

学生向けビジネスコンテスト「CAREER ROOKIES GP2026」関西予選大会

パナソニック協賛の学生ビジネスコンテストで大学生が食洗機普及促進アイデアを競う



パナソニック株式会社（以下、パナソニック）は、株式会社 Strobolights が主催する学生向けビジネスコンテスト「CAREER ROOKIES GP2026」の関西企業支援枠として協賛しました。9 月 7 日（月）～8 日（火）の 2 日間、Panasonic Design Kyoto で開催された関西予選大会には、チーム・個人で参加した計 57 名の大学生が 17 チームに分かれ、「食洗機の普及率向上につながるプロモーション」をテーマにアイデアを競いました。

食洗機の国内における普及率は約 3 割^{※1} という状況において、パナソニックはさらなる普及拡大を目指して、さまざまなライフステージやニーズに合わせた製品を幅広く提供し、食洗機の普及促進を通じた家事の効率化・負担軽減に努めています。食洗機の日常的な活用を拡大・定着させるためには若年層への認知向上や自分ごと化が不可欠です。また、学生への学びの機会提供を通じて企業としての社会的役割を果たすことを目的に、昨年から同ビジネスコンテストへ協賛しています。昨年の「CAREER ROOKIES 2025」をきっかけに、学生が制作した食洗機 PR 動画シリーズを公開するなど、若年層へ向けた取り組みを拡大しています。

参加者は「食洗機の普及率向上につながるプロモーション」を検討。メンバーそれぞれの発想や経験、社会環境などを踏まえて分析やアイデア立案に取り組み、パナソニックの食洗機事業担当者が審査員を務めるプレゼンテーションに臨みました。1 日目は食洗機が生み出せる時間の価値に着目し、手洗いにかかる 30 分を自由時間として活用できる体験を提供する「タイムパフォーマンス型 30 分ラウンジ」、2 日目は食洗機をインテリアの一つとして活用する新たな価値を提案し、普及拡大を図る「食洗機をインテリアとしたカフェ」を提案したチームがそれぞれ関西予選大会で優勝し、計 8 チームが準決勝へと進むことが決まりました。

参加者へのアンケートでは、94.5%が今回の参加を通じて「食洗機のイメージが良くなった」、90.9%が今後食洗機を「ぜひ使いたい」または「使ってみたい」と回答。タンク式や小世帯向

けなど幅広いラインアップもあることから、「大型で高価な家族向け家電というイメージから身近で導入しやすい生活改善ツールへと認識が変わった」という声も聞かれ、食洗機への理解と好意的なイメージの醸成につながる機会となりました。

パナソニックは、ビジネスコンテストの提案に反映された若年層の意識や関心を、今後の食洗機事業へ活かすとともに、引き続き学生への学びの機会提供を通じた豊かなくらしの実現を目指していきます。

※1 内閣府消費動向調査耐久消費財普及率(全世帯)(2025 年 8 月時点)

<報道関係者からのお問い合わせ先>

パナソニック株式会社 広報部: pchq_prstaff@ml.jp.panasonic.com