

特集：「真のグローバルICTカンパニー」を目指して

Becoming a Truly Global ICT Company

これまで、それぞれの地域の子会社の持ち味を活かして成長を目指してきましたが、クラウド・コンピューティングなどオープンな世界が広がると、地域のお客様との関係の強化に加え、グローバルに統一したやり方を進めることで、より効果的なビジネスの拡大が可能になります。

以下では、当社が日本発のグローバルICTカンパニーになるために必要なポイントとして、①グローバルであらゆる地域のお客様に均一かつ最適なサービスを提供する体制(トランスナショナル・モデル)の確立、②グローバルなソリューションづくり、の2点についてご説明します。

1 トランスナショナル・モデルの確立について

グローバルであらゆる地域のお客様に均一かつ最適なサービスを提供するために、各地域で体制の整備を進めています。

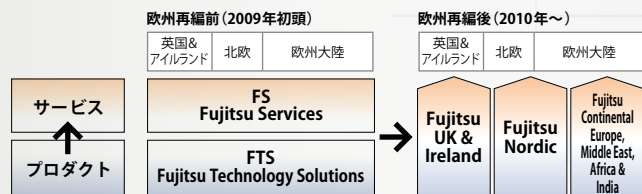


欧州全体

2010年3月期、シーメンス社との合併会社だった富士通シーメンスコンピューターズ(FSC)を100%子会社化し、富士通テクノロジー・ソリューションズ(FTS)としました。従来アウトソーシングを中心としたサービスビジネスを主に行ってきた富士通サービス(FS)とIAサーバやパソコンなどプロダクトビジネスを主に行ってきたFSCを中心に欧州の体制を再編し、英国&アイルランド、欧州大陸、北欧の3極体制とし、担当マーケットとアカウント責任を明確にしました。欧州の厳しい市場環境の中、人員削減などの事業再編を進めて利益体質への改善を図り、不採算事業を整理するためにアシュアランス機能*も強化しました。

* 不採算事業プロジェクトの発生、リスクの拡大を防止するために、商談発生時からプロジェクト遂行を通じてリスクを管理すること。

新しいサービスモデル 欧州と日本における、サービスモデルの統合



欧州主要2社の体制を、サービスの傘下にプロダクト・ソリューション事業がある体制へ再編

日本・欧州を起点としてグローバルに展開

■ 英国&アイルランド

英国の財政赤字問題は、新政権下での政府支出削減の懸念につながる一方、ITの効率化という面では新たなビジネスチャンスと捉えており、2009年には英国内務省やスコットランド地方自治体から大型商談を獲得しました。



富士通サービス(FS)

■ 北欧

再編後、地域でのプレゼンスが大幅に向上し、過去2年でマーケットシェアは10位から5-6位(フィンランドではシェア第2位)にまで上昇しました。再編により、年商1,000億円を超える北欧ビジネスに対して適切なリソース配分が可能となり、ボルボ・カーズ社のほか、スウェーデンの銀行であるSEB (Skandinaviska Enskilda Banken) など、スウェーデンの有力企業や金融機関のアウトソーシング・サービス受注につながりました。



富士通ノルディック



富士通中国 (FCH)

アジア・中国

成長市場である新興国をカバーし、日系のお客様の現地ビジネスを確実に捕捉するために、地域現地法人のサポートに加え、新しい組織体制を編成します。多くの日系企業では、投資を成長市場である中国・アジアに振り向けており、新体制のもと、日系企業のITシステムを支援するビジネスを本格化します。

中国では、行政指導の影響により一事業一法人の体制であったため、これまで総合力を結集することが非常に困難でしたが、パッケージ・サービスを日本で作り込み、プロダクトと共に拡販する体制を整えることで、ビジネスの拡大を目指します。また、南海市でのデータセンター構築が決定。2010年10月に着工します。これを中国におけるクラウドビジネスの起点とします。

■ CEMEA / I (中欧、東欧、中東、アフリカ、インド)

FTSを主体としてIAサーバの開発・設計・製造を一元化し、グローバル商品として全地域に供給します。また、欧州再編により、サービス分野でのマーケットとアカウント責任を明確化したことで、サービスビジネスの売上が増加しました。その効果が、フランス・サンゴバン社からのトランスナショナル型アウトソーシング・サービスの受注やポルトガル・テレコムグループ向け第三代ネットワークシステムの構築などの商談の獲得につながっています。



富士通テクノロジー・ソリューションズ(FTS)



富士通アメリカ(FAI)

米国

北米・カナダでのトータルソリューションとビジネス効率化を目指し、2009年にプロダクトとサービス個々に分かれていた3つの事業会社を統合しました。その結果、北米市場において最大規模となるITインフラサービス商談をアライアンス・データ社から受注しました。また、マネジメント体制の刷新、さらには2011年3月期中にデータセンターを北米に作ることで、クラウド時代に向けたサービスビジネスの強化を図ります。



富士通オーストラリア(FAL)

オーストラリア

2009年3月にカズ社(オーストラリア最大のキャリアであるテルストラ社のシステム子会社)を、さらには2009年4月にオーストラリアにおける業界大手のSAPコンサルティング会社であるサプライチェーン・コンサルティング社を買収し、政府系商談やSAPソリューション・ビジネスをより一層強固なものとなりました。また、その効果として、カンタス航空社のアウトソーシング・サービスを受注しました。

