

FUJIFILM



富士胶片控股株式会社
可持续发展报告
2007



FUJIFILM Holdings Sustainability Report 2007

完成「第二次创业」，提高企业价值。



第二次创业的思考

在摄影数码化的发展超出预想的大背景下，富士胶片集团全体员工上下一心、积极推进公司体质的强化，构建全新的事业体系，向着“第二次创业”的目标迈进。我们得到了广大顾客、摄影爱好者以及股东、投资者、员工、社区、合作伙伴等众多利益相关者的支持。我们必须依照利益相关各方的期待和要求，正确应对事业与社会环境的变化，为社会发展做出自己的贡献。这正是我们全力推进第二次创业的意义所在。

结构改革与强强合并经营

基于这种认识，我们在2004年制定了以创业75周年即2009年为目标的中期经营计划“VISION75”，并开始进行了彻底的结构改革，将经营资源集中投入到高成长性领域和新兴事业领域。结构改革并不是单纯地裁员或精简机构，而是在认真考虑的基础上决定如何更有效地再分配宝贵的经营资源。当然，把曾经是公司主营业务的事业规模进行缩减和精简组织构架不是一件容易决断的事情。但我坚信，我们一定有勇气共同完成第二次创业。这正是我想向各位同仁传达的信心和决心。也正是经过这样的改革，才能更加彰显出企业的社会存在价值。回顾2006年财年，中期经营计划“VISION75（2006）”进展顺利，取得了超过预期的成果。这些成果，正是广大员工、合作伙伴和顾客等各方的协助与支持的结果。我认为，在您的协助和支持下，我们已经实现了能够确保将来长期、稳定收益的事业转型。

2006年10月1日，富士胶片集团改为控股公司制。开始了以“富士胶片控股株式会社”为中心，以富士胶片和富士施乐为两翼，统合了下属各集团公司的新集团经营架构，以谋求切实完成“第二次创业”，强化发展新事业体系，实现公正、高效的合并经营。2007年2月，富士胶片控股株式会社、富士胶片、富士施乐的总部职能都集中到了东京六本木的“东京中央城”。通过彼此间的相互协作，将进一步实现协同效应。与此同

这就是CSR实践的内涵。

时，为实现本年度重新修订的中期经营计划“VISION75（2007）”中“进一步推进发展战略”、“建成强健而坚韧的公司体质”等重点课题，我们正迅速果断地推动“Slim&Strong”活动的展开，以强化对重点事业领域的投资，并进一步改进、优化工作方法。

我认为，只有当每个个体都成为“强大的个体”，并由这些个体集合成强大的小组、团队、部门、事业组织、直至公司，才能建成强健而坚韧的公司体质。在经营管理中实现个体与组织的和谐，对于“第二次创业”的巩固与长足发展而言，具有十分重要的意义。

什么是企业价值

我们的经营目的在于提升企业价值。这不仅仅是指提高收益，还必须为社会、文化的发展、全球气候变暖等重大社会性课题的解决做出贡献。这就要求企业具有能满足社会需求和解决实际问题的“综合实力”。企业必须拥有超越其单项能力和资产的“综合实力”。而提供高于社会所期待的技术、质量和服务，则是企业“综合实力”的产生之源。只有获得了来自社会的坚定信任，企业价值才能提升。正是基于这种思想，在2006年4月，我们制定了富士胶片集团的新企业理念和愿景，并于2007年4月，全面修订了企业行为宪章和行为规范。被社会所认可的企业到底是什么样的企业？企业应走向何方？应如何开展经营活动？我们的姿态随着“第二次创业”的实践再次得到了展示。

什么是富士胶片集团所说的CSR

如上所述，富士胶片集团正是在清晰审视事业现状，不断追寻自身存在的意义的同时，将CSR贯穿到了中长期经营计划中。并时常兼顾经济、社会、环境等因素。无论作为个人还是组织，都要诚实、公正地履行自身的职责，不唯我独尊，时刻自我反省，实践为社会作贡献的理想，这些都是富士胶片集团所推行的CSR的基本理念。于是，公司的经营活动中、事业的推进中，我们每位员工的具体工作中都在实践我们的CSR理念。

在本次所发表的CSR活动报告中，我们已经将原来的标题《社会、环保报告》更改为《可持续发展报告》。上面所述的“第二次创业”的本质即是企业和社会的可持续发展。通过报告名称的改变，我们希望所有的利益相关者都能接受到我们所想传达的信息。今后，我们将继续通过与您进行推心置腹的对话等，不断提高我们的CSR活动水平，为社会的可持续发展做贡献。

代表取缔役社长·CEO
CSR委员会委员长

古森重隆

富士胶片集团在企业理念中提出了“提高人们的生活质量”的概念。

提高人们的生活质量是指：创建一个使人们在物质生活与精神生活上都能充分享受体味幸福的可持续发展的社会。富士胶片以“提高人们的生活质量”为目标，将企业理念贯彻到具体的经营活动中。

以下将从“通过产品服务提高生活质量”“通过参与社会活动提高生活质量”和“通过沟通与交流追求生活的高质量”三个方面为您做具体介绍。

富士胶片不变的价值观

The Fujifilm Group's
Corporate Philosophy

企业理念

我们将运用先进、独特的技术，通过提供最高品质的商品和服务，对社会的文化、科学、技术、产业的发展及增进健康、维护环境做出贡献；并为进一步提高人们的生活质量而努力。

富士胶片集团的目标

The Fujifilm Group's
Vision

愿景

在公开、公平、明朗的企业氛围中，以先进、独特的技术，不断勇于挑战、继续成为开发新商品、创造新价值的领导企业。



企业理念具体化
活动的展开

专题 将提高生活质量付诸于实践



通过产品和服务
提高生活质量

- 11** 吸收·渗透健康保养
- 12** 在便利店打印
- 13** 以增进大众健康为目标



通过参与社会活动
提高生活质量

- 15** 培育文化 为人们提供更为广泛的价值
- 16** 激发创造力的信息学校
- 17** 未来绿色地图
- 19** 国际资源循环系统
- 21** 以创建循环型社会为目标的事业活动



通过交流沟通
追求生活的高质量



- 23** 社会公益论坛
- 24** 环保论坛
- 25** 生产活动与地区的共存关系



以增进大众健康为目标

贡献于未来的医疗领域

公司与医疗领域的关系开始于X光胶片的供应

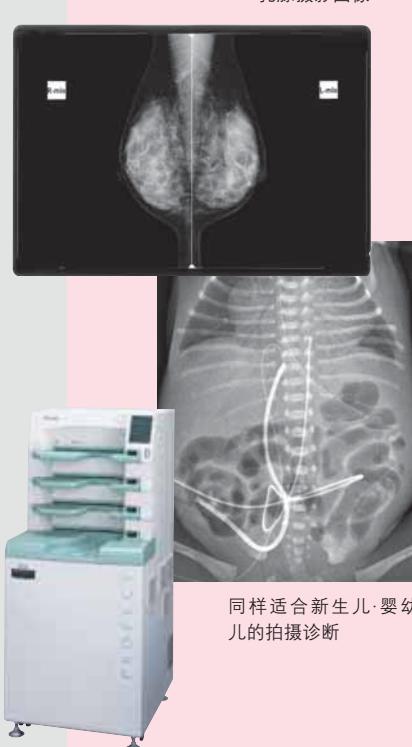
“让乳腺癌从生活中消失”
赞助粉红丝带运动

据说，每30名日本女性中就有1人患有乳腺癌，而且，因患乳腺癌而死亡的女性人数还有逐年增加的趋势。但是，如果能早期发现并配合积极的治疗，大约有90%的乳腺癌病人是可以治愈的。在自检的基础上，定期接受乳腺摄影（乳房X光摄影）或超声波诊断等图像诊断，即可提高乳腺癌的发现率。富士胶片很早就开始致力于乳腺癌诊断用图像处理研究，富士胶片进入医疗领域也是从X光胶片的供应开始的。自1983年，全球最早实现将X光图象数字化的「FCR（富士计算机放射诊断议）」问世以来，富士胶片在数码医疗图像诊断方面一直处于领先地位。我们在积极参加呼吁市民和医疗机构重视乳腺癌诊断必要性的粉红丝带运动的同时，还积极致力于乳腺癌早期发现的启蒙活动。作为粉红丝带运动的环节



粉红丝带微笑步行活动

之一，我们开展了乳腺摄影诊断的启蒙运动，希望尽可能多的唤起女性对乳腺癌的重视，做到早发现早治疗。



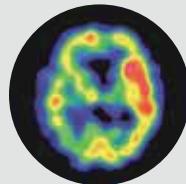
FCR（富士计算机放射诊断装置）

**通过稳定的产品供应，
为医疗领域作更大的贡献**

放射性药品的供应

必须迅速且确保准确无误

目前有很多医疗机构都通过放射性药品（含有释放放射线的放射性同位素诊断用药）诊断病情，可以说，利用放射性药品进行诊断已成为当今医疗领域不可或缺的检查手段。随着核医学诊断的进步，很多放射性药品被开发，对临床诊断和治疗发挥着举足轻重的作用。富士胶片放射医疗器材公司，通过为核医学领域稳定提供所需的放射性药品，对医疗领域作出了很大的贡献。放射性物质的放射能量随时间的推移而逐渐减少，经数小时~数日后放射量将会降至一半左右，检查时间会加长。因此，如果在傍晚接受订货，则需要富士胶片放射医疗器材公司千叶工厂的产品在第二天一早配送到全国各地，针对放射性药品需要安全迅速的供给这一特点，富士胶片从采购到接受定货、制造、运输一系列的流程构筑起了一条稳定的供应系统。我们认为，对于人类医疗诊断方法的进步，以及疾病的预防和治疗，富士胶片放射医疗器材公司有着应负的使命和重大的责任。



◀采用伽玛照相机拍摄的脑部血流断层图像
从静脉注入少量的放射性药品，用伽玛照相机拍摄从体内产生的放射线（伽玛射线），可捕捉到脑部血流降低等情况。



「减少人体负担」

做到“善待病人”

由鼻腔插入的内窥镜

在富士胶片集团中担任光学镜头和高清晰度摄像机开发的是富士能株式会社，该公司同时还承担着内窥镜等医疗器械的开发。2003年投产的「由鼻腔插入的内窥镜」，着眼于人性化和

「减小人体负担」，内窥镜的管径仅为5.9毫米，从而宣告了一个划时代产品的诞生。凭借直径1毫米的特殊镜片和富士胶片集团的光学·数字图像技术减轻了病人的负担。此前的内窥镜都采用由口腔插入的方式，且管径通常在9毫米左右，所以必须实施麻醉才能操作。当内窥镜插入时，患者会产生恶心、难受、流泪等不舒服的感觉。所以患者对此都容易产生惧怕及抵抗情绪，甚至不愿再次接受检查。但是，由鼻腔插入的内窥镜可减轻患者的不适感，并可在检查过程中同医生进行交流而产生安心感等，这对患者来说不啻是一个福音。现在，希望能去引进了「由鼻腔插入的内窥镜」的医院接受检查的患者逐年在增加。并且，一次体验过后大约有93%的人希望下次还是采用由鼻腔插入的方式接受检查。



5年内正式投入使用

容易为人体所接受的明胶的开发

采用纳米技术开发癌症治疗新药

富士胶片把在胶卷制造中培育起来的纳米技术（超细微技术），灵活运用于开发具有抗癌疗效的外用药。2年后将在美国开始临床试验，力争在5年内投入使用。外用药的主要成分为胶卷制造中的主要材料—明胶，我们成功开发了运用了遗传因子转换微生物的容易为人体接受的明胶，并将其应用于癌症的治疗。此种明胶不同于以往的从牛身上采集的明胶，所以无须担心会传染上疯牛病（BSE）。我们将明胶制成直径大约为100纳米（毫微）大小的颗粒以便于渗透至抗癌药剂中。当患者将药涂抹于肌肤时，其药用成分会慢慢渗透到体内，从而可保持较长时间的疗效。当癌症发病部位接近体表位置时，抗癌药剂的疗效可直接到达病灶，因而不必反复接受点滴和注射治疗。同抗癌药剂可能传遍全身的注射方式相比，这种方式的副作用较少，所以从疾病预防和治疗角度而言应积极推进，争取尽早投入使用。

6分钟提取DNA

自动核酸提取系统

支持有关生命和安全的研究

现在，DNA检查被广泛地运用于医疗·生命科学·食品·农业·畜牧业·犯罪侦查和身份确认等各个领域。DNA检查首先需要从血液等试样中提取DNA。以往DNA的提取需经过反复的沉淀、离心和洗涤等手工操作程序，因而成为大学研究人员和检查机构的一大负担。我们运用富士胶片生命科学的相关技术，成功开发了DNA自动提取装置。用自动核酸提取系统（QUICKGENE-810）提取DNA（脱氧核糖酸）仅需6分钟，RNA（核糖核酸）的提取也仅需13分钟。时间短，安全可靠的DNA提取方法，为从事人类生命和安全的研究和检查提供了坚实的支持。



QUICKGENE-810
自动化提取DNA仅需6分钟
(手工提取DNA则需耗费60分钟)

培育文化 为人们提供 更为广泛的价值

01



02



03



04



05



01 FUJIFILM PHOTO MUSEUM
展示富士胶片所收集的具有极高历史价值的古董级相机。让观众亲身体验影像历史、时代变迁和影像文化的发展。

02 影像走廊 [PHOTO IS]
每月分不同的领域和不同的主题定期展出。

03 FUJIFILM TOWN
富士胶片提供的各种技术服务，采用幻视和图像方式进行互动交流，还可欣赏到历代怀旧的TVC。

04 FUJIFILM 健康保养实验室
充分利用长年积累的技术和经验开发的保健品·护肤品的试销店，由专业人员进行讲解说明，并请顾客亲自试用护肤品。

05 银座VELVIA馆
体现成人悠闲都市生活的富有个性的商店。

URL <http://www.midcity.jp/velviakan/>

体验照片的感染力——富士胶片广场

富士胶片集团于2007年2月，将富士胶片控股株式会社、富士胶片和富士施乐二大事业公司的总部职能集中到东京中央城，开始了新的挑战。

2007年3月，以写真艺术走廊为中心的富士胶片首次复合型的展厅“FUJIFILM SQUARE（富士胶片广场）”正式启用。该展厅作为“影像文化”的信息源，让人们可以体验到照片的感染力，并举办着各式各样的活动。此外，厅内还设有护肤品和各类保健品的试销店、通过幻视和图像等双向交流的方式介绍富士胶片领先技术的FUJIFILM TOWN，以及可一边翻看影集一边休息的咖啡馆等多种场馆，为来到东京中央城的每位访客提供了一个轻松愉快的休闲场所。通过“FUJIFILM SQUARE（富士胶片广场）”这种形式，我们希望富士胶片能不仅仅以照片，还能以各种不同的方式提高人们的生活质量。

2007年4月，富士胶片在1949年至1969年的总部所在地——银座2丁目林荫大道上开设了名为“银座VELVIA馆”的商业大厦。该馆以「成人」如何享受生活为主题，为地区和社会创造了新的价值，促进了银座更大的发展。此外，富士施乐以国家支持的文化艺术活动方式，将从1988年开始收集的版画以“FUJI XEROX ART SPACE（富士施乐艺术空间）”的方式，在东京中央城商业设施艺术走廊内向公众展示。展览以20世纪的美术概要为主，每次根据不同的主题展出20~40件作品，为人们提供了一个可直接接触艺术作品的场所。东京中央城内及周边区域有国立新美术馆、三得利美术馆、森美术馆等，承担了东京文化和艺术信息发源地的重任。

“FUJIFILM SQUARE（富士胶片广场）”“FUJI XEROX ART SPACE（富士施乐艺术空间）”作为信息源之一深受到大家的爱戴。我们希望今后此处能成为影像文化和艺术的基地，并得到更大的发展。

Information

FUJIFILM SQUARE（富士胶片广场）

地址 东京都港区赤坂9丁目7番3号
1~2楼（东京中央城）
电话 03(6271)3350
营业时间 上午11时～下午8时 无休（年末年初除外）
免费入场

URL <http://fujifilmsquare.jp/>



【富士胶片广场】

Fuji Xerox Art Space（富士施乐艺术空间）

地址 东京都港区赤坂9丁目7番3号B-301
东京中央城艺术走廊3楼
电话 03(6271)5260
营业时间 上午11时～下午9时
无休（展品替换期间及年末年初除外）
免费入场

URL <http://www.fujixerox.co.jp/event/hanga/>



【富士施乐艺术空间】



激发创造力的信息学校

为学员开设包含了富士施乐主要研究成果的课程

富士施乐利用在信息和知识领域长年积累的丰富知识，持续开展“信息学校”的教学活动。信息学校通过为学员提供一个有别于普通学校的充满知识而有趣的场所，让学员从年轻时代起就注重培养自己的创造能力和探索精神。信息学校的课程主要面向以中学生为主的青少年，将富士施乐在主营业务中所积累起来的经验和研究成果编制为教材。学校开办6年以来，得到了学员的好评，从2006年10月开始了接受大学及以上学历学员的试教活动。

课程内容

信息学校以春假、暑假以及寒假为主，开办各类教学活动。各类课程时间为一天，从学员自我介绍开始，然后是确认目标，最后进入实地演习。讲授时间占整个教学时间的1~2成，大部分时间为动手和动脑的体验性演习。主要有针对个人的网页制作、电子连环画剧、以2人为1组的「JAVA PROGRAMMING入门」课程和以小组形式进行的卡车制造公司模拟经营游戏、讲故事、即兴图解展示以及构思和专利等需要参加学员齐心协力才能完成的活动。因此，这也为来自不同学校的中学生提供了一个很好的交流场所。

除学员以外，参加体验的还有信息学校的历届生、大学生和社会志愿者等，从而使中学生通过与不同年龄阶层的交流，加强了与社会的接触，提高了融入社会的意识。参加人员的半数以上课业结束后仍然参加下一次的课程，还有不少以社会志愿者的形式参与其中。因此可以说，信息学校很好的促进了人们之间的交流。

开办课程请参照以下网页

URL <http://www.fujixerox.co.jp/company/juku/course.html>

成人版信息学校启动

2006年10月，基于以往的办学经验，并结合实际成果，我们开办了以大学及以上学历学院为对象的成人版信息学校。第一期以论坛的形式讨论“对创造的思考”这一主题，具体课程分为“何谓创造？”、“促进创造性构思产生的环境和思考方式的“创造的主要条件”以及“思考演习”等。学员纷纷反映“破除了因循守旧的思考方式，是一种很好的体验”，还评价这是一个刺激“创造性”的论坛等。富士施乐还举办以目前正在研究的“信息的多层次表现”内容为基础，面向大学生的“多层次系统学习会2006”讲座（主要学习多层次表现技法中的文学、音乐和美术等三个艺术领域方面的知识）。



信息学校第5期学员毕业合影



以大学生为对象的讲座

Information

【信息学校】查询

地 址：〒259-0157 神奈川县足柄上郡中井町境430
富士施乐株式会社 研究本部【信息学校】
电 话：0465-80-2355（事务局）
周二、四、五 10:15~15:00（周一、三 休息）
传 真：0465-81-8951

○希望报名参加【信息学校】学习的学员，请填写学校的专用申请表。
如有需要者请与事务局联系。

未来 绿色地图



运用世界通用的绘画文字 绘制我的环境地图

绿地图是使用世界通用的“绿地图·图标”（绘画文字），来绘制环境地图的一项活动。1992年始于纽约，至今已在全球50个以上的国家展开。其特点为：将自己的家园、身边的环境，对普通人的采访所汇集的素材绘制出一张地图。在这样一张任由儿童青少年自由想象所绘制的地图中，时常包含一些已为成人所疏忽的地方。2004年暑假开始的“绘制未来绿色地图”活动，由日本全国的儿童青少年，将采集自身边的环境素材绘制而成图，然后把地图送到事务局，就会在网站上被公开发表，是一项很独特并吸引人的活动。此项活动以未来绿色地图的创始人——多摩美术大学的堀内先生所领导的小组为中心，由多摩美术大学和富士胶片采用产学联手的方式携手推进。

希望参加未来绿色地图绘制活动的人，首先可以从未来绿色地图网站上索取启动模型，仔细阅读随同寄上的说明书，就可以清楚地了解“绿地图·图标”的含意和地图的绘制方法。儿童和青少年在外绘制绿地图的同时，还能接触

到自身所处的环境，了解它的历史、文化和自然。还可将采集的素材用“绿地图·图标”整理、配置在地图上，再配上自己所要表达的意愿。儿童、青少年看到自己亲手绘制的绿地图送到事务局并在相关网站上发表时，往往会有成就感。富士胶片为儿童和青少年提供这样一种机会，因为我们认为：对下一代进行环保方面的教育是一件非常有意义的事情，这也是我们为社会做贡献的一个重要环节。



从左往右依次为：
多摩美术大学 产学共同研究 研究员助理 杉春晴子女士
多摩美术大学 产学共同研究 研究员助理 山本未奈子女士
多摩美术大学 助教授 堀内正弘先生
多摩美术大学 造型表演系 设计专业三年级 冈百合惠女士
多摩美术大学 造型表演系 设计专业三年级 野口大介先生

“绿地图·图标”举例

未来绿色地图采用的世界通用的125个图标，以图标贴纸方式提供。分为文化、生活、植物、动物、资源、污染以及交通等几个不同的部分。



绿地图作品介绍

千叶县市原市立有秋南小学五年级学生加藤翠小朋友绘制的绿地图



让我们共同投入到未来绿色地图活动中去！

首先请通过以下网站，
索取启动模型。
[URL http://mirraigreenmap.jp/](http://mirraigreenmap.jp/)



未来绿色地图事务局

多摩美术大学 产学共同研究 堀内研究室

电话: 03 - 3702 - 1141 E-mail: info@mirraigreenmap.jp

[URL http://mirraigreenmap.jp/](http://mirraigreenmap.jp/)



多摩美术大学的各位所持的地图，是于2006年在北九州ZENRIN地图资料馆举办的“未来绿色地图展”中的展品。现在，我们正进行2007年在东京举办的“未来绿色地图展”的筹备工作。

对来富士胶片总部出席未来绿色地图项目会议的堀内研究室的相关人士的访谈。

堀内先生的发言:

未来绿色地图所思考的是：为保持未来良好的环境，我们这代人究竟应该做些什么才能使肩负未来的下一代理解环境保护的重要性。我想，重要的并不是单纯地教给他们一些书本上的知识，而首先应该使他们对自身所处的环境有所感悟。若仅是茫然地看着身边的环境，则很难理解其中所包含的深刻的意义。为了使大家对自身所处的环境有所感悟，我们认为通过绿色地图这样的形式。首先将自己所想到的东西如实记录下来。然后将其与绿色地图的图符对照，则可以看出自己所在家园的优劣之处。

未来绿色地图作为环境教育的一个项目虽已基本完成，但我们还需要让更多的人了解它，使它能进一步普及开来。为此，我们首先应进一步在模型的设计上多下工夫，以引起青少年的兴趣。此外，还应在网页上多增加一些具有视觉效果的素材。通过告知方式的改进，我们发现同以往平面媒体的广告相比，电子杂志的反响要大很多，所以今后我们将考虑采用更多种多样的媒体形式。此外，还有的人在模型拿到后却将其搁置一边，或是将绘制的绿色地图搁置一边。为此我们随后进行了问卷调查，并附上了由事务局支付邮资的票据后，作品的提交率有了很大的提高。我们认识到，今后也应该继续对这些看似细小的部分认真对应。

未来绿色地图原本只是利用暑假自由研究的一个命题，且最初设想只是由个人来完成的项目，后来得到很多热心于环保和信息教育的老师的帮助，在学校授课时间内增加了绿地图的绘制。而在听取小学方面的意见时发现“综合学习时间”里，环境和地域方面的学习内容正

在逐渐减少。但在生活、社会、地理、绘画和手工课等课程中有可能增加未来绿色地图课程，所以正考虑选择一些试点学校来具体实施。今后，为了普及这项活动，我们将制作一些包含专有知识的教师手册，同时，还将在网站上提供更多的相关信息。



山本女士与杉村女士的发言:

未来绿色地图可以利用暑假的空闲时间一个人自由地进行研究和绘制，但是，我们认为，如果大家一起来做则会有更多的发现。所以，不妨和朋友、家人、学校的同学、老师或和社区团体一起来做。这次我们去了正在进行绿色地图绘制活动的学校了解了情况。这三所学校是：爱知县春日井市立神领小学（二年级）、东京都台东区立原田小学（五年级）和奈良县五条市立野原小学（五年级）。我们看了这三所学校所送来的绿地图，想象着他们所处的环境，进而访问了他们学校。我们主要了解了他们学校的老师、家长和学生们是如何开始绿地图绘制活动的，学生们的活动情况如何，有些什么变化和感想等。通过了解，我们深刻感受到绿地图的绘制活动对学生们的品德教育方面非常有价值。在所有的学校都有一个共同点：学生们在绿色环保的意识上有了很大的变化，并且他们的悟性和接受能力都有了惊人的提升。例如：台东区一带自然草木较少，为了城市绿化，在区政府等公共设施的屋顶上造了都市自然景观。而学生们在绘制绿地图，进行实地调查时发现自己身边也有很多这样的自然景观。在参观邻近学校时发现了别人学校的都市自然景观后学生就会想：“也要在自己学校创造这样的自然景观”甚至还会想：“光自己学校还不行，应该在台东区所有的小学屋顶上都种植这样的都市景观！”这次采访所获得的很多的“觉察到”的结果，对于全国的老师和家长们来说都应算是一个很宝贵的信息。我们将把采访的亲身体验等素材刊载于相关网页上与广大读者分享，让更多的人能了解绿地图绘制活动的情况。



国际资源循环系统

尽可能的控制新资源的投入
努力实现「制造」与「零废弃」
共存的目标

国内部分

富士施乐将“努力降低商品对环境的负担，尽可能地追求「零废弃*1」、推动资源的再利用。”作为公司方针，在策划·设计·采购以及资源再生利用的商品生命周期的所有工艺流程中，都尽可能地考虑到对环境的保护。在国内，自1995年就已开始将从客户处回收的废弃复印机和多功能一体机零部件进行再利用，并保证其与新品具有同等的质量。对确实不能再利用的零部件，则采取再生资源的方式进行处理，2000年在全国展开了「零废弃」活动，并于2003年达到了零废弃的目标。

*1：零废弃是指不填埋·不单纯焚烧

2006年的目标和任务

2006年使用废弃商品资源的再生利用率达到了99.99%（0.01%为工艺损耗），并且在全国范围内持续保持着这一水平。2006年使用再利用零部件制造的产品数量达到了1.4万台，累计达到29万台。2006年实行控制后的新资源投入量为2,000吨，二氧化碳排放控制量为15,500T-CO₂。

在办公用普及型彩色多功能一体机方面，推进了保证与新品同等质量的再利用零部件的使用开发。2006年5月，采用新技术开发成功的新商品「DocuCentre C2100」成功上市。近几年来，由于市场上的黑白复印机正迅速地被彩色复印机所替代，所以回收的废弃复印机大都是黑白复印机。而两种机型在技术结构上不同，所以其作为再利用零部件已不能重新应用在彩色复印机上。但是，2006年彩色复印机废弃商品的回收量有



资源循环型商品彩色多功能一体机
「DocuCentre C2100」

所增加。富士施乐从1997年开始进行彩色复印机的生产，并推进了零部件再利用方面的设计和开发工作。在技术上集中力量应对废弃彩色复印机回收量的增加，采用最新技术生产出了能保证同新品同等质量的资源循环型商品「DocuCentre C2100」彩色多功能一体机。产品上市后深受顾客的欢迎，进而提高了零部件的再利用率。

此外，为应对富士施乐的主要生产基地已转移到中国的实情，我们从2007年4月开始在日本国内对中国产的产品零部件进行了再利用。但对以往一直采用在新品生产线上投入再利用零部件的一元化生产线进行生产的富士施乐来说，因为日本国内无新品生产线，在中国制造而在日本销售的产品已无法进行一元化生产。但作为制造商，应肩负有“企业的社会责任（CSR）”，所以对于即使是在日本国内所产生的废弃商品，我们也具有责任。因此，我们在铃鹿富士建成了可在日本国内有效使用再利用零部件的生产线。这样，即使生产基地转移至中国，也能够将在日本发生的废弃商品继续再利用，将富士施乐的环境保护政策切实贯彻。

国际资源循环系统所辖领域



以创建循环型社会为目标的 事业活动

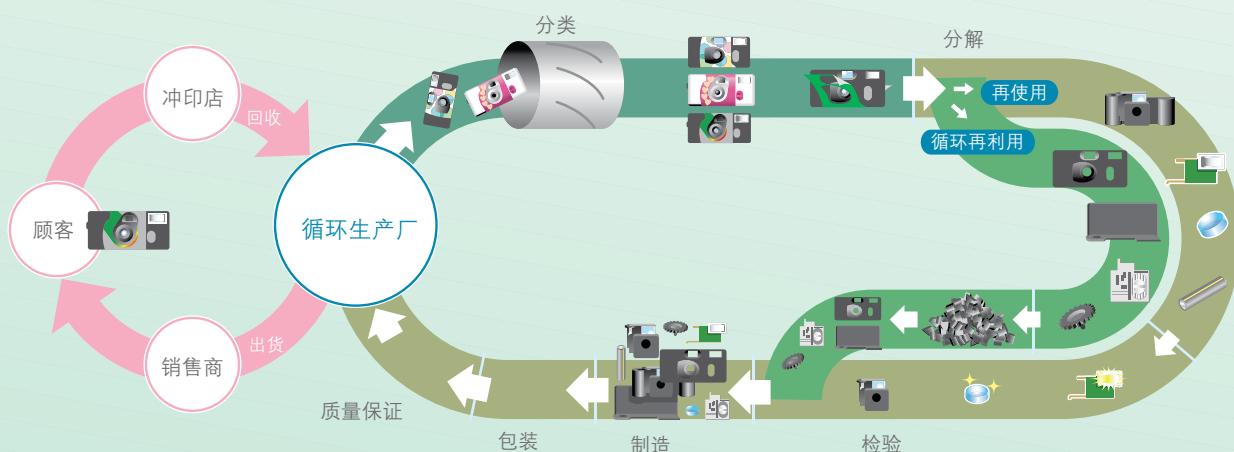
“QuickSnap”能拍的循环型生产 2006年获“循环型生产大奖”荣誉称号

“能拍”从早期就引进了零部件的再利用和再生资源利用的循环生产方式，并于1998年建立循环生产厂，以彻底贯彻3R（减量、再使用、循环再利用）的实行。20年后，我们现正致力于引进LCA（商品寿命对环境影响的评估）系统，以期继续推动减轻环境负担的工作。“能拍”的设计结构尽量减少了零部件的数量，并设计成了其它机型也可使用的零部件。同时，为方便日后的回收分解处理，装配上不再使用螺丝和黏合剂。前盖、内盖、以及卷柄部分，采用破碎加工成颗粒状成型的方法进行循环再利用。1990年“能拍”的资源再生重量比为36%，而现在则达到了95%。

此外，“能拍”的循环生产系统在2006年还获得了“循环型生产大奖”。此项奖励是对过去10年中各企业在循环型生产方面所作努力的肯定与褒奖。富士胶片的“能拍”因从产品寿命整体上进行了管理，提高了资源的有效利用，体现了循环型生产的优势，从而为大家所认可。

今后，在对下一代进行环保的重要性教育时，将继续发挥“能拍”循环生产系统的作用，以让后人能继续保持和发扬这种循环型生产的思想。

“QuickSnap”能拍循环生产系统



富士施乐A3彩色激光打印机 连续8年获节能大奖

富士施乐的A3彩色激光打印机 [DocuPrint C3050] 在经济产业省主办的2006年第17届节能大奖（节能设备/系统表彰大会）上获得了“节能中心会长”奖。至此，富士施乐产品已连续8年获此大奖，这在业界也属首次。至今已获大奖的产品有：彩色和黑白多功能一体机、复印机、高低速打印机等。为了让顾客在使用商品时能更加节省电力，富士施乐公司在各种产品系列里都开发并投入了节能产品。连续获奖正是所有相关人员努力的成果之一。



DocuPrint C3050



设计成可详细分类的【回收利用站】（公司新总部）

新总部建立高度资源循环系统 实现零排放

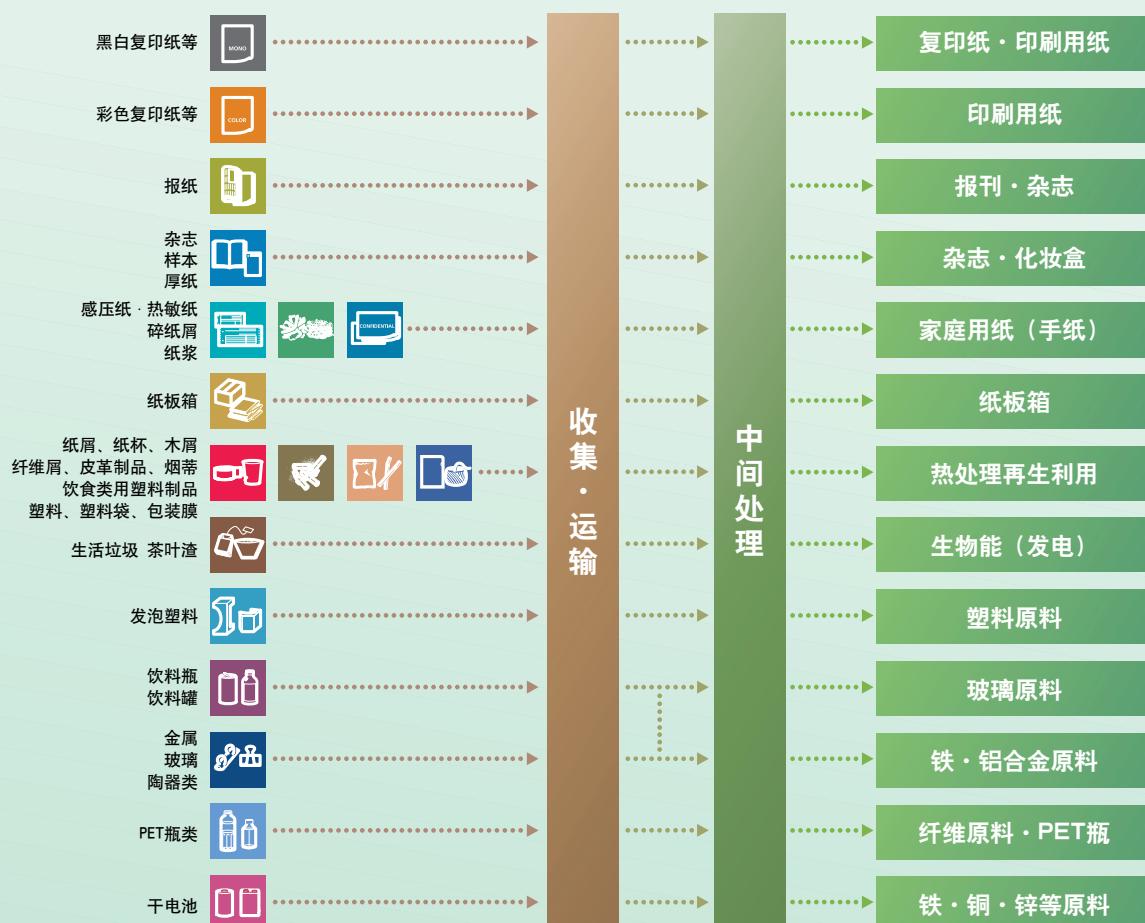
富士胶片控股株式会社、富士胶片和富士施乐三家公司于2007年1月～2月，将公司的总部功能汇集于东京六本木的“东京中央城”。以此为契机，从2006年3月起，由富士胶片、富士施乐和相关公司的有关人员共同组建了一个项目领导小组，以在公司新总部建立引以为豪的环境保护体系为目标，进行相关的研究。小组成员最终达成一致意见，建立以「实现零排放」、「信息安全」和「符合标准」为三条主线的废弃物管理体系。

在「实现零排放」目标方面，为实现高水平的资源再生利用而制定的分类体系方案于2006年9月在富士胶片总部的所有部门内试行。并在

听取了广大员工的意见后，在公司新总部确立了分类体系（分为20类）。其中纸类分为8种，如①用于再生复印纸的黑白复印纸（水平再生利用）、②用于再生印刷纸的彩色复印纸、③由机密文件（碎纸屑和纸浆等）再生而来的卫生纸在公司新总部内使用（封闭式再生利用）等，实现了纸张资源的循环体系。纸张以外的废弃物也在计划实施高水准的再生利用。

在公司新总部内的各楼层分别设置了三处“回收利用站”，员工可根据提示选择20种的分类。站内还配有流程图简明易懂地说明了分类后的废弃物是怎样进行回收利用的，下面是流程图的具体内容：

我们分类的「资源」是如此被有效利用的。



环保论坛

环保技术应面向社会

2007年3月1日，第6届“富士胶片集团环保论坛2007”在富士胶片神奈川工厂（小田原厂区）召开。环保论坛自2002年起每年召开一次，通过论坛达到互相交流，信息共享的目的。本次论坛的参加人数较2006年多出了100多人，共计有超过400人参加了这次论坛，达到了史上最多人数。象征着员工的环保意识有了很大的提高。

宣传画发表会

以富士胶片、富士施乐、集团公司对工厂的环保措施、产品的环保、投入使用之前的环保技术以及投入使用后环保的具体情况等为主题，共发表了45件宣传作品。参与人员之间进行了很好的思想交流。

(以下是从所发表的部分作品的标题)

- [富士胶片先进研究所创造性的节能技术]
- [东京中央城公司新总部的节能、零排放活动]
- [不使用双层复合纸的报纸印刷用数码版材(CTP)]
- [化学物质管理] [综合管理系统]
- [万能设计与可用性评估产品及活动举例]

