

2025年7月期 決算説明資料

株式会社バルニバービ
証券コード 3 4 1 8



BALNIBARBI

1. 企業理念・会社概要	→	P.3～
2. 2025年7月期 決算サマリー	→	P.8～
3. 投資家の皆様、ステークホルダーの皆様、 一緒に推理と想像をしませんか？	→	P.14～
4. 2025年7月期トピックス	→	P.19～
5. 成長戦略	→	P.21～
6. 今後の出店予定	→	P.26～
7. 株主還元	→	P.29～

VISION

食から始まる日本創再生—多くの人々が楽しく、豊かに暮らせる世界を目指して

「人々のライフスタイルに溶け込む地域に根ざした店づくり」をテーマに、その土地や場所でしかできない何ものかを創出することで、人が訪れ、時間を過ごしていただき、その地域に愛着をもち、さらには移り住み、地域とのコミュニケーションの中で『（再び）人が住みたくなる街づくり』を目指します。

WAY

食を通して「なりたい自分」になる

飲食業はお客様の心も満たす空間を創る仕事です。マニュアルに依存しない自由な環境で、一人ひとりが思う存分「個性」を発揮することで、食を通して「なりたい自分」を目指します。



私たちが目指す地方創生は、地域の皆様、スタッフ、その他のステークホルダーの皆様と、その街に本当に必要と思えることを時間をかけて考えていくことで、住みたいと思える街をつくること。その積み重ねに私たちが目指す「日本創再生」があると考えます。

マテリアリティとしての地方創生

当社の最大のマテリアリティは「食を起点とした社会課題への取り組み」です。中でも「地方創生への取り組み強化」を最重要課題と捉えています。

社会

食を起点とした社会課題への取り組み

● 地方創生への取り組み

従業員とのエンゲージメント強化

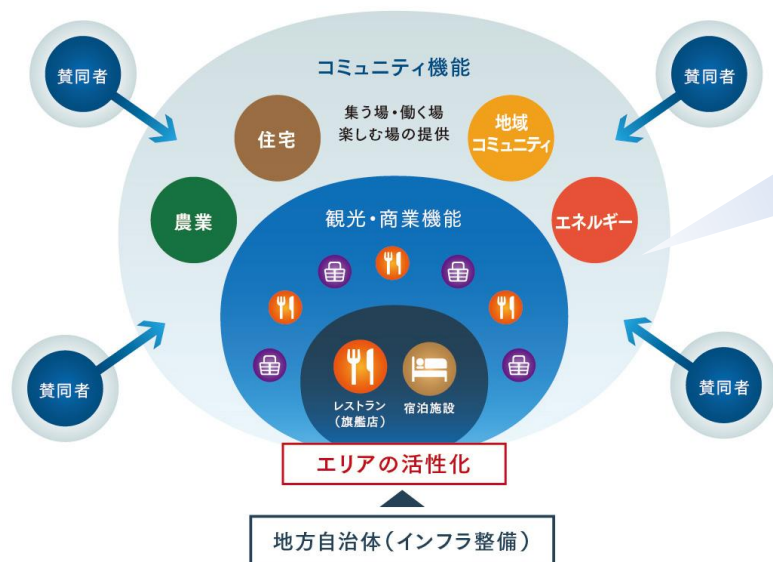
環境

気候変動への対応

資源循環の推進

ガバナンス

リスク管理の強化



VISION

食から始まる日本創再生



食から始まる日本創再生を目指して

地方創生の開発エリア数は10年で7カ所以上を目標とします。そして、バルニバービが推進する地方創生を日本全国に展開していくことで「食から始まる日本創再生」を実現していきます。

初期段階での開発はレストラン旗艦店と宿泊施設の出店を行います。その後、地域の特性をみながら飲食店や物販・レジャー施設等の店舗・施設を出店することでエリアの活性化を目指します。

まずは淡路島をモデルケースとして地域のコミュニティ機能を強化していきます。住居の提供、農業支援や自立型エネルギーシステムの導入等により、最低限のライフラインを確保した地産地消・自給自足のビレッジ型エリア開発を推進し、機能開発したサービスや仕組みを徐々に他のエリアに展開してまいります。

会社概要

企業概要

会 社 名	株式会社バルニバービ		
設 立	1991年9月		
代 表 者	代表取締役会長 佐藤 裕久・代表取締役社長 安藤 文豪		
所 在 地	本店 大阪市西区南堀江 1-14-26 東京本部 東京都港区海岸3-9-15 LOOP-X 14F 大阪本部 大阪市西区南堀江 1-14-26 中澤唐木ビル		
資 本 金	16億800万円		2025年7月末現在
経 営 理 念	「食から始まる日本創再生」多くの人々が楽しく、豊かに暮らせる世界を創造する		
従 業 員 数	連結：社員数695名		2025年7月末現在
グ ル ー プ 店 舗 数	102店舗		2025年7月末現在
グ ル ー プ 会 社 (連結子会社 13社) (非連結子会社 2社)	(店舗運営子会社) 株式会社バルニバービインターフェイス 株式会社to-Compass バルニバービ・スピリッツ&カンパニー株式会社 株式会社バルニバービコンシスタンス 株式会社バルニバービウィルワークス 株式会社バルニバービイートライズ 株式会社バルニバービオーガスト 株式会社BAR Backs Brand 株式会社PIATTIBELLA 株式会社ヒトハナサカス 株式会社トウキョウイット 株式会社ジョイパーク（非連結子会社） 株式会社OPAS（非連結子会社） (事業子会社) 株式会社アワエナジー 株式会社エナビードゥーエ 2025年7月末現在		

