



2016年3月期  
決算説明会資料

2016年5月24日

株式会社 ライドオン・エクスプレス  
(証券コード: 6082)

# Summary

---

## ■ 16.3期 決算概要

- 売上高173億円、経常利益11.8億円と前年同期比で増収増益。
- 6月からのメニュー改定で導入した新商品販売が、予測を越えて推移したことにより、既存事業の業績は好調に推移。
- 売上が好調に推移をしたことで、歩留りや生産性が改善し、売上総利益率が改善されたことで、営業利益は前年同期比+13.3%
- エリア戦略に基づいた拠点の売却・買取を行った為、経常利益は前年同期比+12.5%

## ■ 17.3期 事業戦略

- 業績予想 売上高177億（前期比2.5%）、経常利益12.3億（前期比4.9%）と継続した売上及び利益成長を目指す。
- 注力ポイント
  1. 銀のさら：エリア別商品メニューの追加による顧客ニーズへの適応
  2. すし上等：出店継続、販売促進ツールのトライアルに伴う更なる売上向上
  3. ファインダイン：銀のさらとの複合化モデルの検証の継続

# 2016年3月期 決算概要



## 2016年3月期 通期業績

- 前期比で売上高100百万円、経常利益130百万円と増収増益。
  - 新商品の導入により、既存事業が好調に推移したことで増収となる。
  - 売上好調により、歩留りや生産性が改善したことで売上総利益率が改善。営業利益は前期より+13.3%と増加。
  - FC店舗の戦略的買取に伴い、経常利益が前期より+12.5%となる。

(単位：百万円)

	15.3期 通期 実績(連結)	16.3期 通期 実績(連結)	前期比
下段：	売上構成比%	売上構成比%	前期増減率%
売上高	17,246	17,346	+100
	-	-	+0.6%
営業利益	1,071	1,213	+142
	6.2%	7.0%	+13.3%
経常利益	1,050	1,180	+130
	6.1%	6.8%	+12.5%
当期純利益	558	673	+115
	3.2%	3.9%	+20.5%
1株当たり当期純利益 <sup>(注)</sup>	58.76円	66.17円	+7.41円

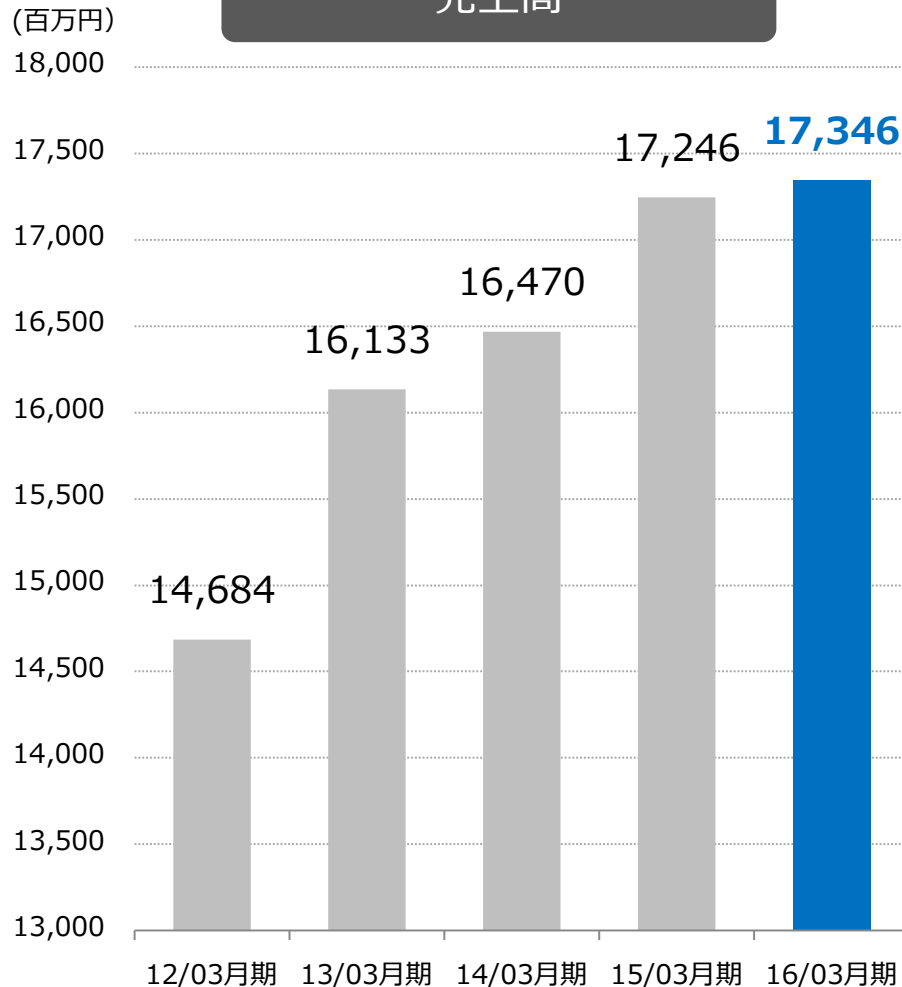
(注)当社は、平成27年4月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。そのため前事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して1株当たり当期純利益を算定しております。

