

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し、世界をより持続可能にしていくこと」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](#)



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への共感を高めるための社内向けコミュニケーション施策を展開しています。

グローバルかつ大規模な組織に対し、1つの方向性、価値観を全社員が理解し、共感を呼ぶためには、まずはトップ層から理解を深め、自らが推進する責任を負う必要があるという考えから、各部門における本部長やグループ会社の社長を「Fujitsu Way推進責任者」に任命しています。そして現場でのFujitsu Way実行に責任を持ち、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」を年に1～2回開催しています。

また、富士通社員一人ひとりがFujitsu Wayを理解できるよう、Fujitsu Way解説書を作成し、グローバル全社員に共有しています。経営陣が心に描く、富士通を変えていきたい思いや、歴代社長などが残した言葉（受け継ぐべきDNA）、そして言葉一つひとつに込められた背景を共有することで、Fujitsu



Fujitsu Way解説書のイメージ

Wayを自分事として認識できるようにしています。今後も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など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。

社員のエンゲージメント

エンゲージメントサーベイという全社員に向けたアンケート調査を通じて、社員のパーパスにまつわる理解度・共感度を年に一度、測定しています。2021年に開始した本調査では、社内における理解フェーズが変わってきたことを受け、質問の文言を変更しましたが、3年間の取り組みを経て海外は6ポイント、国内では9ポイントの上昇が見られました。

また、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®」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、個人のパーパスを明確化します。2025年5月現在、グローバル含め83,000人の社員が実施し、富士通のパーパスとの重なりを変革の原動力としています。

マテリアリティ貢献賞

2025年度から新たな社内表彰制度「マテリアリティ貢献賞」を開始しました。パーパス実現に向けたマテリアリティへの取り組み促進、ビジネス活動とそれを支える組織活動を称える制度です。

マテリアリティの各分野に応じた一つひとつのプロジェクト活動が結集することで、マテリアリティで定めた課題の解決に対し、大きなインパクトを生み出すことを目指しています。

Fujitsu Wayの大切にしている価値観に加え、貢献しようとしているマテリアリティ項目と、ビジネスへの貢献度を審査基準として、Fujitsu Way推進責任者やCSSO（注1）が審査員として参加しています。

2024年度まで実施していたサステナビリティ貢献賞では、ビジネスを通じた持続可能社会への貢献を目指して4年間に渡って活動を継続しました。

2024年度は、グローバルの富士通グループ各社から182件に及ぶ多数の応募があった中、大賞2件、優秀賞6件を選出しました。

マテリアリティの貢献分野ごとに、2024年度の応募案件の一例をご紹介します。

注1：CSSO：Chief Sustainability & Supply Chain Officer

過去の取り組み：サステナビリティ貢献賞2024年度 受賞案件

- 地球環境問題の解決：脱炭素社会実現に向けた低消費電力化技術や効率化、循環型産業への転換、環境モニタリングなど
- デジタル社会の発展：食品ロスや物流問題の解決、官民連携による情報共有基盤の構築やセキュリティ強化、各種業種業態へのDX推進など
- 人々のウェルビーイングの向上：医療・健康データの活用による創薬研究、コミュニティへの貢献など
- テクノロジー分野：GPU不足やAI電力問題の解決、光ファイバーを用いた大容量伝送技術、革新的な技術開発など
- 経営基盤：ビジネス変革に向けたDX志向の実践など
- 人材育成：グローバル寄付基盤の導入、ジェンダー平等・インクルージョンに関するトレーニング、多様な働き方の推進など

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。

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、持続的な成長に向けた重要課題（マテリアリティ）を解決するため、富士通が注力していく重点戦略を策定しビジネスを展開します。その結果、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げるインパクト指標からな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、再び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](#)

価値創造モデル

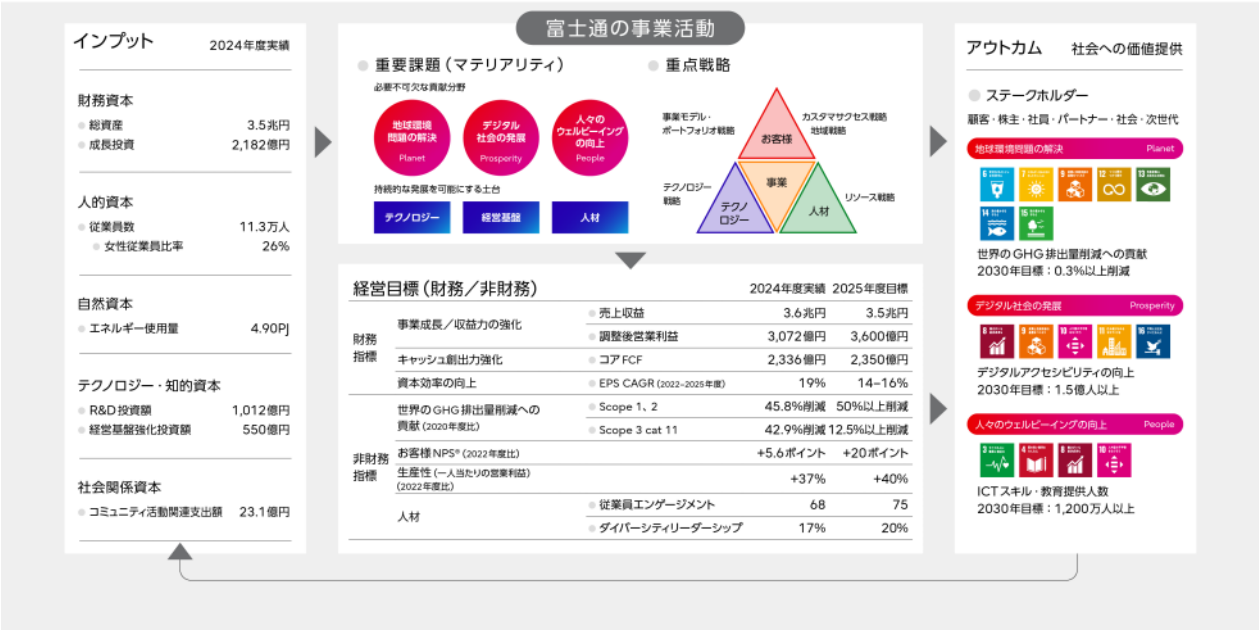
価値創造モデル

パーパス

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し、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。



