

DXを推進する富士通の新会社「Ridgelinez」の全貌に迫る

FUJITSU JOURNAL / 2020年4月1日



富士通は、顧客企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）を実現する新会社「Ridgelinez（リッジラインズ）株式会社」を設立し、2020年4月1日より事業を開始。3月9日にDX企業への変革に向けた取り組みに関する記者説明会を開催し、DXビジネスを牽引する新会社の概要と、富士通グループの新たな経営体制をご紹介しました。

富士通が目指すDXビジネスの全体像

初めに富士通代表取締役社長の時田が登壇し、DX事業の取り組みと「Ridgelinez」の役割について説明しました。



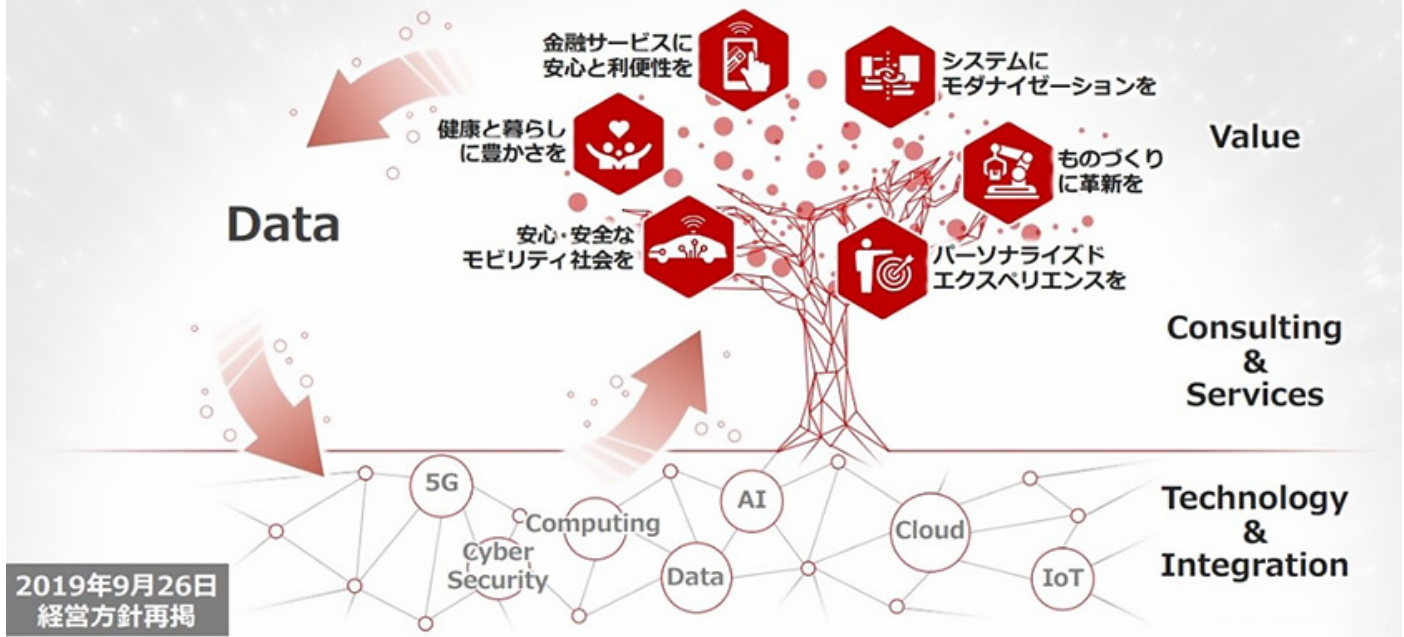
富士通株式会社
代表取締役社長
時田 隆仁

富士通は現在、IT企業からデジタルトランスフォーメーション（DX）企業への転換を図るため、ビジネスや社内プロセス、企業文化などについて大きく見直しを図っています。当社の強みは、様々な先端テクノロジーと強固な顧客基盤に支えられた業種・業務ノウハウの蓄積にあります。

