

**TRIAL** HLDGS

テクノロジーと、人の経験知で、  
世界のリアルコマースを変える。

2026年6月期

# 第3四半期決算説明資料

株式会社トライアルホールディングス

2026年5月14日

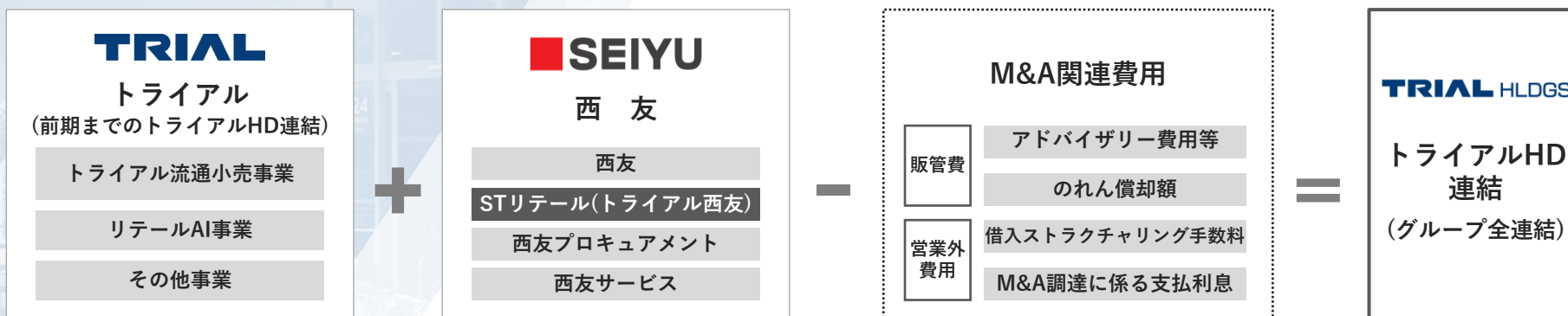
# 目次

- 1 2026年6月期 第3四半期決算概要
- 2 Appendix  
(IR活動の紹介 / トライアルグループ紹介)

2026年6月期

# 第3四半期決算概要

本資料における「トライアルHD連結」「トライアル」「西友」「M&A関連費用」の関係は以下のとおりとなります。  
西友の店舗を業態転換した新フォーマット「トライアル西友」は「西友」に含まれています。



① 3Q累計期間の連結決算は、連結売上高が初の1兆円超えを達成。売上高・利益ともに計画を上回り好調に推移。連結売上高は通期計画に対する進捗率75.9%、連結営業利益は同90.3%と通期計画達成に向けて順調に進捗。

- 7月1日付で西友を完全子会社化、当1Qから企業規模が大幅に拡大
  - ・ 総店舗数に西友の245店舗が追加（うち3店閉店）
  - ・ 当1Qから、BSにのれん（暫定/残高約2,950億円/20年償却）、販管費にのれん償却額を計上（3Q累計で約114億円）
  - ・ BSにM&A時の借入金（短期借入金3,674億円）、営業外費用に当該支払利息（3Q累計で約28億円）を計上
  - ・ 当1Qのみに発生するM&A関連の一過性費用が以下のとおり発生、当2Q以降でM&Aに係る計画外の追加費用なし  
⇒ 販管費：アドバイザー費用等（約20億円）、営業外費用：借入に係るストラクチャリング手数料（約12億円）

## EBITDAの併記

M&Aによるのれんの償却や、減価償却は資金流出を伴わず、期間比較や実態収益力の評価に影響するため、当社は実質的な収益力を示す指標としてEBITDAを重要な指標として併記

② トライアルは、既存店の客数と粗利率改善の両立を実現。3Q累計期間の売上高は前年同期比10.4%増、営業利益は同2倍となり、2ケタ増収大幅増益を達成。通期計画達成に向けて好調に推移。

- 新規出店24店（メガセンター2店 / スーパーセンター14店 / smart2店 / GO6店）、閉店4店（smart4店）
- 既存店売上高（3Q累計）は前年同期比1.5%増、客数は2025年8月を底に改善傾向。売上総利益率は3Q累計22.0%と前年同期比2.0ptの大幅改善。プライシング施策の精緻化と惣菜・PB商品の強化などが寄与。売上高構成比（3Q累計）は惣菜6.9%（前3Q累計6.2%）、PB商品19.9%（前3Q累計17.9%）と好調
- 人件費のコントロールが奏功し、営業利益（3Q累計）は前年同期比で約2倍の大幅増益、営業利益率は4.1%と前年同期比で1.9pt改善

③ 西友は、スピード感をもってPMIを推進。既存店売上高は10月以降、前年比プラスを継続。1月以降は既存店客数が前年比105%超で推移するなど、お客さま起点の売場づくりが着実に進展。

- 7月1日の西友完全子会社化からスピード感をもって各種施策を実施（▶ 詳細は次ページ参照）
- 西友は従来の「収益性重視」の経営方針から「お客さま支持の向上」を軸とした経営に転換。10月のトライアル・西友の合同感謝祭を皮切りに、お客さま起点の売場づくりとイベント商戦が奏功。10月以降、既存店売上高は前年比プラスで推移し、1月以降は既存店客数が同105%超で進捗。売上高（3Q累計）は通期計画に対する進捗率76.2%と順調に進捗
- 売上高が計画対比で好調に推移していることに加え、人件費を中心としたコストコントロールが奏功。当2Qのリベート効果による粗利の押上と業績連動賞与の戻し入れなどが寄与し、営業利益（3Q累計）は通期計画に対する進捗率82.4%と好調に推移

④ 連結業績予想を上方修正

- 当3Qまでの実績と今後の見通しを踏まえ、通期業績予想の売上高を1兆3,425億円（期初計画差+200億円）、営業利益280億円（同+26億円）、経常利益173億円（同+34億円）に上方修正。当期純利益は特別損失の計上を一定程度織り込み、据え置き。（▶ 詳細は32ページ参照）

買い物を楽しみ、暮らしを豊かに。

TRIAL ■ SEIYU

STAND TOGETHER



## 3 スピード感をもったPMIの推進(詳細)

- 価格訴求**
  - 8月から西友全店でお買い得キャンペーン「厳選100」を実施し、**価格競争力を強化**。10月から「スゴ×トク」として継続し、お客さま支持の拡大を推進。
- 売場・商品強化**
  - 定番商品の欠品解消 / 売場の整備(エンドの有効活用) / 生鮮を中心に店舗人員の強化 / 「売れる売場」のモデルづくりを推進。
  - 8月から西友2店舗で**トライアルの惣菜・PB商品を試験導入**。10月から**PB商品の相互販売を本格的に展開**。取扱い商品を拡大中。
  - 11月に西友三軒茶屋店に**アパレル専門店「RIALT」**を展開。トライアルの価格競争力あるアパレルで**新規顧客の獲得**を狙う。
- イベント商戦**
  - 10月は「**トライアル・西友合同感謝祭**」も寄与し、**既存店売上高はプラスに転換**。11月の「**ブラックフライデー**」、12月の**年末商戦**で需要を捉え、1月の**年始商戦**、2月の「**PB祭り**」、3月の「**春の感謝祭**」へと集客の勢いをつなぎ、西友は10月以降、**既存店売上高・客数は前年超え**が続く。
- 西友モデル店舗**
  - 8月に、お客さま支持の向上に向けた**モデル店舗づくり**をハイパーマーケット2店舗で開始。先行する2店舗のノウハウを活用し、12月にはスーパーマーケット1店舗、本年1月には同2店舗でモデル店舗を立ち上げ。モデル店舗の**売上高・客数は既存店全体を大幅に上回って好調に進捗**。
- 新フォーマット**
  - 11月に、西友店舗を業態転換して、トライアルと西友両社の強みを融合した新業態「**トライアル西友**」1号店(花小金井店)をオープン。本年2月に2号店(武蔵新城店)、4月には3号店(二俣川店)を出店し、業態転換後は**売上高・客数が大きく改善**。都市型GMS店舗における「**繁盛店モデル**」の構築の立ち上がりは順調に推移。
- TRIAL GO**
  - 西友を母店とするサテライト型小型店「**TRIAL GO**」が首都圏に初進出。東京都において、11月に2店舗(西荻窪駅北店/富士見台駅北店)、12月に2店舗(笹塚駅西店/中野中央5丁目店)、本年2月には**東京都で5店舗目**(江古田栄町店)をオープン。省人化×高頻度配送モデル確立に向けて前進。
- 仕入原価の低減**
  - 当2Qにおいて、西友で**取引条件の見直し・リベートの効果**が一部発現。粗利率を押し。
- 企業文化の融合**
  - トライアル出身の西友社長が毎週メッセージを発信、隔週の西友全社集会を継続実施。8月までに**西友全従業員と面談実施**。多様性のある企業文化の融合を進める。4月1日付の**流通小売事業の組織再編**に併せて、トライアルと西友の**東京オフィスを統合**。PMIをさらに加速する体制へ移行。



1Q			2Q			3Q			4Q		
7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
<ul style="list-style-type: none"> <li>PMI事務局分科会設置</li> <li>現状棚卸と短期施策の立案・実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>西友の東京2店舗に<b>トライアルPB実験導入</b>(東陽町店/ひばりヶ丘店)</li> <li>西友全店に「<b>厳選100</b>」導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>トライアルに<b>西友PB実験導入</b>(福岡空港店)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「<b>厳選100</b>」を「<b>スゴ×トク</b>」に変更・継続</li> <li>PBの相互展開を本格的に導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京に<b>TRIAL GO</b>2店舗出店</li> <li>新アパレル事業「<b>RIALT</b>」オープン(西友三軒茶屋店)</li> <li>新業態「<b>トライアル西友</b>」オープン(花小金井店)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京に<b>TRIAL GO</b>2店舗出店</li> <li>西友跡地に居抜出店(<b>メガセンター</b>東松山店)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>西友でUber Eatsの<b>買い物代行サービス</b>ビック・バック・ペイを本格展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「<b>トライアル西友</b>」2号店オープン(武蔵新城店)</li> <li>東京に<b>TRIAL GO</b>1店舗出店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>西友首都圏74店舗へ<b>インスタアサイン</b>導入</li> <li>企業アンバサダーに山本由選手が就任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EC事業強化新会社「<b>TRYU</b>」始動</li> <li>「<b>トライアル西友</b>」3号店オープン(二俣川店)</li> <li>西友跡地に居抜出店(<b>メガセンター</b>浜北店)</li> <li>「<b>RIALT</b>」2号店オープン(メガセンター浜北店)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li><b>GWクーポン</b>企画</li> </ul>
			<p>トライアル・西友合同感謝祭</p>	<p>周年祭・ブラックフライデー</p>	<p>年末商戦</p>	<p>初売り商戦</p>	<p>PB祭り</p>	<p>SU-PAY祭・春の感謝祭</p>			<p>GWクーポン企画</p>

# PMIにおける首都圏の注目店舗

## ● 西友モデル店舗

トライアル流の売り場づくりを導入した  
お客さま支持向上に向けたモデル店舗

ハイパーマーケット		スーパーマーケット		合計
1Q	2Q	3Q	4Q(4月)	
2店	1店	2店	5店	

## ● トライアル西友

西友ハイパーマーケットを業態転換  
トライアル・西友の強みを融合した  
新フォーマット

2Q	3Q	4Q(4月)	合計
1店	1店	1店	3店

## ● トライアルメガセンター

西友ハイパーマーケットの閉店跡地に  
トライアルメガセンターを  
居抜出店

2Q	4Q(4月)	合計
1店	1店	2店

## ● TRIAL GO

西友の既存店を拠点に  
高頻度でサテライト配送する  
都心型小型店

2Q	3Q	合計
4店	1店	5店

## ● RIALT

アパレルPB商品に特化した  
新たな実験フォーマットとして  
可能性を模索する専門店

2Q	4Q(4月)	合計
1店	1店	2店

## 東京都



## 首都圏近郊



積極的な出店でトライアルの店舗数は前期末から20店舗増加。当1Qから西友の245店舗を連結対象に加えるなど、総店舗数は615店舗に拡大。トライアル・西友ともに既存店が堅調に推移し、連結売上高は初の1兆円を達成、前期比67.3%増と大幅増収。トライアルのプライシング施策や、惣菜・PB商品の強化に加え西友の寄与もあり、売上総利益は同97.2%増、売上総利益率は同3.6pt増と大幅改善。のれんの償却やM&A関連の一過性費用の影響がある中、コストコントロールも奏功し、営業利益は同70.4%増と大幅増益で着地。

## 売上高

1兆36億円

+67.3%

(前3Q累計比)

## 売上総利益

2,367億円

+97.2%

(前3Q累計比)

## 営業利益

229億円

+70.4%

(前3Q累計比)

## 店舗数

615店

+263店

(前期末との差)

## 既存店売上高成長率 (トライアル)

+1.5%

(前3Q累計比)

## 売上総利益率

23.6%

+3.6pt

(前3Q累計との差)

## 営業利益率

2.3%

+0.1pt

(前3Q累計との差)

## Skip Cart 導入店舗数

279店

(うち外販5社・8店)

+21店

(前期末との差)

### 3Q決算概要

### 業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

### Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 連結業績概況（3Q/3Q累計）

（トライアルHD連結）

当3Q累計期間において、売上高はトライアル・西友ともに計画対比で順調に推移。お客さま支持の拡大に向けた価格競争力の強化によって売上総利益率は計画を下回ったが、人件費を中心としたコストコントロールが奏功。これにより、営業利益は通期業績予想に対する進捗率が90.3%に達するなど、通期計画の達成に向けて力強く進捗。最終利益については、当4Qに、短期借入から長期借入への借換えに伴う一定規模の一過性費用(営業外費用)を計上予定であるが、当該影響を踏まえても通期業績予想の達成に向けて着実に進捗。

