パナソニック ホールディングス株式会社

証券コード:6752



期末報告

2021年4月1日~2022年3月31日

株主の皆様へ

株主の皆様には、平素より格別のご支援を賜り、 厚くお礼申しあげます。

ここに第115期の期末報告をお届けいたします。

2021年度の概況

2021年度の世界経済は、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種進展等を背景に回復が進みましたが、変異株の影響で先行きが見通しにくい状況が続きました。原材料や物流費の高騰と部材不足が、年間を通じて常に景気の下押し要因となり、更に年度後半からは、インフレの加速や地政学リスク増大等による景気後退懸念が生じました。

このような経営環境のもと、当社は、事業の状況に応じた固定費管理と、新型コロナウイルス感染症による社会変化を捉えた新たな事業機会への取り組みを進めながら、2019年度からスタートした中期戦略の最終年度として、経営体質強化等を継続してきました。あわせて、全ての事業において、攻めるべき領域を定め、そこでの競争力を徹底的に高めてきました。

具体的には、成長に向けた投資として、現場プロセス事業において、2021年9月に、世界トップクラスのサプライチェーン $^{(2)1}$ ・ソフトウェアの専門企業である米国Blue Yonder Holding, Inc. (以下、「Blue Yonder」)の80%分の株式追加取得を完了し、2020年7月に取得済の20%分の株式と合わせて全株式を取得、同社を完全子会社化しました。当社が長年培ってきたモノづくりのノウハウや、エッジデバイス $^{(2)2}$ 、 $IoT^{(2)3}$ 、センシング技術等に、Blue Yonder のAI(人工知能)・ML(機械学習)が強みであるソフトウェアプラットフォームを組み合わせることで、新しい価値を創造し、両社で「オートノマス(自律的な)サプライチェーン $^{\text{IM}}$ 」を加速、お客様の経営課題を解決するとともに、エネルギーの削減、資源の有効活用を通じて、地球環境の保全やサステナブルな社会の実現を目指しています。

なお、2021年10月には、2022年度からのパナソニック ホールディングス㈱を持株会社 とする事業会社制への移行に向けて新体制をスタートさせ、中期戦略を着実に推進するとと もに、新事業会社による円滑な事業運営に向けた準備を進めました。

当年度の連結売上高は、7兆3,888億円(前年度比10%増)となりました。国内売上は、産業・情報通信向け商品が好調に推移し、増収となりました。海外売上は、需要増加を受けた車載電池が伸長、Blue Yonderの新規連結の影響もあり、増収となりました。

営業利益は、3,575億円(前年度比38%増)となりました。原材料価格高騰の影響などがあったものの、増販益や価格改定の取り組みに加え、Blue Yonderの既存持分の再評価益の計上などにより、増益となりました。また、税引前利益は、3,604億円(前年度比38%増)、親会社の所有者に帰属する当期純利益は、2,553億円(前年度比55%増)となりました。

- (注) 1. サプライチェーン:製品や商品などが消費者に届くまでの調達、製造、在庫管理、配送、販売などの一連の流れ
 - 2. エッジデバイス: インターネットに接続された機器のこと
 - 3. IoT: Internet of Things 多くのモノ(機器)がインターネットにつながること

[セグメント別の状況]

2021年10月1日付のグループ体制再編に伴い、報告セグメントを「くらし事業」「オートモーティブ」「コネクト」「インダストリー」「エナジー」の5つに区分変更しております。 (注)

報告セグメント別の事業部および主要な事業内容を次頁に掲載しており、その次の頁から 当年度の売上高および営業利益をセグメント別に示しております。事業再編に伴い、売上高 および営業利益の前年度比較は、前年度のセグメント情報を当年度末の形態に合わせて組み 替えして算出しております。

(注)「くらし事業」は、従来の「アプライアンス」「ライフソリューションズ」を母体として構成しております。

「オートモーティブ」は、従来の「オートモーティブ」の内、車載機器事業により構成しております。

「コネクト」は、従来の「コネクティッドソリューションズ」を移行しております。

「インダストリー」は、従来の「インダストリアルソリューションズ」の内、メカトロニクス、産業デバイス、 デバイスソリューション、電子材料の事業により構成しております。

「エナジー」は、従来の「オートモーティブ」に含まれていた車載電池事業と、「インダストリアルソリューションズ」に含まれていたエナジーソリューション、エナジーデバイスの事業により構成しております。

報告セグメント別の事業部および主要な事業内容

(2022年3月31日現在)

