



2019年3月期
事業説明会資料

2019年6月26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

■ 19.3期 連結決算概要

- 売上高205億円、経常利益10.7億円と前年同期比で増収増益。
- 商品・配達品質の更なる向上や、WEBを主体としたマーケティング戦略、2018年10月からの商品改定により、銀のさら売上が好調に推移。創業以来初の売上高200億円突破。
- 売上が好調に推移したこと、販管費にてWEB注文強化への広告宣伝費、ファインダインへのシステム投資が増加したことにより、営業利益は前年同期比+3.3%。
- 投資有価証券の売却などにより、経常利益は前年同期比+11.9%。

■ 20.3期 事業戦略

- 連結業績予想 売上高208億円（前期比+1.5%）、経常利益11.6億円（前期比+7.7%）
- 銀のさらの新たな出店形態と共に前年を超える事業拡大を目指す。ファインダインは全国展開を目指し、出店拡大を進める。
- 注力ポイント
 - ◆ 銀のさら：WEB注文促進による注文顧客拡大
イートイン&デリバリーの、新たな複合モデルの挑戦
 - ◆ ファインダイン：配達エリアの拡大、3大配送コスト削減

2019年3月期 業績報告



連結業績推移 – 通期累計

2019.03 通期業績

既存事業好調により売上増加。投資は増えるが利益も増益となる

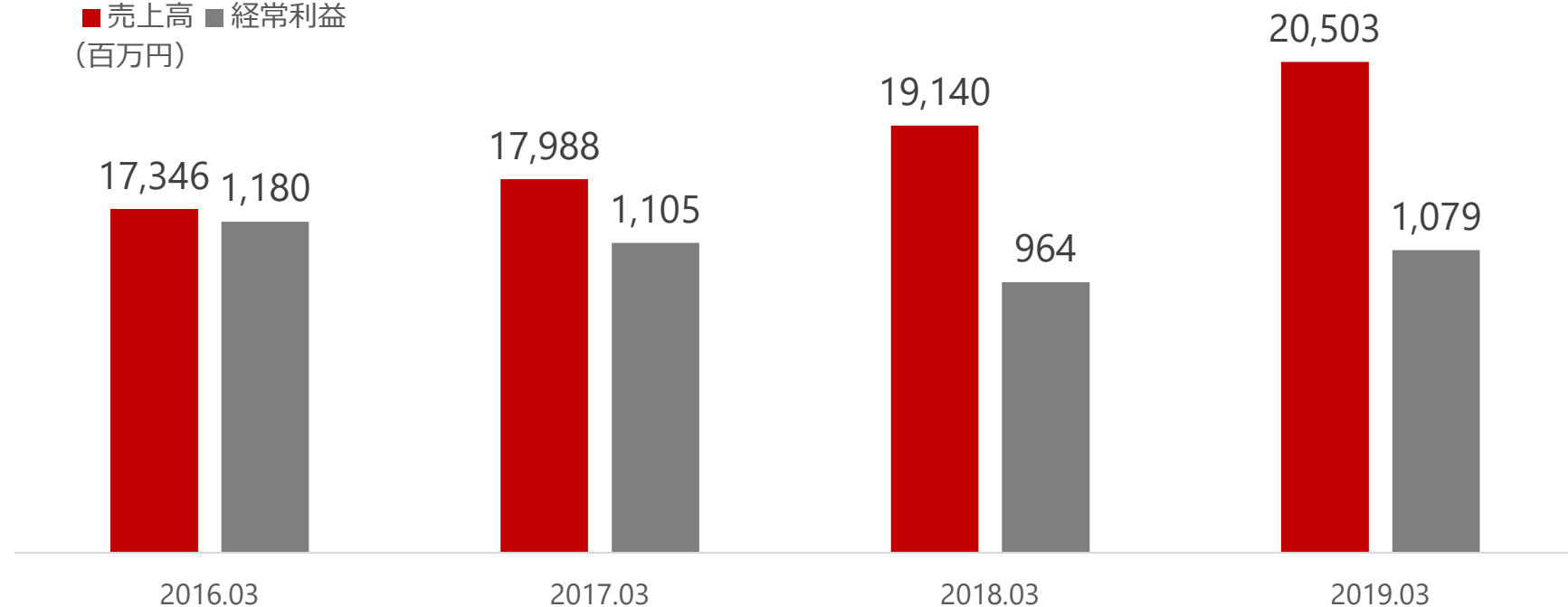
<売上高> 前期比+1,363百万円、前期増減率+7.1%

- ・ 創業以来初となる通期売上高200億円を達成。
- ・ 配達品質の向上、WEB主体のマーケティング戦略、メニュー改定により、基盤事業である「銀のさら」売上が好調に推移。

<経常利益> 前期比+115百万円、前期増減率+11.9%

- ・ WEB広告宣伝費やシステム投資が増加するものの、売上増により増益。

■ 売上高 ■ 経常利益
(百万円)



