

企業理念

FUJITSU GENERAL Way

FUJITSU GENERAL Way は、私たち富士通ゼネラルグループが持続的に発展する上で、土台となる基本指針であり、私たちが目指すべき姿と、お客様と社会のために果たすべき使命、存在価値を表すものです。

また、当社グループで働くすべての人が行動する上で、判断の拠り所となる羅針盤です。

私たちは、企業理念に掲げたミッションを達成するための行動を実践し、事業を通じて、快適・健康・安心・安全な社会の実現、その先にあるいのちを見つめ、世界中の人々と共に未来を切り拓いていきます。

FUJITSU GENERAL Way の体系

FUJITSU GENERAL Way は企業理念、行動規範の二層から成り立っています。



FUJITSU GENERAL Way

企業理念

Our Mission

私たち、富士通ゼネラルグループが目指すべき姿を宣言したものです。

Our Philosophy

Our Mission を実現するために、私たちが大切にしている考え方を示したものです。

- 共に未来を生きる -

私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日にない明日を届けます。

自発的に取り組みます

私たちは、自己成長のための努力を惜しまずたゆまぬ創意工夫と先見力で、自ら新しい事に挑戦します。

人を思い活かします

私たちは人を思いやり、異なる文化と多様性を活かし、協調と対話を通じて、人の可能性を最大化します。

誠実さを大切にします

私たちは、誠実さを旨とし、常に高い倫理観を持って人として正しい道を歩みます。

行動規範

富士通ゼネラルグループの社員として厳守すべきことを表したものです。

- 人権を尊重します
- 法令を遵守します
- 公正な商取引を行います
- 知的財産を守り尊重します
- 機密を保持します
- 業務上の立場を私的に利用しません

Our Mission実現のための全体像

Our Mission

- 共に未来を生きる -
私たちは、
革新的なモノづくりを通じて、
世界中のお客様と
社会のために、安らぎに満ちた、
今日にない明日を届けます。

実現する
ためには

革新的なモノづくりを
通じて
社会課題を解決

解決するための考え方

企業の持続的成長

Innovation の創出

人を育てる
文化の醸成

コミュニ
ケーション
の活性化

自ら新しいことに
挑戦する人材の育成

ワーク・
ライフ
・バランス

ダイバー
シティ推進

働き方改革

健康経営
推進

心理的安全性の高い組織作り

Living together
for our future

- 共に未来を生きる -

Our Philosophy

●自発的に取り組みます

私たちは、自己成長のための努力を惜しまずたゆまぬ創意工夫と先見力で、自ら新しい事に挑戦します。

●人を思い活かします

私たちは人を思いやり、異なる文化と多様性を活かし、協調と対話を通じて、人の可能性を最大化します。

●誠実さを大切にします

私たちは、誠実さを旨とし、常に高い倫理観を持って人として正しい道を歩みます。

革新的なモノづくりを
生み出す経営基盤



企業理念

－共に未来を生きる－

Living together for our future

私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日にない明日を届けます。

富士通ゼネラルグループは、企業理念（Our Mission）に「- 共に未来を生きる -」を掲げ、革新的なモノづくりを通じて世界中のお客様と社会のために「安らぎに満ちた、今日にない明日を届ける」とともに、社会の持続可能性に貢献することを使命としています。

私たちの扱っている製品であるエアコンやATW等のヒートポンプ機器は、再生可能エネルギーとして認定されており、欧州の多くの国で、政府などによるガスや石油等の化石燃料からの買い替えが促進されています。

私たちは、ヒートポンプ技術を活用した製品の開発・販売をすることで化石燃料からの脱却、さらなる省エネ・省資源設計を追及するとともに、ESGや環境経営、サプライチェーン・マネジメント推進やリサイクルビジネスにも取り組んでいます。エネルギー効率に優れた空調機を販売すること自体が温暖化対策への貢献になります。情報通信・電子デバイスでは、消防・防災・車載カメラビジネス等による安心・安全な社会づくりへの貢献を進めています。

ただし、空調機ビジネスにおいても、今のままの対応では、増え続けるエアコン需要、電力需要に対応するのは不十分であり、その次の段階として、ソリューションビジネスへの本格参入による利便性向上や省エネ提案の強化に加え、新たな商品やサービス、今のエアコンを補完し併用する、何か新しいイノベーション創出が必要になってきます。

温室効果ガスを劇的に減らし、持続可能な社会に貢献する革新的な技術、製品・サービスを生み出す、イノベーション創出に向けた活動、企業理念Missionで言う「革新的なモノづくり」が求められています。

