

マネジメント体制

富士通グループとしての企業価値の持続的向上を目指し、価値創出プロセスにおけるそれぞれの役割や位置づけを明確にした運営を行っています。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

富士通のコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方は、監査役設置会社制度を採用しつつ、取締役会において「非執行取締役による業務執行取締役の業務執行に対する監督と助言」に力点を置くというものです。

具体的には、取締役相互の監視と取締役会による取締役の監督を前提としつつ、執行と監督の役割分担を明確にし、業務執行を担う「業務執行取締役」に対し、業務執行の監督機能を担う「非執行取締役」を同数以上確保することで、監督の実効性を高めています。

また、非執行取締役候補者の選定にあたり、出身の属性と当社事業への見識を考慮することで、多様な視点から実効性のある助言が得られるよう配慮しています。

さらに、監査役による取締役会の外からの監査・監督と、任意に設置している指名委員会、報酬委員会および独立役員会議により取締役会を補完することで、全体としてコーポレート・ガバナンスの整備を通じた株主価値の向上を目指します。

■ コーポレート・ガバナンス体制の概要（2015年6月22日現在）

取締役会の概要

富士通は社外取締役を積極的に採用しており、取締役会は、業務執行取締役6名、非執行取締役6名（内、社外取締役4名）の合計12名で構成されています。

また、取締役の経営責任を明確にするため、取締役の任期を1年にしているほか、社外取締役4名（うち、女性2名）全員を、富士通と重要な利害関係を持たない独立役員として、東京証券取引所に届け出しています。

監査役（会）の概要

富士通は、監査機能として監査役（会）を設置しており、監査役会は常勤監査役2名、社外監査役3名（内、女性0名）の合計5名で構成されています。

また、社外監査役3名全員を富士通と重要な利害関係を持たない独立役員として、東京証券取引所に届け出しています。

監査役は、取締役会等の重要な会議に出席し、取締役会および業務執行の監査を行っています。

指名委員会・報酬委員会

富士通は、役員の選任プロセスならびに役員報酬の決定プロセスの透明性・客観性および役員報酬体系・水準の妥当性を確保するため、取締役会の諮問機関として、指名委員会および報酬委員会を設置しています。

2014年度の指名委員会と報酬委員会は、非業務執行役員4名（内、非執行取締役3名、社外監査役1名）でそれぞれ構成されていました。

富士通の役員報酬は、報酬委員会の答申を受けて2011年4月の取締役会で改定された「役員報酬支給方針」に基づき決定されます。

独立役員会議

富士通は、中長期の収益性の向上に資する「攻めのガバナンス」の強化を図るための取り組みの1つとして、すべての独立役員（独立社外取締役4名、独立社外監査役3名）で構成する、独立役員会議を設置しています。

取締役会において中長期の会社の方向性に係る議論を活発化させるためには、業務の執行と一定の距離を置く独立役員が恒常的に当社事業への理解を深めることのできる仕組みが不可欠と考え、同会議では、独立役員の情報共有と意見交換を踏まえた各役員の意見形成を図ります。

【ご参考】 役員報酬支給方針

グローバル ICT 企業である富士通グループの経営を担う優秀な人材を確保するため、また、業績や株主価値との連動性をさらに高め、透明性の高い報酬制度とするため、以下のとおり役員報酬支給方針を定める。

役員報酬を、役職および職責に応じ、月額で定額を支給する「基本報酬」と、株主価値との連動を重視した、長期インセンティブとしての「株式取得型報酬」、短期業績に連動する報酬としての「賞与」から構成する体系とする。

基本報酬

「基本報酬」は、すべての取締役および監査役に対して、経営監督を担う職責、および業務執行を担う職責に対する対価として、役職および職責に応じて支給する。

株式取得型報酬

- ・「株式取得型報酬」は、業務執行を担う職責のある取締役を支給対象とし、長期インセンティブとして、中長期的取り組みを定性評価し、支給額を決定する。
- ・「株式取得型報酬」は、自社株式取得のための報酬を支給し、自社株式は役員持株会を通じて取得する。なお、取得株式については在任期間中は保有するものとする。

賞与

- ・「賞与」は、業務執行を担う職責のある取締役を支給対象とし、短期インセンティブとして、1事業年度の業績を反映し、支給額を決定する。
- ・「賞与」の具体的な算出方法として、連結営業利益および連結純利益を指標とした「プロフィットシェアリング型」を導入する。ただし、単独決算において当期純利益がマイナスの場合は支給しない。

なお、「基本報酬」、「株式取得型報酬」、「賞与」の合計額は、株主総会の決議により、取締役は年額 6 億円以内、監査役は年額 1 億 5 千万円以内とする。

(役員報酬項目と支給対象について)

対象	基本報酬		株式取得型報酬	賞与
	経営監督分	業務執行分		
取締役	○	—	—	—
業務執行取締役	○	○	○	○
監査役	○		—	—

内部統制体制の基本的な考え方

富士通グループの企業価値の持続的向上を図るためには、経営の効率性を追求するとともに、事業活動により生じるリスクをコントロールすることが必要です。このような認識の下、富士通では、富士通グループの行動の原理原則である「FUJITSU Way」の実践・浸透を図るとともに、取締役会において「内部統制体制の整備に関する基本方針」を定めています。

「内部統制体制の整備に関する基本方針」の概要

「内部統制体制の整備に関する基本方針」では、以下の体制をはじめとする社内体制を整備することとしています。

業務執行の決定と執行体制

業務執行のトップである代表取締役社長の業務執行権限を執行役員が分担し、経営会議を設置して代表取締役社長の意思決定を補佐することで、経営の効率性を高めることとしています。