価値創造モデル

社会への価値提供につなげるアウトカムについて、特に環境、社会、お客様等の外部ステークホルダーへの影響の観点から、マテリアリティ (必要不可欠な貢献分野) の3つのテーマそれぞれに対し、2030年度の目標 (インパクト指標) を設定しています。

まず、「地球環境問題の解決」について、地球温暖化をはじめとした環境問題が深刻化し、災害の頻発や法規制の厳格化などにより、お客様・社会における環境への負荷最小化の推進が必要不可欠になっています。富士通はソリューションの提供、各種活動の展開を通じて、お客様・社会におけるエネルギー消費量、GHG排出量の可視化・削減、トレーサビリティの強化、レジリエンスの向上に貢献していきます。具体的には、ICT業界のGHG削減貢献量、富士通シェア目標、社内活動による削減量を踏まえ、2030年度のインパクト指標として「全世界の総GHG排出量の約0.3%の削減インパクトを目指す」を設定しました。そして、当指標の達成に貢献するFujitsu Uvanceのソリューションの売上、社内・サプライチェーンにおける活動、投資先の活動をアウトプット指標としてGHG削減貢献量の実績値を把握し、モニタリング・管理を推進しています。

そして、「デジタル社会の発展」について、デジタル化を含むテクノロジーの進化や経済成長は、社会に対し豊かさと同時に格差という負の側面も生み出しました。一方で、デジタル化は世界の繁栄と安定が両立する、信頼ある社会を作り出すことも可能で、社会にとっても重要です。富士通はソリューションの提供、各種活動の展開を通じて、お客様・社会における誰でも主体的かつ自由・自律にデジタル技術を活用し、正確な情報にアクセスすることに貢献していきます。具体的には、将来の人口、富士通シェア目標を踏まえ、2030年度のインパクト指標として「全世界の1.5億人以上の人々のデジタルアクセシビリティに貢献する」を設定しました。そして、当指標の達成に貢献するFujitsu Uvanceのソリューション、投資先のサービス/ソリューション、およびコミュニティ活動の数をアウトプット指標として影響人数の実績値を把握し、モニタリング・管理を推進しています。

最後に、「人々のウェルビーイングの向上」について、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ため、教育・スキルアップに係る社会価値の提供が重要です。積極的に質の高い教育に取り組む一方で、教育格差の拡大を起こさないよう、一人ひとりのキャリアプランなどの状況に資する適切な支援提供が必要です。富士通はソリューション

ンの提供、各種活動の展開を通じて、お客様・社会における適切なICTスキル向上、ICT知識の習得に貢献していきます。具体的には、将来の人口、富士通シェア目標、ICTスキル・教育提供率を踏まえ、2030年度のインパクト指標として「1,200万人以上の人々のICTスキル・教育提供に貢献する」を設定しました。そして、当指標の達成に貢献するFujitsu Uvanceのソリューション、投資先のサービス/ソリューション、コミュニティおよびイベント・研究会などの活動の数をアウトプット指標として影響人数の実績値を把握し、モニタリング・管理を推進しています。

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として、「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。

2025年度にはこれらの項目について、「富士通らしさ」、「提供価値」の観点からマテリアリティの一部項目を見直し、18課題から25課題に変更しました。

また、2023年に策定した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。マテリアリティ分析から抽出された気候変動や人権、セキュリティなどの課題を、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重要リスク項目として連動させ、その一部は「事業等のリスク」として公表しています。

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



マテリアリティの概念図

必要不可欠な貢献分野（13 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	Career & Growth Well-being
資源循環（サーキュラーエコノミー）	デジタル格差の解消	Social Well-being
自然共生（生物多様性の保全）	労働力不足解消	Health Well-being
	責任あるサプライチェーンの推進	Financial Well-being
	顧客・生活者体験の向上	スポーツ

持続的な発展を可能にする土台（12 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 責任ある行動で企業と社会秩序を守り、 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	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
	情報・AI 倫理の推進	Career & Growth Well-being
	リスクマネジメント	Social Well-being
	経済安全保障対応	Health Well-being
	デジタルトランスフォーメーション	Financial Well-being
		人権

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。また、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スタンダード、SASBスタンダード）
 - 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

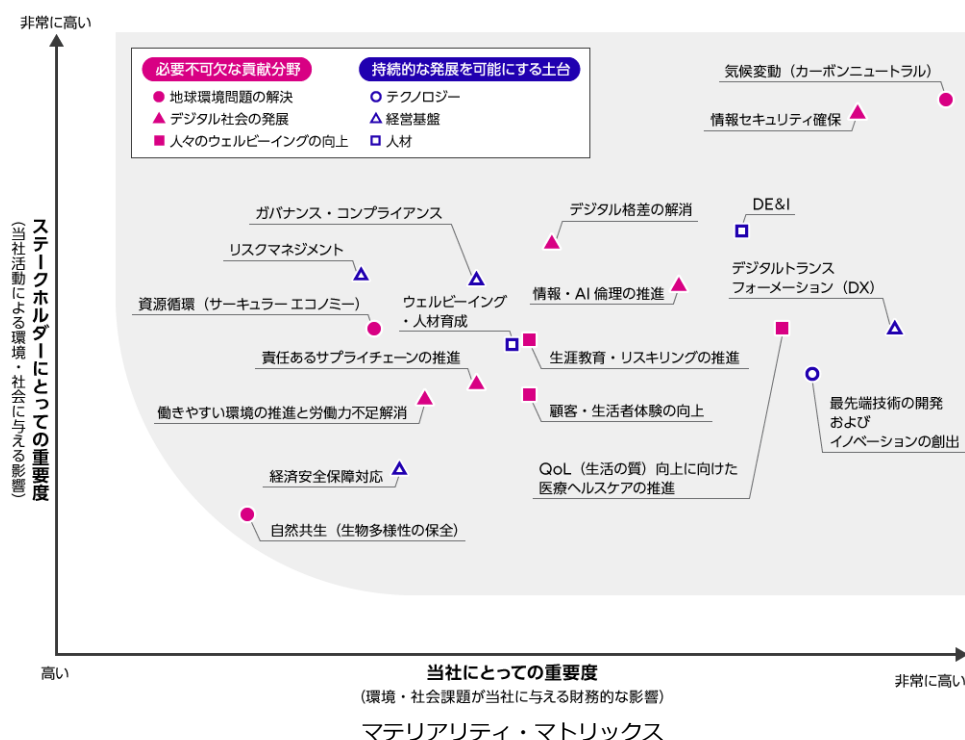
- 抽出された社会課題をもとに、幅広く社内外のステークホルダーに対するアンケートやインタビュー、およびデスクトップ調査を実施。2030年の未来を見据え、各課題をリスク・機会両方の側面、「当社にとっての重要度（環境・社会課題が当社に与える財務的な影響）」および「ステークホルダーにとっての重要度（当社活動による環境・社会に与える影響）」の視点から包括的に評価・採点を行い、社会課題の優先順位を示すマテリアリティ・マトリックス案（40課題から25課題に絞り込み）を作成
- 個別インタビュー、サステナビリティ経営委員会等を通じて、マテリアリティ・マトリックス案について富士通の独自性（富士通らしさ）といっ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



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会にて審議、承認

Step4 レビュー、見直し

- ・年1回のレビューを実施（注3）
- ・中期経営計画検討のタイミングで討議を実施予定

注2：本表は2023年に定めた課題の名称にて記載。

注3：2024年度サステナビリティ経営委員会にてレビューを実施し、その結果マテリアリティの一部項目を見直し

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。

必要不可欠な貢献分野

必要不可欠な貢献分野における共通指標	2025年度目標 ・お客様NPS：+20（2022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	・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げるようなパートナーシップの拡大 *人・モノ・カネ含む ・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

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

Planetに関係するSDGs



2025年度目標

- GHG排出量Scope1,2：50%削減（2020年度比）
- GHG排出量Scope3（Category11）：12.5%削減（2020年度比）

2030年度目標

- 世界のGHG排出量削減への貢献：0.3%
（サービスソリューションによる世界CO₂削減インパクト）

➤ [その他環境の目標一覧（第11期【2023～2025年度】環境行動計画）はこちら](#)

気候変動（カーボンニュートラル）

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・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 <機会> ・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
2025年度に向けたアプローチ （主な取り組み）	<社内取り組み> ・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 <お客様・社会への事業展開> ・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）

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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 <機会> ・ 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
2025年度に向けたアプローチ （主な取り組み）	<社内取り組み> ・ 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 <お客様・社会への事業展開> ・ 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・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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 <機会> ・ 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
2025年度に向けたアプローチ （主な取り組み）	<社内取り組み> ・ 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 <お客様・社会への事業展開> ・ 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

Prosperityに関するSDGs



2030年度目標

- ・ デジタルアクセシビリティ：1.5億人
富士通のサービス提供、各種活動の展開による社会におけるデジタルアクセシビリティの向上に貢献
（Fujitsu Uvanceのソリューション、投資先のサービス/ソリューション、およびコミュニティ活動の数を基に影響人数の実績値を把握し、モニタリング・管理を推進）

情報セキュリティ確保

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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 <機会> ・ 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
-----------------------------	---

2025年度に向けたアプローチ (主な取り組み)	<社内取り組み> ・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 <お客様・社会への事業展開> ・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
-------------------------------------	---

デジタル格差の解消

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・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
2025年度に向けたアプローチ (主な取り組み)	<お客様・社会への事業展開> ・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）

労働力不足解消

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・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
2025年度に向けたアプローチ (主な取り組み)	<お客様・社会への事業展開> ・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 ・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

責任あるサプライチェーンの推進

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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 <機会> ・ 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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・ 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 <お客様・社会への事業展開> ・ 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 ・ End-to-end・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キングの実現 ・ 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

顧客・生活者体験の向上

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・ 人々の価値観が多様化し、新しい消費、つな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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<お客様・社会への事業展開> ・ 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ネルと消費者との接点における、一貫性がありかつ、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

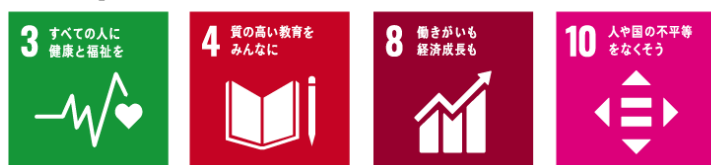
- ・情報セキュリティ対策の不足、サプライチェーンにおける人権侵害等により、対応コストの増大、お客様・社会からの信頼失墜等の発生可能性があるが、強固なガバナンス体制の整備や効果的な施策の導入により、リスクの最小化につながる
- ・お客様・社会においてもこれらに加え、デジタル格差の加速、労働力不足の深刻化の課題があり、デジタル社会への移行に伴う課題解決を目的とした事業の展開により、財務的なリターンの拡大につながる

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

Peopleに関するSDGs



2030年度目標

- ・ICTスキル、教育提供数：1,200万人以上
富士通のサービス提供、各種活動の展開による社会におけるICTスキル向上・教育拡大に貢献
(Fujitsu Uvanceのソリューション、投資先のサービス/ソリューション、コミュニティおよびイベント・研究会などの活動の数を基に影響人数の実績値を把握し、モニタリング・管理を推進)

Career & Growth Well-Being

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<お客様・社会への事業展開> ・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、人材戦略・人材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

Social Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・従業員モチベーション向上に向けた、快適かつ安全・安心な労働環境の創出
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<お客様・社会への事業展開> ・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

Health Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<お客様・社会への事業展開> ・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）

Financial Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・適正で公正な報酬による従業員エンゲージメントの向上や経済的な安定の実現
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<お客様・社会への事業展開> -

スポーツ

リスク・機会の認識（注4）	<機会> ・富士通の特徴である企業スポーツを通じた企業イメージ向上、地域社会との連携、従業員エンゲージメントの向上に加えて、顧客とのコラボレーション機会創出によるビジネス貢献
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<お客様・社会への事業展開> ・高精度な骨格分析技術により、人の動きをデジタル化するデータ解析プラットフォームの提供

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

持続的な発展を可能にする土台

持続的な発展を可能にする土台における 共通指標

2025年度目標

- ・ 一人当たり生産性：+40%（2022年度比）

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

Technologyに関するSDGs



最先端技術の開発およびイノベーションの創出

リスク・機会の認識（注4）

<リスク>

- ・ 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

2025年度に向けたアプローチ (主な取り組み)

