

富士通の変革と Work Life Shiftの取組み

富士通株式会社

代表取締役社長 CEO

時田 隆仁

2026年1月16日



- 
- 富士通グループの紹介
 - Work Life Shift
 - 全社変革の取り組み
 - 社内コミュニケーションの強化

Today's

AGENDA



	(現在に至る)
2023.4	代表取締役社長, CEO
2019.6	代表取締役社長
2019.3	執行役員副社長
2019.1	執行役員常務 テクノロジーソリューション部門 グローバルデリバリーグループ長
2017.4	執行役員 グローバルサービスインテグレーション部門 グローバルデリバリーグループ 副グループ長
2016.4	執行役員
2014.6	金融システム事業本部長
1988.4	富士通株式会社入社
1988.3	東京工業大学工学部 金属工学科 卒業 (現 東京科学大学)

富士通の歴史



創立(川崎市)
1935



本社
川崎市

ビジネス概況

3兆5,501 億円

2024年度 連結売上収益

2,409 億円

2024年度調整後当期利益(過去最高益)

No. 1

2024年度国内ITサービス市場売上ランキング
出典:IDC Japan

11万3 千人

グローバル従業員数 (2024年度)

セグメント別売上比率

2024年度

**サービス
ソリューション** **62.0 %**

**ハードウェア
ソリューション** **31.0 %**

**ユビキタス
ソリューション** **7.0 %**



1935年 通信機器の製造会社として創業

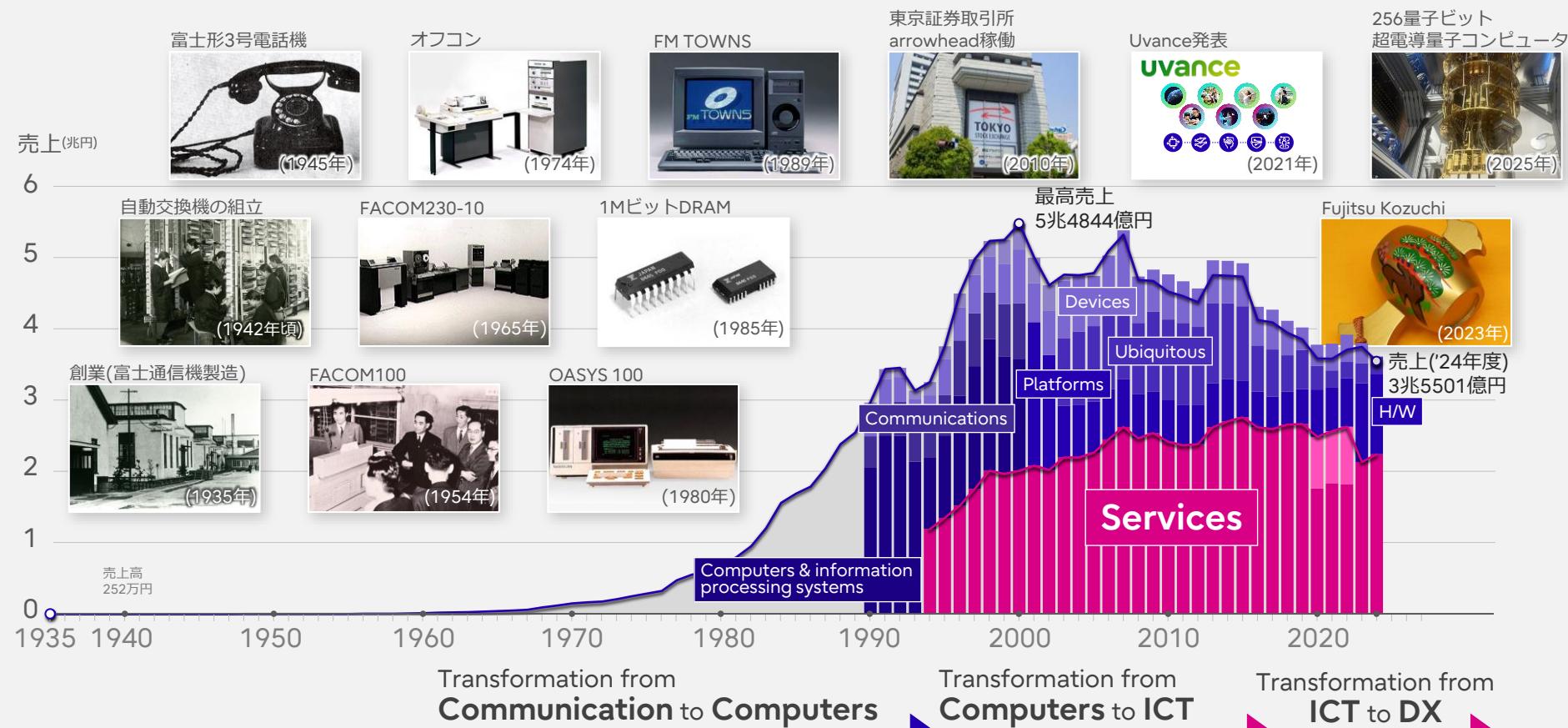
FUJITSU



電話交換機

事業変遷

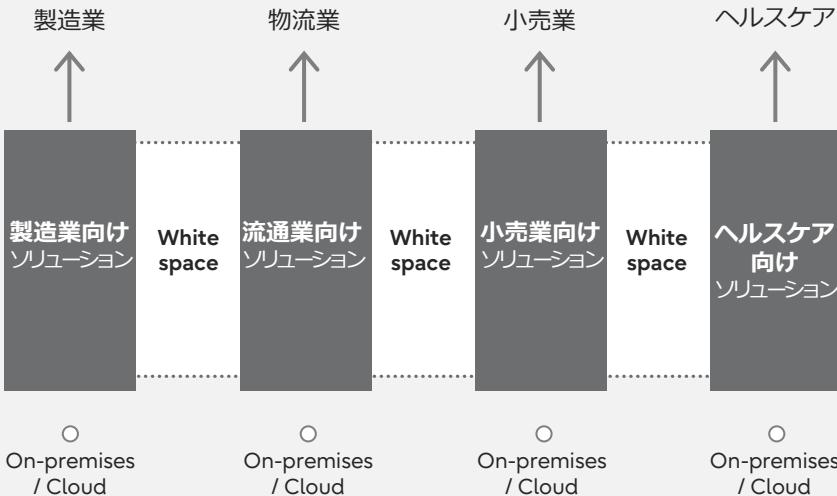
FUJITSU



業種間の空白(White space)をつなぐソリューションやサービスを業種横断でグローバルに展開

従来

- ・ 業種業務軸の商品
- ・ お客様ごとの個社対応ビジネス



uvance

- ・ SX*オファリングによるクロスインダストリーアプローチ
- ・ クラウド基盤によるグローバル共通サービス

