



2018年3月期 決算説明資料

2018年6月27日

株式会社 ライドオンエクスプレスホールディングス
(証券コード：6082)

Summary

■ 18.3期 通期 決算概要

- 売上高191.4億円、経常利益9.6億円と前年同期比で増収減益。
- 営業戦略が功を奏し、基盤事業である銀のさら売上が好調。そのため、売上高は通期見通しを大幅達成。
- 販管費にて、注文のWEB誘導に伴う広告宣伝費、ファインダインへの投資を増やしたことにより、営業利益は前年同期比△9.6%。
- FC店舗の買取損などにより、経常利益は前年同期比△12.8%。

■ 19.3期 事業戦略

- 業績予想 売上高199.1億（前期比4.0%）、経常利益11.1億（前期比15.7%）
- 銀のさら売上、ファインダイン売上の最大化を行い、過去最高売上を目指す。
- 注力ポイント
 1. 銀のさら：更なるWEB注文促進による注文顧客の裾野拡大
メニュー改定に伴うブランドポジションの再定義
新たな販売チャネルの検証と推進
 2. ファインダイン：新たな複合化モデル「REXプラスモデル」の検証

2018年3月期 決算概要



2018年3月期 通期業績



- 前期比で売上高+1,152百万円、経常利益△140百万円と増収減益。
- － 営業戦略が功を奏し、基盤事業である銀のさら売上が好調。そのため、売上高は通期見通しを大幅達成。
- － 販管費にて、注文のWEB誘導に伴う広告宣伝費、ファインダインへの投資を増やしたことにより、営業利益は前年同期比△9.6%。
- － FC店舗の買取損などにより、経常利益は前年同期比△12.8%。

(単位：百万円)

	17.3期 通期 実績(連結)	18.3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	17,988	19,140	+1,152
	－	－	+6.4%
営業利益	1,110	1,003	△106
	6.2%	5.2%	△9.6%
経常利益	1,105	964	△140
	6.1%	5.0%	△12.8%
当期純利益	605	535	△70
	3.4%	2.8%	△11.6%
1株当たり当期純利益	58.50円	51.20円	△7.30円

※上記全て百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

通期店舗数・拠点数の増減

■ 新規出店17店舗、純増店舗数12店舗。総店舗数は735店舗となる。

事業形態	ブランド	17.3期末 店舗数	出店	閉店	18.3期末 店舗数
宅配事業	銀のさら	362	－	△1	361
	釜寅	185	4	－	189
	すし上等！	153	－	△1	152
	銀のお弁当	1	－	△1	－
	その他	2	－	△2	－
宅配代行事業	ファインダイン	20	13	－	33
合計		723	17	△5	735

	17.3期末 拠点数	拠点開設	拠点閉鎖	区分変更	18.3期末 拠点数
直営店	94	2	△2	7	101
FC店	277	－	－	△7	270
合計	371	2	△2	0	371

2018年3月期 期末BS



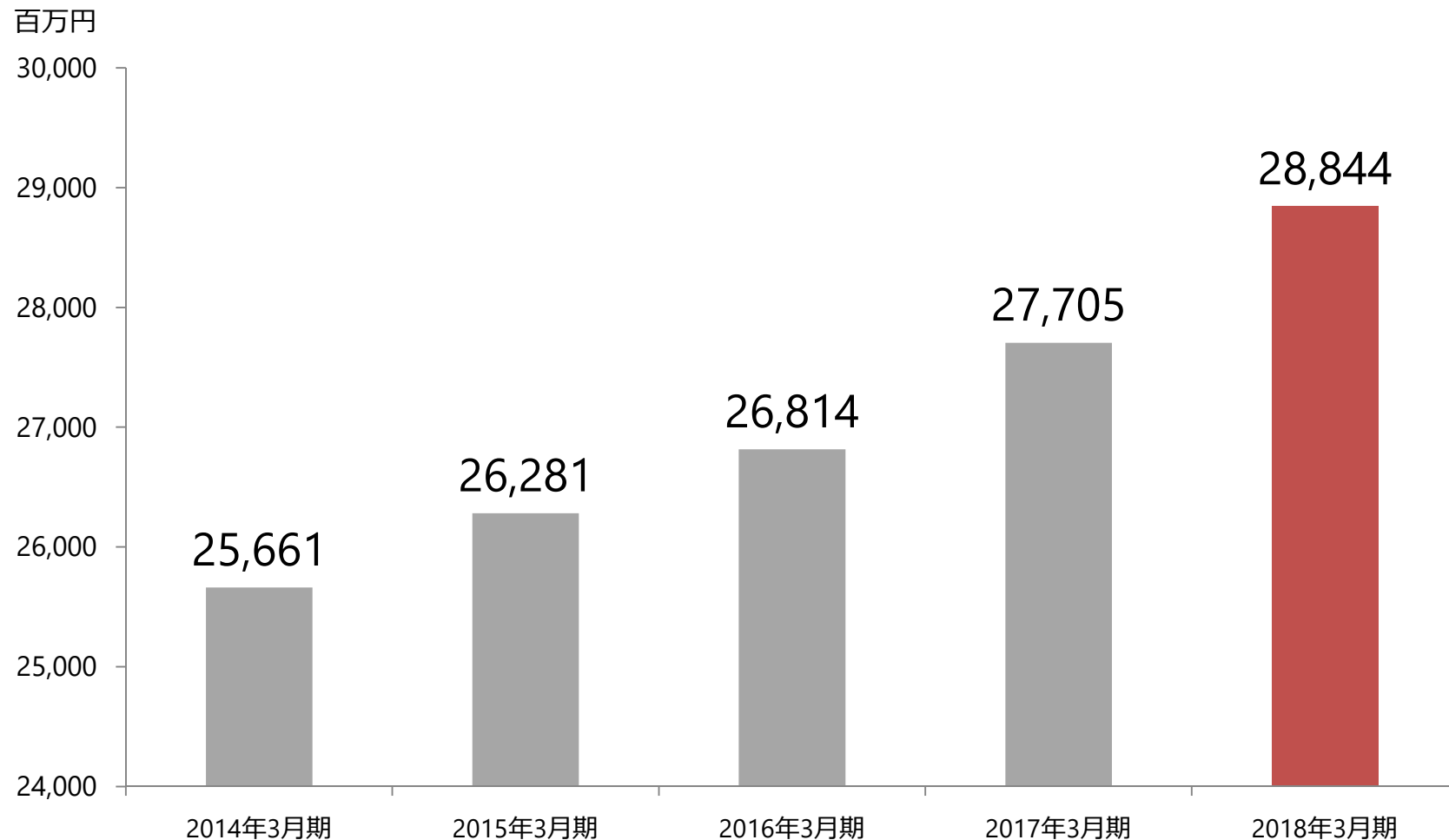
(単位：百万円)

