



お客様・お取引先とともに

富士通グループでは、良き企業市民として
お客様、株主・投資家、取引先・パートナー、地域社会など
多様なステークホルダーの期待と要請を理解して
企業活動を実施します。

お客様とともに

お客様の満足度向上のために

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的確に捉え、“お客様起点”で発想・行動しながら自らを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」^(注1)を採用したマネジメント革新に取り組むとともに、お客様の変化に合わせて革新し続ける企業風土を作り上げるために様々な取り組みを実施しています。

(注1) 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・スタンダードとされる米国「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。

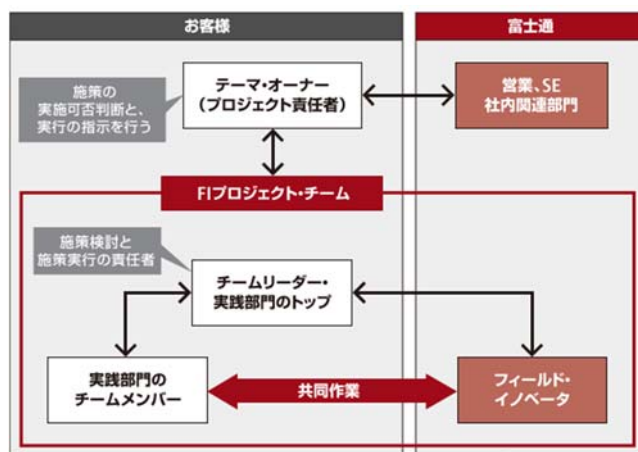
お客様とともに「フィールド・イノベーション」を推進

フィールド・イノベーションは、お客様の現場に密着して「人」の行動や意識を観察し、気づかなかった「プロセス」の無駄や改革のヒントを発見。「ICT」の価値最大化を図るとともに、お客様のビジネスの進化・拡大を支援します。

富士通は、業種にとらわれず様々なお客様と2007年からフィールド・イノベーションを開始し、2016年度は384件の活動を実施しました。

お客様とともにフィールド・イノベーションを進めるのは、富士通の各業務領域でキャリアを積んだ幹部社員から選抜され、“改革推進力”や“可視化技術”、“合意形成力”などのスキルを身につけた「フィールド・イノベータ (Fler)」です。Flerがチームでおお客様のビジネスの現場に入り、トップの意思を確認し、現場でのインタビューや、可視化などから課題を明らかにします。そしてお客様の課題解決をお客様とともに第三者の視点でサポートします。

推進体制



フィールド・イノベーションのプロセス



・フィールド・イノベーション事例

<http://www.fujitsu.com/jp/about/businesspolicy/fieldinnovation/case-studies/>

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「富士通お客様総合センター」は、製品・サービスの問い合わせ先が不明なときや特定できないとき、その他お困りのときなどにご相談いただける窓口です。また、購入前に製品・サービスの機能や価格などを知りたい法人のお客様に迅速にお答えできるように、2005年からはお問い合わせ窓口を「富士通コンタクトライン」に統一し、専用の電話を開設しています。電話番号はホームページやカタログ、プレスリリース、宣伝広告に掲載しワンストップで対応することで、お客様の満足度向上を強化しています。

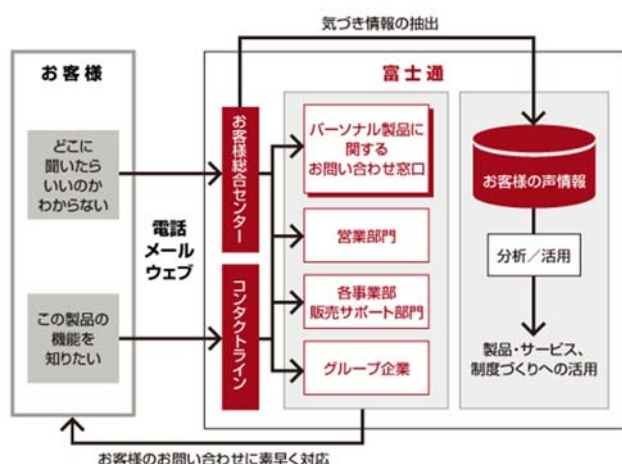
「富士通お客様総合センター」と「富士通コンタクトライン」では、お客様のお問い合わせ内容を把握し、適切な部門に素早くつなぎ、問い合わせ状況の監視による回答漏れ・回答遅延の防止の役割を果たしています。また、迅速な回答によってお客様満足度を高めるだけでなく、「お客様の声情報」を分析し、製品・システムの開発や品質向上に活用しています。

さらに、2014年からは、国内のみならず、国をまたがる問い合わせにもスムーズに対応できるよう、海外拠点との連携体制を確立し、運営しています。

・富士通お客様総合センター／富士通コンタクトライン

<http://www.fujitsu.com/jp/about/resources/contact/others/customer/>

運営体制



お問い合わせ件数推移



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「パーソナル製品に関するお問い合わせ窓口」では、使い方やトラブルから修理に関するご相談まで、幅広く対応できる体制を構築しています。

お客様の声に基づく改善事例

事例①

お客様から「電話相談や修理申込に必要な『製品型名』や『製造番号』が、製品本体の離れた箇所に貼ってあり、文字も小さいので、探し難く読みづらい」というご意見を頂きました。これに対し、2016年1月発売モデルよりこれらの情報を同一レベル内に記載し、大きく読みやすい文字にしました。

事例②

「パソコンの内蔵 Web カメラの保護シートが透明で気づき難いため、はがし忘れて映像が白く濁ってしまう」というお客様の声を受け、2017年1月モデルより、保護シートに青色のタブ（つまみテープ）を追加することで、すぐに気づいて簡単にはがせるようになりました。

事例③

「タブレット型パソコンにキーボード付カバーを装着すると、microSD カードスロット端子が隠れてしまい、カードが挿入できなくなってしまう」というお客様の声を受け、2017 年 1 月発売モデルより、側面の外部接続端子が隠れない構造に変更しました。

・その他事例

http://www.fmworld.net/fmv/pickup/voc/?fmwofrom=fmv_relation

Qfinity

富士通グループでは 2001 年度から、より高いカスタマー・バリュー（CV）の実現に向け、社員一人ひとりが主役となり、製品やサービス、仕事や人材のクオリティを向上し続ける改善・革新の活動「Qfinity」に取り組んでいます。「Qfinity」とは、Quality（質）と Infinity（無限）を合体させた造語（インナーブランド）で、「一人ひとりが無限にクオリティを追求する」という富士通グループの DNA を表しています。