連結業績推移 – 第4四半期

**2019.03
4Q業績**

年末年始効果で売上増加。人財投資により経常利益減少。

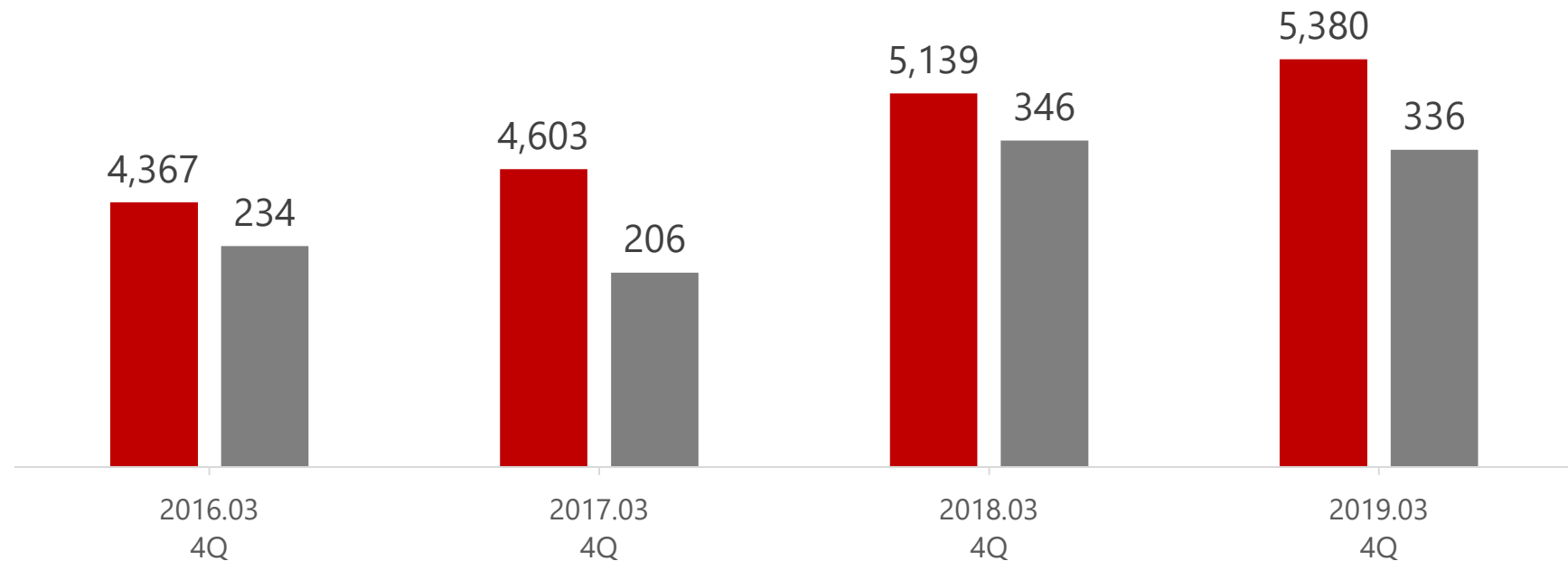
<売上高> 前期比+241百万円、増減率+4.7%

- WEB注文の増加や、メニュー改定効果により、年末年始の売上を効率的に獲得。それにより「銀のさら」売上が好調に推移。

<経常利益> 前期比△9百万円、増減率△2.7%

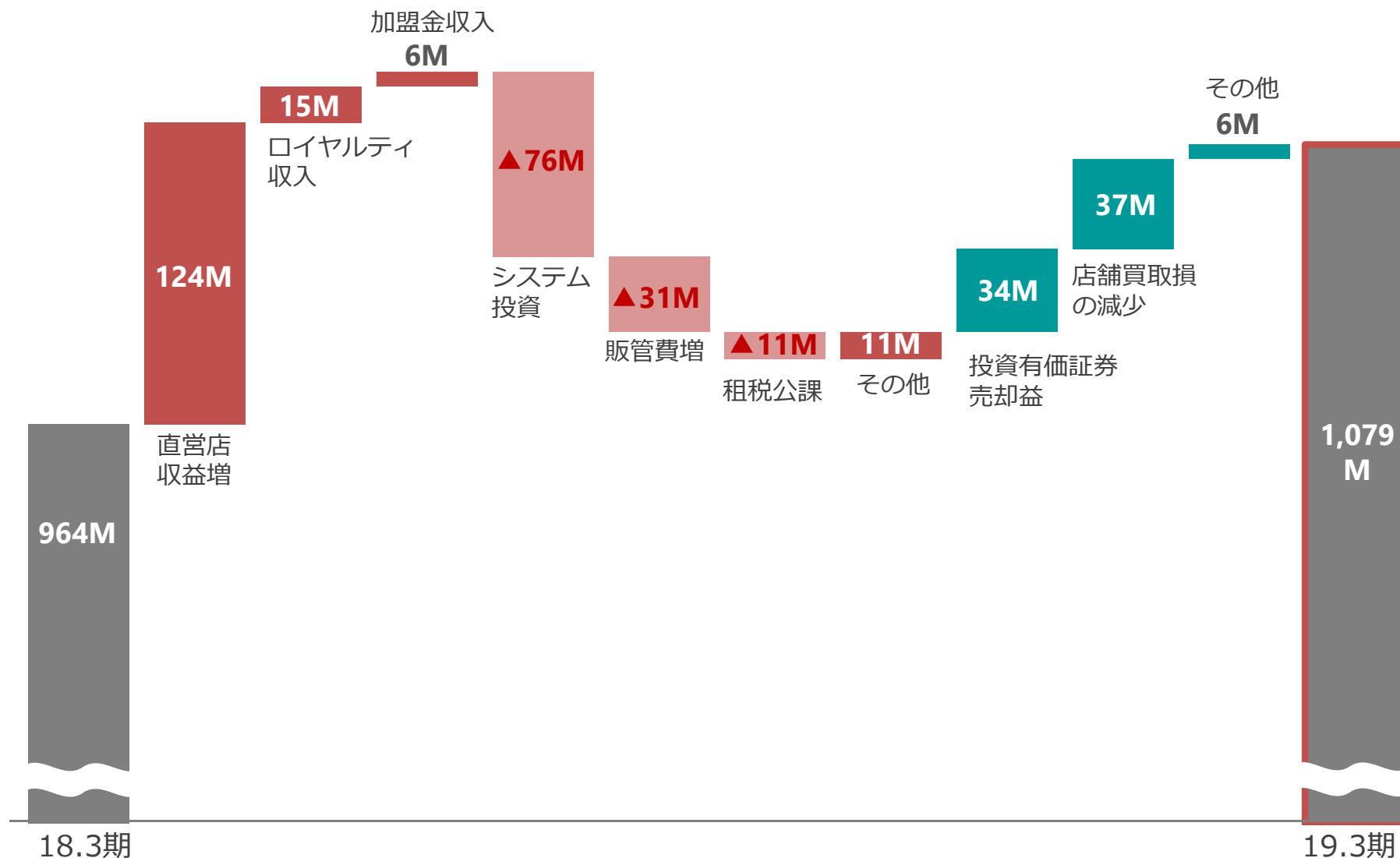
- 増収となったものの、来期に向けた人財投資や、一部店舗の買取に伴い、経常利益は減益。