報告セグメント	事業部	主要な商品・サービス
くらし事業	くらしアプライアンス社: キッチン空間事業部、ランドリー・クリーナー事業部、 ビューティ・パーソナルケア事業部 空質空調社: 空調冷熱ソリューションズ事業部、パナソニック エコシステムズ㈱ コールドチェーンソリューションズ社: ハスマン㈱、コールドチェーン事業部 エレクトリックワークス社: ライティング事業部、エナジーシステム事業部、 スマートエネルギーシステム事業部 中国・北東アジア社: スマートライフ家電事業部、住建空間事業部、 コールドチェーン(中国)事業部、冷熱空調デバイス事業部、台湾事業部 パナソニック サイクルテック㈱	冷蔵庫、電子レンジ、炊飯器、 洗濯機、掃除機、美・理容器具、 家庭用空調機器、業務用空調機器、 ヒートポンプ温水機器、 換気・送風機器、空気清浄機、 空間除菌脱臭機、 冷凍冷蔵ショーケース、照明器具、 ランプ、配線器具、 太陽光発電システム、燃料電池、 コンプレッサー、自転車、介護関連
オート モーティブ	車載コックピットシステム事業:インフォテインメントシステムズ事業部車載エレクトロニクス事業:HMIシステムズ事業部、車載システムズ事業部、フィコサ・インターナショナル㈱	車載インフォテインメントシステム、 ヘッドアップディスプレイ、 車載スピーカーシステム、 車載スイッチ、 先進運転支援システム(ADAS)および 関連デパイス、 電動車向けシステム・デバイス、 電子ミラー
コネクト	パナソニック アビオニクス㈱、プロセスオートメーション事業部、 メディアエンターテインメント事業部、モバイルソリューションズ事業部、 パナソニック システムソリューションズ ジャパン㈱、 Blue Yonder Holding, Inc.	航空機内エンターテインメントシステム・ 通信サービス、電子部品実装システム、 溶接機、プロジェクター、 業務用カメラシステム、 パソコン・タブレット、 各業界向けソリューション、 施工・運用・保守サービス、 サプライチェーンマネジメントソフトウェア
インダストリー	制御機器・FAソリューション事業: メカトロニクス事業部、産業デバイス事業部 電子デバイス・電子材料事業: デバイスソリューション事業部、電子材料事業部	リレー、スイッチ、電源、タッチパネル、モーター、センサー、レーザーマーカー、コンデンサー、コイル、抵抗器、電子回路基板材料、半導体デパイス材料、成形材料、液晶パネル
エナジー	車載事業: モビリティエナジー事業部 産業・民生事業: エナジーデバイス事業部、エナジーソリューション事業部	車載用円筒形リチウムイオン電池、 乾電池、リチウム一次/二次電池、 ニッケル水素電池、リチウムイオン電池、 蓄電モジュール/システム
その他 (報告セグメントに 含まれない事業)	エンターテインメント&コミュニケーション事業部、 ハウジングシステム事業部	テレビ、デジタルカメラ、 ビデオ機器、オーディオ機器、 固定電話、インターカム、 水まわり設備、内装建材、外装建材

■ くらし事業



当セグメントの売上高は、前年度比で3%増加し、3兆6,476億円となりました。

当年度は、国内はルームエアコンなど空質空調事業が減収となりましたが、海外は中国の 美容家電・洗濯機・冷蔵庫や欧州のヒートポンプ式温水暖房機などが好調に推移し、為替影響もあり、全体では増収となりました。

主な事業部の状況としては、空調冷熱ソリューションズ事業部では、国内のルームエアコンの需要減はありましたが、欧州のヒートポンプ式温水暖房機やアジアのルームエアコンが 堅調に推移し、増収となりました。

エナジーシステム事業部では、海外を中心とした電設資材の販売が好調に推移し、増収となりました。

キッチン空間事業部では、国内の冷蔵庫・調理家電の販売が減少しましたが、中国の冷蔵 庫や北東アジアの電子レンジなどの販売が好調に推移し、増収となりました。

ライティング事業部では、国内は照明用部品などを中心に増収となりましたが、中国の照明機器の販売落ち込みなどにより、全体では減収となりました。

当セグメントの営業利益は、1,136億円となりました。中国や欧州での増販益はありましたが、国内家電の減販、原材料価格の高騰、輸送費用の増加などの影響があり、前年度から533億円の減益となりました。

■ オートモーティブ



当セグメントの売上高は、前年度比で5%増加し、1兆671億円となりました。

当年度は、主に東南アジアなどにおける新型コロナウイルス感染症再拡大や、世界的な半導体および部材のひっ迫などにより、自動車生産が当年度年初の見通しに比べて減少し、当セグメント売上高への影響がありました。しかしながら、上期において前年度に自動車生産が大きく減少したことからの回復があり、また、為替影響なども加わり、車載コックピットシステム事業、車載エレクトロニクス事業ともに増収となりました。

当セグメントの営業利益は、13億円となりました。半導体などの部材のひっ迫などによる価格高騰や輸送費用の増加がありました。さらに、前年度の上期に、新型コロナウイルス感染症拡大による一時的な工場稼働停止など企業活動が停滞していた結果、当年度はその反動などによる固定費の増加もありました。しかしながら、コストダウン効果や、車載エレクトロニクス事業において前年度に一時費用を計上したこともあり、前年度から131億円の増益となりました。

