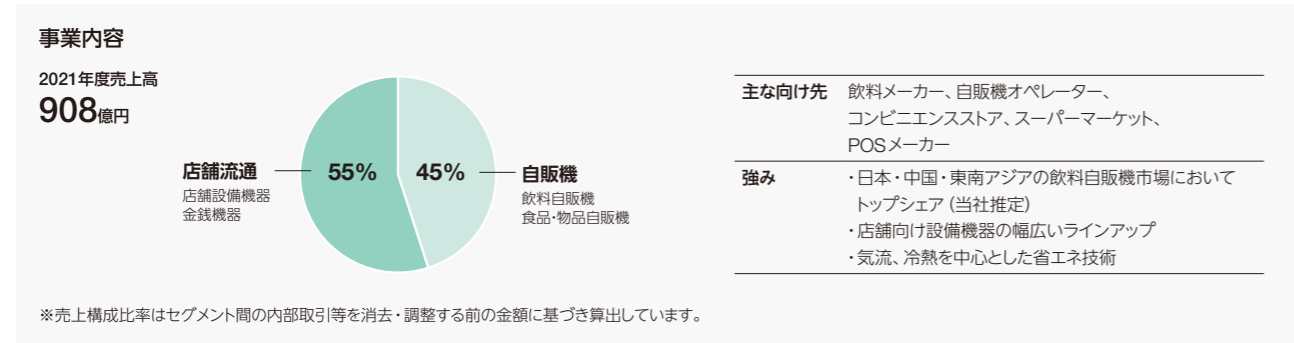


食品流通



市場ニーズに対応した製品、商材の高付加価値化、ものづくりのトータルコストダウンにより売上の拡大、収益性の改善を図ります。

執行役員
食品流通事業本部長
浅野 恵一



市場動向と事業機会

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大幅に落ち込んだ食品流通市場は、回復基調となっています。

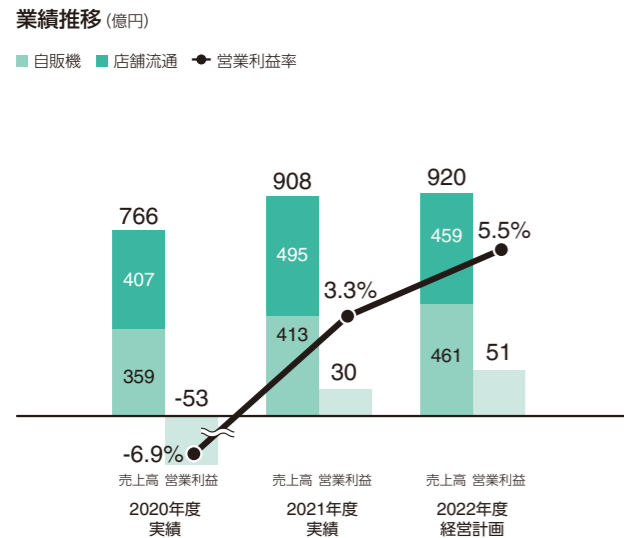
国内の自販機市場は、飲料メーカーによる投資の回復に加え、非接触・非対面販売のニーズが高まり、新たに自販機を活用するマーケットが拡大すると見込んでいます。

海外の自販機市場は、販売商品の拡大、省エネ・環境対応

など顧客ニーズの多様化により、前年度に対し回復傾向にあります。中国についてはロックダウンおよびゼロコロナ政策の状況を注視して対応していきます。

店舗流通市場は、コンビニエンスストアを中心に省エネに対応した店舗の改装需要の増加とともに、省人化や食品ロス削減、非接触・非対面など、ニーズが多様化しています。

2021年度実績・2022年度計画



2021年度は、国内飲料メーカーを中心とした自販機投資の需要回復と、コンビニエンスストア向け店舗設備機器の需要拡大により増収となりました。営業利益は、前年度の事業構造改革効果を抽出し、前年度-53億円から83億円改善し30億円の黒字となりました。

2022年度は、金銭機器の大口案件の反動減がありますが、回復基調が続く国内飲料メーカーの自販機投資と、冷凍自販機を中心とした新たなマーケット拡大により、売上高は対前年度12億円増加の920億円を計画しています。営業利益は、物量増に加え、ものづくりの合理化、変動費対策の推進などにより、21億円増加の51億円、営業利益率は5.5%を計画しています。

重点施策

自販機事業の売上拡大と更なる収益性の改善

国内の自販機分野には、省エネやキャッシュレスに対応した高付加価値自販機の導入を進めます。また、飲料メーカーや自販機オペレーターによる商品補充業務の効率化を実現する「自販機IoTサービス」などのDX関連商材を展開し、売上拡大を図るとともに、収益性の改善も進めます。海外は、省エネに加え、非対面やフードデリバリー対応機など、高機能ニーズに対応した差別化商材を展開します。

収益性の改善に向けては、2022年度に市場投入するフルモデルチェンジ機にて、プラットフォーム設計による部品の共通化、機種統廃合を図り、ものづくりにおける生産性向上と業務の効率化も含めたトータルコストダウンを推進します。また、原材料高の価格転嫁に加え、商品価値に見合った価格への改定を実施していきます。

ニーズの多様化に対応した高付加価値商材の展開

店舗流通分野については、コンビニエンスストアを中心に、ショーケース、カウンター機材、自動釣銭機、自販機コンビなどトータルソリューションを展開します。店舗流通市場では、省エネ、省人・省力、食品ロス削減、非対面販売などニーズが多様化しています。それらに対し、省エネ性能を向上させた環境型ショーケース、省人・省エネに貢献する新型カウンター機材、店舗稼働管理サービスなど、高付加価値商材の拡大により収益性の改善を図ります。

「自販機を1つの店舗」として顧客を開拓

非接触・非対面、24時間販売といったニーズに伴い、新たに自販機の活用を検討するお客様に対しては、冷凍食品をはじめ、さまざまな商品に対応した自販機を投入します。また、外食チェーンや小売りなど、新たな顧客のニーズに対応するため、2022年度に立ち上げた専門の営業組織が中心となり、需要の取り込みを加速し、新たな成長戦略の柱としていきます。

多様化したニーズに対応した製品・ソリューションの展開