幅広い業種・業務における各種のデータを、AI（人工知能）やIoTなどのテクノロジーに注入し、そこから新たな価値を創造し、そして再びお客様にご提供するという「データの還流」でDXを実現するのが、富士通が目指すDXビジネスの全体像です。

富士通が目指すDXビジネス

FUJITSU



富士通が目指すDXビジネスの全体像を1本の木に例えて表現した図。データを木の根元にあるテクノロジーに融合することで、新たな価値を生み出し、それをお客様に還元する

富士通では2022年度の目標として、テクノロジーソリューション全体で売上高3兆5,000億円、営業利益率10%を目指しています。また、デジタル領域では売上高1兆3,000億円を目標に掲げ、この達成に向けて現在、2つの施策に着手しています。

1つはDXビジネスを本格化させて、それを拡大していくことです。もう1つは、当社自身がDX企業となるため、社内改革を着実に進めていくことです。

このうち、DXビジネスを本格化させる取り組みでは、新会社「Ridgelinez」を設立しました。Ridgelinezは、富士通のDX企業への変革を具現化した1つの姿です。富士通とは異なる新たなカルチャーの下、独自の仕組みや社内制度を整備して、柔軟性、機動性に長けた活動を行う会社を目指します。同社は、「0から1を生み出す」トランスフォーメーションをデザインする集団として、コンサルティングから最新テクノロジーの実装までワンストップのサービスとしてお客様にご提供します。

