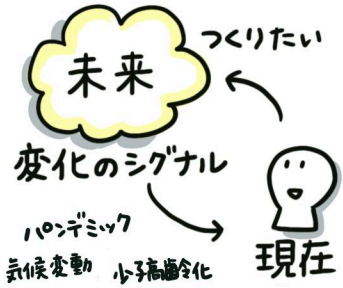


富士通のビジョン

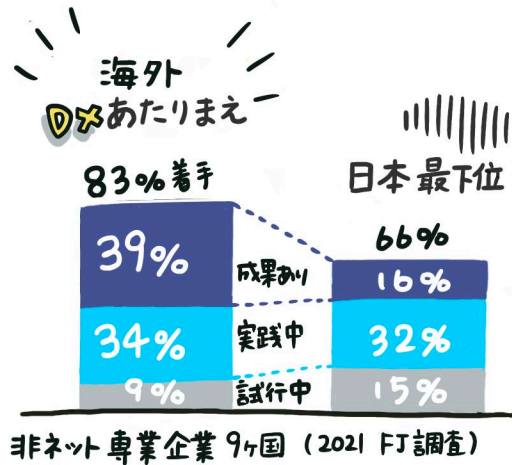


大切なのは人の健康・幸せ = well being
オンラインがあたりまえ = デジタルがデフォルト

今こそ日本を再創造
デジタルトランスフォーメーション

DX

- 身の回りのこと・もの・プロセスをデジタル化
 - デジタル化したものをネットにつなぐ
 - そこから生まれたデータで暮らし・仕事を変えていく
- より良い方向に



DXの
海外 成果は社外・社内

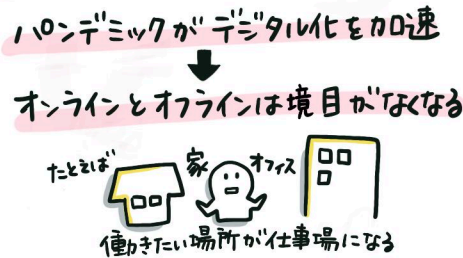
顧客体験の向上
経営スピードの向上
稼働率化・コスト削減

日本 稼働率化・コスト削減

産業型ビジネスのスタイル
信頼性のあるものを
ゆっくりつくる

DXが成功する組織

- リーダーシップ
 - 人材のエンパワーメント
 - アジャイルな文化
 - エコシステム
 - データからの価値倉り出
 - ビジネスとの融合
- トップはDXを優先課題と捉えている
デジタル人材を育て、権限を与えている
機敏に変化に対応する
社外パートナーと手を組み、エコシステムをつくる
データからビジネスを生み出す
デジタルをビジネスプロセスに組み込む



変化への対応力
レジリエンスが
最優先課題

日本の課題

- デジタル人材がいない
- 権限委譲できていない
- アジャイルに仕事する文化がない
- 社外と手を組むのが苦手
- オープンイノベーションできない

DX成功の可否は
人にあり!

デジタル導入が主眼ではなく
デジタルで何がしたいか。
目的が大事。だから
人が重要なのです。



富士通 エグゼクティブディレクター 高重 吉邦氏

デジタル時代の新しい筋肉の使い方

デジタル・マッスルを鍛える

パンデミックに対応できた理由

- 1位. アジャイルに対応
 - 2位. デジタル化に対応
 - 3位 Well being (人が大事)
- (非ネット専業企業)

