



2027年2月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社ガーデン

2026 年 10月

東証スタンダード市場（証券コード：274A）

IRメール
配信登録



目次

1.	通期業績予想の修正について	P.3
2.	2027年2月期 第2四半期 業績概要	P.4
3.	既存店売上高の減少について	P.9
4.	V字回復戦略と成長戦略	P.10
5.	株主還元	P.15
6.	Appendix	P.17
	- 会社概要	
	- 事業内容	
	- 競争力の源泉	
	- 成長戦略	

通期業績予想の修正について

値上げによる既存店売上高減少、販管費の増加による業績状況に鑑み通期業績予想を修正。

単位：百万円

	26年2月期 実績（A）		27年2月期 従来予想		27年2月期 修正予想（B）		前期比 （B-A）	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	増減額	増減率
売上高	17,895	-	20,350	-	19,450	-	+1,555	+8.7%
EBITDA※	1,772	9.9%	2,030	10.0%	910	4.7%	▲862	▲48.6%
営業利益	1,301	7.3%	1,410	6.9%	430	2.2%	▲871	▲67.0%
経常利益	1,211	6.8%	1,280	6.3%	280	1.4%	▲931	▲76.9%
当期純利益	625	3.5%	840	4.2%	10	0.1%	▲615	▲98.4%

※ 2026年2月期より業績予想にEBITDAを追加しております。

※ EBITDAは、営業利益＋償却費（減価償却費、のれん償却費）＋M&A取得関連費用として算出しております。

2027年2月期 第2四半期 業績概要

売上は前年同期比増収も、各戦略の推進に伴う費用が増加し
各段階利益は減少。

売上高	営業利益	中間純利益	店舗数
9,518 百万円	217 百万円	101 百万円	220 店舗
前年同期比 +7.9%	営業利益率 2.3% 前年同期比 ▲72.9%	中間純利益率 1.1% 前年同期比 ▲79.6%	前期末比 +21 店舗

2027年2月期 第2四半期 損益計算書 前年同期比

売上は前年同期比で増加を確保。来店促進施策実施に伴う粗利率低下に加え、既存店の入客数減や先行投資により販管費が増加し減益。

単位：百万円

	26年2月期 2Q実績		27年2月期 2Q実績		前年同期比		通期計画	
	金額	売上比率	金額	売上比率	増減額	増減率	計画値	進捗率
売上高	8,823	-	9,518	-	+695	+7.9%	19,450	48.9%
EBITDA※	992	11.3%	440	4.6%	▲552	▲55.6%	910	48.4%
売上総利益	6,153	69.7%	6,410	67.3%	+256	+4.2%	-	-
営業利益	804	9.1%	217	2.3%	▲586	▲72.9%	430	50.6%
経常利益	754	8.5%	138	1.5%	▲615	▲81.7%	280	49.4%
中間純利益	496	5.6%	101	1.1%	▲395	▲79.6%	10	1,015.0%

※ EBITDAは、営業利益＋償却費（減価償却費、のれん償却費）＋M&A取得関連費用として算出しております。

2027年2月期 第2四半期 貸借対照表 前年期末比

潤沢なキャッシュにより、不測の事態や投資への資金を確保。
戦略的投資の固定資産の積み上げで、業績回復への地盤を強化。

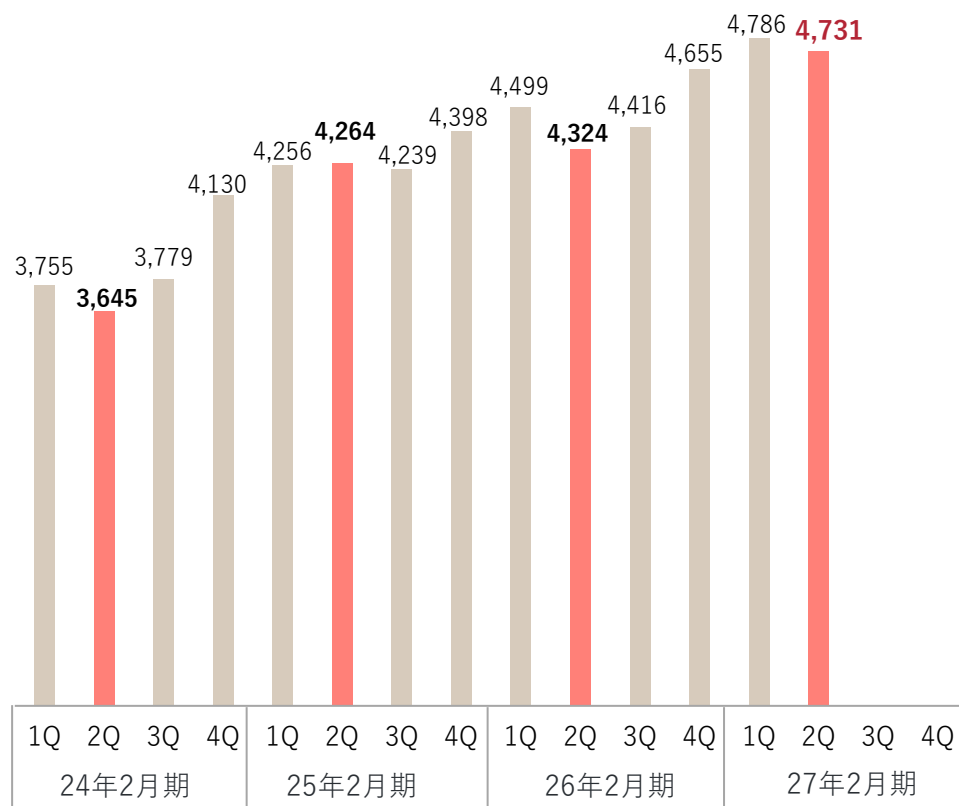
単位：百万円

項目	26年2月期 期末時点	27年2月期 2Q末時点	増減額
資産			
流動資産	11,871	13,989	+ 2,118
内、現金及び預金	10,681	12,573	+ 1,891
固定資産	5,332	5,826	+ 494
資産合計	17,291	19,886	+ 2,595
負債・純資産			
負債合計	9,595	12,458	+ 2,863
純資産	7,695	7,428	▲267
自己資本比率	44.5%	37.4%	—

