

Contracted Food Services

SHiDAX FOOD SERVICE CORPORATION
SHiDAX RESTAURANT MANAGEMENT CORPORATION
SHiDAX Creative Delica Co., Ltd.

Sales (¥39,632 million)

Operating Income (¥1,310 million)

SHiDAX FOOD SERVICE Corp. provides quality meal services, primarily through the operation of dining facilities at businesses (offices, factories, care facilities), schools, and government offices. As of March 31, 2004 the company serviced 1,563 client facilities. From 2003, we commenced full-fledged activities to develop the specialty Restaurant House chain through SHiDAX RESTAURANT MANAGEMENT CORPORATION, while at the same time work to raise contracted food services to a restaurant quality. With the aim of further expanding our contracted food services business, we acquired SHiDAX Creative Delica Co., Ltd. and established a school meal service business division and a business restaurant division.

コントラクトフードサービス事業
シダックスフードサービス株式会社
シダックスレストランマネジメント株式会社
シダックスデリカクリエイティブ株式会社

売上高 (39,632百万円)
営業利益 (1,310百万円)

企業 (オフィス、工場、保養施設)、学校、官庁の食堂などを中心に高品質の給食サービスを提供しています。2004年3月末現在、1,563ヶ所で食事提供を行っています。2003年からはシダックスレストランマネジメント(株)が専門レストランハウスの本格展開と同時に、専門レストランに匹敵するコントラクトフードサービスのクオリティ向上に努めています。さらに、コントラクトフードサービス事業の拡充のため、シダックスデリカクリエイティブ(株)の買収、学校給食事業本部とビジネスレストラン事業本部の設立を図りました。

03 38,500
04 39,632

Restaurant and Karaoke Businesses

SHiDAX COMMUNITY CORPORATION

Sales (¥59,203 million)

Operating Income (¥8,115 million)

SHiDAX COMMUNITY Corp. operates combined restaurant and karaoke outlets nationwide, which together total 14,429 karaoke rooms (as of March 31, 2004). These outlets offer food service on a par with family restaurants. In an effort to achieve the highest level of repeat business in the area, these businesses provide "community space" services to their areas in the form of venues for regionally oriented culture schools, welfare support activities, and various other events.

レストランカラオケ事業
シダックス・コミュニティー株式会社

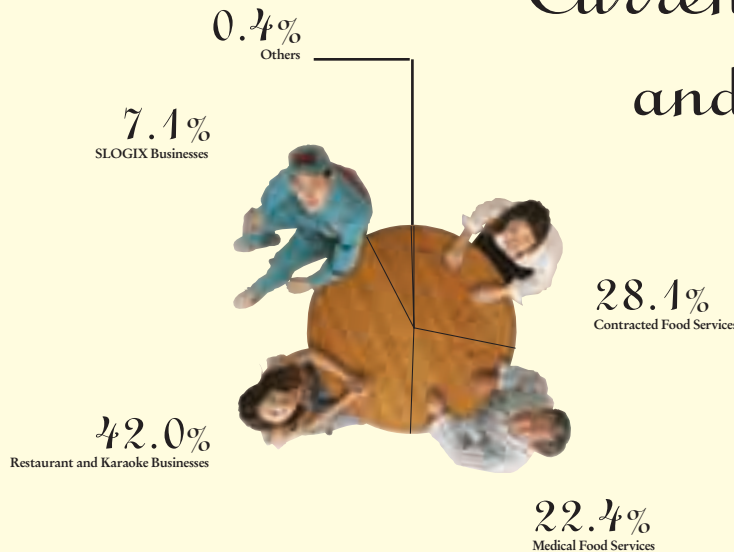
売上高 (59,203百万円)
営業利益 (8,115百万円)

カラオケと食を融合したレストランカラオケ (2004年3月末現在14,429ルーム)を全国で展開しています。また、ファミリー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、地域一番のリピーター率を目指しています。

03 50,925
04 59,203

Current Situation and Strategies

各事業を取り巻く環境と戦略



Medical Food Services

SHiDAX FOOD SERVICE CORPORATION

Sales (¥31,524 million)

Operating Loss (¥576 million)

These operations provide high-value-added food services to hospitals, (both patient meals and staff dining), living assistance facilities for seniors, nursing homes for seniors, and home-meals programs for seniors, providing not just nutritional balance, but tasty meal that offer an enjoyable dining experience. Primarily as the result of increased outsourcing at hospitals, SHiDAX FOOD SERVICE now provides meals services daily for 72,574 beds at 724 facilities. The company is constantly working to increase these numbers.

メディカルフードサービス事業
シダックスフードサービス株式会社

売上高 (31,524百万円)
営業損失 (576百万円)

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。特に、病院給食の外部委託率が増加する中、現在は724施設72,574床に食事サービスを提供しています。

03 27,139
04 31,524

SLOGIX Businesses

SLOGIX CORPORATION
SHiDAX ENGINEERING CORPORATION

Sales (¥9,987 million)

Operating Income (¥1,132 million)

SLOGIX Corp. procures the choicest foodstuffs from around the world in bulk through a tie-up with Japan's largest foodstuff wholesaler, Kokubo & Co., Ltd. The company then uses its unique system to distribute these foodstuffs in three different temperature ranges (frozen, chilled, and ambient) simultaneously. At present, SLOGIX is also engaged in sales outside the Group. In addition, SHiDAX ENGINEERING CORPORATION is engaged in the running of bulk ordering systems for consumables and the design and sale of kitchens.