基调演讲

邀请了登山家野口健先生进行基调演讲。（富士胶片正在从员工中招募志愿者，预定在2007年秋天与野口先生共同开展“富士山清扫”活动。）

口头发表内容

富士胶片各部门与富士施乐发表了7个环保事例和研究成果的报告。主要内容有：关于欧洲RoHS指令的应对事例和REACH规则等最新法规动向的解说、把可持续资源利用付诸于实践的「富士宫工厂节水系统」。物流方面关于可回收包装箱的开发和引进(P.76)的发表等。

(以下为发表内容的标题)

- 1. [最新法规动向 – REACH、RoHS、GHS等]
- 2. [数码相机的RoHS指令对应与结果]
- 3. [小型冲印机的RoHS指令对应与结果]
- 4. [X光胶片中含有可能影响环境物质的替代物的研究]
- 5. [神奈川工厂提高活性污泥处理能力的研究]
- 6. [富士宫工厂节水系统] – 关于可持续资源利用的思考
- 7. [循环型输送系统的引进和环境改善]

Report

基调演讲“富士山改变了日本” 野口 健 先生

(仅介绍讲话的部分内容)

至今我还清楚地记得听到国外的登山家说“富士山是全世界最脏的山”时的沮丧心情。确实，富士山因随处可见的纸屑而曾被称为“白色河流”，污染物已经渗透到了富士山那曾经是涌现天然水的土壤中。最初刚开始招募富士山清扫志愿者队伍时还不到100人，但现在已有越来越多的人开始理解并且加入到志愿者队伍中。登山者自觉养成了随手捡起垃圾的习惯，所以从半山腰往上已看不到垃圾了。2006年大概有4,800人参加了清扫队伍，共清除垃圾80吨左右。我认为这是认真坚持努力的结果。做任何事情都不要轻易放弃，登山更是如此。登山时如果没有一定要活着回去的意志和决心，就真的有可能死亡。肉体上的疲倦哪怕近于瘫痪也不等于死亡将至。但是，当你精神上被击败时，离死就不远了。我正是从登山中悟到这点。对当今地球变暖问题，有一些专家因认为人类不能有效控制地球变暖而灰心、绝望。如若真的如他们那样绝望，那么在绝望的瞬间，人类也真的没有希望了。我们绝不会轻言放弃。



基调演讲时的情景



野口 健 先生

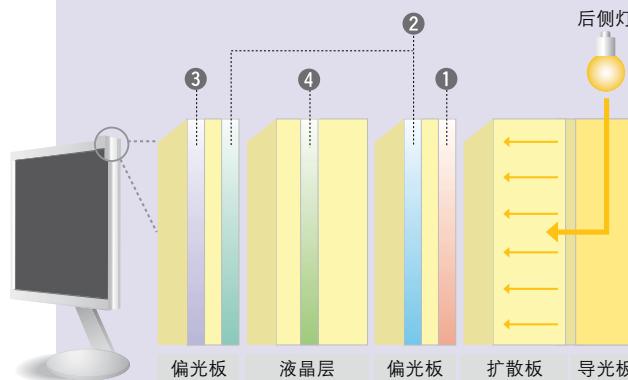
生于1973年美国波士顿。登山家。16岁成功登上勃朗峰。1999年登上珠穆朗玛峰。历经十年，在25岁时创造了全球最年轻的登上七大洲最高峰的记录。从2000年开始投入珠穆朗玛峰的清扫登山活动。以“富士山改变了日本”为口号，全身心地投入到了清扫活动中。1999年（平成11年）获东京都民文化荣誉奖。

生产活动与地区的共存关系

大型液晶电视与电脑、手机等液晶显示器市场正在以惊人的速度不断地扩大。液晶显示器的制造离不开可控制光与色的胶片，富士胶片就承担着提供这种胶片的任务。富士胶片拥有胶片制造不可或缺的高水平技术，是世界上首屈一指的制造商，引领着液晶显示屏材料市场的发展。随着全球对液晶显示屏需求的不断扩大，富士胶片正努力进一步提高生产能力，以承担起社会赋予的重任。为提高具有代表性的液晶显示屏用的偏光板保护膜——富士偏光板保护膜的生产能力，我们在熊本县的菊阳町建造了富士胶片九州株式会社（以下简称富士胶片九州厂），2006年10月第一分厂竣工。之后还将继续建造第二、三分厂，定于2008年全部建成。在建造工厂的同时，我们还充分考虑到了环境保护问题，在环保设备方面也进行了相当的投资。第一分厂对天然气燃烧产生的可供发电及废热供暖系统的能量进行了充分利用，其同时也有利于降低二氧化碳的排放量。富士胶片九州厂非常珍惜当地丰富的水资源，对地下水应尽可能地加以回收利用，以环保和与地区共存为基调，开展着生产活动。



▼液晶显示器（TN-TFTLCD）的截面结构图



富士胶片提供的4种主要产品

- ① 偏光板保护膜：无光学扭曲、透明度高，能获得稳定和漂亮的图像
- ② 视角扩大(WV)膜：能校正液晶视野角度狭窄的问题，无论从侧面还是从上面看，都能看得见液晶漂亮画面的胶片
- ③ 防反射(CV)膜：可降低外部光源对画面可视度的影响
- ④ 转印膜：该胶片可将红、绿、蓝等色层，转印到玻璃基板上成为彩色滤光片

▼液晶显示屏面积的增长



▼富士偏光板保护膜的生产能力



地区与环保

与熊本县南阿苏村 签订水源灌养林保护协议

富士胶片九州厂认为：作为一个与地区共同发展的企业，应对熊本县广泛开展的水资源保护活动作出自己的贡献。在积极利用厂内雨水，节约用水及水资源的循环利用之外，我们还策划了能为地区做贡献的各种水资源保护活动。这次得到了熊本县南阿苏村的支持，决定对重要地下水灌养地带的白川上流域南阿苏村水源灌养林进行保护（植树），并于2007年2月正式签署了相关协议。协议内容包括种植小橡树、山枫和野樱花等共13,000棵（具体实施内容如下）。

南阿苏村于2005年2月13日由阿苏郡长阳村、白水村和久木野村合并而成，合并后选择“村”制，是一个非常重视“置身自然之中”的自治体。在协议签署仪式上，南阿苏村的今村村长在致辞中说：“富士胶片是南阿苏村改制后第一个同我们签署协议的单位，我们为此感到非常高兴。”富士胶片今后还将更加努力，对当地的环境保护作出更大的贡献。



实施内容

- ① 实施地点：从阿苏流经熊本市内的白川上流域植树造林，面积5.24ha
- ② 种植树种：阔叶树（小橡树、山枫和野樱花）约13,000棵
- ③ 协议期限：自2007年2月6日起15年
- ④ 协议签署人：富士胶片九州厂总经理 山口光男
南阿苏村村长 今村辉昭



▼富士胶片九州厂员工与总经理一起栽种的 第1号树

植树地点选在村里面积为5.24ha的原野上，是一处能将阿苏自然风景尽收眼底的明媚之地。2007年3月13日由富士胶片九州工厂的山口社长率领富士胶片九州工厂的员工，在熊本县阿苏森林工会组织的指导下，大家手持铁锹，共同在原野上种下了第1号树。虽然3月份的天气仍带着丝丝寒气，但在大家的齐心协力下，在面积5.24ha的原野上种下了大约300棵阔叶树（野樱花）。至5月9日，按预定计划完成13,000棵树的栽种。



▼水源灌养植树地（红框处）



地区与文化振兴

南阿苏——连环画的故乡 合作伙伴1号协议签署

“南阿苏——连环画的故乡”活动始于2006年5月，以当地的有志之士为中心，以“连环画”为关键词，积极推动地区的文化振兴、环保以及交流活动。“南阿苏——连环画的故乡”活动作为当地居民、企业和行政机关合作开展的新一轮地区振兴模式而为人们所期待，其内容包括连环画图书馆的管理以及举办连环画绘画班，连环画故事会等。作为“南阿苏——连环画故乡”的第1号合作伙伴，富士胶片九州厂的山口社长和“连环画的故乡”负责人宫本孝志先生，于2006年12月在熊本县县政府，在熊本县知事的见证下签署了【连环画的故乡】和平条约。此项活动以南阿苏为主要舞台，采用“PHOTO连环画”（用照片手法绘制连环画）等方式，结合富士的主业影像领域开展了各项支援活动。2007年5月，举办了“南阿苏——连环画的故乡第2届诞生节”1周年纪念活动。富士胶片九州厂在给予全力支持的同时，还举办了PHOTO连环画的作品展和专题讨论会。在5月27日举行的诞生节的尾声，得到富士胶片支持、从中国境内登上珠穆朗玛峰山顶的登山家野口健先生送来了电视贺信。播出后，通过与身在西藏·加德满都的野口先生国际连线，畅谈阿苏和喜马拉雅的美丽自然景观永远保持下去的希望。富士胶片九州厂在积极地展开地区交流，对【振兴文化】作出贡献的同时，还将致力于创建一个【大家都喜欢的具有亲和力的南阿苏】。

URL [http://www.aso.ne.jp/~ehon/\(南阿苏——连环画的故乡\)](http://www.aso.ne.jp/~ehon/(南阿苏——连环画的故乡))



▼PHOTO连环画作品展

▼野口健先生的电视贺信



企 业 理 念

我们将运用先进、独特的技术，通过提供最高品质的商品和服务，为社会的文化、科学、技术、产业的发展及增进健康、维护环境做出贡献；并为进一步提高人们的生活质量而努力。

愿 景

在公开、公平、明朗的企业氛围中，以先进、独特的技术，不断勇于挑战，继续成为开发新商品，创造新价值的领导企业。

企 业 行 为 宪 章

企业在通过公平竞争追求利润的同时，还必须追求更为广泛的有用于社会的存在价值。为此，富士胶片集团本着以下五项原则，不论国内外，在开展事业活动的同时，尊重人权，严格遵守所有法律及国际准则，并且在遵循贯彻这一精神的同时，以良好的社会意识，朝着持续发展的方向自主自发地行动。

1 继续成为可信赖的企业

运用先进、独特的技术，为社会提供最高品质的商品和服务。在公开、公平、明朗的企业氛围中，开展自由的竞争与合理的业务活动，创造新价值，继续赢得顾客以及利益相关者的信任和满意。

2 承担社会责任

与顾客、地区民众、股东等社会各方进行广泛的交流，正确、公正地公开企业相关信息。
遵守法令法规，坚决不做违反公共秩序和良好风俗习惯的事情。作为“优秀的企业公民”，
在尊重并正确理解地区文化和习俗的同时，以地区发展作为开端积极行动，为社会的发展做出贡献。

3 尊重所有人权

尊重和拥护国际宣言所提出的基本人权及劳动基本权利。摈除强制劳动和雇佣童工。

4 保护地球环境

认识到环境问题是企业的社会性存在与活动的必要条件，自发、积极地开展活动。

5 为员工创造生气勃勃的工作环境

尽可能发掘企业内每一位员工的能力，确保员工在安全、适合的环境中工作。同时，尊重员工的多样性、人格和个性。

公司最高管理层必须认识到对于本宪章精神的贯彻有不可推卸的责任。不仅要以身作则，在企业内部、集团各企业中彻底贯彻的同时，还要使业务合作伙伴也熟知。并且经常听取公司内外的声音，在不断完善具有实效的公司内部体制的同时，提高自身的道德涵养。如有违背本宪章的事态发生，公司最高领导层要向企业内外表明自己亲自着手解决问题的态度，并致力于查明原因，防止问题的再度发生。在及时准确地向社会进行信息公开和履行说明责任的同时，要对包括自己的相关人员进行严肃处理。

CSR 企业经营的指南针 ～肩负未来发展的责任～

富士胶片控股株式会社
执行董事 CSR推进掌管

前田保知



随着经济的不断全球化发展，富士胶片集团所处的市场环境已出现很大的变化。同时，自然环境也受全球气候变暖的影响等，实际的变化已超出了我们的预想。再加上不断出现的企业舞弊等事件，整个社会对企业活动的关注日趋增加。

企业如果不能很好地适应这种变化，则将无法承担起企业经营责任。我们认为：企业是社会性的存在形式，应对社会有用、有益并能取得社会的信任，同时，还肩负着社会未来发展的责任，而这也正是企业社会责任（CSR）之所在。

2006年，我们制定了新的富士胶片集团的企业理念和愿景，2007年修改了企业行为宪章和行为规范，这是包括富士胶片、富士施乐和各集团公司在内的整个富士胶片集团都应重视和遵守的理念和行为规范。同时，富士胶片控股，富士胶片以及富

士施乐各公司的总部职能都已集中到东京中央城，从而加强了互相间的合作，实现了真正的协同效应。富士胶片集团全体成员正上下一心，团结一致，为创建新事业，加强合作经营作进一步的努力。

CSR是实现可持续发展的最为重要的理念。可以说，CSR是大动荡时代的指南针，不仅同公司的管理层相关，与公司的每个员工都休戚相关。正是基于这个观点，我们对富士胶片集团的“CSR思考方式”再次作了调整，使每位员工都能自觉维护企业理念、理解企业未来发展目标，自觉执行企业行为宪章和行为规范，即是CSR的基本活动框架。今后，我们将把“CSR思考方式”扎实地付诸于实践，以肩负起对未来发展的责任。

富士胶片集团的CSR思考方式

富士胶片集团的CSR思考方式是指：通过诚实、公正的事业活动贯彻落实企业理念，实现公司的愿景，为社会的可持续发展做贡献。

我们的任务是：

- 1.** 在肩负经济、法律责任的同时，作为企业公民致力于社会文化、技术的发展以及环境保护问题等，以回报社会。
- 2.** 通过同公司利益相关者（客户、股东、投资者、员工、社区和合作伙伴）的交流和沟通，确认我们的CSR活动是否符合社会需求和希望，是否落实到位等，并及时进行修正。
- 3.** 承担对事业活动进展情况的说明责任，及时公开信息，以提高企业的透明度。

2006年度活动概要

富士胶片集团于2006年10月1日改为控股公司制。我们以控股公司富士胶片控股集团为中心，加强了集团的战略经营管理和集团的内部治理，为把集团建设成为一家对社会有用的企业而努力。2007年4月制定了富士胶片、富士施乐以及包括各集团在内的共同遵守的企业行为宪章和行为规范，向富士胶片集团的遵纪守法共同基础的确立迈出了新的一步。在事业发展方面，我们完成了中期经营计划“VISION75（2006）”。在环境保护方面，我们将应对全球气候变暖和化学物质控制以及废弃物的管理等如何减轻环境负担问题，也作

为富士胶片集团今后要研究的课题。我们正在积极地推进这方面的工作，如：环保设计、提高环境利用率和节能等。社会公益活动（保护影像文化活动）是富士胶片集团所特有的文化公益活动。是员工自发组织的志愿者活动，活动面很广，对员工的社会公益意识的提高有很大的帮助。

我们与利益相关者的对话进行了4年，每次的主题前后都有连贯性，讨论很有深度。我们的目标就是：不流于形式，要进行有意义的对话。

▼2006年度 / 2007年度第1季度CSR活动概要

○富士胶片集团

●富士胶片及其关联公司 ●富士施乐及其关联公司

重点领域	主题	自我评价	2006年度 / 2007年度第1季度实际成绩
CSR经营 社会性报告	CSR经营 加强合并经营增强企业实力	★★★	○改制为控股公司 ○制定富士胶片集团的企业理念和愿景 ○修改富士胶片集团企业行为宪章和行为规范 ●成功引进综合管理系统（IMS）
	加强与利益相关者的交流沟通	★★★	○举办利益相关者对话及读者意见交流会 ○CSR信息的定量化（充实可持续性会计）
	与顾客的关系 通过产品贡献社会 提高接待顾客的水平 加强和扩大产品信息的提供	★★★	○新产品和服务的开发和销售 ○迅速应对修改后的消费生活产品安全法 ●改善客户服务系统和投诉的处理方式（ISO10002自我适应宣言） ●赞助粉红丝带活动 ●连续8年获节能大奖
	与股东、投资者的关系 加强交流沟通	★★★	○在相关网站上用英、日两种配音文字播放决算说明会内容 ○加强同国内外投资人的交流沟通
	与供应商的关系 制定和普及集团采购方针、推进CSR采购	★★	○制定纸浆的采购标准 ●实施CSR采购相关的供应商自我监查（CSR项目的追加）
	与员工的关系 提高员工的工作积极性 在集团内进行有效的人才交流和配置	★★★	○召开由工会组织的富士胶片、富士施乐交流会 ○推进【大家都来参与6%节能减排】活动的开展 ●为调动女性员工的积极性成立了F-POWER项目推进组 ●推进FUJIFILM WAY活动
环保报告	社会公益活动 通过主业参与社会公益活动 培养员工志愿者意识 推动各基层公司的社会公益活动	★★	○开设富士胶片广场和富士施乐艺术空间 ○通过公益信托富士胶片绿色基金与小林节太郎纪念基金开展的资助活动 ●富士九州厂对南阿苏“连环画的故乡”的支持和“水源灌养林”的保护 ●实施中国植树造林志愿者活动 ●召开社会公益论坛
	环境 地球环境保护	★★	○积极采用重油改天然气的方式以降低二氧化碳的排放量 ●通过国内外公司的具体改善措施（减少废弃物、降低用水量等）提高环境使用效率
	采取切实措施遵守环境保护法规 公开环境信息·环境问题交流	★★★	○加强含有化学物质（REACH规则、RoHS指令、GHS应对）的管理 ○扩大对废弃物处理公司的调查 ○提供产品与安全方面的信息 ○召开环境论坛及环境负责人国际会议 ●加强员工教育（在海外公司召开相关会议以及培养环境问题方面的专家）

《自我评价》★正在努力 ★★再往前一步就将获得成果 ★★★已经获得成果

今后发展的主要课题

今后应认真总结以往的活动经验，检验对公司、对社会究竟什么才是最重要的事项，然后锁定目标进一步推进CSR活动的发展。为此，富士胶片集团从以下几个角度，对到目前为止的CSR活动的重要性进行了重新整理，制定了中期努力目标。

- 社会的要求和期待（包括与利益相关者的对话成果）
- 富士胶片集团CSR思考方式
- 富士胶片集团CSR活动案例分析
- 用【CSR核查表（2005年度实施）】对集团公司CSR活动进行分析的结果（第三方评价）
- 关于社会·环境报告2006第三方保证的改进方案

▼今后发展的主要课题

关联页	重点领域	主要课题
P.6、P.37 P.27～28、P.38 P.38 P.43	加强企业内部治理	(1) [富士胶片集团的CSR思考方式] 进一步向国内外集团公司渗透
P.31～34 P.82～84		(2) 加强PDCA管理，彻底贯彻【遵纪守法和风险管理】
P.11～15 P.53 P.51 P.13 P.21		(3) 强化事业公司CSR活动进展情况的检查
P.54 P.54	新趋势的应对	(4) 利益相关者对话范围的扩大和展开对集团公司的第三方评价 (特别是，海外及国内的销售公司)
P.56 P.57		(1) 作为一个全球性企业应进一步强化多样性和劳动安全方面的工作
P.60 P.74 P.59 P.58、P.61		(2) 建立CSR采购工作框架
P.15 P.63 P.26 P.64 P.23	信息公开的扩充	(3) 保全生物多样性，明确社会公益活动的基本方针
P.73 P.77～78		(1) 充实可持续发展报告的内容及CSR活动信息的宣传
P.57、P.71 P.78	采取切实措施遵守环境法律法规	(2) 公司内部应有效运用事业成果、CSR方面的定性定量的信息，并做好信息公开化工作
P.52～53 P.24、P.85 P.85	强化防止全球气候变暖的对策	(3) 为迅速收集有关PL、灾害及与出口相关的信息，应推进公司内部有效机制的建立
		(1) REACH规则的应对
		(2) 强化综合化学物质管理系统
		(1) 强化和修订全球气候变暖的对策目标

富士胶片集团从2004年开始，每年都举行利益相关者对话。如下图所示，随着对话的持续开展，课题渐趋集中，对话不仅是与利益相关者之间交流的场所，而且成为CSR活动课题的共享·深挖及提出解决办法的有效手段。对话一般邀请公司内外的一些重要利益相关者参加。今年5月份召开的利益相关者对话2007的详细情况可参见33~34页的相关报告。

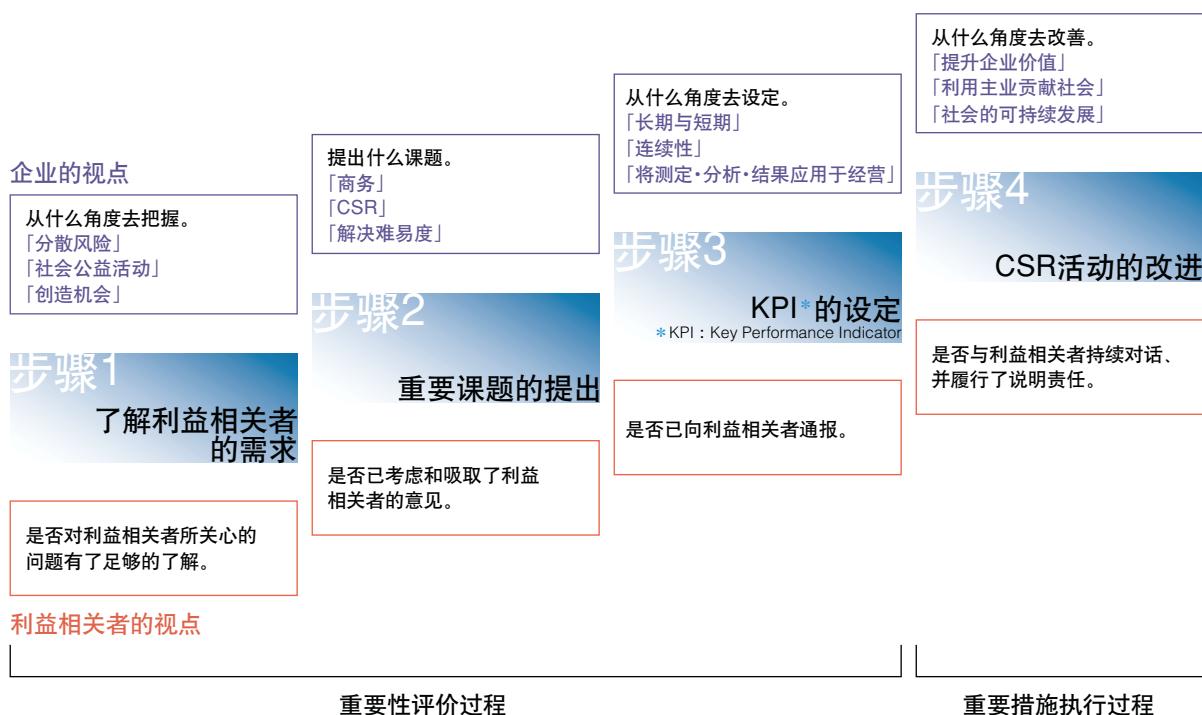
▼ 利益相关者对话的发展



注明●项为富士胶片集团特别重视之处。

富士胶片集团将对话的结果，通过如下图的步骤，改善了CSR活动的状况。主要是从企业与利益相关者双方不同的视点探讨CSR课题的重要性。

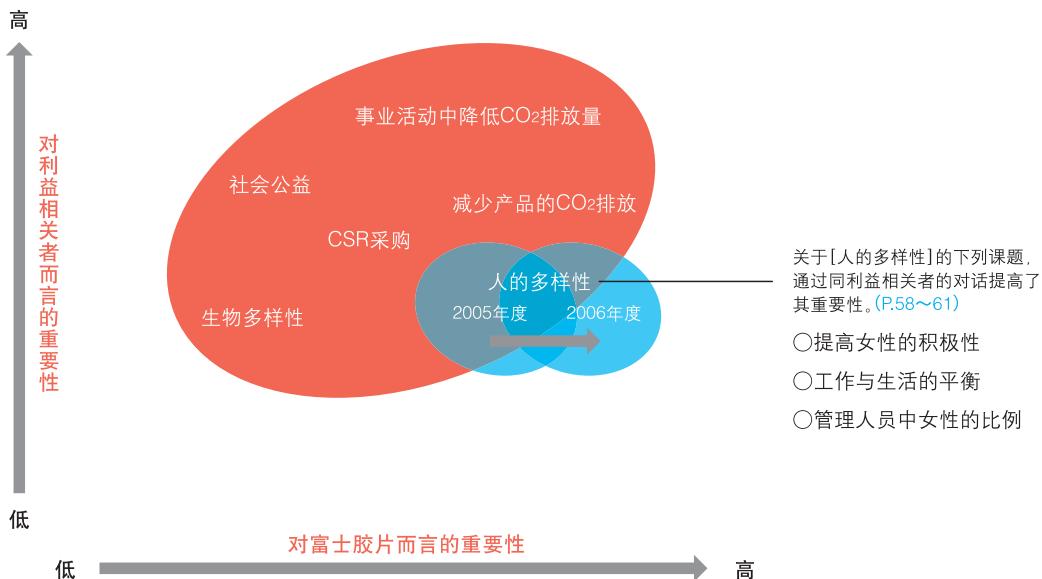
▼ 通过与利益相关者的对话,不断推进和深化CSR活动的实施步骤



与利益相关者对话中提出的CSR重要课题的应对措施

以往与利益相关者对话中所提出的CSR课题，对富士胶片集团与利益相关者双方来说都是非常重要的问题。以往所提出的课题主要包括有「环境保护（特别是温室气体）」「人的多样性」「生物多样性」「CSR采购」以及「社会公益活动」等。在对话会上每年都进行讨论，所以对提出的课题的认识也不断地在提高。例如，关于「人的多样性」问题，富士胶片通过对话后对这个问题的重要性有了新的认识，所以才有了后来能充分发挥各种不同人才〔个性〕的组织[F-POWER项目推进组（P.59）]

今后在解决CSR课题方面，应考虑将对话中获取的各种意见融入CSR活动中去。



[社会·环保报告2006读者意见交流会] 总结报告

交流会讨论的主要课题

- 关于社会·环保报告的内容以及读者对象
- 关于公司内部的应用、公司内部的广泛告知·启蒙，以及在营销方面的应用
- 关于翻译版本（英语·中文）与各地公司报告
- 其它（各地与各公司的情况和所面临的课题）

以下是从众多意见中汇总的一些主要内容（●正在处理 ●正在研究探讨）

- 明显感觉到2004、2005、2006逐年容易理解、更加美观。希望2007仍有所发展。
- 希望今后能积极地刊载一些结合主业的社会公益活动和产品介绍
- 可以在专集中介绍一些有关富士胶片集团特点的事例。
- 读者对象划分不清，应有明确说明。如果是针对专家的文章，应在深度方面多下工夫，形式上可采取目前那样的范围较广泛的形式。
- 对于所说的应用在营销方面的话可以理解，但是，内容上对一般读者来讲比较难以理解。如果读者对象为公司内部职工、普通客户或在营销方面应用可研究制作摘要版。
- 要使报告真正对公司员工有所启发和贯彻，还需要下点工夫。（如：对员工来说，这儿是必须读的；对营销人员来说，这儿是必须注意的；与社区居民进行对话时，这是一个可以应用的话题等等，最好有一个比较明显的标注）
- 对公司内部来说集团公司的内部网站、各类内刊更容易有效利用。
- 对营销一线的员工来说，这本报告书恐怕内容过多难以接受，但对客户的上层领导和管理层来说则可灵活应用。因为是富士胶片集团整个活动的概要，所以还可以作为公司介绍使用
- 最好还能研究如何与WEB连动和积极地将相关内容刊载于网站上。
- 最好能说明关于环境使用效率，特别是温室气体排放总量增加的具体原因。
- 印象中好象关于集团公司和海外公司方面的介绍少了一点。
- 希望能多介绍一些同企业理念和CSR活动有关的内容。
- 对事业部和工厂来说，因为同中国等海外客户的往来较多，希望能继续发行翻译版本。



会议概要

主办单位

富士胶片控股株式会社
集团运营支持部 CSR领导小组

协办单位

富士胶片 医疗系统事业部
富士胶片 印刷系统事业部
富士胶片 影像营业部
富士胶片 R&D统括本部 生产技术中心
富士胶片 神奈川工厂（小田原厂区）
富士胶片 吉田南工厂
富士胶片 富士宮工厂
富士胶片 朝霞地区
富士胶片 先进研究所
富士施乐 CSR部
富士能株式会社
富士胶片影像株式会社
富士胶片医疗器械株式会社
富士胶片印刷系统株式会社
富士胶片物流株式会社

举办日期 2007年1月～2月

参加人数 144名



富士胶片集团于2004开始注意从公司外部多方面地听取意见和指点，进一步提高了对CSR活动重要性的认识。在2007年对话中，从以往列举的课题中，抽出了三个比较重要的主题，一起进行了研究和探讨。这次采取了从外部邀请有识之士前来同富士胶片和富士施乐员工一起进行对话的形式。

从对话结果看，了解了两公司CSR活动的开展情况，并对两公司共同的课题有了进一步的认识。今后的目标就是，将所要解决的课题同具体行动结合起来，力求发挥公司内部的协同效应。

本报告书中还介绍了这次对话中得出的今后的工作方向、以及在「利益相关者对话2006」中提出的CSR课题的进展情况。今后还将通过报告书继续公开相关工作的进展情况，让利益相关者能了解公司的工作，推动CSR活动更深入更广泛的开展。

对话主题

第1部分

「减轻环境负担－产品的CO₂减排」

第2部分

「今后工作方式－工作与生活的平衡」

第3部分

「生物多样性」



会议概要

举办日期 2007年5月11日（周五）

会议地点 东京中央城公司总部

参加人员 富士胶片控股株式会社
富士胶片
富士施乐 等共46名



公司外部人员（按50音图排列）

河口真理子女士
(自2006年连续出席)
株式会社大和总研 经营战略研究部 主任研究员

谷口正次先生
资源·环境专栏记者

藤井敏彦先生
(自2005年、2006年连续出席)
经济产业省 通商机构部 参事官



主持人
川北秀人先生
IIHOE
〔个人·组织·地球国际研究所〕代表



对话之后的工作方向

全体

- 富士胶片、富士施乐两公司优秀事例的可视化
- 富士胶片、富士施乐两公司课题分组讨论的实施
- 继续召开对话会

减轻环境负担

- 工作情况和效果的可视化
- 加强同顾客之间在环境方面（产品使用时降低CO₂排放等）的交流工作
- 与营销部门协作，努力体现在销售战略中
- 富士胶片与富士施乐的分组讨论的实施

今后工作方式

- 事例可视化
- 以「工作与生活的平衡」为前提的「基本思考方式」的设定和整理
- 进一步扩大对「工作与生活的平衡」的认识

生物多样性

- 反映在富士胶片集团的中期经营计划中
- 推动CSR采购工作的进一步开展

[与利益相关者对话结束后]

IIHOE [个人·组织·地球国际研究所] 代表 川北秀人

2007年的对话采用了由近在身边的利益相关者，富士胶片和富士施乐这两家集团内主要企业之间，就共同的话题和课题进行交流，再加上公司外部提出问题和评论的形式来进行，首次采用了对话形式。对由两家具有不同强项的主要企业构成的集团公司来讲，为得到最大的协同效应，开展CSR活动乃是最合适的切入口。这次会议以促进两公司的协同为契机召开，衷心希望在下次对话会召开之前会有一个具体的效果呈现在大家面前。

●关于「减轻环境负担——产品的CO₂减排」问题

在两家公司关于各自工作的介绍中，特别对富士医疗器械在处理的高速化和减轻环境负担两方面同时达标的介绍，印象非常深刻。富士施乐也同样，开始了向顾客提供节能减排产品方面的工作。这样，「使用产品时通过减轻环境负担，为顾客和社会作出贡献」的重要性、以及应明确反映在今后的报告书和相关网站上的观点得到了大家的一致认可。

●关于「今后工作方式——工作与生活的平衡」问题

在充实相关制度的同时，公司内部气氛也逐渐起了变化，正如藤井先生所指出的：为促进「总部设在日本的公司」超越本土视野开展工作，不但应制定全公司通用的制度，还应编制可供大家分享的「由工作和生活平衡而产生的优势和独特的小窍门」等事例集，推行适应各部门实际情况的工作方法（如宣布“会议时间不能超过4时”等）也非常重要。

●「生物多样性」

这次虽然只能写出各自负责的与生物多样性相关的接点，但对今后应该提出全公司通用的基本原则，并促进各部门积极行动的重要性有了进一步的明确。

[与利益相关者对话结束后]

富士胶片控股株式会社 执行董事 CSR推进掌管（当时）内山敬幸



从这次对话来看，对富士胶片和富士施乐两公司的CSR的各自课题有了一个更深的相互理解，对协同作战提升集团整体价值的重要性有了一个重新的认识。

今后应积极创造两家公司的CSR协同作战的机会。同时，还要研究如何邀请更多的研究开发部门、营销部门、制造部门等国内外的集团公司的相关人员参加对话会。



去年利益相关者对话2006提出的 CSR课题和应对情况

课题	
主题	事业的发展与减轻环境负担 CSR采购 人的多样性
被明确的课题	1. 关于人的多样性和CSR采购的明确承诺 2. 关于CSR采购和环境应对措施的协同实施 3. 「工作与生活的平衡」可视化的基础提升措施的实施 4. 明确各阶层（团体·公司·部门）的重点目标

应对措施		●成绩 ●尚需努力的地方
整体	●明确各阶层重点目标 ●人的多样性和CSR采购的明确承诺	
公司内	●开展面向集团内担任管理职务人员的遵纪守法教育工作 (P.41) ●启动提高女性员工积极性的「F-POWER项目推进组」 (P.59) ●促进雇用残障人士	
公司外	●召开合作伙伴说明会及开展企业环境绿色标准调查（包括CSR工作）(P.56) ●纸浆采购标准的制定和开始运用 (P.56)	

CSR经营

富士胶片集团将CSR活动的目标定位于提升公司品牌与企业价值，并将CSR活动作为一项与企业未来密切相关的活动持续开展。以向控股公司制转型为契机，我们将进一步强化集团整体的企业内部治理、遵纪守法和风险管理、环境与质量管理体系等各项工作，以此作为开展CSR活动的推进力。



**在各个方面以“透明”“诚实”
“优秀公司”为目标，
在本职工作中推动CSR活动的开展。**

以“自主思考型企业”为目标，促进CSR活动的发展和深化

自2004年富士胶片设置了CSR活动的专职推进部门（CSR推进部）以来，历经了如左图所示的几个阶段，并已在CSR意识和行动方面取得了不菲的成绩。我认为，2006年已经达到了图中所示的第3阶段“规划化”（反映在规划阶段）的水平。今后我们将进一步推动CSR活动的发展和深化。作为第一步，我们已在所有的集团公司中形成了对富士胶片集团行为规范的共识。行为规范融入了新的企业理念和愿景，我们正努力使其渗透、融入到以富士胶片控股株式会社为中心的富士胶片集团的每位员工的工作中。

富士胶片集团的事业范围涉及14个领域。通过在这些领域事业活动的开展，我们正努力提高人们各方面的生活品质。我们将依靠自身的先进技术，顺应时代变化，满足客户新增的多样化要求以及广大普通顾客的需求，持续不断地为提高人们的生活质量做出自己的贡献。同时，随着事业领域的不断扩大，我们所面临的课题也在不断的增加。提高生活质量不仅是对人类而言，还包括诸如采取不对生态系统构成威胁的采购方针等。随着医药、医疗事业领域的扩大和发展，必将涉及到同生命伦理相关的试验和研究开发活动，在开展这些课题的试验研究时，我们应倍加细心，采取更为审慎的态度。

富士胶片控股株式会社·CSR领导小组肩负着推动富士胶片集团的CSR活动，以及同利益相关者沟通的重要职责。法律相关的信息收集也是重要职责之一。强制遵守的法律中反映了当时人们的 worldview和哲学观，而当它以法律的形式制定时，必然以社会变化为背景，凸显出全球性的发展趋势。因此我们认为：应该对其变化保持敏感，在法律成文前作好相应准备，不仅遵守法律，更应牢牢把握社会发展动向，主动、自主地去思考企业应该做些什么。在工厂和关联公司的CSR活动方面，富士胶片控股株式会社·CSR领导小组也给予了强力支持，起到了牵头的作用。例如，关联公司富士胶片九州在CSR领导小组的支持下，已主导展开了各项CSR活动，现已成为自主、积极思考，努力推进CSR活动的现场主导型示范点。

企业是员工的集合体，只有每个员工都发挥了自己的力量企业的合力才能形成。我们相信，只要每个员工都真正树立起“企业应该做些什么”“如何正确判断”的标准，并以此为标准行动起来，那么我们必将实现创建“优秀公司”“强大的公司”的目标。随着CSR活动的发展和深化，我们将积极培养核心人才，为富士胶片集团整体CSR活动水平的提高继续努力。

富士胶片控股株式会社
集团运营支持部
CSR领导小组 组长
山手一容



富士胶片集团以提高企业价值为企业的最大使命，为完成这一使命，我们将加强、充实企业内部治理定义为经营上的最重要课题，并通过各项切实有效措施的认真执行，努力成为受全体利益相关者信任的公司。

