

2019年3月期 決算説明会



2019年6月11日 (火)

株式会社フライングガーデン

【証券コード: 3317】



代表取締役社長 野沢 八千万

<http://www.fgarden.co.jp/>

目次

| | |
|------------|-----|
| 決算概況 | P 2 |
| 今後の展開..... | P 8 |
| ご参考資料..... | P15 |

売上高は前年のテレビ放映効果を補えず、3.1%減の7,321百万円、売上高減少に伴う売上総利益の減少及び人件費の増加等から、経常利益は29.2%減の327百万円、当期純利益は繰延税金資産の計上に伴う法人税等調整額の計上△66百万円(△は益)があったものの13.3%減の275百万円と減収減益となりました。

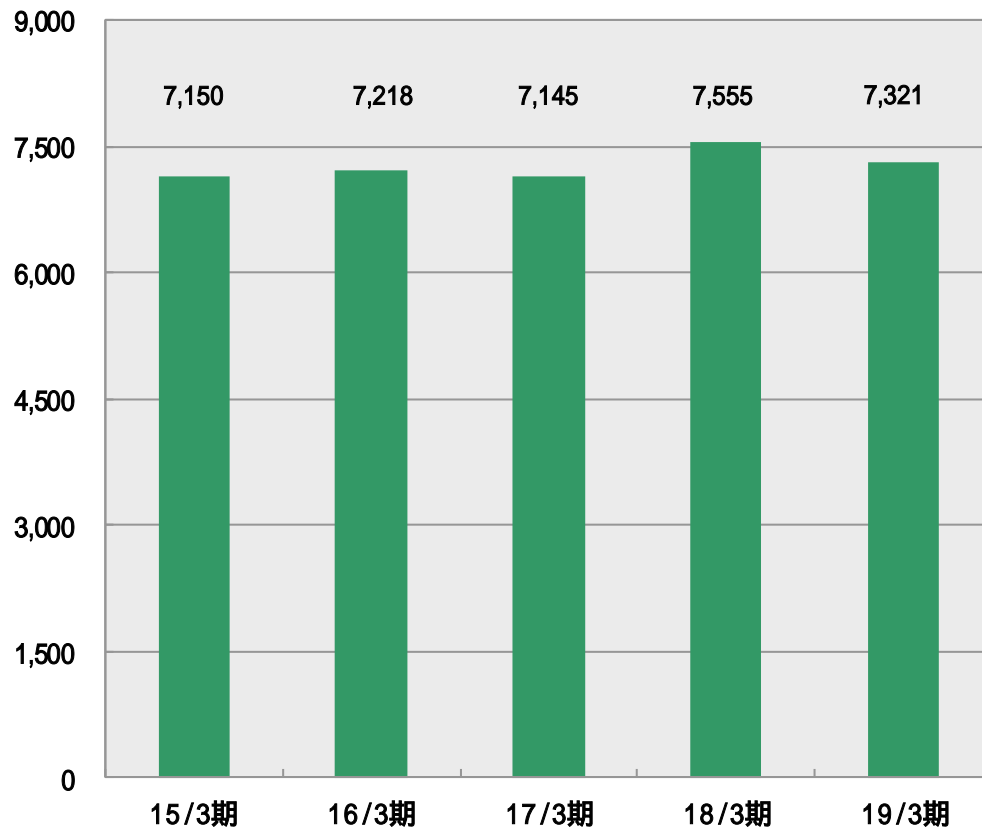
(単位:百万円)

| | 2018年3月期 | 2019年3月期 | 増減額 |
|-------|----------|----------|-----|
| 売上高 | 7,555 | 7,321 | 234 |
| 売上総利益 | 5,145 | 5,006 | 139 |
| 営業利益 | 445 | 295 | 150 |
| 経常利益 | 463 | 327 | 136 |
| 当期純利益 | 318 | 275 | 43 |

売上高の
推移

売上高推移
のPOINT

(単位:百万円)



