



パナソニックホールディングス株式会社  
取締役・副社長執行役員

# 宮部 義幸氏

みやべ よしゆき

## 物と心が共に豊かな社会を目指し さまざまな社会課題の解決に貢献

「事業を通じて人々の暮らしの向上と社会の発展に貢献する」を経営の基本方針とし、今年3月に創業106年を迎えたパナソニックグループ。とりわけ企業市民活動においては、喫緊課題である地球環境保護や人材育成を重要テーマとし、現在、国内外でさまざまな課題に取り組んでいる。2025年大阪・関西万博での出展も期待される今、そうした活動について当協会の崎元利樹理事長が伺った。

### 創業命知

**崎元** さまざまな分野で事業を展開されている御社では、どのような企業理念を持って経営に当たられているのでしょうか。

**宮部** 創業者の松下幸之助は、大正7(1918)年に「松下電気器具製作所」を創業後、事業が大きくなるにつれ、当社の使命について深く考えるようになりました。そこで昭和7(1932)年、その考えを

全従業員に知らしめるべく文書にまとめ「告辞」を明示しました。その主旨は、「産業人の使命は水道の水のごとく物資を豊富かつ廉価に生産提供することであり、それによって社会から貧乏を克服し、人々に幸福をもたらすことができる。我が社の使命はそこにある」というものです。当社は、この年を会社の目的と使命を知った真の創業年という意味で「命知元年」や「創業命知」と呼んでいます。つまり当社には2つの創業年があるのです。

創業命知の考えを端的に表しているのが「綱領」です。綱領は当社の進むべき道となるもので、昭和4(1929)年に制定されました。以後、時代に合わせて文言に修正が

加えられてきましたが、その根本精神は変わりません。すなわち「産業人たるの本分に徹し、社会生活の改善と向上を図り、世界文化の進展に寄与せんことを期す」というものです。これは現在も新入社員教育や社員研修などで折に触れて説かれています。



松下幸之助氏の経営観や人生観を紹介する「松下幸之助歴史館」(大阪府門真市)

**崎元** 御社は2022年4月にホールディングス化され、現在の社名に変更されました。これはどのようなお考えからでしょうか。

**宮部** 当社には、一人一人が経営者という感覚で仕事を

すべきだという「自主責任経営」という企業文化があります。「社内カンパニー」を置いていた時期もありましたし、20世紀には松下電器産業という事業会社兼持株会社の傘下に、松下通信工業、松下電子工業などの上場企業がありました。こうした自主責任経営をさらに徹底していくのがホールディングス化の考えです。

## 環境問題への取り組み

**崎元** 近年は地球環境保護の観点でも、企業の社会的責任が重視されています。この課題に対して御社はどのような取り組みをされていますか。

**宮部** 18世紀の蒸気機関の発明以来、工業の発展と大量生産が地球環境に大きなインパクトを与えてきました。我々はそうした産業に従事する者の責任として、昔から事業活動による地球環境への影響を極小にすべきだという意識があり、独自の環境方針も持っていました。現在は、パナソニックグループ全体の長期環境ビジョンである「Panasonic GREEN IMPACT」に基づいて行動しています。例えば2030年までにグループ全事業会社のCO<sub>2</sub>排出量を実質ゼロにしたり、クリーンエネルギー技術の提供を通じて社会全体のCO<sub>2</sub>排出量を抑制したりするなど、2050年を目標にカーボンニュートラルな社会の実現に向けて、具体的な数値目標を掲げて取り組んでいるところです。

**崎元** 御社は車載電池などのエネルギー関連分野にも注力されていますが、それも地球温暖化の解決につながるものですね。

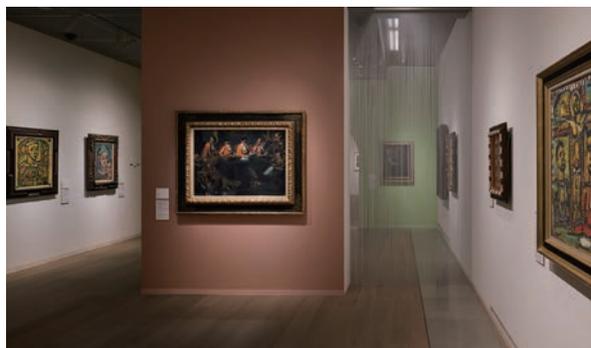
**宮部** 現在、アメリカでは地球温暖化による気候変動対策として、国をあげてEV(電気自動車)関連産業の発展に力を入れています。我々の事業の柱の1つである蓄電池は、こうしたEVの開発に伴って一層重要な役割を果たすことになります。そのため我々が持っている事業資産をこの領域に重点投資し、アメリカをはじめグローバルな観点でEV市場の発展に向けたビジネスの創出を目指しているところです。先ほど申しましたように、創業者は、社会の発展に貢献することが企業の使命だといっていました。それに照らせば、当社の蓄電池事業は地球温暖化の解決に貢献し、未来に向けて豊かな暮らしをつくる取り組みであり、創業以来の企業理念に則した事業活動なのです。

