

|                  |   |      |       |            |                   |
|------------------|---|------|-------|------------|-------------------|
| 取組名称             | 「社会の公器」として。<br>環境を通じた、未来起点+人起点のパナソニック社会コミュニケーション  |      |       | 団体設立後の経過年数 | 105年<br>(1918年創業) |
| 応募取組主体名称         | パナソニック株式会社  | 活動地域 | 国内、全国 | 応募取組の活動年数  | 2006年<br>現体制は22年～ |
| 取組主体の種別          | <input checked="" type="checkbox"/> 企業 / <input type="checkbox"/> 学校 / <input type="checkbox"/> NPO・任意団体 / <input type="checkbox"/> 自治体 / <input type="checkbox"/> 地域コミュニティ / <input type="checkbox"/> 個人 / <input type="checkbox"/> ユース部門 (概ね30代以下の次世代を担う若手が中心となって実施する取組はこちらにもチェックしてください) / <input type="checkbox"/> その他 |      |       |            |                   |
| 応募取組に関する実行委員会特別賞 | サステナブルデザイン賞 / 子どもエンパワーメント賞 / 環境と福祉賞 / 環境地域ブランディング賞 / 環境ひとづくり賞 / 環境社会イノベーション賞 / <input checked="" type="checkbox"/> 地球と人への想いやり賞 /<br>SDGsビジネス賞 / EXPO2025 いのち動的平衡賞   |      |       |            |                   |



|       |  |
|-------|--|
| 取組の要旨 | <p>次世代がより良い社会が継続する大切さを認識しながら成長することは重要。その意識醸成に向け、当社独自のリソース（最先端の環境技術、モノづくりにおける環境取組み、商品を通じた環境貢献、拠点地域環境活動）を用い、子どもの発達段階に応じた体験活動を広く提供、ひいてはそれが親子間の共育ちから社会に広く波及することを目的としている。2000年代から各拠点活動を開始、22年度から現体制となり連携強化、全国各地で活動推進している。</p>   |
| 実績の要旨 | <p>22年度は約2万名の方々がプログラム参加。22年度現体制となり担当者連携を深化、プログラムの昇華を目指している。23年度はコロナ前同様の人数に戻り、加えて各プログラムとも年々参加者が増加。2006年からの累計人数は、約34万名、過去に参加した子どもが当社社員へ、教員になり引率としてプログラム参加するなど、継続してきたからこそその成果も出てきている。学校や親子向けアンケートの「大変満足・満足」割合は100%と高い評価をいただき、リピート率も高く、当社リソース・環境プログラムが次世代の意識醸成の一助となっている。</p> |

|         |           |   |
|---------|-----------|---|
| 取組評価の要旨 | 環境への貢献    | 次世代への環境意識向上、最先端技術・未来の社会・くらしの環境を扱う体験プログラムにより、自分事化・行動変容・くらしの変化へと貢献      |
|         | 社会・経済への貢献 | 世界共通課題の脱炭素化を用いた訴求、環境配慮型製品づくり、資源循環、未来のエネルギー、水素社会、生物多様性を学べる場を提供する       |
|         | 地域資源の活用   | 拠点リソース（工場・施設・自然等）のフル活用。所在自治体や教育委員会との連携を推進しニーズを把握しプログラム改善につなげる。        |
|         | 普及・汎用性    | 脱炭素が学べる工作キットの導入・遠方対応のためオンライン化・学習指導要領に沿った内容にするなど活動しやすい工夫。              |
|         | 革新・ユニーク性  | 当社最先端技術、モノづくりに加え、30by30アライアンス参画の工場の森や、水素・太陽光・蓄電池RE100施設を活用したプログラムの実践。 |
|         | 継続性       | 社員による企画運営、社内表彰受賞などで内部理解を得る、企業BCP・オンラインプログラム確立、環境課題とマッチしたプログラム         |

|       |  |
|-------|--|
| 展望の要旨 | 所在自治体向けのプログラムは、魅せる工場・拠点を増やし改善・拡充を進め、全国向けプログラムは、汎用性の高さとオンライン化を検討、発信を強化する。 |
|-------|--|