■ 売上高 ■ 経常利益
(百万円)



経常利益の前期比増減の構成 通期累計

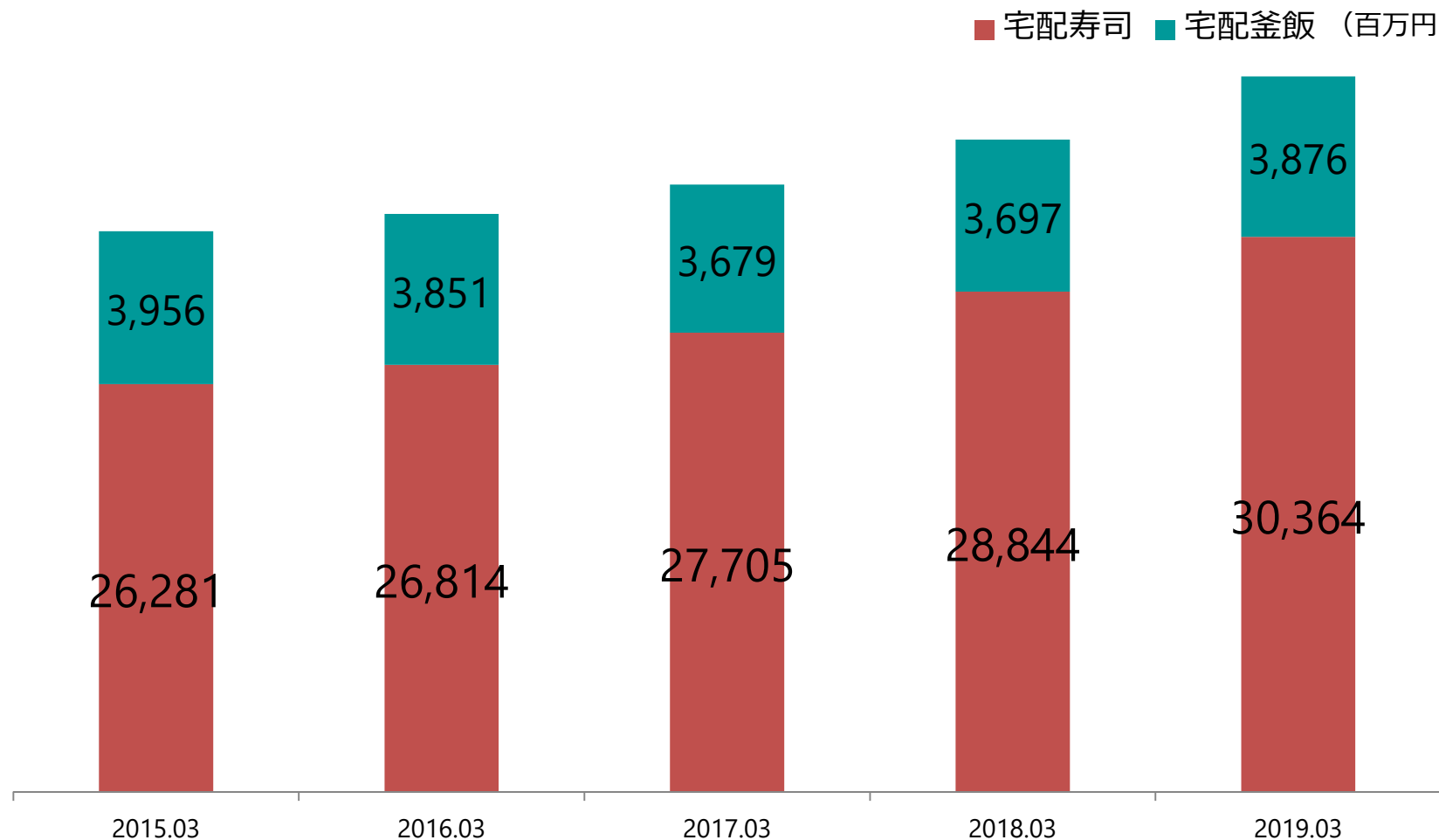
各種投資に比べ、店舗業績が好調に推移したことにより増益となる



当社チェーン総売上高 - 既存事業

宅配寿司チェーン売上高は、創業以来初の300億円を達成

- 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売上高は好調に推移。店舗出店や、商品販売戦略の変更などにより、釜寅売上も増加傾向。



店舗数・拠点数の増減

銀のさら拠点へのファインダイন付設出店を促進し、店舗数は9店舗増加

事業形態	ブランド	18.3期末 店舗数	出店	閉店	19.3期末 店舗数
宅配事業	銀のさら	361	－	△2	359
	釜寅	189	4	△2	191
	すし上等！	152	－	△2	150
宅配代行事業	ファインダイン	33	11	－	44
合計		735	15	△6	744

