

語りあう夢、きそいあう知恵

Family 400号

2021年5月



CONTENTS

●会報Family400号記念特集 2 「FamilyとFUJITSUファミリ会の 未来を考える」

- 若手会員と佐藤会長の誌面交流会
- FUJITSUファミリ会と会報Familyの過去、そして未来
Part1:過去から現在へ
Part2:創刊500号を見据えて
- 特別インタビュー
「企業における組織力向上の秘訣」
株式会社川崎フロンターレ
代表取締役社長 藁科 義弘 氏

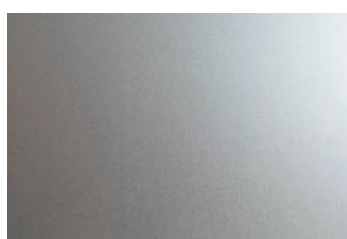
●FUJITSUファミリ会 15 支部特集

2021年度の活動に向けて

●Family's Information 18

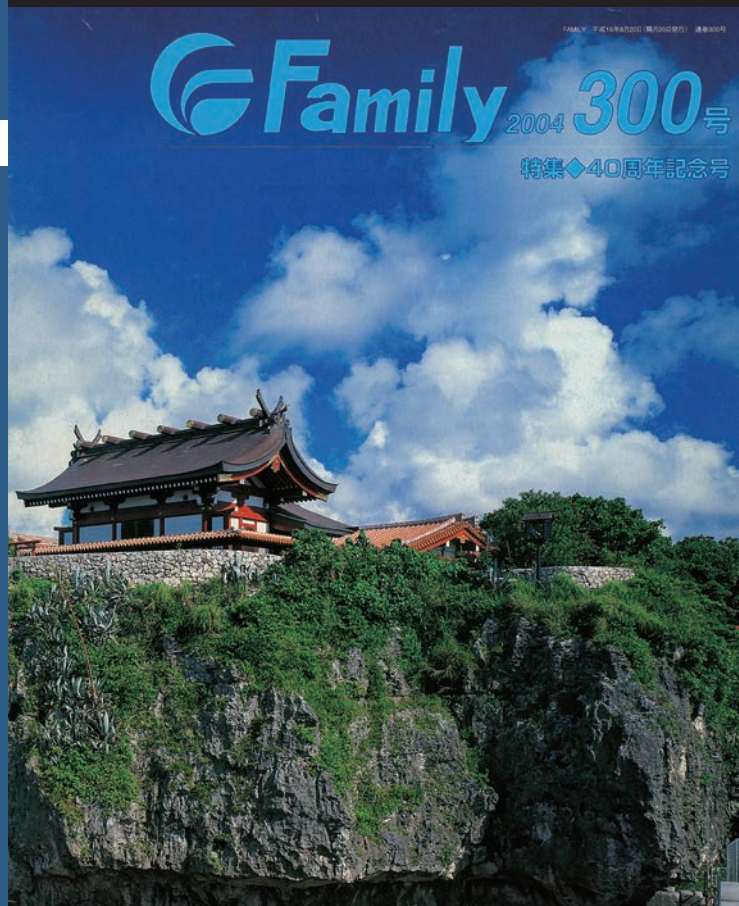
- 時田社長×FUJITSUファミリ会役員
座談会
- 2020年度入賞論文発表
- 2021年度論文募集

Family 2021 400号



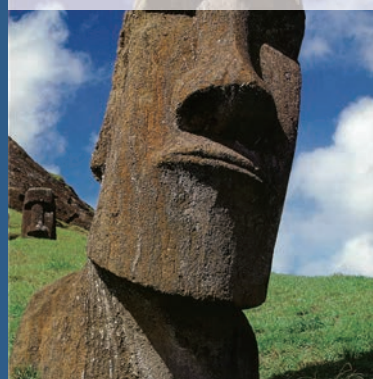
表紙のこぼれ

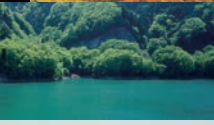
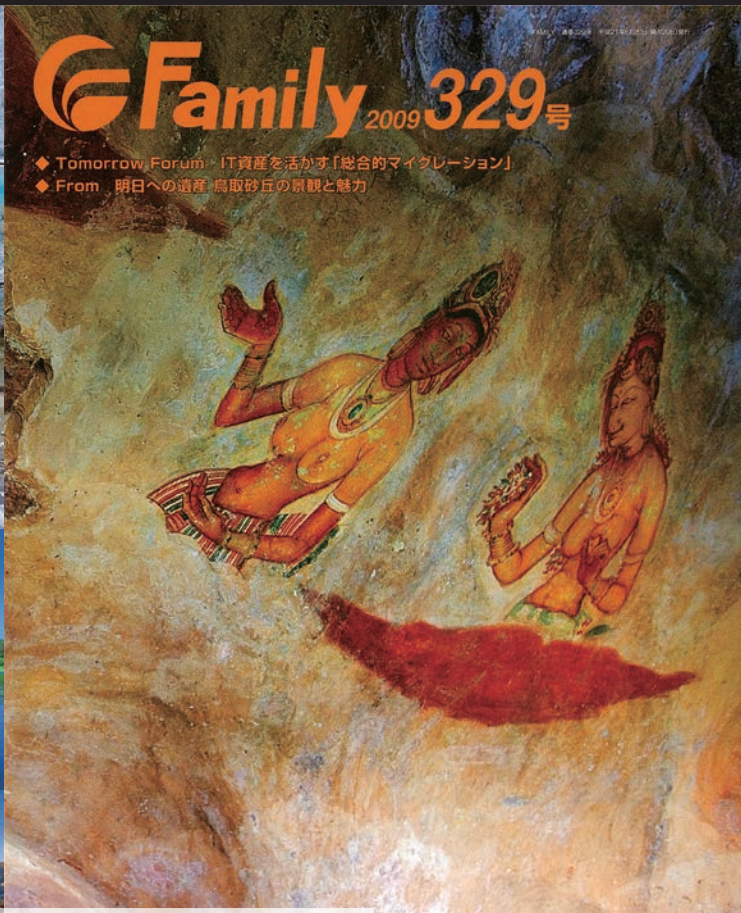
記念すべき会報Family400号は、会報Familyのこれまでを振り返りつつ、未来に思いを馳せる内容を目指しました。また、「これからも混迷の時代を切り拓くため、読者の皆様の役に立つ情報の発信に努めながら、次の500号を皆様と共に迎える」という意志を、輝かしい未来をイメージさせる一色で表現しています。これからもよろしくお願いたします。



会報Family 400号 記念特集

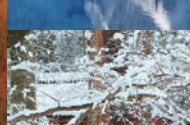
Familyと FUJITSUファミリ会の 未来を考える





FUJITSUファミリ会の会報Familyは、今号で創刊400号を迎えます。1964年(昭和39年)にファミリ会の発足と共に創刊して以来、発行頻度や判型などを変えながらも、半世紀以上にわたって富士通と会員企業の皆様とのコミュニケーションの要として、絶えることなく情報発信を続けてきました。400号という節目を機に、会報Familyとファミリ会の歩みを振り返ると共に、今後のあるべき姿を一緒に考えてみませんか。

する プラス思考の「温暖化対策」「CO₂排出削減策」





会報Family
400号
記念特集



若手会員と佐藤会長の誌面交流会

～FUJITSUファミリー会に対する若手会員からの意見や質問に、佐藤会長がお答えします!～

若手社員のデジタル事情への期待と懸念

会報Family400号を機に、FamilyとFUJITSUファミリー会のこれからの考えていくために、将来の担い手となる会員企業の若手社員の皆様を中心に、アンケートを実施しました。

ここでは、ファミリー会佐藤会長と、若手会員の代表4名に、Web会議システムを通じてお集まりいただき、アンケートの回答結果を基に、Familyやファミリー会に対するご意見やご要望などについて、忌憚なく語り合っていました。

なお、誌面に掲載しきれなかった座談会の全容は、「ファミリー会サイト」にて動画で公開しています。興味を持たれた方はぜひ、チェックしてみてください。



座談会の様子 [前編]



座談会の様子 [後編]

福岡 本日の司会を務めます富士通カスタマーリレーション部の福岡です。先日、ご協力いただいたアンケートでは、まず、若手会員のデジタル事情を把握するための質問をしています。その回答結果(図1参照)を踏まえて、ご質問やご意見はございますか？

矢作 情報収集ツールが、新聞やテレビよりもインターネットやSNSが主体となっていますが、佐藤会長の若手時代と比べてどのようなギャップを感じられますか？

佐藤 私の若手時代は、まだインターネットもない時代ですので、紙のメディアや人との対話に頼るほかありませんでした。ギャップというより、まったく別世界のような感じです。

矢作 デジタルメディア中心の状況に「期待できること」もあれば「懸念されること」もあるかと思えます。

佐藤 期待できるのは、やはりスピード感。必要な情報が即座に入手できるので、課題の解決や環境変化への対応も早くなるでしょう。かつては情報の入手手段が少ないため経験が重視されましたが、今後はむしろデ

ジタルでの情報収集に優れた若手の方が有利というケースも出てくるでしょう。一方で、懸念されるのは、氾濫する情報の中から、いかに有益なものを取捨選択するかです。誤った情報に惑わされないよう注意することも大切でしょう。

矢作 私も情報収集はもっぱらSNSですが、ソースを確認したうえで判断するよう心掛けています。

浅見 SNSや電子決済の利用状況について、佐藤会長ご自身はいかがでしょうか？

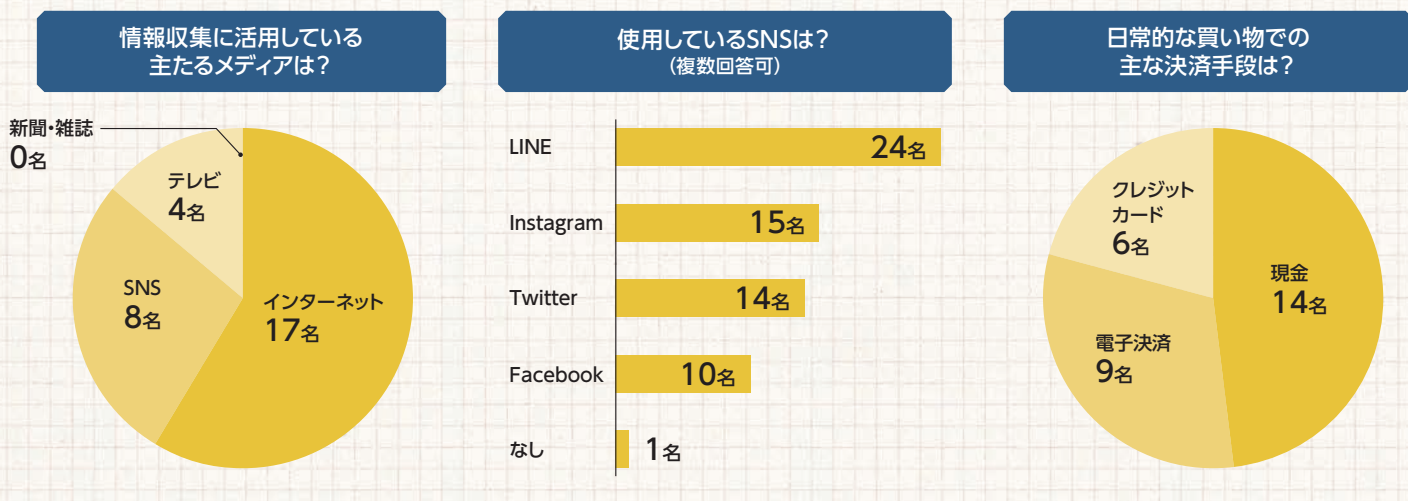
佐藤 社長という立場上、どうしても情報発信には慎重になっていて、SNSにはあまり積極的ではありませんね。決済方法については、現金を使う機会は少ないですが、アンケートを見ると思った以上に現金派が多いですね。

手島 私は電子決済派ですね。なるべく現金は持ち歩かないで、財布を小さくしています。浅見さんは？

浅見 電子決済は最初の手続きが億劫で、あまり使っていません。現金の方が、面倒がないという印象です。

福岡 私もそうでしたが、いざ使ってみると還元のメリットが大きくて、これはお得だなと感じました(笑)。

図1: アンケート結果① 若手社員のデジタル事情



「ファミリー会の情報発信における課題が明らかに」

福岡 続いては、Familyやファミリー会の情報発信メディアに対する認知度に関する質問です。残念ながら、予想を下回る結果となりましたが(図2参照)、皆さんはいかがですか?

