



为了一个可持续发展的社会 —————

可持续发展报告 2004



THE DOCUMENT COMPANY
FUJI XEROX

报告原则

富士施乐及其下属机构在开展业务时，一直以来关注着多种多样的全球环境和社会问题。同时，我们每天也在应对解决这些问题时遇到的挑战，以期成为公司众多利益相关者面前的优秀企业。

本报告中介绍了我们为了解决商业经营中的环境问题而进行的努力，以及与这些努力相关的活动的情况。同时，本报告强调了我们所制定的政策和所持的态度，而不是简单地报告各项活动和统计数据。本年度特别需要报告的活动是我们从第三方的视角出发，从负责各项活动或与之相关的各方收集信息，并将其作为“重点”加以总结。

2004 年富士施乐可持续发展报告有印刷和电子两种版本。

印刷版本（52 页）

印刷版本的报告强调了“最高管理层的承诺”和“活动亮点”，并介绍了“管理和绩效”。

在线阅读版本（仅有日文，涵盖了 87 个项目，约有 A4 幅面纸 200 页）

“管理和绩效”中包括了从可持续发展的角度出发，对多项业务活动的深入报告。在线阅读版本的报告提供了不同的导航工具，例如报告地图和 GRI/ 日本环境省的环境指南比较表格，以便读者更加轻松地获取必要的信息。如需了解详细的内容，请参阅本报告第 29 页。

我们希望能够听到您对我们开展的活动有哪些意见和想法，并感谢您合作填写本报告中的调查问卷。

如需获取更多信息，敬请访问以下网站，在线阅读报告（仅有日语版本）：

<http://www.fujixerox.co.jp/sr/>。

■ 参考指南

- GRI* 发布的 2002 年可持续发展报告指南
- 日本环境省颁布的环境报告指南（2003 财年）
- 日本企业高官协会第 15 期企业白皮书中制定的企业评估标准访问我们的网站，可获取 GRI 和环境省两个标准的比较表格。
 - * GRI(Global Reporting Initiative)：全球报告计划的简称。它是一个成立于 1997 年的国际组织，其宗旨是要制定出适用于全球的可持续发展指南。

■ 报告范围

本报告中涉及的环境影响数据来自富士施乐在国内的所有机构以及海外所有生产设施。原则上，本报告中的数据来自 2003 年 4 月 1 日到 2004 年 3 月 31 日期间，即富士施乐的 2003 财务年度。但是，本报告中的部分内容所提供的数据是 2004 年 4 月之后的。

■ 第三方验证

自 2003 年以来，我们邀请中央青山可持续发展认证株式会社提供第三方的验证。该公司的验证内容涵盖本报告的 38 到 49 页的“环保绩效”以及在线阅读版本的“环保绩效”中的内容。该公司的验证结论发布在我们的网站上。

■ 下一份报告的发布日期

2005 年 9 月

目 录

3

最高管理层的承诺

履行更大的社会责任，实现可持续发展

6

我们的远景

通过沟通 and 智慧 实现一个可持续发展的社会

9

重点报道 A

作为“The Document Company”

促进沟通的发展

13

重点报道 B

为了实现可持续发展的产品制造

再造复印机和多功能一体机

18

重点报道 C

提供高效节能的产品

富士施乐如何帮助防止全球气候变暖

20

重点报道 D

为了实现可持续发展的纸张供应

希望在未来很久都能够使用纸张

24

重点报道 E

防止事故的重复发生

将火灾事故作为一个转折点，努力实现更大的公平、诚信和彻底

28

CSR：有些事情会改变，其它事情则不会

29

管理和绩效

30

管理和组织

32

社会绩效报告

38

环保绩效报告

50

公司简介

51

联络方式



履行更大的 社会责任 实现可持续发展

富士施乐的企业精神： 相信人类的潜能

从创建之日起，富士施乐就将我们的管理哲学、业务展望和价值系统公布于众，并将其视为我们核心业务管理中的一个重要部分。

罗伯特·弗罗斯特的诗“未选之路”(The Road Not Taken)中包含以下的诗句：“面对黄色的森林里的两条道路，我选择了很少人走的那条……”。这些诗句经常会在富士施乐新员工的欢迎仪式上吟诵。它直接表达出了在创建初期，驱使施乐公司不断发展的那种勇于挑战

风险的企业家精神，并将作为施乐精神的一部分不断被吟诵下去。在创始之日，富士施乐的企业哲学是“我们的商业目标就是通过更好的沟通，实现人与人之间的相互理解。”富士施乐通过其业务活动所创造的价值就是这个基本思想的体现。它也在随后制定的所有企业哲学中成为一个永恒的主题。

富士施乐发起和倡议，并且已经在执行的新的企业远景，适用于各种机构和业务方式，并传播到全世界。其中的一个实例就是1970年发起的持续了一年的“美丽行动”。那年，生态环境的概念第一次得到了日本公众的注意。也是那一年，在大阪举行的70'博览会上，“人类进步

与和谐”成为大会的主题。在经济飞速增长、社会处于劳动力密集型时代的日本，“美丽行动”发出的关注环境以及工作方式的警示，得到了高度赞扬。

核心业务活动中的贡献

帮助创造一个可持续发展的社会

今天，全球环境问题的不断出现，需要人们的一致行动。要达到可持续发展不应将企业活动和全球环境或社会问题对立起来。解决全球的环境问题必须与企业的核心业务活动紧密结合。

在环境问题上，富士施乐有着两方面的责任。首先我们要降低自身业务活动（例如开发、生产、销售和服务）对环境的影响，诸如，在全球气候变暖、资源枯竭和化学物质污染等方面。其次，我们要提供能够帮助用户以最少的能源和资源创造更大价值的产品、系统和服务。因此，我们必须要了解各项环保活动对于可持续发展的贡献，一步步向我们的最终目标迈进。

作为联合国志愿行动计划“全球契约”的参与者之一，我们还了解长期致力于解决环境及其它全球性问题的重

要性。富士施乐和我们的用户都更加迫切地想要参与到环保的各项活动中。

信息产业的爆炸性发展以及其全球化的增长正在快速改变着今日企业处理工作流程和信息系统的方式。

为了应对这类趋势，并助其发展，富士施乐推出了一个我们称之为“开放式办公前沿”（Open Office Frontier，简称 OOF）的办公概念。

“开放式办公前沿”将智能活动网络化，并提供有助于提高工作效率的系统和服务。这些活动增强了客户的竞争力，降低了其整体成本。同时，它们还能减少客户对于环境的影响——换言之，实现了消耗更少资源、创造更大价值的目标。

随着企业的全球化和企业间的联盟，企业的业务活动也在增加。如果这种情况继续下去，能源消耗量必将大幅增加。富士施乐相信，“开放式办公前沿”的概念和方法具有显著改变这一趋势的潜在能力。

“开放式办公前沿”提出了一种新的工作方式，它实现了跨组织和企业的合作，而不会受到时间和地点的限制。我们和客户一起推广这一工作方式，使其成为 21 世纪新的业务模式。

对话和信任

我们的关键词：“沟通”

从创建时起，富士施乐在开展其业务活动的同时一直注重社会价值。为了进一步推动这一管理哲学，1993 年，公司宣布推出了“卓越企业”的概念，将其作为管理层努力实现的长期远景目标。“卓越企业”需要做到：“强大”、“友好”和“充满乐趣”。我们不但需要在这三者之间进行平衡，还需要以明确的方式表述出来，以便与所有员工分享这个概念。与包涵企业哲学的使命宣言不同的是，这些词语描述了一个重要的政策，它规定了我们的业务活动范围。我们要成为“卓越企业”的想法来自于可持续发展的三个基础因素：经济、社会和环境。富士施乐及其下属机构有大约 35,000 名员工。每一位员工都是建立“卓越企业”的起点。他们的工作给他们



带来创造新的价值的乐趣，并使他们认识到自己的工作为社会做出了贡献。在工作中寻找“乐趣”，并向社会和环境付出“爱心”是非常重要的。这种心态给员工带来工作热情以及在市场竞争中取得胜利的“力量”。

在了解了公司的业务远景和宏观战略以后，富士施乐的每位员工在其各自工作地点运用自己的判断力和能力，创造出个人或集团公司成员的出色业绩。我认为这种管理才是理想的，我将其称之为“足球风格的管理”。与其它体育运动不同的是，足球比赛一旦开始，教练就不能指导单个队员或者叫暂停了。教练的主要角色是要树立球队的哲学。他或者她需要制定明确的目标和宏观策略，并与队员分享。为了将这个策略变为现实，教练要训练和培养队员。当比赛开始之后，一切就都取决于场上队员的自主精神和能力了。足球专业人士通过顶级赛事得到个人实现。教练和球员关系中的最重要因素就是共享一个远景和策略，并建立起一种相互信任的关系。因此，日常的沟通至关重要。

商业管理也是一样的道理。对于那些有动力，有能力，同时有远见的员工，其积极性很容易在企业的团队里被调动起来。足球风格的管理需要为这些员工创造机会，使其充分展示各自能力，并通过团队合作，实现“卓越企业”的理想。与为专业运动员准备的足球场一样，公司就是很多员工通过工作实现个人成长和自我实现的场所。我希望富士施乐能够为员工提供这样的机会。本报告中所提及的很多环保和社会贡献都来自于我们员工参加的个人或集体的志愿活动。

行进：

步伐更慢，眼界更宽

我经常进行慢走锻炼。我注意到，走路时放慢步伐、平视四周，就能够看到比开车时看到的更多的风景。看到树梢上的树叶、草丛、小鸟和昆虫时，我的心情也会变得更好，也能够更加敏锐地感受到季节的变化。这时我会想到生活在我们周围的各种各样的生物，想到人类与



数目的物种所共有的这个地球。联想到人类得到地球生态支持的这一事实，它提醒我，尽管富士施乐的业务活动是以人为本的，这些活动绝对不可超出地球生态所能够承受的范围。

为了确保企业的可持续发展，我们的业务活动永远不能忽视那些关键因素。正因为如此，我们更加需要承担企业社会责任。它是实现“可持续发展”的必要条件。遗憾的是，它尚且不是一个充分的条件。

自创立之日起，富士施乐执著地贡献于社会。公司对环境问题的关注体现在我们的“卓越企业”的概念以及“开放式办公前沿”的业务远景之中。而基于上述思想制定的商业策略也正在融入我们的管理实践，并传达给我们的员工。

随着社会对企业社会责任和可持续发展的重视，我们这些想法也正在得到全球的关注。我们对于人类潜能的信念将继续推动能够充分发挥人的潜力管理方式。我们的目标是将业务活动对于社会和环境的影响降低到最小，同时为我们的客户提供同等质量的产品和服务。我们坚信，这种方法将为社会和我们的地球带来可持续发展。请关注我们选择的道路吧，同时，期待您诚恳的反馈。

有马利男

总裁

富士施乐株式会社

有馬利男

面向可持续发展 通过沟通和智慧 实现一个可持续发展的社会

我们，富士施乐集团，将致力于

建立一个
创造知识和有效
利用知识的
环境

一个提供出色的服务并创造价值的
强大的公司

P.9
企业价值观
“作为文件处理专家”

重点报道

不断培养
相互信任、丰富
多元性的文化，为
全社会的进步
作出贡献

一个通过其环保计划、商业道德和对社会的贡献，表现其对本地和国际社会友好的企业

生态与安全远景

富士施乐集团将在其各项业务中推行并发展世界级的关注生态的活动，以强调对环境的尊重。集团中的企业将致力于向其客户提供对环境安全友好的产品、服务和相关信息，并通过这种方式，为个人和社会的环境保护做出贡献。

重点报道

资源枯竭
“为了实现可持续发展的产品制造”

P.13

重点报道

全球气候变暖
“提供高效节能的富士施乐产品”

P.18

重点报道

资源枯竭
“为了实现可持续发展的纸张供应”

P.20

在我们的
职业和个人生活
中实现成长并
获得满足感

在富士施乐，员工们可以享受到
有趣的工作和生活

可持续发展

重点报道

企业商业道德
“防止事故的重复
发生”

P.24

可持续发展的
企业

可持续发展的
社会

可持续发展的
地球(生态系统)

可 持 续 发 展

富士施乐的精髓何在？

富士施乐能够为社会提供何种价值？

富士施乐在问自己这些问题。为了向公司的利益相关者们提供明确的答案，我们将业务活动总结成一系列的重点报道。本章介绍了我们在创造一个可持续发展的社会和全球环境时所面临的挑战。

富士施乐通过其核心业务向社会提供的价值

重点报道

A

对全球环境影响的回应

重点报道

B

C

D

富士施乐希望将公司价值观代代相传

重点报道

E

社 会

企 业

环 境



作为 “The Document Company” 促进沟通的发展

富士施乐是什么样的企业？每个人都知道富士施乐生产复印机。但是其目的何在？未来我们将做什么？这个重点报道将回顾富士施乐为社会做出的贡献以及我们未来的发展方向。

“开放式办公前沿广场”（日本）：一个便于协同工作的文件环境

富士施乐

向社会提供什么？

1991年2月，富士施乐将其企业标识定为“The Document Company”（文件处理专家），宣布了它未来的业务方向。这个新标识的含义是公司要在文件和文件生成过程这两个方面，不断努力成为最佳。新标识还体现了富士施乐当时的企业哲学——帮助人类社会通过文件实现更好地相互理解以及和谐相处。

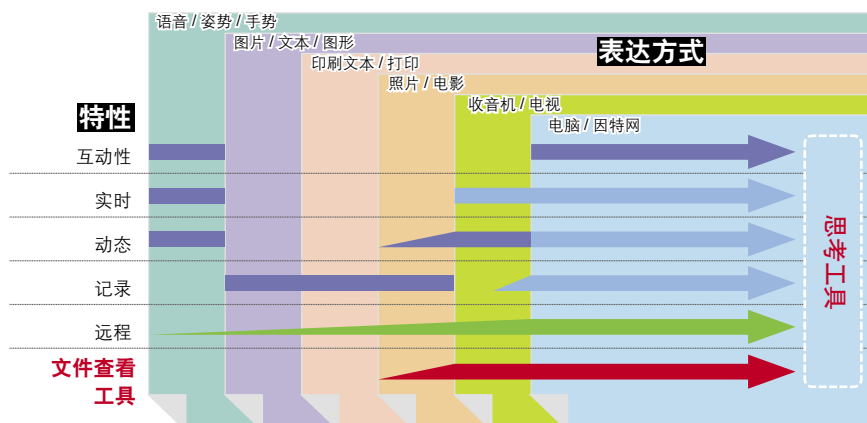
企业为社会提供了那些价值？我们需要从企业社会责任的角度，重新审视公司的商业活动所为社会提供的价值。

“企业社会责任”一词描述了企业对社会所承担的责任。那么，“文件处理专家”的富士施乐已经并在未来将为社会提供的价值是什么呢？这个重点报道描述了富士施乐通过文件为社会提供的价值。

“文件”是什么？

文件是什么？对于富士施乐来说，“文件”远远超出了写有信息的纸张。文件可以包括多种介质，例如声音或者电子形式的文本和图像。换言之，文件是人类智能可

记录和传递思想和信息的方式的发展……未来将会怎样？



文件是知识的有形表达。文件格式的演变，形成了各种各样的文件工具。

以辨识的任何物理表达形式。人类可以运用文件进行思考、沟通、判断并采取行动。

首先，文件到底是什么？如果文件是人类知识的表达，那么文件的原始形式就是通过语音、姿势和手势来进行的沟通。当人们想要向更加广泛的对象传递知识并将知识保留更长时间的时候，他们就把文字刻在墙壁上或者写在纸上。

这些记录向后世传递了重要的历史事实以及自然科学或医药知识，并成为文件的基本形式。古登堡在 15 世纪发明活字印刷机之后，文件的基本形式演变成为大规模的传播。随着人们文化程度的提高，更多的知识得以共享。同时，文件开始将人们联系在一起。

500 年后，在 1949 年，美国纽约州罗彻斯特的哈罗伊德公司（Haloid Company，后改名为施乐公司）发明并推出了一种技术，即，无需制版就可以直接在普通纸上进行图像复制。这项名为“静电复印术”（xerography）的技术是基于静电的复制技术。现在，每个人都可以随时随地使用施乐复印机轻松地分发文件，传播信息。这项革命性的发明如此伟大，以至于管理宗师彼得·德鲁克（Peter F. Drucker）曾经说，施乐公司成功实现了“信息的民主化”。施乐公司的首任董事长约瑟夫·威尔逊（Joseph R. Wilson）曾说，“我们工作的目的是要帮助人与人之间更好地相互理解并为世界带来和谐。”这些话揭示了文件可能具有的巨大潜在力量，也让人洞见到了施乐公司“文件处理专家”的角色原形。



协作展板 (CollaboPoster) 使人们可以以物理形式传送和传递知识。

文件演变成思考的工具

80 年代时，信息社会以前所未有的速度开始发展。个人电脑变得普及，而且在接入互联网后，任何人都能生成文件并发送给全世界。但是，要想使用电脑，人们必须要学会电脑操作，遵守电脑的规则。

由于受到这种非自然安排的影响，施乐公司的马克·韦斯（Mark Weiser）在 1988 年创造出了“普及计算”（ubiquitous computing）的概念。韦斯的新概念不仅属于技术的进步，更是实现了一个肉眼看不到电脑的环境——这样，人们就能够更加轻松地展示其创造力。企业研究集团的成员山崎竹视说，“当把人的思想与电子文件联系在一起时，让人们看不到电脑是非常重要的。”山崎预言说，未来的电脑将是人类的随身物品，不仅能够提高效率，还可以帮助改进创造力——从而成为“思考的工具”。

“生成文件的工具”，例如纸张、铅笔和打印机，是文件演变过程中的第一代技术。反过来，这些物品又促进了人们对“文件查看工具”（例如投影仪、电视和电脑）的需求。从这里开始的下一步发展将是“思考工具”。

文件形成了协作的环境

富士施乐预计，未来的文件将演变成为“思考的工具”。不过，它们将具体采用哪些形式呢？富士施乐今天的技



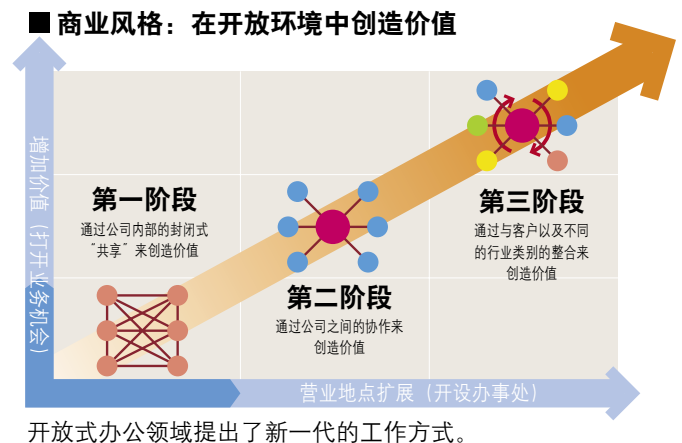
“互动墙” (InteractiveWall) 使得用户可以在不同的地点共享文件, 并将讨论过程中的数据或者手写文字以电子形式保存起来。

术发展已经勾勒出了这些“思考工具”的演变。2002年秋季, 富士施乐制定了一个名为“开放式办公前沿”的新的商业远景。开放式办公前沿结合了两个概念——“开放办公”和“办公前沿”——提出了新一代的工作方法。

开放办公室的概念是办公室的一种新观念。这种新概念的办公室对不同企业或机构的员工开放并将其联系在一起。它的理论基础是, “给予和成长”这样一种人际关系有助于出色的想法的产生, 并被作为知识在担负不同工作职责或属于不同管理链的人群中得以广泛共享。任何组织想要超越其能力创造新的价值则需要多个个体超越其各自组织机构的相互合作。封闭式机构中的单个个体则不可能实现这个目标。不过, 当利益复杂的多个企业协同工作时, 其所在机构的某些领域可以开放, 而其它领域则必须是封闭的。制定和管理信息共享和信息保护规则是一个极为棘手的问题。富士施乐已经开始利用自己研发的技术提供这种服务, 使得这种开放办公的概念成为可能。

一家制药企业正在使用富士施乐的协作服务 (Collaboration Service) 创建一个能够实现与外部协作的产品研发系统——这是以前他们无法做到的。在今天愈演愈烈的国际竞争中, 仅仅依靠自身能力和资金开发产品的企业将会发现, 他们无法和那些资金雄厚的全球化企业竞争。

共享以前被视为最高机密的数据, 就可以实现临床试验



的外包以及与协作企业分享临床数据。这缩短了产品开发时间, 降低了成本, 使更快、更先进的研发工作成为可能, 且研究成果的附加价值得到提高。富士施乐的协作服务使得企业能够与外包企业和研发合作伙伴分享其协作项目信息, 其自由度如同是在本公司内部一样。同时, 企业还可以设定详细的安全措施, 例如按照职务功能对信息的提取加以限制, 或禁止提取与协作项目无关的信息等等。开放办公概念提供了一个环境, 使不同的企业可以将其专业知识用于协作项目。

一家家居设备批发企业正在使用富士施乐的打印服务网络 (在全日本任何一家 7-11 便利店中打印数据) 改善其客户服务质量。这家批发企业在日本各地的销售代表可以将客户的厨房或者其它房间拍摄成照片, 并通过因特网将作业要求和图片发送给他们在中国的设计公司。

中国的设计公司将根据接收到的照片设计并绘制效果图, 然后将图片在具有高度安全保护的打印服务网络中进行登记。

当设计完成后, 日本的销售代表可以到最近的 7-11 便利店中, 将设计图打印出来, 作为建议书发送给客户。开放办公概念为“办公室开放”的机构和个人提供了协作的环境。

开放式办公前沿的第二个基本概念就是办公前沿——它的产生源于与客户共同工作的愿望和激情, 并始终处于开放式办公室前沿。办公前沿的概念涵盖了不断

面对新的挑战，在最前沿推出更好的工作方式。回首公司的发展历史，富士施乐不断在办公环境的前沿创造着新的工作方式，例如“租用施乐复印机，买到高效率” (Rent Xerox, Buy Efficiency)、“从高强度到美丽” (From Moretsu to Beautiful)、“坚持以人为本” (Always Human-centered)、以及“以新的工作方法重新开始” (Start Over With a New Work Way) 等等。

富士施乐提供的绝不仅仅是技术。我们不断地在人们的工作方式方面提出新的人文改革建议。开放式办公前沿的目标也不仅仅是提高效率，它还要通过新的工作方式，解放人的能力。

将开放的工作方式变为现实—— 开放式办公前沿广场

“开放式办公前沿广场”是富士施乐提出的一个概念办公室。这个广场在 2004 年 1 月开业，向人们展示开放式办公前沿的概念。这个办公室中容纳了开放办公计划的员工，由总经理青木喜久以及一些通常不在销售一线工作的研发人员管理。另外，其它企业的员工为一些协作项目也在这里工作。同时，一些客户在总部员工或者销售代表的陪同下在这里参观，使其成为一个真正“开放”的环境。除了会议室之外，办公室是开放式的，其空间是由一些矮隔断来分隔。人们看不到的部分是由于采取了严格的保密措施。这个办公室中配备了“互动墙壁” (InteractiveWall) 和“协作展板” (CollaboPoster)，可以让用户在不必知晓任何电脑界面的情况下，充分发挥出电脑的强大功能。这些工具连接着多个站点，使人们的交流或者讲演成为可能。

这间办公室的特点之一就是，它的电脑并非和人们想象的一样。当谈及开放式办公前沿的魅力时，总经理青木说到，“使用一支笔而不是键盘更加有助于发挥人的创造力。在理想状态下，你应该以自然的姿态专注于讨论的话题，而把诸如安全管理或者讨论过程记录等工作交给后台的电脑来完成。这种安排创造了一个空间，在那里员工们可以相互启发，从而提高个人和团队生产力甚至改善团队的移动能力。”不过，开放式办公前沿广场并不代表着开放式办公前沿的最终形式。正如青木所说，

它仍然具有未来发展的潜力。“开放式办公前沿广场是一个试管——它将验证我们将‘开放的办公方式’变成现实之后所带来的好处。下一步，我们需要创造价值。这个过程本身就是开放式办公前沿的真正意义所在。我们将保持这个概念的开放性，同合作伙伴们分享我们的概念，让它变得更加理想。”

作为思考工具的文件

随着开放式办公前沿逐渐成形，未来的文件服务将是何种形式？

富士施乐目前的研究目标之一是，找到共享人类知识的方法，以便更快地解决问题。当需要解决的问题被确定之后，解决该方法或者需要分析的信息却不是很快可以得到。因此，这时候需要的是在了解用户的工作类型及兴趣的基础上，为用户收集信息的一种服务（一种能够自动地把信息发送给用户的系统）。

换言之，该项服务将能够提取适用于用户的信息（按照用户的数据处理能力，获取高质量信息），并在用户需要的时候提供给他们。电脑将被用于它们最擅长的工作，例如记录和查找。而人们则只需专注于表达其创造能力。这个概念就是文件成为“思考工具”的框架。

山崎强调指出，判断总是由人做出。“不可以用电脑作出结论。当人们需要信息的时候，电脑已经提前一步，静静地列举出各种信息。这样的安排对人的思考过程有所帮助。”富士施乐提供的这种文件服务是在“以人为本”的原则基础上创造出来的。

让我们再次审视富士施乐为社会提供的价值。我们提供的工具和服务——例如复印机、工作站以及各种文件解决方案——随着时代的变迁而发生着变化，其中不变的是我们专注于让设备贴近人类。我们的工作使得人们能够更加自然地参与到不断演变的沟通过程之中。

沟通是人类社会不可或缺的组成部分。通过促进沟通，富士施乐可以改善人与人之间的理解，创造出一个更好的社会和可持续发展的世界。富士施乐肩负着重大的责任，并将继续面对这个责任所带来的各种挑战。■



为了实现可持续发展的产品制造 再生复印机和 多功能一体机

对于不太精通环保问题的人来说，“逆制造”并不是一个熟悉的术语。这个术语描述了一种革命性的、强调再利用而不是再生的制造方法。制造业如果以可持续发展为目标必须求助于逆制造。

用水冲洗过的再利用部件

利用最少的新资源 制造产品

复印机和多功能一体机部件的再利用是富士施乐整合再生系统的一个部分。这个系统的建立旨在将产品制造过程中对新资源的使用降到最低。这是富士施乐防止资源枯竭的手段之一。

有哪些方法可以降低新资源的使用，最有效地减少对全球环境的影响？传统的答案是通过材料的再生。然而，材料再生的过程将消耗大量的能源，并且还会引起其它的问题，例如化学品的使用等。而再利用只需对回收的部件进行少量改动。如果再利用取代了再生，它对全球

环境的影响程度毫无疑问将被降低。

由于资源枯竭很可能在未来成为更加严重的问题，富士施乐制定了一项政策，将整合再生系统列入未来发展的首要任务。我们正在发起一场永不结束的战斗，为可持续发展的社会创造出一种全新的生产方式。

从卡车上卸下的硬纸板箱子的侧面写着新产品的名称。但是，它们里面装的却是回收来的旧复印机。每一台复印机被送回工厂后，工人将根据数据库里的产品使用记录对其进行检查。检查完毕后，如果机器被视为工作正常，它将被装到一个自动的传送带上，开始拆卸过程。



广田：“很多问题我们都没有答案。我们会试图通过‘试错’的过程找到答案。”

复印机进入拆卸程序后，根据数据库信息，工人们将可以再利用的部件与需要再生处理成原材料的部件区分开来。可以再利用的部件将被冲洗和晾干，如果需要，它们还会被修理或者重新喷涂。然后，它们将被组装成小单元，在经过质量检验之后发送到装配线上。在装配线上，这些部件的使用方式与全新部件完全相同。

和零部件供应商 做同样的工作

这就是富士施乐海老名中心（神奈川县）的逆制造工厂。与过去的废料工厂不同，这里与制造新产品的工厂没有两样。

“我们这里的工作与部件供应商一样，”富士施乐合作企业的一位员工广田阳子说。自从整合再生系统启动之后，她已经在这里工作了九年。

她解释说，她工作的工厂从事的不仅仅是拆卸零部件。这里还有一部分生产线的功能。广田的工作是将零部件从回收来的机器上拆卸下来，在判断其可以再使用后，再将其组装成子单元，以便安装到新的设备上去。她说，“从长远发展，再利用是资源利用的最佳方式。在这里工作让我理解了这个任务有多么困难，又是多么有价值。”这个工厂的工作被称作“资产回收”，即将那些依然有价值的物品回收并为其重新赋予生命。

将“旧”产品变为 “与新产品一样好”

资产回收中有两个较大的挑战：第一个挑战是开发评估部件寿命与质量所需的技术；第二个挑战就是设计出使用再利用部件的产品。

为了迎接这些挑战，富士施乐成立了一个特别小组，根据功能解决每一个特定的问题。除了开发 / 生产和销售部门之外，这个小组还从一线机构（例如负责分销的分公司、部件供应商等）招募人员。负责生产技术的川口正次，同时也是部件再利用技术小组成员。他将该小组出色的表现归功于其成员的多样化。他说，“分享部件供应商的专业知识并和他们共同研究问题，这让我们解决了那些富士施乐无法独立解决的问题。”

这个小组首先解决的问题就是如何将可以再利用的部件与需要再生处理的部件区分开。那些部件可能有很多问题，例如使用寿命短、磨损严重或者难以拆卸等。川口强调了将部件区分开的重要性。“我们的目标是提供和产品质量相同的产品，而不是二手设备。为了这个目标，我们必须彻底了解每个部件的使用寿命。”

新生产出来的部件的使用寿命可以提前预知。因此，如果了解了复印机的使用时间，我们就可以在收回时将其零部件区分开。但是，在实践中，事情并非如此简单，



川口：“我们积累的详细研究报告已经转变成为质量保证标准。”

因为复印机的使用情况各不相同。两台使用时间相同的复印机上记录的用量可能不同，也可能被安装在不同的环境里。而且，在使用过程中，复印机上的部件可能会在定期的保养和维护时更换过。而要获得这些详细的信息通常是不可能的。

全面的历史信息系统 创造了质量

使用富士施乐复印机的很多客户都和公司签订了全面维修保养协议。在这个系统中，客户服务工程师会定期或者在需要时被召唤到现场，对客户设备进行维护和部件更换。这让客户服务工程师们清楚地了解设备最新的状况，同时，这些信息会被收集、保存到公司的数据库里。这些零部件使用率和总故障率信息通过一种名为“Weibull 分析”的方法帮助判断零部件的使用寿命。

小组需要解决的下一个难题就是如何判断被选择重新利用的部件是否能够达到新部件的质量水平。由于我们无法使用传统的测量手段判断某些部件，小组决定尝试与以往不同的方法，例如用电声方法检查马达的磨损程度。小组根据零部件原有的质量标准判断它们是否可以被再次使用。“我们在公司内部通过详尽的研究而积累的专

业知识和信息成为后来制定标准的基础。”川口说道。从拆卸到清洗的工艺流程中也遇到一些难题。例如，回收的复印机内部往往比较脏，到处都是墨粉或尘土。川口介绍了他们是如何进行清理的。“我们使用的基本方法是对环境影响最小的冲洗方式。但是有些部件无法用水冲洗，我们就使用干冰喷射的方法进行清洁。”

这个小组还开发了其它的若干技术，例如，只需更换寿命较短的或者无法再利用的底层材料的技术、检验维修结果的检测技术、将辊轮等橡胶部件的磨损区域剥开并重新涂层的技术、以及外壳喷涂技术等。

尽管从项目开始至今已经九年了，小组成员仍然在一起工作，分享各自的专业知识，面对新的挑战。他们取得的成就每天都在完善着再利用部件的生产线。

平台设计实现了 多型号部件的再利用

提高部件再利用率的新方法需要从部件的设计开始。

2000 年提出的平台概念已经成为部件设计阶段的有效工具。这个概念需要将设备部件的功能集中于模块之中。将这些模块组合起来，便可以制造出能够满足各种需求的产品。

尽管平台概念是为提高产品开发的效率、降低成本而设计，它也非常有利于部件再利用——帮助提高部件在多代不同产品中的再利用数量。在机械系统开发部门负责设计的山桥士朗说，“在传统意义上，部件再利用是指部件被再次使用在同一代或者同一系列产品中。而富士施乐努力将通用部件用于多种型号的产品上，并在 2003 年取得了成功。”到 2004 年年底，使用平台概念设计的复印机在使用寿命结束后被送回工厂。“我想从今年开始，我们将看到提高再利用率带来的好处。”山桥充满信心地说道。

山桥目前正在设计驱动复印机的光学图像读取部件。他说，过去几年的研究工作使得部件的使用寿命延长了 300%，甚至更多。“我们还需要应对很多的挑战，例如



山桥：“我们现在面临的最大挑战是那些很难再利用的关键部件。”

在中国的工厂实现核心部件的再利用。”如果说开发部件拆解技术是第一阶段，设计平台是第二阶段，那么富士施乐正在进入第三阶段，即研究光学部件以及其它关键部件的再利用，而这一领域在以前被认为是很难做到的。富士施乐工程师们从成功中积累起来的专业知识被写进“设计指导手册”中，并传承于手册的不断改版中。

再利用是 环境保护的关键

今天，富士施乐的整合再生系统已经成为自成一体的生产系统。建立这样一个系统的研究工作始于 1993 年。当时的公司总裁宫原明制定的远景是“通过利用回收设备的部件并将其提供给客户，降低对环境的影响。”这个项目能够保证使用再利用部件的设备达到与新产品相同的质量。富士施乐意识到只有再生利用才能降低新资源的使用量，于是启动了再利用项目。宫原相信，再利用是解决环境问题的关键所在。

在那时，环保问题尚未得到广泛关注，尽管高级管理层作出了决定，但是在是否要推进该项目的问题上，人们还是产生了一些怀疑。资产回收管理小组的业务规划经理小堀睦郎在系统创建的整个过程中扮演了重要的角色。他说，“有些人质疑我们制造的使用了再利用部件



