

- 表紙について -

グローバルに展開している私たちの事業活動の中で、異なる文化と多様性を活かし、協同しながら持続的に発展していくことをイメージしました。

FUJITSU

Living together for our future

— 共に未来を生きる —

富士通ゼネラルグループ

2020
INTEGRATED REPORT

統合報告書



株式会社 富士通ゼネラル

〒213-8502 神奈川県川崎市高津区末長三丁目3番17号

TEL:044-866-1111 (大代表)

www.fujitsu-general.com/jp/

株式会社 富士通ゼネラル

目次

目次・編集方針	1	サステナビリティ戦略	29-49
企業理念と企業スローガン	2	担当役員メッセージ	29
富士通ゼネラルグループ概要	3	Sustainabilityビジョン・CSR体系	30
社長メッセージ	5	マテリアリティの特定と 重点取り組みテーマ	31
価値創造のストーリー	7-20	人権に対する取り組み	33
価値創造のプロセス	7	環境	34
中期経営計画とロードマップ	9	社会	35
トップインタビュー	11	ガバナンス	43
Topics	17	データ集	50-59
当社年間トピックス (2019年度)	19	財務・ESGハイライト	50
事業別概要	21-28	財務データ	52
空調機事業	21	会社概要	60
情報通信・電子デバイス事業	25		

編集方針

本報告書は、ステークホルダーの皆様に対して、富士通ゼネラルグループの中長期的な価値創造について、より一層のご理解をいただくことを目的に、企業価値を高めるための経営戦略、業績をはじめとする財務情報や、サステナビリティ戦略の取り組みを中心とした非財務情報を総合的に報告するために作成したものです。より詳細な情報に関しては、当社Webサイトをご覧ください。

■ 報告対象期間：2019年度（2019年4月1日～2020年3月31日）の活動を中心に報告しています。

ただし、一部はそれ以外の内容を含みます。

■ 報告対象組織：富士通ゼネラルおよびその連結子会社・持分法適用会社を報告対象としています。

■ 発行：2020年11月

将来に関する予測・予想・計画について

本報告書には、富士通ゼネラルグループの過去と現在の事実だけでなく、将来に関する予測・予想・計画なども記載しています。これらの予測・予想・計画は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって将来の事業活動の結果や事象が異なるものになる可能性があります。読者の皆様には以上をご承知いただきたくお願いいたします。

本報告書の一部または全部を許可なく転載することを禁じます。

※本報告書における表示単位未満の端数については、金額および所有株式数は切り捨て（ただし、億円単位で記載の金額に限り四捨五入）、各種比率は四捨五入にて表示しています。

●「ノクリア」は株式会社富士通ゼネラルの商標登録です。

企業理念と企業スローガン

FUJITSU GENERAL Way 企業理念

Our Mission

-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。

Our Philosophy

自発的に取り組みます

私たちは、自己成長のための努力を惜しまずたゆまぬ創意工夫と先見力で、自ら新しい事に挑戦します。

人を思い活かします

私たちは人を思いやり、異なる文化と多様性を活かし、協調と対話を通じて、人の可能性を最大化します。

誠実さを大切にします

私たちは、誠実さを旨とし、常に高い倫理観を持って、人として正しい道を歩みます。

企業スローガン

INNOVATION & GLOBALIZATION

今日にない明日を、世界の人に

富士通ゼネラルグループ概要

事業内容

空調機、情報通信・電子デバイスの両部門において、製品および部品の開発・製造・販売ならびにサービスの提供

※数値は2019年度の売上高

欧州

売上高 62,365 百万円

◆売上比率 23.8%



米州

売上高 36,518 百万円

◆売上比率 13.9%



電子部品



消防システム

アジア・中華圏

売上高 25,623 百万円

◆売上比率 9.8%



日本

売上高 88,514 百万円

◆売上比率 33.8%



中東・アフリカ

売上高 20,091 百万円

◆売上比率 7.6%



オセアニア

売上高 29,004 百万円

◆売上比率 11.1%

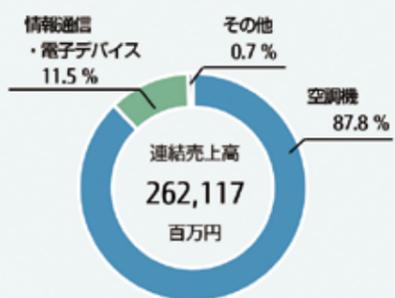
詳細については、当社Webサイトをご覧ください。

Web

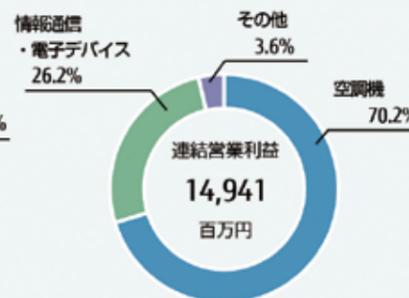
<https://www.fujitsu-general.com/jp/corporate/profile/bases/index.html>



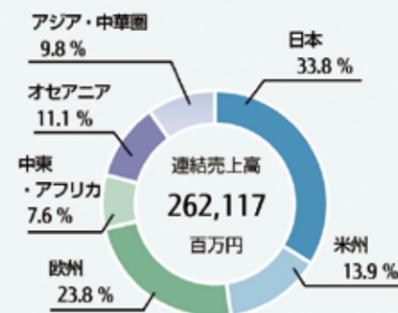
セグメント別売上高構成比率



セグメント別営業利益構成比率



地域別売上高構成比率



売上高：連結 262,117 百万円 単独 201,617 百万円

売上高



営業利益/営業利益率



社長メッセージ



企業理念

— 共に未来を生きる — Living together for our future

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、今日ない明日を届けます。

新型コロナウイルスの感染拡大が世界の人々の生活に重大な影響を及ぼし、多くの企業の破綻により、株主資本主義の反省からステークホルダー資本主義への転換の動きが始まっています。そして、環境問題の深刻化が進み、世界的な異常気象・自然災害の発生とともに、エネルギー・環境問題への取り組みが強化され、それらは新型コロナウイルス後の成長を牽引する原動力になると考えられています。まさに変化の激しい予測困難なVUCAの時代が加速しており、これらの変化をチャンスと捉え、次の成長に取り組むべきと考えています。

そのような環境下において、富士通ゼネラルグループは「Sustainability 持続可能な社会実現への貢献」を企業活動の方向性を導き出すキーワードとし、企業理念（Our Mission）「- 共に未来を生きる -」のもと、「今日ない明日を」の実現に向け貢献していく覚悟を新たにしています。

短期的な利益追求よりも理念実現に向けて、ステークホルダーへの責任を果たすことを優先させ、中期的成長による企業価値の向上、持続可能な社会実現への貢献を通じて、ステークホルダーの皆様の期待に応えていきます。

また、当社は創業以来メーカーとして、これまで常に技術の進歩・革新とともに成長し、数多くの世界初・業界初の技術を実用化し、多くの先進的な製品を生み出してきました。現在では、私たちの事業は空調機、情報通信・電子デバイス部門に集約し大きな発展を遂げていますが、これからも短期的な成果物の追求のみに陥ることなく、10年後、20年後を見据え、未来の子どもたちが明るく希望を持って暮らせる社会の実現に向け、新たな価値の創造に取り組んでいきます。

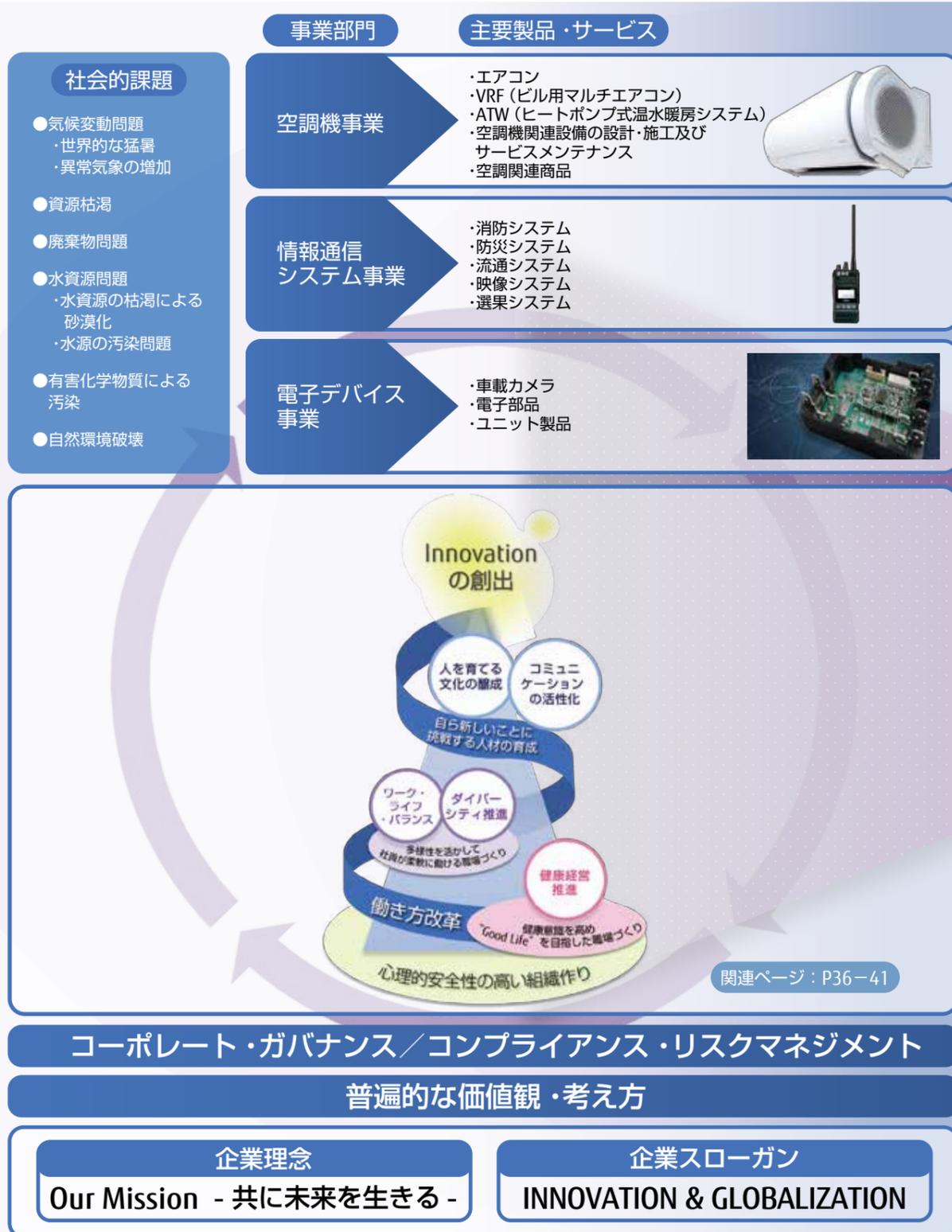
今後もお客様と社会に寄り添い、世界中の人々とかけがえのない社員と共に未来を生きていきます。

株式会社富士通ゼネラル
代表取締役社長

有藤 健郎

価値創造のプロセス

企業理念を羅針盤とし持続的な企業価値向上を目指す



FUJITSU GENERAL Way 企業理念のOur Missionである「 - 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。」に向かって前進し、持続的な企業価値向上を目指します。



新たな価値の創造

中期経営計画とロードマップ

お客様と社会のために持続的に成長する企業へ

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、5つ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を図り、短期的な数値だけにこだわることなく、長期的観点に立った経営、そして新たな価値を生み出すイノベーション創出を追求し、持続可能な社会実現への貢献を目指します。

重点テーマの推進

【事業領域】

I. 空調機ビジネスの拡大

- 空調機ビジネスモデルの構築
- 空調機開発体制の革新
- 空調機営業活動の強化

「5大拡大プロジェクト」の推進

【既存ビジネス】

- ① 海外コマースビジネスの拡大
- ② 国内住設ルートの積極攻略

【新規ビジネス】

- ③ インド市場の攻略・拡大
- ④ 北米ビジネス拡大
- ⑤ 提携ビジネスの推進

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

- ① 豊富な稼働資産と強い顧客リレーションシップを活かしたストックビジネスの展開
- ② 次期消防デジタル無線の開発と本格推進
- ③ 民需ビジネス領域の拡大（人材・BPO）

■ 電子デバイス

- ① 中国ビジネスの拡大
- ② 新規顧客開拓の推進
- ③ 新規ビジネスの開拓

【経営の基盤】

III. トータルコストダウンの推進

■ トータルコストダウンの推進

- ・標準化設計の更なる推進強化、コストダウン/VEの推進
- ・「モノづくり」の強化

■ その他での取り組み

- ・商品構成、地域構成の改善、ブランド強化による売価アップ
- ・全社アカスリ運動の活性化
- ・品質の強化

IV. キャッシュを生み出す力の強化

■ オペレーションの効率化とキャッシュの有効活用

- ・CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）の短縮
- ・成長投資（M&A含む）
- ・株主還元
- ・ヒトへの投資

V. 企業理念の浸透と実践

左側に記載の重点テーマは変えず継続推進するとともに、2020年度からは以下の項目も合わせて推進

コロナと共生する 新たな時代への対応

- ◆ リスク管理の一層の徹底
BCMに強い体制構築の加速
- ◆ コロナと共生するビジネスモデル
・ 清潔、除菌
・ 遠隔監視、非接触、AI・IoT推進
- ◆ 持続可能な社会実現への貢献
・ 中長期的観点重視、安定成長（短期的な数値だけに拘らない）
・ イノベーションの創出

持続的な成長と 安定した経営基盤の確立

2022年度 中期経営計画の達成

売上高	3,300 億円
営業利益	260 億円
営業利益率	7.9 %



空調機ビジネスの拡大



人を思い活かす経営の推進強化

トップインタビュー

※本項目は、2020年7月に実施したアナリスト・機関投資家向け説明会において代表取締役社長の齋藤が説明した内容をインタビュー形式で編集したものです。

中期経営計画基本方針

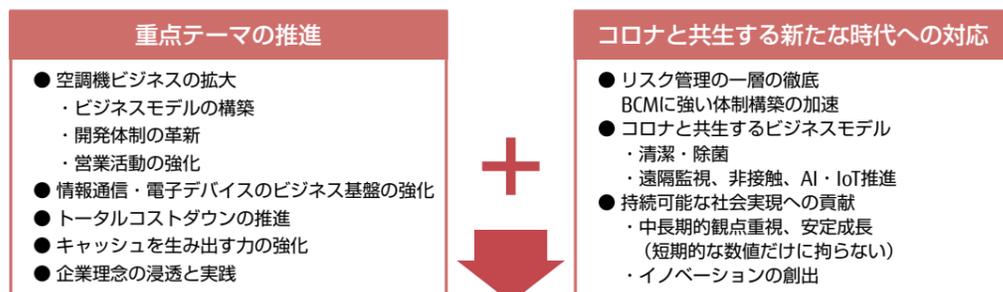
Q1：2020年7月に公表した中期経営方針において、従来の「重点テーマの推進」に加え、「コロナと共生する新たな時代への対応」が加わりました。この背景を聞かせてください。

新型コロナウイルスの感染拡大（以下、新型コロナ）によって社会・経済のあり方が大きく変わりつつある状況を踏まえ、従来から取り組んでいる「重点テーマの推進」と今回追加した「新たな時代への対応」を両輪として、企業理念「- 共に未来を生きる -」を実践し、Sustainability経営を推進していくことを、改めて明確化しました。

新型コロナによって、サプライチェーンの混乱があらゆる産業・地域で起こり、当社の中国工場でも稼働率が大幅に低下しました。当社では、これまで工場間のフレキシブルな生産機種移行などを進めていますが、BCM（事業継続マネジメント）に強い体制構築をさらに加速していきます。