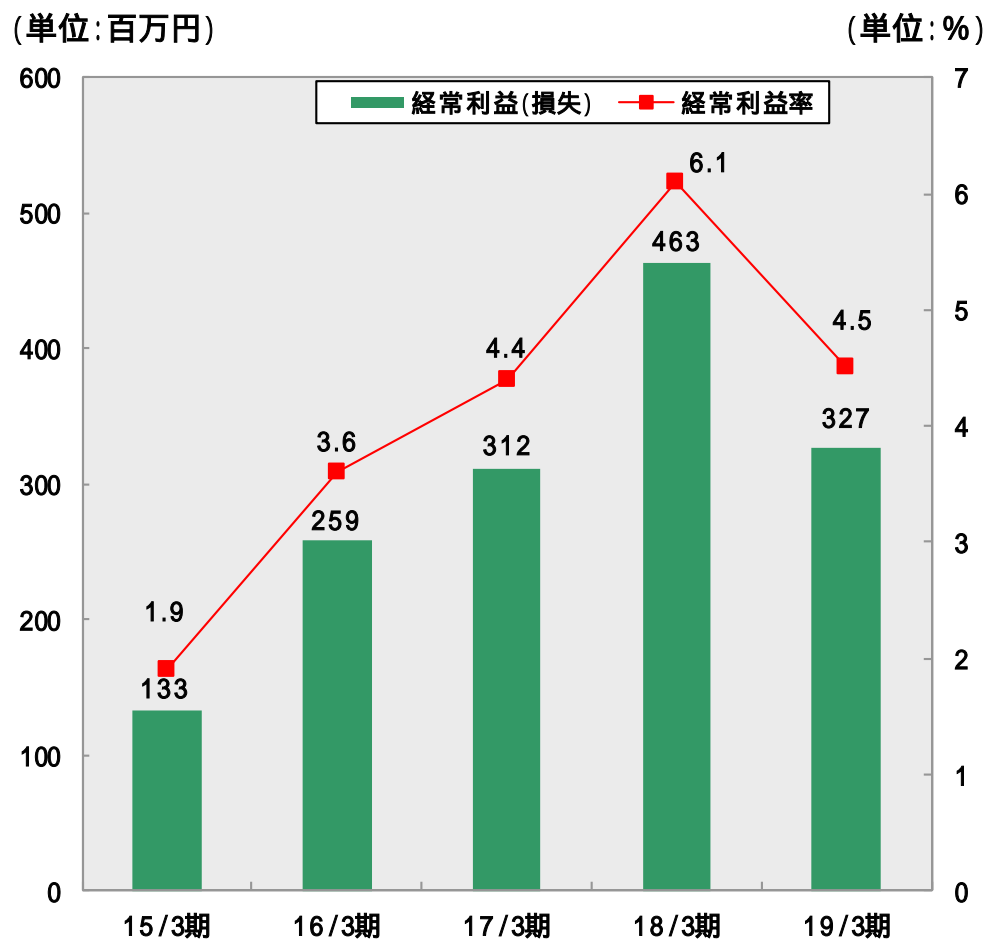
既存店売上高は前年同期比 98.3%

当期は1店舗閉店
(期末店舗数:61店舗)

