

BUSINESS REPORT

第22期 | 2022年4月1日から2023年3月31日まで

証券コード:6082



株主の皆様へ

収益力を高めながら成長投資を実行。 市場の拡大を捉え、飛躍を目指します。



代表取締役社長 江見 朗

株主の皆様におかれましては、日頃より当社グループ事業へのご理解とともに厚いご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

ここに第22期(2023年3月期)の営業状況を報告し、新たに策定した中期経営計画にもとづく事業展開を説明させていただきます。ご一読のほどお願い申し上げます。

■ 第22期の営業状況を振り返って

ライフスタイルの変化を背景に成長し続けてきた宅配食市場は、コロナ禍によるフードデリバリー需要の急激な増加を受け、一気に市場規模を拡大しましたが、この1年間は、行動制限の解除が進むなどコロナ禍の影響が緩和される中、前年までの特需効果の反動が見られました。

当社グループ事業においては、出店拡大方針のもと当期末現在で777店舗・387拠点(前期末比17店舗・9拠点増)を展開し、テイクアウトの併設や表通り沿いへの店舗移設を進めたことに加え、2022年10月および2023年3月に価格改定を実施したことにより、売上高の堅調を保持しましたが、特需効果の反動を受け、期初の売上計画を下回りました。

一方、資源価格の高騰や円安により仕入原価が上昇し、人件費の増加が続く厳しいコスト環境の中、積極出店に伴い販売管理費が増加したことなどから、利益が大きく圧迫される状況となりました。

結果として第22期(2023年3月期)の連結業績は、売上高が253億53百万円(前期比1.4%減)となり、引き続き250億円台の高水準を維持しながらも、利益面においては、営業利益12億51百万円(同35.6%減)、経常利益10億99百万円(同45.0%減)、親会社株主に帰属する当期純利益5億46百万円(同56.2%減)にとどまり、前期実績を下回りました。

■ 新3ヵ年中期経営計画を始動

当社グループは、デフレから正常なインフレ社会へ移行していく今後の環境変化を機会と捉え、既存ブランドの強化と複合化戦略の促進を図るとともに、将来を見据えて海外出店への布石を打つ考えです。これを具現化すべく、第23期(2024年3月期)から第25期(2026年3月期)までの3ヵ年を期間とする中期経営計画を策定し、始動しました。本計画は、コア事業の収益力を高めながら、今後の成長に向けて新たな事業投資を実施し、収益基盤を強化・拡張していくものです。

基本戦略としては、まず既存ブランドの強化・拡大を打ち出し、「すし上等!」のリブランドと「釜寅」のコンセプト変更を行います。「すし上等!」は、顧客ターゲットのセグメンテーションを変更し、顧客単価と月商を上げていきます。「釜寅」は、これまでの釜めしから「ひつまぶし」スタイルでの提供へシフトし、売上の向上につなげていきます。同時にテイクアウト展開の強化などにより、販売窓口を拡げていきます。

もう一つの基本戦略は、新規事業と新ブランドの開発です。「銀のさら」ブランドによるイートイン+デリバリー型店舗の海外進出に着手し、2022年9月のタイ・バンコクへの海外初出店に続く東南アジア展開を進める一方、米国出店への足掛かりを築きます。また都内一部エリアで検証してきた「厚切り牛たん まつしま」「鰻一本重 ゆず木」を新ブランドとして実装する複合化展開に取り組んでいきます。

これらの基本戦略と並行して、AI・システム導入により業務の自動化を推進し、生産性を高めていきます。

計画当初は、厳しいコスト環境と先行投資による減益を想定し

ていますが、最終年度の第25期(2026年3月期)に経常利益12億円を確保し、次期計画に移行する第26期(2027年3月期)からの拡大・発展期は、同20億円の水準を目指します。

以上を踏まえ、計画1年目の第23期(2024年3月期)は、連結業績を保守的に予想し、売上高237億円(当期比6.5%減)、営業利益6億23百万円(同50.2%減)、経常利益6億10百万円(同44.5%減)、親会社株主に帰属する当期純利益3億69百万円(同32.4%減)を見込んでいます。