	17.3期末 (連結)	18.3期末 (連結)	前期比	ポイント
流動資産	5,095	6,765	+1,670	■ 流動資産 1,670百万円増加 ・ 現預金 1,177百万円増加 ・ 売掛金 81百万円増加 ・ 有価証券 200百万円増加 ■ 無形固定資産 129百万円増加 ■ 投資その他 1,160百万円増加 ・ 投資有価証券 1,217百万円増加
(うち現預金)	2,836	4,013	+1,177	
有形固定資産	633	569	△64	
無形固定資産	292	421	+129	
投資その他資産	1,138	2,298	+1,160	
資産合計	7,159	10,055	+2,895	
流動負債	2,305	2,963	+657	■ 流動負債 657百万円増加 ・ 1年内返済長期借入金 319百万円増加 ■ 固定負債 1,544百万円増加 ・ 長期借入金 1,544百万円増加
(うち1年内有利子負債)	86	406	+319	
固定負債	486	2,031	+1,544	
(うち1年超有利子負債)	5	1,549	+1,544	
負債合計	2,792	4,994	+2,202	
株主資本	4,369	4,813	+444	■ 株主資本 444百万円増加 ・ 当期純利益 535百万円増加 ・ 配当金 104百万円減少
純資産合計	4,367	5,060	+693	
負債・純資産合計	7,159	10,055	+2,895	

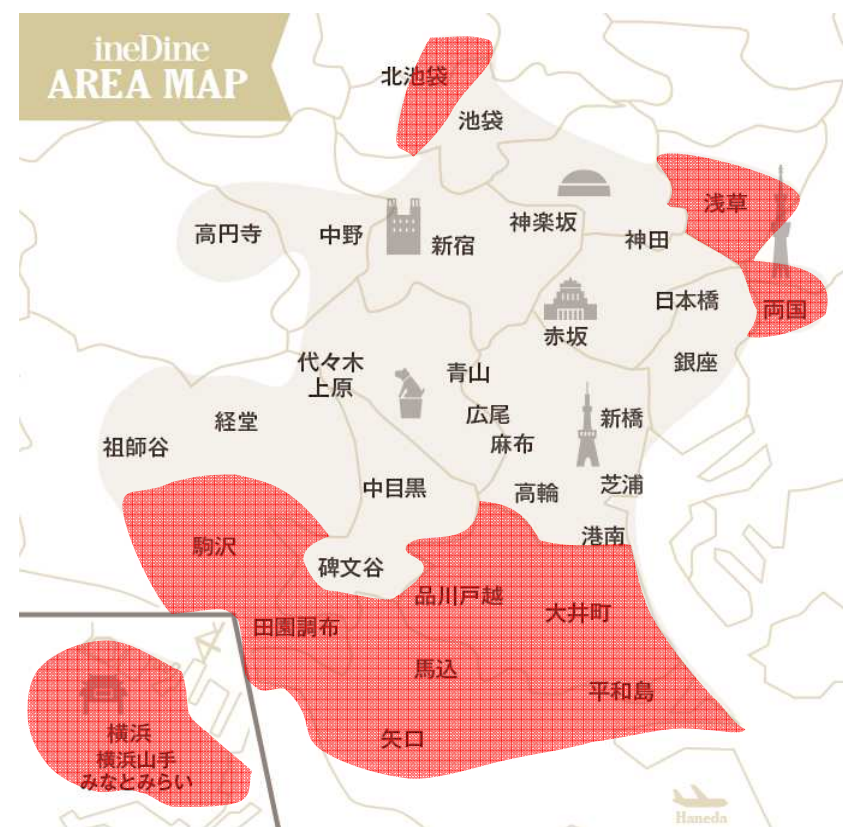
KPI：当社チェーン総売上高（宅配寿司）



- 前期比でチェーン総売上高+1,138百万円と増加。
- 営業戦略が功を奏し、基盤事業である銀のさら売上が好調。それに伴い宅配寿司のチェーン総売上は好調に推移。