これらの結果、当期の売上高は7,321百万円

経常利益 / 率
の推移

経常利益推移
のPOINT

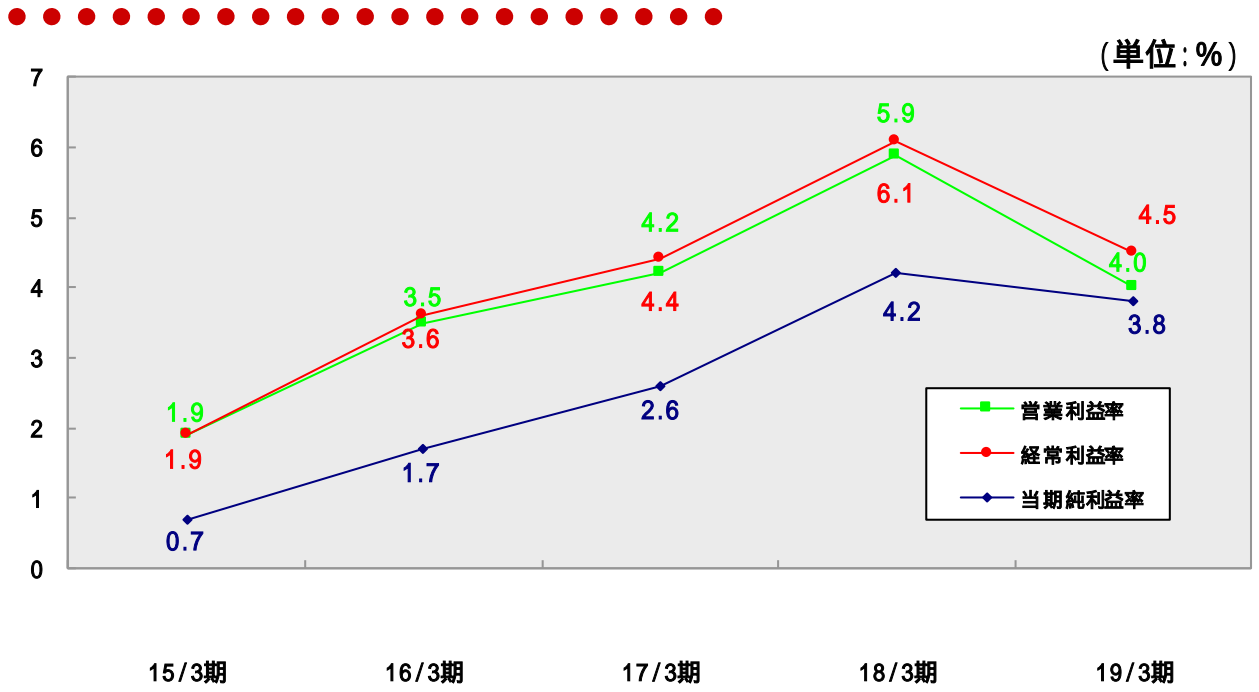


原価率の減少 (前期より0.3%減少)

販売費及び一般管理費率の増加 (前期より2.1%増加)

これらの結果、当期の経常利益は、前年同期比136百万円減の327百万円

利益率の推移



| | 2015年3月期 | 2016年3月期 | 2017年3月期 | 2018年3月期 | 2019年3月期 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 売上原価率(%) | 34.0 | 33.6 | 32.6 | 31.9 | 31.6 |
| 販管比率(%) | 64.1 | 63.0 | 63.2 | 62.2 | 64.3 |
| 減損損失(百万円) | 計上なし | 計上なし | 計上なし | 14(賃貸物件) | 計上なし |



(単位:百万円)

| | 2018年3月 前期末 | 2019年3月 当期末 | 増減額 | 主な増減要因 |
|----------|----------------|----------------|-----|----------------------------------|
| 流動資産 | 821 | 864 | 43 | 現金及び預金42百万円増加 |
| 固定資産 | 2,435 | 2,480 | 45 | |
| 有形固定資産 | 1,467 | 1,479 | 12 | 改装等による増加 |
| 無形固定資産 | 174 | 179 | 5 | |
| 投資その他の資産 | 793 | 820 | 27 | 繰延税金資産54百万円増加 差入保証金24百万円減少 |
| 資産合計 | 3,256 | 3,344 | 88 | |
| 流動負債 | 961 | 962 | 1 | 未払法人税73百万円減少 圧縮未決算特別勘定87百万円計上 |
| 固定負債 | 632 | 487 | 145 | 長期借入金75百万円減少 圧縮未決算特別勘定77百万円減少 |
| 株主資本 | 1,662 | 1,894 | 232 | 当期純利益275百万円計上 配当金支払 43百万円計上 |
| 純資産合計 | 1,662 | 1,894 | 232 | |
| 負債純資産合計 | 3,256 | 3,344 | 88 | |

(単位:百万円)

| | 2018年3月期 | 2019年3月期 | 増減額 | 主な増減要因 |
|-------------------------|----------|----------|-----|---|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 636 | 347 | 289 | 税引前当期純利益329百万円 (135百万円減少) 未払金の増減額 5百万円(35 百万円減少) |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | 341 | 162 | 179 | 有形固定資産の取得による支 出172百万円(100百万円減少) |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | 253 | 142 | 111 | 長期借入金の返済による支出 99百万円(110百万円減少) |
| 現金及び現金同等物 の増加額(は減少) | 41 | 41 | 0 | |
| 現金及び現金同等物 の期首残高 | 292 | 334 | 42 | |
| 現金及び現金同等物 の期末残高 | 334 | 375 | 41 | |

| | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|--|
| フリー・キャッシュ・フロー | 295 | 184 | 111 | |
|---------------|-----|-----|-----|--|

