

食品流通

高付加価値製品の拡充による収益力の強化とともに 2030年に向けた事業基盤の構築(トップライン拡大)に 取り組みます



執行役員
食品流通事業本部長
浅野 恵一

Q. 2023年度中期経営計画の成果と課題は？

利益重視の戦略実行により2023年度営業利益、営業利益率は、過去最高を更新。更なる収益力の強化と成長領域でのトップラインの拡大が課題です。

想定外の新型コロナウイルスの影響により、2020年度の営業利益は、-53億円まで落ち込みました。それを受けて、ゼロベースで大幅な戦略の見直しを行い、対応しました。人員の適正化、ものづくり拠点の再編、商品価値に見合った価格改定、子会社の整理などに取り組み、利益重視の経営(量から質へ)に転換することで、V字回復を実現し、営業利益、営業利益率ともに2023年度中期経営計画を達成しました。

課題は、現行領域の更なる収益力の強化と、トップラインの拡大に向けた事業基盤の構築です。

Q. 2026年度中期経営計画の方針と 主な取り組みは？

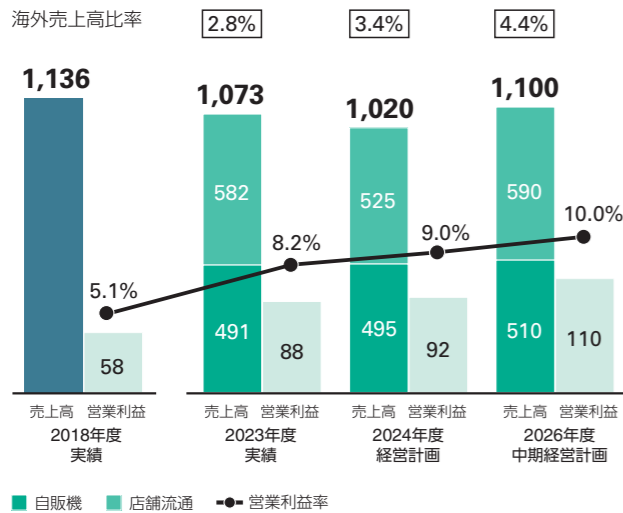
商材の高付加価値化と原価低減による更なる収益力の強化、ならびに、デジタルトランスフォーメーション(DX)分野や新流通分野(外食/食品)、グローバル分野という成長領域でのトップライン拡大に取り組みます。

▶ 高付加価値製品の拡充とコストダウンの推進

現行領域における収益力の更なる強化に向けて、高付加価値製品を展開していきます。自販機事業では国内飲料メーカー向けにサステナ自販機シリーズ(当社従来機に対して消費電力最大20%削減)の更なる拡大を図ります。店舗流通事業では、国内コンビニエンスストア市場の省エネや環境対応、省スペース化といったニーズに対して、環境配慮型ショーケースや新型カウンター機材を提供します。今後も、商材を進化させるとともに、ブランド力も高めていきます。

ものづくりにおけるコストダウン活動も強化していきます。

業績推移 (億円)



プラットフォーム設計の拡大、生産ラインの自動化や部品の内製化、ものづくり工程のデジタル化などの生産性向上に取り組み、収益力の更なる強化を図ります。

▶ 2030年に向けた事業基盤の構築(トップライン拡大)

「DX応用サービス事業」「新流通分野」「グローバル事業」を、成長領域と位置付けて、強化します。

DX応用サービス事業として、自販機事業では、新たに自社開発した双方向通信機(既設自販機にも搭載可能)により、自販機のオンライン化を図り、オペレーションの運用効率化やダイナミックプライシングなど、独自のDXサービスを展開していきます。店舗流通事業では、国内コンビニエンスストア市場を中心に店舗全体の省エネや省力化に対するニーズが高まっています。店舗の消費電力量の約半分を占めるショーケース、空調や換気などの各機器を、当社製の店舗コントローラで一括管理することで、店舗全体の電力量を最適化するエネルギー

マネジメント、および機器の予兆保全といったサービスを展開していきます。

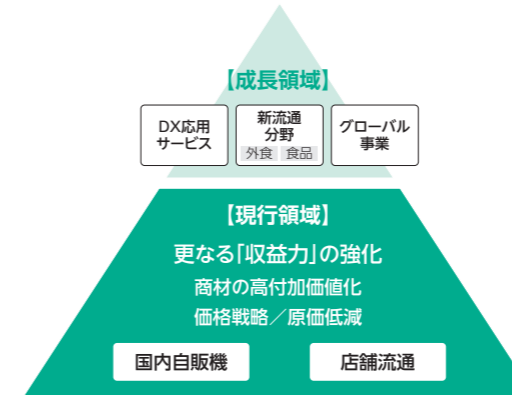
DX応用サービス事業は、製品の売り切りだけでなく、継続的に収益をあげるリカーリングビジネスとして、新たな挑戦となります。展開に向けては通信キャリア会社との協業も図っていきます。

新流通分野については、外食産業や食品・アグリ(農業)市場への新規参入を図ります。この分野では、人手不足による省人化や自動販売のニーズが高まっています。

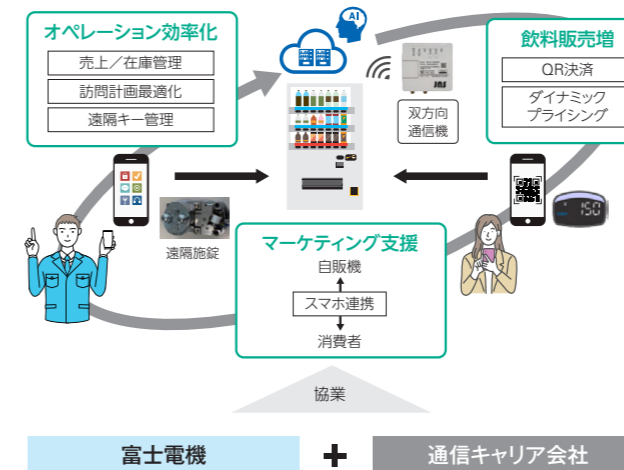
外食分野には、2023年度に開発したセルフコーヒー機材を投入し、食品・アグリ分野には、販売商品のサイズを自由に選べ、自動販売が可能なロッカー型自販機という商材の市場投入を図り、事業拡大を目指します。

グローバル事業については、既存市場の中国や東南アジアに加え、経済成長が著しいインドへの新規参入を目指し、グローバルコーヒー機や省エネ型自販機の市場投入を図ります。

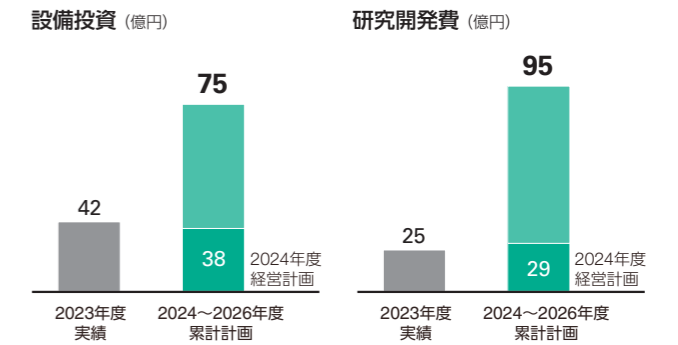
2026年度中期経営計画の全体像



DX応用サービス(提供商材): 双方向通信機/リカーリングサービス



設備投資・研究開発



主な設備投資計画

- 生産性向上に向けた投資(自動化、デジタル化、内製化拡大)
- ものづくり拠点としての環境投資(CO₂削減)

主な研究開発計画

- トップライン拡大に向けた商材開発の強化
- DXを応用したサービス、新流通向け製品

※ 研究開発費は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異なります