■ 株主の皆様にお伝えしたいこと

今回の期末配当は、株主還元の水準維持を優先し、予定通り1株当たり30円(前期同額)とさせていただきます。これにより配当性向は53.9%(前期は25.1%)となりました。第23期の期末配当は、先に述べました減益の見通しを鑑み、同10円を予定しています。将来に向けた成長投資を実施しつつ、早期の利益回復・拡大を目指し、配当を拡充してまいります。

前述の通り宅配食市場は、足もとにおいてコロナ禍特需の反動減が生じ、コスト環境も厳しい状況が続いていますが、フードデリバリーを利用するライフスタイルは、消費者に広く定着し、市場規模を確実に拡大し続けています。

これからの当社グループ事業は、そうした市場の有望性が反映され、今まで以上に成長力の高さをわかりやすくお示しすることができると思います。株主の皆様におかれましては、私たちが実現していく豊かな未来にご期待いただき、長期的なご支援を賜りますようお願い申し上げます。

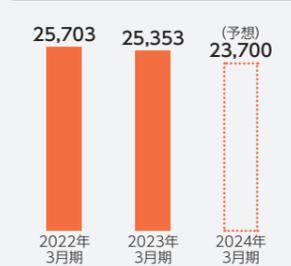


連結業績

店舗数/拠点数



売上高 (百万円)



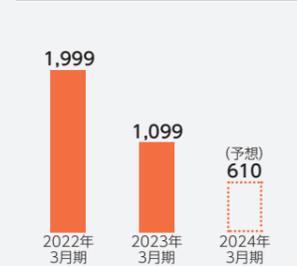
ROA(総資産利益率)

4.4%

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
当期純利益/(期初総資産+期末総資産)÷2

経常利益 (百万円)



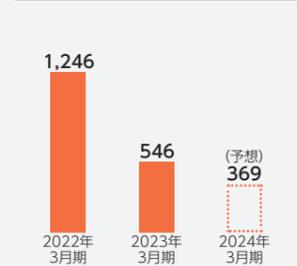
ROE(株主資本利益率)

7.5%

ROEは、20%前後だと「かなり優良」、10~15%だと「良い」、10%弱程度で「普通」とされます。

計算方法
当期純利益/(期初株主資本+期末株主資本)÷2

親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)



総資産回転率

1.87回

総資産回転率は、平成30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回となります。

計算方法
売上高/総資産

CLOSE UP 出店戦略の推進により店舗数が増加

出店拡大方針のもと、当連結会計年度末におけるFCを含むチェーン全体の店舗数は777店舗(直営287店舗、FC店490店舗)、拠点数は387拠点(直営115拠点、FC272拠点)となりました。

店舗数・拠点数の増減

事業形態	ブランド	22.3期末 店舗数	出店	閉店	23.3期末 店舗数
宅配事業	銀のさら	373	11	△2	382
	釜寅	220	10	△3	227
	すし上等!	147	5	△4	148
宅配代行事業	DEKITATE	1	—	—	1
	ファインダイン	17	—	—	17
その他	和食レストラン	2	—	—	2
合計		760	26	△9	777

	22.3期末 拠点数	拠点開設	拠点閉鎖	区分変更	23.3期末 拠点数
直営店	107	4	—	4	115
FC店	271	7	△2	△4	272
合計	378	11	△2	0	387

※当社グループのチェーンでは、商品を宅配するための事業所を全国に配置しており、これを「拠点」と呼んでおります。また、消費者に提供するメニューの種類ごとに設置される設備(宅配寿司「銀のさら」や宅配御膳「釜寅」等)、及び「ファインダイン」における消費者が選ぶことのできる提携レストランのラインナップ(メニュー)ごとの配送機能を「店舗」と呼び、一つの「拠点」に複数の「店舗」を設置することがあります。