<社内取り組み>

- ・ 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、サステナビリティトランスフォーメーション（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（SX）を支え続けていく

経営基盤 Management Foundation：責任ある行動で企業と社会秩序を守り、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

Management Foundationに関するSDGs



ガバナンス・コンプライアンス

リスク・機会の認識（注4）

<リスク>

- ・ 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

2025年度に向けたアプローチ (主な取り組み)	<社内取り組み> ・コーポレートガバナンス： ・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： ・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
-------------------------------------	--

情報・AI倫理の推進

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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 <機会> ・ 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、および企業内での適切なAI倫理実践に関する需要増
2025年度に向けたアプローチ (主な取り組み)	<社内取り組み> ・ 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 <お客様・社会への事業展開> ・ 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

リスクマネジメント

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・ 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

経済安全保障対応

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・ 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

デジタルトランスフォーメーション（DX）

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・ 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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・ 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： ・ 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

Human Capitalに関するSDGs



2025年度目標

- 従業員エンゲージメント：75
- ダイバーシティリーダシップ（女性幹部社員比率）：20%

DE&I

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> 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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> 多様性： - 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む企業戦略の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 - 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

Career & Growth Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・一人ひとりの主体的な挑戦・成長を後押しするための環境を整備していく ・ライフやキャリアの節目に、キャリア意識を高め、自身のキャリアと向き合う場の提供 ・日々の上司・メンバーとのコミュニケーションを通じた成長支援を行うためのサポート

Social Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・従業員同士の信頼関係や良好な人間関係を構築、維持することによる働きやすい環境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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・業務の目的に応じてリアルとバーチャルを組み合わせるHybrid Workを実践することで、プロダクティビティ・クリエイティビティを向上させ、新しい価値を創出する ・社員が相互の信頼によってつながり、挑戦できる組織環境を整備 ・組織を超えたコミュニケーションを図るための環境を整備

Health Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・従業員が心身ともに健康で安全にいきいきと働くことができる環境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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・社員一人ひとりが自身の健康を自律的に管理する意識の醸成 ・幅広い健康教育や健康イベント、健康アプリの提供等を通じ個人・組織のヘルスリテラシーを高め、行動変容を促進 ・社内の産業保健スタッフ体制による予防から健康増進まで、個別相談から専門医紹介などを通じて、社員一人ひとりの心身の健康をきめ細やかに支援 ・健康関連データを分析し、組織ごとの健康課題を共有した上で、健康施策の提案、実行を通じて、マネジメント層の職場改善を支援し、組織全体の健康度向上を図る ・安全衛生に関するコンプライアンスや予防対策の徹底 ・重大な労働災害ゼロおよび労働災害防止への意識向上に向けた教育機会・安全衛生に関わる情報の提供

Financial Well-being

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・従業員に対する適正で公正な報酬によるエンゲージメント向上や経済的な安定の実現が提供できない場合、人材流出、ブランド価値の低下等のリスクがある
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・マーケット水準（グローバル）の変動を踏まえた適切な報酬水準の設定。一部、専門性の高い職種においては個別の処遇制度を導入し柔軟かつ魅力的な処遇制度を実施 ・報酬制度や財産形成の施策を通じた社員の資産形成の意識向上 ・金融リテラシーの向上を目的とした学び環境の拡充

人権

リスク・機会の認識（注4）	<リスク> ・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
2025年度に向けたアプローチ（主な取り組み）	<社内取り組み> ・継続的な人権教育の実施 ・有識者ダイアログの実施 ・パートナー、お客様、NGOと連携した富士通の知見・テクノロジーによる人権尊重の促進と保護への貢献

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4：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的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。富士通グループではそのために、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。

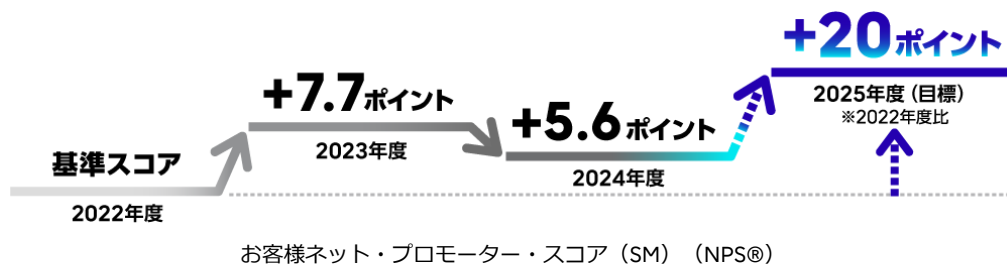
2023年度に発表した中期経営計画において、お客様や社会に対する貢献と、自らの持続的な成長を可能にする土台の強化について測定・検証するため、「お客様ネット・プロモーター・スコア（NPS®）（注1）」、「従業員エンゲージメント（EE）」、「ダイバーシティリーダーシップ（女性幹部社員比率）」、「生産性指標」、「温室効果ガス（GHG）排出量削減率」をKPIとする非財務目標を設定し、進捗を確認しています。

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、ペイン・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、ニーズに的確に答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。

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。CXリーダーと現場社員との議論を通じて得られた活動方針や課題意識は経営サイドと共有しており、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、2024年度のNPSは、対前年比-2.1ポイントと微減となりました。しかしながら、既存のお客様からの評価は、ターゲットとして掲げている2022年度比では+5.6ポイントと着実に上昇しており、今回の結果の背景には、ビジネス拡大に伴い新たに調査対象となったお客様からの評価が低調に終わったことが挙げられます。既存のお客様を含め、富士通の技術力、品質を中心としたITソリューションベンダーとしての総合力に対しては、引き続き高い評価をいただいています。これは、長年にわたり培ってきた技術力と、お客様の課題解決に真摯に向き合う姿勢が評価された結果と捉えています。

一方で、昨今の社会・経済情勢の急激な変化に対応するため、お客様の経営課題、事業課題に対するコンサルティング力、革新的・先進的な変革の提案力、そして迅速な実行力は、今後改善に注力すべき領域であると認識しています。

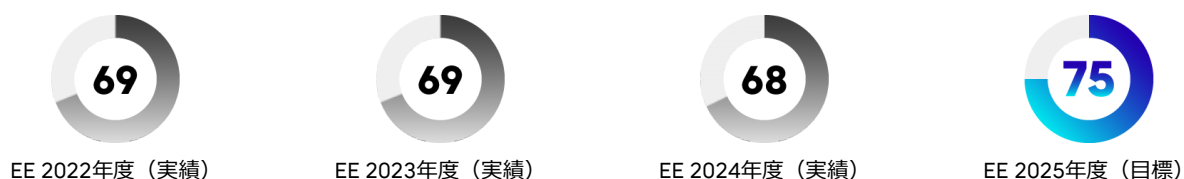
この課題に対し、2024年度に引き続き、富士通グループ全体でリスクリングをさらに実施し、DX実践事例の蓄積を通じて、お客様の事業成長を総合的に支援できる力を高めていきます。具体的には、業界知識やビジネスコンサルティングスキルを強化するとともに、最新技術の習得を促進し、お客様の変革を加速させるための人材育成に注力します。中期経営計画の最終年度となる2025年度は、過去数年間で評価されてきた強みを引き続き向上させつつ、注力すべき領域の改善を図ることで、2022年度比+20ポイントのNPS向上を目指していきます。お客様の期待を超える価値を提供し、より強固な信頼関係を築くことで、持続的な成長を実現していきます。

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ため、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るからです。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、「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。グローバル企業をベンチマークとして目標値を「75」に定めています。富士通グループにとっては高い目標ではありますが、私たちはグローバル企業に比肩するという意思をも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であるCoE（Center of Expertise）と各現場組織にとって人事戦略のパートナーであるチームHRBP（Human Resource Business Partner）が、国内外リージョンの各組織のトップと連携しながら、エンゲージメント向上に取り組んでいます。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。サーベイの項目には、富士通グループで働くことに対する充実感、富士通のパーパスと自身の業務のつながりや個人の強みの発揮度合いなどを問う項目を設けています。サーベイ結果はマネージャー単位の集計とし、一人ひとりに最も適した推奨アクションを提示してマネジメント向上の支援を強化しています。また、サーベイで明らかになった経営基盤に関する課題についても、人事部門が起点となり関係部署と連携して改善に努めています。

これまでの調査によれば、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）が重要であること、そして上司と部下の強い信頼関係も不可欠であることが明らかになりました。一方で、日常のコミュニケーションにおける一方的な情報伝達などコミュニケーションの質と量の課題も見受けられます。今後は、エンゲージメントデータ分析から得られる貴重なインサイトを、組織のパフォーマンス向上と個人のウェルビーイング向上につなげるため、データドリブンなサイクルを確立することを目指します。具体的には、サーベイによる実態把握に留まらず、組織パフォーマンス向上、個人のウェルビーイング向上に必要な要素を分解・可視化し、整理することで、組織と個人の状態をより深く理解します。そして、AIを活用した課題可視化ツールをトライアル導入し、組織課題の迅速かつ的確な特定と改善につなげます。加えて、経営陣を含む幹部社員全員がリーダーシップを発揮し、階層間の双方向コミュニケーションを活性化させることでマネジメントの質向上を図ります。このように、エンゲージメントに影響を与える要因に対し、多角的な視点から根本原因を追求し、具体的な対策を実行することで、従業員エンゲージメントの向上を実現し、持続的な成長と社会への貢献を目指していきます。



女性幹部社員比率

富士通グループは、「Fujitsu Way」に基づき、多様性と包摂性を原動力とした企業文化の構築を目指しています。その中核には、「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組織」の実現というビジョンがあります。価値観が多様化し、社会課題が複雑化する現代において、富士通が持続的に新たな価値やイノベーションを創出し、グローバルで選ばれる企業であり続けるためには、異なる視点・経験・スタイルを持つ多様なリーダーたちによる意思決定と協働が不可欠です。

こうした認識のもと、富士通は「女性幹部社員比率」を非財務指標の1つに位置づけています。これは単なる数値目標ではなく、組織の意思決定層における多様性を高め、多様な才能が活かされる企業風土を醸成するための象徴的かつ実践的な指標です。2030年の女性幹部社員比率30%をめざし、キャリアオーナーシップを促すワークショップや、管理職層の意識変革を促す育成プログラム、役員とのシャドーイング機会の提供、メンタリング制度の強化など、複層的な取り組みを展開しています。加えて、「Work Life Shift 2.0」や両立支援施策の充実を通じ、誰もがライフステージに応じて柔軟に働ける環境づくりにも引き続き注力しています。

富士通は、女性幹部比率向上の取り組みを、より広義の組織変革の一環と捉え、イノベーション創出力と意思決定の質を高める企業基盤の強化につなげていきます。



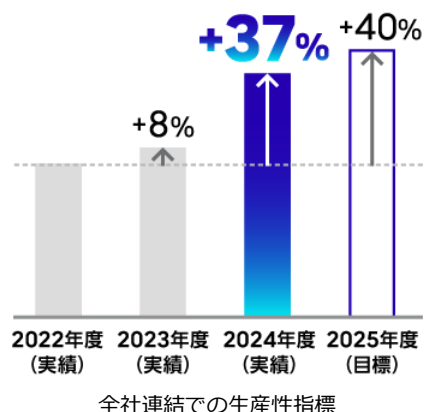
生産性指標

富士通グループは2022年度まで、DXの成熟度を示すDX推進指標（注2）を活用し、あらゆる角度からDX推進施策を進め、全社戦略に基づいて持続的に変革を実行できる土台を整えてきました。

次なる変革のステージに向かうべく2023年度からは事業活動の成果である一人当たりの営業利益を「生産性指標」として新たに設定し、2025年度末時点の目標値を「2022年度比+40%」と決めました。2024年度においては、Fujitsu Uvanceを中心とした事業モデル変革をさらに推進するとともに、日々の業務へAI・デジタルテクノロジーの活用を進めたことで生産性が向上しています。因果分析でもAI・デジタルテクノロジーの活用が作業効率に貢献していることが示され、これはDXが事業変革・競争力強化に貢献し、企業価値向上のドライバーとなっていることを顕す結果の1つと捉えています。

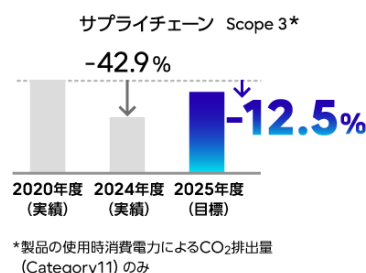
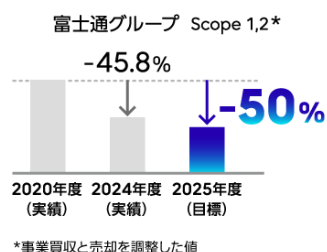
富士通グループが真のDX企業となるため、データやAI・デジタルテクノロジーを活用して業務プロセスの効率化と、それを踏まえたIT投資の高度化を図り、既存概念に捕らわれることなく様々な取り組みと連携・運動しながら、引き続き生産性向上を推進していきます。

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」2項目から構成される。



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。このような急速な動きの中、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期環境行動計画を設定しており、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。



富士通グループのマテリアリティは、中長期的な視点で2030年を見据え、持続的な成長に向けて解決すべき重要課題として、「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、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・社会に提供することを約束しています。「地球環境問題の解決」においては、「気候変動（カーボンニュートラル）」、「資源循環（サーキュラーエコノミー）」、「自然共生（生物多様性の保全）」を課題と捉えており、特にその課題解決に向けた貢献について、気候変動の緩和やカーボンニュートラルな社会の実現への貢献を図る指標を策定し、非財務指標の1つとして取り組んでいます。

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、意匠を始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始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始めとする、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、他者が提供する技術・サービスとの差別化、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。

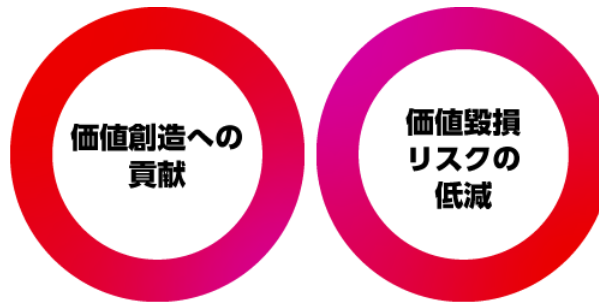
また、富士通グループにとって戦略的な重要性を持つ領域における特許出願の状況など、グローバルな技術動向を広く調査、分析、発信し、成長機会の探索を支えています。さらに、富士通グループがマテリアリティへの取り組みを通じて、サステナビリティにおける様々な課題解決に取り組むために、業種・業界にとらわれない広範なパートナーシップを構築する必要があります。そこで、オープンイノベーションへの取り組みや、標準化などのルール形成を通して積極的に業界をリードし、社会実装に向けた取り組みを推進することにより、価値共創のエコシステム形成や、イノベーションを促す環境づくりにも寄与しています。このように、技術やデザイン、ブランドの権利化、オープンイノベーション領域におけるライセンスの管理、国際標準・ルール形成など、様々なアプローチで価値創造に寄与しています。

【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、他者の商標権、意匠権の確認など製品・サービスの商品化、開発時に知的財産に関するチェックを行うことや、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



価値創造への貢献と価値毀損リスクの低減

知的財産部門（知財グローバルヘッドオフィス）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、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、知的財産関連サービスを提供する「富士通テクノロジーサーチ（株）」とも協働し、知的財産マネジメントを遂行しています。

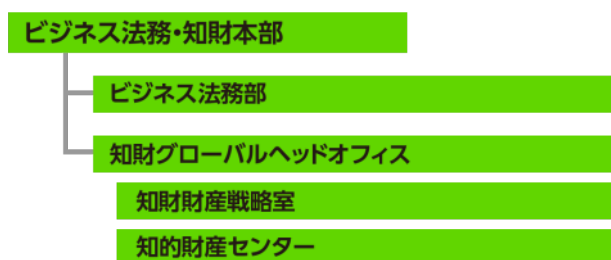
知的財産部門内のみならず、CTO（Chief Technology Officer）が率いる技術部門と連携することにより、テクノロジー戦略、経営戦略や事業ポートフォリオ戦略、そしてこれらの進捗状況を迅速に知的財産戦略や知的財産部門の活動方針へ反映させることで、企業としての価値創造を支援する知財活動を行っています。また、社外取締役・社外監査役の参加する独立役員会議などの会議体にて、ビジネス法務知財本部長が知的財産マネジメントの戦略や進捗を報告し、経営層と議論する場を設けています。

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活用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、世界7カ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。

テクノロジー戦略・事業ポートフォリオ戦略との連携

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、Computingを中心にサービス差別化につながる技術を強化し、テクノロジー戦略・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、競争優位性を獲得するため、知的財産部門と研究部門との連携を強化し、開発中の技術が市場において持つ強みを知財情報から分析し、結果を知財部門から研究部門にフィードバックする、あるいは国際標準化やオープンソースソフトウェア（OSS）を積極的に活用すべき領域を特定して対応するなど、取り組みを推進しています。さらに、Fujitsu Uvanceのオフアリングが持つ付加価値を高めるために、研究開発技術による当社オフアリング強化を促進すべく知的財産部門と事業部門の連携も深めていきます。



知的財産部門の組織



グループ・グローバル連携

知的財産活動

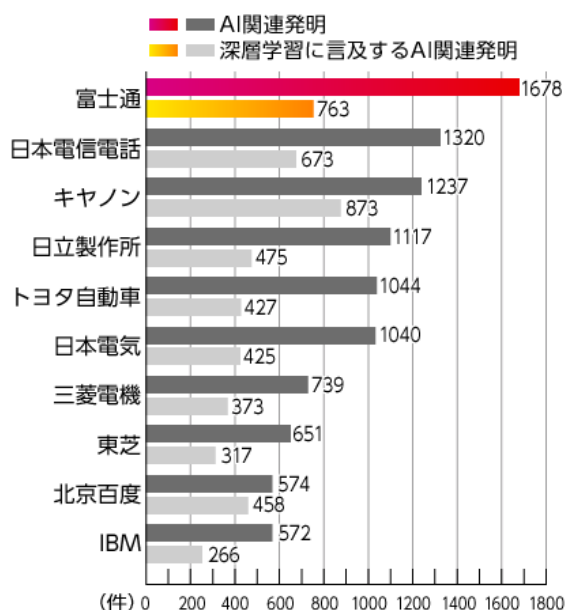
富士通は、2023年5月の中期経営計画で公表したとおりサステナビリティを起点とした重点戦略を実行しています。知的財産への投資についても、重点戦略の1つであるテクノロジー戦略において、AI、Computingを中心にサービス差別化につながる技術強化、戦略的提携を実施する中で、ビジネスへの活用を見据えた知的財産ポートフォリオ構築、グローバルスタンダード/ルール形成、IP活用の推進などの様々な知的財産活動によって、富士通グループのビジネスを推進し、サステナビリティにおける様々な課題解決に貢献しています。これら知的財産活動の目的とサステナビリティにおける様々な課題解決に貢献する事例を紹介します。

