

回転寿司の 財務分析



2023年10月18日

梅澤 尚稔

(うめざわ なおとし)

自己紹介

梅澤 尚稔

うめざわ なおとし

1975年生まれ

愛知県新城市 出身

診断士登録 2017年4月 * 7年目に突入

職歴

1999年 商社入社、加工食品用原材料の輸出入、営業企画に従事

**2019年 子会社の運送会社(神奈川県川崎市)の社長に就任
現在に至る**

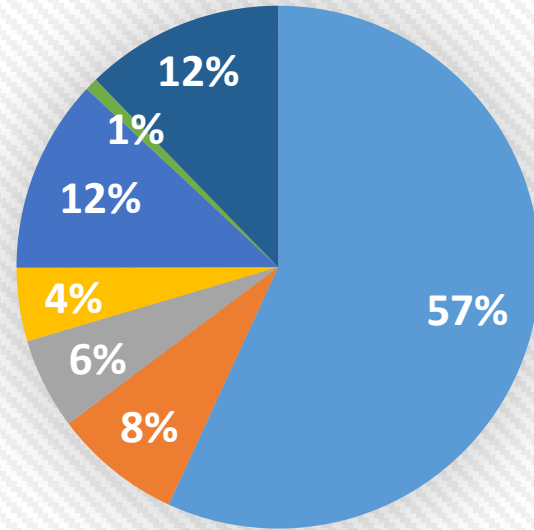


すし 寿司 鮓 寿し？

- すしの語源は、**一般的には「すっぱい」の「酢し」**だといわれています。奈良時代に登場した発酵させたごはんを魚を漬け込んだ保存食（熟れずし）が、すしの始まり。
- **古くは「鮓」と書くことが多かった**といわれています。魚を使って**旨かった**ので**「鮓」**の字が当てられたという説も。
- 「寿司」の文字が登場するのは江戸時代。
- ハレの日のごちそうだったことから**「寿を司る」の縁起を担いだ字が当てられた**というのが、一般的な見解のようです。
- 「寿司」はどんなすしにも当てはまるので、すし料理の総称といえます。「鮓」を使うなら、こだわりや旨いという条件が付加され、ちょっとハードルが高くなるかもしれません。

『全国米穀販売事業共済協同組合サイト』より抜粋

営業給食産業(12兆円)



- 食堂・レストラン
- そば・うどん店
- 回転すし店
- すし店
- その他の飲食店
- 機内食等
- 宿泊施設

(一社)日本フードサービス協会
令和3年外食産業市場規模推計
についてより抜粋、一部加工

回転すし店は市場の6%を占め、すし店(個店等)を上回る

回転すし業界の歴史

- 1958年 大阪府で最初の回転寿司店「廻る元禄寿司」開店
- 1962年 「コンベヤ附調理食台」実用新案登録
- 1968年 東日本で元禄寿司(宮城県)が営業権契約獲得
廻る元禄(現元気寿司),宇都宮市にオープン,東日本にも広がる
- 1970年 日本万博博覧会(大阪万博)に元禄寿司が出展、知名度高まる
- 1978年 「コンベヤ附調理食台」権利が切れると参入相次ぎ競争激化
- 1990年代 海外でも回転すしの人気が高まる
- 2000年代 標記について公正取引委員会から相次ぎ指摘を受ける
- 2020年代 非接触型店舗に大手各社、注力
- 2023年 ペロペロ動画

回転寿司業界の特徴

①他の飲食店と比較し初期投資コストがかかる

ベルトコンベア、握りすし機、巻き寿司機 最近ではオーダーシステム

②回転寿司の成長期は中小企業も各地で展開していたが倒産件数も多く最近では大手に寡占化されている。

回転寿司業者の経営破綻も、**2013年から5年連続で20件**を超えている

③FL比率が他の一般的な飲食店より高い。

売上高に対するF L比率は6割程度にコントロールすることが目安とされる中、今回の3社は70～72%程度と高い

回転寿司の消費者動向

1. 回転寿司店の利用頻度：利用する人の約4割が月一回以上の利用
2. 回転寿司店を選ぶ際に重視している点(複数回答)
 - 1位：価格が安い 42.3%
 - 2位：ネタが新鮮 31.3%
 - 3位：家から近い 30.6%
3. 一人当たりの支払額
全体：1,690円(男性 1,920円、女性1,460円)
4. 「回っているネタ」と「注文して握ってもらうネタ」の比率
全体：回っているネタ 17.3%(男性20.7%、女性13.9%)
注文して握ってもらうネタ 82.7%(男性79.3%、女性86.1%)

* マルハニチロ株式会社「回転寿司に関する消費者実態調査 2023」より抜粋

回転寿司業界 主要企業(直近の業績と特徴)

企業名	決算期	売上高	経常利益	経常利益率	店舗数	グループ
(株)あきんどスシロー	2022年9月	218,058	10,201	4.7%	644	FOOD&LIFE COMPANIES
くら寿司(株)	2022年10月	183,053	2,457	1.3%	526	
(株)はま寿司	2023年3月	163,413	8,649	5.3%	576	ゼンショーグループ
カップ・クリエイト(株)	2023年3月	70,437	△ 1,102	-1.6%	302	コロワイドグループ
元気寿司(株)	2023年3月	54,614	1,760	3.2%	196	神明ホールディングス
(株)銚子丸	2023年5月	19,310	794	4.1%	93	

