

シダックス株式会社

2005年3月期 決算説明会

2005年6月2日 木曜日
経団連会館 9F クリスタルルーム

当説明会で述べられた内容の内歴史的事実でないものは、一定の前提の下に作成した将来の見通しであり、また、それらは現在の入手可能な情報から得られた当社経営者の判断に基づいております。

実際の業績は、様々な要素により、これら見通しとは大きく異なる結果となる場合があります。

実際の業績に影響を与える重要な要素としては、

(1) 当社を取り巻く経済情勢、需要動向等の変化、

(2) 為替レート、金利等の変動、

等です。但し、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。

レストランカラオケ事業

記録的な猛暑
台風などの天候不順
アテネオリンピックのテレビ観戦
音楽ソフト業界の苦戦、ヒット曲不足
同業者間の価格競争（一部の店舗において競争激化）

コントラクトフードサービス事業

事業所委託契約の単価制と管理費制の二分化に対応した管理体制の浸透、
及び標準メニューの徹底により順調に推移
公立小中学校を対象とした、学校給食事業に本格参入
将来への懸念を払拭するため、03年に買収した外食子会社の「のれん代」を一括償却

メディカルフードサービス事業

管理栄養士・栄養士のマネージャー化による運営強化によって、損益も当初の見込みを上回る
大規模総合病院の受託
・国立施設として日本有数の床数を誇る九州大学病院
・高度医療分野で名立たる名古屋第二赤十字病院 等

エスロジックス事業

「安心・安全」な食材を低価格で供給することにより、
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の損益に貢献

コンビニエンス中食事業

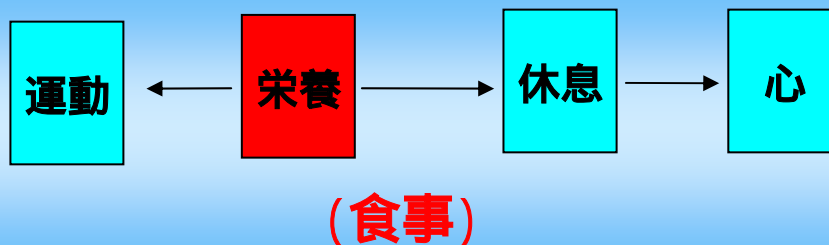
主として病院、企業、学校におけるコンビニエンス中食事業を運営する
シダックスシーアンドブイ(株)を2004年12月22日より子会社化

