

Panasonic

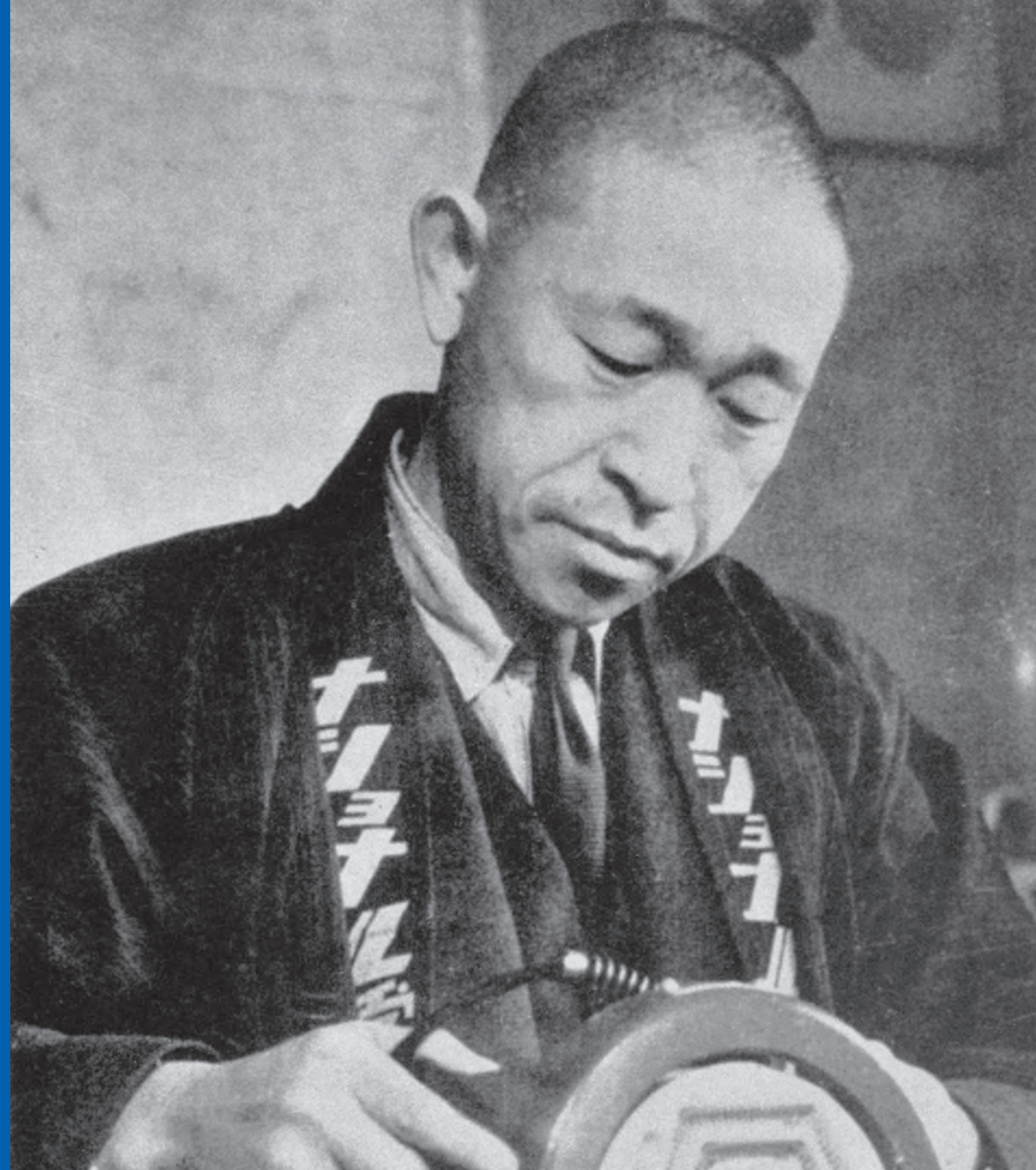
The People's Report

Panasonic

人をつくり、未来を 創造するパナソニック

01 Creating the future with you





02

受け継がれる人起点の経営

100年以上受け継がれてきた「人」への想い

パナソニックの成長を担うのは、一人ひとりの社員です。

パナソニックが将来にわたり社会の発展に貢献し続けられるかどうかは、一人ひとりの社員にあると考えています。

私たちの経営の根幹には、

社会からお預かりした貴重な「人材」を育て、活かすということがあり、

創業者である松下幸之助は、

「事業は人なり」という言葉を残しています。



物をつくる前に人をつくる

「松下電器は何をつくる場所かと尋ねられたら、松下電器は人をつくる場所です。あわせて電気器具もつくっております。こうお答え下さい」。まだ創業間もないころから、松下幸之助は事あるごとに従業員に対して説いていました。



03

未来起点で暮らしを変えていく

くらしに寄り添い、社会の幸せを実現する

未来からの逆算のアプローチとして、

社会課題や地球環境問題に対応し、くらしを変えていく。

松下幸之助が目指したお客様や社会へのお役立ちを果たし、

「物心一如」、物と心が共に豊かな理想の社会の実現を目指しています。



企業は社会の公器

「社会の足らざるところを補い、これを潤沢に作り出すことで、世の貧困を失わせるものでなければならない」。松下幸之助が企業の本質的な役目や企業の責任について一言で言い表したのが、「企業は社会の公器」という言葉です。



CONTENTS

イントロダクション	01
CEOメッセージ	06
事業領域	08
2030年に目指す姿	09
暮らしを支えるベストパートナー事例	10
CHROメッセージ	16
大切にしてきたこと	18
変化に向けて	20
人事ポリシーと施策	21
社員インタビュー	22

覚悟と挑戦

The CEO's Message



世界で一番、 お客様のお役に立てる 会社を目指す

パナソニックは1918年の創業以来、人々の暮らしの質を高めることを生業としてきた会社です。この使命に100年以上にわたって愚直に取り組み、力を尽くしてきたことで、私たちはお客様や社会から厚い信頼をいただいています。これは、私たちにとって大変大きな財産になっています。

そのような会社ですので、やはりパナソニックで働く社員の中にも、「暮らしに困っている人々を助けたい」「人々の苦痛を取り除きたい」「人々がもっと良い暮らしができるようにしたい」と願っている人が多いように感じます。こうした人材が多く存在することもまた、パナソニックにとっては重要な財産であり、社会からすばらしいリソースをお預かりしているという気持ちを私は強く持っています。人的資本という考え方で申し上げれば、これからもこうした価値観を持つ人材に集まっていただくことで、パナソニックはビジネスを通じて大きな力を発揮し続けることができるのだと考えます。同じ価値観を持つといった点では、現在の新入社員も同様です。人々の暮らしの質を高めることがパナソニックの存在意義であり、その想いに共感する人材が集う会社が私たちパナソニックなのです。

