



Contents

編集方針

本レポートは、パナソニック エナジーのお客様、お取引先様、従業員、またパナソニック ホールディングスの株主をはじめとするステークホルダーの皆さまに、当社の企業活動の全容および中長期的な企業価値向上についての考え方をご理解いただくことを目的に、年次で編集、発行するコミュニケーションツールです。

報告対象期間

2022年度(2022年4月1日～2023年3月31日)
一部、前後の活動や将来目標を含みます。

報告対象組織

パナソニック エナジー株式会社および国内外の連結会社
(会社名称については2023年4月時点の商号にて表記しています。)

参照としたガイドライン

- ・GRIスタンダード
- ・IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- ・経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

将来見通しに関する注意事項

本レポートに記載されている当社またはパナソニック エナジーグループの業績見通し、成長戦略、事実の認識・評価等といった将来に関する記述は、現在入手可能な情報に基づき当社が判断した将来見通しが含まれています。実際には、様々な要因によってこれらの記述とは大きく異なる結果が生じる可能性があることをご了承ください。また、新たな出来事、状況もしくは環境を反映し、将来の見通しを更新して公表する義務を負うものではありません。

目指す姿

- 3 私たちは何のために存在するのか
- 4 私たちが挑戦し続けてきたことは何か
- 6 私たちならではの強みは何か
- 8 これから何を目指すのか
- 9 CEOメッセージ

価値創造

- 14 価値創造プロセス
- 15 価値創造の源泉である6つの資本(インプット)
- 16 パナソニック エナジーのお役立ち(アウトプット)
- 17 価値創造のための重要課題(マテリアリティ)
- 18 企業価値向上に向けたプロセス

成長戦略

- 20 At a Glance
- 21 事業概況
- 23 CFOメッセージ
- 25 車載事業
- 27 産業・民生事業
- 30 CTOメッセージ

サステナビリティ

- 34 サステナビリティ(ESG)経営の推進
- 35 環境への貢献
 - 37 脱炭素化の実現
 - 40 循環型社会の実現
 - 42 環境マネジメントシステム
- 43 社会課題解決への寄与
 - 44 幸せを追求するエナジーの提供
 - 48 CHROメッセージ
 - 49 人的資本経営の推進と人権の尊重
 - 49 人的資本経営の推進
 - 56 人権の尊重
 - 58 責任ある調達活動
- 60 ガバナンスの強化
 - 61 コーポレートガバナンス
 - 64 コンプライアンスの徹底
 - 64 品質・製品安全の追求
 - 66 法律・規制の順守
 - 67 情報セキュリティの確保

データセクション

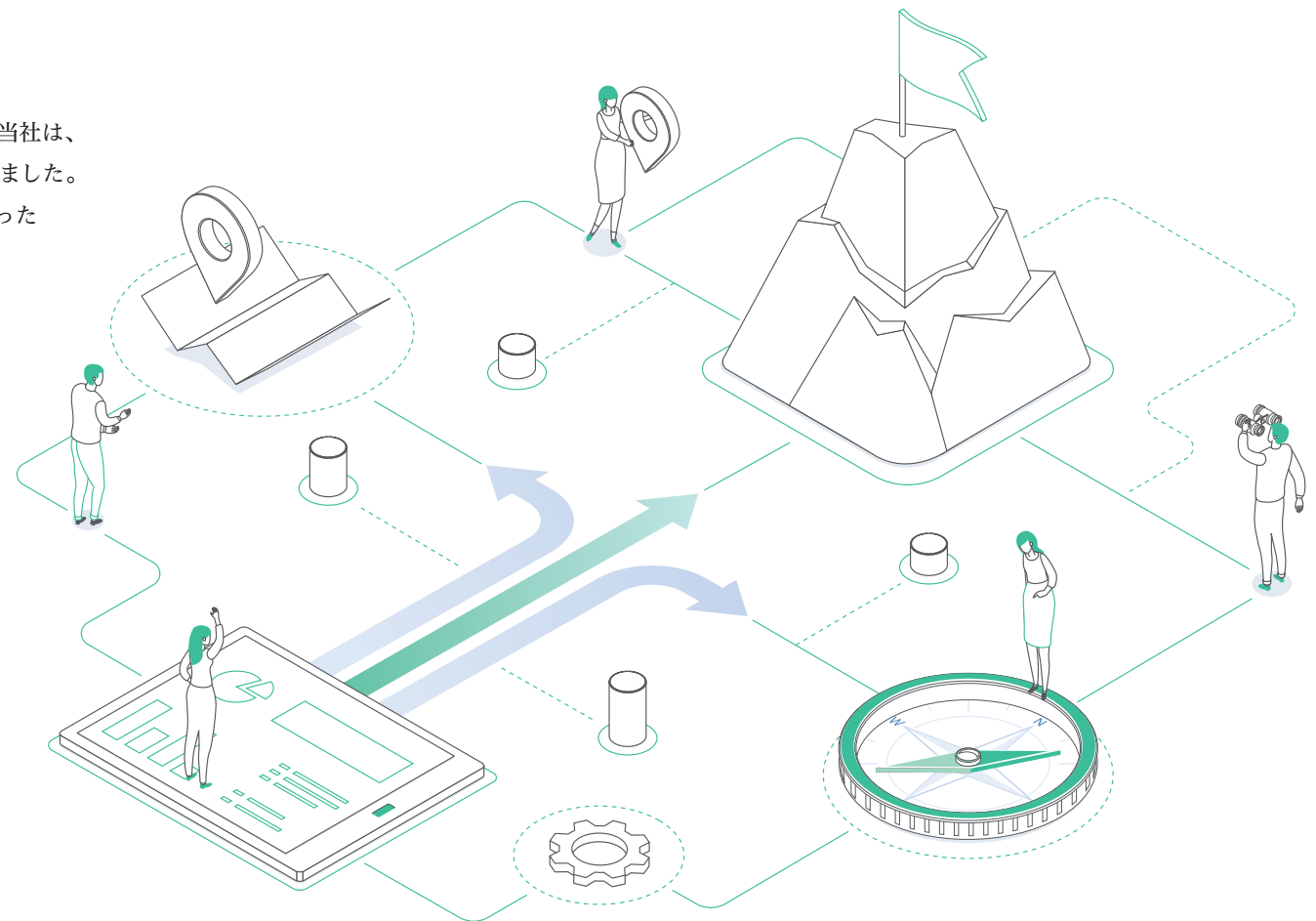
- 70 財務ハイライト
- 71 非財務データ
- 76 企業情報
- 77 GRIスタンダード対照表

What We Aim for

目指す姿

2022年4月、パナソニックグループの電池部門を集結し設立された当社は、まず私たちの存在意義を問い直し、Mission / Vision / Willを掲げました。このパートでは、私たちの存在意義や約100年の歩み、その中で培った3つの競争優位性をご説明し、私たちの目指す姿をお伝えします。

- 3 私たちは何のために存在するのか
- 4 私たちが挑戦し続けてきたことは何か
- 6 私たちならではの強みは何か
- 8 これから何をを目指すのか
- 9 CEOメッセージ



Q. 私たちは何のために存在するのか

豊かなくらしと環境が
矛盾なく調和する
持続可能な社会の実現

Our Mission

幸せの追求と持続可能な環境が
矛盾なく調和した社会の実現。

Our Vision

未来を変えるエネルギーになる。

Our Will

人類として、やるしかない。

Q. 私たちが挑戦し続けてきたことは何か

社会課題や様々な限界から 人々を解放すること



暗闇、短寿命、使い捨て、大きさ、
重さ、パワー不足、環境負荷など
いくつもの不便や不可能から
人々を解放してきた

私たちは何のために存在するのか ● 私たちが挑戦し続けてきたことは何か 私たちならではの強みは何か これから何を指すのか CEOメッセージ

解放の歴史

暗闇からの解放に始まり、いくつもの不便や不可能から人々を解放してきたパナソニックの電池の進化。

新たにパナソニック エナジーとして再出発した当社は、電池が持つポテンシャルを拡張し、エネルギーをお届けすることで、社会課題を解決する会社として次の解放を目指します。

暗闇からの解放
(1923～)

短寿命からの解放
(1963～、1969～)

使い捨てからの解放
(1964～)

大きさ、重さ、パワー不足からの解放
(1994～)

環境負荷からの解放
(1997～、2008～)

砲弾型電池式ランプ「エキセルランプ」を開発し、暗闇から解放

従来の電池より長持ちで保存性が高いナショナルハイトップ、ナショナルネオハイトップで、社会を短寿命から解放

カドニカ電池や、エネルーブに代表されるニッケル水素電池などの充電式電池が開発され、これまでの電池の宿命だった使い捨てから解放

高容量リチウムイオン電池により、従来の電池の課題であった大きさ、重さ、パワー不足から人々を解放し、ノートパソコンなど電子機器が普及

環境配慮型車両(HEV)向けに電池の提供が始まり、人々を移動に伴う環境負荷から解放



電池事業創業

SANYO

電池生産の歴史

1923

- 砲弾型電池式ランプを考案、発売
- 砲弾型電池式ランプ用「エキセル乾電池」を発売

1954

- 国産初の完全金属外装乾電池「ナショナルハイバー」を発売

1963

- マンガン乾電池「ナショナルハイトップ」を発売

1971

- リチウム一次電池(フ化黒鉛BR系)を開発

1991

- 水銀ゼロ使用マンガン乾電池を発売

1997

- HEV用ニッケル水素電池パックを開発

1969

- マンガン乾電池「ナショナルネオハイトップ」を発売

1992

- 水銀ゼロ使用アルカリ乾電池を発売

2005

- ニッケル水素電池「エネルーブ」を発売

2008

- アルカリ乾電池「エボルタ」を発売
- ニッケル水素電池「充電式エボルタ」を発売
- 車載用リチウムイオン電池(1865サイズ)量産開始

1964

- ニカド電池「カドニカ」を発売

1989

- ニッケル水素電池を開発

1994

- リチウムイオン電池を開発

2006

- ニッケル酸系正極材を用いた高容量円筒形リチウムイオン電池を量産開始

当社の沿革

1918

- 松下幸之助が松下電気器具製作所を創立

1931

- 小森乾電池の工場を譲り受け、乾電池の自社生産を開始

1935

- 松下電器産業(株)に改組/ナショナル蓄電池(株)設立/松下乾電池(株)設立

1947

- 三洋電機製作所設立、ナショナル商標とともに自転車用発電機の製造権を譲られ製造を開始

1950

- 三洋電機(株)設立

1979

- 松下電池工業株式会社設立

2008

- パナソニック(株)エナジー社発足

2011

- 三洋電機(株)を完全子会社化

2013

- パナソニック(株)オートモーティブ&インダストリアルシステムズ社発足

2014

- パナソニック エナジーノースアメリカ(PENA)設立。2017年より工場稼働

2019

- パナソニック(株)インダストリアルソリューション社およびUS社発足

2021

- インダストリアルソリューションズ社のエナジー事業領域、US社のテスラエナジー事業および本社傘下のエナジー技術部門をベースにパナソニック(株)エナジー社を発足

2022

- 事業会社化に伴い、パナソニック エナジー(株)として発足

*本ページに限り、社名の表記は当時の名前前で記載しています。

Q. 私たちならではの強みは何か

技術力

- 材料開発・モノづくり
- 知的財産

特許
7,600件

市場創出力

- 顧客との戦略的關係
- お困りごとの解決力

くらしの
発展に
貢献



信頼と実績

- 高信頼の市場実績
- ブランド

車載用
リチウムイオン電池
リコール
ゼロ*

*電池起因のもの

電池事業創業以来100年で培った
技術・市場創出・信頼と実績



3つの強み

パナソニック エナジーは100年間、電池のリーディングカンパニーとして様々な業界初の技術を生み出し、暮らしの豊かさと社会の便利さの向上に貢献してきました。その中で培った、材料開発・モノづくり・知的財産等の「技術力」、お客様と共創して新たな市場を切り拓く「市場創出力」、そして「信頼と実績」という3つの強みを競争力の源泉としています。

1

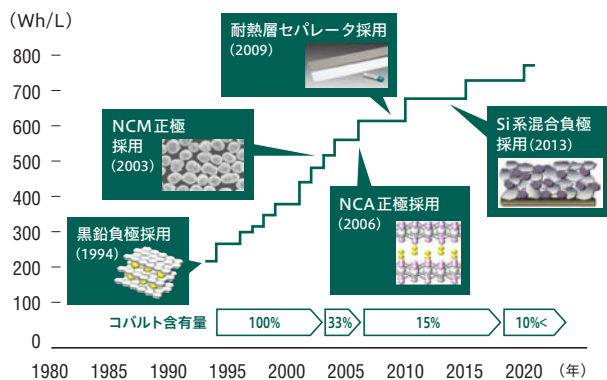
技術力

電池の高容量化とレアメタル使用削減で世界をリード

当社は、原材料調達を含め、各工程で徹底した品質管理の下、高い安全性を維持しながら、電池の高容量化・高エネルギー密度化をけん引し続けてきました。その過程で取得した特許件数は7,600件以上に上ります。

また、業界に先駆けてコバルトフリー技術を完了させ、さらにニッケルレス化に挑戦するなど、環境貢献の材料技術でも世界をリードしています。

円筒形リチウムイオン電池体積エネルギー密度



2

市場創出力

技術革新により新たな電池用途を開拓

当社は高性能な電池を市場へ供給することで機器のワイヤレス化に貢献してきました。また、家庭での「充電」によって繰り返し使用できる電池を生み出し、家庭用の充電電池市場を開拓しました。そして、技術革新により、環境配慮型車両 (HEV、EV) の車載向け市場を創出しました。これからも弛みない技術の進化によって、建機、農機といった新たな領域で電動化に取り組んでいきます。

2005年

ニッケル水素電池「エネルー普」販売開始



家庭用の充電電池市場を開拓

2008年

円筒形の車載用リチウムイオン電池量産開始



車載向け電池市場を開拓

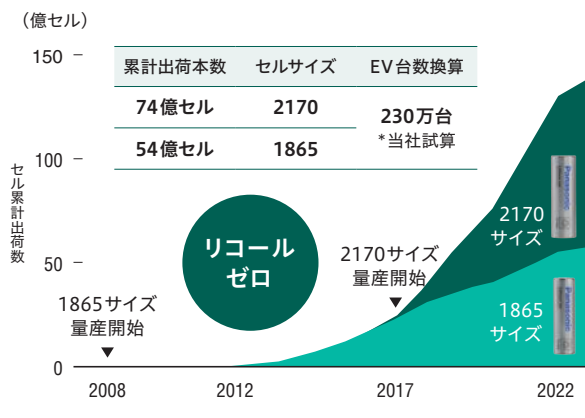
3

信頼と実績

高信頼の市場実績・ブランド

当社は、円筒形の車載用リチウムイオン電池を現在までに累計約130億セルを供給してきた実績があります。電池の製造にあたって、製品の安全性や品質の高さは当社のブランド力を示す重要な要素であり、製品安全を最優先とした、弛まぬ品質改革に努めてきました。それは車載用リチウムイオン電池の分野で、電池に起因するリコールゼロという成果にも現れています。

車載用リチウムイオン電池出荷実績



Q. これから何をを目指すのか

地球環境への負荷の低い エネルギーの提供

人類が幸せを求める一方、地球環境への過剰な負荷を、
私たちは徹底的になくしたいと考えています。

2050年カーボンニュートラル社会の実現に向けて取り組みを続けます。

カーボン
ニュートラル化

CO₂削減
貢献量拡大

カーボンフット
プリント削減

資源循環
(リサイクル)
推進



CEOメッセージ

“未来を変えるエネルギーとなり、
幸せの追求と持続可能な
環境が矛盾なく調和した
社会を実現する”

代表取締役
社長執行役員
チーフ・エグゼクティブ・
オフィサー (CEO)

只信 一生

CEOメッセージ

仲間を熱くし、解決力を上げる

パナソニック エナジーは2022年4月、パナソニックグループの電池部門が結集し、誕生しました。

当社は100年にわたる電池事業の歴史から成り立っている会社です。1923年の自転車の電灯用乾電池から始まり、ニカド電池、ニッケル水素電池、民生用リチウムイオン電池など、業界初の技術を次々と生み出し、電池の進化をけん引してきました。2008年には環境負荷低減に大きく貢献する電気自動車（EV）向けの円筒形リチウムイオン電池を量産化し、これまでに累計約130

億セルを供給してきました。こうした歴史の中で培った高容量、品質、安全性といった技術は他社を凌駕している自負があります。1世紀にわたり磨き上げてきた「技術力」、顧客・社会の課題を根本から解決する「市場創出力」、日々積み重ねている「信頼と実績」を強みとし、今も世界の電池業界をリードしています。

当社が提供する“エナジー”に世界が注目する中で、我々の魅力をより一層高め、多くのステークホルダーの皆さまを巻き込んで、“エナジー”による課題解決力を上げていきます。同時にこの会社を一枚岩の集団にし、今までにないスピードで事業を推進していきます。



会社を一枚岩にする

Mission / Vision / Willを策定

発足にあたり最初に行ったことは、約2万人の従業員を一枚岩にするため、みんなが共感できる旗として、果たすべき「使命（ミッション）」と将来の「展望（ビジョン）」を掲げ、さらにこれらを行動に繋げる強い「意志（ウィル）」を共有することです。

ミッションは「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」。人々は日々のくらしに喜びを求め、経済の発展を通じて幸せを追求してきました。しかし、そのことが温暖化や資源の枯渇など地球環境に大きな負荷をかけ、このままでは地球が人類を支えきれなくなるところまで来ています。我々が今を生きる幸せを手にすることが、未来に生きる人々の幸せを削り取っているという矛盾を、我々の提供する“エナジー”で解決していきます。我々が提供する“エナジー”は、モノを動かしたり、光を灯したりするだけでなく、こういった矛盾を解決する強い力を持っており、存在意義はそこにあると考えています。

このミッションの下、我々がなりたい姿として思い描いたビジョンが「未来を変えるエナジーになる」です。社名もそうですが、敢えて“電池”や“バッテリー”とはせず、“エナジー”としました。当社は未来に向けて、人類に不可欠な“エナジー”を提供する会社であり、ゴールは電池をつくることではなく、その先にある課題の解決です。極端に言えば、そのために電池を作ることを止めてもよいとまで思っています。ビジョンを言い換えるなら、今日生まれた子供たちが、豊かな自然に包まれて笑い合っている未来をつくるために挑戦することです。具体的には、EV化を進展させ脱炭素社会を実現する、非常時も止まらない安心安全なインフラを可能にする、電気の届かない場所に電源を提供する、それらによって、人々の幸せのお役に立ち、持続可能な社会と矛盾しない、正しい未来に導く“エナジー”になりたい、そういった思いを込めています。

このミッション、ビジョンを行動に移すため、「人類として、やるしかない」というウィルも表明

私たちの未来のシンボル「yarushika」

Mission / Vision / Willを起点に私たちが生み出す未来、そのシンボルマークが「yarushika」です。この鹿の角のなかにあるのは、緑色の森と黄色くひかっている街のあかりです。持続可能な環境と人々の幸せが調和した世界を表しています。丸く球体になっていますが、これは地球を意味しています。鹿は、この球体を意思を持って育て、また宿命として支えている存在です。つまり、この鹿はパナソニック エナジーの従業員一人ひとりです。頭に背負っているものは、たいへん大きく、たいへん重いものです。この尊く、重い責任を軽々と背負っていく存在でありたいという願いを込めています。



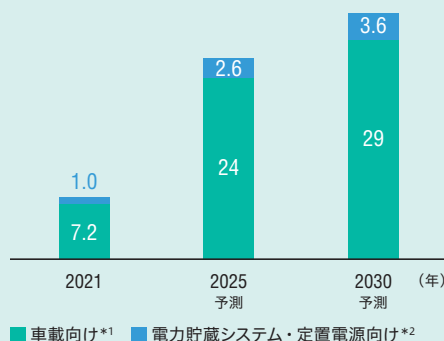
CEOメッセージ

しました。我々の中では、人類共通の課題解決に対し、どんなに難しいことでもやり抜くための合言葉になっています。加えて従業員はもちろん、すべてのステークホルダーの皆さまに、このMission / Vision / Willを言葉だけでなくイメージとしても感じ取っていただければと思い、「森」を当社のシンボルとしたブランディング活動を展開しています。「森」は生き物と自然が共生し、絶妙なバランスで調和した世界です。当社自身が「森」のように最適なかたちで多様な仲間と共生し、永遠に新陳代謝を繰り返し、絶対に滅びずたくましく生き残りながら、お役立ちを提供し続ける、そういった「森」のような会社を目指しています。

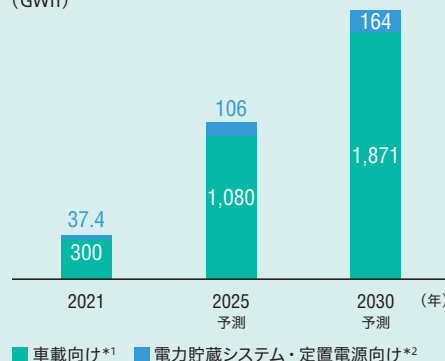
急成長する市場で最先端に行く

成長の大きい分野として、車載用リチウムイオン電池と電力貯蔵システム・定置電源用リチウムイオン電池が挙げられます。2021年から2025年の間で、車載向けの市場規模は16.8兆円増加し24兆円に、電力貯蔵システム・定置電源用向けの市場規模は2025年までに、1.6兆円増加し2.6兆円に達する見通しです。さらに全体で、2030年には約33兆円になると見られています。

リチウムイオン電池 市場規模
(兆円)



リチウムイオン電池 需要
(GWh)



出所：*1 株式会社富士経済 エネルギー・大型二次電池・材料の将来展望2022 - 電動自動車・車載電池分野編-
*2 株式会社富士経済 エネルギー・大型二次電池・材料の将来展望2022 - ESS・定置用蓄電池分野編-

規模で言えば車載向け市場が引っ張っていかたちですが、再生可能エネルギーの導入や非常時・災害対応向けのニーズも急速に高まっており、産業・民生向けの市場も大きく伸びていきます。近年は、中国と韓国の電池メーカーが急速にシェアを拡大させていますが、成長する市場の需要を奪い合うと言うよりも、現存する生産能力を大きく上回る需要をみんなで追いかけている状況であり、共に市場を創っていく関係と捉えています。

特にEVに搭載される高性能な電池となると、顧客の製品モデルにより設計が異なり、顧客とのすり合わせや生産技術の確立を入念に行う必要があります。従って、数年先の市場を見通して価値観を共有する顧客やサプライヤーと共にバリューチェーンを構築しなければなりません。つまり、業界は自ずと棲み分けがなされていくものと考えています。そのような中で、我々は技術力で先頭を走り、その技術が活かせる領域で確実に価値を見出していきます。

北米No.1の地位は譲らない

我々は2017年よりネバダ州に世界最大級の車載用リチウムイオン電池工場を建設し、2170サイズの量産を開始しました。(サイズは円筒形電池の大きさを示し、前半2桁の数字は直径(mm)、後半2桁の数字は高さ(mm)を表します。)これまでに生産された1865サイズと合わせて、EV台数換算で累計230万台分を供給しており、北米シェア1位を獲得しています。

今回、カンザス州において、新工場の建設に着手し、2025年3月末までに量産を開始する予定です。この新工場にて2170サイズを量産し、北米での供給拡大に対応していきます。さらに2024年度上期に和歌山工場で、飛躍的な高容量を実現した4680サイズの量産を開始する予定です。4680サイズについては、北米での展開も視野に入れており、これらにより2030年度にかけて車載用リチウムイオン電池の生産能力を2022年度比で約4倍の200GWhに引き上げます。

クルマ社会の北米市場では、環境規制強化を背景にEV化が加速しています。また、国土が広



CEOメッセージ

く長距離移動のニーズが高いことから、当社の強みである高容量化技術を最も活かせる市場と言えます。加えて、再生可能エネルギーを活用して採掘・加工された原材料の現地調達が可能です。この市場をいち早く開拓した我々は、今後もEV普及を後押しするリーディングカンパニーとして北米No.1の地位を強固にするため、矢継ぎ早に大胆な投資を実行していきます。

用途に応じて幅広い電池を提供

産業・民生向けでは、特にデータセンターなどの情報通信インフラにおいて、24時間／365日稼働やデータ保全のニーズが高まっており、当社は高信頼性かつ安全・長寿命のバックアップ電源システムを提供し、ここでも高い市場シェアを有しています。また、建機・農機なども将来的に電動化が見込まれ、顧客と共に商品開発を進めています。

加えて、厳しい使用環境・条件への対応と長期信頼性が求められるスマートメーターや医療機器などのIoT機器向けに、高品質の一次電池を提供しています。どちらかと言うと充電によって繰り返し利用できる二次電池の方にスポットが当てられていますが、一次電池は電気の届かないところで、欠かすことのできない電源としてお役に立っています。ましてや緊急時に最後のライフラインとなるのは二次電池ではなく、自ら“エネルギー”を生み出すことのできる一次電池です。当社は、一次電池から二次電池まで電池を進化させ続けられる数少ない日本のメーカーとして、これからも用途に応じて最適な電池を幅広く提供していきます。

カーボンニュートラル化に大きく貢献

気候変動に端を発すると言われる自然災害が、世界の至るところで経済活動や安定した生活に大きな影響を及ぼしています。こうした状況下で、パナソニックグループは2022年、「Panasonic GREEN IMPACT」を発表し、2050年に3億トン以上のCO₂排出量削減インパクトの創出を掲げました。当社は自社バリューチェーンでのCO₂排出量削減、社会へのCO₂排出量削減のいずれにおいても中核を担います。

まず自社バリューチェーンでのCO₂排出量削減においては、2028年度までに全工場のカーボンニュートラル化を達成することを決めています。もともと、当社の事業で発生するCO₂は、自社工場よりも資源採掘や原料加工によって排出される割合が圧倒的に高いのが実態です。そこで、材料の現地調達、環境負荷の低い材料の調達、リサイクル材料の使用、レアメタルの使用削減といった川上での対応策を強化し、「2030年カーボンフットプリント2021年度比半減」を目標に掲げています。社会へのCO₂削減貢献においては、車載用リチウムイオン電池をはじめとする当社製品の使用を通じて、2030年度にCO₂削減貢献量約6,000万トンを目指します。これは、2030年度におけるパナソニックグループCO₂削減貢献量目標9,300万トンの約3分の2にあたります。

人類として、やるしかない

エネルギーの利用範囲が異次元の広がりを見せる中、人類共通の課題に対して我々だからこそできること、先頭に立って解決すべきことは、無限にあります。「未来を変えるエネルギー」という誇りと、「人類として、やるしかない」という気概。これらを原動力に、全世界が求めている「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会」の実現に向け、新たな価値を創造していきます。

顧客、サプライヤー、設備メーカー、従業員、将来の従業員をはじめとした当社のステークホルダーの皆さま、ともに良い社会を作り、より良い地球環境を次の時代に繋げませんか。

私たちの描く未来 (Our Future)

豊かな森があり、電気で動くクルマが空を飛び、ロボットと人間、様々な動物たちがともに楽しく遊んでいる、我々はそのような未来を描いています。



Value Creation

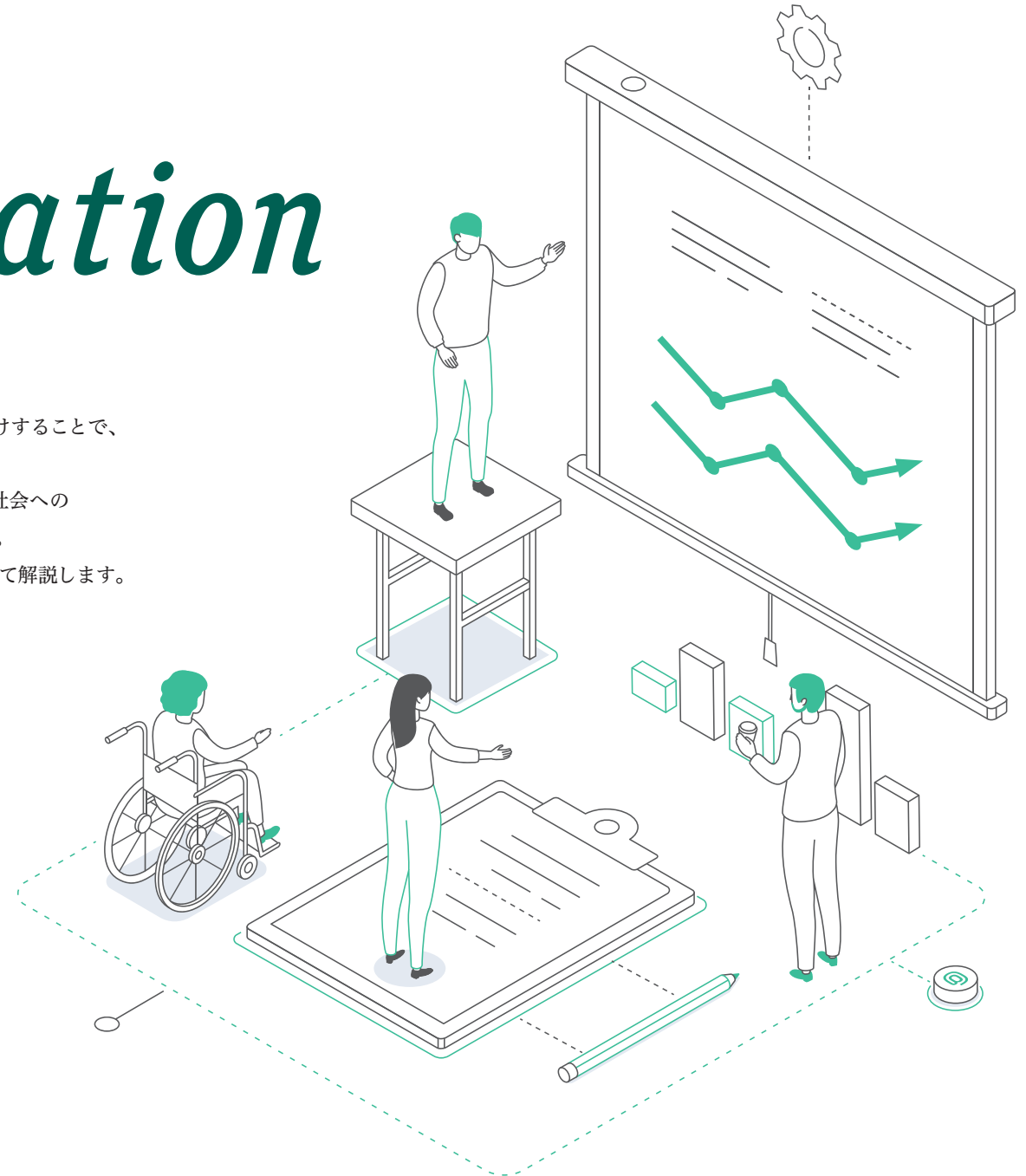
価値創造

私たちは、企業活動を通じて、ステークホルダーの皆さまに提供価値をお届けすることで、ミッションの実現に向けて取り組んでいます。

このパートでは、価値創造の源泉である6つの資本から、事業活動によって社会へのお役立ちを果たし、提供価値を生み出すまでのプロセスについて説明します。

また、財務・非財務の両面から企業価値を最大化させるための考え方について解説します。

- 14 価値創造プロセス
- 15 価値創造の源泉である6つの資本
(インプット)
- 16 パナソニック エナジーのお役立ち
(アウトプット)
- 17 価値創造のための重要課題
(マテリアリティ)
- 18 企業価値向上に向けたプロセス



● 価値創造プロセス 価値創造の源泉である6つの資本(インプット) パナソニック エナジーのお役立ち(アウトプット) 価値創造のための重要課題(マテリアリティ) 企業価値向上に向けたプロセス

価値創造プロセス

外部環境

- ▶ 環境規制強化
- ▶ 気候変動
- ▶ 資源の枯渇
- ▶ 貧困
- ▶ 児童労働・強制労働
- ▶ 医療危機
- ▶ 技術革新
- ▶ ESG意識の高まり

パナソニック エナジーは、人材や技術などの多様な資本を活かして自社の強みを核に社会課題解決を推進し、持続的な企業価値向上を実現していきます。



価値創造の源泉である6つの資本(インプット)

パナソニック エナジーは、人的資本、自然資本、社会関係資本、知的資本、製造資本、財務資本の6つの資本を、企業価値を構成する重要な資本と捉え、企業価値の向上を図っています。

人的リソースの強化



事業拡大に向け、技術・モノづくり人財を中心に増強を図り、2025年度に25,000人体制を目指します。また、人財一人ひとりが活きる、制度・環境の整備や組織風土の醸成を通じて、事業競争力を強化するとともに、ウェルビーイングを向上させます。

[人的資本]

グループ連結従業員数

約2万人

海外人員割合

約73%

労災死亡者数

0人

資源・環境問題への対応強化



2028年度に自社全拠点カーボンニュートラル化を実現し、2030年度までにサプライチェーン全体で電池容量あたりのカーボンフットプリントを半減(2021年度比)させます。また、一次電池と二次電池の資源循環システムの構築を加速します。

[自然資本]

CO₂ゼロ工場

グローバル10拠点

CO₂削減貢献量

1,493万トン

工場リサイクル率*1

99%

*1 自社廃棄物

持続可能かつ強靱なサプライチェーン



様々なステークホルダーと協働し、人権・労働や安全衛生等への社会的責任を果たすと同時に、電池材料のリサイクルや現地調達化の推進によって、持続可能で環境負荷の少ないサプライチェーンを確立します。

