

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

「お客様起点」で経営品質の向上を図る取り組み

富士通グループは、「お客様のかけがえのないパートナーになる」という考えが企業文化として定着するよう、「経営品質向上プログラム※」を導入しています。

このプログラムに基づき、組織単位で定期的にセルフアセスメントに取り組み、組織長を中心にお客様起点で組織のマネジメントを評価し、課題を抽出することで、経営品質向上のPDCAサイクルを徹底しています。

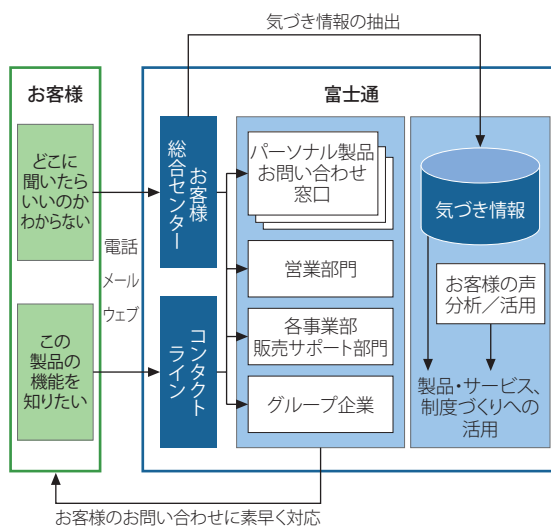
また、セルフアセスメントの結果は、事業を統括する各ビジネスグループ内で共有するとともに、個々の組織だけでは解決できない課題や、部門間の連携が必要な変革へのチャレンジなどについては、社長をはじめとした経営層で共有し、全社的に経営品質の向上に取り組んでいます。

※ **経営品質向上プログラム**:このプログラムで提供するフレームワークとガイドラインは、経営革新のデファクトスタンダードとされる米国「マルコム・ボルドリッジ国家品質賞」を範としており、1995年12月に創設された「日本経営品質賞(JQA)」の審査基準としても使用されています。

お客様のご意見やご指摘が富士通グループの体制や制度に関わる問題の場合は、富士通グループの経営者が集まる定例会で、具体的な内容や改善事例を報告しています。

富士通お客様総合センター
<http://jp.fujitsu.com/contact/customer/>

富士通お客様総合センター／富士通コンタクトライン



お客様とのコミュニケーション

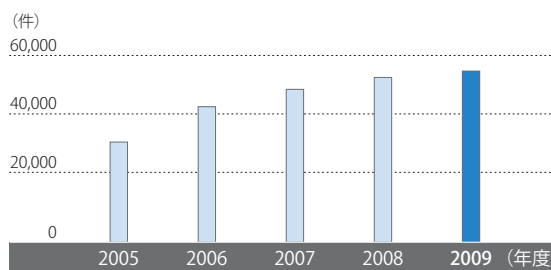
富士通グループは、お客様満足度を高めていくために、各種で相談窓口の設置やお客様相互のコミュニケーションを深める活動を行っています。

富士通お客様総合センター／富士通コンタクトラインの運営

2003年に開設した「お客様総合センター」は、製品・サービス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です。また、購入前に製品の機能や価格を知りたいというお客様に迅速に答えていけるよう、購入前のお客様専用の電話問い合わせ窓口を「富士通コンタクトライン」に統一し、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「富士通コンタクトライン」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、お客様のお問い合わせを最適な部門に素早くつなぐ役割を果たしています。また、迅速な回答によってお客様満足度を高めるだけでなく、お客様の声のなかにある「気づき情報」を抽出して、製品・システムの開発や品質向上に活用しています。

富士通お客様総合センター／富士通コンタクトラインに寄せられた問い合わせ件数の推移



■ 個人のお客様向けパソコンサポート窓口

個人のお客様のご利用ニーズや環境の多様化に対応するために、富士通のパソコン技術相談窓口「Azbyテクニカルセンター」(「パーソナル製品お問い合わせ窓口」の一部)では、一年中365日にわたって技術相談を受けられる体制を構築しています。