コネクト



当セグメントの売上高は、前年度比で13%増加し、9,249億円となりました。

当年度は、パソコン・サーバー関連の需要増を受けた実装機や、米国や欧州を中心に市場が回復傾向であったプロジェクターがけん引し、増収となりました。

主な事業部の状況としては、プロセスオートメーション事業部では、サーバーやスマートフォン関連の設備投資および電気自動車関連投資が好調だったことにより、実装機の需要が増加し、増収となりました。

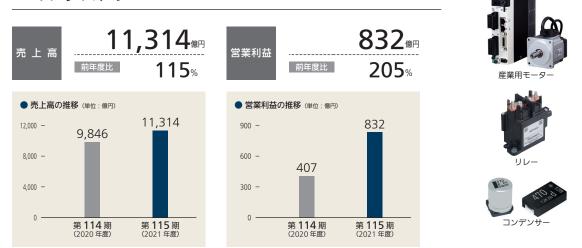
モバイルソリューションズ事業部では、欧州を中心に堅牢PCの需要が好調に推移し、国内法人向けノートパソコンの需要も増加したものの、新型コロナウイルス感染症拡大による部材調達の問題が影響し、減収となりました。

メディアエンターテインメント事業部では、リモートカメラの需要拡大に加え、欧米・中国のプロジェクターが好調に推移し、増収となりました。

パナソニック アビオニクス㈱では、航空需要や機体生産の回復遅れの影響はありましたが、旅客機の運航便数の回復基調により、機体メンテナンス・リペアサービス事業が増販となり、全体でも増収となりました。

当セグメントの営業利益は、517億円となりました。実装機やプロジェクターの増販益に加え、Blue Yonderの新規連結による既存持分の再評価益を計上したことなどにより、前年度から717億円の増益となりました。

■ インダストリー



当セグメントの売上高は、前年度比で15%増加し、1兆1,314億円となりました。

当年度は、原材料価格の高騰や半導体不足の影響はありましたが、産業用モーターやリレーに加え、情報通信インフラ・車載用コンデンサーを中心に増販となり、増収となりました。

主な事業の状況としては、制御機器・FAソリューション事業では、半導体製造装置市場の好況や生産設備の自動化など、設備投資需要拡大による産業用モーターやFAセンサーの増販に加え、車載用を中心にリレー・電源・モジュールユニットなどが好調に推移したことにより、増収となりました。

電子デバイス・電子材料事業では、サーバー・データセンターなどの情報通信インフラや 車載用コンデンサーに加え、車載・産業用の基板材料の増販で、増収となりました。

その他、半導体や液晶パネル事業は、事業譲渡や事業縮小などの影響により、減収となりました。

当セグメントの営業利益は、832億円となりました。原材料価格の高騰や半導体不足の影響を受けましたが、情報通信インフラ・車載用コンデンサー、産業用モーター、電源、リレーなどの増販益に加え、生産性向上などの合理化を推進し、前年度から425億円の増益となりました。

■ エナジー













当セグメントの売上高は、前年度比で27%増加し、7,644億円となりました。

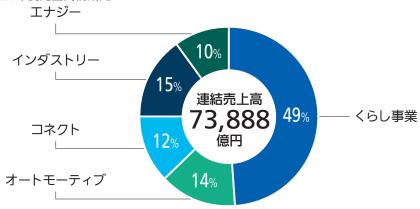
当年度は、世界的に旺盛な電気自動車需要やIoT・社会インフラの需要拡大を背景に、車 載電池や蓄電システムなどの増販により、増収となりました。

主な事業の状況としては、車載事業では、世界的な環境規制の強化を背景に、旺盛な電気 自動車需要が車載用リチウムイオン電池の販売をけん引しました。加えて、前年度の新型コロナウイルス感染症拡大による影響からの需要回復や、北米電池工場の新ラインが2021年 8月から稼働を開始したことなどから、大幅な増収となりました。

産業・民生事業では、データセンター向けバックアップ電源用蓄電システムに加え、電動アシスト自転車などの動力向けにリチウムイオン電池の販売が好調に推移しました。また、中南米など重点市場向けの乾電池や、インフラ・医療向けのリチウム一次電池の販売も伸長し、増収となりました。

当セグメントの営業利益は、642億円となりました。増産に伴う固定費増加や原材料価格 高騰などの影響はありましたが、車載電池や蓄電システムなどの増販益や材料合理化の取り 組みなどによりカバーし、前年度から307億円の増益となりました。

● 2021年度売上高構成比



(注)売上高構成比は、各セグメントの売上高を、報告セグメント売上高合計(下表「セグメント情報」の「報告セグメント 計」欄の売上高)で除して算出しております。

● セグメント情報

区分	売上高(億円)	前年度比(%)	営業利益(億円)	利益率(%)	前年度比(%)
くらし事業	36,476	103	1,136	3.1	68
オートモーティブ	10,671	105	13	0.1	-
コネクト	9,249	113	517	5.6	_
インダストリー	11,314	115	832	7.4	205
エナジー	7,644	127	642	8.4	192
報告セグメント 計	75,354	108	3,140	4.2	150
その他	10,488	107	177	1.7	198
消去・調整	△11,954	_	258	_	_
連結決算	73,888	110	3,575	4.8	138