No.1を目指して、 社員とともに挑戦し続ける

現在、当社（パナソニック株式会社）はBtoBの事業が大半を占めており、お客様とつながり続け、お客様の生涯の満足度を上げていくことを目指しています。そこで、「人を想う技術と創造力で暮らしを支えるベストパートナー」となることをVISION（ありたい姿）として掲げています。「ベストパートナー」という言葉には、私自身の強い想いを込めています。各事業を展開する業界で1位または2位になっていないと、お客様にとっての「ベストパートナー」とは言えません。業界で1位、2位の事業の集合体となること、かつ持続的な成長を続けることで、そのポジションを維持し続けることが極めて大切です。その実現に向け、社員に対しては、「お客様に常に『ありがとう』と言ってもらえるような仕事をしよう」「世界で一番、お客様のお役に立てる会社になろう」と繰り返し伝えていきます。

そこで必要となってくるのが「フレキシビリティ（柔軟性）」です。不確実性の高い時代を迎え、かつての日本の高度経済成長期のような、綿密な計画のもとで確実に業務をこなしていくことが意味を成さない事業環境になっています。そのため、オーバープランニングに陥らず、お客様のご要望に対して柔軟に対応できる事業を展開する必要があります。

お客様の生涯にわたる満足度向上のためには、一人ひとりが新たなチャレンジをしていくことが肝要です。チャレンジできる集団を目指して「Make New」と称したアクションを展開し、じっくり取り組んでいます。かつてのパナソニックがそうであったように、暮らしの定番アイテムをお客様に提供し、世界市場で勝ち抜きNo.1を目指すことに、すべての社員とともに果敢に挑んでいきたいと考えています。

パナソニック株式会社
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）

品田 正弘

事業領域

パナソニックは、2022年4月、事業領域ごとに会社を分けた持株会社・事業会社制に移行しました。

パナソニック ホールディングス (株)

パナソニック株式会社

中国・北東アジア社

くらしアプライアンス社

空質空調社

コールドチェーンソリューションズ社

エレクトリックワークス社

パナソニック オートモーティブシステムズ (株)

パナソニック エンターテインメント&コミュニケーション (株)

パナソニック ハウジングソリューションズ (株)

パナソニック コネクト (株)

パナソニック インダストリー (株)

パナソニック エナジー (株)

パナソニック オペレーショナルエクセレンス (株)

“くらし”に貢献する会社

Panasonic



2030年に目指す姿

「Life tech & ideas 人・社会・地球を健やかにする。」というミッションのもと、
「人のくらしの豊かさの維持向上」と「地球・社会課題の解決」を両立させ、
やりきることが、人起点の価値を創ってきたパナソニックの役割

「人のくらしの豊かさの維持向上 (Well-being)」

「地球・社会課題の解決 (Sustainability)」

二律背反するこれらの命題を両立させるベストパートナーでありたい

くらしを支える多様な事業

多彩な事業領域と
培ってきた信頼・ブランド

強み

人が活きるカルチャーと組織風土

個の違いを活かす組織風土と
安心して働ける環境

“くらしを支えるベストパートナー”の実現に向けて、
人が活きる経営を加速

くらしを支えるベストパートナー事例 ①

水素関連事業の取り組み

パナソニックが向き合う 世界動向・社会課題

世界動向

地球温暖化／脱炭素（カーボンニュートラル）対策として、世界中で再生可能エネルギー（太陽光、風力など）が加速。安全保障の観点から脱化石燃料も注目されています。

社会課題

気候変動、地震などによる自然災害増大の対策として、地域インフラのレジリエンス強化（「分散型社会」への移行）が求められます。



地震、大型台風による道路、送電線の崩壊や、市街地域での大規模停電長期化、災害（事例）

水素関連事業

クリーンエネルギー（CO₂フリー水素など）の利活用により分散型エネルギーパッケージを実現

事業機会

2030年の想定市場規模

分散型エネルギー※1

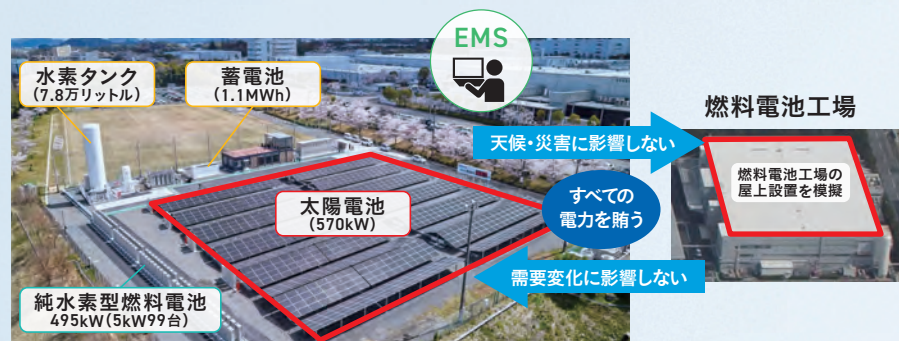
約6兆円

分散型エネルギーパッケージ
(1MW以下、欧・日)

約6,500億円

RE100ソリューション

「太陽電池+蓄電池+純水素燃料電池」をEMS※2で制御する3電池連携



※1 市場規模は富士経済・日経BPレポートをもとに当社推定 ※2 エネルギーマネージメントシステム

分散型エネルギーパッケージのユースケース



RE100ソリューション

クリーンエネルギー（CO₂フリー水素など）の利活用により
分散型エネルギーパッケージ※3を実現

※3 ハードウェア（水素燃料電池等）、ソフトウェア（エネルギーマネージメントシステム:EMS）、サービス等をパッケージ化したもの

提供する価値

脱炭素社会の 実現に貢献

脱炭素化と環境価値の創出
安心・安定なエネルギー自給
トータルエネルギーコストの削減

パナソニックは、
欧州・日本を重点に、RE100ソリューションで
顧客獲得を推進し、次期中期以降の
事業化を目指しています。

パナソニックが向き合う
世界動向・社会課題

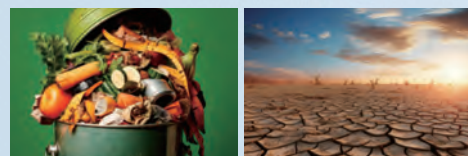
世界動向

まだ食べられるのに、廃棄される食品を食品ロスと呼びます。世界で生産された食品のうち40%にあたる食品が捨てられています。

※出典：世界自然保護基金 (WWF)
「DRIVEN TO WASTE :
GLOBAL FOOD LOSS ON FARMS」
REPORT SUMMARY (JULY 2021)