一方、空調機に対する清潔・除菌といったニーズや、遠隔監視、非接触、AI・IoT推進の必要性がさらに高まると予想され、当社にとってのビジネスチャンスが改めて認識されたという面もあります。

また、新型コロナに限らず、想定外の事態が今後も発生し得るという心構えで企業を経営していくことが必要です。そのためにも、中長期的な観点を重視し、持続可能な社会実現に貢献していくことがますます重要となってきます。幸い、当社の事業は、いずれも人々の快適・安心・安全を支える製品・サービスであり、今後も、本業を通じて持続可能な社会実現に貢献していきます。



中期経営計画の達成目標

Q2：中期経営計画における売上高、営業利益の達成目標を見直した理由を聞かせてください。

新型コロナの影響と各地域の状況を考慮し、2022年度の計画を売上高3,300億円（従来計画は4,000億円）、営業利益260億円（同400億円）、営業利益率7.9%（同10.0%）に変更しました。主力事業の空調機において、新型コロナで一時的に落ち込んだ需要が2020年度下期から段階的に回復すると想定していますが、力強い成長に向かうには、いま暫く時間が必要と思われることなどが、見直しの主な理由です。

ただし、従来から掲げている重点テーマの各施策は、新型コロナにあっても変えていません。2019年度は、第4四半期に新型コロナの影響を大きく受けたものの、第3四半期までは売上高・営業利益とも高い伸長率で順調に推移していました。2019年度の売上高・営業利益が年間で増収増益を確保できたのは、新型コロナのマイナス影響を中期経営計画の進展によるプラス効果が上回った結果であり、私たちが進めてきた方針が正しかったことを証明していると考えています。

これらを踏まえると、今回公表した計画数値は、新型コロナによる一時的なマイナス影響はあるものの、持続可能な社会実現への貢献に向け、中長期的な安定成長を重視した目標と考えています。

	2018年度	2019年度		2020年度		2022年度	
	実績	期初予想 ^{*1}	実績	前回公表計画 ^{*2}	修正計画 ^{*3}	前回公表計画 ^{*2}	修正計画 ^{*3}
売上高	2,527	2,850	2,621	3,200	2,650	4,000	3,300
営業利益 (営業利益率)	146 (5.8%)	175 (6.1%)	149 (5.7%)	240 (7.5%)	160 (6.0%)	400 (10.0%)	260 (7.9%)
		期初計画 ^{*1} との差異		前回公表計画 ^{*2} との差異		前回公表計画 ^{*2} との差異	
売上高		▲ 229		▲ 550		▲ 700	
営業利益 (うちコロナ影響)		▲ 26 (▲ 43)		▲ 80 (▲ 75)		▲ 140	

※1：2019年4月に公表した2019年度業績予測
 ※2：2019年4月に公表した中期経営計画
 ※3：2020年7月に公表した修正計画。なお、2020年度の計画については、2020年10月に売上高2,800億円、営業利益190億円（営業利益率6.8%）へと上方修正しています。

空調機ビジネスの拡大

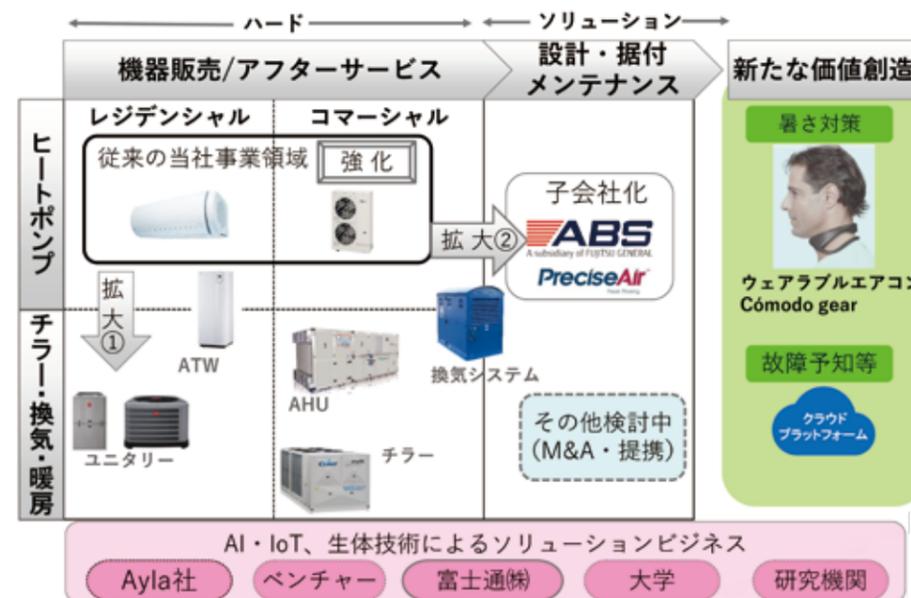
空調機ビジネスモデルの構築

Q3：空調機ビジネスモデルの構築について、進捗状況を聞かせてください。

この数年間で、当社の事業領域は大きく拡大してきました。

ハードビジネスについては、自社の商品開発力強化と欧米の提携企業との協業によって、主に商業向けラインアップが大きく拡大しました（下図「拡大①」）。ソリューションビジネスについても、M&Aによって子会社化したインドのABS社、オーストラリアのPAG社が業績に貢献し、当初に見込んでいた以上に当社の既存ビジネスとのシナジー効果も出てきています（下図「拡大②」）。

これらに加え、新たな価値創造においても、ウェアラブル型の冷却装置「CÓmodo gear™」を製品化し、2020年夏から試験的に提供を開始しました。社外から予想以上の大きな反響・期待が寄せられ、2021年の本格投入に向けて新機種開発を進めています。



提携パートナーとの連携強化

Q4：空調機ビジネスにおける提携パートナーである米国Rheem社、フランスAtlantic社、イタリアG.I. Holding社とは、どのような分野で協業し、どのような効果があるのでしょうか？

いずれの会社も、現時点、そして将来にわたって重要となるパートナーです。

まず、米国のRheem社とは、当社との共同開発の第一弾となるマルチポジションダクトを2020年8月から販売開始しています。Rheem社の持つ北米式ユニタリーの技術と当社を持つインバーターヒートポンプ技術を融合した製品であり、受注も順調に拡大しています。

フランスのAtlantic社は、当社製品の代理店として30年にわたるビジネスパートナーであり、ATW（ヒートポンプ式温水暖房システム）の共同開発も10年にわたり実施しています。現在も、同社の技術者が当社・川崎本社に駐在し、新たな共同開発を進めています。

イタリアのG.I. Holding社とは、AHU（エアハンドリングユニット）やチラーの分野において共同開発を実施しており、同社と共同開発した製品は、欧州のみならず、今後、オーストラリアや中東にも投入していく計画です。

提携パートナー各社との連携を通じた製品ラインアップの拡充は着実に進展しており、今後の機器販売の拡大への貢献が期待できます。また、各社が現在主力としている商品は、ガス等の化石燃料を使用した暖房・給湯機器であり、当社の持つヒートポンプ技術を活用した共同開発の拡大により、高効率な再生可能エネルギーを活用した商品として、Sustainability経営で掲げる温暖化対策への貢献につながる事業であり、積極的な取り組みを加速させます。

<p>【ユニタリー（北米）】 ・Rheem社（米国）との共同開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2016年より商品の相互供給を開始 ・米国式空調と当社の省エネ技術を融合した、新たな商品を2020年8月に販売開始 	
<p>【ATW（欧州）】 ・Atlantic社（フランス）との共同開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・30年にわたり提携関係（当社空調機の販売代理店） ・ヒートポンプ式温水暖房システムを共同開発 	
<p>【AHU・チラー（欧州）】 ・G.I.Holding社（イタリア）との共同開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・AHU熱源として当社VRF室外機を組み合わせた製品を発売中 ・小型インバーターチラーを共同開発中 ・豪州・中東地域にも展開拡大予定 	

空調システムのライフサイクル全般にわたるソリューション提供

Q5：空調機ビジネスモデルの構築によって、お客様に提供する価値はどのように変わのでしょうか？

空調機ビジネスモデルの構築によって、特に商業ビジネスにおいては、現状の機器製造・販売だけでなく、空調の設備設計、据え付け・施工、運用・メンテナンスといった領域でもお客様にソリューションを提供することができるようになります。2020年度には新たなクラウドプラットフォームを導入予定であり、今後、故障予知や遠隔監視などのサービスメニューを拡充し、お客様の空調ライフサイクル全般にわたるベストソリューションの提供を目指します。



空調機開発体制の革新

Q6：空調機開発においては、どのようなテーマに取り組んでいくのでしょうか？

各開発拠点における体制強化や人材育成などに引き続き取り組むとともに、新たに取り組みを強化しているテーマがあります。

まずは、中期経営計画の基本方針にも追加した新型コロナとの共生を踏まえ、清潔・除菌・非接触・遠隔コントロール等のビジネスモデルを追求していきます。既に国内向けのエアコンでは、当社独自機能である「熱交換器加熱除菌」機能をほぼ全モデルに搭載し、脱臭機プラズマへの展開強化も検討中です。海外向けでは、業務用のクラウドプラットフォームを2020年度に提供予定であり、遠隔監視等の新型コロナ対策に加え、空調システムを利用されるお客様にとって新たな価値を生み出し、当社にとっても、サービスを含めた大きな生産性向上が期待されます。

また、感性とユーザビリティを重視した製品開発を進めており、世界的に権威あるデザイン賞を受賞する製品も増えつつあります。

これらに加え、PLE^{*1}、PLM^{*2}、CAE^{*3}などAI・IoT技術の活用による設計効率・生産性の向上を進め、多様化するニーズと複雑化する空調システムへの対応力を強化していきます。

*1 PLE：プロダクトライン開発
*2 PLM：製品ライフサイクル管理
*3 CAE：コンピュータシミュレーション

- 開発体制の強化
 - 3極（日本、タイ、中国）+ 2体制（欧州、北米）の強化
 - リソースの再配分：新/省冷媒、AI・IoT、業務用、重点地域に注力
 - Withコロナ：清潔・除菌、非接触、遠隔コントロール
 - 感性とユーザビリティ重視の製品開発
- 人的ポテンシャルを最大限に引き出すための組織への転換
 - 業務プロセス強化
 - ・ベースデザインの推進、標準化設計の展開と拡大
 - ・PLE、PLM、CAE活用拡大による設計効率、生産性向上の推進
 - 人材育成
 - ・インバクトメソッドの展開：組織マネジメント力・組織行動力強化
 - ・空調機技術アカデミー：計画的な人材育成、人間塾の展開
 - 設備強化
 - ・体感人体モデルの研究・実証、タイ試験センターの段階的立ち上げ

注：赤字は新たな強化テーマ

空調機営業活動の強化

Q7：従前から進めている「5大拡大プロジェクト」の進捗状況と2022年度の売上目標を聞かせてください。

5大拡大プロジェクトについては、既存ビジネスにおける「海外商業ビジネスの拡大」「国内住設ルートの積極攻略」はともに順調に進展しており、どちらも売上高に占める構成比は着実に拡大しています。

新規ビジネスでは、「北米ビジネス拡大」と「提携ビジネスの推進」は、「提携パートナーとの連携強化」でご説明したとおり、概ね計画どおり進展しています。

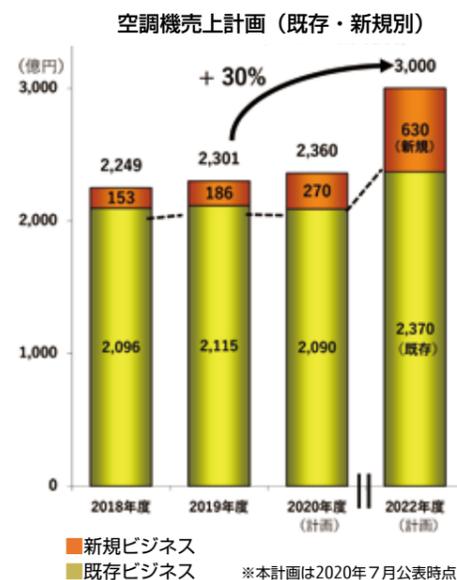
「インド市場の攻略・拡大」は、直販体制への移行に時間を要しましたが、

中長期的に高い需要拡大が見込まれるインドが、北米と並び最重点市場であることに変わりはありません。直販化による新たな販売策や現地ニーズに適合した新機種投入は、現地ディーラーの方々からも高い評価を得ており、当社のブランド力を活かして、2020年度以降の挽回・成長を計画しています。

	【5大拡大プロジェクト】		【重点市場における戦略】		
	テーマ	状況	地域	今後の戦略	重点度
既存	海外商業ビジネスの拡大	◎	北米	・提携拡大、M&Aの検討 ・南部開拓、マルチブランド展開	★★★
	国内住設ルートの積極攻略	◎	欧州	・提携によるATW、チラー販売強化 ・イタリア市場での販売拡大	★★
新規	インド市場の攻略・拡大	△	オセアニア	・サービスマンテナンス事業の拡大 ・新ビジネス(チラー・ルーフトップ)	★★
	北米ビジネス拡大	◎	インド	・市場ニーズに適合した商品の投入 ・ABS社とのシナジー効果創出	★★★
	提携ビジネスの推進	◎	日本	・工事体制強化、Web販売拡大 ・住設ルートの継続強化	★★

これらを踏まえ、空調機の売上高は、2019年度の実績2,301億円に対して2022年度に3,000億円、3年間で30%、年平均では9%の伸長を計画しています。

このうち、既存ビジネスの売上高は、新型コロナの影響などを考慮し、2019年度の実績2,115億円に対して、2022年度に2,370億円、年平均4%の伸長を計画しています。一方、当社が新規ビジネスと位置付けている地域・分野での売上高は、2019年度の実績186億円に対して、2022年度に630億円、年平均50%の伸長で拡大させていく計画です。この拡大を牽引するのは、新規ビジネスの売上増加分の約70%を占めるインド向けの販売拡大です。インド以外では、米国のRheem社との協業による販売増、イタリアにおける事業再編など新規事業の拡大が見込めると考えています。



情報通信・電子デバイスのビジネス基盤の強化



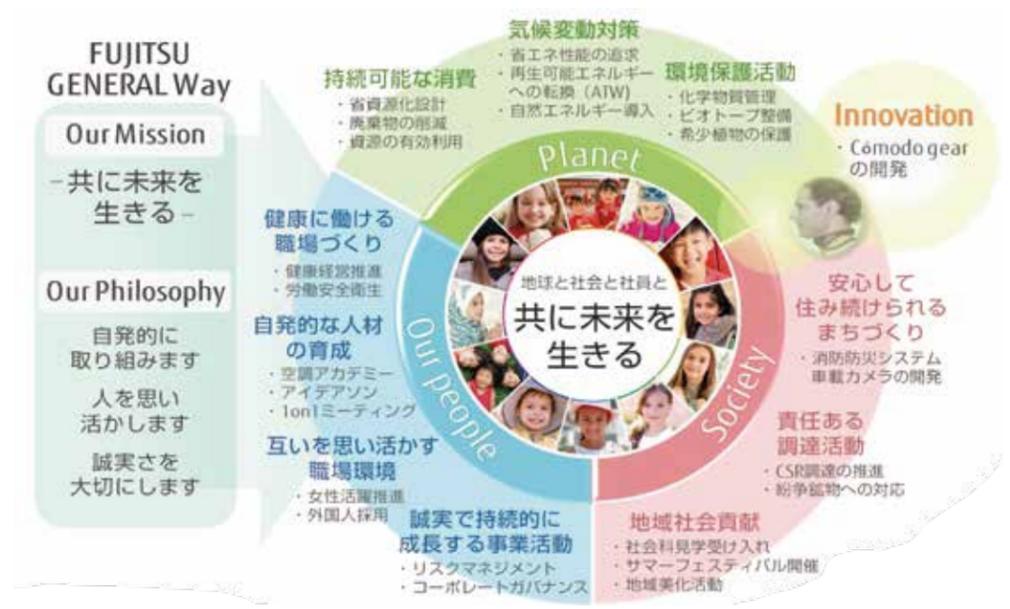
Q8：情報通信システム、電子デバイスの売上目標とビジネス基盤の強化策を聞かせてください。