また、代表取締役社長が内部統制体制の構築と運用に責任を持つことを明確にし、取締役会は適宜その運用をチェックすることで監督責任を果たすこととしています。

リスク管理体制

リスク・コンプライアンス委員会を設置して、同委員会が全般的な損失リスクをコントロールする体制を整備することに加えて、製品・サービスの欠陥や瑕疵に関するリスク管理体制、受託開発プロジェクトの管理体制、セキュリティ体制および財務上のリスク等も管理する体制を整備することとしています。

コンプライアンス体制

リスク・コンプライアンス委員会が中心となって、「FUJITSU Way」に掲げられた行動規範の遵守と、富士通グループの事業活動に関わる法規制等の遵守に必要な社内ルール、教育、監視体制の整備を推進することとしています。

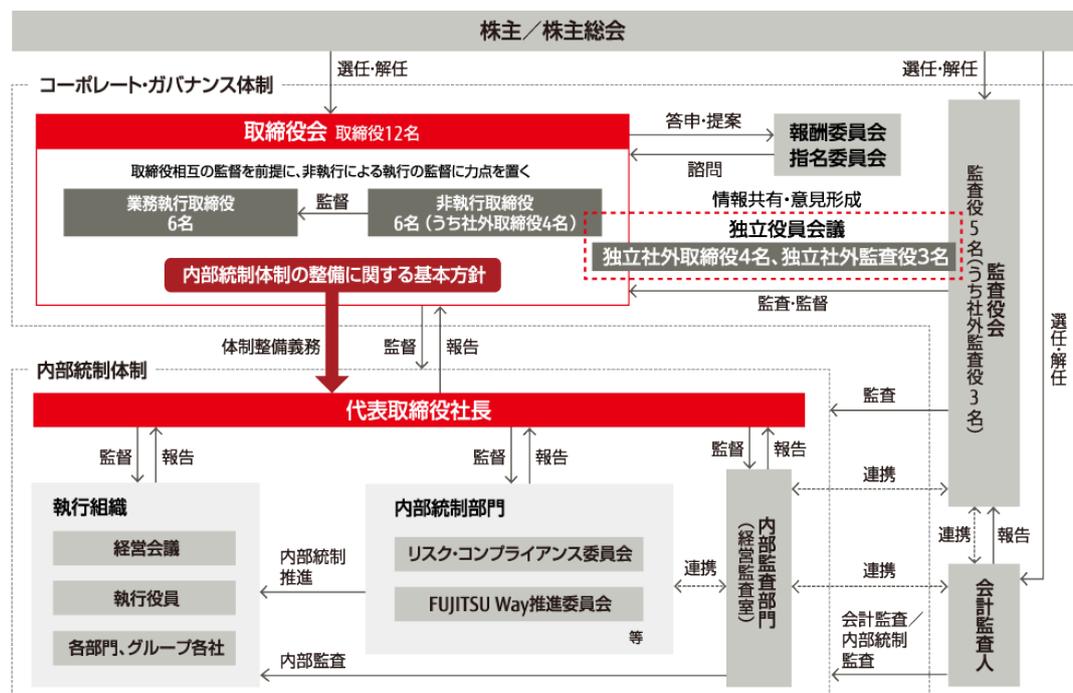
また、併せて財務報告の適正性を確保するための体制、情報開示体制、内部監査体制も整備することとしています。

・ 内部統制体制の整備に関する基本方針

<http://pr.fujitsu.com/jp/ir/report/2014/n115.pdf> (P.2-P.6)

コーポレート・ガバナンス体制図

(2015年6月22日現在)



・ コーポレート・ガバナンス報告書 (2015年6月24日付) (4MB) (A4・13ページ) (1,108KB / A4・14ページ)

<http://www.fujitsu.com/jp/documents/about/csr/management/governance/governance201506.pdf>

コンプライアンス

コンプライアンス推進活動

富士通グループでは、FUJITSU Way「行動規範」に則ってコンプライアンスの徹底を図っています。トップマネジメントのコミットメントの下、コンプライアンス意識を浸透させ、カルテルや贈賄などの不正を許容しない企業風土（「ゼロ・トレランス」）を醸成するための様々な活動に取り組んでいます。

富士通グループのグローバル・コンプライアンス基準としては、FUJITSU Wayの行動規範を詳細化し、個々の社員の行動ベースにまで落とし込んだガイドライン「GBS」(Global Business Standards)を20カ国語で展開し、グループで統一的に運用しています。トップマネジメントは、社員へのメッセージ発信を通じて、GBSの実践・浸透を奨励しています。

国内においては、グループ全体のガバナンス体制構築に向けて決裁された富士通グループ規定を含む様々な社内規定を整備しています。特に、ビジネスとの関わりが深い主要な法律（独占禁止法、不正競争防止法、下請法など）については、わかりやすく解説したコンプライアンス・マニュアルをイントラネット上に掲載し、富士通およびグループ会社の社員への周知を図っています。また、国内法だけでなく、グローバルなビジネスを展開するうえで関わりの深い米国輸出管理規則（EAR）に関するマニュアルも作成し、周知徹底を図っています。

海外においては、グループ各社にてGBSを実践するために、富士通グループのグローバルガイドラインに基づき社内規定や手続の整備・見直しを実施するとともに、E-mailやウェブサイトを利用して社員への周知徹底を図っています。また、海外グループ各社のコンプライアンスの取り組み状況の確認およびビジネスに内在するリスクを特定し、コンプライアンス違反の未然防止策の立案およびその実行支援を行うリスクアセスメントを本社主導で実施しています。

なお、腐敗防止への取り組みの一環として、贈答品・接待の承認プロセスの整備や取引先選定時の審査（デューデリジェンス）などを強化する活動をグローバルに展開しています。

・「GBS」(Global Business Standards) (754KB / A4・22ページ)

http://img.jp.fujitsu.com/downloads/jp/jphil/philosophy/codeofconduct/GlobalBusinessStandards_V20.pdf

