

富士通の次世代 モダナイゼーション ソリューション

2026年2月



レガシーシステムからの脱却は、データ利活用や事業継続性の向上を実現し、デジタルトランスフォーメーション（DX）を加速させるための重要な経営課題です。今回は「安全かつ確実なDX基盤への移行」をテーマに、次世代モダナイゼーションの具体的なアプローチと未来像をご紹介します。モダナイゼーションの現状を解説し、富士通自身がモダナイゼーション実践として取り組んだ自社ITシステムの変革についてもお話します。さらに、自動化ツールを駆使した先進的な移行サービスと独自メソッドロジーの詳細、生成AIがもたらすシステムインテグレーションの変革にも触れながら、劇的に変化する先端のモダナイゼーションについてもご紹介します。



富士通株式会社
モダナイゼーションナレッジセンター長
SVP
伊井 哲也

1990年富士通入社。都市銀行様アカウント、データセンター＆クラウド事業推進を担務。2012年よりシンガポール駐在。帰任後、2019年データセンター事業本部長、2023年インフラ＆ソリューションセールス本部長を経て2024年より現職、全社モダナイゼーション事業をリード。

1 なぜ今モダナイゼーションなのか

2018年に経済産業省が発表したDXレポートにて、レガシーシステムを使い続けることで2025年以降、日本国内で最大12兆円もの経済損失が発生する可能性がある試算された「2025年の崖」。これを契機に、レガシーシステムやモダナイゼーションといった言葉が広く使われるようになりました。国力向上のためにシステムの刷新とDX推進が急務であると提唱され、対象となる2025年を迎えた現在、企業のDXへの取り組みは着実に進んでいます。[IPA DX動向2024]によると、全体の7割を超える企業が何らかの形でDXに着手していると回答する一方で、6割以上の企業では依然としてレガシーシステムが残存しています。完全にシステムを刷新できた企業は3割強にとどまり、レガシーからの脱却は道半ばと言えます。さらに、残存するレガシーシステムが事業の「足かせ」になっていると感じる企業は増加傾向にあり、2024年時点ではレガシーシステムを持つ企業の半数が課題として認識し、「DXの必要性を感じて

取り組みつつも、残されたレガシーシステムへの危機感を募らせている」現状がうかがえます。

その一方でDXレポート発表当時、ビジネス活用が模索段階にあったAIが、ここ1～2年で劇的に変化し、特に「生成AI」が想定を上回るスピードで台頭しています。現在、従業員1000人以上の大企業では8割以上がすでに使い始めており、かつて曖昧だったAI技術の利用シーンが、ビジネスにおいて極めて重要なテーマへと変貌を遂げています。

このような状況を受け、経済産業省は2024年、「レガシーシステムモダン化委員会」を発足させました。富士通も参加メンバー12社のうちの1社として研究会に参画し、エンドユーザー企業やコンサルファームなど様々な立場の関係者と、レガシーシステムの課題や、5年先を見据えた議論を重ねました。国からの次なる指針が出るのを待ちつつ、ベンダー間で課題認識を共有し、情報交換を行う場を継続的に設けています。

—— 多くの企業が直面しているレガシーシステムの課題

DXを推進するにあたり、レガシーシステムを使いつづけることによる課題は、主にIT視点と経営視点があります。

- **IT視点**：システム全体のブラックボックス化が進み、各種ドキュメントの不明・紛失が顕在化。データやシステム連携が不十分なため、結果としてIT保守費用の増大や、員の退職による技術継承が困難。
- **経営視点**：レガシー維持コストの増大が、データドリブン経営やAI実装の遅れにつながる。結果として業務改革・経営刷新の限界を招くとともに、サステナビリティ経営への不安をもたらす要因となる。

かような課題がありながらも、現場からは「トラブルなく安定稼働しており、日常業務では困らない」という声もあり、経営層に「なぜ多大なコストをかける必要があるのか」との疑問を抱かせるケースが少なくありません。加えて、レガシーシステムやモダナイゼーションという言葉の定義について、お客様やベンダーにより解釈が異なることも障壁でした。

これらの課題を越え、DXを真に実現するためには、単なる技術刷新にとどまらない、未来を見据えた変革が不可欠です。企業がデータを最大限に活用し、AIを戦略的に取り込むための基盤構築を目指す上で、モダナイゼーションは非常に重要な経営活動になります。