## 伝統文化と人材育成支援

**崎元** 関西・大阪21世紀協会は設立以来「文化立都」を理念に活動しており、松下幸之助さんは当協会の初代会長



聞き手 **崎元 利樹**  
公益財団法人 関西・大阪21世紀協会 理事長



パナソニック汐留美術館(東京都港区)  
「ジョルジュ・ルオー―かたち、色、ハーモニー―」2023年

というご縁もございます。幸之助さんは「企業は社会の公器」といわれておりましたが、文化振興という観点で、御社はどのような取り組みをされていますか。

**宮部** 松下幸之助は茶道に造詣が深く、国立京都国際会館や伊勢神宮などに茶室を寄付しました。現在も京都と東京にある当社の迎賓施設にも茶室をつくっており、内外の要人をお茶でもてなし、日本の文化を感じてもらおうようにしています。

創業者は人間国宝を中心とした工芸家の支援も行っており、その思いを受け継いで、現在は京都にある当社の迎賓施設「真々庵」の地下に、人間国宝の方々の作品展示スペースを設けています。また、東京には当社グループが所有していたジョルジュ・ルオー(1871~1958年)の絵画作品を中心にスタートしたパナソニック汐留美術館があります。当館では、さまざまな企業美術館とも連携した企画展を開催し、好評を得ています。

**崎元** 文化の振興に関する人材育成という観点ではどうでしょうか。

**宮部** 小中高生を対象にした「キッド・ウィットネス・ニュース(KWN)日本」という映像作品コンテストを毎年開催しています。当社が映像制作用の機材の貸し出しや活動支援を行い、子どもたちが映像制作を通じて創造性やコミュニケーション能力などを高め、チームワークを養うことを目的とした教育支援プログラムです。1989年にアメリカで始め、日本では2003年から行っています。始めた当時は今と違って撮影機材が高額でスマートフォンもありませんでしたから、子どもたちは映像作品を作るところか、



映像作品を作る子どもたち(キッド・ウィットネス・ニュース日本)

撮影機材に触れることすらできませんでした。そこで当社は、自社の製品を貸し出して、映像作品を作ってもらおうと考えたのです。コンテストも行っており優秀作は表彰し、作品はパナソニックグループのホームページで見られるようにしています。



2022年度の入賞作品

**崎元** 当協会にも、小学4～6年生を対象にアーティストが出前授業を行う「学校アートプログラム」という事業があります。その中に、モバイル端末を使って5分程度の映像作品をつくるプログラムがあり、子どもたちの発想力や創造力を養う大変いい機会になっていると思っています。今のお話をお聞きして、通じるものがあると感じました。

**宮部** 子どもたちにそうした道具や機会を提供すると、何も教えなくても驚くような表現力を発揮して良い作品を作りますね。KWNは開始以来、累計18万人以上の子どもたちや先生が参加しています。

## グローバル企業を集積

**崎元** 御社は大阪で創業され、大阪の発展とともに世界的企業として成長してこられました。創業当時、大正から昭和にかけての大阪は「大大阪」と呼ばれ、大きな輝きを放っていました。しかし、東京一極集中が著しくなるにつれ、当時のような活力が失われていったように感じます。大阪が再び活力を取り戻すには、どのようなことが必要だとお考えでしょうか。

**宮部** 東京一極集中の是正は、大阪に限らずどの地域においても喫緊の課題です。文化庁が京都に移転したように、行政や経済など都市機能を根本的に分散していかなければ、いずれ大変なことになるように思います。文化についていえば、芸術大学を出ても大阪では仕事がないといわれるのが大袈裟ではないほどです。

関西の経済界にとっては、グローバルなビジネスをしている企業を関西地域に集積させていくことが必要だと思います。事実、京都にはそうした企業が多くあります。我々も一部の会社機能を東京へ移しましたが、それはほとんど国内ビジネスに関係するものです。アメリカにおける蓄電池事業や、電子部品の会社などは依然、大阪に本社があります。取引先が海外なので、本社機能を東京に置くかどうかは大きな問題ではありません。