ビジネスへの活用を見据えた知的財産ポートフォリオ構築

富士通グループでは、Fujitsu Uvanceをはじめとするデジタルサービスに必須のAIを核とする5 Key Technologies (KT) に研究開発リソースを集中するテクノロジー戦略の下、コアテクノロジーの強化を目指し、AI、Computingを中心にサービス差別化につながる技術強化、戦略的提携を実施しています。テクノロジー戦略を実行する基盤として、知的財産への戦略的な投資が不可欠です。富士通グループでは、知的財産ポートフォリオに占める5つのKTの割合を拡大させています。中でも1980年代からの研究開発の蓄積があるAI関連技術については、2014年以降2024年8月までに公開された日本国内での特許出願数が1位を占めます。

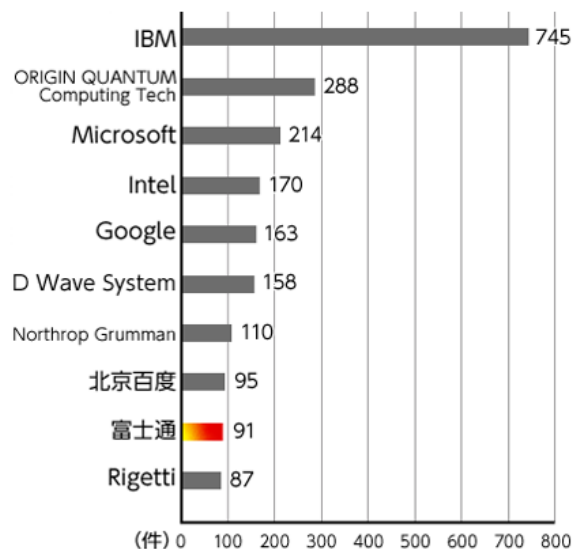
さらに、従来強みとしてきたコア技術に加え、現在はAIの応用技術の権利化に注力しています。応用技術とは、コア技術を特定の業種や用途に関するナレッジと融合した、まさにFujitsu Uvanceのオフアリングに実装されるような技術や、AIとその他4つのKTの融合技術を指します。応用技術の権利化は、AIを核とする5 Key TechnologiesのFujitsu Uvanceへの統合を加速する事業戦略と連動したものです。

2024年3月に発表した、AIプラットフォーム「Fujitsu Kozuchi」をFujitsu Uvanceに実装して提供する事業戦略に合わせ、応用技術の特許をはじめとする知的財産ポートフォリオ構築に努めています。また、量子コンピュータの開発においても橋頭堡を築いています。特許庁発行の令和5年度 特許出願技術動向調査報告書「量子計算機関連技術」における、パテントファミリー件数上位出願人ランキングにおいても日本企業1位（世界9位）です。ビジネスへの活用を見据えた知的財産ポートフォリオにより、富士通グループのサステナビリティを起点とした重点戦略の実行を支えています。



2014年以降の出願で2024年8月までに
公開された出願件数は、日本で1位※
※ 出所:特許庁「AI関連発明の出願状況調査
報告書」2024年10月

AI関連発明の出願人別特許出願件数（2014年以降の出願で
2024年8月までに公開されたもの）



出願先：日米欧中韓 WO
出願年（優先権主張年）：2010年～2021年

令和5年度 特許出願技術動向調査報告書－量子計算機関連技術
－ パテントファミリー件数上位出願人ランキング

・ 富士通のパーパスの実現を支える知財戦略

高性能かつ省電力性を追求した汎用プロセッサ「FUJITSU-MONAKA」

自社設計のマイクロアーキテクチャ、幅広いAIワークロードを強力にサポートする高速なデータ処理、低電圧技術といった富士通独自技術活用により、高い電力性能を実現する汎用プロセッサ「FUJITSU-MONAKA」は、データセンターなどの社会インフラ基盤の省電力化とカーボンニュートラル社会の実現に貢献します。持続可能なAI、HPC基盤作りを目指すため、パートナーとの戦略的な協業などに貢献するテクノロジーの基盤として、オープンにする領域も考慮した上で、富士通独自技術の知的財産ポートフォリオ構築を行っています。

・ FUJITSU-MONAKA：富士通

グローバルスタンダード活動／ルール形成

先端テクノロジーはそのポテンシャルのみをもって直ちに普及するものではなく、そのテクノロジーを社会実装し、グローバル市場を能動的に切り拓いていく取り組みが必要です。さらに社会課題解決に向けては、業種・業界にとらわれないエコシステムを構築し、共創による取り組みが鍵となります。そこで、富士通グループは、グローバルスタンダード活動／ルール形成を通じて、積極的に業界をリードし、テクノロジーの社会実装に向けた取り組みを推進しています。こうした取り組みの事例を紹介します。

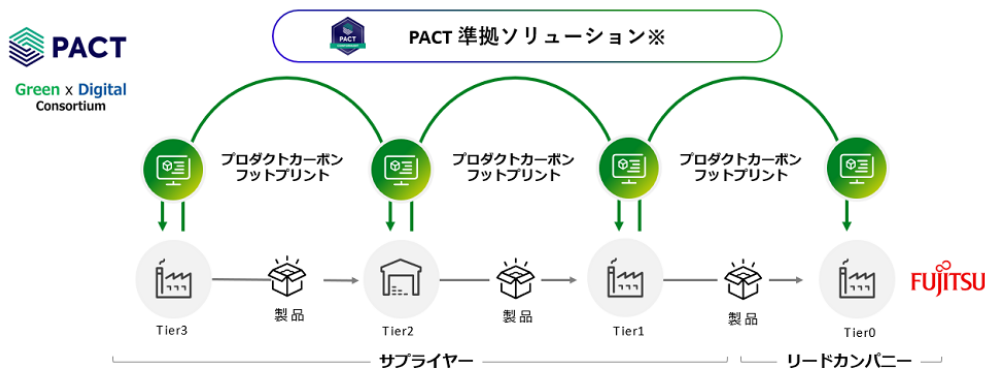
サプライチェーン全体の脱炭素社会の実現

脱炭素社会の実現に向けて、サプライチェーン全体でのCO₂排出量の可視化と削減が求められている中、富士通は、グローバルスタンダード活動／ルール形成で培った知見や、グローバルサプライヤーとの脱炭素化に向けた実践で得たノウハウをお客様や社会に還元し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

