

価値創造のあゆみ

創業以来、時代の先を読み、幅広い技術を蓄積・進化させ、価値のあるイノベティブな製品・サービスを提供することで社会に貢献するとともに、企業としても成長を続けてきました。その際に鍵となったのは写真フィルム事業で培った高度かつ多彩な技術です。ここでは、写真関連製品の開発・生産に必要なとされる光学、化学、エレクトロニクスなどさまざまな技術を軸に、成長が期待され、かつ競争優位性を発揮できる領域を見極め、成長戦略を進めてきた富士フィルムグループのイノベーションの歴史をご紹介します。

1934年～1950年代	1960年～1970年代	1980年～1990年代
フィルム国産化・国内販売網確立	事業の拡大・技術力の向上	デジタル化の進展・グローバル化の加速
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1934年設立 国産の映画用ポジフィルムの販売を開始 ▶ X線フィルムや製版用フィルムなどを販売し、医療分野や印刷分野などへ事業を多角化 ▶ 総合写真感光材料メーカーとしての地位を築く ▶ レンズ、光学機器の分野へと進出 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 海外現地法人の設立などによりグローバル市場の開拓を開始 ▶ 英国ランク・ゼロックス社との合併により富士ゼロックスを設立 ▶ 世界に先駆けてカラーネガフィルムの研究開発と製品化に注力 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「世界のFujifilm」を目指して、海外生産拠点を整備し、海外での販売を推進するなどグローバル化を加速 ▶ 写真、医療、印刷事業におけるデジタル化にいち早く取り組む ▶ 「FCR」やデジタルカメラなど、数多くの画期的な製品を世に送り出す

1958 一般用カラーネガフィルム・カラーペーパーの発売

一般写真向けのカラーネガフィルムとカラーペーパーを発売し、より手軽にカラー写真をプリントしたいというニーズに対応。写真フィルムの研究や開発・生産で培われた技術が、富士フィルムグループの事業を支える基盤となっています。



「フジカラーネガティブフィルム」

1958 「フジタック」発売

写真フィルムの支持体として開発された不燃性TACベースを「フジタック」として発売しました。その後、独自技術で改良を重ね、1970年代に液晶パネルの偏光板の保護フィルム向けの「フジタック」を発売。現在は、タッチパネルや有機ELディスプレイ向けの材料にも技術を応用展開し、事業領域を拡大しています。



偏光板保護フィルム「フジタック」

1962 日本初 普通紙複写機の発売

英国ランク・ゼロックス社との合併により富士ゼロックスを設立し、国内で初めて普通紙複写機の販売を開始。画期的なゼログラフィー技術で日本のオフィス環境に革命をもたらしました。以来、デジタルカラー複合機の開発・販売やソリューションの提供を通じて、働く環境、オフィスの生産性向上、お客さまの省力化・増力化に貢献しています。



普通紙複写機「Xerox914」

1976 世界初 高感度カラーネガフィルム「フジカラーF-II 400」開発

世界に先駆けて、感度400のフィルムの開発に成功。世界中に大きな反響をひきおこし、富士フィルムの技術力の高さが認識されました。屋内・屋外を問わずストロボなしで、失敗の少ない美しい写真が撮れるようになりました。



「フジカラーF-II 400」

1983 世界初 デジタルX線画像診断装置「FCR」発売

X線画像のデジタル化を世界で初めて実現したFCRは、30年以上にわたリトップシェアを誇っています。現在は、低線量・高画質・小型化を進めたシステムを提供しています。



「FCR (Fuji Computed Radiography)」

1986 世界初 レンズ付フィルム発売

誰でも簡単・手軽にきれいな写真を撮れるようになり、写真需要の拡大に貢献しました。



レンズ付フィルム「フジカラー写ルンです」

1988 世界初 フルデジタルカメラを開発

世界初のフルデジタルカメラ「FUJIX DS-1P」を開発。写真フィルムメーカーである富士フィルムは、将来のデジタル化を見据え、早くから研究開発に取り組んできました。



「FUJIX DS-1P」



2000年～2016年

第二の創業期～ 強固な事業ポートフォリオの構築・充実

- ▶ 富士ゼロックスを連結子会社化
- ▶ 急速なデジタル化の進展をとらえ、事業構造を転換
- ▶ 「富士フィルム先進研究所」を設立
- ▶ 富士フィルムホールディングスを設立し、持株会社体制に移行
- ▶ 創立80周年を機に、新コーポレートスローガン「Value from Innovation」を制定

2017年～

さらなる飛躍を目指して

- ▶ 2030年を目標とした新CSR計画「Sustainable Value Plan 2030」および新中期経営計画「VISION2019」を策定
- ▶ 「VISION2019」では、ヘルスケア領域を主力事業として大きく成長させるとともに、ドキュメント事業の強化に取り組む

2007 日本初

再生医療等製品として自家培養表皮 「ジェイス®」が製造販売承認取得

ジャパン・ティッシュ・エンジニアリング(2014年連結子会社化)が開発。自家培養表皮の適応拡大を通じ、普及を図るなど、今後も人々の生活の質(QOL)の向上と再生医療の産業化促進に貢献していきます。



自家培養表皮
「ジェイス®」

2012 世界初

新世代磁性体バリウムフェライト(BaFe)を 使用した大容量テープの製品化に成功

磁性体にBaFeを使用することでデータ容量を飛躍的に向上させるとともに、コスト面に優れた高品質の製品を提供しています。



「FUJIFILM LTO Ultrium8
データカートリッジ」

2016

タブレット型超音波画像診断装置 「SonoSite iViz」発売

小型・軽量で携帯性に優れ、高精細な画質を実現したタブレットタイプの超音波画像診断装置を発売。今後もPOC*市場においてニーズを的確にとらえ、医療現場をサポートしていきます。



「SonoSite iViz」

* Point of Careの略。救急救命室、手術室、在宅など治療の現場において、医師が患者の目前で検査を実施、治療方針を判断して、医療処置・治療を行うこと

2018

AI技術ブランド「REILI」発表

富士フィルムが70年以上にわたり培ってきた画像処理技術を活用し、AI技術の開発を進め、これらの領域で活用できるAI技術を、「REILI」というブランド名称で展開。AI技術を活用することで画像診断における医師の診断支援やワークフローの改善に取り組んでいきます。