コンプライアンス教育の実施

富士通グループでは、グループ全社員約16万人を対象に様々なコンプライアンス教育を実施しています。

2014年度はGBSを再確認するとともに、カルテルや贈賄の防止に関する理解を深めるため、国内の全社員に対してe-Learning「富士通のコンプライアンス」を実施しました（受講率：約99%）。また、リスクの高い部門やグループ会社に対し、「リスク・コンプライアンス研修～独占禁止法・贈賄について」をはじめとする様々な集合教育を実施しました。海外においても、GBS、反トラスト、贈収賄、輸出管理、利益相反などに関するe-Learningや集合教育を実施しました。

役員に対しては、毎年、社外弁護士によるコンプライアンス教育を実施し、支社長・支店長に対しては入札関連法令や独占禁止法に関する社内研修を実施しています。また、新任の管理職に対しては、行動規範やコンプライアンスの重要性、典型的な事例や判断が難しい事例を社内講師が解説する社内研修を定期的で開催しています。

2015年度はこれらの活動に引き続き取り組んでいくとともに、国内外のリスクの高い部門に対して、カルテルや贈賄の防止などに重点を置いた集合教育をさらに充実させていく予定です。

また、グループ全社員に、FUJITSU Wayの行動規範を記したスモールカードを配布し、お客様やお取引先への対応や日々の業務で判断に迷った際に、行動規範をすぐに確認できるようにしています。スモールカードは3カ国語の外国語版を作成し、外国籍社員にも配布しています。



e-Learning「行動規範の実践に向けて」画面



スモールカード（日本語版）

コンプライアンスライン／FUJITSU Alert (旧ヘルプライン)

富士通は、グループ全社員（出向者、契約社員・嘱託などの期間雇用者、派遣社員を含む）からの内部通報・相談を受け付ける制度として、2004年9月から「ヘルプライン」を運用してきました。2014年2月からは「コンプライアンスライン／FUJITSU Alert」に名称を変更し、内部通報・相談への取り組みをさらに強化しています。

この制度は、業務を遂行する際、社員が FUJITSU Way に定められた行動規範に照らして判断に迷った場合や違反の疑いがあると思った場合に利用するものであり、ハラスメントから国内外の法令違反まで幅広く通報・相談を受け付けています。富士通では、同制度がグループ全社員に周知されるよう、ポスターやウェブサイトなどを利用した周知活動に継続的に取り組んでいます。

また、国内グループ会社、海外グループ会社においても個々に内部通報制度を整備し、運用しています。

お取引先コンプライアンスライン

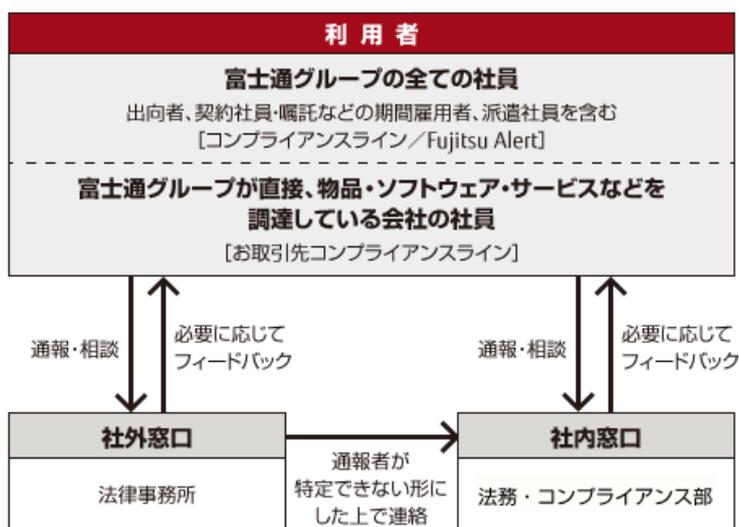
富士通は、2009年8月から「お取引先コンプライアンスライン」を設置し、富士通が直接、物品・サービス・ソフトウェアなどを調達しているお取引先の社員の方からの通報を受け付けています。2014年2月からは、富士通グループ会社のお取引先の方からの通報も受け付けています。

・お取引先コンプライアンスライン

<http://jp.fujitsu.com/about/compliance/complianceline/>

コンプライアンスライン／FUJITSU Alert とお取引先コンプライアンスラインにおいては、通報を理由として、通報者に対する不利益な取り扱いを行うことを一切禁止するとともに、通報者が特定されることのないよう、情報の取り扱いには細心の注意を払っています。調査の結果、問題が認められた場合には当該行為を停止させ、再発防止策を講じています。

内部通報制度



安全保障輸出管理への取り組み

国際的な平和・安全の維持という観点から、大量破壊兵器や通常兵器の開発・製造に転用される可能性がある貨物・技術の輸出・移転については、国際的な安全保障輸出管理の枠組みによって管理されています。わが国でもその枠組みの中で「外国為替及び外国貿易法」（「外為法」）の下、安全保障輸出管理規制が実施されています。

富士通においても、「FUJITSU Way」の行動規範の1つ「法令を遵守します」にしたがって、外為法だけでなく「域外適用」される米国輸出管理規則（EAR）に則った安全保障輸出管理推進を基本方針とする「安全保障輸出管理規程」を制定し、その徹底に努めています。