- (注) 1. 記載金額は、億円未満を、前年度比は小数点以下第1位を、利益率は小数点以下第2位を、それぞれ四捨五入して表示しております。
 - 2. 売上高および営業利益の前年度比は、前年度のセグメント情報を当年度末の形態に合わせ、組み替えて算出しております。
 - 3. 各セグメントの売上高には、セグメント間の取引が含まれております。
 - 4. 「その他」は、エンターテインメント&コミュニケーション、ハウジング、原材料の販売等が含まれております。なお、「その他」の事業は、ハウジングが堅調に推移し、前年度比で増収、増益となりました。
 - 5. 「消去・調整」には、セグメント業績の管理上、特定のセグメントに帰属しない収益および費用や、連結会計上の調整およびセグメント間の内部取引消去が含まれております。
 - 6. 当年度の売上高のうち、国内売上高は前年度比で2%増加し3兆1,895億円、また、海外売上高は前年度比で17%増加し4兆1,993億円となりました。

グラフで見る財務状況(連結)

▶ 売上高 (単位:億円)



▶ 営業利益 (単位: 億円)



▶ 親会社の所有者に帰属する当期純利益 (単位: 億円)



▶ 基本的 1 株当たり親会社の所有者に帰属する当期純利益 (単位:円)



► 総資産 (単位:億円)





▶ 1 株当たり親会社の所有者に帰属する持分 (単位:円)



サステナビリティ経営の取り組み

当社グループは、「事業活動を通じて、世界中の人々のくらしの向上と社会の発展に貢献する」ことを経営基本方針の中心に据えており、この方針の実践こそがサステナビリティ経営であると考えています。

2021年度は、持続可能な社会を実現するための重要課題の設定と経営への反映、社会との対話の促進を目的として、グループCEOを長とするサステナビリティ経営委員会を12月に発足し、地球環境問題解決や人権尊重など重要課題への取り組みを進めています。また、1月に機関投資家等を対象としたサステナビリティ説明会を開催し、グループCEOが当社のサステナビリティ経営の考え方と取り組みを発信しました。以下に、環境・社会・ガバナンスの取り組みについてまとめています。

<環境への取り組み>

2021年11月に英国グラスゴーで開催されたCOP26では、気温上昇を1.5°Cに抑える目標に向けて世界が努力することが合意されました。気候変動を含む地球環境問題は世界全体の喫緊の課題であり、当社グループ全ての事業で最優先に取り組んでいくべきと考え、2022年1月にグループ長期環境ビジョン「Panasonic GREEN IMPACT」を発信しました。地球環境問題の解決に向け、「2030年までに全事業会社の CO_2 排出実質ゼロ化」と「2050年までに自社バリューチェーン全体の CO_2 排出規模を上回る社会への削減貢献」を宣言しました。

「全事業会社のCO₂排出実質ゼロ化」に関しては、生産効率向上をはじめとした省エネの徹底、再生可能エネルギーの利活用や調達の拡大などの方策を拠点の状況に応じて組み合わせ、実現に向けた行程表を事業会社ごとに策定しています。また2022年3月、当社グループとして全世界9工場目、アジア大洋州地域で初のCO₂ゼロ工場をタイで実現しました。

自社バリューチェーン全体のCO2排出量に関して、当社は製品使用時の比率が大きく、削減には製品の省エネが必須です。一例として当年度はルームエアコン室外機の排熱を冷房にも活用し、冷房安定時に従来比約10%省エネとなる「新・エネチャージシステム」を開発。搭載した製品が省エネ大賞の最高賞である経済産業大臣賞を受賞しました。また、顧客企業への削減貢献として、新たな脱炭素エネルギーとして注目される水素の活用に向けて取り組んでいます。2021年10月、水素から直接発電する純水素型燃料電池「H2 KIBOU」を業務用途として発売しました。さらに、生産活動で消費するエネルギーを100%再生可能エネルギーで賄う「RE100ソリューション」を発表、2022年度から草津拠点で実証を開始します。加えて、脱炭素の重要な手段であるモビリティの電化には車載電池の供給を通じて貢献しており、さらなる貢献の拡大に向けて高容量の次期車載電池「4680」の開発を進めています。

資源に関する取り組みも脱炭素に向けて重要と考えています。従来から進めている循環型モノづくりにおいて、樹脂循環スキームの構築とモノづくりにおける使いこなし技術の進化によって2.5万トンの樹脂循環を実現。それにより9万トン以上のCO₂削減効果があることを実証し、経済産業省後援の資源循環技術・システム表彰で経済産業大臣賞を受賞しまし