情報通信システムでは、2022年度に売上高200億円を計画しています。主力である消防・防災システムの豊富な稼働資産と強固な顧客リレーションシップを活かし、ストックビジネスを展開していきます。また、次期消防デジタル無線の開発を進めており、本格的な商談活発化に向けた準備も着実に進展しています。民需ビジネスに関しては、新型コロナの影響により外食ビジネスは厳しい状況にあります。当社がこれまで培ったノウハウを活かせるBPO*ビジネスを立ち上げ、お客様の課題解決を支援していきます。電子デバイスでは、2022年度に売上高100億円を計画しています。2020年度は、新型コロナの影響で自動車関連の需要が急減し、車載カメラが特に厳しい状況にあります。今後、中国・蘇州の子会社を核とした「中国ビジネスのさらなる拡大」、ユニット製造を中心とした「新規顧客開拓の推進」によって挽回を図ります。さらに、独自技術を活かした商品開発を進めており、将来の柱となる新規ビジネスの立ち上げを目指します。

*Business Process Outsourcing の略/自社の業務プロセスの一部を外部の専門的な企業に継続的に委託すること。

Sustainability 持続可能な社会実現への貢献

Sustainabilityを中心にした現在の事業のイメージ図



Q9：最後に、「Sustainability 持続可能な社会実現」に富士通ゼネラルグループがどのように貢献していくのでしょうか？

上記のイメージ図は、Sustainabilityを中心にした、現在の当社グループの事業を表しています。FUJITSU GENERAL Wayを事業運営の基盤とし、「持続可能な消費・気候変動対策・環境保護活動」を通じたPlanet（地球や自然）との共存、「Innovation、安心して住み続けられるまちづくり、責任ある調達活動、地域社会貢献」によるSociety（社会）への貢献、「健康に働ける職場づくり、自発的な人材の育成、互いを思い活かす職場環境、誠実で持続的に成長する事業活動」によるOur People（社員）との共感を表しています。このように、私たちの事業活動は既にSustainability なしに語る事ができず、社会的要請だから何か新しいことを始めるということではありません。私たちは、当社グループの存在意義としてこれからもイノベーションを創出し、本業を通じて持続可能な社会実現に貢献していきます。

- 地球**
 - 地球温暖化対策への貢献
 - ー省エネ商品開発、化石燃料から再生可能エネへ転換促進
 - 循環型社会への貢献
 - ー家電リサイクル事業の推進、省資源化設計
- 社会**
 - イノベーションの創出
 - ー暑さ対策等、社会的課題の解決に向けて
 - 清潔・安全な空間の提供
 - ー「熱交換器加熱除菌」強化、非接触、遠隔監視等
- 社員**
 - 健康経営の推進強化
 - ー健康経営1.0 → 健康経営2.0、外部発信強化・家族への支援
 - コロナに対応した柔軟な働き方の確保
 - ー在宅勤務制度定着、ワークフローシステム導入

Topics



2020年1月、インドチェンナイ南部のマハーバリプラムにて、当社社長が出席し、現地ディーラー向け説明会を開催しました

インドで直販体制による空調ビジネスを開始

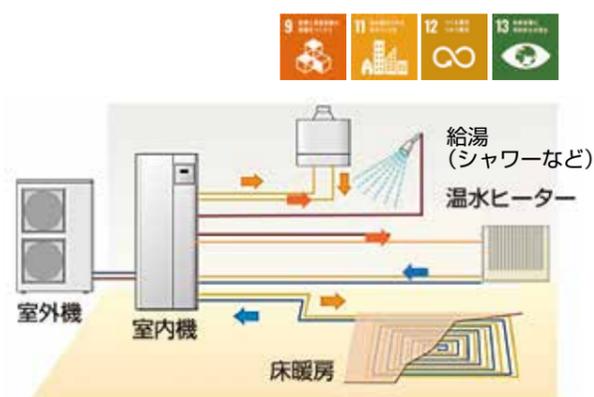
富士通ゼネラルが中期経営計画において最重点市場に位置付けるインドの空調機市場は、年率10%以上で急伸長し、今後も中長期的に高い成長が見込まれます。

当社は、インド事業の強化に向け、これまでの販売代理店体制から、同国の販売子会社を通じた直販体制に切り替えを進めています。また、2020年、ボリュームゾーン向けのインバーターエアコンを発売し、商品ラインアップの強化も図っています。

今後は、販促・広告宣伝・アフターサービスの強化に加え、直営店舗の立ち上げなど抜本的な販売チャネルの見直しを当社主導で推し進め、インド市場での販売拡大に取り組んでいきます。

SDGsへの取り組み

富士通ゼネラルグループの主要商品である空調機は、空气中の熱をエネルギーとして利用するヒートポンプ技術が活用され、化石燃料機器に比べて温室効果ガスの排出が抑制できます。世界規模で気候変動への対応の重要性が増すなか、当社製品の普及や省エネ性能のさらなる向上などの事業活動を通じて、環境負荷の低減・持続可能な社会の実現に貢献していきます。



暖房・給湯用途として、従来の化石燃料を用いた機器からの置き換えにより、欧州で販売が拡大しているATW（ヒートポンプ式温水暖房システム）

詳細については、当社Webサイトをご覧ください。

Web <https://www.fujitsu-general.com/jp/csr/main-business.html>



国際的に権威あるデザイン賞を受賞

2020年、当社商品が世界三大デザイン賞に挙げられる権威あるデザイン賞を受賞しました。

富士通ゼネラルグループは商品開発において、快適さや省エネ性の向上のみならず、デザインも中核要素の一つとして掲げ、人と空間に美しく寄り添う商品の開発に取り組んでおり、「モノ」だけでなく「コト」が商品に求められるなか、2020年4月の組織体制整備をはじめ、デザイン思考による開発強化を図りました。今後も新たな価値創造を目指し商品開発に取り組んでいきます。



AI エアコン製品化に伴うリモコンの操作頻度の減少に着目し据え置き型とした「ノクリア」Xシリーズのリモコン

●「iFデザインアワード2020」受賞

〈「ノクリア」Xシリーズ用リモコン〉

「かざす・ふれる」といった直感的な操作を可能とし、ユーザビリティを向上。また、エアコン本体と同じ丸（ラウンド）を基調とした「親しみや安心を感じるカタチ」を追求しました。

●「レッドドット デザインアワード2020」受賞

〈海外向け天井吊り下げタイプ室内機〉

天井面から離れた設置でも美観を損なわない、どの角度から見ても美しいフォルムと、利用者への圧迫感を軽減する軽快感のあるシームレスな曲面に仕上げられています。

〈「ノクリア」SVシリーズ室内機〉

日本の住環境に合うコンパクトサイズで、ファブリック（布地）調の表面加飾や圧迫感を低減させる前面の曲面処理など、インテリアや壁と美しく調和するデザインとなっています。



reddot winner 2020

reddot winner 2020

国内空調機のラインアップ強化

「ノクリア」Xシリーズが、日本の情報サイト「家電Watch」と情報誌「GetNavi」が共催する「家電大賞2019」エアコン部門で金賞を受賞しました。この賞は2万人にのぼる読者の投票で決定され、カビ菌・細菌を99%以上除去する「熱交換器加熱除菌」機能や、据え置き型リモコン・2種類の気流を制御するデュアルブラスター、AI機能など他社にない当社技術の独自性が高く評価されました。



飯田市様に情報媒体と連携したデジタル式防災行政無線システムを納入

富士通ゼネラルグループは2020年3月、長野県飯田市様にデジタル式防災行政無線システムを納入しました。2019年度に一部稼働開始、2022年度中に設置完了予定です。

防災行政無線システムとメールやSNS・テレビ・ラジオ放送等を連携させ、情報が自動的に一斉送信される仕組みを整備することで、時間差無く確実に情報伝達を行えるようになりました。



飯田市様の防災行政無線システムと各情報媒体との連携（イメージ図）



飯田市役所屋上設置の屋外子

当社年間トピックス (2019年度)

4月 ● **北米向けマルチエアコン J-IIIシリーズを発売**
業界最小のコンパクト室外機、業界トップクラスの低騒音を特長とする北米向け店舗・オフィス用マルチエアコン「AIRSTAGE®」J-IIIシリーズを発売。



6月 ● **川崎本社にイノベーション&コミュニケーションセンター (ICC) を竣工**
社内の部門間シナジーと社外とのオープンイノベーションを推進し、革新的なモノづくりを通じて新たな価値を創造する開発拠点「イノベーション&コミュニケーションセンター (ICC)」を竣工。



4月 5月 6月 7月 8月 9月
2019

6月 ● **G.I.Holding社と共同開発の業務用空調システムを販売開始**
イタリアの空調機メーカーであるG.I.Holding社との共同開発により、当社製VRF室外機とエアハンドリングユニット* (AHU) を組み合わせた業務用空調システムを欧州市場に投入。



*AHU (Air Handling Unit) とは、換気機能を基本とした空調機で、外部熱源設備 (室外機) から供給される冷媒を用い、空気の温度・湿度を調節し部屋へ供給する空調機。

10月 ● **タイの新工場が稼働を開始**
IoTを活用したモノづくり力の強化、自動化・省人化のさらなる推進および生産能力の増強に向け、Fujitsu General (Thailand) Co.,Ltd.の新工場 (第二工場) が稼働を開始。



10月 ● **当社初となる統合報告書を発行**
当社の持続的な成長に向けた取り組みをご理解いただくことを目的に、当社初となる統合報告書を発行。

3月 ● **飯田市様にデジタル式防災行政無線システムを納入**
無線放送の間こえにくさを解消するとともに、メールやSNS、テレビ・ラジオ放送といった様々な情報媒体と連携するデジタル式防災行政無線システムを長野県飯田市様に納入。

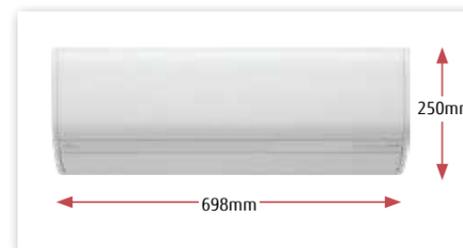


1月 ● **インドで直販体制による空調ビジネスを開始**
最重要市場と位置付けるインドにおいて、当社販売子会社のFujitsu General (India) Private Ltd.を通じた直販体制による空調機ビジネスを開始。現地ニーズに適合したインバーターエアコンも順次投入。



10月 11月 12月 1月 2月 3月
2020

2月 ● **「ノクリア」SVシリーズ発売**
横幅70cmを切るコンパクトサイズで、室内と調和する洗練されたデザインに加え、快適性にも優れた国内向け家庭用エアコン「ノクリア」SVシリーズを発売。



● **「iFデザインアワード2020」を受賞**
国内向け家庭用エアコン「ノクリア」Xシリーズ用のリモコンが、世界三大デザイン賞のひとつである「iFデザインアワード2020」を受賞。

3月 ● **「ノクリア」Xシリーズが「家電大賞2019」で金賞を受賞**
「ノクリア」Xシリーズが、情報サイト「家電Watch」と情報誌「Get Navi」が共催する「家電大賞2019」エアコン部門で金賞を受賞。

● **「レッドドットデザインアワード2020」を受賞**
国内向け家庭用エアコン「ノクリア」SVシリーズ、海外向け業務用エアコン天井吊り下げタイプ室内機が、世界三大デザイン賞のひとつである「レッドドットデザインアワード2020」を受賞。



reddot winner 2020



空調機事業

事業別概況



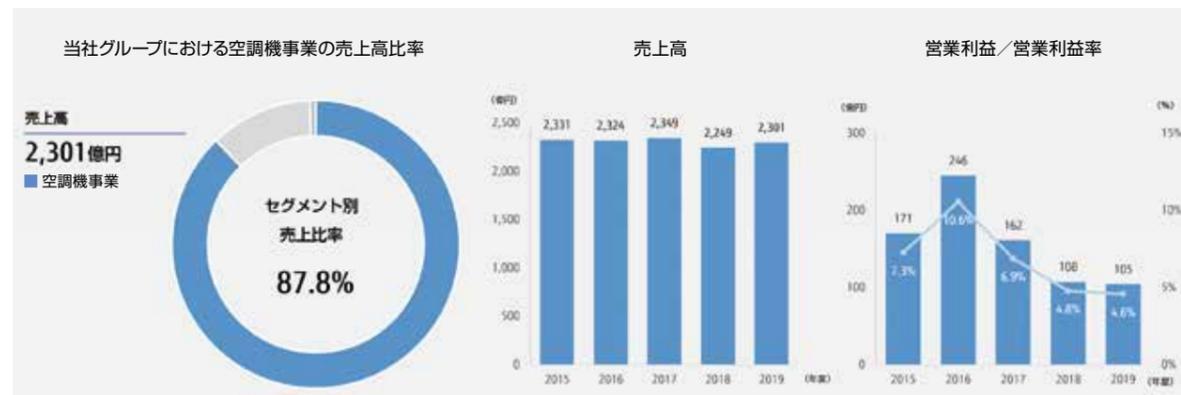
富士通ゼネラルグループの主力事業である空調機は、快適な環境を生み出し、社会インフラを支える機器として、全世界で需要が拡大しています。その中で、機器のエネルギー効率向上など環境課題への取り組み、並びにAI・IoTを活用したソリューションビジネスの展開など、製品・サービスで新たな価値創出を進め、更なる事業の発展を目指していきます。

取締役・経営執行役専務
空調機、品質保証担当 兼 空調機事業統括本部長
兼 空調機商品企画部長

長谷川 忠

2019年度実績

空調機部門では、アジア・中華圏の販売が厳しい状況で推移するとともに、第4四半期に発生した新型コロナウイルス感染症拡大（以下、新型コロナ）により、中国工場を主とした稼働率低下の影響を大きく受けたものの、欧州や中東向けの販売が伸びたほか、前年度に実施したM&Aによる連結化効果も加わり、売上高は2,301億4千8百万円（前年度比2.3%増）となりました。営業利益は、コストダウンが着実に進展しましたが、新型コロナに伴う生産・販売減少のほか、為替のマイナス要因により、104億9千3百万円（同3.0%減）となりました。



海外向け

売上高は、1,728億5千2百万円（同4.4%増）となりました。

米州では、北米において、新型コロナや暖冬による生産・販売影響により、ルームエアコンの売上は前年度を下回りましたが、VRF（ビル用マルチエアコン）はラインアップ拡充の効果などから販売が増加するとともに、米国で主流の全館空調方式エアコンも販路拡大などにより大幅に伸び、売上が前年度を上回りました。

欧州では、新型コロナに伴う生産影響を受けたものの、フランスを中心にルームエアコンの販売が堅調に推移するとともに、VRFでは施工性に優れたライトコマース市場向け機種の新ラインアップ拡充の効果もあり、販売が増加しました。さらに、ATW（ヒートポンプ式温水暖房システム）においても、フランスにおける環境負荷の低減を目的とした補助金政策により販売が好調に推移し、売上が増加しました。

中東・アフリカでは、不透明な政治経済情勢が続いておりますが、前年度から進めている現地在庫の削減が計画どおり進展し、下半期より出荷が増加したことから、売上が増加しました。

