

釜 配 寅
H&A



銀のお弁当



宅配 銀のすし
Gin no Sushi



成長可能性に関する 説明資料



平成25年12月
株式会社ライドオン・エクスプレス
(証券コード:6082)

1. 企業ハイライト

2. 市場環境

3. 事業の特徴・強み

4. 成長戦略

5. 業績推移・見通し

1. 企業ハイライト



■ 企業概要

商号	株式会社ライドオン・エクスプレス RIDE ON EXPRESS Co.,Ltd.
設立	2001年7月
代表者	代表取締役社長 兼 CEO 江見 朗
資本金	4億6311万円(2013年9月末日 現在)
従業員数	293名[561名](2013年9月末日 現在)
事業内容	フードデリバリー事業の運営及びフランチャイズチェーン店の 加盟募集・指導業務 リルアーティストの制作・販売
本社所在地	東京都港区三田3-5-27 住友不動産三田ツインビル西館17階

従業員数欄の□は臨時従業員の年間平均雇用人員(1日8時間換算)

1. 企業ハイライト

沿革

- 「銀のさら」のFC事業を全国展開することを目的として「株式会社レストラン・エクスプレス」設立
- 2013年4月、業容拡大に伴い、「株式会社ライドオン・エクスプレス」に社名変更



本社エントランス



フォーラム壇上風景

1. 企業ハイライト

■ 展開ブランド

		ブランド名	概要	直営	FC	店舗数
宅配事業	自社ブランド	 宅配寿司 「美味しいお寿司をもっと身近に。」をコンセプトに、クオリティにこだわった商品をお値打ち価格で提供	76	286	362	
		 宅配御膳 釜飯形式の炊き込みご飯を薬味・だし汁・漬物と一緒に御膳形式で提供。	59	123	182	
		 宅配弁当 美味しさ、栄養、カロリーをバランスよく構成した高齢者向けのお弁当・惣菜の宅配サービス。	9	0	9	
		 宅配とんかつ 素材にこだわり、揚げることにこだわった本格派のとんかつを1人前の折詰にお弁当形式で提供。	1	0	1	
		 宅配カレー こだわり素材を使用し、甘さと辛さを極めた個性的なルーをベースにした本格カレーの宅配。	1	0	1	
	宅配代行業態		 fineDine 提携レストランの宅配代行。ご自宅に厳選されたレストランの商品をお届け。	7	0	7
その他事業		 LITTLE ARTIST 子供の絵や落書きを元に世界でひとつしかない新しいアートを創作するサービス。	—	—	—	
				153	409	562

※ブランド別店舗数：2013年9月末現在

総店舗数 **562** 店舗

1. 企業ハイライト

■ キーワード

宅配寿司NO.1「銀のさら」を中心に
「食」を通じた「宅配」サービスを
主に「団塊～シニア」マーケットに向けて
「ビッグデータ」を活用して「FC展開」
する企業



全国44都道府県

362店舗展開
(FC286店・直営76店)

(2013年9月末時点)



1. 企業ハイライト

カテゴリーNO.1ブランド

宅配寿司・釜飯カテゴリーにおいて、圧倒的なシェアとブランド力を保有する業界NO.1企業



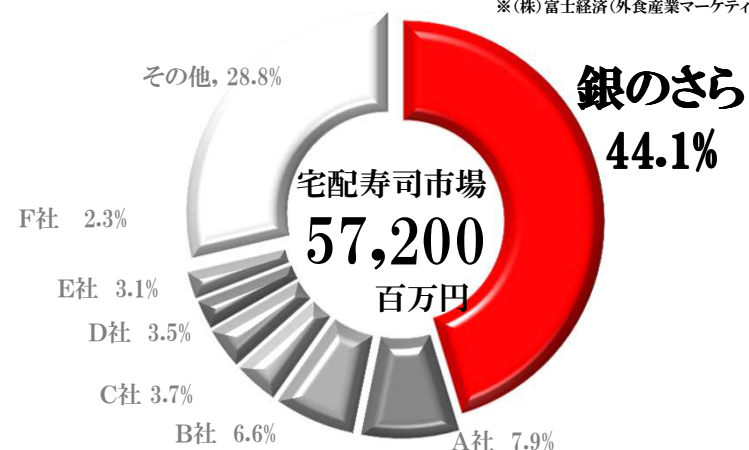
■ 全国**362**店舗 (2013年9月末時点)
FC286店・直営76店

■ 宅配寿司 圧倒的**シェアNo.1**
(2012年 シェア44.1%実績)

※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2013年)

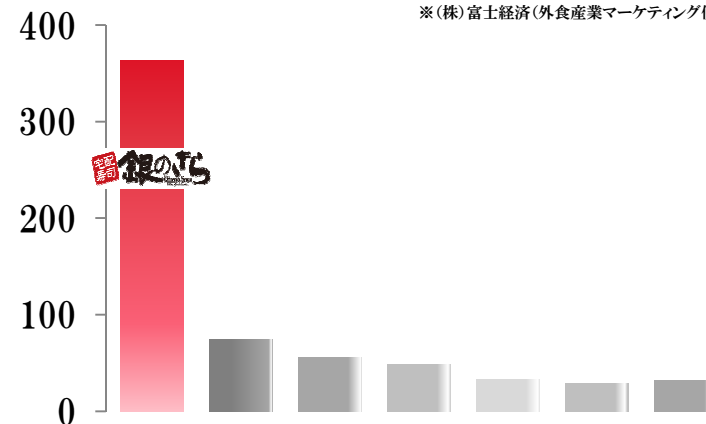
宅配寿司市場(2012年)

