FUJIFILM
I&I–Imaging & Information

FUJIFILM NEWS

株主のみなさまへ

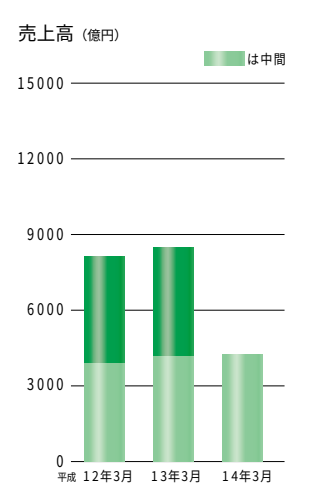
DECEMBER 2001 *vol.61*

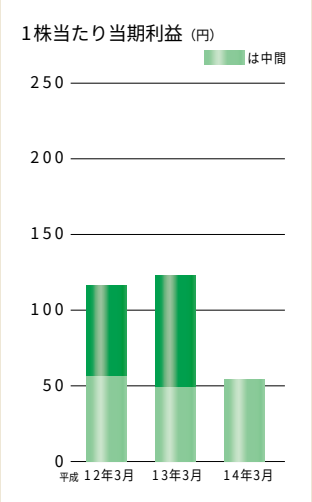
財務ハイライト

	単独		連結	
	平成13年度中間期	平成12年度中間期	平成13年度中間期	平成12年度中間期
売上高(百万円)	424,202	417,835	1,171,631	679,834
経常利益(百万円)	46,409	45,615	89,664	126,504
中間利益(百万円)	27,832	25,279	46,414	76,472
1株当たり中間利益(円)	54.08	49.12	90.19	148.60
資産合計(百万円)	1,642,105	1,620,552	2,829,994	2,244,051
資本合計(百万円)	1,412,535	1,371,694	1,656,152	1,590,439

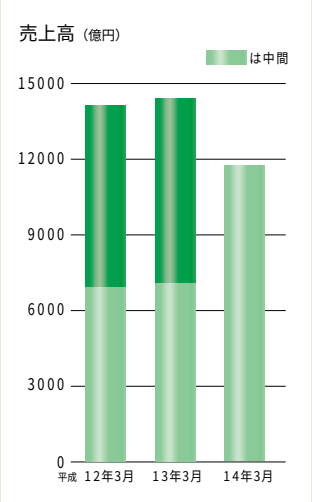
＊連結の表示は、経常利益が税引前利益、中間利益が当期純利益となります。
＊資産合計及び資本合計の金額は、前中間期・当中間期各々の期末の金額です。
＊平成12年度中間期の連結業績は当中間期の表示方法にあわせて組替再表示しております。
＊連結業績の税引前利益及び当期純利益が前年同期に比べて大きく減少しておりますのは、前年同期には一過性の退職給付信託設定益（税引前で561億円、税引後で325億円）が含まれておりますためです。

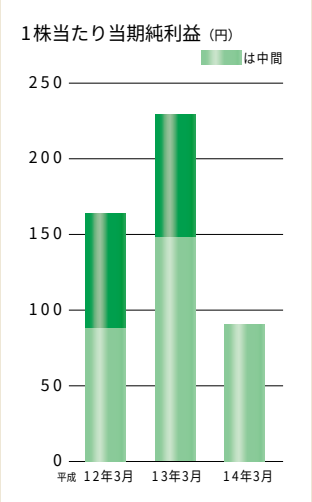
■単独





■連結





表紙写真／丹地敏明撮影（福島県南会津）

ごあいさつ

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

さて、当中間期(平成13年4月1日より平成13年9月30日に至る)における我が国経済は、個人消費の低迷に加え、民間設備投資も減少し、低調に推移いたしました。海外におきましては、米国経済は景気刺激金融・財政政策にも関わらず企業の設備投資に底入れ感がなく、減税の個人消費に対する効果も不透明で景気停滞感が強くなりました。欧州経済もユーロ圏を中心に一段と減速感が強まり、またアジア諸国の経済も減速傾向が鮮明となりました。

9月11日に発生しました米国での同時多発テロにより、世界全体に景気の先行き不透明感が一層強くなっております。

このような状況のなか、当社グループはIT時代における画像情報ニーズに各分野で応えるべく、デジタル技術・ネットワーク技術を活かした事業を積極的に展開しております。具体的には液晶ディスプレイ材料事業の生産能力拡張、小型デジタルミニラボの市場導入、中国市場におけるデジタルカメラ等の生産・販売拠点の拡大、米国印刷事業に対する体制強化等、事業領域の拡大に努めております。

当中間期の売上高は単独で4,242億円、連結では富士ゼロックス株式会社が連結子会社となりましたので、1兆1,716億円となりました。利益につきましては、単独の経常利益は464億円、当期利益は278億円、連結の税引前利益は896億円、当期純利益は464億円となりました。