オセアニアでは、オーストラリアにおける市場減速に加え、販売通貨下落の影響による売上の目減りがありましたが、空調エンジニアリング会社の連結化効果により、売上が増加しました。

アジアでは、主力市場のインドにおいて現地在庫の削減に努めたほか、当社販売子会社による直販体制への移行途上にあつたことから、売上が減少しました。なお、今後は販売促進・サービス網の強化を進め、現地ニーズに適合した新機種をはじめさらなる拡販に取り組んでいきます。

中華圏では、中国において、景気減速に加え、第4四半期に新型コロナによる経済活動停滞の影響を受けるなか、VRFの販売は中小規模案件に注力し、現地通貨ベースでは前年度並みとなったものの、ルームエアコンの販売低迷により、売上が減少しました。

なお、前年度に子会社化したインドおよびオーストラリアの現地企業による空調ソリューションビジネスは、機器販売に比べ新型コロナの影響が軽微なこともあり、順調に進展しています。今後もソリューション事業の拡大に努めるとともに、ハードビジネスとのシナジー効果の創出により、お客様の空調システムのライフサイクル全般にわたるソリューションの提供を目指していきます。

また、富士通ゼネラルグループは、製品のハード面だけでなく、ユーザーインターフェースなどソフト面も含めたデザインを中核要素の一つとして掲げ商品開発を進めています。2020年、欧州向け天井吊り下げタイプの業務用エアコン、国内向けの新機種「ノクリア」SVシリーズや「ノクリア」Xシリーズの据え置き型リモコンが、世界的に権威のあるデザイン賞を受賞しました。

国内向け

売上高は、572億9千6百万円（同3.4%減）となりました。

夏期の天候不順や暖冬といった天候要因に加え、新型コロナにともなう生産影響もありましたが、重点施策として取り組んでいる住宅設備ルートの販売が堅調に推移し、売上は微減にとどまりました。なお、2020年4月、横幅70cmを切るコンパクトさと洗練されたデザインに加え、当社独自の「熱交換器加熱除菌」などの清潔機能を備えた新機種「ノクリア」SVシリーズを発売しました。



ノクリアSVシリーズ

空調機地域別売上金額と販売構成比（2019年度）



空調機事業の今後の取り組み



空調機事業のリスクと機会

- 【リスク】**
- ・天候不順や景気後退などによる短期的な需要減少
 - ・急速な技術革新による既存技術の優位性低下
 - ・競争激化
- 【機会】**
- ・中長期的な空調機市場の拡大
 - ・ソリューション事業への進出による事業領域の拡大
 - ・省エネニーズの高まり

空調機事業は、新興国においては中間所得層の増加、先進国では環境規制をはじめとする気候変動対策の強化等により、中長期的な需要増加が見込まれています。そのような中、富士通ゼネラルグループが主力とする家庭用空調機を中心としたハード領域の事業は、天候不順の影響を受けやすいといった側面があり、競争も激化しています。一方、業務用空調機を中心とするソリューション事業では、ダクトレス技術を有し、ハード・サービス両方を手掛ける会社は少なく、当社グループの強みを活かせる機会が拡大していくと予想されます。

今後、当社グループの独創的な技術開発力と外部リソースの活用により、ソリューションビジネスへと事業領域を拡大し、持続的な成長を実現するため、以下の取り組みを進めています。

商品力の強化

省エネ性及び快適性の更なる向上や環境規制への対応を進めるとともに、AI・IoTを活用した製品の展開、新規事業への参入により、商品ラインアップの拡充を推進しています。

日本では、2019年11月に業界初のダブルAI（エッジ・クラウド連携AI）で快適性を向上させた「ノクリア」Xシリーズを発売しています。また2020年6月には、新規事業として警備業・建設業など、空調の届かない環境下での利用を想定し、身に着けるエアコン「CÓmodo gear」の提供を開始しています。

海外では、自社開発の省スペースで設置性に優れた業務用エアコン「AIRSTAGE®」J、Vシリーズに加え、G.I. Holding 社と共同開発したAHU（エアハンドリングユニット）を発売し、商品ラインアップを順次拡大しています。今後は、海外向け業務用空調機においても、AI・IoTを活用した商品の開発も進め、各地域に展開していきます。

開発・生産体制の強化

商品の競争力を高め、拡大する需要に対応するため、開発・生産体制の強化に努めています。

2019年6月に竣工した川崎本社内の研究開発施設「イノベーション&コミュニケーションセンター」をはじめ、タイ・中国の各拠点の技術設備・人員増強により、開発体制の強化に取り組んでいます。

加えてAI・IoT等の新技術へ対応するため、外部リソースを積極的に活用しています。

またタイ・中国の各工場では、組立ラインや加工設備の拡充により生産能力を増強するとともに、IoTの活用や、自動化・省力化を進め、生産効率の向上に取り組めます。

営業体制の強化

地域戦略の強化や拠点増強を進めています。2020年1月より、今後の需要拡大が見込まれるインド国内において、同国の販売子会社Fujitsu General (India) Private Ltd.を通じた直販体制による空調機ビジネスを開始しました。今後は当社主導によるマーケティング活動やアフターサービスの強化により、当社ブランドの一層の向上を図るとともに、直営店舗の設置やコマーシャルルートを含めた新規取扱店の開拓によって販路を拡大し、同国における空調機ビジネス拡大を目指します。

情報通信・電子デバイス事業

事業別概況

【情報通信システム事業】



情報通信システム事業は、当社で最も歴史のあるビジネスです。公共システム事業、民需システム事業とも、多くの先輩方が自発的な取り組みで開発した先進的な商品と技術力、さらに誠実さを大切にすることで築き上げてきたお客様との絆が、私たちの財産となっています。この先輩方が築き上げた財産を、人を思い活かすことで、さらに発展させていきます。

それはひとえに、近年多発する大規模災害への対応でお困りのお客様、新型コロナウイルスの影響でお困りのお客様に、少しでもお力になることで、お客様、パートナー企業と共に未来をつくり、社会へ貢献していくことにつながると確信しています。

取締役・経営執行役上席常務
情報通信システム担当 兼 情報通信システム本部長
兼 (株)富士通ゼネラル OSテクノロジー 代表取締役社長 **杉山 正樹**

【電子デバイス事業】



電子デバイス事業では、事業部門のコア技術を活かし、開拓・深耕できる分野を拡大、さらには市場の変化に目を向けつつ、社会において利用価値の高い新たな自社商品開発を進めることが成長の鍵と考えています。

さらにEMS 事業の強化に向け、事業部門の持ち味であるVE 提案力に磨きをかけるとともに、顧客目線でのサービスを充実させ、皆様のニーズに少しでもお答えできるよう努めていきます。

経営執行役
(株)富士通ゼネラルエレクトロニクス 取締役副社長
兼 電子デバイス担当 兼 電子デバイス事業部長
兼 富士通將軍電子(蘇州)有限公司 董事長 **岡田 雅史**

2019年度実績



情報通信・電子デバイス部門では、電子デバイス部門の販売は減少しましたが、情報通信システム部門の販売増により、売上高は301億5百万円（前年度比15.9%増）、営業利益は39億7百万円（同43.4%増）となりました。

情報通信システム

売上高は、187億6千8百万円（同37.7%増）となりました。

公共システムにおいて、受注済みシステムの納入が順調に進展したほか、商談案件の増加を背景とした新規受注やストックビジネスも堅調に推移しました。また、民需システムにおいても、外食産業向け店舗システムの新規商談獲得などによる販売増があり、売上が増加しました。



消防システム



小型化した無線機器

電子デバイス

売上高は、113億3千7百万円（同8.1%減）となりました。

産業用ロボット向けを中心とした電子部品・ユニット製造において、需要回復傾向にあった下半期は増収となったものの、上半期における米中貿易摩擦の影響等による需要減が大きく、売上は前年度を下回りました。また、車載用カメラも自動車市場低迷の影響により、売上が減少しました。



HDRアナログハイビジョンカメラ

情報通信システム事業の今後の取り組み



情報通信システム事業のリスクと機会

【リスク】

- ・防災無線のデジタル化需要の減少と多様な通信インフラ活用による競合企業の参入
- ・消防組織の広域化による、消防システム市場の変化
- ・新型コロナウイルスの影響による外食産業等の市場冷え込み

【機会】

- ・近年の多発する自然災害に対する自治体の防災／減災インフラ整備拡充
- ・消防デジタル無線システムの更新需要
- ・外食産業等におけるアウトソーシングサービスおよびテイクアウトシステムへのニーズ拡大

情報通信システム事業では、消防・防災システムにおいて、多発する自然災害や高齢化社会への対応力強化が求められており、機能の高度化・拡充が進展する見込みです。これらの要望に応え、防災・減災基盤づくりを目指したシステムの提供により、住民の安心・安全に貢献していきます。

民需システムでは、新型コロナウイルス感染拡大による市場冷え込みの影響を受けてはいますが、昨今の人手不足から、外食産業を中心に業務委託のニーズがますます拡大する見通しとなっています。

消防・防災システム

市場要求の変化に対応したシステムの機能向上と、お客様に寄り添った営業活動に取り組むことで、お客様からの信頼を高め、商談獲得につながるよう事業を進めています。

消防システムでは、高機能消防指令システム「GRANCAST®」(グランキャスト)を基に、顧客要求に応えることで、シェアの拡大に取り組んでいます。

今後もシェア拡大を図るとともに、当社システムの稼働資産を生かし、2022年頃から見込まれる消防デジタル無線の更新需要の獲得に繋げていきます。

防災システムでは、メール配信やSNS連携等の多様化する情報伝達手段への対応に加え、自治体独自で気象情報の収集を行い避難情報の発令判断を自動的に行うシステム等により情報収集から伝達に至る防災・減災機能の拡充を進めています。

民需システム

従来までの継続ビジネスである流通・医療・選果に加え、新規に人材ビジネスと「BPO*トータルサービス」を推進していきます。人材ビジネスでは、IT人材需要が活発な関東・首都圏エリアを中心に、技術者の人材不足に対応したビジネス展開に取り組んでいます。BPOトータルサービスでは、大手外食企業での「マスター保守等のオペレーション業務」「物流業者と連携したキッキング業務」「システム監視業務」といった人手不足等でお客様がお困りの業務を客先常駐型から、社内持ち帰りによる業務支援を実施しており、新型コロナウイルスの感染リスク軽減も期待されます。

*BPO (Business Process Outsourcing) : 自社の業務プロセスの一部を外部の専門的な企業に継続的に委託すること。

電子デバイス事業の今後の取り組み



電子デバイス事業のリスクと機会

【リスク】

- ・外部要因（新型コロナウイルスの影響や米中間の覇権争い等）による突然の受注乱高下
- ・特定顧客に集中しすぎることによる経営への直接的影響
- ・急速な技術革新による既存技術の陳腐化

【機会】

- ・ロボット需要の拡大、多様化
- ・画像処理、小型化、高出力技術の応用展開
- ・国内生産への回帰

電子デバイス事業では、産業用ロボット向けを中心とする電子部品・ユニット製造において、新型コロナウイルス感染拡大や米中貿易摩擦の影響で市場が減速しているものの、中長期的には自動化や省人化といったニーズによる市場拡大が見込まれます。また産業用ロボットから店舗用・医療用ロボットといった市場の広がりも予想されます。

カメラにおいては、事業部門のコア技術を活かすことで、開拓・深耕できる分野の拡大が期待できます。リスク分散への対応として、新規開拓の継続の他、従来の電子部品・ユニット製造や車載カメラ以外への参入に取り組んでいきます。

電子部品・ユニット製造

小型・高集積化技術、高出力・高効率化技術といったコア技術を基盤に、開発・営業体制を強化することで、既存顧客の深耕と新規顧客開拓に取り組んでいきます。

2018年に神戸、中国蘇州に営業拠点を設立しましたが、2019年新たに、市場開発推進室を川崎と神戸に設置いたしました。電子デバイス事業の主力である産業機器向けEMS事業の新規顧客開拓・原価低減活動・新事業創出活動等の中心的役割を担っており、さらには中国拠点も含む各部門とのパイプ役として全社の連携強化を進め、グローバルな視点で顧客に対し迅速な提案活動を進めています。

また、新たな自社商品の開発実現に向け、開発部内に新規開発専任部隊を設置しました。今後の事業の屋台骨となる新たな商品を世に送り出すべく、活動を進めています。

カメラ

カメラの用途は、車載機器だけでなく工場での検査やセキュリティなど多様化が進んでいます。そのような中、当社のカメラは小型であり、高い視認性や優れた画像補正処理技術を有しております。これらのコア技術を生かし、自動車産業以外への展開を図っていきます。

担当役員メッセージ



富士通ゼネラルグループは、企業の基盤であるコンプライアンス、事業活動を通じた社会貢献、社会への間接的な投資（次世代教育等）の3つの領域を柱にCSR活動を推進し、社会課題の解決と持続可能な社会の実現に貢献します。

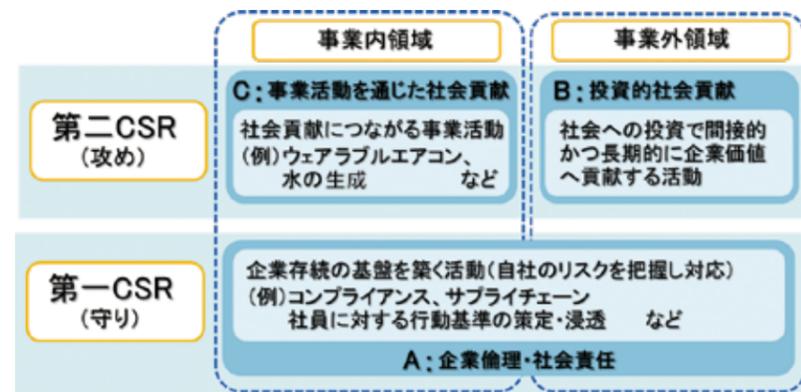
経営執行役常務
サステナビリティ推進本部長 兼 CSR推進部長
兼 品質副担当 兼 品質保証統括部長

江藤 雅隆

■ 当社としてCSRをどのように進めていくか

富士通ゼネラルグループのCSR活動については、3つの領域に分けて活動を進めています。

まず、第一の領域は企業の基盤であるコンプライアンスです。そして第二の領域が事業活動を通じて社会課題の解決に貢献する、いわゆる当社の革新的モノづくり力で社会課題を解決できる製品の開発です。最後の第三の領域は、社会への間接的な投資で、例えば小学生向け出前授業や、中・高校生向けの「モノづくり」教育などを推進し、次世代の「モノづくり」の担い手を育てることなどを推進しています。



■ 重点的に取り組むテーマについて

関連ページ：P31-46

富士通ゼネラルグループは、「人権の尊重」「気候変動への対応」「健康経営の推進強化」「イノベーションの創出」の4つを特に重点的に取り組むテーマであると考え、活動を推進しています。

まず、「人権の尊重」では、当社グループに留まらず、国内外にわたるサプライヤーを含めて人権を侵害する行為がないか監視、指導・改善を推進しています。

「気候変動への対応」では、当社グループの事業の全ての領域において、温室効果ガスの排出量を削減することが重要であるとの認識のもと、省エネ製品の開発や、ヒートポンプ技術を活用した製品の開発・販売による化石燃料から再生可能エネルギーへの転換促進、および、事業活動における温室効果ガス排出量削減に取り組んでいます。

また、「健康経営の推進強化」を行うことで、社員が心身ともに健全な状態で業務を遂行できる職場環境作りを目指し、心理的安全性の高い組織のもとで「イノベーションの創出」を推進していきます。

