

富士通が目指すサステナビリティ・トランスフォーメーション

SXとDXを両輪として、 持続可能な社会づくりへの貢献を目指します

企業の持続的な成長と社会の持続可能性は、切り離せない関係にあります。独自かつ最先端のデジタル技術を活かすイノベーション=DXを武器に世界をより持続可能にする。それが、私たちのパーパスであり、最終目標です。私たちだけでは実現できないSX、その先にあるサステナブルな世界を、皆様とともに目指すことができたら幸いです。



富士通株式会社
執行役員 EVP CMO
山本 多絵子 Taeko Yamamoto

SDGs（持続可能な開発目標）をはじめ、持続可能な社会づくりに向けた取り組みが世界規模で広がる中、企業がサステナビリティ経営への変革を図る「サステナビリティ・トランスフォーメーション（SX）」が注目されています。富士通は、2020年7月に定めたパーパスのもとSXを推進するとともに、その実現に向けて新たな事業ブランド「Fujitsu Uvance」を立ち上げています。今回はCMO（Chief Marketing Officer：最高マーケティング責任者）を務める山本多絵子氏に、富士通のSXやFujitsu Uvanceについて語っていただきました。

Contents 会報Family VOL.409

- ② Message From Fujitsu
- ⑥ ICTトレンド2023
 - Part1：安心安全なAI社会に向けて、今考えるべき「AI TRISM」とは？
 - Part2：座談会「ビジネスパーソン一人ひとりが考えるべきAI倫理とAI社会の未来」
- ⑭ BranChannel
 - From 四国支部：大規模な災害に備えて、家庭や職場でできること
 - From 九州支部：リアルでの鹿児島地区交流会がついに再開！
 - From 東北支部：「ナノの世界を照らす光」が生む新たな共創（東北大学様）
- ⑳ HumanHuman
スマホだけで簡単！ 動画活用のススメ
- ㉑ Family's Information
富士通が取り組む人権尊重／2022年度入賞論文
- ㉒ 地球の仲間たち：Giant Panda
2023年度の会報Family表紙テーマは「地球の仲間たち」。絶滅が危惧されている生き物たちの姿を通して、地球環境のサステナビリティを考えていきます。



私たちは、パーパスの達成に向けて、 サステナビリティを経営の基軸に据え、SXを推進しています。

■ 企業がSXに取り組むべき理由とは

——近年、サステナビリティ経営への意識が世界的に高まりつつありますが、改めて、なぜ企業経営にサステナブルな視点が求められるのでしょうか。

山本 まず大前提として、企業が持続可能であるとするならば、その存在基盤である社会が持続可能でなくてはなりません。企業を取り巻く社会の持続が危うくなれば、いくら経営者や社員が努力したとしても、会社を存続させることはできないからです。当たり前のことながら、目先の業績や利益を追うあまりに忘れがちだったものが、昨今の課題意識の高まりを受けて、誰もが目を背けてはられない状況になってきました。

——そうした意識変化は、具体的にはどのような形で表れているのでしょうか。

山本 調査データを見ると、近年、CO₂排出削減などサステナブルな分野への投資が拡大し、投資額全体の3分の1を占めるまでになっています*1。また、「過去2年間で経営におけるサステナビリティの優先度が高まった」と答えたビジネスリーダーが調査対象の6割に達しています*2。その理由として「顧客の要望や政府の規制に対応するため」「SDGsなどに関心の高い若い世代から優秀な人材を獲得するため」といった声が挙がっており、サステナビリティが社会全体からの要請だということが分かります。