※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2013年)



宅配寿司チェーン・店舗数

※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2013年)



銀のさら 宅配メニュー

1. 企業ハイライト



～三度美味しい釜寅流の釜飯を御膳スタイルでお届け～

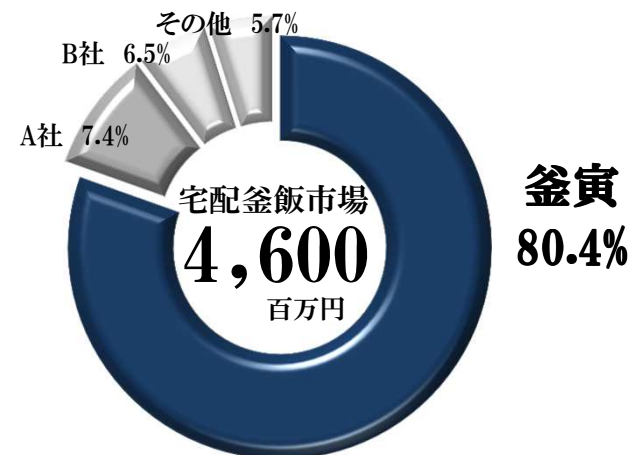
■ 全国**182**店舗 (2013年9月末時点)
FC123店・直営59店

■ 宅配釜飯 圧倒的**シェアNo.1**
(2012年 シェア80.4%実績)

※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2013年)

宅配釜飯市場(2012年)

※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2013年)