企業の使命

人々の健康的で幸せな人生をクリエイトする

SHIDAX ~For Your Happy Healty Life~

事業ドメイン



事業目的

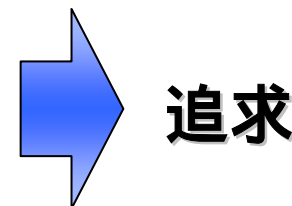
食のリノベーション

マザーフード概念をベースにした
21世紀型食構造の構築

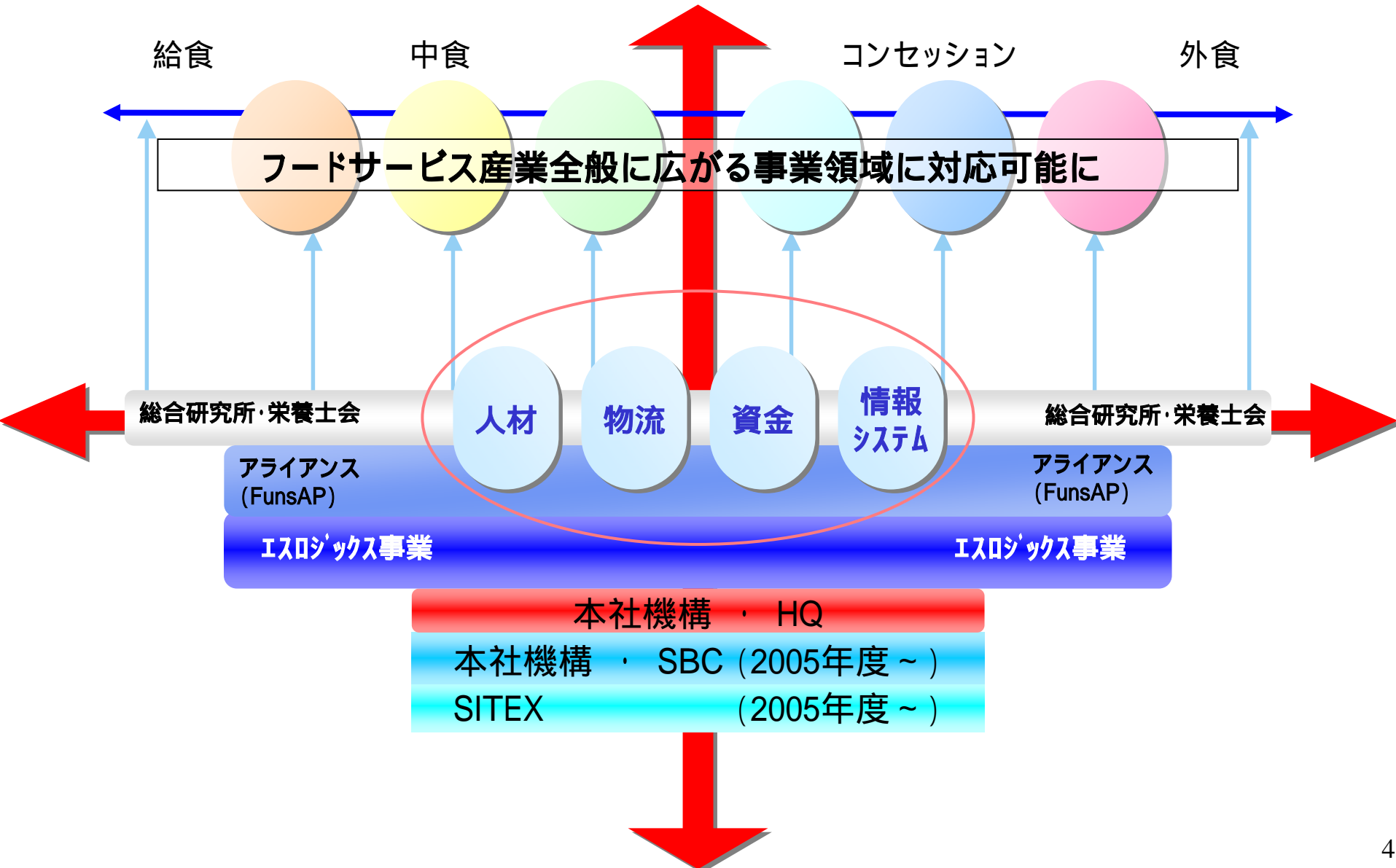