2022年10月以降の価格改定(価格の引き上げ)について

2022年10月、2023年3月に、宅配寿司「銀のさら」、宅配御膳「釜寅」、宅配寿司「すし上等!」においてメニューの価格改定を行いました。今後とも商品力・サービス力にこだわり、品質の維持と安定供給に努めて参ります。

さらなる成長に向けた中期経営計画を策定

このたび、2024年3月期から2026年3月期までの3か年を対象とする中期経営計画を策定いたしました。

フードデリバリー市場は、新型コロナウイルス感染対策の規制解除による反動がある中、食材、人件費、エネルギーコスト等も上がり、レストランサービス業全般と同様に収益性は厳しくなっています。

デフレから正常なインフレ社会への移行期間という厳しい環境条件ではありますが、当社は以下の理由から、この環境変化は大きなチャンスであると考えています。

1. 既存ブランド強化 フードデリバリー市場が拡大・活性化され、既存ブランド強化により更なる売上拡大が見込める	2. 複合化戦略の促進 ライドオン設立当初から一貫して取り組んでいる「複合化戦略」を促進できるチャンスである	3. 海外出店 国内より大きな市場であり、成長が見込める海外への出店条件が整ってきた
---	--	--

1. 新業態検証など既存ブランド強化

宅配事業

「銀のさら」と「釜寅」の2大ブランド、および「銀のさら」の妹ブランド「すし上等」を展開するデリバリーサービス事業です。「銀のさら」においては、テイクアウト併設型店舗の出店を推進しております。従来のデリバリーでの注文に加え、テイクアウトでの需要に応えることで、利便性の向上と新たな顧客層の開拓を進めてまいります。また、宅配寿司「銀のさら」、宅配御膳「釜寅」の世界観をそのままに、高級感あふれる店内で「銀のさら」、「釜寅」の食事をお楽しみいただける、来店型の和食レストラン「銀のさら」の検証を進めております。「DEKIMATE」においては、「専門店の美味しさをご自宅でも」をコンセプトに、牛タン、とんかつ、炭火焼肉、鰻等の商品を提供し、検証を進めております。

<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>宅配寿司 銀のさら 宅配寿司業界 売上・店舗数No.1*</p> <p>「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。本格的なお寿司をご自宅で楽しんでいただけるよう、素材を厳選しています。</p> </div> </div> <div style="width: 150px; text-align: center;"> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>宅配釜飯 釜寅 宅配釜飯業界 売上・店舗数No.1*</p> <p>ひとつひとつを釜で炊き上げた食べごろの釜飯。炊き込みご飯を薬味・だし汁・漬物と一緒に御膳スタイルで、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。</p> </div> </div> <div style="width: 150px; text-align: center;"> </div>
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>『銀のさら』の妹ブランド、『銀のさら』の美味しさを継承し、今までにないリーズナブルな価格で提供</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>2021年にスタートした肉メニュー中心の新宅配サービス</p> </div> </div>

※株式会社富士経済「外食産業マーケティング便覧2022」より

2. 効率的な店舗展開を実現する「複合化戦略」

宅配店舗の特性を活かし、1拠点に「銀のさら」を核として複数ブランドを出店。店舗設備・物流インフラ・食材・人材・顧客データなどを共有し、高い生産性を実現しています。また、昨今ではテイクアウト需要に応え、優位性を損なわずニーズを取り込む体制を構築しています。



3. 海外出店で新市場開拓

海外事業

タイ・バンコクに「銀のさら」初出店
フランチャイズ方式でトンロー日本市場内にオープン

国内より大きく、成長が見込める海外進出に着手します。2022年9月には、タイ王国バンコクの日本生鮮卸売市場「トンロー日本市場」内に、「銀のさら」の海外初のフランチャイズ「銀のさらトンロー日本市場」をオープン。デリバリー及びテイクアウトでお寿司を提供しております。今後、東南アジア展開を進め、米国出店を視野に新市場を開拓してまいります。