「革新的なモノづくり」は、失敗を恐れず果敢に挑戦する集団である社員によって実現されます。当社グループは、社員を重要なステークホルダーと位置づけ、「人を思い活かす経営」を事業運営の基盤に掲げています。「人を思い活かす経営」では、社員にモチベーションや夢を与えるだけでなく、たとえ困難な時代に直面しても、社員一人ひとりが生き抜く力を身につけ、力強く成長できる人材育成を目指します。生き抜く力を持った社員同士が互いを思い活かし、「たゆまぬ創意工夫と先見力」で自発的に挑戦することによりイノベーションが創出され、「社会課題の解決」と「持続可能な社会実現」へ貢献できると考えています。

私たちにとって「持続可能な社会実現への貢献」とは、新しい取り組みを開始することではなく、私たちが現在行っている事業活動や企業理念達成を強化することでもあります。よって、私たちはESGやSDGsに対して、社会的要請だからではなく当社グループの存在理由として、本業として真正面に取り組んでいます。

そして、持続可能な社会実現への貢献は、企業理念の「- 共に未来を生きる -」達成に向けた活動そのものです。

これらの実現に向け、今後もお客様と社会に寄り添い、それぞれの国や地域に根差したさまざまな活動を通じて、社会の持続可能な発展に貢献する企業グループを目指していきます。

株式会社富士通ゼネラル
代表取締役社長

斎藤 雄一郎



「人を思い活かす経営」を基盤に、
「革新的なモノづくり」を通じて、
サステナビリティ経営を推進し、
社会課題解決に貢献します。

富士通ゼネラルグループは、「私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日にない明日を届けます。」を当社のOur Mission（存在意義）に掲げています。また、創業以来メーカーとして、約85年にわたる革新的なモノづくりを通じて新しい価値を創造し、企業価値を高めてきました。

近年国際社会では、経済や社会の基盤である地球の持続可能性が危ぶまれていることに端を発し、温室効果ガス排出削減等のための国際的な枠組み「パリ協定」や、「SDGs（持続可能な開発目標）」が採択されています。これらの協定・目標は、企業に対し、世界が直面するさまざまな課題をイノベーションにより解決することを求めています。

当社グループは、イノベーションを創出する「社員」に思いを寄せ、社員が健康意識を高めながら、多様性を活かして柔軟に働ける職場づくりを推進するとともに、失敗を恐れず自ら新しいことに挑戦する人材を育成していく「人を思い活かす経営」を基盤に、さらなるイノベーションを創出するサステナビリティ経営を推進し、社会課題の解決に貢献します。

「人を思い活かす経営」の推進

富士通ゼネラルグループがサステナビリティ経営を進めるうえで、最も注力するテーマは「人を思い活かす経営」の推進です。人を思い活かす経営では、まず「健康経営」を推進することで、社員が健康でいきいきとした状態で業務を遂行できる職場環境を作ります。次に、ワーク・ライフ・バランスやダイバーシティ推進などの「働き方改革」を通じて、多様性を活かして社員が柔軟に働ける職場づくりを目指し、仕事の質や生産性の向上を図ります。そして、さまざまなことに挑戦できる人材の育成とチャレンジできる施策を実行し、「自ら新しいことに挑戦する人材の育成」を進めます。

「健康経営」「働き方改革」「自ら新しいことに挑戦する人材の育成」により、心理的安全性の高い組織づくりを推進し、常識にとらわれない挑戦ができる組織でイノベーションを創出します。

「革新的なモノづくり」を通じた社会課題の解決

「人を思い活かす経営」による心理的安全性の高い組織づくりを基盤に、富士通ゼネラルグループは「革新的なモノづくり」を通じて社会課題の解決に貢献していきます。例えば、当社グループの主力事業である空調機器は、気候変動による気温上昇リスクへの対応機器として、また、当社のヒートポンプ技術を活用した暖房機器などは、暖房時にCO₂を排出しないことから、化石燃料を使用する暖房機器から置き換えることにより、地球温暖化への影響軽減に寄与することが期待できます。このような製品を開発・販売することは社会課題解決に貢献できると考えています。

また、「自ら新しいことに挑戦する人材の育成」の施策から生み出されつつあるイノベーション創出の例として、身に着けるエアコン「CÓmodo gear™」があります。この製品は、炎天下や空調が届かない環境下で冷却効果が図れることから、作業効率の維持が期待できます。

今後はさらに、「当社のヒートポンプ技術」と「自ら新しいことに挑戦する人材の育成」の施策から生まれるイノベーションの創出を強化し、社会課題の解決に貢献し続けていきます。

当社グループは、これからもCSR活動のさらなる推進と積極的な情報開示を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

