

Fujitsu Way

Fujitsu Way の構成

富士通グループは、全社員の行動の原理原則として「The Fujitsu Way」を2002年に制定しました。その後、社会や事業を取り巻く環境の変化に合わせ、2008年に改訂するとともに「Fujitsu Way」へと名称を変更し、社員へのさらなる浸透を図ってきました。

昨今、世界はより複雑に結びつき、急速に変化する不確実な時代を迎えており、地球規模の持続可能性に関する様々な脅威が顕在化してきています。そのような中、2020年に富士通グループはテクノロジーを通じてお客様に価値を提供し、社会の変革に主体的に貢献していくため、「イノベーションによって社会に信頼をもたらす、世界をより持続可能にすること」を「パーパス」と定め、その実現に向け、「Fujitsu Way」を刷新しました。

「Fujitsu Way」は、「パーパス」「大切にする価値観」「行動規範」の3つから構成されます。

- 「パーパス」 社会における富士通の存在意義
- 「大切にする価値観」 社員一人ひとりが持つべき価値観
- 「行動規範」 社員として遵守すべきこと

パーパス実現に向けた「大切にする価値観」は、「挑戦」「信頼」「共感」からなる、富士通グループが取るべき行動の循環を示しています。また、社会の一員として、わたしたちは「行動規範」を遵守していきます。

富士通グループは、「Fujitsu Way」を社員一人ひとりの行動の拠り所として企業活動を推進し、「パーパス」の実現を目指していきます。詳細は以下のサイトをご覧ください。

- > [Fujitsu Way について](#)
- > [企業カルチャーの変革](#)



Fujitsu Way の構成

企業カルチャーの変革

Fujitsu Way

富士通は、社会における富士通の存在意義「パーパス」を軸とした全社員の原理原則である「Fujitsu Way」を掲げています。すべての富士通社員が、パーパスの実現を目指して、挑戦・信頼・共感からなる「大切にする価値観」「行動規範」をもって日々活動し、富士通の価値をお客様や社会に届けていきます。

- > [Fujitsu Way](#)
- > [Our Story](#)



Our Purpose

Fujitsu Way 推進に向けた取り組み 社内向けコミュニケーション施策の展開

Fujitsu Way の共感を高めるため社内向けコミュニケーション施策を展開しています。

グローバル全体で Fujitsu Way に取り組むべく、ガバナンス体制として現場への Fujitsu Way の推進を担う Fujitsu Way 推進責任者を任命するとともに、動機づけを図る場として、社長と Fujitsu Way 推進責任者による「Fujitsu Way ミーティング」を定期的で開催しています。

また、富士通社員一人ひとりが Fujitsu Way を理解するため、Fujitsu Way 解説書を作成し、グローバル全社員で共有しました。経営陣が心に描く富士通を変えていきたい思いや、歴代社長等が残した言葉（受け継ぐべきDNA）、そして言葉ひとつひとつに込められた背景を共有することで、Fujitsu Way を自分事として認識できるように展開しています。パーパスの実現に向け、ワークショップや Fujitsu Way に関する解説ビデオ等によるコミュニケーションを通じて、Fujitsu Way の実践に取り組んでいきます。



Fujitsu Way 解説書のイメージ

Purpose Carving®を通じた推進

富士通のパーパスを実現するには、社員一人ひとりの想いを結集させ、より大きな力を生んでいく必要があると考え、2020年より個人のパーパス (My Purpose) をかたちにする取り組み「Purpose Carving®」(注1)を進めています。

対話のプログラムである Purpose Carving®では、その人が歩んできた道のりや大切にしている価値観を振り返り、未来に向けて想いを馳せながら、個人のパーパスを彫り出します。2023年7月現在、グローバル含め70,000人の社員が実施し、富士通のパーパスとの重なり合いを変革の原動力としています。

また、日々の業務と My Purpose の重なり合いを振り返るパーパスリフレクションや、My Purpose を起点とした成長および関係性構築の取り組み、それらを支援するマテリアルやアプリの提供を行っています。

その一環として、社員が富士通の経営リーダーのパーパスを理解し、変革への想いを聴くライブ番組「フジトラ Radio with Leaders」を2021年より始めました。経営層38名が本ラジオに登壇し、のべ56,500人が視聴しています。これらのパーパスの推進策を通じて、社員一人ひとりが個人のパーパスを掘り出し、個人と会社のパーパスを摺り合わせることによって、個人や組織の行動変容が生まれることを目指しています。



フジトラ Radio with Leaders 経営リーダーのグラフィック

(注1) Purpose Carving®は、日本の人事部「HRアワード2022」(主催:「HRアワード」運営委員会、後援:厚生労働省)にて、企業人事部門優秀賞に選ばれました。

サステナビリティ貢献賞

サステナビリティ貢献賞は、パーパスの実現を推進するために設けた社内表彰です。富士通が考える持続可能な社会を作り上げるためには、組織全体が、パーパスや事業方針を基に、個人や組織が、変革を起こし新しい価値を生み出す必要があります。そこで、サステナビリティ貢献賞では社会へのアウトプットだけでなく、これまでのあり様を大きく変えることを推進するため、組織のカルチャー変革も表彰に加えています。審査では、Fujitsu Way の大切にしている価値観、パーパス・グローバルレスポンシブルビジネス (GRB) の実現を審査基準とし、富士通グループ内で公募により集まった一般審査員ほか、Fujitsu Way 推進責任者や CSuO (注2) が審査員として参加しています。

2023年度は、グローバルの富士通グループ各社から222件に及ぶ多数の応募がある中、大賞1件、優秀賞5件が選ばれました。受賞案件については以下の通りです。

(注2) CSuO : Chief Sustainability Officer

● 「大賞」受賞案件

<がん薬剤耐性に関わる未知の因果を富岳上で高速に発見>

国立大学法人東京医科歯科大学と連携し、新たな因果関係の発見を導く「発見する AI」を富岳上に実装、薬剤効果が期待される患者を特徴づける未知の因果を1,000兆通り以上の可能性の中から発見する技術を開発しました。患者一人ひとりに対応した効果的な抗がん剤創薬の実現に向けて本技術の活用が期待できます。

● 「優秀賞」受賞案件

<Mobility 社会のカーボンニュートラルを業界横断で推進>

ラストワンマイル・地域交通における Mobility 社会のカーボンニュートラルを実現するため、物流・タクシー・バス・地域交通などのフリート事業者や自治体をターゲットに車両の電動化支援と EV・エネルギー運用効率の向上から再エネ活用を促進し、排出量削減に貢献しています。

<クリーンアンモニア合成触媒候補探索期間の半減に成功>

CO₂ 排出量削減につながるアンモニアの合成手法を開発するベンチャー企業 Atmonia との共同研究において、新たな量子化学シミュレーションを開発し、富士通の因果発見技術と組合せ、アンモニアの触媒材料探索期間の半減に成功しました。

<リサイクル素材の環境価値化による資源循環の促進>

帝人（株）と共同し、帝人の炭素繊維やアラミド繊維のリサイクルに関する取り組みや富士通のブロックチェーン技術を活用した、リサイクル素材の利活用や環境配慮設計の実現に向けたプラットフォームの構築とその市場適用に取り組むプロジェクトです。

<マインド・カルチャー変革に向けたデザイン思考実践>

社会・お客様の課題解決に貢献するため、それに共感し自ら問いを立てそれを解くデザイン思考の実践および業務への適用を 1 年で 704 名に計 308 回実施しています。

他、1 件

価値創造モデル

富士通のパーパスを実現する価値創造モデル

社会課題を起点にパーパスドリブンで社会に価値を提供していきます。

私たちは、富士通のパーパス「イノベーションによって社会に信頼をもたらす世界をより持続可能にしていくこと」を目指して、新たな価値を創造することで、お客様、社会と共によりよい未来をつくりたいと考えています。

新たに設定したマテリアリティへの対応を通じて、2030年に向けた Vision「デジタルサービスによってネットポジティブ（注1）を実現するテクノロジーカンパニーになる」ことを目指していきます。

富士通の価値創造モデルでは、インプットである資本の投入により、富士通の事業活動として「サステナブルな社会を築いていくために富士通が注力していく重点戦略」と「サステナビリティ経営の重要課題を特定したグローバルレスポンスビジネス（GRB）」を展開し、財務指標と非財務指標からなるアウトプットと、社会への価値提供につながるアウトカムを創出していきます。

これらの活動を通じて生み出されたアウトプットやアウトカムを、またインプットとして投じるということを継続しながら、ステークホルダーそれぞれへの価値提供の向上を図っていきます。

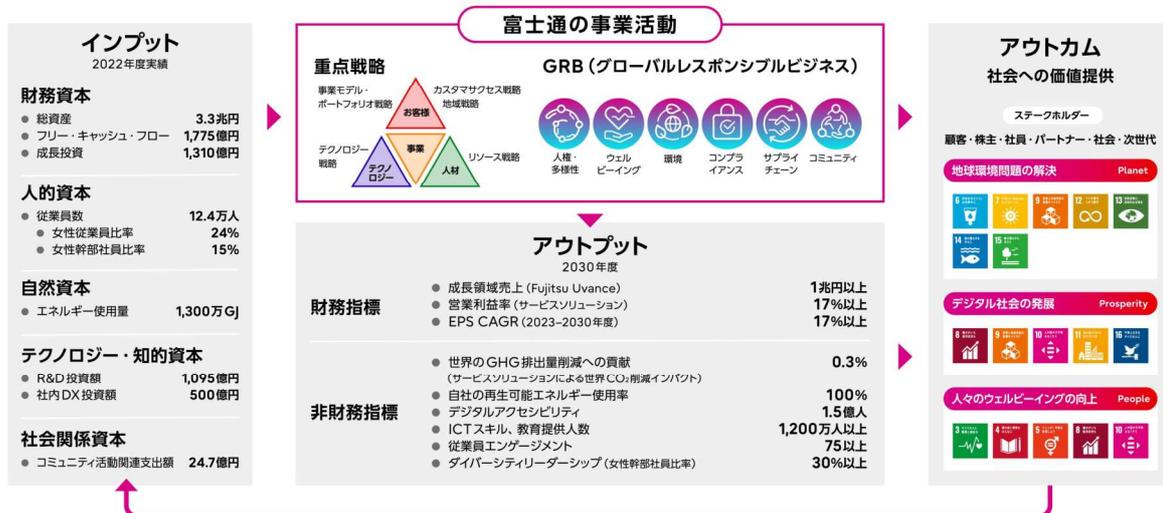
(注1) 富士通にとってのネットポジティブとは「社会に存在する富士通が、財務的なリターンの最大化に加え、地球環境問題の解決、デジタル社会の発展、そして人々のウェルビーイングの向上というマテリアリティに取り組み、テクノロジーとイノベーションによって、社会全体へのインパクトをプラスにする」と定義しています。

- > [Fujitsu Uvance](#)
- > [富士通グループのサステナビリティ経営](#)

わたしたちのパーパスは、イノベーションによって社会に信頼をもたらす、世界をより持続可能にしていくことです。



2030年に向けたVision：デジタルサービスによってネットポジティブを実現するテクノロジーカンパニーになる。



マテリアリティ

富士通グループのマテリアリティ

2023年、富士通グループでは、マテリアリティの改定を行いました。2018年に「CSR基本方針」の下、マテリアリティを特定していましたが、ビジネスを通じたお客様・社会への価値提供という観点をさらに取り入れた「経営におけるマテリアリティ」に更新しました。

中長期的な視点で2030年を見据え、「自社」および「ステークホルダー」の観点から評価を行い、持続的な成長に向けて解決すべき重要課題を、「必要不可欠な貢献分野」、「持続的な発展を可能にする土台」の2つのカテゴリーを特定しました。必要不可欠な貢献分野について、Fujitsu Uvanceを中心とした事業展開により、「地球環境問題の解決」、「デジタル社会の発展」、「人々のウェルビーイングの向上」に貢献する価値をお客様・社会に提供します。また、持続的な発展を可能にする土台について、富士通グループの価値創造の源泉として、「テクノロジー」、「経営基盤」、「人材」を強化し、新たなビジネスモデルやイノベーションの創出を支えます。

また、今回のマテリアリティの結果は、全社のリスクマネジメントにも活用しています。富士通グループ全社で行われる潜在リスクアセスメントにおいて、マテリアリティ分析から抽出された重要課題を重要リスク項目として報告するとともに、「気候変動」、「人材・人権」、「情報セキュリティ」などを、潜在リスクアセスメントとして特定する「事業活動に伴う主なリスク」として報告しています。

加えて、FUJITSU Level VP以上のエグゼクティブを対象にした評価制度「Executive Performance Management」において、マテリアリティ関連の取り組みを目標設定の推奨項目としています。マテリアリティを軸とした非財務指標については、役員報酬の評価指標（業務執行取締役の賞与）との連動も推進していきます。

今後、全社レベルでマテリアリティへの取り組みを推進し、経営における重要なリスクの低減・回避と事業機会の拡大を図り、富士通グループの企業価値向上と、地球環境問題、デジタル社会、人々のウェルビーイングにおいてネットポジティブの実現に貢献していきます。

マテリアリティ



必要不可欠な貢献分野（11 項目）

地球環境問題の解決 Planet 人と自然が共存・共栄し、 地球の未来を共に創る	デジタル社会の発展 Prosperity 世界の繁栄と安定が両立する、 信頼性のあるデジタル社会を共に 創る	人々のウェルビーイングの向上 People あらゆる人々のウェルビーイング に向けた、ヒューマンセントリック な生活基盤を構築する
気候変動（カーボンニュートラル）	情報セキュリティ確保	QoL（生活の質）向上に向けた
資源循環（サーキュラーエコノミ ー）	デジタル格差の解消	医療ヘルスケアの推進
自然共生（生物多様性の保全）	情報・AI 倫理の推進	生涯教育・リスクリングの推進
	働きやすい環境の推進と労働力不 足解消	顧客・生活者体験の向上
	責任あるサプライチェーンの推進	

持続的な発展を可能にする土台（7 項目）

テクノロジー Technology 最先端デジタル技術を創出し、持 続可能な社会システムに変革して いく機会を共創する	経営基盤 Management Foundation ビジネス環境に柔軟に対応し、高効 率・迅速な意思決定を図るデータ リブンを創出	人材 Human Capital 社内外の多才な人材が俊敏に集い、 社会の至るところでイノベーション を創出する
最先端技術の開発およびイノベー ションの創出	ガバナンス・コンプライアンス	DE&I
	リスクマネジメント	ウェルビーイング・人材育成
	経済安全保障対応	
	デジタルトランスフォーメーショ ン (DX)	

マテリアリティの特定プロセス

富士通グループでは、ダブル・マテリアリティの原則に基づき、企業と環境・社会の相互影響（環境・社会課題が当社に与える財務的な影響、当社活動による環境・社会に与える影響）を考慮しマテリアリティを特定しました。今後、年 1 回の定期レビューを行い、必要に応じた見直しを実施していきます。

なお、このプロセスは第三者保証を受けています。

Step1 社会課題の整理・抽出

- 下記を参考し、2030 年の未来を見据えたメガトレンドを踏まえ、様々な社会課題を整理したロングリストを作成（163 課題）
 - SDGs
 - ESG 株価指数の評価項目（FTSE、MSCI、DJSI）
 - ESG 情報開示枠組み（GRI スタンド、SASB スタンド）
 - 世界経済フォーラム（WEF）「グローバルリスク報告書」
 - レスポンシブル・ビジネス・アライアンス（RBA）行動規範

- 持続可能な開発のための世界経済人会議（WBCSD）、Global Enabling Sustainability Initiative (GeSI) 等の文献
- ロングリストから、類似項目の統合や、事業と関連性の少ない項目を削除し、最終的に 40 個の社会課題を抽出

Step2 優先順位付け

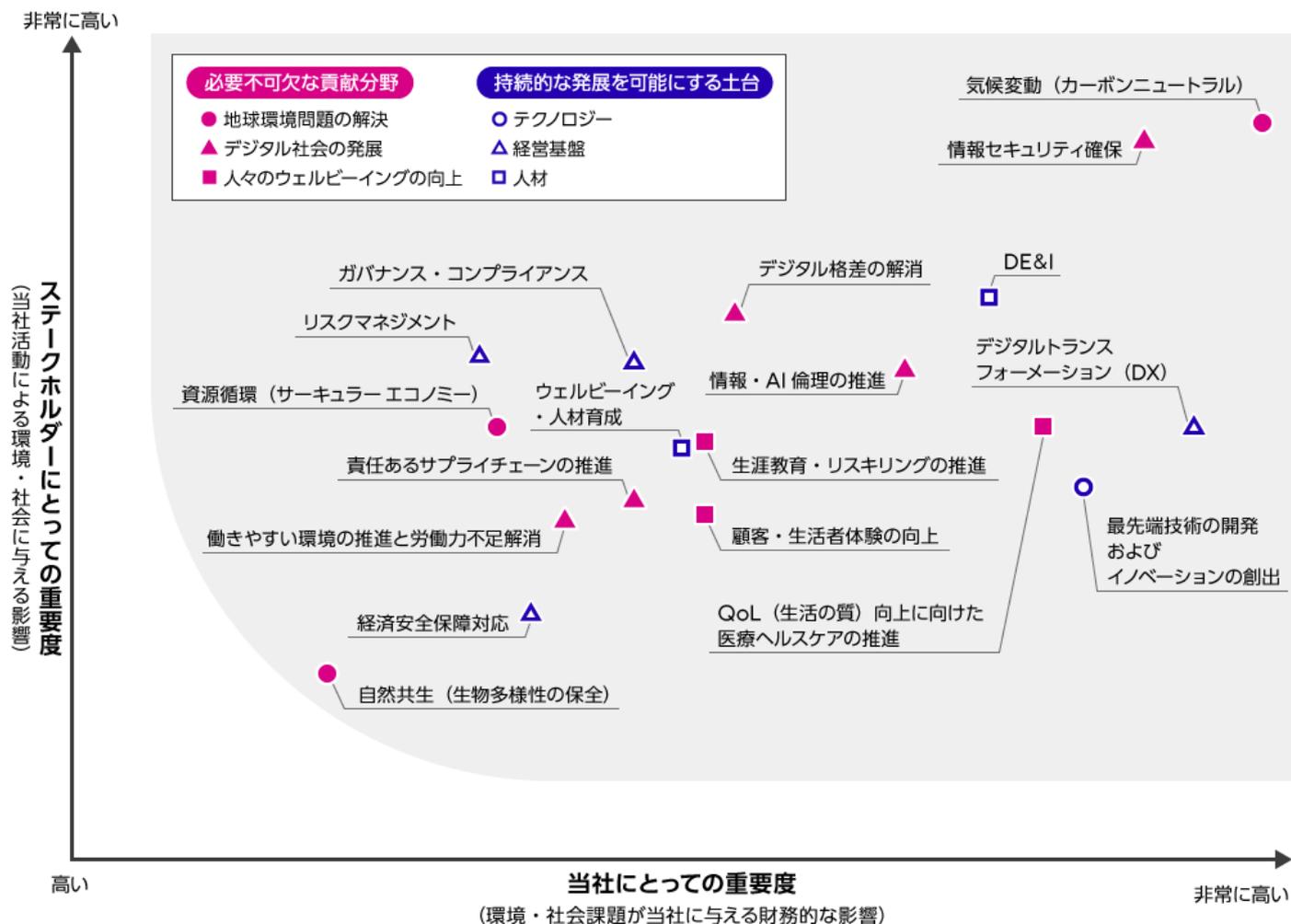
- 抽出された社会課題をもとに、幅広く社内外のステークホルダーに対するアンケートやインタビュー、およびデスクトップ調査を実施。2030 年の未来を見据え、各課題をリスク・機会両方の側面で、「当社にとっての重要度（環境・社会課題が当社に与える財務的な影響）」および「ステークホルダーにとっての重要度（当社活動による環境・社会に与える影響）」の視点から包括的に評価・採点を行い、社会課題の優先順位を示すマテリアリティ・マトリックス案（40課題から25課題に絞り込み）を作成
- 個別インタビュー、サステナビリティ経営委員会等を通じて、マテリアリティ・マトリックス案について富士通の独自性（富士通らしさ）といった観点から妥当性に関する評価・討議を実施（執行役員・執行取締役による評価・討議に加え、非執行取締役、監査役によるレビューを含む）マテリアリティ・マトリックスを最終化（25課題から18課題に集約）
- マテリアリティのコンセプト整理を行い、18 課題を 2 つのカテゴリー、6 つのテーマに分類・構造化

当社・ステークホルダー評価

	評価方法		詳細
当社	アンケート、インタビュー	役員	サステナビリティ経営委員会委員をはじめとした業務執行取締役、執行役員、エグゼクティブ計 43 名に対しアンケート、インタビューを実施
		Fujitsu Way 推進責任者	Fujitsu Way 推進責任者計 94 名に対しアンケートを実施
	デスクトップ調査		社内外のデータを活用し、売上・コスト・評判・コンプライアンス・事業戦略との整合性の観点で、社会課題が持つ当社への影響の大きさを定性・定量的に評価
ステークホルダー	アンケート、インタビュー	従業員	全社（グローバル）部門毎に従業員をランダム抽出し、計 1,160 名の従業員に対しアンケートを実施
		市場（お客様・お取引先） （注 1）	グローバルにおける当社のお客様・お取引先業界に属する企業の経営層、中間管理職に対しアンケート、インタビューを実施（ 9 国、 14 業界）
		投資家	当社の資本市場関係者に対し、アンケート、インタビューを実施
	デスクトップ調査		代表的な ESG 評価機関の調査票、各種外部文献・レポートを踏まえ、各ステークホルダーから見た重要性を定性・定量的に評価

(注1) 2022 年 8 月 富士通が Forrester Consulting に委託して実施した調査

マテリアリティ・マトリックス



Step3 マテリアリティの決定

- サステナビリティ経営委員会を経て、特定したマテリアリティおよび全社的な取り組み推進の方向性について審議、承認。マテリアリティを含む中期経営計画を取締役に審議、承認

Step4 レビュー、見直し

- 年1回のレビュー、中期経営計画検討のタイミングで討議を実施予定

マテリアリティへのアプローチ

マテリアリティに対するリスク・機会の認識を踏まえ、2025年度に向けたアプローチを検討・整理しました。リスクについては富士通自身の社内取り組みを中心に施策を実施し、機会については Fujitsu Uvance をはじめとしたビジネスを拡大することによって社会課題を解決し、お客様・社会に価値を提供していきます。マテリアリティへのアプローチの推進により、当社事業、社会に対するネガティブなインパクトの縮小、ポジティブなインパクトの拡大を促進し、ネットポジティブの実現に貢献します。

地球環境問題の解決 Planet：人と自然が共存・共栄し、地球の未来を共に創る



25 年度目標

- GHG 排出量 Scope1,2：50%削減（20 年度比）
- GHG 排出量 Scope3（Category11）：12.5%削減（20 年度比）

その他環境の目標一覧は[こちら](#)

マテリアリティ	リスク・機会の認識（注 2）	2025 年度に向けたアプローチ（主な取り組み）
気候変動 （カーボンニュートラル）	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> 厳格化する省エネルギー・GHG 排出法規制への対応コスト増 激甚化する自然災害による操業コスト増 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 事業拠点の GHG 排出量の削減（省エネルギーの推進と再生可能エネルギー使用量の拡大） 製品の省電力設計の推進、およびサプライチェーンにおける GHG 排出量の削減
	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンを含む GHG 排出量の可視化、省エネルギーの推進、再生可能エネルギーの導入拡大等に関する需要増 「緩和策」として GHG 排出量の削減に向けた社会全体のエネルギー最適利用の実現、「適応策」として災害に強い社会・産業づくり等に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンの GHG 排出量の可視化・削減 工場等設備のエネルギー使用量の可視化（一次データの収集自動化） 災害、パンデミック、国際的な政治リスクなど、多面的なサプライチェーンリスク検出 クリーンアンモニア等新たなエネルギー資源・材料の開発、有効活用、トレーサビリティの高度化 社会インフラシステムへの自然エネルギーの統合と最適化 都市における有事へのレジリエンス強化 高精度な天気予報と防災シミュレーション
資源循環 （サーキュラーエコノミー）	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> 資源枯渇からもたらされる資源制約、資源偏在からもたらされる希少資源をめぐる紛争の激化により、操業コストや評判リスクへの対応コスト増 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 事業拠点の水使用量削減、サプライチェーン上流における水資源保全意識の強化 製品の省資源化・資源循環性向上の推進 サーキュラーエコノミー指標・ビジネスモデル標準化活動へ参加、社会インパクト測定
	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> 循環（再生）型社会の実現に向けた、資源の有効活用・廃棄ゼロの促進、持続可能な状態で循環させる経済の仕組み構築を支援する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> ブロックチェーン活用によるトレーサビリティの強化とロスの削減 生産品質等の可視化による材料の有効活用の促進 リサイクルによる環境価値創出に向けた、資源トレーサビリティの強化 企業間データ連携によるリサイクルスキーム確立とリサイクル資源の安定供給の実現

自然共生 (生物多様性の保全)	<リスク> <ul style="list-style-type: none"> • 土地利用・情報開示関連規制厳格化の中で、生物多様性への対応遅れによる、資本調達が難しくなるリスク、評判リスク増 	<社内取り組み> <ul style="list-style-type: none"> • サプライチェーンを含む自社の企業活動の領域における、生物多様性への負の影響低減、正の影響増加
	<機会> <ul style="list-style-type: none"> • 環境・生物多様性影響度のアセスメント・可視化・モニタリング・削減、自然共生のまちづくり等に関する需要増 	<お客様・社会への事業展開> <ul style="list-style-type: none"> • 生物多様性に配慮した事業活動において、事業計画シミュレーションによる環境保全と影響度の可視化 • 新たな生産方式の採用・材料開発による水、森林資源の保護・過剰消費の抑制

事業インパクト

- サプライチェーンを含む事業活動領域における環境への負荷最小化の活動（GHG 排出量の削減、省資源・資源循環、生物多様性の保全）推進により、法規制厳格化や評判低下等のリスク軽減・回避につながる
- 環境配慮型社会への移行に伴い、各産業のバリューチェーン全体で環境への負荷最小化に関する需要が増大。環境課題の解決や環境に対する価値の創出を目的とした事業の展開により、財務的なリターンの拡大につながる

気候変動に関する事業インパクトの分析詳細は [TCFD 情報開示](#)にてご参照ください

社会インパクト

- デジタル技術を活用した環境フットプリントの可視化、トレーサビリティの向上などソリューションの展開により、サプライチェーン・お客様の環境負荷低減に加え、社会のカーボンニュートラル、サーキュラーエコノミー、生物多様性の回復に貢献

デジタル社会の発展 Prosperity : 世界の繁栄と安定が両立する、信頼性のあるデジタル社会を共に創る



マテリアリティ	リスク・機会の認識 (注 2)	2025 年度に向けたアプローチ (主な取り組み)
情報セキュリティ確保	<リスク> <ul style="list-style-type: none"> • 法規制が厳格化している中で、企業活動に関わる情報漏洩により個人の権利・利益を侵害した場合やお客様の情報を漏洩した場合には、信用の低下、法令違反による罰金や制裁金が科されるリスクがある 	<社内取り組み> <ul style="list-style-type: none"> • ガバナンス強化：経営の能動介入および現場セキュリティ体制強化による施策実行の迅速性・実効性の向上 • サイバー脅威への対策強化：予兆を含むセキュリティリスク可視化・対処、情報管理の強化 • サプライチェーンセキュリティの強化：セキュアな開発環境・データ管理環境への集約、教育展開によるセキュリティ成熟度の向上

	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> • 社会、企業、さらに個人レベルの情報セキュリティの確保に向け、トラストかつセキュアな情報基盤の高度化に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> • セキュアな Hybrid IT 基盤の提供により、顧客システム/事業の信頼性確保 • 公共/金融機関などミッションクリティカル領域に対し、レジリエントな Hybrid IT 基盤の提供と、IT ガバナンス、セキュリティガバナンスの強化 • データ保護指令などの規制強化や拡大に速やかに対応していくセキュリティマネジメント実現 • ゼロトラストセキュリティ技術などを組み合わせ、信頼性と利便性をともに強化した新たな高速/大容量ネットワークセキュリティ技術の実現
<p>デジタル格差の解消</p>	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> • 誰でも主体的かつ自由・自律にデジタル技術を活用できる「デジタルの民主化」が普及し、差別・偏見やヘイトを助長しないデジタル基盤に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> • 先端医療の民主化と、患者に合わせた最適化 • 原材料トレーサビリティ・証明に関する課題解決、意思決定の高度化 • 金融機関との共創による企業の IT コンサル、インテグレーション導入の推進 • 地方自治体におけるブロードバンドネットワークの構築（米国）
<p>情報・AI 倫理の推進</p>	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> • AI に投入されたデータなどに由来して倫理的問題などが生じた場合、社会的信用の低下や訴訟などのトラブルを招くリスクがある • 従業員やお客様の AI 倫理への理解や実践が不十分な場合、AI への信頼が高まらず、AI を活用したイノベーションや進歩が阻害されるリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> • AI 倫理の社内実践の制度化や、従業員やお客様への AI 倫理教育の提供など、AI 倫理浸透に向けた活動 • AI 開発者やお客様自身による AI 倫理リスクの発見を容易にし、解決案を提示する技術・エコシステムの提供
	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> • 信頼できる情報社会の発展が大きく期待されるなか、適切な AI 倫理が実装された AI 利用の需要増、および企業内の適切な AI 倫理実践に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> • AI 倫理ガイドラインを遵守した AI の提供や、説明可能な AI の提供による、AI への信頼性・透明性の確保（説明可能な AI を利用した企業の財務・非財務データから不正リスクの予測による、ビジネスにおける持続的な信頼性の向上） • AI の適切な使用に関する倫理ルールやガイドライン作成などのコンサルティングの提供

<p>働きやすい環境の推進と労働力不足解消</p>	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> 従業員モチベーション向上等に向けた、快適かつ安全・安心な労働環境の創出、および労働力不足の解決に向けた、生産性・品質向上と自動化・効率化に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> 自動化技術あるいは AR/VR およびリモートコミュニケーション技術を活用した、生産・配送・出荷・販売等の作業の効率化と安全性の両立 労働環境の変化に応じた、働く人を中心とした働き方の改革・エンゲージメント向上のための業務状況や社員の声の可視化、分析による戦略立案と実行 お客様の業務変革のための最適なワークスペースの計画立案とデジタル技術を活用した運用の効率化・高度化 AIOps や多言語対応、自動化技術を活用したデジタルタッチポイントの高度化による高いユーザビリティサービスの実現
<p>責任あるサプライチェーンの推進</p>	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンにおいて労働環境や紛争鉱物等の人権侵害や環境破壊、気候変動による被害など、問題が発生した場合、ビジネス機会の損失や、行政罰により企業の社会的信用の低下、事業活動の継続への影響等リスクがある 	<p><社内取り組み（サプライチェーンへの働きかけ）></p> <ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンにおける人権リスクの予防・軽減 サプライチェーンにおける GHG 排出量の削減の推進 サプライチェーン多様性の確保
	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> 環境・人権・鉱物資源（調達）をはじめとした環境・社会領域でのサプライチェーン管理の見える化・最適化・情報開示の強化とプラットフォーム構築に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンのトレーサビリティ向上による管理強化 災害、パンデミック、国際政治リスクなど、多面的なサプライチェーンリスクの検知 グローバル規模での複数企業を跨いだサプライチェーンのデジタル化、レジリエント化 エンドツーエンド・バリューチェーンの最適化による持続可能な消費、廃棄物削減の実現 店舗（OMO）運営およびロジスティクスの最適化 サプライチェーンを介した商品のデジタルトラックの実現 エシカル購買の拡大を支えるセキュアなプラットフォームにおける新たな価値創造・交換

事業インパクト

- 情報セキュリティ対策の不足、富士通が提供した AI にまつわる倫理トラブル、サプライチェーンにおける人権侵害等により、対応コストの増大、お客様・社会からの信頼失墜等の発生可能性があるが、強固なガバナンス体制の整備や効果的な施策の導入により、リスクの最小化につながる

- お客様・社会においてもこれらに加え、デジタル格差の加速、労働力不足の深刻化の課題があり、デジタル社会への移行に伴う課題解決を目的とした事業の展開により、財務的なリターンの拡大につながる

社会インパクト

- セキュアな情報基盤、説明可能な AI 等の展開により、信頼されるデジタルテクノロジーを社会に実装し、より多くの人々がデジタルテクノロジーの恩恵を享受することができ、レジリエンスが向上した社会づくりに貢献

人々のウェルビーイングの向上 People：あらゆる人々のウェルビーイングに向けた、ヒューマンセントリックな生活基盤を構築する



マテリアリティ	リスク・機会の認識（注2）	2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）
QoL（生活の質） 向上に向けた医療 ヘルスケアの推進	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 医療のデジタル化、AI や IoT を活用した予防医療など、地域・社会が日常生活に溶け込むヘルスケアに関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 医療機関と外部機関・サービスをつなぎ、生活者・患者の診療情報と生活情報の相互流通の実現 ● 予防、治療から予後までの End-to-end のヘルスケア・ジャーニーの個別化・最適化（パーソナルヘルスケアの実現）
生涯教育・リスク リングの推進	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 人々が豊かで充実した人生を送るため、いつでも自由に学習でき、成果が適切に評価されるデジタル教育プラットフォームの構築等に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> ● AI による個人最適化された教育の提供や時間や場所を選ばないマイクロラーニング環境実現 ● DX 実現に向けて求められる人材像の定義、人財戦略・人財開発計画の策定支援、教育・研修プログラムの提供により、戦略的なリスクリングの実現
顧客・生活者体験 の向上	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 人々の価値観が多様化し、新しい消費、繋がりや働き方への志向が向上。パーソナライズした消費体験の実現、個人や企業・社会の新たな価値交換の仕組み構築等に関する需要増 	<p><お客様・社会への事業展開></p> <ul style="list-style-type: none"> ● マーケティング／プロモーションのパーソナライズ化、新たなオンライン・オフライン購買の実現 ● あらゆるブランドチャンネルと消費者との接点における、一貫性ありかつ流動的でパーソナライズされたショッピング体験の実現 ● 店舗システムの監視・運用・保守の効率化 ● 消費者行動の予測を通じた消費者へのプロモーションの高度化

事業インパクト

- 物質的な豊かさから精神的な豊かさへの価値観の転換に伴い、医療・ヘルスケア、教育、お客様・生活者体験の高度化が求められるようになり、人々の安心・安全・高品質な暮らしを支えるヒューマンセントリックな事業の展開により、財務的なリターンの拡大につながる

社会インパクト

- 一人ひとりのヘルスケア、キャリアプランに資するスキルアップや消費行動に対応したサービスの提供により、健康寿命を延ばすとともに、全ての人々が自身の可能性を最大化し、充実で幸せに生きる社会の実現に貢献

必要不可欠な貢献分野における共通指標	25 年度目標 <ul style="list-style-type: none"> • お客様 NPS : +20 (22 年度比)
--------------------	---

必要不可欠な貢献分野における共通施策： グローバル・地域社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> • 従業員が社会課題解決を通して視座と経験値を高め、エンゲージメント向上を図ることでの継続したコミュニティ活動への参画促進 • NPO、NGO、地域社会へのコミュニティ投資*を通じた社会課題解決および将来のビジネスにもつながるようなパートナーシップの拡大 <small>*人・モノ・カネ含む</small> • 受益者の人数やインパクトのモニタリングによる活動成果を把握し、適切な社会貢献活動の取り組みを促進
---------------------------------------	--

テクノロジー Technology : 最先端デジタル技術を創出し、持続可能な社会システムに変革していく機会を共創する



マテリアリティ	リスク・機会の認識 (注 2)	2025 年度に向けたアプローチ (主な取り組み)
最先端技術の開発およびイノベーションの創出	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> • 最先端技術の研究開発は企業の成長の源泉であり、技術開発が進まない場合、競争力を失うリスクがある • ビジネスの変革と持続可能な社会の実現に向け、DX・SXを支えるデジタルイノベーションが必要不可欠に 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> • 量子：量子 HPC ハイブリッド技術によるお客様とのアプリ開拓、世界をリードするエラー訂正技術の開発。1000 量子ビット機とさらなる大規模化技術の開発 • Computing：Computing Workload Broker 技術を強化し、グラフ AI を加速するフレームワークを開発し、HPC をデジタルツイン等の新領域に拡大 • AI:世界をリードするグラフ AI や AI トラスト等の AI 技術を搭載した AI プラットフォームで顧客価値をグローバルに提供。AI 領域の専門人材の戦略的獲得 • Data & Security：業界をリードする Web3/トラスト技術により、企業や個人が持つ分散されたデータを信頼性をもって流通/活用可能にし、エコシステムによるイノベーション創出を加速 • Converging Technologies：環境・社会・経済をトレードオンする施策を生み、SX を実現して社会を継続的に改善する世界初のソーシャルデジタルツイン・プラットフォームを確立し、グローバルにソリューションを展開

事業インパクト

- Computing、AI、Data & Security、Converging Technologies、Network の 5 つの技術領域における研究開発、およびデジタルイノベーションの創出によって、持続可能なビジネス変革の実現に貢献

社会インパクト

- 技術を組み合わせた包括的な価値提供により、お客様・社会の課題解決、サステナビリティトランスフォーメーションを支え続けていく

経営基盤 Management Foundation : ビジネス環境に柔軟に対応し、高効率・迅速な意思決定を図るデータドリブン経営を行う



22 年度目標

- DX 推進指標 : 3.5

マテリアリティ	リスク・機会の認識 (注 2)	2025 年度に向けたアプローチ (主な取り組み)
ガバナンス・コンプライアンス	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 強固なガバナンス体制の維持や情報開示、執行に対する監督機能の充実ができていない場合、健全な経営を損なうリスクがある ● 国内外法令・規制に抵触する事態が発生する場合、社会的信用の低下や課徴金、損害賠償の発生などのリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> ● コーポレートガバナンス : <ul style="list-style-type: none"> ● コーポレートガバナンスの不断の見直し ● 株主を含む全てのステークホルダーとの協働に資する会社情報開示の充実 ● 株主との建設的な対話の促進 ● コンプライアンス : <ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス意識向上 Global Compliance Program の展開 ● お取引先へのコンプライアンス教育提供
リスクマネジメント	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 強固なリスクマネジメントができていない場合、企業の事業継続に影響を及ぼすリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 潜在リスクに関するツールを活用した社内アセスメント検討、顕在化したデータを活用したインパクトの可視化、再発防止策の立案・実行等 ● Data Driven Risk Management システムの構築 ● 海外リスク情報が本社に遅滞なく報告・対応が行われるグローバルリレーション網の構築

<p>経済安全保障対応</p>	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> 国際秩序の不安定化の中で、経済安全保障に基づく企業活動への規制が強化される傾向にあり、企業が対象としている市場やサプライチェーン等に影響を及ぼし、対応コストの増加や規制等の違反が認定された場合の制裁金等の負担が発生するリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 経済安全保障や地政学上の観点によるビジネス継続リスクの評価と、BCP への反映等を通じたビジネス・レジリエンスの強化 重要な先端領域を含む技術の全社横断的な管理強化 各国の経済安全保障施策への対応
<p>デジタルトランスフォーメーション (DX)</p>	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> デジタルトランスフォーメーション (DX) を実現できない場合、生産性低下、外部環境への対応遅れ等が生じ、競争上劣後するリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> OneFujitsu プログラム推進によるデータドリブン経営の実現、およびオペレーショナルエクセレンスの追求： <ul style="list-style-type: none"> 合理的・迅速な意思決定を支えるリアルタイムマネジメント 経営資源の End-to-end でのデータ化・可視化 グローバルでのビジネスプロセス標準化

事業インパクト

- 健全な経営基盤、経営効率の向上を維持できない場合、生産性低下、社会的信用の低下等重大リスクにつながる。強固なガバナンス体制の整備や効果的な施策の導入により、これらのリスクの最小化につながる

社会インパクト

- 健全な経営基盤、経営効率の向上を維持できない場合は、事業領域におけるお客様・お取引先にも損失を与える可能性があり、強固なガバナンス体制の整備や効果的な施策の導入により、上記リスクの最小化につながる

人材 Human Capital : 社内外の多才な人材が俊敏に集い、社会の至るところでイノベーションを創出する



25 年度目標

- 従業員エンゲージメント：75
- リーダーシップレベルにおける女性比率：20%

マテリアリティ	リスク・機会の認識（注2）	2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）
DE&I	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> 従業員・サプライチェーン等のステークホルダーの人権侵害や多様性の軽視・配慮不足が発生する場合、ビジネス機会の損失や、行政罰により企業の社会的信用の低下、人材流出等、多面的なリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 多様性： <ul style="list-style-type: none"> 誰もが一体感をもって、自分らしくいられるインクルーシブで公平な組織文化の構築 リーダシップにおける女性の参画強化 グローバルに通用する文化・民族の総合戦略の構築 FWEI（富士通ワークプレイス平等指数）の導入 デジタルアクセシビリティをブランドコミュニケーション、顧客エクスペリエンス、ワークプレイスを含み企業戦略の1つとして推進および提唱 サプライチェーン多様性の確保 <ul style="list-style-type: none"> 各リージョン・国での社会要請に基づき、多様性の指標を定め活動 国内サプライチェーンにおける主な活動を「女性活躍」の支援と定め、取引先の取り組み状況を測定する仕組みを構築 人権：バリューチェーンにおける人権リスクの予防・軽減（人権教育、有識者ダイアログ）
ウェルビーイング・人材育成	<p><リスク></p> <ul style="list-style-type: none"> 従業員が心身ともに健康でいきいきと働くことができる環境づくり、従業員が自己成長を実現させる機会の提供ができない場合、人材流出、ブランド価値の低下等のリスクがある 	<p><社内取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 人材基盤の強化：ジョブ型人材マネジメント、DX人材への進化 等 ウェルビーイング向上： <ul style="list-style-type: none"> ウェルビーイング理解・浸透策の展開 データドリブンな可視化と分析 安全衛生の予防的措置の徹底

事業インパクト

- 人材基盤、人材ポートフォリオの強化など人的資本投資の拡大により、人材の価値を最大限に引き出し、持続的な価値創造・企業価値向上に貢献

社会インパクト

- サプライチェーンにおける人権尊重、多様性の確保などの活動推進により、DE&I 関連サプライチェーンリスクの軽減・回避につながる

(注2) リスク・機会の認識は、マテリアリティ特定プロセスの Step1（社会課題の整理・抽出）における各種公開情報をもとに考察したもの。

非財務指標

はじめに

パーパスの実現に向けて長期かつ安定的な貢献を行うためには、すべてのステークホルダーと信頼関係を築き自らがサステナブルに成長していくことが必要です。そのため、非財務面での指標を事業活動の中核に組み込み、財務目標と合わせて達成に向けた取り組みを推進しています。富士通グループではこうした考え方に基づき、自らの改革の進捗を測る指標として、お客様からの信頼を表す「お客様ネット・プロモーター・スコア (NPS®) (注1)」、会社と社員との結びつきを表す「従業員エンゲージメント (EE)」、そして富士通グループの DX の進捗度を表す「DX 推進指標」の3つを非財務指標として設定しました。

さらに 2023 年 5 月に非財務指標を見直し、従来の NPS、EE を継続し、新たにダイバーシティリーダーシップの指標として女性幹部社員比率を、環境の指標として GHG 削減量を設定しました。

(注1) ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、ネット・プロモーター・スコア、NPS、そして NPS 関連で使用されている顔文字は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標又はサービスマークです。

お客様ネット・プロモーター・スコアSM (NPS®)

お客様 NPS®とは、お客様との信頼関係＝顧客ロイヤリティの客観的な評価を可能とする指標です。購入した商品やサービスに対する満足あるいは不満の度合いを示す顧客満足度と異なり、顧客ロイヤリティは、お客様の愛着度合いやリピート購入の見込みを判断できるという特徴があります。富士通グループがお客様 NPS を非財務指標の 1 つとしているのは、お客様中心の経営を実現するためです。お客様 NPS を通じてお客様の声を聴き、ニーズに的確に応えるサービスを提供する、あるいは、お客様のニーズの先を見越した提案をすることで、お客様の体験価値が向上し、お客様 NPS がより一層高まる。こうしたポジティブな循環をつくり出すことが、結果として富士通グループの企業価値向上につながると考えています。



2021 年度 (参考値) / 2022 年度 (実績) / 2025 年度 (目標値)

これを実現する推進体制として、現場レベルでタイムリーに改善活動をリードする CX (カスタマーエクスペリエンス) リーダーを各地域で任命して取り組んでいます。経営サイドでは、社長を議長として各地域の事業責任者が集う CX ステアリングボードを四半期ごとに開催しています。これによりお客様課題を現場レベルで確実に解決すると同

時に経営課題として取り上げ、改善アクション提案、投資領域検討、施策効果検証まで実施する「フィードバックループ」を回していく体制を取っています。

こうした中で 2022 年度は、2021 年度改善実績の+2.3 ポイントを参考に前期比+3.7 ポイントを目標値として設定し活動に取り組んだ結果、前期比+18.1 ポイントと大きく改善しました。具体的には、お客様の事業課題に対する深い理解に基づいた提案や富士通グループの DX 実践の経験値、社内変革の取り組みが評価されました。

一方で、お客様の事業課題に対してのコンサルティング力や変革の実行力は今後改善に注力すべき領域と認識しており、リスクリングや DX 実践事例を推進することで、総合的な事業支援ができる力を富士通グループ全体で高めたいきます。

今後は、2022 年度にグローバルで実施したこのお客様アンケートの結果に基づき、評価された点は強みとして引き続き向上させつつ、注力すべき領域の改善を図ることで、中期経営計画の目標値として 2025 年度に 2022 年度比+20 ポイントを目指します。

従業員エンゲージメント (EE)

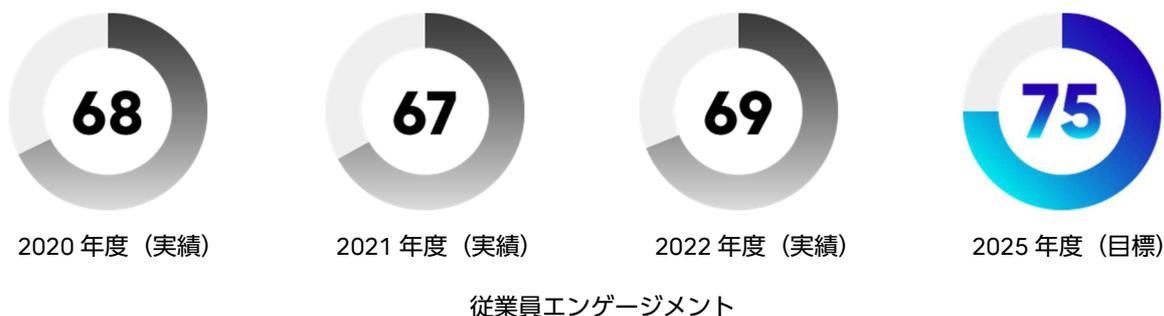
富士通グループにとって最大の経営資源は、お客様に提供する価値の源泉である社員です。エンゲージメントの高い社員は質の高いサービスをお客様に提供することができ、お客様からの良い評価は社員の仕事に対する手応えを高めるといふ相関関係があると、これまでの経験則から推測されるからです。社員一人ひとりのエンゲージメントの向上は、個人と富士通グループ両方の成長につながると考えています。

こうした考えに基づき、富士通グループの持続的な成長を測る 1 つの指標として、社員のマインドセットや組織文化への共感を示す「従業員エンゲージメント」を掲げています。富士通では、従業員エンゲージメントを、『会社の向かっている方向性・パーパスに共感し、自発的、主体的に働き貢献したいと思う意欲や愛着を表す指標』と定義しています。また、従業員エンゲージメントは、富士通グループが DX のパートナーとしてお客様の信頼を得るうえで求められる人的資源、あるいは組織文化も含めた「ケイパビリティ」を持っていることを示す指標とも言えます。

目標値である「75」は、グローバル企業をベンチマークとして割り出した数値です。実際の数値は、企業の業容、国や地域による事業環境や社員の出身国の多様性などにも影響を受けるため、大きなばらつきがあります。富士通グループにとっては「75」が高い目標であるのも確かですが、そうした条件を踏まえながらも、私たちはグローバル企業に比肩するという意思を持って目標の達成を目指しています。

推進体制として、エンゲージメントの高い組織づくりの専門チーム CoE (Center of Excellence) と各現場組織にとって人事戦略のパートナーとなるチーム HRBP (Human Resource Business Partner) が、国内外リージョンで連携しながら、エンゲージメント向上に取り組んでいます。具体的な取り組みとして、パーパスを明確にしたうえで、社員の働き方の選択肢を広げる施策を導入しています。施策の一環で、組織文化、社員の働き方や意見、意識の変化をタイムリーに把握し、その結果を経営にスピーディに反映させるべく、従業員エンゲージメントを測定するサーベイをグローバル共通で年 2 回実施しています。

これまでの調査により、エンゲージメント向上のためには、各組織のトップおよびミドル層が中心となり、メンバーと一緒に行動を起こすこと (Action Taking) が重要であるため、各組織において徹底を図っています。また、上司と部下の強い信頼関係も重要になってきます。Fujitsu Way やパーパスにも謳われている「信頼」は、日常的な業務の報告や相談だけでなく、お互いのパーパスを基点とし、ビジョンに共感しながら築いていくことで、強い信頼関係をもとに、様々な環境変化を乗り越えて、互いの成長が実現できます。調査の中で定期的にその関係性を測る設問を取り入れ、お互いの行動変容や成長の機会につなげ、エンゲージメント向上に向けた取り組みのきっかけにしていきます。今後は、エンゲージメントのデータを含み、非財務指標が非常に有効である、あるいは非財務指標それぞれを向上させるための取り組みをデータ分析によりリファレンスモデルとして公開できるとさらに良いと考えています。



DX 推進指標

パーパス実現に向けた過程において富士通グループがたどる変化を捉えるために、DX 推進指標（注 2）を非財務指標の 1 つに掲げており、グローバルのグループ全社に共通する形式で DX 推進の成熟度診断を実施しています。部門ごとに細かく診断することで、デジタル変革の進捗状況や施策の成果を把握してアクションにつなげています。指標設定のもう 1 つの狙いは、お客様の DX をリードし得るパートナーとしての知見の蓄積です。DX 推進指標に準拠した取り組みを富士通グループが自ら実践し、DX の成熟度を高めることで、その過程で得た知見を、事業を通じてお客様に提供できると考えています。

（注2） デジタル経営改革のための評価指標を 0 から 5 の 6 段階の成熟度で評価するもの。「DX 推進のための経営のあり方、仕組みに関する指標」7 項目と「DX を実現する上で基盤となる IT システムの構築に関する指標」の 2 項目から構成される。



2022 年度の DX 推進指標である 3.5 という数値目標を設定に対し、目標を上回る 3.56 という結果を達成することができました。経済産業省の「DX 推進指標」では、すべての定性指標において調査地点の平均が 3 以上をマークした企業は「DX 先行企業」に区分けされており、日本の DX 先行企業の中でトップクラスかつ世界水準に達したと言えます。

2021 年度の結果と比較して改善したポイントは、「マインドセット、企業文化」「事業への落とし込み」「IT ガバナンス体制」の 3 項目です。「マインドセット、企業文化」については、ジョブ型人事制度や事業創出プログラムである Fujitsu Innovation Circuit などの施策が全社的に定着したこと、そして「事業への落とし込み」は、Fujitsu Uvance、サービスデリバリー変革、業務プロセス変革をはじめとする施策が加速し、グローバル一体で推進してきた点が改善につながりました。また、IT ガバナンス体制については、OneERP、OneCRM をはじめとした OneFujitsu プロジェクトにより IT システムの統廃合が進みグローバルに標準化できたことも改善に大きく寄与しています。

DX 推進指標は、企業が自ら自己診断を行うことを前提に設定されています。富士通グループでは、年度末ごとに行う自己診断における客観性を担保するため、半年に 1 回集計する変革実感に関するサーベイに寄せられるグループ全社

員の声も採点の根拠とし、リッジラインズ（株）による第三者評価も織り込み、厳密に運用しています。また、ここで集めた社員の声は DX 推進指標の根拠だけではなく、全社 DX プロジェクト「Fujitsu Transformation=フジトラ」の中で、経営層、部門長、各部門の DX 推進責任者に共有、全社および各部門の進捗状況を把握し、そこから次に打つべき施策の意思決定や軌道修正をするためにも活用しています。

これまで DX 推進指標を活用して様々な施策を進めてきたことにより、グループ全社員の変革に対する取り組み姿勢の土台ができたこと、そして社外のステークホルダーからも富士通グループの変革を認知していただけたことは大きな成果であると考えています。

新しい指標

5 月に発表した中期経営計画にて、人材では従来の指標である従業員エンゲージメントに加えてダイバーシティリーダーシップの指標として女性幹部社員比率を、また環境では GHG 削減量を新しい指標として設定しました。

女性幹部社員比率

富士通グループの DE&I は「誰もが一体感をもって自分らしく活躍できる、公平でインクルーシブな企業文化」の実現をビジョンとして掲げており、Global DE&I Vision & Inclusion Wheel において、ジェンダーを 5 つの重点領域の 1 つに位置付けています。

価値観が多様化した社会のニーズをとらえたお客様への価値提供や、イノベーションの創出をサステナブルに行える会社になるためには、多様な人材一人ひとりが異なる価値観や能力を活かし合える環境・カルチャーを実現することが必要不可欠です。その実現に向けた第一歩として、女性幹部社員比率を非財務指標として新たに設定しました。目標値は「組織に占めるマイノリティの比率が 30%に達すると、組織内に連鎖的な変化が生じて組織文化が変わる」という研究結果に基づき、「2030 年度末時点で富士通グループ全体の女性幹部社員比率 30%」とし、その通過点として「2025 年度末時点の女性幹部社員比率 20%」を定めました。

上記目標の達成に加え、多様な人材一人ひとりが異なる価値観や能力を活かし合える環境・カルチャーを実現するため、「マインド改革」、「ポジティブアクション」、「Work Life Shift の推進を通じた働く環境の整備」等、多様な取り組みを推進していきます。

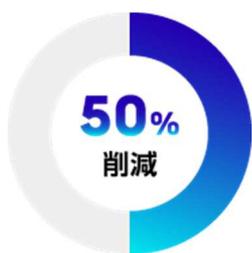


温室効果ガス（GHG）排出量削減率

2015 年 12 月に採択されたパリ協定（COP21）において、世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて 2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をする目標が採択され 21 世紀後半にカーボンニュートラル（ネットゼロ=実質排出量ゼロ）にすることが世界共通の長期目標として掲げられました。その後、最新の科学的知見による気候変動の影響（損失・損害等）が見直され、COP26 のグラスゴー合意で、これまで努力目標であった 1.5℃目標が事実上の目標となり、

21 世紀半ば（2050 年頃）には実質ゼロにする必要があるとの宣言に世界が合意しました。この様な急速な動きの中、富士通グループも 2040 年度にサプライチェーンの温室効果ガス排出量ネットゼロの目標を掲げ、その通過点である 2030 年度には、自社の事業活動による温室効果ガス排出量を実質ゼロとすることを宣言しました。これらの目標を達成するために中間期である 2025 年度までの第 11 期環境行動計を設定しており、この活動の中で、カーボンニュートラルの実現に向け、足元を固めた取り組みを展開していきます。

SX リーディング企業である富士通は、お客様・社会の課題解決にテクノロジーで貢献し、提供価値の拡大・向上を図り、サステナブルな未来をお客様やパートナーとともに実現していく役割があります。そのため、気候変動問題の取り組みや、世界動向を確認することは必要であり、対応の遅れはビジネスチャンスの損失を招く恐れもあります。この様な背景から、温室効果ガス排出量の削減を重要課題と捉え、非財務指標の 1 つとして取り組んでいます。



富士通グループ Scope1,2*
*事業買収と売却を調整した値



サプライチェーン Scope3*
*製品の使用時消費電力による CO₂ 排出量（Category11）のみ

GHG 排出量 2025 年度目標（2020 年度比）

パーパスの実現を支える知財戦略

方針（知的財産マネジメントと企業価値）

「イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていく」という富士通グループのパーパスの実現に向けた知的財産マネジメントの目的は、技術、ブランド、意匠をはじめとする知的資本の戦略的な構築と活用を通じて、富士通グループのイノベーションと新たな価値創造に貢献することです。

知的財産マネジメントには、2つの側面があります。1つは、富士通グループが持つ知的資本の権利化をはじめとする知的財産ポートフォリオの構築・活用を通じた価値創造への貢献です。もう1つが、自社および他者の権利の尊重や侵害への対策をはじめとする企業価値・社会価値の毀損につながるリスクの発現を低減するリスク管理の側面です。

【価値創造への貢献】

富士通グループが開発した技術の権利化、それらの技術の社会実装にあたって生み出される意匠やブランドの権利化を進め、適切に管理することで、ライセンス収入の機会を拡大するほか、他者が提供する技術・サービスとの差異化、富士通グループが持つ技術やサービスの競争優位性の維持・強化につなげています。

また、富士通グループにとって戦略的な重要性を持つ領域における特許出願の状況など、グローバルな技術動向を広く調査、分析、発信し、成長機会の探索を支えています。さらに、デジタルサービスにとって不可欠なオープンソースソフトウェア（OSS）コミュニティにも積極的に参加し、知的財産を活用するルールの整備を通じた価値共創のエコシステム形成や、イノベーションを促す環境づくりにも寄与しています。

【価値毀損リスクの低減】

知的財産権の保護は、企業価値を毀損するリスクを低減するための重要な取り組みの1つです。富士通グループが保有する権利に対する他者による侵害は、事業戦略の遂行を妨げるだけでなく、競争環境やお客様からの富士通ブランドに対する信頼にもマイナスの影響を及ぼす可能性があります。このため、権利への侵害がないかを常時監視し、権利侵害の可能性がある事案を発見した場合は迅速かつ適切な対策を実行しています。

また富士通グループは、「パーパス」「大切にする価値観」とともに Fujitsu Way を構成する「行動規範」において、「知的財産を守り尊重します」と明記し、自社の知的資本の権利化と同様に他者の知的財産権を尊重しています。この行動規範を具体的な行動に結びつけるべく、「知的財産権取扱規程」を制定し、富士通および知的財産活動を実施する国内グループ会社に適用しています。さらに、特許侵害回避調査と OSS ライセンス管理の徹底、知的財産の契約条項に関する社内からの相談への対応などを通じ、他者が持つ権利侵害のリスク低減を図っています。

> [富士通の知的財産](#)



知財部門の体制

知的財産部門（知財グローバルヘッドオフィス）は、ゼネラルカウンセル配下のビジネス法務・知財本部に所属しており、研究所を支援し、フロント部門に IP ランドスケープを提供する「知財インテリジェンスサービス室」、経営層とのコミュニケーションを踏まえ全社の知的財産戦略を策定・推進する「知的財産戦略室」、知的財産ポートフォリオ構築を実行する「知的財産センター」から構成されています。部門内で連携するほか、グローバルビジネス法務部に所属しビジネスプロデューサーや SE を対象に知的財産活動を推進する「法務・知財ビジネス推進センター」、また、知的財産関連サービスを提供する「富士通テクノリサーチ（株）」とも協働し、知的財産マネジメントを遂行しています。

知的財産マネジメント戦略や知的財産部門の活動方針の策定にあたっては、部門内のみならず、CTO（Chief Technology Officer）兼 CPO（Chief Portfolio Officer）が率いる技術部門、および事業部門内で選任された知財戦略責任者と連携し、経営戦略や事業ポートフォリオ戦略と整合させています。また、社外取締役・社外監査役の参加する独立役員会議などの会議体にて、ビジネス法務知財本部長が知的財産マネジメントの戦略や進捗を報告し、経営層と議論する場を設けています。

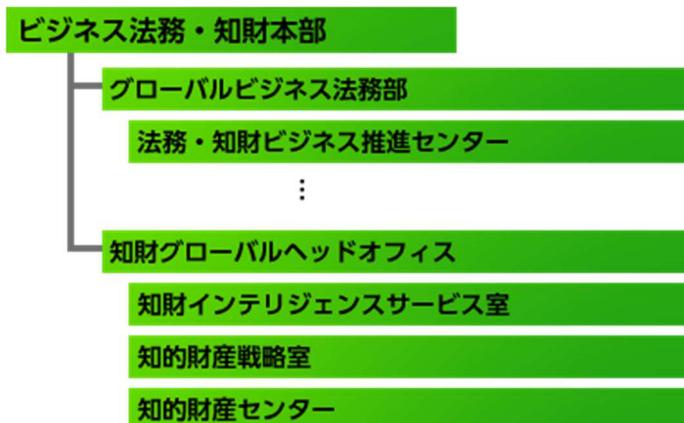
グループ・グローバル連携

富士通は、グループ全体の知的資本を最大限に発揮できるような知的財産ガバナンス体制を構築しています。国内では、知的財産活動を行うグループ会社と一体となった活動を実施しています。一部例外として独立して知的財産活動を行う会社については、レポートラインを構築し、密に連携した活動を実施しています。グローバルでは、レポートラインの活用も含め、欧州、インド、中国、オーストラリア、米国の 5 拠点の知財責任者と定期的な会合を実施するほか、世界 8 か国に設置した研究拠点への知的財産サポートを通じて、グローバルビジネスの実態に即した知的財産マネジメントを実行しています。



技術・事業ポートフォリオ戦略との連携

富士通は、「イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていく」という自社のパーパスを定め、サステナビリティを起点とした重点戦略を実行しています。知的財産部門は、重点戦略の1つであるテクノロジー戦略において、AIを核にコアテクノロジーを強化し、技術・事業ポートフォリオ戦略と連携した知的財産活動を組織的に推進することで、富士通グループの競争優位性の維持・強化や新たな事業機会の獲得に貢献しています。知的財産活動にあたっては、権利行使によるライセンス収入の実現のみならず、開発時の特許発掘・権利化や商談時の特許表示などによる、富士通グループの技術力やオファリングの優位性訴求、他社オファリングとの差異化、新規顧客・商談開拓などに注力しています。



取り組み

富士通は、「イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていく」というパーパスを定め、2023年5月の中期経営計画で公表したとおりサステナビリティを起点とした重点戦略を実行しています。知的財産への投資についても、重点戦略の1つであるテクノロジー戦略において、AIを核にコアテクノロジーを強化し、サービスビジネスの付加価値として創出すべく知財ポートフォリオの構築、SDGs達成を目的とするFUJITSU Technology Licensing Program™ for SDGsを通じたコラボレーションなどの共創に向けた知財活用の取り組みを行っています。また、OSSの活用や、信頼・安心して先進技術を人のため、世界のために活用できるような社会のルール形成に取り組む国際標準化・ルールメイキング、さらに重要な経営資源であるブランドとデザインに関するグローバルでの権利保護活動など、Key Focus Areasをブランド・デザインの観点から戦略的に支える取り組みを行っています。

特に知財ポートフォリオの構築において重点を置いているKey Technologiesに関するオープンイノベーションの事例、社会課題解決に向けた知財活動、共創に向けた知財活用に関するオープンイノベーションの事例、世界のために活用できるような社会のルール形成に取り組む国際標準化・ルールメイキングの事例をご紹介します。

オープンイノベーション事例

コンピューティング：デジタルアニーラ（メルコインベストメンツ（株）との共創）

<株式ポートフォリオにおける最適化計算の実現>

富士通は、組合せ最適化問題を高速に解く仕組みとして、量子現象に着想を得て「デジタルアニーラ」を開発し、そのコア技術を中心に数多くの特許出願を行っています。特許に裏付けられた差異化技術をもとに、お客様とのトライアル、共創を行っており、メルコインベストメンツ（株）が運用する株式投資の分野においては、「デジタルアニーラ」を活用することで、リスクの少ない株式ポートフォリオの生成に成功しました。これをもとに、メルコインベストメンツ（株）では、2022年1月より金融資産の実運用業務の一部で「デジタルアニーラ」の活用を開始しました。

数百の株式銘柄について、組合せ最適化計算で最適な株式ポートフォリオを求めるには、従来のコンピューティングでは膨大な計算量と時間がかかり事実上不可能であったところ、今回、富士通の「デジタルアニーラ」を活用することで、数百銘柄の組合せ最適化計算が10分程度でできるようになり、より精度の高い計算に基づいた分析結果を、実際の資産運用業務に活用することが可能になりました。

- > [金融資産の運用に量子現象に着想を得た次世代アーキテクチャー「デジタルアニーラ」を活用](#)
- > [メルコインベストメンツ株式会社様／デジタルアニーラとともに挑戦する金融サービスのフロンティア](#)

ネットワーク：IOWN（NTT との戦略的業務提携）

<次世代「6G」の実現に向けた共同研究開発の推進>

NTT（日本電信電話（株））と富士通は、2021年4月「持続可能な未来型デジタル社会の実現」を目的とした戦略的業務提携に合意しました。この提携を通じて創出されるイノベーションにより、IOWN 構想に賛同する幅広いパートナーとグローバルかつオープンに連携し、低エネルギーで高効率な新しいデジタル社会の実現を目的としています。

本業務提携では、両社が有する世界有数の特許数を誇る光技術をはじめとした通信技術や運用ノウハウと富士通が有する世界一のコンピューティング技術などを背景に、両社の強みが活かせる分野において共同研究を進め、その成果を活用したグローバルなオープンイノベーションを通じて、低エネルギーで高効率、かつ持続可能なデジタル社会を実現することで、両社で共有するビジョンの具現化を目指します。

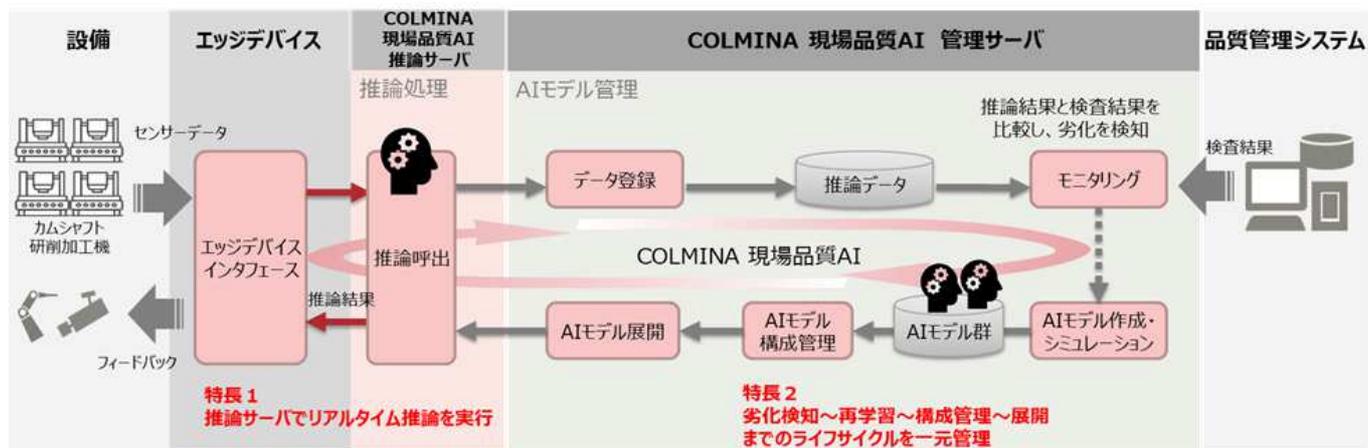
- > [NTT と富士通、「持続可能な未来型デジタル社会の実現」に向けた戦略的業務提携に合意](#)

AI：（株）SUBARU との共同開発

<AI モデルによる製造現場の品質保証の実現>

（株）SUBARU と富士通は、高精度 AI モデルでエンジン部品研削加工工程での品質保証を実現するため、2019 年以降、実証実験、開発・実証を通じて共創を行ってきました。その中で、エンジン部品の品質検査自動化、予測を実現する業界初の AI 関連発明を創作・実用化し、特許の共同出願を行っています。さらに、両社は量産運用を想定し、本 AI モデルの管理支援を行う「FUJITSU Manufacturing Industry Solution COLMINA 現場品質 AI 運用管理パッケージ」の開発・実証を実施し、2022 年 2 月に本格稼働に至りました。その結果、エンジン部品研削加工時の品質保証を高精度かつリアルタイムに実現したほか、効率的な AI モデルの運用や、AI モデルの品質を継続的に維持した運用を実現しました。併せて、大泉工場をはじめとした SUBARU の群馬製作所全体でのリアルタイムデータを活用した品質保証レベル向上に向けた AI 活用基盤を確立しました。

- > [高精度 AI モデルでエンジン部品研削加工工程の品質保証を実現 SUBARU の量産ラインで本格稼働開始](#)



システムイメージ

社会課題解決：音をからだで感じるユーザインタフェース Otenna

<社会課題解決を支える知財ミックス戦略>

Otenna（オンテナ）は、髪の毛や耳たぶ、えり元やそで口などに身に付け、振動と光によって音の特徴をからだで感じる全く新しいユーザインタフェースです。ろう者と健聴者が共に楽しむ未来を目指し、ろう者と協働で開発しました。

Otenna は装着時の違和感をなくすため、丸みのある優しいフォルムでヘアピンのように装着できる形状となっています。本体部分、充電器、複数の Otenna を制御することができるコントローラの意匠出願および意匠登録を行い、さらに本体部分の形状は立体商標でも権利化を行っています。また、Otenna の充電方法や通信システムは特許出願、特許登録もっており、本体部分および周辺機器を知財ミックス戦略で保護しています。

また、Otenna は令和 4 年度全国発明表彰恩賜発明賞を受賞しました。2019 年度の GOOD DESIGN 賞の金賞、IAUD 国際デザイン賞大賞、地方発明表彰特許庁長官賞などを受賞し、社外からも高い評価を得ています。



Otenna の装着イメージ

- > [知財ミックス戦略での権利保護活動／音をからだで感じ、まわりの人と音と一緒に楽しむ「Otenna」](#)
- > [Otenna 《オンテナ》](#)
- > [音を振動や光で知覚する身体装着装置の意匠が「恩賜発明賞」を受賞](#)

共創：FUJITSU Technology Licensing Program™ for SDGs（Haloworld（株））

<共創による 3D Scanner 「BeTHERE」の開発>

富士通は、イノベーションにより持続可能な世界を実現するため、SDGs 達成に貢献する特許やノウハウなどの知的財産を企業・学術機関に活用いただく取り組み「FUJITSU Technology Licensing Program™ for SDGs」を推進しています。国や自治体、金融機関、大学における知的財産マッチング活動や、環境関連技術の技術移転の枠組み「WIPO GREEN」を通じたコラボレーションにより、富士通の技術を広く社会に普及させることで、COVID-19 収束・環境保全・地方創生などに貢献していきます。

知的財産マッチングの事例としては、2019 年に富士通からの特許技術の紹介とプロトタイプの実演をきっかけに、Haloworld（株）に特許のライセンスを行い、製品化が進められた、3D Scanner 「BeTHERE」があります。

「BeTHERE」は、現場で周囲 360 度を撮影し、その場で撮影データを確認できる 3D スキャナで、距離のわかる 3D 点群データに撮影画像のテクスチャマッピングを行えます。異なる場所で撮影した 3D 点群データの統合（位置合わせ）技術について富士通から実施許諾し、さらにユーザインタフェースの改善により操作性を向上したほか、防塵・防滴対応など量産化に向けた改善が行われました。また、対象物までの距離を測定する LiDAR（Light Detection and Ranging）センサも最新のものを適用し、測定精度を高められています。

- > [Haloworld 株式会社 様／3D Scanner 「BeTHERE」の開発](#)

BeTHERE (ビーゼア) ※「Like Being There (そこにいるような)」

<p>3D点群計測ユニット</p> 		<p>2D-LiDARを180° 旋回</p> 
<p>コンパクトで軽量・簡単設置 WiFiによる遠隔操作 計測データ送信機能付き</p>	<p>3D計測時間30sec 複数データを簡単統合 ビジュアライズ3Dモデル化</p>	<p>全方位で3D計測 測距半径max60m 最大277満点/計測</p>

[3D Scanner 「BeTHERE」]

データ&セキュリティ：日本版 e シールの普及のためのルール形成活動

<適正かつ円滑にデジタル文書を伴う取引を可能とする e シールの提言活動・業界活動>

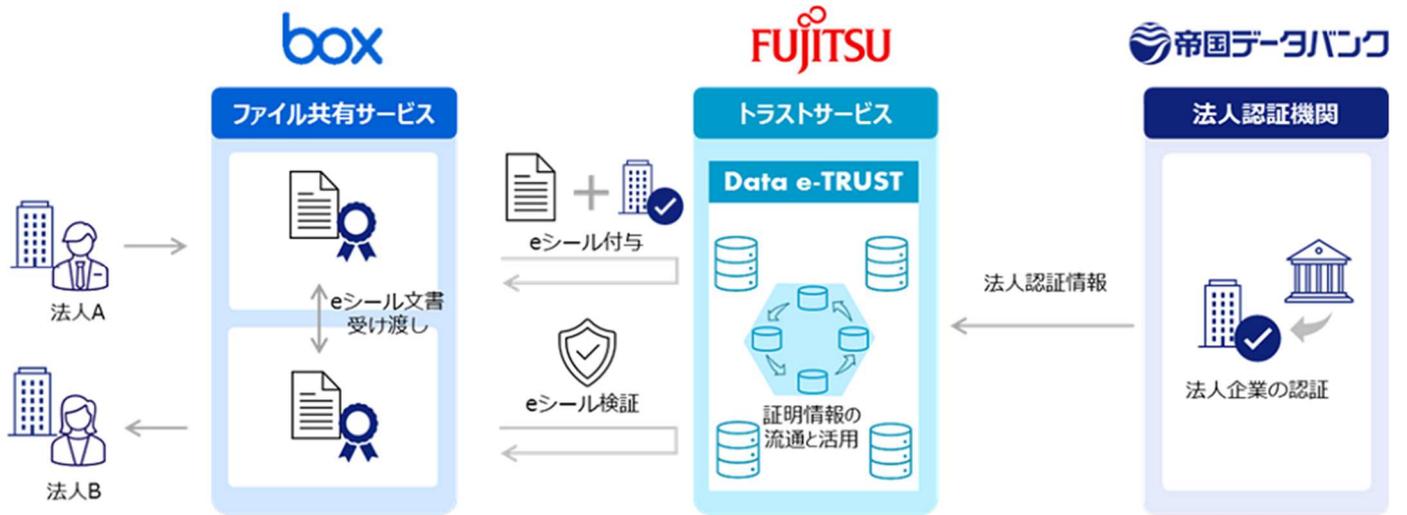
富士通は、(株) 帝国データバンクのほか複数社と 2022 年 4 月から 9 月まで「日本版 e シール (以下、e シール)」の社会実装に向けた実証実験を行いました。e シールとはデジタル上でやり取りされる文書等の発信元となる組織の正当性を保証する仕組みであり、総務省から「e シールに係る指針」が公表されています。

実証実験では、富士通のクラウドサービス「Fujitsu Computing as a Service Data e-TRUST」と(株) 帝国データバンクの保有する企業の存在証明に関するナレッジ等を用いて、実業務で想定される法人組織間のデジタル文書の受け渡しにおいて e シールを利用することによる有用性の確認等を行い、そこから導き出された基準・制度に関する提言等を報告書として公表しました。

なお、両社が加入している一般社団法人デジタルトラスト協議会では、データに係る信頼 (デジタルトラスト) の実現に資することを目的にルール形成や仕組みの構築に取り組んでおり、その一環として e シールの制度検討支援のほか、e シールがより広範に活用されるために必要な事項を技術的・運用上の観点から幅広く検討し、解説書として発行することも行っています。

富士通は、すべてのデジタル文書を伴う取引が適正かつ円滑に行われる社会の実現を目指し、パートナー企業との提言活動や業界団体での活動を含むルール形成活動も通じて e シールの普及に取り組んでいます。

> [富士通と帝国データバンク、「日本版 e シール」の社会実装に向けた実証実験結果の報告書を公表](#)



実証実験におけるサービスモデルイメージ