



これがメイド・イン・ジャパンの実力！

富士通 パソコンに賭ける。 魂と夢

パソコンなんて中身は同じだから安いほうがいい……あなたはそう考えていませんか？ これは大きな間違いである。「メイド・イン・ジャパン」だからこそ、世界最高であり続ける富士通の物づくりを見よ！

文 大河原克行

月刊宝島
11月号
掲載記事

本特集掲載パソコンのご購入に関する相談は、下記までお電話下さい。

【購入相談窓口】フリーダイヤル ☎ 0120-719-242 (受付時間: 平日9時～21時、土・日・祝日9時～17時)

※システムメンテナンスのため、サポートを休止させていただく場合があります。 ※電話番号はお間違えないよう、お確かめのうえおかけください。

富士通株式会社

CB2659

これがメイド・イン・ジャパンの実力!

モバイルの世界標準機 LOOXの飽くなき挑戦



約24.3mm

LOOX実寸



筐体全体でパソコン動作時の熱を放散するファンレス構造により、静音を実現したほか、従来モデルで好評の指紋センサーも搭載している。

FMV-BIBLO LOOX T70M/T

サイズ: W271xD209.5 xH24.3~28.3mm 重さ: 約1.27 CPU: インテルPentiumMプロセッサ超低電圧版753(1.20GHz) メモリ: 512MB HDD: 約60GB ドライブ: スーパーマルチドライブ(着脱式) バッテリー稼働時間: 約8.4時間 画面: 10.6型ワイド その他: モバイルテレビ機能対応、指紋センサー搭載

パソコンはどのメーカーの商品を買っても変わりがない。そんな声を聞くことがある。確かに、パソコンを構成するCPUやOSは、世界標準のものが使われている。これらを組み合わせて開発されたパソコンの機能や性能には、差がないと考えるのも当然だ。だが実際には違う。パソコンに詳しい人ほど、メーカー間の品質の差、使い勝手の差、そこから醸し出される完成度の差を実感しているはずだ。

実際、日本のパソコンメーカーが作り上げる品質は、いまや世界のどのパソコンメーカーも追従できないレベルにまで到達している。「日本の最先端」はイコール「世界の最先端」なのである。これは日本の物づくりへのこだわりが実現したのもといえる。

富士通のモバイルパソコン『LOOX T』。

小型軽量化と、長時間連続バッテリー駆動、そして富士通が持つ要素技術や、大型コンピュータの開発などで培ってきたノウハウを背景として、世界最先端のパソコンを作り出すことに成功している。

従来製品に比べて基板を約2割小さくするために、部品の集積化を行うとともに、ポイントレスと呼ばれる新たな実装技術を採用。放熱構造を見直し、ファンレス化を実現して、約24・3の薄さとともに、約1・27という軽量化も実現した。随所にいかされた富士通ならではの技術とこだわりが、モバイル環境での利用に最適なパソコンを完成させたのだ。

モバイルパソコンには必須とされる「持ち歩いたときのスタイリッシュさ」についても、『LOOX T』ではデザインを一新したことでさらに洗練された。マグネシウム合金の天板も、既存のノートパソコンにはない質感を表現している。

「メイド・イン・ジャパン」にこだわる富士通でなければ、生み出すことができなかった一台である。

これがメイド・イン・ジャパンの実力!②

ハイビジョンすら手に入れた TXのリビングングPCという発想



FMV-DESKPOWER TX90M/D

サイズ: W944×D311×H644 重さ: 約42
CPU: HTテクノロジー インテル Pentium4 プロセッサ630
(3GHz) メモリ: 1GB HDD: 約600GB ドライブ:
スーパーマルチドライブ 画面: 32型ワイドデジタル液晶
その他: ハイビジョン・テレビチューナ/ダブル高画質テレビ
チューナ(ハイブリッド高画質化テクノロジー「Dixel」搭載)、最大録画時間: 約1096時間 左隣に置かれているの
は「LOOX T」。

富士通は、なぜ、テレビパソコンにこだわるのか。同社のパソコン事業を知れば知るほど、その質問が愚問であることがわかる。

古くからのパソコンユーザーなら知っているはずだ。8ビット時代に他社に先駆けてAV機能の強化を図った『FM77AV』や、CD・ROMドライブを世界で初めて標準搭載したマルチメディアパソコンの『FMTOWNS』といった名機たちの存在を。そして、これらが私たちのパソコンであったことを。

