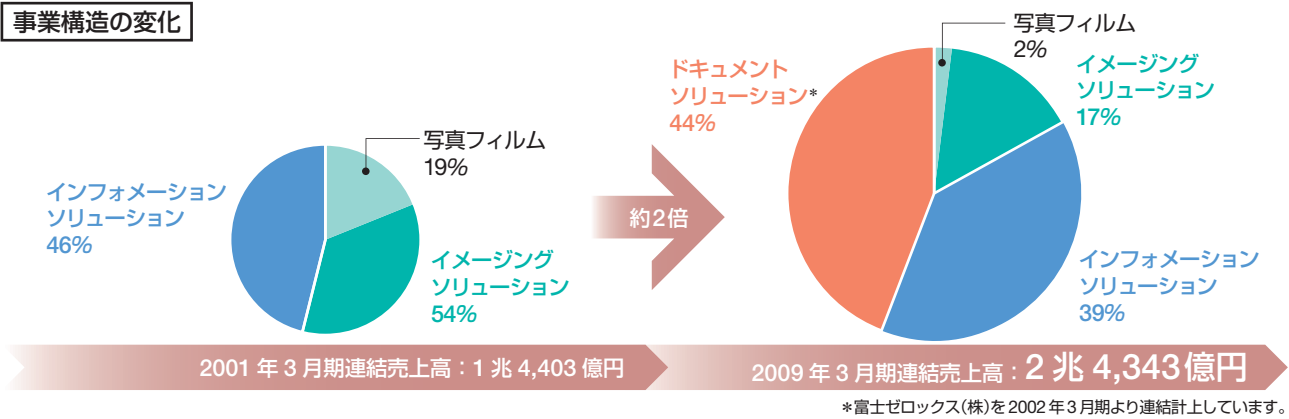


## これまでの経営改革

2000年代に入り、デジタル化の波が一気に到来し、写真フィルムの需要が急速に減少しました。この事業環境の変化を受け、富士フィルムは創立75周年にあたる2010年3月期に向けて事業構造を大きく転換し、新たな成長軌道に乗せるため、2004年に中期経営計画「VISION75」を策定しました。この計画に沿って、2005年、2006年にイメージング分野の構造改革を集中的に断行し、同時に5つの重点事業分野における成長戦略を積極的に推進してきました。その結果、2008年3月期は、売上高・営業利益とも過去最高を記録し、V字回復を達成しました。2009年3月期も、目指す「第二の創業」を確実なものとするために、「VISION75 (2008)」に取り組みました。

### 事業構造の変化



### 中期経営計画「VISION75」