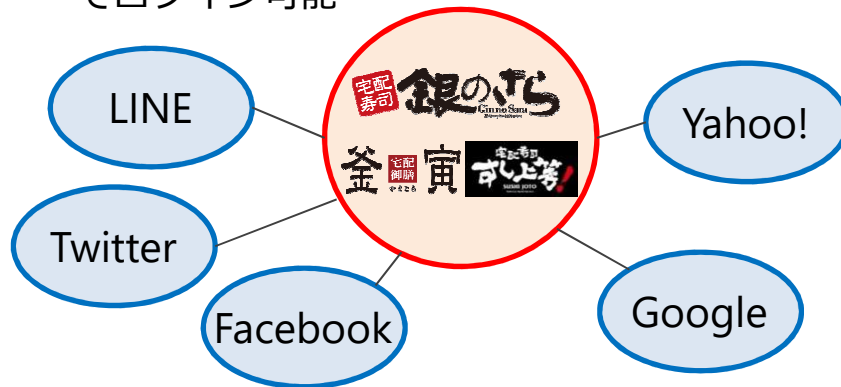
- 都内を中心に13店舗の新規出店を実施
 - F D単体店舗6店舗、REXPJ店舗7店舗



FD配達エリア 2018年3月31日時点
(赤エリアは2018年3月期の新規出店エリア)

2018年3月期の振り返り

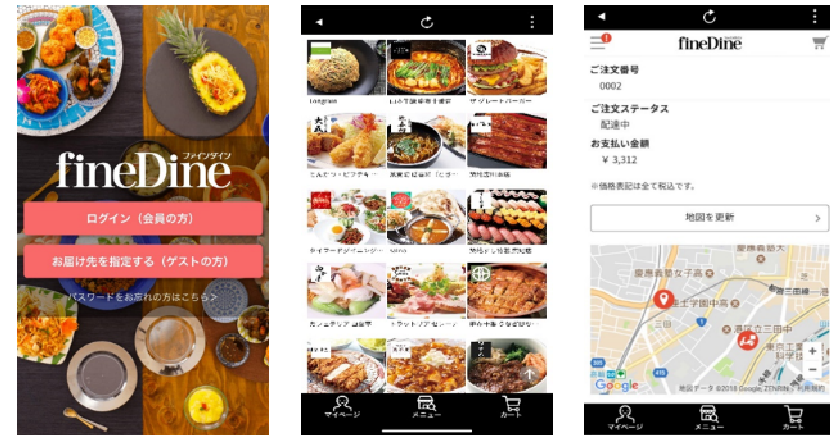
- 注文サイトのソーシャル連携
 - LINEのIDと連携し、アプローチが可能に
 - LINE, Twitter, Facebook, Yahoo!, GoogleのIDでログイン可能



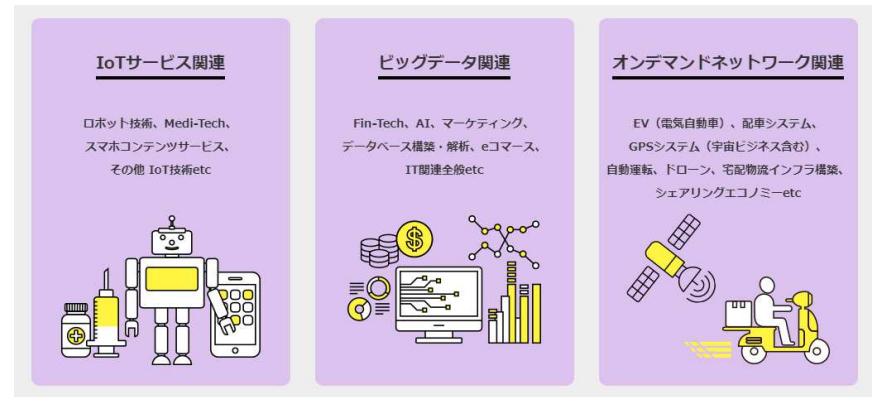
- 銀のさら単日単店最高売上の更新
 - 御用納め需要を取り込み過去最高の単日単店売上1,270万を記録