社会課題

食品ロスはごみとして廃棄され、焼却処理する際に温室効果ガスである二酸化炭素 (CO₂) が大量に排出されています。



温室効果ガスの排出によって地球温暖化が進み、大規模な干ばつや洪水に見舞われる可能性が増加する

コールドチェーン事業

おいしいものをおいしいままお届け することで、食品ロス削減に貢献

「食のインフラ」を支える技術的優位性のある製品

安全でおいしく保存・冷凍する技術

case 1 長期保存、かつ常温輸送

産地にあるレストランの味をパナソニックの真空調理の技術でレトルトパック化することで、長期保存、かつ常温輸送が可能。



case 2 解凍保冷庫の技術

生肉を冷凍しても、ドリップと呼ばれる赤い液体がにじみ出ず、旨味も水分を閉じ込めたまま解凍できる解凍保冷庫の技術。



メリット

生産者



収穫した作物を廃棄せず、有効に活用する

消費者



おいしいものをおいしいまま食べることができる

外食企業
一般外食店や
一次産業



地域独自のおいしい商品をレトルト食品として販売できる

食を支える技術とサービスで長期的な視点で、
食の起点である生産物と生産者を支える

提供する価値

食品ロス削減に貢献

おいしいものをおいしいまま最終消費者にお届けすることで、需要と供給をマッチしやすくする

パナソニックは、
コールドチェーン事業を通じて、
食の質を高める事業に挑戦しています。

空質空 調事業

一人ひとりに寄り添った 空気でお客様の睡眠を改善

眠りに寄り添うエアコン「Eolia sleep (エオリアスリープ)」

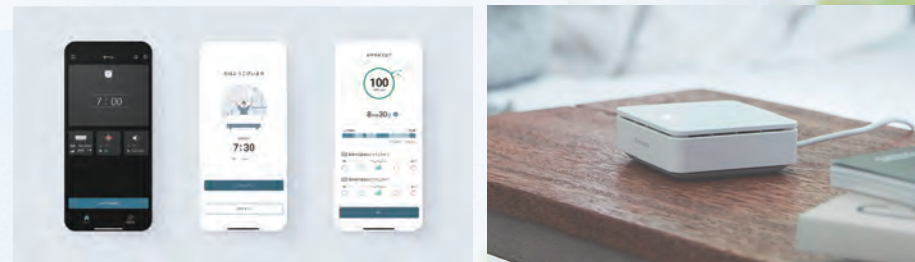
特徴1 寝室に特化したエアコン

睡眠環境を整えるため、エアコン本体に内蔵されている温度や湿度を計測するためのセンサーに加えて、枕元に置けるコンパクトなセンサー「ベッドサイドセンサー」を用意。センサーが寝ている場所周辺の温度や湿度を感知し、理想の快眠環境になるよう、エアコンが空気(室温)をコントロール。



特徴2 専用アプリと連動し、快眠環境の精度を上げる

エアコン+ベッドサイドセンサー+スマホアプリを組み合わせ、良い睡眠環境を提供するソリューションを合わせて提供します。季節や天候、その日のコンディションによって変わる室内の環境を、ユーザーのフィードバックに基づいて毎日自動でコントロール。使うことで、ユーザーごとに快適な睡眠環境を整えることが可能。



パナソニックが向き合う 世界動向・社会課題

世界動向

新型コロナウイルスの感染拡大により、多くの人々がストレスなどで睡眠にネガティブな影響を受けたといわれています。

社会課題

日本人のうち、わずか3割しか睡眠に満足していないといわれています。日本人は世界一睡眠時間が短く、睡眠不足の傾向があるためだと考えられます。

※Philips社「2021年フィリップス世界睡眠の日グローバル調査」より



提供する価値

お客様の睡眠の課題を解決

睡眠に対する意識を変え、良質な睡眠習慣をつけることで心身ともに健やかな日々を提供

パナソニックは、人々のくらしに寄り添い、物と心の両面での豊かさに満ちた社会の実現を目指します。



変え組 るみ を

The CHRO's Message
取締役 常務執行役員
パナソニック株式会社
チーフ・ヒューマン・リソース・オフィサー (CHRO)
加藤 直浩

未来のパナソニックのために、 自らを大きく変えていく道を選ぶ

時代の変化の中で、パナソニックはその変化に対応しながら進化を遂げてきましたが、「人を起点とする経営」を尊重し、実践する姿勢については、これまで105年間にわたり守り続けてきました。創業当時は小さなベンチャー企業に過ぎなかったパナソニックがここまで成長できたのは、人を信じて事業や組織運営を任せ、チャレンジを促す経営に徹してきたからだと思っています。事業部制を日本で初めて導入したのもパナソニックです。仕事を任せられた人間が高い意識を持って考え抜き、悩み抜き、また周囲の人々の知恵を結集することで、壁を乗り越えていく。パナソニックは、こうした「自主責任経営」「衆知経営※」を常に実践してきた企業であると言えます。

一方で、パナソニックは、くらしの中心にいる人々に寄り添い、その課題を解決してきた企業でもあります。現代の言葉で言い換えると、人々の「Well-being」を実現するために、くらしの中でどのような形がその人にとってベストなのか、何に困っていて、私たちにどのような価値が提供できるのかを突き詰め、多様な商品を駆使してソリューションを提供するための圧倒的なケイパビリティを持ち合わせています。

未来のパナソニックのための 環境づくり、仕組みづくりを進める

しかしながら、現状に甘んじていては、組織はやがて衰退します。個々のビジネスが大きくなり、組織の階層が増えていけば、管理のための社内調整に費やす時間が増え、そこにエネルギーが費やされるようになります。結果的に、お客様の課題解決に貢献しているという実感がなくなり、お客様に価値を提供するためのスピードが落ち、社員のモチベーション

も低下します。数年前のパナソニックは、まさにこうした状況に陥っていたように思います。お客様に寄り添い、くらしの課題を解決しようとする創業来の想いがお客様のもとに届きにくくなっていました。そのような中、パナソニック本来の経営を取り戻すために、従来のやり方を大きく変える道を選択して、2022年4月に組織を大きく見直し、持株会社・事業会社制へと移行しました。パナソニックでは、事業の前線のお客様と向き合い、果敢にチャレンジができるよう、傘下に5つの社内カンパニーを設置し、それぞれに権限を委譲していく体制としたのです。お客様に価値を提供するスピードを高めるために、人事評価や働き方を含めて現場の裁量を増やす「前線化」を強力に推し進めています。

この新たな体制・組織を機能させるために、これからのパナソニックに必要なことは「人づくり」です。それぞれの社内カンパニーが強くなることに加えて、パナソニックにしか提供できない価値をお客様に提供することが、厳しい競争環境で勝ち残っていくうえでも極めて重要です。社員が生き生きと働くための制度・仕組みづくりは私のミッションとしてしっかりと取り組みます。未来のパナソニックを担う世代の人たちには、私たちの世代では想像もしないようなことを自分たちで考え抜き、悩みながらも、ぜひパナソニックで成し遂げてほしいと思っています。