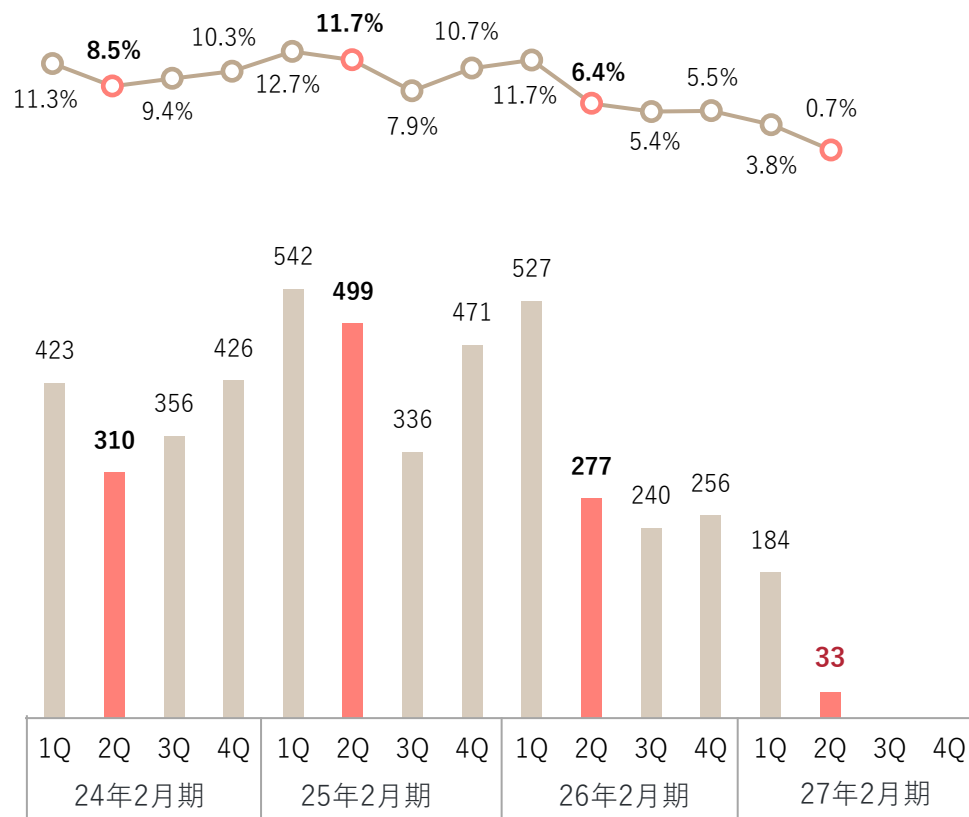
売上高・営業利益 四半期推移

売上高は四半期ベースで堅調に推移。一方、2Q期間中に成長に向けた施策や店舗展開を強力に推進したこと等により営業利益は減少。

売上高 単位：百万円



営業利益・営業利益率 単位：百万円

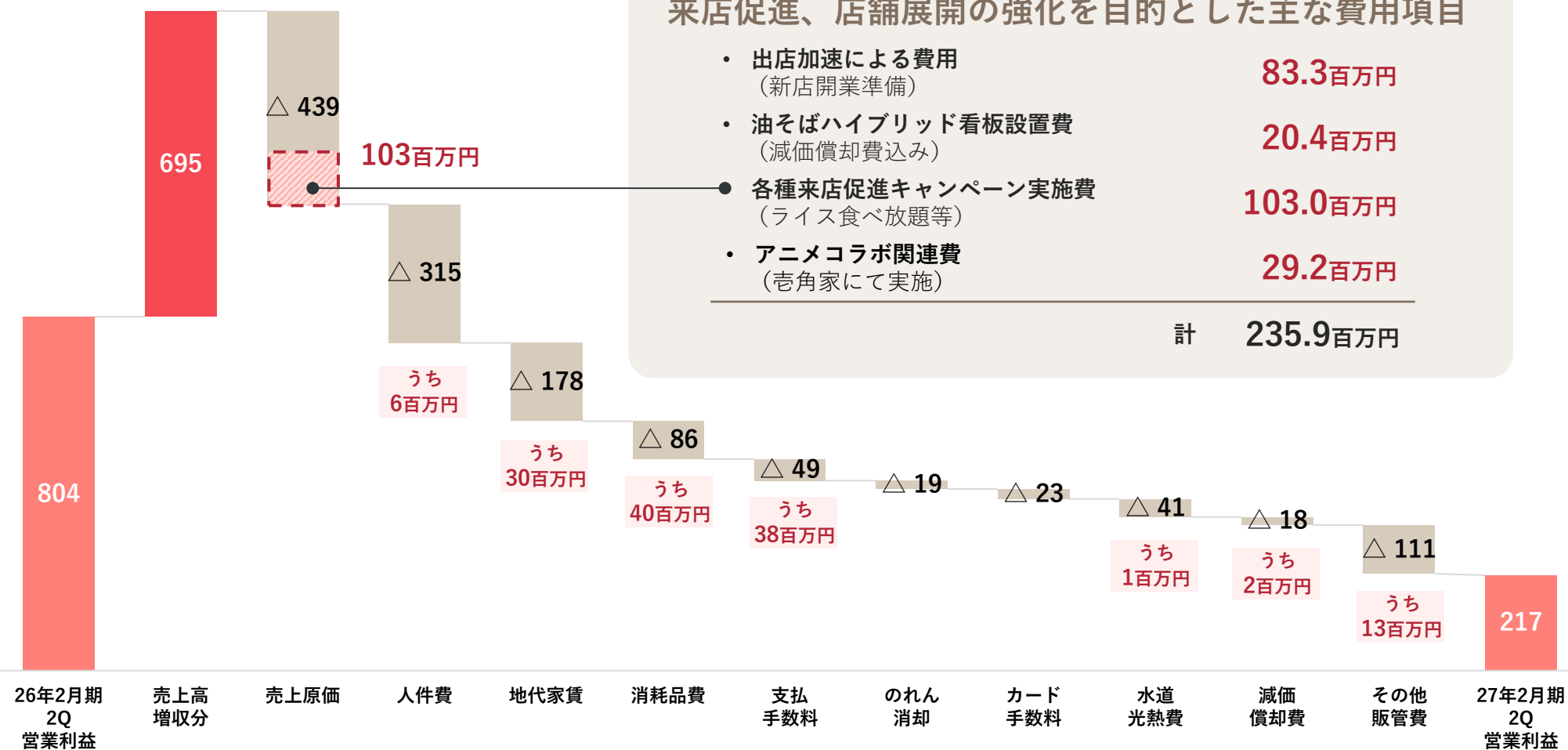


※ 25年2月期3Q以降は四半期あたり約30百万円の外形標準課税を計上。25年2月期3Qにおいては、24年11月に資本金が増加した影響で外形標準課税計92百万円が計上された。

営業利益 増減分析 前年同期比

当上期は出店を加速し出店計画は順調に進捗。一方で出店数の増加に伴う先行費用や看板設置費、来店促進のキャンペーン等が利益を押し下げ。

単位：百万円



既存店売上高の減少について

2018年以降、原材料費・光熱費・最低賃金の上昇に伴う断続的な価格改定により、既存店売上高は減少。

	壱角家 (ラーメン並一杯の価格)	ライス
2019年 2 月期	680円	食べ放題
2020年 2 月期	780円	食べ放題
2024年 2 月期	850円	食べ放題
2025年 2 月期	950～1030円	ライス有料化 (230円) 深夜料金導入 (100円)