*SX: Sustainability Transformation

運輸
商社
医療
行政
製造
小売
ヘルスケア
金融
サービス
食品
…etc.

クロスインダストリーでの課題解決



Our Purpose

わたしたちのパーソンズは、
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です。

A large, semi-transparent image of a city skyline at night, viewed from an aerial perspective. A light blue wavy grid pattern is overlaid across the entire image.

Purpose Driven  **Data Driven**

Work Life Shift

Concept

「働く」ことだけではなく、「仕事」と「生活」を
トータルにシフトし、Well-Beingを実現する

固定的な場所や
時間にとらわれない

社員の高い
自律性と信頼をベース

Work Life Shift 3つの変革の柱



Smart Working

働き方の変革



- ・勤務制度、手当、福利厚生、IT環境の全面的な見直し
- ・ジョブ型人材マネジメント、キャリアオーナーシップの導入

Borderless Office

働く場の変革



- ・目的に合わせ自由に選択できる環境の整備
- ・オフィス面積を50%程度に削減

Culture Change

働く意識の変革



- ・社員一人ひとりに対する役割や期待の共有と適切な評価
- ・心身の健康面へのサポート

2024

「Work Life Shift」のさらなる進化
に向けた首都圏拠点の機能見直し
拠点機能の明確化とデータ活用による生産性の向上
・本社機能を東京から川崎市に移転

2021

「Work Life Shift2.0」発表

DX企業としての働き方の進化とイノベーションの促進

- ・社外への一部オフィス開放 オフィスへの先端テクノロジー導入
- ・自社実践を通じたお客様の課題解決
- ・男性育児参加100%の推進 ワーケーション/副業の推奨