手島 私もYouTubeは見たことはありますが、Facebookなどは存在を知りませんでした。佐藤会長はメディア活用についてどのように思われますか?

佐藤 ポイントは2つあって、まずは認知される努力をしているか。もう1つは、継続的に見ようと思わせるだけの内容になっているか。この結果をしっかり受け止めて、情報発信のあり方を変えていくべきでしょう。

手島 メルマガのような「プッシュ型」の情報発信にしていけば、もっと認知度が高まり、閲覧者も増えるのでは。

小谷野 Familyについても、十分に回覧されていないとの結果が出ていますね。私の会社だと、資料ブースにストックされていて誰でも閲覧できますが、現在はコロナ禍での出社制限もあり、なかなか手に取れない状況です。

佐藤 デジタルでの情報収集が主体になっている現在ですが、紙ならではのメリットもあります。紙とデジタル、両方の良さをうまく組み合わせ、もっと皆さんが活用しやすいような形を探っていきたいですね。

小谷野 確かに、Webだといつでも気軽に見られるので、紙のメディア

に比べて飛ばし読みになりがちですからね。

佐藤 保険ビジネスでも、紙のパンフレットをやめてWebにすると申込が激減したことがあります。紙の存在感を活かしつつ、デジタルならではの便利さや、双方向性などを取り入れていけば、より良い情報発信になるのではないのでしょうか。

「会報Familyをもっと役立てていただくために」

福岡 次は、Familyやファミリー会の活動に関する質問へのご回答です。(図3参照)

手島 Familyは各記事とも満遍なく読まれているようですね。私は最新トレンドが噛み砕かれているICT

図2: アンケート結果② ファミリー会情報発信メディアの認知度

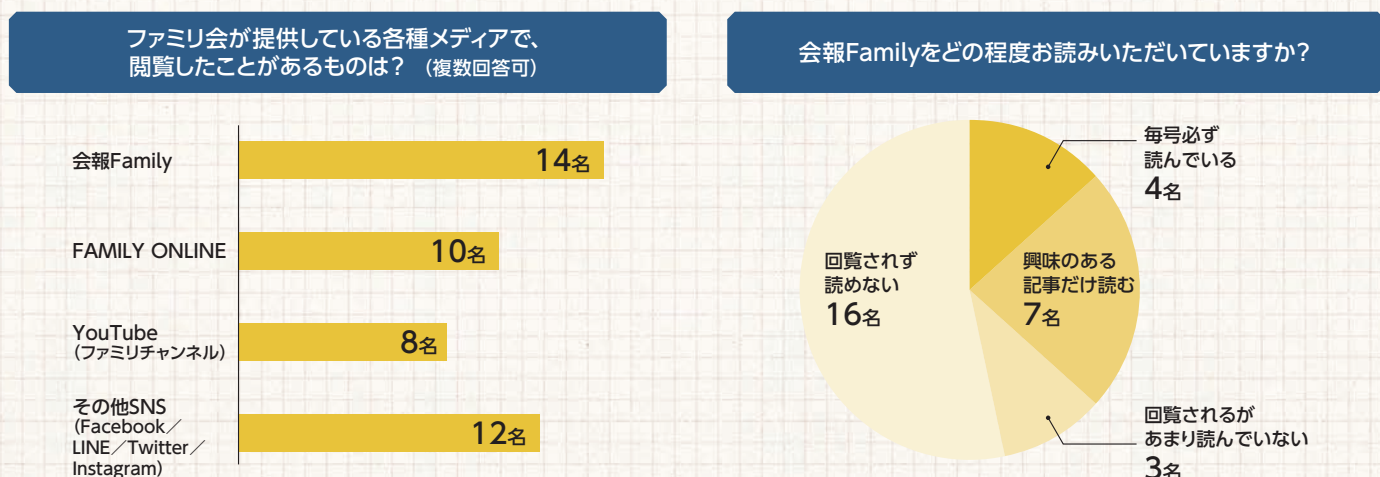
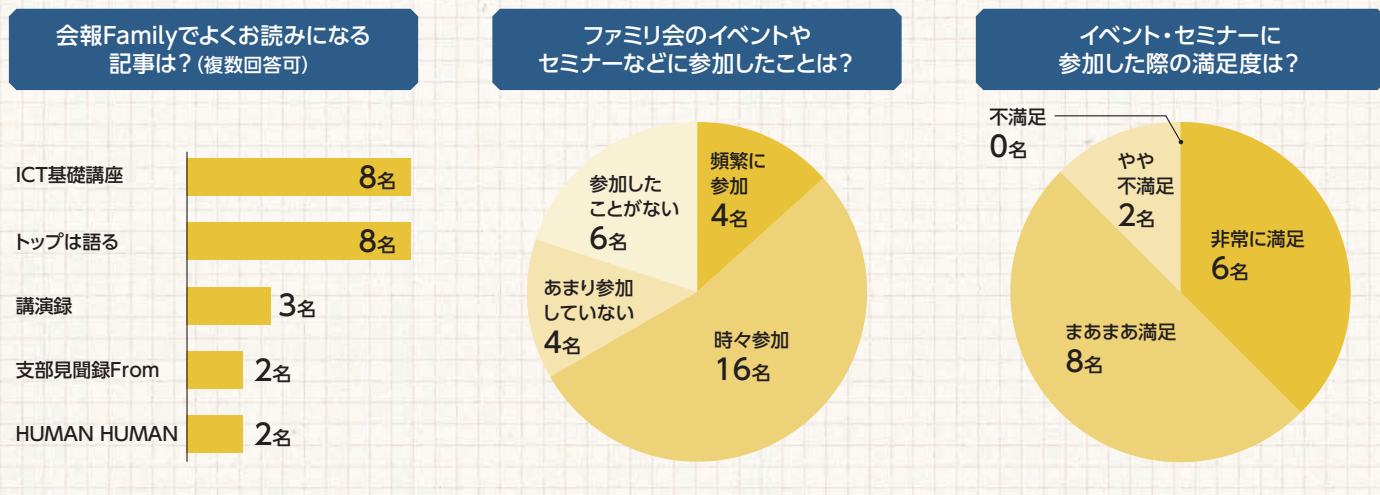


図3: アンケート結果③ 会報Familyやファミリー会の活動について



基礎講座を楽しみにしています。佐藤会長はFamilyを読まれる際にどんなことを意識されていますか？

佐藤 全部読むと疲れてしまうので(笑)、興味のある記事を、それも結論から読むようにしています。結論が頭に入っていると理解しやすいので。

浅見 私は正直言うと、あまり読んだことがなかったのですが、手島さんの話を聞いて、ICT基礎講座を読んでみたくなりました。

手島 多様なテーマを取り上げているHUMAN HUMANもオススメですよ。

福岡 ICTに限らず、会員の皆さんが興味を持つような話題を盛り込んで、もっと「読みたい」と思われるような誌面にしていきたいですね。

イベントやセミナーを、自らの視野を広げる機会に

福岡 ファミリー会のイベントやセミナーには、多くの方にご参加いただき、満足度も高いようですが、中には不満を覚えている方もおられます。

佐藤 対象を選ぶ内容もありますし、参加者全員に満足いただくというのは現実的ではないでしょう。私も、「数回に一度でも、参考になる話が聞ければ」という気持ちで参加していますが、意外と貴重な機会に巡り合えるものです。

小谷野 参加しない理由としては「多忙のため」が多いですね。私自身の課題でもありますが、抱えている仕事を効率化し、自己投資のために時間を有効に使うために、アドバイスがあればお聞かせください。

佐藤 私も出不精なので、なかなか参加できない気持ちもわかりますが、その一方で、忙しい中でも何か新しい知識を身に付けたいという欲求は、誰にでもあると思います。コロナ禍でWebでの開催が主体となったことで、会場まで足を運ぶ必要がなく、むしろ参加しやすい環境になっていますので、ぜひ時間を作って参加してもらえればと思います。

小谷野 上司からもよく「現状維持は後退の始まり」と言われていますので、何か変えていかないと、という

気持ちは持ち続けるようにしたいですね。

佐藤 日々の業務はもちろん大切ですが、それだけでは視野が限られてしまいます。将来に向けた投資と思って参加してもらいたいですね。一度参加してもらえれば、その意義が理解できると思いますので、Familyの誌面を通じてイベントを疑似体験してもらおうのも面白いでしょう。

ファミリー会の会員同士による新たな交流の場を創造したい

福岡 最後に、今後のFamilyやファミリー会に対する期待をお聞きしました。(図4参照)

浅見 Familyをネットで閲覧したいとの声もありますね。すでにFAMILY ONLINEでも閲覧できますが、ログインが必要だったりするので、そこが課題かもしれません。

佐藤 ネットでも簡単に閲覧できるようにすることは、もう「マスト」、必須ですね。それも一方的な情報発信ではなく、読者が情報に対する感



FUJITSUファミリー会会長
第一生命情報システム株式会社 代表取締役社長
佐藤 智 氏



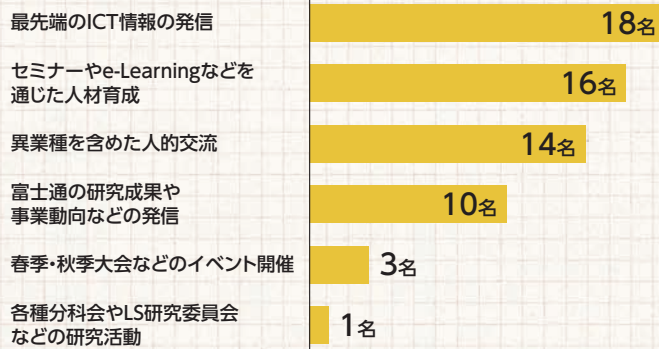
NDKイツ株式会社
NDK次期基幹システム部 システム共通課
矢作 澄生 氏
入社4年目