[社会関係資本]

人権労働自主精査実施率*2

100%

*2 自社海外製造子会社

電池の性能向上と環境負荷低減に対する研究開発強化



[知的資本]

レアメタルの使用量最小化に向け、コバルトフリー化に加え、ニッケルレス化を加速し、環境負荷低減に貢献します。また、未来の航空機の電動化に向け、軽量電池の開発にも注力します。

特許保有件数

7,600件

生産性の向上、品質・製品安全の追求



[製造資本]

各拠点の生産性の向上に取り組みながら、製品安全を最優先とした品質改革を推進します。また、2030年に車載用電池のグローバル年間生産量を2022年度比約4倍の200GWhに拡大していきます。

グローバル製造拠点

20拠点

重大な製品事故発生件数

0件

車載事業生産能力

約50GWh

営業キャッシュフロー創出と成長投資の拡大



[財務資本]

2024年度のROIC目標を12%*3とし、2022年～2024年度の累積営業キャッシュフローで3,300億円*4の創出を目指します。また、資本効率の向上と車載用電池の生産能力増強により、将来の営業キャッシュフロー創出力を高めます。

設備投資額

906億円

総資産

8,218億円

調整後営業利益

396億円

EBITDA

985億円

営業CF

706億円

ROIC

5.0%

*3 カンザス等新規投資除く *4 ミインフレ抑制法(Inflation Reduction Act: IRA)による影響を除く


パナソニック エナジーのお役立ち(アウトプット)

パナソニック エナジーが提供する先端技術と多様な商品は、街の様々なところで利用されており、社会へのお役立ちを日々続けています。

| | | |
|--|--|--|
| 車載事業 モビリティの電動化を支え CO ₂ 排出量を削減 モビリティエナジー 事業 | 非常時も止まらない 安心安全な社会インフラへ貢献 エナジーソリューション 事業 | 環境にやさしい電池で 便利・快適な暮らしを提供 エナジーデバイス 事業 |
|--|--|--|

宇宙


小惑星探査機「はやぶさ2」の回収カプセルに、環境変化に強いリチウム一次電池が使われています。



イラスト：池下章裕


データセンター

バックアップ電源として、リチウムイオン電池を使用した、安全・長寿命で高信頼な蓄電システムが使われています。




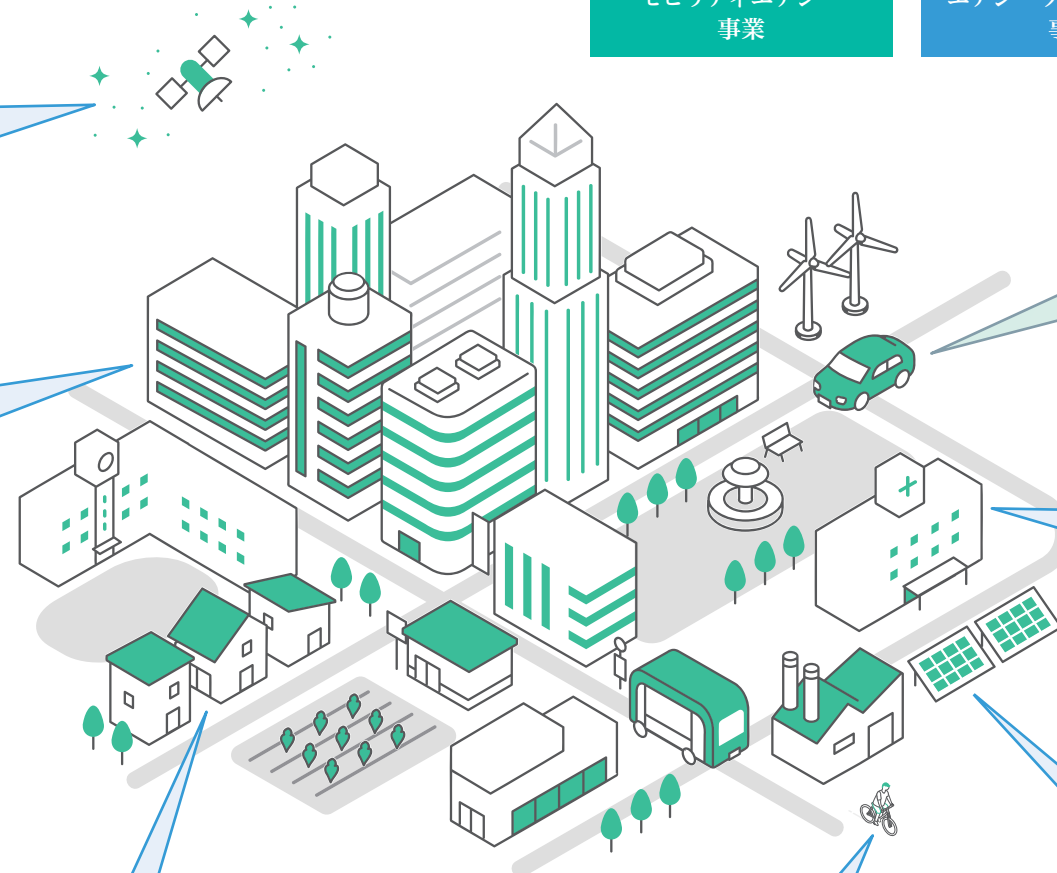
商業ビル

誘導灯や非常灯に、長寿命が特徴のニッケル水素電池が使われています。



住宅

リモコンや時計など身近な商品に乾電池が使われています。また、最新式のガス・水道のスマートメーターに、長期信頼性のあるリチウム一次電池が使われています。さらに家庭用蓄電池にはリチウムイオン電池が使われています。


自動車

電気自動車の動力源に高容量かつ高安全が特徴のリチウムイオン電池が使われています。また、車と外部との通信を行うシステムであるTCUや車両の緊急通報システムであるeコールなどにニッケル水素電池が使われています。




病院

高い安全性と信頼性が求められる医療機器にニッケル水素電池やリチウム一次電池など、様々な電池が使われています。




太陽電池システム

太陽光で稼働する海洋ブイの充電電池として、気温差が大きい過酷な環境でも使用可能なニッケル水素電池が使われています。



自転車

電動アシスト自転車に高容量で小型・軽量が特徴のリチウムイオン電池が使われています。



価値創造のための重要課題(マテリアリティ)

パナソニック エナジーでは、持続可能な社会に貢献するために、環境・社会・ガバナンス(ESG)の視点で当社が取り組むべき重要課題(マテリアリティ)を特定しました。

マテリアリティ特定プロセス

当社は、7つのマテリアリティを以下の4つのステップで特定しました。

Step ① 社会課題リストの作成

マテリアリティの候補となる社会課題を71項目リストアップしました。

Step ② 当社視点での重要度評価

社会課題リストの各項目について、当社の視点で事業への影響度やポリシーとの関連性を評価しました。

Step ③ ステークホルダー視点での重要度評価

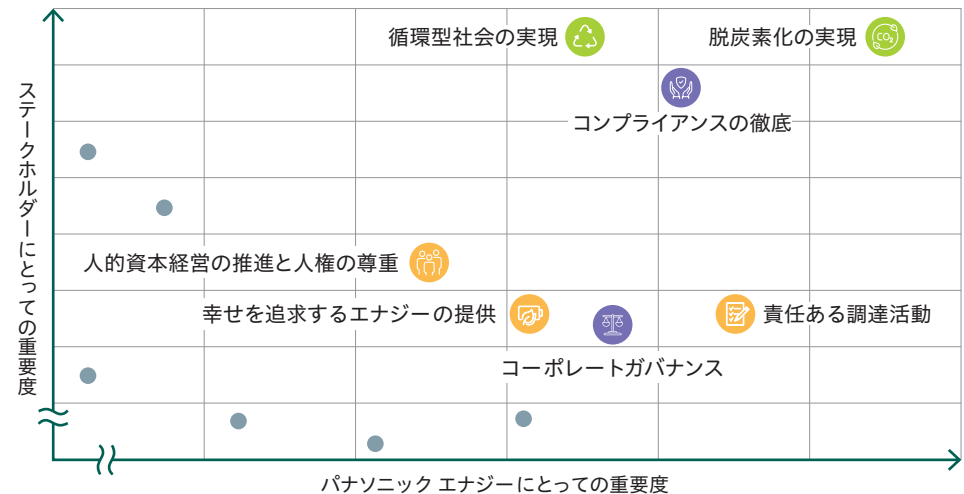
社会課題リストの各項目について、これまでステークホルダーとの対話で得られたご意見や投資家・評価機関の関心を踏まえ、あらゆるステークホルダーの視点から重要度を評価しました。

Step ④ 審議・特定

ESG経営に対する考えや目指す姿を整理した上で、代表取締役を含む役員と関連部署の従業員との複数回の審議により、7つのマテリアリティを特定しました。

マテリアリティマトリクス

当社にとっての重要度、ステークホルダーにとっての重要度の2つの観点で、社会課題を評価し、その中でも、重要度が高いものを以下にマテリアリティマトリクスとしてプロットしました。



特定した7つのマテリアリティと具体的な取り組み例

- 環境(E)に関するマテリアリティ
- 社会(S)に関するマテリアリティ
- ガバナンス(G)に関するマテリアリティ

循環型社会の実現 (P40)

- 資源循環型サプライチェーンの構築
- 資源循環型製品の開発
- 廃棄物の削減
- リサイクルの推進

人的資本経営の推進と人権の尊重 (P49)

- 労働安全衛生の確保
- 人材育成の促進
- DEI (Diversity, Equity & Inclusion) の促進
- 差別や児童・強制労働の防止

コーポレートガバナンス (P61)

- 取締役会、経営陣の機能強化
- 透明性の確保

脱炭素化の実現 (P37)

- GHG (温室効果ガス) 排出削減
- 社会のCO₂排出の削減貢献
- 再生可能エネルギーの利活用
- 現地調達化

幸せを追求するエネルギーの提供 (P44)

- 安心安全な社会への貢献
- 貧困飢餓の撲滅
- 地域社会への貢献

責任ある調達活動 (P58)

- 責任ある鉱物調達
- サプライチェーンにおける人権尊重
- サプライチェーンマネジメント

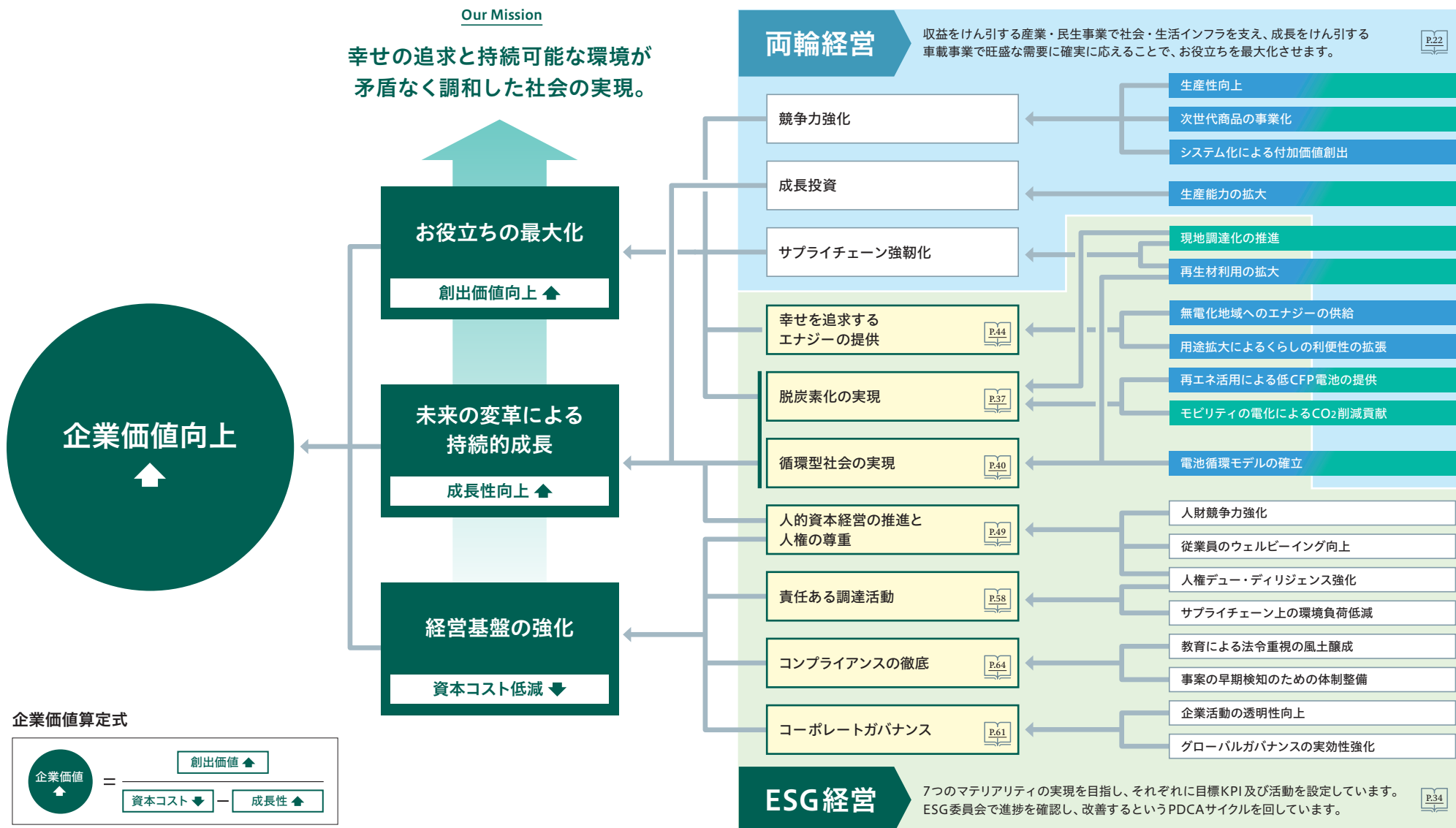
コンプライアンスの徹底 (P64)

- 品質・製品安全の追求
- 法律・規制の順守
- 情報セキュリティの確保

企業価値向上に向けたプロセス

ファイナンスの世界は、一定の条件下で企業価値が「フリーキャッシュフロー/(資本コスト-成長率)」で表現されることが知られています。私たちはこれを自社の言葉に読み替えて、「創出価値」、「成長性」、「資本コスト」の3つの視点で財務・非財務両面の取り組みを整理し、推進しています。この枠組みをもとに、財務のパフォーマンスを高める「両輪経営」と、非財務のパフォーマンスを支える「ESG経営」に基づくすべての施策が余さず企業価値の向上につながるよう、取り組みを進めています。

マテリアリティ 車載戦略 産業・民生戦略

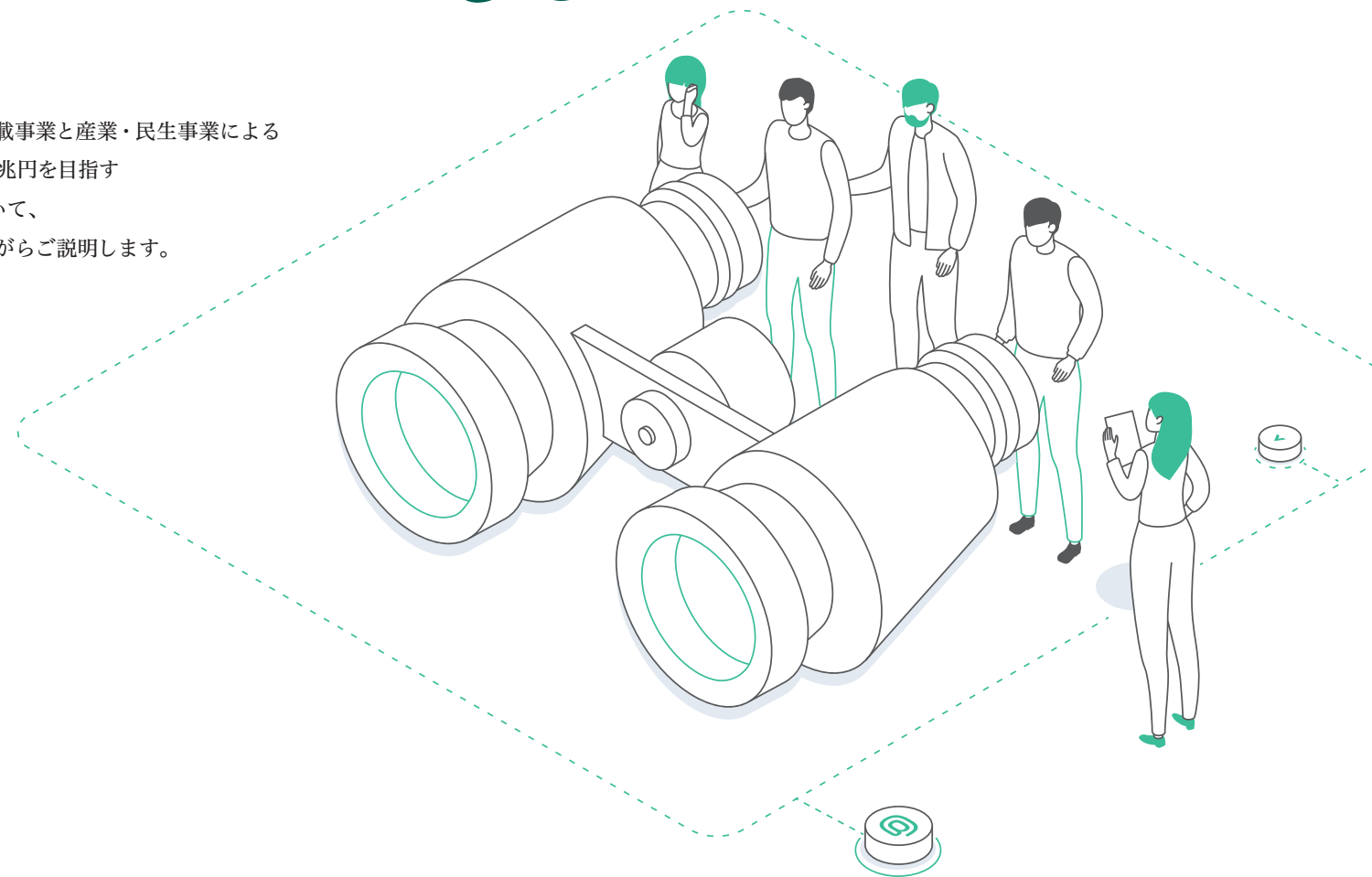


Growth Strategy

成長戦略

私たちは、電池事業のリーディング・カンパニーとして、車載事業と産業・民生事業による「両輪経営」と、「ESG経営」を軸に、2030年度には売上高3兆円を目指す成長戦略を描いています。ここでは、当社の成長戦略について、特に財務・技術面では担当役員のメッセージで掘り下げながらご説明します。

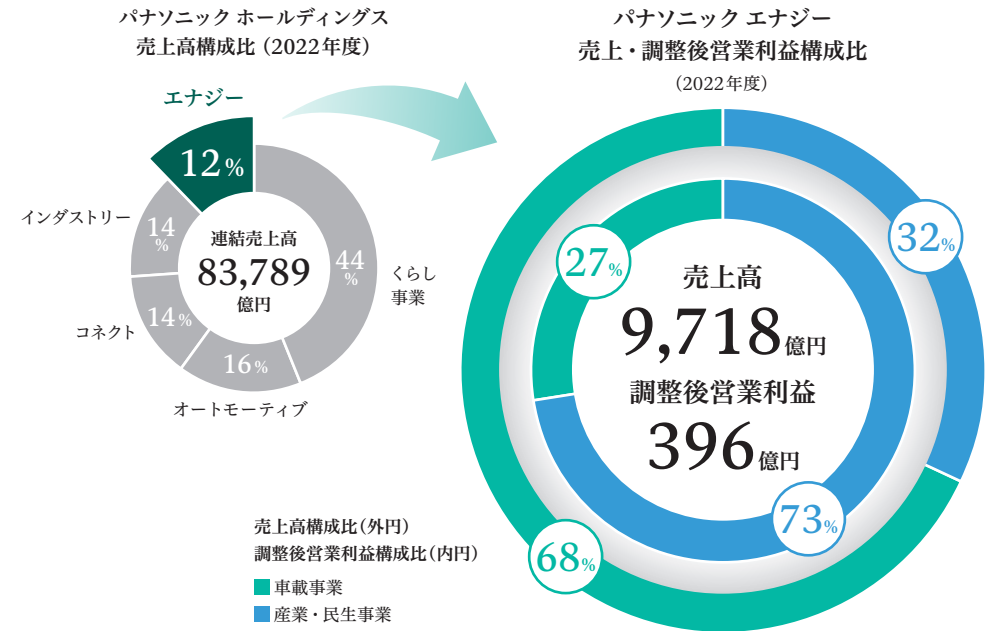
- 20 At a Glance
- 21 事業概況
- 23 CFOメッセージ
- 25 車載事業
- 27 産業・民生事業
- 30 CTOメッセージ



At a Glance

事業概要

モビリティの電動化を支える車載用電池や、データセンターや家庭用蓄電、医療機器、メーター向けなど安心安全な社会インフラを支える産業用電池、日々の便利で快適な暮らしを支える乾電池事業等をグローバルに展開しています。環境面では、事業活動を通じたCO2排出量削減はもとより、車載を中心とした社会の電化・電動化(電動シフト)によるCO2排出量削減でも環境への貢献を目指します。「安心」「安全」「低環境負荷」という提供価値を最大化することで、豊かな暮らしと持続可能な地球環境が矛盾なく両立・調和する社会の実現に貢献します。



スナップショット (2023年3月時点)

| | | |
|-------------------------|---|---|
| 電池事業創業 100 年 | 従業員 約 2 万人*1 <small>*1 グローバル連結</small> | 車載用リチウムイオン電池 北米シェア 1 位 |
| CO2ゼロ工場 10 拠点 | 特許件数 約 7,600 件 | 車載用リチウムイオン電池 リコールゼロ*2 <small>*2 電池起因のもの</small> |

グローバル展開 (2023年3月時点)



事業概況

直近の事業の状況

(2022年度経営実績・2023年度経営見通し)

2022年度経営実績

売上高は、前年度比で26%増加し、9,718億円となりました。北米市場向けに車載電池の販売が好調に推移したことに加え、為替換算の影響もあり、増収となりました。車載事業では、各国の政策を通じた脱炭素化への要求の高まりなどから、世界的に電気自動車(EV)の需要拡大が継続しました。加えて、北米電池工場の生産性向上も寄与したことで、車載用リチウムイオン電池の販売が好調に推移し、増収となりました。産業・民生事業では、中国の新型コロナウイルス感染症対策や世界的なインフレ進行による市況悪化の影響で、特に下期以降、ICT・民生機器向けリチウムイオン電池の需要が急減し、BtoB向けリチウム一次電池も世界的な需要減の影響を受けましたが、為替換算の影響により増収を確保しました。また、本業の実力を示す調整後営業利益は、前年度から312億円減少し、396億円*1となりました。車載事業を中心とした原材料高騰を価格転嫁・合理化でカバーできず、さらに産業・民生事業の減販損、将来に向けた開発費等の固定費増により減益となりました。

一方で、市場における競争力の強化は着実に進捗しています。車載事業においては、ネバタ工場にて従業員個人の技能習熟度に依存しない生産体制を構築することで、生産性や品質ロスの改善が進み、当初の生産性改善目標を10%以上上回る成果となりました。他にも、産業・民生事業ではモジュール・システムでソリューションを提案することで、環境対応の蓄電システム等に用途が拡大しています。今後の成長へ向けた取り組みとして、車載事業では、米国カンザス州に車載用リチウムイオン電池の新工場建設を開始、2024年度内に既存の

2170*2サイズの量産開始を予定しています。あわせて、新たにルシッド社、ヘキサゴンプラス社との供給契約も締結しました。現在開発中の4680*2サイズは、新技術導入による高容量化に目途が立ったことから、和歌山工場での量産開始時期を見直し、2024年度上期の生産開始を予定しています。産業・民生事業では、中国無錫工場でリチウム一次電池用の新棟建設、日本の徳島工場では産業用リチウムイオン電池の新規製造ラインの設置が進行中です。また、安定した供給体制の確立のため、2023年度に乾電池工場を守口拠点(大阪)から二色の浜拠点(大阪)へ移設し、生産を開始します。

*1 IRAによる影響を除く

*2円筒形電池のサイズ：前半2桁の数字は直径(mm)、後半2桁の数字は高さ(mm)を表す。

2023年度経営見通し

2023年度は、売上高1兆300億円(前年比106%)、調整後営業利益550億円*1(前年差+154億円)の増収増益を目標としています。売上高は、EV需要の拡大継続やさらなる生産性の改善により車載事業が伸長、産業・民生事業は上期の市況は低調も、下期からの回復を見込んでいます。調整後営業利益は、販売増のほか材料価格と価格転嫁のバランス正常化に加えて、合理化等を推進することで、成長投資に伴う固定費増をカバーし、米国IRA(Inflation Reduction Act:インフレ抑制法)の影響を除く実力値でも増益を目指します。なお、IRAは米国における過度なインフレ抑制とエネルギー政策の推進を趣旨としています。パナソニック エナジーでは、米国における車載事業への投資に活用するとともに、北米事業の強化・拡大に向けて、お客様とも有効活用していく方針です。これにより、2023年度は補助金総金額の約半分である800億円を調整後営業利益に見込んでいます。

2022年度 経営実績

| | 22年度実績 (億円) | |
|-----------|----------------|-------|
| | | 前年比/差 |
| 売上高 | 9,718 | 126% |
| 車載事業 | 6,541 | 140% |
| 産業・民生事業 | 3,107 | 102% |
| 調整後営業利益 | 396 | ▲312 |
| 車載事業 | 107 | ▲186 |
| 産業・民生事業 | 285 | ▲126 |
| EBITDA | 985 | ▲245 |
| (EBITDA率) | 10.1% | ▲5.8% |

2023年度 見通し

| | 23年度目標 (億円) | |
|-----------|-----------------|-------|
| | | 前年比/差 |
| 売上高 | 10,300 | 106% |
| 車載事業 | 7,060 | 108% |
| 産業・民生事業 | 3,340 | 107% |
| 調整後営業利益 | (1,350)*4 550 | +154 |
| 車載事業 | (1,010)*4 210 | +103 |
| 産業・民生事業 | 300 | +15 |
| EBITDA*3 | (2,040)*4 1,240 | +255 |
| (EBITDA率) | (19.8%)*4 12.0% | +1.9% |

*3 貸手側のリース会計処理が適用される原資産の減価償却費相当を加算調整

*4 括弧書き数値はIRAの影響を含む



カンザス
(北米第二拠点)



徳島
(産業用リチウムイオン電池:2170サイズ)

事業概況

中長期戦略

2024年度に向けて、IRA影響を除く実力値で2022年度に策定した中期経営目標(営業利益870億円、EBITDA1,500億円、累積営業キャッシュフロー3,300億円、ROIC12%)を目指します。

そのため、中長期の持続的な成長実現に向けて、車載事業の「成長性」、産業・民生事業の「収益性」の両輪経営を実践していきます。加えて、環境貢献や人的資本等を重視するESG

経営を推進し、社会へのお役立ちを高めていきます。

車載事業は、実績ある円筒形プラットフォームを引き続き展開するとともに、次世代商品の事業化を進め、全社の売上成長をけん引していきます。産業・民生事業は、電池応用システムによる高度なソリューションで提供価値を最大化しつつ、供給体制の整備・強化にも取り組み、全社の収益性のけん引役と位置づけています。

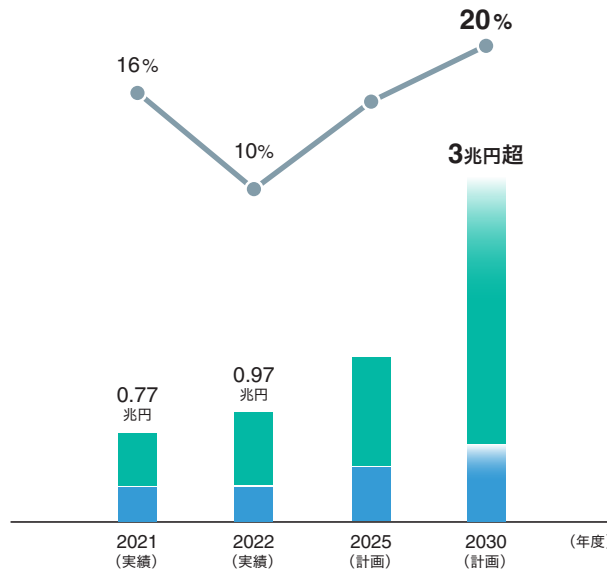
これら両輪経営の実践に向けて、収益性をはかるEBITDAをKGI(Key Goal Indicator:最終的な目標値)として設定し、

中長期の経営目標として、2030年度に現在の3倍となる売上高3兆円以上、EBITDA率はIRA影響を除く実力値で20%を目指します。

また、事業規模の拡大に伴い社会的な責任が大きくなるなか、ESG経営を事業戦略の重要な要素と捉え、とりわけ環境貢献については、カーボンフットプリント(CFP)をKGIとして掲げ、事業活動、サプライチェーンで排出するCO₂の削減に取り組み、2030年度には電池容量あたりCFPの半減(2021年度比)を目指します。

[P.36](#)

経営目標



売上高 ■ 車載 ■ 産業・民生
◆ EBITDA率 (IRAによる影響を含まず)

両輪での経営

| | | | |
|--|--------|-----|--------|
| 車載 | 成長をけん引 | KGI | EBITDA |
| <ul style="list-style-type: none"> ・実績ある円筒形のプラットフォームの展開 ・次世代商品の事業化 | | | |
| 産業・民生 | 収益をけん引 | KGI | EBITDA |
| <ul style="list-style-type: none"> ・電池応用システムで提供価値を最大化 ・供給体制の整備 | | | |

ESG経営

| | |
|---|-----|
| KGI | CFP |
| <ul style="list-style-type: none"> ・CO₂排出量削減と資源課題対応を推進 ・人的資本経営、人権デュー・ディリジェンス推進 | |

2024年度に向けた中期経営目標

(IRAによる影響を含まず)

| | |
|-------------------------|-----|
| 営業利益 (24年度) | KGI |
| 870 億円 (21年度比 +200億円) | 9% |
| EBITDA (24年度) | KGI |
| 1,500 億円 (21年度比 +300億円) | 16% |
| 累積営業キャッシュフロー (22~24年度) | |
| 3,300 億円 | |
| ROIC (24年度) | |
| 12%* | |
| *カンザス新規投資除く | |

CFOメッセージ



取締役 常務執行役員
チーフ・
ファイナンシャル・
オフィサー (CFO)

溝口 正晃

デジタル化・電動化の波を捉え、用途拡大に努めるとともに、セル単品からパック・モジュール中心のビジネスモデルへのシフトを加速し、収益性を高めていきます。2024年度に想定している売上については、その9割は商談が進展しており、着実に成果を出していきます。同時にモジュール・パックの販売比率を80% (2022年度は約60%) に引き上げる方針です。

2030年度に 売上高3兆円を目指す

2022年度の業績は、北米での旺盛なEV需要により車載事業の販売が好調に推移したことに加え、為替の円安が売上高を押し上げました。しかしながら、サプライチェーンの長い車載事業では、原材料価格の高騰と売価反映の期ズレが営業利益の下振れ要因となったほか、将来の成長に向けた開発費などの固定費が増加しました。産業・民生事業では、データセンター向け蓄電システムは増販となりましたが、インフレ等を背景とした消費者心理の冷え込みにより、ICT・民生用リチウムイオン電池やBtoB向けリチウム一次電池が減販となりました。その結果、2022年度の売上高は9,718億円(前年度比26%増)、営業利益は332億円(同50%減)、EBITDAは985億円(同20%減)、ROICは5.0%となりました。

2023年度の業績は、車載事業において原材料価格高騰を反映した売価改善が進み、また、民生向けも下期から需要が回復すると見ており、全体として増収増益を見込んでいます。

さらに当社が世界の電池市場で一定のプレゼンスを保つべく、2030年度に車載用リチウムイオン電池の生産能力を200GWh (2022年度比約4倍) に増強することを戦略骨子に

成長性と収益性の両輪で 稼ぐ力を強化

パナソニックグループが事業会社制に移行したポイントは“専鋭化”です。それぞれの事業会社が自主責任経営のもと、特定の領域で競争力を高めながら迅速な意思決定を行い、事業価値を最大化することを目指しています。その結果として、資金創出力の規模を測る「累積営業キャッシュフロー」と資本収益性を測る「ROIC (投下資本利益率)」の2軸で、経営体質を強化することが求められています。ただし、パナソニック エナジーの事業成長には大規模な設備投資を伴うことから、

ROICの他に、稼ぐ力を測る指標として「EBITDA (営業利益 + 減価償却費)」をKGIとしています。

当社は「グリーン」と「デジタル」をテーマに、車載事業の「成長性」と産業・民生事業の「収益性」の両輪で稼ぐ力を強化し、中長期的な事業成長を目指しています。車載事業においては、大幅な生産能力の増強とオペレーション力の強化によって将来のキャッシュフローの創出力を高めていきます。環境負荷低減に向けてガソリン車から電気自動車 (EV) へのシフトが本格化する中で、当社の車載用リチウムイオン電池は性能に加え、安全性も高く評価されています。

