

# 食品流通事業 事業戦略

2017年5月25日  
富士電機株式会社  
食品流通事業本部

## ■ 事業概要

## ■ 2016年度振り返り

## ■ 2017年度経営計画

- 事業方針
- 事業計画
- 市場動向
- 重点施策
- 設備投資、研究開発

# 事業概要

## 自販機

## 店舗流通

### 国内・中国自販機トップシェア\*



(株)JR東日本ウォータービジネス様  
イノベーション機



- 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



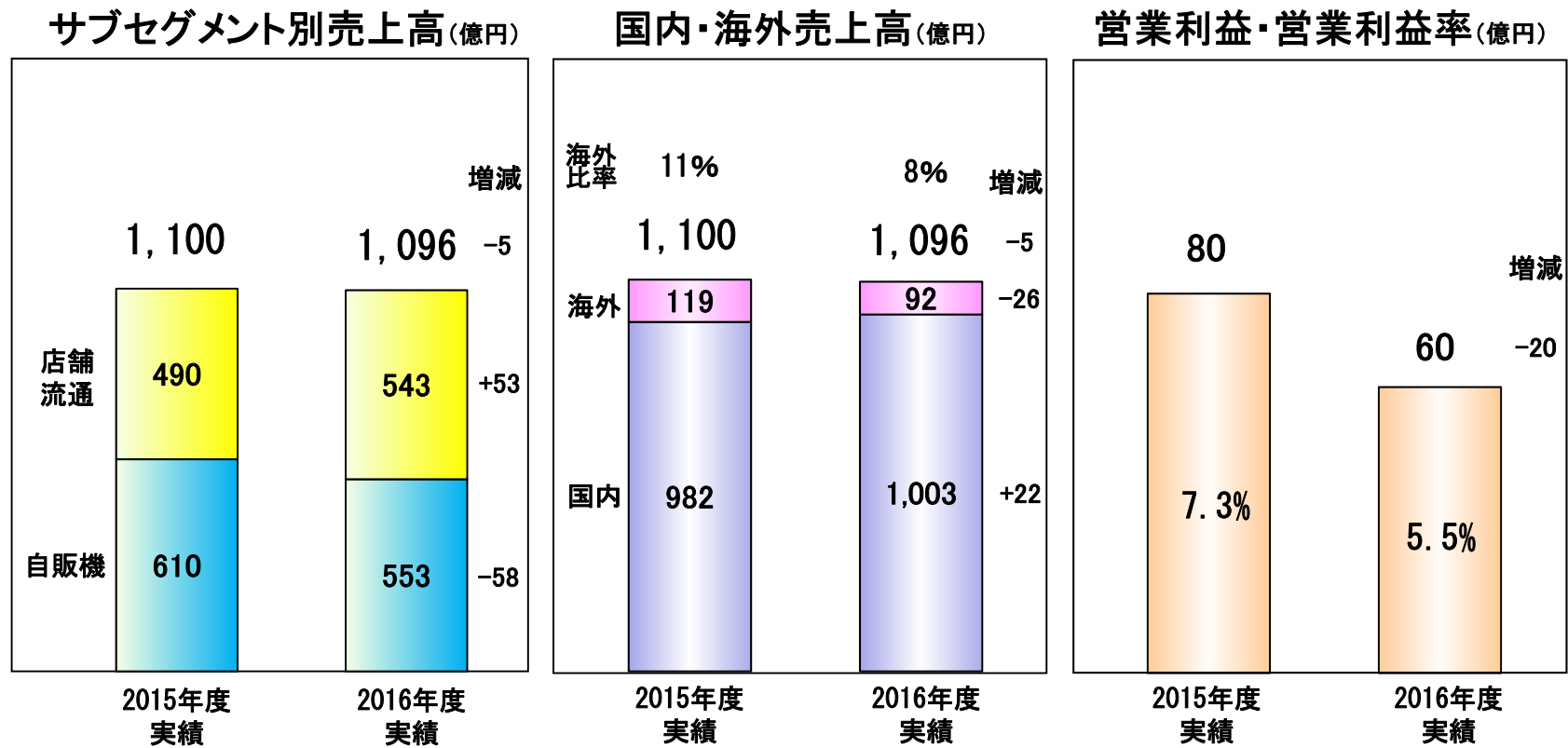
- 店舗トータルコーディネート
- 冷凍・冷蔵ショーケース
- カウンター什器
- 自動釣銭機
- 冷凍保冷コンテナ

