

# Sustainability Data Book 2023

富士通グループ  
サステナビリティ  
データブック



# 目次

<b>トップメッセージ</b>	<b>2-1</b>	<b>ガバナンス</b>	
<b>Fujitsu Way</b>	<b>3-1</b>	コーポレートガバナンス	6-1-1
企業カルチャーの変革	3-2-1	リスクマネジメント	6-2-1
価値創造モデル	3-3-1	情報セキュリティ	6-3-1
マテリアリティ	3-4-1	品質への取り組み	6-4-1
非財務指標	3-5-1	お客様とともに	6-5-1
パーパスの実現を支える知財戦略	3-6-1	<b>社会・ガバナンスデータ</b>	<b>7-1</b>
<b>サステナビリティマネジメント</b>		<b>富士通グループ概要</b>	<b>8-1</b>
富士通グループのサステナビリティ経営	4-1-1	<b>財務・非財務ハイライト</b>	<b>9</b>
2025 年度 GRB*の目標	4-2-1	<b>サステナビリティ報告に関する考え方</b>	<b>10-1</b>
2022 年度 GRB*の目標と実績	4-2-3	<b>第三者保証報告書</b>	<b>11-1</b>
SDGs への取り組み	4-3-1	<b>GRI スタンダード / 国連グローバル・コンパクト対照表</b>	<b>12-1-1</b>
国連グローバル・コンパクト	4-4	<b>SASB スタンダード対照表</b>	<b>12-2-1</b>
外部評価・表彰	4-5-1		
<b>グローバルレスポンシブルビジネス</b>			
人権・多様性	5-1		
- 人権	5-1-1-1		
- ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン	5-1-2-1		
ウェルビーイング	5-2		
- ウェルビーイング	5-2-1-1		
- Career & Growth Well-being	5-2-2-1		
- Financial Well-being	5-2-3-1		
- Social Well-being	5-2-4-1		
- Health Well-being	5-2-5-1		
- 安全衛生	5-2-6-1		
環境	5-3		
コンプライアンス	5-4		
サプライチェーン	5-5		
コミュニティ	5-6		

GRB\*: グローバルレスポンシブルビジネスの略

# トップメッセージ

世界は地政学、地球環境、格差拡大などの危機に直面しています。資源価格高騰やエネルギー問題は国際社会の分断により深刻さが増し、気候変動の観点では、極端な異常気象や甚大な自然災害が多発しています。これらの危機は長期化・複雑化の様相を呈し、世界経済や私たちの生活に少なからぬ影響を与えています。多くの企業が今、サステナビリティを経営の中心に据え、事業を通じて持続可能な社会に貢献する具体的な取り組みを進めていく転換期にあると捉えています。デジタルテクノロジーは産業や人々の生活を支えるうえで大きな役割を担っており、デジタルトランスフォーメーションは人々にとって身近でより重要なものとなりました。テクノロジー企業である富士通グループは、課題解決に貢献する大きな責任を負っていると認識しています。



代表取締役社長 CEO

時田 隆仁

当社グループは、「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」をパーパスに定めています。パーパスの実現に向け、サステナビリティを事業成長の中核とすべく、2023年5月にマ

テリアリティを設定しました。「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」を必要不可欠な貢献分野として明確化し、この3分野を軸に、気候変動や情報セキュリティの確保、デジタル格差の解消、生活の質の向上に向けた医療・ヘルスケアの推進など、重点的に取り組むべき11の項目を設定しました。マテリアリティの設定においては、お客様や機関投資家をはじめ、社員を含めた幅広いステークホルダーにご協力をいただき、「富士通グループだからこそ取り組むべき分野は何か」という議論を重ねました。当社グループが注力する分野を明らかにしたことで、お客様やパートナーとのサステナビリティトランスフォーメーション(SX)への共創をより加速し、社会課題の解決、ひいては、当社グループの持続的な成長につなげていくことができると考えています。

また本年、2030年に向けたビジョンとして、「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」を掲げました。当社グループにおけるネットポジティブとは、財務的なリターンの最大化に加え、マテリアリティの3分野に取り組み、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ことと定義しています。財務・非財務の両面でアウトプット・アウトカムを生み出し、それをまた企業活動に投じるといったサイクルを継続することで、お客様や社会への価値を創出していきます。先端テクノロジーや技術力といった当社グループの強みを最大限に活用するとともに、業種や組織の垣根を越えたクロスインダストリーのアプローチを通して、ビジョンの実現を目指します。

当社グループの価値創造の源泉に深く関わる人権尊重、多様性・公平性の受容、人材育成、環境保全などの取り組みについては「GRB(グローバルレスポンシブルビジネス)」という枠組みでの取り組みを推進しています。人権に関し

では、2022年度に当社グループの人権尊重に対する考え方や取り組みを明示する「富士通グループ人権ステートメント」を8年ぶりに改定し、国際規範への支持を明記するとともに、これに即して事業活動におけるすべてのステークホルダーの人権を尊重することを約束しました。また環境においては、本年、当社グループのバリューチェーン全体（Scope 1、2、3）の温室効果ガス排出削減目標を2040年度にネットゼロとする目標を掲げ、SBTi（Science Based Targets Initiative）よりネットゼロ認定を取得しました。この目標達成に向けて、事業活動における使用電力を2030年度に100%再生可能エネルギーとすることを目指します。SXをリードする企業として当社グループ自身のサステナビリティ経営に取り組むとともに、取り組みを通じて得られた知見やノウハウを活用しながら、お客様・パートナーと共に社会課題の解決に貢献していきます。

最後に、富士通グループは国連グローバル・コンパクトの署名企業として「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の4分野10原則を支持し、人々や社会へのマイナスの影響を最小化するあらゆる努力と、不正を許容しない企業風土の浸透を推進することをお約束します。

# 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](#)



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>

CO<sub>2</sub> 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合わせ、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シブルビジネス（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。

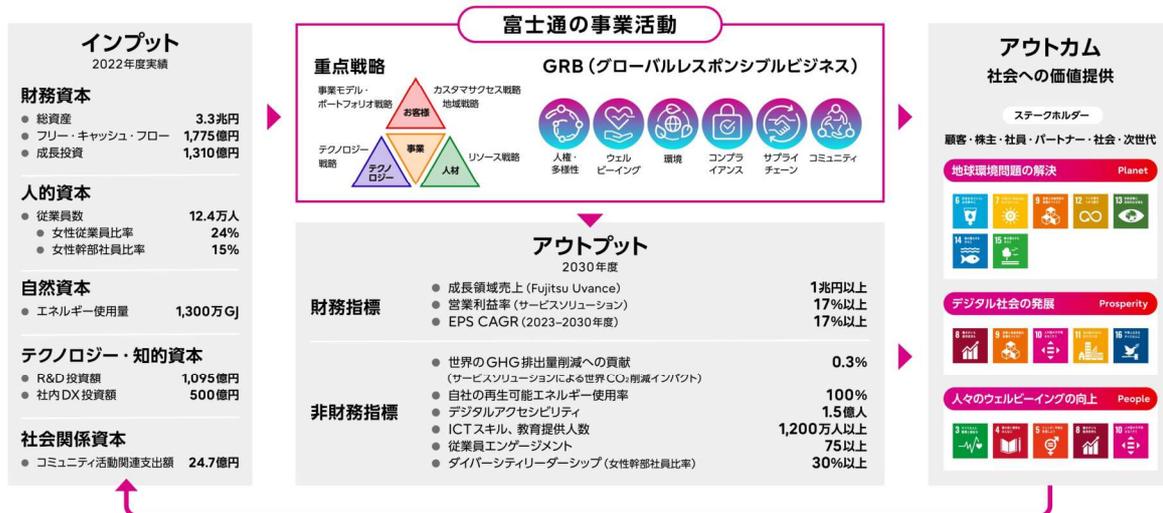
(注1) 富士通にとってのネットポジティブとは「社会に存在する富士通が、財務的なリターンの最大化に加え、地球環境問題の解決、デジタル社会の発展、そして人々のウェルビーイングの向上というマテリアリティに取り組み、テクノロジーとイノベーションによって、社会全体へのインパクトをプラスにする」と定義しています。

- > [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
	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。

### 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

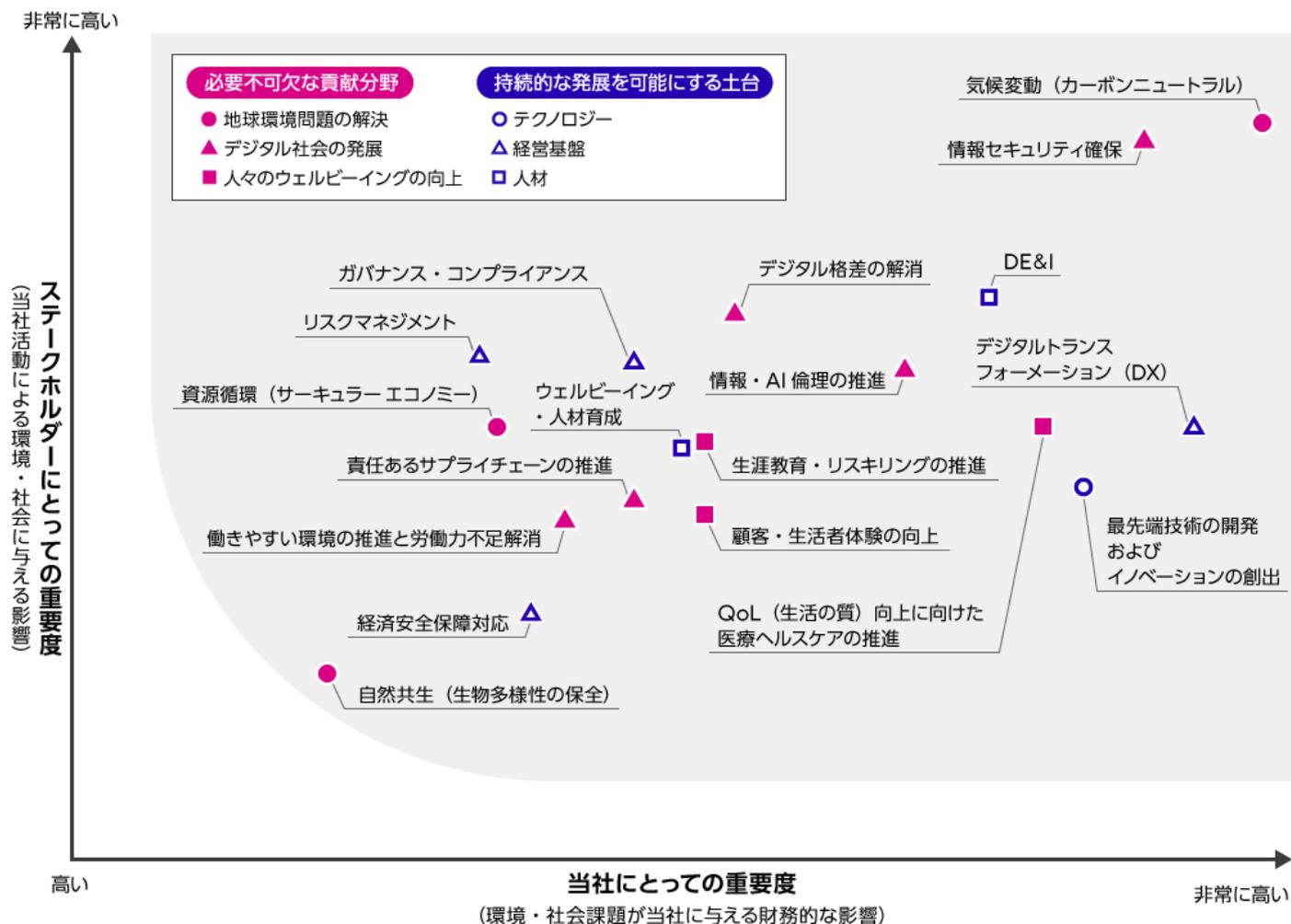
- 抽出された社会課題をもとに、幅広く社内外のステークホルダーに対するアンケートやインタビュー、およびデスクトップ調査を実施。2030 年の未来を見据え、各課題をリスク・機会両方の側面で、「当社にとっての重要度（環境・社会課題が当社に与える財務的な影響）」および「ステークホルダーにとっての重要度（当社活動による環境・社会に与える影響）」の視点から包括的に評価・採点を行い、社会課題の優先順位を示すマテリアリティ・マトリックス案（25 課題）を作成
- 個別インタビュー、サステナビリティ経営委員会等を通じて、マテリアリティ・マトリックス案について富士通の独自性（富士通らしさ）といった観点から妥当性に関する評価・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（18 課題）
- 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 <b>43</b> 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 推進責任者全員計 <b>123</b> 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 <b>3,284</b> 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（ <b>9</b> か国、 <b>14</b> 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

- 内部・外部環境の変化を常に把握し、年1回レビュー・討議を実施
- 必要に応じて Step1~3 を経て見直しを実施

## 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>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>激甚化する自然災害による操業コスト増</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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）</li> <li>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</li> </ul>
	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>「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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーンの GHG 排出量の可視化・削減</li> <li>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）</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>都市における有事へのレジリエンス強化</li> <li>高精度な天気予報と防災シミュレーション</li> </ul>
資源循環 （サーキュラーエコノミー）	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>製品の省資源化・資源循環性向上の推進</li> <li>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</li> </ul>
	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>生産品質等の可視化による材料の有効活用の促進</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>

自然共生 (生物多様性の保全)	<リスク> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	<社内取り組み> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>
	<機会> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	<お客様・社会への事業展開> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>

### 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"> <li>• 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</li> </ul>	<社内取り組み> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>

	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>
<p>デジタル格差の解消</p>	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 先端医療の民主化と、患者に合わせた最適化</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 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）</li> </ul>
<p>情報・AI 倫理の推進</p>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>
	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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）</li> <li>• 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</li> </ul>

<p>働きやすい環境の推進と労働力不足解消</p>	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
<p>責任あるサプライチェーンの推進</p>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み（サプライチェーンへの働きかけ）&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーンにおける人権リスクの予防・軽減</li> <li>サプライチェーンにおける GHG 排出量の削減の推進</li> <li>サプライチェーン多様性の確保</li> </ul>
	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>店舗（OMO）運営およびロジスティクスの最適化</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>

## 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>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●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）</li> </ul>
生涯教育・リスク リングの推進	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●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</li> </ul>
顧客・生活者体験 の向上	<p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<p>&lt;お客様・社会への事業展開&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●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</li> <li>●店舗システムの監視・運用・保守の効率化</li> <li>●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</li> </ul>

## 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"> <li>• お客様 NPS : +20 (22 年度比)</li> </ul>
--------------------	---

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"> <li>• 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</li> <li>• 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 *人・モノ・カネ含む</li> <li>• 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</li> </ul>
---------------------------------------	---

## 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>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• Data &amp; 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</li> <li>• 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</li> </ul>

## 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	<リスク> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>	<社内取り組み> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コーポレートガバナンス :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コーポレートガバナンスの不断の見直し</li> <li>・ 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</li> <li>・ 株主との建設的な対話の促進</li> </ul> </li> <li>・ コンプライアンス :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンプライアンス意識向上 Global Compliance Program の展開</li> <li>・ お取引先へのコンプライアンス教育提供</li> </ul> </li> </ul>
リスクマネジメント	<リスク> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	<社内取り組み> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ Data Driven Risk Management システムの構築</li> <li>・ 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</li> </ul>

<p>経済安全保障対応</p>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>重要な先端領域を含む技術の全社横断的な管理強化</li> <li>各国の経済安全保障施策への対応</li> </ul>
<p>デジタルトランスフォーメーション (DX)</p>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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"> <li>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</li> <li>経営資源の End-to-end でのデータ化・可視化</li> <li>グローバルでのビジネスプロセス標準化</li> </ul> </li> </ul>

### 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>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様性： <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>リーダーシップにおける女性の参画強化</li> <li>グローバルに通用する文化・民族の総合戦略の構築</li> <li>FWEI（富士通ワークプレイス平等指数）の導入</li> <li>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</li> </ul> </li> <li>サプライチェーン多様性の確保 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul> </li> <li>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）</li> </ul>
ウェルビーイング・人材育成	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<p>&lt;社内取り組み&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>ウェルビーイング向上： <ul style="list-style-type: none"> <li>ウェルビーイング理解・浸透策の展開</li> <li>データドリブンな可視化と分析</li> </ul> </li> <li>安全衛生の予防的措置の徹底</li> </ul>

### 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

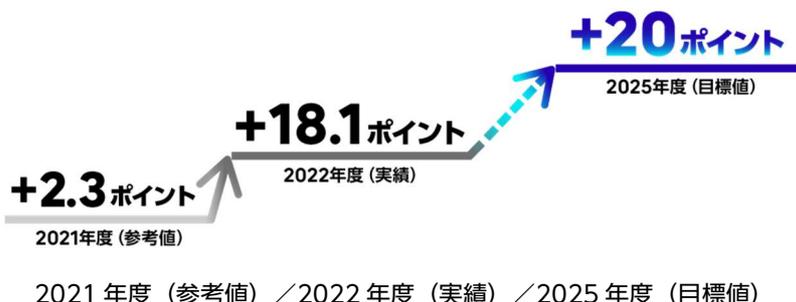
パーパスの実現に向けて長期かつ安定的な貢献を行うためには、すべてのステークホルダーと信頼関係を築き自らがサステナブルに成長していくことが必要です。そのため、非財務面での指標を事業活動の中核に組み込み、財務目標と合わせて達成に向けた取り組みを推進しています。富士通グループではこうした考え方に基づき、自らの改革の進捗を測る指標として、お客様からの信頼を表す「お客様ネット・プロモーター・スコア (NPS®) (注1)」、会社と社員との結びつきを表す「従業員エンゲージメント (EE)」、そして富士通グループの DX の進捗度を表す「DX 推進指標」の3つを非財務指標として設定しました。

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<sup>SM</sup> (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。



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ていきます。

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)