手法

水平垂直統合型グループ

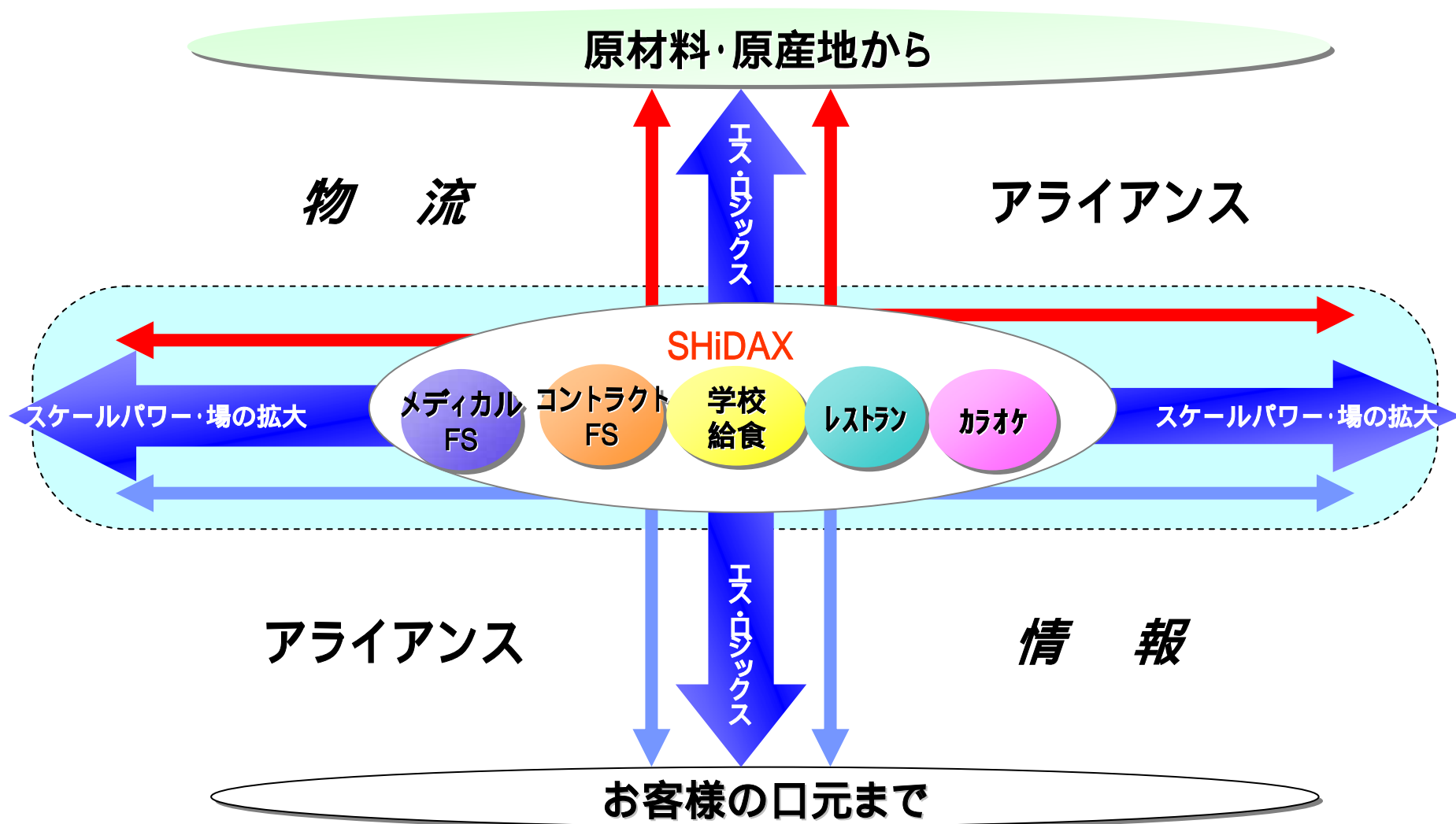
アライアンス戦略



水平垂直統合型グループの追求



原材料・原産地からお客様の口元までの仕組みづくり

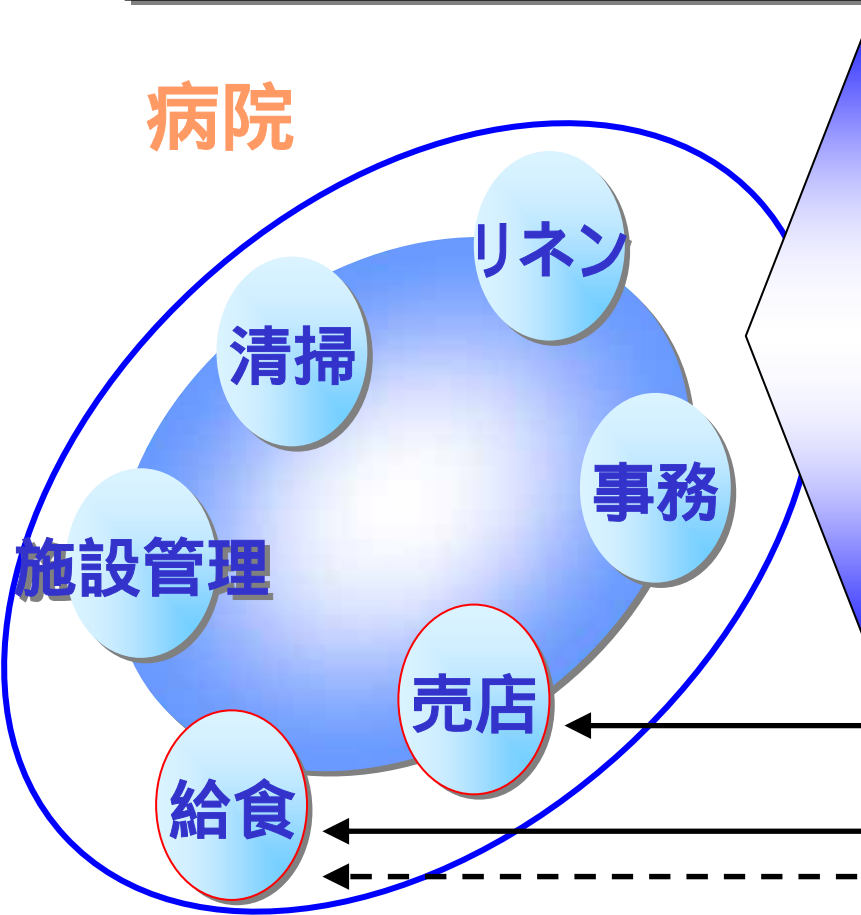


様々な場所で様々な食事を提供

お客様に最も近いところで、お客様の立場に立ってサービスを提供

