



# ライドオン・エクスプレスの 事業展開について

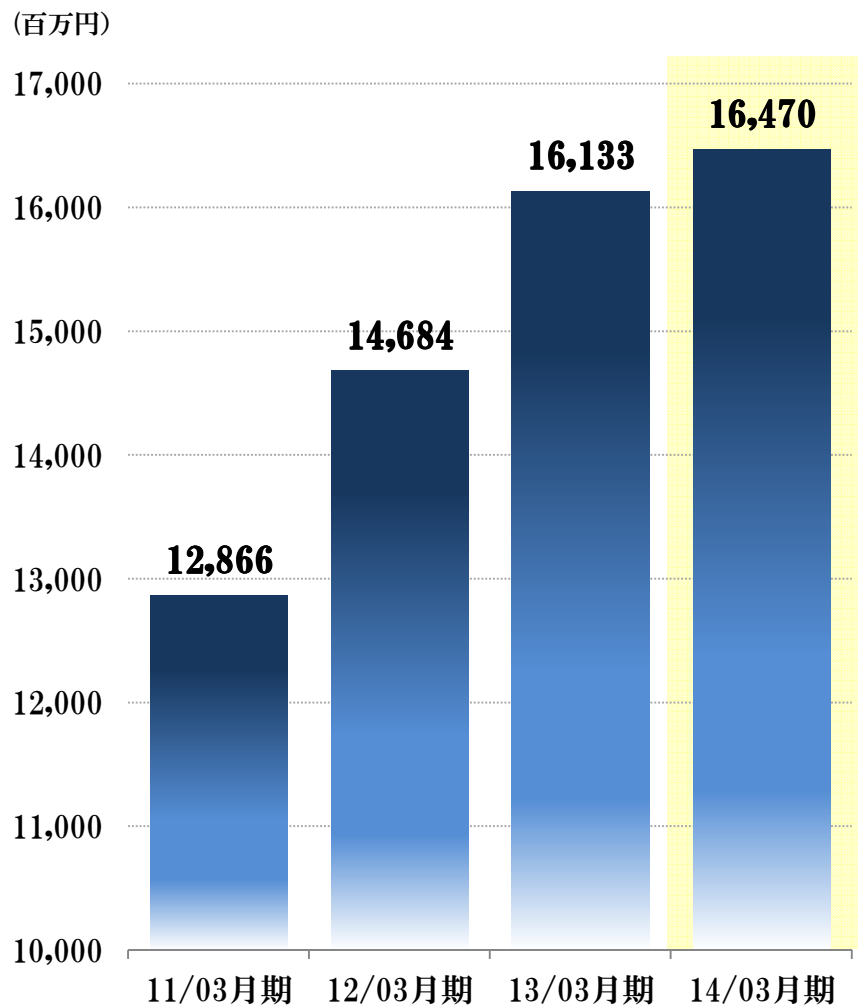
2014年6月25日

株式会社 ライドオン・エクスプレス

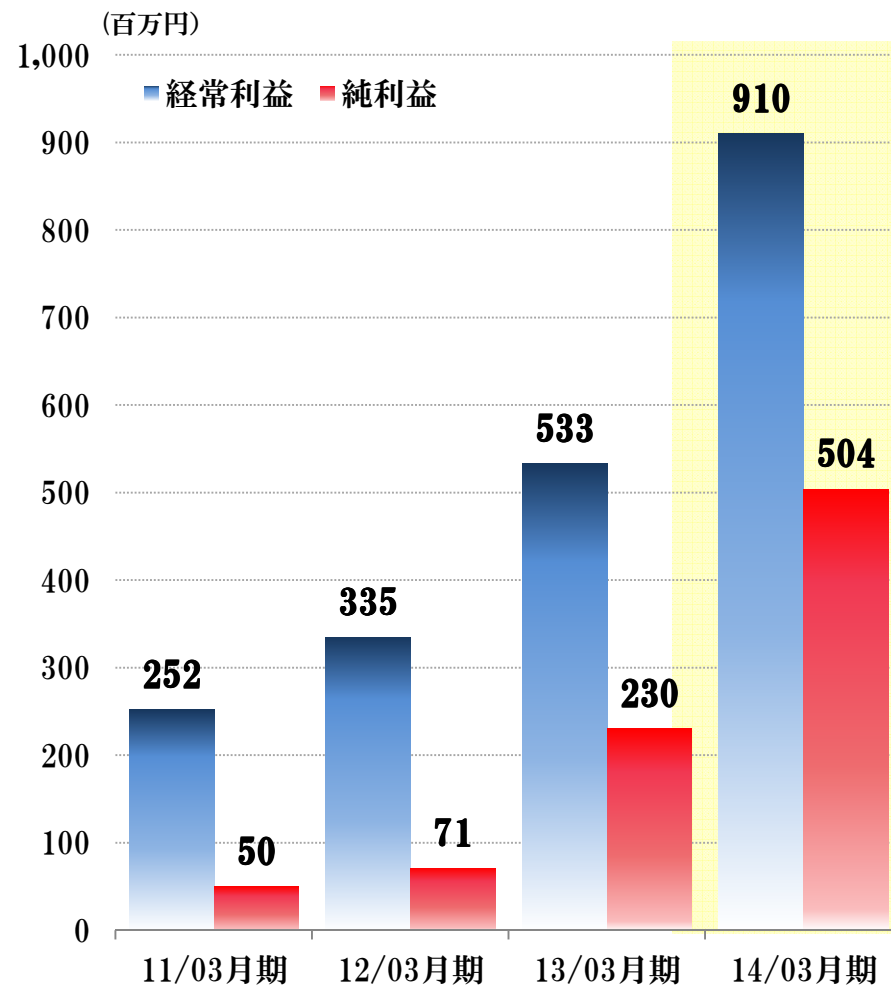
(証券コード: 6082)

- 増収増益、純利益は119%成長(過去最高益を更新)
- 東証マザーズへの上場。
- 当社WEBサイトの会員数が50万人を突破。
- 「まごころ弁当」のシルバーライフと業務提携。
- 宅配寿司 銀のさらが「はなかつぱ」と初めてのキャラクターコラボ実施。
- 宅配御膳 釜寅が、PlayStation®4、PlayStation®3専用ソフトウェア「龍が如く 維新！」とのコラボキャンペーンを実施。

## 売上高



## 経常利益/純利益



**Point 過去最高売上・利益を達成**

## ROA (総資本利益率)

10.2%

ROAは、10%程度だと「かなり優良」、5%前後だと「良い」、1~2%程度で「普通」とされます。

計算方法：  
 $\frac{\text{当期純利益}}{(\text{期初総資産} + \text{期末総資産}) \div 2}$

## ROE (株主資本利益率)

29.3%

ROEは、20%前後だと「かなり優良」、10~15%だと「良い」、10%弱くらいで「普通」だといわれます。

計算方法：  
 $\frac{\text{当期純利益}}{\text{株主資本}}$

## 総資産回転率

3.34

総資産回転率は、平成18年中小企業庁の調査によると、業種別に異なりますが、平均1.0~2.0となります。

計算方法：  
 $\frac{\text{売上高}}{\text{総資産}}$

## 自己資本率

44.8%

自己資本比率は一般的に30~50%で優良であるといわれます。ちなみに中小企業の場合は15%くらいが平均とされています。

計算方法：  
 $\frac{\text{自己資本}}{\text{総資本}}$

<p><b>商号</b></p>	<p>株式会社ライドオン・エクスプレス RIDE ON EXPRESS Co.,Ltd.</p>
<p><b>設立</b></p>	<p>2001年7月</p>
<p><b>代表者</b></p>	<p>代表取締役社長 兼 CEO 江見 朗</p>
<p><b>資本金</b></p>	<p>8億3663万円(2014年3月末日 現在)</p>
<p><b>従業員数</b></p>	<p>303名[586名](2014年3月末日 現在) <small>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)</small></p>
<p><b>事業内容</b></p>	<p>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 リトルアーティストの制作・販売</p>
<p><b>本社所在地</b></p>	<p>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</p>

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

365 店舗展開  
(FC286店・直営79店)

(2014年3月末時点)





# 企業の沿革

- ・「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



2001年度  
設立

- ・2001年10月 「銀のさら」FC募集開始
- ・2001年7月 株式会社レストラン・エクスプレス設立

2002年度  
銀のさら  
200店舗  
達成

- ・2003年1月 第1回「EXPRESS FORUM」開催
- ・2002年5月 本社を東京都台東区に移転

2004年度  
総店舗数  
300店舗  
突破

- ・2005年10月 「銀のさら」「釜寅」複合店舗のFC募集開始
- ・2004年6月 「釜寅」1号店出店

2008年度  
総店舗数  
400店舗  
突破

- ・2008年7月 ファインダイニング事業をM&A

2012年度  
総店舗数  
500店舗  
突破

- ・2011年3月 「あげ膳」「カレーキャリー」1号店出店

2013年度  
総店舗数  
562店舗

MOthers

- ・2013年12月 東証マザーズ上場
- ・2013年2月 「銀のお弁当」1号店出店

2014年度  
総店舗数  
573店舗



フォーラム壇上風景



		ブランド名	概要	直営	FC	店舗数
宅配事業	自社ブランド		「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	79	286	365
			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。	58	128	186
			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
			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
			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			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。	11	0	11
その他事業			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。	—	—	—
				<b>159</b>	<b>414</b>	<b>573</b>

総店舗数 **573** 店舗

※ブランド別店舗数：2014年3月末現在



# 当社の強み① 『カテゴリNO. 1』

『宅配寿司・釜飯カテゴリにおいて、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**365**店舗(2014年3月末時点)  
FC286店・直営79店

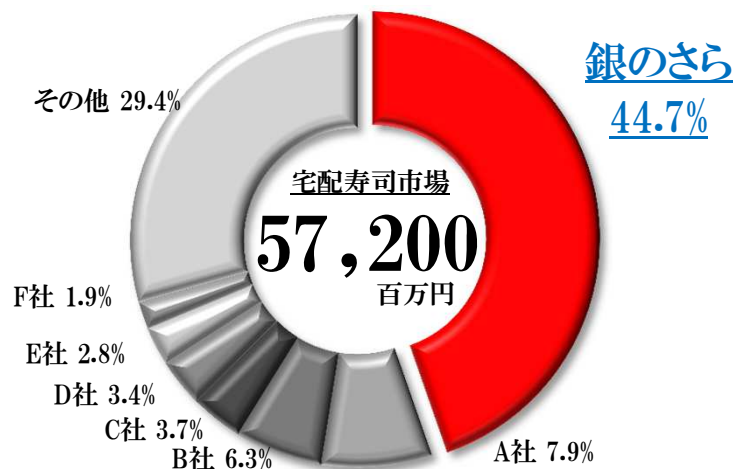
■宅配寿司 圧倒的**シェアNo.1**  
(2013年 シェア実績 **44.7%**)



2014年6月 ポケモンキャンペーンスタート

©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©2014 ピカチュウプロジェクト

■宅配寿司市場(2013年実績)



■全国**186**店舗(2014年3月末時点)  
FC128店・直営58店

■宅配釜飯 圧倒的**シェアNo.1**  
(2013年 シェア実績 **82.6%**)



『龍が如く 維新!』との  
コラボキャンペーン

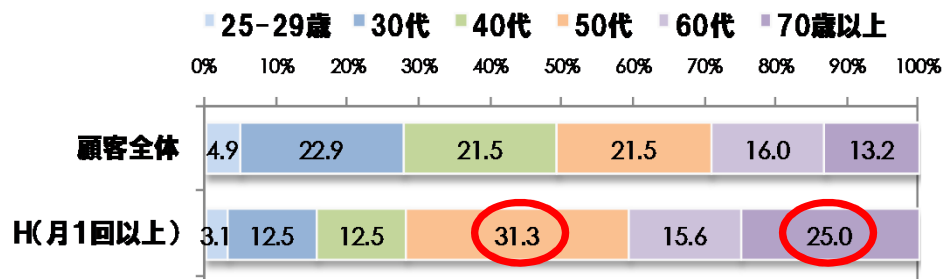
■宅配釜飯市場(2013年実績)



※富士経済「外食産業マーケティング便覧2014No.1」2013年実績より

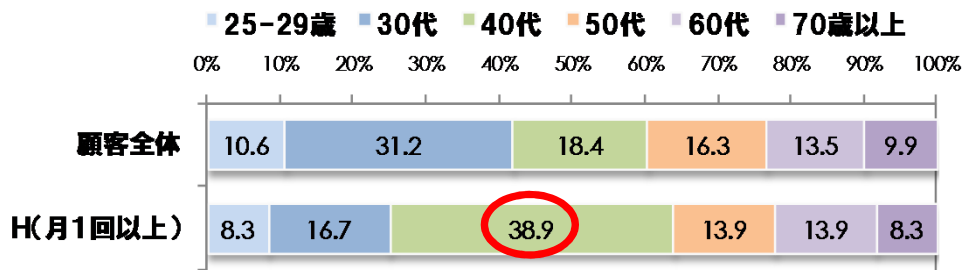
## 『50代以上がヘビーユーザーであり、人口ボリュームゾーンでの認知度が高い』

### 銀のさらの顧客セグメント



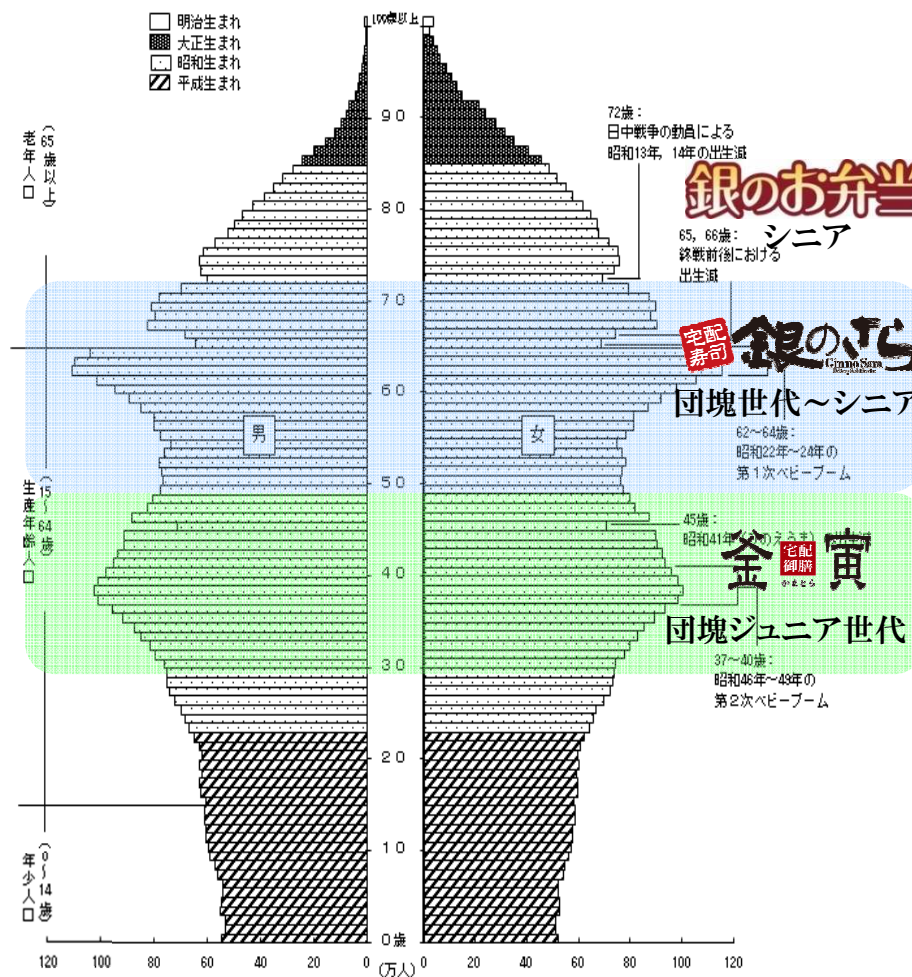
ヘビーユーザーは、**50代以上**

### 釜寅の顧客セグメント



ヘビーユーザーは、**40代以上**

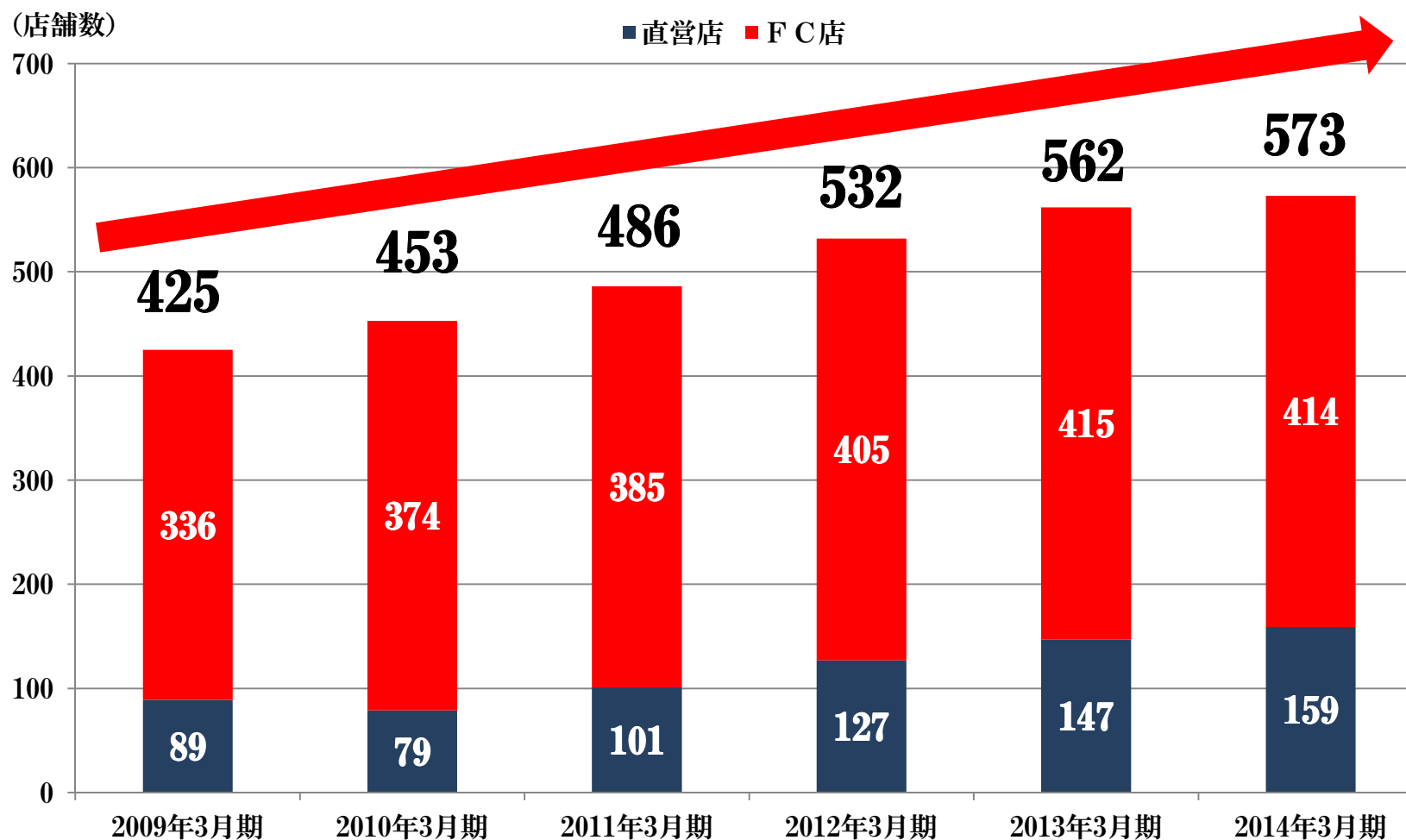
図2 我が国の人口ピラミッド (平成23年10月1日現在)



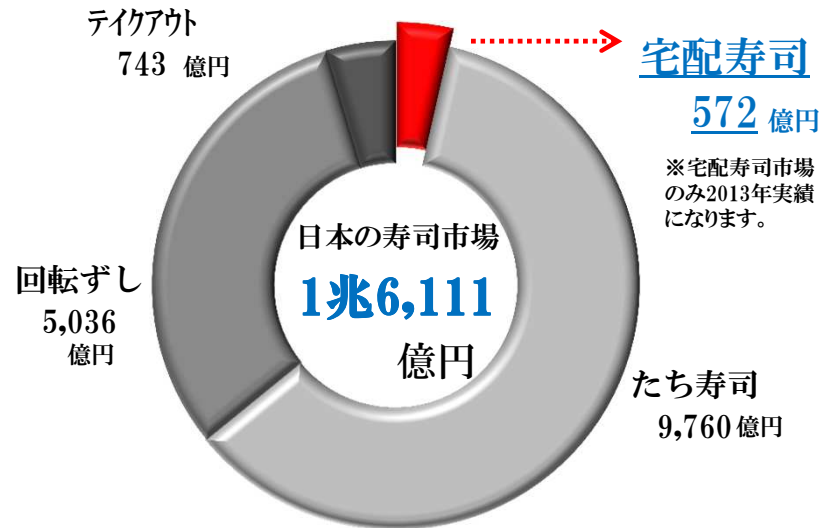
## 当社の強み③ 『FC活用による拡張性』

『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)



## 日本の寿司市場 (2013年見込)



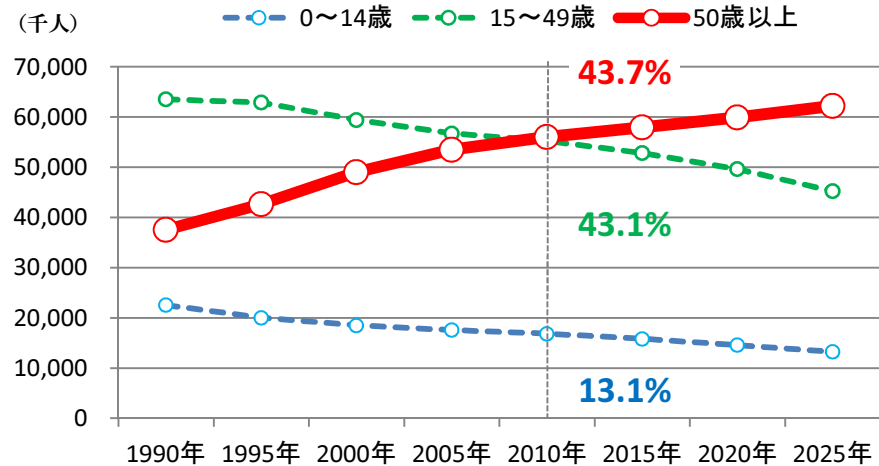
- 高齢社会による高齢人口の増加、女性の社会進出の定着による家庭内調理時間の減少、インターネットの普及、小規模世帯の増加等を背景に、**フードデリバリー市場は堅調に推移。**
- 高齢社会の進展により主なターゲット層である**50代以上の人口ボリュームは今後も拡大。**
- 寿司市場においても **宅配寿司市場は3.5%しかなく、我々がマーケットリーダーとして市場創造することにより、成長余地は十分にある。**

## フードデリバリー市場推移

※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2013年)



## 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

## 展開力

- 全国各地に総店舗数500店舗以上、370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。





## 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、

- お客様の滞在時間がなく、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



## 1. 複合化戦略を軸とした出店の加速

宅配寿司「銀のさら」出店における拠点数を増加し、ブランドの複合化による出店を加速していきます。消費者に対し、お寿司だけではなく、多様な食のサービスをご提供できる環境を作り、フードデリバリー企業No.1を目指します。

## 2. 宅配代行事業fineDineブランドの確立

国内主要都市への出店と、レストランとの提携を拡大していく中で、親和性の高いWEBとの連携や、それに伴うシステム環境を構築します。消費者へはご自宅で美味しい専門店の料理を楽しめる、新たな食環境をご提供していきます。

## 3. デリバリーネットワーク戦略

過去より蓄積してきた顧客の情報「ビッグデータ」と、全国の宅配拠点「リアルネットワーク」の独自資源を有するからこそ可能となる通販・小売等の事業展開を模索し、「新しい価値」を創造することで、ご家庭での生活をより良いものとしていきます。

# ➤ 1. 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、売上を拡大することで、さらなる収益化を目指します。



複合化店舗外観



## 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

# ➤ 1-1. 複合化戦略の推進「銀のお弁当事業」

株式会社ライドオン・エクスプレス

**銀のお弁当**

株式会社シルバーライフ

事業内容

高齢者配食サービス「まごころ弁当」直営店舗・FC本部  
運営・高齢者施設への食材販売・デイサービスの運営

「日替り弁当」を「お寿司」、「釜飯」に自由に変更できます。  
おいしいお弁当だけでなく、食生活に合わせて、異なる時間を味わえるお弁当や季節のお弁当にお選びいただけます。  
パラティーに参入した特別なおいしさが、楽しく幸せな毎日を彩ります。

銀のお弁当 540円  
銀のおかず 570円  
ご飯がおいしい 魚がおいしい  
日替り弁当を「お寿司」「釜飯」に変更できます!!  
【お寿司】「釜飯」メニューを随時合わせてご利用 640円  
お寿司 540円 釜飯 570円 全席 640円

2014年2月

**業務提携**



安心・安全にこだわり抜いた配食サービスチェーン。  
おかげ様で創業から5年で店舗数業界1位

おかげ様で店舗数業界 第1位  
高齢者向け配食サービス まごころ弁当

- シルバーライフ社の製造する高齢者配食用食材の供給
- 高齢者配食事業のノウハウ共有 (まごころ弁当362店舗)
- 商品共同メニュー開発等



## ➤ 1-2. 複合化戦略の推進「ろくめいかん事業」

「イベント時に注文する、ハレの食事」という宅配寿司の従来の利用ニーズ対応とは別に、**日常での利用を促進する**今までにないコンセプトの宅配寿司業態です。低価格でありながら高品質なお寿司をご自宅までお届けする事で、宅配寿司における**新たなマーケットの創造**を図ります。

宅配寿司業態では通常客単価は4,700円程度ですが、それを大幅に下げた3,500円程度の宅配寿司を提供します。**「銀のさら」の拠点到付設**することを前提とし、「銀のさら」の食材調達力(原価)・顧客資産・従業員・設備・調理技術をそのまま利用することで、**1拠点あたりの収益の最大化**を目指します。



ランドメニュー表紙



さくら4人前 ¥3,990-(宅配料込)  
(1人当たり¥1,000-)



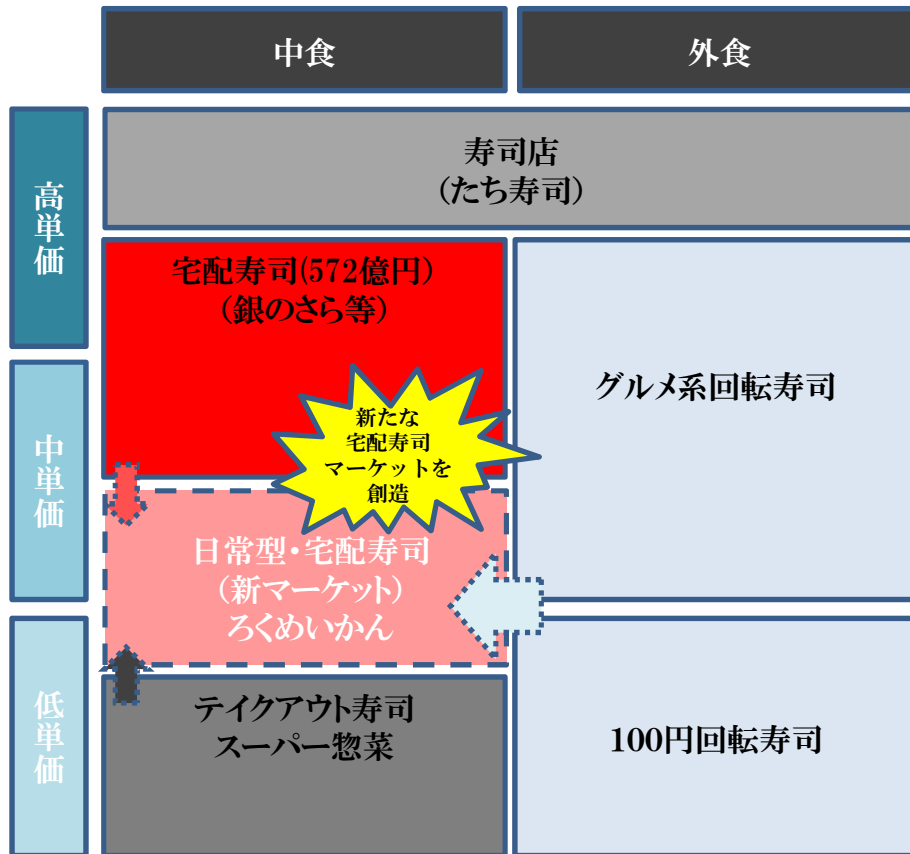
【さば棒寿司】 1,080円



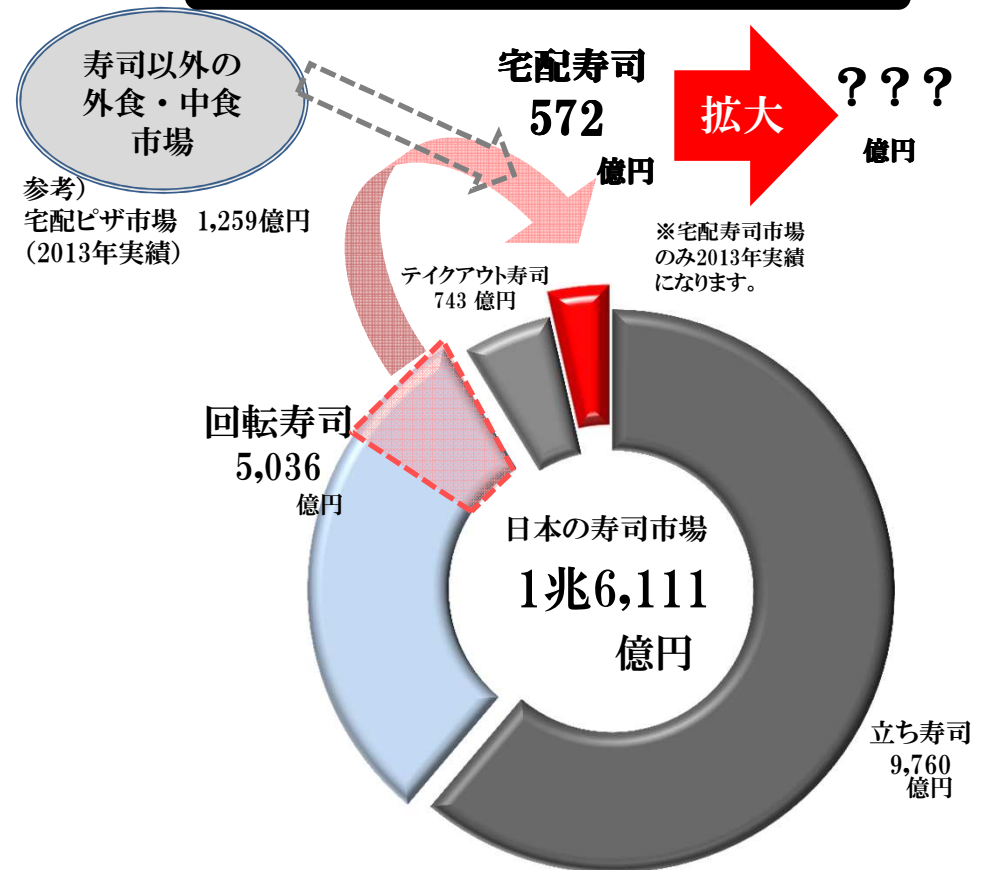
【カリフォルニアロール】  
480円

# 1-2. 複合化戦略の推進「ろくめいかん事業」

## 寿司業界イメージ図



## 再編イメージ図

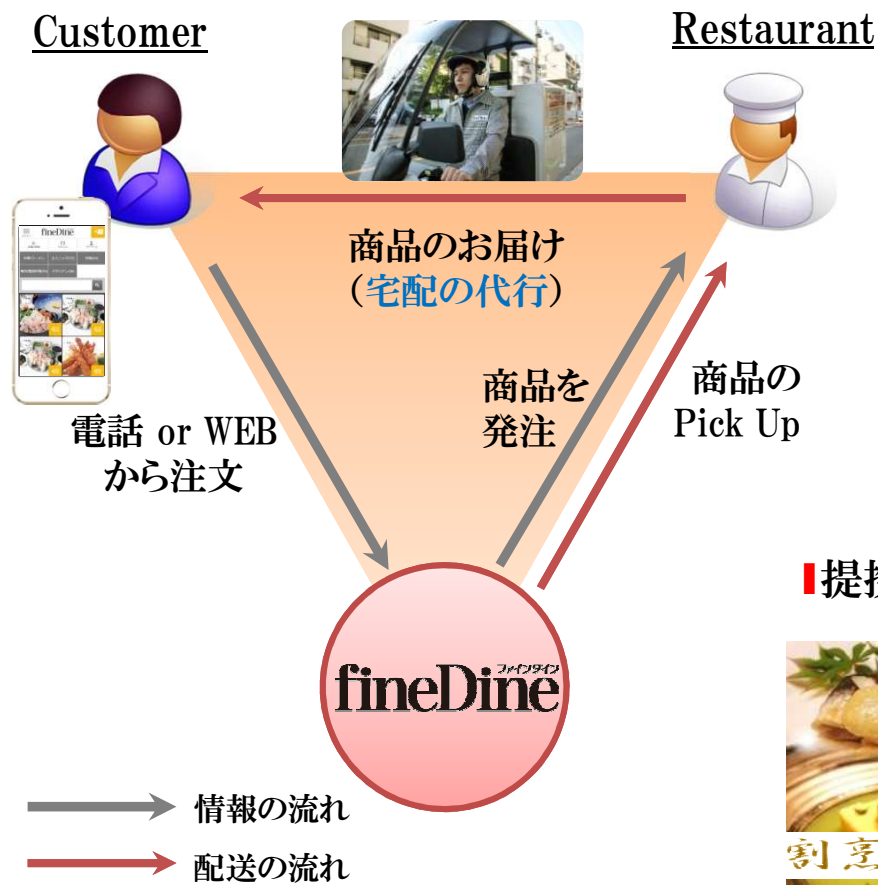


日常利用を促進する中単価～低単価帯でのブランド構築により、回転寿司市場からの顧客誘導を図る。仮に回転寿司市場の10% (10人に1人)を誘導出来れば、約500億円規模の新たな宅配寿司市場を創造できる。さらには、よりお寿司を身近に感じて頂くことにより、低単価帯のテイクアウト寿司市場からの誘導や寿司市場以外の外食・中食マーケットからの誘導も十分に狙うことが可能。