経営執行役常務
サステナビリティ推進本部長 兼
CSR推進部長 兼 品質副担当 兼
品質保証推進統括部長

江藤 雅隆

目次

1

企業理念

3

Our Mission実現のための全体像

5

TOPメッセージ

7

担当役員メッセージ

9

目次

10

編集方針

11

富士通ゼネラルグループ概要

13

TOPインタビュー

15

Topics

21

中期経営計画とロードマップ

環境

83

環境ビジョン

87

環境マネジメント

90

活動内容

ガバナンス

99

人権

101

コーポレートガバナンス

105

リスクマネジメント

107

コンプライアンス

ガイドライン対照表

109

GR I「GR Iスタンダード」対照表

当社のCSR

23

Sustainability ビジョン・CSR 体系・CSR方針

25

CSR体制

26

マテリアリティ

27

重点取り組みテーマ

29

ステークホルダー・エンゲージメント

31

外部評価・参画イニシアチブ

社会

35

本業とのかかわり

40

社員とのかかわり

62

お客様とのかかわり

68

お取引先とのかかわり

71

社会貢献

80

株主・投資家とのかかわり

将来に関する予測・予想・計画について

本報告書には、富士通ゼネラルグループの過去と現在の事実だけでなく、将来に関する予測・予想・計画なども記載しています。これらの予測・予想・計画は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって将来の事業活動の結果や事象が異なるものになる可能性があります。

読者の皆様には以上をご承知いただきたくお願いいたします。

編集方針

「富士通ゼネラルグループ サステナビリティレポート 2020」は、当社グループが持続可能な社会の実現を目指して取り組むCSR活動について、方針・考え方や2019年度の取り組み内容・実績を報告するものです。

報告対象期間

2019年度（2019年4月1日～2020年3月31日）の活動を中心に報告しています。

ただし、一部はそれ以外の期間の内容を含みます。

報告対象組織

富士通ゼネラルおよびその連結子会社・持分法適用会社を報告対象としています。

参考にしたガイドライン

- GRI「GRIスタンダード」
- 国際標準化機構「ISO26000」
- 環境省「環境報告ガイドライン（2018年版）」
- 環境省「環境会計ガイドライン（2005年版）」

情報開示の体系

当社グループの企業活動情報は、ステークホルダーの皆様に対しさまざまな情報を開示しています。

本報告書では、非財務情報に関する方針・取り組みを簡潔に掲載し、具体的な取り組みや結果は当社Webサイトにてご紹介しています。



発行

2020年11月（次回予定：2021年9月）

お問い合わせ先

サステナビリティ推進本部 CSR推進部

- 「ノクリア」は富士通ゼネラルの登録商標です。

本報告書の一部または全部を許可なく転載することを禁じます。

富士通ゼネラルグループ概要

欧州

売上高 62,365 百万円

◆売上比率 23.8 %



アジア・中華圏

売上高 25,623 百万円

◆売上比率 9.8 %



中東・アフリカ

売上高 20,091 百万円

◆売上比率 7.6 %



オセアニア

売上高 29,004 百万円

◆売上比率 11.1 %



事業内容

空調機、情報通信・電子デバイスの両部門において、製品および部品の開発・製造・販売ならびにサービスの提供

※数値は2019年度の売上高

米州

売上高 36,518 百万円

◆売上比率 13.9 %



電子部品

消防システム

日本

売上高 88,514 百万円

◆売上比率 33.8 %

オセアニア

売上高 29,004 百万円

◆売上比率 11.1 %

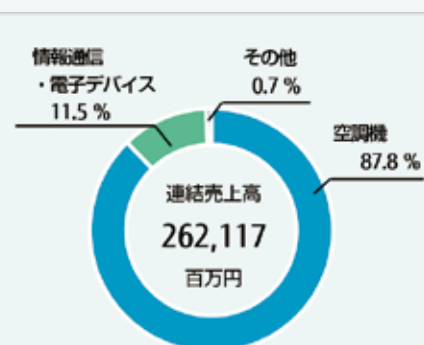
詳細については、当社Webサイトをご覧ください。

Web

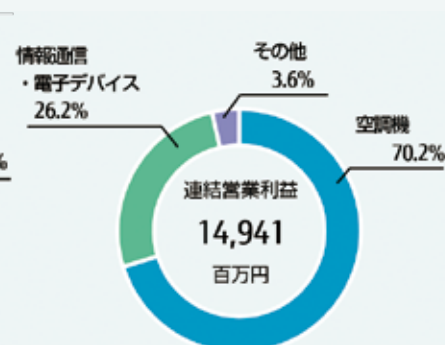
<https://www.fujitsu-general.com/jp/corporate/profile/bases/index.html>