2020

働き方改革「Work Life Shift」発表

「仕事」と「生活」をトータルにシフトし、Well-Beingを実現

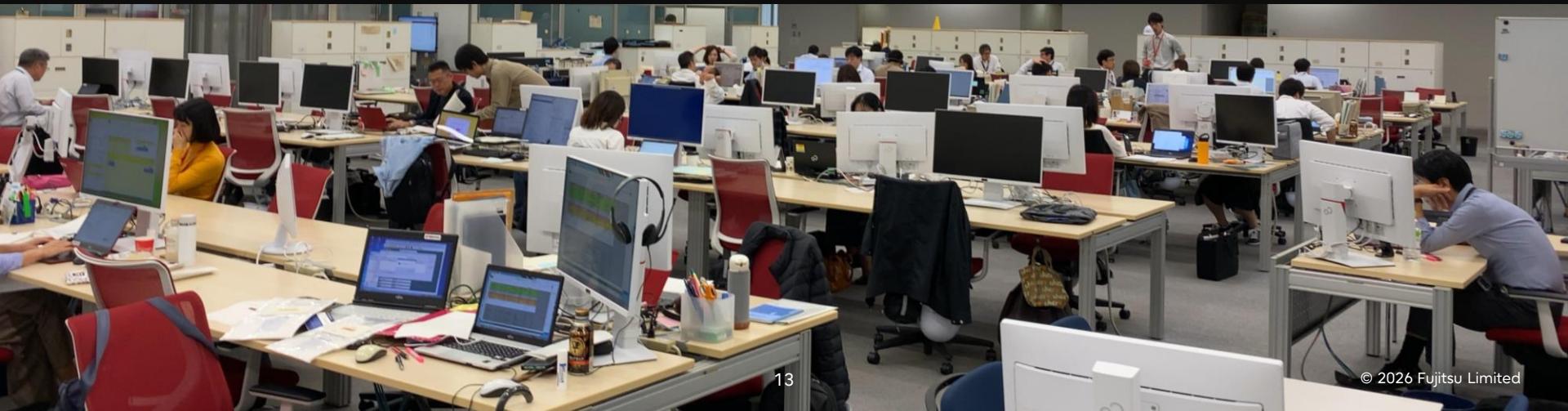
- ・国内グループ従業員約8万人（当時）の基本勤務形態をテレワークに移行

~2017

- ・テレワーク勤務制度を正式導入
- ・サテライトオフィス「F3rd」を開始
- ・男性社員含む全社員への育児休暇展開
- ・フレックス勤務制度を導入（1989年）



2019年頃のオフィス





Office
フリーアドレスのレイアウト

コミュニケーションを重視したオフィス

Dog Office
愛犬とともに働くオフィス



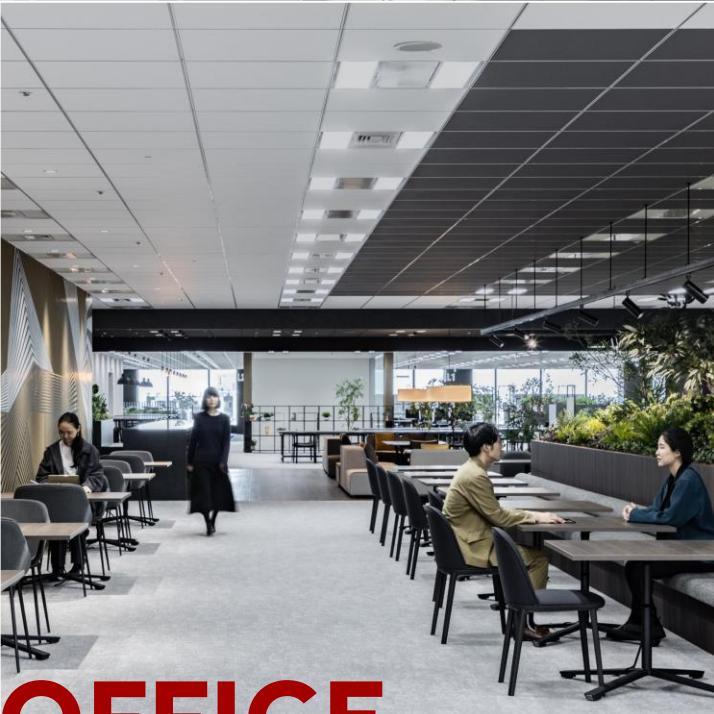
F3rd X
お客様、パートナーとのコラボレーションの場



オフィスへの出社率

全社平均 (2024年度)

約 **25 %**



ワークプレイスの構成

国内

FUJITSU

2024年度時点

自社オフィス

オフィス

約**60**拠点

サテライト
(社内)

約**40**拠点

シェアードオフィス

約**2,300**拠点

2021~2023
全拠点リニューアル

拠点数 **45%** 減

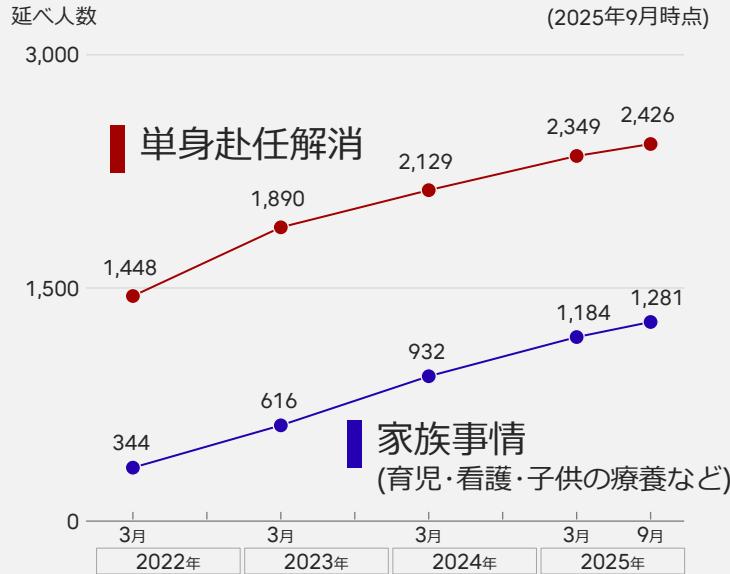
床面積 **55%** 減

年間利用件数

約**380,000** 件

遠隔勤務の状況

(富士通グループ)



ワーケーションの推進

全国13の自治体と「富士通ワーケーションパートナーシップ」を締結し、モニターツアー等を通じて地方創生に取組み中

締結自治体



出社目的の変化

FUJITSU

出社の目的

チーム内のコミュニケーション

2021年度

21% —► 45%

2024年度

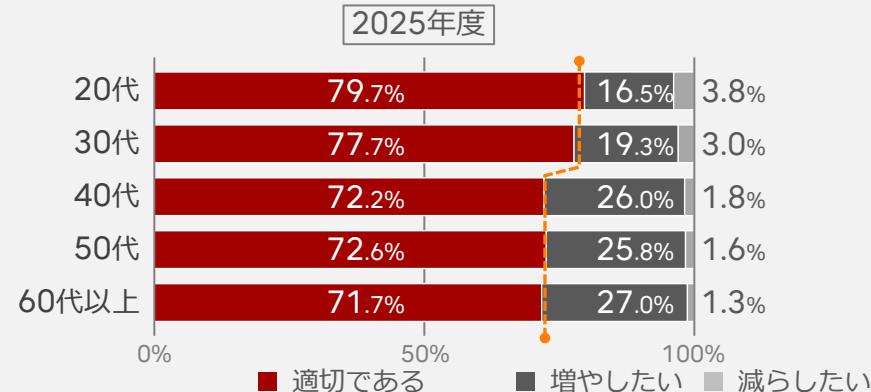
押印・郵便物等の事務作業

2021年度

19% —► 6%

2024年度

対面コミュニケーション頻度の満足度(年代別)



20-30代 若手

オンラインでのコミュニケーション、
リレーション構築になじんでいる世代

40-60代 中堅/幹部

対面でのチームビルディング、リレーション維持を重視

2024年度調査

対面コミュニケーションの頻度

	エンゲージメント スコア平均値
週2回以上	68.5
週1回	69.8
月2回	68.1
月1回	69.2
3ヵ月の間で1回程度	68.7
直近3ヵ月一度も対面無し	68.3

対面コミュニケーションの頻度は適切ですか？

エンゲージメント スコア平均値
適切だと思う
70.1
増やした方が良い
67.2
減らした方が良い
66.5

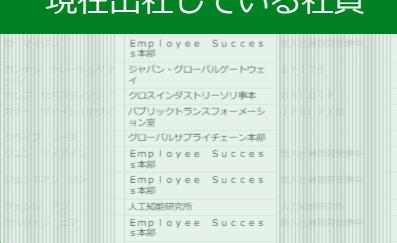
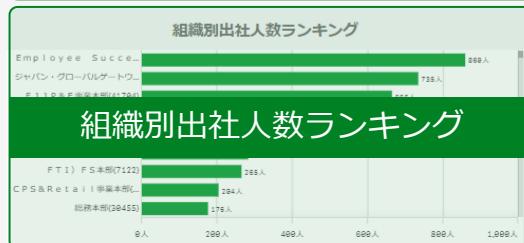
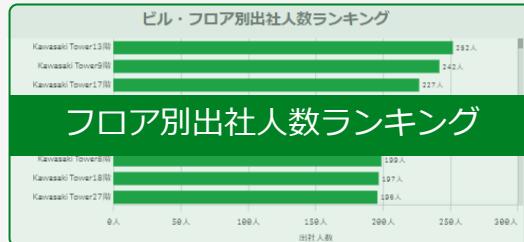
ダッシュボードによるデータの可視化・分析

FUJITSU

出勤状況



シェアードオフィス利用状況



社員による自発的なツールの開発

FUJITSU

aerukamo



オフィスの自由化で取りにくくなった
「対面コミュニケーション」をサポート
若手有志が開発し、社内実践を経てサービス化

【機能例】

- ・社員の各オフィスでの所在位置を可視化
- ・「なかま」登録した社員の出社予定日を表示
- ・会議室、個人作業ユニットの予約
- ・オンラインイベントの開催と招待

パーザス実現のため 全方位で変革



事業

- ・既存事業の収益性向上
- ・事業ポートフォリオ最適化



組織

- ・役員のGlobal配置
- ・グループ体制強化



人材

- ・**Work Life Shift**
- ・ジョブ型マネジメント



カルチャー

- ・データドリブン経営
- ・非財務指標
- ・コミュニケーション

「経営と現場が一体」となり、
全社・全員参加で取り組む自己変革プロジェクト



経営のリーダーシップ



現場が主役・全員参加



カルチャー変革

経営層との対話

ステコミなど

30名



DX Designer

CEO室 専任/兼務

46+名

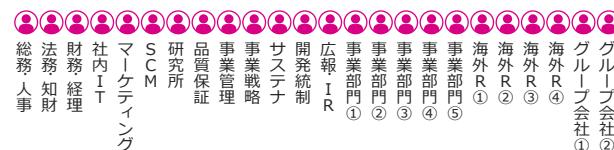


DX Officer

120+名

DXO設置部門数

65部門



DXコミュニティ

9,000+名

フジトラクルー

650+名



部門横断・グローバル・グループ横断

経営

経営のリーダーシップ

現場が主役・全員参加

カルチャー変革

現場



150テーマから生まれた30のフレームワーク

FUJITSU

FUJITRA

変革にまつわる暗黙知を試行錯誤を通じて形式知とし、横展開・最大活用

○ マインドセット

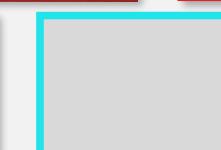
○ DXスキル

○ 制度

○ コミュニティ・組織

○ イベント

○ 仕組み・仕掛け



経営トップから実践



Purpose Carving

個人のパーソナルを対話を通じて掘り当て言葉にする

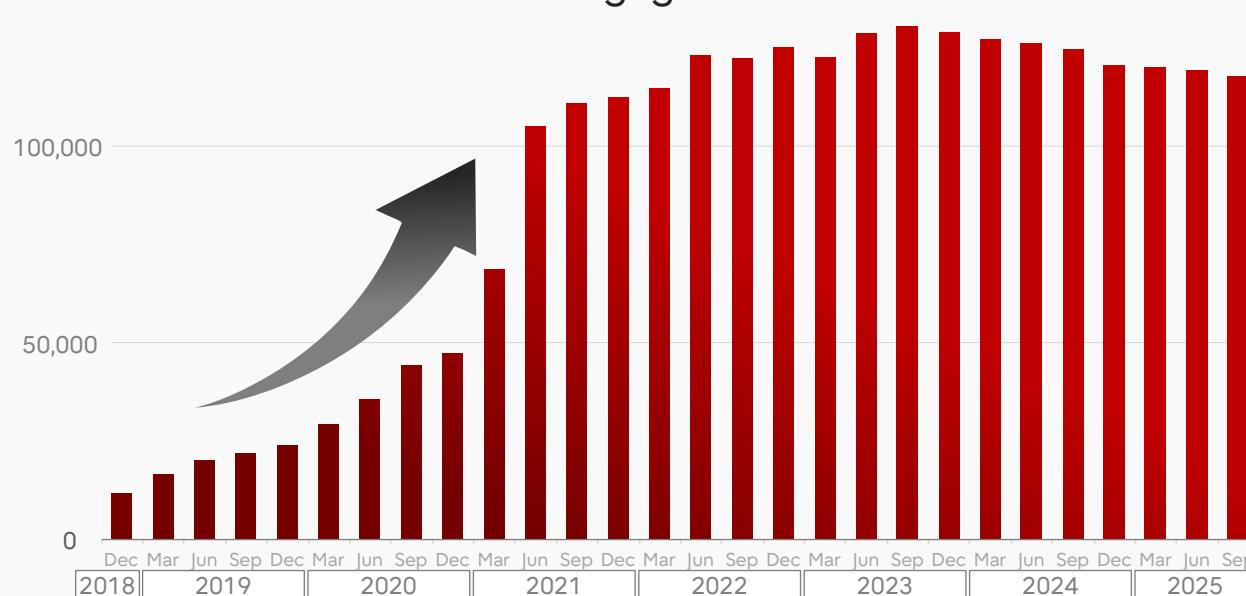


社内SNS Viva Engage の活用

FUJITSU

- オンラインでの手軽なコミュニケーションツールとして活性化
- トップメッセージやコミュニティ活動など、情報共有基盤として定着

Viva Engage利用者数推移



利用者数

約**10.6**万人
(利用率85%)

コミュニティ数

約**5,500**
(2024年3月時点)



集合形式 (COVID-19以前)



自社スタジオからオンライン配信

タウンホールミーティングの強化



ハイブリッド形式



海外拠点での実施

01 経路依存性

02 経営チームの真の一体感

03 社員エンゲージメント

04 心理的安全性

05 戦略の自分事化



エンゲージメントスコア推移

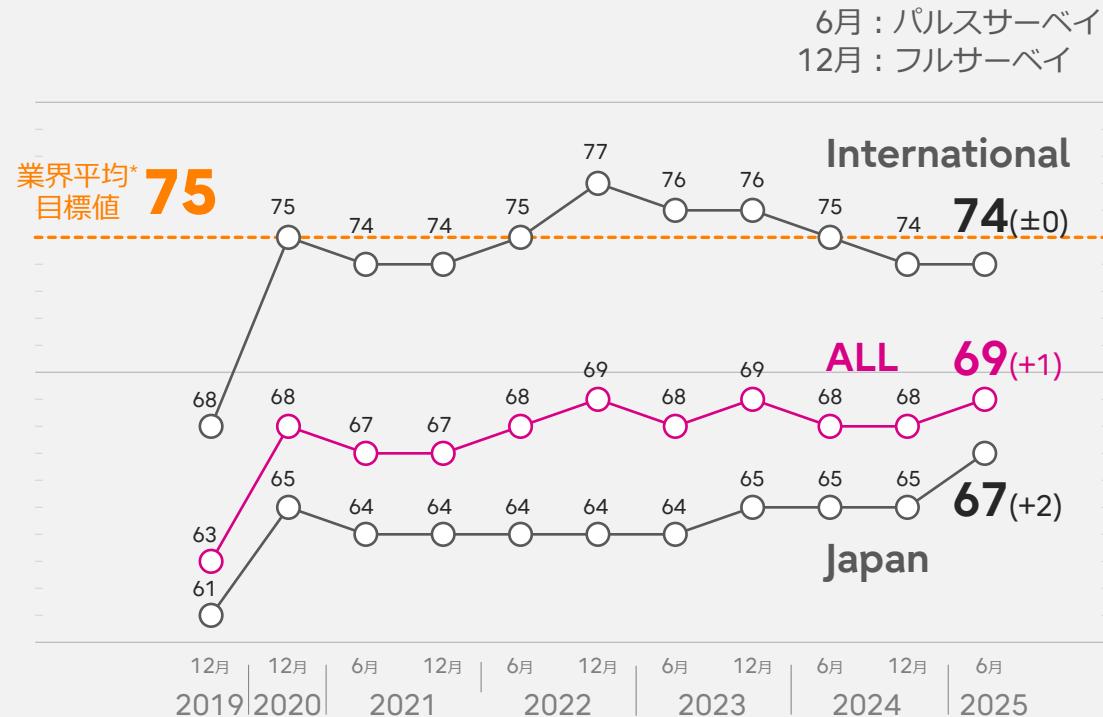
2025年6月 パルスサーベイ実施

FUJITSU

エンゲージメント指標

- eSat (充実感)
- Recommend (推薦)
- Pride (誇り)
- Purpose (やりがい)

※ 2024年6月以降のサーベイは、
eSat(充実感)とRecommend(推薦)
の2つのエンゲージメント指標を対象



* テクノロジー業界のグローバル平均



Thank you