

お客様とともに



基本的な考え方

富士通グループは、FUJITSU Wayの企業指針に掲げた「かけがえのないパートナーになります」に基づき、あらゆる発想と行動の原点をお客様に置き、お客様の成功に貢献し、お客様のパートナーとなり共に成長することをめざしています。

「お客様起点」の実践

富士通グループは、社員一人ひとりがお客様の事業にどう貢献するかという「お客様起点」の観点で、常にものごとを考え、日々の業務のなかで実践することにより、お客様にとってかけがえのないパートナーとなることをめざしています。

社会や経済の環境がめまぐるしく変化し、将来の予測が困難な時代においては、お客様の要望や利用シーンの変化を素早かつ確にとらえ、お客様起点で変革していくことが求められます。富士通では「経営品質向上プログラム」※を活用したマネジメントの革新に取り組むとともに、お客様の变化に合わせて革新し続ける組織風土づくりをめざした各種の取り組みを実施しています。

※ 経営品質向上プログラム

世界的な経営革新のデファクトスタンダードといわれている米国「マルコム・ボルドリッジ国家品質賞」を範とした「顧客本位に基づく卓越した経営」を実現するためのフレームワークです。

お客様とのコミュニケーション

富士通グループでは、お客様のシステム構築に直接携わる営業・SE・CEなどによるお客様への対応に加え、よりお客様に満足いただくために、各種ご相談窓口の設置やお客様相互のコミュニケーションを深めるための活動を推進しています。

● 富士通お客様総合センター

富士通グループは、2003年6月から、サービス・製品の問い合わせ先がご不明な時や特定できない時、その他お困りの時などにご相談いただく窓口として、「お客様総合センター」を運営しています。

さらに、2003年7月からは、購入前に商品の機能や価格を知りたいというお客様に素早く対応できるよう、購入前の電話での問い合わせ窓口を統一し、「コンタクトライン」として運営するとともに、電話番号をホームページやカタログ、プレスリリース、宣伝広告に掲載しています。

「お客様総合センター」や「コンタクトライン」は、“お客様

とのコミュニケーション回路を最適につなぐスイッチ”として、お客様の問い合わせを素早く最適な部門につなぎ、お客様の声に迅速に応える役割を果たしています。また、お客様の声に基づく「気づき情報」を抽出し、その内容を製品・サービスの開発部門に報告し、開発・品質向上に活用することで、お客様満足の上昇に努めています。

例えば、お客様総合センターやコンタクトラインに寄せられるご意見やご指摘のなかで、個別の案件ではなく、制度や体制に関わる本質的な問題の場合は、富士通グループで共有すべきものとして、富士通グループの経営者が集まる定例会の場で、具体的内容とそれに対する改善事例を情報共有しています。

 [富士通お客様総合センター
http://jp.fujitsu.com/contact/customer/](http://jp.fujitsu.com/contact/customer/)

お客様の声に基づく改善事例

● 有害物質が含まれる製品の廃棄方法の明確化、ホームページ掲載

富士通信機製造時代に製造していたコンデンサ製品に含まれるPCB（ポリ塩化ビフェニル：有害物質）の廃棄方法を明確にし、公開サイトへ掲載しました。

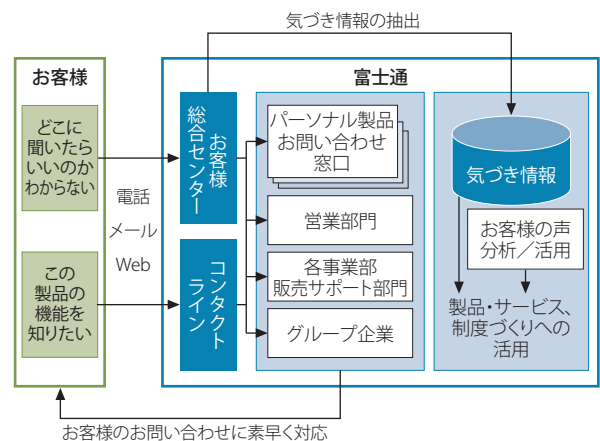
 [当社製コンデンサ製品のポリ塩化ビフェニル\(PCB\)含有の有無について
http://jp.fujitsu.com/about/csr/eco/products/recycle/pcb.html](http://jp.fujitsu.com/about/csr/eco/products/recycle/pcb.html)