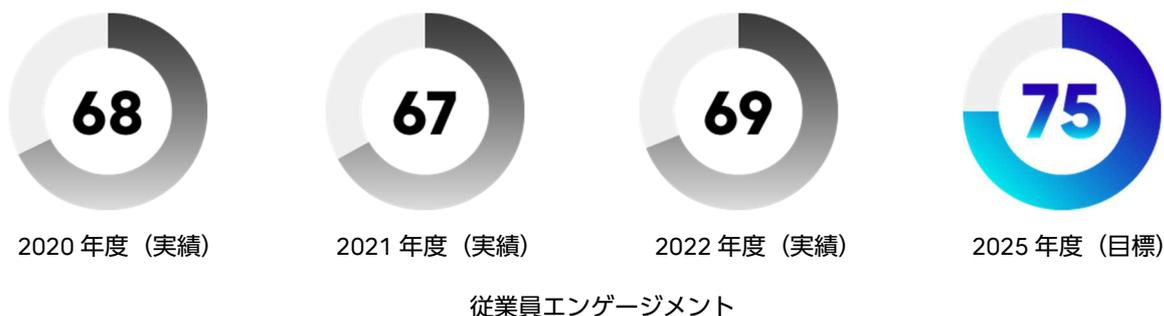
富士通グループにとって最大の経営資源は、お客様に提供する価値の源泉である社員です。エンゲージメントの高い社員は質の高いサービスをお客様に提供することができ、お客様からの良い評価は社員の仕事に対する手応えを高めるといふ相関関係があると、これまでの経験則から推測されるからです。社員一人ひとりのエンゲージメントの向上は、個人と富士通グループ両方の成長につながると考えています。

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 CO<sub>2</sub> 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す、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、権利侵害の可能性の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。

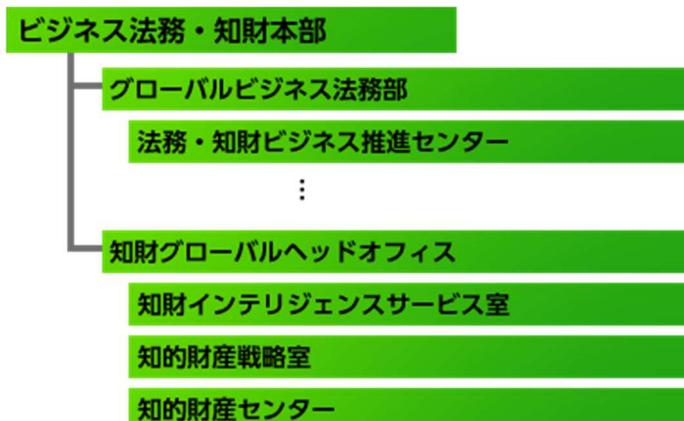
## グループ・グローバル連携

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。

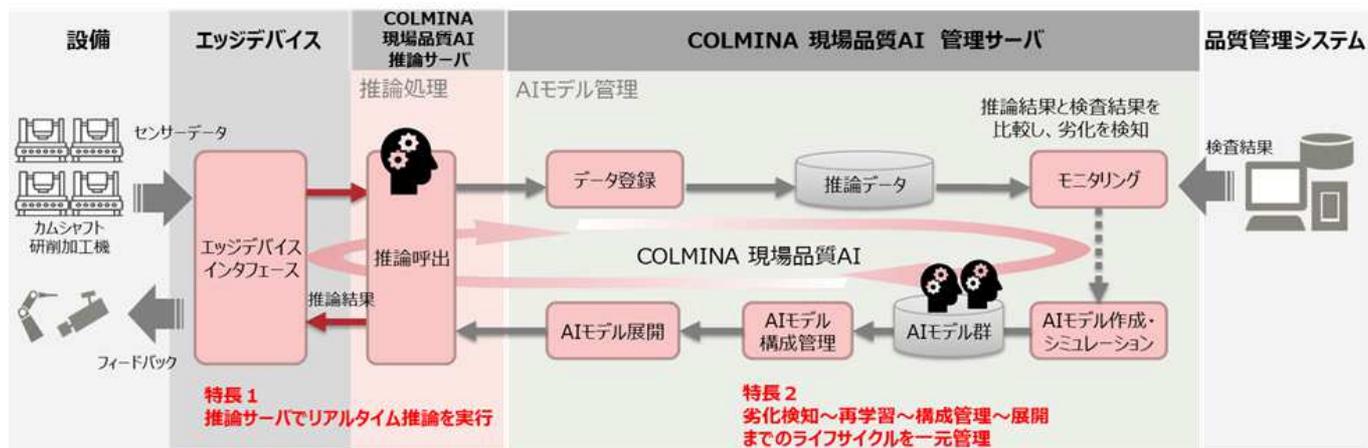
- > [NTTと富士通、「持続可能な未来型デジタル社会の実現」に向けた戦略的業務提携に合意](#)

## 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 Otonna

### <社会課題解決を支える知財ミックス戦略>

Otonna（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。

Otonna 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 Otonna 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、Otonna 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、Otonna 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。



Otonna 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「Otonna」](#)
- > [Otonna 《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>

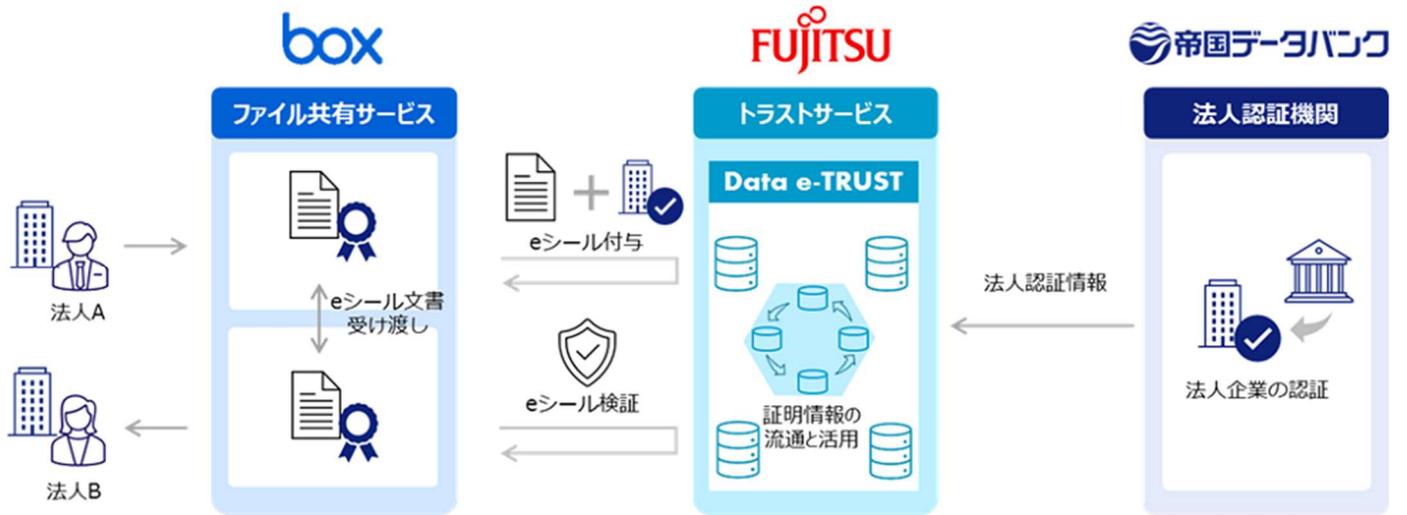
富士通は、(株) 帝国データバンクのほか複数社と 2022 年 4 月から 9 月まで「日本版 e シール (以下、e シール)」の社会実装に向けた実証実験を行いました。e シールとはデジタル上でやり取りされる文書等の発信元となる組織の正当性を保証する仕組みであり、総務省から「e シールに係る指針」が公表されています。

実証実験では、富士通のトラストサービス「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



## サステナビリティマネジメント

持続可能な社会の実現に向けた考え方や取り組みをご紹介します。

# 富士通グループのサステナビリティ経営

## 方針・推進体制・定期レビュー

富士通グループは、これまでも責任ある企業として、製品やサービスの提供を通じて社会からの信頼を獲得してきました。しかし、変化が大きく先の見通しが難しい VUCA（注 1）時代と言われる現在こそ、経営トップ主導の下、地球社会の一員として環境・社会・経済の視点から課題解決に向けた事業活動を行い、社会に対する有益なインパクトを生み出していくことが重要です。そのため、取締役会、経営会議の監督・指示の下、サステナビリティに配慮した経営を主導する「サステナビリティ経営委員会」を、2020 年 4 月に設置しました。2023 年度現在、代表取締役社長が委員長を、代表取締役副社長が副委員長を務め、取締役執行役員 CFO を含むメンバーで構成されています。

本委員会では、環境・社会・経済に与える影響を考慮し、ステークホルダー（注 2）に配慮したうえで企業を長期的に繁栄させていくという、責任あるグローバル企業としての「サステナビリティ経営」を目指します。具体的には、Fujitsu Way の刷新により新たに定めたパーパスや大切にしている価値観に基づいて、人権の尊重、多様性および公平性の受容、人材の育成、地球環境保全、地域社会の発展への貢献などの非財務分野の取り組みを強化することにより、グループの企業価値について持続的かつ長期的な向上を目指しています。

委員会の開催は半期に一度、また必要に応じて臨時開催を計画しており、非財務分野の活動進捗や非財務指標の目標達成状況の確認・討議、またサステナビリティビジネスを含む新規活動の審議などを行い、その結果は経営会議と取締役会に報告されます。委員長は社長とし、サステナビリティ経営の視点から委員長が指名する役員が委員に任命されます。（2023 年 5 月時点、委員長含め 13 名）。2020 年 4 月に第 1 回をキックオフし、その後半年に 1 回のペースで開催しており、直近では 2023 年 3 月に開催しました。これまでに新型コロナウイルス感染症をはじめ、世界で加速するカーボンニュートラルへの動きなどを踏まえ、富士通グループの目指すべき姿や本委員会のミッション、非財務指標やグローバルレスポンシブルビジネスの活動概要および目標に対する進捗などについて活発な議論を行いました。

(注1) VUCA：(Volatility (変動性), Uncertainty (不確実性), Complexity (複雑性), Ambiguity (曖昧性))

(注2) 富士通グループのステークホルダー：富士通グループは、「社員」「お客様」「パートナー（お取引先）」「コミュニティ（国際社会・地域社会）」「株主」をステークホルダーとしています。また、特に「政府」「NPO」「NGO」なども「コミュニティ（国際社会・地域社会）」の中の重要なステークホルダーと考えています。



体制図

## グローバルレスポンシブルビジネス

富士通グループは 2010 年に CSR 推進委員会に設置された基本戦略ワーキンググループにて、グローバルな CSR 規範や社会課題を認識したうえで当社への期待と要請について外部有識者よりヒアリングを行い、CSR 基本方針の「5 つの重要課題」を制定し、重要課題に基づく活動を推進してきました。

しかし、持続可能な開発目標（SDGs）の採択や気候変動問題に関するパリ協定の発効など、近年、地球規模の課題解決に向けた取り組みがより一層強く求められるようになりました。そこで、ここ数年の富士通におけるビジネスの変化も反映させるべく改めてグループ横断でのマテリアリティ分析を実施し、その結果を踏まえて、「グローバルレスポンシブルビジネス（Global Responsible Business: GRB）」という新たな名称で、グローバル共通のサステナビリティ重要課題を再設定しました。

## グローバルレスポンシブルビジネス

グローバルレスポンシブルビジネスの目的は、重要課題に基づく具体的な活動を行うことで Fujitsu Way の実現に必要なマインドセットとカルチャーを醸成すること、そして、グローバルな事業活動の前提となる社会的信用を獲得・維持していくことです。全グループ社員が「企業は社会の一員である」と常に意識し、利益追求のみではなく、事業活動から生じるサステナビリティの負の影響を低減し、正の影響を最大化していくことを目指しています。

その実現に向けて、重要課題ごとに 2023 年 3 月期末を達成期限とする目標を定めて、活動を進めてまいりました。今後は 2026 年 3 月期末を達成期限として定めた新たな目標の達成に向けて、各国国内法や労働市場など国・地域ごとの違いを踏まえつつ、グローバルでより高いレベルの活動が実施できるよう、本社の担当部署を中心に海外の各地域担当者も含めて目標を設定し、目標達成に向けた具体的アクションについて検討を進めていきます。

## 社内外への啓発活動・情報発信

パーパスの実現に向けて、社会課題の解決に有益なインパクトを生むビジネスに取り組むとともに、全ての事業活動において責任あるビジネスを行うために、社員の GRB への理解を促進する様々な啓発を実施しています。また、富士通グループのサステナビリティ経営の姿勢や取り組みをステークホルダーに伝えるため、社外に情報を発信しています。

- 社内外のイベント・講演において、富士通のサステナビリティ経営における非財務の枠組みとしての紹介や、各重要課題に役員からリーダーを設定しグローバルに施策を実行していることなどを発信しています。
- イントラサイトを日英の二言語で作成し、GRB の実務担当者と連携しながらコンテンツを随時掲載することで社員の理解を促進しています。
- 社内報で各重要課題の概要と具体的な取り組みを紹介する連載記事（全 10 記事）を日英の二言語で掲載しました。本連載に関するアンケートでは、記事を読んだ社員の約 9 割が GRB への理解が深まったと回答し、約 6 割が考え方・行動が変わったと回答し、理解・共感につながりました。
- サステナビリティに関する社員意識調査を実施し、得られた回答を社内外の施策立案・実施に活かしています。
- ビジネスの現場では、お客様のサステナビリティに関する経営課題解決につながることを目指し、商談プロセスの中に GRB の視点を取り入れています。お客様への提案資料に、環境、ウェルビーイングなど GRB の取り組みを紹介する素材を盛り込むなどして、実際のビジネスにおける活用、展開を進めています。

- > [2025 年度 GRB（グローバルレスポンシブルビジネス）の目標](#)
- > [2022 年度 GRB（グローバルレスポンシブルビジネス）の目標と実績](#)

# 2025 年度 GRB (Global Responsible Business) の目標

ありたい姿と 2025 年度に向けた目標 (KPI)	
 <p>人権・多様性</p>	<p>◆人権 実社会/デジタル社会において、「人間の尊厳」への配慮がすべての企業活動に反映され、「人を中心とした価値創造」が恒常的に行われている。 &lt;目標&gt; 当社バリューチェーン全体における人権リスクの予防・軽減</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>継続的な人権教育の実施 (受講率 90%以上を維持)</li> <li>有識者ダイアログの実施 (毎年)</li> <li>パートナー、お客様、NGO と連携し、富士通の知見・テクノロジーで人権尊重の促進と保護へ貢献</li> </ul> <p>◆ダイバーシティ、エクイティ&amp;インクルージョン (DE&amp;I) 多様性を尊重した責任ある事業活動 (レスポンシブルビジネス) に取り組む。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を醸成する。個人のアイデンティティに関わらず、誰もが違いを認め合い、活躍できるようにする。インクルーシブなデザインやイノベーションを通じて、社会により良いインパクトをもたらすよう努め、エンパワーし合うことで、持続可能な世界の実現を目指す。 &lt;目標&gt; 年齢、性別、文化、民族、性的指向、アイデンティティ、能力に関係なく、すべての社員がサポートされ、尊敬されていると感じられるようにする</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員エンゲージメント・サーベイの「個人の尊重」に関する質問に対する回答結果の平均を 7 ポイント向上 (80 ポイント)</li> </ul> <p>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企業文化を構築する</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員エンゲージメント・サーベイの「機会の均等」に関する質問に対する回答結果の平均を 4 ポイント向上 (74 ポイント)</li> </ul> <p>リーダーシップの役割にも重点を置き、女性の参画を同等にする</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>リーダーシップレベルの女性比率を 20%に向上</li> </ul> <p>文化に配慮した偏見のない職場環境を実現するために、尊敬と寛容を促進し、私たちが働く社会の中で経営者レベルから下位層へと反映する</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域やグローバルな取り組みをしつつ、グローバルに通用する文化・民族の総合戦略を構築</li> </ul> <p>LGBTI+を受け入れるベストプラクティスを推進し、富士通のすべての拠点で社員とその家族をサポートする</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>LGBTI+の社員に平等な機会と一体感をもたらすため、FWEI (富士通ワークプレイス平等指数) を導入</li> </ul> <p>すべての社員、お客様、および社会のステークホルダーが、当社のソリューション、製品、サービス、システムを使用し、当社のコミュニケーションを理解できるようにする</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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一つとして推進および提唱</li> </ul>
 <p>ウェルビーイング</p>	<p>仕事もプライベートも、自分自身が大切にしている価値観に向き合い、自身の未来の幸せに日々向かっている。 &lt;目標&gt; 社員一人ひとりが自分の Well-being を理解し、語る事ができる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ウェルビーイング             <ul style="list-style-type: none"> <li>理解浸透に向けて、Global に Well-being に関するメッセージの発信</li> <li>Well-being に関しての指標開発</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全衛生</li> <li>重大な災害発生件数：ゼロ</li> </ul>
 <p>環境</p>	<p>グローバルな SX リーディング企業として社会的責任を果たす。自らのカーボンニュートラル実現に加え、お客様との共創により、革新的なソリューションを提供することで様々な環境課題を解決する。</p> <p>&lt;目標&gt; (注1)</p> <p>社会的責任の遂行と環境課題解決への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自社・サプライチェーンにおける SBT ネットゼロを目指した GHG 排出削減</li> <li>事業活動に伴うリスクの回避と環境負荷の最小化</li> <li>ビジネスを通じたお客様・社会の環境課題解決への貢献</li> </ul>
 <p>コンプライアンス</p>	<p>富士通グループ内の役職員が高いコンプライアンス意識をもって、事業活動を行うことにより、社会の規範としての役割を果たしつつ、ステークホルダーから投資や取引、就業の対象として選択される、信頼される企業グループである。</p> <p>&lt;目標&gt;</p> <p>コンプライアンスに係る Fujitsu Way [行動規範] の組織全体の周知徹底を図るために、グループ全体に Global Compliance Program を展開することで、高いコンプライアンス意識を根付かせるとともに、経営陣が先頭に立って、従業員一人ひとりがいかなる不正も許容しない企業風土 (Zero Tolerance) を醸成する。また富士通のビジネスに携わるすべての人に活動を広げ、理解を求める</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社長を含めた富士通本社の経営層や各国グループ会社の社長等からコンプライアンス遵守の重要性をメッセージとして毎年発信</li> <li>コンプライアンス教育を取引先 100 社以上を対象に毎年提供</li> <li>贈賄、カルテルを起こさせない</li> </ul>
 <p>サプライチェーン</p>	<p>富士通グループは、人権・安全衛生、環境に配慮し、多様性を確保した責任あるサプライチェーンを実現する。</p> <p>&lt;目標&gt;</p> <p>サプライチェーンにおける、人権リスクの予防・軽減</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>調達指針の遵守要請と並行して、取引先の可視化・課題の特定を推進し、問題を起こさない仕組みを構築</li> </ul> <p>サプライチェーンにおける GHG 排出削減の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GHG 排出削減を取引先とともに推進するため、主要取引先に対して、国際基準に沿った数値の目標設定を要請 (主要取引先において、SBT WB2° 相当の排出削減目標が設定されることを目標とする)</li> </ul> <p>サプライチェーン多様性の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>日本での活動を女性活躍とし、取引先の取組状況を測定する仕組みを構築</li> </ul>
 <p>コミュニティ</p>	<p>社員一人ひとりが幅広いステークホルダーとの共働・共創を通して社会課題への共感性を高めて活動に取り組み、社会にスケールあるインパクトをもたらすことで、富士通の成長機会を創出し、パーパス実現に貢献している。</p> <p>&lt;目標&gt;</p> <p>コミュニティ活動 (注2) に対する社員のマインドセット変革・組織風土醸成、及び社会へのインパクト創出</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コミュニティ活動に参加した社員 (従業員数の 20%)</li> </ul>