エスロジックス事業
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 (9,987百万円)
営業利益 (1,132百万円)

国内食品卸業最大手の国分株式会社と提携し世界各地から厳選された食材を一括発注し、三温度帯 (冷凍、チルド、ドライ)での一括配送を可能にする食材仕入販売事業を展開しています。さらにグループ内だけでなく、外部販売に向けた営業展開を積極的に進めています。また、シダックスエンジニアリング(株)は消耗品の一括受発注システムの運営による販売、厨房設計・販売事業を行っています。

03 5,968
04 9,987

Trends in the contracted food services market

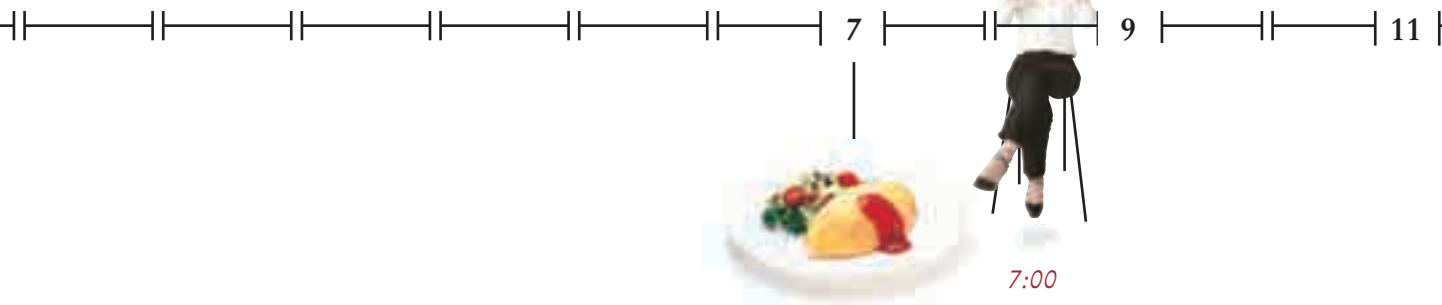
Conditions in the contracted food services market were harshly impacted by corporate restructuring, cutbacks in personnel, and a review of welfare benefit budgets. As a mature market, the weak operating environment was exacerbated by continued intense competition. As a result, the market for outsourcing meal services for business facilities declined to ¥1,994.1 billion in the fiscal year under review. In addition, the shift toward a system, in which the provider is paid only for the meals actually served to employees, continues unabated. This shift to a unit-cost system is effectively eliminating the competitive cost advantage between the contracted food services market and the restaurant market. The market for food services in private schools on the other hand is increasing, an area yet to attract our major competitors. Our aim is to actively pursue marketing opportunities and to expand our business in this field.



Contracted Food Services

Current Situation and Strategies

コントラクトフードサービス事業を取り巻く環境と戦略



Business strategies

In light of the shift in contracted food services for business facilities from a fixed charge contract to a meal price charge contract, it has become increasingly important to secure efficient operations in business facilities while cultivating new markets such as outsourced meal services for schools. To achieve these objectives, we have established the Business Restaurant Division and the School Meal Services Division to formulate business strategies and develop business opportunities independently.

In the Business Restaurant Division, we will accelerate efforts to improve operations by shifting from a monthly management system to a weekly management system in an effort to reinforce our unit-cost management structure. In the previous fiscal year, the Company introduced SFA, an information system designed to better collect and share information. Through these efforts, we worked to improve operational and management systems in order to recognize consumer trends. In the future, however, SHiDAX will focus on promoting low-cost operations, as well as leveraging procurement and distribution channels through SLOGIX with the aim of reducing material expenses. In addition, we will implement a centralized menu management system in parallel with diversified menus relying primarily on prepared

市場の動向

委託先企業のリストラに伴う事業所の統廃合や人員削減、福利厚生予算の見直しによる契約料金の値下げ要求などが示すように、事業所向け給食市場は1兆9,941億円と縮小傾向の中、同業者間の競争も激しくなり、限られた市場の奪い合いとなっています。また、企業向け給食は、これまでの管理費制から従業員が食べた分だけ支払う単価制へのシフトが顕著になっています。この単価制へのシフトによって中食や外食に対する価格の優位性はなくなりつつあります。一方、学校給食は民間委託率が増加傾向にあり、当社以外の大手給食会社は未参入の状況にあります。今後は積極的な営業活動を展開し受託数を増やしていきます。

今後の戦略について

コントラクトフードサービス事業では、管理費制から単価制へのシフトに対応するため事業所給食の管理体制の整備と新市場の開拓として学校給食事業への進出を行っていきます。そのため、コントラクトフードサービス事業においては、ビジネスレストラン事業本部と学校給食事業本部を立ち上げ、独自の事業戦略を展開していきます。

