

中期経営計画説明会 主な質疑応答

Q: 2030年の売上高目標3兆5,000億円の内、ヘルスケアの売上構成比はどれくらいか。

A: メディカルシステム、バイオ CDMO を中核としてヘルスケアで2026年度に1兆円を達成の上、その後も成長を続け、2030年度にはヘルスケアで全体の半分近くを占めるイメージ。

Q: 富士フイルムヘルスケア(旧・日立製作所の画像診断関連事業)について、どのように収益性を上げていくか教えてほしい。

A: クロスセルによってトップラインを伸ばしつつ、開発・生産・販売・回収のスピードを早めるとともに、グループの購買力を生かした調達コスト削減を行い、収益性を高めていく。

Q: マテリアルズについて、2023年度に向けての成長シナリオを教えてください。

A: 高機能材料では、2020年度と比較し3割弱の増収を見込む電子材料を始め、ディスプレイ材料、記録メディア、産業機材を中心に事業を成長させる。また、グラフィックコミュニケーションは、3割増の増収となる売上高3,500億円弱を想定する。

Q: ビジネスイノベーションの成長戦略を教えてください。

A: OEM供給やこれまで展開してきたアジアパシフィック以外の国々などの新テリトリーでの販売拡大に加え、ITソリューションの強化によって成長を果たす。ITソリューションでは、当社独自の技術やAIを活用することで他社との差別化を図っていく。さらに、ハードについても、画期的な新製品を展開していくことで売上成長が可能と考えている。

Q: 新経営体制移行後のガバナンスのあり方を教えてください。

A: CEOと取締役会議長を分離することで、CEOが執行に責任を持ちながら、取締役会が経営の方向性を決めつつ「執行の監督」機能を発揮していくことを明確にする。取締役会では、執行が中期経営計画の方針通りに動いているか、すべてのステークホルダーに対してフェアに機能しているか、また、当社の方向性が世の中の求める価値と合致しているかどうかをモニタリングすることに重点を置く。

以上