顧客に支持される主力商品を持っていることと
ホスピタリティを原点としたサービス品質の高さ

▶ 他社では提供しづらい爆弾ハンバーグをお手頃価格で提供

▶ 爆弾ハンバーグを中心とした商品構成でオペレーション効率が向上

▶ 「食の安全・安心」に対する徹底した対応

▶ 他のレストランチェーンと一線を画す空間づくり

▶ 質の高い人材によるホスピタリティサービス

- 爆弾ハンバーグをメインとして、また来たくなる繁盛店チェーンを作る。
- ランチとディナーに特化した客単価1,250円前後の肉の専門店モデルを磨きこむ。

達成のための3つの柱

1. 決まったことを決まった
通りやる風土の推進

組織力の強化

2. 営業体制の強化

客数増加

3. 徹底的な効率化

生産性向上と経費削減

（1）伝達方法の改善

- 組織のタテとヨコの報・連・相・打を励行する。
（特に部門間のミーティングを密にする。）
- 報告書等決まったフォームで作成し、
文書による伝達を徹底する。
- 相手が理解するまでしっかり伝える。
（小さな打ち合わせの習慣化。）

（2）挨拶、社内呼称の徹底

- 元気に笑顔で挨拶をする。
- 「さん」づけの徹底。（一部役職を除く）

組織力の強化

（1）サービスの磨きこみ

清掃の徹底。

顧客満足度向上のための覆面調査の実施。

（2）販売促進

爆弾ハンバーグ注文率45%を目指した商品の改善。

（素材の配合、メッシュ、調味料、ソース等、根底的な見直し）

平日ディナーの来客数を増加させる商品企画の継続。

目的を明確にした販売促進策の実施。

（対決キャンペーン、モンテガートフェア、地産地消フェア）



客数増加

（3）積極的な店舗投資（総額 約220百万円）

新規出店 1 店舗。

店舗移転新築 1 店舗。

改装 7 店舗。

ソフトクリームマシン入替 6 店舗、コーヒーマシン入替 4 店舗

（4）その他働き方改革等への取り組み

1 エリア増加により、エリアマネジャーの
店舗フォロー体制の強化。

営業時間の見直しテスト。

有給休暇取得の年間計画策定。



客数増加

（1）原価低減

社外コンサルを招き、原価低減プロジェクトの実施。
（3年で150百万円の原価低減を目標）

（2）省エネ、人件費削減を考慮した設備投資（60百万円）

エアコン入替12店舗、自動洗米炊飯器3店舗、売上金入金機3店舗。

（3）筋肉質な社内構造の構築

業務改善ミーティングの実施。（小さな業務改善を継続。）
借入金ゼロへの取り組み。（2020年3月末目標）

（4）予算統制の徹底

予算担当部署の明確化。

生産性向上と経費削減

(単位:百万円)

| | 2019年 3月期 | 2020年3月期 | | | 前期比 (%) |
|-------|--------------|----------|-------|-------|------------|
| | | 上期予想 | 下期予想 | 通期予想 | |
| 売上高 | 7,321 | 3,858 | 3,627 | 7,485 | 102.2 |
| 売上原価 | 2,315 | 1,208 | 1,132 | 2,340 | 101.0 |
| 売上総利益 | 5,006 | 2,650 | 2,495 | 5,145 | 102.8 |
| 営業利益 | 295 | 220 | 110 | 330 | 111.7 |
| 経常利益 | 327 | 220 | 110 | 330 | 100.6 |
| 当期純利益 | 275 | 132 | 68 | 200 | 72.5 |

通期業績の前提

新規出店計画 1店舗

既存店売上高 101.6%

設備投資計画 330百万円

減価償却費 159百万円

企業概要 P 16

事業概況 P 20

爆弾ハンバーグをメインとした
郊外型レストラン『**フライングガーデン**』を
北関東を中心に、直営で多店舗展開

会社概要

| | |
|------|--|
| 社名 | : 株式会社フライングガーデン : FLYING GARDEN CO., LTD. |
| 設立 | : 1981年12月4日 |
| 代表者 | : 代表取締役社長 野沢 八千万 |
| 事業内容 | : 郊外型レストランチェーンの経営 |
| 売上高 | : 73億21百万円 |
| 店舗数 | : 61店(2019年3月末現在) |
| 従業員数 | : 175名 < 臨時雇用者数(外数) 682名 > |