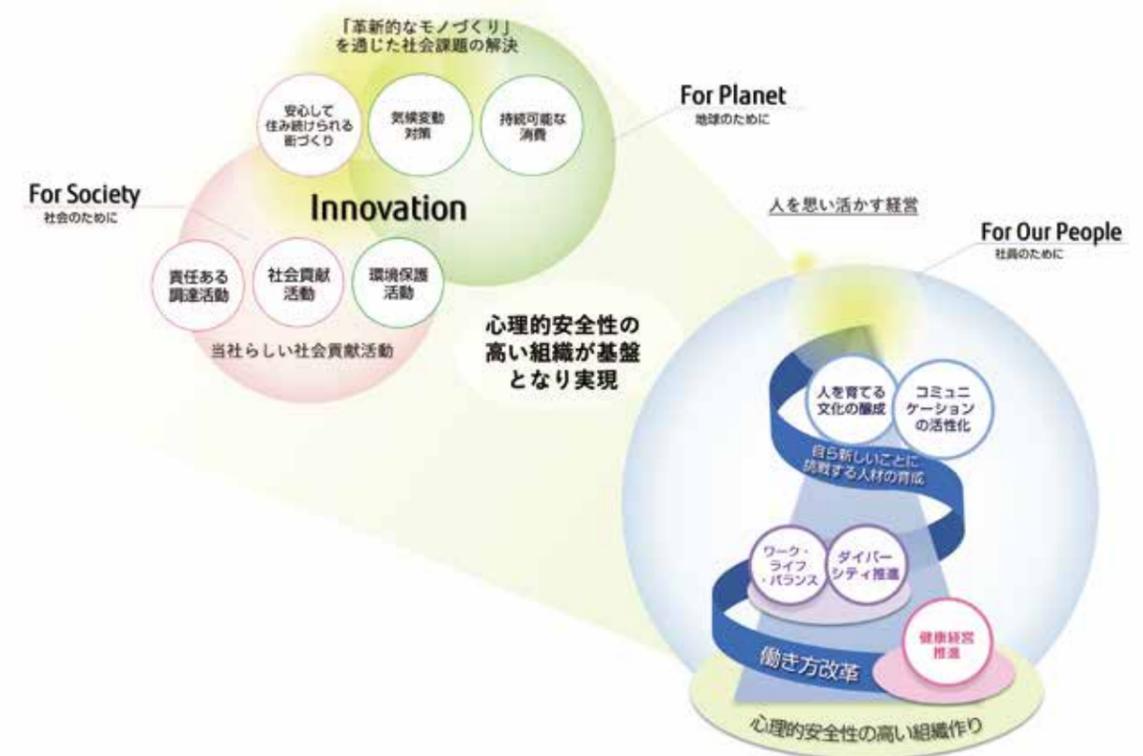
イノベーションを創出し、社会課題の解決と持続可能な社会の実現に貢献することが、当社グループの企業理念（Our Mission）である「私たちは、革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会のために、安らぎに満ちた、今日にない明日を届けます。」の実現に繋がると確信しています。

Sustainabilityビジョン・CSR体系

富士通ゼネラルグループは、社会の様々な課題に対し革新的なモノづくりを通じて、世界中のお客様と社会へ今日にない明日を届けることが、当社グループのMission（存在意義）であると考えます。当社グループのMission実現に向けて、企業理念を基盤としたうえでCSR活動を推進し、社会課題の解決と企業価値向上の両立を目指します。

■ Sustainabilityビジョン

— Our Mission実現のための体系—



■ CSR体系

富士通ゼネラルグループは、FUJITSU GENERAL Wayを基本理念とし、社員がCSR活動を推進する上での判断の拠り所となる羅針盤として「CSR方針」を定めています。



詳細については、当社Webサイトをご覧ください。

Web <https://www.fujitsu-general.com/jp/csr/policy.html>



マテリアリティの特定と重点取り組みテーマ

世界各地に製造・販売拠点を構える富士通ゼネラルグループは、INNOVATION & GLOBALIZATIONの旗印のもと、本業を通じて社会の持続可能性に貢献していきます。

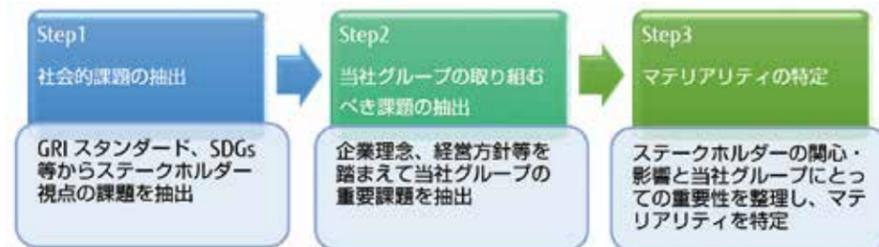
マテリアリティ分析

富士通ゼネラルグループは、CSRの活動を推進するにあたり、マテリアリティ（重要課題）を特定し、事業活動を推進しています。

マテリアリティの特定にあたっては、SDGsやGRIなどの国際的なガイドライン、外部調査機関などによる各種調査結果を踏まえ、当社グループの企業理念や経営方針と照らして課題を抽出しました。

抽出した課題は「ステークホルダーの関心・影響」と、「当社グループにとっての重要性」として整理し、より重要度の高い課題を重点取り組みテーマとしています。

■ マテリアリティ特定プロセス



■ マテリアリティ分析結果^{*1}



*1：各項目下部に記載された番号は、当社が活動することにより貢献できると考えるSDGsの目標番号。

重点取り組みテーマとSDGsとのつながり

富士通ゼネラルグループは、マテリアリティ分析にて優先度の高い課題を重点取り組みテーマとして、活動を推進しています。

また、重点取り組みテーマを推進することで、「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献していきたいと考えています。

■ 重点取り組みテーマ一覧^{*2}

重点取り組みテーマ	活動分類	SDGs	関連
気候変動への対応	環境	7, 13	P.34
人材の育成 (自ら新しいことに挑戦する人材の育成)	社会 社員とのかかわり	4	P.36
ダイバーシティ (多様性を活かして社員が柔軟に働ける職場づくり)		1, 3, 4, 5, 8, 10	P.37-40
健康経営・労働安全衛生 (健康意識を高め"Good Life"を目指した職場づくり)		2, 3	P.41
新価値創造	本業を通じてのかかわり	7, 9	P.17-18
サプライチェーンマネジメント	お取引先とのかかわり	1, 2, 3, 5, 8, 10, 12, 16	P.35
人権の尊重	ガバナンス	1, 5, 8	P.33
コンプライアンス・ガバナンスの徹底		8, 16	P.42-49

*2：その他重点取り組みテーマの概要や活動内容につきましては当社Webサイトをご覧ください。

Web

<https://www.fujitsu-general.com/jp/csr/index.html>



人権に対する取り組み

基本的な考え方

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、差別などの人権侵害行為は絶対に許さない、という行動をすることが大切と考えています。

社員一人ひとりが人権に配慮し行動することは、富士通ゼネラルグループの基本理念です。当社グループでは人権方針を定めるとともに、人権方針でコミットメントを表明することで、あらゆる企業活動の中で、人権尊重の精神を根底に据えて活動するという企業の姿勢を示しています。また全社員が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。

一人権方針で表明するコミットメント

- ・ 国連の「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（国際労働機関）宣言」など、人権に関する国際規範を支持・尊重します。
- ・ 人権デューデリジェンスの仕組みを構築し、人権に対する負の影響を特定し、その防止、または軽減を図るよう努めます。
- ・ 人権に対する負の影響を引き起こした、あるいはこれに関与したことが明らかになった場合、適切な手続きを通じてその救済に取り組みます。
- ・ 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・研修を行っていきます。
- ・ 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。
- ・ 人権尊重の取り組みについて、ウェブサイトなどで開示します。

主な取り組み

● 社員への人権啓発活動の実施状況

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社員へハラスメント防止、ダイバーシティ&インクルージョンに関するe-learningを行い、基礎知識から具体例を交えて教育し、理解を深めました。そのほか、川崎本社管理職向けに外部講師を招いた講演会の実施、新任管理職向け・新入社員向けへの人権教育などの人権啓発を推進しています。

● お取引先への人権啓発活動の実施状況

2019年CSR調達ガイドラインを策定し、富士通ゼネラルグループのCSR調達方針や指針をサプライチェーンへ周知し、当ガイドラインの内容に基づいた現地調査への同意もお願いしています。

関連ページ：P35

● 人権侵害への対応

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等を通じて、社員へ周知しています。

環境

持続可能な社会の実現

気候変動への対応

基本的な考え方

地球温暖化が要因と考えられる気候変動の抑制には、富士通ゼネラルグループの事業の全ての領域において、温室効果ガス（とりわけCO₂）の排出量を削減することが重要であると考えています。お客様にご使用いただく製品の省エネ性能向上や、事業活動におけるエネルギー使用量の削減、さらに太陽光発電などの再生可能エネルギーの利用拡大などにより、温室効果ガスの排出抑制を推進しています。

主な取り組み

● 製品使用時のCO₂排出量削減に対する取り組み

富士通ゼネラルグループは、省エネ性能を向上した製品を開発し、お客様にご提供することが、温室効果ガス排出量の削減に繋がり、持続可能な社会へ貢献できると考えています。

■ 省エネ性能の追求

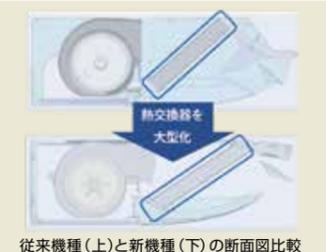
新規開発する製品の省エネ性能の向上を図った結果、2019年度に開発・販売した日本向けエアコンの製品使用時CO₂排出量は、2013年度比で4.8%削減しました。今後もさらなる省エネ性能を追求した製品を開発し、温室効果ガス排出量の削減に貢献していきます。

【事例紹介】 業界トップレベル[※]の期間消費効率を実現

< 欧州向け天井吊り下げシリーズエアコン (ABYG24KRTA) >

室内機の形状を変更し熱交換器の設置スペースを拡大することで、製品本体のサイズを大型化することなく、従来の機種よりも大型の熱交換器を搭載することが可能となり、業界トップレベルの期間消費効率 (SEER) 6.20 を達成することができました。

※第1位、同等1位、または第1位との差が僅少 (2020年2月時点)



従来機種(上)と新機種(下)の断面図比較

● 事業活動におけるCO₂排出量削減に対する取り組み

■ 太陽光発電システムの導入

富士通ゼネラルグループでは、事業活動で使用する電力に再生可能エネルギーの利用を推進しています。Fujitsu General Air Conditioning R&D (Thailand) Co., Ltd.では、2019年8月、屋上に太陽光パネルを新設しました。太陽光発電システムの稼働により、同社で使用する電力の約5%を再生可能エネルギーに切り替えることが可能になり、2020年3月までに41トン分のCO₂排出量を削減しました。また年間では62トンのCO₂排出量削減を見込んでいます。引き続き太陽光発電システムの導入拠点拡大を検討し、再生可能エネルギーへの転換を進めていきます。

■ 空調機器評価試験設備の電力削減

空調機器の性能評価を行う試験室では、室内機側と室外機側で温度条件を変動させ、冷房・暖房性能を測定することから多くの電力を消費します。川崎本社にある試験室では、試験準備作業で使用していた消費電力の高い調和機を、省エネ性能の高い家庭用ルームエアコンやスポットクーラーに変更するとともに、試験準備作業における予備運転時間の最適化や、休日・夜間のタイマー運転の活用を徹底しており、2019年度には2015年度比で1,326トンのCO₂排出量 (21%) を削減することができました。2019年度からは、海外の試験設備でもこの活動を開始しています。

社会

サプライチェーンマネジメント

基本的な考え方

富士通ゼネラルグループは、国内外にわたるサプライチェーン全体を、当社グループが社会的責任を果たすべき範囲と捉えています。部材を納入していただいているお取引先へ、当社グループのCSR調達ガイドラインへの同意と遵守をお願いするとともに、現地のお取引先の工場に出向いて遵守状況の確認を行っています。お取引先とともに社会・環境への悪影響を最小限にし、社会からの期待に応えていくことで、企業理念である「-共に未来を生きる-」を実現します。

主な取り組み

● CSR調達方針の共有

2019年にCSR調達ガイドラインを策定しました。このガイドラインでは、富士通ゼネラルグループのCSR調達方針や指針の理解とサプライチェーンへの周知、ガイドラインへの同意をお願いしています。2019年度には、日本（22社）・中国（109社）・タイ（127社）のお取引先に対して、当社グループのCSRへの取り組みやガイドラインの内容について説明会を実施し内容を周知しました。現在、お取引先から本ガイドラインへの同意確認書を回収しています。



タイでのお取引先向け説明会の様子

● CSR現地調査の実施

富士通ゼネラルグループでは、お取引先の工場を訪問してCSR現地調査を実施し、CSR調達ガイドラインの遵守状況を確認しています。2019年度には、中国3社、タイ3社に対してCSR現地調査を実施しました。

調査にあたっては、事前にお取引先自身の自己チェック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。2019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。

今後もお取引先にも当社グループのCSRへの考え方をご理解いただき、共に力を合わせて健全なサプライチェーンを構築していきます。

● 紛争鉱物への対応

富士通ゼネラルグループは、強制労働や人権侵害、紛争の助長に繋がるリスクの高い鉱物調達について、お取引先と連携しながら、サプライチェーン全体に対する責任ある調達活動を推進しています。

人を思い活かす経営の推進

自ら新しいことに挑戦する人材の育成

基本的な考え方

「ヒト」という最重要な経営資源を最大限に活かし、富士通ゼネラルを持続的に成長させるために、人材育成・教育が果たすべき役割は非常に大きいと考えています。

本年度より刷新した新人事制度では、「各階層が担う役割」がこれまで以上に明確化されるとともに、より高度な役割・貢献に対する社員の自発的挑戦を喚起する仕組みとしています。

各階層別研修により各階層に求められる役割に対する意識付け、ならびに、役割を全うするうえで必要となるスキルの習得を図るとともに、社員の自発的挑戦を喚起する仕組みとして、一人ひとりの成長・キャリア形成を支援し挑戦の機会を提供し、仕事や自身のキャリアについて「志やビジョン、夢（ありたい姿・実現したい姿）」を持つ意識の醸成を進めていきます。

また、新人事制度の狙いは、①企業理念および人事理念を浸透させ、実践、実現する、②「ヒト」という最重要な経営資源を最大限に活かし、富士通ゼネラルを持続的に成長させる、③社員が気力を保ち、一人ひとりが成長することで、変革に立ち向かう組織を作るの3つであり、企業理念に掲げる「自発的に取り組みます」「人を思い活かします」「誠実さを大切にします」というOur Philosophyの実践と実現を、社員に求めています。

主な取り組み

● 社員研修

■ 新入社員研修

入社後から約2週間実施し、会社組織の概要や社会人としての心構え（ビジネスマナー等）を学びます。新入社員研修後は配属先による研修が引き続き行われます。

■ 新任管理職研修

管理職としての心構え、マネジメント、事業戦略等を再度学習し、自発的に行動できるマネージャーを育成する研修です。

■ 各種e-learning研修

適時e-learning研修を実施しています。必要とされる題材を各部門で作成してイントラネットで配信し、役員・社員が受講しています。

Topics 空調機技術アカデミーの設立

2019年8月に空調機技術アカデミーを設立しました。

新人教育ではエアコンを解体し、部品一つ一つ「なぜこの形状？」「どんな役割？」ということを学んでいきます。今までは配属された部門の業務しか分からない技術者が、エアコン全体について学んでもらうための、新たなプログラムを開始しています。