当中間期配当金につきましては、1株当たり12円50銭に決めさせていただきました。

当社は、カラーフィルムにおいて、世界初の第4の感色層を搭載した35mmフィルム「SUPERIA」とAPSフィルム「nexia」の拡販に努め、レンズ付きフィルムではセンサー付きフラッシュを搭載した「写ルンです スペシャルEye800」、エコマークの認定を受けた「写ルンです シンプルEye800」を発売いたしました。また、フィルムカメラでは35mmカメラ「Silvi」シリーズ及びAPSカメラを加えた7機種を一斉発売しラインアップの充実に努めました。デジタルカメラでは、オーディオ機能も搭載した「FinePix50i」等、魅力ある新製品を発売しております。また、ラボ機器ではデジタルミニラボ「フロンティア」シリーズが順調に販売台数を拡大しております。

印刷システム関連製品では、CTP(コンピュータ・ツー・プレート)システムをはじめとしたソリューションビジネスを強力に推進いたしました。医療診断用製品では、コンパクトなデジタルX線画像診断システム「FCR Pico SYSTEM」がご好評をいただき、売上を伸ばしております。産業用材料製品では、液晶ディスプレイの材料部品として使用される「ワイドビューフィルム」が売上を伸ばし、データメディア製品では、大容量の「LTO Ultrium 1」データカートリッジの販売が順調に推移しました。

又、連結子会社になりました富士ゼロックス株式会社におけるドキュメントサービス事業では、カラー化の推進や既存機のコピー・プリント出力量が増大したことに伴う消耗品・保守サービス等の売上が伸張したことと、中国における新たなドキュメント事業の立上げにより、売上を伸ばしております。さらに、同社では本年、レーザープリンター事業を買収し、事業の拡大に努めております。

当社を取り巻く経営環境は引き続き厳しい状況が続くものとみられますが、当社は「I&I(イメージング・アンド・インフォメーション)」の事業領域の拡大を積極的に図るべく、当社独自の技術を駆使して、他に先行するユニークな新製品・新システム・新サービス・新ソリューションを積極的に導入してまいります。また、研究開発・生産・販売・サービスの強力なネットワークを構築し、グループ一体となって競争力の強化を目指してまいる所存です。

株主の皆様におかれましては、今後ともなお一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

平成13年12月

代表取締役会長　大西　實

代表取締役副会長　宗雪雅幸

代表取締役社長　古森重隆

特集◎ FUJIFILM in China

広大な中国を舞台に富士フイルム製品の販売やＰＲ活動をダイナミックに展開

2020年代に世界第2の経済大国になると見られている中国。WTO（世界貿易機関）への加盟を控え、さらに2008年には北京オリンピック開催も予定されています。12億人以上の人口を擁する中国でのカラーフィルムの需要は、年間一人あたり0.15本（米国3.6本、日本3.7本）であり、中国市場は今後、大きな成長が期待されています。富士フイルムは、「より良い製品をより良いサービスで」を心がけ、中国市場でダイナミックに事業展開を進めております。

大勢の乗降客でにぎわう北京西駅に設置された当社ビルボード。

「蘇州富士フイルム映像機器有限公司」の社屋。

「信頼される製品づくり」という理念を基軸に、当社は多彩な製品を開発・発売し、世界に向けてお届けしてまいりました。世界各地に拠点を築き、この10年余り欧米及び中国などに大規模な生産工場を建設。富士フイルムは、従来より一貫して現地での生産・販売体制を整備・拡充することで、現地のニーズを的確にとらえながら製品の供給に努め、かつ迅速なサービス体制を確立してまいりました。

左上：蘇州工場の製造ライン。
上：年末の公司活動発表会でのアトラクション。
左：活発な報告が行われる小集団活動の発表会。

また、海外展開にあたっては、＜地域ごとの特色を踏まえ、それぞれの国・地域の文化を尊重し、それに溶け込む＞という姿勢で臨んでおり、社会貢献、地域社会との融合のための努力は各国・各地域で高く評価されています。

中国においても、1995年、中国江蘇省蘇州市にインスタントカメラをはじめ映像機器の生産子会社「蘇州富士フイルム映像機器有限公司」を設立。また1997年には、隣接地に、映像機器の部品の内製化とデジタルカメラの製造を目的とした「蘇州富士フイルム映像機器部品有限公司」を立ち上げ、順調に生産拠点を拡大するとともに、蘇州市及び蘇州新区の発展に貢献したことが認められ、同年、当社会長の大

1995年より中国・上海のHuang Pu Parkを彩ってきた当社大型4面ネオンサインが2001年2月より、リニューアルされました。より公園の雰囲気にマッチしたデザインで、グリーンを背景にFUJIFILMのロゴを浮かび上がらせたネオンサインは、上海の夜景にくっきりと浮かび上がり、当社のブランドイメージをより鮮明にアピールしています。