富士通がAV機能に力を注ぐのは必然であり、その延長線上に位置する大画面液晶のテレビパソコンは、同社にとって、むしろ欠かせない製品であることがわかる。

もうひとつ質問を投げてみる。AVメーカーではない富士通は、テレビパソコンで優位性を発揮できるのか。これも愚問にすぎない。

富士通が長年にわたって蓄積してきたAV技術の優位性は誰もが認めるところだ。地上デジタル放送の広がりに象徴されるように、アナログから、富士通が得意とするデジタルへと、時代が変化してきたのである。

富士通は、今年4月に発売した32型ワイド液晶を搭載したデスクパワー『TXシリーズ』で、ハイブリッド高画質化テクノロジー「Dixel」(ディクセル)を採用した。これによりパソコンは、初めてデジタル放送のハイビジョン画質での視聴、録画を実現。「美しい映像はPCが創り出す。」というキャッチフレーズをそのまま表現してみた。先頃、発表された新製品のデスクパワー『TX90M/D』および『TX70M』では、「Dixel」による高画質化テクノロジーを引き続き採用するだけでなく、より使い勝手を向上させている。

パソコンにおけるAVの進化が、富士通から始まるのは過去の歴史からも証明済みだ。

世界最先端と超高品質 富士通の「物づくり」哲学

パソコンは不思議な製品である。本体、モニター、CPU、OS、メモリ、ハードディスク等の各部品は、各社ともほぼ共通のパーツが利用され、その基本構成にはほとんど差がない。けれども人間と同じように、パソコンにはいくつもの顔があり、異なった性格を持ち合わせるのだ。

例えば、AV機能を得意とするパソコン、セキュリティに力を注いだパソコン、モバイルを追求したパソコン、その特性はバラバラだ。しかも同じ用途や特性を持ったパソコンでも、その完成度には大きな差があるのである。

なぜ、こうした差がでるのか。それは、パソコンを作る企業の事業方針や姿勢に左右されるからだ。さらにいえば、実際にパソコンを作り上げる開発者たちの哲学を反映して

いるからである。同じ部品を使っても、出来上がる物は全く異なるというのは、物づくりの世界では常識だ。これはデジタルの最先端機器であるパソコンにも当てはまる方程式なのである。

富士通は、日本のパソコンメーカーで、最大級の出荷規模を誇る企業だ。この富士通のパソコンには、すべての製品に共通している理念がある。

それが「物づくりへのこだわり」だ。富士通のパソコンこそが、「日本の物づくり」を代表するといっても過言ではない。

一般的にはパソコン事業は、「水平分散」型ビジネスの代表とされている。共通部品を大量に仕入れ、中国など人件費の低い国で組み立てることから、生産コストの削減を図れるからだ。実際、ここにメリットを見いだすパソコンメーカーも少なくない。

一方その対極として、薄型

物づくりは「着せかけ」である

多くのパソコンメーカーが中国生産などにシフトするなか、富士通はデスクトップパソコンを福島でアセンブリ（組み立て）し、ノートパソコンを島根で、基板から一貫生産している。

富士通のパソコン事業の陣

頭指揮を執る山本正己パーソナルビジネス本部長は、「富士通のパソコンへのこだわりは、物づくり、そして者（もの）づくりにある」と語る。「富士通がお客様に提供できるものは何か。それは、安心して使ってもらえる品質、安



富士通株式会社
設立：1935年6月20日
売上高：2004年度 単独2兆8462億5600万円、連結4兆7627億5900万円
資本金：3246億2507万5685円（2005年7月末現在）
従業員数：単独3万3792名、連結15万970名（2005年3月31日現在）
代表取締役社長：黒川博昭

定稼働する信頼性という点に尽きる。そのために、自ら実験を行い、技術を開発し、お客様のフィードバックを聞き、それを物づくりに反映させる。富士通のパソコン事業に携わる社員全員が、物づくりに徹底したこだわりを見せている。だからこそ、お客様に認めら

れる世界最高の品質が実現できる。「製品では絶対に負けない、と山本氏は強く語るが、その言葉には物づくりにこだわりを持つ人（＝者）が、パソコンの開発、設計、生産、販売を行っていることへの自負がうかがえる。

世界最高へ挑戦し続けるノートPC

富士通の物づくりへのこだわりを象徴するのが、ノートパソコンのBIBLOシリーズ、中でも特にモバイル

用途を意識して開発されたのが、LOOXシリーズである。ノートパソコンは、デスクトップパソコンよりも、メー

カーの力量が試される部分が大い。デスクトップのように標準化された部品を採用しているのとは異なり、基板を独自開発することで、本体の大きさや、重量などを左右できること、加えて、省電力化技術、セキュリティ技術など、差別化できるポイントが数多くあるからだ。

KEY PERSON

富士通株式会社 パーソナルビジネス本部 本部長代理兼モバイルPC事業部長 五十嵐 一浩
前列左から3人目。ノートパソコンの開発の中心人物。どっけLOOXには初代から関わる。エナリギッシュで、何よりも開発現場の最前線にいたいことが最も自分らしいと語る。



KEY PERSON

富士通株式会社 経営執行役員 パーソナルビジネス本部長 山本正己
富士通のパソコン部隊の総責任者。学生時代、剣道に打ち込んだ経験が今の自分の核になっていると語る。自分らしいのは若い社員達と飲んでいる時という。

「9月に出荷した新しい『LOOX T』は、これまでモバイルを追求できるかへの挑戦だった」と語るのには、ノートパソコン事業を担当するパーソナルビジネス本部長の五十嵐一浩本部長代理兼モバイルPC事業部長だ。

結果、従来モデルでは約32mmあった最薄部を、約24・3mmへと薄型化。さらに約1・27mmへ引き下げた。文字にするのと、たったの7・7mm、たったの70であるが、その実現には笑顔とはうらはらの、想像を絶する努力があった。もともと今年春に製品化される予定だったのだが、実際は半年延びたという事実がその苦勞を物語っている。

新たな実装技術の採用と部品の集積化を行い、基板を2割も小さくすることに成功した。当然ながら、この新実装方式の採用のためには、生産設備の改善も必要だった。

「現在のパソコンで実現できる機能を一切無くすことなく、どこまで小さくできるか。もちろん信頼性、安定性、セキュリティは譲らない。富士通が世界のテクノロジリーダーであることを証明する製品を目指した」と五十嵐氏は、その開発経緯を振り返る。

島根富士通で、『LOOX T』を生産する立場から開発部門との調整を担当した林祐一氏は語る。

「いかに基板を小さくするかという取り組みとともに、製造不良をゼロにするためにはどうしたらいいかという点にこだわった。富士通のパソコン



KEY PERSON

富士通株式会社 パーソナルビジネス本部
パーソナルシステム事業部長
齋藤邦彰

穏やかな中にも内なる情熱を見せる。デスクトップ開発の中心人物。「ゼロトレスト」が良い決断につながると、目下の趣味は自宅横須賀周辺でのジョギング。



富士通アイソテック



KEY PERSON

富士通株式会社 パーソナル
ビジネス本部 コンタクト
センター統括部長
寺師和久

サポート関連事業の責任者。富士通ゆえ求められる期待値は高い、と日々改善中。毎日が秒単位の仕事なだけに、「悠久の中国の歴史書を読むときが自分らしいとき」と語る。

富士通の物づくり精神は生き続けている。その象徴がP415で紹介している『TXシリーズ』である。

「画質の面で、絶対に失敗はできない。後戻りができない決意の上で投入した製品」と語るのは、デスクトップパソコン事業を率いるパーソナルビジネス本部パーソナルシステム事業部長の齋藤邦彰氏だ。

「32インチは、画質に誤魔化しがきかないサイズ。まさに、富士通の真価が問われた製品。その厳しい条件のなかで、高画質化テクノロジー『Dixee』の採用によって、テレ

ビメーカーにも負けない画質が実現できた」と自負している」と続ける。

『Dixee』とは、富士通研究所で長年の研究により開発された独自の高画質化技術



KEY PERSON

富士通アイソテック株式会社 代表取締役
川勝匡祐

デスクトップパソコンを生産する富士通アイソテックの社長。昨年から地域の子供が参加する夏休みパソコン組み立てイベントなどを企画し、地元とのつながりを深める。

である。これはパソコンメーカーによるテレビへの挑戦なのだ。

「研究所からは、本気でこれを出すのか、と聞かれた。社内でも意見は割れた。だが富士通がテレビパソコンで圧倒的なリードをとり、今後テレビメーカーと互角以上に戦うには、ここでやるしかなかった」と齋藤氏は語る。

研究所は試行錯誤を繰り返して、製品出荷のギリギリまで画質に改良を加えた。

サポートは、毎日進化できる！

富士通が語る物づくりとい

う言葉には、サポートまでが含まれている。

パソコンは「なんでもできる」。だからこそ用途は、利用者によって千差万別。パソコンを利用して、やりたいことをやってもらおう、パソコン

「1%でも可能性があれば、最後まで諦めない。研究所、事業部、生産、デザインなどあらゆる部門が最後まで努力した結果『TXシリーズ』は完成した」

デスクトップパソコンの生産を担当する富士通アイソテックの社長・川勝匡祐氏が語る。

「我々は生産革新運動で、トヨタ生産システムを導入し、一人一人のレベルで毎日のカ

イゼンを繰り返している。業界一のQCD(品質、コスト、納期) 製品を製造する努力を執拗に、かつ愚直に追求している」

『TXシリーズ』は、富士通が5年ぶりの記者会見を開いてまで発表した新製品となった。『TX』によって、富士通のデスクトップパソコン事業は他社への大きなアドバンテージを得たといえる。

ン品質が高く、それを生産しているのは我々だという自負が生産現場にはある。小型化した基板に、部品を確実に装着し、製造不良をゼロにする。そして出荷後のフォロー体制をいかに確実にするか、何度も何度も検証を重ねた末に、『LOOX T』の生産体制を整えた」

五十嵐氏が「まさに数々の職人芸の粋を集めて『LOOX T』は完成した」と、い



新開発の基板を確認する島根富士通の林祐一氏。生産現場と開発現場のきめ細やかなすり合わせが

品質は企業文化であり、人がつくる

うのも領けるところだ。

島根富士通は、富士通の物づくりへのこだわりを具現化した最先端基地である。

2004年度下期からトヨタ生産方式を導入し、工場現場のカイゼンを推進するとともに、品質向上に向けた絶え間ない取り組みを繰り返している。年間生産台数は200万台強。国内最大のパソコン生産拠点であり、これだけの規模で国内一貫生産を行うパソコン工場はほかにない。

島根富士通では、台湾、中国などの生産拠点とのベンチマークを定期的に実施している。昨年来、生産コスト自体

は、中国の方が島根富士通を下回るようになってきている。だが、製品出荷までのリードタイム、開発部門とすぐに連携がとれる柔軟な開発体制、高い品質、といった数値化しにくい定性部分までを比較すると、依然として島根富士通のメリットの方が高いという結論となる。

例えば、富士通は他社よりも1週間ほど早く新製品を市場投入できる。これは製品出荷前に問題が発生しても、すぐに開発部門が生産部門に駆けつけ、修正を行ったり、使用部品の検証を行うことがで

きるからである。海外生産に依存する他社が同じことをやるうとして、海外出張の申請をして、上司の許可を得て、ようやく行動に移るのはスビードの次元が違う。また、開発部門と生産部門とが、日本語でやりとりができる点も見逃せない。

実際、『LOOX T』の製品化に際しても、数ヶ月間に20回以上もの行き来が開発部門と島根富士通との間にあったという。

島根富士通の山森章朗社長は「品質は、数値で推し量るものではない」と、富士通が

取り進む物づくりへの基本姿勢を示す。企業は、なにかと数値で物事を判断しがちだ。品質への評価も、数値に置き換えることはある程度までは可能である。だが山森氏はこう語るのだ。

「品質は文化である。人の気持ちですべてなのだ」と。そして続ける。

「品質は、一朝一夕に引き上げられるものではない。長年にわたる品質向上への愚直な

取り組みが文化として熟成されて、初めて実現できる。

ドライバーでネジを締めるだけが物づくりではない。開発、設計といかに連携するか、販売といかに連携するか、そしてお客様のアフターケアにまでどう関与していくか。そこまでできて、初めて物づくりが完成する」(山森氏)

富士通では、こうした考え方が当たり前となっている。

テレビメーカーと互角に戦いたい！

標準部品を数多く利用する

デスクトップパソコンにも、

KEY PERSON

株式会社島根富士通 代表取締役
山森章朗

ノートパソコンを生産する島根富士通の社長。現場との垣根をなくすため、社長室を工場の玄関口に設置。さらに10月からカジュアルな制服に切替えを行う。





新川崎にあるサポートセンター。右奥の天井に設置された大画面モニターには、即時現在の状況が映し出されている。

で新たな体験をしてもらうために、それらを支援する適切なサポート体制の存在が重要というのが、富士通の考え方である。そのため富士通は24時間365日、電話およびメールで対応できるサポート体制を構築している。首都圏、新潟、北九州の3拠点で月間20万件にも達する問い合わせに迅速に回答できるように体制を強化。さらに、技術相談窓口にかかってきた電話の待ち時間を、日中では1分以内とするべく、回線数、スタッフ数を増やした。富士通のサポートセンターが、他社に比べてもつながりやすいのは、こうした努力が裏にあるからである。

ただし、サポートはインフラばかりを強化すればいいというわけではない。「電話やメールをつながりやすくする、あるいはマニュアルを遵守し、的確に対応する

というだけでは、お客様には決して満足していただけない。最終的には、どこまで心がこもった対応、魂のふれあいができるかに尽きる」と語るの

は、パーソナルビジネス本部コンタクトセンター統括部の寺師和久統括部長だ。センターへの問い合わせには、製品のクレームもある、どうしたらいいかわからないという相談もある、使い方のアドバイスを求めるケースもある。これらを解決するのは、最後には「人」によるところ

が大きい。「自分たちの仕事が、パソコンを利用するお客様を幸せにする。そしてお客様に、富士通の物づくりへのこだわりをお伝えすることができれば、それが次のFMVの購入につながる。サポート部門の最大の喜びは、長年にわたって、富士通のパソコンをご利用いただける関係をつくっていく

ことができること」(寺師氏) 富士通ブランドのパソコンに対するユーザーの要求は、他社に比べて高い。海外のパソコンメーカーでは許されるレベルのサポートでは許されない場合も多々ある。それだけ、富士通パソコンへの期待が高いことの裏返しなのだ。

メイド・イン・ジャパンの強さとは?

