

富士通グループのCSR

富士通グループの理念・指針であるFUJITSU Wayの実践を通じて

富士通グループのCSRとは

富士通は、1935年に公共性の高いインフラの発展に先端技術をもって貢献する会社として出発して以来、その歩みを支えてきた歴代の経営層の思想や精神をFUJITSU Wayとして凝縮・明文化し、富士通グループの経営の軸に据えています。

富士通グループにとってのCSRとは、このFUJITSU Wayの実践を通してさまざまな社会課題に対応し、持続可能なネットワーク社会の発展に貢献していくことです。そのためには、事業の経済面を追求するだけでなく、社会・環境面を含めた高い倫理観と適正な企業統治に基づく経営を遂行していく必要があります。

こうした認識のもとに、富士通グループはFUJITSU Wayに則りグローバルな経営を推進し、お客様、社員、株主・投資家、お取引先、国際社会・地域社会といったさまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを密にし、社会課題へのセンシティビティを高め、責任ある企業活動に努めています。

FUJITSU Wayとは

富士通は、2008年4月1日に富士通グループの理念・指針であるFUJITSU Wayを改定し、新たなFUJITSU Wayをスタートしました。

FUJITSU Wayは、富士通グループが今後一層の経営革新とグローバルな事業展開を推進していく上で不可欠なグループ全体の求心力の基となる企業理念、価値観および社員一人ひとりがどのように行動すべきかの原理原則を示したものです。

FUJITSU Wayは「企業理念」「企業指針」「行動指針」「行動規範」の4つの要素で成り立っています。企業理念では、富士通グループの存在意義、社会において果たすべき役割を示し、企業指針では企業理念の実現に向けてグループとして大切にすべき価値観を表しています。そして行動指針、行動規範では、それぞれ富士通グループ社員として積極的に実践していくことと必ず厳守すべきことを掲げています。

さらに「事業方針」として、FUJITSU Wayに基づいて定義した中期的な事業の方向性を示し、すべての事業をこれに基づき展開しています。

すべての富士通グループ社員は、このFUJITSU Wayを等しく共有し、日々の活動において実践することで、グループとしてのベクトルを合わせ、さらなる企業価値

の向上と国際社会・地域社会への貢献をめざしていきます。

国連グローバル・コンパクトに参加

富士通は2009年12月、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」への支持を表明しました。富士通グループは、グローバル・コンパクトの掲げる10原則に基づき、グローバルな視点からCSR活動に積極的に取り組むことで、国際社会のさまざまなステークホルダーからの要請に応えるとともに、真のグローバルICT企業としての責任ある経営を推進し、持続可能な社会づくりに貢献していきます。



国連グローバル・コンパクトとは

国連グローバル・コンパクトは「人権・労働・環境・腐敗防止」の4分野において企業が遵守すべき10原則を示したものです。

人権

企業は、

- 原則1：国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
- 原則2：自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働基準

企業は、

- 原則3：組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、
- 原則4：あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
- 原則5：児童労働の実効的な廃止を支持し、
- 原則6：雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境

企業は、

- 原則7：環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
- 原則8：環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
- 原則9：環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止

企業は、

- 原則10：強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

(グローバル・コンパクト2009年版より)

FUJITSU WayとCSR活動、国連グローバル・コンパクトとの関連

企業理念

富士通グループは、常に変革に挑戦し続け
快適で安心できるネットワーク社会づくりに貢献し
豊かで夢のある未来を世界中の人々に提供します

企業指針

目指します

社会・環境	社会に貢献し地球環境を守ります
利益と成長	お客様、社員、株主の期待に応えます
株主・投資家	企業価値を持続的に向上させます
グローバル	常にグローバルな視点で考え判断します

大切にします

社員	多様性を尊重し成長を支援します
お客様	かけがえのないパートナーになります
お取引先	共存共栄の関係を築きます
技術	新たな価値を創造し続けます
品質	お客様と社会の信頼を支えます

行動指針

良き社会人	常に社会・環境に目を向け、良き社会人として行動します
お客様起点	お客様起点で考え、誠意をもって行動します
三現主義	現場・現物・現実を直視して行動します
チャレンジ	高い目標を掲げ、達成に向けて粘り強く行動します
スピード	目標に向かって、臨機応変かつ迅速に行動します
チームワーク	組織を超えて目的を共有し、一人ひとりが責任をもって行動します

