

# お客さまのために

富士通グループは、お客さまにとってかけがえのないパートナーとなることをめざす「お客さま起点経営」を推進しています。

## 「お客さま起点経営」の考え方

「お客さま起点」とは、常にお客さまを起点にして考え、あらゆる発想と行動の原点をお客さまと現場に置き、お客さまの変化を受けとめ、お客さまとの約束を守ることにより、お客さまにとってかけがえのないパートナーをめざすという考え方です。

富士通グループは、社員一人ひとりが「お客さま起点」で考え、日々の業務のなかで実践しています。

## フォーメーションの革新 (営業、ソフト・サービス部門の組織再編)

富士通グループは現在、以下の4点を基本的な考えとして、「フォーメーションの革新」を進めています。

- お客さまから見てわかりやすいこと
- お客さま対応のスピード向上ができること
- お客さまのITライフサイクル全体をシームレスにサポートできること
- グループ内での事業や機能の重複・競合をなくすこと

その一環として、2004年6月、「お客さま起点」「スピード」「シンプル」をコンセプト

に「お客さまにより近いフォーメーション」をめざす、営業部門とソフト・サービス部門の組織再編を実施しました。これによって、市場の変化や多様化するお客さまのニーズをいち早くキャッチし、お客さまのシステムのライフサイクル全般にわたって富士通グループが一体となってビジネスを支えていく体制を強化しました。

<http://pr.fujitsu.com/jp/news/2004/06/23.html>

## 「お客様総合センター」の運営

富士通グループでは、サービス・製品について問い合わせ先がご不明な時や、商品の特定ができない時、その他お困りの時などにご相談いただく窓口として「お客様総合センター」を2003年6月から運営しています。

この「お客様総合センター」は、“お客さまとのコミュニケーション回路を最適に繋ぐスイッチ”として、お客さまの問い合わせに素早く最適な部門に繋ぎこみ、お客さまの声に迅速に応える役割を果たしています。また、お客さま満足の向上をめざして、お客さまの声に基づく「気づき情報の抽出」「製品・サービスの開発・品質向上」を実現する体制づくりを進めています。

## お客さまの声に基づく改善例

「お客様総合センター」では、寄せられたお問い合わせを分析し、製品やサービス、事業活動の改善に役立てています。

### FUJITSUホームページのコンテンツを充実

「パソコンを処分したいが、ホームページで探しても問い合わせ窓口が見あたらない」「プリンタのトナーを購入したいが問い合わせ窓口がわからない」などのお問い合わせを数多くいただいたため、お客さまが目的の窓口で早くたどりつけるよう、「お問い合わせ」のページに「よくあるお問い合わせ情報」を掲載しました。

<http://jp.fujitsu.com/contact/services>



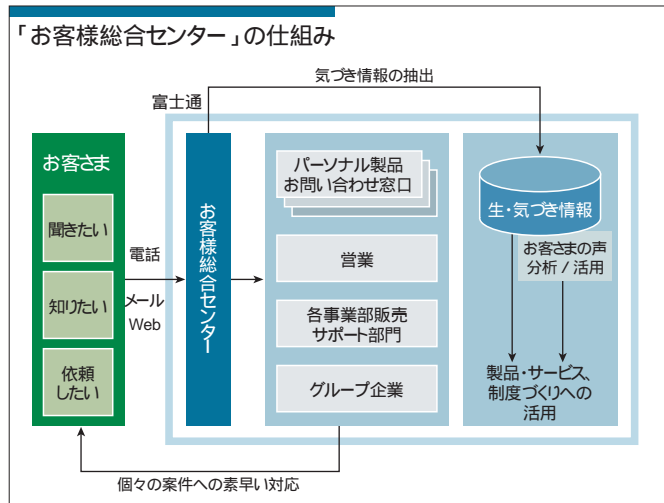
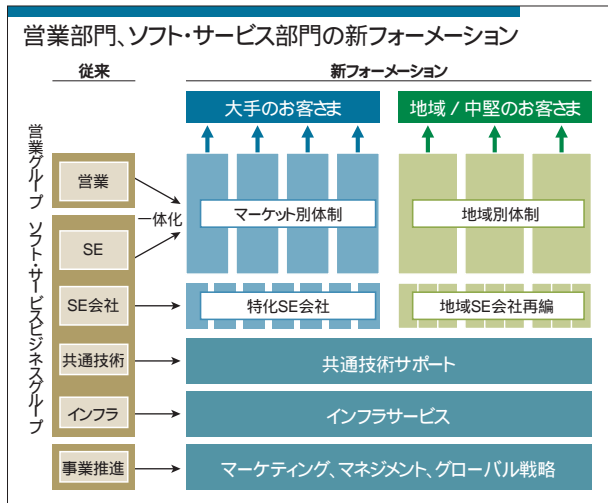
お問い合わせページ