レストラン事業 — 事業の収益構造

バッドロケーション戦略におけるバッドロケーションエリア、不動産デベロッパーエリア、行政・公共機関エリア、大学・その他エリア及びその他の事業における従来のレストラン事業として区分すべき店舗運営に付随する事業

直営店舗

■ロケーション

恵まれた周辺環境を店舗デザインに統合的に取り込むことで、気持ちのいい空間を創造します。

■店舗の特徴

特定のメニューへの依存度が低く、様々な用途に対応できるプランニングにより、経済環境の変化に強い安定した店舗づくりを行っています。



イーコマース（EC）サイト

■オンラインの販売チャネル

“食卓に彩りを添える特別な一品”をテーマに、ECサイトを開設。総料理長監修のミールキットやオリジナルスイーツなどを販売しております。

■オフラインとのシナジー創出

店舗が開発したオリジナルのミールキットなどを積極的にオンメニューし、オンラインオフラインでの相乗効果を狙います。



その他

■コンサルティング

企業、行政機関などに対して、地域ブランド振興、カフェやレストランの企画・開発等のコンサルティングを行っております。

■飲食事業での独立を目指す方のプラットフォーム

パーソナリティーを尊重した飲食店経営者の輩出プラットフォームを設立。単なるのれん分けではなく、当社の持つリソースを活用した店舗展開が可能となっております。



当社所有の販売用土地及び建物等の不動産又は権利における出店、賃貸、売買、コンサルティング、株式投資等に付随する事業

レストラン・宿泊

■食をベースに統合的なエリア開発

バッドロケーション戦略における出店で培ったノウハウや知見を元に、食をベースに統合的なエリア開発を推進。淡路島西海岸においては2019年春の地産地消を味わうレストラン開業を皮切りに、滞在することで美しい自然や島の暮らしを体感する宿泊施設、広い空と海に囲まれた場所でBBQを楽しむアウトドアパーク、淡路素材を使った中華そば店、地場水産会社との共同運営の回転寿司店を5ヘクタールの敷地にてファンドを活用して街全体のエリア開発を進行中。

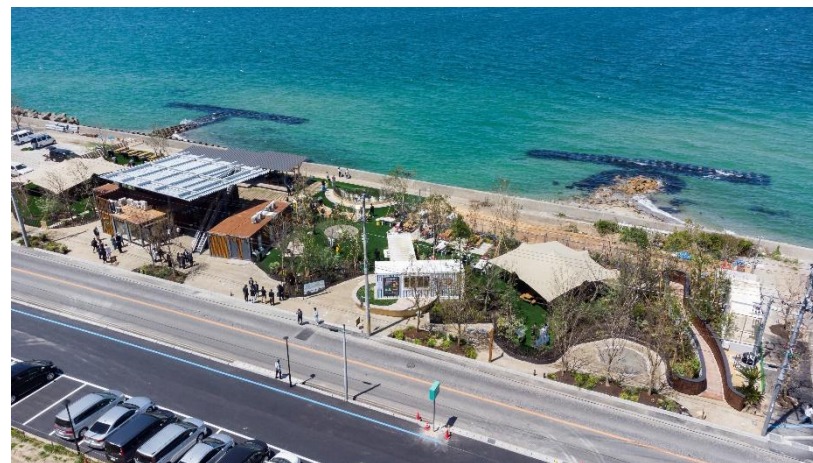


不動産の賃貸借・売却等

■エリア活性・不動産開発を目的としたパートナーシップ

不動産価値向上を目的としたアライアンスによるファイナンススキームとして、不動産SPC（特別目的会社）による出店を行う。

淡路島西海岸においては、淡路島のエリア不動産開発を目的に、開発資金拠出を企図しN E Cキャピタルソリューション株式会社と不動産 SPC を設立（現在はSPCをグループ会社化しております）、島根県出雲市ではSBIグループとの連携によりSPCを活用した開発を展開中。



2025年7月期 決算サマリー

2025年7月期 業績は、売上高 14,336百万円、営業利益638百万円を達成

売上高（前年比 106.6%）

- ・レストラン事業における客数の増加と価格改定による客単価アップにより好調に推移（EB事業における販売用不動産売却2024年7月期2.7億円、2025年7月期1.2億円）

営業利益（前年比 98.6%）

- ・猛暑による光熱費などの経費増加の影響はあったものの、レストラン事業のセグメント利益は545百万円で着地（前年比125.1%）
- ・EB事業も既存店の売上が増加したものの一部の不動産販売が遅延し、セグメント利益は92百万円となる（前年比43.8%）

親会社株主に帰属する当期純利益（前年比 79.7%）

- ・前年の子会社吸収合併に伴う繰延税金資産の一時差異が解消

	2024年7月期		2025年7月期			
	実績		実績		前期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	売上比
売上高	13,452	100.0%	14,336	100.0%	883	106.6%
営業利益	647	4.8%	638	4.5%	△ 9	98.6%
経常利益	646	4.8%	621	4.3%	△ 25	96.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	538	4.0%	428	3.0%	△ 109	79.7%

決算サマリー
連結損益計算書

(単位：百万円)

