



環境戦略説明会 「富士フイルムグループの環境戦略」

2022年4月13日
富士フイルムホールディングス株式会社

環境戦略説明会「富士フイルムグループの環境戦略」

1

本説明会の位置づけ

執行役員 コーポレートコミュニケーション部長 兼 ESG推進部長

吉澤ちさと

2

当社が目指す姿

代表取締役会長・取締役会議長 助野健児

3

脱炭素社会に向けた取り組み

ESG推進部 環境・品質マネジメントグループ長

中井泰史

1. 本説明会の位置づけ

今回の説明会の位置づけ



2019年2月19日開催 第1回「ESG説明会」のポイントの振り返り

■ ESGを当社経営の根幹として位置付け、それが事業に根付いていること

長期CSR計画「Sustainable Value Plan 2030」が
そのアクションプランである中期経営計画を通じて、各事業に展開、
推進されている

■ 「社会への価値提供」と「業績への貢献」を両立させていること

■ 社会課題を踏まえた「成長戦略の立案・遂行」「リスク管理」を 継続的に実行していること

今回の説明会でお伝えしたいこと

今回の「環境戦略説明会」でお伝えしたいポイント

- ステークホルダーからの信頼が重要であり、環境配慮・環境保全、地域とのコミュニケーションが企業活動の根幹を成すとの考え方
- 事業プロセスにおける環境配慮と事業を通じた環境課題の解決の両輪で事業活動を進めていること
- 環境負荷の少ない生産活動 “Green Value Manufacturing” の推進 と 優れた環境性能を持つ製品・サービス “Green Value Products” の創出・普及を軸とする環境戦略 “Green Value Climate Strategy” により、脱炭素社会の実現を目指すこと

2. 当社が目指す姿

当社が目指す姿

当社は、先進・独自の技術をもって、
最高品質の商品やサービスを提供する事により、
「事業を通じた社会課題の解決」に取り組み、
サステナブル社会の実現に貢献する

※CO2排出削減は自社が使用する
エネルギー起因（Scope1+2）を記載

2030年度の製品ライフサイクル全体での
CO2排出削減目標は2019年度比50%

VISION
2019

売上高 2兆3,151億円
営業利益 1,866億円
CO2排出削減 25%(2013年度比)

VISION
2023

売上高 2兆7,000億円
営業利益 2,600億円
CO2排出削減 11%(2019年度比)





SVP2030の目標を実現するために
具体的なアクションプランを策定した
中期経営計画

Sustainable
Value Plan
2030
(SVP2030)

売上高 3兆5,000億円以上
CO2排出削減 50%(2019年度比)
(参考) 65%(2013年度比)

「事業を通じた社会課題の解決」と
「事業プロセスにおける環境、社会への配慮」の
両面から、4つの重点分野「環境」「健康」「生活」
「働き方」と、事業活動の基盤となる「サプライチェーン」
「ガバナンス」における課題・目標を設定。

事業を通じた社会課題の解決

	重点分野	事業セグメント	SDGs目標
環境	<ul style="list-style-type: none"> ・気候変動への対応 ・資源循環の促進 ・エネルギー問題への対応 ・製品・化学物質の安全確保 	ヘルスケア マテリアルズ ビジネスイノベーション イメージング	
健康	<p>「予防」「診断」「治療」すべての領域における、最先端の製品・サービスのグローバルな提供を通じて、医療格差を是正し健康的な社会を構築する。</p>	ヘルスケア	
生活	<ul style="list-style-type: none"> ・最先端の機能性材料の開発・提供を通じてDXが促進される時代の安心・安全な社会づくりに貢献する。 ・写真・映像領域における、高品位・高性能の製品・サービスの開発・提供を通して、人生の豊かさや平和な暮らしに貢献する 	マテリアルズ イメージング	
働き方	<p>生産性の向上・創造性の発揮をもたらす製品・ソリューションサービスをグローバルに提供することで、誰もが働きがいを得られる社会の変革に貢献する。</p>	ビジネスイノベーション	

今回ご説明

環境に対する考え方-創業以来のDNA

- 創業の原点ともいえる写真フィルムの製造には
清浄な水や空気が不可欠
- 写真フィルムは撮影前に試すことができない
一生に一度のシーンは撮り直しがきかない

写真フィルムは「信頼を買っていただく商品」
ステークホルダーからの信頼が重要

創業以来

- 環境配慮・環境保全
- 地域とのコミュニケーション

は、「**企業活動の根幹を成す**」との考え方



神奈川事業場足柄サイトの
水源と涵養林

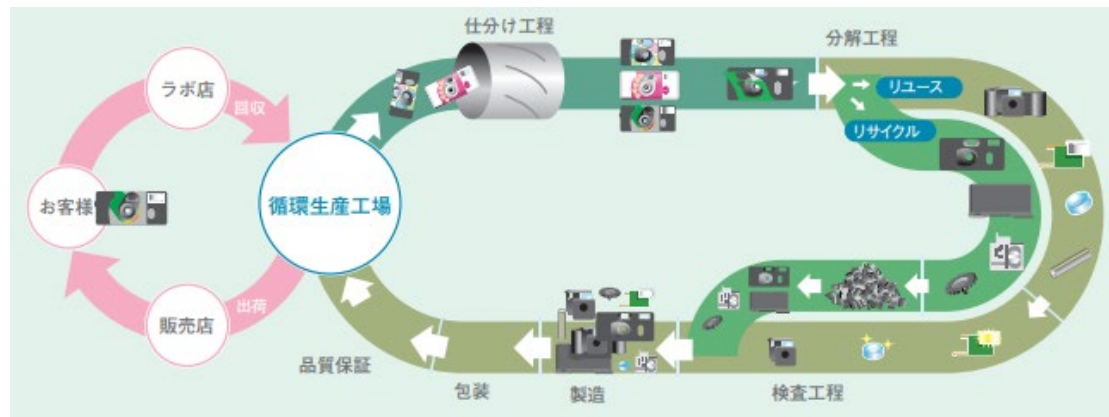
当社の環境に対する考え方

当社は早くから事業活動の中心に資源循環・化学物質の安全確保の考え方を取り入れて環境配慮・環境保全に取り組んできた

【事例】レンズ付フィルム「写ルンです」の循環生産システム

1998年には「写ルンです」の循環生産システムを立ち上げ、3R（リデュース・リユース・リサイクル）に取り組んできた
持続可能かつ長期視点に立った循環生産・環境配慮設計の考え方
⇒「将来の環境への配慮」が当社の事業活動に根付いている