Azbyテクニカルセンター
http://azby.fmworld.net/support/intro/azby_tech.html

お客様の声に基づく改善事例

■ PCロット搬入時の梱包箱の改善

法人のお客様にノートPCをロットで納入する際、お客様の開梱作業の負荷が大きく、空き梱包材の廃却費や

引取り運送費にも莫大なコストと時間が発生していました。この問題を解決するために、梱包箱を簡素化して開梱の省力化と梱包材の省資源化を図りました。また、2009年6月からは繰り返し利用できるリターナブル梱包とし、環境負荷の低減とコスト削減を図りました。

■ サーバの電源スイッチ誤押下の防止

稼働中のサーバ「PRIMERGY RX300」の電源スイッチを作業中に誤って押下してしまい、サーバの電源が切れてしまうケースがあることがわかりました。そこで、誤って押下することがないように、電源スイッチの形状を凸型から凹型に変更しました。その後、「PRIMERGYラックサーバ」「PRIMERGYブレードサーバ」の電源スイッチの形状も同様のものに変更しました。

「FUJITSUファミリー会」の活動

「FUJITSUファミリー会」は、会員相互の研鑽や情報交換を目的に、1964年に設立された富士通のユーザー会です。2009年度末現在で、全国に11の支部があり、約3,500会員が参加しています。

2009年度は、クラウドコンピューティングなどの新しい技術に関心が集まったことから、その適用方法などについて、会員同士の交流会や研修、研究活動が活発に行われました。また、ファミリー会本部活動として、春季・秋季大会や海外セミナー(米国)を開催し、会員向けの会報「Family」を年6回、eふぁみり(ウェブ版)を年4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、ICTに関する研究活動として、15の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、11支部ではそれぞれ、地域の会員の課題解決・実務支援のためのセミナーや研修会を実施しました。

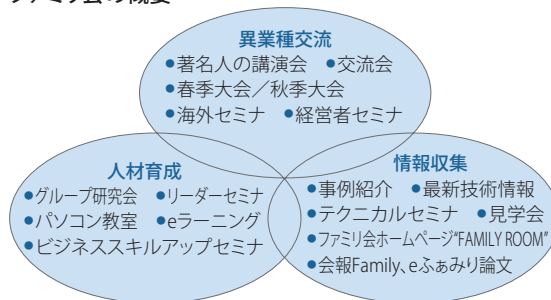
2010年度は、ファミリー会の活動方針として以下の4点を掲げ、より魅力あるユーザー会をめざします。

- ① 会員企業における企業価値創造と課題解決の支援に役立つ活動の推進
- ② 地域に密着した活動の推進と会員サービスの均質化
- ③ 先進ICTに関する研究活動の推進と情報共有
- ④ コミュニケーションの強化

※ **LS研究委員会**：1978年に会員の発展に貢献するICTの有効活用と先進コンセプト、先進技術の研究活動を目的に「ラージシステム研究会」として設立されました。2007年にFUJITSUファミリー会と統合し、LS研究委員会となりました。

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

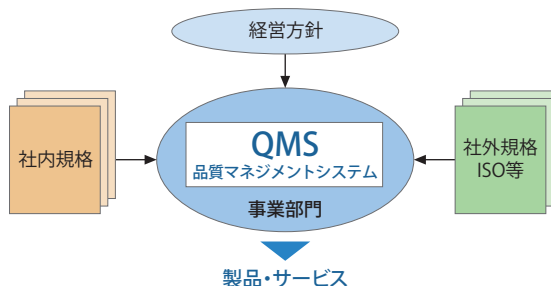
ファミリー会の概要



安心と安全をお届けするために

品質保証の基本的な考え方

富士通グループは、高品質、高信頼な製品・サービスを提供するために、品質マネジメントシステム(QMS)を構築・運用しています。運用にあたっては、ISOなどの国際的な認証規格に照らしてPDCAサイクルの進捗を定期的に検証しています。