※上記全て百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

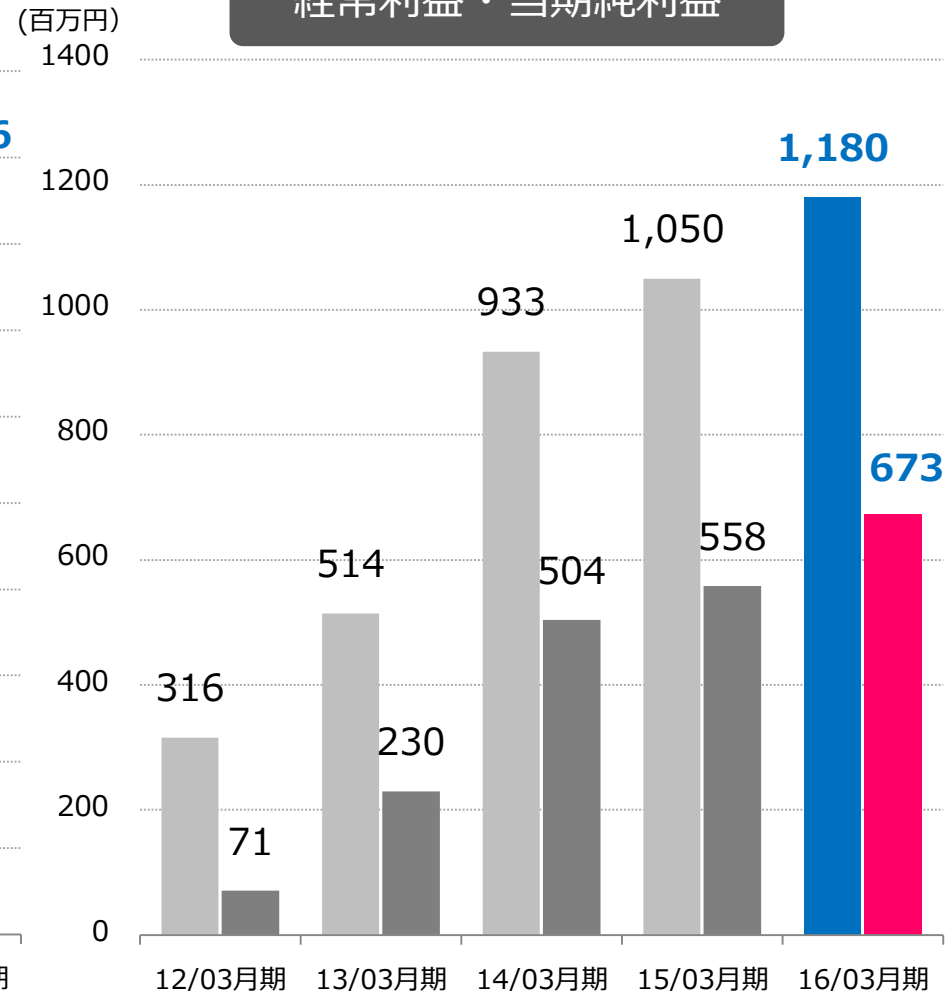
# 2016年3月期 通期業績

■ 引き続き過去最高売上・利益を更新

売上高



経常利益・当期純利益



## 通期店舗数・拠点数の増減

■ 新規出店149店舗、純増店舗数135店舗。総店舗数は724店舗となる。

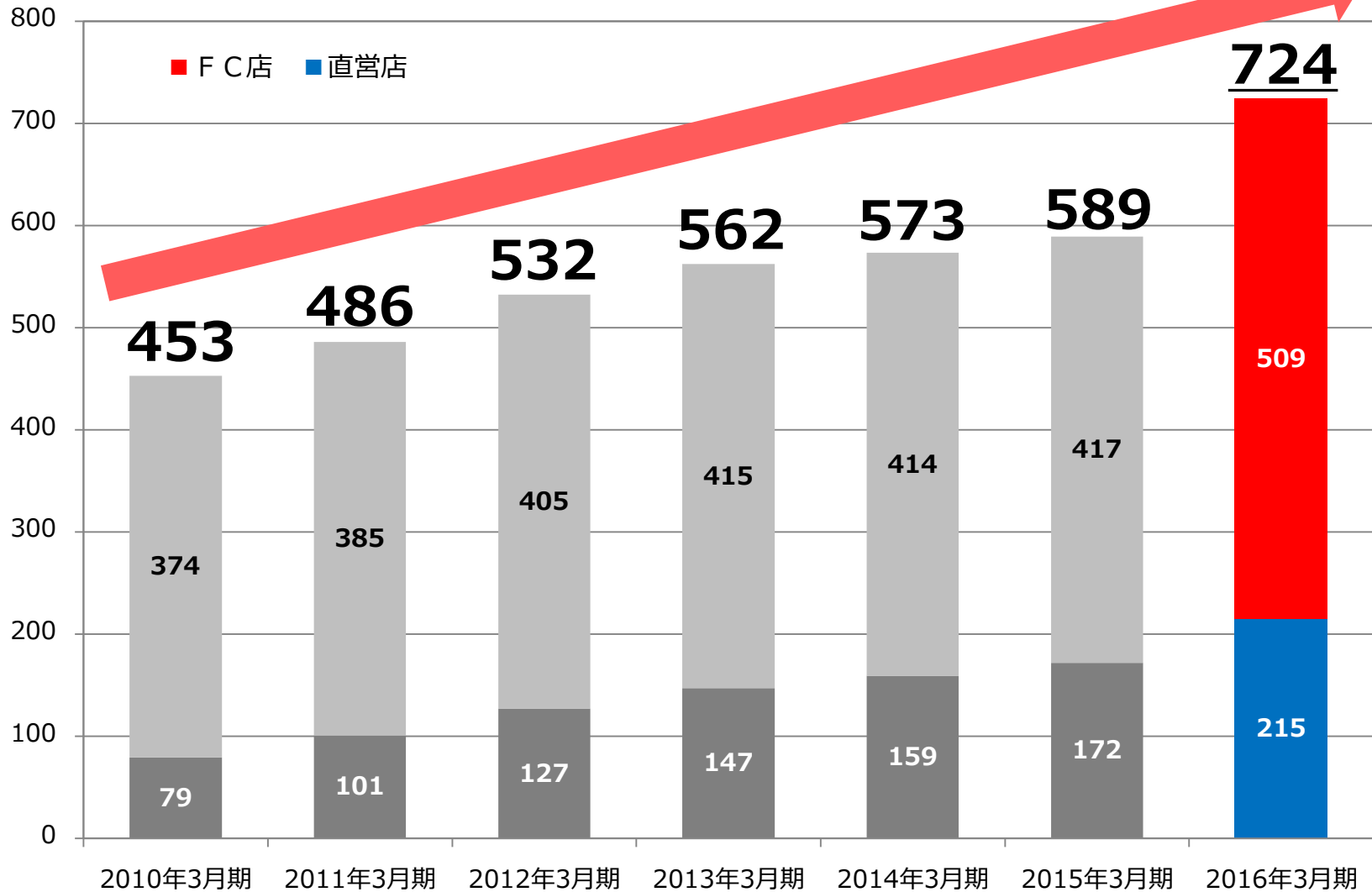
事業形態	ブランド	15.3期末 店舗数	出店	閉店	16.3期末 店舗数
宅配事業	銀のさら	365	1	△3	363
	釜寅	186	3	△4	185
	すし上等! ※	15	141	△1	155
	銀のお弁当	7	—	△6	1
	その他	2	—	—	2
宅配代行業業	ファインダイン	14	4	—	18
合計		589	149	△14	724