行動規範

- 人権を尊重します
- 法令を遵守します
- 公正な商取引を行います
- 知的財産を守り尊重します
- 機密を保持します
- 業務上の立場を私的に利用しません

事業方針

- フィールド・イノベーションにより、自らの革新とお客様への価値提供を追求します
- すべての事業領域において、地域環境保護ソリューションを提供します
- グループ各社が相互に連携し、グローバルな事業展開を加速します

FUJITSU WayとCSR活動との結びつきを理解しやすくするために、本報告書記載内容との対応および国連グローバル・コンパクトとの関連をまとめています。

本報告書での主な報告内容
国連グローバル・コンパクトとの関連

地球環境のために	▶ P37 ~P76	環境原則 7,8,9
● 自社の事業活動に伴う環境負荷低減	▶ P43	
● お客様・社会の環境負荷低減	▶ P45	
● 先端グリーンICTの研究開発	▶ P49	
国際社会・地域社会とともに	▶ P34	
株主・投資家のために		
● 情報開示に関する基本方針	▶ P33	
● 株主還元の基本方針	▶ P33	
● 株主・投資家とのコミュニケーション	▶ P33	
「利益と成長」の追求 (アニュアルレポートをご参照ください)		

社員とともに		
● 人権の尊重	▶ P27	人権原則 1,2
● 多様性(ダイバーシティ)の尊重	▶ P27	
● 働きやすい職場環境の提供	▶ P28	労働原則 3,4,5,6
● コミュニケーション活性化への取り組み	▶ P29	
● 健康管理・労働安全衛生	▶ P30	
● 人材育成	▶ P30	
お客様とともに		
● お客様のかけがえのないパートナーとなるために	▶ P23	環境原則 7,8,9
● お客様とのコミュニケーション	▶ P23	腐敗防止 原則 10
● 安心と安全をお届けするために	▶ P24	
● 人への優しさのために	▶ P25	
お取引先とともに		
● CSR調達の推進	▶ P31	
● お取引先と連携したCSRの推進	▶ P31	

コンプライアンスの徹底		
● コンプライアンス推進体制	▶ P21	人権原則 1,2
● 情報セキュリティ	▶ P21	労働原則 3,4,5,6
● 知的財産の保護	▶ P22	環境原則 7,8,9
		腐敗防止 原則 10

特集 「三つの変革とCSR」	▶ P6	
● お客様のお客様起点		
● グローバル起点		
● 地球環境起点		

CSR推進体制と推進活動

富士通のCSR活動の基軸となるFUJITSU Wayの浸透、定着を一層図る体制として、経営会議直属の委員会である「FUJITSU Way推進委員会」「リスク管理委員会」「行動規範推進委員会」「環境委員会」の4つの委員会を設置しています。

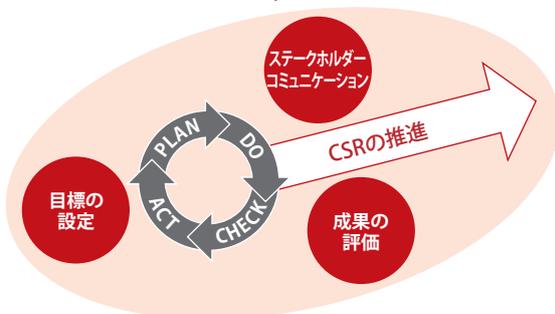
全社委員会



「CSRコミュニケーション推進室」を新設

2010年4月には、ステークホルダーとのコミュニケーションを起点とし、全社横断的にCSR活動を活性化するため、パブリックリレーションズ本部に「CSRコミュニケーション推進室」を新設しました。

同部門は、下記部門より構成される「CSR推進タスクフォース」の事務局として、CSR基本戦略の策定、社内外とのコミュニケーション強化、および富士通グループ内のCSR活動の連携を、さまざまなステークホルダーとの対話を通じて推進しています。



■ 重要な活動の進捗を管理するKPI策定に着手

富士通は、PDCAサイクルを活用したCSR活動を一層活性化していくために、2009年度から、さまざまな部門の定量的な活動目標と成果を示すKPI (Key Performance Indicator) の策定に着手しました。

FUJITSU Way推進活動

■ グローバルな啓発活動の推進

富士通グループは、CSRを果たしていく上で基礎となるFUJITSU Wayを国内外のすべてのグループ会社に適用しています。世界各地のグループ会社では、経営トップがFUJITSU Wayを社員へ語るだけでなく、富士通各本部、各グループ会社から選出した「FUJITSU Way推進責任者」とグループ社員が一体となって各種の浸透活動を行っています。

