



イメージングソリューション 事業説明会

2023年12月14日

富士フイルムホールディングス株式会社

**NEVER
STOP**

FUJIFILM
Value from Innovation

© FUJIFILM Holdings Corporation

経歴紹介

山元 正人 (MASATO YAMAMOTO)

1986年	4月	富士写真フイルム株式会社(現 富士フイルム株式会社)入社	プロフェッショナル写真部
2012年	6月	イメージング事業部長	
2015年	6月	FUJIFILM North America Corporation	社長 [米国駐在]
2016年	6月	FUJIFILM Holdings America Corporation	社長 兼FUJIFILM North America Corporation 社長 [米国駐在]
2017年	6月	富士フイルム株式会社	取締役 執行役員 経営企画本部長 イメージング事業管掌
2018年	4月	FUJIFILM Europe GmbH	社長 兼 FUJIFILM Europe B.V. 社長 イメージング事業管掌 [ドイツ駐在]
2020年	6月	富士フイルム株式会社	取締役 執行役員 光学・電子映像事業部長
2021年	4月	イメージング事業部と光学・電子映像事業部を統合し、イメージングソリューション事業部発足	イメージングソリューション事業部長
2021年	6月	富士フイルム株式会社	取締役 常務執行役員 イメージングソリューション事業部長
2023年	6月	富士フイルム株式会社	取締役 専務執行役員 イメージングソリューション事業部長

(現任)

入社以来、ほぼ一貫してイメージング分野に従事

MBA留学 (MIT Sloan)、海外駐在の長い経験もあり、執行役員就任後から今日まで継続して海外現法を管掌

01

当社イメージング事業の概要

02

INSTAX™

03

デジタルカメラ

04

プリンティングソリューション

05

新規事業

06

業績目標

本日の内容

1-1 | イメージング事業概要

コンシューマーイメージング 65%

プロフェッショナルイメージング 35%

INSTAX



CLP(銀塩写真印画紙)



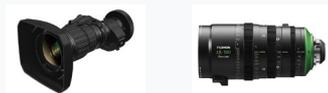
撮影感材、プリント材料・機器、ラボサービス等



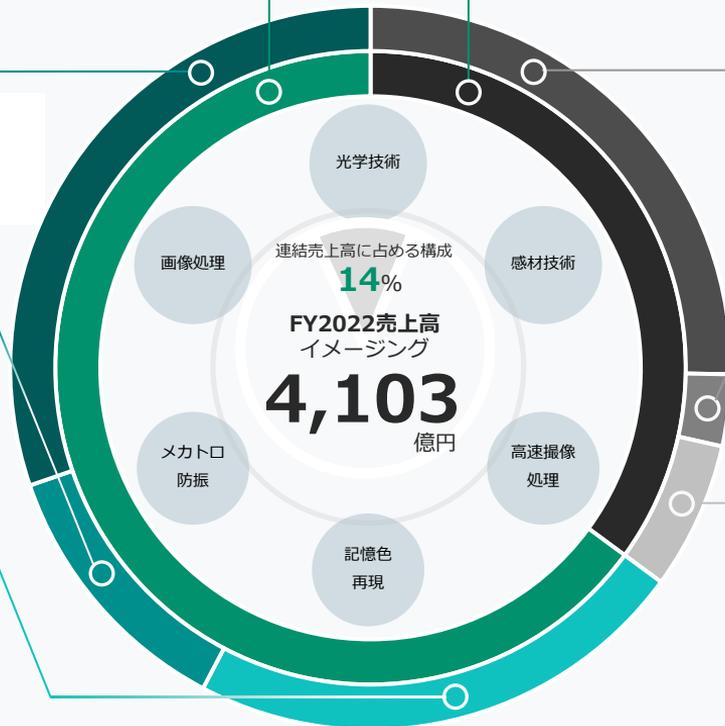
デジタルカメラ



放送・シネマ用レンズ



工業検査用レンズ等



1-2 | イメージング事業 Dashboard

コンシューマーイメージング プロフェッショナルイメージング

90 years history of introducing innovative new technologies

技術開発を進め、リソースを強化し、安定的な成長事業として富士フィルムグループのキャッシュ創出に貢献する

Digital Camera
 GFX100 II
GOOD DESIGN AWARD 2023
BEST 100
 X-H2S | X-H2
BRONZE AWARD 2023

30.3%
 FY2022 事業ROIC
NOPAT / (運転資本+固定資産)

営業利益 729億円
 OPM **17.8%**

設備投資 143億円

5,000億円+
 FY2030 売上高目標

リアルとサイバーを繋ぐ新しい製品・ソリューション・サービスを創出

INSTAX 25th Anniversary
 チェキ™累計販売台数 **8,000万台+**

+7.5%
 売上高 CAGR
 FY2019-FY2023

4,450億円
 FY2023

Global Network

イメージング 売上高海外比率 **85%**

世界初
 レンズ付きフィルム(1986年)

写ルンです

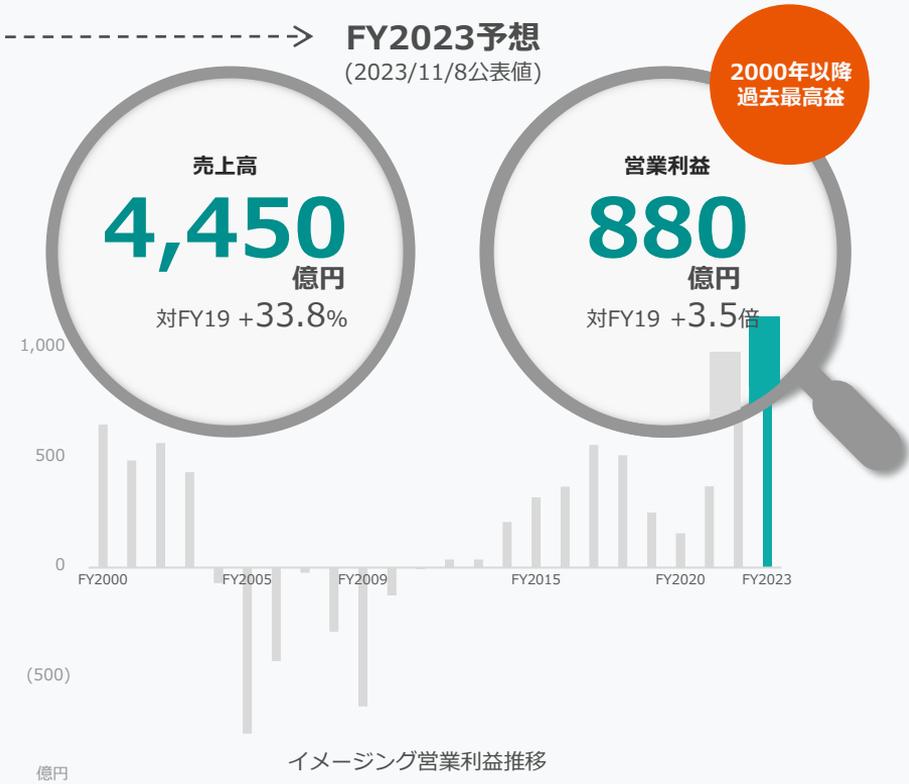
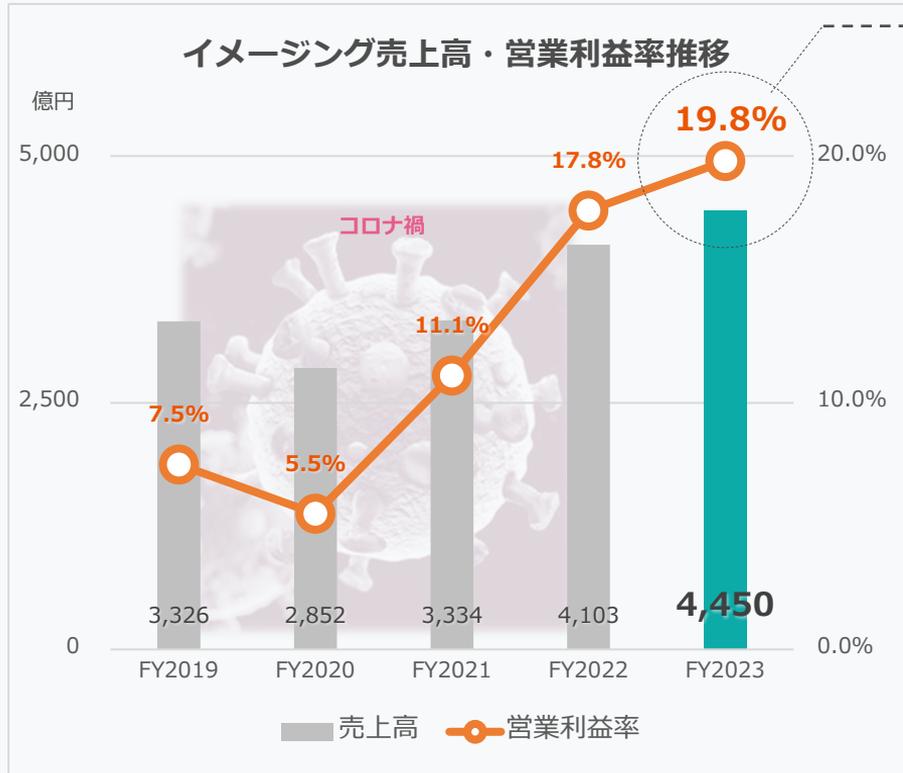
メモリーカードに記録するタイプのデジタルカメラ発売(1988年)

4,103億円
 FY2022 売上高
 (YoY+23.1%)

6,086人
 イメージング連結従業員数
 (2023/3/31時点)

1-3 | イメージング事業業績の振り返り

コロナ影響やエネルギーコスト・部材価格の高騰などの苦境を乗り越え、2022年度営業利益はコロナ前の2019年度を上回るとともに、2000年以降で最高益を記録、2023年度はさらに更新する見込み