	18.3期末 拠点数	拠点開設	拠点閉鎖	区分変更	19.3期末 拠点数
直営店	101	－	－	3	104
FC店	270	－	△2	△3	265
合計	371	－	△2	0	369

連結B/S 対前期末

当期純利益計上等により純資産+171百万円。自己資本比率52.8%（前期末50.3%）

（単位：百万円）	18.3期末	19.3期末	前期比	ポイント
流動資産	6,717	6,457	△260	資産 △148百万円 【流動資産】△260百万円 ・ 原材料及び貯蔵品 +157百万円 ・ 未収入金 +76百万円 ・ 現金及び預金 △521百万円 ・ 売掛金 △90百万円 【固定資産】+111百万円 ・ 建物及び構築物 +73百万円 ・ 投資有価証券 △64百万円
（うち現預金）	4,013	3,492	△521	
有形固定資産	569	681	+111	
無形固定資産	421	368	△52	
投資その他資産	2,345	2,398	+52	
資産合計	10,055	9,906	△148	負債 △320百万円 【流動負債】△65百万円 【固定負債】△255百万円 （約定どおり借入金を返済したことにより）
流動負債	2,963	2,898	△65	
（うち1年内有利子負債）	406	440	+33	
固定負債	2,031	1,775	△255	
（うち1年超有利子負債）	1,549	1,276	△273	
負債合計	4,994	4,673	△320	純資産 +171百万円 【株主資本】+382百万円
株主資本	4,813	5,196	+382	
純資産合計	5,060	5,232	+171	
負債・純資産合計	10,055	9,906	△148	

19.3期 4Qトピックス

- 宅配寿司チェーン売上が年間300億円を達成
 - － 皆様のご支援、ご高配を賜り、創業以来初めて宅配寿司チェーン売上が年間300億円を達成致しました。



- 宅配寿司「銀のさら」WEB会員が200万人突破
 - － 皆様のご愛顧のおかげで、2019年に宅配寿司「銀のさら」のWEB会員が200万人を突破いたしました。



- 宅配寿司「銀のさら」にて"大生エビ&炙り大エビ"を期間限定で発売
 - － 2019年1月より、期間・数量限定で、「大生エビ」、「炙り大エビ」を発売しております。
 - － 天然物のエビだからこそ味わうことができるトロっとした甘みと、プリプリとした身が口の中に広がる旨味を存分にお楽しみいただけます。



躍5人前



大生エビ（左） 炙り大エビ（右）

通期業績予想 – 連結

売上高208億円（前期比+1.5%）、経常利益11.6億円（前期比+7.7%）

- 前年対比では銀のさら売上101.5%を見込む。その他事業は前年同等の100%を維持。
- 10月からの軽減税率適用による効果は不透明の為、加味しない。
- 出店計画はイトイン型店舗を1店舗、釜寅1店舗、ファインダイナ付設出店10店舗。

(単位：百万円) 下段：	19.3期 通期 実績(連結)	20.3期 通期 予想(連結)	前期比
	売上構成比%	売上構成比%	前期増減率%
売上高	20,503	20,820	+316
	–	–	+1.5%
営業利益	1,036	1,151	+114
	5.1%	5.5%	+11.1%
経常利益	1,079	1,162	+83
	5.3%	5.6%	+7.7%
当期純利益	665	730	+64
	3.2%	3.5%	+9.7%
1株当たり当期純利益	63.59円	69.52円	+5.93円

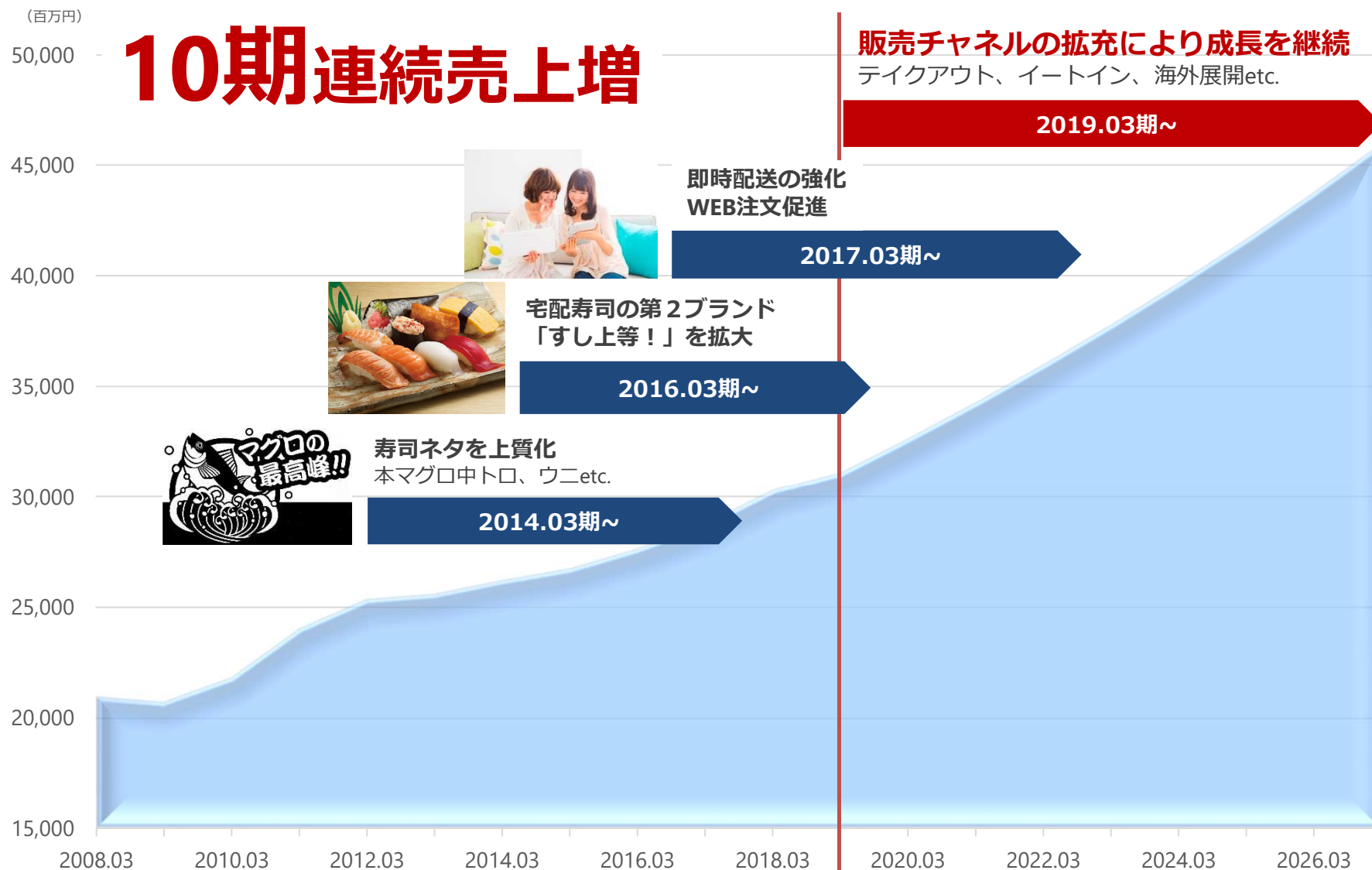
※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

