

p.10 Contracted Food Services



p.12 Medical Food Services



p.14 Restaurant and Karaoke Businesses



p.16 Slogix Businesses



Operating Environment and Strategies by Business Segment

各事業を取り巻く環境と戦略

p.17 Deli and Convenience Services



p.18 Specialty Restaurant Businesses



p.19 Total Outsourcing Businesses





MARKET ENVIRONMENT

The institutional contracted food services market in Japan during the fiscal year ended March 31, 2008, was estimated at ¥1,891.9 billion, up 0.3% year on year. However, this slight increase follows sustained annual contractions in market size. In addition to stringent competition among major companies, this problematic market continues to be characterized by high foodstuff prices and personnel shortages.

The business office cafeteria market faces pressure from the considerable changes in office environments. As companies move out of traditional buildings and into large, integrated commercial facilities, the number of office cafeterias has declined. Also, office cafeterias face greater competition from food courts and other dining facilities within the buildings. In addition, the April 2008 introduction in

During the year, we introduced a district manager system to enhance customer satisfaction by strengthening regional shop management, product management and customer support. With regard to operations, we intensified promotion of standardized menus developed by segment for employee cafeterias, factories, school canteens, dormitories and other such facilities. This, in turn, consolidated management and raised efficiency for foodstuff operations. Our business development turned our policies to strengths, by promoting personnel exchanges, information sharing and joint product proposals with our total outsourcing business, DAISHINTO Inc., thereby differentiating SHiDAX from its competitors as it engages in various peripheral businesses associated with providing meal services, and expanding marketing endeavors.

With rising outsourcing of school meals for public elementary and junior high schools, we plan to utilize the synergistic benefits and strategic business development with DAISHINTO Inc. to further increase our share of this market.

STRATEGIES FOR THE FUTURE

Sales at existing locations are expected to remain basically in line with forecasts. However, we plan to closely examine the contract terms and operating status of these facilities and pursue negotiations for

Contracted Food

コントラクトフードサービス事業

Japan of a system of health inspections is affecting menu revisions, bringing into sharper focus the demand for healthy institutional meals.

The school meals market, meanwhile, is worth ¥479.3 billion, including all elementary, junior high and high schools. Of this figure, 21.3% (survey by the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology, fiscal 2006) of meal preparation for public elementary and junior high schools is contracted to private companies. As outsourcing of local government operations to private companies grows, we believe we have ample opportunity to increase our market share.

THE YEAR IN REVIEW

With "health" and "metabolic syndrome" (a combination of medical disorders that increase the risk of developing cardiovascular disease and diabetes) as overriding themes during the year, companies that use Contracted Food Services grew increasingly focused on employee health management. In this environment, the SHiDAX Group promoted its KENBISOSAI brand and held the "Mother Food Menu Fair" to emphasize select ingredients from throughout the Group. We also sought to differentiate ourselves by promoting high-value-added brand menus and through other proposals targeting health management.

contract revisions at stores unable to provide sufficient service, with a view to closing unprofitable outlets and revising commissions. In addition, we aim to boost customer numbers by hosting fairs and other events at existing locations and implementing plans that respond to the needs of health-conscious customers.

New store development will focus on specific market segments, featuring proposal-based business management. We will zoom in on outsourcing from employee cafeterias, school canteens, golf and leisure facility restaurants and other concept dining facilities and establish a more detailed operating structure.

While striving to reinforce business development, we will introduce higher-value-added menu proposals, tailored to customer age and gender, and to type of workplace, such as factories and offices. In the future, the trend toward full outsourcing of catering is anticipated to continue, spurred by the transfer of operations from the government to the private sector. Accordingly, to expand our markets we will boost our outsourcing client base by establishing a business management system with a comprehensive approach to local government food services and facility management. We will also conduct regionally linked business development activities that are integrated with a total outsourcing business.

市場環境

市場規模は前年比0.3%増の1兆8,919億円と推計されていますが、昨年まで続いた市場規模の縮小傾向、大手同業他社との競争激化に加え、食材価格の高騰や人手不足なども加わり、依然として厳しい状況にあります。

事業所向け給食市場は、企業のオフィス環境が大きく変化し、従来の自社ビル型オフィスではなく大型複合施設内へ企業が入居していることで社内食堂そのものが減少し、併設されているフードコート等の飲食店との競合にさらされています。また、2008年4月からの特定健康診査制度の影響を受け食事メニューの改訂が行われるなど、事業所給食に「健康」を求めるニーズは一層高まりを見せています。

一方、学校給食の市場規模は、小学校、中学校、高等学校を合わせて約4,793億円と推計されており、公立の小学校、中学校における給食調理業務の民間委託率は21.3%（2006年度文部科学省調べ）と、その委託率は年々上昇しています。自治体等業務の民間へのアウトソーシングが進むなかで、シェア拡大の見込みが大きい領域と考えています。

今後の戦略

既存店売上高はほぼ予定通りに推移するものと考えています。しかし、契約内容と運営の実態を精査し、十分なサービスを提供し得ない店舗については契約交渉を継続し、赤字事業所の閉鎖、受託単価の見直しを図るとともに、既存店におけるイベント・フェアの実施および健康志向の顧客ニーズに対応する企画の実施により顧客数の増加を図っていきます。

新規店の営業開発については、マーケットのセグメント化を推進し、地域、施設に見合った提案型営業を実践し、オフィス内食堂をはじめ、学校内食堂、レジャーレストラン（ゴルフ場ほか）、その他コンセッション分野の飲食施設などの受託を進め、きめ細かい運営体制を確立します。