イメージング事業ビジョン

来たるべきCPS*社会の中でも、当社が持つリアルでユニークな製品を土台に、
写真や映像が持つリアルなコミュニケーション・感動を社会に届け続けると共に、
リアルとサイバーを繋ぐ新しい製品・ソリューション・サービスを創出し、
新しい感動や体験を社会に届け、人々の豊かな暮らしに貢献する。

*CPS (Cyber-physical system)

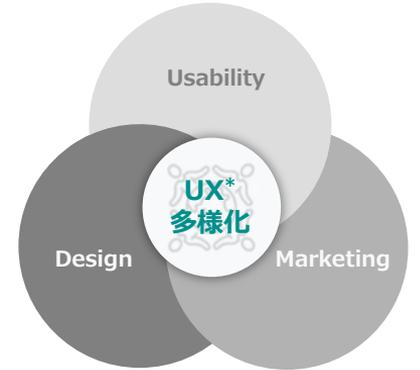
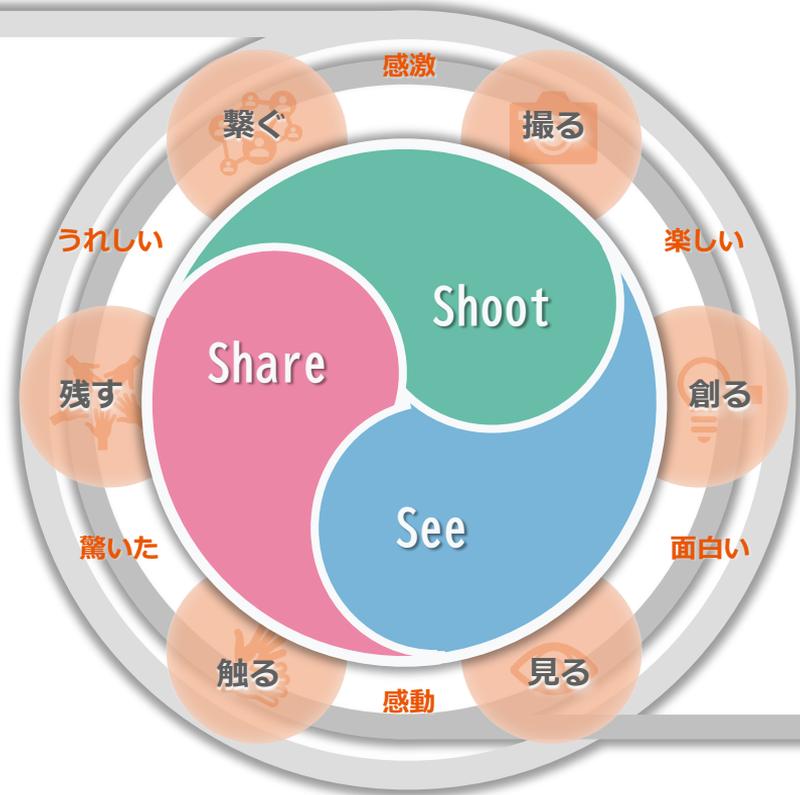
CPSとは、実世界（フィジカル空間）にある多様なデータをセンサーネットワーク等で収集し、サイバー空間で大規模データ処理技術等を駆使して分析／知識化を行い、そこで創出した情報／価値によって、産業の活性化や社会問題の解決を図っていくもの（JEITA:一般社団法人電子情報技術産業協会）

1-4 | イメージング事業におけるビジネスエコシステム

イメージングビジネスエコシステムの原点「写真を撮る・写真を楽しむ・共有する」
 → 新しい感動や体験を創造し続ける発展的サイクル

フォトカルチャーの継承

- ✓ 原体験、興味、体験
- ✓ ふれあい、楽しさ
- ✓ 情緒、ぬくもり



*UX : User Experience

- ✓ 動画、SNS、収集、拡散
- ✓ 異業種コラボ、コミュニティ
- ✓ サイバー空間、プロジェクション

エクスペリエンスの多様化

本日の内容

01

当社イメージング事業の概要

02

INSTAX™

03

デジタルカメラ

04

プリンティングソリューション

05

新規事業

06

業績目標

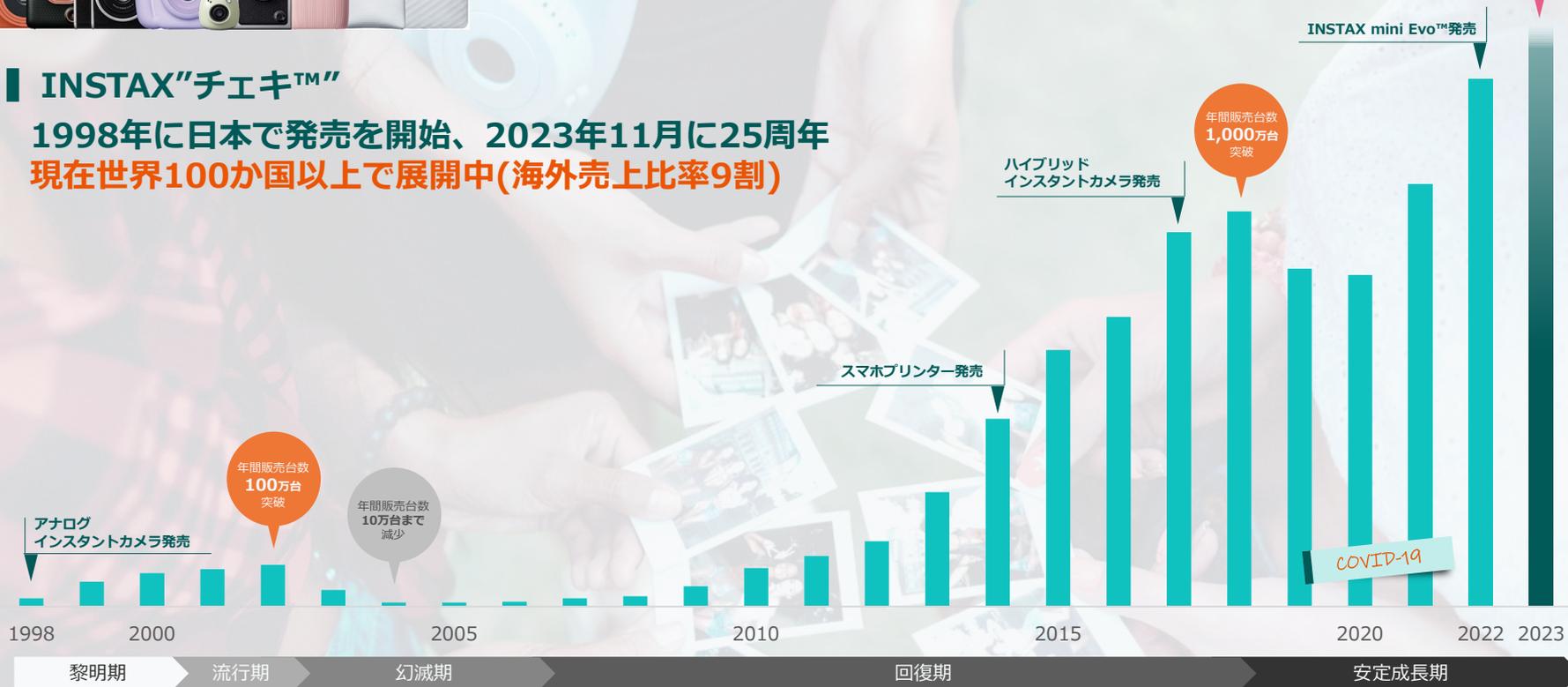
2-1 | INSTAX売上高推移



INSTAX“チェキ™”

1998年に日本で発売を開始、2023年11月に25周年
 現在世界100か国以上で展開中(海外売上比率9割)

25周年
 (Nov, 2023)



INSTAX 売上高推移

01

ユニーク&オンリーワン

02

ブランドストーリー&
戦略的マーケティング

03

NEVER STOPイノベーション

誕生25周年を迎え、いまなお成長を続ける
「INSTAX」

2-2-01 | 成長を続ける「INSTAX」：ユニーク&オンリーワン 1/2

01. ユニーク&オンリーワンの商品



“アナログ感”



“モノ感”



“独特の質感”



Z世代

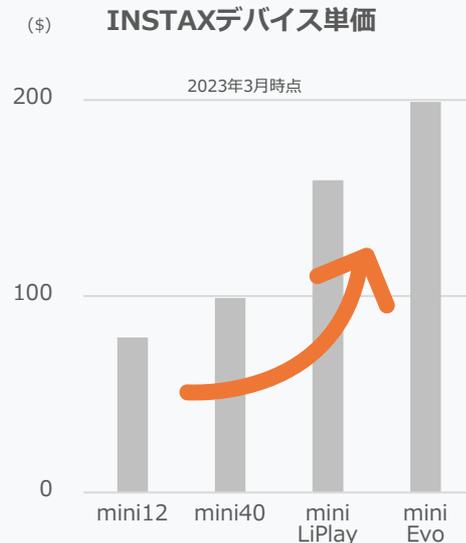
唯一無二の特別なツール

2-2-01 | 成長を続ける「INSTAX」：ユニーク&オンリーワン 2/2

■ 使われるシーンを想定した豊富なラインアップ

時代と共に、トレンドや進化する技術を取り入れ、アナログインスタントカメラから、ハイブリッドインスタントカメラ、スマホプリンター、そして撮影に特化したカメラへとラインアップを拡充。多様な写真の楽しみ方を提供し、若年女性層のみならず、男性層やミドル層にもユーザー層を拡大。

	instax mini	instax SQUARE	instax WIDE
Analog Camera	 instax mini 12  instax mini 40  instax mini 90	 instax SQUARE SQ1  instax SQUARE SQ40	 instax WIDE 300
Hybrid Camera	 instax mini LiPlay  instax mini Evo	-	-
Digital Camera *No Print Function	 NEW instax Pal		
Smartphone Printer	 instax mini Link 2	 instax SQUARE Link	 instax Link WIDE



2-2-02 | 成長を続ける「INSTAX」：ブランドストーリー&戦略的マーケティング 1/5

02. : ブランドストーリーの浸透と戦略的マーケティングの展開



“ 徹底した
顧客分析 ”

商品開発に反映



“ グローバル
ブランディング ”

“don't just take, give.”
とるだけじゃない、あげたいから。



“ 異業種
コラボレーション ”

ファッション・音楽・
スポーツ・ゲーム 等

製品価値とストーリーに共感するファン層を拡大し、
世界的なエンターテインメントブランドへ

2-2-02 | 成長を続ける「INSTAX」：ブランドストーリー&戦略的マーケティング 2/5

徹底した顧客分析に基づく戦略・施策立案



2-2-02 | 成長を続ける「INSTAX」 : ブランドストーリー & 戦略的マーケティング 3/5

■ グローバルブランディングストーリー

BRAND PHILOSOPHY

We take photos.
We capture images.
We grab shots.
But we are not just about taking.
We are also about giving.
And creating generous moments.

When an INSTAX camera is added to any situation, something magical happens.

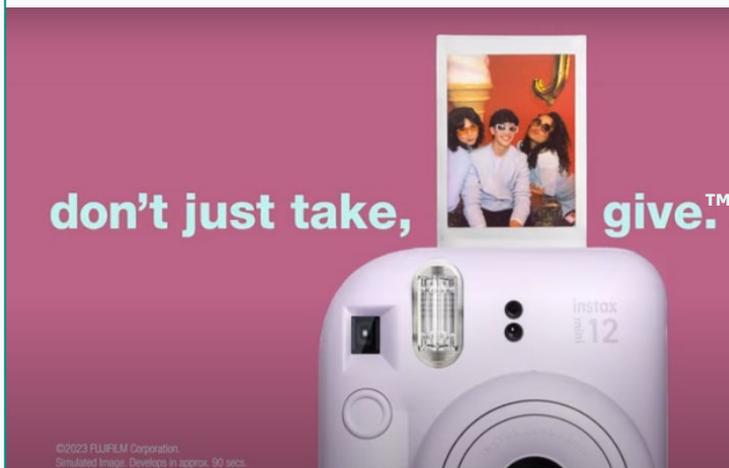
People are drawn together.
To click and create.
To see what develops.
To pass and share.

This is a generous camera.
Designed by generous company.
For a generous generation.

Because we know an INSTAX photo isn't something you take, it's something you give.

Don't just take, give.™

2019年より、チェキプリント™の価値を伝える
世界共通ブランドプロモーションを展開



とるだけじゃない、あげたいから。

ブランドフィロソフィ

写真を撮ったり、
瞬間を捉えたり、
切り取ったり。
でも、INSTAX“チェキ”が大切にしているのは、
「とる」だけじゃなく、「伝える」こと。

どんなときも、
INSTAXがあるだけで
ちょっと素敵な瞬間に出会える。
みんなが集まって、シャッターを切る。
何が出てくるのか、わくわくしながら。
手にとって、楽しみながら。

INSTAXは
写真をもっと、想いを伝える存在にするために。
私たちがつくった
想いを大切にする世代に向けたカメラ。

INSTAXがあれば
写真は「とる」だけのものから、
「伝える」ものへと変わっていきます。

そう、その時の想いを伝えたいから。
思いやりを大切にする人に向けて。

とるだけじゃない、あげたいから。

2-2-02 | 成長を続ける「INSTAX」 :ブランドストーリー&戦略的マーケティング 4/5

■ 異業種コラボレーションの拡大



ミュージック

2018年に世界的なシンガーソングライター**Taylor Swift**と
グローバルパートナーシップ契約を締結。
特別デザインのスクエアフォーマットカメラ発売。
人気グループ**BTS**のヒットソング“**Butter**”とのコラボ商品
アーティストが**ミュージックビデオ**で「**INSTAX**」を活用



ファッション

世界中のコンテンポラリーファッションからストリートカルチャー
をピックアップし、発信するオンラインメディア**HYPEBEAST**での
記事化で男性層へアプローチ



ゲーム

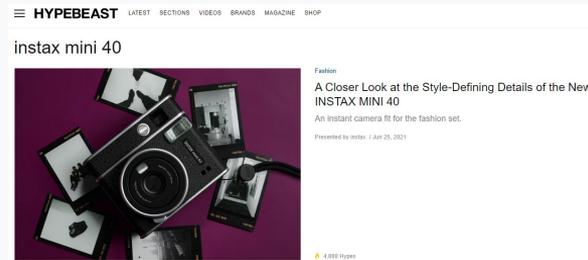
Nintendo Switchのゲームシーンをプリントする“キャラチェキ”
あつまれどうぶつの森、スーパーマリオ、
ポケモンナップ、スプラトゥーン3



スポーツ

(2024年パリ五輪で正式種目となる競技ブレイクダンス)

ブレイキン世界大会“Undisputed Masters”特別協賛
ダンスの自己表現と対戦相手をリスペクトする文化が
「INSTAX」のブランドコンセプトと一致。
相互の認知拡大、文化醸成。



2-2-02 | 成長を続ける「INSTAX」 : ブランドストーリー&戦略的マーケティング 5/5

BtoBビジネスを展開 instax Biz

スマホプリンター「チェキ®」INSTAX Linkシリーズ対応
イベント用アプリ

オリジナルデザインのチェキプリントをお客さまへ提供し、お客さまとエンゲージメントを高めるお手伝いをする。



特別感ある
オリジナルプリント



誰でも簡単操作



どこでも簡単運用



導入事例(チェキ撮影会、ファンミーティング等)

ジャンル	企業	イベント概要	効果
ショッピングモール 	三菱地所プロパティ マネジメント株式会社	ランドマークプラザのクリスマスツリー前で 撮影会	<ul style="list-style-type: none"> QRアクセス率の向上: 43% アプリDL+アンケート回答率: 20%以上
テーマパーク 	株式会社サンリオ エンターテイメント	ファン限定イベントでキャラクター入りオリ ジナルフレームを用いた撮影会	<ul style="list-style-type: none"> アンケート回答率: 100%
スポンサーイベント 	S社 飲料メーカー (マレーシア)	ダンスコンテストの公式スポンサーである飲 料メーカーが、ロゴ入り記念写真を提供	<ul style="list-style-type: none"> 3日間で600名に提供
ホテル 	Hilton Suzhou (中国)	ファミリー向けプランとして、ホテルでの滞 在中を撮影した「チェキ」をプレゼント	<ul style="list-style-type: none"> 1ヶ月に33組の家族が体験
音楽フェス 	Coca-Cora (スペイン)	音楽フェスのアトラクション、ボールプール 体験中の様子を撮影して提供	<ul style="list-style-type: none"> QRコードからコココーラ購入アプリのダウンロードを促進



※国内100件以上、世界60カ国で実績。

2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 1/7

03. NEVER STOP イノベーション



“デバイス”

- アナログカメラ
- ハイブリッドカメラ
(デジタル&アナログ)
100通りの撮影エフェクト実現
- スマホプリンター



“フィルム”

- 独自の風合い、トレンドに合ったバラエティ豊かな絵入りフィルム
- ソフトウェアとの組み合わせで豊かな色再現性を表現



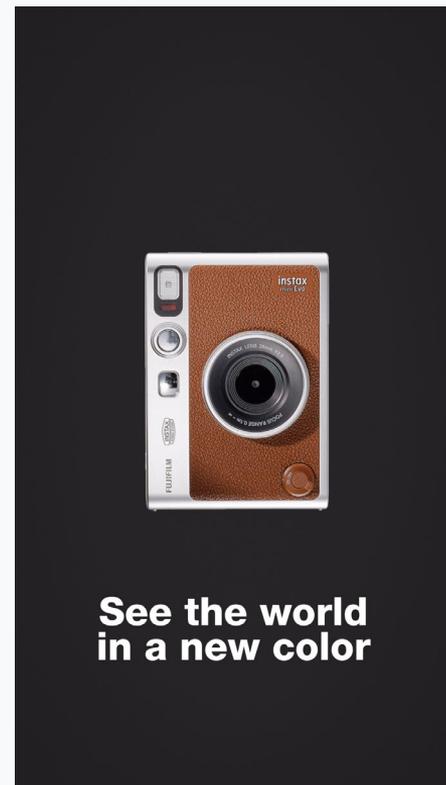
“ソフトウェア”

- ソフトウェア：
*AR:拡張現実
AR*技術を取り入れた新たな価値
- QRコード：
音・メッセージ・Web等へのアクセス

進化するイメージング技術、ネットワーク技術を活用
「INSTAX」の楽しみ方を拡大し、顧客エンゲージメントを向上

2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 2/7

徹底した顧客分析に基づく戦略・施策立案 (INSTAX mini Evo™のケース)



ハイブリッドカメラ「INSTAX mini Evo」は発売以来グローバルで販売数量を伸ばし、FY23は導入年比で年間販売数量が4倍に伸長する見込み

2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 3/7

■ ハイブリッド「INSTAX」・プリンターのラインアップ拡充による需要拡大



普及率8割以上のスマートフォン
に対して、小型フォトプリンター
の普及率は低い

小型フォト
プリンター
普及率*

0.1%
未満

* 「ミニフォトプリンター台数÷スマー
トフォン台数」に関する社内調べ



スマホ稼働台数

68億台

年間数兆ショットの撮影*

* 社内調べ



「INSTAX」プリントの成長余地はまだまだ大きい

2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 4/7

■ 徹底した顧客分析に基づく戦略・施策立案 (INSTAX Pal™のケース)

instax Pal



「INSTAX」シリーズ初の「撮影」に特化した、いつでもどこでも気軽に撮影できる“手のひらサイズカメラ”

プリント機能を切り離すことでコンパクトさを実現し、気軽に持ち歩いたり、スマホでは撮りにくい高い位置からの撮影や角度をつけたアングルも片手で簡単に撮影できる。



〉 発売後の反響(SNS/メディアより)

持ち歩いている
スマホでいいのでは？

ちっさ！

スマホ撮影との差別化分
かりやすくていい気が
する～

プリントできるのが
「チェキ」の良さでは？



トイカメラのよう
な画質が大満足！

めちゃくちゃ
可愛い！

驚くほど小さく可愛く
これを持つ誰もが
笑顔になる
(海外メディア)

ファインダー無くて
あたりをつけるのが難しいけど、
それが楽しい

めっちゃ気軽に
サクサク撮れて
いいね

最近テストした中で
最もクリエイティブで
面白いカメラ
(海外メディア)

2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 5/7

■ 徹底した顧客分析に基づく戦略・施策立案（「INSTAX PaI」のケース）

instax PaI



「INSTAX PaI」が米TIME誌「THE BEST INVENTIONS OF 2023」に選出
 ※選出カテゴリー「Special Mention」

今回選出にあたっての評価コメント

“ スマホでの写真撮影が一般化し退屈になりつつある中、コンパクトサイズとシンプルな操作性を実現した『INSTAX PaI』は、写真にエフェクトを加えたり、写真をSNSに共有できるなどデジタルカメラの利便性を持ちながらも、15秒という短時間で気軽にプリントでき、手触り感のある体験ができる ”



INSTAX PaI™を使用している様子



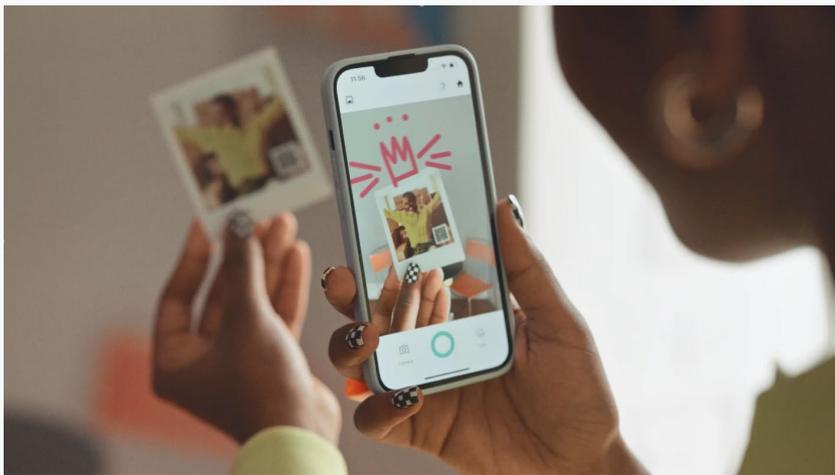
2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 6/7

「INSTAX」のDXによる新たな価値の創造

instax SQUARE Link
Smartphone Printer



1:1の画角が特徴のスクエアフォーマットに対応したスマホプリンター専用アプリからスマホの写真をプリントできるだけでなく、ARエフェクトで「チェキプリント」を彩る機能や、チャットのメッセージを重ね合わせてプリントできる機能を搭載。



専用アプリで「最新情報」や「新サービス」を通知
ユーザーへ継続的に「チェキプリント」の楽しみ方をご提案



「写真の楽しみ方」情報



イベントに合わせた
新フレーム追加案内



「チェキ」関係の最新
ニュースご連絡

▶ **AR* Print** *AR:拡張現実
5種類のエフェクトから自由を選んでQRコード付きの「チェキプリント」を作成。

▶ **INSTAX Connect™**
スマホの画像にメッセージを重ね合わせて、大切な人に贈れる機能。受け取った相手もチャットのようにメッセージを返信できる。プリントもできる。



2-2-03 | 成長を続ける「INSTAX」：NEVER STOP イノベーション 7/7

■ INSTAXのDXによる新たな価値の創造

Get more from your INSTAX with

instax UP!

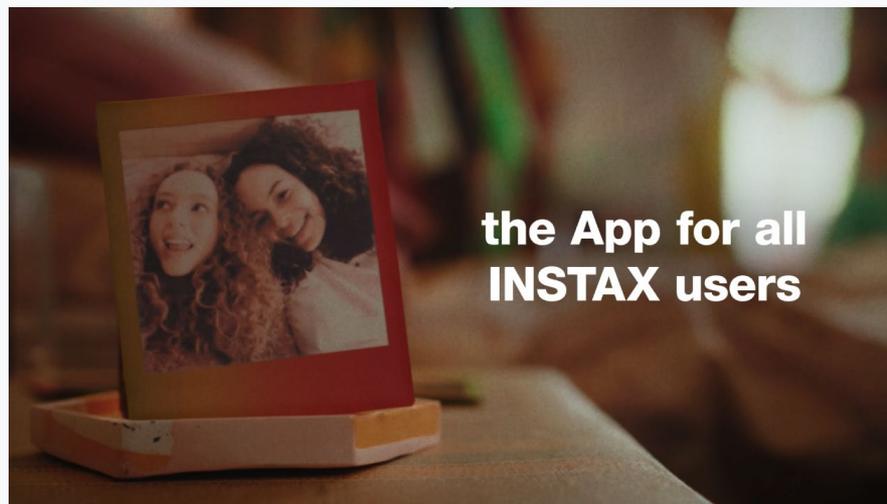
Scan your INSTAX photos.
Collect your INSTAX photos digitally.
Share your INSTAX photos & collections online.

Download now



独特で柔らかな風合いの「チェキプリント」をフレームごとスキャンし、簡単にデジタルデータ化するスマホアプリ。

コレクションの作成やSNSでの共有など、「チェキプリント」の新たな楽しみ方を創出。



Step1: Scan

全てのサイズのチェキプリントを、カンタン・キレイにフレームごとデジタル化しよう。

写真の向きセンサーで、逆回転・左右反転した写真にもそのままデジタル化できる。

スタート

Step2: Collect

チェキプリントを簡単にデジタルデータ化した後、写真の向きを修正し、1枚にまとめて見られるGrid Viewで、自分のコレクションを簡単に管理しよう。

コレクション

Step3: Share

お気に入りのチェキコレクションはSNSでシェアしよう。

Connect

他のINSTAXアプリの画像もコレクションできる!

Learn More

2-3 | 「INSTAX」の成長戦略

「リアル世界」と「サイバー世界」をつなぎ、
双方の空間で写真・コンテンツの価値を高めあう唯一無二のツールへと進化



サイバー世界



アナログ技術
“変えない価値”



instax

デジタル技術
“変化する価値”



リアル世界



01

当社イメージング事業の概要

02

INSTAX™

03

デジタルカメラ

本日の内容

04

プリンティングソリューション

05

新規事業

06

業績目標

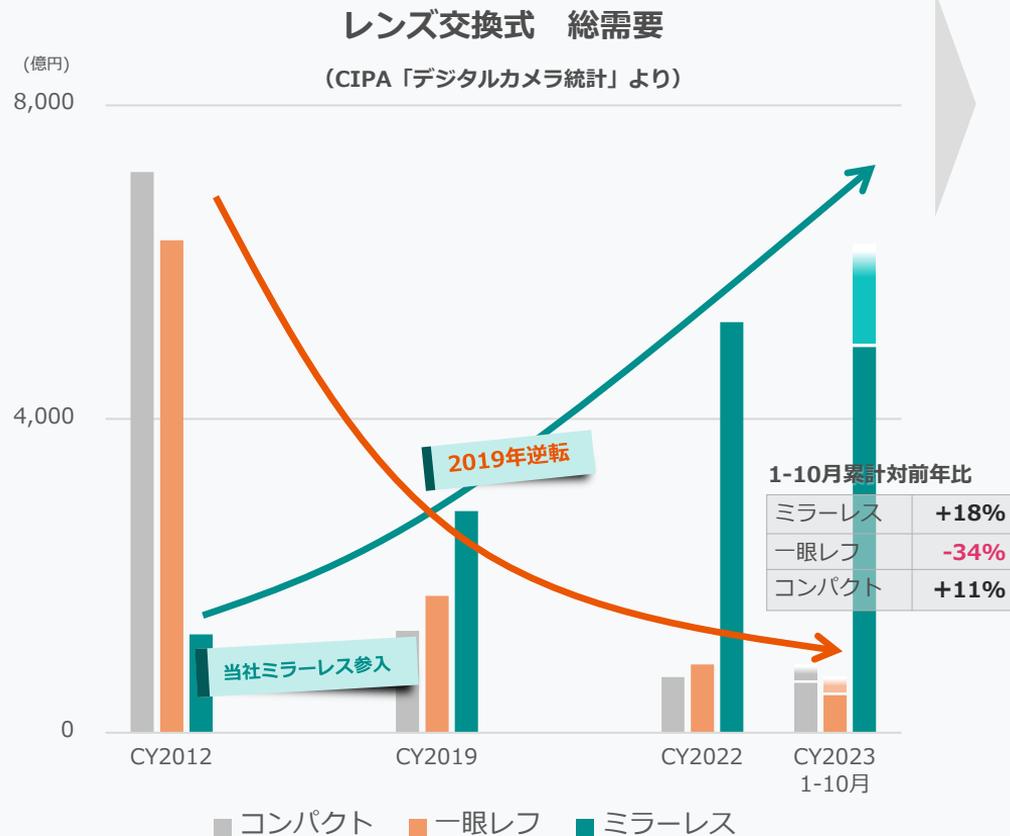
3-1 | 当社デジタルカメラの歴史

■ デジタルカメラ

スマートフォンが進化し、誰もが気軽に写真を撮れる時代の中で富士フイルムは、写真を撮る楽しさを追求した、趣味性の高いカメラを作っている



3-2 | デジタルカメラ市場の動向



総需要の変化

(金額ベース)

- ミラーレスの総需要は2019年に一眼レフを逆転
- CY2022は5,000億円超の市場規模に成長

当社のミラーレスへの取り組み

- 2012年
APS-Cサイズセンサー搭載の「Xシリーズ」発売
交換レンズは充実の40本超
- 2017年
ラージフォーマットセンサー搭載の「GFXシリーズ」発売

「Xシリーズ」「GFXシリーズ」それぞれの特長を際立たせる2ライン戦略で独自のポジション確立

進化を続ける富士フィルムの
デジタルカメラ

01

独自のマルチブランド戦略

02

富士フィルムの色再現

03

ユーザーダイレクトマーケティング

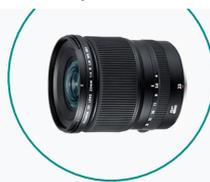
01. 「Xシリーズ」と「GFXシリーズ」のマルチブランド戦略



“ 小型・軽量・高画質 ”
こだわりのデザイン

画質と機動性のベストバランスをAPS-Cセンサーで実現

FUJINON



“ カメラとレンズの ”
一体開発

80年の歴史を持つ「フジノン」の光学技術を駆使し、カメラと一体開発することで、イメージセンサーの性能を最大限に発揮したレンズを開発

GFX



“ 1億画素の ”
圧倒的高画質

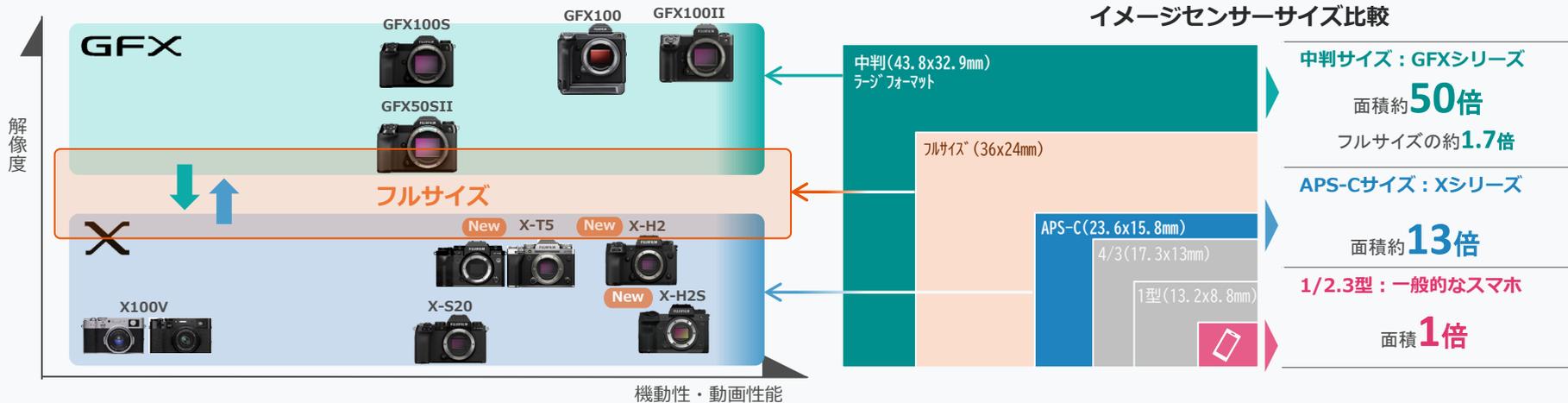
ラージフォーマットだから可能となる、卓越した解像度、豊かな階調、立体感。

ずっと持ち続けたいカメラ、ずっと使い続けたいカメラの追求

顧客ニーズに合わせて、デザインや質感、性能などを効果的に組み込んだ製品を投入し、「Xシリーズ」「GFXシリーズ」ともに販売伸長

3-3-01 | 進化を続けるデジタルカメラ：独自のマルチブランド戦略 2/2

「Xシリーズ」「GFXシリーズ」それぞれの長を際立たせる2ライン戦略で、ユーザーに応じた尖ったラインアップを展開し、独自のポジションを確立する



ラージフォーマットの強み **GFX**

- ✓ 高解像度(1億画素)・高精細な描写性能
- ✓ 低ノイズ
- ✓ クロップ(トリミング)
- ✓ 豊かなボケ味

1億200万画素

APS-Cの強み **X**

- ✓ 小型軽量ボディ・レンズ
- ✓ ハイスピード
- ✓ コストパフォーマンス
- ✓ 省電力

4020万画素

フルサイズ

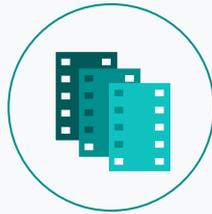
3-3-02 | 進化を続けるデジタルカメラ：富士フィルムの色再現 1/2

02. 富士フィルムの色再現



“ 記憶色 ”

見たまま、感じたままの色「記憶色」を追求するフィルム時代の研究開発を取り入れた画像設計



“ フィルムシミュレーション™ ”

撮影意図に合わせてフィルムを交換する感覚で色調・諧調を選択可できる「フィルムシミュレーション」



“ JPEG撮って出し ”

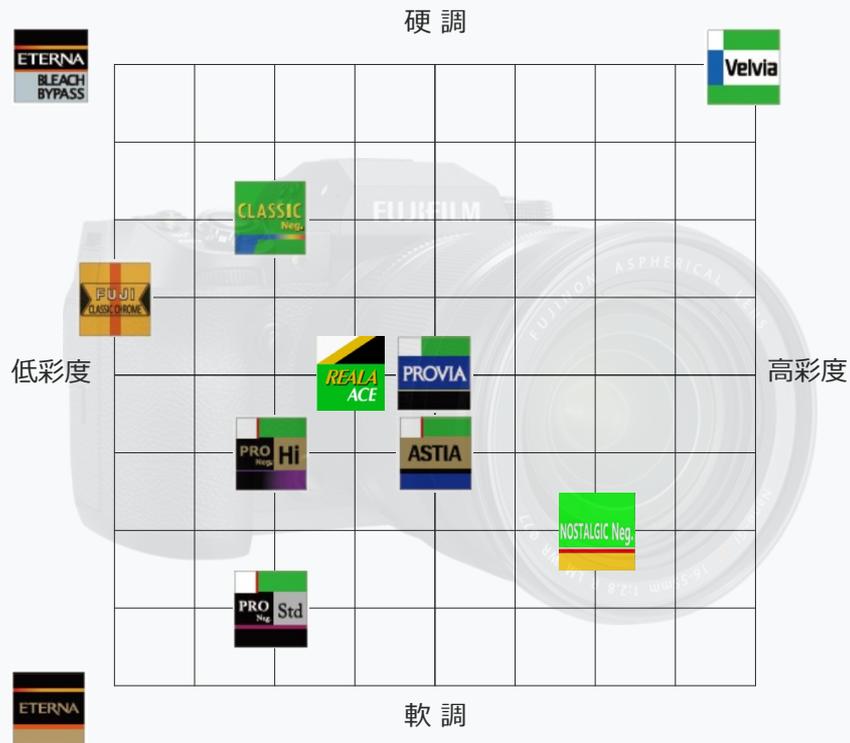
色再現や「フィルムシミュレーション」の質の高さにより後加工・編集が不要なユーザビリティ

90年の歴史を持つ富士フィルムならではの色彩表現

3-3-02 | 進化を続けるデジタルカメラ：富士フィルムの色再現 2/2

「フィルムシミュレーション」モード (全20種)

☞Appendix(P56&P57)参照



1.PROVIA



2.ASTIA



3.CLASSIC CHROME



4.Pro Neg. Standard



5.VELVIA



3-3-03 | 進化を続けるデジタルカメラ：ユーザーダイレクトマーケティング 1/2

03. ユーザーダイレクトマーケティング



“ 新製品 イベント ”

- ・グローバル発表会 「X Summit」
- ・ユーザーイベント 「FUJIKINA」
- ・国内イベント 「X-FES」



“ ユーザー 集いの場 ”

- ・FUJIFILM SQUARE
- ・WONDER PHOTO SHOP
- ・House of Photography

☞P44参照



“ クリエーターの 創作活動支援 ”

- ・「GFX」 Challenge Grant Program主催
- ・World Press Photo Foundationスポンサー
- ・KYOTOGRAPHIE京都国際写真祭スポンサー

スマホで飽き足らない潜在ニーズを掘り起こし
富士フイルムエコシステムへ巻き込むことで、当社ファンを醸成

3-3-03 | 進化を続けるデジタルカメラ：ユーザーダイレクトマーケティング 2/2

旗艦店やイベントへの来場者は増え続けている中、若年層の写真に対する関心が高まっている



X Summit ストックホルム



FUJIKINA 上海



House of Photography ロンドン



X Summit バンコク



FUJIKINA ニューヨーク



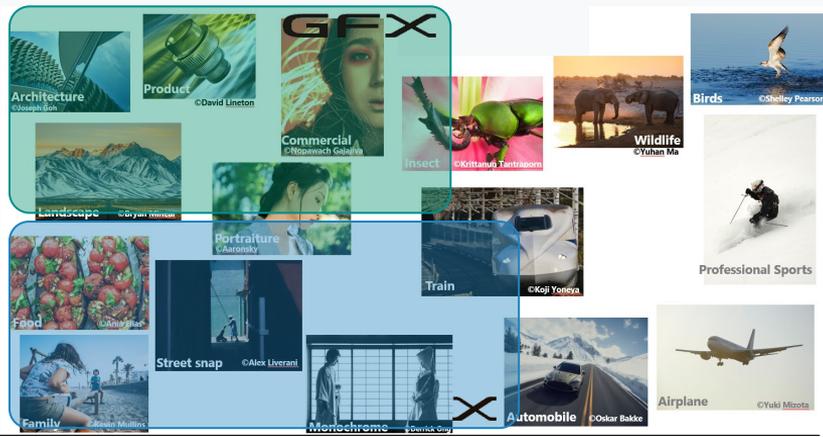
House of Photography シドニー

3-4-01 | デジタルカメラの戦略：撮影領域

「Xシリーズ」「GFXシリーズ」それぞれの特長を際立たせる**2ライン戦略を強化し、撮影領域を更に拡大**
ユーザーに応じた尖ったラインアップを展開し、独自のポジションを確立する

2ライン戦略

解像度(高画質)



高速・機動性

2ラインそれぞれの撮影領域を拡大

解像度(高画質)



高速・機動性

<p>GFX</p>	<p>自然風景、建築、コマーシャル、スタジオポートレート</p>	<p>高画質が求められる撮影</p>
<p>X</p>	<p>ドキュメンタリー、スナップ、スポーツ</p>	<p>撮影領域の拡大 高速オートフォーカスや小型軽量で機動力が求められる分野</p>

3-4-02 | デジタルカメラ戦略：デジタルカメラを取り巻く環境

当社コア技術(光学技術・色再現・高速撮像処理・画像処理・メカトロニクス)に新規テクノロジーを融合させることで、新たな映像表現の価値のある商品・サービスを創出する

AI・3D・バーチャルプロダクション・クラウド連携などの技術進化に伴う「新しい映像表現の誕生」「映像表現の融合」



創造(自己表現)

本日の内容

01

当社イメージング事業の概要

02

INSTAX™

03

デジタルカメラ

04

プリンティングソリューション

05

新規事業

06

業績目標

プリンティングソリューション戦略

01

新規プリント需要の掘り起こし

02

コミュニケーション強化と
プリントタッチポイントの拡大

03

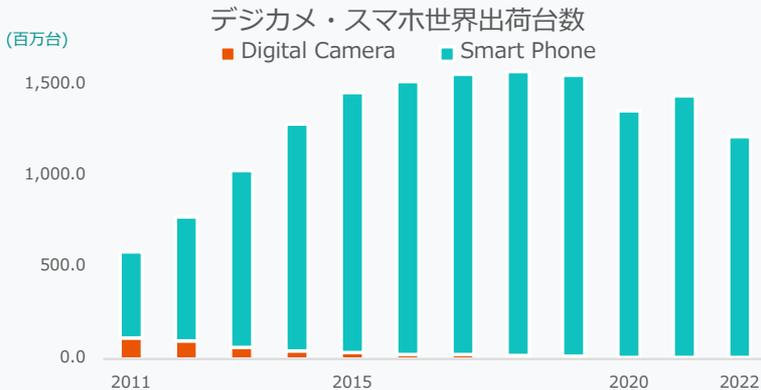
トナー方式プリンターによる付加価値創造

4-1-02 | プリンティングソリューション戦略：新規プリント需要の掘り起こし2/3

写真プリント需要の創造

写真プリント需要創造へ多彩な施策で魅力訴求情報発信で“プリント顕在層”を育成

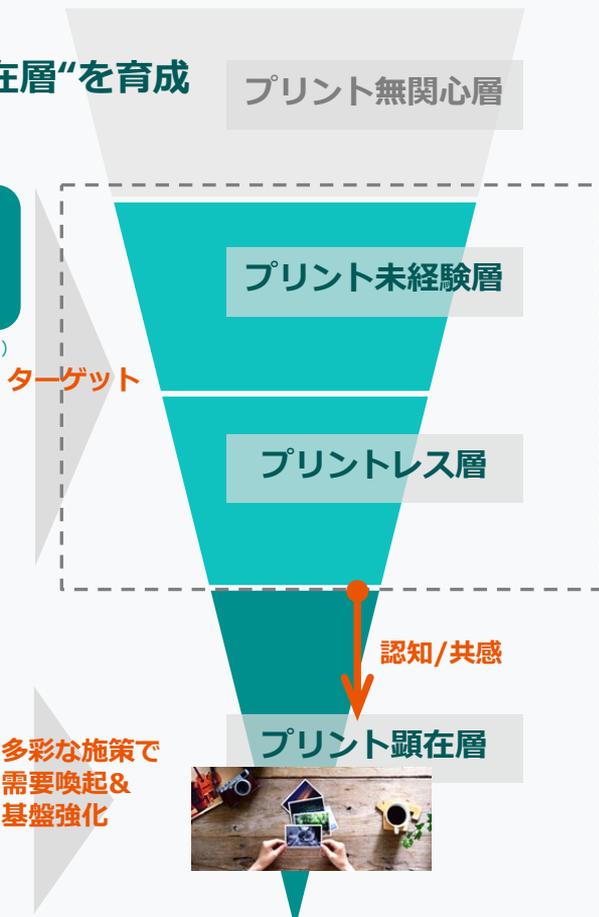
出典)
 ・ デジタルカメラ: CIPA 一般社団法人カメラ映像機器工業会
 ・ スマートホン : International Data Corporation



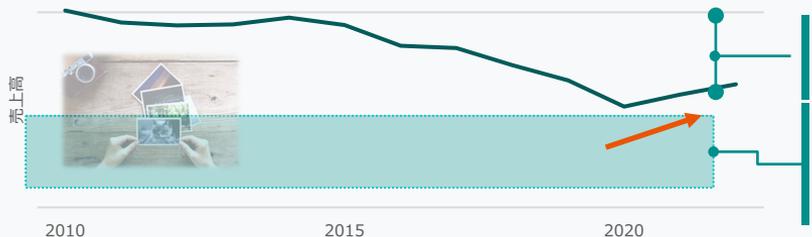
2021年に全世界で当社製品で
3兆ショット以上撮影された。

X社新製品発表会にて(2022年夏)

X社
シニアマネージャー



プリンティング関連事業売上高推移



プリントしたい気持ちはあるがしていない
岩盤層(既存ユーザー)

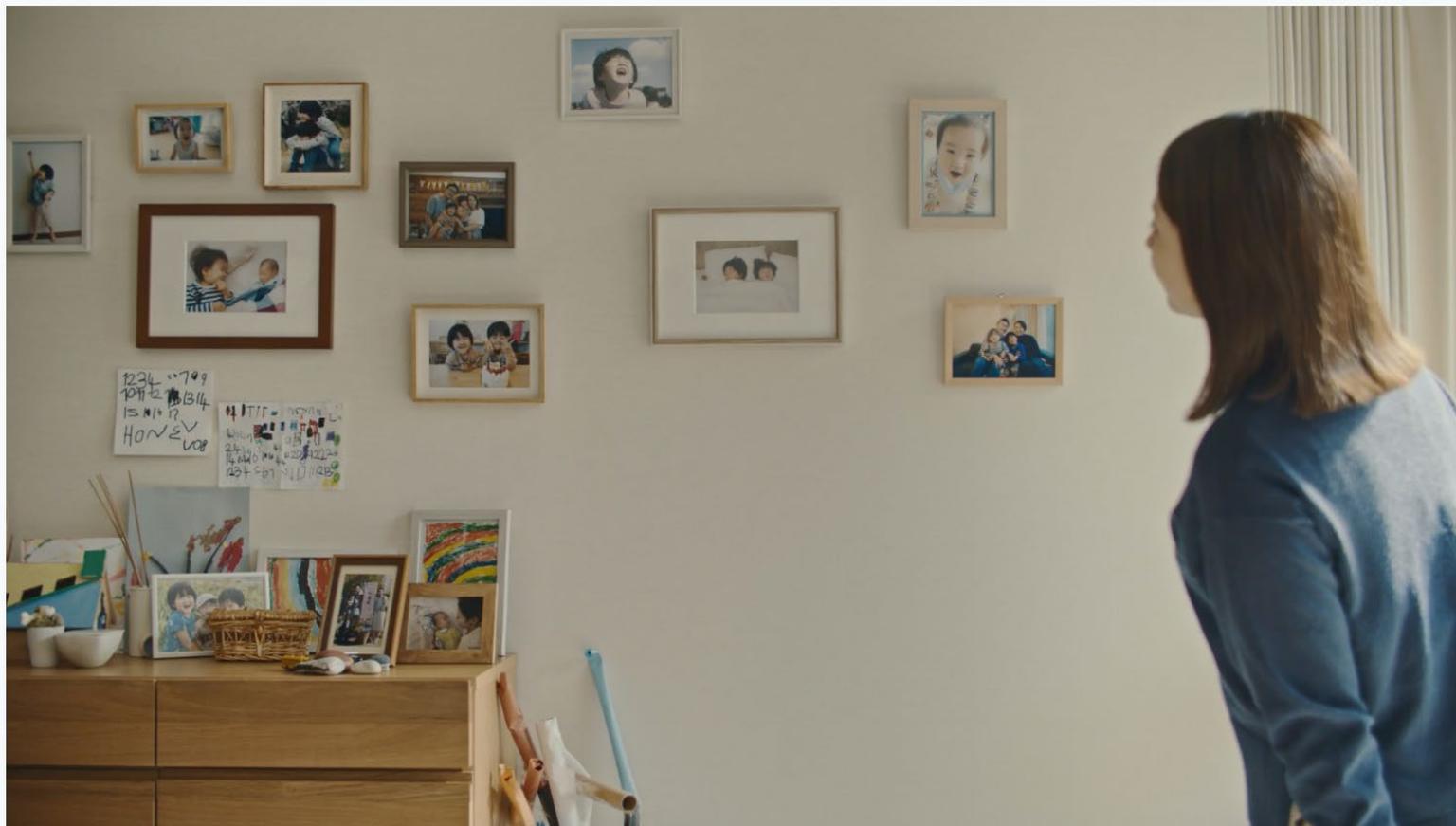
- ・ スクールフォト
- ・ ウェディング
- ・ プロ/趣味層

多彩な施策で
 需要喚起&
 基盤強化



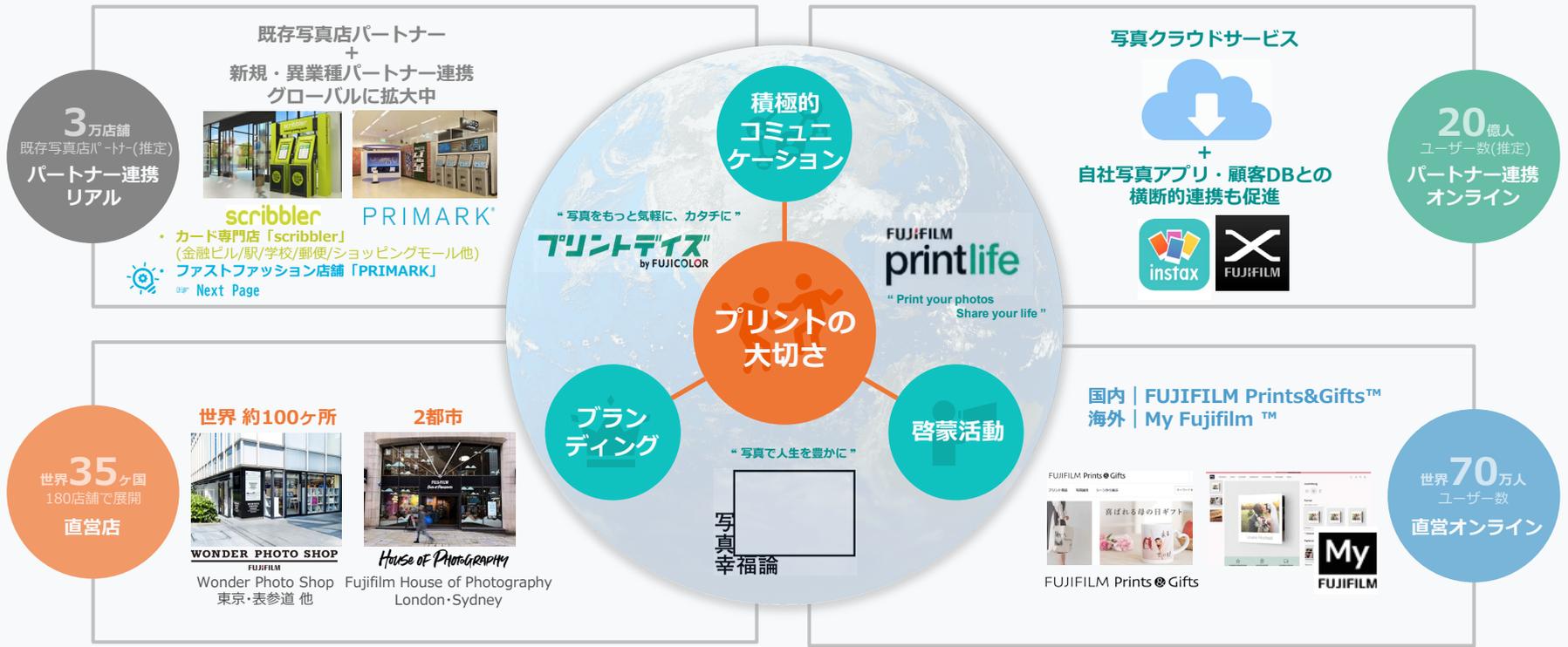
4-1-03 | プリンティングソリューション戦略：新規プリント需要の掘り起こし3/3

■ プリント価値の再発見 「写真幸福論™」



4-2-01 | プリンティングソリューション戦略：プリントタッチポイントの拡大 1/2

ブランディング、啓蒙活動、積極的コミュニケーションを通じプリント価値に対する共感を醸成し、リアル・オンラインの両面でタッチポイントのチャネルを拡大させている



4-2-02 | プリンティングソリューション戦略：プリントタッチポイントの拡大 2/2

異業種パートナーとのアライアンスにより、若い世代との新たなタッチポイントを創出するとともに、タッチポイントで提供する情報やコミュニケーションの質を高め、顧客体験を向上させる

両社で新たなファンの獲得

PRIMARK®

1969年にアイルランドで設立。現在はイギリスを中心に世界16か国に400以上の店舗を展開するファストファッションブランド。

“Photo by Fujifilm” concession at Primark’s shops

- 2023年11月 Manchester店オープン
- 2024年 1月 Birmingham店オープン予定
- 今後更にUK・欧州内展開予定



当社初

ファッション店舗でKIOSK端末を展開

ファッション

写真

PRIMARK®
FUJIFILM

“ 人流 ”

若い世代が集まるスポット

“ ブランド ”

若い世代に認知・メッセージカ

“ ノウハウ ”

魅力ある写真プリントコンテンツ・マーケティング手法の提供

4-3 | プリンティングソリューション戦略 : トナー方式プリンターによる付加価値創造

多様化する価値観やニーズの中で、「写真でもっと気軽に、カタチに」「写真で人生を豊かに」するために、新たな付加価値のある写真を気軽にプリントできるトナー方式製品をラインアップに追加

FF

銀塩



“高画質・大量”

FF

インクジェット



“少量～中量”

FF

昇華型熱転写



“店頭端末・イベント”

FF/FB

トナー方式
(ゼログラフィー)

トナー方式プリントメリット

写真用に画質を改善したトナー方式新プリンター開発導入

“気軽にプリント”

コンビニやスーパーなど、
その場ですぐにプリント可能

“マルチな出力形態”

多様な面種・サイズ・厚み、
両面プリントに対応可能

“収益性の向上”

- ・薬品や廃液の処理が不要で低価格なプリンター
- ・富士フィルムビジネスイノベーションとのシナジーで利益を最大化

本日の内容

01

当社イメージング事業の概要

02

INSTAX™

03

デジタルカメラ

04

プリンティングソリューション

05

新規事業

06

業績目標

5-1 | 新規事業：単品からソリューションビジネスへの展開

ソリューションビジネス

安全監視ソリューション インフラ点検ソリューション



ダム現場安全監視

空港侵入監視

洋上風カブレード点検



旋回台パッケージ
+VMSプラグインソフト

完成品ビジネス

空間演出ソリューション



超望遠監視カメラ
SX800/SX1600



没入自然空間

体験型アート展

体験ゲーム空間

店舗演出

レンズ単品ビジネス



完成品プロジェクター
Z6000



監視用
長焦点レンズ



プロジェクタ用レンズ



Z8000



プロジェクション
+大型出力・施工



ガラス貼り・バナー・パネル など

5-2 | 新規事業：撮影光学デバイスを活かした新ビジネス展開

撮影・光学デバイス（カメラ・レンズ）を活かした新ビジネス展開
「簡単撮影→自動合成・AI解析→情報・+α価値提供」をパッケージで提供
「見えないもの、見えにくいものを捉える」「画像のデータ化、AI解析で現場DX化」



“簡単撮影”

誰でも簡単・最新デバイス
撮影ノウハウ



“自動合成・AI解析”

最先端画像処理技術
AI解析・展開図合成



“情報提供”

専用ビューワー表示
クラウド保管・経時差分情報

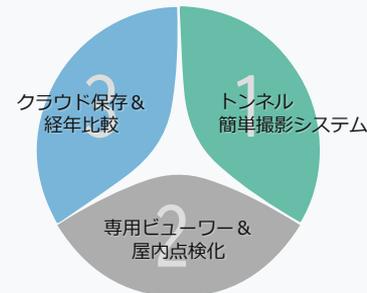
ニュースリリース(2023/10/7)

撮像システムの貸与からデータ活用までワンストップで提供、オフィスにいながら点検可能

「トンネル点検 DXソリューション」提供開始

最先端の光学技術・画像処理技術・AIを駆使し、インフラ分野のDXに貢献

2023年10月～ 国内電力会社 発電用導水路点検で実用開始



本日の内容

01

当社イメージング事業の概要

02

INSTAX™

03

デジタルカメラ

04

プリンティングソリューション

05

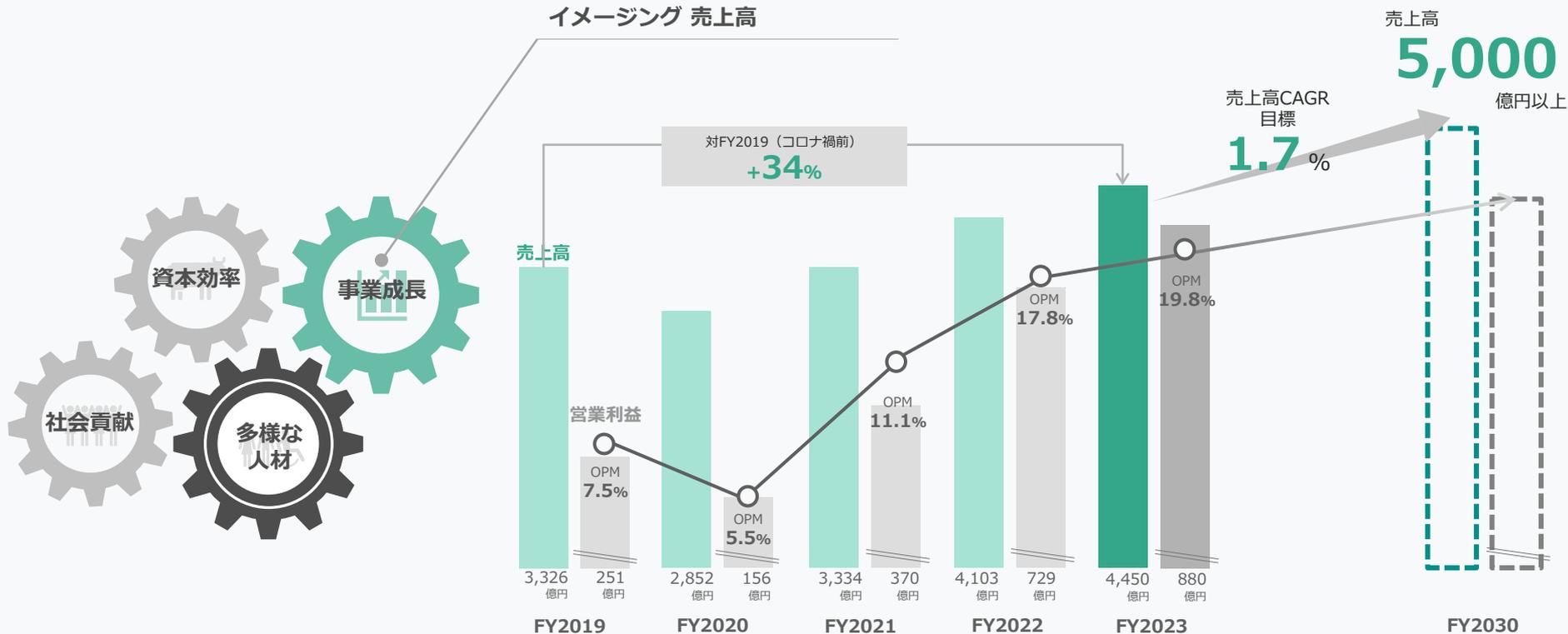
新規事業(プロジェクター、安全監視/インフラ点検)

06

業績目標

6 | 業績目標

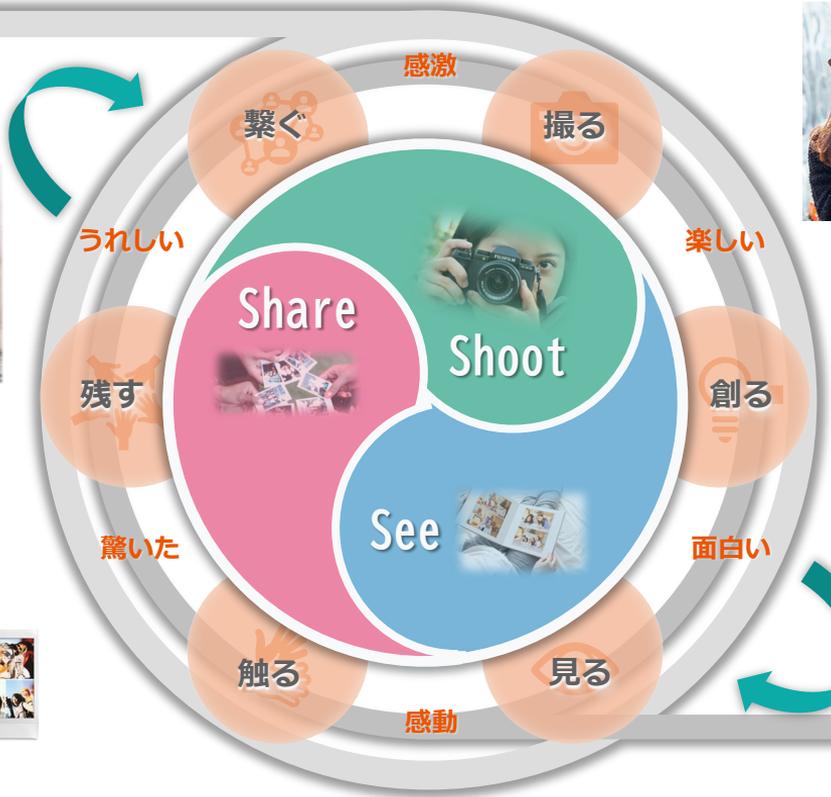
- ユニークで魅力のあるイメージング製品・サービスを創出し続け、**2030年度5,000億円以上を目指す**
- キャッシュジェネレーション事業**として、技術開発を進め、リソースを強化し、**安定的な成長事業**として富士フィルムグループのキャッシュ創出に貢献する



6 | イメージング事業におけるビジネスエコシステム

人々・社会にとって不可欠な写真・映像の世界に、新たな価値を送り届けるFUJIFILM独自のエコシステム

ライフスタイル、ライフステージに
寄り添ったフォトカルチャー提案



新たなエクスペリエンスの提供

A woman and a child are running on a sandy beach towards the ocean. The woman is on the left, wearing a white long-sleeved shirt and a light-colored skirt, with her arms outstretched. The child is on the right, wearing a grey long-sleeved shirt and white shorts, also with arms outstretched. They are holding hands. The background shows waves breaking on the shore under a bright, hazy sky. Long shadows of the woman and child are cast on the sand in the foreground.

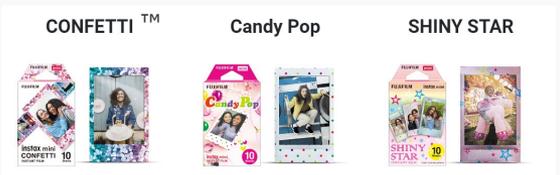
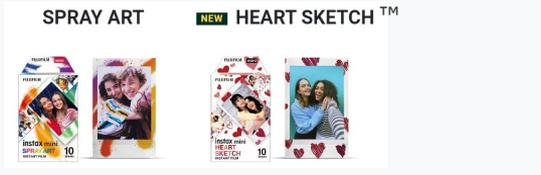
**写真・映像の新たな楽しさと感動を届け、
心豊かな人生と安心・安全な未来の社会創造に貢献**



Appendix

Appendix | INSTAX フィルム ラインアップ 2023/12/14時点

mini format



square format



wide format



Appendix | デジタルカメラ 「フィルムシミュレーション」モード

「フィルムシミュレーション」モード(全20種類：一部ご紹介)



ETERNA/シネマ

映画用フィルム「ETERNA」がベース。

特定の色が主張しすぎないように彩度はおさえめ、急な白飛びや黒つぶれを防ぐハイエストとディープシャドウの非常に柔らかな諧調により、"シネマ・ルック"を実現。



ETERNA BLEACH BYPASS

動画用「フィルムシミュレーション」 「ETERNA」に、多くの映像作家に支持されている“銀残し”のフィルム現像効果を適用。

高コントラストでありつつも彩度は低く仕上げられた画は重厚感があり、ドラマチックな映像の撮影に適している。



NOSTALGIC Neg.

カラー写真が作品として使用され始めた1970年代の写真集での「アメリカンニューカラー」ような色再現を目指した「フィルムシミュレーション」。

ハイライトはアンバーに味付けしつつシャドウ部も色乗りが良く、スナップ写真などに適している。



ACROS

“世界最高の粒状性”と称賛されたモノクロフィルム「ACROS」がベース。豊かなシャドウディテール、高精細なシャープネスに加え、高感度では粒状性が増し、モノクロフィルムのような質感が得られる。



SEPIA (セピア)

時間が経ち色あせた写真を再現したモードです。レトロ感やノスタルジックな雰囲気を演出したい場合に適している。



モノクロ

モノクロ写真のモードです。通常のモノクロに加えて、コントラストを高める「イエロー (Ye) フィルター」「レッド (R) フィルター」、緑色を明るく・赤色を濃く表現する「グリーン (G) フィルター」を使ったように表現意図に合わせた画質調整が可能。

Appendix | デジタルカメラ 「フィルムシミュレーション」モード

I 「フィルムシミュレーション」モード(全20種類：一部ご紹介)

Page34

**PROVIA/スタンダード**

プロ用のリバーサルフィルムのスタンダードタイプ「FUJICHROME PROVIA」がベース。
多くの方が心地よく感じる色再現を追求し、**風景から人物まで、あらゆる被写体に対応するオールマイティ**な「フィルムシミュレーション」。

1

**ASTIA/ソフト**

ファッション・ポートレート撮影での使用を想定して設計されたリバーサルフィルム「FUJICHROME ASTIA」がベース。
ソフトで忠実な肌再現と鮮やかな青空や緑の両立を目指しており、扱いやすい「フィルムシミュレーション」。

2

**CLASSIC CHROME**

20世紀のグラフィジャーナル誌に使われた写真のような色再現を目指したフィルムシミュレーション。
彩度は低め、暗部の諧調を硬めに設計されており、ドキュメンタリータッチでリアリズムを求める写真を撮る際に最適。

3

**PRO Neg.Hi**

プロ用ネガフィルム「PRO160NH」がベース。
PRO Neg.Stdよりも諧調がやや硬く、**屋外など凝ったライティングが出来ないシチュエーションでのポートレート撮影に適している**「フィルムシミュレーション」。フラットなライティング下でも適度な陰影が得られる。

**PRO Neg.Std**

プロ用ネガフィルム「PRO160NS」がベース。
諧調と肌の柔らかさが特徴で、作りこまれたライティングでのポートレート撮影に適している。
ニュートラルな諧調により、撮影後に画像加工を行う際にも最適な「フィルムシミュレーション」。

4

**CLASSIC Neg.**

スナップシューターに愛用されてきたネガフィルム「SUPERIA」がベース。
メリハリのある諧調と、彩度を抑えつつも明部と暗部の色味を変えることで深みを増した色で、立体的な表現が得られる。

**VELVIA/ビビッド**

プロ用超高彩度リバーサルフィルム「FUJICHROME VELVIA」がベース。
スタンダードな「PROVIA」に対し、**風景写真家が期待する鮮やかでメリハリのあるイメージカラーが特徴。**

5

■ 将来予想に関する記述(免責事項)

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。

■ 商標について

〉 富士フィルムの登録商標または商標

以下は、富士フィルムの登録商標、または商標です。

FUJIFILM, INSTAX, チェキ, INSTAX mini, INSTAX mini 12, INSTAX mini 40, INSTAX mini 90, INSTAX mini LiPlay, INSTAX Mini Evo, INSTAX mini Link 2, Instax SQUARE, INSTAX SQUARE SQ 1, INSTAX SQUARE SQ 40, INSTAX SQUARE Link, INSTAX WIDE, INSTAX WIDE 300, INSTAX Link WIDE, INSTAX Pal, 手のひらサイズカメラ, dont' just take, give., とるだけじゃない、あげたいから、,チェキプリント, キャラチェキ, INSTAX BIZ, INSTAX Connect, INSTAX UP!, Rainbow, BLUE MARBLE, MERMAID TAIL, CONFETTI, WHITE MARBLE, HEART SKETCH, SUNSET, X, GFX, GFX100, GFX100II, GFX100, GFX100S, X-S20, X-H2S, X-H2, X-T5, GFX50S, GFX50SIIX-Pro1, X100, X100V, FinePix700, FUJIX DS-X, FUJIX DS-1P, X MOUNT, フジノン, FUJINON, フィルムシミュレーション, ETERNA, ETERNA BLEACH BYPASS, NOSTALGIC Neg. ACROS, PROVIA, ASTIA, CLASSIC CHROME, PRO Neg. Hi, PRO Neg. Std, CLASSIC Neg., VELVIA, フジクローム, X Summit, FUJIKINA, X-FES, House of Photography, FUJIFILM SQUARE, WONDER PHOTO SHOP, 写ルンです, 写真幸福論, プリントデイズ, FUJICOLOR, printlife, FUJIFILM Prints&Gifts, My Fujifilm, ひびみっけ

〉 当社以外の登録商標または商標

- ・ 「HYPEBEAST」は、Hypebeast Hong Kong Limitedの登録商標または商標です。
- ・ 「Nintendo Switch」「あつまれどうぶつの森」「スーパーマリオ」「ポケモンスナップ」「スプラトゥーン」は、任天堂株式会社の登録商標または商標です。
- ・ 「QRコード」は、株式会社デンソーウェーブの登録商標または商標です。
- ・ 「scribbler」は、Scribbler Brands Ltdの登録商標または商標です。
- ・ 「PRIMARK」は、Primark Limitedの登録商標または商標です。

FUJIFILM
Value from Innovation