## 2. fineDine事業の概要

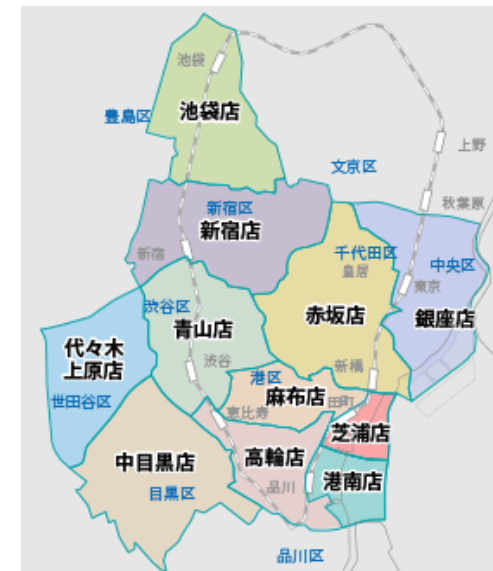
～デリバリー機能を持たない人気レストランに代わって、その美味しいお料理をお客様のご自宅やオフィスまでお届けするというまったく新しい概念のデリバリー・サービス～

### 1 ファインダイн・宅配代行の仕組み



### 2 営業エリア (2014年3月末現在)

計11エリアにて営業中。



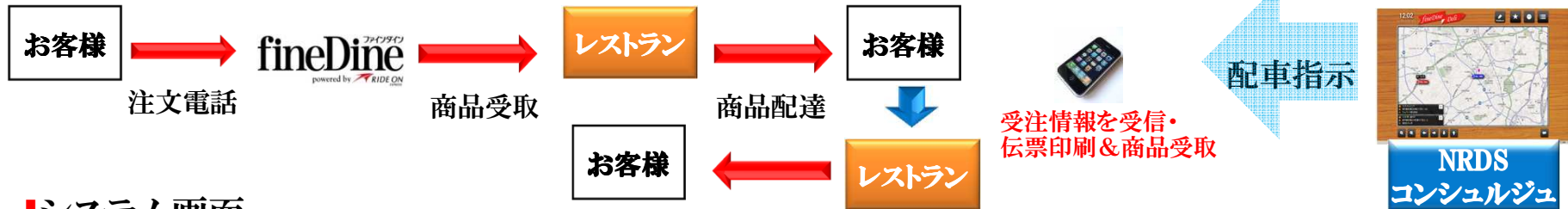
### 3 提携レストラン例





## 2. NRDS (ノーリターンデリバリーシステム)

～ポーター※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



### システム画面



※ポーターとはファインラインにおける宅配の配送員のことです。

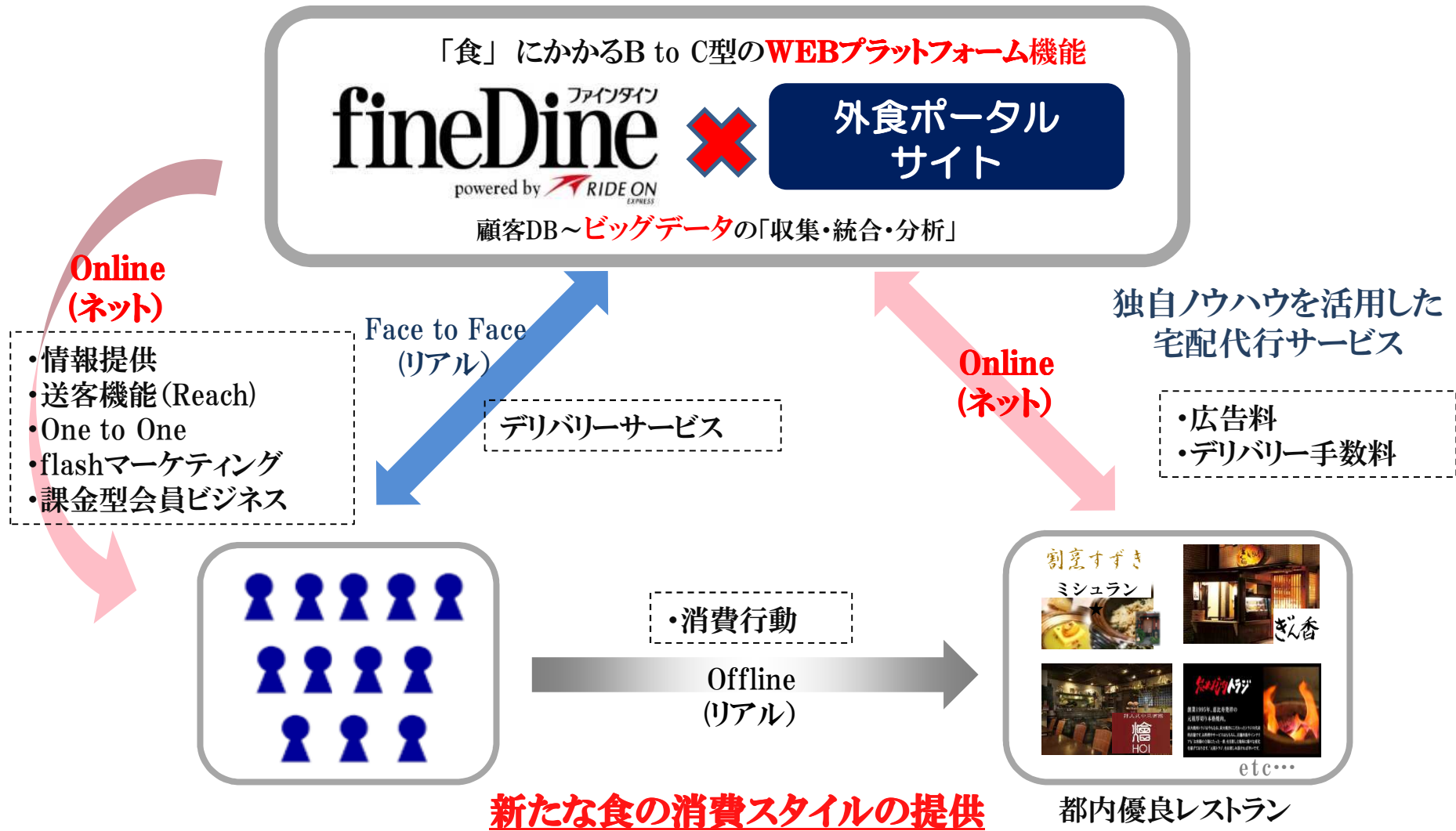
## ➤ 2. NF (ネクストファインダイシステム)

～情報のインフラを一元化することで人的作業を減少させ、注文から配送までの作業を効率化するシステム～



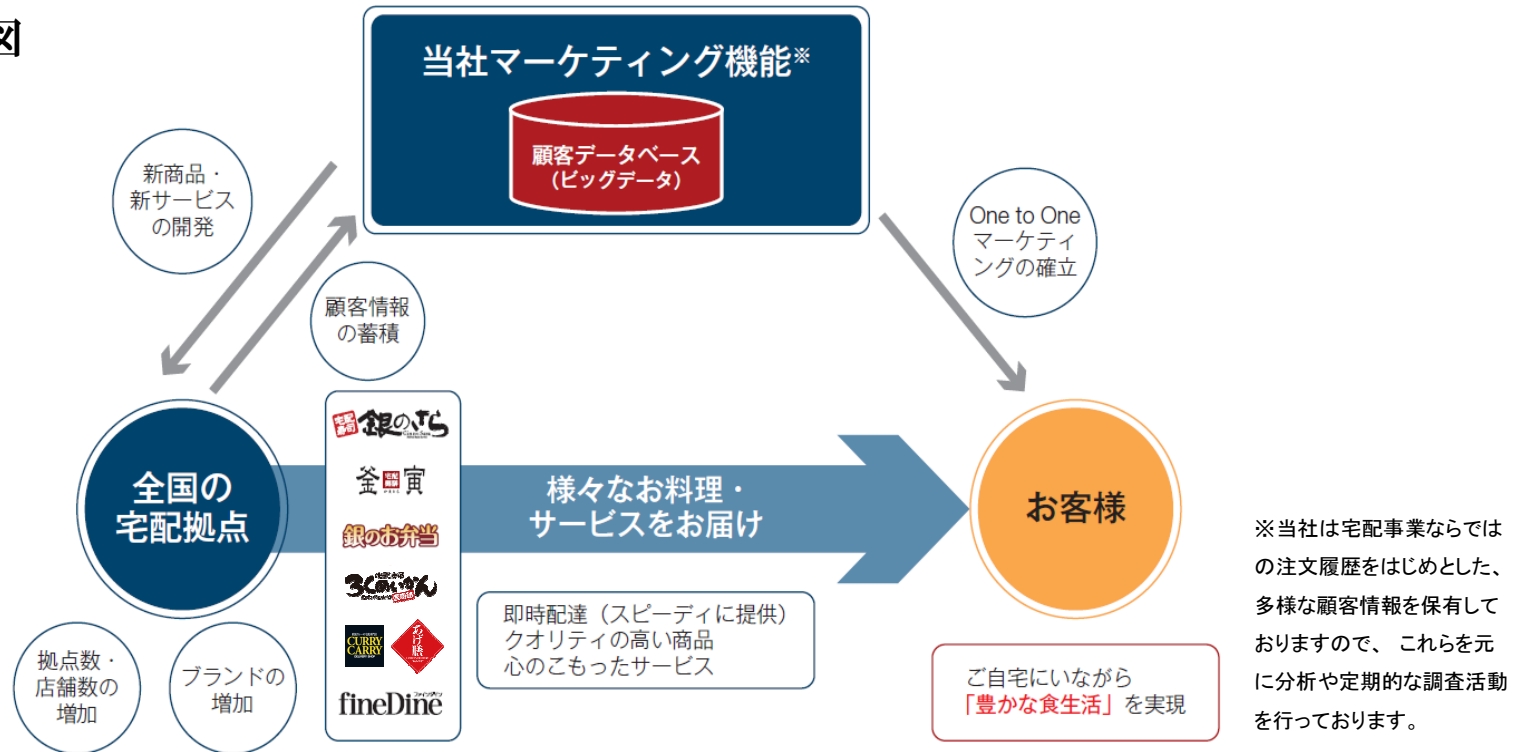
**デリバリーはウェブテクノロジーでまだまだ進化する**

## 2. fineDine事業の将来ビジョン



# 3. デリバリーネットワーク戦略

## 概念図



### keyword① 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活用し、  
 ・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  
 ・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**の検討

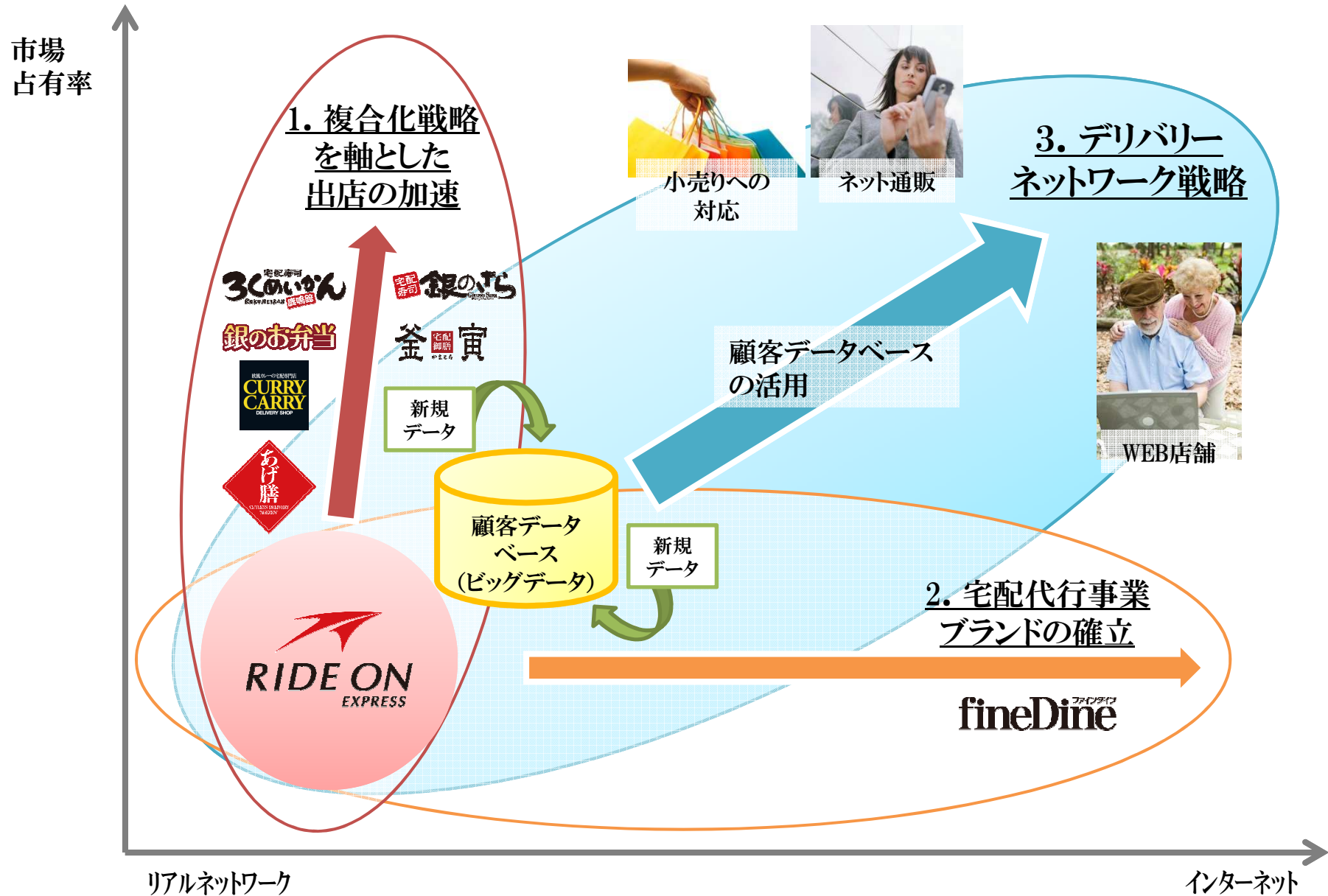
### keyword② リアルネットワーク

消費者に食の様々な有益情報を提供し、そこからネット上での直接予約・受注が可能となるシステムを確立。それにより、食にかかわるBtoC型の**リアルデリバリーネットワーク**を構築し、お客様にとってラストワンマイルのサービスを提供していきます。