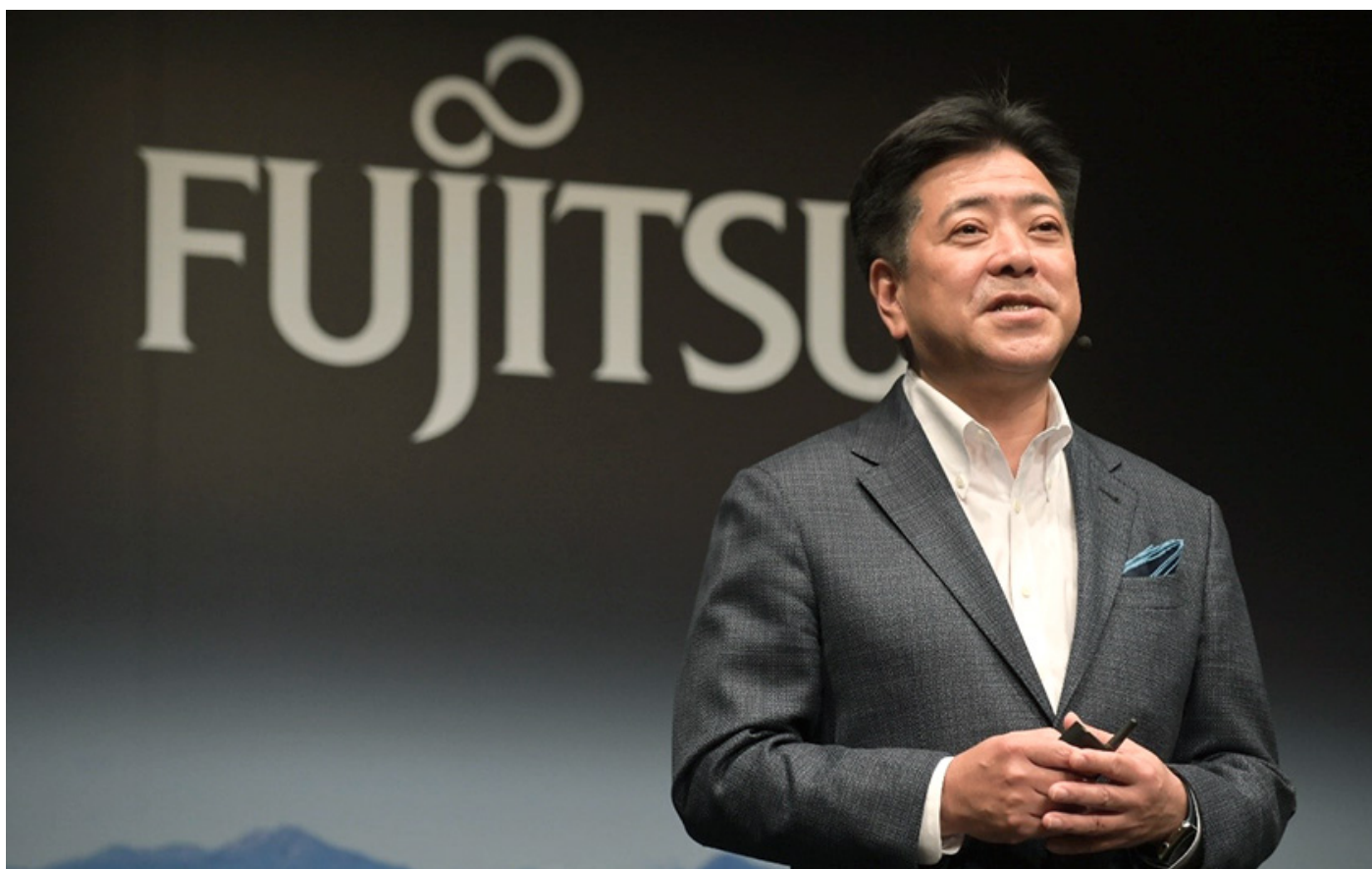


Ridgelinezは、富士通やパートナー企業だけでなく、競合ベンダーとも協業しながら「0から1」を生み出す

DX企業への変革の方向性を示す“良きリファレンス”になる

2020年4月1日にRidgelinezの代表取締役社長に就任する今井が、新会社の概要や目指す姿について語りました。

お客様や社会の変革創出を目指す新会社「Ridgelinez」とは



Ridgelinez株式会社

代表取締役社長

今井 俊哉

Ridgelinezは「お客様のDXを実現する」会社です。DXを実現させるには様々なチャレンジが求められます。多くのトライアルを進めることで、その経験値を蓄積した企業がより強い競争力を内製化できるようになります。ここで必要なのは「Transformation Design」です。

当社は「Transformation Design for Alternative Futures」（未来を変える、変革を創る）をビジョンとしてかけ、「変革創出企業」を目指します。お客様と社会の変革を創出し、これまでの延長線上にあるものとは違った「非連続な未来」を実現する、これまでとは違ったアウトカムを出せる企業になりたいと思います。



「Transformation Design」の実践により「非連続な未来」を創出する

お客様がDXによって価値を創造するプロセスには、「戦略策定」「ビジネスモデル・ソリューション設計」「実装プロセス・アーキテクチャ設計」「オペレーションシステム開発」「戦略実行」「エコシステム構築・運用」などの「トランスフォーメーションジャーニー」と言える大きな流れがあります。従来、富士通グループではアーキテクチャ設計やシステム開発、運用などのプロセスの一部を得意領域としていました。

Ridgelinezでは、トランスフォーメーションジャーニーの全てのプロセスに携わりたいと考えています。当然、そのためには戦略立案のケイパビリティ、業務プロセスのデザイン力、プロトタイプを作成する技術力なども必要です。また、エコシステムの構築ではアライアンスの交渉力も求められるかもしれません。

私達は自社単独で実現できるとは思っておりません。お客様の課題に応じた適切なパートナーと共にお客様が成功するためにベストなソリューションを提供します。

お客様の改革を実現するパートナーアライアンス



お客様のDXの実現には、戦略策定からエコシステムの構築・運用までの「トランスフォーメーションジャーニー」がある。Ridgelinezでは、パートナーとのアライアンスを含めて全てのプロセスに関わっていく

