注) 2010年3月31日現在

財務ハイライト

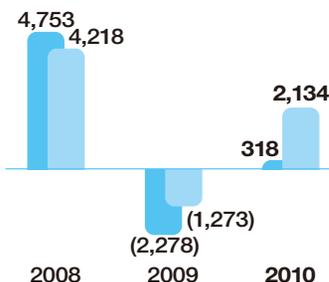
売上高および営業収入

(単位: 兆円)



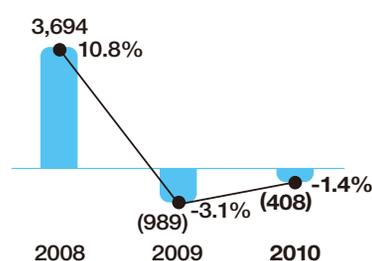
営業利益(損失)

(単位: 億円)



当社株主に帰属する 当期純利益(損失)

(単位: 億円)



■ 営業利益(損失)
 ■ 持分法による投資損益および構造改革費用による影響を除いた調整後営業利益(損失)*

* 2009 年度については液晶テレビ関連資産の減損も除いた調整後営業利益

(注) 3月31日に終了した1年間を示します。

CSRレポートについて

ソニーは、1994年に初めて環境報告書を発行しました。2003年に企業の社会的責任にかかわる情報を充実させるとともに、タイトルを「CSRレポート」と改め、現在の発行に至っています。

ソニーのCSR活動について、ソニーのビジネス活動における関連と、ステークホルダーの関心の側面から重要性の高い項目を、ウェブサイトで網羅的に開示するとともに、本冊子ではその概要を簡潔にご報告しています。また本冊子の電子版をウェブサイトに掲載しています。<http://www.sony.co.jp/csr>

報告の対象範囲と構成について

本冊子は、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）を対象として、2009年度（2009年4月1日から2010年3月31日）を中心に、CSR活動を報告するものです。ただし、重要な報告については、2010年8月末日までの情報を含んでいます。

文中では、「ソニー」はソニーグループを指し、ソニー株式会社と区別しています。ソニーグループとは、ソニー株式会社および、ソニー株式会社の出資比率が50%を超える連結対象会社を指します。

環境データの集計範囲は、2009年3月31日時点でISO14001認証を取得している事業所です。原則として、ソニーグループ事業所のうち、製造事業所と人員数100人以上の非製造事業所をISO14001認証の対象としています。

- ・事業・財務の概況については「アニュアルレポート」で情報を開示しています。
- ・本冊子は、日本語、英語の2言語で発行しています。
- ・CSR情報の開示にあたり、2006年10月にグローバル・レポーティング・イニシアティブにより発行された「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006」、環境省発行の「環境報告ガイドライン（2007年度版）」を参照しています。「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006」との対照表については、ウェブサイトをご参照ください。
- ・環境データについては、第三者検証を受けています。

表紙について

"make.believe"はソニーグループの精神を象徴しているソニーグループのブランドメッセージです。

"SONY"および"make.believe"はソニー株式会社の商標です。

"For the Next Generation"は持続可能な社会に向けたソニーグループのCSR活動に関するキャッチフレーズです。

目次

CEOメッセージ	2
ソニーのマネジメント	4
特集：サッカーを通じて社会課題の解決を目指すプログラム「Dream Goal 2010」	6
環境	10
製品・サービス	14
社員	16
社会	18
持続可能な社会へ向けたイノベーション	20

CEOメッセージ



ソニーのCSR (企業の社会的責任) レポート2010へようこそ。

ソニーは、事業構造の抜本的な改革、グローバルレベルでの人材活用の推進、新規ビジネスの創出などを伴う全社的な活動にグループ一丸となって取り組んでまいりました。これらの取り組みの成功には、サプライチェーンの効率化、環境技術開発におけるイノベーション、新興市場の成長・発展への支援、社員の成長機会の創出などを含め、CSR活動への確固たるコミットメントが不可欠です。このような認識のもと、ソニーは、グローバル企業としてリーダーシップを発揮すべく、環境、企業倫理、社員教育、製品・サービスの品質などの領域においても積極的な展開を図っています。

今後も企業として業績を向上し、責任ある企業市民であり続けるためには、このようなCSR活動への取り組みがますます重要になります。そのためソニーは、これから

も継続して変革に挑み、For the Next Generation (次世代のために) の精神のもと、持続可能な事業活動・持続可能な社会の実現に向けてイノベーションを加速していきます。

環境における取り組みについては、2010年4月に、事業活動および製品のライフサイクルを通じて長期的に「環境負荷ゼロ」を目指すという環境計画「Road to Zero」を発表しました。この計画では、「環境負荷ゼロ」実現のために具体的な中期目標を制定しており、その達成に向けて今後もさらなる活動の推進に取り組んでいきます。

またソニーは、イノベーションを通じた環境負荷低減を展開し続けています。最近の代表的な例としては「デジタルシネマ」が挙げられます。シネマ製作のデジタル化により、完全パッケージ化から、配給、上映、廃棄のプロセスでCO₂排出量を従来のフィルムと比べて約40%削減することができます。このほか、環境・エネルギー分野におけるイノベーションとして、色素増感太陽電池やパイ

オ電池のような、新しいビジネスチャンスを生み出す可能性を秘めた研究開発にも継続的に取り組んでいます。

また今年2010年は、アフリカにおいてFIFA ワールドカップが開催されました。オフィシャル FIFA パートナーでもあるソニーは、世界中の関心がアフリカに集まるこの機会を活かし、ソニーの技術、製品、人、資金のリソースとサッカーを組み合わせ、社会課題の解決を目指すプログラム「Dream Goal 2010」を実施しました。このプログラムでは、国連開発計画(UNDP)や国際協力機構(JICA)との官民連携、各国のNGO団体との協力のもと、アフリカの未来、子どもたちの未来を支えるさまざまな活動を展開しました。

カメルーン共和国とガーナ共和国においては、ワールドカップの試合を大型映像装置で生中継し、普段テレビを利用できない人々に喜びや興奮とともに試合の映像を届けるパブリックビューイングを実施し、同時に参加者に対するHIV/エイズの啓発活動や検診を行いました。ガーナで実施されたパブリックビューイングの一部では、再生可能エネルギーから電力をつくり、蓄え、供給することが可能となるオープンエネルギーシステムの実証実験も行いました。もしこのシステムが実現すれば、健康、教育、生活水準の向上など広範な領域で大きな貢献をすることができます。その潜在力には私自身、とても期待しています。

さらに、これらの活動に加え、ソニーの技術で高耐久性を実現したオリジナルボールの開発およびアフリカの子どもたちへのボール寄贈や、ソニー社員からの募金によるサポートと現地NGOとの連携により南アフリカ共和国の子どもたち15,000人をスタジアム観戦に招待するチケットファンドなども行いました。これらの取り組みは、「豊かな想像を現実に結び続ける」というソニーが創業以来持ち続けている企業姿勢に根ざすものであり、まさに、ソニーブランドの精神を象徴する“make.believe”の具現化にほかなりません。

このほかにも、多数の犠牲者が発生するような大規模な災害時の支援にも取り組んでいます。この1年では、ハ

イチ共和国、チリ共和国、中華人民共和国において大地震が発生した際、支援を必要とする人々のために世界各地のソニーグループ社員が結集し、国際支援団体への寄付や慈善コンサートの開催、ボランティア活動などを行いました。社員たちによるこれらの支援活動を大変誇りに思います。

ソニーはこのような活動を通じ、国際社会の目標であるミレニアム開発目標への貢献を目指した支援を続けています。今後も、ソニーならではの技術、社員の力、グローバルなネットワーク、さらにはさまざまな国際機関やNGOとのパートナーシップを最大限に活かし、企業としての社会的責任を果たす努力を続けるとともに、持続可能な社会の実現に貢献するソーシャルイノベーションに積極的に取り組んでまいります。

本冊子とソニーのCSRウェブサイトを通じて、ソニーのCSR活動の考え方や多様な取り組みについてご理解いただければ幸いです。

ソニー株式会社
代表執行役 会長 兼 社長 CEO
ハワード・ストリンガー



ソニーのマネジメント

■コーポレートガバナンス

ソニー(株)は、経営の最重要課題の一つとして、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。その一環として、2003年に会社法上の「委員会設置会社」を経営の機関設計として採用し、法令に定められた事項を遵守することに加え、業務執行の監督機関である取締役会の執行側からの独立性を強化するための事項、各委員会がより適切に機能するための事項などの独自の工夫を追加し、健全かつ透明性のある仕組みを構築・維持しています。また、それぞれの責任範囲を明確にした上で取締役会が執行役に業務執行に関する決定権限を委譲し、迅速な意思決定による効率的なグループ経営を推進しています。

経営機構の概要

ソニー(株)は、法定機関として、株主総会で選任された取締役からなる取締役会、および取締役会に選定された取締役からなる指名・監査・報酬の各委員会、ならびに取締役会で選任された執行役を設置しています。これらの法定機関に加え、特定の担当領域において業務を遂行する業務執行役員を設置しています。