■ FUJITSU Way推進責任者研修の実施

2009年7月から8月にかけて、FUJITSU Wayを各部門により一層浸透していくために、約250名のFUJITSU Way推進責任者を対象とした集合研修を実施しました。研修では経営トップがFUJITSU Way推進責任者への期待を語りました。集合研修の後、10数回実施した小グループ研修では、グループワークでの事例検証などを通じてFUJITSU Wayに込めた思いやその重要性を再確認したほか、各部門・グループ会社での浸透活動における具体的な問題点・解決策を討議し、浸透ノウハウの習得を図りました。



研修会の様子

■ eラーニングの実施

FUJITSU Wayの理解度向上を目的として、2009年上期に国内の全グループ社員を対象としたeラーニングを実施しました(約100,000名、全グループ社員の約58%、総研修時間: 約50,000時間)。eラーニングは二部構成で、第一部では富士通の歴史を振り返ることで、富士通らしさやFUJITSU Wayの原点を再認識しました。第二部では、FUJITSU Wayの記載内容を確認するとともに、実践に向けた考え方を紹介し、受講者の意識向上を図りました。受講後のアンケートでは、全受講者のうち約87,000名が「FUJITSU Wayを実践していこうと思った」と決意を表明しています。eラーニングは英語版を開講するなど、海外における社員教育でも活用しています。

■ 浸透ツールの提供

FUJITSU Wayの内容を社員に周知するため、FUJITSU Wayの解説書、携帯用のスモールカードを4カ国語で作成し、国内外の全グループ社員に配布しています。また、FUJITSU Wayを常に意識できるよう、ポスターを12カ国語で作成し、職場や社屋内に掲示しています。

■ 部門内浸透活動の展開

FUJITSU Way推進責任者が中心となり、幹部社員とともに社員への浸透活動を展開しています。活動にあたっては、各部門の方針や目標とFUJITSU Wayの関係を明確に示し、対話を図るなどして、社員の気づきや、やりがいを喚起するように努めています。こうした活動の結果、フォローアップ調査では「業務においてFUJITSU Wayをより強く意識して行動するようになった」「業務と社会・環境の関わりを意識するようになった」などの声が多く寄せられるようになりました。

浸透活動例①

富士通(株)ソリューション調達本部

業務上身近な話題から「FUJITSU Wayに沿った具体的な行動とは何か」を議論した上で、どうすべきかを示した「CSR心得集」を作成し、職場での啓発活動に役立てました。活動によって、職場のメンバー一人ひとりが、FUJITSU Wayを身近に感じる事ができ、今後の仕事に活かしていこうとする意識も高まったと思います。



富士通(株)
ソリューション調達本部
調達企画部
須ヶ間 裕 課長

浸透活動例②

(株)富士通ビー・エス・シー

仕事における失敗事例を取り上げ、FUJITSU Wayを前にして「何が足りなかったのか」をチームメンバーで議論しました。その過程で、きちんと実践していくことで業務がうまくいくことに気づき、より理解を深めることができました。このように、推進活動にあたっては、FUJITSU Wayが企業の方向性を示すものであると同時に、実際に社内で行われている業務がFUJITSU Wayに準じて展開されていることを肌で認識できるよう工夫しています。また、独自のeラーニングを含む実践的な教育を実施したことで、企業の社会的責任に関しても着実に意識が高まってきたことを感じています。



(株)富士通ビー・エス・シー
総務総括部
梅澤 克己 総括部長

SRI (社会的責任投資) 関連の評価

富士通は、以下のSRIに関する株価指標およびSRIファンドに組み入れられています。

また富士通は、2010年6月、SAM(サステナビリティ・アセット・マネジメント)社より、日本を代表するサステナビリティ企業20社のシルバークラス企業として表彰されました。



SAM社より表彰を受ける
藤田副社長

SRIに関する株価指標への組み入れ状況

名称	設定会社名
 Dow Jones Sustainability Indexes (World, Asia Pacific)	ダウ・ジョーンズ・インデックス (米国) SAM Group (スイス)
 FTSE4Good Index Series FTSE4Good	FTSEインターナショナル社 (英国)
 oekom research Corporate Responsibility Prime rated by oekom research	oekom research社 (ドイツ)
 モーニングスター 社会的責任投資株価指数 MS-SRI	モーニングスター(株)

主なSRIファンドへの組み入れ状況(日本)