メディカル関連業務の専門性 アウトソーシングのニーズ
様々な事業を一括受託 複合型サービスの提供

病院



シダックスを中心とした
アライアンス戦略

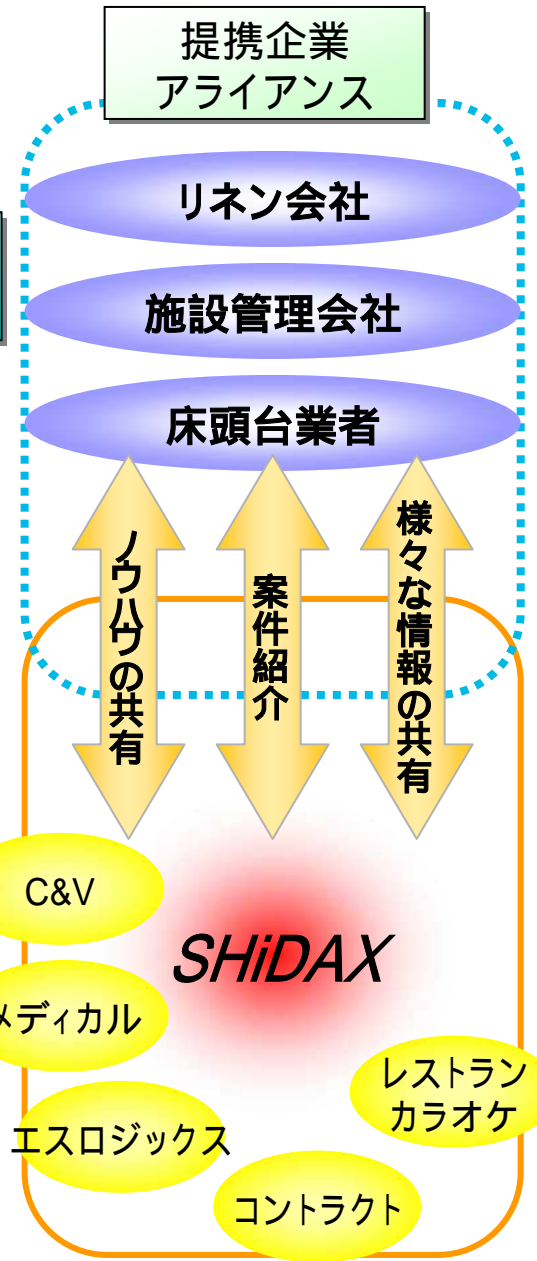
共同営業開発 共同運営

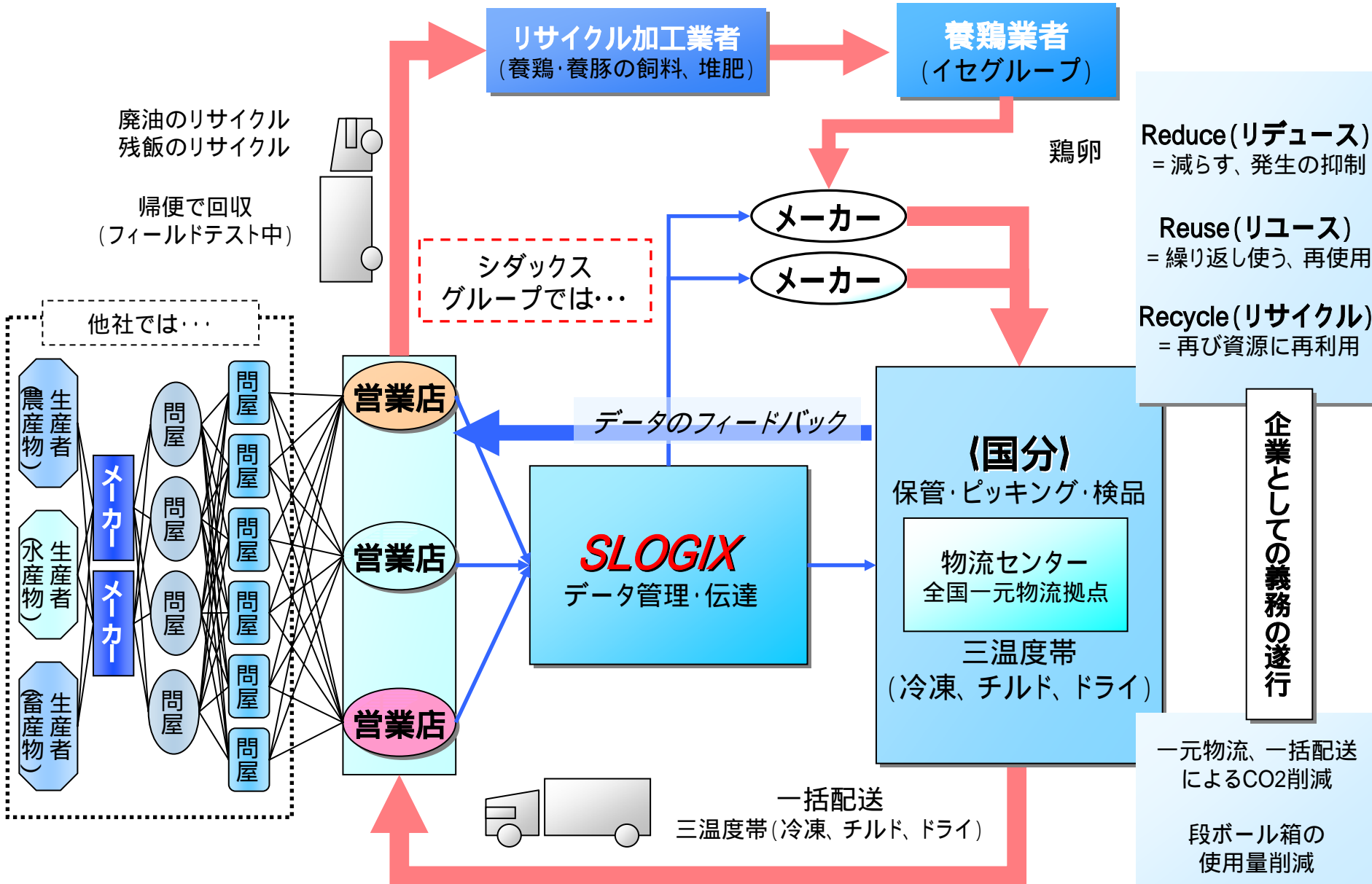
(これからのアプローチ)