ソニー独自の工夫

ソニー(株)では、ガバナンス強化のため、法令に定められた事項に加え、取締役会の執行側からの独立性を確保するための事項、各委員会がより適切に機能するための事項などを取締役会規定に盛り込み、制度化しています。その主なものは、以下のとおりです。

- 取締役会議長・副議長と代表執行役の分離
- 社外取締役の再選回数の制限
- 各委員会議長の社外取締役からの選定
- 利益相反の排除や独立性確保に関する取締役の資格要件の制定
- 指名委員会の人数の下限の引き上げ(5名以上)、また2名以上は執行役兼務の取締役とすること
- 原則として報酬委員の1名以上は執行役兼務の取締役とすること
- 報酬委員へのソニーグループのCEO、COOならびにこれに準ずる地位を兼務する取締役の就任禁止
- 原則として監査委員の他の委員会メンバーとの兼任の禁止

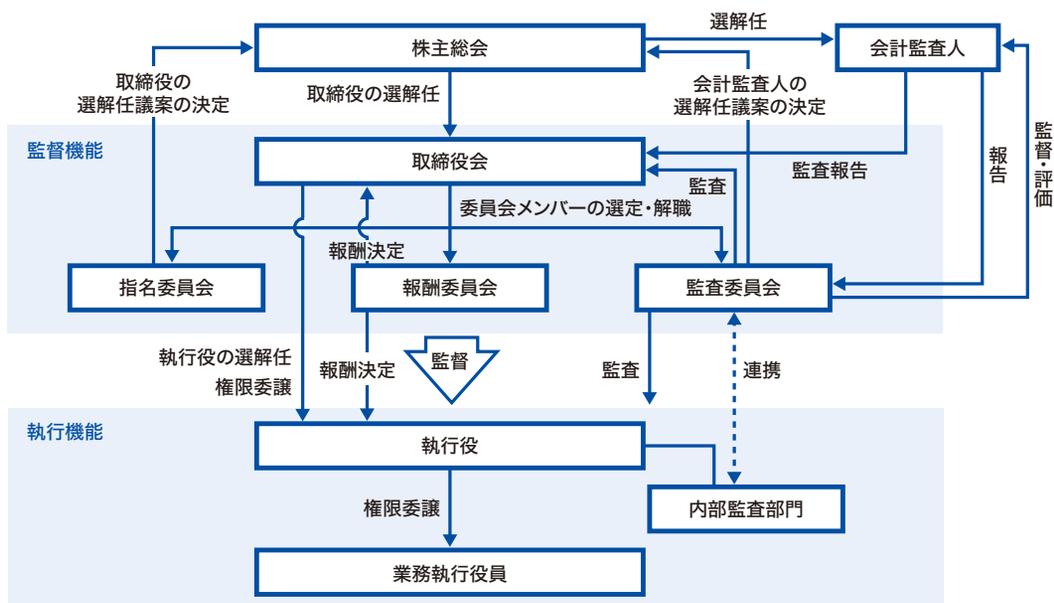
リスク管理体制

ソニーグループの各ビジネスユニット、子会社、関連会社、社内部署が、定期的なビジネスリスクの検討・評価および、それぞれが担当するビジネス領域におけるリスクの発見・情報伝達・評価・対応に取り組んでいます。

さらに、ソニー(株)の執行役は、自己の担当領域において、ソニーグループに損失を与えるリスクを管理するために必要な体制の構築・維持を行う権限と責任を持ち、このようなリスク管理体制の整備・運用を推進しています。

コンプライアンス担当執行役は、コンプライアンス、内部監査、グループリスク、その他関連部門による活動を通じて、リスク管理体制の整備・運用を推進しています。

コーポレートガバナンス機構



■コンプライアンス

法令を遵守し、倫理的に事業活動を行うことは、ソニーの企業文化において最も基本的な事項の一つです。ソニーでは、ソニーグループ全体における誠実な事業活動への取り組みを強化し、法的・倫理的問題に適切に対応する体制を確保するため、グローバルなコンプライアンスネットワークを通じて、本社および世界各地におけるコンプライアンス統括部門の設置、「ソニーグループ行動規範」の制定と導入、内部通報制度の導入を行っています。

コンプライアンス体制強化の取り組み

ソニーは、法令、規則および社内規則・方針の遵守と倫理的な事業活動の重要性をソニーグループ内に周知徹底し、さらに推進していくことを目的として、2001年7月、コンプライアンス統括部門をソニー（株）に設置し、ソニーグループ全体のコンプライアンスの方針および体制の整備ならびに危機管理対応などに取り組んでいます。

また、2003年7月、米州、欧州、日本、東アジア、パンアジア（担当地域：東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア）において、ソニー（株）に設置されているコンプライアンス統括部門を補佐し地域のコンプライアンス活動を統括する部門を設置し、コンプライアンスネットワークを構築しました。

ソニーグループ行動規範

ソニーは、2003年5月、ソニーグループ全体のコーポレートガバナンスの強化、および法令遵守と倫理的な事業活動のさらなる徹底を目的として、ソニーグループのすべての取締役、役員、および従業員一人ひとりが守らなければならない基本的な事項を、「ソニーグループ行動規範」として制定しました。この

行動規範では、法令遵守に加え、人権尊重、製品・サービスの安全、環境保全、企業情報開示など、ソニーグループの企業倫理や事業活動にかかわる基本方針を定めています。

「ソニーグループ行動規範」は、ソニーグループ各社において、自社の行動規範として採択されて導入され、トップマネジメントからのメッセージやさまざまな研修を通じて繰り返し周知されています。

追加情報 >> ソニーグループ行動規範
<http://www.sony.co.jp/code>

内部通報制度

ソニーは、「ソニーグループ行動規範」の制定を受けて、社員のコンプライアンス活動への参画を容易にし、法令や社内規則違反の潜在的なリスクに対して早期に対処するために、内部通報制度「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」を設けています。「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」は、全世界で通報を受け付けています。また、誠実に通報を行った者が不利益な扱いを受けないようにしています。

「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」は、コンプライアンス担当執行役に直結する窓口として、通常の指揮命令系統から独立して運営されています。通報案件内容や調査結果、内部通報制度の運用状況については、経営陣および監査委員会に報告されます。

コンプライアンスプログラムをモニタリングする仕組みには、内部通報制度により受領する報告や、地域コンプライアンスオフィサーからの報告があります。また、内部監査やコンプライアンス監査のプログラムも、コンプライアンスプログラムのモニタリングを補完しています。



ソニー株式会社取締役会（2010年6月18日現在）

特集：サッカーを通じて社会課題の解決を目指すプログラム「Dream Goal 2010」

2010年、南アフリカ共和国でアフリカ大陸初のFIFA ワールドカップが開催されました。オフィシャルFIFA パートナーでもあるソニーは、世界中の関心がアフリカに集まる今回のワールドカップを一つのチャンスと位置づけ、ソニーのビジネス資産とサッカーの持つ力を最大限に活用したユニークな社会貢献プログラム「Dream Goal(ドリームゴール) 2010」をアフリカ地域で実施しました。



ソニーはこの活動を通じ、国際社会の掲げるミレニアム開発目標 (MDGs) の達成に向けたアフリカ地域への貢献のため、技術、社員の力、グローバルなネットワーク、さらにはさまざまな国際機関やNGOとのパートナーシップを活用しつつ、企業としての社会的責任を果たす努力を続けてきました。

「Dream Goal 2010」は、国連開発計画 (UNDP)、日本の政府開発援助を担う国際協力機構 (JICA)、アフリカをはじめ世界各国でサッカーを通じた社会開発活動をするNGOと、プロジェクト実現に必要なリソースを担うソニーならびにグループ各社の専門部署が連携して行いました。

「Dream Goal 2010」のより詳細な情報については、ウェブサイトもご参照ください。
<http://www.sony.co.jp/dreamgoal/>

パブリックビューイング in Africa

FIFA ワールドカップの試合を、大型映像装置で生中継

サッカーはアフリカでも人気のスポーツですが、スタジアムはおろかテレビ観戦すらできない人たちがまだ大勢いるのが現状です。ソニーは、FIFA ワールドカップをアフリカの人々に届けるため、大会開催にあわせ、UNDP やJICAとともにカメルーン共和国とガーナ共和国で合計26回のパブリックビューイングを行いました。この2カ国は大会出場国でありながらテレビ普及率が低く、自国チームの応援さえ難しい状況です。そこで、ソニーの社員たちがUNDPやJICA、そして現地NGOと連携し、村の広場や学校など公共の場に大型映像装置を設置。アフリ

カ勢が出場する試合を中心に、200インチの大型スクリーンやプロジェクターなどの機材を使用して生中継での上映イベントを行いました。またこの活動の中で、パブリックビューイングの機材一式にソーラー発電とリチウムイオン蓄電池を組み合わせた、「オープンエネルギーシステム」(ソニーコンピュータサイエンス研究所とソニーエナジー・デバイス(株)の共同開発)の実証実験をガーナで行いました。もしこのシステムが実現すれば、広範な領域でエネルギー問題の解決に貢献できる可能性があります。