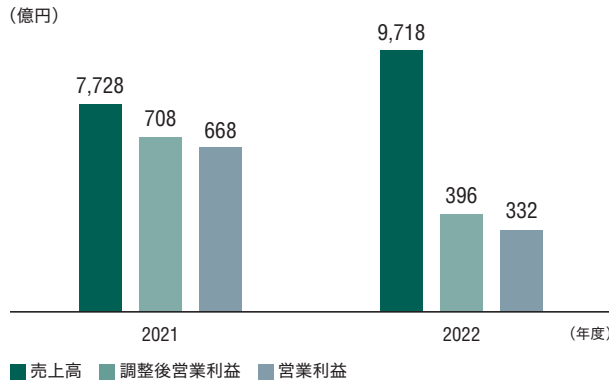
もう一方の柱である産業・民生事業においては、社会のデ

CFOメッセージ

掲げており、その実現を踏まえ2030年度売上高は3兆円、EBITDA率もIRAの影響を含まない実力ベースで20%を目指します。

もちろん、世界の電池需要の勢いからすれば、これも次の成長に向けた通過点に過ぎません。

業績推移 (2021年度、2022年度)



働生産性、設備効率などあらゆる面で改善を図り、世界に通用する競争力を確保できるとの見通しを立てた上で決断しました。

当社は現在、ネバダ工場と日本のマザー工場で年間約50GWhのEV用電池を生産しています。2024年度にはカンザス工場の生産が上乗せとなる予定であり、そこにはさらなる拡張余地を残しています。将来的に自己資金でサステナブルに事業を拡大し、ビジネスサイクルを回していくには、EBITDA率で20%、営業キャッシュフローで年間4,000億円程度が必要です。これは現状の当社のキャッシュフロー創出力を大きく超えています。しかも足元では、部材を含めコロナ禍や地政学的リスクに備えて積み増していた在庫が、キャッシュフローの抑制要因となっています。さらなる成長に向けては、サプライチェーンの見直しなどで在庫削減の徹底を図り、カンザス工場を早期に立ち上げ、キャッシュフロー拡大を目指します。

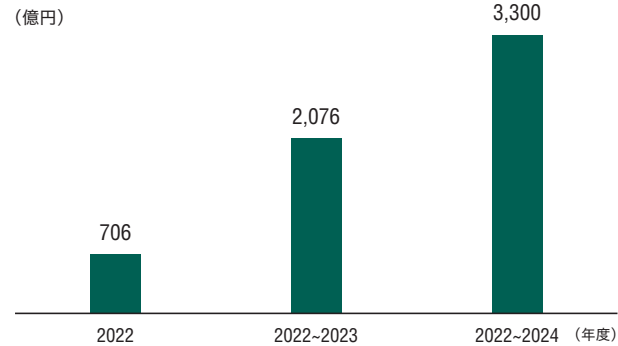
財務・非財務の両面で 企業価値を高める

当社はミッションとして「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」を掲げ、特にESGのE(環境)と深く関わっており、未来を変える意気込みで事業拡大を目指しています。脱炭素社会の実現に向け、あらゆるエネルギーが電気に置き換わっていく時代を迎え、実際にEV用電池等の当社商品を通じたCO₂削減貢献インパクトは急速に拡大しています。そうした中で社会の期待に応え、なおかつ稼ぐ力を向上させられる事業は、資本市場からより高く評価され、長期投資の資金が集まり、また、補助金などの政策支援も得やすくなると考えています。その結果、資本コストの低減をもたらし、イノベーション創出や成長機会にも恵まれることになるでしょう。非財務価値にも目を向けながら、企業価値を持続的に高めるべく財務戦略を推進していきます。

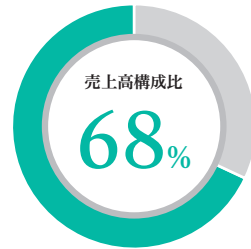
生産能力増強とオペレーション力 強化で将来のキャッシュフロー創出力 を高め、サステナブルな成長へ

かつてない規模と速度で事業成長を目指している当社では、当面の間、大きな投資が先行します。EV用電池を生産する米国カンザス州での新工場建設は州の投資補助金の承認も得ており、さらに稼働中のネバダ工場での経験やノウハウを活かし、建屋の設計から生産ラインの自動化、材料調達、労

累積営業キャッシュフロー



車載事業



事業概要

車載事業は、車載用リチウムイオン電池の開発・製造および販売を事業領域とし、電気自動車(EV)の進化・普及に適合した性能・安全性を備える動力エネルギーを提供しています。技術進化の歴史を振り返ると、パナソニック エナジーは車載用リチウムイオン電池の先駆者として、円筒形電池のプラッ

トフォーム開発や高容量化において常に業界をリードしてきました。

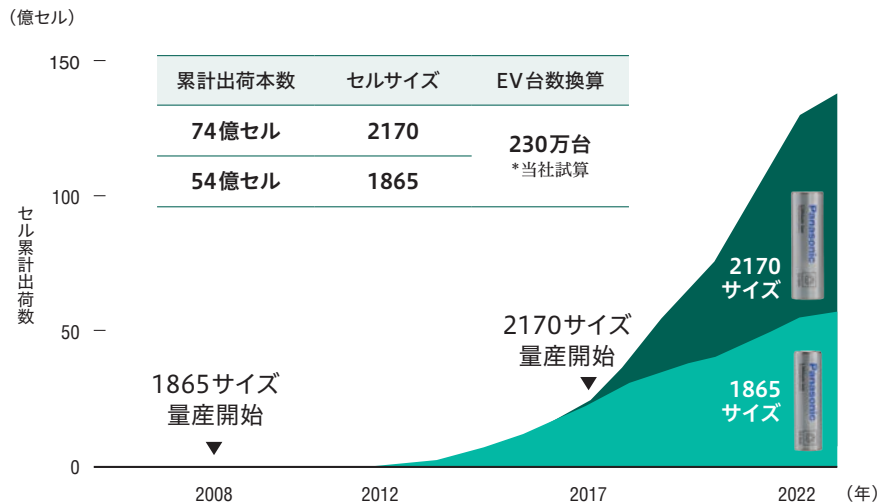
当社は車載用リチウムイオン電池をこれまでに累計約130億セル*1、EV台数換算で230万台分を供給し、北米シェア1位を維持しています。2008年に1865*2サイズ、2017年に2170*2サイズを量産開始し、この間、メーカーとして当然のことながら、お客様と共に安全性の高い製品を作り上げてき

ました。その結果、これまでに電池起因のリコールは発生していません。当事業活動を通じ、あらゆるモビリティの電動化を支えCO2排出量削減に貢献し、社会へのお役立ちを拡大していきます。

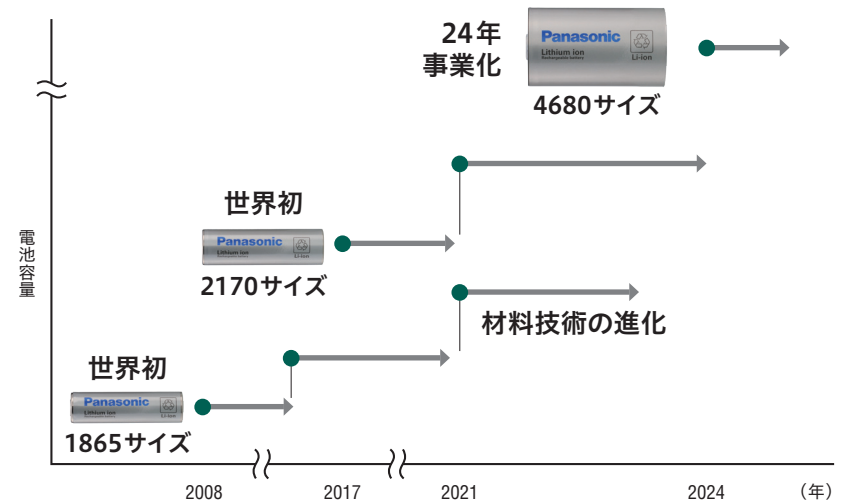
*1 リチウムイオン電池の最小構成単位

*2 円筒形電池のサイズ：前半2桁の数字は直径(mm)、後半2桁の数字は高さ(mm)を表す。

累計出荷実績 (～2023年3月時点)



車載用リチウムイオン電池の進化の歩み



車載事業

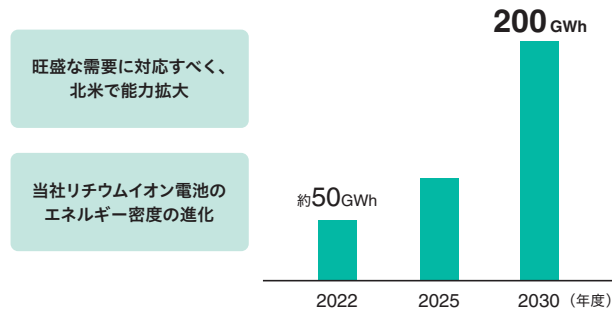
事業戦略

モビリティの電動化はカーボンニュートラル社会に向けた効果が最も大きい領域の一つであり、EV市場はグローバルに今後さらに拡大していきます。車載電池の市場規模はかつてない勢いで拡大しており、2025年までに24兆円へ達すると予測されています。

出所：株式会社富士経済 エネルギー・大型二次電池・材料の将来展望2022
- 電動自動車・車載電池分野編 -

市場の大きな伸びが予測される中、当社の強みの高容量が活き、かつ既に堅固な事業基盤を有している北米市場に注力していきます。また、当社がトップシェアを誇る円筒形の車載用リチウムイオン電池はEVの利便性にとって重要な急速充電時の冷却に適し、市場に支持される高い安全性を有しています。この安全・高品質な円筒形の車載用リチウムイオン電池にて実績のある2170サイズより生産能力を拡大し、新開発の4680サイズについても順次導入することで、2030年度までにグローバルで年産200GWhへ拡大を目指します。

生産能力増強計画



旺盛な需要に対応すべく、北米で能力拡大

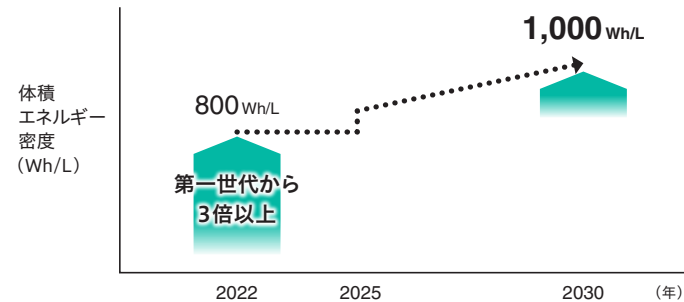
当社リチウムイオン電池のエネルギー密度の進化

生産能力の拡大に向け、電池製造を支えるサプライチェーンの強靱化を進めています。北米での現地調達を進めると共に、戦略的なオフテイク契約*によって主要材料の長期にわたる調達を可能とします。さらに環境負荷低減に貢献するリサイクル材や低カーボンフットプリント材活用についても推進します。

現在の車載用リチウムイオン電池の体積エネルギー密度はPC向けに開発した第一世代から3倍以上に向上しています。さらに2030年に向け体積エネルギー密度を現行の25%アップとなる1,000Wh/Lへ進化させ、高容量化技術で他社に先行します。これは商品力の強化だけでなく、容量ベースの生産能力の強化にも繋がります。2170サイズは容量を従来比5%アップさせた次世代セルを立ち上げ、新材料も採用しながらさらなる高容量化と長寿命化を実現させます。4680サイズは新技術を用いた高容量品を和歌山にて量産していきます。

今後、環境負荷低減の観点から進むEVの普及の中において、当社は技術力と安全性を武器にEVの進化・普及を支え、CO2排出量削減に貢献していきます。

*将来の商品やサービスの提供に関する契約



第一世代から3倍以上

事業部長メッセージ



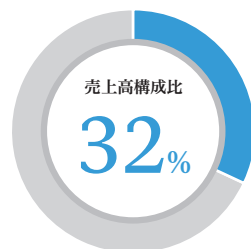
巨大な電動化のうねりに怯まず挑む

代表取締役 副社長執行役員
モビリティエナジー事業部長
高本 泰明

脱炭素化を目指し、あらゆる移動手段が内燃機関から電動化に向けて動き始めています。この動きは、過去のどの産業変化よりも大きく、史上最大規模の社会変革をもたらすと考えられます。この目の前に訪れている巨大なビジネスチャンスに怯まず挑む。それがモビリティエナジー事業部です。

私たちは、パソコンを主とする民生用リチウムイオン電池を車載向けへと進化させ、過去10年以上にわたり、EVの普及を黎明期からリードしてきました。その結果、EVはもはや時代の必然となり、私たちは産業史の1ページに名を刻んだと言っても過言ではありません。この流れは将来、船や飛行機を含むモビリティ全体の電動化というさらに大きなうねりになると確信しています。まずは、既に堅固な事業基盤のある北米に狙いを定め、経営リソースを集中します。そして、新技術を盛り込んだ4680サイズを2024年度より投入し、EVをよりAffordable (人々の手に届きやすいもの) にしていきます。

産業・民生事業



事業概要

産業・民生事業は、リチウムイオン電池をはじめ、リチウム一次電池、ニッケル水素電池、乾電池と豊富なラインナップで現代の社会生活を支えるエネルギーを提供しています。パナソニック エナジーには社会が進歩するなかで様々なパートナーと共に幅広い用途に応じた製品を展開し、それによっ

て蓄積した技術力と提案力があります。当事業は暗闇を照らすライトにはじまり、PC、電話等の小型化・ワイヤレス化に貢献することで生活の利便性を向上させてきました。これからも、デジタル化・電動化に向かう社会変革を当社の高安全・高信頼の技術で促進し、また、セル*とそれをを用いる機構・回路・制御ソフトまで一体で提供する応用システムを展開します。さらに、これまでに培った新規市場の開拓力を武器に、建

機、農機等の新領域へ向けて、ビジネスパートナーとソリューションを共創し、お役立ち領域を拡大します。

中長期的に、市場成長が見込まれる社会・生活インフラ領域に注力し、高い信頼性をベースにより高度なシステム事業を拡大、収益体質を強化しながら、2030年度に2022年度比倍増の売上高6,000億円を目指します。

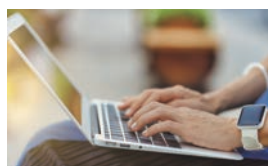
*リチウムイオン電池の最小構成単位

産業・民生事業の全体像

エネルギーソリューション事業



データセンター



ノートPC



電動アシスト自転車

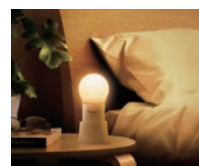


蓄電モジュール/システム



リチウムイオン電池

エネルギーデバイス事業



電灯



水道・ガスメーター



TPMS
(タイヤ空気圧センサー)



車載eコール



IoT機器



乾電池



リチウム一次電池



ニッケル水素電池



ピン型リチウムイオン電池

産業・民生事業

エナジーソリューション事業

事業戦略

エナジーソリューション事業部の事業領域である産業・民生用リチウムイオン電池の市場規模は2025年までに、電力貯蔵システム・定置電源用において2.6兆円*1、電動工具、電動二輪車、ノートPC、ウェアラブルデバイス等で2.0兆円*2へ達すると予測されています。

出所:

*1 株式会社富士経済 エネルギー・大型二次電池・材料の将来展望2022
- ESS・定置用蓄電池分野編 -

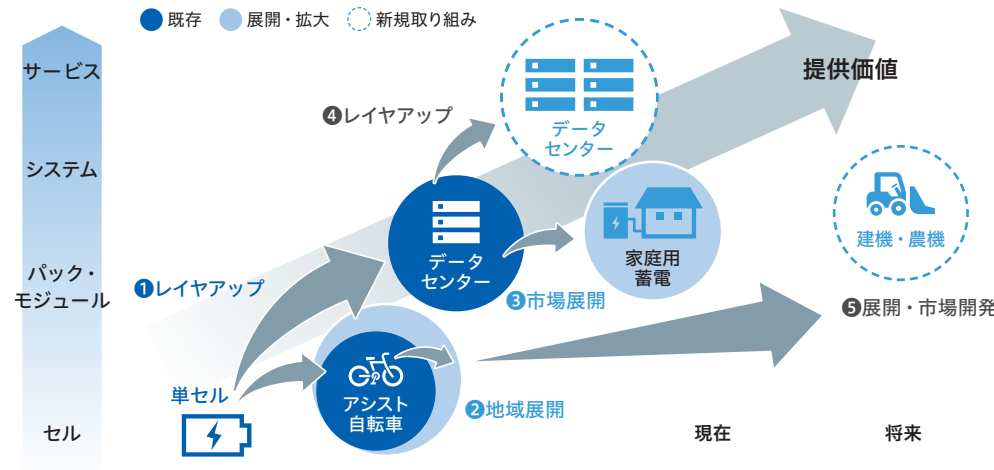
*2 2022 電池関連市場実態総調査(上巻・電池セル市場編)

データセンター等の情報通信インフラ向けの蓄電モジュール/システムについては、当社はリチウムイオン電池をコアデバイスとした高信頼かつ安全・長寿命のバックアップ電源システムを提供し、高い市場シェアを有しています。24時間/365日の稼働やデータ保全のニーズは今後も高まり、

2026年までに市場規模は2,100億円に成長することが見込まれる中、積極的に経営リソースを投入し、売上拡大を図っていきます。さらには、データセンター向けに蓄積してきた技術を家庭用蓄電システムにも横展開していきます。

また、電動アシスト自転車、医療機器や将来的に電動化が見込まれる建機・農機等の新市場へお客様と協力して最適なリチウムイオン電池パック/システムを開発、提供していきます。

拠点戦略として、国内の徳島工場をマザー工場と位置づけ、最適化したセルを生産し、メキシコ工場ではパック・モジュールの組立能力を増強していきます。さらに、商品戦略として、これまでのセル単品ビジネスからパック・モジュールでのビジネスへとシフトを進めた電池応用システムで市場をリードします。



事業部長メッセージ



社会の進化の原動力になる

常務執行役員
エナジーソリューション事業部長
山際 勇

エナジーソリューション事業部は、ニカド電池を発祥とした歴史ある二次電池事業を継承し、高品質・高容量のリチウムイオンセルと、機構・回路・制御ソフトといったシステム技術を組み合わせ、電池パックや蓄電モジュールの開発・製造・販売を行っています。

私たちは、「低環境負荷」「安全・安心」の強みを発揮し、データセンター、家庭/商用蓄電、動力、医療、民生に加え、新たな市場をお客様と共に創造し、社会へのお役立ちの幅を広げていきます。同時に、長年にわたり電池事業で継承されてきた愚直に改善する文化と最新のDXを融合させながら、「電池愛」を持ったプロフェッショナル集団として、社会の進化をしなやかに支える事業体を目指します。私たちは、デジタル社会を背景としたデータ量の増大や再生可能エネルギーの活用など、加速する電化・電動化市場の動きを確実に捉え、「社会の進化の原動力になる」という誇りを持って、私たちの事業部のスローガンである「前へ、前へ、前へ」を実践していきます。

産業・民生事業

エナジーデバイス事業

事業戦略

エナジーデバイス事業部はBtoC（消費者向け）とBtoB（事業者向け）の2つの事業領域を持ちます。商品として乾電池、リチウム一次電池、ニッケル水素電池等を揃えており、その市場規模は乾電池の安定した市場とIoT等のセンサー向け電池の拡大により、2025年時点にて1.4兆円と予測されています。

出所：
株式会社富士経済 2022 電池関連市場実態総調査〈上巻・電池セル市場編〉

乾電池は、普段の生活の必需品であり、かつ災害時にはライフラインを支える使命があります。マーケットリーダーである日本国内のシェア堅持と、エネルギーインフラの脆弱な地域を含む世界の重点地域での販売拡大を図ります。商品力の

さらなる向上を目指し、長持ち、かつ長期保存可能な製品の開発に取り組みます。

幅広い環境で使用可能でかつ長期信頼性を有するリチウム一次電池は長期動作が必要とされるスマートメーターや医療機器、タイヤ空気圧センサー向けに供給しています。そして、ニッケル水素電池は、その幅広い使用温度領域の特徴を生かし、独立した非常時の緊急連絡用電源として車載向けを中心に提供しています。これらのBtoB事業は長期信頼性が重視される市場に注力し展開しています。

拠点戦略として、中国無錫工場に新棟を建設してリチウム一次電池を増産するほか、2023年に大阪府の二色の浜に乾電池の拠点を移し、将来にわたる供給責任を果たしていきます。

事業部長メッセージ



環境と調和した一次電池事業をつくる

常務執行役員
エナジーデバイス事業部長
奥長 秀介

エナジーデバイス事業部は、乾電池、マイクロ電池、ニッケル水素電池など年間約40億個の電池を生み出し、BtoC、BtoBの両ルートで世界中にお届けしています。私たちの電池は、家庭に、車に、ビルに、社会インフラに入り込み、便利、快適、安心・安全を提供しています。

私たちは事業部のミッションを「くらしの幸せをつくり、環境との調和をつくる」と再定義しました。これにより、あらゆる活動で変化が起き始めています。工場の脱炭素の動きは加速し、紙パッケージの導入も始まりました。これからの大きなチャレンジは資源循環です。一次電池の「使い捨て」からどう脱却するか。環境と調和した一次電池事業が実現できなければ事業の未来はなくなる。そのような思いで、何としても新しい循環モデルをつくり上げる決意です。世界中の人々のくらしに広く浸透する私たちの事業が変われば、社会に大きなインパクトを与えることができるという自負と気概を持って新たな価値創造を目指します。

コアデバイス



長い使用環境
長期の信頼性



乾電池



ニッケル水素電池



リチウム一次電池



ニッケル水素電池

事業機会

B to C

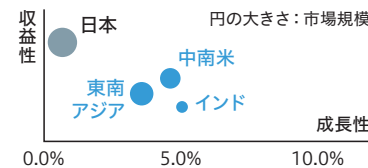
気候変動による
自然災害の増加
新興国における
機器需要増加

B to B

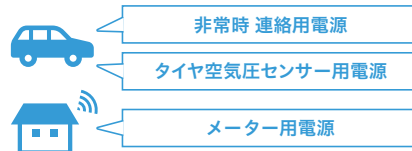
生活インフラの
IoT化
独立電源による
システム安定性の向上

重点領域

国内+収益性×成長性の高い地域に注力



長期信頼性が重視される市場に注力



CTOメッセージ



“技術で業界最先端を走り、
脱炭素・資源循環型社会に
貢献する”

副社長執行役員
チーフ・テクノロジー・
オフィサー (CTO)

渡邊 庄一郎

電池性能で競争に勝ち続けるには、ほぼ2年に1度の容量アップを実現する必要があります。電池性能は、端的に言えば、限られたスペースにどれだけ活物質(化学反応により電気エネルギーを取り出すことのできる物質)を詰め込めるかという話ですが、寿命や保存特性、安全性といった様々な要素技術を進化させた上で、それらを両立させるところが一番難しく、時間も要します。よって当社では容量アップのサイクルを見越し、切れ目なく約30もの要素技術に400人もの研究者が取り組んでいます。ここが当社の技術開発体制の強みとなっているコアな部分です。また、幾度となく試行錯誤を要するタフな技術テーマばかりですから、開発の勘所を押さえそこに網を張れる研究者でないと務まりません。当社にはそれができて、なおかつ、自分が研究に関わった電池が世の中で役立っていることに純粋にやりがいを感じ、粘り強く開発に取り組める研究者が揃っています。

加えて車載用リチウムイオン電池は2008年の供給開始以降リコールを実施したことがないのも大きな強みです。私は、安全性にコミットできなければ電池を作る資格はないと思っています。当社の円筒形のリチウムイオン電池を用いたモジュールは、エネルギー密度を高く保ちながら高い安全性を実現できる構造で、あらゆる設計に安全性技術を組み込んでいます。

電池業界の未来に変革を起こす

私の使命は大きく2つあります。まず社内において、パナソニック エナジーが持続的に成長していくために、短期と中長期の市場動向を見極め、それに対応する技術テーマを戦略的に設定し、スピード感をもって開発部門をけん引すること。もう一つは社外において情報発信の起点となり、当社のプレゼンスを高めながら、様々な外部ステークホルダーを巻き込んで電池業界の未来に変革を起こすことです。

永遠の性能アップに向け、 切れ目のない開発体制を構築

当社の母体は旧松下電器グループと旧三洋電機ですが、この2社はかつて電池業界で抜きつ抜かれつの競争を繰り返しながら、電池の進化をリードしてきました。当社は、どこにも負けないものをつくろうと挑戦し続けるこの2社のDNAをすべて受け継いでいます。実際、今日の日覚ましい飛躍をもたらしている車載用リチウムイオン電池も、ノートパソコン市場で切磋琢磨しながら培った技術がベースになっています。

CTOメッセージ

先を見越して次世代電池を開発

ガソリン車から電気自動車(EV)に切り替えることで、走行中に排出されるCO₂は大幅な削減が見込まれます。このEV化をさらに推し進めるカギは、生産コストと電池性能であると考えています。当社は、高容量・高信頼性といった技術的優位性を発揮できる北米市場に軸足を置いており、EV化につながる規制強化に加えて、相次ぐ大型の公的支援を追い風に、新たにカンザス州での新工場建設を決めました。これにより、ガソリン車を生産コスト面で凌駕できる車載用リチウムイオン電池の供給を目指します。

すでに次世代を見越して4680サイズ(サイズは円筒形電池の大きさを示し前半2桁の数字は直径(mm)、後半2桁の数字は高さ(mm)を表します)の電池を開発し、2024年度上半期中に和歌山のマザー工場で量産技術を確立する予定です。EV用電池のエネルギー容量は1865サイズから現在の2170サイズで1.5倍になり、4680サイズでは7.5倍になります。この次



世代電池は、車体一台に使用する電池セルの本数を大幅に減らし、EVのコストパフォーマンスにも大きく貢献します。サイズが大きくなるほど安全性を担保する難易度が上がりますが、そこも当社の技術優位性になっています。

車載向け以外でも、将来的には建機や船舶、さらには航空・宇宙といった市場への進出を考えています。航空・宇宙の領域となると、軽量でしかも桁違いの大電流を必要としますのでハードルが数段高くなりますが、市場創出段階でイニシアチブをとれるよう有力なパートナーを巻き込んで挑戦したいと考えています。

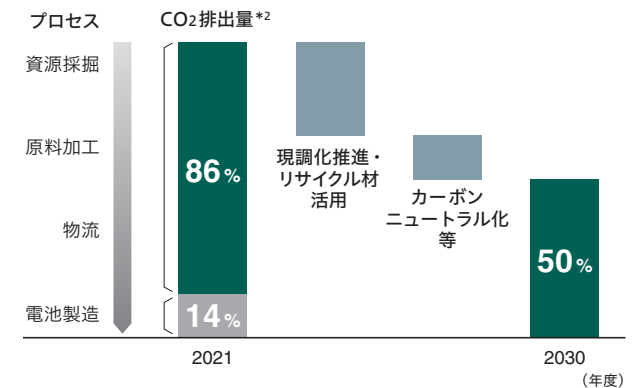
ミッションを踏まえ、カーボンニュートラル化を加速

当社は事業会社化し、独自にミッションを定めたことにより、「持続可能な環境」がすべての事業活動の絶対的な軸となりました。当社は、走行時のCO₂排出量を削減するEV普及で地球環境問題の解決に大きな役割を果たす企業です。しかしながら、車載用リチウムイオン電池の製造は資材調達や製造工程において環境課題を抱えているため、当社は2030年度にカーボンフットプリントを半減(2021年度比)させる目標を立てています。実は当社のカーボンフットプリントの内、自社の製造工程で排出されているものはわずか14%^{*1}です。自社20拠点中10拠点の工場ですでにカーボンニュートラル化を実現していますが、今後さらに、オフサイトPPA(自拠点以外の当社専用の太陽光発電所から電力供給)の採用や、水素発電の導入を拡大し、2025年度には国内全拠点で、2028年度にはグローバル全拠点でカーボンニュートラル化を実現していきます。

加えて、今後注力すべきは排出の86%^{*1}を占める、資源採掘、原料加工、物流といった川上側での対応です。そこで北米では、リチウムイオン電池の負極材料である黒鉛について、水力発電比率の高いカナダのヌーボー・モンド・グラファイト社とオフテイク契約(長期供給契約)に関する覚書を締結しました。北米工場に近いカナダでの現地調達は輸送時のCO₂排出量削減にもつながります。さらに、米国の電池リサイクル企業であるレッドウッド・マテリアルズ社と、車載用リチウムイオン電池のリサイクル材を使用した正極材及び銅箔について売買契約を締結しました。また、鉱物中に少量しか含まれないコバルトなどのレアメタルは、精製の際にCO₂を多く排出します。この問題に対しては、コバルトフリー技術の確立と、ニッケル比率を大幅に下げた正極材の開発に取り組んでいます。

^{*1} 2021年度当社試算

カーボンフットプリント半減に向けた取り組み



^{*2} 北米工場生産車載用リチウムイオン電池容量あたり

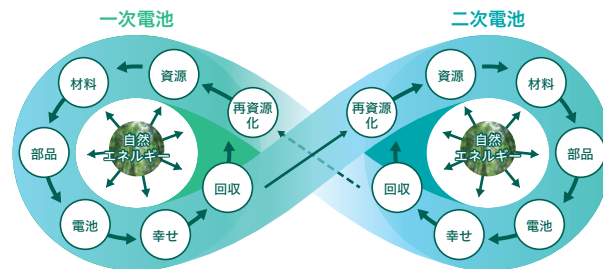
CTOメッセージ

「やるしかサーキュラー構想」に向けて

カーボンニュートラル化と並行して、当社は「やるしかサーキュラー構想」を打ち出し、これを実現する技術開発にも注力しています。資源から材料、材料から部品、部品から電池を作り、電池で電気を利用し、役目を終えた電池を回収して再資源化します。このループを一次電池と二次電池の垣根を超えてつなぎ、さらにはあらゆるメーカーを巻き込んで資源循環型社会を実現しようという壮大な構想です。

ところで、使い切りの一次電池は二次電池(蓄電池)に劣り、環境にも悪いと思われがちですが、これは大きな勘違いです。一次電池は中身の入った弁当箱、二次電池は中身の詰め替えができる弁当箱に例えることができ、比較して善悪を語る話ではないと考えています。電気がなくて困った時の最後のライフラインは一次電池であり、製造工程でのCO₂排出も二次電池よりも大きく抑えられますので、回収再資源化さえしっかりできれば、むしろ二次電池よりも環境負荷の低い電池です。一次電池から一次電池への再利用は経済合理性の点から難しい状況ですが、例えば、一次電池の代表格である乾電池

やるしかサーキュラー構想



からマンガンを取り出して二次電池に再利用するなど、それぞれの製品ライフサイクルのループをつなぎ合わせれば、電池全体で資源を循環させる仕組みが可能になります。それは両方の電池を作っている当社だからできることであり、「やるしかサーキュラー」ではそういったことも目指しています。

電池人財の育成は急務

急速な事業拡大を続ける当社では、人財確保に注力していますが、それに比例して現場での教育負担が大きくなっています。新規採用で現場の稼働率が低下するのは本末転倒です。そこで中途採用も含め入社2年目までの従業員を対象にした「技術・モノづくりアカデミー」を開校しました。私はその校長も兼務しています。基本的な知識はアカデミーで身につけられるようにし、短期間で現場の戦力になる人財を養成していきます。

加えて、社外での人財育成にも積極的に貢献していきます。グリーンやデジタルを支える電池の重要性が世界中で高まる中、バッテリー人財の育成はもはやエネルギーの安全保障に係る問題になっており、経済産業省は日本の蓄電池産業の競争力強化に向け、2030年までに3万人の育成・確保を目標としています。その一環として当社は、電池産業が集積する関西地区において産学官連携による蓄電池人材の育成コンソーシアムに主導的立場で参画していきます。

また、人財育成と同時に、技術・モノづくり強化のため、開発効率の向上やリソース増強も図っていきます。門真に開発拠点を新設し、セル(電池の最小構成単位)の商品開発に携わる人財と設備を集約・拡充させ、次世代材料・プロセス



開発から新商品開発までを一貫して行うことにより、次世代セルの開発を加速していきます。さらに、生産拠点である住之江工場に新棟を建設し、生産設備・工法開発の人財と設備を集約させることにより、迅速な現場フィードバックと課題解決を可能にし、新しい技術をスムーズに量産化まで繋げていきます。こうした技術・モノづくりのコア人財強化に向けて、2025年度までに国内で1,000人の増強を計画しています。

住之江 新棟 2024年～

- ・生産設備・工法開発拠点として集約
- ・次世代モノづくり開発～既存設備の生産性向上まで
- 電池モノづくりを支えるマザー開発拠点



門真 新開発拠点 2025年～

- ・セル開発拠点として集約
- ・次世代材料/プロセス開発～新商品開発までを行う集約型 開発拠点

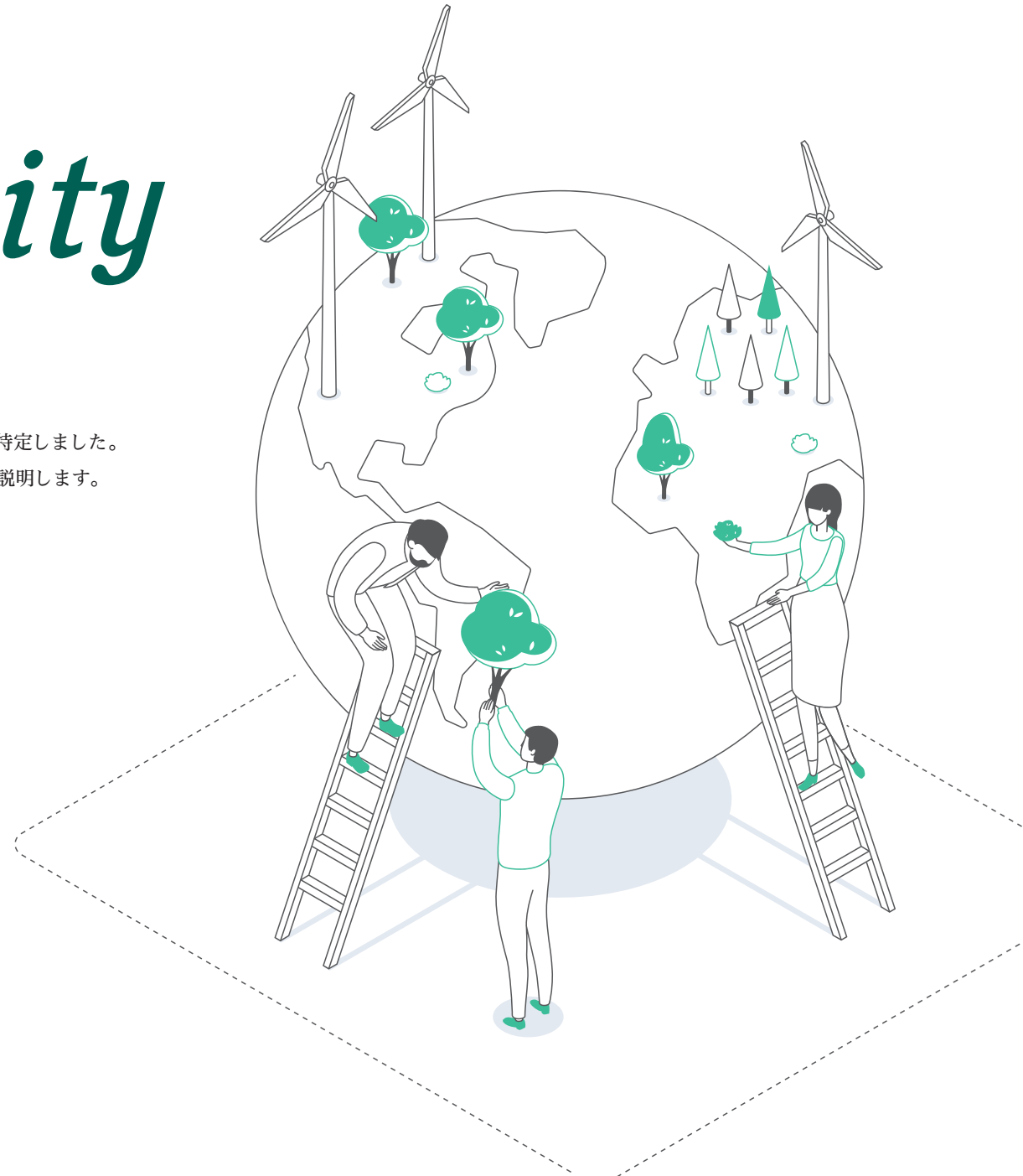


Sustainability

サステナビリティ

当社は持続可能な社会への貢献と、中長期的な企業価値向上を実現するために、環境・社会・ガバナンス(ESG)の視点で取り組むべき重要課題(マテリアリティ) [P17](#) を特定しました。このパートでは、マテリアリティを中心にそれぞれの方針と具体的な取り組みについて説明します。

- 34 サステナビリティ (ESG) 経営の推進
- 35 環境への貢献
 - 37 脱炭素化の実現
 - 40 循環型社会の実現
 - 42 環境マネジメントシステム
- 43 社会課題解決への寄与
 - 44 幸せを追求するエナジーの提供
 - 48 CHROメッセージ
 - 49 人的資本経営の推進と人権の尊重
 - 49 人的資本経営の推進
 - 56 人権の尊重
 - 58 責任ある調達活動
- 60 ガバナンスの強化
 - 61 コーポレートガバナンス
 - 64 コンプライアンスの徹底
 - 64 品質・製品安全の追求
 - 66 法律・規制の順守
 - 67 情報セキュリティの確保



サステナビリティ(ESG)経営の推進

パナソニックグループは、従業員が仕事や経営を実践していくにあたっての考え方をまとめた「経営基本方針」を定め、これに基づいた経営を行っています。

「経営基本方針」をESGの視点で紐解くと、環境と社会の視点から、気候変動を含む地球環境問題の解決や人々の心身の健康と幸福に対して誰にも負けないお役立ちを果し、結果として得られた利益を社会に還元し、またさらなるお役立ちに向けた投資に回していく、さらに、そのお役立ちを持続するためのガバナンスの視点で、自主責任経営、一人ひとりの社員稼業の実践、人を活かし、衆知を集めた経営、そして、コンプライアンスを含む「公明正大の精神」を謳っています。

パナソニック エナジーは、パナソニックグループの事業会社のひとつとして上記の考えに則り、企業活動を通じて環境問題や社会問題の解決に貢献するとともに、透明かつ公明正大な経営基盤を確立し、持続可能な社会と中長期的な企業価値向上を実現すべく、ESG経営の推進に取り組んでいます。これは当社が果たすべき使命であるミッション「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」と軌を一にしたものであり、当社にとって必須の取り組みだと考えています。

パナソニックグループ「経営基本方針」
<https://holdings.panasonic.jp/corporate/about/philosophy.html>

パナソニックグループ「サステナビリティ経営の推進」
<https://holdings.panasonic.jp/corporate/sustainability/management/structure.html>

ESG推進体制

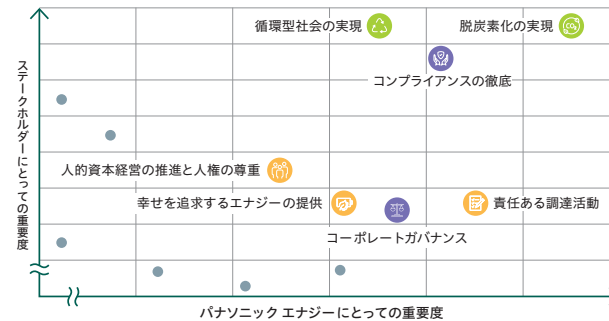
当社は、社長を委員長とするESG委員会を2023年度に設置し、ESGに関する全体計画の立案、進捗状況のモニタリング、達成状況の評価を行う体制を整えています。

ESG委員会がその審議内容に基づいて当社取締役会へ年

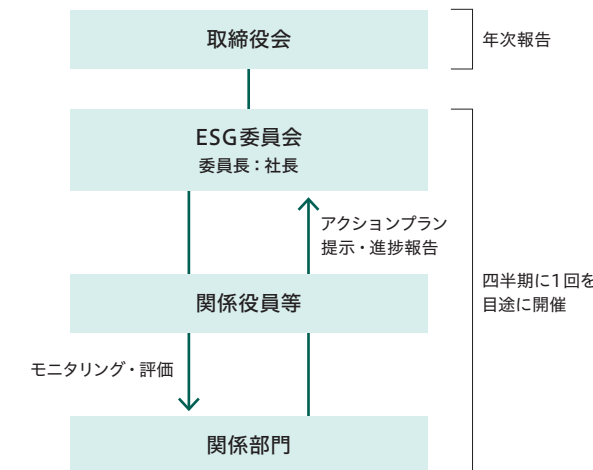
次で報告・提言を実施することにより、ESGの諸課題への考慮を経営の意思決定プロセスへ組み込んでいきます。

さらに、ESGに関する具体的な各種施策の推進に当たっては、7つのマテリアリティごとに関係役員などを推進責任者と定め、各マテリアリティに対し中長期的な目指す姿とKPI(Key Performance Indicator：重要業績評価指標)を設定し、達成に向けたアクションプランを策定しています。

特定したマテリアリティ



当社ESG経営の推進体制

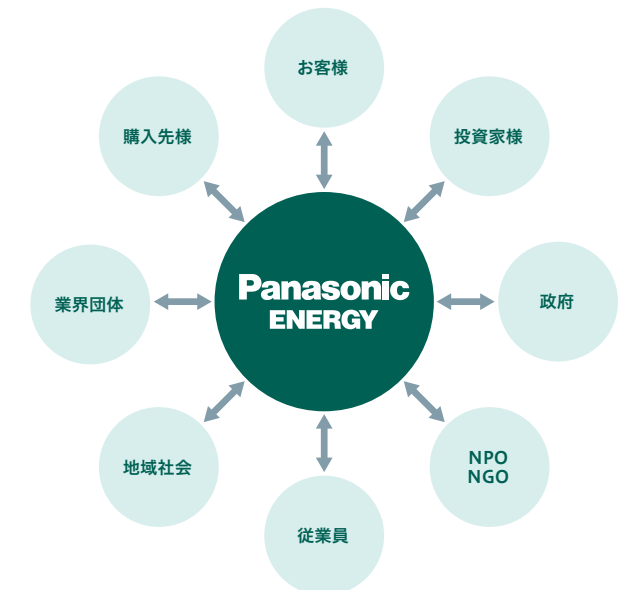


ESG委員会が、推進責任者からのアクションプランの進捗報告をもとに活動のモニタリング・評価を行い、施策の効果測定と改善を促すことで、年間を通じたPDCAサイクルによる着実な施策の実行に努めていきます。

ステークホルダーとの対話

当社は、お客様、投資家様、購入先様、政府、業界団体、NPOやNGO、地域社会、従業員等、世界中の幅広いステークホルダーとの対話を重視しており、事業の様々な段階で対話を実施しています。当社の活動情報をステークホルダーへ提供すると同時に、ステークホルダーから当社への期待や懸念についてのご意見を頂いています。頂いたご意見は事業活動や商品づくりを始めとして、ESG経営にも取り込んでいくことにより、さらなる企業価値向上を目指してまいります。

主なステークホルダー





脱炭素化の実現

P.37

2030年度目標・KPI



環境貢献指数

15



CO2削減貢献量

6,000 万t-CO2



自社工場の
カーボンニュートラル化*1

全拠点 (2028年度)



再生可能エネルギー比率*2

100%



カーボンフットプリント
(電池単位容量あたり)

▲50% (2021年度比)



環境への貢献



循環型社会の実現

P.40

2030年度目標・KPI

再生材利用率
(正極材、銅箔)



各国法規制
要求準拠

リサイクル率
(自社廃棄物)



99%以上
(埋立1%以下)

環境マネジメント
システム

P.42

*1 省エネ推進や再生可能エネルギー導入、クレジットの活用などにより、CO2排出を実質的にゼロとした工場

*2 自社で使用している電力や燃料などのうち、再生可能エネルギー由来の割合。証書やクレジットなど外部から調達した分を含む

環境への貢献

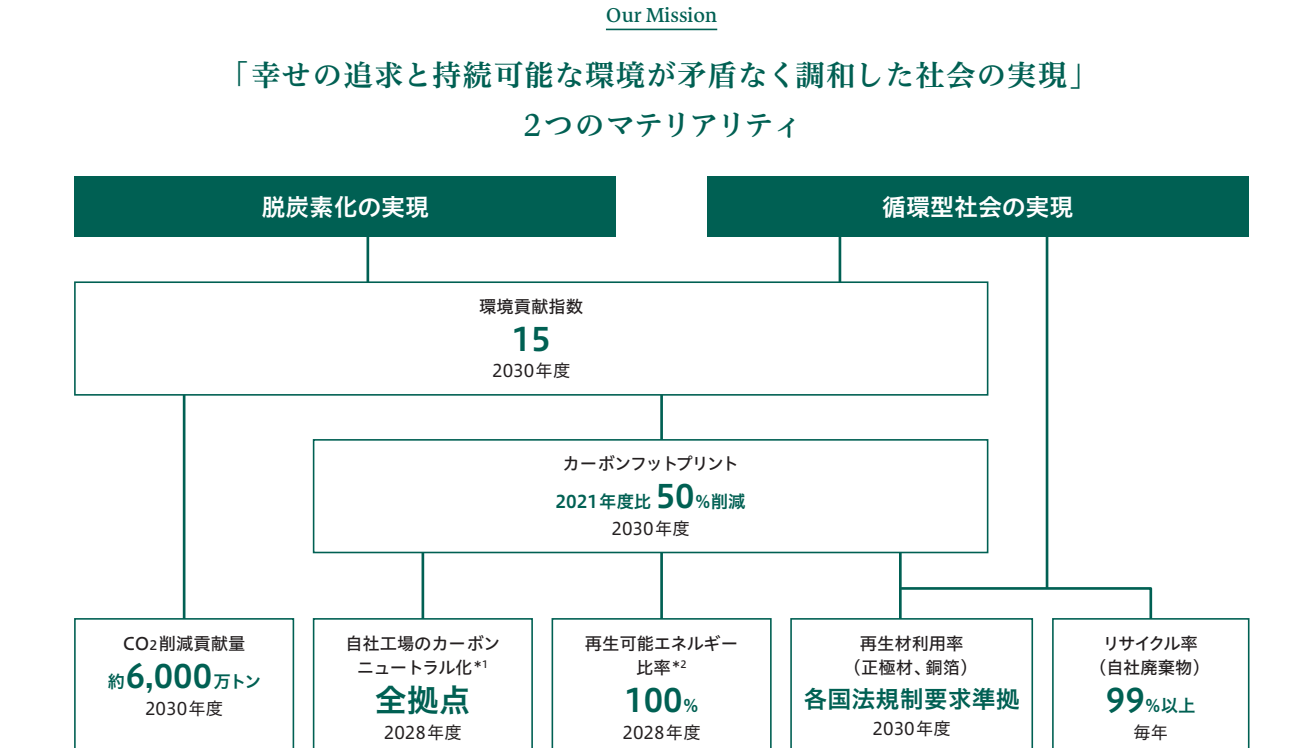
環境の取り組みに関する考え方 — ミッション実現に向けた2つのマテリアリティ —

「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」をミッションとして掲げるパナソニック エナジーは、持続可能な社会への変革に向けて主導的な役割を果たすことが、私たちの根源的な価値だと捉えています。同時に、その役割を担うものとして、自らが環境に与える負荷も減らしていく責務があると考えています。

こうした当社の在り方と、ステークホルダーの皆さまからの眼差しを背景に、私たちは「脱炭素化の実現」と「循環型社会の実現」という環境に関する2つのマテリアリティを特定しました。そのいずれに対しても正の影響を最大化し、負の影響を最小化すべく、合わせて7つのKPIと2030年目標を右図のように定めています。

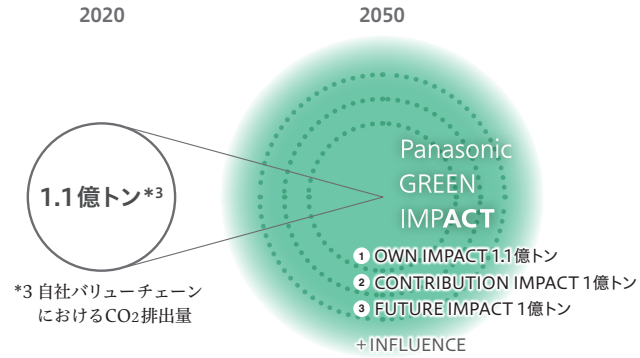
パナソニックグループでは、自社のCO₂排出を削減し社会におけるCO₂排出量削減に貢献する長期ビジョン「Panasonic GREEN IMPACT」を発信し、パナソニックグループ全体で2050年に3億トン以上削減することを目標としています。また、2030年には9,300万トンのCO₂削減貢献を目指しており、当社はその約3分の2に当たる約6,000万トンの削減貢献を、マテリアリティ「脱炭素化の実現」に対する目標として据えています。

加えて、「当社電池の生産で実質的に排出するCO₂排出量に対して、当社電池が社会で使用されることによるCO₂削減貢献量が何倍となっているのか」を示す「環境貢献指数」を当社の独自指標として設定し、2030年度に15とすることを目標としています。



*1 省エネ推進や再生可能エネルギー導入、クレジットの活用などにより、CO₂排出を実質的にゼロとした工場
*2 自社で使用している電力や燃料などのうち、再生可能エネルギー由来の割合。証書やクレジットなど外部から調達した分を含む。

Panasonic GREEN IMPACT



環境貢献指数の算定式

$$\frac{\text{環境貢献量 (当社電池が社会で使用されることによるCO}_2\text{削減貢献量)}}{\text{環境負荷量 (当社電池の生産で実質的に排出するCO}_2\text{排出量)}} = 15 \text{ (2030年度)}$$

環境への貢献

脱炭素化の実現

| KPI項目 | 2022年度 | 2030年度 |
|--|------------------|-----------------|
| 環境貢献指数 | 4.5 | 15 |
| CO ₂ 削減貢献量 (万t-CO ₂) | 1,493 | 6,000 |
| 自社工場の カーボンニュートラル化*1 | 10拠点 | 全拠点 (2028年度) |
| 再生可能エネルギー比率*2 | 23% | 100% |
| カーボンフットプリント (電池単位容量あたり) | 100% (2021年度) | 2021年度比 ▲50% |

*1 省エネ推進や再生可能エネルギー導入、クレジットの活用などにより、CO₂排出を実質的にゼロとした工場

*2 自社で使用している電力や燃料などのうち、再生可能エネルギー由来の割合。証書やクレジットなど外部から調達した分を含む

方針

人類共通の喫緊の課題である気候変動への対応は、「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」をミッションとする当社が取り組むべき最大のテーマです。このテーマに対し、車載事業を主軸とした製品がエンドユーザーに使用される際の「CO₂削減貢献量の拡大」と、原料の調達から当社工場までの「電池生産時のCO₂排出量の削減」の両面で取り組みます。貢献を加速し負荷を低減することで当社の提供価値を最大化するべく、ステークホルダーの皆さまと協働しながらグループ一丸で臨んでいます。

CO₂削減貢献量の拡大

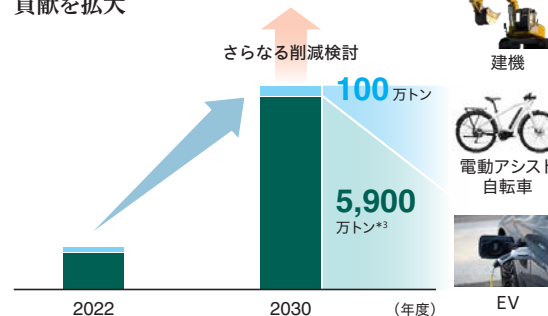
モビリティの電動化への貢献

当社は、2008年の車載用リチウムイオン電池の市場導入以降、絶え間ない技術革新により1回の充電での走行可能距離を大きく伸ばすことで、ガソリン車から電気自動車 (EV) へのシフトを下支えしてきました。当社がこれまでに供給した電池は、EVの台数にして累計230万台に上ります。ガソリン車から当社電池を搭載したEVへの置換のほか、当社電池パックによる電動アシスト自転車の普及により削減に貢献したCO₂排出量は、2022年度で約1,500万トンとなっています。

当社は今後さらなるモビリティの電動化を支えていくことで、2030年度のCO₂削減貢献量を約6,000万トン(22年度比約4倍)とすることを目指します。

この目標達成のために、2030年までに車載電池の生産能力を年産200GWhまで高めるほか、車載電池と比べ一層の高出力・長時間稼働が求められることから電化が進んでいない建機などの分野でも当社製品・サービスの領域を広げます。さらには、高出力と軽量化の両立が求められる航空・宇宙の領域にも挑戦していきます。

EVや電化/電動化機器の普及により貢献を拡大



*3 当社製電池搭載バッテリーEVによるCO₂削減貢献量 (10年間に14万km走行した場合の当社独自試算)



電池生産におけるCO₂排出量の削減

自社のCO₂排出量削減の取り組み

当社はビジネスを通じて社会におけるCO₂排出量削減に貢献する一方で、「再生可能エネルギーの導入」と「省エネルギーの推進」両面での自社による環境負荷の低減にも取り組んでいます。

再生可能エネルギーの導入に関しては、日本国内では、各拠点における太陽光発電導入に加えて太陽光発電のオフサイトPPA*4により国内使用電力の約10%を再生可能エネルギーに転換しています。

またグローバルでは、クレジットおよび非化石証書等の環境価値も活用することで、2023年9月現在、国内外10拠点でCO₂排出の実質ゼロを達成し、再生可能エネルギー比率は約20%に上っています。なお、それら工場のCO₂ゼロ達成については、第三者機関による確認を受けています。

さらなる取り組みとしては、小規模純水素燃料電池による工場への電力・熱供給の実証試験をパナソニック エナジー無錫にて2023年2月に開始し、今後次世代エネルギーの積極的な利用に向けて段階的に試験規模を拡大していきます。

*4 電力事業者が需要場所から離れた場所に発電設備を設置し、使用者に発電電力を供給するモデル

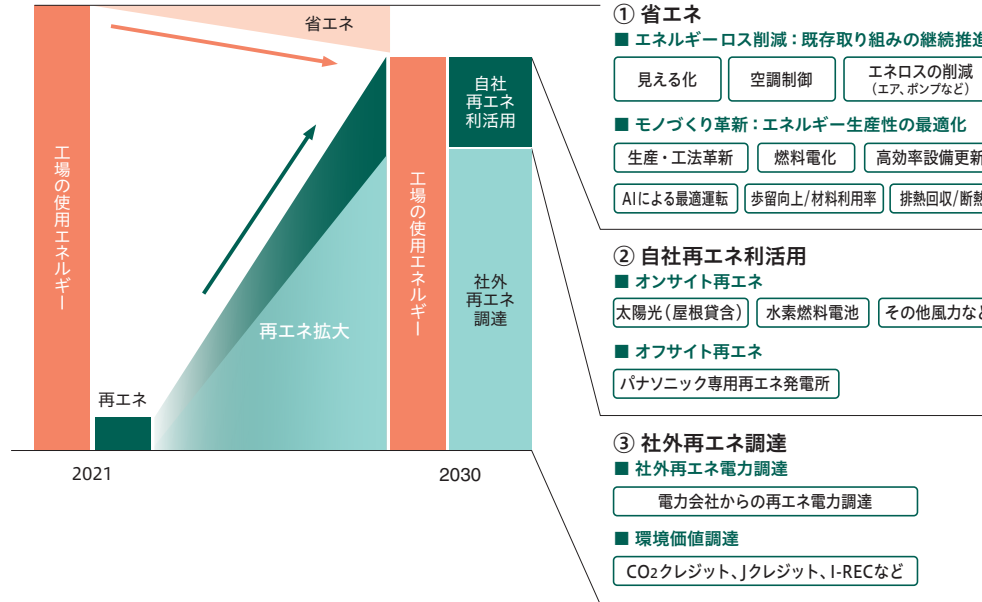


水素燃料電池による実証試験

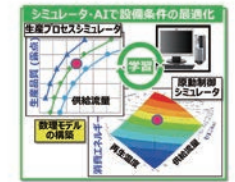
環境への貢献

省エネルギーの推進については、エネルギー使用量の見える化、電池製造工程の空調システムや加熱装置等のロスの削減、加熱装置や工場内搬送車両の電化、高効率設備への更新及びAI制御システムの導入による工場全体での節電対応など、様々な活動を行っています。こうしたノウハウをグローバルに水平展開し活動の高位準化を図るべく、「環境表彰制度」や「省エネ実践交流会」といった各製造拠点での省エネ取り組み事例や課題の共有を行っています。

今後も上記取り組みに注力し、2025年度には日本国内の全製造拠点、2028年度にはグローバルの全製造拠点でのカーボンニュートラル化を達成します。



高効率設備の導入



AIによる最適運転



太陽光発電の導入

グローバル10拠点でCO₂ゼロ工場*達成 (2023年3月時点)



*CO₂ゼロ工場
 省エネ推進や再生可能エネルギー導入、クレジットの活用などにより、CO₂排出を実質的にゼロとした工場

環境への貢献

サプライチェーン上流におけるCO₂排出量削減の取り組み

電池の生産に当たって排出されるCO₂(カーボンフットプリント)のうち、実に9割近くが、当社での製造工程以前の資源採掘、原料加工、物流のプロセスで排出されています。電池生産に当たってのカーボンフットプリントを2030年度に半減(2021年度比)させる目標を達成するため、サプライヤーをはじめ、他業界のパートナー企業、研究機関といった幅広いステークホルダーの知見を集めた協働を進めています。

1. サプライヤーとの取り組み

当社で使用する材料の資源採掘→原料加工→物流の全てのプロセスでサプライヤーと連携してCO₂排出量削減の取り組みを推進しています。

具体的には、毎年開催するサプライヤーとのパートナーズミーティング等を通じて、2030年に向けた当社方針をご理解いただき、共通認識のもと連携してCO₂排出量削減に当たる体制を構築しています。2022年度は、特定の商品に対してカーボンフットプリント情報を収集・分析し、影響度の高い部

品/材料の特定を行った結果をサプライヤー各社と共有し、CO₂排出量削減の取り組みに活用しています。

また、カーボンフットプリントの低減に寄与するサプライヤーとの新規アライアンス確立も進めています。2022年度は、カナダの黒鉛製造企業であるヌーボー・モンド・グラファイト社と、長期供給契約に関する覚書を締結しました。水力発電など再生可能エネルギー由来の電力比率の高いカナダにおいて“資源採掘から負極材料まで”一貫して生産することで、CO₂排出量が大幅に削減された負極材料を調達します。加えて、米国での電池生産に使用する材料をカナダから調達することでサプライチェーンが短縮でき、物流過程のCO₂排出量の大幅な削減にもつながります。

今後のカーボンフットプリント低減の取り組みとして、材料の資源採掘、原料加工プロセスについては、特に重要鉱物であるニッケル、リチウムを中心に、再生可能エネルギーの採用割合が高いなどCO₂排出量の少ないサプライヤーを見極め、中長期的な戦略的調達パートナーとして位置づけていきます。そのうえで、協働して太陽光・風力発電などの再生可能エネルギーの導入促進、鉱山でのEVトラックの採用、リサイクル材採用、低CO₂排出プロセスの開発、使用エネルギーの削減、植林活動などを行っていきます。併せて、当該国政府等へインセンティブの働きかけも行っています。

2. 技術革新によるCO₂排出量削減

電池生産に当たってのカーボンフットプリントを削減すべく、生産プロセスや材料そのものを改良する取り組みも進めています。

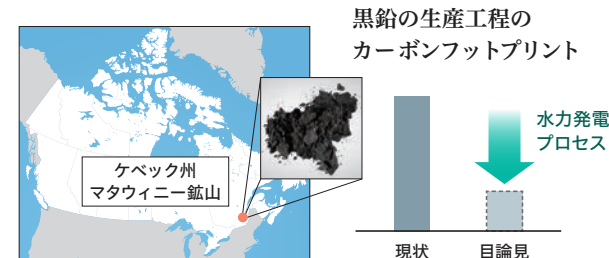
2022年には、金属資源の採掘・精錬工程から電池材料生産までを見直し新たな生産プロセスを構築することを目的に、東京大学生産技術研究所や豊田通商社、プライムプラネット エナジー&ソリューションズ社と共同研究を開始しています。

具体的には、CO₂排出量低減・生産コスト低減・材料生成リードタイム短縮等の課題解決を目指す「資源開発～電池材料開発・製造まで一貫した新規プロセス開発」と、リサイクルの過程で発生しているCO₂排出量やリサイクルコストの大幅低減を目指す「電池廃材・廃電池リサイクルの新規プロセス開発」について研究を行っています。

また、地殻中の存在量が少なく、かつ採掘と精錬のコストが高いコバルトなどのレアメタルは、精製の際にCO₂を多く排出するため、電池への含有量を減らすことができればカーボンフットプリント削減の面でも有利となります。当社では、世界で初めてリチウムイオン電池のハイニッケルタイプを開発・量産化し、現在では正極活物質中のコバルト含有量5%未満を実現しています。確立済のコバルトフリー技術に加えて、ニッケル比率を大幅に下げた正極材の開発に取り組み、今後増大が予想される電池需要に対応しつつ、カーボンフットプリント低減にもつながっていきます。



第一回パートナーズミーティングの様子



環境への貢献

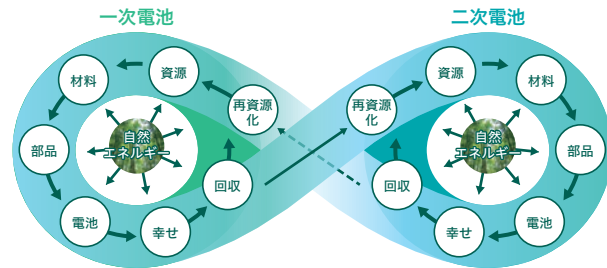


循環型社会の実現

| KPI項目 | 2022年度 | 2030年度 |
|--------------------|--------|---------------------|
| 再生材利用率 (正極材、銅箔) | 0% | 各国法規制 要求準拠 |
| リサイクル率 (自社廃棄物) | 98.7% | 99.0%以上 (埋立1%以下) |

方針

地球上の限りある資源を持続可能な形で利用し次の世代に手渡していくことは、事業に多くの天然資源を利用する当社にとって欠くことのできない取り組みだと捉えています。当社は、今日生まれた子供たちの未来のために、「再資源化の拡大」により新規の天然資源の消費を抑え、「廃棄物の抑制」により環境への負荷を低減しています。加えて材料の生産や製品の廃棄などに係るCO2排出量削減の観点からも、これらの取り組みを「脱炭素化の実現」と一体で前進させていきます。



再資源化の拡大

再生材利用の促進

電池生産に関し、新たに作られた材料ではなく再生材を使うことで天然資源の消費を抑制できるとともに、CO2排出量の削減にもつながることから、これまで当社では再生PETなど、樹脂を中心に再生材を活用してきました。循環型社会の実現とCO2排出量削減に向けて、電極材料などへも再生材利用の幅を広げ、取り組みを加速しています。

2022年度は、米国の電池リサイクル企業であるレッドウッド・マテリアルズ社とEV用リチウムイオン電池のリサイクル正極材及び銅箔について売買契約を締結しました。この契約に基づき、工程廃材や使用済み電池を正極材料や電池用銅箔等のリチウムイオン電池用材料へとリサイクルする体制を構築し、当社北米工場から排出される廃材由来のリサイクル正極材はカンザス州の新工場で、リサイクル銅箔はネバダ州の工場で順次使用開始する予定です。この取り組みは、現地調達率向上による物流過程および資源採掘時のCO2排出量の削減にもつながります。

米国以外でも、正極材料のコバルト・ニッケル・リチウムについて、材料サプライヤーとマテリアルリサイクル*1の使用について検証を行い、順次一部製品において再生材を含有した正極材料の使用を開始します。また、工程廃材や使用済みリチウムイオン電池から生成したブラックマス*2を正極材料として再び利用するリサイクルスキームを今後構築し、工程廃材等の電池材料への活用開始を目指します。

*1 廃棄物を製品の材料もしくは原料として再び使用すること
*2 バッテリーを熱処理して得られる、コバルト・ニッケル・リチウムなどを含む黒色の粉体

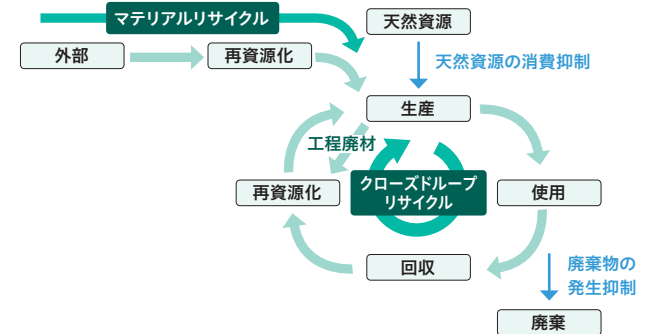
レッドウッド・マテリアルズ社

JB Straubel Founder and CEOメッセージ

パナソニック エナジーとは持続可能なサプライチェーン構築のため長年にわたり協働してきました。

EVを普及させることは、全世界のサステナビリティに多大な影響を与えることになると確信しています。私たちの協業は、電池生産におけるカーボンフットプリント低減ならびに北米でのサプライチェーン確立と現地調達率の向上につながります。

革新的で環境課題に深く関心を寄せ、その解決に挑む企業と協業でき、とても光栄です。今後も私たちに多大な影響を与えてくれると期待しています。



環境への貢献

ステークホルダーとの協働による 電池のリサイクルスキーム構築

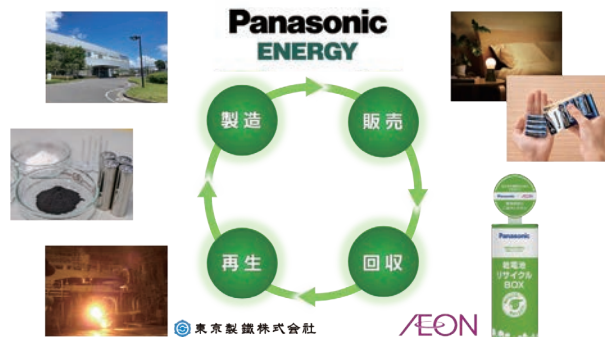
1. 一次電池の新たな取り組み

—「使い捨て」からの脱却に向けて—

繰り返し使用できない一次電池である乾電池については、回収体制が未整備のタイにおいて使用済みの乾電池回収の実証試験を進めています。2022年度は現地でコンビニエンスストアを運営するCP オール社と協力し、31店舗において廃乾電池を回収・再資源化する実証試験を開始しました。同様の回収実証試験を2023年度より日本でもイオンリテール社、東京製鐵社と連携して開始し、タイ・日本において回収地域の拡大や本格運用を進めるとともに、得られたノウハウをその他の地域にも展開していきます。

回収した乾電池の再資源化に向けては、まずは鉄鋼材料等の新たな素材としてリサイクルするとともに、将来的な乾電池部材への活用を見据えて研究開発を進め、「電池から電池」へのリサイクル実現を目指しています。

日本での一次電池回収モデル



2. 二次電池に関する取り組み

二次電池については、資源の有効利用や環境汚染防止などを目的に世界各国でリサイクルの法制度や仕組みの整備が行われております。日本においては、当社の前身である松下電池工業や三洋電機等が中心となって設立したリサイクル促進団体の一般社団法人JBRCの会員として、全国の協力店、協力自治体、協力事業者等から排出された二次電池を回収・再資源化するリサイクル活動に取り組むことにより、2022年度は業界全体で1,700トン(内約50%が当社生産品)の二次電池が回収・リサイクルされました。

このほか、北米において他の電池メーカーと協働しCall2Recycleプログラムを立ち上げ、米国およびカナダで二次電池のリサイクルプログラムを提供するなど、国ごとのリサイクルインフラの実情に即した最も効率的な仕組みづくりに貢献しています。

廃棄物抑制の取り組み

乾電池梱包材の減量

当社は、エシカル消費(商品やサービスの機能的価値だけでなく、倫理的な価値を意識した消費活動)の志向に訴求する商品として、包装材の削減と脱プラスチックに配慮した「エシカルパッケージ」の乾電池を2021年度に日本国内で、2022年度にはタイにて販売を開始しました。このエシカルパッケージの導入により、プラスチックを含む包装材使用量を従来品と比較して38~70%削減するとともに、包装材の原料入手・製造・使用・廃棄のライフサイクルでの総CO₂排出量削減にも貢献しています。

2023年からは充電式ニッケル水素電池「エネルーブ」にもエシカルパッケージを採用するなど、ラインアップを拡大す

るとともに、アジア太平洋地域をはじめとしたグローバル展開を進めていきます。

● 従来品パッケージ



● エシカルパッケージ



工場からの廃棄物削減

当社は、工場からの廃棄物の排出量を削減し、有価物や再資源化量を増やすことで最終処分量(最終処分場への埋立量)を限りなくゼロにしていく活動を継続的に行っています。

工場リサイクル率(=再資源化量÷(再資源化量+最終処分量))をKPIと定め、99%以上とすることを目標としており、2022年度の工場リサイクル率はグローバルで98.7%に達しています。

環境への貢献

環境マネジメントシステム

環境マネジメントシステム (EMS) を基盤とした 環境経営の実践

当社では、環境経営の基本として、すべての生産拠点で環境マネジメントシステムを構築し、ISO14001 認証を取得し、右図の環境推進体制を整えています。運用にあたっては当社 Mission / Vision / Will の下、従業員の環境取り組みに関する役割を明確にして全ての部門・全ての従業員が全員活動で環境経営の推進に貢献しています。

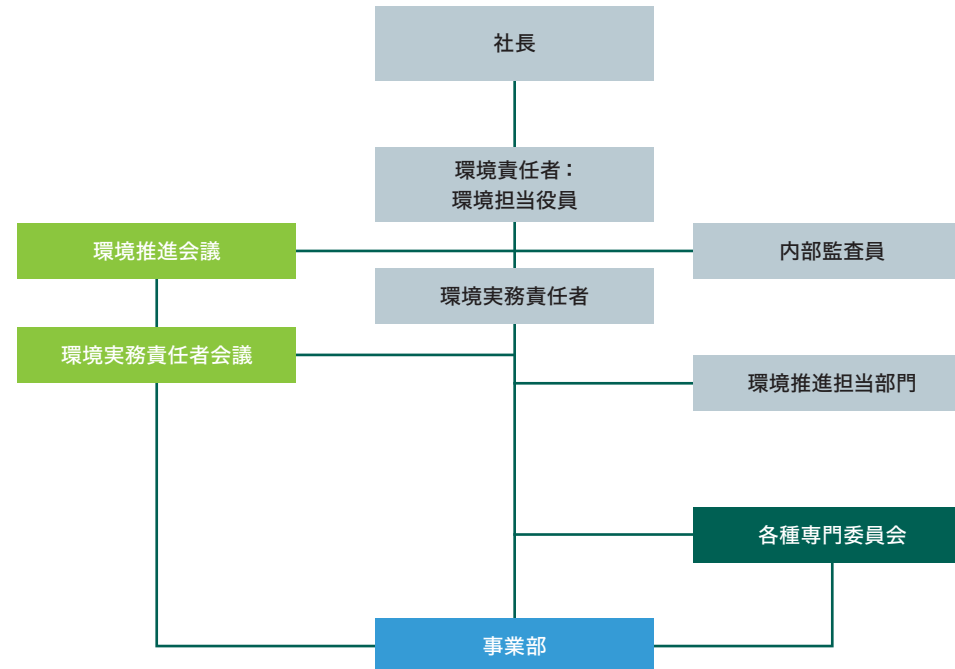
全員活動の活性化に向けては、全従業員に対する環境活動についての教育および環境関連の業務に従事する従業員に対する専門教育をグローバルに実施しています。専門教育の一例として、工場排出物教育、化学物質管理教育、省エネルギー活動交流会などを行っています。加えて、国内外の各拠点の優れた取り組み事例については社内環境表彰を行ない、環境活動の活発化、意識向上、優秀な改善事例の横展開に繋がっています。

そして環境マネジメントシステムの確実な運用を確認し、法令及びその他の要求事項の順守状態を確実なものにするため、環境内部監査を定期的に行っています。

また、環境問題の未然防止のため、環境リスク*を検討・抽出し、リスク低減対策を立案・実施しています。万が一リスクが発現した際には、環境マネジメントシステムのフローに従って緊急対策や再発防止対策を速やかに実施する仕組みを構築しています。

*様々な環境要因が人の健康や動植物に悪い影響を及ぼす可能性のこと

環境推進体制



環境教育の様子(中国)

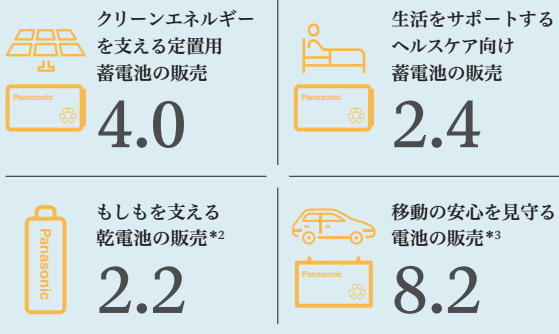


環境内部監査の様子(タイ)

幸せを追求する エネルギーの提供*1

P.44

2030年度目標・KPI

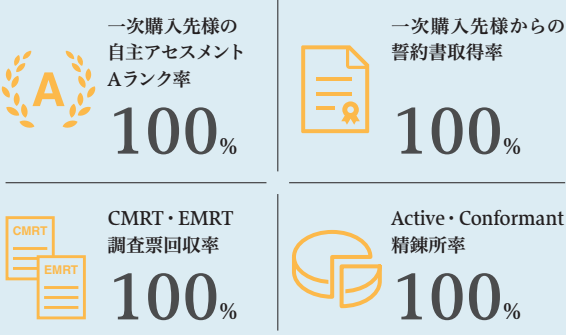


*1 2021年度を1とした販売額
*2 重点としている3つの地域の販売
*3 動力用途を除く車載電池

責任ある調達活動

P.58

2030年度目標・KPI

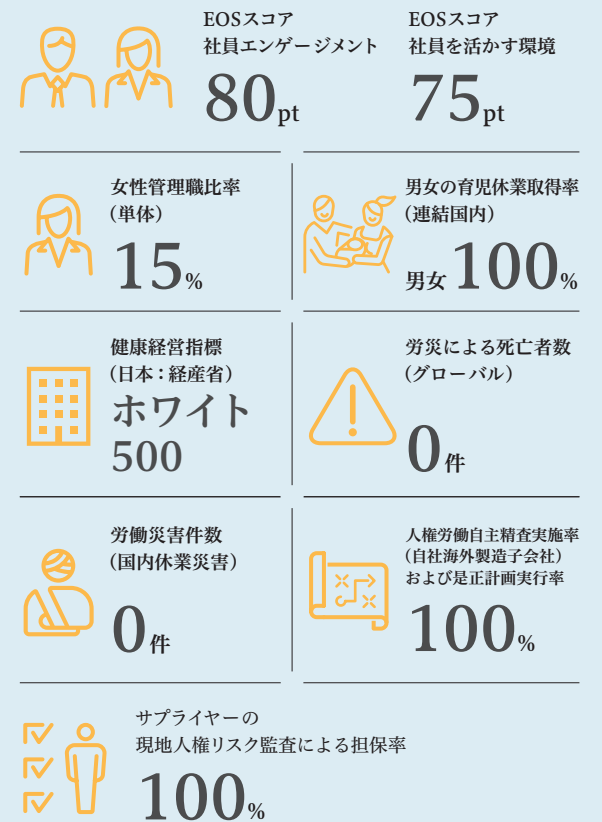


社会課題解決への
寄与

人的資本経営の推進と 人権の尊重

P.49

2030年度目標・KPI



社会課題解決への寄与

幸せを追求する エナジーの提供

| KPI項目 | 2022年度*1 | 2030年度*1 |
|----------------------------|----------|----------|
| クリーンエネルギーを支える 定置用蓄電池の販売 | 1.3 | 4.0 |
| 生活をサポートする ヘルスケア向け蓄電池の販売 | 1.3 | 2.4 |
| もしものを支える 乾電池の販売*2 | 1.1 | 2.2 |
| 移動の安心を見守る 電池の販売*3 | 1.0 | 8.2 |

*1 2021年度を1とした販売額
*2 重点としている3つの地域の販売
*3 動力用途を除く車載電池

方針

便利で快適、安心安全な暮らしの基盤となる電気の供給、電源の確保は現代社会において欠かせないものとなっています。「電気で豊かな世界をつくる」ことを主眼に、世界中が直面している環境問題にも真摯に向き合い、豊かな暮らしと持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現に向け、電池を中心とした事業を通じてさらなる挑戦を続けていきます。例として、災害等非常時も止まらない安心安全な社会インフラを支え、防災を含め持続的な都市づくりに寄与します。また、無電化地域でのエネルギーの供給を通じて貧困・飢餓の解決に貢献します。そのために、これからも世界初・世界一の技術開発に挑戦しイノベーションを促進します。

事業を通じた社会貢献

私たちは、人々の暮らしの幸せにも広い分野で寄与しています。

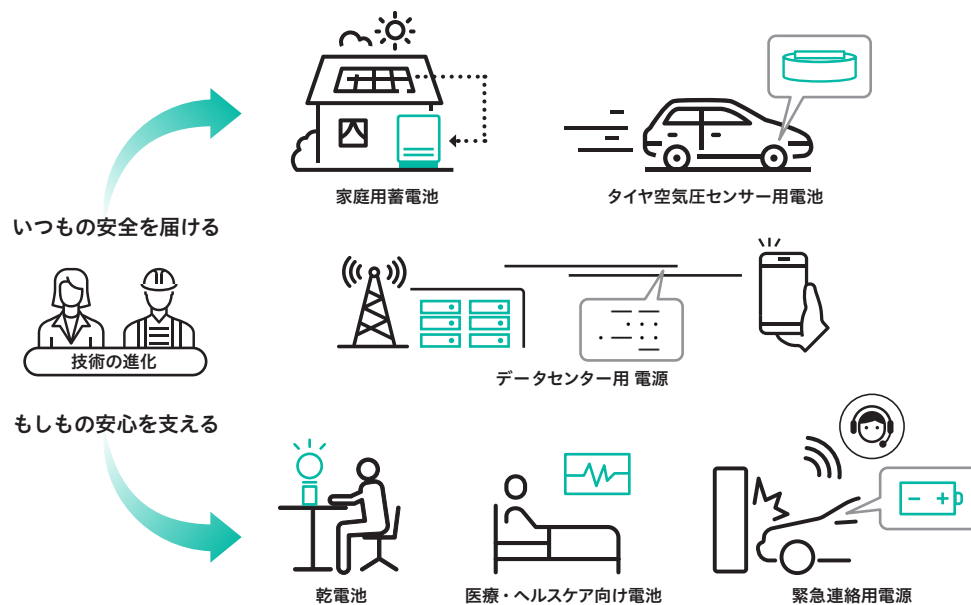
エネルギーソリューション事業では、高品質・高容量のリチウムイオン電池と蓄電システムを定置用電源向けに提供し、24時間365日の安定稼働を実現するデータセンター用電源や、効率的な電力の活用を支える家庭用蓄電池に使われています。また、安定して稼働することが求められる医療や生活を補助する様々なヘルスケア機器にも採用されています。こうした製品が社会インフラを支え、クリーンエネルギーの拡大や人々の健康維持に貢献しています。

エネルギーデバイス事業では、自動車のタイヤ空気圧用セン

サーや緊急連絡用の電源として耐久性・信頼性の高い電池を提供し、移動の安心に繋がっています。また、乾電池は普段の生活必需品であるだけでなく、備蓄品として、災害発生時にはライフラインを支える重要な役割を果たします。

これらの事業を通じた社会貢献は、安心と安全を追求する技術開発に支えられています。たとえばリチウムイオン電池は、高耐熱セパレーターを採用する等の安全化技術に加え、厳しい設計管理基準を設け製造工程も厳格に管理することで高品質を実現しています。ほかにも乾電池においては正極材に銀(Ag)化合物を採用した独自の「液もれ防止製法Ag+」によって長期保存を可能としています。

パナソニック エナジーは今後も弛みない技術進化を通じて、社会進化の「原動力」を提供していきます。



社会課題解決への寄与

社会貢献活動

私たちは、地域や国によって異なるお困りごとや、ご要望に対し、広く社会貢献活動を展開しています。以下に、その取り組み事例をご紹介します。

安心安全な暮らしへの貢献

1. インドにおける教育環境の改善

私たちは、教育環境の向上を目的に当社拠点のある地域の学校への教材や施設の改善支援を行っています。本活動は毎年実施しており、2022年は6つの学校への支援を実施しました。子どもたちに安全で安心な学びの空間を提供するため、外壁設置と拡張、教室改修、学習机や遊具を寄贈しました。また、トイレ環境が不十分であり、お手洗いのために家に一度帰らなければならない状況を改善すべく、ウォータータンク、トイレを新設、寄贈しました。私たちは、今後も安心して子どもたちが学べる環境の構築に取り組んでまいります。



インドの小学校へ寄贈した
トイレ、遊具



2. ウクライナへの支援

パナソニックグループはウクライナ情勢をめぐり、隣国のポーランドに避難された方々への支援として「ポーランド赤十字社」へ、またウクライナ国内での支援活動のため「NGOピースウィンズ・ジャパン」へ、合わせて約2,000万円の寄付を2022年3月に行いました。

また2022年11月には、避難所や病院での停電対策や越冬に向けた支援として、「NGOピースウィンズ・ジャパン」に対しパナソニックグループの従業員と会社からの寄付金約2,000万円とともに、当社製のLEDランタンを約2,000台と交換用の乾電池EVOLTA NEOを8,000個寄贈しました。寄付金により停電問題が深刻なウクライナの病院に対して発電機が届けられ、隣国モルドバの避難所へ温かい食事や防寒衣料等が提供されるとともに、当社のLEDランタンが、ウクライナの避難所などで頻発する停電時の暮らしを支える明かりとして現地の人々に広く役立てられました。一日も早く平和で安全な世界に戻ることを願うとともに、「電気で豊かな世界をつくる」ため、必要な支援を今後も継続していきます。



LEDランタン ウクライナ国内の避難所での配布

3. LIGHT UP THE FUTURE

パナソニックグループは、無電化地域の未来を照らすプロジェクト「LIGHT UP THE FUTURE」に一丸となって取り組み、NGO/NPOや国際機関等様々なパートナーと連携し再生可能エネルギーによるあかりを現地に届けるほか、支援プログラムを通して貧困のない持続可能な社会づくりに貢献しています。

当プロジェクトや前身のプロジェクトを通じて、2009年度から2022年度までに当社製造のソーラーランタン、合計約12万台がアジアやアフリカ等の無電化地域に届けられています。

当社は灯油ランプからソーラーランタンへの置き換えを通じて、CO₂排出量を削減すると同時に、火災の防止や煙による健康被害の抑制に貢献しています。

さらにソーラーランタンの光によって、夜間の学習や医療活動、手仕事作業が可能になることで、教育・健康・収入向上の機会創出に繋がっています。そして安定した光は家族団らんやコミュニティの活性化にも役立てられています。



ソーラーランタン活用の様子

社会課題解決への寄与

これらソーラーランタンの提供等の原資には、従業員や一般の方へ協力を呼び掛ける「みんなで“AKARI”アクション」を通じて集められた寄付のほか、古本・リサイクル品等の寄贈等で集めた資金が充てられています。

当社は「エナジー」の提供により世の中を支え変革していくべく、無電化地域への貢献を今後も推進していきます。

みんなで“AKARI”アクション
<https://holdings.panasonic.jp/corporate/sustainability/citizenship/lutf/akari.html>

子どもの学びへの貢献

1. 電池／ネックライト教室、工場見学

当社は電池の種類、歴史、正しい使い方の啓発活動を通じて地域社会への貢献を行ってきました。1966年から「理科」、「社会」、「環境学習」など、学校教育の発展学習プログラムとして電池教室、工場見学を開催しています。また、東日本大震災の際に、復興支援として「ネックライト教室」を企画・開催し、その後も各地で、地震や台風など数々の災害における「電池やあかりの大切さ・必要性」を伝える活動を、継続しています。

1995年からは、「出張電池教室」を大阪府の小学校からスタートし、対象エリアを拡大してきました。そして、2002年にはより多くの子どもたちに体験してもらえるように、テレビ会議システムを活用した「遠隔電池教室」(2022年7月「オンライン電池教室」に名称変更)を開始し、2022年9月に20周年を迎えました。

グローバルには2007年から、タイ・イラン・オーストラリア・ミャンマー・タンザニア等の海外へも展開し、累積の開催数は153回となりました。(現地開催40回、オンライン開催

113回：2023年9月時点)

私たちは子どもたちの笑顔のために「心のアかり」も届ける役割を担ってきました。現在は、環境・SDGs(Sustainable Development Goals)*・防災等を幅広く授業内容に取り入れており、これからも「幸せを追求するエナジー」を体現する活動として取り組んでいきます。

*持続可能な開発目標

電池を学ぶ・体験する工場見学・体験学習
<https://www.panasonic.com/jp/energy/study.html>



1960年代当時の工場見学



「オンライン電池教室」の様子



無電化地域での「グローバル電池教室」(ミャンマー)

工場見学・電池教室の累計参加者数
 (2023年3月末時点)



参加者の声

先生

「教室を通して日本や電池を身近に感じ、授業がすごく楽しかった。」
 「乾電池を作る機会はこのプログラムしかなく、サイエンスや環境学習にハンズオンで最高のプログラムです。」

児童

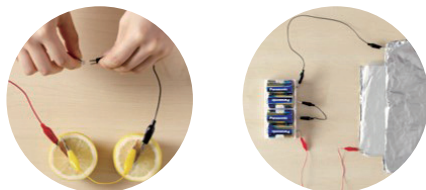
「電池を使って生活を豊かにして、美しい環境にしたい。」
 「あまり理科が好きではなかったけれども、もっと勉強して電池博士になりたい。」

「We were so overjoyed by the opportunity given by Panasonic and we are very grateful for them giving us a chance.」

社会課題解決への寄与

2. 電池なるほどアカデミー

私たちは当社Webサイトを通じて、暮らしに密着した電池を学ぶ「電池なるほどアカデミー」を公開しています。身近な物で電池を作る実験方法や安全に電池を使う知識をやさしく解説しています。果物を使った電池や、アルミホイルでつくるコンデンサなど、動画をはじめ、テキストでの詳しい仕組み解説等のコンテンツを充実させています。



これからも私たちは、子どもたちの「なぜ?」や「おもしろい!もっと知りたい!」という感性を育む活動を発信していきます。



電池なるほどアカデミー
<https://www.panasonic.com/jp/energy/study/academy.html>

3. 職場体験&キャリア教育

職場体験を通じた勤労観、職業観の育成を支援する活動として、2022年2月より、小学生へ向け「職場体験&キャリア教育」を実施しています。当社の様々な職種の従業員が講師として授業を実施し、働くことの楽しさや、やりがいを伝えています。また、社会のあらゆる場所でICTの活用が日常となっている状況を踏まえ、本活動はオンライン開催をメインとし、文部科学省が推進する1人1台のPC端末環境を構築する“GIGAスクール構想”の一環としても実施しています。子どもたちが、これからの社会で生き抜く力を育むための官民一体となった社会学習を私たちは積極的に展開します。



職場体験&キャリア教育

4. クエストエデュケーション

教育と探求社主催の企業探求プログラム「クエストエデュケーション」の活動を2022年7月よりスタートしました。クエストエデュケーションは37都道府県、320校、6万2,000人の中高生が、企業からの「ミッション」に取り組み、世の中にない新たな事業を企画する産学連携プログラムです。生徒たちは、当社従業員と共にフィールドワークや、グループディスカッションなどを体験しながらインターン生として活動しました。本プログラムは毎年2月に1年間の活動の集大成として「クエストカップ全国大会」を開催しています。2022年度は当社代表チームである国府台女子学院高等部が協賛企業11社から選ばれた代表チーム中、総合1位に輝き、グランプリを受賞しました。私たちは、これからも将来世代と新たな学びを共に創る活動を継続していきます。



企業探求プログラム

社会課題解決への寄与

CHROメッセージ

“一人ひとりが活きる経営で
従業員のエンゲージメントを高め
これまでにない成長を支える”



常務執行役員
チーフ・ヒューマン・
リソース・オフィサー
(CHRO)

三木 勝

「人」「制度・組織」「組織風土」の 3つの側面から人的資本経営を推進

企業にとって「人」はコストではなく、新たな価値を生み出す源泉です。私は30年近く人事畑を歩んでいますが、今ほどその重要性がフォーカスされている時代はないと思います。このたび事業会社となってMission / Vision / Willを定めたことで、どのような人財を確保し、育成していくべきか明確になりました。これを機に、あらためて創業者・松下幸之助の

「物をつくる前に、人をつくる」という考え方に立ち返り、「人」「制度・組織」「組織風土」の3つの側面から「一人ひとりが活きる経営」を推進します。そこで当社では中期人事戦略の主要テーマとして、「人財競争力の徹底強化」「人財価値を最大化する人事制度への変革と環境整備」「自立した個人が最大限活きる組織風土の創造」を掲げ、質・量ともに人的資本を強化していきます。

人財の確保・育成が喫緊の課題

当社は急速な事業拡大に向け、今後3年間に国内で約1,000人、海外で約4,000人の新規雇用を予定しており、人財の確保と育成が喫緊の課題です。特に米カンザス州に建設する新工場に関しては、現地人財の確保に努めながら、早期立ち上げに向け、日本に招いての育成や熟練指導者の派遣を活発に行い、生産性に優れた工場にしていく方針です。国内では、「技術・モノづくりアカデミー」を開校し、育成体制を強化します。また、国内の生産拠点が集中する関西以外のエリアでも、採用を拡大するため東京に新たな中核拠点を設置しました。

ジョブ型人財マネジメントに変革

当社では、専門スキルや知識を持ち、新たなやりがいを求めてやってくるキャリア入社の比率が高まっており、従来のようなメンバーシップ型雇用は限界に来ています。そこで、一人ひとりの自律的な成長を促し、挑戦や成果に報い、個の能

力が最大限に発揮できるジョブ型人財マネジメントへの移行を進めていきます。同時に当社は、歴史的な成長ステージを迎え、より高いポジションで活躍する人財をより多く必要としており、挑戦を後押しする育成登用型の昇格制度に変革していきます。

従業員のエンゲージメントが 高い組織へ

多様性の面では、国籍、性別、宗教、年齢などに関わりなく全ての人権が尊重され、一人ひとりが活躍して幸せになれる Diversity, Equity & Inclusionを目指します。さらに多様な価値観を持った人財を活かす働き方改革として、フルリモートワーク制度を導入し、働く場所や時間もより柔軟にしています。

当社の人的資本の特徴は、ミッション・ビジョンに対する強い意志を持った従業員が溢れていることです。従業員意識調査でも、当社事業に対する社会の期待の大きさを従業員がしっかり認識していること、経営陣のミッション・ビジョンに対する熱量が従業員に伝わって経営への信頼度が高まっていること、事業の成長性を実感し従業員の貢献意欲やモチベーションが上がっていることなどが裏付けられています。私の最も重要な使命は、こうしたエンゲージメントの高い組織風土を継続的に醸成していくことであると考えています。

社会課題解決への寄与

人的資本経営の推進と 人権の尊重

| KPI項目 | 2022年度 | 2030年度 |
|--|-------------------|---------|
| EOSスコア： 社員エンゲージメント | 70pt | 80pt |
| EOSスコア： 社員を活かす環境 | 63pt | 75pt |
| 女性管理職比率(単体) | 5.8% | 15% |
| 男女の育児休業取得率 (連結国内) | 男性56.2% 女性100% | 男女100% |
| 健康経営指標 (日本：経産省) | 52.5点 | ホワイト500 |
| 労災による死亡者数 (グローバル) | 0件 | 0件 |
| 労働災害件数(国内休業災害) | 4件 | 0件 |
| 人権労働自主精査実施率(自社 海外製造子会社)および是正計 画実行率 | 100% | 100% |
| サプライヤーの現地人権リスク 監査による担保率 | 未実施 | 100% |

— 人的資本経営の推進 —

方針

「人財」は我々にとっての最重要経営資産です。私たちの掲げるミッション・ビジョンの実現に向け、多様な仲間が集い

共生し、かつ一人ひとりの幸せと働きがい追求される姿を目指します。DEI (Diversity, Equity & Inclusion) を推進し、当社のシンボルである「森」のように、従業員一人ひとりの個性や能力が最大限発揮され、活きる風土を醸成します。また、個人が自律してキャリアを形成し、挑戦できる制度・環境を整備します。心身ともに健康で、挑戦を通じて幸せを感じられる、ここに集う仲間のウェルビーイング向上にむけた取り組みを進めていきます。

Mission / Vision / Will (MVW) の浸透

会社全体へのMVW浸透の施策として、ミドルマネジメント層を中心とした「森の会議」を実施しています。森の会議とは、森という植物や動物等が調和した世界に身を置きながら、パナソニック エナジーのMVWを体感するとともに、実現にむけて「進化の七道」をベースに仲間と議論することで、自身の日々の行動につなげてもらうことを目的とした、当社独自の学びの場です。

森は、生き物と自然がともに共生し、調和した世界です。その森の中に身を置くことで、「ミッション」が目指す幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した世界を体感することができるため、「森」で実施することを大切にしています。

全2日間1泊2日のプログラムで、岡山県英田郡西粟倉村に赴きます。1日目は、自然循環プロフェッショナルのガイドのもと、原生林を歩いたり、自然体験をしたりして、原生林の生き物と自然はどのように調和しているのか、森から「調和」を学びます。2日目は、1日目の刺激や学びをもとに参加者全員で「ミッション」や「ビジョン」の実現に向けて、自部門がやるべきこと、自身の取り組みについて宣言します。

参加者は、MVW浸透のキーマンであるミドルマネジメント

層等から始め、今年度は従業員からの公募を行い、熱い意志や想いを持った従業員が参加しています。各回15人前後の参加者、そして当社役員等が自ら会議長となり、部門を超えた活発な意見交換を行います。2022年度は全16回229人が参加し、2023年度も年16回約240人の実施を予定し、職場へのMVWの浸透と「進化の七道」をベースとした行動変容を加速しています。



森の会議：森という調和した世界に身を置きながら、MVWを仲間とともに語り合う

[進化の七道]

Our Mission
幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現。

絶対進化
(人の道)

今日生まれた子どもたちのために、未来を担う子どもたちを育てる。未来を担う子どもたちを育てる。未来を担う子どもたちを育てる。

究極適応
(守りの道)

現状維持は未来の放棄だ。変化を恐れず、変化を恐れず、変化を恐れず。

必然変異
(攻めの道)

不可能な目標をすべて掲げる。不可能な目標をすべて掲げる。不可能な目標をすべて掲げる。

Panasonic ENERGY

社会課題解決への寄与

DEIの推進

多様な人財が集う会社に

当社は、エネルギー事業領域における急峻かつ持続的な成長、ならびに当社が掲げるミッション・ビジョンの実現にむけ、人財を経営の最重要資本と位置づけ、人財育成や個が活きる組織文化・風土の構築にむけて、積極的かつ継続的に人財投資を進めていきます。

そして、当社に集う多様な仲間が共生し、「個々人の幸せ」と「働きがい」が調和している姿、一人ひとりの挑戦を後押しする場が柔軟に変化しながら提供され続けている環境を目指す取り組みを実施しています。その一つとして、社内向けフォーラムを実施しており、「一人ひとりが活きる幸せな会社になる方法」と題して、第1回はエーゼロ社の牧大介さんに「森の中の多様性」についての講演をいただきました。また、第2回はパラパワーリフティング選手の山本恵理さんをお招きし「個のエネルギーの高め方」と「アンコンシャスバイアス」をテーマに講演とパネルディスカッションを実施しました。今後もこうし

「一人ひとりが活きる幸せな会社になる方法」第1回フォーラム 森から多様性と共生を考える



「一人ひとりが活きる幸せな会社になる方法」第2回フォーラム パラパワーリフティング選手の山本恵理さんをお招き社内フォーラムを開催

た場を継続的に設定し、一人ひとりが活きる幸せな会社づくりに繋げていきます。

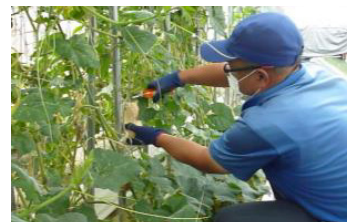
一人ひとりの個性・経験・価値観を活かす

多様な人財が価値を生み出す組織・環境づくりにむけて、自発的なコラボレーションが生まれるよう施策を推進しています。

具体的には、新卒者およびキャリア入社者に占める女性割合を高めると同時に、女性の管理職比率現状(5.8%)の向上に取り組みます。女性管理職の外部人財獲得を積極的に進めるとともに、内部人財の登用加速にむけて、上司と本人でキャリアプランを丁寧に擦り合わせるとともに、新たな社内人財ネットワークの獲得やロールモデル従業員の紹介、経営者との対話等、役割拡大に向けた支援を実践しています。

またキャリア入社者の比率を2025年度には40%まで引き上げ、多様な個性・経験とチャレンジ意欲を持った人財集団づくりを進めています。さらに、ITシステムを通じた部門横断での繋がりづくり、コミュニティ活動の促進、積極的な人財交流の仕掛けづくりも実施しています。

このほか、障がいを持った方が働きやすい職場環境を整えていくことで、法定雇用率を上回る就業機会を創出していきます。障がいを持つ方の自立支援を促進する「パナソニックファームみよし*」での雇用拡大にも積極的に取り組み、多様性の拡大を実践しています。



*パナソニックファームみよし 野菜作りを通して障がい者スタッフが活躍できる職場の実現を目指しています。

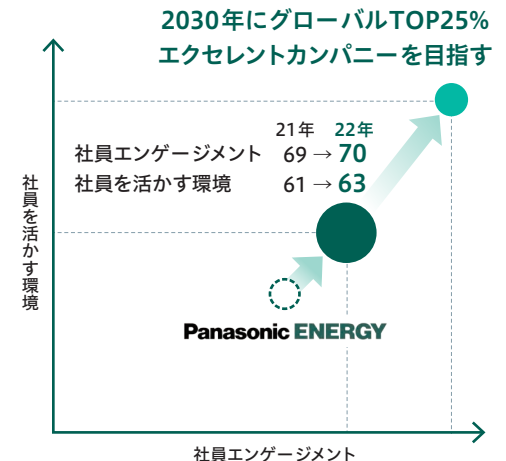
従業員のエンゲージメント向上

「一人ひとりが活きる経営」に向けて

一人ひとりが活きる経営を実現していくために、また、個々人の成長を実現していくために、当社ではライフイベントとキャリア形成の両立を図ることを重視しています。男性の育児休業取得率の向上や働く場所の選択肢拡大、昇格選考プロセスの改革等、多様化するライフスタイル・価値観にフィットし、人財の価値を最大化する働き方への進化と環境の構築を推進しています。

また、当社ミッション・ビジョンの実現に向けた果敢な挑戦を推奨しており、チャレンジとその達成度を反映した新たな評価・報酬制度の導入を検討しています。

これらの取り組みを通じて、EOS (Employee Opinion Survey: 従業員意識調査)の「社員エンゲージメント」と「社員を活かす環境」を高め、グローバルTop25%のエクセレントカンパニーを目指しています。



社会課題解決への寄与

個人・組織が持つ能力を最大限発揮できる環境を構築することは、従業員のモチベーションや貢献意欲の向上に直結します。同時に、意欲溢れる従業員の存在は、社外の優秀な人財を惹きつけ、新たな人脈・人財の輪を広げることに繋がります。

このように従業員にとっての働きがいを高めるために、組織目標と個人の挑戦意欲や達成したい目標を丁寧に擦り合わせ、ミドルマネージャーを中心とした会社からのこまめなフォローアップ(期初の目標設定、期中の進捗共有と支援、期末の成果確認の1on1ミーティング等)を通じて、個人の挑戦を実現する環境を構築しています。

また、個人の中長期的なキャリアビジョンの実現を支援するため、本人が希望するキャリア形成をバックアップします。そのほか、従業員がその一員であることを誇れる会社を目指し、従業員家族とともに一体感を醸成するための各種イベントも定期的に行っています。2022年度は、ガンバ大阪試合観戦、パナソニック パンサーズ試合観戦を行いました。今後も同様のイベントを継続して開催し「ONE ENERGY」を実現していきます。

そして、「働きがい」の伸長をモニタリングする指標として、従業員意識調査における「社員エンゲージメント」の項目を使用し、改善・進化の加速を図ります。



社内イベント ガンバ大阪試合観戦(約1,100人参加)



社内イベント パナソニック パンサーズ試合観戦(約600人参加)

従業員が活躍する環境を整える

多様な価値観や背景を持った従業員のニーズに対応し、個々の事情に応じた最適な働き方を選択することで、高い目標への挑戦や成果を出しやすい仕組みを構築しています。

具体的にはリモートワーク制度の拡充による働く場所の柔軟化や、休暇制度の拡充、多様なライフスタイルに対応する住宅制度の見直しなど、働くニーズに応える環境を整備していきます。

また、イノベーションの創出や業務の効率化に向けて、部門を超えた従業員同士のオン・オフの人財ネットワーク構築を行っており、「森の多様性」をイメージした、園芸と社内コミュニティ活動を通じた従業員ネットワーク「エンゲージ部」等による、拠点や部門を超えたコミュニケーションも活性化しています。

〈エンゲージ部〉

園芸とエンゲージメントを通じて社内外とコミュニケーションする部活動



日経ニューオフィス賞 奨励賞を受賞した守口本社オフィス

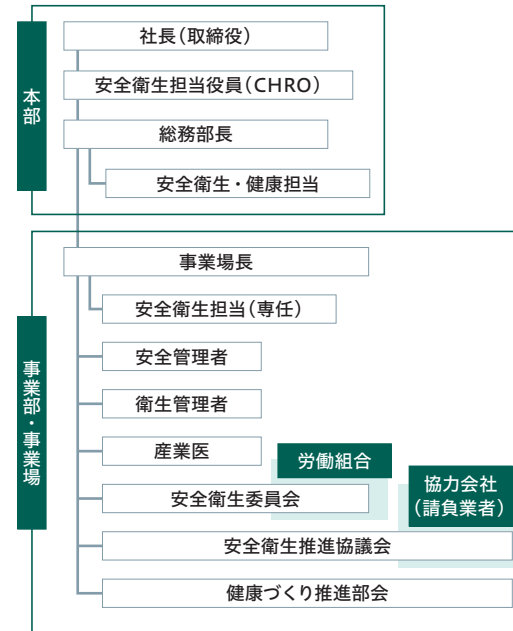
社会課題解決への寄与

安全衛生活動および健康経営

パナソニック エナジーグループの安全衛生活動および健康経営推進の目的は、当社の財産である従業員一人ひとりが「安全」・「安心」・「健康」で、エンゲージメント高く、活き活きと働くことができる職場環境を創り、従業員の幸福と事業の発展に貢献することにあります。当社においては、社長および事業場長をトップに、会社・健康保険組合・労働組合が三位一体となった安全衛生・健康活動の推進体制を構築し、休業災害発生ゼロ、従業員の主体的な健康づくりの支援に取り組んでいます。特に、安全衛生活動では、労使で構成される安全衛生委員会を通じ、当社事業の特性に応じた最適安全基準の整備、現場リーダーの徹底教育等、部門・拠点を越えた活動の高位平準化を通じて、安全が当たり前の風土構築を目指しています。さらに、構内請負会社の労働者の労働災害を防止するため、構内請負会社と安全衛生協議会を定期開催し、作業間の連絡調整等、総合的な安全衛生管理を行っています。当社グループでは、ISO45001の認証取得、運用により全ての従業員の役割を明確にし、目標を設定して安全衛生活動を推進するとともに、事業場長による定期的なレビューを行い、活動の見直しを図っています。

また、健康づくりにおいては、従業員のウェルビーイング向上を「一人ひとりが生きる経営」における重要施策と位置づけ、従業員の健康障害防止対策や健康の保持増進対策を検討するとともに、従業員と家族の「心身の健康づくり」を進め、従業員全員が活き活きと活躍できる職場風土を醸成します。そして、従業員のウェルビーイングを後押しし、それを原動力に「物と心がともに豊かな理想の社会の実現」に向けた企業活動を進めています。

安全衛生・健康推進体制



安心・安全な職場づくり

当社では、安全・安心な職場づくりを目指して、休業災害発生ゼロを前提に、①労働災害未然防止策の徹底強化、②従業員一人ひとりのリスク感度・安全意識のさらなる向上、を柱に取り組みを強化しています。

①労働災害未然防止策の徹底強化においては、機械設備や有害物質調査および作業環境のリスクアセスメントを年1回以上、定期的実施し、職場に潜む労働災害のリスクを洗い出し、徹底した未然防止策の検討・導入を実施しています。また、社内発生した労働災害事例を共有し、労働災害の原因および再発防止策を徹底的に究明し、各事業場にて再発防止に向けた活動を展開しています。

②従業員一人ひとりのリスク感度・安全意識のさらなる向上においては、製造現場のキーマンである「係長」・「班長」の拠点を越えた学び合い横断活動である「シン・カカリチョウ会」や「シン・ハンチョウ会」を実施し、相互で各拠点の製造工程の安全巡視を行いながら、潜在的な労働災害リスクの抽出や不安全箇所の撲滅を図っています。また、従業員一人ひとりが労働災害リスクを直に肌で感じることで、不安全行動の撲滅を図るべく、各拠点の工場長・安全衛生責任者と連携し、各拠点での「体感型安全道場」を設置・拡充を進めています。

今後の事業拡大に伴う国内新拠点やグローバル拠点についても、休業災害ゼロ化を目指し、継続した事業活動の基盤強化を図ります。



現場確認によるリスクアセスメント



シン・ハンチョウ会

社会課題解決への寄与

安全活動の取り組み「安全道場」

従業員自身が労災リスクを体感することで、潜在リスクの撲滅を図る

【目的】

- ・職場で発生する労働災害の撲滅に向けて、疑似体験を通して、災害原因を身体で理解する
- ・危険源を学び、危険に対する感受性を高めて潜在リスクの未然防止と安全行動ができる人財を育成する
- ・VRを用いて発生頻度の高い「行動災害」の危険予知能力を養う



チェーン&スプロケット
(挟まれ巻き込まれ
安全教育)



ローラー
(巻き込まれを疑似体験)



エアーシリンダー
(挟まれ)



VR災害
(労災発生箇所を疑似体験)

モノづくりの進化・変化に即応

危険項目の標準設置

モノづくりに合わせて拡張

新規体感設備の導入

VRコンテンツの拡充

従業員の健康づくりと意識醸成

中期人事戦略の柱の一つである、「従業員のウェルビーイング向上」において、従業員と従業員の家族における「心身の健康づくり」と「働き甲斐と生き甲斐の向上」は重要な課題と位置づけ、従業員が生き活きと活躍できる職場風土を醸成します。具体的には、「睡眠、食事、運動、飲酒、禁煙」の生活習慣において、適正な習慣を身に付けるため、従業員を対象とした「ウォーキングセミナー」や、従業員とその家族を対象にした「歩こう会」を開催致しました。今後も、従業員の主体的な健康づくりを支援する様々な取り組みを展開していきます。

また、日本地域では、経済産業省が推進する「健康経営優良法人」の取り組みを進めており、2022年3月に旧パナソニック株式会社*が認定取得した「健康経営優良法人2022」を、4月から当社グループへ継承しました。

今後も、健康保険組合、労働組合と一体となり、全従業員を巻き込んで様々な健康づくりに向けた取り組みを行います。各種取り組みに対する客観的評価として、2025年度には健康経営度調査の上位500社である「ホワイト500」の認証取得を目指しています。

*2022年4月に当社を含む持株会社制へ移行



オンラインでのウォーキングセミナー



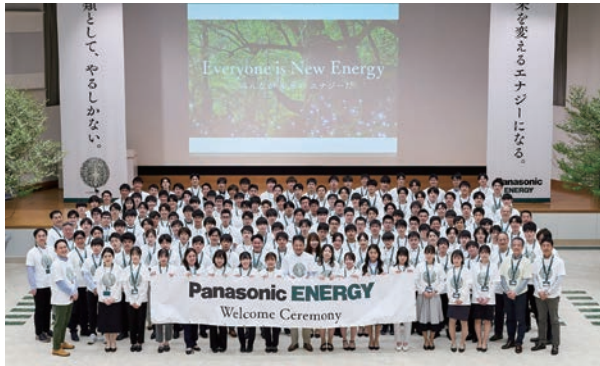
歩こう会の様子

社会課題解決への寄与

人財育成の促進

対話を通じた学びの加速

当社では、上司と部下の定期的な1on1ミーティングを通じて、従業員全員のキャリア・能力開発に向けた個人財育成計画を策定しています。そして、役割や年齢・性別にとらわれないことなく、一人ひとりの学びの意欲に応える様々な研修機



2023年度 新入社員ウェルカムセレモニー
社会人としての導入研修、モノづくり実習や営業研修等を経て、オンボーディングプログラムをスタート



キャリア入社者向けウェルカムセレモニー

会を提供することで、育成・成長を支援しています。また、新たに迎える人財(新卒・キャリア入社)が、当社の文化・風土にスムーズに適応でき、それぞれの個性・持ち味・専門性を存分に発揮できるように、特に新卒入社から3年間の成長見届けを重視しています。また、2022年度はキャリア採用者とCHROのラウンドテーブルを実施し、具体的な提案や要望を聞きながら、課題把握と解決に向けた取り組みを開始しています。

その他にも、次世代の経営幹部層や、職場運営のキーパーソンであるミドルマネジメント層への積極的な人財育成投資、年齢を問わず意欲ある人財の活躍を支援するリカレント教育等を進め、従業員の旺盛な成長意欲に応えています。

教育訓練の基本体系

当社の教育訓練体系は、従業員全員に共通して求められる経営理念や知識・スキルの体得をベースとしており、そこに

教育訓練の基本体系

| | |
|--------|---|
| 経営者 | 幹部研修・選抜研修 |
| マネージャー | <ul style="list-style-type: none"> ・ 幹部開発研修 (女性キャリア開発プログラム等) ・ 階層別研修 |
| メンバー | <ul style="list-style-type: none"> ・ 上位職チャレンジプログラム (ビジネスリテラシー等) ・ 機能別専門研修 (技術・モノづくり・営業・企画・経理・人事等) |

キャリア採用者・新入社員オンボーディング研修

個々人の成長に応じた階層別研修や、担当業務の専門性を磨くための機能別専門研修等を体系化しています。また、時間や場所を選ばず、高品質の教材で学習を可能とするオンライン学習の充実により、グローバルに学びを展開すると同時に、事業ニーズに応じたカスタム研修を個別に開発する等、事業経営と人財育成のマッチングを図っています。現状、社内研修機関での研修受講をベースに、専門研修、社外研修等、個々人の成長に応じた育成を実践しています。

多様な人財の早期活躍を支援

新卒入社者については、3年間を育成期間と捉え新入社員オンボーディングプログラムを通じて、仕事に必要なスキルを身に付けることで社会人としての基礎固めを行います。メンター制度を導入し、仕事以外の生活面やキャリア等に関する悩みの相談とサポートを身近な先輩社員から提供できる体制を整えています。

キャリア入社者については、キャリア入社オンボーディングプログラムにより、経営層とのコミュニケーションの機会、当社のミッション、ビジョンの理解やグループ経営理念研修等を通じて、当社の文化・風土にスムーズに適応でき、それぞれが持つ個性・意欲・能力が最大限活きるように取り組んでいます。

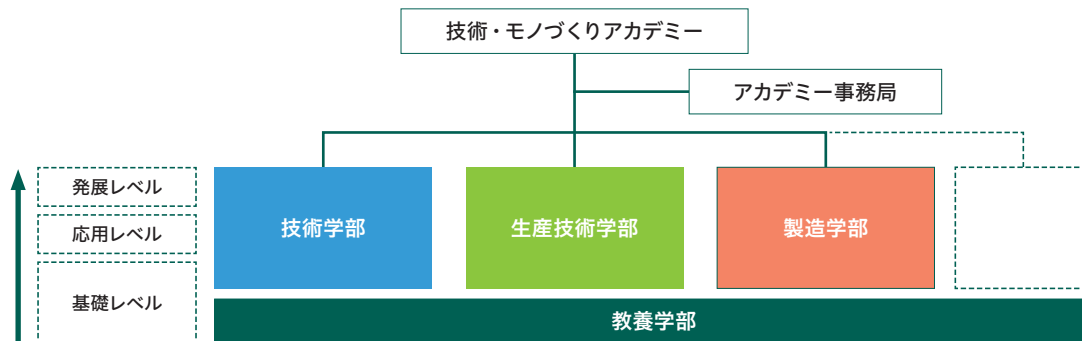
社会課題解決への寄与

入社する多様な人材に対して、技術・技能を中心とした基盤教育を行い、短期間で専門能力を学ぶ仕組みとして、「技術・モノづくりアカデミー」を2023年4月に設置しました。このアカデミーは、「技術学部」「生産技術学部」「製造学部」から構成されており、当社認定の高度技術者を講師とし、電池に関する経験がないキャリア入社者も早期に必要なスキルを身に付けるためのプログラムを整えています。

また、入社後の定着度の確認のため、パルスサーベイ*1を毎月1回実施し、職場上司と人事部門が一体となり、課題の発見と活躍に向けた支援を行います。パルスサーベイは新入社員についても同様に取り組んでいます。さらに、女性幹部候補者の発掘・育成策として、キャリア開発プログラムを実施し、経営幹部との対話、マインドセット、ロールモデルとの対話の機会を設け、同時にネットワークの形成に取り組んでいます。

*1 従業員意識調査の手法

技術・モノづくりアカデミー体制図



事業を支える基幹人材の育成

継続的な事業成長をリードする経営幹部人材を早期かつ安定的に確保すべく、次代を担う人材への能力開発、新たな経験の獲得に積極的に取り組んでいます。なお、具体的な育成施策は、社長・事業部長・CTO・CHRO出席のタレントマネジメント委員会で議論し、実践しています。

[主なメニュー]

- リーダーシップ開発に向けた1on1コーチングプログラム
- 社長を塾長とした経営塾活動
- 外部機関のアセスメントによる適性・能力の自己観照
- 自身と組織の活性化のためのレジリエンスプログラム

また、組織をけん引し、成長戦略を実現していく原動力はミドルマネジメントです。当社の描くミッション・ビジョンや、事業の方向性・目指すべき姿に沿った人材の登用を加速すべく、昇格・育成施策を抜本的に変革しました。

[変革ポイント]

- 「選考/選抜」から、「一人ひとりの成長支援」の考え方へ
- 事業の方向性や目指す姿に沿った「あるべき人材像」を定義
- 挑戦を奨励、熱意や想いに基づく「自己アピール制」を導入

この変革を通じて、ミドルマネジメント層の育成スピードを上げて、組織をリードする部長・課長の母集団を拡大するとともに、個々人の挑戦を奨励する文化と会社全体で人材を育成する風土を醸成いたします。

[あるべき人材像]

【基幹職*2】変革力

従来の延長線上ではなく、未来を描き、バックキャストで実現にむけた変革をリードできる人材

【主務職*3】課題形成力・課題解決力

困難な課題に対しても、粘り強く課題と向き合い、メンバーと一緒に課題解決を推進できる人材

*2 管理職級

*3 係長級

社会課題解決への寄与

— 人権の尊重 —

方針

パナソニックグループは、国内外の専門家の意見も踏まえた「人権・労働方針」において、国連や国際労働機関 (ILO) の定める国際規範や事業活動・取引に適用される各国法令の順守を前提として、国際的に認められた人権の尊重へのコミットメント、人権侵害のリスクの特定・予防・是正、被害者の救済などの推進、働きがいのある労働環境の実現、これらに関する様々なステークホルダーの皆さまとの対話に取り組んでいくことを明記しています。

また、これらの取り組みをグローバルに啓発、推進し、継続的に改善していくために、社内ルールを整備し、運用しています。

マネジメントシステム

パナソニックグループは、以下の国際規範の内容を参照し「パナソニックグループ人権・労働方針 (次ページ)」を定めています。この方針に従い、社内ルールを定め、推進体制の整備、ならびに人権の尊重や働きがいのある労働環境の実現に向けた具体的な取り組みを推進しています。また、従業員一人ひとりが果たすべき約束を定めた「パナソニックグループコンプライアンス行動基準 (以下、「コンプライアンス行動基準」)」においても「人権の尊重」を「私たちの社会的責任」と位置づけ、その啓発に努めています。

〔参照している主な国際規範〕

- 国連「ビジネスと人権に関する指導原則」
- 国連「国際人権章典」(世界人権宣言、市民的および政治的権利に関する、国際規約経済的・社会的および文化的権利に関する国際規約)
- 労働における基本的原則および権利に関するILO宣言およびILO中核条約

人権デュー・ディリジェンス

当社グループは、事業活動や製品・サービス、取引に関連する人権への負の影響を特定、予防、軽減し、対処方法を関連のステークホルダーに説明していく「人権デュー・ディリジェンス」の仕組みを、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき整備しています。また、社会からの要請や仕組みの運用に基づき確認された課題を反映し、社外の専門家の助言も得て、継続的に実施、改善しています。

この一環として2021年度には、電子・ICT・自動車業界の国際的なCSR団体であるResponsible Business Alliance (RBA) の国際規範に基づく自主精査ツールを活用し、当社傘下の海外製造会社10社において、人権・労働に関する自主精査を実施しました。2022年度は、前年の結果も踏まえ、調査項目をILOの中核的労働基準に重点を絞った上で、課題がより明確に特定出来るように質問項目を見直した自主精査を実施しました。この自主精査において、「強制労働や児童・若年労働とみなされうる事象」が存在しないことが確認されました。今後も継続的に、強制労働の禁止、児童・若年労働者

の保護、適正な労働時間の管理、適正な賃金の管理、差別の禁止に向けて、労働環境等の改善取り組みを推進していきます。

構築した仕組みや、その継続的な改善については、関連する社内外のステークホルダーと対話や協議・連携を行っています。また、取り組みについては、公式ウェブサイトおよび関連する報告書やその他のコミュニケーション手段を通じて適切に開示していきます。

人権教育の実施

当社グループは、これまでも「人権の尊重」を含む行動基準について、入社時・昇格時等定期的に徹底する機会を設けてきました。2022年4月に、「コンプライアンス行動基準」の中に新たに「人権の尊重」について独立した章を設け、これを周知するとともに、eラーニング*等も用いて、全従業員への教育を継続的に行っていきます。

そのほか、日本から海外会社に赴任する経営者を含むすべての出向者に対しては「海外勤務者・赴任前研修」を実施し、企業の人権尊重責任に関する国際基準や各国法に関する研修を実施しています。加えて、当社のモノづくりが集中する東南アジアでは、パナソニック ホールディングス戦略人事部の担当者がマレーシア等で、製造拠点の責任者や人事責任者に対し直接研修を行いました。

*情報技術を活用した学習

社会課題解決への寄与

パナソニックグループ人権・労働方針

パナソニックグループ(以下、パナソニック)は、事業活動を通じた「物と心が共に豊かな理想の社会」の実現を存在意義とし、地球環境問題の解決への貢献と、「くらし」「しごと」の様々な場面で人びとの快適と安心、心身の健康と幸福へのお役立ちを果たすことを目指しています。

このような存在意義を持つ企業は企業自身のものではなく社会のものであるという考えから、パナソニックは「企業は社会の公器」であると考え、人財・資金・物資などの資源を社会からお預かりして事業活動を行う以上、それらを最大限に活かし、その活動から価値を生み出して社会に貢献しなければならないと考えています。

そして、パナソニックの事業活動は、グループで働く社員はもとより、製品・サービスをご利用いただいているお客様、調達・販売などに関わっていただいている取引先様、さらにはビジネスパートナー様など、多くの方々を支えていただくことで成り立っています。パナソニックが「社会の公器」であるならば、そうした方々の犠牲の上に自らの発展を図ることは決して許されません。透明で公明正大な事業活動に徹して社会と共に発展していくことが、人びとのくらしの向上や社会の発展につながっていくと考えています。

パナソニックは、こうしたすべての人びとの心身の健康や幸せな人生に少しでも貢献するために、ここに「パナソニックグループ人権・労働方針」を定め、社会的責任を果たすことに努めてまいります。

人権の尊重に対する責任

パナソニックは、事業活動において適用されるすべての法令を順守するとともに、「国際人権章典」、国際労働機関 (ILO) の「労働における基本的原則および権利に関する宣言」などにに基づき国際的に認められた人権を支持し、あらゆる形態の強制労働の禁止、児童労働の実効的な廃止、雇用および職業における差別の排除、結社の自由、団体交渉権の効果的な承認、安全で健康的な労働環境の実現に向けて取り組みを推進します。

パナソニックは、自らの事業活動において、他者に対する人権侵害を防止するように努め、万一、人権への負の影響が発生した場合には、真摯に対処いたします。取引先様やビジネスパートナー様などによる人権への負の影響が、パナソニックの事業や製品またはサービスの取引関係によって結びついている場合、パナソニックはこれらの関係先様に対しても本方針への理解を求め、お互いに協力しながらその影響の予防・軽減を図るよう努めます。その実行が困難となる状況に直面した場合は、国際的に認められた人権の原則を尊重する方法を追求していきます。

人権デュー・ディリジェンス

パナソニックは、事業活動や製品・サービス、取引に関連する人権への負の影響を特定、予防、軽減し、対処方法を関連のステークホルダーに説明していく「人権デュー・ディリジェンス」の仕組みを、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき整備し、継続的に実施、改善してまいります。

事業活動や数多くの企業との直接・間接の取引関係、社会における人権リスクも時間の経過とともに変化

するため、パナソニックを含むバリューチェーンの中で人権に対する負の影響のリスクが最も大きくなる分野や、負の影響の防止や軽減に向けて影響力の行使が可能な分野の把握に継続的に取り組み、それらの分野において優先的にデュー・ディリジェンスを行います。調達活動に関しては人権リスクとの接点が多いことから、取引先様との対話を強化し、理解と協力を得ながらデュー・ディリジェンスの実効性を高め、直接の購入先様のみならずサプライチェーン全体での人権リスクの防止や軽減に努めます。

人権への負の影響についての対処、その継続的な改善について、パナソニックは関連する社内外のステークホルダーと対話や協議・連携を行います。また、これらの取り組みについて、公式ウェブサイトおよび関連する報告書やその他のコミュニケーション手段を通じて適切に開示していきます。

救済へのアクセス

パナソニックは、人権侵害に関する苦情への対処が早期になされるように、グループの通報システムの活用を促し、政府機関や事業者団体などが運用する苦情処理メカニズムも活用していきます。通報者や被害者に関する秘密保持、不利益な扱いの禁止を徹底するとともに、対話を通じて被害者の救済に努めます。

働きがいのある労働環境の実現

パナソニックは、社会からお預かりした多様な人財がそれぞれの個性を最大限に発揮し、働きがいを実感できることを目指しており、その実現において、社員一人ひとりの安全と健康は不可欠な要素です。労働災害の撲滅、ハラスメントの防止、適切な賃金の支払い、ワーク・ライフ・バランスの実現、DEI (Diversity, Equity & Inclusion) の推進、自己成長の機会の提供などを通じて、安全で健康的、心理的安全性の高い労働環境の実現を目指します。

教育、見届けと改善

パナソニックは、すべての社員に対してこの方針に関する適切な教育および能力開発を行います。また、この方針がパナソニックのすべての事業活動に組み込まれ、効果的に実施され、定着していくよう、外部の専門家の助言も活用し、継続的に見届けと改善を行っていきます。

2023年8月1日

パナソニック ホールディングス株式会社

グループCEO

梶見雄規



パナソニックグループ人権・労働方針

<https://holdings.panasonic.jp/corporate/sustainability/social/human-rights/policy.html>

社会課題解決への寄与

責任ある調達活動

| KPI項目 | 2022年度 | 2030年度 |
|---------------------------|--------|--------|
| 一次購入先様の 自主アセスメントAランク率 | 77% | 100% |
| 一次購入先様からの 誓約書取得率 | 46% | 100% |
| CMRT・EMRT調査票回収率 | 98% | 100% |
| Active・Conformant 精錬所率 | 82% | 100% |

方針

当社グループは、グローバル20の生産拠点で、日本国内外の約1,000社の一次購入先様より、電池用活物質等の原材料、各種加工部品から電子デバイスにいたる様々な部材を調達しています。その中で、単に一次購入先様と当社までの範囲だけでなく、上流の資源・鉱物などの素原材料のサプライヤーから一次購入先様を経て当社グループの国内外の生産拠点到納入されるまで、様々な国に複雑に広がったサプライチェーン全体に対して、企業としての社会的責任が求められていることを認識しています。

この社会的な責任を確実に果たすために、グローバルに購入先様とパートナーシップを構築し、相互の信頼・協力のもと、購入品品質の維持・向上、競争力ある価格の実現、市場

変化への対応を推進し、当社に不可欠なパートナーである購入先様と研鑽しながらお客様に求められる商品価値を創造します。

この「商品価値創造の実現」には、法令や社会規範、企業倫理を順守し、人権・労働、安全衛生、地球環境保全、情報セキュリティ等の社会的責任を果たすことは不可欠です。当社グループは、社会的責任を果たしていることを担保できる調達活動を購入先様と共に推進し、「持続可能で環境負荷の少ないサプライチェーン」を構築していきます。

取り組み内容

CSRガイドラインの順守

パナソニックグループでは、CSR調達に関するグループの考え方を購入先様へ明確にお伝えするために、法令や国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」といった国際規範を参照して、「パナソニックサプライチェーンCSR推進ガイドライン」を策定しました。

当社グループもこのパナソニックグループの活動に則り、2022年度より、新規の購入先様に対してはガイドラインの順守を義務化した取引基本契約書の締結を開始しました。また、既存の購入先様については、ガイドライン順守の同意書をお願いしていきます。



パナソニックサプライチェーン
CSR推進ガイドライン：
<https://holdings.panasonic/jp/corporate/about/procurement/for-suppliers.html>



自主アセスメントによるCSRリスク低減

国際社会における人権の取り組みに関する要請が高まる中、パナソニックホールディングスは、2021年に社会的責任を推進する世界的な団体であるRBAに加盟し、サプライチェーンにおけるCSR調達の強化に向けた取り組みを展開しています。

この取り組みの一つとして、全ての一次購入先様に「サプライチェーンCSR推進ガイドライン」を配布し、契約や同意書による確認だけでなく、定期的な自主アセスメントをお願いしています。アセスメントの結果は、リスクが少ない順に、A、B、Cの3つのランクに分類しています。新規購入先様の取引開始の条件は「CSRアセスメントBランク以上の評価」となっています。2023年3月現在、455社の購入先様に自主アセスメントを実施頂きましたが、455社中、352社がAランク、103社がBランクとなっています。Bランクの購入先様には、当社の調達部門が一緒になってリスク低減を推進しています。

社会課題解決への寄与

人権デュー・ディリジェンスへの取り組み

パナソニックグループは購入先様に対し、国際機関のリスク指標や事業に与える影響などをもとにリスクマッピングを行っています。2022年度はパナソニックグループとして第三者機関を用いたCSR監査のトライアルを進めてきました。2023年度からは当社が主体となって年間十数件のペースで当社グループと取引のある高リスク購入先様へ、人権・労働、安全衛生等に関する項目を含むCSR監査を実施することでサプライチェーンのリスク特定と対策などの人権デュー・ディリジェンスを進めていきます。

CSRに関する教育訓練

責任ある調達活動の実現には、日常、購入先様と接する当社の調達担当者に対する教育訓練が不可欠と考えています。CSRに関する習熟度に応じてCSR1級、CSR2級という制度があり、現在は約半数が2級を取得済です。全員が2級以上となるよう、年間計画を立てて推進しています。ほかにも購買業務におけるCSR順守・法令違反防止に向けての理解を促すため国内利用者を対象にeラーニングを実施しています。

責任ある鉱物調達

電池の主要材料である鉱物のサプライチェーンには、人権侵害、劣悪な労働環境、鉱山周辺の環境破壊、武装勢力の関与等、様々なCSRリスクが懸念されます。その一方で、鉱物産出国にとっては重要な経済活動でもあり、CSRリスクに関する適切なデュー・ディリジェンスが不可欠となっています。当社では、OECD（経済協力開発機構）が定めた「紛争地域および高リスク地域からの鉱物の責任あるサプライチェーンのためのデュー・ディリジェンス・ガイドライン」に従って、責任ある鉱物調達方針を策定し、活動を進めています。また、責任ある鉱物調達を推進するグローバル団体であるRMI*1に加盟しているパナソニックグループの一員として、購入先様の協力を得て、製錬所の特定を行いRMAP*2に準拠しているかを毎年、確認しています。準拠していない製錬所に対してはRMAPへの参加を働きかけるとともに、万一、紛争に加担する鉱物が見つかった場合は、調達先の変更等不使用化に向けた取り組みをお願いしています。今後とも、すべての購入先様から調査票を回収し、Conformant/Activeな製錬所*3のみからの調達を目指します。

また、責任ある鉱物調達活動を取り巻く環境変化が大きくなる中、敏感に対応していく必要があるため、調達・リーガル・営業などの関連する職能で構成される「責任ある鉱物委員会」を設置し、定期的に全体会議を開催しています。全体会議において、環境変化を共有すると共に、当該問題への対応方針・状況等を報告し、関連部門と協力連携することにより、CSRリスク対応を推進しています。

タンタル、スズ、タングステン、金に対する活動

| 項目 | データ |
|-------------------------|------|
| CMRT (調査票)*4の回収率 | 100% |
| Conformant・Active製錬所の割合 | 85% |

コバルトに対する活動

| 項目 | データ |
|-------------------------|-----|
| EMRT (調査票)*4の回収率 | 98% |
| Conformant・Active製錬所の割合 | 69% |

*1 RMI: Responsible Minerals Initiative、企業が責任ある鉱物調達を行うために、業界標準の調査ツール等を提供する団体

*2 RMAP: RMIが定める、責任ある鉱物保証プログラム

*3 Conformant製錬所: 監査によって、RMAP適合が確認された製錬所
Active製錬所: 監査を受ける準備段階にある製錬所

*4 CMRT、EMRT: RMIが発行する紛争鉱物調査帳票

購入先様への支援

当社は、部材購入先と新規に取引を開始する前に、当社規程に定められた監査を行います。監査結果を基に必要なに応じて工程管理手法、化学物質管理手法、安全衛生管理手法などについて、購入先様の管理レベル向上につながる支援を行います。また、購入先様に当社の運営方針を理解頂き協力関係を強化するために年に一度「パートナーズミーティング」を開催しており、2022年度は172社、323人に参加頂きました。



コーポレート ガバナンス

P.61



コンプライアンスの 徹底

P.64

2030年度目標・KPI



重大な製品事故の発生件数*

0件



重大な法令・コンプライアンス
違反の発生件数

0件



情報セキュリティ事故件数
(インシデント)

0件

*安全に関わるリコールにつながる製品事故の発生件数

ガバナンスの強化

コーポレートガバナンス

方針

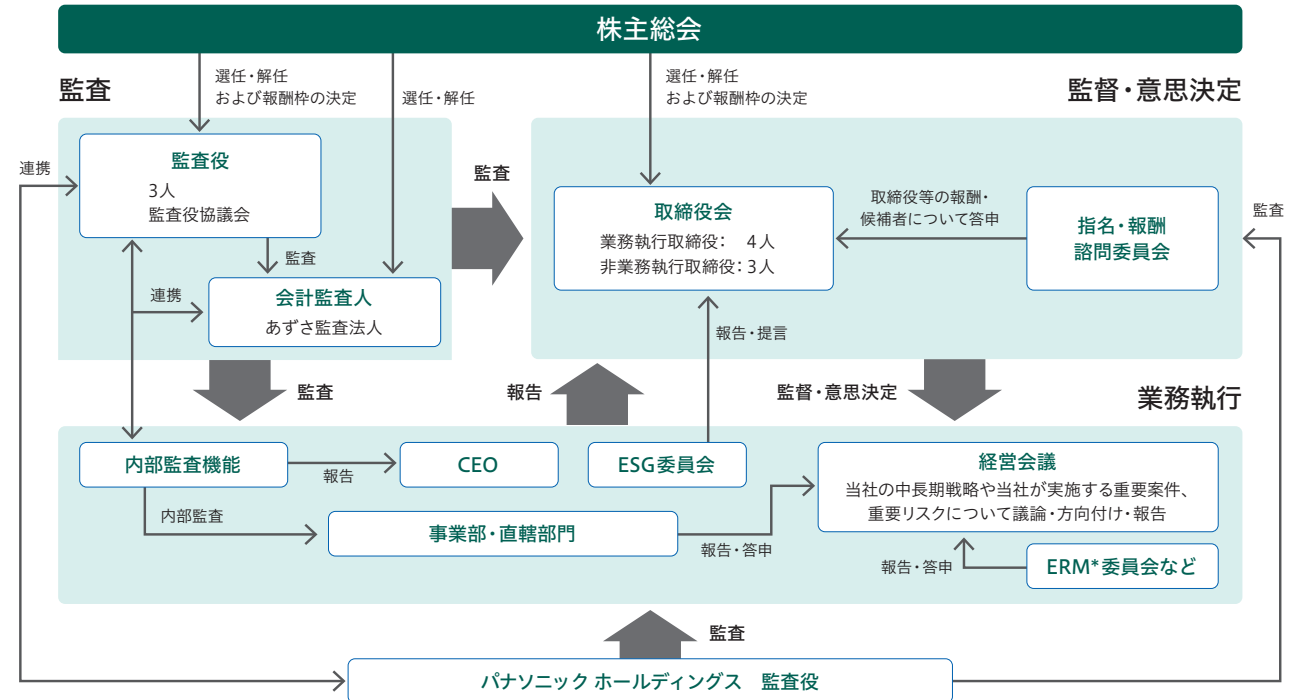
パナソニックグループは、創業以来、「事業活動を通じて、世界中の人々の暮らしの向上と、社会の発展に貢献する」という経営理念に基づき、事業活動を行っています。そして、パナソニック エナジーグループは、事業環境の変化が年々激しさを増し、不透明な状況が続く中において、より中長期的な視点でパナソニック エナジーの経営を進化させるため、2022年4月にパナソニック ホールディングスを親会社とする事業会社制(持株会社制)へ移行しました。事業会社の一つである当社では、コーポレートガバナンスを重要な基盤と認識しています。会社全体に関わる重要な業務執行を決定し、取締役の職務の執行を監督する「取締役会」と、取締役会から独立し、取締役の職務の執行を監査する監査役制度を基礎として、「指名・報酬諮問委員会」、その他重要な委員会を設置すること等により、実効性のあるコーポレートガバナンス体制の構築・強化に努めています。

コーポレートガバナンス体制

取締役会

当社の取締役会は7人の取締役で構成され、いずれも当社事業領域に関する優れた見識と、高度な業務遂行能力を有しています。当社取締役7人のうち3人が非業務執行取締役として取締役の職務執行を監督する体制となっています。また、

コーポレートガバナンス体制図



*ERM: エンタープライズリスクマネジメント

迅速かつ的確な経営判断により、適切な事業活動の推進に資することを目的として、当社の取締役会は少なくとも月1回実開催しており、加えて必要に応じて、実開催又は書面にてフレキシブルに臨時の取締役会決議・報告を実施するなど、急激な事業環境の変化や強力な事業推進が求められる場面に迅速に対応できるように運営されています。なお、2022年度の当社取締役会は定時12回、書面決議を含む臨時取締役会が6回開催されました。同年度の取締役会への取締役の出席率は98.9%、監査役の出席率は97.6%でした。

監査役

当社の監査役は3人で、当社業務に精通した高度な監査能力を有する者から選ばれており、財務・会計に関する知見および経験を有する監査役も選任し、当社グループのガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、効率的・組織的な監査ができる体制となっています。監査役は取締役会に出席し意見を述べるほか、従業員等からのヒアリングや現地調査を含む定期的な往査、取締役の職務の執行状況など日常の経営活動の監査を行っています。また、監査役間で定期的に監査役

ガバナンスの強化

協議会を開催し、監査方針の策定や情報交換を行うとともに、内部監査部門、会計監査人とも定期的に情報交換を行うなど連携しています。

会議体・委員会

当社では、執行役員で構成される経営会議を設置し、取締役会の前置機関として、実務上の意思決定を行い、その後の取締役会でより深掘りした議論ができる体制としています。当社の執行役員は10人で各々の分野で深い知識経験を有する者で構成されています。経営会議は、当社の経営全般に関する事項の迅速かつ適切な議論・報告に基づく意思決定を目的に原則月2回開催し、当社における意思決定のプロセスと範囲を明確にすることで、当社ガバナンスの確立・強化を図っています。また、指名・報酬諮問委員会を設置し、取締役・執行役員の「選解任、報酬」について、客観性と透明性を強化しています。さらに、ERM委員会を設置し、当社グループレベルでの横断的なリスクの特定・評価・対応策の策定を行っています。2023年度からESG委員会を設置し、ESGに関する全体計画の立案、進捗状況のモニタリング、達成状況の評価を行い、取締役会へ報告・提言を行います。

取締役会の実効性向上に向けた取り組み

コーポレートガバナンス・コード補充原則4-11③をもとに、各取締役、監査役は2022年度の実績について自己評価を実施しました。自己評価項目として、①実効的な議論を実施する上で現在の取締役会の構成は適切か、②取締役会として監督機能を十分に発揮したか、③当社にとつ

取締役会・監査役協議会の出席状況と専門性 (2023年3月31日現在)

| 氏名 | 地位 | 2022年度 活動状況出席回数 | 経営 経験 | 専門性 | | | | | 国際性・ 多様性 |
|-----|-------|--------------------|---|----------------|-------|-----|----|-----|-------------|
| | | | | 製造・研究 開発・IT | 財務・会計 | 法務* | 企画 | ESG | |
| 取締役 | 只信 一生 | 代表取締役 社長執行役員 | 取締役会 14回/全14回中 | ● | ● | | | | ● |
| | 高本 泰明 | 代表取締役 副社長執行役員 | 取締役会 13回/全14回中 | ● | | | | | ● |
| | 楠見 雄規 | 取締役 | 取締役会 14回/全14回中 | ● | ● | | | ● | ● |
| | 本間 哲朗 | 取締役 | 取締役会 14回/全14回中 | ● | | | | ● | ● |
| | 梅田 博和 | 取締役 | 取締役会 14回/全14回中 | ● | ● | | | ● | ● |
| | 溝口 正晃 | 取締役 常務執行役員 | 取締役会 14回/全14回中 | ● | ● | | | ● | ● |
| | 田中 邦生 | 取締役 常務執行役員 | 取締役会 14回/全14回中 | ● | ● | | ● | ● | ● |
| 監査役 | 藤原 憲之 | 常勤監査役 | 取締役会 14回/全14回中 監査役協議会 42回/全42回 | | ● | | ● | ● | ● |
| | 田中 博之 | 常勤監査役 | 取締役会 14回/全14回中 監査役協議会 42回/全42回 | ● | ● | | | ● | ● |
| | 水野 貴文 | 監査役 | 取締役会 13回/全14回中 監査役協議会 41回/全42回 | | ● | | | ● | ● |

*法務担当役員がオブザーバーとして取締役会に出席しておりその発言が取締役会の審議に反映される体制となっております。

て重要な事項が取締役会の議題として設定されているか、④議案書に関し、審議・検討すべき課題や論点が明確になっており、想定されるリスクやその分析などの説明が取締役会で適切になされているか、⑤中長期戦略などに関する議論が十分になされているかといった項目について自己評価を行い

ました。評価は無記名のアンケート形式で、評価項目ごとに5段階評価や自由に記入できるフリーコメント欄を設けて実施しました。対象者へのインタビュー等も行いつつ、より充実した、効率的な取締役会の運営ができるよう、取締役会の運営方針を定めました。

ガバナンスの強化

取締役経歴

只信 一生

代表取締役 社長執行役員

チーフ・エグゼクティブ・オフィサー (CEO)

1992年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2020年 7月 パナソニック株式会社 インダストリアルソリューションズ社 副社長に就任
 2021年10月 同 エナジー社 社長に就任
 2022年 4月 パナソニック エナジー株式会社 代表取締役社長執行役員 チーフ・エグゼクティブ・オフィサー (CEO) (現)

高本 泰明

代表取締役 副社長執行役員

モビリティエナジー事業部長

1993年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2019年 4月 パナソニック株式会社 US社 副社長に就任
 2021年10月 同 エナジー社 副社長に就任
 2022年 4月 パナソニック エナジー株式会社 代表取締役副社長執行役員 (現)

楠見 雄規

取締役

1989年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2014年 4月 同 役員に就任
 2019年 4月 同 常務執行役員に就任
 2021年 4月 同 チーフ・エグゼクティブ・オフィサー (CEO)
 2021年 6月 同 代表取締役 社長執行役員に就任 (現)
 2021年10月 同 グループ・チーフ・エグゼクティブ・オフィサー (グループCEO) (現)、
 グループ・チーフ・ストラテジー・オフィサー (グループCSO) (現)
 2022年 4月 パナソニック エナジー株式会社取締役 (現)

本間 哲朗

取締役

1985年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2013年10月 同 役員に就任
 2015年 4月 同 常務役員に就任、アプライアンス社社長 (兼) コンシューマー事業担当
 2015年 6月 同 常務取締役に就任
 2016年 4月 同 代表取締役専務に就任
 2019年 4月 同 中国・北東アジア社 社長、
 中国・北東アジア総代表
 2019年 6月 同 代表取締役 専務執行役員に就任
 2020年 4月 パナソニック チャイナ(有) 会長 (現)
 2021年 4月 パナソニック株式会社 代表取締役 副社長執行役員に就任 (現)
 2022年 4月 同 グループ中国・北東アジア総代表 (現)
 パナソニック オペレーション
 エクセレンス (株)
 パナソニック オペレーション
 エクセレンス (株)
 中国・北東アジア社 社長 (現)、
 パナソニック エナジー株式会社 取締役 (現)

梅田 博和

取締役

1984年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2017年 4月 同 役員に就任、経理・財務担当、
 コーポレート戦略本部 経理事業管理部長、
 全社コストバスターズプロジェクト担当、
 BPRプロジェクト担当
 2017年 6月 同 取締役 執行役員に就任、
 チーフ・ファイナンシャル・オフィサー (CFO)
 2018年 4月 同 取締役 常務執行役員に就任、
 パナソニック出資管理 (株)
 (現パナソニック出資管理(同)) 社長 (現)
 2019年 9月 パナソニック ホールディング オランダ(有)
 会長 (現)

2021年 4月 パナソニック株式会社 取締役 専務執行役員に
 就任、施設管財担当 (現)
 2021年10月 同 グループ・チーフ・ファイナンシャル・
 オフィサー (グループCFO) (現)、
 グループコストバスターズプロジェクト担当、
 プライムライフテクノロジー(株) 担当 (現)
 2022年 4月 同 取締役 副社長執行役員に就任、
 グループムダバスターズプロジェクト担当 (現)、
 パナソニックエナジー株式会社取締役 (現)
 2022年 6月 パナソニック ホールディングス株式会社
 代表取締役 副社長執行役員に就任 (現)

溝口 正晃

取締役 常務執行役員

チーフ・ファイナンシャル・オフィサー (CFO)

1994年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2016年 4月 パナソニック株式会社 AIS社 パナソニック
 液晶ディスプレイ株式会社 取締役に就任
 2021年10月 同 エナジー社 常務に就任
 2022年 4月 パナソニック エナジー株式会社 取締役
 常務執行役員 チーフ・ファイナンシャル・
 オフィサー (CFO) (現)

田中 邦生

取締役 常務執行役員

チーフ・ストラテジー・オフィサー (CSO)

1983年 4月 松下電器産業株式会社へ入社
 2017年 4月 パナソニック株式会社 AIS社 常務に就任
 2019年 4月 同 コーポレート戦略本部
 グローバル事業推進部長 (兼)
 US社パナソニック ノースアメリカ副社長
 2021年10月 同 エナジー社 常務に就任
 2022年 4月 パナソニック エナジー株式会社 取締役
 常務執行役員 チーフ・ストラテジー・
 オフィサー (CSO) (現)

ガバナンスの強化

コンプライアンスの徹底

| KPI項目 | 2022年度 | 2030年度 |
|-----------------------|--------|--------|
| 重大な製品事故の発生件数*1 | 0件 | 0件 |
| 重大な法令・コンプライアンス違反の発生件数 | 0件 | 0件 |
| 情報セキュリティ事故件数 (インシデント) | 2件 | 0件 |

*1 安全に関わるリコールにつながる製品事故の発生件数

— 品質・製品安全の追求 —

方針

社会から求められる品質水準が高まる中、製品の安全性や高レベルの品質は当社のブランド力を示す重要な要素です。当社では、品質を「お客様の信頼・満足を獲得するための競争力」、品質方針を「競争力の最大化で、顧客満足度100%を獲得」と定め、事業の進化の原動力に位置付けています。競争力最大化に向けては設計、製造、品質、営業等の全職能の競争力の総和の最大化が必要であり、その実現のために、以下の観点での取り組みを推進しています。

守り：既存の仕組みとプロセスをロバスト*2化する取り組み

攻め：事業の進化のための新たな取り組み

基盤：事業推進のベースとなる取り組み

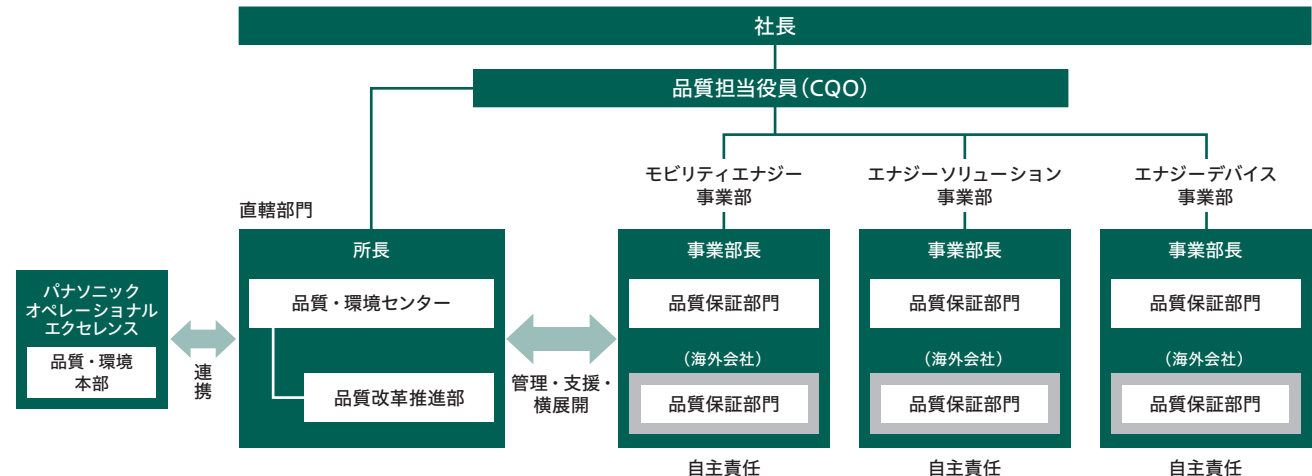
これらの活動により重大な製品事故発生ゼロを目指します。

*2 システムや機械が持つ、外部からの影響に対する強さ

品質保証体制

経営責任者の社長のもと、チーフ・クオリティ・オフィサー (CQO)を品質担当役員としています。各事業部においては、各事業部長の下に品質責任者を据え、自主責任により品質保証を推進する体制を取っています。会社直轄部門の品質・環境センターは、品質方針の策定、品質状況の確認とともに、各事業部の品質課題への対応支援、品質情報や問題再発防止策・ベストプラクティス等の横展開を行います。また、安全・品質最優先の風土づくりのための教育、啓発のための諸施策を実施しています。具体的には、毎月、直轄部門、各事業部の間で品質責任者会議/連絡会を開催し、品質ロス、重要品質問題に関する情報共有を図り、パナソニック エナジーグループの共通課題に対する対策方針、具体的な施策等について協議、決定しています。さらにパナソニックグループ全体にも影響を及ぼし得る重大な案件については、パナソニック オペレーショナルエクセレンスの品質・環境本部とも連携し、協議・対応にあたります。

当社品質保証体制



取り組み内容

製品品質・安全の担保のための活動

当社が扱う電池は、エネルギーを高密度かつ大容量に蓄えるデバイスであり、安全・安心に使用できることは欠かすことのできない大前提です。特に主力製品であるリチウムイオン電池は、「高エネルギー密度でショートすると高温となる」、「電解液に可燃性液体を用いている」等の発煙・発火に至る本質的なリスクが内在しています。このような製品特性から不安全事故防止の観点でリコール社告を実施し、お客様や関係者の皆さまに多大なご心配や、ご迷惑をお掛けしました。

こうした反省と教訓を踏まえ、製品安全を最優先とした品質改革(品質保証プロセスのロバスト化、安全設計強化、品質風土醸成)を継続推進し、高い品質水準の確保に努めています。

ガバナンスの強化

1.品質保証プロセスのロバスト化

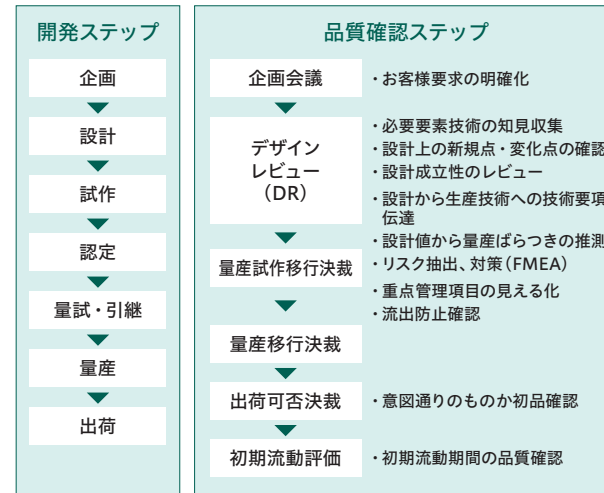
品質保証プロセスを確立するために、ISO9001の要求事項やIATF16949等のグローバルスタンダードに準拠した品質マネジメントシステムを構築しています。その有効性や推進状況を確認するための品質監査を定期的を実施し、継続的な品質改善に取り組んでいます。品質監査では、プロセスごとの確認に加え、品質コンプライアンスも確認しています。

電気自動車への搭載に代表されるように社会の進化に伴い電池が使用される環境・分野・機器も変化しています。設計プロセスではこれらの変化に対応すべく、お客様 (B to B、B to C) や部品等のサプライヤー様とともに検証してリスクを抽出しています。抽出したリスクを商品設計や部品設計・プロセス設計へフィードバックし、開発過程での重要検証項目として妥当性を確認しています。製造プロセスにおいても問題を未然に防ぐために、源流から出荷までの全工程における重要データの見える化 (DX) やFMEA*等による定期的なリスク抽出と対策を行い、管理を継続的に強化しています。

また、製品事故やクレームに備えてリスクマネジメントガイドラインを制定し、未然防止に取り組むとともに、重大製品事故が発生した場合には、お客様の安全を最優先に当社グループが一丸となり、適切な対策・対応を徹底する仕組みを構築しています。このリスクマネジメントガイドラインは、過去の不安全事故及び、そのリコール社告の反省と教訓を踏まえて市場事故に対して適切な対応を取るために制定されたものです。なお、当ガイドラインは関係者へ周知徹底し、適宜必要な見直し、および改訂を実施しています。

*Failure Mode and Effects Analysis (故障モード影響分析)

新製品の開発フロー



2.人財育成・品質風土醸成

風土醸成のベースは人財育成であり、階層別やスキル別教育体系の構築や各イベント等を行っています。新入技術職能従業員等へは品質基礎に加えて統計的品質管理手法の基本を身につける研修を実施しています。将来を担う若手品質人財については集中学習ができる研修コースを設定して育成強化を図っています。

また、製品安全最優先の風土醸成を図るため各種の研修や催しを全従業員向けに定期的実施しており、特に毎年11月を「品質月間」と定め、過去の製品事故の内容や教訓の伝承に取り組んでいます。2022年度は以下の各種取り組みを実施しました。はじめに、品質は事業の大前提であることを再認識するために、CEO、CTO、品質・環境センター所長、各事業部長が品質の重要性についてメッセージを発信しました。次に、製品安全フォーラムを開催し、過去に民生用途で発生

させたリコール問題を振り返って反省するとともにさらなる安全性・信頼性向上の必要性を確認しました。さらに、異なる製品の事例についても学ぶべく、パナソニックグループの「製品安全学習室」の見学会を行いました。本見学会では当社リコール案件に携わった従業員を展示説明員として配置し、当事者としての反省や当時の状況等を交えた生の声も伝えることにより、製品安全の重要性を訴えました。また、基礎能力向上のため、品質不正の原因や防止策等の内容を学習した後、試験を実施することで理解度向上を図っています。



製品安全フォーラムの様子



製品安全学習室見学会の様子

ガバナンスの強化

— 法律・規制の順守 —

方針

パナソニックグループでは、経営基本方針において、社会正義の実践、ステークホルダーの皆さまとの共存共栄、多様性の尊重、地球環境との調和への貢献、企業の社会的責任等、私たちが、コンプライアンスを実践しながら事業活動を進めていくうえで重要となる考え方や行動指針について説いています。法令や社会道徳に反しないことはもちろん、私心にとらわれず、「社会のために何が正しいのか」を常に考え、誠実でフェアプレーに徹した行動をすることが大切だと考えています。当社はパナソニックグループの経営基本方針にもとづき、コンプライアンスが事業活動の根幹との考えのもと、いかなる場面においても公正な事業を行い、私たちのミッションである「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」を果たします。

コンプライアンス体制

当社グループは、コンプライアンス意識の徹底を図り、方針に則った取り組みを実践するとともに、適切なモニタリング体制を含む効果的なガバナンス体制を整備し、役員および従業員等の職務執行の適法性を確保しております。そして、監査部門においても、監査役は毎年策定する「監査計画」に従い、監査役、会計監査人、内部監査部門との相互連携等を行い、実効性のある監査を実施できる体制を実現しております。

取り組み内容

コンプライアンス行動基準の理解浸透

パナソニックグループ コンプライアンス行動基準は、経営基本方針を体現し、コンプライアンスを実践しながら事業活動をすすめていく上で不可欠な、「パナソニックグループ各社が果たすべき約束」、「すべての社員が果たすべき責任」、「すべての役員や組織責任者が担当する組織について負う追加的責任」を定めております。

この行動基準を理解し浸透させるため、当社はグローバル全従業員を対象としてコンプライアンスに関する各種研修を実施しています。新入社員研修、新任職研修等の階層別研修や海外赴任者研修等でコンプライアンスに関する内容を織り込んでいます。またリスクに応じた分野別のコンプライアンス研修(カルテルや贈収賄の防止、安全保障輸出管理などの研修を含む)についても、適宜実施しています。特に毎年9月を「コンプライアンス月間」と定め、コンプライアンスの重要性について、改めて振り返る機会を設けています。当社は今後も継続的にコンプライアンスに関する意識と知識を高める取り組みを実施してまいります。

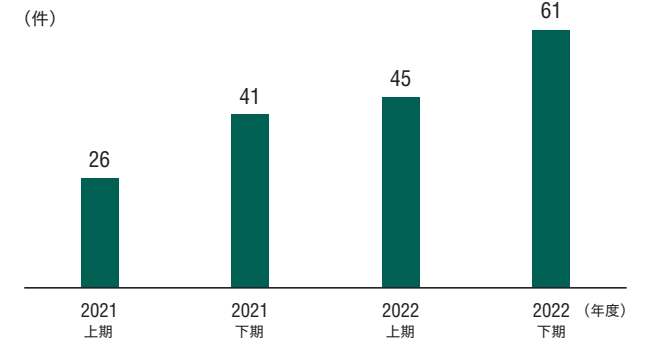
各種委員会の運営

コンプライアンス委員会・貿易コンプライアンス委員会・下請法順守委員会をはじめとする法令順守の徹底を目的とした各種委員会体制を構築しています。これら委員会活動を通じて、当社方針の徹底、事案の共有や再発防止策の横展開、教育・啓発の実施等を行っています。

内部通報制度の実効的な運用

不適切な行為の疑いを発見した場合に、社内外から報告・相談できるルートとして、グローバルホットライン(EARS)を設置しています。EARSで受け付けた通報案件は、関連規程に基づき適切に調査し、通報者へのフィードバックをおこないます。また、必要に応じて迅速にコンプライアンス委員会や経営幹部へエスカレーションされる対応体制としています。EARSは匿名での通報が可能です。通報者に対する報復行為の禁止は、社内規程等で明記・周知され、心理的安全性を確保し通報できる環境を構築しています。

通報件数*



*イコールパートナーシップ相談室への通報を含む

なお、2022年度における重大な法令・コンプライアンス違反の発生はありませんでした。当社は、今後も法令・コンプライアンス違反に関する事案発生防止に努めてまいります。

ガバナンスの強化

— 情報セキュリティの確保 —

方針

デジタル化による利便性と引き換えに、情報漏洩による信用の失墜という大きなリスクを抱える今日においては、情報セキュリティの事業への財務インパクトは大きく、当社として重視する必要があります。情報セキュリティを経営の重要戦略の一つと位置付け、情報セキュリティ体制の構築や従業員への教育をはじめとし、情報資産の適切な管理を実施していくこと等により情報セキュリティを確保します。

当社は何事も全社一体となった体制で取り組むことが重要と考えています。課題としている事業場による情報セキュリティの仕組みや認識のバラツキは、パナソニックグループのマネジメントシステムに沿った取り組みを基準にすることにより、一元管理され、高位平準化された状態へと改善していきます。また、職場が双方向で参加する委員会活動による、衆知を結集した当社に最適化された仕組み、ルールの構築で、全世界のお客様、当社の事業に関わる皆さまの情報を守ることにつなげていきます。当社のミッションである「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現」に向けて、情報セキュリティ事故(インシデント*)「ゼロ」を掲げ、お客様の満足および信頼の獲得を目指します。

*営業秘密、個人情報、お客様情報等パナソニックグループが所有し管理している情報(他者情報を含む)保護を脅かす以下の事案に該当する場合を指す。

- ・社外への情報流出及びそれが疑われる事案
- ・社内・社外から当社情報への不正アクセス、およびそれが疑われる事案
- ・情報の破壊・改ざん、およびそれが疑われる事案

パナソニック エナジー株式会社 情報セキュリティ基本方針

制定日：2022年4月1日

パナソニック エナジー株式会社(以下、「当社」)は、パナソニックグループ経営基本方針にのっとり、優れた技術、製品およびサービスによって、お客様の満足と信頼を得ることを目指しています。このためには、個人情報、他者からのお預かり情報および当社で保有する情報(以下、「情報資産」)の保護が重要であることを認識しています。当社は、このような認識の下、情報セキュリティを経営の重要戦略の一つと位置付け、以下のようにこれに取組み、いってお客様の満足と信頼の獲得、ひいては健全なる情報化社会の実現へ向けて尽力します。

1. 情報セキュリティ体制

当社は、各組織に情報セキュリティの責任体制を敷き、また、所要の諸規程の策定と実施をし、これにより情報資産の適切な管理に取組みます。

2. 情報資産の管理

当社は、情報資産を、そのセキュリティ確保のため、重要性和リスクに応じて取扱方法を明確にし、適切に管理します。

3. 教育・訓練

当社は、全ての役員および従業員に対して情報セキュリティについての教育・訓練を継続的に実施し、その意識向上と関連する諸規程の実施の徹底を図ります。当社は、これらの規程に違反した者に対しては、懲戒を行うことも含め、厳正に対処します。

4. 安心できる製品・サービスの提供

当社は、当社製品・サービスをご利用されるお客様の情報のセキュリティに特に配慮し、お客様に安心してお使いいただける製品・サービスの提供に努めます。

5. 法令等の順守と継続改善

当社は、情報セキュリティに関連する法令、その他の規範を順守するとともに、情報セキュリティ確保の取り組みの継続的な改善、向上に努めます。

6. 事故対応体制の整備と事故発生時の対応

当社は、情報資産の取り扱いに関連して不正アクセス、紛失、破壊、改ざんおよび漏洩など(以下、「事故」)が発生した場合に影響を最小限にとどめることができるように報告および対応体制を整備し、また、万一事故が発生した場合にはその原因究明と再発防止に向けた取組みを行います。

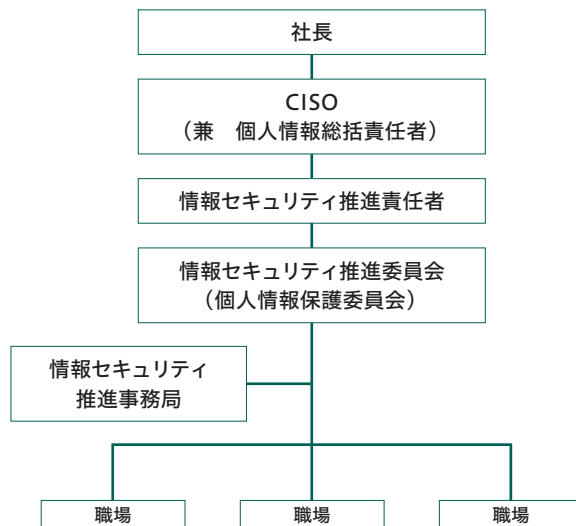
パナソニック エナジー株式会社
代表取締役 社長執行役員 CEO
只信 一生

ガバナンスの強化

情報セキュリティ体制

経営責任者の社長のもと情報セキュリティ・個人情報保護の担当として、チーフ・インフォメーション・セキュリティ・オフィサー (CISO) を設定しています。

推進体制は、CISOから任命された情報セキュリティ推進事務局が、職場と双方向で衆知を集めて取り組める体制としています。



取り組み内容

情報資産の管理

情報を作成した部門、または他者から情報を入手した部門責任者は、情報オーナーとして情報の機密性、開示範囲、取り扱い等を設定し、適切に保護を行います。他者から機密保持義務を負って開示を受け、お預かりした情報は機密情報としてパナソニックグループグローバルISM (Information Security Management) 関連規程の定めに従い管理を行います。開示に係る契約書、誓約書等がある場合は、それらに基づき厳重な取扱いと管理を行います。情報を保有する部門は定期的に棚卸を行い、機密情報の特定、管理状態を確認することで、当社において適切に機密情報の管理が行われていることを証明します。

教育・訓練

情報セキュリティ推進事務局は、情報漏洩防止のため、教育、訓練を定期に企画、実施しています。具体的な取り組みとして、パナソニックグループ教育システムを利用したeラーニングの実施、標的型攻撃メール訓練などを行っています。eラーニングは時間と場所を問わず実施することができ、対象者の従業員の受講状況が容易に確認できるため、幅広い学習分野に展開しています。これらの取り組みにより、当社における情報セキュリティルールの徹底と、従業員の意識向上に取り組んでいます。

監査・ISO27001 認証

情報セキュリティ推進事務局は、各部門において情報セキュリティ管理策の実施状況の確認のため、パナソニックグループ情報セキュリティ監査ガイドラインに準拠した内部監査を実施しています。不備が発見された際は、改善を指示し見届けを行います。ISO27001 認証の取得、継続は、事業場が事業内容、お客様からの要請等を踏まえて判断することを基本とし、認証取得、継続対象の事業場は毎年見直しを行います。

法令順守、個人情報の保護

情報セキュリティに関連する法令、その他規範を順守しています。近年、各国で個人情報保護法が制定、施行され、個人情報保護が重要であることを認識しています。パナソニックグループの対応マニュアルに準拠した個人情報の取得、管理を行っているほか、従業員教育にも取り組むことで、プライバシーの保護に努めています。



個人情報保護方針

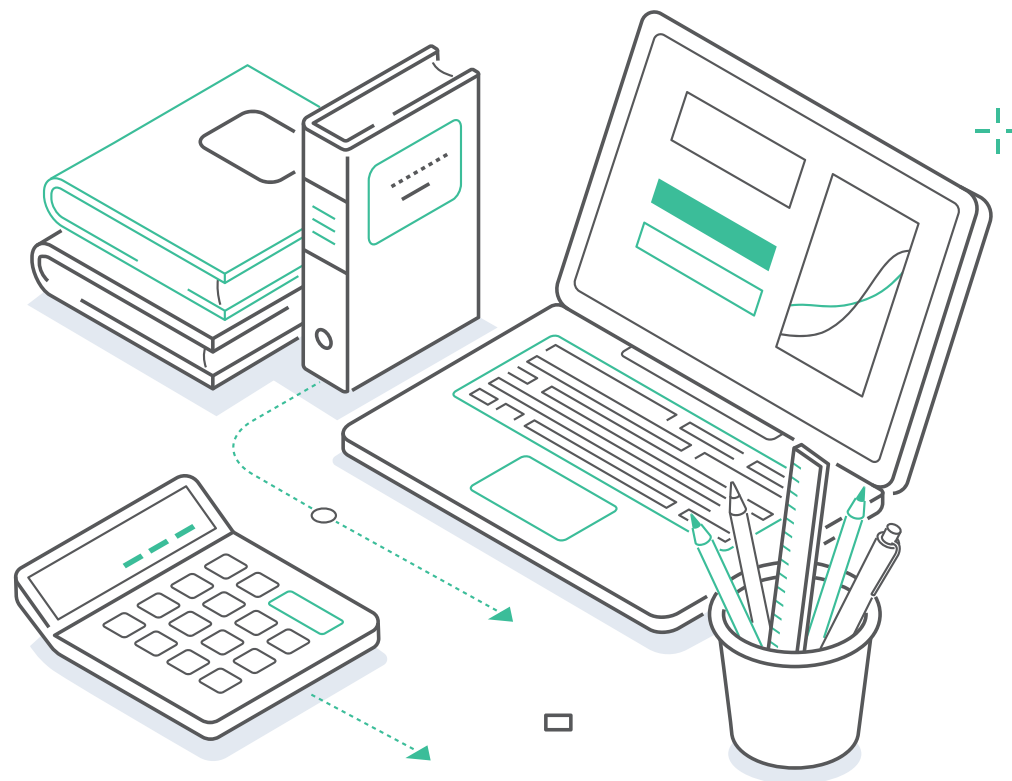
<https://www.panasonic.com/jp/energy/privacy-policy.html>

Data Section

データセクション

このパートでは、当社の財務・非財務情報および企業情報を集約して掲載します。

- 70 財務ハイライト
- 71 非財務データ
- 76 企業情報
- 77 GRIスタンダード対照表



財務ハイライト*1 (IRAによる影響除く)

損益計算書

| (単位：億円) | | |
|-----------|--------|--------|
| | 2021年度 | 2022年度 |
| 売上高 | 7,728 | 9,718 |
| 車載 | 4,684 | 6,541 |
| 産業・民生 | 3,049 | 3,107 |
| 調整後営業利益 | 708 | 396 |
| 車載 | — | 107 |
| 産業・民生 | — | 285 |
| その他損益 | ▲40 | ▲64 |
| 営業利益 | 668 | 332 |
| (営業利益率) | 8.6% | 3.4% |
| 減価償却費*2 | 563 | 653 |
| EBITDA*2 | 1,230 | 985 |
| (EBITDA率) | 15.9% | 10.1% |

*1 非監査

*2 貸手側のリース会計処理が適用される原資産の減価償却費相当を加算調整

貸借対照表

| (単位：億円) | |
|-----------|--------|
| | 2022年度 |
| 現預金 | 1,202 |
| 営業債権 | 2,616 |
| 棚卸資産 | 2,042 |
| その他流動資産 | 337 |
| 流動資産 | 6,197 |
| 有形固定資産 | 1,815 |
| 使用权資産 | 69 |
| のれん及び無形資産 | 31 |
| その他非流動資産 | 106 |
| 非流動資産 | 2,021 |
| 資産合計 | 8,218 |
| 営業債務 | 2,041 |
| 借入金① | 1,297 |
| リース負債② | 70 |
| その他負債 | 1,069 |
| 負債 | 4,477 |
| 資本③ | 3,741 |
| 投下資本①+②+③ | 5,109 |
| ROIC | 5.0% |

キャッシュフロー計算書

| (単位：億円) | |
|-------------|--------|
| | 2022年度 |
| フリーキャッシュフロー | 5 |
| 営業キャッシュフロー | 706 |
| 投資キャッシュフロー | ▲701 |
| 設備投資額 | 906 |
| 無形固定資産への投資額 | 11 |
| 研究開発費 | 251 |

非財務データ (2023年3月31日時点)

Environment

| | | 範囲 | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | |
|---------------------|-------------------------|----------|------------|--------|--------|--------|
| GHG排出量 | Scope1 排出量 | 連結* | kt-CO2 | 42.00 | 40.18 | |
| | Scope2 排出量 | 連結* | kt-CO2 | 393.85 | 319.52 | |
| | Scope3 排出量 (カテゴリ-6. 出張) | 連結* | kt-CO2 | 2.6 | 2.47 | |
| 社会へのCO2削減貢献量 | | 連結 | kt-CO2 | 13,150 | 14,930 | |
| GHG排出削減率目標 | 2030年度 | 連結 | % | - | 30 | |
| | 2050年度 | 連結 | % | - | 100 | |
| 自社拠点カーボンニュートラル化目標年度 | 国内拠点 | 連結 | 年 | 2025 | | |
| | グローバル全拠点 | 連結 | 年 | 2028 | | |
| エネルギー総消費量 | 再生可能エネルギー | 連結* | PJ(ペタジュール) | 0.92 | 1.02 | |
| | 非再生可能エネルギー | 連結* | PJ(ペタジュール) | 3.57 | 3.34 | |
| エネルギー原単位 | | 連結* | TJ/億円 | 0.56 | 0.5 | |
| 自社の取り組みによるエネルギー削減量 | | 連結* | PJ(ペタジュール) | 0.027 | 0.026 | |
| 再生樹脂の使用量 | | 連結 | t | 14,643 | 9,545 | |
| 工場廃棄物のリサイクル率 | | 連結* | % | 98.7 | 98.7 | |
| 発生した廃棄物量 | 金属くず | 連結* | kt | 21,499 | 19,916 | |
| | 紙くず | 連結* | kt | 1,754 | 1,602 | |
| | 廃プラスチック類 | 連結* | kt | 1,924 | 1,737 | |
| | 廃酸 | 連結* | kt | 5,483 | 4,212 | |
| | 汚泥 | 連結* | kt | 2,597 | 2,454 | |
| | 木くず | 連結* | kt | 650 | 596 | |
| | ガラス・陶磁器くず | 連結* | kt | 12 | 8 | |
| | 廃油 | 連結* | kt | 7,569 | 7,229 | |
| | 廃アルカリ | 連結* | kt | 3,724 | 3,296 | |
| | その他 | 連結* | kt | 1,637 | 1,452 | |
| | 合計 | 連結* | kt | 46,849 | 42,502 | |
| | 廃棄物再資源化量 | 金属くず | 連結* | kt | 21,184 | 19,377 |
| | | 紙くず | 連結* | kt | 1,754 | 1,564 |
| | | 廃プラスチック類 | 連結* | kt | 1,853 | 1,677 |
| 廃酸 | | 連結* | kt | 81 | 43 | |
| 汚泥 | | 連結* | kt | 2,474 | 2,268 | |
| 木くず | | 連結* | kt | 650 | 589 | |
| ガラス・陶磁器くず | | 連結* | kt | 12 | 7 | |
| 廃油 | | 連結* | kt | 7,535 | 7,192 | |
| 廃アルカリ | | 連結* | kt | 2,581 | 2,123 | |
| その他 | | 連結* | kt | 1,454 | 1,309 | |
| 合計 | | 連結* | kt | 39,578 | 36,149 | |

(2013年度比。パナソニックグループ全事業会社一律の目標として設定)
(パナソニックグループ全事業会社一律の目標として設定)

*本社守口拠点(製造・非製造)およびパナソニック エナジーグループ製造拠点

非財務データ

Environment

| | | 範囲 | 単位 | 2021年度 | 2022年度 |
|-------------------------------|------------------------|------------------|---------------------|--------|--------|
| 廃棄物最終処分量 | 金属くず ^a | 連結 ^{*1} | kt | 314 | 280 |
| | 紙くず | 連結 ^{*1} | kt | 0 | 0 |
| | 廃プラスチック類 | 連結 ^{*1} | kt | 6 | 17 |
| | 廃酸 | 連結 ^{*1} | kt | 14 | 20 |
| | 汚泥 | 連結 ^{*1} | kt | 7 | 15 |
| | 木くず | 連結 ^{*1} | kt | 0 | 0 |
| | ガラス・陶磁器くず ^a | 連結 ^{*1} | kt | 0 | 0 |
| | 廃油 | 連結 ^{*1} | kt | 0 | 6 |
| | 廃アルカリ | 連結 ^{*1} | kt | 0 | 0 |
| | その他 | 連結 ^{*1} | kt | 178 | 139 |
| | 合計 | 連結 ^{*1} | kt | 519 | 477 |
| 総取水量 | 地表水 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 0 | 0 |
| | 地下水 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 238 | 221 |
| | 第三者の水域：上水道・工業用水 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 1,609 | 1,578 |
| | 合計 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 1,847 | 1,799 |
| 総取水量生産高原単位 | | 連結 ^{*1} | 千m ³ /億円 | 0.227 | 0.208 |
| 総排水量 | 地表水域 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 35 | 26 |
| | 地下水域 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 0 | 0 |
| | 第三者の水域：下水等 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 1,344 | 1,206 |
| | 合計 | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 1,379 | 1,231 |
| 総水消費量 | | 連結 ^{*1} | 千m ³ | 468 | 568 |
| ヒト・環境影響度 | | 連結 ^{*1} | count | 70,718 | 59,424 |
| 管理対象の化学物質の排出・移動量 | | 連結 ^{*1} | t | 235 | 300 |
| ISO14001 認証取得済み事業所数 | | 連結 | 拠点 | 22 | 19 |
| 環境法令違反件数(罰則となった基準超過など) | | 連結 | 件 | 0 | 0 |
| 環境に関する基準に基づき選定したサプライヤーの割合 | | 連結 ^{*2} | % | 100 | 100 |
| 環境に関するリスクアセスメントを実施したサプライヤーの割合 | 新規サプライヤー | 連結 ^{*2} | % | 100 | 100 |
| | 既存サプライヤー | 連結 ^{*2} | % | 100 | 100 |

(化学物質に対し、パナソニックグループが独自に定めた有害性の重み付けを表す「有害性係数」に「排出・移動量」を乗じて表される指標)

*1 本社守口拠点(製造・非製造)およびパナソニック エナジーグループ製造拠点

*2 海外販売会社を除く、パナソニック エナジーグループ全法人

非財務データ

Social

| | | 範囲 | 単位 | 2021年度 | 2022年度 |
|------------------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| 総従業員数(連結) | | 連結 | 人 | - | 18,716 |
| 部門別 | 間接 | 連結 | % | - | 39.8 |
| | 製造直接 | 連結 | % | - | 60.2 |
| 性別 | 女性 | 連結 | % | - | 32.9 |
| | 男性 | 連結 | % | - | 67.1 |
| 地域別 | 日本 | 連結 | % | - | 27.5 |
| | 中国・北東アジア | 連結 | % | - | 18.0 |
| | 東南アジア | 連結 | % | - | 19.2 |
| | 北米 | 連結 | % | - | 27.9 |
| | 欧州 | 連結 | % | - | 0.3 |
| | インド | 連結 | % | - | 4.9 |
| | 中南米 | 連結 | % | - | 2.2 |
| | 総従業員数(国内) | | 連結(国内) | 人 | 4,733 |
| 部門別 | 間接 | 連結(国内) | % | 71.9 | 73.7 |
| | 製造直接 | 連結(国内) | % | 28.1 | 26.3 |
| 性別 | 女性 | 連結(国内) | % | 14.9 | 14.6 |
| | 男性 | 連結(国内) | % | 85.1 | 85.4 |
| 年齢別 | 29歳以下 | 連結(国内) | % | 6.3 | 8.7 |
| | 30-39歳 | 連結(国内) | % | 18.8 | 19.2 |
| | 40-49歳 | 連結(国内) | % | 32.5 | 30.0 |
| | 50-59歳 | 連結(国内) | % | 38.0 | 36.3 |
| | 60歳以上 | 連結(国内) | % | 4.4 | 5.9 |
| | 平均勤続年数 | 女性 | 単体 | 年 | - |
| | 男性 | 単体 | 年 | - | 19.1 |
| 管理職比率 | 女性 | 連結 | % | 17.0 | 17.7 |
| | | 単体 | % | 4.8 | 5.8 |
| | 男性 | 連結 | % | 83.0 | 82.3 |
| | | 単体 | % | 95.2 | 94.2 |
| 障がい者比率 | | 連結(国内) | % | 1.6 | 2.2 |
| 請負または派遣社員である従業員数 | | 連結(国内) | 人 | - | 1,511 |
| 採用人数(新卒) | 女性 | 単体 | 人 | 10 | 7 |
| | 男性 | 単体 | 人 | 25 | 54 |
| | 合計 | 単体 | 人 | 35 | 61 |

非財務データ

Social

| | | 範囲 | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | |
|---------------------------------------|----------|--------|-----------|---------|-----------|-----------------------------------|
| 採用人数(キャリア) | 女性 | 単体 | 人 | 16 | 25 | |
| | 男性 | 単体 | 人 | 99 | 200 | |
| | 合計 | 単体 | 人 | 115 | 225 | |
| 育児休業取得率 | 女性 | 連結(国内) | % | - | 100 | |
| | 男性 | 連結(国内) | % | - | 56.2 | |
| 年次有給休暇の平均取得日数 | | 単体 | 日 | - | 17 | |
| 年次有給休暇の平均取得率 | | 単体 | % | - | 71.7 | |
| 男女賃金比 | 全体 | 連結(国内) | - | - | 75.9 | (女性の平均給与額÷男性の平均給与額) |
| | 正社員 | 連結(国内) | - | - | 75.7 | |
| | 非正社員 | 連結(国内) | - | - | 61.4 | |
| 団体交渉協定の対象となる全従業員の割合 | | 連結(国内) | % | 82.8 | 81.1 | |
| 一月あたり平均残業時間(法定時間外) | | 単体 | 時間 | - | 18時間6分 | |
| 意欲的エンゲージメントを示す従業員の割合 | | 単体 | % | 69.0 | 70.0 | |
| 労働関連の傷害による死亡者数 | | 連結 | 人 | 0 | 0 | |
| 労働関連の傷害による傷害者数 | | 連結(国内) | 人 | 12 | 20 | |
| 労働関連の疾病・体調不良による死亡者数 | | 連結(国内) | 人 | 0 | 0 | |
| 労働関連の疾病・体調不良による体調不良の発症数 | | 連結(国内) | 件 | 0 | 0 | |
| OHSAS 18001(ISO45001)認証を受けた拠点数 | | 連結(国内) | 拠点 | 11 | 10 | |
| 安全衛生基準に関する教育を受けた従業員数 | | 連結(国内) | 人 | 4,929 | 5,458 | |
| 休業災害度数率 | | 連結(国内) | - | 0.09 | 0.18 | |
| 強度率 | | 連結(国内) | 日/1,000時間 | 0.01 | 0.03 | |
| 歩数自覚率 | | 連結(国内) | % | 60.5 | 68.7 | (1週間の概ねの合計歩数を把握している者の割合) |
| 運動実施率 | | 連結(国内) | % | 27.1 | 27.2 | (1回30分以上の運動を週2回以上、1年以上実施している者の割合) |
| 喫煙率 | | 連結(国内) | % | 23.5 | 22.7 | |
| 肥満率 | | 連結(国内) | % | 32.3 | 31.1 | (BMIが25以上の者の割合) |
| 企業市民活動費 | | 連結(国内) | 円 | 343,411 | 8,486,188 | |
| 人権方針について研修を受講した従業員の割合 | | 連結(国内) | % | 100 | 100 | |
| 人権侵害事例の件数 | | 連結(国内) | 件 | 0 | 0 | |
| 差別事例の総件数 | | 連結(国内) | 件 | 0 | 0 | |
| 先住民族の権利を侵害したと特定された事例の総件数 | | 連結(国内) | 件 | 0 | 0 | |
| 人権・労働・安全衛生などの社会的基準に基づき選定した新規サプライヤーの割合 | | 連結* | % | 100 | 100 | |
| 人権などに関するリスクアセスメントを実施したサプライヤーの割合 | 新規サプライヤー | 連結* | % | 100 | 100 | |
| | 既存サプライヤー | 連結* | % | 100 | 100 | |
| 人権などに関しモニタリングや監査を受けているサプライヤーの割合 | | 連結* | % | 100 | 100 | (実地および書面での実施含む) |

*海外販売会社を除く、パナソニック エナジーグループ全法人

非財務データ

Governance

| | 範囲 | 単位 | 2021年度 | 2022年度 |
|---|------|-----|--------|--------|
| 取締役会の開催回数 | 単体 | 回 | - | 18 |
| 取締役会の出席率 | 単体 | % | - | 98.9 |
| コンプライアンス委員会の開催回数 | 単体 | 回 | - | 7 |
| ERM委員会の開催回数 | 単体 | 回 | - | 2 |
| 指名・報酬諮問委員会の開催回数 | 単体 | 回 | - | 3 |
| 指名・報酬諮問委員会の出席率 | 単体 | % | - | 100 |
| 経済、環境、社会項目、およびそのインパクト、リスク、機会に関して最高ガバナンス機関が行うレビューの頻度 | 単体 | 回 | - | 8 |
| 最高給与所得者の年間報酬総額に対する、全従業員の年間報酬額の中央値の倍率 | 単体 | - | - | 6.3 |
| 組織の腐敗防止ポリシーとその手続きに関して研修を受けた者の割合 | 連結*1 | % | 100 | 100 |
| 確定した重大な腐敗事例の総数 | 連結*1 | 件 | 0 | 0 |
| 社会経済分野の法規制の違反により組織が受けた重大な罰金総額および罰金以外の制裁措置件数 | 連結*1 | 円/件 | 0 | 0 |
| 重大なコンプライアンス違反事案の発生件数 | 連結*1 | 件 | 0 | 0 |
| 情報セキュリティ事故件数 | 連結*2 | 件 | 9 | 2 |
| 顧客データの漏洩、窃盗、紛失の総件数 | 連結*2 | 件 | 0 | 0 |
| 顧客プライバシーの侵害に関して具体化した不服申立の総件数 | 連結*2 | 件 | 0 | 0 |

*1 海外販売会社を除く、パナソニック エナジーグループ全法人

*2 海外販売会社、パナソニック ペルーおよび、パナソニック ブラジルを除くパナソニック エナジーグループ全法人

パナソニック エナジーグループ(計: 22社、2023年3月時点)

パナソニック エナジー、パナソニック エナジー貝塚、パナソニック エナジー東浦、パナソニック エナジー南淡、パナソニック エナジーノースアメリカ、パナソニック エナジーアメリカ、パナソニック エナジーメキシコ、パナソニック セントロアメリカーナ、パナソニック ペルー、パナソニック ブラジル、パナソニック エナジー無錫、パナソニック エナジー 蘇州、パナソニック エナジータイ、パナソニック・ゴーベルエナジーインドネシア、パナソニック エナジーインド、パナソニック カーボンインド、パナソニック デバイス販売アメリカ、パナソニック インダストリーヨーロッパ、パナソニック インダストリー販売アジアパシフィック、パナソニック インダストリー中国、パナソニック 香港、パナソニック デバイス販売台湾

範囲欄の表記

連結子会社(国内)

パナソニック エナジー貝塚、パナソニック エナジー東浦、パナソニック エナジー南淡

連結子会社(海外)

パナソニック セントロアメリカーナ、パナソニック エナジー無錫、パナソニック インダストリーヨーロッパ、パナソニック エナジー 蘇州、パナソニック エナジーメキシコ、パナソニック エナジーアメリカ、パナソニック インダストリー中国、パナソニック ペルー、パナソニック ブラジル、パナソニック エナジーインド、パナソニック エナジータイ、パナソニック ゴーベルエナジーインドネシア、パナソニック カーボンインド、パナソニック デバイス販売アメリカ、パナソニック エナジーノースアメリカ、パナソニック インダストリー販売アジアパシフィック、パナソニック デバイス販売台湾、パナソニック 香港

販売会社

パナソニック インダストリーヨーロッパ、パナソニック インダストリー中国、パナソニック デバイス販売アメリカ、パナソニック インダストリー販売アジアパシフィック、パナソニック デバイス販売台湾、パナソニック 香港

企業情報

グループネットワーク



会社概要

| | |
|---------------------|--|
| 社名 | パナソニック エナジー株式会社 Panasonic Energy Co., Ltd. |
| 所在地(本社) | 〒570-8511 大阪府守口市松下町1番1号 |
| 設立 | 2022年4月 |
| 代表取締役 社長執行役員CEO | 只信 一生 |
| 事業内容 | 一次電池(乾電池、リチウム一次電池)、 車載用リチウムイオン電池、 産業・民生用リチウムイオン電池、 蓄電モジュール、ニッケル水素電池等 の開発・製造・販売 |
| 業績実績 (2022年度) | 売上高: 9,718億円 営業利益: 332億円 |
| 従業員数 (2023年3月時点) | グローバル連結 約2万人 |

生産拠点(国内)

- ① 本社機能/研究開発/守口工場
- ② 住之江工場
- ③ 和歌山工場
- ④ 洲本工場
- ⑤ 徳島工場
- ⑥ 二色の浜工場
- ⑦ パナソニック エナジー 貝塚(株)
- ⑧ パナソニック エナジー 東浦(株)
- ⑨ パナソニック エナジー 南淡(株)

生産拠点(海外)

- 北米
 - ① パナソニック エナジー ノースアメリカ
 - ② パナソニック エナジー アメリカ(株)
 - ③ パナソニック エナジー メキシコ(株)
- 中南米
 - ④ パナソニック セントロアメリカーナ(株)
 - ⑤ パナソニック ブラジル(有)
- 中国
 - ⑥ パナソニック エナジー 無錫(有)
 - ⑦ パナソニック エナジー 蘇州(有)
- 東南アジア
 - ⑧ パナソニック エナジー タイ(株)
 - ⑨ パナソニック・ゴーベル エナジー インドネシア(株)
- インド
 - ⑩ パナソニック エナジー インド(株)
 - ⑪ パナソニック カーボン インド(株)

販売拠点

- 日本
 - ① パナソニック インダストリアル マーケティング&セールス(株)
- 北米
 - ② パナソニック デバイス販売アメリカ(株)
- 中南米
 - ③ パナソニック ブラジル(有)
- 欧州
 - ④ パナソニック インダストリー ヨーロッパ(有)
- 東南アジア
 - ⑤ パナソニック インダストリー販売 アジアパシフィック
 - ⑥ パナソニック デバイス販売 アジアマレーシア(株)
 - ⑦ パナソニック デバイス販売 アジアタイ(株)
- 中国・北東アジア
 - ⑧ パナソニック インダストリー中国(有)
 - ⑨ パナソニック 香港(有)
 - ⑩ パナソニック デバイス販売台湾(株)
 - ⑪ パナソニック デバイス販売韓国(株)
- 南西アジア
 - ⑫ パナソニック ライフソリューションズ インド(株)

GRIスタンダード対照表

パナソニック エナジー「統合レポート」を含む当社のサステナビリティ報告は、GRI (Global Reporting Initiative) スタンダードを参照しています。

| 項目 | 掲載箇所 | 掲載ページ数 |
|--------------------------------------|--|----------|
| 一般開示項目 | | |
| 2 組織と報告実務 | | |
| 2-1 組織の詳細 | 企業情報：会社概要 https://www.panasonic.com/jp/energy/company.html#about | 76 |
| 2-2 組織のサステナビリティ報告の対象となる事業体 | 企業情報：グループネットワーク | 76 |
| 2-3 報告期間、報告頻度、連絡先 | Contents：編集方針・報告対象期間 | 1 |
| 2-4 情報の修正・訂正記述 | — | |
| 2-5 外部保証 | — | |
| 活動と労働者 | | |
| 2-6 活動、バリューチェーン、その他の取引関係 | At a Glance 価値創造プロセス | 20 14 |
| 2-7 従業員 | 人的資本経営の推進 | 49 |
| 2-8 従業員以外の労働者 | — | |
| ガバナンス | | |
| 2-9 ガバナンス構造と構成 | コーポレートガバナンス： コーポレートガバナンス体制 | 61 |
| 2-10 最高ガバナンス機関における指名と選出 | コーポレートガバナンス： コーポレートガバナンス体制 | 62 |
| 2-11 最高ガバナンス機関の議長 | コーポレートガバナンス： コーポレートガバナンス体制 | 61 |
| 2-12 インパクトのマネジメントの監督における最高ガバナンス機関の役割 | サステナビリティ (ESG) 経営の推進 | 34 |
| 2-13 インパクトのマネジメントに関する責任の移譲 | サステナビリティ (ESG) 経営の推進 | 34 |
| 2-14 サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割 | サステナビリティ (ESG) 経営の推進 | 34 |
| 2-15 利益相反 | — | |
| 2-16 重大な懸念事項の伝達 | — | |
| 2-17 最高ガバナンス機関の集会的知見 | — | |
| 2-18 最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価 | コーポレートガバナンス： 取締役会の実効性向上に向けた取り組み | 62 |
| 2-19 報酬方針 | — | |
| 2-20 報酬の決定プロセス | — | |
| 2-21 年間報酬総額の比率 | 非財務データ：Governance | 75 |

| 項目 | 掲載箇所 | 掲載ページ数 |
|---------------------------------|---|----------|
| 戦略、方針、実務慣行 | | |
| 2-22 持続可能な発展に向けた戦略に関する声明 | CEOメッセージ | 9 |
| 2-23 方針声明 | サステナビリティ (ESG) 経営の推進 人権の尊重： パナソニックグループ人権・労働方針 | 34 57 |
| 2-24 方針声明の実践 | サステナビリティ (ESG) 経営の推進 人権の尊重： パナソニックグループ人権・労働方針 | 34 57 |
| 2-25 マイナスのインパクトの是正プロセス | 法律・規制の順守：コンプライアンス体制 | 66 |
| 2-26 助言を求める制度および懸念を提起する制度 | 法律・規制の順守：コンプライアンス体制 | 66 |
| 2-27 法規制順守 | 法律・規制の順守 非財務データ：Governance | 66 75 |
| 2-28 会員資格を持つ団体 | — | |
| ステークホルダー・エンゲージメント | | |
| 2-29 ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ | サステナビリティ (ESG) 経営の推進： ステークホルダーとの対話 | 34 |
| 2-30 労働協約 | 人的資本経営の推進： 安全衛生活動および健康経営 | 52 |
| 3 マテリアルな項目 | | |
| 3-1 マテリアルな項目の決定プロセス | 価値創造のための重要課題 (マテリアリティ) | 17 |
| 3-2 マテリアルな項目のリスト | 価値創造のための重要課題 (マテリアリティ) | 17 |
| 3-3 マテリアルな項目のマネジメント | 価値創造のための重要課題 (マテリアリティ) | 17 |
| 経済 | | |
| 201 経済パフォーマンス | | |
| 201-1 創出、分配した直接的経済価値 | 財務ハイライト | 70 |
| 201-2 気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会 | — | |
| 201-3 確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度 | — | |
| 201-4 政府から受けた資金援助 | — | |
| 202 地域経済での存在感 | | |
| 202-1 地域最低賃金に対する標準新人給与の比率 (男女別) | — | |
| 202-2 地域コミュニティから採用した上級管理職の割合 | — | |
| 203 間接的な経済的インパクト | | |
| 203-1 インフラ投資および支援サービス | 幸せを追求するエナジーの提供 | 44 |
| 203-2 著しい間接的な経済的インパクト | 幸せを追求するエナジーの提供 | 44 |

GRIスタンダード対照表

| 項目 | 掲載箇所 | 掲載ページ数 |
|---|--------------------------------------|----------|
| 経済 | | |
| 204 調達慣行 | | |
| 204-1 地元サプライヤーへの支出の割合 | — | |
| 205 腐敗防止 | | |
| 205-1 腐敗に関するリスク評価を行っている事業所 | — | |
| 205-2 腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修 | 法律・規制の順守：取り組み内容 非財務データ：Governance | 66 75 |
| 205-3 確定した腐敗事例と実施した措置 | 法律・規制の順守：取り組み内容 非財務データ：Governance | 66 75 |
| 206 反競争的行為 | | |
| 206-1 反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置 | 非財務データ：Governance | 75 |
| 207 税金 | | |
| 207-1 税務へのアプローチ | — | |
| 207-2 税務ガバナンス、管理、およびリスクマネジメント | — | |
| 207-3 税務に関連するステークホルダー・エンゲージメントおよび懸念への対処 | — | |
| 207-4 国別の報告 | — | |
| 環境 | | |
| 301 原材料 | | |
| 301-1 使用原材料の重量または体積 | — | |
| 301-2 使用したリサイクル材料 | 循環型社会の実現：再生材利用の促進 | 40 |
| 301-3 再生利用された製品と梱包材 | 循環型社会の実現：廃棄物抑制の取り組み | 41 |
| 302 エネルギー | | |
| 302-1 組織内のエネルギー消費量 | 非財務データ：Environment | 71 |
| 302-2 組織外のエネルギー消費量 | — | |
| 302-3 エネルギー原単位 | 非財務データ：Environment | 71 |
| 302-4 エネルギー消費量の削減 | 非財務データ：Environment | 71 |
| 302-5 製品およびサービスのエネルギー必要量の削減 | — | |
| 303 水と廃水 | | |
| 303-1 共有資源としての水との相互作用 | — | |
| 303-2 排水に関連するインパクトのマネジメント | — | |
| 303-3 取水 | 非財務データ：Environment | 72 |
| 303-4 排水 | 非財務データ：Environment | 72 |
| 303-5 水消費 | 非財務データ：Environment | 72 |

| 項目 | 掲載箇所 | 掲載ページ数 |
|---|---|----------------|
| 304 生物多様性 | | |
| 304-1 保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト | — | |
| 304-2 活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト | — | |
| 304-3 生息地の保護・復元 | — | |
| 304-4 IUCNレッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種 | — | |
| 305 大気への排出 | | |
| 305-1 直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1) | 非財務データ：Environment | 71 |
| 305-2 間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2) | 非財務データ：Environment | 71 |
| 305-3 その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ3) | 非財務データ：Environment | 71 |
| 305-4 温室効果ガス(GHG)排出原単位 | — | |
| 305-5 温室効果ガス(GHG)排出量の削減 | 脱炭素化の実現 非財務データ：Environment | 37 71 |
| 305-6 オゾン層破壊物質(ODS)の排出量 | — | |
| 305-7 窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、およびその他の重大な大気排出物 | — | |
| 306 廃棄物 | | |
| 306-1 廃棄物の発生と廃棄物関連の著しいインパクト | 循環型社会の実現 | 40 |
| 306-2 廃棄物関連の著しいインパクトの管理 | 環境マネジメントシステム | 42 |
| 306-3 発生した廃棄物 | 非財務データ：Environment | 71 |
| 306-4 処分されなかった廃棄物 | 非財務データ：Environment | 71 |
| 306-5 処分された廃棄物 | 非財務データ：Environment | 72 |
| 308 サプライヤーの環境面でのアセスメント | | |
| 308-1 環境基準により選定した新規サプライヤー | 循環型社会の実現：再資源化の拡大 責任ある調達活動：取り組み内容 非財務データ：Environment | 40 58 72 |
| 308-2 サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置 | 循環型社会の実現：再資源化の拡大 責任ある調達活動：取り組み内容 非財務データ：Environment | 40 58 72 |

GRIスタンダード対照表

| 項目 | 掲載箇所 | 掲載ページ数 |
|---|---------------------------|--------|
| 社会 | | |
| 401 雇用 | | |
| 401-1 従業員の新規雇用と離職 | 非財務データ：Social | 73 |
| 401-2 正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当 | — | |
| 401-3 育児休暇 | 非財務データ：Social | 74 |
| 402 労使関係 | | |
| 402-1 事業上の変更に関する最低通知期間 | — | |
| 403 労働安全衛生 | | |
| 403-1 労働安全衛生マネジメントシステム | 人的資本経営の推進：安全衛生活動および健康経営 | 52 |
| 403-2 危険性（ハザード）の特定、リスク評価、事故調査 | 人的資本経営の推進：安心・安全な職場づくり | 52 |
| 403-3 労働衛生サービス | 人的資本経営の推進：従業員の健康づくりと意識醸成 | 53 |
| 403-4 労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション | 人的資本経営の推進：安心・安全な職場づくり | 52 |
| 403-5 労働安全衛生に関する労働者研修 | 人的資本経営の推進：安全活動の取り組み「安全道場」 | 53 |
| 403-6 労働者の健康増進 | 人的資本経営の推進：従業員の健康づくりと意識醸成 | 53 |
| 403-7 ビジネス上の関係で直接結びついた労働安全衛生の影響の防止と緩和 | 責任ある調達活動：購入先様への支援 | 59 |
| 403-8 労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者 | 人的資本経営の推進：安全衛生活動および健康経営 | 52 |
| 403-9 労働関連の傷害 | 非財務データ：Social | 74 |
| 403-10 労働関連の疾病・体調不良 | 非財務データ：Social | 74 |
| 404 研修と教育 | | |
| 404-1 従業員一人あたりの年間平均研修時間 | — | |
| 404-2 従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム | 人的資本経営の推進：人財育成の促進 | 54 |
| 404-3 業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合 | — | |
| 405 ダイバーシティと機会均等 | | |
| 405-1 ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ | 人的資本経営の推進：DEIの推進 | 50 |
| 405-2 基本給と報酬総額の男女比 | 非財務データ：Social | 74 |
| 406 非差別 | | |
| 406-1 差別事例と実施した救済措置 | 非財務データ：Social | 74 |
| 407 結社の自由と団体交渉 | | |
| 407-1 結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー | — | |

| 項目 | 掲載箇所 | 掲載ページ数 |
|--|-----------------------|--------|
| 408 児童労働 | | |
| 408-1 児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー | 人権の尊重：人権デュー・ディリジェンス | 56 |
| 409 強制労働 | | |
| 409-1 強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー | 人権の尊重：人権デュー・ディリジェンス | 56 |
| 410 保安慣行 | | |
| 410-1 人権方針や手順について研修を受けた保安要員 | 人権の尊重：人権教育の実施 | 56 |
| 411 先住民族の権利 | | |
| 411-1 先住民族の権利を侵害した事例 | 非財務データ：Social | 74 |
| 413 地域コミュニティ | | |
| 413-1 地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所 | 幸せを追求するエナジーの提供：社会貢献活動 | 45 |
| 413-2 地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト（顕在的、潜在的）を及ぼす事業所 | — | |
| 414 サプライヤーの社会面のアセスメント | | |
| 414-1 社会的基準により選定した新規サプライヤー | 非財務データ：Social | 74 |
| 414-2 サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置 | 責任ある調達活動 | 58 |
| 415 公共政策 | | |
| 415-1 政治献金 | — | |
| 416 顧客の安全衛生 | | |
| 416-1 製品およびサービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価 | 品質・製品安全の追求 | 64 |
| 416-2 製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例 | — | |
| 417 マーケティングとラベリング | | |
| 417-1 製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項 | — | |
| 417-2 製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例 | — | |
| 417-3 マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例 | — | |
| 418 顧客プライバシー | | |
| 418-1 顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して具体化した不服申立 | 非財務データ：Governance | 75 |

Panasonic ENERGY

未来を変えるエネルギーになる。