富士通のパソコンの強さは、改めてメイド・イン・ジャパンの強さだと私は感じた。それは、単に製品が日本で作られているというだけの意味ではない。



KEY PERSON 富士通株式会社 パーソナルビジネス本部 パーソナルマーケティング統括部長 三竹兼司 「これはすごい!!と訴求できてこそお客様は動く」と語るマーケティング部門の責任者。性格上、休日でも販売店の店頭についているという。

生産拠点と連動した迅速な修理体制の確立や、新製品の発売に伴い、ユーザーに向くサポートを開始するなど、新しく提案されるサポートへの対応にも前向きだ。 「物づくりの最後の仕上げ」……富士通サポートは、毎日一刻一刻と進化している。

パーソナルビジネス本部パーソナルマーケティング統括部の三竹兼司統括部長は「開発、生産、マーケティング、営業、サポート。そのすべてがメイド・イン・ジャパンだ

いとまがない。この池田氏が自ら実践し続けたのが、とことんやる」ということだった。 やりたい奴が責任を持ってとことんやる。この精神が、通信機メーカーであった富士通(当時は富士通信機製造)から、日本初のコンピュータを誕生させたことは、コンピュータ業界内外の誰もが認めるところだ。そしてこの精神が、その後の富士通のコンピュータ事業の核になっていることを社員の多くは強く感じているはずだ。

ン・ジャパンだからこそなせるものだ。 海外メーカーには生み出せない製品が、富士通から相次いで登場しているのは、メイド・イン・ジャパンによる物づくりの精神が根底に流れているからだ。 富士通は、ユーザーを信頼しているのだらうと私は思う。「良い製品を作れば、必ずわかってもらえる」と。それは、物づくりに、愚直なほどユーザーの意見を反映させていることから感じることができ。これこそが過去20年間一貫して富士通のパソコンビジ

富士通をあらわす2つのDNA

せび説者の皆さんに伝えたいことがある。それは富士通が持つ、「物づくりへのこだわり」と並ぶ、もうひとつのDNAである。 それは、どこことんやってみ



る「の精神と、どこかやってみよう」の精神である。 実際、この取材でも山本氏をはじめとして、多くの方が口にした。「いまの富士通には、ともかくやってみるとい

う精神が大切だ。立ち止まることなく、常に挑戦し続けることが、市場の創造につながる」と。 実は富士通には、いくつかの代名詞がある。不夜城、野

武士集団という言葉がそうだ。かつてIBMが全世界のメ

「短期間にシェアを取ろうとすれば、それはすぐにできる。単に価格を下げればいいのか。だが富士通は、違う。お客様がなにを欲しがっているのか、どんな利用をしたいのか、それを実現するためにどうしたらいいのか。製品企画から、生産、販売、サポートまで一貫したメイド・イン・ジャパンの考え方で物づくりを進めている」(三竹氏)

絶え間ない挑戦が富士通DNAを作った

富士通は堅い会社のように見えるかもしれない。電電グループの一社だったという経歴から見れば確かにそうだ。そして、真面目な物づくりも、その印象を強いものにして

るかもしれない。だが、富士通の社内には、

と切り切れる」と、富士通のパソコンビジネスを表現する。パソコンがワールドワイドの製品であり、しかも富士通自身がパソコンでグローバル戦略を推進している企業でありながら、三竹氏はあえてこう語る。

これは、富士通のパソコンは、日本のパソコンユーザーの利便性を追求した上で開発した製品であり、それこそが「世界最高」となり得るとい

自負があるからに他ならない。例えば、モバイルでの利用にこだわるのは日本人特有のものだ。電車で移動するビジネスマンが多い日本では、自動車や飛行機で移動することが多い欧米人とは違った携帯性がモバイルパソコンには求められる。『LOOX T』は、そんな日本のビジネスマンが、いかにモバイル環境でパソコンを利用するかを追求した結果、生まれたものだ。

そして、32型ワイド液晶を搭載したデスクトップパソコンの『TXシリーズ』も日本のユーザーを強く意識したものだ。画質にこだわる日本のユーザーを満足させる映像を実現したのは、メイド・イ