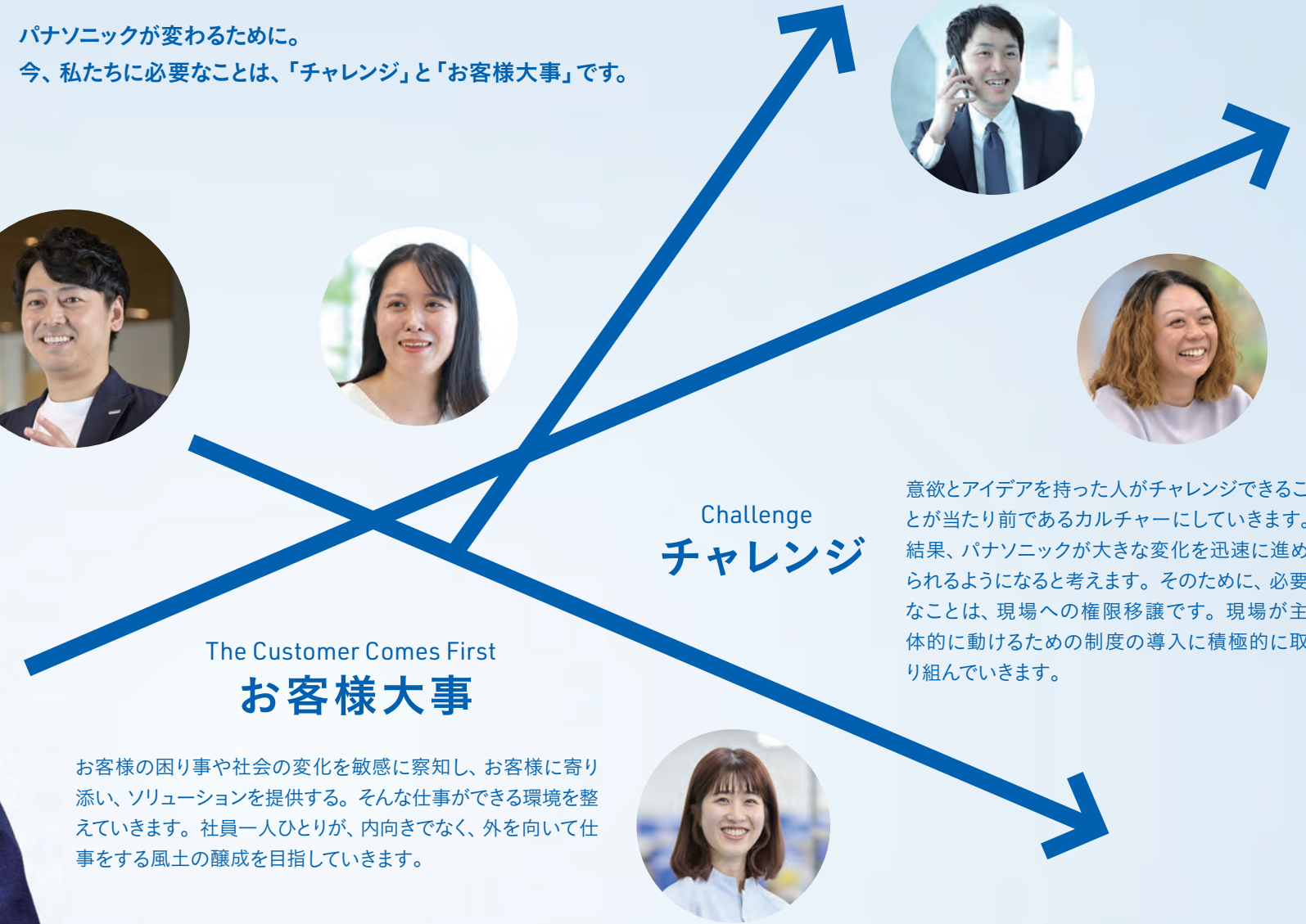
※創業者・松下幸之助氏が提唱した経営理念で、一人ひとりの社員の知恵を結集して経営に活かすこと。



Making Changes

変えていくこと

パナソニックが変わるために。
今、私たちに必要なことは、「チャレンジ」と「お客様大事」です。



Challenge
チャレンジ

意欲とアイデアを持った人がチャレンジできることが当たり前であるカルチャーにしていきます。結果、パナソニックが大きな変化を迅速に進められるようになると思います。そのために、必要なことは、現場への権限移譲です。現場が主体的に動けるための制度の導入に積極的に取り組んでいきます。

The Customer Comes First
お客様大事

お客様の困り事や社会の変化を敏感に察知し、お客様に寄り添い、ソリューションを提供する。そんな仕事ができる環境を整えていきます。社員一人ひとりが、内向きでなく、外を向いて仕事をする風土の醸成を目指していきます。

大切にしてきたこと

経営理念

パナソニックは、経営理念に基づいて事業を進めています。
 経営理念とは、事業の目的と事業活動の基本的な考え方であり、「綱領」「信条」「私たちの遵奉すべき精神」に力強く簡潔に表現されています。
 これらは、どれだけ時代が推移し、事業規模・事業内容が変化しようとも、私たちの根幹に変わることなくあり続ける大切な言葉です。

信条

私たちの
遵奉すべき
精神

綱領

安全・
安心

健康

自由
自律

DEI

信頼

創業以来100年以上にわたって築き上げた安全・安心のブランド力があり、また、社員一人ひとりが安心して生き生きと働くことができる制度・風土がパナソニックらしさと言えます。お客様との信頼、社員との信頼を積み重ね、事業の成長と発展を続けています。



PLP

パナソニックは、お客様へのお役立ちを果たすために、社員の皆さんと大事にしていきたいこと、社員一人ひとりのWell-beingの実現に欠かせない要素となるものとして「PLP※」を策定しました。

※PLP: Panasonic Leadership Principlesの略。経営基本方針を行動指針として落とし込んだものとして2023年に策定。

世界一の生産性を追求する

お客さま起点で考える

誠意をもって行動する

「人」を第一に考える

未来起点で行動する

結果にこだわる

日に新たに挑む

大胆に未来を描く

自主責任感をもつ

違いを強みとして活かす

衆知でより良い決断をする

変化に向けて

パナソニックは「人・社会・地球を健やかにする」というミッションの実現を目指し、変革を進めています。
パナソニックの変化に向けた兆しを、社員の声でご紹介します。

施策を「線」で取り組めるか、
チャレンジしやすい仕組みづくりが必要
(技術 Kさん)

一人ひとりが
選択できる環境になるといい
(研究開発 Mさん)

どんなに働きやすくても、
自分が何のために
仕事をしているのかを自問し、
確立しないといけない
(経営企画 Fさん)

少しずつ声を出し、
変える、
その積み重ねで
大きな変化が起こるはず
(営業 Tさん)

未来のことを
考えると
ワクワクします
(社長執行役員 CEO 品田正弘)

経営側も「変わること」への
発信に力を入れていると感じる
(調達 Sさん)

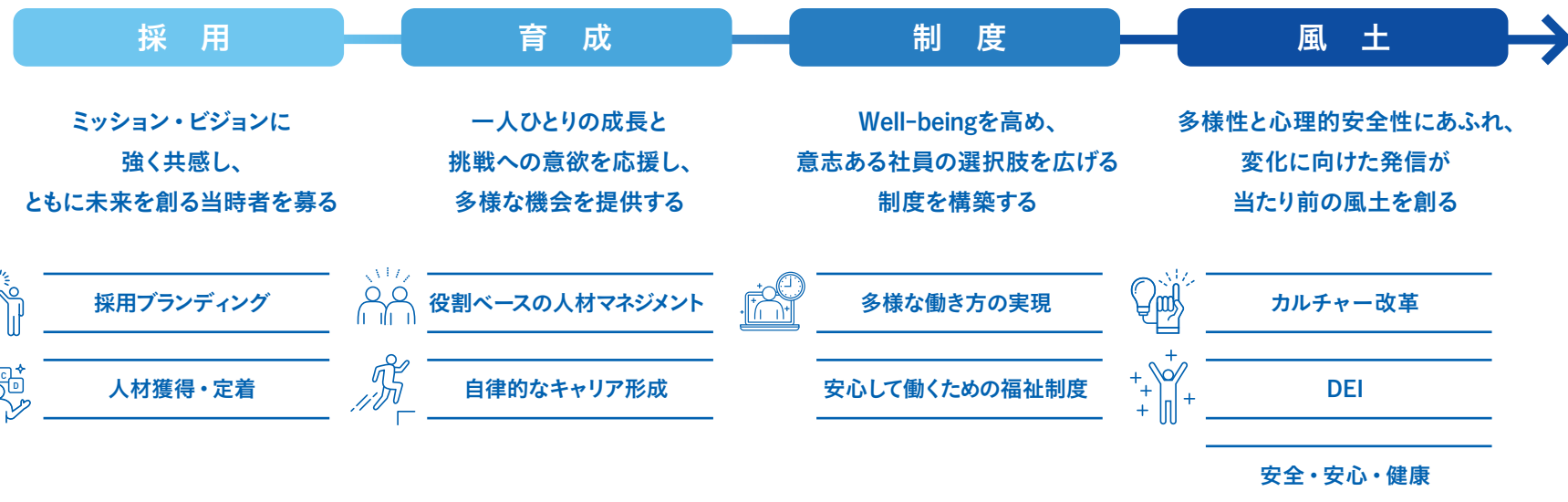
どの程度を
チャレンジというのかまで
浸透させてほしい
(品質管理 Nさん)

勝ちのセオリーがあるゆえに、
新しい事業チャレンジができる人材、
組織風土づくりが必要
(情報システム Aさん)

たくさん挑戦して、たくさん失敗する
(経理 Wさん)

人事ポリシーと施策

パナソニックの変革を加速させるべく、職場環境の整備と新しい働き方の創造を両輪で進めています。
人事施策ポリシーと各人事施策について、社員インタビューを交えてご紹介します。



→ P.22

→ P.26

→ P.30

→ P.34

Career Stories

社員インタビュー

Story
01
採用

パナソニック株式会社
くらしアプライアンス社
ビューティ・パーソナルケア事業部 制御技術部
ヘルシー・アクア制御設計課

永松 萌

企業風土がある
若手技術者を育てる
パナソニックには、

商品の核となるような技術を 自らの手でつくり出すのが私の夢

パナソニックでは浄水器やアルカリイオン整水器など、アクア商品の回路設計を行う仕事に就いて3年目になります。大学で電気系を専攻していたこともあって、パナソニックを選んだのですが、実はインターンでもお世話になりました。雑談の中でも率直に仕事の相談ができるような、和気あいあいとした働きやすい職場だと感じたことも入社決め手となりました。

回路設計の仕事は想像以上にわからないことだらけでしたが、わからないことが少しずつ理解できることの楽しさを感じます。一方で、自分が設計した回路を組み込んだ製品が思うように作動しない時には、つくづくこの仕事の難しさを感じます。原因を突き止めるには経験と知見の蓄積が必要で、順を追って論理的な検証を行っていくことが求められるのですが、それを習得するまでは困難続きでした。一人で抱え込まずに、さまざまな壁を乗り越えるこ

とができたのは、先輩社員の方々のおかげです。自分の仕事を中断してまで熱心にアドバイスをいただけたことは、本当にありがたく思っています。現在、業務の中で他社と連携を図ることがありますが、自分の考えを相手に伝える際に、「相手に伝える」ことのスキル不足に気づくことがあり、そうしたことも学びになっています。また、リクルーターとしても活動しており、学生の皆さんには挑戦の場としてのパナソニックの魅力を伝えています。

職場としてのパナソニックの良いところは、若手技術者の育成に対する、会社からの想いの強さです。「アイデア検討会」という、若手技術者が自分のアイデアを発表する場があり、ここでは若手の技術者がいくつかのチームに分かれて新しい商品やロードマップのアイデアを

提案し、部長をはじめ全員で商品化の可能性を議論します。議論はニーズとシーズの両面から検討され、お客様の持つニーズと、パナソニックの持つシーズが噛み合わなければ商品化につながりません。私自身のアイデアを反映した新商品についても、アイデア検討会で議論されました。残念ながら商品化には至りませんでした。それでも大変勉強になりました。

今、挑戦したいことは、新しいアクア商品の開発・設計です。自らの手で新しい回路、新しい商品を一から開発・設計してみたい——好奇心は強いほうで、知識や経験を積み上げて、核となるような技術をつくり上げることが私の夢です。その技術で、いつか自分自身でも使いたいと思うような商品を開発したいと思っています。

人事施策 ポイント解説

リクルーター制度



就職活動中の学生に対し、パナソニックの採用担当者以外の先輩社員が直接コミュニケーションをとりながら、広範囲にわたりサポートしています。パナソニックの魅力を伝えるほか、仕事内容の詳細や現場社員のリアルな声など会社に関する情報提供を行うだけでなく、学生の立場に立った姿勢・視点で、就職活動そのものにアドバイスしたり、悩みや不安などの相談に乗ったり、学生の伴走者となって就職活動を最後まで全力で支援します。



つながる調達を目指す
良いものづくりに
お客様のために、



Story
02

採用

パナソニック株式会社
コールドチェーンソリューションズ社
コールドチェーン事業部 調達部 契約課

金井 達哉

調達面での 小さな工夫の積み重ねが、 最終的にお客様の満足につながる

スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの冷凍・冷蔵ショーケースなどを扱う、コールドチェーンソリューションズ (CCS) 社の調達部に所属しています。調達部は主に契約部門と購買部門の2部門があり、私は契約部門で、工場で組み立てるための部品の単価やリードタイムといった契約条件をサプライヤー様との間で調整し、契約を結ぶ仕事をしています。前職で10年ほど経験を積み、パナソニックには2022年9月に入社しました。

調達は地味な仕事かもしれませんが、パナソニックの根幹であるものづくりや品質を支える仕事であり、最終的なお客様の満足、そして価値創造にもつながるやりがいのある仕事だと思います。

この仕事で重要となるのがサプライヤー様とのコミュニケーションです。特に、込み入った商談では自ら先方に出向き、真摯に向き合って対話することが非常に重要です。効率的かつ安