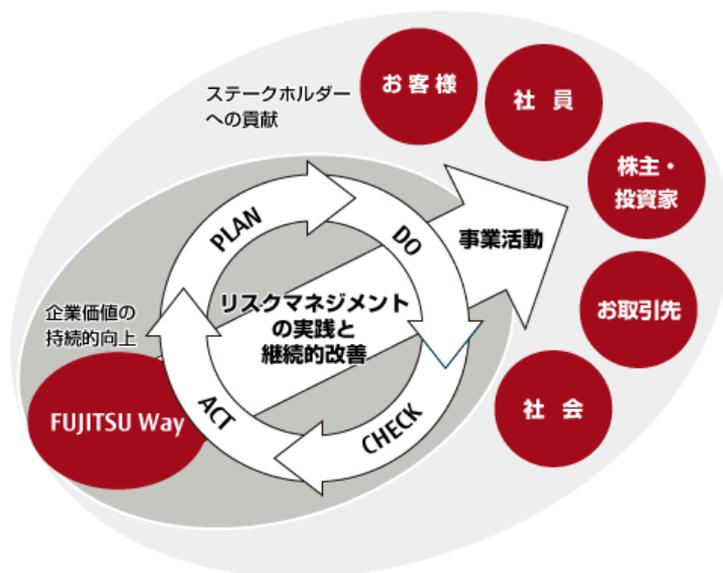
管理体制としては、代表取締役社長を安全保障輸出管理の最高責任者に、法務・コンプライアンス・知的財産本部安全保障輸出管理室を推進組織として体制整備し、すべての貨物輸出・海外への技術提供について該非判定と取引審査（仕向先国・地域、用途、顧客の確認）を実施し、必要な輸出許可を取得したうえで輸出を行っています。また輸出管理規制を管轄する経済産業省とも緊密に連携しつつ、法令違反など「漏れ」のない管理の徹底に努めています。この安全保障輸出管理における社内制度を維持・継続していくために、定期的な監査および役員・社員に対する輸出管理教育を継続しています。

国内外のグループ各社に対しては、適切な安全保障輸出管理に向けた規則の制定や体制の確立について指導するとともに、教育支援、監査支援、グループ間情報交換会の開催などの活動を行っています。2014年度は、安全保障輸出管理室が東南アジアおよび欧州のグループ会社9社を訪問して安全保障輸出管理教育を実施しました。また、全世界の海外グループ会社に対し、20カ国語によるe-Learningで安全保障輸出管理基礎教育を展開しています。

リスクマネジメント

リスクマネジメントの考え方

富士通グループは、グローバルな ICT 事業活動を通じて、企業価値を持続的に向上させ、お客様や地域社会をはじめとするすべてのステークホルダーの皆様へ貢献することを目指しています。この目的の達成に影響を及ぼす様々なリスクを適切に把握し、その未然防止および発生時の影響最小化と再発防止を、経営における重要な課題と位置付けています。そのうえで、グループ全体のリスクマネジメントおよびコンプライアンスの体制を構築し、その実践を推進するとともに継続的に改善しています。



事業活動に伴うリスクについて

富士通グループは、事業活動に伴うリスクを抽出・分析・評価したうえで、影響の回避や軽減を図る対策に努めるとともに、万一発生した際には迅速に対応するよう努めています。

事業活動に伴うリスクの例 (注1)

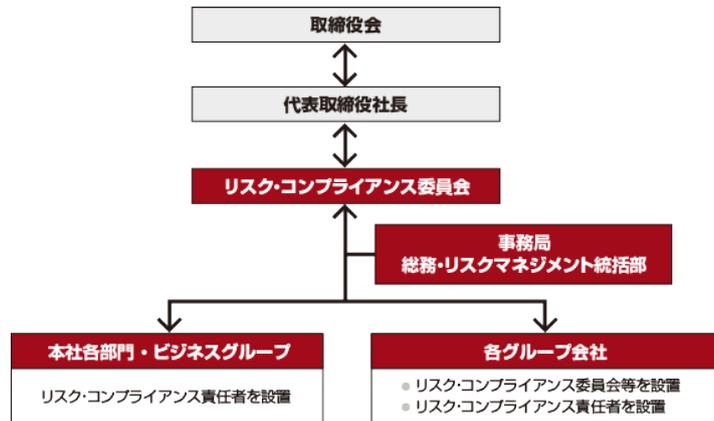
<ul style="list-style-type: none"> ・ 経済や金融市場の動向 ・ お客様における ICT 投資動向変化、お客様との関係継続 ・ 競合他社や業界の動向 ・ 調達、提携、アライアンス、技術供与 ・ 公的規制、政策、税務 	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンプライアンス（カルテル、贈賄、輸出規制違反など） ・ 製品やサービスの欠陥や瑕疵、情報セキュリティ、プロジェクト管理、投資判断、知的財産、人材、環境、信用リスクなど ・ 自然災害や突発的事象
---	---

(注1) 事業活動に伴うリスクの例：
記載例は一部であり、有価証券報告書などに掲載。

リスクマネジメント・コンプライアンス体制の構築

富士通グループでは、グローバルなリスクマネジメントとコンプライアンスの推進のため、経営トップ直属の内部統制部門の一委員会として、「リスク・コンプライアンス委員会」を設けています。

リスク・コンプライアンス委員会は、国内外の富士通の各部門および各グループ会社にリスク・コンプライアンス責任者を配置し、相互に連携を図りながら、潜在リスクの発生予防と顕在化したリスクへの対応の両側面から、富士通グループ全体でリスクマネジメントおよびコンプライアンスを推進する体制を構築しています。



リスクマネジメントのフレームワーク

リスク・コンプライアンス委員会は、国内外の富士通の各ビジネスグループおよび各グループ会社におけるリスクマネジメントとコンプライアンスの状況を把握し、方針やプロセスなどを決定し、実践するとともに、継続的な改善を図っています。具体的には、リスクマネジメント規程およびリスクマネジメントガイドラインを定め、実践するとともに、それらを定期的に見直し、改善しています。

