

食品流通事業 事業戦略

2018年5月31日
富士電機株式会社
食品流通事業本部

■ 事業概要

■ 2017年度振り返り

■ 2018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

自販機

店舗流通

国内・中国自販機トップシェア*



缶・PET

(株)JR東日本ウォータービジネス様
イノベーション機



食品

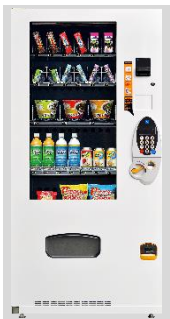


全面液晶



カップ

*当社調べ



食品・物品

- 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



● 自販機コンビニ



ショーケース



カフェラテ機



店舗トータルコーデイナー



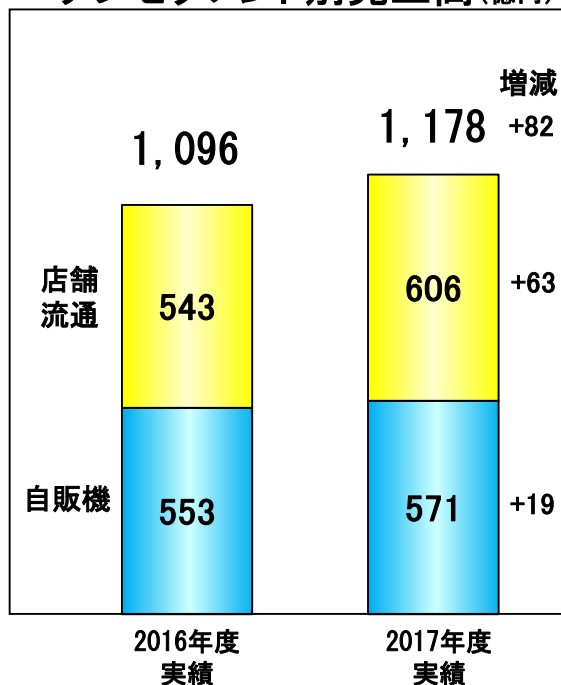
自動釣銭機

- 冷凍・冷蔵ショーケース
- 店舗トータルコーデイナー
- カウンター什器
- 自動釣銭機

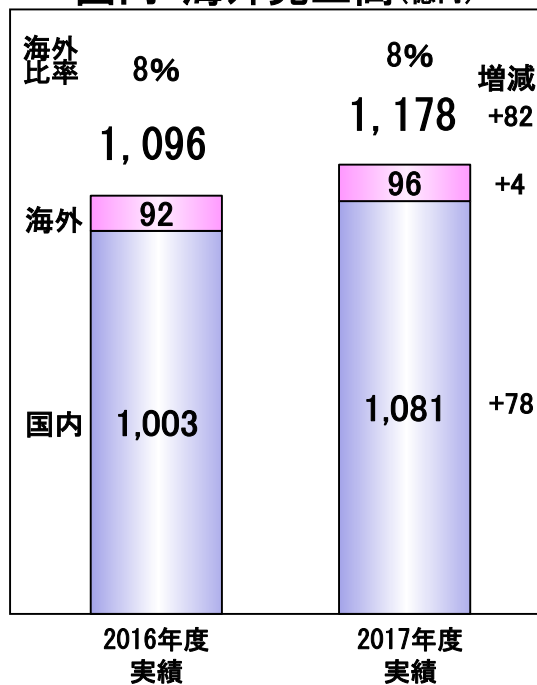
2017年度振り返り

- ・国内自販機は、業界出荷台数が下げ止まり
→ 開発提案推進によるシェアアップ
- ・中国自販機は、一部顧客の展開計画の見直しが上期は継続したが、
下期は回復傾向
- ・店舗流通は、コンビニ向け店舗設備機器の需要が拡大
→ コンビニ向けカウンター商材・看板替えの受注