● 低騒音サーバの開発

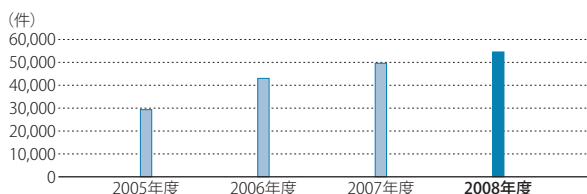
複数のお客様から寄せられた「オフィス用小規模サーバ（PRIMERGY）の音が大きい」というご意見を反映し、低騒音サーバを開発、販売しました。

 [サーバの低騒音化
http://primeserver.fujitsu.com/primergy/technical/lownoise/](http://primeserver.fujitsu.com/primergy/technical/lownoise/)

富士通お客様総合センター



お客様総合センターに寄せられた問い合わせ件数の推移



● FUJITSUファミリー会/LS研究委員会

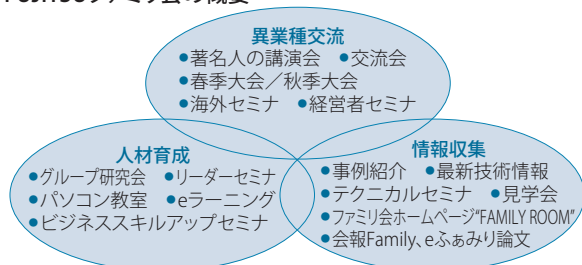
「FUJITSUファミリー会」は、1964年に設立された富士通のユーザー会です。2007年には「リーディングエッジシステム研究会（現：LS研究委員会）」と統合し、現在は全国11支部、約3,700会員で、会員相互の研鑽や情報交換を目的に活動しています。

2008年度は、激変する経済環境下で企業の継続的成長を支える情報システムのマネジメントや利活用面を中心に、会員同士の交流会や研修、研究活動を行いました。具体的には、春季・秋季大会や海外セミナー（欧州、米国）を開催し、会員向けに会報「Family」を年6回発行しました。LS研究委員会では、先進的なマネジメント、ITに関する研究活動として、17テーマで研究分科会を開催し、研究成果をまとめました。さらに、全国11支部では、会員の課題解決・実務支援のための活動として、地域に密着したセミナーや研修会を地域ごとに実施しました。

2009年度は、統合3年を迎えるLS研究委員会とのさらなるシナジーを図り、一層魅力あるユーザー会をめざして活動に取り組んでいきます。

 FUJITSUファミリー会
<http://jp.fujitsu.com/family/>

FUJITSUファミリー会の概要



品質向上に向けた取り組み

富士通グループでは、FUJITSU Wayの企業指針に掲げた「お客様と社会の信頼を支えます」に基づき、品質を事業活動の根幹に関わる事項としてとらえ、その維持・向上に日々たゆまず取り組んでいます。

品質・安全の追求

富士通では、お客様およびお客様を取り巻く事業環境の変化に対応し、「お客様が期待する品質」を確保した製品・サービスを提供し続けるために、開発から設計・評価・生産・販売・サポートに至るまで、すべての段階で、次の指針に基づいた品質保証活動を実施しています。

● 指針

- 1) お客様起点での品質追求
- 2) 変化を先取りした品質づくり
- 3) 社会的責任を果たす品質の確保
- 4) 三現主義（現場、現物、現実）によるフィードバック
- 5) ビジネスパートナーと連携した品質向上
- 6) 品質情報の公開と透明性
- 7) 品質を考える人づくり

当社の製品・サービスは、現代社会においてますます重要な役割を担い、また家庭などの社会生活にも浸透している状況にあります。

このため、製品・サービスの「安全性」をより高いものにしていくことが、企業としての使命であると考えています。この使命を達成するため、富士通の事業活動のあらゆる面において「安全性」を常に考慮し、その向上のために安全確保や事故情報の収集と開示、事故への対応などについて日々改善に努めています。

TOPICS

安全な製品づくりを支える「安全規格エキスパート」を育成

富士通では、製品の安全性を確保するため、社内認定を受けた「安全規格エキスパート」が製品の安全性を確認しています。安全が確認できない場合、該当製品は最終的な出荷判断を受けることができません。

この安全規格エキスパートは、2003年から独自の認定制度を設けて育成しています。育成カリキュラムでは、事例研究や国内・海外・富士通独自の規格研修による知識の習得と、模擬デザインレビューによる実践スキルの習得を図っています。さらに、認定は毎年更新することを定めており、エキスパートのスキルレベルの維持・向上に努めています。