多様な個性・才能との共創で新たな価値を生み出す

社名である“Ridgelinez”とは、多くの山々が折り重なる稜線（ridgeline）に由来しています。DXはチャレンジングな取り組みであり、その道程は1つではありません。いくつもの山が連なり様々な風景を生み出していくように、多様な個性・才能との共創が重なることで、新たな価値を生み出していくことを目指します。

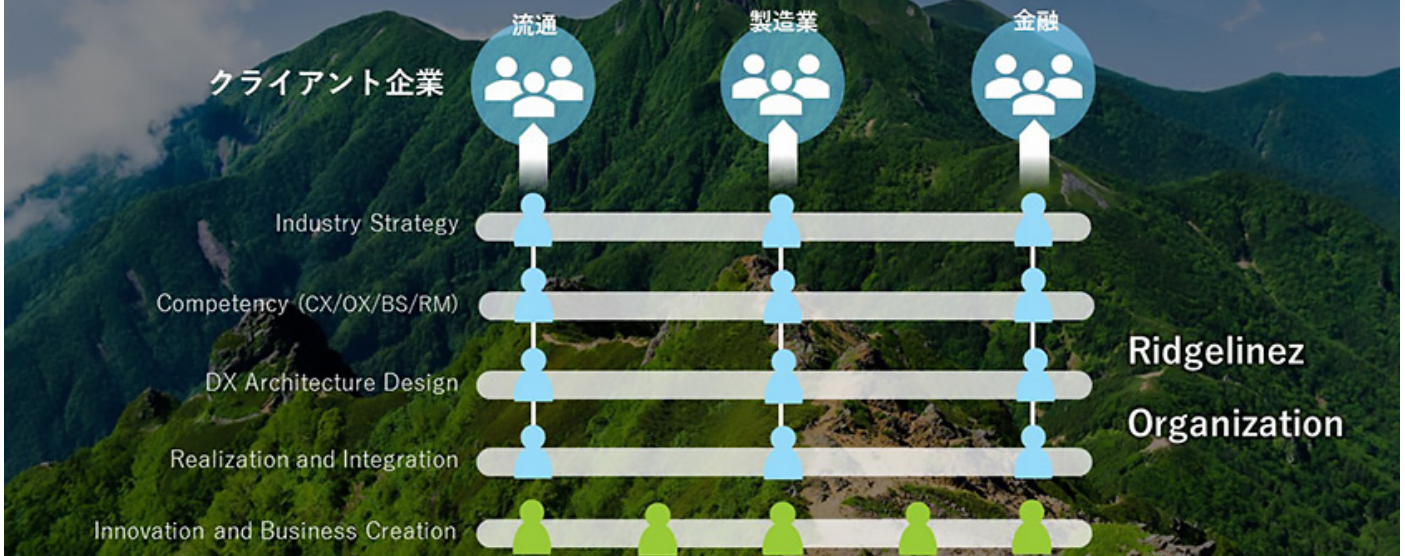
また、最後の文字は複数系の「s」を「z」としています。「z」にした理由については、いわゆる「AtoZ」のように変革の最初から最後までをお手伝いするという意味を込めています。

Ridgelinezでは、業界動向についての洞察や技術的な実現性を見極め、目指すべき姿へとお客様を導いていく「Practical Thought Leadership」に取り組んでいきます。当社はコンサルティングとプロトタイピングの2分野を手掛ける会社です。

具体的には、役割の異なる複数の部門が一緒になってお客様の改革を支援します。各業界に精通した「Industry Strategy Consultant」がお客様のニーズを構造化して理解し、DXにおける目標の合意形成をします。そして、DXの実現に向けた新たな業務プロセスやIT活用アプローチを具体的に提案するのが「DX Competency Consultant」です。その後、「DX Technology Consultant」がグランドデザインからプロトタイプの実装までを担います。

