パナソニックの環境経営

Panasonic GREEN IMPACT

２０２３年12月14日

パナソニックホールディングス株式会社

グループの使命と喫緊の課題

創業者　松下幸之助

1932年 第1回 創業記念式

「精神的な安定と、物資の無尽蔵な供給が相まって、
初めて人生の幸福が安定する。」

使命

「物と心が共に豊かな理想の社会」を
各世代が受け継ぎ 250年かけて実現する

今から160年先にも人々がウェルビーイングであり続けるためには地球環境問題の解決が最重要課題

グループ長期環境ビジョン

Panasonic GREEN IMPACT

Panasonic GREEN IMPACT

※2022年4月1日発表

自社排出の実質ゼロに加え お客様や社会のCO_2削減に貢献
社会のエネルギー変革にインパクトを与える長期環境ビジョン

2020年

自社
バリューチェーン
における
CO2排出量
1.1億トン
（スコープ1,2,3）

2050年

❶ OWN IMPACT
社会の脱炭素効果も含めた、
自社バリューチェーン（VC）における
排出削減インパクト

→ スコープ1･2
30年実質ゼロ
スコープ3
50年実質ゼロ

❷ CONTRIBUTION IMPACT
既存事業による社会への
排出削減貢献インパクト

❸ FUTURE IMPACT
新技術・新事業による社会への
排出削減貢献インパクト

→ 削減貢献量拡大
②1億トン
③1億トン
※2050年

＋INFLUENCE
社会のエネルギー変革に対する
波及インパクト

世界のCO2総排出量の約1%の削減インパクトを2050年までに創出

※2022年7月13日発表

環境行動計画「GIP2024」

GREEN IMPACT PLAN 2024(GIP2024)

環境行動計画「GIP2024」を策定
Panasonic GREEN IMPACT 2050の確度向上

			2020年度 実績	2024年度 目標
CO_2/エネルギー	OWN IMPACT 自社VCのCO_2削減量*1		ー	1,634万トン *2
	スコープ1,2 *1	CO_2ゼロ工場 CO_2削減量	7工場 ー	37工場 26万トン *2
	スコープ3 *1	顧客の製品使用におけるCO_2削減量	ー	1,608万トン *2
	CONTRIBUTION IMPACT 社会へのCO_2削減貢献量		2,347万トン	3,830万トン
資源/CE*3	工場廃棄物のリサイクル率 再生樹脂の使用量(3年計*4) CE型事業モデル/製品		98.7% 43,300トン 5事業	99%以上 90,000トン 13事業

あるべき姿からのバックキャストで中期の行動計画をコミット

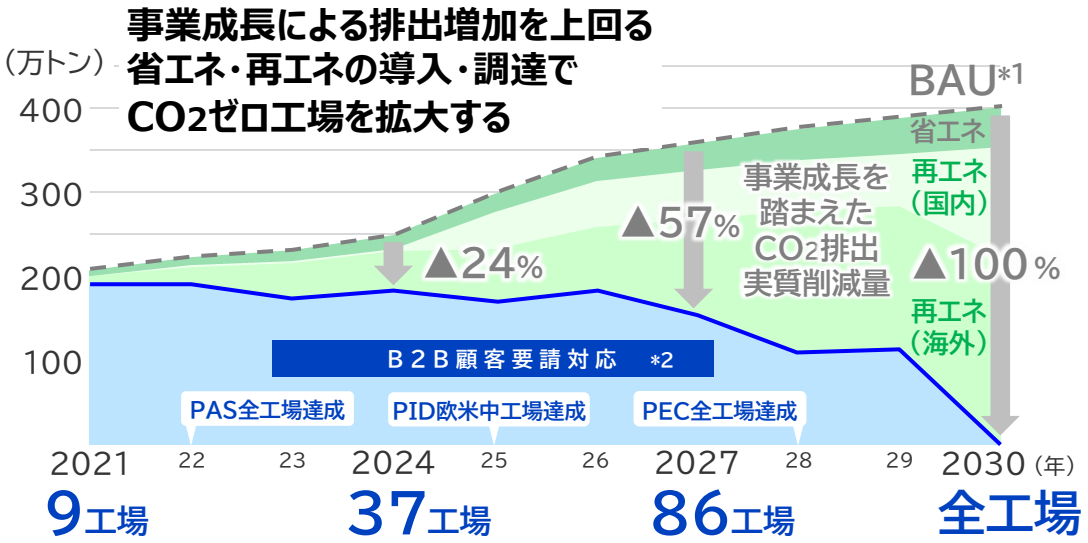
*1 GHGプロトコル(温室効果ガス(Green House Gas)排出量の算定・報告の基準)による区分
*2 CO_2削減量の目標は2020年度を起点に差分を表記　*3 Circular Economy(サーキュラーエコノミー)
*4 3年の合計は実績が2019-21年度、目標が2022-24年度