品質・安全の追求

富士通は、お客様およびお客様を取り巻く事業環境の変化を先取りした「お客様が期待する品質」をもつ製品・サービスを提供し続けるために、設計から評価・生産・販売・サポートまでのすべての過程で、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

また、事業活動のあらゆる面において「安全性」を重視するという方針に基づき、設計上の安全確保、製品事故情報の収集と開示、事故への迅速な対応に努めています。

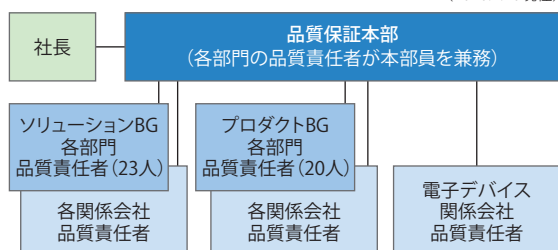
品質を支える専門部署

富士通は、「安心・安全」な製品・サービスをお客様に提供できるよう、各部門および関係会社に、品質改善業務を専門に行う部署を設置しています。

また、専門部署の代表者で構成する品質保証本部では、組織の枠を超えて情報共有や対策などの施策立案、仕組みの改善を行うことで、製品やシステム全体の品質向上に努めています。

品質保証体制

(2010.4.20現在)



品質を改善する「Qfinity活動」

富士通は、2001年から独自の品質改善活動「Qfinity※活動」を全部門で実践しています。

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、お客様対応、納期対応、コスト対応などあらゆる業務の品質をPDCAサイクルを用いて徹底的に追求しています。

各部門では、部門の重点施策を反映したテーマや、日常的な職場の課題をテーマに取り組みを進めています。活動のスタイルとして、個々のテーマごとにグループで活動する「プロジェクト活動」と、一人ひとりが気づいたことを提案して改善につなげる「改革・改善提案活動」があり、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。

こうしたQfinity活動に関する情報は、イントラネット上に設けたWebベースの情報システム「Qfinityシステム」を用いて共有しており、他部門の目標・プロセスのベンチマーキングや、技術・ノウハウなど「情報」や「知」の取得に活用しています。

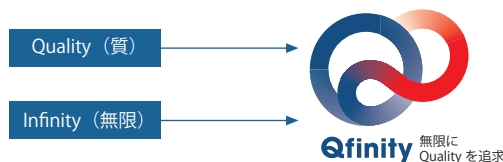
さらに、富士通グループでは、富士通のQfinity活動の成果を積極的に活用していくためにQfinityのホームページを通じて各グループ会社に情報発信しているほか、活動事例を発表する「Qfinity全社大会」を毎年開催し、表彰も行っています。

※ Qfinity: Quality (質) と Infinity (無限) を合体した造語で「無限にQualityを追求する」という姿勢を表しています。



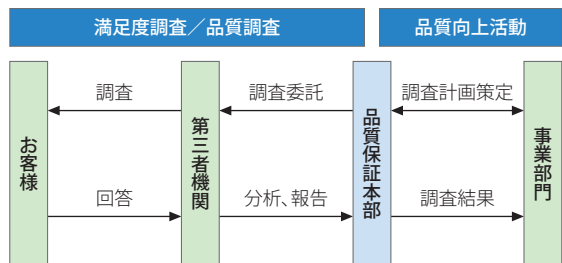
Qfinity全社大会

Qfinity全社品質向上活動



第三者機関による満足度調査、品質調査

富士通は、Qfinity活動などを通じて出荷・提供した製品・サービスについて、第三者機関によるお客様の満足度調査、品質調査を実施し、その結果を製品・サービスに反映しています。今後もQfinity活動と各種の調査を両輪として品質向上に努めていきます。