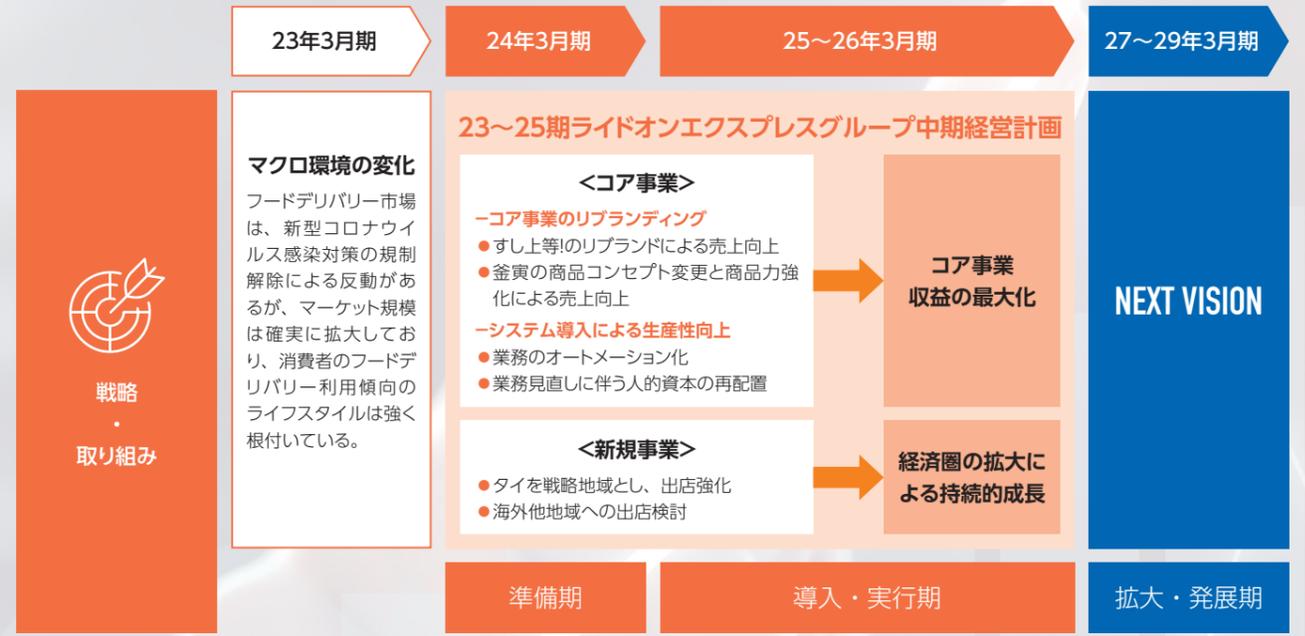
基本戦略と主な取り組み

コア事業の収益拡大を主として、成長に向けて新たな事業投資を行い収益基盤の強化と拡張を目指します。

テーマ	主な取り組み内容	
既存ブランドの強化・拡大	① セカンドブランド(すし上等!/釜寅)の強化	・「すし上等!」のリブランドによる売上向上 ・「釜寅」のコンセプト変更による売上向上
	② 販売窓口(ポータル)の拡大	・テイクアウト店舗の増加および強化とポータルサイトへの出店強化
新規事業と新ブランドの開発	① 「銀のさら」ブランドでのイートイン+デリバリー型店舗の海外展開	・米国出店への準備[23期]および出店[24期] ・東南アジアでの更なる出店強化[24期以降]
	② 「DEKIMATE」ブランド(まつしま・ゆず木)の強化・実装準備	・次期型店舗の最終形態である「Full Brand 複合型店舗」へ「DEKIMATE」ブランドの実装検証[24期以降]
AI・システム導入による生産性向上	AI・システム導入による業務の自動化と生産性向上	・WEB、アプリからの注文増加による人的工数削減 ・AIデリバリー配車の導入による生産性向上

