

食品流通事業 事業戦略

2021年5月31日

富士電機株式会社

執行役員

食品流通事業本部長

浅野 恵一

■ 事業概要

■ 2021年度経営計画

- ・市況の見方
- ・事業方針
- ・事業計画
- ・重点施策
- ・設備投資、研究開発

自販機

国内

シェア 1位*



飲料自販機



サイネージ機

(株)JR東日本クロスステーション様
イノベーション機



高付加価値自販機

MCU
双方向
キャッシュレス、タッチレス



屋外小型物品機

業界初

海外

中国飲料機シェア 1位*



省エネ型飲料自販機



食品自販機

タイシェア 1位*



大容量対応
飲料自販機



大型食品機

店舗流通

国内



冷凍・冷蔵
ショーケース



店舗
トータルコーディネート



カウンター什器



自動釣銭機

主な納入先

自販機(国内)

- ・飲料メーカー
- ・食品メーカー
- ・自販機オペレーター




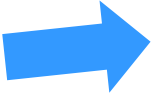


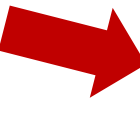

自販機(海外)

- ・飲料メーカー
- ・自販機オペレーター
- ・コンビニ
- ・電子マネー運営会社

店舗流通

- ・コンビニ
- ・スーパー
- ・POSメーカー

* シェアは2020年度実績、当社推定

		市況の見方(2021年度)		
		19年 →20年	20年 →21年	コメント
自販機	国内	 ▲40%	 (横ばい)	<p>楽観視せず、2020年度並みと想定</p> <p><市場ニーズ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・Withコロナでの「非接触」「非対面」「双方向」 ・飲料販売以外の「新たな自販機活用」需要の高まり
	中国	 ▲40%	 (微増)	<p>顧客ニーズの多様化により市場回復傾向</p> <p><市場ニーズ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲料メーカー:「省エネ/環境対応」「大型中身飲料販売」 ・コンビニ:「サテライト展開による自販機活用」「多品種商品販売」 ・電子マネー運営会社:「自社電子マネー拡大」
	東南 アジア	 ▲40%	 (微増)	
店舗 流通	国内	 ▲20%	 (横ばい)	<p>2020年度並みと想定</p> <p><市場ニーズ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・効果的な売上拡大の為の「改装需要」の高まり ・「省人化」「食品ロス削減」「非接触」「非対面」「サテライト展開」

事業方針

- ・2020年度に実施した「事業構造改革」効果を最大限抽出し、事業体質の改善
- ・トップラインを上げる為の「成長戦略」に注力(新規顧客×新商材)

重点施策

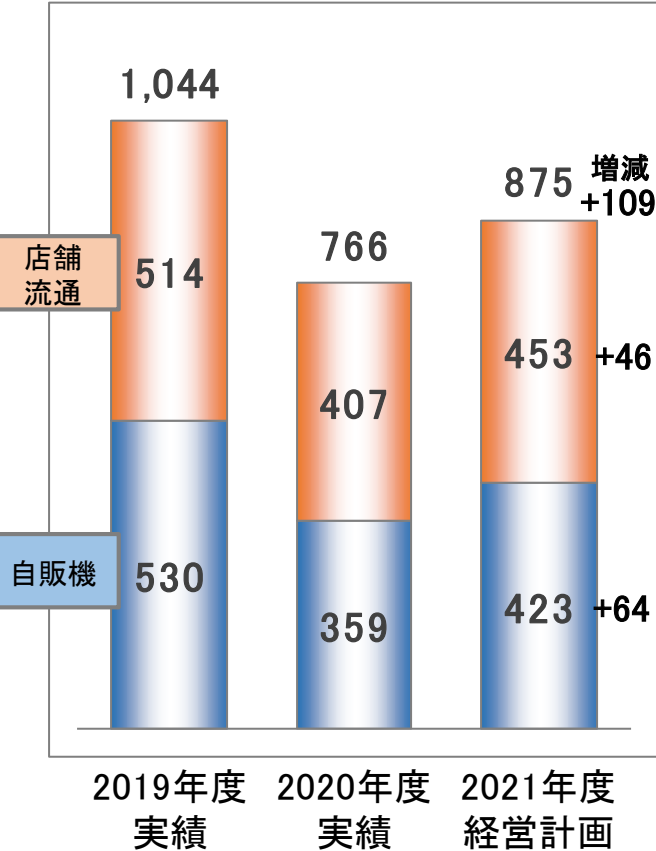
- 自販機
 - ・国内:「シェアアップ」の効果抽出 と 「高付加価値機」の展開
 - ・海外:「新規顧客(受注済案件)」の刈取り と 「顧客戦略」の推進
- 店舗流通
 - ・「シェアアップ」の効果抽出 と 「新製品(受注済案件)」の刈取り
 - ・コンビニ顧客の新ニーズに対応したソリューション提案の推進
- 共通
 - ・「新規顧客」の開拓 と 「ニーズに対応した新商材」の投入
 - ・三重工場、DFB*1、FMS*2 の利点を活かした効率的なものづくり運営

