



CYBELE

株式会社 シベール ジャスタクトトップインタビュー

上場日2005年7月29日

< 説明者 >

代表取締役社長 熊谷眞一



シベールの成長の歩み



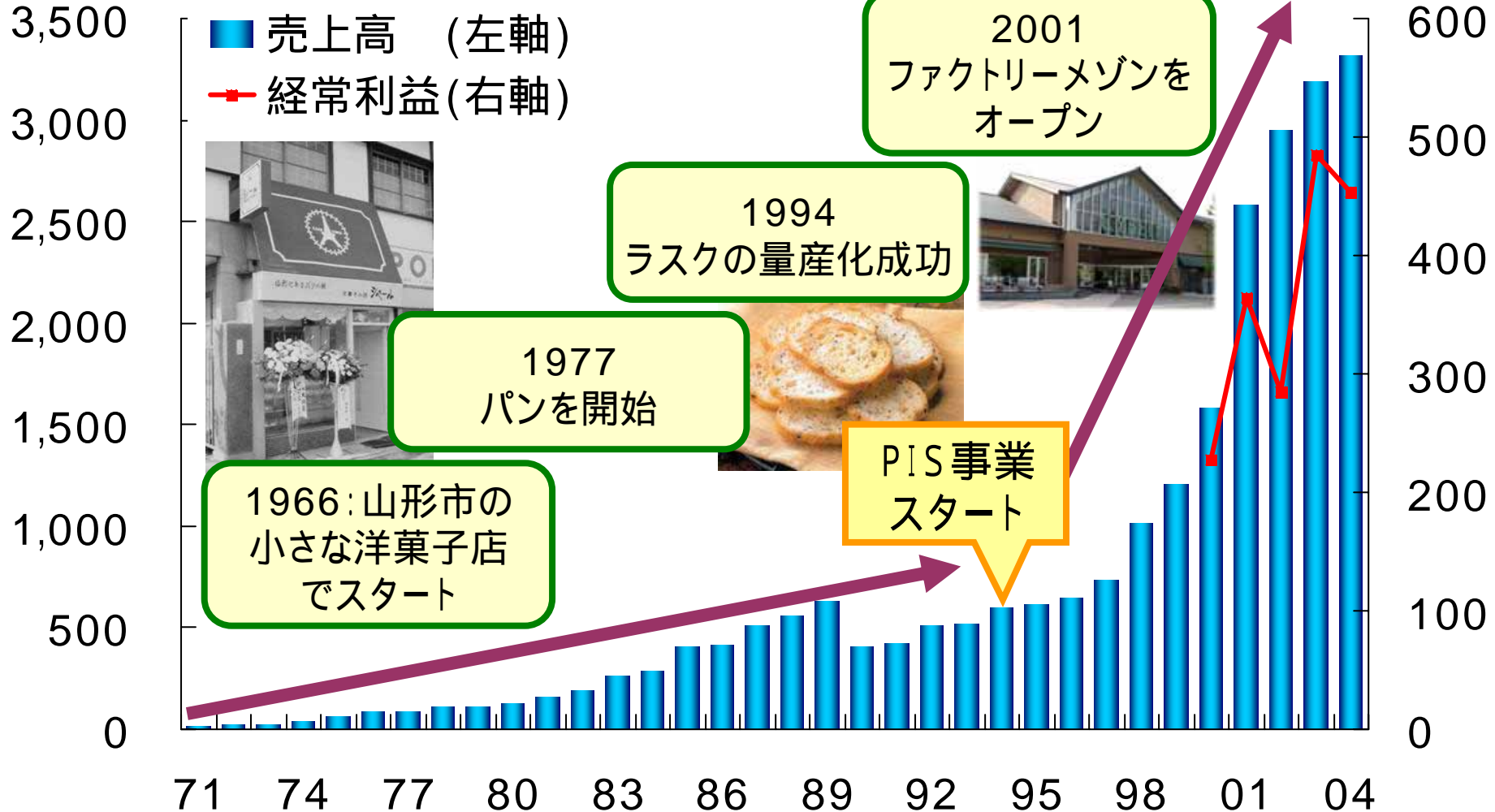
CYBELE

売上高
(百万円)