サッカーの力をHIV／エイズのまん延予防に

このプロジェクトのユニークさは、単にサッカーの中継にとどまらず、官民連携のプロジェクトとしてMDGsへの貢献を組み込んでいることです。カメルーンではUNDPと、ガーナではJICAと連携し、試合前後やハーフタイムにHIV／エイズのまん延防止の啓発・教育活動や検診などを実施。アフリカでは若者を中心としたHIV／



ソニー (株)
沼田拓也

プロジェクトの商品企画担当として、ガーナでのパブリックビューイング活動に携わったことは大きな意義がありました。実際にアフリカのフィールドで活動することで、社会貢献の一部を担っていること

を実感し、また、商品企画という業務を見つめ直す良い機会にもなりました。

「将来、サッカー選手になりたい!」とか「人々が感動するような製品を開発したい!」など、パブリックビューイングに参加してくれたガーナの子供もたちが、将来につながる何かしらを感じとり、考えるきっかけとしてくれたのであれば、これほどうれしいことはありません。日常業務とは違う環境で見て、聞いて、感じた、現場の生の声を真摯に受け止め、これからの商品企画に生かしていきたいと思います。

エイズの感染拡大が大きな社会問題になっていますが、この活動を子どもや若者に人気の高いサッカー観戦と組み合わせることで、より多くの人にHIV／エイズについての知識を広めることができます。今回のプロジェクトを通じ、約24,000人の参加者を集めたことに加え、HIV検診では目標の1,800人を大幅に上回る約4,800人の受診者を集めることに成功しました。



UNDP
E.メイヤー・マグダレン・カヤ博士

今回、ソニーと行ったパブリックビューイングの共同開催は大変素晴らしいものでした。私はHIV／エイズや感染症のまん延防止の部門を担当しています。本当に多くの方が、特に若い人たちが集まってくれたこと

に大変な満足感を得ています。人々は、あんなに素晴らしいスクリーンで試合が見られるとは思っていませんでした。

約1,000人以上の若い人たちが観戦し、500人以上の青少年がHIV検診を受診してくれた回もありました。これは本当に驚くべき数字です。

私たちはスポーツを通して、MDGsに向けた貢献活動を、深いレベルで実現することができたのです。また、ソニーとUNDPのスタッフ全員が一つのチームとなって、今回のプロジェクトのために精力的に取り組んだことが今回の成功につながりました。このエネルギーに溢れ一丸となったチームスピリットに私は大変感謝しています。



オリジナルサッカーボールの開発

ソニーの技術で耐久性の高さを実現

FIFA ワールドカップ終了後も子どもたちに夢や希望を持ち続けてほしいと願い、アフリカ地域の学校、現地NGOなどへの寄付を目的に、オリジナルボール“Join the Team (ジョイン ザ チーム)!”の開発に取り組みました。

今回、ソニーがこだわったのは“耐久性”。アフリカの多くの国ではグラウンドの整備が行き届いておらず、ボールが長持ちし難いという実情があります。この課題に挑戦するため、ソニー製品に使用される原料の比較など、ボールの表面素材の検討を行いました。その結果、通常素材の約1.6倍の耐久性を持つ、環境にも配慮した植物原料のプラスチック素材(ポリエステルブロックアミドコポリマー)の使用を決定。耐久性の高さを証明するため、実験室でのテストに加え、練習用ボールとしての試用やガーナでのテストも経て、ソニーのオリジナルボールを完成させました。

同時に、アフリカへの支援の輪を広げるため、WEBからのワンクリック募金や、ソニーのメモリーメディア製品購入などのソニーグループ各社の施策によるコース・リレーテッド・マーケティング活動を実施し、このボールをアフリカの子どもたちへ寄付する活動「Earth F. C. (アース エフシー)」も展開しました。その結果、3,372個のボールをアフリカ各国の子どもたちに届けました。



チケットファンド

15,000人の子どもたちをスタジアムへ招待

南アフリカ共和国では依然として貧富の格差が大きく、地元での開催とはいえスタジアムでの試合観戦が事実上難しい人々がたくさんいます。そこでソニーは、現地NGOのGrassroot Soccer (グラスルーツ サッカー)と連携し、南アフリカの子どもたち15,000人をスタジアムへと招待しました。このプロジェクトは、同団体が主催するHIV/エイズ教育活動への参加が条件。サッカーの試合を楽しんでもらうだけでなく、若い世代にまん延する感染症の予防対策につなげています。

また同プロジェクトのために全世界の社員を対象に行われた募金活動では、日本をはじめアジア太平洋、ヨーロッパ、北米、中南米などに拠点を持つグループ各社の参加により、約400万円の寄付が集まりました。



シヤコナ“We can do it”プロジェクト

世界の子どもたちに希望を

FIFAは、streetfootballworld (ストリートフットボールワールド)というNGOと連携し、サッカーを通じて社会的課題を解決しようというグローバルな活動を開始しました。それが「Football for Hope (フットボール フォー ホープ)」です。オフィシャル FIFA パートナーであるソニーも、FIFAが推進するこの活動に賛同。支援の一環としてstreetfootballworldとともに実施したのがシヤコナ プロジェクトです。

現地語で“We can do it”の意味を持つこのプロジェクトは、NGOにソニー製品を寄贈し、子どもたちが自ら映像作品を制作する機会をつくり、さらに社会へ自ら発信するためのスキルを身につけてもらうというもの。世界各地でサッカーを通じた活動を行う32グループ、47のNGOに、“サイバーショット”“VAIO”などのソニー製品と、写真撮影の方法などをまとめたトレーニングセットとして“シヤコナキット”が提供されました。また、デジタルスチルカメラやパソコンに触れるのは初めてという子どもたちのために、機材操作や編集作業について、各NGO近郊のソニーグループ会社がサポートを行いました。

世界中から続々と集まる子どもたちの声“We can do it”

子どもたちが制作した作品はWEB、ならびにワールドカップ期間中に南アフリカの貧困地域で行われた「Football for Hope フェスティバル」で発表・投票が行われ、選ばれた優秀作品は世界規模の写真展示会「フォトキナ」でも展示される予定です。また同時に、このプロジェクトでは、南アフリカの市民ジャーナリストを目指し、HIV／エイズなど社会的な課題を撮影テーマに取り組んでいる若者たちを対象に、プロ用の機材を用いた高度な技術指導などワークスキルの開発も実施。短期間のうちにスキルを身につけた若者たちの映像は、すでにアフリカの放送局などの媒体で活用され始めています。



南アフリカ共和国、ケープタウン、カエリチャ タウンシップ
パカマ・パユースさん

シヤコナ プロジェクトは私の人生に大きなインパクトを与えました。このプロジェクトに参加する前は、タウンシップで詩や音楽、お芝居や女性のリーダーシップセミナーなどのパフォーマンスアートに参加していました。ステージの上でも観客と一体になれることができます。ビデオではより多くの人たちとつながることができます。シヤコナ プロジェクトは、貧困に苦しむ人々やカエリチャが危険区域と思っている人々にカエリチャでのまだ知られていないことを伝えるチャンスとスキルを与えてくれました。このプロジェクトで学んだスキルによって、世界を違った目で見られるようになりました。また、カメラを通して伝える力を教えてくれました。私がシヤコナで学んだスキルを活かし、今後、さらに南アフリカの女性も権利を持つことができるように、そしてカエリチャに映画を広め、町や地域の人々の声となり、これからもたくさんのことを伝えていきたいと思っています。

プロジェクト成果

ソニーはこの「Dream Goal 2010」を通じ、主たる目的であるMDGsへの貢献、地域コミュニティ、NGOへの支援を実施してきました。この中で、ソニーの技術を通じて、これまでの社会開発の効果を倍増できるようなソニーらしい創造的な手法の提案も意図しています。これらの開発手法は、アフリカでのFIFA ワールドカップという機会を超え、他の地域や団体でも活用可能なものと考えられます。さらに、技術・製品のイノベーション、新たなマーケティング・ブランディング手法の開発、プロジェクトに参画した社員の体験、ソニーグループ内の多くの部門間の協業、官民連携などで確立された貴重なパートナーシップなど、ソニーのビジネスにとっても大きな波及効果をもたらしています。

環境

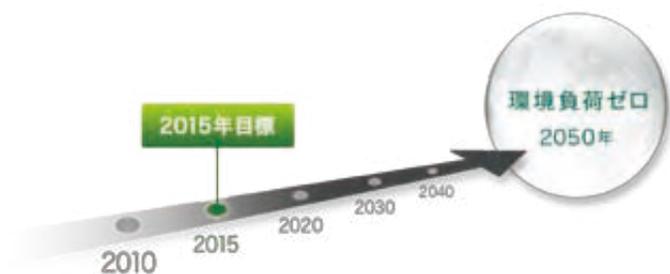
ソニーは、地球環境が保全され、現在だけでなく将来にわたり、健全で持続可能な社会を実現するために、自らの環境負荷をゼロにすることを目指します。