*1 DFB: 大連富士冰山自動販売機社

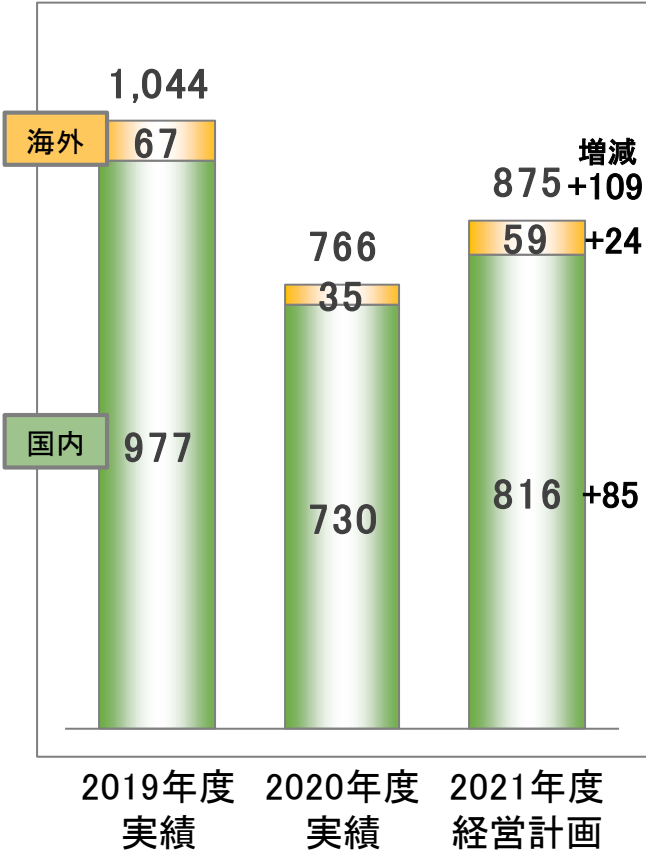
*2 FMS: フジメテックスマラン社

2020年度に実施した「事業構造改革」「シェアアップ」の効果을 抽出し、増収増益

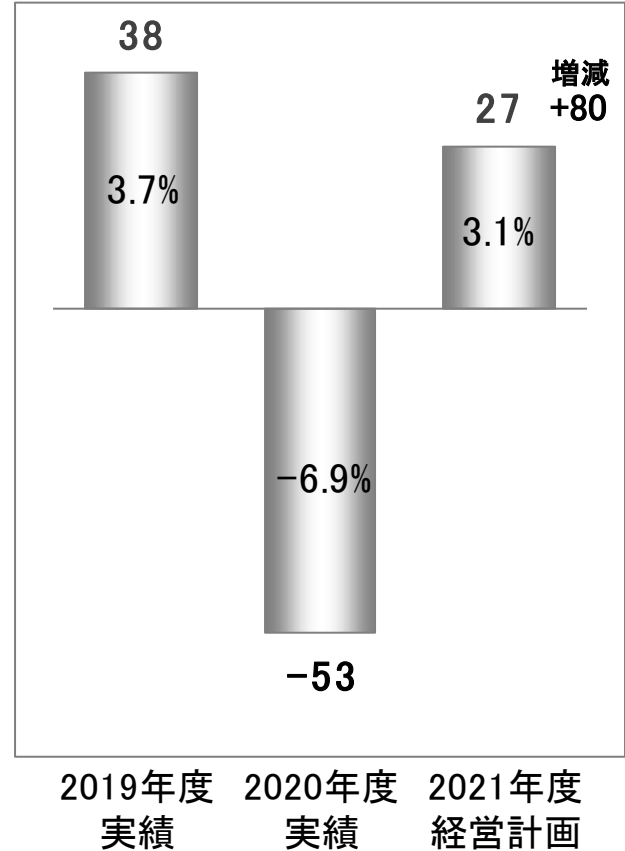
サブセグメント別売上高 (億円)