企業数238社(Baseconnect 回転寿司店運営)




市場規模2022年 7,252億円 前年比7.6%増 店舗数1.9%増 4,220店

2016年比では売上高20%、店舗数1.6%と成長市場




(富士経済調べ)

外食ハンバーガー市場が約7,000億円

事例企業の概要 1

商号	くら寿司株式会社 	元気寿司株式会社  元気寿司	株式会社銚子丸 
主な事業	国内事業 89.1% 海外事業(台湾) 6.2% 海外事業(アメリカ) 4.7%	国内事業 86.7% 海外事業(アメリカ他) 13.3%	国内事業(東京、千葉、神奈川、埼玉) 100%
本社所在地	大阪府堺市	栃木県宇都宮市	千葉県千葉市美浜区
資本金 (百万円)	2,005百万円	100百万円	100百万円
売上高 (直近)	183,053百万円	54,614百万円	19,310百万円
経常利益	2,457百万円	1,760百万円	794百万円
従業員数 (単体)	2,329(1,617)	549(520)	468(一)
店舗数	国内526店舗 アメリカ40店舗 台湾48店舗	国内196店舗 海外232店舗(アメリカ14店舗、 アジア～中東はFC 218店舗)	国内93店舗

事例企業の概要2 メニュー数、店舗特徴

商号	くら寿司株式会社 	元気寿司株式会社  元氣寿司	株式会社銚子丸 
握り	71	73	86
巻物軍艦	35	40	56
サイド メニュー	33	32	28
デザート	18	13	10
店舗 特徴	回転レーンとオーダー式の併用	メインブランドの「魚べい」はフルオーダー式	2023年、フルオーダー式に移行(2023年までは回転レーンとオーダー式の併用)

＊メニュー数はグランドメニューのみ、各社HPより調査

くら寿司株式会社

- 沿革

1977年 大阪府堺市にて創業

1995年 株式会社くらコーポレーション設立

2000年 「ビックらポン！」導入

2001年 JASDAQ上場

2011年 「抗菌寿司カバー(鮮度くん)」導入

2014年 時間指定予約システム全店導入

2019年 KuraSushiUSA,Inc.が米国ジャスダック上場

2019年 スマホde注文、スマホdeお持ち帰り、スマホde決済導入

2020年 KuraSushiAsia Co.,Ltd.がタイペイエクسチェンジ上場

2021年 KURAおさかなファーム(株)設立

くら寿司株式会社

- 特徴

回転寿司業界2位

4大添加物(化学調味料、人工甘味料、合成着色料、人口保存料)不使用

抗菌寿司カバー「鮮度くん」＋タッチパネル

ビックくらポン！と家族層へのサービスの充実

くらおさかなファーム(養殖業)の設立、各漁港との連携、漁業就業希望者支援等で食材の持続的な調達ルートの確保を進めている

手薄であった都市部への出店を強化していく。

2020年1月インバウンド需要を見込んだグローバル旗艦店をオープン

映える内装を備えたプラス型店舗の展開を始めた

元気寿司株式会社

• 沿革




- 1979年7月 宇都宮市に資本金1,000万円をもって元禄商事(株)を設立
- 1998年5月 (株)グルメ杵屋と業務・資本提携(2008年解消)
- 2012年5月 (株)神明と資本・業務提携(2015年6月、友好的TOBで子会社)
- 2013年11月 カッパ・クリエイトと業務提携に合意(2014年12月解消)
- 2017年8月 (株)神明、(株)FOOD&LIFE Cと資本業務提携に合意
(2019年6月解消)

特徴

海外展開はアメリカに子会社1社。アジア圏は6地域・国の5社とのフランチャイズ契約を結び232店舗を展開、ロイヤリティ収入を得ている

元気寿司株式会社

ブランド

ブランド	店舗数	特徴	出店エリア
 魚べい	184店舗	オーダー式 低価格帯	全国
 元気寿司	10店舗	回転レール式 低価格帯	福島、茨城、栃木
 千両 sen-ryo 元気寿司	2店舗	オーダー式 高価格帯	茨城、栃木

現在は「魚べい」ブランドをメインブランドとして展開

株式会社銚子丸

- 沿革

- 1977年 玩具店及び飲食店経営を目的に設立
- 1979年 持ち帰り寿司業態1号店開設
- 1987年 回転寿司業態「ABC」開設
- 1988年 グルメ回転寿司業態1号店「すし銚子丸」開設
- 2005年 低価格金脰回転寿司業態の「ABC」を「すし銚子丸」へ変更
- 2010年 JASDAQスタンダード上場
- 2020年 8月、テイクアウトデリバリー特化型店開設

株式会社銚子丸

特徴

「より高価な食材を新鮮で食べ応え十分な情愛で市場価格よりもずっとお得感のある価格帯で」提供する事を目指している。

グルメ回転寿司(高価格帯)、南関東4県のみで展開

過去、低価格均一回転寿司業態を展開も2005年までにグルメ回転寿司業態に転換

店舗展開は不採算店の退店、リロケーション、既存店にきれいな店舗、効率的で働きやすい店舗設備の実現など店舗当たりの収益性を重視、規模ではなく利益体質の強化

2023年3月～全店、フルオーダーシステムに変更

個人ワーク 財務諸表から読み取れる各社の強みと経営課題

着目した経営課題	強みや課題

その他、3社の共通点や気づいたこと、疑問点など

◆回転寿司店に行った際によく食べているネタ〔複数回答形式〕※上位10位までを表示

全体[n=3000]

	ネタ	%
1位	サーモン	50.3
2位	マグロ(赤身)	35.2
3位	ハマチ・ブリ	32.5
4位	エビ	29.0
5位	マグロ(中トロ)	27.9
6位	ネギトロ	23.8
7位	イカ	22.9
8位	えんがわ	21.2
9位	イクラ	18.0
10位	カンパチ	15.9

男性[n=1500]

	ネタ	%
1位	サーモン	47.3
2位	マグロ(赤身)	40.5
3位	ハマチ・ブリ	34.5
4位	マグロ(中トロ)	29.5
5位	エビ	24.5
6位	イカ	23.9
	えんがわ	23.9
8位	ネギトロ	21.9
9位	アジ	18.4
10位	カンパチ	17.4

女性[n=1500]

	ネタ	%
1位	サーモン	53.3
2位	エビ	33.6
3位	ハマチ・ブリ	30.5
4位	マグロ(赤身)	29.9
5位	マグロ(中トロ)	26.3
6位	ネギトロ	25.7
7位	イカ	21.8
8位	イクラ	20.2
9位	えんがわ	18.5
10位	甘エビ	18.2

◆子どもが好きな回転寿司のネタ〔複数回答形式〕※上位10位までを表示

対象:小学生以下の子どもがいる人

未就学児の親[n=547]

	ネタ	%
1位	玉子	34.2
2位	納豆巻き	22.9
3位	イクラ	17.9
4位	サーモン	15.7
5位	マグロ(赤身)	14.6
6位	エビ	12.1
7位	コーン	10.6
8位	カツパ巻き	8.4
9位	納豆草履	8.0
10位	いなり	7.7

小学生の親[n=355]

	ネタ	%
1位	サーモン	31.5
2位	マグロ(赤身)	28.2
3位	イクラ	23.9
4位	玉子	22.8
5位	マグロ(中トロ)	18.3
6位	エビ	16.3
7位	納豆巻き	14.4
8位	コーン	12.4
9位	ネギトロ	11.3
	鉄火巻き	11.3

◆回転寿司店に行った際に、よく食べているサイドメニュー〔複数回答形式〕※上位10位までを表示

全体[n=3000]

	メニュー	%
1位	茶碗蒸し	33.9
2位	みそ汁・赤だし	32.7
3位	ポテトフライ	27.5
4位	ラーメン	23.1
5位	うどん	20.0
6位	ケーキ	17.9
7位	から揚げ	15.3
8位	天ぷら	15.1
9位	アイスクリーム・シャーベット	14.3
10位	パフェ	11.6

男性[n=1500]

	メニュー	%
1位	みそ汁・赤だし	30.7
2位	茶碗蒸し	28.3
3位	ラーメン	24.4
4位	ポテトフライ	22.5
5位	うどん	19.1
6位	天ぷら	15.1
7位	から揚げ	13.9
8位	ケーキ	11.4
9位	アイスクリーム・シャーベット	11.2
10位	だし巻き玉子	8.6

女性[n=1500]

	メニュー	%
1位	茶碗蒸し	39.5
2位	みそ汁・赤だし	34.7
3位	ポテトフライ	32.6
4位	ケーキ	24.3
5位	ラーメン	21.9
6位	うどん	20.9
7位	アイスクリーム・シャーベット	17.5
8位	から揚げ	16.8
9位	天ぷら	15.1
	パフェ	15.1

◆子どもが好きな回転寿司のサイドメニュー〔複数回答形式〕

※上位10位までを表示

対象:小学生以下の子どもがいる人

未就学児の親[n=547]

	メニュー	%
1位	ポテトフライ	46.3
2位	うどん	27.8
3位	アイスクリーム・シャーベット	20.3
4位	茶碗蒸し	14.8
5位	から揚げ	12.6
6位	ケーキ	11.7
7位	ラーメン	11.3
8位	パフェ	7.7
	プリン	7.7
10位	だし巻き玉子	7.5

小学生の親[n=355]

	メニュー	%
1位	ポテトフライ	50.1
2位	アイスクリーム・シャーベット	33.2
3位	ケーキ	21.4
4位	ラーメン	18.3
5位	から揚げ	18.0
6位	パフェ	15.8
7位	うどん	14.9
8位	茶碗蒸し	13.8
9位	プリン	11.5
10位	フルーツ	8.7