御膳形式で提供



全てセットでお届け



釜寅 宅配メニュー

1. 企業ハイライト

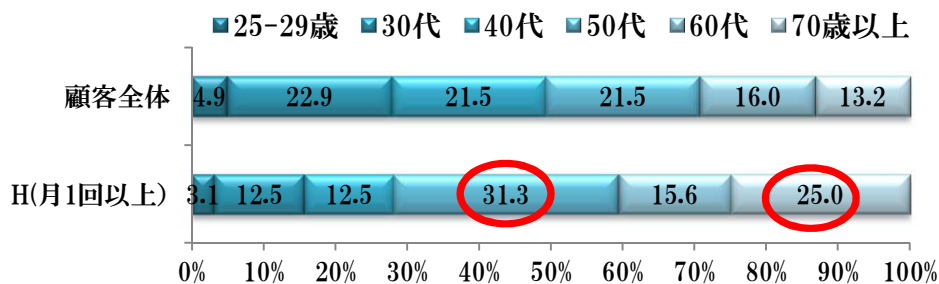
団塊～シニア層がコアターゲット

50代以上がヘビーユーザー



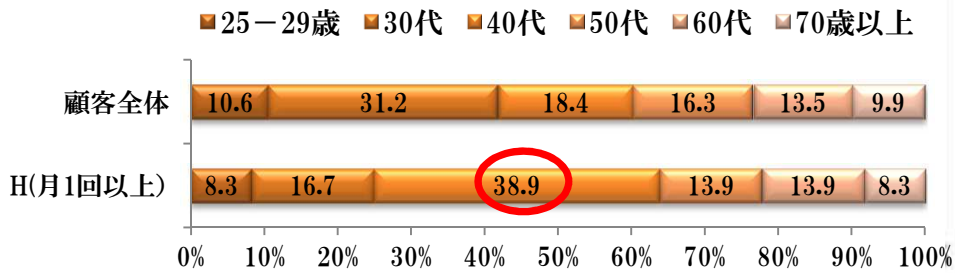
人口ボリュームゾーンでの認知度が高い

銀のさらの顧客セグメント

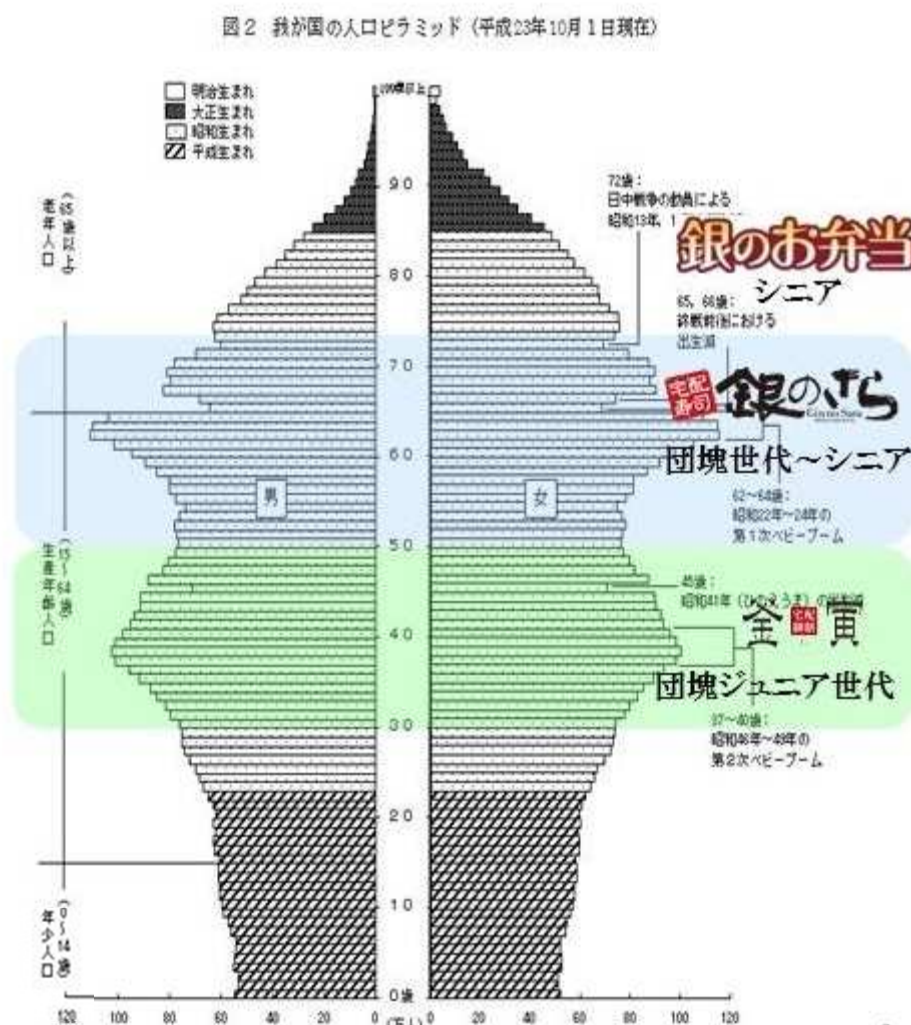


ヘビーユーザーは、50代以上

釜寅の顧客セグメント



ヘビーユーザーは、40代以上

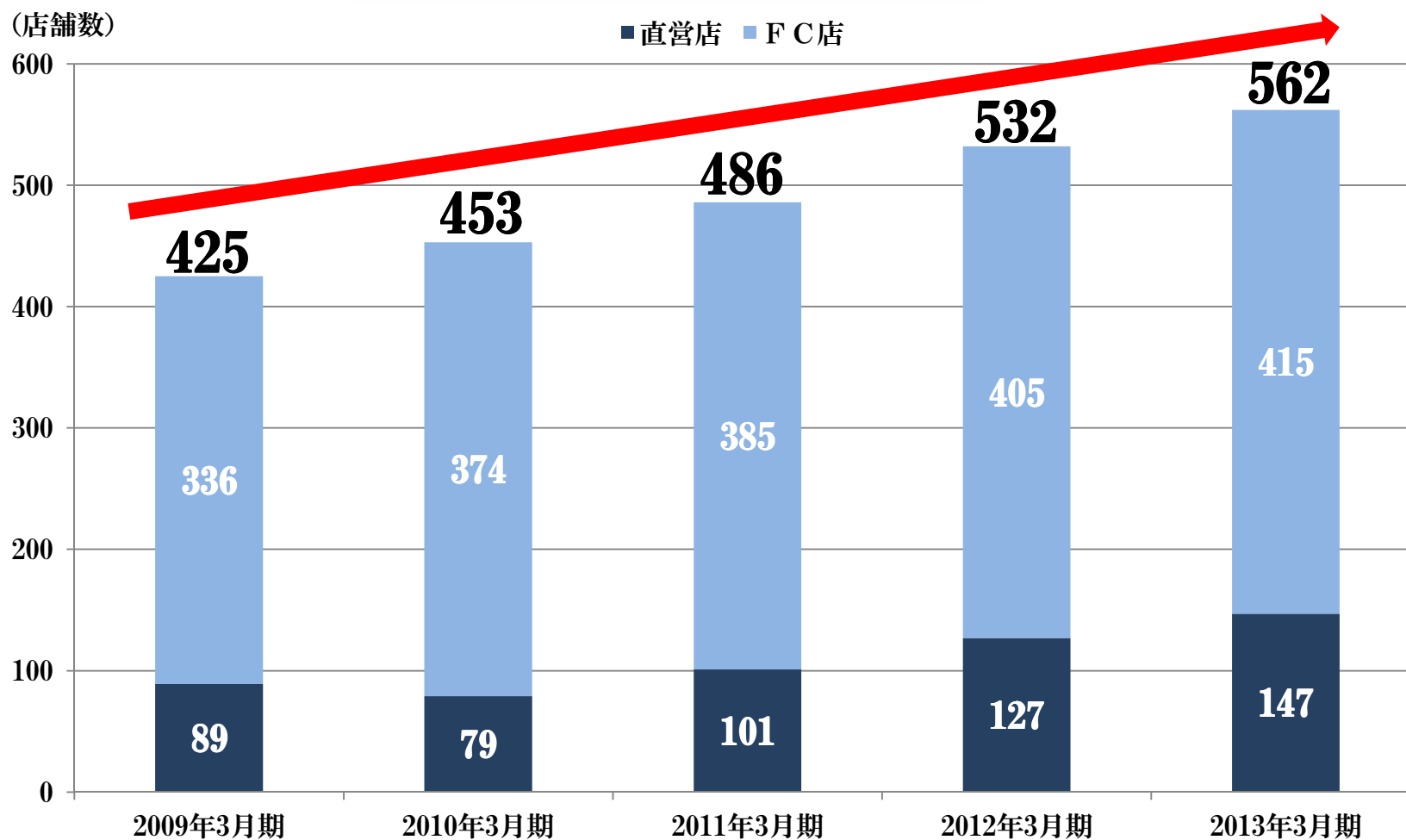