株式会社インフォテクノ朝日
デジタルソリューション部 デジタルフロントG
浅見 直人 氏
入社5年目

図4: アンケート結果④ 今後の会報Familyおよびファミリー会への期待

ファミリー会の活動に期待することは? (複数回答可)



会報Familyやファミリー会へのご意見やご要望をお聞かせください。

- インターネットでも誌面を閲覧できるようにしてほしい。
- 他の会員企業がどんな取り組みをしているか知りたい。
- 作家や社会学者、哲学者などへのインタビューも読んでみたい。
- SDGsや女性活躍推進、リモートワークでのコミュニケーションの活性化などについて、会員企業の取り組みを知りたい。
- 悩みや課題について、意見交換や改善策を共有できる機会がほしい。
- 著名人にオンライン講演していただければ参加したい。
- 4月や5月に新入社員向けセミナーがあるとありがたい。
- 会員企業の若手社員同士が交流できる機会があれば、良い刺激になると思います。

想や意見を発信できるような、双方向的な仕組みを早急に実現しなければと思います。

福岡 仰る通りですね。よりわかりやすい仕組みにしていけるよう、試行錯誤していきたいと思います。

矢作 会員企業の取り組みを知りたいという声も多いですね。私もICTリーダー研究会に参加した際に、他社の事例が大変参考になりました。

佐藤 DXという急激なデジタル改革が進む中、他社の成功例や失敗例を参考にしたいという思いが、より強く、深刻なものになっているのでしょう。ファミリー会の会員数は4,200団体以上あるわけですから、自社が直面している悩みや課題を共有している企業、あるいはすでに解決している企業がきっとありますし、そこから課題解決へつながるヒントが得られるはずですよ。そうした期待に応えることが、ファミリー会の存在意義だと思っています。

矢作 先ほど佐藤会長が仰いましたように、ネットを通じて双方向型のコミュニケーションができる環境を

作って、会員同士が相談できる「知恵袋」のような仕組みができればいいですね。

手島 会員同士の交流は、技術的な課題解決だけでなく、メンタル面でも刺激を得られます。特に異業種交流会などで畑の違う方と話してみると、人との接し方や、仕事に対するマインドの違いなど、様々な気付きが得られます。

小谷野 若手は経験が少ないため、どうしても視野が狭くなりがちですから、いろいろな職種、年代の方と話せる機会があると嬉しいですね。

浅見 確かに、会議の進め方1つでも、企業文化の違いが見られて興味深いですよ。ただ、そうしたきめ細かなコミュニケーションには、ネットよりも対面で話す場が向いているかも。

佐藤 人的交流にも、対面でのリアルな交流とネットを通じた交流、それぞれの良さがあります。両者をうまく融合させて、会員同士の新たな交流の場を創造していく。それもまた、これからのファミリー会の役割で

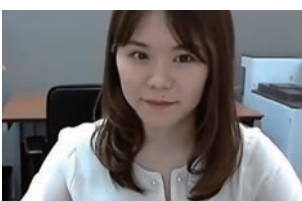
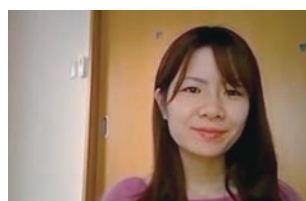
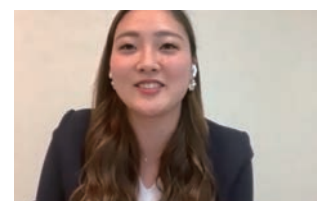
すね。

佐藤会長から
会員の皆様へのメッセージ

福岡 今回の座談会を踏まえて、ファミリー会会長として会員の皆様に向けたメッセージをお願いします。

佐藤 本日はアンケート回答も含め、若手の皆さんの声を聞ける貴重な機会となりました。現在、コロナ禍に加え、デジタルで大きく変革する時代の変わり目を迎えています。こうした環境変化に対する会員企業の前向きなチャレンジを支援し、貢献できるファミリー会でありたいと思っています。

福岡 ありがとうございます。今回いただいたご意見を、今後のファミリー会の活動やFamilyの誌面作りに活かして、より皆様の活動に役立つ情報を発信していきたいと思っておりますので、これからもよろしく願いいたします。

株式会社ワイ・シー・シー
ヘルスケアシステム部手島 知子 氏
入社5年目第一生命情報システム株式会社
個人保険システム第一部小谷野 綾香 氏
入社4年目富士通株式会社 グローバルマーケティング本部
ジャパンマーケティング統括部
カスタマーリレーション部

福岡 千愛

FUJITSUファミリー会と会報Familyの

過去、そして未来

会報Family
400号
記念特集

Part 1

過去から
現在へ

ここからは、半世紀以上にわたるFUJITSUファミリーと会報Familyの歴史をたどりながら、その果たしてきた役割と、今後のあるべき姿を考えていきます。まずは、創刊号をはじめ、100号、200号など節目となる号が発行された当時の状況について、社会の動きやITの進歩と共に振り返っていきましょう。



※年表中の黒字は社会、赤字は富士通、青字はファミリー会および会報Family

1960年代

- 1935年(S10) 富士通信機製造 (株) として創業
- 1945年(S20) 第二次世界大戦終結
- 1954年(S29) 日本初のリレー式自動計算機「FACOM100」完成
- 1964年(S39) 東京オリンピック
FACOM ファミリー会発足 ●
会報ファミリー創刊
- 1965年(S40) 第一回総会を開催
- 1966年(S41) 会報の名称を「Family」に変更
- 1967年(S42) 富士通 (株) に社名変更

1970年代

- 1970年(S45) 大阪万博
- 1971年(S46) FACOMATE-NEWS 発刊
- 1974年(S49) IBM 互換性汎用コンピュータ「FACOM M シリーズ」発表
初の論文発表会
- 1975年(S50) 電子計算機の輸入自由化
- 1977年(S52) FACOMATE-NEWS を会報 Family に統合
- 1978年(S53) 2,000 会員を突破
ラーヂシステム研究会設立

1980年代

- 1981年(S56) ビジネス用パソコン「FACOM9450」発表
- 1983年(S58) 3,000 会員突破
- 1989年(H1) 平成に改元
32ビットパソコン「FM-TOWNS」を発表

1964年 ファミリー会と会報ファミリーが誕生

情報化社会の黎明期を支えるために

富士通(当時は富士通信機製造)のユーザー会として「FACOMファミリー会」が発足したのは、1964年のこと。FACOMとは「Fujitsu Automatic COMputer」の略で、1954年に完成させた国内初のリレー式自動計算機「FACOM100」以来、富士通コンピュータの代名詞となっていた商標です。コンピュータが普及する中、急拡大するFACOMユーザーとの情報交流を目的に発足したのがファミリー会であり、その広報誌として会報「ファミリー」(後に「Family」と改称)も産声を上げました。当時はまだ身近な存在ではなかったコンピュータに親しんでいただけのよう、誌面を通じてきめ細かな情報発信を行い、会員企業の情報化を支援しました。



FACOM100

1982年頃 会報Family100号発行

国際標準化の波を捉えてシェアを拡大

1970年代に入ると、世界各地でのコンピュータの普及拡大を背景に、国際標準化の動きが加速。こうした潮流に対応すべく、富士通は事実上の世界標準であったIBM製コンピュータとの互換性を持つ「FACOM Mシリーズ」を1974年に開発。この成功により国内で売上トップに躍進し、ファミリー会の会員数も急増します。コンピュータがより身近な存在となったことで、求められる情報も高度化・多様化。そこで、年5回の発行だった会報Familyを、後発の月刊広報誌「FACOMATE-NEWS」と統合して1977年から月刊化。その翌年には、大規模ユーザーを中心としたラーヂシステム研究会(現在のLS研究委員会)も設立されました。



FACOM M190

1990年(H2) FUJITSU ファミリーに名称変更
ネットワーク研究会設立

1991年(H3) バブル崩壊
携帯電話「ムーバF」発表
富士通との意見交換会スタート

1993年(H5) Windows 対応の国際標準機「FMV シリーズ」発売

1994年(H6) 商用インターネットサービス「infoweb」の提供を開始
ラージシステム研究会を「LS 研究委員会」に名称変更

1995年(H7) Windows95 発売

1997年(H9) ファミリーホームページ開設

1999年(H11) i モード発売
プロバイダーサービス「@nifty」誕生

1993年頃 会報Family200号発行

IT革命が進展、主役はオフコンからパソコンへ

1990年代に入るとWindowsOSの普及により個人向けの「パーソナルコンピュータ(パソコン)」が主流に。情報通信ネットワーク化も進み、企業でも分散処理型のクライアント・サーバシステムが普及し始め、多様な業務にコンピュータが適用される「IT革命」が進展しました。もはやコンピュータは一部の専門家だけのものではなく、働く人すべてが使うものとなったことから、会報Familyもより身近な誌面作りを目指すべく、リニューアルを重ねます。1989年にはAB判、1993年にはA4サイズに判型を変えながら、誌面の充実を図りました。



FMVシリーズ

2001年(H13) 米国同時多発テロ
「e ぶぁみり」の公開開始

2002年(H14) FUJITSU Way を制定

2003年(H15) 地上波デジタル放送開始

2004年(H16) 会報 Family300 号発行

2007年(H19) LS 研究委員会がファミリー会の構成組織に

2008年(H20) リーマンショック

2004年 会報Family300号発行

ネットワーク社会の到来に対応

インターネット社会の到来は、IT産業にも大きな変化をもたらします。「IT(情報技術)」から「ICT(情報通信技術)」への変化も、この頃から始まりました。ファミリー会もこの変化にいち早く対応し、1997年にホームページを開設。2001年には会報Familyを公開するサイト「e ぶぁみり(現在はファミリー会サイトに統合)」も立ち上げます。2004年に発行されたファミリー会40周年と創刊300号の記念号の前後では、「ユビキタスネットワーク」や「電子マネー」「量子コンピュータ」など時代を先取りするテーマも紹介されています。



FUJITSUファミリー会Webサイト

2010年(H22) iPad 発売

2011年(H23) 東日本大震災
スーパーコンピュータ「京」が世界一に

2012年(H24) 東京スカイツリー完成

2014年(H26) ファミリー会創立 50 周年

2015年(H27) 富士通創立 80 周年

2018年(H30) LS 研究委員会創立 40 周年

2019年(R1) 令和に改元

2021年 会報Family400号発行

コロナ禍が加速させたDXを先取り

2010年代に入ると、ICTの進化がさらに加速します。モバイル端末は携帯電話からスマートフォンやタブレットへと進化し、センサやデバイスなどと共にIoT社会を構築。さらに、SNSやECの普及、キャッシュレス化の進展、AIの進化、ビッグデータ活用、テレワークやDXなど、企業が対応すべきテーマがより多様化しています。ファミリー会では、会報Familyを通じた情報発信に努める一方で、会員が時間や場所を選ばず参加いただけるよう、コロナ以前からWeb上での活動を強化。絶えることなく情報発信を続けています。