CO2ゼロ工場

■省エネと再エネの導入・調達で CO2排出実質ゼロの拠点を拡大
■2022年度まで 31拠点（内 オートモーティブシステムズは全拠点達成）

2030年度 自社排出量ゼロのロードマップ (スコープ1,2)

2022年 7月13日発信



2022年度末時点の CO2ゼロ工場 マップ

純水素型燃料電池
（中国PECW）

燃料電池システムを制御する
グリーンハウス(中国PECW)

低温はんだを用いたフロー実装
（PC）

太陽光発電システム
（PC LAS社 LVBD 八日市）

太陽光発電システム
（中国PEDJM）

太陽光発電システム
（インドPECIN）

2030年度 全ての事業会社でCO2ゼロ化達成に向け 着実に推進

脱炭素社会の実現に向けて

リスク
（ネガティブな影響の緩和）

様々な取り組みを通じた
自社バリューチェーンの排出削減

Scope1,2,&3の排出量による評価を
デファクトスタンダードとして広く活用

機会
（ポジティブな影響の拡大）

製品・サービスを通じた
社会全体の脱炭素化

「削減貢献量」という概念は存在するが、
統一された基準は無く 社会的な認知も低い

社会の脱炭素化の実現

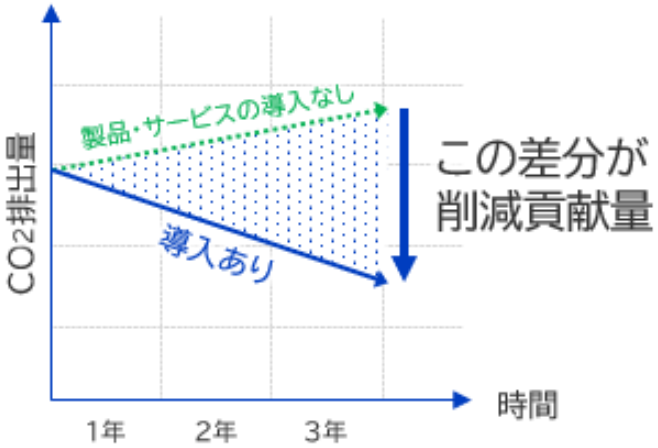
企業活動の「リスク」の削減と共に「機会」の創出を促すことが脱炭素社会の実現を加速

