

## リテイルシステム部門

当部門は、業界トップシェアの飲料自動販売機、ならびに店舗の設計・施工までを手がける冷凍・冷蔵ショーケースを主体としたコールドチェーンの2つの事業を柱に、自動つり銭機や電子マネー関連機器をコアとする通貨機器を加えた3つの事業を展開しています。業界トップに裏打ちされる、卓越した技術と蓄積されたノウハウを活かし、環境対応型自動販売機のさらなる消費電力量の削減など、省エネルギー化による高付加価値化を強化していきます。



富士電機リテイルシステムズ株式会社  
代表取締役社長  
西垣 博志

### セグメントの有する優位性

当部門は、流通分野における確固たる顧客基盤を有しており、業界トップシェアを誇る自動販売機事業を中心に、様々な製品で活かされている環境・省エネルギー技術に優位性を持っています。また、業界トップレベルの紙幣・硬貨の識別・鑑別技術とマネーハンドリング技術、全国ネットワークの営業およびメンテナンス・サービス体制により、安定した事業基盤を有しています。

### 2008年度の業績概況・取り組み

- 売上高は前期比14.0%減の1,364億円、営業損益は4億円の営業損失
- たばこ自動販売機の成人識別改作作業の需要終息と下期の自動販売機の需要減少が影響
- 省エネルギー型ヒートポンプタイプの自動販売機が好調に推移

	2006年度	2007年度	2008年度	(単位：億円) 増減(対前期)
売上高	1,525	1,586	1,364	-222
営業利益	23	27	-4	-31



**環境対応型自動販売機**  
冷熱ユニット回路の改善など  
運転効率の適正化や白色LED  
ディスプレイ照明の採用など  
により、消費電力の低減を  
実現しました。



**自動つり銭機**  
レジの精算時間の短縮の  
ため、スーパーマーケットなど  
の流通分野で自動つり銭機  
の導入が進められています。  
入金から出金までの現金  
管理をすべて自動で行う  
ことができます。

## 2008年度の全体・セグメント別業績概況

### ● 業績概況

当部門では、「収益体質の強化」と「伸長分野の事業領域の拡大」を目標に掲げ、自動販売機、コールドチェーン機器の収益力向上に取り組むとともに、自動つり銭機、電子マネー関連機器を主体とする通貨機器の拡大に取り組まれました。

しかしながら、当部門の売上高は、市況悪化の影響を受け、自動販売機、通貨機器、コールドチェーン機器ともに低調に推移し、前期比14.0%減の1,364億円となりました。自動販売機を中心とした市況悪化による売上高の減少と鋼材価格の影響を受け、営業損益は前期に比べ31億円悪化し、4億円の営業損失となりました。

### ● サブセグメント別業績概況

#### 自販機・フード機器分野

主力の飲料自動販売機は、大口顧客の投資が抑制されたことに加え、業界全体の市況が下期から急激に悪化した影響により、前期を下回りました。また、たばこ自動販売機は成人識別改作作業の需要終息により前期を大きく下回りました。営業損益はコストダウンと総経費圧縮に努めたものの、売上高の減少と鋼材価格高騰により前期を大幅に下回りました。

一方で、環境への取り組みとして開発した自然冷媒を用いたヒートポンプタイプや、冷却特性に優れた冷媒を採用した省エネ型ヒートポンプタイプの缶自動販売機は環境意識の高まりを背景に好調に推移しました。

#### 通貨機器分野

市場が拡大している自動つり銭機は、専門店や中小規模のスーパー向けへの導入が活発化し、受注は引き続き好調に推移しました。一方、電子マネー関連機器は、複数規格の電子マネーの読み取り可能な決済端末を発売したものの、市況が低迷したことにより減少しました。営業損益は販売管理費の削減と徹底したコストダウンにより、前期を若干上回りました。

#### コールドチェーン機器分野

コンビニエンスストア向けは、フランチャイズオーナー不足などによる出店減の影響があったものの、建築工事・内装工事を含むトータル受注の促進により堅調に推移しました。一方、スーパーマーケット向けは、個人消費の冷え込みによる新店や改装の延期などの影響と、収益分野への集中により減少しました。売上高は若干下回りましたが、構造改革を進め、物件管理の徹底、エンジニアリング力の強化、コストダウンなど体質強化のための諸施策を強力に推進した結果、黒字化を達成しました。