新人教育「エアコン解体」の様子

● 海外技術者研修

■ 川崎本社での海外技術者研修

富士通ゼネラルグループの海外拠点で働く現地技術者（タイ・上海の技術者）が、2～3年間日本の川崎本社内で研修を行い、モノづくりの伝承だけでなく、それぞれの現地法人のリーダーとして活躍していく教育の場としての役割も担っています。（2019年度現在：中国4名、タイ8名）

多様性を活かして社員が柔軟に働ける職場づくり

基本的な考え方

富士通ゼネラルグループは、ダイバーシティ&インクルージョンの推進を『持続的成長を支えるための経営戦略』の一つと位置付け、企業理念に則り、多様な人材が活躍できる環境を作りあげること、また、それらの人材の育成と活用による競争力の向上を目指して取り組んでいます。

各々の取り組みは、育児・介護・治療との両立や、女性・外国人・障がい者・シニアの活躍の観点から行っていますが、特定の人を対象とする取り組みではなく、すべての社員が活躍できる環境づくりのための取り組みとなるよう、実施しています。

そして、企業理念を実現するため、すべての社員が活躍できる環境を目指して、「誰もがその能力を発揮し、チャレンジできる環境・風土」を作りあげること、ダイバーシティ&インクルージョンを推進していきます。

主な取り組み

● ダイバーシティ&インクルージョン

■ 女性活躍推進

富士通ゼネラルグループでは、制度や意識改革を行い、女性が活躍できる組織風土の改革に取り組んでいます。2016年4月1日に新たに「女性活躍推進法」が施行されたことに伴い、①2021年度までに定時採用における女性比率を20%以上とする。②2021年度までに10人以上の新任女性管理職登用を行う。の2つの数値目標を設定しています。

主な取り組みとしては、女性自身の意欲や士気を高め、会社からの期待を伝えることを目的に、女性社外取締役との座談会や、中堅の女性社員を対象とした研修等を実施しています。また、全社員を対象とした研修を実施することで、職場全体の意識改革を図っています。

これらの取り組みの結果、①2019年度の定時採用における女性比率は18%、②2016～19年度の新任女性管理職累計登用数は4名となりました。また、2019年度には当社社員から初めて女性の役員が登用されました。

■ 海外現地社員の経営幹部登用

富士通ゼネラルグループは、海外拠点の現地社員より経営を担う人材の登用を行っています。

2019年度、海外拠点の現地人社長の比率は21%、役員比率は26%となりました。今後も事業のグローバル化とともに経営のグローバル化を図るために、積極的に推進していきます。

■ 障がい者雇用

富士通ゼネラルグループでは1970年から特別支援学校卒業生の採用を行っています。2004年には障がい者一人ひとりが、社会人として生きがいを持って働き、社会に貢献する喜びを創造することを理念とした特例子会社(株)富士通ゼネラルハートウェアを設立しました。主な業務内容として、1.社内美化業務(清掃・ゴミ分別回収・庭園管理) 2.物流管理業務(販促物梱包/発送、サービス部品加工/梱包/倉庫内ピッキング、郵便物受け入れ/仕分、宅配便受け入れ/職場通知) 3.リサイクル業務(試作開発エアコン解体、機密書類細断) 4.社員サービス(通勤者自転車パンク修理)等を行っています。障がい者雇用率は2.51%(2019年)となり、法定雇用率の2.2%を上回っています。

● ワーク・ライフ・バランス

富士通ゼネラルグループでは、事業活動の基本的な考え方として「人を思い活かす経営」を掲げ、その中で、ワーク・ライフ・バランスを働き方改革の柱の一つとしています。

全社員を対象に、働き方改革関連法の概要、36協定、残業時間の管理方法一部変更などについてのe-learningを実施しました。

また、長時間労働の削減に向けた取り組みとして、川崎本社地区では毎週1回定時退社日を設定し、ノー残業デーの取り組みを推奨しています。

昨年度まで労使による定期巡回にて定時帰宅を促した結果、定時退社日における定時退社率は90%まで到達しています。

業務面では全社アカスリ運動*の一環として「会議の生産性向上」を目的とし会議机にタイマーを設置しています。設定した時間を超過して会議を行うことがないように、結論を出して終わるように啓発ポスターも各会議室に掲示しています。

*: 環境負荷の低減と高収益の基盤を築き上げるための全社ムダ取り活動

■ ライフサポート制度

富士通ゼネラルグループでは、社員とその家族が健康で豊かな生活を送れるよう、多様な制度を整えています。

社員の多様化したニーズに対応するため、これまでの生活支援を中心とした福利厚生制度(家賃補助・社員食堂・団体保険・見舞金など)に加え、2016年10月より、社員一人ひとりが自分のライフスタイルに合ったメニューを選択できるカフェテリアプランを導入しました。

これにより福利厚生パッケージサービスと合わせ、育児や介護・健康・自己啓発支援を中心に、会社が設定したメニューの中から利用したいメニューを社員が自由に選択し活用できるようになりました。

また、人生100年時代を見据え、定年後のセカンドライフへの備えとして、DC(確定拠出年金)導入を含む退職金制度の見直しを2021年4月導入予定で進めています。

経営執行役コメント



経営執行役
空調機商品開発本部長代理 兼
空調システム開発部長
森田 純恵

Q1. 経営執行役就任後1年がたちますが、ご自身の視点の変化や思いをお聞かせください。

A1. 私は2018年1月入社以来、収益の内75%を占める海外市場からどのような構造で収益をあげているかということが体感できず、不思議でなりません。2019年7月末、毎年3日間にわたり半期ごとに開催されている当社の海外販賣予算会議に、初めて経営執行役として出席することで、その「答え」が見えてきました。

この会議は、世界各国（北米・欧州・オセアニア・中国・タイ・台湾・アジア*・中東・ブラジル）の9地域より各販社代表が、事業内容をはじめ予算内容を討議する「場」です。会議に参加することで、既存事業の収益のポイントが海外販社戦略にあるということを感じました。またこの場において私が最も注目したのは、2019年度中期経営計画にもあげられている「空調機ビジネスモデル」に最も沿った事業を展開しているオセアニア地区のプレゼンでした。オーストラリアには、空調エンジニアリング会社（連結子会社）があり、設備設計から据え付け・サービスマンテナンスまで一貫したビジネスへの本格参入を始めていました。主に「システムメンテナンス・修理」をターゲットとし、エアコン単品販売に特化した既存事業に対して1.6倍規模（出典:IBISワールド2017）のソリューションビジネスを拡大、継続的収益の確保・向上が期待できるものでした。

私は経営執行役就任とほぼ同じタイミングで、前述の新しい「空調機ビジネスモデル」実現のため、従来の海外向け業務用集中管理機器をクラウド接続するシステム開発を、北米のベンチャー企業との協業により着手していました。しかしながら、その空調機の新しいソリューションビジネスを単独で創出することは難しいと考えていましたが、これを好機と捉えて北米、欧州のR&Dセンターとの議論を重ねた結果、空調事業のサービス化に向けたソリューション開発を軌道にのせることができました。

2020年2月からの新型コロナウイルスの影響により、世界中の急速なデジタル化が進み、上記ソリューションビジネスも空調機事業にとって大きな追い風となることが想定でき、当社にとって新しい技術領域が成長できるチャンスであると捉えています。

*タイを除く

Q2. 女性活躍について、富士通ゼネラルの現状と課題を教えてください。

A2. 当社は、前述のとおりグローバル企業であり極めて多様性の高い会社です。一般に、企業のダイバーシティ&インクルージョン（D&I）では、女性活躍があげられますが、当社の場合は、これを「優先」とする必要がないほどに、コーポレート・技術部門においても「女性がいきいきと活躍」しています。社員の男女構成比から考えますと、女性はまだまだマイノリティな存在ではありますが、上海工場の人事部門責任者を女性管理職が担うほか、女性技術者が日本はんだ付けコンテストで入賞するなど（2018年）、多くの女性が活躍しています。また、メカ・エレキ・情報分野で活躍する女性若手エンジニア達と海外の展示会などで会えばすぐに意気投合できますし、普段でも桑山社外取締役、女性管理職を含めて皆がすぐに仲良くなれる、エンカレッジできる環境にあります。

よく大学の先生方より「女子学生は極めて優秀なのに、企業に入社後は、そうはならない。」と伺いますが、それは企業側のインクルージョンに問題があると私は考えています。当社にもまだその課題は一部残っていますが、今後も、我々女性達が華麗に、素直に、たくましく業務遂行することで、富士通ゼネラルスタイルの女性活躍ができるよう貢献していきたいと思えます。

Q3. 今後の抱負を教えてください。

A3. 2020年2月以降の新型コロナウイルス感染症の拡大により、製造業をとりまく環境は大きく変化しています。私は、この不確実な時代こそ、その変化に対応するために自己を変革していく「企業変革力」を強化することが極めて重要であると考えています。私が担当する空調機の新しいソリューションビジネスでは、むしろこの新型コロナウイルスの影響によるデジタル化の急速な発展が好機となります。IoT や AI といったデジタル技術は、生産性の向上や快適な生活空間の提供に一般的には貢献します。しかしながら、IoT の本質は、収集されたデータを活用できる自社の情報システムをもつことであり、自社のサプライチェーンの強化に活用できることにありと考えており、当社においては、新しい空調機のビジネスモデルへの変革には、「企業変革力」を強化する必要があります。このために、私は以下に示すように、ライトコマmercialをターゲットに、サプライチェーンの国際分業と統合にIT・IoTを適用し、保守サービスビジネスへの事業モデル変革の3つに取り組んでいく所存です。

1. IT・IoT 強化は、「顧客起点・現場起点・ニーズ起点」の要件をまとめ製品化を行い、その収集したデータを「サプライチェーンの効率化」へ活用のセットで考えて取り組みます。
2. IoTの使いどころとしては、本社とオーストラリアの子会社の保守サービスビジネスの知見の協調により、保守サービスのためのデータ収集と分析、活用として、全世界の顧客要件を集約して、グローバル展開を実現していきます。
3. 「サプライチェーンの効率化」を行うためには、当社独特の国際的分業を有機的につなぐことにありと考えており、本社とのコミュニケーション、工場との関係性、他国とのコミュニケーションをするため、ここに、IoTを使った「Hub人材ネットワーク」の構築を目指します。

健康意識を高め“Good Life”を目指した職場づくり

基本的な考え方

富士通ゼネラルグループは、社員がいきいきと健康で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』ととらえ、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

主な取り組み

● 社員の健康づくりに関する取り組み

■ 全社員健康面談

社員に対する健康教育・医療職とのつながり作りを主な目的とし、全社員を対象に、産業医や保健師による1回15分程度の健康面談（新入社員は入社後導入研修時期、その他社員は順次就業時間内）を実施しています。

■ ハイリスクアプローチ

1. 産業医・看護職による継続的支援

月に1度、受診確認と処方薬の服用状況を確認し治療継続を支援しています。2019年度は、19名を対象に支援を行いました。

2. 特定保健指導

就業時間中に特定保健指導を実施し、より多くの対象者が指導を受けられるようにしています。2019年度は、積極的支援を250名、動機付け支援を185名に実施しました。

● 社員の労働安全衛生に関する取り組み

富士通ゼネラルグループでは「労働災害ゼロ」を目指し、毎月1回安全衛生委員会を開催しています。主な活動内容は、メンタル疾患未然防止のために実施している長時間労働者に対する面談状況の報告、長欠者・休職者の状況報告、労働災害が発生した際の要因分析、再発防止策の審議、営業職の社有車運転に関わる車両事故報告などで、議事録については社内インフラを通じて周知しています。

FG Wayマネジメントの推進

新たな企業理念「FUJITSU GENERAL Way」の確実な浸透を図るため、さまざまな施策を行っています。

施策例1 本社海外営業部門および海外販売会社との共有会

2019年7月に、本社海外営業部門と海外販売会社の代表者との共有会を開催しました。社長より企業理念の再設定の経緯と込められた思いを直接伝えるとともに、世界16拠点の販売会社の代表より販社の取り組みと企業理念に基づく方針が発表され、お互いの働く環境や考え方、価値観も共有することができました。



本社海外営業部門および海外販売会社との共有会の様子

施策例2 プロモーターによる職場への企業理念浸透

各職場にプロモーターを配置しました。プロモーターによるワークショップを開催し、プロモーター自身が企業理念への理解を深めるとともに、体現事例を共有しています。また、プロモーター同士が意見交換した内容を職場に持ち帰り、各職場の社員に共有を図る職場交流会を実施しています。職場交流会により、部門、個人が目指すべき姿について深掘り、見直しを図っています。

富士通ゼネラルグループは、新たな企業理念「FUJITSU GENERAL Way」を社内に根付かせて経営の基盤とし、自ら新しいことに挑戦する人材の育成、健康意識を高め“Good Life”を目指した職場づくり、多様性を活かして社員が柔軟に働ける職場づくりをはじめとする「人を思い活かす経営」を推進することで、社会課題の解決へ貢献し、Our Missionである「安らぎに満ちた今日にない明日を届ける」を実現していきます。

ガバナンス

監査役対談



社外監査役
広瀬 陽一

社外常勤監査役
井上 彰

常勤監査役
藤井 高明

進行役：経営執行役常務 江藤 雅隆
(サステナビリティ推進本部長 兼
CSR推進部長 兼 品質保証副担当 兼
品質保証推進統括部長)

■ 取締役会に対する牽制機能

江藤常務：まず、取締役会に対する牽制機能としての監査役の在り方について、どのようにお考えでしょうか。

井上監査役：監査役の役割は、当然のことながら取締役会における意思決定の適切性、監督機能、相互牽制や有効性の確認を行うことであると認識しています。牽制機能としての役割を果たすため、リスク事項に対しては忌憚なく意見や質問を出すように心掛けています。

江藤常務：広瀬監査役は、他の会社の監査役もされているかと思いますが、当社監査役は取締役会に対してどのように牽制機能を果たしているとお覧になっていますか。

広瀬監査役：当社の特徴といえる監査役のメンバー構成について話したいと思います。現在、当社の監査役は常勤監査役2名、非常勤1名の計3名の監査役で構成されています。その中で、井上監査役は常勤でありながら、独立性を持った社外監査役という立場で、一方藤井監査役は、内部の事情に精通した社内監査役としての立場で監査業務を遂行されており、非常にバランスが取れたメンバー構成になっていると感じています。それぞれの立場・視点で取締役会において質問や助言を行っていることから、十分牽制機能を果たしていると感じています。

■ 取締役会の実効性

江藤常務：監査役視点で見て、当社の取締役会は機能していると思われますか。取締役会に付議された議題について、活発な議論は行われているのでしょうか。

井上監査役：当社の社外取締役の皆さんは、様々な専門知識をお持ちの方々が行われていることもあり、近年の取締役会では多面的な意見が交わされるようになったと感じています。

広瀬監査役：当社の取締役会は自由に発言できる空気の中で行われており、活発に議論されていると感じます。また、一般的には非常勤であることにより社内情報が制限されがちですが、当社は毎月という高い頻度で開催される監査役会において情報伝達が図られています。これにより十分な情報を得ることができ、監査役としてより適切な意見や監視・監督の遂行に繋がっていると思います。

■ 経営執行役の適法性監査に対する考え

江藤常務：取締役会では、経営の方針等について議論・決定するわけですが、実際に実行するのは経営執行役であると思います。経営執行役の適法性監査はどのように実施されていますでしょうか。

井上監査役：監査計画に基づいて、各部門に対する監査・聴取を行っています。2019年度の実績としましては、聴取は約50回、国内拠点の監査は22か所、海外拠点の監査は9拠点の監査・聴取を行いました。各拠点には2年に1度のサイクルで網羅的に監査するようにしています。監査の中で発見された指摘事項のうち、軽微な指摘事項については拠点長へ、重大な指摘事項については担当役員に対し報告するとともに改善を求めています。また、監査結果については経営トップへ報告も行っています。