FAMILY ONLINE

2020年(R2) コロナ禍により東京オリンピックが延期
スーパーコンピュータ「富岳」が世界一に
ファミリー会ホームページ内に「FAMILY ONLINE」を新設

2021年(R3) 会報 Family400 号発行

創刊500号を見据えて

会報Familyの隔月発行がこのまま継続した場合、次の節目となる創刊500号を迎えるのは、17年後の2038年になります。その時、デジタル社会はどのような姿に進化しているのでしょうか？そしてFUJITSUファミリーと会報Familyはどうなっているのでしょうか。数々の講演や著書において、これからの未来予想図と私たちのあるべき姿を指し示している、富士通の首席エバンジェリスト中山氏にお聴きました。

2038年の社会を思い描く

進化した情報ツールが コミュニケーションの質を高める

——今から17年後の2038年に向けて、私たちの社会はどのように変わっていくのでしょうか？

大きく変化する部分もあれば、あまり変化しない部分もあるでしょう。前者の代表が、モバイル端末などの情報ツールや、自動運転などのモビリティ、加えて地球環境への対応などです。これまで私たちは地球に大きな負担をかけていましたが、SDGsに象徴されるように、ここ数年で改善度は大きく高まるでしょう。

——なるほど。一方で、あまり変わらない部分とは？

私たちの目に見える部分については、スマートシティ化やモビリティの革新などを除いては、あまり大きな変化はないと予想しています。振り返ってみれば、バブル崩壊以降の日本は「失われた30年」と呼ばれる停滞が続いていて、大きな変化は見られませんでした。その間に国際的な競争力が低下したとの指摘もありますが、それでも、これほど便利で快適な社会はありません。見方を変えれば、日本社会の基礎は30年前にほぼ完成していたわけで、変わる必要がなかったとも言えます。

——これからの日本社会の変化は、外見ではなく、内面的なものというわけですね。

特に大きな変化が期待できるのが情報ツールです。例えば、ヘッドマウントディスプレイがコンパクトに

なったグラス型端末なども普及しているでしょう。さらに想像を広げれば、靴や服など、これまでデジタルとは縁遠かったものが、まさしくウェアラブル端末として私たちの生活をサポートしてくれるかもしれません。

——それは楽しみです。機能的にはどのようなサポートが期待できるでしょう？

私が最も期待するのはコミュニケーション支援です。同時翻訳はもちろん、会話の内容に応じてAIが必要な情報を提供してくれるなど、会話の質を高めてくれるようなサポートが実現しているのではないのでしょうか。

——それは便利ですね。

日常生活での利便性向上だけでなく、日本の競争力強化にもつながるでしょう。日本企業がグローバル市場で苦戦している理由の1つが、外国語でのコミュニケーション力が不足していること。そこを情報ツールが補ってくれれば、国際社会での存在感を高めていけるはずですよ。

——楽しみな反面、そうしたツールを使いこなせるか不安もあります。

これからの社会では、次世代の情報ツールをいかに使いこなすかが、従来以上に問われるでしょう。すでに、YouTubeに自作の動画を投稿する「ユーチューバー」や、ネット上でライブ配信で収益を得る「ライバー」など“新時代の寵児”が活躍しています。自宅にこもって、自分の興味ある何かに集中してきた、いわゆる「引きこもり」と呼ばれている人たちが、2038年の社会の主役になっ

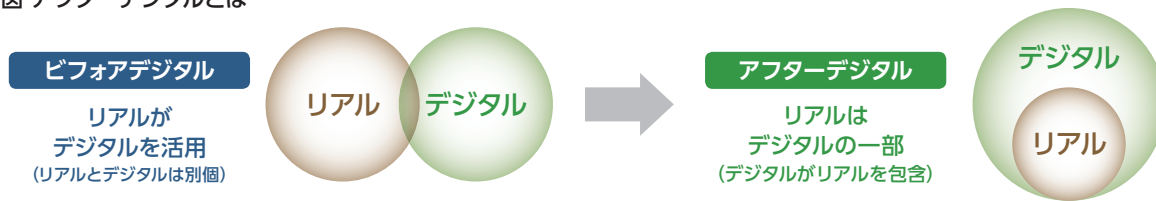


富士通株式会社
理事 首席エバンジェリスト

中山 五輪男 氏

1964年生まれ。法政大学工学部電気工学科卒業後、複数の外資系ITベンダー、ソフトバンク社を経て現職に。DXやAI、クラウド、IoT、スマートデバイス、ロボットなどの分野を中心に、年間約200回以上の講演活動やTV番組出演、執筆活動などを通じてビジネスユーザーへの訴求活動を展開。国内30以上の大学で特別講師も務める。

図 アフターデジタルとは



出展:「アフターデジタル オフラインのない世界に生き残る (日経BP/藤井保文、尾原和啓)」を基に作成

ていたりするかもしれませんね。

2038年のFamilyとファミリー会

会員の皆さんが求める情報提供を強化していくために

——ファミリー会では近年、会報Familyと「FAMILY ONLINE」などWebコンテンツとの連動を進めています。これらメディアを通じた会員の皆さんとのコミュニケーションは、どう変わっていくでしょう？

メディアのあり方について、多くの方が予想されているのが紙媒体の衰退でしょう。ネット社会が本格化した2000年代初頭も、新聞や雑誌などは消滅してしまうとの予想がありました。今でも一定の存在感があります。やはり紙で配布する意義は大きいので、私は将来も残っているものと予想しています。ただし、紙とデジタルとの融合はさらに進むでしょう。例えば、すべての記事にQRコードが付いて、関連サイトと連動するような誌面になるのではないのでしょうか。

——紙とデジタル、両メディアの特性をうまく融合させていくことが大切になりますね。

メディアの選定だけでなく、いかに付加価値を高めるかが問われます。そこで大切なのが、読者との双方向コミュニケーションです。富士通も「VOICE」プログラムを活用してお客様の声を収集・分析していますが、会報Familyの編集に際しても、読者がどんな情報を求めているかを把握することが求められるでしょう。

——会員の求める情報を提供しなければという指摘は、ファミリー会の活動そのものにも当てはまりますね。

会員企業の皆さんがファミリー会に加入しているのは、ここでしか得られない情報があるからこそ。従来からの最先端ICTトレンドや富士通の取り組みに加え、今後は会員企業同士のコミュニケーションを活発化させるなど、より多様な情報が得られる場にしていくべきではないでしょうか。

——確かに、400号を記念したアンケートでも「他の会員企業の取り組みを知りたい」との声が上がっていました。

率直に言えば、会員企業の皆さんが本当に知りたいのは、成功例よりも失敗例だと思います。自身の失敗を公開するのは抵抗もあるでしょうが、成功よりも失敗から学ぶことが多いのも事実です。富士通が率先して失敗事例を語ったり、企業名の公開がはばかれる場合は「覆面座談会」のような形で紹介したり、いろいろ工夫してみたいかがでしょうか。

——面白い企画になりそうですし、失敗経験から得られた知見を共有ナレッジ化することにもつながりますね。

そもそも、日本企業は失敗を恐れすぎるあまり、PDCAでいえばPLAN(計画)に時間をかけ過ぎです。これではスピーディーな変革は望めません。DXに取り組む際も、1つのプロジェクトに社運を賭けるのではなく、失敗しても良いからたくさんプロジェクトに挑戦し、見込みのあり

そうなものに注力する、といった姿勢にすべきでしょう。そうしたマインドチェンジを促すのも、今後のファミリー会の役割かもしれません。

読者へのメッセージ

「アフターデジタル」時代へのマインドチェンジが必要

——最後に、会員企業の皆様、特に2038年には主役となっている現在の若手社員へのメッセージをお願いします。

最近、読んだ本で印象に残っているのが「アフターデジタル」という概念です。あらゆるものがデジタル化された社会では、リアルの視点からデジタルを活用するといった従来の考え方が通用しなくなります。そうした社会で生き残るには、デジタルを起点に、どうリアルを動かすかを考える必要があるでしょう。(図参照)

——ここでもマインドチェンジが必要になるわけですが、2038年の社会を担う若手社員たちは、生まれた頃からデジタルに親しんできた「デジタルネイティブ」ですから、むしろ彼らの方がいち早く対応できるかもしれませんね。

マインドチェンジは目的ではなく、社会で生き残っていくために必要な考え方を身に付けること。そのうえで大切なのが、自分や自身の属する組織や企業がどのような存在でありたいのか、しっかりしたビジョンを描くことです。2038年、さらにその先の未来に生きる私たちの姿を、一緒に描いていきましょう。

特別インタビュー

会報Family
400号
記念特集

企業における組織力向上の秘訣

2020年度は、Jリーグ優勝と天皇杯初優勝の2冠を達成した川崎フロンターレ。

会報Family創刊400号を記念し、社長就任から強豪クラブを作り上げるまでの球団経営など、企業における組織力向上のヒントを、藁科社長に伺いました。

★★★★★

株式会社川崎フロンターレ
代表取締役社長

藁科 義弘氏

わらしなよしひろ/1957年生まれ。立命館大学卒業後、1980年、富士通株式会社に入社。2006年、同社総務部長。2012年、株式会社富士通マーケティング 執行役員に就任。2015年、株式会社川崎フロンターレ社長に就任する。サッカー王国・静岡県の出身ながら、青春時代はテニスに打ち込み、高校時代には静岡代表でインターハイや国体にも出場したスポーツマンの一面も持つ。

シルバーコレクターから 強豪クラブへ

川崎フロンターレは皆さんご存じのように富士通サッカー部を前身とするサッカークラブです。1999年にJリーグに参入し、2017年/18年にJ1リーグ優勝、19年にはJリーグ杯、そして昨シーズンはJ1リーグと天皇杯の2冠を達成し、ありがたいことに強豪と呼んでいただけるまでに成長しました。ところが初タイトルを獲得する2017年までは国内3大タイトルで8度の準優勝と、なかなか優勝に手が届かない状態が続き、「シルバーコレクター」と揶揄されることもありました。

2015年4月に社長として川崎フロンターレを任される立場になり、何

が足りないのかとマイナス要素を意識するのではなく、何を足せば良いのかというプラスの観点で取り組みました。

3つの観点で クラブを強化

1つ目は本業であるサッカーです。当時の風間八宏監督はただ勝つだけではなく、観客を魅了するサッカーにこだわっていました。パスを細かくつないでゴールを狙う、観ていて楽しいサッカースタイルを作るには、高い技術が求められます。できる選手を手っ取り早くそろえるのであれば、外国人選手や有名な選手をほかのクラブから獲得すればいいのですが、それには莫大なお金がかかりま

す。当社は潤沢に資金があるクラブではないので、獲得できる選手に限りがありません。一方、アカデミーと呼ばれる育成機関で、若い選手を育てるには、それなりの時間がかかります。これらを融合させたクラブ作りについて、我々スタッフ全員が意識するのはもちろん、支えてくれているサポーターにも、目の前の勝敗に一喜一憂するのではなく、次に続く負けもあることを理解してもらう必要がありました。

そこで、2つ目として、サポーターとより強固な関係を築くことを考えました。「今は勝てなくても数年後には優勝するから、それまで応援を続けてほしい」というのは本来、受け入れたいものです。ですが、川崎フロンターレには様々なイベントを通

じて、地元川崎市に寄り添い、サポーターと積み上げてきた信頼の土壌がすでにありました。

この関係をより強化しファミリー的なものにするために、毎月定例会議を開くようにしました。おそらくここまでやっているクラブはほかにないと思います。サポーターとの絆を深めることで、我々社員と同じ気持ちを持って、長い目でクラブを応援し、一緒に戦ってもらえるように意識を統一することができました。

そして3つ目は会社組織の強化です。これまで当社は、会社としてきちんと成り立っていたかという疑問符がつかます。

例えば月次決算。古くからの体質からか、月次決算が多少ずれても年間を通して法的手続きに基づいて運営すれば問題ないという感覚が長く続いていました。しかし経営する立場としては、イベントを開催する際に、今キャッシュがどれくらいあるのかわからないと正しい判断ができないわけです。普通の会社では当たり前に行われていることができていない。そういうものがいくつかありました。苦労も多くあったのですが、悲壮感を持たず常に笑顔で接することを意識しました。

スポーツビジネスに関わるのが初めての私は、まず各部門のリーダーと面談を行いました。すると、それぞれが面白いビジョンや夢を持っているのに、具現化できているものがあまりないことがわかりました。

ホームページ1つ取っても、複数のコンテンツが雑然と並んでいるだけで、会社として何を狙っているのかが伝わらない状態でした。面談で目指す姿を整理した中で、明確だったのが「優勝したい」という想いです。

2016年に、社員たちを前に3年後には必ずタイトルを獲ると宣言しました。選手たちは毎年優勝するつもりで戦ってくれていたのが驚きはなかったと思いますが、社員たちは「えー(できるの)?」と思ったかもしれません。それでも私は、今はいろいろな方向を向いている会社だけれど、優勝という目標に向けて社員が同じ方向を向きさえすれば、必ずできると確信していました。

地域に愛されるクラブになるために

当社の収益はスポンサー企業からの『広告収入』、成績に応じてリーグから支払われる『報奨金』、そしてサポーターからの『入場料・グッズ販売』で成り立っています。安定したクラブ経営にはいかに多くのサポーターにスタジアムに来てもらうかが重要です。そのためにはクラブが強くなるだけではいけないのですが、ただ強ければいいのかという決してそうではありません。一番大切なのは、地域の皆さんに愛されるクラブになることです。

これまでも、ホームの等々力スタジアムで宇宙開発事業団(JAXA)

とコラボレーションイベントを開催するなど、サッカーファン以外にも足を運んでもらえるよう、イベント内容に工夫を凝らしてきました。また、選手が登場する「フロンターレ算数ドリル」を作って市内の小学校に配布したり、夏休みには選手にも参加してもらって地域の方と一緒に多摩川の清掃活動をしたりと、地元の人とクラブを結び付ける活動をしてきました。社長の私も自ら町内会に出席して挨拶をしたり、様々なイベントに積極的に参加したりしています。地域の人に愛されるためには、なるべく多くの機会を作って会話をし、皆さんに親しみを覚えてもらい「あなたがいるから応援するよ」という言葉を引き出すことが大切です。そういった関係が作れているからこそサポーターはスタジアムに足を運んでくれるのだと思います。

幸い当社には、吉本興業出身でエンタテインメントに長けた人や、親しみやすく地元の人からかわいがられるタイプの人など、個性豊かな人材が揃っています。

会社が成長するためにベースとなるのはやっぱり「人」だと思います。これまでも不器用な人間が集まってそれぞれのマイナスを補いながらやって来ました。トップとしてはコミュニケーションを取り、多くのアイデアをまとめ上げ、それぞれが持っている能力を最大限に発揮できる場所を作り上げることが必要だと思います。



2019年1月撮影



左/2020年11月25日、川崎フロンターレは2年ぶり3度目のJ1リーグ優勝を果たした。リーグ戦4試合を残しての優勝は、リーグ史上最速だった中/選手による川崎市内各地の商店街への挨拶回りは、年始の恒例行事。こうした地道な活動の積み重ねが、サポーターとの信頼関係につながっている
右/2015年に陸前高田市と友好協定を結んだ「高田フロンターレスマイルシップ」【ふるん田】で収穫された米で日本酒を製造・販売し、交流は続く

感謝の気持ちや 謙虚な姿勢が大切

Jリーグでは新型コロナウイルス感染対策のために現在も入場制限が続いています。制限前まではホームゲームは常に満員、平均2万3000人のサポーターに応援に来ていただきました。

サポーターで埋め尽くされたスタジアムを見ていつも感じるのは、すべての人への感謝の気持ちです。我々のビジネスはスポンサー企業やサポーターの皆さん、そしてスタジアムでの試合運営に協力してくれるボランティアの方々、さらには川崎市の行政や市民の皆さんなど、川崎フロンターレに関わるすべてのステークホルダーの協力があって成り立っています。皆さんの「応援してあげよう」という想いがなければ、我々のビジネスは成り立ちません。

川崎フロンターレに携わるようになって、改めて感謝の気持ちや謙虚な姿勢の大切さを感じるようになりました。これはどんな仕事にも通じると思っています。ここでの仕事は究極のBtoCですが、BtoBであっても常にお客様のことを考え、笑顔にするために何をすべきなのかを考えることが大切なのではないでしょうか。

2021年、目指すは アジアNO.1クラブ

2017年にホームの等々力スタジアムで初優勝を決めた瞬間の感激は今も忘れられません。ピッチ上にいた選手たちはもちろん、スタンドのサポーターの皆さん、我々社員も皆泣いていました。1つ言えるのは何かを改革したから急にタイトルが獲れたのではなく、これまでに苦しんだ21年があったからこそ成し遂げられたということです。私や2017年にいた選手たちの力だけでは決してないと思っています。

これまでの努力が実り、お陰様で川崎フロンターレは、Jリーグが実施しているアンケート調査で「地域に大きな貢献をしている」クラブとして、2019シーズンまで10年連続で第1位に選ばれています。また、Jリーグ所属の全クラブについて、マネジメント(営業力)、経営効率、戦略、財務の視点からランキングする「Jリーグマネジメントカップ」においても直近3年間で、2位、1位、2位を獲得するなど、経営面でも高い評価を得ています。

その一方で現在のコロナ禍では、集客で売上を上げるという従来のスタイルでは限界にきています。スタジアム以外で新たな収益を上げる手



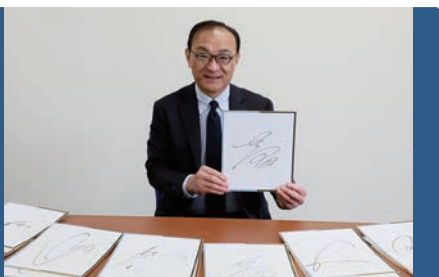
段を考えなくては、さらなる成長は望めません。昨シーズン試行錯誤する中で、ある一定のナレッジができたことに加え、ビッグスポンサーであり、株主である富士通はイノベーションが強みですから、5G時代にふさわしいデジタルを使った新ビジネスをぜひ一緒に作り上げていきたいと思っています。

2021年、川崎フロンターレはアジアNo.1を決める大会、AFCチャンピオンズリーグ(ACL)に出場します。過去に3回、最高順位としてベスト8を獲りましたが、今年こそベスト8を突破して、アジアNo.1を獲りたいと思います。そして、もちろん国内タイトルも狙っていきます。ぜひこれからも応援をよろしくお願ひします。

PRESENT

薬科社長から、川崎フロンターレ所属の家長選手、ダミアン選手、谷口選手、三笥選手、小林選手、大島選手のサイン色紙を抽選で18名様にプレゼント!

会報Familyに関する感想と、川崎フロンターレへの応援メッセージをご記入のうえ、こちらのQRコードからご応募ください。
※講演依頼もお受けいたしますので、お気軽にお問い合わせください



サイン色紙の
ご応募はこちらから



川崎フロンターレ
オフィシャルグッズの
購入はこちらから



応援がもっと楽しくなる
「川崎フロンターレ
ファンクラブ入会」はこちらから



誌面に掲載しきれなかった薬科社長インタビューの全容は、「会報Familyオンライン」にて動画で公開していますので、ぜひご覧ください。

※「会報Familyオンライン」新登場! 会報Family掲載記事がWeb形式でさらに見やすくなりました。PCからもスマホからも気軽にアクセスください!

ビジネス編



スポーツ編



FUJITSUファミリー会

支部特集

2021年度の活動 に向けて

FUJITSUファミリー会は、会員の方々の「異業種交流」「情報収集」「人財育成」の促進を目的に、様々な活動を展開しています。2021年度の活動に向け、各支部からのメッセージをご紹介します。

東北支部



佐藤 純支部長
(株)河北新報社

人は宝なり! 東北の未来に向けて人間力を高めます ～復興に向けてみんなと共に～

2021年度より東北支部長を拝命いたしました、河北新報社の佐藤でございます。東北支部のテーマ「震災を風化させない、人は宝なり」を前任の小野木支部長から受け継ぎ、東北の元気の源である「人」を大切に活動してまいります。

地域に寄り添いながら、より一層の人間力とITスキル向上を目指し、次世代のリーダー育成、女性活躍推進、また、DXをはじめとした最新情報の提供など、世代、分野、立場を分け隔てなくお役立ていただける価値ある活動

を目指します。この1年で皆様も様々な気づきを得られたことと思います。オンラインの利便性、実際に会って意見交換や交流するコミュニケーションの大切さ。東日本大震災からは10年が経ちました。絆、信頼を紡ぐのも「人」です。東北の未来に向け、皆様と共に人財の輪を広げてまいります。



リモートワークショップで活発な意見交換
*Jamboard(デジタルホワイトボード)使用

北海道支部



前田 康仁支部長
(株)ソリューション
センター

会員同士の研鑽、 地域密着を目指して!