1. 企業ハイライト

FC活用により店舗拡大

ビジネスモデルの完成度が高く、直営店/FC店を戦略的に配分しながら業容を拡大

総店舗数推移(直営/FC別)



1. 企業ハイライト

2. 市場環境

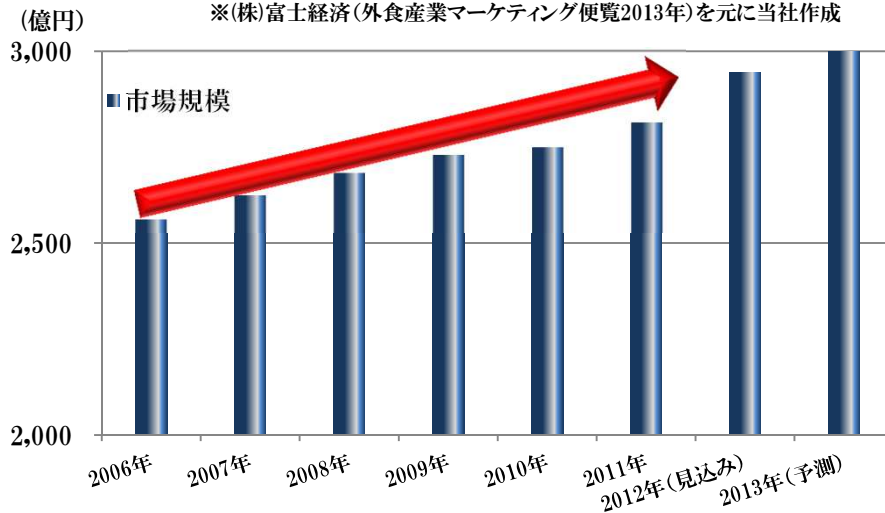
3. 事業の特徴・強み

4. 成長戦略

5. 業績推移・見通し

2. 市場環境

フードデリバリー市場推移

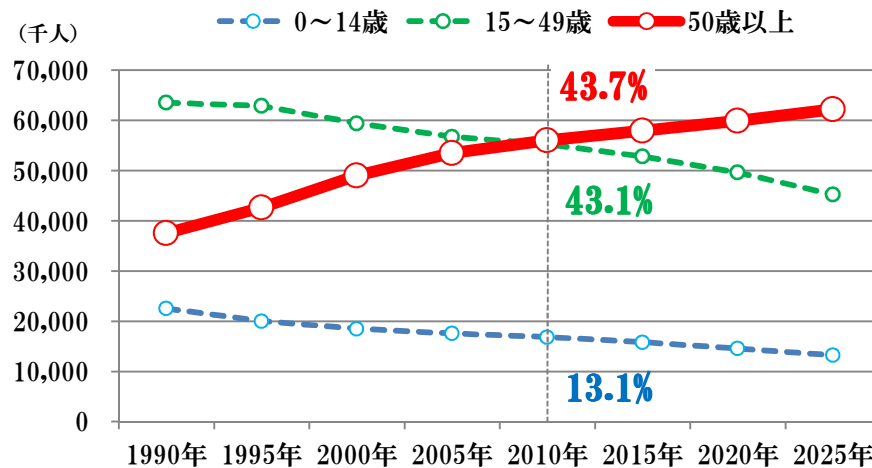


■ 高齢社会による高齢人口の増加、女性の社会進出の定着による家庭内調理時間の減少、インターネットの普及、小規模世帯の増加等を背景に **フードデリバリー市場は堅調に推移。**