※一部「ろくめいかん」店舗を含みます。

	15.3期末 拠点数	拠点開設	拠点閉鎖	区分変更	16.3期末 拠点数
直営店	90	—	△2	△2	86
FC店	283	1	△1	2	285
合計	373	1	△3	0	371

# 通期店舗数の増減

(店舗数)



# 16年3月期末BS

(単位：百万円)

	15.3期末 (連結)	16.3期末 (連結)	前期比	ポイント
流動資産	4,633	4,965	+332	流動資産 332百万円増加 現預金 228百万円増加 貯蔵品 85百万円増加
(うち現預金)	3,037	3,265	+228	無形固定資産 149百万円増加 投資その他 58百万円増加
有形固定資産	578	541	△37	
無形固定資産	244	393	+149	※貯蔵品(うなぎ・甘えび等) 食材高騰抑制のため、一部食材を 事前に確保しております。
投資その他資産	856	914	+58	
資産合計	6,312	6,814	+502	
流動負債	2,416	2,426	+10	流動負債 10百万円増加 未払金 118百万円増加 消費税 131百万円減少
(うち1年内有利子負債)	158	141	△17	固定負債 126百万円減少 借入金 142百万円減少
固定負債	677	551	△126	
(うち1年超有利子負債)	233	91	△142	
負債合計	3,093	2,978	△115	
株主資本	3,217	3,838	+621	株主資本 621百万円増加 利益剰余金 572百万円増加 SO 49百万円増加
純資産合計	3,219	3,836	+617	
負債・純資産合計	6,312	6,814	+502	



# 各種指標

※2016年3月期実績

## ROA（総資本利益率）

# 10.3%

※ 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）

# 19.1%

※ ROEは、20%前後だと「かなり優良」、10~15%だと「良い」、10%弱程度で「普通」とされます。

計算方法：

$\frac{\text{当期純利益}}{\text{（期初株主資本} + \text{期末株主資本）}} \div 2$

## 総資産回転率

# 2.55回

※ 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回となります。

計算方法：

$\frac{\text{売上高}}{\text{総資産}}$

## 自己資本比率

# 56.3%

※ 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：

$\frac{\text{自己資本}}{\text{総資本}}$

# 2016年3月期の振り返り

## Ⅰ 銀のさら・釜寅

### 本マグロの中トロをメインとした商品の開発

- 2015年6月より銀のさらメニューのマイナーチェンジ
- それに合わせ、銀のさらで使用している中トロを、全店で本マグロの中トロに変更
- 本マグロの中トロをメインとした商品「宴(うたげ)」の販売が好調で推移



## Ⅰ ファインダイн

### 銀のさら店舗との複合戦略を検証開始

- 2015年8月より銀のさらとファインダイнの複合出店の検証をスタート
- オペレーション進化により、生産性の向上を期待できる



ファインダイн新WEBサイト

## Ⅰ すし上等!

### 出店計画80店舗→実績140店舗へと大幅拡大

- 2015年10月より積極出店開始
- 直営63店舗、FC92店舗(2016年3月末時点)



## Ⅰ 全社・その他

### 東京証券取引所市場第一部へ市場変更

- 株主の皆様、お客様、多くの関係者の皆様からのご支援により、2015年11月、東証一部へ市場変更いたしました



## 2017年3月期 通期業績予想

- 売上高は前年度に比べ、営業日数が1日減少するものの（うるう年による）、16年3月期に出店を行ったすし上等店舗の貢献により、前年増減率は+2.5%となります。
- 売上高が増えるものの、すし上等の売上促進に向けた販売促進・広告宣伝を行うことにより、営業利益率は前年と同様の7.0%と予想。

(単位：百万円)

	16.3期 通期 実績(連結)	17.3期 通期 予想(連結)	前期比
下段：	売上構成比%	売上構成比%	前期増減率%
売上高	17,346	17,787	+441
	-	-	+2.5%
営業利益	1,213	1,240	+27
	7.0%	7.0%	+2.2%
経常利益	1,180	1,239	+59
	6.8%	7.0%	+4.9%
当期純利益	673	745	+72
	3.9%	4.2%	+10.7%
1株当たり当期純利益	66.17円	72.22円	+6.05円