- ファインダイナサイトのリニューアル
 - UIの変更と配達追跡機能の実装



- 2号ファンドの設立
 - 中長期的な視野で将来性のある技術系ベンチャー企業等への投資を推進



2019年3月期 通期業績予想



- 売上高は、宅配寿司売上が堅調に推移する事により、前年増減率は+4.0%。
- 営業利益は、前期比でファインダイニング事業に関する投資が減少するものの、WEB注文促進のための広告宣伝費の増加や、各事業の拡大に向けた人財への投資により、前年同期比で+0.9%と予想。
- 経常利益は、ファンド保有の株式売却を一部見込んでいるため、前年同期比で+15.7%と予想
(単位：百万円)

	18.3期 通期 実績(連結)	19.3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	19,140	19,912	+772
	—	—	+4.0%
営業利益	1,003	1,012	+9
	5.2%	5.1%	+0.9%
経常利益	964	1,116	+151
	5.0%	5.6%	+15.7%
当期純利益	535	706	+170
	2.8%	3.5%	+31.9%
1株当たり当期純利益	51.20円	67.12円	+15.92円

※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

今後の成長戦略



今期の成長戦略



2018.3

2019.3

2020.3

銀のさら

- WEB注文促進による注文顧客拡大
- ブランドポジションの再定義
- 新たな販売チャネルの検証と推進

釜寅・すし上等

- ブランド認知向上のプロモーション強化
- 魅力的な商品開発

ファインダイン

- 配達エリアの拡大
- REXプラスモデルの検証

人財投資（働き方改革）

銀のさら・釜寅・すし上等！

銀のさら・釜寅・すし上等！アプリリリース



- 公式宅配注文アプリを配信開始
- 2018年5月17日にiOS版、Android版アプリを配信開始。
- 『2回目以降のログイン不要』や『お得な情報のプッシュ通知』機能などユーザーの利便性向上、利用機会の創出を促進。



銀のさら・釜寅・すし上等！

グループ共通電子ポイント「デリポイント」



- 銀のさら・釜寅・すし上等！の新ポイントシステム「デリポイント」をスタート
- 公式ホームページまたは電話からの注文でポイントが貯まり、「銀のさら」「釜寅」「すし上等！」どのブランドでも使用可能な共通電子ポイントを運用開始。現在は直営店のみで先行スタート。

キャンペーン情報

デリポイントとは

ポイント規約

「銀のさら」「釜寅」「すし上等！」共通の新ポイント

deli

デリポイント

2018年4月2日[月]スタート

公式ホームページからご注文の場合

基本ポイント
(200円ごとに1pt)

1
point

+

公式HPからご注文

+1
point

→

基本ポイントが
2倍に

デリポイント獲得までの流れ

注文する
ポイントは仮獲得状態

商品が届く
ポイントは仮獲得状態

翌日^(※)
ポイントを獲得！

※基本は翌日ですが、ルール上は5営業日以内です

RIDE ON EXPRESS
HOLDINGS

■ テイクアウト併設店舗の検証

- 2018年4月2日にテイクアウト併設店舗 2 号店目での検証をスタート。
- 従来のデリバリーでの注文に加え、テイクアウト需要を取り込み、ユーザーの利便性の向上と売上の最大化を検証。
- 店舗オペレーションの構築・販売戦略の確立により、生産性を高めていく事で収益力の強化を目指す。



テイクアウト併設店舗外観



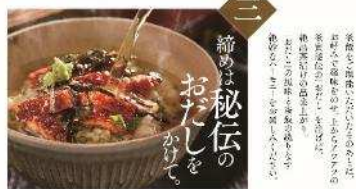
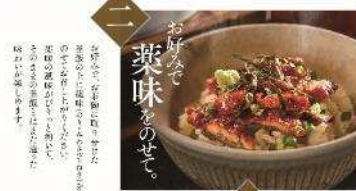
店舗内観

