

宅配すし

銀のさら・釜寅

雅 5人前
11980円

一番人気は、1人前単価が2590円(高輪店)と、ハイグレードの「雅」のどくら、本スワイ、ウニなど高級ネタが満載。



特選ランチ握り 880円

軽いランチに最適なアイテム。コスバがよ、ママ友の集まりなどに気軽に注文ができる。



匠 1350円

1人前10貫の食べごろサイズ。ボリューム感があり、海苔の香りがいいネギト口手巻きがうれしいひと桶。



仕入から盛込みまで品質管理を徹底 期待を裏切らない商品を提供する

「宅配寿司 銀のさら(銀のさら)」と、炊きたて釜飯の「宅配御膳 釜寅(釜寅)」をメインブランドとし、FC展開をすすめる(株)ライドオンエクスプレスホールディングスの業績が絶好調だ。2020年11月に発表された21年度第2四半期決算では、前年比売上高26・7%増、経常利益165%増を達成。宅配食には追い風が吹いているとはいえず、商品性の高さが評価された結果といえるだろう。直営・FCを含め、銀のさらは約350店、釜寅との複合店は約200店。その中でもトップクラスの売り上げを誇る高輪店(東京・港区)は、2ブランドの複合店では年末年始などのピークシーズンには月商4000万円を超える。同店店長の比嘉慎也氏は、宅配マーケットについて次のように語る。

「魚介類は基本的にカット済みの冷凍品で、マグロ、サーモンなどは店内カットをするのですが、冷凍・解凍で食味を落とさないような管理を全店で徹底しています。冷凍保存は基本的にマイナス50℃以下、解凍は宅配分野では当グループが独占契約をしている「高電場解凍機」を使用しています。これによって解凍時のドリップがほとんど出ないため、流水や冷蔵庫解凍とはまったく違った、鮮度感のある味わいをお楽しみいただけます」

さらに同社が注力しているのが、「広告と実物のギャップをなくすこと」である。ポスティングの紙チラシやweb注文画面は宅配の生命線であるため、商品画像の質を大切にしている。そのため、この広告画像と提供時の商品との間にギャップが生じないようにすることが重要になる。仕入れから広告表現、店舗での盛り付けまで、しっかりとしたビジネスモデルをつくり上げ、ブラッシュアップを続けてきたことがトップシェアを維持してきた要因だ。

「水産物は価格の上下が激しいので、当社のバイヤーが世界中を駆け回って、年間契約などで安定した価格での仕入れを実現しています。こうしたサプライチェーンを確保しなければ、すしで原価率31%を維持することはできないでしょう。また現場でも、盛りつけ時にネタを置くシートまで研究を重ね、少しでも味わいを落とさない工夫をしています」

現在、ヘビィユーザーの年齢層は、銀のさらで50代以上、釜寅で40代以上である。高齢化社会でもさらなる成長が期待できるFCブ

新型コロナウイルスの影響から
少し豪華な日常食が自宅で楽しめる
宅配すし・釜飯が選ばれている



高輪店店長
比嘉慎也氏

すしと釜飯の売上比率は店舗立地によって異なるのですが、当店の場合、月商2500万円の月であれば、すし2000万円、釜飯500万円といったところでしょうか。すしについては、高級でハレの日の食べものといったイメージが、おいしい日常食に変わってきているという印象があります。釜飯はたまに食べるものから、注文してみると意外と豪華なものが届いたりピーターに。宅配食への期待感は上がっていると思います。

また宅配ビジネスでは事故対策が必須です。配送スタッフには万全の安全講習を行います。いわゆる「もらい事故」もありますので、当社専用設計の保険も用意しております。宅配FCビジネスに初めて参画する法人の皆さまも、安心して運営していただけたらと思います。



うなぎまぶし1800円 ひつまぶしと同様に3度に分けて味わう釜寅の名物メニュー。釜飯はすべて一人前のセットで届く。



鶏釜飯 1190円 幅広い層に支持される人気メニュー。鶏の照焼き、炭火焼鳥、鳥そぼろの3種の鶏に、しいたけやきぬさなどを添える。



「釜寅」五目 1190円 海老、ホタテなどの魚介と鶏の照焼きや山菜などを盛った、海と大地の恵みを堪能できる人気メニュー。

ここが強い!

高品質でブレのない商品をつくる店舗力

すし、釜飯ともに、アルバイトスタッフでも均一な品質に仕上げられるよう、オペレーションを日々改善している。最近では、電話注文からネット注文に移行していることから、外国人スタッフの活躍の場も増えているという。受注、調理、配送までマニュアルはシンプルで、店舗によっては自動車免許がない配送スタッフ向けに専用自転車を導入。国籍・年齢を問わないスタッフ雇用が可能だ。



シズル感のあるメニュー写真で売上アップ

おいしさを最大限に表現するため、チラシやHPのメニュー写真には徹底してこだわっている。そして写真通りに仕上げることで、注文客の期待を裏切らない。画像で見た通りのビジュアルで届き、食べると予想以上においしいということがリピート獲得のポイントだ。一定の品質に仕上がる仕組みと、この現場での商品管理能力が、銀のさら・釜寅の強みである。



店舗規模: 35坪の場合
※銀のさら・釜寅でのスタートの概算費用となります。
※数値はモデルケースとしての概算値であり、立地などの条件により変動する。

開業資金モデル

合計	3416.45万円
加盟金	480万円
加盟保証金	150万円
物件取得費	125万円
バイク	295万円
保険料	22万円
開業備品	400万円
工事費用	1000万円
厨房機器	800万円
POSシステム	134.45万円
店長研修食材費	10万円
ST宿泊・交通費	実費

収支モデル

合計	976万円(100%)
原価	302万円 (31%)
人件費	273万円 (28%)
家賃	34万円 (3.5%)
光熱費	20万円 (2%)
ロイヤリティ	49万円 (5%)
その他販管費	166万円 (17%)
償却前営業利益	132万円 (13.5%)



業態概要
店数: 銀のさら357店 (直営95店、FC262店)
釜寅199店 (直営71店、FC128店)
※釜寅はすべて銀のさらとの併設店
主力立地: 住宅地
標準規模: 35坪
客単価: 銀のさら5300円 釜寅4000円
想定月商: 976万円

FC本部
㈱ライドオンエクスプレスホールディングス
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
☎03-5444-3609
設立: 2001年7月 資本金: 9億8245万円
売上高: 210億3400万円
従業員数: 社員352名、アルバイト3382名