た。こうした取り組みを加速していくことで「2050年までに自社バリューチェーン全体の CO₂排出規模を上回る社会への削減貢献」を具現化してまいります。

<社会への取り組み>

人権の尊重に関しては、世界人権宣言、労働の基本原則および権利に関する国際労働機関 (ILO)宣言、OECD多国籍企業行動指針の基本原則を支持するとともに、国連人権理事会で採択された「ビジネスと人権に関する指導原則」を参照するなど、グローバルに提唱されている人権の考え方を経営に反映していくために、人権に関する社内啓発や人権リスクの把握と対応に努めています。また、多様な人材がそれぞれの力を最大限発揮できる、安全・快適で働きがいのある職場づくりに積極的に取り組んでおり、2021年10月にはDiversity & Inclusionに加え、「一人ひとりの公平性」を意味するEquityの視点も含めた「パナソニックグループDEIポリシー」を策定しました。

調達活動においても、優れた技術と品質を求めるだけでなく、人権、労働安全衛生、環境、コンプライアンスなどの取り組みを購入先に要請し、サステナビリティに配慮している購入先から購入するよう努めています。

また、品質向上と製品安全の確保については、全社品質方針を定め、ISO9001の要求事項に独自の品質保証の手法やノウハウを加えた「品質マネジメントシステム(P-QMS)ガイドライン」を制定して、継続的な品質改善に取り組んでいます。

さらに、事業とともに企業市民活動でも社会課題の解決に向け、誰もが自分らしく活き活きとくらすサステナブルな共生社会の実現を目指して取り組みを推進しています。2021年度はグローバルな次世代育成の取り組みとして、子どもたちによる映像制作や、オリンピック・パラリンピックを題材とした教材など子どもたちのキャリアデザイン力を育成する学び支援プログラムを展開しました。また、日本国内では社員食堂でのサステナブル・シーフードの提供に加え、新たに魚を中心とした福島県の農畜水産品を使ったメニューを定期的、継続的に提供し、食べることで福島の復興を応援する取り組みも開始しました。

<ガバナンスの取り組み>

あらゆる地域・国において法令と企業倫理を順守し公正な事業を推進していくために、贈収賄・腐敗などの不正行為防止のための社内規程、また、不祥事の早期発見・解決を目指した内部通報制度を整備しています。また、従業員啓発のためのコンプライアンス研修を毎年グローバルに展開し、2021年度は「経済制裁法」「データプライバシー」をテーマとしたeラーニングを実施しました。

2022年度の取り組み

2022年度の世界経済は、原材料価格および物流費の高騰と部材不足、世界的なインフレが継続し、厳しい状況が予想されます。新型コロナウイルス感染症による不確実性や地政学リスクも依然として高く、先行きは見通しにくい経営環境が続きます。さらに日本では、円安による経済への悪影響が懸念材料です。

このような状況もふまえ、当社は、2022年度より新しいグループ体制に移行し、新中長期戦略をスタートしました。新中長期戦略では、当社の使命である「物と心が共に豊かな理想の社会」の実現に向けて地球環境問題の解決と、世界中の皆様お一人おひとりの「くらし」と「しごと」の場面での人々のウェルビーイング、すなわち快適で安心で心身ともに健康で幸せな状態への貢献を果たすことを目指します。

<中長期戦略のポイント>

Panasonic GRFFN IMPACT

2050年に向けて現時点の全世界CO2総排出量の「約1%」にあたる3億トン以上の削減インパクトを目指します(注)。

②中期経営指標(KGI: Key Goal Indicator)

事業の競争力を徹底強化し、キャッシュ創出力を向上。

- ・累積営業キャッシュ・フロー: 2.0兆円(2022-2024年度)
- ・ROE(株主資本利益率): 10%以上(2024年度)
- 累積営業利益: 1.5兆円(2022-2024年度)
- ③中長期戦略における投資の考え方
 - ・事業会社は、自ら稼いだキャッシュを基に、あるべき姿に向け自ら投資を行い、各事業 領域でさらなる成長を目指します。
 - ・財務規律を意識しつつも、競争力強化により得られたキャッシュで、事業会社のみならずグループとしても戦略的に2022年度から2024年度までの3年間で「成長領域」に4,000億円、「技術基盤」に2,000億円を投資します。

「成長領域」: 車載電池領域、サプライチェーンソフトウェア領域、空質空調領域 「技術基盤」: 水素エネルギー、CPS(Cyber Physical System)を含むグループ共通 技術基盤

④グローバル戦略

グローバルでは、地域特性に応じて現地のお客様に向き合った戦略、各地域におけるオペレーション力の強化を進め、事業を通じたPanasonic GREEN IMPACTを拡大していきます。

⑤競争力強化に向けたグループ共通の重点施策

挑戦を願う従業員の声を傾聴し、個性が最大限に活きる環境づくりを推進する「一人ひとりが活きる経営」と、Panasonic Transformation(PX)や改善思想とデジタル技術を通じた現場革新によるサプライチェーン全体のオペレーション力の徹底強化を推進します。

(注) 2019年エネルギー起源CO2排出量336億トン(出典: IEA)、3億トンは2020年の排出係数で算出

<報告セグメントにおける取り組みの方向性> くらし事業

新型コロナウイルスの感染再拡大、世界的な需要急増に伴う半導体不足、原材料高騰などの影響も継続していますが、長引くコロナ禍において生活様式は多様化し、環境・省エネに対する考え方にも変化が見られるなど、今後益々、くらしにまつわるさまざま分野において、顧客視点でくらしの質を豊かにしていく期待が高まってくると見込まれています。