※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

# 事業の内容



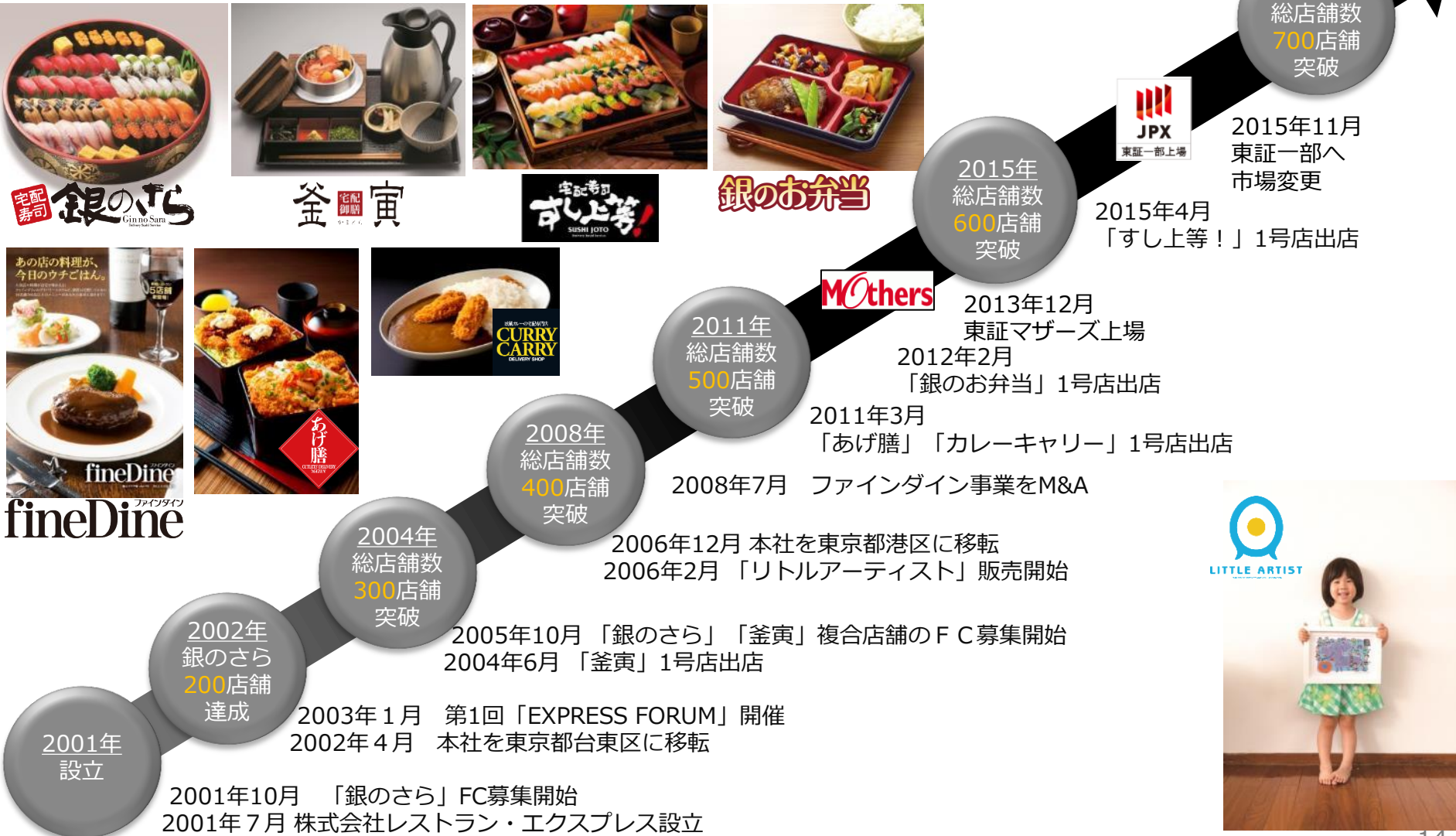


宅配寿司NO.1「銀のさら」を中心に  
「食」を通じた「宅配」サービスを  
「ビッグデータ」を活用して展開する企業









 は全国 41 都道府県  
で展開しています (2016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・エクスプレスを設立。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。



# 展開ブランド (2016年3月末時点)

		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	79	284	363	
		 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。	52	133	185	
		 宅配寿司 ※ 『銀のさら』の妹ブランドで、お手軽な価格で、おいしいお寿司を、お気軽にお召し上がりいただけます。	63	92	155	
		 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。	1	-	1	
		 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	-	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	-	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。	18	-	18
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。	-	-	-	
※一部「ろくめいかん」店舗を含みます。				<b>215</b>	<b>509</b>	<b>724</b>

# 当社の強み① 『カテゴリーNO. 1』

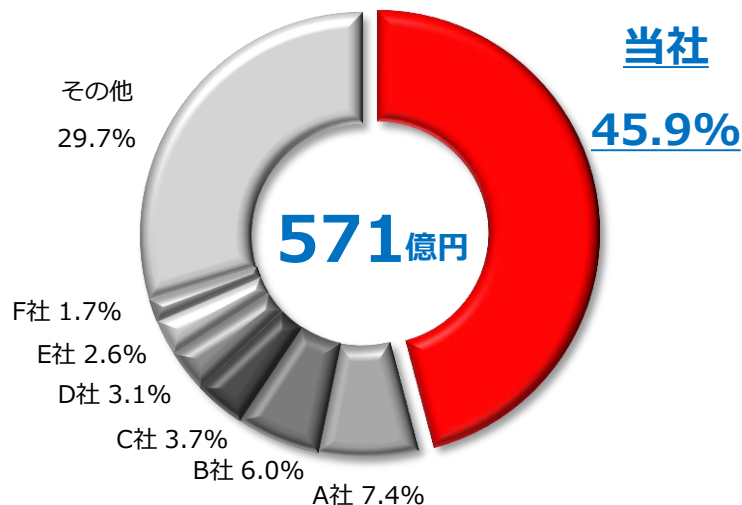
『宅配寿司・釜飯カテゴリーにおいて、圧倒的なシェアとブランド力を保有する業界NO.1企業』



- 全国**363**店舗（2016年3月末時点）  
FC 284店・直営79店
- 宅配寿司 圧倒的シェアNo.1  
（2014年 シェア実績 45.9%）



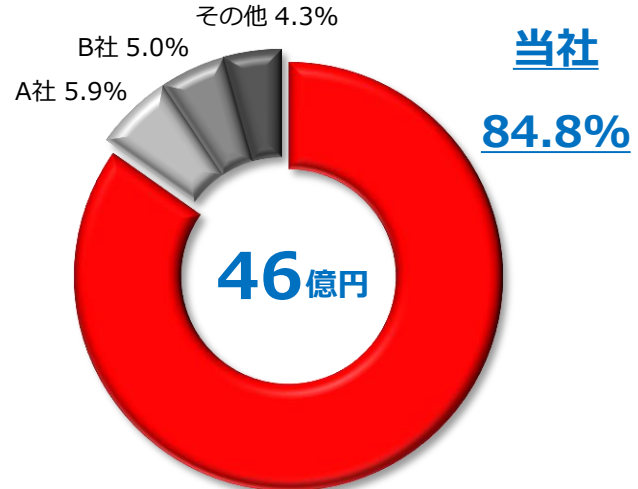
## ■ 宅配寿司市場（2014年実績）



- 全国**185**店舗（2016年3月末時点）  
FC 133店・直営52店
- 宅配釜飯 圧倒的シェアNo.1  
（2014年 シェア実績 84.8%）