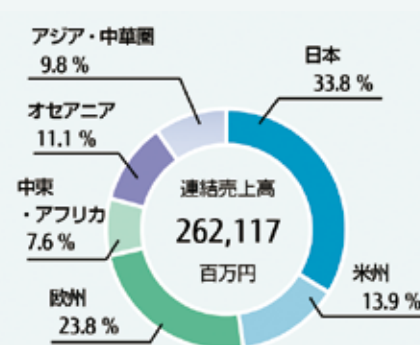
セグメント別売上高構成比率



セグメント別営業利益構成比率

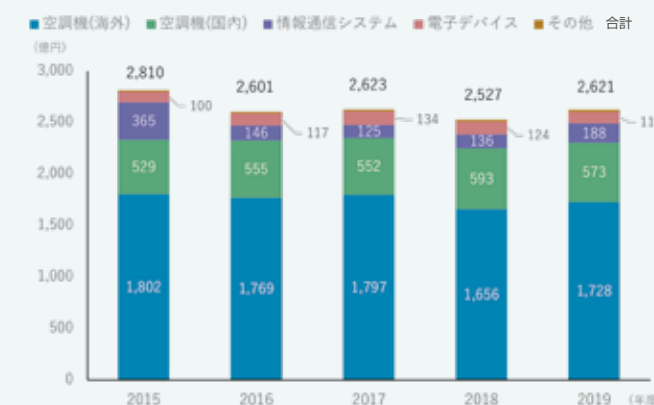


地域別売上高構成比率

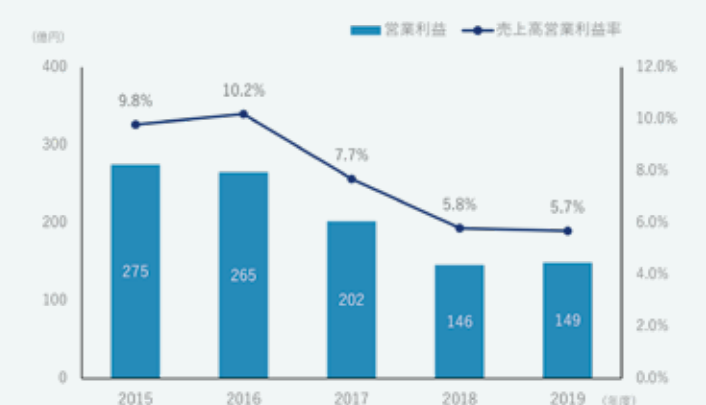


売上高：連結 262,117 百万円、単独 201,607 百万円

売上高



営業利益／営業利益率





持続可能な社会実現に向けて

昨今、世界では反グローバリズム・ナショナリズムの台頭、経済格差や、地球温暖化をはじめとする環境問題の深刻化など、いくつもの社会課題が顕在化するとともに深刻化しつつあります。新型コロナウイルスの感染拡大が世界の人々の生活に重大な影響を及ぼし、まさに予測困難な時代に直面していると感じます。

国際社会では、「SDGs（持続可能な開発目標）」が民間レベルで掲げられ、多くの国や企業に賛同の輪が広がっています。

私たち富士通ゼネラルグループの事業である空調機、情報通信・電子デバイスは、Sustainability無しには語ることができず、今後その重要性が増していくことに疑いはなく、今後の事業展開の目標としていきます。

人を思い活かす経営の実践

富士通ゼネラルグループは社員を最重要なステークホルダーと位置づけています。再設定された企業理念 Philosophy では社員の行動指針として、「自発的に取り組みます」「誠実さを大切にします」と共に、「人を思い活かします」を明記し、事業運営の基盤に掲げています。

企業の基盤は「社員」であり、「社員に思いを寄せ、大切に活かす」を大前提に「働き方改革」を推進してきました。「働き方改革」では、健康経営2.0推進強化、時間外労働の抑制、生産性の向上、ワーク・ライフ・バランスの実現、コミュニケーションの活性化等を中心に推進しています。

新型コロナウイルス感染症への対応においては、感染予防対策として通勤混雑回避のため時差出勤や在宅勤務の推進、Teams などを使用したWeb会議の活用や、学校休校に伴い出社が困難な社員への特別休暇付与など、社員とその家族の健康を最優先とした対策を講じています。

また、いきいきと気力をもった社員が「人を育てる文化の醸成」と「コミュニケーションの活性化」により、互いを思い活かすことでイノベーションは創出されます。これにより、「社会課題の解決」と「持続可能な社会実現」に貢献できると考えています。

企業理念再設定への思い

「企業理念」は、たとえ困難な時代に直面しても、富士通ゼネラルグループで働く人の判断の拠り所となる羅針盤であり企業の根幹です。当社グループでは、2017年2月の2018年度中期経営方針の中で、将来の成長に向けた体制づくりとして、企業風土改革の中核としての「人を思い活かす経営」、そして企業の根幹である「企業理念の再設定」について掲げました。再設定にあたり、理念を実践する社員が中心となるよう自薦・他薦によりプロジェクトを発足し、できるだけ多くの社員を巻き込んだ形での理念設定を行いました。1年間の検討を経て2018年11月に再設定した、新しい企業理念である「FUJITSU GENERAL Way」は、当社グループが持続的に発展するための土台となる基本方針であり、目指すべき姿とお客様と社会のために果たすべき使命、存在価値を表すものです。Our Mission「- 共に未来を生きる -」を丘の上の灯として常に胸に抱き、未来を切り開いていきます。

しかし、再設定しただけでは問題の解決にならず、いかにこの企業理念を浸透させ実践するかが大きな課題です。これは3～4年でなしえるものではなく、常に、企業理念を念頭に置いた言動や行動を、経営トップ・役員・管理職・社員が行うことができるかが浸透へのカギとなると考えており、経営トップである私自身が旗振り役として推進していきます。

お客様と社会に寄り添い、「- 共に未来を生きる -」

未曾有の危機と称される今般の新型コロナウイルス拡大や各種の自然災害を通じて、富士通ゼネラルグループは自然環境に謙虚な姿勢で、企業理念「- 共に未来を生きる -」のもと、世界の人々や社会の幸福実現に向け貢献していく覚悟を新たにしています。短期的な利益追求ではなく、長期的視点に立った経営と今日にない明日を通じた「イノベーション創出」に取り組んでいきます。

また、理念実現に向けて、お客様と社会・社員を含めたステークホルダーへの責任を果たすことを優先させ、中長期的成長による企業価値の向上、持続可能な社会実現に貢献していきます。



Topics ①

FG Wayマネジメント推進のための取り組み 企業理念の再設定

富士通ゼネラルグループはメーカーとして、これまで常に技術の進歩・革新と共に発展を遂げてきました。一方で、グローバルな競争環境においてはますます厳しさを増しています。このような環境下で継続的な成長を果たすには、変化し続けるビジネス現場において、社員一人ひとりが柔軟にスピード感を持って行動することが重要となります。社員がそのような行動をする上での判断の拠り所、目指すべき姿を再度明確にし、組織に強く共有され、一丸となって目標に立ち向かっていくために、当社グループは企業経営の根幹となる「企業理念の再設定」を行いました。

■ミッションプロジェクトによる企業理念再設定

企業理念の再設定に向けて、理念を実践する社員が中心となるよう、各職場からの自選・他選によりメンバーを募り、女性4名を含む計25名によるミッションプロジェクトを立ち上げました。

プロジェクト内では、過去・現在に至るまでの当社グループの歩みを学びながら、未来に目指す姿の思いを共有し、現在の企業理念の是非と新たな企業理念案について議論を重ねました。企業理念の再設定に関して留意したことは、たとえ時間が掛かっても、理念を実践する職場の人たちをできるだけ多く巻き込むことでした。プロジェクトメンバーは、議論した内容を職場へフィードバックし、意見収集などを積極的に行い、できるだけ多くの社員が参画できるようにしました。

そして約1年にわたる活動を経て、当社らしさ、創業の志、独自性をもった新たな企業理念「FUJITSU GENERAL Way」が再設定されました。

【職場の声を反映し、企業理念に込めた思い】

企業理念の再設定にあたって、職場の意見を聞き、プロジェクトで議論を重ね、理念を構成する3つの要素や当社グループが目指したい風土や姿をあげた上で、まとめていきました。また、過去から受け継がれるべき思いを継承し、今起こっている問題や課題を解決し、未来に向かって思いを一つにしていく、そういった企業理念を練りあげていきました。

■ 理念を構成する3つの要素

- ・富士通ゼネラルらしさがあること
- ・メッセージ「Mission」を明示すること
- ・社員の拠り所「Philosophy」を示すこと

■ 目指したい企業風土や姿

- ・何でもやってみるチャレンジ精神
- ・小さな失敗を許容する社風
- ・互いに向き合い、認め、思いやる
- ・社会に対して正しいことを行う 等



社長を含めたプロジェクトメンバー間での議論の様子

■新たな企業理念「FUJITSU GENERAL Way」

Our Mission

—共に未来を生きる—

私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日にない明日を届けます。

Our Philosophy

自発的に取り組みます

私たちは、自己成長のための努力を惜みず、たゆまぬ創意工夫と先見力で、自ら新しい事に挑戦します。

人を思い活かします

私たちは人を思いやり、異なる文化と多様性を活かし、協調と対話を通じて、人の可能性を最大化します。

誠実さを大切にします

私たちは、誠実さを旨とし、常に高い倫理観を持って、人として正しい道を歩みます。

■浸透策の実施

新たな企業理念「FUJITSU GENERAL Way」の確実な浸透を図るために、さまざまな施策を行っています。

施策例1 本社海外営業部門および海外販売会社との共有会

2019年7月に、本社海外営業部門と海外販売会社の代表者との共有会を開催しました。社長より企業理念の再設定の経緯と込められた思いを直接伝えるとともに、世界16拠点の販売会社の代表より販社の取り組みと企業理念に基づく方針が発表され、お互いの働く環境や考え方、価値観も共有することができました。



本社海外営業部門および海外販売会社との共有会の様子

施策例2 プロモーターによる職場への企業理念浸透

各職場にプロモーターを配置しました。プロモーターによるワークショップを開催し、プロモーター自身が企業理念への理解を深めるとともに、体現事例を共有しています。また、プロモーター同士が意見交換した内容を職場に持ち帰り、各職場の社員に共有を図る職場交流会を実施しています。職場交流会により、部門、個人が目指すべき姿について深掘り、見直しを図っています。

富士通ゼネラルグループは、新たな企業理念「FUJITSU GENERAL Way」を社内に根付かせて経営の基盤とし、自ら新しいことに挑戦する人材の育成、健康意識を高め“Good Life”を目指した職場づくり、多様性を活かして社員が柔軟に働ける職場づくりをはじめとする「人を思い活かす経営」を推進することで、社会課題の解決へ貢献し、Our Missionである「私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日ない明日を届けます。」を実現していきます。

Topics ②

人を思い活かす 経営の推進

社員はかけがえのない存在であり、会社の財産です。私たち富士通ゼネラルグループは、社員を最も重要なステークホルダーに位置づけ、いきいきとした職場で、社員一人ひとりが健康で幸せと喜びを実感できる企業を目指し、「人を思い活かす経営」を推進しています。

富士通ゼネラルグループが推進する“人を思い活かす経営”とは

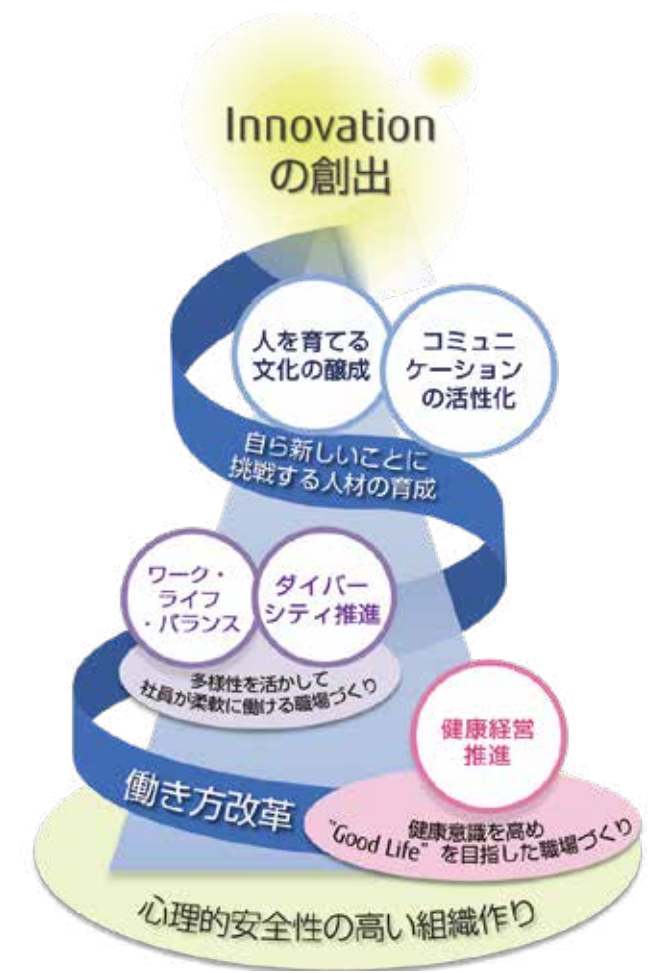
富士通ゼネラルグループは、社員は企業の基盤であると考え、その社員に思いを寄せ、「人を思い活かす経営」を事業運営の基盤に掲げています。

「人を思い活かす経営」の実現のためには、まずは社員がいきいきと気力をもって業務にあたる環境づくりが重要です。

そこで、当社グループは、新たな時代に即した「働き方改革の推進」を行っています。いきいきと気力をもって働ける職場を基盤とすることで、社員一人ひとりの生産性・モチベーションの向上を図ります。

また、社員同士が互いを思い活かし、「自ら新しいことに挑戦する人材の育成」を図ることにより、イノベーションを創出します。

「人を思い活かす経営」を推進することにより、社会課題の解決と持続可能な社会の実現に貢献し、Our Missionである「私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日ない明日を届けます。」を実現します。