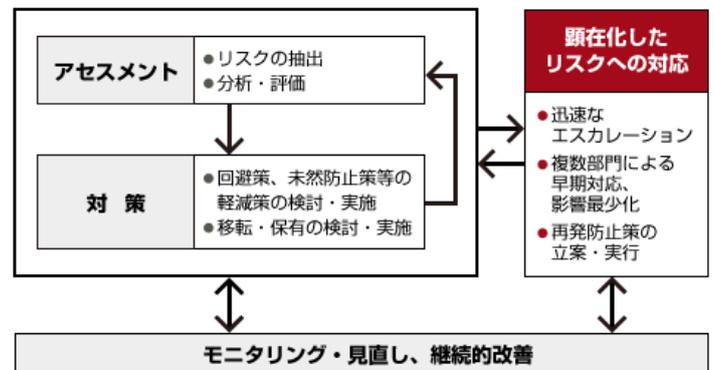


リスクマネジメントのプロセス

リスク・コンプライアンス委員会は、リスク・コンプライアンス責任者との定期的な連携を図りながら、事業活動に伴うリスクの抽出・分析・評価を行い、重要なリスクに対する回避・軽減・移転・保有などの対策状況を確認したうえで、対策の策定、見直しなどを実施しています。また抽出・分析・評価された重要リスクについては、定期的に経営トップへ報告しています。

また、様々な対策の実行にもかかわらずリスクが顕在化した場合に備え、対応プロセスを整備しています。自然災害・事故、製品の事故・不具合、システムやサービスのトラブル、不正行為などのコンプライアンス違反、情報セキュリティ事故、環境問題などの重要なリスクが顕在化した場合、各担当部門や各グループ会社は、直ちにリスク・コンプライアンス委員会に報告を行います。リスク・コンプライアンス委員会は現場や各関連部門などと連携し、対策本部を設置するなど、適切な対応によって問題の早期解決を図るとともに、原因究明に努め、再発防止策を立案・実行します。加えて、重大なリスクは経営会議や取締役会に随時報告されます。

リスク・コンプライアンス委員会は、これらの各プロセスについても、実行状況を確認し、随時改善を図っています。



全社防災

富士通グループでは、防災に関する強固な連携体制の構築と事業継続対応能力強化を図るため、大規模な災害の発生を想定した全社防災組織を編成し、毎年9月1日の「防災の日」に合わせて災害模擬演習を取り入れた全国一斉防災訓練を実施しています。

これまでも首都直下地震や東南海地震を想定した訓練などを計画的に行っており、20回目となる2014年度は、富士通本社を含む90社で実施しました。富士通では、当社の重要な製造拠点やサービス拠点が存在する関東北部が被災すると予測される「茨城県南部地震」を想定し、被災した各事業所と連携して初動を確認する訓練を実施しました。このほか、全国の事業所では、災害発生直後の従業員安否確認や事業所建屋への被害確認に関する初動対応の訓練を行いました。

各事業所における防災自主点検の実施

災害時の人的・物的被害を最小限にとどめるために、富士通グループ事業所における防災マニュアル、災害時対応計画(DRP)、防災組織の運用、防災備品・設備の整備状況などについて、定められたチェック項目に従って自主的に点検を行う防災自主点検を実施しています。

専門チームによる合同検証活動の展開

事業継続上重要な拠点については、富士通グループ合同検証活動を実施しています。この活動は、環境マネジメント、ファシリティマネジメント、製造設備工程の安全運用、リスクマネジメントの社内専門部署により構成されるチームが赴き、法令の遵守状況を確認すると同時に、火災および自然災害、建屋設備の老朽化による事故を未然に防止するための検証・指導を行うというものです。

富士通グループの全拠点から、様々な観点で検証の必要性の高い事業所を選定し合同検証活動を実施しています。また、その結果を通じ、防災対策などの優秀事例や改善事例について、他の拠点に情報共有を図っています。

事業継続マネジメント (BCM)

近年、地震や水害などの大規模な自然災害、事件・事故、新型インフルエンザなどの感染症の流行など、経済・社会活動の継続を脅かす不測のリスクが増大しています。

富士通グループは、これらのリスクによる不測の事態発生時にも、お客様が必要とする高性能・高品質の製品やサービスを安定的に供給するため、事業継続計画(BCP: Business Continuity Plan)を策定しています。また、このBCPに対する継続的な見直し、改善を実施するため、現場定着に向けて事業継続マネジメント(BCM: Business Continuity Management)を推進しています。東日本大震災やタイの洪水で得られた教訓は、BCM推進の中でBCPに反映しています。

サプライチェーン全体のBCM強化

不測の事態発生時においても製品・サービスを安定的に供給するためには、サプライチェーン全体の事業継続能力の強化が不可欠です。富士通では2007年度から、お取引先における事業継続能力向上を継続して支援しています。2014年度は、お取引先に対する評価方法を見直し、訓練を起点とした事業継続能力を評価しました。また、経済産業省の事業継続能力調査指標に準拠したアンケートを実施しました。

サプライチェーンリスクの可視化も積極的に推進しました。一例として、災害などが発生した場合にサプライチェーンへの影響範囲を見える化するリスク管理サービス「SCRKeeper」^(注2)を活用しています。

(注2) SCRKeeper:

富士通グループが開発し2013年度から提供開始したサプライチェーンリスク管理サービス。取引先の事業継続能力の把握に加え、災害時に取引先所在地に対する状況確認が可能。

■ BCM に関するスペシャリストの育成

富士通グループでは、BCM の普及・定着・改善を図るためにスペシャリストを計画的に育成していく予定です。2014 年度は各部門の BCM 担当者に対し、自部門 BCP の理解とともに、実際の BCM 活動を習得するトレーニングを継続して実施しました。

今後はスペシャリストを中心に、富士通グループ内の物流や生産などのサプライチェーンのみならず、お取引先の事業継続能力の向上への支援など、サプライチェーン全体での BCM を推進していく計画です。