具体的には、WBCSD/PACTやGreen x Digitalコンソーシアムにて、PCF（製品カーボンフットプリント）算定や企業間データ連

携仕様の策定に貢献しながら、それらの仕様に基づくCO₂排出量データ連携の実践をリードする活動とともに、脱炭素に向けた実践として、「ESG Management Platform」を活用し、お客様の経営判断を支援していきます。

- ・ 富士通、グローバルサプライヤー12社と、実データを活用したCO₂排出量の企業間データ連携による脱炭素に向けた実践を開始：富士通



※ Fujitsu Uvance オフライン「ESG Management Platform」を活用

富士通の本実装プログラムのイメージ

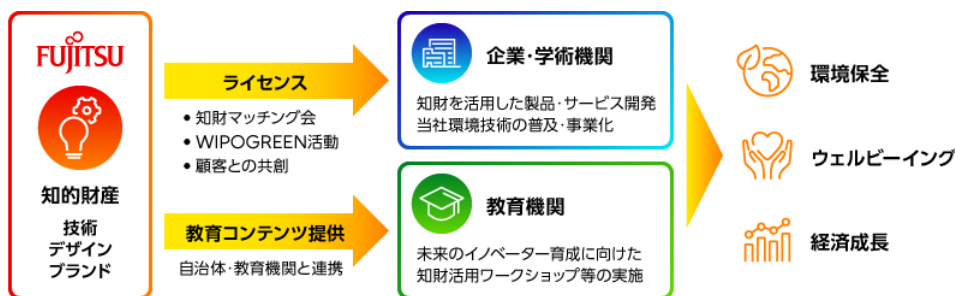
IP活用の推進

富士通グループは、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(TM) for SDGs」や、ライセンス供与の新たなスキームの提示などIP活用を推進することにより社会課題解決を進めています。

FUJITSU Technology Licensing Program(TM) for SDGs

富士通グループは、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(TM) for SDGs」を推進しています。

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や、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、教育機関と連携した知的財産創造教育の取り組み、インクルーシブな社会を目指すブランド・デザインの活用により、富士通グループの技術が社会で活用される機会を広げるとともに、環境保全・ウェルビーイング・経済成長に貢献しています。こうした取り組みを継続することは、グローバル社会における富士通グループへの評価や社員のイノベーションに対するインセンティブなど、様々な無形資産の形成にも寄与するものと捉えています。



FUJITSU Technology Licensing Program(TM) for SDGs

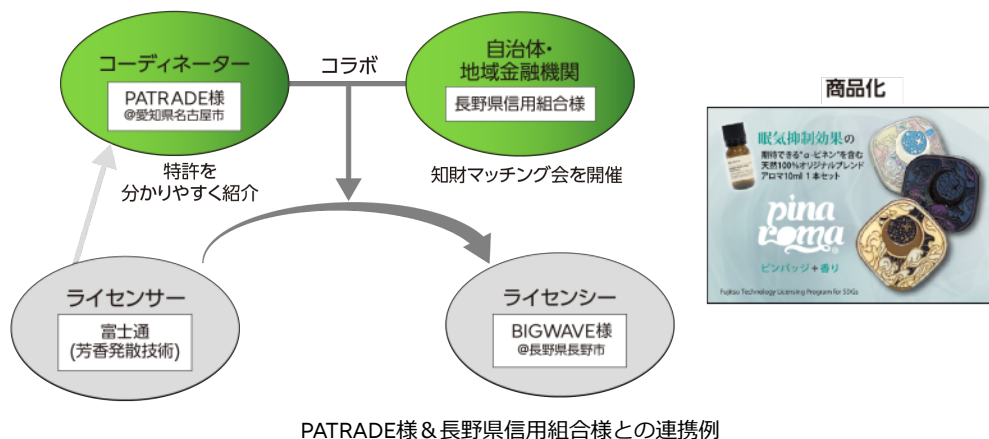
具体的には、自治体や金融機関主催の知財マッチング会などで富士通の特許技術を紹介することなどをきっかけとして、多くの企業や大学に富士通の技術をライセンスし、社会課題を解決する様々な新商品や新サービスを創出いただくほか、富士通の技術を題

材とした学生向け知的財産ワークショップを行うなど、未来のイノベーター育成に向けた活動も行っています。

他社への技術ライセンスの事例「芳香発散技術」

香るピンバッジ「pinaroma」（有限会社BIGWAVE）

バッジ製作のBIGWAVE社（長野市）から、アロマオイルを染み込ませるフレグランスチップを内蔵した「香るピンバッジ pinaroma（ピナロマ）」が発売されました。PATRADE社と長野県信用組合とのコラボレーションがきっかけとなり、富士通開放特許の技術「芳香発散技術」をバッジの構造に活用いただきました。



知的財産を活用したオープンイノベーション

富士通グループは、知財を活用したオープンイノベーションに取り組んでいます。技術を活用してもらう上で、対象となる知財の特定などの支援とともに、パートナーに適したライセンススキームを提案しています。

超音波解析AI技術を搭載した世界初の冷凍ピンチョウマグロの脂のり検査装置

デジタル技術で匠の技を継承した装置開発を行う静岡発のスタートアップであるソノファイ（株）は、富士通、および食品加工装置を製造販売する（株）インダテック、ならびに東海大学〔静岡キャンパス〕で共同開発した冷凍ピンチョウマグロの脂のりを判定するAIを搭載した自動検査装置「ソノファイT-01」を、水産加工業や漁協など向けに2025年6月に国内で販売開始しました。ライセンス供与にあたっては、新株予約権を取得するライセンススキームとし、ソノファイ社に富士通の超音波解析AI技術を活用した事業を推進していただいています。

- 富士通の超音波解析AI技術を搭載した世界初の冷凍ピンチョウマグロの脂のり検査装置をソノファイが販売開始：富士通