環境への対応は、ビジネス継続のリスク対応であると同時に新たなビジネスチャンスでもあります。この認識のもと、ソニーは持続可能なビジネス活動を行い、環境に配慮した商品やサービスを通してお客様に心の豊かさを提供し、イノベーションやさまざまなステークホルダーとのパートナーシップによって環境領域におけるリーダーを目指します。

環境計画「Road to Zero」

ソニーは、2010年4月に新たな環境計画「Road to Zero」を策定しました。2050年までに自らの事業活動および製品のライフサイクルを通して、「環境負荷ゼロ」を達成することを長期的ビジョンとして掲げるとともに、「環境負荷ゼロ」達成に向けた第一歩として、ソニーグループ全体の2015年目標を設定しています。この2015年目標とは「環境負荷ゼロ」を達成するために、2015年までにソニーグループとして成し遂げなければならないことを2050年の目標から逆算して明確にしたもので、気候変動、資源循環、化学物質管理、生物多様性の4つの重要な視点（環境側面）に対し、商品のライフサイクルのステージごとに具体的な目標を定めているものです。

気候変動に関する目標のうち、製品の年間消費電力量および事業所の温室効果ガス排出量の削減目標については環境保全NGOであるWWF(世界自然保護基金)のレビューを受けています。ソニーはWWFのクライメート・セイバーズ・プログラムに2006年より参加しており、2009年度のWWFによるレビューの結果、こ



「環境負荷ゼロ」達成に向けた2015年目標を設定



これらの目標について同プログラムにおける更新目標として合意しました。

2015年目標 抜粋（気候変動関連目標）

技術開発	エネルギー自給率を向上させる技術の開発
商品企画・設計	製品1台当たりの年間消費電力量を30%削減(2008年度比)
調達	調達先の温室効果ガス排出量を把握する体制を構築
オペレーション (事業活動)	温室効果ガスの総排出量を30%削減(2000年度比)
物流	製品の物流に関するCO ₂ 排出量を総量で14%削減(2008年度比)

※ 2015年目標の詳細は関連ウェブサイトをご参照ください。
ソニーの環境計画「Road to Zero」について
sony.co.jp/SonyInfo/csr/eco/RoadToZero/

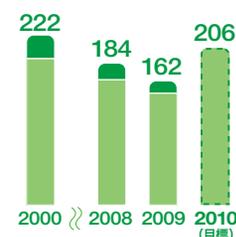
これらの目標を確実に達成するため、本社と各事業部門、全世界の各事業所が一体となったグローバルな環境マネジメントシステムを構築して、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001のグローバル統合認証を取得し、環境活動の継続的改善と、先進的な事例のグループ内での展開に取り組んでいます。

オペレーションにおける環境活動

事業所の温室効果ガス排出量削減

2009年度のソニーグループの事業所のCO₂換算温室効果ガス総排出量は約162万トンで、2000年度に比べて約27%の削減となりました。温室効果ガスの削減にあたっては、エネルギー効率の向上を最も重要な施策と位置づけて推進しています。日本と中国の製造事業所を中心に、ソニーグループ内の専門家による「省エネルギー診断」を実施し、診断結果に基づく省エネルギー機器の導入や設備の運用改善に継続して取り組んでいます。また、2009年夏に竣工した米国のソニー・エレクトロニクス

事業所のCO₂換算温室効果ガス総排出量(万トン-CO₂)



■ エネルギーの使用にともなうCO₂換算温室効果ガス排出量
■ PFC類等のCO₂換算温室効果ガス排出量

(SEL)新本社ビル(カリフォルニア州サンディエゴ)は、米国グリーンビルディング審議会からLEED*ゴールド認証を取得しました。太陽光発電パネルの設置や自然光の活用を通して、カリフォルニア州の規定よりもエネルギー消費量を約18%抑えています。2010年9月には、ソニー・ピクチャーズエンタテインメント(SPE)も、スタジオ内でのオフィス建設についてLEEDゴールド認証を取得しました。



木更津テックで導入した高効率ターボ冷凍機



SELの新本社ビル

再生可能エネルギーの導入も積極的に進め、グリーン電力証書などを通じた2009年度の温室効果ガス削減貢献量は全世界で約12万8,000トンに達しました。また、全世界で購入した電力のうち、再生可能エネルギーによる電力は約10%でした。

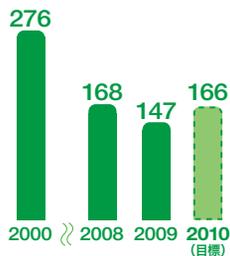
半導体や液晶の生産工程で使用するPFC(パーフルオロカーボン)等の温室効果ガスについても、除害装置の導入などにより、排出量の削減に取り組んでいます。

※ 建築物の環境配慮に関する評価・認定制度

事業所の廃棄物削減

2009年度のソニーグループの事業所の廃棄物総発生量は約14万7,000トンで、2000年度に比べて約47%の削減となりました。また、日本の製造事業所における廃棄物のリユース・リサイクル率は99.4%で、海外の製造事業所では89.6%でした。ソニーは事業所の廃棄物をソニーの製品や包装材に自ら再利用する取り組みをグローバルで進めています。例えば、マレーシアの事業所で発生した廃ダンボールを液晶テレビ(ブラビア)やブルーレイディスクプレーヤーの新しい包装材やパルプモールドなどに利用しています。この取り組みにより2009年度は合計で約4,300トンの廃ダンボールを製品包装材へリサイクルしました。

事業所の廃棄物発生量(千トン)

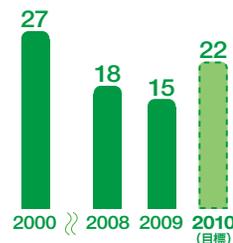


事業所の水使用量削減

2009年度のソニーグループの事業所における製造に使用する水の購入量および汲み上げ量は約1,520万m³で、2000年度に比べて約43%の削減となりました。

中国の索尼凱美高電子(蘇州)有限公司では、2009年に導入した排水リサイクルシステムにより、自社排水の約35%を処理して製造工程で再利用し、水使用量の削減を推進しています。

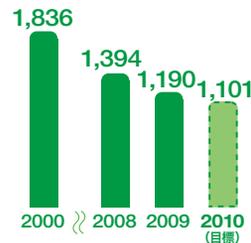
事業所の水使用量(百万m³)



事業所における化学物質の管理

ソニーは、事業所で使用する化学物質についてグループ共通の基準で管理および排出・移動量の削減に取り組んでいます。このうち、揮発性有機化合物(VOC)の2009年度の大気への排出量は約

VOCの大気への排出量(トン)



1,190トンで、2000年度に比べ約35%の削減となりました。また、環境事故の防止や、緊急時対応について社内基準を設け、適切な化学物質管理を実施しています。

生物多様性保全の取り組み

ソニーは事業所の緑化活動や外部の自然修復活動などを継続的に行うとともに、生態系サービスの基盤である生物多様性の保全に努めています。ソニーイーエムシーエス(株)東海テック幸田サイトでは、1998年から工場敷地内の自然林を「ソニーの森」として整備し、地域の方々に開放しています。また、ソニー・ポーランドは、2009年10月にワルシャワ近郊で、ライムや松など約5,600本の植林をポーランド政府の森林管理局に賛同して行いました。



ソニー・ポーランドでの植林活動

ソニーセミコンダクタ九州(株)熊本テクノロジーセンターは、半導体生産で使用した分の地下水を地下に還元するため、川から引いた水を休耕田に張って浸透させる「地下水涵養」を、地元の方々と協力して2003年から実施しています。

ライフサイクルを通じた環境活動

ソニーは自らの事業活動および製品のライフサイクルを通じて、環境負荷をゼロにすることを目指しています。

技術開発



ソニーが研究・開発を進めている色素増感太陽電池は、従来のシリコン系太陽電池に比べて製造時に投入する材料やエネルギーの環境負荷低減、低コスト生産が期待される新技術です。室内など弱い光の下での発電性能に優れ、色や模様を選べるのが特長で、幅広い用途への応用が期待されます。2010年8月の測定では試作モジュールの光電変換効率は世界最高^{※1}の9.5%に達しています。将来の実用化に向けて、製造プロセスや信頼性確保のための研究開発を進めています。

※1 2010年8月現在、ソニー調べ



色素増感太陽電池/リチウムイオン電池ハイブリッドチャージャー試作機による「ウォークマン」再生デモ(2009年12月)

商品企画・設計



製品の省エネルギー

ソニーは、エレクトロニクス製品全般にわたって、業界トップクラスの省エネ性能を目指して改善を続けています。液晶テレビ(ブラビア)EX700シリーズは、高開口率液晶パネルや高発光効率LEDモジュールなどを採用し、従来機種(V1シリーズ^{※1})と比較すると、消費電力を約50%削減しています。また、テレビの前に人がいなくなると自動で映像を消す「人感センサー」は、EX700シリーズは約80%^{※2}の節電が可能になりました。