そのような中、白物家電を中心とするくらしアプライアンス社では、あらゆる局面でお客様と繋がり、くらしに寄り添う事業を展開するため、UX (注) 起点の商品創出と流通改革で収益拡大を目指します。空調、空質事業が一体となった空質空調社では、ナノイー・ジアイーノなどの浄化技術を活かした空質空調融合商品による顧客価値向上に取り組みます。また、電気設備領域を中心とするエレクトリックワークス社では、重点地域であるインド、トルコ、ベトナムを中心にマーケティング・生産体制を強化して商品の拡大を図るとともに、件名需要や新規事業の取り組みを通した事業拡大を進めていきます。冷凍冷蔵ショーケースや厨房機器を中心とするコールドチェーンソリューションズ社では、お客様の低環境負荷や労働力不足に対応した価値を創出することで収益改善および事業拡大を目指します。そして、持続可能な社会の実現のため、くらし事業全体を通して、CO2排出量の削減および社会全体のCO2排出削減に貢献可能な事業を拡大し、サステナビリティ経営を実現していきます。

(注) UX(User Experience): 生活者が商品・サービスを通じて得られる体験

オートモーティブ

自動車業界は、CASE^(注)に代表される技術革新の進展やEV化の加速、新型コロナウイルス感染症がもたらした人のくらしや移動の変化が相まって、より安心安全で快適な移動空間の快適性へのニーズはさらに増しています。

当セグメントでは、「Heartmotive」~こころ動かす出会いを創り続ける~をスローガンに、パナソニックが培った技術と知見を生かし、モビリティ社会・車の進化への貢献、人の多様性に寄り添う事業に取り組みます。車の進化には、ユーザーの安全・快適な運転に効果的な情報を提供する先進コックピットの価値を提供する「コックピット統合ソリューション」とパワーエレクトロニクス技術などのデバイスでEVの普及を促進する「EVソリューション」で貢献します。人の多様性には、車室空間での当社らしい新たなUX価値の提案、商品化を進め、一人ひとりに寄り添った価値を提供します。さらに、モビリティ社会の変革を目指した新たなサービス事業を創出します。

環境貢献は全ての活動基盤であり、再生可能エネルギー調達なども含め、2022年度中の自社のCO₂排出量実質ゼロ化達成を目指します。自社のCO₂排出量削減やお客様のCO₂削減に貢献するソリューションの提供等を通じ、地球環境への貢献を果たします。

(注) CASE: Connected(クルマが通信ネットワークに接続され、運転支援情報の受信やエンターテインメント等のサービスを享受)、Autonomous(自動運転)、Shared & Services(車を共有して使うサービス)、Electric(電動化)

コネクト

労働力人口の減少や消費者嗜好の多様化、ニューノーマルへの対応などが進む中、製造・物流・流通における事業領域は継続的な市場拡大が見込まれています。特に、サプライチェーンにおける課題解決の需要は、世界的に増加しています。

当セグメントは、時々刻々と変化する、複雑な問題を抱えたB2Bのお客様の「現場」にフォーカスし、現場にイノベーションをもたらすことでお客様の経営改革に貢献していきます。物流・流通を中心としたサプライチェーン領域では、倉庫業務や輸配送効率化、在庫適正化などの高付加価値ソリューションをモデル化・展開し、お客様の販売拡大やコスト削減やCO₂削減などでお役立ちを果たしていきます。そして、2021年9月に完全子会社化したBlue YonderのAI(人工知能)・ML(機械学習)を活用したソフトウェアプラットフォームを加え、「オートノマス(自律的な)サプライチェーン™」の実現をさらに加速させます。現場のイノベーションにより、お客様の経営への貢献のみならず、廃棄ロスやエネルギーの削減などの社会課題の解決にもつなげ、お客様とともにサステナブルな未来の実現を目指します。

インダストリー

労働人口の減少、IoT社会の進展やモビリティの進化、地球温暖化を背景に、当セグメントが重点的に向き合う「工場省人化」「情報通信インフラ」「車載CASE」領域では、安定性・安全性、自動化、ネットワーク化、カーボンニュートラルへの要求が高まっており、今後も継続的な需要拡大が見込まれています。

「工場省人化」領域では、独自の商品力と提案力を生かし、さまざまな生産設備向けに導入が容易なデバイスやパッケージ商品でお客様の生産性向上や労働力不足解消への貢献を目指します。「情報通信インフラ」領域では、データ通信量の増大にも対応可能な高速性や社会基盤としての安定性が求められている5G基地局やデータセンター向けに、低損失・長期保証可能なデバイスやシステムを提供します。「車載CASE」領域では、モビリティの安全性や環境性能の向上に資する小型高効率・高信頼なデバイスを展開していきます。これらの高成長領域へ経営資源を集中し、商品のカスタム開発や材料・プロセス技術の強化により競争力を鍛えるとともに、お客様へのお役立ちの最大化を図ります。