「削減貢献量」の考え方と認知活動

CO_2削減貢献量の考え方 ※1

- 社会やお客様のCO_2排出量において
  製品・サービスを導入しなかった場合と導入した場合の差
- 導入しなければ発生されていたCO_2排出を回避したと定義

*「削減貢献量」は「排出量」とは別物であり、排出量を相殺するものではない



削減貢献量の認知活動

・企業の脱炭素貢献を適切に評価する「モノサシ」として削減貢献量の意義や認知拡大を、
同じ志を持つ企業、金融機関とでグローバルに進めることが重要

・グローバルな統一基準化・認知拡大・周知に向けて以下の活動を推進中

■標準化活動　・IEC（国際電気標準会議）　・GXリーグ※2
・WBCSD（持続可能な開発のための世界経済人会議）

■国際的イベントでの訴求　・国際GX会合　・ICMA（国際資本市場協会）
・COP27（第27回気候変動枠組条約締約国会議）　・CES2023

※1 WBCSD（持続可能な開発のための世界経済人会議）ガイダンス　2023年3月発表
※2 GXとは、「グリーントランスフォーメーション」の略。2022年2月に経済産業省 産業技術環境局が「GXリーグ基本構想」を発表。GXに積極的に取り組む「企業群」が、官・学・金でGXに向けた挑戦を行うプレイヤーとともに、一体として経済社会システム全体の変革のための議論と新たな市場の創造のための実践を行う場として「GXリーグ」を設立。