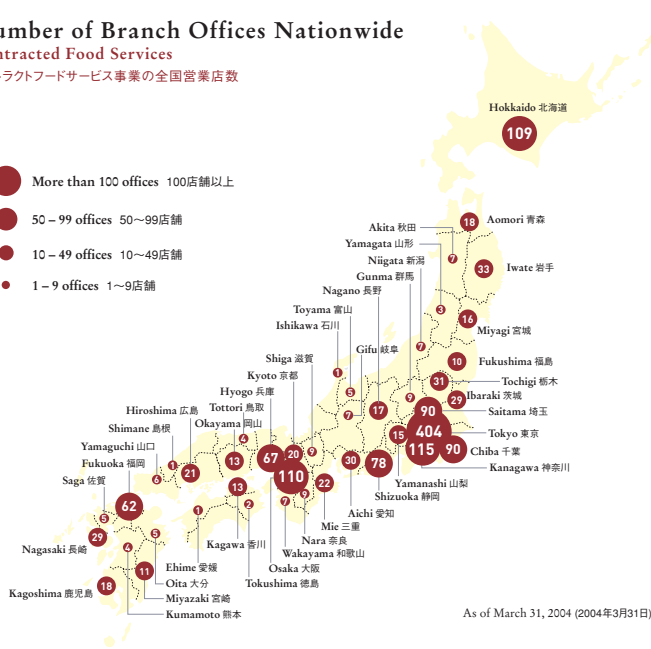
ビジネスレストラン事業本部では、単価制の管理体制の強化を行うため月次管理から週次管理へと業務改善の迅速化を進めています。前期は、運営状況の管理や喫食者動向を把握し、情報の共有を進めるためSFAの導入による情報システムの運営を開始しましたが、今後は低コスト化を進めるためにエス・ロジックス㈱からの食材仕入れを増やし、材料費を低減していきます。さらに、調理済み食品等を有効活用し、全国共通メニューと組み合わせることにより、パートタイマーにも一定レベルでの調理が可能なコックレスオペレーションシス

Number of Branch Offices Nationwide

Contracted Food Services

コントラクトフードサービス事業の全国営業店舗数

- More than 100 offices 100店舗以上
- 50 - 99 offices 50~99店舗
- 10 - 49 offices 10~49店舗
- 1 - 9 offices 1~9店舗



Contracted Food Services Market (¥ billions)

事業所・学校給食市場の推移(十億円)



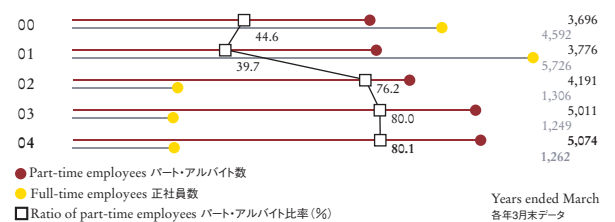
Sales of Contracted Food Services (¥ millions)

コントラクトフードサービス事業部の売上推移(百万円)



Number of Full-Time Employees and Part-Time Employees in Contracted Food Services

コントラクトフードサービス事業部の正社員数とパート・アルバイト比率



12



12:00

15



18:00

foods. While increasing the proportion of part-time employees in our labor force, we will also standardize food preparation capabilities, and effectively utilize those products that assist in the establishment of cook-less operations. By so doing, SHiDAX will enhance labor productivity, a key to improving earnings power. In order to successfully compete amid intensifying price competition from restaurants, the Company will pursue a cost strategy in concert with initiatives to ensure quality. Utilizing the menus and know-how of the Restaurant Management Division, we will deliver high-value-added meal services.

Despite a low outsourcing ratio for meal services to government schools, the outsourced meal services for schools market is expected to provide a basis for future growth. As of April 1, 2004, the School Meal Services Division catered to 99 schools throughout Japan. We will redouble our efforts to increase this number, accelerate measures to establish a national sales structure, and foster trained frontline staff. Leveraging the long-standing expertise and know-how of SHiDAX Creative Delica Co., Ltd. (formerly OMRON Creative Delica Co., Ltd.), which SHiDAX acquired in 2003, we will maximize use of the central kitchen system to expand outsourced meal services to government junior high schools.

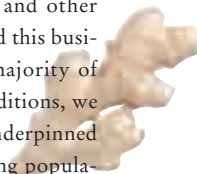


テムの確立で、労働生産性の向上により収益の改善を図っていきます。このコスト戦略にクオリティが伴えば、低価格路線の外食に対抗するのは難しいことではなく、レストランマネジメント事業のメニューやノウハウを活用し、メニューの付加価値を高め魅力ある給食を提供することができます。学校給食事業本部では、公立の学校給食は外部委託率が低い状況にありますが、今後は外部委託化が進むと予想されます。2004年4月1日現在99校の学校給食を受託していますが、今後も受託数を大幅に増やしていくために、早期に全国営業体制を整備すると同時に現場責任者などの人材育成を進めていきます。また、昨年買収したシダックスデリカリエイツ(株)(旧オムロンデリカリエイツ(株))はセントラルキッチンを利用した公立中学校の給食受託を行い専門性の高い運営ノウハウを蓄積しています。



Trends in the medical food services market

In 2003, the market for contracted food services at hospitals and other healthcare facilities expanded to ¥1,246.8 billion. Efforts to expand this business are also hindered by the small- to medium-scale of the majority of outsourcing facilities servicing this market. Despite difficult conditions, we are anticipating growth in medical food service opportunities underpinned by an expected increase in nursing homes, reflecting Japan's aging population, and increasing pressures on hospitals to raise administrative efficiency. Recently, we have also seen outsourcing of products and services other than meal services such as bed linen, cleaning, concession stands and other services. While the medical food services market provides additional business opportunities, the market is also characterized by an inflow of new entrants and downward pressure on meal service unit costs. Amid an increasingly competitive market, pricing is becoming a critical issue. Anticipating a rise in medical food costs and demands by consumers for wide-ranging quality menus, the onus is on the Company to establish a structure that accurately addresses pricing and quality issues in an effort to expand SHiDAX's market share.