エナジー

近年、地球環境問題が深刻化するなか、世界各国で環境規制の強化を背景に、自動車の電動化や再生可能エネルギーの活用などカーボンニュートラルへの取り組みが加速しています。

当セグメントは、これらの環境問題に真摯に向き合い、これまでの電池事業で培ってきた技術開発力や高い品質力といったエナジー領域の強みを活かし、「安心」「安全」「低環境負荷」という提供価値を最大化させ、「車載」と「産業・民生」の両輪で持続的成長を図ります。車載では、モビリティの電動化を通じて、CO2排出量・環境負荷の低減に貢献します。そのために、現行セルのさらなる生産性向上を図るとともに、新しい「4680セル」の量産化に向けた開発と事業化を推進します。産業・民生では、乾電池やデータセンター向けバックアップ蓄

電システムなど、電池および応用システムの提供を通じて、安心・安全な社会づくりに貢献します。また、これらの事業推進に際し、ESGを基軸とした事業基盤の確立・強化を徹底的に進めていきます。これらの取り組みにより、豊かなくらしと環境が矛盾なく両立・調和する持続可能な社会の実現に貢献します。

<持続的成長を支える基盤> 環境

2017年に策定した「パナソニック環境ビジョン2050」では、当社が使うエネルギーの削減と、それを超えるクリーンなエネルギーの創出・活用を推進してきました。2022年4月、こうした自社の使う・創るエネルギーの比較から、グループの長期環境ビジョンとして社会全体のCO2削減という課題に対する当社グループの貢献に視点を改め、「Panasonic GREEN IMPACT」に移行しました。

それに伴い、指標についても、当社グループが向き合うべき地球環境課題とその貢献価値をより明確にするため、社会へのCO2削減インパクトに置き換えることとしました。グループのCO2排出を減らし、くらしやビジネスにおけるCO2削減に貢献するさまざまなインパクトを拡げることで、社会とともにカーボンニュートラルを目指します。

具体的には、グループのバリューチェーンにおける排出削減とともに、既存事業、ならびに新事業・新技術による社会への排出削減貢献によるインパクトの拡大を目指します。これらの取り組みにより2050年にグローバルで3億トン(≒世界のCO₂排出量の1%)以上のCO₂削減インパクトを目指し、気候変動課題解決に貢献してまいります。

人事戦略

当社グループは、社会からお預かりしている大切な「人」を育て、活かすことが経営の根幹であると考えています。この「人間大事」の考え方に基づき、「The Best Place to Work where diverse talents work at their best」(多様な人材がそれぞれの力を最大限発揮できる最も働きがいのある会社)というビジョンを掲げています。物も心も豊かな「理想の社会」を実現するための人・組織・文化を創出する人事戦略を推進してまいります。具体的には、人材育成やDiversity、Equity & Inclusionの推進を重要な経営施策の一つとして位置づけています。DEIの推進については、前述のポリシー策定を皮切りに、「トップコミットメント」「インクルーシブな(個性を活かし合う)職場環境づくり」「一人ひとりへのサポート」の3つの視点で新たな取り組みを進めてまいります。

パナソニック㈱

住まいと食のサブスクリプションサービスで、家電の新たなビジネスモデルを構築

最新の家電製品と使い方サポート・修理交換等をパッケージで提供する賃貸住宅向け サブスクリプションサービス「noiful(ノイフル)」を2022年1月より開始しました。 また、最新のキッチン家電と厳選のこだわり食材を定期的にお届けし、おうち時間に "楽しい"を提案する「foodable(フーダブル)」に、燻製やスムージーなど5つの サービスを追加。製品提供にとどまらず、サービスとあわせた新たなビジネスモデルで、 お客様と継続的に繋がり、新たな体験をお届けいたします。

自分らしさが、その日から始まる。



noiful (ノイフル)



foodable (フーダブル)

テ

継続的なHUD事業の拡大と、新技術AR-HUD®の発表

運転中のドライバーの前方視界に、車速やナビゲーションなどの情報を表示するシステム「HUD (ヘッドアップディスプレイ)」の普及がグローバルで拡大。当社は、HUD本体の小型化・軽量化 と低歪・鮮明な映像を実現。2021年度は新たにトヨタ自動車「アクアーや三菱自動車「アウトランダー」 に採用されるなど、HUD採用例が拡大しています。また、2022年1月に米国ラスベガスで開催された 「CES 2022」で、視線追跡システムを搭載した新開発のAR-HUDを発表。今後もHUDの技術革新を推進し、されるAR-HUDを発表。 安全・安心で快適なドライビング環境を提供してまいります。



※AR-HUD (Augmented Reality/拡張現実) : 運転席前方の現実空間に奥行き感のある大画面映像を重ねて表示する方式のHUD

テレビが動くと暮らしが変わる「レイアウトフリーテレビ TH-43LF1」を発売

お部屋の中の見たい場所へ気軽に動かせる「レイアウトフリーテレビ TH-43LF1」を開発し ました。業界初の4K放送の無線伝送技術を搭載し、モニターとチューナー部は無線で接続。 モニター部は移動に役立つキャスター付きスタンドを採用し、アンテナ線の位置を気にするこ となく、モニターを好きな場所に移動して楽しめ、お部屋のレイアウトがテレビの位置に縛ら れずに自由に活用できます。テレビが動かせるという新発想と、お部屋のインテリアにフィッ トするスタイリッシュなデザインで、お客様のくらしに新しい価値を提供してまいります。