感染症対策

富士通グループは、「生命の安全確保」「感染拡大の防止」「事業継続」の3つを柱とした新型インフルエンザ等の感染症対策を講じています。日常からの予防対策や備え、発生時の対応プロセスを示した「新型インフルエンザ対策基本行動計画」を策定し、e-Learning や小冊子の配布などを通して、全社員への周知を図っています。また、蔓延時や強毒性の新型インフルエンザが発生した際にも、社会インフラ事業の継続やお客様の事業継続に貢献するため、「新型インフルエンザ対応事業継続行動計画（BCP）」を策定し、訓練を実施しています。

リスクマネジメント教育の実施

富士通は、グループ全体でリスクマネジメントの徹底を図るため、体系的な教育カリキュラムを整備・運用しています。

このカリキュラムを通じてリスクマネジメントの基本的な考え方やルールを周知するとともに、具体的な事例を紹介し、社員のリスクマネジメントへの意識向上や対応能力の強化を推進しています。また、情報セキュリティや環境問題、自然災害に関する教育および訓練・研修も、適宜開催しています。

情報セキュリティ

情報セキュリティの基本的な考え方

富士通グループでは、FUJITSU Way「行動規範」に基づく社内規定を遵守し、情報の適正な管理および活用を行っています。社会的責任の重要な側面としての「機密保持」を実践するために、国内外共通の「富士通グループ情報セキュリティ基本方針」を定め、情報セキュリティを推進しています。

富士通グループ 情報セキュリティ基本方針

1. 目的

富士通グループは、事業の遂行において情報が基礎となること、また、情報の取扱いにおけるリスクを深く認識し、次の事項を目的として情報セキュリティに取り組むことにより、FUJITSU Way に示す「お客様のかけがえのないパートナーとなり、お取引先と共存共栄の関係を築く」との企業指針を実現し、社会的責任の重要な側面として、行動規範で定める「機密保持」を実践いたします。

- (1) 富士通グループは、その事業において、お客様およびお取引先の個人や組織から提供を受けた情報を適切に取り扱い、当該個人および組織の権利および利益を保護します。
- (2) 富士通グループは、その事業において、営業秘密、技術情報その他の価値ある情報を適切に取り扱い、富士通グループの権利および利益を保護します。
- (3) 富士通グループは、その事業において、情報を適切に管理し、製品およびサービスを適時にかつ安定的に提供することによりその社会的機能を維持します。

2. 取組みの原則

富士通グループは、次の事項を情報セキュリティへの取組みの原則とします。

- (1) 取り扱う情報について、機密性、完全性、可用性の維持を情報セキュリティの目的とし、これを達成するための情報セキュリティ対策を立案します。
- (2) 情報セキュリティ対策を適切かつ確実に実施するため、体制と責任を明確にします。
- (3) 情報セキュリティ対策を適切に実施するため、情報の取扱いに伴うリスクおよび対策のための投資を勘案します。
- (4) 情報セキュリティ対策を維持するため、計画、実施、評価および改善の各段階のプロセスを整備し、情報セキュリティの水準を維持・向上させます。
- (5) 情報セキュリティ対策を適切かつ確実に実施するため、役員および従業員に対し情報セキュリティに関する啓発と教育を行い、その重要性を認識させ、行動させます。

3. 富士通グループの施策

上記目的および取組みの原則に基づく情報セキュリティ対策を確実に実施するため、富士通グループは、関連規定を整備し、これを実施します。

情報セキュリティ関連規定体系

富士通グループ各社は、「富士通グループ情報セキュリティ基本方針」の下に関連規定を整備し、情報セキュリティ対策を実施しています。



※PKI: Public Key Infrastructureの略。本人認証や暗号化の仕組みの利用に関する規定

情報セキュリティ強化に向けた取り組み

情報セキュリティに対する意識啓発・教育

富士通グループでは2008年度から、「情報管理徹底宣言！～情報管理は富士通グループの生命線」を共通のスローガンとして掲げています。そして、富士通および国内グループ会社の各事業所に啓発ポスターを掲示するほか、全社員の業務用PCにシールを貼付するなどの施策を行い、社員一人ひとりの情報セキュリティに対する意識の高揚を図っています。

これに加え、電子メールの社外誤送信による情報漏えいを防止するために、株式会社富士通ソーシャルサイエンスラボラトリが開発した対策ツール「SHieldMailChecker（シールドメールチェッカー）」を国内グループ全社に導入するなど、ICTの活用によるセキュリティ強化を行っています。

また、富士通では、情報セキュリティに対する意識を定着するために、役員を含む全社員を対象として、毎年e-Learningを実施しています。



業務用PCに貼付したシール

お取引先に対する情報セキュリティ説明会を開催

近年のICT環境の急激な変化に伴い、これまで以上に情報漏えいリスクが高くなっていることから、富士通グループでは、グループ社員だけでなく、ソフトウェア開発・サービスを委託したお取引先に対しても情報セキュリティ説明会を開催し、課題共有と対策徹底に努めています。

・2014年度に実施した説明会の詳細

<http://jp.fujitsu.com/about/csr/society/procurement/#advance>

サイバー攻撃への対応

昨今のセキュリティリスクとして脅威が高まっている標的型メール攻撃や、マルウェア^(注1)感染の対応には、専門のインシデント対応チームを配置し、中央省庁などと連携しながら、早期発見・解決を目指し取り組んでいます。

新たなシステムを構築する場合は、情報セキュリティ関連規定に従い、事前にセキュリティ統制部門による審査を受け、サイバー攻撃への対策が十分であるかについて確認し、問題点を解消しています。