(現在のアプローチ)

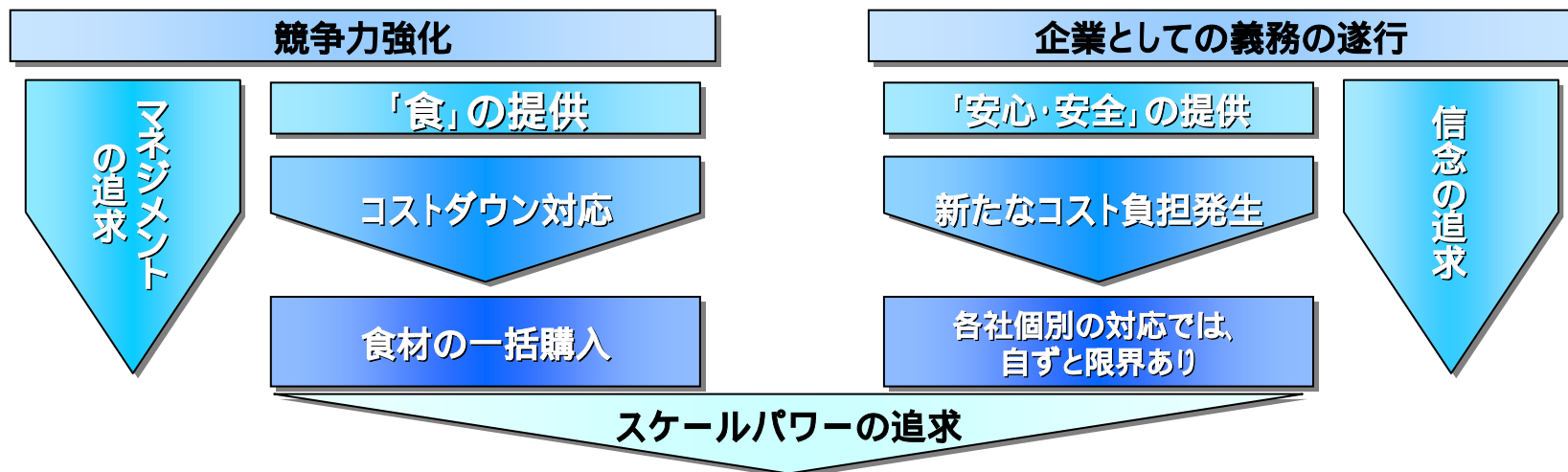
(これまでのアプローチ)

施設内が、通常の「家庭生活」のように





(検品事務作業軽減) (高品質の食材提供)