無店舗販売 (PIS事業)

経常利益
(百万円)

店舗での対面販売 (MIS事業)



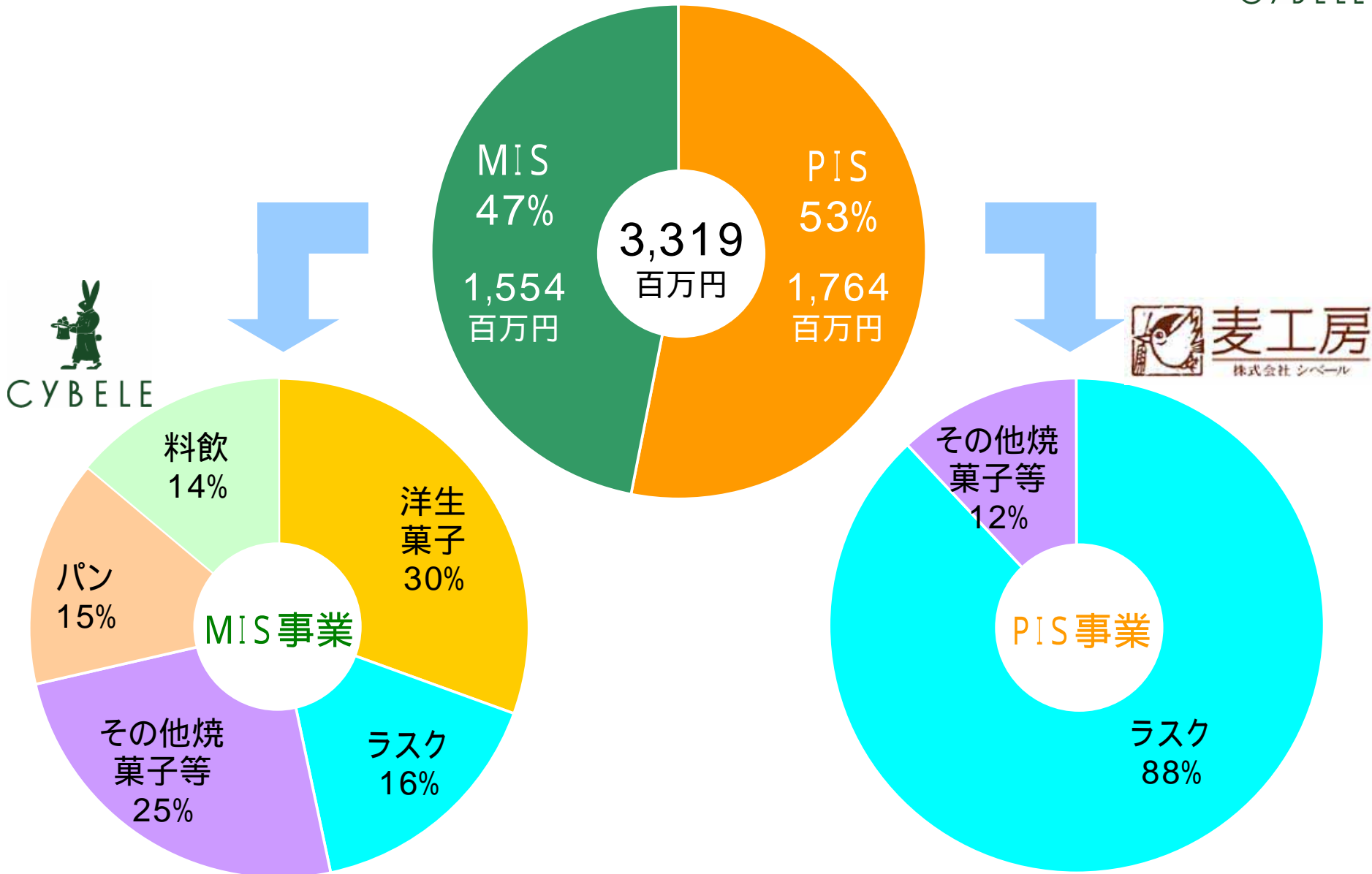


名称	MIS (ミズ)	PIS (ピス)
表記の基	Marketing Intelligence System	Personal Intelligence System
販売方法	店舗における 対面販売	無店舗 による通信販売
対象マーケット	地域限定マーケット (現在は山形市及び 仙台市周辺のお客様)	全国 のお客様
販売商品	洋生菓子・洋菓子、パン 喫茶・レストラン 商品・店舗形態とも 多様	ラスク・焼菓子などの 限定商品

事業部門・品目別売上構成(2004年8月期)



CYBELE



二つとして同じ顔のない店舗展開

山形地区
(店舗9店、工場2ヶ所)



ファクトリーメゾン



シベールの杜 天童店

シベールの杜 北店



シベール 西店



シベール 東店



シベール 桜町店



しべーる+カフェ



シベール 寿町店



カフェド・シベール(文翔館)



店舗展開

仙台地区
(店舗9店、工場1ヶ所)



CYBELE



る・ぐれん+カフェ 明石台店



シベールの杜 桂店



定禅寺店



八木山店



長命ヶ丘店



長町店



河原町店



仙台駅店

独自の店舗戦略でシベールワールドを形成



CYBELE

- 存在感のある大型店を置くことで全体のイメージアップを図る

【シベールファクトリーパーク】



ファクトリーメゾン
洋菓子・パン販売店、カフェ、洋菓子工場



麦工房
ラスク専用生産ライン

メインステージ
(大型店舗)

体験

感動

共感

山形地区

仙台地区

サブステージ
(中規模店舗)