\*当社調べ

# 2016年度振り返り

# 2016年度振り返り

- ・国内自販機では飲料メーカーの投資抑制継続
- ・中国自販機では大口顧客の展開計画の見直しが発生
- ・店舗流通ではコンビニ向け店舗設備機器の需要が拡大



# 2016年度振り返り(成果と課題)

区分	マーケットの変化 (2015→2016年時点)	施策	成果 (売上高増減)
自販機 (国内)	<ul style="list-style-type: none"> <li>自販機市場減 →業界再編や投資鈍化 (対2015年度83%、対2014年度68%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高付加価値機、カップ自販機の拡販</li> </ul>	
自販機 (海外)	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国市場微減 →顧客の展開計画の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国における市場調査の強化</li> <li>タイにてオペレーション会社設立</li> </ul>	
店舗流通	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場ニーズの多様化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型カウンター什器の展開</li> <li>ショーケースの新規顧客獲得</li> <li>自動釣銭機事業の拡大</li> </ul>	

## 【明らかになった課題】

- 国内自販機は業界再編、投資抑制による物量減
- 海外自販機は既存顧客への依存
- 店舗流通は設備機器等の内製化遅れ

# 2017年度経営計画

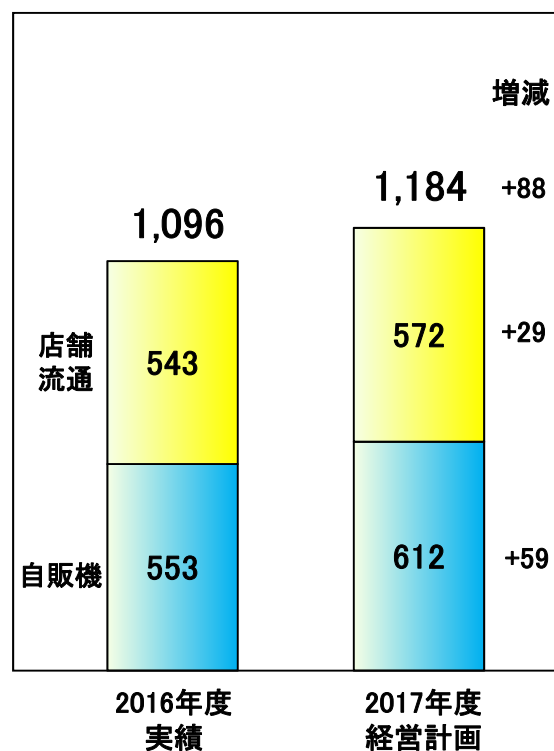


- ・既存市場におけるポジションの更なる強化と周辺の深掘り
- ・海外を中心とする伸長分野への取組み強化と基盤作り

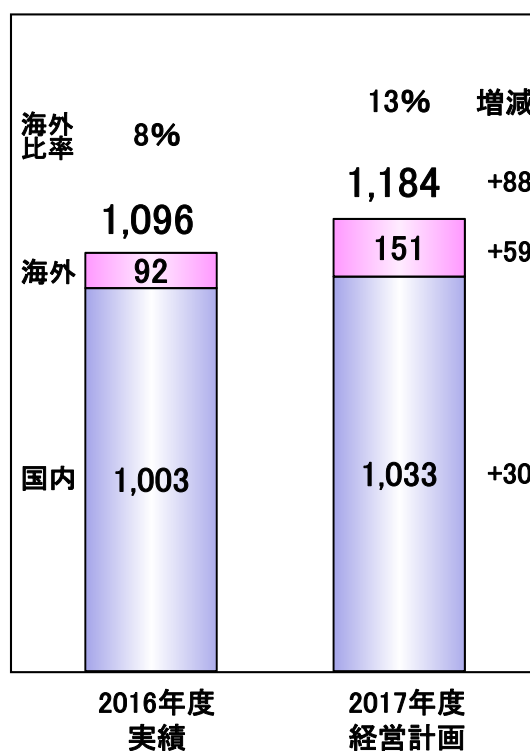
## 重点実施事項

- **自販機** : ・国内事業の堅持、体制の更なる見直し  
・中国を中心に事業拡大し、更に東南アジアでの基盤を構築
- **店舗流通**: ・省人・省エネ、環境変化に対応した新製品の開発提案  
・セルフレジ対応を軸とした新製品の提案
- **ものづくり**: ・自動化による原価低減と内製化の推進