Practical Thought Leadership

業界動向についての洞察や技術的な実現性を見極め、お客様を目指すべき姿へと導いていく。



Ridgelinezの組織概要

私達は、一流のプロフェッショナルファームを目指し2020年4月1日に、約300人体制で事業を開始します。今後は3年後をめどに600人ほどの体制に拡大させる計画です。また、2、3年後に自社の売り上げを200億円前後に持っていきたいと考えています。富士通グループを含めた波及効果については、その5倍～10倍規模のインパクトを与えることを目指します。

富士通のDX変革を牽引する新たなキーパーソン

富士通のDX変革を推進するために、2020年4月に就任する新たな経営幹部が、これから富士通で達成したいことや意気込みを語りました。

事業変革を加速させるツールとしてM&Aがより重要に

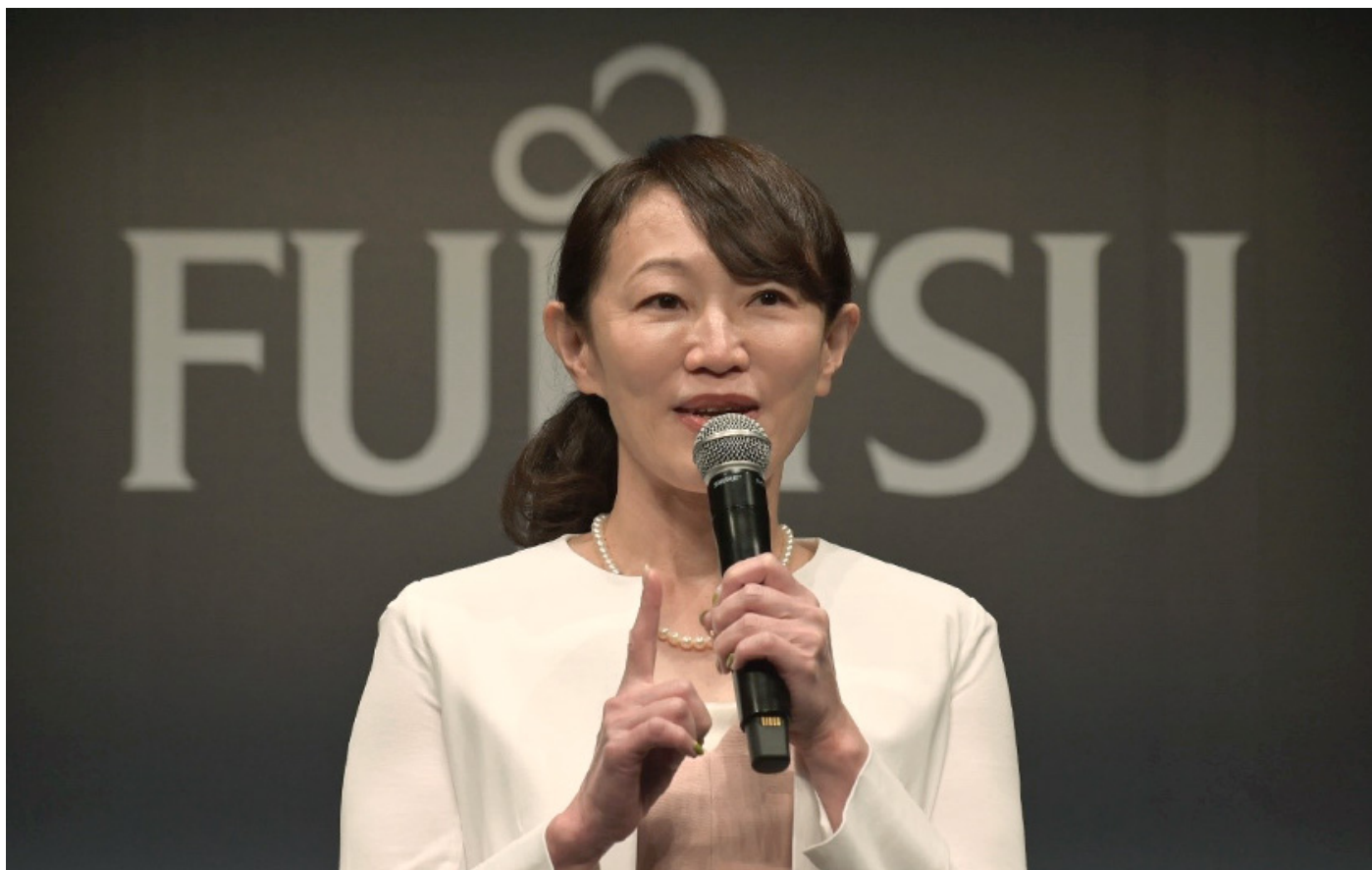


富士通株式会社
M&A戦略担当 理事
ニコラス・フレイザー

Ridgelinezの設立は、富士通にとってもエキサイティングな取り組みです。過去5年間を振り返っても、多くの企業がデジタル変革を加速するためのツールとしてM&Aを利用しています。私は、マッキンゼーやアクセンチュアでのM&A経験を活かし、買収や売却、少数株主への投資、提携を含むM&Aを、富士通のDX事業を加速させるツールとして有効に活用していきます。

その取り組みを進めるにあたって、まず、現場のリーダーたちの言葉に耳を傾け、以前の案件や経験から学んだことを生かします。そして、ワールドクラスのチームを組織し、戦略立案に取り組んでいきます。そして、明確な戦略に基づきM&Aを強力に情熱持って推進していきます。