ラーメン+ライス+深夜料金の
合計価格 (MAX 1,360円) は、**約2倍**の水準になっている。
2018年時点と比較すると

V字回復戦略と成長戦略

次のステージへと躍進する、**2つのV字回復戦略**と
2つの成長戦略を推進。

『油そば総本店』ハイブリッドの拡大



複合店展開による 収益の最大化

「壱角家」×「油そば総本店」の
二刀流ハイブリッド戦略を推進。
低投資・ハイスピードなリニュー
アルで、さらなる客層拡大と収益
最大化へ。

アプリ会員へのアプローチ



アプリ会員への アプローチ

アプリ会員に向けて、
再来店を促す魅力的なサービスを提供し、リピーターを掘り起こす。

出店ペースの加速



出店加速

戦略基盤となる店舗出店の計画を
前倒し。早期にタネをまき、成長
飛躍の土台とする。

海外市場への進出



海外展開

タイの合併会社設立を皮切りに、
海外展開を本格推進。強固な現地
ネットワークを掛け合わせ、東南
アジアNo.1の「プレミアム讃岐うどん」を目指す。

V字回復① 『油そば総本店』 ハイブリッド店舗の拡大

既存の店舗資産を活用し、低投資で収益・集客を向上。
戦略発表から95日間で100店のハイブリッド化を達成。



10月13日時点
ハイブリッド導入数

130 店舗

新たなニーズの掘り起こし

- ①夏場にも強い。
- ②17種類の無料卓上調味料。（自分流好み：体験）
- ③家系では少し味が濃い。
- ④コスパが良い。低価格。

890円で「並・大・特大」すべて同じ価格



ハイブリッド導入後の推移

	導入前 (3月～6月)	導入後 (7月～9月)
既存店 前年対比	94.4～95.3%	98.1～102.8%



V字回復② アプリ会員へのアプローチ

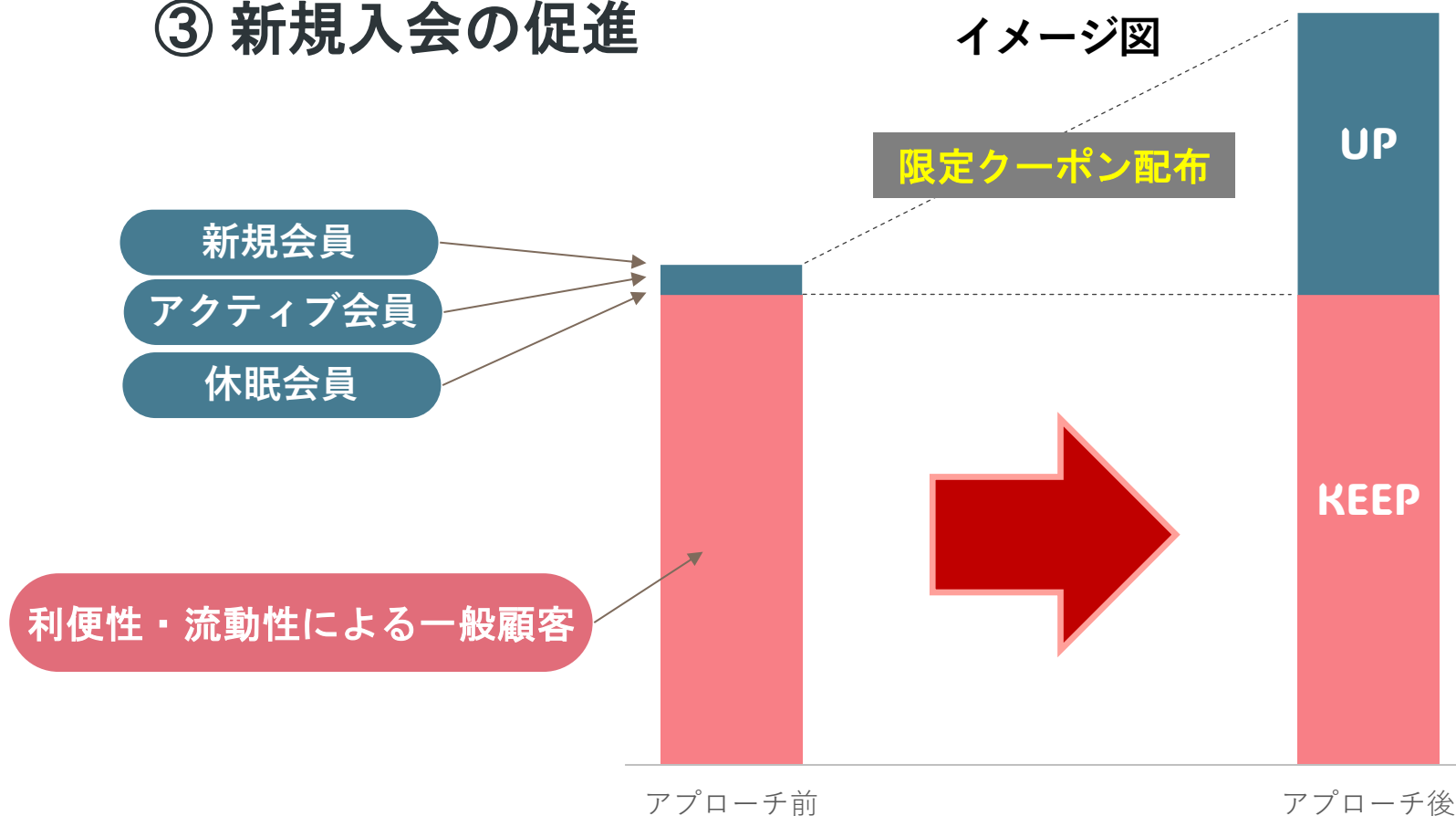
土台にある駅前一等地の利便性・流動性による一般客は横ばいに保ち

アプリ会員の利用率を全体の約4%⇒30%まで引き上げる。

施策① アクティブ会員のリピート促進

② 休眠会員の掘り起こし

③ 新規入会の促進

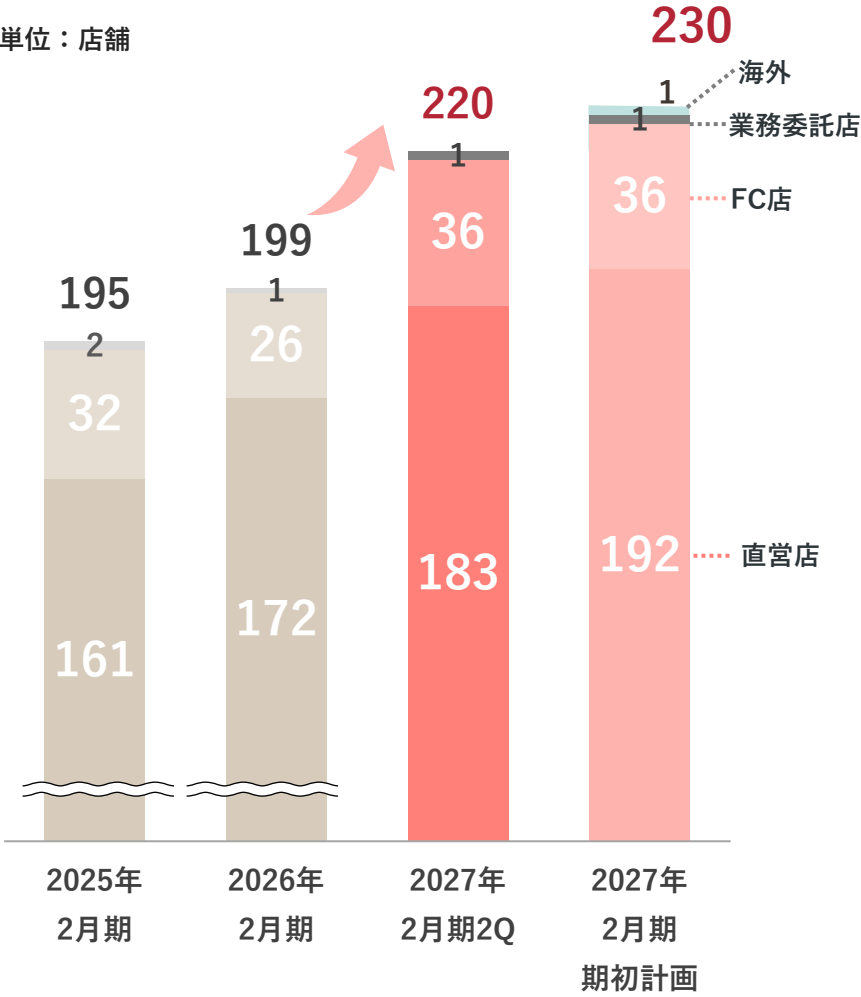


成長戦略① 出店ペースの加速

ラーメン事業において期初計画を上回るペースで出店を加速。
店舗数は前期末比で21店舗純増。

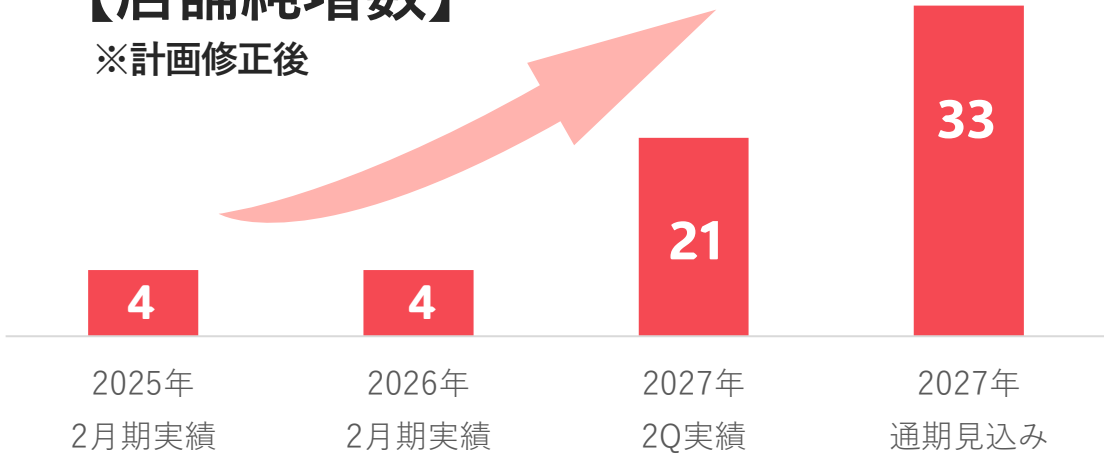
出店数推移

単位：店舗



【店舗純増数】

※計画修正後



事業		ラーメン		うどん・そば※1		ダイニング※2		寿司		全事業合計	
出店形態		直営	FC	直営	FC	直営	FC	直営	FC	直営	FC
2026年 2月期 店舗数	出店数	130	22	21	2	19	0	2	3	172	27
	退店数	0	0	0	0	2	0	0	3	2	3
2027年 2月期 上期累計	店舗数	139	25	25	12	17	0	2	0	183	37
	店舗数	164	25	25	12	17	0	2	0	183	37