香港の歌手・俳優として著名なアーロン・コック（郭富城）さんと、藤原紀香さんの2大スターを起用したPRを展開しています。

西實は「蘇州市名誉市民」に推挙されております。

2001年4月には、中国市場における新規事業への投資をさらに積極的に推進するために、持株会社「富士フイルム（中国）投資有限公司」を設立するとともに、デジタルカメラ製造の合弁会社「蘇州デジタルイメージング機器製造有限公司」を設立したことで、中国市場向けの生産販売体制が整い、中国市場のお客様のご要望にこれまで以上に迅速・柔軟に応えることができるようになりました。

販売面では、特にデジタルミニラボ「フロンティア」の拡販を進めると同時に、中国におけるカラーフィルムの現像プリントサービス体制の整備を推進しております。1989年からは、ミニラボ店をチェーン化したフジカラーサークル活動を開始し、ネットワークの拡大に努め、現在、中国市場の過半数の約3000店が参加しています。

FUJICOLOR FILMは中国にも広く浸透し、写真店はもちろん、空港、雑貨店など至る所で販売されています。このほど、中国だけでなくアジア諸国で高い人気のアーロン・コック（郭富城）さん（香港の歌手・俳優）、藤原紀香さんの2大スターを起用し、TV・プリント媒体を利用した広告宣伝活動を大々的に実施し、幅広い層からご好評をいただき、FUJIFILMブランドの一層の浸透に寄与しています。

今後も、中国の顧客・サプライヤーの近くにいるメリットを活かして、中国の風土に合わせた富士フイルム製品の販売やPR活動をダイナミックに展開してまいります。

富士フイルムグループの中国での活動

富士ゼロックス

パソコンやネットワークの急激な普及に伴い、プリンター市場の成長率は50%と大きく市場拡大が進んでおります。富士ゼロックスにおきましては、これまでも現地の深圳工場において年間15万台のプリンターを量産しておりますが、さらなる中国市場ニーズの変化に即応するべく、デジタル複合機の中国生産の本格化や、プリンターやドラム一体型カートリッジなどの生産体制の強化、中国での量産メリットを生かすための機能強化に努めております。

富士写真光機

中国沿海地域を中心とした生活水準向上によるカラーTVの普及や放送局の増加、また2008年の北京オリンピック開催は、放送用レンズをはじめとした光学パーツ需要増の大きな要因であり、今後の成長が期待されています。1994年にレンズ部品等の製造販売を目的として設立された「天津富士光機有限公司」に加え、上記のような高まるニーズに応えるべく、2001年1月には、内視鏡販売・アフターサービスを目的とした販売会社「上海富士能高内鏡有限公司」を設立し、販売強化を図っています。また、2001年内には深圳に新たな生産工場の設立を予定しており、生産販売体制の強化を推進しています。

close-up

世界の医療に貢献するFCR

当社が1981年に発表したデジタルX線画像診断システムFCR（フジ・コンピューテッド・ラジオグラフィ）が今年で20周年を迎えます。累計出荷台数は全世界で1万2000台に達し、海外の大手医療機器メーカーにもOEM供給されるなど世界中の医療機関に広く浸透しています。最先端のデジタル画像処理技術やネットワーク技術を取り入れ、進化し続けるFCRの特長や医療現場の声をご紹介します。

日本で生まれ世界に普及した画期的な画像診断システム

FCRは、患者さんのX線画像診断を従来のX線フィルム方式ではなく、当社が独自に開発したイメージングプレート(IP)に記録し、コンピュータによる画像処理を経て高精度なデジタル画像として記録する医療用画像診断システムです。

その特長の一つは、診断精度が向上し、少ないX線量で鮮明な画像が得られることから、撮影目的・部位によっては患者さんのX線被曝線量を低減できることです。また、画像の加工・伝送・保存が容易というデジタル化のメリットを生かし、診断目的にあった高精度の診断画像を提供する他、コンピュータによる診断支援(CAD)などへの展開も容易にしました。

当社は、この20年の間にシステムの高性能化、小型化、低価格化をはかり、現在ではFCRの「CR」という呼び名が世界の医療画像診断の分野の一般名称となるほど世界中の医療現場に浸透しています。

小型化・低価格化を実現した

FCR Pico SYSTEM

デジタルX線画像診断システム

FCRのユーザーは、これまで大病院が中心で、小病院やクリニック等への普及が待たれていました。本年4月に発売した「FCR Pico SYSTEM」は、FCRの高精度な診断画像はそのままに、小型化・低価格化を実現したことから、小規模医療機関への

撮影した画像はモニターですぐ確認でき、患者情報の入力からフィルム出力まで完全明室で処理することが可能です。

那須整形外科医院（東京・青山）院長の那須耀夫先生
「Pico」は設置場所もとらず、簡単な操作で鮮明な画像が得られるのが大きなメリットです。今までわかりにくかった部位の微細な骨折も見逃さず、筋肉の陰影までクリアに見えます。医療の高度化と診療時間の短縮を実現したシステムといえるでしょう。