レイアウトフリーテレビ

インテリア建材「ベリティス」、システムファニチャー「キュビオス」を全面刷新して発売

在宅ワークの増加、家事ラク志向、リビング空間へのこだわりなど、ニュー ノーマルなくらしに対応するため、主力の「インテリア建材 ベリティス」と 「システムファニチャーキュビオス」を全面刷新。「ベリティス」の内装ドアは、 16の色柄と58種類のデザインで業界最多※827通りの組み合わせが可能。 「キュビオス」は、『デスクワークもできるリビングテレビプラン』や『洗濯から 収納までできるランドリールーム』など多様なニーズに豊富なプランでお応えします。





※2021年10月 当社調べ

世界最高水準の話者識別技術とマルチモーダル認証技術を開発

このたび、アメリカの大学研究グループと共同で研究開発を行い、世 界最高水準※の話者識別技術を開発するとともに、多くの採用実績があ る顔認証技術と組み合わせたマルチモーダル認証技術を開発しました。 話者識別技術では、多様な収録条件下の音声に対応することが可能とな り、マルチモーダル認証技術では、顔が隠れていても話者識別技術を組



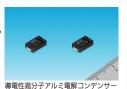
み合わせ大幅な認証精度向上を実現しました。今後も、より安心・安全・便利な社会の実現に貢献してまいります。

※アメリカ国立標準技術研究所 (NIST) が実施している話者認識評価 (SRE21) にて、音声のみ、および、音声と顔画像を組み合わせたマルチモーダル認証で世界最高水準の識別性能であることが実証。

インダストリーパナソニック (株)

導電性高分子アルミ電解コンデンサー「SP-Cap® JXシリーズ」の量産を開始

通信基地局やサーバーなどの電源回路に用いられる、導電性高分子アルミ電解コ ンデンサー「SP-Cap® JXシリーズ」を開発、量産を2021年12月より開始しました。 当社独自の材料技術と製造技術の組み合わせで、高温環境下において従来比3倍の長 寿命を実現。さらに大容量・小型化により搭載員数を削減し、実装面積の省スペー ス化に貢献します。当社はコンデンサーのさらなる技術革新を図り、情報通信イン フラの信頼性の向上と、環境負荷の低減に努めてまいります。



SP-Cap® JXシリーズ

乾電池エボルタNEO エシカルパッケージLR6NJ/4H(単3形)、LR03NJ/4H(単4形)を発売

ッ

2021年10月発売の「エボルタNEOエシカルパッケージ」は、紙パッケー ジを採用することで、従来のパッケージと比べて包装材使用量を50%以上削 減するとともに、包装材の原料入手から廃棄にわたる総CO₂排出量も50%以 上の削減を実現しました。開封から廃棄までの手間を軽減する使いやすさも 追求しています。環境負荷の低減と使いやすさを両立したパッケージで、豊 かな暮らしをサポートいたします。

乾電池エボルタNEO エシカルパッケージ





LR6NJ/4H(単3形) LR03NJ/4H(単4形)

株主メモ

証券コード	6752	
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで	
定時株主総会	6月に開催	
基準日	定時株主総会 3月31日 期末配当 3月31日 中間配当 9月30日	
公告方法	電子公告 https://holdings.panasonic/jp/corporate/investors/stock/public-notice.html ただし、やむを得ない事由によって電子公告をすることができない場合は、日本経済新 聞に掲載	
単元株式数	100株	
上場取引所	東京・名古屋	
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社	
株主名簿管理人 事務取扱場所 〈郵便物送付先〉 〈電話照会先〉	大阪市中央区北浜四丁目5番33号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 フリーダイヤル 0120-782-031 受付時間 9:00-17:00 (土日休日を除く)	
〈インターネットホームページURL〉	https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/	

株式に関する「マイナンバー制度」のご案内

市区町村から通知されたマイナンバーは、株式の税務関係のお手続きで必要となります。 このため、株主様から、お取引の証券会社等へマイナンバーをお届出いただく必要がございます。

株式関係業務におけるマイナンバーの利用

法令に定められたとおり、支払調書には株主様のマイナンバーを記載し、税務署へ提出いたします。

主な支払調書

- *配当金に関する支払調書
- *単元未満株式の買取請求など株式 の譲渡取引に関する支払調書

マイナンバーのお届出に関するお問い合わせ先

証券口座にて株式を管理されている株主様

お取引の証券会社までお問い合わせください。

証券会社とのお取引がない株主様

下記のフリーダイヤルまでお問い合わせください。

三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

フリーダイヤル 0120-782-031

受付時間 9:00-17:00 (土日休日を除く)





