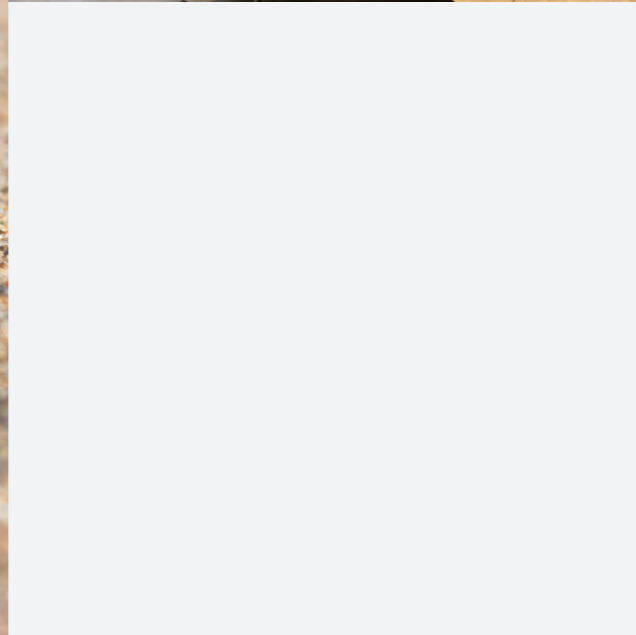
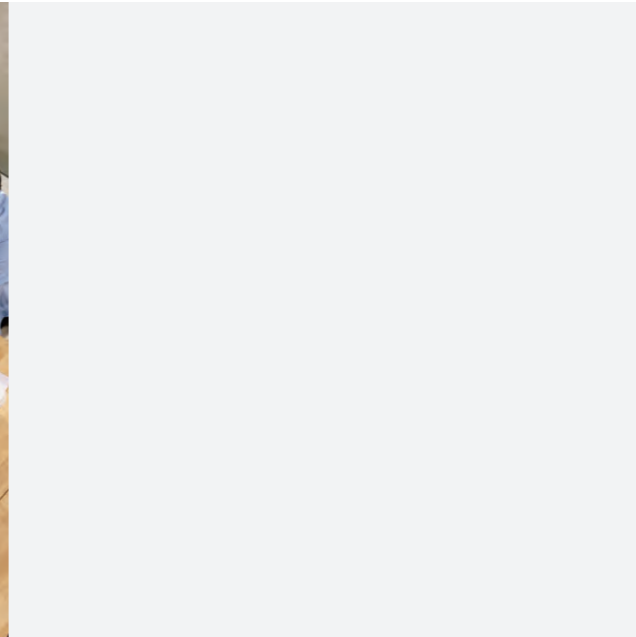


価値創造のストーリー

Value



- 9 価値創造のプロセス -イメージ図-
- 11 価値創造のプロセス -施策とKPI-
- 13 トップインタビュー
- 25 財務総括

- 29 特集1：インド市場における空調ビジネス
- 32 特集2：欧州におけるサステナブル経営
- 36 特集3：人権尊重への取り組み
- 37 人権に対する取り組み

価値創造のプロセス - イメージ図 -



- 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。

**SDGsと
富士通ゼネラル
の想いは「同じ」**

製造資本
革新的な「モノづくり」を生み出す
グローバルな生産・研究開発拠点

- 生産拠点 8拠点
【内訳】 国内：2拠点
 海外：6拠点
- 研究開発拠点 6拠点
【内訳】 国内：1拠点
 海外：5拠点

モノづくりの力

・世界初・業界初の技術

人的資本
革新的な「モノづくり」を支える人材

- ・自発型人材の育成
- ・「モノづくり」力の育成
(技術アカデミー)

グローバルな
事業展開

・世界 100 カ国以上で
事業展開

知的資本
創業以来 世界初・業界初を生み
出してきた価値創造力

< 空調機 >

- ・簡易取付カセット型クーラー (業界初)
- ・フィルター自動清掃機能付きエアコン (世界初)
- ・ハイブリッド気流エアコン (世界初)

< 情報通信・電子デバイス >

- ・デジタル消防救急無線 (SCPC方式) システム (日本初)
- ・防災行政無線タッチスクリーン操作卓 (業界初) など

パートナーシップ
の拡大

社会関係資本
連携強化によるビジネス領域の
拡大・共同開発*

- ・共同開発 9社
- ・海外販社 15社
- ・海外代理店 97社

※ 2022年3月時点

サステナブル経営

Planet

Our People

Society

テナビリに置いた

社会のサステイナビリティを念頭経営

- ・SDGsのし、現在の視野に入れ、最先端技術に向けた取り組み
- ・将来性を見、リソースの集中投下

< 取り組み >

- ・サステナブル製品の

意義を熟慮本業以外も、イノベーションへの対応に組みの推進

据えた経営投資、資本

事例>

ル・プロダ開発・拡販

富士通ゼネラルにしかできない サステナブルな未来へ、共に

世界初・業界初の創出と実現

「モノづくり」の力を活かし
イノベーション
の創出

**世界中にCO₂排出量が少ない
快適でクリーンな
"空気"を提供**

インバーター技術を活かし
気候変動抑制への貢献

- ・ヒートポンプ機器の開発・拡販
- ・省エネ性が向上した機器の開発・販売
- ・再生可能エネルギー活用機器の開発・販売など

ヒートポンプ式温水暖房システム A TW

**創業期から続く
高い通信技術**

高い通信技術を活かし
安心・安全の提供

消防・防災システムによる
安心・安全の提供 など

消防システム

紫外線水平照射技術を活かし
健康・清潔の提供

室内の清潔・除菌ニーズに応える
製品の提供 など

エアロシールド

省エネ性に優れた
デバイスの開発

小型GaNモジュール

価値創造のプロセス - 施策とKPI -

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、以下の重点テーマを設定し活動を推進しています。

また、重点テーマの推進強化に合わせて、新型コロナウイルスと共生する新たな時代への対応として、リスク管理の一層の徹底、新型コロナウイルスと共生するビジネスモデルを構築し、企業理念の実践と事業の成長戦略を追求していきます。

「中期経営計画」重点テーマの推進

I . 空調機ビジネスの拡大

- 外部環境への対応力強化
 - 開発の生産性向上 (PLM^{*1}、CAE^{*2})
 - 設計プロセス革新
 - 新たな生産拠点、生産平準化
 - 調達方法見直し
 - 売価改善
- ビジネスモデルの構築
- 開発体制の革新
- 営業活動の強化

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
 - 既存ビジネスの安定化
 - 継続的成長への新たな挑戦
- 電子デバイス
 - パワーモジュール事業の確立
 - 品質改革・生産革新

III . トータルコストダウンの推進

- 標準化設計・代替素材への転換
- コストダウン/VE^{*3}の推進
- 「モノづくり」の強化 など

IV . キャッシュを生み出す力の強化

- CCC^{*4}の短縮
- 成長投資 (M&A含む)
- 株主還元
- ヒトへの投資 など

新型コロナウイルス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^{*5}に強い体制構築の加速
- ◆ 新型コロナウイルスと共生するビジネスモデルの構築
 - 清潔・除菌
 - 遠隔監視、非接触
 - AI・IoT推進

「サステナブル経営」(企業理念の実践と事業の成長戦略を追求)

Go to the next stage その先の未来へ!

2030年度

「サスプロ製品およびサービス」で
連結売上高構成比 30%以上を目指す

2025年度

「カーボンニュートラル」の達成を目指す

2022年度

中期経営計画の達成

売上高 3,700 億円
営業利益 170 億円
営業利益率 4.6%
CCC 85日以下

関連 P.21

新たな価値の創造
サステナブル・
プロダクト
(サスプロ)

サステナブル経営の推進

- 地球との共存 (Planet)
 - 気候変動対策への貢献
 - カーボンニュートラルの達成
- 社会への貢献 (Society)
 - サプライチェーンマネジメント
 - パートナーシップの強化
 - 品質に対する取り組み
 - 地域社会と共存
- 社員との共感 (Our People)
 - 健康経営の推進強化
 - 社員が活躍できる環境の構築
 - 人材育成強化

※1 Product Lifecycle Management の略。製品ライフサイクル管理のこと。
 ※2 Computer Aided Engineering の略。開発のコンピューター支援のこと。
 ※3 Value Engineering の略。価値工学のこと。
 ※4 Cash Conversion Cycle の略。資金効率を見るための指標のこと。
 ※5 Business Continuity Management の略。事業継続マネジメントのこと。