「写ルンです」の循環生産※



「写ルンです」の環境配慮設計

- 部品点数の徹底的な削減
- 複数の機種で使える部品設計
- リサイクルを前提としたねじや接着剤を使わない製品設計

環境への早期の取り組み

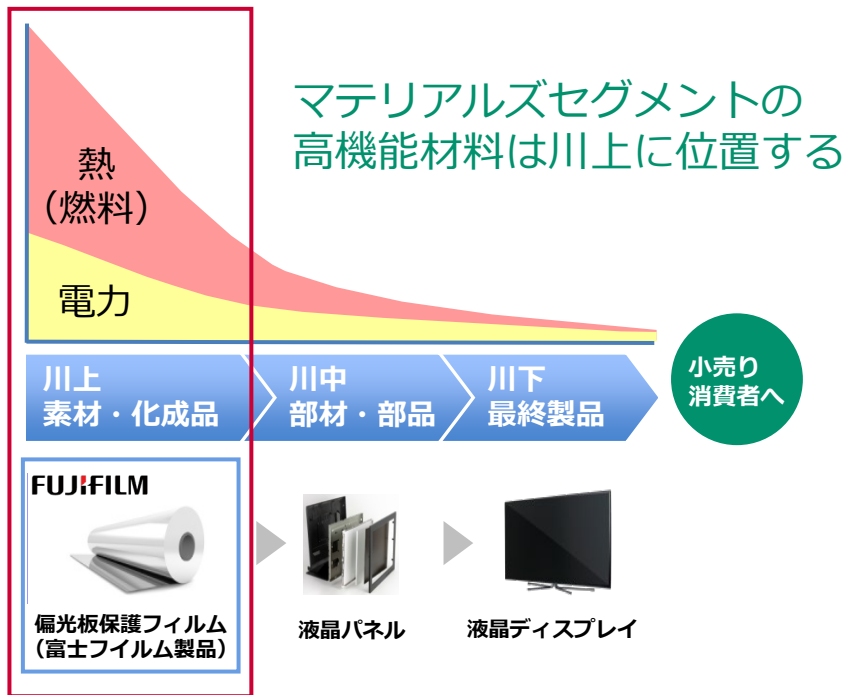
- 1975年 化学物質安全性評価の試験組織を設置
- 1998年 レンズ付フィルム「写ルンです」の循環生産システム立ち上げ

※上記の循環生産システムは、現在は一部プロセスを変更の上、米国で稼働。

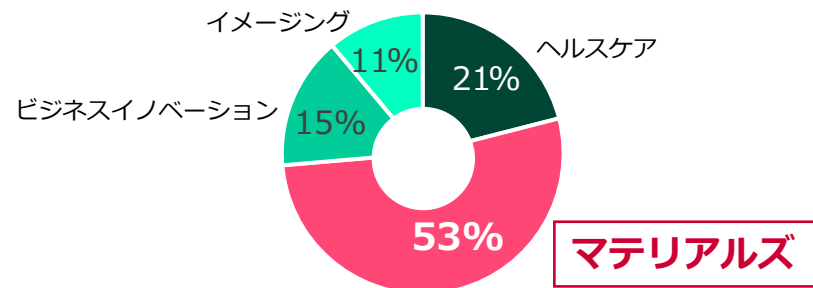
当社が環境課題に取り組む意義

サプライチェーンの川上に位置する素材・化成品産業にとってCO₂排出削減は欠かせない取り組みであり、当社はその責任を果たしていく

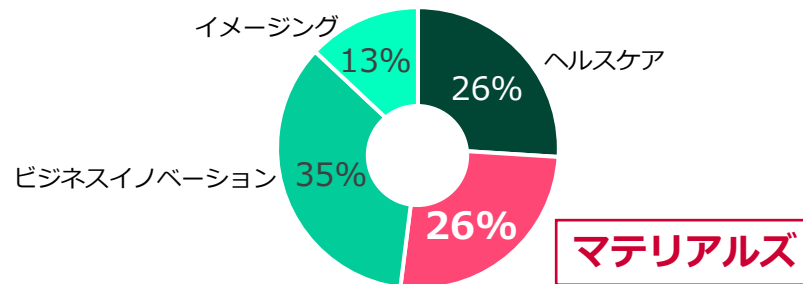
サプライチェーンにおけるエネルギー必要量



製造段階におけるCO₂排出量構成比 (2020年度実績)



売上高構成比 (2020年度実績)



