

平成18年度IT経営百選応募記入シート(1/2)になっております。

I. 会社概要

1. 会社の名称	株式会社デリカスイト
2. 本社所在地	岐阜県大垣市築捨町5丁目77番地(本部 大垣市加賀野4-1-20)
3. 電話番号	0584-77-1811
4. URL	http://www.delicasuito.co.jp
5. 設立年月日	昭和47年2月2日
6. 資本金	38百万円(62,000株)
7. 上場の有無(店頭/2部)	無し
8. 業種・業態	惣菜、寿司、米飯等の調理・小売販売
9. 代表者名(年齢)	堀 富士夫(63)
10. 情報戦略責任者名(年齢、役職)	副社長 堀 富則(38)
11. 直近の売上高(百万円、年)	35期 6,030百万円
その1年前の売上高(百万円)	34期 5,984百万円
その2年前の売上高(百万円)	33期 6,011百万円
12. 直近の経常利益額(百万円、年)	35期 132百万円
その1年前の経常利益額(百万円)	34期 103百万円
その2年前の経常利益額(百万円)	33期 138百万円
13. 現在の従業員数(うち社員数、年)	700名(65名、2005年度末)
その1年前の従業員数(うち社員数)	700名(66名)
その2年前の従業員数(うち社員数)	695名(70名)
14. IT部門の有無(名称)	スイテックデヴァイジョン
15. IT部門の責任者名(年齢、役職)	事業部長 佐竹 輝美(47)
16. IT部門の人数(うち社員数)	8人(5人)
17. 直近のIT関連の年間費用(人件費も含む)	30百万円
その1年前のIT関連の年間費用(人件費)	35百万円
その2年前のIT関連の年間費用(人件費)	25百万円