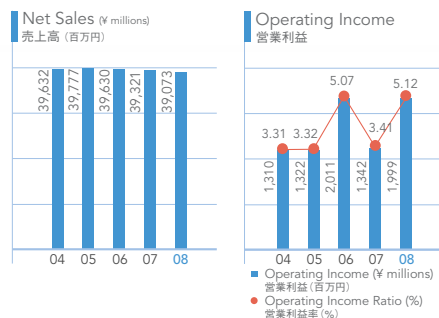
また、営業開発の強化に努めるとともに、利用者の年齢や性別、工場、オフィス等の勤務形態に見合った付加価値の高いメニュー提案を実施していきます。今後も「官」から「民」への流れから、食事提供事業を本格的にアウトソーシングする傾向が続くものと推測されます。そのため、新規顧客開拓においても、自治体の施設を対象とした給食と施設管理を一括で請け負う営業体制を整え、お客様から見て十分に差別化された提案型営業を行うとともに、トータルアウトソーシング事業と一体化した、地域に密着した営業開発活動により受託顧客数を拡大していきます。

Services

今期の施策

「健康」や「メタボリックシンドローム」などをキーワードに、社員の健康管理に取り組む企業が増加しています。こだわりの食材を使用した「マザーフードメニューフェア」、おいしい、ヘルシーなシダックス独自のメニューブランド「健美創菜」の実施や、健康管理の提案など高付加価値なブランドメニューの開発等を推進し同業他社との差別化を図りました。さらに、ディストリクトマネージャー制度を採用し、エリア単位での店舗管理、商品管理、お客様サポートを強化することで、お客様満足度の向上にも取り組みました。オペレーションに関しては、社員食堂・工場・学生食堂・寮などのセグメントごとに開発された標準メニューの導入を一層推進することで食材の一元管理と効率を高めました。営業開発面におきましては、これらの施策を強みとするとともに、大新東株式会社（トータルアウトソーシング事業）との人材交流、情報・提案商品の共有を進め、給食業務に付随して各種周辺業務を提案することで同業他社との差別化を図り、営業拡大に努めました。

また、公立小中学校における学校給食のアウトソーシングが進むなかで、今後は大新東株式会社との相乗効果と戦略的営業開発により、学校給食における業務委託シェアの拡大を図っていきます。



Contracted Food Services: コントラクトフードサービス事業

Profile プロフィール

We provide top-grade food services, such as supply of high-value-added menus for the dining facilities of companies (offices, factories and resort facilities), schools, government offices and other outlets. Further, SHiDAX Creative Delica Co., Ltd. conducts meal supply services utilizing centralized kitchens.

企業（オフィス、工場、保養施設）、学校、官庁などの食堂を中心に高付加価値なメニューを提供するなど、高品質の給食サービスを提供しています。また、シダックスデリカクリエイツ（株）はセントラルキッチンを利用した食事提供を行っています。

Main Companies 関連子会社

SHiDAX Food Service Corp.
SHiDAX Creative Delica Co., Ltd.
SHiDAX Food Service HOKKAIDO Corp.
KOKUNAI Food Service Corp.
S Meal Corp.
Net Sales: ¥39,073 million
Operating Income: ¥1,999 million
Sales Composition: 17.3%

シダックスフードサービス株式会社
シダックスデリカクリエイツ株式会社
シダックスフードサービス北海道株式会社
国内フードサービス株式会社
エス・ミール株式会社
売上高：39,073百万円
営業利益：1,999百万円
売上構成比：17.3%

MARKET ENVIRONMENT

Outsourcing has become commonplace for medical institutions, with the practice also increasing at elderly care facilities. At the same time, competition between companies vying for this market has intensified. The market environment for medical institutions has been affected by changes to reimbursement for medical services arising from reforms to the medical insurance system and Long-term Care Insurance Law and worsening financial conditions for local governments. This has resulted in closures or consolidation for many public medical institutions. In turn, these factors have exacerbated the challenging business environment for the delivery of consigned meal services in this sector.

Under such circumstances, the market for meals to hospitals is estimated to be ¥1,247.4 billion (of which, meals for daycare centers is ¥265.9 billion). The number of elderly care facilities continues to increase as Japan's population ages. Outsourcing of school meals and other services has become common at hospitals. However, although the majority of medical facilities outsourcing such services are small and mid-sized hospitals, reforms made to the medical insurance system have forced even large hospitals to focus on management efficiency, and they are tending to concentrate management resources more on medical services. For this reason outsourcing of meals, facility management, linen supply and other non-medical services to specialty operators is growing year by year, and we anticipate that the market will continue to expand.



THE YEAR IN REVIEW

The impact of changes to reimbursement for medical services and closures and consolidation of public medical institutions have intensified the harsh business environment for the facilities that outsource meal services to the SHiDAX Group. Amid these conditions, we reinforced our drive for "proposal-based business management through the collective abilities of the SHiDAX Group," rationalized selling administrative expenses and promoted menu standardization. These measures achieved higher efficiency in procurement of foodstuffs and

raised profitability. At existing locations, we reviewed contract terms and commissions and closed unprofitable outlets. These steps enabled SHiDAX to provide patients and residents with higher-quality meals and improve its on-site capabilities. As a result of these efforts, we concluded 111 new contracts, bringing the total number of institutions served to 935 after revisions to contracts and closures of unprofitable outlets.

Higher efficiency of food procurement was attained by strengthening cooperation with the vertically integrated Slogix Businesses to provide safe and reliable foods and by implementing cost-cutting measures. Furthermore, we partially completed the introduction of our range of foods using "cook-chill" and "cook-frozen" preparation methods and developed our high-value-added menu of "soft foods" processed to be more easily eaten by elderly persons. These endeavors support our drive to stimulate appetites and cultivate enjoyable daily dining experiences for the elderly.