*1 出典：「GLOBAL SUSTAINABLE INVESTMENT REVIEW 2020」by GLOBAL SUSTAINABLE INVESTMENT ALLIANCE

*2 出典：「グローバル・サステナビリティ・トランスフォーメーション調査レポート2022」by 富士通株式会社

——確かに、顧客や取引先、求職者、あるいは投資家など、ステークホルダーから見放されてしまえば、もはや企業は存続できません。

山本 一方で、リスク対策的な側面もあります。例えば、タンカー事故で原油が流出して周辺環境を汚染した場合、当該企業は、失われた原油や環境修復にかかる費用など経済的な損失に加え、社会的な信用を失うという、より深刻なダメージを被ります。これは人権無視などの実態が明らかになった場合も同様で、こうした「インシデントトリガー」を回避するために取り組むという、いわば防御的な意味合いです。さらに、近年ではより自発的・内発的な要因、すなわち「持続可能な社会の実現に貢献したい」という経営者の意思や意欲が企業ビジョンとして現れるケースも増えつつあります。

■ 富士通が目指すSXと、その位置付け

山本 私たちは2020年7月に「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」をパーパスに掲げました。まさしくサステナビリティを経営の基軸に据えたと宣言したわけです。

——パーパスを達成するための具体的な仕組みについて教えてください。

山本 ビジネスの成長とサステナビリティを両立させるためには、売上や利益などの財務指標と、社会課題を解決するための非財務指標、この両面でKPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）を設定・評価することが重要です。サステナブルという目に見えづらい領域での指標づくりは困難が伴いますが、富士通は強みとするデータ解

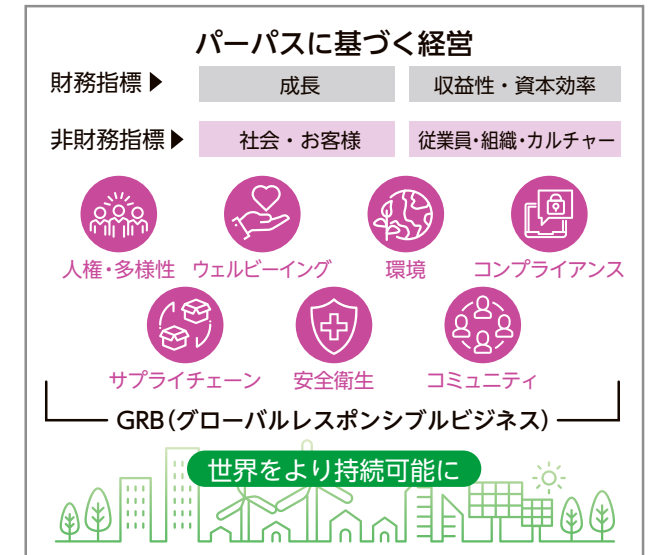


図1)富士通のサステナビリティ経営

析力を活かし、GRB(Global Responsible Business)の7つの課題すべてに目標を設定し、その達成に向けて全社一丸となって取り組める体制を実現しています(図1参照)。

——DX(デジタル・トランスフォーメーション)とSX、2つの変革はパーパス達成への取り組みの中で、どのように位置付けられるでしょう。

山本 DXとSXは、企業が生き残っていくための変革である点では同じですが、DXは現在の企業のあり方を変革して、デジタルを使ってスピーディーに競争力を獲得して、「稼ぐ力」を伸ばすことを目的とするのに対し、SXは「稼ぐ力」と同時にサステナビリティを伸ばし、二者を両立させることで、不確実性の高い現代社会に対する抵抗力を獲得し、中長期的な経営安定化を目指す企業変革のあり方だと考えています。



SX/DXのショーケース「Fujitsu Uvance」を通じて 広く社会に変革をご提案していきます。

—— パーパスを達成するためには、SXとDXの両輪が必要ということでしょうか。

山本 サステナビリティ実現に向けた企業の取り組み状況について世界的な調査を行ったところ、2社に1社が実行に着手し、5社に1社は成果が出つつあります。その実情を詳しく分析すべく、横軸にサステナビリティの度合い、縦軸に技術力を据えたグラフ上に各社をマッピングしたものが以下のグラフです（図2参照）。グラフの各象限を、それぞれ「チェンジメーカー」「テクノロジーリーダー」「サステナビリティリーダー」「フォロワー」と位置付けると、チェンジメーカー、すなわちサステナビリティの取り組みと事業成長を両立させている真のリーダー企業は、全体のわずか6%にすぎません。