株式会社デリカサイト

<p>18. 事業・商品・サービス内容</p>	<p>惣菜・弁当の調理・小売販売(寿司・米飯等50%、揚げ物・ホット惣菜40%、サラダ・冷惣菜10%)</p>
<p>19. ビジネスの特徴</p>	
<p>① 強み</p>	<p>①愛知・岐阜中心に60数店の直営店舗。セントラルキッチンで下調理(洗米やパン粉づけ)、店舗に於いてお客様の目の前で最終調理をしている。出来たての惣菜・弁当を調理・販売している。 ②地域食材を優先使用して、無添加・無着色・無科学調味料に努め(パートタイマーさんは店近隣居住者が多く、ロコモで広がっている為か)安心、おいしさ、お値打ち(廉価ではない)の評価を頂き支持を得ている。 ③大垣は自噴井戸の町として名高い町であり、全戸が地下水をつかっている。水がおいしいと、食べ物もおいしい。特に、ご飯の味では(名古屋市など都会の水と比して)大きな味の差があり、お客様から絶賛を得ている。 ④出店先は、セントレア空港出店(岐阜県からは3社のみ)、JR駅(名古屋・一宮・岐阜・大垣・テルミナ)、名古屋地下鉄駅周辺(本山・藤が丘・いりなか・平針・一社)、名鉄駅(名鉄百貨店・近鉄パッセ・一宮・神宮前)それにアピタ各店など、店周辺居住者や通勤者にとり利便性高い好立地に恵まれている。 ⑤「デリカサイト」「美濃味匠」の店舗ブランドは地域に浸透してきた。更に「美濃っ子ごんぼ」「奥の細道 鯖街道 むすびの地」や芭蕉元禄に関わるネーミングの登録商標を料理ブランドとして有す。更に地域共同認定の「健脳食SVS」「芭蕉水御膳」「大垣ブランド」などにも主導的に参加、メディア登場も重なり知名度が高まっている。 ⑥ブランド育成努力の結果、認知度が高まりつつあり、デベロッパーからの評価が得られ、時流にあう、好立地に、有利な賃借条件で出店しやすい環境が出来あがり、スクラップ&ビルドが積極的に実行できる。</p>
<p>② 付加価値</p>	<p>①安心・おいしさ・お値打ち・楽しさ・新鮮さを5つの誓いとして「出来たて」「健康・健脳」の惣菜・弁当を提供しており差別化が進み、付加価値が向上している。 ②主な商圏を地域に絞り、店舗網・食材仕入・販売宣伝費・労働力など 効率的運用の仕組みとなっている。 ③食材仕入も地元を優先しており「旬」のおいしい・安価な仕入になってきている。 ④大垣の地下水を使用。おいしく、その上「水道代」が安い。 ⑤店での従業員は近隣居住者であり、高齢者(50歳・60歳台)が多く労務確保も比較的順調である。 ⑥店内調理が多く、状況見ながら増減可能であり、本部との受発注も迅速に修正でき、廃棄ロス率が低く押さえられる。</p>
<p>③ こだわり</p>	<p>①「世界を捨て、地域に生きる惣菜を追求するデリカサイト」と論評されている。(激流7月号) ②多くのコンビニのお弁当は腐らない弁当であり、微生物などの”生きものはゼロ=死滅”である。当社の弁当は腐る、微生物などが生きている。 ”生き物ゼロ”にする食べ物を否定、即ち家庭で料理するように、自然のまま、いかなる添加物も入れない弁当である。(外部から仕入れる中間食材や調味料もあるため絶対とは言えないが少なくとも当社内では不使用にこだわる)。食中毒事故予防のためにも、お客様の目の前で調理、できたとてや手洗いの徹底、それに早めのお召し上がりをお願いにこだわっている。 ③「美濃身土不二」を掲げ、安心食材を確信する為に、地球の裏側から調達した食材より、地域(若狭-伊吹-養老山麓-濃尾平野-木曾三川-伊勢湾のエリア)の食材や大垣の地下水を優先使用。地域の歴史文化(大垣が奥の細道むすびの地、芭蕉や元禄に焦点)を商品の物語りテーマとし、地域の孟宗竹や地場産品の「木枘」(90%シェア)等も包装材に使用。 ④20世紀の「売上・規模・品揃え」から「(食材)品質・(調理)技術・財務」に転換。 ⑤大垣市は県の情報拠点ソフトピアジャパンのある町、情報社会に働く人の疲れた頭脳にやさしい「健脳食」を開発。 ⑥10数年前の冷夏、米不足で米価急騰の時、外国産米を配合したブレンド米が流通した。安全確認できない不安があり当社は不使用。3倍高騰の国産米にこだわった結果、デリカサイトの「ご飯がおいしい」との評価が定着。以降、おいしい米探しを進め、減農薬栽培・天日干し米などに出会い、良質食材使用を最優先している。自然豚、天然塩、朝採り卵等の食材開発や大垣地下水の利用拡大を推進。</p>
<p>④ 独自性</p>	<p>①管理栄養士が糖尿病予防食・内臓脂肪予防食等健康管理食の献立能力アップ実現の為栄養士会メンバーと連携している。「500Kcal弁当」「健康快復メニュー」「低カロリーメニュー」など開発。 ②岐阜県ソフトピアジャパンの支援を受け、インターネットを介して栄養価が計算された弁当の受注を行い、顧客データを蓄積することができる「e-健康膳 HMRsystem」を開発。顧客に健康の目安となるデータを提供できる仕組みである。(1)主食 (2)主菜 (3)副菜 (4)デザート (5)漬物など、それぞれ数種類の画像から自分の好みを選びチェックする空(から)の弁当の5枠に画像が表示され「嫌いな食べ物が入っていない弁当」ができる。同時に「栄養価」も表示、食事記録も残り、顧客データを蓄積、栄養指導ができる。本部近郊エリアで導入・実施。 ③70-80種類の出来たて惣菜の中から好みの料理・好みの量を選び、テイクアウトの店「OSOZAI-YA美濃味匠」を進化させ、店内にCAFEを併設。惣菜・弁当と共にオーガニックコーヒーや揖斐抹茶、それに「美濃ぼたもち」「手づくりケーキ」などスイーツも喫食でき、地域文化語り合う場としての「OSOZAI+CAFE美濃味匠」という新業態を開発(JR一宮・大垣・岐阜駅)。若者や主婦だけでなく、一人暮らしの老人にも人気スポットとなっている。</p>

Ⅱ. 自己評価表1/2(ビジネス戦略・経営改革の視点)

会社名 株式会社デリカサイト

1 ビジネス戦略・経営改革の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
<p>①業績の好調さ</p>	<p>①売上高の増加 15年度 6,011百万円。16年度 5,984百万円。17年度 6,030百万円。 平成16年2月(15年度末期)出店先の地元スーパーが経営破綻。 その後も電鉄系スーパーの経営譲渡や地元百貨店の隣県資本スーパーへの経営譲渡によりテナント退店が発生。 大幅な売り場減という環境の故、16年度は若干の売上減があった。 17年度もそれらデベロッパ企業との廃店などのため、当社も年間17店という大量退店の大激変に見舞われた。 出店の新開拓を進め10店を出店、総店舗数は67店から60店と縮小したものの、販売促進に努め売上増加を果たすことが出来た。</p> <p>②総利益の増加・経常利益の安定確保 売上総利益は15年度 2,904百万円、16年度 2,931百万円、17年度 3,039百万円と増加した。しかし経常利益においては、15年度 138百万円。16年度 103百万円。17年度 132百万円 の推移である。16年度については、前述の売上の特殊的減少による減益や消費税表示が税込総額表示(内税)に変わり、転嫁が困難となった要因で減少した。 以降も、大量スクラップという環境激変のなかではあったが、付加価値向上と経費削減に努め、経常利益を確保している。</p> <p>③創立35周年を迎えるが、赤字になったことが無い。</p> <p>④セントレア空港やJR名古屋・一宮・大垣などの駅ナカ、名鉄百貨店やユニー各店、名古屋地下鉄沿線の駅前、岐阜県ソフピアジャパン・センタービルのカフェ、大垣市民病院売店など好立地に恵まれ60店余を有する。 2006年にもOsozai+Cafe美濃味匠を柱に10店ほどの出店を計画。</p> <p>⑤自己資本率は37%、(18年度は40%超を目指している。)</p>
<p>②ビジネスモデル</p>	<p>①岐阜・愛知を中心に駅ナカやショッピングセンターにテナント出店。 店頭で調理をして常にできたての惣菜・弁当が顧客の支持を得ている。 地域食材の優先使用にも力を入れており、特に本社のある大垣市の地下水を究極の食材として使用している。</p> <p>②大垣市高齢者独居配食サービス事業を受託運営。独自に開発した「e-健康膳HMR(家庭料理代行)システム」も展開。</p> <p>③本年より惣菜の販売店(20坪)機能にCAFÉ機能を付加したOSOZAI・CAFÉ(50坪・70坪)の業態開発</p> <p>④大垣商工会議所連携の「芭蕉水御膳・昼餉」では、域外からの来訪顧客に「芭蕉元禄のまち 大垣」イメージ浸透を狙い拡販。 「芭蕉水御膳・夕餉」は、郷土歴史家から「芭蕉や元禄それに大垣の歴史・文化」の講話を受けた後、地酒や地ビールと共に大脳を活かしながら、料理を味わっていただくスタイルを進めている。</p> <p>⑤「おいしいご飯」には減農薬・天日干しのお米、それに「水」が重要。 炊き立てを提供するために、 (1)セントラルキッチンで大垣の地下水を使って洗米・浸漬 (2)洗米をIHジャー1升用に小袋詰め (3)1升炊飯に要する地下水を小袋にして凍結→アイスノン状態 (4)洗米1升の上に凍結地下水を載せ合わせ各店舗に配送 (5)店の5-10台の炊飯器に洗米と融凍した地価水を入れる (6)5-10分間隔で炊飯器をスイッチオン (7)5-10毎に大垣の地下水で炊飯したご飯が炊き上がり 常に炊き立てのご飯が提供できる。</p>
<p>③経営の自立化</p>	<p>①スーパーと取引する惣菜企業の多くはスーパーの下請的存在であるが、当社は社長の思いを商品化して、自らの市場を作り上げ自社提案型ビジネスとなっている。</p> <p>②JR名古屋駅では、弁当のご飯をお客様の好みで選択できる珍しいスタイルと評価を受けている。</p> <p>③日本初の業態としてOsozai+Cafe美濃味匠を開発、本年4月JR一宮駅、7月JR大垣駅、(8月7日JR岐阜駅・25日名古屋千代田)にOPEN。70-80種類のお惣菜・弁当から好みの料理・好みの量(1グラム単位)を選びテイクアウト、またその惣菜を併設のテーブル席(岐阜駅は70席)で喫食できる。 オーガニックコーヒーや地元揖斐茶や手焼きケーキも楽しめ、好きな惣菜を多量・少量づつという一人暮らしの高齢者のニーズにも適合。 店内飲食には陶器お茶碗など使用のため「弁当容器の廃棄場所」に悩まなくてもよいと好評。</p>