オピニオンリーダー的な経営者 先進的な考えを持つ経営者 現状を打開したいと考える経営者

共同購買機構
同じ志を持つ国内企業53社(給食会社)が結集

FunAP
Food purchasing Union Network System for Alliance Partners

外食トップの日本マクドナルドとほぼ同等の食材取扱規模

スケールメリット、バイイングパワーを最大限に活かす

大手メーカーと共同商品を展開 (独自規格のPB展開)

～ さ ら な る コ ス ト ダ ウ ン が 可 能 に ～

「きれい・おいしい」をモットーに様々な「場」を提供

コミュニケーションの「場」 ~ プライベートな空間 ~
「食」を楽しむ「場」 ~ 料理のグレードアップ ~
教育・教養の「場」 ~ カルチャークラブの充実 ~

優位性

日本全国に拠点が存在
民間公民館として地域密着 等々

お客様のニーズはより多様化へ

ターゲットを絞った「場」の提供

お客様の状況にあわせた「場」
・G(ゴールドルーム) ・S(スペシャルルーム) ・R(レギュラールーム)

効用

多様化・高度化する
お客様のニーズ、ウォンツに対応
あらゆる視点からの分析が可能

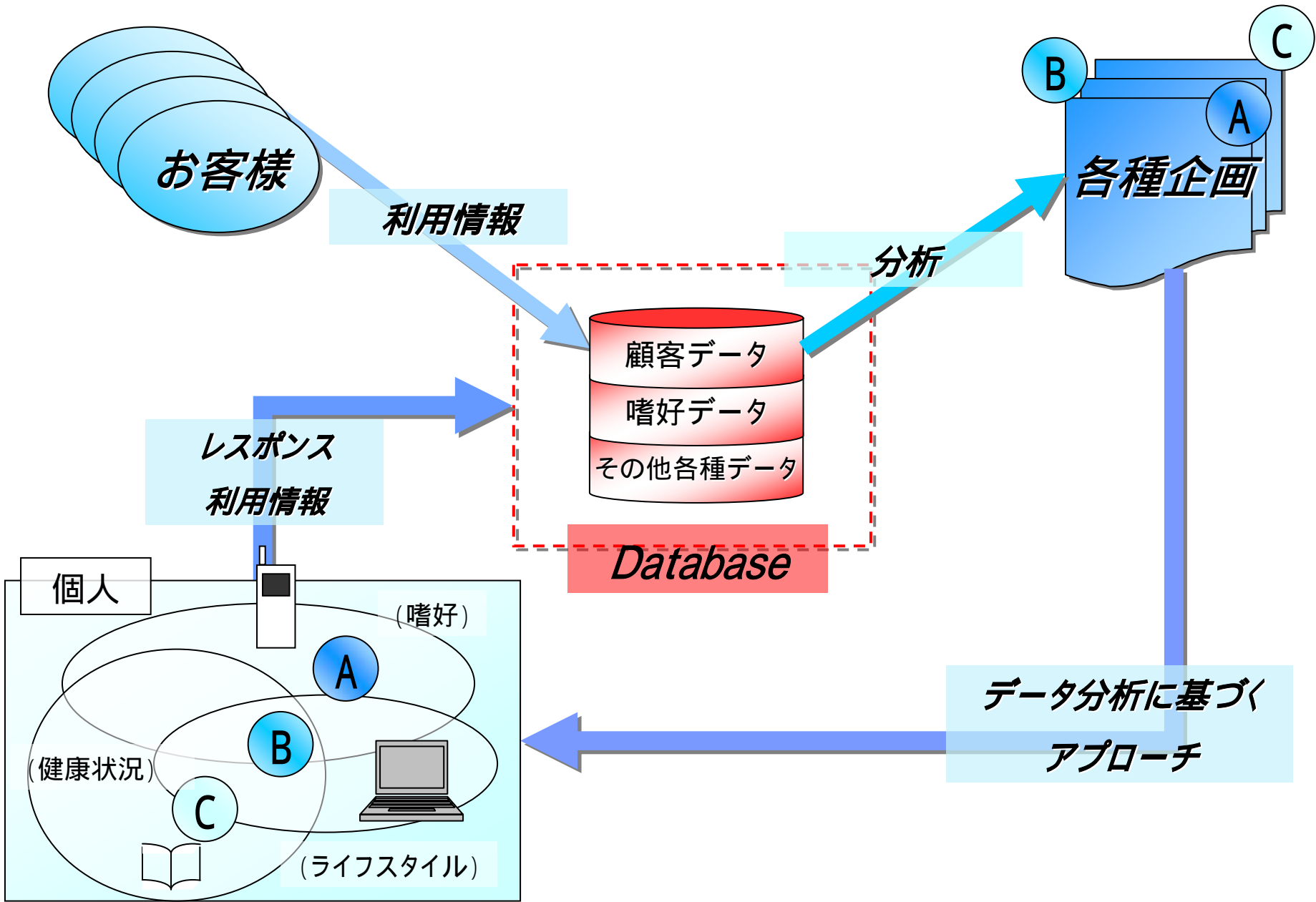
利用方法も様々、お客様の性別・年代・ニーズも様々
だからこそデータベースが必要に...

レストランカラオケ事業 約1,500万人の潜在的会員 『個人情報保護法』施行以前の会員証発行規模
『個人情報保護法』を遵守し、05年4月1日をもって会員様の個人情報を全て破棄

お客様にとっての価値の増幅

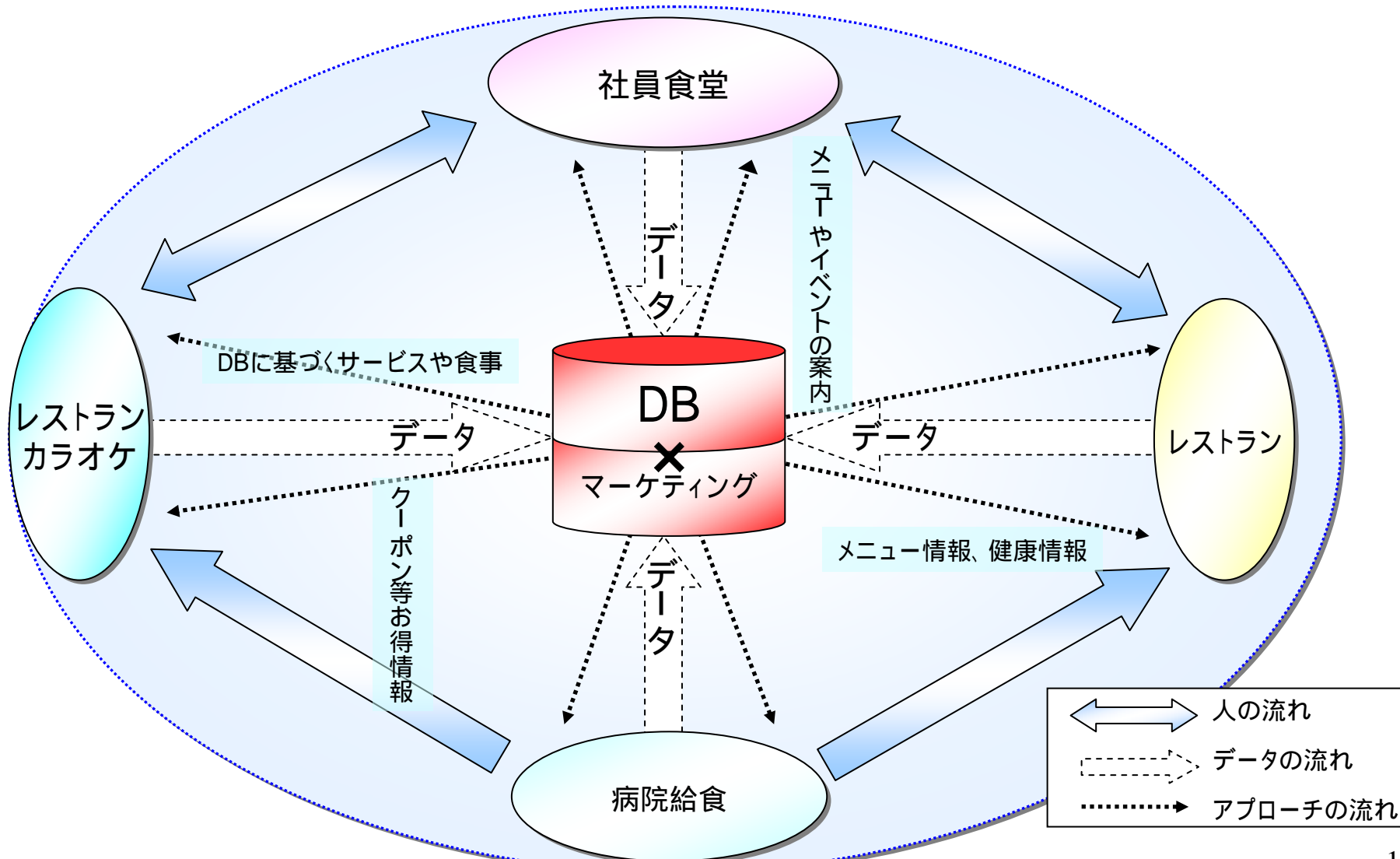
自らつくりあげた「カラオケルームの概念」からの更なる脱皮・新化

新たなコミュニケーションツールの構築へ