米国で販売している液晶テレビにおいては、国際エネルギースタープログラムへの準拠を積極的に進め、2010年発売のすべての米国モデル^{※3}において、2010年5月1日に発効の新基準(4.1版)をクリアしています。

また、欧州では2009年1月より2010年4月までに販売した機種の約96%にあたる79機種の液晶テレビでEUの環境ラベル「フラワー」認証を取得しました。

※1 2008年発売

※2 52V型のダイナミックモード時において、46V型は約74%、40V型は約70%、32V型は約68%

※3 2010年7月31日までに発売したモデル



液晶テレビ(ブラビア)EX700シリーズ

回収・リサイクル



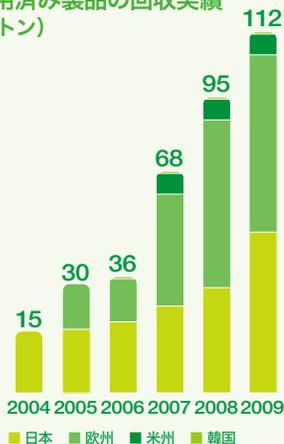
ソニーはリサイクルに配慮した設計を推進しています。また世界各国および地域のリサイクル法規制にしたがって使用済み製品の回収およびリサイクルの推進や、規制を超えた取り組みを行っています。米国のSELは、2007年度から全米で「Sony Take Back Recycling Program (ソニー・テイクバック・リサイクリング・プログラム)」を導入し、ソニー製品の回収を無料で受け付けています。また2009年度には、小売店の協力のもと、すべてのブランドの小型電子機器を無料で回収する自主的なリサイクルプログラム「GreenFillSM (グリーンフィル)」を開始しました。

法規制の導入されていない国や地域においても、ソニーは使用済み製品が適切に処理されるよう、さまざまな活動を行っています。ソニー・チリは2009年12月に廃棄物回収業者と協力し、チリ国内で初めてのテレビの下取りイベントを3カ所で行いました。



ソニー・チリが行った下取りサービスのポスター

使用済み製品の回収実績 (千トン)



製品の省資源

ソニーは、省資源の製品設計を通じて製品重量の削減に取り組むとともに、再生材や自然循環材の導入を推進しています。例えば、ディスク工場からの廃DVD・CDをリサイクルした再生プラスチックを、デジタルスチルカメラ等の部品に再利用しています。また、VAIO Wシリーズ [エコボディモデル]では、本体のプラスチック部品の約80%※1に廃CDをリサイクルした再生プラスチックを使用するとともに、PCケースに本体と付属品を入れて、簡易カートンで配送するなど、省資源に取り組んでいます。2009年度には、ソニーグループ全体で年間1.5万トン以上の再生プラスチックを使用しました。自然循環材である植物原料プラスチックの導入にも積極的に取り組み、デジタル一眼カメラ「α」のボディキャップへ2007年度から継続して採用しています。

ソニー・ミュージックエンタテインメント(SME)やソニーDADC、SPEにおいても、CD、DVD、ブルーレイディスクのケース重量の削減や、紙製ケースの採用を世界各地で行っています。

※1 再生材含有率 約20%のプラスチックを使用



VAIO Wシリーズ
[エコボディモデル]

SMEが米国で導入した再生紙のCDケース

調達



ソニーは、製品や部品に含まれる特定の化学物質について、全世界の関連法規制やステークホルダーの声を反映した独自の化学物質管理基準を定めています。同時に、「グリーンパートナー環境品質認定制度」を運用し、監査に合格したサプライヤーからのみ部品の調達を行っています。また、サプライヤーから部品・材料に関する化学物質含有データの収集も開始し、EUのREACH規則※1への対応を進めています。

さらにソニーは2008年度からCDP※2のサプライチェーンプログラムに参加し、主要な製造委託先の温室効果ガス排出量の把握に取り組んでいます。

※1 REACH規則：化学物質の登録、評価、許可および制限に関する規則

※2 CDP: Carbon Disclosure Project (カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)。企業の温室効果ガス情報開示を推進する団体

オペレーション



ソニーは、温室効果ガス排出量や廃棄物などの目標を全世界で統一して総量で設定し、工場やオフィスの活動から生じる環境負荷の削減と、地域における環境貢献活動をグローバルで積極的に展開しています。

➤詳細情報:オペレーションにおける環境活動(10,11ページ)

物流



ソニーは、製品の軽量化による輸送重量の削減に取り組むとともに、輸送効率の最適化や、モーダルシフトなどを行い、物流による温室効果ガスの排出量削減に努めています。

また、ソニーはテレビなどの大型商品を中心に、製品に同梱される付属品やアクセサリなどのレイアウトを見直して包装を小型化し、徹底的な輸送効率の改善を推進しています。また使用する包装材も、再生プラスチックや紙系材料など、可能な範囲でリサイクル材、または社会的にリサイクルシステムの整った材料への代替を進めています。



液晶テレビ(ブラビア)の包装材使用量と包装材体積を削減し、輸送効率も向上

製品・サービス

ソニーは、お客様の声に耳をかたむけ、「高い品質で、安心して使っていただける商品」「心のこもったカスタマーサービス」をお届けし、お客様の期待を超えることを目指します。

近年、完成した製品の品質に加え、その製品がつけられる生産・調達のサプライチェーンを含めた総合的な「製品に対する責任」に関するステークホルダーの関心が高まっています。そしてこの関心は、品質問題発生時やお客さまからのお問い合わせへの対応の仕方、自社のほかにサプライヤーや生産委託先を含む生産現場での労働環境や安全衛生にまで及んでいます。ソニーは、このようなステークホルダーの関心に応えるべく、グループ全体で品質マネジメントおよびサプライチェーン・マネジメントの推進に取り組んでいます。

品質マネジメント

ソニーは、品質最優先の徹底と、製品品質・サービス品質のさらなる向上を目指し、開発から販売・サービスまでのプロセス全体において品質マネジメント体制の枠組みを見直し、品質に対する役割・責任・権限の再定義、社内ルールの整備などを行い、品質マネジメント体制を強化しました。

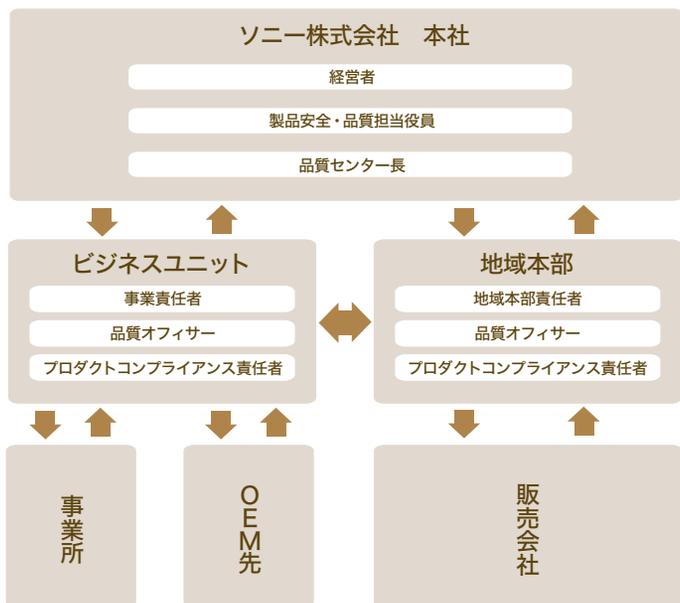
トップマネジメントによる「品質戦略会議」を最高意思決定機関として定期的を開催し、品質に関する方針・戦略・目標や品質向上に向けた重要施策などを審議・決

定するとともに、事業部門ごとに任命された品質オフィサーによる「品質オフィサー会議」を定期的で開催し、品質事業計画の進捗確認と目標達成に向けた活動の促進、品質問題の共有および共通課題に対する具体的な活動・対応などを協議しています。また、世界各地の品質オフィサーによる「グローバル品質オフィサー会議」を開催し、各地域における品質向上の施策、共通課題や取り組みを共有し、全世界で品質改善活動を推進しています。さらに2009年5月には、市場品質状況の把握を強化し、品質問題が発生した場合の対応加速を目的とし、市場品質監視機能を本社に設置しました。市場品質監視機能は、市場で発生している品質問題を国内、海外のさまざまな情報源から幅広くかつ迅速に収集し、週次で本社の品質マネジメントおよび技術専門家に対して報告、共有する機能を備えています。