江藤常務：実際に現場で監査されているかと思いますが、現場監査の重要性についてはどのようにお考えでしょうか。

井上監査役：現場の状況をよく知るということは、執行を監視するうえで非常に重要であると考えています。監査は指摘事項の有無に関わらず、定期的に現場を監査することにより牽制機能が果たせると考えています。

藤井監査役：従来現場監査は、国内拠点と海外拠点で担当を振り分けて監査していましたが、異なる視点で現場を確認することで、より実効性を高めるために国内外拠点監査は交互に担当する、すなわち同じ拠点には2回連続でいくことのないよう監査担当を分担して監査することにしています。

広瀬監査役：現場に直接出向いての監査、担当者へのヒアリングは、監査役としての職責を果たす上で非常に重要であると感じます。

私自身監査するうえで大切にしている心構えがあります。それは、監査する側とされる側は対立構造にならないようにすべきだということです。監査する側とされる側が互いに対話できる関係を作り上げることで、はじめて現場目線で血の通った監査を行うことができると考えています。日々忌憚なく対話できる関係性構築を心掛け、現場に直接出向き、監査を通じて現場の意見を聞き取り、執行部へ伝えることを繰り返す。これこそが執行部への牽制に繋がると強く思っています。

藤井監査役：現場監査は非常に重要ですが、昨今の新型コロナウイルスの影響により現場に出向くことが難しくなっていることも事実です。このような事態において、今後どのように監査を行い、牽制機能を果たしていくのか。今早急に対処しなければならない課題であると考えています。

■ 当社の社外取締役との関係

江藤常務：当社の社外取締役との意見交換などはどのように行っていますか。

井上監査役：社外取締役と監査役との意見交換会を四半期に1回の頻度で実施しています。意見交換会においては、取締役会よりも更に自由闊達に意見交換がなされています。また、その内容については経営層へもフィードバックし、情報共有を図っています。

広瀬監査役：先程も申し上げましたが、当社の社外取締役の皆さんは企業経営者としての豊富な経験や研究者として高い見識をお持ちの方々が行われています。その見識の中で、この意見交換会でも経営視点からの意見が活発に交わされていると感じており、非常に重要な場だと考えています。

コンプライアンス・ガバナンスの徹底

コーポレートガバナンス

基本的な考え方

富士通ゼネラルグループは、意思決定の迅速化など経営の効率性を高めると同時に、意思決定プロセスにおける透明性の確保、事業執行における内部統制機能の充実を図ることをコーポレートガバナンスの基本と考えています。

コーポレートガバナンス体制

富士通ゼネラルグループは、監査役設置会社かつ経営執行役（執行役員）制度の採用により、経営の監督機能の充実と効率的・機動的な業務執行を図るとともに、監査役が経営陣とは独立した立場で監査・監督を行っており、この体制が当社グループのコーポレートガバナンス上有効と考えています。

2020年6月末現在における役員構成は、取締役10名（うち4名が社外取締役）、監査役3名（うち2名が社外監査役）となっています。

経営に関する重要事項については、原則、上席常務以上の経営執行役で構成される経営会議（原則として毎月2回開催）において協議するとともに、毎月1回定期的または必要に応じて臨時に開催される取締役会において審議・決定しています。

業務執行につきましては、全経営執行役で構成される執行会議（原則として毎月3回開催）において業務執行上の具体的重要事項を審議・決定し、特に重要な事項については取締役会に付議しています。なお、2019年度は取締役会を13回開催し、役員の出席率は98%となっています。

監査役会は、監査役3名（うち社外監査役2名）で構成されており、監査役の職務を補助する組織として、監査役室（1名）を設置しています。監査役会は、取締役会と同日に月次で開催される他、必要に応じて臨時開催されます。監査役は、取締役会に出席し、議事運営、決議内容等を監査し、必要に応じて意見表明を行っています。その他、常勤監査役が、執行会議、コンプライアンス／リスク・マネジメント委員会等の社内の重要な会議または委員会に出席しています。また、常勤監査役は、会長・社長との面談を四半期毎に開催し、監査報告や監査活動に基づく提言を行っています。その他、取締役・経営執行役および各部門担当管理職の聴取・報告を年13回実施し、内外拠点の往査も年15箇所を実施しました。社外取締役とは、原則四半期毎に意見交換会を実施し、監査活動を通じて認識された課題について共有を図っています。これらの常勤監査役の活動は監査役会で報告され、監査役と適切に共有されています。

内部監査につきましては、社内の専任組織である監査部（9名）が行っています。

なお、取締役および経営執行役の指名・報酬に関する事項については、委員の過半数を独立社外取締役で構成する指名委員会および報酬委員会で審議のうえ取締役会に答申を行い、取締役会で審議・決定することとしています。

詳細については、当社Webサイトをご覧ください。

Web <https://www.fujitsu-general.com/shared/jp/pdf-fcjp-ir-governance20200710-01.pdf>



リスクマネジメント

基本的な考え方

富士通ゼネラルグループでは、コンプライアンス、危機管理、人事・労務・安全衛生管理、ITセキュリティ、環境、情報管理などに関するリスクのリスクのアセスメントを実施し、「コンプライアンス/リスクマネジメント委員会」での審議を通じて、事業に大きな影響を与えるリスクの予防や抑制を図っています。

リスクマネジメント体制

事業をグローバルに展開する富士通ゼネラルグループが影響を受ける可能性のあるリスクを迅速に把握し、タイムリーに施策を講じていくため、当社各部門および当社グループ各社によるリスクの評価、リスクへの対応を確認する「リスクアセスメント」を実施し、年4回（四半期毎）に開催される「コンプライアンス/リスク・マネジメント委員会」で、優先的に取り組むべき「重要テーマ」を選定し、リスクの低減を図る活動を推進しています。

2019年度は、「海外事業リスク」「ITセキュリティリスク」「環境規制対応」「品質コンプライアンス」などを重要テーマとして取り組みました。また、委員会の年間の活動状況は、取締役会に報告されています。

主な取り組み

● リスクマネジメントへの取り組み

富士通ゼネラルグループのコンプライアンスの基本として遵守すべき事項を定めたFUJITSU GENERAL Wayの行動規範を社内イントラネットへ掲載し、役員、社員への研修を通じて周知を図っています。

社員向けの啓発活動としては、現場のリスクマネジメントおよび内部統制運用の主体である部門責任者・リーダー層への研修実施により意識向上を図るとともに、下請法、景品表示法など、必要に応じて各部門の業務に関連する重要法令についての説明会や、ハラスメント、情報漏洩の未然防止に向けた研修等を実施しています。また、コンプライアンスに関する意識啓発を目的とした社員向けのメールマガジンを定期的に配信しています。

● 事業継続マネジメントへの取り組み

富士通ゼネラルグループは、大地震等の大規模自然災害や、インフルエンザの蔓延等のリスクが発生した非常事態においても、社員とその家族の安全を確保しながら自社の事業を適切に継続・運営することを目的として、事業継続基本計画を策定し、計画の実効性を確保するために、防災啓蒙活動、各重要業務のBCP（業務継続計画）訓練などを継続実施しています。

なお、新型コロナウイルス感染症の流行に対しては、感染の予防と感染拡大の防止に努めるとともに、感染流行期にも重要な事業を継続維持し、社会的責任を遂行していきます。

役員紹介

取締役

齋藤 悦郎 代表取締役社長

1977年 4月 当社入社
2008年12月 当社VRF・ATW販売推進統括部長
2009年 4月 当社経営執行役
2011年 4月 当社経営執行役常務
2015年 4月 当社経営執行役副社長
同年 6月 当社代表取締役社長経営執行役社長（現在に至る）

庭山 弘 代表取締役副社長

1977年 4月 当社入社
2001年10月 当社財務部長兼経理部長
2004年 6月 当社取締役
2006年 4月 当社取締役経営執行役
2007年 4月 当社取締役経営執行役常務
2010年 4月 当社取締役経営執行役上席常務
2011年 4月 当社取締役経営執行役専務
2015年 4月 当社取締役経営執行役副社長
2018年 6月 当社代表取締役副社長 経営執行役副社長（現在に至る）

酒巻 久 取締役

1967年 1月 キヤノンカメラ(株) (現キヤノン(株)) 入社
1987年 1月 同社システム事業部長
1989年 3月 同社取締役
1996年 3月 同社常務取締役
1999年 3月 キヤノン電子(株)代表取締役社長（現在に至る）
2010年 5月 優良品計画社外取締役
2015年 6月 当社取締役（現在に至る）
2016年 6月 株式会社コー社外取締役（現在に至る）

寺坂 史明 取締役

1972年 4月 サッポロビール(株) (現サッポロホールディングス(株)) 入社
2002年10月 同社九州本部長
2004年 3月 サッポロビール(株)執行役員
同年 9月 同社取締役常務執行役員
2005年 3月 同社取締役専務執行役員
2009年 3月 同社専務執行役員
2010年 3月 同社代表取締役社長
サッポロホールディングス(株)
常務取締役 兼 グループ執行役員
2013年 3月 サッポロビール(株)相談役
2014年 3月 同社顧問
2015年11月 株式会社外監査役（現在に至る）
2017年 6月 当社取締役（現在に至る）
同年 同月 シチズン時計(株)社外取締役（現在に至る）

桑山 三恵子 取締役

1970年 4月 株式会社生堂入社
2004年 4月 同社CSR部部长
2008年 4月 駒澤大学経済学部非常勤講師
2009年 4月 一般社団法人経営倫理実践 研究センター 主任研究員
2012年 6月 一橋大学大学院法学研究科 特任教授
2015年 4月 一橋大学CFO教育研究センター
客員研究員（現在に至る）
同年 同月 明治大学ミッション・マネジメント研究所
客員研究員
2017年 6月 当社取締役（現在に至る）
2018年 4月 一般社団法人経営倫理実践研究センター
上席研究員（現在に至る）
同年 6月 株式会社安藤・間社外取締役（現在に至る）

山口 裕久 取締役

1983年 4月 富士通株式会社入社
2015年 4月 同社イノベーションビジネス本部長
2016年 4月 同社執行役員
2018年 4月 同社執行役員常務（現在に至る）
2019年 6月 当社取締役（現在に至る）

小須田 恒直 取締役

1978年 4月 当社入社
2002年 6月 当社国内営業推進部販売企画部長
2005年 6月 当社取締役
2006年 4月 当社取締役経営執行役
同年 6月 当社経営執行役
2009年 4月 当社経営執行役常務
2010年 6月 当社取締役経営執行役常務
2011年 4月 当社取締役経営執行役上席常務
2013年 4月 当社取締役経営執行役専務
2018年 4月 当社取締役経営執行役副社長（現在に至る）

長谷川 忠 取締役

1988年 4月 株式会社不二工機入社
1997年 5月 当社入社
2014年 4月 富士通將軍中央空調（無錫）有限公司董事 兼 常務副總經理
2015年 4月 当社経営執行役
2017年 4月 当社経営執行役常務
2018年 6月 当社取締役経営執行役常務
2019年 4月 当社取締役経営執行役上席常務
2020年 4月 当社取締役経営執行役専務（現在に至る）

役員紹介

横山 弘之 取締役

1986年 4月 当社入社
2007年10月 当社GDM推進本部 GDM推進統括部長
2009年 4月 当社経営執行役
2014年 4月 当社経営執行役常務
2017年 6月 当社取締役経営執行役常務
2019年 4月 当社取締役経営執行役上席常務（現在に至る）

杉山 正樹 取締役

1981年 4月 当社入社
2011年 4月 当社情報通信ネットワーク 事業部長
2016年 4月 当社経営執行役
同年 6月 当社取締役経営執行役
2018年 4月 当社取締役経営執行役常務
2019年 4月 当社取締役経営執行役上席常務（現在に至る）

指名委員会の構成員

委員長 取締役 寺坂 史明（独立社外取締役）
委員 取締役 酒巻 久（独立社外取締役）、取締役 桑山 三恵子（独立社外取締役）、代表取締役社長 齋藤 悦郎

報酬委員会の構成員

委員長 取締役 寺坂 史明（独立社外取締役）
委員 取締役 酒巻 久（独立社外取締役）、取締役 桑山 三恵子（独立社外取締役）、代表取締役副社長 庭山 弘

監査役

井上 彰 常勤監査役

1980年 4月 株式会社第一勧業銀行（現みずほ銀行）入行
1999年 9月 同行資産監査室企画調査役
2002年 4月 株式会社みずほコーポレート銀行（現みずほ銀行）資産監査部
監査主任
2007年10月 同行業務監査部次長
2008年 5月 北越製紙(株)（現北越コーポレーション(株)）
内部統制監査室長（出向）
2010年 6月 株式会社みずほコーポレート銀行営業 第八部付参事役
同年 同月 当社常勤監査役（現在に至る）

藤井 高明 常勤監査役

1981年10月 当社入社
2001年 6月 当社政州事業部長代理
2002年 4月 Fujitsu General (Middle East) Fze 社長
2009年10月 Fujitsu General (Euro) GmbH 社長
2013年 4月 当社海外営業本部長付
同年 6月 当社常勤監査役（現在に至る）

広瀬 陽一 監査役

1981年 4月 富士通株式会社入社
2009年 6月 同社財務経理本部経理部長
2012年 4月 同社常務理事
2013年 5月 同社執行役員
2014年 4月 同社財務経理本部長
2017年 4月 同社常任顧問
同年 6月 同社常勤監査役（現在に至る）
2018年 6月 当社監査役（現在に至る）

役員紹介

経営執行役等

■ 経営執行役社長

髙藤 悦郎

■ 経営執行役副社長

庭山 弘
コーポレート担当

小浜田 恒直
国内民生営業担当 兼 国内民生営業本部長

■ 経営執行役専務

長谷川 忠
空調機、品質保証担当 兼 空調機事業統括本部長 兼 空調機商品企画部長

■ 経営執行役上席常務

横山 弘之
海外営業本部長 兼 海外マーケティング部長 兼 富士通將軍中央空調(無錫)有限公司 董事長 兼 Fujitsu General (Taiwan) Co.,Ltd. 董事長

杉山 正樹
情報通信システム担当 兼 情報通信システム本部長 兼 富士通ゼネラルOSテクノロジー 代表取締役社長

■ 経営執行役常務

宮嶋 嘉信
財務経理、IT担当

大河原 進
社長室長 兼 リスクマネジメント、内部統制担当

清水 公彦
富士通將軍(上海)有限公司 董事長 兼 総経理

江藤 雅隆
CSR推進本部長 兼 CSR推進部長 兼 品質保証副担当 兼 品質保証推進統括部長

中川 陽介
国内民生営業本部長代理 兼 エリア戦略推進統括部長 兼 サービス・サポート統括部長

坪内 工
空調機商品開発本部長 兼 空調機副担当 兼 空調機事業統括本部長代理 兼 Being Innovative Groupメンター

■ エグゼクティブフェロー

川島 秀司
先行開発、技術アカデミー担当 兼 空調機技術アカデミー長 兼 株式会社通ゼネラル研究所 代表取締役社長

■ 経営執行役

高木 盛光
特命事項担当

板垣 敦
Fujitsu General Air Conditioning R&D (Thailand) Co., Ltd. 社長

内藤 真彦
GDM推進本部長 兼 GDM推進統括部長 兼 生産管理、調達、物流担当

佐藤 博之
空調機商品開発本部長代理 兼 空調機事業統括本部長代理

岡田 雅史
株式会社通ゼネラルエレクトロニクス 取締役副社長 兼 電子デバイス担当 兼 電子デバイス事業部長 兼 富士通將軍電子(蘇州)有限公司 董事長

森田 純恵
空調機商品開発本部長代理 兼 空調機システム開発部長

小林 宏
人事統括部長

■ フェロー

二神 英治
空調機技術企画室長 兼 アーキテクチャ開発部長

(2020年6月17日現在)

※2020年10月1日付の組織改訂でCSR推進本部はサステナビリティ推進本部に改称しています。

財務・ESGハイライト

主な財務/ESG指標

財務ハイライト

■ 売上高



売上高は、電子デバイスは減収となりましたが、空調機および情報通信システムの売上が増加し、前年度比94億円増加の2,621億円(前年度比3.7%増)となりました。
空調機部門では、アジア、中華圏の販売が厳しい状況で推移するとともに、第4四半期に国内外向けとも新型コロナウイルスの感染拡大による影響を受けたものの、欧州や中東向けの販売が伸びたほか、前年度に実施したM&Aによる連結化効果により、売上高は増加しました。

■ 営業利益/営業利益率



空調機において、第4四半期における新型コロナウイルス感染拡大に伴う生産・販売減少のほか、為替のマイナス要因などがありましたが、コストダウンが着実に進展したことに加え、情報通信システムの増収効果による下支えもあり、営業利益は149億円(前年度比2.4%増)となりました。
営業利益率は前年度比0.1%減少し、5.7%となりました。

■ 自己資本/自己資本比率



自己資本は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上はありましたが、為替換算調整勘定など、その他の包括利益累計額の減少により、前年度末比26億円減少し、1,069億円となりました。自己資本比率も前年度末比0.6%減少し、50.1%となりました。

■ 営業キャッシュ・フロー / 投資キャッシュ・フロー / フリー・キャッシュ・フロー



営業キャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益の計上および減価償却費を源泉とした収入等により、97億円となりました。投資キャッシュ・フローは、川崎本社に竣工した開発拠点(ICC)およびタイ新工場の建屋に加え、開発・生産設備ならびにITシステムへの投資等により191億円の支出となり、この結果、当年度のフリー・キャッシュ・フローは94億円の支出となりました。

ESGハイライト

■ 温室効果ガス排出量 (CO₂換算)*



事業活動で消費するエネルギー起源のCO₂排出量と空調機製品に充填する冷媒フロン (HFC) 起源の排出量 (CO₂換算) を集計しています。
 全社アスリ運動の推進や生産部門におけるTP推進活動などにより、温室効果ガスの排出量は減少傾向にありましたが、2019年度はタイ新工場の稼働や開発拠点 (ICC) を新設したため、温室効果ガスは増加となりました。

■ エネルギー消費量*



事業活動で使用するエネルギー消費効率を高めるため、開発拠点では多くの電力を消費する試験設備の効率的な運用の継続、生産拠点では設備のエネルギー転換などの省エネ施策の強化を進めています。2019年度は、タイ新工場の稼働や開発拠点 (ICC) を新設したため、前年度と比較し増加となりました。

■ 取締役会構成員数/社外取締役比率



2020年6月の株主総会で社内取締役2名を減員し、社外取締役4名 (うち女性1名)、社内取締役6名の計10名体制となりました。なお、社外取締役比率は40%となっています。

*データを精査した結果、2019年度に掲載した実績数値を一部修正しています。

財務データ

5年間の財務サマリー

財務データ	(単位)	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
売上高	(百万円)	280,977	260,054	262,340	252,667	262,117
営業利益	(百万円)	27,521	26,490	20,207	14,589	14,941
営業利益率	(%)	9.8	10.2	7.7	5.8	5.7
経常利益	(百万円)	25,889	23,960	18,543	14,116	13,683
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	17,531	10,031	12,854	8,892	5,765
包括利益	(百万円)	13,143	10,513	14,879	8,171	752
純資産額	(百万円)	87,350	95,694	107,722	113,122	110,711
総資産額	(百万円)	181,082	193,949	210,403	215,784	213,250
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	23,207	26,799	10,894	8,513	9,724
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△ 6,830	△ 4,923	△ 5,862	△ 12,515	△ 19,141
フリーキャッシュ・フロー	(百万円)	16,377	21,875	5,032	△ 4,002	△ 9,416
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△ 3,311	△ 2,891	△ 2,936	△ 3,172	2,090
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	21,604	40,789	42,710	35,412	27,571
1株当たり金額						
1株当たり当期純利益 (EPS)	(円)	167.55	95.88	122.86	84.99	55.11
1株当たり純資産額 (BPS)	(円)	812.56	886.89	998.94	1,046.46	1,021.74
1株当たり配当額 (DPS)	(円)	20.00	22.00	24.00	26.00	28.00
主な指標等						
研究開発費	(百万円)	12,374	12,102	12,874	12,986	13,425
研究開発費率	(%)	4.4	4.7	4.9	5.1	5.1
設備投資額	(百万円)	5,037	5,538	6,358	8,378	13,939
減価償却費	(百万円)	4,556	5,382	5,062	5,280	5,848
自己資本比率	(%)	47.0	47.8	49.7	50.7	50.1
自己資本利益率	(%)	22.0	11.3	13.0	8.3	5.3
総資産当期利益率	(%)	9.4	5.3	6.4	4.2	2.7
ネットD/Eレシオ	(倍)	△ 0.25	△ 0.44	△ 0.41	△ 0.32	△ 0.21
キャッシュ・コンバージョン・サイクル*	(日)	81.8	74.5	74.5	87.4	91.9
棚卸資産回転日数	(日)	31.1	31.7	37.8	42.8	45.9
棚卸資産残高	(百万円)	20,044	23,355	27,930	26,703	32,979
配当性向	(%)	11.9	22.9	19.5	30.6	50.8
株価収益率 (PER)	(倍)	10.4	22.9	15.5	18.4	35.4
株主総利回り (TSR)	(%)	111.5%	142.3%	124.9%	105.2%	131.5%

*キャッシュ・コンバージョン・サイクル (CCC) : 売上債権回転日数+棚卸資産回転日数-買掛債務回転日数

連結貸借対照表

(単位：百万円)		
	2018年度末	2019年度末
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	35,412	27,571
受取手形及び売掛金	79,706	71,266
商品及び製品	18,887	24,874
仕掛品	1,822	1,548
原材料及び貯蔵品	5,993	6,556
その他	10,238	10,221
貸倒引当金	△ 331	△ 268
流動資産合計	151,729	141,770
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	27,619	33,678
機械装置及び運搬具	35,594	35,554
工具、器具及び備品	23,345	24,333
土地	9,093	9,007
建設仮勘定	2,457	796
減価償却累計額	△ 59,567	△ 60,452
有形固定資産合計	38,543	42,917
無形固定資産		
のれん	4,212	3,517
その他	5,879	7,713
無形固定資産合計	10,092	11,231
投資その他の資産		
投資有価証券	6,654	4,976
繰延税金資産	7,928	8,469
退職給付に係る資産	41	249
その他	804	3,647
貸倒引当金	△ 10	△ 10
投資その他の資産合計	15,418	17,331
固定資産合計	64,054	71,480
資産合計	215,784	213,250

(単位：百万円)		
	2018年度末	2019年度末
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	40,987	35,465
短期借入金	401	5,446
リース債務	402	252
未払法人税等	801	1,564
未払費用	16,400	14,946
製品保証引当金	4,090	3,835
海外事業等再編引当金	—	2,580
独禁法関連引当金	7,925	7,925
その他	10,980	10,066
流動負債合計	81,990	82,082
固定負債		
長期借入金	—	120
リース債務	635	518
再評価に係る繰延税金負債	2,409	2,380
退職給付に係る負債	15,904	15,990
その他	1,721	1,447
固定負債合計	20,671	20,457
負債合計	102,661	102,539
純資産の部		
株主資本		
資本金	18,089	18,089
資本剰余金	530	530
利益剰余金	92,290	95,296
自己株式	△ 5,044	△ 5,045
株主資本合計	105,865	108,870
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	859	434
繰延ヘッジ損益	—	△ 706
土地再評価差額金	4,858	4,793
為替換算調整勘定	△ 1,869	△ 6,496
退職給付に係る調整累計額	△ 226	6
その他の包括利益累計額合計	3,622	△ 1,969
非支配株主持分	3,634	3,810
純資産合計	113,122	110,711
負債純資産合計	215,784	213,250

連結損益計算書

	(単位：百万円)	
	2018年度	2019年度
売上高	252,667	262,117
売上原価	185,182	189,877
売上総利益	67,485	72,240
販売費及び一般管理費	52,896	57,298
営業利益	14,589	14,941
営業外収益		
受取利息	61	53
受取配当金	92	101
為替差益	915	—
持分法による投資利益	285	130
その他	507	270
営業外収益合計	1,862	556
営業外費用		
支払利息	38	117
為替差損	—	700
投資有価証券評価損	—	325
自宅待機時休業補償等	—	249
退職給付制度改定に伴う影響額	—	158
事業構造改善費用	1,564	—
災害による損失	195	—
その他	536	263
営業外費用合計	2,335	1,814
経常利益	14,116	13,683
特別損失		
海外事業等再編費用	—	3,473
特別損失合計	—	3,473
税金等調整前当期純利益	14,116	10,210
法人税、住民税及び事業税	3,838	4,442
法人税等調整額	752	△ 639
法人税等合計	4,591	3,803
当期純利益	9,524	6,406
非支配株主に帰属する当期純利益	632	640
親会社株主に帰属する当期純利益	8,892	5,765

連結包括利益計算書

	(単位：百万円)	
	2018年度	2019年度
当期純利益	9,524	6,406
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△ 504	△ 424
繰延ヘッジ損益	△ 2	△ 706
為替換算調整勘定	△ 980	△ 4,610
退職給付に係る調整額	157	232
持分法適用会社に対する持分相当額	△ 23	△ 144
その他の包括利益合計	△ 1,353	△ 5,653
包括利益	8,171	752
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	7,587	239
非支配株主に係る包括利益	584	513

連結株主資本等変動計算書 2018年度

(単位：百万円)

	株主資本				株主資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	
当期首残高	18,089	530	86,013	△ 5,044	99,588
当期変動額					
剰余金の配当			△ 2,615		△ 2,615
親会社株主に帰属する 当期純利益			8,892		8,892
自己株式の取得				△ 0	△ 0
自己株式の処分		0		0	0
株主資本以外の項目 の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	0	6,276	△ 0	6,276
当期末残高	18,089	530	92,290	△ 5,044	105,865

	その他の包括利益累計額						非支配 株主持分	純資産 合計
	その他有価 証券評価 差額金	繰延ヘッジ 損益	土地再評価 差額金	為替換算 調整勘定	退職給付に 係る 調整累計額	その他の 包括利益 累計額合計		
当期首残高	1,363	2	4,858	△ 913	△ 384	4,927	3,205	107,722
当期変動額								
剰余金の配当								△ 2,615
親会社株主に帰属 する当期純利益								8,892
自己株式の取得								△ 0
自己株式の処分								0
株主資本以外の項目 の当期変動額(純額)	△ 504	△ 2	—	△ 955	157	△ 1,305	428	△ 876
当期変動額合計	△ 504	△ 2	—	△ 955	157	△ 1,305	428	5,399
当期末残高	859	—	4,858	△ 1,869	△ 226	3,622	3,634	113,122

連結株主資本等変動計算書 2019年度

(単位：百万円)

	株主資本				株主資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	
当期首残高	18,089	530	92,290	△ 5,044	105,865
当期変動額					
剰余金の配当			△ 2,824		△ 2,824
親会社株主に帰属する 当期純利益			5,765		5,765
自己株式の取得				△ 0	△ 0
土地再評価差額金 の取崩			65		65
株主資本以外の項目 の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	—	3,006	△ 0	3,005
当期末残高	18,089	530	95,296	△ 5,045	108,870

	その他の包括利益累計額						非支配 株主持分	純資産 合計
	その他有価 証券評価 差額金	繰延ヘッジ 損益	土地再評価 差額金	為替換算 調整勘定	退職給付に 係る 調整累計額	その他の 包括利益 累計額合計		
当期首残高	859	—	4,858	△ 1,869	△ 226	3,622	3,634	113,122
当期変動額								
剰余金の配当								△ 2,824
親会社株主に帰属 する当期純利益								5,765
自己株式の取得								△ 0
土地再評価差額金 の取崩								65
株主資本以外の項目 の当期変動額(純額)	△ 424	△ 706	△ 65	△ 4,627	232	△ 5,591	175	△ 5,416
当期変動額合計	△ 424	△ 706	△ 65	△ 4,627	232	△ 5,591	175	△ 2,411
当期末残高	434	△ 706	4,793	△ 6,496	6	△ 1,969	3,810	110,711

連結キャッシュ・フロー計算書

	(単位：百万円)	
	2018年度	2019年度
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	14,116	10,210
減価償却費	5,280	5,848
のれん償却額	39	223
引当金の増減額 (△は減少)	△ 1,156	2,335
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	△ 21	239
受取利息及び受取配当金	△ 153	△ 155
支払利息	38	117
売上債権の増減額 (△は増加)	△ 2,188	2,770
たな卸資産の増減額 (△は増加)	1,372	△ 8,902
仕入債務の増減額 (△は減少)	△ 4,582	△ 593
その他	1,284	429
小計	14,028	12,525
利息及び配当金の受取額	153	155
利息の支払額	△ 34	△ 120
法人税等の支払額	△ 5,635	△ 2,834
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,513	9,724
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△ 5,229	△ 12,641
有形固定資産の売却による収入	1	57
投資有価証券の取得による支出	△ 679	△ 12
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△ 5,387	△ 454
その他	△ 1,221	△ 6,089
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 12,515	△ 19,141
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額 (△は減少)	77	5,427
長期借入れによる収入	-	160
自己株式の取得による支出	△ 0	△ 0
配当金の支払額	△ 2,609	△ 2,820
リース債務の返済による支出	△ 215	△ 259
その他	△ 424	△ 416
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,172	2,090
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 122	△ 514
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△ 7,297	△ 7,840
現金及び現金同等物の期首残高	42,710	35,412
現金及び現金同等物の期末残高	35,412	27,571

会社概要 (2020年3月31日現在)

株式会社富士通ゼネラル

本社所在地
神奈川県川崎市高津区末長三丁目3番17号

代表者
代表取締役社長 斎藤 悦郎

設立
1936年1月15日

資本金
18,089百万円

社員数
連結8,042名 単独1,642名

取締役員数 (2020年6月17日現在)
10名 (うち社外取締役4名)

連結子会社数 39社

持分法適用関連会社数 4社

上場証券取引所
東京証券取引所 (第一部)

証券コード
6755

株式数
発行可能株式総数 200,000,000株
発行済株式の総数 109,277,299株

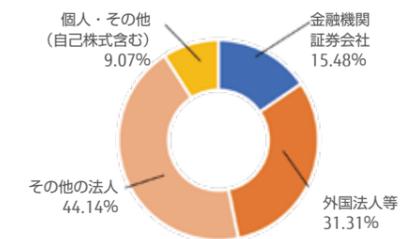
株主数
4,873名

大株主の状況

※ 下記のほか、自己株式が4,650千株あります。

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
		※自己株式除く
富士通株式会社	46,121	44.08
ジェービー モルガン チェース バンク 385632	8,117	7.76
ゴールドマン・サックス・アンド・カンパニー レギュラーアカウント	3,010	2.88
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2,946	2.82
ジェービーエムシービー オムニバス ユーエス ペンション トリーティー ジャスデック 380052	2,885	2.76
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 510312	2,676	2.56
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,589	2.47
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 510311	2,214	2.12
株式会社みずほ銀行	2,000	1.91
MSIP CLIENT SECURITIES	1,420	1.36

所有者別株式分布状況



株価および出来高の推移



