



2025年12月期第2四半期
決算説明資料

B-R サーティワン アイスクリーム株式会社

上半期業績サマリー

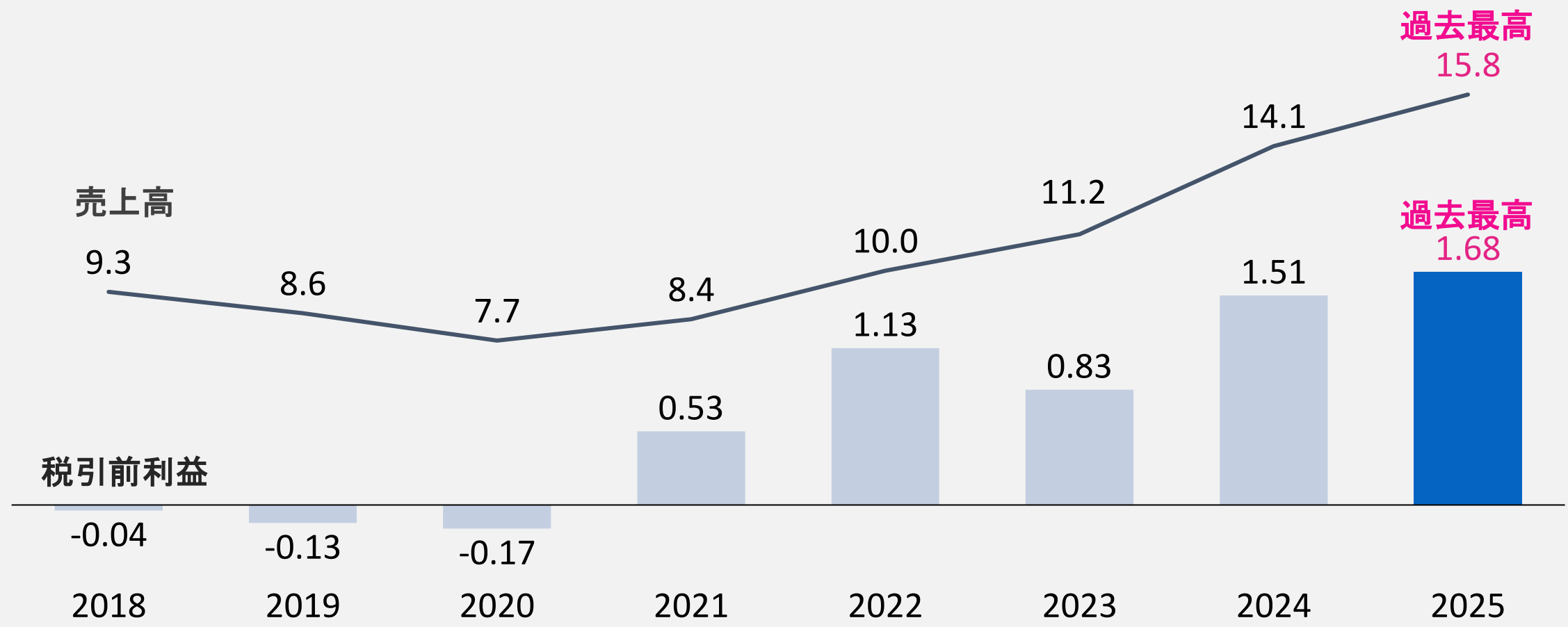
2025年12月期上半期の売上高は、15,817百万円（前期比11.4%増）となり、過去最高を更新。その結果、営業利益は、16億95百万円（同期比11.4%増）となり、堅調な増収増益を達成。

	2025年12月期 上半期業績	2024年12月期 上半期業績	増減	
	金額(百万円)	金額(百万円)	金額(百万円)	前期比
売上高	15,817	14,198	+1,619	+11.4%
売上総利益 粗利率	8,124 51.4%	7,258 51.1%	+866	+11.9%
営業利益 営業利益率	1,695 10.7%	1,521 10.7%	+173	+11.4%
経常利益	1,692	1,538	+153	+10.0%
税引前利益	1,680	1,510	+170	+11.3%
純利益	1,091	982	+108	+11.1%

上半期売上高および税引前利益推移

売上高は15,817百万円、税引前利益は1,680百万円を達成、共に上半期連結累計期間の過去最高記録を更新。

上半期売上高および税引前利益推移 (単位：十億円)



*2022年12月期より連結ベース

2025年度上半期実績ハイライト

総小売売上高
(国内)

過去最高を記録

317億円

店舗数
(国内)

前年同期比20店の純増

1,049店舗

* ポーションカップ拠点・台湾・ハワイを含む拠点数は1,506で過去最高

既存店売上高

4年連続売上増を達成

前年対比+5.6%

新デザイン

全店舗の83%に到達

871店舗

* ToGo(テイクアウト専門)店舗含む

1店舗当たりの
売上高
(上半期平均)

過去最高を記録

3,020万円

公式アプリ会員数

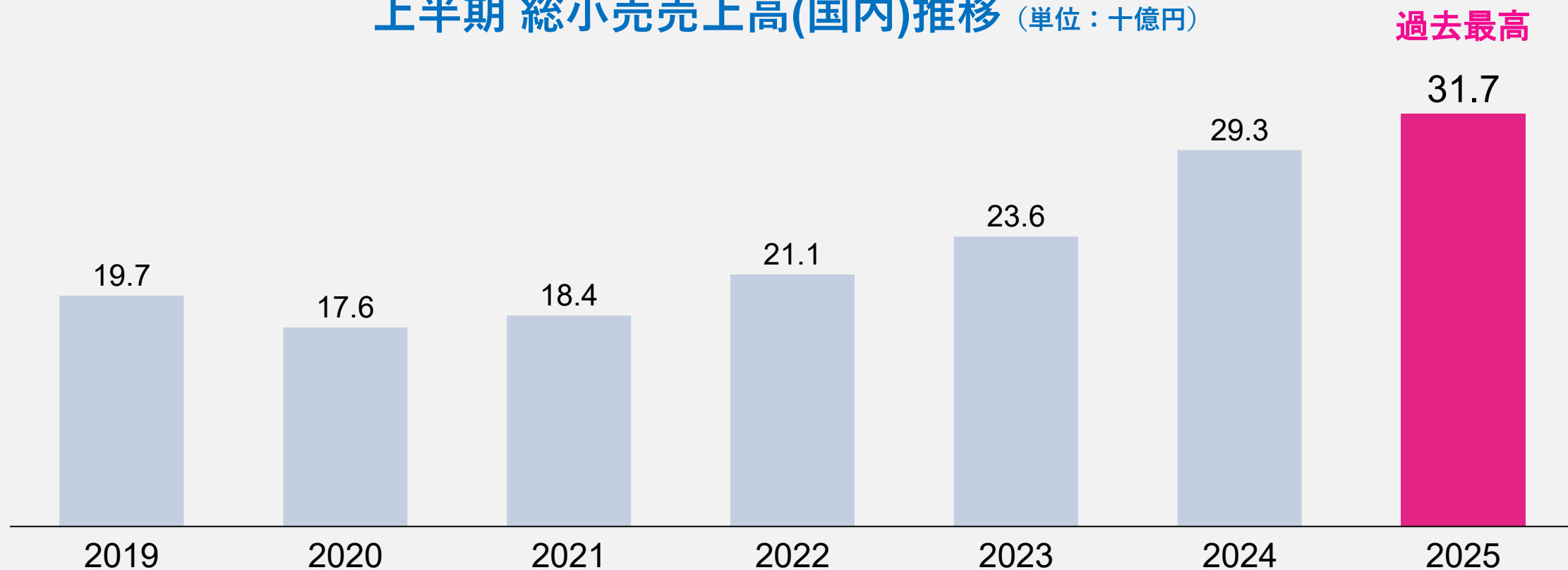
会員様の売上が全売上高の42.8%
を占めるまでに成長

1,000万人を突破
(前年同期比+170万人)

上半期 総小売売上高推移(国内)

高い人気キャラクターとのコラボレーション、デジタル広告やアプリによる告知強化、アイスクリームケーキ新カテゴリーの販売好調などにより、来客数が着実に増加。その結果、国内総小売売上高317億円と過去最高を更新。

上半期 総小売売上高(国内)推移 (単位：十億円)





今期の取り組み

- 店舗体験価値の向上・多様なオケージョン(購入動機)へのアクセス
- イノベーションケーキと生産能力増強
- デジタル化の促進
- テイクアウト拡大の継続
- 戦略商品の投入およびキャンペーン強化

店舗体験価値の向上・多様なオケージョン(購入動機)へのアクセス

ブランドパワー強化

デジタル化

スマート31

販売拠点拡大

6月末時点の国内店舗数は1,049店舗となり、前年同期比20店の純増を達成。また、カフェ形態の新フォーマット店舗やビジネス街への出店を継続。テイクアウト専門店の新店としてToGo銀座数寄屋橋店を計画(7月8日オープン)。

6月末時点国内店舗数

1,049店舗
(前年同期比+20店)



新たな立地・店舗形態の開発

ToGo店舗



ToGo 銀座数寄屋橋

ビジネス街立地



四谷三丁目

新フォーマット店舗



青山

イノベーションケーキと生産能力向上

ブランドパワー強化

デジタル化

スマート31

販売拠点拡大

お客様のデマンド(潜在需要)に沿って既存アイスクリームケーキおよび新カテゴリの「31パティスリー」両方が伸長

31パティスリーケーキ

31パティスリーシリーズ
「31 キャラメルナッツィケーキ」を
25年4月に新発売



2024年

2025年



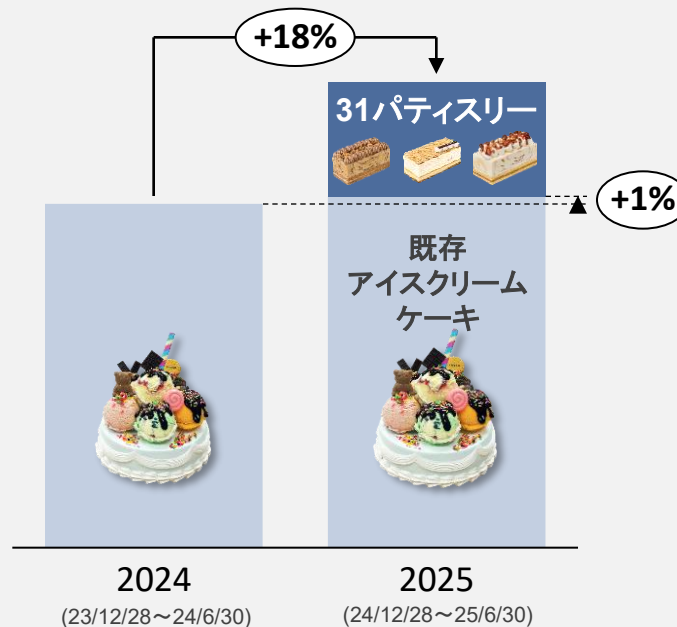
神戸三木工場生産能力向上

2025年5月増築工事完了



アイスクリームケーキビジネスの拡大

既存アイスクリームケーキの売上が成長を
続けると同時に31パティスリーによって
プラスαの売上を獲得



デジタル化の促進

ブランドパワー強化

デジタル化

スマート31

販売拠点拡大

31Clubアプリの会員数がついに1,000万人を突破し、さらなる体験価値向上を牽引。モバイルオーダーの1店舗あたり売上も2.55倍に増加。

サーティワンクラブ



31Club
サーティワンクラブ

会員数

903万人

2024年末時点



1,000万人突破

2025年6月現在

モバイルオーダー

31モバイルオーダー

1店舗あたり売上
前年同期比

2.55倍

テイクアウト拡大の継続

ブランドパワー強化

デジタル化

スマート31

販売拠点拡大

テイクアウト商品の売上前年同期比112.3%と堅調な成長を維持。



TOM AND JERRY and all related characters and elements © & TM Turner Entertainment Co.(c25)



© 尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション

テイクアウト

売上
前年同期比

112.3%



© 2025 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L655436



©CAPCOM



※KITKAT及びキットカットはネスレグループの登録商標です。

戦略商品の投入およびキャンペーン強化

ブランドパワー強化

デジタル化

スマート31

販売拠点拡大

毎月の新作フレーバー、人気キャラクターとのコラボレーション、アイスクリームケーキのラインナップを強化を実施。さらには、異業種とのコラボレーションや、季節に合わせた大型キャンペーンを開催

モンスターハンターワイルズ
コラボレーション



©CAPCOM

ケーキリニューアル



© Disney

サーティワンパスポート
リニューアル

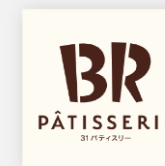


ONE PIECE コラボレーション



© 尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション

31パティスリー新作
キャラメルナッツケーキ



日本橋三越本店
コラボレーション



ハッピーフレンズ
リニューアル



フレーバー総選挙



よくばりフェス



キットカット コラボレーション



※KITKAT及びキットカットはネスレグループの登録商標です。

海外輸出の始動

インドネシアとマレーシアのバスキンロビンスチェーン全店に向け、業務用アイスクリームの輸出を開始

事業内容

「バスキンロビンス」の海外チェーン店向けに、国内工場生産した業務用アイスクリームの輸出事業を開始します。既に本年6月よりインドネシアにテスト輸出を開始、26年度中にマレーシアへも輸出開始を予定しています。



海外向け生産を行う神戸三木工場（兵庫県）

事業推進の背景と強み

サプライチェーンの最適化

従来はバスキンロビンスの米国工場からの供給であったが、国内生産量の増加と地理的優位性により、製造・輸送コストのアドバンテージ

商品開発力の活用

メイドインジャパン品質への信頼と、抹茶などの日本独自開発人気フレーバーのラインナップへの高い期待

市場の成長性

両国は高いGDP成長率と出生率を維持しており、今後も継続的な市場拡大が見込まれる

現地での基盤

インドネシア101店、マレーシア155店という確立されたバスキンロビンスのアイスクリームチェーン店ネットワーク

31 in '31

4つの戦略の柱により2031年にPBT31億円を目指していきます

※PBTとは税引前当期純利益を指します



Brand Power
ブランドパワー強化

- デマンド戦略で顧客の新規獲得と来店頻度増
- ポートフォリオの再構築



Digitize the Business
デジタル化

- 顧客体験
- 店舗運営



Smart 31
スマート31

- サプライチェーン最適化
- 本部組織の最適化



Expand Access
販売拠点拡大

- 国内事業の拡大
- 海外事業の積極展開

We Make People Happy.

アイスクリームを通じて、人々に幸せをお届けします。

＜＜IR資料利用の注意事項＞＞

本資料は、2025年7月24日に開示いたしました「決算短信」を補足説明するものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

尚、本資料上に表示および提供する資料は、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、表示されたデータおよび提示された意見や予測等に関しては、決算発表時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

本情報および資料の利用は、利用者の判断によって行ってくださいますようお願いいたします。本資料利用の結果生じた、いかなる損害についても当社は一切責任を負いません。