これまでの取り組みと現時点のステータス

■削減貢献量の価値を 国際的に認知いただくために
国・業界団体・金融界を巻き込み、その意義や標準化の必要性の議論を牽引

国際GX会合： 課題提起し 共感を獲得

「 削減貢献量は極めて合理的な指標であり
“機会”と位置付けることに共感。標準化が重要 」

COP27： Japan Pavilion でコンセンサス形成

「 削減貢献量の国際標準化とその拡大が
経済発展と脱炭素社会の両立に重要 」

COP27 Japan Pavilion

G7札幌 気候・エネルギー・環境大臣会合： 成果文書に明記

「 削減貢献量を認識することに価値がある 」

G7広島 首脳会合： 成果文書に明記

「 脱炭素ソリューションを通じ他の事業者の排出削減に貢献する
イノベーションを促すための民間事業者の取り組みを奨励・促進 」

COP28@ドバイでの発信

ジャパンパビリオンでグループCEOより削減貢献量の社会的意義とそれを実現する主な事業領域を訴求

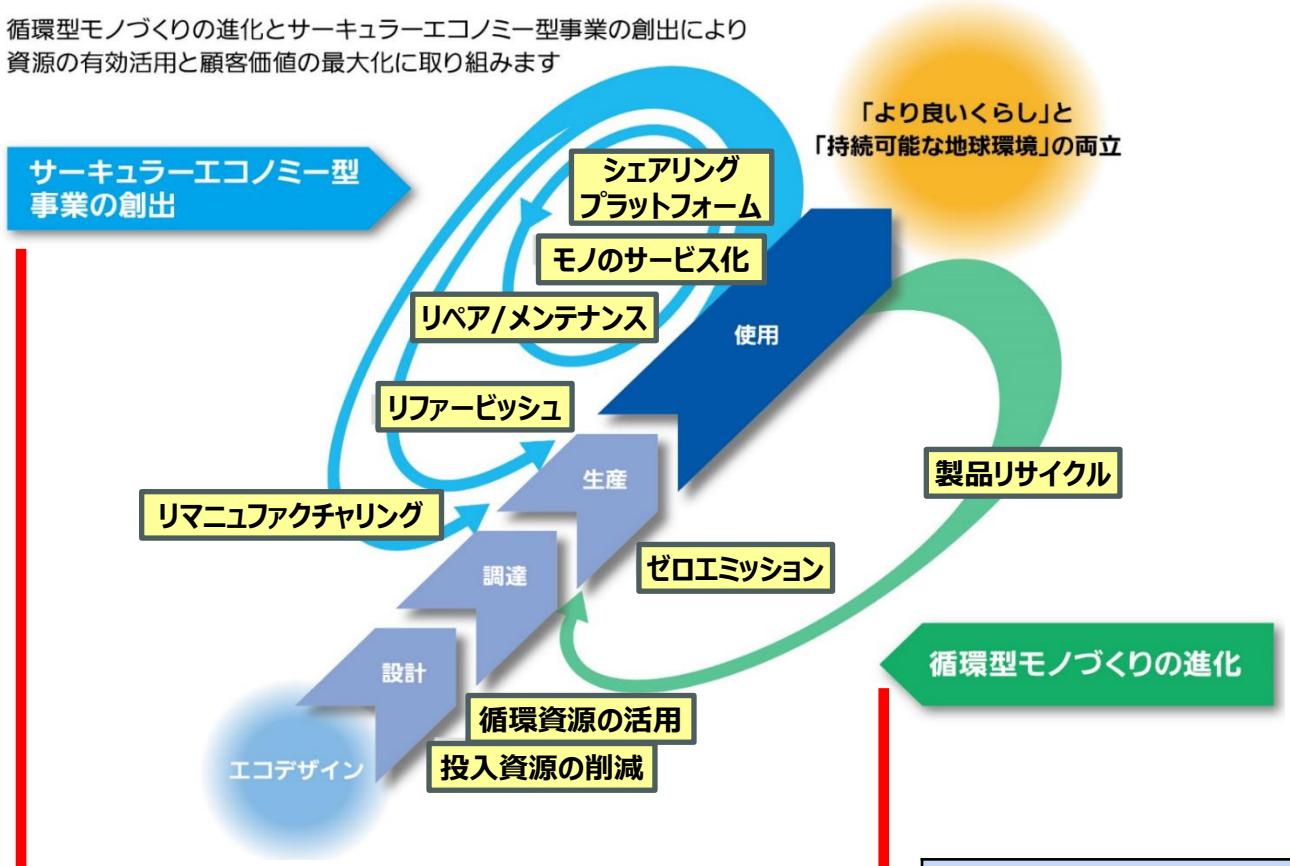
楠見グループCEO

削減貢献量をはじめ日本の脱炭素技術について
のディスカッションの様子

削減貢献量の拡大に
向けた主な事業群

サーキュラーエコノミーの取り組みコンセプト

循環型モノづくりの進化とサーキュラーエコノミー型事業の創出により
資源の有効活用と顧客価値の最大化に取り組みます



従来からの循環型モノづくりに加え、循環経済への移行を見据えた事業モデルの転換に挑戦中

項目		2022 実績	2024 目標
		GREEN IMPACT PLAN 2024	
資源/CE* *Circular Economy	工場廃棄物のリサイクル率※4	99.0 %	99 %
	再生樹脂の使用量※5 （GIP2024目標は2022-24年度計）	1.24万 トン	2022-24計 9 万 トン
	サーキュラーエコノミー型 事業モデル/製品（累計）	10 事業	13 事業

サーキュラーエコノミー型事業の当社取り組み事例

■リファービッシュなど新たに4事業が加わり累計10事業※（2024年度目標: 累計13事業）

※ 事業化の定義：販売実績があり、かつ社外発信された事業・製品・サービス

①	冷凍冷蔵ショーケースのサブスク事業	エネルギーマネジメント、故障モニタリング 等
②	医療向けクーラーボックスのサブスク事業	医療向けクーラーボックス(VIXELL)のサブスク＆CE要素を含む製品設計
③	あかりEサポート事業	B2B顧客向けの 照明のサブスク事業
④	PCのサブスク事業での電池管理事業	PCサブスク事業の中でバッテリーの管理事業を新追加
⑤	所有建物の有効活用	当社グループ建物資産の改修による新事業化(TENNOZ Rim)
⑥	セルロース混合樹脂	セルロース複合樹脂の技術開発およびその販売、技術展開
⑦	ローソン様とのリファービッシュ事業	中国におけるコンビニ店舗設備のリファービッシュ事業モデル
⑧	家電のサブスク事業(noiful)	賃貸住宅向け 家電製品のサブスクおよびリフォーム事業
⑨	工場廃材の部材への活用	工場排出物を新製品の部材に活用し、パートナー企業が商品化・販売
⑩	乾電池の紙パッケージ採用	乾電池（単三・単四）の包装の脱プラスチック化

新

⑦

ローソン様のプレハブ店舗
(中国)

⑧

家電サブスクリプションサービス Noiful (写真はイメージ)

⑨

工場廃材を製品部材に活用した製品群 (TENNOZ Rim)

⑩

乾電池の紙パッケージ

Panasonic
GREEN
IMPACT