トップインタビュー

中期経営計画に掲げた重点テーマと
新たな時代への対応を実行。

サステナブル経営を推進しながら
事業の成長を追求していきます。



中期経営計画の基本方針と進捗

Q1. 中期計画の進捗状況について、お聞かせください。

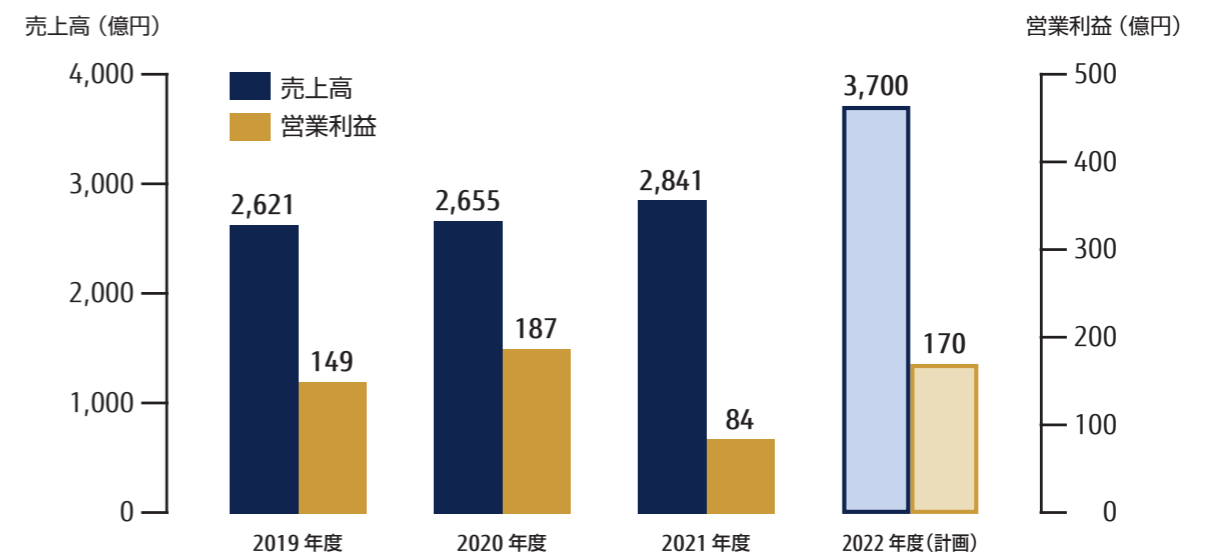
2021年度の連結売上高は、海外向け空調機の販売物量拡大や売価改善により増収となりましたが、損益につきましては、素材・部品価格や海上運賃の高騰、生産地国通貨高などの影響が大きく、さらに3月に入り上海市が都市封鎖されたことにより、同市を拠点とする空調機生産工場での供給が停止したことも重なり、減益となりました。

2022年度におきましては、欧米を中心に空調機の需要が引き続き旺盛であることに加え、欧州において脱炭素化の流れのなかヒートポンプ機器の普及が加速するとともに、近い将来一大市場への成長が見込まれるインド市場の拡大など、空調機の需要は拡大傾向にあります。

一方で、素材・部品価格や海上運賃はかつてない水準で高止まりしており、また、さまざまな業界で続く半導体・部品不足や物流停滞は、改善傾向にはあるものの解消には至っておらず、世界的なインフレの加速を背景に物価上昇の懸念が高まっており、為替動向も不透明であることから、コスト面では引き続き厳しい状況が続くと想定されます。

現在、富士通ゼネラルグループでは、事業活動すべての面においてさまざまな改善施策に取り組んでいますが、急激なコスト増を短期間ですべて吸収することは困難な状況にあり、従来掲げていた2022年度売上高目標は達成できる見込みであるものの、営業利益の目標数値は見直さざるを得ない状況となりました。

2022年度の計画達成に向け、「サプライチェーンの正常化」「外的コスト増への対応」「2023年度以降の成長路線の基盤作り」の3点を喫緊の課題と捉え、予測困難な状況下でのリスク耐性を確保しつつ、中期経営計画に掲げた施策の推進、さらに長期的な事業の成長・発展を目指します。



	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
	実績	実績	実績	計画*
売上高	2,621	2,655	2,841	3,700
営業利益	149	187	84	170
(営業利益率)	(5.7%)	(7.1%)	(3.0%)	(4.6%)

※ 2022年7月公表

■ 2022年度計画達成に向けた喫緊の課題と具体的対応

- 1 サプライチェーンの正常化
- 2 外的コスト増への対応
- 3 2023年度以降の成長路線の基盤作り

トップインタビュー

Q2. 「サプライチェーンの正常化」に向けた取り組みをお聞かせください。


2021年度に調達・物流面で深刻な影響を受けたことから、まずはサプライチェーンの早期正常化に向けて、「電子部品の供給不安の解消」「所要変動への対応」「受注・生産・在庫管理の適正化・効率化」に注力しています。

「電子部品の供給不安の解消」については、1社購買品を洗い出して代替品の採用・調達先の多様化に技術リソースを優先的に充当しており、購入選択肢の拡大は確実に進展しています。また、標準化設計の拡大による部品の共通化や機種数の最適化により、生産する品種の削減も行っています。さらに、特定のEMSベンダーへの集中を防ぐための所要分散や部品の長期手配を進めているほか、従来は直接取引のなかった2次ベンダーからの部品調達にも取り組んでいます。

「所要変動への対応」では、営業部門の需要予測や販売方法も踏まえた上で、製販一体となった生産平準化への取り組みと、ODMや生産委託先などの外部リソースの活用を進めます。また、空調機はこれまで中国とタイで集中生産する体制としていましたが、リスク分散のための地産地消への取り組みとして、2022年度よりインドでの現地生産委託を開始する予定であり、今後、欧州、米州での現地生産も検討していきます。

「受注・生産・在庫の管理の適正化・効率化」では、新生産管理システムをはじめとしたIT基盤を再構築し、空調機の販社在庫、部品在庫ともに優先順位を付け、戦略的な在庫管理に取り組んでいます。

2021年度はサプライチェーンの混乱の影響を大きく受ける結果となりましたが、これらの取り組みによりオペレーションは確実に改善しており、早期の正常化を目指します。


課題	具体的な取り組み
電子部品の供給不安	<ul style="list-style-type: none"> > 購入選択肢の拡大（代替品の採用、調達先の多様化） > 品種の削減（標準化設計、機種数の最適化） > EMSの所要分散、部品の長期手配、2次ベンダー管理
所要変動への対応	<ul style="list-style-type: none"> > タイ工場の生産平準化 > ODM生産の活用拡大 > リスク分散の地産地消 
受注・生産・在庫の適正化・効率化	<ul style="list-style-type: none"> > 新生産管理システムの構築 > IT基盤の再構築 > 在庫戦略の見直し（販社在庫、キーパーツ在庫）

Q3. 「外的コスト増への対応」の取り組み内容をお聞かせください。

まず、「素材・部材、部品の高騰」への対応を進めています。熱交換器の素材を単価の高い銅から比較的安価なアルミに転換する取り組みを進めています。既に製品化の最終段階にあり、2022年度から一部の地域で販売を開始する予定です。このほか、低コスト冷房専用インバーターなど、開発、調達、工場、海外R&Dの各部門が密接に連携してコストダウンを進めます。また、先ほど説明したインドでの現地生産はリスク分散だけでなくコストダウンの面でも効果が期待できます。これらに加え、過剰スペックの緩和・仕様変更、開発部門や工場でのIT化・自動化促進による生産性向上など、あらゆる対応を進めています。

次に「海上運賃の高騰」については、コンテナ単位での受注・生産によって、確保した船スペース枠を確実に消化し、出荷計画、運賃単価を踏まえた契約スペース枠の確保、地産地消による物流費抑制に取り組めます。

なお、今回のコスト増は、かつてない急激な上昇であり、通常のコストダウンや生産性向上などの自助努力の範囲をはるかに超えていることから、世界各地で継続的な製品価格の引き上げを進め、損益改善を図っていきます。


課題	具体的な取り組み
素材・部材・部品の高騰	<ul style="list-style-type: none"> > 開発、調達、工場、海外R&Dと連携したコストダウン（銅からアルミへの転換、冷房専用インバーターなど） > 過剰スペックの緩和、仕様変更 > 購入選択肢の拡大 > インド生産によるコストダウン > IT化、自動化などによる生産性向上 
海上運賃の高騰	<ul style="list-style-type: none"> > コンテナ単位での受注・生産 > 船スペース枠の確実な消化 > 出荷計画、運賃単価を踏まえた契約スペース枠の確保 > 地産地消による物流費抑制
製品価格	> 世界各地における製品価格の継続的引き上げ