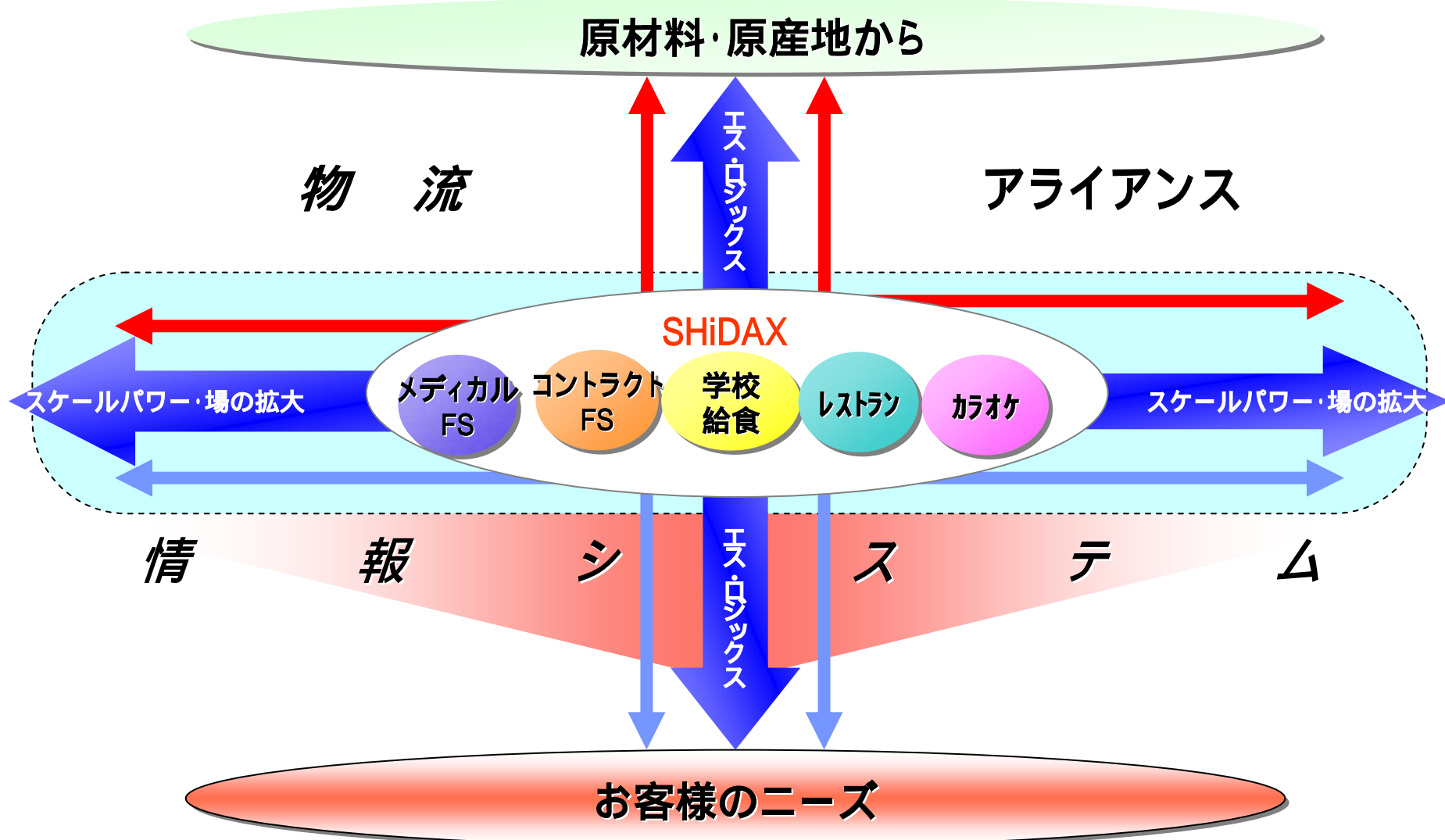


お客様の日常の様々な場面で、「SHiDAX」の話題が「お客様の声」に対して、様々なアプローチが

ライフロングタームのサポート体制の完成に



原材料・原産地からお客様の口元までの仕組みづくり



様々な場所で様々な食事を提供

お客様に最も近いところで、お客様の立場に立ってサービスを提供

**SHIDAX
Please!**