—— モダナイゼーションを考える上で、重要なポイント

● データドリブンとAI実装

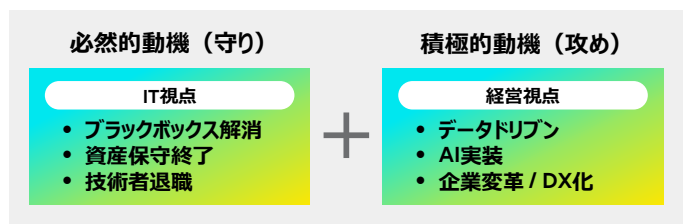
企業内に散在する膨大なデータを「収集」「統合」「連携」し、その分析結果に基づいて意思決定をする手法が「データドリブン」です。旧来型のクローズドシステムやデータ形式の異なるレガシーシステムでは、データドリブンは困難です。これを解決し、データを最大限に活用できる仕組みが新しい「DX基盤」であり、実現にはレガシー資産からの脱却が大前提です。

また企業におけるAI実装は、これからますます本格化していくことは言うまでもありませんが、AIツールの単純導入ではなく、他社優位性を有する戦略的AI活用を推進するうえで、自社の様々なデータが活用できるシステム基盤とビジネス環境が必要となります。

● モダナイゼーションを推進する2つの動機

データドリブンマネジメントやAI実装を実現するためには、従来のレガシーシステムが抱えるIT課題の解決（守り）にとどまらず、それを企業の成長戦略や新たな価値創出（攻め）にどう結びつけるかが重要です。

お客様が直面する現実的な課題を認識しつつも、過度に危機感を煽るのではなく、実現できる夢のある未来を具体的に描く、これらを結びつけることこそ、モダナイゼーションを推進する上で必要と考えます。



2 富士通のモダナイゼーションの実践

創立90周年を迎えた富士通も現在、これからの企業成長を牽引する「攻め」のモダナイゼーションを、全社を挙げた一大経営プロジェクトとして推進しています。通信機の製造販売に始まり長年にわたり多角的な事業を展開してきた結果、各事業や業務部門がそれぞれにITシステムを開発・運用する状態となり、2019年時点グローバル全体で稼働する業務システムは、4000を超える数に膨れ上がっていました。

この状況を抜本的に改革するため経営トップ主導のもと、「One Fujitsu」というコードネームで、全社的なIT変革プロジェクトを開始しました。単なるシステム刷新ではなく、企業文化や業務プロセス変革を伴うモダナイゼーションを推進するという、明確な経営プロジェクトとして進めています。まず着手したのがモダナイゼーションの柱となるERP（基幹業務システム）とCRM（商談管理）の刷新です。ERPは

グローバル統合を目指し、これまでバラバラだった財務、受発注、販売、会計、購買といった情報を一元管理するシステム構築を進めています。並行して、人事管理、ライセンス、保守、データ基盤といった各領域でも統合プロジェクトを推進し、グローバルな業務単位でのIT統合を断行しています。CRMは2024年に本番稼働を迎え、ERPも日本国内での統合を完了させました。従業員にとっては、これまで使い慣れた多数のExcelや個別の管理システムが、すべて新システムに切り替わり大変な苦労が伴いましたが、変革の成果はすでに現れ始めています。分断されていた日本国内の財務情報と商談パイプライン情報が初めて一元化され、データとして横断的に可視化できるようになりつつあります。高度な機能を実現するためには、膨大な社内データをいかにリアルタイムに連携・蓄積するかが要となり、モダナイゼーションによる新たなDX基盤の構築が不可欠です。

3 富士通が考える次世代モダナイゼーション

年間600件を超える商談現場から、お客様がモダナイゼーションを進める上で直面する共通の課題が見えてきました。

- 1 経営価値の訴求不足：**IT部門はシステムの最新化を必須と認識していても、多くのケースで経営層の理解を得られていません。モダナイゼーションには数億から百億円を超える大規模な投資が必要となるため、経営層から問われるROIに明確な答えを示せなければ、企業としての意思決定が停滞してしまいます。
- 2 システムのブラックボックス化：**長年にわたる追加開発の結果、現行システムの資産や仕様が把握できない状態に陥っています。メインフレーム系では3～4割のお客様がこのような状況です。
- 3 エンジニア枯渇：**レガシーな開発言語を扱えるエンジニアは市場で減少し続けており、確保が困難になっています。この人材不足が、業務の自動化や効率化を迫られる一因となっています。