关于企业内部治理的基本思路

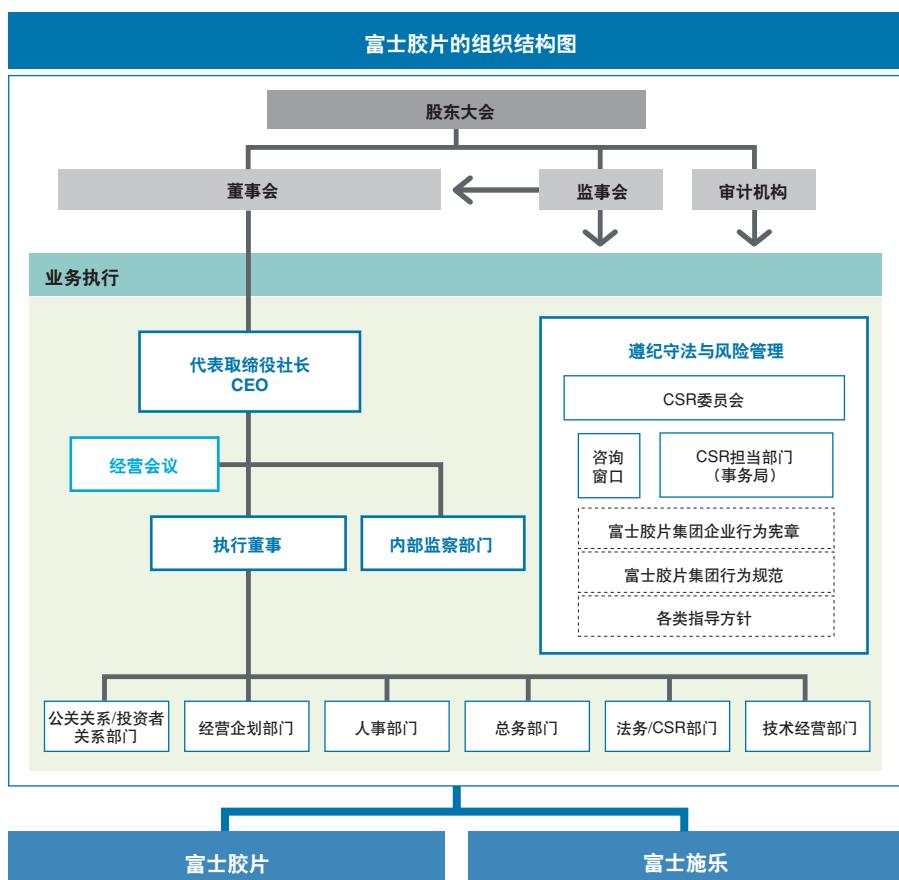
2006年10月1日，富士写真胶片转为富士胶片控股株式会社，由新设立的子公司富士胶片继承所有业务，从而实现了向控股公司的转型。在此新体制下，将以包括富士施乐在内的合并经营体制为基础，强化内部治理，进一步提高集团经营的透明性和健全性。

在公司管理上，我们定期举行董事会议，决定集团经营的基本方针和战略决策，确定重要业务的相关事项及监督业务的执行情况等。董事会现有8名成员，其中1名为公司外部董事。为使业务能够更为迅速地执行，我们采用了执行董事制度。执行董事依照董事会决定的基本方针推进业务的执行。在对其所肩负的使命和责任加以明确的基础上，为迅速应对经营环境的变化，董事及执行董事的任期定为一年。

对于提交至董事会讨论的事项及其它重要事项，由执行董事组织、设立审议该事项的经营会议，该经营会议可根据实际情况适时召开，以有效执行相关业务、制定决策。

监事会现设监事4名，其中2名为公司外监事。各监事除出席董事会议之外，专职监事应出席经营会议，并保持与董事长之间的定期沟通，以对业务执行的整体情况实行检查和监督。此外，设有由9名监事组成的监察室，作为独立于业务部门以外的内部监察部门检查各部门的业务执行过程，并作出适当的评估和验证。集团主要公司配合监事定期检查相关事务，确认内控系统的完备和运作状况。今后我们将对内部监察工作人员进行增员和强化，以进一步充实内部监察功能。

▼ 富士胶片集团的内控系统概要



CSR活动中最为基本的是遵纪守法和风险管理。遵纪守法的核心就是“个人和企业都应以伦理和常识规范自己的行为。”富士胶片集团致力于形成一个使全体员工都积极参与遵纪守法和风险管理的企业氛围。

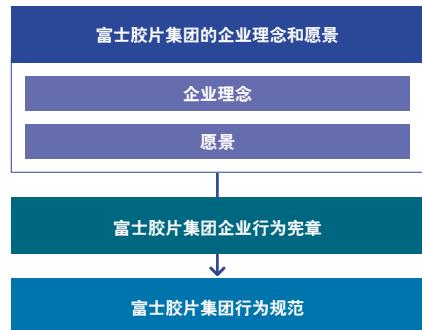
“行为规范”是对集团全体的共同要求

随着2006年10月富士胶片控股株式会社建立，富士胶片集团的合并经营及遵纪守法活动得到进一步强化与推广。2007年4月，我们按富士胶片集团的“企业理念”与“愿景”的精神，制定了富士胶片集团所共同遵守的《企业行为宪章》和《行为规范》。

《企业行为宪章》里“清楚地规定了集团全体都应遵守的行为和精神”，《行为规范》里规定了“全体员工都应遵守的行为和精神”。

以往仅有《企业行为宪章》在整个集团内沿用，《行为规范》则是以富士胶片的规范为基础，由集团下属各公司自行制定，因而每个公司的内容均不相同。在新的企业理念和愿景下，包括富士施乐在内的富士胶片集团全体成员团结一致，加强了合并经营，实现了集团协同效应的进一步强化。我们感到了在集团整体范围内建立规范自己日常行为准则的必要性，因此制定了上述要求集团内全体员工统一遵守的《行为规范》。宪章和行为规范的修改，融入了2006年4月所制定的集团企业理念和愿景的精神，以CSR推进部的遵纪守法与风险管理部为中心制定完成。为了使《行为规范》能在以富士施乐为主的集团各公司和集团整体有效地贯彻和使用，我们进行了反复的研究和探讨。

▼企业理念·愿景与企业行为宪章·行为规范的关系



富士胶片集团遵纪守法宣言

我们将在事业发展的各个层面重视遵纪守法，努力致力于新价值的创造。在商务利益和其他人的要求同遵纪守法相冲突时，优先执行遵纪守法相关条款。“公开、公平、透明”的精神是我们所追求的根本。

方便携带的手册

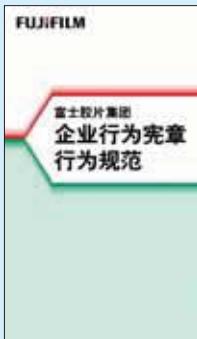
新《行为规范》重大的修改之处有以下4点。

为便于日常随身携带，我们将原来B5大小的《行为规范》手册改为可随身携带的大小。使员工可随身携带，随时参照执行。同时制作了参考手册，对《行为规范》的具体条款的相关法令以及应该注意之处作了简单易懂的说明。

今后，我们将在富士胶片关联公司和富士施乐的关联公司中进一步推进《企业行为宪章》和《行为规范》的执行。



富士胶片集团新《行为规范》的几点说明



富士胶片集团企业行为宪章·
行为规范的手册大小的印刷物

1. 国内外通用的内容

适用于国内外整个集团的所属各公司，是国际上通用的内容。此外，还添加了“禁止强制劳动和雇佣童工”等着眼于全球范围的内容。世界各地的员工都应该以此来规范自己的行为。

2. 本文主语全部统一为“我们”

为了让全体员工更容易理解，产生与己相关感，采用了第一人称的写法。

3. 首次刊载集团《遵纪守法宣言》

明确规定了“当对某件事的判断处于两难境地时，应首先（与商务利益相比）考虑遵纪守法。”这一公司准则。目前能采用这一准则的企业还不多，因而对集团来说也是一次划时代的创举。

4. 采用了全体员工签署《遵纪守法宣言》的做法

将以往由主要领导签署的誓约书改为由全体员工签署的《宣言书》。以此《宣言书》为基准，每位员工对自己的行为进行规范，并对自己的行为负责。

遵纪守法以及风险管理的推进体制与历程

▼推进体制

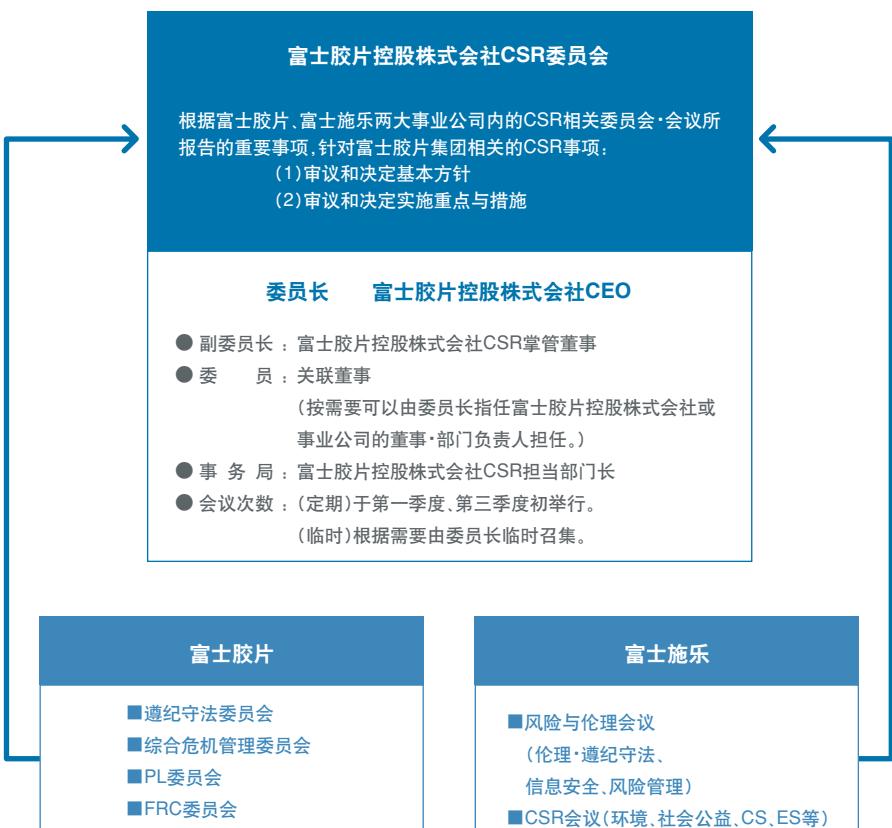
富士胶片集团于2006年10月1日成功实现了向控股公司的转型。以富士胶片集团控股株式会社为中心，下辖富士胶片株式会社和富士施乐株式会社两大事业公司的新体制正式启动。右图①是新体制下的CSR推进体制。以富士胶片控股株式会社社长为委员长的富士胶片控股CSR委员会，负责审议和决定有关集团共同的CSR事项的基本方针、战略、姿态以及重要措施。事业公司依据其决定展开具体讨论并制定相应的对策。事业公司CSR相关会议的审议事项，应定期向控股公司CSR委员会汇报。

右图②是富士胶片综合危机管理委员会及遵纪守法委员会的职责和组织机构。富士施乐的CSR推进体制请参照《富士施乐可持续发展报告》

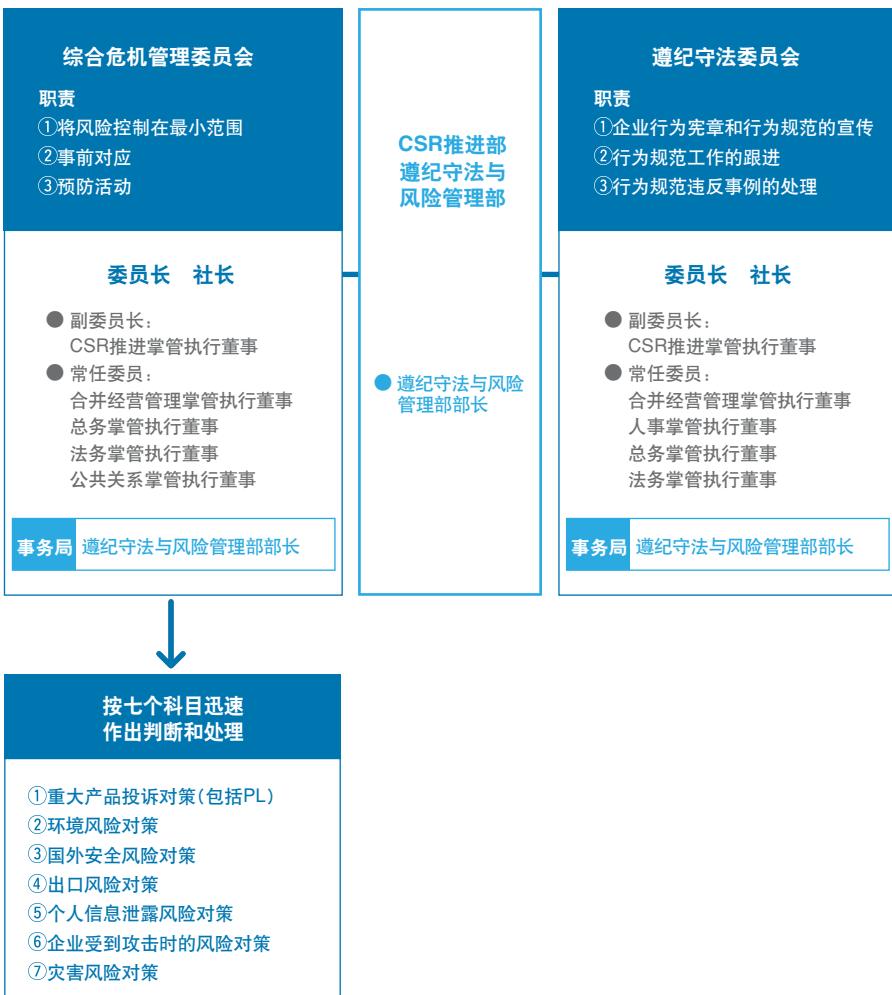


<http://www.fujixerox.co.jp/company/sr/corporation/organization/index.html>

▼ ①富士胶片控股株式会社CSR委员会



▼ 图②“综合风险管理委员会” / “遵纪守法委员会”的职责和组织构成 (富士胶片与其关联公司)



▼ 遵纪守法与风险管理的推进历程（富士胶片及其关联公司）

	1999(宣言)～	2002(共有化)～	2006/10月(进一步共有化)～
组织	1999年 设置企业伦理委员会	2002年 改称为遵纪守法委员会 设立法务部遵纪守法室 2004年 改组为遵纪守法与风险管理部	2006年 设立富士胶片控股株式会社 CSR委员会
理念·愿景·企业行为宪章·行为规范的制定和修改	1999年 制定《富士胶片集团的企业行为宪章》 1999年 制定《员工行为规范》	2003年 修改《员工行为规范》 2004年 修改《富士胶片集团企业行为宪章》	2006年 修改企业理念、制定愿景 2007年 修改《富士胶片集团企业行为宪章》 制定《富士胶片集团行为规范》
遵纪守法说明会	1999年 《员工行为规范》说明会	2003年～ 每年召开一次遵纪守法说明会 遵纪守法与风险管理→干部→岗位 2006年～ 将对象扩大至国内关联公司	
各类进修和学习班		2004年 将《遵纪守法事例汇编》分发至干部 举办干部案例研究学习班 2005年 修改《遵纪守法事例汇编》 在各岗位现场举办法事例汇编学习班 分发个人信息保护教育CD片 2006年 举办干部遵纪守法研讨会 举办国内关联公司干部案例研究学习班	2007年 分发《信息安全事例汇编》
咨询窗口	1999年 设立企业伦理委员会专用窗口	2003年 设立遵纪守法咨询窗口 2004年 将受理对象扩大至国内相关公司 2005年 设立外部咨询窗口	
监督执行	2001年～ 每年实行一次按部门进行的“国内关联公司员工行为规范”执行情况调查	2003年～ 每年实行一次遵纪守法意识调查 (形式A：全体员工) 2005年 实施遵纪守法意识调查 (形式B：2000人) 2006年～ 将对象扩大到国内关联公司 (形式A：全体员工)	
誓约书·宣言书	1999年 2000年～ 全体干部提交誓约书 新任干部提交誓约书		2007年～ 全体员工在宣言书上署名
风险管理	2000年 风险案例汇报系统启动	2003年 风险重点课题的设定和管理	2007年～ 将风险重点课题的设定和管理扩大到国内关联公司

■ 是 ■ 难以判断 ■ 不 ■ 无回答

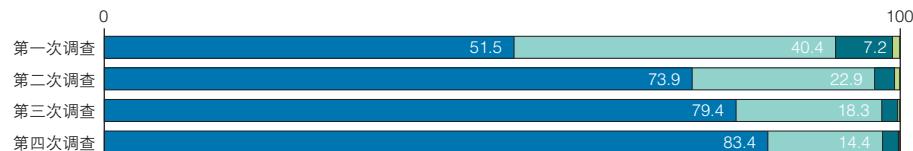
▼ 遵纪守法意识调查

为确认遵纪守法活动的推进是否有效提高了员工的遵纪守法意识，每年实行一次以员工为对象的相关调查。2006年的第四次调查对象包括了富士胶片及其国内关联公司。

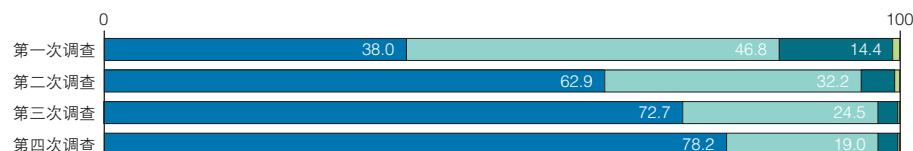
图示为富士胶片的调查结果报告，从其中的变化可以看出：在执行过程中，员工的遵纪守法意识确实有了提高。

对于“发现同事、上司或下属有不正之风或发生有损公司荣誉的事情时应向公司报告”以及“在日常事务中碰到诸如法律、规则和伦理上的问题时是否会利用咨询窗口”两个设问，员工在回答“是”时还有犹豫不决的现象。因此我们将进一步提高员工的遵纪守法意识，使其在碰到类似上述问题时会毫不犹豫地选择汇报。

▼ 你的上司重视“遵纪守法”条例吗？



▼ 对“遵纪守法”重要性的认识是否已深入人心？



▼ 当你发现同事、上司或下属有不正之风、或者发生了有损公司荣誉的事情时，是否会向公司汇报？



▼ 在日常业务中碰到诸如法律、规则和伦理上的问题时是否会利用“遵纪守法咨询窗口”？



调查对象人数 富士胶片9,913人

回复人数 富士胶片8,101人（回复率82%）

国内关联公司12,347人

国内关联公司11,004人（回复率89%）

遵纪守法教育在富士胶片关联公司的展开

富士胶片以遵纪守法与风险管理部（CP&RM）为中心，在富士胶片国内的关联公司积极推进遵纪守法的教育活动。从2003年开始，遵纪守法教育说明会的出席者扩大至富士胶片的全体干部，并从2006年开始扩大

到富士胶片关联公司的干部。说明会结束后，以干部为中心，在各职场进行讲解，并利用遵纪守法事例研究表等工具进行反复的学习讨论，各工作现场都提出其实施报告书。作为2006年的主要活动，我们召开了以富士

胶片的领导层为对象的遵纪守法学术讨论会，邀请到桐荫横滨大学法科研究生院的乡原信郎教授出席。并召开了以富士胶片国内关联公司的领导为主的遵纪守法案例学习班，邀请到庆应大学的梅津光弘教授出席。上述活动均深受大家的好评。在编制遵纪守法教育材料时，我们充分吸取了各方的意见，编制了符合实际情况的学习内容，使学习者的理解能更加深刻。同时，为防止违规事例的重复发生，将处分结果在公司内部网上予以公布以示警戒。从2007年开始，将公布范围扩大到了富士胶片国内所有的关联公司。

Data 针对不同对象的遵纪守法学习班（富士胶片及其关联公司）

对象	内容	举办次数
管理高层	请外部教师演讲	根据实际情况决定
新任干部	由CSR推进掌管执行董事演讲	1次/年
新员工	由CP&RM部举办进修班	1次/年
集团公司董事	请外部教师演讲	1次/年
一般干部	案例研究学习班（外部教师+CP&RM部） 遵纪守法说明会 CP&RM部→全体干部	1次/2年 1次/年
全体员工	干部→各工作现场分头组织学习 采用遵纪守法事例研究表进行讨论	1次/年

Data 各部门讨论采用的材料及方法

	对象	特点	学习方法
处分通知	全体员工	汇总了实际发生的受处分或处理事例。	在部门的周例会上予以公布
遵纪守法新闻	全体员工	参照其它公司或社会动向提请注意。 根据需要发行。	在部门的周例会上予以公布
遵纪守法事例汇编	全体员工	按员工行为规范，以72事例为基础， 采用问答形式讲解。	在部门的周例会上使用/ 或自学
遵纪守法事例研究表	全体员工	以身边发生的事情为例，进行有条理的讲解。	在部门的周例会上讨论/ 或自学
案例研究	干部	对难以判断的事例进行讨论。	按小组形式进行讨论



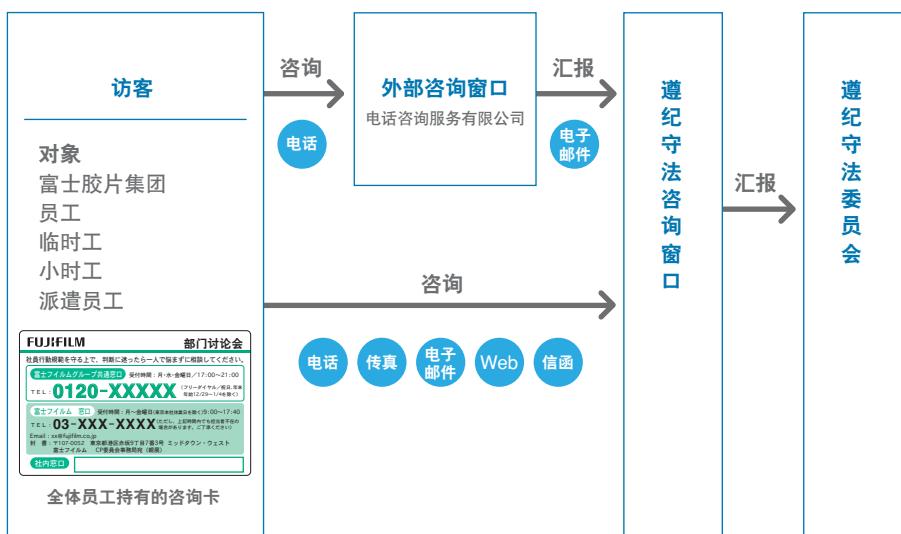
在工作现场召开的讨论会

遵纪守法咨询窗口

为防止公司内部因小事处理不当而发展成为重大事件，在CP&RM部设置了接受国内集团公司员工的关于【行为规范】遵守或违反的情况反映、联系和通报等的咨询窗口。对公司外部人员来说，可以通过外部人员咨询窗口反映情况。咨询窗口对来访人员的个人信息等会加以保密，【行为规范】中已明确规定采用实名制，制定了【遵纪守法咨询窗口运用规定】，并明确了咨询活动结束后如何处理等具体规则。

从窗口最近运作情况来看，平均每个月有7~8项，咨询内容多为【行为规范】方面的解释、工作岗位上的烦恼、以及职业道德等问题。从统计数字看，2005年为61件（其中集团公司17件）、2006年94件（其中集团公司30件）。对这些问题，人事以及相关部门正一起协作努力加以解决。

▼遵纪守法咨询窗口的架构



风险管理

▼风险的预防与管理

富士胶片各部门及富士胶片关联公司以风险管理部门为中心，以“风险早期的发现、预测、防止或回避风险的发生、扩大”为主题，积极推进风险管理的相关活动。

各部门和各公司设定风险防范的重点课题，并将对应方式进行总结，作成基本方案，按PDCA周期积极地予以推进。2007年，富士胶片总部的11个部门汇总了横跨全公司的24个可能涉及风险的项目，并对此进行了重点管理。



▼风险管理的组织体制

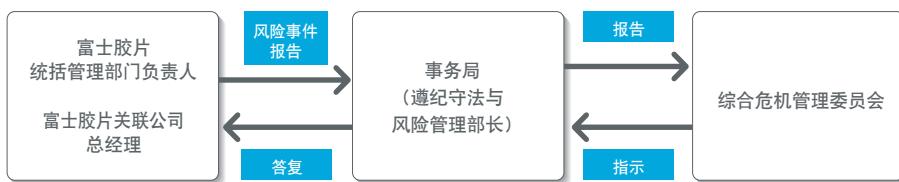


▼风险管理案例报告

当风险产生或可能产生时，按下列流程采取适当的措施予以应对。2006年度富士胶片共向事务局报告了66个案例，其中关联公司的为23例。共有4例采用分组会议的方式进行了处理。

- 当风险产生时，风险产生部门（公司）应迅速向事务局（遵纪守法与风险管理部长）汇报。
- 事务局接到报告后，对该类风险应归属于委员会分管、分组会议或者是部门分管进行判断，并向综合危机管理委员会进行汇报，同时给风险发生部门做出答复。
- 按照事务局的指示，风险发生部门（公司）采取相应的措施应对相关风险问题。

▼风险事件的汇报系统



▼出口管理业务

出口管理的基础在于判定出口货物、技术是否符合要求（是否符合出口规定）及审查交易对象。富士胶片及其关联公司对所销售产品及所有的货物出口、技术提供进行管理，并切实按照美国出口管理法令进行审查。在各部门任命出口管理负责人，并通过教育、培训及实际业务指导，事例汇编的利用等促进了相关人员对出口管理的理解和意识的提高。今后我们还将进一步增加相关人员的教育和培训机会。并对公司内联网的出口管理业务相关网页进行进一步的改善，以提高网络化的出口管理业务水平。

▼信息安全对策

近来，考虑到在安全和信息管理方面发生的风险案例不断增加，我们对携带外出的笔记本电脑和USB存储器的安全进行了严格的管理，强化了防止病毒感染的相关措施。

以富士胶片及国内关联公司所发生的案例为主，我们编制了《信息安全事例汇编》，并于2007年4月份分发到国内相关公司员工的手中，灵活推进工作现场的风险管理。



信息安全事例汇编

▼致力于个人信息的保护工作

由于2006年富士胶片的关联公司发生了业务外包单位的个人信息泄露事件，所以公司对接受该类个人信息处理业务的外包单位的管理状况再次做了彻底调查。并在遵纪守法说明会、遵纪守法新闻栏中对其他公司发生的个人信息泄露事件作了举例说明，并作为富士胶片公司的注意事项在全公司内部作了公布。

Data P标记、ISMS获得情况
(富士胶片关联公司)

种类	已获取相关资格的关联公司
P标记*1	富士胶片医疗器材株式会社
	富士胶片成像科技株式会社
	富士胶片物流株式会社
	富士胶片技术服务株式会社
ISMS*2	富士胶片图像系统株式会社
	富士胶片软件株式会社

*1 个人隐私标记：由日本信息处理开发协会（JIPDEC）授给做到妥善处理个人信息的公司的标记。

*2 ISMS：以个人信息为主的信息管理体制认证。（信息安全管理系）



个人隐私标记
使用许可证

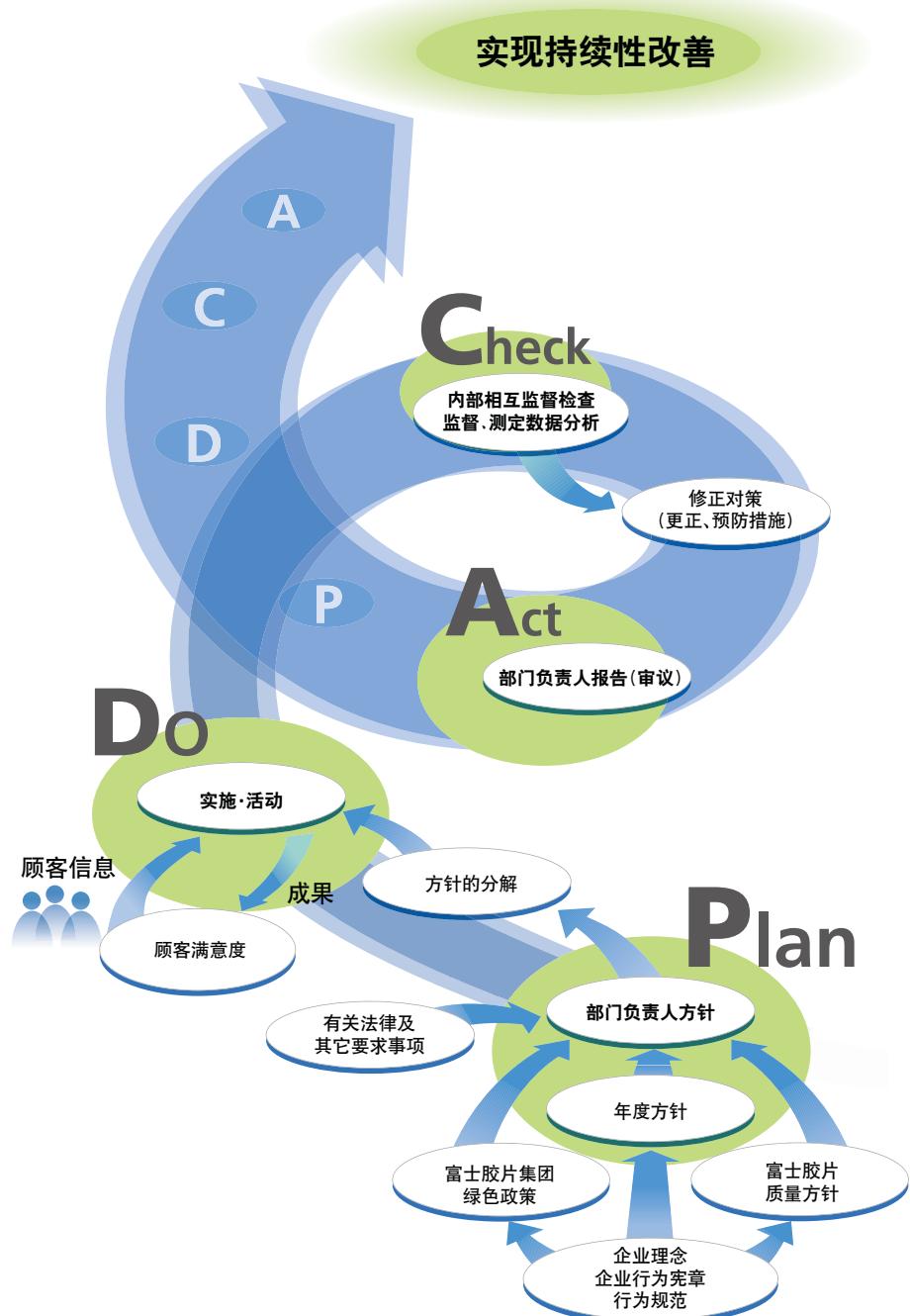
构筑综合管理系统推进机制

富士胶片积极地应用管理系统，以达到彻底进行结构改造的目的。为此，我们构筑了将EMS（环保管理系统）与QMS（品质管理系统）统合在一起的管理系统IMS（Integrated Management System），并努力推进。

1. 总部及营业部门在EMS之外还引进了QMS系统，使研究·开发~制造~总部·营业/销售部门的一体化管理系统成为可能。
2. 富士胶片集团制定有企业理念、企业行为宪章、行为规范、环保以及质量方针等，并将其同各部门的业务实际情况相结合，以PDCA的周期方式使其同业务课题融为一体，确立起全公司共通的能不断改善的组织结构和应用工具。

富士胶片与其关联公司在新经营体制下，对管理系统灵活应用，积极推进结构改造，以令顾客高度满意并为之所信任为目标而奋斗。

▼ 管理系统PDCA周期



以富士胶片控股株式会社与富士胶片总部为中心的IMS活动

以富士胶片控股株式会社与富士胶片总部为中心的IMS活动于2006年10月对EMS与QMS进行统合。其被ISO审核机构认定为统合管理系统（IMS），并获得了相关的运作许可证明书。

▼IMS适用范围

以富士胶片控股株式会社与富士胶片为中心的IMS活动的适用范围包括富士胶片控股株式会社、富士胶片总部工作人员、事业部门，以及富士胶片集团的下属销售公司和关联公司的共计6400人。

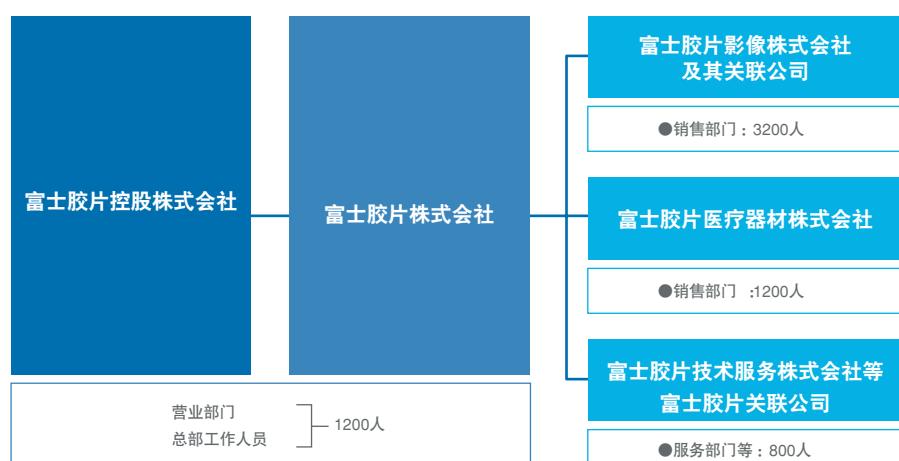
▼IMS活动目标及成果

IMS活动以全体部门共通的课题即：以【提高顾客的满意度】为目标，努力实现【提高产品质量】、【环保】、【提高业务系统的工作效率】及【改善公司内外的交流和沟通】。ISO审核机构对质量与环境两者的平衡问题等运作内容进行评估后认定其进行了效果显著的持续性改善，给予了很高的评价。

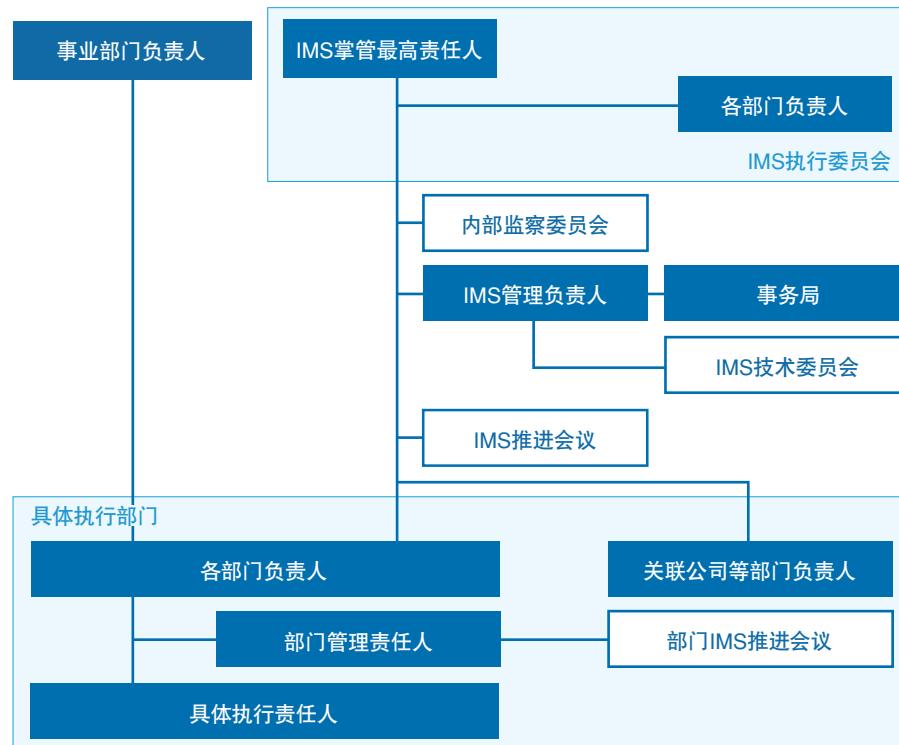
▼今后的课题

我们今后的课题是：将【总部・经营/销售】的IMS扩大到【制造】与【研究开发】部门，以事业为轴心，认真贯彻管理系统精神，并将适用范围由国内扩大到海外关联公司。此外，我们还将研究如何将IMS的相关内容同风险管理、内控机制、遵纪守法等有机地结合起来，以进一步发挥IMS在各项工作中的作用。

▼IMS适用范围（公司名称、部门、人员对象）



▼IMS推进机制



Topic 关联公司IMS的引进

富士胶片环境·质量管理部积极开展协助、支持工作，于2006年12月协助富士胶片九州厂（P.25）构建了IMS管理系统。其通过在日常业务中对IMS管理系统的具体运作，力争尽早通过统合了环境·质量·安全生产三方面规格的IMS认证。于2007年2月内部自检完毕，同年7月获得环境·质量·安全生产三方面的规格认证。

我们在富士胶片电子材料株式会社台湾（台湾·新竹市）也开始推行EMS与QMS

的统合，及IMS系统的运用。于2006年春季开始构建系统，2007年5月取得ISO审核机构的认证。

以上述具体事例为基础，我们在其它工厂也开展了推广统合管理系统的工作。并以自身事业为轴心，进一步推动一体化管理系统的开展。



富士胶片九州厂

message from oversea offices

海外公司的CSR活动

富士胶片集团在全球很多地方均设有分支机构，在不同的国家和地区，以当地法人为中心，针对每个地区多样化的文化、社会问题，同当地有关各方开展积极的交流和沟通，开展社会公益活动和教育支援。富士胶片控股株式会社通过同海外公司的定期交流和沟通，努力加深对这些国家和地区不同的法律法规以及价值观等的理解和认识，以全球的视点，更好地推动CSR活动的发展。

澳大利亚

婴幼儿突然死亡综合症（SIDS）研发费用的赞助和提供

FUJIFILM Australia Pty Ltd.的业务以销售为主。由于其不是生产单位，所以在减轻环境负担方面难以做出很大的成绩。但其在2001年取得ISO14001认证荣誉的基础上，在环境管理应用规划的制定和执行，以及对包装材料的再利用和循环利用以及社区环境保护等作出了积极的贡献，同时还在公司内部确立了再利用和循环利用的项目运作。此外，还成立了劳动卫生与安全（OH&S）委员会，长期坚持开展相关活动，保障员工及来到公司的所有人员的劳动卫生和安全，起到了积极的引导性作用。在社会公益活动方面，在赞助几个公益性基金会的同时，还对婴幼儿突然死亡综合症（SIDS）以及白血病等的研究活动提供了帮助。近期，还对巴厘岛爆炸事件和印度尼西亚海啸等进行了救灾捐助。

对【景观】问题的思考和行动

澳大利亚是一个自然景色非常美丽的国家。FUJIFILM Australia Pty Ltd.以保护自然为主题，制作了400多万张宣传单分发给各所学校。作为在摄影业界具有主导地位的企业，其制定了行为规范【PURE】、确立了废液处理的明确方针，并要求客户也予以配合。1999年签署了包装材料协议（政府同包装协会合作、共同致力于环境保护工作，各公司以加盖公章的形式明确所承担的责任），在2005年~2010年的五年计划下，积极开展减少包装材料的相关活动。

Christine Warner

FUJIFILM Australia Pty Ltd.



Erik Lucis
FUJIFILM Australia Pty Ltd.

加拿大

捐出“QuickSnap”能拍的部分销售额面向青少年的公益活动

FUJIFILM CANADA Inc.在当地零售商的协助下，在胶卷以及一次性相机领域采取“Cause – Marketing（社会公益性销售）”模式，即将销售所得的一部分用于公益活动。即每销售一次性相机“QuickSnap”能拍1个，则提取0.5美元，共筹集资金257,120美元捐赠予The Children's Miracle Network慈善团体。该项捐款最终由慈善团体捐助给了北美各地的儿童医院。在零售商的协助



Kent Hatton
FUJIFILM Canada Inc.

下，我们还对一次性相机开展了回收再利用活动。2006年度共回收了160万个一次性相机，并将其送至FUJIFILM Manufacturing U.S.A., Inc.（美国）。ISO14001的2004年目标是回收再利用率达到75%。摄影是为生活增添美丽色彩的重要因素，是人类的一笔重要财富。我们将继续为影像文化的发展做贡献。此外，我们还开展了各种以青少年为对象的公益活动。我们与当地大学协作开展了对【专业用胶片、数码相机与电影用胶片项目】的特别资助，每年提供相应的奖学金并举办教学研讨会和教育论坛等活动。此外，还与McMaster大学联手创建了商务实习项目，并将长期贯彻下去。在此项目实行的10年中，由总部市场部提供全天的工作机会，使实习者能亲身体验制定战略目标、促销、品牌维护以及宣传、市场调查和分析等各方面的工作。今后我们将进一步探索与主业相结合的公益活动，对社会作出更大的贡献。

新加坡

加强对用户的环境保护意识教育



Bernard Ng
FUJIFILM Hunt Chemicals Singapore Pte. Ltd.

在对医院等医疗机构和冲印车间进行访问的过程中，我们了解到有些摄影处理用药的废液处理并没有达到当地环境保护条例的要求。为了改善此类情况，并让他们进一步了解相关条例的内容和化学物质废弃处理的正确方法，我们于2005年10月举办了为期3天的研讨会，对经销商的相关工作人员进行了培训。此外，还分发了包含条例和必要手续承办方法等内容的CD，积极提高相关人员的环保意识。

中国

培养中国年轻一代， 推动环保生产工艺的发展

FUJIFILM (China) Investment Co., Ltd.积极支持中国政府为提高西部地区的教育水平而开展的国家教育援助项目，以20所高中学业优秀的贫困生为对象，开展了捐书本、照相机等的公益活动。同时，为培育学生的个性化才能，公司员工与当地的老师、学生开展了热烈的交流和沟通。



徐瑞馥

FUJIFILM (China)
Investment Co., Ltd.



向高中赠送书本的捐赠仪式

同时，于2006年开展了一系列以提高影像文化水平为目的的公益活动。先后在广东主要大学举办了【影像文化校园行】活动（邀请了著名摄影家进行讲演并举办摄影讲座等），以上海外资企业员工为参加对象、举办了主题为【和谐上海】的富士杯的摄影大赛，并按照每收到一幅作品就捐出一定数额的原则，将与作品数相匹配的钱款捐至上海慈善团体，为资助贫困儿童做贡献。2006年5月组织员工参加了由富士胶片工会组织的在内蒙古地区进行的志愿植树造林活动。作为在中国的制造厂，主要负责数码相机生产等的FUJIFILM Imaging Systems (Suzhou) Co., Ltd.在对松香及锡等的原材料使用上推行3R（减量化、再使用、循环再利用）原则等，积极开展了诸如在市区工厂和苏州工业开发区的植树造林活动，并推进以改善环境和环境保护为目的生产工艺的落实和执行。该项活动受到了极大的好评，并获得了苏州环保局的【工业企业环境行为绿色企业】奖。主要负责生产印刷制版用材料PS版的FUJIFILM Starlight Co., Ltd.因严格执行符合环保要求的生产工艺和标准，并很早实现了厂区绿化等目标，获得了当地人民政府授予的【资源节约型·环境友好型优秀企业】奖。

富士施乐台湾 [桃园厂] 零废弃达标

主要生产硒鼓和墨盒等消耗品的富士施乐台湾桃园厂努力向员工传达【零排放】的概念，尽力减少运往填埋场的固体废弃物数量。主要通过将使用完的硒鼓运往涂料厂后作为辅助材料再利用，或是送往普通垃圾处理厂通过热处理后用于发电等措施，在2005年度将82吨原本只是简单填埋或单纯焚烧的废弃物进行了回收再利用处理，从而达到了【零废弃】的目标。



陈忠成

Fuji Xerox
Taiwan Corporation

支持员工项目（EAP）的实施

Fuji Xerox of Shenzhen Ltd.对员工非常重视，在安全生产、提供高质量产品、保护环境、参加公益活动等方面作出了很好的成绩。从2006年度开始，为促进员工的成长，提高员工的身心健康，使员工能更安心工作，我们在NPO（深圳当代社会观察研究所）的协助下，每月对员工进行能力开发的相关教育。此外，在NGO（深圳东方心智心理咨询有限公司）的协助下，开通了【心理热线】，供员工就工作或生活中的疑问进行咨询。同时设置了可提交公司内课题的【CSR意见箱】等，旨在通过同员工的交流和沟通，创建一个使广大员工安心的工作环境。



刘美华

Fuji Xerox of Shenzhen Ltd.



员工的能力开发教育和培训

比利时

以如何执行REACH与GHS为重 要课题

FUJIFILM Electronic Materials(Europe)N.V.以如何执行REACH与GHS标准为重要课题。尤其是GHS标准的执行，因为出口日本的产品较多，虽然我们在期限方面作了相应的准备，但对于尚未确立多种语言国际规则的GHS标签而言，还需要研讨如何标注的问题。



Linda Heughebaert

FUJIFILM Electronic
Materials (Europe) N.V.



Nico Van Elzen

FUJIFILM Europe N.V.

废水循环利用系统

FUJIFILM Europe N.V.所销售的化学药品等产品的制造商是FUJIFILM Hunt Chemicals Europe N.V.（比利时）的Sint-Niklaas厂，该厂建有冲洗用水等的废水回收利用系统，从而将原来每年22,000m³的废水排量降低到了10,000m³。此外，在废弃物处理上也达到了零废弃的目标。

message from oversea offices

海外公司的CSR活动

美国

通过文化和医疗领域的活动 广泛贡献于社会大众

建造于1930年、沿赫德森河架设的穿越了22个街区的纽约市内的轻轨自上世纪80年代后就一直处于闲置状态，有的地方甚至已被拆毁。FUJIFILM U.S.A., Inc作为以保护和重修该轻轨为目的NPO法人[Friends of the High Line]的赞助单位，将可继续利用的部分予以保存，同时提出几个供当地居民可能采用的方案以便实施。此外，还为该法人提供了相片打印机，以将当地居民和项目支持



Judy Z. Matson
FUJIFILM U.S.A., Inc.

者的相片挂在高架线施工现场，开展一次别出心裁的摄影展览。



曼哈顿高架道路绿地公园化活动

此外，进行旨在为100万名女性提供乳腺癌图像诊断的(National Breast Cancer Foundation(NBCF)的同时，还开展了[Mammograms for a Million Moms]宣传活动，以提高女性对乳腺癌诊断的重视。此次活动的部分经费来自一次性相机“能拍”及数码相机的销售所得。为推动乳腺癌图像诊断活动的进一步发展，我们还建立了网站以配合宣传。网站上除了宣传上述内容外，还开辟了面向幼儿园到高中的老师的板块，募集使用富士胶片产品授课的心得。优胜者可获得富士胶片提供的奖品。此外，我们还向西切斯特郡捐赠了用于犯罪现场侦查的紫、红外线拍摄用照相机S3Pro UVIR、向史密索尼安国立动物园的大熊猫项目提供援助等，与本业相结合，从多方面为社会做贡献。员工中的志愿者们进行了如参与公园清扫、预防乳腺癌宣传、鼓励患有心脏病和自闭症患者同疾病作斗争的献爱心活动等。每一个人的力量虽然有限，但若合在一起就能形成很大的力量，而随着活动的不断的展开，其必将跨越企业的界限不断延伸，使我们赖以生存的地球变得更加美好。

在公司主业方面，我们认真贯彻了总公司的绿色政策，工厂设施的再利用率达到76.5%，环境效率如按2002年的标准测算则达到了41%以上。

铝合金污泥转换带来的废弃物的大幅度削减

作为生产型公司，FUJIFILM Manufacturing U.S.A., Inc完成了将印刷制版用PS制造时产生的铝合金污泥转换成具有价值的物品的创举，每年可削减废弃物3000吨，降低处理成本费89000美元。该转换物还可出售用作废水处理用。在当地保护水资源的活动中，截至2007年度共提供了50万美元作为向Saluda-Reedy流域借款机构提供的援助，此外，还对摄影比赛、摄影展、摄影学术交流会等地区摄影文化的发展提供了积极的援助。



Maresa Thompson
FUJIFILM Manufacturing
U.S.A., Inc.

西班牙

艺术·文化活动的援助与珍稀生物的保护



Victor Zurita
FUJIFILM Espana, S.A.

FUJIFILM Espana, S.A.在西班牙特有的文化活动和自然保护等方面积极推进了CSR活动。主要包括：联合毕加索美术馆、米罗财团等重要美术馆共同举办的活动、对神圣家族教堂、高迪美术馆、卡沙·米拉的（拉佩多莱拉）等高迪代表作品的援助、有作为赞助单位对巴塞罗那的里斯奥大剧院提供援助等等。关于对珍稀动物提供的援助则有保护小熊猫、安哥拉狮子等。其它还有诸如赞助马德里动物园和巴塞罗那动物园等。作为保护影像文化的环节之一，我们与西班牙最大的摄影协会联手，每年开展国际性摄影奖[Lux Award for photography]的颁奖活动。今后，我们还打算联合西班牙癌症协会（Spanish Cancer Association），为乳腺癌诊断和加载有乳腺癌图像诊断设备的医用车的派遣等提供帮助。



乳腺癌诊断宣传网站
<http://www.imagesofhealth.com/>



青少年教育援助网站
<http://www.ProductsforLearning.com>

英国

以RoHS与REACH的执行为重要课题

FUJIFILM UK Ltd正致力于供应链管理的工作，以推进RoHS指令与REACH的相关规定。现在已完成了供应商调查，并已将调查结果放入数据库。今后我们将更加努力，以进一步提高管理水平。

2007年废旧电气产品电子元件的规定（WEEE）颁布。为更好的贯彻执行这一规定，有效地对废弃物进行回收、处理，我们同几家公司联合创设了以提供废弃物回收与处理的PICCS（摄影影像协议计划）。



Chris Pearce
FUJIFILM UK Ltd.

荷兰

进一步削减二氧化碳的排放量 以地区共存为基础开展各项活动

政府所规定的2006年度二氧化碳排放量的上限是57,000吨，FUJIFILM Manufacturing Europe B.V.将其控制在了47,000吨。考虑到今后二氧化碳排放量上限可能还会有所降低，我们将继续积极采取措施，以进一步减少二氧化碳的排放量。此外，2006年，作为雇佣形式多样化的一环，我们对一些具有身体上的疾病或是社会问题的蒂尔堡市民，开始采取试验性的临时雇佣措施。同时，还与该市居民就市内文化、体育活动的赞助和市内生态恢复地区的人行道和自然景点的开发等方面进行交流和沟通。



Dick Notenboom
FUJIFILM Manufacturing
Europe B.V.

德国

友好 相互理解及价值观的尊重

FUJIFILM Europe GmbH的分店FUJIFILM Deutschland（德国）正致力于同地区社会的友好、积极交流。例如：在德国，足球很受欢迎，对青少年选手的培养也很受重视。我们通过向科隆的青少年足球俱乐部[VFL1899]提供帮助等，使公益活动得到了进一步的发展。欧洲有25个以上的国家，因各国文化和价值观的不同，在法令的遵守方面也有所差异，所以，我们将该在尊重他们立场的基础上开展各种活动。



Johann Zauner
FUJIFILM Europe GmbH



青少年足球俱乐部
[VFL1899]

2006年11月20日，富士胶片控股株式会社古森社长接受了德意志联邦共和国总统霍斯特·克勒颁发的德意志联邦共和国功勋章大功劳十字勋章。该勋章是为了奖励他在2005年4月到2006年3月间举办的〔日本/德国年〕、以及为促进日德两国的友好和相互理解中所做的贡献。

法国

预防爱滋病的启蒙[影像小说]

预防不断蔓延的爱滋病的启蒙影像小说[LA MENACE（威胁）]的策划始于2003年，自2004年12月起在法国国内免费向非洲移民团体的关联设施、居住地发放，并一直持续至今。2005年的社会·环保报告中以专题形式介绍了这项活动的有关内容，引起了大家的关注，扩大了该项活动的支持范围。我们在努力传播预防爱滋病的启蒙知识的同时，还经常同援助非洲的法国相关企业以及团体交换意见，以推动这项活动的长期开展。



Eric C Morel
FUJIFILM Holdings
France S.A.S.



影像小说 [LA MENACE]

[社会性] 活动报告

企业是在与各类不同利益相关者的关系中开展经营活动的。我们认为，CSR的本质在于站在同一观点上去观察和把握企业自身所面临的课题和社会性课题，在与利益相关者和谐关系的基础上，谋求企业的发展和壮大。社会性活动报告立足于同利益相关者进行交流和沟通，为您介绍企业的相关活动。



■ 员工

在富士胶片推动CSR的活动中，员工是起核心作用的利益相关者。我们自创业以来，一直以根植于员工的【爱护环境・保护环境】【顾客的信任和满意】【顾客至上】的企业文化为基础，努力形成和深化CSR意识，进一步推动CSR活动的开展。

《对话方式》

- 人事部专设窗口或人事部面谈
- 自我培养计划与培训方面的面谈
- 遵纪守法咨询窗口
- 性骚扰投诉热线
- 工会与公司之间的定期会议
- 社会·环保报告读者意见交流会
- 利益相关者对话
- 关于提高劳动价值意识的调查

■ 股东・投资者

重视股东与投资者对企业价值正确理解的重要性，努力做到及时向国内外公开IR信息。2006年制定了有关富士胶片控股株式会社基本方针和执行标准等的【IR信息公开方针】，同时还开设了面向个人投资者的相关网页。

《对话方式》

- IR室（咨询窗口）
- 面向投资者的说明会和访问投资者
- 股东大会
- IR信息网站

■ 顾客

对制造商来说，将客户的意见和要求等反映到产品和服务以及企业活动中是一个很重要的课题。我们以顾客至上为经营之本，通过新事业的开创、环保产品的生产等贡献于社会、坚守影像文化。并通过产品和服务等，为创造一个更具价值的社会做出自己的贡献。

《对话方式》

- 顾客交流中心（咨询窗口）
- 技术支持中心
- 服务站
- 用户评估会和产品开发
编制用户报告
- 摄影比赛、摄影展、摄影培训班
- 宣传活动、展示会、学术讨论会
- 产品陈列室

■ 供应商

供应商是保证富士胶片集团能持续提供安全环保型产品的重要合作伙伴。本着保护资源、保护环境、遵纪守法的原则，我们与各位供应商保持良好、持续的交流，在相互理解的基础上进行公平的资材采购活动。

《对话方式》

- 资材部门（咨询窗口）
- 环境部门（咨询窗口）
- 面向供应商的说明会
(绿色采购、对化学物质的有效管理)
- 与供应商之间的定期交流
- 资材采购网站·企业环境绿化调查
- 利益相关者对话

■ B to B 客户

我们在摄影·印刷·医疗等各领域向经销商提供产品。并在液晶显示器领域向制造商提供材料。B to B客户是我们为社会提供新价值方案创造的重要合作伙伴，我们以合作和支持两种方式进行产品的开发工作。

《对话方式》

- 销售商、营销部门
(咨询窗口)
- 与交易方之间的定期协调会议
- 开发产品、材料时的咨询和共同开发
- 参与各类展示会、宣传活动和学会举办的活动
- 利益相关者对话

■ 下一代

我们认为：开展面向肩负未来社会建设的下一代接班人的教育活动也是企业的社会责任之一。我们正特别致力于发挥自身在摄影领域的专业技术的教育和环保教育。此外，我们还同NGO·NPO、学校、行业团体等合作，共同为丰富下一代的感性知识与思想做贡献。

《对话方式》

- 派遣教师前往学校授课
- 参加学校举办的活动
- 利用课余时间组织参观工厂
- 与NGO联合开展环保教育活动

■ 社区（地区社会）

我们认为，对于进行企业活动特别是从事生产活动的制造厂而言，与地区和谐发展及保护环境是其实现社会责任的重要方面。我们设立了保持同地区社会长期对话、信息公开的机制，不断推动着与地区社会之间的交流和沟通。此外，为推进地区社会的全面发展，我们还在环境保护、社区美化以及教育等方面开展了各种活动。

《对话方式》

- 各工厂·事业所联系窗口（咨询窗口）
- 环境保护对话集会
- 参观工厂
- 地区志愿者活动
- 地区演讲会和说明会
- 与地方政府（市政府及市长、自治会会长等）定期进行交流

■ NGO·NPO

自创立之初，我们就在【环境保护是经营之根本】的思想指导下，于1983年在日本首创以自然保护为主题的【公益信托·富士胶片绿色基金】，并提供各种援助活动。此外，还坚持对从事环境保护和教育培训的NGO·NPO提供援助等。

《对话方式》

- 总务部门（咨询窗口）
- CSR部门（咨询窗口）
- 公益信托富士胶片绿色基金事务局
- 利益相关者对话

■ 行业团体·行政·业务合作伙伴

为应对RoHS指令·REACH等法律法规的变化，我们通过各行业团体，主动同国内外监督检查部门进行沟通，并以JAMP（条款管理推进协议会）发起人的企业资格参与其中。通过对话的方式积极开展各项活动。

《对话方式》

- 参与日本化学工业协会等的公害安全规则的制定
- 通过行业公开公司的观点
- 粉红丝带运动、与医院及大学联手进行共同研究和开设捐助讲座等。

社会性活动

与顾客的关系

富士胶片集团在企业行为宪章中明确提出了：【在充分考虑安全性的前提下开发和提供有用于社会的财富及服务，以获得顾客的满意和信赖】，并以【顾客至上】为经营之本。我们长期站在顾客的立场，追求高品质产品的开发，并努力做到与社会和谐共处。

基本的思考方式

富士胶片集团依照其企业理念，以成为【世界上最优秀的公司】为目标，通过向客户提供安全、放心、独具魅力的【最优质产品和服务】，获得客户的满意和信赖。

我们认真处理所有顾客的电子邮件、电话和来信，对您的各种建议等，按迅速、亲切、切实和公正的原则予以应对。对来自顾客的批评、重大的投诉以及多次询问等，按照【来自第一线的声音】由经营高层或部门负责人亲自处理，以期达到改善、提高产品和服务水平的目的。

支持）的共计1000名员工接受了相关的培训。我们今后还将继续进行此类活动。近年来，随着富士胶片集团的事业向各个领域的扩展，客户接待水平的普遍提高成为了一个重要课题。2007年，富士胶片国内关联公司客户接待中心将把工作的主要精力放在努力提高客户接待的水平上。



<http://www.fujifilm.co.jp/corporate/environment/direction/iso10002/>

顾客接待窗口

▼顾客交流中心

富士胶片的顾客交流中心由大约30名专职工作者为中心，每年处理4万件左右的客户咨询。同时，中心还肩负整理、统计富士胶片和关联公司客户意见的职责。顾客来电查询的大多是有关产品方面的问题，中心均能快速地予以应对和解决。通过在网站上提供内容充实、简单易懂的有关产品和服务的信息，能有效提高顾客的自主解决比例，我们正在推进扩大产品FAQ（客户经常会提及的问题和答复）的范围和主页内容的修改等工作。

从2007年度开始，为普遍提高顾客接待水平，正确理解来自第一线的顾客反馈意见，我们对设备和硬件方面进行了改进和提高。具体而言有称之为【谈话核对单】功能的引进，即，在接待顾客的咨询时，接线员只要将关键词输入电脑，需要顾客确认的事项就会以问卷调查的形式出现在电脑屏幕上。譬

2006年度活动概要

2006年，我们继续贯彻落实了顾客接待中的重要课题，即致力于【提高CS与接待的质量水平（加强现场应对能力）】。其中，大力推进了ISO10002（投诉受理管理系统）的自我适宜宣言^{*1}。为使富士胶片的顾客投诉处理手册【顾客/投诉处理基本原则】更适应ISO10002的要求，于2006年3月末对该手册内容进行了修改。后又在经过[ISO10002自我适宜检查表]的确认和内部核查后，于2006年9月正式发表自我适宜宣言。为普及和确定ISO10002中的客户投诉处理管理系统，富士胶片影像株式会社（照相机与胶卷等的销售公司）及富士胶片技术服务株式会社（照相机售后服务和技术

▼ 顾客反馈意见的处理流程（富士胶片及其关联公司）



关于富士施乐及其关联公司与顾客交流的具体流程请参照以下网页



<http://www.fujixerox.co.jp/company/sr/stakeholder/user/communication.html>

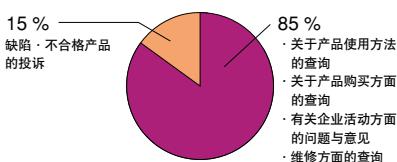
如：在获得〔照相机是在何种情况、在何处摔下后损坏的〕信息后，就可将该信息及时反馈到开发和生产部门，以进一步提高产品质量。

▼产品的技术支持和维修服务

为了对顾客提出的有关产品（数码相机、记录媒体、照相馆等的数码影像服务等）方面的答复更具专业性，我们建立了由100名专业技术人员组成的技术服务中心。除了上述问题外，同时还接受顾客关于产品的使用环境等整个系统方面的咨询。

包括B to B在内，富士胶片集团每年接受客户方面的咨询大约有40万件。

▼客户咨询内容类别和所占比例



顾客交流中心

▼产品陈列室的创设

2007年3月，设立于六本木富士胶片东京中央城的公司总部1楼的产品陈列室〔FUJI FILM SQUARE（富士胶片广场）〕正式对外开放。（开放时间：11点~20点、全年无休。年末年初除外）。(P15) 为能更好的接待希望进一步了解业务和摄影方面情况的顾客，我们安排了在业务和摄影领域方面有着丰富知识和经验的富士胶片的老员工以志愿者的身份常驻该处。应对老龄化社会的到来，我们将继续积极发挥经验丰富的老员工的作用。

努力加强顾客接待能力

为提高富士胶片及其关联公司的客户接待能力，顾客交流中心编制了〔顾客接待手册〕，并分发到以销售公司和营业部门为主的各相关部门。在经常举办的以富士胶片销售公司和营销部门为出席对象的顾客接待研讨会上，〔客户接待手册〕作为教材被大家广泛地使用。每年举行以工作在销售第一线的工作人员为出席对象的顾客接待和投诉处理等为主题的研讨会，以逐步提高CS水平。过去的研讨会出席对象大多以销售部门为主，现在我们考虑到顾客接待中产品开发的重要作用，开始建立起同上游开发与制造部门之间的意见交流会。此外，还按照产品的种类进行分类，与事业部和销售公司、业务支持部门共同定期举办旨在提高CS水平的会议。

富士胶片的产品
[人性化・使用方便]



利用自家电视机等通过手语会话的系统



由鼻腔插入的内窥镜



富士施乐
大型彩色操作屏的
使用情况

产品的环境信息提供

▼生态标记、生态绿叶环保标签的应用

富士胶片及其关联公司的产品都以实现更高层次的〔环境品质〕为目标。富士胶片的〔能拍〕和数码相机等产品已取得〔生态标记〕与〔生态绿叶环保标签〕等的资格，我们已将详细情况公开在相关网页上，敬请阅览，以更好地理解〔环境品质〕的涵义。



生态标记



生态绿叶环保标签



[http://www.fujifilm.co.jp/corporate/
environment/products/](http://www.fujifilm.co.jp/corporate/environment/products/)

▼生物量标记 *2

我们把植物等生物原本具有的再生可能性的有机资源（不包括石油等化工石油资源）叫做生物量（Biomass）。该生物量的碳素原来是大气中的二氧化碳经植物光合作用后形成的，据说，因燃烧产生的二氧化碳并不会增加大气中二氧化碳的含量（碳中和）。生物量标记就是指：认定和普及含有该生物量的产品标记，富士胶片近几年来用于大幅增长的液晶显示器用薄膜制品（富士偏光板保护膜、视角扩大膜等）已经通过生物量标记的认定，我们正在为普及这些产品而努力。



生物量标记

产品安全信息的提供 (MSDS・AIS)

▼MSDS (产品安全数据单) *3

为使顾客放心购买、放心使用，我们会及时向顾客提供产品安全信息。MSDA是防止化学产品造成事故、确保安全使用化学物质的（对于人体健康与生态环境）的信息提供工具。自1997年起在网页上公开，并由各营业部门向顾客提供印刷资料或者CD-ROM。MSDS是沿用JIS（日本工业规格）及日本化学工业协会的编辑指南编制而成，还包括对于使用符合PRTR及劳动安全卫生法的化学物质的规定。2007年3月，MSDS编制数量已超过了1,500件。此外，对使用了含有导入了GHS*4标准的修改后的劳动安全卫生法（2006年12月施行）中指定物质的产品时，则采取变更产品标签的方法，同时对MSDS也作了相应的调整。今后，因底限值的变更而成为新的对象产品时，应该对MSDS作相应的调整。

▼ AIS (条款产品环保安全信息单) *5

胶片、相纸、PS版、平板显示器材料等有关材料产品方面的安全信息则与MSDS不同，在法律上没有公开的义务，但是，我们根据2004年4月制定的公司内部的相关规定，主动编制了AIS，在相关网页上公开发表的同时还提供给了交易方。AIS是富士胶片采用独自程序编制的AIS，与富士胶片海外关联公司共同管理和使用。到2007年3月已经编制了170件以上的AIS，还备有日本版、欧洲版以及英文版等各种不同的版本。

▼RoHS指令的贯彻执行 (MSDSplus・AISplus)

随着要求提供RoHS规定物质的相关信息的呼声不断高涨，根据日本化学工业协会指导方针，在MSDS和AIS之外，正在制定采用MSDSplus*6AISplus方式来提供相关信息的公司内部新规定。今后准备在相关网页上公开，同时，预定将其转换成现在正在JAMP (P.57) 研究讨论的格式。

 Web <http://www.fujifilm.co.jp/msds/>

产品的安全管理 (PL)

向社会提供安全的产品是制造商最重要的责任和义务。为在产品开发、制造、销售、废弃的所有环节中都确保并提高安全性，我们实行了彻底的安全管理。审议并制定了产品安全管理相关的全公司的总方针及重点实施事项，在全公司贯彻实行。自2007年5月修定后的消费生活产品安全法开始实行后，公司根据实际情况的改变，在公司体制方面也作了相应调整，实现了PL相关信息联系的快速传递。当重大的PL案例发生，需要动员全公司予以配合时，则应提交至综合危机管理委员会进行审议。其它的PL案例则由定期召开的PL委员会审议后进行改进。产品安全系统由 [产品安全确认] 、 [PL相

关信息处理] 和 [产品安全内部监查] 三部分组成。在进行定期内部监查的同时，为提高员工的产品安全意识，还对员工进行了有关产品安全方面的教育。

R egulation

有关产品安全管理的重点实施事项

1. 法令的遵守
2. 产品安全措施的推动执行
3. 产品安全事故发生时应对体制的整顿和改善
4. 产品安全信息的公开
5. 产品安全方面的员工教育和培训

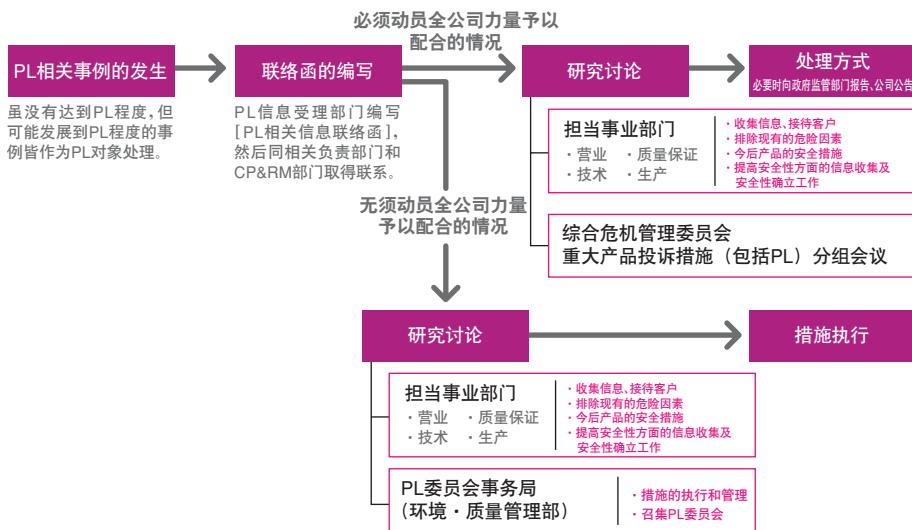
▼ 产品安全管理体制



▼ 产品安全管理系統



▼ PL发生时的应对流程



*1 自我适宜宣言：ISO9001与ISO14001是第三方审核机构予以认证的规格，而ISO10002是按自己具体情况建立的与相关规定相符合的规格、是通过运作情况和内部监查等进行评估，在责任自负的条件下制定的指导性规格。（2007年3月，在主要的企业中现已有7家执行了自我适宜宣言）。

*2 生物量标记：采用生长在地球上的三叶草形象绘制的商标记号。它根据2002年12月由内阁会议通过的「生物量・日本综合战略」，为促进生物量（Biomass）的使用效率，由社团法人日本有机资源协会认定，从2006年8月开始正式施行至今。详细情况请阅览该协会的网页(<http://www.jora.jp>)

*3 MSDS: Material Safety Data Sheet的缩写形式，意为产品安全数据单。提供了有关化学产品的安全处理所需要的信息，目的在于防止有关化学产品事故的发生，由化学产品供应商按相关产品分类提供给相关单位。

*4 GHS: Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals的缩写形式。化学品分类、标记的全球协调系统

*5 AIS: 是Article Information Sheet的缩写形式。与显影液有关的产品称为「非条款产品」，与此相对应，摄影胶片等称为「条款产品」。AIS提供了关于条款产品安全使用方面的必要信息、目的在于防止因使用该类产品可能引起的事故，说明书随产品一起由供应商提供给相关单位。说明书是按1996年发行的摄影界指导方针编写而成。

*6 MSDSplus: 由日本化学工业协会建议提出的「含有特定化学物质信息单」。

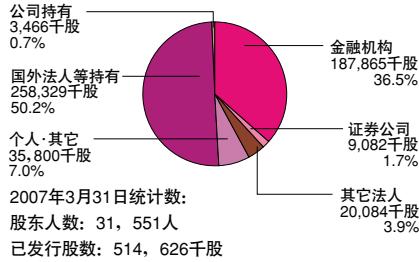
社会性活动

与股东·投资者的关系

富士胶片集团依据企业行为宪章所刊载的〔与顾客、地区民众、股东等社会各方进行广泛的交流，正确、公正地公开企业相关信息〕的基本原则，致力于与股东、投资者进行各种形式的沟通、交流。

股东构成

同2006年3月相比，2007年3月目前的国外法人等的比率虽减少了0.9个百分点，但仍然超过了半数。



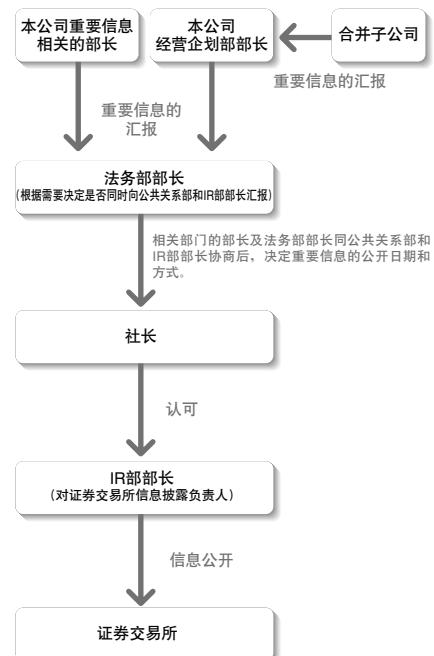
IR信息公开方针

IR室根据企业行为宪章制定了[IR信息公开方针]。明文规定了富士胶片在信息公开方面的基本态度和标准。具体请参看以下网页：

Web <http://www.fujifilmholdings.com/ja/investors/disclosure/>

有关信息适时公开的公司内部体制

富士胶片集团按下列体制适时公开重要信息。



(2007年7月现在)

基本思路

IR室根据[IR信息公开方针]，把经营战略与财务状况等企业信息，适时、公平、正确和持续地予以公开。公开发布的信息并不仅只是财务数据的罗列，还通过与各相关部门的合作，就中期规划中所提及的重要课题的进度等予以公开，使股东和投资者对富士胶片的经营状况有一个更为全面的了解，对富士胶片的经营状况提出中肯的评价。

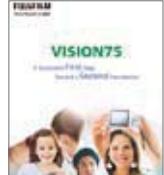
今后，我们将继续加强同在股东构成中占半数以上的海外投资者之间的交流和沟通，同时，随着证券市场上公司股票持有者人数的增加，我们还将尽力为诸位个体投资者提供更详实的信息，以促进各位对富士集团事业的理解和信任。

IR活动

作为IR室，我们非常希望能得到各位股东、投资者对富士胶片控股株式会社的事业发展动向、财务状况以及提升企业价值的中长期规划的理解、信任和支持。基于此，IR室正竭尽全力努力为您提供更多的机会和方式以获得公司信息。原则上我们所提供的资料都具备日、英两种文本，以尽可能及时地提供给国内外相关人士。

从2007年开始，富士胶片控股株式会社不仅在公司网页上刊载了决算说明会的相关资料，还开始在公司网站上播出决算会与中期经营计划公开发表时的有声资料（日、英两种语言）。以实现平等地为个人投资者、海外投资者提供所需的信息。

除上述工作之外，我们还增加了访问海外投资者的机会，通过为投资者说明决算和中期经营计划等，加强了同他们的交流和沟通。最后，为向个人投资者提供内容更为充实的IR信息，我们在2006年开设了专用网站[Meet FUJIFILM]，介绍了随着数码化的发展，事业结构所发生巨大变化以及公益活动等多方面的信息。



股东与投资者信息网站

Web <http://www.fujifilmholdings.com/ja/investors/>



股东与投资者信息网站
面向个人投资者
[Meet FUJIFILM]



配音资料网站
Web <http://www.fujifilmholdings.com/ja/investors/individual/>

社会性活动

与供应商的关系

富士胶片集团按照企业行为宪章所提倡的「在公开、公平、明朗的企业氛围中，开展自由的竞争与合理的业务活动」的原则开展各项采购业务。以保护自然和环境为根本的态度，在各位供应商的协助下，共同开展环境友好的采购活动。

Web <http://www.fujifilm.co.jp/corporate/procurement/>
(富士胶片)

Web <http://www.fujixerox.co.jp/company/sr/stakeholder/customer/supply.html>
(富士施乐)

2006年度的活动概况

随着2006年10月向控股公司制的转移，我们将富士胶片和富士施乐两大事业公司的合作经营作为今后的重要课题。我们正致力于研究包含了CSR视点的富士胶片集团通用的采购方针以及和关联公司的信息共享。2006年度，对富士胶片工厂所使用的纸浆及纸浆加工原料的采购重新制定了「纸浆采购标准」。此外，在以往实施的面向交易方的“企业环境绿色度调查”中补充了CSR项目，使交易方也能理解并认识到社会责任和企业伦理的重要性。富士胶片一直都在公司主页上公开刊载「采购的基本思路」及「采购方针」，和所有的交易方都进行公正、公开的交易活动。

资材采购

▼采购的基本思路和采购方针

作为国际社会的一员，富士胶片始终向顾客提供优良的商品和服务，为社会的发展作出自己的贡献。我们按照下面的基本思路，进行所需商品和服务的采购工作。

R egulation

采购的基本思路

1. 合理的选择标准

为了从最具竞争力的供应商处采购优质的产品和服务，我们根据质量、价格、供应的稳定性、企业的可信度等合理而明确的标准选定交易方。与采购交易有关的决定是由采购部门独立于其他部门进行的。

2. 公开、公正

平等地向国内外所有的交易方提供采购交易的机会，不仅是有业绩的交易方，我们还积极地研讨从新的交易方那里进行采购。

3. 遵纪守法和资源保护·环境保护

在开展采购活动时，我们遵守所有相关的法规，同时关注资源保护和环境保护，积极地发挥作为一个为社会做贡献的良好市民所应有的作用。

希望您能理解我们的采购思路和推进方式，并帮助我们建立、维护、提高双方良好的合作伙伴和相互信赖关系。

采购方针

- 本公司根据质量、价格、企业的可信度、稳定供应的可能性及环境保护等合理且明确的标准来选定新的交易方、决定每批采购交易。
- 本公司原则上会对多个交易方的报价进行比较，以始终确保适当的竞争和公正地选择供应商。
- 本公司在采购活动中，保持适当的购入量，并致力于从尽可能多的交易方处购货，以免过分依赖于特定的交易方或者特定的交易方过分依赖本公司。
- 本公司会定期重新评价连续性进行的交易，并积极地考虑让新的交易方加入。
- 本公司只有在可能要采购的情况下才会委托对方报价。在投标或竞标时，对未被选定为采购交易方的企业，若对方要求，则在尽可能的范围内说明理由。
- 本公司原则上用书面形式的合同进行采购交易。连续性的交易可签订基本交易合同，据此进行交易。
- 本公司不对交易方进行以销售本公司产品·服务为直接目的的采购交易。
- 本公司对采购交易中所获知的交易方的秘密进行保密。
- 本公司决不进行侵害第三方知识产权等权利的采购交易。
- 本公司的采购员不得与交易方或可能的交易方之间存有个人的利害关系。

▼主要采购品种

富士胶片的主要采购品种大致可分为以下4个种类。对于设备、器材等间接材料，为了谋求集中采购的高效和降低成本，采用电子商业交易的“采购系统SPIRITS”来进行交易。



以可持续采购为目标

▼绿色供应・绿色采购

在零件和材料等的采购过程中充分考虑可能给环境造成的影响，是富士胶片集团所推行的“环保型设计”（P.70）的审查项目之一。富士胶片对【供应商】和【供应商】分别制定了绿色标准，以从两个方面提高环保质量。这些标准均在公司主页上公开。

2003年度办公用品的5个品种类别^{*1}的绿色采购率达100%，我们以后也将继续致力于绿色采购。供应商绿色标准中规定，供应商必须是取得ISO14001且满足绿色标准所定的12个项目中的9项。在2006年度面向供应商所实施的【企业环境绿色度调查】中，我们采纳了根据日本经济团体联合会企业行为宪章的“CSR执行”项目，以便各位供应商知悉与理解。充分利用在绿色采购中构筑的供应商系统（调查方法、说明会、监查）和采购技巧，不断发展和充实绿色采购计划，并致力于符合【含有化学物质管理】的相关规定（RoHS）（p.57）。

R egulation

供应商绿色标准

- 已取得ISO14001认证或预计3年以内可取得，或者已取得了生态等级^{*2}、生态行动21^{*3}或KES^{*4}、或预计1年以内可获得的该标准的企业。
- 除1之外还应满足下列条件：
遵守环境保护的相关法规，不使用富士胶片所限定的特定化学物质，达到富士胶片规定的对环境保护与化学物质要求的12个项目^{*5}中70%以上的要求。

采购物绿色标准

- 不含有属于【禁用化学物质】^{*6}的化学物质。
- 依据【应削减化学物质】^{*7}及【应掌控的化学物质含有量】^{*8}，对化学物质的含有量进行把握和管理。
- 遵循含有化学物质管理方针进行原材料和零件的验收管理、工序管理、发货管理，并提供正确的信息。



富士胶片 纸浆采购方针的制定

富士胶片资材部为了保护森林资源和保证化学物质的环境安全，于2007年3月制订了

【纸浆采购标准】。该标准对富士胶片的各个工厂・研究所中生产制品的纸浆以及纸浆加工原料进行管理。它有利于对森林进行可持续利用，规定从致力于环境・健康・安全的交易方进行采购。

采购专业人才的培养

富士胶片及其关联公司继续致力于培养能进行公正、公平采购的专业人才。

当新采购员被分配到各部门工作时，他们将在【新任采购员培训研修班】中接受采购的原则・法律・实务方面的教育，并学习作为求购方工厂的采购管理部门的责任和义务等。

富士胶片由于每年要推进执行30万个以上的合同，因此我们特别重视培养采购员不流于每天的日常性业务，不断地进行思考以更专业的进行采购工作的能力。

从2005年起增加了可以自修进口业务的e学习模式，进一步推动了富士胶片及其关联公司所有员工的培训工作。



富士施乐 可持续的纸张采购

富士施乐于2004年12月对国内外的富士施乐及其关联公司制定了纸张采购相关的【关于环境・健康・安全的用纸采购规定】。该规定不但要求遵守相关的法律和法规，还要求原料的纸浆必须是由进行可持续发展管理的森林所提供；再生纸浆要明确标示原料旧纸的供应商。从2005年起开始，在与供应商进行沟通的基础上确认了国内造纸公司执行规定的情况。国外虽存有部分不符合规定的供应商，但经过调查、吸收合格供应商，到2005年度末，大致调整实现了符合规定的采购体制。以后我们每年都将会进行调查和并要求其提交誓约书，以努力保持与规定相适。

*1 5个品种类别：①OA（办公自动化）用纸②复印机·传真机③电脑④文具·办公用品⑤一般生活用品。

*2 生态等级：在构筑经营环境结构中，结构负担小于ISO的、可对中小企业进行评估和提供支持的环境保护管理系统。

*3 生态行动21：针对中小企业、学校、公共机构等，作为“构筑、运用并坚持有效、高效地开展环保工作的系统，以保护环境为目标指导相关行动，并对结果进行总结、评价、报告”，依据环境省制定的生态行动21方针制定，适用于企业的认证与登记制度。

*4 KES：按照「京都21世纪环境与发展行动计划」推进开展的【环境保护管理系统】。

*5 12项目：(1)环境保护的企业理念·方针 (2)环境保护目标 (3)实施计划 (4)环境保护促进组织 (5)法律规定的遵守情况评估 (6)防止大气污染 (7)防止水质污染 (8)管理化学物质的构架 (9)削减废弃物 (10)节能 (11)紧急时的应对 (12)教育与培训

*6 【禁用化学物质】：按照法律规定属于禁止制造、使用和进口等的化学物质。

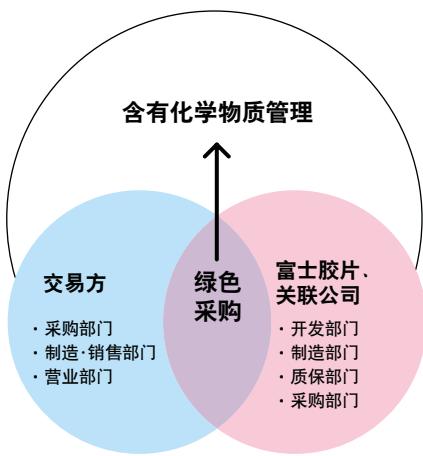
*7 【应削减化学物质】：根据今后法律规定的动向以及富士胶片的方针要进行削减的化学物质。

*8 【应掌控的化学物质含有量】：富士胶片制定的【环保设计基本规则】中规定需要掌控含有量的化学物质。

绿色采购与含有化学物质的管理

▼活动背景

富士胶片及其关联公司制造、销售的电子仪器、机械产品为中等规模的产品，1台约由1,000~20,000个左右的零件构成。对于这些零件中含有的对人体有害的化学物质，应在产品的废弃阶段进行恰当的处理，以防止污染环境和损害健康。如通过RoHS指令、REACH指令等以法律法规的形式来限制使用产品中含有的有害化学物质等，全世界都正在采取相应的措施以防患于未然。为了贯彻以环境保护为目的的世界性法律法规，富士胶片将在整个供应链开展从绿色采购这一概念基础上发展起来的含有化学物质的管理工作。



▼面向交易方的说明会

富士胶片于2005年制订了【含有化学物质管理基本规则】及【含有化学物质管理方针】，并通过公司内部系统的构筑、召开公司内部说明会、在集团内进行广泛的宣传等向实际应用阶段推进。从2005年8月开始，首先以涉及RoHS指令限定物质的680家供应商、985名人员为对象，举办了9次面向供应商的说明会。从2007年1月开始启动了第2次调查的说明会，3月份之前以180家供应商、226名人员为对象举办了说明会。此外，从第2次说明会开始，我们特制作了（日·英·中）3国语言版的e-学习方式有声说明教材，以使不能参加说明会的人员及海外交易方也能了解情况，并取得了较好的实际效果。



日语版e-学习资料



英语版e-学习资料



中文版e-学习资料

富士胶片的主页上。

在参考了监查结果后，我们根据需要进行了询问与监查，并在确认了现场状况的基础上进行指导和支持。富士胶片以和交易方共同努力进行改善为基本态度。今后，富士胶片及其关联公司将对含有化学物质的材料进行更为切实可靠的管理，在与国内外的所有交易方合作的同时，在富士胶片及其关联公司内进一步推进自我监查工作。



JAMP的加入和期望

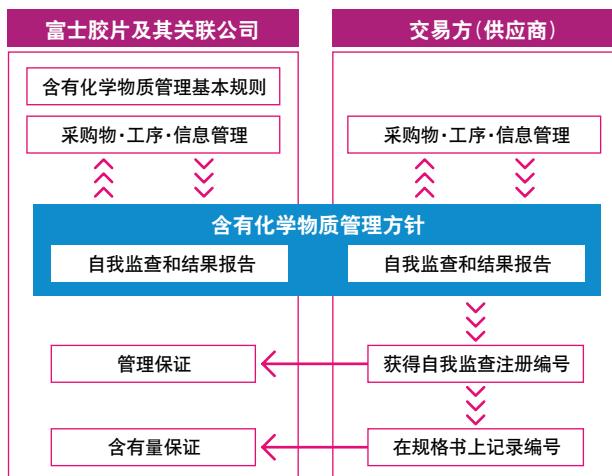
为了应对2007年6月开始实施的REACH (p.71) 规定，由化学、电气、汽车等企业参加的JAMP（条款管理推进协议会）成立。JAMP认识到正确、顺利传达供应链中的产品含有化学物质信息的必要性，致力于建立一个可调查产品是否含有化学物质及减轻环境负担的具体框架，以对企业提供支持，充实信息的提供等活动。富士胶片作为发起企业积极地参与到JAMP中，以确保日本企业的国际性竞争力并为全球发展作出自己的贡献。

Web <http://www.jamp-info.com/>

▼自我监查系统

在富士胶片的交易方中，仅直接交易方就达数千家。考虑到调查对象的数量以及可能给交易方带来的负担，我们引进了电子监查的形式。电子监查是由交易方通过登陆网址，实行化学物质管理的自我监查和注册的方法。电子监查中有【含有化学物质自我监查】和对ISO14001的获取情况进行调查的【企业环境绿色度调查】等内容。考虑到今后保证CSR各项规定顺利实施将变得越来越重要，在2007年3月开始的第2次调查活动中，我们在【企业环境绿色度调查】中补充了与CSR有关的项目，以作为富士胶片活动的参考。有关含有化学物质管理的信息均以日、英两种语言公布于

▼含有化学物质管理的自我监查



社会性活动

与员工的关系

富士胶片集团根据企业行为宪章中倡导的【尽可能发掘企业内每一位员工的能力，确保员工在安全、适合的环境中工作。同时，尊重员工的多样性、人格和个性】这一原则，努力构筑员工和公司之间的信赖关系。

2006年度的活动概况

富士胶片致力于推进创造岗位环境、员工身心健康、鼓励个人成长、倡导工作家庭两不误等良好的工作环境，使员工能在工作和职业生涯中不断丰富自己的人生。为了完成中期经营计划【VISION 75】，2006年度在影像领域实施了彻底的结构改造，并在高成长性领域和新兴事业领域对员工进行了更为有效的重新配置。同时开展了以改变企业体质为目的的全公司活动——【FUJIFILM Way (FW) 活动】，以加强各部门的现场应对能力。

【FW活动】以实现能适应环境变化的【强大的个人、强大的组织】为目的，明确了员工应有的风貌和基本工作方法，并总结编制成【FW指导手册】分发至员工。2006年度下半年对全体员工实施了【组织诊断检查】，根据检查结果进行分析，使各部门的课题都做到明确化·具体化。目前，各部门都在积极进行工作改进。

2006年度还在以下两个方面加大了推进力度：成立研究提升女性职业生涯和倡导工作家庭两不误的项目组（成员主要是女性员工）；构筑推进高效率使用人才的【新型人事信息系统】（2007年1月启动）。

随着2006年10月转型为控股公司，我们在加强合并经营，促进集团内的人才交流，合理有效利用人才的同时，加大了对教育培训等方面进行的支持。有关富士施乐的活动情况请参阅下列主页。



<http://www.fujixerox.co.jp/company/sr/stakeholder/employee/index.html>

公司员工情况

富士胶片集团的事业涉及众多领域，在全球范围开展了各项事业活动。我们尊重各国·各地区的区域性特点和价值观，并结合多样性的文化·社会状况等完善劳动环境和福利。同时致力于开展集团之间的人才交流，推进整个富士集团内人才的有效使用。2007年1月，为进一步有效地推进人才的使用，我们引进了【新型人事信息系统】。我们以确保第二梯队的领导者及复合型人才的视点推进了人才录用。继去年之后，我们在2007年1月再次召开了包括富士胶片、富士施乐在内的富士胶片集团公司的联席会议，对各公司的员工录用工作进行了专题讨论。并在联席会议上为公司员工提供了更多直接反映事业发展和工作状况的机会。继续实施实习制度，以促进学生能对富士胶片有进一步的了解。根据统计，2007年度应届大学毕业生的录用情况为事务系统36名（其中女性为8名），技术系统为157名（其中女性为23名）。通过招聘有工作经验的人才，能为公司增加新的活力，因此我们采取长期招聘的形式，在2006年度，我们共招聘录用了37名有工作经验的大学毕业生（其中女性为6名）。相关的招聘信息请参阅主页。

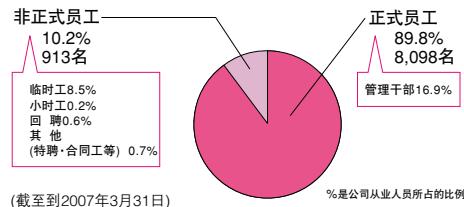


招聘信息主页

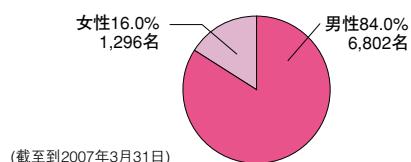


<http://www.fujifilm.co.jp/corporate/jobs/>

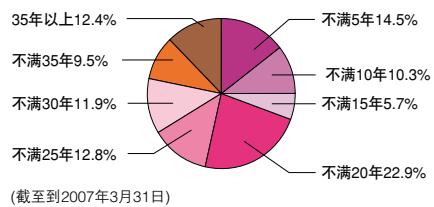
▼公司员工详况（仅富士胶片）



▼男女正式员工数（仅富士胶片）



▼不同工作年限的构成比例（仅富士胶片）



▼平均年龄/平均工龄/平均抚养人数/带薪休假使用率（仅富士胶片）

平均年龄	平均工龄	平均抚养人数	带薪休假使用率
42.10岁	20.64年	1.5名	73%

(截至到2007年3月31日)

带薪休假使用率为2005年10月16日~2006年9月30日

▼鼓励女性施展才华

值此“第二次创业”期，富士胶片要求每位员工在新事业的展开和工作推进方式的变革等方面加倍地提高效率，在各自的岗位上最大限度地发挥出自己的才能。我们认为，不论年龄、性别，复合型的人才对于进一步打造强健的公司体质尤为重要，我们将更加致力于创造能让女性员工施展才华的环境和条件。

在富士胶片，女性担任管理职务或领导职位的比较少，我们已意识到这一问题并努力加以解决。近年来，管理职位候选人的女性人数不断增加，我们将推进其有计划地培养。截至2007年3月末（仅富士胶片）的女性管理干部共10名，比上一年度增加了3名。2007年3月，我们着手成立以女性员工为主体的F-POWER项目推进小组，以进一步发挥女性员工的才智，努力为女性施展才华创造条件。

▼工作生活两不误

富士胶片采纳了F-POWER项目推进小组的建议，从【完善生育·哺乳期也能安心地发挥自己能力的工作环境】、【正确对待少子女与老龄化现象】、【鼓励员工努力自我成长】的观点出发，在2007年7月引进了下面这些制度。

○引进短时间工作制度

为照顾小学3年级以下子女，认同1天内最多2小时的短时间工作

○扩大照料孩子的休假制度

除同意以半天为单位请照料假子女之外，还将照料对象的孩子年龄从“学龄前儿童”扩大到“小学3年级学生”，把一年可请假天数从“5天”增加到“6天”。

○生育补助费

第一胎5万日元、第二胎10万日元、第三胎以上/每人100万日元

○支持不孕症治疗

认同使用以治疗不孕症为目的的累积休假^{*1}，以及最长为1年的长病假（同时引进互助会的互助金支援）制度

○鼓励自我能力开发（充电）

认同使用以自我能力开发（充电）为目的的累积休假制度

此外，关于其他的制度如产前、产后休假：产前可请7周假期、产后可请8周假期，比法定假期延长1周；哺乳停职休假：最长可请2年休假，直到孩子年满3周岁，期限长于法定假期。而且还有男方为了照顾子女而停职休假以及为了照顾子女长期请“累积休假”的例子，推广了制度的有效利用。2006年度为照顾子女请停职休假的男性员工达3名。另外，为切实实施鼓励培养下一代的措施，我们制定并开始实施了【一般事业主行动计划】，而作为推进该项工作的企业的【认定】申请也正在进行之中。

Data 护理停职休假·育儿停职休假请假人 的变化（仅富士胶片）

	2004年度	2005年度	2006年度
护理休假	10人	4人	1人
育儿休假	45人	39人	32人

们将继续努力使其超过1.8%。

▼残障人士聘用率的变化（仅富士胶片）



Reference

鼓励家庭工作两不误的制度
建立了超过法定假期的制度

1.生育·哺乳

- ①产前产后期休假制度
- ②育儿休假制度
- ③哺乳期累积休假的使用
- ④针对需要边哺乳边工作的员工休假制度
- ⑤照料孩子用的休假
- ⑥短时间工作制度
- ⑦为治疗不孕症使用累积休假
- ⑧为治疗不孕症的停职休假

2.护理

- ①护理停职休假制度
- ②为护理目的使用累积休假
- ③针对需要边护理边工作的员工的休假制度

3.其他

- ①志愿者停职休假制度
- ②以参加志愿者活动为目的的累积休假
- ③以自我充电为目的累积休假

*1 累积休假:失效部分的带薪休假最多可积存60天的制度。此前作为非公伤·患病以及康复治疗、照料、志愿者活动等目的的休假而得到认可。

▼老龄化社会的应对措施

在日本，少子女与老龄化已成社会问题，富士胶片也针对该问题采取了相应的措施。2005年7月，我们新设了【高技能职位制度】和【管理监督职位制度】，以传承高技术、继承专业技术，加强现场应对能力，同时也对老龄化的社会问题进行了有效应对。2006年4月随着【高龄人员聘用安定法】的修改，我们在劳资协定框架下对返聘制度进行了修订，将考评标准、更新标准、工资标准更加明确化。2006年度我们大约返聘了40名老员工。

此外，我们于2006年10月废止了到一定年龄必须退出领导职务的退休制，形成了不局限于年龄、根据本人的意愿与能力，让员工能够继续发挥才智的组织结构。

▼聘用残障人士

在日本，为了推进残障人士聘用机会均等制度，法律规定具备一定规模以上的雇主应聘用员工总数1.8%以上的残障人士。我们一直致力于为残障人士提供充分考虑到个人的适应性，能充分发挥其能力、并能保证安全工作的岗位环境，并于2006年度实现了智障者就业目标。到2006年度末（仅富士胶片）残障人士聘用率为1.77%。我

Topic

成立F-POWER项目推进小组

富士胶片于2007年3月着手成立【F-POWER项目推进小组】，其为支持前瞻性女性的改革“FUJIFILM POSITIVE WOMEN'S ENCOURAGING RENOVATION”的简称。我们希望通过该活动，使每个女性都能发挥出自己最大的才智，使富士胶片成为真正意义的优秀企业。成员以女性员工为主，从【为了使女性员工在富士胶片最大限度地发挥能量继续工作下去】这一角度出发，对今后需要努力解决的课题进行研究。在【提高部门、上级的意识、指导与支持力度】、【增加对兼顾工作与育儿的支持】、【提高本人的工作意识】等方面，研讨提高本人和周围人们的意识，以及贯彻执行的具体方案。我们希望通过这些努力，能尽快实现公司的【强大的个人】【强大的组织】这一目标。



F-POWER项目推进小组会议

建设一个能安心工作的职场

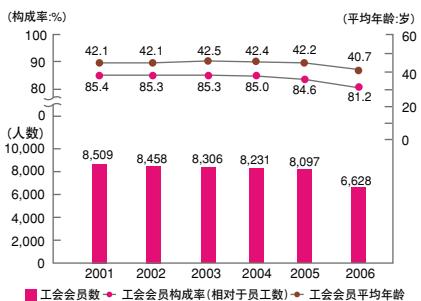
▼劳资协调

富士胶片重视工会的愿景，我们尽可能多地创造交流机会，以增加员工的幸福感、促进企业发展，构筑更好的和谐关系。公司和工会代表除了可以通过定期召开的〔中央劳资委员会〕会议外，还能通过各部门定期召开的〔劳资委员会〕会议交换意见。工会原则上4年进行1次员工意识调查。从2006年11月到12月实施的结果来看，综合性的〔工作干劲〕与其他公司相比较为良好。但〔对公司及其事业感到有意义、抱有理想〕这一意识稍显下降。工会分析其原因〔是否每个人没能将经营方针细化到自己的本职工作中？〕。为使〔每个人都将自己的本职工作具体化〕，我们将以此为契机，充实、提高对话活动，在激发工会会员抱负的同时，加强个人意识方面的培养。

▼工会和公司一致同意推进的主要制度的重新评估（仅富士胶片）

年份	项目
2004年度	<ul style="list-style-type: none">● 引进F-PRO(酌情劳动制)● 有关住宅制度的重新评估● 派驻国内相关公司的规定
2005年度	<ul style="list-style-type: none">● 引进高技能职位和管理监督职位制度● 充实育儿/护理制度
2006年度	<ul style="list-style-type: none">● 回聘制度的重新评估● 转岗·驻外规定的明确化● 差旅费规定的重新评估

▼工会会员数/构成率/平均年龄（仅富士胶片）



Topic

工会主办

召开富士胶片·富士施乐交流会

交流会上始终充满着和谐的气氛，两家公司年轻员工的出席，使得意见交流更显活跃。富士胶片的参加者提出：能够感受到关联公司的伙伴意识、非常鼓舞人心；富士施乐的参加者提到：能够感受到富士胶片的员工对改革具有很强的意识。工会将以创造更佳的职场为目标，创造更多的倾听企业公司员工心声的机会，以实现与公司方面的信息共享。



工会主办的富士胶片·富士施乐交流会

▼关注身心健康

富士胶片按工作时间开展了健康问卷调查，并通过和职工健康管理医生的面谈，提高大家对健康重要性的认识。此外，还采用了能够掌握包括临时工在内的全体员工就业状况的就业管理计划，将公司员工的健康检查作为重点推进。2005年，我们强化了在本人要求或上级认为有必要时接受健康管理医生面谈的机制，构筑了由健康管理医生、上级、本人联合关注健康的体制。富士胶片一直都致力于精神健康管理，从2002年开始，以职工健康管理医生参加的〔全公司健康及心理健康推进委员会〕为中心积极地推进关注健康运动。2007年预定引进心理健康自我检查的计划，以提高自我关注意识。并通过采取保健人员和职工健康管理医生面谈的机制，强化了精神疾患的预防体制。患病疗养者复职时，根据需要设定特别期限，由3方（上级、职工健康管理医生和劳动部门）联合采取职务设计和关注健康等综合性的对策。通过分发手册、举办〔心理健康讲习会〕等，提高上级领导对心理健康的关注意识，加深对早期检查项目和疾患可能带来危害的理解。伴随员工老龄化趋势的发展，富士胶片健康工会以富士胶片及其关联公司的员工（被保险者）为对象，于1995年起每年定期举办改善饮食生活·培养正确生活习惯为目的的集训式的〔关注健康讲座〕。夫妻可一同参加。每次报名都超过了规定的人数，迄今为止已有1,300名员工报名参加。

▼尊重人权和取消差别

富士胶片集团尊重基本人权，绝不实行任何侵犯公司员工人权的行为。绝不根据性别、年龄、国籍、人种、信念、宗教、社会身份、身体特征等进行区别对待，并尊重公司员工的个人隐私。

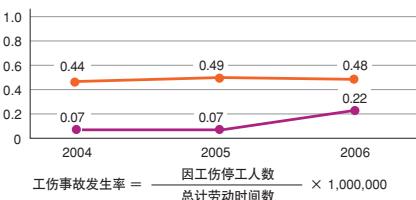
作为防范性骚扰、防范滥用职权侵犯下属的措施，我们将防止性骚扰的手册分发给富士胶片及其有关公司的全体员工，此外还设置了电话咨询窗口〔性骚扰投诉热线〕。邀请公司外的专业生活顾问接受相关咨询，在充分保护个人隐私的前提下，促进相关问题的解决。此外，通过2005年制作、发放的〔性骚扰投诉热线〕手机卡，使公司员工的意识得到了普遍加强，并能更加方便地予以利用。我们对富士胶片及其关联公司的管理人员定期召开以尊重人权和取消差别为目的的研修班，以进一步提高其认识。

▼劳动安全卫生

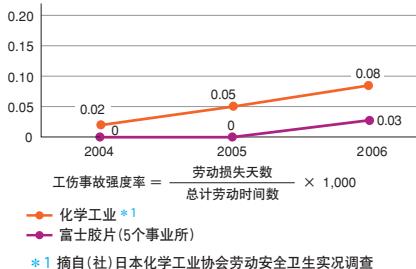
富士胶片在【劳动安全是生产活动的出发点、前提条件】这一理念的指导下，平时最优先考虑安全问题，努力确保员工的劳动安全，在全公司内贯彻遵守安全卫生有关的各种法令。例如，随时进行劳资方的安全巡视，邀请公司外的专家共同参加车间检查，并提出改进意见，车间之间开展彻底贯彻执行防止灾害相关措施的交流活动，对员工进行启发教育等。

在石棉的使用中，按照相关的法律法规，对相关建筑物·设备·备件等材料中所含石棉的情况作了调查。建筑物的调查对象包括工厂、办公室、员工宿舍和体育馆等。根据调查结果，对含有石棉建材的外露部分以及有可能飞散伤人的部位采取了相应的解决措施。今后我们还将继续贯彻管理体制，提高管理水平，并进一步完善健康咨询的受理体制。

▼工伤事故发生率（仅富士胶片）



▼工伤事故强度率（仅富士胶片）



促进员工成长计划

富士胶片认为公司每位员工的成长是提高企业整体力量、促进组织成长的活力所在。个性丰富的个人集合能实现强健的企业体质。基于这一想法，我们重视【培养自立型人才】，并予以重点强化。所谓自立型人才，是指能够自己发掘课题、制订完成课题所需的计划、取得成果，不断进行自我革新的人才。

我们具体从【在现场培养人才】、【教育培训体系】和【激发员工积极性】等3个方面进行推进。

▼自立型人才的培养



▼加强在工作现场的人才培养

采用自我成长计划和培训面谈方式，加强工作现场的培训力度。

为了稳健地推进自我成长的良性循环，上级和本人每年进行1次面谈，明确员工的成长目标和课题，并帮助员工制订自我成长计划。

内容包括：今后的课题和努力方向，为实现这一目标需要掌握的技能与技术，上级应和本人一起考虑并努力加以实施。有关培训方面的面谈制度自2005年启动后每年都在执行，并将根据需要扩充这项机制。

▼加强教育培训体系

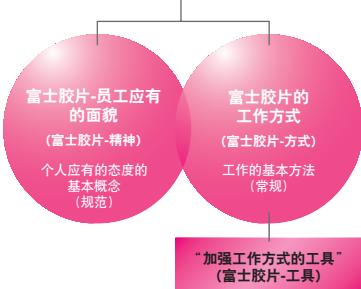
扩充【选择型培训】和 推进【FUJIFILM way】活动

作为支持公司员工成长的培训体系，它具有下列几种方式：使本人再次认识到能发挥与自己职责相适应的能力、并明确自我强化要点的【不同层次的培训】；培养未来骨干型人才的【选拔型培训】；与不同岗位特定需求相适应的【不同职务功能型培训】；可根据个人学习要求和成长目标等在适当的时机接受培训的【选择听课型培训】。

2005年7月启动的【选择听课型培训】，对随时培训的内容进行了重新评估、引进了新的培训内容，并从2005年起，新设置了【e学习】方式的学习课程，今后将根据现场的回馈意见加以扩大。其作为一种能够根据自己的成长计划进行选择的培训方式得到了员工的好评。

富士胶片为了实现【强有力的实际能力】，在全公司范围内推行【FUJIFILM way (FW) 的活动】。明确并完善员工应有的面貌(富士胶片 - 精神)、工作的基本方式(富士胶片 - 方式)、强化工作方式的工具(富士胶片 - 工具)，为使这些内容普及到各个岗位并能落实到位，特制成“FW指南”分发给员工，同时预定在2007年度新开【FW基础培训班】，并以年轻员工为中心展开具体工作。

[FUJIFILM way]



▼进一步激发员工的积极性

继续执行公司内部公开招聘制度

为了积极促进员工职业生涯的形成、创造自我挑战的环境，我们从2004年开始启动了公司内部公开招聘制度。在新事业、重点事业和新项目的起动之际，各部门都可向人事部提出公开招募申请。人事部选定其中一些的招聘议案在公司的内部网站公开，广泛地公开招聘。

进入公司达3年以上的员工（含科长职务）都有应聘的资格，应聘者的信息资料被严格保密。在资料审查后，由招聘部门和人事部进行面试，一旦决定录用，即发出人事调令。

根据迄今为止的监测情况来看，我们发现获得机会，从而能在新的事业上充分发挥个人丰富的技术能力、专业能力和才能的员工都得到了很好的回报，也会以积极的态度实现其所在部门的期待，并给周围带来良好的影响。对于人事调动后的效果和影响，我们今后还将继续进行监测，以使公司内部的公开招聘制度更加完善。



公司内部公开招聘的业绩（仅富士胶片）

	实施日期	公开招聘数	应聘人数	合格者人数
第1次公开招聘	2004年8月	32个职位	40名	20名
第2次公开招聘	2005年2月	37个职位	27名	13名
第3次公开招聘	2005年8月	39个职位	39名	17名
第4次公开招聘	2006年1月	19个职位	44名	22名
第5次公开招聘	2006年8月	28个职位	60名	17名

社会性活动

公益活动

作为“优秀的企业公民，我们能够做什么呢”，我们一直抱着这个想法积极地参与社会公益活动，广泛支持下一代的环境保护教育和维护影像文化的活动等。

富士胶片和富士施乐公司社会公益活动的详细情况请参阅下面的主页。



[http://www.fujifilm.co.jp/corporate/
environment/socialcontribution/](http://www.fujifilm.co.jp/corporate/environment/socialcontribution/)
(富士胶片)



[http://www.fujixerox.co.jp/company/
sr/stakeholder/community/](http://www.fujixerox.co.jp/company/sr/stakeholder/community/)
(富士施乐)

基本思路

富士胶片集团根据企业行为宪章中所倡导的「作为“优秀的企业公民”，在尊重并正确理解地区文化和习俗的同时，以地区发展作为开端积极行动，为社会的发展做出贡献」的精神，积极参与社会公益和环境保护等活动。以提供产品和服务等方式，通过对下一代的环境保护教育、美化地区活动以及区域之间的交流，为社会做出应有的贡献。为完成中期经营计划“VISION75”，我们在大胆推进结构改革的同时，积极地实施研发投资和M&A以及对增长领域的大规模投资，推进企业素质的加强和开创培育新的事业。为了适应液晶显示屏不断扩大的需求，生产平板显示屏材料的富士胶片九州工厂已决定建设第2工厂、第3工厂。并且在神奈川县开成町设立了[富士胶片先进研究所]，以给未来社会作出具体的贡献。这些都是在取得当地居民的理解和支持下得以实现的。今后，我们将进一步致力于和地区的交流和沟通，增强地区活力，为形成丰富的地区社会作出贡献。并且，我们还充分发挥事业的特性和经验开展了各种活动，如：充分利用摄影领域的技术和经验开展对下一代的教育活动、富士施乐开办信息学校和对弱势群体的IT支援活动等。除此之外，我们还积极地致力于提高员工志愿者服务的意识。主要社会公益活动的分类和配套活动事例汇总如下。

●63~64页有介绍 ●专集中有介绍

学术·教育

- | | |
|-------|--------------------|
| ○富士胶片 | 对海阳中等教育学校的赞助 |
| ●富士施乐 | 小林节太郎纪念基金 |
| ○富士施乐 | 亚洲关联公司 学术·教育支援基金 |
| ○富士施乐 | 尾数俱乐部 对亚洲儿童的国际支援活动 |
| ○富士施乐 | 日本“阿诗潘”研究所的运营 |
| ○富士施乐 | 对年轻人希望成功的支持 |

下一代的环境教育

- | | |
|-------|----------------------|
| ●富士胶片 | 未来绿色地图支援 |
| ○富士胶片 | 支援“绿色小道”环境日记 |
| ●富士胶片 | 支援森林的“甲子园传记” |
| ●富士胶片 | 充分利用“能拍”的循环生产事例来支持教育 |
| ○富士施乐 | KIDS' ISO程序支援 |

环境保护·生物多样性

- | | |
|---------|----------------|
| ●富士胶片 | 公益信托 富士胶片·绿色基金 |
| ●富士胶片工会 | 中国植树造林志愿者活动 |
| ○富士胶片工会 | 环境·俱乐部 |
| ●富士施乐 | 成田里山建设之会 |
| ○富士施乐 | 观察自然指导员讲习会 |

通过主业进行社会公益活动

- | | |
|-------|------------------------|
| ○富士胶片 | 摄影实验教室 |
| ○富士胶片 | 摄影家·摄影展支援/慈善摄影展 |
| ●富士胶片 | 对“朝日·环境艺术系列”的支援 |
| ●富士胶片 | 在东大附属医院开设“综合图像信息学”免费讲座 |
| ●富士胶片 | 在东大开设“生物认识分子工程学”免费讲座 |
| ●富士施乐 | 信息学校 |
| ○富士施乐 | 支援放大版教科书的制作 |
| ○富士施乐 | ART BY XEROX |

区域共生

- | | |
|---------|------------|
| ○富士胶片 | 整修柴木小径 |
| ○富士胶片 | 清扫富士山 |
| ●富士施乐 | 守护塚 原杂木林之会 |
| ○铃鹿富士施乐 | 橡子广场 |

社会福利·捐助活动

- | | |
|---------|------------------|
| ○富士胶片 | 救灾志愿者推进委员会 |
| ○富士胶片工会 | 给广岛、长崎原子弹爆炸医院的捐赠 |
| ○富士施乐 | NPO民间团体·法人 e-伙伴 |
| ●富士施乐 | 支持特奥运动 |
| ○富士施乐 | “点心屋调色板”公司内销售 |

支援能登岛地震的受灾者

向在2007年3月25日能登半岛海面发生地震的受灾者表示衷心的慰问。

富士胶片以受灾者为对象，对在灾害中受损的富士胶片产的数码相机和胶卷相机进行特别无偿修理。并祝各位安康，早日恢复家园。

▼公益信托 富士胶片·绿色基金

富士胶片控股株式会社的前身——富士胶片，以保护自然环境为目的，捐资10亿日元于1983年成立了【公益信托 富士胶片·绿色基金】。该基金是日本最早的以保护自然为主题的由民间企业所设立的公益信托。它对保护·培育自然环境有关的活动和研究给予了很大的支持和帮助，如①为了未来的植树造林事业 ②支持绿色事业 ③资助拥抱绿色的活动 ④资助保护绿色和利用绿色的研究等。自成立以来，资助金额总计达约6亿9,000万日元。



2006年度活动受助单位之一的NPO民间团体法人小纲代在野外活动中用连环画剧进行普及启蒙活动的情况

▼富士施乐 小林节太郎纪念基金

为纪念富士施乐的第一任社长、已故社长小林节太郎的功绩，我们于1977年设立了小林节太郎纪念基金。旨在通过日本和亚洲·大洋洲各国/地区的学术交流，促进相互了解和友好交往。按照1984年开始募集的【资助在日外国人留学生研究】计划，对亚洲·大洋洲来日留学，在日本的大学研究院攻读人文·社会科学博士课程的年轻留学生研究者进行了资助。从1996年起实施以日本人为对象的助学研究【小林特别研究员】计划。2006年度，以“资助在日外国人留学生研究”的形式资助了来自9个国家和地区的41名留学生；以“小林特别研究员”的形式资助了11人。



小林节太郎纪念基金联谊会

▼富士施乐 成田里山建设之会

“成田里山建设之会”^{*1}于2004年3月启动，以启发环保意识为目的，由富士施乐及关联公司与千叶县签订“里山条例”，并得到土地所有者的协助。在千叶县绿色推进科和土地所有者的协助下，成员以富士施乐千叶株式会社的志愿者为主，以“快乐·清新”为宗旨，员工和家属每月来成田感受里山，并亲自参与植树、割杂草等的山间劳动，香菇植菌、种植·收获马铃薯和红薯、插秧、割稻等的田间劳动，和孩子们一起分享收获自己种植的作物的快乐。



“快乐·清新”成田里山建设

*1 成田里山建设会：正式名称是“关于促进千叶县里山的保护·修建及有效利用的条例”。率先于全国于2003年5月实施。

▼富士胶片

对“朝日·环境艺术系列”的支援

朝日啤酒的“朝日·环境艺术系列”将环境保护活动和艺术文化活动融合在一起，由艺术家和当地居民共同着眼于人·物·事·自然等各种地域资源所开展的维系未来的创造性活动计划。富士胶片赞助了2006年【事物·人物·人工物和自然物在木曾川】的活动。

当地居民用一次性相机【能拍】拍摄的木曾川照片在以下网址公开。



朝日·环境艺术系列2006年 参加者集体照
(摄影: 溝口 純)

事物·人物·人工物和自然物在木曾川
<http://www.asahibeer.co.jp/csr/philanthropy/art-cul/ecoart/>



▼富士施乐 守护塚原杂木林之会

修复富士施乐塚原研修所的所属山林（位于神奈川县南足柄市 约36,000平方米）、并将其培育成阔叶树的家乡山林的【守护塚原杂木林之会】志愿者活动于2002年11月启动。富士施乐及其关联公司的员工、老职工、以及南足柄市当地的市民都参加了该活动。

2003年3月23日，在第1期计划的3,000平方米的土地上，由包括当地市民在内的约70名志愿者亲手种植了柞树·小橡子等为主的落叶阔叶树，再加紫珠·小卫矛等低灌木的树苗共计1,100株。此后每月进行一次割草和修剪树枝。



植树4周年纪念活动

▼富士施乐

支持特奥运动会

富士施乐从1996年起就一直支持智障人士的体育盛典—特殊奥林匹克运动会。在2006年11月举办的“第4届特奥运动会日本夏季国家运动会·熊本”上，以多种形式参加了此次活动。与此同时，2006年度总公司及各地关联公司在各自地区，以捐赠、赞助、提供练习场所和会议室、制作广告牌和提供复印服务等多种形式开展了支援活动。众多的员工以志愿者身份参与教练和裁判、竞技会运营工作。作为在全国各地都能参与的项目，我们今后将进一步推进此项活动，以便使更多的员工能深入参与其中。



参加2006年熊本夏季全国运动会

▼富士胶片

在东京大学开设免费讲座

在东京大学工程学系，我们开办了以东京大学研究院工程学系生物工程学专业为主攻方向的免费讲座【生物认识分子工程学（富士胶片）】。所设期限从2006年10月16日起历时3年。富士胶片参与计划东京大学的【纳米生物·整合研究基地（CNBI）】，这是CNBI产学结合的首例讲座。

此外，我们还参与了东京大学医学部附属医院的【22世纪医疗中心项目】。通过此次合作，在东大医院22世纪医疗中心，开办了以东京大学研究院医学系放射线医学为主讲座的免费讲座【综合图像信息学（富士胶片）】。讲座从2006年7月起，历时5年。

▼富士胶片工会

中国植树造林志愿者活动迎来10周年

富士胶片工会从1998年起每年都在中国进行植树造林志愿者活动。今年为植树造林活动的第十个年头，我们于2007年4月28日~5月5日在内蒙古科尔沁沙地进行了植树造林活动。来自日本富士胶片及富士胶片集团的共9名员工和来自中国富士胶片（中国）投资有限公司（以下称FFCN）的7名员工参加了植树造林活动。继去年后，FFCN是第二次参加，成员来自FFCN的北京、上海、广州、成都各分公司。

公司员工们在灼热的沙漠里一起挥汗作业，共种植松木1,100棵，造草方格（将草埋成格子状以抑制沙子流动）1,350平方米，并进行了大量的剪枝作业。【亲身体验了科尔沁沙地的实际状况，加强了环保意识】、【原以为是他人之事的环境保护问题，现在觉得与己切身相关】、【有很多的震惊、惊喜和发现，收获颇丰】等感想蜂拥而至。今后还我们将继续坚持进行植树造林活动，以让参加者通过实际参与国外民间团体的活动，学会站在更为宽广的视野上看问题，并作用于今后的各项活动中。



参加植树造林活动的成员

▼富士胶片

支援森林的“甲子园传记”

【甲子园传记】是由日本全国选拔出的100名高中生对伐木工人及根雕和木桶手艺人等长期涉足森林工作的“森林名人·名家”进行传记采访后汇总成册的报告。作为社会公益活动的一环，富士胶片赞助了这一计划。此活动旨在通过思考森林和人类之间的关系、丰富的共存性，培养青少年全面发展、发掘·继承传统技术，加深对森林建设的理解。

2006年8月我们召开了第5届森林“甲子园传记”的事先研习会。在这次研习会上，富士胶片CSR推进部员工担任主讲者，并接受了高中生们的采访。高中生通过学习对名家采访的前提：【听】的技能，形成了一种记录、收集在森林中孜孜不倦地继承着人类赖以生存的知识、技能、智慧、包括生活在那里的人们心中应有的全部生活技能。当时拿着讲师·传记名家—作家盐野米松先生批改后满是红字的自己的原稿、对出乎意料的结果直发愣的高中生，在第二年都写出了多达5,000字的漂亮传记作品。2007年3月25日在江户东京博物馆会场举行的表彰会，虽然受能登半岛地震的影响，交通处于非常混乱的时期，但高中生仍从日本各地蜂拥而至。

计划在2007年第6届森林的“甲子园传记”夏季事先研习时对学生进行摄影指导，并在传记采访时拍摄名家的照片。这是应事务局和500名甲子园传记毕业男女学生要求所做的计划：起到附有照片的优秀【记录收集】和【报导】范文的作用。



高中生挑战来自富士胶片员工的听力训练



森林的“甲子园传记”主页

Web <http://www.foxfire-japan.com/>

▼富士胶片

充分利用“QuickSnap”能拍的循环生产事例来支持教育

富士胶片从文部科学省组织的【超级自然科学和工程学高中】教学工作开始时就予以了协助。这是一项派遣讲师到狠抓科学技术·理科·数学教学的99所高中、以培养科学技术领域优秀人才为目的的计划。2007年5月所进行的第5届活动中，我们派出了富士胶片的员工作为特别讲师到群马县立高崎高中，以“QuickSnap”能拍循环生产为题进行授课，获得了高崎高中如下的评价：“QuickSnap”能拍循环生产的教学内容非常适合超级自然科学和工程学高中1年级学生的教学计划。今后我们将继续派遣教师进行类似的讲学活动。



“‘QuickSnap’能拍的循环生产结构”授课情景

与地球环境的关系

[环保] 活动报告

富士胶片集团以“可持续发展”是21世纪全球、全人类、所有企业都必须放在首位的重要课题为基本思路，制定了整个集团共同遵守的中期环保方针【富士胶片集团绿色政策】。并按照绿色政策的相关精神推动事业发展，全体成员团结一致，为达到绿色政策所制定的目标而努力奋进。

富士胶片吉田南工厂
利用热能和电气的
高效率天然气发电及供暖设备



实现“事业扩展”与“环保质量提高”并行发展的目标 为地球、人类、企业的“可持续发展”作出贡献

事业扩展与环境保护

富士胶片集团在现有事业领域和新事业领域不断推动公司的业务发展，并同时构筑新一轮的成长战略。在对地球环境保护问题日益关注的今天，减轻环境负担是企业必须承担的责任和义务。富士胶片集团以如何减轻事业扩展和设备投资给环境所带来的压力，同时正确执行环境保护的有关规定为最重要的课题。

在富士胶片集团新一轮成长轨道的确立进程中，推动【高性能材料】、【医疗／生命科学】、【文件处理】、【光学元器件】等重点领域的成长性战略的进一步发展显得尤为重要。为此，我们建立了富士胶片九州厂等工厂，积极进行了大规模的投资。富士胶片九州厂作为一家完全循环型工厂，积极开展以地区共存和环境保护为主题的新型工厂的建设工作，工厂从运转开始就采用100%天然气作为燃料。在富士胶片集团的所有生产点，虽然一直以来都是以环境保护为基点在运转，但是随着生产规模进一步的扩大和提升，二氧化碳的排放总量还是有所增加。但从公司整体来看，由于采取了各种节能措施，老厂在环保方面仍取得了很大的成绩。在应对全球气候变暖的措施方面，我们的目标是：将旨在2012年达到国内一流水平的相关标准，提前到2010年完成。同时，我们还在废弃物处理托管单位的管理和废水排放监督检查、以及与交易方合作加强对含有化学物质的管理等方面，进一步强化了集团整体的环保工作。

随着国际社会对有关化学物质管理的法律法规日趋严格，企业应采取相应的措施予以应对。针对这一变化，富士胶片在整个集团公司内扩大了化学物质管理的范围，以彻底杜绝事故的发生，同时，充分利用作为化学产品制造商所掌握的专有技术，在遵守执行有关法律法规的基础上推动国内外各种项目的顺利开展。新事业开创时首先要解决的问题就是应对以前所没有碰到过的法律法规上的限制，我们现在正努力采取各种措施以应对这种变化。

2006年度，以环保设计推进委员会为主开展了以应对欧洲RoHS指令（2006年7月施行）、中国RoHS（2007年3月施行）以及欧洲REACH法规（2007年6月施行）实行所带来的变化等各项改进工作。具体而言：在应对REACH法规方面，欧洲和日本国内分别建立了REACH、法规执行小组以调查相关要求所带来的变化。GHS方面则另行建立了推进委员会，并制定了符合2006年12月开始实行的修改后的劳动安全卫生法要求的相关措施。除此之外，还积极参加了日本化学工业协会指导方针的制定工作。详细情况请参看P 71页的相关介绍。

爱护环境、保护环境是企业的立足之本。对于自创业之初就开始从事的摄影胶片的生产而言，清澈的水源和空气是不可或缺的条件。富士胶片集团认为，既然受惠于自然，就应该回报于自然。在这一思想的指导下，我们以达成中期环保方针【富士胶片集团绿色政策】中的重点项目为目标，正在开展各项活动。譬如，在富士胶片集团内部相继举办了由世界各国负责环保工作的人员参加的【环保负责人国际会议】、由富士胶片及其关联公司、富士施乐参加的【环保论坛】等，提高了富士胶片集团整体对于信息共享与环境保护方面的意识。富士胶片集团以“事业扩展”和“高质量的环境”齐头并进的方式，上下齐心协力，严格按相关法律法规的要求，为减轻环境负担做出我们的贡献。

富士胶片控股株式会社
集团运营支持部 担当部长
兼 富士胶片CSR推进部
环境・质量管理部 部长
末松浩一



环保活动

富士胶片集团的 绿色政策

富士胶片于2002年4月制定了中期环保方针【富士胶片集团绿色政策】。富士胶片集团全体为实现产品、服务、企业活动的高【环境质量】而积极开展各项活动。

富士胶片集团 绿色政策



富士胶片集团以“可持续发展”是21世纪全球、全人类、所有企业都必须放在首位的重要课题为基本思路，制定了集团的中期环保方针【富士胶片集团绿色政策】。绿色政策旨在通过产品、服务和企业活动，实现高【产品质量】与【环境质量】，让客户满意，提高利益相关者的信任度的同时，为“可持续发展”做贡献。绿色政策制定了9项重点实施目标事项。

2002年4月 制定

2007年7月 修订

R egulation

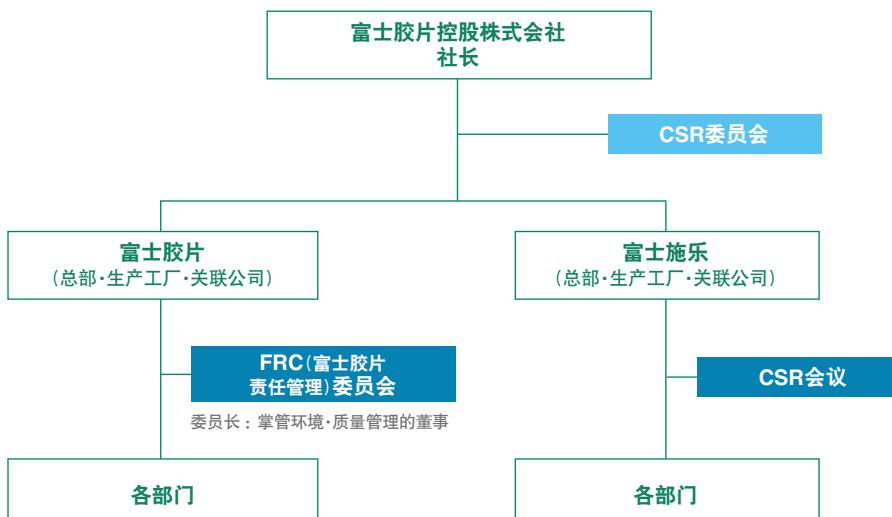
绿色政策的基本方针

“可持续发展”是21世纪地球、人类和企业最为重要的课题。富士胶片集团遍布全世界的各所属公司以在环境、经济、社会各方面领先为目标，力求在产品、服务和企业活动等方面实现优秀的“环保质量”，在令顾客满意的同时，为“可持续发展”做贡献。

绿色政策行动指南

1. 在减轻环境负担与确保产品安全方面应注意以下3点：
 - (1) 在企业活动的所有领域实施。
 - (2) 在产品的整个生命周期实施。
 - (3) 应综合考虑经济和社会效果。
2. 提高化学物质的管理水平，降低风险。
3. 遵守法律、集团各公司的内部规则、标准和各项要求。
4. 加强同合作公司的伙伴关系、进一步协助政府以及业界各方面的工作、积极参加地方公益活动。
5. 将环境保护相关课题的情况及成果、及时向地方、政府、集团各公司的员工等相关人士公开，以保持良好的交流和沟通。
6. 通过对集团所属各公司员工的教育和培训，提高他们对环境保护重要性的认识，为进一步做好环境保护工作打下坚实的基础。

▼ 绿色政策运行体制



重点实施事项

1. 提高环保效率

对于A~F (P.68) 6项减轻环境负担的目标，富士胶片集团目标在2010年将环保效率提高到2000年的2倍。

$$\text{环保效率} = \frac{\text{销售额}}{\text{环境负担值}}$$

2. 环保设计

富士胶片集团的所有新产品、改良产品的设计都按照环保设计基本标准执行。同时，从设备、包装材料开始推进集团成员公司之间对环保设计产品的环保质量数据共享。

3. 减轻环境负担与防止污染

3-1. 降低可能导致地球温室效应气体的排放量
富士胶片及国内集团所属各公司温室效应气体排放量较多的生产工厂^{*1}，将在2012年将单位产值能耗^{*2}在1990年的基础上降低30%，2012年二氧化碳的单位产值排放量^{*3}在1990年的基础上降低40%。其它富士集团所属各公司的目标值按具体情况另行规定。

3-2. 环境监督检查的执行

国内生产厂家中凡涉及使用相关法律法规限制的化学物品单位，对土壤、地下水、排水、挥发性有机化合物的大气排放量等进行定期监督检查。

3-3. 管道、坑道、容器等的泄露应对措施

国内生产厂家的化学物质泄露应对措施应按地面化、双重化及早期发现等要求予以执行。

*1 生产工厂：富士胶片神奈川工厂
(足柄厂区、小田原厂区)
富士胶片富士宫工厂
富士胶片吉田南工厂
富士胶片照相材料
富士胶片九州

*2 能源基本单位：单位产值能耗

*3 CO₂基本单位：单位产值CO₂排放量

4. 提高废弃物管理水平

4-1. 零废弃的继续推进和改善

国内集团所属各公司继续执行零废弃的相关规定。并在此基础上对资源的再生利用进行实质性地改善。集团海外所属公司可根据所在国的具体情况另行制定符合所在国实际情况的目标。

4-2. 加强废弃物的治理力度

集团所属国内各公司加强关于废弃物处理方面的教育和培训，严格执行相关的管理制度。

5. 提高化学物质的管理水平

富士胶片严格遵守世界各国有关化学物质的管理规定，加强信息的收集工作，以确保开发、制造以及销售的产品符合相关法律法规的规定。同时，强化应对包括欧洲正在研讨的新化学物质管理规定REACH等化学物质管理新动向的体制。并且，采用新技术提高安全性试验及法规对应试验的水平，加强富士胶片化学物质管理系统相关规定的执行力度。

6. 含有化学物质的管理（原材料、零件材料、包装材料及服务）

为确保环保产品的生产，我们加强了对供应链的管理，继续坚持对供应商、采购商品及服务方面进行调查。对供应商的调查主要集中在产品中含有化学物质的管理体制方面，以提高其管理水平。并开展CSR管理水平的调查。在对购入商品实施调查的同时，还要求供应商提供保证书以证实不含有禁用物质，明确产品规格，以达到强化检查体制的目的。

7. 管理系统的建立和完善

富士胶片集团所属各公司通过构筑环保及质量管理系统，不断加强与业务相关的管理系统的改进工作。

8. 信息公开、信息提供与交流沟通

在企业活动方面，我们改善并充实了由富士胶片集团所属各公司发布的社会·环保报告。在产品方面，我们推进了应对GHS^{*4}要求的MSDS和安全标签的提供。并充实了所公开的产品环保信息，通过与公司内外相关人员的对话等不断加强彼此的交流和沟通。

*4 GHS：化学品分类及标记的全球协调系统

9. 加强员工的教育和培训

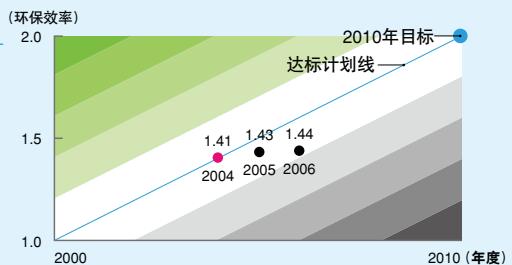
富士胶片集团所属各公司对员工实施环保和质量相关的教育、培训。并通过不断充实教育、培训内容、更新教材等，持续地改善着教育、培训系统。

环保效率

- 可顺利达标
(超过达标线)
- 需要努力才能达标
(低于达标线)

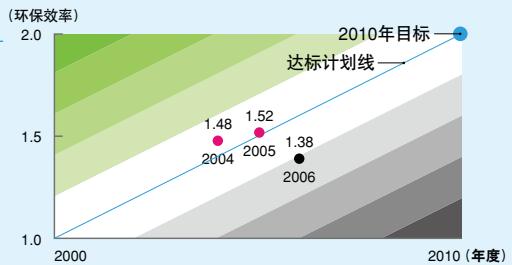
▼ A. 导致全球温室效应气体的排放量（合并） 参照P.73

虽然大力推进了天然气的引进等以降低导致全球温室效应气体的排放，但由于平板液晶显示屏材料的大幅度增长，从2005年开始起排放量一直处于平稳状态。



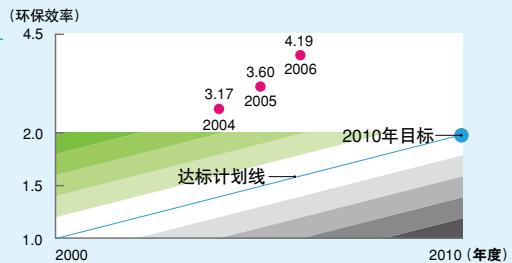
▼ B. 天然资源的投放量（合并） 参照P.77

因用于平板液晶显示屏的偏光板保护膜的原材料及制版材料铝合金的使用量大幅度增加，环保效率有所降低。



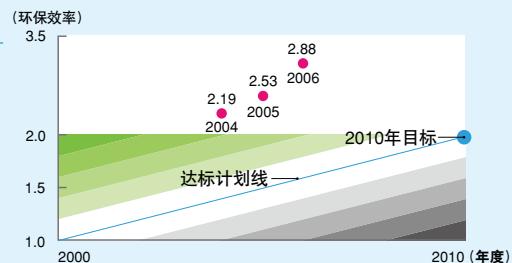
▼ C. 挥发性有机化合物大气排放量（合并） 参照P.79

通过多种方法提高了回收率，降低了溶剂使用量。



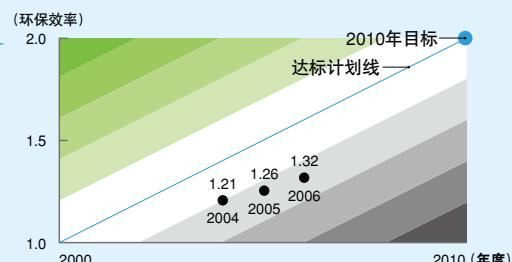
▼ D. 容器包装材料使用量（单独） 参照P.77

数码相机包装材料的减量化等措施成效显著。



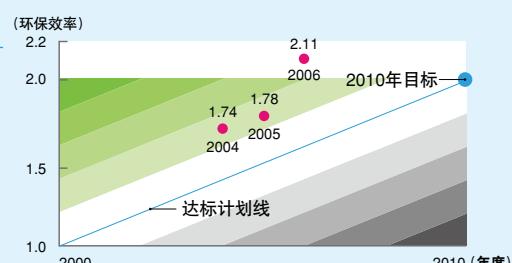
▼ E. 废弃物产生量（合并） 参照P.78

因工艺稳定而降低了废弃物的产生，同时通过对固有废弃物进行回收再利用等方法，有效地降低了废弃物的产生。



▼ F. 用水量（合并） 参照P.77

通过感光材料制造工艺用水的减少和日常的节水活动，有效地降低了用水量。



环保活动

事业活动与环境负担

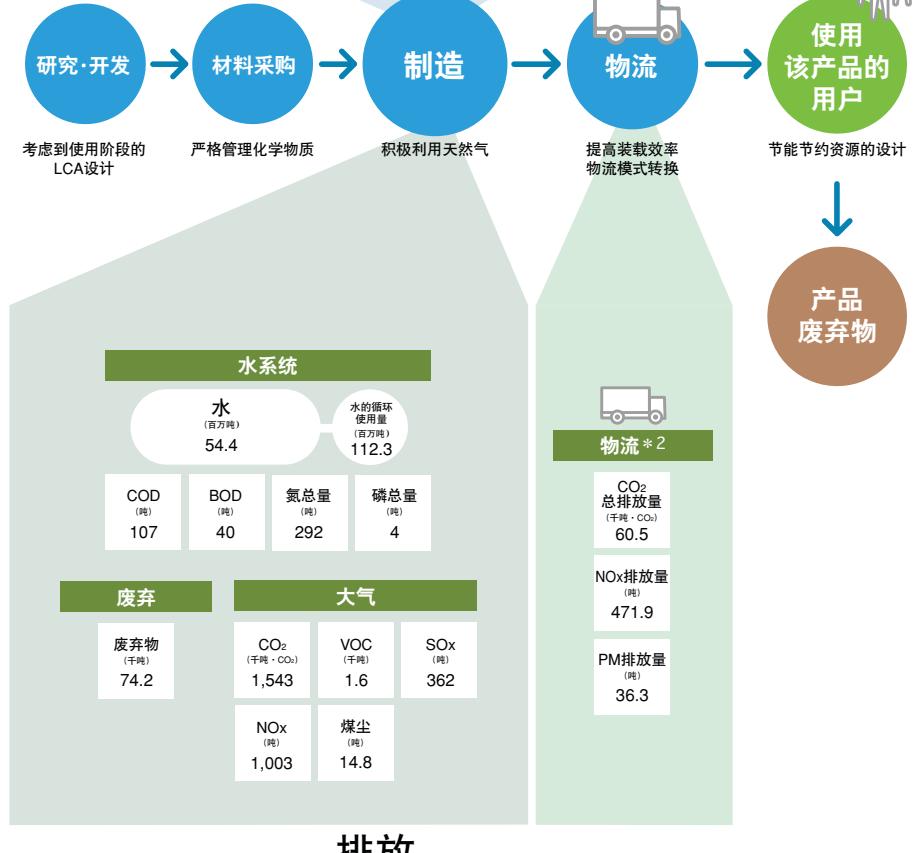
富士胶片集团致力于在产品的研究开发、材料采购、制造、销售以及用户使用等的全过程，以及与这些过程相关的物流等所有工序尽可能地降低环境负担。图示数据是2006年度整个富士胶片集团的资源投放量，以及产品研究开发、制造以及物流等各阶段产生的排放量。

投放

天然资源			
水 (百万吨)	银 (千吨)	明胶 (千吨)	PET (千吨)
57.5	0.53	4.52	38.6
能源使用量			
购入电力 (百万kWh)	A重油 (千㎘)	C重油 (千㎘)	天然气 (百万吨) ^①
1,439	117	72.7	118
石油 液化气 (千吨)	煤油 (千㎘)	太阳能 发电 (千㎾h)	风力发电 (千㎾h)
1.80	3.99	149	1,254
液化 天然气 (千㎘)	轻油 (千㎘)		
25.9	3.62		
容器包装材料*1			
塑料 薄膜·薄板 (千吨)	塑料 成型品 (千吨)	金属材料 (千吨)	纸容器 (千吨)
0.44	4.25	2.58	3.17
纸材 (千吨)	纸板箱 (千吨)		
6.77	7.57		

再使用·
循环再利用

能拍、墨盒、
银、铝、运送箱 (P.76)



排放

环保活动

环保设计

富士胶片集团自2003年4月起按照【环保设计的基本原则】设计所有的新产品、改良品。继2006年欧洲实行RoHS指令之后，2007年3月中国RoHS、2007年6月欧洲REACH法规开始实行，富士胶片集团将以上规则的适用、执行作为重点研究课题不断推进。

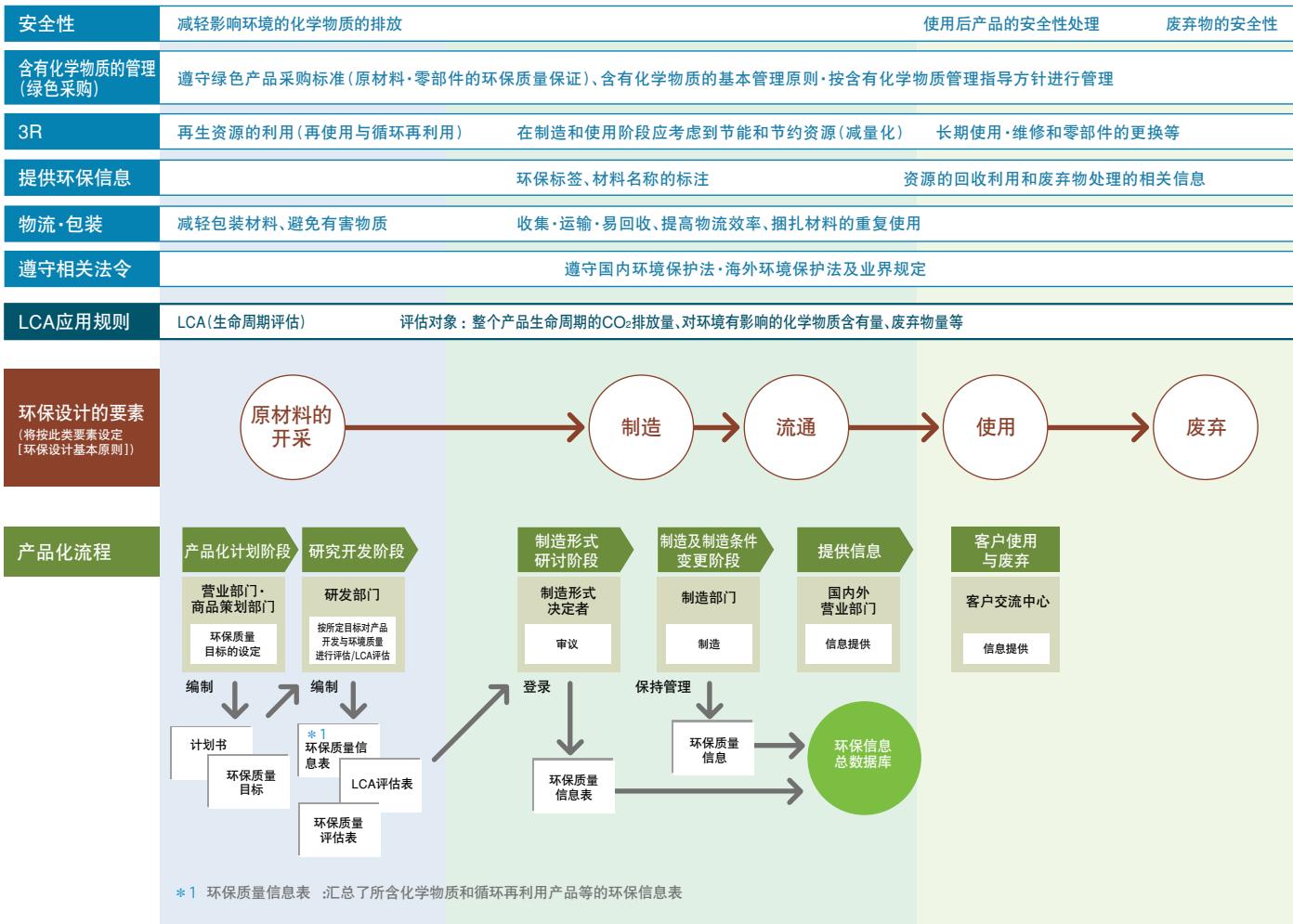
环保设计的结构

富士胶片集团的环保设计是在充分考虑了3R（减量化、再使用、循环再利用）、含有化学物质的管理、资源的使用、LCA（生命周期评估）、节电以及安全等问题后形成的产品设计。并遵从不通过【环保质量】的审核和认可，就不能投入生产的原则。2002年我们制定了【LCA应用规则】（LCA：对材料采购和加工、运输、使用、回收利用等过程中所产生的环境负担进行定量、客观的评估方法）。环保设计中同时还考虑到了RoHS指令（包括中国RoHS指令）以及欧洲REACH法规可能对环保设计带来的影响。

环保信息主数据库

富士胶片规定制造部门有义务将凡涉及到公司产品的国内外相关法律法规等环保方面的信息据输入到【环保信息总数据库】中，并从与RoHS指令相关的产品开始顺次将相关数据登记入库。目前已完成的有数码相机和影像元器件等，其它元器件和材料系统产品等也将陆续登记入库。数据库的使用范围已扩大到全球，只要是数据库内登记的产品相关资料，都可提供给国内外营销和环保部门使用。

▼ 环保设计的结构



环保活动

化学物质管理

富士胶片从化学物质的开发初期阶段开始对其安全性进行评估，以开发高性能且安全可靠的化学物质。我们将最大限度地发挥作为化学产品制造商所积累掌握的专有技术，对化学物质的使用到废弃的整个过程实行严格的综合性风险管理。

2006年度活动

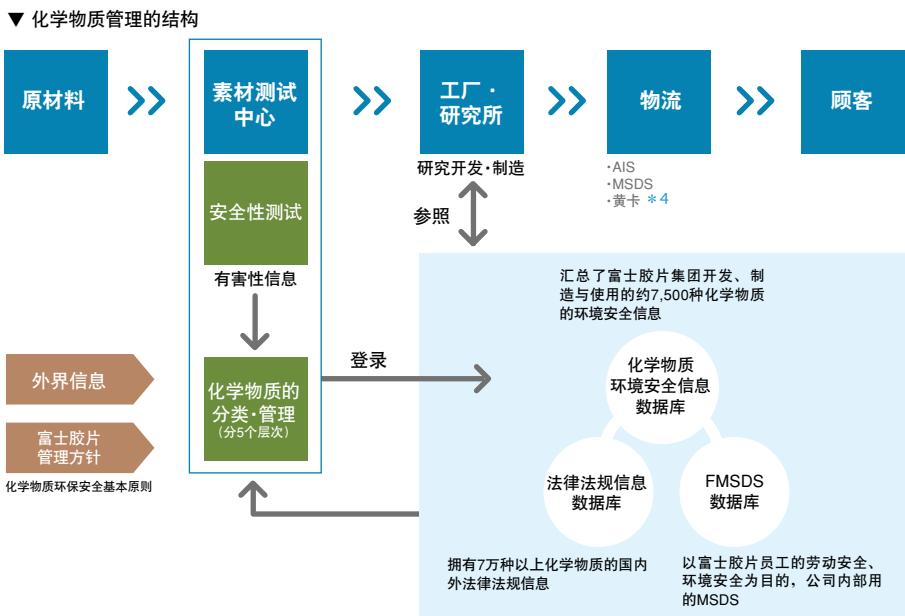
按RoHS^{*1}指令规定，欧洲从2006年7月1日起开始禁止在电子元器件中使用镉等特定有害物质。此外，欧洲RoHS的类似指令规定在日本和美国的加里佛尼亚以及中国等国也开始实行。为了解这些产品中是否含有禁用的化学物质，除实行抽样调查（测定）之外，我们就交易方产品中相关化学物质进行调查的同时，还要求对方在含有化学物质管理方面利用互联网进行自查。特别是中国从2007年3月1日开始，要求必须按规定在产品上标注相关事项。为此，富士胶片特设置了中国RoHS联络会议。现已同中国现地法人召开了4次联络会议，在信息交流方面保持紧密联系，以应对2007年3月开始实行的相关规定。GHS^{*2}是有关化学品的危险性和有害性分类和标记的全球协调系统。日本领先于全球，在2006年12月开始实行的劳动安全卫生法中已作了相应的改变。富士胶片的GHS应对推进委员会按GHS要求，制作并提供了安全标签和MSDS。就GHS标签的含义相关，除对客户做了相应的说明外，还在公司内部进行了相关的培训。

2007年6月1日开始实行的欧洲REACH法规^{*3}，将以往化学物质管理规定中不在禁用范围之内的化学物质以及条款等都纳入了这次规定的管理对象。对包含在产品中的化学物质的管理，与RoHS指令中所列出的镉等6种物质相比，REACH包含了1000种以上的化学物质。基于此，富士胶片欧洲关联公司的环保负责人会议和国内REACH应对推进小组对必须加以登记的化学物质进行了调查。同欧洲当局和产业界联手为推动REACH开展，采取了多样化的措施，富士胶片也积极参与其中。富士胶片现地法人还参与了REACH法规实施可能性确认项目（SPORT）的验证工作，并提出了REACH实行过程中可能出现的各种问题。在编制具体执行的指导方针（RIP）中，作为产业界各团体成员的代表之一，富士胶片海外关联公司参加了草案的制定工作。关于含有化学物质的管理（与交易方共同应对RoHS）情况请参阅P57的相关内容。

基本思路

富士胶片以：[GSC（绿色・可持续化学）=与人和环境和谐相处的化学技术]为基本思路。产品从开发到制造阶段等需要使用化学物质的工序中：[不使用高风险的化学物质]。当无法判断是否含有毒性时，则将其划入疑似危险品范围，并作为特别管理物质对象加以跟踪观察。我们从与社会之间的关系观点出发，认真考虑以下4点，进一步减轻环境负担。

- ① 按ISO相关规定管理化学物质
- ② 按风险评估管理化学物质
- ③ 应对化学物质环境安全方面法律法规的多样化、严格化
- ④ 做好社会普遍担心的化学物质的管理工作



世界各相关法律法规的发展变化动向

针对产品中含有化学物质的管理，2006年7月除欧洲开始实行RoHS指令以外，在日本和美国以及中国等国也开始实行类似的对化学物质的管制。在化学物质的管理和化学物质标记等的信息提供方面，日本最早开始将相关信息编入GSH法规，世界各国大多也以2008年为目标，推进着相关信息编入法规的工作。在欧洲更大的法律框架中，REACH已于2007年6月1日开始实行。

化学物质管理的结构

富士胶片按化学物质的危害性，相关的法律法规和管理方针对化学物质进行分类，并根据不同的分类加以管理。作为化学物质管理的手段，我们保持并加强了化学物质环保安全数据库的管理工作，并按具体情况的变化随时予以更新。关于化学物质的有害测定，富士胶片素材测试中心经测试后会给出对人体健康、生态环境的影响，是否具有物理危险性等的具体评估。为了进一步提高安全性评估的水平，我们于2007年3月加强了评估设施的建设工作。

对造成人体内分泌紊乱的物质（即环境荷尔蒙）等的有害程度或法律法规上尚不明确的物质，将其列入可能有危害性的物质加以特别的管理，并进行了可替代物质的研究工作。

▼列入管理对象的化学物质范围

化学物质单体及混合物 (化学物质 约7,500种)	1. 富士胶片及其关联公司销售提供产品的原材料化学物质 2. 化学合成品 3. 原材料化学物质制造中使用的溶剂与原料中间体 4. 与制造设备及设施的运转、操作、维护保养有关的化学物质（工序・产品试用品、废水・废气处理以及离子交换化学物） 5. 研究开发及检查等用的化学物质（10kg／年以上）
不在适用范围之内的化学物质	A. 元器件、器具及其零部件中包含的化学物质 B. 包装材料、捆扎材料以及功能性包装材料中所含化学物质 C. 安装在设备内不太可能暴露在外的零部件内所含化学物质 对A、B中所含化学物质〔铅、水银、镉、六价铬、溴系列阻燃剂（PBB、PBDE）、聚氯乙烯〕应以减量、或停止使用等的特别处理方式进行管理。

▼化学物质分类及分类标准

化学物质分类	化学物质分类标准	管理内容				
		禁止	停止使用或提出减少使用和排放量的建议并予以实施	密封或实行限定管理	根据风险评估进行管理	一般管理(根据相关法律法规及MSDS进行管理)
C0	①按法律规定属于禁用的 ②按管理方针属于禁用的（水银化合物、镉及其它化合物）	○	—	—	—	—
C1	①按管理方针应采取停止使用或必须减量减排的（六价铬化合物、福尔马林、二氯甲烷等）	—	○	○	○	○
C2	①按法律必须申报并经认可的 ②有明显毒害作用的（具有致癌性、易爆性等） ③按管理方针规定属于限定使用的（铅化合物、甲基溶纤剂等）	—	—	○	○	○
C3	①符合特定法律法规的 ②有特定含毒物质的	—	—	—	○	○
C4	不属于C0~C3分类物质的	—	—	—	—	○
S	特别管理物质	已开始关于替代品、降低使用量及排放量的研究，包括使用防护用品及防护装置等。				

安全性测试

富士胶片素材测试中心实施的安全及毒性测试有两种：一种是按照法律法规相关规定（化审法^{*5}与劳动安全卫生法）的测试，另一种是按照公司内部规定的安全性测试（自主进行的试验）。对新的化学物质则采用1~1.5年进行一次的安全性评估。

依据2004年开始执行的修改后的化审法，对于一年内使用量超过10吨的新化学物质，除了惯例的毒性试验外，还需要进行水蚤、藻类、鳉等3种毒性测试。素材测试中心于2005年被环境省认定为进行上诉3种毒性试验的设施。

素材测试中心对富士胶片开发的化学物质按照[动物实验伦理规则妥善]进行动物实验。从爱护动物的观点出发，我们现正在公司内部逐步采用皮肤过敏反应性测试替代动物实验，目标在2008年正式采用该方法以替代动物实验。

[富士胶片动物实验伦理委员会]负责对富士胶片和关联公司进行的动物实验是否合法进行判断，对实验是否妥当进行检查和指导、提供建议、审核以及劝告等。

▼毒性评估

按照法律 相关规定的 测试方法	化审法
	劳动安全卫生法
公司内部安全性测试(自主测试)	



产品中含有石棉的调查

近几年来，石棉的致癌性在日本已经成了一个社会问题，公众要求相关制造商应公开相关信息。富士胶片从2005年到2006年，对产品中含石棉相关进行了调查。通过调查确认了过去所销售的产品中（包括医疗器械、印刷设备等）确实使用了石棉材料，但是，现在所销售的产品中已不再使用石棉。我们将医疗器械的相关信息向厚生劳动省进行申报，其它设备产品的含石棉相关信息请参看富士胶片公开在网站上的信息。

*1 RoHS指令(Restriction of the use certain Hazardous Substances in electrical and electronic equipment): 欧洲对于电气和电子元器件中使用的特定有害物质的使用管制指令。2006年7月1日开始在电气及电子元器件中禁止使用镉、水银、铅、六价铬及溴系列阻燃剂（PBB、PBDE）等。

*2 GHS(Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals): 有关化学品分类和标记的全球协调系统。适用于化学品安全标签、安全数据库和工作现场。

*3 REACH规则（The Registration Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals）: 指惯例使用的化学物质（既存化学物质）与包括在条款中的化学物质将接受更为严厉的管理措施。按化学品登记、评估、认可及限制等严格管理。

*4 黄卡: 记录有化学物质的危害性和毒性、事故发生时的应急措施以及联系人和联系人地址等的黄色卡片。运输有毒危险品的人员应随身携带，以便在事故发生时可迅速采取相应措施。

*5 化审法: [对化学物质的审核及制造等做出规定的法律]

环保活动

防止全球气候变暖

富士胶片集团国内主要化学系统的6家工厂以[到达2010年时，与1990年度实际取得的成绩相比，单位产值能耗降低10%，单位产值二氧化碳排放量降低20%]为目标，积极引进了天然气和节能设备。根据目前所取得的成绩看，达标已志在必得，因此我们于2007年制定了更高的目标，即[与1990年度所取得的成绩相比较，2012年的单位产值能耗要降低30%，单位产值二氧化碳排放量降低40%]。我们在固有措施的基础上，对制造工艺中能耗等进行了更为详细的分析等，以最大程度的实现节能效果，推动新目标的实现。

*1 国内6家主要化学工厂指：富士胶片神奈川工厂（足柄厂区和小田原厂区）、富士胶片吉田南工厂、富士胶片富士宫工厂及富士胶片照相材料、富士胶片九州。以这几家能耗较大的工厂为对象，我们引进了经团连的自主行动计划。

*2 GHS:Green House Gases（导致全球温室效应的气体）

*3 [计算方法]按能耗计算二氧化碳排放量的计算方法。国内：按环境省指导方针（草案）计算。用电量则按2005年末电气事业联合会的平均值计算，2006年根据各电力公司系统计算。海外：按GHG协议追溯至过去测算。用电根据OECD发行的[CO₂ EMISSIONS FROM FUEL COMBUSTION (2006 Edition)]计算。

*4 京都机制：为减轻可能导致全球温室效应气体的排放，参照其它国家削减排放量的措施，制定自己国家减排目标的机制。

降低引发全球温室效应气体的排放量

富士胶片在国内外积极推行引进天然气、提高生产效率、引进节能设备等以降低温室效应气体排放量（GHG）为目标的环保措施。针对国内主要6家化学工厂*1可能导致温室效应气体的排放量（换算成二氧化碳排放量）占整个集团的60%的情况，我们将重点放在如何降低这些工厂的气体排放量上。气体的排放随着生产的扩大不断地增加，但是，随着天然气的引进，2006年的二氧化碳排放量仍降低了约72,000吨，2009年（计划）降低210,000吨。

（天然气引进后所取得的成绩和计划等请参照下表①）。富士胶片其它4家工厂也正顺利推进降低二氧化碳排放的工作，预计到2009年可达到同1990年相同的水平。

2006年国内主要6家化学工厂的单位产值能耗，与1990年比较为91%，单位产值二氧化碳排放量为88%。今后我们还将进一步提高生产效率，并大幅改善单位产值能耗。

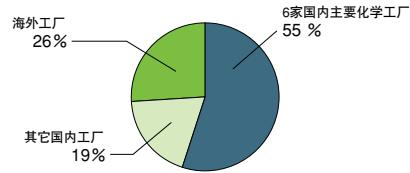
Data 能耗细分表

类别	单位	国内外合并		
		2004年度	2005年度	2006年度
电力(合计)	百万 kWh	1,215.9	1,330.2	1,439.0
A重油	千kL	116.4	115.1	116.6
C重油	千kL	71.9	75.7	72.7
煤油	千kL	5.9	5.7	4.0
液化天然气(NGL)	千kL	26.4	27.7	25.9
轻油	千kL	5.5	6.0	3.6
石油液化气(LPG)	千t	2.4	2.5	1.8
天然气*	百万Nm ³	113.4	113.6	118.2

* 天然气：国内城市供气按天然气计入。

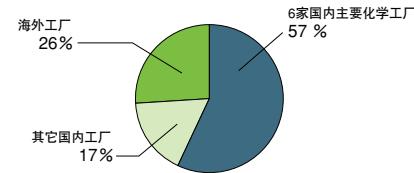
▼ 能源使用量（2006年）比例

总使用量：28,363 TJ(兆焦耳)



▼ GHG*2排放量（2006年）比例

总排放量*3：1,564千吨CO₂



▼ 能源使用量的变化（6家国内主要化学工厂）



▼ CO₂排放量*3的变化（6家国内主要化学工厂）



Data 天然气引进后的实际效果与规划表①

	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
神奈川工厂（足柄厂区）	0%	30%					100%	
神奈川工厂（小田原厂区）	100%							
富士宫工厂	20%			50%				
吉田南工厂	0%			90%				
富士胶片照相材料	0%				80%	100%		
富士胶片九州				100%				

表中%为除购电部分之外的能源中天然气所占比例



吉田南工厂利用高效热电能量的天然气发电、废热供暖设备。



富士胶片出资社区 开发碳基金

富士胶片积极响应世界银行【社区开发碳基金】(CDCF)的运作方针，从2005年开始共计已出资900万美元。该基金利用京都议定书制定的京都机制^{*4}，通过在发展中国家的小规模的项目开发和实施，为环境保护和社会作贡献。

世界上最早根据京都机制发行信用贷款而建造的艾斯佩兰萨水力发电站（洪都拉斯）也是CDCF中的一个项目。通过这样的项目开发和实施，为发展中国家的可持续开发和环境保护作出贡献。



艾斯佩兰萨水力发电项目（洪都拉斯）



富士施乐 导入生物量发电

富士施乐与日本自然能源株式会社签署了委托合同，开始了通过生物量进行绿色发电。从植物等获取有机物作为能源的生物量发电，每年可发电372MWh（兆瓦小时），而二氧化碳的排放量每年可降低133吨。



木材投料设备



生物量标记



富士施乐对108个项目 实施彻底的节能检查

为降低所有办公场所排放的二氧化碳，富士施乐在彻底贯彻执行日常节能检查的同时，为实现进一步降低排放量，对国内外所辖的108个项目实施了节能检查。

节能检查包括办公和生产场所的共检项目36个，生产场所72个，共计108个项目。检查内容包括：[节能巡回检查是否认真在执行]、[办公室空调温度分布是否均匀稳定]等具体检查项目。

108个项目检查单	
2 编号	项目
3	节能活动展开方式
4	①能源管理体制
5	②组织配备
6	③人才培训(节能培训)
7	④节能目标管理的展开
8	⑤节能投资预算的确保
9	⑥节能管理标准的设定
10	⑦节能巡检的实施
11	⑧全体休业(夏季)的实施
12	⑨无加班日的设定
13	⑩测量记录的执行情况

108项检查单中的部分检查项目



大家都来参与防止全球气候变暖（温室效应）的活动

【富士胶片】大家都来参与6%节能减排运动

对全国104个景观灯设备实施规定时间内熄灯的节能减排运动

作为防止全球气候进一步变暖的措施之一，富士胶片集团参加了由环境省组织开展的防止全球气候进一步变暖的【大家都来参与6%节能减排运动】国民运动中的【降低二氧化碳排放量/熄灯节能宣传】活动^{*5}。继2006年参加后，富士胶片今夏在参与的基础上扩大了规模。以东京中央城总部大楼为主，对全国104个景观灯实行【黑色景灯2007】^{*6}活动，于6月24日（周日）晚上8点～10点全体熄灯。随后，在直至9月末的3个月间的每个周六、周日和节假日，共计32天又单独开展了此项运动，共节电

47,500KWh，相当于减排了20吨二氧化碳，等同于44个普通家庭1个月的节能减排效果。2007年初次参加了【百万人烛光之夜】活动^{*7}，并号召国内135个关联公司的约43,000名员工，除以公司的名义参加之外，还应积极以家庭的形式参与【百万人烛光之夜】活动。此外，富士胶片控股株式会社还积极推行节能措施，在6月至9月末期间，以东京中央城的总部大楼为主，规定各地办公室的室温应保持在28摄氏度，而夏季则可不系领带、着便服上班。

*5 为防止全球气候进一步变暖，环境省发起的倡导景观灯和家庭用电的节电宣传运动。

*6 【减少CO₂排放/节电宣传运动】活动中，6月24日（周日）的晚上以【黑色景灯2007】为题，呼吁大家在晚上8点～10点开展熄灯节电的运动。

*7 与【黑色景灯2007】协作开展的NPO团体【大地守护会】所倡导的职场与家庭都从身边做起的节电运动。

环保活动

物流的环保对策

富士胶片集团将物流领域中的降低CO₂排放、简化出口包装材料等，作为重要课题进行研究，以富士胶片集团所属富士胶片物流株式会社为主，进一步致力于降低环境负担。

降低CO₂排放量

▼2006年实绩

富士胶片物流株式会社每年都提出有关降低CO₂排放量的方案，并在日常活动中推进实行。

2006年CO₂的排放量约为60.5千吨，与上一年度相比虽增加了约10.7千吨，但通过采取各种节能措施，CO₂的降低率达到1.2%。

▼在全国展开使用5吨级集装箱的模式转换

从2005年12月开始实施由卡车运输方式转换为JR5吨级集装箱铁路的运输方式。2006年将铁路运输的范围扩大至18个仓库，进一步降低了CO₂的排放。通过运输模式的转换，2006年度降低CO₂排放量大约为46.6千吨。



JR5吨级集装箱

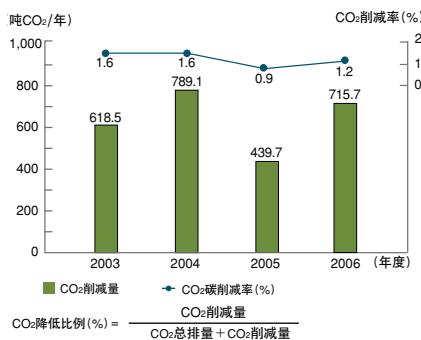
Data 降低CO₂排放量较多的地区 (单位:吨/年)

出发地	抵达地	JR5吨级集装箱运输班次数量	与10吨卡车运输比较CO ₂ 排放量
仙台	铃鹿	43.0	-9,714.6
新泻	铃鹿	25.0	-3,528.5
札幌	铃鹿	42.0	-3,516.2

▼国内运输中CO₂排放量的变化



▼运输效率改进后的CO₂削减量和削减率



Data NOx、PM的实际排放数据 (单位:吨/年)

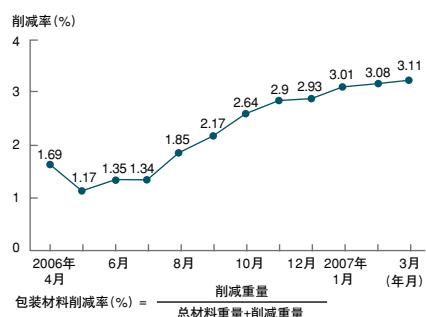
	2004年度	2005年度	2006年度
NOx排放量	374.8	384.8	471.9
PM 排放量	28.8	29.6	36.3

2006年度出口包装材料的减量工作

富士胶片物流株式会社出口包装所用的材料约为每月350吨~400吨（不包括再利用材料重量）。

2006年度包装材料重量为4,681吨，总体减少150吨，削减率为3.1%。

▼包装材料重量削减率变化(累计)



▼减少包装重量的手段—从木箱到纸板箱包装的变化

以往出口到一些国家的产品都采用木箱包装后船运或飞机托运的方式进行，后来向一些物流条件较好的出口单位提出使用纸板箱装运的提案，在得到对方同意后开始使用纸板箱装运。虽只是从2006年的中途开始转换，但因装运数量较大，仍大幅度削减了包装材料的重量。

▼再使用(重复使用)所作的贡献

从富士胶片国内各工厂出口到海外工厂等的大型产品(胶卷的滚轴)包装所使用的托板、外包装纸板箱、螺钉螺帽以及夹板等几乎都采用了回收利用的方式以节约资源。从2006年起对以往没有进行回收利用的地方也进行了相应改进，实现了再使用化。

因出厂产品数量变化较大，所以再使用效果很好，为削减包装材料作出了巨大贡献。其中包括几年中反复使用达10次以上的实例。

▼废弃伸缩膜的再利用

来自国内卖主的托板包装产品再次出货时，一般都采用将围绕在托板上的伸缩膜剥离后再行包装的方式，从而会产生很多废弃的伸缩膜。以往遇到此种情况，都将其作为废弃物加以处理，但从2007年3月开始，我们将那些废弃膜集中运往富士胶片综合物流株式会社横滨出口中心，经机械压缩后作为回收利用物资进行再使用，富士胶片物流株式会社也因此而降低了部分仓库的废弃物比例。

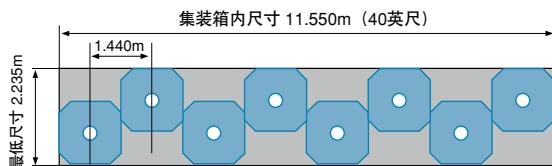


塑料托板的改进

卷筒纸（如彩色纸用原纸等）的运输以往都是采用八角型的塑料托板。而改进后的托板更接近卷筒纸的圆形状态，尺寸也较原来有所缩小。（见右图）

使用改进后的托板大大提高了装载率，仅国内的物流环节，每年就可达到降低CO₂排放26吨的效果。如若加上海外部分，则预计可达到数倍的效果。以往采用的40英尺的集装箱可装载8个卷筒，改进后则可装载10个卷筒，从而减少了每月的集装箱数量，提高了运输效率。

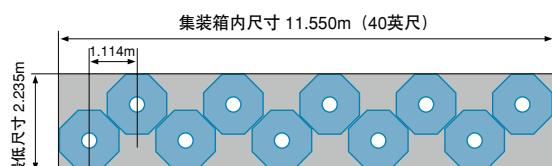
▼ 以往使用的托架只能装载8个卷筒



▼ 以往托架参考图



▼ 新型托架可装载10个卷筒（正在申请专利）



▼ 新型托架参考图



富士施乐开发的 可重复使用100次以上的 可回收利用包装箱

富士施乐与星之路株式会社合作，共同开发了可重复使用100次以上的可回收利用包装箱。所开发的包装箱主要用作富士施乐全国500个维修服务点的元器件等维修用配件的运输包装箱。可回收利用包装箱的回收系统等具体应用方法等也同时整备完毕，于2006年8月底正式启用。

以往富士施乐提供维修用的配件是安装在普通的纸板箱中运往各维修点的，在新品和使用完配件的返送时虽然可再次使用原来的纸

板箱，但最多也只能重复使用2次。通过可回收利用包装箱的使用，至2010年累计在捆扎包装材料方面的投入量降低了1,294吨（相当于原来投入量的74%）。我们预计：到2010年末，在捆扎包装材料的制造和回收利用时所产生的二氧化碳和氧化氮分别累计可降低大约658吨和0.82吨，从而对物流领域的环境负担的减轻做出巨大贡献。与此同时，可使包装材料的费用每年削减约4,000万日元。

可折叠回收利用包装箱图示：

可回收利用包装箱（照片见下方）在提高运输效率上堪称完善。如照片所示，将包装箱折叠后，不会出现如纸板箱那样的多余部分，设计上也非常到位。其最大特点在于：当将包装箱3折叠起后，仅一个箱内就可叠放9张，这样，10个可回收利用包装箱的占用面积也仅有一个包装箱大，大大提高了运输效率。



环保活动

资源节约行动

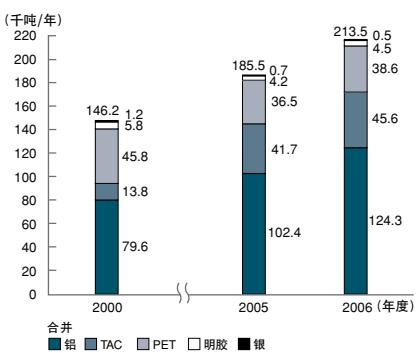
为充分保护有限的资源，防止资源枯竭，富士胶片集团在节水、水资源的循环利用、废弃物的再生利用、减少包装材料以及回收利用等各方面积极开展相应工作。

天然资源

为有效使用有限的资源，杜绝浪费，我们在如何减少天然资源投入量，特别对于银和使用量较大的铝等已经处于临近枯竭状态的资源等方面，采取了节省资源和回收利用等各种方法以减少其投入量。

富士胶片集团主要的材料投入量如下：2006年受摄影感光材料减产的影响，银储量有所减少，而用于平板液晶显示屏和印刷版的材料如TAC和铝合金的使用量却有大幅度的增加。

▼ 主要产品材料的投入量



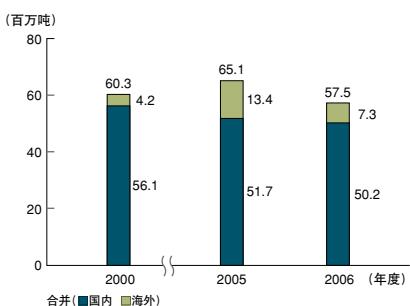
节水措施

2006年国内合并用水量较上一年度有所降低，自2000年以来，这已是连续6年减少了用水量。尽管近几年产量在不断扩大，但合并用水量却在持续下降。

这是各生产事业单位采用节水措施所取得的成绩。对摄影胶片的制造而言，清洁的水是不可或缺的条件，富士胶片从创业初期就非常重视水的利用，并努力采取各种措施以保护水源。神奈川工厂（足柄厂区）将水源源头处箱根外轮山坡面上面积约23万平米的山林作为灌养林加以养护，同时还与当地各界共同致力于700万平米山林的保护工作。富士宫工厂则将水源地约3万平米的山林作为灌养林加以养护。富士胶片九州工厂（P.25）在雨水的有效利用和地下水抽取的循环利用方面作出了很大的努力。

水源保护对于确保工厂的稳定运转，保证厂区附近的居民用水密切相关。山林的管理则有利于防止洪涝灾害的发生。我们将继续进行妥善、适宜的管理。

▼ 水的投入量



Topic

FUJIFILM Hunt Chemicals Europe, N.V.的措施

随着欧洲的环保条例越发严格，在产品制造和工艺设计阶段对如何保护环境问题的考虑变得越来越重要。比利时在能源、废弃物、节水等方面取得了很大的成功。其中，辛托尼克斯厂的[水再生利用项目]从90年代开始改进了水箱清洗方式，采用井、地下水等，每年将4,500立方米的雨水应用于产品制造过程中。近几年来，因引进了活性污泥、薄膜过滤和反渗透膜组合的废水回收利用装置，可将60%以上的废水经处理后用于生产中，大幅度地降低了用水量，同时也降低了废水的排放。以往制造1立升的产品会产生3立升的废水，采用该工

艺后，现在废水的排放仅为0.35立升左右，废水的排放量降低到了原来的十分之一左右。



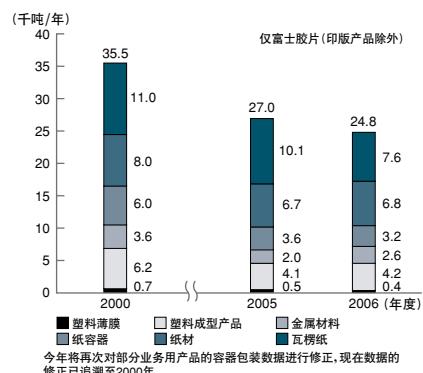
FUJIFILM Hunt Chemicals Europe, N.V.

容器包装材料

容器包装材料的使用量从2000年开始呈逐年降低的趋势，2006年度由于对数码相机的包装箱实行了减量化，在记录媒体产品的集合包装等方面采取了减少包装材料的措施，外加之部分产品出厂数量的变化，与上一年度相比，包装材料的减量化达到9%左右。除减少容器包装使用量之外，还通过将部分数码相机包装盒中的塑料隔板改为纸材料，以及印刷材料保护用瓦楞纸的层压塑料减层等方法，努力使塑料使用量得到进一步的削减。

我们定期召开[包装RC委员会]，对包装材料的使用与环境保护的关系进行信息交流和环境保护方面的探讨，以达到进一步减轻环境负担的目标。今后我们将不仅在数量上，还将积极开展对含有化学物质的调查以及削减含有化学物质使用量的工作。

▼ 不同素材的包装材料使用量的变化



废弃物处理

▼废弃物的削减和零废弃

2006年继续推进了废弃物的再生利用和控制产生量的工作，从统计数据看，国内合并统计废弃物的数量与上一年相比基本持平。就国内外合并统计而言，尽管事业规模有所扩大，但同上一年度相比仍然降低了1%。废弃物削减的具体做法主要是使废弃物转化为有价物并降低工艺流程中的损失。富士胶片于2003年已经达到了零废弃的目标，并一直致力于提高废弃物管理的水平。今后的课题是如何使海外生产点，即富士胶片的关联公司也都达到零废弃的目标，特别是推进对以废弃物产生量比较大的工厂为中心所进行的指导。富士胶片和富士施乐在零废弃的定义上，因事业特性不同会有若干不同差别，但可归纳定义为【因事业活动而发生的所有废弃物都应进行资源的再生利用，努力避免废弃物的单纯焚烧和单纯填埋。】

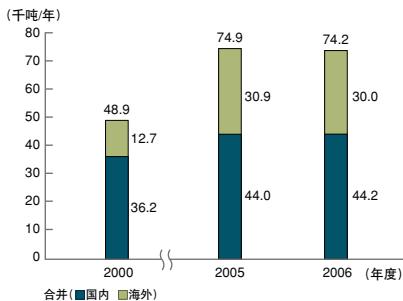
▼废弃物的主要回收利用法

废弃物	回收利用法
塑料制品(分类)	托架、管道、服装、隔热材料等
塑料制品(混合)	高炉原料
磁带	高炉原料
过滤器	高炉原料
矾土霜	氧化铝
无机污泥、研磨材料	水泥、路基材料、建筑用材料
有机溶剂	涂料用稀释剂
酸·碱	中和剂
可燃性废弃物混合品	固体燃料、发电、热水
荧光灯	玻璃棉、水银
干电池	锌、铁冶炼
剩饭剩菜、生活垃圾·有机污泥	肥料、饲料
文件、空箱子	再生纸
铁、铝合金、铜等金属类	金属冶炼

▼对废弃物处理公司的调查和评估

自2004年开始实行的【废弃物处理公司调查与评估系统】到2005年上半年，已经完成一轮调查。历时一年的调查由总公司的工作人员和各工厂的废弃物处理负责人协同进行。该评估系统已作为富士胶片的共同规则固定下来。并在调查过程中定期进行修正，不断地予以改进。富士胶片的关联公司（富士胶片九州和富士胶片光电子材料株式会社等新建工厂）也引进了相同的评估系统。该评估系统的基本思路是执行正确的废弃物处理方式，与处理公司共同提高废弃物处理水平。今后，富士胶片国内关联公司也将正式引进该【废弃物处理公司调查评估系统】，以进一步提高废弃物处理水平。

▼废弃物发生量的变化



Data 至今取得的主要成果

受托单位	<ul style="list-style-type: none">提高了安全及防范措施水平改善了环境管理体系(取得·扩大)加强了富士胶片与其关联公司的交流和沟通
富士胶片	<ul style="list-style-type: none">提高了废弃物处理的管理水平对废弃物处理法有了进一步的深刻理解

Topic

富士施乐台湾（桃园工厂）实现零废弃

富士施乐生产点富士施乐台湾（桃园工厂），将生产过程中产生的瓦楞纸、塑料、普通垃圾以及调色剂等废弃物进行回收利用，达到了[零废弃]的目标。现在，其采取了使用完后的调色剂送往涂料厂作为辅助原料进行回收利用，将普通垃圾运往回收站用于废热发电等措施。

Topic

神奈川工厂（足柄厂区）与中沼宇宙学园合作进行食用废油的回收利用

富士神奈川工厂（足柄厂区）开展了回收公司员工食堂所产生的废油的活动。工厂将所有食用废油运往同一地区的[中沼宇宙学园]智障人士职业介绍所，由中沼宇宙学园从中提炼出车用柴油。提炼出来的生物柴油燃料除用于学园农用拖拉机及运输用卡车外，还进行出售。2006年神奈川工厂（足柄厂区）所产生的95%的食用废油被再次使用，相当于生产了2,800升的车用柴油。



中沼宇宙学园生物柴油车

化学物质的排放

富士胶片集团制定了比法规更为严格的标准值，进行严格彻底的自我管理，努力将制造过程中排放的化学物质控制在最小的范围内。

减少VOC排放量

对于制造过程中排放的挥发性有机化合物(VOC: Volatile Organic Compounds)的大气排放量，富士胶片提出了[到2002年要降低至1996年的50%]的目标，并最终实现了削减58%，超过了最初的预期。此后又制定了[与2002年相比，到2004年要降低50%]的目标，并顺利实现。目前我们正按如下目标继续推进降低排放量的工作。

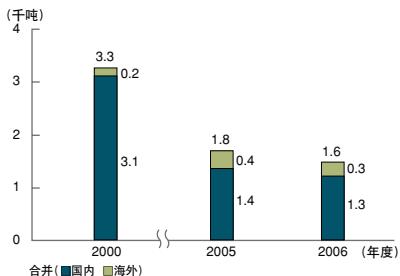
对于2005年度开始实行的大气污染防治法(VOC排放规定)，我们已在2006年4月达到了规定的排放标准。

Data 致力于削减VOC与大气排放量的削减量

物质区分	物质名称	削减量*	从2000年开始的削减率(%)
根据PRTR法应申报的物质	二氯甲烷	194	54
自主管理物质	甲酇	1,218	69
	乙酸乙酯	315	78
	甲基乙基甲酮	163	79
	丙酮	82	63

*与2000年相比，到2006年所实现的削减量。

▼挥发性有机化合物(VOC)的大气排放量



削減化学物质的排放量

除PRTR法*1(化学物质管理促进法)规定的应申报的化学物质之外，富士胶片还以日本化学工业协会制定的自主管理化学物质为主，自行追加了管理对象，努力争取合并排放量的进一步削减。并从2006年起，将范围从产品的原材料扩大到用于研究等的化学物质，并采取了更加严格的管理措施。对于富士胶片及其国内关联公司每年使用量在1吨/年以上的化学物质，我们都将其详细的管理信息公开在公司主页上(使用量、大气排放量、排往下水道与厂外的流动量以及回收利用量等)。

富士胶片所属富士宫工厂在VOC的替代品和双酚A的零化工作方面作出了很大的成绩，于2007年获得PRTR大奖优秀奖。



<http://www.fujifilm.co.jp/corporate/environment/activities/chemical/prtr.html>

*1 PRTR法: Pollutant Release and Transfer Register。是1999年7月制定的[关于特定化学物质排出量的把握与促进改善管理办法]的通称。目的在于通过对有可能污染环境的化学物质排放量的掌握等，让化学物质制造使用企业主动改进对化学物质的管理，将化学物质造成的环境破坏防患于未然。规定相关企业有义务从2001年4月起掌握该类化学物质的排放量，从2002年4月起将相关数据呈报政府部门。

PCB的管理

根据2001年制定的[关于推进正确处理多氯联苯(PCB)废弃物的特别措施法]，含有PCB元器件的处理开始在日本环境安全事业株式会社施行。富士胶片力争尽早地处理完严格保管、管理至今的有PCB的元器件。虽曾在富士胶片制造的老式压力复写纸(老式无碳复写纸)中的发色剂溶解油中使用过PCB，但从1971年开始就已改为不再使用PCB的压力复写纸了，而老式压力复写纸制造过程中产生的含有PCB的污泥11520立方米(换算成PCB含有量大概为1.5吨)现由富士宫厂负责保管。富士胶片与富士宫工厂每年携手进行两次观测用井水中PCB含量的调查，以确认是否有渗入到地下水。目前我们正在选定一个最合适的方法对其进行处理。同时还将定期将相关的信息向各位当地居民通报。关于含有PCB元器件等的保管情况如下：

Data 含PCB元器件的保管状况 (不包括微量PCB)

含PCB元器件的区分	保管·管理数量	
	国内合并	国内与海外合并
高压变压器(台)	2	16
高压电容器(台)	364	454
废PCB油等(kg)	201.11	201.11
污泥等(m ³)	11,520	11,520
荧光灯稳定器(台)	16,371	17,871
荧光灯以外的低电压电容器(台)	117,165	117,165
低压变压器	3	18
回丝(kg)	926	926
其它元器件(台)	12	12

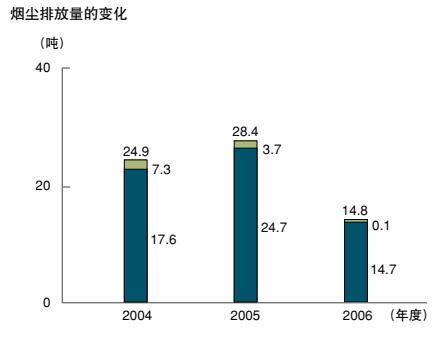
降低对大气·土壤·水域的减排

为防止大气污染，我们采取了向硫磺含量极少的天然气转换等各种措施，降低对大气造成的污染。为防止水质污染物的排放，各相关企业就法令规定的水质污染物的排放作了相关调查，同时还制定了自行管理标准，以进一步降低排放量。大气污染物、水质污染物的排放变化情况如下所示：

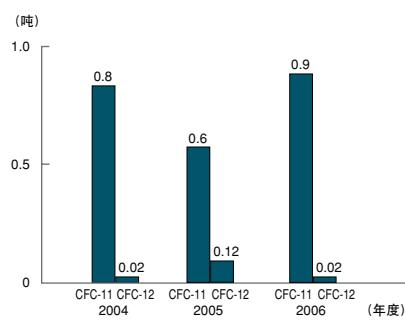
Data 防止大气污染/成绩与计划

		内容
成績	1995年度	神奈川工厂(小田原厂区)将锅炉使用的燃料从A重油改为硫磺含量较低的重油以降低SOx的排放量。神奈川工厂(足柄厂区)在烟尘处理上则采用了可高效将烟尘送往烟囱的吸尘器。
	1998年度	富士宫工厂在排烟脱硫装置上设置了湿式电气吸尘器以降低SOx的排放量。
	2000年度	神奈川工厂(小田原厂区)撤除了废溶剂焚烧炉以降低SOx的排放量。
	2002年度	富士宫工厂为降低CO ₂ 、SOx排放量引进了天然气。
	2003年度	神奈川工厂(小田原厂区)为降低CO ₂ 、SOx排放量引进了天然气。
	2004年度	神奈川工厂(足柄厂区)为降低CO ₂ 、SOx排放量引进了天然气。
	2006年度	富士胶片九州为降低CO ₂ 、SOx排放量引进了天然气。
	2007年度	吉田南工厂为降低CO ₂ 、SOx排放量引进了天然气。
	2008年度	富士胶片照相材料为降低CO ₂ 、SOx排放量引进天然气。
	2010年度	神奈川工厂(足柄厂区)为降低SOx排放量引进100%天然气。

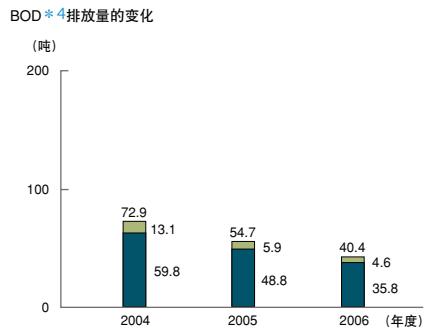
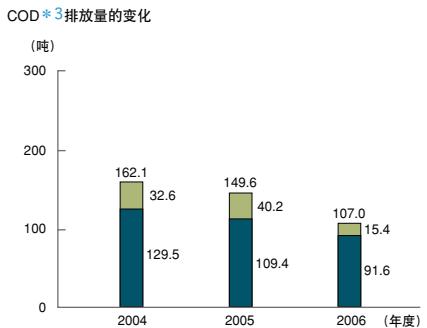
▼大气污染物排放量的变化 合并 (■国内 ■海外)



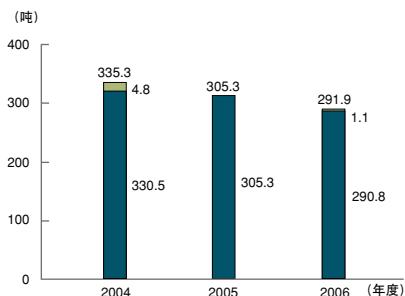
特定氟利昂大气排放量(仅国内)



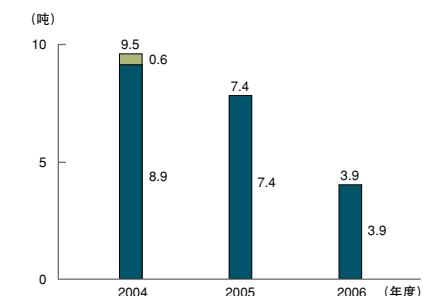
▼水质污染物排放量的变化 *2 合并 (■国内 ■海外)



氨总排放量的变化



磷总排放量的变化



*1 物流部门见[物流的环保对策] (P.75)

*2 2006年度排入下水道的影响范围在减小

*3 COD (化学需氧量)：是表示水质受污染的指标。水中污垢（主要是有机污染物）在氧化剂氧化作用下所消耗的氧气量。

*4 BOD (生物化学的需氧量)：是衡量水质污染程度的标准之一。以氧分的减少量表示分解脏物的微生物使用了多少水中的氧分。

▼环境监控

为控制向外界所排放的化学物质，富士胶片集团对于大气质量、水质量制定了比法律规定更为严格的标准，并进行着彻底的自我管理。并且，定期监控使用了PRTR法规中必须申报化学物质的工厂厂区及周遍地区的该化学物质对大气浓度。

▼土壤、地下水污染状况的调查和净化

我们对土壤、地下水污染自主地实施着环保调查。对生产厂家所使用的、规定有环境标准值的化学物质，在严格进行使用、库存以及排放管理的同时，定期对地下水水质进行监控，即使万一发生情况，也能迅速采取必要的措施应对。现有三家工厂正在进行净化管理。（见下表）。2006年度也继续推进了净化方面的工作。

▼防止土壤、地下水污染于未然

为防止新的污染现象的发生，我们将新铺设的管道和水箱等设置在地面上，以便于检查和发现是否有泄露情况发生。同时推进已有的管道和水箱进行地面化和双重化的改进和更新。



地下水的监控



土壤净化工程



管道地面化



<http://www.fujifilm.co.jp/corporate/environment/activities/antipollution/cleanup.html>

▼土壤与地下水污染调查

事业所名称		调查结束日	有无污染	物质种类	净化方法	净化状况
富士胶片株式会社	神奈川工厂(足柄厂区)	2001年11月	有(土壤)	重金属类	更换土壤	2002年3月结束
	神奈川工厂(小田原厂区)	2001年 6月	有(土壤)	重金属类	更换土壤	2002年1月结束
	富士宫工厂	2001年 3月	无			
	吉田南工厂	2001年 3月	无			
	开城地区	2001年 3月	无			
	朝霞地区	2001年12月	无			
	东京地区(南麻布)	2004年10月	有(土壤)	重金属类	未定	铺路覆盖
	仙台地区	2001年10月	无			
富士施乐株式会社	海老名事业所	1998年 5月	无			
	岩槻事业所	1996年 3月	有 (土壤/地下水)	VOC	土壤净化 抽水处理	净化中*1
	竹松事业所	2000年 7月	有(土壤)	重金属类	土壤调换	净化中*2
	中井事业所	1998年 8月	无			
	关联公司事业所(3家)	2002年 3月	无			
富士能株式会社	总公司(埼玉市)	2001年 4月	有(地下水)	VOC	抽水处理	净化中
	富士能佐野株式会社	1997年11月	无			
	富士能水株式会社	1999年 9月	无			
富士胶片技术产品株式会社	竹松工厂	2002年 4月	无			
	冈谷工厂	1998年11月	无			
	花卷工厂	2001年 6月	无			
	秋田工厂	2001年 3月	无			
富士胶片电子材料株式会社	静冈工厂	2001年11月	无			
富士胶片照相技术株式会社(宫城县黑川郡)		2001年10月	无			
富士胶片特克尼斯株式会社(绫濑市)		2002年 3月	无			
富士胶片影像株式会社	大阪事业所	2001年11月	有(土壤)	重金属类	土壤调换	2003年4月结束
	其它事业所(9家)	2001年 6月	无			

*1 表示经过定期监控后需要重新处理的

*2 预定2009年结束

环保活动

可持续性会计

富士胶片控股株式会社将与企业环保有关的投资、经费以及产出效果等统计为〔环保会计〕。将工作环境的整顿和完善与社会公益活动等所需的经费支出作为〔工作环境与社会会计〕统计。将二者合并定义为可持续性会计并予以公布。

会计年度 2006年4月1日～2007年3月31日
工作环境与社会会计统计范围
富士胶片集团的国内51家公司
(富士胶片控股株式会社、富士胶片及关联公司18家、富士施乐及关联公司32家)

工作环境・社会会计

从CSR经营的内部管理目标与对利益相关者负责的立场出发，我们于2006年开始按利益相关者分类加以统计，以使富士胶片集团相关的工作目的与实际成绩之间的关系更容易区分。此外，在与NGO、NPO和供应商之间的合作也开始采用新的统计方法。并对采用新统计法的效果进行研究探讨。

▼2006年度的情况

2006年富士胶片集团为改善员工工作环境以及从事社会公益活动所支出的费用，按本计算大约为70亿日元。用于员工的50亿日元占了较大部分的比例。其中人才培养为19亿日元，以及以富士施乐自主餐厅（5亿日元）为首的，为创建一个良好的工作环境而支出18亿日元。团体部分合计为10亿日元，其中以富士摄影沙龙（3亿）为主的国

内文化艺术振兴支出为8亿日元。今后，我们还将继续加强同NGO、NPO等的合作，为环境保护和地区社会作出更大的贡献。

▼基本事项

○工作环境・社会会计的目的

对用于员工工作环境的整顿和改善，以及社会公益活动所支出的费用进行统计，目的在于把握富士胶片集团在这些领域所开展工作的情况。

○统计方法

表中统计了〔主要工作〕一栏中该年度的支出（包括投资）。但不包括与投资设备相关的设备折旧费。其中用于员工培训和社会公益活动部分的与环保会计重复的数字也包括在内。

▼2006年度工作环境与社会会计

(金额单位：百万日元)

利益相关者	目的	主要内容	成本合计
员工	劳动安全卫生	劳动安全卫生管理、消防设备的充实等*1 健康诊断・心理卫生	1,149
	人才培养	对员工进行学术、技术以及技能方面的培训	1,901
	确保多样性	家庭与工作两不误、残疾人士的雇佣以及为适应老龄化社会而采取的各项措施*2	157
	创建宽松的工作环境	职工自主餐厅等福利方面的享受*3	1,764
顾客	顾客接待和安全措施	索赔分析费用、客户交流中心、安全信息提供、粉红丝带活动等	780
下一代	对下一代的教育	摄影体验、赞助中小学生环保日记以及大学讲座等	85
社区 (地区社会与行政)	与地区社会和谐相处	开展参观工厂、支持员工参加支援者活动等*4	183
	振兴文化艺术为社会作贡献(国内)	富士摄影沙龙等	807
国际社会	赞助国际社会的文化和社会发展	捐款印度尼西亚大地震、国际电影节与WWF等	38
NGO・NPO	与NGO・NPO的合作	加强支持教科书编写力度等	52
供应商	产品保证	召开说明会(SCM)等	44
合 计			6,960

*1 工伤强度率：0.03，工伤发生率：0.22（仅富士胶片）

*2 残疾人士雇佣率：1.78%、护理休假人数：1人、育儿休假：32人（仅富士胶片）

*3 富士施乐选择型福利享受制度（旅行、保健与自我能力开发等，2万日元/年·人）

*4 工作期内志愿者活动总计4,143小时。

2006年伴随着富士胶片集团向控股公司制的转型，我们对环保会计的统计规则作了大幅度的调整。具体包括：环保成本的设备投资、按研究开发成本所对应的环保贡献程度评估标准的修改、费用列项的调整，以及经济效益计入项目、计算方法与单价的调整等。

按以往统计方式统计的2005年度各项金额合计为：环保成本投资161亿日元、开支628亿日元、环保效果中作用于公司内部经济效益的为546亿日元、作用于公司外部的经济效益为751亿日元。

会计年度 2006年4月1日～2007年3月31日

环保会计统计范围

富士胶片集团的国内64家公司

(富士胶片控股株式会社、富士胶片

及关联公司20家、富士施乐及关联公司43家)

▼2006年度情况

防止公害设备投资的主要项目有在富士胶片九州新建工厂设置的VOC研究设备，共计投资28亿日元。由于设备采用了高效率的回收技术，使排放量降低了159吨。环保成本的支出主要用于增加了天然气等能源的使用量。天然气的使用使得二氧化碳及SO_x等的排放量有大幅度的降低，但因新工厂的建立和平板液晶显示屏用胶片的增产，导致了能源使用量的增加，所以节能效果有所降低。

用水方面因继续执行了回收利用的相关规定，节水约150万立方米，取得了相当于5亿日元的经济效益。同时，因采取了有效使用原材料等的相关措施，从单位产值能耗看，取得了相当于177亿日元的经济效益。

▼基本事项

○环保会计目的

①为公司内外相关人员提供物资正确的数量和经济层面的定量化环保信息。

②为公司高层管理和各工厂管理人员提供有助于决策参考的、数据化的环保信息。

○环保会计统计方法

参考了环境省所发行的〔环保会计指导方针〕(2005年版)

①设备折旧费按3年定额折旧法计算。

②用于环保以外的成本计算，根据支出目的按比例计算统计。

③公司内部经济效益

污染征收费、能源、原材料以及用水等计入上一年度的差额，回收及再生利用等计入该年度的实效金额。

④公司外部经济效益

SO_x、VOC以及二氧化碳等计入上一年度的差额，回收利用计入该年度的预测效果金额。

市场效益按用户使用环保产品产生的正向效益换算成具体金额后计入。

▼2006年环保会计

环保成本

1. 生产厂内的成本

① 防止公害
新建工厂的VOC处理设备
焚烧炉大气污染对策

② 地球环境保护
增加天然气的使用

③ 资源循环
回收利用
废弃物处理

2. 上·下游成本
从市场回收

3. 管理活动成本
管理系统、环保测定、绿化
对员工进行环保方面的教育和培训

4. 研究开发成本

5. 公益活动成本
向自然保护团体的捐助等

6. 环境恢复治理成本
污染征收费、污染土壤的净化设备

合计

*1 削减SO_x: 5万1千日元/吨
美国环境省2007年的二氧化硫排放权竞拍中标价。

*2 削减VOC: 35万日元/吨
(株式会社) 产业环境管理协会[有害大气污染物质防治措施的经济性评估报告] 2004年2月

*3 削减二氧化碳: 2,721日元/吨
(2007年3月末EU排放权2008期货交易价)

*4 2005年度也统计了非能源来源

*5 废弃物填埋处理成本: 100日元/kg

*6 上水道200日元/吨、下水道200日元/吨

(金额单位：百万日元)

		环保效益				
	设备投资	费用	公司内的经济效益		公司外的经济效益	
	8,239	16,669				
5,625	6,128	降低了污染费	-2	降低SOx排放 ^{*1} 降低SOx排放量	1 28吨	
				降低NOx排放量		
				降低VOC排放 ^{*2} 降低VOC排放量		
	2,408	5,276	节能	-2,111	降低二氧化碳排放 ^{*3} 降低二氧化碳排放量 ^{*4}	-147 -54千吨
206	5,265	降低原材料使用量	17,740	因再使用和再生利用降低了 废弃物排放量	9,590 95.9千吨 ^{*5}	
		降低用水量 ^{*6}	522			
		回收再生利用				
		银	3,234			
		高分子材料	944			
		铝材料	1,857			
		其它	2,852			
344	12,072	回收“QuickSnap”能拍	1,711			
		从旧设备中回收零部件	10,733			
310	11,318					
1,333	20,050			对顾客的效益请见下表	37,652	
0	236					
11	97					
10,237	60,442		37,480		47,152	

▼对顾客的效益

1) 高密度磁性记录材料

同以往的产品相比，高密度磁性记录材料的记录密度大幅度提高，用较少的记录材料即可达到所定的记录目标，从而减少了原材料的使用量。

2) 不使用制版胶片的PS版

被称之为CTP版的PS版不需要制版胶片。所以我们将制版胶片、显影处理费用和PS版的合计金额中扣除CTP购入价后的金额都作为客户利益计入。同时，原材料的使用量也有大幅度的降低。

3) 液晶显示屏用薄膜

随着视角扩大胶片与液晶保护膜的一体化，以往需使用2张膜的现在只需1张即可，从而降低了原材料和顾客的购买费用。

4) 办公用打印机

富士施乐生产的办公用打印机的耗电量同老产品比较有了很大的改善，可降低使用时的用电量。其为以电费计价的环保效益。CO₂的削减效果为55,250吨。

对顾客的效益		
效果	产品	金额
原材料削减效果	1) 高密度磁性记录材料	3,054
	2) 不使用制版胶片的PS版	13,579
	3) 液晶显示屏用薄膜	18,159
节电效果	4) 办公用打印机	2,860
合 计		37,652

环保活动

环保交流

富士胶片集团对包括海外在内的全体成员积极开展环保教育活动，以继续推动和加强依据企业理念所开展的环境保护活动。



支持对下一代的环保教育 [绿色小路] 环保日记

[绿色小路]环保日记是由（财团法人）绿十字日本所举办的活动。旨在通过让小学生每天对环境问题进行观察、探索，并连续90天以日记的形式记录下来，提高他们的环保意识。富士胶片在赞助此项活动的同时，鼓励员工的子女也积极参加。2006年12月6日[第八届（绿色小路）环保日记大赛]的表彰会和研讨会在东京的国际展示场召开，洞隆太郎（当时为小学四年级学生）从全国5000名应征者中脱颖而出，获得了鼓励奖。

2007年富士胶片将继续对该项活动提供资助。



手持日记的洞隆太郎（前左）一家

以全体员工为对象的环保教育活动

▼基础教育

富士胶片集团对包括海外在内的全体员工开展了基础教育，以加深员工对[富士胶片集团绿色政策]的全面理解。

富士胶片及其关联公司还同时开展以e学习（日语、英语、汉语、德语、葡萄牙语、西班牙语、荷兰语版等）为主体，并结合自己实际工作情况的集体教育。日语版的内容已在2006年5月更新。目前法语版正在筹备之中。

在富士施乐及其关联公司也同时推进了e学习活动。其中，海外事务所及关联公司

将各国的具体事例也列入课程中，以推动学习活动进一步的开展。

▼专业教育

对需要掌握一定专业知识和技能的业务人员和管理人员，在基础教育之外，我们还为其提供了能结合自己具体的领域和业务的专业教育课程。下表反映了一个具体的例子。

	课程	主要参加对象	举办次数	参加人数
富士胶片及其关联公司	LCA教育	研究开发、商品策划从业人员	9	117
	化学物质管理教育	化学品事业部所属人员	2	100
	产业废弃物管理教育	管理责任人与相关业务人员	8	140
富士施乐及其关联公司	化学品商品安全教育	管理责任人与相关业务人员	12	81

环保措施的国际化

▼召开环保负责人国际会议

2006年11月7日~10日，我们召开了为期四天的第11届[环保负责人国际会议]（由富士胶片19个部门的33人及7家关联公司的19人参加）。此次会议围绕[富士胶片集团绿色政策]的重要措施这一主题，与海外关联公司进行了信息交流和共享、统一了对环保课题的共同认识，将环保方面所采取的措施进一步国际化。环保国际会议始于1991年，近来，随着化学物质的管理等方面已越来越国际化，类似国际会议的召开显得尤为必要。在2006年的会议上，我们还以RoHS指令、欧洲REACH法规以及GHS等为主要课题进行了热烈的讨论，进一步加强了彼此间的合作关系。

▼与欧洲关联公司就最新的课题进行了协商

富士胶片环保和质量管理部就目前欧洲REACH法规等，与欧洲现地法人加强了联系和合作。2006年10月，对欧洲富士胶片的现地法人进行了考察，并就一些重要课题的最新信息的交流沟通和今后合作等问题进行了协商。此次欧洲考察还与同行业的其他公司交换了意见，从而加深了彼此对REACH法规和GHS等应对措施的理解，并就建立双方今后稳固的合作达成了共识。



环境担当者国际会议

▼主持召开第1届GSC亚洲·大洋洲会议

绿色可持续发展化学（GSC）网站从化工的角度，以环境保护为出发点，曾组织召开了3次国际会议，推动了全球环保活动的开展。富士胶片赞同GSC的活动宗旨，并由古森总裁担任GSC网的会长（2006年6月就任）。随着产业的急剧发展和对环境活动造成的影响日见显著，亚洲·大洋洲地区GSC活动的开展越来越受到了大家的重视。GSC网于2007年3月7日~9日召开了第一届GSC亚洲·大洋洲会议（GSC·AON 2007），古森社长担任了会议主席。

外界的评价·表彰·投诉

富士胶片控股株式会社入选 [2006全球报告50强公司] (Global · reporters2006 worldbestpractice50)

在针对企业的可持续发展报告的国际性标准调查 [2006全球报告] 中，被选为50强企业之一。此次评选中，日本国内有5家企业被选中，对于国内制造厂商而言，这是最高的评价。

荣获环保交流大奖 [可持续发展报告优秀奖]

(连续3年获此奖)

[富士胶片集团社会·环保报告2006] 获得由环境省（财团法人）地球·人类环保论坛主办的 [第10届环保交流大奖] 的 [可持续发展报告优秀奖（地球·人类环保论坛理事长奖）]。

获奖理由：报告中涉及的诸如加大同利益相关者对话的力度、接受外界提出的意见并将其反映到企业的经营活动中去等，内容具体、充实并易于理解。这次获奖是继第8届获奖之后连续3年获此荣誉。

第10届环保报告奖·可持续发展报告奖 [最优秀奖]

(连续3年获此荣誉)

[富士胶片集团社会·环保报告2006] 获得由东洋经济新报与绿色报告论坛共同举办的 [第10届环保报告奖·可持续发展报告奖] 中的可持续发展报告奖 [最优秀奖]。

获奖理由：能重视与各类不同利益相关者的沟通，开诚布公亮出反馈意见、可持续性会计公开了涉及社会面的支出成本、以及通过提供产品来贡献社会等。这是继第8届的[优良奖、和第9届的 [优秀奖] 后连续3年获此殊荣。

富士施乐获得由经济产业省主办的第17届节能大奖

[节能中心会长奖] (已连续8年获此大奖) 请见 P.21

富士胶片富士宫厂荣获PRTR奖2006 [优秀奖]

富士胶片富士宫工厂获得了由社团法人环保信息科学中心主办的PRTR大奖2006中的 [优秀奖]。获奖理由：富士宫工厂在制定了化学物质管理规定外，还根据风险评估等对化学物质进行管理，并还积极开展了同当地居民在风险方面的沟通交流活动。

富士胶片·铃鹿富士施乐获得日本环保大奖中的 [环保项目奖] 与 [环保优秀奖]

在由日本环保大奖表彰委员会主办的 [第5届日本环保大奖] 的评比中，富士胶片的“QuickSnap”能拍以其循环生产系统获得环保价值创造部门的 [环保项目奖]，铃鹿富士施乐在环保部门评比中以环保、经济以及社会性综合且平衡的可持续性发展的经营实践获 [环境经营优秀奖]。

富士施乐香港被选为，香港可持续发展与交流协会Eco-Pages 2006生态产品部门的生态·冠军 (2006年6月)

富士施乐岩槻事务所获得 [埼玉环保奖 彩色之乡生态升级大奖] (2007年3月)

外界对富士胶片集团CSR活动的评价

作为一个以 [可持续发展] 为宗旨，积极推进CSR活动的企业，富士胶片集团受到外界如下的评价：

- 被编入 FTSE 4Good Global Index
- 被编入 Dow Jones Sustainability Indexes 2008



关于遵守法律法规方面的情况以及投诉报告

2006年无一例违反环保相关法律法规的案例。投诉如下表所示共计11例。具体内容涉及噪音和震动等，但我们都立刻采取了相应的措施予以解决，并在说明具体原因的前提下，得到了当地居民的理解。今后我们将进一步加强管理以杜绝类似情况的发生。

▼ 2006年度有关环境保护方面的投诉

富士胶片 开城地区	噪音 2例
投诉内容：先进研究所附近的居民对噪音的投诉。 措施与结果：对北侧洗涤器采取了隔音措施，并确认有效。	噪音 1例
富士胶片 朝霞地区	噪音 1例
投诉内容：附近居民反映蒸汽管道的维修引起蒸汽排放噪音。 措施与结果：改变管道铺设位置。今后将在确认工程内容的基础上将采取的措施告知施工人员。	异味 1例
富士能佐野	异味 1例
投诉内容：附近居民反映从除臭装置中散发出异味，经调查后发现是除臭装置内活性碳已到使用寿命期限，所以产生了异味。 措施与结果：采取了应急措施迅速调换了活性炭，并向附近居民告知已采取相应措施。 之后，制定了除臭装置管理顺序书，并明确规定了日检和定期检查的相关规定。	噪音 1例
富士特克尼斯	噪音 1例
投诉内容：在厂区东侧夜间有巨大声响，附近居民反映晚上无法入睡。 措施与结果：综合循环泵轴承发生故障导致声响。 已于当天调换。	噪音 1例
富士施乐 海老名事务所	噪音 1例
投诉内容：附近居民反映工厂屋顶上所设置的转动机器（排气设备的轴承）发出噪音。 措施与结果：作为暂时的处理措施，我们将轴承进行了更换。针对机器的预防保全措施不够完备的情况，我们在管理手册中追加了提高机器的检查频率（由1次/4个月提高至1次/1个月），并定期实行维护、保养（1次/年）。	噪音 1例
富士施乐 竹松事务所	噪音 1例
投诉内容：附近居民反映与厂区东侧相邻的富士胶片先进研究所噪音产生。富士施乐根据居民反映对噪音进行了测试，测试结果表明，深夜噪音为61分贝，超过了县政府有关部门规定的52.5分贝。原因是设置在屋顶的排风设备的排风口所产生的噪音（99分贝） 措施与结果：在排风口内安装了隔音材料，将噪音控制在超过规定标准的50分贝。	噪音 2例
富士施乐 影像材料株式会社	噪音 1例
投诉内容：附近居民反映锅炉安全阀工作时有噪音产生。 措施与结果：对锅炉安全阀等进行了改进，并已确认符合锅炉运转顺序操作规定。	噪音 1例
富士胶片照相材料株式会社	噪音 2例
投诉内容：附近邻居民反映 [夜间有巨响产生]。经调查后发现排水处理设备的浅盘脱气（泡）槽变形。 措施与结果：采取了应急措施，使浅盘排风机运转，之后进行了加固以防止变形，从而消除了噪音。	噪音 1例
投诉内容：近邻居民反映[排水处理设备蒸汽排出声音过大，晚上无法入睡]。经调查后发现，旁通管排水处理设备加湿用蒸汽凝气阀堵塞时从旁路管道排出蒸汽声。 措施与结果：对蒸汽凝气阀进行维修后再配置了隔音罩。	噪音 1例
FUJIFILM do Brasil Ltda.	噪音 1例
投诉内容：附近邻居民反映压缩机噪音过大。 措施与结果：进行了现场噪音调查，采取了防止噪音的措施。	噪音 1例

敬呈富士胶片控股株式会社《富士胶片控股株式会社可持续发展报告2007》的各位读者及富士胶片控股株式会社

根据AA1000保证标准观点实施的第三方评估结果

2007年7月13日

株式会社Aarata可持续性认证机构



该《根据AA1000保证标准观点实施的第三方评估结果》是富士胶片控股株式会社《富士胶片控股株式会社可持续发展报告2007》中所刊载的日文版内容的译文。富士胶片控股株式会社完成翻译并对其内容负责。

1. 评估的对象和目的

我们（株式会社Aarata可持续性认证机构）根据富士胶片控股株式会社（以下简称“公司”）的委托，对公司编制的《富士胶片控股株式会社可持续发展报告2007》（以下简称“该报告”）实施评估。此次评估的目的是作为独立的第三方，根据英国的社会与伦理责任研究所（The Institute of Social and Ethical Accountability）在2003年颁布的AA1000保证标准中所规定的AA1000基本原则，即“重要性、完整性、回应性”的观点对公司是否在该报告中就富士胶片集团的CSR活动对利害相关方进行了恰当的信息披露进行评估并阐述意见。

重要性：在报告中记载利害相关方进行判断、决策、行动所需要的、与可持续性绩效相关的信息

完整性：识别并充分理解可持续性绩效的重要事项

回应性：回应对利害相关方而言的重要事项、方针及相关标准，并将回应的情况在报告中披露

有关重要性的评估：

在AA1000保证标准中，“遵法合规的相关绩效”、“方针的相关绩效”、“以同业为基础的规范”、“以利害相关方为基础的重要性”是作为判断重要性时要考虑的4种参量。我们针对上述19个项目进行逐项分析，对其在这4种参量中涵盖了哪几种加以探讨，评估其重要性。

有关完整性的评估：

在AA1000保证标准中，要求判断完整性时要识别可持续性绩效，把“伴随经营责任和法律责任的业务活动、产品、服务、组织”作为应当理解的范畴。我们针对上述19个项目对其披露信息的涵盖范围（“所有集团下属企业”、“日本国内集团下属企业”、“富士胶片株式会社”、“不明确”）加以探讨，评估所披露信息的完整性。

有关回应性的评估：

就回应性而言，我们针对上述19个项目在该报告中是否具体进行了披露加以研讨，评估其对所披露信息的回应性。

我们在该报告的编制过程中通过如下程序实施评估。

- 阅读该报告的结构草案、中期稿、最终稿
- 列席利害相关方对话和读者意见交流会
- 与相关负责人进行访谈并阅览有关资料
- 与经营管理层进行访谈

4. 根据AA1000保证标准观点实施的评估结果

针对该报告所记载的内容，我们就AA1000保证标准的AA1000基本原则，即“重要性、完整性、回应性”实施评估，评估结果如下：

就“重要性”而言，在19个项目中有2个项目对4种参量都做了回应，有7个项目对3种参量做了回应，有10个项目对2种参量做了回应。也就是说这19个项目都对4种参量中的2种以上的参量做了回应。对于公司这种在持续地和利害相关方进行对话的同时，将相对利害相关方而言的重要项目的信息加以披露的努力，我们给予好的评价。

3. 评估方法和程序

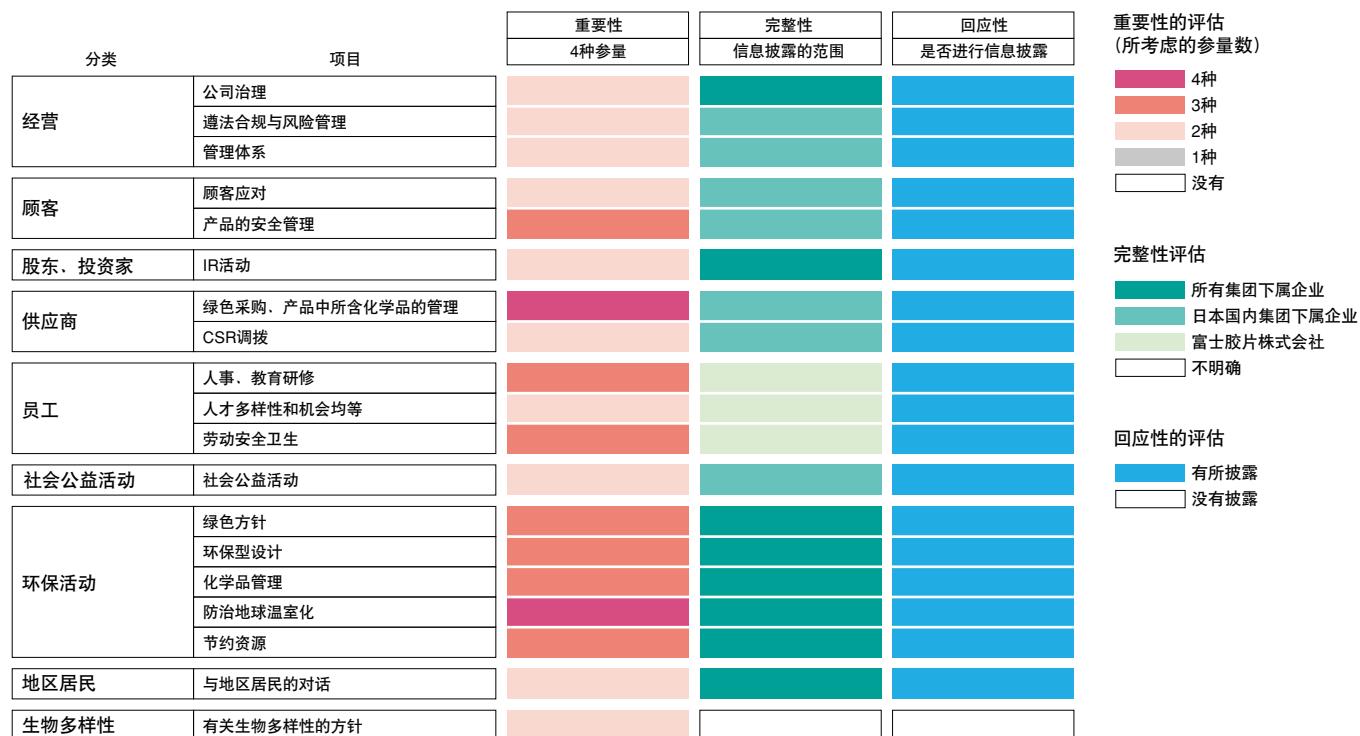
我们从截至去年（2006年度）为止的评估项目、过去的报告中所记载的项目、利害相关方对话的结果中选出了被认为对公司和利害相关方而言很重要的19个项目。并且以AA1000保证标准基本原则的观点就公司是否在该报告中就富士胶片集团的CSR活动对利害相关方进行了恰当的信息披露加以评估。该报告的评估方法如下：

就“完整性”而言，在19个项目中有8个项目其信息披露的对象是“所有集团下属企业”，有7个项目其信息披露的对象是“日本国内集团下属企业”，有3个项目其信息披露的对象是“富士胶片株式会社”，还有1个项目的对象范围是“不明确”。特别是“环保活动”这1项是以“所有集团下属企业”为对象范围的。公司为了在集团整体范围内推行CSR经营而设置了CSR委员会，明确了富士胶片集团统一的企业行动宪章、行动指南、有关CSR的观点。公司今后要面临的课题是作为全球性跨国企业，公司应如何更加详细地掌握日本国外的集团下属企业CSR活动的现状并进行信息披露。同时，针对员工的“人事、教育研修”、“多样性和机会均等”、“劳动安全卫生”，还只有富士胶片株式会社是其信息披露的对象，所以今后我们希望可以扩大信息披露的范围。

就“回应性”而言，“有关生物多样性的方针”以外的18个项目均披露了详细的信息。公司为了回应利害相关方的希望，将利害相关方对话中所采纳的题目和课题（第31页）应用于促进和改善富士胶片集团的CSR活动。例如，在该报告中，对富士胶片株式会社所实施的有关“多样性和机会均等”的项目（第59页）、谋求所有商

业合作伙伴对“CSR调拨”的理解和贯彻（第56页）、通过“遵法规”意识调查的实施结果掌握员工意识的变化并明确今后应予以解决的课题（第40页）等进行了信息披露。就“有关生物多样性的方针”而言，公司计划在2007年度（2007年4月1日至2008年3月31日）展开工作。公司今后要面临的课题是如何根据“通过利害相关方对话、在促进CSR活动进步的同时推动CSR活动的阶段（第31页）”的内容改善CSR活动，并将其发展情况加以披露。

通过对“重要性、完整性、回应性”进行综合地研讨，我们认为今后公司应在包括日本国外的集团下属企业的范围内，针对“员工”的各个项目及“与地区居民的对话”，更加详细地掌握实际情况，对重要性很高的信息加以披露。



5. 展望未来

公司所编制的该报告是公司向利害相关方披露其CSR活动成果的交流工具。

今后，我们希望公司能够通过和利害相关方持续不断地对话将其活用于改善CSR活动，在此之外，我们还希望公司能够针对CSR活动的重要项目，在报告中就其促进和改善的程序等加以披露。

- AA1000保证标准的详细内容请参照<http://www.accountability21.net>。
- 该评估结果不对该报告所记载的信息收集程序和报告程序的有效性和可信性进行保证。

第三方审查报告

敬呈 富士胶片控股株式会社

代表取缔役社长・CEO 古森重隆 先生

2007年7月13日

该《第三方审查报告》是富士胶片控股株式会社《富士胶片控股株式会社可持续发展报告2007》中所刊载的第三方审查报告的日文版内容的译文。富士胶片控股株式会社完成翻译并对其内容负责。

1. 审查的对象和目的

我们（株式会社 Aarata 可持续性认证机构）根据富士胶片控股株式会社（以下简称“公司”）的委托，对公司编制的《富士胶片控股株式会社可持续发展报告2007》（以下简称“该报告”）实施审查业务。审查业务的目的是以独立的立场对该报告中所记载的环境信息和社会信息是否是根据公司所规定的方针和标准所收集、报告的阐述意见。

该报告是公司负责编制的，我们的责任是以独立的立场阐述我们的意见。

同时，该报告是本公司所实施的第8期审查业务的审查对象。该报告所记载的环境信息和社会信息中1998年度（1998年4月1日至1999年3月31日）以前的相关信息不在审查对象范围内。

2. 实施审查程序的概要

我们根据《环境报告的审查标准草案》（日本环境部于2004年3月制定）的标准，同时参照《除历史财务信息审计或审阅之外的保证业务（ISAE3000）》（国际会计师联盟于2003年12月修订）展开此次审查业务。

审查业务中所实施的程序的概要如下：

- 就公司整体情况及环境管理查阅相关资料，与相关人员进行访谈
- 询问与该报告中所记载的环境信息和社会信息有关的公司的方针、标准的制定和运用情况
- 就审查对象的监测方法、统计方法、报告方法查阅相关资料，与相关人员进行访谈
- 对审查对象实施抽样评审，就所抽样的数据和原始资料进行凭证核对，对各种原始资料的一贯性进行评估分析

实施现场评审的场所

现场评审对象	主要职能
富士胶片控股株式会社 总部	总部职能
富士胶片株式会社 吉田南工厂	生产职能
富士胶片电子材料株式会社 静冈工厂	生产职能
富士施乐株式会社 总部	总部职能
富士施乐株式会社 竹松事业所	生产、研发职能

3. 审查结论

审查结论如下：

- 在我们所实施的评审程序范围内，未发现使我们相信该报告所记载的环境信息和社会信息存在未根据公司所规定的方针和标准进行收集、报告的重要事项。

4. 独立性

公司和我们之间不存在《环境报告的审查标准草案》及《日本注册会计师法》所规定的应当注明的利害关系。

株式会社 Aarata 可持续性认证机构



索引

数字	
3R（减量化、再使用、循环再利用）	21、46、69、70
7-11便利店打印	12
A	
AA1000保证标准・AA1000系列标准	5、87
AIS（条款产品环保安全信息单）、AISplus	
	53
B	
保健品	11
便利店	12
C	
CSR思考方式	28
CSR采购	29、30、31、33、34、57
CSR委员会	39、40、67
采购品种	55
采购方针	55
产品安全管理（PL）	53
产品环保信息总数据库	70
出口管理	42
D	
DNA提取	14
DocuCentre C2100	19
DocuPrint C3050	21
大家都来参与6%节能减排运动	29、74
大型彩色操作屏	52
第三方审核	5、87、89
读者意见交流	5、32
带薪休假使用率	58
对顾客的效益	83、84
多氯联苯（PCB）	79
东京中央城	6、15、22、74
E	
e学习	56、57、61、85
F	
FCR（富士计算机放射诊断仪）	13
F-POWER项目推进组	32、34、59
FRC（富士胶片责任管理）委员会	67
FTD	11
FUJIFILM SQUARE（富士胶片广场）	15、52
FUJIFILM NEWS（事业报告书）	54
Fuji Xerox Art Space （富士施乐艺术空间）	15
发挥女性及女性管理人员的积极性	34、58、59
富士施乐爱科制造工厂	20
富士能株式会社	14、81
富士胶片放射医疗器材公司	13
FUJIFILM WAY（FW）活动	29、58、61
富士胶片九州工厂	25、44、73、77、78
富士胶片先进研究所	7、26、62
服务站	50、51
废弃物	67、68、78
返聘制度	59、60
粉红丝带运动	13
防止全球气候变暖	73
放射性医用药品	13
风险管理	38、42
G	
GHG（全球性温室效应气体）	32、67、73
GHS（化学品分类及标记全球协调系统）	
	46、53、68、71
GRI指导方针	5
个人信息保护	42
个人隐私标记	42
顾客	50、51
顾客交流中心	42、50、51、52
股东与投资者	6、50、54
公益信托 富士胶片绿色基金	50、62、63
公司内部公开招聘制度	61
供应商	50、55
供应商绿色标准与采购物绿色标准	56
H	
工会	60、62、64
工伤事故发生率・工伤事故强度率	61
工作与生活的平衡	32、33、34、59
国际资源循环系统	19
灌养林	25、26、77
管理系统	43、68
I	
护理休假	59
海外公司	45、46、47、48、77、78
含有化学物质的管理	29、57、66、68
化学物质管理	71、72
化审法	72
环保会计	83
环保教育	85
环保效率	67、68
环保负责人国际会议	66、85
环保设计	67、70
环保质量	66、67、68、70
环保论坛	24、66
环境负担	67、69
环保报告指导方针	5
环保管理系统（EMS：ISO14001）	43、56
环保监控	68、81
环保标签	52
环球·报告	86
挥发性有机化合物（VOC）	68、79
J	
JAMP（条款管理推进协议会）	50、53、57
技术支持中心	51、52
健康管理	11、60
降低化学物质排放	79
京都机制	74
经验丰富的老员工	52
节能大奖	21、86
节约资源	77
节电（熄灯）运动	74
K	
可持续性会计	82
可回收利用包装箱	76
控股公司制	3、6、37
L	
利益相关者	31、49、50
利益相关者对话	5、31、33、34、50
老龄化社会	52、59
劳动安全卫生	61
劳动安全卫生法	53、72
劳动环保与社会会计	82
累积休假	59
零废弃、零排放	19、20、22、46、67、78
录用	58
绿色供应与绿色采购	56、57
绿色政策	47、67
M	
Meet FUJIFILM	54
MSDS（产品安全数据表）、MSDSplus	
	53、68、71
模式转化	69、75
N	
纳米技术	11、14
能拍 循环生产	21、64
能登半岛地震	62
年度报告	6、54
P	
PCB（多氯联苯）	79
PL委员会	39、53
PRTR法（化学物质管理促进法）	53、79、81
Q	
聘用残障人士	34、59
平均年龄与平均工龄	58
品质管理系统（QMS：ISO9001）	43
R	
REACH规则	46、48、57、66、68、70、71、72、85
RoHS指令	48、50、53、56、57、66、70、71、72
乳腺摄影图像	13
人才培养	56、61、82
容器包装材料	68、77
S	
事业概要	7
试销店	11、15
石棉调查	61、72
社会公益活动	62
社会公益论坛	23
手语会话系统	52
生态行动21	56
生态等级	56
生态标记	52
生态绿叶环境标签	52
生物的多样性	31、33、34
生物量标记	52、53、74
生命周期	19、21、67、70
T	
特奥会	23、63
碳中和	52
谈话核对单	52
投诉受理管理系统（ISO10002）	29、51、53
投诉	86
天然气	25、66、68、73
通用型设计	12、52
V	
VOC（挥发性有机化合物）	68、79
W	
WEEE	48
外界对公司的评价	86
尾数俱乐部	23、62
未来绿色地图	17
物流	69、70、71
X	
虾青素	11
心理健康	60
信息学校	16、23
信息安全	42
性骚扰投诉热线	60
消费生活产品安全法	29、53
Y	
野口 健	24、26
液晶显示屏用材料	25
医疗	13
育儿休假	59
银座Velvia馆	15
由鼻腔插入的内窥镜	14、52
员工	50、58、68
员工意识调查	60
用户评估会	52
Z	
自我评价	29
遵纪守法	37、38、40、41
综合危机管理委员会	39、53
综合管理系统（IMS）	29、43、44
纸浆采购标准	56
支援放大版教科书的制作	23、62、82

有关本报告的查询请联系以下单位。

[富士胶片控股株式会社 可持续发展报告2007]

也可登录下列网站查询。

<http://www.fujifilmholdings.com/ja/sustainability/>

富士胶片控股株式会社

集团运营支持部 CSR领导小组

〒107-0052 东京都港区赤坂9丁目7番3号(东京中央城)

电话03-6271-2065 传真03-6271-1190

编后记

[富士胶片控股株式会社 可持续发展报告 2007] 对我们而言是一本具有重要意义的报告。这份报告自2006年10月1日富士控股株式会社诞生以来首次发行，报告名称也由「社会与环境报告」改为「可持续发展报告」。2006年的报告获得了「第十届环境保护报告奖・可持续发展报告奖」的最优秀奖，并被选为「第十届环保交流大奖」的优秀奖。在编辑时，我们努力将本册报告汇编成一个「通俗易懂」的报告。因报告编写过程中作了多次修改，想必给各相关单位添了很大的麻烦，在此表示衷心的谢意。对我们而言，在控股型的公司体制下编制的报告究竟应该是怎样的一种报告，应该如何去做，也是处在不断摸索的过程之中。我们有决心希望一年比一年办得更好，同时恳请各位广大读者，一如既往地给予我们支持。如果各位能填写所附问卷调查或者登录我们的网站提出您宝贵的意见与感想，我们将感到非常荣幸。



该印刷品符合E3PA
银色标准的环保型印刷方法。
E3PA：环保印刷推进协议会
<http://www.e3pa.com>



该印刷品文本使用FSC认可的纸张



该印刷品使用美国大豆协会
认定的环保型大豆油墨印制



印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます