



「Panasonic Factory Refresh」の取り組み

わたなべ けいこ
創価高等学校 教諭 渡邊 啓子

家電の修理について調べる中で、パナソニック(株)の「Panasonic Factory Refresh」という修理した製品を再生利用する取り組みを知りました。そこで、どのような思いで開始されたのか、その取り組みに至った経緯についてお話をうかがいました。

インタビュー日時：2024年12月11日

出演者：高木 雅弘^{たかぎ まさひろ} [パナソニック(株) コンシューマーマーケティング本部 リユース・リファーマー ビジネスプロジェクト、PJオーナー]

渡邊 啓子^{わたなべ けいこ} [パナソニック マーケティング ジャパン(株) NB戦略推進室 室長(インタビュー時)]
インタビュー・文責：渡邊 啓子 [創価高等学校]



図1 パナソニック検査済み再生品¹⁾

「限りある資源を大切にしたい」との思いから、パナソニック(株)は初期不良や店頭展示品、定額利用サービス解約商品、または何らかの理由で戻ってきた家電製品等を、もう一度使える状態に再生し、1年間の保証を付け、オンラインサイトで「検査済み再生品」として、2024年4月より販売、または(一部を)定額利用サービスにて再提供しています。現在(2025年2月)、洗濯機、

冷蔵庫、テレビ、一眼カメラ、炊飯器、電子レンジ等の13カテゴリで販売や定額利用サービスを展開しています。

コンセプトについて教えてください。

「Panasonic Factory Refresh」は、サーキュラーエコノミー(循環経済)の一つとしてグループで展開している、パナソニック製品に限定した取り組みです。この事業を始めた背景として、一

つのラインの流れに沿うリニア型の「作って終わり」という社会ではなくなってきていることがあります。資源枯渇問題や地球環境保護の観点で、企業や事業としてビジネスモデルを変える必要があるのではないか、との考えが主流になってきており、そこで、ライフサイクルを見直し、①新規の資源投入量を減らす、②長く使うビジネスモデルへ考え方を変える、③循環のしくみをリサイクルのみに限定せず行う、という3つの視点に「パナソニックの強み」を掛け合わせて、リファーマービッシュ(検査済み再生品)事業を開始しました。

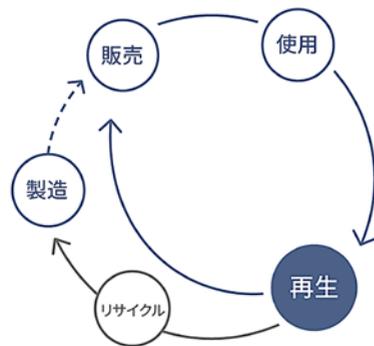


図2 事業のイメージ図¹⁾

検査や再生は、パナソニックの認定工場で行っています(宇都宮工場の様子をウェブサイトで公開中)。外観も含めて厳格な出荷基準を明確にし、品質の担保や安全性を確保した上で、新製品より少し安く販売しています。また「再生品の定額利用サービス」として、ドライヤーと食器洗い乾燥機を対象にサービスを展開しています。この取り組みについての認知拡大や、対象品が不定期に発生するため販売品の安定供給が

難しい、といった課題はまだありますが、利用された方からは価格面やSDGsの観点よりおおむね好評をいただいております。

故障で家電を買い換えた際に、回収を依頼した製品の再生品ではないのでしょうか?

現時点では、使用済み商品を下取りしたものではなく、何らかの理由で、スクラップにするには忍びない、きれいな状態の商品が戻ってきた場合に、清掃や一部部品の交換後に動作試験をして、新品同様の品質が担保できたものについて再販売あるいは再生品としての定額利用サービスを行なっています。

家電4商品のエアコン、冷蔵庫、洗濯機、テレビについては「家電リサイクル法」という法律があり、これにより戻ってきた家電については「スクラップをして再資源化した後にもう一度利用する」という流れがあります。冷蔵庫の場合では戻ってきた製品の内、約80%はリサイクル可能です。ただ、まだ使えるのに戻ってきた製品についてリサイクルに回すのはもったいない、しっかり寿命まで使っていただきたいとの思いがあり、この事業で再生しています。

もちろん、家電が故障した場合には、即座に買い替えるのではなく、修理して使っていただくことをメインに考えていますので、すぐにサービス員が訪問対応できるよう、全国約100拠点の修理サービス網も整備しています。色々な面で無駄のないような、サーキュラーエコノミーの考え方ですべての商品を循環できるように体制を整えているところです。

「家電リサイクル法」で回収した製品を修理して販売することはできないのでしょうか？

法律で定められており、顧客がリサイクル料金を支払っている以上、スクラップしてリサイクルせざるを得ないという現状があります。下取りという形で「顧客から購入」した回収品であればメンテナンスして販売が可能なので、そのスキームを現在検討中です。その第一歩として今回の取り組みがあります。

