

2018年度中期経営計画

食品流通事業

2016年5月26日
富士電機株式会社
食品流通事業本部

■ 事業概要

■ 2015年度中期経営計画振り返り

■ 2018年度中期経営計画

- ・市場動向

- ・事業計画

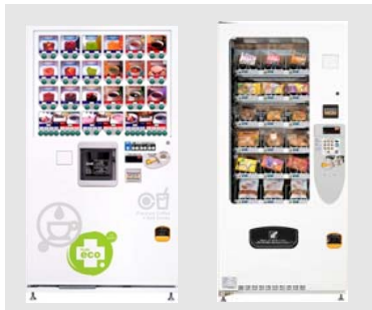
- ・重点施策

- ・設備投資、研究開発

事業概要

自販機

国内・中国自販機トップシェア*



- 缶・PET自販機
- カップ自販機
- 食品・物品自販機
- 海外市場向け自販機
- 自動給茶機
- 清涼ディスペンサー

*当社調べ

店舗流通



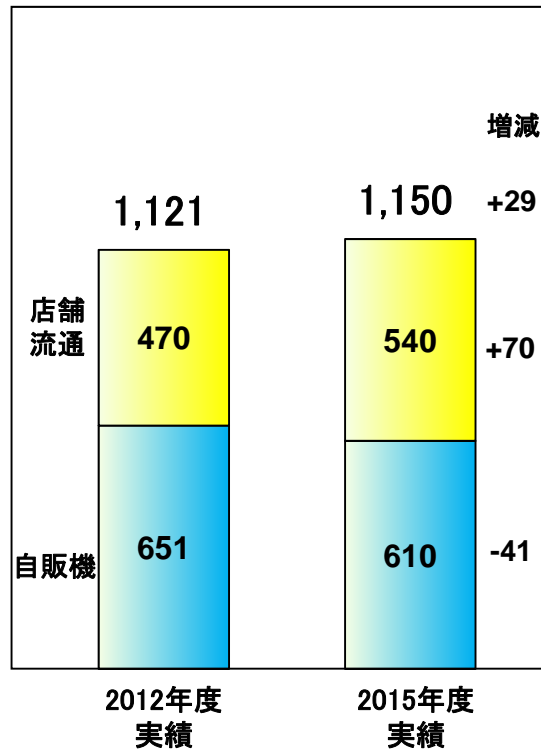
- 店舗トータルコーディネート
- 冷凍・冷蔵ショーケース
- カウンター什器
- 自動釣銭機
- 冷凍保冷コンテナ

2015年度中期経営計画振り返り

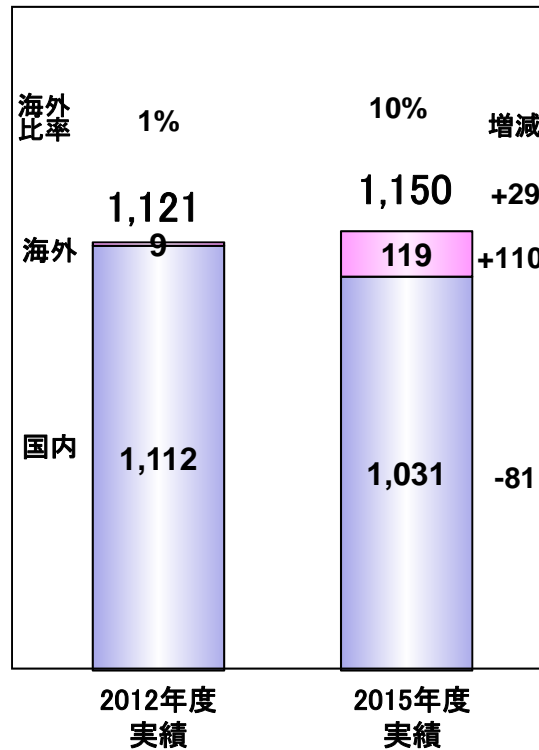
2015年度中期経営計画振り返り

中国自販機における市場拡大、生産能力増強と製販分離による体制整備
および店舗流通での新製品投入により増収増益

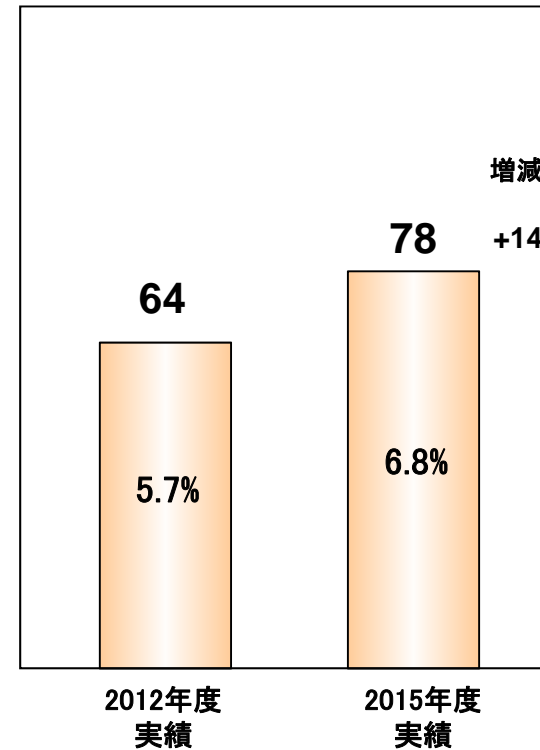
サブセグメント別売上高(億円)