市場の動向

2003年の病院福祉施設向け給食市場は1兆2,468億円(内保育所給食、2,419億円)と拡大しました。また、外部委託を実施している施設は、中小規模の施設が多い状況であります。高齢化が進むことによる老人ホームの増加や効率経営が求められる病院の現状を鑑みると外部委託の拡大がまだまだ期待できます。そして最近では給食以外にもリネンや清掃、売店等の専門業者へのアウトソーシング化が進んでいます。しかしながら、メディカル市場でも競争激化の傾向が現れはじめていたり、病院給食の受託単価の下げ圧力が強まっていることで、価格競争力を備えることが課題となっています。さらに、将来的な食事医療費の増加を見据えると、高品質な食事の提供という消費者のニーズが予測され、それに応えた食事の提供をしなければ生き残れない環境になります。シダックスは、価格競争力を兼ね備えた高品質な食事を提供できる体制を整えシェアを広げていきます。

Medical Food Services

Current Situation and Strategies

メディカルフードサービス事業を取り巻く環境と戦略



7:00

Strengthening sales development capabilities

The outsourcing of meal services at hospitals is expected to grow rapidly and SHiDAX is seeking to capitalize on this opportunity. In the fiscal year under review, the Company increased the number of sales development staff to 100 and is actively working to raise the number of outsourcing contracts. In order to support sales activities, we also introduced an information system SFA. With access to a common database, sales development staff are better equipped to efficiently and swiftly address business opportunities. As a result of these efforts, the number of new outsourcing contracts during the fiscal year ended March 31, 2004 totaled 195, up from 152 in the previous fiscal year, a year-on-year increase of about 30%.

Enhancing profitability

SHiDAX has identified three initiatives with the aim of improving earnings power. With a diverse range of requests and preconceptions for meal services at each marketing base, the first initiative is to build a system for mak-

営業開発力の強化

メディカル市場規模の拡大は今後も続くと考えており、当社はこのチャンスを的確につかむために、2004年3月期には、営業開発員を100名体制とし、積極的な新規受託に努めました。さらに、SFAを導入したことで、情報の共通化による営業活動の合理化・迅速化ができるようになりました。これらの政策によって、2003年3月期の新規受託件数は152施設であったのに対し、2004年3月期においては195施設と、前年同期比の受託店舗数が約30%増加しました。

収益率の改善・強化について

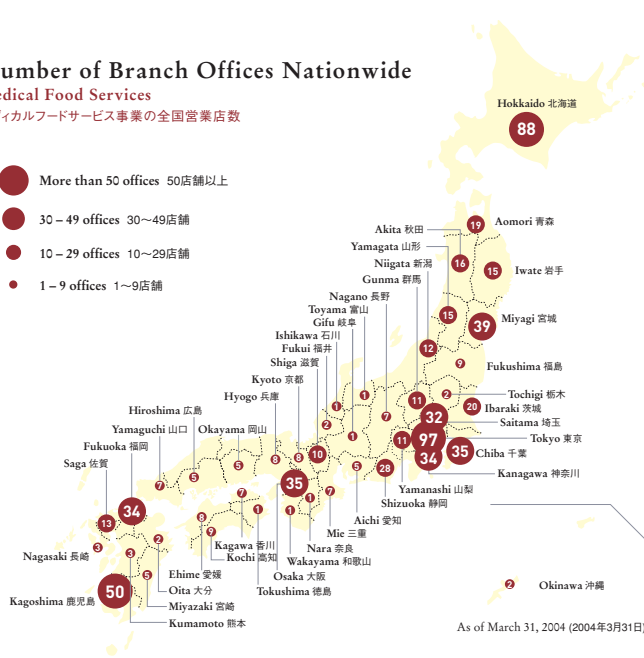
収益力向上のための体制作りとして次の3つのことを行いました。1つは、各営業所において給食委託に対する要望や考え方が多種多様であり、その対応が後手に回っていましたが、各事業所の給食委託業務の共有化と事例対策の蓄積を活用し速やかな改善を実施する体制を築きました。2つ目は、委託給食の契約内容と実際の業務要求・委託内容の変更が現場で生じていましたが、法務担当部門を設置し、契約の厳

Number of Branch Offices Nationwide

Medical Food Services

メディカルフードサービス事業の全国営業店舗数

- More than 50 offices 50店舗以上
- 30 - 49 offices 30~49店舗
- 10 - 29 offices 10~29店舗
- 1 - 9 offices 1~9店舗



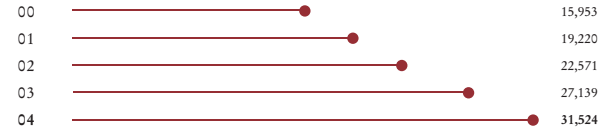
Medical Food Services Market (¥ billions)

メディカル給食市場の推移(十億円)



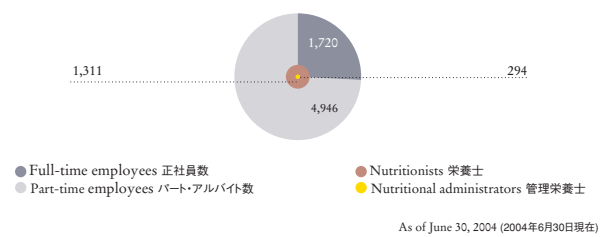
Sales of Medical Food Services (¥ millions)

メディカルフードサービス事業部の売上げ推移(百万円)



Number of Nutritionists and Nutritional Administrators in Medical Food Services (people)

メディカルフードサービス事業部の栄養士・管理栄養士(人)



13:00

12

15

18



12:00



18:00



ing rapid improvements by using a compilation of preset responses to each kind of request and to standardize meal service work procedures at each base. The second initiative is to build a support system for the contract work of marketing development managers in an aim to tighten the scrutiny of contracts by establishing a legal administrative department and moving away from allowing on-site changes in meal service contracts and the content of work requests and services performed. The third initiative is to relieve downward pressure on earnings caused by meeting the requests of nutritionists at customer locations to procure specific foods. To do so, we are working to switch from having chefs as managers to having nutritionists as managers to be able to negotiate with customer requests from the same point of view. Nutritionists create the menus that are the starting point of providing meal services to hospitals. By making nutritionists managers as well, we aim to improve work efficiency. In addition, we are creating a food procurement structure that specializes in hospital food services by cooperating with SLOGIX Corporation.

格化を図り営業開拓担当者の契約業務のサポート体制を築きました。3つ目は、委託先の栄養士からの食材指定が多く、それに対応した調達を行うことが収益の圧迫要因になっていました。そのため、以前は主に調理師がマネージャーを務めていましたが、受託先の栄養士と同じ視点で受託先のご要望にご相談できる管理栄養士と栄養士のマネージャー(営業店の長)化に取り組みました。病院給食のあらゆる作業のベースとなるのは献立であり、この献立を作成するのが栄養士です。彼らをマネージャーにすることで業務効率を向上させていきます。また、エス・ロジックス(株)を活用しながらメディカル給食に特化した食材の調達体制を進めています。

Trends in the market

Stagnant consumer spending has dampened the karaoke market as fewer people are going out to do karaoke. Furthermore, competition has intensified with other sectors such as pub chains and among other karaoke outlets in the industry; and the number of large-scale karaoke outlets has expanded as medium and small-size stores are weeded out. However, growth in the number of karaoke rooms turned positive in 2002 after a prolonged decline. Consumer perceptions of karaoke are changing, and customer needs are diversifying. For example, old-style karaoke was only singing, and new-style karaoke entails singing while enjoying food and beverages. Accordingly, karaoke outlets must work to expand their food menus to match a diverse range of tastes and improve the atmosphere of their individual rooms and the overall appearance of the outlet. However, only a few management companies are able to precisely respond to these customer needs, and it is becoming increasingly clear that the management companies and karaoke outlets that flexibly and swiftly meet changing customer needs will prosper.



Restaurant and Karaoke Businesses

Current Situation and Strategies

レストランカラオケ事業を取り巻く環境と戦略

12

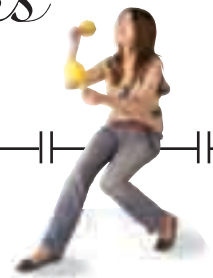


12:00

15



15:00



Advancing community space

Given the market trend of declining karaoke revelers, it is becoming more important to retain repeat customers. SHiDAX Community Corporation adopts a variety of service strategies to increase the proportion of repeat customers. One of these services is called the Culture Club, which acts as a center for supporting cultural activities by opening up karaoke spaces to the community for regional events and holding other events in line with regional needs. Through activities that connect to local lifestyles, we aim to attract more SHiDAX customers. We have begun to develop services to enhance customer satisfaction, including all-you-can-drink happy hours and party plans. Moreover, we run seasonal campaign specials and provide high-value-added services such as preparing foods with fresh seasonal ingredients. As a result, sales during special campaign periods have increased year on year due to strong customer satisfaction. The introduction of a membership management system has allowed us to launch various promotions tailored to customer needs at SHiDAX locations in the suburbs and on busy streets.

We believe that increasing our value added as a restaurant karaoke outlet through our planning capabilities will lead to increased customer satisfaction and sales.

市場の動向

個人消費が低迷する中で、カラオケ市場もその影響を受け参加者の減少傾向が続いています。また居酒屋チェーンなど他業種との競合やカラオケ店舗間での競争激化によって中小の店舗が淘汰され店舗の大型化が一層進んでいます。しかし、カラオケルーム数は最近の減少傾向に歯止めがかかり、2002年からは増加傾向に転じています。一方、従来までのカラオケに対する消費者の意識に変化が起っており、以前は歌うだけのカラオケでしたが、現在は食事とともに一つの空間を楽しむためのカラオケと認知が変化し、ニーズも多様化しています。したがって、カラオケ設備は当然のこと、多様化するニーズに合わせた食事メニューの充実や、店舗をはじめとした個室の雰囲気高める工夫が必要になっています。しかし、このようなニーズを的確に捉え対応できる運営会社は限られ、お客様のニーズに対応できる柔軟性と迅速性のある運営会社や店舗が勝ち残るという構図が一層鮮明になってきています。

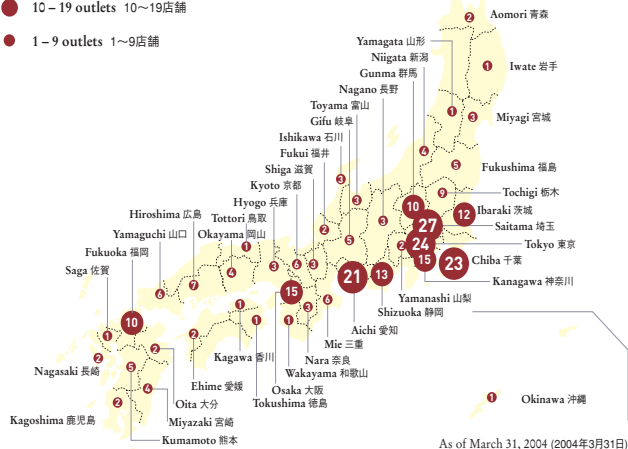
進化するコミュニティスペースとして

カラオケ参加者数が減少傾向という市場動向を考えると、新規顧客の獲得は当然のことながらリピーターの確保が重要になります。シダックス・コミュニティー(株)ではリピート率向上のために各種サービス戦略を行います。そのひとつがカルチャークラブです。地域のコミュニティスペースとしてカラオケスペースを開放、地域のニーズに合ったさまざまな講座を開設し、文化活動の支援、文化発信ステーションなど地域の暮らしに根付いた活動により、より多くのシダックスファンも獲得することができます。また、それぞれのお客様に合ったサービス展開として飲み放題や宴会プランなどを用意しています。さらに、季節ごとのキャンペーンを開始し、旬の食材を用いた食事メニューを用意するなど付加価値の高いサービスを提供しています。その結果、キャンペーン実施期間の売上高は前年比を上回りお客様からも好評を得ています。また、会員管理システムの導入により、郊外型・繁華街型店舗それぞれのお客様のニーズに合わせたプロモーション活動も始めました。今後もこのような企画力を充実させ、レストランカラオケとして

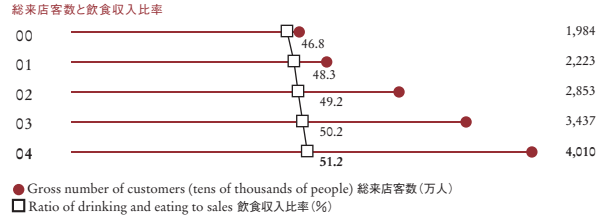
Number of Restaurant and Karaoke Outlets Nationwide

Restaurant and Karaoke Businesses
レストランカラオケの全国店舗数

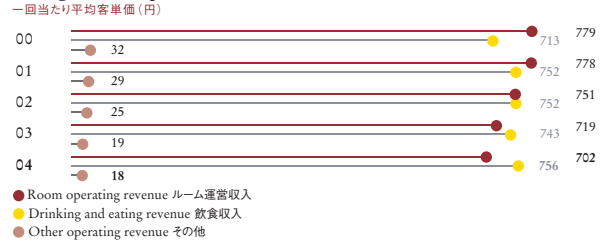
- More than 20 outlets 20店舗以上
- 10 - 19 outlets 10~19店舗
- 1 - 9 outlets 1~9店舗



Gross Number of Customers and Ratio of Drinking and Eating Sales

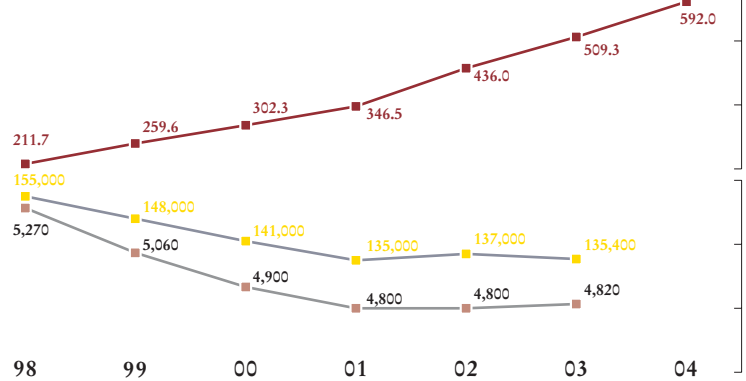


Average Revenue per Customer Visit (¥ yen)



Karaoke Market in Japan and Sales of SHiDAX COMMUNITY Corp.

日本のカラオケ市場とシダックス・コミュニティ(株)の売上推移



■ Sales of SHiDAX COMMUNITY Corp.(¥100 million) シダックス・コミュニティ(株)の売上高(億円)
 ■ Gross karaoke customers in Japan (tens of thousands of people) 日本のカラオケ延参加人口(万人)
 ■ Number of karaoke rooms in Japan 日本のカラオケルーム数
 Source : Karaoke Industrialist Association and Institute for Free Time Design
 出典:全国カラオケ事業者協会および財団法人自由時間デザイン協会

21:00



18

20:00



Karaoke outlets opening plans

We plan on continuing to open outlets until we reach our goal of 400 locations around Japan and are considering opening on busy streets to attract customers. A decade has passed since SHiDAX Community Corporation was established, and using our accumulated know-how, we believe that there is still sufficient potential in opening new venues along busy streets, as many of our customers are used to our presence there.

Karaoke outlets mainly derive their income from evening patrons. To improve customer traffic during the afternoon, we are concentrating on the creation of lunchtime menus, and the proportion of female and family customers has increased as a result. SHiDAX is accelerating the opening of suburban and busy street locations with an eye to investment efficiency. We aim to remain the favorite restaurant karaoke outlet in the community based on our creed of a clean, delicious and fun restaurant karaoke experience.

の付加価値を高め、お客様の満足と売上の向上につなげていきたいと考えています。

今後の出店計画

全国400店舗体制を目指して出店を続けるに当たり、今後は集客力に優れた繁華街型の出店も郊外型と同程度に行っていきます。シダックス・コミュニティ(株)の設立から10年が経過し、これまで蓄積してきたノウハウの活用で繁華街でも十分に出店が可能と判断し、繁華街型店舗の出店を進めました。郊外型店舗の認知度により、繁華街型でも多くのお客様にご利用いただいています。また、これまでカラオケ店の売上は主に夜間の利用によるものでしたが、昼時間の集客力を向上させるため、ランチメニューの開発に力を入れ、女性のお客様やファミリー層の利用が増えています。今後も郊外・繁華街で投資効率を意識した出店を加速し、全店舗が「きれいな・おいしい・うれしい」を提供できる地域一番のレストランカラオケ店を目指していきます。



Ratio of SLOGIX installations at 70%

In fiscal 2003, the SHiDAX Group upgraded its nationwide delivery structure. Our integrated distribution system significantly streamlines delivery frequency and inspection work, while allowing for the simultaneous delivery of foods in the three temperature zones of frozen, chilled and ambient. Greater economies of scale have enabled us to provide quality foods at consistently low prices. SHiDAX is striving to increase the proportion of foods supplied by SLOGIX Corporation to further streamline and ensure consistently low prices on foods. SHiDAX also engages in wholesale food operations for family restaurants and pub chain restaurants, and sales to external customers have been growing. In addition, from the current fiscal year, SHiDAX ENGINEERING CORPORATION is integrating management of non food products such as consumables, facilities and interior construction projects.

The SHiDAX Group aims to enhance competitiveness by promoting the procurement of products at reasonable prices through economies of scale garnered by handling every kind of product used in the restaurant industry. The SHiDAX Group is making every effort to create value and strengthen its support structure for the product strategies of the contracted food services business and the medical food services business.

エスロジックス導入比率が70%になりました

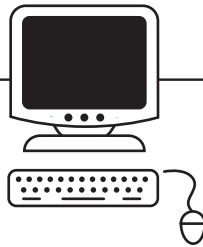
2003年度には全国のシダックスグループへの配送体制を概ね整備しました。この一元物流は、さまざまな食材を一括して冷凍、チルド、ドライの三温度帯で同時に配送でき、配送回数や検品作業の大幅な合理化を引き出すことができます。また、スケールメリットを生かすことにより良質な食材を安価に安定供給することも可能であり、エス・ロジックス株からの食材仕入れ比率を高めて配送などに係る合理化と良質安価な食材の仕入れをしています。また、外部販売としてファミリーレストランや居酒屋チェーンなどへ食材を卸していますが、その販売先を漸次増やしていきます。さらに、今期からシダックスエンジニアリング株による食材以外の消耗品や備品、内装工事の一元管理を進めていきます。

今後も外食産業のすべての商品を取り扱い、グループによるスケールメリットを発揮し、適正価格での商品調達を進め、グループ内の競争力を高めていきます。特にコントラクトフードサービス事業本部及びメディカルフードサービス事業本部の商品政策に対するバックアップ体制を強固にし、グループ全体の価値創造に取り組んでいきます。

SLOGIX Businesses

Current Situation and Strategies

エスロジックス事業を取り巻く環境と戦略



Oil supply
給油

Safety and environmental considerations for food

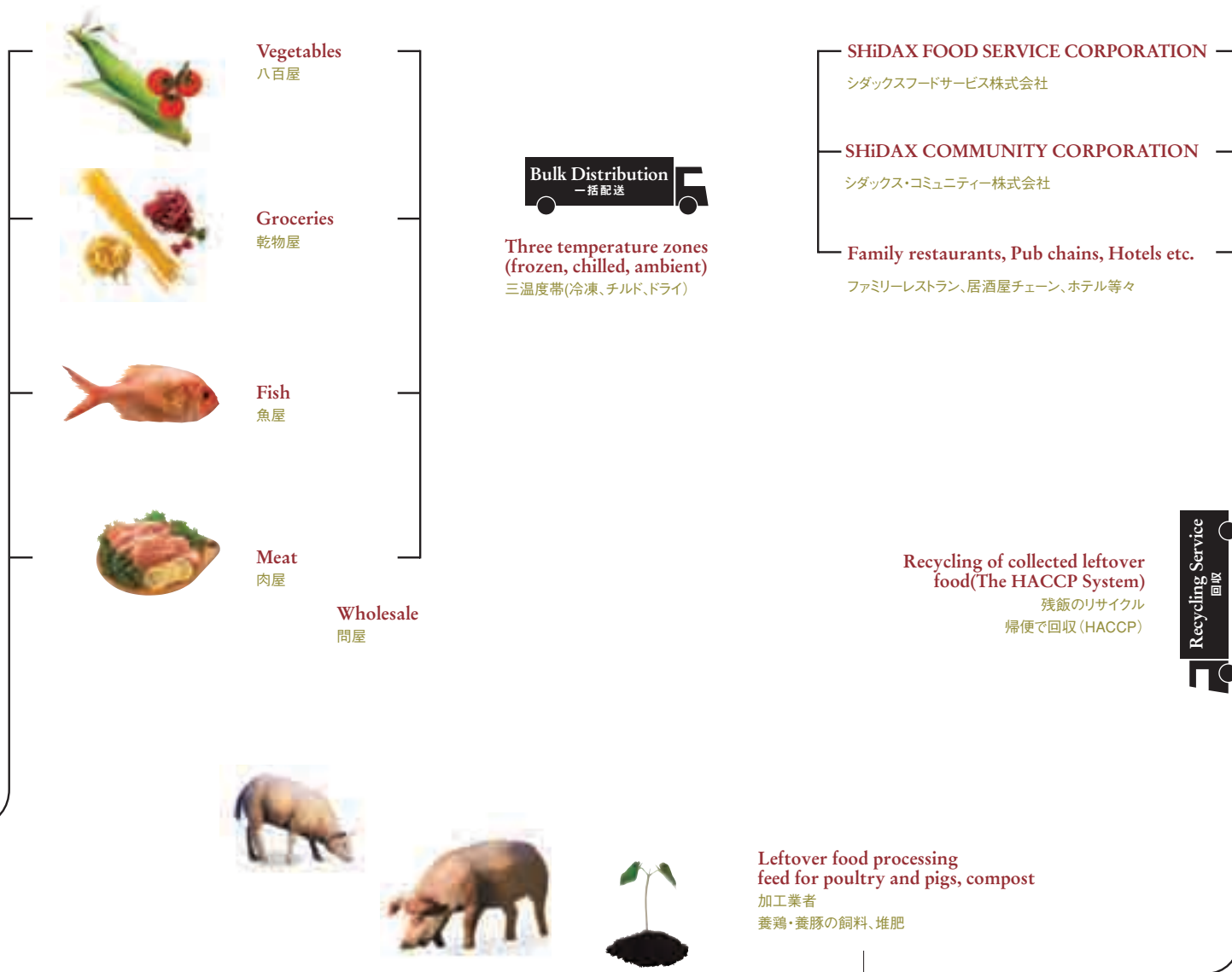
The SHiDAX Group engages mainly in food-related businesses. Given that food is the source of human nourishment, it is important to maintain a clean environment for creating food and establish trust in the safety of food sources. Consumers are more aware of food safety after incidents involving BSE and residual agrochemicals on vegetables, leading to higher awareness of the environment as well. The SHiDAX Group is promoting the ability to trace food back to its supplier as one way to help solve food safety issues. We aim to cover all processes, from a specific producer to the kitchen, while increasing the number of food items covered. Furthermore, we have started to check for residual agrochemicals on frozen vegetables imported mainly from Shandong, China, and established the Qingdao Food Safety Research Center through joint financing with other companies. In the future, we plan on expanding the range of food items covered to include all livestock.

SHiDAX is promoting reduce, reuse and recycle (3R) measures in its environmental efforts. As a part of these efforts, we recover waste oil from SLOGIX Corporation's delivery vehicles and turn it into bio-diesel fuel and

「食」から見つめる安全と環境配慮

シダックスグループは「食」を中心とした事業活動を行っています。特に「食」は人間の健康の根源であることを考えると、「食」の安全に対する信頼と「食材」を作り出す環境の保全が重要です。消費者もBSE問題や、野菜の残留農薬問題などの「食」の安全性に対して高い意識を持ち、環境に対する意識も高まっています。シダックスグループでは食に対する安全の問題への取り組みの1つとしてトレーサビリティを推進しています。まず国内産の一部の野菜に関して、調査と産地特定を既に行っています。将来的には対象となる品目を増やすとともに、生産者の特定から調理までの全工程をカバーすることを目指しています。また、中国の山東省から輸入する冷凍野菜の残留農薬チェックを開始し、他社との共同出資にて「青島食品安全研究所」を設立しました。今後は対象品目を畜産物にまで広げていきます。

また、環境への取り組みとして3R (Reduce/Reuse/Recycle) 政策を推進しています。そのひとつが、エス・ロジックス株の配



Reconstituted waste oil
 廃油改質作業

Recycling of collected waste oil (The HACCP System)
 廃油のリサイクル
 帰便で回収 (HACCP対応)

are advancing plans to recycle recovered food waste into processed livestock feed through alliances with poultry and cattle producers. As a leading company in the food industry and a company that solves social issues, the SHiDAX Group is strengthening efforts to ensure food safety and preserve the environment through SLOGIX Corporation.

Launch of Funs AP: Food Purchasing Union Network System for Alliance Partners

Based on the philosophy of conducting business as a corporate group of the 21st century that works in unison to solve social issues, the SHiDAX Group was one of the prime movers in a group of food service providers that launched a food purchasing union network system for alliance partners in 2003. The food service industry in Japan is facing tougher cross-industry competition from foreign food service companies operating in Japan. Funs AP aims to strengthen its competitiveness by reducing food supply costs through the joint purchasing union network system.

送車で廃油回収を行い、その廃油をバイオディーゼル燃料へ改質するという取り組みです。また、回収した食品廃棄物を、養鶏や養豚業者との提携により、飼料に加工してリサイクルする計画を進めています。

「食」を基盤とする業界のリーディングカンパニー、社会問題解決型企業として、シダックスグループはエス・ロジックス(株)を軸に「食」の安全性と環境保全への取り組みを強化していきます。

共同購買機構(Funs AP:Food Purchasing Union Network System for Alliance Partners)が発足
 2003年、「21世紀型企業群として社会問題の解決を合言葉にしながら相互に役割を補完しあい、連帯して事業を行うこと」を理念にシダックスグループを核とした給食事業者を主とした共同購買機構が発足しました。その背景には、異業態間競争の激化や外資系給食企業の日本市場進出などがあります。Funs APを通じた食材仕入れのコスト低減を図り、給食事業者全体の競争力強化を進めています。