課題解決のキーファクター



1. 価値明確化・方針策定 経営を動かす「説得ストーリー」を描く

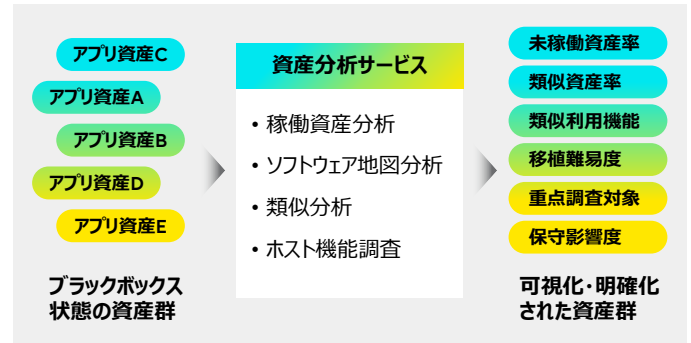
「なぜ今、多額の投資をしてまでシステムを刷新するのか」この問いに答えることが、モダナイゼーションの第一歩です。IT部門の視点だけでは、ROIを問う経営層を説得できません。そこで重要になるのが、モダナイゼーションを単なるシステムの入れ替えではなく、将来のビジネス像を実現するための経営改革として位置付ける「グランドデザイン」の策定です。富士通では、Wayfinders / Ridgelinezといったコンサルティングチームと連携し、経営視点でのあるべき姿（ToBe）の提案に持つていくことを実施してきました。その結果、テンプレートを作成し、同様の課題をお持ちのお客様に、このメソッドを簡易的に提供できる手法を確立し、商談現場で活用しています。

● 価値明確化事例1【モダナイゼーション承認獲得】

お客様の課題 1年間モダナイゼーションを独自検討するも、期待価値が曖昧で上申に苦慮。

富士通ご提案 「モダナイゼーションアクションプランニング」で技術トレンド・他社状況を提供。将来性価値やROIの具体的な仮説を立案し承認を獲得。

2. 現行資産 / 紛失資産可視化 ブラックボックスに光を当てる



「20年間、誰も全体像を把握できていない」といったブラックボックス化したシステムでは、刷新の計画すら立てられません。システムはトラブルなく安定稼働しているが、設計書が古く紛失しているケースは、3～4割の企業で見られます。この課題には、稼働中のソースコードなどを直接解析する「資産分析サービス」が有効で、アプリケーションの構造やデータの流れを正確に可視化できます。

● 資産可視化事例1【アプリ資産明確化 / スリム化】

お客様の課題 モダナイゼーションを実施したいが長期稼働で有効資産が不明。

富士通ご提案 富士通独自の「資産分析・可視化サービス」を適用。現行アプリ資産のうち25%が不要と判明し、移行対象を絞り込むことで大幅なコスト削減に貢献。

3. 自動化 生成AIでエンジニア不足を乗り越える

モダナイゼーション領域において、スピードアップ / 品質強化 / エンジニア補完を実現するための生成AI活用が本格化しています。調査、要件定義、設計、開発、テストといった工程にAIを適用し、2～5割の工数削減を目指す動きが本格化しています。

- 設計書の復元：**富士通研究所が開発した独自のAI技術（ナレッジグラフ、RAG）により、プログラムソースと残存する設計書から、人が読んで理解できる設計書を復元します。
- プログラムの自動生成：**さらに、復元された設計書をもとに、新しいシステムの要件定義書やプログラムソースそのものを自動で生成する技術開発も進んでいます。

● 自動化事例1 [現行設計書の復元]

お客様の課題

モダナイゼーションを実施したいが現行設計書の正確性が不明

富士通ご提案

「資産分析サービス」で富士通独自の生成AIを実装し、わかりやすい設計書を生成

一般的な設計書自動生成

###処理概要

このプログラムは**固定長形式の入力ファイル**を読み込み各レコードについて特定の条件に基づいて計算を行い、結果を**固定長形式の出力ファイル**に書き込む。特定の条件には、**フィールドの値に基づく動的な計算や定義済み定数の適用**が含まれる。

###入力レコードのスキーマ (項目名)

- a4: CHAR(4)
- a5: CHAR(20)
- a6: DEC FIXED(7)
- a7: CHAR(1)
- a8: CHAR(1)
- a9: CHAR(2)

Fujitsu Kozuchi 適用時

###処理概要:

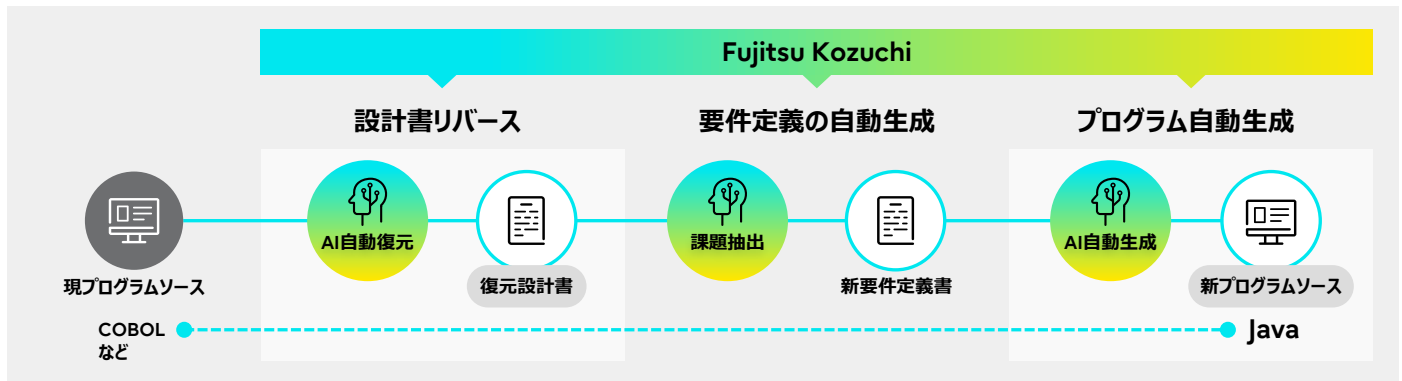
このプログラムは**従業員の入力レコード**を読み込み、特定の条件に基づいて計算を行い、結果を出力レコードに書き込む。計算には**従業員の役職や特定のスコア**が考慮される。

###入力レコードのスキーマ (項目名):

- 従業員番号 (a4)
- 名前 (a5)
- 基本給 (a6)
- 種類1 (a7)
- 種類2 (a8)
- コード (a9)

● 自動化予定 [要件定義書・プログラムソースの生成]

富士通は、最先端の技術「Fujitsu Kozuchi」を活用し、現行のCOBOL等で書かれたプログラムから、AIを使って設計書を自動復元させ、さらに、この復元された設計書からAIが課題を抽出し要件定義を自動生成。新たに要件定義書を作成し、Javaの新プログラムソースをAIを使って生成する仕組みをサービスとして提供していきます。他社に先駆け、全SIへ適用可能なソリューションとして展開していきます。



4 生成AI時代における役割と、お客様と共に未来を創るための視点

ビジネスモデルそのものが変革の時を迎える中、ITベンダーは生成AIとどう向き合うべきか。その活用の鍵は「人間の介入価値」にあり、お客様への提供方法にも新たな視点が求められています。生成AIは便利なツールですが、その真価はインプットとアウトプットの質に懸かっています。

インプットの質：質の高いアウトプットを得るには、的確な指示（プロンプト）を与える「人間の知見」が不可欠です。

アウトプットの精査：AIが生成した情報には誤り（ハルシネーション）が含まれるため、その内容を検証する「人間の目利き」が欠かせません。

今後5年間は、この両工程における人間の専門性こそが、SIベンダーがお客様に提供すべき重要な付加価値となります。一方で、提供できる生成AI関連商材には多様な形態があり、お客様側の負担が大きく異なるため、提案時には注意が必要です。

- 1 ツール単体提供：ChatGPTやGeminiなどを直接提供
- 2 コンサルティング：AIの活用方法を支援

3 オフアリング：AIを組み込んだサービスとして提供（多くはセルフサービス型）

4 個別SI（モダナイゼーション）：業務工程ごとにお客様と合意形成しながら効率化した内容を可視化して提供

商談の際は、ベンダーとお客様が「どの形態の提案なのか」を明確に共有し、互いの認識のズレを防ぐことが、プロジェクト成功の第一歩となります。

生成AIは、SI業界全体に劇的な変化をもたらすことは間違いありません。生産性向上で得た利益の価格戦略など、議論すべき課題はまだ多いものの、この変革の波を捉えることが不可欠です。富士通は、モダナイゼーションを単なるシステム刷新ではなく、「お客様の企業力を高め、ひいては日本を強くする手段」と位置付けています。技術の提供を通じて、お客様と共に未来を創り上げていく。これこそが、これからのSIベンダーが果たすべき役割であると考えています。