人を思い活かす経営のイメージ図

■新たな時代に即した“働き方改革”の推進

社員がいきいきと気力をもって業務にあたる環境づくりのために、富士通ゼネラルグループは時代の変化に柔軟に対応しながら「働き方改革」を推進しています。

「働き方改革」の推進とは、健康経営の推進やワーク・ライフ・バランスの実現、ダイバーシティ推進を柱としています。

📖 関連ページ P.45～61

■“自ら新しいことに挑戦する人材の育成”の推進

イノベーション創出のためには、いきいきと気力をもって働く社員が、互いを思い活かすことが重要です。富士通ゼネラルグループでは、「人を育てる文化の醸成」と「コミュニケーションの活性化」を図っています。

📖 関連ページ P.41～44

【人を育てる文化の醸成】

人を育てる文化の醸成のために、空調機部門の技術者を対象とした空調機技術アカデミーを2019年8月に設立しています。

空調機技術アカデミーでは、対象社員を新人・若手・リーダー・管理職の4段階に分けプログラムを設定しています。

新人・若手社員は、「技術力」に重点を置き、開発に必要な空調機の基礎知識の習得を図る研修を実施しています。

リーダーに対しては、設計・開発を進行する「実現力」に重点を置き、プロジェクトの進行、技術分野での課題解決力を習得できる研修を実施しています。管理職は、人的魅力を上げる「人間力」に重点を置き、技術者としての心得、対人関係能力を中心に学ぶことを目的とした「人間塾」を開催しています。

また、事業部門や職種を超えて、新しいビジネスを生み出すことを目的に、2017年度より全社プロジェクト「アイデアソン^{*1}」を実施してきました。さらに、新たに2020年度より「新規事業創出プログラム」(FIC^{*2})を実施しています。FICでは「快適・安心・安全で持続可能な社会の実現」に繋がるアイデアを全社員から募集、選考し、プロトタイプ開発、顧客実証等により、事業化を目指しています。



「人間塾」の様子

【コミュニケーションの活性化】

コミュニケーションの活性化を図るための環境づくりと、その活動を推進しています。環境づくりとしては、当社グループの技術開発において、新たなコア拠点となる「イノベーション&コミュニケーションセンター（略称：ICC）」では、部門間のシナジーを促進するため、異なる部署の社員同士のコミュニケーションを誘発させる「センターコート」や、発想力を高める「ワイガヤキャンパス」を設けています。

川崎本社では、「社内コミュニケーションの活性化」「社員のマインドと企業風土を変えるキッカケづくり」を目的に、2017年10月より「General BAR^{*3}」の定期開催に加え、部門や組織の垣根を超えたコミュニケーションの活性化と幅広い知識・情報の共有を目的とした「部門横断ワールドカフェ」の本格導入に向けて、トライアルを実施しています。

また、上司と部下のコミュニケーションの活性化を図る活動として「1on1 ミーティング^{*4}」の導入や、「インパクトメソッド活動^{*5}」などを推進しています。



インパクトメソッドの様子

^{*1} 「アイデアソン」とは、全社員の中からの立候補者をメンバーに、自社のリソースだけに焦点を絞るのではなく、幅広い視野で、新しい事業に挑戦することを目的とした活動

^{*2} The future of innovation challenge

^{*3} 「社内コミュニケーションの活性化」「社員のマインドと企業風土を変えるキッカケづくり」を目的に、川崎本社食堂で定期的開催

^{*4} コミュニケーション活性化手法の一つ ^{*5} 組織力強化の観点から職場マネジメントを強化する活動

Voice ①

コミュニケーション推進事務局の声

空調機部門がコミュニケーション改善の取り組み強化を始めたきっかけは、社長から「当部門のコミュニケーションが悪い」「特に上司と部下の意思疎通ができていない」と指摘を受けたことからです。

そこで、職場マネジメント力強化のための「インパクトメソッド活動」、上司と部下が1対1でコミュニケーションを行う「1on1 ミーティング」を導入しました。

部門間のシナジーを促進するための、異なる部署間の社員同士がコミュニケーションを誘発させる「センターコート」や、発想力を高める「ワイガヤキャンパス」を備えた、新棟「イノベーション&コミュニケーションセンター（略称：ICC）」が2019年7月より稼働しました。

コミュニケーションをとりやすくする環境整備とあいまって、「ワイガヤキャンパス」ではインパクトメソッド活動のチームミーティングが頻繁に行われるようになり、1on1 ミーティングでは「センターコート」で上司と部下が話し合っている光景をしばしば見かけるようになりました。（特に間仕切りのあるブース型のスペースが人気のようです）

1on1 ミーティングを導入してから半年経過した時点で調査を行った結果は、半数は定期的にミーティングを実施しており、話題は、趣味や家族のことなど、プライベートな話題で盛り上がるケースが多い結果となりました。「普段、上司と業務以外の会話をすることがなかったので、親近感が増した」「上司の意外な一面や人間性が伺えてよかった」といった意見が多くあり、今後も継続して地道に浸透を図っていきたいと考えています。

ICC棟ができたことで、ミーティングスペースが増えたことによって、部内チームミーティングも増え確実にコミュニケーションの「量」は増えています。

今後は、「質」を高めていくことを意識して、センターコートを有効に利用してもらうよう工夫していきたいと考えています。



空調機事業統括本部
組織改革推進部 部長
渡辺洋平さん

Voice ②

インパクトメソッド研修受講者の声

インパクトメソッド研修を始める前は、自分たちの仕事の進め方や職場内のコミュニケーションに問題があるという意識はなく、研修をやることで負担が増えその割に効果は出ないのではと考えていました。

しかし、実際に研修を始めると、それが間違いだったとすぐに気づかされました。

研修開始時に、部内メンバー全員が今の職場の状態を絵で表現する、いわゆる「吐き出し」を行いました。

その内容から見てきたことは、部員が「今やっている仕事に対して全く納得感を持っていない」、「何のためにその商品を開発しているのかわからない」という散々な状況が浮き上がってきました。

そこで対策として行ったのが、今までのトップダウンの進め方から、チームとして議論して進めていくことにしました。議論は簡単には進みませんが、行っていくうちに自然とチームの連帯力が強まり、納得し合いながら業務を進められるように変化を感じてきております。さらなる改善に向かって挑戦続けたいと思います。



業務用空調機開発部
第二商品開発部
シニアマネージャー
渡邊真寿さん

中期経営計画

お客様と社会のために持続的に成長する企業へ

富士通ゼネラルグループは、2022年度を目標年度とした「中期経営計画」の達成に向け、5つの重点テーマを設定し活動を推進しています。

また、重点テーマの推進に合わせて、新型コロナウイルスと共生する新たな時代への対応を図り、短期的な数値だけにこだわることなく、長期的観点に立った経営、そして新たな価値を生み出すイノベーション創出を追求し、持続可能な社会実現への貢献を目指します。

重点テーマの推進

【事業領域】

I. 空調機ビジネスの拡大

- 空調機ビジネスモデルの構築
- 空調機開発体制の革新
- 空調機営業活動の強化

「5大拡大プロジェクト」の推進

【既存ビジネス】

- ① 海外コマースビジネスの拡大
- ② 国内住設ルートの積極攻略

【新規ビジネス】

- ③ インド市場の攻略・拡大
- ④ 北米ビジネス拡大
- ⑤ 提携ビジネスの推進

II. 情報通信・電子デバイスのビジネス基盤の強化

■ 情報通信システム

- ① 豊富な稼働資産と強い顧客リレーションシップを活かしたストックビジネスの展開
- ② 次期消防デジタル無線の開発と本格推進
- ③ 民需ビジネス領域の拡大（人材・BPO）

■ 電子デバイス

- ① 中国ビジネスの拡大
- ② 新規顧客開拓の推進
- ③ 新規ビジネスの開拓

【経営の基盤】

III. トータルコストダウンの推進

■ トータルコストダウンの推進

- ・標準化設計の更なる推進強化、コストダウン/VEの推進
- ・「モノづくり」の強化

■ その他での取り組み

- ・商品構成、地域構成の改善、ブランド強化による売価アップ
- ・全社アカスリ運動の活性化
- ・品質の強化

IV. キャッシュを生み出す力の強化

■ オペレーションの効率化とキャッシュの有効活用

- ・CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）の短縮
- ・成長投資（M&A含む）
- ・株主還元
- ・ヒトへの投資

V. 企業理念の浸透と実践

左側に記載の重点テーマは変えず継続推進するとともに、2020年度からは以下の項目も合わせて推進

コロナと共生する 新たな時代への対応

- ◆ リスク管理の一層の徹底
BCMに強い体制構築の加速
- ◆ コロナと共生するビジネスモデル
 - ・清潔、除菌
 - ・遠隔監視、非接触、AI・IoT推進
- ◆ 持続可能な社会実現への貢献
 - ・中長期的観点重視、安定成長（短期的数値だけに拘らない）
 - ・イノベーションの創出

持続的な成長と 安定した経営基盤の確立

2022 年度 中期経営計画の達成

売上高	3,300 億円
営業利益	260 億円
営業利益率	7.9 %



空調機ビジネスの拡大



人を思い活かす経営の推進強化