定的な生産に向けて、つくり上げる製品を安定的に稼働させ、お客様に喜んでいただくべく、ものづくりをどんどん良い方向に向かわせるのが私の役割となります。そのためには、入手性の悪い部品を見直して新しい部品に替えたり、リードタイムの長い部品から短い部品に代替したりといった、小さな工夫の積み重ねが大切です。

入社早々に、大きなプロジェクトに携わりました。コロナ禍での半導体不足や原材料コストの上昇を背景に、基板アセンブリ・組み立てを委託する協力会社で対応していた電子部品の調達を当社で一括して行うことで、納期管理を的確に行い安定生産を実現する、グループ契約価格を適用したコストダウンを図るというプロジェクトです。1,300品目以上ある電子部品について、一つひとつ調達の流れを構築する



のは根気と労力を要する仕事でしたが、なんとかやり遂げることができました。

創業者の想いが込められたパナソニックグループの経営基本方針の中では「お客様大事」の考え方に強く共感し、今日より明日が良くなるよう、お客様を想って日々の仕事に向き合っています。また、社風や職場環境にも満足しています。私には子どもが3人おり、まだ小さいので家族との時間を重視していますが、職場ではフレックス勤務や在宅勤務などを活用できるほか、有給休暇も取得しやすく、働きやすさを感じます。職場は群馬県で、近隣にはラグビーで盛り上がる埼玉県の熊谷市があります。「埼玉パナソニックワイルドナイツ」の試合を観戦するという会社のイベントには家族で参加するなど、公私ともに充実した生活を送ることができています。



人事施策 ポイント解説

キャリア採用



パナソニックでは、異業種の経験を積まれてこられた方、ベンチャーを経験してこられた方など、多様なバックグラウンドを持つ方のキャリア採用に積極的に取り組んでいます。あわせて、さまざまな経験を持つ多様な人材が活躍できるオープンな組織風土や、働き続けることのできる環境づくりに向けた取り組みを推進しています。新たな人材が入社することで、ダイバーシティをさらに加速させ、環境変化に対応していきたいと考えています。

Story 03

育成

パナソニック株式会社
中国・北東アジア社
住建空間事業部
建築電気事業
山田 拓磨

多くのことを学ぶ
文化や商慣習の異なる国で、



多様性に富んだ仲間とともに、 一つの目標に向けて働くことの楽しさ

海外で働ける仕事に就きたいという夢を持って、パナソニックへの入社を決意しました。そうした気持ちを持った背景には、幼少時代の海外生活があります。小学校6年生から中学校3年生まで、私は香港に住んでいました。当時の香港は、中国に対する貿易の窓口のような役割があり、いろいろな国・地域の人や文化が交じり合う、ダイバーシティの進んだ地域だったと思います。サッカーが好きだった私は、地元クラブチームに所属してサッカーに没頭していたのですが、チームには中国や香港の出身者に加え、ヨーロッパやアメリカ出身者、さらには私のような日本人もいて、国際色にあふれていました。多様性に富んだ仲間とともに、共通の目標に向けて鍛え合うといった経験は、自分自身の価値観や人格を形成するうえで大きく影響を受けたと思います。

入社後7年間は、国内で営業の基礎を学び、そこでの努力や成果が認められ、現在は中国で働いています。パナソニックには、A Better Dialogue (ABD) という取り組みで、上司と対話する仕組みがあります。上司との1on1 Meetingで海外勤務の希望を伝えることにより自分の夢を実現することができました。キャリアアップに向けた多様な選択肢が用意されているところに、職場としてのパナソニックの魅力があると思います。

中国で仕事をするようになり3年が経ちましたが、文化や商慣習、人々の価値観が異なる国での仕事ということで、最初は戸惑いも多くありました。上司や先輩からは、まずはその地域の文化・風習を理解し、違いを当然のこととして捉えたいという、日本のパナソニックから来た駐在員と

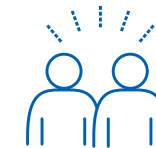
いう責務に愚直に向き合うことの大切さを教わりました。仕事をする中で、自分の意見を押しつけるわけでも、相手の言うことをただ聞くわけでもなく、お互いを尊重しながら、言うべきことを言うというスタンスが重要だと知りました。

自分の希望どおりにグローバルで働くことができたことは、やはり自分自身の成長につながっていると実感します。仕事と生活の拠点を海外に置くことで、いい意味で強い刺激を受けることができたこと、国内では経験できないようなスピード感やダイナミズムを体感できたこと、そして何よりも、バックグラウンドの異なる多様な仲間とともに、一つの目標に向けて努力することの楽しさを感じることができています。創業者が大切にしていた「素直な心」で、これからも挑戦を続けていきます。



人事施策 ポイント解説

A Better Dialogue (ABD)



多様な人材を活かすマネジメントおよび現場起点の「人づくり」を活性化させるために、A Better Dialogue (ABD) の取り組みを推進しています。これは上司と部下のコミュニケーションの質・量を向上させ、一人ひとりの個性ややる気、チャレンジの機会を今まで以上に引き出し、新たな成長への原動力につなげることを目的としたものです。各職場では、上司と部下の1on1 Meetingが展開されています。

自ら希望した異動で、 自分自身の価値を高める



パナソニック株式会社
エレクトリックワークス社
ライティング事業部 ライフスタイルライティングビジネスユニット
非住宅空間演出事業推進部
インテリア企画課

中島 将太

企画・開発部と営業部の間にある “壁”を取り払うことが私の役割

以前は、ハウスメーカーで住宅販売の営業に携わっていました。お客様の大きな買い物の後押しをする仕事にやりがいを感じていたのですが、くらしの身近なところでもっとお客様と接する仕事がしたいと思うようになり、2016年からパナソニックで働いています。照明やキッチン、トイレなど、くらしに密着した商品をお客様にお勧めする仕事、そして自分がお勧めする商品をお客様がご使用になり、喜んでいただける姿が見たかったのです。また、私自身が大阪出身ということもあり、大阪に本社のあるパナソニックで働いてみたいという気持ちもありました。入社後に配属されたのは、電材営業事業部。取り扱う商品は天井に設置するLED照明器具で、7年間、主に官公庁向けの販路を開拓する営業活動に打ち込みました。



現在はライティング事業部で、商品企画の仕事に携わっています。この異動は自らの意思で、「eチャレンジ制度」という社内公募異動制度を活用しました。当社はものづくりの会社ですので、商品をつくる仕事をしてみたいという想いが募ったためと、自分のアイデアを反映させた商品をお客様に使って喜んでいただきたいと思ったからです。現在は主にオフィス向けLED照明に関する商品企画を担当しており、照明器具の改修の際に代替する新しいLED照明の企画を始めたところです。照明器具は、オフィスの新築に伴うニーズもありますが、近年は改修やリニューアルに伴うニーズが非常に高まっています。私たちのチームがターゲットとして捉えているのも、そのような照明のニーズです。私は、商品を扱う方のニーズを捉えて商品企