富士通グループにおける様々な改善・革新の活動は、Qfinity の下に実践、共有され、DNA として受け継がれています。また、Qfinity は、あくなき改善・革新を通じて、社員一人ひとりに FUJITSU Way の行動指針（良き社会人、お客様起点、三現主義、チャレンジ、スピード、チームワーク）の積極的な実践を促しています。富士通グループでは、Qfinity を全社に浸透させるために、教育プログラム、各種情報発信や事例共有、表彰やイベントの開催を行っています。

・教育プログラム

e-Learning や集合講座による改善・革新の基礎、技術教育に加え、各組織向けの個別指導やワークショップを通じて、実践力を高めています。また、Qfinity の進め方や課題解決手法などについてまとめたハンドブックや教材を社員に提供しています。

2016 年度には海外にも Qfinity を展開するため、アジアでの基礎教育をスタートしました。

・情報発信や事例共有

それぞれの活動事例を Qfinity（Team Challenge）システムで一元管理し、全社で共有しています。また、メールマガジンやウェブサイトを活用して定期的に事例紹介や各種の情報発信を行っています。

・表彰やイベント

優秀な事例は、創立記念日に優秀賞を授与され、グループ社員が一堂に会した「Qfinity 全社大会」で発表・共有しています。

2014 年度までは海外グループ会社にあまり浸透していなかったため、2015 年度からは全海外グループ会社も表彰対象とし、大会での発表も行っています。

このような「Qfinity」の活動を通じて、国内グループ会社（2014 年度：51 社→2015 年度：55 社→2016 年度：63 社）や、海外グループ会社からの表彰エントリー数が増えています（2014 年度：2 件→2015 年度：13 件→2016 年度：17 件）。これからも、社員一人ひとりが「仕事の質」を追求し、富士通グループの力を高め、DNA をつないでいきます。



Qfinity 全社大会の様子



Qfinity ハンドブック

お客様とのつながりを大切に

■ユーザー団体「FUJITSU ファミリー会」の活動

「FUJITSU ファミリー会（以下、ファミリー会）」は ICT に対する思いや価値観を共有化し、会員各社の抱える問題を解決する場の提供を目的に活動しています。主に会員による自主運営を原則としており、富士通はその活動の運営支援に参画しています。ファミリー会は、会員数約 3,800 の企業・団体のユーザーで構成している国内最大の ICT ユーザー団体として、会員企業と富士通双方にとって価値ある情報交換や交流機会をもたらす、持続的な関係構築に大きく寄与しています。

ファミリー会の活動の柱である支部活動としては、ICT に関するセミナーや人材育成、地域に密着した交流行事など年間 400 回を超える活動を展開しています。また、ファミリー会の特別委員会である LS 研究委員会（LS 研）は、研究分科会活動を柱に、会員企業と富士通が切磋琢磨する研鑽の場として活動を行い、異なる業種業態企業が企画・情報システム部門の将来像について共同研究し、その研究成果を会員内で共有することにより、各社の発展に寄与することを目指しています。

2016 年度は、100 社 227 名の研究分科会メンバーに加えて、富士通から SE・事業部門がテクニカルアドバイザーとして参画し、最新 ICT に関する高いレベルの研究を行いました。これらの成果は、新製品開発やソリューション提案など、各種活動を通じて、会員や富士通の経営やビジネスにも大きな影響を与え、ファミリー会支部活動と合わせてユーザー企業から広く評価されており、会員拡大を続けています。

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

■宣伝・広告の方針

富士通のあらゆる宣伝・広告活動は、法令や社内規定を遵守し、公正かつ適切な表示・表現を用いるよう努めています。2016 年度、富士通での「景品表示法」違反事例はありません。また、2017 年度は、デジタル革新における当社の取り組みについて認知いただくよう、ブランディングを推進していきます。

宣伝方針ならびに費用対効果に関しては、目標を設定し PDCA サイクルを回しながら効果測定を行い、検証しています。

また、全社で導入しているお問い合わせ対応システムにて、随時広告に対するご意見を承っています。頂いたご意見は真摯に受け止め、対応すべき件に関しては丁寧にお応えし、コミュニケーションを図っています。

・ 広告宣伝
<http://jad.fujitsu.com/>

ユニバーサルデザイン

富士通グループでは、人々が安心・安全・快適、そして豊かに生活できる社会を目指して、「ICTのユニバーサルデザイン」を推進しています。

富士通のユニバーサルデザイン理念

富士通は、多様な人を理解し、環境の変化に対応し、ICT技術を活用し、社会課題を解決する新しい未来を切り開くイノベーションを起こします。国籍、年齢、性別、障がいのあるなしによらず、誰もが活き活きと個性を発揮できる社会の実現をICTの力で目指します。

ユニバーサルデザインの理念を浸透させるために、専門組織がシステム開発のユニバーサルデザインガイドラインを作成し、ガイドライン遵守を推進しています。



2016年度のユニバーサルデザイン活動事例

IAUD アワード 2016

国際ユニバーサルデザイン協議会が、「一人でも多くの人が快適で暮らしやすいUD社会の実現」に向けて、特に顕著な活動の実践や提案を行っている団体・個人を表彰する「IAUD アワード 2016」にて、以下4件の富士通の取り組みが大賞を含めた各賞を受賞しました。

- ・大賞 FUJITSU GUI Next Plus (FGNP) 「誰もが公平にソフトウェアを使える社会に向けた新しいGUI^(注1) デザイン基盤」
- ・金賞 多様な人々の活躍を後押しする地域・会社・社員で実現する創造の連環
- ・銀賞 らくらくホンシリーズ「らくらくスマートフォン」
- ・銀賞 日本の農業再生に向けた食・農クラウドサービス「農業生産管理 SaaS 生産マネジメント」

(注1) GUI: Graphical User Interface



授賞式



大賞「FUJITSU GUI Next Plus」

- ・IAUD アワード 2016 受賞結果 <https://www.iaud.net/award/8109/>
- ・FUJITSU GUI Next Plus <http://www.fujitsu.com/jp/group/fdl/fgnp/>

大賞を受賞した FUJITSU GUI Next Plus (FGNP) は、文化・身体・性別・働き方の違いをカバーし、より多くの方に使っていただけるソフトウェアを開発するための GUI デザイン基盤です。富士通はソフトウェア全体の品質を高めることで、社会全体におけるシステム・インフラの発展や安定性を高め、誰もが公平・安心・安全にソフトウェアを使える社会の実現を目指しています。

2016 年度グッドデザイン賞

・グッドデザイン特別賞【未来づくり】 Antenna

髪の毛で音を感じる新しいユーザーインターフェース『Antenna』は、ヘアピンのように髪の毛に装着し、内蔵したセンサーで検知した音の特徴を、振動と光によってユーザーに伝える新しいユーザーインターフェースです。「まるで、ねこのヒゲが空気の流を感じるように、髪の毛で音を感じることでできる装置」をコンセプトに、現在、聴覚障がい者と協働しながら開発を進めています。