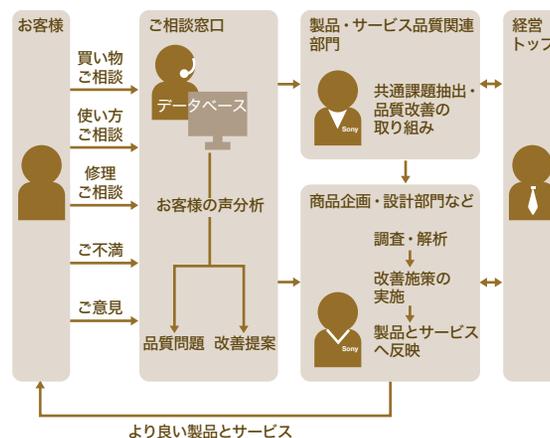
製品の安全性向上への取り組みとしては、医学的な観点から安全性を検討する委員会を社内にて設けており、健康に関する社内規定の作成・更新や最新の知見の共有などを行っています。また、新しい技術を用いた製品を開発する際は、社外の専門家による医学的な助言も得ながら開発・設計に取り組んでいます。2009年からは、品質信頼性ラボを設置し、長期信頼性の向上にも積極的に取り組んでいます。

お客様からのご意見や製品の不具合情報については、ご相談窓口で把握し、社内関連部署と連携して、早

品質マネジメント体制図



お客様の声の活用



期に品質改善に結びつける活動を展開しています。また、社内には品質情報窓口を設置しており、品質に関する課題や問題点を専用ウェブサイトから連絡することができます。

近年、家電製品のデジタル化、ネットワーク化にともない重要視されている製品セキュリティへの取り組みとしては、製品セキュリティ確保に関する社内ルールの制定と継続的な社内教育を実施しています。2009年に、製品セキュリティ検出ツールによる出荷前検査とその実行確認の仕組みを導入し、製品セキュリティ体制を強化しています。

お客様対応・サービス

ソニーは、常にお客様視点を持ち、より質の高い顧客満足を全世界で実現することを目指しています。

1963年に「お客様ご相談センター」を国内に開設後、全世界にその機能を展開し、お客様からのお問い合わせに対応しています。お客様対応業務に携わる社員、およびサービスパートナーのスタッフを対象に、全世界で研修・教育の実施を徹底しています。さらに、お客様とソニーをより良くつなぐ手段として、インターネットを有効に活用し、ウェブサイトにおいて製品やサービス、サポート情報をタイムリーに提供しています。

修理においては、全世界に6,200カ所を超えるサービスネットワークを擁しており、物流日数や修理日数の短縮、修理料金の低減などお客様の満足度向上に取り組んでいます。

CSR調達への取り組み

製品がつくられる生産現場の人権・労働・環境面に対するステークホルダーの関心の高まりに加えて、外部環境などの変化にともなった労働環境の変化などがビジネスに与える影響への懸念が急速に高まっています。こうした背景からもサプライチェーンを含めた人権・労働・環境面などが適切な水準であることがより重要となっています。ソニーは、こうした外部環境に対応することもソニーブランドの「製品に対する責任」の一部であると考え、CSRの重要な課題として取り組みを行っています。エレクトロニクス業界においては、複数の最終製品メーカーが、同じ生産委託先や部品などのサプライヤー

と取引を行うことが多くなっています。そうしたことからエレクトロニクス業界の二次以遠のサプライヤーも含めた人権・労働・環境状況の改善と効率的で効果的な運用を目的とし、ソニーを含む複数の企業は、2004年に電子業界CSR アライアンス (Electronic Industry Citizenship Coalition:EICC) を設立し、業界のベスト・プラクティスにもとづくEICCの行動規範を策定しました。2010年6月現在、EICCには、欧州、米州、アジアの主要なエレクトロニクスメーカー、生産受託企業など48社が加盟しています。



2005年には、EICCの行動規範にもとづく「ソニーサプライヤー行動規範」を制定し、対象となるすべてのサプライヤーに、その遵守を要請しています。また、世界各地での説明会の開催、「ソニーサプライヤー行動規範」への遵守状況を確認するためのアセスメントの実施、およびその結果に関する追加的なヒアリングなどを通じて、サプライヤーのCSR推進活動を支援しています。また、一部のサプライヤーには、EICCの行動規範の基準にもとづいた「共同監査」も実施しています。ソニーは、CSR調達に継続的に取り組んでおり、今後もサプライヤーと連携して、「ソニーサプライヤー行動規範」の遵守に向けて改善に努めていきます。

エレクトロニクス製品の製造に欠かせない希少金属などの採掘過程での環境破壊、労働者の人権や紛争問題などにも、ステークホルダーの関心が高まっています。ソニーも会員であるEICCでは、2009年末までに、電子業界全般の金属使用状況と業界としての効率的な取り組みについての調査を実施しました。今後は、これら鉱物の採掘工程までの調達ルートを把握していくための共同調査を進めていきます。また、スズの産業団体 (ITRI) が2010年3月に開始したスズのトレーサビリティプロジェクトについてもソニーは、当プロジェクトの主旨に賛同し、プロジェクトを支援しています。

社員

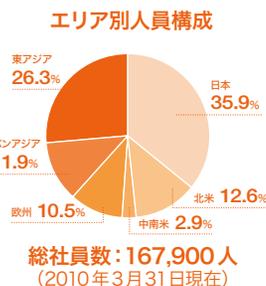
ソニーはグローバル企業のリーダーとして、次世代を担う人材の育成を行い、社員が満足して生き生きと働ける、多様性のある活力にあふれた職場づくりを目指します。

ソニーにとって、「人」は最も重要な経営基盤のひとつです。これからも引き続きソニーがお客様の生活を豊かにするような夢のある商品やサービス、コンテンツを世界中のお客様に提供していくためには、国や文化、人種、性別などの差異や障がいの有無にかかわらず個性や多様性に富んだ人材を採用し、社員一人ひとりの能力を十分に伸ばしていくこと、また、その能力を十分に発揮できる環境を提供していくことが不可欠だと考えています。

社員とのコミュニケーション

ソニーはトップマネジメントと個々の社員のコミュニケーションを重視しています。トップが自ら現場の声に耳をかたむけるのと同時に、さまざまなテーマについて、社員と意見交換を行う場を設けています。また、各地域で社員意識調査を実施し、より良い職場環境や企業文化の醸成に取り組んでいます。

ソニーはグループ全体において経営体質強化および収益力改善を図るため一連の構造改革を実施してきました。構造改革の実施にあたっては、社員や労働組合に必要な理解を得るための密なコミュニケーションを実施するとともに、事業活動を行う各国・地域の適用法令を遵守し、各国・地域における考え方や慣習を尊重して対応しています。



人材育成

ソニーは、職場における日々の業務を通じた育成に加え、個人の能力・専門性を高めるための教育、次世代リーダー・技術者の育成や、マネジメント力向上のための研修などを、ビジネスのニーズに沿って幅広く展開しています。

多様な文化や環境を踏まえて、グローバルな視点でビジネスをリードできる人材の育成のためにさまざまな取り組みを行っています。2008年度には、世界の地域ごとにグローバルタレント・ディレクターを任命し、グローバルローテーションプロジェクトを発足しました。2010年

3月末までに73人がこのプロジェクトによってビジネス領域や国・地域の枠を超えて異動し、活躍しています。また、2000年に「ソニーユニバーシティ」を設立し、全世界のリーダーを対象とする「Advanced Global Leadership Program (アドバンスド・グローバル・リーダーシップ・プログラム)」などさまざまな研修プログラムを実施しています。さらに、ゆるぎない「技術のソニー」の確立を目指し、全世界の技術者を対象にした「ソニー MVP 認定制度」の実施に加え、現在および将来のソニーの重要技術領域における牽引役となる技術者を「Distinguished Engineer (ディスタイングイッシュド・エンジニア)」として任命し、技術水準の向上を図っています。

地域ごとにも、さまざまな活動に取り組んでいます。例えば欧州では、次世代リーダーとして期待されるマネージャーを対象に教育や環境などの問題に取り組む「社会的企業」のプロジェクトに従事するプログラムを実施しています。アジアパシフィック地域では、地域内各社から選抜されたリーダー候補のジョブローテーションに加え、それぞれのリーダー候補にあわせた研修プログラムの提供を開始しました。中国では社員のキャリア形成をサポートするため、社内ポータルサイトを設けるとともに、一般社員から管理職にいたるまでを対象としたキャリア研修プログラムを設けています。ソニー・ミュージック・エンタテインメントでは、キーとなるリーダーの育成をグループ全体で戦略的に行うため、リーダーに求められる資質をまとめた枠組みを新たに策定し、これに基づいたエグゼクティブ・リーダー向けの研修などを実施しています。



全世界のリーダーが参加する「ソニーユニバーシティ」での研修

雇用の機会均等・多様性

ソニーは、雇用の機会均等を旨とし、互いの人権が尊重されその個人の能力が十分に発揮できる職場づくりを目指しています。2003年5月に制定した「ソニーグループ行動規範」には、人権の尊重に関する条項が盛り込ま