私達は人類の幸福を向上させるために、思いやりの心を持つ優秀な人材を採用育成し、社員の幸せと、お客様満足度日本一のレストランチェーンを築き、適正利潤を確保し、社会貢献致します。



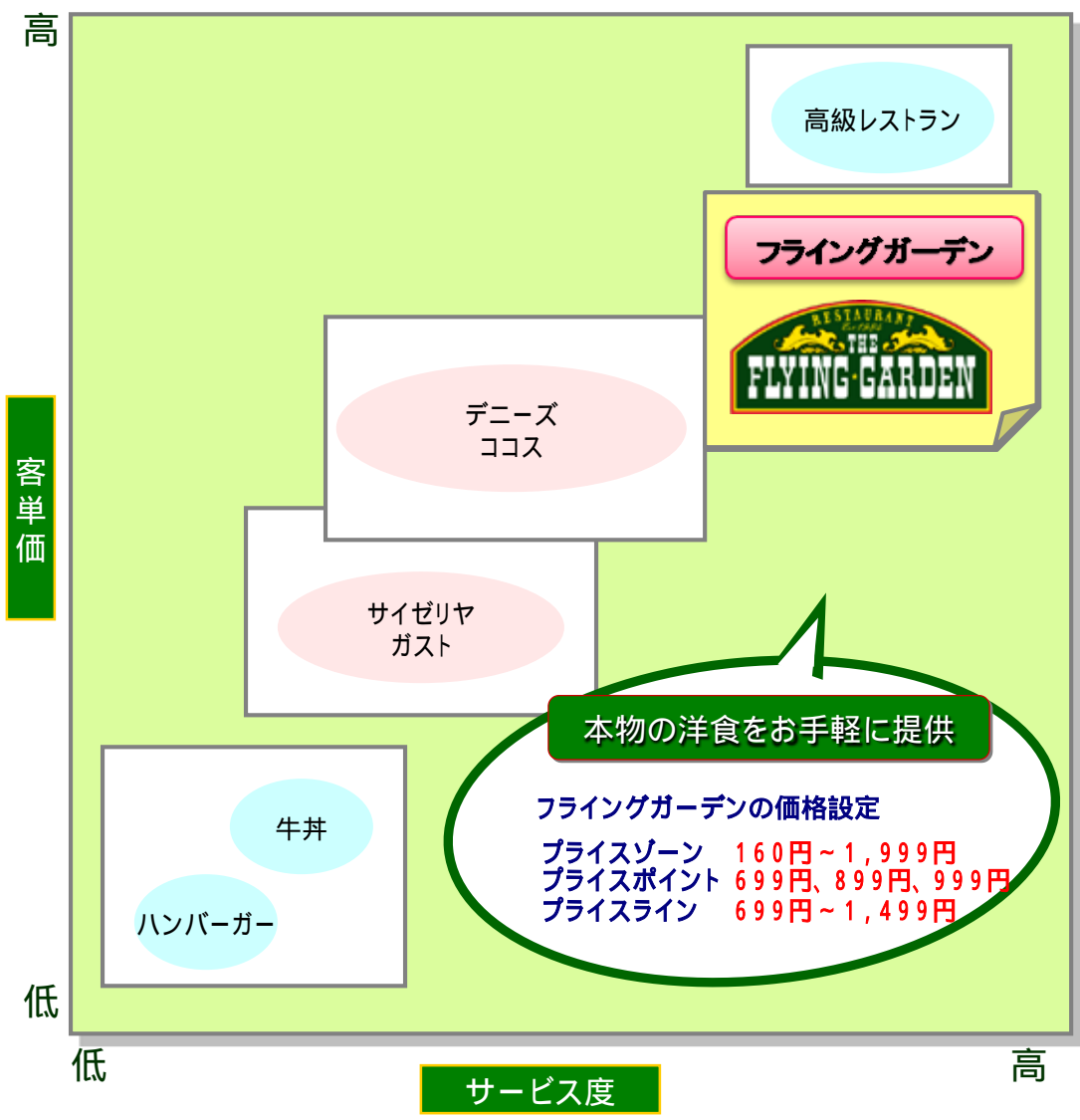
食の安全・安心
の追求



美味しさの追求

きめ細かい
サービスの追求

