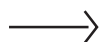


BALNIBARBI CODE 3418 INVESTORS REPORT 2025.7

CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENT

2025年
7月期



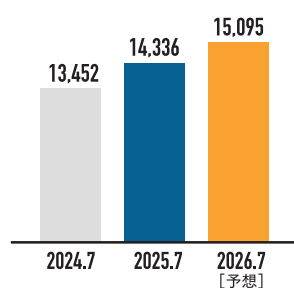
既存店は計画を上回る売上を確保。
一方で予定していた不動産売却の後ろ倒しや光熱費・手数料などの経費の増加により
全社利益は計画未達。フロッグスファームや南あわじでの拠点拡充は順調に進展

2026年
7月期

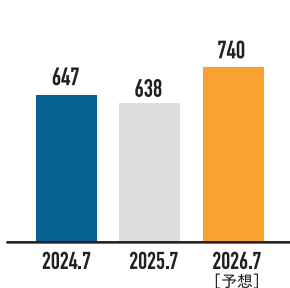


レストラン事業は品質維持と向上を図りつつ、新ホテル開業や出雲での新展開に対応。
淡路島・出雲に続き愛媛県伊予市においてエリア開発を推進し、収益基盤の拡充を目指す。

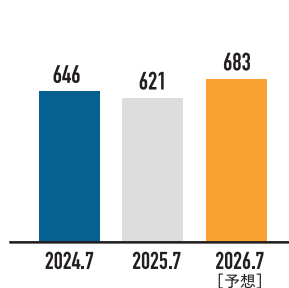
[単位:百万円] 売上高



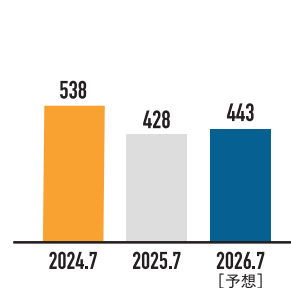
営業利益



経常利益



親会社株主に帰属する
当期純利益



2025年 7月期
実績

14,336 百万円 前年比 106.6%

638 百万円 前年比 98.6%

621 百万円 前年比 96.1%

428 百万円 前年比 79.7%

2026年 7月期
予想

15,095 百万円 前年比 105.3%

740 百万円 前年比 115.9%

683 百万円 前年比 109.9%

443 百万円 前年比 103.5%

1株当たり当期純利益

2025年7月期 実績 **41円44銭**

2026年7月期 予想 **41円12銭**

食を通じて人の流れを創出し、 地域を活性化する企業として出店が加速。 今後更なるエリア展開を推進

株式会社バルニバービ 代表取締役会長
佐藤 裕久

HIROHISA SATO

Chairman & Representative Director

上場から10年を迎えたいま、これまでをどのように振り返りますか。

この10年は、社会も外食業も大きく変わりました。社会環境も価値観も大きく揺れ、飲食業という産業の枠組みそのものが問われた時代もありました。しかし、そうした中で私たちが一貫して大切にしてきたのは、「自分たちらしい店を、街の中にしっかりと根づかせること」です。そのベースとなっているのは「自分たちの好きなもの」です。数字や流行ではなく、「自分たちが本当に行きたいと思える店かどうか」。その感覚を基準に動き続けてきたことが、結果として会社の輪郭をはっきりさせたのだと思います。

上場は、私たちにとって大きな節目でした。組織としての透明性が求められ、社会的な責任も格段に増しました。けれど、それは経営を形式的に縛るものではなく、むしろ“関係を広げる機会”になったと感じています。株主の皆さまをはじめ、地域、取引先、社員—関わる人が増えるほど、私たちが大切にしてきた価値を改めて言葉にし、共有する必要が生まれた。その過程が、会社の基盤をより強くしてくれました。

この10年を振り返ると、常に意識してきたのは「現場と経営を切り離さないこと」です。どれだけ会社の規模が拡大しても、飲食の仕事は人と人が直接向き合う場から始まります。現場で交わされる会話や笑顔の温度こそが、私たちの原点です。それを忘れずに意思決定をしてきたことが、変化の大きい時代の中での最大の強みだったと考えています。

一方で、デジタル化の進展には戸惑いもありました。外食という“人の温度”を大切にする仕事に、デジタルをどう組み込むか。ただテクノロジーを拒むのではなく、意味を見極めながら取り入れる。効率化よりも、“人がより人らしく働ける環境を整えること”を目的にDXを進めてきました。配膳ロボットや予約システムの導入も、スタッフがよりお客様に向き合う時間を生み出すための手段です。繰り返しますが、10年前と比べて、社会の構造もお客様の価値観も大きく変わりました。それでも、私たちが守り続けているのは、「街に必要とされる存在であり続けること」。その想いだけは、時代がどう変わっても変わらないと感じています。

経営の根底にある「自分が本当に行きたい店か？」という考えは、今も判断の基準になっていますか。

はい。どれだけ時代が変わっても、最終的な判断基準はそこにあります。私たちは創業以来、“好きなものを信じて、好きな人と働く”という姿勢を大切にしてきました。理屈や流行ではなく、自分たちが心から行きたいと思える場所をつくる。その感覚が、すべての出発点です。

この業界では、短期間で話題を集めることもできますが、長く続く店には共通点があります。バルニバービの店づくりは、いつも“10年後もその街に必要とされ続けているか”という視点を大切にしています。目先の話題よりも、風景に馴染み、人の記憶に残る存在を目指す。だからこそ、私たちは“唯一無二の変な会社”と呼ばれてきたのだと思います。変であるというのは、誰かの型に合わせないということ。常識よりも感性を信じ、自分たちの正解を自分たちでつくる。その姿勢に共感してくれる人が集まり、理解し合える仲間が残っていく。そうやって濃度を深めながら育ってきた組織のあり方こそが、いまのバルニバービの文化になっています。



開業準備中、
佐藤が自らペンキを塗った店の壁



バルニバービの原点となった1号店
『Hamac de Paradis』



『Hamac de Paradis』の看板。
創業ときに掘られたこの木彫りは、
30年を経た今も店の入り口に
掲げられ続けている

淡路島の開発 (Frogs FARM) をはじめ、 外食と不動産を重ねた取り組みは、会社に応じた転機をもたらしましたか。

淡路島での挑戦は、私たちに“街の時間軸”を学ばせてくれました。

外食という産業は、日々の営みの中にありながら、実は都市や地域の未来と密接に結びついています。レストランができれば人が集まり、人が集まれば街に投資が生まれ、その循環が新たな経済と文化を育てていく。その力を、淡路島で実感しました。

Frogs FARMの開発は、一軒のレストランから始まりました。そこにホテルやグランピング、回転寿司やラーメン店などが加わり、いまでは20を超える施設が連携しています。食を中心に人が集い、滞在し、働き、暮らすエリアへと育ってきました。

一つの企業がエリア全体を手がけるには覚悟が要ります。けれど、最初に声をあげ、地元の方々と一緒に“この場所をどう育てていくか”を考え続けてきたからこそ、いまの形になったのだと思います。地域の人と同じ時間を重ねる中で、店づくりが街づくりに変わっていく瞬間を、何度も目にしました。

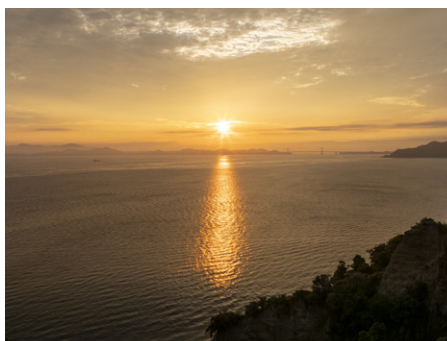
こうした取り組みを通じて感じたのは、“店は街の一部であり、街を動かす力を持っている”ということでした。その力を持続的に生かすために、私たちは外食と不動産を組み合わせるという発想に行き着きました。店を長く続けるための構造をつくること。土地を自分たちで所有し、街全体の文脈を踏まえて開発を進めることで、単なる店舗運営ではなく“まちづくり”そのものに責任を持つことができるようになりました。

私はこの考え方を「地方創再生」と呼んでいます。一社だけが利益を得るのではなく、関わるすべての人が豊かになる仕組みを構築すること。それが結果的に、長く続く事業基盤につながります。

淡路島での経験は、出雲や四国、東京の再開発にも応用されています。それぞれの土地の文化と風土に合わせて、“その街らしさ”をどう残すかを考える。食という文化装置を軸に、地域の持続性を設計していく。これが、次の10年に向けた私たちのミッションです。



南あわじ開発前、手つかずの地形を前に
未来の風景を思い描く



淡路島の最南端に広がる絶景



南あわじ「AMA SUNSET CLIFF」と名づけた
断崖の地に、新たに26年秋ホテルが誕生する

次の10年に向けて、どんな会社を目指していきますか。

これからの10年は、「個の力」をもっと生かしていきたいと考えています。会社が方向を決めるのではなく、スタッフ一人ひとりが自分の“やりたい”を起点に動ける。その情熱が新しい事業を生み、結果として会社を前に進めていく——そんな循環をつくりたい。

たとえば、自分が惚れ込んだ素材の生産者と組み、料理や空間を通じてお客様に届ける。“つくる”から“伝える”までを、自分の責任でやりきる。そんな挑戦を応援し合える会社でありたいと考えています。これまでの10年が「会社としての成長」だったとすれば、これからの10年は「人の成長」がテーマになります。一人ひとりの夢や挑戦が、結果として会社を育て、地域を元気にする。その循環ができたとき、本当の意味での“持続する組織”になるはずです。

これからの時代、組織の強さは「多様な個がどれだけイキイキと動けるか」で決まると 생각합니다。働く場所や肩書きよりも、何を面白がり、誰とつながるか。その感性を磨き合える場を会社の中に持つことが、次の成長の原動力になると感じています。同じ方向を向くのではなく、違う視点を持つ人が交わり、新しい価値が生まれていく——そんなダイナミズムを大切にしていきたいですね。仲間とともに積み上げてきた時間の中で感じるのは、結局のところ「人の仕事は、人を喜ばせること」だということ。その原点を忘れずに、もう一度、食の力を信じて次の10年に挑みたいと思います。

そして、この節目の年をともに迎えてくださった株主の皆さま、お客様、地域の方々に心から感謝しています。私たちはこれからも、期待を裏切らない会社でありたい。もし至らぬことがあれば、どうか遠慮なく叱ってください。その叱咤がある限り、私たちは成長し続けられます。社会がどれだけ変化しても、人と人が顔を合わせ、同じ時間を分かち合う場の価値はなくなる。食を通じてその「場」をつくり続けることが、私たちの使命です。変化を恐れず、けれど自分たちらしさを失わずに。これからも、誇れる挑戦を続けていきます。

TOPICS

既存店の好調を追い風に、レストラン事業がさらに前進！
南あわじではコテージ型宿泊施設を開業し、食と自然がつながる新しい滞在体験を創出。
築地では居抜き物件を活用した新店舗をオープンし、
多様な地域で“食”を軸にした価値づくりを進行中！

NEW SHOP & INFORMATION

News!

「外食アワード2024」外食事業者部門を受賞

「パッドロケーション戦略」を通じて、2等・3等立地でも人呼び込み、繁盛店の集積から街の活性化へとつなげるモデルを実証してきた点が評価され受賞いたしました。兵庫・淡路島で展開している「地方創再生」プロジェクトはその集大成として注目を集めています。 <http://www.g-kishakai.net/award2024.html>



News!

「淡路市制20周年記念表彰 産業功労部門」を受賞

淡路市制20周年の節目に、市政の振興及び発展に貢献した企業として「淡路市制20周年記念表彰 産業功労部門」にて表彰されました。地域社会の活性化や産業振興への貢献が認められたものと捉えており、今後も地域の発展とあわせて事業を推進してまいります。

<https://www.cdn.balnibarbi.com/ir.balnibarbi.com/news/upload/fb51fae37de12f98f707dfd0eb158d3e65ef9ca2.pdf>



NEW OPEN! 2024.9.23

[京都 中京]



京都を代表する繁華街エリアに位置する築146年の京町屋を活かし、和と融合したイタリアン・レストランを出店。四季折々の風景や自然に恵まれた京都という観光地で、150年以上の歴史を持つ京町屋という特別な空間を通じ、多様な顧客層を魅了する新たな食文化の創造に取り組む。



NEW OPEN! 2024.10.7

[東京 千代田]



東京メトロ大手町駅直結の好立地にあるオフィス街において、当社初となるスポーツ観戦が出来るエキサイティングダイナーを出店。丸の内の新たなコミュニティスポットとして、試合観戦はもとよりイベントの開催など大手町のスポーツ好きが集まる賑やかな場所を創出する。



NEW OPEN! 2025.4.15

[兵庫 南あわじ]

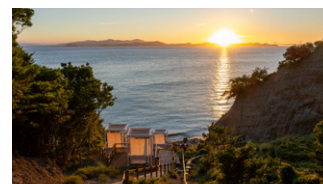


昨年開業した全 130 席のリゾートトラットリア「TRATTORIA amarancia」に続き、部屋ごとに完備した星空を眺めながら楽しめる露天風呂や宿泊客限定で利用できるサウナを併設した全5棟のコテージを開業。ここでしか体験できない食と自然を楽しむ時間を創出すると共に、南あわじエリアの地域活性にも寄与する取り組みを推進する。



南あわじ・阿万に新拠点を拡充

「TRATTORIA amarancia」から海へと下る階段の先に、新たな断崖テラス「SUNSET CABIN」を設置し、1日4組限定のダイニングプランを開始。瀬戸内海を望む絶景の中で、淡路島産の食材を使った料理を楽しめる特別空間として、宿泊・食・自然体験を組み合わせた滞在型コンテンツを拡充。阿万エリアにおける施設の新たな活用と、地域資源を活かした体験価値の向上につなげている。



NEW OPEN! 2025.4.28

[東京 中央]



築地本願寺を正面に望む利便性と眺望に恵まれたエリアで、地域と観光地の両面における需要を取り込み、日常使い と特別なひとときを両立する新しいカフェ業態として、魅力的な価値を提供する。



NEW OPEN! 2025.6.25

[北海道 北広島]



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」内の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「ダ・ミケーレ」を出店。国内4店舗目となり、「伝統と革新」の理念を軸に、Fビレッジが掲げる地域共生と街づくりに寄与する。



Next Phase of the Estate Build-up Business

当社のエステートビルドアップ事業は、
2026年7月期に向けて着実に事業領域を拡大しています。
既存事業の強化に加え、新たなプロジェクトを始動し、
地域と連携した持続可能な事業開発を推進してまいります。



南あわじ市阿万エリアプロジェクト

レストランとコテージに続き、エリアの象徴となる
ホテルの建設を進めています。

豊かな自然を活かしたリトリート拠点として、宿泊・
食・自然体験を組み合わせた非日常を提供します。
地元の漁業や農業との連携を深め、食文化プログ
ラムも展開しながら、持続可能な事業運営を通じ
て地域社会と共に成長するエリアを目指します。

出雲第二期プロジェクト

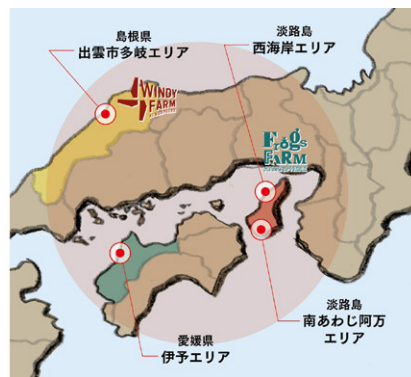
第一期開発で培った基盤を活かし、第二期事業として宿泊施設や駐車場の
整備を進めています。また、地域の活性化と利便性向上を目的とした「住宅
エリアプロジェクト」および「ヘリポートプロジェクト」を計画・推進しており、
段階的な住宅増設や、一般の方も利用可能な離着陸帯の整備を通じて、訪れる
方々にさらに快適な環境を提供します。



愛媛県伊予市森・三秋エリアプロジェクト

新たな挑戦として、瀬戸内海を望む美しい景観を活かした一大プロジェクト
を始動。総投資額約15億円、開発面積約1.5haを誇るこのプロジェクトでは、
飲食・宿泊・アウトドアを組み合わせた滞在型観光拠点を2028年秋に
開業予定です。

カフェ、レストラン、BBQゾーンのほか、グランピングや一棟貸し
コテージ、RVパークを整備し、幅広い世代に楽しんでいただける
エリアを目指します。伊予市の豊富な農水産物を使った商品開発や
食文化の発信にも取り組み、地域経済の循環に貢献することで、
伊予市が「四国最大の食と食文化の街」となることを後押ししてま
いります。



ABOUT US

会社概要 (2025年7月31日現在)

会社名 株式会社 バルニバービ
本店所在地 大阪市西区南堀江1-14-26
資本金 1,608,010千円
設立 1991年9月
事業年度 8月1日から翌年7月31日まで
従業員数 連結695名

役員 (2025年10月25日現在)

代表取締役会長 佐藤 裕久
代表取締役社長 安藤 文豪
常務取締役 中島 邦子
取締役 田中 亮平
取締役 水澤 完昭
取締役 宮下 大輔
取締役(監査等委員) 草鹿 升
取締役(監査等委員) 青木 巖
取締役(監査等委員) 山中 哲男

(2025年8月1日現在)

事業子会社 株式会社アワエナジー
株式会社エナビードウエ
株式会社BALNIBARBI Roots Creation
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
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オーガスト
バルニバービ・スピリッツ&カンパニー株式会社
株式会社BAR Backs Brand
株式会社PIATTIBELA
株式会社ヒトハナサカス
株式会社トウキョウワイト
株式会社OPAS(非連結子会社)
株式会社ジョイパーク(非連結子会社)

株式の状況 (2025年7月31日現在)

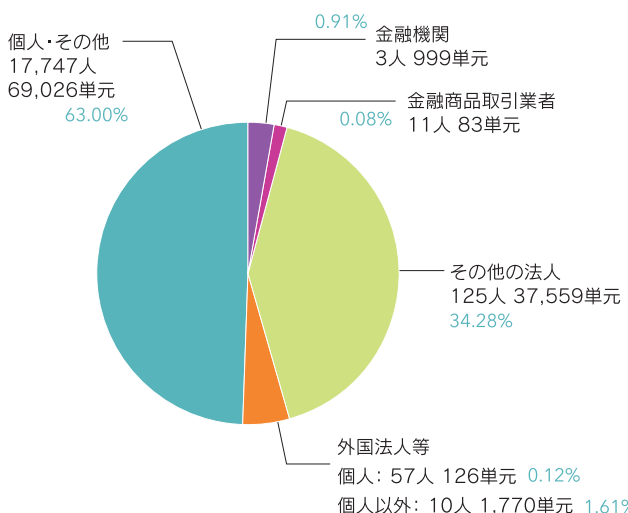
発行可能株式総数 29,112,000株
発行済株式の総数 10,962,380株
株主数 18,726名

大株主の状況

順位	株主名	持株数[株]	持株比率
1	株式会社HUMO	2,886,000	26.73%
2	佐藤裕久	796,900	7.38%
3	SBIホールディングス株式会社	600,000	5.56%
4	麒麟麦酒株式会社	188,000	1.74%
5	中島邦子	174,800	1.62%
6	石田敏和	120,000	1.11%
7	株式会社日本カストディ銀行(信託口)	96,500	0.89%
8	CITIBANK(SWITZERLAND) AG 常任代理人 シティバンク、エヌ・アイ東京支店	75,000	0.69%
9	バルニバービ従業員持株会	64,200	0.59%
10	田中亮平	63,400	0.59%

(注) 1.当社は、自己株式を167,405株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
2.持株比率は自己株式を控除して計算しております。

株式の所有者別分布状況 (1単元の株式数100株)



(注)所有者別分布状況は自己株式を「個人・その他」に含めて表示しております。

株主メモ

事業年度 8月1日から翌年7月31日まで
期末配当金受領株主確定日 7月31日
中間配当金受領株主確定日 1月31日
定時株主総会 毎年10月
株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒100-0005 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
フリーダイヤル 0120-232-711
(土日祝及び年末年始の休業日を除く 9:00~17:00)
上場証券取引所 東京証券取引所
公告の方法 電子公告により行う
公告掲載URL <https://www.balnibarbi.com/>
ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載します

BALNIBARBI Co.,LTD.

株式会社 バルニバービ

東京本部 〒108-0022 東京都港区海岸3-9-15 LOOP-X14F
TEL:03-3455-5640 FAX:03-3455-5639

大阪本部 〒550-0015 大阪市西区南堀江 1-14-26 中澤唐木ビル 6F
TEL:06-4390-6544 FAX:06-4391-3522

BALNIBARBI IRメール配信のお知らせ

www.balnibarbi.com/company/ir/magazine/
新規出店や適時開示情報などのIRリリースをリアルタイムで配信しています。ぜひご利用ください。

balnibarbi.com