	2024年7月		2025年7月期				増減要因
	実績		実績		前年比		
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率	
売上高	13,452	100.0%	14,336	100.0%	883	106.6%	
レストラン事業	11,805	87.8%	12,723	88.7%	917	107.8%	
バッドロケーション	3,556	26.4%	3,482	24.3%	△ 73	97.9%	前年度、複合商業施設「ミラー」売却によりシエロイリオ、リバヨン、プリバードをクローズ
不動産デベロッパー	5,531	41.1%	6,149	42.9%	617	111.2%	BONSAI 1877オープンによる影響など
行政・公共機関	2,126	15.8%	2,352	16.4%	226	110.6%	GARB GREEN WALKオープンによる影響など
大学・その他	347	2.6%	396	2.8%	49	114.3%	
その他	243	1.8%	341	2.4%	98	140.2%	
EB事業	1,647	12.2%	1,613	11.3%	△ 34	97.9%	TRATTORIA amaranciaオープンによる影響など
売上原価	3,544	26.3%	3,676	25.6%	132	103.7%	不動産販売を除く原価率は25.6%と0.6%改善
売上総利益	9,908	73.7%	10,659	74.4%	751	107.6%	
販売費及び一般管理費	9,260	68.8%	10,021	69.9%	760	108.2%	
人件費	3,933	29.2%	4,191	29.2%	257	106.6%	不動産販売を除く人件費率は29.5%と0.4%改善
地代家賃	1,305	9.7%	1,325	9.2%	20	101.5%	
減価償却費	386	2.9%	476	3.3%	90	123.4%	新店出店の影響
水道光熱費	569	4.2%	643	4.5%	74	113.0%	電気代の値上や猛暑による使用料の増加
その他	3,065	22.8%	3,383	23.6%	318	110.4%	
営業利益	647	4.8%	638	4.5%	△ 9	98.6%	
営業外収益	47	0.4%	52	0.4%	4	109.7%	
営業外費用	48	0.4%	69	0.5%	20	142.0%	
経常利益	646	4.8%	621	4.3%	△ 25	96.1%	
特別損益	△ 68	—	△ 6	—	△ 62	—	
税金等調整前四半期利益	578	4.3%	615	4.3%	37	106.5%	
親会社株主に帰属する当期純利益	538	4.0%	428	3.0%	109	79.7%	

2025年7月期 第4四半期出退店

- (出店)
- レストラン事業 アンティーカ ピッツェリア ダ ミケーレ 北海道 [北海道北広島市]
- (退店)
- レストラン事業 かぐらスキー場（ぶなキッチン／スープステーション田代）[新潟県魚沼郡]
 レストランダウンヒル [北海道富良野市]

(単位：店舗数)

	2021年 7月末	2022年 7月末	2023年 1月末	2023年 7月末	2024年7月期 上期		2024年 1月末	2024年7月期 下期		2024年 7月末	2025年 4月末	2025年7月期 4Q		2025年 7月末
					出店	退店		出店	退店			出店	退店	
バッドロケーション	36	30	29	29	－	3	26	－	－	26	27	－	－	27
関東地区	24	24	20	20	－	3	17	－	－	17	18	－	－	18
関西地区	10	7	7	7	－	－	7	－	－	7	7	－	－	7
その他地域	2	2	2	2	－	－	2	－	－	2	2	－	－	2
不動産デベロッパー	37	34	34	33	1	1	33	2	－	35	37	1	－	38
関東地区	22	19	19	19	－	1	18	－	－	18	20	－	－	20
関西地区	13	13	13	12	1	－	13	2	－	15	15	－	－	15
その他地域	2	2	2	2	－	－	2	－	－	2	2	1	－	3
行政・公共機関	12	12	12	12	－	－	12	2	－	14	14	－	－	14
関東地区	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
関西地区	11	11	11	11	－	－	11	2	－	13	13	－	－	13
その他地域	1	1	1	1	－	－	1	－	－	1	1	－	－	1
大学・その他	7	6	7	5	2	1	6	－	2	4	6	－	2	4
関東地区	1	1	1	1	－	－	1	－	－	1	1	－	－	1
関西地区	4	3	3	3	－	－	3	－	－	3	3	－	－	3
その他地域	2	2	3	1	2	1	2	－	2	－	2	－	2	－
EB事業	0	14	10	17	－	－	17	－	－	17	19	－	－	19
関東地区	－	3	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
関西地区	－	11	10	12	－	－	12	1	－	13	15	－	－	15
その他地域	－	－	－	5	－	－	5	－	1	4	4	－	－	4
合 計	92	96	92	96	3	5	94	4	2	96	103	2	1	102

(単位：百万円)

	2024年7月		2025年7月期				主な増減要因
	実績		実績		前年比		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
流動資産	4,470	43.9%	7,065	52.2%	2,594	158.0%	
現金及び預金	1,851	18.2%	3,394	25.1%	1,542	183.3%	公募による増資
販売用不動産	1,428	14.0%	2,217	16.4%	788	155.2%	エナビードゥーエの子会社化による土地・建物の増加
固定資産	5,701	56.1%	6,458	47.7%	756	113.3%	
有形固定資産	3,862	38.0%	4,871	36.0%	1,009	126.1%	伊予案件の土地購入、新店出店
無形固定資産	331	3.3%	340	2.5%	8	102.7%	
投資その他の資産	1,506	14.8%	1,245	9.2%	△ 261	82.7%	
繰延資産合計	0	－	13	0.1%	13	－	新株発行費
資産合計	10,171	100.0%	13,536	100.0%	3,365	133.1%	
流動負債	3,566	35.1%	3,146	23.2%	△ 420	88.2%	
固定負債	3,176	31.2%	4,318	31.9%	1,142	136.0%	エナビードゥーエの子会社化による借入金の増加
負債合計	6,742	66.3%	7,465	55.1%	722	110.7%	
資本金	466	4.6%	1,608	11.9%	1,141	344.5%	公募による増資
資本剰余金	815	8.0%	1,956	14.5%	1,141	240.0%	公募による増資
利益剰余金	2,194	21.6%	2,551	18.8%	357	116.3%	
自己株式	△ 172	－	△ 172	－	0	100.0%	
非支配株主持分	125	1.2%	128	0.9%	2	102.2%	
純資産合計	3,428	33.7%	6,071	44.9%	2,642	177.1%	
負債・純資産合計	10,171	100.0%	13,536	100.0%	3,365	133.1%	
有利子負債	4,210	41.4%	5,098	37.7%	888	121.1%	

GARB GREEN WALK、TRATTORIA amaranciaの建設資金の支払や新店出店に伴う改築資金の支出が発生

(単位：百万円)

	2024年7月期	2025年7月期		コメント
	実績	実績	増減額	
営業活動によるキャッシュ・フロー	424	1,120	695	
(主な内訳)				
税金等調整前四半期純利益	578	615	37	
減価償却費	437	560	123	新店の増加
売上債権の増減額 (△は増加)	△ 64	△ 122	△ 58	
販売用不動産の増減額	△ 500	△ 66	434	
未払金の増減額 (△は減少)	44	3	△ 41	
法人税等の還付額	194	47	△ 146	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 784	△ 1,807	△ 1,023	
(主な内訳)				
有形固定資産の取得による支出	△ 760	△ 1,886	△ 1,126	GARB GREEN WALK、TRATTORIA amaranciaの建設資金等
有形固定資産の売却による収入	10	12	2	
財務活動によるキャッシュ・フロー	632	2,230	1,597	
(主な内訳)				
短期借入金の増減	1,966	△ 1,178	△ 3,145	短期運転資金の返済
長期借入金の増減	△ 107	1,231	1,339	エナビードゥーエ子会社化
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	△ 1	△ 1	
現金及び現金同等物の増減額	273	1,542	1,268	
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,809	3,351	1,542	

**2025年7月の下期IRを元にした
「投資家の皆様、ステークホルダーの皆様、
一緒に推理と想像をしませんか？」の始まりです！**

株式会社バルニバービが開示しているIRを元にして、開示情報の裏側にはどんな可能性が秘めているのかという視点で想像と妄想を膨らませたいと思います！
お付き合いのほど宜しくお願いいたします！

どんな推理と想像をしようか？

2025年3月11日 「株式会社エナビードゥーエの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」

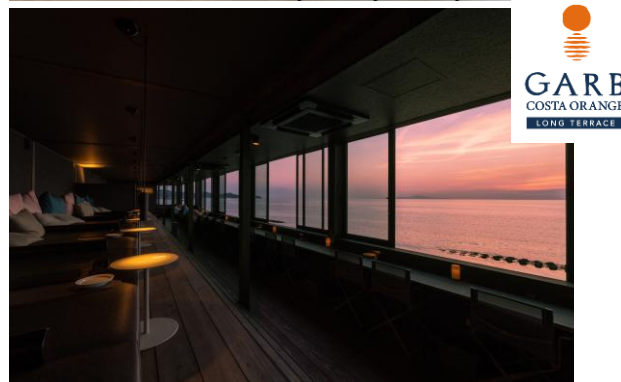
バルニバービとNECキャピタルソリューションとの共同出資により2021年3月に設立した淡路島フロッグスファーム事業開発投資の為に設立された不動産SPCの全株式及び不動産資産を取得したというIR

今後の成長戦略の新しい柱であるエステートビルドアップ事業において、現在は20強の店舗やホテル、ユーティリティなどが開発された淡路島西海岸フロッグスファームの建物投資を行っていたエナビードゥーエを完全子会社化して、建物不動産の全てを取得することとなった。この取得をすることで想像出来るのは、店舗側の家賃減少における収益性の向上が見込まれるということである。

何故ならSPCそのものは金利を設定する金融機関や利回りを求める投資家から資金の提供を受けており、投資不動産を貸し出す際にはその両面を反映した家賃設定を行った上で貸すため、借り手側はおのずと手元資金の投資よりも家賃は高くなるからである。

SPCが所有する株式を取得して完全子会社化した上で所有不動産を取得したことで、金利や利回りが従来よりも圧縮されて家賃減少が起き、店舗側の収益性は自然と向上していくことになるのではないだろうか。

収益性が向上することで追加での投資も行え、更なる魅力ある新規コンテンツやプロダクト開発が進み、もっと多くの人流が生まれて当該エリアの土地価値の向上が加速することを期待したい。



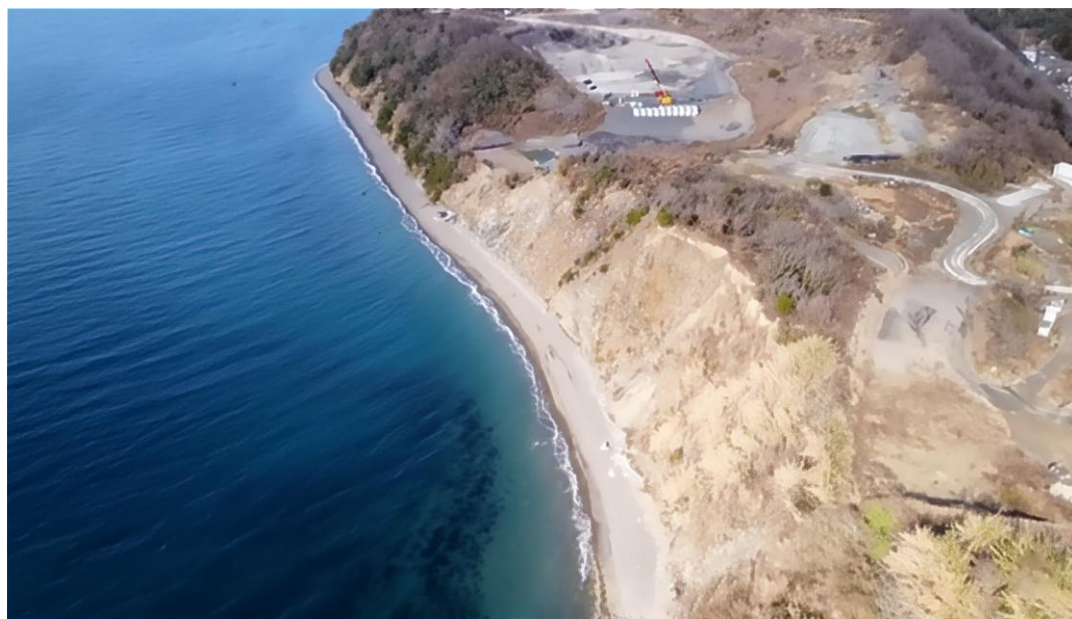
どんな推理と想像をしようか？

2025年5月27日 「愛媛県伊予市森・三秋エリアにおける新規開発及び固定資産の取得に関する方針決定のお知らせ」

エステートビルド事業における新たな地方エリア開発地として、瀬戸内海を望む優れた景観を備えた愛媛県伊予市森・三秋エリアを選定し、1.5ha開発を行っていく方針決定となったというIR

淡路島西海岸エリア、島根県出雲市多岐エリア、淡路島南あわじ阿万エリアに続き、ついに4カ所目となるエステートビルド事業におけるエリア開発拠点の開示となった。IR資料では開発面積が1.5haとなっているが、調べていくと開発エリアの周辺約20ha以上の土地不動産も取得しているということが分かってきた。取得面積としては他の3カ所よりも遥かに多く、これまでのエリア開発フローを鑑みれば、開示済みの1.5haの開発は「最初の一歩」である。

バルニバービにとっては過去最大の1エリアでの開発面積量になっており、どのような施設やプロダクトを生み出していくか、非常に楽しみである。第一フェーズ開発においてはカフェやダイニング、BBQゾーンを含む大型レストランやグランピングや一棟貸しコテージなどの宿泊施設、RVパークなどを計画しているので、開業時点からも複数の収益施設が展開されることになり、大きな反響をもたらしてくれることを期待したい。



どんな推理と想像をしようか？

2025年5月27日 「愛媛県伊予市森・三秋エリアにおける新規開発及び固定資産の取得に関する方針決定のお知らせ」

また、日本地図で瀬戸内海周辺を眺めると、バルニバービが展開する関西から淡路島（北から南）、淡路島から四国（瀬戸内海側）と導線が繋がっていることが分かる。関西における大阪万博以降の統合型リゾート開発や隣接空港などの活性化によって中国地方含む瀬戸内海を中心としたエリアは一層の盛り上がりをみせてくれるのではないかと想像すると、新規人流創出のマイルストーンとなる施設開発なのではないかとも思えてくる。

取得土地不動産規模、これまでの淡路島開発で培ったノウハウや人的優位性、瀬戸内海を中心とした西日本エリアの盛り上がりを踏まえた10年後の姿が非常に楽しみな開発拠点である。



伊予の開発予定地。瀬戸内海を望む優れた景観を有し、近隣の双海エリアは日本の夕陽百選にも選ばれる自然資源に恵まれたエリアです。

どんな推理と想像をしようか？

2025年7月18日 「定時株主総会開催場所の変更に関するお知らせ」

2015年の上場以来、株主総会は大阪市中央公会堂で行っていたが、2025年10月25日に行う第34期定時株主総会から淡路島のSAKIAで開催するというIR

淡路島SAKIAでの株主総会開催における大切なコト

01. 第34期定時株主総会開催概要

■日 程……………2025年10月25日(土)

■会 場……………SAKIA(兵庫県淡路市尾崎1798-3)

■アクセスマップ……………<https://sakia.jp/restaurant/osaki/>

sakia.jp ▶





閉校となった
淡路市立尾崎小学校跡地を活用した
地域コミュニティ施設「サキア」

SAKIA

〒656-1501
兵庫県淡路市尾崎1798-3



この開示に関しては、成長や業績に関わる推理や想像ではなく、会社としての想いや未来に対しての妄想をしてみたいと思う。

「バッドロケーション戦略という特異性があるレストラン事業で培った知見やノウハウ・上場していることでの信用信頼・食材を通した地方生産者さんとの繋がり」などが絡み合い、地方活性を命題としたエステートビルド事業が新しい成長戦略の柱としてセグメントされている中で、ついに株主総会の会場を地方活性化の最初の開発モデルエリアとなった淡路島西海岸で行うということ。

一般的に考えれば株主総会の会場というのは交通アクセスが良い場所を選ぶのだと思うが、今回から重要視したのは「バルニバービが現在、推進している地方エリア活性に対する想いや世界観を株主の皆様に見て貰い、感じて貰い、一緒に未来を想像したい」ということなのだと思う。

毎年の株主総会では300名近い方々にご参加いただきながらも、総会運営の当事者たちは「もっとバルニバービらしい総会は出来ないのか？」と考え続けていたという話を聞いたことがある。上場10年という節目も相まって「ついに自分たちらしい総会で株主の皆様をお迎えしたい！」という想いが「淡路島でやろう！」となったのだと思う。

ここからは妄想ではない話になるが、総会の事務局にそれとなく話を聞きながら情報を集めてみると「総会後の懇親会は総料理長をメインにシェフたちが料理を作るビュッフェ形式の食事会・株主の皆様にはフロッグス ファームを自由に見学して貰えるキャラバン（施設やエリアのスタッフ説明付き）・そしてスタッフ達の元気なおもてなし」という感じで総会プランがイベントの様に組み上がっていったということだった。