■ 高齢社会の進展により主なターゲット層である **50代以上の人口ボリュームは今後も拡大。**

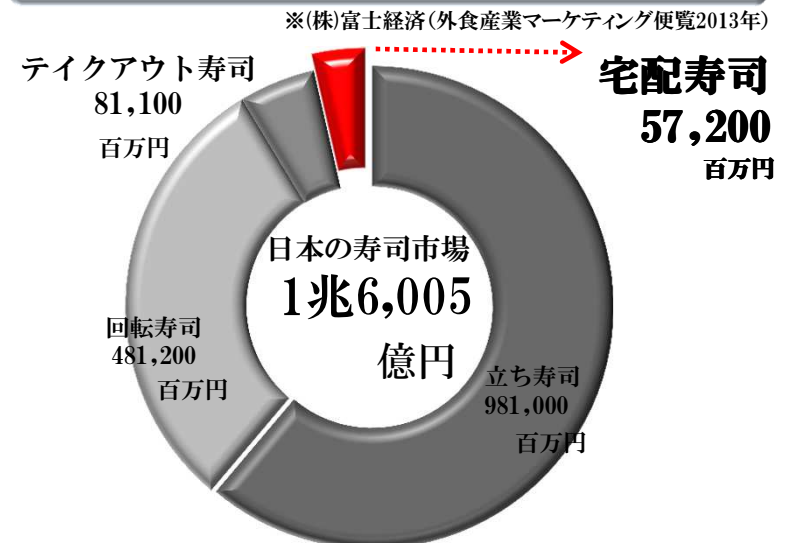
■ 寿司市場においては **宅配寿司市場は3.5% しかなく、我々がマーケットリーダーとして市場創造することにより、成長余地は十分にある。**

高齢社会の進展



※国立社会保障・人口問題研究所 日本の将来推計人口(平成24年1月推計)を元に当社作成

日本の寿司市場(2012年)



1. 企業ハイライト

2. 市場環境

3. 事業の特徴・強み

4. 成長戦略

5. 業績推移・見通し

3. 事業の特徴・強み

フードデリバリーの優位性

立地にとらわれない

立地の優位性で大きく左右される外食と違い、住宅街等に展開できる宅配店舗は、

- **物件が見つかりやすい。**
- **家賃が安い→固定費の低減。**

初期投資が低い

お客様を迎える店舗ではないので、

- **外装・内装費を抑えられる。**

席数の上限に左右されない

お客様を迎える店舗ではないので、

- **お客様の滞留時間がなく、売上を獲得するための業務に特化できるため効率が良い。**
- **売上が見込める時期には積極的な販売促進によって、売上を戦略的に獲得できる。**

One to Oneマーケティングの実践

● **どれくらいの販売促進(ポスティング・折込)を行えば、どれくらいの売上が獲得できるか、科学的アプローチで想定ができるため、戦略が立てやすい。**

● **宅配の特性上、注文履歴をはじめとした様々なお客様情報、アンケート活動等により取得したお誕生日情報等、多様な顧客情報(マーケティングデータ)を保持しているため、顧客ひとりひとりのニーズにあわせた情報・サービスの提供といった戦略的な販売促進活動が可能である。**

● **元来の電話受注に加え、昨今のWEB受注による顧客においては、さらに安価で高頻度なコミュニケーションおよび円滑な受注を行うことが可能である。**

<ご注文時にいただける顧客情報>
・氏名・電話番号・住所・注文内容
<アンケート等で獲得している顧客情報>
・家族氏名・家族誕生日・家族記念日 等

3. 事業の特徴・強み

当社の優位性

展開力

- 全国各地に総店舗数500店舗以上、360ヵ所以上の宅配ネットワーク（インフラ）を保有しており、新サービス等の**スピーディな展開が可能**。
- FACE to FACEによるお客様とのリアルで**密度の高いコミュニケーションが可能**。



商品力

- 総店舗数500店舗以上の**スケールメリット**を生かした**購買力**がある。
- 食材の一次加工をメーカーに実行させる**企画力・影響力**がある。
- 宅配寿司業界において独占的に使用可能な**高電場解凍機**を使用。



マーケティング力

- 総店舗数500店舗以上の情報を自社システムにて集約、様々な角度から分析を行い、課題抽出、戦略立案を実施。
- 効果的な販促物の配布方法ノウハウを保持。
- 配布メニュー・CM等の**デザイン力**、訴求力が高い。
 - <受賞歴> 2004年：第18回全日本DM大賞佳作受賞
 - 2008年：釜山国際広告祭 ブロンズ賞
 - 2010年：ACC CM FESTIVAL テレビCM部門 ブロンズ賞
- 顧客データの獲得・蓄積(ビッグデータ)**とその活用ノウハウを保持。
- 自社WEBサイトによる販売促進とCRM戦略の実施。