ファンド名称	運用会社
ダイワ・エコ・ファンド	大和証券投資信託委託(株) (2010年5月現在)
ダイワSRIファンド	大和証券投資信託委託(株) (2010年2月現在)
三菱UFJ SRIファンド (ファミリー・フレンドリー)	三菱UFJ投信(株) (2010年2月現在)
エコ・パートナーズ (みどりの翼)	三菱UFJ投信(株) (2010年4月現在)

ステークホルダー・ダイアログ

重点課題の特定に向けた有識者からのご意見

富士通は現在、今後のCSR活動の推進にあたって、全社的に取り組むべき重点課題を特定する取り組みを進めています。その一環として、2010年5月、CSR活動に関して造詣が深い有識者の方をお迎えしてダイアログを実施しました。以下に、参加された皆様の発言の主旨をご紹介します。



「環境・持続社会」研究センター(JACSES)
事務局長
足立 治郎 様

企業活動の基本は、お客様が満足する製品・サービスを提供することにあります。CSR推進にあたっては、自己満足のCSRではなく、良い製品を提供するという基本を押さえた上での活動である必要があります。

これからは、中国・韓国などとの厳しい競争のなかで企業を存続させつつ、国内外で雇用を創出し、人権・労働環境を守り、環境に配慮することが求められるなど、企業にはより広い視野が必要とされるでしょう。

CSRや環境面での企業評価の動きは、今後強まる可能性が高いのですが、ICTは、環境に悪いというイメージが少ないと思います。そうしたなかで、本質的に何を重視して取り組むかを議論すべきですし、また、世界のルールをどう変えていくか、世界にどう認めてもらうか、という視点も必要となります。

地球温暖化や生物多様性などについても、内容のよくわかっている専門家とコミュニケーションしながら、自社ならではのやり方を工夫していく必要があるでしょう。



CSOネットワーク 共同事業責任者
黒田 かをり 様

他の先進的な企業と同様、富士通でもダイバーシティを進めておられると伺いましたが、この分野でぜひ手本となってほしいと思います。以前は、同質性が企業の競争力となる時代があり、伝統のある企業にはその時代の成功体験をもった人が多くいらっしゃると思いますが、時代は変わっています。新興国での事業展開や顧客ニーズが多様化するなかで競争力を保つには、ダイバーシティの推進は極めて重要です。

また、事業をグローバル展開すると、CSR調達などサプライチェーンへの対応が重要となってきます。特にブランド力のある企業は報道機関やNGOといった影響力のあるステークホルダーの注目を集めますから、率先して取り

組みを進めるなど、留意していく必要があるでしょう。

また、先進国と異なり、ICTがあたりまえとは言えない地域が地球上で多く残るなか、こうした地域の間層、貧困層への対応にも取り組んでいただきたいと思います。活動を通じてCSRを果たすとともに、企業としての差別化も図れるのではないのでしょうか。



立教大学経営学部 教授
高岡 美佳 様

企業ブランディングの世界では、訴求ポイントを絞り込み、一貫性をもたせつつ、ある一定期間繰り返しアピールすることが必要になります。富士通のように社会インフラを支える企業の場合は、わかりやすい具体事例を示しつつアピールする必要があるでしょう。特に、クラウドの時代でICTが基本的なインフラとなる傾向にあるなか、よりエッジを立てたアピールが必要となります。

一方で、ブランディングは人々の期待を創り出すので、しっかりとした中身が伴うこと、つまりCSRを果たす観点が重要です。企業に対する期待や要請は産業ごとに異なりますが、ICT分野の場合は、安心・安全で、かつ優れた製品・サービスの提供による社会への貢献に関する期待が大変大きいと思います。

また、人という視点も重要です。地球環境の前に人の心が病んでいくのではないかと懸念される時代にあって、従業員の問題に企業として何ができるかは、極めて重要な課題といえます。

皆様からのお話を伺って

富士通(株)パブリックリレーションズ本部長 山田 悦朗

有識者の皆様から頂戴したご意見については、真摯に受け止め、今後のCSR活動の糧としていきたいと考えています。また、今回のダイアログを契機として、2010年度は、経営トップ層の参加を含め、ステークホルダーの皆様の意見をお聞きする機会をより多く設け、交流を深めていく予定です。

富士通(株)参加者

環境本部、経営戦略室、総務人事本部、ダイバーシティ推進室、富士通研究所、FUJITSU Way推進本部、パブリックリレーションズ本部