■ 無店舗で対象を全国としたラスク等の通信販売

- 「ラスク」を贈答に使える商品として開発、初めて量産化

■ 厳選された原材料

- フランスパンに一番あった小麦を日本で製粉
- フランス産のドライイースト
- ブルターニュ地方の海塩と赤穂の天塩
- 特製生バター
- 本グラニュー糖

あまじお



■ あえて手作業を残した作業工程

- 機械の大量生産に不向きなフランスパン

■ ラスクの大量生産方式を確立

● 手作業を残した作業工程
～ 集団の名人化～



● 効率的な大量生産システム
～ 最適製造方法をデータ化～



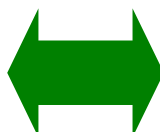
■ 消費行動の変化

- 消費者は「口コミ情報」を重視

Permission Marketing

そよ風マーケティング

温かみのある顧客との交流



Interruption Marketing

土足マーケティング

一方的で莫大な宣伝広告費

■ スーパーフレッシュローテーション

- 作り置きをせず受注の翌日生産、翌々日に発送

■ 納得保証制度等により、「お客様との信頼関係」を構築

一度ご購入頂いたお客様には繰り返しご購入頂いております

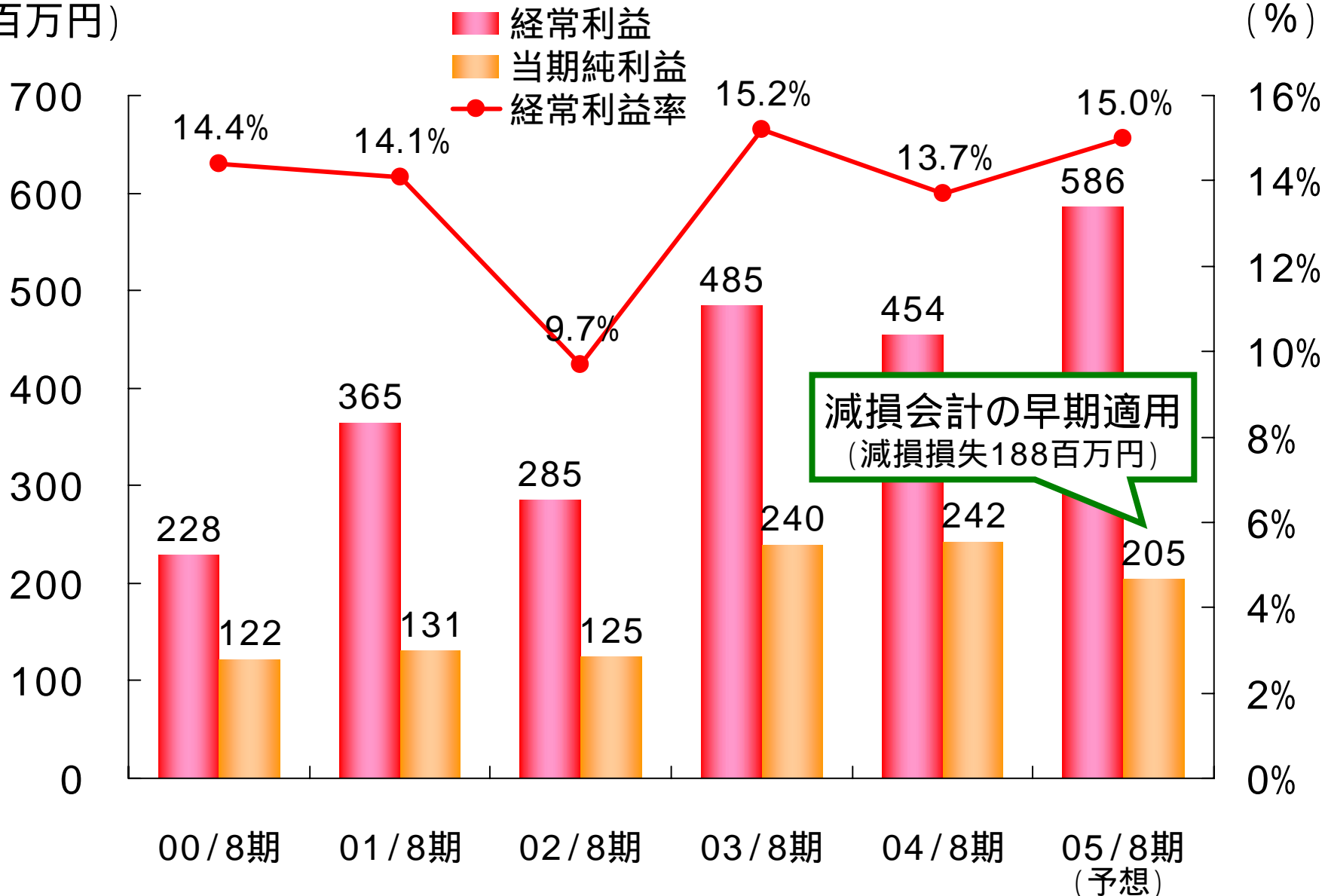
収益の状況：経常利益の推移



CYBELE

(百万円)

(%)





ラスクの大量生産方式を確立

広告費等の販促費用が少ない

MISとPISが相乗効果を発揮

■ 店舗開発計画

● イメージアップを図るための大型投資店舗の設置は完了



● 「シベールの杜」中心に新店開設、店舗改装を推進

- シベールの杜 天童店・桂店の成功によるノウハウ蓄積
- 洋菓子の販売、パンの製造販売とカフェ・レストランの複合店舗
- 今後の標準店(プロトタイプ)は床面積600m²で総投資額2億円



合理的・効率的な店舗開設による出店コストの軽減

■ 出店地域戦略

● 市場ポテンシャルの高い「仙台地区」を中心に積極出店

- 主力のラスクの商品力をより高めるとともに、ラスクに続く第二・第三の商品を育成

- ラスクの新商品：バリエーションの充実

- 新商品「ラスク フランス ごま風味」を発売(2004年10月)