釜寅・すし上等！

釜寅・すし上等！ 拡大戦略



- 「釜寅」ブランドコンセプト強化
 - 米・出汁にこだわり、最高の素材を使用した大幅なメニュー変更により、「釜寅」の世界観を強化。



容器のご返却方法

- お食事後、または【容器お取り袋】にネット内容一式をお入れください。
- 店ごと家畜衛生にお出しください。
- 翌日、スタッフが引取りに伺います。

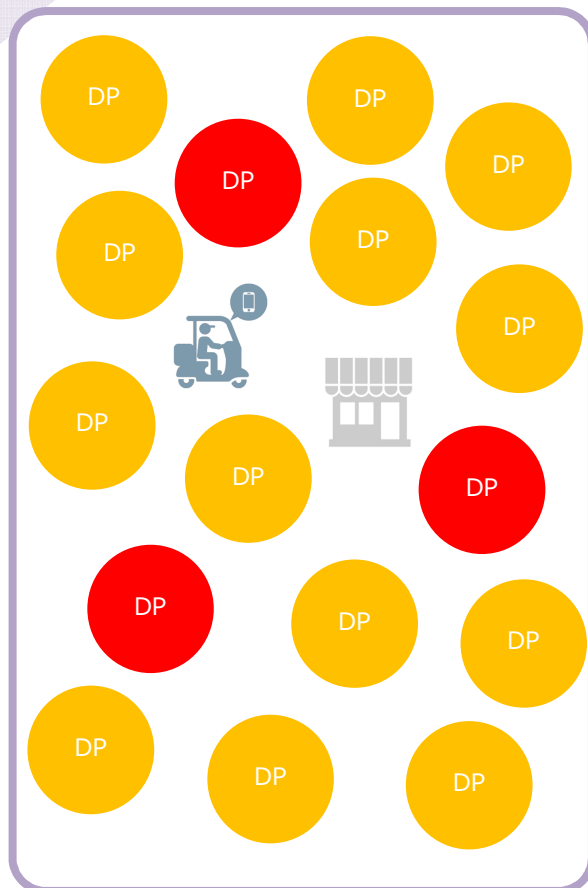
- 「すし上等！」多ジャンル化による 選択枝の拡大
 - 丼ぶりや手巻き、鍋などのバラエティに富んだメニューを拡大。
 - ファミリー層をターゲットにした 販売戦略を強化。