2020年度、支部活動は大きな変革を迎え、イベントは必然的にオンラインが主流となりました。そのため、地域に関係なく一律のサービスが受けられるようになり、全国行事も含め、例年を大幅に上回る数のイベント提供へとつながりました。また、創立50周年を迎えた4支部連携の行事を開催し、地域を越えた情報交換やコミュニケーションの場を創造することもできました。

2021年度は、これらオンライン化による全国均質のサービスを土台に、会員同士の情報交換・研鑽・交流を持てる活動を推進し、より地域に密着した活動を目指してまいります。2020年度に予定していた支部創立50周年活動も2021年度に延伸して企画実施予定です。会員の皆様の積極的なご参加をお待ちしております。



支部創立50周年活動を
2021年度に延伸

信越支部



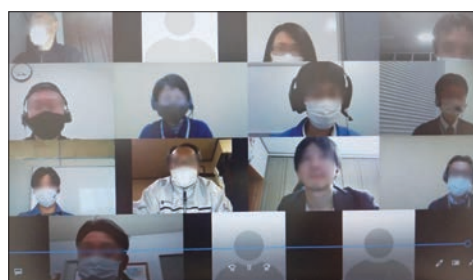
片山 宏規支部長
信濃毎日新聞(株)

オンライン活用で 一層参加しやすく

昨年度は、すべての行事をオンラインに切り替え実施しました。会員の皆様顔が合わせ交流することができず残念でしたが、自席で参加できるセミナーには、多くの方が参加していただけて幸いでした。オンライン開催で、地区や支部の壁がなくなり、創立50周年を記念し実施した4支部合同のセミナーは、大変好評を得ました。

2021年度はオンラインのメリットを活かしたセミナー、またコロナの状況を見ながら集合型行事の実施とハイブリッド方式で、会員の皆様の参加機会を拡大していきたいと思えます。

階層別のセミナー、e-Learning講座など、様々なメニューをご用意し、皆様の積極的なご参加をお待ちしております。



「分科会」オンライン上での討議

関東支部



貝塚 真樹 支部長
(株)インフォテック朝日

ICTで共に難局を切り抜け、ニューノーマルに対応したサービスを提供する

昨年度は東日本大震災から10年という節目の年でした。その後も全国で多くの自然災害が発生し、加えて新型コロナウイルスということで、この10年は災害と闘う10年間だったといっても過言ではありません。私たちは、ICTという仕事に携わっていることに誇りと自負を持って、この難局を共に乗り切っていきたいと思います。

2020年度は従来、集合型で行っていたセミナーを100%オンラインに切り替えました。2021年度も継続いたしますが、ファミリー会の目的である「人財育成」「情報収集」「異業種交流」の三本柱を継承しつつ、特に「DX推進のためのデジタル人財育成」「デジタルコミュニケーションの強化」「会員ニーズに合わせた柔軟な対応」に重点を置き、ニューノーマルに求められるサービスを提供したいと考えます。そしてその内容をファミリー会全体で共有してまいります。引き続き皆様のご協力をよろしくお願いたします。



関東支部最大規模のイベントである総会もオンラインで開催(配信風景)

北陸支部



三谷 忠照 支部長
三谷産業(株)

Co-creation & Co-satisfaction 共創&共歓

2021年度も引き続き、支部長を務めることとなりました三谷産業(株)の三谷忠照です。北陸支部は昨年創立50周年を迎え、スローガン「Co-creation & Co-satisfaction 共創&共歓」の元、活動してまいりました。今年度も新たな節目の始まりとして引き続き北陸支部を盛り上げていきます!

また50周年記念イベントとして記念動画を作成いたしました。支部総会でお披露目しましたが、北陸支部のホームページのTOPページにも掲載しておりますので、以下のQRコードよりご覧ください。特に幹事会社様内でのファミリー会活用方法など、ぜひご参考になさってください!



50周年記念動画



北陸支部HP
QRコード

今後ファミリー会の活動についてのアンケートで頂戴しましたご意見を元にさらなる活発な活動を企画してまいります。ぜひ、積極的なご参加を心よりお待ちしております。

今後ファミリー会の活動についてのアンケートで頂戴しましたご意見を元にさらなる活発な活動を企画してまいります。ぜひ、積極的なご参加を心よりお待ちしております。

東海支部



風間 隆男 支部長
(株)静岡新聞社
静岡放送(株)

広がるつながる 未来への絆

2020年度は、コロナ禍ですべての講演や研修をオンライン開催に変更しましたが、“いつでも、どこでも”参加できるようになったことにより動員数拡大につながりました。一方で、やはり、会員同士、対面での交流ができなかったことが残念だったという声も多く寄せられました。

2021年度は、コロナ感染の状況が落ち着き次第、リアルで交流できる場もご提供し、オンライン・オンサイトの各長所を活かしたイベントを行ってまいります。また、アフターコロナを見据え、ますます関心が高まるDXにフォーカスを当て、2021年度は新しく「DX人材育成研修」を立ち上げ、会員のDX推進の支援に注力してまいりたいと考えております。

引き続き会員の皆様のご支援をよろしくお願いたします。



新春講演会でのオンラインデモの様子

関西支部



有司 順一 支部長
近鉄情報システム(株)

2021年度 秋季大会は関西で開催します。～関西から元気をとどけます～

2021年、関西支部が、秋季大会のホスト支部を務めます。昨年、東日本大震災から10年の節目として開催され、東北支部長から大会旗を引き継いでの開催となります。ぜひ、この機会を通じて「関西らしさ」を発信したいと思います。また「ウィズコロナ」という社会課題への対応も、オンライン開催との併用など、会員の皆様にお声をいただきつつ、推進してまいりたいと考えております。

この2月に、全国の他支部とも連携して、約1か月にわたる大規模オンラインセミナー「OPEN ONLINE SEMINAR」を開催しましたが、全国から延べ8,000名もの参加をいただき、関西支部の2020年度における延べ参加者数も過去最高となりました。

この活動を励みとし、支部活動では、DX推進や資格取得の支援と、さらなる充実を図り、秋季大会への布石とします。関西から、全国の皆様のご参加をお待ちしております。



「OPEN ONLINE SEMINAR」
会期:2021年2月8日(月)~3月4日(木)
26オンラインセミナーを実施

中国支部



松本 和久 支部長
(株)サタケ

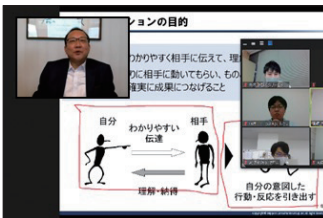
価値ある、もっと身近な存在を目指して!

はじめに、新型コロナウイルスにより影響を受けた方々に心よりお見舞い申し上げます。

昨年度のファミリー会行事は新型コロナウイルス感染拡大防止の観点により、年度当初の計画を大きく見直すことになり、集合形式からすべてオンライン形式に変更いたしました。このような状況は、ファミリー会の長い歴史の中で初めてのことで、結果、今までご参加の難しかった地区の方にも多数ご参加いただき、参加者数は前年度の約2.5倍に増加し、思わぬ成果も生まれました。また、毎年好評をいただいております「若手人財育成塾」では、初めてオンラインでの講師を経験し、受講者の皆様にもうまく伝わったか不安でもありましたが、熱心に聞いていただき安堵しました。

2021年度は「価値ある存在になるために、ファミリー会のファンを増やすために」をテーマに活動

いたします。集合研修とオンラインを組み合わせたハイブリッド型の検討、オンライン上での会員相互のデジタルコミュニケーションなど、コロナ禍においても幅広い「学びの場」を提供し、会員企業の人財育成を支援いたします。皆様のご参加を心からお待ちしております。



2020年度 若手人財育成塾(オンライン)の様子

四国支部



石元 啓介 支部長
(株)吹カレッジ サービス

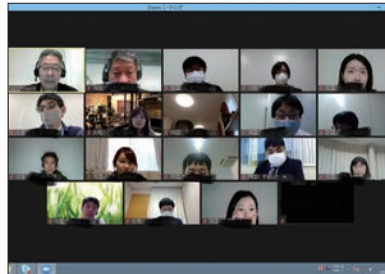
新たな価値創造に向けて発進!

アフターコロナ、ウィズコロナと言われる中でも、DXビジネスの創出や既存ビジネスの高付加価値化が必須となっています。今年度も最新技術情報や企業の先進活用事例などの情報提供と共に、関心の高いトレンドの基礎や応用の研修会を継続して開催してまいります。

また、昨年度は四国支部の活動で好評を得ていたカルチャー講座や社会貢献活動、親睦行事など集合型の行事が新型コロナの影響ですべて中止となりましたが、その環境でもICTの技術は進化し、様々なツールが開発され運用されています。それらのツールを利用して、事務所または自宅にいながらにして、

その場の雰囲気、臨場感を味わえるような新たな取り組みを企画してまいります。

ぜひ、会員の皆様の積極的なご参加を心よりお待ちしております。



分科会オンライン研修受講風景<北陸支部と合同開催>

九州支部



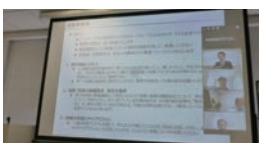
大久保 誠 二支部長
(株)YE DIGITAL

会員の皆様にとって、魅力あるイベントを提供いたします!

九州支部長の(株)YE DIGITALの大久保です。

2020年度は、新型コロナウイルスの影響で世界的に生活様式が大きく変化しました。ファミリー会も従来の集合型からオンライン型へ転換いたしました。九州支部では、活動方針であります「人財育成・異業種交流・情報収集」を目的としたオンラインイベントを27回開催し、延べ約2,500名のご参加をいただきました。支部幹事役員会一同、心より感謝申し上げます。

2021年度は会員様のご要望でもあります集合とオンラインを融合したハイブリッド型にてセミナー・イベントをご提供いたします。セミナーにつきましては、経営者層・リーダー層・若手層の各層別に分けて開催いたします。イベントはコロナの状況にもよりますが、九州の自然を活かした若手層にも気軽に参加できる楽しい企画も復活させてまいります。また、熊本地震から実施しております「復興支援」は継続してまいります。会員の皆様の積極的なご参加をお待ちしております。



(上) リーダーズフォーラム(オンライン)

講師と受講者がZoomに接続してリーダー育成研修を実施



(下) 復興支援 親子deファミリー会(オンライン)

「親子でアナウンサー体験スクール ～ニュースキャスター編～」

講師と受講者がZoomに接続してアナウンサー体験を実施

沖縄支部



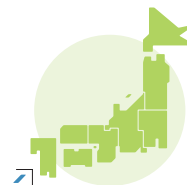
黒住 一道 支部長
沖縄行政システム(株)

さらに魅力ある沖縄支部を目指して!

はいさい! 沖縄支部は「DXに関する最新情報提供」「会員間相互の交流強化」「若手、女性向け等会員満足度の向上」の3つのテーマで活動しております。ウィズコロナの時代にあったオンライン型やハイブリッド型など多くの会員が参加できるイベントを企画・開催します。e-Learningは集合研修では実施できない様々なジャンルの講座が受講できるということで大好評。2021年度も引き続き実施いたしますので、ぜひ、ご活用ください。

さらに魅力ある沖縄支部を目指してまいりますので、皆様の積極的なご参加をお待ちしております。

ゆたさるぐとぅ うにげーさびら(よろしくお願いします)!