新中期経営計画

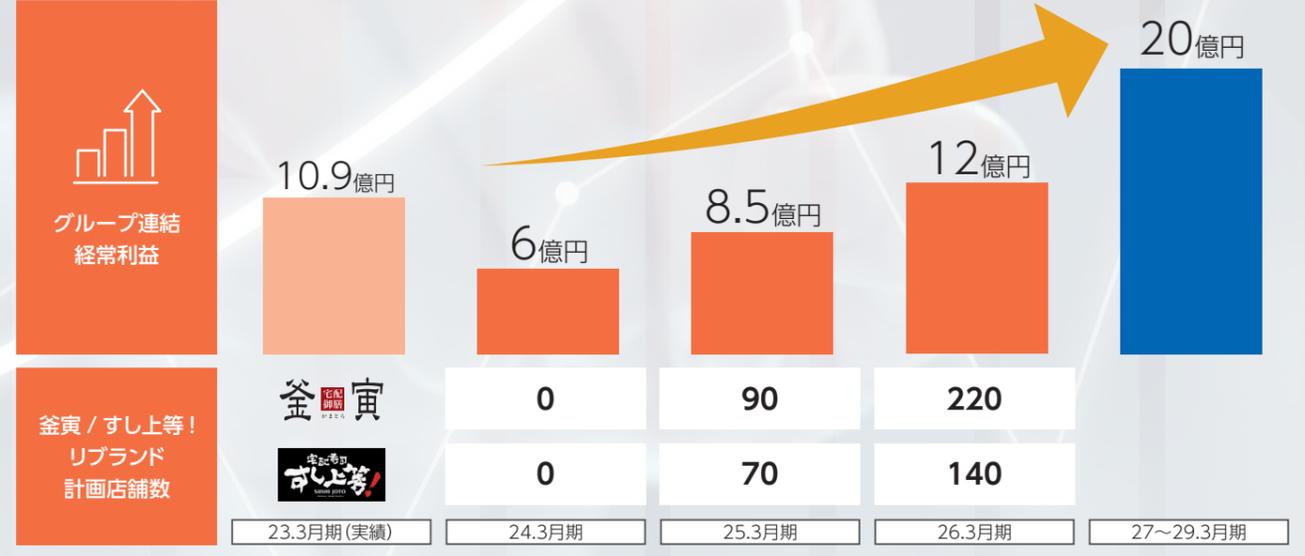
新中期経営計画は以下の通りとなります。



準備期

導入・実行期

拡大・発展期



水産資源の保護活動

海への恩返しプロジェクト

「銀のさら」では、水産資源保護を目的として「海への恩返し」プロジェクトを継続しています。天然資源を乱獲することなく、生産過程においても環境に配慮された水産資源を提供することで、「持続可能な生産」の後押しをしております。

世界的に水産物の消費量は年々増加しており、現在、世界の1人当たりの食用水産物の消費量は、50年前と比べると約2倍以上に増加しています。私たちは海から多くの恵みを得ているという感謝の気持ちのもと、海の豊かさを守るため、水産資源の保護のための視点を忘れずに、継続していくことが大切だと考えています。

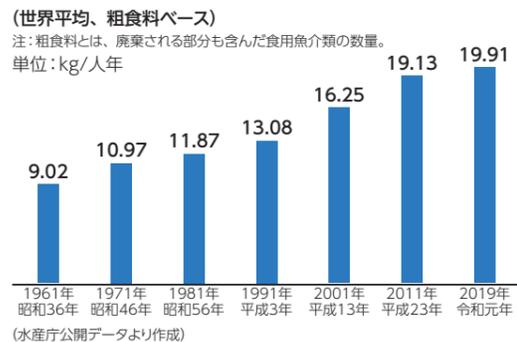
こちらでは2022年度に行った第4、5弾プロジェクトをご紹介します。

第4弾 2022.7.1-9.30 白ゴマを使った飼料で育てたサステナブルな完全養殖の真鯛 愛媛県産「白寿真鯛0(ゼロ)」

「白寿真鯛0」は、稚魚から養殖で育てた「完全養殖魚」であり、さらに、魚を育てるために天然の魚が減る現状を変えるために、育成過程の一部で、魚粉を使わず大豆や白ゴマを配合した飼料で育てられたサステナブルな真鯛です。

