

**OLYMPUS**<sup>®</sup>

Your Vision, Our Future

奥林巴斯社会环境报告摘要

为了实现人类健康、幸福的生活

# SocialIN

2011



# 前言

奥林巴斯集团从2000年开始发行《环境报告》(手册),从2005年开始发行充实了公司治理和社会性相关报告的《社会环境报告书》(手册)。

自2008年起,为了简明易懂地介绍企业活动的整体情况,我们在网页上登载详细内容,发行手册为网页内容的摘要版,摘录年度方针、工作及重要事项以进行报告。

自2011年起,针对各位读者所关心的内容加以区别使用,将在本摘要之外,开始发行登载更详细信息的完整版报告书(预定2011年10月发行)。

考虑到受2011年3月11日发生的东日本大地震的影响而导致的油墨及纸张供应不足的情况,摘要与完整报告都将只发行PDF版。

此外,由于报告中增加了应对地震的相关措施与今后的工作内容,本摘要的预定发行时间将延后一个月延至10月底发行。

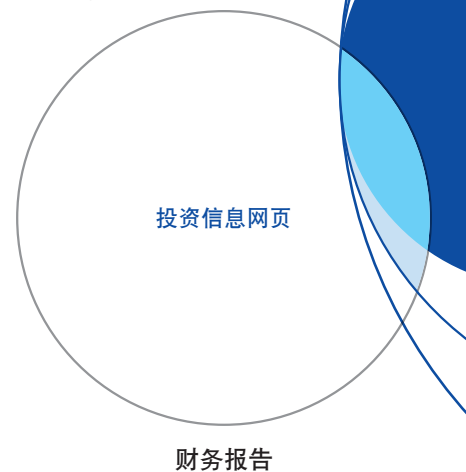
## CSR·环境信息整体情况

### ●社会环境报告摘要 (本PDF)

是摘录2010年度的工作、重要事项以向各利益相关者传达的信息交流工具。

### ●社会环境报告完整报告 (预定2011年10月发行)

登载具体的工作内容及详细数据等全方面的信息。



### ●奥林巴斯CSR·环境活动网页

网页上登载有更为详细的信息时,会标注WEB登载标记 >>WEB。

#### >>WEB 奥林巴斯CSR·环境活动网页

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/> (只有日语的网页)

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/> (只有英语的网页)

## 编制社会环境报告时所参考的指导方针

※指导方针对照表、全球契约对照表在网页上有所登载。

### ●GRI《可持续发展报告指南2006》

### ●环境省《环境报告指导方针2007年版》

### ●环境省《环境会计指导方针2005年版》



CSR・环境活动网页  
预定2011年10月更新



(只有英语・日语)

非财务报告



1 向不同的利益相关者介绍集团的CSR活动的方针、具体事例、信息。

2 面向顾客、股东及投资人等不同群体的信息请查阅“各群体工作事项介绍”。

## 目录

领导致辞 ..... 3

奥林巴斯的CSR管理 ..... 5

奥林巴斯集团与利益相关者的关系 ..... 7

**Highlight 1** ..... 9

与顾客的关系 [各事业领域的工作职能]

医疗事业  
为提高迅速发展的亚洲地区的医疗水平  
充实了内窥镜培训

生命科学・产业事业  
以全球统一网站的多语言支持  
满足顾客的各种需求

影像事业  
支持声音导航与DAISY标准的  
通用产品的制造

**Highlight 2** ..... 15

实现 MDGs 举行摄影比赛  
【记录世界：让我们来结束贫困】

**Highlight 3** ..... 17

对跨国性  
年轻领导者培育计划的修订

**Highlight 4** ..... 19

面向循环型社会的  
整个生命周期的环境负荷降低

特别报道：  
奥林巴斯在东日本大地震中的应对工作 ..... 23

2010年度奥林巴斯集团社会、  
环境活动的主要成绩 ..... 25

企业概况 / 重点财务数据 ..... 27

外部评价 ..... 28

### 报告对象范围

对象期间 2010年4月1日～2011年3月31日  
※ 登载的近期重要事项截止至2011年6月。(特别报道：奥林巴斯在东日本大地震中的应对工作)

- 对象组织
- 经济性报告** 奥林巴斯株式会社及其合并结算对象子公司和关联公司
  - 社会性报告** 对奥林巴斯株式会社、奥林巴斯影像株式会社、奥林巴斯医疗系统株式会社。其他部门原则上按事项分别记载
  - 环境性报告** 奥林巴斯集团总公司及日本国内・海外主要的生产子公司  
※ 非财务报告方面，原则上ITX集团不纳入报告对象。

# “Social IN” 实现人类的健康和幸福生活

---

随着经济与信息的全球化进程，贫富差距以及全球变暖、水资源枯竭、生物多样性等社会问题也朝着全球化的趋势发展。

奥林巴斯从很早就开始积极地在全球开展事业，在创业之初就从事显微镜制造、出口，1960年代在欧美以及印度设立当地法人等等。近年来，伴随全球化的步伐，奥林巴斯的社会责任也逐渐增大，让我深切地感觉到以往在这方面所开展的工作的不足。

2010年制定的中期经营基本计划中，我们提出了“向全球化新阶段迈进”的口号。但是，要成为真正意义上具有全球竞争力的企业，奥林巴斯就不能拘泥于日本这一框架，而是必须从全球化的视角出发来思考和制定企业战略。

为了实现这一点，首先，我认为作为在全球化社会中生存的企业市民，不能仅仅执着于追求利益，通过对话与各利益相关者坦诚相对，建立双方共赢的信赖关系同样不可或缺。我认为这关系到“融入社会，共享价值观，为社会提供新的价值”的经营理念“Social IN”的实现。

从这一观点出发，我们自2002年起为了实现联合国千年发展目标（MDGs）而持续开展活动，2004年起还参与了联合国全球契约。在对MDGs的协助活动中，为了加深社会对贫穷与环境破坏这一国际社会所抱有的严重问题的理解，我们通过和联合国开发计划署（UNDP）的人士一起举办以MDGs为主题的摄影展（P15-16）等等，开

在哀悼东日本大地震中逝去的人们的时候，  
向受灾的人士致以我们由衷的慰问。

奥林巴斯也有部分贸易伙伴、制造、营业基地受灾，  
虽然集团上下都为了及早恢复生产而作出了最大限度的努力，  
但对于这段时间以来给广大顾客造成的麻烦，在此聊表歉意。

在重建支援工作方面，我们实施了捐款、  
捐赠产品、受灾产品的特别修理等措施。  
今后我们还将尽我们所能地继续提供支援。

展了社会启发活动。此外，我们还通过“BRAVE CIRCLE”大肠癌扑灭运动（P9）等事业活动，积极地开展社会贡献活动。

要实现奥林巴斯的经营理念，对可持续的社会生产的贡献不可或缺。为此，奥林巴斯响应社会的要求，提出了要在2020年前将产品整个生命周期中的CO<sub>2</sub>排放量降低到2007年的一半的长期目标“CARBON 1/2 (half) 2020”，以产品、制造、物流为中心开展着工作。

为了今后能够在全世界切实地实现经营理念，我们正在加强CSR的集团经营统筹功能。



董事长兼首席执行官·首席运营官

菊川 剛

#### 关于“社会环境报告摘要2011” 第二版发行的通知

虽然超出了本摘要的报告对象期间，但是在2011年10月发生了对奥林巴斯集团而言非常重要的事项，为此，我们制作了反映这一内容的修订版摘要。作为摘要的第二版已在2011年10月18日发行。

# 公司治理体制和CSR委员会的作用

奥林巴斯集团将“Social IN”作为经营理念的原点。为了在日常的事业活动中充分运用“Social IN”理念和履行社会责任，奥林巴斯集团在2004年9月制定了企业行动宪章和行动规范。进入2010年后，奥林巴斯集团又在原先的基础上设立了CSR委员会，通过各推进委员会的活动，进一步朝向实现经营理念的方向迈进。

## 公司治理体制

奥林巴斯的董事会由包括3名外部董事在内的15名董事构成，原则上每月举行1次董事会，以便迅速地对经营战略等经营上的重要事项作出决策并对业务的执行情况实施适当的监督。董事的任期为1年，每年都会对其成果进行评估以明确责任。此外，奥林巴斯集团还引进了执行董事制度，将董事的经营决策及业务执行情况的监督功能和执行董事的业务执行功能相分离，以进一步加强对公司的治理。而外部董事可以从其独立的立场参与董事会的决策并进行监督，在本公司的经营中充分发挥各董事所拥有的专业知识。

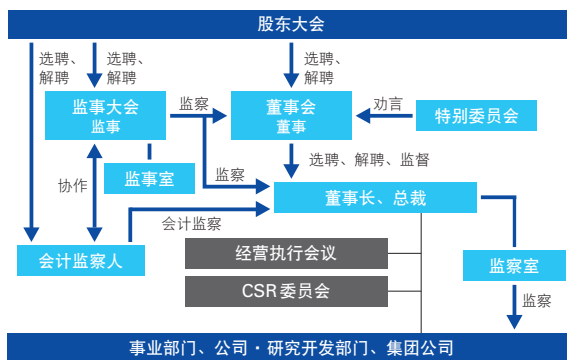
此外，关于监事制度的采用等的详情，在“公司治理报告书”中予以公开。

### »WEB 经营管理体制

- <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/olycsr/soundcorpo/business/> (只有日语的网页)
- <http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/olycsr/soundcorpo/business/> (只有英语的网页)

## 迅速决策和适当确认

■ 公司治理体制图



## CSR委员会的设置

为实现“Social IN”的经营理念 and 进一步加强全公司的CSR，奥林巴斯将原有的风险管理委员会加以扩大，新设了CSR委员会。CSR委员会协助身为CSR委员长的总裁作出决策，推进和管理决策事项的PDCA (Plan, Do, Check, Action) 循环，以使CSR渗透到奥林巴斯集团的各个角落。

## 奥林巴斯集团CSR活动的目标设定与评估



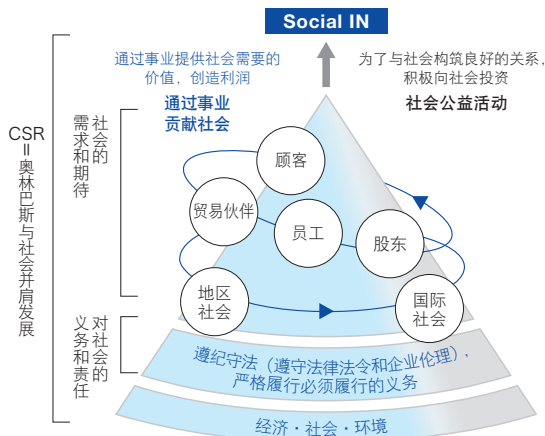
## 奥林巴斯集团经营理念

为了实现人类健康、幸福的生活



“Social IN”是个自造词，意思是“将社会的价值观引入公司内部 (Social Value in the Company)”，体现了我们用3个“IN” (INvolvement、INsight、INspiration) 确立企业和社会良好关系的观点。

## 奥林巴斯集团的CSR概念图



我们认为，奥林巴斯集团的CSR活动，是我们为了实现“Social IN”经营理念，而在理所当然的企业活动基础上不断地完善，做到“再多做一点”。

## 合规体制

作为合规培训的一环，将“CSR指南”分发给全体员工，以提高员工对合规及CSR事业的认知。

在CSR委员会下新设了合规推进委员会。该推进委员会最重要的任务是实现全公司合规状况的可视化，和对员工进行培训。

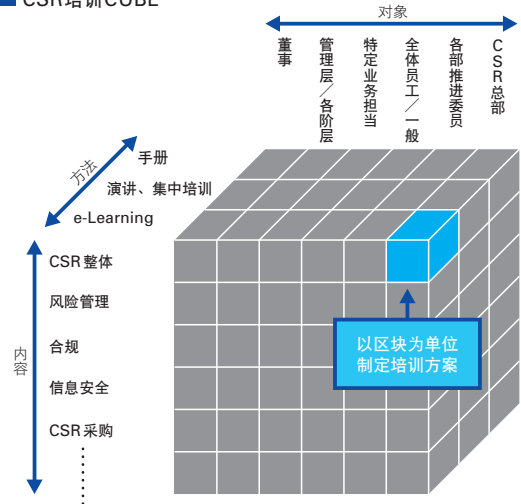
可视化方面的努力包括明确法律相关部门和在全公司范围内共享各部门的法令遵守情况。

此外，从CSR培训的内容、方法、对象这三方面出发，创立新的“CSR教育CUBE”，改善了培训体制。



CSR指南

## CSR培训CUBE



## 加强合规体制和充实培训

## 加强CSR采购的推进力度

奥林巴斯于2005年11月制定了奥林巴斯集团采购方针，在奥林巴斯集团的采购活动中，除了对品质、交期、价格、环境等方面的要求外，还将遵守法令、人权、劳动标准、防止腐败方面的内容置于非常重要的位置。

2010年度在CSR委员会的下面新设了CSR采购推进委员会，在原有采购方针的基础上制定了新的“奥林巴斯集团采购方针”，并重新编写了“致供应商书”。同时为了对奥林巴斯的供应商（零部件等的提供者）进行评估，亲赴国内外的供应商现场进行监督。在监督方面，作为人才培养的一环，我们对采购人员实施监督方法等内部培训。

## 加强CSR采购活动方面的合作



以供应商为对象的采购方针说明会



监督的内部培训

»WEB 奥林巴斯集团采购方针

<http://www.olympus-global.com/zh/corc/procurement/policy/>

»WEB 致供应商书

<http://www.olympus-global.com/zh/corc/procurement/supply/pdf/request.pdf>

## 奥林巴斯集团企业行动宪章(摘要)

企业活动方针
与人的关系
与社会的关系

1. 健全的企业活动
2. 以顾客为原点的行动
3. 尊重人类
4. 充满活力的工作环境
5. 与环境相协调
6. 与社会相融合

在“Social IN”基本思想的指导下，奥林巴斯集团明确意识到企业是社会的一员，为了世界上拥有各种价值观的人们的需要，为了实现人类健康幸福的生活，企业将不断地提供社会需要的价值。为此，奥林巴斯集团不仅严格遵守法律法规，还将以高度的伦理观开展全球性的企业活动。

»WEB 奥林巴斯集团企业行动宪章

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/olycsr/philosophy/csrcorporate/> (只有日语的网页)

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/olycsr/philosophy/csrcorporate/> (只有英语的网页)

## 联合国全球契约



奥林巴斯于2004年10月开始参与由联合国发起的“全球契约”。2009年，作为全球契约气候变动相关倡议的成员，奥林巴斯赞同并签署了“Caring for Climate”。

»WEB 联合国全球契约

<http://www.unglobalcompact.org/Languages/chinese/index.html>

## 为了实现人类健康幸福的生活

奥林巴斯作为一家“创造价值的企业”，不断为人类的健康、幸福的生活做出贡献，积极奉献社会，努力创造出具有更高附加价值的产品、服务和解决方案。奥林巴斯为了在事业活动中与所有利益相关者建立共赢关系，正积极推进 CSR 活动。详细情况请参阅以下网页。

»WEB 奥林巴斯CSR·环境活动网页

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/> (只有英语的网页)

<http://www.olympus.co.jp/corc/csr/> (只有日语的网页)

奥林巴斯集团通过与贸易伙伴的合作，在供应链中推动 CSR 活动，与贸易伙伴共同提高企业价值。具体做法包括，作为贸易之根本，严格遵守相关法律法规，保护人权、保护环境，推动公正、公开的贸易，以此达到与贸易伙伴加强合作关系的准则。

### P6

»WEB 与贸易伙伴的关系

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/procurement/> (只有日语的网页)

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/procurement> (只有英语的网页)

### 股东 投资人



奥林巴斯在“Social IN”经营理念的基础上，建立并贯彻落实合规体制。2009 年度也继续开展了对董事、员工的合规性教育。此外，对用于确保财务报告正确性和可信度的内部统治系统的有效性进行了评价。

### P5-6

»WEB 投资人信息网

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/ir/> (只有日语的网页)

<http://www.olympus-global.com/en/corc/ir/> (只有英语的网页)

### 贸易伙伴



### 奥林巴斯

#### 研究·开发



#### 生产



### 环境



奥林巴斯关注人类的安全与健康，尊重支撑人类安全与健康的大自然的变化规律，积极开发与环境相协调的新技术，通过我们的事业活动，努力为实现可持续发展的人类社会和健康的的环境做出贡献。在这一环境理念的基础上，奥林巴斯在全球范围内推进环保产品的生产，降低整个事业活动中的产品生命周期内对环境造成的负担。

### P 19-22

»WEB 为了环境

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/environment/> (只有日语的网页)

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/environment/> (只有英语的网页)



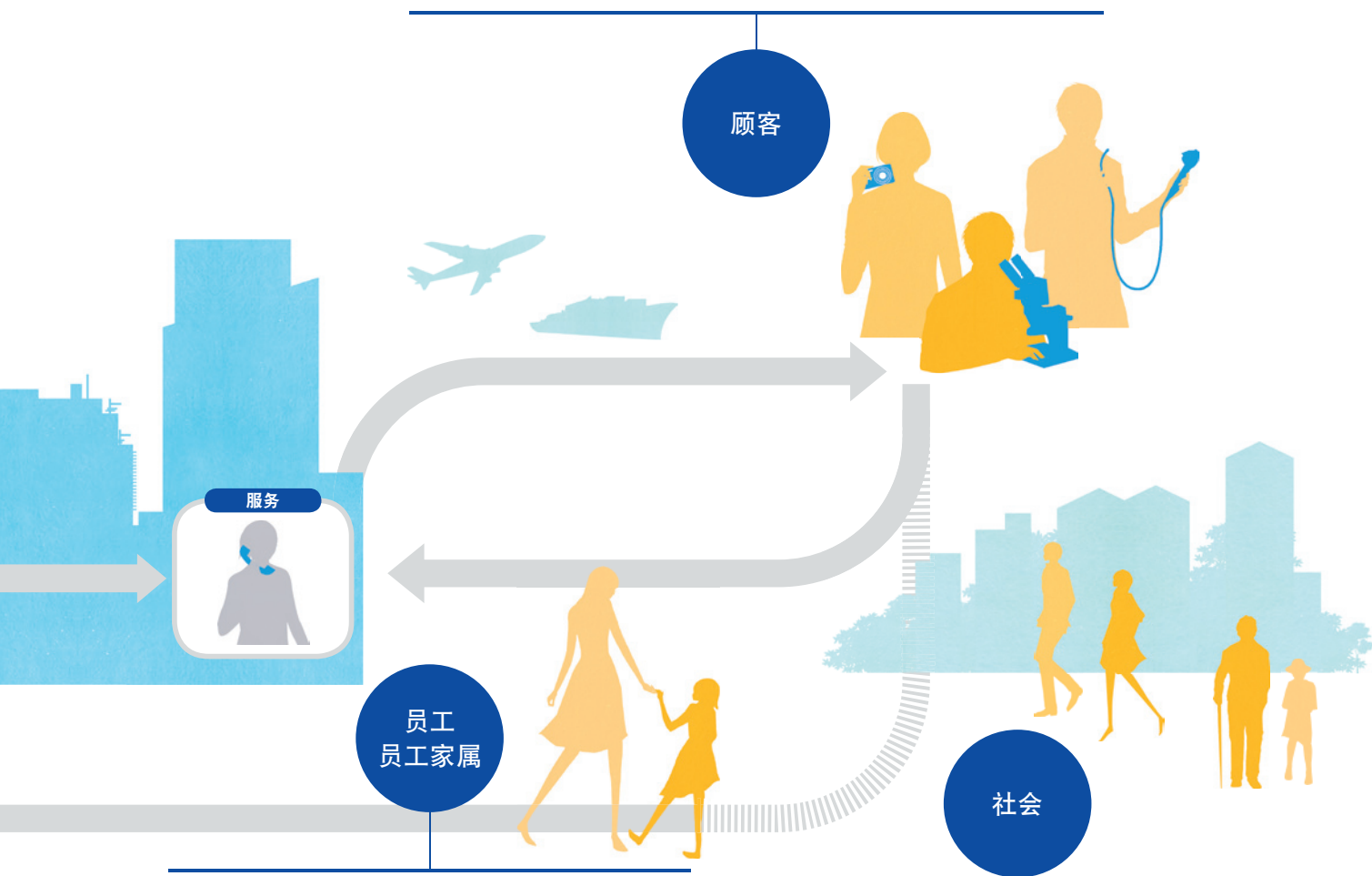
“奥林巴斯真不错”，为了让顾客真正满意，我们积极构筑有效利用 VOC（Voice of Customer：顾客的心声）的组织体制，努力充实分阶层的 CS（Customer Satisfaction：顾客满意度）教育讲座。

## P9-14

### »WEB 与顾客的关系

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/customer/>（只有日语的网页）

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/customer/>（只有英语的网页）



员工是奥林巴斯不可取代的财富。我们的目标是要建立起一个尊重人权的，通过富有魅力的工作在更高水平上使个人与企业共同发展，让员工“快乐工作的公司”。此外，为了确保工作环境的安全性，除了遵守各国的法令之外，奥林巴斯还根据各当地法人的特性采取了相应的对策措施。

## P17-18

### »WEB 与员工、员工家属的关系

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/workplace/>（只有日语的网页）

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/workplace/>（只有英语的网页）

为了与各利益相关者建立更好的关系，奥林巴斯以“地球市民”的身份，从“如何为社会做贡献”的角度出发开展各项事业。今后，我们仍将一如既往地运用公司的技术和人才来开展社会贡献活动。

## P15-16

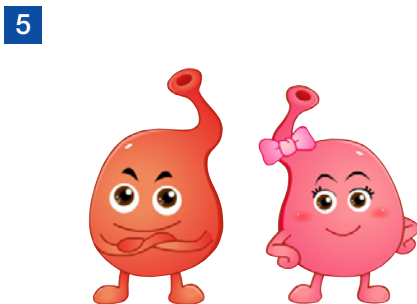
### »WEB 与社会的关系

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/social/>（只有日语的网页）

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/social/>（只有英语的网页）

- 1 2010年7月开设的北京内窥镜培训中心
- 2 设施内的内窥镜培训场景
- 3 中国的肠胃健康启蒙教育活动 Logo标识
- 4 中国版“肠胃健康网”的Logo标识
- 5 中国的肠胃健康启蒙教育活动的卡通形象(王大卫、魏美丽)

奥林巴斯通过事业开展，在新兴国家和发展中国家开设培训中心，为上述国家医疗水平的提升做出了贡献。为当地的微创医疗的普及以及健康启蒙教育倾注了力量。



【与顾客的关系】 **医疗事业**

# 为提高迅速发展的亚洲地区的医疗水平 充实了内窥镜培训

## 目标是早期发现、早期治疗

在受到一位医生“为发现日本人常见的胃癌，能不能开发一种可以拍摄患者胃内情况的照相机”的委托后，奥林巴斯展开了研究，并于1950年在全世界率先实现了胃内照相机的应用。

自此以来，60多年的时间里，奥林巴斯始终倾听以医生为首的医疗相关人士来自现场的声音，在发展玻璃纤维、CCD（Charge Coupled Device：电荷耦合元件）、高清影像技术等当时最尖端技术的同时，不断改进设备。内窥镜现在已经不仅仅只被用于体内观察，还与处置、治疗仪器相结合，为微创治疗（对患者身体损害较轻的治疗）的实现做出了极大的贡献。此外，随着内窥镜技术的发展，使其适用范围已经扩展到了食道、十二指肠、大肠、胆管乃至呼吸器官、耳鼻咽喉领域、泌尿器官、妇科器官等。为确保此类检查的安全性，并向医生提

供熟悉设备的培训机会，我们还在各国开展内窥镜培训。

同时，奥林巴斯还以消灭癌症为目标，开展诊疗启蒙教育活动。近年来，在日本和欧美地区，大肠癌的发病率有所增加，但随着医疗技术的进步，早期大肠癌已无需开腹手术，通过内窥镜手术即可切除病灶。由于大肠癌早期的病人几乎无任何症状感觉，因此每年接受大肠癌健康检查（大便潜血检查），在发现疑似症状时接受内窥镜的精密检查就显得尤为重要。我们于2007年在日本启动了“BRAVE CIRCLE”大肠癌扑灭运动，并于2009年使该运动上升成为了特定非营利活动法人，与行政机关及社会团体、大量企业携手呼吁普及大肠癌健康检查。在海外地区，以在美国加盟NCCRT（结肠直肠癌圆桌会议）为代表，我们在加拿大、捷克、韩国开展了同样的癌症健康检查的启蒙教育活动。

## ■ 对中国医疗器械市场扩大的应对

在拥有 13 亿人口且经济发展迅速的中国，每年新增胃癌患者 40 万人，据说占到了全世界胃癌患者总数的 4 成。此外，大肠癌的发病率也在最近十年大幅增加。

2009 年中国政府公布了“医药卫生体制改革意见”和“医药卫生体制改革近期重点实施方案(2009～2011 年)”，发起了以全民皆保为目标等的新一轮医疗制度的改革。但是，面对医疗机构的内窥镜医生的数量赶不上患者增加幅度的实际情况，对内窥镜医生的培养成了当务之急。

针对这一现状，继 2008 年在上海之后，奥林巴斯于 2010 年 7 月在北京开设了在中国国内的第 2 家内窥镜培训中心。在培训中心里，除了消化器官内窥镜检查外，还提供包括与内窥镜组合使用的处置仪器及外科设备的操作在内的，从技术理论到实际操作的培训，为内窥镜医生的培育提供了支持。

此外，对管理设备的护士以及检查技师等医疗工作者也实施了与医生相同的培训。通过这一系列的活动，我们在为内窥镜检查和对身体损害较轻的微创医疗的普及、以及癌症的早期发现和患者的 QOL (Quality of Life : 生活品质) 的提高等医疗水平的提升做出贡献的同时，拓展了市场份额。

## ■ 面向市民的“肠胃健康启蒙教育活动”的实施

在日本与韩国因健康检查的广泛普及而使得多数胃癌在早期被发现。与此相比，中国由于没有普及预防性的健康检查，胃癌的早期发现率比较低。

从中国的这一国情，奥林巴斯从 2008 年度开始，启动了以广大普通民众为对象的“肠胃健康启蒙教育活动”。2009 年度，为了宣传贯彻肠胃健康管理的“三早（早发现、早诊断、早治疗）”理念，

我们在中国的 20 个城市举行了面向当地媒体的活动，由消化器官专科医师现身说法的说明会，为这一理念的确立提供了支援。此外，奥林巴斯还为在日本从事医生培训并提供面向普通民众的肠胃健康相关信息的网站“肠胃健康网”制作了中文版，使得普通民众得以通过“肠胃健康检测”来检测自身的健康情况。

2010 年度，我们不再只面向媒体，还开展了各种普通民众可直接参加的活动。通过与中国的两家时尚健康方面的媒体合作，从 3 月开始在 10 个城市分别举行了由 100 名读者参加的由专业医师主讲的“百人健康讲座”。此外，为了加深民众对“三早”理念的理解，8 月开始还在专用网页上登载以可爱卡通形象为标志的内容，呼吁民众积极接受内窥镜检查。进而，自 9 月起以“为爱爱胃”为题在北京启动大型活动，邀请消化器官专科医师和明星，为促进健康而举行健走及健康讲座等活动，确定每年 10 月为“爱胃月”并开展相关活动。通过这一系列的活动，使“三早”理念在中国得到了切实的宣传渗透。今后还将通过巡展等继续开展这方面的活动。

奥林巴斯今后还将继续通过这些活动，为这一迅速成长的市场的医疗体制发展和人们健康水平的提高做出贡献。

»WEB 肠胃健康启蒙教育活动专用网页  
[http://cn.olympus.com/T\\_gajh/index.aspx?nodeid=163](http://cn.olympus.com/T_gajh/index.aspx?nodeid=163)

»WEB 中国的“肠胃健康网”  
<http://www.cwjkk.com/cn/>

»WEB 日本的“肠胃健康网”  
<http://www.onaka-kenko.com/> (只有日语的网页)

## TOPICS 在新兴国家、发展中国家中的医疗事业的展开

伴随着经济发展和中产阶级人口数量的增加，在其他新兴国家和发展中国家，医疗需求也同步扩大。我们认为，在经济增速持续领先于中国的印度，作为继 IT 产业之后的下一个新兴产业而受到瞩目的医疗事业今后将不断扩大，医疗器械的普及将急速增长。为及早应对这一动向，奥林巴斯在印度国内的几家医院开设了内窥镜培训中心，为

内窥镜医生的培训提供支援。2010 年 4 月在首都德里近郊设立了医疗相关子公司 Olympus Medical Systems India Private Limited.，为加强市场运营、增进与顾客的交流，建立起了可提供高质量服务的体制。

针对其他亚洲、中南美、非洲国家的培训在各地区的培训中心开展。



印度的修理基地的情景

1 正在浏览全新整合后的网站的情景

2 配管检查中使用的相控阵超声波探伤器“OmniScan MX2”

3 新西兰的风力发电站中使用的工业用视频观察仪器“IPLEX FX”



奥林巴斯生产的工业用产品在全世界被广泛应用。为了向全世界的顾客提供相同的产品价值，奥林巴斯通过网站提供多语言的支持服务。此外，为了响应顾客的期待，我们在全球范围内持续开展顾客满意度调查，为建设更便于使用的网站而做出改进。



## 【与顾客的关系】 生命科学·产业事业

# 以全球统一网站的多语言支持 满足顾客的各种需求

### ❖ 同一产品存在多个网站

企业的网站是向顾客提供产品信息的有力手段之一，因此，网站必须杜绝信息缺失和重复现象，让顾客一目了然。但是，2005年6月奥林巴斯收购在北美从事非破坏性检查设备（超声波探伤器、涡流探伤器）的制造、销售的 R/D Tech 公司（今 Olympus NDT Inc.（以下简称 ONDT））之际，两家公司在各地的当地法人使用不同的网站，同一产品在多个网站上存在，有些地区的网站没有对旧的产品信息进行更新，宣传内容的重点也各不相同。

奥林巴斯的产业事业领域出于以整个集团向全世界提供相同产品的目的，对两家公司的产品进行整理以便全世界的顾客使用，并在全球范围内开展了网站整合工作。

### ❖ 网站整合方面的工作

在2008年3月开始启动的网站整合项目，首先要用英语进行制作并翻译成多国语言，再由各国的当地法人对翻译文本进行确认并制作网页。工作虽然十分繁杂，但通过由日本的担当人员直接与各国进行交流来对全体进行控制，使之得以在短时间内完成。

因为维护和内容更新工作被合并到一个网站中，使产品信息能够得到适时更新。

在这一项目中，由于对关闭这两家公司的各国当地法人精心制作的网页一事反对意见，以及在网站设计上的价值观差异等等，整合所有意见需要大量的时间。此外，除了各国时差、非英语国家多等因素之外，由于这些调整工作必须全部用英语，因此在交流上也遇到了诸多困难。

但是，通过站在顾客角度，举行电视会议对设计背景进行说明等方式，踏实地推进调整工作，问题逐一得到了攻克。此外，因为需要对全球范围内的销售体制做出修改，连宣传用的产品目录也进行了统一设计。

通过上述活动，除了英语和日语外，新网站还支持法国、德国、西班牙等 11 个国家的语言（2010 年这一数字增加到了 13 个）。通过所有语言的网站以相同设计、相同内容发布信息，使奥林巴斯能够不受地区、产品限制地向全球约 95% 的市场发布统一的信息。此外，ONDT 通过利用其所使用的美国的平台，建立起了各产品的担当人员可以通过互联网在线编辑内容的系统，提高了网页制作的效率，相比在日本构筑网页，降低了设计所需工时和费用。

2008 年的整合之后，网站中登载了可远程操作的工业用内窥镜、高速摄像机等内容，2010 年，产品范围扩大至工业用显微镜产品群以及 X 射线分析装置类。2011 年 5 月 2 日，网站以全新面貌重新亮相。

## ■ 实施更顺畅的客户应对

整合之后的网站中，通过对修理以及产品的咨询方式在数据库中进行合并，使得从各个国家或地区提出咨询时，其邮件都会被发送至产品所对应的当地法人或代理商处，无论身处世界哪个角落，都能够迅速联系到正确的营业所。

为了调查这一机制能否切实应对顾客的咨询，我们于 2009 年 5 月起开展顾客满意度调查。

该调查会在顾客发起咨询的一星期后通过邮件向顾客提出 3 个问题：①到答复为止花费的时间、

②对这一时间是否满意、③对答复是否满意，以确认各地区的顾客对应状况。当客户的答案中出现“不满意”时，我们会与当地法人、代理商确认情况，以做出改进。由此，对“各地区的顾客满意度存在差异”、“咨询数量角度导致有所疏漏”等个别问题也一一采取了措施。通过对回答了问卷的顾客所提出的意见进行详细分析、改进，在两年之后的今天，在当初“不满意”较为集中的地方，感到“满意”的顾客变得越来越多。

## ■ 向着更便于使用的网站改进

通过上述全球整合的网站，得以向全世界的顾客传达“非破坏性检查设备的奥林巴斯”这一品牌形象。今后还将不断进行新内容和实用功能的更新。

此外，还将最大限度地利用现有的系统以及信息处理工具，通过进一步扩大语言支持范围、为使用难度较高的产品发布网络培训等来丰富网站的内容。今后还将通过网站来加强与顾客的交流。

»WEB 奥林巴斯生命科学·产业事业网页  
<http://www.olympus-ims.com/>

### VOICE

来自  
国内员工  
的声音

#### 站在顾客的立场上 打造更出色的网站

除了需要用英语进行交涉外，由于各个国家对设计在价值观上的差异和应对·判断速度的差别，招来了抗议和各种各样的意见。我们作为一个集团整体，站在顾客的立场上对这些期望进行了汇总。看到我们的努力没有白费，成功地向全世界的顾客发布了新的网站，我感到很高兴。当然我们不能满足于现状，今后还要不断提高顾客满意度。

生命科学·产业系统公司产业市场部  
市场交流小组

朝生 美沙



来自  
海外员工  
的声音

#### 提高网站整合 应对地区差异需求

通过在全世界范围内对按语言和产品分门别类进行管理的网站加以整合，以浏览者的 IP 地址来确定其国家和地区，使得网站在全球共用的同时，能够对顾客需要的信息在瞬间加以区别显示。我相信这能够实现“Local Customer, Global Business”并带来顾客满意度的提高。

Olympus NDT Inc.  
Communications Marketing Manager

Meindert Anderson





1 阅读IC录音机“Voice-Trek DM-4”的带盲文目录的用户

2 奥林巴斯首部配备声音导航的IC录音机“Voice-Trek DS-40”（照片左）和支持数字录音图书国际标准DAISY\*1与色彩通用设计的IC录音机“Voice-Trek DM-4”

\*1 是用于替代针对视觉障碍人士及不便阅读图书、信息的人士的录音带的数字录音图书的国际标准规格。由DAISY Consortium负责开发和维护的世界通用的易访问信息系统。奥林巴斯是DAISY Consortium的赞助商之一。

奥林巴斯的IC录音机在可用性和可访问性方面作了许多努力，它不仅适用于残疾人士同时也适用于一般顾客。



## 【与顾客的关系】 影像事业

# 支持声音导航与DAISY标准的通用产品的制造

### 与视觉障碍人士团体共同努力开发产品

自1969年发表微型盒式录音机以来，作为录音机制造商的先锋企业，奥林巴斯始终站在时代前沿，紧跟时代需求，不断推出如数字录音装置、超过CD音质的线性PCM录音装置等高品质、易使用的录音设备。

2003年，患有视觉障碍的人士的咨询让我们知道了本公司的录音机开始被推荐并被用于视觉障碍人群的交流。

以此为契机，奥林巴斯开始与英国的BDA (British Dyslexia Association)、RNIB (Royal National Institute for the Blind)、美国的NFB (National Federation of the Blind) 等残疾人援

助团体合作，为患有视觉障碍及不便阅读文字的人群开发专属于他们的产品。

2006年11月发售的“Voice-Trek DS-40”配备了以声音提示操作状况的“声音导航”（可在日语/英语间切换）系统，可以在不看显示屏的情况下完成操作。因为具有了这一功能，即使视觉障碍人群也可以轻松使用本产品。此外，本产品的录音、播放、停止等按键的设计都是在充分听取了RNIB等的建议下完成的，在操作性方面广受好评。

2008年10月发售的“Voice-Trek DS-61”在声音导航功能方面作了进一步的改善，其性能之高备受好评，并于2009年1月获得了Wonder Vision Award\*2奖，在NFB的活动上也得到了大力推介。

\*2 颁发给由美国的视觉障碍人士团体评选出的对视觉障碍人群“Vision Free”的产品、服务的奖项。

## 支持DAISY标准的 “Voice-Trek DM-4”发售

以一次咨询为契机的 Voice-Trek“DS/DM 系列”的开发中，我们从“可用性<sup>※3</sup>”、“可访问性<sup>※4</sup>”角度出发，听取 RNIB 等机构及视觉障碍者的评估和意见，力求推出一款适用所有人群的操作更方便的产品。

具体措施有：改变按键的形状，增加对电池剩余容量等的声音提示，采用色彩通用设计以便于色觉与常人不同的人群识别等。

2010年6月发售的“Voice-Trek DM-4”（面向日美市场）、“DM-5”（面向欧洲市场）在原来的音乐播放和有声读物、播客播放的基础上又增加了DAISY标准的录音图书的播放和本文显示的功能，为视觉障碍人群和阅读障碍（Dyslexia）<sup>※5</sup>人群提供阅读环境。

在欧美和日本，此类商品被作为一般商品销售，顾客评价道“无需去专门商店就可以买到此类商品真是太好了”。

在有国家级残障人士团体的英国和美国，我们直接听取团体人士对产品可用性方面的意见和建议。

与此相比，在自治体级团体较多的日本，我们通过在地方的盲文图书馆等开展说明会和参展福利相关设备展览会、向咨询者出租等方法，在宣传商品的同时，将所听到的意见和建议反映到产品制造中。

除了新产品的开发外，我们还对已发售的产品提供固件升级服务，以提高其使用性。

※3 狭义上来讲即产品·服务的“易用性”。但是“易用性”会根据产品、服务的性格、使用它们的用户及用户的事业状况而发生变化，因此，也指从用户角度出发的产品、服务开发。

※4 包括老年人、残障人士在内的所有人能否毫无障碍地使用各种产品、建筑物、服务或其便利程度。

※5 并非智力问题等异常造成的无法阅读文字的症状。

## 今后的工作

奥林巴斯也是在英国各城市（伦敦、曼彻斯特、伯明翰等）举办的针对视觉障碍人群的活动 QAC（Queen Alexandra College Birmingham）的“Sight Village”的主要赞助单位之一。

该活动每年的与会人数超过 2,000 人以上，是视觉障碍人群获得新技术和支持设备相关信息的重要活动之一。

奥林巴斯不仅与视觉障碍团体进行合作，还与患有视觉障碍的顾客一起为提高产品的可用性和可访问性而努力。

今后，我们将一如既往地致力于开发生产符合所有人群（残障人群及非残障人群）的产品。

### VOICE

来自  
用户的  
声音

希望今后也可以一起参与活动  
以开发出更便于使用的产品

奥林巴斯不仅提供像 IC 录音机那样优秀的录音装置，而且还提供具有有声教材播放功能、DAISY 图书播放功能等各种功能和高度可访问性的产品。对此，我们深受鼓舞。今后，我希望能够以视觉障碍者的身份一起参与活动，共同努力制造出更多更便于使用的产品。



Royal National Institute for the Blind  
Head of Innovation and Development  
**Steve Tyler 先生**

来自  
员工的  
声音

为了众多的视觉障碍人士  
我也要努力制造出更便于使用的产品

奥林巴斯的 IC 录音机是对残障人士的生活起到支援作用的设备，为此，我们同英国及美国的视觉障碍人士团体共同合作完成了开发。作为其成果，我们开发出了众多具有声音导航功能、DAISY 图书播放功能的产品，也博得了众多顾客及视觉障碍人士的好评。今后，为了众多的视觉残障人士，我也要继续努力制造出更多更加方便操作的产品。



KeyMed (Medical & Industrial Equipment) Ltd.  
National Account Manager  
**Lee Buckley**

我们与联合国开发计划署一起为了千年发展目标的达成举行了第2届Picture This摄影比赛，在联合国大会会场举行颁奖仪式的同时举办了一场摄影展。此外，还制作了介绍工作方向的全球转播的节目。



## 为了克服贫困

# 实现MDGs 举行摄影比赛 【记录世界：让我们来结束贫困】

### 共收到来自世界各国 超过3,400件的参赛作品

继 2009 年以后，奥林巴斯再一次与联合国开发计划署 (UNDP)、AFP 财团 (法国通讯社所设立的财团) 一起以千年发展目标<sup>※1</sup> (以下简称为 MDGs) 为主题举办了一场摄影展。2010 年已是本摄影展的第 2 届了，本届摄影展征集的摄影题目

是“记录世界：让我们来结束贫困 (Picture This : We Can End Poverty)”，共征集到参赛作品超过 3,400 件，作品记录下了发展中国家及发达国家为达成到 2015 年将贫困程度减低一半的 MDGs 而努力的普罗大众的身影。演员兼 UNDP 亲善大使安东尼奥·班德拉斯 (Antonio Banderas) 和前联合国摄影家约翰·艾萨克 (John Isaac) 等 5 人将对本次的参赛作品进行评审，分专业及业余两个组别，

#### 千年发展目标 (MDGs)

- |                  |                            |
|------------------|----------------------------|
| 1. 消除极度的贫困和饥饿    | 6. 防止 HIV / 艾滋病、疟疾及其他疾病的蔓延 |
| 2. 普及初等教育        | 7. 保证环境的可持续性               |
| 3. 推动男女平等，提高女性地位 | 8. 为了开发，推动全球伙伴关系           |
| 4. 降低幼儿死亡率       |                            |
| 5. 改善孕产妇的健康      |                            |

■ 这是为 MDGs 启蒙活动设计的标识



制作：(特别活动)对于世界的贫穷不能坐视不理

»WEB “拍摄世界：关爱地球  
(Picture This: Caring for the Earth)”  
<http://www.olympus.co.jp/jp/event/picturethis/> (只有日语的网页)





- 1 2010年9月于Trinity Hall举行的颁奖仪式。从左到右依次为UNDP署长Helen Clark女士、奥林巴斯株式会社CEO(时任)F. Mark Gumz、AFP Photo Director Paola Messana女士、专业部门最优秀奖的获奖者
- 2 专业组最优秀作品“A Step Ahead(上一步)”摄影Prakash Hatvalne(印度)
- 3 业余组最优秀作品“Daily Work(每天的工作)”摄影Tran Vinh Nghia(越南)
- 4 People’s Choice奖“Gender Equality(男女平等)”摄影：Agha Rizwan Ali(巴基斯坦)
- 5 地球环境合作关系广场(GEOC)摄影展会场(UNDP提供)

奥林巴斯作为国际社会的一员将继续为达成MDGs而举办更多的启蒙教育活动。

※1 千年发展目标(MDGs)。即将2000年9月的联合国千年峰会和之前的峰会等所提出的国际发展目标相结合后提出了国际社会要在2015年前达成的8项目标。

## 制作向全世界转播的比赛影像

与株式会社日本国际放送(JIB)一起制作了纪录片“Picture for the Future”※2。片中介绍了比赛颁奖仪式的情景、对获奖者的采访、对走遍亚洲进行拍摄的参赛日本青年的采访、评审约翰·艾萨克的点评以及联合国千年峰会的情景，向世人展示了传达未来希望的众多作品和人们为达成MDGs而勤恳努力的意义。

※2 上述两个节目在日本以外的世界各地通过NHK国际放送，在2010年11月5日、12月31日共播放了12次。

针对MDGs的8个目标分别评出奖项。

2010年9月，颁奖仪式与联合国千年峰会同时在与联合国大会会场相连的Trinity Hall举行，此外还举办了摄影展，本次活动向前来参加峰会的各国代表们展示了为达成MDGs而努力的人们的身影。

奥林巴斯株式会社CEO兼Olympus Corporation of the Americas总裁(时任)F. Mark Gumz代表奥林巴斯出席了此次颁奖仪式，他在讲述为达成MDGs而进行的同时，为获奖者颁发了奖品。

2010年12月，获奖作品的摄影展以日本地球环境合作关系广场为起点，在神户、大阪、札幌、横滨、名古屋、东京等各会场开始巡回展出。所有上述摄影展都是在国际合作机构(JICA)、国际合作NGO中心(JANIC)等MDGs支援团体的帮助下举行的。

## VOICE

来自共同主办方的声音

希望此次活动能够成为推广MDGs达成活动的契机

我们对共同主办此次Picture This摄影比赛和摄影展的伙伴奥林巴斯株式会社所给予的大力支持表示由衷的感谢。多亏了奥林巴斯株式会社的协助，此次盛会才如此成功。我们希望借由Picture This摄影比赛和摄影展，证明即使再贫困的国家一样可以达成MDGs，并向全世界展示普罗大众们为了让世界更美好而在进行着怎样的努力。希望此次盛会可以成为推广2015年前MDGs达成活动的契机。



联合国开发计划署(UNDP)署长  
Helen Clark女士

## TOPICS

### 在员工食堂等场所提供为发展中国家的孩子们提供食物支援的菜单

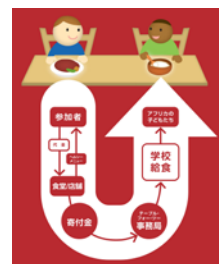
从2010年10月开始，在奥林巴斯集团国内事业单位的员工食堂及饮料自动售货机上开始引进了含TABLE FOR TWO捐款的菜单。

TABLE FOR TWO(双人餐桌)是为同时解决发展中国家的饥饿问题和发达国家的肥胖和生活习惯病问题而首先在日本发起的贡献社会运动。在购买该类菜单中的餐点的同时，将会以每份餐点20日元、每份饮料10日元的方式通过特定非盈利活动法人TABLE FOR TWO International向发展中国家的学生提供餐饮费用。

在发展中国家，20日元已相当于学生1餐的费用。食物提供不仅可以填饱孩子们的肚子，在提高就学率、成绩、基础体力和

预防疫病、促成校方与家长形成共同体方面都有令人期待的效果，在解决贫困的问题上具有重要的意义。

从2010年10月到2011年3月为止，奥林巴斯总共捐助了366,002日元。虽然因为东日本大地震的原因造成营业中断以及之后的计划停电、食材匮乏等原因导致部分事业场的食堂停业，TABLE FOR TWO菜单、饮料的提供曾一度中断，但现在正在逐步恢复中。



年轻领导者的培育无论对于奥林巴斯集团还是对于地区而言都极为重要。在不同国家、人种、文化汇集的欧洲，我们对兼具人才交流、商务网络强化等目的的人才培育尤为重视。



- 1 JuMP集中培训时的讲课、讨论情景
- 2 高级管理人员也参加到了JuMP的分组讨论中
- 3 2011年JuMP参加者的合影



以构建网络和促进不同文化的理解为目标

## 对跨国性 年轻领导者培育计划的修订

### ■ 实施领导力培育计划

奥林巴斯在“Social IN”的经营理念下，为了人们健康和幸福的生活开展着全球性的企业活动。同时，在企业的行动宪章中加入尊重人类、有活力的工作环境、与社会的融合等内容，作为开展企业活动的地区社会的一员，根据各国的习惯和情况进行人才培育。

Olympus Europa Holding GmbH（以下简称OEH）在提高个人的领导力和作为管理层的资质的同时，为了提高对不同文化的理解能力、加强欧洲范围内的人才交流和商务网络以促进组织的成长而提供更多的学习机会，从2004年开始实施针对年轻人的领导能力开发计划（Europe Junior Management Program : JuMP）。

### ■ 6个月时间专注于商务课题

自该计划开始以来，累计已有56名员工参加。我们不断对计划实施结果进行分析和改进，在2010年12月，出于①利用内部的高级管理人员的专业知识来培育下一代管理人员、②参加者与高级管理人员之间的交流、③在奥林巴斯成为成功管理人员的目的，对重要成功因素（CSF）的内容进行了全面修订。

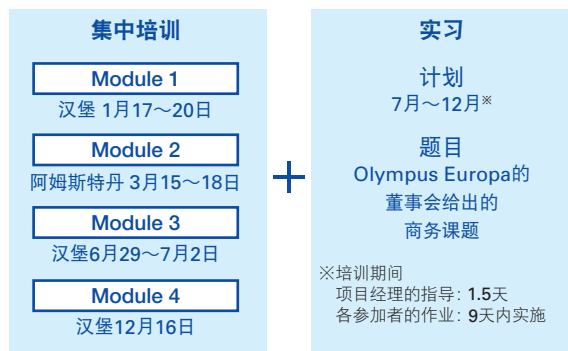
本计划的参加者年龄必须在35岁以下，由本部长级别的上级领导根据其的专业能力、过去成绩、积极性、领导资质和渴望成长的程度等方面进行判断并予以推荐。参加本计划的人员还需事先通过OEH内的内部人才培育计划“反馈研究会<sup>\*</sup>”来了解自己的现状。

JuMP 的计划是理论与实际相结合的产物，由两部分组成，其一是针对讲义和各领域的案例学习、分组讨论等耗时数日的培训，其二是为期 6 个月的由董事会出题的商务课题实习项目。培训方面将会有董事级别的高层出席，分组讨论将接受部长级领导的直接指导，对当前的商务课题与其在业务中的反映进行讨论。通过对计划的修改，使更多更高级别的管理人员成为培育年轻管理人员的主力军。

2010 年度的 JuMP 从 2011 年 1 月开始为期 12 个月，有来自欧洲 6 国（法国、俄罗斯、荷兰、德国、比利时、丹麦）的 13 人参加。

JuMP 的优势在于通过对部长级管理人员所提供的案例等进行学习，提升作为一名管理人员在现实商务情景中所应具备的课题解决能力。此外，因为该计划吸引了不同企业单位和国家的人员前来参加，它同时也是一个构建跨国性网络的绝佳机会。

#### ■ 计划构成图



网络的构建 / 跨组织、跨国界的人才交流

其中，OEH 的董事会给出的实习项目对于所有该计划的参加者而言是其判断能力能否得到董事层肯定的绝好机会。

※以掌握目前阶段的能力为目的，通过假定在奥林巴斯负责更高难度的工作，将个人的长处与亟待加强的部分反馈给部长级别上司的计划。

## ■ 奥林巴斯集团人事基本方针

奥林巴斯集团内部将人事基本方针作为共同的基础，同时考虑到各国的国情，对各当地法人的主体性给予了充分的尊重。今后，将考虑通过跨国合作的方式来培养一批又一批帮助企业发展、构建舒适工作环境重任的管理人员。

#### ■ 人事基本方针(摘要)

- 奥林巴斯支持于 1948 年由联合国提出的世界人权宣言，承诺进行尊重人类的经营。同时希望奥林巴斯的商业伙伴们也尊重人权。
  - 本奥林巴斯人事基本方针适用于整个奥林巴斯集团。
  - 奥林巴斯尊重每位员工的多样性、人格、个性、人权，按能力进行雇佣，提供公平的能力开发、晋升的机会，提供安全舒适的工作环境。
  - 奥林巴斯承诺在其影响所及范围内支持、尊重国际性的人权拥护宣言，承诺绝不侵害人权。
  - 奥林巴斯承诺在提供产品及服务时，不使用任何类型的强制劳动。
  - 奥林巴斯遵守各国的最低年龄法，承诺不使用童工。
  - 奥林巴斯承诺不会出现以性别、人种、年龄、国籍、民族、宗教、身体残障等与业务执行无直接关系的非合理理由的歧视。
  - 奥林巴斯尊重劳动者依据各国法律和习惯建立工会的权利。
- ※ 奥林巴斯集团内另行制定方针的上市公司除外。

### VOICE

来自  
企划人员  
的声音

**对于负责指导的高级管理人员来说  
也具有相乘效应**

JuMP 参加者能迅速地将培训中学到的知识和想法应用到日常事务中。此外，外部教师和公司内部高级管理人员在培训中的指导在公司内部起到了非常好的良性刺激作用。高级管理人员和参加者在培训中的讨论成为他们相互交换想法、增进交流的契机。我认为这次的 JuMP 计划的修订取得了巨大的成果。

Olympus Europa Holding GmbH  
 Manager European HR Development  
 Manager Corporate Social Responsibility  
**Esther Kebbel**



来自  
听讲者的  
声音

**通过参加本次计划我确实感觉到了  
作为管理人员的成长**

参加 JuMP 对于担任公司在荷兰的显微镜销售部门管理人员的我自身的成长带来了很多帮助。在 JuMP 中，我接受了与管理职务相关的所有业务的培训。此外，在深受公司期待的同时，一边继续每天的业务一边挑战此项计划，这也成为发掘能力的一种锻炼，JuMP 为了让这一切成为一种发掘能力的锻炼而进行了适当的管理。

Olympus Nederland B.V.  
 Sales of Microscope  
 Manager  
**Gerrit Bouw**



- 1 作为发光物质研究对象的马来西亚萤火虫
- 2 在捷克的Olympus Surgical Technologies Europe，通过引进热回收压缩机和在屋顶采用发电和集热的太阳能面板等措施，电力需求比通常减少了约74%
- 3 作为奥林巴斯超级环保产品的微型单电数码相机“OLYMPUS PEN Lite E-PL2”（左）和数码相机“SZ-30MR”（右）



奥林巴斯集团提出了要在2020年前将产品整个生命周期中的CO<sub>2</sub>排放量降低一半的目标，在从产品本身、包装材料、制造工序到物流工序等的各个环节中展开了综合性的环境负荷降低工作。

3



## 为建设可持续发展社会做出贡献

# 面向循环型社会的 整个生命周期的环境负荷降低

### ■ 奥林巴斯的环境方针和工作

奥林巴斯集团在1992年制定了由对环境的基本思考方式“环境理念”和用于指导具体活动的“环境行动方针”组成的“奥林巴斯集团环境宪章”。自成立以来，集团积极响应社会对改变以有限资源的大量消耗为前提的商业模式以及生活样式的需求，不断推进对能源、矿产、生物等多种资源的可持续利用以实现循环型社会为目标的活动。集团将全球变暖视作尤为重要的课题，设定了要在2020年前将产品整个生命周期中的CO<sub>2</sub>排放总量降低到2007年的一半的长期目标。此外，还以2010年度举行的事业活动与生物多样性之间的关联性的评估为基础，制定了2011年度执行计划，利用事业特性开展生物多样性工作。

### ■ 奥林巴斯集团环境宪章(摘录)

#### 环境理念

奥林巴斯关注人类的安全与健康，尊重支撑人类的安全与健康的大自然的变化规律，积极开发与环境相协调的新技术，通过我们的事业活动，努力为实现可持续发展的人类社会和健康的的环境做出贡献。

#### 环境行动方针

在所有的事业活动中，以环保为先，每个人有组织地饱含热情地参与其中。

1. 技术开发
2. 制作规范与评估
3. 保护资源与预防污染
4. 遵守法规与社会活动
5. 启蒙教育与全员参与
6. 推进体制

#### »WEB 奥林巴斯集团环境宪章

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/environment/principles/> (只有日语的网页)

<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/environment/emanagement/principles/> (只有英语的网页)

## ■ 对生物多样性的思考

### 与生物资源的原产国公平分配利益

奥林巴斯正在开发能够使用 CCD 拍摄发光图像的新型显微镜。这其中，能够发出明亮光线的试剂的开发不可或缺，我们将注意力投向了具有更强发光能力的马来西亚萤火虫，并展开了对其发光物质的研究。

在推进这一研究时，我们从一开始就对 ABS 原则 (Access and Benefit Sharing: 遗传资源的获取、利用和利益分配)<sup>※</sup> 予以了关注。首先，在开展利用海外的生物资源的研究时，我们就委托在当地拥有研究开发机构和技术人员的生物资源探索企业 Nimura Genetic Solutions Co., Ltd. (以下简称 Nimura 公司) 进行中介。

之后，奥林巴斯并没有为了研究而将萤火虫或发光物质运出资源原产国，而是与当地的研究人员一起，共同进行试剂的开发。此外，作为中介的 Nimura 公司建立了使通过生物资源的利用而得到的知识产权等利益回归资源原产国的机制，与当地政府签订了关于生物资源的协议，起到了调节企业与资源原产国利益的作用。

通过这些工作，我们承担了部分研究费用，将共同取得的知识产权等利益回馈给马来西亚，在考虑到与生物资源原产国之间公正的利益分配的基础上，推进着研究与开发工作。

※ 将从生物的可持续利用与从遗传资源中获得的利益(金钱、知识、信息、技术)在资源国与资源利用国之间公平且平均地分配。在2010年10月的生物多样性公约第10届缔约国会议(COP10)上制定了国际性的法律框架。

### VOICE

来自员工  
的声音

### 实现重视生物多样性且 双方共赢的开发

我们长期开展对萤火虫发光物质的研究，2000年生物多样性公约生效以来，我们便在研究中关注遗传资源的使用。这一次我们将目光投向了具有更强发光能力的热带的萤火虫，与当地的研究机构展开了技术合作，在重视东南亚当地的生物多样性、持续性的基础上推进开发工作。

奥林巴斯株式会社研究开发中心  
医疗技术开发总部诊断技术开发部  
细胞分析团队第1组 组长

铃木 浩文



## ■ 产品

### 奥林巴斯超级环保产品开始运用

自 2003 年度开始，从奥林巴斯降低产品整个生命周期的环境负荷的观点出发，制定了独有的环保设计标准，符合这一标准的产品会作为“奥林巴斯环保产品”进行内部认证。2010 年度我们新认证了 63 种环保产品 (累计 349 种产品)。包括医疗用内窥镜处理装置及浸渍油 (在油浸系物镜的显微镜观察时使用) 等附件在内的产品首次通过了环保产品的认证。

为了进一步加速降低产品的环境负荷以实现长期环境目标，我们设定了被称为“奥林巴斯超级环保产品”的新标准，对“奥林巴斯环保产品”中符合①产品整个生命周期 CO<sub>2</sub> 排放量降低 50% 以上、②重量降低 30% 以上、③具备革命性环保技术、④获得环境相关的外部表彰等 4 个项目中任意一项的，环保性能特别出色的产品进行内部认证。这一标准从 2010 年度开始启用。在 2010 年度，具备了革命性的环保技术的微型单镜头电子取景数码相机“OLYMPUS PEN Lite E-PL2”及重量比标准产品降低了 38% 的数码相机“SZ-30MR”等 7 种产品作为超级环保产品，第一批通过了认证。我们将推进在全部产品领域的“奥林巴斯超级环保产品”的创造，为事业活动中的环境负荷降低做出贡献。

### ■ 奥林巴斯环保产品体系

#### 超级环保产品标准

达到奥林巴斯环保产品标准，  
且符合以下任意一项

1. CO<sub>2</sub>降低50%以上<sup>※1</sup>(与作为标准的旧产品相比<sup>※3</sup>)
2. 重量降低30%以上<sup>※2</sup>(与作为标准的旧产品相比<sup>※3</sup>)
3. 具备革命性环保技术
4. 获得环境相关的外部表彰

※1 通过LCA方法计算得出  
※2 单件重量(产品本身、附件、包装材料的合计重量)  
※3 原则上以2007年度的产品为标准

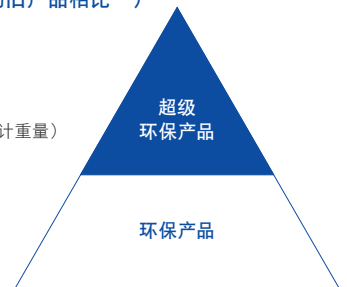


ECO-PRODUCTS  
奥林巴斯环保产品标志

»WEB

奥林巴斯环保产品

<http://www.olympus.co.jp/jp/eco-products/> (只有日语的网页)  
<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/environment/products/eco-products/> (只有英语的网页)



## ■ 制造

### 各个基地相应的环境负荷降低活动

在德国与捷克等设有基地、从事医疗用内窥镜设备的开发、生产、销售、维修的 Olympus Surgical Technologies Europe (以下简称 OSTE) 从当地的实际情况出发推进环保工作。

2009 年 11 月起投产的位于捷克的制造、维修基地，朝着“中欧地区首个通过 A 级环境评估<sup>※</sup>的工厂”的目标，推进了彻底的设备环保工作。在能源方面，除了节能型照明系统、热泵、热回收压缩机之外，还在屋顶敷设了发电和集热的太阳能面板等，使电力消耗比过去降低了约 74%。此外，还通过引进 3R (Reduce、Reuse、Recycle) 设计的设备、有机溶剂通过内部工序处理后重新利用等，来推进资源的有效利用。

此外，位于德国的开发、生产、销售基地不仅与集团在欧洲的统筹公司 Olympus Europa Holding GmbH 一起推进节能工作，还将所有购买的电力全部改为通过水力发电得到的自然能源。这使得发电所产生的 CO<sub>2</sub> 排放量降为了 0，每年可减少约 2,000 吨的 CO<sub>2</sub> 排放。

<sup>※</sup>是由推进电气电子相关技术规格的标准化的国际团体(IEC: International Electrotechnical Commission)提出的标准之一，ČSN 730540-2(IEC 730540-2)确定了对节能以及建筑物的隔热成本进行评价的技术条件

### VOICE

来自员工  
的声音

#### 开展环保工作 是生活在当今社会中的我们的责任

无论是为了与地区环境的协调，还是为了肩负未来重任的孩子们，环保工作的推进都是不可或缺的。通过引进先进设备，提高了在 OSTE 工作的员工们的环境意识，并使我们的自己的工作环境感到自豪。我认为这些日常工作中的环保工作以及为肩负未来重任考虑的环保措施，是生活在当今社会中的我们的责任。

Olympus Surgical Technologies Europe  
Olympus Medical Products Czech,  
General Manager  
**Jan Sondag**



## ■ 物流

### 通过运输形态转换的推广等大幅降低 CO<sub>2</sub> 排放

即便在运输产品及部件时，也会因为燃料和包装材料的使用而产生环境负荷。

尤其是在运输量较多的影像事业，为了进一步降低环境负荷，我们在全球范围内推广将运输方式从原来的空运改为海运的运输形态转换，以及通过产品与包装材料的小型化、轻量化来降低运输重量等工作。

上述努力的结果，整个集团在物流方面的 CO<sub>2</sub> 排放量比 2009 年度降低了 33%。

今后我们仍将选择环保的运输方式，继续推进产品与包装材料的小型化、轻量化和包装改善工作，进一步降低环境负荷。

### VOICE

来自员工  
的声音

#### 影像领域产品 发往美国的海运率大幅提高

最初开展运输形态转换的目的是为了降低成本，后来随着顾客质问环境负荷降低工作的机会的增加，我们开始更积极地推进运输形态转换。不仅仅是单件包装的轻量化，还开展了集合包装的重新设计，环保工作深入到了附件层面。

Olympus Imaging America Inc.  
Finance & Operations  
Vice President

**Hiroshi Kishimoto**



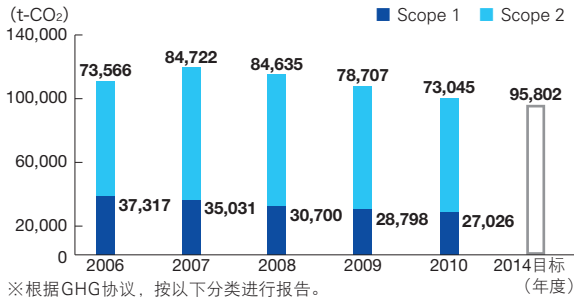
## ■ 今后的目标

为了通过整个集团为可持续社会做出贡献，奥林巴斯今后仍将通过开展环保的事业活动、提供环保的产品和服务，不断推进兼顾环境保护的产品制造。

特别是要以横贯全公司的委员会体制为基础，全体员工团结一心地开展活动，以决定产品制造整体的“产品开发设计”工艺及为其提供支持的技术开发为中心，在所有工艺中推进环保，提供行业领先水平的产品和服务。

## 奥林巴斯环保活动绩效数据概要

### ■ 制造基地的CO<sub>2</sub>排放量变化趋势



※根据GHG协议,按以下分类进行报告。  
 Scope 1: 直接使用化石燃料而产生的温室效应气体排放量  
 Scope 2: 购买电力等间接利用而产生的温室效应气体排放量

### CO<sub>2</sub>排放量比2007年度-16%

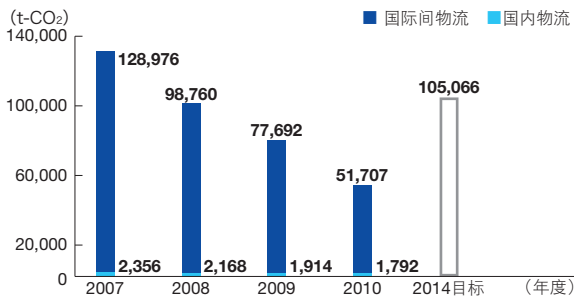
2014年度目标:比2007年度-20%

本年度的CO<sub>2</sub>排放量为100,071t,比2007年度减少了16%(比上年度减少了7%)。

在日本信州地区的事业场开展了从重油到CO<sub>2</sub>排放量更低的液化天然气(LNG)及电力的燃料转换。此外,通过对在清洁剂和半导体制造的蚀刻剂等用途中使用的HFC·PFC·SF6等温室效应气体的溶剂替代等技术的研究,实现了大幅减排。

同时开展通过产品制造的改善来提高能源使用率的活动,如以各工厂引进的电力监控器的信息为基础的节能活动、生产设备的小型化、节电化等等。此外,日本、欧洲的事业场还引进了太阳能与太阳热利用设备。

### ■ 物流CO<sub>2</sub>排放量的变化趋势



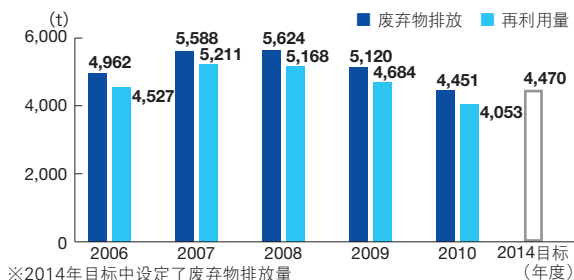
### 物流CO<sub>2</sub>排放量比2007年度-60%

2014年度目标:比2007年度-20%

本年度物流活动的CO<sub>2</sub>排放量为53,499t,比2007年度减少了60%(比上年度减少了33%)。

今后仍将选择环保的运输方式,推进产品与包装材料的小型化、轻量化和包装改善工作,进一步降低环境负荷。

### ■ 废弃物排放量的变化趋势



※2014年目标中设定了废弃物排放量

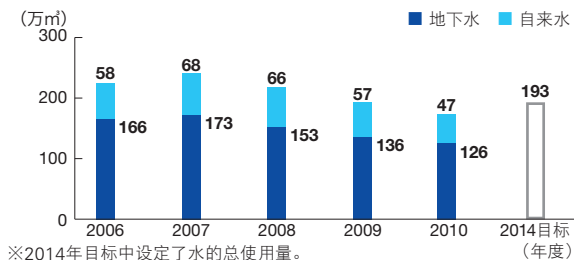
### 废弃物排放量比2007年度-20%

2014年度目标:比2007年度-20%

本年度的废弃物排放量为4,451t,比2007年度减少了20%(比上年度减少13%)。

除了减少废弃物的填埋量和提高再利用率之外,还推进了减少废弃物发生量的工作。在通过制造技术的开发减少加工损耗的同时,还在产品设计阶段进行了减少报废材料的设计,推进了“资源生产效率高的产品制造”。

### ■ 水使用量的变化趋势



※2014年目标中设定了水的总使用量。

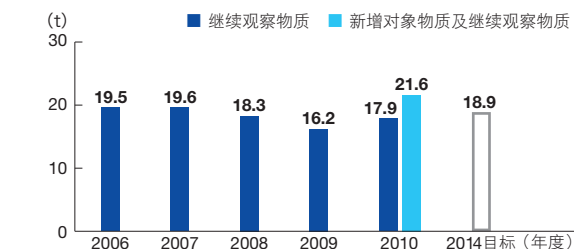
### 水使用量比2007年度-28%

2014年度目标:比2007年度-20%

本年度的水使用量为173万m<sup>3</sup>,比2007年度减少了28%(比上年度减少了11%)。

水是事业活动过程中非常重要的资源,在部件清洗等环节中使用。此外,从保护生物多样性的观点出发,水资源的保护也极为重要。为此,我们提出了在事业活动中减少水资源使用的目标,开展了生产工序中的梯级利用(从采水开始到排水为止多次使用的方法)、减少水使用量的制造方法的开发、通过设备检查采取防漏措施等减少水使用量的工作。

### ■ 化学物质(PRTR对象物质)的排放·移动量变化趋势



※ 新增对象物质是指随PRTR制度的修订而从2010年度开始成为对象的物质。  
 ※ 继续观察物质是指2009年度以前即已经成为观察对象的物质。2014年目标中将继续观察物质设定为对象。

### PRTR对象物质比2007年度-8%

2014年度目标:比2007年度-20%

本年度的PRTR对象物质的排放·移动量为17.9t,涂装工序中甲苯和二甲苯的使用量有所增加,比2007年度减少了8%,但比上年度增加了10%。此外,包括从2010年度开始成为观察对象的新增物质在内的总使用量为47.0t,排放·移动量为21.6t。

还开展了通过针对显微镜部件涂装的粉体涂料开发、镜片加工生产线用溶剂替代以减少有机溶剂的工作。

## 特别报道

# 奥林巴斯在东日本大地震中的应对工作

衷心地祝愿东日本大地震中受灾的人们平安，受灾地区尽早恢复。

自从3月11日地震发生以来，奥林巴斯以人的安全与健康为优先考虑，

为尽到作为医疗事业企业的社会责任，想方设法尽快地恢复事业运营。

此外，除了捐款和捐赠产品等活动之外，我们还以董事乃至全体员工为对象招募志愿者，

开展了受灾地区的重建支援活动。

2011  
03.11

### 地震发生、早期应对

地震发生后，以菊川总裁（时任）为总部长的中央对策总部及其下属机构成立各项功能以及现场对策总部，以“确保员工的安全与健康”、“防止灾害扩大和事业延续”和“信息管制”为基本展开了活动。

此外，通过安全状况确认系统<sup>※</sup>以及个别应对，确认了东北与关东地区全体员工的安全状况。

在东京地区，因为出现了约600名归宅困难者，作为紧急事态的应对，我们对其分发了储备的紧急事态用食物和水等物资。

※是全体员工通过手机或Web Mail（基于万维网的电子邮件服务）、电话等多种联络手段登录安全状况信息，由公司进行安全状况信息的确认和统计的系统。

2011  
03.14~

### 正确应对各种事态

在受灾严重的白河事业场，建筑公司从3月14日开始建筑物检查，关联公司以及修理与服务部门的部件供应部门于3月16日恢复运营。

此外，还实施了受灾地区的制造据点与营业据点物流渠道的确保、白河与仙台地区事业所员工的支援物资供应、计划停电地区业务形态的灵活化等停电应对措施。

同时，为确保员工的安全和健康不受福岛核电站核泄漏的影响，中央对策总部成立了由产业医疗工作者与公司内部具有相关知识的人员组成的“健康管理小组”。

## 面向今后：事业延续体制的强化

### BCP (Business Continuity Plan) 的修改与变更

因为长年实施BCP的关系，我们成功地将建筑物以及设备的受灾抑制在了最低限度。

另一方面，通过地震受灾的重建应对，也凸显出了供应商的供应中断的影响和制造据点过于集中等问题。以此次的地震为契机，作为新的课题，我们针对重要业务相关资财的持续确保、受灾时能尽快恢复的生产基地等内容进行了修改。

此外，还针对核心系统等重要系统安全性的进一步提高以及物流产品保管的BCP做出了应对。

### 防灾对策的强化

以从此次地震的应对中得到的经验为基础，对灾害对策手册和灾害时的储备标准进行了修改，在明确了管理方法之后重新进行了分发。

关于建筑物方面，我们重新确认了各个据点的应对状况以及防震等级，实施了必要的应对措施。同时对设备的防倾覆对策也进行了确认。

此外，关于安全状况确认的方法，也根据抽样课题（非系统对象的员工家属的安全状况确认方法等）进行了修改。通过不断实施教育、训练，确保发生灾害时能够按事先制定的应对步骤展开行动。



## 主要受灾情况

制造·修理部门停业，给顾客带来了麻烦。但我们随时公布受灾情况，将影响降到了最低限度。关于2011年度的生产，上半年有所回落，但下半年预计能够追回进度。今后我们仍将在顾客应对方面做到最好。

### 人员受灾情况

我们平时就对员工实施了安全对策、安全状况确认训练、BCP (Business Continuity Plan 事业持续计划) 应对训练等。

在此次地震中，包括福岛县的白河事业场、会津奥林巴斯、青森县的青森奥林巴斯以及全日本的营业据点在内，员工的人员受灾情况仅为轻伤者1名，没有严重受灾的情况，但员工家属中有人不幸罹难。在此谨致以慰问和哀悼。

### 设施受灾情况

仙台地区的营业所建筑部分受损，但对顾客咨询的回答等应对工作没有受到影响。此外，ITX旗下的7家手机商店受灾停业。

制造据点方面，白河事业场受灾最为严重，建筑物、供水·供气·供电等基础设施受损。但是，多亏了平时的灾害对策，仅有1台制造设备翻倒。



白河事业场的停车场地面如波涛起伏



白河事业场的天花板掉落

2011  
04.11~

## 1 个月时间全面恢复运营

白河事业场完成了以全面运营为目标的建筑物与基础设施的重建施工，修理部门于4月4日、生产线于4月5日依次恢复运营，4月11日起生产全面恢复。

另一方面，受到地震加之计划停电的影响，供应商部件等的供应依然处于停滞状态，成为了事业延续的一大难题。作为对策措施，采购统筹部门和事业部门合作，通过将部件的外部委托转变为内部生产、同级品变更、设计变更，从而解决了交付困难产品的使用。到4月底，终于恢复了正式生产。

2011  
05.13~

## 从灾后重建到事业延续

地震过去2个月后，正式生产已经恢复，我们对工作进行了总结，并将地震应对工作从中央对策总部移交到了各个部门。

此次的地震让我们明确了关于今后事业延续的新课题。

今后我们仍将以确保员工的安全与健康为大前提，从企业责任的高度出发，强化BCP工作。

### 电力需求的应对

在尽到医疗事业企业的事业延续责任的同时，我们还节约了用电。

作为东京与东北地区的节电目标，我们实施了最低节电15%的工作，并力争进一步节约用电。

作为全公司通用的措施，我们实施了节假日顺延延长暑假、提前启动清凉商务、扩大照明间隔、减少自动售货机等措施，作为个别措施，根据各地区的情况，实施了业务形态变更、自行发电、厨房节电等措施。



技术开放中心八王子(石川)食堂熄灯

### 重建支援活动

作为东日本大地震的重建支援，我们开展了由董事以及员工参加的受灾地区志愿者活动。从5月16日到6月17日，共计向灾区现场派出了约100名志愿者，在协助进行对话形式的救援支援活动的“RQ市民灾害救援中心”工作的基础上，展开了受灾者支援活动。董事长与副总裁也参加了此项活动。

此外，我们在6月14日、15日以当地的80名中小学生对对象开展了“令人兴奋的科学教室”活动，通过实验等让他们了解了科学的有趣一面。

今后我们还将根据状况和需求继续开展支援活动。



支援现场

# 2010年度奥林巴斯集团 社会、环境活动的主要成绩

2010年度，奥林巴斯集团实施了多种多样的社会、环境活动。

我们将以活动成果和中期经营基本计划10CSP(Corporate Strategic Plan)为基础，开展更多的工作。

## 公司治理与 CSR 管理

参见概要 P5-6

重点措施	目标	成绩	今后
通过 CSR 委员会推进、强化 CSR	● CSR 委员会的设置	● 为实现经营理念“Social IN”，于9月设立了以行动宪章等非财务性功能为中心的 CSR 委员会	● 通过 CSR 委员会的活动，根据中长期战略不断强化工作
	● 各推进委员会的设置	● 新设合规推进委员会、CSR 采购推进委员会、社会贡献推进委员会，设立了风险管理推进委员会、信息安全推进委员会、公司安全卫生·道德推进委员会等6个推进委员会 ● 设定了各推进委员会的 KPI (Key Performance Indicator)	● 通过各 KPI 来评估各推进委员会的活动，强化活动的推进工作

参见概要 P9-14

## 与顾客的关系

»WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/customer/> (只有日语的网页)  
<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/customer/> (只有英语的网页)

重点措施	目标	成绩	今后
通过 VOC 经营的实践革新服务	● 系统性地活用顾客意见的体制的建立和运用	● 在主要事业领域中活用顾客意见 (VOC: Voice of Customer) 的管理体制的运用 ● 通过不同阶层的 CS (顾客满意度) 教育的充实，构建顾客至上的风气	● 继续充实和改善体制，以便能够将 VOC 切实反馈到商品企画开发阶段并加以有效运用 ● 强化易用且安全商品的开发，提高顾客满意度

参见概要 P6

## 与供应商的关系

»WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/procurement/> (只有日语的网页)  
<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/procurement/> (只有英语的网页)

重点措施	目标	成绩	今后
以日本国内供应商为对象，实施“CSR 工作状况自我评价问卷调查”	● 日本国内供应商的回报率：85%以上	● 日本国内供应商的回报率：92%	● 除日本国内供应商外，还将依次以海外供应商为对象，实施“CSR 工作状况自我评价问卷调查”
强化供应商的 CSR 工作	● 以主要供应商为中心，加深对 CSR 采购的理解，推进采购工作	● 通过针对供应商的采购方针说明会，开展 CSR 推进启蒙教育	● 继续开展供应商的 CSR 推进启蒙教育
CSR 采购方针的贯彻落实	● 把握社会的需求，不断更新 CSR 需求	● 在采购方针中新增绿色采购内容，根据 JEITA (一般社团法人电子信息技术产业协会) 的供应链 CSR 推进指南，修订了“致供应商书”的内容	● 根据社会需求更新 CSR 采购方针
CSR 采购的监视	● 启动供应商的 CSR 工作状况的现场确认	● 在日本国内外的供应商的现场确认 CSR 的遵守状况	● 扩大现场确认的范围

## 与员工、员工家属的关系

»WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/workplace/> (只有日语的网页)  
<http://www.olympus-global.com/en/corc/csr/workplace/> (只有英语的网页)

重点措施	目标	成绩	今后
促进员工的成长	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 为通过“主体性”“挑战性的工作”“中长期视角”的观点来实现每个员工的成长,推进2009年度引进的目标管理和评估制度“MBO-S*”的进一步贯彻落实</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 以运用面的扩大为目标,实施面向部门领导的说明会和以全体员工为对象的e-Learning</li> <li>● 通过问卷调查,确认经上述活动在开展业务时“重要的是自己的积极工作”的想法已牢固确立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 为强化员工配线指导方针“能力开发指导方针”中所示的“全球交流能力”,实施支持员工英语能力提高的教育措施</li> <li>● 对能够正确反映员工的贡献与成长的评估、待遇制度进行修订</li> </ul>
多样化的推进 (营造舒适的就业环境)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 营造能够发挥员工多样性的、舒适的就业环境</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 积极推进全球性的人材活用,促进提供最大限度发挥能力的机会</li> <li>● 通过引进高于法定标准的育儿支援制度和内部启蒙教育活动,减少女性自身原因离职者</li> <li>● 残疾人雇佣方面,通过公司内部设备的无障碍化和按需确定工作地点、时间等,开展改善雇佣环境的工作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 为进一步促进全球性的人材活用,以全球化的视角改善待遇制度</li> <li>● 丰富“工作方式选项”,为既要养育子女又要工作的员工提供发挥能力与成长的机会</li> <li>● 以2%的残疾人雇佣率为目标,营造更舒适的职场环境</li> </ul>
增进员工的健康	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通过健康增进措施“身心强健计划”,支持员工及其家属(被抚养人)的健康运动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 促进涵盖员工家属的特定健康检查、特定保险指导的强化,以及大肠癌检查、妇科检查、散步活动等</li> <li>● 通过以员工为对象的饮食生活改善、运动促进、精神健康相关讲座等,提供健康促进信息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活用健康检查结果数据等健康相关统计,促进疾病预防与重症防止</li> <li>● 策划以提高年轻人的健康意识为目标的讲座</li> <li>● 充实对员工以及管理人员关于心理健康的教育</li> </ul>

※ MBO-S(Management by Objectives and Self-control):  
 是在提高组织目标达成度的同时实现人才培养的管理系统,通过设定从组织目标分化出来的个人目标,以贯彻落实自我管理。

## 与社会的关系

参见概要 P15-16

重点措施	目标	成绩	今后
构建与社会的良好关系	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 实施符合经营理念的社会贡献活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 与联合国开发计划署(UNDP)共同举办旨在达成联合国千年发展计划的摄影比赛</li> <li>● 在员工食堂、自动售货机引进“TABLE FOR TWO”</li> <li>● 赞助自然科学观察竞赛(科学竞赛)</li> <li>● 与NPO“BRAVE CIRCLE运营委员会”、政府部门协作,开展大肠癌的启蒙教育活动</li> <li>● 赞助以7月第4个星期天作为“亲子日”的普及促进活动</li> <li>● 以立志成为报道摄影家的学生为对象,赞助其半年的海外(整个亚洲地区)摄影调查工作</li> <li>● 在各地区开展符合当地特色的社会贡献活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持续实施社会贡献活动</li> </ul>

## 为了环境

参见概要 P19-22

重点措施	目标	成绩	今后
强化环境管理体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 强化环境风险应对体制</li> <li>● 推进生物多样性保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通过管理层管理,在日本国内外的工场实施与品质诊断、劳务诊断同步的环境诊断</li> <li>● 评估事业活动与生物多样性之间的关系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 构建全球环境治理体制</li> <li>● 制订生物多样性保护计划</li> </ul>
提供环保产品与服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 扩大奥林巴斯环保产品阵容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 推出63项(累计349项)奥林巴斯环保产品,达成产品总销售额的55%</li> <li>● 开始运用超级环保产品,在影像产品、OEM产品中认定了7种产品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在所有产品领域推出奥林巴斯超级环保产品</li> </ul>
降低事业活动的环境负荷	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 制造环节CO<sub>2</sub>排放量到2014年度为止减少20%(相比2007年度)</li> <li>● 废弃物排放量到2014年度为止减少20%(相比2007年度)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 制造环节CO<sub>2</sub>排放量比2007年度减少16%</li> <li>● 废弃物排放量比2007年度减少20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通过资源利用效率的提高和制造技术的开发,降低制造时的环境负荷</li> </ul>
充实环境交流	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 向利益相关者提供环境活动信息</li> <li>● 促进环境贡献活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在社会环境报告和网页上发布信息</li> <li>● 实施植树活动和无车日等活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持续发布环境信息</li> <li>● 开展与社区紧密联系的环境贡献活动</li> </ul>

# 企业概况 / 重点财务数据

## 奥林巴斯集团概要

最新状况和详情请参照“投资人信息”。

»WEB 投资人信息 <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/ir/> (只有日语的网页)  
<http://www.olympus-global.com/en/corc/ir/summary/> (只有英语的网页)

## 奥林巴斯株式会社

### 成立日期

1919年(大正8年)10月12日

### 总公司事务所

东京都新宿区西新宿2-3-1  
 新宿坝段大厦  
 邮编 163-0914

### 事业内容

精密机械器具的制造销售

### 注册资本

48,332百万日元

## 事业领域说明

### 医疗事业

医疗用内窥镜、外科内窥镜、  
 内窥镜处理装置等的制造和销售



### 生命科学·产业事业

生物显微镜、工业用显微镜、工业用内窥镜、  
 非破坏性检查设备等等的制造和销售



### 影像事业

数码相机、录音机的制造和销售



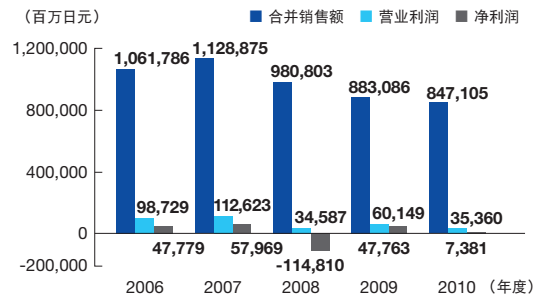
### 信息通信事业

手机等移动终端的销售

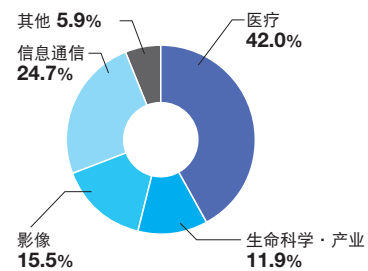
### 其他事业

系统开发、生物材料的制造销售等等

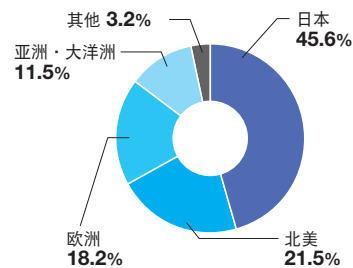
■ 合并销售额·营业利润·净利润趋势图



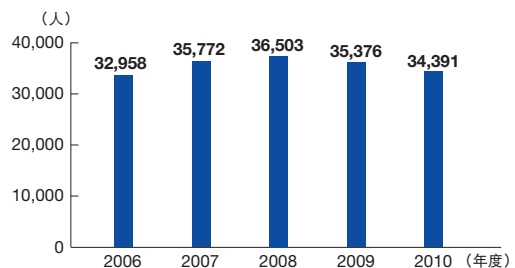
■ 2010年度各事业领域 合并销售额比率



■ 2010年度各地区 合并销售额比率



■ 合并员工人数



## 外部评价

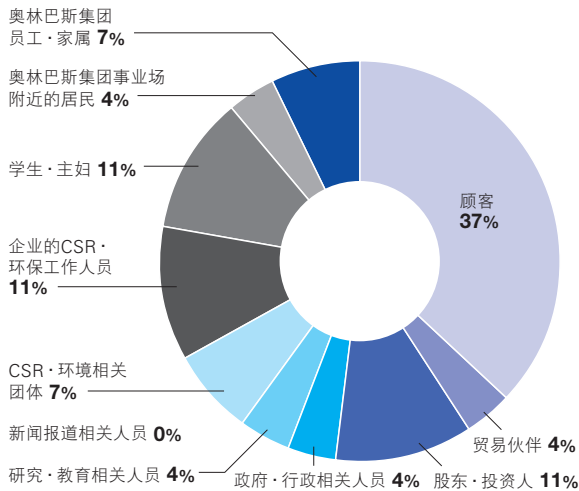
### “奥林巴斯社会环境报告摘要2010”问卷调查结果

我们收到了大家对“奥林巴斯社会环境报告摘要2010”的许多意见和感想，谢谢大家的合作。

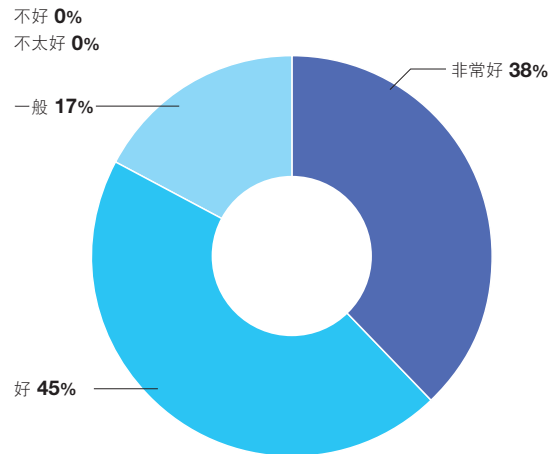
为了更多地听取大家的意见和感想，除了报告书附带的针对报告摘要2010的问卷之外，我们还利用了株式会社DFF的“你答问卷我捐款”<sup>※</sup>，对“奥林巴斯社会环境报告摘要2010”以及“CSR·环境活动主页”实施了问卷调查。我们已经将大家的意见反映在了本次的“奥林巴斯社会环境报告”中。

※你答问卷我捐款：由株式会社DFF的登录者回答企业的问卷，企业替回答了问卷的登录者向其所期望的NPO团体捐款100日元的机制。

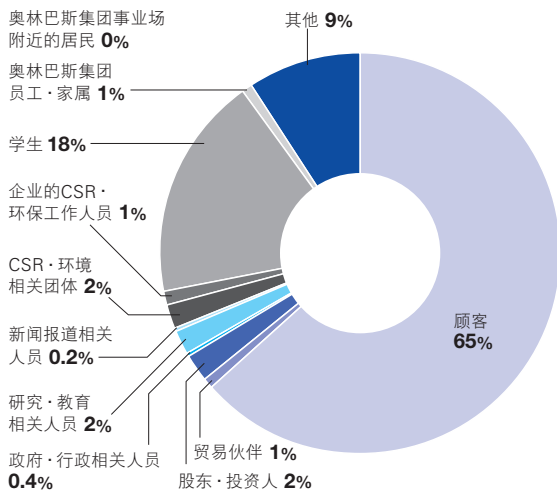
■ “奥林巴斯社会环境报告摘要2010”读者的身份(合计回答数:27)



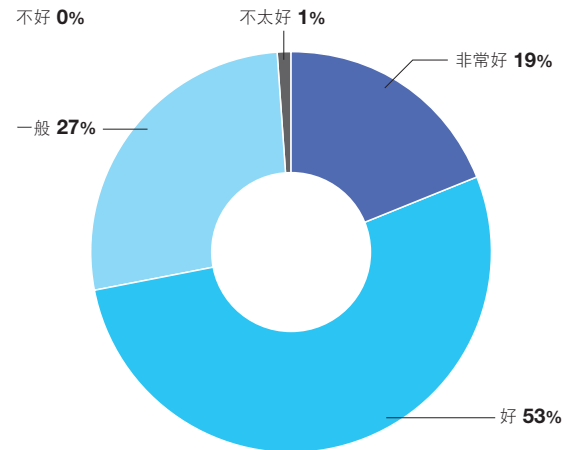
■ “奥林巴斯社会环境报告摘要2010”读者的评价(合计回答数:27)



■ 问卷捐款回答者的身份(合计回答数:502)



■ 问卷捐款回答者的评价(合计回答数:502)



■ 关于“你答问卷我捐款”

根据各位回答者的期望，向公益财团法人世界自然基金会(WWF)日本分会、社团法人大赦国际日本分部、公益社团法人救助儿童会日本分会、特定非营利活动法人全国妇女保护网、公益社团法人日本Philanthropy协会、特定非营利活动法人儿童热线援助中心进行了捐赠。

■ 读者指出的“奥林巴斯社会环境报告摘要2010”的不足之处

读者指出的不足之处	奥林巴斯社会环境报告上的对应
希望能够看到有关风险信息等其他重要事项的详细报告。	2011年起，除了报告摘要和网页外，还将发行刊载了详细信息的完整报告(日语和英语)。
希望能够介绍各事业领域的活动。	除了各事业领域(P27)外，还按不同事业领域对面向顾客的工作(P9-14)进行了报告。

在本报告书、网页的制作过程中，包括海外部门在内的相关部门众多员工为原稿的编制提供了帮助。

今后我们仍将进一步加强与全体利益相关者的对话，并将对话的结果反映到CSR相关方针、措施的制定和实施中，为了实现可持续社会而不断努力。今年希望大家能继续多提宝贵意见和感想。



奥林巴斯株式会社 联系方式

---

**CSR总部 CSR推进部**

东京都新宿区西新宿2-3-1 新宿坝段大厦 邮编163-0914 TEL: +81-3-6901-9299 FAX: +81-42-642-9017 E-mail: [csr\\_info@ot.olympus.co.jp](mailto:csr_info@ot.olympus.co.jp)