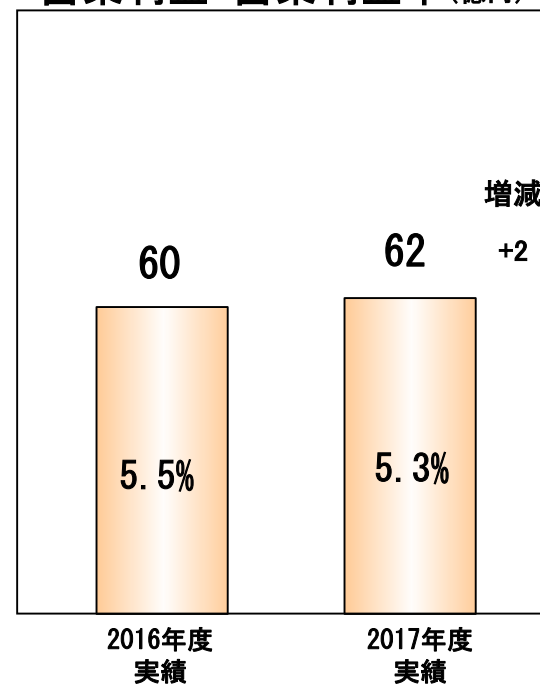
サブセグメント別売上高 (億円)

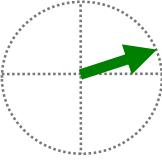
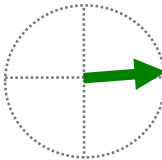
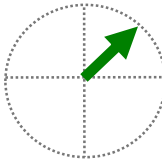


国内・海外売上高 (億円)



営業利益・営業利益率 (億円)



区分	マーケットの変化 (2016→2017年時点)	施策	成果 (売上高増減)
自販機 (国内)	<ul style="list-style-type: none"> ・業界出荷台数下げ止まり (14→17年度:67%) (16→17年度:100%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値機の拡販 ・省人化対応の提案 	
自販機 (海外)	<ul style="list-style-type: none"> ・中国市場(缶・PET)微減 →一部顧客の展開計画の見直し ・ニーズの多様化、キャッシュレス化の加速 ・顧客の新規参入(飲料メーカー) 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国第二工場竣工(17/7月) ・インドネシア製造販売会社買収 (17/11月) ・日中連携強化 	
店舗流通	<ul style="list-style-type: none"> ・「コンビニ3強」化の加速 ・省人化ニーズの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・カウンター什器の拡販 ・コンビニ業界再編特需の受注促進 ・省人化アイテムの開発提案 	

【明らかになった課題】

- 海外自販機: 激しい市場の変化、ニーズの多様化への対応
- 店舗流通 : 省人化ニーズへの更なる対応

2018年度経営計画

- ・既存分野の体質強化を継続するとともに、伸長分野への取組みを加速
- ・変化の激しい市場動向を先取り、中期的な成長に向けた体制構築、施策の推進

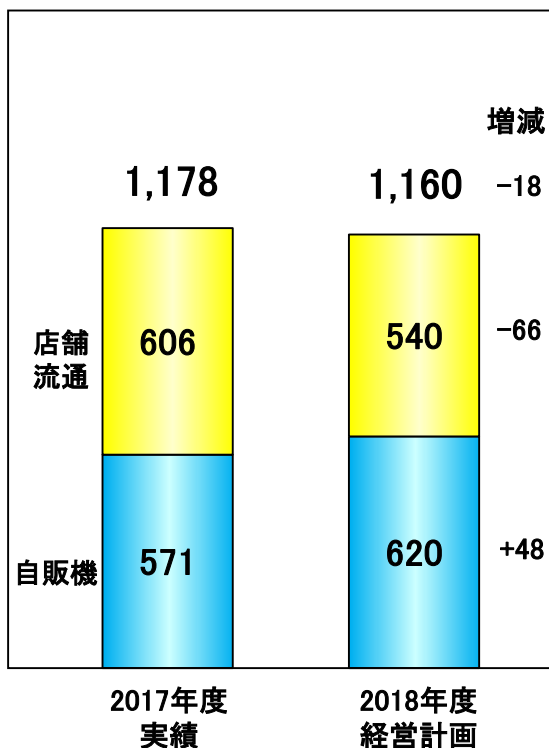
重点実施事項

- **自販機：**
 - ・国内は高付加価値機・省人化の開発提案
 - ・中国はニーズ多様化への対応強化
 - ・東南アジアは「新台」市場創造に向けた取組み強化
- **店舗流通：**
 - ・省人化アイテム・カウンター什器の更なる提案
- **ものづくり：**
 - ・三重工場、DFB、FMS* の利点を活かした効率的な運営
- **サービス：**
 - ・サービス事業の拡大および内製化の推進