(注1) 具体的な目標は、第 11 期環境行動計画で作成

(注2) コミュニティ活動とは：重要なステークホルダーの一つである地域社会とグローバルで協力し、社会が抱える課題解決に取り組み価値創造をめざす活動。

# 2022 年度 GRB (Global Responsible Business) の目標と実績

	ありたい姿と 2022 年度に向けた目標 (KPI)	2022 年度の主な実績
 <p>人権・多様性</p>	<p>◆人権 実社会/デジタル社会において、「人間の尊厳」への配慮が全ての企業活動に反映され、「人を中心とした価値創造」が恒常的に行われている。</p> <p>&lt;目標&gt; 「人権尊重」の社内浸透</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>グローバルな人権に関する全従業員向け教育の受講率：80%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ全社員を対象とした「ビジネスと人権」に関する e ラーニングを 16 か国語でグローバルに実施 受講率：92%</li> </ul>
	<p>◆ダイバーシティ、エクイティ&amp;インクルージョン (DE&amp;I) 多様性を尊重した責任ある事業活動 (レスポンシブルビジネス) に取り組みます。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を醸成します。個人のアイデンティティに関わらず、誰もが違いを認めあい、活躍できるようにします。</p> <p>私たちは、インクルーシブなデザインやイノベーションを通じて、社会により良いインパクトをもたらすよう努め、エンパワーし合うことで、持続可能な世界の実現を目指します。</p> <p>&lt;目標&gt; インクルーシブな企業文化の醸成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社員意識調査での DE&amp;I 関連設問の肯定回答率向上： 連結 66% (2019 年度) →69%/ 単体 59% (2019 年度) →63%</li> <li>リーダーシップレベルにおける女性比率増： 連結 8% (2019 年度) →10%/ 単体 6% (2019 年度) →9%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員意識調査での DE&amp;I 関連設問の肯定回答率 連結：73%/ 単体：69%</li> <li>リーダーシップレベルにおける女性比率 連結：10.8%/ 単体：9.1% ※従来、リージョン毎にリーダーシップレベルの基準を決めていたが、2023 年度からは基準をグローバルで統一しており、新基準における連結の比率は 15%</li> </ul>
 <p>ウェルビーイング</p>	<p>すべての社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をつくりだす。また社員が自己の成長を実現させて、その力を最大限に発揮できる機会を提供する。</p> <p>&lt;目標&gt; いきいきと働くことができる職場環境の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社員意識調査「ワークライフバランス」[Well-being] (注 1) に対するグローバル共通平均スコア：71</li> <li>成長の実現と力を発揮できる機会の提供</li> <li>社員意識調査「成長の機会」に対するグローバル共通平均スコア：70</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員意識調査「ワークライフバランス」[Well-being] (注 1) に対するグローバル共通平均スコア：67</li> <li>社員意識調査「成長の機会」に対するグローバル共通平均スコア：71</li> </ul>
 <p>環境</p>	<p>グローバルな環境リーディング企業として社会的責任を果たす。気候変動対策としてパリ協定の 1.5°C 目標の達成と、革新的なソリューションの提供による、資源の有効利用含めた環境課題解決に貢献する。</p> <p>&lt;目標&gt; 社会的責任の遂行と環境課題解決への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業拠点の温室効果ガス (GHG) 排出量を基準年比 37.8%以上削減する (2013 年度実績の毎年 4.2%削減)</li> <li>事業活動に伴うリスクの回避と環境負荷の最小化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GHG 排出量の削減                     <ul style="list-style-type: none"> <li>目標 37.8%以上削減、478 千トン以下に対し実績 47.5%削減、403 千トン (2013 年度比 毎年 4.2%削減)</li> <li>再生可能エネルギー使用率：目標 16%以上に対し実績 30.0%</li> </ul> </li> <li>事業活動に伴うリスクの回避と環境負荷の最小化</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ビジネスを通じたお客様・社会の環境課題解決への貢献</li> </ul>	<p>&lt;事業所&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• データセンターの PUE 改善：目標 1.54 に対し実績 1.57</li> <li>• 水の使用量：目標 3 万 m<sup>3</sup> 以上の削減に対し実績 8.8 万 m<sup>3</sup> 削減</li> <li>• 製品の省資源化・資源循環性向上：新製品の資源効率目標 10% 以上に対し実績 11.2% 向上 (2019 年度比)</li> </ul> <p>&lt;サプライチェーン&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 製品の使用時消費電力による CO<sub>2</sub> 排出量：目標 17%削減に対し実績 25%削減 (2013 年度比)</li> <li>• サプライチェーン上流における CO<sub>2</sub> 排出量削減及び水資源保全：主要取引先への取組依頼を 100%完了</li> </ul> <p>• ビジネスを通じたお客様・社会の環境課題解決への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• カーボンニュートラルに関する知見のビジネス部門、事業部門へのスキルトランスファー</li> <li>• セミナーやワークショップ、e ラーニングなどを通じた社内教育の実施による社員の専門スキル向上</li> <li>• 環境課題解決に繋がるお客様提案に向けた支援</li> </ul>
 <p>コンプライアンス</p>	<p>富士通グループ内の役職員が、高いコンプライアンス意識を持って事業活動を行うことにより、社会的責任を果たしつつ、ステークホルダーから信頼される企業グループである。</p> <p>&lt;目標&gt;</p> <p>コンプライアンスに係る Fujitsu Way 「行動規範」の組織全体への周知徹底をさらに図るために、グループ全体にグローバルコンプライアンスプログラムを展開することで、高いコンプライアンス意識を組織に根付かせるとともに、経営陣が先頭に立って、従業員一人ひとりがいかなる不正も許容しない企業風土（ゼロ・トレランス）を醸成する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 社長、部門長またはリージョン長からコンプライアンス遵守の重要性をメッセージとして発信：1 回以上/年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 国際腐敗防止デーに合わせた Fujitsu Compliance Week において、社長・各リージョン長・各国グループ会社社長等の経営層から従業員に対し、コンプライアンス遵守徹底のメッセージを発信</li> </ul>
 <p>サプライチェーン</p>	<p>富士通グループは自社サプライチェーンにおいて、人権や環境、安全衛生に配慮した責任ある、かつ多様性に富む調達を実現する。</p> <p>&lt;目標&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 自社サプライチェーンにおける責任ある調達の実現</li> </ul> <p>当社主要取引先による責任ある調達の国際基準への準拠へ向け、当社主力製品の主要な製造委託先・部品取引先より、下記文書のいずれかを入手する。(目標 KPI=100%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ RBA (注2) 工場監査プラチナまたはゴールド判定書</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 下記文書いずれかの入手率：100%             <ul style="list-style-type: none"> <li>- RBA 工場監査プラチナまたはゴールド判定書</li> <li>- 当社 CSR 調達指針への誓約書</li> </ul>             実績：100%取得済み</li> <li>• UK・Americas・オセアニアにおいて、中小企業 (SME)・女性経営・少数民族企業等、多様な属性を持つ企業からの調達 KPI を達成</li> </ul>

	<p>➢ 当社 CSR 調達指針 (=RBA 行動指針) への誓約書</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• サプライチェーン多様性の推進 従来の取り組みと並行して、サプライチェーンの多様性確保を Responsible Business の目標に位置づけ、グローバルに推進。</li> <li>• サプライチェーンにおける GHG 排出削減 GHG 排出削減を取引先とともに推進するため、主要物品取引先に対して、国際基準に沿った数値の目標設定を依頼する。</li> </ul>	<p>実績：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 各リージョン/国での主目標を達成</li> <li>• 日本における多様性の観点と目標を女性活躍に決定</li> <li>• 293 社あてに目標設定のための説明会への参加を要請</li> </ul> <p>実績：取引先の実態把握、対応要請および支援を、目標通り実施</p>
 <p>安全衛生</p>	<p>富士通グループは全ての事業活動において、心とからだの健康と安全を守ることを最優先し、各国各地域の事情にあわせた、安全で健康的な職場環境を提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 重大な災害発生や質の低い安全衛生管理を許容しない文化を醸成する。</li> <li>• 全ての事業活動の価値の中心に、心とからだの健康と安全を守ることを据える。</li> <li>• 予防可能な病気やケガ、業務上の予期せぬ事故などによるビジネス機会の損失をゼロにする。</li> </ul> <p>&lt;目標&gt; グループ会社を含むすべての職場において、安全で働きやすい環境を実現し、心とからだの健康づくりを推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 重大な災害発生件数：ゼロ</li> <li>• 安全衛生に関するグローバルレベルでのマネジメントレビュー実施：1 回/年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 重大な災害発生件数：1</li> <li>• 各国/Region にてマネジメントレビューに代わる会議体を設定（中央安全衛生委員会・Europe, GD and Americas OH&amp;S Leadership Forum 等）</li> </ul>
 <p>コミュニティ</p>	<p>地球社会への帰属意識を有する社員が、社会課題への共感性を高めて活動を共創することで、社会のみならず経済/ビジネスによりインパクトをもたらしている。</p> <p>創出したインパクトを評価/分析・発信し、更なる価値を社会に提供している。</p> <p>&lt;目標&gt; 企業文化および社員のマインドセット変革への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 社会課題に関連した社会貢献活動に参加した従業員数の増加率/ニューノーマル下において、2019 年度比 +10%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019 年度比 +38%</li> </ul>

(注1) 22 年度より「職場環境」から「Well-being」へ変更

(注2) RBA : Responsible Business Alliance 電子機器メーカーや大手サプライヤーなど、約 140 社が加盟する国際イニシアチブ。行動規範を定め、サプライチェーン上の環境や労働者の人権および労働条件や、倫理・安全衛生などの改善を進めている。

# SDGs への取り組み

## SDGs への取り組み

2015年に国連で採択された持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）は、世界全体が2030年までに達成すべき共通の目標です。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し、世界をより持続可能にしていくこと」は、SDGs達成への貢献を社内外に約束するものです。富士通は、長年にわたりテクノロジーを通じて社会に価値を提供してきたグローバル企業として、社会の変革に主体的に貢献する責任があります。世界をより持続可能にするために、社会に対して、より良い、かつスケールの大きなインパクトを与え、自社も持続的に成長していくことを目指しています。富士通は、2023年5月に発表した中期経営計画において、2030年に向けた**価値創造**の考え方を示しました。必要不可欠な貢献分野（マテリアリティ）の「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」への取り組みを通じ、SDGsへの貢献を目指します。

富士通は、SDGsの本質を、2050年に90億人を超える人類が、地球の限界内で良い生活を営めるよう、2030年までに成し遂げるべきシステムトランスフォーメーションであると捉えています。SDGsに掲げられる課題は、環境・社会・経済の要素が複雑に連鎖して構成されており、その解決には、社会全体を捉えたデジタルトランスフォーメーション（DX）が鍵となります。富士通は、デジタルテクノロジーを駆使して、業種の壁を越えたエコシステムを形成し、自社やお客様の経営、社会の在り方を変革し、社会課題の解決に貢献していきます。

SDGsは、グローバルな社会ニーズを包括的に示したものであり、ステークホルダーとの共通言語です。富士通は、SDGs達成への取り組みを、国際機関や各国・地域政府、民間企業、NGO、NPOといった幅広いステークホルダーとの共創の機会とし、社会課題に多面的にアプローチすることで、より大きなインパクト創出とその最大化を図ります。

> [価値創造モデル](#)

## 社内における実践

富士通では、商品企画・商談の検討やプレスリリース発行時に、サービスやソリューションがSDGsの169ターゲットのうちどのターゲットと関連するか社員に考えてもらう仕組みを構築しています。社員がSDGsの目標達成への貢献を日頃から意識し、社会課題起点でビジネスへ取り組むようにしていくことを目的としています。

### 当社のSDGsへの貢献について



2015年に国連で採択された持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals: SDGs)は、世界全体が2030年までに達成すべき共通の目標です。  
当社のパーパス(存在意義)である「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」は、SDGsへの貢献を約束するものです。

## デジタルテクノロジーとサービスを活用した SDGs 貢献例

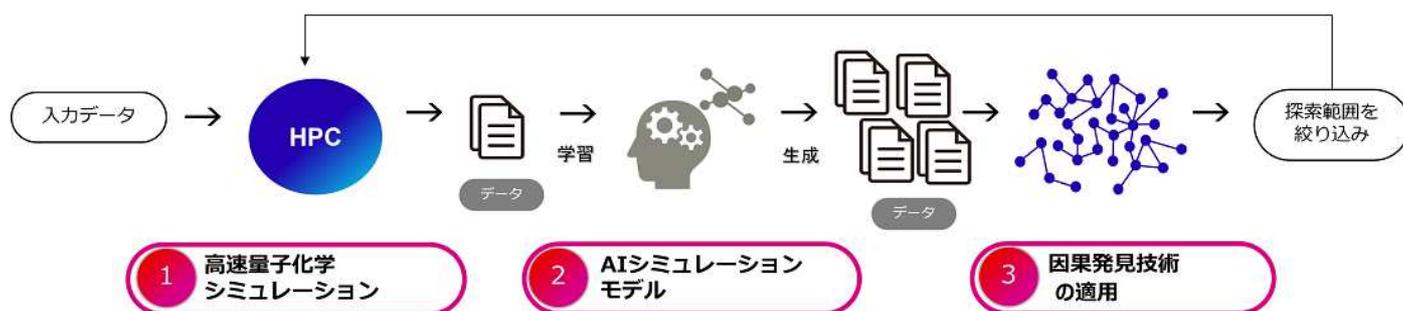
### クリーンなアンモニア合成に向けた触媒候補探索期間を大幅に削減し、ゼロエミッションに貢献

燃焼による CO<sub>2</sub> の排出が無く水素に比べて輸送が容易であることから、アンモニアはゼロエミッションに向けた次世代エネルギーとして注目されています。しかし、現在主流のアンモニア合成手法では、天然ガスや石油などの化石燃料から原料の水素を作るため CO<sub>2</sub> が大量に排出されるという課題がありました。

2022 年 4 月、富士通は Atmonia ehf. (注 1) と CO<sub>2</sub> 排出量の削減につながるアンモニアをクリーンに合成するための触媒探索の共同研究を開始し、2023 年 2 月、HPC と AI を活用した材料探索効率化技術の開発によって、触媒候補の探索期間を従来の半分以下に削減することに成功しました。

富士通の HPC で、Atmonia のアンモニア合成シミュレーションデータを基に様々な量子化学シミュレーションを行い、そこから得られた膨大なデータを AI に学習させ、触媒候補を短期間で絞り込むシミュレーションモデルを開発。さらに、1 万ケース以上のアンモニア合成触媒候補データから、富士通独自の AI である因果発見技術を適用し、合金触媒として適した材料の絞り込みを行いました。

今後、HPC と AI を活用した材料探索効率化技術を活用し、触媒物質を早期に発見してクリーンなアンモニア合成を実現することで、カーボンニュートラルへの貢献を目指します。



開発・適用した技術の概要

(注1) Atmonia ehf. : 本社 アイスランド レイキャビク、CEO グズビョルグ リスト。アンモニア生成を効率よく行うための触媒開発を、コンピュータシミュレーションと実験を用いて行うベンチャー企業。

- > [富士通と Atmonia、カーボンフリーな物質であるアンモニアの触媒探索を HPC と AI で加速する共同研究を開始し、ゼロエミッションに貢献](#)
- > [HPC と AI を活用した量子化学シミュレーション高速化技術を開発し、クリーンなアンモニア合成に向けた触媒候補探索期間の大幅な削減に成功](#)

#### 本件に関連する主な SDGs



(7.a)