れており、全世界のグループ会社に適用しています。

さらに、変化に絶えず対応し、新しいイノベーションを生み出すために、多様性にあふれた組織がとても重要だと考えており、多様な社員のさまざまな個性や発想を活かし、成長するための積極的な取り組みを行っています。例えば、ソニー（株）では「ダイバーシティ開発部」を設置し、女性社員のキャリアに関するセミナーの開催やメンター制度の導入、ネットワーク構築支援など、社員へのダイバーシティ意識の浸透と、女性を登用する組織環境の整備に取り組んでいます。米国のソニー・エレクトロニクスでは、マイノリティーやジェンダーなど、ダイバーシティに関する8つの社内人的ネットワークグループを立ち上げています。社員がダイバーシティに関する意見や提案を行う機会を提供しており、総参加者数は1,100名を超えています。この活動を通じて、メンター制度の導入、多様性のある採用のサポート、事業領域を超えた教育機会の提供、などを実現しています。

日本における障がい者雇用については、「障がいを感じない、感じさせない環境」の整備を推進しています。1978年に設立されたソニー最初の特例子会社のソニー・太陽（株）が持つ障がい者雇用ノウハウをソニーグループ各社に展開するため、事例提供や研修、採用活動支援などを行っています。また、2002年にソニー光（株）、2003年にソニー希望（株）も特例子会社認定を受け、障がい内容にあわせた業務の拡大を実施しています。



ソニー・太陽での個人々の障がいにあわせた「カスタムセル」

ワーク・ライフ・バランス

ソニーでは、社員がそれぞれのライフスタイルに応じて能力を最大限に発揮できるよう、柔軟な勤務制度を導入しています。例えば、ソニー（株）ではフレックスタイム制度や裁量労働制などの柔軟な勤務を可能にする制度を導入しています。さらに、子育てや介護に携わる社員には、育児休職制度や在宅勤務制度のほか、年次有給休暇の時間使用制度などを設けて仕事との両立を支援しています。これらの制度に加え、トップマネジメントからのメッセージや講演会などの開催を通して、両立を支援する職場風土の醸成や社員のキャリア構築支援のた

めの取り組みを推進しています。例えば、育児休職からの職場復帰前後の女性社員を対象とした「ワーキングマザーズミーティング」などを実施しました。また、ソニー・ラテンアメリカでは、2008年度より、ワーク・ライフ・バランスの促進を目的として、社員の家族による会社訪問などのイベントを行っています。また、ソニー・ピクチャーズ・エンターテインメント（SPE）では2007年に設けたエナジープロジェクトの一部としてワーク・ライフ・バランスワークショップを実施しています。これまでに3,000人以上のSPE社員がこのワークショップに参加しました。



社員の家族の職場訪問イベント
(ソニー・ラテンアメリカ)

職場環境、安全衛生

ソニーは、ソニーで働くすべての人の安全と健康を守るために、各国・各地域の特有の課題を配慮した上で、グローバルな取り組みを展開しています。1998年に制定した「ソニー安全衛生基本方針」では、全世界の事業所が立地するその国、地域の安全衛生関係諸法令を遵守しながら、自主的に安全衛生活動を推進するよう、活動内容を明確化しています。この方針を実践するため、事業所ごとに労働安全衛生マネジメントシステムを構築し、自主目標を掲げて労働災害の低減に努めています。さらに、感染症、火災、地震などの発生へ備えたBCP（事業継続計画）の策定や、セキュリティ対策も含め、総合的な安全衛生活動を展開しています。

2009年に発生した新型インフルエンザに対しては、ソニーグループ各社でBCPの一環としてあらかじめ策定を進めていた対策に基づき、マスクや消毒液などの備蓄品の確保や、個人の感染予防策を徹底するためのさまざまな啓発活動を実施しました。

ソニーは、製品、技術、イノベーションとソニーグループ社員の力、さらにはステークホルダーとのパートナーシップを活用し、時代や社会のニーズに応えていきます。



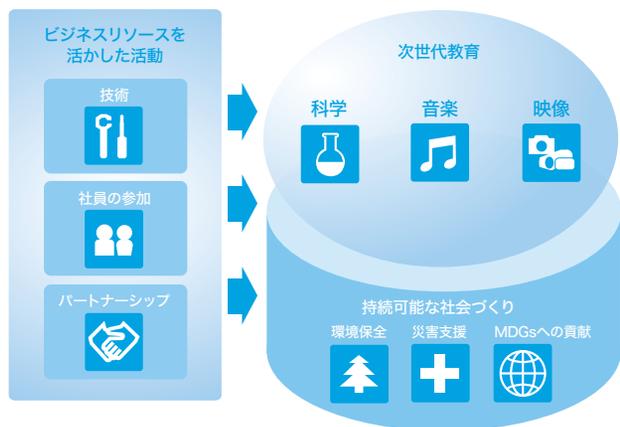
創業者：井深 大

ソニーの創業者である井深大は、設立趣意書に「国民科学知識の実際の啓発」を創業の目的の一つと位置づけています。そして、1959年には、戦後間もない日本において、科学技術の振興こそが社会を立て直す、そのためには次世代を担う子どもたちの理科教育に注力することが重要であると考え、理科教育において優れた教育を目指している小学校を支援する「ソニー小学校理科教育振興資金」を設立しました。この創業者の理念を継承し、ソニーはグローバルに社会貢献活動を展開しています。

ソニーの社会貢献活動「For the Next Generation」

「事業活動を行う世界の各地域において、ソニーの得意とする分野で、時代や社会のニーズに応えること」という社会貢献活動方針のもと、「For the Next Generation」をキャッチフレーズに、本社主導のグローバルプログラムのほか、世界各国のソニーグループ会社と6つの財団により、国際機関やNGO等との連携のもと、地域ニーズに応じた活動を各地で行っています。現在では、科学教育のほか、エンタテインメント事業の資産を活用した音楽・映像教育分野への支援などを積極的に展開するとともに、グローバルな事業展開を行う観点から、環境、貧困などのグローバル課題の解決に向け掲げられているMDGs^{※1}への貢献や緊急災害時の支援を行い、持続可能な社会の構築への貢献を目指して活動しています。

ソニーの社会貢献活動



活動にあたっては、資金面による支援のみならず、ソニーならではの強みを活かした形で活動を実施しています。技術や製品、エンタテインメントなど、事業に関連する強みを活かした活動、また、社員の参画による活動は、社員自身にとっても社会課題への意識啓発、モチベーションの向上につながっています。また、社員参画を促進するために、ボランティアプログラム (Someone Needs You^{※2}) の実施やマッチングギフト制度などによる募金を行っています。

さらには、官民連携が重要視されている昨今、ネットワークや現地でのノウハウを蓄積されている国際機関やNGO、行政機関等との連携の強化を図り、より効果的な成果が得られるように努めています。また、グローバルにビジネス展開をする多国籍企業として、ソニーは新興国では、多くの開発課題を抱えていると理解しています。ソニーでは、外部の有識者を招き、社内関係者向けにBOP^{※3} ビジネスに関する講座を開催し、これらの課題の解決に通じる新たな形でのビジネスの可能性を模索しています。2010年1月には、経済産業省委託事業の一環として、「小型分散型発電・蓄電システムの実用化」をテーマに、インド農村部における現地ニーズや調達燃料等の調査を行いました。



インド農村部でのクリニックでの視察

2009年度のソニーグループ全体の社会貢献活動貢献額は総額で約36億円^{※4}、ボランティア参加者数は延べ約10万人^{※5}となりました。

※1 MDGs : Millennium Development Goals (ミレニアム開発目標) 2000年9月の国連ミレニアム・サミットにて189の加盟国代表により採択された国連ミレニアム宣言と、主要な国際会議等で採択された開発目標を統合し、一つの共通の枠組みとしてまとめられた2015年までの国際開発目標。

※2 頭文字で Sony を表す。

※3 BOP : Base of the economic pyramid の略。世界の所得別人口構成の中で、最も収入が低い所得層を指す言葉で、約40億人がここに該当するといわれる。

※4 この金額には寄付金、協賛金、自主プログラム経費(施設運営費)のほか、寄贈した製品の市場価格が含まれています。

※5 募金、献血等を含む。

社会貢献活動事例

ソニーは、グローバル企業として、事業を展開する地域のみならず、ミレニアム開発目標 (MDGs) の重要性を認識し、これらの社会課題解決に向け、国際機関やNGOなどとのパートナーシップを通じ、各地でさまざまな活動を展開しています。

次世代教育—科学

2009年にソニーの社会貢献活動50周年を記念してスタートした「ソニー・サイエンスプログラム」は、ソニーのエンジニアがプログラムを企画し、また講師を務め、子どもたちが体験を通じて、科学の原理を学ぶとともに、好奇心や想像力を伸ばすことを目的としています。2009年度はソニー・エクスプローラサイエンス(東京・お台場)を中心に開催し、約5,000人が参加しました。今年3Dの科学原理を学び、また3D機器に関する消費者教育を行うワークショップを加え、これからもニューヨークや北京のミュージアムなどでの開催をはじめ、世界中の子どもたちに科学教育プログラムを体験できる機会を提供していく予定です。