「驚くほど画像がわかりやすく、患者さんに良く理解してもらえるため、インフォームド・コンセントに有効」とのコメントも。

普及が急速に進んでいます。

省スペース設計と撮影から診断までを一人で行える簡単操作に加え、ドライタイプのプリンタを採用し、処理液や給排水も不要となりました。さらに、ネットワーク機能の充実で、たとえば診療所から大病院へ患者さんの画像を伝送し、治療に役立てる「連携医療」にも寄与します。

FCRの国内マーケティングを担当するグループ会社「富士フイルムメディカル」は、医療現場に密着しながら、ネットワーク時代に対応した多彩なソリューション提案に取り組み、FCRのより一層の普及に注力しています。

DVDでFCR画像をファイリングするシステムも用意しています。

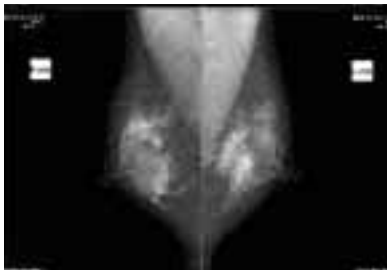
乳がんの早期発見に寄与する最高画質

FCR 5000MA plus

乳がんは元々、欧米に患者数の多い疾患でしたが、食生活の変化などから日本でも患者数が急増し、女性の30人に1人は乳がんにかかるといわれています。

「FCR 5000MA plus」は、富士フイルムのデジタル画像技術を駆使し、マンモグラフィ（乳房X線画像）用に新開発したFCRの最高機種です。患部の微小石灰化や腫瘤を鮮明に描出する高精細画像データを提供し、乳がんの早期発見に寄与するものと大きな期待が寄せられています。

富士フイルムメディカルでは、乳がん撲滅のため、早期検診などの啓蒙活動を行う関連学会などの活動を積極的に支援してまいります。



マンモグラフィ用に新開発した最先端のデジタル画像技術で従来の4倍に当たる高解像度を実現しました。

マジックランプシアター

ミッキーマウスも登場する華やかなカーニバル
「ポルト・パラディーゾ・ウォーターカーニバル」

写真を通して
感動を永遠の思い出に!

冒険とロマン あふれる 東京ディズニーシー

©Disney　ライブアクターとジーニーが演じるマジックショー

富士フイルムは「東京ディズニーランド」に続き、去る9月にグランドオープンした「東京ディズニーシー」とスポンサー契約を結びました。開園前から大きな話題を集めた東京ディズニシー内の富士フイルム提供施設を中心に、周辺施設も含めた「東京ディズニーリゾート」全体での当社の多彩なサービスをご紹介します。

人気アトラクション「マジックランプシアター」に協賛

東京ディズニーシーは、海にまつわる物語や伝説をテーマにした7つのテーマポートで構成されます。当社はその一つ「アラビアンコースト」で、ディズニー映画「アラジン」に登場するランプの魔人ジーニーが大活躍する人気アトラクション「マジックランプシアター」を提供しています。魔法のめがねをかけたゲストの前で、ジーニーが幻想的でユーモラスなマジックショーを披露。見る人を魔法の世界へと誘います。

一方、PR面では最寄りのJR舞浜駅から東京ディズニーシーへ向かい、帰ってくるまでのルートの随所に当社の広告看板を掲出しています。舞浜駅では「ようこそ」、モノレール切符売場では「こんにちは」、到着すると「いよいよ」という具合に、ストーリー性のある広告展開を取り入れました。来場者の気分を

まるでヴェネツィアの町にいるかのような「ヴェネツィアン・ゴンドラ」

写真撮影に最適なポイント 24 カ所を「フォトスポット」としてサイン表示

フォトグラフィカ
南欧の港町の建物を模した建物。プリントはパーク内 10 カ所でも受け付け、ここで受け取る仕組みに

東京ディズニーシー限定販売の缶入り「写ルンです」は早くも大人気

ゲストとミッキーマウスとのツーショットをはじめ、種類豊富な合成写真を提供する「ダ・ヴィンチズ・トラベルフォト」

盛り上げながら当社提供の「マジックランプシアター」へ案内し、「フィルムのご準備はよろしいですか？」と呼びかけます。

舞浜駅を降りて東京ディズニーシーに向かう道筋でも当社の広告看板がゲストをご案内

「フォトグラフィカ」をはじめ多彩なプリントや写真サービスを提供

もう一つの当社提供施設「フォトグラフィカ」では、地中海沿岸のカメラショップをテーマにフィルムや「写ルンです」などを販売。現像・プリントを申し込むと、3時間後にディズニーキャラクターのフレーム付で当社デジタルミニラボ「フロンティア」による超高画質プリントができあがります。

当社は、東京ディズニーシー、東京ディズニーランドを中心に、商業施設イクスピアリやホテルなども含めた東京ディズニーリゾート全体で写真需要の拡大に取り組んでいます。

今後も、東京ディズニーリゾート内でいつでもどこでもフィルムが購入できる環境づくりと、写真の新しい楽しみ方の提案を積極的に進めていきます。

人気の「チェキ」に ポップなデザインの新モデル インスタントカメラ instax mini 7

チェキ ポップ 新登場！

手軽なコミュニケーションツールとして人気の「チェキ」シリーズに、「手頃な価格」「写真の画質がよい」「操作性が簡単」等のお客様のご要望にお応えして、この度「チェキ ポップ」を新発売いたします。

メーカー希望小売価格を6,000円と、現行の「チェキ」よりお求めやすい“価格”に設定。また、高画質フジノンレンズ、フィルム自動送り出し機能、センサー付き自動発光、自動調光式高精度オートフラッシュ、高画質インスタックスミニフィルムの使用で安定した“高画質”を実現。電源スイッチ連動式沈胴レンズ、ピントあわせ不要、LEDガイド式露光調整機能等により“操作性”にも優れています。

ボディカラーは今回発売のブルーに加え、来春にはピンクを発売予定。本体デザインも丸みを帯びたポップでキュートなデザインで、若者層を意識したものに仕上げました。

「チェキ」シリーズのキャラクターとして、TVや映画で活躍中の妻夫木聡と押尾学を起用。もっと気軽に簡単にインスタント写真を楽しみたい若い世代を中心に、効果的な販促活動を行いながら、インスタント写真の市場を活性化していきます。

ブルー　ピンク

イメージキャラクターに若い女性に大人気の、妻夫木 聡（左）と押尾 学（右）を起用して、広告宣伝活動をいたします。

先進テクノロジーとユニバーサルデザインを融合し、「写ルンです史上 最高画質」を実現

写ルンです エクセレント Flash27

レンズ付きフィルムでは世界初(※1)となるAE機構をはじめとする先進テクノロジーと、誰にでも使いやすいユニバーサルデザインを採用し、「写ルンです史上 最高画質」を実現しました。従来のレンズ付きフィルムのプリント画質に対して「暗いところでもきれいに写したい」、「近接でのフラッシュ撮影でも肌色が白くなりすぎない」といったご要望にお応えしました。

「写ルンです エクセレント」は、AE機構が撮影時の明るさを捉え、絞りを自動的に切り替えます。また、世界初の第4の感色層(※2)を搭載した超高感度フィルム(ISO1600)との組合せで大幅にシステム感度が向上し、アンダーやオーバーなどの失敗写真が少なくなりました。さらに、被写体も背景もより美しく撮れるセンサー付きフラッシュ、プリントの周辺光量落ちが少なく隅々まで鮮明に、よりシャープな画質を実現するために、高性能レンズを採用しています。

(※1) 平成13年10月　当社調べ

(※2) 世界初の第4の感色層は従来の感光層だけでは実現できなかった、より忠実な色再現性を実現する技術です。

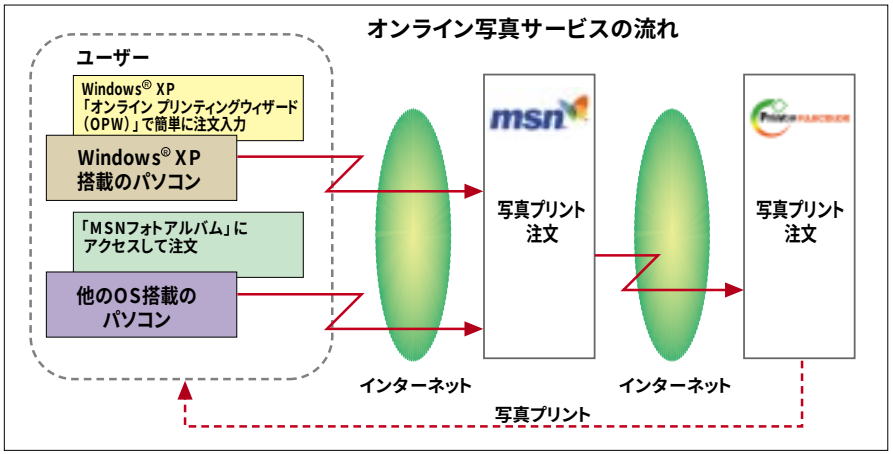
ユニバーサルデザイン：年齢・性別など人がもつそれぞれの特性の違いを超えて、全ての人が使いやすいデザインをめざすという概念です。「写ルンです エクセレント」では、見やすい大型ファインダー、押しやすいシャッターボタンなど、人にやさしいユニバーサルデザインの考え方を反映させました。

マイクロソフト社とオンライン写真プリンティングサービス分野で提携

当社はマイクロソフト社と提携し、デジタルカメラで撮影した画像やフジカラーCDの画像からの写真プリント注文を、インターネットを使って24時間いつでも、どこからでも行えるオンライン写真プリンティングサービスを開始しました。

提携により、マイクロソフトが今秋発売した新OS(オペーレーションソフト)Microsoft Windows®XPに、ワンクリックでオンライン写真プリンティングサービスが利用できる機能「オンライン プリンティング ウィザード(OPW)」を標準搭載しています。オペレーティングシステムへのOPW搭載は日本初の取り組みです。さらに、マイクロソフトが運営するインターネット総合情報サイトMSN®(http://www.msn.co.jp)のMSNフォトアルバムのサービスとして、オンライン写真プリンティングサービスを提供する予定です。

当社は、今回の提携を契機に、オンライン写真プリンティングサービスを積極的に拡大していきます。



TOPICS

2002FIFA ワールドカップ™の大会盛り上げを強力にサポート

空港での告知広告

アジアで初めて、また史上初の2カ国（日韓）共同開催ということもあり、延べ330億人がTV観戦したといわれる前回のフランス大会をしのぐ注目を集めることが予想されています

©THE FOOTBALL ARCHIVE

報道カメラマンへの当社現像サービス

来年5月31日から開幕する「2002FIFAワールドカップ™」に向け、当社はオフィシャルスポンサーとして大会盛り上げを強力にサポートするPR活動や各種キャンペーンを積極的に展開しています。

本年5月からは開催競技場へのアクセスポイントとなる全国主要10空港、約200カ所で横断幕やフラッグ、スタンドサインなどを使った一斉広告を実施。また、東京都営バス、横浜市営バスでは、ラッピングバス広告を行い、話題を集めています。

さらに、テレビCMでもおなじみの「わっしょい！ FIFAワールドカップ™へ行けルンです祭り」キャンペーンや、写真館で家族写真を撮ると、お客さまに抽選で観戦チケットが当たる「2001年家族写真キャンペーン」を全国展開しています。

このほか、会期中には世界中から集まる報道カメラマンに対し、現像サービスを実施するなど、これまで以上に大会の運営に貢献することをめざし、準備を進めています。

東京都営バス、横浜市営バスでもPR

We ♥ Nature

富士フイルムグループで グリーン購入・調達を推進しています

環境への負荷の少ない「グリーン購入・調達」は、循環型社会の実現のために大変重要な取り組みです。富士フイルムグループは、2003年度までにグリーン購入・調達100％をめざし、積極的に取り組んでいます。

富士フイルムは環境保全に向け、購入・調達から廃棄に至る全ての製品ライフスタイルにわたって、自主的に環境保全に取り組むことを基本に、自然環境に対する配慮、ソースリダクション、化学物質の安全確保など多面的な努力を続けています。この観点から、物品や資材の購入でも環境保全に十分に配慮しています。

「グリーン購入・調達」とは、製品やサービスを購入・調達する際、必要性をよく考慮した上で価格や品質だけでなく、環境負荷ができるだけ少ないものを優先的に購入することで、日常生活でも個人的に実行できる地球環境保全の取り組みの一つです。このことは企業の開発・生産活動においてグリーン製品化につながり、製品は環境保全に寄与するグリーン製品として市場から受け入れられます。

富士フイルムは、1996年にグリーン購入ネットワーク(GPN)が設立されると同時に、GNPの会員となり、グリーン購入・調達に積極的に取り組んできました。1999年7月には、グリーン購入推進委員会とグリーン調達推進委員会を発足させ、パンフレットの作成、情報交換システムの構築、グリーン購入目標の設定などを行い、全社的な活動を展開しています。

グリーン調達は、調達先の基準を国際環境マネジメントシステム「ISO14001」の認証取得済みか3年以内に取得予定の企業とし、取得予定のない企業に対しては、環境関連法規の遵守と特定化学物質の取り扱いに関する2項目を完全に満たすか、環境理念や省エネなど12項目の内70％以上を満たす場合、と規定しています。

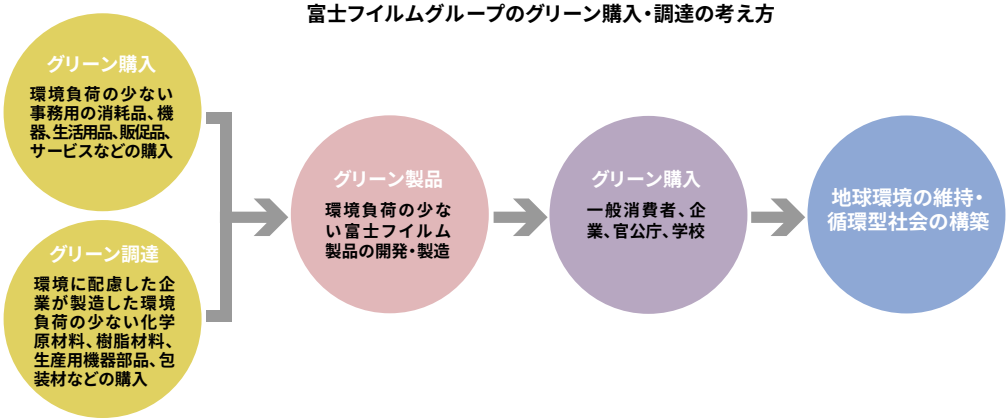
また、原料調達に関する今回の目標は、部材や包装材なども含め、全てを対象とし、グリーン調達材料を適用できる環境配慮設計を行える体制を整備しています。

一方、グリーン購入は事務用消耗品、事務用機器などの一般購入品全てが対象です。2000年度のグリーン調達率は66％、購入率は52％でしたが、ともに2003年度に100％達成を目標としています。

また、各営業所や関係会社の管理職約1,000名を対象にグリーン購入説明会を実施するなど、この取り組みを富士フイルムグループ全体で推進しています。

当社が発行しているグリーン購入・調達推進のパンフレット

富士フイルムグループのグリーン購入・調達の考え方



財務諸表

平成13年4月1日～平成13年9月30日

単独

■貸借対照表

単位：百万円未満切り捨て

科目	平成13年度中間期	平成12年度中間期
(資産の部)		
流動資産	585,142	813,237
固定資産	1,056,963	807,314
資産合計	**1,642,105**	**1,620,552**
(負債の部)		
流動負債	179,262	181,911
固定負債	50,307	66,945
負債合計	**229,570**	**248,857**
(資本の部)		
資本金	40,363	40,363
法定準備金	69,071	69,071
剰余金等	1,303,100	1,262,259
資本合計	**1,412,535**	**1,371,694**
負債及び資本合計	**1,642,105**	**1,620,552**

■損益計算書

単位：百万円未満切り捨て

科目	平成13年度中間期	平成12年度中間期
売上高	424,202	417,835
営業利益	45,927	46,211
経常利益	46,409	45,615
税引前中間利益	43,039	43,372
中間利益	27,832	25,279

連結

■貸借対照表

単位：百万円

科目	平成13年度中間期	平成12年度中間期
(資産の部)		
流動資産	1,376,014	1,255,522
投資及び長期債権	405,298	432,702
有形固定資産及びその他の資産	1,048,682	555,827
資産合計	**2,829,994**	**2,244,051**
(負債の部)		
流動負債	702,145	500,362
固定負債	346,890	128,808
少数株主持分	**124,807**	24,442
(資本の部)		
資本金	40,363	40,363
資本準備金	68,135	68,135
その他の剰余金等	1,547,654	1,481,941
資本合計	**1,656,152**	**1,590,439**
負債及び資本合計	**2,829,994**	**2,244,051**

■損益計算書

単位：百万円

科目	平成13年度中間期	平成12年度中間期
売上高	1,171,631	679,834
営業利益	89,049	76,330
税引前利益	89,664	126,504
当期純利益	46,414	76,472

株主と株式の概況

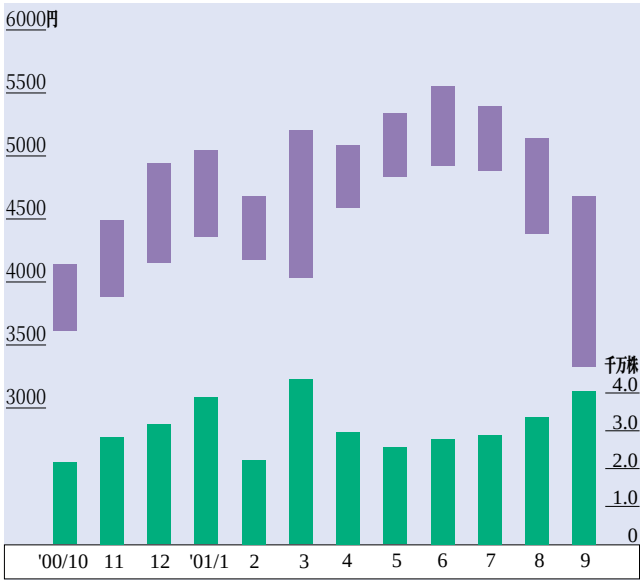
■株式の状況

	平成13年度中間期	平成12年度中間期
株　主　数	27,087名	31,098名
発行済株式数	514,626千株	514,626千株

■所有者別分布（株式数と比率）

	平成13年度中間期	平成12年度中間期
金融機関	249,032千株(48.4%)	261,147千株(50.7%)
証券会社	2,298千株(0.4%)	3,101千株(0.6%)
その他法人	21,056千株(4.1%)	25,654千株(5.0%)
個人・その他	44,706千株(8.7%)	54,080千株(10.5%)
政府・地方公共団体	0千株(0.0%)	0千株(0.0%)
外国法人等	197,534千株(38.4%)	170,644千株(33.2%)
計	514,626千株(100%)	514,626千株(100%)

■株価（高値・安値）及び株式売買高の推移



株価及び株式売買高は、東京証券取引所におけるものです。

■ 株価
■ 株式売買高

会社概要

- ●設　　立　昭和9年1月20日
- ●資　本　金　40,363百万円（平成13年9月30日現在）
- ●従業員数　9,876名
- ●本　　社　神奈川県南足柄市中沼210番地
- ●東京本社　東京都港区西麻布二丁目26番30号
- ●大阪支社　大阪市中央区備後町三丁目5番11号

インターネットで当社に関する情報がご覧になれます。
URL http://www.fujifilm.co.jp/

株主メモ

- ●決　算　期　3月31日
- ●定時株主総会　6月下旬
- ●公告掲載新聞　日本経済新聞
- ●名義書換代理人　東洋信託銀行株式会社
- ●同事務取扱所

東洋信託銀行株式会社　証券代行部
東京都江東区東砂7-10-11 〒137-8081

照会先
株式の各種お手続き用紙のご請求は、次の東洋信託銀行の電話およびインターネットで24時間承っております。
受付フリーダイヤル　0120-24-4479（本店証券代行部）
0120-68-4479（大阪支店証券代行部）　自動応答
URL http://www.toyotrustbank.co.jp/

- ●同取次所

東洋信託銀行株式会社　全国各支店
野村證券株式会社　全国本・支店

［お知らせ］
名義書換代理人東洋信託銀行株式会社は、平成14年1月15日をもって、商号をUFJ信託銀行株式会社（登記上は、ユーエフジェイ信託銀行株式会社）に変更いたします。

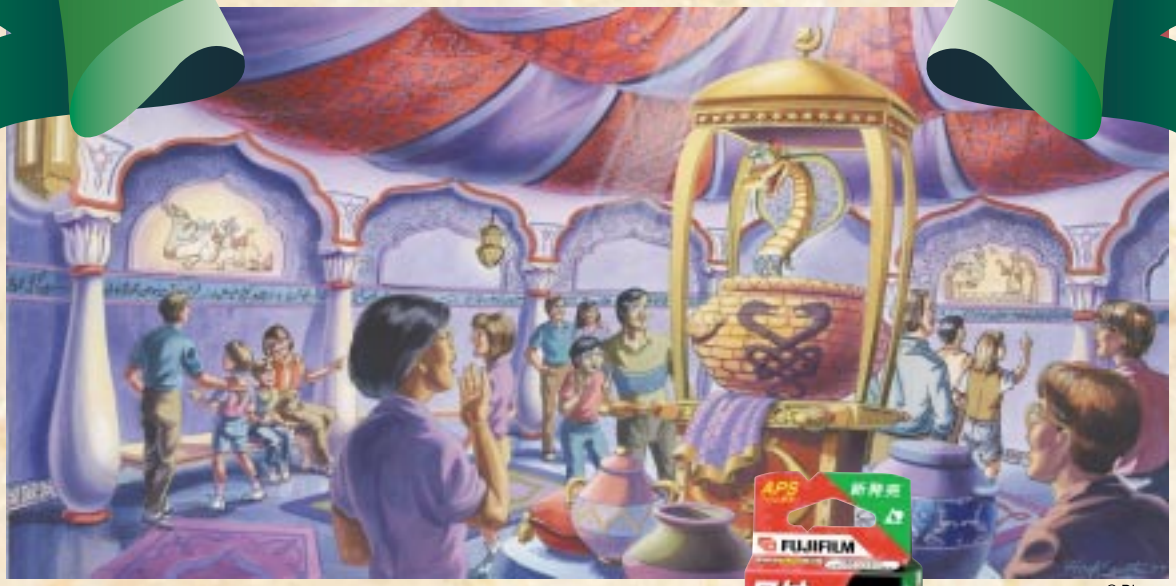
○10月1日の改正商法施行に伴い、当社は単元株制度を採用致しております。従来どおり、（東京）証券取引所における売買は1,000株の整数倍で行われております。また、1,000株未満の株式についても、従来どおり買取請求を受け付けております。

FUJIFILM
富士写真フイルム株式会社
〒106-8620 東京都港区西麻布2-26-30　電話(03)3406-2111(代表)

FUJIFILM
I&I－Imaging & Information

TOKYO DisneySEA®

フジフイルムは、東京ディズニーシー®マジックランプシアター提供の公式スポンサーです。



© Disney

第4の感色層で
バツグンにキレイ！