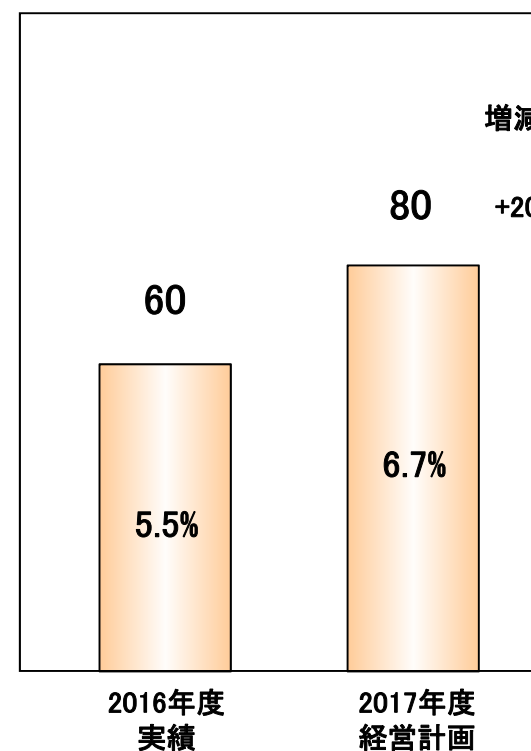
### サブセグメント別売上高(億円)



### 国内・海外売上高(億円)



### 営業利益・営業利益率(億円)



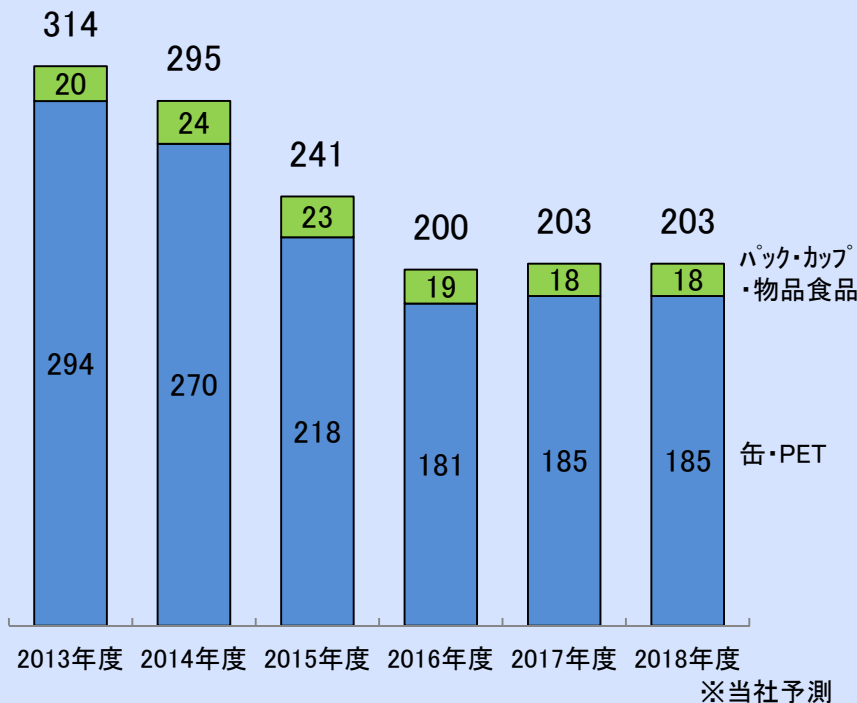
# 自販機

- 国内では飲料メーカーの業界再編や投資抑制に伴う業界縮小の傾向はあるが、下げ止まり感が出てきている。
- 中国においては、16年度は一時的に足踏み状態となったが、自動化・キャッシュレスニーズの高まり、飲料メーカーの販売チャネル拡大の動きにより大きく成長する見通し。
- 東南アジアは、市場形成段階ではあるが、タイを中心に自販機のニーズが高まりつつある。