ファインダイ REXプラスモデル検証



REXPJの課題



※ DP（デリネットパートナー）
→ファインダインの提携レストラン

売上

- ・新規顧客の獲得に時間がかかる
- ・認知度が低いDPの売上低迷

利益

- ・メニューブックコスト(販促物)が高い
- ・配車コストが高い

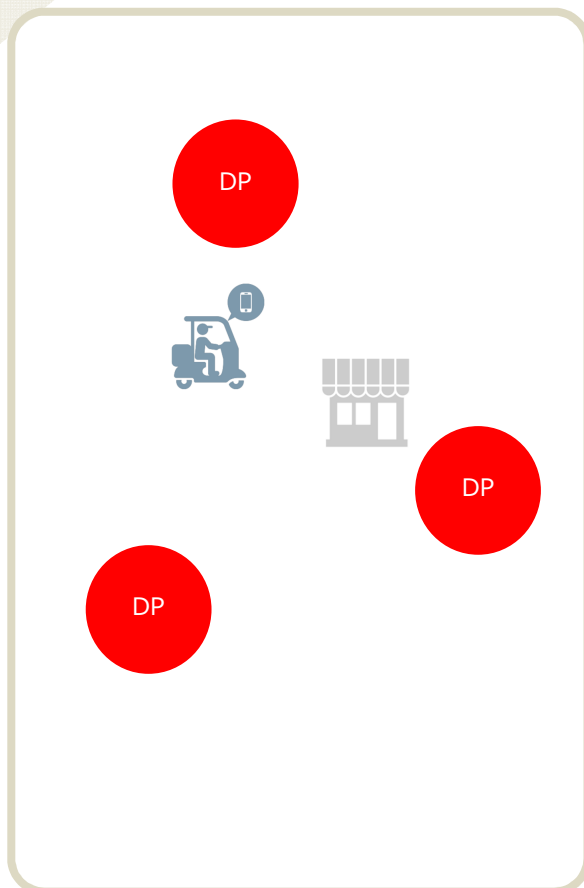
オペレーション

- ・新システムの初期教育コスト
- ・DP対応負担（時間変更等）

ファインダイナ REXプラスモデル検証



REXプラスモデル



売上

- ・認知度高いチェーン店に特化
- ・メニュー点数と営業時間の利便性向上

利益

- ・チェーン店チラシでコストダウン
- ・レストラン数が少ないので配車コストを軽減

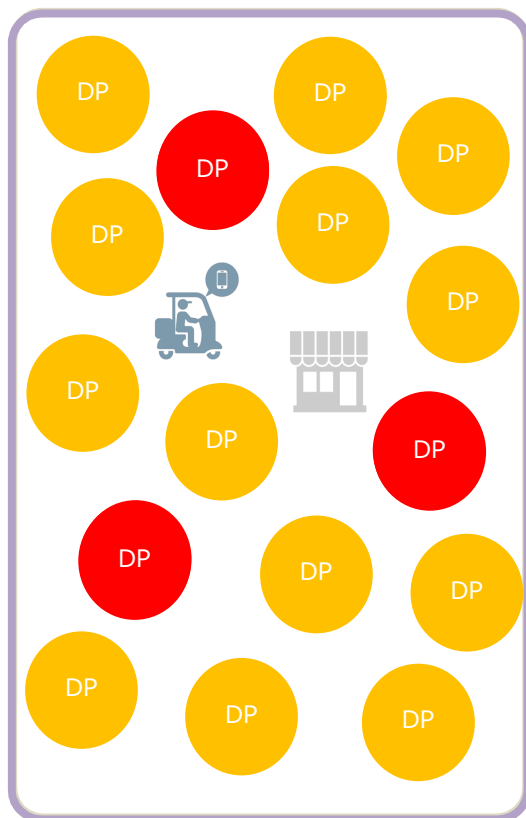
オペレーション

- ・簡易化により店長以外も配車可能
- ・DP対応工数削減

ファインダイ REXプラスモデル検証

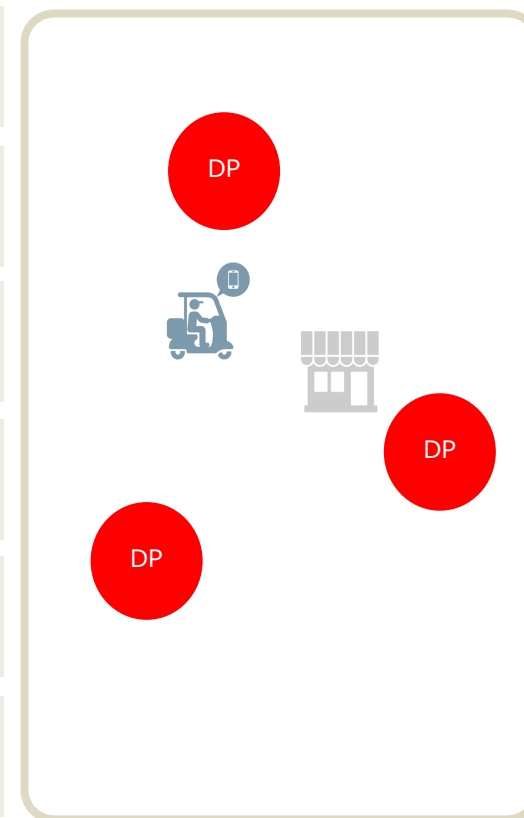


REXPJモデル

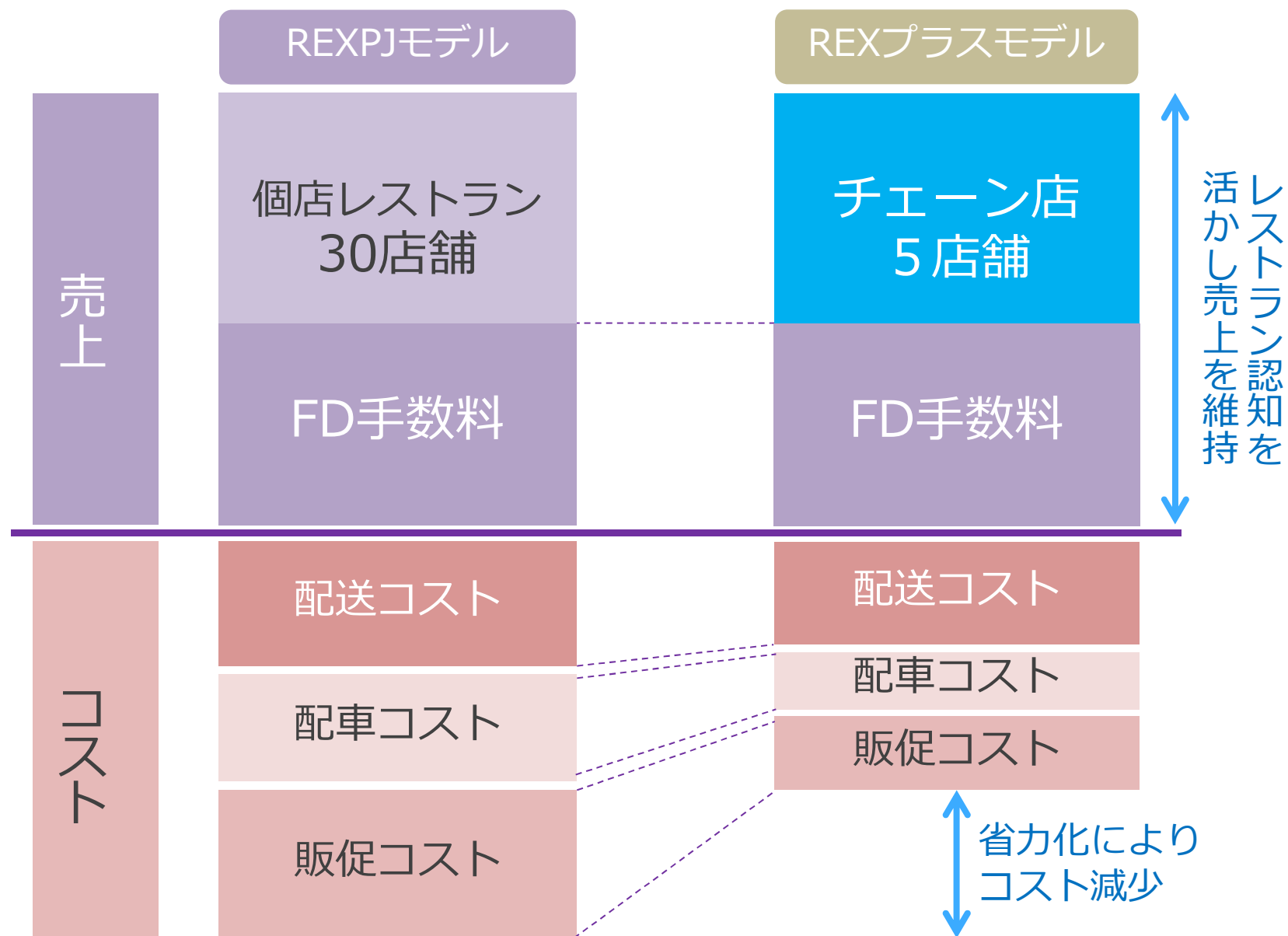


約30店舗	レストラン数	約 5 店舗
ファイン ダイ	認知対象	チェーン店
メニュー ブック	メニュー形式	チラシ
多い	レストラン 対応工数	少ない
難しい	配車難易度	易しい
難しい	配達難易度	易しい