お客様のショーケースとなるような最先端のマーケティングを実践



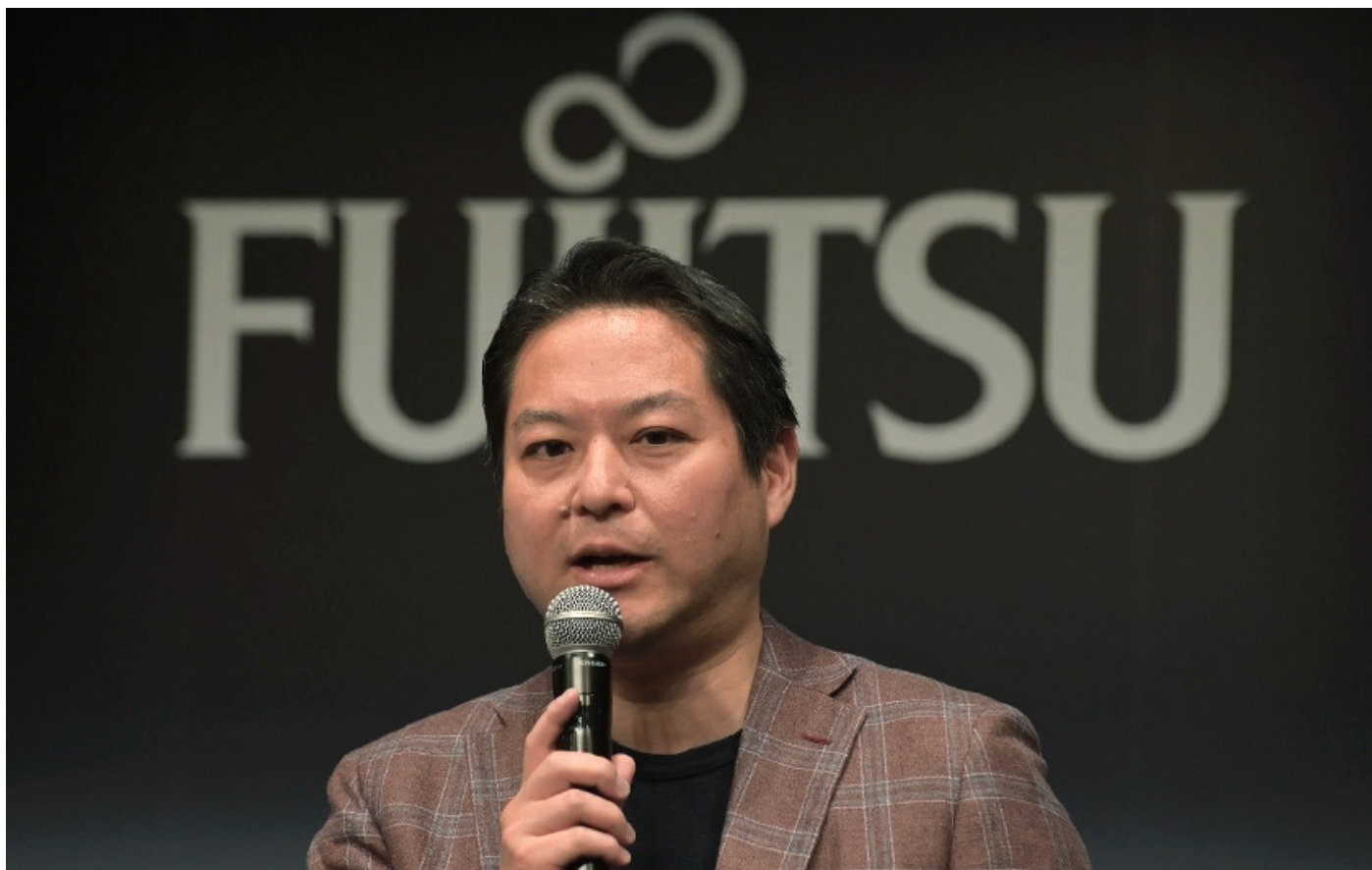
富士通株式会社
CMO（最高マーケティング責任者） 理事
山本 多絵子

私が取り組むべきプライオリティは2つあります。1つ目は「ブランディング」です。富士通の認知度は非常に高いですが、DX企業やグローバル企業という視点ではどうでしょうか。富士通の持つ実力を、認知度に反映できるように、富士通グループのブランド戦略を含め、全社のマーケティング機能強化を推進していきます。

その遂行のために、単に宣伝広告だけで認知度を高めるのではなく、あらゆる顧客接点におけるカスタマーエクスペリエンスをこれまで以上に重視します。富士通の企業理念に沿って一貫したブランドやメッセージをあらゆる顧客接点で展開していくこと、これが私のファーストプライオリティです。

2つ目のプライオリティは「マーケティングにサイエンスを取り込む」ことです。富士通はマーケティングが使うべき優れたソリューションやテクノロジーを数多く保有しています。富士通のテクノロジーや技術者のノウハウを活用し、「お客様へのショーケース」となるような最先端のマーケティングを実践し、経営にインパクトを与えていきます。

業務プロセスや企業風土を横断したグローバルな視野でDXを考える



富士通株式会社

CIO（最高情報責任者）兼 CDXO（最高デジタルトランスフォーメーション責任者）補佐
執行役員常務
福田 譲

デジタルによってルールが変わり、業種の垣根が変わっている世の中にあって、企業ごとの存在意義や存在価値を今一度問い直す必要があります。その中でデジタルやICTは大きな役割を果たしますが、DXは決して「デジタルツールをどう使いこなすか」という話にとどまるものではないと考えています。業務プロセスや組織、企業風土、ワークスタイルを横断したグローバルな視野でDXを考えることが必要です。

日本を代表するICT企業である富士通が、経営ビジョンやビジネスモデル、業務プロセス、働き方、AIやロボティクスと人の共生の在り方、データドリブン時代の事業の運営の在り方などを自ら実行することはとても大切なことです。

「富士通がなければ、日本のDXは考えられない」というのが私の率直な想いです。社内のDXを加速させ、世に示していくこと、そして、それらの社内実践を「お客様にサービスとしてお届けする」という責務はとても大きいと考えています。



富士通は、新会社Ridgelinezの設立によりDXビジネスを本格化させながら、富士通自身もDX企業となる社内改革を着実に進め、お客様と共にDXビジネスを加速させていきます。

FUJITSU JOURNAL / 2020年4月1日