## 【国内】自販機市場

自販機の市場規模(出荷台数)

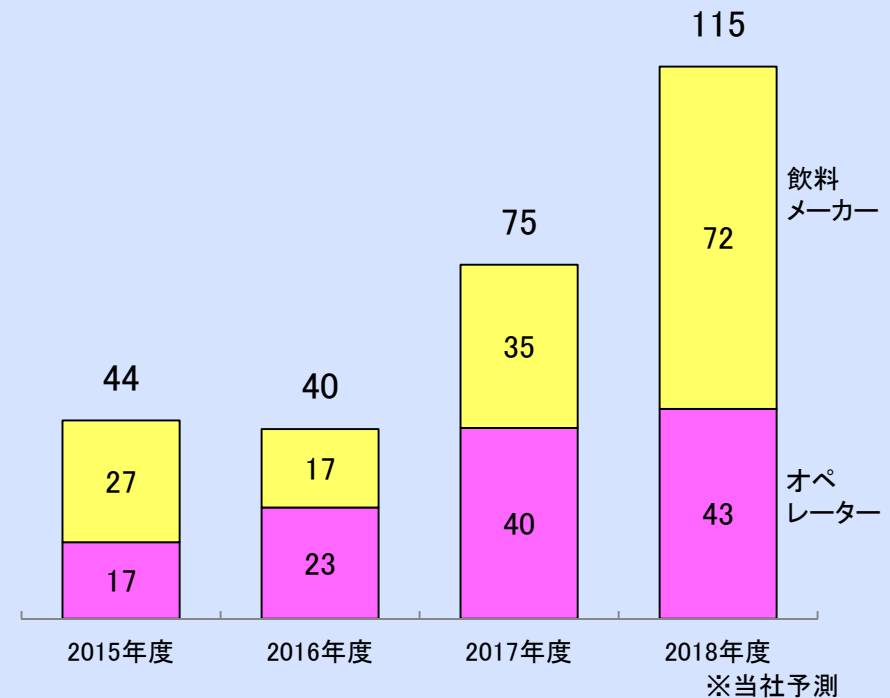
単位:千台



## 【海外】自販機市場

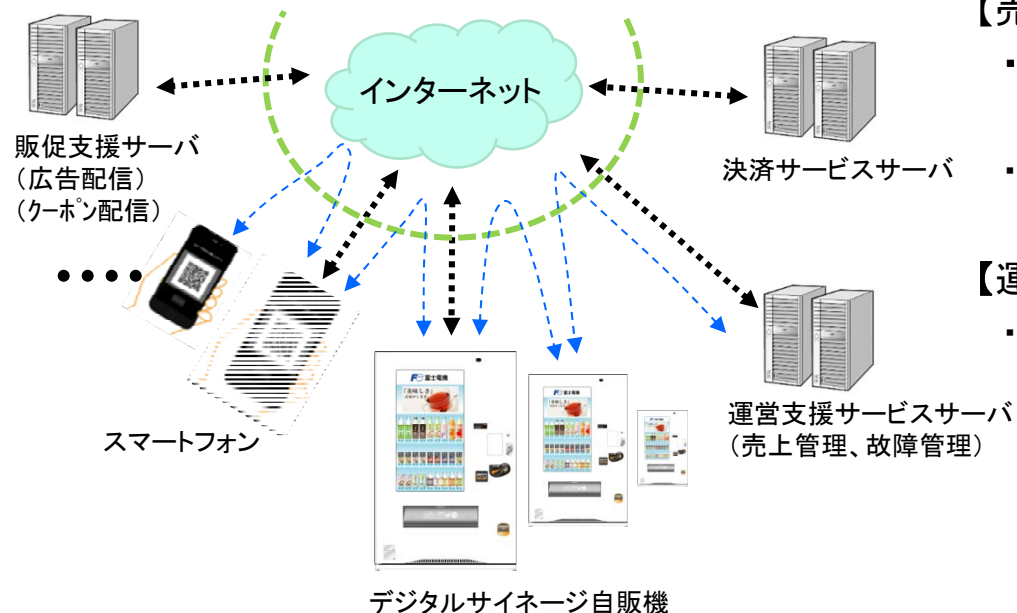
中国の自販機市場規模(出荷台数)