### FUJITSUホームページの文章表現をわかりやすく改善

ホームページを閲覧いただいたお客さまからの「専門用語が多くてわかりにくい」「検索しにくい」などの声を反映して、お客さまにとって“より身近で理解しやすい言葉”で表記するようにしました。

### 【改善例】

- ・パーソナル製品 パソコン、携帯電話
- ・保守 故障、修理
- ・プリンタサプライ品 プリンタ消耗品
- ・パソコンリサイクル パソコン処分・廃棄



# お客さまのために 品質の追求

FUJITSUの信頼とプレゼンスを高めるために  
社員一人ひとりがあらゆる業務において品質を徹底・追求しています。

## 品質へのこだわり 「Qfinity活動」

富士通グループは、The FUJITSU Wayにおいて「FUJITSUの信頼とプレゼンスを高めます」という指針を掲げており、この指針に則り、社員一人ひとりがあらゆる業務において品質を徹底・追求する「Qfinity活動」に取り組んでいます。

富士通は、1966年から、主に製品の機能や信頼性の向上を目的とした「高信頼性運動」を推進し、1977年からは、製品のコストダウンや事務の合理化などを目的とした改善工夫提案「VE( Value Engineering )推進活動」を展開してきました。

こうした活動を発展的に統合し、2001年度からスタートした富士通グループのQualityへの取り組みが、「Qfinity活動」です。

Qfinity活動は、お客さまの期待に応える優れたQualityを追求することで、「社会から信頼されるパートナー」となることをめざしています。そして、この目的を達成するために、追求すべきQualityを、製品の機能や信頼性だけでなく、お客さま対応、納期対応、コストなどを含めた“あらゆる業務のQuality”にまで広げたことがQfinity活動の大きな特徴であり、これまでの活動との相違点です。



Qfinityの語源は、Quality( 質 )とInfinity( 無限 )を合体した造語で「無限にQualityを追求」という概念を表しています。

Qfinity活動では、グループで活動する「プロジェクト活動」と、主に個人が提案する「改革・改善提案活動」の二つを推進しており、富士通グループの社員は、そのいずれかに参加することを原則としています。こうして各部門・各人が、自分にとってのお客さまを定め、仕事のQualityをPDCAサイクルを用いて継続的に改善し続けることで、挑戦する企業風土の醸成、富士通グループの活動の高度化を図っています。



Qfinity全社報告会

## 「Qfinityシステム」を活用して 効率的な活動を推進

Qfinity活動の最大の特徴は、品質向上の対象が富士通グループの業務全体にわたっており、グループのあらゆる部門・個人の間で「目標設定」や「目標達成のための手法」「活動の成果」が共有されている点にあります。業務内容が異なる部門・個人の間でも、課題やそれに対する解決策が共通するケースがあり、これらを共有することで品質向上活動を効率化できるからです。

こうした活動を効果的・効率的に推進していくために、富士通グループは、ITがもつ即時性・ネットワーク性、双方向性などの特性を徹底活用したWebベースのマネジメントシステム「Qfinityシステム」を開発、導入しています。

Qfinityシステムには、富士通グループが推進しているプロジェクト活動や改革・改善提案活動のテーマや目標、プロセスのベンチマーキング、改善案、ノウハウなどがデータベース化されており、必要な“情報”と“知”を共有化することができます。また、異なる部門間での情報交換が活発になることで、新たな知見やノウハウが生まれるという効果もあります。

富士通グループでは、Qfinity活動の活性化を図るために、各種の人材教育プログラムの開発や、活動成果に対する表彰制度を導入するほか、活動成果を全社員と共有するために「Qfinityホームページ」を通じた情報発信や「Qfinity全社報告会」を開催しています。

# お客さまのために ユニバーサルデザイン

製品やサービス、そしてWorkPlace( 利用環境 )、WorkStyle( 運用状況 ) 。  
多角的な視点で使いやすさを分析し、人間中心のデザインを追求しています。