STRATEGIES FOR THE FUTURE

While overall market trends remain fairly static, we face increasingly fierce competition for existing consignment contracts. We will respond by developing highly specialized sales development staff and presenting clients with proposals to raise the added value of menus by pursuing "handmade" customized services and utilizing our central kitchens. Through such initiatives, we will aggressively pursue new contracts at hospitals, daycare centers, elderly care homes, and other

Medical Food

メディカルフードサービス事業

types of social welfare facilities.

With the shift in the long-term care and medical insurance systems toward preventative medicine, SHiDAX will provide operation manuals that utilize "cook-chill" food preparation methods and standardization of menus. In particular, we are stepping up the development of "Soft Mother Foods," which are processed to be more easily eaten by elderly persons, and striving to provide more specialized meal services. We have established an Allergy Meal-Service Safety Committee, including external experts, to provide advice on non-allergenic foods.

Going forward, we will create a more efficient business model that utilizes the SHiDAX Research Institute and central kitchens. As part of our future R&D initiatives, we also will also foster tie-ups with specialized institutions.

SHiDAX will continue to strive to raise customer satisfaction by developing more effective business models utilizing our central kitchens and implementing high-quality customized services. By aggressively forwarding proposals with higher-value-added customer services, we will pursue medical food services responsive to a broad spectrum of customer needs.

市場環境

病院施設における給食業務のアウトソーシングは定着し、老人福祉施設等においてもアウトソーシングが拡大しており、同時に、同業他社との競争は激化しています。また、病院施設等を取り巻く環境として、医療保険制度や介護保険法の改正にともなう診療報酬改定等の影響や地方自治体の財政状況悪化等による公立病院施設等の統廃合も進んでおり、当事業が給食業務を受託する施設においても経営環境は厳しさを増しています。

このような状況のなか、病院施設向け給食市場は1兆2,474億円（内保育所給食は2,659億円）と推計されています。老人保健福祉施設は、人口の高齢化にともない増加傾向にあります。しかし、給食業務のアウトソーシングを実施している医療関連施設の中心は中小規模の施設が多い状況にあります。医療制度改革によって大型病院でも経営の効率化が求められ、医療機関は経営資源を医療業務中心に投下する傾向にあります。そのため、給食や施設管理業務、リネンサプライ業務などの医療以外の関連業務を専門業者へアウトソーシングする流れは年々強くなり、市場の拡大傾向が続くと予想されます。

Services

今期の施策

診療報酬制度改定の影響や公立病院の統廃合など、当事業が給食業務を受託する施設の経営環境は厳しさを増しています。そのなかで、「グループ総合力による提案型営業」を強化したほか、販売管理費の適正化や標準メニューの推進による食材調達効率化など収益性の向上に取り組みました。既存事業所については契約内容の見直しを進め、受託単価の見直しを図るとともに赤字事業所を閉鎖しました。これらにより、患者様・入居者様へより高品質な食事を提供することができるようになり、現場力の向上にもつなげられました。受託施設数は新規で111施設となりましたが、契約の見直しや赤字事業所の閉鎖により合計で935施設となりました。

食材調達の効率化では、垂直統合におけるエスロジックス事業との連携を強化することによって安心・安全な食材調達とコスト削減に取り組みました。さらに、クックチル・クックフリーズ食材の導入を一部で実施したほか、高齢者向けにのどにのどに「やわらかマザーフード」など付加価値の高いメニューを開発するなど、高齢者の食べる意欲を引き出すことで「楽しい食生活」をサポートしてきました。

Medical Food Services: メディカルフードサービス事業

Profile プロフィール

SHiDAX strives to provide high-value-added meal services for hospitals (patient meals and staff canteens), elderly nursing facilities and care homes, in addition to improving the nutritional balance for the elderly residing at home, while enhancing the culinary pleasures of dining.

病院（患者食、職員食堂）をはじめ老人福祉施設、養護老人ホーム、ケアハウス、あるいは在宅高齢者の方々に栄養バランスだけでなく“おいしさ”も楽しんでいただける高付加価値の食事サービスを追求しています。

今後の戦略

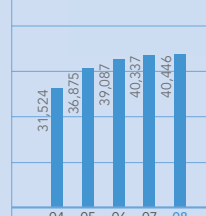
市場は横ばい傾向であることに加え、既存の受託施設においては競合他社との受託競争が激化するなかで、専門性が高い営業開発要員を育成するとともに、セントラルキッチンを活用しながら個別対応による「手作り感」を追求した高付加価値なメニュー提案を行い、病院、保育所施設、老人健康保険施設、その他の社会福祉施設の新規受託に積極的に取り組みます。

また、介護保険制度、医療保険制度における予約重視型への転換を見据え、より一層のクックチル調理の活用を図りオペレーションシステムやメニューの標準化を進めます。特に高齢者の方が食べやすいように工夫された「やわらかマザーフード」等の開発の推進を行い、専門性の高い食事サービスの提供に努めます。保育所施設においては、外部の専門家を招いた「アレルギー食提供安全委員会」を設置し、アレルギー食提供に関する指導をより推進していきます。

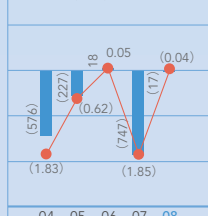
セントラルキッチンを活用した効率的なビジネスモデルの構築や、専門機関との連携により将来を見据えた取り組みについても研究を進めていきます。シダックスグループは質の高い個別対応等のサービスによるお客様の満足度の向上に取り組み、お客様サービスの付加価値向上の提案を積極的に行うことで、多種多様なお客様の要望に応えられる総合的なメディカルフードサービスを徹底して追求していきます。



Net Sales (¥ millions)
売上高 (百万円)



Operating Income (Loss) (¥ millions)
営業利益 (損失) (百万円)



Operating Income (Loss) Ratio (%)
営業利益 (損失) 率 (%)