単位:千台



- IoTも活用した省人化、オペレーション支援、売上拡大に向けた機種開発
- IoTによる生産性の向上(平準化生産の推進)、原価低減の推進
- 更なる体制の見直し

## 自販機IoTシステム・サービス



## 特長

### 【売上拡大】

- ・電子マネーを使い『まとめ買い』『プレゼント』ができる決済サービス(顧客囲い込み)
- ・広告配信やクーポン配信による販促支援サービス

### 【運営の効率化】

- ・売上予測や故障遠隔管理のビジネス運営支援サービス

## 現地化の推進

- ・生産体制、生産能力および営業・サービス体制の更なる強化

### 年間10万台体制の構築

#### 【第一工場】

- ・ 間接部門を集約し開発を中心に機能強化
- ・ オーバーホール等の自販機サービス拠点
- ・ 生産機種;カップ機他

#### 【第二工場】

- ・ 最新鋭の設備導入による高い生産性・品質確保  
三重工場の一貫生産ラインの技術移管
- ・ 生産機種;缶PET機中心



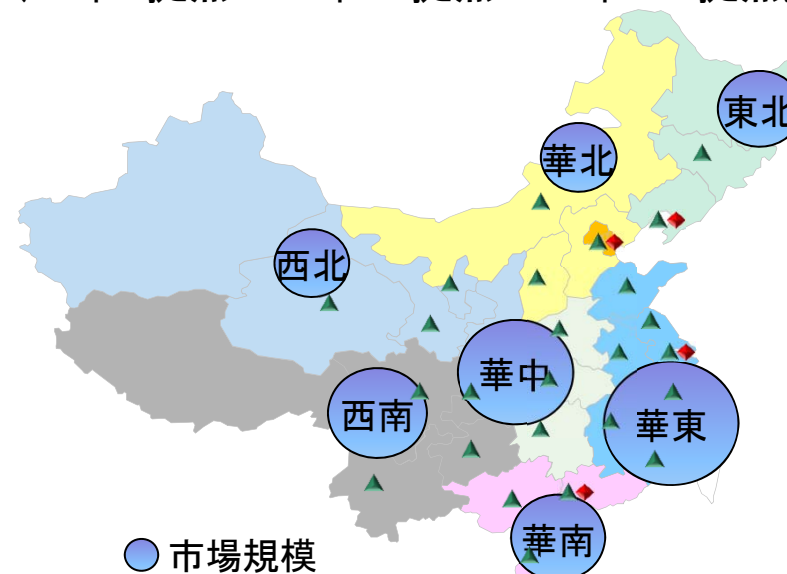
【自動化設備】



【大連富士冰山自動販売機社 第二工場】

### 中国市場規模と営業・サービス拠点

- ・営業・サービス拠点  
(15年:9拠点→16年:26拠点→18年:31拠点)  
◆ 営業拠点 ▲ サービス拠点
- ・代理店  
(15年:7拠点→16年:63拠点→18年:100拠点)



- 市場調査の継続、市場・顧客ニーズの顕在化
- 顧客とのタイアップによる新製品拡充
- 飲料メーカーへの自販機展開支援(オペレーション・自販機ビジネスモデル)

## 新製品の拡充



【サインージカップ機】



【白酒機】



【乳業機】



【食品機】



- スマホによる代金決済(上)
- サインージでの商品選択(下)

# 自販機 重点施策(東南アジア)

- 自販機新台需要の拡大(タイ、マレーシア、シンガポール)  
※タイは省エネ推進政策による中古→新台への切り替え
- 新製品の拡充(グラスフロント自販機、缶・PET自販機、カップ自販機)
- オペレーター会社運営推進による市場拡大(タイ)
- 飲料メーカーに対する自販機展開支援とオペレーターの育成