国内・海外売上高(億円)

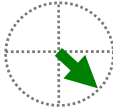

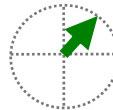
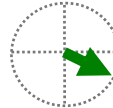
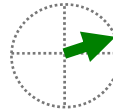


営業利益・営業利益率(億円)



※2012年度実績は、2015年度までの事業組替を反映し表示しています。

2015年度中期経営計画振り返り(成果と課題)

区分	マーケットの変化 (中期計画立案時点→2015年時点)	施策	成果 (売上高増減)
自販機 (国内)	<ul style="list-style-type: none"> 自販機市場微減 →業界再編による大幅減 (対2012年度75%) 	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ自販機の新製品投入による 国内置換需要取り込み 	
自販機 (海外)	<ul style="list-style-type: none"> 中国市場伸長 →普及大幅拡大 (対2012年度210%) 	<ul style="list-style-type: none"> 中国自販機の新規顧客獲得、生産能力増強 中国における製販分離による体制整備 東南アジア市場に参入 タイにおけるグローバル自販機の生産開始 	
店舗	<ul style="list-style-type: none"> 市場ニーズの多様化 	<ul style="list-style-type: none"> カウンター什器の投入 新規顧客獲得 自動釣銭機事業の拡大(次世代釣銭機投入) 	
流通	<ul style="list-style-type: none"> 流通システム事業の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> D-BOXチルド機の投入 フローズン機、シッパーの開発 	
		<ul style="list-style-type: none"> 流通システム(要冷物流等)の新事業開拓・拡大 	

【明らかになった課題】

国内自販機減に伴う中国自販機事業の加速推進、東南アジア自販機市場の活性化、店舗事業の拡大・基盤強化

2018年度中期経営計画

基本方針

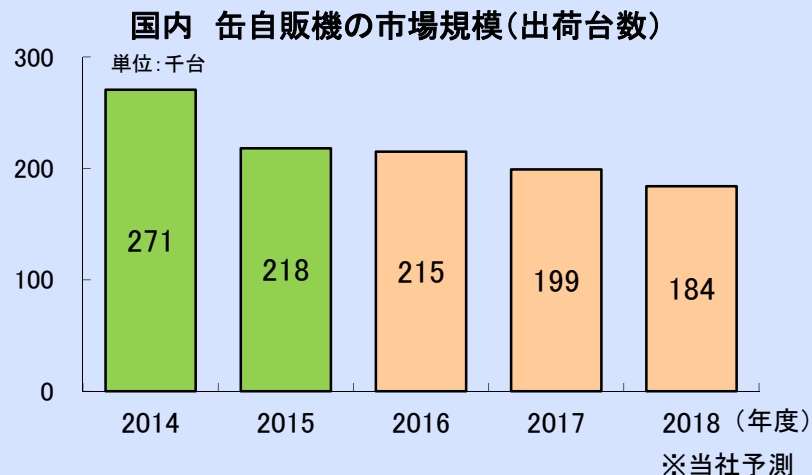
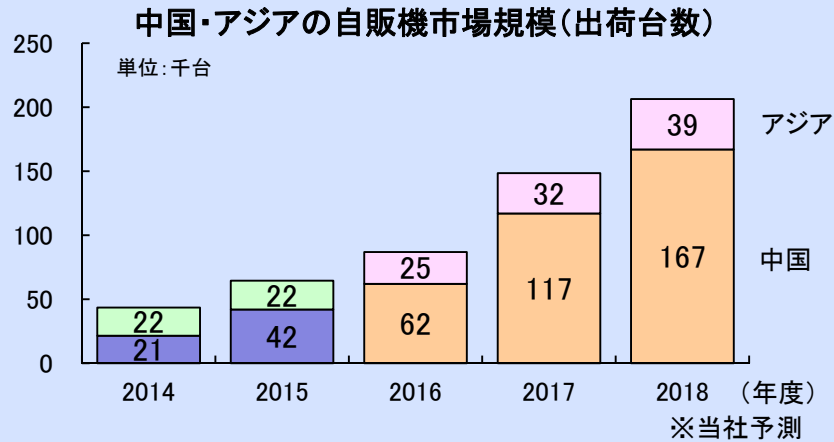
**海外を含む伸長分野への注力を一層推進することにより、
利益基盤を強固なものとする**