これまでもパソコンは同様の取り組み（修理して再販売）が行われていますね。

パソコンは事業部独自で以前より取り組んでおります。今回はグループ全体での取り組みとして、ブランド名を付けて家電中心に複数のカテゴリで販売を開始しました。

定額利用サービスとのコンセプトの違いを教えてください。

大きくは、商品の保有形態の違い・顧客の選択肢の違いです。近年、生活スタイルや価値観の多様化に合わせ、所有せずにリースや定額利用サービスといった短期間の利用形態も増えてきました。例えば単身赴任や進学といった期間限定で利用する場合などです。また、高機能のヘアドライヤーや食器洗い乾燥機といった、良いものだけでも高額な商品を購入する前に、定額利用サービスでお試しし、使用感を確認した後に購入する、という方もいます。

確かに、お試し利用や現物を見てからの検討ができる点と助かります。他に、強みやアピールポイントがあれば教えてください。

一般的なリサイクルショップとの違いとして、やはりメーカーとしての強みがあります。清掃だけではなく、点検やメンテナンス後に保証を付けて販売している点です。現時点での課題として、オンラインサイトでの販売のみで現物を確認することが難しいという点があります。購入者からすると現物を確認できないことは不安ですので、その分、点検整備を念入りに行なっています。メーカーとしての修理ノウハウから把握しているチェック部分は特に念入りに確認しています。まず、外観部分のキズや打痕の有無を確認し、大きなキズがあれば候補から外しています。性能が初期状態に戻りそうなもので、省エネルギー効率や、新商品が好まれる消費者心理を考慮して、現行の1~2モデル前までを基準に販売しています。

先日、私が19年間愛用していた冷蔵庫が故障しました。部品がなく修理できない可能性が高いとのこと、残念ながら買い替えを選択しました。家電の修理対応が可能な期間の目安を教えてください。

修理対応が可能かどうかは、補修用性能部品の有無で決まります。性能部品の最低保有期間は製品の買い替えサイクルにより変えており、冷蔵庫は製造打ち切り後9年間、ドラム式洗濯機や掃除機は6年間です（<https://panasonic.jp/support/repair/warranty.html>）。

データをとっており、冷蔵庫は平均16年で買い替えです。部品の保管場所の確保や維持に費用がかかるため、費用対効果を鑑みて決定しています。約10年が目安ですが、共用部品はこれより長い期間保有している場合があります、部品の種類によって異なります。

また、難しいところで、古いものを長く使うことは資源循環の観点では重要ですが、省エネルギー効果が高いものは新しい製品です。冷蔵庫は24時間稼働していることや寿命が約10年強と長いこともあり、修理よりも買い替えられた今の製品のほうが省エネルギーで電気代も安くなります。

製品をより長く使用するためのコツやお手入れ方法はありますか？

Club Panasonic のホームページに「上手な使い方」などの情報を紹介していますのでぜひご覧下さい（よくあるご質問 <https://panasonic.jp/support/faq.html>、家電お役立ち情報 <https://panasonic.jp/support/useful.html>）。冷蔵庫には粗熱をとってから料理を入れることが望ましいので、急速冷却機能を上手に活用して欲しいです。また、運転状況をお知らせする機能付きの製品やIoT対応の製品も増やしています。

冷蔵庫に特有のにおいがついてしまうのは使い方が悪いからなのでしょうか？

冷蔵庫の内側の素材は樹脂製なので、

においが染み込みます。冷蔵庫が運転中の温度では、樹脂から分子の揮発が抑制されているので、においは軽減しますが、電源を切っている状態では運転時よりも温度が高くなることで、吸着されていたにおい分子が揮発するため、においを感じやすくなります。

製品のしくみを知るほど、丁寧に使うようになりそうですし、使い方次第で長く使うことも学びました。最後に改めて読者の方に一言お願いします。

われわれパナソニックは「修理して長く使う」ことに以前から取り組んでおりました。その流れの中で「もったいない文化」を更にもう少し、できることを、視野を広げてやっぴいこうと考えています。また、再生品の品質管理について、メーカーとしてリーダーシップを取るとの決意で取り組んでいます。中古販売業者からの購入者に「やはり中古品は安かろう悪かろう」と思われるとこの動きが止まってしまうので、われわれメーカーが認定した中古品もあることで、顧客の選択肢の広がりに貢献したいです。そのためには色々なところでの法整備も重要ですので、関係省庁への働きかけを行なっています。ぜひ皆様からもそのような視点でサポートいただくと大変ありがたいです。

貴重なお話を伺わせていただき本当にありがとうございました。

参考文献

- 1) パナソニック(株)：Panasonic Factory Refresh, <https://panasonic.jp/store/limited/refurbished.html>
- 2) パナソニック(株)：Make New Magazine、棄てていた家電がよみがえる。再生済中古品事業が、3年の苦闘を経てビジネスになるまで、2024.07.31 (2024)、<https://makenew.panasonic.jp/magazine/articles/099/>