新たな脱炭素目標

①

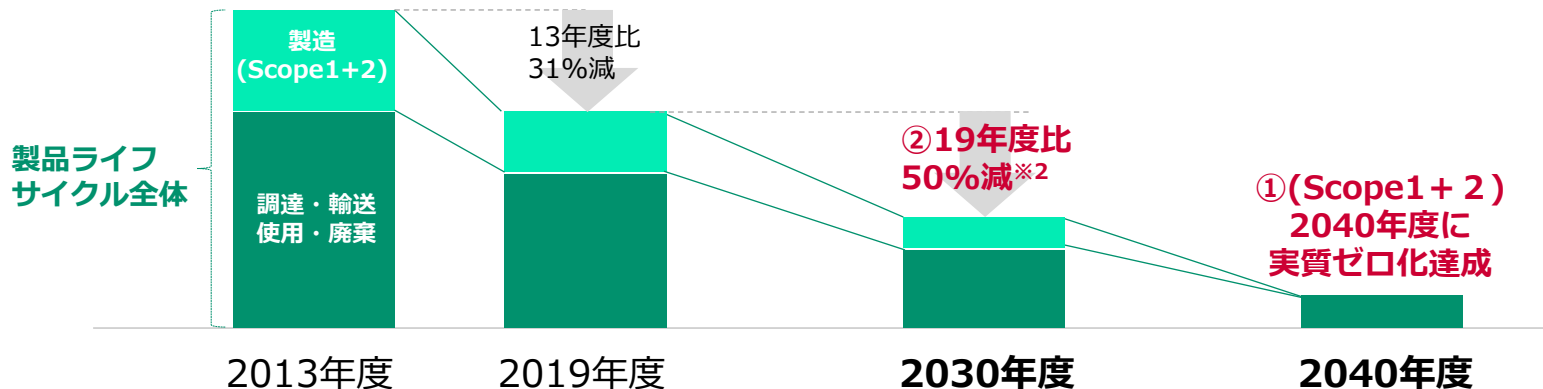
自社が使用するエネルギー起因
(Scope1+2^{※1})のCO₂排出

2040年度に実質ゼロ化達成
(従来目標：2050年度)
(2030年度は19年度比50%減)

②

製品ライフサイクル全体における
CO₂排出削減

2030年度に19年度比50%減
13年度比65%減に相当
(従来目標：13年度比45%減)



※1 Scope1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)，Scope2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
※2 13年度比65%減に相当

脱炭素目標への取り組み方針

CO₂排出の多い事業から単に撤退するのではなく
社会的ニーズに対する供給責任を果たしながら 現行事業の低炭素化と
低炭素ソリューションの開発・提供を通して脱炭素社会の実現に貢献する

新たな環境戦略 "Green Value Climate Strategy"

1. 環境負荷の少ない生産活動
"Green Value Manufacturing"の推進
2. 優れた環境性能を持つ製品・サービス
"Green Value Products"の創出・普及

過去の一般的な考え方

コストダウンにつながる
省エネ・省資源の取り組み



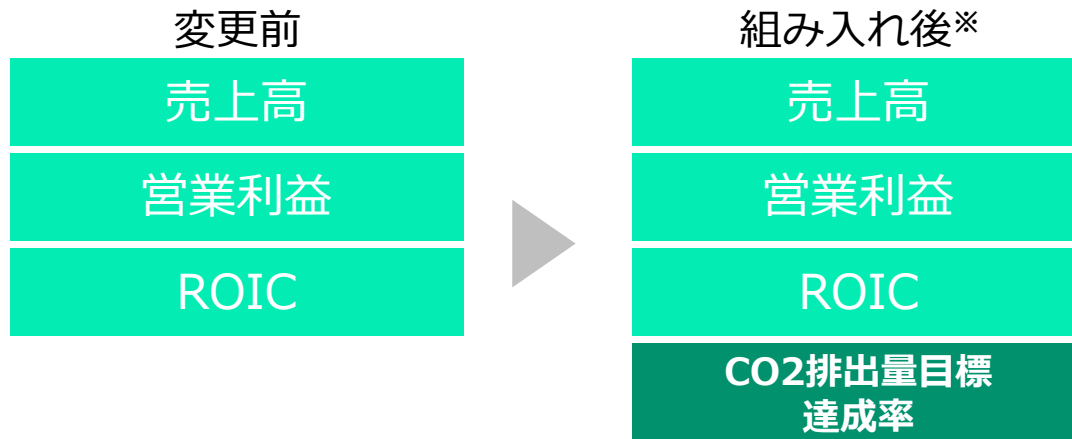
当社の考え方

持続的な成長のため
脱炭素に向けて必要な
投資を実施する
(投資判断におけるICP活用)

脱炭素目標の業績連動報酬への反映

新たな目標達成の実効性をより高めるために
CO₂排出削減目標に対する達成率を中期業績連動報酬部分に反映させることを
2022年3月の取締役会で決議（ESG指標の役員報酬への組み入れ）

- 連動させる連結業績KPI
自社が使用するエネルギー起因(Scope1+2)のCO₂排出
2023年度目標 ▲11%（2019年度比）



※業績測定期間は中計期間に対応（初回は2021年度から2023年度の3カ年）

3. 脱炭素社会に向けた取り組み

1. 環境負荷の少ない生産活動 “Green Value Manufacturing”の推進

①カーボンニュートラル生産の実現 (👉P20~24)

再生可能エネルギー電力への転換

CO2排出を実質伴わない燃料技術の導入・実装

②製造受託を通じた社会でのCO2排出削減への貢献

カーボンニュートラル生産を実現した工場で社外の製造ニーズに応える

③CO2排出削減効果の大きい新たな生産プロセスの開発

例：フロー合成法*

*直径数百マイクロン～数ミリメートルの極細な管に、原料の化学物質を連続的に供給して混合・反応させる化学合成法。反応の精密な制御が可能。

2. 優れた環境性能を持つ製品・サービス “Green Value Products” の創出・普及 (👉P26)

① 製品ライフサイクル全体でのCO2排出削減 (👉P27~28)

製品の原材料調達・製造・輸送・使用・廃棄の各ステージにおけるCO2排出を削減

② 社会でのCO2排出削減への貢献 (👉P29~30)