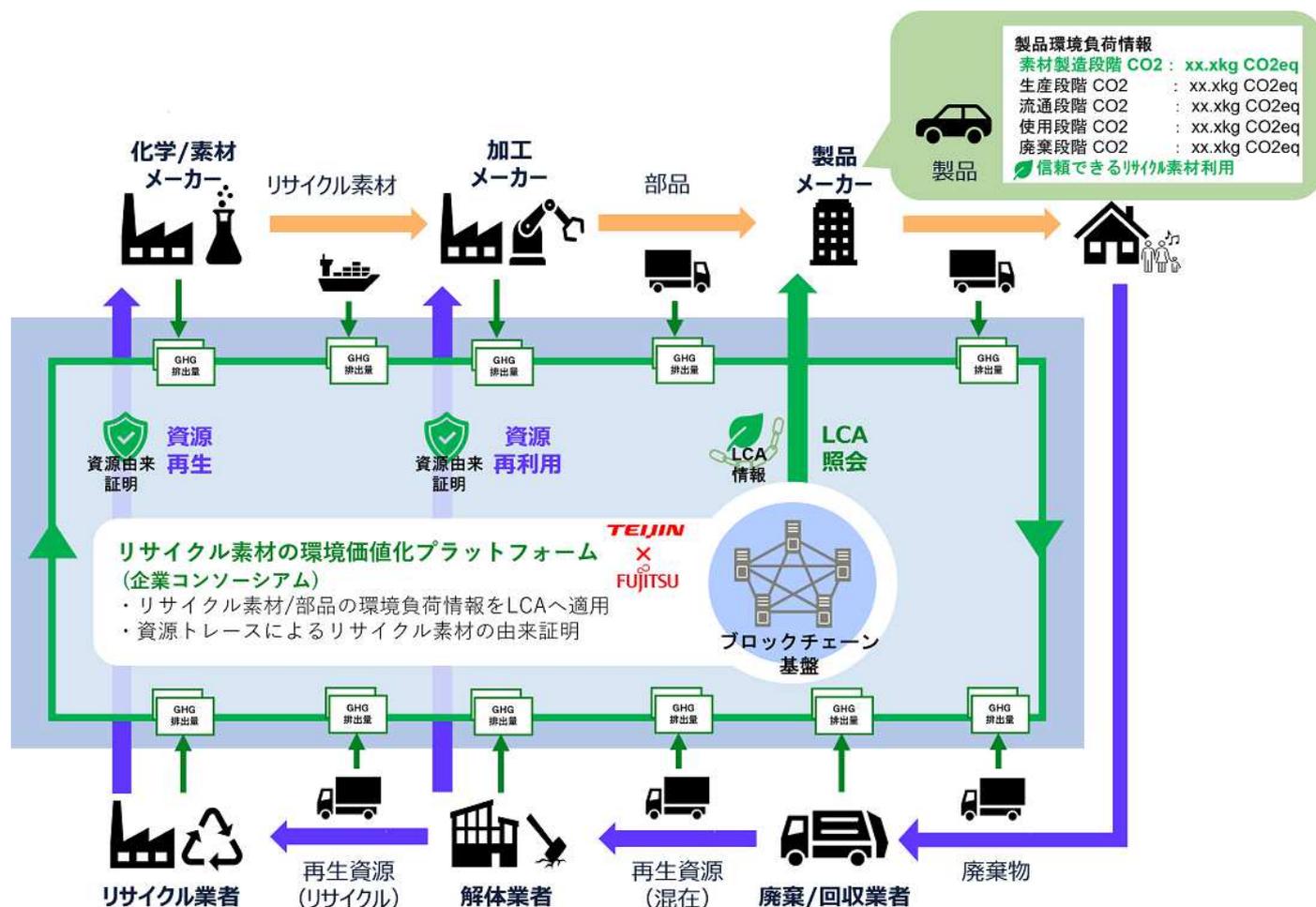


(9.1、9.5)

## 帝人と富士通の共同プロジェクト、リサイクル素材・環境配慮設計（注 2）による持続可能なライフサイクルの実現への取り組み

帝人（株）と富士通は、世界共通の目標であるカーボンニュートラルの実現に向け、素材産業起点でのサーキュラーエコノミーおよび信頼できるリサイクル素材の普及を目標とした、「リサイクル素材の環境価値化（注 3）プラットフォーム実現プロジェクト」を 2022 年 7 月より開始しました。

帝人と富士通は共同で「Fujitsu Uvance」として初のサーキュラーエコノミー型のビジネスを具体化、市場適用を目指しています。



リサイクル素材の環境価値化プラットフォームのイメージ

帝人および富士通は「リサイクル素材の環境価値化プラットフォーム」を活用し、2023 年 1 月から自転車フレームを対象とした実証を開始しました。資源の移動によるエネルギー消費（注 4）の問題や製品回収スキームの未確立、グリーンウォッシュの回避といった自転車の資源循環に関する課題に対し、自転車フレームに使用される材料の資源および環境負荷情報のトレースを行い、データを収集するプロセスの実現性評価とトレースデータを可視化して、その価値を検証することに取り組みました。リサイクルによって生み出される環境的な価値を、信頼性を担保・提供するビジネスモデルとして実践し、自転車業界の資源循環における環境価値化の道筋を生み出し、今後は、自転車ユーザーへのトレースデータの開示、カーボンマネジメントの証明などに活用して価値を提供することを目指します。

将来的に賛同したパートナー企業や団体との実証を進め、自転車フレームのみならず、他産業でもリサイクル市場の発展に取り組み、素材産業起点でのサーキュラーエコノミーの実現に貢献します。

- (注2) 環境配慮設計：製品の全ライフサイクルを考慮し、環境負荷低減を目的とした設計。
- (注3) 環境価値：製品の製造や輸送に関わるカーボンフットプリントの低減などの環境に貢献する付加的な価値のこと。
- (注4) 資源の移動によるエネルギー消費：  
 輸送による CO<sub>2</sub> 排出：90%以上の自転車フレームがアジア（中国）で生産され世界に出荷される移送時における課題。  
 廃棄物埋立による環境問題：90%以上の自転車フレームがアジアに戻されたうえで埋立等による廃棄となる課題。

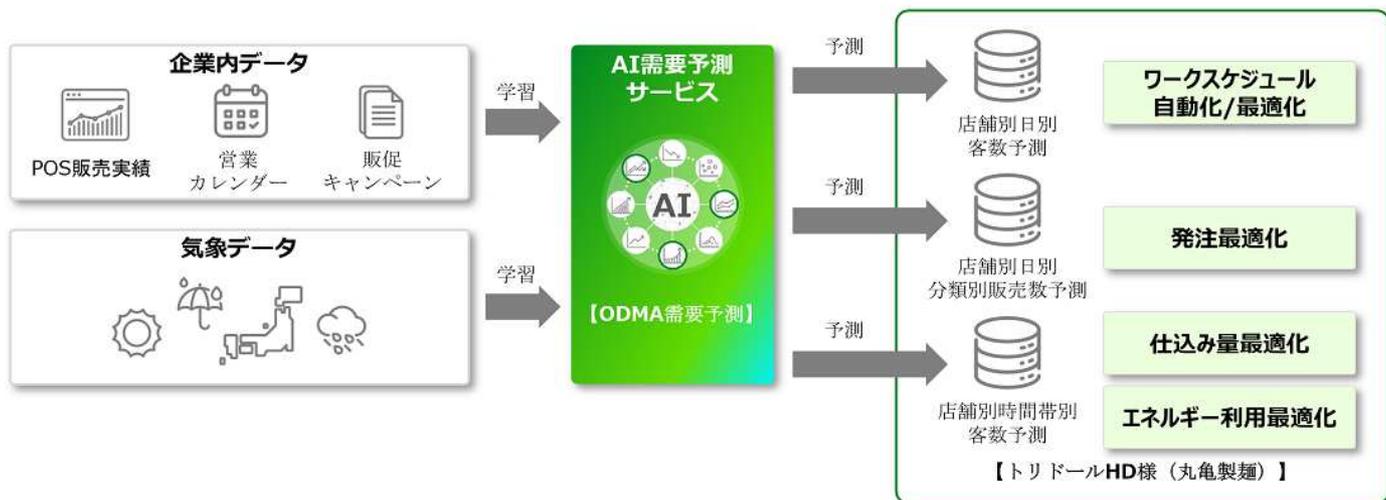
- > [帝人と富士通、リサイクル素材利活用における信頼性向上に向けた共同プロジェクトを開始](#)
- > [帝人と富士通、自転車フレームに用いられるリサイクル炭素繊維の「資源循環における環境価値化実証プロジェクト」を開始](#)
- > [帝人×富士通の共同プロジェクト。持続可能なライフサイクルの実現へ](#)

本件に関連する主な SDGs



需要予測によるサステナブルな社会への貢献

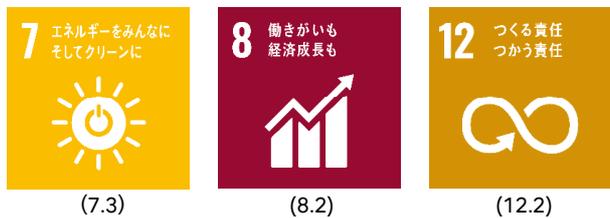
富士通は、サステナブルな世界の実現を目指す「Fujitsu Uvance」のもと、ニューノーマルへの変革をアジャイルに推進する「Digital Shifts」のデータドリブンマネジメントの取り組みを進めています。2022年11月、食の感動体験を探求し続け、真のグローバルフードカンパニーになるためのトランスフォーメーションとして「DX ビジョン 2028」を策定した（株）トリドールホールディングスと富士通は、富士通研究所の特許登録技術「動的アンサンブルモデル」を活用し、「丸亀製麺」の店舗ごとの日別、時間帯別の客数や販売数を予測する「AI 需要予測サービス」の有効性を評価する実証を2021年6月から段階的に実施しました。また、この実証結果を受けて国内の丸亀製麺全店舗で採用も決定しています。データ特性から人が予測する思考プロセスをAI、機械学習技術により実装した「動的アンサンブルモデル」は、複数の需要予測モデルを自動チューニングで最適に組み合わせることができます。富士通の需要予測技術は、周期、外的要因、トレンドなど様々な要因で変化する予測対象ごとの特性を的確に捉えた学習が期待でき、安定かつ高精度な需要予測を提供します。また、受発注業務、生産計画業務、レイバースケジュール策定業務などの計画策定業務で予測データの利活用を促進します。



「AI 需要予測サービス」の概要

> トリドールホールディングス、富士通の AI 需要予測の活用により真のグローバルフードカンパニーを目指す DX を推進

本件に関連する主な SDGs

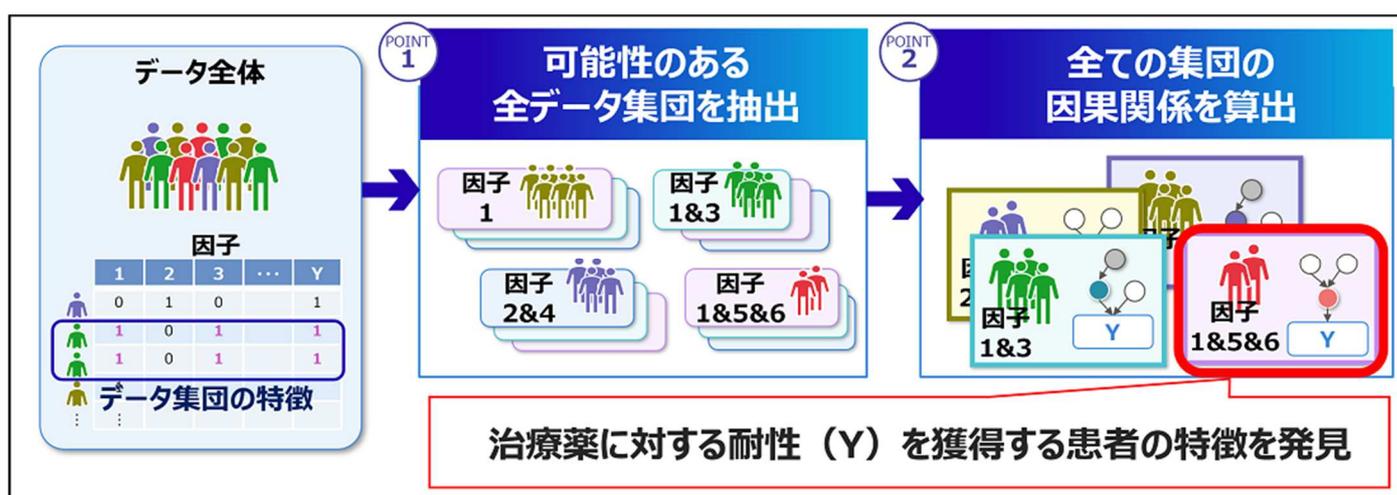


## スーパーコンピュータ「富岳」と「発見する AI」で、がんの薬剤耐性に関わる未知の因果メカニズムを高速に発見する新技術を開発

がんの分子標的薬（注 5）は、患者への投与を続けると、その薬剤に対して耐性を獲得したがん細胞が増殖し、再発することがあります。がん耐性獲得のメカニズム解明には、精緻なデータと解析技術が不可欠です。富士通は、判断根拠の説明が可能な「Wide Learning」（注 6）などの「説明可能な AI」を発展させ、未知の因果関係の発見を可能とする「発見する AI」を開発しました。

開発にあたっては、ヒトの全 2 万個の遺伝子を対象とした網羅的な探索に通常の計算機で 4,000 年以上かかる試算であったため、処理の高速化が課題となっていました。そこで、スーパーコンピュータ「富岳」上にヒトの全遺伝子を実用的な時間で分析できるよう、条件探索と因果探索を行うアルゴリズムを並列化し、実装することで、計算性能を最大限引き出しました。さらに、「発見する AI」を活用し、薬剤耐性を生み出す条件となりうる有望な遺伝子の組み合わせを抽出することで、一日以内で網羅的な探索を実現する技術を開発しました。これにより、ヒトの全遺伝子に対して条件と因果関係を一日以内で網羅的に探索し、肺がんの治療薬に耐性を持つ原因となる遺伝子を特定することに成功しました。

今後は、複雑に交錯する因子を発見して意思決定を行うようなマーケティングやシステム運用、生産現場など、活用分野の拡大に取り組んでいきます。



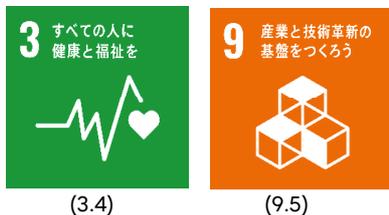
「発見する AI」の概要

(注5) 分子標的薬：病気の原因となっている分子（タンパク質や遺伝子等）だけに作用するように設計された治療薬。

(注6) 公式サイト [\[Hello, Wide Learning!\]](#)

- > [東京医科歯科大学と富士通研究所、「富岳」を用いてがんの遺伝子ネットワーク分析を1日以内に実現](#)
- > [スーパーコンピュータ「富岳」と「発見するAI」で、がんの薬剤耐性に関わる未知の因果メカニズムを高速に発見する新技術を開発](#)

本件に関連する主な SDGs



## EV の充電に関わる CO<sub>2</sub> 排出削減の可能性をデジタルコラボレーションで実証

交通の脱炭素化を目指し、車両の EV (Electric Vehicle) 化が欧州や中国を中心に飛躍的に成長しています。しかし、EV の需要増加に伴い、エネルギー事業者にとっては充電時の電力網の負担、運輸事業者にとっては充電に関わる CO<sub>2</sub> 排出抑制が課題であり、グリーン電力による充電でなければ CO<sub>2</sub> 排出削減の効果は減少してしまいます。

富士通は、EV 充電の CO<sub>2</sub> 排出削減の課題に取り組むため、World Business Council for Sustainable Development (持続可能な開発のための世界経済人会議:WBCSD)、オランダのコンサルティング会社 Arcadis NV、および英国の電力会社

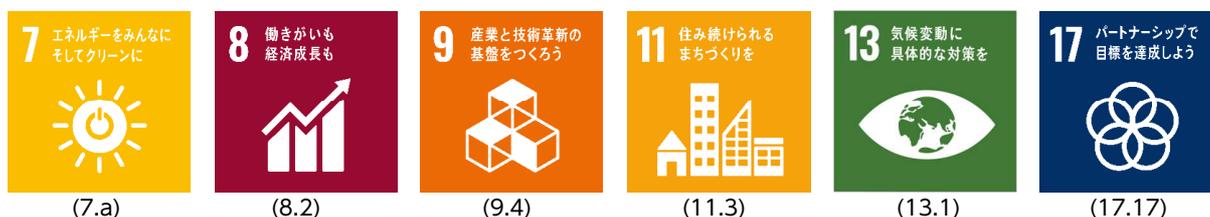


National Grid plc.と共同で、配送事業の稼働率の最大化を図る富士通のサービス「Fleet Management Optimization (FMO)」を活用したデジタルコラボレーションで実証を行いました。グリーン電力には、天候等の条件により発電量が変動するという課題があります。本実証では、グリーン電力が豊富な時間帯での充電が、CO<sub>2</sub> 排出の削減とエネルギー需要・供給バランスの安定に繋がることに着目し、Arcadis からは配達車 (EV) のデータ、National Grid からは電力のグリーン度に関するデータの提供を受け、FMO によりシミュレーション分析を行いました。この結果、運輸業界の配達車の充電スケジュールを最適化し、充電に関わる CO<sub>2</sub> 排出量を 15%削減できる可能性を実証しました。本実証を踏まえ、EV 充電時のグリーン電力活用と CO<sub>2</sub> 削減をサポートするソリューション「Fleet CO<sub>2</sub> Reduction」を開発中です。

富士通は、今後もクロスインダストリーによるデータ連携や各国政府との協業を通して、物流・交通全体の最適化を図るサービスを提供し、脱炭素化に貢献していきます。

- > [富士通、脱炭素交通実現に向けたデジタルコラボレーションの有効性を実証](#)
- > [EV 事業車の充電時の CO<sub>2</sub> 排出量 15%削減を実証: カギは企業間データ連携](#)

本件に関連する主な SDGs



# 国連グローバル・コンパクト

富士通は 2009 年 12 月、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」への支持を表明しました。富士通グループは、グローバル・コンパクトが掲げる 10 原則に基づき、グローバルな視点からサステナビリティ推進活動に積極的に取り組むことで、国際社会の様々なステークホルダーからの要請に応えるとともに、真のグローバル ICT 企業としての責任ある経営を推進し、持続可能な社会づくりに貢献していきます。

## 国連グローバル・コンパクトとは

### <国連グローバル・コンパクトの 10 原則>

国連グローバル・コンパクトは、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の 4 分野において、企業が遵守すべき 10 原則を示したものです。

#### 人権

- 原則 1. 人権擁護の支持と尊重
- 原則 2. 人権侵害への非加担

#### 労働

- 原則 3. 結社の自由と団体交渉権の承認
- 原則 4. 強制労働の排除
- 原則 5. 児童労働の実効的な廃止
- 原則 6. 雇用と職業の差別撤廃

#### 環境

- 原則 7. 環境問題の予防的アプローチ
- 原則 8. 環境に対する責任のイニシアティブ
- 原則 9. 環境にやさしい技術の開発と普及

#### 腐敗防止

- 原則 10. 強要や贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗防止の取組み



「[サステナビリティ](#)」サイトおよび「[富士通グループ サステナビリティデータブック](#)」に記載のサステナビリティ推進活動と国連グローバル・コンパクトとの関連は「[GRI スタンダード／国連グローバル・コンパクト \(GC\) 対照表](#)」をご参照ください。

