At a Glance

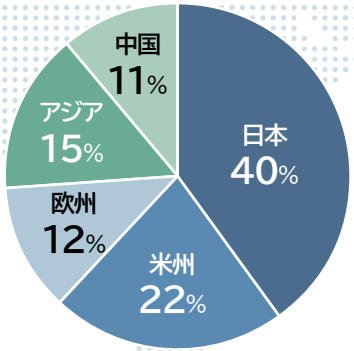
欧州
売上高
9,698億円

中国
売上高
9,670億円

日本
売上高
34,202億円

米州
売上高
18,406億円

地域別売上高



アジア
売上高
12,606億円

事業の拡がり

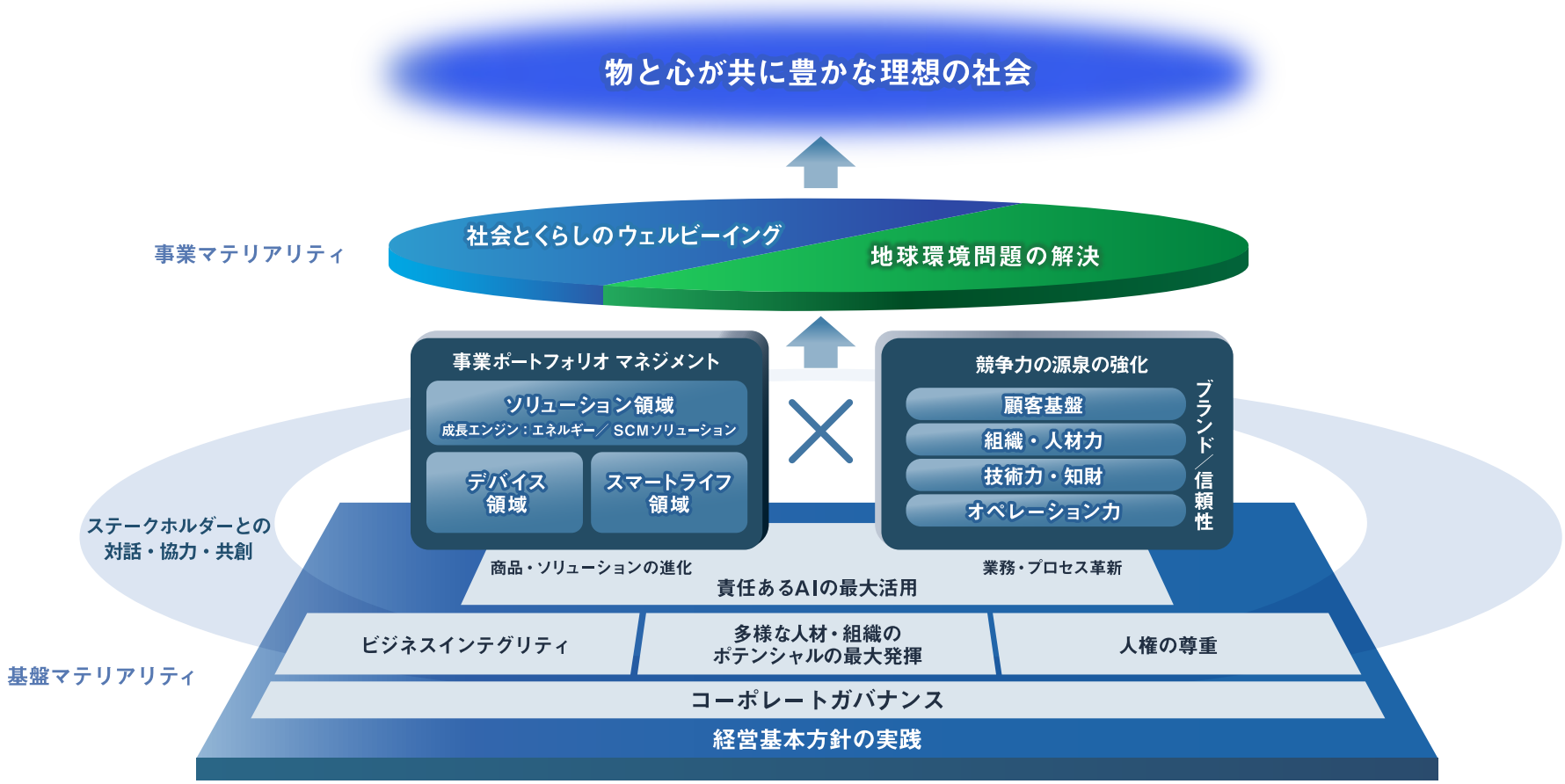
当社は1918年に創業し、その後1932年に貿易部を新設。配線器具や乾電池の輸出を開始しました。1959年には、海外初の販売会社を米国に設立しました。現在では、製造、販売、研究開発等の活動をグローバルに展開しており、世界中に拠点を有しています。

（2025年3月期）

売上高	従業員数	海外売上高比率	海外従業員比率	累積営業CF（22-24年度）	ROE	研究開発費
8.5兆円	20.8万人	60%	60.6%	2.2兆円	7.9%	4,778億円 [売上高比率] 5.6%

CONTRIBUTION IMPACT CO_2削減貢献量	サーキュラーエコノミー型事業モデル／製品	UNLOCK指標※	経営チームにおける多様性比率※	社外取締役比率※	配当性向	機関投資家との対話
5,325万トン （P22ご参照）	累計15事業 （P22ご参照）	43% ※従業員意識調査の設問「会社や上司からの動機付けによる意欲向上」「挑戦への阻害要因がない」がともに肯定回答の割合（グローバル） （P18ご参照）	54% ※パナソニック ホールディングス（株）執行役員の女性、日本以外の国籍、キャリア入社の割合 （P18ご参照）	53.8% ※2025年6月23日現在 （P36ご参照）	30.6%	約1,600社 （延べ） （P48ご参照）

価値創造プロセス



パナソニックグループは、使命である「物と心が共に豊かな理想の社会」の実現に向けて、事業活動を通じて「地球環境問題の解決への貢献」と「社会とくらしのウェルビーイング」という価値を生み出し続けます（＝事業マテリアリティ）。そのために、事業ポートフォリオの最適化や注力領域の強化を図る一方、グループ共通の競争力の源泉となる無形資産の継続的な強化に取り組み、その掛け合わせによって、価値創出の最大化をはかります。

一方で、そうした持続的な価値創出を可能にするための経営基盤の構築・強化にも注力します（＝基盤マテリアリティ）。「コーポレートガバナンス」「ビジネスインテグリティ」「人権の尊重」「多様な人材・組織のポテンシャルの最大発揮」といった取り組みに加え、「責任あるAIの最大活用」によって、商品・ソリューションの進化を通して事業を強化し、業務・プロセス革新を通して競争力の源泉を強化します。

こうしたすべての取り組みのベースには、経営基本方針があります。また、「社会の公器」として、関係するすべてのステークホルダーの皆様と対話・協力・共創し、ともに「理想の社会」の実現を目指していきます。