



2026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

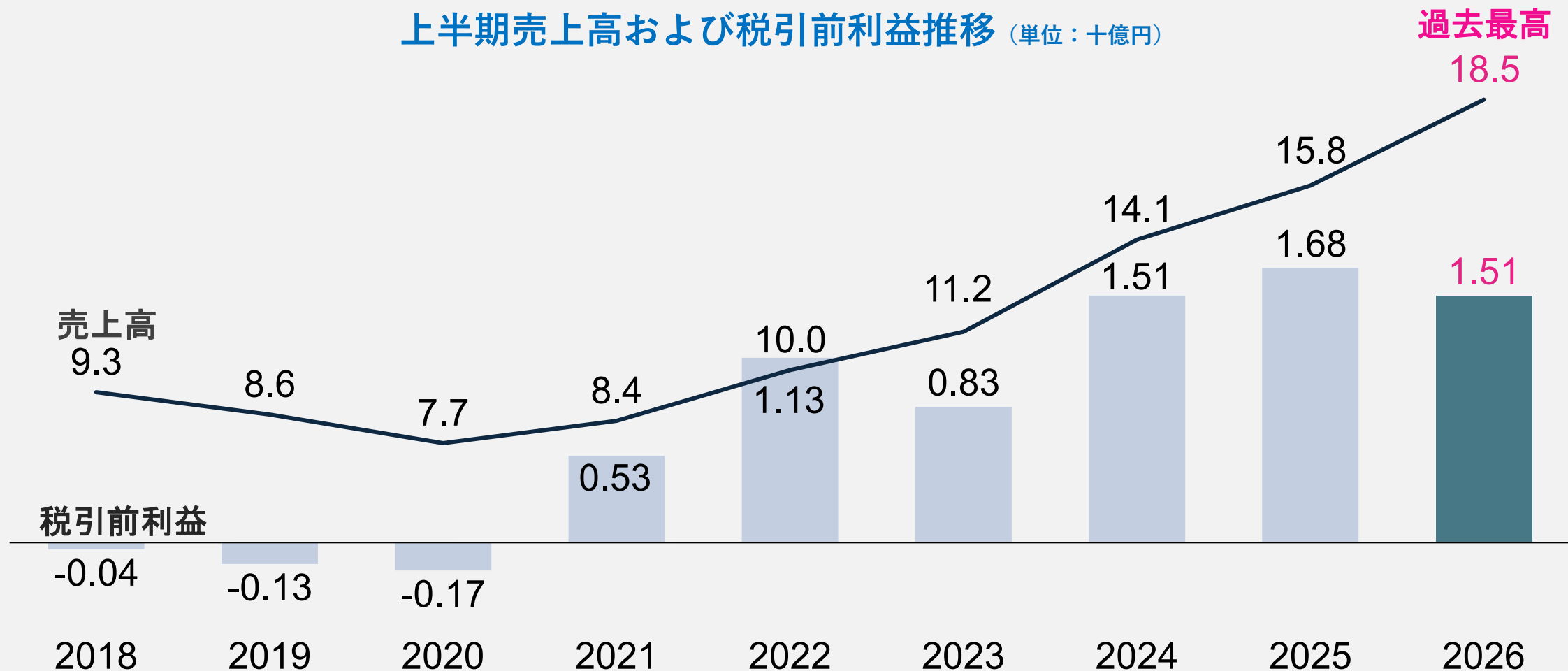
2026年12月期上半期の売上高は、18,551百万円（前期比17.3%増）となり、5期連続で過去最高を更新。税引前利益は原材料高騰等による影響を受ける中、下期の来店客数増に向けた広告宣伝費を戦略的に投入しつつ、歴代2位の水準となる1,513百万円を達成。通年業績予想に対しては順調に推移。

	2026年12月期 第2四半期業績	2025年12月期 第2四半期業績	増減
	金額（百万円）	金額（百万円）	差異
売上高	18,551	15,817	+2,733
売上総利益	8,888	8,124	+763
粗利率	47.9%	51.4%	-3.5%
営業利益	1,424	1,695	-270
営業利益率	7.7%	10.7%	-3.0%
経常利益	1,534	1,692	-158
経常利益率	8.3%	10.7%	-2.4%
税引前利益	1,513	1,680	-167
税引前利益率	8.2%	10.6%	-2.5%
当期純利益	984	1,091	-106
当期純利益率	5.3%	6.9%	-1.6%

上半期売上高および税引前利益推移

売上高は18,551百万円と5期連続で過去最高を更新。税引前利益は1,513百万円と前期比ではやや減少したものの、高水準を維持。

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

2026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

349億円

店舗数
(国内)

前年同期比**39**店の純増

1,088店舗

* 準店舗を含む国内店舗数は、1,102店舗。
* サーティワンカップ拠点・台湾・ハワイを含む拠点数は1,593。

既存店売上高

5年連続売上増を達成

前年対比+6.6%

新デザイン

全店舗の**93**%に到達

1,023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

3,246万円

公式アプリ会員数

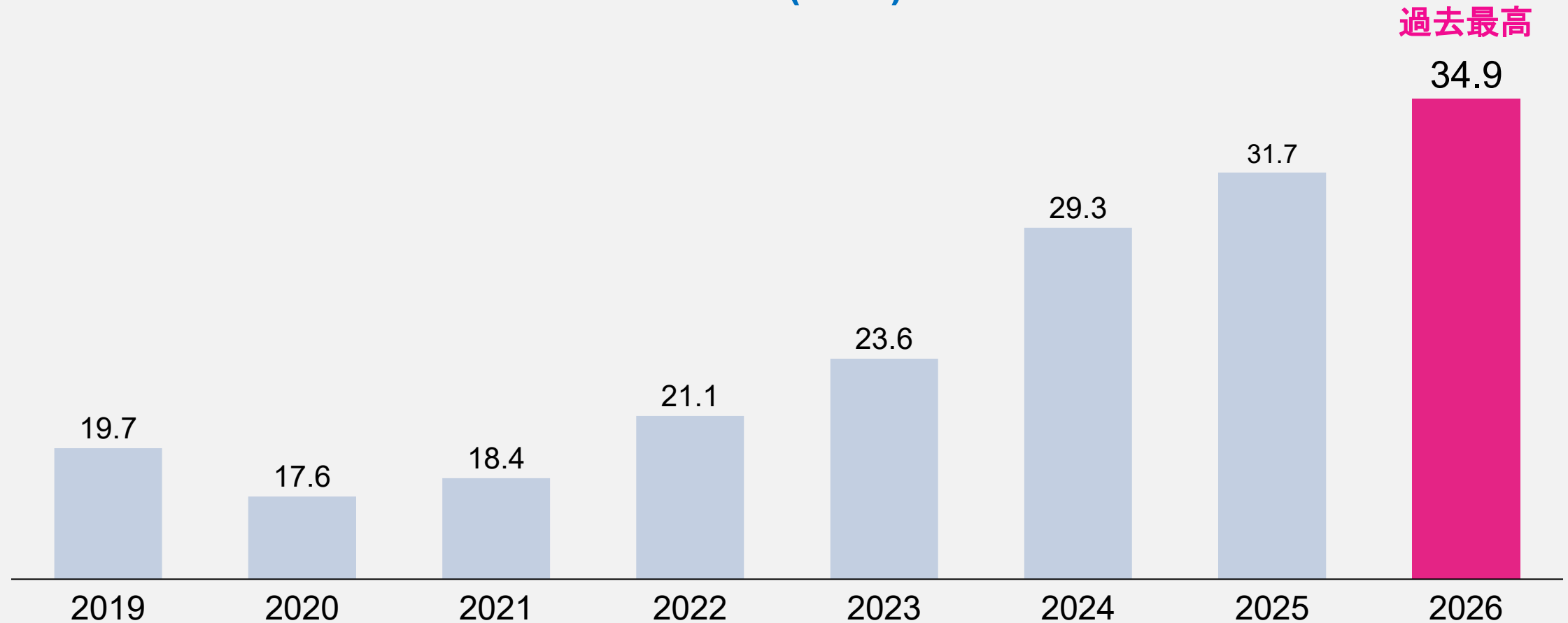
会員様の売上が全売上高の
45.4%を占めるまでに成長

1,188万人を突破
(前年同期比+185万人)

上半期総小売売上高推移(国内)

人気キャラクターとのコラボや新作フレーバーの投入、デジタル広告・アプリによる告知や大型キャンペーンの開催により来客数が着実に増加。その結果、国内総小売売上高349億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

- 国内店舗数の拡大
- オペレーションの向上
- デジタル化の促進
- 戦略商品の投入・新キャンペーン
- 国際事業の拡大

国内店舗数の拡大

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1,088店舗となり、前年同期比39店の純増を達成。

6月末時点国内店舗数

前年同期比 **+39** 店
1,088店舗

LLIC Studio



LLIC Lounge



* 準店舗を含む国内店舗数は、1,102店舗。

ロードサイド



ビジネス街



駅前



繁華街



オペレーションの向上

ブランドパワー強化

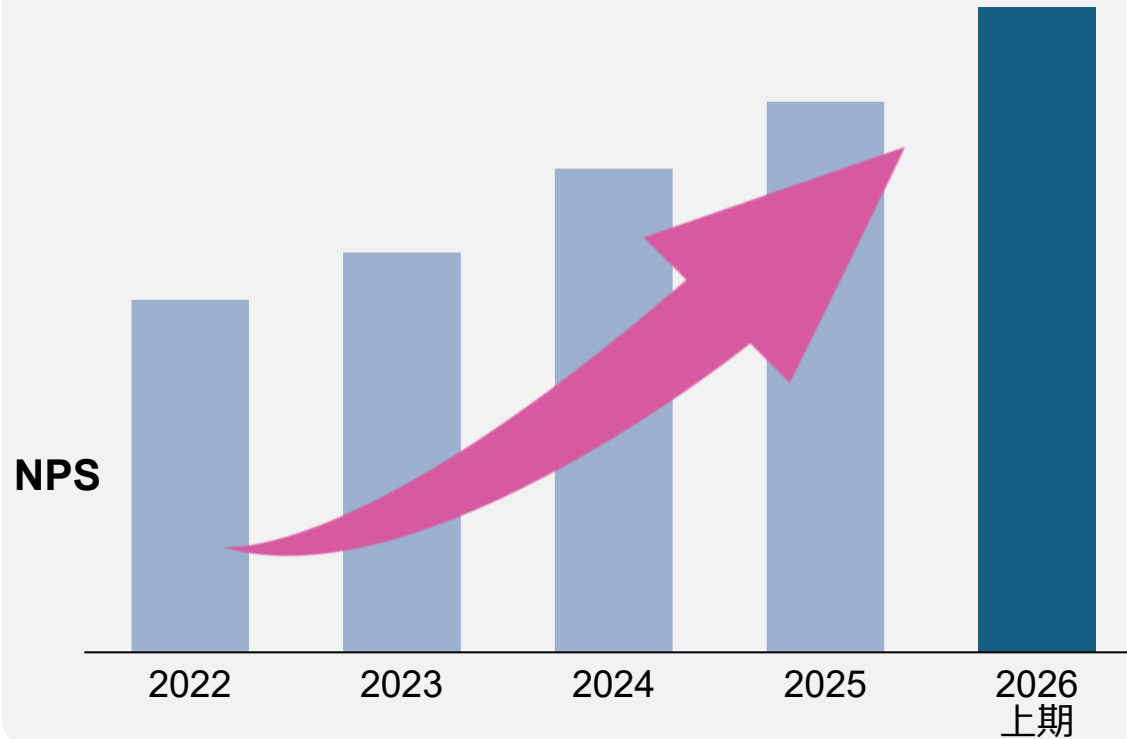
デジタル化

スマート31

販売拠点拡大

顧客とのエンゲージメントを高める継続的な取り組みとしてNPS（顧客推奨度）向上とテイストスプーンの推進

NPS推移



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

デジタル技術の活用により、お客様の利便性向上と店舗オペレーションの最適化を両立。

サーティワンクラブ



アプリで楽しく!おトクに!

31Club
サーティワンクラブ

会員数

1,003 万人

2025年6月時点



1,188 万人

2026年6月時点

会員売上構成比

45.4%

モバイルオーダー



売上前年比

+25.5%

戦略商品の投入・新キャンペーン

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、「31 パティスリー」を含むアイスクリームケーキのラインナップ強化を実施。また、季節に合わせた大型キャンペーンを開催。

スーパーマリオギャラクシー
コラボレーション



31 パティスリー
31 ザ・チーズケーキ

BR
PÂTISSERIE
31 パティスリー



よくばりフェス



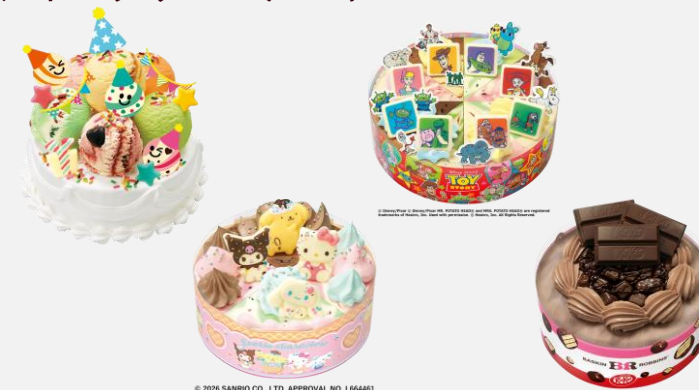
ドラゴンクエスト
コラボレーション



フレーバー総選挙



アイスクリームケーキ



国際事業の拡大

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

台湾、ハワイへの店舗展開を継続。インドネシアに続き、7月からのマレーシアへの輸出事業開始に向けて順調に進捗。



ブランドロゴリニューアル

2026年4月1日よりブランドロゴをリニューアル。商品パッケージを一新、新たな店舗デザインの導入を順次推進。



LOUNGEデザイン



STUDIOデザイン

長期経営計画 Long Range Plan

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、2026年7月23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。