GOOD DESIGN AWARD 2016
特別賞【未来づくり】

多様性のある社会の実現に向けた取り組み

富士通は、オープンなイベントや支援活動などを通じて共生社会を作るための活動を行っています。川崎工場での春祭り、川崎ボールフェスタ、IMAGINE『多様性』2020 などのイベントを通じて、地域の方々とオープンな場での取り組みを推進しています。そのほかにも、障害のある学生を ICT で支援する DO-IT 活動や、障害者と学生が共に過ごしてデザインを生み出す 24 時間デザインマラソンなどにも協力しています。



富士通春祭りでの車いすバスケットボール体験



IMAGINE『多様性』2020 多様性と ICT について考えるオープンイベント
公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
東京 2020 参画プログラム

社内知見の社外展開

ユニバーサルデザインやダイバーシティの知見は、社内のワークスタイルや製品サービス開発のために活用するとともに、社外への活動にも活かしています。

一例として 2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを契機とした経済界の横断活動に「オリンピック・パラリンピック等経済界協議会」があります。この中に「誰もが暮らしやすい社会の実現」というテーマがあり、その取り組みの一環として「心のバリアフリー」の啓発を目的とした冊子を作成しました。この冊子では、富士通が持つノウハウより、多様な人が働く職場におけるコミュニケーションのポイントなどを提供しました。

「心のバリアフリー」について、詳しくは「外部団体との協業」の「東京オリンピック・パラリンピックを通じた社会価値創出」をご覧ください。

・富士通のユニバーサルデザイン

<http://jp.fujitsu.com/about/design/ud/>



品質への取り組み

品質への取り組みにおける方針

FUJITSU Way の企業指針に掲げた「品質：お客様と社会の信頼を支えます」は、富士通グループ全社員が大切にすべき価値観の1つです。当該指針を具体的に実践するため、富士通グループ共通の品質に対する考え方を示した「富士通グローバル品質指針」を国内外の富士通グループに展開し、品質を事業活動の根幹に関わる事項として捉え、その維持・向上にたゆまず取り組んでいます。

富士通グローバル品質指針

- ① お客様起点で品質を追求します
- ② 安全・安心を支える品質を確保します
- ③ ビジネスパートナーと共に品質向上に取り組めます
- ④ 品質管理・品質保証体制を構築し、品質向上活動に継続的に取り組めます

・品質への取り組み「富士通の品質 ～お客様の安全・安心に向けて～」

<http://www.fujitsu.com/jp/about/activities/quality/index.html>

「富士通グループ品質憲章」に基づく品質保証活動

「品質」は富士通グループのブランド価値の基盤であり、お客様に製品・サービスを安心してお使いいただくことが富士通グループのビジネスを支える根源です。こうした考えの下、富士通は、1994年6月、国内の製造物責任法施行（1995年7月1日）に先立って、「富士通グループ品質憲章」の前身である「富士通製品安全憲章」を制定しました。

今日では、安全は品質の一部であるとの考えに基づき「富士通グループ品質憲章」を制定し、製品の品質に関する各種規程・技術基準などの改訂・制定を行い、新入社員教育や技術部門の集合教育、品質会議などを通じて、周知・徹底に取り組んでいます。

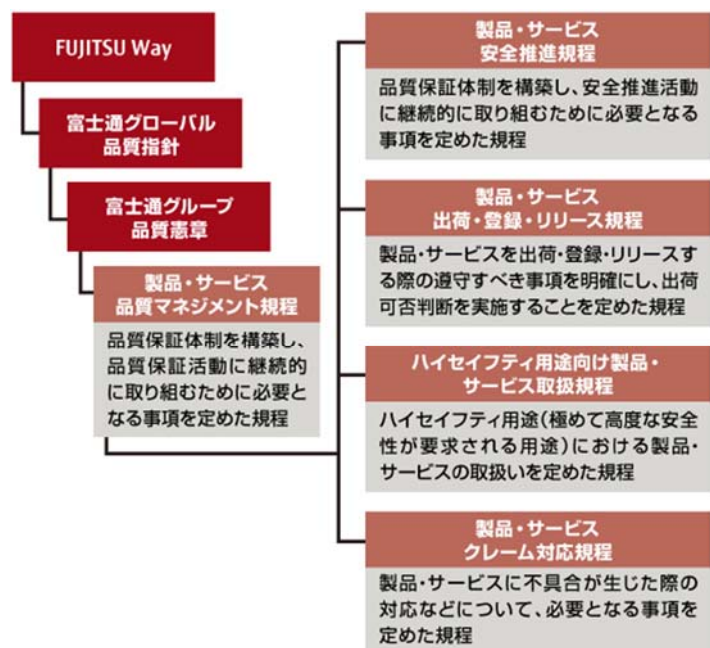
お客様およびお客様を取り巻く事業環境の変化を先取りした製品・サービスを提供し続けるために、設計から評価・生産・販売・サポートまでのすべての過程で、「富士通グループ品質憲章」に定める次の指針に基づいた品質保証活動を実施しています。

指針

- ・お客様起点での品質追求
- ・変化を先取りした品質づくり
- ・社会的責任を果たす品質の確保
- ・三現主義（現場、現物、現実）による継続的改善
- ・ビジネスパートナーと連携した品質向上
- ・品質情報の公開と対応
- ・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・安全性関連規定の体系



製品・サービスの安全に関する実践方針

富士通グループは、安全・安心な社会を構築するという社会的責任を認識し、富士通グループの事業活動のあらゆる面において製品・サービスの安全性を常に考慮し、次の方針の下で実践しています。

1. 法令等の遵守

製品・サービスの安全に関する法令を遵守します。

2. 安全確保のための取り組み

製品・サービスの安全を確保するため、さまざまな利用態様を踏まえて製品・サービスの安全化を図り、必要に応じた対策を行います。さらに法令で定められた安全基準に加え自主安全基準を整備、遵守し、継続的な製品・サービスの安全性向上に努めます。

3. 誤使用等による事故防止

お客様に製品・サービスを安全に利用いただくため、取扱説明書、製品本体等に誤使用や不注意による事故防止に役立つ注意喚起や警告表示を適切に実施します。

4. 事故情報等の収集

製品・サービスの事故情報および事故につながり得る情報等の安全性に関する情報をお客様等から積極的に収集します。

5. 事故への対応

製品・サービスに関して事故が発生した場合、直ちに事実確認と原因究明を行い適切に対応します。製品・サービスの安全性に問題がある場合、お客様等に情報提供を行うとともに、製品回収、サービスの修復、その他の危害の発生・拡大の防止等の適切な措置を講じます。富士通グループは、重大製品事故が発生したときは、法令に基づき、迅速に所轄官庁に報告を行います。