Q4. 「2023年度以降の成長路線の基盤作り」の取り組み内容をお聞かせください。

まず、「開発体制・技術開発」では、CAE、PLMの活用や、標準化設計を進め、開発の生産性を向上させていきます。これと同時に、私たちが目指す空調機のビジネスモデルを構築する上で必要不可欠なソリューションビジネスの拡大に向け、ソフトウェア開発体制を強化していきます。

次に、「モノづくり（生産）」では、タイ工場での生産オペレーションを早期に正常化させ、生産能力増強の効果を実現するとともに、インドや欧州での現地生産展開を進めていきます。また、これと並行して、各工場で使用エネルギーの脱炭素化も推進します。

また、全社的な人材開発の強化に向けて、中間層の実務スペシャリスト採用を継続すると同時に、技術アカデミーの機能拡充、グローバル人材育成など、人的資本の拡充・向上に寄与する施策を進めていきます。

課題	具体的な取り組み
開発体制・技術開発	<ul style="list-style-type: none"> > 新技術活用による生産性拡大（CAE/PLM） > 標準化設計への取り組み強化 > ソリューションビジネスを支えるソフトウェア開発体制の強化
モノづくり（生産）	<ul style="list-style-type: none"> > タイ工場での生産能力の増強と生産正常化 > 工場エネルギーの脱炭素化を推進 > インド、フランスにおける現地生産 
人材開発	<ul style="list-style-type: none"> > 中間層の実務スペシャリスト採用の継続 > 技術アカデミーの拡充&組織活性化活動の継続 > グローバル人材の育成プログラムを拡充

トップインタビュー

Q5. 重点市場である北米・インド・欧州での、販売拡大に向けた取り組み状況はいかがでしょう？

最重点市場の1つである北米では、サプライチェーン問題の影響により、2021年度末時点で非常に多くのバックオーダーを抱えています。デリバリーが遅延する中、多くのお客さまに当社製品の到着をお待ちいただいています。順次出荷を進めていますが、まずは、このバックオーダーの早期解消を図ります。

これと合わせて、北米市場においても環境意識が高まる中、寒冷地向けの新商品投入などを通じ、化石燃料を使った暖房機器からヒートポンプ機器への置き換え需要を取り込んでいきます。米国では現政権下で脱炭素の動きを強化しており、富士通ゼネラルグループにとって追い風であると考えています。また、マルチブランド展開による販路の開拓、Rheem社との協業加速にも引き続き進めていきます。

さらに、リスク分散の観点からも消費地に近い場所での生産も必要と考えており、北米での現地生産も検討していきます。

■ 需要拡大を取り込む営業活動の推進

北米

- バックオーダーの早期解消
- 商品ラインアップの拡充
 - 寒冷地向け機種種の展開
 - マルチブランド展開による販路開拓
 - Rheem社との協業加速
- 現地生産の検討



ラインアップを拡充した全館空調方式エアコン

もう1つの最重点市場であるインドでは、2021年度に当社の販売は市場を大幅に上回って伸長しており、シェアも拡大しています。引き続き、冷房専用インバーターを中心とした新商品の投入、販路拡大を進めていきます。また、新たな生産拠点として、本年度には現地での生産を開始する予定です。

さらに、当社子会社でソリューションビジネスを展開するABS社も、販売エリアの拡大などもあり、非常に受注が好調で、売上・収益が大幅に伸長しております。今後は製品販売とのシナジー創出も大いに期待できます。

インド

- 現地販売拡大に向けて
 - 現地販売はコロナ下においても2桁伸長
 - 新商品投入、販路拡大などの継続
 - 2022年度 現地生産開始
- ソリューションビジネスの拡大
 - ABS社は2桁伸長、シナジー効果創出の追求



現地販売店舗の様子

これも当社の重点市場で、脱炭素政策で先行する欧州では、ヒートポンプ機器への補助金政策の恩恵もあり、2021年度におけるATWの出荷は、前年比倍増となりました。今後も引き続き市場伸長が見込まれており、長年のパートナーであるフランスのAtlantic社との共同開発による新商品の投入を進めるとともに、現地生産も検討していきます。また、欧州では、経済活動の再開で商業市場の回復も見込まれ、ソリューションビジネスも視野に入れて引き続き商業ルートの拡大に取り組んでいきます。

欧州

- コマーシャルルートの拡大
 - G.I. Holding社との協業加速
- ATWビジネスの推進
 - 共同開発による新商品の投入
 - 現地生産を準備中
- ソリューションビジネスの強化

WATERSTAGE



販売好調なATW

Q6. 情報通信・電子デバイス事業の状況はいかがでしょう？

まず、情報通信システムでは、2022年度は主力の消防・防災システムが商談の端境期にあり、若干の減収となる計画ですが、今後は消防組織の広域化対応、2023年度頃より販売が本格化する新消防デジタルの商品開発を推進し、受注拡大を目指します。防災システムでは、浸水アラートや無線放送の音声改善提案など、豊富な稼働資産を活用した新たな価値提供を計画しています。民需ビジネスでは従来の流通・医療ビジネスに加え、DXやAIなど先端技術分野の開拓も視野に入れ、人材ビジネスの拡大を図って行きます。

電子デバイスでは、売上の主力であるユニット製造事業において、既存顧客のロボットコントローラなどの確実な受注獲得と生産、コスト競争力を備えた自動化への取り組みを推進して行きます。また、将来の事業の柱と考えているパワーモジュールについて、2021年よりIGBTモジュールを当社のVRF向けに量産開始しております。パワーモジュールビジネスは当社にとって新規ビジネスとなりますが、昨今の半導体不足もあり、多くの引き合いをいただいています。パワーモジュールは、EV向けへの需要が旺盛な一方、産業機器向けが不足していることから、既存顧客だけでなく新規の引き合い・問い合わせも多くいただいております。中長期的な観点で育成して行きます。また、次世代半導体のGaN素子を搭載したモジュールのサンプル出荷も開始しており、今後は省エネ性に優れた次世代型デバイスの開発も加速させて行きます。

情報通信

- 公共システム（消防・防災システム）
 - 消防組織の広域化に向けた活動強化
 - 消防デジタル無線更新事業に向けた新商品開発と展開
 - 防災システムの豊富な稼働資産の活用
- 民需システム
 - 人材ビジネスの拡大
 （DXやAIなど先端技術分野の開拓）



消防・救急通信指令システム

電子デバイス

- 既存ビジネスの安定化
 - 既存顧客の確実な受注獲得と生産
 - コスト競争力を備えた自動化への取り組み
- 新規ビジネスの開拓（パワーモジュールビジネス）
 - 当社VRF向けにIGBTモジュールの量産開始
 - GaNモジュールのサンプル出荷開始
 （超低損失・超小型化を実現する次世代モデルの開発）



GaNモジュール

トップインタビュー



中期経営計画に掲げた重点テーマと
新たな時代への対応を実行。

サステナブル経営を推進しながら
事業の成長を追求していきます。



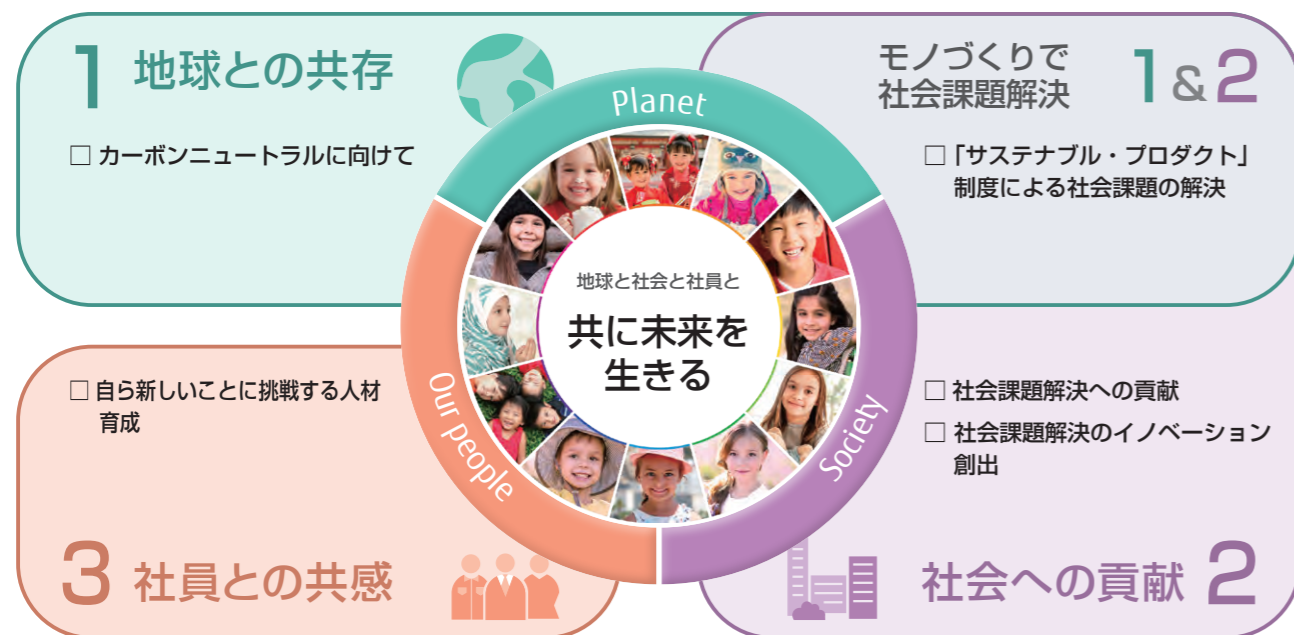
Q7. 富士通ゼネラルが進めるサステナブル経営の特徴を改めてご説明いただけますか？