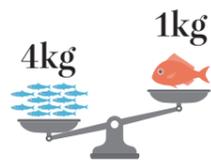
「銀のさら」では、「海への恩返し」プロジェクトの一環として、より持続可能な水産資源保護への想いに賛同し「お寿司」として初めて、同「白寿真鯛0」を使った商品を、2022年7月から9月まで販売しました。

1人が1年で消費する食用魚介類消費量の推移



「魚を育てる」ために、「天然の魚が減る」現状

「完全養殖」の場合、稚魚から養殖で育成する方法が確立されていますが、それでも真鯛を1kg大きくするために、約4kgのカタクチイワシを原料とした魚粉が必要です。つまり、養殖魚を育てるためにはそれ以上の大量の天然魚が使用され、当社が賛同している、より環境保護につながる持続可能な養殖業には、未だ遠い状況があります。



「完全養殖魚」が水産資源の乱獲防止につながる

養殖魚を使うことは、天然魚に比べて必要な量を必要な分だけ育成し継続的に供給することで、水産資源の乱獲を防ぐことにつながります。さらに人工種苗で生まれた稚魚を育成することで【完全養殖】を実現し、「持続可能な養殖業の発展と地域の発展」への貢献に寄与しています。



鮮度抜群で歯ごたえと旨みを楽しめる「白寿真鯛0」を「炙り」と「づけ」の2種展開

「白寿真鯛0」は、噛めば噛むほど真鯛の旨みと甘みを感じられる、天然の鯛にも全く引けを取らない一品。魚の旨味を、シャリと合わせたお寿司でも引き立たせるために、「炙り」と「づけ」の2種類をご用意しました。「炙り白寿真鯛」は、魚の旨味を最大限に堪能でき、熱を加えることでジューシーな味わいと、生魚の食感を同時に楽しんでいただける、贅沢な一貫です。「づけ白寿真鯛」は、漬けダレによって少しネットリとした味わいになり、「炙り」とはまた違った印象をお楽しみいただけます。



第5弾 2023.2.1-3.31 「椿の葉」を餌に配合して育てた 五島列島の「つばき鯛」

「離島振興」と「地方創生」を目指し、日本を豊かな「食列島」にする。』を掲げる(一社)離島振興地方創生協会。同協会の考えに賛同した生産者が育てる「つばき鯛」を、「海への恩返し」プロジェクト第5弾として、2、3月に販売しました。五島列島の名産である「椿の葉」を餌に配合して育てられ、脂質が高く、養殖臭も少なく、変色が遅いことが特徴です。



エリアによって異なる調理法で販売

旬の食材や希少なネタなどを公式WEBサイトでのみ期間限定で販売する「いま!これ!勝負ネタ」として、北海道・東日本・東海エリアでは「つばき鯛」・「づけつばき鯛」を、関西・西日本・九州エリアでは「湯引きつばき鯛」・「づけ湯引きつばき鯛」をと、エリアによって異なる調理法で「つばき鯛」を販売いたしました。



環境負荷の低減

「銀のさら」が環境にやさしい 2種の容器を共同開発

「銀のさら」では環境負荷を軽減し地球環境保全に貢献するため、国産の天然の石が主原料である新素材「L-Stone」を使用した新たな使い捨て容器を、タカギ産業株式会社と共同開発いたしました。2022年12月より順次使用を開始しております。また、この結果、年間を通して全体で約7.7トンのプラスチック減量が見込まれています。



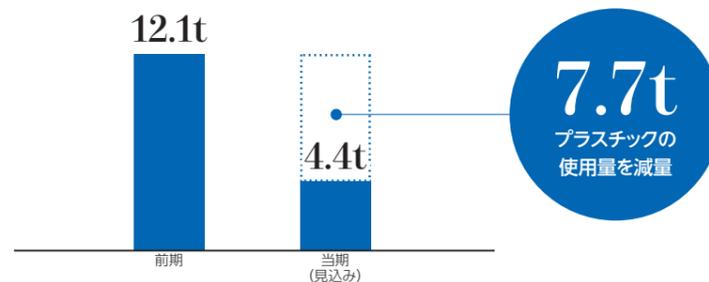
天然の石が主原料の素材を使った新容器

【L-Stoneについて】

従来のプラスチック容器と比べて、プラスチック使用量や温室効果ガスの廃棄量などを大幅に削減できるため、SDGs(持続可能な開発目標)の活動を推進する事業者にとって有用な選択肢として期待されています。

- ✓ 国産の石灰石のみを使用した「安全・安心」の容器
- ✓ 成分の53%が国産の石灰石(炭酸カルシウム)、従来の容器と比べて50%以上のプラスチック使用量が削減できる
- ✓ 主原料である炭酸カルシウムは膨張剤や品質改良剤など食品添加物として使用されており、安全性が確認された物質
- ✓ 従来のプラスチック同様、耐水性・耐油性・耐熱性にも優れる

同商品におけるプラスチック使用量



世界的SDGsへの関心とコロナ禍における容器へのニーズの変化に合わせた解決策

世の中でSDGsへの関心が高まる一方で、「銀のさら」ではコロナ禍において、より衛生面を気にするお客様が増え、使い捨て容器の需要が広がりました。宅配業界のリードカンパニーとして、資源保護への想いがあり、SDGsの12番「つくる責任つかう責任」への取り組みにもつながると考え、今回のプラスチック使用量の減量を実施いたしました。

段階的なプラスチック減量に向けて、容器の改善施策を継続

2022年3月にリリースした、寿司桶容器を薄くする取組みや今回の新素材を活用した容器の開発を始め、今後も容器のプラスチック減量の取組みを継続してまいります。次に目指す施策として、今回採用した新容器の種類と取扱量を増やし、最終的には、完全にプラスチックを使わない「脱」プラスチック容器の開発も視野に、取組みを進めています。



2022年3月に軽量化した寿司桶容器

2022.11.1

「黒毛和牛すき煮」を使用 「和牛すき焼き釜飯」

宅配御膳「釜実」では期間限定・オンライン限定で、「黒毛和牛すき焼き釜飯」を販売しました。老舗「お肉のズギモト」が開発した黒毛和牛すき煮は、上質な切り落とし肉を丁寧に炒め煮。ご飯と一緒に炊き込むことで、ささがきごぼうの旨味・甘み・香りが引き立ち、脂がご飯に染み込んで最後まで和牛の味が楽しめます。



2023.3.1

富士山の湧き水で育った白身が特徴の「ホワイトサーモン」が初登場

富士山の豊かな水と森で育てられた美味しい「ホワイトサーモン」が「銀のさら」に初登場しました。世界中でも珍しい白身が特徴のサーモンは、上品な味わいで栄養豊富。漁場の水温が安定しており、4か月間という長期間での全国販売が実現しました。期間限定・オンライン限定で販売。



2023.3.7

AIが盛り付けた寿司桶を採点！ 社内教育アプリ「mibae」

宅配寿司「銀のさら」において、社内教育ツールとして、盛り付けた寿司桶の見栄えをAIが評価し、採点するアプリ「mibae(ミバエ)」を開発しました。これからも食卓へ笑顔を届ける宅配寿司サービスとして、「mibae」によってベースアップされた商品クオリティを軸に、商品力の更なる向上を目指します。



※当アプリは銀のさら社員・従業員専用のアプリとなり、一般公開は予定しておりません。

IRメールマガジンにぜひご登録ください！

<https://ir.rideonexpresshd.co.jp/ja/mail.html>

当社では最新のIR情報をお届けするIRメールマガジンにて、決算関連やニュースリリースなどの情報を発信しています。ご登録は当社コーポレートサイトのIR情報ページから簡単に行うことができます。