④経営のオープン化

- ①全社営業成績は社員会議で毎月発表。
「DAKOSシステム」により全店・全部門の売上・仕入・粗利益・諸経費(人件費・テナント家賃・水道光熱費・その他)・本部やセントラルキッチンの諸経費・そして営業利益を公表—紙媒体で配布。通常LANでも閲覧可能
- ②苦情情報の全てを社員会議で紙媒体で公開(毎月)
- ③社内報「まごころコミュニケーション」を給与とともに毎月配布。
表彰受賞者やお店巡りの紹介欄があり店従業員の作業写真を掲載。
- ④全店に毎朝「おはようメール」配信。その日の業務情報や商品情報、それに店舗地域の週間天気予報を配信している。
- ⑤全社員がネットワークにより、リアルタイムに店舗現況を動画像で見ることが出来る。
- ⑥「デリカサイト通信」というサイトを運営。ホームページ上で会社概略、新規店舗、新商品、メディア掲載記事等の紹介や、自社のこだわり・社長からのメッセージ等の公開を日々行っている。
社員やDS(パートタイマー)はもちろん、取引先等全ステークホルダーへの情報発信機能を担っている。
- ⑦消費者向けにも商品メニュー表掲載してメール発注できる。

⑤満足度経営

- ①経営基本が、「ありがとうございます」。
新入社員が元気で意欲ある限りイキイキ働ける会社を企業目的としている。
構成は35歳以下が3分の2を占め、女性社員は27.5%と増加傾向である。
80%は現地採用のデリカスタッフ(以下DS パートタイマー)さん。
(1)社員やDSさんのアイデアがすぐ採用される→DSさんから社員に、登用後の女性部長2名が現在活躍中。
(2)DSさんの中心年齢は45歳—65歳、高齢者がイキイキ働いている。
(3)資格助成制度 惣菜管理士・販売士・調理師の研修費助成。資格取得後は給与評価。
(4)DSさん(テーマに沿って有志参加)が集まりアイデア提案の「おかず・弁当コンクール」実践
→優秀作品は次月の重点商品
(5)DS管理職制度→短時間勤務者の能力・実績で管理職登用。
意欲高まり定着率の良さに繋がっている。
(6)産休制度の充実。子育て中の女性社員も活躍している。
(7)毎朝のおはようEメールで、冒頭に「本日の誕生日おめでとう」と全社でバースデーをお祝い。(バースデー休日制度)
- ②顧客
 - (1)お客様カードで意見を戴き(紙)、データベースに転換。
 - (2)CS向上委員会という覆面調査で顧客対応チェック。
 - (3)お客様要望のイベント開催(店の空きスペースをフリーマーケットの場に提供)
 - (4)ポイントカード制を導入して商品券に還元。
- ③地域
 - (1)地域ブランドづくりに率先取組→名物食品開発を市内食業者20数店・市行政と連携展開、「芭蕉水御膳」「芭蕉水豆腐」「大垣ブランド」「健脳SVS(スイートハレスタイル)」など。(社長が大垣商工会議所・食品部会長として努力)
 - (2)地域連携協力として、日本唯一の「日本国際ポスター美術館」を本社ビルに開設。
- ④環境 「お日様と赤トンボの会」入会金500円でタッパーや買物袋をお渡し。買物時に容器・袋を持参して戴き、ポリ袋や割り箸を使わない。5%割り引き特典付与。

Ⅱ. 自己評価表2/2(IT高度活用の視点)