ISO9001／ISO20000 認証取得状況

富士通は、QMS の下で継続的なプロセス改善に取り組んでおり、2016 年度末現在、25 本部が ISO9001 認証を取得し、6 本部が ISO20000 認証を取得しています。

品質保証体制

品質マネジメントシステム

お客様のニーズや期待に応えられる製品・サービスの品質を一貫して提供するためには、製品・サービスの企画・計画、開発、製造、試験を行う事業部門、運用・保守を行うフィールド部門、これらの部門を支える共通部門、営業部門・拠点、ビジネスパートナーなど社内外の様々な組織との連携が必要であり、これら組織が一体となる体制や仕組みが基盤として必要不可欠です。

そのため富士通は、製品・サービスに応じ、これら関連部門と連携しながら品質マネジメントシステム（QMS：Quality Management System）を構築・運用しています。QMSの運用にあたっては、ISOなどの国際的な認証規格にも照らしてPDCAサイクルの進捗を定期的に検証し、より良い品質の実現を目指してプロセスの改善を図っています。

品質を支えるフレームワーク



品質保証の推進体制

富士通は、個々の部門や地域での品質保証活動に加えて、組織の枠を超えたノウハウや情報の共有、利活用や共通課題の解決を図る全社連携活動にも取り組んでいます。

これによりトラブルの再発や未然防止、効果的な品質活動の共有により富士通の品質レベルの底上げを図るとともに、世界中のお客様に一貫性のある最適な品質の製品・サービス提供に努めています。

この活動を確実に推進するため、全社連携活動に常時参画し運営する組織要員を、日本、海外の関連部門より選定、品質管理責任者として人事発令し、各事業部門より独立した組織である品質保証本部が牽引しています。

品質保証本部では、富士通グローバル品質指針に基づき、品質に関する全社共通ルールや品質指針策定、第三者視点でのダブルチェック、コンプライアンスやトラブルに関するエスカレーション、人材育成、各部門 QMS 構築支援、共通ノウハウや施策の水平展開に取り組んでいます。

品質管理責任者による推進体制



製品・サービスの重大な品質問題発生時の対応体制

富士通では、製品・サービスに重大な品質問題が発生した場合には、リスク管理規程に従い、役員および社員は、直ちにリスク・コンプライアンス委員会へ報告し、あらかじめ定めた報告体制に従って部門長へ報告することとしています。部門長は、対応状況を随時リスク・コンプライアンス委員会に報告し、指示があればそれに従います。また、解決のめどがついた際、顕在化したリスクの顛末・再発防止策などをリスク・コンプライアンス委員会へ報告します。リスク・コンプライアンス委員会は、それらを取締役会、経営会議、またはリスク・コンプライアンス委員会へ報告するよう、部門長に指示することができます。

製品安全に関する情報の開示

製品安全に関する問題が発生した場合は、速やかにお客様にお知らせするために、富士通ホームページの「製品安全に関する重要なお知らせ」に情報を開示しています。2016年度は、富士通製品で2件の重大製品事故（感電原因の可能性）が発生しました。本件については、適切に関連法令（消費生活用製品安全法）に従い、消費者庁へ報告すると共に同内容をホームページに掲載しました。

・製品安全に関する重要なお知らせ
<http://www.fujitsu.com/jp/support/safety/>

製品・サービスの品質および安全性に関する表示とラベリング

富士通では製品・サービスの品質および安全性に関する表示やラベリングについて、関連法令や社内規定の遵守を徹底しています。2016年度は、品質および安全性に関する表示とラベリングの違反はありませんでした。

品質への取り組みの改善プロセス

客観的な視点による製品・サービスの品質保証活動

製品・サービスの提供にあたっては、お客様起点の考え方にに基づき、企画・設計から第三者を含めた様々なレビューを規定しており、これらを実施することで、品質の向上を図っています。

また、お客様に製品・サービスをお渡しする前の最終段階で、富士通では出荷判定・リリース判定を実施しています。これまでの工程判断結果や開発中に発見したリスクへの対処が正しく実施されているか、お客様がご採用・ご利用するにあたってふさわしい品質であるかを第三者を交えた広い視点、スキルやノウハウをもってダブルチェックを行い、判定しています。

こうした仕組みを通じて、客観的な視点から、お客様の期待される価値を実現した製品・サービスをお届けできるよう努めています。

品質保証活動の流れ

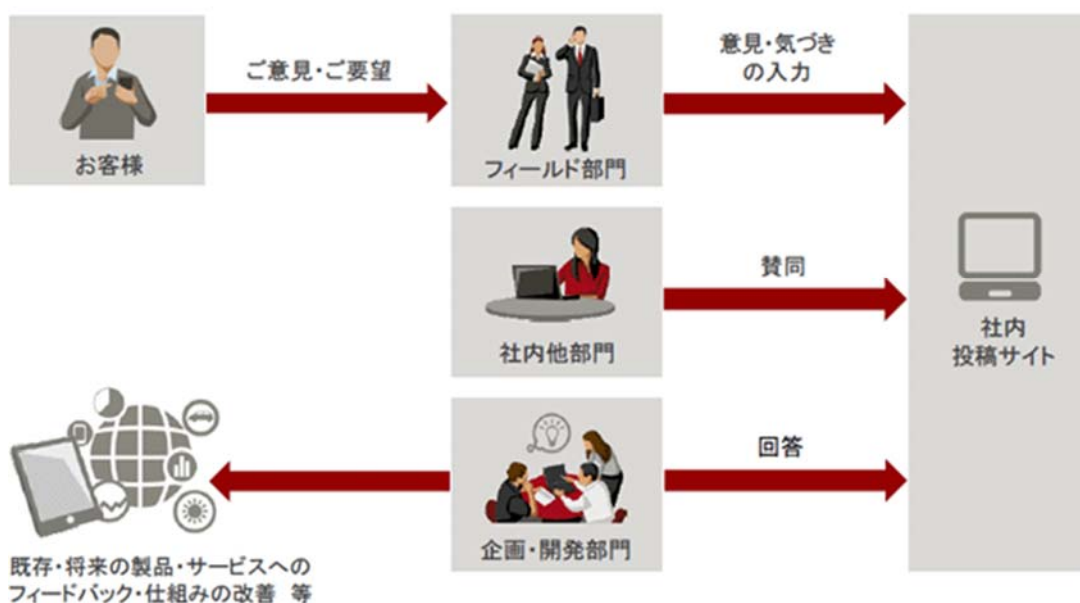


フィードバック活動

富士通では、お客様の期待やニーズを製品・サービスの企画・開発部門が調査あるいは直接お話を伺いながら製品・サービスの開発を行っています。これに加え、営業、システムエンジニア（SE）、カスタマーエンジニア（CE）等の、直接お客様と接する機会の多い部門（フィールド部門）から、製品・サービスの企画・開発部門に対して意見を伝える仕組みを構築しています。社内ウェブサイト上に意見を投稿する場を設け、また、他者の意見に対してコメントしたり、賛同を表したりすることもできます。