1. 企業ハイライト

2. 市場環境

3. 事業の特徴・強み

4. 成長戦略

5. 業績推移・見通し

4.成長戦略

①宅配拠点の増加及び複合化戦略の推進

②fineDine事業の展開加速

③デリバリーネットワーク戦略

4.成長戦略

①宅配拠点の増加及び
複合化戦略の推進



宅配拠点の増加

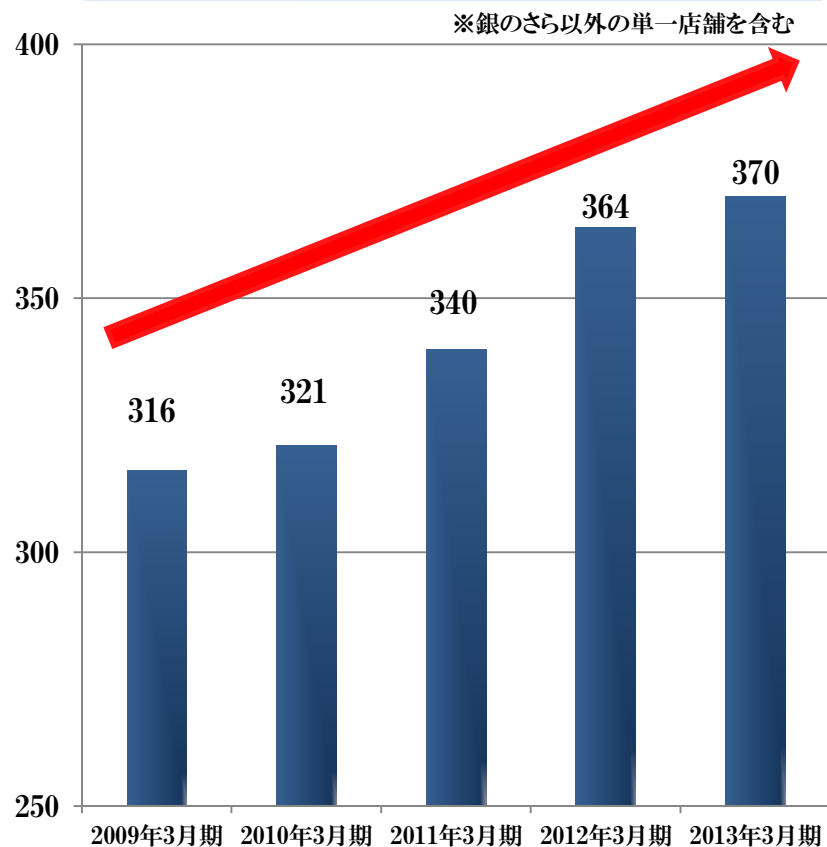
ブランド知名度が高く、売上高を安定的に見込める「銀のさら」の継続出店により、「拠点数」を増加させ、全国の宅配インフラ基盤を更に強化する。

ブランド名	店舗数 (平成23年9月30日)		
	単店店	FCS店	合計
銀のさら	76	286	362
釜寅	59	123	182
銀のお弁当	9	—	9
あげ餅	1	—	1
カレーキャリー	1	—	1
ファインダイ	7	—	7
合計	153	409	562



注) 店舗と拠点について
 拠点・・・商品を宅配するための事業所
 店舗・・・消費者に提供するメニューの種類毎に設置される設備(銀のさら・釜寅等)
 及びファインダイにおける消費者が選べる提携レストランのメニュー毎の配送機能

拠点数推移



4.成長戦略

①宅配拠点の増加及び
複合化戦略の推進



複合化戦略の推進

宅配店舗はお客様が来店されない為、「銀のさら」を核として1拠点に複数のブランドを出店することが可能。

単一でも力のあるデリバリーブランド店舗を同一拠点内に複合化して出店することで、**店舗設備・物流インフラ・食材・人財・顧客データなどを共有**して生産性を高めつつ、売上を最大化しながら、さらなる収益化を目指します。



複合化店舗外観



基幹ブランドは「銀のさら」

複合化戦略の効果

- 売上の拡大
- 初期投資の抑制
- 家賃等の固定費削減
- 運営のための変動費
- アイドルタイムの相互活用
- 人件費の低減
- 顧客データの相互活用

経営資源の有効活用

4.成長戦略

①宅配拠点の増加及び
複合化戦略の推進



複合ブランド

宅配御膳「釜寅」の付設推進とシニア向け宅配弁当「銀のお弁当」の展開

■複合ブランドの優位性

①低投資

設備投資が少ない～「銀のさら」の拠点及び設備を活用

②展開力

展開スピードが速い～全国拠点・物流インフラを既に確保

③シナジー

「銀のさら」の隙間工数・販売促進の共有による生産性向上

④ブランド力

「銀のさら」の認知度の高さによる安心感・商品の差別化

ブランド名	店舗数 (2013年9月末時点)		
	直営店	F C店	合計
銀のさら	76	286	362
釜寅	59	123	182
銀のお弁当	9	-	9



4.成長戦略

②fineDine事業の展開加速



～デリバリー機能を持たない人気レストランに代わって、その美味しいお料理をお客様のご自宅やオフィスまでお届けするというまったく新しい概念のデリバリー・サービス～

提携レストラン数 (2013年9月末時点)

店舗名	提携レストラン数
青山店	41
麻布店	47
赤坂店	38
新宿店	32
中目黒店	37
銀座店	20
高輪店	33
合計	248

(提携レストラン例)



ミシュラン★

収益化のポイント⇒NRDS(ノーリターンデリバリーシステム)

ポーター(デリバリー)がどこにいても受注情報を受信、伝票印刷が可能となる独自のシステム
店舗に戻ることなく、デリバリー効率の最大化を実現する



4. 成長戦略

②fineDine事業の展開加速



fineDine事業の将来ビジョン

～WEB to REALのOnly Oneビジネスモデルの確立～

「食」にかかるBtoC型のWEBプラットフォーム機能



外食ポータル
サイト

顧客DB～ビッグデータの「収集・統合・分析」

Online
(WEB)

- ・情報提供
- ・送客機能 (Reach)
- ・One to One
- ・flashマーケティング
- ・課金型会員ビジネス

Face to Face
(REAL)

- ・デリバリーサービス

Online
(WEB)

独自ノウハウを活用した
宅配代行機能

- ・広告料(販売促進)
- ・デリバリー手数料



エンドユーザー

消費行動

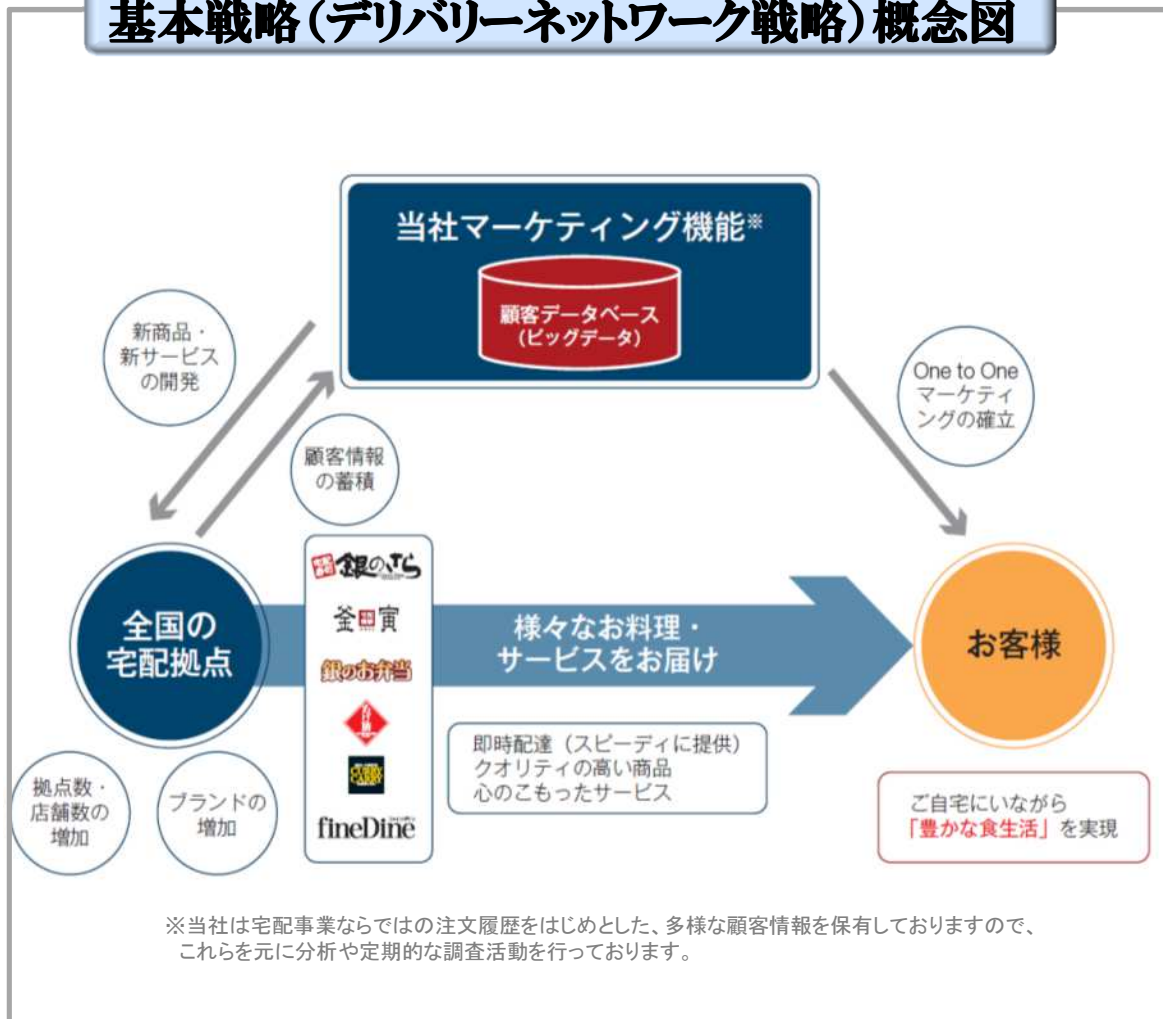
Offline
(REAL)



優良・有名レストラン群

外食と中食の融合による新たな食文化の創造

基本戦略(デリバリーネットワーク戦略)概念図



デリバリープラットフォーム

ネット上での直接予約・受注システムとラストワンマイルのリアルな宅配拠点を整備することで、

- BtoC型 **デリバリープラットフォーム** を構築していく

ビッグデータ

消費履歴に関わる膨大な顧客データベースを構築することで、

- One to Oneによる精度の高い「食」の **ビッグデータビジネス** を展開する
- 的確なCRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)により、通販・小売等の新たなサービスを検討していく

