

ステークホルダーダイアログ



有識者

内田 士郎様

紺野 登様

富士通

時田 隆仁

古田 英範

梶原 ゆみ子様

ダイアログを終えて

有識者



多摩大学大学院教授
Japan Innovation Network
Chairperson 理事
紺野 登様

意義のある目的（パーパス）のもと、自らの知をリフレームしてDX企業へ

日本ではプロダクトや効率化がまだ経営の根底にあるが、今や実利主義の米国企業経営者ですら社会起点的目的とイノベーションを経営の中核に置き始めた。

かつては製品・サービスごとに業界や市場が明確に分かれていたが、デジタル化でそれらの境界線は曖昧になり、さらにイノベーションは「様々な関係性や場」から生まれてくるといったように、市場やビジネスのパラダイムが変わっている。この変化に適応するため、とりわけ既存企業は自社の資産や強みを踏まえつつ、どの方向に自らをリフレーミングするかが重要となる。

その際に機軸となるのが「目的（パーパス）」。

ビジョンやバリューとは異なり、行動を引き起こす、または行動を伴うことが含まれる動的なコンセプトであり、何のためにという「目的」を明確にすることで、顧客価値創造や変革に向けた実践へと向かわせることができる。また、社会や顧客も共感できるよい「目的」があることで関係性の構築につながっていく。こうした社会や人間を軸にしたエコシステムを介して知識や資産が行き交う。つまり関係資産が、これからは大きな価値となる。

富士通が変わっていくには、価値観の転換を社内にもたらさなければならない。これまでの一対一型ビジネスで培った顧客基盤や技術力を基に、「関係性や場」をプラットフォームとするエコシステムにどれだけ思い切って振り切れるか。納得感のある「目的」を生み出し、既存事業や組織を含めた富士通全体のイノベーションによってDX企業になることを期待している。



SAPジャパン(株) 代表取締役会長
内田 士郎様

パーパスドリブンで日本企業とともに社会に貢献するイノベーション創出を

SAPの根幹には「世の中のためにならない会社は消え去る」という強烈な危機意識がある。お客様に役立つ価値や自らの存在意義を考え「パーパス」を制定して10年かけて「パーパスドリブン」で動くよう社内を変革し、イノベーションのエコシステムを立ち上げた結果、社会にどう貢献するかを考えることが経営陣をはじめ全社に浸透している。

SAPではイノベーションの鍵は「Place・People・Process」という3つのPだと考えている。イノベーションを起こすため、既存事業から離れた場所に新規事業の拠点を置くPlace。多様な意見がイノベーションを生むため、国籍、人種、年齢といった多様性を重視するPeople。イノベーションの方法論である「デザイン思考」がProcess。SAPジャパンでもこの3つのPを取り入れ、お客様のイノベーションパートナーになることを目指している。追いつけるのは「お客様の成功」、そのために何ができるか考えることで、売り上げや利益はついてくる。

重要なのは、社会に対してこういう貢献をしたいという社員の意欲を認める企業文化と共感力。デザイン思考で最終消費者や使用者に寄り添って解くべき問題を見つけたら、技術や知見を持つ人が集まってプロトタイプを作る。そうして、自分のやっていることは世の中に貢献していると実感できれば、その喜びが「もっと」という活力を生み、結果的に大きなビジネスにつながっていく。

「日本社会と企業にイノベーションをもたらすこと」が使命であると考えており、DX企業になるという「思い」を持つ時田社長には大変期待している。是非、グローバルに活躍する富士通とともに社会に貢献するイノベーション創出に取り組んでいきたい。

外部有識者との対話を経営に活かす

サステナビリティを起点としたDX企業の変革のあり方

富士通グループでは、様々なステークホルダーからの意見を経営に活かすため、外部有識者と社内幹部によるダイアログを開催しています。富士通は「IT企業からDX企業になる」と宣言しました。これまでのプロセスを徹底的に見直し、伝統的なIT企業の枠を超えていくことで、お客様やその先にある社会に新しい価値をお届けすることを目指しています。そのために、どのようにイノベーションを起こし自らを変革していくか、そして、それを企業の持続的な成長にどう結び付けていくか、これらの点について、有識者の方々から貴重なご示唆をいただきました。

富士通



代表取締役社長
時田 隆仁

自らのDXを通じて、お客様や社会から存在価値を認められる企業へ

社長就任時に「IT企業からDX企業になる」という宣言をしたが、目指すのは、モノを作って売るという姿勢から、お客様を含む人々や社会が何を必要とするかをしっかり洞察してソリューションを提供する姿勢に変わること。また、富士通の存在意義や社会への責任を従業員が常に意識することで、皆が1つの方向に向かい、同時に、1人ひとりがやりがいを感じられるようになること。

本日のお二方のお話からは、我々が目指すべき姿へのヒントをたくさんいただくことができました。富士通グループの現状と目指すべき未来を全員で共有し、お客様や社会から存在価値を認められるDX企業への変革を必ず成し遂げていく。



代表取締役副社長
(テクノロジーソリューション部門・
営業部門担当、CIO/CIO)
古田 英範

グローバルで、社会に貢献するとはどういうことかを考え実践していく

グローバルデリバリー在任時に、欧州をはじめとする海外では「レスポンスビジネス」と呼ばれているサステナビリティ活動への意識の高さを目の当たりにした。文化的な背景の違いもあると思うが、いかに日本の取り組みの方が遅れているかを感じている。

その経験を踏まえて、副社長として、社会課題や世の中で起きている問題に意識を高く向けながら、富士通の事業がそれらの解決にどう貢献するかを考えていかなくてはならないと考えている。既存の延長線ではない視点で社内カルチャーやプロセスを作り出し、総力を挙げてDXに取り組んでいく。



理事
(産学官連携推進担当、
兼ダイバーシティ推進室長)
梶原 ゆみ子様

ダイバーシティ&インクルージョンを進め、ステークホルダーから「選ばれる企業」へ

新たな価値を創造する「人材」は、イノベーションが必要な日本企業にとって最重要の資産。そのため、人材育成やダイバーシティ&インクルージョン推進はこれまで以上に重要になると認識している。

また、従来よりも技術力や事業を通じて社会に貢献したいと考える人たちが社内外で増えている。特に学生は、自分のやりたいことを実現できる企業を選ぶ傾向が強くなっている。そういう人たちが働きやすいと感じ、すべての従業員が自分らしく力を発揮できる会社こそがお客様からもステークホルダーからも「選ばれる企業」であり、富士通もそういう企業になるべくダイバーシティ推進を強化していく。

今回のダイアログを通じて、時代の変化に合わせて自らを捉え直すこと、良い目的を持ち多くのステークホルダーと関係資産を築くこと、イノベーションを起こすためのフレームワークとマインドセットなど、富士通がDX企業になるための様々なご示唆をいた

いただきました。頂戴したご意見を基にお客様や社会から存在価値を認められる企業となるべく、自らのトランスフォーメーションに挑んでいきます。