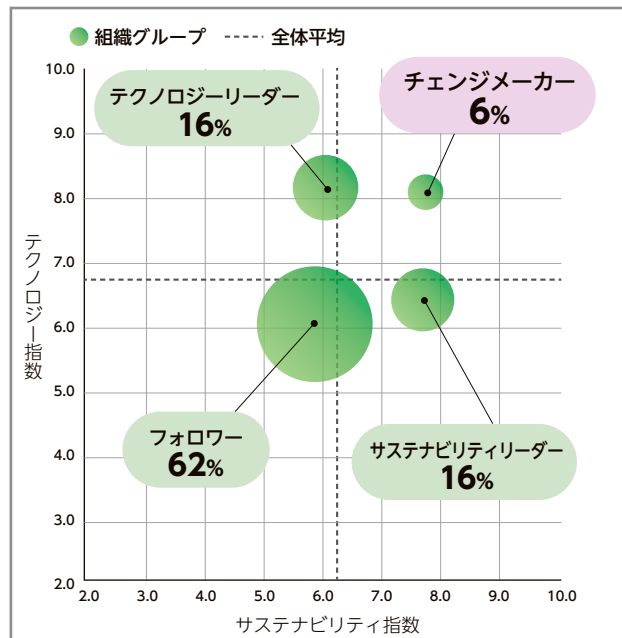


図2) サステナビリティ実現に向けた世界企業の取り組み状況

—— 技術的な裏付けが伴わなければ、成果にはつながらないということが分かります。

山本 チェンジメーカーとして収益性もブランド力も向上できている企業に共通する特徴としては、次の5点が挙げられます。富士通でも、この5点を重視しながらSXとDXを推進することで、パーパス達成を目指していきます。

1. 社内外とのコミュニケーション
2. KPIの設定と測定
3. 革新的な社内カルチャー
4. テクノロジーへの投資
5. スキルを備えた社員の育成

■ 富士通がSXの旗印として掲げる 新事業ブランド「Fujitsu Uvance」

—— 2021年10月には、サステナブルな世界を目指す新事業ブランドを始動されています。この狙いについてお聞かせください。

山本 富士通では、DX企業への変革にあたり、まず自らがDXを実現し、その成果をお客様に提案していくとしています。これはSXについても同様で、自分たちがまず実験台となり、ショーケースとなって社会に広く発信することで、社会全体をサステナブルなものにしていきたいと考えています。そこで、実践した成果をソリューションやサービスとして提供し、お客様にも実践してもらうために、サステナビリティに寄与する事業をブランド化したものが「Fujitsu Uvance (ユーバンス)」です。

—— 「Uvance」とはどのような意味でしょうか。

山本 「Uvance」とは「あらゆる (Universal) ものをサステナブルな方向に前進 (Advance) させる」という意味の造語です。そこには「多様な価値を信頼でつなぎ、変化に適応するしなやかさをもたらすことで、誰もが夢に向かって前進できるサステナブルな世界をつくる」という当社の決意が込められています。この思いを全社員が「自分ごと」として捉えられるよう、名称決定にあたってはグローバル規模での社員投票を実施しました。

—— Fujitsu Uvanceはどのような領域をターゲットにしているのでしょうか。

山本 Fujitsu Uvanceでは、2030年の社会を想定し、7つのKey Focus Areas (重点注力分野) を選定しています。優先的に取り組むべき4つの課題群 (Vertical Areas) と、その解決に資する3つのテクノロジー基盤 (Horizontal Areas)、合計7分野と、それらを支える5つのKey Technologiesから構成されます (図3参照)。培ったテクノロジーと業種ナレッジを組み合わせ、クロスインダストリーでの課題解決を目指しています。