小堀：“‘我们是否能够将其制造成与新产品质量相同的产品？’‘它们真的卖的出去吗？’——事实证明这些顾虑都是大可不必的。”

的产品是否能够达到新产品的质量标准。还有人担心即便我们能够做到这一点，客户们还是会认为自己买到的不是新产品而要求价格折扣。但是，所有这些担心都是没有根据的。”他补充说，项目启动之后遇到了多个难题——当时看起来该项目几乎不可能成功。

自 1995 年富士施乐第一个宣布推出了使用再利用部件的复印机产品至今（2004 年 3 月），公司已经推出了 73 个型号，超过 230,000 台使用了再利用部件生产的复印机和数码多功能一体机，达到了 54% 的再利用率（以部件数量计算）。这样，比之没有使用再利用部件生产的相同数量的产品，我们已经将新资源的使用量减少了 2,200 吨，二氧化碳排放量降低了 13,900 吨（2003 财年）。

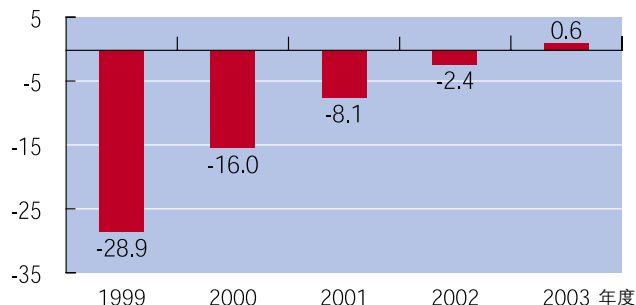
无法再利用部件的 彻底再生

传统的材料再生（主要是钢铁和其它金属材料）无法完全消除废料，必须要用垃圾掩埋法进行处理。而富士施乐的目标是“无限小零垃圾填埋”。1998 年秋，公司宣布，通过全国再生合作伙伴的帮助，将旧产品部件拆解为多达 44 类，并使用最新的再生工艺进行处理，富士

整合再生系统实现了盈利

通过使用再利用部件扩大复印机和多功能一体机的生产规模，这个系统已经实现了它的第一次环保财务盈利。

(单位：百万日元)



施乐将能够实现这个目标。从 1999 年 2 月起，公司开始在海老名中心对无法再利用部件进行再生处理，并将整个处理流程，例如拆解、分类和资源再生纳入公司管理系统之中。富士施乐还建立了一个研究和验证拆解和分类工作的设施——“生态园”。公司在东京、神奈川和山梨开始了回收设备部件的自行拆解工作，并计划将这种“垃圾零填埋”系统推广到全国。

2000 年 8 月，为实现回收旧设备零填埋（除了工艺流程中的损耗之外）的目标，富士施乐建立了覆盖全国的系統。2003 年，公司将这个系统从复印机和多功能一体机扩展到打印机市场，扩展、强化并加快了对资源枯竭问题的应对行动。

整合再生系统 必须盈利才能成功

富士施乐并没有因为这些项目的成功而满足。小堀向我们介绍了新的目标的制定。“1993 年，我们以为我们已经完全满足了当时要求。但是，公司里面有些人认为，必须使整合再生系统成为一种能够盈利的业务，才算是真正的成功。”1995 年，这个挑战被列为整合再生系统的目标之一，那年，富士施乐推出了第一台使用了再利用部件的复印机。2002 年，该系统接近了盈利的目标。

2003 年，这个目标终于得以实现。经过八年的努力，富士施乐“将环境因素与社会和经济因素和谐地结合起来”——建立了全行业在“环保的世纪”中长期寻找的商业模式。

自从逆制造的概念首次被提出至今已经有很长时间了。海老名中心已经成为将这个概念变为现实的工厂。这家工厂开放其拆卸和生产线供人们参观，大力宣传这种活动的重要性。仅仅在 2003 年，就有超过 1,400 人参观了该工厂。到今天为止，已经有接近 10,000 人因此而了解了整合再生系统。

富士施乐为解决资源枯竭所作出的努力之所以成功，是公司对环境问题给予了极大的关注的结果，同时取决于公司为解决此类问题而努力寻求解决方案所采取的坚决态度。在大规模生产、大规模消费的今天，富士施乐努力降低其工厂的大规模生产所导致的大规模废料排放。毫无疑问，在这个领域中取得的成功帮助公司增强了竞争优势，为资源困乏的 21 世纪提供了一种全新的生产方式。富士施乐成功地从所谓“静脉行业”要求的在全部的复印机、多功能一体机和打印机生产线上进行再利用和再生中，创造出一个业务领域——这是一个重大的成就。

在海老名中心，使用再利用部件制造新复印机的新的一天又开始了。■



提供高效节能的产品

富士施乐如何帮助防止全球气候变暖



防止全球变暖的京都议定书呼吁签约各国从 2008 年到 2012 年，将温室效应气体排放量在 1990 年的水平上降低 6%。企业应该怎么做才能达成这个目标呢？它们是否应该降低业务活动中的二氧化碳的排放？或者开发出节能的产品？随着二氧化碳排放总量不断上升，本节中介绍了富士施乐是如何应对这个挑战的。

将所有富士施乐产品 变为节能产品意味着什么？

2003 年，富士施乐打印系统株式会社的 DocuPrint C2425 和 C2426 荣获节能大奖。与以往的富士施乐产品相比，获奖的两个型号产品分别将电量消耗降低了 71% (C2425) 和 61% (C2426)。2003 年是富士施乐连续第五年获得该项大奖。那么，富士施乐为什么如此努力地生产节能产品？是什么驱使公司进行这些技术创新的呢？

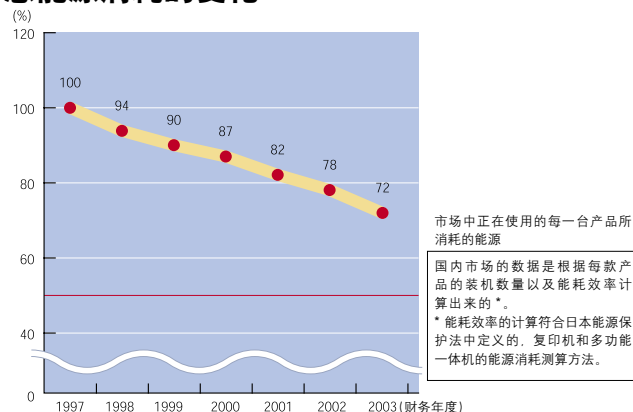
富士施乐将生态环境效率 (eco-efficiency) 作为一个量化指数，进行环境管理的评估，并在二氧化碳排放量方面控制业务活动过程中对环境的影响。客户使用富士施乐产品和服务时所消耗的能源也被视为对环境的影响的一部分。这种解释的基础是公司的“基本环境策略”。这个策略要求“向我们的客户提供注重环境的产品和环保的解决方案。”

1997 年，富士施乐设定了一个目标——到 2005 年，将客户使用的复印机和多功能一体机的能源消耗总量在 1997 年的基础上降低 50%。从那时起，公司开始开发节能设备。然而，将一个型号的产品能耗降低 50% 是一回事，而将市场上所有产品的总能耗降低 50% 则绝非易事。即便一个型号的产品对于环境的影响做到显著降低，整个市场的能耗水平将把这种效果轻松抵消。高能耗的彩色产品销售的增加、多功能设备的推出以及任何其它原因都可能导致对环境影响的增加。实现这个目标的难点在于降低整体的能源消耗。

提供单独一款节能产品 没有意义

环境和产品安全总经理小原常男对富士施乐达到上述目标充满信心。他说，“提供单独一款节能产品没有意义。只有将所有机型都转变为节能产品，才能达到这个目标。”在进行市场模拟测算时，他发现在产品上市大约

总能源消耗的变化



三年内，运行中的复印机数量将达到顶点。三年以后，每年就有 25% 的该款复印机退出市场。如果每年都在市场上推出节能的机型，那么在四到五年时间内，节能的机型将在市场上取代老的机型。到那时，所有使用中的设备将几乎都是节能机型，整体的能源消耗将降低 50%。因此，实现这个目标的关键在于继续向市场推出顶级节能产品。为此，富士施乐启动了一个开发项目，以应对这个挑战。

项目启动时研究了办公设备在办公室中的使用状况。研究发现，复印机和其它设备在全天的很多时间中都处于待机模式。因此，降低待机模式下的能源消耗就成为首要任务。小原说，“因为客户对待机状态的产品没有生产力方面的要求，所以富士施乐每个人都同意，应该降低这段时间的产品能耗。我们的目标是要降低所有机型的待机能耗。”他补充说：“即便我们实现了这一点，设备运转生产力也会因为设备启动时间延长而降低。如果那样，没有人会选择我们的节能产品。因此，我们的开发活动就从环保性能与运转性能的结合入手。”

每年不断改进产品的 节能和运转性能

工程师们全力去满足这两个相互冲突的需求：环保性能和运转性能。他们遇到了若干个难题，其中包括节能的需求和市场对于性能改善的需求。另外，开发出来的型



小原：“我们早已经开始了旨在进一步提升能源效率的计划。”

号还必须具备成本优势，客户才可能购买。否则，他们的努力将全部付诸东流。他们需要开发出低成本、低能耗、高性能的产品。

为了满足这些要求，工程师们改弦更张，从产品的基础入手，重新审视消耗大部分能源的定影单元的结构。从 1999 年开始，他们推出了一系列具备出色的节能特点和高性能的产品。2003 年，他们成功地研制出了一款每分钟打印 28 页彩色产品，其最大能耗只有 999 瓦，待机状态下的功率消耗被降低到仅 4 瓦。这种低能耗和其它环保技术的结合使富士施乐产品获得了高度赞誉，连续五年为富士施乐的新机型赢得节能大奖。

虽然所有研究成果都不是革命性的，而是通过大胆地改变原有设计，对传统技术进行改进而已。但是，它们带来的利益是显而易见的，其中包括显著缩短了预热时间（复印机工作就绪所需的准备时间）以及将能源消耗降低了 30% 到 50%。富士施乐将研究出的这些技术应用到多种产品中，开发出很多节能机型，从高端到低端的型号，从彩色设备到黑白设备，并将其不断推向市场。小原对于富士施乐实现其节能目标的信心也变得越来越现实。

富士施乐降低客户使用其产品时的能源消耗的目标是防止全球气候变暖的根本手段。公司不仅寻求在自身的业务活动中减少对环境的影响，还致力于降低产品和服务对于市场和社会的影响。■

希望在未来很久 都能够 使用纸张

为了实现
可持续发展的
纸张供应



FSC 商标

1996 年，森林管理委员会 A.C.-FSC-JPN-0022

100% 的再生纸张到底有多环保？很多人们的共同信念并不正确。那么，复印纸供应商富士施乐认为什么是纸张供应的理想方法呢？

把握纸张的社会价值与 环境保护之间的平衡

纸张具有很多出色的特性。它很便宜、方便阅读，而且可以在任何场合使用。这些特点使得它成为人们无法或缺的记录和传播媒介。

随着工业的发展和人们生活质量的提高，纸张消耗也在稳步增长。纸张的消耗是衡量文明的尺度之一。从总量上看，日本是世界第三大纸张消耗国，排在美国和加拿大等国家之后，其人均用纸量占世界第五。全球的森

林资源急遽减少，除了因为人类对木材的大量使用，纸张的消耗也是森林减少的原因之一。复印机的发明和快速普及也部分地增加了纸张用量。复印机的发明极大地扩展了纸张作为一种传播媒介的用途。复印机能够帮助信息的分发和分享，因此创造了“信息民主化”的新价值——让更多的人可以相对轻松地获得信息。但是，鉴于目前尚没有任何东西能够完全替代纸张的所有功能，一个新的问题产生了，即如何把握纸张的社会价值与环境保护之间的平衡。

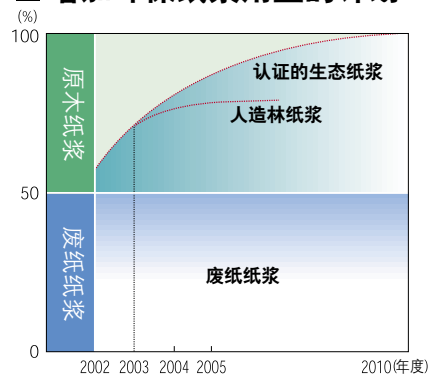


稻叶：“真正环保的人造林需要与当地的生态系统和谐共存。”



石田：“如果你想要保持环保纸张的供应，就很难 100% 地依赖废纸的纸浆。”

■ 增加环保纸浆用量的计划



该计划的目标是将废纸纸浆用量保持在目前水平的 50% 以上，并只使用环保型的原木纸浆，来满足剩余用量的要求。

作为复印机和打印机厂商，富士施乐将如何应对这一挑战，以确保可持续发展的纸张供应？富士施乐的全资子公司——富士施乐办公耗材公司——在本章中提出了自己的看法。

■ 推荐使用最环保的纸张： 将概念转变为产品

富士施乐办公耗材公司是日本最大的复印和打印纸张供应商之一。公司技术和产品支持部门总监 / 总经理石田满男说道，“我们公司的基本观点是，在传统的功能之外，为作为记录和传播信息媒介的纸张添加‘环境保护’的附加价值。”自成立以来，富士施乐办公耗材公司的业务一直都是以生产满足自身需求以及纸张厂商的规格要求的纸张为主。公司积极地推出了符合其对纸张供应商和社会负责的基本理念的新概念，并将这些概念转变为产品。这些概念的背后，是生产并为社会提供尽可能环保的纸张产品的强烈愿望。

在 90 年代后半期，当废纸过剩首次成为一个问题的时候，富士施乐办公耗材公司开始了一个项目，将其生产的纸张中废纸纸浆的平均用量提高到 50% 以上。这个项目旨在提高复印纸以及其它数据打印纸介中的废纸纸浆含量（在当时，纸张生产中几乎不使用任何废纸纸浆）。这个办公纸张领域的创新举措将能够实现纸张资源长期有效的利用。富士施乐复印纸中的废纸纸浆含量

从 1997 年的 27% 稳步增加。2001 年终于实现了既定目标。从那之后，废纸纸浆含量一直都保持在 50% 以上。长期以来，富士施乐和富士施乐办公耗材公司都在关注着为纸张提供原材料的森林。森林对于纸张厂商来说非常重要，因为纸张只能被再生使用 4 到 5 次，连续的再生将导致纤维质量下降。为了能够不断地满足纸张生产原材料（例如纸浆）的需求，石田说，“遗憾的是，即便是为了稀疏森林而采伐，日本的木材采伐和运输成本都太高了，无法从经济上满足我们的需要，而木材边角料的数量又远远不够，所以我们不得不依赖进口木材。但是，公司又会担心非法砍伐正在毁坏热带雨林。”在很多年中，公司一直都很担心木材的来源。在使用废纸纸浆的计划成功之后，富士施乐办公耗材公司又制定了一个新的计划，以增加环保纸浆在纸张生产中的用量。这个计划的目标是，到 2010 年，废纸纸浆的用量将保持在现有 50% 的水平，而公司将只使用人造林木材或者生态纸浆，以满足剩余用量的需求。

■ 造纸纸浆自给自足

从 1996 年起，富士施乐和富士施乐办公耗材公司开始投资于新西兰南岛上的人造林项目。1992 年，王子纸业株式会社和伊藤忠商事株式会社在 520 公顷的土地上种植桉树，从而启动了该项目。这片人造林的面积



“快乐谷”：霍顿森林一角

2001 年种下的桉树林。深绿色的区域是自然生长的树木。SPFL 公司根据 FSC 的认证要求对这片森林进行维护管理，同时还在维持与周边农场的边界。



霍顿森林位于新西兰南岛。人工林的面积计划在 2004 年扩大到 10,097 公顷。该项目旨在实现环保型纸浆的供应。木材供应将从 2005 年年初开始。

正在逐年增加。2004 年，造林面积计划扩大到 10,097 公顷（这个面积大于东京 JR 山手铁路线占地的 7,000 公顷）。2005 年年初（2004 财务年度）开始，于 1992 年种植的桉树就可以开始采伐，并将收获 9,228 吨木材。该项目的计划显示，到 2015 年的 12 年间，一共将获得 582,846 吨的木材。

公司在种植人造林的同时，也并未忽视当地的生态环境。石田说：“我们是在野生草地上种植人造林。但是，我们也没有将草地全部用于植树，而是留下了一部分。这样做是为了防止草地上的生态系统发生剧烈的变化。”那里实施了可持续发展的森林管理方式，树木被采伐后，将进行补种。这些活动以及其所取得的成效，在 2004 年 3 月，使富士施乐投资的 SPFL 公司获得了 FSC（一家总部设在德国的森林管理委员会）颁发的 FM 认证（一种森林管理认证）。在新西兰的很多植物园都获得了 FSC 认证，其中大多为松柏林。而 SPFL 的认证是第一次颁发给种植桉树的植物园。

FSC 认证有两种，FM 认证和 COC 认证。COC 认证的内容是，使用从 FM 认证的森林里采伐的木材生产产品的过程（制造、处理、运送或者销售）中，没有使用未经认证的木材。FSC 认证的纸制产品上可以使用 FSC 的徽标，以表明该产品中含有至少 30% 经过认证的纸浆。富士施乐办公耗材公司的 C2、J 和 Ncolor 复印纸

都带有 FSC 徽标，因为王子纸业株式会社的造纸工艺以及富士施乐办公耗材公司的运送和销售程序都通过了 COC 的认证。富士施乐环保促进集团管理部经理稻叶千昭说：“从新西兰收获的桉树在当地被制成木片，被王子纸业株式会社用作原料，制成复印纸等产品后再销售给我们。这种纸浆将于 2005 年 3 月以后进入日本市场。”他补充说：“FSC 目前是森林认证领域的领导机构。当然其它的机构也很活跃，但大多数在欧洲。我们希望按照这些机构的认证水平和标准，将这些机构认证的纸浆也纳入我们纸浆的采购范围。”造纸纸浆自给自足的想法马上就要实现了。

使用废纸纸浆和 环保纸浆的好处

公司增加环保纸浆用量的项目是一个革命性的进步，其目标是到 2010 年，完全停止使用来自天然林和非环保森林的纸浆。石田坚信，人造林的扩大基本已经能够确保足够的纸浆供应。不过，尽管富士施乐集团与人造林企业、商贸公司和纸张厂商之间的信任和合作是项目成功的不可缺少的一环，客户的理解却是最重要的。在 C2 纸张的初期销售中，客户的反映非常热烈，称其“为绿色采购做出了贡献，展现了公司的正面形象”。但是，虽然好评如潮，面对客户需求的快速增加，公司还是遇到若干困难。稻叶指出：“目前，获得‘生态标志认证’



包含至少 30% 的 COC 认证纸浆的 C2 纸张。



电子纸张可以在一页上记录多个文件，而且能够像普通纸张一样在上面写字。

和‘绿色采购网络 (GPN)’的唯一标准就是纸张产品中必须包含一定数量的废纸纸浆。生态纸浆认证中的这个内容致使一些客户不愿意购买这种产品。”

生态标志认证标准规定，用于数据打印的纸张必须包含 70% 的废纸纸浆，对复印纸来说，废纸纸浆含量应是 100%。这只是使用认证的生态纸浆的参考标准，“一旦人们达成共识”，该标准“将成为生态标志认证的条件之一。”

用于打印和数据打印纸张的绿色采购网络采购标准开篇就是要求产品“必须包含高比例的废纸纸浆”。这种规定反映了人们普遍持有的一种观念——原木纸浆是“坏”的，而产品中废纸纸浆的含量应该是重要的考核条件。石田强调，这种观点将导致在未来几年的纸张生产中出现新的问题。“只要社会需要纸张，那么确保其长期不断的供应就需要从废纸纸浆和原木纸浆两个方面入手。”自然，这里说的原木纸浆将来自以可持续发展方法管理的森林，因此，它并不“坏”。稻叶补充说“目前的标准与指导原则是需要修改的。”

确保纸张创造的 价值的持续供应

富士施乐办公耗材公司在造纸过程中提高环保纸浆用量的项目将加速环保认证标准和原则的修改。石田说：“我

们要积极地推进生态标志和绿色采购网络认证标准和原则的修改。例如，那些使用 50% 的废纸纸浆和 50% 的认证的人造林生态纸浆制成的纸制品对环境的影响不会超过使用 100% 废纸纸浆生产的纸张。”自然，纸张总用量的减少也是必须的。

富士施乐正在试图减少办公室中的纸张用量。人们可以使用多功能一体机扫描文本，将其以电子形式保存管理并在网络上使用。公司还在开发传统纸张之外的其它介质，其中包括电子纸张等新型介质。电子纸张中有大量内存，能够重复书写很多次，具备全面取代现有纸张的部分功能的潜力。富士施乐通过预测未来的需求，以及探索满足这些需求的不同方法，将在一定时间内为其客户提供纸张供应系列解决方案。这也是公司一贯坚持的目标。

然而，由于纸张出色的便携性和可读性，它有可能继续是信息传播的主要介质。富士施乐和富士施乐办公耗材公司将继续努力，以确保今后再生纸张的可持续供应。■

*1 用于环境保护的产品允许使用生态标志。

*2 绿色采购网络 (GPN) 成立于 1996 年，旨在促进日本消费者、政府和机构的绿色采购。

防止事故的重复发生

将火灾事故作为一个转折点，努力实现更大的公平、诚信和彻底

企业如何应对事故、麻烦或者丑闻？我们可以从中学到什么？这时候，公司的价值观将受到考验。

公司在 2002 年 12 月 10 日的
全国性报纸上发表的声明。

事故、回应、 防止再发生

2002 年 10 月 22 日，五家日本全国性早报登出了半版篇幅的一份声明。这份声明是由富士施乐联合其它 15 家富士施乐为其提供产品的企业（以下简称为“OEM 客户”）共同发表的。大标题写着“致富士施乐黑白打印机客户：关于为防止机器起火免费更换部件的声明”。2002 年 9 月 15 日，富士施乐的一个 OEM 客户出售给日本国内客户的一台装有富士施乐提供的引擎（内部打印单元）的打印机起火了。这是一次严重的事故，它烧

毁了图像定影单元和纸张输出单元，并将打印机一侧的机盖烤化。

声明通报了此次事故，列出了涉及到的机型，并提出为客户免费更换部件，以及在部件更换之前使用该产品的注意事项。声明还阐述了富士施乐将要实施彻底的管理程序，以防止此类事故再次发生。

在此之前，为了确保客户满意和最高的质量水平，富士施乐制定了严格的设计安全标准和质量控制系统，其

中包括由公司总裁亲自担任主席的客户满意和质量大会（现在已经更名为公司社会责任大会 / 质量委员会）。遗憾的是，公司做出的努力被证明尚不足以防止事故的发生，此次事故的严重性动摇了客户对富士施乐品牌的信心。在本章中，我们将找出事故的原因以及富士施乐的回应过程中存在的问题，并讨论公司从那时起所采取的措施是否能够有效地防止类似事故的再次发生。

发表声明的一个月之前—— 分析机械构造，应对艰难地协调

企业应该尽可能快地向客户通报安全问题。那么，为什么富士施乐在一个月后才发表前面提到的声明呢？

关于此次事故的第一份报告在 2002 年 9 月 17 日完成，并被立即送阅给富士施乐总裁有马利男。9 月 18 日，一个由工程师组成的故障原因分析小组成立，对故障原因和机械构造进行了分析。由于问题的严重性和影响之大，9 月 24 日，富士施乐成立了一个全公司范围的事任务小组。小组成员们紧张地工作，找出了受影响的机型，同时协调 OEM 客户，采购更换部件并向经济、贸易和工业部提交了报告。公司在 10 月 21 日举行了新闻发布会，第二天就在报纸上发表了声明。

公司在一个月以后才发表声明主要有两个原因。首先，要找出事故的直接原因以及起火的机械部件比预想的更为困难。不查明原因，厂商很难在事故发生后采取负责的措施。大多数任务小组成员都同意，仅通知客户危险的存在而不给予进一步的解释是不负责任的做法。在对出故障的打印机的分析中，工程人员发现了向定影灯供电的两块金属板的连接中存在异常过热和放电现象。产生的热量可能被传送到金属板下方的塑料部件上，并导致了整台机器起火。但是，即便从设计的角度，人们也无法判断这种异常过热现象的直接原因。富士施乐开展了一系列的测试并咨询了外部的专家，但是仍然无法找到异常过热的直接原因。但是，两块金属板之间的连接有故障这一点是十分清楚的。为了解决这个问题，公司决定使用一块板来替代两块板，从而免除了连接部

“我们在产品安全问题上的态度正面临着考

验。我们必须思考应该如何应对此次事故，

才能增强，而不是减弱，客户对于富士施乐

以及我们‘质量第一’原则的信任。我们必

须诚心诚意、公平地履行我们对客户的责任。”

有马利男总裁在富士施乐内联网上的发言

件，并改用了防火的塑料部件。任务小组迅速采购了新的部件。同一时间，富士施乐还进行了测试，以确保在任何其它的打印机或者复印机中不会发生类似的事故。事故声明花费一个月时间的第二个原因是与 OEM 客户协调的难度。起初，有马利男总裁提出要在全球范围内立即同时通报此次故障，要求相关人员将最终用户的安全视为第一要务。

然而，OEM 购买协议中规定，未经 OEM 客户的同意，公司不得对外发布任何信息。每个 OEM 客户都有不同的顾虑（例如对销售的影响等），因此，与 15 家企业的协调工作非常艰难。最终，富士施乐在新闻发布会的前夜，终于得到了所有客户的同意。

事故任务小组的成立， 有马利男总裁提出了员工倡议书

事实上，相同的引擎在 2000 年就引发过一次起火事故。不过，富士施乐当时的检查结论是，未经授权的设备维修导致的放电现象造成了那次事故的发生。当时，这被视为一个独立的事件，公司也没有在全国范围内采取一致的措施。法律部门的员工经理笹本雄司郎是事故调查委员会的成员之一。他说：“我们无法完全避免发生火灾的可能性。因此，我们将继续调查其原因。我们真的需要问自己，相关的工作人员是否能够足以承担厂商在事故中所承担的责任。”

在成立事故任务小组时，有马利男总裁向相关的工作人员做出了以下的指示：“我们在产品安全问题上的立场正面临着考验。我们必须思考，我们应该如何应对此次事故，才能增强，而不是减弱客户对于富士施乐以及我们‘质量第一’原则的信任。我们必须诚心诚意、公平地履行我们对客户的责任。”这次受到影响的机型共销售出了 610,000 台。但是，由于该机型已经上市 7 年之久，因此，市场中仍然在使用中的该机型数量预计为 260,000 台。最艰巨的任务是要跟踪到那些最终用户。当时的事故任务小组成员铃木和夫回忆说：“在很短的时间里，我们通过大量的努力，动员 OEM 客户和其销售网点开展从最终用户的跟踪到部件更换等任务。为了配合他们的工作，富士施乐想尽了办法。除了在 57 家全国和地区性的报纸上刊登声明之外，我们还在政府机构的网站以及 Yahoo! 和 @nifty 搜索引擎上发布广告横幅。我们向全国 527 家商会和工业机构寻求帮助，并在墨水耗材包装上粘贴了 130 万份通知，同时还组织富士施乐员工开展用户调查。同时，我们还在这一期间开设了一个 100 条电话线路的免费热线电话，组织起了全公司范围的回应活动。”这些努力收到了成效。到 2004 年 3 月底，404,000 台受影响的机型（所有售出机型的 66.3%）得到部件的更换。仍在使用的设备数量远远超出了最初的预期。富士施乐还在和 OEM 客户一道采取跟进行动，继续找出受影响的复印机，并更换其故障部件。

在公司范围内开展人员培训， 建立一个安全管理系统

富士施乐对此次事故的回应没有就此止步。2003 年 2 月，在从技术和管理两个方面研究了事故原因之后，事故调查委员会向有马利男总裁提交了一个包含 33 项内容的改进建议书。这些建议强调了建立一个涵盖产品研发、设计和生产各个环节的安全系统以及制定对客户从销售到废旧产品处理全程管理的统一方法的重要性。随着业务活动变得更为复杂和广泛，这 33 项内容的建议将强化跟踪系统并培养出骨干安全管理工程师。

2003 年 9 月，客户满意和质量大会批准引入一个“重大质量或安全事故升级系统”。“升级”指的是针对严重



100 位员工参与了接听免费热线电话的客户服务活动。

的事故和问题所采取的一系列回应行动，其目的是要及时向最高管理层和相关人员通报信息，并要求公司的每级管理均拿出解决方案。环境和产品安全总经理小原常男强调了升级系统的重要性。“通过引入升级系统，我们重新确认了自己作为一个生产厂家的责任，并且改进了程序，以便能够迅速地解决问题。”这个系统定义了富士施乐在关键的质量问题和安全事故及其处理方式等方面的基本政策。为了确保事故信息能够迅速地传达到相关人员，我们还设立了一个夜间和假期的紧急服务热线，以处理客户在工作时间之外的故障报告。公司还成立了一个“安全和质量升级中心（SQEC）”，便于富士施乐及其集团成员能够在每天的 24 小时、每年的 365 天全天候地了解重大问题发生的信息。

2003 年 10 月，在根据上述 33 项改进内容开展的一些改善活动的基础上，富士施乐制定了“产品安全基本政策”。这个政策是在原有的“产品安全管理规定”的基础上进行了全面改版。它提出了改进管理系统、信息披露、安全教育以及与供应商之间的合作等要求。它还包括了有关产品安全管理和事故管理系统的信息。从总裁和其他高层主管到全体现场工作人员的责任也都在这个政策中得到了明确。

除了推出升级系统和新的管理规定之外，富士施乐还强调对员工的安全教育。公司为富士施乐所有员工以及国内外的集团成员组织了一个产品安全教育课程。小原强调指出，这个课程比原来的产品安全教育课程具体得多。



事故任务小组的成员们

“为了保护并强化我们的品牌，我们所有的员工都需要理解安全的概念并承担起向市场提供设计安全的产品的责任。学习基本的知识是产品安全教育的目标。从事故中得到的教训正在用于很多不同的地方。”从 2003 年 12 月到 2004 年 3 月，接受该项培训的员工有 26,291 人。为了培养产品安全骨干，富士施乐还在 2004 年 3 月推出了一个安全经理系统。安全经理将协助负责产品安全的部门主管，落实产品安全管理及相关措施。富士施乐及其子公司的雇员中共有 48 位被任命为安全经理。他们正在一线开展工作。

不辜负客户的期望

富士施乐的产品安全计划的动力来自 (1) 安全计划和政策的制定，(2) 员工意识和企业文化的根本性改革，(3) 安全管理骨干的培养，以及 (4) 调整工作方法。

小原负责促进和审核一系列产品安全的改革。他说：“事故的发生是一个转折点。我相信我们能够在更有效的水平上制定安全计划，消除起火事故隐患。”他说，多个检查系统已经开始发挥作用。“升级系统提高了公司的安全意识。公司在解决问题的反应速度上以及每天发生事故的频率等方面得到明显改进。我们已经作出严格的规定，所有的新产品设计标准和图纸更改都毫无例外的需要提交环境和产品安全部门审查。同时，我们还改进了工作程序，以便在需要的时候，随时能够检查供应商方面部件和工作的变化。”

2004 年，富士施乐开始和供应商一道监控新产品的主要部件，以确保其可跟踪性。小原说，“因为客户一直都在密切地观察着富士施乐的回应行动，我们在未来几年中的努力对于重新赢得他们的信任十分重要。在事故发生后，当我们打电话去跟踪最终用户时，有些客户对我们工作的彻底程度表示了感谢和鼓励，并祝我们好运。我真的不想辜负这些客户的信任。”

内部监察对公司现有的程序和计划进行的评估完成了 95%。小原说：“我们还没有完成在海外市场上建立每天 24 小时、每年 365 天的客户关怀系统。而个别部门的安全知识教育也尚且不够。如果我们不能稳步地推进既定的产品安全措施，那么当事故再次发生时，我们的所有努力就将在一天之间付诸东流。坚持和彻底是成功的关键。”

向客户提供安全的产品是厂商的一个基本责任。一旦发现了危险，厂商必须以诚恳和公正的态度做出反应。这种执着的自觉态度有助于提高质量并赢得社会的信任。富士施乐将继续把安全作为一个重点，加强其员工培训工作，彻底做到能够最好地确保客户、社会和环境的安全。

通过公司不断采取的各项回应措施，人们将会清楚地看到，富士施乐是否已经从事故中汲取了教训。■

CSR – 有些事情会改变，其它事情则不会 –

小林阳太郎，富士施乐株式会社董事长

正确开展业务的基本方法永远不会改变

CSR（企业社会责任）这个名词正在得到广泛的媒体关注。关于 CSR 的文章几乎每天都见诸于各种杂志和报纸。我欢迎人们对它的更多关注，但是，我对于 CSR 被视为最新时尚而感到有些不安。CSR 的精髓会永远体现在一个好的企业所开展的业务之中。CSR 与时尚没有任何关系。

全球各地有很多企业都在创造出色绩效的同时，持续不断地赢得社会的尊重。因为在 CSR 这个名词广为人知之前，这些企业就已经知晓他们所服务的社会的期望和需要，并在其商业管理中不辜负这些期望。这些企业开展业务的方式就是 CSR 的精髓。传统的日本商业道德“商业道”（诚信经营的长期哲学）以及“商人道”（好商人的传统哲学）与 CSR 有诸多共同之处。CSR 所代表的重要的“商业基础”适用于任何年代。

不同的时代和不同的社会，要求不同的 CSR 内容以及不同的优先级别

尽管在任何年代，“正确开展业务”的根本都不会发生变化，人们对于企业的具体期望以及平衡度则随着时间和社会环境的变化而改变。

在日本，企业社会责任的概念在 70 年代开始得到重视。当时就和今天一样，社会以极为苛求的眼光审视企业，而当时的讨论到今天依然有意义。然而，当时的社会对企业的要求主要是与污染有关。而时至今日，社会要求企业在更广泛的环境问题上承担更大的责任，因此需要解决更加广泛的问题。同一时间，公司的利益相关各方

（例如客户、股东和员工）在经济方面的要求已经在本质上发生了重大变化，加之他们对企业提出的更大的社会要求，形成了一整套具有挑战性的需求。企业则必须对此做出回应。

业务管理和可持续发展报告中的 CSR

将 CSR 成功地融入业务管理的关键在于正确地理解社会对企业提出的、不断变化着的期望和要求。企业需要在日新月异的公司环境之中作出正确的决定，并获得社会的理解。获得理解就是可持续发展报告的主要目标。这本报告旨在告知社会，富士施乐如何评估并判断公司的利益相关方对她的期望和要求。利益相关方对本报告的反馈意见将帮助我们与社会的发展保持同步，并为我们提供改进的机会。我们相信，坚定地将这个有益的循环纳入管理实践之中，是确保社会对我们的长期信任的正确方法。只有这样，企业才能生存并在满足社会的需要的同时提高绩效——这也是可持续发展的 CSR 之精髓所在。



管理和绩效

企 业 管 理

社 会 绩 效

环 保 绩 效

企 业 简 介

我们将会做到什么程度？

我们为社会和环境做了哪些事情？

在本章中，我们总结了公司对社会和环境问题的政策，

以及目前我们努力解决这些问题的状况。

管理和组织

本章报告的是富士施乐的管理和组织。富士施乐在开展其业务的同时，保持其诚恳而且开放的企业文化。这一企业文化的基础是“我们，富士施乐集团，致力于…”的使命宣言以及“共享价值观”。

公司使命

公司使命 传承企业哲学

我们，富士施乐集团，致力于：

- 建立一个创造知识和有效利用知识的环境
- 不断培养相互信任、丰富多元性的文化，为全社会的进步作出贡献
- 在我们的职业和个人生活中实现成长并获得满足感

这份“使命宣言”重申了富士施乐及其集团成员存在的目的。它再次强调指出，公司最终的目标超越了对业务和利润增长的追求，而是为“全社会”（即全世界，既包括人类，也包括与人类共存的世间万物）的进步做出贡献。

共享价值观

- 客户满意
- 环境保护意识
- 崇高的道德规范
- 科学的思考
- 专业精神
- 团队精神
- 文化的多元性
- 信任和理解
- 乐趣与满足
- 冒险和开拓精神

正如公司使命一样，富士施乐的“共享价值观”也是在 1998 年制定的。其目的在于建立一套包含十项内容的价值观，由全体富士施乐员工所共享，其中包括每个人在开展业务的时需要坚持的态度和方法。

通过我们的业务提供价值

富士施乐相信，我们在所生活的社会中的价值是通过我们所提供的复印机、多功能一体机和文件服务来实现的。顺畅的沟通是保持社会稳定不可或缺的因素之一，富士施乐促进了人类之间相互的理解，并帮助建立一个更好的社会和可持续发展的世界。

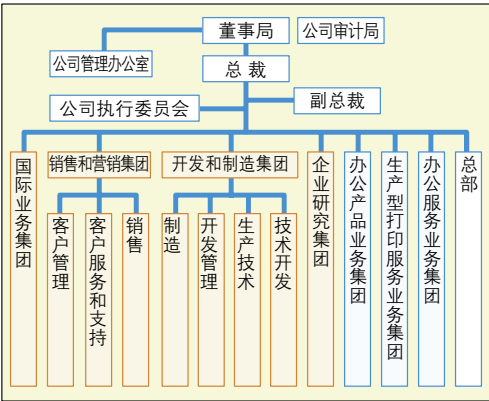
重点报道 请参阅第 9 页的“作为‘文件处理专家’”一章的有关内容。

管理组织

健全的管理结构 领导人管理

我们不断努力，以期提高管理的透明度，强化董事局的权力。富士施乐的业务是以“事业部组织”系统为基础进行管理的。在这个系统中，管理责任和权力都得到了明确的定义，一个“管理会议”系统确保了迅速的决策过程。

● 管理结构



● 管理委员分会

风险和道德委员会	风险管理和企业道德
公司社会责任委员会	综合 CSR 活动，包括客户满意、社会贡献和环境保护
新施乐前线委员会	制定加强和改革管理结构的基本政策和措施
质量委员会	制定产品质量和安全的政策和措施
技术委员会	负责技术策略和政策，以及技术的一致性
市场营销委员会	负责全公司的市场营销问题、策略和政策
信息处理委员会	负责全公司程序创新的信息技术的实施

信息披露和透明度

披露原则
信息披露
民意调查（员工调查）

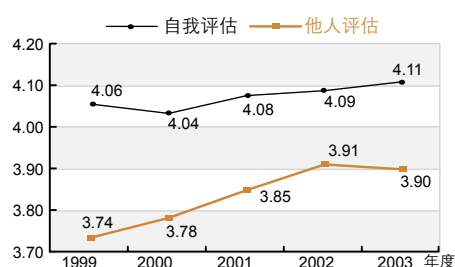
富士施乐开展的培训和教育计划旨在提高员工（其中包括集团子公司的员工）在商业道德和信息安全等问题上的意识和决策能力。此外，公司重视对员工的信息披露，通过内联网向他们通报管理会议的内容。同时，公司还有一个收集员工反馈信息的系统。

诚信和道德价值的宣传

员工行为守则
道德培训

员工行为守则制定于1997年10月，旨在向员工传输高道德标准。同时，在富士施乐（其中包括海外的分支机构）中展开道德培训及全体员工提交书面誓言活动。内部民意调查显示，员工在道德方面给公司打分很高。

● 高道德标准（仅为富士施乐使用）



有关高道德标准的问题

（自我评估）作为一个工作的成年人，我具有道德感和责任感，并能够根据常识进行决策和采取行动。
（他人评估）在工作场所中，员工能够遵守员工行为守则，并能够根据常识进行决策和采取行动。

5. 完全正确
4. 基本正确
3. 中立
2. 基本不正确
1. 完全错误

遵纪守法

公平的商业活动
道德和守法
管理规定
基本法律课程

富士施乐将高道德标准和公平的商业活动视为其基本价值观，对它们极为重视。彻底消除可能违反法律规定的公司活动已经被完全融入公司的企业政策之中。此外，在2003年春季，公司开展了内部遵守法律控制系统的重建工作。在2004年2月，公司还制定了道德和守法管理规定。同年4月，公司为总部和国内分支机构的30,000名员工中的17,000人提供了有关主要法规的基本教育课程的培训。未来的计划还包括向海外推出类似的课程。

风险管理系统

风险管理的基本政策
风险管理委员会

确保高水平的企业治理、落实相关的内部控制是最重要的管理和组织问题。富士施乐将内部控制视为风险管理的核心，认为建立和保持内部控制是管理层的责任。公司同时还相信，这是我们对于众多的利益相关者和整个社会的责任。

企业的开放性

富士施乐致力于成为一家能够不断向外部利益相关者提供面对面对话机会，并因此得到所有社会成员信任的企业。公司还及时地向全体员工披露各种管理信息，旨在创造一种开放式、充满自主性的企业文化。

社会绩效报告

在本章中，我们将向您汇报涉及我们的利益相关者（其中包括员工、客户、社会和本地社区）的那些活动的进展，以及这些活动所带来的利益和认可。在阐述富士施乐公司政策的同时，我们也将提供客观的数据。

与员工的关系

富士施乐集团在其使命宣言中说：“我们，富士施乐集团，将致力于在我们的职业和个人生活中实现成长并获得满足感”。我们鼓励员工成为独立自主的专业人士，通过提供他们的特殊知识和技能而获得报酬并实现自身的发展——而不是简单地保持对公司的“从属感”。同时，我们还努力建立与员工之间的平等关系。

员工和工作环境

就业状况
员工数量
工作安排
加班
员工流失
服务年限
员工满意

富士施乐重视与员工共享公司价值观并保持长期的雇用合同，并认为员工与公司是平等的。富士施乐在海外的分支机构积极雇用当地员工进行销售工作，并开发适合当地市场的产品。

劳工标准法第 36 条对在正常工作时间之外的加班时数进行了限制。通过内联网，员工可以在任何时间确认自己的工作安排。经理人员从生产力和健康维护两个方面对出勤和缺勤情况进行管理，以避免给员工过大的工作压力。

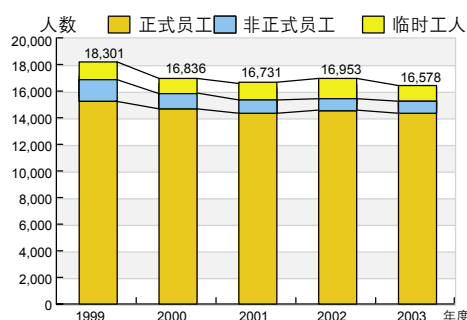
民意调查显示，员工对于公司的满意度在若干年中一直保持在较高的水平。在过去三年中，员工流失率始终处于 2% 以下，而员工的服务年限也在稳步增加。

按国家和地区划分的员工数量
(合并数字)

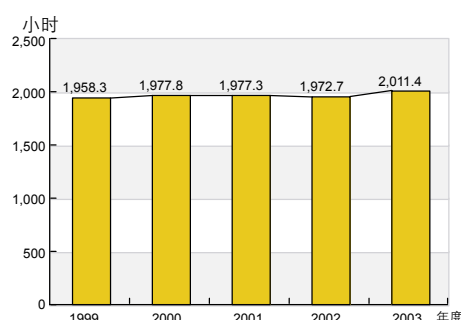
国家和地区	员工总数
美国	60
澳大利亚	1,434
新加坡	386
泰国	1,130
新西兰	423
菲律宾	284
越南	30
马来西亚	451
中国	4,083
日本	24,509
韩国	1,097
台湾	7
合计	33,894

(截至 2004 年 3 月 30 日)

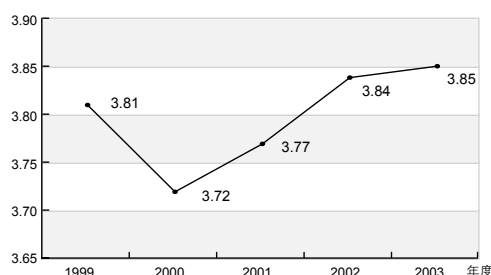
● 正式员工 / 非正式员工 / 临时工人的数量
(仅限于富士施乐)



● 工作小时总数 (仅限于富士施乐)



● 为富士施乐工作的总体员工满意度如何？ (仅限于富士施乐)



问题：请问您为富士施乐工作的总体满意度如何？

5. 非常满意
4. 满意
3. 中立
2. 不满意
1. 非常不满意

多元化和机会

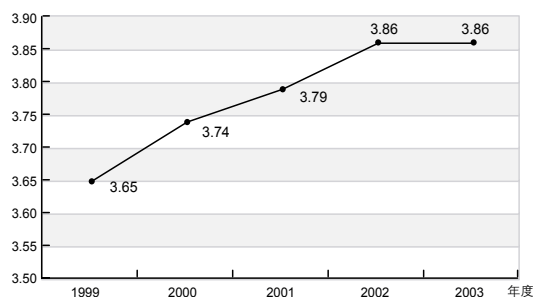
男女员工均有相同的机会
雇用残疾人员
退休员工的返聘计划

富士施乐相信，员工多样化的个性将使相互的优势发挥到最大，同时弥补相互的弱点，从而激发公司的活力。在民意调查中，尽管员工对于“工作机会是否平等”这个问题给予了 3.86 的高分，但是，与男性员工相比，在管理岗位上的女性员工数量相对较少，女性得到提升的机会也相对较小。未来的一个问题是要验证，分配给女性的职责是否与其能力相等，她们是否有机会在公司中发挥更大的作用。

男性和女性员工 / 经理的数量
(仅限于富士施乐)

	长期雇员 (人)	管理岗位上的 人数 (人)
男性	13,188	4,835
女性	1,280	48

● 工作机会是同等吗？ (仅限于富士施乐员工)



问题：您是否认为，男女员工的工作机会是均等的？

5. 完全同意
4. 基本同意
3. 中立
2. 基本不同意
1. 完全不同意

对于残疾人员来说，我们的大门永远是打开的。在 2003 财年中，富士施乐残疾员工人数占员工总数比例的 1.8%。如果说我们已经创造出一个让残疾人士得以完全展示才能的环境还为时尚早。富士施乐认识到，为使残疾人士更清楚地认识到他们自己工作的价值以及公司提供他们实现自我的机会，我们还需要在文化和设施方面做更多的工作。

人事系统(评估和教育)

任务分配
能力评估
职业发展
内部招聘系统

“任务”是人事系统的轴心。我们根据公司和组织战略为每个人选择工作单位并分配任务。公司根据以下四项基本原则为每位员工分配工作：(1) 员工的愿望；(2) 他或她的能力符合特定职务要求的程度；(3) 个人条件、经验和其它必要的条件；以及 (4) 公司的想法。

“能力”是有效地给员工分配工作的衡量尺度，同时对员工的职业发展也有所帮助。能力是指员工运用其技能完成任务的才能。员工每年都需要报告其常用、特殊和主要的能力，并进行评估。

为了创造一个充满活力的组织，富士施乐从 1999 年开始实施了内部招聘系统。内部招聘赋予员工选择职务的机会。在 2003 财务年度中，共有 193 位员工提交了申请，其中的 64 位得到了他们希望得到的职位。



能力词典中的条目示例

劳工和管理层的关系 / 人权

工会
工会成员比率
创造舒适的工作场所
防止性骚扰
全球契约

尊重人权是员工行为守则的基础。富士施乐尊重每一位员工的权利，努力为他们创造一个舒适的工作环境。我们签署了全球契约，并在努力改善我们的内部系统，并将人权和劳工标准编入其中。

我们保护工人的权力。管理人员和工人一同努力，在信任的关系和同等的责任基础上实现共同成长。未来的挑战首先是如何在整个集团内，按照上述基本精神，进一步改善劳工和管理层之间的关系和合作；其次便是如何在海外分支机构中尊重当地的特定习俗，建立适当的劳工和管理层关系。

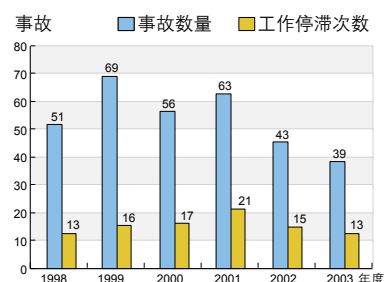
职业健康和安全

健康和安全规定
健康检查
个人面试
心理健康教育
劳动事故

富士施乐将确保员工的安全并帮助员工保持和提高其健康水平视为其重要责任之一。我们的健康和安全规定明确要求，员工应该保护其自身的健康，公司则应该为此帮助员工。在这个原则之下，富士施乐任命了十位全职的行业医师、十一位卫生专家和十二位全职的卫生经理，开展了提高健康水平和防止疾病的工作。从1995年开始，富士施乐的行业医师和卫生专家已经为所有员工进行了健康咨询。在2003财务年度中，97%的员工参加了健康检查，89.3%的员工得到了行业医师和卫生专家的咨询服务。这说明，员工们非常关注自己的健康。

在2003财务年度中，富士施乐发生了39起与工作相关的事故，其中13起导致员工工作缺勤。这两个数字均与前一年相近。但是事故发生频率^{*1}为1.49，比往年平均水平稍高，事故的严重程度指标^{*2}为0.01，与往年的平均水平一样低。

● 与工作相关的事故数量 (仅限于富士施乐)



*1 频率代表的是 100 万个实际工作小时中与工作相关的死伤人数。

*2 严重程度是指 1000 个实际工作小时中损失的总工作天数。

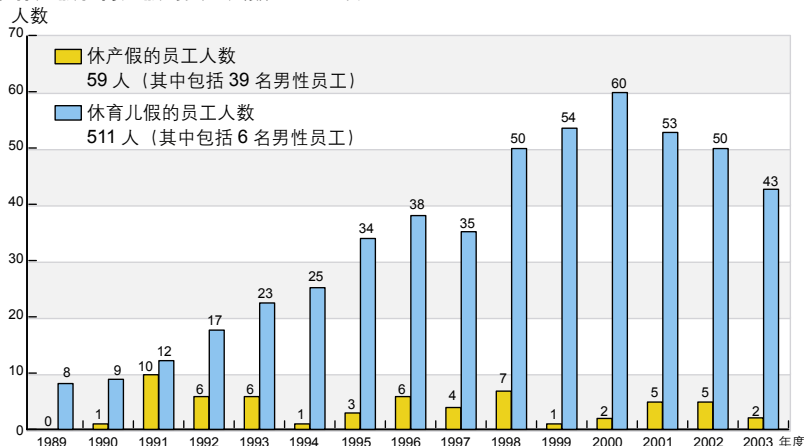
员工福利

工作和家庭之间的平衡
产假
儿童保育假期
社会服务假期
志愿活动假期
累计带薪年假

一位员工从开始工作到退休的约四十年时间中，要经历人生的不同阶段。富士施乐努力建立起一个人事系统，以满足员工多样化的价值观和生活方式之需要。

我们将继续提供范围更广、更便于操作的产假方案。结果显示，从1999年1月到2003年3月末，86%生育子女后的员工都选择继续工作。而生育了子女的女性员工的比例从1992年的11%提高到了2003年的24%。

● 休产假和育儿假的员工人数 (仅限于富士施乐)



与客户之间的关系

富士施乐相信，只有与客户建立起一种相互信任的关系，公司的业务才能得以不断开展。基于这种信念，我们致力于建立一个安全管理机构、建立一个客户意见征集系统，并确保公平竞争和公平交易。尤其值得一提的是，我们将产品的安全视为第一要务。公司汲取了 2002 财年中发生的打印机起火事故的教训，在 2003 财年中重新检查了全公司的安全措施，并建立了一个完善的安全系统。

产品安全

打印机起火事故
安全经理
升级标准

在 2003 财务年度中，为了确保更高水平的产品安全性，富士施乐及其分支机构建立了一个系统，以做到在所有程序中确保产品安全——策划、开发、评估、采购、生产、销售、维护和产品再生，同时加强了多方位的评估制度，防止系统发生疏漏。2003 年 9 月，为了依靠集体力量解决可能发生的重大质量问题和重大事故，我们落实了“重大质量问题和重大事故的升级系统”。我们还开展了产品安全培训课程。截至 2004 年 3 月，总计 26,000 位员工接受了这个课程的培训。未来的挑战将是通过不断的产品安全培训，提高各个程序中相关部门的应对能力。

重点报道 E 请参阅第 24 页“为了防止事故的再次发生”一节的有关内容。

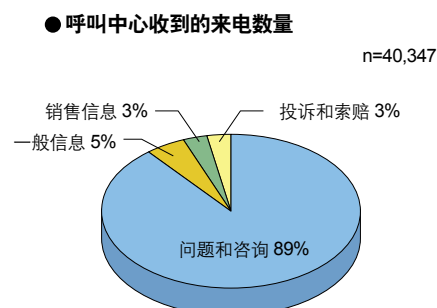
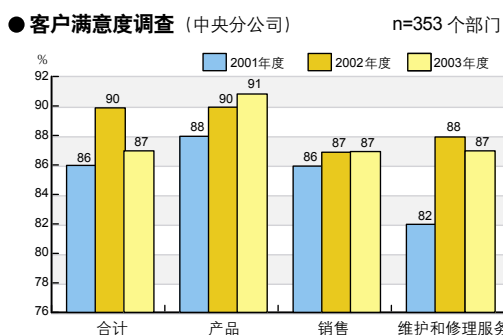
与客户的沟通

客户满意调查
合作项目
投诉和索赔

富士施乐希望通过其产品、服务和员工，与客户直接建立起相互信任的关系，并通过积极地与客户分享多年积累的专业知识，间接地建立这种信任关系。

我们积极地收集客户的意见。有一个例子，我们在主要的企业客户和中央政府办公室的 353 个部门里开展的一个关于产品和服务满意度的调查。调查的结果为我们提供了反馈信息。我们还推出了“合作”计划，旨在与客户分享我们多年以来积累的专业知识。从 1998 年后半年到 2004 年 3 月，这个计划使得富士施乐与 3,344 个机构中的 10,140 位客户建立起了合作关系。

在 2003 财务年度中，客户呼叫中心一共收到了 40,347 次来电，其中大约 90% 都是客户的问题和咨询。投诉和索赔电话的比例为 3%。客户来电的数量及其内容与 2002 财务年度基本相同。



公平竞争和公平交易

向政府机构公平合理的销售产品
合理的收费方式
与合作企业的交易

作为一家企业，为了确保公平竞争和公平交易，富士施乐的管理层和一线销售队伍共同努力，防止不正当的行为，避免出现商业道德问题。2003 年 12 月，富士施乐的道德和纪律委员会发布了一个遵守法律法规时需要注意的事项的指导手册。

与社会和当地社区的关系

作为社会的一份子，我们得到了客户、当地社区、以及国家和国际社会的支持。由于一些企业的社会功能和责任正受到社会舆论的质疑，我们希望能够用长远的观念，从全球和本地的角度出发，充分利用我们的管理资源，为创造一个更好的社会做出更加积极的贡献。

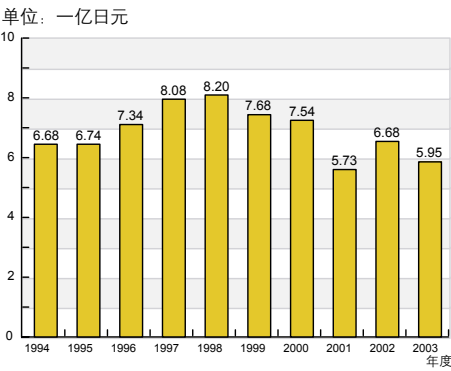
作为社会一份子的社会贡献

- 富士施乐的社会贡献之特点
- 小林节太郎基金会
- 日本 ASPEN 学院
- 少年成就

作为社会的一份子，富士施乐正在落实其在多个领域中的社会贡献计划。富士施乐的社会贡献计划的显著特点包括，对亚洲地区的、其它企业难以提供支持的领域，对青年和儿童的教育活动等给予支持。

在 2003 财务年度中，旨在通过科学交流促进日本和其它亚太国家之间相互理解的小林节太郎基金会向 50 位研究人员提供了资助。为了纪念这个资助项目推出的 20 周年，本年度的受资助人数超过了往年。

● 社会贡献的开支



● 富士施乐的社会贡献活动的特点

	着眼于亚洲	富士施乐特色	青年和儿童	植根本土
学术	小林节太郎基金会 施乐教育基金会（台湾） 富士施乐菲律宾基金会 YAYASAN FXAP-ASTRA GRAPHIA（印度尼西亚） 富士施乐亚太韩国基金会 泰国富士施乐基金会			
教育	支持农村地区：泰国 富士施乐希望小学：中国	日本 ASPEN 学院 e-nakama 支持 支持国际性大学	支持儿童的 ISO 计划 支持青少年成就 绘画比赛（由富士施乐办公耗材公司赞助） IT/ 媒体学校	冲绳岛 PARK（由富士施乐冲绳公司支持） ACORN 广场（铃鹿富士施乐）
文化和支持	亚洲青年乐团	支持 Perlman 音乐会 支持残疾人奥运会 支持 FPP 收集木板印刷品 施乐支持艺术计划		
环境		支持儿童的 ISO 计划 e-nakama 支持		在污染地区附近开展自然森林的保护 保护啄原密集森林协会 自然指南讲习堂

通过富士施乐的核心业务为社会做出贡献

大字体教科书的生产支持
IT/媒体学校
环球设计
施乐艺术计划

为了利用多年积累的技术和专业知識满足多种社会需要，富士施乐实施了社会贡献计划，以充分利用其核心业务的优势。

其中的一个计划就是使用彩色复印机为那些视力较弱的人印制教科书。在 2003 财务年度中，富士施乐与 70 个志愿团体合作，在其全国 67 个销售网点印制大字体的教科书。为了这个计划，我们一共印制了 262,000 页全彩色文件，合计 500 册。

富士施乐还在利用公司的核心业务推动社会贡献计划。IT/媒体学校就是其中的一个项目。这个学校面向高中低年级学生开放，让他们可以在特定的实践环境中，学习基本的信息概念。

富士施乐支持员工的志愿活动。通过这类活动，员工可以真正感受到，他们正在走向成熟，实现他们的梦想和愿望，与他们的家人和本地社区成员一道取得成就、享受生活。在 2003 财务年度中，公司里的端数俱乐部从其成员的工资和奖金中扣除其端数作为会费，进行了总计 1.135 亿日元的捐赠。端数俱乐部的四个分支机构为员工提供了参加各种各样的志愿活动的机会。



IT/媒体大学提供了学习信息和社会相关机制的机会。图为在“电视塔建设的游戏和股份公司系统”计划中，一年级高中学生们正在搭建电视塔模型。

支持社会贡献的系统

志愿活动假期
社会服务系统
端数俱乐部



很多志愿者参加了熊本的火炬接力活动。这里是残疾人奥运会在日本的诞生地。

社会的认可

富士施乐及其分支机构因其社会贡献活动获得了很多奖励。奖励的细节在我们的网站中提供。

● 2003 财务年度中获得的主要奖励

- 上海富士施乐获得 2002 年环境保护卓越奖。
- 具有较高的质量图像和较低环境危害特点的 EA 墨粉，荣获日本成像协会颁发的技术大奖。
- 在第六届环境报告颁奖活动中，富士施乐荣获卓越大奖。
- 深圳富士施乐获得绿色企业大奖。
- 海老名工厂获得总裁大奖，表彰其在 3R 推广活动中的突出服务。
- 富士施乐荣获可持续发展报告卓越大奖——环境报告大奖。
- 富士施乐的环保网站荣获环境大奖的特殊评委奖。
- 富士施乐的环保网站荣获 ECO-Web 大奖的特殊评委奖。
- 富士施乐因其对大字符教科书印制的支持，获得企业慈善大奖的企业公民奖。
- 在第 13 届环保广告比赛中，富士施乐荣获报纸广告类卓越奖。
- 富士施乐 DocuPrint C2425/2426 彩色激光打印机荣获节能大奖中的节能中心主席奖。

环保绩效报告



CASCert

本章内容已经得到第三方机构的审阅。

本章中介绍了我们解决全球环境问题的计划，以及我们为推动该计划而做出的努力，它包括三个重点课题，即 (1) 全球变暖问题、(2) 资源枯竭问题，以及 (3) 化学物质问题。

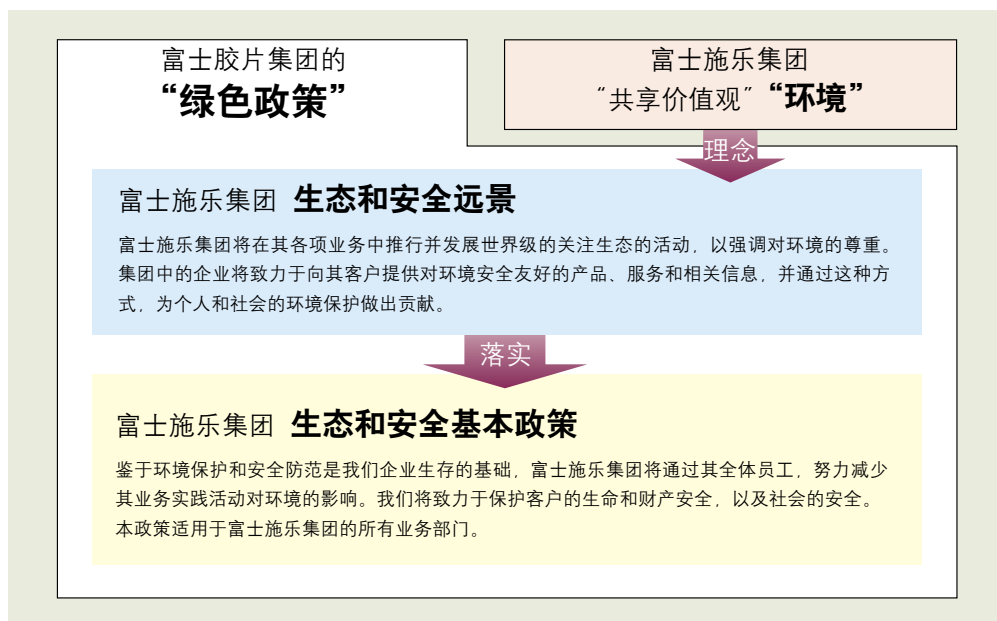
环境管理

为了配合 2004 财务年度的机构变化，富士施乐调整了其组织结构，以促进环境管理。这一变化是为了进一步改进我们的环境管理活动而设计的。在这个领域中，我们最近刚刚完成了海外机构的 ISO 14001 的认证。同时，我们的全球环境管理促进系统正在稳步发展，而产品再利用和再生计划（资源再生系统）第一次从环保财务的角度获得了全年盈利。

环境政策

富士胶片集团的“绿色政策”
生态和安全 (E&S) 远景

环境是富士施乐重要的“共享价值观”之一。我们的“生态和安全远景”宣言的基础是这种环境价值观和富士胶片集团的“绿色政策”。我们的特定政策体现在为实现世界级水平的环境管理而设计的“生态和安全基本政策”之中。



基本环境策略和环境 影响概述

全球气候变暖
资源枯竭
减少有害化学物质
商业活动对于环境的影响

作为实现我们的“生态和安全远景”的一个步骤，我们在 2001 财年中制定了“基本环境策略”，引入环境效率作为企业绩效的指标之一，用以衡量我们对于环境的影响。根据这个策略，我们又制定了一个行动计划和长期战略，并且正在开展其中的具体活动。

基本环境策略

- 将富士施乐及其分支机构转变成为完全以再生利用为导向的企业**
在产品生命周期的各个阶段中，降低我们对环境的影响。
- 向我们的客户提供出色的环保产品和环保解决方案**
开发环保型产品和服务，帮助客户降低他们对环境的影响。
- 加强环境管理的基础设施**
 - 提高员工的环保意识
 - 建立一个管理绩效指标系统
 - 建立一个环境管理系统

需要减少的影响；主要影响的目标

二氧化碳排放 (全球气候变暖)

到 2010 财年，将环境效率在 2000 财年的基础上增长一倍。

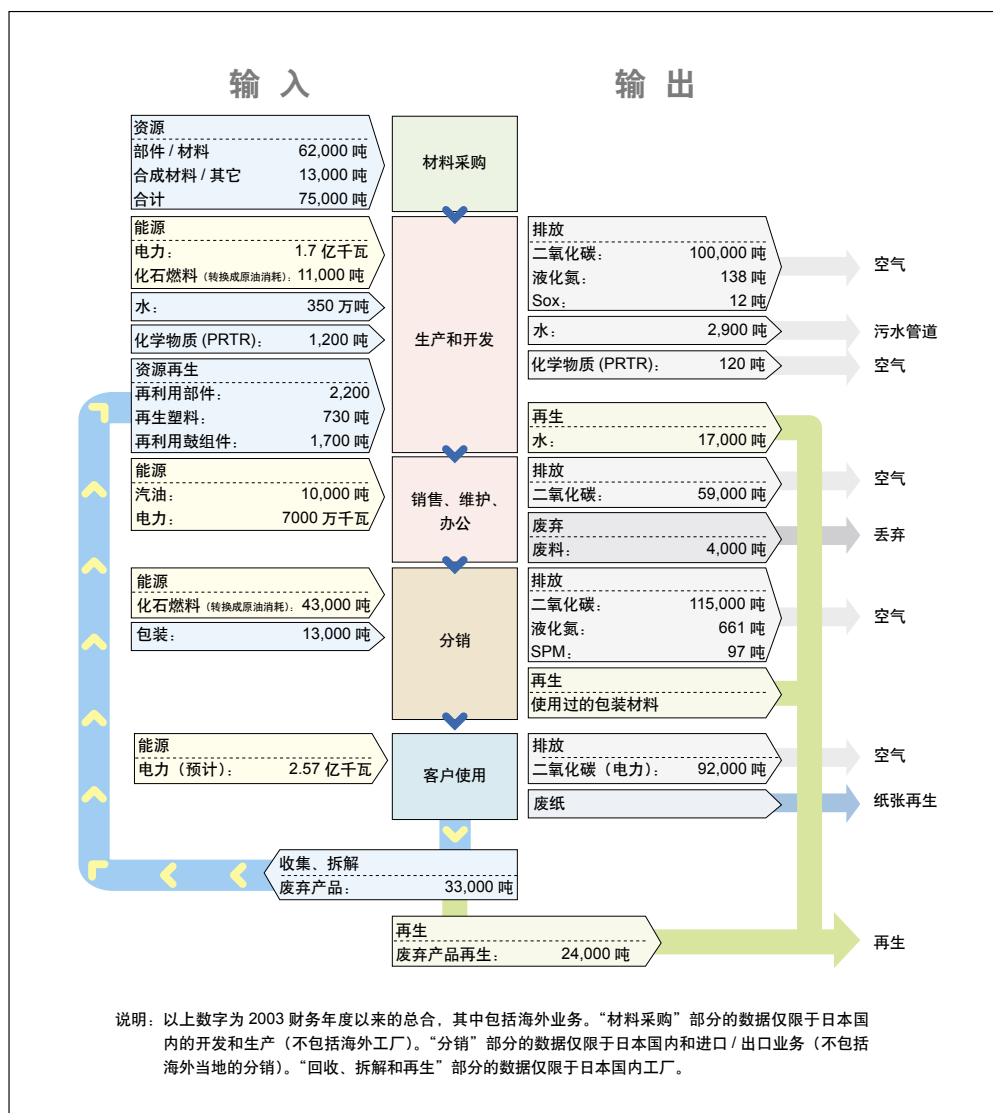
请参阅第 40 页的有关细节。

新资源消耗 (资源枯竭)

有害化学物质 (化学污染)

特定化学物质的消除和淘汰时间表

● 环境影响概述：材料的流动

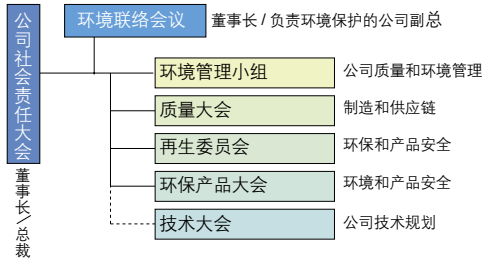


环境管理系统的组织

公司社会责任大会
环保联络会议

在 2004 财年中进行的组织变动中，富士施乐修改了其组织结构，以促进环境管理。这一变化是为了促进跨组织的计划的实施，进一步支持我们的环境管理。

● 环境管理系统的组织



环境管理系统

PDCA 循环 ISO 14001
第三方审计系统

在我们遍布全球的 80 家机构中，5 家在日本的机构以及 14 家海外非生产型机构已经通过了 ISO 14001 认证。加上已经通过认证的工厂和机构，富士施乐已有 74 个机构已经得到认证。通过制定一个“第三方环境管理系统审计指南”，我们改进了内部审计的质量。

2003 财务年度的活动和结果

按照地区划分的环境效率结果
各部门主要领域的目标和结果

富士施乐中的每一个机构都根据公司的基本环境策略开展相应的环保计划。我们的努力主要围绕三个领域：防止全球气候变暖、防止资源枯竭、以及减少有害的化学物质。我们在这些领域中减少环境影响的努力包含了产品的整个生命周期——从资源提取到生产、分销、使用、废弃和再生的整个过程。从这个财务年度起，我们已经开始统计海外生产和非生产机构的数据以及所有分销数据。统计的结果低于 2003 财务年度中制定的目标。唯一的一个例外是客户使用产品时的环境效率目标。

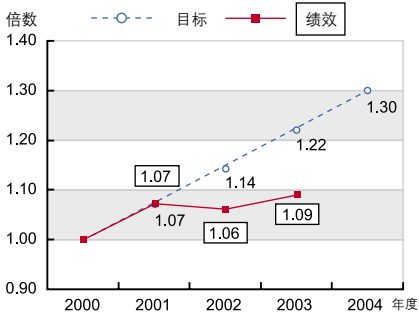
环境效率是公司的绩效指标之一。它根据以下的公式计算得来，旨在“生态和经济的保持”。

【全球气候变暖】

$$\text{环境效率} = \frac{\text{社会效益 (销售额}^{*1}\text{)}}{\text{环境影响 (二氧化碳排放量)}}$$

*1 销售额为富士施乐合并销售额

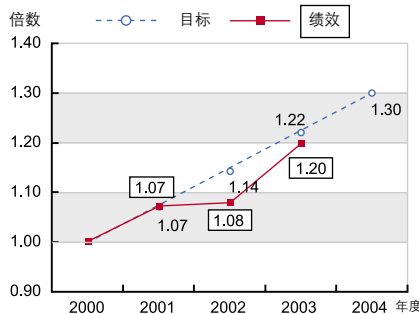
● 业务活动的环境效率



【资源枯竭】

$$\text{环境效率} = \frac{\text{社会效益 (销售额}^{*1}\text{)}}{\text{环境影响 (新资源的输入量)}}$$

● 采购的材料中新材料使用的环境效率



环境财务

2003 财务年度的结果
计算方法

环境财务是组织全部环境保护活动的量化检验。它是为了表现企业在环境影响增减方面的财务收入和支出而设计的。特别需要指出的是，2003 财年统计的覆盖面扩展到几乎与我们的合并财务报表相同的范围。而富士施乐独特的资源再生系统第一次实现了盈利。

环境教育

“生态教育”计划
环境培训系统

我们在亚太地区的销售机构中推广 ISO 14001 认证，并在这些公司中成功地完成了 9,000 名员工的“生态教育”计划。14 家公司全部通过了 ISO 14001 认证。

环境宣传

生态产品展览
环保网站
可持续发展报告
儿童 ISO
自然向导培训
造林志愿者

我们在环保宣传方面的计划是通过信息的传播和举办各种活动来展开的。我们的环保网站荣获了环境大奖的特殊评委奖，公司 2003 年的可持续发展报告获得了环保报告大奖的杰出奖。作为本地宣传计划的一部分，富士施乐员工还参加了他们自己的环境保护活动。

推广

通过提供最新环保信息和举办各种活动，富士施乐的努力得到了广泛的关注。

本地社区的宣传活动

我们倡议建立一种环境，让整个社会的环境保护活动能够得以自然开展。



儿童 ISO 计划

富士施乐支持根据儿童的想法而开展起来的环境教育活动。我们的员工也为这些活动提供组织帮助。



造林志愿者

富士施乐关注纸张生产和使用对环境的影响。我们支持诸如 satoyama landscape (在人口密集处建造自然林) 等活动，并开展了造林工作。



自然向导培训

富士施乐致力于培训保护和尊重自然和生态环境多样性的社会机构和人士。

减少工厂中废料的活动

零排放
减少办公室浪费

尽管富士施乐努力减少日本本国和海外工厂中产生的废料，富士施乐及其分支机构在 2003 财务年度中产生的总废料量仍然有显著增加。废料的增加，除了因为产量有所增加，还因为公司第一次将富士施乐澳大利亚有限公司的 Zetland 工厂和深圳富士施乐的数字也统计进来。

防止全球气候变暖的计划

防止全球气候变暖是富士施乐要着手解决的三大环境问题之一。我们努力减少二氧化碳及其它导致气候变暖气体的排放。我们倡导在产品生命周期的每一个阶段,即生产、分销和使用,都能做到减少二氧化碳的排放。在 2003 财务年度中,我们开发了更多的节能产品以降低产品使用中的二氧化碳排放,并且达到了在生产过程中减少能源消耗的目标。

开发节能产品

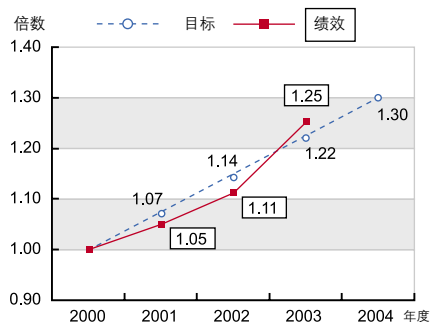
节能技术
减少能源消耗总量

富士施乐将客户使用我们产品时的能源消耗视为我们对环境影响的一部分。我们努力开发多种节能产品,目标是要在 2005 年,将富士施乐产品的总能源消耗量降低 50%(与 1997 年相比)。我们为实现这个目标而开发出来的若干项技术已经赢得了很高的赞誉。我们也从 1999 年起,连续五年荣获节能中心颁发的节能大奖。

● 荣获节能大奖的机型和新技术



● 客户使用产品时的环境效率



重点报道

请参阅第 18 页中“生产节能产品”一节的有关内容

在产品开发和生产中防止全球气候变暖

燃料转换
替代能源
降低温室效应气体排放

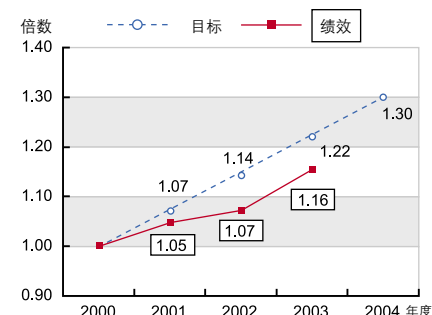
在过去几年中，我们在产品的开发和生产过程使用了大量的能源。于是，公司想要达到 2003 财务年度 1.22 的环境效率的指标变得非常困难。为了控制这种增长，我们制定了 2003 财年的新目标。在我们的努力下，我们成功的达到了计划指标，在生产工厂中实现了 1.04 的环境效率指标（其目标是 0.94），并将工厂的环境效率指标改进为 1.12（目标为 1.12）。我们正在考虑采取根本性的改进措施，并为 2004 财务年度设立了 1.30 的目标。

防止全球气候变暖的销售活动

扩大使用简易包装计划

到目前为止，我们在销售活动中的环保行动主要集中在日本国内。为了加强进口 / 出口业务和全球分支机构的环保活动，我们整合了与分销业务相关的部门，在 2003 年 4 月成立了制造和供应链部。这个新的部门已经取得了一系列的成功。为了整合国内的生产设施和海外的生产 / 销售机构，我们成立了一个基金会，以便处理与分销业务相关的环境问题。

●销售活动中的环境效率



在办公室中防止全球气候变暖

使用低排放车辆

电力和汽油是销售、服务和行政部门所消耗的主要能源。通过改进空调、照明和办公设备的管理方法，富士施乐努力减少电源消耗。为了减少汽油消耗，我们积极地使用低排放车辆，并改进了驾驶方法。

防止全球气候变暖的其它活动

风力发电
太阳能发电
水力发电
NAS 电池
冰热储存系统
造林

富士施乐在很多与产品和制造过程没有直接关系的其它活动中，努力防止全球气候变暖。例如，我们在销售活动中帮助减少客户办公室对环境的影响，推介替代能源，并宣传通过造林吸收二氧化碳。



日本十和田湖附近的风力发电厂



海老名事业所中的太阳能发电系统

防止资源枯竭的计划

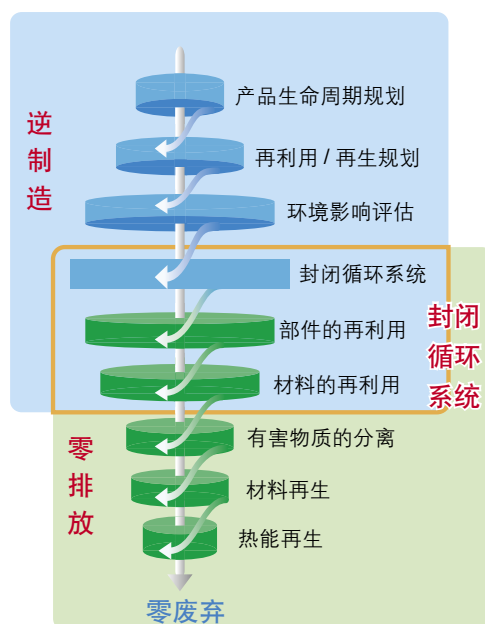
我们的环境保护计划中的关键环节之一就是“整合再生系统”。根据公司的政策，我们正在努力把新的自然资源消耗量降到最低、把废物排放降低为零，并节省能源。

重点报道 B

请参阅第 13 页中“为了实现可持续发展的产品制造”一节的有关内容

我们的整合再生系统基于一个封闭循环系统。它被设计用于有效地利用资源，将废弃产品作为宝贵的资源而不是废料。在从上游到下游的产品生命周期中，我们在每个阶段中都使用两种方法。一种是“逆制造”——通过在封闭循环中使用再利用部件，制造出对环境影响小的产品。另外一种方法是“零排放”——使无法再利用的部件转变为可再利用的资源。

● 整合再生系统



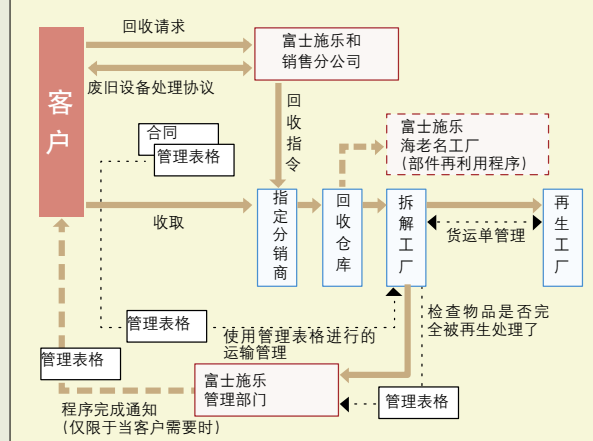
整合再生系统的盈利

1995 年，富士施乐成为办公设备行业第一家推出再利用部件产品的企业。使用再利用部件组装的复印机和多功能一体机的生产稳步增长，并在 2003 财务年度首次实现了环保财务的盈利。

扩大二手设备回收服务

尽管国家对废旧复印机和多功能一体机的再生处理方法没有法律规定，富士施乐还是在“制造商延伸责任制”（EPR）的基础上成立了一个回收服务网络。2003 年 7 月，我们成为办公设备行业第一家开始打印机回收服务的企业，并在 2004 年 6 月将此服务扩大到了复印机和多功能一体机产品。

● 多功能一体机回收系统流程图

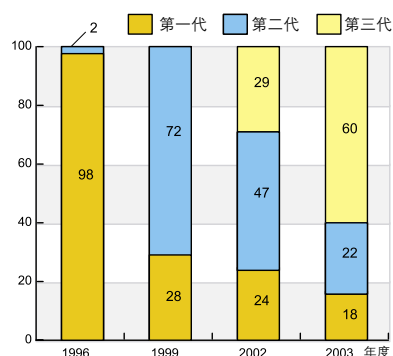


规划 / 设计 / 采购中的 环保措施

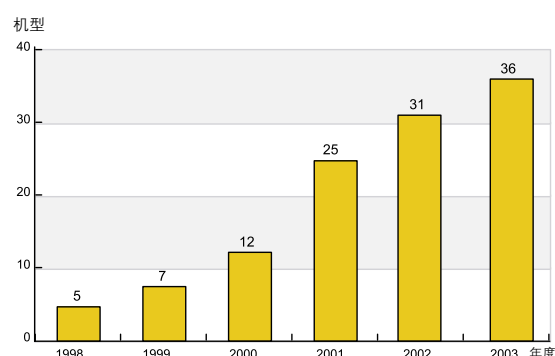
产品生命周期规划
再利用 / 再生规划
多代设计
模块化设计
环境影响评估

为了扩大再利用部件的使用，我们推广在第二代甚至第三代产品中进行部件再利用。2003 财务年度中，公司在大多数上游生产过程——规划和设计阶段——的成功使得我们第三代机型的再利用部件达到约 60%。

● 多代新产品中的部件再利用 (合计总量的百分比)



● 为再利用 / 再生而设计的机型数量



例如，2003 年 10 月，我们运用一种多代兼容的设计方法，将 DocuCentre 507-MD 数码复印机中再利用部件的百分比提高到了 70%（按重量计算），极大地降低了对环境的影响。



富士施乐发布了“产品生态数据”，其中包括减少环境影响的量化信息。产品生态数据包括对客户进行的产品环保信息调查的结果。这项调查是要发现在客户心中哪些环境影响最为严重，以及哪些方面制造商应该给予关注。

到 2003 财年为止，我们已经发布了九个机型的产品生态数据。



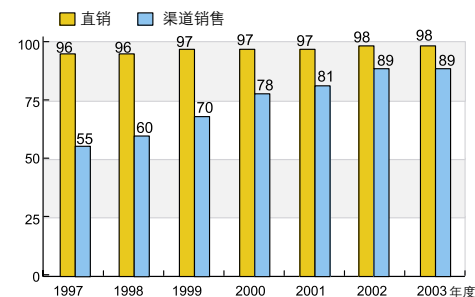
产品生态数据

回收 / 生产中的措施

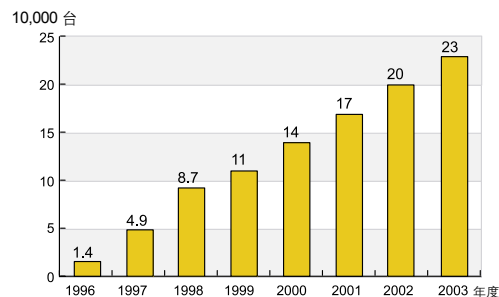
废旧产品的回收率
部件再利用
模块化生产
使用再利用部件生产的设备台数

富士施乐的废旧复印机和多功能一体机回收计划不断向前发展，再利用部件的使用也在不断增加。在 2003 财年中，我们使用再利用部件制造出 230,000 台设备，使得全年的新资源消耗量降低到 2,200 吨之内。

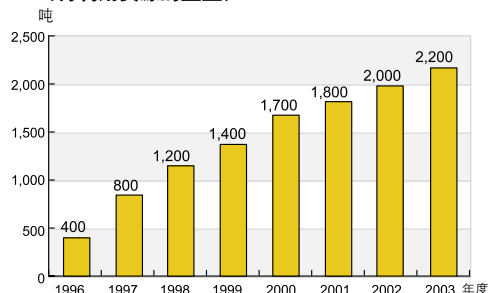
● 废旧产品回收率



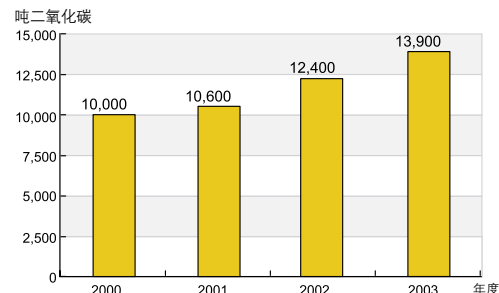
● 使用再利用部件制造的设备台数



● 产品制造中的新资源使用量减少 (再利用资源的重量)



● 由于部件再利用，减少了部件生产过程中的二氧化碳排放量

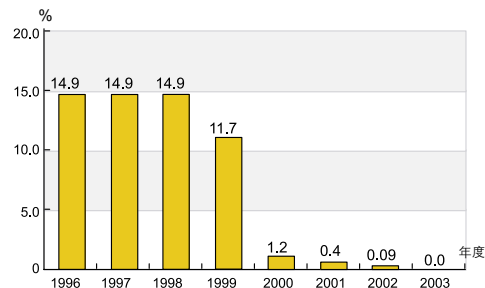


拆解 / 再生 / 处理中的环保措施

填埋率
材料再生
热能再生
RoHS 规定物质

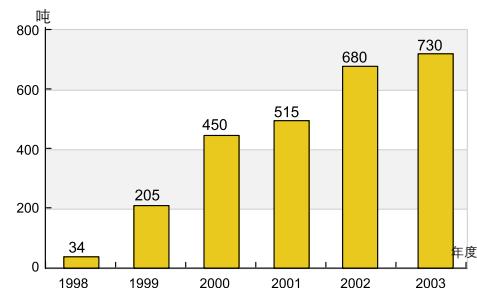
通过部件再利用、材料再生和热能再生，我们从上游制造程序中实现了零排放。由于我们彻底地将那些无法再利用的部件拆解为 44 种材料，并与日本的再生合作伙伴建立了网络，实现了全国范围的 100% 再生，返回到重新制造程序中的废旧复印机的填埋量在 2003 财务年度中为零。

● 填埋率



* 在再生过程中，材料的损失为 0.01%。

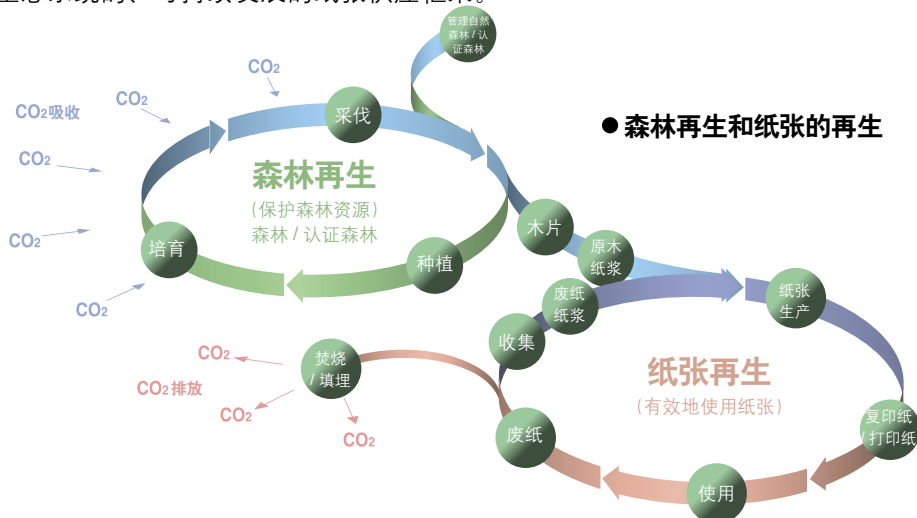
● 再利用材料的数量



环保纸张的供应

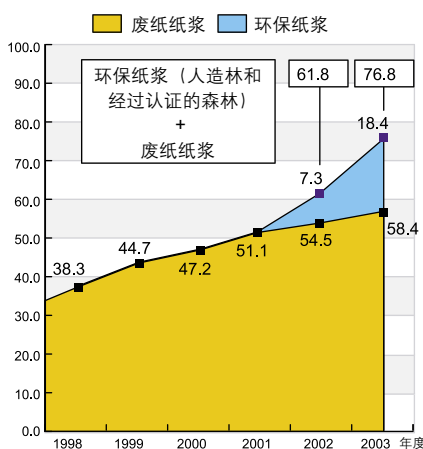
增加环保纸浆的计划
经过认证的生态纸浆
人造林中产出的纸浆
造林业务
FSC 认证纸张

尽管纸张的可读性、便携性和吸墨性令它成为一种出色的介质，但是，制造纸张所需的原材料的消耗对环境的影响却已经成为一个问题。通过公司分支机构——富士施乐办公耗材公司，我们正在研究纸张供应的环保方法，建立一种无需损害森林或者周边生态系统的、可持续发展的纸张供应框架。



为了实现资源的有效利用，富士施乐正在寻求在纸张生产中提高废纸纸浆使用量。在 2003 财务年度中，我们实现了 58.4% 的废纸纸浆使用比例。在 2002 财务年度，我们启动了一个项目，以增加纸张中的“环保原木纸浆”（FSC 认证纸张）的使用量。2003 年，环保纸浆和废纸纸浆的使用比例达到了 76.8%。

● 废纸纸浆和环保纸浆的使用量



● 从 FSC 认证森林到客户



1996 年，我们投资新西兰南岛的 Southland 人造林有限公司，以支持人造林工业的发展。这项投资活动表明了我们的企业责任感，同时也确保了纸张生产的原材料不会依赖自然森林的采伐，从而保护了宝贵的森林资源。

重点报道 D 请参阅第 18 页“为了实现可持续发展的纸张供应”一节的有关内容

减少有害化学物质的计划

为了配合日本和海外有关有害化学物品的法规，我们正着手开展一项计划，努力从产品以及部件的开发阶段开始，有效地减少其中有害化学物质的含量。对常见化学物质的风险管理和减少化学物质的计划正在所有的生产工厂中推行。为了防止废旧产品处理中产生污染，我们还制定了“富士施乐绿色采购标准”，努力从我们的产品中完全消除欧盟的 RoHS 指令（对某些有害物质限制使用）中限制的有害物质。

产品中的化学物质

RoHS 指令
绿色采购标准

1999 年，我们成立了有害物质减少小组，与部件厂商和供应商们一道减少部件中的有害化学物质含量。2003 年 2 月，我们修订了 1999 年制定的绿色采购指南，令其符合欧洲 RoHS 指令的要求，并将其改名为绿色采购标准。通过让供应商知晓这一标准，我们正在不断减少有害物质的含量。

● 减少有害化学物质的计划（包括海外分支机构）

1. 符合 RoHS 指令（包括在新市场中推出的机型）

【在 2004 财务年度中，
将要完全去除的物质】

- 铅
- 汞
- 镉
- 六价铬
- PBB/PBDE

2. 富士施乐独立的减少化学物质计划（包括在市场中新推出的机型）

【在 2005 财务年度中，
将要完全去除的化学物质】

- 卤素燃烧延缓剂
- 氯乙烯

在制造过程中的使用

化学物质管理规定
PRTR 法规

富士施乐生产工厂在采购、使用、保存和处理化学物质的所有工艺中均符合“化学物质管理规定”中的管理要求。PRTR 法律（报告特定化学物质在环境中排放并改进其管理的日本法规）规定的化学物质的输出和保存以及含有印刷电路板的废旧设备都得到有效管理。我们努力在减少这些物质的数量。虽然 PRTR 法律中规定的化学物质的使用和生产量提高了，但是，由于我们采用了减少输出的措施，其输出总量保持了稳定。我们计划在未来进一步减少环境风险，其方法是达到降低化学物质输出的目标，并制定一个消除印刷电路板的计划。

对全球环境的影响（空气 / 土壤 / 水）

土壤 / 地下水污染调查

2002 财务年度的工厂污染调查结果显示，铃鹿富士施乐和其它两处工厂并没有发现土壤和地下水的污染。这个调查报告证实了，我们的任何一家生产工厂都没有对土壤和地下水造成污染。1996 年发现的土壤中含有机氯基成分污染的岩槻工厂已经在 2002 财务年度完成了清理工作。

尽管目前已经排除了大规模污染，小规模地区性污染的隐患依然存在。因此，我们将在 2004 年 3 月到 9 月之间开展监控，以判断污染情况是否会自然消失，或者我们是否需要采取新的措施。

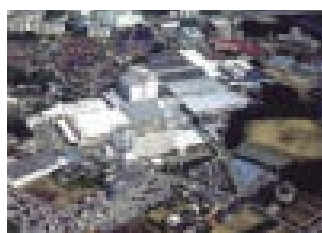
生产基地数据

公司主要事业所的环保绩效数据发表在我们的网站中。从 2003 财年的可持续发展报告开始，日本化学工业协会规定的化学物质数据也被包括在 PRTR 法令规定的化学物质之中。由于我们海外的生产工厂是由不同的系统所管理的，因此它们的化学物质数据没有包括在内。

● 主要的事业所



海老名事业所



岩槻事业所



竹松事业所



铃鹿富士施乐



富士施乐成像材料工厂



新泻富士施乐制造厂



台湾富士施乐



韩国富士施乐



上海富士施乐



深圳富士施乐

环保活动的进展

我们的网站总结了富士施乐自 1972 年至 2003 年在环保活动方面取得的进步。我们的产品再生活动从 1990 年持续到了 2003 年。防止污染活动始于 1972 年，从而带动了 1989 年发起的环境保护活动。1998 年公司启动了环境管理系统，将所有环保活动进行统一管理。

2003 财政年度中的活动

■ 产品再生活动

资源再生系统在 2003 财政年度中首次取得了环保财务的盈利（非合并报表）

获得“广泛领域中工业废料处理的合格厂商”称号。将废旧办公打印机的填埋量降低到零

在亚太地区建立了回收网络

■ 环境管理

亚太地区的 14 个销售公司和办事处获得了 ISO 14001 认证

公司简介

富士施乐株式会社

总部： 107-0052 东京都港区赤坂 17-22
 电话： +81-3-3585-3211
 成立日期： 1962 年 2 月 20 日
 总裁： 有马利男
 注册资本： 200 亿日元 (2004 年 3 月 31 日)
 股东： 富士胶片株式会社，75%
 施乐有限公司，25%
 (截至 2004 年 3 月 31 日)

国内主要业务机构

总部

开发 / 制造：海老名工厂：神奈川县海老名市
 (设备开发和制造)

竹松工厂：神奈川县南足柄市
 (耗材开发和制造)

岩槻工厂：埼玉县岩槻市
 (设备开发)

研究实验室：中央研究中心：

神奈川县南足柄上郡

销售和服务机构：分布于日本各大城市

公司经营范围

富士施乐对“文件”的定义不仅仅是记录在纸张上的信息，它还包括在多种媒体上的知识，其中包括电子数据、图像和音频等内容。我们一直都在不懈地寻找分享和使用这些文件的方法——我们相信，这是最关键的资源之一。通过为客户提供文件服务，我们致力于显著地提升文件生成、存储和处理的生产力。

对文件的这种理解帮助我们以革命性的方法，向客户提供各种文件服务，以快速提升办公生产力。

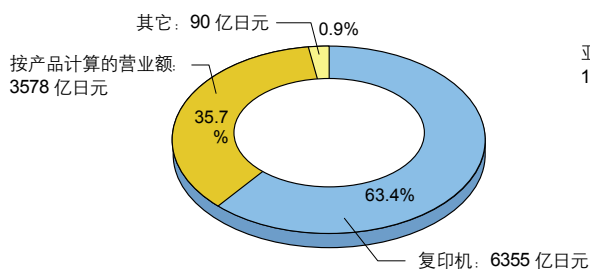
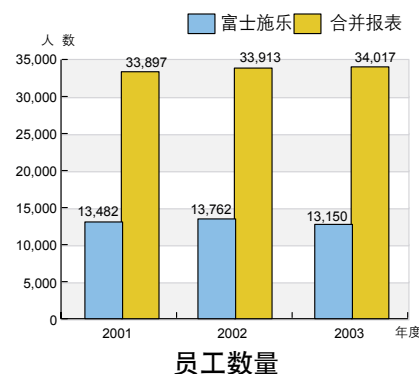
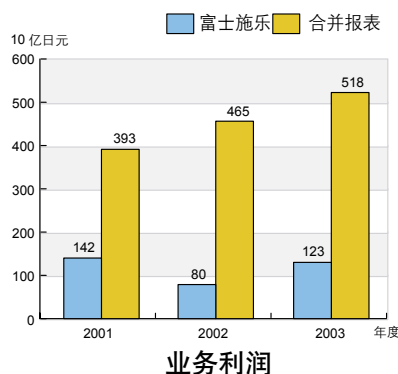
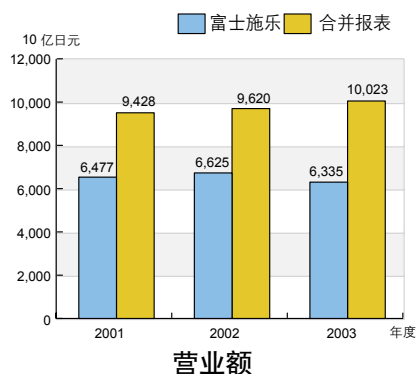
产品类别	主要产品
文件服务	办公复印机 工作站 个人电脑 传真机 CAD 系统 绘图仪 打印机 复印纸 电子部件 复印服务等
其它	教育服务

富士施乐集团销售和 服务区域

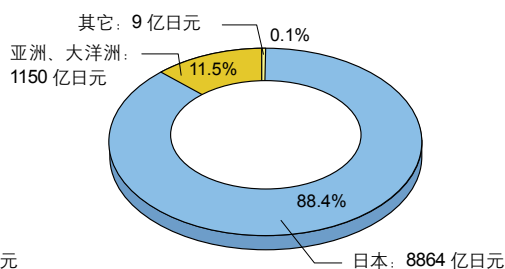
如右图所示，我们的销售和服务区域覆盖了日本、中华人民共和国以及亚太地区的其它国家和地区。世界其它地区由施乐公司和施乐有限公司所覆盖。



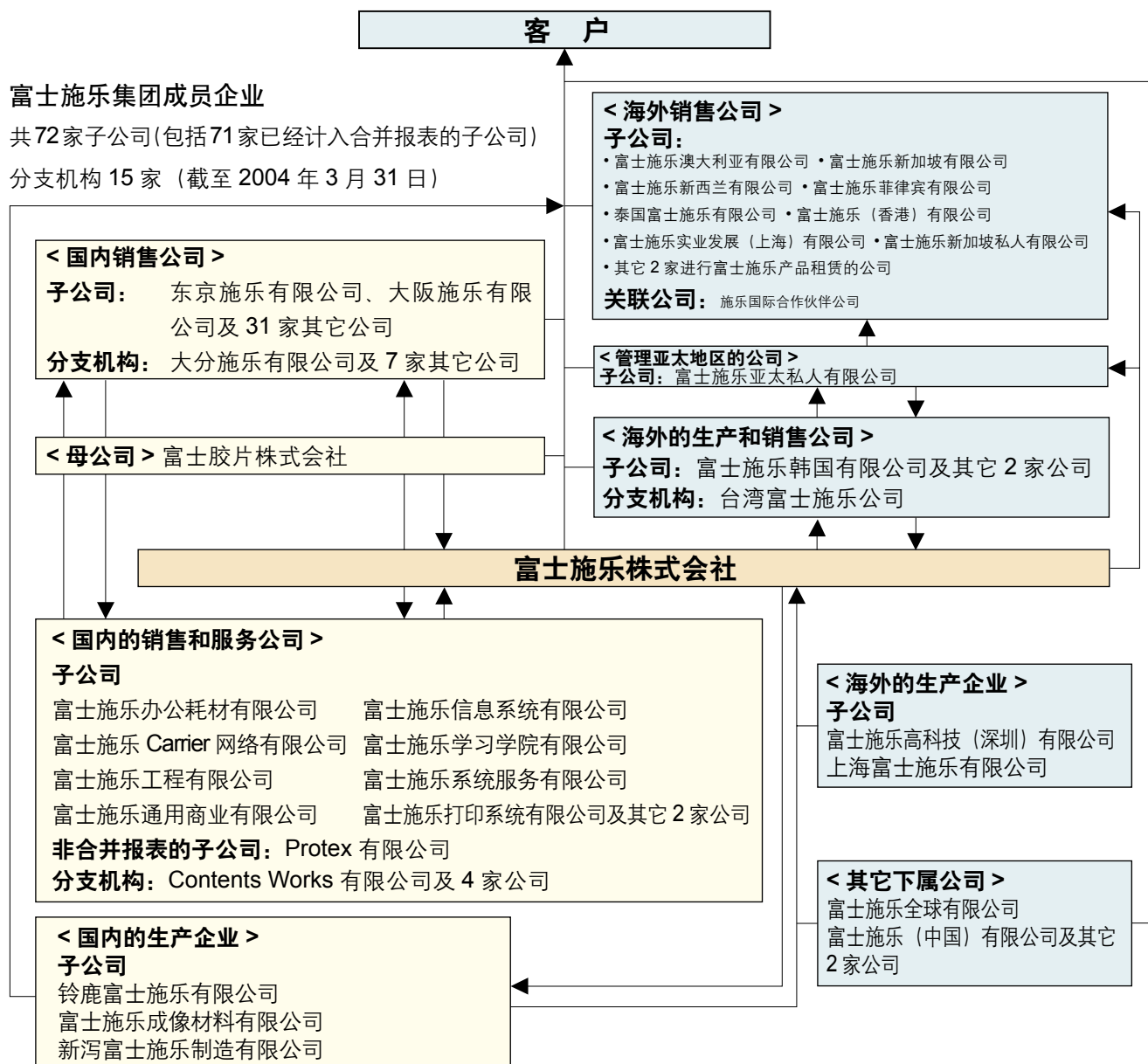
2003 财务年度的经营业绩



按产品划分的营业额 (合并报表)



按地区计算的营业额 (合并报表)



富士施乐株式会社

107-0052 东京都港区赤坂 17-22

电话: +81-3-3585-3211 (总机)

出版时间: 2005 年 5 月 中国印刷

富士施乐株式会社

