

食品流通事業 事業戦略

2020年10月30日

富士電機株式会社
執行役員常務
食品流通事業本部長

高橋 康宏

■ 事業概要

■ 2020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・中国・タイ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



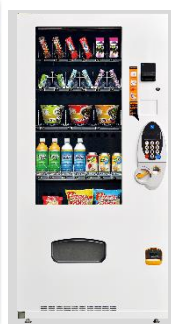
非接触型自販機
キャッシュレス/フットペダル



誤嚥対応給茶機



顔認証機



食品・物品機

- 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

※当社調べ

店舗流通



ショーケース



次世代カフェ機



店舗トータルコーディネート



自動釣銭機



- 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

事業方針

- ・コロナ禍で変化する社会環境/ニーズに対し、
中期的な施策の推進および体制の構築
- ・原価低減の更なる強化を図った上で、注力分野への活動を推進

重点実施事項

- 自販機
 - ・国内:次世代自販機の展開および新規顧客開拓
 - ・中国:ニーズ多様化への対応強化
 - ・東南アジア:顧客戦略の強化、新機種の世界投入
- 店舗流通
 - ・省人化アイテム・カウンター什器の導入促進
 - ・生活様式の変化に対するビジネス提案
- ものづくり
 - ・グローバルものづくり体制によるコスト競争力の強化

市況の見方(自販機)

市況の見方(2020年度)

対前年

上期

下期

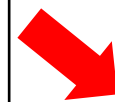
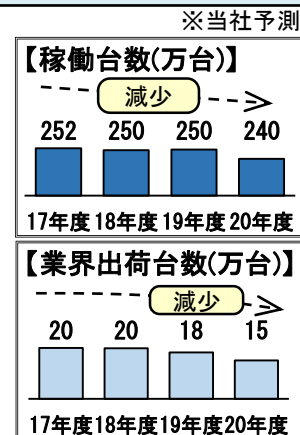
国内

上期:コロナ影響(テレワーク/外出自粛)により設備投資が大幅に抑制
(大手飲料メーカーの対前年状況:売上90% 損益50%※1)

下期:上期に比べ回復傾向だが前年には及ばず

・市場ニーズの変化

- 非接触化、QRコードを利用したキャッシュレス化
- オペレーション効率改善ニーズの高まり
- INロケ※2(オフィス、学校、工場)中心から、
OUTロケ※3(住宅地)への見直し
- 自販機技術(冷熱・搬送技術)利用案件の増加



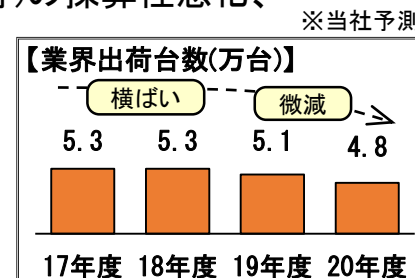
中国

上期:米中貿易問題にコロナ影響が加わり、好ロケ(工場、学校等)の採算性悪化、
製造業界の回復とは対照的に飲食業界の回復遅れ

下期:市場ニーズの変化を受け復調傾向

・市場ニーズの変化

- 無人化店舗への自販機活用ニーズの高まり
- 多様な商品対応機が拡大
- キャッシュレス比率の拡大

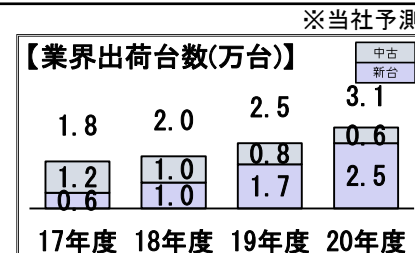


アジア

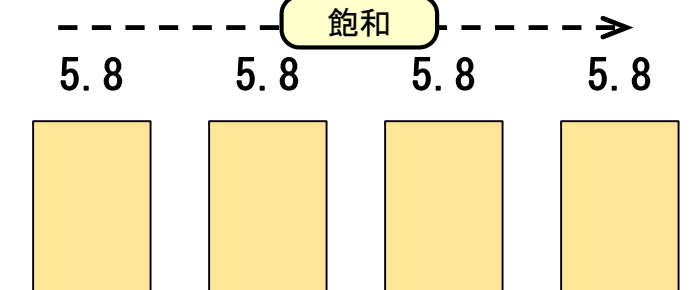
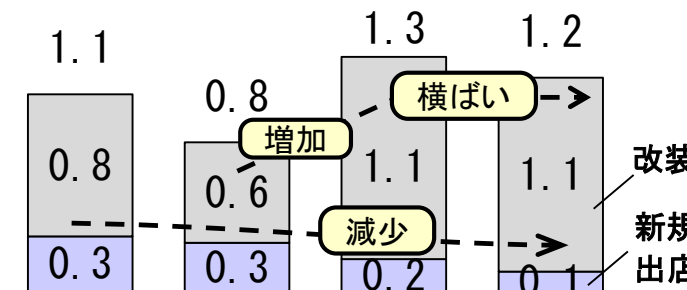


上期:コロナ影響はあるものの、新台需要拡大により前年並
下期:継続した新台需要の拡大

・新台市場の拡大

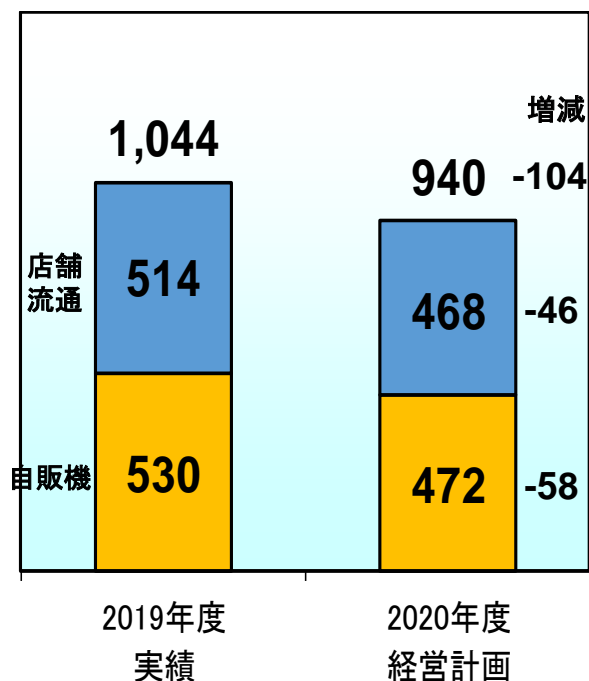
- キャッシュレス決済を主因に中古から新台へ



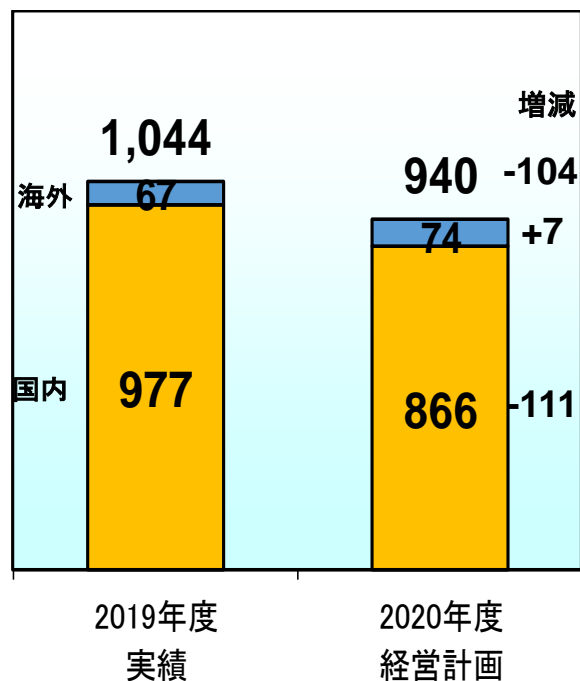
※1:顧客IR情報より ※2:屋内自販機設置ロケーション ※3:屋外自販機設置ロケーション

市況の見方(2020年度)	対前年																															
	上期	下期																														
<p>上期:コンビニ各社はコロナ影響を受け日販ダウン 顧客のテレワーク対応・工事計画の延伸により設備投資減 (コンビニ各社の対前年状況:売上90% 損益80%*)</p> <p>下期:延伸工事案件、市場ニーズに対応した改装案件投資増により前年並</p>																																
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="111 616 851 1068"> <p>【店舗数(万店)】</p>  <table border="1"> <caption>店舗数(万店)</caption> <tr><th>年度</th><td>17年度</td><td>18年度</td><td>19年度</td><td>20年度</td></tr> <tr><th>店舗数</th><td>5.8</td><td>5.8</td><td>5.8</td><td>5.8</td></tr> </table> </div> <div data-bbox="878 616 1618 1068"> <p>【業界新規出店/改装店(万店)】</p>  <table border="1"> <caption>業界新規出店/改装店(万店)</caption> <tr><th>年度</th><td>17年度</td><td>18年度</td><td>19年度</td><td>20年度</td></tr> <tr><th>新規出店</th><td>0.3</td><td>0.3</td><td>0.2</td><td>0.1</td></tr> <tr><th>改装店</th><td>0.8</td><td>0.6</td><td>1.1</td><td>1.1</td></tr> <tr><th>合計</th><td>1.1</td><td>0.8</td><td>1.3</td><td>1.2</td></tr> </table> </div> </div>	年度	17年度	18年度	19年度	20年度	店舗数	5.8	5.8	5.8	5.8	年度	17年度	18年度	19年度	20年度	新規出店	0.3	0.3	0.2	0.1	改装店	0.8	0.6	1.1	1.1	合計	1.1	0.8	1.3	1.2		
年度	17年度	18年度	19年度	20年度																												
店舗数	5.8	5.8	5.8	5.8																												
年度	17年度	18年度	19年度	20年度																												
新規出店	0.3	0.3	0.2	0.1																												
改装店	0.8	0.6	1.1	1.1																												
合計	1.1	0.8	1.3	1.2																												
<p>・市場ニーズの変化</p> <ul style="list-style-type: none"> →新たな生活様式(在宅・テレワーク)に対応した売場環境の変化 →Withコロナ(非対面、非接触)へ対応した商材の拡大 																																

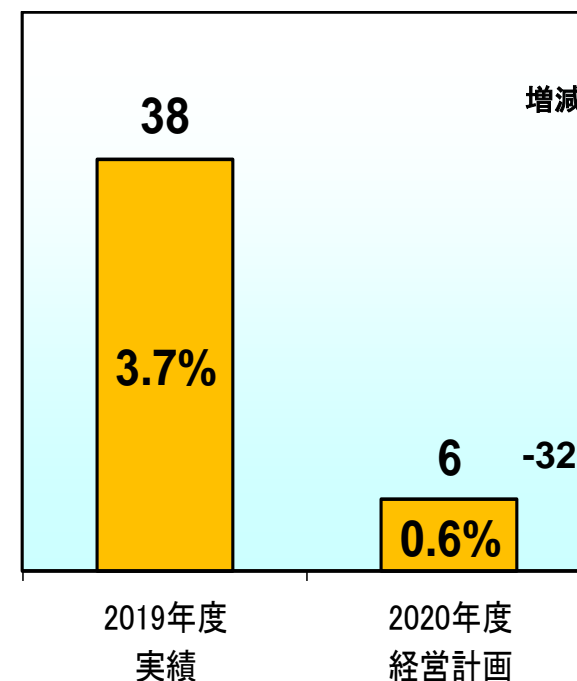
サブセグメント別売上高(億円)



国内・海外売上高(億円)



営業利益・営業利益率(億円)

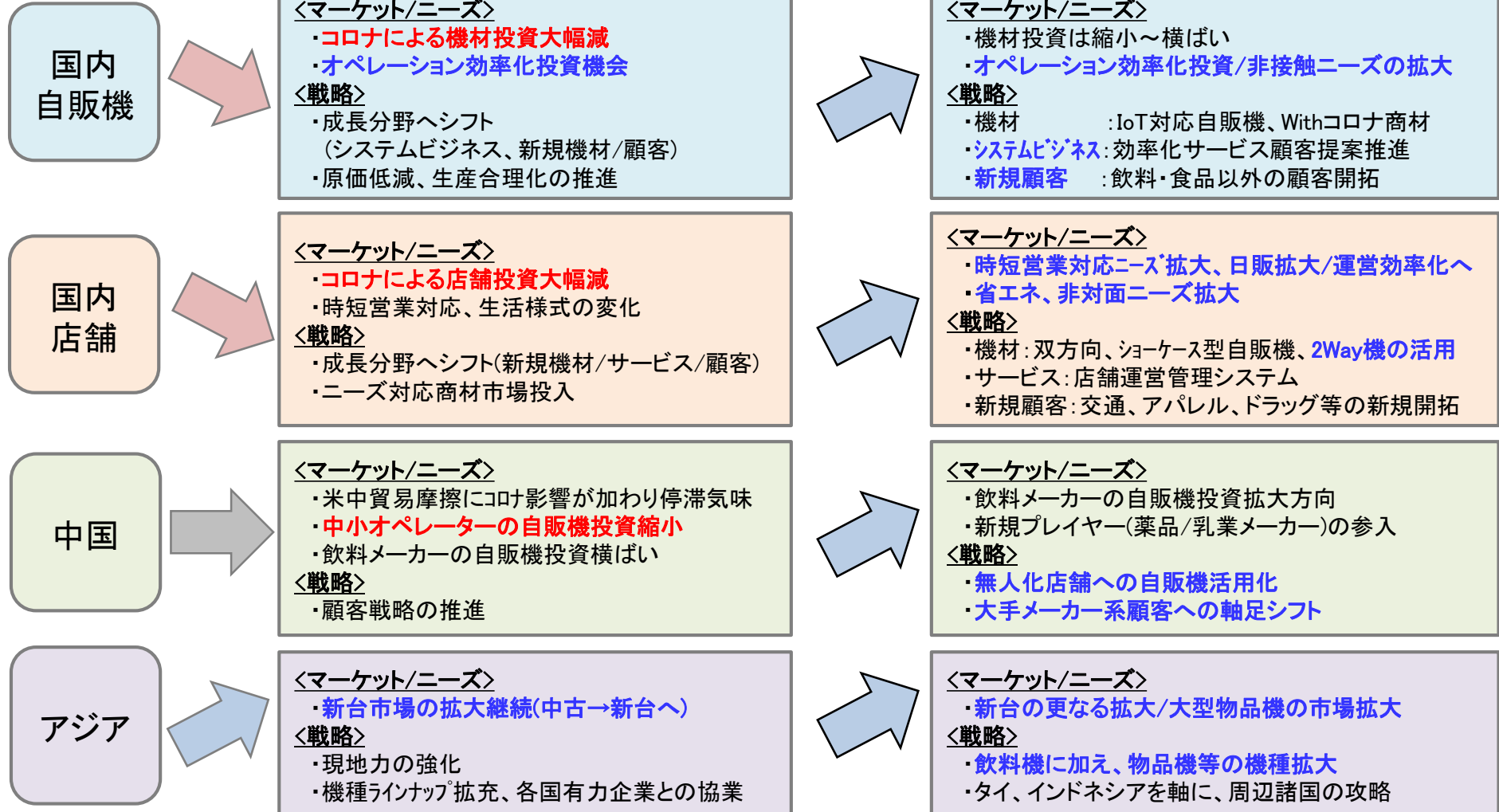


2020年

- ◆ 効率化による体質強化
- ◆ 事業改革、経費削減

2021年～2023年

- ◆ 新しい「事業体質」での事業拡大
- ◆ Withコロナに適合した運営および展開

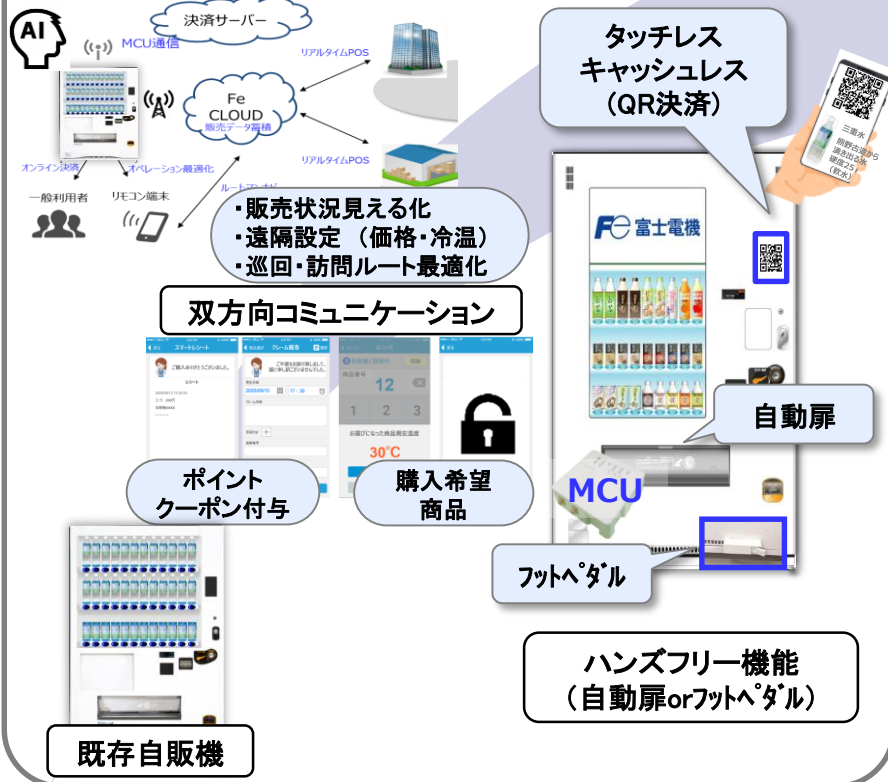


◆コロナ禍における市場ニーズの変化を踏まえ、次世代自販機+システムビジネスの提案拡大により、顧客の売上拡大/効率化へ貢献

◆Withコロナ対応+自販機ビジネスの進化

- ・顧客オペレーションのシステム支援
- ・消費者と自販機の双方向コミュニケーション対応

顧客オペレーション支援
ロケ先からも訪問頻度削減要求あり



◆コロナ禍がもたらした環境変化

- ・在宅、テレワーク勤務→外出/移動自粛
- ・屋外ロケーション需要増→新たなビジネスチャンス

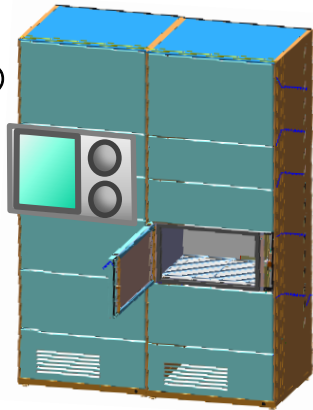
クラウドワーカー活用ビジネス



◆自販機のコア技術(冷熱・搬送技術、防水・堅牢性)を活用した新ビジネスの拡大

【自販機+宅配ロッカー】

商品の受渡しと個人認証
(宅配だけではない近距離物流拠点)



冷熱制御

自動搬送

防水設計

堅牢構造

【自販機+現代のライフスタイル】



マスク
自販機

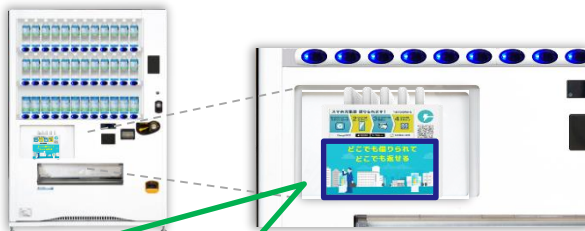


誤嚥対応
給茶機



アルコール
噴霧器

【自販機+モバイルバッテリー】



バッテリースタンド



バッテリー

【自販機+電力ステーション】

バッテリー充電 + 個人認証

- ・電動バイク
- ・電動自転車
- ・電動車いす
- ・非常用電源



- ◆顧客の日販拡大に寄与する商材の提供
- ◆生活様式の変化に対応したWithコロナ商材の拡充(自動化、非対面/非接触化)

【既存製品】



ショーケース



釣銭機



カウンター

既存製品は前年並→占有率の拡大

【次世代カウンター商材】



進化を追求した継続提案

【生活様式の変化に対応】

オーナー 本部



店舗(顧客)と消費者の双方向コミュニケーション



【省人化ニーズ】



コンビニ向けセルフレジの活用

- ◆キャッシュレス対応の標準化とニーズ多様化へ即した機種ラインナップの拡充
- ◆無人化店舗への自販機活用
- ◆大手飲料メーカー/大手財閥との戦略的パートナーシップ構築

【中国】

【キャッシュレス・無人化店舗】



【新規顧客】



【東南アジア】



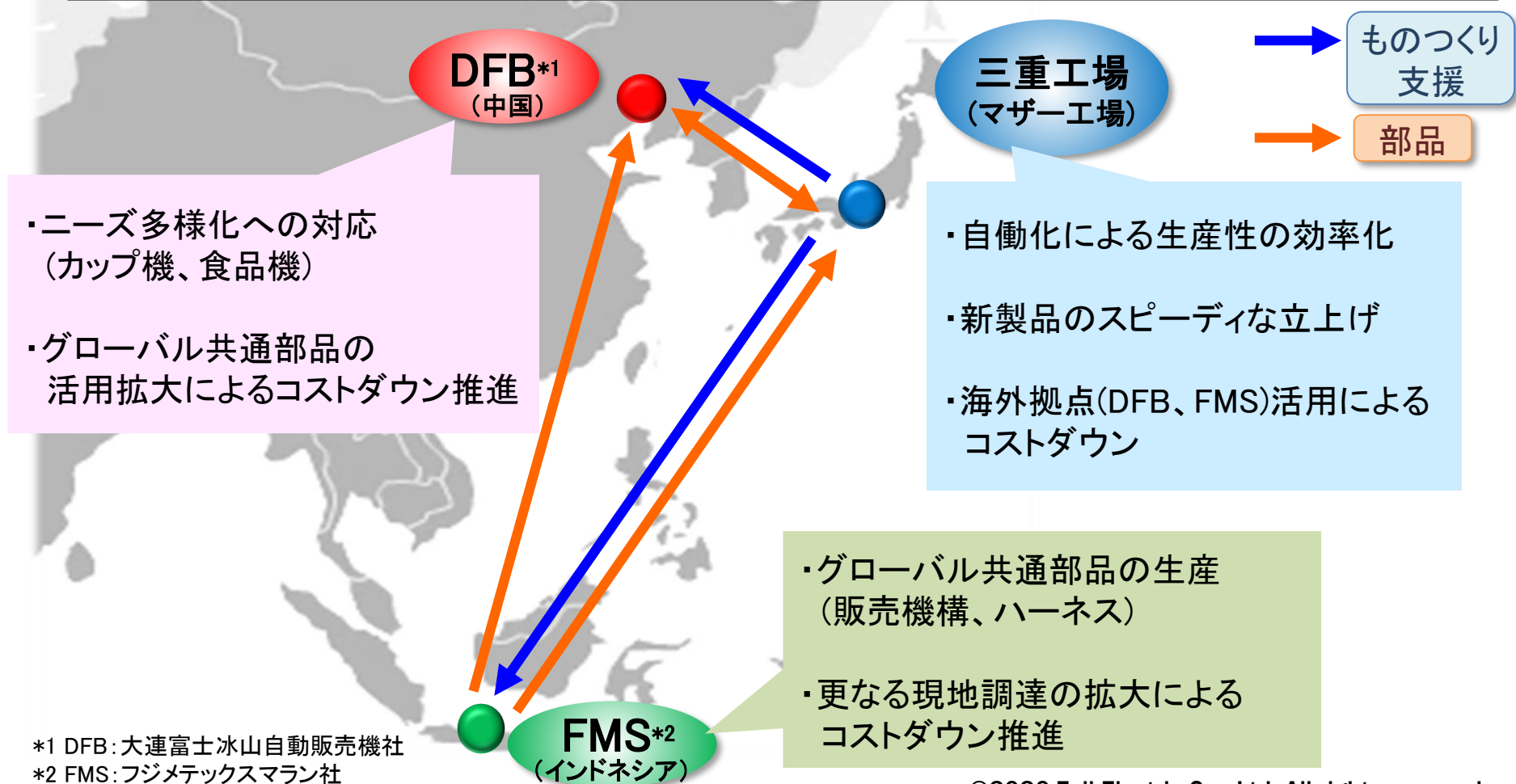
タイ:ベンディングプラス機



タイ:マスク自販機

◆グローバルものづくり体制によるコスト競争力の強化

- ・中国、東南アジア自販機市場拡大に向けた拠点基盤を強化
- ・海外拠点の低チャージ活用、サプライチェーンの最適化
- ・現地顧客ニーズへの迅速な対応



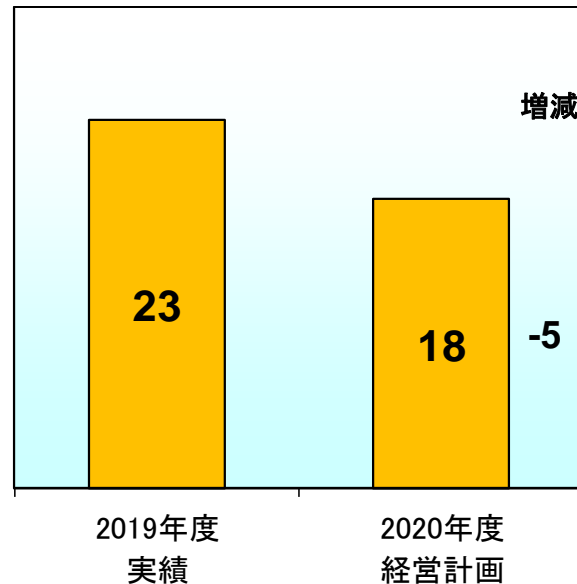
◆設備投資

- ・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
- ・FMS：生産効率化およびグローバル部品生産設備の拡大

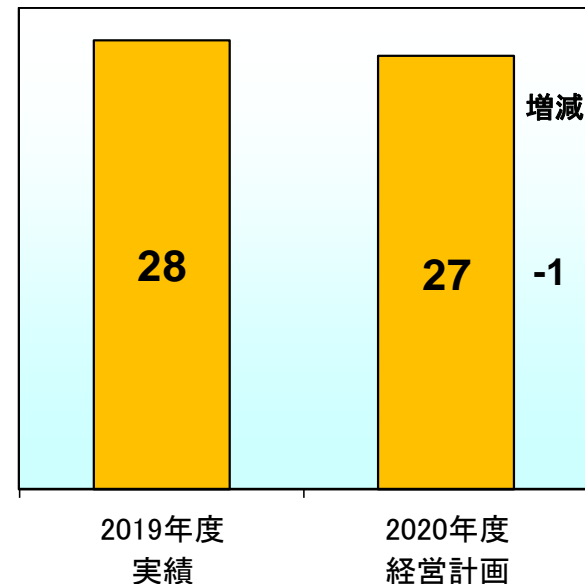
◆研究開発

- ・次世代自販機、店舗省人・省エネ商材の開発促進
- ・IoT、AIを活用した、システムビジネス商材の開発

設備投資(億円)



研究開発(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。