—— 社会課題の解決に向けた、具体的な指針についてお聞かせください。

山本 一口に社会課題と言っても、そこには様々な要因がからみあっていて、解決は容易ではありません。そこで富士通が取り組んでいるのが、大量のデータをもとにデジタル世界上に現実世界を再現し、そこでのシミュレーション結果を現実に戻元すること。例えば渋滞を改善しようとする際



SXは、一企業だけでは成し得ません。 それぞれの強みを活かし合い、ともにSXを推進していきましょう。

は、交通データをもとに実際の道路状況をデジタルで再現し、どこに原因があるかを究明して、その結果を現実世界での改善に活かします。

——「デジタルツイン」と呼ばれる技術ですね。

山本 社会全体を対象とした「ソーシャルデジタルツイン」で資源や環境、交通問題などの課題を、人体を対象とした「ヒューマンデジタルツイン」で医療やスポーツの課題を解決するなど、デジタルツインの技術を幅広い分野に適用することで、様々な社会課題の解決に貢献していく、これがFujitsu Uvanceの目標です。

■ SXはあらゆる企業が「自分ごと」として捉えるべきもの

——最後に、ファミリー会の読者に向けたメッセージをお願いします。

山本 まず、ご理解いただきたいのが、サステナビリティへの取り組みは、決して他人事ではなく、皆さんの会社の存続にも関わるものだという事です。サステナビリティに対する意識が世界的に高まる中、サステナビリティに無関心な企業はサプライチェーンやエコシステムからはじき出されかねない時代を迎えています。

——自社製品に再生可能な材料しか使用しないことを宣言し、調達先などパートナーにも同様の取り組みを求める企業が出てきています。

山本 一方で、サステナビリティに対する社会ニーズの高まりを、成長へのチャンスにすることも可能です。これは、決してサステナビリティに直結する技術・サービスを有する企業だけに当てはまることではありません。会員の皆様も、それぞれ培ってきた独自の強みは、自社にとっては当たり前でも、他社から見ればヒントになるアイデア、取り入れたいソリューションであるかもしれません。まずは自社の強みをWebサイトなどで発信し、コミュニケーションの機会を創ることから始めてはいかがでしょうか。自分にできることを発信していれば、世界のどこかで、必要とする誰かが気付いてくれるはずですよ。

——積極的に情報を発信し、対話を求めていく姿勢が重要ですね。

山本 サステナブルな社会は、一社の力だけで実現できるものではありません。SXは多様な価値観を持った人々による対話が大切であり、富士通も一方的な情報発信だけでなく、双方向のコミュニケーションをしていきたいと思っています。そこで対話し、手を組む相手に業種や規模は関係ありません。大切なのはソリューションと用途の組み合わせ。積極的なコミュニケーションを心掛けていただき、富士通と会員企業、あるいは会員企業同士の共創によるSXを推進できれば幸いです。

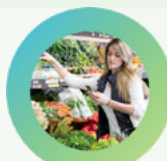
7 Key Focus Areas

Vertical Areas

社会課題を解決する
クロスインダストリーの4分野



Sustainable
Manufacturing



Consumer Experience



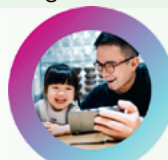
Healthy Living



Trusted Society

Horizontal Areas

クロスインダストリーを支える
3つのテクノロジー基盤



Digital Shifts

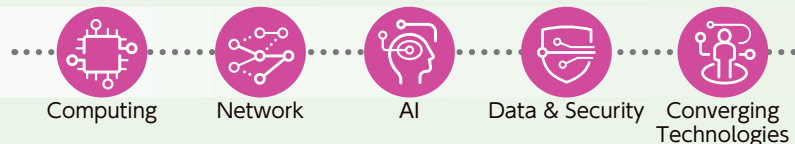


Business Applications



Hybrid IT

Key Technologies



Computing

Network

AI

Data & Security

Converging
Technologies

図3) サステナブルな世界を実現する 7 Key Focus Areas