TRIAL HLDGS (百万円)	前3Q		当3Q				前3Q(累計)		当3Q(累計)					通期業績予想 (2025年8月13日公表)	
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	進捗率*1	計画	売上 構成比
売上高	196,295	100.0%	329,546	100.0%	+133,251	167.9%	600,037	100.0%	1,003,663	100.0%	+403,626	167.3%	75.9%	1,322,500	100.0%
売上総利益	39,963	20.4%	76,431	23.2%	+36,468	191.3%	120,048	20.0%	236,777	23.6%	+116,729	197.2%	73.5%	322,000	24.3%
その他の営業収入*2	683	0.3%	4,282	1.3%	+3,599	626.9%	2,035	0.3%	12,695	1.3%	+10,660	623.8%	74.2%	17,100	1.3%
営業総利益	40,647	20.7%	80,714	24.5%	+40,067	198.6%	122,083	20.3%	249,473	24.9%	+127,390	204.3%	73.6%	339,100	25.6%
販売費及び一般管理費	36,883	18.8%	74,448	22.6%	+37,565	201.8%	108,619	18.1%	226,530	22.6%	+117,911	208.6%	72.2%	313,700	23.7%
営業利益	3,764	1.9%	6,266	1.9%	+2,502	166.5%	13,464	2.2%	22,943	2.3%	+9,479	170.4%	90.3%	25,400	1.9%
経常利益	3,868	2.0%	5,630	1.7%	+1,762	145.6%	14,493	2.4%	20,093	2.0%	+5,600	138.6%	144.6%	13,900	1.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,241	1.1%	1,864	0.6%	▲ 377	83.2%	8,374	1.4%	5,922	0.6%	▲ 2,452	70.7%	1184.4%	500	0.0%
EBITDA*3	7,438	3.8%	16,173	4.9%	+8,735	217.4%	23,422	3.9%	52,192	5.2%	+28,770	222.8%	78.7%	66,300	5.0%

\*1 進捗率は、通期業績予想に対する第3四半期累計期間の進捗割合を表しております

\*2 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

\*3 EBITDA = 「営業利益」 + 「減価償却費」 + 「のれん償却額」

## 3Q決算概要

### 業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# セグメント別業績概況（3Q/3Q累計）

3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

当3Q累計期間における流通小売事業は、トライアルが20店舗増加(新店24/閉店4)したことに加え、当1Qから西友245店舗が加わるなど、総店舗数は615店舗へと大幅に拡大。既存店売上高も、トライアルは3Q累計で前期比1.5%増、西友も10月以降はプラスで推移したことから、売上高は前期比67.5%増、セグメント利益も西友の寄与があり、同72.2%増と大幅増収増益を達成。リテールAI事業は、Skip Cartなど、当社グループ店舗に対するリテールテック導入及び他社小売への実験的導入を推進し、セグメント利益は継続して黒字で着地。

(百万円)		前3Q		当3Q				前3Q(累計)		当3Q(累計)			
		実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比
流通小売事業	売上高	195,342	100.0%	328,328	100.0%	+132,986	168.1%	597,093	100.0%	1,000,256	100.0%	+403,163	167.5%
	外部顧客	195,325	100.0%	328,311	100.0%	+132,986	168.1%	597,051	100.0%	1,000,217	100.0%	+403,166	167.5%
	セグメント間	16	0.0%	17	0.0%	+1	106.3%	42	0.0%	38	0.0%	▲4	90.5%
	セグメント利益	4,966	2.5%	6,781	2.1%	+1,815	136.5%	15,585	2.6%	26,842	2.7%	+11,257	172.2%
リテールAI事業	売上高	1,246	100.0%	1,571	100.0%	+325	126.1%	3,659	100.0%	4,271	100.0%	+612	116.7%
	外部顧客	226	18.2%	320	20.4%	+94	141.6%	720	19.7%	697	16.3%	▲23	96.8%
	セグメント間	1,019	81.8%	1,251	79.6%	+232	122.8%	2,938	80.3%	3,573	83.7%	+635	121.6%
	セグメント利益	▲6	-	199	12.7%	+205	-	▲0	-	436	10.2%	+436	-

# トライアル・西友 業績概況（3Q累計）

「トライアルHD連結」の業績を、「トライアル」「西友」「調整額」「M&A関連費用」に分解。M&A関連費用のうち、  
販管費のアドバイザー費用等(約20億円)と、営業外費用の借入ストラクチャリング手数料(約12億円)は当1Qのみの一過性費用。

2025年7月1日～ 2026年3月31日(9ヵ月) (百万円)	トライアル						西友		(グループ間取引)	M&A関連費用	トライアルHD連結	
	前3Q(累計)	売上 構成比	当3Q(累計)	売上 構成比	前期差	前期比	当3Q(累計)	売上 構成比	調整額	当3Q(累計)	当3Q(累計)	売上 構成比
売上高	600,037	100.0%	662,306	100.0%	+62,269	110.4%	345,180	100.0%	▲ 3,823	-	1,003,663	100.0%
売上総利益	120,048	20.0%	145,898	22.0%	+25,850	121.5%	91,139	26.4%	▲ 260	-	236,777	23.6%
その他の営業収入*1	2,035	0.3%	2,492	0.4%	+457	122.5%	10,435	3.0%	▲ 232	-	12,695	1.3%
営業総利益	122,083	20.3%	148,391	22.4%	+26,308	121.5%	101,575	29.4%	▲ 493	-	249,473	24.9%
販売費及び一般管理費	108,619	18.1%	120,944	18.3%	+12,325	111.3%	92,185	26.7%	▲ 524	M&A関連の 販管費と 営業外費用	226,530	22.6%
営業利益	13,464	2.2%	27,446	4.1%	+13,982	203.8%	9,390	2.7%	-		22,943	2.3%
経常利益	14,493	2.4%	28,336	4.3%	+13,843	195.5%	9,712	2.8%	-	-	20,093	2.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	8,374	1.4%	16,229	2.5%	+7,855	193.8%	5,968	1.7%	-	-	5,922	0.6%

## 3Q決算概要

業績サマリー

## セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

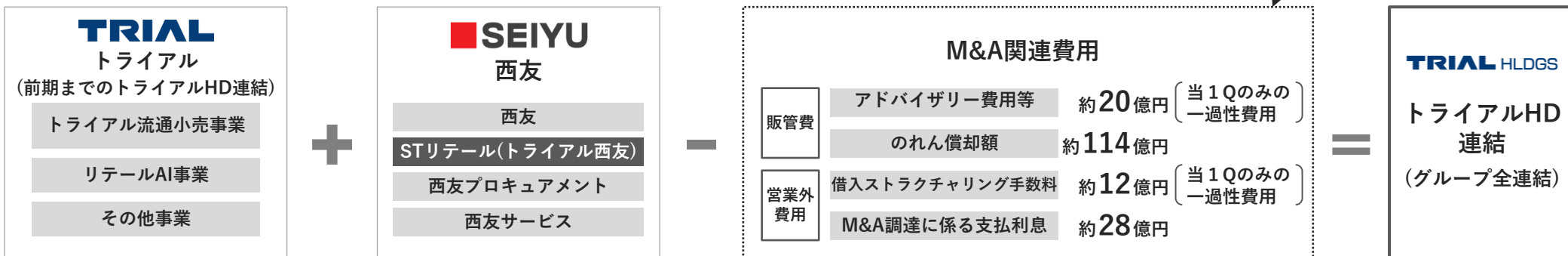
連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

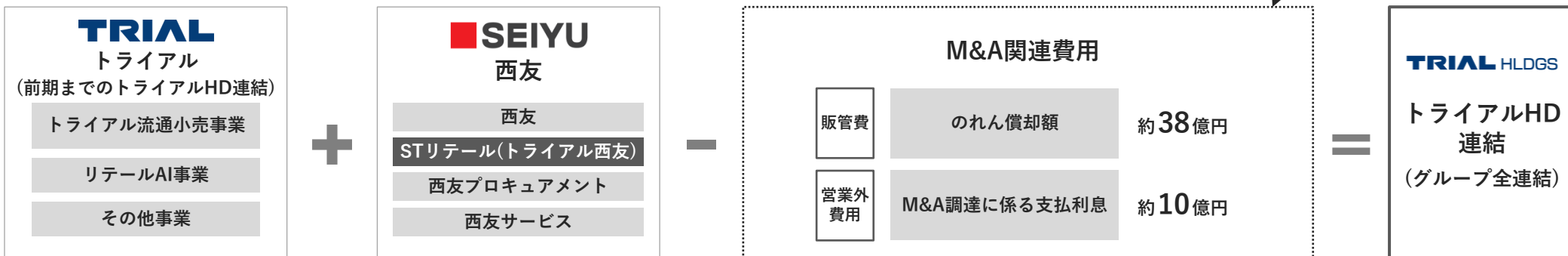


\*1 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

# トライアル・西友 業績概況（3Q）

当2Q(10月-12月)から「M&A関連費用」は、のれん償却額(販管費)と、M&A調達に係る支払利息(営業外費用)のみ。アドバイザー費用等と、借入ストラクチャリング手数料は当1Qのみの一過性費用。

2026年1月1日～ 2026年3月31日(3ヵ月) (百万円)	トライアル						西友		(グループ間取引) 調整額	M&A関連費用	トライアルHD連結	
	前3Q	売上 構成比	当3Q	売上 構成比	前期差	前期比	当3Q	売上 構成比	当3Q	当3Q	当3Q	売上 構成比
売上高	196,295	100.0%	217,445	100.0%	+21,150	110.8%	114,425	100.0%	▲ 2,324	-	329,546	100.0%
売上総利益	39,963	20.4%	47,304	21.8%	+7,341	118.4%	29,233	25.5%	▲ 106	-	76,431	23.2%
その他の営業収入 <sup>*1</sup>	683	0.3%	916	0.4%	+233	134.1%	3,569	3.1%	▲ 203	-	4,282	1.3%
営業総利益	40,647	20.7%	48,221	22.2%	+7,574	118.6%	32,803	28.7%	▲ 310	-	80,714	24.5%
販売費及び一般管理費	36,883	18.8%	40,807	18.8%	+3,924	110.6%	30,152	26.4%	▲ 342	M&A関連の 販管費と 営業外費用	74,448	22.6%
営業利益	3,764	1.9%	7,414	3.4%	+3,650	197.0%	2,650	2.3%	-		6,266	1.9%
経常利益	3,868	2.0%	7,772	3.6%	+3,904	200.9%	2,785	2.4%	-		5,630	1.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,241	1.1%	4,064	1.9%	+1,823	181.3%	2,311	2.0%	-	-	1,864	0.6%



\*1 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

## 3Q決算概要

業績サマリー

## セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# トライアル 業績概況（3Q/3Q累計）

当3Q累計期間におけるトライアルは、前期末から20店舗の増加(新店24/閉店4)に加え、既存店売上高が前期比1.5%増と堅調に推移し、売上高は同10.4%増の2ケタ増収。前4Qから本格導入を進めたプライシング施策や、惣菜・PBの強化が粗利上昇に貢献し、売上総利益は同21.5%増、粗利率は同2.0pt改善の22.0%と大幅に上昇。人件費を中心としたコストコントロールも奏功し、営業利益は約2倍の大幅増益、営業利益率は1.9pt改善の4.1%と収益性が大きく向上。通期業績予想の達成に向けて高水準で進捗。

TRIAL (百万円)	前3Q		当3Q				前3期(累計)		当3Q(累計)					通期業績予想 (2025年8月13日公表)	
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	進捗率*1	計画	売上 構成比
売上高	196,295	100.0%	217,445	100.0%	+21,150	110.8%	600,037	100.0%	662,306	100.0%	+62,269	110.4%	76.1%	869,800	100.0%
売上総利益	39,963	20.4%	47,304	21.8%	+7,341	118.4%	120,048	20.0%	145,898	22.0%	+25,850	121.5%	74.1%	196,800	22.6%
その他の営業収入*2	683	0.3%	916	0.4%	+233	134.1%	2,035	0.3%	2,492	0.4%	+457	122.5%	75.5%	3,300	0.4%
営業総利益	40,647	20.7%	48,221	22.2%	+7,574	118.6%	122,083	20.3%	148,391	22.4%	+26,308	121.5%	74.2%	200,100	23.0%
販売費及び一般管理費	36,883	18.8%	40,807	18.8%	+3,924	110.6%	108,619	18.1%	120,944	18.3%	+12,325	111.3%	71.7%	168,600	19.4%
営業利益	3,764	1.9%	7,414	3.4%	+3,650	197.0%	13,464	2.2%	27,446	4.1%	+13,982	203.8%	87.1%	31,500	3.6%
経常利益	3,868	2.0%	7,772	3.6%	+3,904	200.9%	14,493	2.4%	28,336	4.3%	+13,843	195.5%	88.0%	32,200	3.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,241	1.1%	4,064	1.9%	+1,823	181.3%	8,374	1.4%	16,229	2.5%	+7,855	193.8%	86.8%	18,700	2.1%

\*1 進捗率は、通期業績予想に対する第3四半期累計期間の進捗割合を表しております

\*2 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

## 3Q決算概要

業績サマリー

## セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 西友 業績概況（3Q/3Q累計）

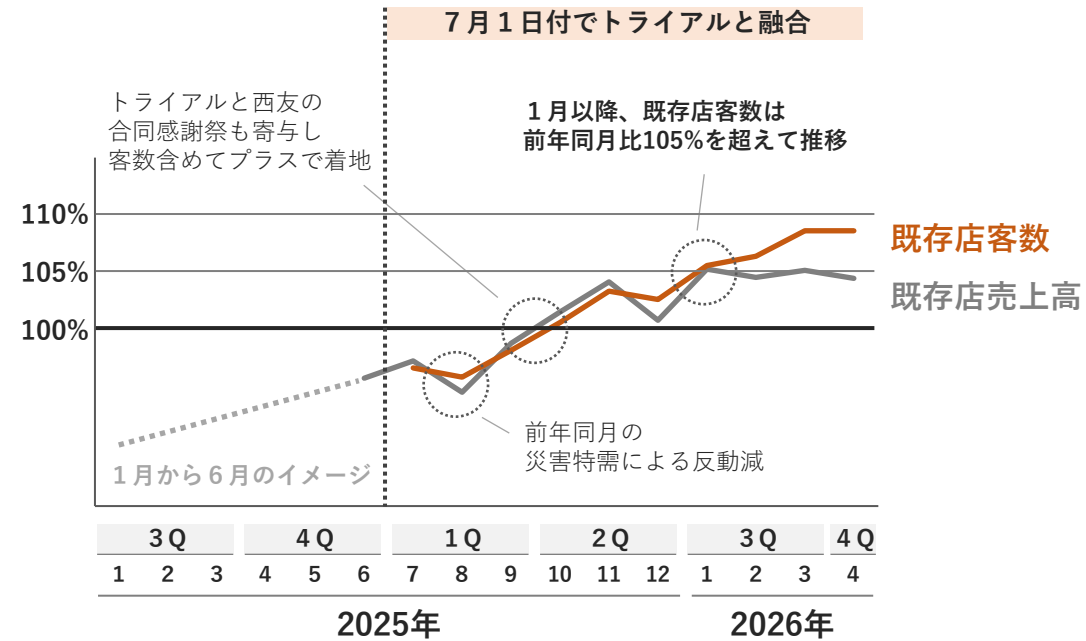
当3Q累計期間における西友は、価格競争力の強化や売場整備、定番商品の欠品解消に加え、トライアルの名物商品やトライアル流の売場づくりを導入するなど、お客さま起点の店舗づくりを徹底。既存店売上高は、前年の災害特需の反動があった8月を底に改善し、10月以降はプラスを継続。1月以降は客数増がけん引し、力強い成長が続く。価格訴求の強化によって、売上総利益率は計画を下回ったものの、人件費を中心としたコストコントロールが奏功し、営業利益は通期業績予想に対する進捗率が82.4%に達するなど、通期計画の達成に向けて順調に進捗。