富士通ゼネラルグループの場合、本業がサステナブルな社会実現に直結しており、空調機、情報通信・電子デバイスの両事業とも、本業を強くすればするほど、持続可能な社会に貢献できるというのが、大きな特徴と言えます。

主力製品である空調機であれば、省エネ性に優れた製品や化石燃料機器に代替できる製品をご使用いただくことにより、世界の二酸化炭素排出量が減り、地球温暖化を抑制することができます。

当社グループが企業理念に掲げる「Our Mission - 共に未来を生きる -」で目指しているのは、革新的なモノづくりによって気候変動への影響を最小限に抑えるなど、本業で社会課題を解決していくことです。私たちには、次世代を担う子どもたち、さらにその先の世代が元気に暮らせる環境を提供する責任があります。

「1. 地球との共存」「2. 社会への貢献」「3. 社員と共感」を3つの柱としてサステナブル経営を推進することは、いわば「未来との契約」の履行プロセスなのです。



Q8. 「地球との共存」では、カーボンニュートラルの達成期限を2025年度に前倒しました。この背景をお聞かせください。

2021年4月に掲げた事業活動（Scope 1、2）におけるカーボンニュートラルの達成期限は2030年度としていましたが、その後さらなる計画の見直しを行い、その実現を5年前倒し、2025年度にする事といたしました。

背景の一つとして、2022年4月1日より、事業活動で使用する電力を再生可能エネルギー100%に転換できたことがあります。これにより、世界の全拠点で電力使用における温室効果ガス排出量実質ゼロを達成しました。

本業での貢献はもちろんですが、自らの事業活動においても可能な限り早期の脱炭素化を進めるべきであり、多くの欧州企業が2025年度前後をカーボンニュートラルの達成期限としている状況を踏まえると、グローバルで事業を展開する富士通ゼネラルグループは、グローバル基準の2025年度を目標とすべきと考えています。

対象		温室効果ガス排出量削減の目標・施策	
Scope 1, 2	当社の事業活動	・2025年度までに実質ゼロ	
		2020年度	(2020年度排出量 57,575 t-CO ₂)
		2022年度	・グループ全体の使用電力を再生エネルギー100%に転換 (2022年4月1日で達成済)
		2025年度	100%削減 ・電力以外もすべて再生可能エネルギーに転換 → カーボンニュートラル達成
Scope 3	供給網	・2035年度までに2018年度比30%削減	
	販売した製品	・2030年度までに2013年度比30%削減	

▶ 当初計画（2030年度達成）を前倒しし、
2025年度カーボンニュートラル達成を目指す

トップインタビュー

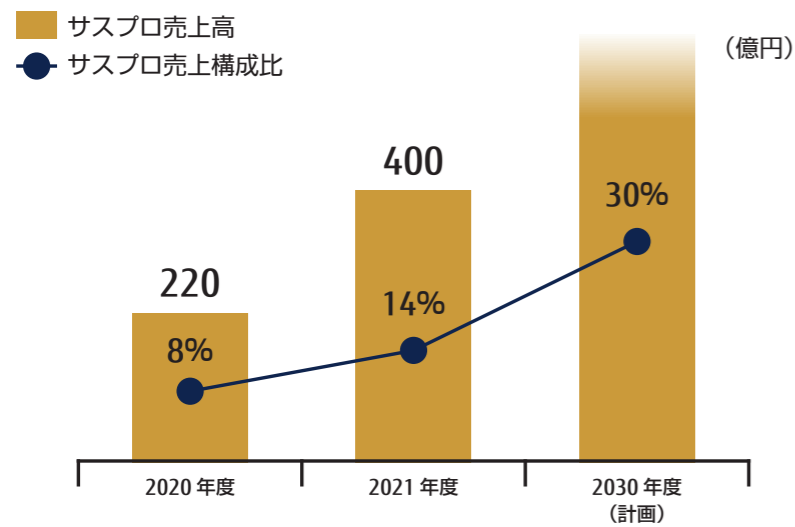
Q9. 「サスプロ」の販売状況はいかがでしょう？

「サスプロ」(サステナブル・プロダクト)は、富士通ゼネラルグループ独自の認定制度です。社会課題を解決し、持続可能な社会への貢献が期待できる戦略的製品およびサービスを「サステナブル・プロダクト」として認定し、富士通ゼネラルグループの将来の成長の原動力と位置づけ、売上拡大を図っていきます。

A TWを例にとると、フランスでは、原子力発電所が多く電力も再生可能エネルギー中心であることから、天然ガスを使った暖房機器からA TWに切り替えることで、大幅なCO₂削減効果が見込めます。

2021年度のサスプロの売上実績は400億円、売上構成比では約14%となりました。A TWとインド向け冷房専用インバーターエアコンの売上が大きく伸ばしたことから、前年度の220億円から2倍近い伸長となっています。

現時点では7製品をサスプロとして認定していますが、今後も、新規開発や市場開拓などサスプロ関連に重点投資を行い、2030年度には、全社売上高の30%以上の売上を目指しています。



▶ 2030年度にサスプロ関連で全社売上高の30%以上を目指す (成長の原動力とする)

■ サステナブル・プロダクト認定製品

寒冷地向けエアコン 「ノクリア」ZNシリーズ 	寒冷地向けエアコン (北米向け) 	A TW (Air-to-water) 	小型GaNモジュール
インド向け冷房専用 インバーターエアコン 	Cómodo gear i2 	AEROSHIELD 	

サスプロ
(サステナブル・プロダクト)

定義：
社会課題を解決し、持続可能な社会への貢献が期待できる、当社が認定する戦略的製品およびサービス

サスプロ・ゴールド
(サステナブル・プロダクト・ゴールド)

定義：
当社認定の「サステナブル・プロダクト」であり、持続可能な発展に一定程度の寄与が認められる製品およびサービス

Q10. 「社会への貢献」で新たな取り組みはありますか？

私たちがどのように社会に貢献していくかを改めて整理してみると、「本業を通じた社会貢献」と「社会の一員としての社会貢献」とに分けられると考えています。

「本業を通じた社会貢献」では、富士通ゼネラルグループの事業はすべて、人と社会に密接につながるものであり、本業を追求することにより、人と社会により良い価値を提供していきます。

もう一つの「社会の一員としての社会貢献」に関しては、これまでさまざまな活動を行って来ていますが、「社会貢献活動の基本方針」を新たに策定し、取り組みを強化することとしました。これまで行ってきた活動を尊重しつつ、今後新たに始める社会貢献活動については、この基本方針に沿って、社員参加型の社会貢献活動の支援に力を入れて行きたいと考えています。

	現状の主な活動	新たな取り組み
本業を通じた社会貢献	<ul style="list-style-type: none"> 空調機・情報通信・電子デバイス、いずれの事業も人と社会に密接に繋がるものであり、本業を追求することにより人と社会により良い価値を提供することが社会貢献につながる 	<p>本業の追求</p> <p>B I G、アイデアソン、10%ルール、新規事業創出プログラムの活用</p> <p>+ 部門の枠を超えた取り組み</p>
社会の一員としての社会貢献	<ul style="list-style-type: none"> 次世代を担う子どもたちとの交流 「モノづくり」への関心を高める活動 地域、近隣学校との交流 社会福祉貢献活動への支援 希少生物の保護・育成 環境保護(植林活動、海岸清掃)など 	<p>社会貢献活動の基本方針(制定)</p> <p>当社は、企業理念「-共に未来を生きる-」のもと、社会との調和を図り、持続可能な社会実現のために、社員一人ひとりが主体となって、社会貢献活動に取り組んでまいります。</p> <p>(重点行動分野)</p> <ul style="list-style-type: none"> 次世代人材の育成 地域社会とのコミュニケーション 地球環境の保全

トップインタビュー

Q 11. 「社員との共感」に関する取り組み状況をお聞かせください。

2017年7月に「富士通ゼネラルグループ健康宣言」を公表し、健康経営は6年目に入りました。新型コロナウイルス感染症の拡大で対面での活動が制限される中、さまざまな工夫をこらして社員が健康で気力を保ち、生産性とモチベーションの向上を図れる職場づくりに取り組んでいます。また、社員の健康を支える家族や、健康経営導入を目指す企業や団体への支援・連携も着実に増えてきています。

健康経営の推進に加え、今後は、社員の「自発的なキャリア形成と学び」を支援する取り組みを強化していきます。

言うまでもなく、企業の根本的な競争力の源泉は、社員の力です。グローバル人材育成を目指した英語力の強化はもちろん、コミュニケーション力や論理的思考力、DXリテラシー向上など、社員一人ひとりが自分の将来のありたい姿を主体的に考え、先行き不透明で競争の激しい時代に活躍できるよう、自身を磨き高めることができる環境整備を進めていきます。

富士通ゼネラルグループは、社員が健康でいきいきと働く職場があつてこそ、自発的に取り組む人材が育成できると考え、健康経営を推進しています。

当社グループでは健康経営を、「事業の持続的成長の実現に向け、戦略的に健康施策を実現すること」と捉え、企業理念および中期経営計画にも掲げた「人を思い活かす経営」を推進・強化するために、「社員の健康は経営の貴重な財産である」ことを明確にし、「働きやすい、働きがいがある職場」「社員全体の意欲・総合力の向上」に向けて、「健康でいきいきした職場づくり」に取り組んでいます。

富士通ゼネラルグループ 健康宣言

社員そして家族の健康を会社の財産ととらえ、世界中のお客様に“快適で安心な空間”を提供する企業として、“いきいきした職場”で、社員一人ひとりが、健康で“しあわせ”と“よろこび”を実感できる持続的企業へ

■ 「Well-being」の実現を追求

富士通ゼネラルグループの健康経営は、社員の健康増進だけでなく、社員を支える家族、健康経営の導入を目指す企業や団体への支援を行い、地域社会への貢献に寄与し、ステークホルダーへの支援も通じて Well-being の実現を追求します。

- 1) 安全・安心の職場づくりへの支援
(心理的安全性の高い職場づくり)
- 2) 健康情報の習得にとどまらず、自ら気づき行動変容できる研修の実施
- 3) 海外・国内各拠点事業所・各グループ会社の社員に向け健康支援を拡大
- 4) 家族も参加できるウォーキングなど健康イベントの実施、健康情報の提供
- 5) 社内での健康支援の実践を、社外に紹介することで社会に健康経営の支援活動
- 6) 地域企業、産学官連携など共同プロジェクトによる新しい施策の共創・地域社会貢献



社外講演の様子

Q 12. 2022年度は中期経営計画の区切りの年となりますが、2023年度以降の経営方針のイメージをお聞かせください。

現在の中期経営計画で取り組んでいる重点テーマとサステナブル経営の推進という大方針に変更はなく、今後も引き続き強化していきます。サプライチェーンの混乱や外的コスト増など一時的に厳しい局面にはあるものの、喫緊の課題として諸施策に取り組んでおり、外部要因の変動に対するレジリエンス強化は着実に進展しています。また、最重点市場である北米、インドでの販売伸長、脱炭素への貢献が期待される欧州でのA T Wの受注も引き続き好調に推移しており、喫緊の課題をクリアして企業体質をさらに強化すれば、より一層の事業規模拡大と利益率向上を図れると考えています。

これらの取り組みに加え、企業文化変革として、「真のグローバル企業へ」「社員の成長」「ブランディング活動」をテーマとした新たな取り組みを進め、企業理念の実践と利益ある成長を目指します。



財務総括

サステナブル経営とキャッシュを
生み出す力の両立による企業価値
のさらなる向上を目指す

代表取締役副社長 経営執行役員副社長

庭山 弘



2021年度の振り返りと2022年度計画について

2021年度の連結業績は、空調機事業（以下、空調機）の重点市場である北米、インド、欧州向けや電子デバイス事業の堅調な需要に支えられて、売上高は2,841億円と前年度比186億円（7%増）の増収となりました。損益については、空調機の重点市場での販売物量拡大や海外各地域での売価改善効果はあったものの、素材・部品価格や海上運賃の高騰、生産地国通貨高などの影響が大きく、営業利益は84億円と前年度比103億円（55%減）の減益となりました。

なお、海外向け空調機の受注は引き続き堅調で、調達面でも以前に比べ改善傾向が見られるものの、工場出荷後の海運・港湾・陸運での物流停滞で深刻な影響を受けるとともに、自社工場や関係仕入先での新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動制限が散発的・断続的に発生し、さらに3月に入り上海市が都市封鎖されたことも重なり、売上高、各利益とも2022年1月公表予想を大きく下回る結果となりました。

2022年度については、売上高は、海外での需要が引き続き堅調であることに加え、2021年度からの物流停滞による売上持ち越しおよび追加の売価改善活動を織り込んでいることから、前年度比859億円（30%増）増収の3,700億円を計画しています。営業利益は、素材・部品価格および海上運賃のかつてない水準での高止まり、円安の進行に加え、ウクライナ危機に伴う資源価格上昇を背景とするコスト環境のさらなる悪化のリスクもあり、依然厳しい状況が続きますが、空調機の販売拡大と追加の売価改善などによる増収効果に加え、調達政策・設計プロセス革新などによるトータルコストダウンの推進、全社的な費用効率化など、より一層の収益力強化に徹底して取り組むことにより、前年度比86億円（101%増）増益の170億円を計画しています。

成長投資とキャッシュを生み出す力

1. 成長投資

富士通ゼネラルグループでは、今後の事業拡大、強固なビジネス基盤の構築に向けて、開発・生産設備およびITシステムの投資を積極的に行っています。2021年度の設備投資は、タイ工場の生産能力増強や基幹システム刷新などのプロジェクトを中心に82億円を投じました。2022年度の設備投資は、基幹システム刷新に加え、生産拠点の増設などの成長投資や商品ラインアップ拡充のための金型への投資など130億円を計画しています。

研究開発費については、2021年度は、地域ごとのニーズや環境規制といった市場からの要求にこたえるための商品ラインアップ拡充および標準化設計、銅からアルミへの転換や省資材設計などに対して146億円を支出しました。2022年度は、開発力強化や商品ラインアップ拡充などの研究開発に対して過去最高の160億円を支出する予定です。

2. キャッシュを生み出す力

成長投資を支えるキャッシュを生み出す力ですが、2021年度は、サプライチェーンの混乱により部品・製品在庫がともに滞留し、年度末の棚卸資産残高は730億円と前年度末比285億円増加し、CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）は91.3日から99.3日へと8.0日増加、営業キャッシュ・フローは149億円の支出（前年度は250億円の収入）と財務面の数値が悪化しました。喫緊の課題であるサプライチェーンを早急に正常化させる事で、棚卸資産の滞留を短縮し、キャッシュを生み出す力を強化していきます。

2022年度のCCC目標を85日以下（前年度比14.3日の減少）としていますが、これは棚卸資産回転日数（以下、棚卸日数）の圧縮で達成可能と考えています。棚卸日数は2020年度では52.2日であったものが、2021年度に70.6日とサプライチェーンの混乱により18.4日増えており、2022年度においても、半導体などの部品不足はしばらく続くと考えていますので、部品を中心に保有すべき在庫は通常時より増やす計画にしています。一方で、標準化設計・部品の共通化を促進することで部品不足への対応を強化し部品在庫の滞留を抑制するとともに、船の出船に合わせた生産を行うことで製品在庫の滞留を減らし棚卸日数を60日程度まで圧縮する計画です。売掛債権回転日数については85日、買掛債務回転日数については60日を目標とし、棚卸日数とあわせてCCCは85日と考えています。

■ CCCの推移



財務総括

利益率の改善に向けた取り組み

2021年度の営業利益は減益、かつ、営業利益率も3.0%と前年度実績の7.1%から落ち込みました。販売物量拡大や売価改善およびコストダウンに努めましたが、素材・部品価格の急激な上昇、生産地国通貨高に加えて、尋常でない海上運賃の高騰をカバーできなかった事が主な原因です。2022年度の営業利益率は以下の取り組みを実行することで4.6%まで引き上げたいと考えています。

1. トータルコストダウン

トータルコストダウンの推進として、素材・部材価格の上昇に対しては、標準化設計のさらなる強化に加えて、熱交換器の銅からアルミへの転換による単価ダウン、インド現地生産によるコストダウンなどの製品原価の低減を実行するとともに、海上運賃の高騰に対しては、契約船での確実な出荷による単価アップ抑制、地産地消による海上輸送自体の削減などの取り組みを実行していきます。熱交換器のアルミへの転換は2022年度から実際に販売をはじめますし、地産地消では、インドでの委託生産およびフランスでの合弁会社でのノックダウン生産も2022年度中に開始します。

また、商品設計の効率化や経営管理の高度化・スピードアップを図るために、基幹システムなどの刷新を行っていますが、このタイミングで業務フローを徹底的に見直し、オペレーションに内在するムダ・ムラを排除し、抜本的に「仕事」のやり方を変えることを考えています。業務フロー改善の結果として、直接的には残業代や出張費の減少によるコスト削減もありますが、それ以上に、付加価値の高い仕事が増えることで、トータルコストダウンの推進にプラスの影響が出ることを狙っています。

2. 売価改善

上記のように富士通ゼネラルグループをあげて、トータルコストダウンを推進していますが、一方で昨今の素材・部材価格の上昇および海上運賃の尋常でない高騰に対しては、通常のコストダウンや生産性アップなどの自助努力の範囲を超えており、当社グループの収益性を大きく圧迫しています。このような状況下、当社グループは、高付加価値の商品の新規投入や商品構成の改善による平均売価アップを図っていますが、併せて商品単価自体も引き上げることで、利益率改善を図っていきます。

財務戦略について

1. サステナブル経営と財務戦略

富士通ゼネラルグループは2021年3月に「サステナブル経営」の基本方針を新たに策定しましたが、3つの柱である「地球との共存」、「社会への貢献」、「社員との共感」を推進するための財務戦略としては、これまでどおりサスプロ（サステナブル・プロダクト）を含めたより省エネ性に優れた製品の開発・生産・販売などへの成長投資や「社員」への投資を行っていくこと、そのために必要な資金は自ら生み出したキャッシュで賄うという基本戦略に変更はありません。

グラフは2018年度から2021年度累計のキャッシュの使途と源泉を表したものです。この期間のM&Aおよび設備投資などの資金521億円は営業キャッシュ・フロー（営業CF）および内部留保の活用（568億円）で捻出しています。

キャッシュの源泉(2018～2021年度)

営業CF	内部留保	借入	計
283	285	78	646
営業CFおよび内部留保 568億円			

キャッシュの使途(2018～2021年度)

設備投資	M&Aなど	株主還元	他	計
408	113	117	8	646
設備投資およびM&Aなど 521億円				

また、株主の皆さまへの還元117億円については、当社の利益配分の基本方針である「安定的かつ継続的な利益還元」に基づき、当該年度中も2円ずつ増配しています。2021年度は減益でしたが、増配を継続したことから、配当性向が90.0%と従来と比較して高くなりました。今後についても、当社基本方針に沿った形での株主還元を実行し、配当性向30%以上を維持することを目指していきたいと考えています。一方で、株主還元の指標として配当性向だけでは、単年度損益に数値が左右されることから、DOE（株主資本配当率）も指標の一つとして加え、安定的かつ継続的な株主還元を実行していきたいと考えています。

2. サステナブル経営と企業価値向上

富士通ゼネラルグループでは、成長投資が次のキャッシュを生み出すサイクルを継続的に拡大させていくことが最も重要な財務戦略と考えています。そのためには現行の資本構成である自己資本比率50%程度をベースに、投資キャッシュ・フローを賄える営業キャッシュ・フローを創出することが求められます。上述しましたが、昨今のサプライチェーンの混乱により、2021年度は利益面、財務面とも数値が悪化し、キャッシュを生み出す力が低下しました。2022年度は、これを反転させて成長路線へレールを戻し、成長投資の果実であるキャッシュを生み出す力を取り戻し、2023年度以降の事業拡大につなげていきたいと考えています。

また、キャッシュを生み出す力の安定的・継続的な拡大を進めるうえで、ベースとなるのが、社会と企業が共存・共栄するサステナブル経営であると位置づけています。サステナブル経営とキャッシュを生み出す力の両立による企業価値のさらなる向上を目指し、株主・投資家の方をはじめとするステークホルダーの皆さまとの対話を今後もより一層進めていきます。

特集1：インド市場における空調ビジネス



🔍 冷専インバーターエアコンの特長

- ・外気温 50℃でも素早く部屋を 24℃以下に冷やすことができる
- ・急激かつ大幅な電圧変動に耐えられるよう、耐久性を向上
- 当社初の技術を複数採用 -
- ・冷専用に高出力かつ耐久性を向上したインバーター制御部を新たに開発
- ・冷専室外機専用の熱交換器を開発



インド向け冷専インバーターエアコン

冷房専用一定速エアコンから省エネ性に優れたインバーターエアコンへの切り替え

富士通ゼネラルグループは中期経営方針において、重点テーマとして「空調機ビジネスの拡大」を掲げ、「5大拡大プロジェクト」の推進の一つとして「インド市場の攻略・拡大」に取り組んでいます。今後も空調機市場の成長が見込まれるインドにおいて、省エネ性の高いインバーターエアコンの販売拡大を通じ、当社事業の成長と環境負荷低減への貢献を目指します。

インド向け冷房専用インバーターエアコンの開発

インド、タイなどの1年を通して冷房を使用する冷房専用（以下、冷専）地域では、毎年10%程度のペースで需要が拡大していますが、需要拡大にともない日系以外の低価格な製品が台頭する厳しい市場です。

また、高外気温で長時間使用するなど使用環境が過酷であるにも関わらず、エネルギー事情から省エネ機種へのニーズが高まりを見せています。

タイの開発拠点であるFujitsu General Air Conditioning R&D (Thailand) Co., Ltd.（以下FGDT）では、インド向け冷専インバーターエアコンの企画・設計・商品化を行いました。

冷専地域の生活環境をよく知る現地社員が主体となることで、冷専地域に適した商品性を有する製品が設計・開発され、2020年2月インドでの発売につながりました。今回開発した冷専インバーターエアコンは2021年よりさらにラインアップの強化を図り、より多くのお客さまへ快適な空間を提供しています。



FGDTのみなさん
(撮影時のみマスクを外しています)

Voice 🗣️ 技術者の声（日本人駐在員）

開発の中で最も苦労した点は、大きく2つあります。

一つ目は、開発に携わる現地技術者の設計・開発力向上を図ることです。インバーターエアコンの開発経験が少ない現地技術者に対し、開発資料の体系化、見える化などの改善や、DR^{*1}を教育の場として位置づけ、主体となって設計・開発を行わせることで、技術者全員の能力向上につながりました。

二つ目は、市場の要望を正確に理解することです。この開発では、要望の背景や現場の実態を知るため、何度も検討を繰り返したほか、インドへ赴き、現地販社と一緒に調査、議論を重ねました。

その結果、単なるコストダウンモデルでなく、冷専地域に適した商品性を有した機種の開発が実現できたと考えています。

今回の開発にあたっては、現地営業、工場など数多くの方々のご協力があったことで実現できました。

FGDTは比較的若い技術者が多く在籍しており、新しい事へチャレンジする意欲も旺盛です。また、職場の雰囲気も明るくチームワークが良いのも特徴です。このFGDTらしい強みを今後も発揮してビジネスに貢献していきます。



開発の様子

*1 Design Reviewの略。設計審査のこと。

特集1：インド市場における空調ビジネス

ソリューションビジネスの拡大

ABS Fujitsu General社はインドにおけるHVAC（Heating, Ventilation, and Airconditioning: 暖房、換気、および空調）設備施工会社です。インド市場において業務用空調システムに対する豊富なノウハウ、実績をベースに空調設備の設計から施工・サービスメンテナンスまで一貫したビジネスを展開しており、既存顧客のみならず、拠点拡大に伴う新規顧客からも幅広い実績を積み上げ、売上高も毎年増加しています。

主にインド南部にある既存拠点に加え、コルカタ（Kolkata）、ムンバイ（Mumbai）など新たな拠点網拡大を通じ、新規市場および顧客への積極的なアプローチを展開し、インド西部や東部における新たなビジネスチャンスを創出しています。今後はデリー（Delhi）、アーメダバード（Ahmadabad）などインド主要都市へのさらなるネットワーク拡充を図るとともに、お客さまへのきめ細かな対応を常に実践し、追加案件の受注にも結び付けるなど顧客基盤の増強にも注力し、業績のみならず、顧客からの信頼度向上にも引き続き取り組んでいきます。

インド全土をカバーするHVACソリューションプロバイダーとしての地位を早期に固め、さらには近隣諸国を始めとした海外案件受注にも取り組み、グローバルなHVAC設備の施工を提供すべく、さらなる飛躍を目指しています。



ダクト施工の様子

販売拡大に向けての今後の取り組み

インドでのさらなる需要拡大に対応すべく、販売拡大に向け専門店の拡充など販売網の強化を進めるほか、2022年度には現地での生産を開始する予定です。

特集2：欧州におけるサステナブル経営

化石燃料使用の暖房機器から温室効果ガス排出量の少ないヒートポンプ機器への転換

富士通ゼネラルグループは2021年度中期経営方針において、これまでの重点テーマの推進強化と合わせて、新型コロナウイルスと共生するビジネスモデルの構築や持続可能な社会実現への貢献などを旨とする「サステナブル経営の推進」を掲げ、企業理念の実践と事業の成長戦略を追求しています。

環境に関する意識が極めて高く、規制も厳しい欧州各国における事業環境と当社の「サステナブル経営」としての取り組みについて紹介します。

欧州における地球温暖化対策の動き

国際的な地球温暖化対策はパリ協定（COP21）のもと、世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べ2℃より十分低く保ちつつ、1.5℃に抑える努力を追求することとしており、そのためにも、今世紀後半に世界のカーボンニュートラルを実現することを目標としています。

そうした中、2021年11月に開催されたCOP26以降、2050年までのカーボンニュートラルを表明した国／地域は150以上に登り、欧州においては、世界に先駆け2019年に持続可能なEU経済の実現に向けた成長戦略として「欧州グリーン・ディール」を発表し、主要目標の一つとして「2050年までの温室効果ガスの実質排出ゼロ」を掲げています。

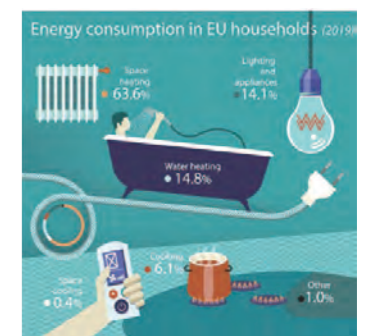
そしてこの目標を達成すべく、2020年には欧州気候法を制定し、「2030年までに温室効果ガス排出を1990年比で実質55%削減」を定めるなど、温室効果ガス削減に向けた動きでは世界をリードしています。

製品に対し補助金、減税などの優遇措置

欧州内の家庭におけるエネルギー消費の約8割は暖房または温水用途であり、暖房に使用されるうちの約6割はまだまだ化石燃料に依存しているため、排出量削減目標や、再生可能エネルギー普及といった目標に対し、欧州各国でヒートポンプを利用した製品に対し補助金、減税などの優遇措置をとっており、富士通ゼネラルグループにとってもビジネスチャンスが広がっています。



カーボンニュートラル表明国／地域（出典元：経済産業省）
COP26 終了時点 ※色は達成期限を表す
緑：2050年、青：2060年、赤：2070年



EU内の家庭における用途別エネルギー使用割合（2019年）
（出展元：EUROSTAT）

特集2：欧州におけるサステナブル経営

欧州における富士通ゼネラルグループの取り組み

富士通ゼネラルグループは、欧州各国における規制や優遇措置などの情報を迅速に捉え、A T Wをはじめとする製品をタイムリーに市場に届けることで脱化石燃料促進の動きの一翼を担い、快適・安心・安全な社会の実現に貢献することを目指します。

A T W、DHW とは

A T W (Air to Water) とは、ヒートポンプ技術を使用して温水を作る装置です。ヒートポンプとは、熱 (Heat) を汲み上げる (Pump) という名前の通り、空気中から熱を集め、集めた熱を水へ移動させる技術であり、それにより作られた温水を暖房用途もしくは給湯用途として利用します。

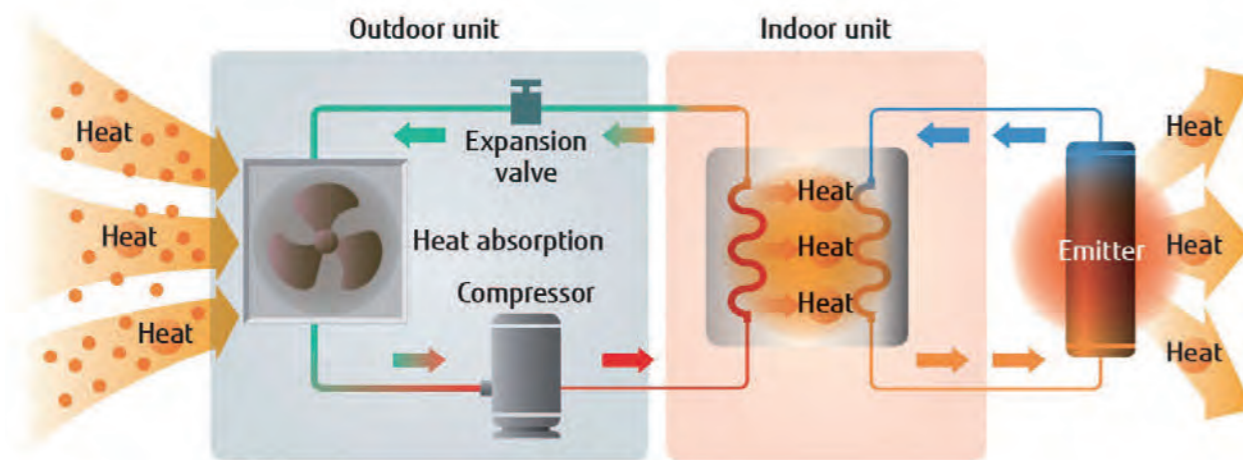
熱を発生させるのではなく移動させるため、従来の化石燃料使用暖房機器と比べ省エネとなります。

暖房用途の場合 (Space Heating) は、室内に設置された床暖・ラジエーター・ファンコイルなどの端末に温水を循環させることで暖房空調として利用します。

給湯用途の場合 (DHW = Domestic Hot Water) は、シャワー・手洗いなどの生活用水として利用します。

■ 利点

- ・ヒートポンプ技術は欧州において再生可能エネルギーとして認知されている。
- ・化石燃料使用暖房機器と比較し省エネであり、CO₂の排出量が少ないため、環境負荷が小さい。



フランス

■ 省エネ・省スペース機種投入

フランスの新築建物への新たな省エネ規制である RE2020^{*1} に対応するため、省エネで省スペースな機種投入により、フランス新築市場でのさらなる販売拡大を計画しています。

※1 新築建物全体の消費電力抑制を求めた規制。気候区分により電力制限値が異なる。

Atlantic 社 (フランス) との関係

2009 年より A T W の共同開発契約を結び、共同ビジネスがスタートしました。2022 年現在においても、当社の持つヒートポンプ技術と、Atlantic 社の温水制御技術を活用した A T W の共同開発を行っており、フランス・ドイツ・日本間の毎月のプロジェクト会議や、2019 年からの Atlantic 社技術者の川崎本社常駐など、より良いものづくりに向けた密なコミュニケーションを継続しています。当社欧州ビジネスの重要な共同開発パートナーとして、今後もさらなる関係強化を図っていきます。



ドイツ [FG (EURO)]

■ 小型 V R F 新冷媒への早期移行

R A C / P A C で進められている低 G W P^{*1} 冷媒への転換とともに、小型 V R F の転換も早期に実施、環境規制にマッチした商品の販売拡大を推進しています。

■ 規制 / インセンティブ対応と欧州 R & D センターに強化

欧州全体の規制強化に伴い、各国でも規制強化・補助金の導入が進んでいます。ドイツでは、再生可能エネルギー機器導入推進および化石燃料使用暖房機器からの置き換えを目的とした補助金制度 (B E G^{*2}) を追い風に、A T A^{*3}・A T W の販売拡大を推進しています。

新たな規制・補助金が導入される中、迅速な情報収集と製品開発へのフィードバックが重要となっており、欧州 R & D センターを中心とした市場調査の強化とともに、協業パートナーと環境規制にマッチした製品開発を推進しています。



FG (EURO) のオフィスが入るビル



左：トレーニングの様子 右：V R F トレーニング室

※1 地球温暖化係数。二酸化炭素の何倍の温室効果があるのかを表す係数。

※2 Bundesförderung für effiziente Gebäude (高効率ビルに対する政府資金補助) の略。

新築物件や改修物件、またヒートポンプなどの再生可能エネルギーを使用する暖房システムに対して補助金が受けられるドイツのプログラム。

※3 Air to Air の略。

特集2：欧州におけるサステナブル経営

欧州における富士通ゼネラルグループの取り組み（続き）

イタリア [FG (ITALIA)]

■ VRF販売体制の強化

ビルの省エネ化需要を背景とし、VRFの販売拡大を狙うべく、プレセールス体制強化を実施中です。

■ 新規事業の強化

大型空調領域での化石燃料からヒートポンプへの置き換え需要をカバーすべく、当社と協業関係にあるG. I. H (G. I. ホールディングス) 製品（チラー、ルーフトップユニット、ファンコイルユニットなど）の取り扱いを始めとしたコマースシャルビジネスの拡大を推進しています。



左：FG (ITALIA) のオフィスが入るビル 右：オフィス受付

英国 [FGAC (UK)]

■ ATWモノブロック^{*1}市場新規参入

2025年から導入が予定されている、新築物件へのガス/オイルボイラー設置を禁止する規制を背景としたATWへ置き換え需要を狙い、ATWモノブロック機種での新規参入を計画しています。



FGAC (UK) のオフィスが入るビル

*1 ヒートポンプ熱源回路と水熱交換ユニットが一体型となったATW。

特集3：人権尊重への取り組み

基本的な考え方

富士通ゼネラルグループ共通の価値観を示す「FUJITSU GENERAL Way」では、行動規範の一番目に「人権を尊重します」と掲げています。これは、「あらゆる企業活動の中で、『人権尊重（人種、宗教、障がい、ハラスメントなど）』の精神を根底に据えて活動する」という企業の姿勢を明示したものです。当社グループの全社員が、この精神を実際の行動で示していくことを、徹底するよう努めています。

当社グループは、行動規範を徹底し、人権に対する負の影響を防止・軽減を図ることを目的に、人権デューデリジェンス^{*1}を実施しています。

人権デューデリジェンスの実施

富士通ゼネラルグループは、2021年度に川崎本社を対象に人権デューデリジェンスを実施しました。

<実施結果と課題>

- ・労働安全衛生：労働災害防止のための処置が適正に行われているか一部確認が不足
- ・情報開示：人権デューデリジェンス実施計画、結果の非開示
- ・社員教育：人権教育において、強制労働・児童労働についての教育が一部不十分
- ・ステークホルダー：多様な消費者・顧客に配慮した相談窓口（手話対応など）の設置

これらの課題へ対応し、是正対応後も再評価を行い、関係者へ継続対応を周知しました。

今後も人権デューデリジェンスの実施頻度を各拠点3年に1回程度とし、3年間で当社全グループの人権デューデリジェンスを行い、人権侵害を未然に防止するとともに、人権侵害に繋がる事象については早期に是正・対処し、継続的に人権侵害防止に取り組めるよう進めていきます。

人権デューデリジェンス評価結果（川崎本社）

① マネジメント状況：大きく11項目について確認



② パフォーマンス：大きく14項目について確認



*1 人権デューデリジェンスでは、国際基準などに照らして作成したチェックシートをもとに、当社事業活動においてリスクとなり得る取り組みや、さらなる活動推進が必要な項目を把握し、改善することを目的に実施しています。

人権に対する取り組み

人権方針

人権に対する基本的な考え方

富士通ゼネラルグループ共通の価値観を示す FUJITSU GENERAL Way では、行動規範の一番目に「人権を尊重します」と掲げています。

これは、「あらゆる企業活動の中で、『人権尊重（人種、宗教、障がい、ハラスメントなど）』の精神を根底に据えて活動する」という企業の姿勢を明示したものです。

当社グループの全社員が、この精神を実際の行動で示していくことを、徹底するよう努めています。

私たちは、人権問題を正しく理解・認識し、人権尊重の精神と人権感覚を養うとともに、差別など人権侵害行為を許さない、という行動をすることが大切と考えています。社員一人一人が人権に配慮し行動することは、当社グループの基本理念です。

また、当社グループは、以下の国際的な原則・基準を支持・尊重し、今後も人権重視の経営を推進します。

- ・「国際人権章典」
- ・「ビジネスと人権に関する指導原則」
- ・「労働における基本的原則および権利に関するILO宣言」
- ・「ビジネスと人権」に関する行動計画
- ・「国連グローバル・コンパクトの10原則」
- ・「児童の権利に関する条約」
- ・「子どもの権利とビジネス原則」

適用範囲

本方針は、当社グループのすべての役員と全社員に適用します。加えて当社グループの製品・サービスに関係するすべてのビジネスパートナーに対しても、人権を尊重し、侵害しないよう働きかけます。

人権デューデリジェンスの実施

当社グループは、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく手順に従って人権デューデリジェンスを実施し、人権への負の影響を特定、未然防止および軽減することに努めます。

当社グループの事業活動が人権侵害を引き起こした、あるいはこれを助長したことが明らかになった場合、または取引関係などを通じた間接的な影響が明らかとなった場合、または明らかでなくとも負の影響を及ぼす可能性が疑われる場合には、対話と適切な手続きを通じて、その是正・救済を行います。

対話・協議

人権に対する潜在的、および実際の影響に関する対応について、関連する外部ステークホルダーとの対話と協議を行います。

教育・啓発

本方針が事業活動全体で実施されるよう、役員、社員への教育のみならず、あらゆるステークホルダーに対しても適切な教育・研修を行います。

情報開示

人権尊重の取り組みの進捗状況およびその結果を、ウェブサイトなどで開示します。

重点取り組み

当社グループは、事業活動に関連する以下の人権課題への取り組みが、人権責任の重要な要素であると認識しています。

- ・ **強制労働・児童労働の禁止**
あらゆる国・地域における全ての事業活動に関して、一切の強制労働・児童労働を行いません。また強制労働に関し、利用・加担・利益を得ません。
- ・ **差別・ハラスメント**
一人ひとりの人権を尊重し、人種、皮膚の色、宗教、信条、性別、社会的身分、門地、障がい、性的指向などによる不当な差別やセクシャルハラスメントなどの人権侵害行為を行いません。
- ・ **結社の自由**
結社の自由と団体交渉に関する、社員の基本的権利を尊重します。
- ・ **安全で衛生的かつ健康的な労働環境の提供**
安全で衛生的かつ健康的に働き続けられる労働環境を提供します。

制定：2019年10月4日
改定：2022年6月2日
株式会社富士通ゼネラル
代表取締役社長

齋藤 浩郎

主な取り組み

人権啓発研修の実施

富士通ゼネラルグループでは、定期的な啓発によって、社員の人権意識の向上に努めています。人権教育の機会として、毎年人権週間の時期に合わせて、ハラスメントの防止やビジネス活動における人権リスクについて e-learning など教育を行っています。そのほか、新任管理職向け・新入社員向けの人権教育などの人権啓発を推進しています。

CSR調達

富士通ゼネラルグループでは、お取引先に対してCSR調達ガイドラインの遵守状況の調査、確認を行っています。


調査にあたっては、事前にお取引先自身で自己チェックを行うセルフチェックアセスメントをアンケート形式で実施し、現地調査時には人権、安全衛生、環境対策を中心にCSRへの取り組み状況を確認しています。

2021年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、CSRに関する現地調査は実施できませんでしたが、セルフアセスメント質問表によるチェックを日本2社、中国2社、タイ1社に対して実施しました。2021年度に実施した調査では、お取引先にCSR上の問題は認められませんでした。

人権に関する相談・救済窓口の設置

富士通ゼネラルグループは、社員の人権に関する相談・救済のため、社内担当部門および外部法律事務所を窓口とした「企業倫理ヘルプライン」を設置し、社内イントラネットへの掲載や e-learning などを通じて、社員へ周知しています。

本制度は、法令や社内規程違反、企業倫理に反する行動があった場合、あるいはその発生のおそれのある場合、これを早期に発見して解決し、あるいは未然に防止する仕組みです。通報や相談に備えて、独立した調査専門チームが責任を持って事実を調査し、必要に応じて是正処置、再発防止を講じることができる体制を整えています。



詳細については当社Webサイトをご覧ください。
人権
<https://www.fujitsu-general.com/jp/csr/human-rights.html>