## ■ 宅配釜飯市場（2014年実績）



※(株)富士経済（外食産業マーケティング便覧2015）より



# 当社の強み② 『団塊～シニア層』

『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

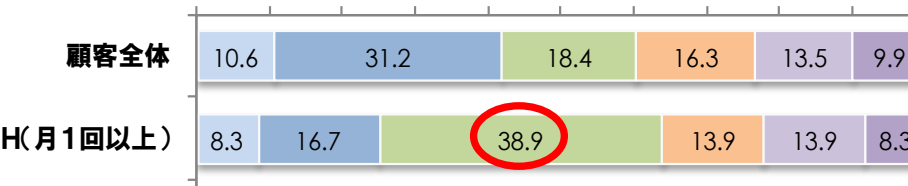
■ 25-29歳 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70歳以上  
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



ヘビーユーザーは、**50代以上**

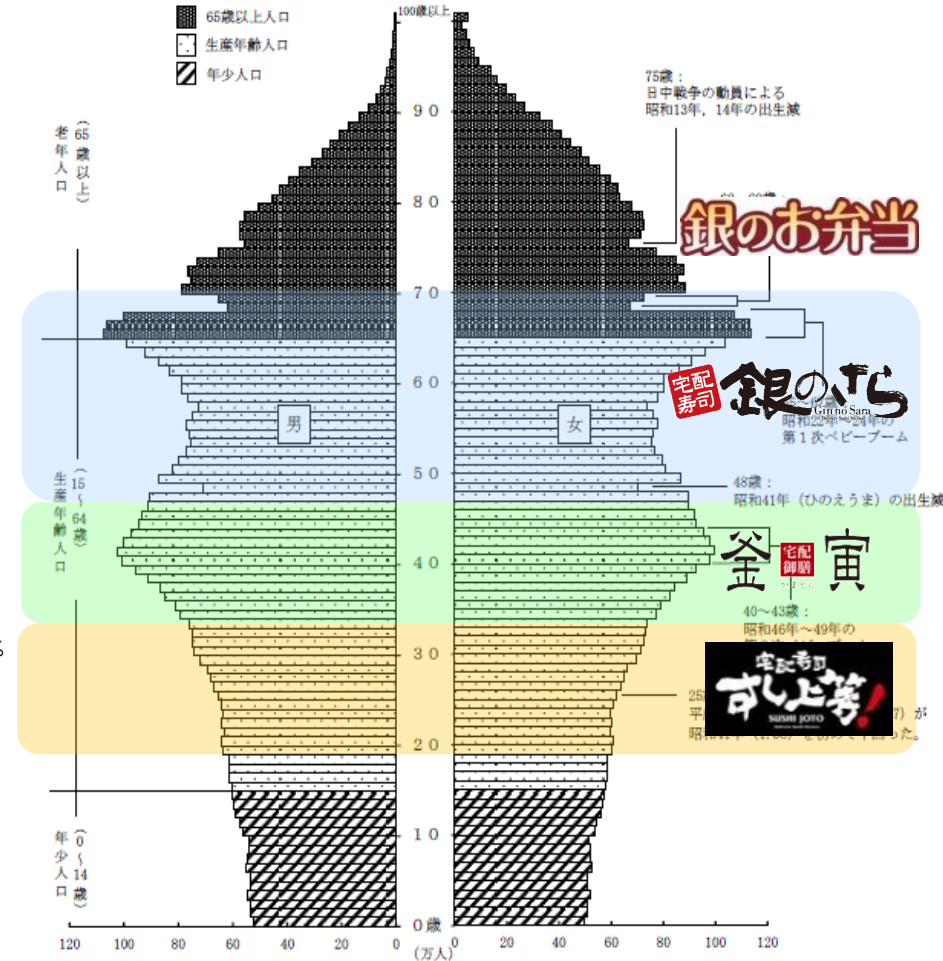
## ■ 釜寅の顧客セグメント

■ 25-29歳 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70歳以上  
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



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26年10月1日現在)



※総務省統計局ホームページ 人口推計 (平成26年10月1日現在) より

# 当社の優位性

## 展開力

- 全国各地に総店舗数700店舗以上、370カ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700店舗以上のスケールメリットを生かした購買力がある。
- 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

- 全店舗の情報を自社システムにて集約、様々な分析を行い、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  
 2014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。



# フードデリバリーの特異性

## 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

# フードデリバリーの優位性を生かした複合化戦略

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



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**

# 新しい概念のデリバリー・サービス「ファインダイニング」

宅配代行ブランド

ファインダイニング  
**fineDine**

宅配機能を持たないレストランの  
宅配を代行するサービス。  
お客様のご自宅に厳選されたレス  
トランの商品をお届けしていま  
す。消費者と飲食店双方のニーズ  
に応えたまったく新しいデリバ  
リーサービスです。



消費者

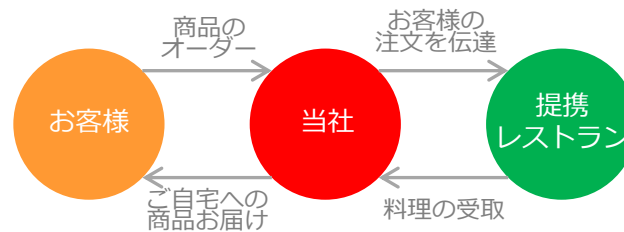


ニーズ

- 美味しいと評判のレストランに行ってみたくけれど、行列でいつも入れない。
- 小さな子供や高齢者がおり、気軽に好きなお店に食べに行き難い。
- こだわりの料理を自宅でも手軽に食べたい。

ファインダイニング  
**fineDine**

デリバリービジネスを知り尽くした  
RIDE ON EXPRESSだからこそ  
実現可能なビジネスモデル



飲食店



fineDineを利用するメリット

- ピークタイムの座席制限に縛られることなく、売上を確保できる。
- 効率的な広告宣伝・販促手法を確立できる。
- 今後成長が期待される中食市場に参入するためのノウハウを獲得できる。

# 今期の取組みについて



# 重点施策 銀のさら

- エリア別商品メニューの拡大
  - お寿司という商品特性上、地域ごとの寿司文化や顧客の趣向が大きく異なるものである為、地域ごとに商品やネタを選定し、顧客のニーズに応じていきます。

	16.3期まで	17.3期以降
北海道	○	○
東日本	○	○
西日本	○	○
九州	(同一メニュー)	○ <b>NEW</b>
関西	○	○
東海	-	○ <b>NEW</b>

## ■九州エリア新メニュー

九州エリア新メニューのポスター。様々な寿司の組み合わせと価格が紹介されています。例えば「1人前」のメニューには、山代（2,190円）、美濃（2,680円）、お子様（650円）などがあります。また、「お好み寿司」のコーナーでは、様々なネタの寿司が並んでいます。

「銀のさら」の「新メニュー誕生」ポスター。宅配寿司 No.1 銀のさらを宣伝しています。大きなネタの寿司が写っており、「さらに楽しむ。」というフレーズが目を引きます。また、「アルバイト大募集!!」という求人情報も掲載されています。

## ■九州エリア新商品

九州エリア新商品のポスター。パーティーメニューと銀のオードブルを紹介しています。
 

- 輝** 20種類の贅沢ネタが大集合!!
  - B66 6人前(60貫) 11,000円
  - W46 7人前+1,000円(海鮮巻)セット
- 集** みんなの好物! 吞物づくし。
  - C44 4人前 4,500円
  - W46 7人前+1,000円(海鮮巻)セット
- 銀のオードブル**
  - S70 [4~5人前] 3,000円

# 重点施策 すし上等

- 販売促進ツールのトライアル
  - 現状、ブランドの顧客認知が低いため、他自社ブランドに比べ、販売促進ツールの費用対効果は低い。  
それを補う為、費用対効果の高い販売促進ツールを開発。
  - 17.3期第2四半期までを目途に直営店での検証を行う。



- 自社WEB注文サイトの稼働
  - 17.3期第3、第4四半期を目途に、すし上等の自社注文サイトを稼働予定。
  - ターゲット顧客との親和性が高い、注文チャネルの追加による売上獲得。



■ トライアルメニュー例



# 重点施策 ファインダイナ

## I 複合モデル検証による4つの戦略意図

### データベースの活用

銀のさら顧客から注文を促し、  
新規顧客獲得コストの低減

### デリバリーの巡回配送

移動距離の短縮により、生  
産性の向上

## 売上・収益力 の向上

### 固定比率の低減

売上増により、家賃、バイク  
代等の固定比率の低減

### 配送時間の可視化

顧客へ適正な配送時間告知  
によるサービス向上

# 重点施策 ファインダイン

- 銀のさらとの複合モデルの検証を継続
  - 2015年8月 渋谷店
  - 2016年1月 高円寺店
 の出店を実施。
- 2016年中を目途に、祖師谷店を出店。
- 銀のさらとファインダインの店舗オペレーション複合による、更なる効率化を目指す。

- コントロールセンターでの全注文一括受注のトライアルを開始予定。
  - 2015年にコントロールセンター開設済み。
 コントロールセンターでは、電話受注、告知時間設定、発注、配車業務を代行する。
- 拠点では、調理時間の発信、銀のさらの商品作成のみを行う。
- デリバリーは近接エリアと連携し、繁忙時に融通しあい、最適化を目指す。

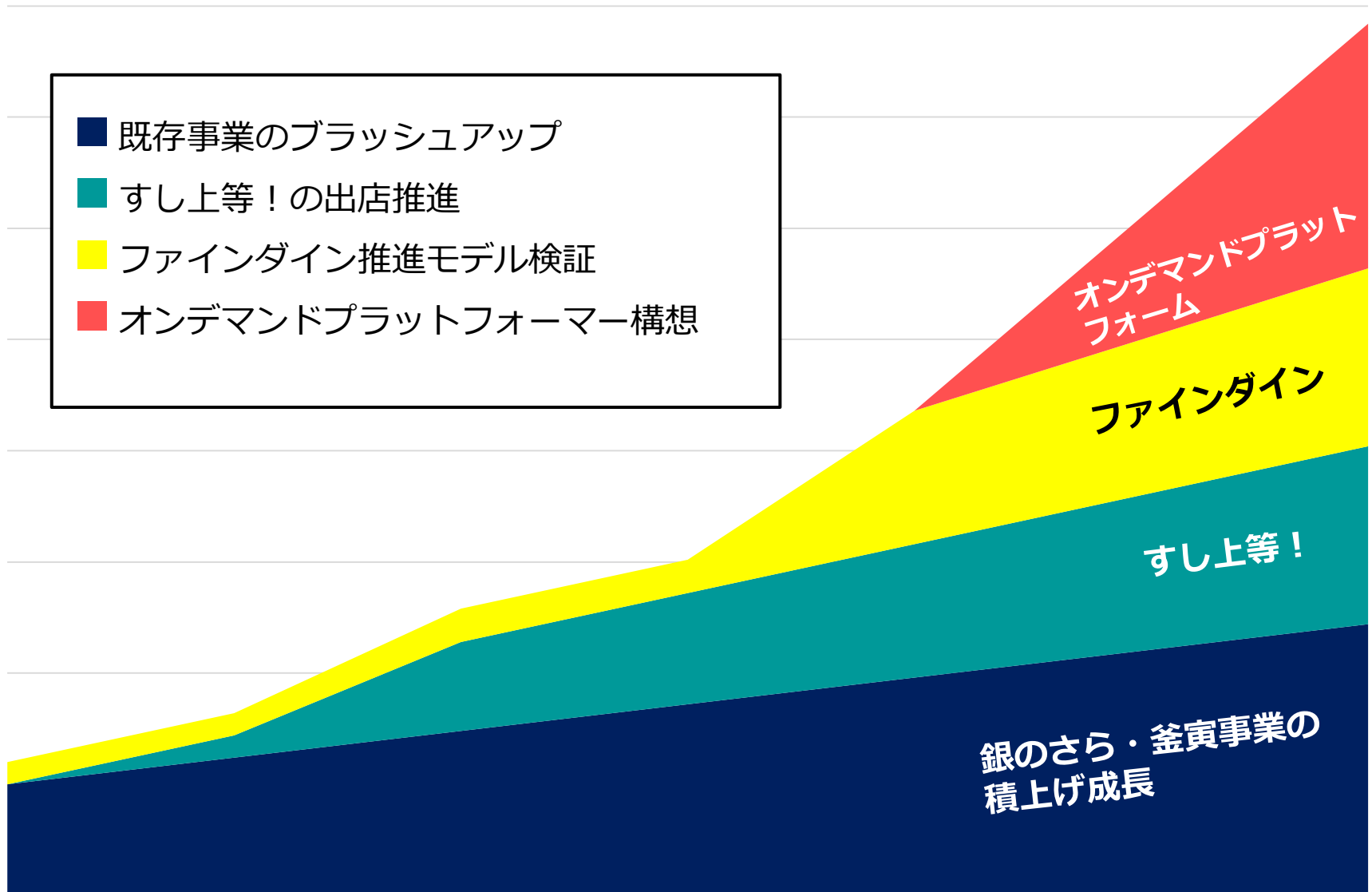


【祖師谷店外観】

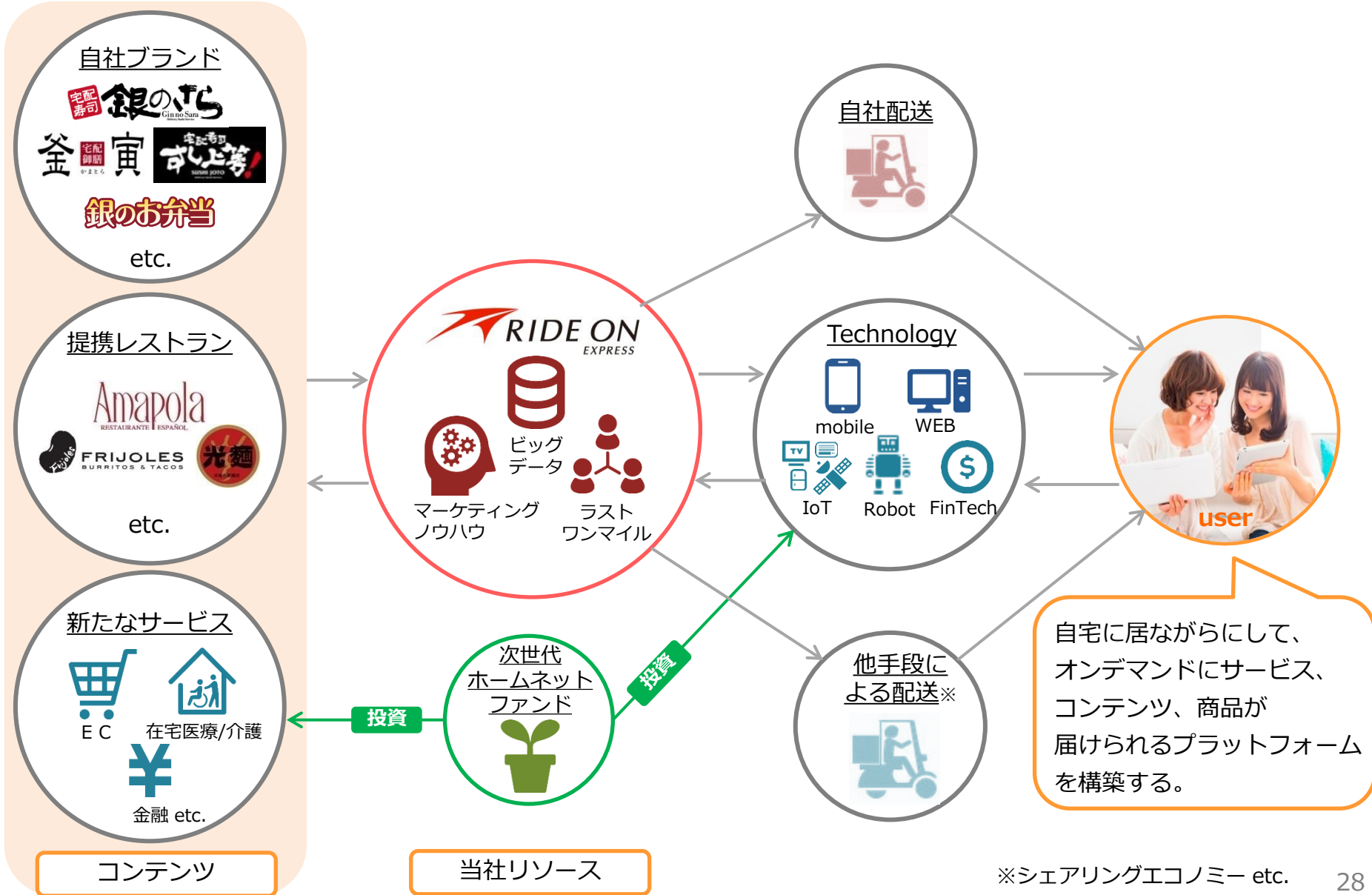


【コントロールセンター内】

# 当社の成長戦略



# オンデマンドプラットフォーム構想



# 參考資料



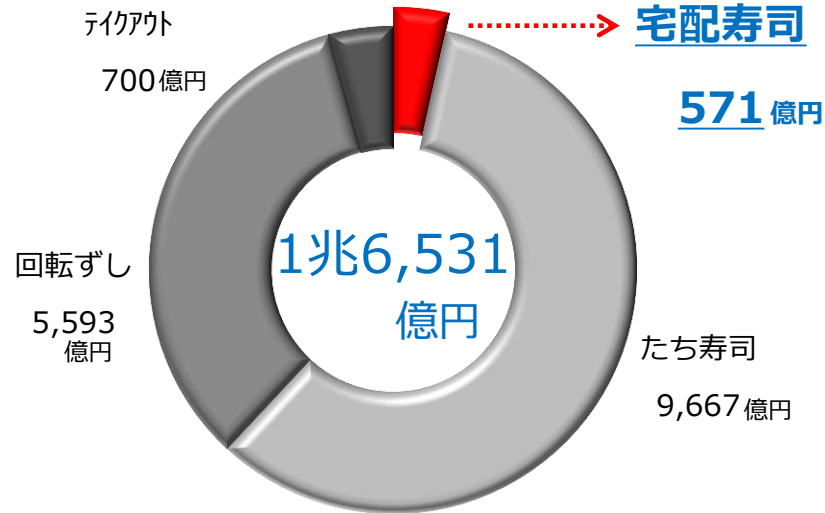
# 会社概要 (2016年3月末時点)

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	9億5043万円																											
従業員数	正社員 311名、パート・アルバイト 1,812名																											
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 「リトルアーティスト」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																											
役員	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役社長</td> <td>兼 CEO</td> <td>江見 朗</td> </tr> <tr> <td>取締役副社長</td> <td>兼 COO</td> <td>松島 和之</td> </tr> <tr> <td>取締役副社長</td> <td>兼 CFO</td> <td>渡邊 一正</td> </tr> <tr> <td>常務取締役</td> <td></td> <td>富板 克行</td> </tr> <tr> <td>常務取締役</td> <td></td> <td>水谷 俊彦</td> </tr> <tr> <td>常務取締役</td> <td></td> <td>赤木 豊</td> </tr> <tr> <td>取締役 (監査等委員)</td> <td></td> <td>清野 敏彦</td> </tr> <tr> <td>社外取締役 (監査等委員)</td> <td></td> <td>瀧谷 啓吾</td> </tr> <tr> <td>社外取締役 (監査等委員)</td> <td></td> <td>岩部 成善</td> </tr> </table>	代表取締役社長	兼 CEO	江見 朗	取締役副社長	兼 COO	松島 和之	取締役副社長	兼 CFO	渡邊 一正	常務取締役		富板 克行	常務取締役		水谷 俊彦	常務取締役		赤木 豊	取締役 (監査等委員)		清野 敏彦	社外取締役 (監査等委員)		瀧谷 啓吾	社外取締役 (監査等委員)		岩部 成善