16π」や、『FMR・CARD』といったコンパクトノートパソコンを早い時期から投入した実績もある。 「いまは、ともかくやってみる、という点で、もっとスピードを速くしなくてはならない。また、とことんやる、も本当に最後まで責任を持ってできているか、一度の失敗で諦めないかという点を、さらに社員ひとりひとりが自分を検証してほしい」とパソコン事業を率いる山本氏は語る。

いま山本氏が、社内に向けて投げかけているのは、「スピード最優先」「自山な発想」「こだわりと執念」という3つの言葉である。これは富士通のパソコン事業のDNAそのものだ。

この富士通のDNAが、富士通ブランドのパソコンにどう生きているのか。もし、読者がパソコン売り場に行く機会があったら、その点をぜひ見てもらいたい。感じとれる部分が必ずあるはずだ。(ア)

大谷隆夫(おおくぼ りゅうお)……フリーランスライター。日本のIT業界を説明しながら、IT文化を伝える。『IT文化を伝える』の編集を手掛けた。現在は、ゲームからシ

撮影/伊藤幹、尾上達也



現場で聞いた16人の声

私たちが富士通を作っています

質問内容

仕事の内容は？ これまでに苦労したこと、嬉しかったことは？
富士通とはどんな会社ですか？ 富士通のPCを一言で表現する
と？ その他（一言お願いします）



国内外を問わず
プロモーションをしてみたい

パーソナルビジネス本部
Web販売統括部コンシューマ営業グループ
飯田奈奈子さん
直販サイトWEBMARTの運営など 直接コンシューマとやりとりする部署で、反応がダイレクトな点が楽しくもあり、苦労もある プロフェッショナルがそろっている会社



嬉しいのは、子供に自分が
作った商品だと言える時

パーソナルビジネス本部
パーソナルシステム事業部第四技術部
大平竜弘さん
パソコンのオーディオシステムの開発・設計など 今まであまりやっていない部分で道なき道を行って「そんな風に言うならやってみよう」と新しいことにチャレンジできる会社



国内でPCの製造ができる
ことに誇りを持っています

富士通インテック株式会社
製造統括部製造部
大波京子さん
個人向けパソコンの組立ラインのリーダー お客様起点に立ち、お客様の満足度向上に向け、日々業務改善をしている会社 富士通PCは、私達が誠心誠意を込めて製造しています



まだまだやれてないことが
たくさんありますよ

総合デザインセンター
パーソナルソリューションデザイン部
石塚昭彦さん
コンシューマ商品とその周辺のデザイン やっぱり手掛けた商品が店頭に並んだ時は嬉しいね 自分がやるうと思えば新しいことに挑戦できる会社 アンテナショップとか新しい試みに参加したい



富士通PCのファンを
もっと増やしたい！

パーソナルビジネス本部
パーソナルマーケティング統括部チャネル支援グループ
小島美智子さん
POP作成などの店頭プロモーション全般 自分が作ったPOPで販売店の人が説明しているの見たとき嬉しかった 前向きな会社 お客様が参加する開発や広告をやってみよう



お客様をいかにサポート
できるか、頑張っています

パーソナルビジネス本部
コンタクトセンター統括部オペレーショングループ
吉田あい子さん
サポートスタッフの対応管理、品質管理 サポートしたお客様から「自分の画面が見えているようだ」と言われた時は嬉しかった 自由な雰囲気があり、活気ある若い会社 初心者にも優しいIPC



仕事の問題を、夢の中で
解決したことがあります(笑)

パーソナルビジネス本部
ユビキタスクライアント事業部PCソフト開発グループ
三ツ山陽子さん
商品にプレインストールするマスターディスクの開発 進化するPCを学習し、そのスキルが実感できた時 社員の自由が認められている会社 お客様基点ができていることをもっとアピールしてもいい



もっととんがった部分が
あってもいいかも

パーソナルビジネス本部
パーソナルマーケティング統括部コンシューマPCグループ
大塚恭恵さん
公共展示会やウェブ・メール上でのプロモーション 真面目な会社 デザインやスペックに今まで以上にこだわった新ブランドPCを作って、富士通のイメージが変わるようなプロモーションをやりたい



富士通？若い人に任せて
いる会社でしょう

パーソナルビジネス本部
モバイルPC事業部第二技術部
遠山賢治さん
LOOXに関する事業部側の商品企画 通信機能の内蔵化で電波を出す部品と抑える部品の調整などでめちゃ苦労 思っている事を自由に言えるし、やれる会社 必ず満足していただけるPC