(注) 2012 年度より当社の COP (Communication on Progress) は Advanced Level として提出しています。

# 外部評価・表彰

富士通は、社会・環境分野の取り組みに対して世界的に高い評価を継続して頂いており、以下の株価指標への組み入れや、外部団体・組織からの表彰や認定を受けています。

## 主な ESG 指標における評価

株価指標	内容	ロゴ
Dow Jones Sustainability Indices (Asia Pacific)	当社は世界的な社会的責任投資（SRI）指標である Dow Jones Sustainability Index（以下、DJSI）の Asia Pacific（2022）の構成銘柄に選ばれております。DJSI は、米国 S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス社による株式指標で、ガバナンス・経済・環境、社会の 3 つの側面から企業を分析し、企業の持続可能性（サステナビリティ）に優れた会社を選定するものです。	 <p>Member of <b>Dow Jones Sustainability Indices</b> Powered by the S&amp;P Global CSA</p>
FTSE4Good Index Series	ロンドン証券取引所の出資会社である FTSE 社によって作成された世界の代表的な社会的責任投資（SRI）指標の 1 つで、「環境的側面」「社会的側面」から企業を評価。当社は継続して選出。	 <p>FTSE4Good</p>
CDP	国際的な非営利組織である CDP が、運用資産総額 100 兆米ドルを超える機関投資家を代表し、世界 5,000 社以上に対して、環境分野に関する調査を実施。当社は「気候変動対策」と「水セキュリティ」で最高評価の A を獲得。また、「サプライヤー・エンゲージメント評価（SER）」においても最高評価の A を獲得し、「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー・ボード」に認定。	 <p>CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION <b>A LIST 2022</b> CLIMATE WATER</p> <p>CDP SUPPLIER ENGAGEMENT LEADER 2022</p>
MSCI ESG Select Leaders Indexes (World)	世界的な株式指数会社である MSCI 社が開発した世界的に著名な ESG（環境・社会・ガバナンス）指標。ESG への取り組みに優れた銘柄を選出。当社は継続して組み入れ。	 <p><b>2023</b> MSCI ESG Leaders Indexes Constituent</p>
MSCI ESG RATINGS	MSCI 社の ESG 調査で、業界固有 ESG リスクに対するエクスポージャーと、同業他社と比較したリスクマネジメント能力に応じて評価。当社は最上位の「AAA」を獲得。	 <p>MSCI ESG RATINGS <b>AAA</b></p> <p>CCC   B   BB   BBB   A   AA   AAA</p>
ISS ESG Corporate Rating	ドイツに拠点を置く CSR 評価会社であるアイエスエス・イーコム社（iss-oekom）による、「環境的側面」「社会的・文化的側面」からの企業責任の格付け。当社は 2011 年より「Prime」に認定。	 <p>Corporate ESG Performance RATED BY <b>ISS ESG</b> <b>Prime</b></p>

当社は年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）で採用している、以下 6 つの ESG 指標のすべてに選定されています。

2023 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)

2023 CONSTITUENT MSCIジャパン  
ESGセレクト・リーダーズ指数



FTSE Blossom  
Japan Sector  
Relative Index

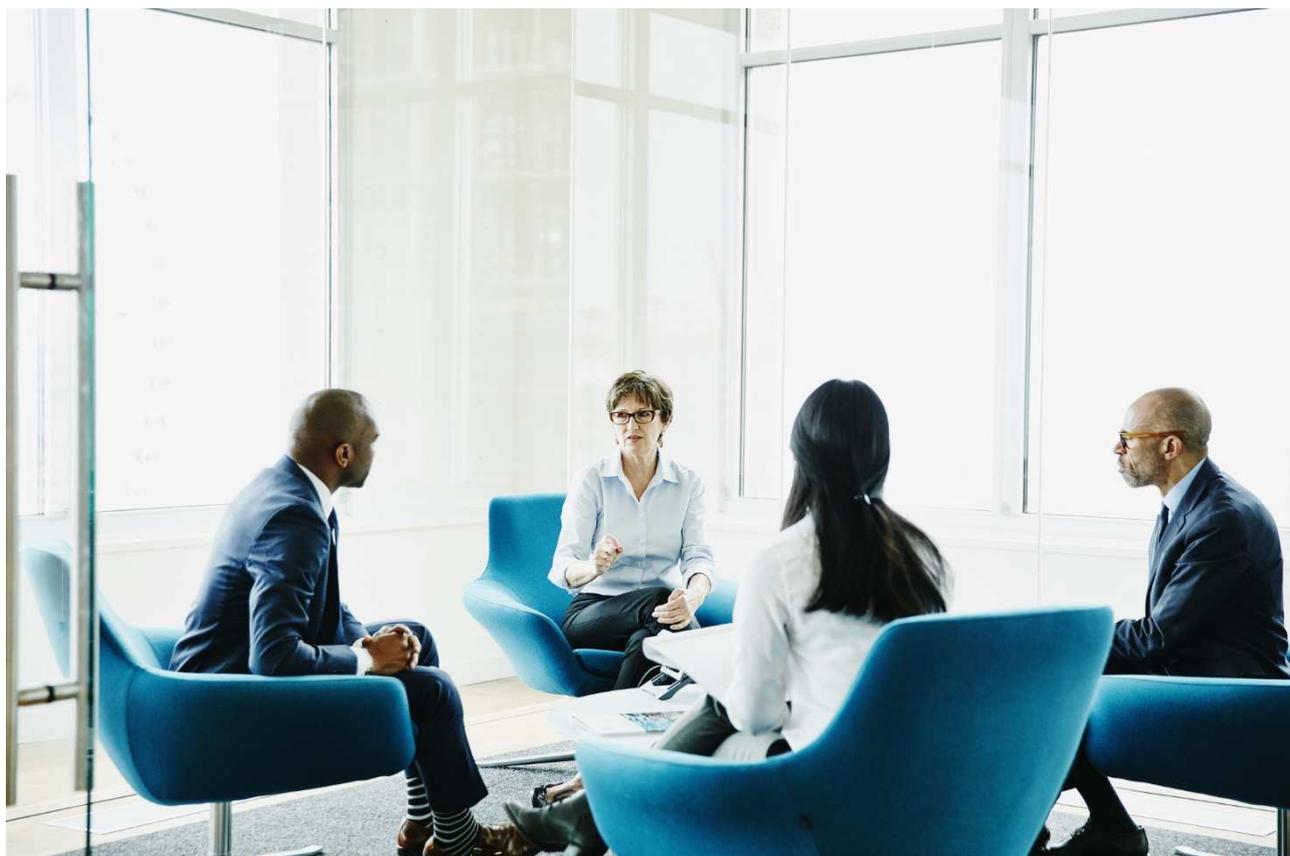


FTSE Blossom  
Japan



## 外部団体・組織からの主な表彰や認定（2022 年度以降）

内容	年代	詳細	ロゴ
第 4 回「ESG ファイナンス・アワード・ジャパン」	2023 年	ESG 金融または環境・社会事業に積極的に取り組み、インパクトを与えた機関投資家、金融機関、仲介業者、企業等について、その先進的取組等を表彰する、環境省主催の第 4 回「ESG ファイナンス・アワード・ジャパン」環境サステナブル企業部門において、銅賞を受賞しました。また、情報開示の充実度が一定の基準を満たしている企業を選定する「環境サステナブル企業」にも選ばれています。	
EcoVadis	2023 年	EcoVadis 社が運営する企業のサステナビリティ評価の世界的コラボレーションプラットフォーム。会員企業がサプライヤ企業のサステナビリティ評価を行うツールとして利用。登録されている約 90,000 社のサプライヤ企業を「環境」「労働慣行と人権」「公正取引」「持続可能な調達」の 4 分野 21 のサステナビリティ指標で評価し、スコア化しています。	
PRIDE 指標ゴールド表彰	2016～2022 年	任意団体 work with Pride より、日本初の LGBT に関する企業などの取組みの評価指標である[PRIDE 指標]に関し、すべての指標を満たす企業としてゴールド表彰を受けました。	



## グローバルレスポンシブルビジネス

地球規模でサステナビリティに配慮した企業経営が求められるなか、グローバルな視点で企業が社会的責任を果たしていくことは、より一層重要な課題となっています。富士通グループは Fujitsu Way に基づきサステナビリティ活動を推進していますが、実効性をさらに高めていくために、「グローバルレスポンシブルビジネス」という名称で、グローバル共通のサステナビリティ重要課題を設定しました。



## グローバルレスポンシブルビジネス

### — 人権・多様性 —

行動規範に基づき、あらゆる企業活動の中で「人権尊重」の精神を根底に据えて活動することを徹底するとともに、グループ 12 万人の社員が世界中で国籍、性別、年齢の違いや障がいの有無などにかかわらず多様な人材を受け入れ個性を尊重し合うことを目指します。



# 人権

人権・多様性

## 目標

### ありたい姿

実社会/デジタル社会において、「人間の尊厳」への配慮がすべての企業活動に反映され、「人を中心とした価値創造」が恒常的に行われている

### 2025 年度目標

当社バリューチェーン全体における人権リスクの予防・軽減

- 継続的な人権教育の実施（受講率 90%以上を維持）
- 有識者ダイアログの実施（毎年）
- パートナー、お客様、NGO と連携し、富士通の知見・テクノロジーで人権尊重の促進と保護へ貢献する

### 2022 年度目標

「人権尊重」の社内浸透

- グローバルな人権に関する全社員向け教育の受講率：80%

## 方針

富士通グループ共通の価値観を示す Fujitsu Way では、行動規範の 1 番目に「人権を尊重します」と掲げています。これは、「あらゆる企業活動の中で、『人権尊重』の精神を根底に据えて活動する」という企業の姿勢を明示したもので、全グループ社員が、この精神を実際の行動で示していくことを徹底するよう努めており、人権を尊重した経営を推進しています。

こうした Fujitsu Way の行動規範に沿った人権尊重の取り組みを推進するため、富士通グループは 2014 年 12 月に「富士通グループ人権に関するステートメント」を制定し、2022 年 12 月に「富士通グループ人権ステートメント」として改定しました。これは日・英を含む 21 カ国語に翻訳され、グループ各社で浸透を図っています。また、主要なサプライヤーには改定を通知するとともに、本ステートメントに対するご理解と遵守をお願いしています。

富士通では、「世界人権宣言」や国際労働機関（ILO）の「労働における基本的原則及び権利に関する ILO 宣言」など、人権や労働に関する普遍的原則に基づく国連グローバル・コンパクトの 10 原則（注 1）への支持を公式に表明しており、英国現代奴隷法および豪州現代奴隷法についての声明も開示しています。

富士通グループはグローバルな CSR アライアンス「Responsible Business Alliance(RBA)」に加盟しており、CSR 調達指針として、Responsible Business Alliance (RBA) の行動規範を「富士通グループ CSR 調達指針」として採用しており、お取引先とともにサプライチェーンにおける人権尊重の取り組みを推進しています。

(注1) 国連グローバル・コンパクトの 10 原則：「人権」「労働基準」「環境」「腐敗防止」の 4 分野において、企業が遵守すべき 10 原則を示したものの。

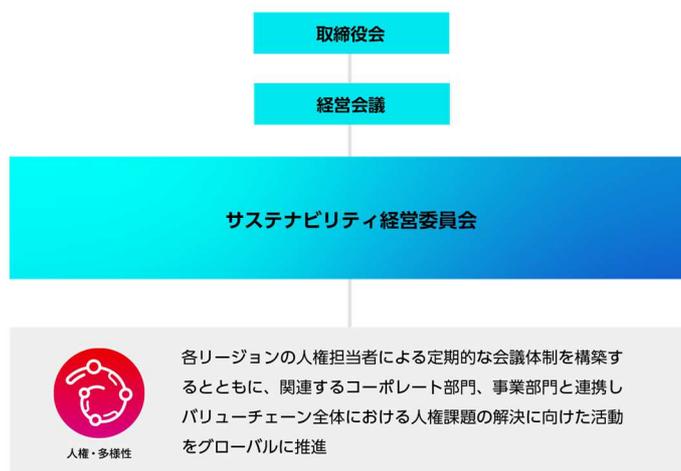
> [富士通グループ人権ステートメント](#)

- > [富士通グループ人権ステートメント APPENDIX](#)
- > [その他の言語はこちら](#)
- > [Modern Slavery Statement \(UK\)](#)
- > [Fujitsu Modern Slavery Statement September 2022 \(Australia\)](#)
- > [サプライチェーン方針](#)

## 推進体制・定期レビュー

人権尊重の活動進捗や目標達成状況の確認、新規活動の審議、そして非財務指標については、半期に一度開催している社長を委員長とするサステナビリティ経営委員会で討議し、その結果を経営会議と取締役会に報告しています。また、グローバルレスポンシブルビジネスの重要課題である人権・多様性の活動において、各リージョンの人権担当者による定期的な会議体制を構築し、グローバルに取り組みを推進しています。また各リージョン、コーポレート部門、事業部門と連携しバリューチェーン全体における人権課題の解決に向けた活動を実施しています。

人権課題解決に向けた活動の推進体制

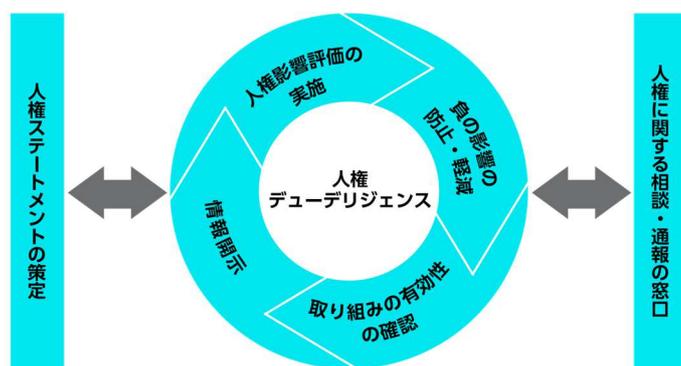


## 人権デューデリジェンスの推進

富士通グループでは、「富士通グループ人権に関するステートメント」に従い、グローバルなバリューチェーン全体を通じて、事業活動の人権への影響を特定し、負の影響を防止・緩和していく「人権デューデリジェンス」を推進しています。

「富士通グループ人権に関するステートメント」に従い、人権影響評価の実施と、明らかになったリスクを予防・軽減する取り組みを行っており、取り組み状況は定期的なモニタリングにより有効性を確認し、結果は報告書等で情報開示しています。また、新規に企業買収を行う際には、人権を含むサステナビリティの観点からもデューデリジェンスを行い、人権侵害リスクを軽減し、人権に関する富士通グループの取り組みが浸透するように取り組んでいます。

人権尊重の推進フレームワーク



## 人権影響評価の実施

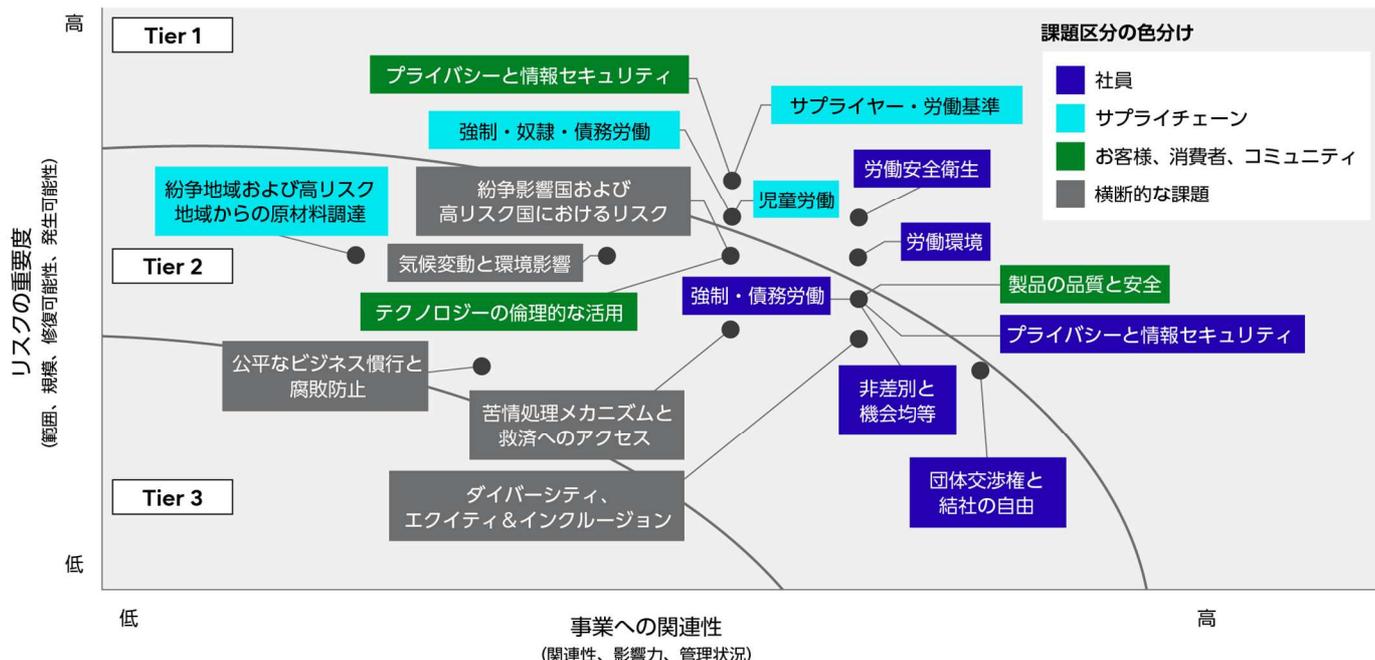
富士通グループでは人権デューデリジェンスの実効性を高めるため、定期的にも人権影響評価を実施しています。

2022年は国際NPOであるBusiness for Social Responsibility (BSR) に協力をいただき、第三者の立場から富士通グループの経営や事業に対する人権影響評価を行いました。BSRによる富士通グループの各リージョン、コーポレー

ト部門、事業部門へのインタビューに加え、デスクトップリサーチや提出資料（注 2）の分析から人権課題をリストアップし、重要度、発生可能性、事業への関連性という観点から優先順位付けを行いました。その結果として、「社員の労働環境や健康・安全」、「サプライチェーンにおける強制労働や児童労働」、また「事業におけるデータプライバシーやデータセキュリティ」などの優先課題を特定しました。