お客様から直接頂いたご意見やご要望はもちろん、担当者が不便に感じたことや改善提案などを収集し、今後の製品・サービス企画へのインプットや、既存の製品・サービスの改善に活用しています。

フィードバックの流れ



品質への取り組みにおける活動の実施内容

新興国での品質向上の取り組み

中国・アジア地域でのインテグレーションサービスの拡大に伴い、さらなるサービスの品質向上を目指して現地の品質体制強化や人材育成に力を入れています。例えば、中国では、システムの運用・保守を担当するプロジェクトにおいて、SEの契約や作業プロセスなどに関する定期点検を行うとともに、現地従業員に向けた品質に関する意識向上の研修などを実施しています。今後、このような取り組みをアジア全域に拡大していく予定です。

安全な製品づくり

富士通では、製品の安全性確保のために、国際的な安全規格への適合はもちろんのこと、過去の経験や市場の事故情報などを考慮し、富士通独自の安全設計基準を設けています。さらに、「安全規格エキスパート」「製品安全リスクアセッサー」と名づけた独自の認定制度を設け、安全設計基準に精通した資格者を育成しています。これらは所定の教育修了者を品質保証本部の製品安全担当部門が認定する制度で、2016年度末で205名（安全規格エキスパート）、194名（製品安全リスクアセッサー）を登録しています。

登録された有資格者が開発初期からデザインレビューに参加し、製品の安全性を確認します。有資格者による安全性が確認できない場合、当該製品は最終的な出荷判断を受けることができない仕組みとしています。

また、お客様に安心して当社製品をお使いいただくため、万が一、当社製品が原因の怪我や、発火・人身傷害といった安全性に関わる事故が発生した場合、担当事業組織だけでなく、グループ会社を含めた専門知識を持つエキスパートが素早く集結し、問題解決・再発防止に着手するとともに、重大事故情報は速やかに経営トップへエスカレーションし、当社ホームページで公開する体制を整え運用しています。

経営トップは安全確保を経営課題の1つと捉え、自ら舵取りを行っています。具体的には、現場に対して根本原因分析、問題の再発・未然防止の徹底を指示します。それを品質保証本部が第三者の視点で評価・検証し、経営トップへ報告することで、より安全な製品を提供できるようPDCAサイクルを回しています。



安全規格エキスパートの教育風景

お取引先とともに

CSR 調達への取り組み

富士通グループは、企業のサプライチェーンに対する責任が高まっている状況を認識し、サプライチェーンにおける CSR の推進という観点から、お取引先とともに CSR 調達活動に取り組んでいます。

CSR 調達方針

富士通グループは、「お取引先との共存共栄」「お取引先の公平・公正な評価・選定」「CSR に配慮した調達活動の推進」を調達方針として掲げ、グローバルに調達活動を行っています。

お取引先に対しては、人権尊重、労働、安全衛生、公正取引などに関する要請事項をまとめた「富士通グループ CSR 調達指針」を制定し、遵守を依頼しています。本指針は、国連グローバル・コンパクトが掲げる 10 原則等の国際的に認められた規範を尊重した内容となっています。さらに、指針の遵守に向けてお取引先と理解を共有するために、指針の内容をより具体化した「富士通グループ サプライチェーン CSR 推進ガイドブック」を制定しています。「人権尊重」や「労働」においては、ILO 条約・勧告などを踏まえた内容になっているほか、「公正取引」では贈収賄防止について具体的に明記するなど、国際的に重視されている CSR 課題を考慮した内容になっています。指針およびガイドブックは、富士通グループが製品に適用する部品・材料・工事・設備・ソフトウェアなどを調達するすべてのお取引先が対象となります。

「富士通グループ CSR 調達指針」制定・改訂の経緯

年度	内 容
2005	・富士通 CSR 調達指針の制定 ・ガイドブックの制定
2007	お取引先向けの CSR 調査を開始
2011	富士通 CSR 調達指針の改訂（紛争鉱物対応の追記）
2015	・富士通グループ CSR 調達指針の制定 ・富士通グループ サプライチェーン CSR 推進ガイドブックの制定

・富士通グループ調達方針、富士通グループ CSR 調達指針

<http://procurement.fujitsu.com/jp/kihon.html>

・富士通グループ サプライチェーン CSR 推進ガイドブック

<http://www.fujitsu.com/jp/documents/about/csr/society/procurement/2015-09-30-CSR-Guidebook.pdf>

富士通グループは、企業の競争力向上および製品の安定供給のためには、自社のみならずサプライチェーン上のお取引先における CSR 活動の浸透が必要であると考えます。当社とお取引先の両経営層による密なコミュニケーションを通じて、CSR の重要性や必要性について理解を求め、サプライチェーン全体の CSR のレベルを向上させることを目標に活動しています。

業界標準のイニシアチブへの参画／活動の推進（EICC への加盟）

富士通グループは、2017年3月電子業界を中心とするグローバルなCSRアライアンス「Electronic Industry Citizenship Coalition」に加盟しました。EICCは、2004年に、電子業界のサプライチェーンから影響を受けている世界中の労働者および地域の権利を支援することを目的として設立された非営利団体です。現在、電子機器メーカーやその他のICT企業を中心に小売、自動車、玩具関連企業も含む110社を超えるグローバル企業が加盟しています。EICCは、サプライチェーンにおける、労働、安全衛生、環境、倫理、マネジメントシステムに関する遵守事項を定めた行動規範を規定しています。富士通グループはグループの理念・指針であるFUJITSU Wayの実践を通じてグループ全体でCSR活動に取り組んでいますが、今後はさらにEICCの行動規範を尊重し、お取引先とともに当社のサプライチェーンにおけるCSRに関する取り組みを強化していきます。

また、国内においてはJEITA（電子情報技術産業協会）などの団体やイニシアチブに積極的に参加・協力し、業界全体におけるCSR調達の推進に努めています。

・【PRESS RELEASE】グローバルなCSRアライアンス「EICC」に加盟

<http://pr.fujitsu.com/jp/news/2017/03/29.html>

CSR 調達の推進体制

富士通グループでは、本社CSR推進室が立てた全社的な方針の下、人事・労政、環境、品質保証、総務ほかの関連部門が連携してCSR活動を推進しています。CSR調達については、購買本部内のCSR推進部が上記関連部門などと連携し、お取引先との公正な取引およびサプライチェーンへのCSR調達を推進しています。推進に当たっては、国内外の購買拠点が一体となって、サプライチェーンを遡ったCSR活動を推進しています。