会社名 株式会社デリカサイト

2 IT高度活用の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①コミュニケーション	①全社員がメールアドレスを持ち、利活用している。 ②本部(光回線)とセントラルキッチンが2Km離れているが社内WANにより何時でも情報を得られる体制である。 ③社員全員が電子メールを利用できる環境となっている。外部での移動社員初め全社員がリモートメールにより携帯電話を活用してパソコンのメールと同様の利用環境が出来ている。 ④店からの情報はメールを使い週報として意見交流されている。 ⑤全社員に毎朝「おはようメール」も届く。 社員やパートタイマーさんの誕生日や最新情報、それに天候情報等を提供してコミュニケーションを図っている。 ⑥各店設置のネットワークカメラでの映像に加え音声機能も付加したので、コミュニケーション促進手段の可能性を実験している。 (全社員・全店舗から動画像で店舗情報を共有。携帯電話でも静止画像なら可能)
②営業・マーケティングの改革・新商品や新サービス開発への活用	①自社ホームページの内容の充実。 毎月の社長方針・新規店舗・新商品・新聞・雑誌掲載記事等、常に更新している。 ホームページは、Googleのpage rankで「5」の水準である。 ②一般ユーザーに対しては上記に加え、商品紹介があり、電子メールによる問い合わせ窓口を設置。 ③e-健康膳の推進。 インターネットを介して栄養価が計算された弁当の受注を行い、顧客データを蓄積、個人指導もできる「e-健康膳 HMRsystem」を開発・実施。(システム開発から、弁当受注、デリバリーまでを全て自社で一貫して行っている)ビジネスモデル特許申請中である。 ④「キリ」すし・弁当の宅配サービスでは電話番号と連動した地図情報により効率よい配達コースが組み立てられる。 ⑤店頭の効率的な管理のため、ネットワークカメラを設置している。各部門に公開。 レジカウンターや販売の接客状況やフェーシング等店舗のチェックや閉店時の残量確認を遠隔地から行ない、廃棄の減少につなげている。
③プロセスの高度化・連携	①全店舗とセントラルキッチン・配送センター間の受発注はNET構築。また、セントラルキッチンや本部と取引業者各社との受発注・納品実績データも電子データで行われている。計画発注と当日の店舗状況による配分変更等がスムーズに実施されている。 ②店舗の食材発注データやPOSデータが本部で管理分析でき、WANによって迅速・適切な発注が出来ている。 ③ネット構築により、事務処理・セントラルキッチン・商品部・営業部・商品開発部が連携、また過去データが活用されており、ロス率・欠品率の低下に繋がっている。 ④包材の仕入れ等半分程度はEDIを利用している ⑤バーコード利用によるターンアラウンド型伝票によって事務処理を効率化している。
④人材・ノウハウの高度活用・高度な経営管理への活用	①予算・実績対比、前年対比、計画発注や労務シフトにDAKOSシステムを利用している。 ②お客様からのEメールによる問い合わせ情報は副社長と事業部長の直接管理であり、迅速に対応できる仕組みである。また社内で情報共有している。 ③大学生の求人活動を本年度より、インターネットに重点化。06年6月の結果は応募100名ほどと倍増し、ネット経由が80%超のシェアであった。 ④従業員の履歴情報をデータ管理し、店舗異動等で活用している。 ⑤「レシピ情報をデータ管理し、活用している。 ⑥各店舗にネットワークカメラを設置し各部門に公開。 販売の接客態度等の技術習得を遠隔店舗から行うことができる。
⑤情報セキュリティ対策	①サーバーと全PCに対してウィルス対策等のセキュリティ対策をしている。 ②サーバー管理者を配置のうえ、アクセスログを監視しセキュリティーを高め、トラブル対応にも敏速に出来る環境となっている。 ③サーバーは、セキュリティーを高めたエリアに設置し、入退室や施錠を管理している。 ④1年後のISMS (Information Security Management System) 認証を目指して、プロジェクトチームを立ち上げている。 ⑤個人情報には何人かの管理者権限を持つ者しかアクセスできない。 ⑥住所録は鍵のある場所に保管。