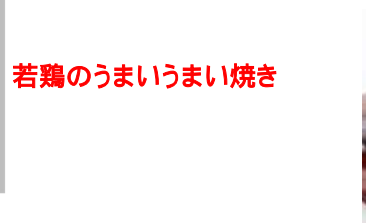




主なメニュー



爆弾ハンバーガー



若鶏のうまいうまい焼き

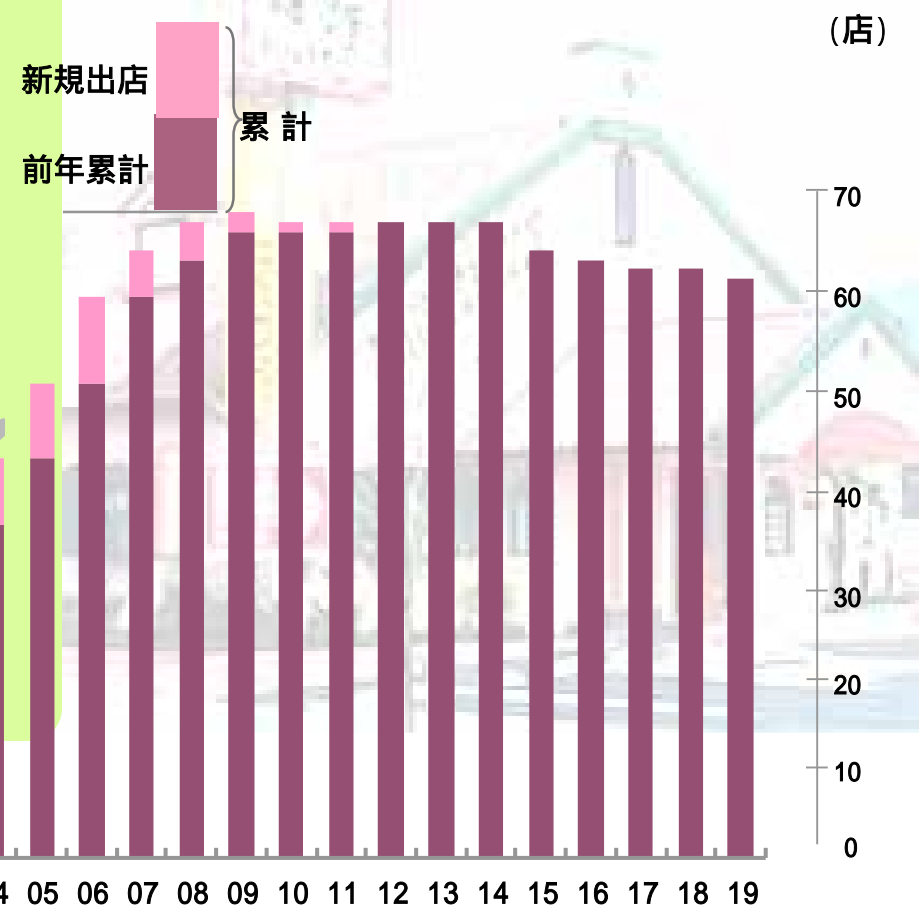
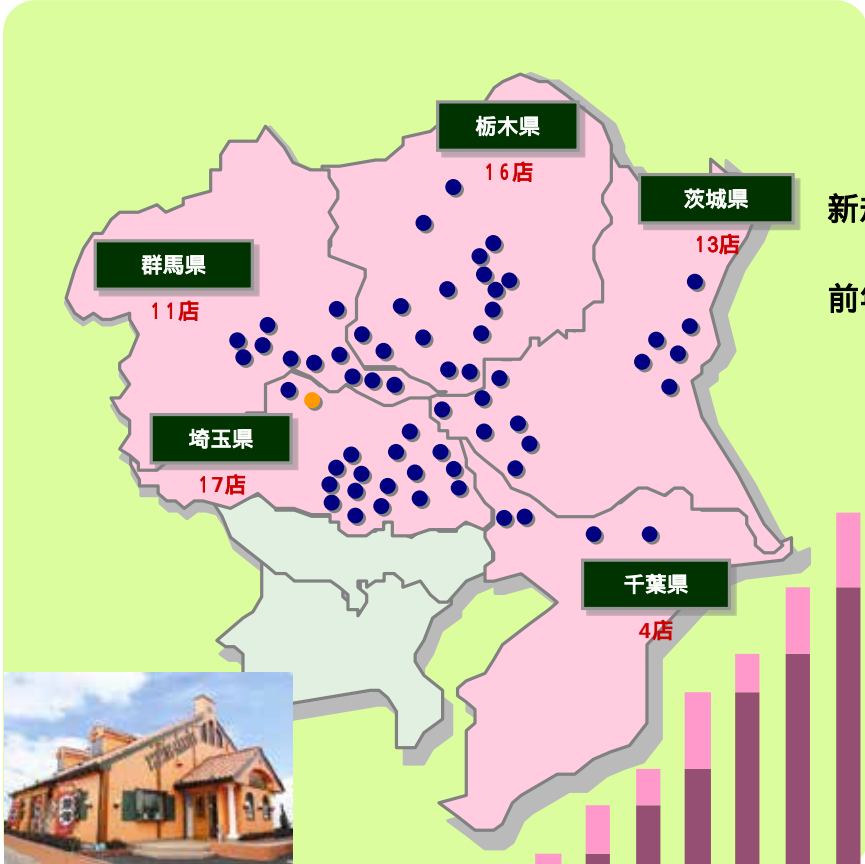
店舗展開の状況