川平湾

時田社長×FUJITSUファミリー会役員 座談会

2021年1月、時田社長とFUJITSUファミリー会役員によるオンライン座談会を開催いたしました。活発な意見交換が行われたので、その様子をレポートします。

※誌面に収まりきらなかった座談会の全容は「FAMILY ONLINE」にて動画で公開していますので、ぜひご覧ください。



※座談会での講演資料は、こちらに公開していますので、ぜひご覧ください。



第1部 × 富士通 時田社長講演 ※一部抜粋

「パーパス」の策定と「Fujitsu Way」の刷新

富士通は2020年5月、全社員の働く目的や、大企業として果たすべき責任を明確にしたいという思いを込め、「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」をパーパスに定めました。

これを受け、7月には「Fujitsu Way」を12年ぶりに刷新。大切にしている価値観である「挑戦」「信頼」「共感」には、富士通の歴史や歴代社長の言葉から抽出した“富士通のDNA”が反映されています。

同時期には新たな経営方針も発表し、従来の財務指標だけでなく、「Global Responsible Business (GRB)」の7領域に基づく非財務指標をKPIに加えしました。グローバル13万人の社員がこれに則った活動に取り組んでいます。

「Work Life Shift」が目指すもの

富士通は、このパーパスやFujitsu Wayに沿って、数々の変革を進めています。その1つである「Work Life Shift」は、いわゆる“働き方改革”を超えたコンセプト。「働く」ということだけでなく、仕事と生活をトータルに、ニューノーマルな世界にシフトし、社員一人ひとりのWell-Beingを実現しようというもので、「固定的な場所や時間にとらわれない」「社員の高い自律性と互いの信頼がベース」を軸に、以下の3本の柱で展開しています。

まず、「Smart Working」では、固定的なオフィスに全員出勤することを前提とした制度や手当、福利厚生、IT環境などを全面的に見直しています。コアタイムの撤廃や通勤定期券の廃止、また、単身赴任の解消についても進めています。

次に「Borderless Office」はオフィスのあり方の見直しです。社員が働く環境を「Hub Office」「Satellite Office」「Home & Shared Office」の3つに区分し、従来のオフィス面積を半減させると共に、残ったオフィスを目的に応じて最適な環境にリノベーションしています。

最後に、最も重要なのが「Culture Change」です。社

員の高い自律性を育むと共に、自身や同僚、部下をマネジメントする能力を向上させていくもので、信頼に基づく制度・プロセスを前提に、一人ひとりが働いている状況について、当社のツールを使用した可視化を進めています。また、上司と部下との1対1のミーティングを推進し、私も含めたすべての階層で実施しています。制度面では、管理職15,000人を対象にJob型人事制度を導入しました。一般社員については、サービス担当者もいれば工場のライン担当者もいるなど、一人ひとり条件が違うため、組合と協議しながら検討中です。

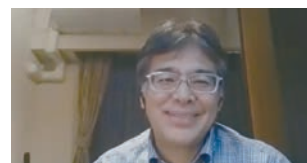
Work Life Shift推進に欠かせない社内コミュニケーション

Work Life Shiftのような改革を実現するには、「トップの強いコミットメント」「総務・人事・IT部門が三位一体の取り組み」「労働組合との協力」が欠かせませんが、何より重要なのが「社員の声」を聞き、不満や要望に応じていくことです。

コロナ禍で直接の対話が難しい中、オンライン環境を整備すると共に、従業員やお客様の声をリアルタイムに収集・分析する「VOICE」プログラムを活用して継続的に改善していきます。

富士通が目指す姿

富士通は現在、すべての活動をパーパス実現のためとする「パーパスドリブン」と、データを活用し未来予測型の経営を行う「データドリブン」の両輪で駆動する企業となることを目指しています。その実現に向けて、「One Fujitsu」プログラムを立ち上げ、レガシー含めて2,000以上ある社内システムを見直し再構築し、グローバルでのOne ERP化も進めています。



富士通株式会社
代表取締役社長
時田 隆仁

改革を成し遂げるには人事制度から

福田:「Work Life Shift」のような改革を進める中で、人材育成に関してどのようにされているのか、お聞かせいただけますか。

時田:社員一人ひとりが自律することを目標に掲げており、従来の一律的な集合教育、階層別研修といったものをやめました。代わりに、スマートデバイスからも受講できるグローバル展開の教育サービスを導入し、社員がそれぞれ目指す方向に合わせて、いつでも自分で学べる環境を作りました。

福田:Job型人事制度のように社員の自律性をベースとすることを教育に関しても一貫されているわけですね。

時田:その通りです。以前より、どんなに改革を行っても人事制度が追い付いていかなければ効果が出ないという課題意識を持っていました。ロンドン駐在時に、海外にいる4万人の従業員と日本の9万人の人事制度の差に違和感を抱いた経験も踏まえて、全体的に大きく変えました。

富士通の取り組みを日本企業のリファレンスに

大川:私は2年半前に外資系企業から現職に転身しましたが、日本では終身雇用、年功序列という従来型の労働習慣に縛られている会社が多いようです。こうした日本社会を変えていくうえで、富士通の変革プログラムが鍵になると思っていますが、そうした社会への影響についてのお考えをお聞かせください。

時田:社長就任以前から、富士通には大企業として社会に一石を投じる責任があると思っていました。一方で、「日本のデジタル化が遅れている」と言われていることに責任も感じています。ですので、富士通が日本企業のリファ

レンスにならなくてはという思いがあり、まずは我々が試したことを見てもらうという意識で改革を進めています。実はパーパスドリブンやデータドリブン、非財務指標といった取り組みは、SAPやマイクロソフトの経営層から直接聞いたものです。いわば彼らが私のリファレンスですので、彼らとの対話は欠かさないようにしています。

労働生産性を計る指標を見つけ出す

高木:生産性は「設備生産性」「材料生産性」「労働生産性」に分けられますが、特に労働生産性をいかに向上させていくか、考えをお聞かせください。

時田:データ化に着手したばかりで、労働生産性を何で計れば良いのかを見つけ出そうとしているというのが正直なところ。分析の軸を探ることが今のチャレンジです。

日本企業の変革に向けたファミリー会の意義

高木:佐藤様には、ファミリー会の会長としてのご意見をお願いします。

佐藤:非財務指標を財務指標にリンクさせるとの話がありましたが、ファミリー会の会員である国内ユーザー企業にとっては、理想はわかっている、なかなか現実が追い付いてこないとの懸念もあると思います。

時田:サステナビリティやESGが注目されていますが、確かに海外と日本では温度差があります。海外のIT業界のCEOクラスは、環境への配慮やダイバーシティ、コミュニティなどを真剣に考えていますし、かつそれが事業になっており、そこに私は刺激を受け、目指しています。もちろん、日本企業も取り組んでいますので、そこをITでどう支えていけるかを示せればと思っています。一方で、



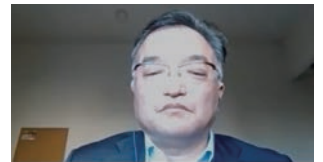
FUJITSUファミリー会会長
第一生命情報システム株式会社
代表取締役社長
佐藤 智 氏



FUJITSUファミリー会副会長
JFEシステムズ株式会社
代表取締役社長
西崎 宏 氏



FUJITSUファミリー会副会長
株式会社日本アクセス
常勤理事
占部 真純 氏



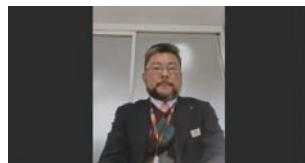
FUJITSUファミリー会常任理事
TDK株式会社
SCM&経営システム本部
ビジネスシステムグループG.M.
澤田 厚 氏



FUJITSUファミリー会常任理事
日本通運株式会社
IT推進部長
大林 孝至 氏



FUJITSUファミリー会常任理事
古河電気工業株式会社
執行役員
福田 隆志 氏



FUJITSUファミリー会常任理事
株式会社高島屋
執行役員 情報システム部長
大川 秋生 氏



モデレーター
合同会社アイティ・マネジメント研究所
代表
高木 徹 氏

※所属や役職は座談会実施当時のものです。

社会課題は富士通だけでは解決できないので、エコシステムが必要です。そうした関係作りにおいて、ファミリー会のつながりは非常に大切なものだと思います。

佐藤:先ほど、日本のデジタル化の遅れに責任を感じていると話されていましたが、ITベンダー頼みで自らIT人材を育成してこなかったユーザー企業にも責任があると思っています。そうした人材育成の場となるよう、ファミリー会の今後を考えていきたいですね。

製造業におけるカルチャーチェンジの難しさ

西崎:私たちJFEグループも含めて、日本の産業を支えている会社の多くは製造業で、従来のメンバーシップ型雇用に基づく文化が根強く、カルチャーチェンジが難しいのも事実です。富士通にも製造部門があり、その部分での難しさを感じておられるようですが、どう対応すべきでしょうか。

時田:その点は、私も今もって悩み続けております。働く環境の変化について、昨年6月に実施した調査ではポジティブな意見が7~8割でした。つまり、2~3割は不満や不安を抱えています。そうした社員に理解してもらうにはコミュニケーションしかないと考えています。しかし、ディスカッションを尽くしても理解いただけないこともありますので、「富士通の方針はこうです」と明確にお伝えし、最終的には、各個人で判断することだと考えています。

改革を進めるために必要なのはコミュニケーション

占部:日本アクセスは食品流通業で、物流現場の社員からは、「本社や営業所はテレワークできても、我々が現場に出なければ食品の供給が止まってしまう」という声が強いですね。富士通でも製造部門などでは同様の悩みがあるかと思いますが、社長としてどのような働きかけをされていますか。

時田:当社のハードウェア事業については投資家からの風当たりが強かったこともあり、社長就任後すぐに現場へ赴き、社会やお客様を支えている一部門であり、一人ひとりが大きな責任を担っているのだということ共有しました。やはり大事なのはコミュニケーションです。直近のエンゲージメント調査において、テレワーク率と従業員満足度の関係を分析した結果、最も満足度が高かったのはテレワーク率が70~80%の部門でした。100%だとコミュニケーション不足によってストレスが上がり、満足度が低下しました。こうしたデータを公開し、結果を踏まえて改善に取り組むことを社員にしっかり約束する。これが、私のすべきことだと思っています。

データで経営を客観視し、改善につなげていく

澤田:富士通の取り組みは非常に参考になりました。TDKの活動も共通点が多いのですが、社員の声を聞き、その声にデータを踏まえて素早く回答するという点がまだ不足していると感じました。データを土台に経営を客観視することは非常に重要ですから、その点を拡充していきたいと思います。

時田:従業員の声を集めて公開するだけでなく、そのデータに基づいた施策を社員にフィードバックできているかを定期的にチェックするステアリングコミッティを設けています。今後、お客様に展開する際に、さらにしっかりと迅速にフィードバックできるようにしていきます。

澤田:当社のテレワーク率は100%に近い状況ですが、子育て世代を中心に「自分をマネージしながら仕事ができる」などと好評な一方で、中途採用者や新入社員がいかに一体感を育てていくかが心配です。笑いは免疫力を高めるとも言われていますので、管理職には「とにかく与太話を笑わせてくれ」とお願いしています。

時田:富士通でも若手社員の発案で、先日、私とある役員とのラジオ番組のような軽いトークを公開しました。

澤田:それは、トップが社員に寄り添っているという感覚を持ってもらえるでしょうね。

One ERPが目指すのは未来予測型の経営

大林:データドリブンに向けてOne ERPを目指されているとのことですが、ERPが1つになったときに何を切り口に見える化しようとしているのでしょうか？

時田:今、その切り口を探しているところです。リージョンや部門、業務ごとに多くのシステムが存在し、経理や財務のデータが出てくるのに時間がかかっている状況があります。データを活用した未来予測型の経営を目指し、プロジェクトを進めています。

大林:具体的には、どのように進めているのでしょうか？

時田:販売管理や受注管理、サプライチェーンなど、すべてに横串を通します。各領域のデータとプロセスの責任者を役員・理事クラスから任命し、その権限で事業・地域横断で標準化して、あらゆるデータが様々な切り口でリアルタイムに出てくるようにします。

高木:本日は皆様から貴重な意見を伺え、大変勉強になりました。ありがとうございました。

全員:ありがとうございました。

会報担当 幹事から

四国支部
渡部 重雄
井関農機(株)



緑風が吹き、初夏の青空が気持ち良く感じられる季節になりましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、おうち時間が増え、家飲みされている方も多いのではないのでしょうか。

そこで、お酒にも合い、かつ夏バテ防止にもなる料理を1つ、夏に向けて紹介させていただきます。その料理は「無限ゴーヤ」です。

昨年、家飲みの肴になる料理をいくつかチャレンジしましたが、私の中で最も評価の高かったものになります。その名の通り箸が止まらないおいしさでした。調理はいたって簡単で、

- ゴーヤを薄切りにし、塩と砂糖を加え揉み込む。
- 沸騰したお湯で10秒ゆで、冷水に取る。
- 水を切ったゴーヤに、ツナ、ごま油、ポン酢、鰹節、煎りゴマで味を付ける。だけです。

皆様も、この機会に、身近な旬の素材で、自分に合った料理を見つけてみてはいかがでしょうか。それにしても、早くコロナが収まり、以前のように気兼ねなく外食したいものです。



夏バテ防止にも最適な「無限ゴーヤ」

NEW FAMILY 1~2月度ご入会分

●北海道 (株)鈴木商会
(株)テクノフェイス

●関東 明和町
(株)廣瀬商会



LS研究委員会

2021年度イベントスケジュールのお知らせ

| 開催月 | イベント | 対象 |
|---------|------------------------|--------|
| 4月 | 2021年度研究分科会キックオフ | すべての方 |
| | 2021年度マネジメント交流会キックオフ | 経営者・部長 |
| | 2021年度マネージャーズ交流会キックオフ | 課長 |
| 5月 | 総合発表会2021 | すべての方 |
| | 2021年度短期研究分科会キックオフ | すべての方 |
| 7月 | 第1回LS研セミナー | すべての方 |
| 9月 | ジョイントフォーラム | 経営者・部長 |
| | 第1回マネジメントフォーラム | 課長 |
| 11月 | 第2回LS研セミナー | すべての方 |
| | 2021年度短期研究分科会 成果報告会 | すべての方 |
| 2022年2月 | 第2回マネジメントフォーラム | 課長 |
| | 第3回LS研セミナー | すべての方 |

※2021年度総会で承認を得て正式決定となります。 ※スケジュールは変更になる可能性があります。

LS研究委員会にはいつでもご入会いただけます。

2021年度もオンライン開催のイベントを多数ご用意しています。新年度がスタートしたこの機会にぜひご検討・お申込ください。

LS研入会 のご案内

- 入会資格 FUJITSUファミリー会の会員であること。(富士通の情報通信システムをご利用の法人(企業・団体))
- 年会費 年額 26,000円(ファミリー会年会費24,000円と合わせて一括払い)
10月以降、ご入会の場合は13,000円となります。
- 入会方法 入会申込書に必要な事項をご記入のうえ、LS研事務局までお送りください。

入会申込 <https://jp.fujitsu.com/family/nyukai.xlsx>



2020年度
入賞論文

入賞論文のお知らせ

2020年度は一般論文7編、新人賞12編の応募があり、論文委員会の厳正な審査の結果、入賞論文は優秀論文以下、次の通り決定いたしました。(最優秀論文は該当なし)

優秀論文
(賞金25万円) 生命保険会社におけるパブリッククラウドの活用
～機動的なシステムインフラ構築とコスト最適化を目指して～
●T&D情報システム株式会社 白石 征久氏 堀 仁人氏 佐田野 直樹氏

生命保険業における支社事務のコールセンター集約 ～集約率80%を目指して～
●T&D情報システム株式会社 杉本 雄三氏 武田 亮氏

秀作論文
(賞金10万円) みずほ新勘定系システム『MINORI』を活用したAPI エコノミーの実現
～次世代金融への転換をリードするための開発プロセス改革～
●みずほ情報総研株式会社
前田 慎平氏 岩楯 奈那氏 小山 鉄平氏 竹島 幸之輔氏 石井 宏明氏

新人賞
(特別賞)
(賞金5万円) 本番稼働における、性能モニタリングを通じて学んだこと
●みずほ情報総研株式会社 遠藤 杏奈氏

アンダーコロナ時代に働く若手社員を取り巻く課題と今後の対応に関する提案
●四国電力株式会社 栗原 侑花氏

新人賞
(賞金3万円) アジャイルのプラクティスを適用した作業の進め方改善への取り組み
●T&D情報システム株式会社 木村 信之氏

関係会社へのグループ共通ITサービス導入で学んだこと
●JXアイティソリューション株式会社(JX金属株式会社) 氏家 健晶氏

SS-POSシステムの法令対応プロジェクト参画から学んだこと
●JXアイティソリューション株式会社 伊東 瞭氏

ファミリー論文サイト <https://jp.fujitsu.com/family/article/award2020.html>にて、入賞論文を掲載していますので、ぜひご覧ください。

2021年
春季大会の
お知らせ

2021年5月14日(金) オンラインにて開催いたします。

13:30～14:10 **開会挨拶** FUJITSUファミリー会 2021年度会長
富士通挨拶 富士通株式会社 代表取締役社長 時田 隆仁
2020年度ファミリー会活動 報告
2020年度ファミリー会論文 入賞論文総評 FUJITSUファミリー会論文委員長 島田 裕次

14:10～15:10 **特別講演**
「デジタルトランスフォーメーション(DX)が日本を強くする
—DX先進企業に学ぶ自社の企業価値向上—」
経済産業省・東京証券取引所「DX銘柄」選定委員長/
一橋大学CFO教育研究センター長 伊藤 邦雄 氏

15:30～16:30 **記念講演**
「宇宙ロボットと人類の将来」
国立研究開発法人 宇宙航空研究開発機構 名誉教授 中谷 一郎 氏

参加お申込は
こちら

ファミリー会ホームページからお申込ください。 <https://jp.fujitsu.com/family/spring/2021/>
お申込締切 2021年5月10日(月) 15:00まで
お申込後、「【2021春季大会】お申込を受付いたしました」のタイトル(件名)の受付完了通知メールをお送りします。



論文 募集



FUJITSUファミリー会
2021年度

エントリー締切

2021年7月30日(金)

原稿提出締切

2021年9月30日(木)

FUJITSUファミリー会では「会員企業の課題解決に役立つICTを活用した事例」などに関する論文を募集しております。自身関わったプロジェクトの成果をまとめる機会、文章力のスキルアップをはじめとした人材育成の一環、自社の取り組みを広く社外にアピールする場、などにご活用いただきたく、情報システム部門の方のみならず、利用部門の方々もぜひご応募ください。

応募概要

| | 一般論文 | 新人賞 |
|-------|---|--|
| 応募資格 | FUJITSUファミリー会の会員の方 (非会員の方はFUJITSUファミリー会へのご入会を条件といたします) ※新人賞は、2018年10月以降に入社した方 | |
| 募集テーマ | 「会員企業の課題解決に役立つICTを活用した事例」 <ul style="list-style-type: none"> ● システム構築・改善事例 ● システム導入・運用事例 ● 最新ICT (DX、AI、IoTなど) の活用実践事例 ● ICTを活用した業務標準化や働き方改革の促進、ICT人材育成などの事例 | 小論文「若手社員としての取り組み」 <ul style="list-style-type: none"> ● OJT・日頃の業務から学んだこと ● 初めて携わったプロジェクトでの経験 「業務上の課題に対して自分がどう関わり、どのように工夫したのか、何を成し得たのか」 特に分析事項や改善点など、 <u>同世代の若手社員の参考になる取り組み</u> について、小論文形式にまとめてください。 |
| エントリー | 「エントリーシート」にご記入のうえファミリー会事務局までE-mailでご提出をお願いいたします。 詳しくは、ファミリー会論文ホームページをご確認ください。 エントリー締切：2021年7月30日(金) | |
| 原稿提出 | 本文 A4版用紙 約10枚～20枚 (本文8,000字～16,000字程度) | 本文 A4版用紙 約5枚～8枚 (本文 4,000字～ 6,000字程度) |
| | ※本文の他に「論文要旨(400文字以内)」「目次」「図表一覧」を書き添えてください。 ※原稿はMicrosoft Word形式です。フォーマットはファミリー会論文ホームページに登録しております。 ※ファミリー会論文ホームページに、応募に必要な「各種フォーマット」「応募・執筆要項」、これまでの入賞論文などを掲載しております。 ぜひご活用ください。 原稿提出締切：2021年9月30日(木) | |

賞^(※1) および賞金

| | |
|---------------------|--------|
| 最優秀論文 | 賞金50万円 |
| 優秀論文 | 賞金25万円 |
| 秀作論文 | 賞金10万円 |
| 新人賞 ^(※2) | 賞金3万円 |

謝礼(一般論文・新人賞 共通)

| | |
|--|-----|
| 論文執筆謝礼 | 2万円 |
| 提出論文一編につきもれなく贈呈 | |
| Web掲載謝礼 | 3万円 |
| 論文委員会で審査のうえ、会員専用ホームページに掲載された場合、一編につき贈呈 | |

※1 入賞論文については例年、FUJITSUファミリー会春季大会(毎年5月に東京で開催)で表彰していますが、2021年については検討中です。

※2 新人賞審査において特に優秀であると論文委員が判断した論文には「特別賞」を贈呈します。

FAMILY 通巻400号 2021年4月20日(隔月20日)発行

編集責任者 FAMILY編集委員会 山宿 信也

発行 FUJITSUファミリー会

〒105-7123 東京都港区東新橋1-5-2 富士通(株)内

Copyright 2021 FUJITSUファミリー会 【禁無断転載】

<https://jp.fujitsu.com/family/>

*本誌記事中の各会社名、各種製品名等は、各社の商標または登録商標です。

*本文にある専門家による情報・意見は、必ずしも富士通・編集委員会の見解を反映したものではありません。