代表取締役社長	兼 CEO	江見 朗																										
取締役副社長	兼 COO	松島 和之																										
取締役副社長	兼 CFO	渡邊 一正																										
常務取締役		富板 克行																										
常務取締役		水谷 俊彦																										
常務取締役		赤木 豊																										
取締役 (監査等委員)		清野 敏彦																										
社外取締役 (監査等委員)		瀧谷 啓吾																										
社外取締役 (監査等委員)		岩部 成善																										
決算期	3月																											
株式上場	東京証券取引所市場第一部																											

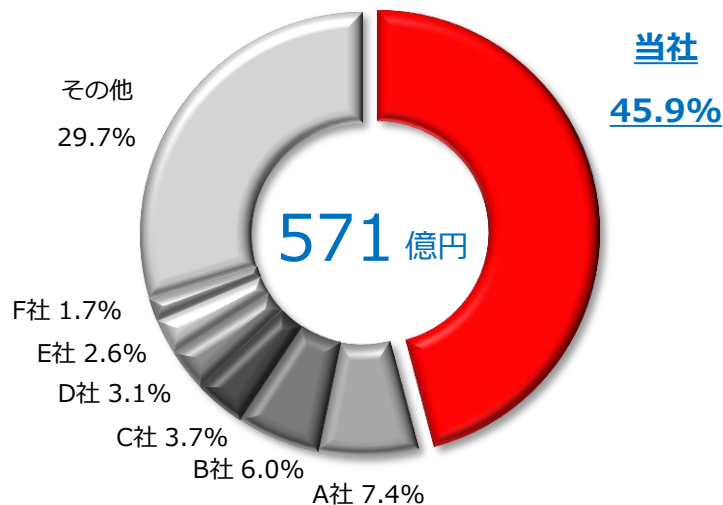
# 市場規模

※(株)富士経済（外食産業マーケティング便覧2015）より

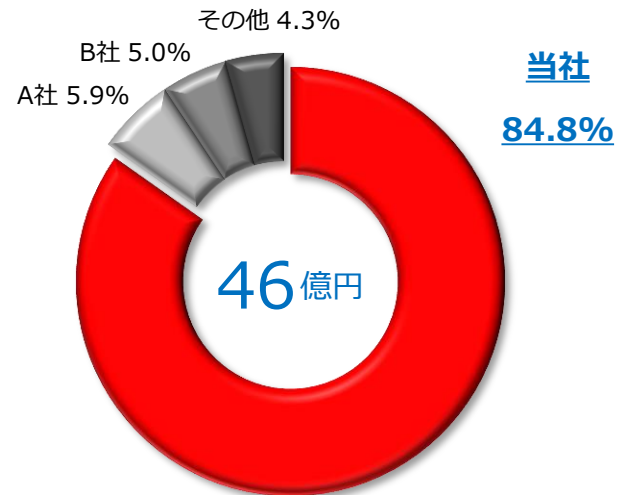
## I 日本の寿司市場（2014年実績）



## I 宅配寿司市場（2014年実績）



## I 宅配釜飯市場（2014年実績）





この資料は、株式会社ライドオン・エクスプレス（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。

当資料に記載の内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成したものであり、経営環境の変化等の事由により、予測なしに変更する可能性があります。また、本資料には、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、当社は本資料に含まれる「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。

以上を踏まえ、投資をおこなう際は、投資家の皆様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。