毎日、現場のこだわりを
近くで見えて知っています

パーソナルビジネス本部
パーソナルシステム事業部第四技術部
松谷美穂さん
ホームサーバー関連の企画開発 ホームネットワークの理想形が見えてくると苦勞しています 地味な開発を真面目にこつこつやる会社 もっと女性を増やして！ 土気アップにもつながるから(笑)



プロジェクト開始後の
騒がしいのも結構好きですね

ユビキタスシステム研究センター
パーソナルメディア研究部
本田文雄さん
PCをもっと使いやすくするためのソフト開発 研究していた地上デジタル放送技術が5年目に商品に生きて嬉しかった 製品化までの障害をキチンとなくす真面目な会社 障害が少ないIPC



「作業者の意識の高さ」
を自負しています

株式会社島根富士通
製造統括部製造部
林祐一さん
プリント板関連での生産と開発部門の調整 自らの力を使い果たすことができる会社 アフターサービスも含めて品質の高いIPC 今後は今まで以上に開発と生産と営業とが連携できればいい



LOOXの指紋認証は
多感な女の子にもオススメ

パーソナルビジネス本部
Web販売統括部
谷口みゆきさん
FMVのユーザーズクラブでショッピングサービス等の展開 相談すれば、どこからか必ず回答が得られる大きな会社 PCのユーザー向けに自動車の教習所の合宿プランのような講習をやりたい



外から見た「堅い」
イメージはあまりないです

パーソナルビジネス本部
パーソナルシステム事業部第一技術部
川田雄一さん
2~3年先のデスクトップPCのロードマップの立案 何千回に1回という不具合を丁寧に見つけようとしている真面目な会社 お客様にとってのお買い得感を徹底的に追求しているPC



新しいモバイルの
可能性を追求したい

パーソナルビジネス本部
モバイルPC事業部第三技術部プロジェクト課長
大西益生さん
ノートPCの美装構造の設計 他社に先駆けた開発は苦労の連続だが、やりがいも充分 妥協を知らない頑固な会社 必要なものはすべて搭載されていて、かつリーズナブルなバランスの良いIPC



友達には必ず要望に応え
られるPCと勧めます

パーソナルビジネス本部
コンタクトセンター統括部オペレーショングループ
吉田龍樹さん
サポートスタッフのソフト管理など 歴代パソコンの区別なくサポート要請が来るので、勉強が大変 お客様の意見をすぐに反映させようとしている会社 お客様の要望に必ず応えられるPC

HISTORY of FMV

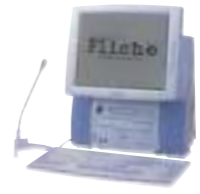
1994年に、FMVが誕生して以来11年。
デスクトップ機のCPU速度は約60倍、HDD容量は約1200倍にもなっていた。
最先端商品を開発し続けてきた富士通の歴史を見れば、
日本のパソコンの歴史がわかる！
ところであなたが使ったマシンはあった？

デスクトップPC

ノートPC



'94/10月発売
初のオールインワン
デスクトップパソコン
FMV-DESKPOWER発表
CPU:486 SX2 50MHz メモリ:
8MB HDD:420MB ドライブ:CD-
ROM



'97/11月発売
スタイリッシュ液晶一体型で 女性をターゲットに!
FMV-DESKPOWER「プリジェ」発表
CPU:AMD-K6 MMX 166MHz
メモリ:32MB HDD:1.7GB ド
ライブ:CD-ROM



'00/9月発売
テレビチューナを初搭載
FMV-DESKPOWER
Kシリーズ発表
CPU: Intel Pentium
800EB MHz メモリ:128MB
HDD:6.0GB ドライブ:DVD-



'01/5月発売
初めて書き込みDVD
(DVD-RAM)に対応!
FMV-DESKPOWER
Mシリーズ発表
CPU:AMD Athlon 1.2GHz メモ
リ:128MB HDD:8.0GB ドライブ:
DVD-RAM その他:テレビチュ
ーナ内蔵



'02/10月発売
17型ワイド液晶一体型で
省スペース性を追求!
FMV-DESKPOWER
Lシリーズ発表
CPU: Intel Pentium 4 1.80A GHz メモリ:
256MB HDD:12.0GB ドライブ:DVDマ
ルチ その他:ホームサーバ機能内蔵



'02/10月発売
「ファミリーネットワーク
ステーション」で
ホームネットワークが
構築可能に
FMV-DESKPOWER
CEシリーズ発表
CPU: AMD Athlon XP
1800+ メモリ:256MB
HDD:8.0GB ドライブ:CD-
RW/DVD-ROM