(注2) デスクトップリサーチ：Web サイトや資料を参照しデータを収集するリサーチ手法。今回は各部署から提出された資料、外部公開されている資料、その他 NGO/NPO など外部団体が発行する資料を元にリサーチを実施

### 人権影響評価によって特定した人権課題（2022 年実施）



## 人権の負の影響を防止・軽減する取り組み

### サプライチェーン（人権課題：サプライヤー労働環境、強制労働・児童労働、高リスク鉱物）

富士通グループは、すべてのサプライヤーに対して「富士通グループ人権ステートメント」への支持を求めるとともに、人身売買・強制労働・児童労働・差別の禁止、結社の自由と団体交渉権の支持、賃金平等の促進を求めています。富士通グループのサプライチェーンにおける人権デューデリジェンスの取り組みは、RBA の行動規範に基づいています。

> [サプライチェーン](#)

### CSR 調達活動の推進

富士通グループは、RBA の行動規範を尊重し、お取引先とともにサプライチェーンにおける CSR 調達に取り組んでいます。

「富士通グループ CSR 調達指針」を策定、公表し、お取引先にその内容のご理解と遵守をお願いしています。

また、富士通グループはその取り組み状況の確認のため、毎年定期的に国内外の主要取引先へ「CSR 調査」を実施しており、2022 年度は 533 社の回答を入手しました。製品に関わる部材、食堂、警備、製造派遣・請負等を含む富士通の主要取引先 77 社に対しては調査結果のフィードバックを行っています。

## 強制労働、児童労働の防止に向けた取り組み

富士通グループでは、強制労働・児童労働の禁止を定めています。お取引先に対しては、「富士通グループ CSR 調達指針」の中で強制労働・児童労働の排除を要請しており、それらの取り組み状況について書面調査で確認しています。

## 高リスク鉱物への対応

富士通グループは、紛争を助長している、あるいは強制労働や人権侵害と関連しているリスクの高い鉱物を、富士通グループの製品や部品、およびサプライチェーンから排除していくことを方針とし、高リスク鉱物の調査を実施しています。

> [高リスク鉱物への対応](#)

## 社員（人権課題：労働環境、非差別と機会均等）

富士通グループは、ILO が定める中核的労働基準に則り、すべての社員の権利を尊重します。また、人種、皮膚の色、宗教、信条、性別、社会的身分、門地、障がい、性的指向・性自認、出身地、年齢およびその他のビジネス上の正当な利益と関係しない要素に基づく差別をしません。

> [ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン](#)

## 人権に関する啓発活動

富士通では、人事担当役員を委員長とする「人権啓発推進委員会」を設置し、さまざまな機会をとらえて研修・啓発活動を実施しています。日本国内各エリアやグループ会社での活動状況や課題は、人権啓発推進委員会事務局に定期的に報告しており、これらの実績に基づいて、人権啓発推進委員会で年単位の活動の総括・方針決定を行い、継続的かつ組織的な啓発活動を展開しています。また、任意団体「東京人権啓発企業連絡会」に参加し、人権尊重が企業文化として定着するよう、多くの参加企業と相互研鑽に努めるとともに、企業の立場から社会啓発につながる活動に取り組んでいます。

## 人権教育

### 研修・教育

- 2021 年度にグループ全社員を対象とした「ビジネスと人権」に関する e ラーニングを実施し、全社員の 92%が受講
- 2022 年度に国内グループ全社員を対象とした「AI 倫理とビジネス」に関する e ラーニングを実施し、国内全社員の 94%が受講
- LGBTI+差別を含む、職場におけるハラスメント防止をテーマとした全社員対象 e ラーニングを実施



「ビジネスと人権」 e ラーニング表紙

- 様々な差別・ハラスメント防止をテーマに、入社時・昇格時研修およびマネジメント研修を対象者全員に継続的に実施
- 障がいの有無に関わらず活躍できる職場・社会を目指し、障がいのある社員のメッセージを含む「心のバリアフリー」研修を実施
- 日常の中に潜む構造的な差別について振り返るとともに、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンのさらなる推進を図るため、全社員対象の「アンコンシャス・バイアスを知ろう！ダイバーシティ&インクルージョンの実現に向けて」eラーニングおよび動画コンテンツを展開

## 啓発・webinar

- 生理の貧困：世界中の女性の衛生状況を高めるために、生理の貧困とは何かを理解し、持続可能な解決策を見つけるにはどうすればよいか、社員がどのように貢献できるかの教育的議論をする webinar を実施
- 特権は本物か？(人権に焦点)：偏見、不平等、不可譲性に関する議論を行う webinar を実施。日常生活の事例を通して、社員は自分が持っている特権、自分の人生にその特権が大きな影響を与えていることを認識するためのセッション
- 共感と思いやり：困難な状況に対処するための様々な方法を学ぶ webinar を実施。他人の立場に立ち、他人を支え、自分自身を支える方法について考える
- LGBTQI+の人々の権利の歴史：世界の LGBTQI+の権利の歴史をたどる webinar を実施。ビシ・アリミ財団からの特別ゲストを迎え、ナイジェリアの反 LGBTQI+法と法律が LGBTQI+の人々の権利に与えている影響についての講義を受講

## 世界人権デー

世界人権デーに合わせ、社員一人ひとりが人権について考えるための社内グローバルイベントを開催しました(2022年12月)。CSuO、GRB 担当役員、部門長からメッセージの発信に加え、富士通グループの人権影響評価の結果を解説する動画を公開しました。また、外部 NPO である BSR の人権専門家と、社内の AI 倫理のリサーチャーを招き、人権を尊重する企業の重要性について議論する webinar を、日本語と英語の3つのタイムゾーンで開催しました。



CSuO、GRB 担当役員、部門長からのメッセージ動画

## 労働環境

富士通グループでは、長時間労働削減に向けた様々な取り組みを行うことで、社員一人ひとりのワークライフバランスと生産性の向上を目指しています。Work Life Shift の推進により、テレワーク勤務を基本とし、また、フレックスタイム制や裁量労働制など柔軟な勤務形態を積極的に活用することで、多様な働き方をサポートする仕組みを充実させています。

- > [Social Well-being](#)
- > [Work Life Shift](#)

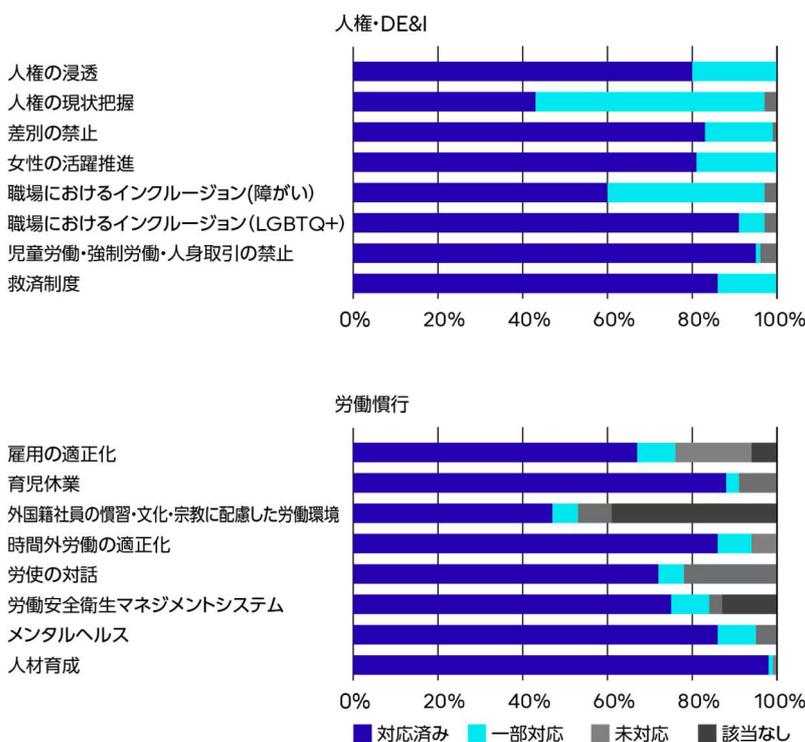
## 各リージョンの取り組み

- 英国：毎週の「Well-being」時間の設定、コアタイムでの労働機会、異なる国での年間最大4週間の労働制度（承認制）、打ち合わせをしない作業集中時間の保護などを含んだ「Work Your Way」のコミットメントを策定しました。
- ポルトガル：Portugal Global Delivery Centerには「Gimme 5」と「Me Time」というプログラムがあり、社員は1週間のうち、1日の勤務時間を1時間短縮したり、午後休みを取得することができます。

## ISO26000に基づく書面調査

ISO26000に基づく書面調査を国内外グループ会社に対して実施し、人権尊重への取り組み状況を確認しています。2022年度は、グローバル規模でグループ会社79社および6拠点を調査し、「人権」「労働慣行」に関する各社の取り組み状況を把握し、課題の抽出や全社施策の展開につなげています。また、海外のグループ会社21社については、労働時間、賃金、プライバシーならびに通報制度に関する調査を2020年度に実施しています。

グループ会社向け調査結果(人権・DE&Iならびに労働慣行)



## お客様・エンドユーザー（人権課題：プライバシー・データセキュリティ、テクノロジーの倫理的な活用）

富士通グループは、ICTの開発者・提供者としての責任を果たすため、データ・セキュリティ、プライバシー保護、データの利活用における倫理などの観点から、AIなどICTの先進技術をめぐる様々な人権課題について、潜在的に生じうる負の影響への理解を深め、低減するように努めます。

## AI倫理に関する取り組み

AIの急速な進歩は人々の生活やとりまく社会を劇的に変え、社会課題や環境課題に新たな解決方法をもたらす一方で、なぜその結果が導き出されたのかが人間にわからず、ブラックボックス状態に陥ることがあります。また、大量のデ

一夕のなかに潜んでいたバイアスを顕在化し、助長することもあります。気を付けて AI を使っていたとしても、人間の予期せぬ不都合を発生させるなど、AI の誤認識による負の判定から差別や不公平が生じるなどの倫理的問題がもたらされる事例も報告され、AI に対する信頼が棄損しかねない事態も生じています。そのため富士通グループは AI を開発・提供・運用するものの責務として、AI の便利さだけでなく安心・安全な利用を実現することが不可欠であると考えます。

富士通グループは、かねてから「ヒューマンセントリック」、すなわち情報技術が人間中心に利用されるべきであることを訴えてきました。2019 年 3 月には、近年の AI 技術の急速な発展を踏まえて「富士通グループ AI コミットメント」を策定、公表しました。これは、AI の研究・開発・提供・運用などのビジネスに携わる企業として、ユーザーや消費者を含む幅広い社会のステークホルダーとの対話を重視しながら、AI がもたらす豊かな価値を広く社会に普及させていくことを目指して、富士通グループが守るべき項目をお客様や社会に対する約束としてまとめたものです。

> [富士通グループ AI コミットメント](#)

富士通グループは、将来の事業に大きな影響を与えるエマージングリスクへの対応として、AI 活用における倫理面のリスクについては以下のように内容を特定し、軽減策を講じています。

表 エマージングリスクについての詳細

AI を活用することによる倫理面のリスク	
リスクの内容	富士通は、1980 年代以前から AI の研究・開発・提供・運用をおこなってきた中で情報技術は人間中心に利用されるべきであることを訴えてきました。近年、プライバシー情報に AI を活用することで、AI の誤認識による負の判定から差別や不公平が生じるなどの倫理的問題がもたらされる不都合な事例が報告され、AI に対する信頼が棄損しかねない事態も生じています。そのため富士通は AI を開発・提供・運用するものの責務として、便利さだけでなく安心・安全な利用を実現することが不可欠であると考えます。
事業への影響	生成 AI が注目され AI 活用の浸透スピードがかつてないほど早まりを見せる一方で、富士通が提供した AI の動作によってユーザーや消費者に不都合な事態が生じた際、ユーザーや消費者から賠償請求などの訴えを起こされる恐れがあり、その結果富士通グループのレピュテーションが損なわれるリスクがあります。また、欧州委員会が発表した AI 規制案では、開発者や利用者などの関係者に対し、AI が人権に悪影響を与え得るリスクの大きさに基づいて厳格に対応することを求めています。違反すれば全世界の売上総額の最大 7% の制裁金を含む罰則が課せられる可能性があり、AI の開発・運用において適切なリスク管理を実施することが不可欠となります。(2023 年 6 月現在)
軽減策	富士通グループの AI 倫理指針である「富士通グループ AI コミットメント」へのフィードバックなど、安心・安全な AI の社会実装に向け、外部の識者を含めた社会のステークホルダーと対話を重ねていくことを目的として「富士通グループ AI 倫理外部委員会」を設置、会合を定期的に開催しています。 また、AI4People 加盟等による AI 倫理の国際的議論への参加を通して日本をはじめ各国政府が提唱する AI の開発・利用に関する指針を調査、検討してまいりました。 これらのリスク軽減策により、富士通グループの経営陣と社員が AI 倫理のリスクを認識し、AI を研究開発実装運用する際の注意事項を理解し、ユーザーや消費者に不都合が生じる事態を最小限に軽減することで、AI に対する信頼を維持できると考えています。 AI の研究・開発・提供・運用をする企業として、ユーザーや消費者を含む幅広い社会のステークホルダーとの対話を重視しながら、AI がもたらす豊かな価値を広く社会に普及させていくことを目指しています。

## AI 倫理の浸透・実践

富士通グループでは、「富士通グループ AI コミットメント」でお約束した方針の下、全社研修コンテンツに、喫緊の AI 倫理の具体的課題を加味しながら、研修・啓発活動を行っています。

人権尊重を踏まえた AI 倫理の企業風土を根付かせるには、経営トップ層の理解が欠かせないとの認識から、グループ内における倫理実践について客観的な評価を受けるために、社外専門委員からなる「富士通グループ AI 倫理外部委員会」を設置しています。委員会での議論は取締役会と共有する仕組みとなっており、AI 倫理に関する取り組みをコーポレートガバナンスの一環として位置付け、継続的に見直し・改善を図ることとしています。

- > [安心・安全な AI の社会実装に向け、「富士通グループ AI 倫理外部委員会」を設置](#)
- > [「AI 倫理外部委員会」とともに創る、信頼できる AI と豊かな社会](#)

AI 倫理の活動に関する詳細は、以下の Web サイトもご参照ください。

- > [富士通の AI 倫理ガバナンス](#)
- > [AI など最先端テクノロジーの社会浸透・信頼確保の実現を目的とした、AI 倫理ガバナンス室の新設](#)
- > [AI 倫理技術：AI 倫理は原則から実践へ 信頼できる AI の設計・監査に向けて](#)
- > [AI 倫理ガイドラインに基づき AI システムの倫理上の影響を評価する方式を開発、手順書や適用例とともに無償公開](#)
- > [文化やビジネス慣習によって異なる公平性を設計段階から考慮する AI 開発手法 Fairness by Design を開発](#)

## 人権に関する相談・通報の窓口

富士通グループは、世界中の様々な国や地域において社会と密接に関わりながら事業活動を行っています。それらの社会と関わっていくなかで、様々な立場からの意見に耳を傾け、理解するべく、社内外から人権に関わる相談や意見を収集するための仕組みを用意しています。

富士通グループ全社員からの相談や意見を受け付ける仕組みをイントラネット内に設けており、富士通としては「人権に関する相談窓口」を日本国内の 7 地域に設置し 1 つ 1 つの相談に対応しています。相談内容は、個人情報やプライバシーに十分に配慮したうえで、人権啓発推進委員会に報告しているほか、監査役に対して定期的に報告するなどして、窓口の活用状況の確認、再発防止の取り組みに活かしています。

「コンプライアンスライン／FUJITSU Alert」では、グローバルに、富士通グループ全社員およびお客様やお取引先等の第三者からの人権侵害を含むコンプライアンス違反行為に関する通報、相談を受け付けています。また、国内のお取引先向けには、「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。

- > [グローバルコンプライアンスプログラム](#)

## 社会の人権課題に対する活動

### NGO・NPO への助成



チャモス：ベネズエラの子どもたちのためにベネズエラの子どもたち 55 人に教育を提供。詳細は [こちら](#)



IRC：人道支援、救援、開発の NGO イエメンの女性と少女のためのデジタルリテラシーカリキュラムの作成



The Pinnacle Foundation ベネズエラの子どもたち 55 人オーストラリアで LGBTI+ の若者に教育奨学金、メンタリングを提供

## 人権尊重を推進する活動

### 子どもへのアルコール販売を規制するためのデジタル年齢証明テクノロジー

Fujitsu Service Ltd は、児童へのアルコール販売を技術で制限し、児童を保護することを目的として、パートナー各社と協力して「デジタル年齢認証 (DPoA (注 3)) ソリューション」を開発し、UK Home Office のトライアル事業に参画しました。

現在、英国のアルコールの販売においては、販売スタッフが対面で年齢を確認していますが、これには費用と時間がかかるだけでなく偽の ID や借用した ID にだまされるという問題もあります。

「デジタル年齢認証ソリューション」は販売時点の購入者の年齢を匿名で推定する機能と、年齢を登録している購入者が携帯電話を使用して販売スタッフに年齢を証明する 2 つの要素を兼ね備えています。このソリューションにより購入者はアルコールを購入する際にスタッフを待つ必要がなくなり、利便性の向上につながります。また、小売店は生産性の向上とコスト削減を見込めます。そして一番のメリットは安全性の向上です。ソリューション技術を通じて児童を守るだけでなく、年齢確認時に販売スタッフに向けられることもある暴力行為を防ぐことができます。

(注3) DPoA : Digital Proof of Age

> [Fujitsu Digital Age Assurance](#)

### オーストラリア・シェルブールの先住民コミュニティとの協働

富士通オーストラリアは本日、シェルブールのアボリジニ協会、クイーンズランド州政府 (イノベーション・観光・スポーツ省)、TAFE Queensland (クイーンズランド州立の職業訓練専門学校) と共に、シェルブールの先住民アボリジニのデジタル変革を支援するために First Nations サービスセンター (以下、サービスセンター) を設立しました。