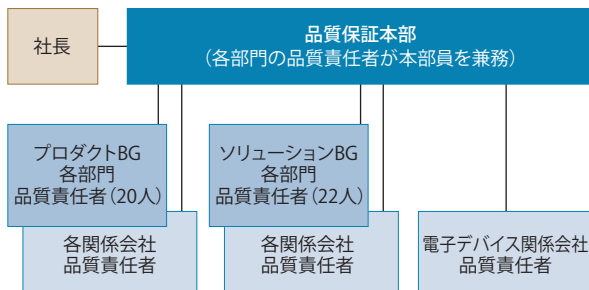
安全規格エキスパートによる安全性確認

品質を支える組織

「安心・安全」なシステムをお客様にご利用いただくために、富士通では、品質改善業務を専門に行う部署を各部門および関係会社に組織化しています。また、その代表者（品質責任者）を品質保証本部員とすることにより、対策や仕組みなどの横展開を行い、システムトータルな品質向上をめざしています。

品質保証体制

(2009.4.9現在)



組織横断的な品質保証活動により、お客様システムの安定稼働にも取り組んでいます。この結果、富士通のお客様が外部からご評価をいただき、富士通もお客様からご評価をいただくことができました。

●お客様・団体からの主な表彰

- SEのフィールドワークプロセスの改善に対して「SPI JAPAN 2008 最優秀賞」
- お客様システムの安定化活動および経営基盤確立への貢献に対する感謝状（某金融系のお客様）
- オンラインシステム構築に対して、技術力と品質の高さ、納期確保に対する感謝状（某官庁系のお客様）
- お客様システムの安定化活動に対する感謝状（某製造業のお客様）

品質向上に関するノウハウの結集

富士通は、お客様のかけがえのないパートナーとなり、ともに成長することをめざすうえで、品質を事業活動の根幹に関わる事項としてとらえています。この考えのもと、長年にわたって蓄積してきた品質向上に関するノウハウを結集し、専門化した会社を設立して社会のニーズに応えています。

●富士通クオリティ・ラボ(株)

限りある資源を効率的に活用することが企業の責務であり、品質の確保は環境への負荷低減に直結していると考えています。製品や部品の信頼性評価、故障解析、含有規制

化学物質の分析、さらには土壌、水質分析など改善コンサルを含むトータルサービスの提供によりお客様と社会全体の環境負荷低減に貢献しています。

●(株)富士通アドバンスクオリティ

システム開発（以下SI）における開発リスクを軽減しSI品質を向上させるために、第三者としての品質検証および品質教育を提供しています。

●富士通アドバンステクノロジー(株)

電子機器、装置メーカーなどのお客様向けに、各種の開発・設計受託、テクノロジーコンサルティングを提供しています。

あらゆる業務の品質を改善する「Qfinity活動」

富士通では、新しい時代に対応した品質改善活動として「Qfinity活動」を推進しています。この活動は、Qfinityの概念を「品質改善の型」と位置づけ、製品の機能や信頼性の確保はもちろん、お客様対応や納期対応、コスト対応などを含めた「あらゆる業務の品質」について、PDCAサイクルを用いて徹底的に追求する取り組みです。

品質改善のテーマは、各部門の重点施策に基づくものや日常的な職場の課題を解決するものまであり「プロジェクト活動」として活動しています。また、「改革・改善提案」により一人ひとりが気づき、改善につなげる活動も展開しており、富士通の社員はいずれかの活動に参加することを原則としています。

加えて、富士通はQfinity活動においても徹底したIT活用を図っています。イントラネット上に設けられたウェブベースの情報システム「Qfinityシステム」により、すべてのQfinity活動の情報は共有され、これにより目標・プロセスのベンチマーキング、技術、ノウハウなど「情報」と「知」が有効に活用されています。その他、富士通グループでは、Qfinity活動の成果共有を促進するために、Qfinityシステムを通じて積極的に情報を発信するほか、活動事例発表などを行う「Qfinity全社大会」を毎年開催しています。