Main Companies 関連子会社

SHiDAX Food Service Corp.
KOKUNAI Food Service Corp.
Net Sales: ¥40,446 million
Operating Loss: ¥17 million
Sales Composition: 17.9%

シダックスフードサービス株式会社
国内フードサービス株式会社
売上高: 40,446百万円
営業損失: 17百万円
売上構成比: 17.9%

MARKET ENVIRONMENT

The karaoke market during the fiscal year included a total of 129,400 rooms, serving 46.7 million customers. With shifts in customer tastes, the demands on karaoke rooms have extended beyond the provision of high-quality facilities, catering and services to reach more sophisticated and diversified requirements. The karaoke industry faces competition not just from rival firms, but also from the corporate development of Internet cafes and other multipurpose outlets based on per hour consumption which, exacerbated by rising costs of foodstuffs and labor, has led to an even more difficult business climate.

THE YEAR IN REVIEW

To raise customer satisfaction, we are aiming to provide top-grade food and facilities with improved amenities. Our drive to upgrade our cuisine is focused on tracking foodstuffs to supply dishes prepared from safe and reassuring ingredients

and "pair passport" tickets to popular theme parks. This array of exclusive benefits has helped boost customer satisfaction.

External influences on our operating environment during the fiscal year included continuing high oil, foodstuff and other raw material prices. Through merits of scale gained by strengthening cooperation with the Slogix Businesses, we have cut procurement costs for foodstuffs. We have also reinforced the Slogix Businesses' consolidated distribution system to build a supply system for alcoholic beverages and minimized food and consumable purchasing cost increases despite raw material price hikes.

In terms of store development, SHiDAX focused on renovation of existing facilities, with makeovers for 36 outlets during the year. One opening and one closure left the number of locations unchanged at 302.

Restaurant and Karaoke

レストランカラオケ事業



and revising recipes for our meal menus.

Our development efforts encompass "next-generation restaurant karaoke outlets," which are facilities accessible to three generations of customers. As part of these efforts, we are upgrading and expanding Kids' Rooms and promoting barrier-free interiors. In addition, SHiDAX has instigated a range of peripheral services to encourage use of facilities, including Culture Clubs, which host various courses and events relating to health, culture and interests, and space for multipurpose rentals.

We introduced a mobile service member system in July 2005 and a new card member system in July 2006. Currently, these two systems total 2.4 million subscribers. Payment of a membership fee allows access to exclusive services, including a system of accumulated points that can be exchanged for such rewards as courtesy birthday services

STRATEGIES FOR THE FUTURE

As customer tastes grow more diverse and sophisticated, we will respond by differentiating ourselves more from other market players, aggressively incorporating new marketing methods and expanding and retaining our customer base. To achieve this, we plan to introduce menus tailored to meet customer needs and develop high-quality, original menu offerings. SHiDAX will also continue to promote store development for facilities that are user-friendly for three generations of customers. To raise the added value of our outlets, we will establish culture schools patronized by local residents like private community centers. We believe that marketing activities are vital to realizing these goals. Accordingly, we are stepping up analysis of customer usage and investigating menu and service systems linked to location and area demographics to provide resources to guide our refurbishment and store development programs.

By offering discount services, sending email and direct mails, offering special member benefits and other detailed services for mobile service members and new card members, we aim to increase customer numbers and boost patronage. SHiDAX will continue to raise the service level of its restaurant and karaoke facilities, creating environments that are safe and accessible to all.

市場環境

カラオケ市場は、ルーム数が129,400ルーム、カラオケの延べ参加人口は4,670万人と推計されています。お客様の嗜好も変化しカラオケルームに求められるニーズは、「施設、飲食、サービス」とも高い質が求められるだけでなく、高度化・多様化も進んでいます。さらに、カラオケ業界は従来の同業他社との競争だけではなく、インターネットカフェなどの時間消費型業態や複合レジャー施設などとの競争のほか、食材価格の高騰や人件費の高騰などもあり、カラオケ市場を取り巻く環境は一層厳しいものとなっています。

今期の施策

お客様満足度のさらなる向上のため、上質な「食」の提供と利用しやすい施設の充実に取り組みました。「食」の充実に関しては、食材履歴が管理された安心・安全な食材を使った料理の提供や食事メニューのレシピ改訂を実施しました。また、三世代ファミリーでもご利用しやすい

今後の戦略

お客様の嗜好の多様化、高度化に適切に対応し、同業社との差別化を従来以上に図り、マーケティング手法を積極的に取り入れ、お客様の増大と固定化を目指します。そのため、お客様ニーズに合わせたメニューの導入および高級創作メニューの開発、三世代ファミリーが安心して利用できる店舗づくりを進めていきます。近隣住民に愛される地域密着型の「民間公民館」として、コミュニティーに根ざしたカルチャースクールを開設するなど、店舗付加価値の一層の向上を図ります。そのためにマーケティングを重要な活動と考え、お客様の利用状況の分析をより充実させ、立地や周辺の人口動態に応じた、メニュー、サービス体系などの検討を行い、既存店舗の改装、新規店舗の開発などに活用していきます。

さらに、ケータイ会員や新カード会員の方に割引サービス、メール・DMの送付、会員限定特典を実施するなど、きめ細かいサービスを運用することで

Businesses

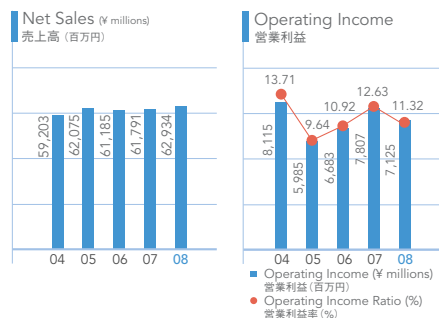
「次世代レストランカラオケ」の開発を推進し、お客様と一緒に楽しめる「キッズルーム」の拡充や店内のバリアフリー化を進めました。その他にも、健康や教養、趣味などさまざまな講座を揃えた「カルチャークラブ」や多目的スペースとしてのご利用の促進を図り、付帯サービスの提供を充実させました。