株主の方専用の新神戸駅からのバスチャーターやエリア見学の際の安心安全な視察環境整備など、これまでの株主総会よりも遥かに労力は掛かっているみたいだが、非常に楽しそうに総会創りを行っている事務局メンバーたちを見ていると「バルニバービが淡路島SAKIAでの総会にかけている想い」を感じずにはいられなかった。多くの株主の方が、淡路島での株主総会を通じて「バルニバービが描く未来」を感じてもらえたら嬉しいなあ・・・。

2025年7月期 トピックス

「北海道ボールパークFビレッジ」における新規出店のお知らせ

◆「アンティーカ ピッツェリア ダ ミケーレ」日本国内4店舗目の出店

北海道日本ハムファイターズの新球場「エスコンフィールドHOKKAIDO」を中心とする次世代型エンターテインメント拠点「Fビレッジ」に、ナポリ創業155年の老舗ピッツェリア「アンティーカ ピッツェリア ダ ミケーレ」を出店いたしました。1870年にイタリア・ナポリで創業した「ダ・ミケーレ」は、伝統的な製法と本場の味を守り続ける行列の絶えない名店で、日本国内では東京・恵比寿、福岡・天神、神奈川・横浜に続く4店舗目となります。Fビレッジが掲げる「地域社会との共生」と、ダ・ミケーレが大切にしてきた「伝統と革新」の理念を重ね合わせ、持続的なブランド価値の創出と街づくりに貢献してまいります。

●出店概要

店 舗 名：アンティーカ・ピッツェリア・ダ・ミケーレ 北海道

所 在 地：北海道北広島市Fビレッジ8番地
SUNNY TERRACE 1F

出店面積：約260㎡

出 店 日：2025年6月25日



成長戦略

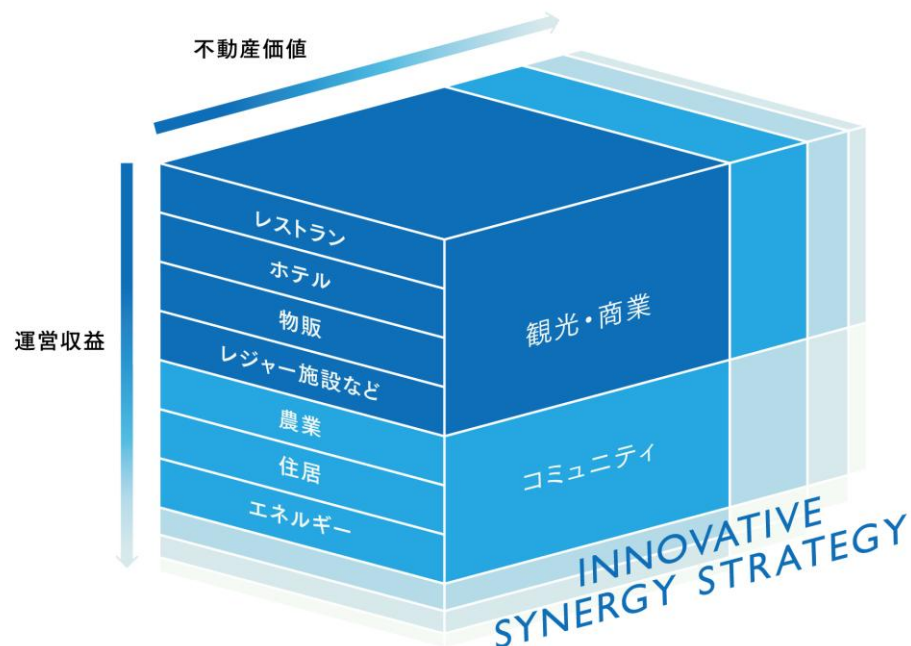
～中期経営計画 イノベーティブシナジー2030～

「レストラン事業」における「バッドロケーション戦略」での出店で培ったノウハウや知見を基に、**新たに食による地方創生を軸とした総合的なエリア開発を担うイノベーティブシナジー戦略**を基本戦略とします。

イノベーティブシナジー戦略とはレストラン事業とエステートビルドアップ事業（EB事業）を融合させ、レストランを中心として、レストラン以外の複合的な店舗や機能を一体的に開発することでエリアの価値を高めていく戦略です。私たちが考えるエリア活性化において食が持つ力は必要不可欠であり、レストラン事業における店舗開発、デザイン、オペレーションの力と、エステートビルドアップ事業が融合する事によって、新たなシナジーが生まれ、開発エリアの不動産価値を高める事に繋がります。

日本全国を対象に人々が幸せや楽しさ、そして豊かさを感じられる最高のロケーションを発掘し、飲食店や宿泊施設、レジャー、教育や地域交流が育まれる場づくりを行い、不動産価値向上によって発展する多様なキャピタルゲインとインカムゲインを取り込むことで新たな成長を目指します。

エステートビルドアップ事業



【2025年7月期振り返りと現在の事業環境認識】

●レストラン事業

- 2025年7月期の既存店の売上については、計画を上回る進捗となりました。また、食材高騰に加えて賃上げが進む中、きめ細やかな各店舗での施策の推進により、年間の店舗原価率と店舗人件費は計画及び前年度と同レベルの水準を維持することができました。一方で光熱費の値上げや猛暑による電力使用量の増加、決済手数料や予約手数料、モバイルオーダーシステムなどの費用が増加し、諸経費の増加が営業利益を圧迫しております。
- 2025年7月期の新店につきましては、6店舗の出店を予定しておりましたが、「BONSAI 1877」、「GAR B Cheers OTEMACHI」、「& Ovo」、「アンティーカ ピッツェリア ダ ミケーレ 北海道」の4件の出店にとどまりました。損益への影響としましては、直近1年にオープンした一部の店舗の売上獲得が予定通り進まず、また建築費の高騰を原因とする減価償却費の増加等もあり、売上・利益ともに計画未達となっております。

●エステートビルドアップ事業

- 2024年7月にレストラン「TRATTORIA amarancia」を開業した南あわじエリアですが、2025年4月にはコテージ「amarancia cottage hugging nature house」をオープンしました。レストランから海に降りる階段や海岸などの環境整備を実施し、新たな観光エリアとしての基盤が整いつつあります。またエリアのランドマークとなる新たなホテルについても2026年秋の開業に向けて順調に開発が進んでおります。
- 淡路島「Frogs FARM ATMOSPHERE」の年間売上は11億円、訪問客数は年間38万人を超え、施設数は22施設に拡大しております。2025年3月には、NECキャピタルソリューション株式会社との共同出資により2021年3月に設立した不動産SPC（特別目的会社）である株式会社エナビードゥーエを買収し家賃が減少したことにより、エリアの利益が大幅に増加する見込みです。また2025年7月期に販売した同エリアの不動産は簿価の数倍での売却となり、エリアの含み益は増加を続けております。
- 出雲「WINDY FARM ATMOSPHERE」は株式会社SBIホールディングスと2次開発を検討しており、今後のホテルの開業、パーキングの整備、駐車場の緑地化や海岸整備を進めていくことでエリアの活性化を図ります。また将来の住宅事業を視野に入れ、住宅エリアの整備、プロトタイプの開発を行っていく予定です。
- その他のエリアとして、新たに愛媛県伊予市へ進出することを決定いたしました。開業は2028年秋を予定しております。人と食とのつながりをテーマに、地域と調和した滞在型観光拠点の創出を目指します。

中期経営計画— イノベーティブシナジー2030（2026年7月期～2030年7月期）

当社グループは、2026年7月期から2030年7月期の中期経営計画「イノベーティブシナジー2030」を策定いたしました。なお、当社グループは今後も経営環境の変化に柔軟に対応するため、原則として每期改定を行うローリング方式の5カ年の中期経営計画として策定しております。また、中期経営計画「イノベーティブシナジー2029」からは、当社が目指す10年後の目標値を継続的に開示しております。

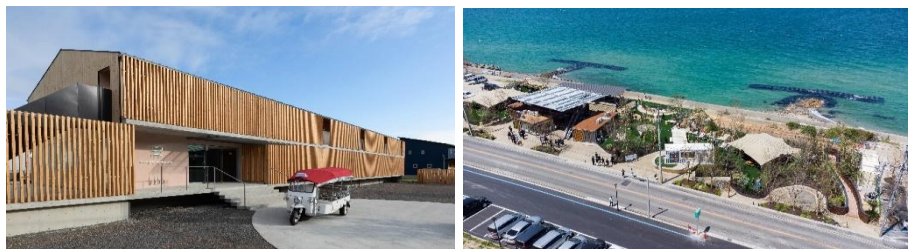
レストラン事業 (バッドロケーション戦略)

- 出店エリアを厳選した出店（年間6～8店舗）



エステートビルドアップ（EB）事業 (バッドロケーションデベロッパー戦略)

- 淡路島でのエリア開発とコミュニティ機能を強化
- 新たなエリア開発 2カ所
- 出雲2次開発

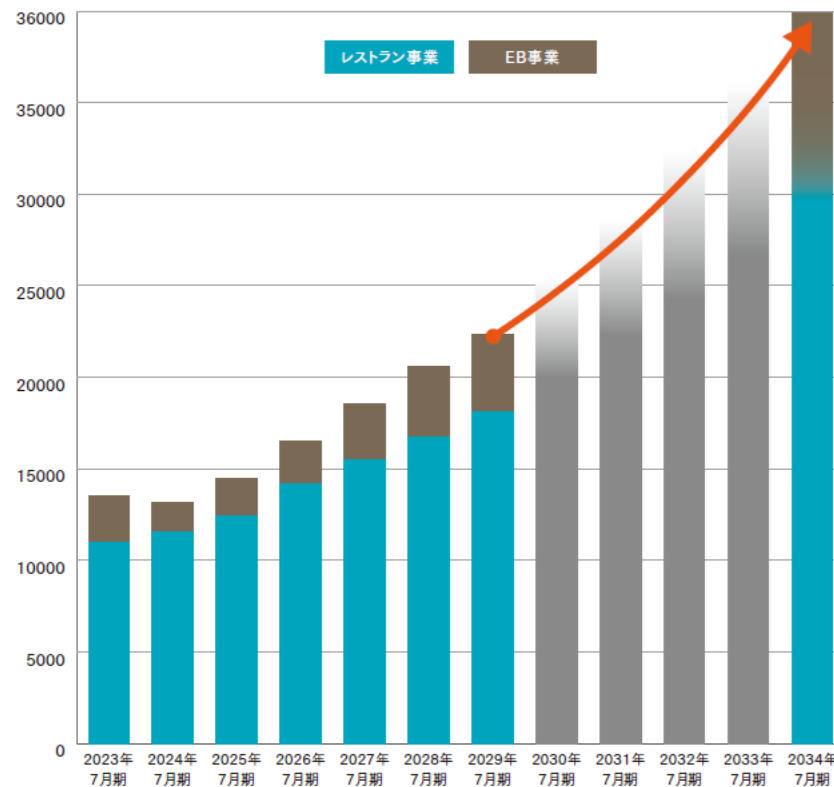


【長期経営目標】

「食で人の流れを変え地域を活性化する企業」として、2034年7月期に売上高360億円、営業利益36億円（営業利益率10%）を目指します。

長期売上目標

単位：百万円



中期経営計画― イノベティブシナジー2030（2026年7月期～2030年7月期）

売上・利益計画

2025年7月期は既存レストラン事業の高収益化とエステートビルドアップ事業における新エリア開発準備、両事業での新規出店への取り組みに注力いたしました。レストラン事業におきましては、新店出店で資材や人件費の高騰などによる建築コストの高止まり、金利上昇の影響が大きくなっております。2026年7月期からは比較的投資コストが小さく回収が早い居抜き物件を活用した中規模店を中心に6～8店舗の出店を行ってまいります。エステートビルドアップ事業については新規エリアで2カ所開業（愛媛県伊予市・その他）、既存エリア（出雲・南あわじ）での追加投資を見込んで計画を策定いたしました。

イノベティブシナジー2030

単位：百万円

	2025年7月期	2026年7月期	2027年7月期	2028年7月期	2029年7月期	2030年7月期
	実績	計画	計画	計画	計画	計画
売上高	14,336	15,095	16,602	17,924	20,086	22,383
レストラン事業	12,529	13,177	13,962	15,086	16,324	17,777
既存店	12,529	12,435	12,285	12,135	11,985	11,985
新規店		742	1,677	2,951	4,339	5,792
EB事業	1,613	1,985	2,707	2,904	3,830	4,673
淡路島（北西部）	1,079	1,121	1,140	1,151	1,151	1,151
新規エリア・不動産	534	864	1,567	1,754	2,679	3,522
営業利益	638	740	1,057	1,225	1,414	1,647
営業利益率	4.5%	4.9%	6.4%	6.8%	7.0%	7.4%
経常利益	621	683	996	1,158	1,343	1,570
経常利益率	4.3%	4.5%	6.0%	6.5%	6.7%	7.0%

※レストラン事業の売上は、レストラン事業のセグメント売上から本部の売上を控除しております。

今後の出店予定

2025年7月期以降の出店スケジュール

◆レストラン事業における出店

2024年

9月

BONSAI 1877 [京都市中京区]

京町屋をリノベーション開発

10月

GARB Cheers OTEMACHI [東京都千代田区]
十割そば 否否五杯と本家かのや[東京都渋谷区]

**大手町フィナンシャルシティ サウスタワーへの出店
ダブルネーム業態への転換**

12月

レストラン ダウンヒル [北海道富良野市]

北海道「富良野スキー場」における冬季期間限定出店

中華そば いのうえ 瀬戸内 淡路島[長野県北安曇郡]
ぶなキッチン・スーパーステーション田代[新潟県魚沼郡]

**長野県北安曇郡「つがいけマウンテンリゾート」冬期期間限定出店
新潟県魚沼郡のかぐらスキー場からの誘致**

2025年

4月

&OVO（オーヴォ）[東京都中央区]

築地「CAMEL築地Ⅰ」における新規出店

6月

アンティーカ ピッツェリア ダ ミケーレ北海道 [北海道北広島市]

「Fビレッジ」における新規出店

2026年

4月

中川運河再生計画プロジェクト[愛知県名古屋市]
プラウドタワー相模大野プロジェクト[神奈川県相模原市]

**「中川運河再生計画」における新規出店
相模原市最大級の再開発プロジェクト**

※2025年9月18日現在開示しているプロジェクトのみ記載しております。

2025年7月期以降の出店スケジュール

◆EB事業における出店

2025年

4月

amarancia cottage hugging nature house（一棟貸コテージ） [兵庫県南あわじ市]

南あわじ市における新規出店

2026年

2月

一棟貸コテージ [兵庫県淡路市]

食を通じた地方創再生プロジェクト「Frogs FARM」

秋

南あわじ阿万ホテルプロジェクト[兵庫県南あわじ市]

南あわじ市における新規出店

2028年

11月

伊予プロジェクト [愛媛県伊予市]

愛媛県伊予市森・三秋エリアにおける開発

※2025年9月18日現在開示しているプロジェクトのみ記載しております。

株主還元

●配当について

2025年7月期につきましては、中間配当を1株当たり2.5円、期末配当を1株当たり5円の普通配当を予定しております。
2026年7月期につきましても中間配当を1株当たり2.5円、期末配当を1株当たり5円の普通配当を予定しております。

●株主優待制度について

■対象

毎年7月末日時点で単元株以上をお持ちの株主様

■導入時期

2023年7月末日から

■株主優待内容

①すべての株主さま

保有株式数	ご優待金額
100株	3,000円電子チケット
200株	6,000円 "
300株	9,000円 "
400株	12,000円 "
500株	15,000円 "
600株	18,000円 "
700株	21,000円 "
800株	24,000円 "
900株	27,000円 "
1,000株	30,000円 "

②長期継続保有の株主さま〈応募式抽選会〉

当社の定めた基準日（毎年7月末日）から起算して権利確定日まで、株主名簿に同一株主番号かつ100株以上を継続して記載された株主様を対象に、年4回の応募式抽選会を開催いたします。

権利確定日	開催月（予定）	当選連絡（予定）
10月末日	11月	12月
1月末日	2月	3月
4月末日	5月	6月
7月末日	8月	9月

本資料は情報提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。

本資料（業績見通しを含む）は現時点で入手可能な信頼できる情報と合理的であると判断する一定の前提に基づいて当社が作成したものでありますが、実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なることが起こりえます。

IRに関するお問い合わせ

株式会社バルニバービ 経営管理部

TEL:06-4390-6544

Email:ir@garb.co.jp



BALNIBARBI