※1 2026年2月期まではレストラン事業
※2 2026年2月期まではステーキ事業

成長戦略② 海外市場への進出

2025年に始動したタイにおける合併事業が1号店をオープン
両社のブランド・ネットワークを活かしブランド展開を本格化させる

1店舗目 2026年9月10日オープン

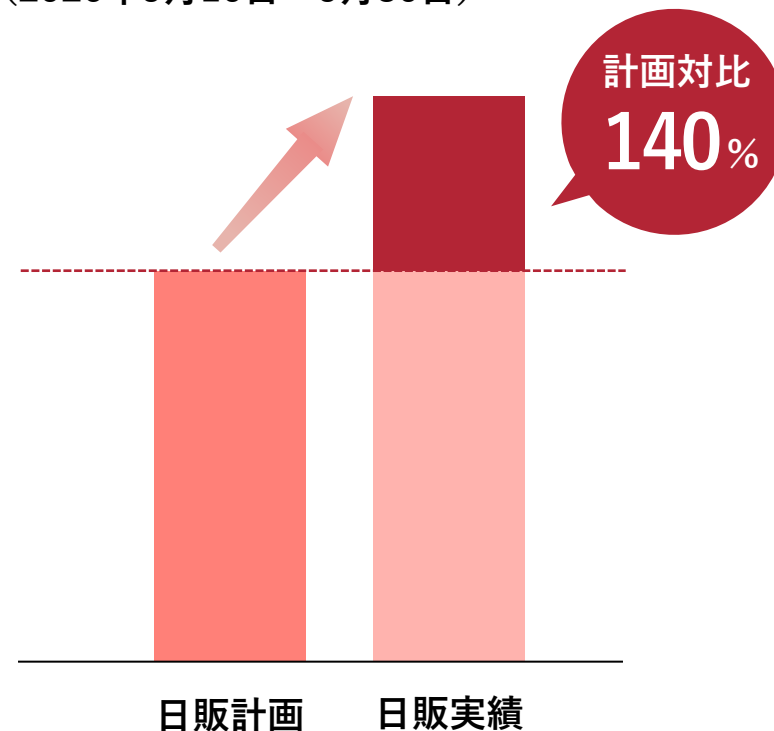


Velaa Sindhorn Village

営業時間 全日：11:00～23:00

Velaa at Sindhorn Village, 87, C121 Soi Langsuan,
Lumphini, Pathum Wan, Bangkok 10330 Thailand

9月の日販実績は計画に対し順調に推移。
(2026年9月10日～9月30日)



タイ国内でプレミアムさぬきうどんの定着、東南アジアへ

株主還元

株主様の利便性を追求。選択制株主優待を開始。

※2026年8月末時点の株主名簿に記録された株主様を対象とする株主優待より、拡充後の内容を適用いたします。



お食事一品
無料券



いずれか



デジタルギフト®

※壹角家と山下本気うどん全商品（セットメニュー含む）にご使用いただけます。

※交換可能なデジタルギフトは決定次第お知らせいたします。

基準日		中間		期末	
保有株数		保有期間		保有期間	
		半年未満	半年以上	半年未満	半年以上
100株以上	お食事券	1枚	2枚	1枚	2枚
	デジタルギフト®	1,000円分	2,000円分	1,000円分	2,000円分
200株以上	お食事券	2枚	3枚	2枚	3枚
	デジタルギフト®	2,000円分	3,000円分	2,000円分	3,000円分
400株以上	お食事券	3枚	5枚	3枚	5枚
	デジタルギフト®	3,000円分	5,000円分	3,000円分	5,000円分

進呈予定時期：毎年11月・5月に発送予定です。

配当

2026年2月期の記念配当(10円)を除いた普通配当は年間90円を維持。将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していく方針。

1株当たり配当金

	2026年2月期 実績	2027年2月期 予想
中間配当	45円	45円
期末配当	45円	45円
記念配当	10円	-
年間配当金	100円	90円

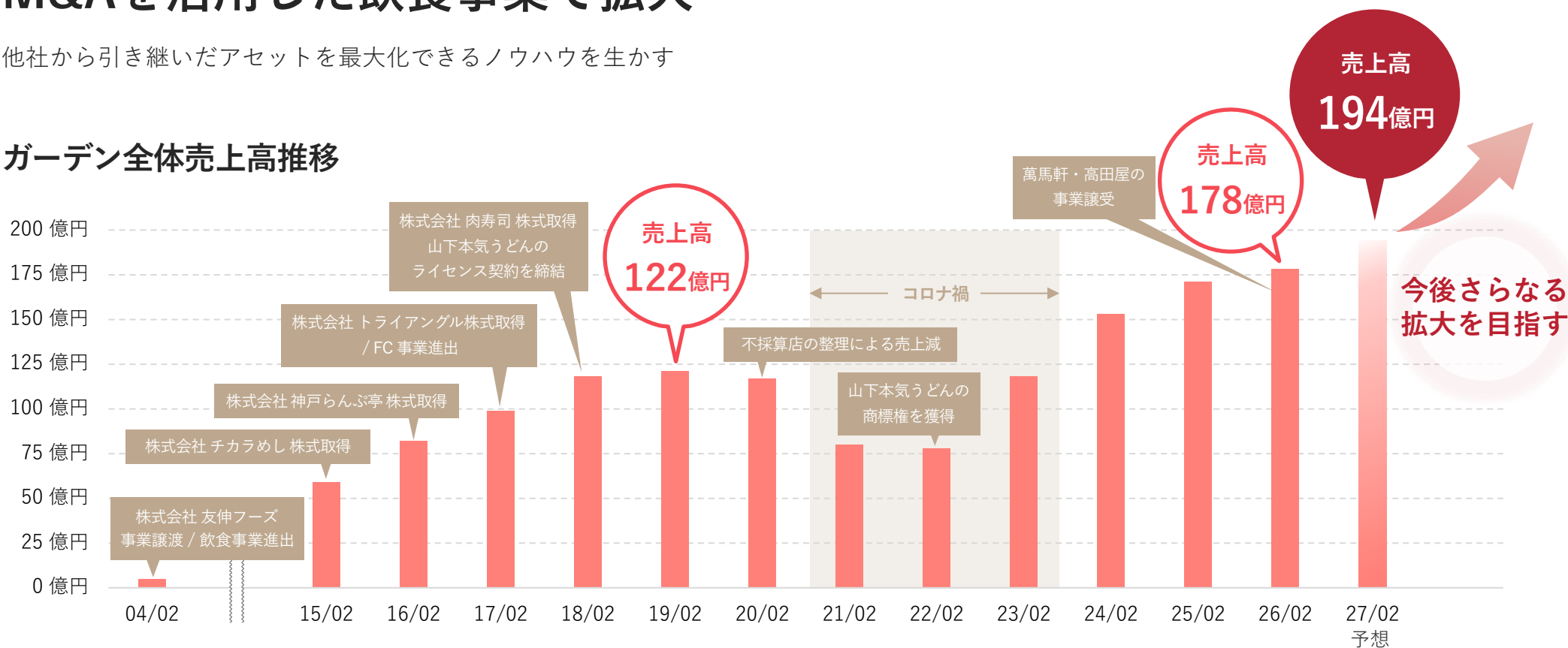
Appendix

沿革

M&Aを活用した飲食事業で拡大

他社から引き継いだアセットを最大化できるノウハウを生かす

ガーデン全体売上高推移



2000年代

カラオケBOXの
事業再生からスタート



2010年代

すためし



The Veranda
Rainbow @ Rainbow



ひふ



MARZAC



2020年代

商標権獲得



GARDEN
SINGHA GARDEN



事業内容

1. 飲食事業

ラーメン事業

壱角家（FC含む）・横浜道・てらっちょ・だるまのめ
・油そば総本店・壱角堂・品川製麺所・一竜（FC含む）・萬馬軒

うどん・そば事業※1

山下本気うどん（FC含む）・高田屋（FC含む）

ダイニング事業※2

鉄板王国・ステーキの王様・情熱のすためしどんどん・MARZAC
・MARZAC7・TheVeranda・RRainbow

寿司事業 ※ 25年2月期より肉寿司事業から寿司事業部へ変更

シン・ニクズシマン・SUSHI PREMIUM 海王

2. 不動産事業

サブリース

店舗物件を不動産オーナー様から賃借し、テナント様に転貸する転貸借事業

仲介

不動産オーナーとテナント間の契約成立や飲食店居抜き売買のサポート業務

ブランド一覧

豊富な業態とブランドを展開

※ フランチャイズに業務委託含む

ラーメン事業	うどん・そば事業	ダイニング事業	寿司事業	フランチャイズ事業
 壺角家  横浜道  だるまのめ だるまのめ  一竜  てらっちょ  味噌らーめん 萬馬軒 萬馬軒	さぬき麺  山下本気うどん 山下本気うどん  高田屋 高田屋	 鉄板王国  情熱のすためし どんどん  MARZAC  MARZAC7  The Veranda  Rainbow ハワイアン	 シン・ニクズシマン シン・ニクズシマン  SUSHI PREMIUM 海王 SUSHI PREMIUM 海王	 壺角家  一竜 一竜 さぬき麺  山下本気うどん 山下本気うどん  高田屋 高田屋