'04/1月発売
大画面は22型まで来た
シアタースタイルを提供した
FMV-DESKPOWER
Tシリーズ発表
CPU:HTテクノロジー Intel Pentium 4 2.80C
GHz メモリ:512MB HDD:20.0GB ド
ライブ:DVDスーパーマルチ その他:「イン
スタントテレビ」機能対応



'05/4月発売
日本初の地デジチューナ搭載
ハイビジョン録画再生機能対応
FMV-DESKPOWER
TXシリーズ発表
CPU:HTテクノロジー Intel Pentium 4 530J
(3GHz) メモリ:512MB HDD:500GB
ドライブ:DVDスーパーマルチ(DVD+R DL
対応) その他:地デジ対応、ダブル録画対応、
インスタントテレビ機能対応

'05

2月 ライブドアがニッポン放
送の筆頭株主に
3月 愛・地球博開催
8月 スペースシャトル・ディ
スカバリー号打ち上げ

'04

4月 首都地下鉄が民営化
され、東京メトロに
8月 アテネオリンピック
10月 野口英世や樋口一葉
などの新札発行

'03

3月 東アジアでSARS
が猛威をふるう
3月 『千と千尋の神隠し』
がアカデミー賞受賞
12月 地デジ放送開始

'02

2月 ソルトレイク冬季オ
リンピック開催
5月 サッカーW杯日韓共
催、日本はベスト16
12月 松井がN・Yに入団

'01

4月 小泉内閣発足
4月 U・S・J開演
9月 米国同時多発テロ
12月 皇太子妃雅子様、愛
子様を出産

'00

3月 プレステ2発売
7月 二千円札発行
8月 三宅山噴火
9月 シドニー・オリンピッ
ク開催

'97

4月 消費税が3% 5%
7月 香港が中国へ返還
11月 ジョホールバリの歓
喜(日本W杯初出場
を決める)

'95

1月 阪神大震災
4月 円高戦後最高の1ド
ル=79.75円を記録
11月 ウィンドウズ95発売

'94

5月 英仏間のユーロトン
ネル開通
9月 関西国際空港開港
9月 自社を連立で村山政
権誕生



'05/8月発売
薄さ約24.3mm、質量約1.27
小型軽量ボディの
FMV-BIBLO LOOX Tを発表
CPU: Intel Pentium M 超低電圧版 753
(1.20GHz) メモリ:512MB HDD:6.0GB
ドライブ:DVDスーパーマルチ(DVD+R DL
対応) その他:モバイルテレビ機能対応、指
紋センサー搭載



'04/4月発売
セキュリティ性を高める
指紋センサーを搭載
FMV-BIBLO LOOX発表
CPU:超低電圧版 Intel Pentium M 1.10
GHz メモリ:256MB HDD:8.0GB ドラ
イブ:DVDマルチ その他:指紋センサー搭載



'03/5月発売
これがノート? スタンディングスタイル
ノートブックパソコン
FMV-BIBLO RSシリーズ発表
CPU:モバイルAMD Athlon XP-M 1800+
メモリ:256MB HDD:4.0GB ドライブ:CD-
RW/DVD-ROM



'02/1月発売
スーパーファイン液晶を新規採用した
FMV-BIBLO NEシリーズ発表
CPU: Intel Pentium 1.13 GHz-M メモ
リ:256MB HDD:4.0GB ドライブ:CD-
RW/DVD-ROM その他:14.1型スーパー
ファイン液晶



'01/10月発売
薄型ボディと世界最軽量
約880gを実現した
FMV-BIBLO LOOX S発表
CPU:Transmeta社製 Crusoe
TM5500 700MHz メモリ:
128MB HDD:3.0GB



'00/9月発売
初めてノートPCに
通信モジュールを内蔵した
FMV-BIBLO LOOX S発表
CPU:Transmeta社製 Crusoe
TM5400 533MHz メモリ:
128MB HDD:1.0GB 通信:
H1Nモジュール内蔵



'95/2月発売
初のオールインワンノートブックパソコン
FMV-BIBLO発表
CPU:486 DX2 50MHz メモリ:
8MB HDD:3.40MB ドライブ:3.5
インチフロッピー

before FMV



'89/2月発売
32ビット
マルチメディアPC
FM TOWNS発表
CPU:32ビットマイクロ
プロセッサ 80386
(16MHz) メモリ:1MB
ドライブ:CD-ROM
マウスによるGUI操作などを実現したほか、
CD-ROMにも対応。



'85/10月発売
4096色表示を
実現初のAVパソコン
FM77AV発表
CPU:MBL68B09E
(2MHz) メモリ:128
~192KB ドライブ:
3.5インチフロッピー
FM-7 / FM-77シリーズの上位機種。キ
ャッチコピーは『天然色パソコン』