(注1) マルウェア：

コンピュータウイルスやスパイウェアなど、悪意のこもったソフトウェアのこと。

ビジネスグループ単位での情報セキュリティ体制の強化

富士通グループでは、情報管理の徹底とセキュリティ強化を図るために、情報セキュリティ管理体制を構築しています。

富士通グループは、幅広い分野にわたるビジネスを展開するにあたって、個々のビジネスをビジネスグループ単位で推進していることから、情報セキュリティ管理においてもビジネスグループの特性に応じた施策を実施しています。

また、富士通内の複数の部門および一部の国内グループ会社では、ISMS（情報セキュリティ・マネジメントシステム）^(注2) 認証を取得し、お客様情報など機密情報の管理徹底を図っています。

(注2) ISMS（Information Security Management System）：

国際標準化された情報リスクマネジメント体系（ISO/IEC27001）への適合を認証する制度。

個人情報保護体制の強化

富士通では、「個人情報保護ポリシー」と「個人情報管理規程」を定めています。この規程に基づき、毎年、個人情報の取り扱いに関する教育や監査を実施するなど、継続的に個人情報保護体制の強化を図っています。

また、2007年8月に富士通全社でプライバシーマーク^(注3)を取得し、2年ごとに更新しています。さらに、国内グループ会社でも必要に応じて各社でプライバシーマーク認証を取得し、個人情報管理の徹底を図っています。海外グループ会社の主な公開サイトにおいては、各国の法律や社会的な要請に応じたプライバシーポリシーを掲載しています。

(注3) プライバシーマーク：

一般財団法人 日本情報経済社会推進協会による個人情報取扱に関する認定制度。



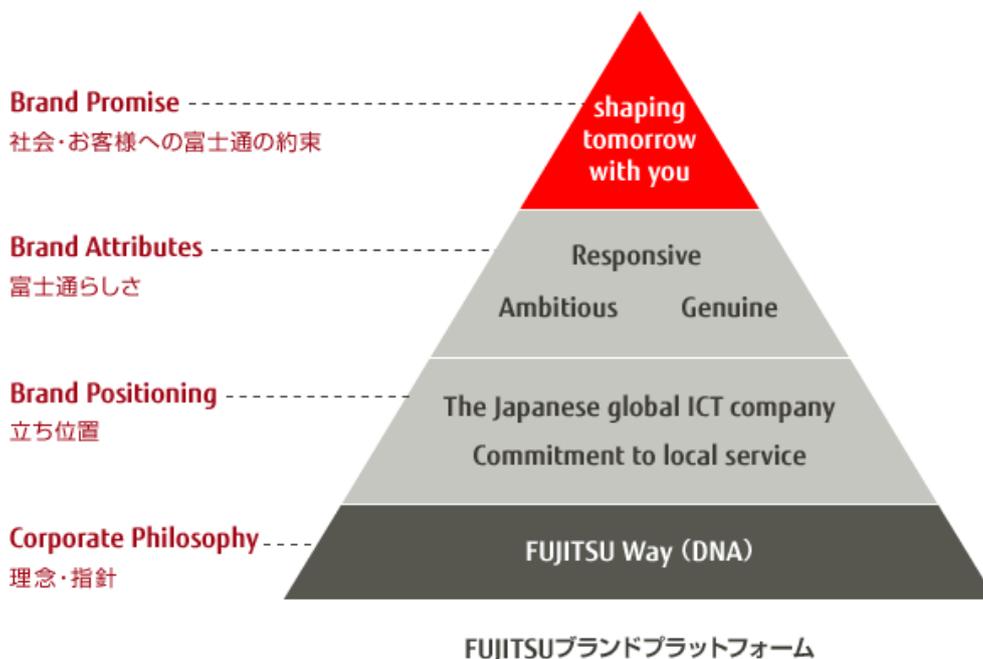
ブランドマネジメント

ブランドに対する考え方

富士通グループがさらなる成長を遂げるためには、お客様や社会から「質の高い ICT ソリューションをグローバルにデリバリーできる日本発のグローバルブランド」として認められる必要があります。真のグローバルブランドの確立を目指して、グローバルに一貫した情報発信を強化するとともに、全社を通じたブランド価値向上のための評価指標を設定し、PDCA を回していくことで、企業価値の向上に努めています。

富士通のブランドプロミス

shaping tomorrow with you



富士通は、ICT の力を通じてお客様・社会の豊かな未来創造に貢献することを目指しています。富士通のブランドプロミス「shaping tomorrow with you」は、これをどのように実現していくのかという姿勢を表したお客様と社会への約束であり、私たちのイノベーションの DNA と共創のアプローチを表現しています。

富士通はブランドプロミスの策定にあたり、「FUJITSUらしさとは何か」をお客様や社員に対して問いかけ、そこから3つの特徴を導き出しました。

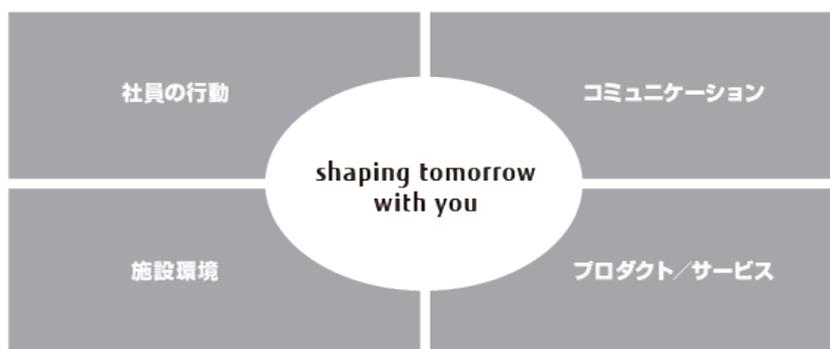
- Responsive** : お客様・社会の状況・ニーズを深く理解したうえで、柔軟に対応する
- Ambitious** : 新たな発想で高い目標の実現に挑戦する
- Genuine** : 常に誠実に取り組み、確実に結果を出す