出店地域

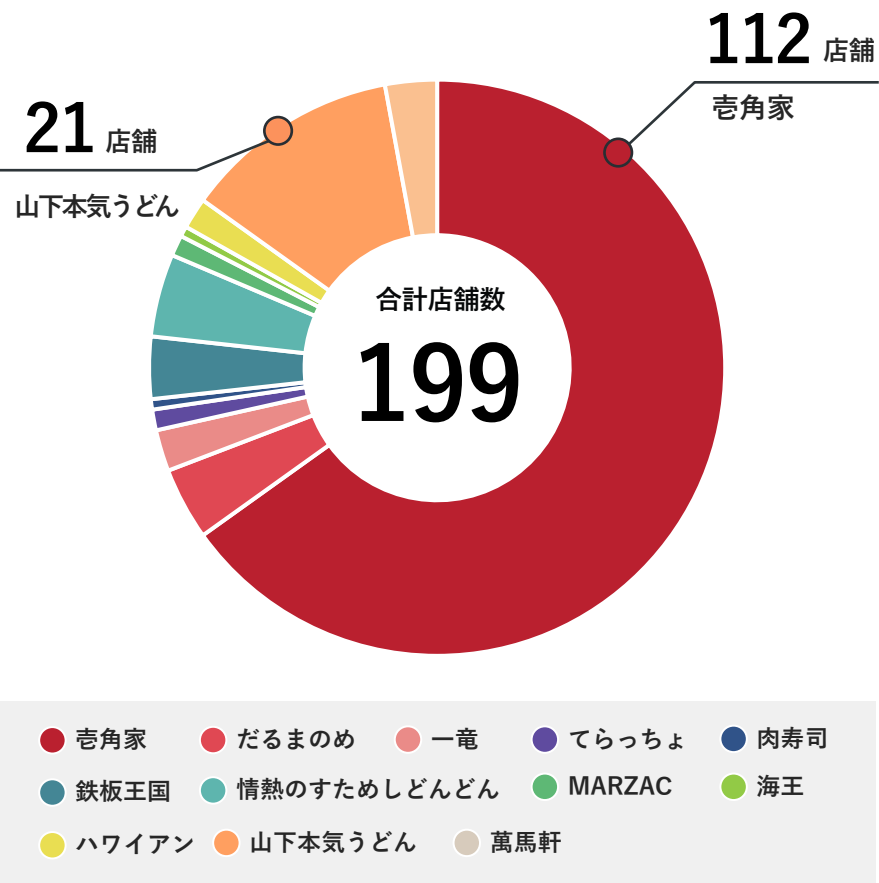
直営店舗は関東を中心に展開

地域 & 事業別店舗数

出店地域	ラーメン事業		レストラン事業 ※1		ステーキ事業 ※2		寿司事業	
	直営	FC	直営	FC	直営	FC	直営	FC
北海道	0	0	0	1	0	0	0	0
東北	0	1	0	0	0	0	0	0
関東	130	18 (内1)	23	0	16	0	2	3
中部	0	2	0	1	0	0	0	0
近畿	0	0	0	0	0	0	0	0
中国・四国	0	1	1	0	0	0	0	0
九州	0	0	0	0	0	0	0	0
海外	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	130	22	24	2	16	0	2	3

※ 26年2月末時点 / 単位：店舗 / () 内は業務委託店舗数
※店舗数は2026年2月末日現在
※1 2026年3月よりうどん・そば事業へ区分・名称を変更
※2 2026年3月よりダイニング事業へ区分・名称を変更

事業別店舗数内訳



※ 26年2月末時点 / FC に業務委託含む / 単位：店舗

競争力の源泉

3つの土台に基づく 成長計画

不動産事業の知見を活かし出店戦略や
蓄積された店舗運営ノウハウにより
スムーズな店舗の出店を実現

プラス これまでのM&A実績を活かし、
多展開を行う



M&A

積み重ねたノウハウによる事業再生

03年6月友伸フーズからの事業譲渡を皮切りに14年6月に株式会社チカラめし、
15年3月には株式会社神戸らんぷ亭の株式を取得

16年7月には株式会社トライアングルを買収し、「元祖博多中洲屋台ラーメン一竜」を
新たな自社ブランドとし、**フランチャイズ事業に進出**

株式会社チカラめしの株式取得を行った15年2月期時点、当社の売上高は57億円であったが、
そこからわずか4年後の19年2月期には **売上高122億** を達成

26年2月期、**売上高178億** となる

企業再生による

成長

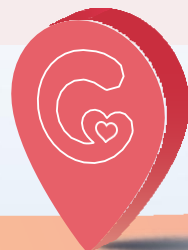
対象会社

- 店舗物件
- ブランド
- 人材



当社の強み

- 多店舗展開ができるブランド・商品
- 従業員の教育システム
- 規模とシナジーを活かした商流構築
- オペレーションをシンプル化する力



M&A

企業再生型M&Aを行う目的

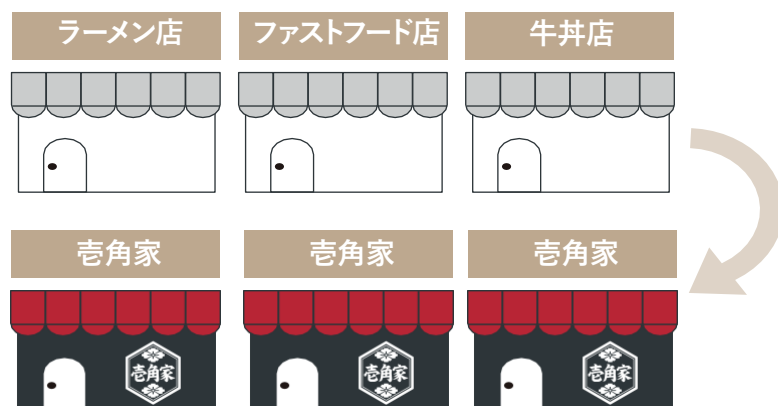
企業再生型 M&A を行うことで、複数の居抜き物件を取得し、店舗展開をしていくことで効率的な出店が可能
また、M&A により新ブランドを取得することで、自社で業態開発するケースに比べ大幅な時間短縮を実現
取得した物件の立地特性を分析することで自社ブランドの中から最適な業態を選定
既存設備（居抜き環境）を生かしたスピーディーな施工による業態変更を行う