ご家庭での生活をもっと美味しく、もっと便利に

1. 企業ハイライト

2. 市場環境

3. 事業の特徴・強み

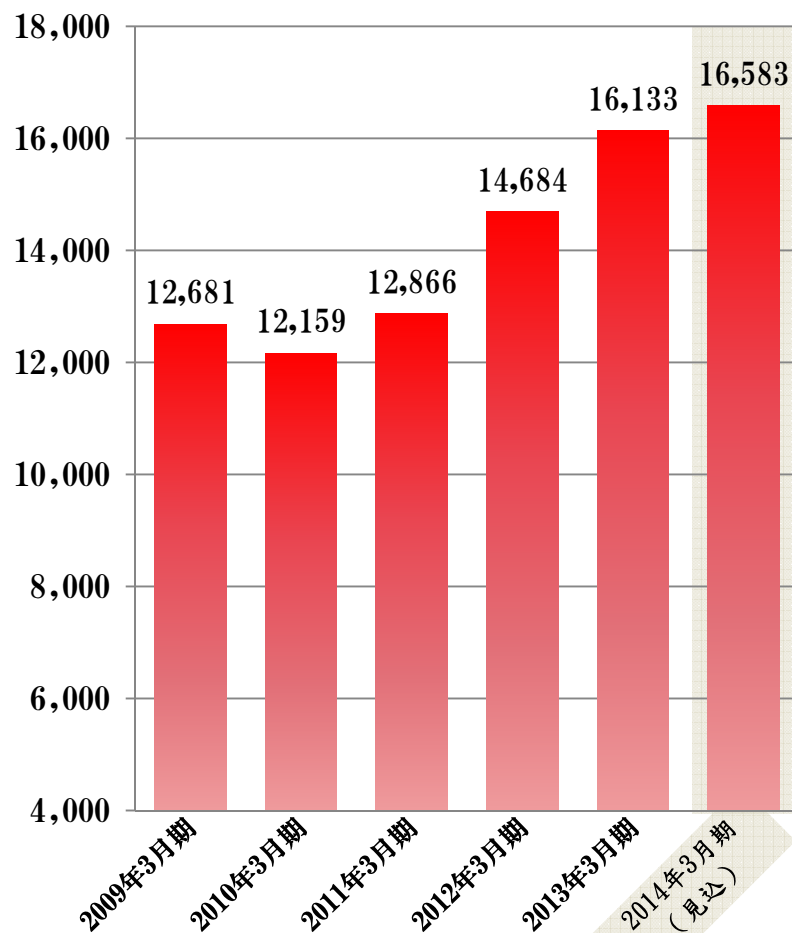
4. 成長戦略

5. 業績推移・見通し

5.業績推移・見通し

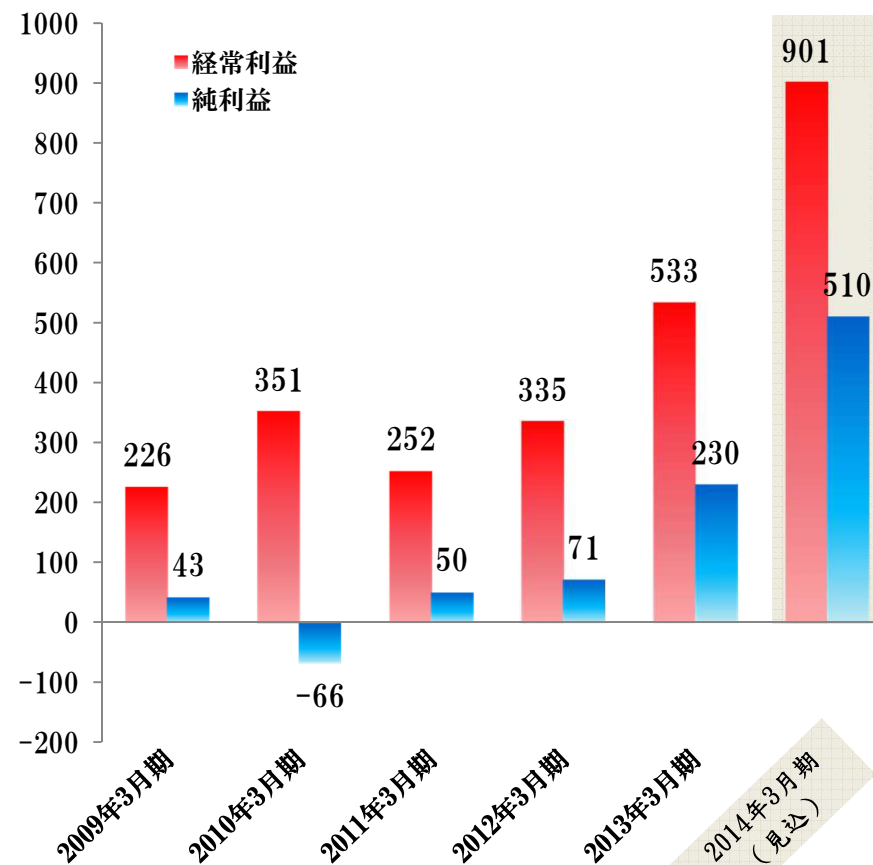
■直近の業績及び2014年3月期見込み

売上高



経常利益/純利益

(百万円)



(注) 2010年3月期については、当時関連子会社であったファインダイン株式会社の貸倒引当金 347,494千円を計上

将来の見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測ならびにリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報、将来の出来事等があった場合であっても、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。