



2015年3月期  
**第2四半期決算説明会**

2014年11月27日  
**株式会社 ライドオン・エクスプレス**  
(証券コード: 6082)

## 1. 2015年3月期 第2四半期 業績概要

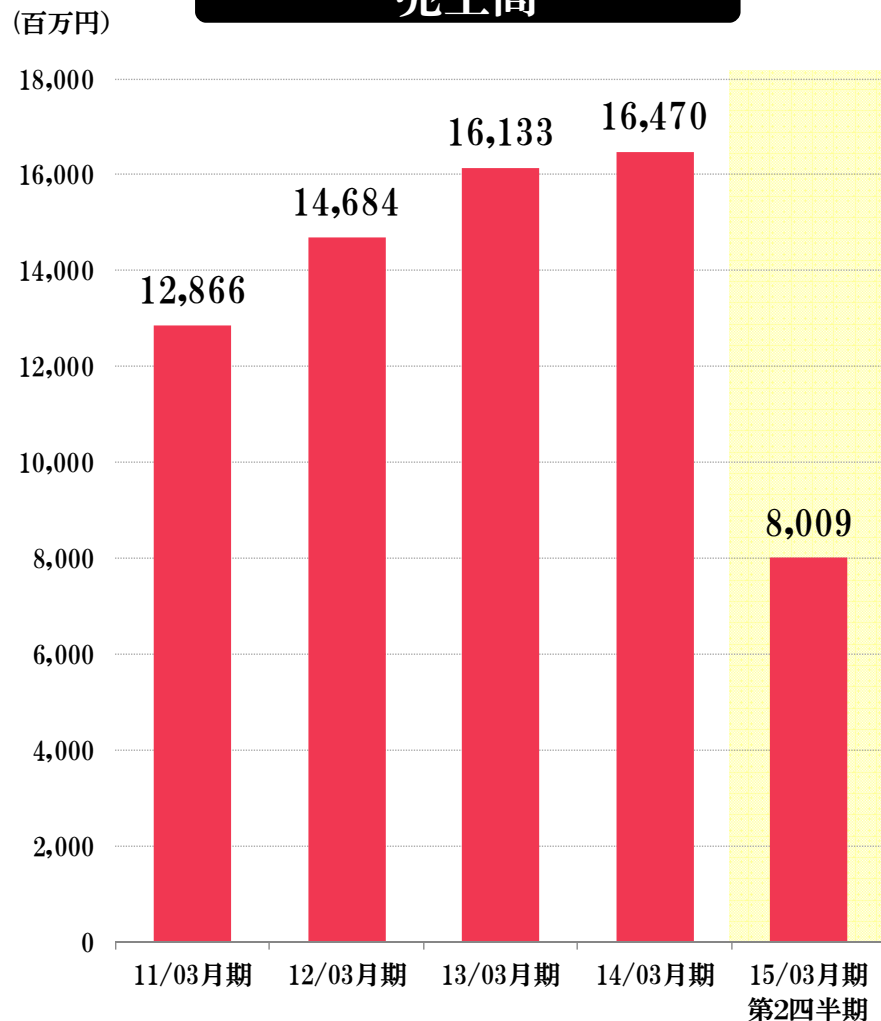
## 2. 事業の内容

## 3. 中長期戦略

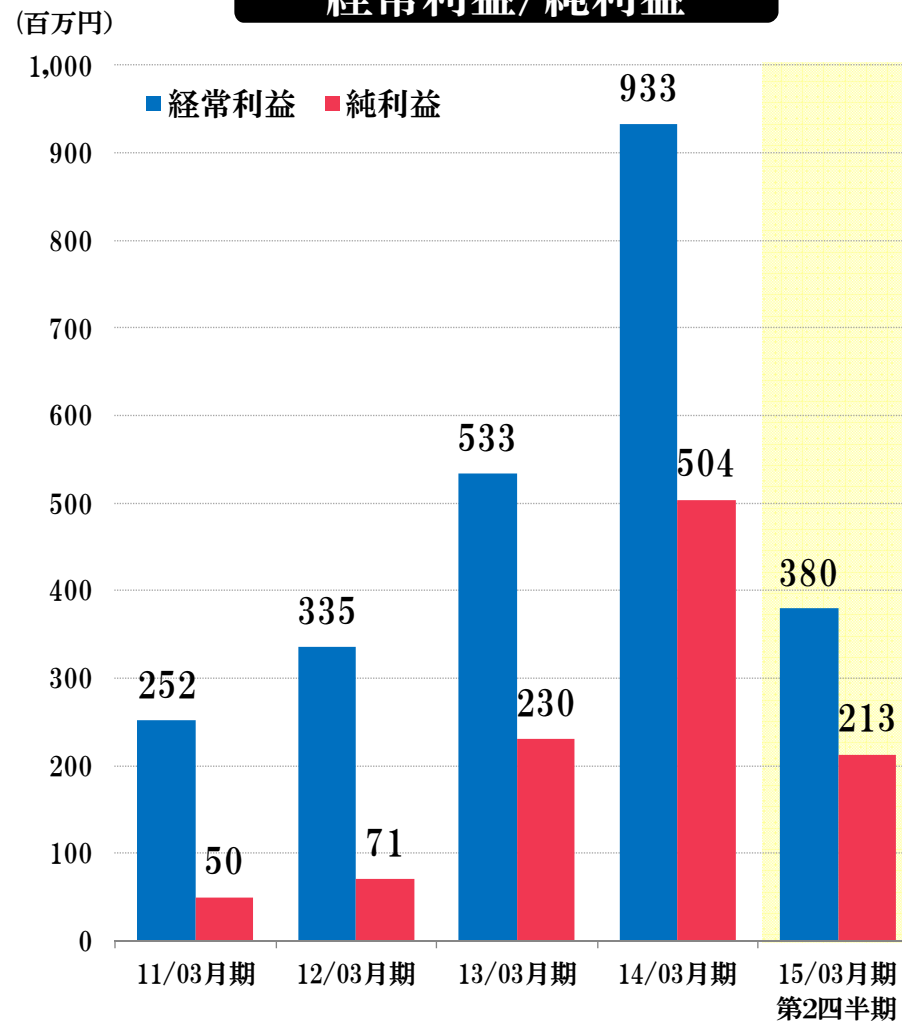
## 4. 2015年3月期の活動

<h2>決算概要</h2>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 売上高<b>8,009</b>百万円、経常利益<b>380</b>百万円             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 上期には<b>17</b>店舗の新規出店を完了。</li> </ul> </li> <li>■ 2015年3月期予想は据え置き             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 利益は前年比<b>2桁成長</b>を見込む。</li> </ul> </li> <li>■ 期末配当予想を発表 (<b>20.0</b>円)</li> </ul>
<h2>事業概要</h2>	<h3>銀のさら</h3>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ メニュー戦略、販売戦略が当たり、売上高は順調に推移。             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 高単価商品「<b>美濃</b>」が複数人前桶で登場。予想以上の販売数により、1注文あたりの平均単価(客単価)が上昇。</li> <li>- 「<b>ハッピーバースデー</b>」のミュージックビデオ作成サービスを提供。</li> <li>- ファミリー層への認知度・売上向上に向けて、アニメキャラクター「<b>ポケットモンスター</b>」とのタイアップキャンペーンを実施。</li> </ul> </li> </ul>
	<h3>ろくめいかん</h3>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 期初計画1店舗の出店に対し、<b>8</b>店舗の新規出店を完了。             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014年9月より<b>FC出店を開始</b>し、2店舗を出店。</li> </ul> </li> </ul>
	<h3>fineDine</h3>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2014年8月より<b>WEBサイト及び受注システム</b>を一新。             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 配達時間の改善と、お客様の利便性を向上。</li> <li>- 手作業を削減し、店舗でのオペレーション改善を実現。</li> </ul> </li> </ul>

売上高



経常利益/純利益



Point 売上高前期比 +4.5% 経常利益前期比 △8.1% 四半期純利益前期比 △6.2%

※従来、店舗の譲渡及び譲受に伴う固定資産の除売却費用等を特別損益に計上しておりましたが、第14期第1四半期会計期間より、営業外損益に計上する方法に変更したため、第13期会計年度の主要な経営指標については、当該変更を反映した遡及修正後の数値を記載しております。

■ 売上高前期比+4.5%、経常利益前期比△8.1%、四半期純利益前期比△6.2%

・既存店業績好調により、期初予想に対して売上高+2.9%。

・食材の品質向上を行い、お客様へ還元をしていることで原価率が上昇し、営業利益率が低下しておりますが、期初計画どおりであり、通期予想への影響はありません。

(単位:百万円)

	14/03期 2Q 実績	15/03期 2Q 期初予想	15/03期 2Q 実績	前期比	期初予想比
	売上構成比%	売上構成比%	売上構成比%	前期比%	予想比%
売上高	7,665	7,782	8,009	+344	+227
	-	-	-	+4.5%	+2.9%
営業利益	400	267	390	△9	+123
	5.2%	3.4%	4.9%	△2.5%	+45.9%
経常利益	414	265	380	△33	+115
	5.4%	3.4%	4.8%	△8.1%	+43.5%
四半期純利益	227	139	213	△14	+73
	3.0%	1.8%	2.7%	△6.2%	+52.8%
1株当たり純利益	57.77円	30.08円	45.95円	△11.82円	+15.87円

※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

※従来、店舗の譲渡及び譲受に伴う固定資産の除売却費用等を特別損益に計上しておりましたが、第14期第1四半期会計期間より、営業外損益に計上する方法に変更したため、第13期会計年度の主要な経営指標については、当該変更を反映した遡及修正後の数値を記載しております。

- 通期業績予想は据え置きとなります。
- ・通期計画に対する経常利益の進捗率は36.9%と前年44.4%からは下回っておりますが、期初予想段階での上期進捗率25.7%を上回る結果となりました。
- ・15/3期第3,4半期では、①原価影響が前年とほぼ同等になること、②増税対策として14/3期後半に投下した広告宣伝の投資により販管費影響が軽減されること、などにより前年を上回る見通しとなります。

(単位:百万円)

	第2四半期(累計)			通期		
	15年3月期 実績	14年3月期 実績	前年比	15年3月期 予想	14年3月期 実績	前年比
売上高	8,009	7,665	+4.5%	16,773	16,470	+1.8%
比率	100.0%	100.0%		100.0%	100.0%	
営業利益	390	400	△2.5%	1,035	917	+12.8%
比率	4.9%	5.2%		6.2%	5.6%	
経常利益	380	414	△8.1%	1,030	933	+10.3%
比率	4.8%	5.4%		6.1%	5.7%	
当期純利益	213	227	△6.2%	600	504	+19.1%
比率	2.7%	3.0%		3.6%	3.1%	

※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

※従来、店舗の譲渡及び譲受に伴う固定資産の除売却費用等を特別損益に計上しておりましたが、第14期第1四半期会計期間より、営業外損益に計上する方法に変更したため、第13期会計年度の主要な経営指標については、当該変更を反映した遡及修正後の数値を記載しております。

**1. 2015年3月期 第2四半期 業績概要**

**2. 事業の内容**

**3. 中長期戦略**

**4. 2015年3月期の活動**

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	8億3663万円(2014年3月末日 現在)
従業員数	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>
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





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」を活用して展開する企業

宅配寿司 **銀のさら** は全国44都道府県  
で展開しています(2014年9月末時点)

- ・「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



宅配寿司 **銀のさら**



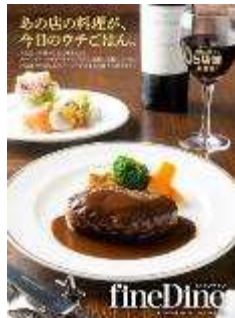
釜 **釜寅**



360のいっぴん



**銀のお弁当**



fineDine



CURRY CARRY

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



- ・2013年12月 東証マザーズ 上場

2014年度  
総店舗数  
573店舗

- ・2013年2月 「銀のお弁当」1号店出店

2004年度  
総店舗数  
300店舗  
突破

- ・2006年12月 本社を東京都港区に移転
- ・2006年2月 「リトルアーティスト」販売開始
- ・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

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

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





		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

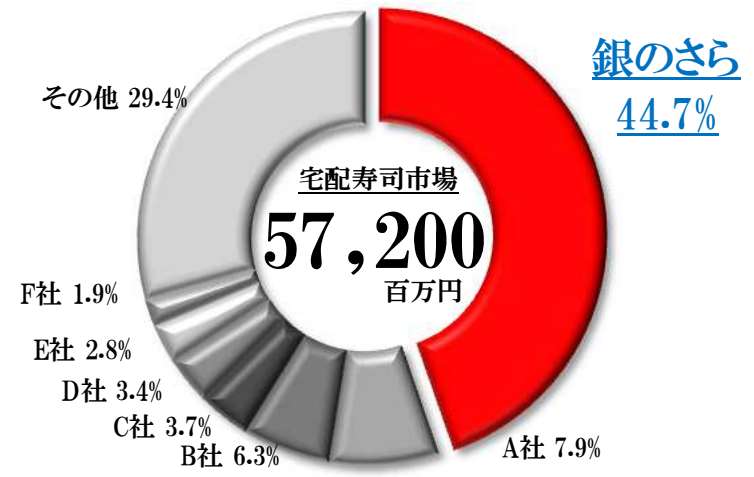
■宅配寿司 圧倒的**シェアNo.1**  
(2013年 シェア実績 **44.7%**)



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

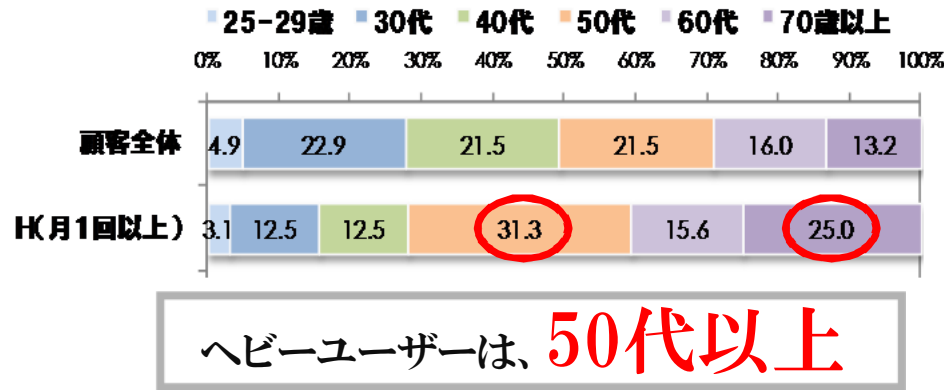
■宅配釜飯市場(2013年実績)



※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



釜寅の顧客セグメント

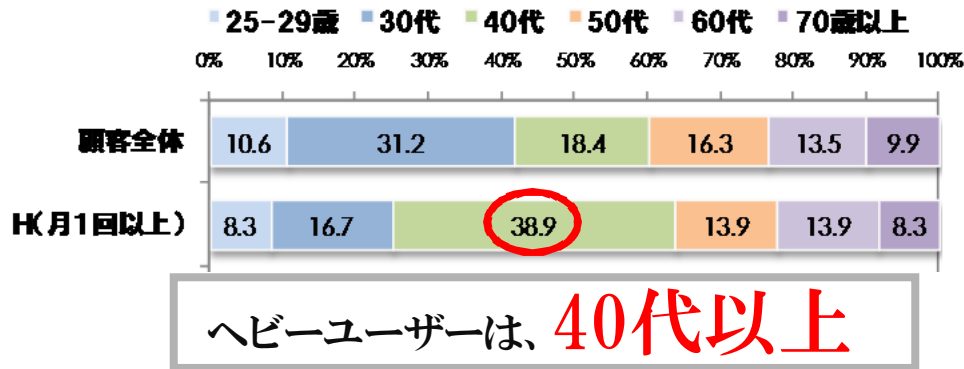
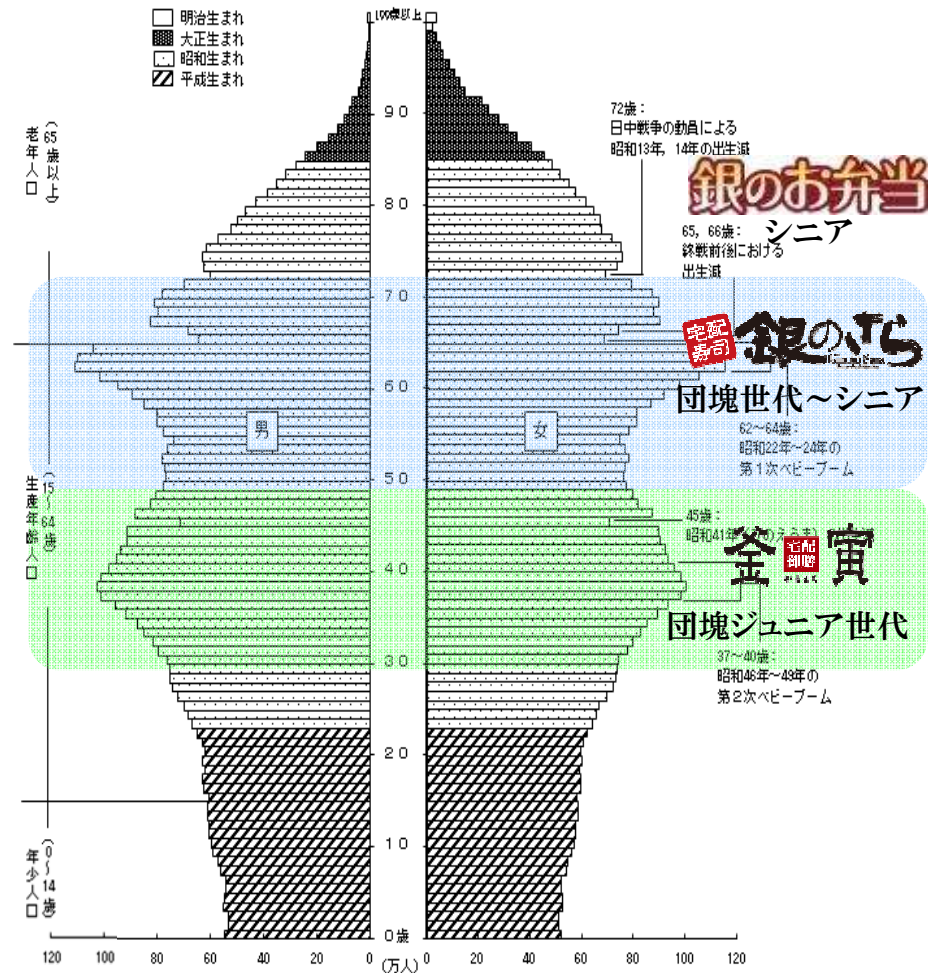


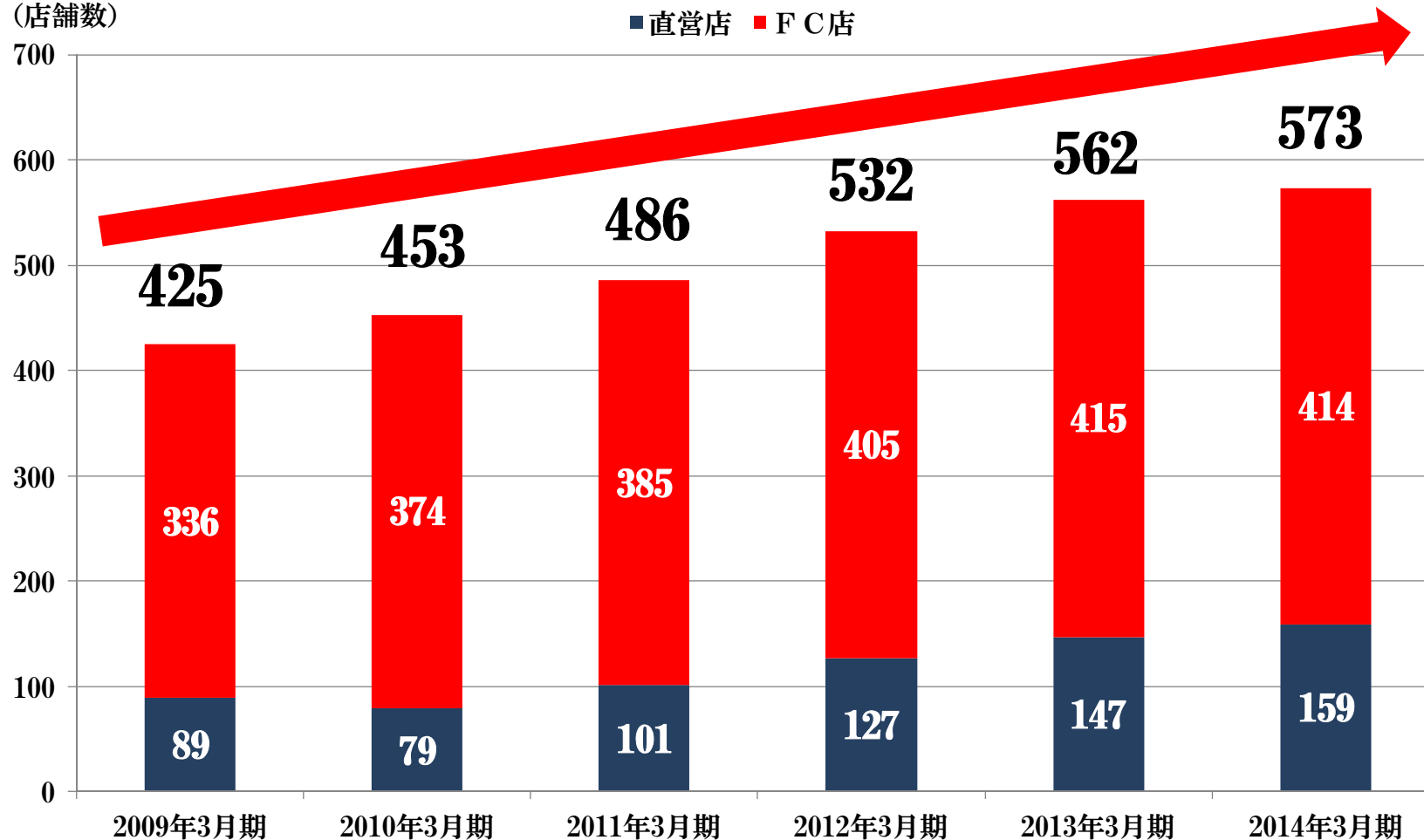
図2 我が国の人口ピラミッド (平成23年10月1日現在)



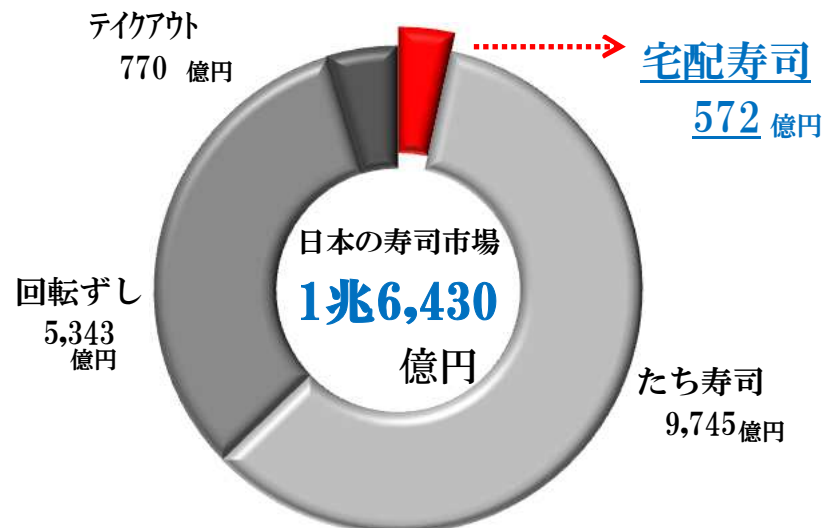
『ビジネスモデルの完成度が高く、直営店/FC店を戦略的に配分しながら業容を拡大』

■ 総店舗数推移(直営/FC別)

(店舗数)

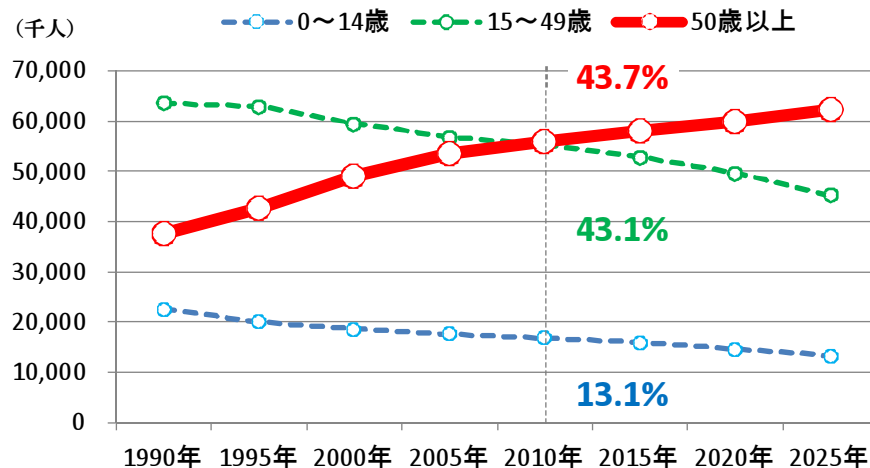


## 日本の寿司市場(2013年実績)



※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2014年)より

## 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

●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。**

## 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



## 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
  - 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。



**1. 2015年3月期 第2四半期 業績概要**

**2. 事業の内容**

**3. 中長期戦略**

**4. 2015年3月期の活動**

# 1. 複合化戦略を軸とした出店の加速

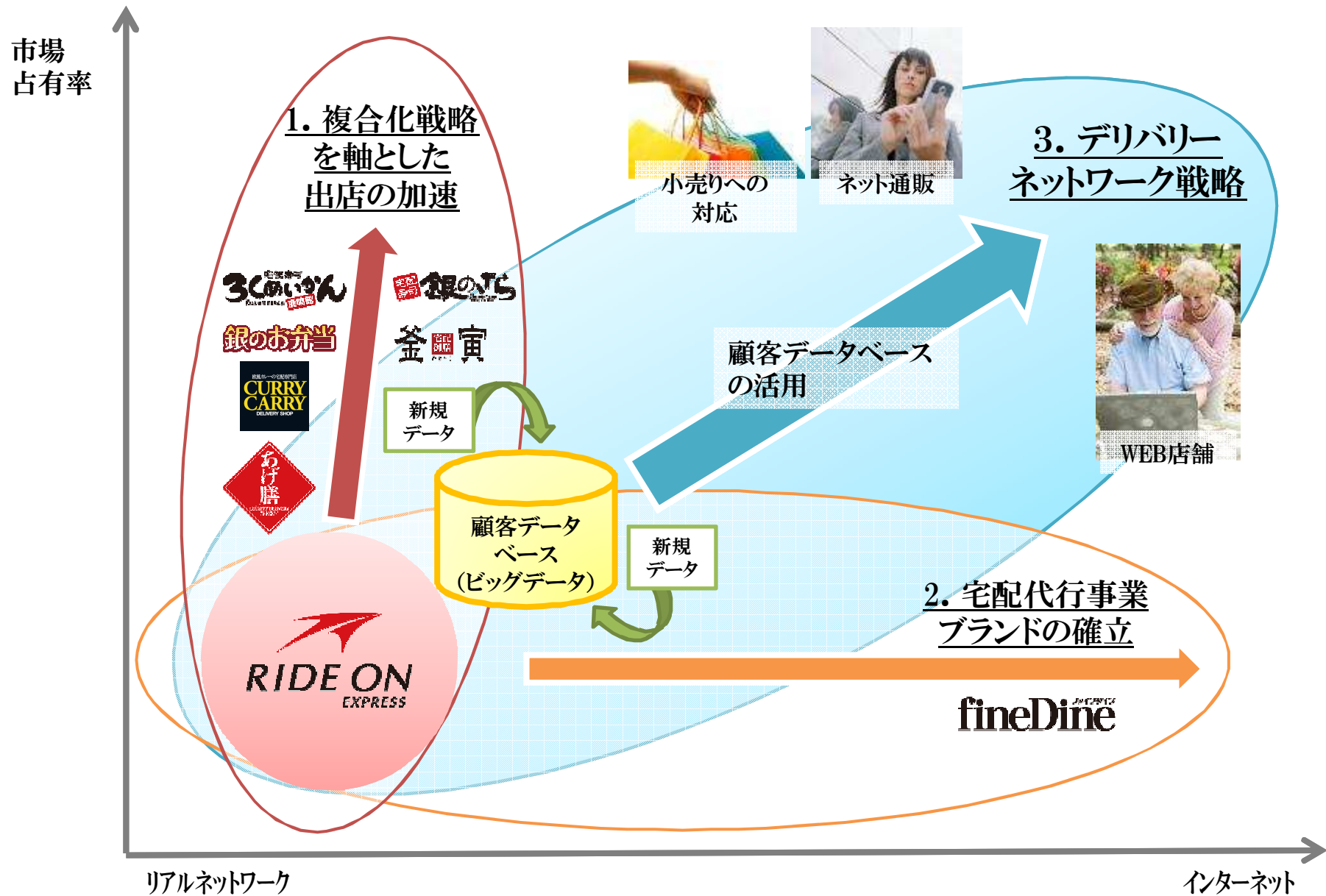
宅配寿司「銀のさら」出店における拠点数を増加し、ブランドの複合化による出店を加速していきます。消費者に対し、お寿司だけではなく、多様な食のサービスをご提供できる環境を作り、フードデリバリー企業No.1を目指します。

# 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. 2015年3月期 第2四半期 業績概要**

**2. 事業の内容**

**3. 中長期戦略**

**4. 2015年3月期の活動**

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



基幹ブランド



「おい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手ごろな価格で提供、食材の一括仕入れにより鮮度の良いネタの安定調達に努めています。



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。薬味を添えたり、お茶漬けにして食べるなど従来の釜飯の概念とは異なる「新しい食べ方の提案」も好評です。



銀のお弁当

美味しさ、栄養、カロリーをバランスよく構成したお弁当・惣菜をお届けしています。



銀の3つのいかん

江戸前寿司と創作寿司を融合した新しいお寿司を、日常で頼みやすい低価格でお届けしています。



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



2014年2月

業務提携



- 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



「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**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。

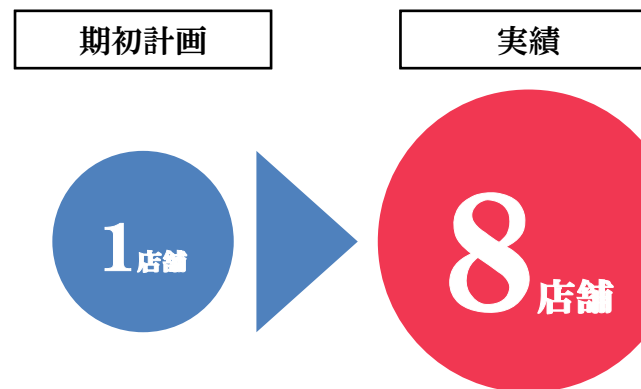


グランドメニュー表紙



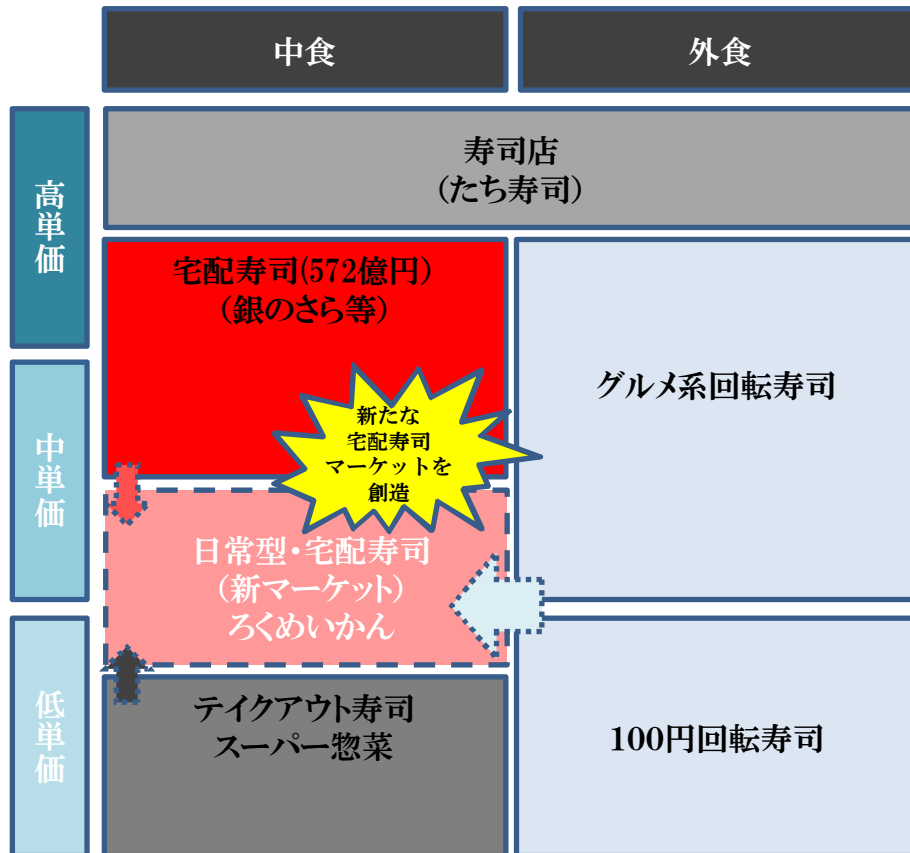
さくら4人前 ¥4,200-(宅配料込)  
(1人当たり¥1,000-)

## ■ 出店状況

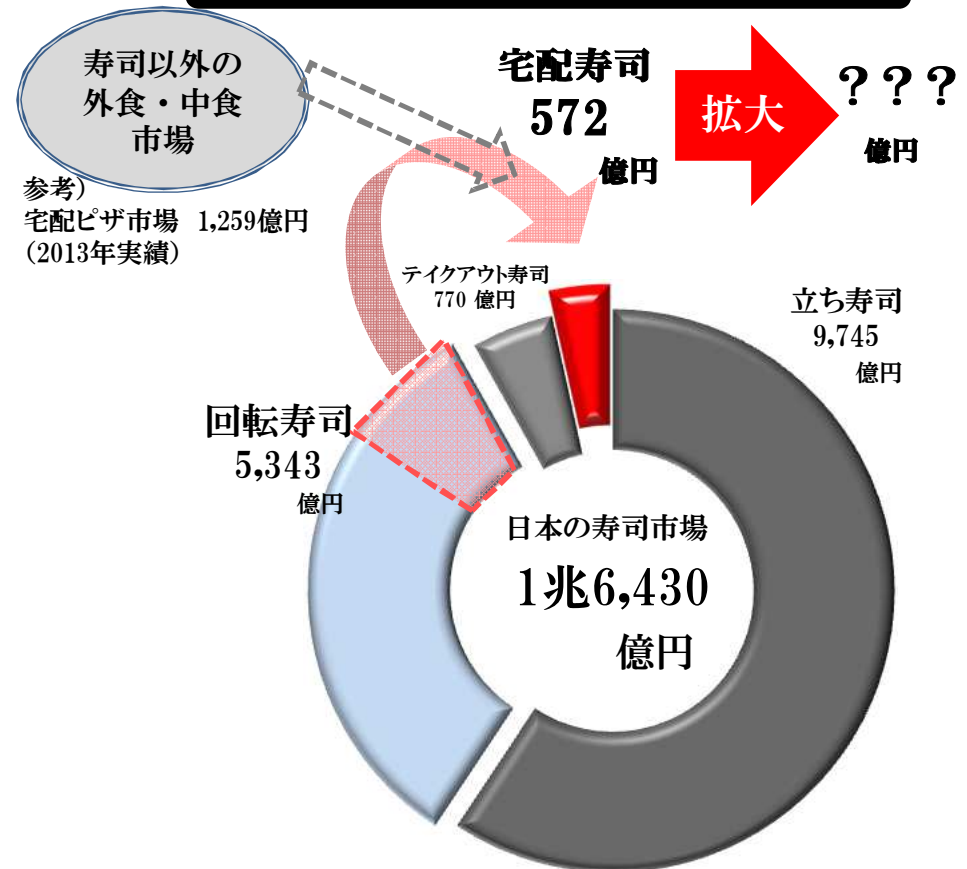


※期初計画に対し、+7店舗の出店実績となりました。  
※2014年9月よりFC出店を開始し、2店舗の出店を完了しております。

寿司業界イメージ図



再編イメージ図



※(株)富士経済(外食産業マーケティング便覧2014年)より

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。

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提携レストランの宅配代行サービスを行う店舗を展開。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

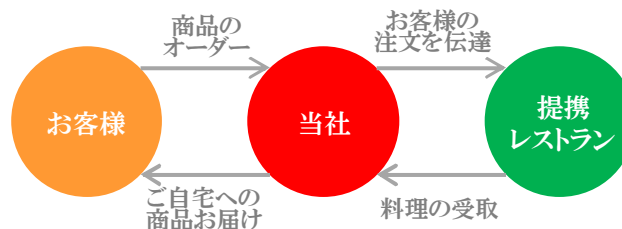


ニーズ

- 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。



# デリバリー配車システム NRDS (No Return Delivery System)



～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ダイニングにおける宅配の配送員のことです。

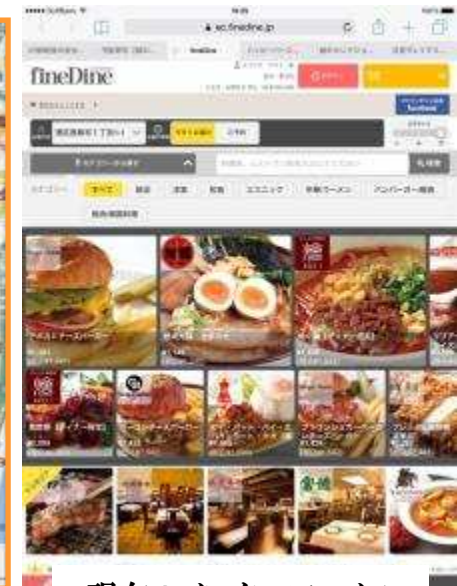
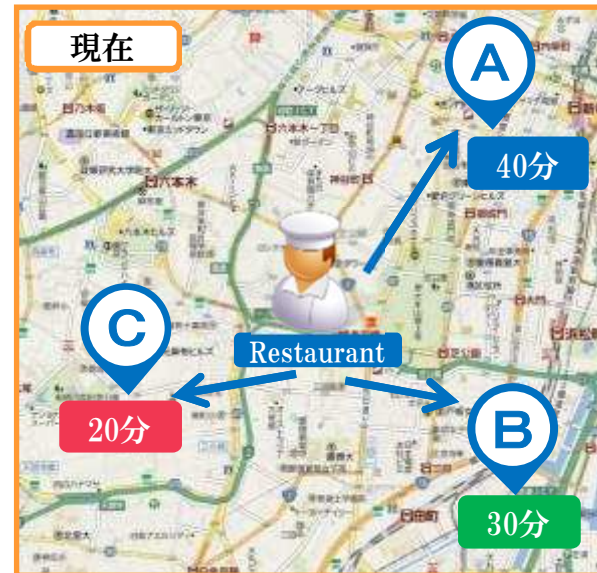
今まで

お届け先がどこであろうが、商圈内一律で配達時間を設定。その為、最も配達時間がかかることを想定して配達告知時間を設定するため、配達告知時間は自然と長くなる傾向でした。

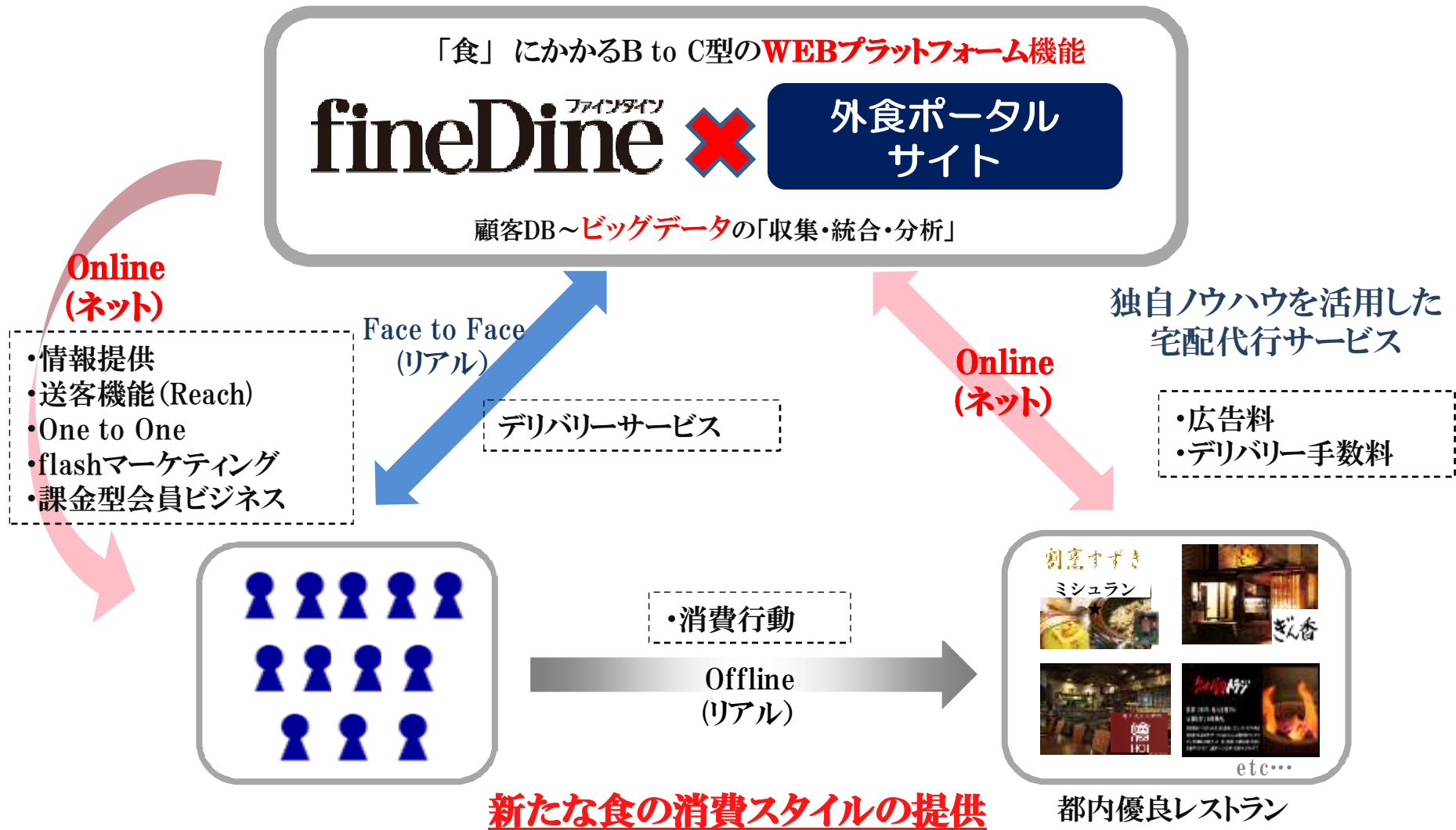


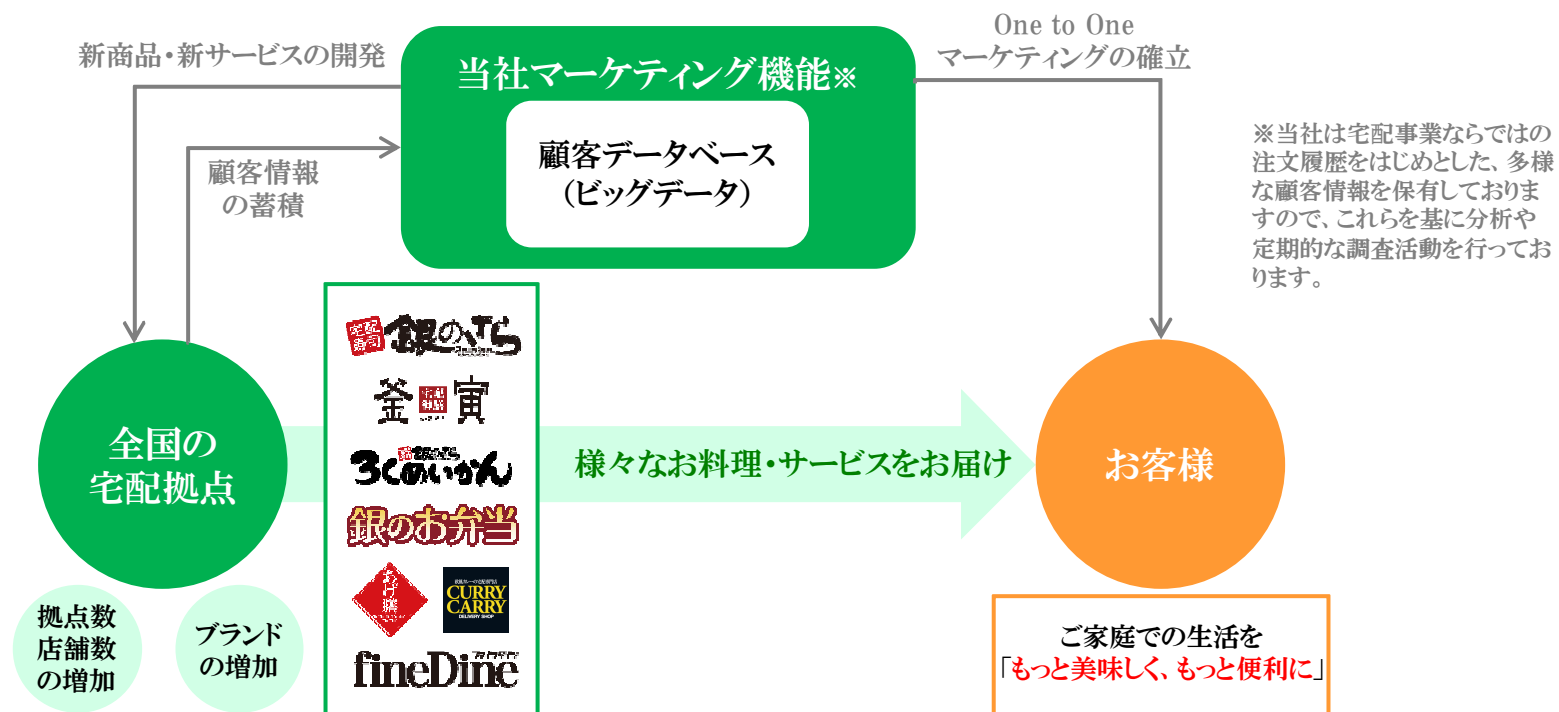
現在

①デリバリー、②レストラン、③お届け先の住所を元に配達予測時間を計算する仕組みを開発。それを元に、配達告知時間を表示することにより、お客様毎に最適な配達時間をご案内することが可能となりました。



現在のインターフェイス





**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。

ご家庭での生活を  
『もっと美味しく、もっと便利に』



## 2014年3月期 損益計算書(四半期・累計期間)

2014年3月期	第1四半期 (累計期間)	比率	第2四半期 (累計期間)	比率	第3四半期 (累計期間)	比率	第4四半期 (累計期間)	比率
売上高	3,704	100.0%	7,665	100.0%	12,291	100.0%	16,470	100.0%
売上原価	1,993	53.8%	4,117	53.7%	6,803	55.4%	8,970	54.5%
売上総利益	1,710	46.2%	3,548	46.3%	5,487	44.6%	7,500	45.5%
販売管理費	1,528	41.3%	3,147	41.1%	4,845	39.4%	6,582	40.0%
営業利益	182	4.9%	400	5.2%	641	5.2%	917	5.6%
経常利益	182	4.9%	414	5.4%	653	5.3%	933	5.7%
四半期純利益	98	2.7%	227	3.0%	362	2.9%	504	3.1%
総店舗数	561	100.0%	562	100.0%	569	100.0%	573	100.0%
直営店舗	151	26.9%	153	27.2%	157	27.6%	159	27.7%
FC店舗	410	73.1%	409	72.8%	412	72.4%	414	72.3%
拠点数	369	-	368	-	371	-	371	-

※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

※従来、店舗の譲渡及び譲受に伴う固定資産の除売却費用等を特別損益に計上していましたが、第14期第1四半期会計期間より、営業外損益に計上する方法に変更したため、第13期会計年度の主要な経営指標については、当該変更を反映した遡及修正後の数値を記載しております。

**2014年3月期 損益計算書(四半期・会計期間)**

2014年3月期	第1四半期 (会計期間)	比率	第2四半期 (会計期間)	比率	第3四半期 (会計期間)	比率	第4四半期 (会計期間)	比率
売上高	3,704	100.0%	3,961	100.0%	4,625	100.0%	4,179	100.0%
売上原価	1,993	53.8%	2,123	53.6%	2,686	58.1%	2,166	51.8%
売上総利益	1,710	46.2%	1,837	46.4%	1,938	41.9%	2,012	48.2%
販売管理費	1,528	41.3%	1,619	40.9%	1,698	36.7%	1,737	41.6%
営業利益	182	4.9%	218	5.5%	240	5.2%	275	6.6%
経常利益	182	4.9%	231	5.8%	239	5.2%	279	6.7%
四半期純利益	98	2.7%	129	3.3%	134	2.9%	142	3.4%

※百万円未満切捨て、%は小数点第2位で四捨五入

※従来、店舗の譲渡及び譲受に伴う固定資産の除売却費用等を特別損益に計上していましたが、第14期第1四半期会計期間より、営業外損益に計上する方法に変更したため、第13期会計年度の主要な経営指標については、当該変更を反映した遡及修正後の数値を記載しております。

## 2014年3月期 財務諸表ハイライト

### 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：  

$$\frac{\text{自己資本}}{\text{総資本}}$$

- 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。