特集：「真のグローバルICTカンパニー」を目指して

2 グローバルなソリューションづくり

これまでのグローバルビジネスは、日本からのサーバやパソコンなど製品の輸出や、各拠点による現地向けサービスが主軸でしたが、クラウド・コンピューティングの登場と共に、これらをベースにして、クラウドサービスを海外展開することが可能になります。当社は、ネットワークサービスであるNaaS (Network as a Service) や、サーバやストレージによるクラウド基盤であるIaaS (Infrastructure as a Service)、OSやミドルウェアといったアプリケーションプラットフォームであるPaaS (Product as a Service)、アプリケーションサービ

スであるSaaS (Software as a Service) など、全てのレイヤーを一気通貫で提供することが可能であり、全ての領域で基幹技術を保有している数少ない企業です。それらのクラウド関連技術は日本で開発しており、それをグローバルに展開するための高信頼な共通クラウド・プラットフォームを2010年10月に日本でサービス開始するのを皮切りに、順次、オーストラリア、シンガポール、米国、英国、ドイツへと展開していきます。

クラウド・プラットフォームのグローバル展開 日本と同等品質のクラウド・プラットフォームをグローバルに展開

- グローバル戦略に基づき、2011年3月期中に海外5拠点へ展開 オーストラリア/シンガポール/米国/英国/ドイツ
- 世界7地域で同時発表(2010年4月)



また、グローバル商品と位置づけているIAサーバについては、これまで各地域に合わせた個別仕様となっていました。2009年4月に実施したFTSの100%子会社化により、グローバルで仕様がまとまり、企画・開発体制が一本化されました。これにより、グローバルに価格・性能面で競争力のある製品が提供できるようになり、グローバルで50万台という出荷計画を達成するための足がかりができました。

さらに、マイクロソフト社やオラクル社、SAP社、セールス・フォースドットコム社など世界のトップベンダーと手を組みながら、垂直統合型のクラウド・コンピューティング基盤を提供することで、他社との差別化とビジネスの拡大を図ります。

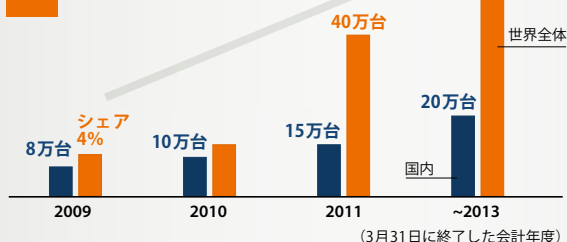
PCサーバ グローバル50万台を目指す

グループ全体バリューチェーンのキープロダクト

■PCサーバ市場における目標

国内 2011年：PRIMERGY 15万台 (シェア1位)
 中期目標：PRIMERGY 20万台

世界 中期目標：PRIMERGY 50万台



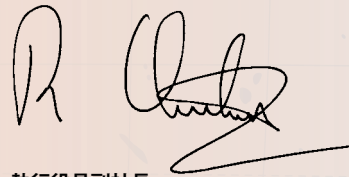
グローバルなパートナーシップの強化

SaaS	情報分析SaaSを共同提供 (2010年4月) クラウドでのグローバル協業 (2010年5月)
PaaS	ミドルウェア分野の戦略協業 (2009年8月) マイクロソフトのクラウド基盤を活用したクラウドサービスをグローバルに提供 (2010年7月) グローバル戦略パートナーシップ (2010年2月) サーバ運用自動化ソフトウェア (2009年10月)
IaaS	サーバ仮想化技術 (2009年4月) 次世代型ITインフラ共同推進 (2010年3月) SPARC Enterprise 性能強化 (2010年1月) グローバルパートナーシップ拡大 (2009年11月)
NaaS	ユニファイドコミュニケーション (2009年4月)

執行役員副社長 リチャード クリストウからのメッセージ

現在富士通グループの売上は、60%以上が日本におけるものですが、ICT市場全体を日本が占める割合はたった8%程度です。今後、富士通が中長期的な成長を実現するためには、日本を基盤としつつも、日本以外の成長市場でビジネスを拡大していかなければなりません。そのために、当社は「Think Global, Act Local」というコンセプトを基軸として、グローバル全体を一つの共通化された考え方で見ていく必要があります。例えば、富士通のお客様である日本企業の多くは中国、東南アジア、南米など、世界各国の成長市場への展開を加速しています。こうしたお客様のサポートは、富士通にとって大きなビジネスチャンスになると考えています。国境を越えてお客様を支えるにあたって、各国の拠点を持つノウハウは非常に有効です。それぞれに生い立ちが異なり、それぞれ歴史と背景を持っています。そういった異なる文化が富士通にとってかけがえのない資産です。これらを、日本のビジネスの変革を含め、富士通グループのグローバル化に活かしていきたいと考えています。先程は日本企業の例でご説明しましたが、他の国でも考え方は同じです。

また、「グローバル」という意味を、自分が今いる地域からの視点で、狭く捉えることがあってはなりません。ドイツから見た「グローバル」、アメリカから見た「グローバル」がばらばらであってはならないと思います。全員が統一されたグローバルな視野を持ってお客様のビジネスを支えることが重要です。本社は日本にあって、日本を含む世界のあらゆる地域のお客様に密着し、富士通グループの総合力を結集した均一なサービスをお客様に最適なかたちで提供していく、そういったモデルを早期に築くことで、日本発のグローバルICTカンパニーを目指します。



執行役員副社長
リチャード クリストウ

“One FUJITSU”で海外売上高比率40%超を目指す