富士通グループは、お客様の信頼をより一層高めていくために、品質経営で、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。

人への優しさのために

ユニバーサルデザインの推進

ICTは今日、社会のあらゆる場面で利活用が進んでいます。富士通グループは、多様な人々がICTの恩恵を等しく享受でき、効果的に利活用できる環境を実現することを社会的責任と捉えており、ユニバーサルデザインの推進に取り組んでいます。

富士通グループは、ユニバーサルデザインを企業の重要な経営戦略の一つと位置づけ、社会的責任を果たすために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、社会の生産性を上げ、利用者の満足度を高め、お客様ビジネスに貢献します。

デザインの考え方

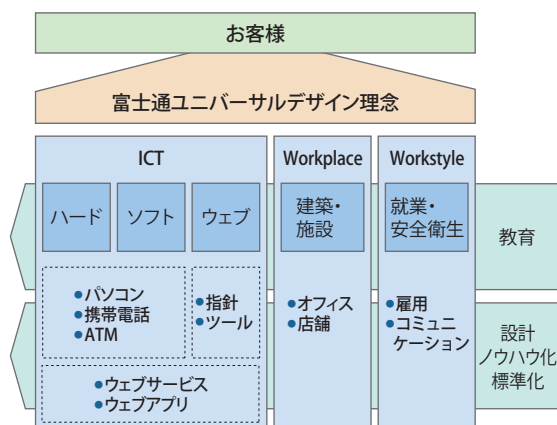
富士通グループは、誰もがICTを安全・安心、効率的、かつ快適に利活用できるよう、人間の特性に配慮した「人間中心のデザイン(Human Centered Design)」を開発のポリシーとし、製品やサービスが、誰にとっても利用しやすいものであるように、「五感をおぎなう」「身体をいたわる」「経験や文化を気づかう」「使いやすさを極める」という

視点で、製品・サービスのデザインに取り組んでいます。

デザイン開発にあたっては、ICTを用いる「現場」を理解することも重視しており、ICT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 (Workstyle)」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ICT社会の実現をめざしています。

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

富士通グループのめざすICTのユニバーサルデザイン



TOPICS

現金自動預払機 (ATM) の進化を支える人間中心のデザイン

富士通では1975年、現金自動預払機 (ATM) FACTシリーズを発表。以来、ユニバーサルデザインの推進をすすめ、車いすでも操作しやすい「ラウンドボディ」、受話器の数字ボタンだけで操作できる「音声ガイダンス」などの開発に取り組み、FACT-V、FACT-V model10、FACT-V model20の3点は2009年、グッドデザイン賞の「ロングライフデザイン賞」を受賞しました。

WEB FACT-V、FACT-V model10、FACT-V model20
 グッドデザイン賞 (ロングライフデザイン賞) 受賞
<http://jp.fujitsu.com/about/design/award/gooddesign/2009-fact-v.html>



TOPICS

ユニバーサルデザインに多くの支持 ——「らくらくホン」、らくらくパソコン」

2001年にNTTドコモに納入を開始した携帯電話の「らくらくホン」は、多彩な機能を簡単にご利用いただけるよう工夫した商品として、2009年3月には累計販売台数が1,500万台を突破。富士通は、一般の消費者に最も身近な商品として、これからもお客様のご要望に耳を澄ませてデザインを進化させていきます。

WEB 富士通の携帯電話
<http://www.fmworld.net/product/phone/>



また、2008年に「らくらくパソコン」シリーズの販売を開始しました。入力したい文字がひと目でわかる「らくらくキーボード」や、やりたいことがすぐに始められる「らくらくメニュー」を搭載し、シニアのお客様や初心者のお客様向けに「使いやすい」「かんたん」「あんしん」を追求しています。

WEB FMVらくらくパソコン
<http://www.fmworld.net/fmv/rakuraku/>