- ラスク以外の新商品：商品ラインナップの充実

- 限定品のようで、大量生産が可能な商品(焼菓子を計画)

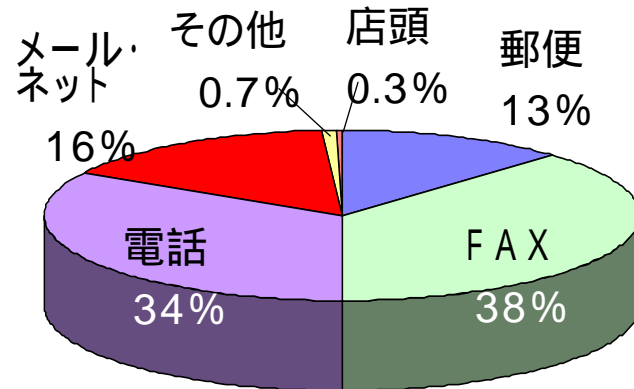
ラスクで築いたお客様との太いパイプを最大限に活用



■ インターネット受注の強化

● 現状：特段の販売促進活動は未実施

- ネット経由の受注は16%と低水準



(注) 04年8月期受注件数実績

● 今後：インターネットを活用した「ロコミマーケティング」の深化

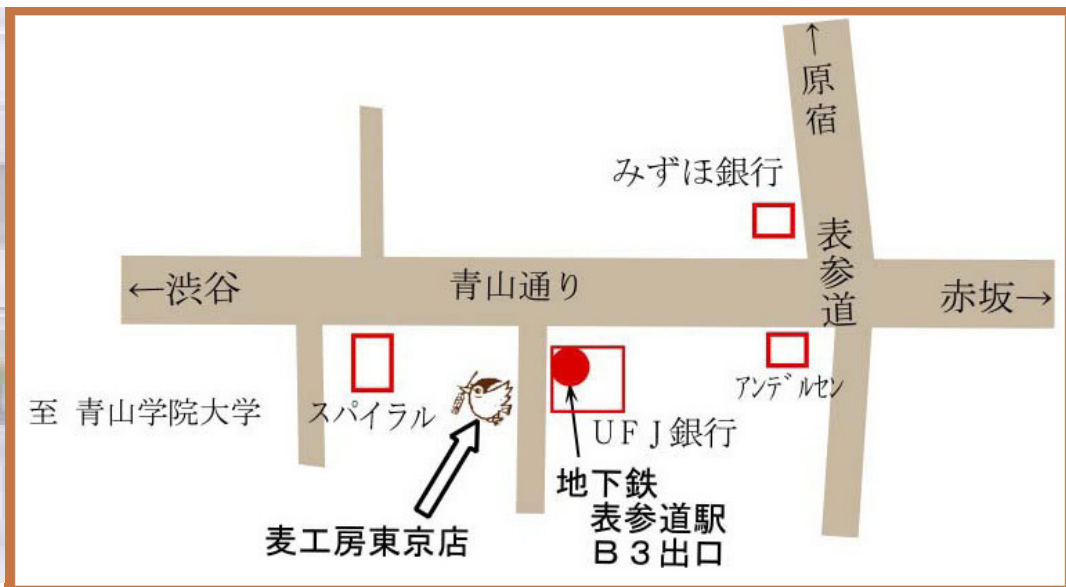
潜在顧客の顕在化、受注コストの削減、顧客層の世代交代

■ 積極的な販売促進活動

● 麦工房東京店(港区 南青山)開設

- 最大消費地における「リアルな店舗とネットの合わせ技」

麦工房東京店(2004年10月開設)



シベールの理念

日本の食卓の情景 ゆかしい贈りものの風習を
豊かで創造的で幸福感に満ちたものにする

本資料お取扱い上のご注意



CYBELE

- 本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください