

2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

2025年11月28日

証券コード:6082





2026年3月期 第2四半期 業績報告

2026年3月期 第2四半期 業績ハイライト

(単位:百万円)

	26.3期 2Q 実績(連結)	25.3期 2Q 実績(連結)	前期増減率 (%)	26.3期 2Q 予想(連結)※	計画比 (%)
売上高	10,929	10,657	+2.6	10,868	+0.6
売上総利益	5,205	5,065	+2.8	-	-
販売費及び 一般管理費	4,973	5,073	△2.0	-	-
営業利益	232	△8	-	170	+36.8
経常利益	194	△31	-	153	+26.9
親会社株主に 帰属する中間純利益	82	△57	-	57	+43.3

※2025.10.07に業績予想を修正

2026年3月期 第2四半期 業績主な増減要因

(単位：百万円)

	26.3期 2Q 実績(連結)	25.3期 2Q 実績(連結)	前期増減率 (%)	26.3期 2Q 予想(連結)	計画比 (%)
売上高	10,929	10,657	+2.6	10,868	+0.6

増減要因

- 2025年4月より商品内容や、販売価格を大きく見直したメニュー改定、「銀のさら」25周年を記念した、25周年プロジェクト等の販売戦略により、売上高は増加。
- お盆等の繁忙期に実行したデリポイントの活用や、テレビCMなどの販売戦略により、対象期間の売上は堅調に推移。



2026年3月期 第2四半期 業績主な増減要因

(単位：百万円)

26.3期 2Q 実績(連結)	25.3期 2Q 実績(連結)	前期増減率 (%)	26.3期 2Q 予想(連結)	計画比 (%)
売上総利益	5,205	5,065	+2.8	-

増減要因

- ・ 売上総利益率47.6%。前年同期構成比差異 +0.1%。
- ・ 円安による仕入価格の高騰は継続しているものの、直営店舗の売上増加に伴い、売上総利益は増加。

2026年3月期 第2四半期 業績主な増減要因

(単位：百万円)

	26.3期 2Q 実績(連結)	25.3期 2Q 実績(連結)	前期増減率 (%)	26.3期 2Q 予想(連結)	計画比 (%)
販売費及び 一般管理費	4,973	5,073	△2.0	-	-

増減要因

- 販管費率45.5%。前年同期構成比差異△2.1%
- メニュー改定に伴う生産性の向上、前期の店舗閉店やサービスの終了等により各種費用が適正化されたことで減少。
- 前期に発生した、新紙幣の発行に伴う店舗金銭管理機器に用いるソフトウエア費用がなくなつたため減少。

2026年3月期 第2四半期 業績主な増減要因

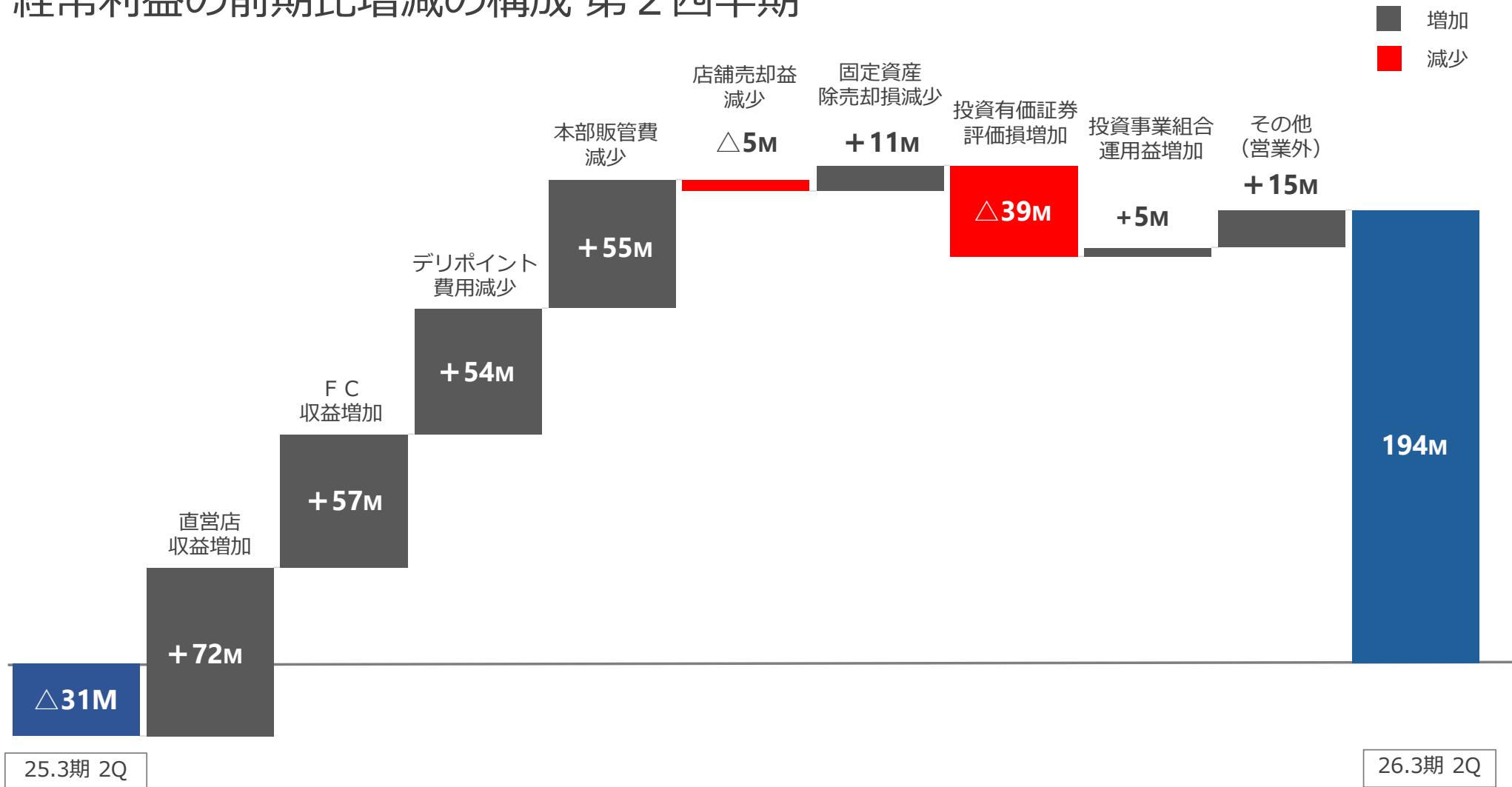
(単位：百万円)

	26.3期 2Q 実績(連結)	25.3期 2Q 実績(連結)	前期増減率 (%)	26.3期 2Q 予想(連結)	計画比 (%)
親会社株主に 帰属する中間純利益	82	△57	-	57	+43.3

増減要因

- 下記により営業外収益、営業外費用が増減。
 - 店舗売却益の減少
 - 固定資産除売却損の減少
 - 投資有価証券評価損の増加

経常利益の前期比増減の構成 第2四半期



店舗数・拠点数の増減

事業形態	ブランド	25.3期末 店舗数	出店	閉店	26.3期 2Q店舗数
宅配事業	銀のさら	368	1	△4	365
	釜寅	228	1	△3	226
	すし上等	132	10	△4	138
	銀のさら 和(なごみ)	10	–	△10	0
	DEKITATE	1	–	–	1
その他	イートイン業態	3	–	–	3
合計		742	12	△21	733

	25.3期末 拠点数	拠点開設	拠点閉鎖	区分変更	26.3期 2Q拠点数
直営店	105	1	△3	△3	100
FC店	266	–	△1	3	268
合計	371	1	△4	0	368