画に反映させていくことが基本であり、オフィスの改修を請け負う工事会社の意見を伺うことはとても重要だと考えていたのですが、商品企画部ではこれまで、こうした方々から直接話を伺う機会を設けてこなかったことを知りました。工事会社とのコミュニケーションは営業部の仕事という認識が強く、企画・開発部と営業部の間の“壁”をあらためて感じました。

照明器具の営業経験を持つ私であれば、この“壁”を打ち破ることができるのではないかと思います。上司の賛同を得たうえで、現在は営業部に出向き、お客様の生の声を収集する活動を始めています。このような体験から、多様な部署で経験を積むことの大切さを実感しました。今後もさまざまな業務を通じて視野を広げながら、お客様に喜んでいただくための努力を続けていきます。



人事施策 ポイント解説

eチャレンジ制度



一人ひとりのチャレンジの機会を創出する「eチャレンジ制度」は、個人の成長と自律的なキャリア形成を後押しし、新たな仕事に挑戦するための公募制度です。各事業部門が必要な人材を募集、社員は自らの強みを武器にその仕事にチャレンジできるほか、パナソニックグループの他の事業会社の公募にもチャレンジ可能です。パナソニックでは挑戦したい人を応援しており、自身のスキルや関心に応じて、いろいろな分野に携われる機会を設けています。

Story
05
制度

パナソニック株式会社
くらしアプライアンス社
ビューティ・パーソナルケア事業部 技術企画部
開発プロセス革新課

新井 有美子

私自身を育ててくれる会社
パナソニックは



障がいのある後輩たちも、自信を持って、 この職場で夢を実現させてほしい

パナソニックという会社は、創業者の持つ理念が大切にされ、それが今も息づいている会社だと思います。「物をつくる前に人をつくる」という創業者の言葉どおり、入社後に配属された部署でも、そのような風土が根づいていることを強く感じました。

私は耳が聞こえにくく、就職には不安もありましたが、学校の先輩もすでに多く働いている会社ということもあり、コミュニケーションに関する配慮など、職場では障がいのある社員への配慮も行き届いているだろうとは思っていました。実際に入社し、配属された職場の雰囲気は、期待を超える素晴らしいものでした。聴覚に障がいのある方々はすでにこの職場にもいて、その方々と触れ合えることに安心感がありました。また、コミュニケーションに関して、入社直後から手厚いサポートもいただきました。私の不安にも真正面から向き合い、親身になっ

て話を聞いてくれました。障がいの有無にかかわらず、上司や同僚の方々の振る舞いからは人を育てることへの高い意識が感じられ、パナソニックに入社して良かったとつくづく思いました。

現在は、コンピューターで商品などの立体画像をつくり上げる3DCGの仕事を担当しています。CGは学生時代から学んでいたものの、ここでは立体画像や動画の制作もあり、使用するソフトも異なることから、配属後にゼロから学んだことも少なくありません。商品の画像を描くには、まずはその商品のことをよく知ることが大切だと思い、開発者や営業担当の方々からも学びました。もちろん、苦勞もありましたが、商品を手がける方々の話を聞きながら、またチームの中でいろいろとアイデアを出し合いな

がら1つの良いものをつくり上げていくプロセスが、自分としてはとても楽しく、またやりがいも感じます。街中の広告やネットなどで、自分の手がけた作品を見つけた時には心が躍ります。

自分としては、私という存在が職場にいることの意味を常に考えるように心がけています。耳が聞こえにくい人にとって不便だと感じることは臆せず発言します。こうしてはどうかという提案もします。そうすることが職場環境の改善につながりますし、さらに言えばパナソニックという会社が社会から高く評価され、発展していくうえで重要なことのようにも思います。障がいのある後輩にも、そのような気持ちを持ってほしいと思います。自分の夢をあきらめず、自信を持って自分に磨きをかけ、夢を実現させてほしいと思います。



人事施策 ポイント解説

DEI
(Diversity, Equity & Inclusion)



DEI (ダイバーシティ: 多様性、エクイティ: 公平性、インクルージョン: 包括性) の推進により、一人ひとりが自分らしく生き生きと働き、最大限にチャレンジできる企業風土づくりに注力しています。障がいの有無にかかわらず互いの個性を受け入れ活かし合うことで、より高い価値を生み出し、DEIの取り組みを通じて、「一人ひとりが活きる経営」「物と心が共に豊かな理想の社会」を実現し、より多くの人々の幸せに貢献していきます。



さまざまな仕事があり、
働き方も自由に
選択できるところが魅力



Story
06
制度

パナソニック株式会社
海外マーケティング本部 地域統括部
企画課

Sabrina Ramleh

やりたいことに 挑戦できる制度を活用し、 自分の夢を実現させていく

パナソニックは、多様な事業を展開しているからこそ、さまざまな仕事があり、働き方も自由に選択できるところに魅力があると私は思います。

私がパナソニックに入社したのは、学生時代に、かつての「パナソニック電工」に興味を持ったことがきっかけです。パナソニックには電機メーカーのイメージしかなかったので、住宅の内装や外装までを行っていることは新しい発見でした。また、学生時代から商品企画に携わりたいという想いもあり、商品企画部の先輩社員とお会いして話を伺い、その方の人柄や職場の様子に惹かれて入社を決意しました。最初に配属されたのは国内向けに配線器具をつくる部署で、勤務先は三重県でした。配線器具はライフサイクルが長く、一つのシリーズで10年も20年も展開するような製品です。入社前にイメージしていた仕事とは異なっていたものの、

私が配属された時にちょうど新シリーズを立ち上げるタイミングと重なって、新シリーズの立ち上げを任せていただくこととなり、仕事に没頭しました。商品企画部の企画をもとに、具体的に設計し、金型をつくることから始まり、商品化し、販売するまでのプロセス全体に関わることができ、貴重な経験ができたと思います。

将来的には海外拠点の経営に携わることが私の夢で、その一歩として「eチャレンジ制度」を活用し、現在は海外マーケティングの仕事に携わっています。配線器具の設計の仕事は、ひたすら製品と向き合うものでしたので、もっとお客様に近い仕事をしたいという思いがありました。私の所属する海外マーケティング本部は多様性に富んでおり、英語の堪能な人材も揃っています。私は日本育ちですが、国籍はマレー



シアで、グローバルな仕事にも興味があるため、今の職場は非常に満足しています。現在は東京在住で単身赴任の形をとっていますが、三重県にある自宅にはパートナーが暮らしていることから、東京と三重を往復しています。そのための費用をサポートする制度もありますし、パートナーと同居することや、単身赴任することも、会社は認めてくれて、かつ支援してくれています。また、2024年4月からは副業も認められるようになるほか、週休3日にすることも可能となり、働き方の自由度はさらに高まります。