2005年7月からケータイ会員制度を、2006年7月からは新カード会員制度をスタートし、現在は両会員制度における加入者様が240万人を超えました。会員様料金でのサービスの提供やポイントの加算、バースデーご優待サービスや人気テーマパークのペアパスポートとの交換などさまざまな特典を用意し、お客様の満足度向上を図りました。

また、外部環境として、原油や食材などの原料価格の高騰が続いており、エスロジックス事業との連携強化によるスケールメリットを生かした食材調達コストの削減に取り組みました。さらにエスロジックス事業における一元物流システムの強化により酒類供給体制を構築し、原材料価格が上昇するなかで、食材および消耗品の仕入れコスト上昇を最小限に止めることに取り組みました。

店舗展開については、既存店のブラッシュアップに注力し、36店舗をリニューアルしました。新規の出店は1店舗となり、既存1店舗を閉鎖したことにより、運営店舗は302店舗となりました。

お客様の来店を促し、お客様数の増加につなげるとともに、安全で安心して利用いただける「レストランカラオケ」としてサービス向上に取り組みます。



Restaurant and Karaoke Businesses: レストランカラオケ事業

Profile プロフィール

We are developing a nationwide network of restaurant karaoke outlets, fusing food and karaoke. In addition to restaurant-quality meal services, we provide space for the local community to use as venues for regionally integrated culture schools, welfare support activities and various types of events.

カラオケと食を融合した「レストランカラオケ」を全国で展開しています。また、レストラン並みの食事サービスに加え、地域密着型のカルチャースクール、福祉活動支援、各種イベントなど町のコミュニティスペースとしてのサービスも提供しています。

Main Company 関連子会社

SHiDAX Community Corp.
Net Sales: ¥62,934 million
Operating Income: ¥7,125 million
Sales Composition: 27.8%

シダックス・コミュニティー株式会社
売上高: 62,934百万円
営業利益: 7,125百万円
売上構成比: 27.8%

THE YEAR IN REVIEW

Global high prices for foodstuffs and product price hikes by food manufacturers led to a harsh operating environment. Amid these market conditions, the SHiDAX Group has capitalized on joint purchasing, achieved through strategic alliances with other companies in the industry, to minimize the impact of rising foodstuff prices through merits of scale. We have also established a Hygiene Management System and a Traceability System to provide safe and reliable foods.

The SHiDAX Group has a nationwide network of 47 distribution centers for foodstuff procurement. This fortifies our stable supply of foodstuffs to the Contracted Food Services, Medical Food Services, and Restaurant and Karaoke Businesses, and our standardized menu supply system. In addition, such infrastructure has allowed us to include a liquor and food supply chain for the Restaurant and Karaoke Businesses in our consolidated distribution system and raise the efficiency of procuring foodstuffs. Furthermore, the development of menus linked to operational efficiency and food menus with potential health benefits have enabled us to supply high-value-added products and pushed up profitability.



Slogix Businesses

エスロジックス事業

STRATEGIES FOR THE FUTURE

The SHiDAX consolidated distribution system helps to promote bulk purchases of menu-linked integrated foodstuffs and to supply safe and reliable foodstuffs to the Food Service Businesses, the Restaurant and Karaoke Businesses, and individual food service outlets throughout Japan.

We are also benefiting from merits of scale and enhanced quality control as a result of joint purchasing through strategic alliances with other companies in the industry. To meet recent heightened societal requisites for food safety and reliability, we are standardizing quality control, traceability and nutrition analysis for the foodstuffs we handle.

In step with the expansion of Medical Food Services, we are involved in the development and supply of products for hospitals and welfare facilities and researching countermeasures to the worldwide escalation in foodstuff prices. SHiDAX is also refining standards for consumables, implementing a blanket order system to support sales and pursuing purchasing cost reductions through the increase in scale made possible by unification of standards.

今期の施策

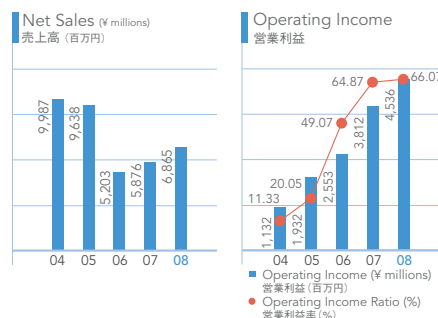
世界的な食材高騰や食品メーカーによる商品値上げなどにより、厳しい環境にありました。このような市場環境のもと、シダックスグループでは同業他社とのアライアンスによる共同購買を活用し、スケールメリットを生かすことで食材価格上昇の影響を最小限に止めるように取り組みました。また、食材の安心・安全への取り組みとして衛生管理体制の構築やトレーサビリティ体制を整備しました。

食材購買の物流体制については、全国47箇所の物流拠点を活用することで、コントラクトフードサービス事業、メディカルフードサービス事業、レストランカラオケ事業などへ安心・安全な食材や標準メニューの供給体制を強化するとともに、レストランカラオケ事業向け酒類供給体制を「一元物流システム」に編入し、食材調達の効率化を図りました。さらに、オペレーションの効率化につながるメニューや健康効果が期待される食事メニューの開発など、高付加価値な商品提供によって収益性の向上に取り組みました。

今後の戦略

「一元物流システム」において、メニューと連動した統一食材の大量購買を推進し、フードサービス事業、レストランカラオケ事業、国内の的外食レストラン等の各店舗へ、安心・安全な食材を提供していきます。また、同業他社とのアライアンスを活用した共同購買により、スケールメリットとクオリティコントロールを行っていきます。食の「安心・安全」が必然として求められている近年の社会ニーズに対応し、取り扱い食材のトレーサビリティや栄養分析などの品質管理を標準化し、安全性、信頼性の高い食材提供を徹底します。

さらに、メディカルフードサービス事業の拡大に合わせて病院・福祉施設向け商品の開発・供給を行うとともに、世界的な食材高騰への対応策を研究していきます。消耗品についても規格を絞り込み、販売に関しては一括発注システムを整備し、規格統一による規模拡大で仕入コストの削減を進めます。



Slogix Businesses: エスロジックス事業

Profile プロフィール

Utilizing merits of scale, SHiDAX supplies foodstuffs within the Group through integrated ordering of foodstuffs and consumables and consolidated distribution utilizing three temperature zones. Further, we maintain the utmost safety and reliability levels through standardization of foodstuff traceability and quality management.

スケールメリットを生かした食材・消耗品の一括発注と、三温度帯での一括配送によりグループ内へ食材を提供しています。また、食材もトレーサビリティや品質管理を標準化し、安全性と信頼性の高さを確保しています。

Main Companies 関連子会社

SLOGIX Corp.
SHiDAX Engineering Corp.
Net Sales: ¥6,865 million
Operating Income: ¥4,536 million
Sales Composition: 3.0%

エス・ロジックス株式会社
シダックスエンジニアリング株式会社
売上高: 6,865百万円
営業利益: 4,536百万円
売上構成比: 3.0%

THE YEAR IN REVIEW

Specialist institutions such as hospitals and schools are increasingly outsourcing services to specialized operators, which is leading to market expansion. However, the severe operating environment continued as major convenience store chains opened outlets in hospitals and harsh economic conditions left private hospitals facing closures.

SHiDAX targeted its new store development by market segment during the year, and focused on orders from such facilities as universities, joint government buildings and distribution centers. As a result, 31 new stores were opened during the fiscal year ended March 31, 2008. At existing stores, we implemented measures to prevent contract cancellations, such as specialized training programs. We also provided high-quality products through full-scale utilization of POS (Point Of Sale) and EOS (Electronic Ordering System) data obtained by introducing the data warehouse (DWH) data analysis system, and expanded electronic money systems and public utility payment services to aid convenience and improve cost-competitiveness. In

addition, we completely reformed our SFA (Sales Force Automation) management support system to promote intense sales development activities, which, in turn, bore fruit in a significant increase in the number of new contracted stores.

STRATEGIES FOR THE FUTURE

In the future, we aim to protect existing customers by providing services that answer their increasingly sophisticated needs; capitalize on profit-earning opportunities; and bolster cost-competitiveness by introducing electronic money systems, public utility payment services and other high-quality services. Moreover, expanded utilization of our SFA management support system and DWH data analysis system will enhance data collection, new store development and product supply capabilities, to attain radical gains in the number of new contracted stores.

We also hope to aggressively pursue alliances with companies in diverse industries—combining the expertise of the SHiDAX's Group's cafeteria and hospital concession operations, together with store design, product development know-how, and product distribution networks of the convenience store industry—with the coffee shop operating expertise of the coffee chain industry. By integrating store types, we plan to develop store styles able to secure a stable profit even at small and mid-sized hospitals.

今期の施策

病院、学校をはじめとする各種施設では、専門外業務のアウトソーシングを推進しており、マーケットは拡大傾向にあります。しかしながら、病院内への大手コンビニエンスストアの出店や経営状況の厳しい民間病院等の閉鎖が相次いでおり、厳しい経営環境が続いています。

新規店舗の開発については、マーケットのセグメント化を推進し、大学、合同庁舎、物流センターなどへの受注にも注力しており、31店の新規店舗を獲得しました。また、既存店舗については、接客向上のための技能研修など解約防止に注力したほか、売上増強を図るため、DWH（データ解析システム）の導入によりPOS・EOSシステム情報の活用を拡大し、質の高い商品供給を行いました。さらに、電子マネー導入の拡大や公共料金収納代行サービスの取り扱いなどで、利便性とコスト競争力を強化しました。また、SFA（営業支援システム）の刷新により密度の濃い営業開発活動を推進し、受託店舗数の飛躍的増加を図りました。

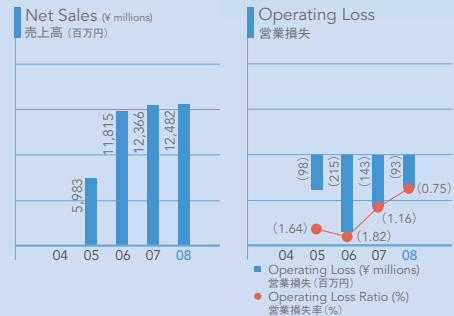
Deli and Convenience Services

コンビニエンス中食事業

今後の戦略

高度化するお客様のニーズに対応した各種サービスにより既存顧客を守るとともに、電子マネー、公共料金収納代行サービスの導入、その他の新規サービスの導入によりあらゆる収益機会を捉え、コスト競争力を強化します。加えてSFAならびにDWHの活用最大化による情報収集力・新規開発力、商品供給力を一段と強化することにより、新規受託店舗数の飛躍的増加を図っていきます。

さらに、情報収集力、新規開発力を拡充することで新規受託店舗数の拡大に取り組みます。将来的には、シダックスグループの食堂運営・病院売店運営ノウハウとコンビニ業界の店舗設計・商品開発ノウハウ・商品物流網、コーヒーチェーン業界の喫茶運営ノウハウを合わせるなど、異業種とのアライアンスを積極的に推進し、複合的な業態を組み合わせることで、中小型規模病院でも収益を安定的に確保できる店舗業態の開発を進めます。



Deli and Convenience Services: コンビニエンス中食事業

Profile プロフィール

SHiDAX undertakes the consigned management of retail outlets for foodstuffs, daily commodities, clothing, medical and sanitary goods, and books, magazines and newspapers at hospitals, companies, government agencies, universities and colleges, office buildings and other facilities.

病院、企業、官公庁、大学・短期大学、オフィスビル等において、食料品、日用品、衣料品、書籍・雑誌・新聞、医療衛生用品等を販売する売店の受託運営を行っています。

Main Company 関連子会社

SHiDAX i Corp.
 Net Sales: ¥12,482 million
 Operating Loss: ¥93 million
 Sales Composition: 5.5%

シダックスアイ株式会社
 売上高: 12,482百万円
 営業損失: 93百万円
 売上構成比: 5.5%

THE YEAR IN REVIEW

The SHiDAX Group operates a chain of specialty restaurants with strong brand recognition based in the United States. In Japan, SHiDAX outlets took advantage of the high customer traffic location around Shibuya Station in Tokyo and hosted menu fairs and other events highlighting original foodstuffs to raise customer satisfaction. The Company also boosted its brand equity and capacity to attract customers by strengthening ties with LETTRE D'AMOUR, which offers a unique range of creative confectionery brands.

In the North American market, we endeavored to raise customer satisfaction and sales per customer through development of high-value-added menus. SHiDAX opened new stores at multipurpose event centers, ski resorts and other key facilities and directed sales promotion activities toward guidebooks and hotel information services to attract tourists to its outlets. We also launched the "patinawedding.com" website to boost our operations in the wedding hospitality field. To capitalize on corporate demand, we expanded catering orders for large events. And to attract local residents, we organized such events as cooking courses and featured holiday and seasonal menus.



Specialty Restaurant Businesses

スペシャルティレストラン事業

STRATEGIES FOR THE FUTURE

We plan to open restaurants in the high-traffic area around Shibuya Station, Tokyo, and in open landmark restaurants in the United States, centering on SHiDAX Restaurant Management Co., Ltd., and Patina Restaurant Group, LLC. Going forward, we will continue to develop menus and raise customer service to meet the diverse needs of customers. In the United States, we will utilize the strong brand power to enhance efficient restaurant operations expertise and establish an operating structure that satisfies the greatest number of people.

In our restaurant operations, we aim to introduce and expand efficient store management systems and to meet diverse customer needs by accumulating expertise in expanding specialty restaurant brands. By sharing the benefits of these measures, we will boost the value-added of the SHiDAX Group. SHiDAX Restaurant Management Co., Ltd., and the Patina Restaurant Group, LLC, plan to attract greater customer numbers by improving their brand image and raising levels of customer satisfaction.

今期の施策

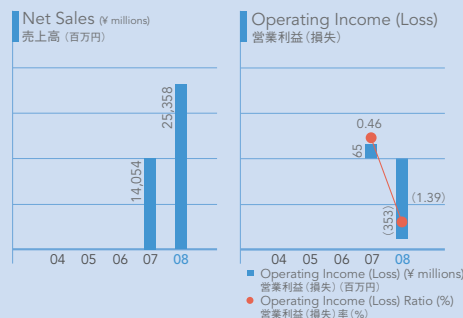
日本国内においては、東京都渋谷駅周辺など集客力の高い立地を生かしたレストラン運営や、こだわりの食材を用いたメニューフェアなどを展開し、お客様満足度の向上を図りました。また、今までにはない、独創性の高いアイデアを表現したスイーツブランドを展開する「レトルダムール」との連携強化などによりブランド力と集客力の向上を図りました。

北米市場においては、付加価値の高いメニューの開発によるお客様満足度とお客様単価の向上に努めるとともに、イベント施設やスキーリゾート等への出店、ガイドブック・コンシェルジュ等への販売促進活動により、観光を目的としたお客様の来店数増加に努めました。また、ウェブサイト“patinawedding.com”を開始しウェディング分野の強化を図るとともに、法人需要の取り込みに向けて大型イベントでのケータリング受注の拡大、さらに地域住民へのアプローチ策として料理教室やホリデーメニュー、シーズンメニューなどのイベントを充実させました。

今後の戦略

お客様の多様なニーズにお応えできるようにメニュー開発およびサービスを向上させ、米国本土における高い知名度を利用してレストラン運営ノウハウを高めることで多くのお客様にご満足いただける運営体制を確立します。また、パーティーや婚礼営業等にも注力し、お客様数の増加につなげていきます。

当事業においては、効率的な店舗運営システムの導入・構築やブランドカテゴリー拡大によるノウハウ蓄積により、多様なお客様ニーズにお応えすることを目指すとともに、それらを共有することでシダックスグループの付加価値を高めていきます。シダックスレストランマネジメント株式会社およびPatina Restaurant Group, LLC等では、多くのお客様にご来店していただくために、ブランドのブラッシュアップを図り、お客様の満足度向上を目指していきます。



Specialty Restaurant Businesses: スペシャルティレストラン事業

Profile プロフィール

Our new store openings target high customer traffic locations, such as major U.S. cities and the area around Shibuya Station in Tokyo, providing top-quality meals, services and facilities. We are also developing our confectionery operations, led by the LETTRE D'AMOUR brand and concentrated around Shirokanedai in Tokyo.

主に米国の主要都市や東京都渋谷駅周辺など集客性の高い立地にレストランを出店し、上質な食事・サービス・空間を提供しています。また、白金台を中心に『レトルダムール』ブランドでスイーツを展開しています。

Main Companies 関連子会社

SHiDAX Restaurant Management Co., Ltd.
VAS Food Service Corp.
Patina Restaurant Group, LLC and the 15 subsidiaries
Net Sales: ¥25,358 million
Operating Loss: ¥353 million
Sales Composition: 11.2%

シダックスレストランマネジメント株式会社
ヴァスフードサービス株式会社
Patina Restaurant Group, LLCおよびその他
LLC子会社15社
売上高: 25,358百万円
営業損失: 353百万円
売上構成比: 11.2%

THE YEAR IN REVIEW

In line with government policy reform, an escalation in outsourcing by local governments to private companies has progressed. Throughout Japan, virtually all municipal organizations are promoting outsourcing of simple services to the private sector or employing an assigned management system to delegate services to private companies. The cumulative total of private finance initiatives (PFIs), by which public facilities use private funds for the provision of services, is estimated at ¥1.8 trillion.

In March 2007, the SHiDAX Group acquired the shares of DAISHINTO Inc. to launch the Group into the Total Outsourcing Businesses as a key new area. Utilizing DAISHINTO Inc.'s expertise as Japan's first commercial private automobile management and maintenance venture has expanded our local government transactions and strengthened private transactions, resulting in a wider revenue base for SHiDAX. We have thus made inroads into the automobile management business on a national scale through core products integrated into comprehensive outsourcing for local government and compound proposals for the private sector, spanning executive fleet automobiles and school and courtesy buses. In the social services sector, outsourcing has been advancing as a result of administrative and fiscal reform at local government organizations. In this environment, we have attained business expansion from total outsourcing of school meals, office administration and other services and wide-ranging delegation of local government management.

In the local government market, we have targeted total outsourcing and major PFI proposals, aiming to boost our share of transactions and aggressively develop business nationwide.

Total Outsourcing Businesses

トータルアウトソーシング事業

STRATEGIES FOR THE FUTURE

Outsourcing businesses, led by private automobile management, are expected to see increased needs for cost reductions as a result of the progression of administrative and fiscal reforms to government and municipal organizations. In the local government market, we will aim to increase our share of transactions through large-scale total outsourcing, PFI and other projects and proposals for traffic network restructuring as regional regeneration planners. In the private sector, we are progressing with negotiations, principally regarding executive fleet automobiles, with completely new clients and with a view to regaining cancelled contracts. We are endeavoring to reduce contract cancellations in our management operations by reinforcing efforts to prevent traffic accidents under the direction of the Accident Control Policy Division and for prevention of work-related accidents, and by promoting driving etiquette through the construction of an All-Japan Education and Instructor System.

Total Outsourcing Businesses: トータルアウトソーシング事業

Profile プロフィール

We are positioning DAISHINTO Inc. to expand our total outsourcing for public companies and local government in such fields as vehicle maintenance and non-core operations.

大新東株式会社をトータルアウトソーシング事業と位置づけ、民間企業や地方自治体等への車両管理やノンコア業務の一括アウトソーシング受託を展開しています。

今期の施策

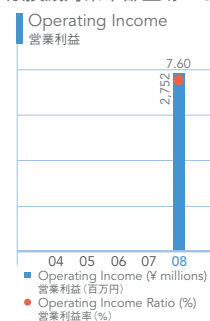
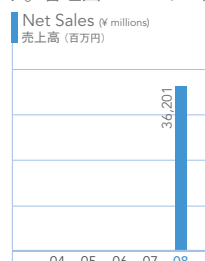
行政改革の推進にともない、地方自治体において業務の民間委託が急速に拡大しています。全国ほぼすべての自治体で簡易業務の民間委託、指定管理者制度による民間業者の業務代行が推進されており、公共施設が民間資金を利用しサービスを提供するPFI事業費も累計で約1.8兆円に達する見込みです。

シダックスグループは2007年3月に大新東株式会社の株式を取得し、トータルアウトソーシング事業を新たな経営の柱と位置づけています。自家用自動車管理を日本で初めて事業化した大新東株式会社のノウハウを生かし、自治体取引の拡大と民間取引の強化を進め、収益基盤の拡大を図りました。車両管理分野では、自治体向け一括アウトソーシングおよび民間向け複合型案件の中に主力商品として織り込み、黒塗り乗用車、スクール・送迎バスの獲得を全国規模で実施しました。社会サービス分野では、地方自治体の行財政改革推進によるアウトソーシングが進むなか、学校給食・事務サービス業務等の一括アウトソーシングの受託や地方自治体から幅広く指定管理者として指定を受けるなど営業を拡大しました。

地方自治体マーケットにおいては、一括アウトソーシングやPFI等の大型案件の捕捉に注力し、自治体取引シェア拡大を目指し、全国で積極的な営業を展開しました。

今後の戦略

自家用自動車管理をはじめとするアウトソーシング事業においては、官公庁・自治体の行財政改革の進展により、コスト削減ニーズの拡大が見込まれています。地方自治体マーケットにおいては、一括アウトソーシングやPFI等の大型案件捕捉および地域再生プランナーとして交通網の再編を提案し、自治体取引シェア拡大を目指していきます。民間マーケットにおいては、黒塗り乗用車を主体とした純新規開拓と解約先の復活交渉を進めていきます。管理面においては、事故撲滅対策本部主導による交通事故防止、労災防止への取り組み強化および全国教育指導員体制の構築による礼節の徹底を図り、解約件数の削減に取り組んでいきます。



Main Companies 関連子会社

DAISHINTO Inc.
DAISHINTO HUMAN SERVICES Inc.
Net Sales: ¥36,201 million
Operating Income: ¥2,752 million
Sales Composition: 16.0%

大新東株式会社
大新東ヒューマンサービス株式会社
売上高: 36,201百万円
営業利益: 2,752百万円
売上構成比: 16.0%