タイ：寺院設置（バンコク市内）  
【缶・PET自販機】



タイ：大学設置（バンコク市内）  
【グラスフロント自販機（弁当）】

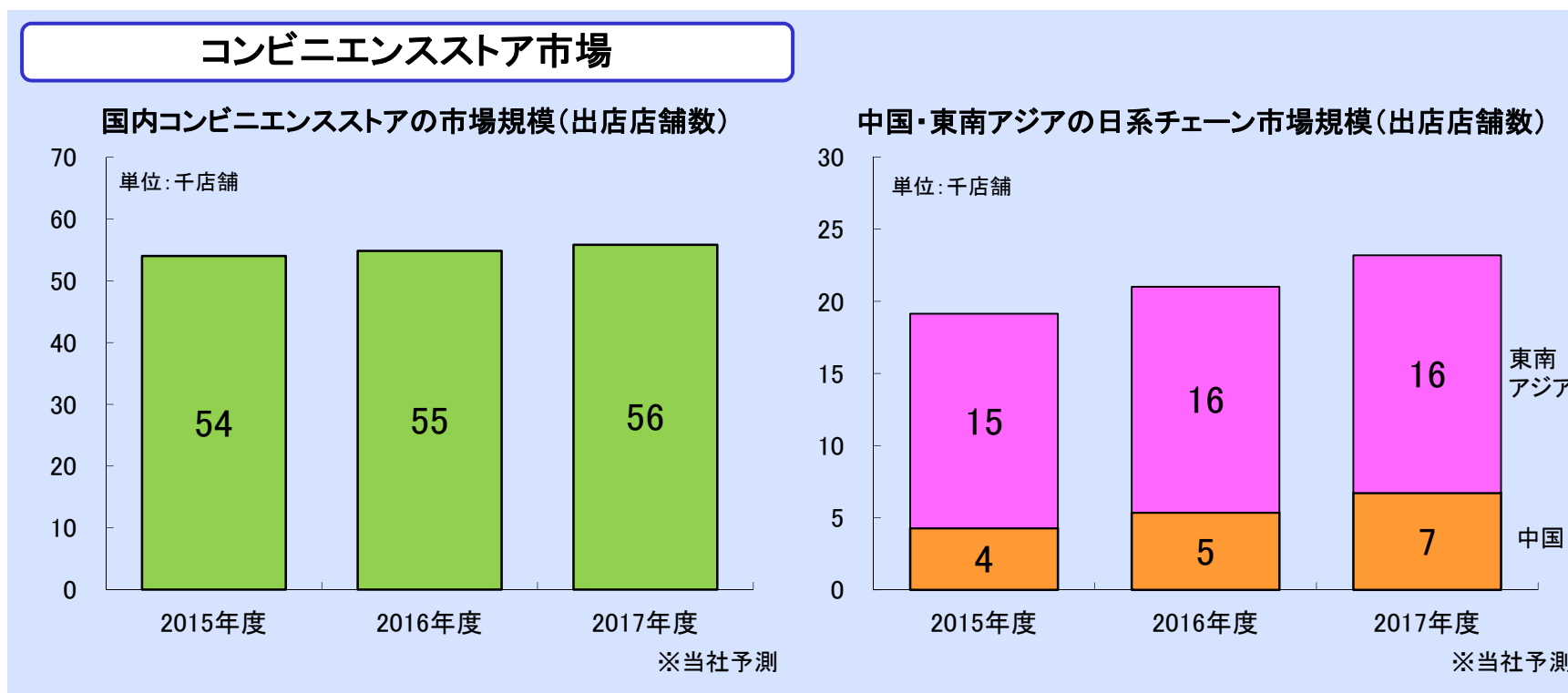


【カップ自販機】



# 店舖流通

- 国内のコンビニエンスストア市場はこれまでの様な大きな成長は見られないものの、店舗改装への投資は継続する見通し。  
深刻化している店舗の人手不足の問題、客層の変化、省エネニーズの高まりがある。
- 海外において日本のコンビニエンスストア各社は引き続き展開を図る見通し。