お客様の信頼をより一層高めていくために、今後、品質経営で富士通および富士通グループの製品・サービスを生み出すプロセスの向上を図っていきます。



Qfinityの語源は、Quality（質）とInfinity（無限）を合体した造語で「無限にQualityを追求」という概念を表しています。

ユニバーサルデザインの推進

富士通グループは、ユニバーサルデザインの推進を企業の社会的責任の一つと考え、自ら積極的に実践し、その成果を製品やサービスに活かすことで、利用者の満足度を高め、お客様のビジネスのさらなる発展に貢献することをめざしています。

お客様のビジネスに貢献するユニバーサルデザイン

今日、ITはビジネスや日常生活になくてはならない技術として、あらゆる場面で活用されています。グローバル化の進展などでITが社会に広く浸透していくなかで、ITを利用する人々もますます多様化しています。こうしたなか、人々がITの恩恵を等しく享受でき、効果的に活用できる環境を実現することが、これまで以上に求められています。

富士通グループは、ユニバーサルデザインを推進することで、職場の生産性を上げ、サービスの満足度を高め、お客様ビジネスの向上に貢献します。

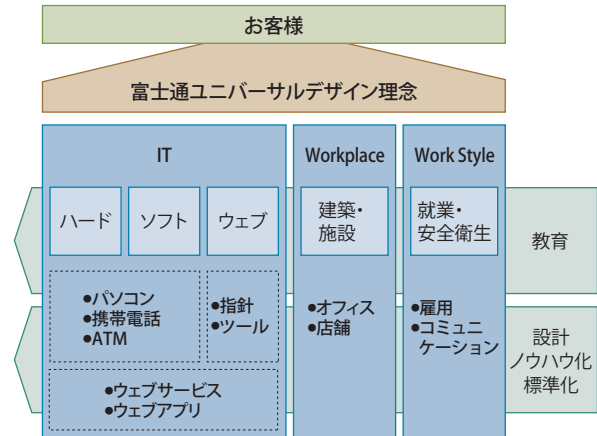
WEB 富士通のユニバーサルデザイン
<http://jp.fujitsu.com/about/design/ud/>

富士通グループがめざす ユニバーサルデザイン・ソリューション

富士通グループでは、お客様がITを安全・安心、効率的、かつ快適に活用できるよう、人間の特性に配慮した「人間中心のデザイン (Human Centered Design)」を開発のポリシーとしています。ユニバーサルデザインについては、この考えをさらに進め、「五感をおぎなう」「身体をいたわる」「経験や文化を気づかう」「使いやすさを極める」という4つの視点から取り組んでいます。

加えて、ITを用いる「現場」を理解することも重視しており、ITシステム自体の機能や仕様だけでなく、「使われる場 (Workplace)」「適用する業務やコミュニケーション (Work Style)」にも着目した実地調査によって、現場の課題を明らかにします。その課題に対し、ユニバーサルデザインの視点から、社内実践のノウハウを踏まえて最も効果的な解決策をお客様に提供することで、お客様とともに、誰もが参加できるIT社会の実現をめざしています。

富士通グループのめざすITのユニバーサルデザイン



TOPICS

“誰もが参加できるIT社会”の実現をめざして ～色判別iアプリ「ColorAttendant」

視覚障がい者や色の判別が困難な人は、左右別々の色の靴下を履いてしまうなど、日常生活の多くの場面で不便を感じています。

富士通デザイン(株)では、携帯電話のカメラ機能を利用して色を判別し、画面や音声で色を伝えるiアプリ「ColorAttendant」を開発し、2008年9月に無償公開を開始しました。らくらくホンVをはじめ、富士通のNTTドコモiモード対応携帯電話で活用できます(対応する機種はホームページなどでご確認ください)。2009年3月には、世界18か国中の17表彰商品の一つとして「ユニバーサル・デザイン・アワード09」を受賞しました。