**電子マネー決済端末機**  
 複数の電子マネーの読み取りを可能とする  
 と同時に、セキュリティレベルを向上させた  
 マルチブランド決済端末を発売しました。



**冷蔵多段オープンショーケース**  
 店舗環境にあわせて最適な運転状態にする  
 ことで、年間最大25%省エネルギー化が可  
 能です。

## 2009年度の市場環境・方針

### ● 市場環境・課題認識

飲料・食品自動販売機分野の市場は、上期は引き続き設備投資が抑制され低調に推移することが予想されます。市況回復は下期以降と見込まれ、主力となる環境対応型や省エネルギータイプの飲料自動販売機のニーズが拡大・シフトしていくものとみています。

通貨機器分野では、流通業界におけるオペレーションコストの削減・省人化、セキュリティ対策、差別化・顧客囲い込みに対するニーズが今後ますます高まることから、市況は徐々に回復していくことが見込まれます。

コールドチェーン機器分野では、流通業界における投資案件の小規模化により競争はますます激しくなることが予想されます。一方で、食品流通業界の大きな流れとして注目が高まっている「食の安心・安全」の追求や、地球温暖化防止に向けた省エネルギー化の取り組みが加速し、また少子・高齢化を背景として、より地域密着型になっていくことが考えられます。

### ● 部門方針

厳しい市場環境のなか、事業環境変化をタイムリーに捉えつつ、環境・省エネルギーに重点を置いた事業展開と総原価低減の諸施策を、販売・ものづくり・サービスで一体となって推進し、自販機・フード機器分野、通貨機器分野、コールドチェーン機器分野とともに、収益力の回復・向上を図ります。

### ● サブセグメント別方針

#### 自販機・フード機器分野

当分野は低炭素社会実現に向けた取り組みを強化して、省エネルギー性能をさらに向上したヒートポンプタイプの環境対応型飲料自動販売機のラインアップを拡充します。具体的には、缶飲料自動販売機における自然冷媒ヒートポンプタイプや超省エネ型ヒートポンプタイプのラインアップを強化するとともに、新たに、カップ飲料自動販売機、紙パック飲料自動販売機における省エネルギー・環境タイプの拡充を図ります。また、食品自動販売機においても新型機の開発・製品化を進め、積極的な営業活動を展開する計画です。一方、ものづくりの面では、コストダウンおよび生産体制の見直しを進め、収益力の強化を図ります。

## 通貨機器分野

これまでに培ってきた「リアル(現金)」と「バーチャル(電子マネー)」に関わる高い技術力により、顧客のニーズにお応えする製品の提供に加え、各地域における営業活動を強力に推進し、受注の拡大を目指します。また同時に、販売管理費の削減とコストダウンの徹底により、収益力の強化を目指します。

## コールドチェーン機器分野

省エネルギー技術を駆使した開発を進めるとともに、フィルム型太陽電池など富士電機グループの持つ豊富な製品群により、「環境・省エネルギー」「食の安心・安全」をキーワードに、付加価値を高めた店舗の総合的な提案を行っていきます。これらを地域密着型の営業活動により強力に推進し、受注の確保につなげると同時に、前期に引き続いて、生産性の向上、物件管理の徹底、エンジニアリング力の強化などを推進することにより、さらなる収益体質の向上を目指します。

## 自動販売機の省電力化の推進

## TOPICS

自動販売機の省電力化が求められるなか、環境対応型缶自動販売機では、省エネルギー化を実現するヒートポンプ技術などにより、スタンダード機と比べて約41%の消費電力削減(当社2009年モデル)を実現しました。

また、自動販売機事業の環境活動の一環として、製品の全ライフサイクルステージにおける環境負荷が適正な手順でデータ化されていることを示す「エコリーフ環境ラベル」の取得に取り組んでいます。2008年には、EMAI(社団法人産業環境管理協会)が運営するエコリーフ環境ラベルの「システム認定」を、自動販売機業界で初めて取得しました。これは、エコリーフ環境ラベルに必要なシステムを保有し、それが適切・有効に機能していることをJEMAIが審査し、製品事業者単位\*で認定するものです。

当社グループは今後も、環境対応自動販売機の開発や環境ラベルの公開を通じた環境負荷軽減活動を推進することにより、地球環境との共存に貢献していきます。

\*システム認定を受けた製品事業者は富士電機リテールシステムズ(株)三重工場であり、対象製品は缶・ボトル飲料自動販売機、紙容器自動販売機です。

消費電力比較