国内・海外別売上高 (億円)



営業利益・営業利益率 (億円)



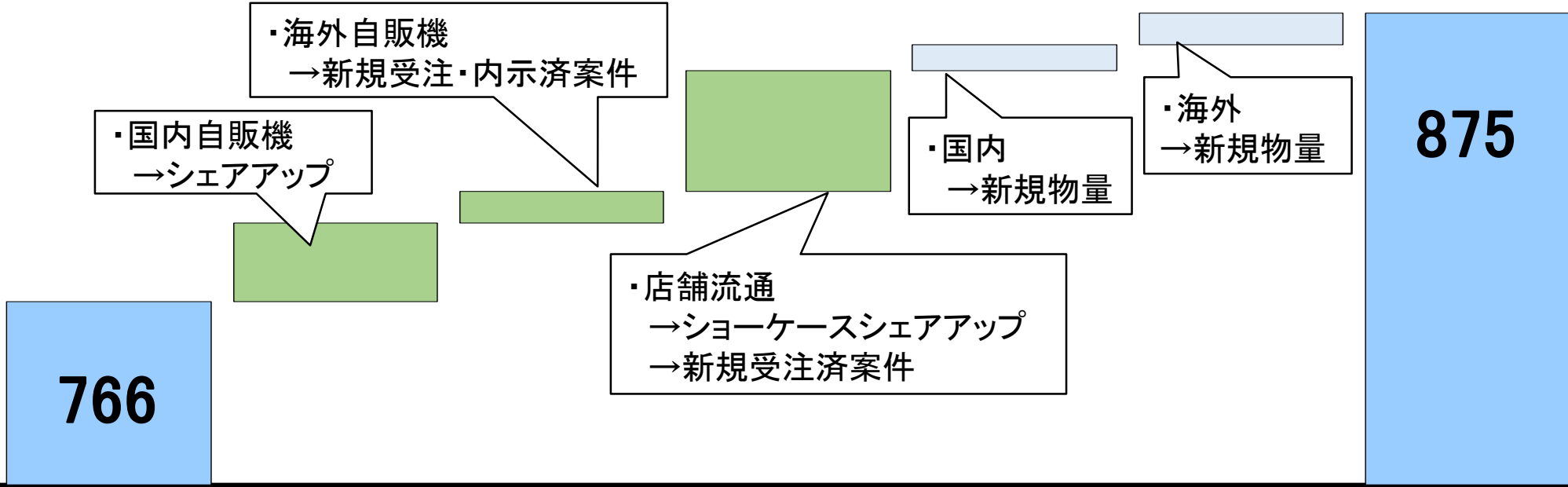
売上増のうち、約8割は20年度実施済施策により、約2割は21年度施策で計画

← **売上増計 : +109億円** →

**20年度:実施済施策
約 8 割**

**21年度:施策
約 2 割**

単位:億円



2020年度
実績

2021年度
計画

損益改善のうち、約7割は20年度実施済施策により、約3割は21年度施策で計画

← 損益改善計 : **+80億円** →

**20年度:実施済施策
約 7 割**

**21年度:施策
約 3 割**

単位:億円

▲ **53**

2020年度
実績

■

- ・自販機**シェアアップ**
- ・店舗ショーケース**シェアアップ**
- ・新規受注済案件

- ・**構造改革**
→ 開発体制の見直し
→ 人員の適正化

■

- ・原価低減(20年度)
- ・一部価格改定

■

- ・新規物量

■

- ・原価低減(21年度)

27

2021年度
計画

高付加価値機の投入により、自販機シェア「ナンバー1」を維持し、市場開拓を推進

デジタルトランスフォーメーション

新規技術



新サービスビジネス開始

【自販機オペレーション効率化】

- ・需要予測
- ・ルート最適化

【効果的売上拡大サービス】

- ・リクエスト機能
- ・ダイナミックプライシング

キーBOX付自販機



レンタカー

開発

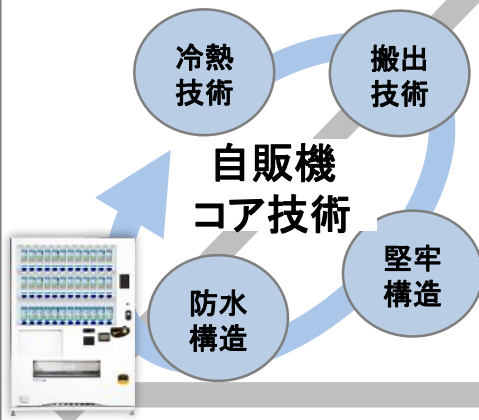
検体輸送



医療/物流/検体業者

飲料メーカー
食品メーカー

双方向通信機 (MCU)