「SYNAPSE SAI viewer」

2019

世界最高1億2百万画素のラージフォーマット センサー搭載「FUJIFILM GFX100」発売

フルサイズの1.7倍の面積を持つイメージセンサーを搭載した「GFXシリーズ」のフラッグシップモデル。写真フィルムの研究・開発で培った独自の色再現技術などの組み合わせで世界最高峰の写真画質を実現し、高速・高精度オートフォーカスやボディ内手ブレ補正、4K動画撮影も可能な革新的ミラーレスデジタルカメラです。



「FUJIFILM GFX100」

企業価値の源泉

富士フィルムグループにおける企業価値の源泉は、「技術力」「企業風土」「人材」「ブランド力」「グローバルネットワーク」であり、これらは、ステークホルダーの皆さまの期待・ニーズ・信頼に応えていくために欠かすことのできない要素です。

技術力



富士フィルムグループの幅広い事業を支えるのが「技術力」です。長年ビジネスを行ってきた「銀塩写真」関連の製品は、多種多様な技術の集積によって成り立っています。現在、全社の売上に占める写真フィルムの割合は1%未満とわずかですが、この「銀塩写真」領域で培ってきた富士フィルムグループの事業を支える基盤技術と持続的な競争優位性を築くための核となるコア技術を組み合わせ、さまざまな製品・サービスを提供しています。

■詳細はP5-7をご覧ください

企業風土



富士フィルムグループは、すべてのステークホルダーに対して耳を傾け、双方向に意見を交わし(オープン)、公平・公正な態度でルールを順守し(フェア)、自身の意思決定や行動に責任を持ち、嘘・偽りなく透明性を保つ(クリア)という「オープン、フェア、クリア」な「企業風土」のもと、勇気をもって挑戦しています。このような企業風土のもとで、先進・独自の技術をさらに磨き、新たな価値を創造し続けるパイオニアとして常に先頭を走る活力に満ちた企業であり続けます。

人材



成長事業の創出・育成やグローバル展開の加速を実現するためには、優れた「人材」が不可欠です。富士フィルムグループは、社会の変化に対応し、自らイノベーションを起こすことのできるグローバル人材や基幹人材の育成に長期的な視点で注力するとともに、多様な人材が能力を最大限に発揮できる環境づくりを進めています。

ブランド力

FUJIFILM
Value from Innovation

「FUJIFILM」ブランドは、写真分野で培ってきた高度な独自技術のもとに、イノベーションを通じて革新的な製品・サービスを生み出し続けることで、その価値を高めてきました。世界各国で「NEVER STOP」をメインメッセージにしたグローバルブランディングキャンペーンを展開。先進独自の技術で、新たな価値を提供しながら、さまざまな社会課題の解決に貢献していること、そして「常に成長する企業であり続けるために絶えず向上・前進し続ける」当社の姿勢を正しく伝え、さらなるブランド力向上に努めています。

グローバルネットワーク



当社は、創立間もない1937年に初の海外拠点を開設するなど、積極的に海外展開を進め、2018年度で海外連結売上高比率約59% (海外売上高:1兆4,250億円)、連結子会社279社を持つグローバル企業へ成長しています。近年は、BRICsやトルコ、中東、東南アジアなどの新興国市場を最重点地域ととらえ、これらの地域に積極的に現地法人を設立し、販売体制を強化しています。

技術力

富士フィルムグループの企業価値の源泉のひとつである「技術力」。ここでは、先進・独自の技術で画期的な製品・サービスを生み出し、世の中に価値を提供し続けていくために「技術力」の向上に努めるとともに、自社技術と外部技術を掛け合わせるオープンイノベーションを図る富士フィルムグループの考え方と取り組み内容をご紹介します。

研究開発方針

5つの研究方針の下、事業戦略とR&D戦略を融合することで、「生活の質の向上に貢献できる骨太の新規事業開拓」と「革新的新製品による既存事業分野の成長持続」を図っています。

研究方針

1. 基盤技術の深耕/拡大
2. 複数の異種技術融合による新たな価値創造
3. グループシナジーの強化
4. 開発スピードアップ
5. 個々の研究者と組織の研究力強化

研究開発体制

富士フィルムでは、ビジネスに直結する研究開発を行う「ディヴィジョナルラボ」と写真事業を通して培ってきた高度な材料化学、画像、解析、生産システムなど、基盤となる技術を研究する「コーポレートラボ」を設け、これらをR&D統括本部が一元管理する体制によって、スピーディな新製品開発および成長を牽引する新規事業創出を促進しています。富士ゼロックスでは、大学や研究機関、企業などのパートナーと連携し、富士ゼロックスのみならず地域社会の課題解決に向けたシナジーの発揮を目指しています。また、日本や海外の研究開発拠点の連携を通じて、グローバルな市場の要求にスピーディに対応できる体制を整えています。

知的財産の考え方

富士フィルムグループの企業活動のさまざまな場面で創造される価値を、当社の優位性に確実に結びつけるべく、知的財産活動に取り組んでいます。その範囲は、発明生産支援、特許出願・権利化といった従来の典型的な知的財産活動に加えて、戦略的な他社競合分析や事業優位性を導くための工業標準活動など、多岐にわたります。事業部門、研究開発部門と連携し、強い知的財産の創出と活用により、事業成長に貢献するとともに、ビジネスリスクの低減などにも取り組み、企業価値向上を目指しています。

「共創」により新たな価値を創出する オープンイノベーションの取り組み

富士フィルムグループの競争力の源泉である基盤技術・コア技術とそれらを活用した材料や製品・サービスを社外のビジネスパートナーに示し、新たな価値を「共創」する場として「Open Innovation Hub」を日・米・欧で開設。オープン以来、3つの拠点合わせて約3,000社15,000名(2019年8月末時点)に來訪いただき、さまざまな形での協業が進んでいます。また、富士ゼロックスでは、「Smart Work Innovation」関連の製品・サービスや実証中の技術を体感できる「Smart Work Innovation Laboratory」や、プロダクション領域に特化し課題の探索から実証活動まで行うことができる「Future Edge」を開設。最新のAI・IoTなどの技術も取り入れ、急激に変化する事業環境において多様化する課題に応えるソリューションを提案し、お客様の経営課題をともに解決していきます。



「Open Innovation Hub」

AI/ICTの取り組み

富士フィルムはこれまで、医療用画像や一般写真の分野で、画像から必要な情報を読み取る技術を開発してきました。これらの知見をもとに、今後は事業活動から得られるさまざまなデータ、例えば医療の検査結果などの生体情報を画像情報と組み合わせて「統合的に理解や判断を行い、現場を支援するAI技術」へと発展させていきます。