2020年3月期 成長戦略



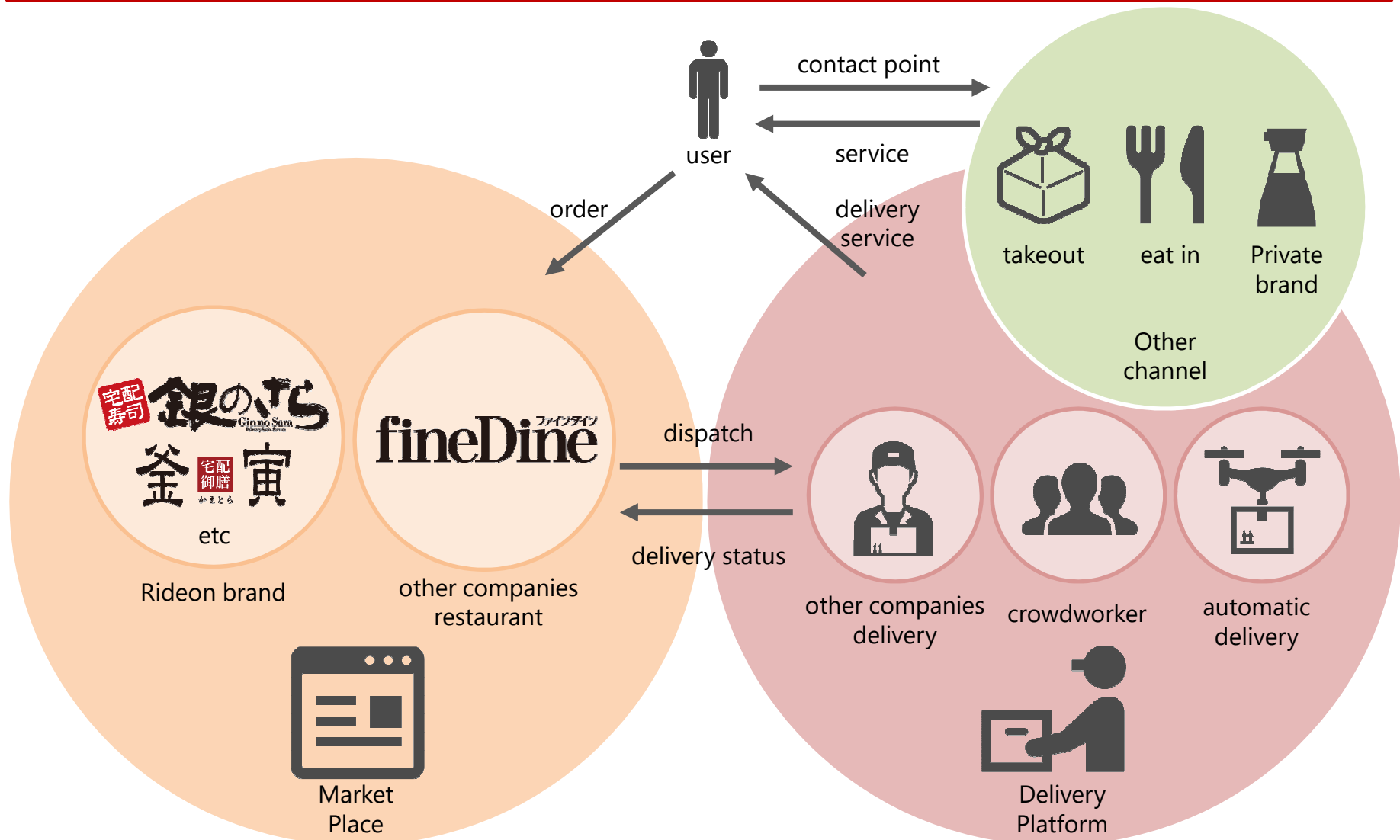
宅配寿司の事業拡大ビジョン

デリバリー以外の様々な販路を拡大し、より「銀のさら」を身近なブランドへ



当社の事業ビジョン

プラットフォームを構築し、フードデリバリーのフロントリーダーへ



今期の成長戦略

2019.3

2020.3

2021.3

銀のさら

- WEB注文促進による注文顧客拡大
 - デリポイント施策
 - アプリ利用の拡大
- イートイン&デリバリーの、新たな複合モデルの挑戦

釜寅

- 日常性の訴求に伴うランチ帯売上獲得
- 利便性向上を目的とした使捨て容器導入

ファインダイン

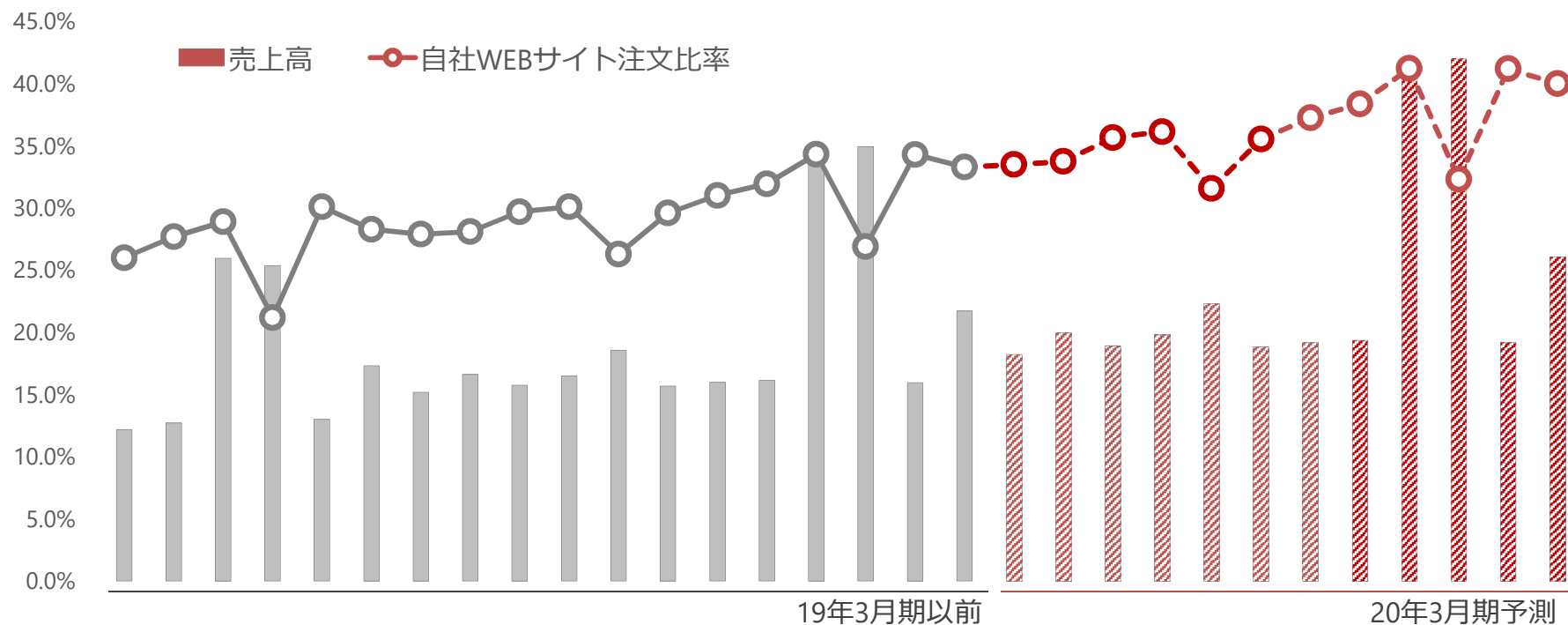
- 配達エリアの拡大
- 3大配送コスト削減
 - 配送コスト
 - 配車コスト
 - 販促コスト

事業基盤強化：組織体制の刷新

WEBからの顧客獲得強化

自社ポイントサービス「デリポイント」を活用し、更なるWEB注文強化

- 公式WEBサイト、公式アプリからの注文におけるユーザー還元を強化しつつ、利便性を向上し続け、注文体験の最適化を目指す。



公式アプリリリース

公式アプリのユーザー還元施策

デリポイント開始

加盟店含む
全国の店舗へ導入※

公式サイトのデリポイント還元施策

LINE公式アカウント開設/公式サイトとユーザー連携

チャット形式の注文導入

※一部店舗を除く

テイクアウト&イートイン店舗の検証

デリバリー&テイクアウト&イートインという新たな複合店舗モデルの開発

- テイクアウトの検証実績を基に、更にイートイン形態の店舗モデルを検証。主力である「銀のさら」「釜寅」の顧客接点を増やすと共に、未出店地域への出店モデルとなることを狙う。



イートインスペースのイメージ



テイクアウトスペースのイメージ

利便性の拡張による新たな顧客獲得

日常的に利用し易いブランドにし、「釜寅」の顧客接点を増やす

■ 使い捨て容器の導入

- 容器回収の選択ができるようにすることで、顧客がより便利に注文できる釜寅へ。
- 現在は一部直営店において、検証中。全店導入は検証結果により判断。



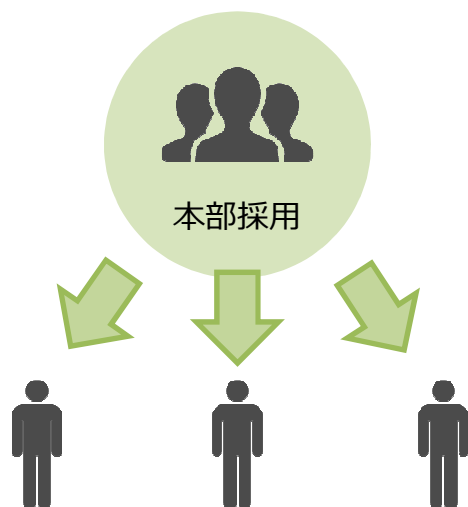
■ ランチメニューの改善

- ランチ時間の商品構成を改善。
- 顧客の注文し易い商品・価格とすることで、ランチ注文での顧客接点を強化。



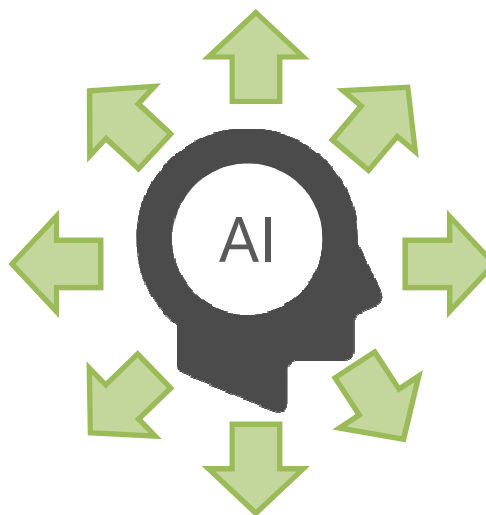
3大コストの削減

ファインダインの「配送」「配車」「販促」コストを改善し、全国展開へ



■ 配送コスト

- 本部において配達人員を採用。首都圏エリアでのピークタイム需要に合わせた人員配置を目指す。



■ 配車コスト

- AIによる配車システムを構築。配車に係る人員を削減し、配達人員の生産性向上を目指す。



■ 販促コスト

- 外部ポータルとの連携を基に、販促コストの削減を目指す。

參考資料



会社概要

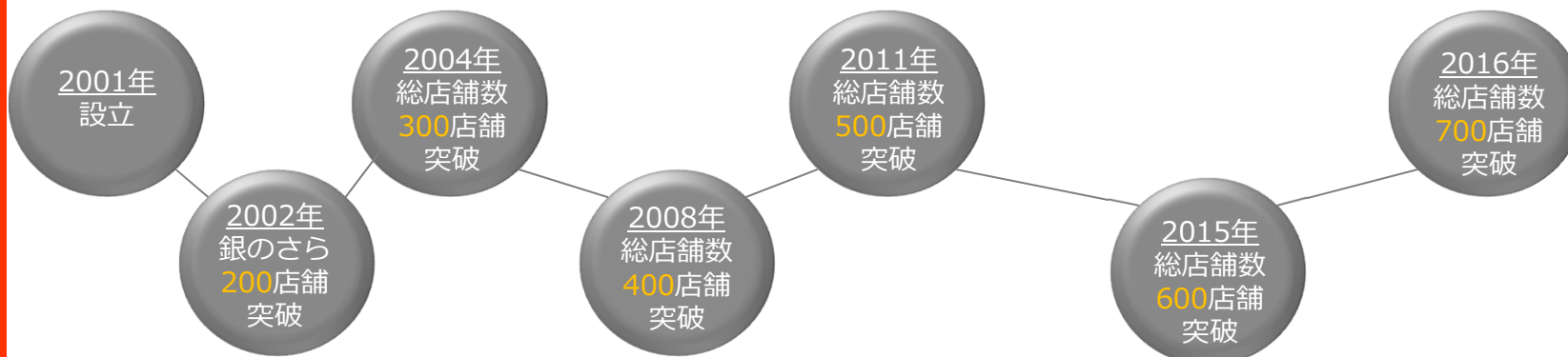
※2019年3月末時点

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	9億8,245万円	
従業員数（連結）	3,453名／うち正社員350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 ライドオン・エースタート1号投資事業有限責任組合 ライドオン・エースタート2号投資事業有限責任組合	

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

銀のさら」FC募集開始
株式会社レストラン・エクスプレス設立

2000年2月4月

本社を東京都台東区に移転



釜 実

2000年4月10月
2000年6月

FC募集開始
銀のさら」釜実」複合店舗の
釜実」1号店出店

2000年6月12月

本社を東京都港区に移転

2000年8月7月

ファインダイニング事業をM & A



fineDine

2001年3月4月

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

2001年3月12月

Mothers

2001年5月11月
2001年4月

東証一部へ市場変更
すし上等」1号店出店

JPX
東証一部上場



2001年7月10月

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「ファインダイニング」

宅配代行ブランド

fineDine ファインダイニング

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

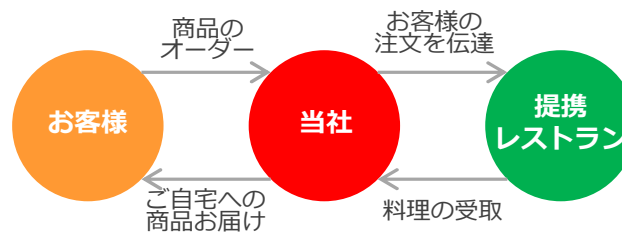


ニーズ

- 美味しいと評判のレストランに行きたいけれど、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 ファインダイニング

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



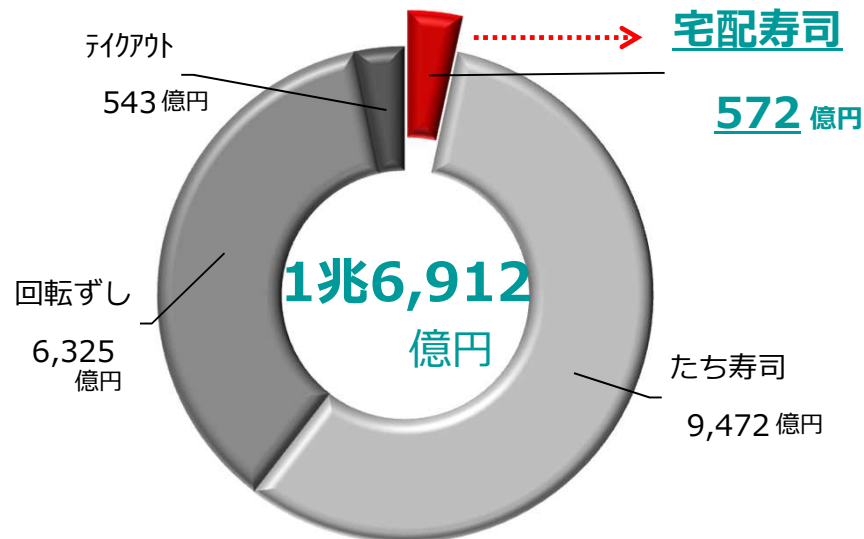
fineDineを利用するメリット

- 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。

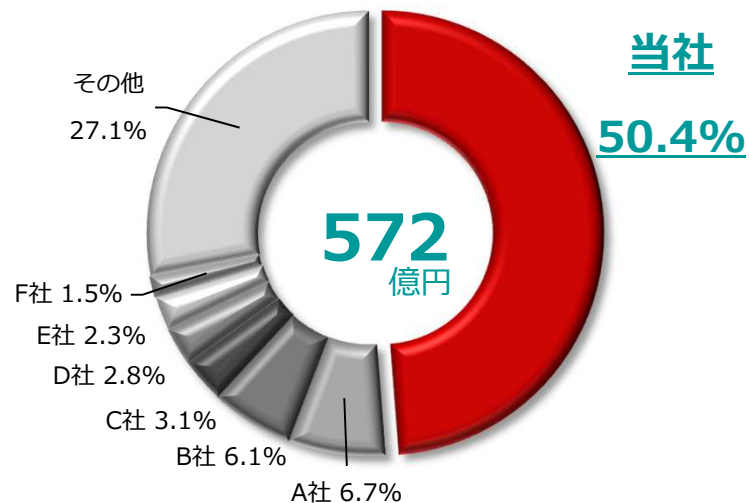
市場規模

※(株)富士経済（外食産業マーケティング便覧2018）より

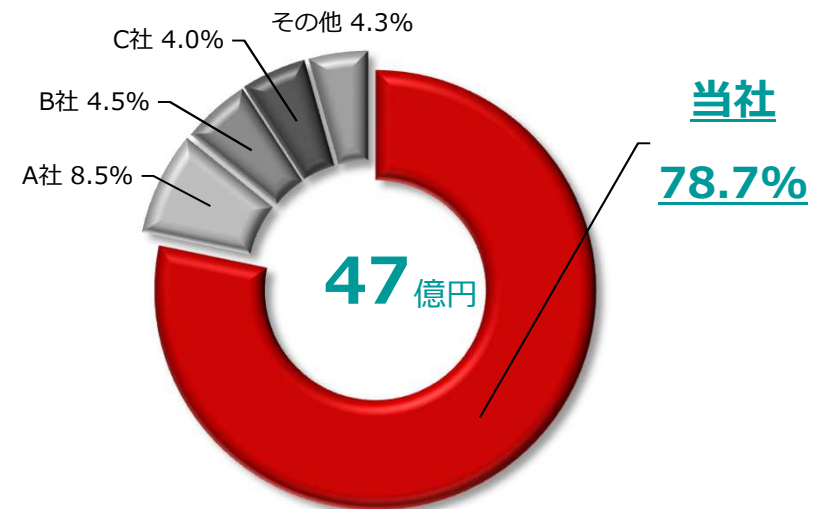
日本の寿司市場（2017年実績）



宅配寿司市場（2017年実績）

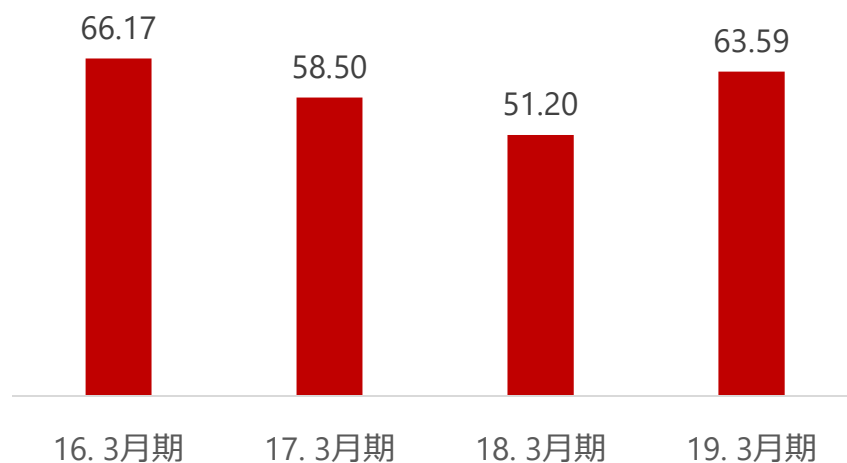


宅配釜飯市場（2017年実績）



各種指標（連結）

1株当たり当期純利益 (単位：円)



自己資本当期純利益率 (単位：%)



自己資本比率 (単位：%)



1株当たり純資産 (単位：円)



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。