なお、このiアプリは、視覚障がいのある社員が自ら中心となって開発を進めました。

universal design award 09

WEB 色を教えてくれるケータイ「ColorAttendant」
<http://jp.fujitsu.com/about/design/ud/ca/>



携帯電話のカメラで撮影した画像をもとに、色の名前を表示



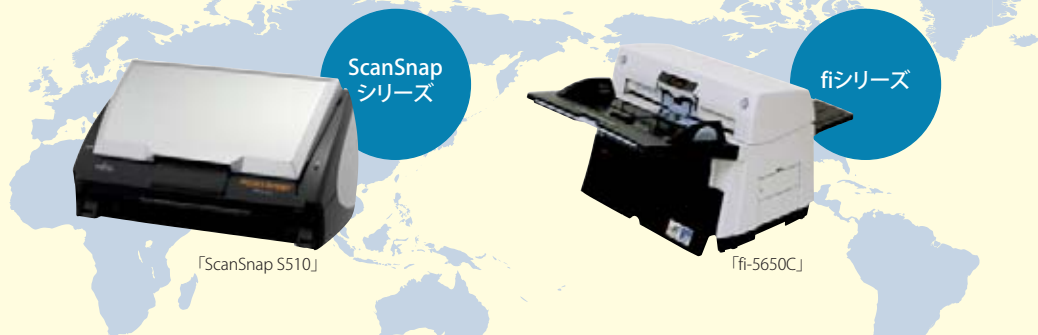
Global Activity

富士通グループの業務用イメージスキャナが世界各地で“安全・安心”な社会づくりに貢献

富士通グループの(株)PFUは、大量の紙文書を高速で効率処理する「fiシリーズ」からオフィスで気軽にご利用いただける「ScanSnapシリーズ」までイメージスキャナを開発・製造し、業務用イメージスキャナで世界シェアNo.1※の実績を有しています。

fiシリーズ、ScanSnapシリーズが“安心・安全”な社会づくりを支えている事例を世界各地から紹介します。

※ 業務用イメージスキャナを対象とし、欧州はInfoSource(2006年度)の集計に基づき、(株)PFUにて推計。日本・北米は(株)インフォトレンズ(2006年度)の調査に基づき集計。



1 子どもたちの安全確保のために 英国:ボーイスカウト様

英国ボーイスカウト団体に加盟し、1万人のメンバーを有するロンドン郊外の一支部で3年に一度開かれるボーイスカウトの祭典は、4,500人の子どもたちが集まる大イベントです。主催者には参加者の安全確保が義務づけられており、9,000枚以上に及ぶ紙の参加者情報の収集・管理に労力が注がれていました。2008年の開催では、イメージスキャナScanSnap S510が採用され、参加者の健康管理情報を電子化することで、スタッフの手間やコストが大きく削減されました。

2 農村の実態把握のために 中国:統計局様

多くの人口を抱える中国では農業政策が重要視されていますが、農村での実態を正確に把握するため全国調査が10年に一度実施されています。

2006年末を調査時点として行われた調査では、中国全土31省市自治区に数百台のfi-5650Cが設置され、調査対象約2.3億戸の約5億枚もの膨大な手書きの情報を、3カ月で電子化する事に成功しました。

3 医療の質向上のために 米国:Richmond Pediatric Associates, Inc様

Richmond Pediatric Associates, Inc様では、十数人の小児科医が何千にものぼる医療記録管理に頭を悩ませていましたが、fiシリーズ(fi-5120C、fi-5650C)の導入により、医療記録を電子化し、労働集約型の情報更新プロセスを改善することができました。

モバイルPCと組み合わせることで、医者が患者のカルテや情報を遠隔でアクセス・共有できるようになり、医療サービスの改善に寄与したほか、書類管理に費やす時間や手作業が減ることによって、スタッフの生産性向上にも貢献しています。

4 市民サービス向上のために 日本:川崎市役所様

市民満足度の高い電子行政サービスを展開していくため、「電子市役所の充実」を実行計画に掲げて取り組んでいる川崎市役所様では、計画の達成に向けて2007年2月にfiスキャナを導入いただいております。

fiスキャナは各所課に配置され、公文書や通達書類などの紙文書を電子化することで市民サービスの向上に貢献しているほか、電子決済によるワークフロー構築や紙文書の情報共有化・二次利用などを実現し、業務の効率化にも役立っています。

IN FOCUS

人とプロセスとITの三位一体改革で、革新体質をつくる。 それがフィールド・イノベーション

フィールド・イノベーションは、ビジネス活動領域から課題領域（フィールド）を設定し、その構成要素である人とプロセスとITを「見える化」することでお客様が改善のアイデアを引き出し、継続的改善を続けていく「革新体質」をつくることをめざします。

1. フィールド・イノベーションの背景

多様化する市場ニーズや激変する経済環境のなか、企業も変化し、業務も複雑さを増しています。富士通は、お客様のかけがえのないパートナーとなり、共に成長することをめざすうえで、お客様が導入したITの投資効果を高めるためには、IT適用を検討するだけでは十分ではないと考えています。