製品・サービスの新規導入・従来方式からの転換により顧客先のCO2排出を削減



事業分野別にアクションプランを策定し取り組みを推進する

① 製造時のCO2排出が大きい事業や今後の成長が大きい事業

⇒ カーボンニュートラル生産の実現

② 原材料調達や製品使用時におけるCO2排出が大きい事業

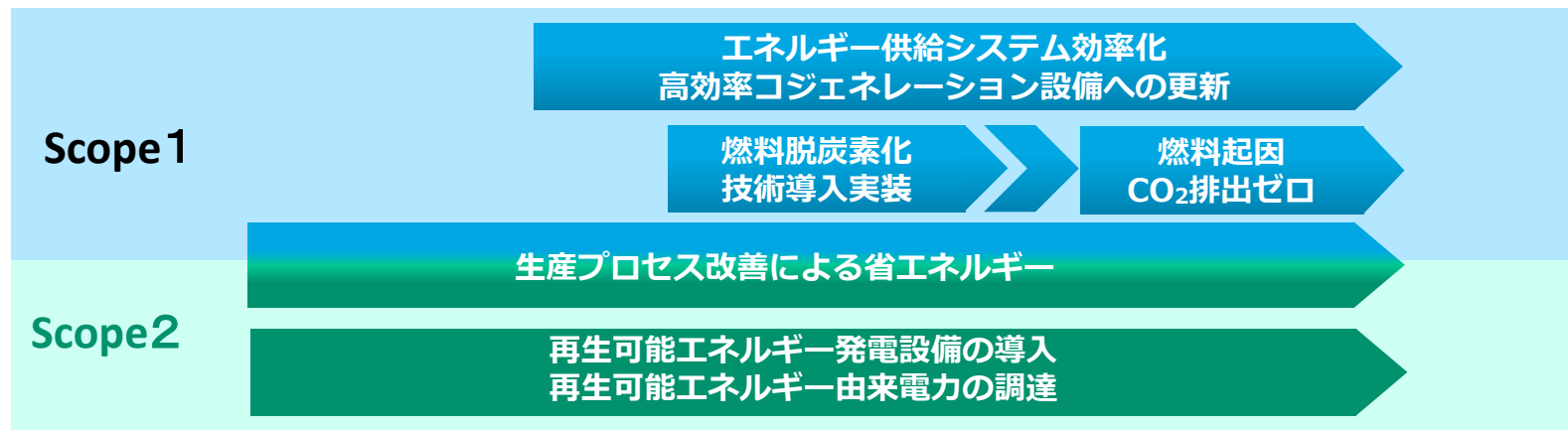
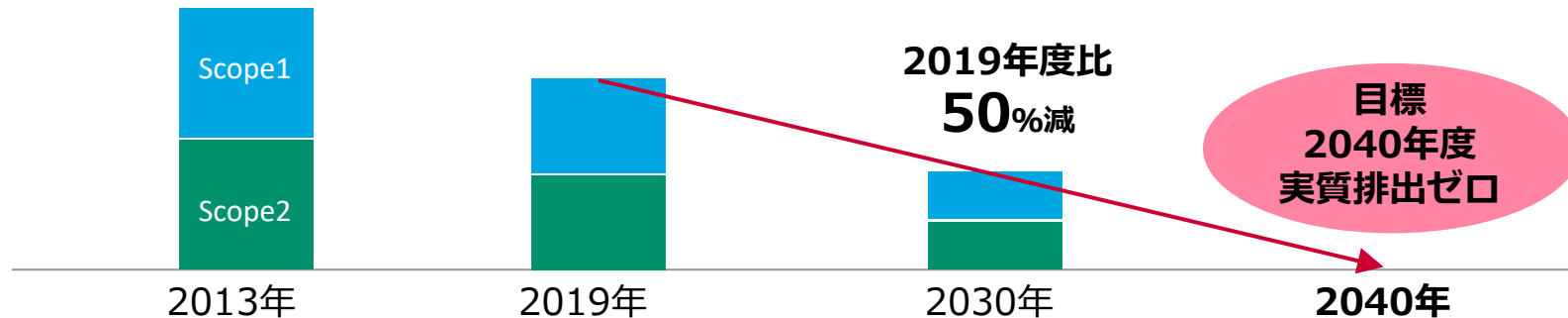
⇒ 調達品の低炭素化・資源循環の促進、省エネルギー性能の向上

③ 社会でのCO2排出削減貢献効果が大きい事業

⇒ 製品・サービスの普及拡大

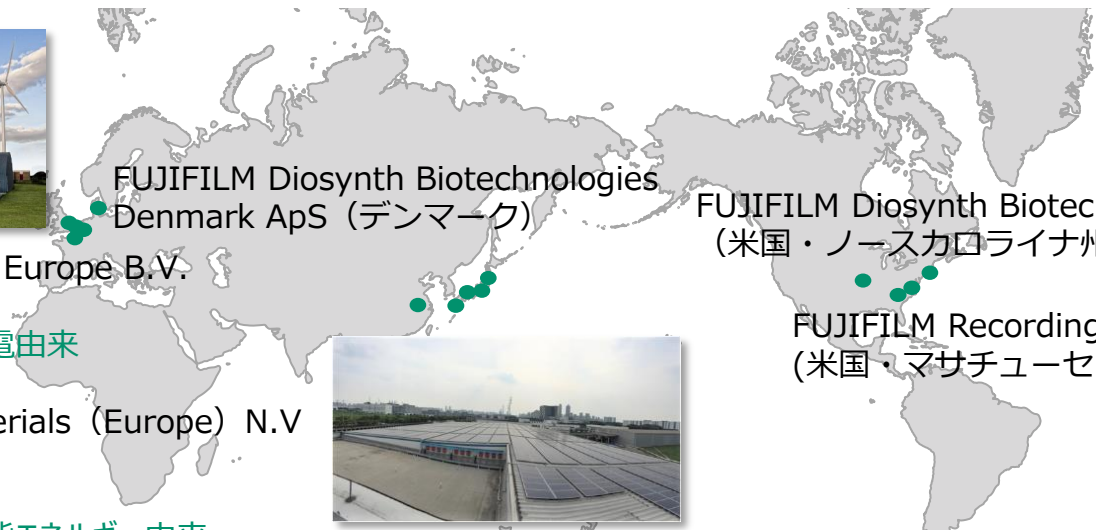
カーボンニュートラル生産の実現

2040年度CO₂排出実質ゼロに向けたロードマップ



再生可能エネルギーをグローバルに導入

- 事業場所在地の社会的要因と地理的要因を考慮
- 候補事業場での事業内容・生產品目に基づき、供給容量、供給安定性、経済合理性等を評価
- M&A、工場建設地の選定において、再生可能エネルギーの供給可能性を条件に組み込み