富士通は、日本発のグローバルICTカンパニーとして、日本らしさを大事にしながら、世界各地の地域性を尊重したグループ運営を行っています。全世界のグループ社員一人ひとりが、ブランドプロミスを行動のよりどころとし、あらゆる企業活動を通じて「shaping tomorrow with you」を実践しています。

富士通のブランドプラットフォームのベースには、FUJITSU Way (富士通グループの理念・指針)があります。

私たちは、ブランド展開におけるタッチポイントを「社員の行動」、「コミュニケーション」、「施設や環境」、「プロダクト・サービス」の4象限として示し、お客様とのあらゆる接点において「富士通らしさ」を感じていただけるようブランド活動を展開しています。

ブランド展開における4象限



・FUJITSU Way (富士通グループの理念・指針) :
<http://www.fujitsu.com/jp/about/philosophy/>

ブランド管理体制

コーポレートブランド室と海外のブランドチームが協力し、海外のグループ会社を含む全社のブランド戦略を企画立案、実施し、コーポレートブランドを管理しています。さらに、各部門にブランドマネージャーを配置し、各事業領域におけるブランド施策の展開および各種商品ブランドの企画・開発・管理を推進しています。

同様に、海外ブランドチームとの協力の下、グローバル共通のブランドガイドラインを策定し、社名、ロゴ、商品ブランド、ビジュアル・アイデンティティ (VI)、コミュニケーションに関する規定を全社に展開しています。また、マーケティングの全社意思決定機関として Global Marketing Board を設置し、各部門との協力の下、グローバルコミュニケーションにおける一貫性の強化、ブランド認知向上の施策推進に努めています。さらには、FUJITSU Way の下、知的財産管理部門と協力して、商標権など知的財産権の観点から、グローバル市場におけるブランド価値を守るとともに、他社の知的財産を尊重するよう努めています。

社員の理解・一体感の強化

富士通では、全グループ社員がブランドの考え方を深く理解し、実践していくために、e-learning によるブランド教育や、各種ブランド研修プログラムを展開しています。また、FUJITSU ブランドに関する社員向けニュースレターの発信やポスターなどのツールを活用した啓発活動のほか、全グループ社員を対象としたブランド意識調査を定期的を実施しています。

「shaping tomorrow with you」のポスターデザインは、社員によるワークショップで「with you とは何か？」を議論していく中で生まれました。それぞれ、一歩先でリードする with you、共に進む with you、後ろで支える with you を表現しています。



ブランドポスター

製品／サービスにおける取り組み



富士通らしさを表現した製品群

富士通は、お客様の事業にどう貢献するのかということをお客様とともに考えながら、製品開発、サービス提供、営業活動を行っています。製品デザインにおいても、この考え方の下、ユーザーフレンドリーで、高い信頼性を持ち、先進的な製品づくりに取り組んでいます。

コミュニケーションにおける取り組み

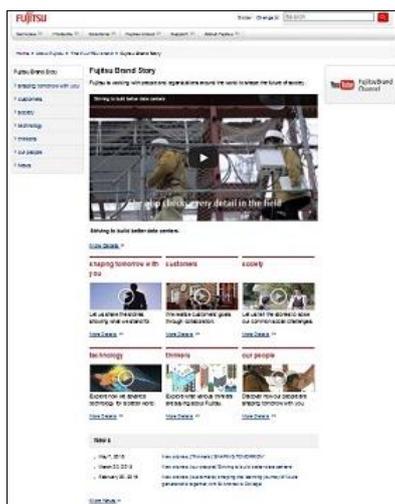
ウェブコミュニケーション

グローバルなコミュニケーションの一貫性強化と運用の効率化によるコストダウンを目的に、新 CMS（コンテンツマネジメントシステム）を導入し、コーポレートブランド室が中心となってグローバルポータルサイトおよび 62 の国・地域のポータルサイトを運営しています。2014 年度には海外への展開が完了し、日本にも順次展開しています。

利用者が急増しているソーシャルメディアについては、社員が適切に利用するための指針（ルールとマナー、ガイドライン）を定め、積極的な活用を促しています。

グローバルなブランドプロモーションの展開

広く国内外のステークホルダーに富士通とはどのような会社であるかを知っていただくために、「富士通ブランドストーリー」サイトを設け、富士通らしさが体現された様々な取り組みのストーリーを映像化してわかりやすく伝えていきます。また、特設キャンペーンサイトやソーシャルメディアなどのオンラインコンテンツを活用したグローバルブランドキャンペーンを積極的に展開し、FUJITSU ブランドの認知・理解の向上に努めています。2014年度はウェブとソーシャルメディアを使った広告キャンペーンを各国で展開しました。



「富士通ブランドストーリー」サイト



グローバルブランドキャンペーン

- ・「富士通ブランドストーリー」サイト
<http://www.fujitsu.com/jp/about/brandmanagement/brandstory/>

ブランド施策の評価指標

外部機関によるグローバルブランド認知度調査（Global Brand Awareness Survey）を実施しています。これは、世界 10 か国の IT/ビジネス意思決定者による企業認知度調査です。このほか、各種指標（KPI）を活用したブランド評価を定期的実施しています。

米フォーチュン誌の 2015 年版「世界で最も賞賛される企業」^(注)では業種別ランキング（コンピューター部門）で 3 位に、また、Interbrand 社の 2015 年版「Japan's Best Global Brands」では 28 位にランクインしました。

（注）世界で最も賞賛される企業：

米フォーチュン誌とヘイグループが協力し、グローバル企業の上級管理職と取締役、アナリスト計 1 万 5,000 人への調査を基に、「マネジメントの質」、「製品/提供するサービスの品質」、「革新性」など 9 つの項目において業界の内外で高い評判を得ている企業を毎年発表しているものです。