CSR 調達の推進と改善プロセス

富士通グループは、サプライチェーンにおけるCSRの実施状況を向上させるため、お取引先に対してCSR調達を推進しています。

まず、CSR調達指針とサプライチェーンCSR推進ガイドブックにより、遵守項目を明確に示すとともにお取引先にCSR活動を要請します。次に、お取引先におけるCSR活動の包括的な実施状況を確認するため、CSR調査票をはじめ、グリーン調達、情報セキュリティ、BCM等に関わる各種調査票へのご回答をお願いしています。

さらに、ご回答いただいたCSR調査票は内容を診断します。診断の結果は当社のお取引先評価制度により、ほかの評価項目と合わせてお取引先にフィードバックしており、当社の基準に満たなかった場合は、改善に取り組んでいただきます。特に、重大な問題が見受けられたお取引先には、CSR監査を実施しています。そして、監査での指摘事項については改善計画の提出を要請し、改善に向けお取引先と一緒に取り組みます。最終的に、お取引先においてCSR活動が適切に実施され、根付くことを目的にCSR調達の推進と改善プロセスを継続して実施しています。

CSR 調達の推進と改善プロセス



CSR 調査／監査の実施

お取引先の CSR に関する取り組み状況を確認するため、毎年 CSR 調査を実施しています。2016 年度は、海外グループ会社と共通の CSR 調査票を使用し、国内外の主要取引先約 500 社に調査を実施しました。回答の分析結果から、9 割以上の主要取引先が CSR 活動に積極的に取り組んでいることを把握しています。また、お取引先の実態把握と実施レベル向上のため、お取引先の工場で実地監査を実施し、取り組みの不十分なお取引先には是正を求めています。2016 年度は 12 社のお取引先に監査を実施しました。



お取引先の監査

評価、是正／改善依頼

富士通グループでは 1997 年にお取引先評価制度（SPR:Suppliers' Performance Review）を導入し、主要お取引先に対して、調達品のパフォーマンスや企業としての基本姿勢を「品質」「技術」「価格」「供給」「CSR」の 5 項目で評価する総合評価プログラムを運用しています。評価結果は、両社の経営層によるビジネスミーティングなどでフィードバックし、課題改善を図るほか、パートナーシップの強化に取り組んでいます。

CSR 調査や監査で判明した課題についても、本評価プログラムにおいて確実にフィードバックし、是正・改善を依頼しています。

お取引先の活動改善への支援

お取引先への支援として、CSR 調査の分析結果を基にお取引先を CSR 説明会に招いています。2016 年度は 9 社 14 名のお取引先が参加し、CSR への対応の重要性や取り組み事例について説明しました。参加いただいたお取引先は、「CSR 調達について、サプライヤーとしての責任を感じた」「説明会の内容を速やかに社内を展開します」など、活動への理解を深めました。



お取引先向け説明会

紛争鉱物への対応

富士通グループは、紛争鉱物^(注1)にかかる企業の責任を重要なCSR課題の1つととらえ、お客様やお取引先と連携して、調達活動におけるサプライチェーンの透明性の確保と責任ある鉱物調達の実践に取り組んでいます。2016年度は、お取引先に対する調査、新たなお客様からの問い合わせに対する回答、コンゴの紛争資源問題研究者との情報交換、JEITAの責任ある鉱物調達検討会への参加による情報収集などの活動を行いました。

(注1) 紛争鉱物：

その採掘や取引が武装集団の資金源となり、紛争を助長している、あるいは人権侵害、労働問題などと密接に関連している鉱物のこと。米国「金融規制改革法」では、コンゴ民主共和国および隣接国で産出される鉱物のうち、タンタル、錫、金、タングステン、その他米国国務省が判断する鉱物を紛争鉱物とし、米国上場企業に対して、紛争鉱物を使用する場合の米国証券取引委員会（SEC）への報告義務などが定められた。

グリーン調達、情報セキュリティ、BCM

グリーン調達の推進

富士通グループは、地球環境に配慮した部品・材料や製品の調達に関する基本的な考え方を「富士通グループ グリーン調達基準」にまとめ、お取引先とともにグリーン調達活動を推進しています。また、「サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減の取り組み」にも取り組んでいます。具体的には、お取引先に自社のお取引先（富士通グループから見て2次のお取引先）へCO₂排出量削減を呼び掛けていただくよう要請しています。富士通グループは、サプライチェーン一体となった環境負荷低減活動を推進しています。

・富士通グループ グリーン調達基準、サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減の取り組みの推進

<http://www.fujitsu.com/jp/about/procurement/material/green/>

情報セキュリティ対策の推進

富士通グループは、2015年12月に経済産業省および独立行政法人情報処理推進機構（IPA）が公表した「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」に基づき、お取引先とともに「情報セキュリティ事故撲滅」を掲げ、情報セキュリティ事故の予防、再発防止のための教育・啓発・監査・情報共有などの施策を継続的に実施しています。

近年では、クラウドなどの外部サービスやソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の業務利用が拡大傾向にあり、スマートフォンやタブレットPCなどのスマートデバイスの使用機会も急増しています。メール誤送信、PCやスマートデバイスの盗難・紛失だけでなく、内部犯行、サイバーテロなどの新たな情報漏えいリスクをも抑止する必要があります。こうした現状を踏まえ、お取引先に業務を委託する際には、オフショア開発などの海外のお取引先も含め、富士通と同レベルの情報セキュリティ管理、個人情報の取り扱いを規定し、教育・啓発を推進しています。さらに、お取引先の情報セキュリティに重大な問題が発覚した場合は、直ちに是正活動を実施し、改善が見られない場合には、取引の見直しなどの対策を行います。

2016 年度の主な取り組み

取り組み	参加社、実施社数
情報セキュリティ研修会（2016 年 10～11 月） （開催地：仙台、東京、川崎、千葉、名古屋、大阪、高松、福岡、沖縄）	約 900 社／約 1,200 名
情報セキュリティ対策状況の書面調査（2017 年 2 月～3 月）	約 1,600 社
情報セキュリティ対策状況の監査（立入調査）（2016 年 4 月～2017 年 3 月）	約 190 社

※お取引先に対し、状況調査／教育／監査を繰り返し実施することが、無事故を維持する活動の根幹です。

サプライチェーン BCM の強化

大規模災害など不測の事態においても製品・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 BCM（事業継続マネジメント）強化が不可欠である、という考えの下、2007 年度からお取引先の BCM 能力向上を継続的に支援しています。

毎年実施している BCM 取り組みに関する調査について、2016 年度は、一部グループ会社の自己調達分を含むお取引先 854 社（2,203 拠点）に対して実施しました。回収した延べ 2,194 拠点分（9 月 30 日時点）の回答については分析を行い、お取引先へフィードバックしています。当初、この調査には当社独自フォームを使用していましたが、2013 年度に JEITA の資材委員会傘下に検討分科会が設けられ、セットメーカーと部品メーカーによる業界としての標準化が始まりました。当社も当分科会に参画し、お取引先に求められる供給責任にフォーカスした、調達視点でのリスク管理事項を網羅した調査フォームの策定を進めました。2014 年 9 月に完成したフォームが一般公開され、当社も 2014 年度の調査から活用しています。

また、ソリューション関連の主要お取引先約 250 社に対しても毎年調査を実施しており、分析のうえフィードバックしています。

お取引先とのコミュニケーション

ビジネスミーティング

富士通グループでは、前述のお取引先評価制度（SPR）において、主要なお取引先約 200 社を中心に、経営層が対話形式で評価結果をダイレクトにフィードバックするとともに、ビジネス展望や調達戦略を説明するビジネスミーティングを開催しています。2016 年度は 51 回実施しました。ビジネスミーティングでは他の評価項目と合わせて CSR の項目についてもフィードバックし、当社の基準に満たないお取引先には、改善を要請しました。

また、ソリューション関連のお取引先に対しても、2004 年に定めた評価制度を 2013 年度に一部改定し、約 1,300 社の評価を実施しています。中でも主要なお取引先約 250 社については、その結果をフィードバックしました。

お取引先懇親会

富士通グループは、1997 年からお取引先懇親会を開催しています。懇親会では、社長から富士通の事業概況説明、購買担当役員から調達戦略を説明しています。また、富士通の事業に対して顕著な貢献のあったお取引先に感謝状を贈呈し、パートナーシップの強化に努めています。

2016 年度は 2017 年 1 月に懇親会を開催し、国内外のお取引先約 340 社から、約 630 名にご参加いただきました。本お取引先懇親会におきまして、お取引先のお取引先に遡った CSR 活動の展開についても要請しました。



お取引先懇親会

調達コンプライアンスの徹底

調達部門教育

富士通グループは、調達部門の担当者に対し、教育や研修などを通じて CSR に配慮した調達活動を行うよう周知・徹底しています。2016 年度は、CSR 調達、グリーン調達のほか、下請法や派遣法などのコンプライアンスや、リスク管理（BCM 活動）について教育を実施しました。2017 年度においても同様の教育を継続し、調達担当者の CSR へのさらなる意識向上を目指します。

お取引先コンプライアンスライン

富士通グループは、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ており、富士通の調達活動におけるコンプライアンス違反行為やその疑念がある行為に関する通報を受け付けています。社内・社外のそれぞれに窓口を設けて、通報いただいた内容の事実関係を確認、調査のうえ、速やかに対応しています。

なお、富士通が通報いただいた方やそのお取引先に対して不利益な取り扱いをすることは、内部通報規定で禁止しています。

また、反社会的勢力による被害を防止する（活動の助長もしない）ために、お取引先との契約書に反社会的勢力などの排除条項を明記しています。富士通グループはお取引先を含め、反社会的勢力との関わりを一切持ちません。

・お取引先コンプライアンスライン

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

株主・投資家とともに

株主・投資家に関する基本的な考え方

富士通グループは、FUJITSU Way の企業指針に掲げた「企業価値を持続的に向上させます」に基づき、戦略的な事業展開と効率的な経営を行い、かつ健全な財務体質を維持しつつ、長期にわたる安定的な利益の拡大と成長を実現することで、企業価値を持続的に向上させ、株主・投資家の期待に応えます。

また、株主・投資家の皆様に、このような企業価値向上の取り組みとその成果を理解いただけるよう、事業活動の状況や財務情報を適時・適正に開示し、経営の透明性を高めます。

情報開示に関する基本方針

富士通は、金融商品取引法などの法令および上場している証券取引所の定める規則に従い、公平性・継続性を重視した情報開示を行っています。

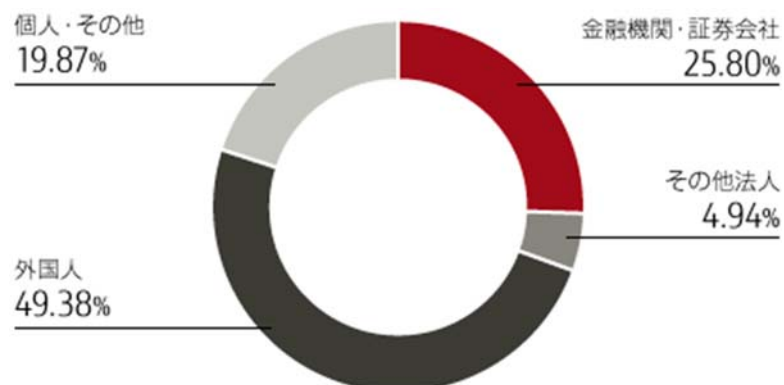
また、法令や規則で開示を要求されていない情報であっても、株主や投資家などステークホルダーの皆様にとって、当社に対する理解を深めていただくために有効であると当社が判断したものに関しては、積極的に開示していく方針です。

株主還元の基本方針

富士通の定款第 40 条に規定される剰余金の配当などにおける取締役会に与えられた権限の行使に関する基本的な方針は、株主の皆様が安定的な剰余金の配当を実施するとともに、財務体質の強化および業績の中長期的な向上を踏まえた積極的な事業展開に備えるため、内部留保を充実させることにあります。また、利益水準を勘案しつつ内部留保を十分確保できた場合には、自己株式の取得など、より積極的な株主の皆様への利益還元を目指しています。

2016 年度の連結業績は、2015 年度に実施したビジネスモデル変革の効果があらわれるとともに、国内サービスビジネスが好調だったことなどから、前期に比べ増益となりました。こうした実績や財務状況、今後の経営環境などを総合的に勘案し、期末配当を 1 株当たり 4 円から 5 円に増配し、年間配当金を 9 円とします。2017 年度は、この 2 年間で実行したビジネスモデル変革の効果を活かしつつ、成長へ向けて大きく舵を切り、経営方針で掲げた連結業績目標である営業利益率 10%へとつながる年にしたいと考えています。2017 年度の配当金については、中間配当を 1 株当たり 4 円から 5 円、期末配当を 1 株当たり 5 円から 6 円に増配し、年間配当金を 11 円とする予定です。

所有者別出資比率（2017.3.31 現在）



株主・投資家とのコミュニケーション

富士通は、機関投資家・証券アナリスト向けの説明会、個別取材への対応、国内外の投資家訪問、Web サイトによる情報発信など、国内外での IR 活動を通じて、投資家の皆様とのコミュニケーションを図っています。

また、プレスリリースを積極的に行うなど、マスコミを通じた個人投資家や社会への情報伝達に注力し、フェア・ディスクロージャーに努めています。

株主総会では、株主の皆様が質問しやすい環境づくりに努めています。また、社長自らの言葉で株主の皆様へ経営方針を説明しています。株主総会会場では、富士通の製品を展示し、説明員が富士通の技術やサービスを紹介しています。加えて、地方在住の株主の皆様にも株主総会の雰囲気を感じていただけるよう、全国に地方中継会場を 4 か所設けており、地方中継会場だけで約 1,000 人の株主の皆様にご参加いただいています。さらに、株主総会の模様は、後日、富士通のホームページで公開しています。

国内外での各種ミーティングの開催

富士通は、国内の機関投資家や証券アナリストの皆様に対して、決算説明会や経営方針説明会、事業説明会を開催しています。

海外の機関投資家の皆様に対しては、欧州、北米、アジアで海外ロードショー（投資家向け説明会）を開催するほか、海外の IR スタッフが、投資家に対する個別訪問を行っています。2016 年度の国内・海外の機関投資家・証券アナリストとの個別取材件数は、899 件（海外 642 件、国内 257 件）でした。

個人株主・投資家の皆様とのコミュニケーション

個人の株主・投資家の皆様に対しては、中間決算時と本決算時に「中間報告書」「報告書」を送付するほか、アナリスト向け説明会で用いた IR 資料や決算説明会の資料・映像などを迅速に公開しています。

IR サイトによる情報発信

富士通は国内外の IR サイトで、富士通についての紹介や各種開示資料など、株主・投資家の皆様に知っていただきたい情報を発信しています。国内で開催している説明会の資料は、英文版を作成して海外 IR サイトに掲載しています。

IR サイトでは、株主総会議案を早期に公開するなど、IR 活動を通じて富士通への理解が深まるように、情報開示とコミュニケーションの促進を図っています。

2016 年度の主要 IR 活動実績

		2016 年 4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2017 年 1月	2月	3月
国内	株主総会				●株主総会								
	経営方針説明会								●経営方針説明会 ●野村IF(注)				
	決算説明会		●本決算			●1Q決算			●2Q決算			●3Q決算	
	事業説明会			●セキュリティ ●MetaArc					●R&D ●スパコン ●債券IR			●AI ●ESG	
海外	ロードショー		●北米 ●欧州					●アジア	●アジア ●欧州 ●北米				●アジア

(注) 野村インベストメントフォーラム。

外部団体との協業

富士通は、国内外の産業団体やフォーラム、行政、国際機関などと連携し、社会課題の解決に向けた具体的な提案や施策の検討、法制度の制定や見直し、公共政策にかかわる活動を推進しています。

東京 2020 オリンピック・パラリンピックを通じた社会価値創出

日本では、2019 年ラグビーワールドカップ、2020 年、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会（以下、東京 2020 大会）、そして 2021 年関西ワールドマスタースゲームズと大規模な国際スポーツイベントの連続開催が予定されており、イベント成功に向け、産官学を挙げての取り組みが活発化しています。

こうした中、富士通は、2015 年 2 月に東京 2020 スポンサーシッププログラムの国内最高水準に位置づけられる「東京 2020 ゴールドパートナー」のデータセンターハードウェアパートナーとなり、東京 2020 大会成功に向けたサポートを行っています。

富士通は、人を中心とした ICT とスポーツを融合させることにより、誰もが幸せに暮らせる豊かな社会に貢献することを目指しています。スポーツが持つ真の力を理解し、富士通がお客様・お取引先や地域住民とともに、スポーツを通じた社会の ICT 化を押し進め、社会的課題を解決していくことは、日本によりよい未来への「成長」をもたらし、ひいては富士通自身の新たなビジネス創造と企業価値の向上につながると考えているからです。



《スポーツを通じた社会課題の解決》

- ・異文化との交流／相互理解
- ・健康寿命の延伸
- ・地域コミュニティの活性化
- ・新たなビジネスや技術の創出
- ・高齢者や障がい者に優しい社会づくり



「心のバリアフリー」と誰もが暮らしやすい社会づくり

東京 2020 大会では、10 万人の募集が計画されるボランティアの活躍や、パラリンピックを通じた障がい者の社会参加促進が成功の鍵となります。大会を実践の場と捉え、富士通も「企業ボランティア文化の醸成」や「ダイバーシティの推進」に向けた社会貢献活動を強化しています。

高齢者や障がい者が暮らしやすい社会にするためには、施設整備（ハード面）だけではなく、心のバリアを取り除き、その社会参加に積極的に協力する「心のバリアフリー」が重要です。

富士通では、「オリンピック・パラリンピック等経済界協議会」と連携し、車椅子バスケットボールや車椅子・介助の体験会、高校生・大学生と協力してのバリアフリーマップづくりなど、各種ボランティア活動に取り組んでいます。バリアフリーマップは、主に車椅子やベビーカーで移動する際に参考となるよう、道路の段差や坂道の傾斜角度などが表記されています。こうしたユニバーサルデザインの取り組みも、心のバリアフリーを目指した活動の一環です。



バリアフリーマップづくりの様子

富士通とスポーツに関する取り組みは下記 URL をご参照ください。

・富士通×スポーツ <http://sports-topics.jp.fujitsu.com/index.html>

持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）への参加

WBCSD（The World Business Council for Sustainable Development、持続可能な発展のための世界経済人会議）は、グローバル企業約 200 社の CEO が率いる団体で、ビジネス活動を通して持続可能な社会をつくることを目的としています。富士通は、同イニシアティブのメンバーに加盟し、「社会インパクトクラスター」および「持続可能な都市リーダーシッププロジェクト」において、ボード企業として活動しています。「社会インパクトクラスター」では、ビジネスと人権に関する取り組みを推進し、また、「持続可能な都市リーダーシッププロジェクト」では、持続可能な都市交通のあり方をテーマとする SMP（Sustainable Mobility Project、持続可能なモビリティプロジェクト）を推進しています。富士通はこれらの活動を通じて、国際社会における様々な課題の解決に取り組んでいます。

・ WBCSD

<http://www.wbcd.org/>

■ WBCSD 持続可能な開発目標（SDGs）ワークショップの開催

2016 年 7 月、WBCSD と富士通が共催し、「SDGs 時代のビジネスリスクと機会」をテーマとしたワークショップを東京にて開催しました。本ワークショップでは、WBCSD が培ってきた知見や取り組みなどを紹介しながら、有識者を交えて、社会課題の解決者として持続的な企業競争力を強化していくための考え方や、具体的な手法及び課題などについて議論を行いました。

・ WBCSD 持続可能な開発目標（SDGs）ワークショップ

「SDGs 時代のビジネスリスクと機会」

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/resources/events/other/wbcd-20160714.html#prog>



ワークショップの様子