NEW! REXプラスモデル



REXプラスモデル検証



參考資料



会社概要 (2018年3月末時点)

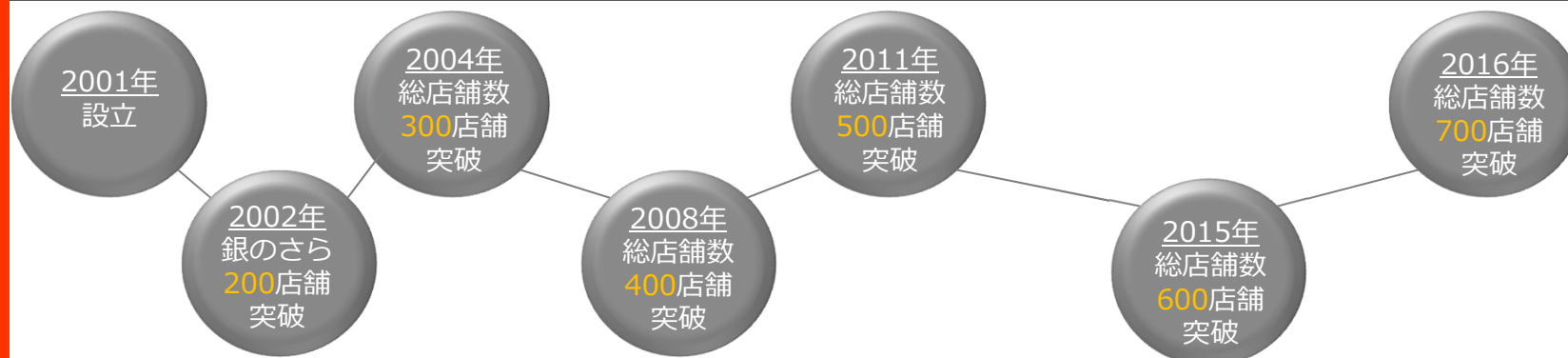


商号	株式会社ライドオンエクスプレスホールディングス RIDE ON EXPRESS HOLDINGS Co.,Ltd.		
設立	2001年7月		
代表者	代表取締役社長 江見 朗		
資本金	9億7138万円		
従業員数（連結）	3,020名／うち正社員353名		
事業内容	フードデリバリーチェーンの経営管理業務		
本社所在地	東京都港区三田3-5-27 住友不動産三田ツインビル西館17階		
役員	代表取締役社長 取締役副社長 取締役副社長 常務取締役 常務取締役 常務取締役 取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員）	江見 朗 松島 和之 渡邊 一正 富板 克行 水谷 俊彦 赤木 豊 清野 敏彦 瀧谷 啓吾 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		
グループ会社	株式会社ライドオンエクスプレス 株式会社ライドオンデマンド		

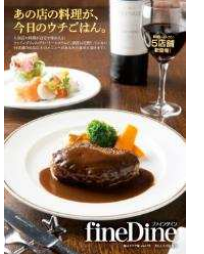
企業の沿革

2001 2005 2011 2015 2017

出店店舗数



会社沿革

2000年11月7月	2000年11月10月	2000年2月4月	2000年4月6月	2000年5月10月	2000年6月12月	2000年7月	2001年3月4月	2001年3月12月	2001年5月11月	2001年7月10月
株式会社レストラン・エクスプレス設立	銀のさら「FC募集開始」	本社を東京都台東区に移転	銀のさら「1号店出店」	FC募集開始 銀のさら「釜寅」複合店舗の	本社を東京都港区に移転	ファインダイニング事業をM&A	東証マザーズ上場 商号変更 株式会社ライドオン・エクスプレスへ	東証マザーズ上場 商号変更 株式会社ライドオン・エクスプレスへ	東証一部へ市場変更 すし上等「1号店出店」	ホールディングスへ商号変更 株式会社ライドオンエクスプレス
										
										

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（ビッグデータ）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。