店舗展開の状況 (2019年3月31日現在)

店舗数推移

2019年3月末現在: 61店舗

2018年3月31日の営業をもって深谷店(埼玉県)閉店。



| | 2018年3月期 | | | 2019年3月期 | | | |
|-----|--------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
| | 売上高 (百万円) | 構成比 (%) | 店舗数 (店) | 売上高 (百万円) | 構成比 (%) | 前期比 (%) | 店舗数 (店) |
| 栃木県 | 1,955 | 25.9 | 16 | 1,917 | 26.2 | 98.0 | 16 |
| 群馬県 | 1,452 | 19.2 | 11 | 1,452 | 19.9 | 100.0 | 11 |
| 埼玉県 | 2,266 | 30.0 | 18 | 2,126 | 29.0 | 93.8 | 17 |
| 茨城県 | 1,367 | 18.1 | 13 | 1,324 | 18.1 | 96.9 | 13 |
| 千葉県 | 512 | 6.8 | 4 | 500 | 6.8 | 97.8 | 4 |
| 合計 | 7,555 | 100.0 | 62 | 7,321 | 100.0 | 96.9 | 61 |

上記の金額には消費税等は含まれておりません。

| | 2018年3月期 | | 2019年3月期 | | |
|---------|-------------|------------|-------------|------------|------------|
| | 金額 (百万円) | 構成比 (%) | 金額 (百万円) | 構成比 (%) | 前期比 (%) |
| 売上高 | 7,555 | 100.0 | 7,321 | 100.0 | 96.9 |
| 爆弾ハンバーグ | 2,987 | 39.5 | 2,868 | 39.2 | 96.0 |
| ハンバーグ | 926 | 12.3 | 938 | 12.8 | 101.3 |
| チキン | 694 | 9.2 | 680 | 9.3 | 97.9 |
| サラダ | 227 | 3.0 | 219 | 3.0 | 96.3 |
| その他 | 2,718 | 36.0 | 2,615 | 35.7 | 96.2 |

ドリア(スパゲッティ)は、金額の重要性が減少したことからその他に組み換えて表示しております。

< I R 担当窓口 >

株式会社フライングガーデン

部署 : 財務部
役職 : 取締役財務部長
氏名 : 片柳 紀之
TEL : 0 2 8 5 - 3 0 - 4 1 2 9
FAX : 0 2 8 5 - 2 2 - 2 1 3 3



<http://www.fgarden.co.jp/>

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
また、業界等に関する記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。