パナソニックには社員のチャレンジを歓迎し、失敗を許容する風土があります。当面は現在の部署で、販売やマーケティングについての知識や経験を積み重ね、その後は、できれば経営に近いところでチャレンジしたいと思っています。



人事施策 ポイント解説

自己実現をサポート



多様な人材が挑戦し活躍できる環境づくりに向けて、社員それぞれの柔軟な働き方やワーク・ライフ・バランスの実現に積極的に取り組んでいます。仕事と育児・介護との両立促進のため、各種制度の整備に加え「両立応援ガイドブック」を作成し、安心してキャリアを継続できるようサポートしています。時間や場所に制約されない「e-Work」の取り組みではリモートワーク制度を設けているほか、週4日勤務、他社での副業も可能です。

何度でも挑戦できる文化がある
誰でも、何にでも、
パナソニックには、
誰でも、何にでも、

Story
07
風土

パナソニック株式会社
エレクトリックワークス社
ソリューション開発本部
ライティング開発センター
新事業推進部
インキュベーション推進課

Ron Whiteford

「昆虫事業」で食や健康に関する 社会課題の解決を目指す

私は理想主義者と言ってもおかしくないかもしれませんが、「自分のアイデアで、人のために、何らかの形で貢献したい」。この想いを、16年前に入社した時から持ち続けています。これまで何回か新規事業を提案していますが、初めて提案したのは入社2年目の時でした。当時、照明事業に関するグローバル企画の部署に所属していました。そこでは照明器具を作動させる安定器や制御装置を取り扱っており、当時はまだ普及していなかったLED照明を一般照明以外の用途で活かす提案をしました。企画の実現には至りませんでした。新しいことへの挑戦心を失うことはありませんでした。その後、調達企画やグローバル営業に異動し、インドでの事業立ち上げを担当しました。この時期にも新規事業への想いを諦めずに、社内でビジネスコンテストやイベントが



あった際、新たにアイデアを練って応募を続けました。事業化検討まで進むも、結果に結びつくところまでなかなか至らない状況が続く中、ソリューション開発本部新事業推進部への異動のチャンスをつかみ、本業として新規事業を推進することになりました。

2022年度に、「Game Changer Catapult (GCC)」のビジネスコンテストにも応募しました。GCCはパナソニック内に置かれた新規事業創出プラットフォームで、社員の企業内起業を後押しする制度です。照明事業で得られた知見とともに、パナソニック独自の光技術と製造技術を活かした「昆虫養殖事業」を提案し、ついに採用されました。タンパク質などを豊富に含み、生態系にも害を及ぼしにくい「アメリカミズアブ」を活用することで、社会課題を解決する循環型ビジネスの事業化を目指す取り組みです。

私が16年間で蓄積してきた経験やノウハウ以外にも、パナソニックには幅広い技術が蓄積されています。こうした技術を活かすことができるのは大きなメリットであり、提供価値の差別化にもつながります。現在、このプロジェクトは5名体制で進めており、各チームメンバーのスキルに基づき役割分担しながら事業化を進めています。

私はアメリカ人ですが、国籍や人種などをあまり意識したことはありません。同じ人間、同じ種族だと思っており、我々の種族である人間のために、自分が何かを成し遂げたいという想いを強く持っています。これが新規事業に挑戦する原動力となっています。パナソニックには何にでも、何度でも挑戦できる企業文化があり、これからも挑戦を続けます。

人事施策 ポイント解説

Game Changer Catapult



社員が考案した製品・サービスを事業化につなげる「Game Changer Catapult (ゲームチェンジャー・カタパルト)」。毎年、コンテスト形式で新たな事業アイデアを募り、選抜されたテーマのメンバーは通常業務と並行し、本取り組みに参加。その中から厳選されたアイデアは仮説と検証を繰り返して磨きをかけ、事業化を目指します。現在も、自らのアイデアによって新規事業を創出すべく、参加者は努力を続けています。

ものづくりの価値を高めたい
データドリブンなマーケティングで、

Story

08

風土

パナソニック株式会社
コンシューマーマーケティングジャパン本部
パナソニック マーケティング ジャパン株式会社 (PMJ) 出向

中島 優



お客様に近い立ち位置で、 ものづくりを考えることの大切さ

「ものづくりについて学びたい。ものづくりをするなら、楽しいものをつくりたい」。これが、私が就職先としてパナソニックを選んだ大きな理由です。入社後は、開発部門で飛行機用のモニターに関わるソフトウェア開発を担当しました。海外旅行が好きで、飛行機も好きだったので、飛行機に関わるものづくりに携わることができたことは大きな喜びでした。自分の希望としては、開発の経験を3~4年積んだ後に、マーケティング系やカスタマーサービス系の仕事のどちらかに就きたいと思っていましたが、コロナ禍の時期と重なり、システムエンジニアとしてアサインされ、仕事をする事となりました。今考えると、ここでの経験も自分にとって大きな糧になったと考えています。システムエンジニアとして、BtoBのお客様の

ニーズに触れ、そのニーズを満たすシステムを開発してお客様に納入するという、お客様に近い立ち位置の仕事ができたからです。また、この仕事を通じて、お客様との対話からニーズを引き出すスキルを期せずして身につけることができました。

その後は「eチャレンジ制度」を利用して、現在在籍しているDX企画室に異動させていただきました。パナソニックグループでは現在、Panasonic Transformation (PX) として、パナソニック流のDXの推進に取り組んでいます。今の仕事もその一部で、国内のBtoCの家電マーケティングにおけるDX推進に関わっています。パナソニックは、家電に関してお客様とのさまざまなタッチポイントを有しています。家電量販店や「パナソニックの店」(街のでんきや

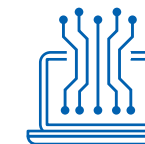
さん) など、実店舗での接点を多く持っているのも当社の特徴です。こうしたリアルな接点の部分で、DXを駆使したマーケティングを強化するのがDX企画室での今の私の仕事です。異動してまだ1年不足なので、今後数年はDXの浸透を図り、DXの力で家電マーケティングを変えていくことをやり遂げ、その後は商品開発の部門で、データドリブンな商品開発を行うことにもチャレンジしたいと考えています。

パナソニックは、社員の可能性を尊重し、それを活かそうとしてくれる社風を持つ会社です。また、多様な事業があり、それだけに自分のやりたい仕事に出合える可能性も高く、何よりも会社や上司がそれを真剣にフォローしてくれます。私自身も、自分が楽しいと思うものづくりにチャレンジし続けたいと思います。



人事施策 ポイント解説

Panasonic Transformation (PX)



カルチャー改革するためには、一人ひとりの行動が変わることが重要と考えています。その取り組みの一つとして、DXの取り組みを「Panasonic Transformation (PX)」と称し、ITシステム面の変革にとどまらない、経営基盤強化のための重要戦略として推進中です。「PX」には、文字どおり「パナソニックグループ全体を変えていく」という意味を込めており、各事業会社のDX支援とグループ全体のIT経営基盤の底上げを目的としています。