連結B/S 対前期末

(単位：百万円)	25.3期末	26.3期 2Q	前期比	ポイント
流動資産	8,709	9,287	+ 578	資産 + 1,254百万円
(うち現預金)	6,544	7,042	+ 497	【流動資産】 ・ 現金及び預金 + 578百万円 ・ 原材料及び貯蔵品 + 232百万円 ・ 売掛金 △177百万円
有形固定資産	663	694	+ 30	【固定資産】 ・ 投資有価証券 + 676百万円 + 637百万円
無形固定資産	304	299	△5	
投資その他資産	3,319	3,970	+ 650	
資産合計	12,996	14,251	+ 1,254	負債 + 1,256百万円
流動負債	3,340	3,296	△44	【流動負債】 △44百万円
(うち1年内有利子負債)	610	994	+ 383	・ 1年内返済予定の 長期借入金 + 383百万円 ・ 買掛金 △239百万円 ・ 未払金 △87百万円
固定負債	1,625	2,926	+ 1,300	【固定負債】 + 1,300百万円
(うち1年超有利子負債)	1,038	2,315	+ 1,276	・ 長期借入金 + 1,276百万円
負債合計	4,966	6,222	+ 1,256	純資産 △1百万円
株主資本	7,323	7,279	△44	【株主資本】 △44百万円
純資産合計	8,030	8,028	△1	・ 中間純利益 + 82百万円 ・ その他有価証券 評価差額金 + 42百万円 ・ 新株式の発行 + 20百万円 ・ 配当金 △146百万円
負債・純資産合計	12,996	14,251	+ 1,254	

銀のさら25周年キャンペーン

宅配寿司「銀のさら」は、2025年3月に創業25周年を迎えました。

25年分の感謝を込めて、順次展開している25個のキャンペーンでは、デリポイント施策や特別桶、銀のさらのグッズが当たるキャンペーンや、銀のさらクイズラリーなど笑顔になれる様々な企画を実施しております。



テーマは「笑顔」



美味しいものが並ぶ食卓や、
美味しいものを口にした瞬間の幸せな気持ち。
そこから自然とこぼれる笑顔。
私たちは、そんなひとときをお寿司を通じて
お届けしたいと願っています。
その想いを込めて
「銀のお皿」と「25th」をモチーフに
にっこり笑顔が入った25周年記念ロゴが完成しました。
みなさまに楽しんでいただける25周年を
このロゴとともににお届けしてまいります。

銀のさら25周年キャンペーン



上期の戦略 - 商品・販売活動 -



上期の戦略 - 商品・販売活動 -

公式WEBサイト限定のスペシャル商品の拡充

- イベント日限定特別桶 -



- いま！これ！勝負ネタ -



上期の戦略 - 商品・販売活動 -

GW/お盆期間のテレビCMの実施

宅配寿司「銀のさら」では、上期の繁忙期であるゴールデンウイークと8月のお盆期間に、さらなる利用機会の創出と新規顧客の獲得を目的として、本年度もテレビCM放映を実施しました。取り組みにより、繁忙期における利用促進に加え、引き続きブランド認知とブランド想起の向上に努めてまいります。



上期の戦略 - サステナブル活動 -

海の環境を守る 「ウニの森づくり植樹祭」に参加

岩手県洋野町にて開催されたウニの森づくり植樹祭に参加いたしました。

植樹祭はウニの生育環境を改善し、品質向上を目指す取り組みで、山から海へ流れ込む水に滋養分を豊富に含ませ、ウニの餌になる海藻を育てることを目的としています。

地元の小学生や後援企業の方と共に広さ0.5ヘクタールの面積に、コナラの苗木約1500本を植樹しました。



夏休みに魚や食の大切さを親子で学ぶ 「お寿司作り体験」

宅配寿司「銀のさら」では、昨年に続き2年目となる食育プロジェクトを開催いたしました。

子どもたちに「知る喜び」「作る喜び」を伝えることを目的として、魚やお寿司についての勉強から始まり、自らネタを切り、お寿司を握り、保護者の方と一緒に食べて、片づけをするまで全ての流れを体験するプログラムです。

本施策を通じて、今後も食育活動の可能性を模索してまいります。



上期の戦略 - サステナブル活動 -

「銀のさら」×「オルセン」共同開発の 新たなデリバリーリュック

デリバリーバッグのプロフェッショナルである株式会社オルセンと共同で、自転車配達に対応したデリバリー リュックを開発しました。

昨今の免許取得率の低下による人材不足を背景とし、配達人員確保の1つとして、原付免許を持たない従業員でも配達可能な「自転車配達」の中でもより手軽に商品を配達することができるデリバリー リュックの開発を行い、配達の多様化を促進しています。



特定小型原付を導入 配達手段の多様化で採用間口の拡充を目指す

一部店舗において、配達の新たな手段として運転免許不要の「（特例）特定小型原動機付自転車」による配達を2025年6月より開始しました。

従来、採用が難しかった層への雇用拡大につなげ、従来型のバイクによる配達だけでなく、配達手段を多様化することで雇用に繋げる、配達体制の拡充を目指していきます。



下期の戦略

年末年始限定桶「祝」の販売

今年度より、年末年始限定の最高級桶「寿」に加え、高級桶「祝」を販売いたします。

年末年始限定の数の子や蝦夷アワビを含めた豪華なネタを盛込みました。

「寿」と「祝」それぞれの魅力を楽しみながら、お客様のシーンや人数に合わせてお好みで選べる楽しさをご提供します。



「ご自宅握り寿司」- 冷凍寿司 -

“簡単で、楽しく、短時間で、寿司職人が握ったような美味しいお寿司をご自宅で楽しめる商品を”という想いをもとにこれまで、第1弾『ご自宅にぎり寿司（岩手県秋）』第2弾『ご自宅にぎり寿司 鹿児島』と冷凍寿司を限定で販売いたしました。

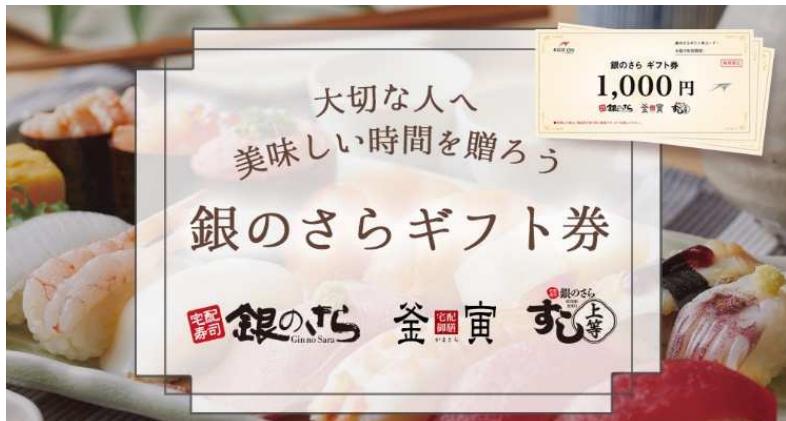


下期の戦略

「銀のさらギフト券」の導入

2025年10月より、「銀のさらギフト券」を導入いたしました。

日常でのご利用から、ご家族やご友人等、大切な方への感謝やお祝いの気持ちを伝える贈り物としてご活用いただけます。“ありがとう”や“おめでとう”といった気持ちを、「銀のさら」のお寿司として楽しんでいただくことが出来るサービスとなっています。



法人様・大口注文専用受付サービス開始

法人様・大口注文専用受付のコンシェルジュサービスを開始いたしました。

銀のさら公式サイトの専用お問い合わせフォームより、ご予算・納期・商品選びなどお気軽にご相談ください。経験豊富なコンシェルジュがご要望に合わせて柔軟に対応いたします。

法人様・大口注文のお客様

イベント 会議 研修

社内外のイベントなど
法人様の様々なご要望にお応えいたします



宅配
銀のさら
Ginosara

ご予算・商品選びなど
お気軽にご相談ください

詳しく見る

2026年3月期 業績予想 – 連結

(単位：百万円)	26.3期 通期 予想(連結)	25.3期 通期 実績(連結)	前期増減率 (%)
売上高	23,377	23,393	△0.1
営業利益	810	781	+ 3.7
経常利益	774	721	+ 7.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	432	333	+29.8

修正の理由

※2025.10.7に業績予想を修正

- ・ 第3四半期以降において不採算店舗の閉店を行う予定のため、当初の予想よりも売上高の減少を見込んでおります。
- ・ 第3四半期以降も続く仕入れ価格の上昇や、来期に向けた宣伝広告費等の費用を見込んでおります。
- ・ 新業態「最上製麺」の東海地方を中心とした検証拡大に伴う費用を見込んでおります。



今後の取組みについて

最上製麺について

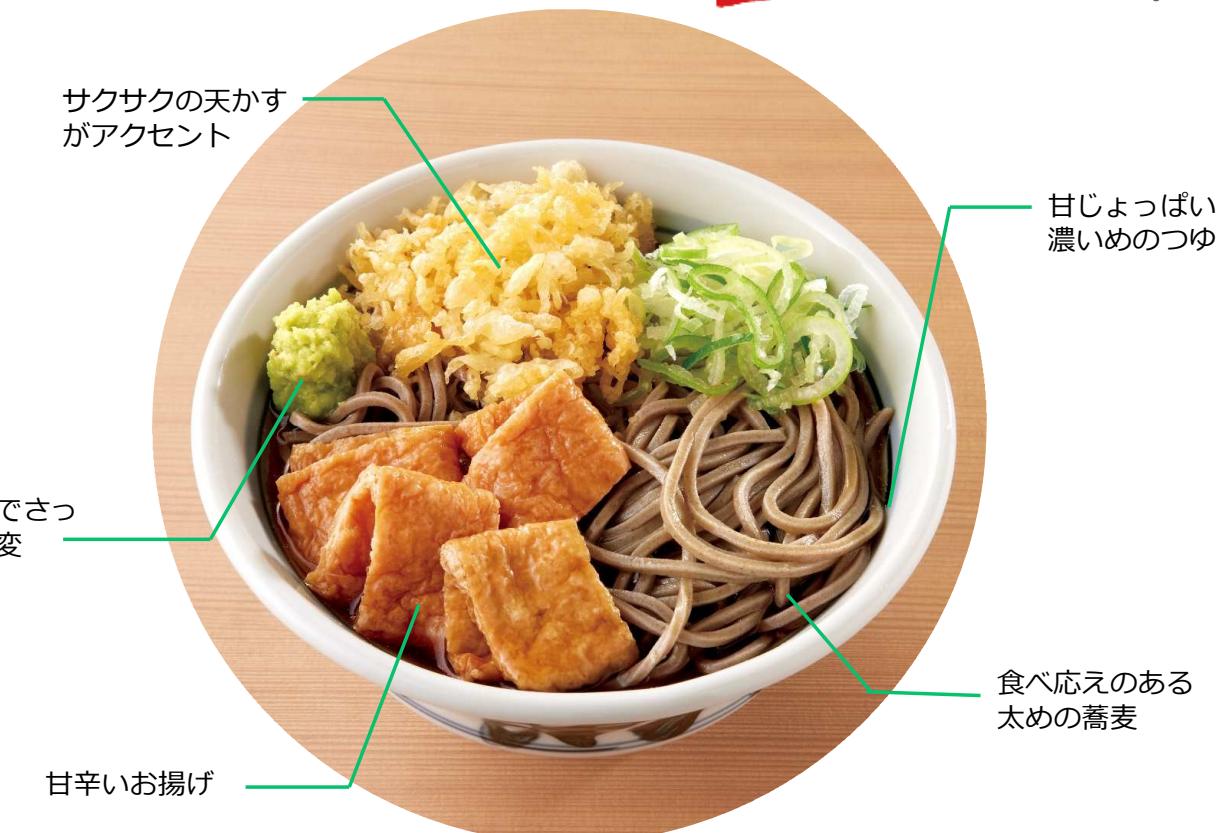
岐阜の「冷やしたぬき」を目玉商品とした、打ちたて、茹でたてのセルフ式蕎麦業態へ2025年5月にリニューアルしました。

- 「冷やしたぬき」とは、冷やしたそばの上に天かす、ネギ、ワサビ、そして甘辛く煮たお揚げをのせ、甘じょっぱい濃いめのおつゆを絡めた、岐阜のソウルフードです。
- 岐阜本店の蕎麦販売数に占める「冷やしたぬき」の割合

82%

※2025年6~10月の販売実績より

もがみ
製麺 **最上製麺**



最上製麺の特徴

ロードサイド型店舗

車で気軽に立ち寄れる立地を中心に展開し、広い駐車場や見通しの良い導線を確保することで、昼食・夕食・家族利用など幅広いニーズに対応できる店舗設計を採用しています。



セルフ形式で安く 美味しく

セルフサービスを取り入れることで、人件費を抑えながらも、高品質な蕎麦を手頃な価格で提供。注文から受け取りまでの流れをシンプルにし、忙しい顧客でも短時間で満足できる体験を実現しています。



岐阜の冷やしたぬきを 目玉商品とした商品展

岐阜で親しまれている「冷やしたぬき」を中心に据え、地域性と専門性を両立。暑い季節だけでなく通年で楽しめる味わいに仕立て、他店との差別化を図る“看板メニュー”として位置づけています。



他ではない銀のさらで 培われた寿司系商品

母体企業である「銀のさら」が長年積み重ねてきた寿司のノウハウを活かし、蕎麦との相性が良い海鮮丼ぶりを開発。他の蕎麦チェーンにはないクオリティで、食事の満足度を高めています。



最上製麺のこだわり



独自の粉の配合

最上製麺独自の比率でそば粉とつなぎを調整
冷やしたぬきに合う風味・食感・のどごしを最大化する配合を追求
季節による粉の状態変化に合わせた微調整を実施



毎日打ち立ての蕎麦

店舗で毎日蕎麦を打つことで鮮度を確保
そば粉の香りを最大限に引き出す工程
独自配合の粉によりコシと香りを両立



店舗で抽出する出汁とかえし

毎日店舗で丁寧に抽出する出汁を使用
独自配合の“かえし”で深みのある味を実現
冷やしたぬきの一体感を高めるバランス設計

最上製麺 - 商品ラインナップ -



刺激高めに新登場。

検証中の取り組み

店舗外観の大幅改修

推進をしているテイクアウト販売の更なる強化、
チェーンとしての店舗外観標準化を目的として、テイク
アウト実施店舗の一部にて、検証を進めております。
店舗の外観を順次切替えることで、ブランドイメージ
と収益の向上を両立していきます。



「鰻やのぼり」

「鰻やのぼり」は、うな重に三段重という新しいスタ
イルを取り入れ、味の変化や選ぶ楽しさ、最後の一口まで
飽きることなく楽しめるブランドです。

少人数で高品質なサービスを提供できる店内飲食型の業
態にも大きな可能性があると考えており、新たな挑戦とし
て「鰻やのぼり」の検証を進めております。

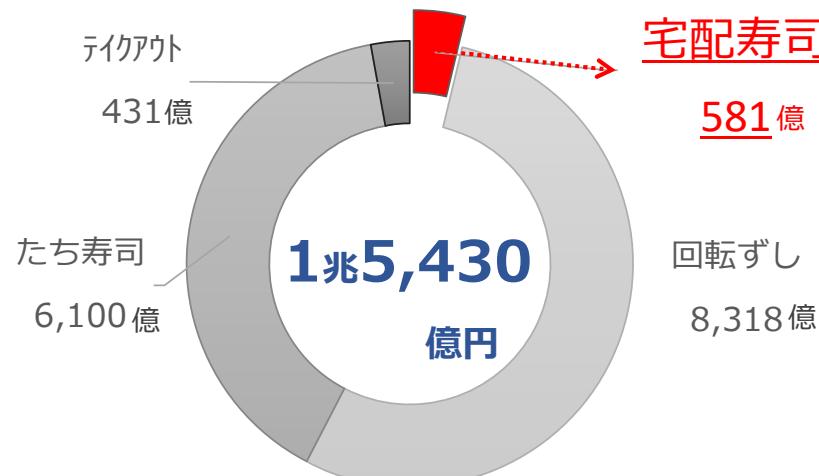




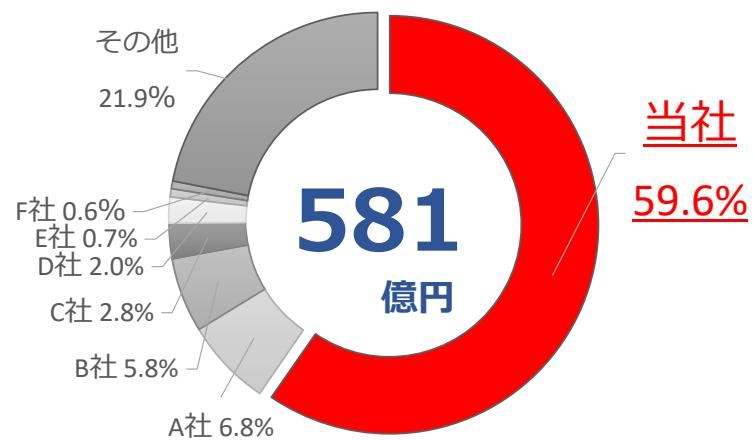
補足資料

市場規模

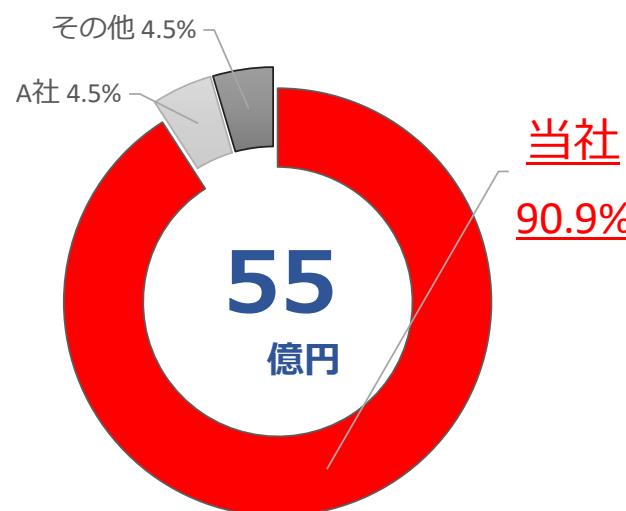
※株式会社富士経済（外食産業マーケティング便覧2025）より



日本の寿司市場（2024年実績）



宅配寿司市場（2024年実績）



宅配釜飯市場（2024年実績）

会社概要

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	10億9,139万円（2025年3月31日）
従業員数	3,270名/うち正社員361名（2025年3月31日）
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 住友不動産東京三田サウスタワー17階
役員	代表取締役社長 江見 朗 取締役副社長 松島 和之 取締役副社長 渡邊 一正 常務取締役 富板 克行 常務取締役 赤木 豊 社外取締役（監査等委員） 斎藤 正夫 社外取締役（監査等委員） 吉田 真 社外取締役（監査等委員） 砂子 知香 常務執行役員 姉崎 道宏 常務執行役員 大橋 滋 執行役員 古德 亮治 執行役員 須藤 漢 監査等特命役員 清野 敏彦
決算期	3月
株式上場	東京証券取引所スタンダード市場