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

レストランデリバリーサービス「ファインダイн」



宅配代行ブランド

fineDine ファインダイн

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

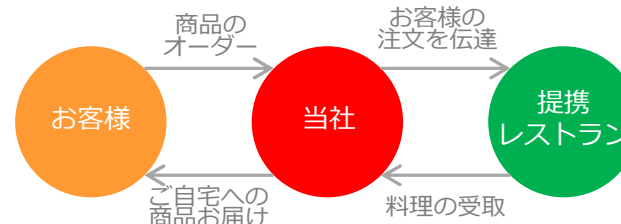


ニーズ

- 美味しいと評判のレストランに行ってみたいけれど、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。

fineDine ファインダイн

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



飲食店



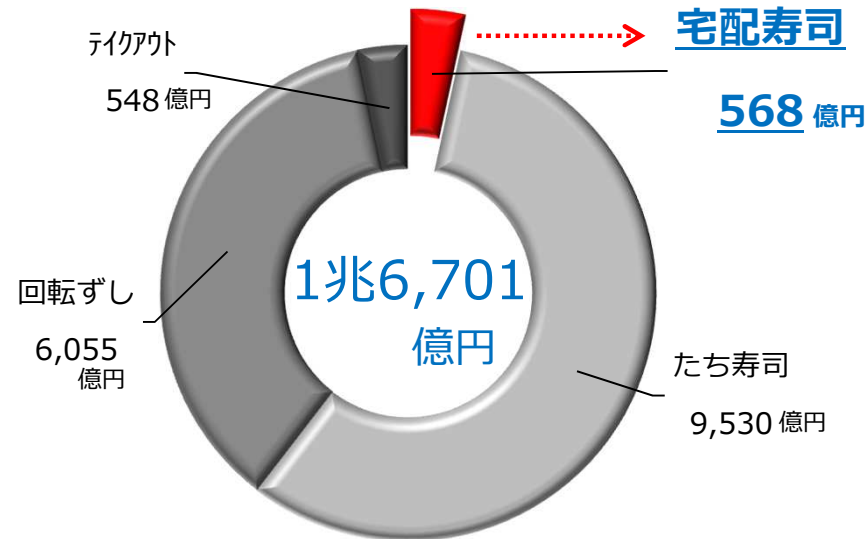
fineDineを利用するメリット

- 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。

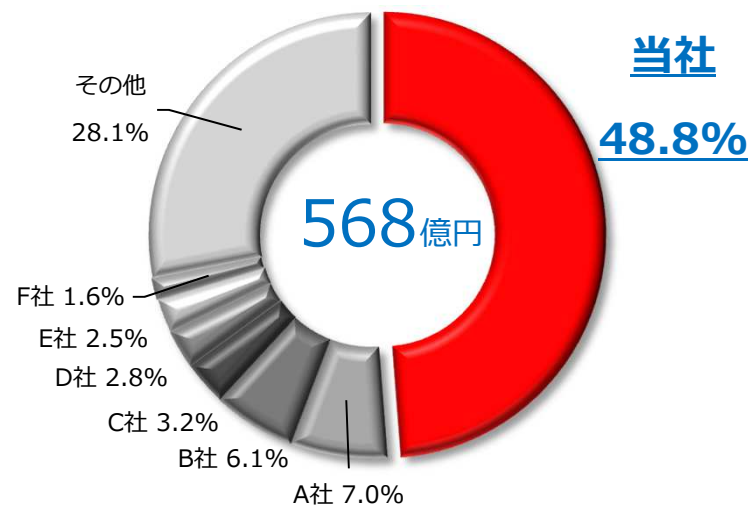
市場規模

※(株)富士経済（外食産業マーケティング便覧2017）より

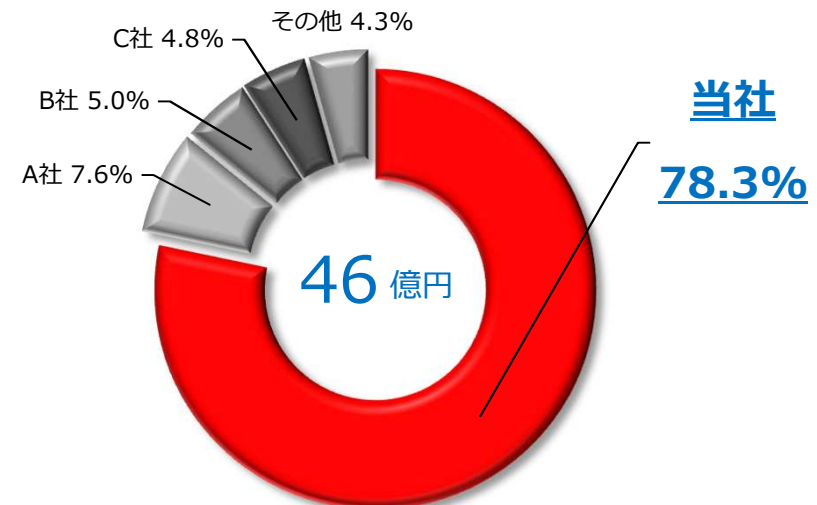
日本の寿司市場（2016年実績）



宅配寿司市場（2016年実績）



宅配釜飯市場（2016年実績）



各種指標

※2018年3月期実績



ROA（総資本利益率）

6.2%

※ 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（自己資本利益率）

11.4%

※ 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：

$\frac{\text{当期純利益}}{(\text{期初自己資本} + \text{期末自己資本}) \div 2}$

総資産回転率

1.90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

50.3%

※ 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：

$\frac{\text{自己資本}}{\text{総資本}}$

ディスクレイマー



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。