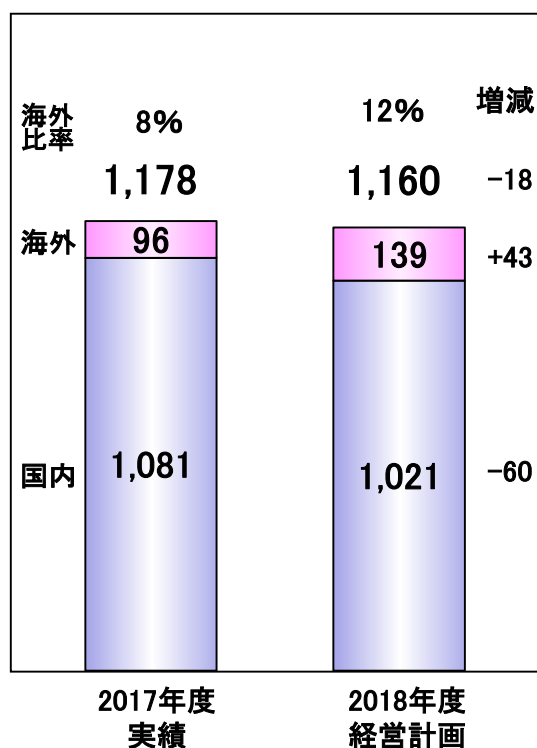
*DFB(中国):大連富士冰山自動販売機社

FMS(インドネシア):富士METEC SEMARANG社

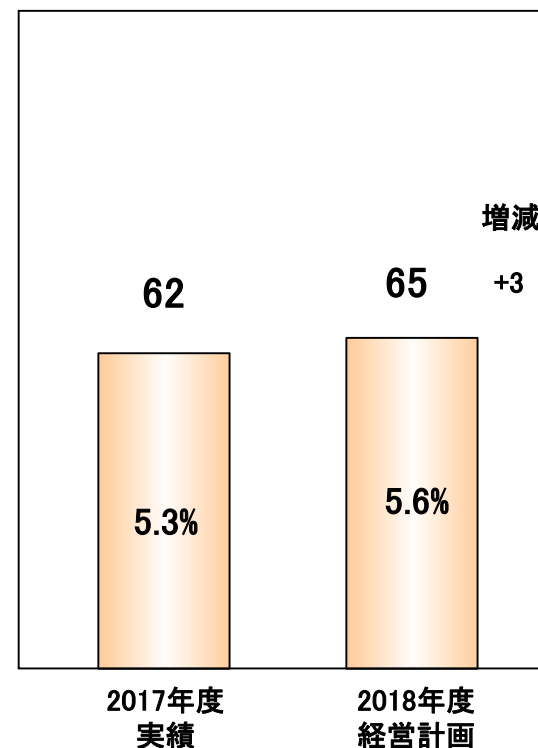
サブセグメント別売上高 (億円)



国内・海外売上高 (億円)



営業利益・営業利益率 (億円)

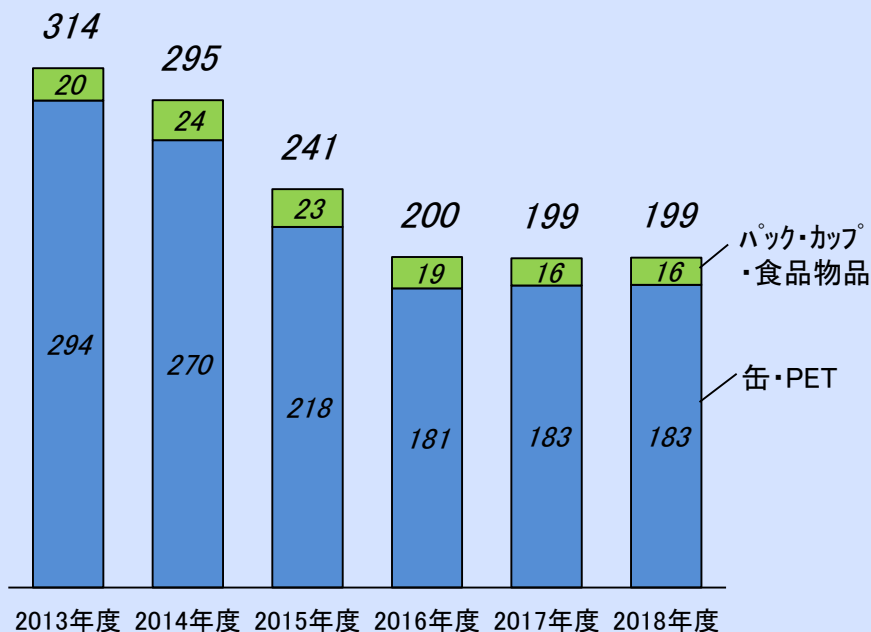


自販機

- 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下げ止まり、それが常態化していく見通し。また、顧客の販売拡大や省人化ニーズが高まる見通し
- 中国は、足踏み状態から、ニーズの多様化や顧客の新規参入により成長する見通し
- 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へのニーズが高まりつつある

【国内】自販機市場規模：出荷台数

単位：千台

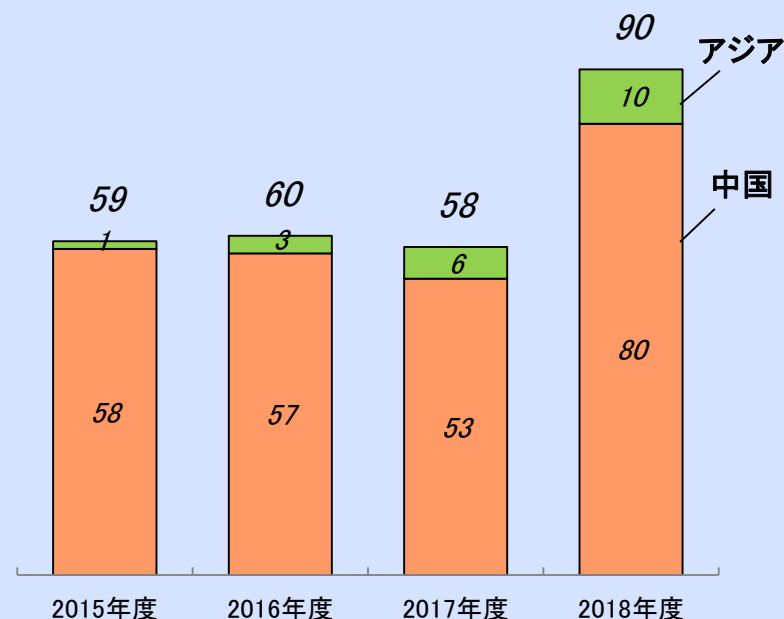


※当社予測

【海外】自販機市場規模：出荷台数

【対象機種：缶・PET、食品・物品、カップ機】

単位：千台



※当社予測

- 高付加価値機(顧客の販売拡大)の開発提案
- IoTを活用した省人化(オペレーション支援)の開発提案

《高付加価値機:販売拡大》

《対ユーザー:自販機特有の商品提供》



- ・天気や売れ行きに応じたオート販促
(ex.商品温度や割引額の変動など)
- ・QRコードによるスマホ決済



サインージ自販機

- ・QRコード対応



氷点下自販機

- ・通常商品と凍る直前の商品(-5度)の併売が可能
- ・自販機専用商品

《IoT活用:省人化》

《対顧客:最適ルート計画》



- ・適正在庫支援
- ・最適ルート提案
- ・稼働情報(監視)

《対オペレーター:作業簡素化》



- ・自販機操作支援
- ・遠隔操作による設定
- ・現金回収レス
(モバイル・カード決済)

- ニーズ多様化への対応(キャッシュレス、機種拡大等)
- 新規顧客の開拓
- 飲料メーカーへの自販機展開支援(オペレーション)
- 日中の更なる連携強化



機種拡大の推進



缶・PET



全面液晶



カップ



卓上コーヒー



食品

●ニーズ多様化に対応した、営業・サービスの強化、生産・開発体制の構築

営業・サービスの強化

【拠点拡充】

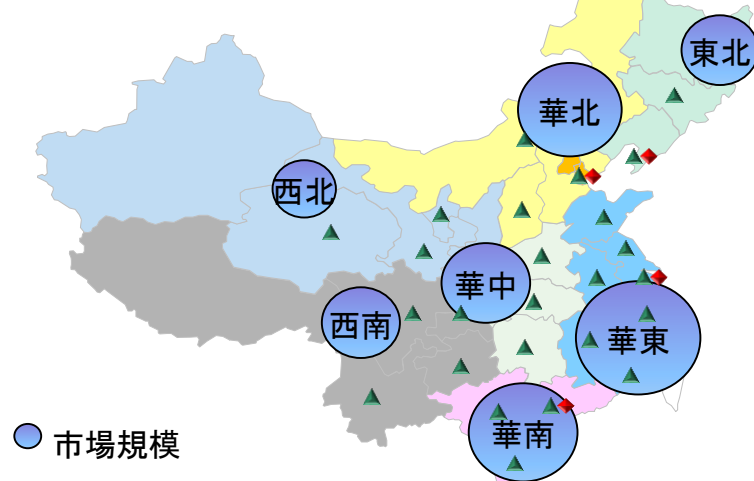
・営業・サービス拠点

(17年:26拠点→18年:31拠点)

◆ 営業拠点 ▲ サービス拠点

・代理店

(17年:63拠点→18年:100拠点)



【サービスレベルの向上】

・自販機のリモート管理

・カップ機、食品・物品機等への対応

生産・開発体制の構築

【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

【第二工場】

- ・ 最新鋭の設備導入による高い生産性・品質確保
- ・ 生産機種:缶・PET機、食品・物品機等

【共通】

- ・ 現地調達加速



DFB 第二工場



自動化設備

- 中古機から新台への切り替え需要喚起(「新台」市場創造)
- 顧客ニーズのリサーチ強化
- FMS(インドネシア製造販売子会社)を中心とした東南アジア市場の攻略
- 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



缶・PET
タイ: スワンプーム空港



食品(乳業)
タイ: レクターソイ機

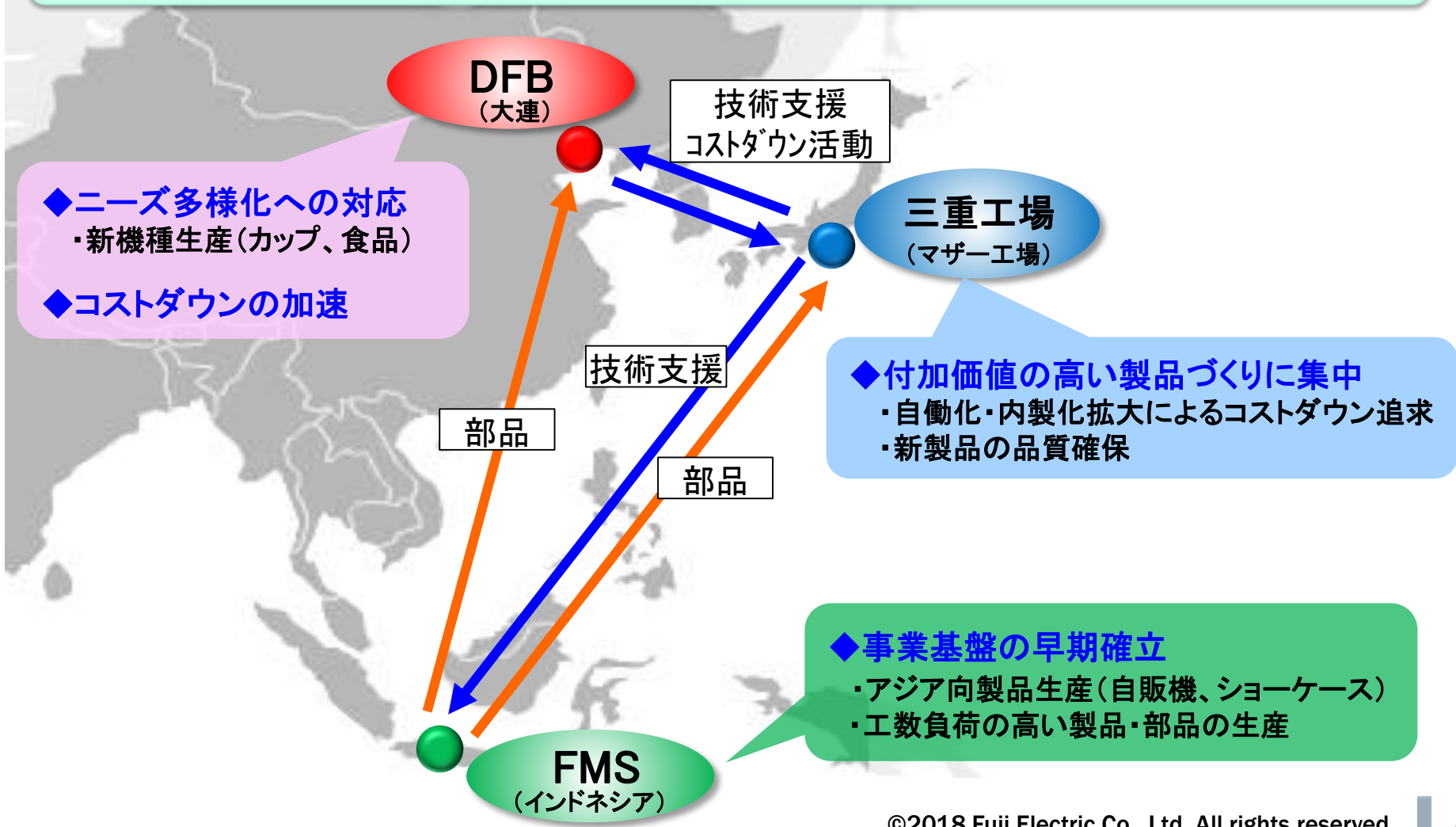


サイネージカップ°
5/29からタイ展示会にて出展



FMS社外観

- 三重工場をマザー工場としたものづくり拠点の最適化
- グローバル調達等による強力なコストダウン推進



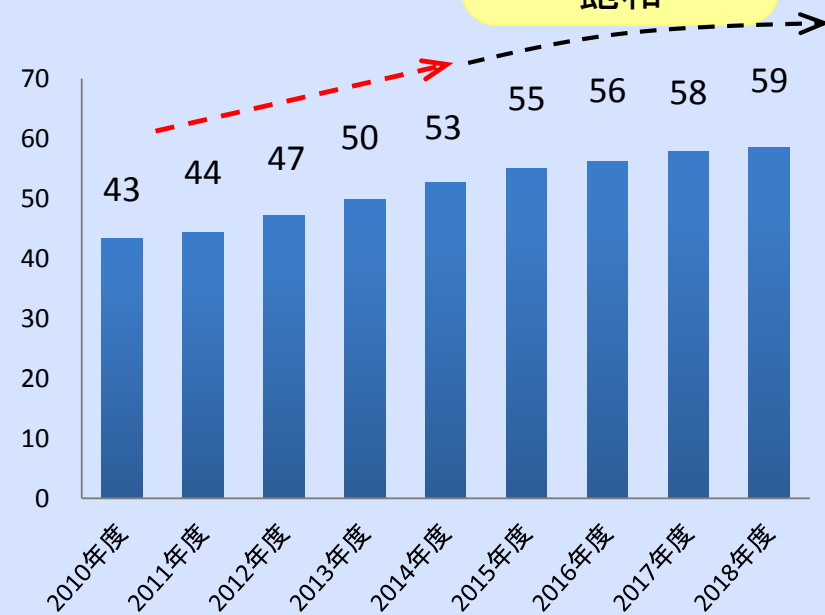
店舖流通

- 国内のコンビニ市場は「3強」に集約され、店舗数は飽和、新規出店は減少トレンド
- 既存店舗の販売拡大および省力化を目的とした投資が拡大する見通し
特に、深刻化している店舗の人手不足の問題から、省人化ニーズが高まる

国内コンビニ市場

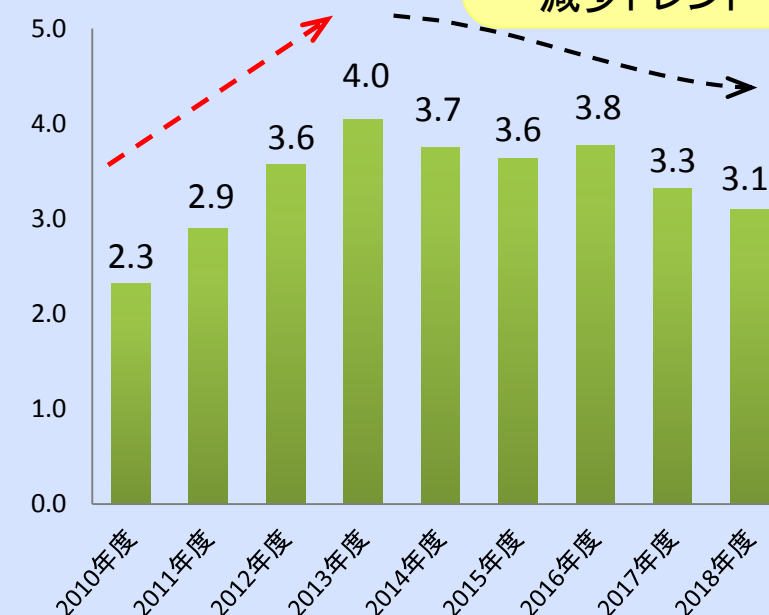
店舗数

単位:千店舗



新規出店数

単位:千店舗



※当社予測

魅力ある店舗づくりへの貢献

- 省人化（店舗の人手不足） ニーズへの対応
- 客層の変化への対応
- カウンター新商材の提案

設備機器等の内製化推進

● 魅力ある店舗づくりへの取組み強化

《実験店舗を利用し顧客と連携した最適な店舗づくり》



- ・新型ショーケース
(省力、省エネ、冷凍機、新冷媒)
- ・カウンター新商材の開発
(顧客レシピの共同開発)

《省人化アイテムの提案》



自販機コンビニ



コーヒー自販機



無人決済

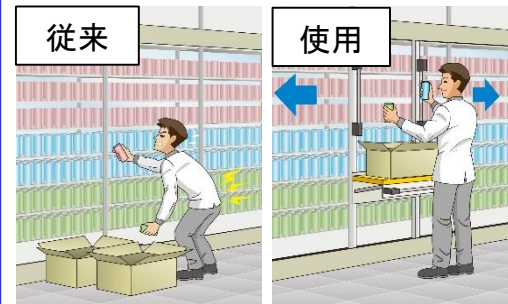
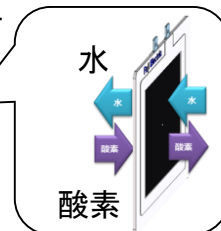
《更なるカウンター新商材の提案》



IHSF加熱調理機



湿度コントロール(賞味期限対応)



スイングラック



(左)サイネージノンリークショーケース
(右)自動化ショーケース

- ・塵、虫の侵入防止
→清掃負荷低減
- 食の安心・安全
- ・熱負荷の低減



陽圧化制御



コーヒーマシンの進化

設備投資・研究開発

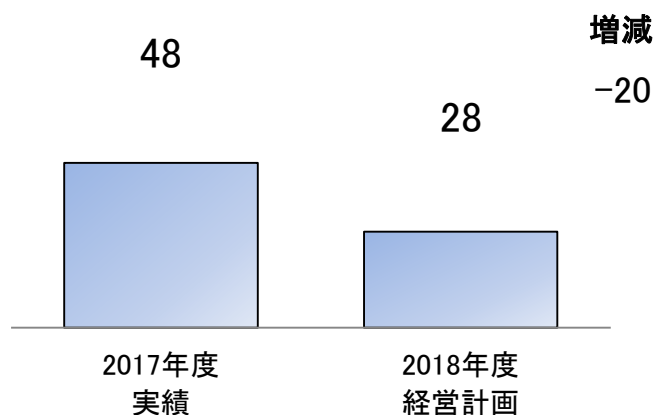
●設備投資

- ・国内拠点の自動化拡大による生産性向上
- ・中国のニーズ多様化に対応した生産ライン構築
- ・国内自販機・店舗機器の加工合理化

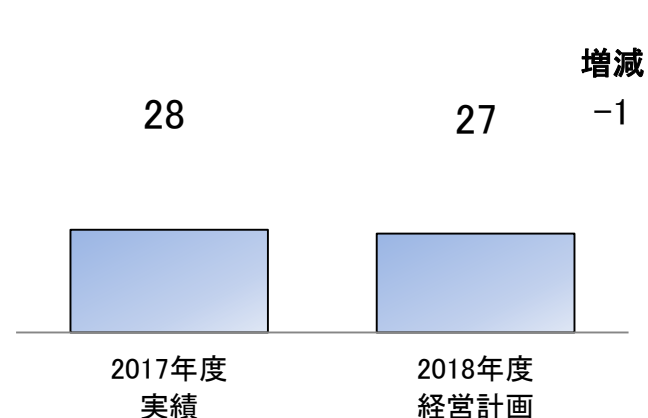
●研究開発

- ・IoTを活用した機器・システムの開発
- ・省人化を中心とした要素技術開発と製品化
→期中開発の推進

設備投資額(億円)



研究開発費(億円)



※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。