ケータイ、スマホのQRコード
読取機能で簡単アクセス



株主優待のご案内

● 優待対象基準

毎年3月31日現在の株主名簿に記載または記録された当社株主1単元(100株)以上保有の株主様を対象といたします。

● 優待内容

全国の宅配寿司「銀のさら」、宅配御膳「釜寅」、宅配寿司「すし上等!」、レストランの宅配代行「ファインダイニング」店舗にてお使いいただける「ご優待券2,500円分」を贈呈いたします。また、宅配可能な店舗がない等の理由でご優待券をご利用されない方は、「新潟県魚沼産コシヒカリ(新米)2kg」をお選びいただくことも可能です。



株主ご優待券見本

● 優待券のご利用条件

- ご優待券は宅配寿司「銀のさら」、宅配御膳「釜寅」、宅配寿司「すし上等!」、レストランの宅配代行「ファインダイニング」店舗にて、ご利用代金2,500円分としてご利用いただけます。
- 宅配可能な店舗につきましては、下記ウェブサイトにてご確認ください。



<https://www.ginsara.jp>



<https://www.kamatora.jp>



<https://www.sushijoto.jp>



<https://www.finedine.jp>

- その他、詳細につきましては当社ホームページ等でご確認ください。

ライドオンエクスプレスホールディングス 株主優待

検索

コーポレートデータ (2023年3月31日現在)

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 (英文商号) RIDE ON EXPRESS HOLDINGS Co.,Ltd.
本社所在地	〒108-6317 東京都港区三田三丁目5番27号
設立	2001年7月
資本金	10億6,720万円
従業員数	3,816名/うち正社員384名(連結)
事業内容	フードデリバリーチェーンの経営管理業務

役員 (2023年6月28日現在)

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
取締役(監査等委員)	齋藤 正夫
取締役(監査等委員)	吉田 真
取締役(監査等委員)	砂子 知香

(注) 取締役 齋藤正夫、吉田真、砂子知香は、社外取締役であります。

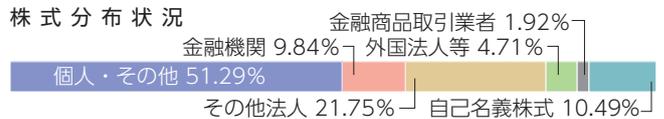
株式情報

発行可能株式総数	40,000,000 株
発行済株式の総数	10,872,086 株
株主数	23,993 名
大株主	

株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
株式会社エミA&Y	2,113,700	21.72
日本スタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	772,600	7.94
江見 朗	738,386	7.59
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	240,100	2.47
松島 和之	189,701	1.95
富板 克行	164,445	1.69
株式会社嶋村吉洋映画企画	134,700	1.38
渡邊 一正	116,446	1.20
水谷 俊彦	94,443	0.97
野村證券株式会社	79,444	0.82

※ 当社は自己株式1,140,506株を保有しておりますが、上記大株主から除いております。また、持株比率は自己株式を控除して計算しております。

株式分布状況



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から 翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
定時株主総会の基準日	毎年3月31日
単元株式数	100株

公告方法

電子公告の方法により行います。但し、やむを得ない事由により電子公告することが出来ない場合は、日本経済新聞に掲載します。

株主名簿管理人

三菱UFJ信託銀行株式会社

ご連絡先

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
東京都府中市日鋼町1-1
電話 0120-232-711(通話料無料)
郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

見通しに関する注意事項

本冊子に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

株式会社 ライドオンエクスプレスホールディングス

〒108-6317

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

<https://www.rideonexpresshd.co.jp>



この冊子は環境保全のため、植物油インキとFSC® 認証紙を使用しています。見やすく読みまちがえにくいユニバーサルデザインフォントを採用しています。