## 魅力ある店舗づくりへの貢献

- 省人化（店舗の人手不足）への対応
- 客層の変化への対応
- 省エネの更なる推進
- コンビニエンスストア向け新商材の提案

## 設備機器等の内製化推進

# 店舗流通 重点施策(魅力ある店舗づくり)



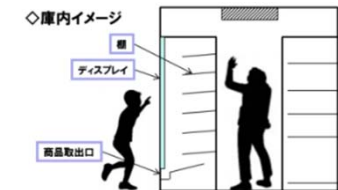
【IHSS加熱調理機】



【タバコサーバー】



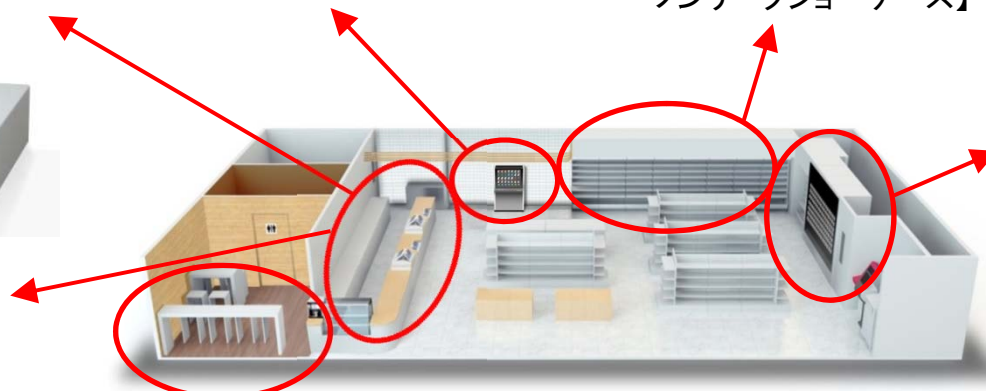
【デジタルサイネージ  
・ノンリークショーケース】



【自動化ショーケース】  
【バックローディング】



【自動釣銭機】



イートイン



【更なるカウンター商材】



【出汁マシン】



【ハイボールディスペンサー】



【エネルギーマネジメント】

# 設備投資・研究開発

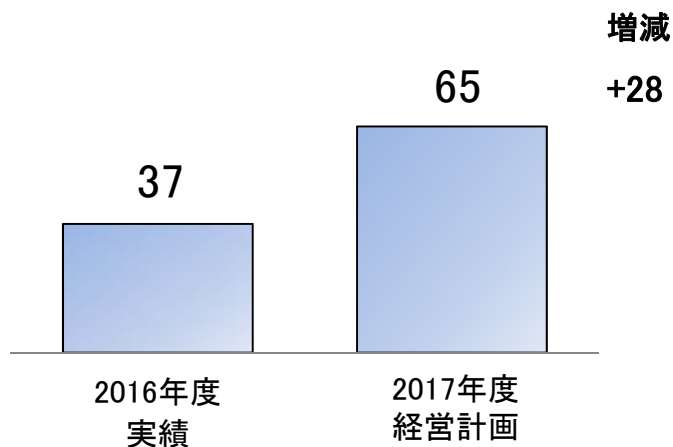
## ● 設備投資

- 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内製拡大による生産性向上

## ● 研究開発

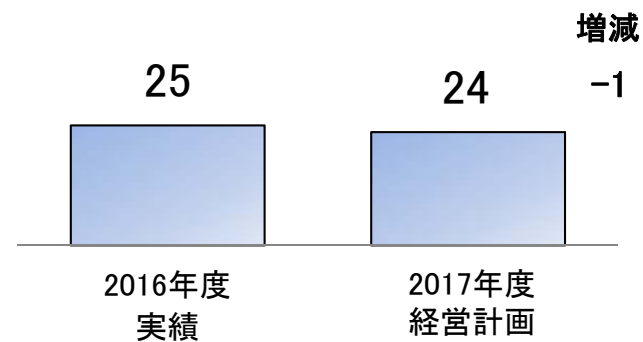
- 新製品上市計画に基づく製品・機能開発
- 事業の深掘り、水平展開を図るための要素技術開発
- IoT・AIを活用した次世代自販機・店舗機器開発

設備投資額(億円)



- ・中国自販機第二工場建設
- ・国内自販機・店舗機材の一貫生産
- ・店舗機材の内製拡大

研究開発費(億円)



- ・省人化に貢献する要素技術の開発
- ・中国、アジアを中心としたグローバル視点での新規モジュール開発

※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。