

2022年3月期 第2四半期 決算説明会

2021年11月4日

富士フイルム ホールディングス株式会社

本資料における業績予想及び将来の予測等に関する記述は、現時点で入手された情報に基づき判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。従いまして、実際の業績は、様々な要因によりこれらの業績予想とは異なることがありますことをご承知おきください。

■ 2022年3月期 上期業績

(単位：億円)

	FY21 上期	対FY20 上期	対FY19 上期
売上高	12,051	+20.8%	+6.4%
営業利益	1,079	+91.0%	+17.2%
当社株主帰属 四半期純利益	過去 最高 963	+42.4%	+57.4%

- ✓ 新型コロナ影響からの順調な回復に加えて、ヘルスケア及び電子材料でのオーガニックな成長により、大幅な増収・増益を達成。
- ✓ 過去最高益となる当社株主帰属四半期純利益を達成。営業利益の増益に加えて、先端医療分野の出資先会社上場による投資有価証券評価益が寄与。

■ 2022年3月期 通期業績予想

※ 前回予想：2021年8月13日公表値

(単位：億円)

	前回予想	今回予想	対前回予想
売上高	25,000	25,100	+100
営業利益	2,000	過去 最高 2,200	+200
当社株主帰属 当期純利益	1,600	1,750	+150

- ✓ 好調な上期業績を反映し、通期業績予想を上方修正。過去最高営業利益の2,200億円を目指す。
- ✓ 年間配当予想を10円引き上げ、12期連続増配となる110円にする。

1

富士フイルムホールディングスの2022年3月期上期の業績を説明します。
売上高は1兆2,051億円、営業利益は1,079億円となりました。

昨年度の新型コロナウイルス感染症の流行拡大影響からの順調な回復に加えて、特にヘルスケアおよび電子材料でのオーガニックな成長も実現し、対前年で大幅な増収・増益を達成しました。コロナ禍前の2019年度上期比較でも増収・増益を達成しており、各事業がそれぞれの状況の変化に応じて、先手を打って対応することで、業績を伸ばすことに成功しました。

当社株主帰属四半期純利益は、第1四半期に続き上期も過去最高益となる、963億円となりました。新型コロナ影響からの着実な業績の回復や、好調なヘルスケア・高機能材料に加えて、他家iPS細胞を用いた次世代がん免疫治療薬の開発を行うCentury社の上場に伴う投資有価証券の評価益計上などが寄与しました。

通期の業績予想について、上期業績が好調に推移したことを反映し、売上高は前回予想から100億円増の2兆5,100億円とし、営業利益は200億円増の過去最高益となる2,200億円、当社株主帰属当期純利益は150億円増の1,750億円に、それぞれ上方修正します。

9月に、当社の放射性医薬品事業をペプチドリーム社に売却することを決定しました。今回の上方修正に約100億円の売却益を見込んでいます。

年間配当予想は、100円から10円引き上げ、12期連続増配となる110円にします。

私からの説明は以上です。

(単位：億円)

	上期				
	2021年3月期	2022年3月期	対2021年3月期	為替影響	対2021年3月期 為替影響除く
売上高	9,974 100.0%	12,051 100.0%	2,077 +20.8%	374	1,703 +17.1%
営業利益	565 5.7%	1,079 9.0%	514 +91.0%	100	414 +73.3%
税金等調整前 四半期純利益	996 10.0%	過去 最高 1,299 10.8%	303 +30.5%	128	175 +17.6%
当社株主帰属 四半期純利益	676 6.8%	過去 最高 963 8.0%	287 +42.4%	89	198 +29.2%
1株当たり 当社株主帰属 四半期純利益	169.12円	240.55円	71.43円	<その他増減要因 (対前年度)> 営業利益における 原材料価格影響：▲89億円	
為替：米ドル	107円	110円	3円安		
：ユーロ	122円	131円	9円安		

2

2022年3月期上期の業績は、

売上高は、前年比20.8%増の1兆2,051億円、

営業利益は、前年比91%増の1,079億円となりました。

税金等調整前四半期純利益は、Century社上場に伴う投資有価証券の評価益を第1四半期に計上したことなどにより、上期として過去最高益を更新する、前年比30.5%増の1,299億円、

当社株主帰属四半期純利益は、こちらも過去最高益を更新し、前年比42.4%増の963億円となりました。

(単位：億円)

売上高	上期		対前年度	為替影響除く
	2021年 3月期	2022年 3月期		
ヘルスケア	2,481	3,756	1,275 (+51.4%)	1,167 (+47.1%)
マテリアルズ	2,712	3,064	352 (+13.0%)	259 (+9.6%)
ビジネスイノベーション	3,642	3,748	106 (+2.9%)	4 (+0.1%)
イメージング	1,139	1,483	344 (+30.2%)	273 (+23.9%)
合計	9,974	12,051	2,077 (+20.8%)	1,703 (+17.1%)

*セグメント間取引消去後

(単位：億円)

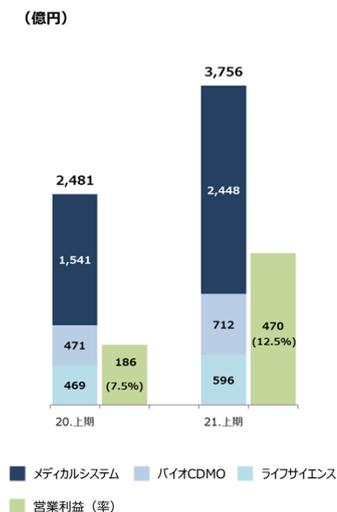
営業利益	上期		対前年度	為替影響除く
	2021年 3月期	2022年 3月期		
ヘルスケア	186	470	284 (2.5倍)	261 (2.4倍)
マテリアルズ	267	392	125 (+46.7%)	104 (+38.9%)
ビジネスイノベーション	288	255	-33 (-11.3%)	-57 (-19.6%)
イメージング	-21	124	145 黒字化	111 黒字化
全社/連結調整	-155	-162	-7 -	-5 -
合計	565	1,079	514 (+91.0%)	414 (+73.3%)

3

続いて、セグメント別の業績ですが、売上・利益はご覧の通りです。

全サブセグメントでのオーガニックグロースに加えて、メディカルシステム事業における富士フイルムヘルスケアの連結子会社化も寄与し、売上高対前年+51.4%、営業利益対前年2.5倍となる大幅な増収・増益を達成。

(億円)



■ **メディカルシステム：売上高2,448億円（対前年+58.9%）**

- 富士フイルムヘルスケアの連結子会社化に加えて、肺炎診断に有用な超軽量移動型デジタルX線撮影装置や、超音波画像診断装置の需要継続、また、内視鏡も好調な販売により、売上が大幅に増加。

■ **バイオCDMO：売上高712億円（対前年+51.0%）**

- バイオ医薬品のプロセス開発受託及び製造受託が好調に推移したことに加えて、米国拠点での新型コロナワクチン候補の原薬製造が寄与するなど、売上が大幅に増加。

■ **ライフサイエンス※：売上高596億円（対前年+27.2%）**

- ライフサイエンス事業は、バイオ医薬品製造用途の培地販売が好調に推移し、売上が大幅に増加。
- コンシューマーヘルスケア事業は、「メタバリアEX」などのサプリメントの販売が好調だったことに加え、化粧品も新製品が堅調に推移し、売上が増加。

※ライフサイエンス：ライフサイエンス事業（細胞・培地・試薬）、医薬品事業、コンシューマーヘルスケア事業（化粧品・サプリメント）から構成される開示セグメント

4

まずは、ヘルスケアの業績の概要を説明します。

全サブセグメントでのオーガニックグロースに加えて、メディカルシステム事業における富士フイルムヘルスケアの連結子会社化も寄与し、売上高は、前年比51.4%増の3,756億円、営業利益は、前年比2.5倍の470億円となりました。

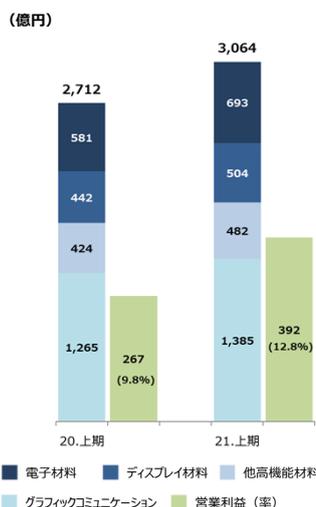
メディカルシステムは、富士フイルムヘルスケアの連結子会社化に加えて、肺炎診断に有用な超軽量移動型デジタルX線撮影装置や、超音波画像診断装置の需要継続、また、内視鏡も好調な販売により、売上が大幅に増加しました。

バイオCDMOは、バイオ医薬品のプロセス開発受託及び製造受託が好調に推移したことに加えて、米国拠点での新型コロナワクチン候補の原薬製造が寄与するなど、売上が大幅に増加しました。

ライフサイエンスは、米国子会社「FUJIFILM Irvine Scientific(フジフイルム アーバイン サイエンティフィック)」が展開するバイオ医薬品製造用途の培地販売などが好調に推移し、売上が増加しました。

コンシューマーヘルスケア事業では、「メタバリアEX」などのサプリメントの販売が好調だったことに加え、化粧品も新製品が堅調に推移し、売上が増加しました。

新型コロナ影響からの着実な回復に加えて、半導体需要の増加に伴う電子材料事業の成長が牽引し、売上高対前年+13.0%、営業利益対前年+46.7%となる大幅な増収・増益を達成。



- **電子材料：売上高693億円（対前年+19.3%）**
 - 半導体需要の増加に伴い、フォトレジストやCMPスラリー、ポストCMPクリーナー、ポリイミドなど幅広い製品群で販売が好調に推移し、売上が増加。
- **ディスプレイ材料：売上高504億円（対前年+13.9%）**
 - 新型コロナ流行下でのモニター、タブレット、及びTV需要の増加や、スマートフォンの堅調な需要を受けて、各種の高機能フィルム製品の販売が好調に推移し、売上が増加。
- **他高機能材料※：売上高482億円（対前年+14.0%）**
 - 記録メディア事業では、新型コロナ流行下で落ち込んでいたデータアーカイブ目的のテープ需要が回復傾向にあり、売上が増加。
- **グラフィックコミュニケーション：売上高1,385億円（対前年+9.5%）**
 - オンラインでの商談を積極的に活用するなど販売を伸ばし、売上が増加。
 - インクジェット事業では、産業用インクジェットヘッドの販売が欧州・中国での需要増により好調に推移し、売上が増加。

※他高機能材料：産業機械事業、ファインケミカル事業、記録メディア事業から構成される開示セグメント

5

マテリアルズの業績の概要について説明します。

新型コロナ影響からの着実な回復に加えて、半導体需要の増加に伴う電子材料事業の成長が牽引し、

売上高は、前年比13.0%増の3,064億円、

営業利益は、前年比46.7%増の392億円となりました。

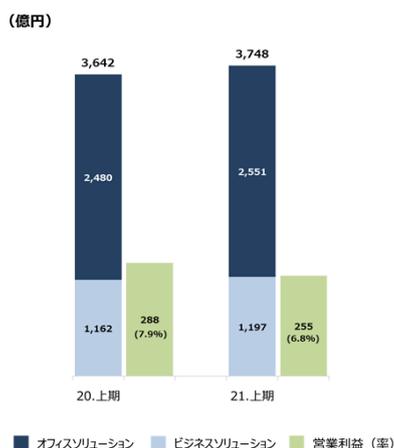
電子材料は、半導体需要の増加に伴い、フォトレジストやCMPスラリー、ポストCMPクリーナー、ポリイミドなど幅広い製品群で販売が好調に推移し、売上が増加しました。

ディスプレイ材料は、新型コロナ流行下でのモニター、タブレット及びテレビ需要の増加や、スマートフォンの堅調な需要を受けて、各種高機能フィルム製品の販売が好調に推移し、全体の売上が増加しました。

グラフィックコミュニケーションは、刷版材料が新型コロナ影響から緩やかに回復しました。加えて、デジタルプリンティングデバイスがオンラインでの商談を積極的に活用するなど販売を伸ばし、売上が増加しました。また、富士フィルムビジネスイノベーションのプロダクションプリンターを新テリトリーへ展開するに当たり、富士フィルムの拠点や販売網を活用して、ドイツなど欧州4ヶ国への販売を開始しました。

インクジェット事業では、産業用インクジェットヘッドの販売が欧州・中国の建材印刷市場での需要増により好調に推移しました。インクの販売は、新型コロナ影響による需要の減少から回復し、ホーム・オフィス市場向け染料を中心に販売を伸ばし、売上が増加しました。

- ・ オフィスソリューション、ビジネスソリューションともに増収となり、売上高対前年+2.9%。
- ・ 新ブランド移行費用の増加、半導体等の部品コスト増などにより、営業利益対前年▲11.3%。
- ・ 「FUJIFILM」ブランドの事務機を、年内に新市場で販売開始予定。



■ オフィスソリューション：売上高2,551億円（対前年+2.8%）

- ・ オフィスプロダクト分野で、アジアパシフィック地域でのロックダウンや半導体等の部品供給の逼迫を背景とした、一時的な機器の供給・設置遅延による影響を、前年度コロナ影響からのノンハード売上の回復でカバーし、売上が増加。
- ・ 富士フィルムの海外拠点や有望な代理店を活用して、欧州や中東、中南米など新市場での販売を進めて、新規のOEM供給も含め、グローバル展開を加速させる。

■ ビジネスソリューション：売上高1,197億円（対前年+3.1%）

- ・ 国内での自治体向けシステムビジネスの獲得や、海外を中心としたBPO※の販売増などにより、売上が増加。
- ・ 売上構成は、ドキュメントのデジタル化に貢献するBPOを中心とした「インダストリアルソリューション」分野が6割、SMB市場向けにITインフラ環境の提供を行うITアウトソーシングなどの「DXソリューション」分野が4割。両分野の更なる強化により成長を加速させる。

※ビジネスプロセスアウトソーシング

6

ビジネスイノベーションの業績の概要について説明します。

売上高は、オフィスソリューション、ビジネスソリューションともに増収となり、前年比2.9%増の3,748億円となりました。

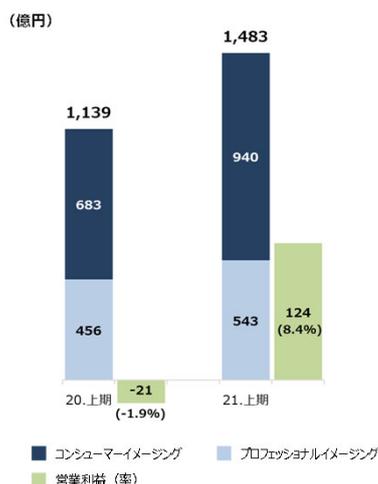
営業利益は、新ブランド移行費用や、半導体等の部品コスト増などの影響により、前年比11.3%減の255億円となりました。

オフィスソリューション事業では、オフィスプロダクト分野で、アジアパシフィック地域でのロックダウンや半導体等の部品供給逼迫を背景とした、一時的な機器の供給・設置遅延による影響があった一方、上期を通じた全体の売上の回復により、増収となりました。

「FUJIFILM」ブランドによるグローバル展開に当たって、2021年4月にはデザインを一新し、セキュリティ機能を強化したデジタルカラー複合機及びプリンター「Apeos（アペオス）」の新製品を発売しました。富士フィルムの海外拠点や有望な代理店を活用して、欧州や中東、中南米など新市場での販売を進めて、新規のOEM供給も含め、グローバル展開を加速していきます。

ビジネスソリューション事業は、国内で自治体向けのシステムビジネスが増加したことや、海外を中心にBPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）が好調に推移し、前年を上回る売上となりました。当事業は、ドキュメントのデジタル化に貢献するBPOを中心とした「インダストリアルソリューション」と、SMB市場向けにITインフラ環境の提供を行うITアウトソーシングなどの「DXソリューション」で構成しています。売上構成は「インダストリアルソリューション」が6割、「DXソリューション」が4割であり、今後も新しいソリューション・サービスメニューを順次提供し、両分野の更なる成長を加速させていただきます。

インスタントフォトシステムやデジタルカメラの販売が好調に推移し、売上高
対前年+30.2%、営業利益対前年黒字化となる大幅な増収・増益を達成。



■ 消費者イメージング：売上高940億円（対前年+37.7%）

- 新型コロナウイルス影響からの回復に加えて、インスタントフォトシステムや、米国リテーラー向けのドライプリント機器及び材料の販売が好調に推移し、売上が大幅に増加。
- 2021年4月に発売した「instax mini 40」やスマートフォンプリンター「instax mini Link」などが国内外の市場で高く評価され、販売が好調に推移。

■ プロフェッショナルイメージング：売上高543億円（対前年+19.0%）

- ラージフォーマットによる最高画質を小型ボディで楽しめるミラーレスデジタルカメラ「FUJIFILM GFX100S」が世界各地で高い評価を受け、新規ユーザーを取り込み、販売好調が継続。
- 新型コロナウイルス影響により需要が減少していた放送・シネマ用レンズの販売が回復基調にあり、売上が増加。遠望監視やマシンビジョンなど監視計測領域の販売も好調に推移。

7

イメージングの業績の概要について説明します。

インスタントフォトシステムやデジタルカメラの販売が好調に推移し、
売上高は、前年比30.2%増の1,483億円、
営業利益は、前年比黒字化となる124億円となりました。

消費者イメージング分野では、インスタントフォトシステムや、米国リテーラー向けのドライプリント機器及び材料の販売が好調に推移し、売上が増加しました。インスタントフォトシステムは、デバイス・フィルムともに販売が好調。2021年4月に発売した「instax mini 40」やスマートフォンプリンター「instax mini Link」などが国内外の市場で高く評価されています。

プロフェッショナルイメージング分野では、ラージフォーマットによる最高画質を小型ボディで楽しめるミラーレスデジタルカメラ「FUJIFILM GFX100S」が世界各地で高い評価を受けるなど、デジタルカメラの販売好調が継続しました。また、新型コロナウイルス影響により需要が減少していた放送・シネマ用レンズの販売が回復基調にあり、売上が増加しました。遠望監視やマシンビジョンなど監視計測領域も好調で、前年を大きく上回る売上となりました。

(単位：億円)

	20年 3月期末	21年 3月期末	22年3月期 9月末	対21年 3月期末		20年 3月期末	21年 3月期末	22年3月期 9月末	対21年 3月期末
現金及び現金同等物	3,961	3,948	4,335	387	長短社債及び借入金	6,242	5,030	4,991	-39
受取債権	5,584	6,057	5,467	-590	支払債務	2,223	2,399	2,460	61
棚卸資産	3,809	4,177	4,630	453	その他流動固定負債	4,814	5,841	6,054	213
その他流動資産	1,538	892	1,376	484	負債計	13,279	13,270	13,505	235
流動資産計	14,892	15,074	15,808	734	株主資本計	19,533	22,046	22,901	855
有形固定資産	6,005	6,353	6,540	187	非支配持分	405	176	187	11
営業権	6,872	8,042	7,770	-272	純資産計	19,938	22,222	23,088	866
その他固定資産	5,448	6,023	6,475	452	負債・純資産合計	33,217	35,492	36,593	1,101
固定資産計	18,325	20,418	20,785	367					
資産合計	33,217	35,492	36,593	1,101					

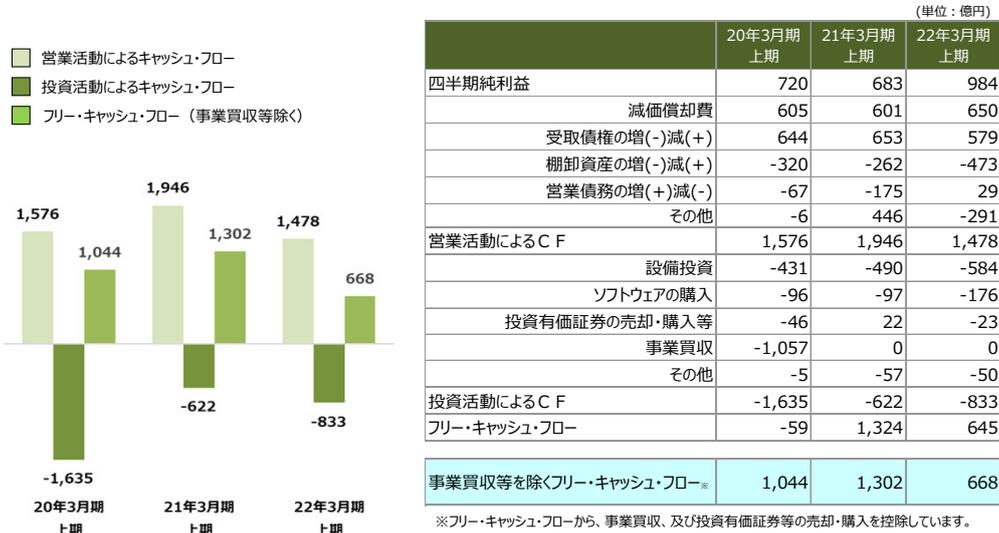
	20年 3月期末	21年 3月期末	22年3月期 9月末	対21年 3月期末
期末日為替レート				
米ドル	109	111	112	1円安
ユーロ	120	130	130	-

8

バランスシートについて説明します。

2022年3月期9月末時点の資産合計は、現金及び現金同等物の増加などにより、2021年3月期末時点と比べ、1,101億円増の3兆6,593億円となりました。

負債は、235億円増の1兆3,505億円となりました。
株主資本は866億円増の2兆3,088億円となりました。



キャッシュ・フローについて説明します。

営業活動によるキャッシュ・フローは、受取債権の減少などにより、1,478億円の収入となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、設備投資などにより、833億円の支出となりました。この結果、事業買収等を除くフリー・キャッシュ・フローは、668億円の収入となりました。

新中期経営計画「VISION2023」で発表した通り、売上高・営業利益の成長に加え、ROIC・CCCの向上を図ることで、キャッシュ創出力を強化し、2021年度から2023年度の3年間累計で1兆円の営業キャッシュフローを創出します。特に、投下資本の有効活用の観点から経営の効率性を示すROICをより重視し、創出したキャッシュは、成長投資に優先的に配分していきます。

2022年3月期第2四半期決算の説明は以上です。

2022年3月期 業績予想

(単位：億円)

	2021年3月期	2022年 3月期 前回予想	2022年 3月期 今回予想	対前年度	対前回予想
売上高	21,925 100%	25,000 100%	25,100 100%	3,175 +14.5%	100 +0.4%
営業利益	1,655 7.5%	2,000 8.0%	過去 最高 2,200 8.8%	545 +33.0%	200 +10.0%
税金等調整前 当期純利益	2,359 10.8%	2,200 8.8%	過去 最高 2,400 9.6%	41 +1.8%	200 +9.1%
当社株主帰属 当期純利益	1,812 8.3%	1,600 6.4%	1,750 7.0%	-62 -3.4%	150 +9.4%
1株当たり 当社株主帰属 当期純利益	453.28円	400.18円	436.65円	-16.63円	+36.47円
ROE	8.7%	7.1%	7.7%	-1.0%	+0.6%
ROIC	4.3%	4.9%	5.3%	+1.0%	+0.4%
CCC	123日	124日	120日	-3日	-4日
為替 : 米ドル	106円	109円	109円	3円安	-
: ユーロ	124円	132円	132円	8円安	-
銀価格 (/kg)	74,000円	95,000円	93,000円	+19,000円	-2,000円

※ 前回予想：2021年8月13日公表値

* 2022年3月期 営業利益 為替感応度 米ドル：3億円 ユーロ：8億円

11

2022年3月期 業績予想について説明します。

2022年3月期の業績予想は、冒頭でお伝えした通り、上期業績が好調に推移したことを反映し、売上・利益を上方修正します。

(単位：億円)

売上高	2022年 3月期 前回予想※	2022年 3月期 今回予想	対前回予想
ヘルスケア	7,700	7,900	200
マテリアルズ	6,200	6,200	0
ビジネスイノベーション	8,000	7,800	-200
イメージング	3,100	3,200	100
合計	25,000	25,100	100

営業利益	2022年 3月期 前回予想※	2022年 3月期 今回予想	対前回予想
ヘルスケア	780	1,000	220
マテリアルズ	620	630	10
ビジネスイノベーション	750	700	-50
イメージング	220	250	30
全社/連結調整	-370	-380	-10
合計	2,000	2,200	200

※ 前回予想：2021年8月13日公表値

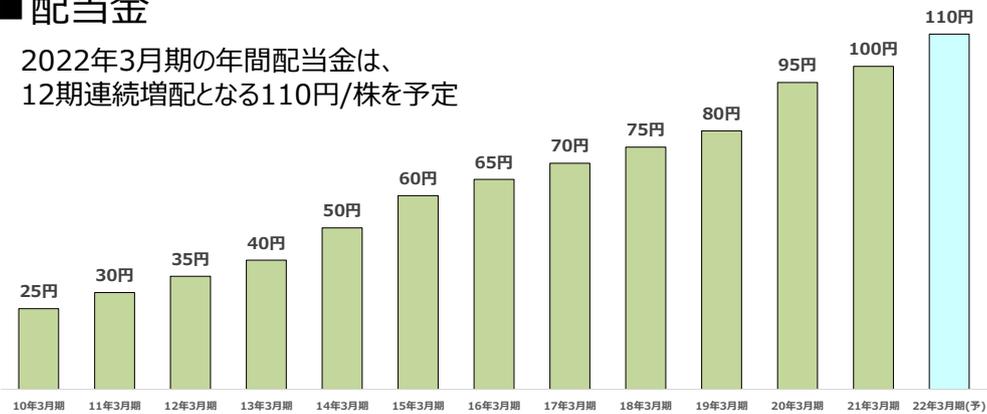
12

セグメント別業績予想はご覧の通りです。

ヘルスケア、マテリアルズ、イメージングの営業利益をそれぞれ上方修正します。
ヘルスケアの上方修正に、放射性医薬品事業のペプチドリーム社への売却益約100億円を含めています。
ビジネスイノベーションは、主要エリアでの新型コロナ流行影響からの回復が遅れたことに加え、半導体等の部品供給逼迫を背景とした、機器の供給・設置遅延の影響が年度内は続くとしており、業績を下方修正します。

■ 配当金

2022年3月期の年間配当金は、
12期連続増配となる110円/株を予定



■ 自己株式取得

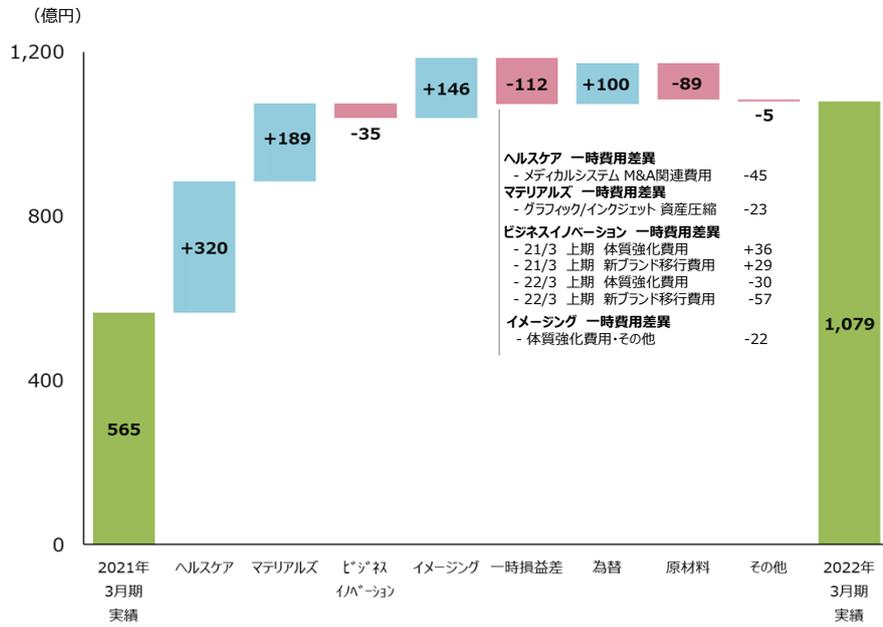
キャッシュフローを勘案し、株価の推移に応じて機動的に実施

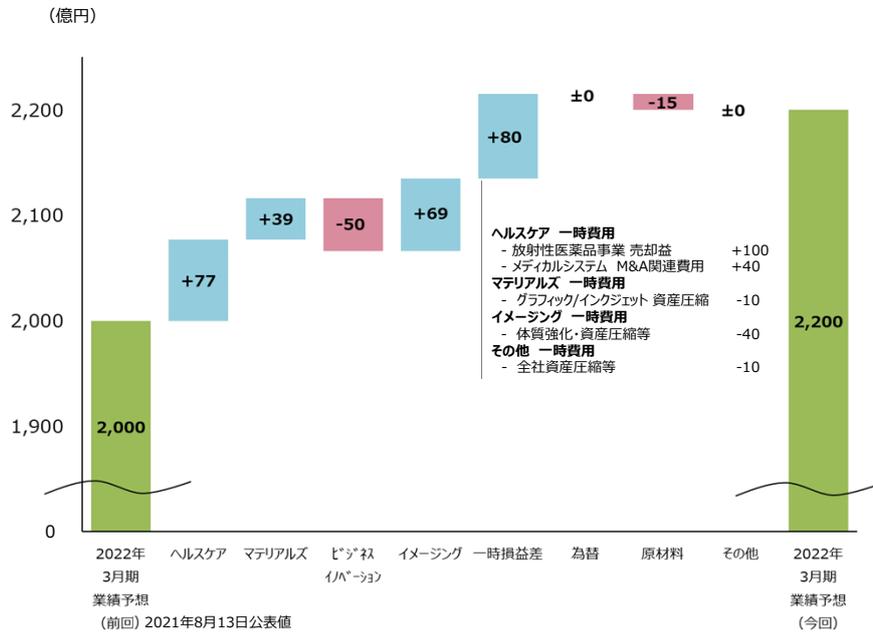
13

年間配当予想は、100円から10円引き上げ、12期連続増配となる110円にします。

私からの説明は、以上になります。

参考資料





	2Q			上期		
	2021年3月期	2022年3月期	対2021年3月期	2021年3月期	2022年3月期	対2021年3月期
売上高	5,411 100.0%	6,224 100.0%	813 +15.0%	9,974 100.0%	12,051 100.0%	2,077 +20.8%
営業利益	361 6.7%	516 8.3%	155 +42.9%	565 5.7%	1,079 9.0%	514 +91.0%
税金等調整前 四半期純利益	574 10.6%	521 8.4%	-53 -9.2%	996 10.0%	過去 最高 1,299 10.8%	303 +30.5%
当社株主帰属 四半期純利益	401 7.4%	390 6.3%	-11 -2.9%	676 6.8%	過去 最高 963 8.0%	287 +42.4%
為替 : 米ドル	106円	111円	5円安	107円	110円	3円安
: ユーロ	124円	130円	6円安	122円	131円	9円安

<その他増減要因 (2Q/上期 対前年度)>

営業利益における原材料価格影響 : ▲36億円 / ▲89億円

(単位：億円)

売上高	2Q			上期		
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度
ヘルスケア	1,379	2,014	635 (+46.1%)	2,481	3,756	1,275 (+51.4%)
マテリアルズ	1,438	1,566	128 (+8.9%)	2,712	3,064	352 (+13.0%)
ビジネスイノベーション	1,953	1,887	-66 (-3.4%)	3,642	3,748	106 (+2.9%)
イメージング	641	757	116 (+18.2%)	1,139	1,483	344 (+30.2%)
合計	5,411	6,224	813 (+15.0%)	9,974	12,051	2,077 (+20.8%)

*セグメント間取引消去後

(単位：億円)

営業利益 [営業利益率]	2Q			上期		
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度
ヘルスケア	142 [10.4%]	263 [13.1%]	121 (+84.6%)	186 [7.5%]	470 [12.5%]	284 (2.5倍)
マテリアルズ	136 [9.5%]	179 [11.4%]	43 (+31.1%)	267 [9.8%]	392 [12.8%]	125 (+46.7%)
ビジネスイノベーション	154 [7.8%]	115 [6.1%]	-39 (-25.2%)	288 [7.9%]	255 [6.8%]	-33 (-11.3%)
イメージング	9 [1.4%]	44 [5.8%]	35 5.3倍	-21 [-1.9%]	124 [8.4%]	145 黒字化
全社/連結調整	-80	-85	-5 -	-155	-162	-7 -
合計	361 [6.7%]	516 [8.3%]	155 (+42.9%)	565 [5.7%]	1,079 [9.0%]	514 (+91.0%)

(単位: 億円)

売上高	2Q				上期			
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く
メディカルシステム	857	1,306	449 (+52.4%)	413 (+48.4%)	1,541	2,448	907 (+58.9%)	833 (+54.2%)
バイオCDMO	275	373	98 (+35.6%)	83 (+29.9%)	471	712	241 (+51.0%)	215 (+45.4%)
ライフサイエンス	247	335	88 (+35.9%)	83 (+33.6%)	469	596	127 (+27.2%)	119 (+25.3%)
合計	1,379	2,014	635 (+46.1%)	579 (+42.1%)	2,481	3,756	1,275 (+51.4%)	1,167 (+47.1%)

*セグメント間取引消去後

(単位: 億円)

営業利益 【営業利益率】	2Q				上期			
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く
ヘルスケア	142 [10.4%]	263 [13.1%]	121 (+84.6%)	106 (+74.8%)	186 [7.5%]	470 [12.5%]	284 (2.5倍)	261 (2.4倍)

(単位：億円)

売上高	2Q				上期			
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く
電子材料	291	356	65 (+22.5%)	48 (+17.1%)	581	693	112 (+19.3%)	84 (+14.7%)
ディスプレイ材料	235	256	21 (+9.0%)	20 (+8.7%)	442	504	62 (+13.9%)	60 (+13.5%)
他高機能材料	217	244	27 (+12.4%)	21 (+9.1%)	424	482	58 (+14.0%)	47 (+11.1%)
グラフィックコミュニケーション	695	710	15 (+2.1%)	-9 (-1.5%)	1,265	1,385	120 (+9.5%)	68 (+5.4%)
合計	1,438	1,566	128 (+8.9%)	80 (+5.5%)	2,712	3,064	352 (+13.0%)	259 (+9.6%)

*セグメント間取引消去後

(単位：億円)

営業利益 【営業利益率】	2Q				上期			
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く
マテリアルズ	136 [9.5%]	179 [11.4%]	43 (+31.1%)	28 (+20.1%)	267 [9.8%]	392 [12.8%]	125 (+46.7%)	104 (+38.9%)

(単位：億円)

売上高	2Q					上期						
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度		為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度		為替影響除く		
オフィスソリューション	1,316	1,275	-41	(-3.1%)	-73	(-5.6%)	2,480	2,551	71	(+2.8%)	-3	(-0.2%)
ビジネスソリューション	637	612	-25	(-3.9%)	-33	(-5.2%)	1,162	1,197	35	(+3.1%)	7	(+0.6%)
合計	1,953	1,887	-66	(-3.4%)	-106	(-5.4%)	3,642	3,748	106	(+2.9%)	4	(+0.1%)

*セグメント間取引消去後

(単位：億円)

営業利益 [営業利益率]	2Q					上期						
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度		為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度		為替影響除く		
ビジネスイノベーション	154 [7.8%]	115 [6.1%]	-39	(-25.2%)	-55	(-35.6%)	288 [7.9%]	255 [6.8%]	-33	(-11.3%)	-57	(-19.6%)

(単位 : 億円)

売上高	2Q				上期			
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く
コンシューマーイメージング	405	491	86 (+21.7%)	64 (+16.1%)	683	940	257 (+37.7%)	213 (+31.2%)
プロフェッショナルイメージング	236	266	30 (+12.3%)	19 (+7.7%)	456	543	87 (+19.0%)	60 (+13.1%)
合計	641	757	116 (+18.2%)	83 (+13.0%)	1,139	1,483	344 (+30.2%)	273 (+23.9%)

*セグメント間取引消去後

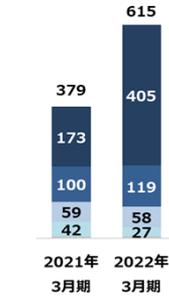
(単位 : 億円)

営業利益 [営業利益率]	2Q				上期			
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年度	為替影響除く
イメージング	9 [1.4%]	44 [5.8%]	35 5.3倍	20 3.5倍	-21 [-1.9%]	124 [8.4%]	145 黒字化	111 黒字化

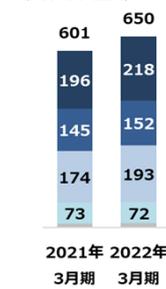
(単位：億円)

	2021年3月期 上期		2022年3月期 上期		対前年度
	構成比(%)		構成比(%)		
日本	42.7%	4,261	39.1%	4,713	452 (+10.6%)
米州	18.7%	1,860	20.8%	2,506	646 (+34.7%)
欧州	11.4%	1,141	12.7%	1,536	395 (+34.6%)
内、中国	14.0%	1,401	13.8%	1,663	262 (+18.8%)
アジア他	27.2%	2,712	27.4%	3,296	584 (+21.6%)
海外	57.3%	5,713	60.9%	7,338	1,625 (+28.5%)
合計	100.0%	9,974	100.0%	12,051	2,077 (+20.8%)

設備投資（有形固定資産）（上期）



減価償却費（上期）

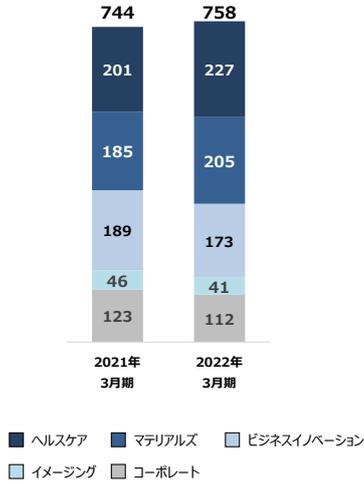


- ヘルスケア
- マテリアルズ
- ビジネスイノベーション
- イメージング
- コーポレート

(単位：億円)

年度	2Q		上期		通期	
	2021年 3月期	2022年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期 (予想)
ヘルスケア	107	227	173	405		
マテリアルズ	55	66	100	119		
ビジネスイノベーション	41	33	59	58		
イメージング	21	16	42	27		
コーポレート	2	4	5	6		
設備投資（有形固定資産）	226	346	379	615	1,009	2,000
ヘルスケア	27	27	44	55		
マテリアルズ	12	18	21	28		
ビジネスイノベーション	46	73	77	125		
イメージング	19	17	30	29		
コーポレート	3	10	7	17		
設備投資（ソフト、レンタル資産他）	107	145	179	254	444	600
ヘルスケア	100	118	196	218		
マテリアルズ	71	75	145	152		
ビジネスイノベーション	87	100	174	193		
イメージング	37	36	73	72		
コーポレート	7	8	13	15		
減価償却費	302	337	601	650	1,234	1,400

研究開発費（上期）



(単位：億円)

年度	上期		通期	
	2021年 3月期	2022年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期 (予想)
ヘルスケア	201	227		
マテリアルズ	185	205		
ビジネスイノベーション	189	173		
イメージング	46	41		
コーポレート	123	112		
研究開発費	744	758	1,522	1,600
<売上高比>	7.5%	6.3%	6.9%	6.4%
販売費及び 一般管理費	2,663	3,227	5,520	
<売上高比>	26.6%	26.7%	25.3%	

為替

(単位：円)

	2021年3月期				2022年3月期			
	1Q	2Q	上期	通期	1Q	2Q	上期	通期(予想)
米ドル	108	106	107	106	109	111	110	109
ユーロ	119	124	122	124	132	130	131	132

原材料価格 (平均)

(単位：千円/kg)

	2021年3月期				2022年3月期			
	1Q	2Q	上期	通期	1Q	2Q	上期	通期(予想)
銀	55	78	63	74	93	86	91	93

人員

(単位：人)

	2020.9末	2020.12末	2021.3末	2021.6末	2021.9末
連結	72,176	71,474	73,275	75,879	75,007

開発番号	薬効・適応症	剤形	地域	開発段階
T-705	抗新型コロナウイルス (COVID-19) 薬	経口	日本	承認申請中
	重症熱性血小板減少症候群 (SFTS) 治療薬		米国	Ph II
T-817MA	アルツハイマー型認知症治療薬	経口	日本	Ph III
			米国	Ph II
	脳卒中後のリハビリテーション効果促進薬		日本	Ph II
	欧州		Ph II	
T-4288	新規フルオロケトライド系抗菌薬	経口	日本	承認申請中
FF-10501	骨髄異形成症候群治療薬	経口	日本	Ph I
FF-10502	進行・再発固形がん治療薬	注射	米国	Ph II
FF-21101	進行・再発固形がん治療薬 (Armed抗体)	注射	米国	Ph I/ II a
F-1311	前立腺がん診断薬 (放射性医薬品)		日本	Ph I
FF-10101	急性骨髄性白血病治療薬	注射	日本	Ph II
FF-10101	急性骨髄性白血病治療薬	経口	米国	Ph I
F-1515	神経内分泌腫瘍治療薬 (放射性医薬品)	注射	日本	承認取得
FF-10832	進行性固形がん治療薬 (ゲムシタビンリボソーム)	注射	米国	Ph I
FF-10850	進行性固形がん治療薬 (トボテカンリボソーム)	注射	米国	Ph I
F-1614	難治性褐色細胞腫治療薬 (放射性医薬品)	注射	日本	承認取得

富士フイルムホールディングス 株主・投資家情報

<https://ir.fujifilm.com/ja/investors.html>

富士フイルムホールディングス 統合報告書2021

<https://ir.fujifilm.com/ja/investors/ir-materials/integrated-report.html>

IR資料室

<https://ir.fujifilm.com/ja/investors/ir-materials.html>

富士フイルムってどんな会社？

<https://ir.fujifilm.com/ja/investors/individual.html>

グローバルブランディングキャンペーン「NEVER STOP」

<https://www.fujifilm.com/jp/ja/about/brand/story/neverstop>

新型コロナウイルス感染症への取り組み

<https://brand.fujifilm.com/covid19/jp/>

FUJIFILM

Value from Innovation

富士フィルムは、生み出しつづけます。

人々の心が躍る革新的な「技術」「製品」「サービス」を。

明日のビジネスや生活の可能性を拡げるチカラになるために。

富士フィルム ホールディングス株式会社

コーポレートコミュニケーション部

<https://holdings.fujifilm.com/ja>