富士通は、25年間稼働した自社の受発注システムの再構築を通して、ITを適用する前に人やプロセスの問題を徹底的に検討し改善することが重要であることを再認識しました。そして、ITの投資効果は稼働後の利用率が決定するという原点に帰り、利用者の視点でITの課題を捉え、継続的改善を続けていく「革新体質」になることをめざしてきました。これらの取り組みを、フィールド・イノベーションとして提案していきます。

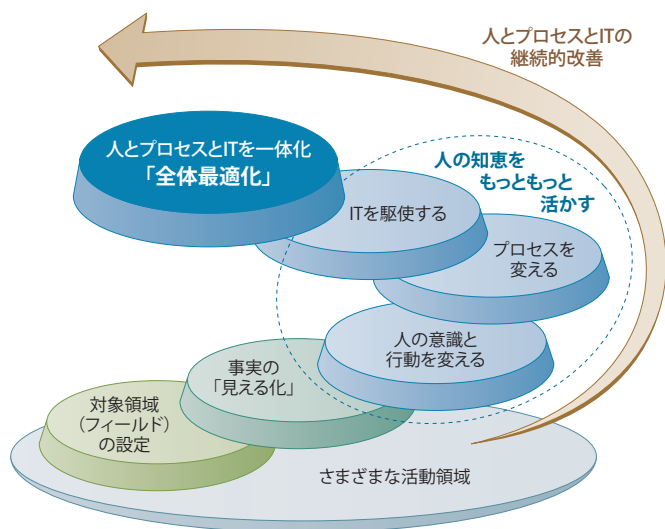
2. フィールド・イノベーションの内容

富士通は、お客様が環境変化に応じて解決が必要な課題領域をフィールドと定義しています。フィールド・イノベーションは、その課題領域の設定と事実の「見える化」から始まります。

● 事実を捉える「見える化」

富士通は、お客様とともに課題解決に取り組むため、対話やインタ

フィールド・イノベーションのコンセプト



ビュー、可視化ツールを駆使し、漠然としていた人の想いや業務プロセスなどを、目に見える事実として顕在化します。

● 全体最適化につながる「分析・改善案」

事実の見える化により、本質的な課題に気づくと、意識改革や発想転換につながります。そして事実に基づいた分析を進めることで、改善案が生まれ、課題領域の全体最適化が実現できます。

● 継続的改善を行う「革新体質」

課題領域は、環境変化のなかで変わっていきます。一つの成果にとどまらず、継続的な改革を続けることが必要です。改革実現を続けることによって、自らを革新していく企業体質が養われます。

3. 業務経験と見える化技術を併せ持つ人材の育成

フィールド・イノベーションを実現するためには、お客様の業務部門と、課題を共有し、話し合い、解決策を検討できる人材の育成が必要です。

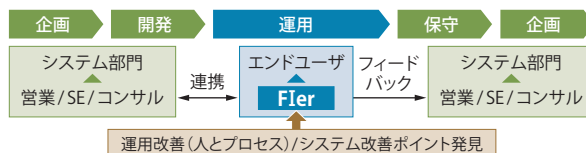
富士通は、業務部門の幹部社員を選抜し、フィールド・イノベータとして2007年10月から育成を開始しました。業務の第一線で培った経験をベースに、第三者視点による新たな気づき、現場の事実に基づいた課題の「見える化」ができる人材として育成しています。

4. フィールド・イノベータ (Fier) の活動モデル

富士通は、フィールド・イノベータを運用から投入することを考えています。フィールド・イノベータは、ITを開発した後、利用者の立場でどんな課題があるのか、お客様の現場、現物、現実を見て、お客様と一緒に改善し、ITのさらなる改善提案につなげていきます。

さらに、業務運用やITの活用状況を第三者視点からモニタリングし、その結果をお客様にフィードバック、ITの投資効果の検証にも貢献します。つまり、フィールド・イノベータの活動モデルは、運用重視の「システムを作りっぱなしにしない」モデルといえます。

「システムを作りっぱなしにしない」モデル



5. フィールド・イノベーションのめざすところ

富士通は、ITがますます経営と一体化するなか、お客様とともに「人とプロセスとITの継続的な改善」に取り組んでいきます。そして、よりITの価値を高め、お客様のビジネスに貢献し、お客様のかけがえのないパートナーとなり、共に成長することをめざします。