完全非接触自販機 (21年発売済)



AI対応双方向自販機

高付加価値機の展開

双方向／キャッシュレス／非接触

既存顧客

非接触/非対面ニーズ

「新たに自販機活用」する顧客
→マイクロマーケットへの展開

(業界初)
屋外小型物品機
→ホテル、鉄道



冷凍食品自販機



新規顧客

顧客ニーズに対応した機材提供、顧客戦略の推進

顧客

飲料メーカー

コンビニ・店舗顧客

顧客
ニーズ

- ・省エネ/環境対応ニーズの高まり
- ・大型中身飲料の販売(商品多様化)
- ・アフターサービスの信頼性

- ・サテライト店舗拡大 → 自販機活用
- ・多品種商品の販売(飲料/食品/物品/コーヒー)
- ・自販機活用による自社の電子マネー普及加速

中国

日本品質を求める顧客の
重点攻略(大手飲料メーカー)



省エネ飲料機



省エネ飲料機

東南
アジア

冰山集団と連携→店舗チャネル強化



新型
食品機

ショーケース型
自販機

卓上
コーヒー機

ITロッカー

顧客と共同開発(多温度対応)
キャッシュレス対応(顧客ビジネス支援)



大型食品機

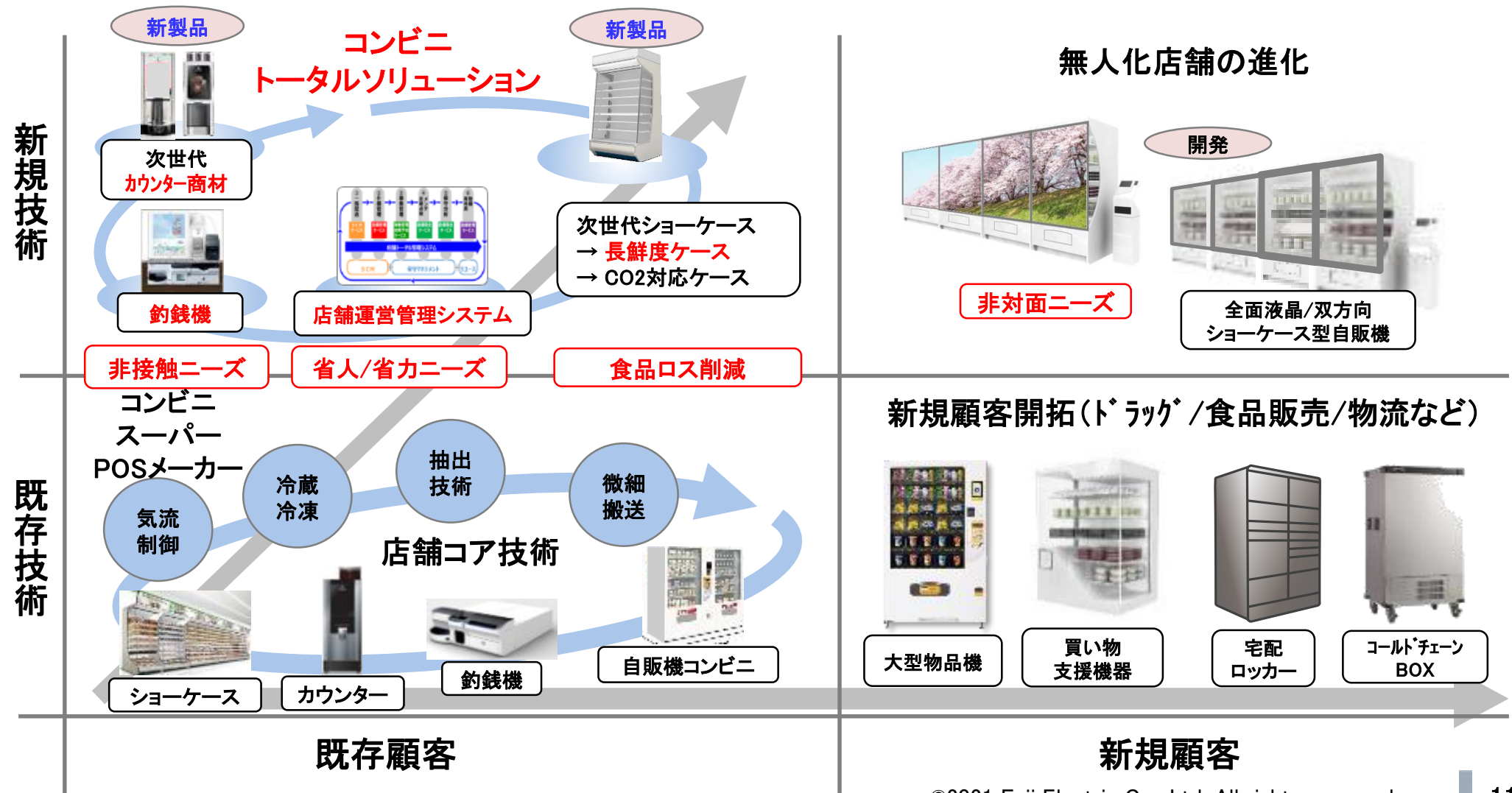
財関係
(コンビニ)



