



2025 年 6 月 4 日

各 位

会 社 名 株式会社フライングガーデン
代 表 者 名 代表取締役社長 野 沢 卓 史
(スタンダード・コード 3 3 1 7)
問 合 せ 先 常務取締役 片 柳 紀 之
営業支援本部長
(TEL : 0 2 8 5 - 3 0 - 4 1 2 9)

2025 年 3 月期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

当社が 2025 年 6 月 3 日に開催しました機関投資家・アナリスト向け決算説明会における質疑応答の要旨は以下の通りであります。

説明者 代表取締役社長 野沢 卓史
常務取締役 営業支援本部長 片柳 紀之

質問 1

2026 年 3 月期業績予想の前提となっている既存店売上高 104.8%について、客数・客単価についても教えてほしい。

当社は、客数・客単価につきましては公表していないため、詳細については回答しかねるが、他社に比べて抑制的に価格改定を行っており、客数についてもある程度好調に推移すると見込んでいる。

質問 2

競合他社が北関東に出店しているが、当社としてはどう考えているか。

今まで出店していなかったブランドも出店していることは把握している。

地元のお客様の認知度、支持という面では当社に利がある。

どこに対しても、当社がより良い商品、サービス、清潔な店舗を提供することで勝っていきたい。

また、既存店舗の改装についても再教育の機会ととらえ、モチベーションとサービスレベルの向上を図っている。

質問 3

新店 2 店舗の足元の業績はどうか、また、14 年ぶりの出店とのことだが出店戦略が変わったのか。

新店 2 店舗（さいたま大和田店、前橋川原店）については、従来の店舗に比べコンパクトなレイアウトになっており、出店できる立地のバリエーションが増やせると考えている。

お客様満足度を変えず、オペレーションを良くすることでロードサイド以外でも出店できる形にしていきたい。

出店方針については変わっておらず、年 1 ～ 2 店舗の出店を計画していたが、基準に合致する物件が無く、無理に出店を行わなかった。さらにコロナ下で出店計画を延期したことにより 14 年という間が空いてしまった。準備を慎重に行ってきたため、新店については順調に推移している。

質問 4

コスト増に対する価格転嫁、値上げについて状況を伺いたい。

お客様との接点以外のところで、機器の導入による品質の向上と作業の軽減、A I を使用した来客予測の導入による作業の簡素化などをおこなっている。また、価格改定は行っているものの抑制的に行っている。お客様へのご迷惑や従業員への負荷をかけずに出来る事はまだまだあると考えている。

以 上