SEIYU (百万円)	当1Q		当2Q		当3Q		当3Q(累計)			通期業績予想 (2025年8月13日公表)	
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	進捗率*1	計画	売上 構成比
売上高	111,649	100.0%	119,106	100.0%	114,425	100.0%	345,180	100.0%	76.2%	452,700	100.0%
売上総利益	28,741	25.7%	33,164	27.8%	29,233	25.5%	91,139	26.4%	72.8%	125,200	27.7%
その他の営業収入*2	3,320	3.0%	3,545	3.0%	3,569	3.1%	10,435	3.0%	75.6%	13,800	3.0%
営業総利益	32,062	28.7%	36,710	30.8%	32,803	28.7%	101,575	29.4%	73.1%	139,000	30.7%
販売費及び一般管理費	30,279	27.1%	31,754	26.7%	30,152	26.4%	92,185	26.7%	72.2%	127,600	28.2%
営業利益	1,783	1.6%	4,955	4.2%	2,650	2.3%	9,390	2.7%	82.4%	11,400	2.5%
経常利益	1,788	1.6%	5,138	4.3%	2,785	2.4%	9,712	2.8%	85.2%	11,400	2.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,216	1.1%	2,441	2.0%	2,311	2.0%	5,968	1.7%	87.8%	6,800	1.5%

\*1 進捗率は、通期業績予想に対する第3四半期累計期間の進捗割合を表しております

\*2 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

## 西友の既存店売上高成長率



お客さま起点の売り場づくりがイベント商戦で結実

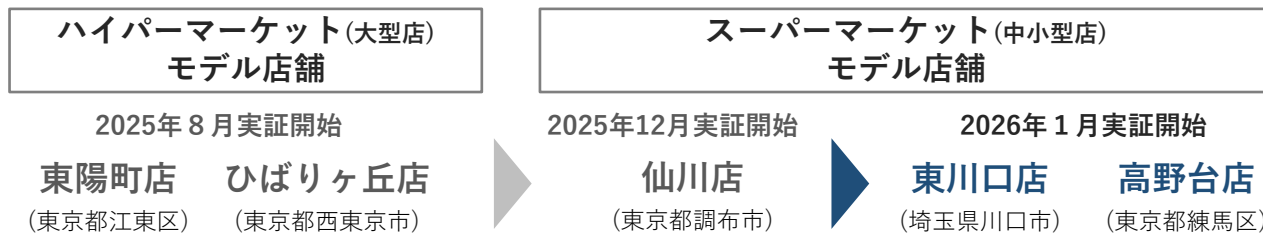
10月の感謝祭以降、11月のブラックフライデー、12月の年末商戦で需要を着実に取り込み、お客さまの支持は拡大。1月の年始商戦、2月のPB祭り、3月の春の感謝祭へと集客の勢いをつなぎ、さらなる改善が続く。

2025年8月に、お客さま支持の向上に向けたモデル店舗づくりを、ハイパーマーケット2店舗(東陽町店・ひばりヶ丘店)にて開始。同12月からは、先行する2店舗のノウハウを活用し、スーパーマーケット1店舗(仙川店)でも展開を開始。さらに、2026年1月からは、同施策をスーパーマーケットの東川口店及び高野台店にも拡大。これらモデル店舗の売上高及び客数は、既存店全体を大きく上回る改善をされており、立ち上がりは好調に推移。

## SEIYU モデル店舗は既存店全体の数値を大幅に上回る売上高・客数成長を継続

## モデル店舗の拡大

東陽町店、ひばりヶ丘店のノウハウを活用して、スーパーマーケットのモデルづくりを仙川店を皮切りに開始し、東川口店及び高野台店に拡大



## モデル店舗づくりの具体施策

- ・ トライアルの名物商品導入  
「ロースかつ重」「たっぷり玉子サンド」など
- ・ トライアル流の棚割の適用
- ・ 売り場レイアウトの最適化 / 生鮮強化
- ・ 販促物を活用したマーケティング強化
- ・ 夜間オペレーション改善
- ・ 店内加工商品の拡充 など

モデル店での実証結果を参考に、各店で実装可能な施策を選定し順次展開

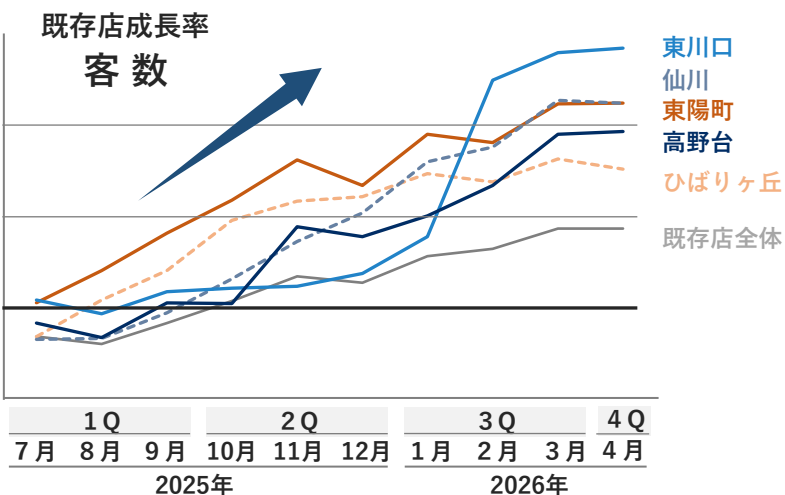
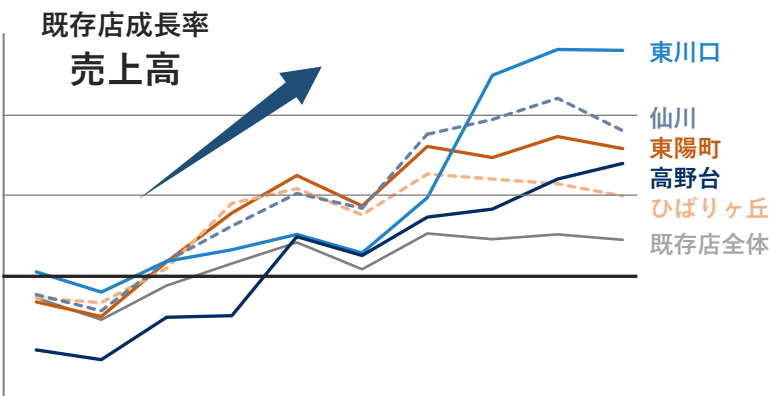
西友全店における  
お客さま支持基盤の底上げ

## 西友店舗へのトライアルPB導入状況

トライアルの名物商品(ロースかつ重や玉子サンド)がお客さま支持の獲得に大きく貢献

トライアルPB (主要な商品)	導入実績		
	1Q	2Q	3Q
ロースかつ重	約20店	約100店	約180店
たっぷり玉子サンド	約10店	約30店	約100店

▶ 順次、導入店舗拡大



### 3Q決算概要

業績サマリー

### セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

「リアル店舗の拡大」×「リテールテック」×「パートナーシップ」で、流通小売業界におけるムダ・ムラ・ムリを解消し、当社グループだけでなく、社会全体の持続的な発展・成長を目指す。

## 4つの重点戦略

### 1 既存店の強化

「食」の強化と  
店舗改装の継続

### 2 新規出店

スーパーセンターを  
軸とした店舗網の拡大

### 3 収益性の向上

商品ミックス改善と  
コストコントロール

### 4 リテールテック

流通エコシステムの  
構築による業界変革

## 長期ビジョン

流通小売業界における  
ムダ・ムラ・ムリの解消で  
人々の暮らし・社会を豊かにする

バックキャスト

飛躍的成長へのトライ

## 流通小売×IT・AI

テクノロジーと、人の経験知で、  
世界のリアルコマースを変える。

トライアルグループの基盤

## 流通小売

現在

次世代スマートストア

リテールメディア

流通プラット  
フォーマー

小売に留まらない  
リアルコマース

リテールAIの  
自立化

全国的に  
店舗網の拡大加速

IoTの実装  
食の強化

### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# トライアル既存店売上高推移（前年同月比）

地域一番の生活必需品を目指し、生鮮を中心とした「食」の強化を推進。

2025年6月より全店でプライシング施策を本格展開。客数には一時的な影響があるものの、客単価(一品単価)の上昇により、既存店売上高は堅調に推移。前年の災害特需の反動に加え、厳しい残暑や暖冬の影響がある中でも、生鮮強化や売場活性化、イベント施策などで需要を取り込み、計画を上回って進捗。引き続き、価格訴求と価値訴求の両立で成長と収益力向上を図る。

既存店売上高成長率

計画	通期	: 100.6%
実績	3Q累計	: 101.5%
	3Q(1-3月)	: 102.6%

3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

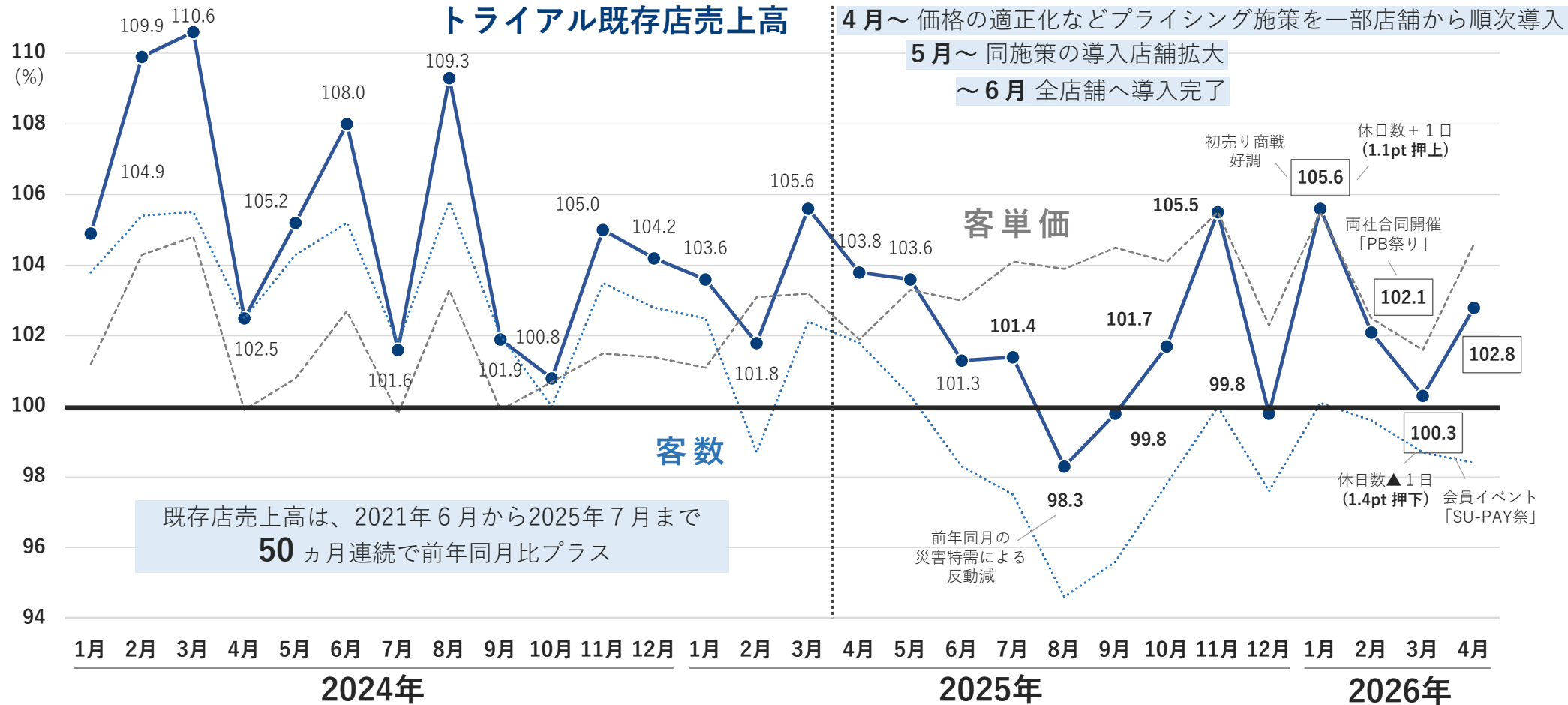
連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介



# 店舗改装の状況

トライアルは「食」を軸とした売場の最適化や、Skip Cartなどリテールテックの導入を主とした改装を実施。  
当3Qは、スーパーセンター6店舗、小型店1店舗を改装。

計画	通期 : 17店	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期			
		通期	通期	通期	1Q 2025年 7-9月	2Q 2025年 10-12月	3Q 2026年 1-3月	累計
実績	3Q累計 : 14店							
トライアル	メガセンター	4	5	0	0	0	0	0
	スーパーセンター	19	20	13	4	2	6	12
	smart	2	3	2	0	1	0	1
	小型店	5	2	4	0	0	1	1
西友	ハイパーマーケット	-	-	-	0	0	0	0
	スーパーマーケット	-	-	-	0	0	0	0
合計		30	30	19	4	3	7	14

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 新規出店・閉店・業態転換の状況

当3Qは、メガセンター1店、スーパーセンター3店、smart1店、小型店(TRIAL GO)1店の6店舗を新規出店。一方、smart1店、ハイパーマーケット1店の2店舗を閉店。当3Q末の店舗数は615店舗。通期出店計画に対して順調に進捗。また、ハイパーマーケット1店舗を新フォーマット「トライアル西友」に業態転換。「トライアル西友」は2店舗目。都市型GMSの再生モデル構築を目指す。

## 新規出店数

計画	通期：25店+α	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期					
		通期	通期	通期	1Q	2Q	3Q(1月-3月)			
実績	3Q累計：25店	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	出店数	閉店数	業態転換	店舗数
トリアル	メガセンター	24	24	28	28	29	1	0	0	30
	スーパーセンター	181	187	207	213	218	3	0	0	221
	smart	68	64	70	70	68	1	1	0	68
	小型店	12	43	47	47	52	1	0	0	53
	合計	285	318	352	358	367	6	1	0	372
西友	ハイパーマーケット	-	-	-	74	73	0	1	▲1	71
	スーパーマーケット	-	-	-	170	170	0	0	0	170
	トライアル西友	-	-	-	0	1	0	0	1	2
	合計	-	-	-	244	244	0	1	1	243
合計		285	318	352	602	611	6	2	1	615

小型店のうち  
TRIAL GOは  
40店舗

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

## 新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トリアルグループ紹介

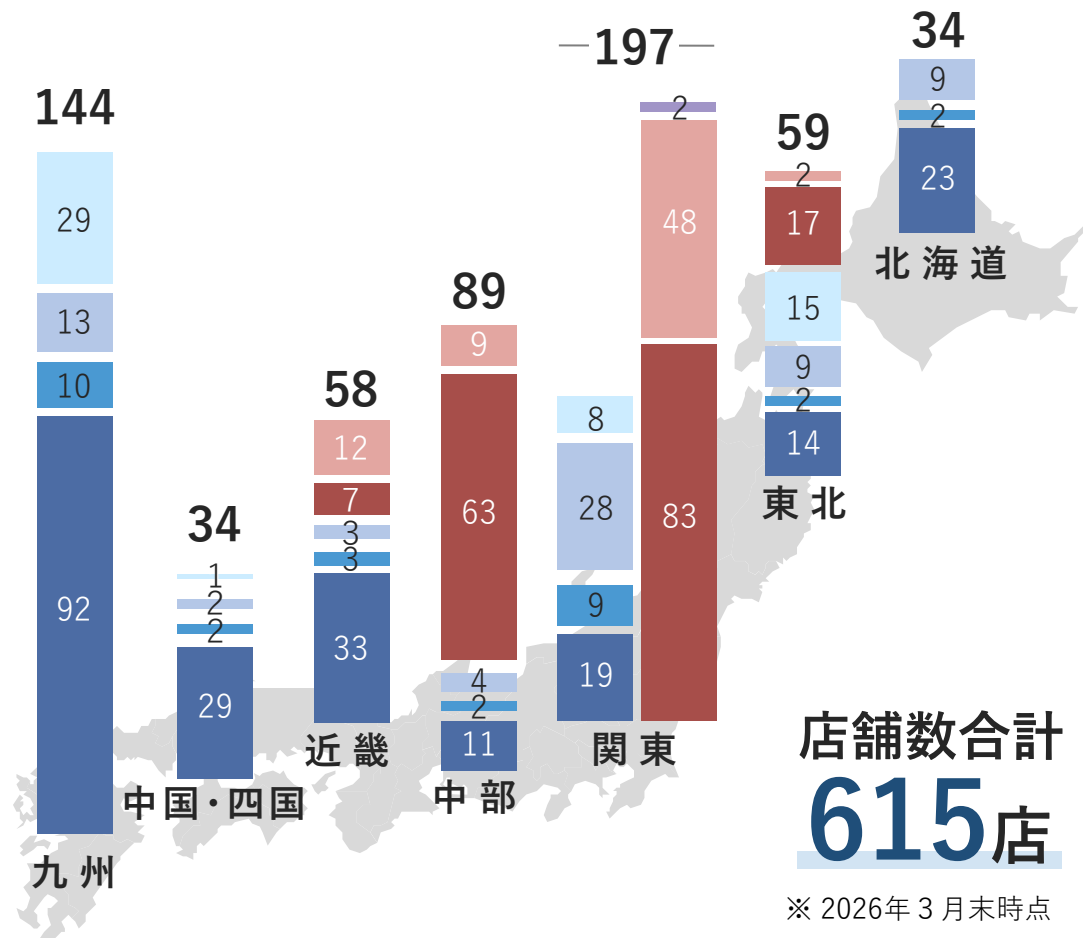
2025年7月1日付の西友完全子会社化により、西友245店舗が新たにグループ入り(うち、ハイパーマーケット1店舗は9月閉店)

# 地域別の出店状況

## TRIAL 372店



## SEIYU 243店



## 当3Q

出店	2月	3月
メガセンター	にしやまと 西大和店(奈良県)	
スーパーセンター	いたの 板野店(徳島県) ← 徳島県に初出店 いぶすき 指宿店(鹿児島県)	
小型店 (TRIAL GO)	えこださかえちょう 江古田栄町店(東京都)	
スーパーセンター	いさわ 石和店(山梨県)	
smart	にしおいつしき 西尾一色店(愛知県)	
業態転換	2月	
トライアル西友	むさししんじょう 武蔵新城店(神奈川県)	
閉店	2月	3月
ハイパーマーケット	はまきた 浜北店(静岡県) ← 西友閉店跡地にメガセンター出店	
smart	ふかや 深谷店(埼玉県)	

## 当4Q (2026年5月14日時点)

出店	4月
スーパーセンター	ひめじしごう 姫路四郷店(兵庫県) ふかやかわもと 深谷川本店(埼玉県) ← 閉店後近隣にスーパーセンターを出店
メガセンター	はまきた 浜北店(静岡県) ← 西友閉店跡地にメガセンター出店
業態転換	4月
トライアル西友	ふたまたがわ 二俣川店(神奈川県)
閉店	4月
smart	とうがねぐみょう 東金求名店(千葉県) ← 閉店後近隣にスーパーセンター出店予定 えどがわだいい 江戸川台店(千葉県) きたこしがや 北越谷店(埼玉県)

### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

### Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 西友閉店跡地へのメガセンター居抜き店(2店舗目)

西友店舗の跡地にトライアルのメガセンターを居抜き店。「生鮮繁盛店」のノウハウ導入に加え、アパレル専門店「RIALT」2号店や酒・ビューティー専門店の展開など、メガセンターならではの施策を盛り込み「楽しいお買い物体験」を創出。売上高・客数が大幅に伸長中。

## TRIAL 2店舗目：2026年4月29日オープン メガセンター 浜北店(静岡県)



- 静岡県初のメガセンター
- 食品から趣味嗜好品までフルラインの品揃え

### 食品

- 青果スイーツ
- 魚惣菜「URO琥」
- 和牛対面販売
- 酒専門店
- 駄菓子



### 非食品

- RIALT(アパレル専門店/2号店)
- ビューティー専門店



### 青果スイーツ

「素材から即食へ」。青果部門とパティシエ・職人のコラボレーション。PB青果素材を活かした専門店品質を、店内仕上げによる圧倒的な鮮度で提供。手軽さと本格的な美味しさを両立した新しい食体験の提案。

### 魚惣菜「URO琥」

「モダンな魚惣菜店」がテーマの新ブランド。おにぎり、サンドイッチ、揚げ物など、魚惣菜を幅広く展開。



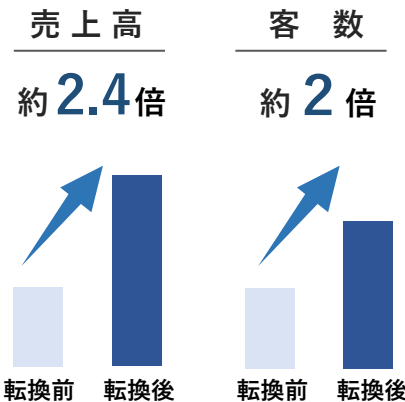
## TRIAL 1店舗目：2025年12月10日オープン メガセンター 東松山店(埼玉県)



### 転換後4ヵ月の実績

2026年1月1日～4月30日  
(前年同期比)

生鮮繁盛店のメガセンターへの転換で生鮮・惣菜を中心とした「食」の潜在ニーズを捉え、売上高・客数の大幅な伸長を継続中



### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

### Appendix

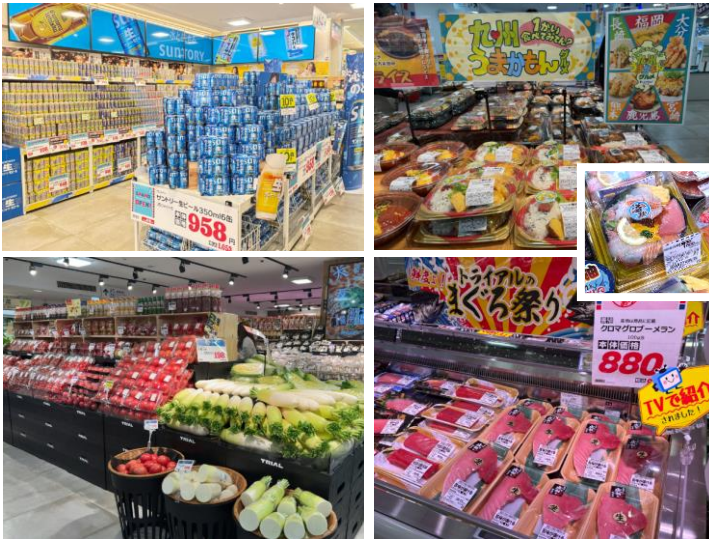
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 新フォーマット「トライアル西友」武蔵新城・二俣川

実験店舗は3店舗体制に拡大。生鮮・惣菜の戦略的な拡充によって「食」の潜在ニーズを的確に捕捉。非食品への送客強化や、九州ご当地メニューの提案、サイネージ活用などの先行事例をブラッシュアップしながら店づくりを推進。転換後は売上高・客数が前期比で大幅に伸長。トライアルのノウハウを西友再生の強力なエンジンとして活用しながら、都市型店舗の攻略方法を確立中。

2026年2月27日オープン  
**トライアル西友 武蔵新城店**  
(神奈川県川崎市)



- 1階** 惣菜と酒・飲料・菓子のフロア  
九州ご当地グルメ、インスタペカーリー、サイネージを活用したプロモーション
- 2階** 生鮮食品のフロア  
インスタ加工の精肉、ボリューム陳列の青果、ごちそう海鮮丼など店内製造のお寿司
- 3階** くすり・化粧日用品のフロア  
ヘルスケア用品、若年層向けトレンドコスメ
- 4階** ファッションと専門店のフロア  
アパレル、アウトドア用品



**業態転換**

- 精肉・鮮魚・惣菜の売場面積拡大、プロモーション強化
- 精肉・鮮魚(お寿司)をインスタ加工に切り替え鮮度を訴求
- 青果はスペースを有効活用する立体陳列で量感アピール
- 駅前多層階店舗の回遊性向上策としてビューティーなど非食品を強化。都市生活の動線上にある「生活必需品」として非食品需要を確実に取り込み、売上・利益の飛躍的な成長に挑戦

**差別化**

- 九州愛をテーマとした商品で差別化
  - サイネージの集中展開と売場運動
  - Skip Cartで新しいお買い物体験提供
- 

2026年4月24日オープン  
**トライアル西友 二俣川店**  
(神奈川県横浜市)

- 1階** 食料品・日用品と専門店のフロア  
食品から非食品までワンストップで買回り可能。青果・惣菜の売上構成比大
- 2階** 薬と専門店のフロア  
医薬品関連、小型家電



**会員基盤**

- 都市部立地を踏まえ、チラシに代わる主要販促手段を会員アプリ「TRIAL+(トライアルプラス)」に設定。新規会員増加中
- アプリ限定のおトクなクーポンを配布し、会員限定価格でのお買い物をご案内



1号店テーマ：徒歩&自転車商圏・地域シェアNo.1店舗

## トライアル西友 花小金井店

2025年11月28日オープン（東京都小平市）

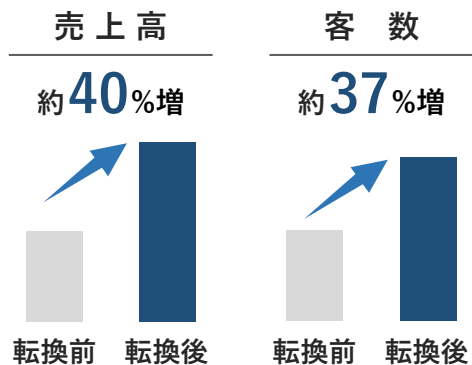


**直営階層** 2フロア/3階建  
**売場面積** 約2,700㎡  
**利用者** 高齢層(日常消費)  
**周辺環境** 住宅密集地  
**アクセス** 最寄り駅 徒歩3分  
**駐車場** 約130台

- 高い成長余力を持つ店舗を実験店舗1号店に選出
- 平日：帰宅動線上の足元商圏(徒歩・自転車)を確実につかむ。即食・生活必需品・独自の非食品を軸に、日常消費において地域で最も選ばれる店舗を目指す
- 週末のファミリー層や「ハレの日」需要の取り込みも強化

### 転換後5ヵ月間の実績

2025年12月1日～2026年4月30日(前年同期比)



2号店テーマ：駅前多層階・生活密着型店舗

## トライアル西友 武蔵新城店

2026年2月27日オープン（神奈川県川崎市）

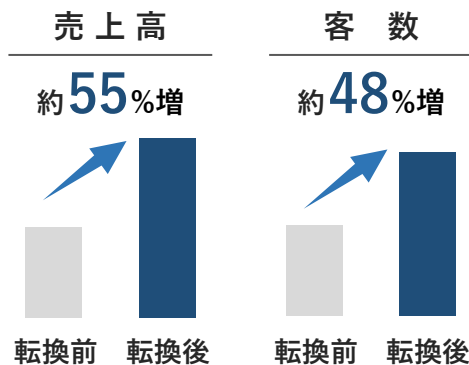


**直営階層** 4フロア/4階建  
**売場面積** 約4,000㎡  
**利用者** 単身・共働き(生活密着)  
**周辺環境** 駅前  
**アクセス** 最寄り駅 徒歩1分  
**駐車場** 16台

- 多層構造・縦動線の都市型レールサイド店舗を攻略するモデルづくり。回遊性課題を改善し、客単価と収益性を向上させる
- 駅前立地・帰宅動線上の「生活必需品」として非食品需要を確実につかむ。ビューティ・アパレル等の非食品MDを強化