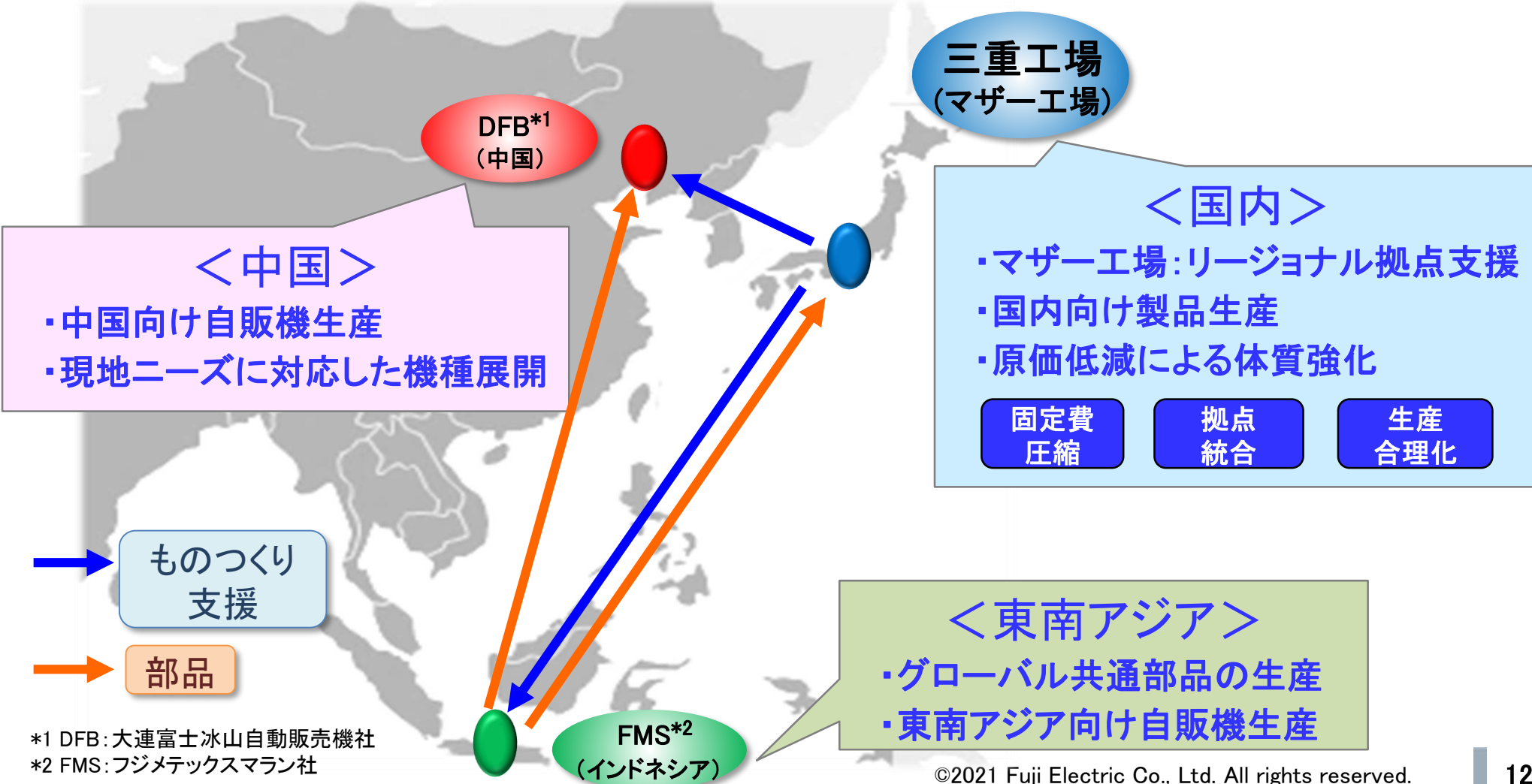
キャッシュレス対応機

タイ
ベンディング
プラス社

国内コンビニの機材シェア「ナンバー1」を維持し、ニーズ対応商材で市場開拓を推進

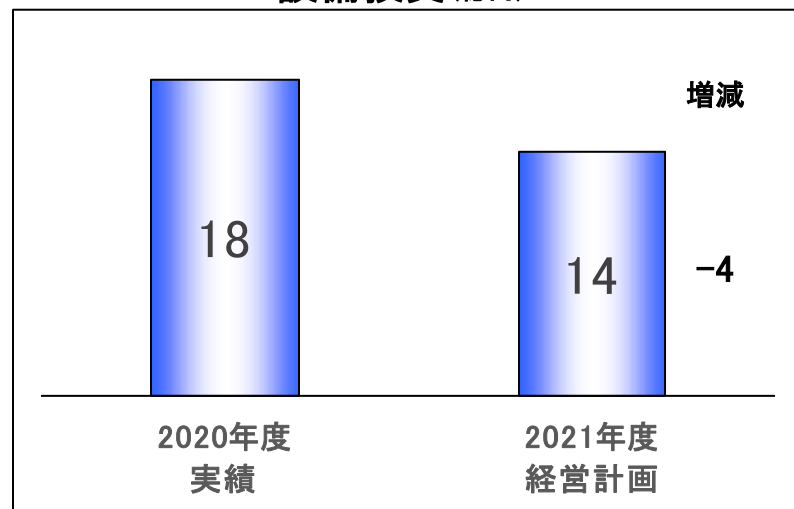


地産地消生産体制による、拠点別の効率的な「ものづくり運営」

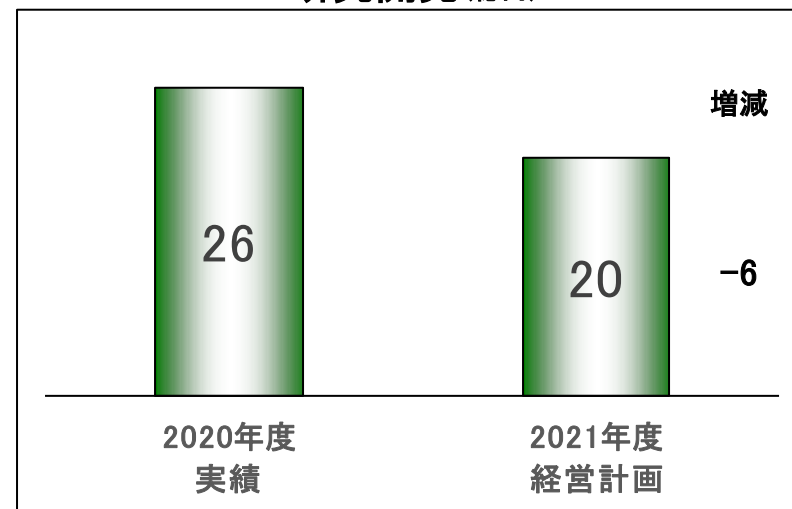


*1 DFB: 大連富士冰山自動販売機社
*2 FMS: フジメテックスマラン社

設備投資(億円)



研究開発(億円)



生産性向上に向けた合理化投資に集中し、 設備更新投資を抑制

- ・三重 : 生産性向上に向けた投資
(自動化、近接化)
- ・DFB* : 機種拡大に伴う金型投資

「成長戦略」に必要な「製品開発」に集中

- ・高付加価値自販機、
店舗ニーズに対応した「新製品」の投入
- ・IoT、AIを活用した、
システムビジネス商材の開発

* DFB: 大連富士冰山自動販売機社

※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. 本資料及び本説明会に含まれる予想値及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及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及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。