FUJIFILM Diosynth Biotechnologies
Denmark ApS (デンマーク)

FUJIFILM Diosynth Biotechnologies U.S.A., Inc.
(米国・ノースカロライナ州)

FUJIFILM Recording Media U.S.A., Inc.
(米国・マサチューセッツ州)



FUJIFILM Printing Plate(China) Co., Ltd
(中国・蘇州)

FUJIFILM Manufacturing Europe B.V.
(オランダ)

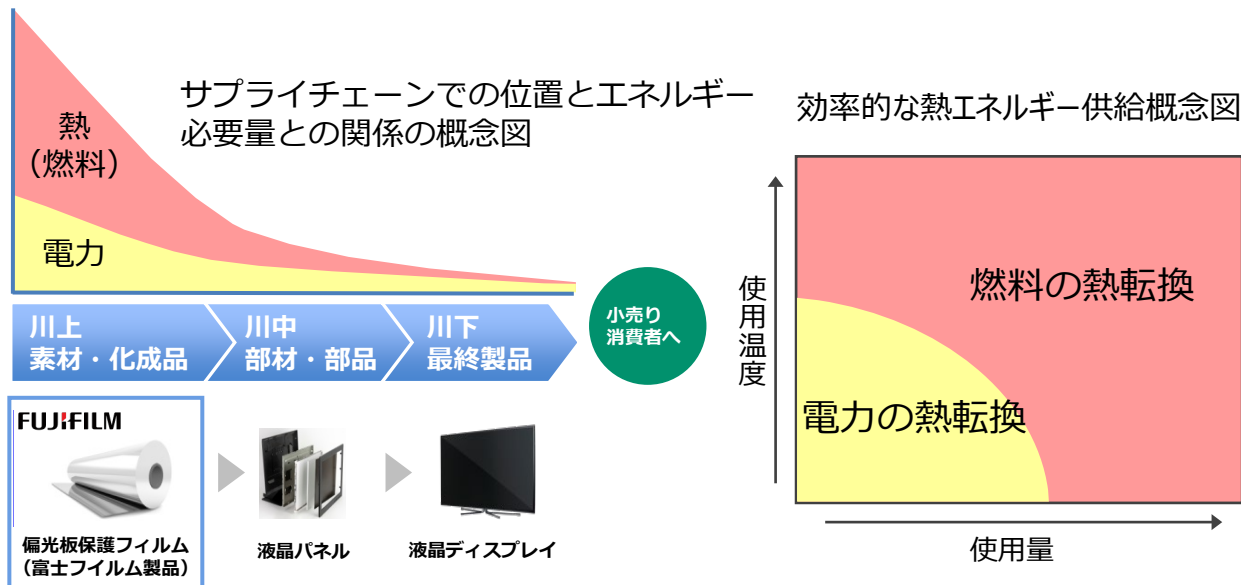
●使用電力 100%風力発電由来

FUJIFILM Electronic Materials (Europe) N.V.
FUJIFILM Belgium NV.
(ベルギー)

●使用電力 100%再生可能エネルギー由来

高温プロセスを用いる素材産業の共通課題

- 素材産業はサプライチェーンの川上に位置
- 高機能フィルムの製膜・乾燥工程では、高温蒸気を使用
高温蒸気の生成には「電力」より「燃料」の活用が効率的
- ものづくりにおけるカーボンニュートラル実現には「燃料の脱炭素化」が必須



天然ガスコジェネレーションシステム (富士宮事業場)



他社との協業を通じた取り組みの推進

高機能フィルムの生産プロセスで必須な燃料の脱炭素化の実現

- 高機能フィルムの主力生産拠点 神奈川事業場足柄サイト、及び富士宮事業場を「カーボンニュートラルモデル工場」と位置付け水素や合成メタンなどのCO₂排出を伴わない燃料の導入と実装を推進
- 2022年3月29日発表

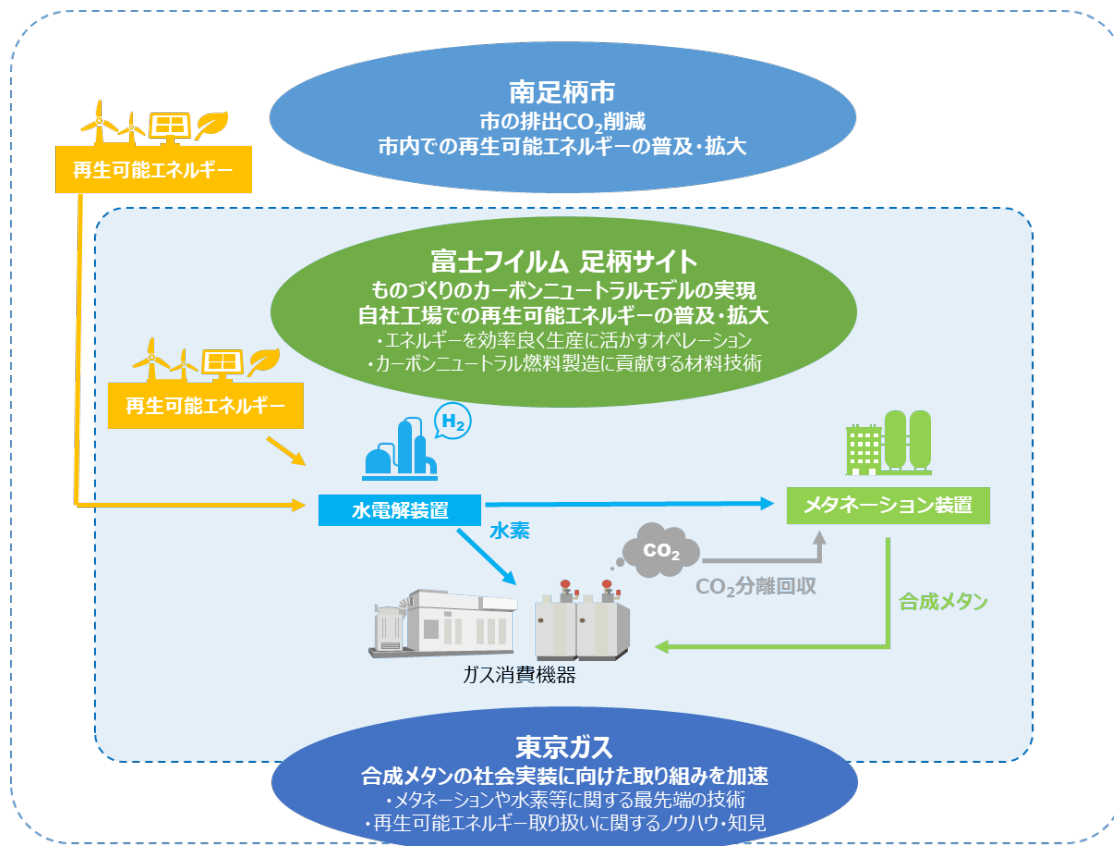
**富士フィルム、東京ガス、南足柄市が
「脱炭素社会の実現に向けた包括連携協定」
を締結**