初期の入植者により、オーストラリア・シェルブールの先住民族は、奴隷化や大量虐殺などの悲劇的な過去を経験しました。彼らは、現代においても科学技術の恩恵を



2022 年 4 月サービスセンターのオープニングセレモニーにて

受けることなく、教育、経済、デジタル・インクルージョンの点で取り残され、農村と都市の間に横たわる格差の中で苦闘してきました。

**Fujitsu Australia Limited（富士通オーストラリア）は2022年から、地方の人々が自らの文化、仕事、教育を享受できるよう支援しています。**

最近まで、現代的な技術の教育を受け、職業を得るためには地域社会を去る必要がありました。それは文化的なつながりを大切にす先住民にとって理想的な姿ではありませんでした。富士通オーストラリアは Cherbourg Aboriginal Shire Council、Deadly Innovation、TAFE Queensland、Australia Post と協力して、コミュニティの経済とデジタル・インクルージョンを促進するために、商業的に実現可能なイニシアチブである Cherbourg Digital Service Centre を開設しました。

富士通は、現在、このセンターと契約し、現地の人々をサービスデスクの代表者として雇用するとともに、TAFE を通じて質の高い技術教育を提供し、ICT スキルの向上と、働きがいのある仕事と雇用の機会を目指しています。また、コミュニティの経済発展とデジタルアクセスを支援するために、シェルブールに新しいインフラを整備しました。

**コミュニティの目的実現に向けて、富士通が果たす役割を協議しながら一連の活動を進めてきました。**

サービスセンターと富士通チームメンバーとの信頼関係を強化するために、プロジェクトに関わるすべての富士通スタッフが文化コンピテンシートレーニングを受講しました。

> [Australia Post: Driving digital inclusion in First Nations Communities](#)

## 子どものオンラインセーフティを啓発するイベントをカンボジアで開催

カンボジアで子どもたちを有害なオンラインコンテンツから守り、安全にオンラインで文化や遊びにアクセスできるようレクチャーを行いました。

ワークショップでは、様々な文化に適応しながらも、子どもたちに、特定の画像を共有しない、個人情報の詳細を過度に共有しない、どのような情報が個人情報となるのかなど、オンラインで安全にコミュニケーションする方法に加えて、オンラインで注意を払うことの重要性、有害なコンテンツが出現する可能性のある場所、有害コンテンツを見つけた場合の対処法についてレクチャーを行いました。



カンボジア ICT キャンプ 2022 ウェルカムパーティ  
(シエムリアップ)

## マレーシアの技術指向型総合リハビリテーション施設との協業

Fujitsu (Malaysia) Sdn. Bhd. (富士通マレーシア) はマレーシアの社会保障機関 (SOCSCO) との共創プログラムにより、患者の健康に寄与する「自動フードメニューセルフオーダーシステム」を実現しました。

SOCSCO は、国内の労働者に社会保障を提供する上で重要な役割を担っています。また、SOCSCO は、労働災害や疾病の影響を受けた有資格者に対して、金銭的支援や職業訓練を提供することで、失業の影響を軽減することにも貢献しています。

SOCSCO リハビリテーションセンターは、労働災害・疾病に苦しんだ労働者にリハビリテーションサービスを提供する医療施設です。負傷した労働者の回復と職場復帰を支援するとともに、以下のような他の機能も提供しています。

1. 労働災害・労働疾病の予防に関する教育プログラム
2. 労働者の障がいの程度及び適切な補償の水準を決定するための障がい評価サービス
3. リハビリテーションと労働衛生の意識と重要性を高めるためのアドボカシー活動 (注 4) とアウトリーチ活動 (注 5)

富士通マレーシアの SOCSCO リハビリテーションセンターとの共創プログラムは、テクノロジーを生活向上と社会改善に融合させることを目的としています。自動フードメニュー・セルフオーダー・システムは、このプログラムの成果の1つであり、患者に利益をもたらすものです。食事を注文するキオスクは従来とは異なり、患者が日々のリハビリの一環として使えるように設計されました。

(注4) アドボカシー活動：政治や経済、社会などの制度へと影響を与えるための個人やグループによる活動・運動

(注5) アウトリーチ活動：支援が必要であるにもかかわらず届いていない人に対し、行政や支援機関などが積極的に働きかけて情報・支援を届ける活動



静脈認証システムを使った食堂での注文の仕組み



人権・多様性

# ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン

## 目標

### ありたい姿

多様性を尊重した責任ある事業活動（レスポンシブルビジネス）に取り組む。

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を醸成する。個人のアイデンティティに関わらず、誰もが違いを認め合い、活躍できるようにする。

インクルーシブなデザインやイノベーションを通じて、社会により良いインパクトをもたらすよう努め、エンパワーし合うことで、持続可能な世界の実現を目指す。

### 2025 年度目標

#### 全分野共通

年齢、性別、文化、民族、性的指向、アイデンティティ、能力に関係なく、すべての社員がサポートされ、尊敬されていると感じられるようにする

- 従業員エンゲージメントの「個人の尊重」に関する質問に対する回答結果の平均を 7 ポイント向上 (80 ポイント)

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企業文化を構築する

- 従業員エンゲージメントの「機会の均等」に関する質問に対する回答結果の平均を 4 ポイント向上 (74 ポイント)

#### ジェンダー

リーダーシップの役割にも重点を置き、女性の参画を同等にする

- リーダーシップレベルの女性比率を 20%に向上

#### 健康・障がい・アクセシビリティ

すべての社員、お客様、及び社会のステークホルダーが当社のソリューション、製品、サービス、システムを利用し、当社のコミュニケーションを理解できるようにする

- 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

#### 文化・民族

文化に配慮した偏見のない職場環境を実現するために、尊敬と寛容を促進し、私たちが働く社会の中で経営者レベルから下位層へと反映する

- 地域やグローバルな取り組みをしつつ、グローバルに通用する文化・民族の総合戦略を構築

#### LGBTI+

LGBTI+包摂に関するベストプラクティスを推進し、富士通のすべての拠点で社員とその家族をサポートする

- LGBTI+の社員に平等な機会と一体感をもたらすため、FWEI (富士通ワークプレイス平等指数) を導入\*

## 2022 年度までの目標

### インクルーシブな企業文化の醸成

- 従業員エンゲージメントでの DE&I 関連設問の肯定回答率向上。  
 連結 66% (2019 年度) → 69% / 単体 59% (2019 年度) → 63%
- リーダーシップレベルにおける女性比率増。  
 連結 8% (2019 年度) → 10% / 単体 6% (2019 年度) → 9%

(\*) FWEI は、ヒューマン・ライツ・キャンペーンによる企業平等指数、ストーンウォールによる職場平等指数、Pride in Diversity によるオーストラリア職場平等指数などの包括的な基準に基づいており、富士通が支持している「国連 LGBTI に関する企業行動基準」にも沿うものです。FWEI では最小基準と拡大基準を設定し、ビジネスを行う国々において法的・文化的に可能なものとしています。

## 方針

富士通グループでは、Fujitsu Way のパーパス・ステートメントに記載しているとおり、「公正と平等を重んじ、ダイバーシティ&インクルージョンを推進します」という考えに基づき、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DE&I) の取り組みを進めてきました。

2022 年に、「Global DE&I Vision & Inclusion Wheel」を刷新し、より誰もが一体感をもって自分らしく活躍でき、公平でインクルーシブな企業文化を目指すこととしました。新しいビジョンで示しているエクイティ (公平) は、全員に同じものを等しく提供する「平等」とは異なり、あらゆる人が異なる境遇にあること、状況に応じた多様なリソースや機会が必要となることを認識し、対応することを意図しています。こうした DE&I に対するより包括的・全体的なアプローチを通じて、自社のビジネスだけではなく、技術やソリューションが社会に与える良いインパクトについても視野に入れ、持続可能な社会の実現を目指しています。



Global DE&I Vision & Inclusion Wheel

## 推進体制

富士通では、2008 年にダイバーシティ推進のための部署を設置し、社長およびダイバーシティ担当役員の下、富士通グループの DE&I を推進しています。

定期的に全リージョンの DE&I 推進担当者が参加する会議を開催し、各リージョンにおける課題や施策の共有、グローバルで連携した推進施策の企画立案を行っています。また、推進の現状を認識するため、毎年、グローバルに実施しているエンゲージメントサーベイの中に DE&I に関する設問を設けています。加えて、重点領域ごとに支援者の代表としてエグゼクティブスポンサーを選任し、各領域における推進活動を支援しています。

日本国内においては、グループ会社各社の推進責任者と情報を共有するとともに、富士通との連携強化や施策の共有化などを図りながら、DE&I を推進しています。

さらに、2020 年度より上位の幹部社員の目標に DE&I に関連する項目を含めることができる制度としています。

## 企業文化の醸成に向けた取り組み

### DE&I Session

2022 年度は「誰もが自分らしく活躍できる企業文化の醸成に向けて、DE&I について再認識し、新たなマインドセットや行動変容を喚起する」ことを目的に開催しました。様々な地域からの参加を可能とするため同日に開催し、「社長・DE&I 担当役員・CSO と社員との対話セッション」「社員や現場の好事例の共有」をグローバル全体で行いました。

East Asia はヒューマン・ライツ、DE&I ウィークを、Europe (CEE 地域) はインターカルチュラル・アウェアネス・セッション “日本人社員と働く” を、また、Europe (NWE 地域) はインクルージョン・ウィーク 2022 を開催するなどし、各リージョンが DE&I の包括的な浸透を図っています。



DE&I Session 2022

## アンコンシャスバイアスに関する取り組み

2022 年度、富士通グループでは、「アンコンシャスバイアス」と上手く付き合い、コミュニケーション向上を目的とした、動画コンテンツを作成し、グローバルで展開しました。社外講師による事例を用いた対談を通じて、社員が自身の「アンコンシャスバイアス」に気づき、多様性を受け入れるインクルーシブな職場づくりにつなげていく内容となっています。



コミュニケーション向上を目的としたアンコンシャスバイアス動画コンテンツ

Europe と Global Delivery は共同で、アンコンシャスバイアスを理解し、それを解決するためにインクルージョンを意識（コンシャス）する新しいトレーニングを実施しました。

## 国際規範への賛同

富士通グループは、国連グローバル・コンパクトと UN Women が共同で作成した「女性のエンパワーメント原則」の CEO ステートメントに 2017 年度に署名し、同原則への賛同を表明しました。また、2018 年度には、同じく国連が公表した「LGBTI に関する企業行動基準」に日本企業として初めて賛同を表明するなど、グローバルなダイバーシティ推進の動きを積極的に取り入れています。

## ジェンダーに関する取り組み

富士通グループでは、リーダーシップレベルの女性社員比率の増加を目標に掲げ、目標達成および企業文化変革のための取り組みを推進しています。

富士通では、各部門のリーダー層から管理職登用候補を選し、職場・経営層・人事・DE&I 推進室が連携しながら、個人に合わせた育成プログラムを策定、実施しています。また、管理職登用候補となるリーダー層だけでなく、全ての層に対してキャリアの振り返りや今後のキャリア形成につながるワークショップ、イベントを開催することで、女性社員の登用促進のためのパイプラインを拡充・整備するとともに、一人ひとりの女性社員の活躍を支援しています。他リージョンにおいてもリージョンや国の状況に応じて戦略的な施策が果敢に実施されています。

女性社員比率・女性管理職比率



## 女性社員向けキャリアワークショップ

富士通および国内グループ会社では、リーダークラス的女性社員を主な対象に、女性社員のさらなる登用促進を目的とした外部講師による啓発や複数のロールモデルとの対話、経営幹部とのディスカッションを行っています。完全な手上げ方式による本ワークショップの受講を通じて、女性自身の管理職登用に對する先入観の払拭やキャリアにおける選択肢拡大、上位ポジションに求められる広い視野の獲得、キャリアオーナーシップの育成などを図っています。

## 国際女性デーの取り組み

富士通グループでは、毎年 3 月 8 日の国際女性デーの機会をとらえ、経営トップからのメッセージ発信、ソーシャルメディアによる社外へのプロモーションを行っています。また、富士通グループのジェンダーのテーマカラーである緑色でグループ内の統一感と一体感を創りつつリージョンごとに Webinar や講演会など様々なイベントを開催し、企業文化の変革を加速させています。さらに、富士通および国内グループ会社では、2018 年度より社内外ゲストによる講演やネットワーキングイベントなどを開催し、他の各リージョンにおいても、この国際女性デーをジェンダー領域の重要な機会とらえ、イベントや施策を実施しています。

2022 年度は、富士通では、働き方が変化する中で、これまで以上に感謝の気持ちを伝え合い、文化として定着することを目的とした当社の「サンクスプロジェクト」と連動させ、国際女性デーをきっかけとし積極的に周囲の社員に感謝を伝える呼びかけ・取り組みなどを実施しました。

## その他の取り組み

Americas では、女性をエンパワーするための社員ネットワーク（WIN）がチャレンジや成功を共有するシリーズを提供しました。East Asia と APAC（ASEAN+India）では、Asia Human Rights, DE&I Week にオンラインでコーヒーテーブル対話を開催。女性のキャリア支援にフォーカスし、ゲストとして迎えた2名の女性リーダーから女性社員にアドバイスを提供しました。Europe と Global Delivery は 11 月 19 日の国際男性デーを祝福し、男性に関する DE&I の理解と実現のための機会を提供しました。Europe(NWE 地域)と Global Delivery ではジェンダー・ペイ・ギャップ・プログラムに取り組んでいます。富士通ドイツはドイツの Girl's Day のイベントを開催し、女子生徒が AI を体験できる機会を提供しました。Global Delivery は女性リーダーにフォーカスした学びとメンタリングのプログラム、INSPIRE を提供しています。



Coffee Table conversation during the Asia Human Rights, DE&I Week

## 健康・障がい・アクセシビリティに関する取り組み

富士通では、障がいの職域を限定することなく採用活動を行っており、営業、SE、開発、研究、事業スタッフなど、様々な職種で障がいのある社員が活躍しています。

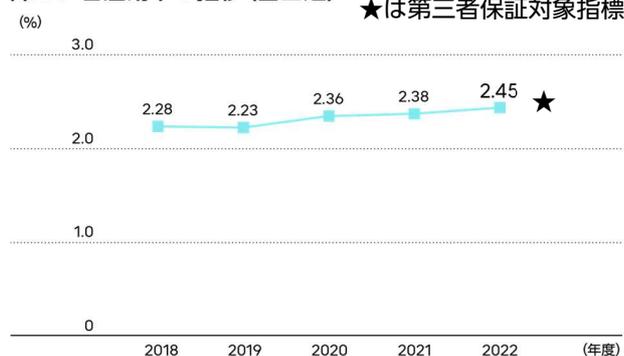
採用にあたっては、障がいのある求職者向けのパンフレットや WEB サイトを用意し、社員のインタビューや、障がい者雇用の考え方、入社後の職域の広さを掲載することで、障がいの有無にかかわらずいきいきと働ける環境を伝え、不安を解消

しています。また、入社後も長く働けるよう、人材育成から定着まで長期的なフォローを行っています。この一例として、入社時の教育や、本人の能力が最大限発揮できるよう職場と連携した面談を実施しています。

職場向けのマニュアル「ワークスタイルガイドライン」では、障がいのある社員とともに働くにあたって双方が考慮すべき点について障がいの状況ごとに記載し、職場での理解に役立てています。

また、富士通および国内グループ会社の共通サービスとして、ダイバーシティ・コミュニケーションツール「FUJITSU Software LiveTalk」を展開し、聴覚障がいのある社員を含めたコミュニケーションの円滑化と業務効率化をサポートしています。他リージョンにおいてもリージョンや国の状況に応じ、採用、アクセシビリティ改善、社員ネットワーク活動等の施策を戦略的に実現しています。

障がい者雇用率の推移（富士通）



> [FUJITSU Software LiveTalk](#)

## 国際障がい者デーの取り組み

富士通グループでは、12月3日の国際障がい者デーに際し、富士通グループの健康・障がいのテーマカラーであるパープルでグループ内の一体感を持たせ、経営トップからのメッセージ発信を行いました。各リージョンにおいては、DE&I推進チームと社員ネットワークグループが協力して Webinar やラウンドテーブル等の障がい者理解促進のためのイベント開催や、社員への意識付けなどの様々な取り組みを行い、障がいに関する理解を高めています。

## 障がいのある社員の自主運営ネットワーク

富士通グループでは、各リージョンに障がいのある社員が中心となった自主運営ネットワークグループがあります。エグゼクティブスポンサーの支援のもと、グローバルネットワーク（Global Network of Persons with Disabilities）を形成しながら、障がいへの理解促進とインクルーシブな環境を創るための活動をしています。

## 障がい者雇用の促進に向けた特例子会社の設置

富士通および国内グループ会社では、障がいのある方々に働ける場をより広く提供していくことを目的として、特例子会社を設立しています。各社では、一人ひとりの障がいの特性に配慮し、より活躍できる職場を目指しています。

	設立	障がい者	主な作業	事業所
富士通エフサス太陽株式会社	1995年	31名	ATM・プリンタ関連・パソコンのリペア、富士通製品の保守サービスに関する各種業務、システムサービス業務	別府
富士通ハーモニー株式会社 (2023年3月31日時点)	2013年	197名	文書のPDF化、事業所内清掃、事務用品の補充、名刺作成、健診着のセッティング、ノベルティの作成、ヘルスキーピングサービス（社員向けマッサージ）	札幌オフィス 沼津オフィス 新潟オフィス 青森オフィス 仙台オフィス 川崎オフィス 長野オフィス 那須オフィス 幕張オフィス Kawasaki Tower 蒲田オフィス 新川崎オフィス 中原オフィス 福岡オフィス さいたまオフィス 大阪オフィス 那覇オフィス 名古屋オフィス 広島オフィス* 汐留オフィス* 神奈川オフィス* * ヘルスキーピングサービスのみのみ

## アクセシビリティ

富士通グループでは、多様な特性をもつすべての人に開かれた、アクセスしやすいコミュニケーションを目指しています。

ブランドコミュニケーション、製品サービス、職場環境にわたるアクセシビリティの実現のために、関連部門がコラボレーションを進めています。

新たな企業ブランドでは、多様性を意識したデザインを適用するとともに、読みやすさに配慮した独自のコーポレートフォントを開発するなどアクセシビリティを重視しています。

- > [企業ブランド刷新で世界的デザイン賞を受賞！新ブランドアイデンティティに込めたSX企業への変革の決意](#)

## その他の取り組み

富士通 UK では新たに開始した「Be Completely You パスポート」を活用して社員が職場に必要なサポートを共有し、職務が変わっても合理的配慮が継続的に得られることを社員ネットワークグループとともに実現しました。富士通タイランド、富士通ベトナム、富士通インドネシアおよび富士通シンガポールでは、障がいのある子供や、教育、テクノロジーおよび就労機会へのアクセスに恵まれない子供を支援するための寄付や奨学金を寄贈しました。



富士通タイランドの社員が学校を訪問しパソコンを寄贈し、設置

## 文化・民族に関する取り組み

富士通グループは、多様な文化や民族を尊重する企業文化づくりを進め、グローバルスケールで、民族・文化に関する活動を始動しています。各リージョンにおいては、多様な民族や文化を理解するための社員ネットワークグループの活動、国や地域の文化を理解するイベント、特定民族の理解を深める活動、少数民族支援活動などが行われています。

富士通 UK では自主的に民族ペイギャップを 2021 年より開始し、人種的平等を強化しています。Americas のアフリカ系社員のインクルージョンネットワーク (BEING) は、Black History Month の祝福や NPO とのパートナーシップを介して、文化について教育を提供しました。また、BEING は若者への STEM 領域のキャリアのために、影響を与え、社内戦略的コミュニティ投資 2022 を獲得しました。富士通オーストラリアはオーストラリアのシェルブールにある先住民が運営するデジタルサービスセンター (First Nations サービスセンター) を立ち上げ、8 名を雇用し、トレーニングやサポートを通じてキャリア形成を支援しています。富士通 NZ 法務コンプライアンスチームは、マオリと太平洋の人々のインクルージョンプランに関する、New Zealand Law Awards の D&I Initiative of the Year Award のファイナリストに選定されました。また、富士通では、国内外の留学生向けキャリアイベントへの参加や自社セミナーの開催などを通じて、外国人留学生や海外大学生をはじめとするグローバルな人材を採用しています。その結果として 2022 年度末時点で 674 名の外国籍社員が富士通で働いています。インターナショナルな社員が富士通の組織環境や日本での生活に溶け込めるよう、メンタリングプログラム、社内情報の日英併記を進める社内推奨活動、イントラサイト・社内ソーシャルメディアによる情報共有を実施してきました。日本で創設された社員の自主活動グループである English Club (英語で交流する社員ネットワーク) には活動のオンライン開催を機に他リージョンからの参加者も加わり活発な交流活動に発展し、異文化理解に活力を与えています。



先住民アボリジニのデジタル変革を支援するための First Nations サービスセンターのメンバー



Americas のアフリカ系社員インクルージョンネットワークグループ (BEING) のロゴ

## LGBTI+に関する取り組み

2018年6月、富士通は、日本企業として初めて「国連 LGBTI に関する企業行動基準」への支持を表明しました。誰もが働きやすく能力を存分に発揮できる環境づくりのために、全社員に向けたトップメッセージを継続的に発信しながら、性の多様性への理解を深める取り組みを進めています。

国内では、同性パートナーについても、慶弔見舞金の支給、休暇、休職などの社内制度の適用範囲を拡大しています。また性自認に基づく通称の使用など、職場環境への配慮を行っています。

人権研修やセミナー、イントラネットでのメッセージ発信などにより、全社的な認知を進める一方で、多様な LGBTI+ 当事者と一緒に話し合うアライミーティングを開催し、“アライ” (Ally=理解者、支援者) の輪を広げる取り組みも実施しています。2017年以降、LGBTI+ とアライをテーマとした映画上映会などを開催してきました (2017: 「ジェンダー・マリアージュ」、2018: 「カランコエの花」、2021、2022: 「私はワタシ」、2022: 「I am Here 私たちはともに生きている」)。社員が、オンラインミーティングに LGBTI+ の尊厳を象徴するレインボーカラーの背景を使用するなど、自然に“アライ宣言”をする動きも出始めています。

また、多様で持続可能な社会づくりに貢献する活動にも力を入れています。セクターを超えた団体・個人・企業が連携してセクシュアル・マイノリティに関する情報発信を行い、さらに次世代の LGBTQ の若者が安心して集える常設の居場所づくりを目指すプロジェクト「プライドハウス東京 (注1)」にパートナーとして協賛しています。これら一連の取り組みが評価され、任意団体 work with Pride による「PRIDE 指標」において、最高位の「ゴールド」を受賞しました。

(注1) 「プライドハウス東京」

- > [日本語サイト](#)
- > [英語サイト](#)



社内有志にてパレード参加 (撮影 2019年, 2018年)

Americas では、全てのジェンダーが使用できるトイレを設置し、トランスジェンダーに着目する4個のPRIDE (LGBTI+に関する施策) イベントを祝福しました。富士通アメリカは Best Places to Work for LGBTQ+ Equality 2022 に選定されました。Europe の CEE 地域では IDAHOBIT (国際反ホモフォビア・トランスフォビア・バイフォビアの日) を祝福し、また、富士通 UK は LGBTI+の社員にとって平等な職場として Stonewall Workplace Equality Index で上位50社に選定されました。

## Fujitsu Pride



グローバル共通ロゴ

「Fujitsu Pride」は、富士通グループにおいて各リージョンの LGBTI+の当事者とアライの社員ネットワークグループの代表者が集まり、エグゼクティブスポンサーの支援のもとグローバルスケールで連携して取り組む活動です。2020年からは「Fujitsu Pride」が主催するオンラインイベント「Global Fujitsu Virtual Pride Week」を開催しています。富士通および国内外グループ会社から役員および社員が参加し、バーチャルパレード、オンラインセミナー、パネルディスカッション、小さなグループ単位で LGBTI+について語るイベントを開催するなど、活発な活動を行っています。

## 世代間

富士通グループでは、すべての年齢層が尊敬されていると感じ、成功する機会を持てる企業文化を目指しています。その一環として、富士通では、世代を越えた社員の対話の場を設定し、それぞれの価値観や働き甲斐を語り合う中で、相互理解を深めました。



世代を越えた社員の対話フォーラム

Americas では退役軍人である社員によるネットワークグループの活動が行われています。富士通ベトナムでは、負傷や疾病のある退役軍人に、ギフトと寄付を寄贈し、退役軍人を勇気づけました。Global Delivery はサンドイッチ世代(高齢の家族のケアと子供のケアを必要とされる世代)のためのウェビナーを開催しました。その他、各リージョンでも様々な取り組みを行っています。

## 仕事とプライベートの両立支援

富士通は、仕事と出産・育児、介護などを両立するための仕組みの整備を進めています。テレワーク制度の導入・浸透に加え、コアタイムなしのフレックス勤務体制の拡充や男性が取得できる当社独自の育児休暇取得可能日数の拡大など勤務体制の整備により、育児・介護との両立を促進しています。

### 出産・育児

「次世代育成支援対策推進法」に則った「行動計画（注2）」を策定し実行しているほか、ベビーシッター費用補助制度の整備や事業所内保育所の設置・運営をしています。また、育児休職からの復帰直後の社員および育児中社員を部下に持つ上司を対象に、職場復帰支援やネットワークの構築を目的としたセミナーを毎年複数回実施し、ダイバーシティマネジメントの推進を図っています。さらに、産休・育休を控えた社員を対象とした支援セミナーに加え、将来的に産休・育休取得を踏まえたキャリアプランを考える社員や配偶者の出産を控える社員、当事者を部下に持つ上司などを対象としたセミナーも開催し、育児との両立を全面的に支援しています。

(注2) 行動計画：

2005年から実施しており、現在は第7期行動計画（2021年4月1日～2024年3月31日）を実行中です。

> [第7期行動計画書 \(76.2KB\)](#)

### 介護

介護については、社内外の支援制度や介護に対する心構え、介護に向けた事前準備などの基礎知識を学ぶ機会を設けています。また、2020年度には仕事と介護の両立への活用を目的に、介護のステージごとに押さえておきたい知識・行動や、利用できる社内制度についてまとめた介護ハンドブックを発行しました。さらに、富士通グループの介護サービス会社「株式会社ケアネット」と連携して「介護相談窓口」開設し、富士通全グループ社員一人ひとりの抱える介護の悩みに対応することで社員のウェルビーイング実現を目指しています。

## 社外表彰・認定

富士通のダイバーシティ活動に対して社外からいただいた過去の評価・表彰は[こちら](#)をご覧ください。

リージョン名	2022年度の表彰・認定
Americas	<ul style="list-style-type: none"> <li>“Best Place to Work for LGBTQ+ Equality 2022”（人権キャンペーン）</li> <li>富士通アメリカは、アフリカ系社員ネットワークにより、Girls Who Code（富士通がコミットする女性のためのSTEM領域の教育をサポートするNPO）を支援するための社内戦略的コミュニティ投資2022に選定</li> </ul>

<p>APAC</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fujitsu オーストラリアは LGBTI+のインクルージョンのためのオーストラリアのワークプレイスインデックスにてゴールドレベルアワードを受賞</li> <li>• 富士通ニュージーランドは Rainbow Tick による LGBTI+のインクルージョンに関して認定</li> <li>• Fujitsu オーストラリアと Camp Quality が共同制作した Kids' Guide to Cancer App (がんに関する子供むけアプリ) が 2023 ISG Paragon Awards™ ANZ を受賞</li> <li>• Fujitsu オーストラリアと Camp Quality が共同制作した Kids' Guide to Cancer App (がんに関する子供むけアプリ) が The Best Not-for-profit Project at 2023 iNews Benchmark Awards を受賞</li> <li>• Fujitsu Asia の社員 2 名が、それぞれ Women in ICT Awards (WIICTA) の Innovation (Partner) カテゴリーで受賞、Achievement (Partner) カテゴリーでファイナリストに選出</li> </ul>
<p>Europe</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 富士通 UK は 2022 年 Black Tech Achievement Award を受賞</li> <li>• 富士通 UK は 2022 年 Social Mobility Employer Index で上位企業に選定</li> <li>• 富士通 UK は英国政府により、2017 年から 3 年連続で Disability Confident Leader に選定</li> <li>• 富士通 UK はタイムズ紙によりジェンダー平等を実現する上位 50 社に選定</li> <li>• 富士通ドイツは Women Career Index (FKi) を 3 度目として受賞</li> </ul>
<p>Global Delivery</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 富士通サービスの INSPIRE (女性リーダーの学びとメンタリングのプログラム) が社内の 2022 年度サステナビリティ貢献賞の Fujitsu Way 共感賞を受賞</li> <li>• インド Global Delivery Center は BW Businessworld により、ベスト・DEI・エンプロイヤー・アンド・チャンピオン・オブ・チェンジに選出</li> <li>• インド Global Delivery Center は LGBTI+のインクルージョンについて India Workplace Equality Index のブロンズ賞を受賞</li> </ul>



Fujitsu UK's Black Tech Achievement Award 2022

## 2022 年度実績

(注) ★は第三者保証対象指標

### 企業文化の醸成に向けた取り組み

- DE&I Session (旧：ダイバーシティ全社推進フォーラム)：2022 年度参加者 516 名 (富士通、国内グループ会社および海外各リージョン)
- 毎年実施の従業員エンゲージメントに関するグローバル共通調査への DE&I に関する設問の組込

- ヒューマン・ライツ、DE&I ウィークを開催 (East Asia)
- インターカルチュラル・アウェアネス・セッション “日本人社員と働く”を開催 (Europe リージョン(CEE 地域))
- インクルージョン・ウィーク 2022 の祝福 (Europe リージョン (NWE 地域))
- インクルーシブな採用のためのトレーニングを提供し多様性のあるタレントの採用を目指す(Europe リージョン (NWE 地域))
- インクルーシブ・リーダーシップ・トレーニングの実施 (Global Delivery)
- 見方に関するリバースメンタリングプログラムはリーダーが多様なバックグラウンドの若手社員であるリバースメンターと参加し、1 対 1 の環境でインクルーシブなリーダーの行動を養成 (Europe)
- 「ミステリーコーヒー」は、職場のインクルーシブな雰囲気と一体感を創るために Europe リージョンで開始し社内グローバルに拡大 (Europe (CEE 地域))

## ジェンダーに関する取り組み

- 女性社員比率：19.5%、女性幹部社員（管理職）比率：9.1%★、新任女性幹部社員（管理職）比率：25.8%（富士通）
- 女性社員向けキャリアワークショップの実施：2022 年度参加者 356 名（富士通および国内グループ会社）
- 国際女性デーを祝福する施策の実施（各リージョン）
- 国際男性デーを祝福する施策の実施（Europe, Global Delivery）
- 社外研修派遣（富士通）
- ジェンダーエンパワーメント・ダイバーシティネットワークグループの活動（各リージョン）
- ジェンダー・ペイ・ギャップ・プログラムの実施（Europe (NWE 地域)、Global Delivery）
- ドイツの Girl's Day のイベントを開催（富士通ドイツ）
- 女性リーダーのためのプログラム（INSPIRE）を提供（Global Delivery）

## 健康・障がい・アクセシビリティに関する取り組み

- 障がい者雇用率：2.45%★（2022 年 6 月時点）（富士通）
- 国際障がい者デーイベントの実施（Japan リージョン）：当事者による DE&I への想いに関するインタビュー動画の掲載
- 国際障がい者デーを祝福する施策を実施（各リージョン）
- 「LiveTalk」の社内展開（富士通および国内グループ会社）
- 新入社員研修における障がいのある社員による講話の実施（富士通）
- 障がいへの理解促進に関するセミナーの開催（2022 年度：2 回実施）
- 障がいを持つ人のための社員ネットワークグループの活動（各リージョン）
- 障がい者を支えるペットの写真コンテストを実施（Americas）
- ケアラーを支えるための #CaringforCarers キャンペーンを実施（Global Delivery）
- 障がい者の雇用・働き方を改善するための横断的プロジェクトによる当事者へのアンケート実施

## 文化・民族に関する取り組み

- 多様な文化や特定民族を理解するための社員ネットワークグループの活動（各リージョン）

- アフリカ系社員インクルージョンネットワークグループの活動 (BEING) (Americas)
- ラテン系社員インクルージョンネットワークグループの活動 (LatinX Link) (Americas)
- 外国人社員のメンタリングプログラムの提供および English Club (英語で社員が交流する社員ネットワークグループ) の支援 (富士通)
- 富士通 NZ の法務コンプライアンスチームが、マオリと太平洋の人々のインクルージョンプランに関し、New Zealand Law Awards の D&I Initiative of the Year Award のファイナリストに選定
- ナショナル・リコンシリエーション・ウィーク (オーストラリアの文化や歴史などを理解し先住民とより良い関係を創るための 1 期間) を祝福 (APAC (オセアニア地域))
- マオリ族と太平洋の人々のインクルージョンプランの一環として、初めてマオリ族の新年を祝う星マタリキを祝福 (富士通 NZ)
- 日本を母国としない社員による日本での異文化体験のストーリーを共有

## LGBTI+に関する取り組み

- Global Fujitsu Virtual Pride Week 2022 の開催 (富士通グループ)
- LGBTI+とアライによる社員ネットワークグループの活動 (各リージョン)
- オンライン映画上映とディスカッションを開催 (映画「私はワタシ -Over the rainbow-」、[I am Here 私たちはともに生きている])
- 日本における婚姻の平等を求める企業キャンペーン「Business For Marriage Equality」参加 (2020 年 11 月 ~)
- プライドハウス東京「LGBTQ+ユース EXPO」にてキャリア・ワークショップに登壇
- ナショナル・カミングアウト・デーおよびトランスジェンダー・アウェアネス・ウィークの祝福 (Americas)
- Stonewall Workplace Equality Index で上位 50 社に選定 (富士通 UK)
- IDAHOBIT (国際反ホモフォビア/トランスフォビア/バイフォビア・デー) の祝福 (Europe (CEE 地域))
- The PRIDE Champion Audit により Pride Champion Silver 2022 を獲得 (富士通ドイツ)

## 世代間に関する取り組み

- 退役軍人の社員ネットワークグループの活動 (Americas)
- サンドイッチ世代 (高齢の家族のケアと子供のケアを必要とされる世代) のためのウェビナーを開催 (Global Delivery)
- 子供の日に、障がいのある子供や孤児のためにアグリカルチャー・ホスピタルやチャリティ団体へギフトや寄付を寄贈 (富士通ベトナム)
- 負傷や疾病のある退役軍人に、ギフトと寄付を寄贈し、退役軍人を勇気づけた (富士通ベトナム)
- 障がいのある子供や、教育、テクノロジーおよび就労機会へのアクセスが無いか少ない子供を支援するための寄付や奨学金を寄贈 (富士通タイランド、富士通ベトナム、富士通インドネシアおよび富士通シンガポール)

## 仕事とプライベートの両立支援に関する取り組み（富士通）

イベント名	回数	参加者	内容
DE&I/育児中社員向けセミナー	2回	114名	保健師からの健康アドバイス、外部講師講演、役員クラスとの対話、グループディスカッション
DE&I/育児中社員の上司向けセミナー	2回	314名	保健師からの健康アドバイス、外部講師によるマネジメントに関する講演、グループディスカッション
産休・育休取得前準備セミナー	2回	412名	制度説明、保健師からの健康アドバイス、産後ドゥーラによる講義、パネルディスカッション、グループディスカッション

- 育児・介護制度利用者数および育児・介護休職からの復職率・定着率（富士通）  
制度利用者数（2022年度：富士通）（単位：名）（注3）

	利用者数	男性	女性
育児休職（注4）（注5）	518★	286	232
介護休職	18★	10	8
短時間勤務（育児）	670★	21	649
短時間勤務（介護）	11★	8	3
出産育児サポート休暇（注6）	549★	549	-

（注3） 年度末（3月20日）時点で在籍している正規従業員を対象とします。

（注4） 出産後8週間以内に取得した短期育休とその後の再取得（いわゆるパパ休暇）はそれぞれ1名とカウントしています。

（注5） 年度内出産かは問わず、対象の子に対して初めて育児休職を取得した社員（育児休業の取得状況公表に伴う算出方法に準拠）（育休との併用含む）をカウントしています。

（注6） 年度内出産かつ年度内に当該休暇を取得した従業員（育休との併用を含む）をカウントしています。

- 育児・介護休職からの復職率・定着率（2022年度：富士通）

	復職率	定着率
育児休職	100%	96.6%
介護休職	100%	85.7%