重点実施事項

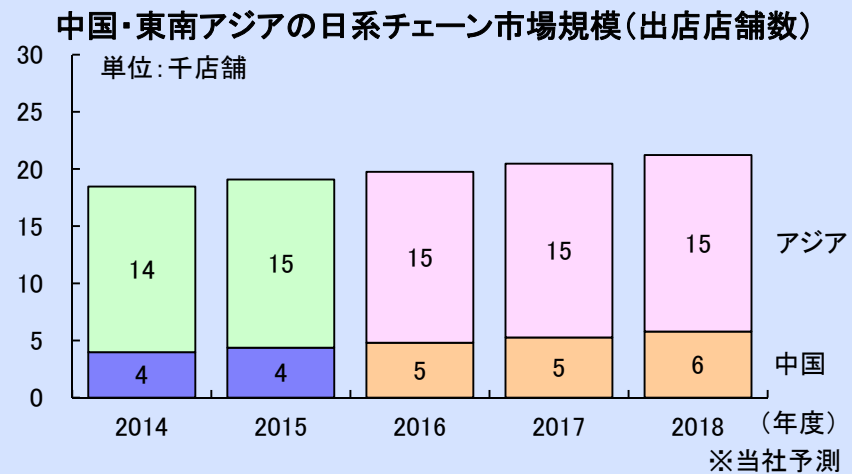
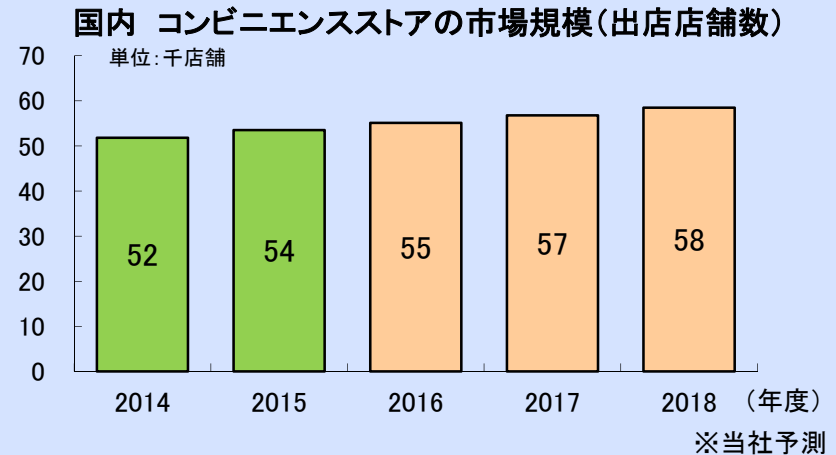
- **国内：自販機事業を堅持しつつ、店舗流通事業の拡大を図る**
- **海外：中国を中心に自販機事業を拡大し、さらにアジアでの基盤を構築する**

国内では、コンビニエンスストア市場は横這い、自販機市場は漸減であり、食品流通事業における新たな付加価値の創造、潜在需要の掘り起こしが必要。一方、海外での自販機需要は急速に高まる