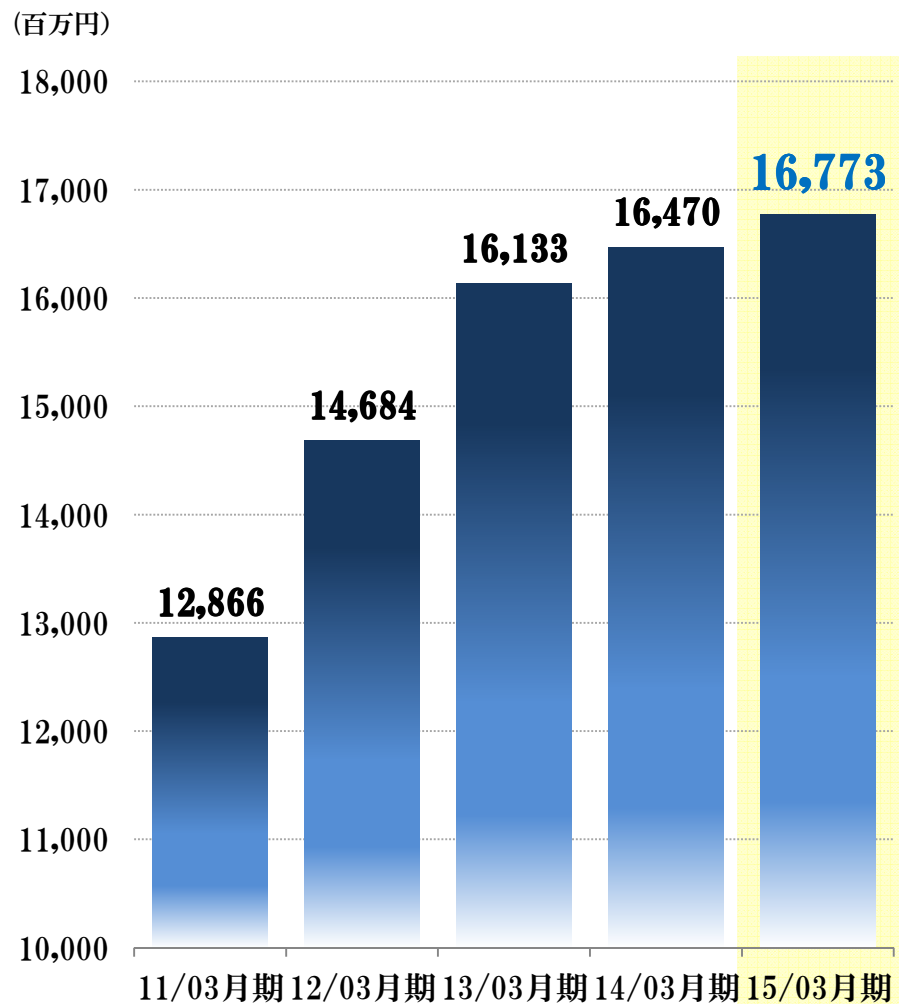
### keyword③ 即時配達

各ブランド運営にて培った、お客様から注文を受け、それに対し1時間以内に対応を行えるノウハウや資源をより活用をし、欲しい物が、欲しい時に、家にいながらにして手に入れることができる、**即時配達サービス**を展開していきます。

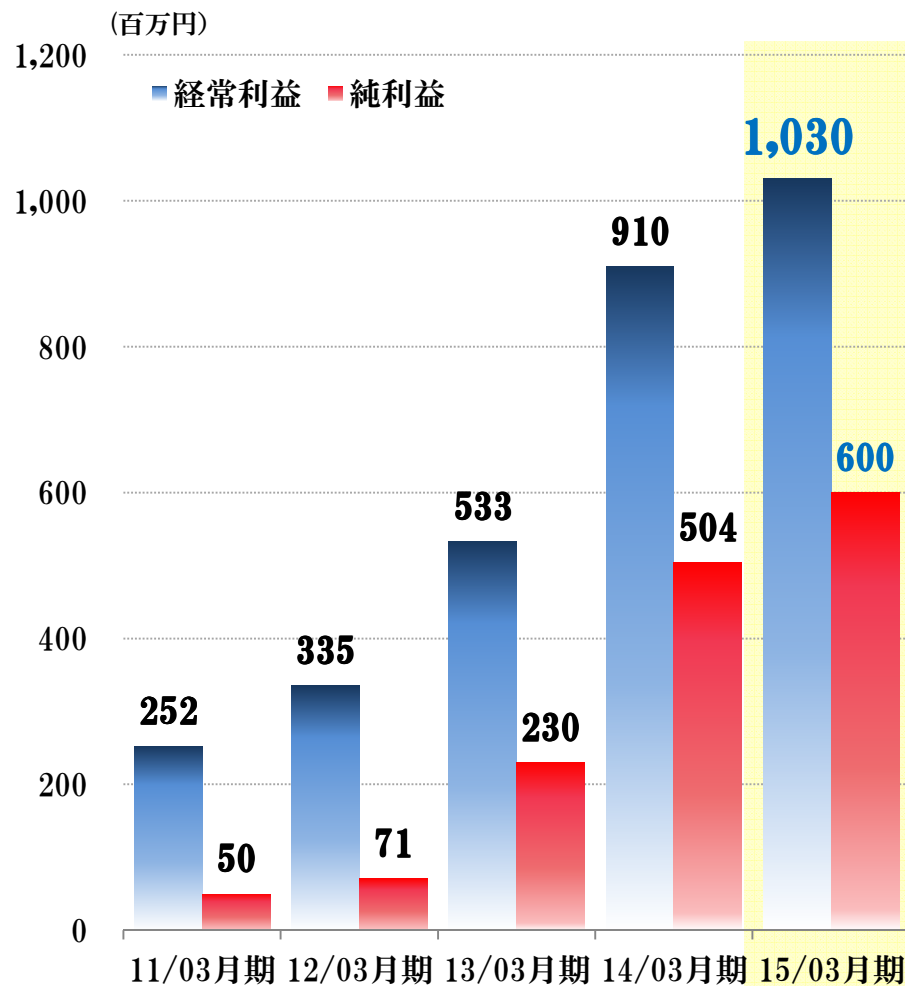




## 売上高



## 経常利益/純利益



■Point 15/3期見通し 売上高 +1.8% 経常利益 +13.1% 純利益 +19.1%



- 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。