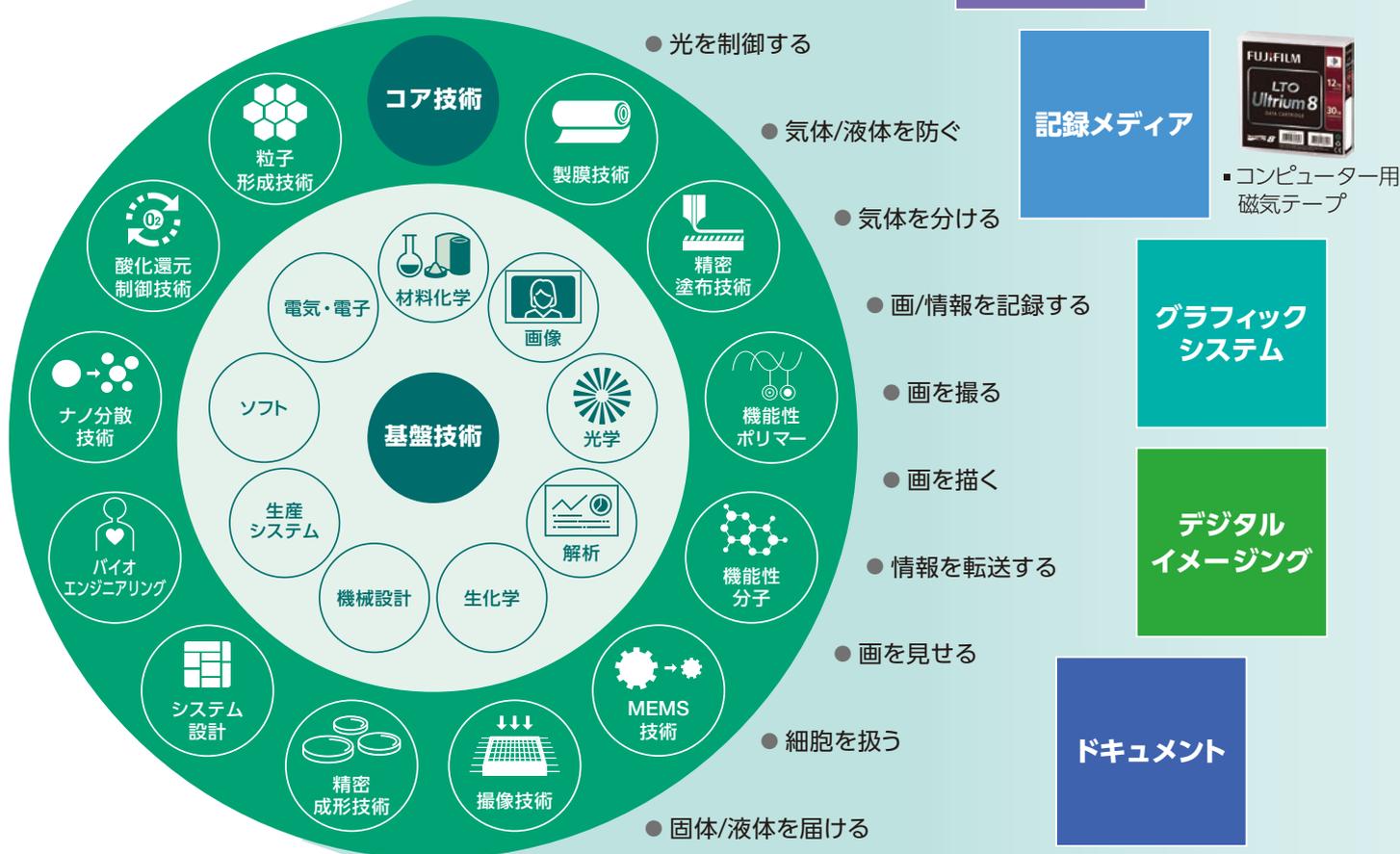
さらに、独自のAI技術を、診断レポートや医学書などの言語化された知識やヒトの経験知とも結び付けることで、さまざまな社会の課題を解決する次世代AI技術をアカデミアと協働で開発するなど、次世代AI技術の開発を強力に推進しています。(→詳細はP.28 特集1:「次世代AI技術で実現する未来」をご覧ください。)

企業価値の源泉—技術力

成長を支える独自の技術とさまざまな分野への展開

富士フイルムグループは創業以来、有機・無機材料化学、光学技術、解析技術などの、富士フイルムグループの事業を支える基礎となる基盤技術を蓄積してきました。

さらに、基盤技術をもとに、持続的に競争優位性を築くための核となる独自のコア技術を磨き、それらを組み合わせることで、未来を切り拓く新たな“価値”を生み出すさまざまな製品・サービスを提供しています。今後も持てる技術力を幅広い分野で応用し、新たな価値の創造に取り組んでいきます。

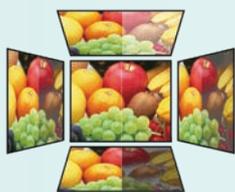


「銀塩写真」領域で培った技術

<p>カメラ</p>  <ul style="list-style-type: none"> レンズ、ハードウェア、システムを高品質で設計・製造する技術 	<p>写真フィルム</p>  <ul style="list-style-type: none"> 均一で光学的にゆがみのないフィルムベースを作る技術 機能性物質をナノレベルで設計し、何層も同時に、かつ高速・均一に塗布する技術 	<p>カラーペーパー・ミニラボ</p>  <ul style="list-style-type: none"> 塗布された機能性物質の化学反応を、精密に制御する技術
---	---	---

富士フィルムグループの生み出す新たな価値

取り組みの一部をご紹介します。



▪ ディスプレイ用
光学フィルム



▪ タッチパネル用
センサーフィルム

▪ ガス分離膜

▪ CTP (Computer-to-Plate) プレート

▪ インクジェットプリンター用インク

▪ ワイドフォーマットUVインクジェットシステム



▪ インクジェットデジタル
プリンティングシステム



▪ デジタルカメラ



▪ 光学レンズ



▪ 複合機・プリンター

▪ ドラッグデリバリー
システム



▪ 機能性化粧品

▪ サプリメント



▪ 三次元医用画像
情報システム



▪ 内視鏡システム

▪ デジタルX線
画像診断システム

▪ 超音波画像診断装置

生活



テレビやパソコン、スマートフォンなどで使われる液晶ディスプレイの製造に不可欠な高性能フィルムを開発。これからも進化するテクノロジーの需要に応え、製膜技術などを生かした付加価値の高い幅広い部材を、開発・提供していきます。

オフィス



オフィス機器を提供するだけでなく、複合機をポータブル化し、自社・他社のビジネスクラウドサービスと連携させることで、お客さまに適したコミュニケーション環境を構築。働く人々の生産性向上・業務効率化を実現し、企業の働き方改革への取り組みを支援していきます。

病院



X線診断機器、内視鏡、超音波、IVDなど、富士フィルムの技術を生かした診断機器を幅広く提供。さらに、医用画像情報システムや富士フィルムの画像処理技術とAI技術を組み合わせたプラットフォームを提供するなど、医師の診断サポートに貢献していきます。

社会



ナノレベルの精度でレンズを作る光学技術。撮影現場で活躍する8K放送用レンズだけでなく、セキュリティに対する意識が高まる中で求められる高性能監視カメラ用レンズや高解像性能のマシンビジョンレンズなど、多様なニーズに応える高付加価値のレンズを提供していきます。

「自ら変化を作り出す」進化し続ける企業へ

富士フィルムグループは、フィルムの国産化を目指した技術開発、イーストマン・コダックからの米通商法301条提訴、オイルショックやシルバーショックによる原材料価格の高騰など、これまで多くの困難に立ち向かってきました。そして、絶えず独自の技術力を磨きながら、困難を乗り越え、世の中に高品質な製品・サービスを提供することで、企業として大きく発展してきました。

特に、2000年以降、デジタル化の進展により主力ビジネスであった写真の市場が激減するという本業消失の危機を経験しましたが、事業構造の大きな転換を図り、培ってきた技術を進化させることで事業領域を拡大、成長を続けています。

現在の強固な事業基盤を築いてきた過程とさらなる成長に向けた取り組みについて、企業の進化の過程を3つの段階に分けて説明します。

STEP 1 環境の変化に素早く、適切に対応する

本業消失の危機

写真フィルムの世界総需がピークであった2000年、写真フィルムや印画紙などを扱う写真事業は、富士フィルムの売上の約6割を占め、営業利益の約2/3を稼ぎ出していました。

しかし、デジタル化が驚異的なスピードで進展。デジタルカメ

ラやスマートフォンの台頭により写真フィルムの市場は予測をはるかに超える年率2-3割のスピードで縮小し、2010年にはピーク時の1/10以下にまで落ち込みました。富士フィルムは、「本業消失」という創業以来最大と言える危機に直面したのです。

全社一丸となって危機を乗り切るために

この厳しい環境を乗り越え、「富士フィルムという会社を、21世紀を通してリーディングカンパニーとして生き続けさせる」ため、3つの基本方針を策定し大胆な改革に着手しました。さらに、他社がカメラ・フィルム事業からの撤退を発表する中、事業を継続し、「写真文化を守る」ことを宣言。劇的に変化する市場に柔軟に対応し、事業構造の転換を果たしました。

3つの基本方針

1. 経営全般にわたる徹底的な構造改革

写真関連事業を中心に、生産設備や研究開発組織、販売組織、現像所などの再編を実施。事業の規模に見合った体制とすることで、写真関連事業を安定的に存続させられる体制を構築。

2. 新たな成長戦略の構築

事業の多角化を進めるため、写真フィルムの開発・生産で培った技術の棚卸しを実施し、これらを応用できる分野を検討。成長領域に設備投資や研究開発を集中させ、成長戦略を推進。厳しい経営環境でも、将来に必要な研究開発には年間2,000億円規模の投資を続け、2006年には、新規事業や新製品開発の基盤となる技術を開発する「富士フィルム先進研究所」を設立。

3. 連結経営の強化

富士フィルムと富士ゼロックスのシナジー効果を最大限発揮させるべく、2006年に両社を束ねるホールディングカンパニー制をスタート。また、持株会社制への移行を機に、「富士写真フィルム」から「富士フィルム」へと社名を変更し、「写真」関連事業にとどまらず、広く事業を展開していくという決意を表明。

世界で初めてフルデジタルカメラを開発した富士フィルム

1988年に世界で初めてフルデジタルカメラを発表、1989年にはデジタルカメラ[FUJIX DS-X]を初めて量産化し、発売しています。なぜ、富士フィルムが写真フィルムを必要としないカメラを他社に先がけて開発できたのか。それは、デジタル化をいち早く予見し、1970年代からデジタル技術に関する研究・開発を進めていたからです。また、その背景には、既存の製品に固執せず、常に新しい価値を創造してきた企業文化が存在しています。



[FUJIX DS-1P]

STEP 1 変化に対応

カラーフィルム需要の急減に対応し、大きく事業構造を転換・拡大。強固な事業基盤を構築。

STEP 2 変化を予測し 先手を打つ

マーケットの先を読み、新たな戦略の構築やM&Aなど事業への投資を実行。

STEP 3 自ら変化を 作り出す

先進独自の技術で、社会にポジティブなインパクトをもたらす新たな価値を創出し、マーケットをリード。

STEP 2 変化を予測し先手を打つ

<デジタルカメラ市場で独自のポジションを築く>

デジタルカメラの登場以降、市場の拡大を牽引してきた「コンパクトデジタルカメラ」。価格競争の激化に加え、スマートフォンの普及・カメラ性能の向上などの影響で、その世界総需は2011年をピークに減少へ転じます。

富士フィルムは、この変化を予測し、2011年に世界初の光学/電子式ファインダー搭載、画質やデザインにこだわったプレミアムコンパクトデジタルカメラ「FUJIFILM X100」を発売。ここで得た確かな手ごたえとともに、高級化路線へと舵を切りました。

現在は、Xシリーズに加えてGFXシリーズとそれらの豊富なラインアップの交換レンズなどを展開。今後も、事業成長を加速させていきます。



「FUJIFILM GFX100」

<成長するバイオCDMO市場への早期参入>

副作用が少なく、高い効果が期待されるバイオ医薬品のCDMO市場は年率8%以上で成長しています。

富士フィルムは、市場の拡大を見据え、2011年にバイオCDMO企業2社を買収。バイオCDMOビジネスに本格参入しました。

バイオ医薬品の製造は微生物や動物細胞を扱うため、温度などの製造条件を一定に保ち、高度に品質を管理することが必要です。ここに、富士フィルムグループが写真フィルムの製造で培った高度な生産技術が応用されています。

積極的に設備投資を行い、2019年には米バイオ医薬品大手バイオジェン社の製造子会社を買収しました。2021年には売上1,000億円の達成を目指すとともに、着実な利益貢献を果たしていきます。



STEP 3 自ら変化を作り出す

<再生医療分野における取り組み>

がん領域や加齢黄斑変性など、既存医療では治すことができない、「アンメットメディカルニーズ」に対して、有力な治療方法の一つとして期待が高い「再生医療」。この新たな治療方法の確立に向けて、アカデミアだけでなく多くの企業が日々研究・開発に取り組んでいます。

富士フィルムは2014年に、日本で初めて再生医療等製品の製造販売承認を取得したジャパン・ティッシュ・エンジニアリングを連結子会社化。さらに、iPS細胞の開発・生産の世界的リーディングカンパニーである米国のCellular Dynamics International(現FUJIFILM Cellular Dynamics)を買収し、本格的に再生医療分野に参入しました。現在では、再生医療に不可欠な「細胞」「培地」「足場材」の3要素すべてをグループ内に保有、一体開発できる体制を強化しています。細胞治療パイプラインの早期実用化に向けて、グループの技術・リソースを活用するとともにノウハウを持つパートナーと連携することで開発を加速。また、技術開発においては、富士フィルムのエンジニアリング技術や各種細胞に適した培地の開発技術を用いて、iPS細胞をはじめとする各種細胞を、均質、かつ、リーズナブルなコストで大量生産する技術開発を進めています。

いまだ発展途上である再生医療市場において、富士フィルムグループはリーディングカンパニーとして、再生医療の実用化、産業化に向け、グループシナジーを最大限発揮し、事業を展開していきます。



価値創造プロセス

富士フイルムグループは、イノベーションによる価値の創造によって、事業を通じた社会課題の解決（Opportunitiesの獲得）、事業プロセスにおける環境・社会への配慮（Risksの低減）を図り、サステナブル社会の実現に貢献していきます。



アウトプット

企業価値の源泉

技術力

企業風土

人材

ブランドカ

グローバル
ネットワーク

CSR計画 [Sustainable Value Plan 2030]

「事業を通じて地球規模での社会課題の解決に貢献していく」という当社の強い意志を示したCSR計画。SDGs*などへの貢献を目指し、全社一丸となり取り組んでいます。

中期経営計画 [VISION2019]

[Sustainable Value Plan 2030]を実現するために具体的なアクションプランを策定した3カ年の中期経営計画。

3つの事業領域で 製品・サービスを 提供



イメージング
ソリューション



ヘルスケア&
マテリアルズ
ソリューション



ドキュメント
ソリューション

サステ 社会の

企業理念

ビジョン

ガバナンス

* 2015年9月に国連総会で採択された持続可能な開発目標。「誰一人取り残さない」をスローガンに、2030年までに国際社会が社会課題として取り組むべき17の目標と169のターゲットを定めている。

期待・ニーズ・信頼

Innovationによる
価値の創造

グローバル社会

地域社会

株主

従業員

お客さま

取引先

アウトカム

CSR計画「Sustainable Value Plan 2030」

富士フィルムグループが取り組む重点課題		社会的価値
環境	自らの環境負荷を削減するとともに環境課題の解決に貢献する	富士フィルムグループ全体の製品ライフサイクルでの取り組みやお客さまへの省エネ・省資源効果の高い製品・サービスの提供により、下記の項目に貢献していく。 <ul style="list-style-type: none"> ・社会でのCO₂削減に貢献し、気候変動を抑制 ・水投入量の削減・効率使用による水リスクの低減 ・資源の有効利用や廃棄物排出量の削減 ・高機能材料の提供による再生可能エネルギーの創出・普及 ・化学物質の生産と使用における環境と人の健康への悪影響の最小化
健康	ヘルスケアにおける予防・診断・治療プロセスを通じて健康的な社会をつくる	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品や再生医療の研究・開発による、いまだ有効な治療法がない疾患に対する医療の提供 ・医療ITを活用した医療サービスへのアクセスの向上 ・AI/IoTを活用した製品・サービスの提供による医師・医療従事者の負担軽減 ・簡単に検査できる健診サービスの普及による疾病の早期発見、医療費抑制への貢献 ・サプリメントなどの提供による健康寿命の延伸
生活	生活を取り巻くさまざまな社会インフラをハード、ソフト、マインドの面から支える	<ul style="list-style-type: none"> ・大容量磁気テープなどの提供によるICT社会の発展への貢献 ・非破壊検査システムなどの提供を通じた社会インフラの安全性向上 ・写真文化を発展させ、写真を楽しむ機会の提供による、人々の豊かな人生への貢献
働き方	自社の働き方改革を、誰もが「働きがい」を得られる社会への変革に発展させる	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の業務生産性を高め、業務効率化に貢献する製品・サービスの提供により、創造性を発揮できるオフィス環境の構築 ・サテライトオフィスサービスの提供などによる多様な働き方の支援

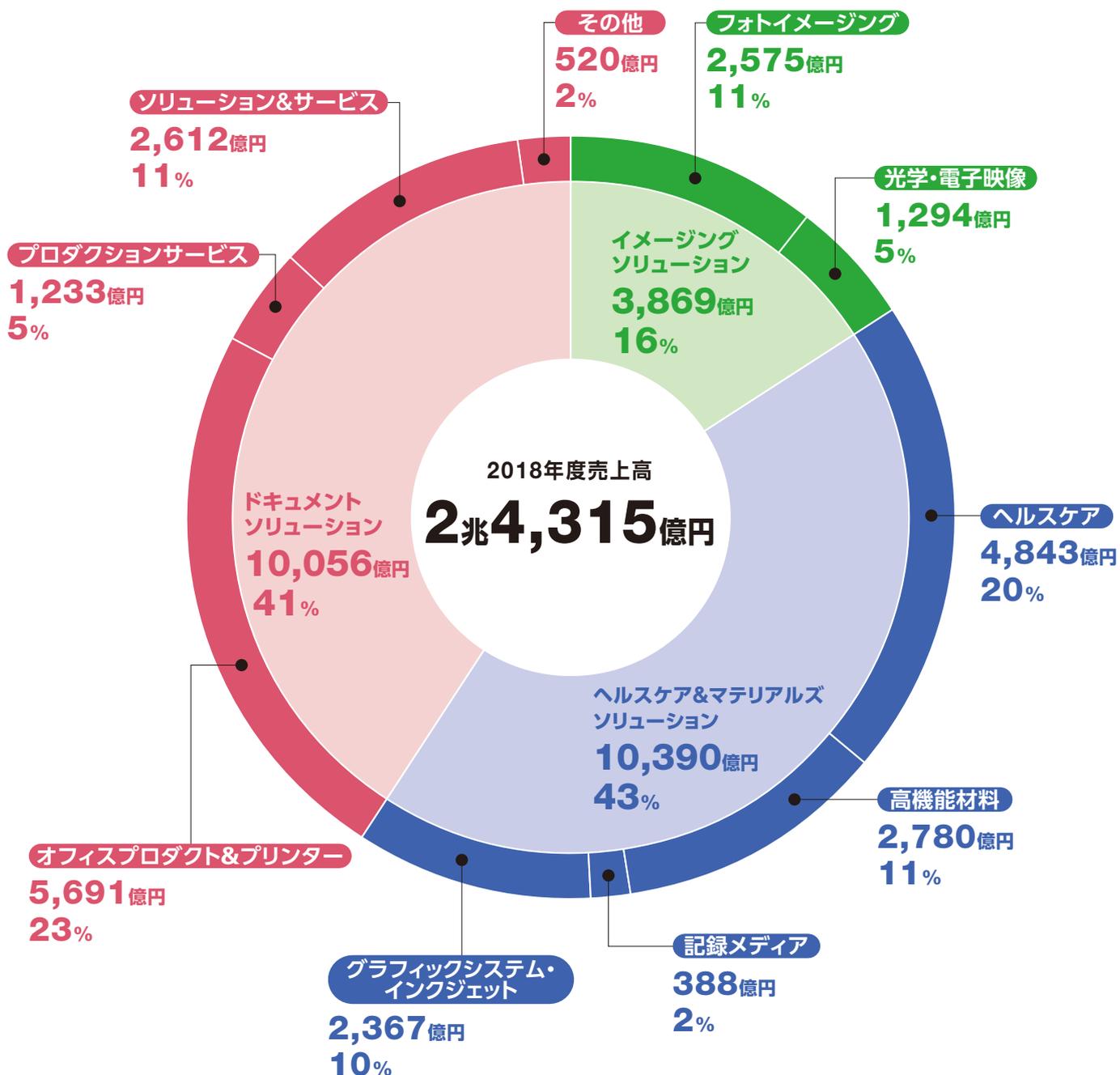
ナブル
実現

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD

事業ポートフォリオ

富士フィルムグループは写真事業を通して培った先進・独自の高度な技術力を活用し、デジタル化による本業喪失の危機を乗り越え、現在のビジネスポートフォリオを確立しました。

中期経営計画「VISION2019」では、それぞれの事業を「収益力の向上」「さらなる成長の加速」「未来を創る投資」の3つのステージに位置づけ、ポートフォリオをより強固なものにするべく、成長戦略を推進しています。



イメージングソリューション



「撮影」から「出力」に至る、
写真に関わる製品・サービスを
提供

フォトイメージング

「撮影」から「出力」に至る、写真
に関わる製品・サービスを提供

光学・電子映像

デジタルカメラや交換レンズ、テ
レビカメラ用レンズなどを提供

インスタントカメラ
「チェキ」
グローバル年間販売台数

1,002万台



「Instax mini LiPlay」

4Kカメラ対応の
放送用ズームレンズ

世界初^{※1}



「FUJINON UA70x8.7 BESM」

ヘルスケア&マテリアルズソリューション



重点事業分野である
「ヘルスケア」「高機能材料」を
はじめ、BtoB中心に多彩な事
業を展開

ヘルスケア

メディカルシステム、医薬品、バイオ
CDMO、再生医療、ライフサイエンス
事業を展開

高機能材料

ディスプレイ材料、産業機材、電子材
料、ファインケミカル事業を展開

記録メディア

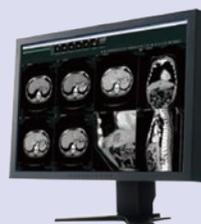
コンピューター用磁気テープ、デー
ターアーカイブサービスなどを提供

グラフィックシステム・インクジェット

製版フィルム・CTP (Computer-to-
plate) 版、インクジェットデジタルプレ
ス、産業用インクジェットプリンター用
ヘッドなどを提供

医用画像情報システム
国内シェア&世界シェア

No.1^{※2}



医用画像情報システム(PACS)
「SYNAPSE」

偏光板保護フィルム
世界シェア

No.1



偏光板保護フィルム「フジタック」

イメージセンサー用
カラーレジスト
世界シェア

No.1

ドキュメントソリューション



オフィス向けに複合機や
サービスなど、ドキュメントに
関わる事業を展開

オフィスプロダクト&プリンター

オフィス向けのデジタル複合機、プリ
ンター、消耗品の提供、およびクラウド
モバイルを活用したドキュメントに関
わるソリューションを提供

プロダクションサービス

商業印刷分野で、高速・高画質のデジ
タル印刷システムの提供や課題解決
型ドキュメントサービスを展開

ソリューション&サービス

企業のドキュメント処理や業務プロセ
スを改善するサービスを通じた経営
課題の解決支援

A3カラー複合機
アジア・パシフィック地域に
おける販売台数シェア

No.1^{※3}

アジア・パシフィック地域におけるMPS^{※4}
売上シェア

No.1^{※3}



「ApeosPort-VII C5573」

※1 2/3インチセンサー搭載の放送用4Kカメラに対応する光学性能を備えたポータブルタイプ放送用ズームレンズとして(富士フイルム調べ)

※2 富士フイルム調べ

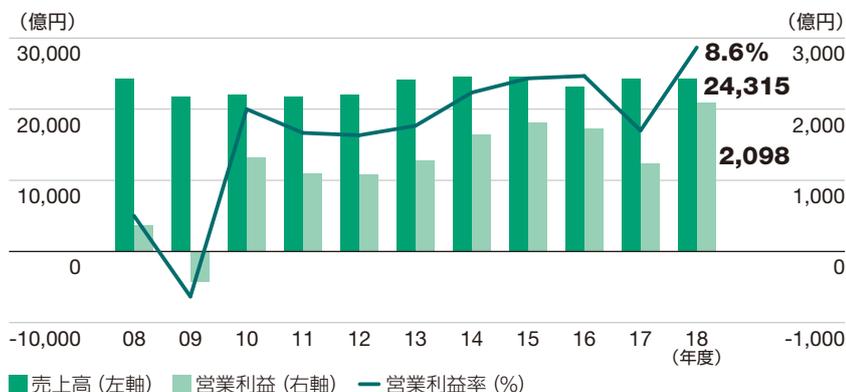
※3 富士ゼロックス調べ

※4 Managed Print Services

財務ハイライト

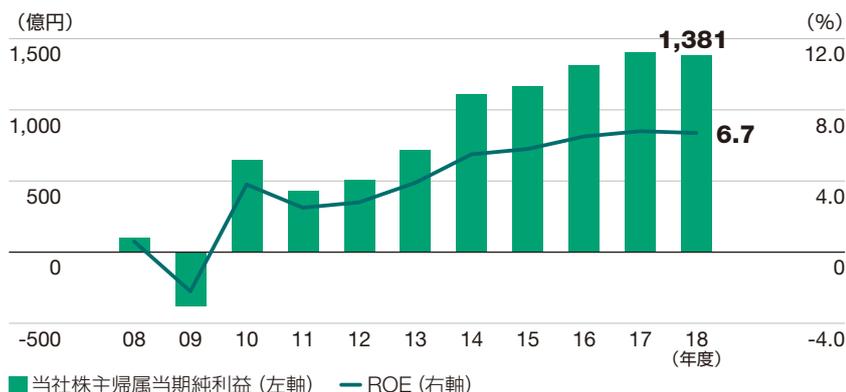
*2008年度～2018年度の数値データはP60-61に掲載しています。

売上高/営業利益/営業利益率



2018年度の売上高は、メディカルシステム事業、バイオCDMO事業、再生医療事業、電子材料事業などで売上を伸ばしましたが、ドキュメント事業の売上減少等により、2兆4,315億円(前年度比0.1%減)となりました。営業利益は、ドキュメント事業における収益性の改善や構造改革効果等により、2,098億円(同70.1%増)、営業利益率は8.6%となりました。

当社株主帰属当期純利益/ROE



当社株主帰属当期純利益は、1,381億円(前年度比1.8%減)となりました。また、ROEは、6.7%(同0.1ポイント減)となりました。

総資産/株主資本比率



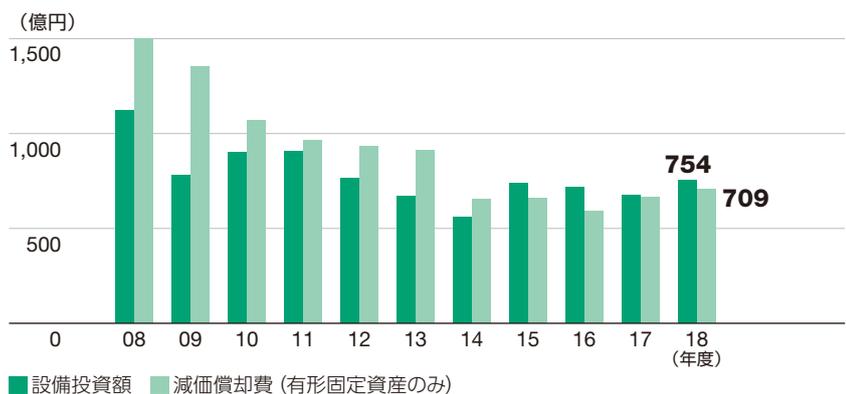
総資産は、3兆4,147億円(前年度末比2.2%減)となりました。株主資本比率は、59.7%(同0.2ポイント増)と、安定的に推移しています。

研究開発費/売上高研究開発費比率



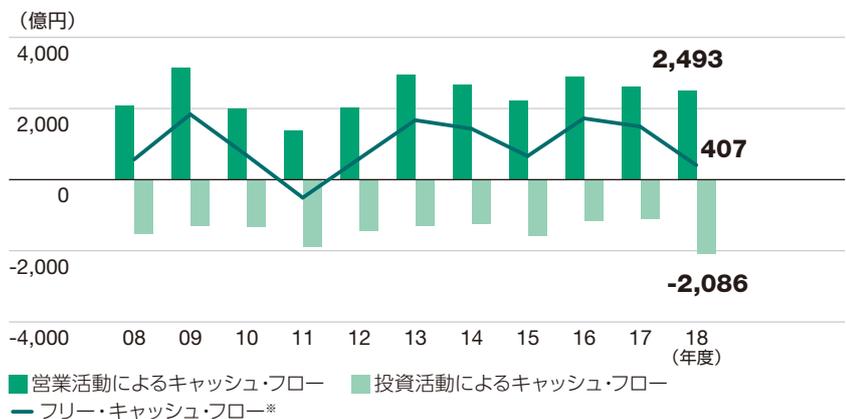
研究開発費は、1,561億円(前年度比7.0%減)、売上高研究開発費比率は、6.4%(同0.5ポイント減)となりました。

設備投資額/減価償却費(有形固定資産のみ)※



2018年度は、高成長製品の生産能力増強、製造設備の合理化、省力化ならびに環境保全を主な目的として、総額754億円の設備投資を実施しました。また、減価償却費(有形固定資産のみ)は、709億円となりました。

キャッシュ・フロー

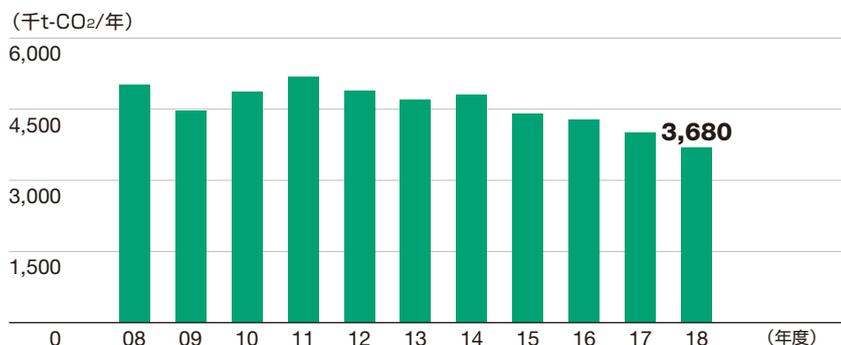


営業活動によるキャッシュ・フローは、受取債権の減少などにより、2,493億円の収入となりました。投資活動によるキャッシュ・フローは、事業買収などにより、2,086億円の支出となりました。この結果、フリー・キャッシュ・フローは、407億円の収入となりました。

※フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー

非財務ハイライト

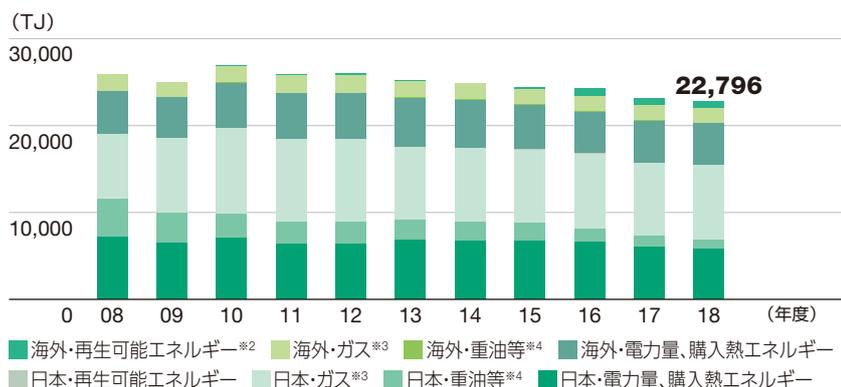
製品ライフサイクル全体でのCO₂排出量



パリ協定が目指す脱炭素社会の実現に向け、2030年度をゴールとするCO₂排出削減目標を設定。製品ライフサイクル全体（原材料の「調達」、製品の「製造」「輸送」「使用」「廃棄」）のCO₂排出量を30%削減*する目標に対し、2018年度末時点で22%削減*の3,680千t-CO₂となりました。また、製品のライフサイクル全体でのCO₂削減に加え、製品・サービスの提供を通じた社会でのCO₂削減への貢献を進めています。

* 2013年度比

エネルギー使用量*1

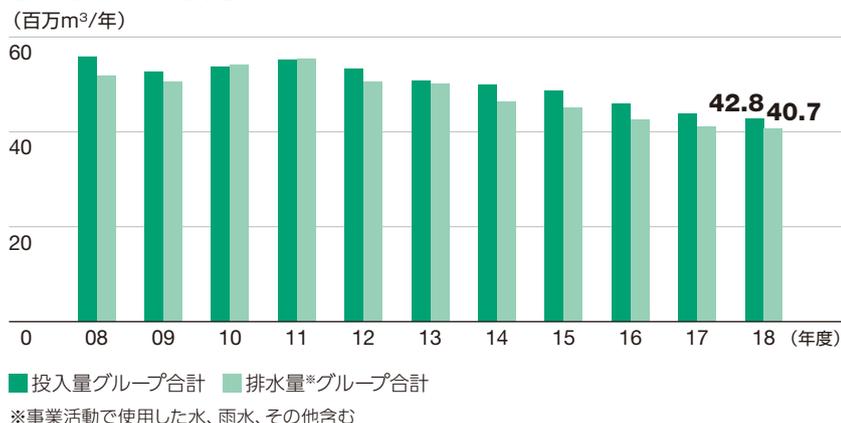


*1 単位発熱量については省エネ法に準拠
 *2 FUJIFILM Manufacturing Europe B.V. (EF)は2015年度期中より100%風力発電の供給を受けていたため、再生可能エネルギーに組み入れた
 *3 天然ガス、液化天然ガス(LNG)、都市ガス、ブタン、液化石油ガス(LPG)の合計
 *4 A重油、C重油、灯油、軽油、ガソリンの合計

2019年4月、事業活動で使用する電力を100%再生エネルギーとすることを目指す国際的なイニシアチブ「RE100」に加盟。2050年度までに、すべての購入電力を再生可能エネルギー由来電力に転換し、当社が使用するエネルギーでのCO₂排出量ゼロを目指しています。エネルギー利用効率の最大化やエネルギー調達におけるCO₂排出削減の追求などをグループ内で積極的に展開することにより、2018年度のエネルギー使用量は1.7%削減*の22,796TJとなりました。

* 対前年同期比

水の投入量、排水量



*事業活動で使用した水、雨水、その他含む

写真フィルムの製造に欠かせないきれいな水を確保するため、創業時から水投入量の削減、水のリサイクル利用に取り組んできました。2030年度までに、当社グループによる水投入量を30%削減*することを目標としており、2018年度末時点で投入量は15%削減*の42.8百万m³/年、排水量は40.7百万m³/年となりました。

* 2013年度比

廃棄物発生量^{※1}、再資源化量および最終処分量^{※2}



※1 廃棄物処理外部委託量とサイト内で単純焼却または単純埋め立てした量
 ※2 外部委託およびサイト内で単純焼却または単純埋め立てした量

リサイクルや省資源を考慮した製品設計を展開するとともに、製造段階での廃棄物は、日・欧・米・中の地域ごとに社会状況を踏まえた削減活動を進めています。2030年度までに廃棄物発生量を30%削減[※]することを目標にしていますが、2018年度は新規事業の拡大やアジアにおいてプラスチックのリサイクルが困難になったことなどから最終処分量が増加。2018年度末時点で5%増加[※]の16.4千t/年となりました。

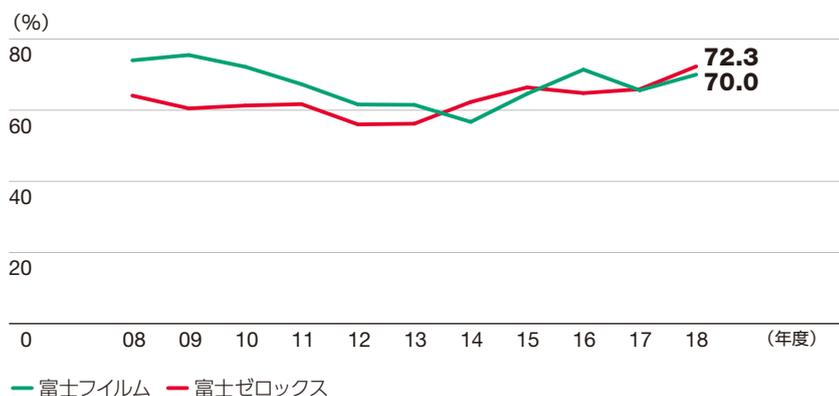
※ 2013年度比

女性管理職比率



「Sustainable Value Plan 2030」では、「働き方」の領域において多様な従業員が活躍できるための仕組みや職場づくりを重点課題としています。その取り組みの一つが、役員および管理職に占める女性比率の向上です。2020年度末までに富士フィルムは6%、富士ゼロックスは14%とする目標を掲げており、2018年度末時点で、富士フィルムは4.3%、富士ゼロックスは7.6%となりました。

有給休暇消化率



多様な従業員一人ひとりが自分の強みを持ち、能力を最大限に発揮し、社内外のステークホルダーと連携しながら、効率的な働き方で成果を出すことを重視し、そのための環境整備を進めています。休暇制度においては、従業員のワークライフバランスに配慮した休暇制度の導入を図っており、2018年度末時点で有給休暇消化率は富士フィルムで70.0%、富士ゼロックスで72.3%となりました。