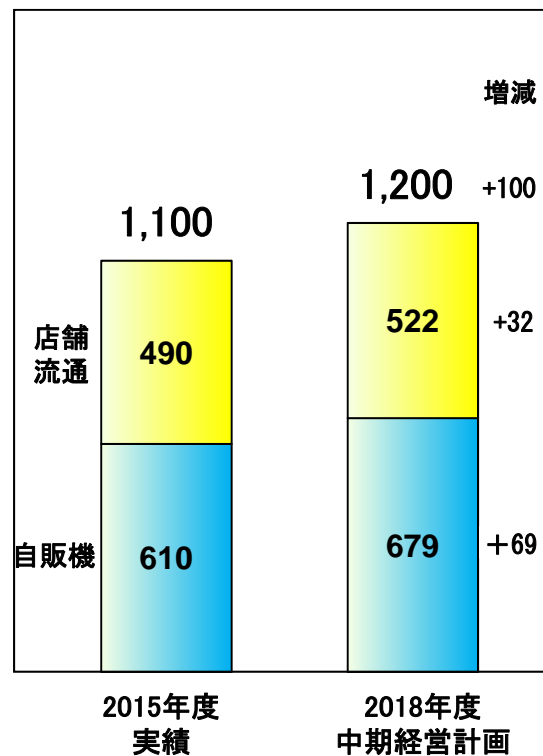
自販機市場



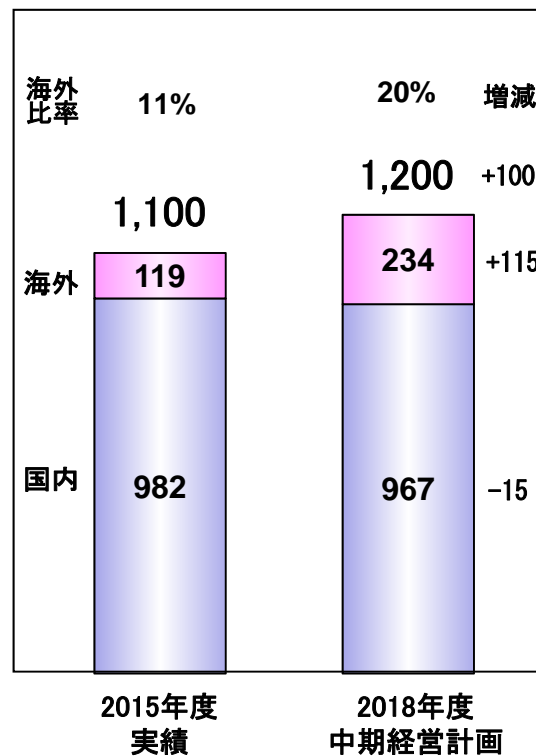
コンビニエンスストア市場



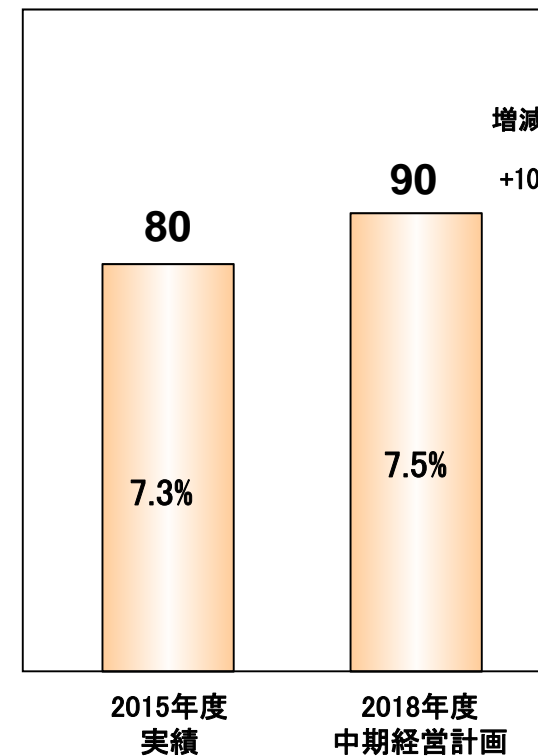
サブセグメント別売上高(億円)



国内・海外売上高(億円)



営業利益・営業利益率(億円)



※2015年度実績は、2016年度における事業組替を反映し表示しています。
組替内容: 植物工場、物流の所管変更 (食品流通→産業プラント)

自販機

海外での自販機事業拡大へリソースを集中

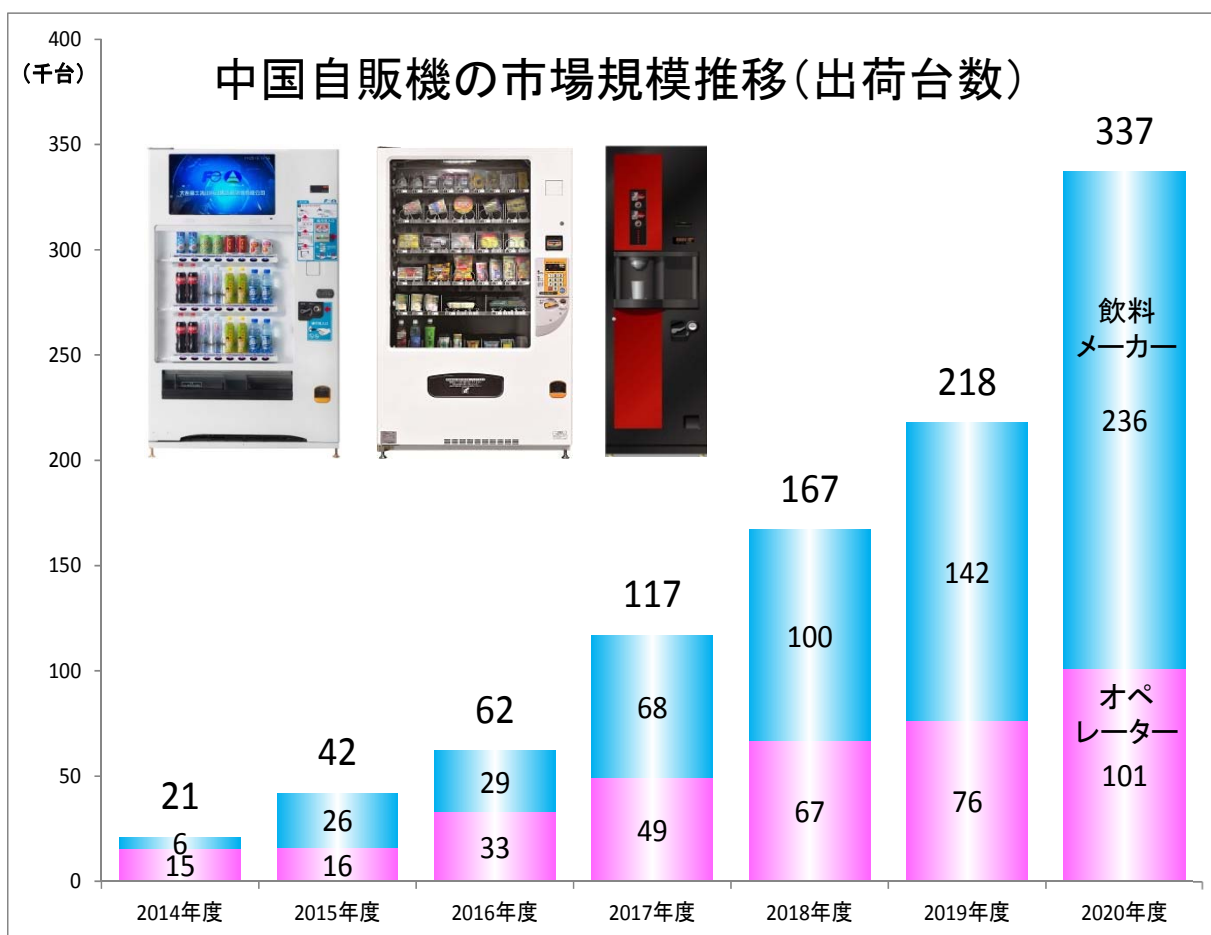
- 中国における事業体制強化
- アジアにおける事業体制強化
- 高付加価値機の投入(国内・海外)

ものつくりの強化

- 国内自販機における、更なる原価低減の推進

自販機 重点施策(中国市場予測)

- 中国自販機市場は、飲料市場の堅調な推移と、人件費高騰等による自動サービス化ニーズの高まりにより、大きく伸長
- 飲料メーカーが、新しい販路として自販機を積極的に活用



- サイネージでの商品選択
- スマホによる代金決済



(当社推定)

自販機 重点施策(中国事業の体制強化)

- 販売・サービス体制の強化による事業拡大
- 開発体制の強化による新製品開発(カップ機、食品機、サイネージ機等)
- 生産体制の強化(年間10万台体制の構築)

中国市場と営業・サービス拠点



自販機生産ライン
(大連)

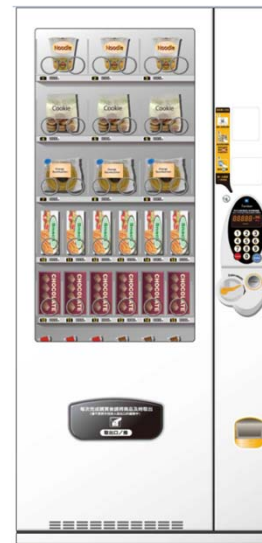


大連 第二工場(完成予想図)

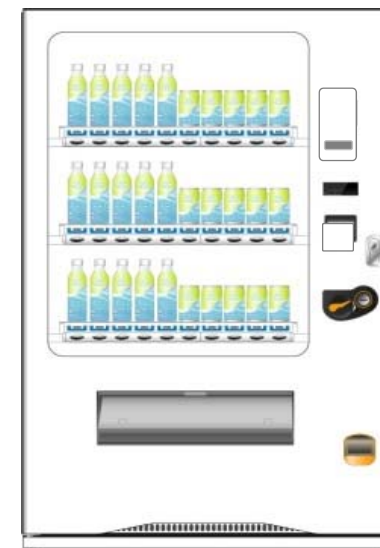
- 商材の拡充(グラスフロント機、缶・PET自販機、カップ自販機)
- 現地飲料メーカーの自販機展開支援とオペレータ育成支援
- 現地オペレータ会社設立による市場拡大



アジア市場の開拓に向け、富士電機マニュファクチャリング(タイランド)社にてグラスフロント機を製造



グラスフロント機
【飲料・食品・物品自販機】

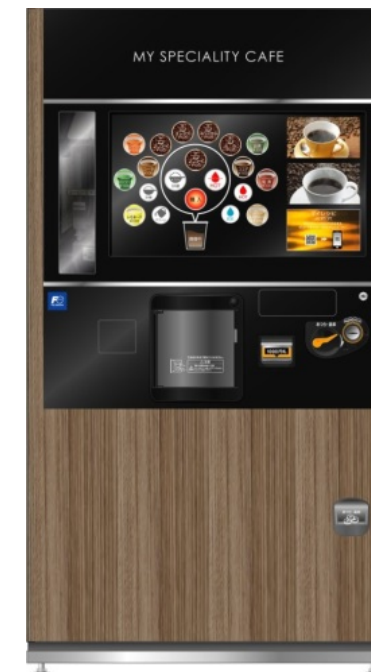


【缶・PET自販機】

- 中国で先行するスマート化自販機の加速推進及びグローバル展開
- 魅力的なコンテンツで集客力アップ(スマートフォン連携、CMなど)
- サイネージを活用したオペレーションの効率化やインバウンド対応



デジタルサイネージ機(伊勢志摩サミット国際メディアセンター展示機)
【缶・PET自販機】



デジタルサイネージ機
【カップ自販機】

店舖流通

店舗流通事業拡大に向けた取り組みの推進

- 現場管理・施工管理体制の強化
- コンビニエンスストア向け新商材の投入
 - 次世代型ショーケース「Non-Leak」の開発
- 省人化に向けた次世代店舗づくり
- コア技術である冷熱技術に、IoT技術を融合した製品開発

店舗流通 重点施策(次世代店舗向け商材)



次世代型ショーケース
「Non-Leak」



デジタルサイネージ
ウォークインケース



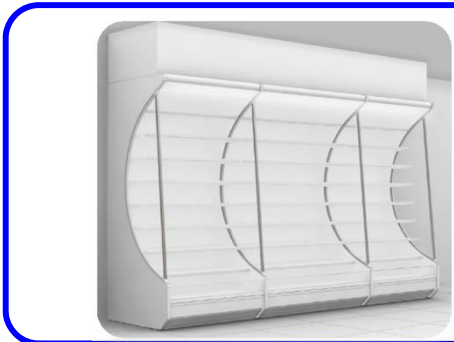
HOT & COLD 商品
が販売可能



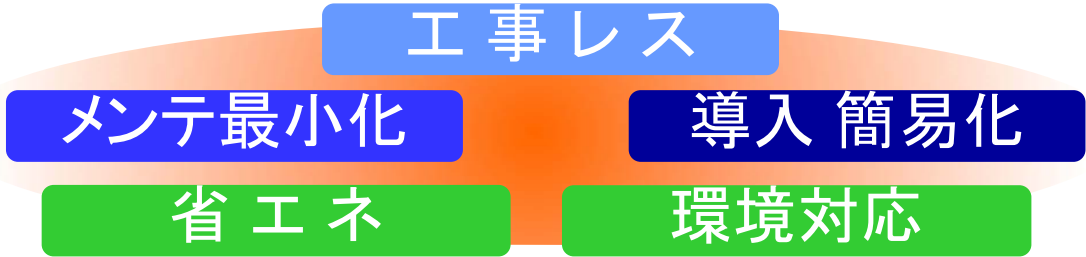
IH型過熱蒸気調理器

油が不要

社会環境の変化に伴う店舗への課題を解決

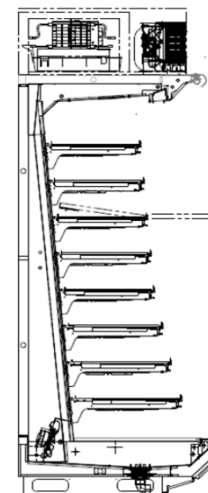


内蔵化ケースの目指す姿



内蔵化ケース

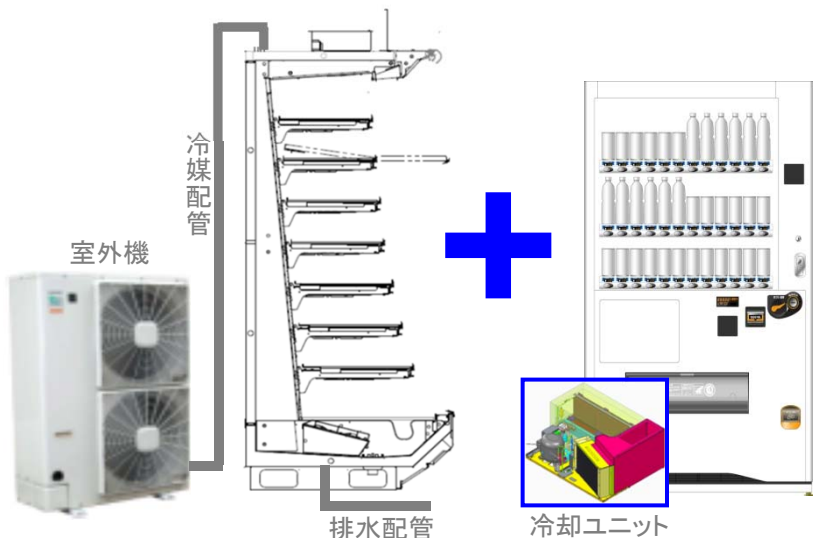
工事レス ⇒ 配管・室外機が不要



- ①高性能冷却ユニットを上部搭載
- ②低GWP冷媒を採用
(GWP: 地球温暖化係数)
- ③新冷却方式である気流細分化
(各棚吹出し)を採用
- ④排水配管レス方式を採用
- ⑤ノンデフ方式(除霜無し)を採用
- ⑥低床化による陳列拡大(1段増)

ショーケース

自販機技術

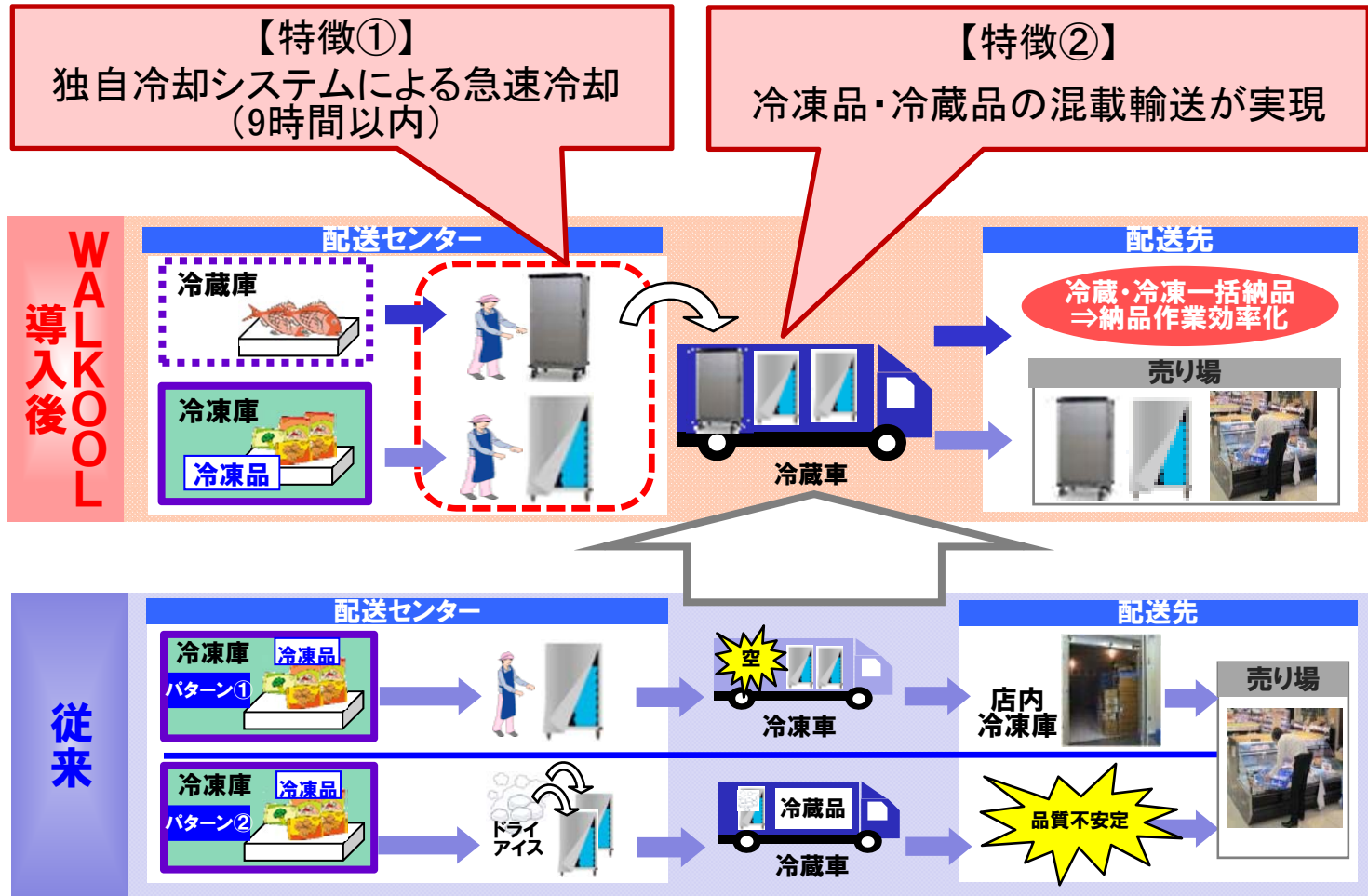


冷熱技術を活用した冷凍保冷コンテナ「WALKOOL」^{ウォークール}

電源レスで-20℃以下8時間保冷、ドライアイス不要で冷凍品の混載輸送を実現



冷凍保冷コンテナ「WALKOOL」



設備投資・研究開発

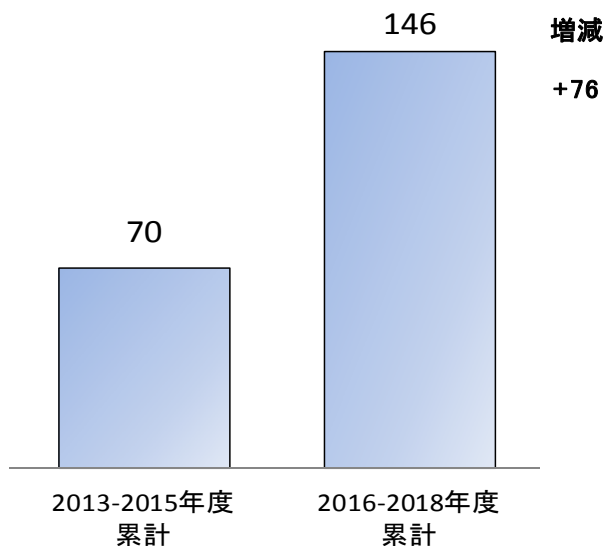
● 設備投資

- 中国自販機市場拡大に向けた生産能力増強
- 国内拠点の組立自動化とIoTの活用による生産性向上

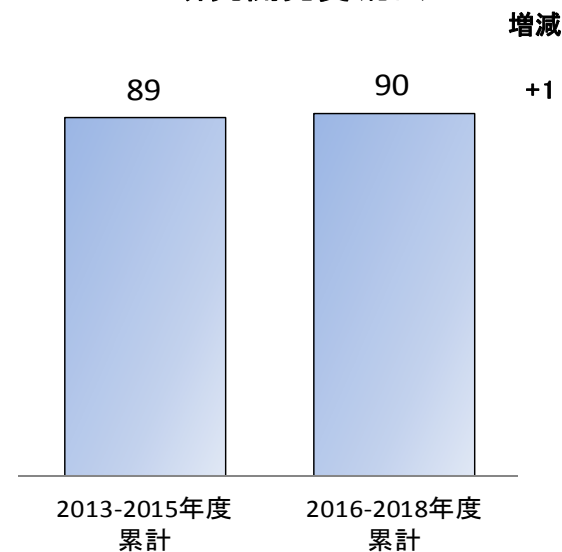
● 研究開発

- 新製品上市計画に基づく製品・機能開発
- 事業の深掘り、水平展開を図るための要素技術開発

設備投資額(億円)



研究開発費(億円)



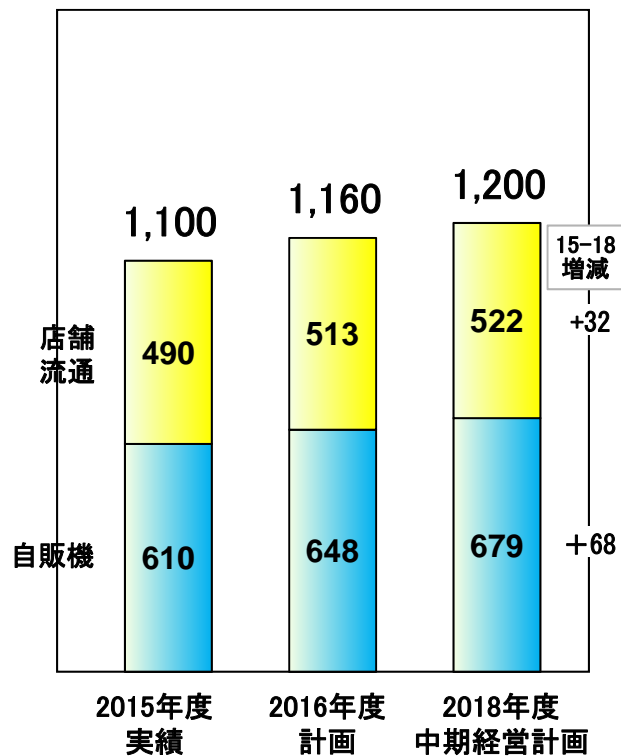
- ・中国自販機第2工場建設
- ・生産システム改革
- ・三重工場生産設備

- ・差別化商品(カウンター什器/次世代型ショーケースなど)開発提案の強化
- ・高付加価値機、海外ニーズへの対応のスピードアップ
- ・店舗設備における新冷媒(低GWP)採用対応

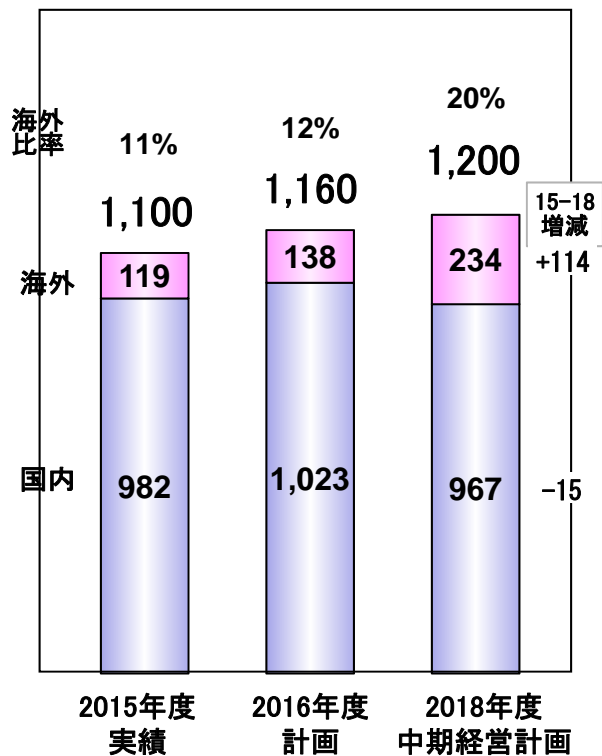
※研究開発費をテーマに応じてセグメントに分類したもので、決算短信記載の数値とは異なります。

1. 本資料および本説明会に含まれる予想値および将来の見通しに関する記述・言明は、弊社が現在入手可能な情報による判断および仮定に基づいております。その判断や仮定に内在する不確実性および事業運営や内外の状況変化により、実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なる可能性があり、弊社は、将来予測に関するいかなる内容についても、その確実性を保証するものではありません。
2. 本資料は、情報の提供を目的とするものであり、弊社の株式の売買を勧誘するものではありません。
3. 目的を問わず、本資料を無断で引用または複製することを禁じます。

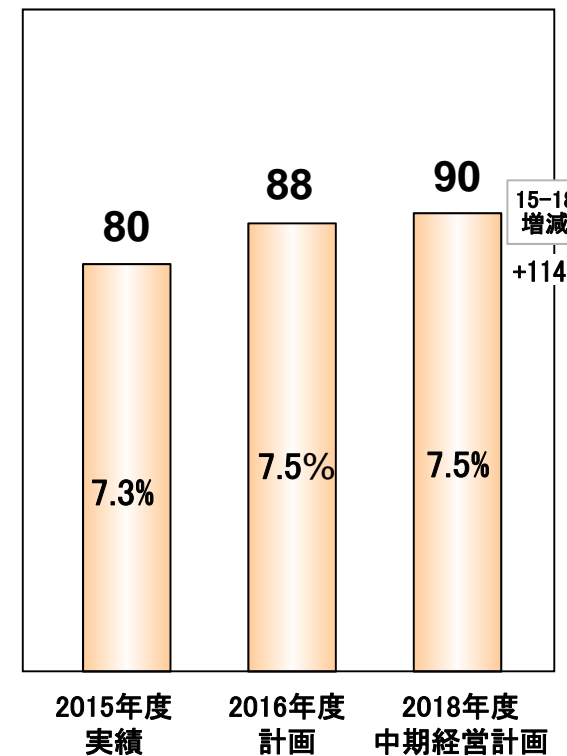
サブセグメント別売上高(億円)



国内・海外売上高(億円)



営業利益・営業利益率(億円)



※2015年度実績は、2016年度における事業組替を反映し表示しています。
組替内容: 植物工場、物流の所管変更 (食品流通→産業プラント)