ものづくりにおけるカーボンゼロモデルの
確立に向け始動



他社との協業を通じた取り組みの推進

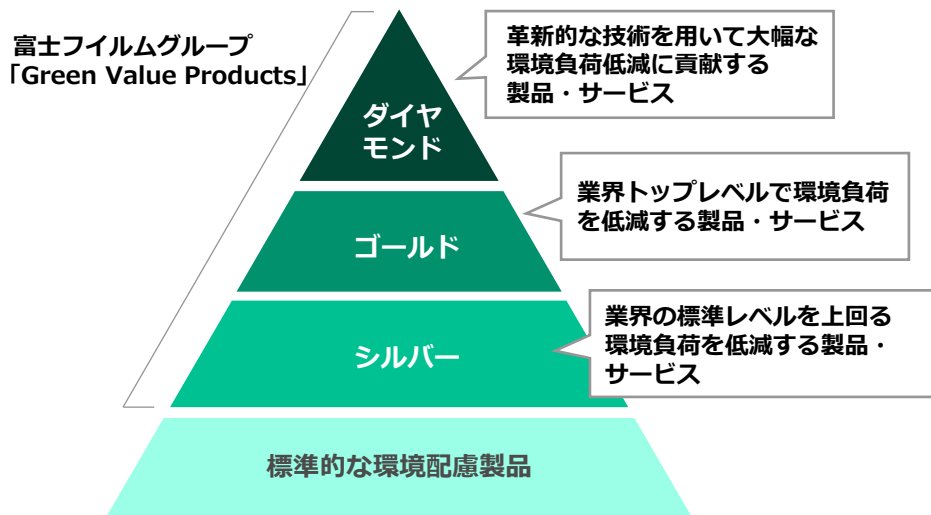
ものづくりにおけるカーボンニュートラルモデル概念図



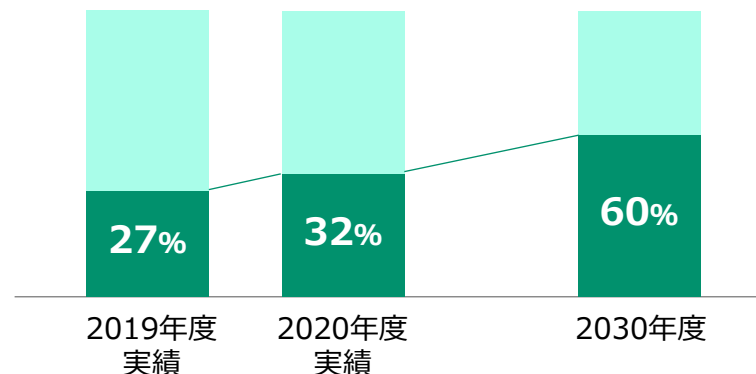
【メタネーション】
水素とCO₂を化学反応させ、都市ガスの主成分であるメタンを合成する技術。合成されたメタンの利用によって排出されるCO₂と分離回収されたCO₂がオフセット（相殺）されておりメタネーションにより製造したガスの利用ではCO₂は増加しない。

- 設備投資・M&A・再生可能エネルギー調達等に適用し
低炭素投資を促進
 - 2022年度より運用開始
- EU域内排出量取引制度の炭素価格を基に社内炭素価格を設定
 - 2022年度 11,000円/ton-CO₂
- ESG委員会で運用状況を監視・評価、取締役会で審議

- すべての製品・サービスにおいて環境配慮設計を実施 2002年～
*気候変動への対応、資源循環の促進、有害物質の削減・代替化、廃棄物削減
- 環境配慮に関する一定の基準を満たした製品・サービスを、
富士フィルムグループ「Green Value Products」として開示 2018年～



目標
環境配慮認定製品「Green Value Products」の
全社に占める売上高比 2030年度に60%



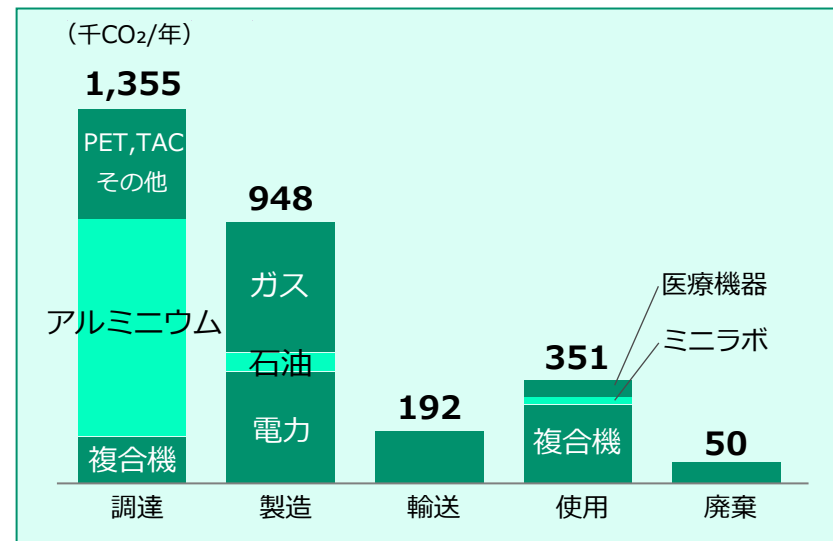
製品ライフサイクル全体の定義

調達・製造・輸送・使用・廃棄
= Scope1・Scope2
+ Scope3で寄与の大きいカテゴリ
(調達・輸送・使用・廃棄)

<削減施策>

- 調達 原材料リサイクルの推進
取引先との連携強化
- 製造 Green Value Manufacturing の推進
- 輸送 輸送の効率化
- 使用 省エネルギー型製品の提供
- 廃棄 廃棄物の再資源化
廃棄時のCO2排出の少ない製品の開発

製品ライフサイクルステージ別CO2排出量（2020年度）



目標

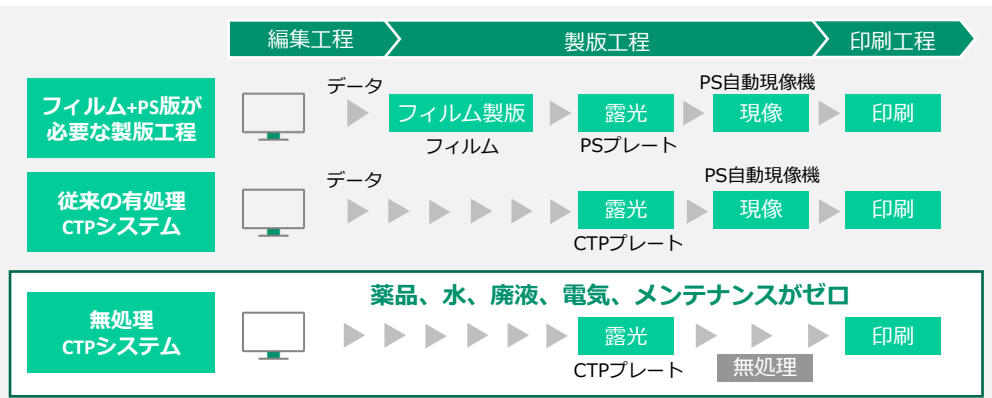
製品ライフサイクル全体におけるCO2排出削減
2030年度までに**50%**削減（2019年度比）

製品ライフサイクル全体でのCO2排出削減（製品事例）FUJIFILM

新聞用完全無処理サーマルCTPプレート

（グラフィックコミュニケーション事業）

- ・従来現像処理で使用の化学薬品や電力をゼロ化
- ・プレート裏面の制御技術により保護紙レス化
- ・主原材料のアルミニウムの「**クローズド・ループ・リサイクル**」



複合機

（オフィスソリューション事業）

- ・省電力化技術の採用により従来型機に比べ、消費電力によるCO₂排出を削減
- ・使用済み製品を資源として有効利用する「**クローズド・ループ・システム**」



【省電力化技術】

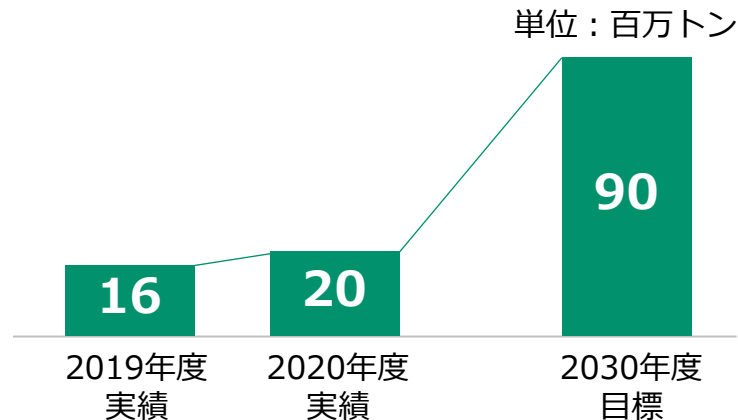
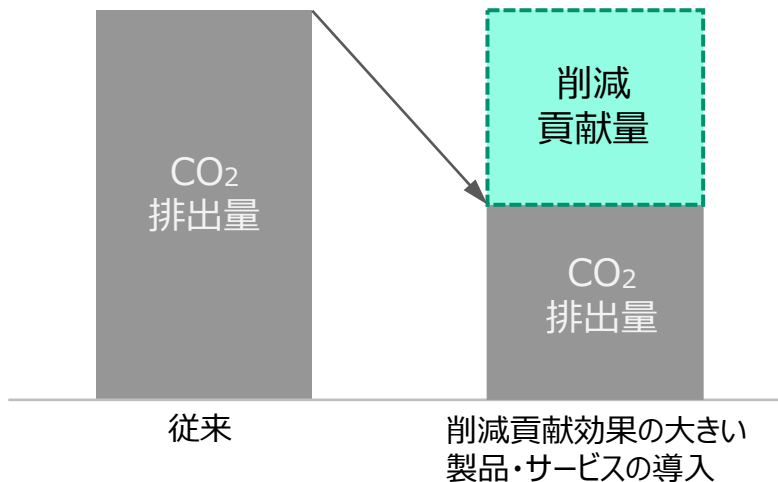
- ・LEDプリントヘッド
- ・低温で融解・定着する Super EA-Ecoトナー

社会でのCO₂排出削減効果の大きい製品・サービスの提供

- 人・モノの移動、時間・資源量を削減するビジネスソリューション
- エネルギー使用量の少ないデータ保存方式
- 省エネルギー性能の高い機器製品

目標
社会でのCO₂排出削減累積量90百万トンに貢献※
(自社による累積排出量の2倍を上回る貢献)

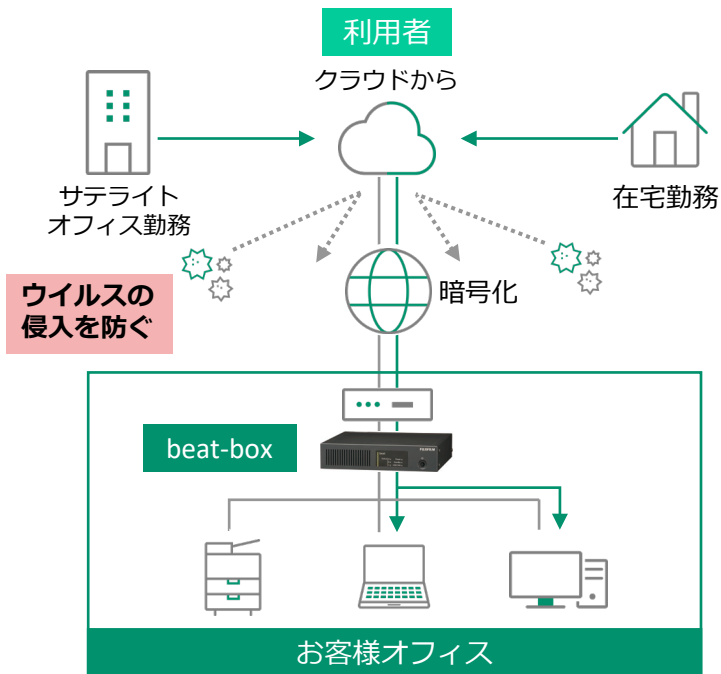
※従来製品をCO₂削減効果の高い当社の製品やサービスに置き換えることで、社会でのCO₂排出削減に貢献する目標（2017年度以降の累計削減量）



社会でのCO₂排出削減への貢献（製品事例）

テレワークソリューション「beat」 （ビジネスソリューション事業）

テレワーク導入を容易にし、人の移動や
オフィス設備利用によるCO₂排出を削減



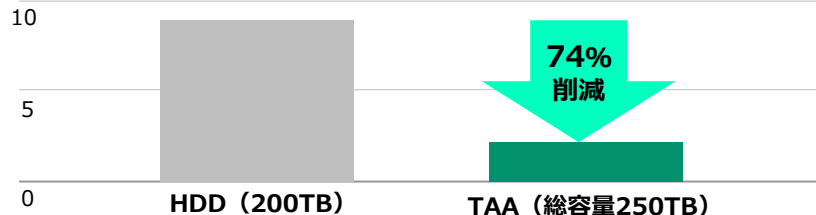
データアーカイブストレージシステム/磁気テープLTO9 （記録メディア事業）

データ保管時の消費電力によるCO₂排出を、
HDDで保管した場合に比べ大幅に削減



消費電力量比較

(kwh/日)



運用条件： 毎日約110GBのデータを書き込み、24時間通電状態で、データ書き込み時とそれ以外の時間により算出

TAAデータ： HDD容量10TB+テープ容量240TB（LTO7×40巻）の当社実測値
HDDデータ： [出所]JEITAデータストレージ専門委員会[テープストレージ活用による省エネ貢献2016]

新たな環境戦略 “Green Value Climate Strategy”

1. 環境負荷の少ない生産活動

“Green Value Manufacturing”の推進

2. 優れた環境性能を持つ製品・サービス

“Green Value Products”の創出・普及

すべての事業分野において、事業の特性に基づくCO2排出削減のアクションプランを策定し、脱炭素目標の達成に向けて全社で強力に推進していく

川田 達男氏

セーレン株式会社
代表取締役会長



気候変動によって地球上の大規模な自然災害が多発し、人類が安心して暮らせる地球ではなくなるのではないかと、取り返しのつかないターニングポイントを迎えているのではないかとIPCC*が昨年発表した第6次評価報告書において、強い提言が示された中、世界各国が危機感を共有し、気候変動への取り組みを強化しています。

当社においても、リスク認識が共有され、取締役会での審議を経て、新たな脱炭素目標を策定しました。既に具体的な戦略の実行を開始しています。

目標達成のためには、国のエネルギー政策、パートナーとの協業も重要な課題です。特に、国には電力エネルギーミックス計画など現実的に問題があり、それらへの対応策が望まれます。

※気候変動に関する政府間パネル

北村 邦太郎氏

三井住友信託銀行株式会社
特別顧問



当社のカーボンゼロに向けた取り組みは、経営リスクを低減し、企業価値を向上させるための、言わば成長戦略に不可欠な要素として位置づけられています。

新たな脱炭素目標は非常に挑戦的かつ意欲的な内容であると同時に、綿密に検討された具体的な戦略・施策に裏付けられており、達成の実現性は高いものと考えています。

本戦略は、社会的な課題の解決に貢献するとともに、イノベーションを飛躍的に進める原動力ともなるものです。

当社がステークホルダーの皆様からの信頼に応えられるよう、“NEVER STOP”の本領を発揮し、スピード感を持って取り組むことを期待するとともに、社外取締役としてその進捗状況を確認してまいります。

江田 麻季子氏

世界経済フォーラム
日本代表



水や空気を大切にす創業以来の伝統に根ざし、当社は常に事業を通じた社会還元を目指してきました。未曾有の地球規模での環境危機に直面する中、日本を代表するグローバル企業として、より一層踏み込んだ環境戦略を策定したことを誇らしく思います。

高い目標に帳尻合わせするのではなく、実現可能性と社会からの要望の両方に応える形で、各事業の特性に合わせたアクションプランを設定し果敢に挑戦していく姿は、まさに当社の伝統に基づいたアプローチと言えます。

本戦略は、従業員と社外のパートナー企業の皆様と共に達成を目指すものです。今後も進捗状況の透明性を確保しながら、気候変動課題に積極的に取り組むリーディングカンパニーとして成長できるよう、社外取締役として務めてまいります。

FUJIFILM

Value from Innovation