CEOメッセージ

“未来を変えるエナジーとなり、
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歓びを求め、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。

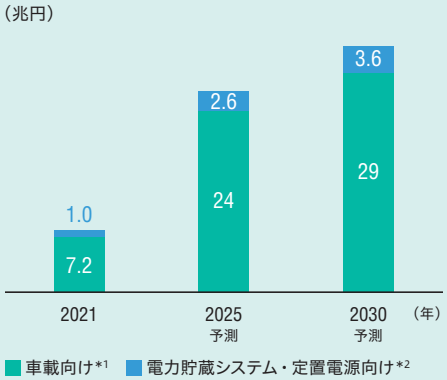
CEOメッセージ

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。

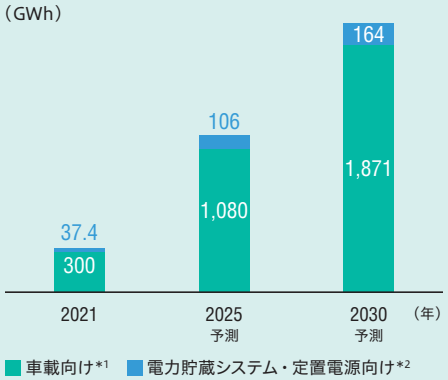
急成長する市場で最先端を行く

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



リチウムイオン電池 需要



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くかたちですが、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“エナジー”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CO_2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CO_2排出量削減、社会へのCO_2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CO_2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。もっとも、当社の事業で発生するCO_2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CO_2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CO_2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CO_2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

エナジ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。「未来を変えるエナジー」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、我々はそんな未来を描いています。