## 使いやすさの向上をめざす「ユニバーサルデザイン」を推進

### ユニバーサルデザイン・ポリシー

富士通グループは、早くから、人間の諸特性を研究、理解し、その特性に合わせて設計するエルゴノミクス( 人間工学 ) の考え方を採り入れた“ 人間 ” 中心のデザイン 「ヒューマン・センタード・デザイン」を追求してきました。そして近年では、製品やサービスを開発するにあたって、機能を充実させ、性能を高めるだけでなく、「ユニバーサルデザイン」の考え方を採り入れた設計を心がけています。

ユニバーサルデザインとは、年齢や体格、身体的能力に関わらず、誰にとっても製品やサービスを安全・正確かつ快適・効率的にご利用いただけるようデザインすることです。富士通グループは、さまざまな製品やサービス( ウェブサイトなど ) にユニバーサルデザインの考え方を導入し、多くのお客さまにご利用いただくとともに、お客さまのご意見を新たなデザイン開発に活かしています。

### 「IT利用シーン」の

### ユニバーサルデザイン化を推進

富士通グループでは、製品やサービスにユニバーサルデザインの考え方を採り入れるだけでなく、それらを活用するIT利

用シーンそのもののユニバーサルデザイン化を推進しています。あらゆるIT利用シーンをユニバーサルデザインの対象領域と捉え、お客さまが実際にITを利用するオフィスや店舗などのWork Place( 建築、施設 )、コミュニケーションや仕事の進め方などのWork Style( 就業、安全衛生 ) など、ITを利用するさまざまな場面を多角的な視点で分析し、その結果を製品やサービスの改善に活かしています。

### ユニバーサルデザイン教育を実施

ユニバーサルデザインをグループ全体で推進していくために、富士通グループでは、ユニバーサルデザインの目的と必要性を理解し、社員一人ひとりのテーマとして取り組めるよう社員教育を行うほか、ユニバーサルデザイン指針の策定、普及や啓発のための各種ツールの整備などを推進しています。

2004年度は、e-learningによる全社員へのユニバーサルデザイン教育を行いました。

## ユニバーサルデザイン 取り組み事例

「富士通ウェブ・アクセシビリティ指針第2.0版」を作成・公開

「JIS X8341」の改版に合わせて「富士通ウェブ・アクセシビリティ指針」を第

2.0版に改訂しました。

第2.0版では、第1.01版公開後に実施した調査・研究をもとにより高いアクセシビリティを実現できるよう大幅な改版を行いました。第2.0版は、2004年6月28日よりFUJITSUホームページで公開しています。  
<http://jp.fujitsu.com/webaccessibility/>

### アクセシビリティ

環境、設備、機器、ソフトウェア、サービスなどを障害者、高齢者など、さまざまな人々が利用しやすいように、思い、および利用しやすい度合い。

### 診断ソフトウェアツール

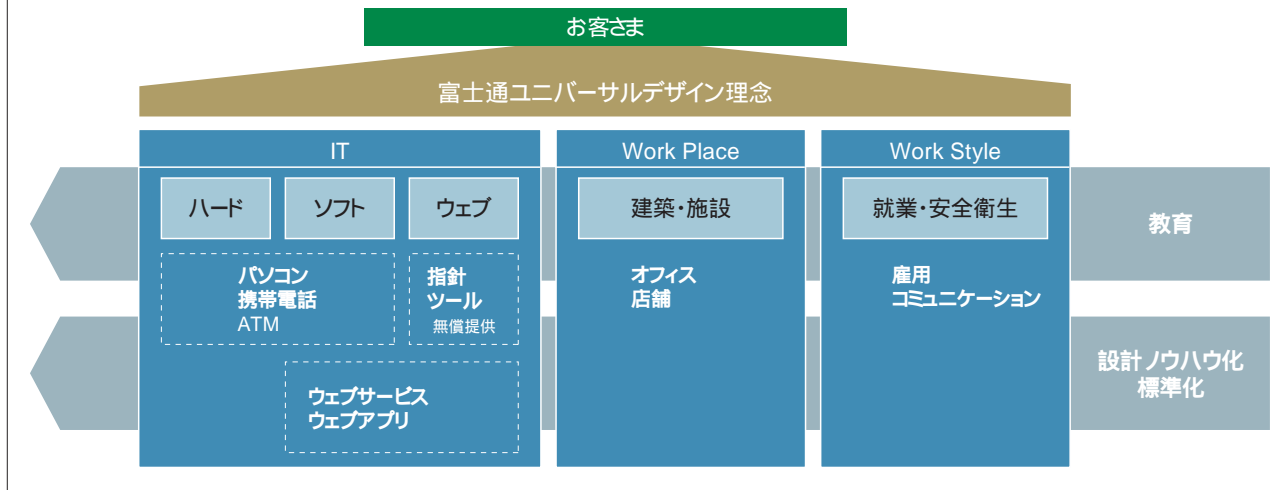
「Fujitsu Accessibility Assistance」を無償提供

富士通ではこれまで、独自のアクセシビリティ診断ソフトウェアツール「Fujitsu Accessibility Assistance」をFUJITSUホームページ上で公開し、その無償提供を通じて、多くのお客さまにご活用いただけてきました。そして「JISX8341-3」の公示に合わせてチェック機能を強化し、2004年6月28日よりFUJITSUホームページで公開し、継続して無償提供を開始しました。これまでのべ7万本以上がダウンロードされるなど多くのお客さまにご活用いただけています。

また、海外のお客さま向けに英語版を開発し、2005年4月に無償提供を開始しました。

<http://design.fujitsu.com/jp/universal/assistance/>

### ユニバーサルデザイン・ポリシー



アクセシビリティに配慮した  
ホームページを制作

年齢や身体的能力に関わらず、さまざまな方にFUJITSUホームページをご利用いただけるよう、富士通は「富士通ウェブ・アクセシビリティ指針」に基づき、アクセシビリティに配慮したホームページの制作を行っています。



FUJITSUホームページは、日経パソコン「企業サイトユーザビリティランキング2005」において2年連続で第1位の評価を得ました。今年度のランキング評価項目では、個人情報保護方針の公開内容が重要視されており、富士通は、この評価項目で満点を得るなど、情報公開の内容においても高い評価をいただいています。

<http://jp.fujitsu.com/topics/npc2005/>

ウェブ・アクセシビリティ支援ツール  
「WebUD」を開発・提供

富士通は、2004年12月、ウェブ・アクセシビリティ支援ツール「WebUD」を開発し、提供を開始しています。

「WebUD」は、音声読み上げ、漢字的読みがな表示、文字や図の拡大縮小、文字と背景の色変更、入力支援などウェブ・アクセシビリティにおける高齢者や障害者などへの配慮を実現するツールで、提供者は「WebUD」をサーバ側に登録しておき、利用者は、使用許諾条件に同意するだけで利用することができます。

<http://segroup.fujitsu.com/consulting/services/menu22/>



「WebUD」漢字的読みがな表示例

「FOMA®らくらくホン」における  
ユニバーサルデザイン

「FOMAらくらくホン」は、従来から定評のある見やすい画面表示機能や、イラストを用いたわかりやすい操作ガイド機能、音声で操作方法やメール内容が確認できる音声読み上げ機能などに加え、FOMAならではのテレビ電話機能も簡単にご利用いただけます。

<http://www.fmworld.net/product/phone/>



iモード®サイトの表示内容も音声読み上げが可能になりました。また、全メニュー内容や作成中メール内容なども読み上げることができます。

ユニバーサルデザインの考えを  
採り入れた展示会

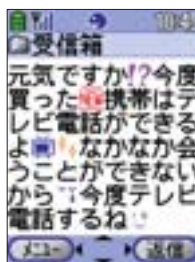
富士通は「富士通ソリューションフォーラム2004」をはじめ各種の展示会において、ユニバーサルデザインの考えを採り入れた展示や運営を行っています。座ったままでご覧いただける展示台や、点字の案内、筆談ソールの準備など、見やすく、わかりやすい展示に努めています。



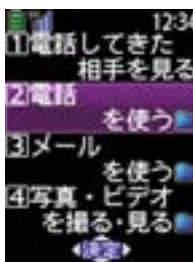
WPC EXPO 2004



わかりやすい  
ガイダンス表示



大きく見やすい文字



視認性に優れた  
ネガ・ボジ反転表示



「らくらく」だけのおしゃれ。高級感あふれるデザイン

「FOMA」「iモード」は(株)NTTドコモの登録商標です。