しかし、国内ビジネスとなると、さまざまな商談が東京で行われることが多くなりますから、会社機能の一部を東京に移すことは致し方ありません。今後、東京一極集中の是正と大阪の発展のためには、グローバル企業の集積地を目指していくことが重要だと思います。

**崎元** 大阪は商売のまちといわれますが、文化的なことも含めて「大阪」というブランド力を持たなければならぬと思います。そうしなければ、京都のような世界的知名度や信用、つまり都市格を世界に示すことは難しくなると思います。大阪がグローバル企業の集積地であると同時に、文化力のある都市として認知されるようにしなければなりません。これには相当の時間がかかると思いますが。

**宮部** その意味でも、2025年大阪・関西万博は「大阪」「関西」を世界に知らしめる絶好のチャンスですね。

## 万博は世界の“今”を実感できる場

**崎元** 2025年大阪・関西万博には具体的にどのようなことを期待されますか。

**宮部** インターネットやバーチャルリアリティ（仮想空間による疑似体験）でさまざまな情報を簡単に得ることができる時代にあって、今さら万博はいらないのではないかという意見があります。しかし、我々はコロナ禍で3年半ほど海外との往來の自粛を余儀なくされた中で、

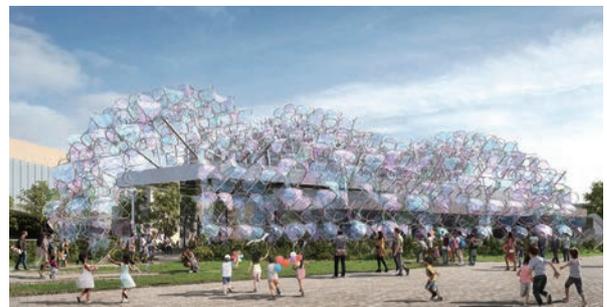
そうした情報だけで世界の実情を本当に理解したといえるでしょうか。私は2023年11月に関西経済同友会の視察でボストンやニューヨークに行き、物の値段や人々の勢い、コロナ禍によって打撃を受けた地域のリアルな現状を肌で感じました。もちろんすべてをリアルに体験する必要はありませんが、これからはリアルとバーチャルの使い分けができないと、時代に取り残されていくように感じます。2025年大阪・関西万博が、世界や日本の「今」をリアルに感じられる場になるよう期待しています。

**崎元** 御社のパビリオンでは、どのようなものを展覧されますか。

**宮部** 当社は、たくさんのモノを開発・供給して人々の暮らしを豊かにしてきたという自負がありますが、心の豊かさは物質的充足だけで満たされるわけではありません。そこで我々は、人としてこれからどのようなものを求めていけばいいのかを万博で表現したいと思っています。つまり心の豊かさを訴求するパビリオンです。

**崎元** 具体的にはどのようなものでしょうか。

**宮部** パビリオンの名称は「ノモの国(The Land of NOMO)」です。「モノ」を反対にして「ノモ」と呼んでいるのですが、さまざまなモノはココロの持ちようによってその捉え方が変わる、いわばモノはココロの「写し鏡」だという思いで命名しました。「解き放て。こころとからだと じぶんと せかい。」をコンセプトに、いわゆるα世代(2010年代序盤～2020年代に生まれた世代)の方々に、人と自然の営みの循環の中にある自分の感性に気づき、今の自分を縛っているものから解き放たれて、もっと自由に、オープンに世界や未来を考えるきっかけを提供するパビリオンとしたいと考えています。言葉でいうのは簡単ですが、今、七転八倒してその具体的な展示内容を考えているところです。



パナソニックグループパビリオン「ノモの国」外観イメージ

**崎元** 心に焦点を当てて人々の暮らしを豊かにするということですね。御社の理念に沿ったパビリオンの展示を楽しみにしています。本日はありがとうございました。

(2023年12月21日/パナソニックホールディングス株式会社にて)

### 宮部義幸氏

1957年大阪府出身。大阪大学大学院工学研究科卒業、1983年入社。AVCネットワークス社社長(2013年)、専務執行役員、チーフ・テクノロジー・オフィサー(CTO)(2017年)などを経て、2022年より現職。2023年関西経済同友会代表幹事。

### パナソニックホールディングス株式会社

本社:大阪府門真市大字門真1006番地。1935年設立(1918年創業)。資本金2,593億円、従業員数233,391人(連結)、グループ会社数524社(親会社および連結子会社)売上高8兆3,789億円(2023年3月31日現在)



(写真提供:パナソニックホールディングス株式会社)