1. 物件取得

目利き力

当社の既存店と立地条件が類似する物件を
持つ企業を買収し業態変更を実施

居抜きで効率化



2. 新ブランド取得

豊富なPMI成功ノウハウ

業態開発とテストを行う必要が無く、業態開発までの時間を大幅カット
人材も引き継ぐことで多様性に富んだ企業へ

自社開発の場合

8 工程

業態開発 / 商品開発 / テスト / パッケージ化
物件取得 / 人材採用 / 人材育成 / 展開

M&Aの場合

2 工程

投資 / 展開

不動産事業のノウハウ・ネットワーク

不動産事業×飲食事業のシナジー

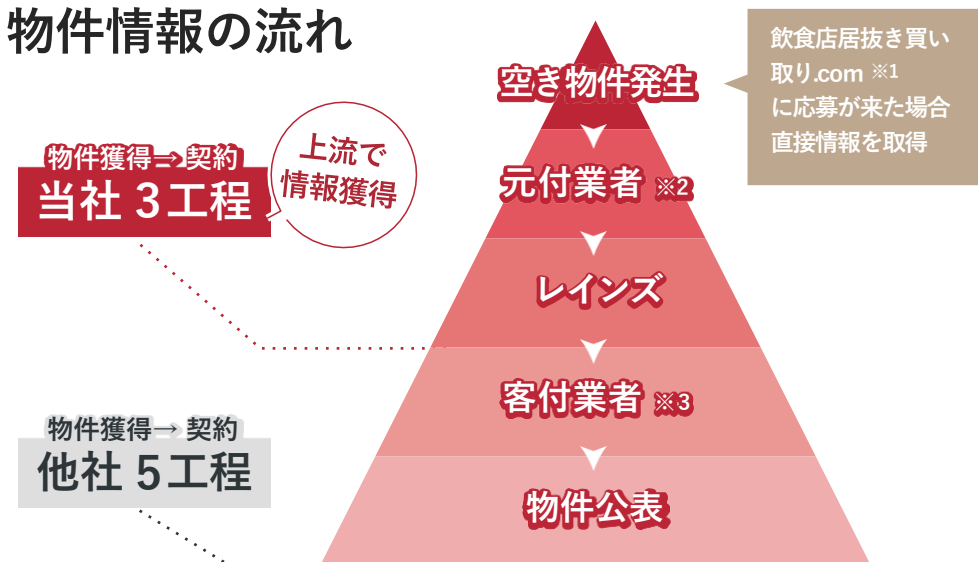
好立地、好条件の物件取得が可能

効果	効果（物件情報の獲得）のための手段	1.～3. は自社独自の手段
タイムロスのない物件情報	☒ 1. 情報システム …… レインズ (REINS) 不動産流通標準 / 不動産流通機構運営	
市場に出ていない物件情報 ・ 撤退を考えている法人からの問い合わせ ・ 個人事業主からの問い合わせ ・ 物件買取交渉、リーシング等	☒ 2. 自社HP問い合わせ ☒ 3. 飲食店居抜き買い取り.com ☒ 4. テナント専門業者 ☒ 5. FAX販促	…… 物件専用サイトを設置 …… 自社運営の専用サイトを設置（月間10件・年間120件程度の問い合わせ） …… 指定業者 約100社より月間300件程度の情報 …… 国土交通省の宅建業者検索サイトより引用（東京だけでも2万300件）

不動産物件情報 獲得フロー

1. 店舗売買サイト（飲食店居抜き買い取り.com）の運営や不動産業の免許を保持することでレインズにアクセス
2. 他社に比べ、上流で物件情報を獲得することが可能
3. 優良物件を他社より早く抑えることが出来る

物件情報の流れ



ブランド力&店舗運営ノウハウ

好立地と視認性の高い看板でブランド認知効果を狙う

乗降者数の多い地区に直営店舗の約3分の1の店舗をドミナント出店し

その大部分は繁華街に位置（新宿区：29店舗 / 渋谷区：9店舗 / 池袋駅周辺：11店舗）

その中でも角地のような好立地出店を重ねており、人流、交通量の多さから視認性の高い看板は店舗集客に寄与するだけでなく高い認知を獲得している

視認性の高い看板の設置



新宿歌舞伎町（壺角家・山下本気うどん）

新宿歌舞伎町の中心にあるTOHOシネマズ新宿（ゴジラビル）前に店舗を構え、交通量が多く遠くからも視認性の高い看板を設置



壺角家 池袋西口店

池袋駅西口すぐの人通りの多い通りにビル一棟（1階～4階）店舗を構え、広い範囲に向け視認性の高い看板を設置

ブランド力&店舗運営ノウハウ

ラーメンの肝となるスープと麺の品質

スープを調理するにあたり、店舗で仕込む昔ながらのスタイルは採用せず、スープの素となる材料を株式会社ギフトへ製造を委託
店舗調理での味のブレを防ぎ、誰にでも簡単に本物の味を再現できる仕組みを構築

特製の時短スープ

店舗での仕込み時間30分～40分で毎日安定した味が完成
手間を省き、短時間で作業工程の習得が可能となり人件費を低減
特製スープの仕込み工程は壱角家以外のブランドにも応用



特製の時短麺

客席回転率を上げるため、ゆで時間を40秒短縮した時短麺を開発
通常麺では提供に約5分要していたものが約4分で提供可能となり
ピーク帯での大幅な客席回転率向上を実現している

味の均質化

調理工程の省力化

経験の少ないスタッフも調理可能

人材不足
に対応

スープ仕込み工程

01

仕入れ工場

特製スープを製造

02

店舗調理

冷凍で店舗納品

03

店舗調理

厨房で仕上げる

04

店舗調理

完成

ブランド力&店舗運営ノウハウ

均質化された商品提供を実現

社員だけでなく、店舗ではパートや外国人スタッフでも均質化された商品を提供できる体制を構築

マニュアル整備による品質向上と安定化



01

教育担当を配置

作成されたマニュアルを十分に活かすために、専門的教育担当を配置し継続的に教育・研修を行い、必要なスキル・知識を伝える



02

講習会による定期的な調理講習

チェーン店としてどの店舗でも同じクオリティの商品を提供するため、レシピ・調理工程を標準化し、定期的に調理講習を行う



03

昇格テストなど従業員評価制度

等級ごとに定められた適正な役割・スキル・知識による昇格テストにて社員を評価することにより、店舗における高いQSCの提供に繋がる



04

ダイバーシティ 4ヶ国語のマニュアル

従業員の国籍も多様化する中、お客様に高い満足度を提供するため、店舗運営のマニュアルも、日本語・英語・ネパール語・ベトナム語を用意



05

徹底した 店舗衛生管理

安心して店舗をご利用頂くため、専任の衛生管理担当者が各店舗を回り検査を実施。評価にも衛生管理項目を組み込むなど、店舗衛生管理を徹底実施

成長ドライバー

「萬馬軒」と「高田屋」を新たに加え、
ラーメン事業、うどん・そば事業を成長ドライバーに位置づけ

ラーメン事業



横浜家系ラーメン壱角家



萬馬軒



うどん・そば事業



山下本気うどん

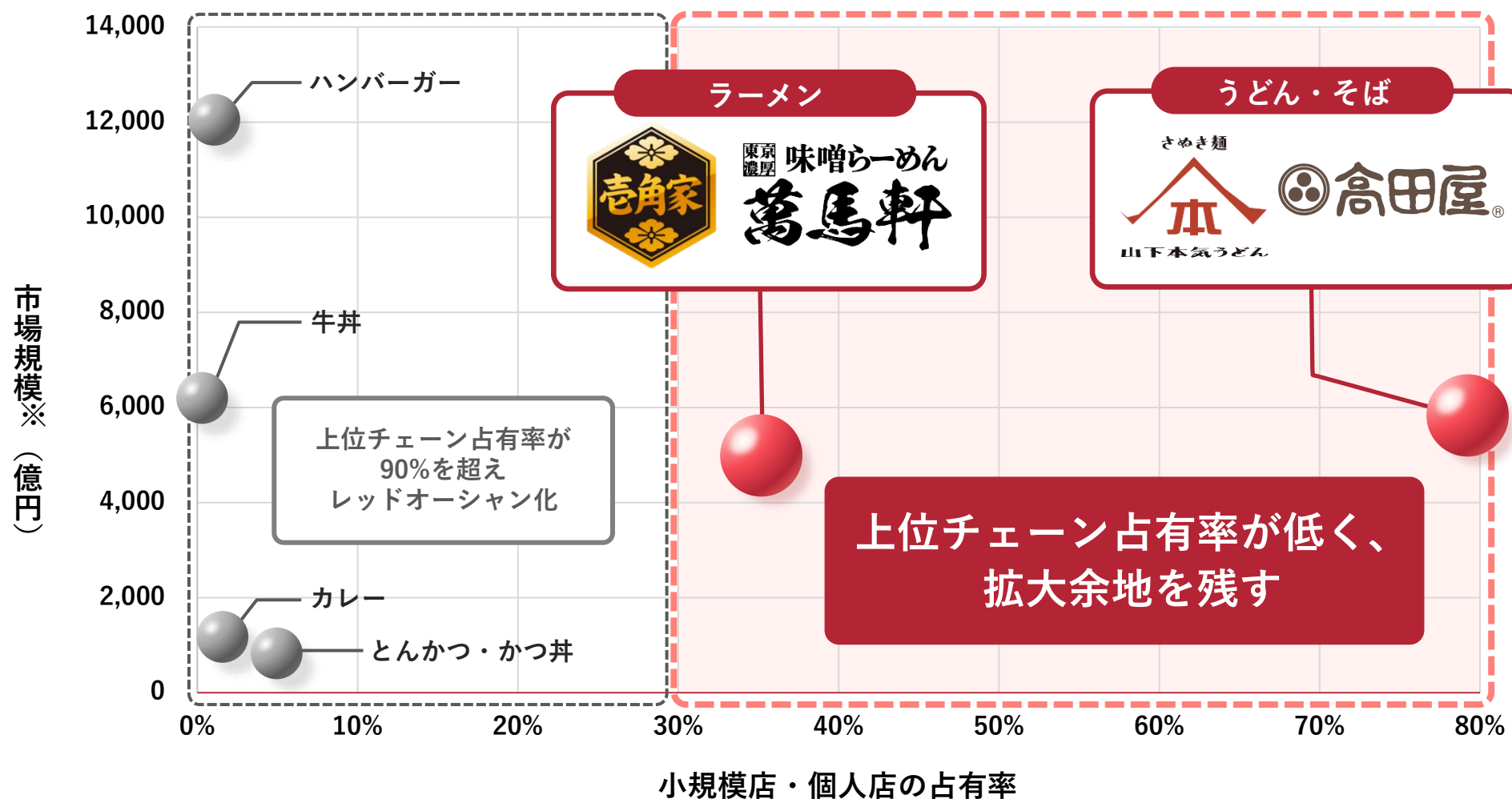


高田屋



市場拡大余地における優位性

他市場に比べ広大な成長空間を残すラーメン市場、うどん・そば市場において、当社ブランドのシェア拡大を加速

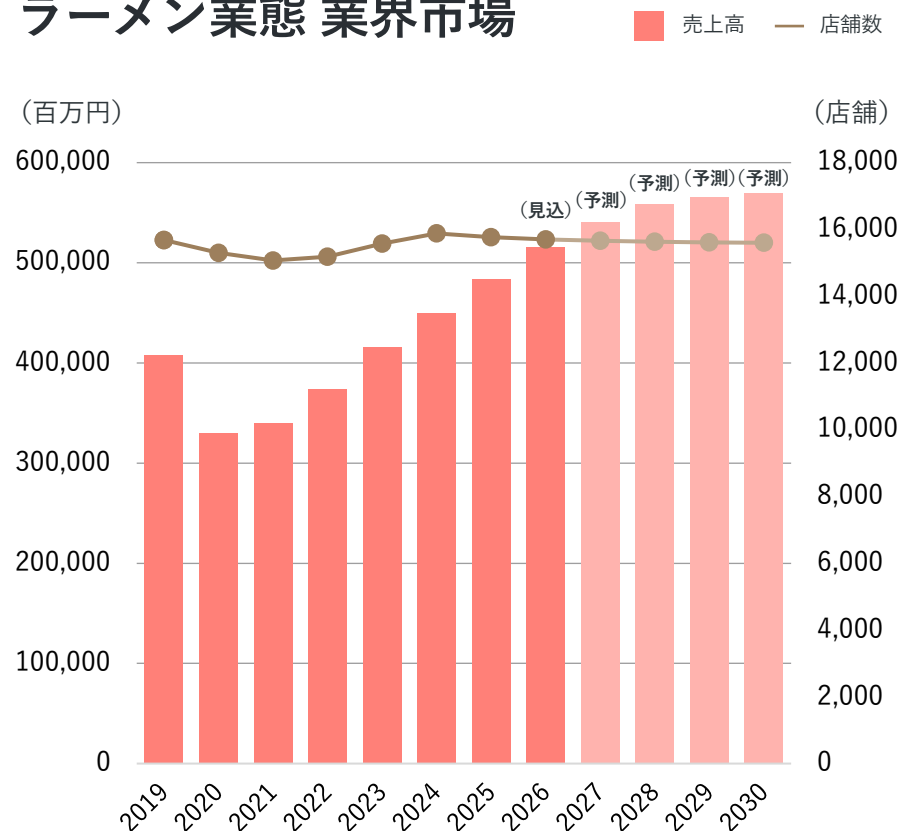


ラーメン業界市場&売上高推移

首都圏を中心に今後も積極出店

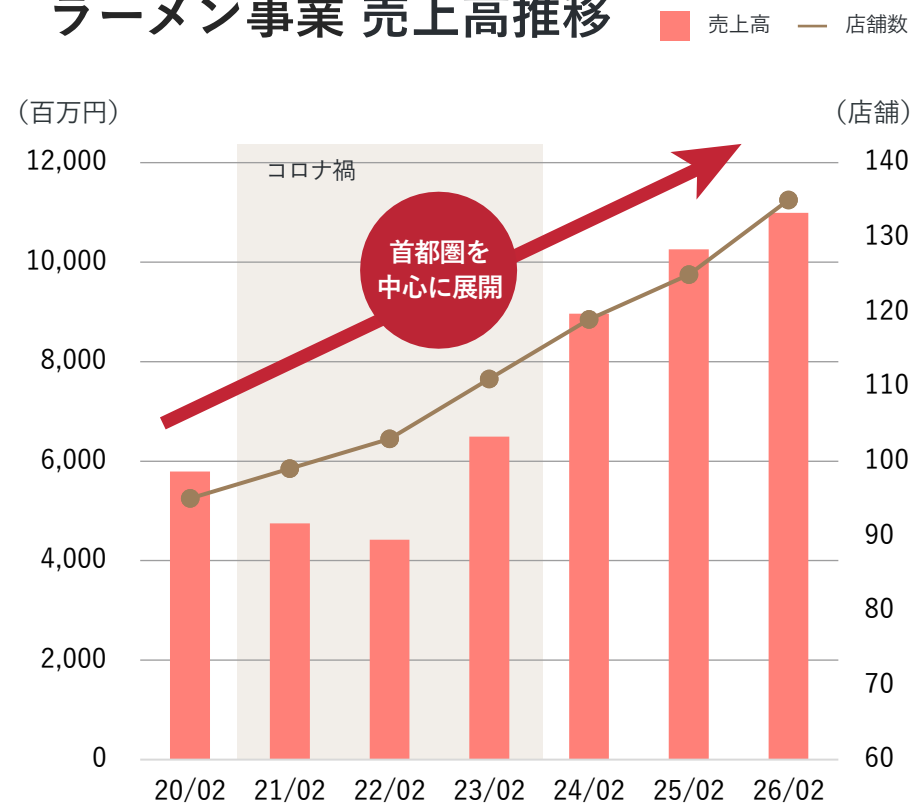
26年2月末時点で「壺角家」「萬馬軒」合わせて 直営117店舗、FC/業務委託18店舗 全135店舗

ラーメン業態 業界市場



※ 出典：外食産業マーケティング便覧2026

ラーメン事業 売上高推移



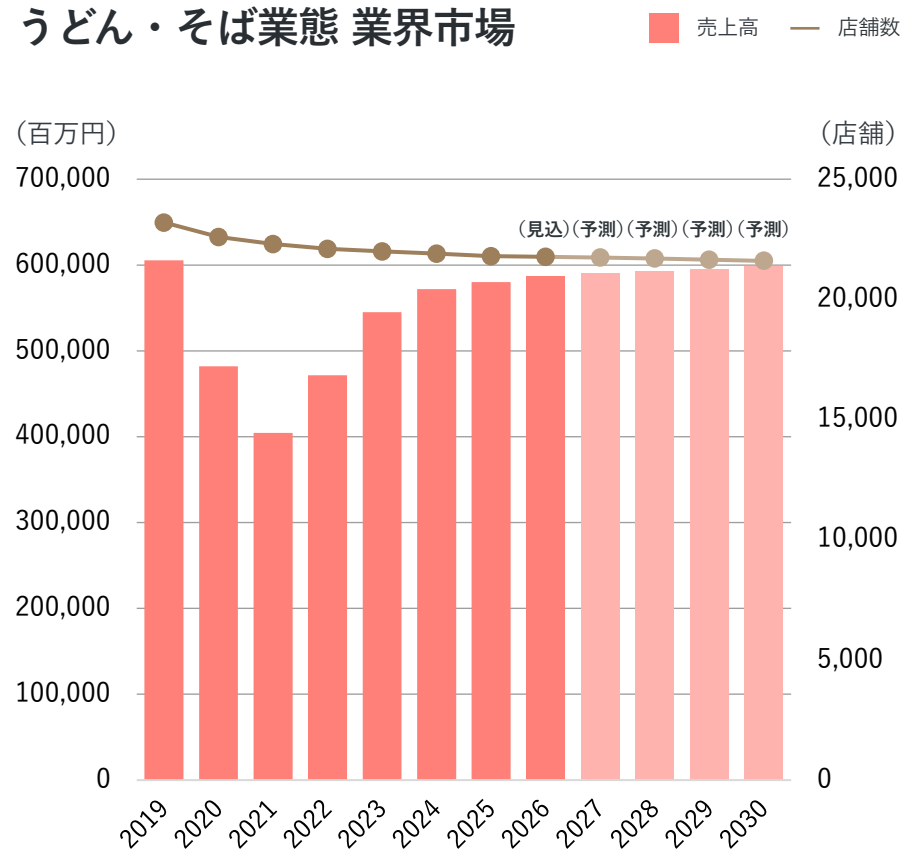
※ 売上高は「壺角家」・「萬馬軒」直営店
店舗数は、「壺角家」直営店・FC/業務委託店、「萬馬軒」直営店の総数

うどん・そば業界市場&売上高推移

国内外の多様なニーズを捉え、店舗網の拡大を推進

27年2月期初時点で「山下本気うどん」「高田屋」合わせて 直営24店舗、FC12店舗 全36店舗

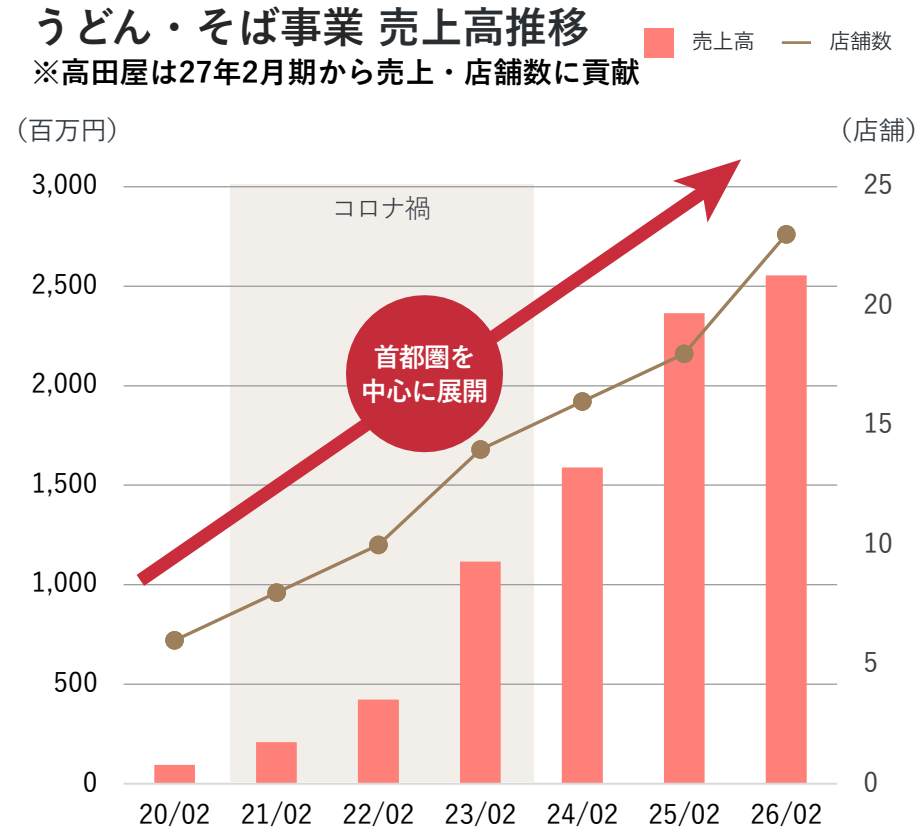
うどん・そば業態 業界市場



※ 出典：外食産業マーケティング便覧2026

うどん・そば事業 売上高推移

※高田屋は27年2月期から売上・店舗数に貢献



※ 売上高は「山下本気うどん」直営店
店舗数は、「山下本気うどん」直営店・FC/業務委託店の総数

今後の成長戦略

日本から世界へ

M&A

中核事業

壺角家&山下本気うどん

まずは国内、そして世界へ

ESGの取り組み

「食のインフラ」としての実務とESGを直結。社会の支持を源泉に、中長期的な企業価値と株主価値の向上を推進。

ENVIRONMENT

地球環境を守ることは社会的課題として考えます。

✓ フードロスの削減

飲食店としての最重要課題であるフードロスの削減に注力。無駄のない効率的なオペレーションを追求し、環境負荷の低減と収益性の向上を両立させてまいります。

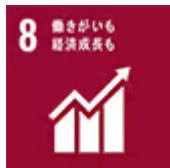


SOCIAL

地域社会へ貢献し未来を守る取り組みを行います。

✓ 多様性の推進

女性管理職の積極的な登用や、多国籍な人材活用により、スタッフが個性を発揮できる環境づくりを進めています。この「多角的な視点」こそが、次世代の新しい業態を生み出す源泉であると考えております。



GOVERNANCE

持続的成長を実現し、公正な経営体制を作ります。

✓ 透明性の確保とリスクマネジメント

CGコードの遵守と基本方針の策定により経営の透明性・公正性を確保するとともに、コンプライアンス委員会の設置や内部通報制度の運用を通じた自浄作用のある組織づくりを推進。



当社のサステナビリティ方針の詳細は以下コーポレートサイトよりご覧ください。

<https://gardengroup.co.jp/esg/>

会社概要

会社名	株式会社ガーデン（ Garden Co., Ltd. ）			
設立	2015年 12月			
資本金	2,391百万円 ※ 26年2月末時点			
従業員数	正社員　　：289名 アルバイト：3,594名 ※ 26年2月末時点			
役員	代表取締役社長	川島 賢	社外取締役（監査等委員）	小山 憲一
	専務取締役	小澤 修三	社外取締役（監査等委員）	角野 崇雄
	取締役	薫田 勇	社外取締役（監査等委員）	田中 達也
	取締役	井上 陵太	執行役員	伊藤 貴俊
	社外取締役	永野 正剛	執行役員	木村 直樹

企業理念

イマをHAPPYに!

「ガーデンに関わる全ての人が幸せで笑顔に、そして夢のある企業であり続けたい」という思いを込めています。

使命 | Mission

私たちは、ガーデンに関わる人達が、幸せ・元気・笑顔になれる空間を提供いたします。

価値観 | Value



**社員の幸せ
こそが重要**

理念を共有でき、
頑張る社員を
とことん応援する



**強いハート
を持つ**

何事にも負けない
ハート・目的や夢を
叶えるハート



**手を
取り合う**

協業・チームワークを
大切にする



**環境は
自身で創る**

他責にしては
なにも始まらない



**素直さこそが
成長になる**

常に聞く耳を持つ



**信用こそが
すべて**

信用の積み重ね
こそが大きな
チカラになる

Investor Information



IRサイト

最新のIR情報をご覧ください。



サステナビリティ

持続可能な社会の実現に向けた、当社のESG活動をご紹介します。



IRニュース配信

重要なお知らせや最新のIR情報を、メールでいち早くお届けします。



Quick Answer

投資家の皆様からいただく「よくあるご質問」に回答しています。



本資料における注意事項

本資料は投資家の参考に資するよう、弊社の現状を理解していただくために作成したものです。

本資料には、弊社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。

これら将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、

当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。

様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

投資を行う際には、ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。