右目用と左目用の写真をミラーゴーグルで見ること、3Dの原理を体験

次世代教育—映像

2006年度よりユニセフとのパートナーシップを通じて継続的に子どもデジタル写真プロジェクト「EYE SEE (アイシー)」を支援しています。「EYE SEE」は、途上国のさまざまな社会課題に直面する子どもたちの視点で日常のひとコマを写真で表現し、ウェブサイトや写真展などで世界中に発信することで現地の状況の理解促進を図ること、また、子どもたち自身に、問題解決への参画意識を促すことなどを目的としたもので、2009年度は「気候変動」をテーマに南アフリカで開催しました。また、ヨーロッパで開かれる「Sony World Photography Award (ソニー・ワールド・フォトグラフィー・アワード) 2010」に初めて設置されたYouth Award (ユース・アワード) 受賞者は、2010年秋に開催される「EYE SEE」ワークショップに招待されます。



©UNICEF/NYHQ2009-1205/Pirozzi
南アフリカでの EYE SEE ワークショップ

持続可能な社会づくり—災害支援

ソニーでは、グローバルな企業市民として、大規模な自然災害や地域紛争などの際に、緊急人道支援を実施しています。

2010年に発生したハイチの地震に対し、ソニーグループは義援金に加え、アメリカ、カナダ、日本、ヨーロッパ全域、シンガポール、香港で社員募金活動を実施し、会社からのマッチング・ギフトをあわせて約6,700万円を、国際的な支援団体であるセーブ・ザ・チルドレン、赤十字社、ユニセフへ寄付しました。また、チリや中国で発生した地震による被災者に対しても、支援を実施しています。

中国四川省大地震に対しては、ソニーグループからの中長期的支援として、中国児童少年基金を通じて小学校2校の建設費用を寄付し、日本のソニー社員の子どもたちから励ましのメッセージが届けられました。



日本のソニー社員の子どもから励ましの千羽鶴を贈呈

持続可能な社会へ向けたイノベーション

ソニーは、創造的な技術、製品、サービスを通じて、人々の生活を豊かにするとともに、社会に貢献するというイノベーションの精神を、そのDNAとして着実に引き継ぎ、新たな可能性への挑戦を続けます。

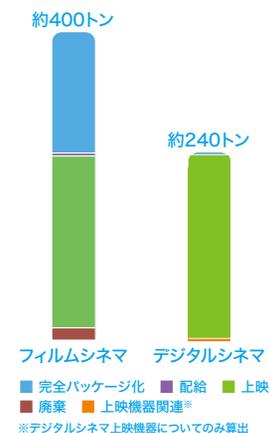
デジタルシネマシステムによる環境負荷削減

ソニーが2009年に発売したデジタルハイビジョンシネマカメラ「SRW-9000」は、「HDCAM-SR」シリーズ初のカメラとレコーダーの一体型カムコーダーとして、高画質・高機能と機動性を両立しています。カメラとレコーダーを個別に組み合わせた場合を比べると、重量とサイズは約60%、消費電力は約半分^{※1}となりました。

また、デジタルシネマに対応した映画館へは、ハードディスクドライブ(HDD)に映画を記録して配給するため、フィルムの現像工程が不要になり、フィルムや現像処理の水、化学薬品などの使用がなくなります。さらに従来は2時間の映画で6巻の上映用ポジフィルムが必要だったことに比べて、デジタル

シネマの場合は1台のHDDで足りるため、輸送効率が向上します。これらの環境負荷削減効果について、デジタルシネマの完全パッケージ化から配給、上映、廃棄までのプロセスをフィルムシネマと比較した場合、CO₂排出量を約40%削減できることとなります^{※2}。

ステージごとのCO₂排出量比較 (トン-CO₂)



※1 F23とSRW-1を組み合わせて使用した場合と比較

※2 2時間の映画1作品を日本全国の300カ所の映画館へ配給する場合の試算

オリビン型リン酸鉄リチウムを用いたリチウムイオン二次電池の開発

2010年6月、ソニーは、高出力・長寿命・優れた熱安定性といった特長をもつオリビン型リン酸鉄リチウムを正極材料に用いたリチウムイオン二次電池(以下、オリビン型リン酸鉄リチウムイオン二次電池)の蓄電モジュールを開発し、データサーバー用バックアップ電源等の定置型電源向けにサンプル出荷を開始しました。

本蓄電モジュールは、多直多並列接続による高電圧・高容量化への拡張が容易であ



オリビン型リン酸鉄リチウムイオン二次電池を用いた蓄電モジュール

り、オリビン型リン酸鉄リチウムイオン二次電池を用いることで、熱安定性、保存特性に優れています。また、従来定置型電源として使用されていた鉛電池に比べてのエネルギー損失が少なく、省エネであるとともに期待寿命が10年以上^{*}と長寿命であり、環境負荷低減を実現しています。さらに、電極材料に、資源的に豊富と言われる鉄(リン酸鉄リチウム)を使用し、埋蔵量や流通量が非常に少なく、資源枯渇や採掘過程での社会的課題の観点から近年関心が高まっている稀少金属を使用していません。

※充放電を1回/1日とした場合に想定される耐用期間

「オープンエネルギーネットワーク」の検討

(株)ソニーコンピュータサイエンス研究所はソニーエナジー・デバイス(株)とともに、超分散型でダイナミックに電力の送配電が可能となるオープンエネルギーネットワークシステムの試作機を開発しました。このシステムは、開発途上国の遠隔地のよう



エネルギーサーバーの内部構造



太陽光発電により充電

にインフラが十分でなく、また新たにインフラを整備することが困難な地域におけるエネルギー問題の解決に貢献できる可能性があります。ガーナ北部の5つの無電化村などにおいて、太陽光発電によってFIFA ワールドカップのパブリックビューイングを行う実証実験を実施しました。このシステムから電気を供給する周辺機器は、一部の機器を除きすべて直流駆動させました。一般的に電気機器は電力網から供給される交流電力で駆動するのが通常ですが、太陽光発電や蓄電池から供給される電力は直流であるため、機器を直流駆動させることで直流/交流の変換ロスをなくすことは、将来の「オープンエネルギーネットワーク」実現に向けた重要なコンセプトです。

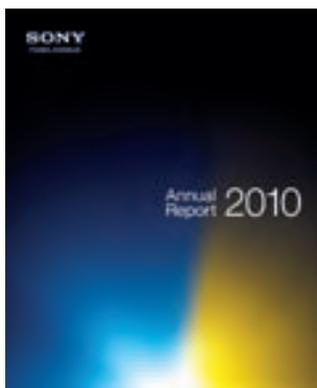
実用化に向けてはさらなる研究開発や実証実験が必要ですが、このシステムによって人々の健康・教育・経済・生活が大きく改善されることを目指し、引き続き取り組みを進めていきます。

CSR活動の情報開示について

CSRレポート エグゼクティブサマリー



アニュアルレポート



最新のアニュアルレポートはこちら
でご覧いただけます。

日本語 <http://www.sony.co.jp/IR/>
英語 <http://www.sony.net/IR/>

CSRウェブサイトについて

ソニーのCSR活動についての情報は、ウェブサイトにて網羅的にご報告するとともに、本冊子の電子版を掲載しています。

また、各地域において、CSR・環境活動に関するウェブサイト을設けています。

CSR・環境活動に関するウェブサイト

グローバル・サイト

<http://www.sony.co.jp/csr> (日本語)

<http://www.sony.net/csr> (英語)

米州地域

<http://www.sony.com/SCA/philanthropy.shtml>

<http://www.sony.com/green>

<http://www.sonypictures.com/green>

東アジア地域

<http://www.sony.com.cn/csr/> (中国語)

欧州地域

<http://www.sony.eu/eco>

パンアジア地域

<http://www.sony-asia.com/section/csr>

CSRレポート / CSR活動についてのお問い合わせ・ご意見

ソニー株式会社 CSR部

〒108-0075 東京都港区港南 1-7-1

TEL : 03-6748-2111 (代表) FAX : 03-6748-2244

<http://www.sony.co.jp/SonyInfo/Support/>

上記のホームページ上にある項目「その他のお問い合わせ」よりお問い合わせください。

コミュニケーションスペース

ソニーでは、科学への興味を持っていただくためのサイエンスミュージアムなど、さまざまな展示活動を行っています。

ソニー・エクスプローラサイエンス (東京、北京)

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る科学ミュージアムです。

<http://www.sonyexplorascience.jp/>

<http://www.sony.com.cn/ses/> (中国語)

ソニー・ワンダーテクノロジーラボ (ニューヨーク)

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るインタラクティブなミュージアムです。

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

ソニー歴史資料館 (東京)

ソニーがこれまで世に送りだしてきた代表的な商品と、さまざまな資料を中心に展示を行っています。

<http://www.sony.co.jp/museum/>



**BUREAU
VERITAS**

本冊子およびウェブサイトに掲載している環境データについては、信頼性および一貫性の観点からビューローベリタスジャパン株式会社による第三者検証を受け、報告内容に対する信頼性の確保および環境マネジメントの継続的改善への活用を行っています。



For the Next Generation

CSR(企業の社会的責任)レポート
エグゼクティブ・サマリー
2010年 3月期
ソニー株式会社