### 転換後2ヵ月間の初動実績

2026年3月1日～2026年4月30日(前年同期比)



3号店テーマ：レールサイド&ロードサイドハイブリッド店舗

## トライアル西友 二俣川店

2026年4月24日オープン（神奈川県横浜市）



**直営階層** 2フロア/4階建  
**売場面積** 約3,400㎡  
**利用者** 30-50代共働き(まとめ買い)  
**周辺環境** 住宅密集地  
**アクセス** 最寄り駅 徒歩3分  
**駐車場** 約350台

- 徒歩来店(駅利用者)と車来店(駐車場利用)の両方がターゲットとなる「レールサイド×ロードサイド」
- 平日の都市型MD：都市型「即食」の提案
- 週末の広域MD：まとめ買い(酒・飲料のケース買い等)の提案。Skip Cartを用いたお買い物体験の向上

### 「トライアル西友」業態転換のポイント

- 従来の西友店舗で捉え切れていなかった「食」の潜在需要を捉え、フレッシュ(生鮮・惣菜)の強化で売上高の増加を大きくけん引
- トライアルの名物商品(ロースかつ重/玉子サンドなど)と西友PBの販売強化で、新たなお客さまを獲得
- MDの最適化で単位面積当たりの売上が大きく伸長
- 夜間・深夜帯の利用が拡大し、都市部における新たな需要を獲得

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介



TRIAL GOは「毎日行きたい、何度も行ける」をストアコンセプトに、できたての惣菜を含むおいしい「食」の提供に加え、顔認証決済やRetail EYEなどのリテールテックを活用し、「一番身近で便利なお店」を目指した次世代ローコスト小売モデル

2026年2月20日オープン

東京 **5** 店舗目

えこださかえちょう

## TRIAL GO 江古田栄町店 (東京都練馬区)



- ・江古田駅から徒歩2分
- ・店舗面積約160㎡
- ・都内4店舗のデータ・経験知を踏まえ、品揃えや陳列場所を設計

／ お惣菜・お寿司が大好評！ ／



### 首都圏モデル構築に向けた実証実験

#### 即食需要への対応

- ・新商品開発強化
- ・商品改廃頻度・時間帯別品揃えの適正化



#### 再現性のある店舗運営

- ・自社IT/AI技術を活用した売上と利益の最大化の実現



顔認証セルフレジ

サイネージ



購買・行動データ



Retail EYE (売場監視システム)

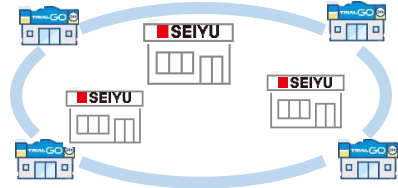
#### お客さま支持の拡大

- ・売れ筋商品・PB商品の品揃え強化
- ・天井吊下等を活用した拡販



#### 製造拠点の整備

- ・「できたて」や「新鮮さ」を維持した安定供給体制の構築
- ・配送オペレーションの高度化



### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

#### 新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

### Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

## 商品カテゴリ別売上高（3Q累計）

トライアルにおいて集客ドライバーかつ収益性が高い「フレッシュ(生鮮四品)」の売上高は、前期比17.3%増と流通小売事業の増収増益をけん引。フレッシュの中でも粗利率が高い「惣菜」の売上高は同22.6%増で、売上高構成比は6.9%と同0.7pt上昇。中期目標の8%に向けて堅調に推移。

2025年7月1日～ 2026年3月31日(9ヵ月)	前3Q(累計)		当3Q(累計)							
			トライアル				西友		トライアルHD連結	
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比
(百万円)										
売上高(流通小売事業)	597,051	100.0%	655,614	100.0%	+58,563	109.8%	344,603	100.0%	1,000,217	100.0%
食品	447,626	75.0%	496,790	75.8%	+49,164	111.0%	300,739	87.3%	797,530	79.7%
グロサリー	168,971	28.3%	179,385	27.4%	+10,414	106.2%	101,939	29.6%	281,324	28.1%
デイリー	110,005	18.4%	119,611	18.2%	+9,606	108.7%	81,108	23.5%	200,719	20.1%
フレッシュ	168,649	28.2%	197,793	30.2%	+29,144	117.3%	117,692	34.2%	315,486	31.5%
うち、惣菜	37,009	6.2%	45,374	6.9%	+8,365	122.6%	35,903	10.4%	81,277	8.1%
非食品	149,424	25.0%	158,824	24.2%	+9,400	106.3%	43,863	12.7%	202,687	20.3%
生活	69,411	11.6%	72,901	11.1%	+3,490	105.0%	23,565	6.8%	96,466	9.6%
ハード	51,858	8.7%	54,202	8.3%	+2,344	104.5%	7,982	2.3%	62,184	6.2%
アパレル	16,277	2.7%	16,961	2.6%	+684	104.2%	4,929	1.4%	21,890	2.2%
その他	11,876	2.0%	14,759	2.3%	+2,883	124.3%	7,386	2.1%	22,146	2.2%

※ 当1Qから商品政策上の見直しにより「フレッシュ」の一部の商品を「デイリー」にカテゴリ変更しております。前3Q累計も組み替えを行っています(12,177百万円影響)  
 ※ 「グロサリー」は菓子類などの加工食品、「デイリー」は卵や乳製品などの日配品、「フレッシュ」は生鮮四品(青果・精肉・鮮魚・惣菜)、「生活」は日用消耗品などの家庭用品、「ハード」は家電製品などの耐久性商品、「アパレル」は衣料品を示しております

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

## 商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 商品カテゴリ別売上高（3Q）

2026年1月1日～ 2026年3月31日(3ヵ月)	前3Q		当3Q							
			トライアル				西友		トライアルHD連結	
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比
(百万円)										
<b>売上高(流通小売事業)</b>	195,325	100.0%	<b>213,886</b>	100.0%	+18,561	109.5%	<b>114,425</b>	100.0%	<b>328,311</b>	100.0%
<b>食品</b>	149,012	76.3%	<b>164,083</b>	76.7%	+15,071	110.1%	<b>100,292</b>	87.6%	<b>264,375</b>	80.5%
<b>グロサリー</b>	55,446	28.4%	<b>58,395</b>	27.3%	+2,949	105.3%	<b>34,079</b>	29.8%	<b>92,475</b>	28.2%
<b>デイリー</b>	36,172	18.5%	<b>39,021</b>	18.2%	+2,849	107.9%	<b>26,668</b>	23.3%	<b>65,689</b>	20.0%
<b>フレッシュ</b>	57,394	29.4%	<b>66,666</b>	31.2%	+9,272	116.2%	<b>39,544</b>	34.6%	<b>106,210</b>	32.4%
<b>うち、惣菜</b>	12,488	6.4%	<b>15,304</b>	7.2%	+2,816	122.5%	<b>12,233</b>	10.7%	<b>27,538</b>	8.4%
<b>非食品</b>	46,313	23.7%	<b>49,802</b>	23.3%	+3,489	107.5%	<b>14,132</b>	12.4%	<b>63,935</b>	19.5%
<b>生活</b>	22,241	11.4%	<b>23,511</b>	11.0%	+1,270	105.7%	<b>7,618</b>	6.7%	<b>31,130</b>	9.5%
<b>ハード</b>	15,519	7.9%	<b>16,618</b>	7.8%	+1,099	107.1%	<b>2,538</b>	2.2%	<b>19,157</b>	5.8%
<b>アパレル</b>	4,542	2.3%	<b>4,845</b>	2.3%	+303	106.7%	<b>1,436</b>	1.3%	<b>6,282</b>	1.9%
<b>その他</b>	4,010	2.1%	<b>4,826</b>	2.3%	+816	120.3%	<b>2,539</b>	2.2%	<b>7,365</b>	2.2%

※ 当1Qから商品政策上の見直しにより「フレッシュ」の一部の商品を「デイリー」にカテゴリ変更しております。前3Qも組み替えを行っています(3,887百万円影響)  
 ※ 「グロサリー」は菓子類などの加工食品、「デイリー」は卵や乳製品などの日配品、「フレッシュ」は生鮮四品(青果・精肉・鮮魚・惣菜)、「生活」は日用消耗品などの家庭用品、「ハード」は家電製品などの耐久性商品、「アパレル」は衣料品を示しております

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

## 商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

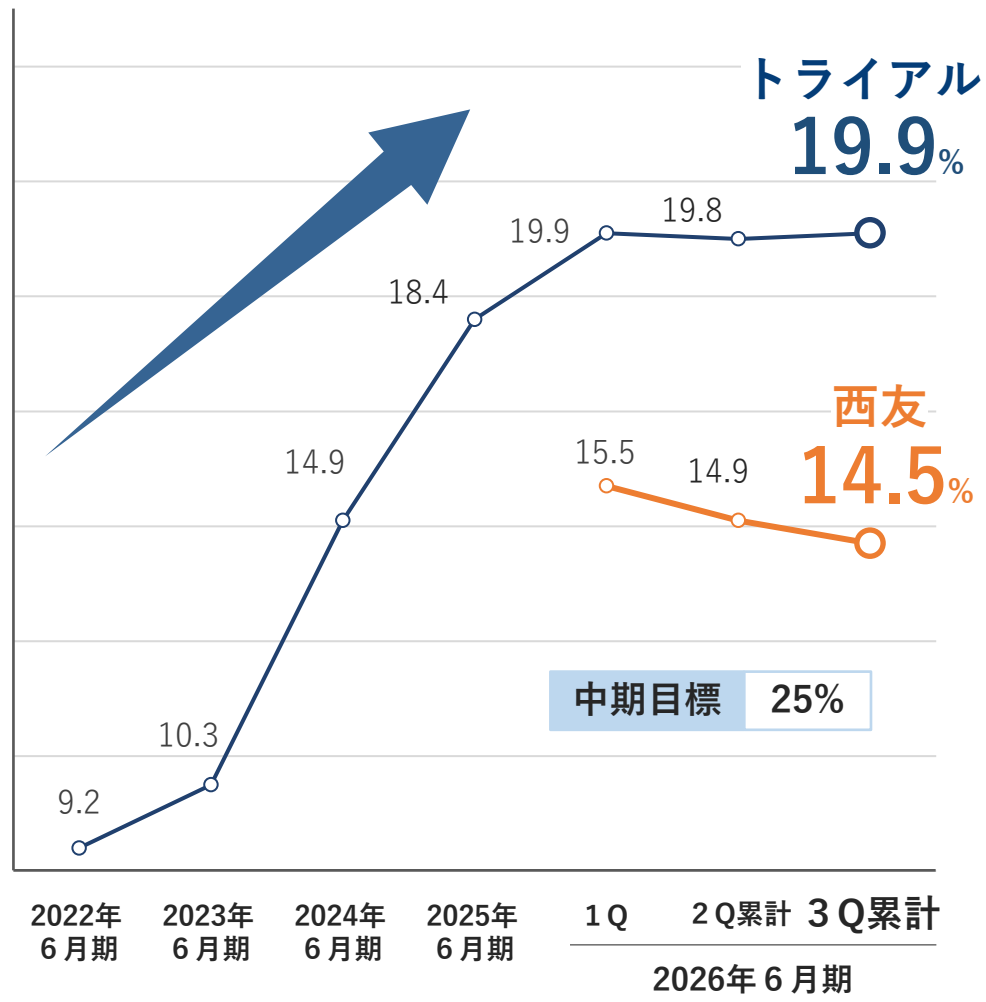
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# トライアルグループのPB商品

データ活用による顧客理解をもとに、お客さまにとって価値あるPB商品の開発を推進。当3Q累計期間におけるPB売上高構成比は、トライアル19.9%(前3Q累計17.9%から2.0pt上昇)、西友14.5%。西友はNB商品の価格強化による拡販の影響で構成比は一時的に減少。PBの商品力強化を継続的に実施することで、中期目標の25%を目指す。

## PB売上高構成比の推移



## NEW! 2026年2月16日(月)～3月1日(日) トライアル×西友「PB祭り」初開催

両社のPB商品の相互導入が全店で完了したことを記念して、「品質が良いのに低価格」を象徴する商品の魅力を一体的に訴求するイベントを実施



## ■ PB商品カタログ



※一部取扱いのない店舗・時間帯があります

### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

### Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

「ファベックス 惣菜・べんとうグランプリ2026」にて「デリカ総合大賞」を初受賞、  
「第17回からあげグランプリ®」西日本スーパー総菜部門にて6年連続金賞受賞しました。

ファベックス 惣菜・べんとうグランプリ2026  
デリカ総合大賞受賞 / 11商品が受賞・入賞

第17回からあげグランプリ®  
西日本スーパー総菜部門  
6年連続金賞受賞

デリカ  
総合大賞

## デリカ総合大賞受賞

「惣菜・べんとうグランプリ」において、過去の受賞実績や審査委員会の査定をもとに、惣菜売場の総合力を評価する企業表彰。全国の応募企業から1社のみ選出。



## ▶ こはく本舗として、過去最多の11商品が受賞・入賞

『焼き鳥丼&豚丼』や、『蜜いもブリュレ』など  
計11商品が各部門で受賞・入賞。



『職人技が光る特製醤油から揚げ』  
和食職人が味付けを改良。  
醤油の旨み・コク・キレを追求した、  
渾身の一品。

## こはく本舗 職人の開発したレシピを店頭の色へ、職人による食の提案

トライアルグループで提供されているお惣菜は『こはく本舗』の職人が開発。本社併設の「テストキッチン」で新メニューの開発や既存メニューの改良を実施。



- 和食・洋食・中華など各ジャンルの職人が40~50名在籍
- 年間1,300~1,500通りのレシピが考案され、厳格な審査を通過したもののみ商品化される

### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

### Appendix

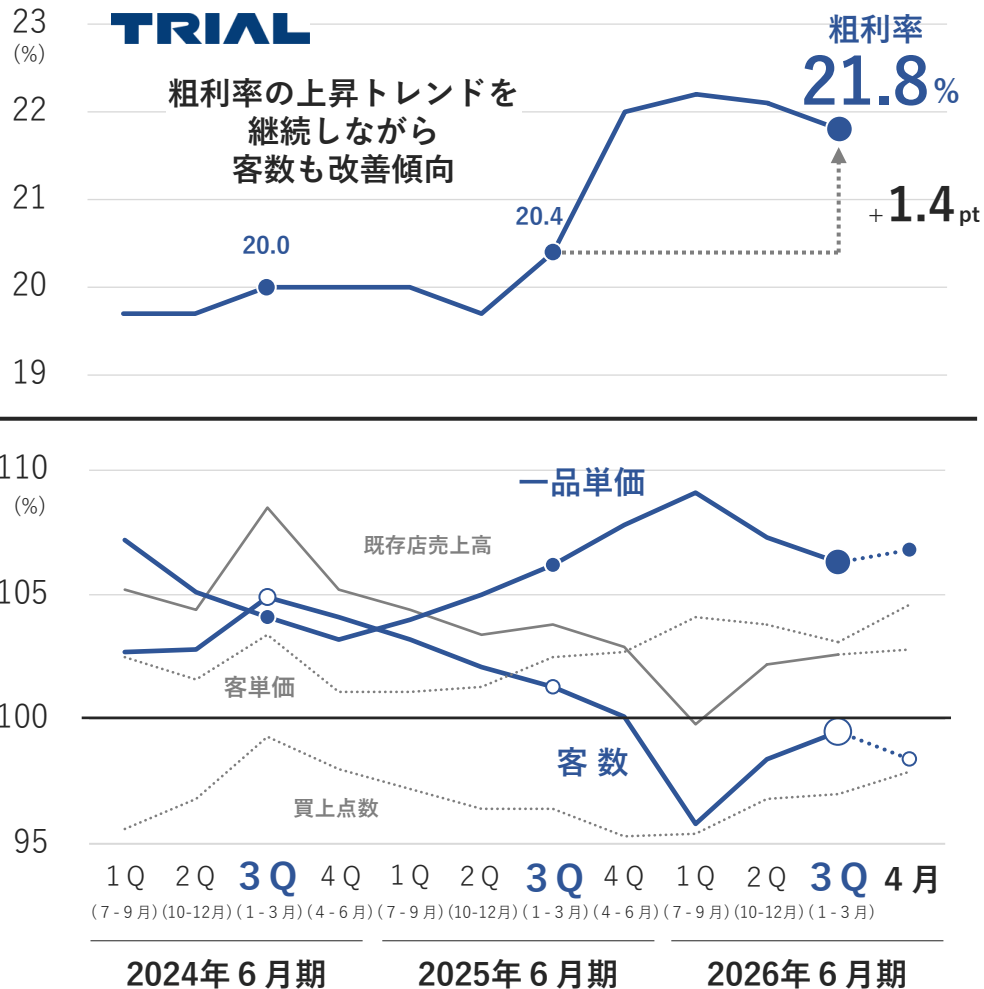
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 粗利上昇戦略の実績

前4Qより実施したプライシング施策が奏功し、売上総利益率は前3Q比+1.4ptと大幅に改善。顧客データを活用した価格の適正化や、価値ある商品の開発、魅力ある売場づくりを推進し、既存店客数の減少幅を縮小させながら売上総利益率の改善を継続。「エキサイティングプライス」の導入など、価格訴求品の安さを適切に伝えつつ、価値訴求品とのバランスを重視。継続的なお客さま支持の獲得と、持続的な高収益体制を目指す。

トライアルにおける売上総利益率と既存店の推移(四半期別)



## 施策の徹底と継続により、既存店成長と収益力向上の両立を目指す

### 価格訴求品で集客力向上

#### ■ 価格表示の方法を変更

- ・税込だけでなく外税も併記
- ・他店との価格比較を容易に

#### ■ 競争力を保つ適正価格へ

- ・価格統制機能の強化 (プライスコントローラー設置)
- ・データ活用による値付けの精緻化
- ・帳合統合によるコスト低減で競争力のある価格設定・訴求を徹底 (エキサイティングプライス実施)

#### お得な定番商品



#### ■ 再来店の促進



一時的に離反したお客さまを対象に再来店を促す「おかえりクーポン」

### 価値訴求品で収益力向上

#### ■ 商品の価値を伝える棚づくり

- ・価値訴求の徹底と継続 (棚割/POP/サインージなど)



#### ■ 粗利リード商材の深耕拡大

- ・惣菜とPB開発の強化継続
- ・夕方以降の商品供給体制を強化
- ・当社店舗でしか買えない商品を拡販(ロックオンアイテム)

#### ▶ 継続的に、各施策の高度化を推進

### 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

### 粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 販管費の内訳（3Q/3Q累計）

（トライアルHD連結）

当3Q累計期間の販管費は、西友の完全子会社化に伴い前期比では約2倍に増加したものの、計画比では大幅に抑制。特にパート・アルバイトの時給上昇が続く中、人時のコントロールが奏功し、人件費が計画比で大幅に下回ったことが大きく寄与。また当1Qから、のれん償却額(当3Q累計約114億円)を計上。また、当1Qの一過性費用として「その他」にM&Aに係るアドバイザー費用等(約20億円)を計上。

TRIAL HLDGS (百万円)	前3Q		当3Q				前3Q(累計)		当3Q(累計)			
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	196,295	100.0%	329,546	100.0%	+133,251	167.9%	600,037	100.0%	1,003,663	100.0%	+403,626	167.3%
販売費及び一般管理費	36,883	18.8%	74,448	22.6%	+37,565	201.8%	108,619	18.1%	226,530	22.6%	+117,911	208.6%
人件費 <sup>*1</sup>	21,678	11.0%	37,266	11.3%	+15,588	171.9%	63,602	10.6%	109,450	10.9%	+45,848	172.1%
不動産費 <sup>*2</sup>	6,261	3.2%	15,237	4.6%	+8,976	243.4%	17,572	2.9%	45,172	4.5%	+27,600	257.1%
広告・販促費 <sup>*3</sup>	942	0.5%	1,768	0.5%	+826	187.7%	3,337	0.6%	5,470	0.5%	+2,133	163.9%
水道光熱費	2,802	1.4%	4,441	1.3%	+1,639	158.5%	8,793	1.5%	15,445	1.5%	+6,652	175.7%
のれん償却額	-	-	3,831	1.2%	+3,831	-	-	-	11,495	1.1%	+11,495	-
その他	5,200	2.6%	11,905	3.6%	+6,705	228.9%	15,315	2.6%	39,498	3.9%	+24,183	257.9%

## 売上高構成比の分解

TRIAL ■ SEIYU

3Q	10.9%	11.8%
3Q累計	10.7%	11.2%
	3.2%	7.4%
	3.0%	7.4%
	0.6%	0.4%
	0.6%	0.5%
	1.3%	1.4%
	1.4%	1.7%

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

## 販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

\*1 人件費 = 「役員報酬」 + 「従業員・パート・アルバイトの給与・賞与」 + 「株式報酬」 + 「法定福利・福利厚生費」 + 「交通費」 + 「教育研修・採用費」 + 「出向人件費」

\*2 不動産費 = 「地代家賃」 + 「減価償却費」

\*3 広告・販促費 = 「広告宣伝費」 + 「販売促進費」 + 「ポイント引当金繰入額」

# Skip Cartによる顧客体験の向上

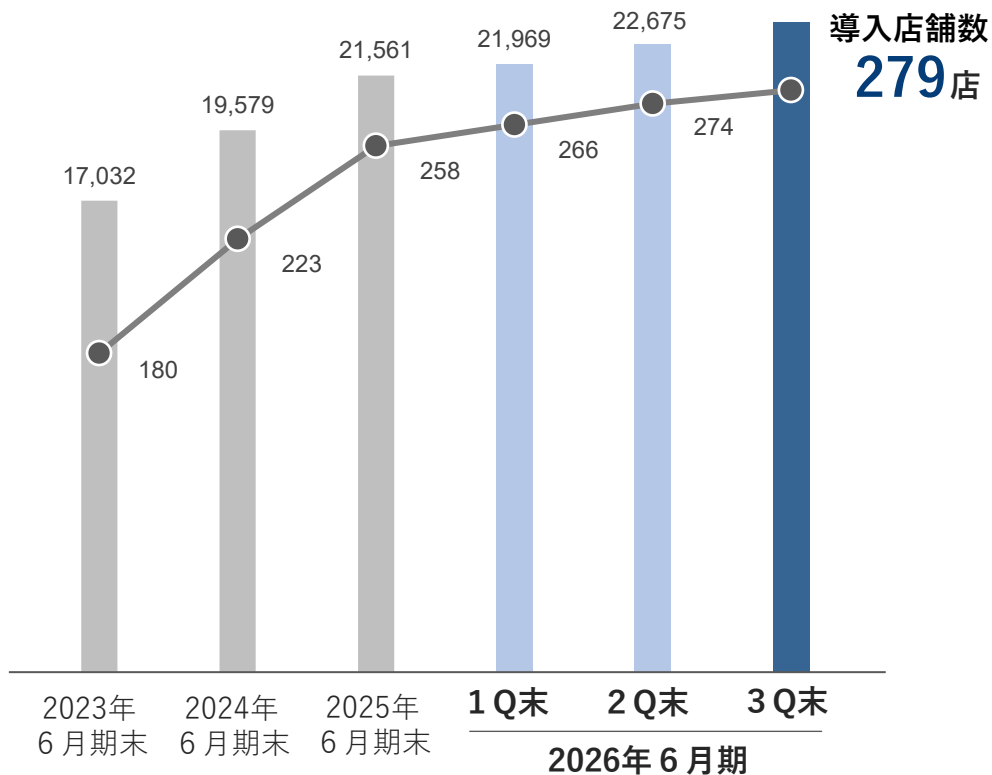
Skip Cartの導入を通じた顧客体験の向上及びレジ人時削減を他社小売にて実験。  
さらなる顧客体験の向上を目的としたシステム改善等の取り組みを実施中。

## Skip Cartの導入実績<sup>\*1</sup>

導入台数(累計)

23,485台

導入店舗数  
279店



## Skip Cartの導入効果

平均利用率<sup>\*2</sup>

25.1%



マンスリーユーザー<sup>\*3</sup>

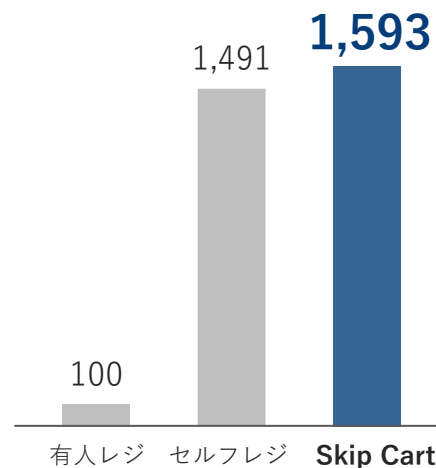
450万人



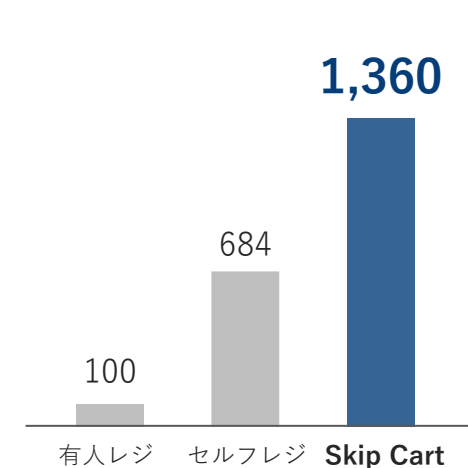
レジ人時削減



1時間あたりの通過客数<sup>\*4</sup>  
有人レジ通過客数を100として指数化



1時間あたりの通過点数<sup>\*4</sup>  
有人レジ通過点数を100として指数化



## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

\*1 当社グループ外での導入店舗数・導入台数も含む

\*2 2024年7月1日から翌年6月30日にSkip Cartの稼働実績があった当社グループのスーパーセンター195店舗における、2024年7月1日から翌年6月30日の9時から21時のカート利用可能な時間帯における延べ客数のうち、Skip Cartの延べ利用者数の割合

\*3 マンスリーユーザー数とは、2024年7月1日から翌年6月30日におけるSkip Cartの延べ月間利用者数(グループ外を除く)の平均を指す

\*4 スーパーセンター「アイランドシティ店」の2025年4月29日から同年5月6日におけるPOSデータから算出

当1Qに、西友完全子会社化に係る資金調達として、短期借入金(ブリッジローン)3,674億円を計上。  
また、同子会社化に伴い、無形固定資産にのれん(暫定/残高2,950億円)を計上。

TRIAL HLDGS (百万円)	2025年6月末		2026年3月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
<b>流動資産</b>	<b>143,172</b>	47.7%	<b>188,069</b>	24.0%	+44,897
現金及び預金	72,325	24.1%	60,473	7.7%	▲ 11,852
売掛金	3,301	1.1%	20,186	2.6%	+16,885
棚卸資産	56,612	18.9%	84,762	10.8%	+28,150
<b>固定資産</b>	<b>157,110</b>	52.3%	<b>596,872</b>	76.0%	+439,762
有形固定資産	136,549	45.5%	231,988	29.6%	+95,439
建物及び構築物	89,316	29.7%	135,618	17.3%	+46,302
土地	23,046	7.7%	63,913	8.1%	+40,867
無形固定資産	2,762	0.9%	306,475	39.0%	+303,713
のれん	-	-	295,043	37.6%	+295,043
投資その他の資産	17,799	5.9%	58,408	7.4%	+40,609
<b>資産合計</b>	<b>300,283</b>	100.0%	<b>784,941</b>	100.0%	+484,658

(百万円)	2025年6月末		2026年3月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
<b>流動負債</b>	<b>151,064</b>	50.3%	<b>581,174</b>	74.0%	+430,110
買掛金	82,640	27.5%	147,667	18.8%	+65,027
短期借入金	26,500	8.8%	367,400	46.8%	+340,900
1年内返済予定の長期借入金	3,027	1.0%	2,727	0.3%	▲ 300
契約負債	11,817	3.9%	15,529	2.0%	+3,712
<b>固定負債</b>	<b>20,190</b>	6.7%	<b>69,602</b>	8.9%	+49,412
長期借入金	9,031	3.0%	21,999	2.8%	+12,968
資産除去債務	9,274	3.1%	32,630	4.2%	+23,356
<b>純資産</b>	<b>129,028</b>	43.0%	<b>134,164</b>	17.1%	+5,136
株主資本	125,194	41.7%	129,848	16.5%	+4,654
非支配株主持分	2,903	1.0%	3,292	0.4%	+389
<b>負債純資産合計</b>	<b>300,283</b>	100.0%	<b>784,941</b>	100.0%	+484,658

有利子負債<sup>\*1</sup>

392,148 百万円

(前期末差 +353,581 百万円)

純有利子負債<sup>\*2</sup>

331,675 百万円

(+365,433 百万円)

自己資本

130,872 百万円

(+4,747 百万円)

自己資本比率

16.7 %

(▲25.3 pt)

\*1 有利子負債 = 「短期借入金」 + 「1年内返済予定の長期借入金」 + 「長期借入金」 + 「リース債務」

\*2 純有利子負債 = 「有利子負債」 - 「現金及び預金」

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

西友の完全子会社化に伴う西友株式の取得(投資活動CF)と、借入金の増加(財務活動CF)が、キャッシュフローに大きく影響。中期的には、西友とのシナジー発揮で営業活動CFの向上を目指す。

TRIAL HLDGS 2025年7月1日～2026年3月31日(9ヵ月) (百万円)	前3Q(累計)	当3Q(累計)		
	実績	実績	前期差	前期比
現金及び現金同等物の期首残高	91,947	72,325	▲ 19,622	78.7%
営業活動CF	▲ 10,929	64,369	+75,298	-
投資活動CF	▲ 28,464	▲ 389,392	▲ 360,928	-
財務活動CF	▲ 4,953	313,064	+318,017	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 39	105	+144	-
現金及び現金同等物の増減額	▲ 44,387	▲ 11,852	+32,535	26.7%
現金及び現金同等物の期末残高	47,559	60,473	+12,914	127.2%
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	▲ 39,394	▲ 325,023	▲ 285,629	-
設備投資額	27,390	32,140	+4,750	117.3%

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

## 連結BS・CF

連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 2026年6月期 連結業績予想の修正

当3Qまでの実績と今後の見通しを踏まえ、通期業績予想の売上高を1兆3,425億円(期初計画差+200億円)、営業利益280億円(同+26億円)、経常利益173億円(同+34億円)に上方修正。当期純利益は特別損失の計上を一定程度織り込み、据え置き。

TRIAL HLDGS (百万円)	2025年6月期 通期		2026年6月期 通期業績予想(期初計画)			
	実績	売上 構成比	計画	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	803,829	100.0%	1,322,500	100.0%	+518,671	164.5%
売上総利益	164,842	20.5%	322,000	24.3%	+157,158	195.3%
その他の営業収入 <sup>*1</sup>	2,761	0.3%	17,100	1.3%	+14,339	619.3%
営業総利益	167,603	20.9%	339,100	25.6%	+171,497	202.3%
販売費及び一般管理費	146,497	18.2%	313,700	23.7%	+167,203	214.1%
営業利益	21,106	2.6%	25,400	1.9%	+4,294	120.3%
経常利益	22,200	2.8%	13,900	1.1%	▲ 8,300	62.6%
(特別損失)	2,371	0.3%	1,400	0.1%	▲ 971	59.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11,752	1.5%	500	0.0%	▲ 11,252	4.3%
EBITDA <sup>*2</sup>	34,941	4.3%	66,300	5.0%	+31,359	189.7%

2026年6月期 通期業績予想(修正計画)					
計画	売上 構成比	前期差	前期比	期初計画比	
				増減額	増減率
1,342,500	100.0%	+538,671	167.0%	+20,000	101.5%
316,800	23.6%	+151,958	192.2%	▲ 5,200	98.4%
17,100	1.3%	+14,339	619.3%	+0	100.0%
333,900	24.9%	+166,297	199.2%	▲ 5,200	98.5%
305,900	22.8%	+159,403	208.8%	▲ 7,800	97.5%
28,000	2.1%	+6,894	132.7%	+2,600	110.2%
17,300	1.3%	▲ 4,900	77.9%	+3,400	124.5%
2,600	0.2%	+229	109.7%	+1,200	185.7%
500	0.0%	▲ 11,252	4.3%	+0	100.0%
67,600	5.0%	+32,659	193.5%	+1,300	102.0%

\*1 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

\*2 EBITDA = 「営業利益」 + 「減価償却費」 + 「のれん償却額」

## 3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

## 連結業績予想

## Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

# 2026年6月期 連結業績予想の考え方（トライアル・西友分解）

トライアル、西友ともに売上高をそれぞれ150億円、50億円上方修正。売上総利益は両社ともに期初計画から減額する一方、販管費を期初計画比でトライアル43億円、西友35億円減額。これによって、営業利益はトライアルが26億円増加、西友は期初計画どおりの着地を見込む。また、M&A関連費用は営業外費用が12億円減額となり、連結経常利益の押し上げに寄与。詳細は次スライド参照。

(百万円)	トライアル								+				西友				+				M&A関連費用 <sup>*1</sup>				=				トライアルHD連結			
	期初計画				修正計画				+				+				+				+				+				+			
	金額		売上比	前期比	金額		売上比	前期比	期初計画比		金額		売上比	前期比	期初計画比		金額		売上比	前期比	金額		売上比	前期比	金額		売上比	前期比	金額		売上比	前期比
									増減額	増減率					増減額	増減率					増減額	増減率					増減額	増減率				
売上高	869,800	100.0%	108.2%	884,800	100.0%	110.1%	+15,000	101.7%	452,700	100.0%	457,700	100.0%	+5,000	101.1%	0	0	+0	-	1,322,500	100.0%	1,342,500	100.0%										
売上総利益	196,800	22.6%	119.4%	195,100	22.1%	118.4%	▲1,700	99.1%	125,200	27.7%	121,700	26.6%	▲3,500	97.2%	0	0	+0	-	322,000	24.3%	316,800	23.6%										
その他の営業収入 <sup>*2</sup>	3,300	0.4%	119.5%	3,300	0.4%	119.5%	+0	100.0%	13,800	3.0%	13,800	3.0%	+0	100.0%	0	0	+0	-	17,100	1.3%	17,100	1.3%										
営業総利益	200,100	23.0%	119.4%	198,400	22.4%	118.4%	▲1,700	99.2%	139,000	30.7%	135,500	29.6%	▲3,500	97.5%	0	0	+0	-	339,100	25.6%	333,900	24.9%										
販売費及び一般管理費	168,600	19.4%	115.1%	164,300	18.6%	112.2%	▲4,300	97.4%	127,600	28.2%	124,100	27.1%	▲3,500	97.3%	17,500	17,500	+0	100.0%	313,700	23.7%	305,900	22.8%										
営業利益	31,500	3.6%	149.2%	34,100	3.9%	161.6%	+2,600	108.3%	11,400	2.5%	11,400	2.5%	+0	100.0%	▲17,500	▲17,500	+0	100.0%	25,400	1.9%	28,000	2.1%										
経常利益	32,200	3.7%	145.0%	34,400	3.9%	155.0%	+2,200	106.8%	11,400	2.5%	11,400	2.5%	+0	100.0%	▲29,700	▲28,500	+1,200	96.0%	13,900	1.1%	17,300	1.3%										
(特別損失)	1,400	0.2%	59.0%	1,000	0.1%	42.2%	▲400	71.4%	0	0.0%	1,600	0.3%	+1,600	-	0	0	+0	-	1,400	0.1%	2,600	0.2%										
親会社株主に帰属する 当期純利益	18,700	2.1%	159.1%	19,200	2.2%	163.4%	+500	102.7%	6,800	1.5%	5,800	1.3%	▲1,000	85.3%	▲25,000	▲24,500	+500	98.0%	500	0.0%	500	0.0%										

\*1 M&A関連費用：アドバイザー費用、のれん償却額、借入ストラクチャリング手数料、支払利息、長期借入への借換えコストなど

\*2 その他の営業収入は、主にテナント賃貸収入を表しております

# 2026年6月期 連結業績予想の考え方 (トライアル・西友分解)

上期の計画上振れ分を、来期に向けたお客さま基盤の確立及び先行投資に充当しつつ、通期では期初計画を上回る見通し

	期初計画	修正計画	期初計画差	修正理由	
トライアル	新規出店 25 <sub>店+α</sub> ( MEGA : 1 / SuC : 22 smart : 2 / 小型 : +α )	26 <sub>店+7</sub> ( MEGA : 3 / SuC : 21 smart : 2 / 小型 : 7 )	+1 <sub>店</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 期初計画外のメガセンター2店出店(西友閉店跡地への居抜出店/東松山店・浜北店)</li> <li>● スーパーセンター1店舗は翌期に時期ずれ</li> </ul>	
	閉店 5 <sub>店</sub>	7 <sub>店</sub>	+2 <sub>店</sub>	● スーパーセンターのリロケーション出店に伴い、2店舗の閉店を追加	
	改装 17 <sub>店</sub>	19 <sub>店</sub>	+2 <sub>店</sub>	● スギホールディングスとの協業実験としてTRIAL GO池尻店の改装含め2店舗追加	
	既存店売上高 成長率	100.6%	101.8%	+1.2%	● 生鮮を中心とした「食」の強化が売上をけん引するなど、 期初から当月までの10ヵ月間で101.7%と好調に推移しているため上方修正
	売上総利益(率)	1,968 <sub>億円</sub> (22.6%)	1,951 <sub>億円</sub> (22.1%)	▲17 <sub>億円</sub> (▲0.5%)	● 当3Qまでの進捗を踏まえ、また、トライアル・西友合同で6月下旬から7月上旬に予定のお客さま還元祭での売価強化の原資と在庫圧縮に充当するため減額
	売上高人件費率	11.4%	10.8%	▲0.6%	● 人件費中心にコストコントロールが奏功し3Q累計で人件費率10.7%と計画比で大幅下振れ。商品力強化に向けた人員拡充や業績上振れに伴う賞与の増加を織り込みつつ通期計画を減額
西友	売上高	4,527 <sub>億円</sub>	4,577 <sub>億円</sub>	+50 <sub>億円</sub>	● お客さま起点の売場づくりとイベント商戦が奏功し、 既存店売上高が好調に推移しているため増額
	売上総利益(率)	1,252 <sub>億円</sub> (27.7%)	1,217 <sub>億円</sub> (26.6%)	▲35 <sub>億円</sub> (▲1.1%)	● 当3Qまでの進捗を踏まえ、また、トライアル・西友合同で6月下旬から7月上旬に予定のお客さま還元祭での売価強化の原資に充当するため減額
	販管費(率)	1,276 <sub>億円</sub> (28.2%)	1,241 <sub>億円</sub> (27.1%)	▲35 <sub>億円</sub> (▲1.1%)	● 人件費を中心にコストコントロールが奏功し3Q累計で販管費率26.7%と計画比で大幅に下振れて推移しているため減額
M&A関連費用	営業外費用 ( M&Aに伴う 借入金の支払利息 )	長期借入転換後の 金利負担で計画	当1Qから適用の 短期借入の金利継続	▲12 <sub>億円</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 当4Qに予定していた短期借入から長期借入への借換えに伴い、長期借入金利の適用による費用増を見込んでいたが、同金利の適用開始が来期1Qとなる見込みであることから、支払利息を減額</li> <li>● なお、長期借入転換時に発生する一過性費用は期初計画どおり当4Qに計上予定</li> </ul>



# Appendix

株主・投資家の皆さまとの建設的な対話を、経営上の重要課題と位置づけ、IR活動に取り組んでまいります。

## ● IRカレンダー

当社の決算期は6月末日です。四半期ごとにアナリスト・機関投資家向けの決算説明会を開催予定です。個人投資家の皆さま向けの説明会開催につきましても、検討してまいります。



## ● 沈黙期間(IR自粛期間)

当社は、ステークホルダーの方々への公平性を確保するため、原則、各四半期の決算発表日前1ヵ月間を沈黙期間(IR自粛期間)としております。この期間中は、決算・業績見通しに関する質問への回答やコメントを差し控えております。

3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

## ● 決算説明会の資料

アナリスト・機関投資家向けの決算説明会における説明資料のほか、登壇者のスピーチ要旨、質疑応答の要旨をIRライブラリの「決算関連資料」に掲載

<https://trial-holdings.inc/ir/library/financial-announcement/>

## ● 月次売上高速報（小売）

毎月10日頃に月次売上高速報(小売)を開示  
(10日が土日祝日に重なる場合は、開示日が前後します)

<https://trial-holdings.inc/ir/financial/monthly-sales/>

## ● IRサイトの英語版

英語での情報開示の充実に向けてIRサイトの英語版を公開

<https://trial-holdings.inc/en/>

## ● IRメール配信サービス

IRメール配信サービスにお申込みいただいた方へ、適時開示情報・法定開示情報などをお届け

<https://trial-holdings.inc/ir/mail/>

## ● アナリストカバレッジ

証券会社によるカバレッジ ◀ カバレッジ数は合計**10社**

当社株式の目標株価や投資判断(レーティング)、業績予想などを含むレポートを発行している証券会社のアナリスト一覧を掲載

<https://trial-holdings.inc/ir/stock/analyst-coverage/>

調査会社によるカバレッジ

株式会社シェアードリサーチのアナリストによる当社の事業内容、業績、成長戦略などを、第三者の立場から中立的に調査・分析した「企業徹底分析レポート」を公開

<https://sharedresearch.jp/ja/companies/141A>



## ● 株主通信「TRIALレポート」の公開

環境保護の観点から、オンライン限定で株主通信を公開

<https://trial-holdings.inc/ir/investor/>

## ● 社外評価の一覧

社外評価の実績についての詳細を一覧で公開

<https://trial-holdings.inc/ir/evaluation/>



3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

## 東京証券取引所のウェブサイトにて、トライアルホールディングスのIR活動が、「グロス上場企業に対する投資家の期待」に応える企業事例として掲載されました。

東京証券取引所は、グロス市場上場企業に対し、上場後も高成長を目指した経営を促すため、2025年9月から成長状況や市場評価の分析、成長戦略・開示の見直しなどを要請しており、その参考として、投資家から評価されている取組み事例を公表。

### ■ グロス市場上場企業に対する投資家の期待(評価ポイント)と当社の取組み事例

3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

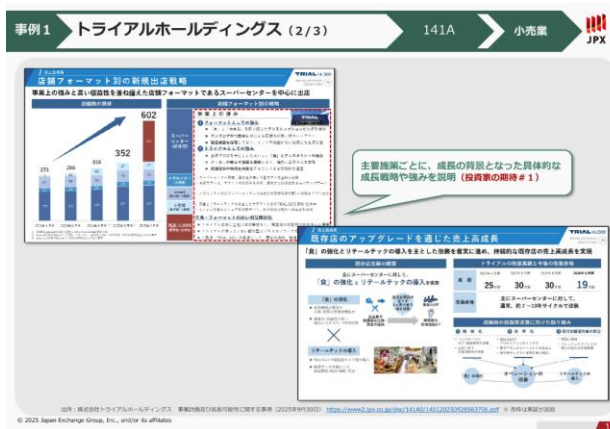
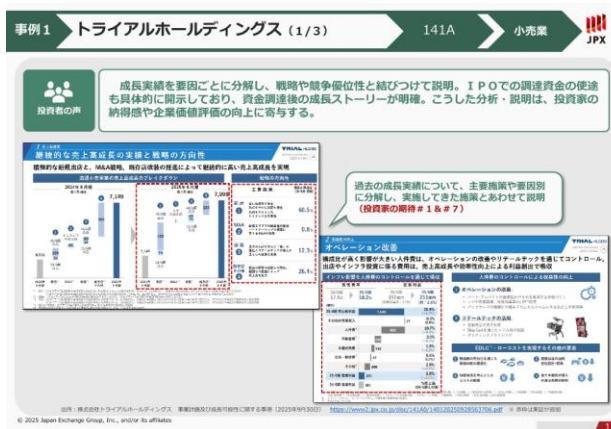
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

成長の持続・加速を期待させる  
ビジョン・戦略を示してほしい

具体的かつ説得力のある  
エクイティ・ストーリーを示してほしい

成長目標やKPI、その進捗の継続開示が、  
投資家の信頼感を生む



### 投資家の声

成長実績を要因ごとに分解し、戦略や競争優位性と結びつけて説明。IPOでの調達資金の使途も具体的に開示しており、資金調達後の成長ストーリーが明確。こうした分析・説明は、投資家の納得感や企業価値評価の向上に寄与する。

▶ 詳細は、以下のURLより東京証券取引所の公式リリースをご参照ください。  
<https://www.jpx.co.jp/equities/follow-up/mk1p770000007pzz-att/t13vrt000000dlmo.pdf>

3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

[トライアルグループ紹介](#)

## Purpose

トライアルグループの存在目的

世界の誰もが「豊かさ」を  
享受できる社会をつくる。

## Vision

5年～10年で実現したい自社と世界の姿

テクノロジーと、人の経験知で、  
世界のリアルコマースを変える。

## Value

ビジョン実現のための組織の価値観・行動指針

- ・ 効率化された店舗網で、モノを流通させる力
- ・ データとIoTを駆使する力

# トライアルグループの概要

2026年4月1日付で、中期経営計画の推進に向けた新組織体制へ移行。流通小売事業は、「トライアルカンパニー」を中核会社とし、新設の「競争戦略本部」を通じて業態・商品・販売オペレーション戦略を強化。収益性向上と西友とのPMIを加速。また、「トライアルテクノロジー」をDX戦略の中核会社として新設し、データ・AI活用による収益化フェーズへの移行を推進。

3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

## 持株会社

TRIAL HLDGS

株式会社トライアルホールディングス

設立 2015年9月  
本社 福岡県福岡市東区  
資本金 198億1,283万7,100円  
従業員数(グループ) 社員 7,080名  
臨時雇用者 19,144名 (年間平均人員数)  
※2025年6月末時点

会長 永田 久男  
役員 代表取締役社長 永田 洋幸  
取締役 石橋 亮太  
取締役(社外) 立本 博文  
取締役(社外) 張 相秀  
常勤監査役 上里 剛志  
監査役(社外) 橋本 道成  
監査役(社外) 薄鍋 大輔

## 流通小売事業

流通小売事業の中核会社

TRIAL 株式会社トライアルカンパニー

代表者 代表取締役社長 永田 洋幸

競争戦略本部

トライアル店舗運営

TRIAL

株式会社トライアルストアーズ

西友店舗運営

SEIYU

株式会社西友

子会社

子会社

## リテールAI事業(DX戦略)

DX戦略の中核会社

TRIAL TECHNOLOGY

株式会社トライアルテクノロジー

代表者 代表取締役社長 石橋 亮太

Retail Ai

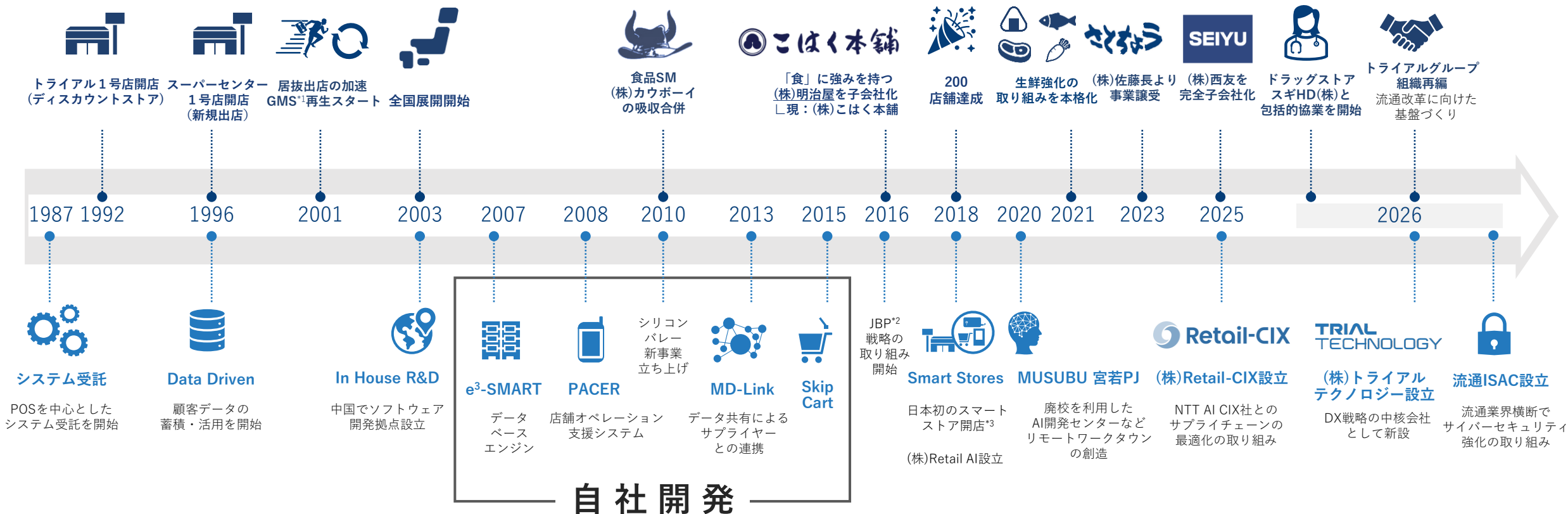
株式会社Retail AI

子会社

その他事業

※ 2026年5月14日時点

## TRIAL 流通小売 リアル店舗の進化と店舗網の拡大



**Retail Ai TRIAL リテールAI** 流通小売の現場にフィットしたIT・AIノウハウの蓄積

\*1 ゼネラル・マーチャндаイジング・ストア(総合スーパー)

\*2 ジョイント・ビジネス・プラン。売場起点で、サプライヤーと小売業が直面している課題を互いに理解した上で、協働して、継続的・体系的に課題解決に取り組む活動

\*3 当社調べ。「スマートストア」：タブレット決済機能付きのレジカートであるSkip Cartや棚状況の監視等のためのカメラ等が導入された店舗

# 多様な店舗フォーマットで、全国に店舗網を拡大

データ活用による商圈分析力を活かしながら、収益力の高いスーパーセンターを中心に开店。

西友子会社化に伴い、都市型フォーマットを獲得。2026年3月末時点で、全国に**615**店舗を展開。

## スーパーセンター

221店



### 郊外型

約**4,000**㎡

生活必需品 アイテム数  
(食品+衣・住) 約6~7万点

## スーパーマーケット



170店

### 都市型

約**2,000**㎡

アイテム数  
約6~7万点

## ハイパーマーケット



71店

(うち, LIVIN 5 店舗)

約**2,000**  
~**17,000**㎡

アイテム数  
約7~10万点

## トライアル西友



2店

### 都市型

約**3,500**㎡

生活必需品  
(食品+衣・住)

いつでも安い  
EDLP

生活必需品店としての高い集客力

「食」を中心とした  
ワンストップショッピング

リテールテックによる  
新たな顧客体験の提供

## メガセンター

30店

約**8,000**㎡



アイテム数  
約10万点

## smart

68店

約**1,400**㎡



アイテム数  
約3万点

## 小型店

53店

~約**1,000**㎡



アイテム数  
約7千~2万点

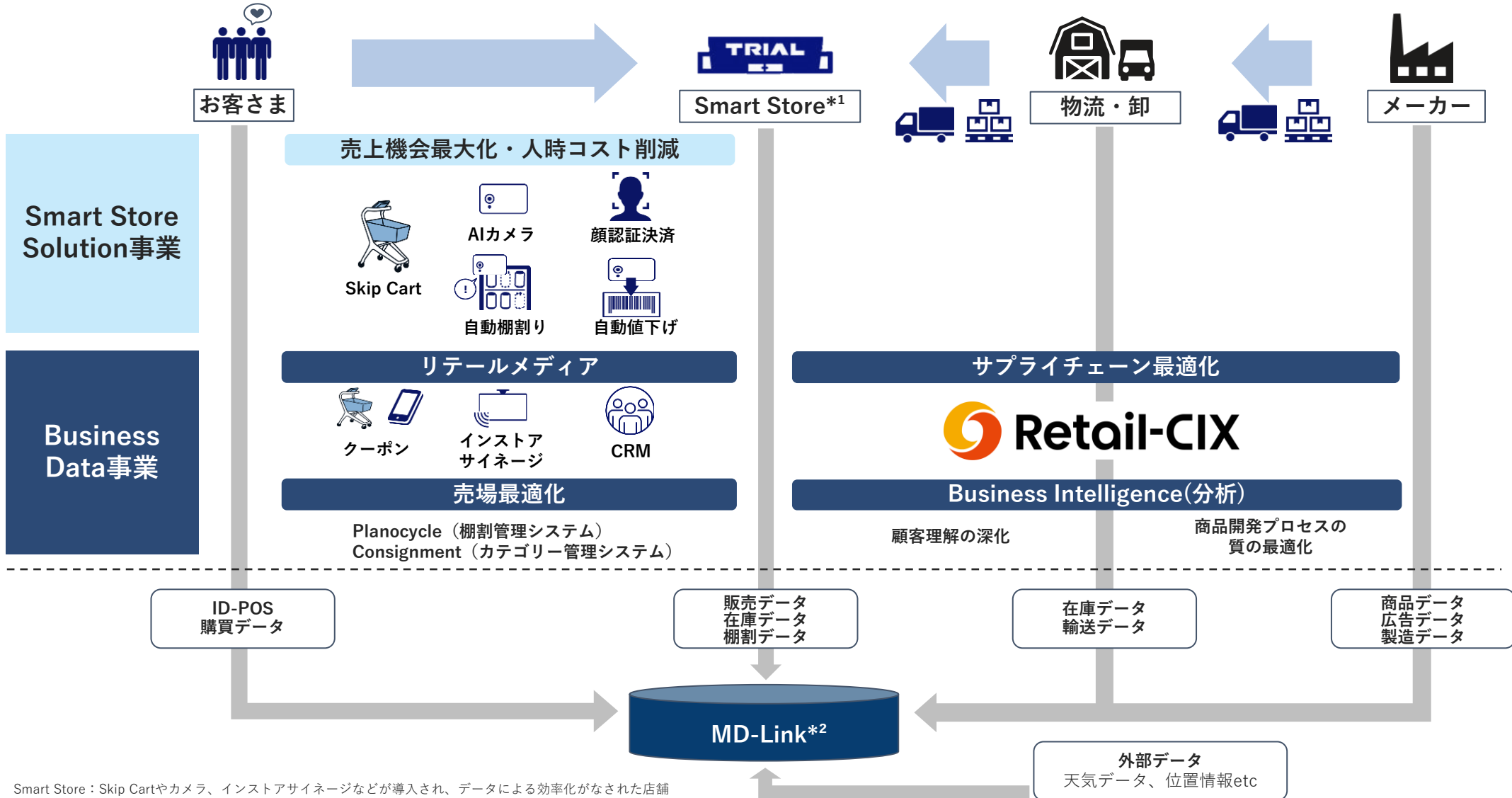
(うち, TRIAL GO 40店舗)

西友

- スーパーマーケット：食品・日用品を中心に、生活必需品を取り扱う店舗
- ハイパーマーケット：食品から、住居品・衣料品(自営もしくはテナント)まで幅広く揃えたワンストップショッピング型の店舗

# リテールAI事業内容

Skip CartなどのIoT技術を活用した「Smart Store Solution事業」と、顧客・商品・在庫などのデータを活用し、売場やサプライチェーンの最適化を図る「Business Data事業」を展開。2つの事業を通じて生み出された豊富なタッチポイントとデータプラットフォームを活用し、リテールメディアとしての価値創出も推進。



3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

\*1 Smart Store：Skip Cartやカメラ、インストアサイネージなどが導入され、データによる効率化がなされた店舗

\*2 MD-Link：店舗運営に伴い蓄積されるデータをメーカーや卸と共有・分析するためのデータ分析基盤

セルフスキャン&決済ゲートの通過でお会計完了。レジ人時の削減や、クーポン・レコメンドを活用した実店舗におけるワン・トゥ・ワンマーケティングなど、新しいお買い物体験を提供。



3Q決算概要

業績サマリー

セグメント別

ビジョン実現に向けて

既存店・改装

新規出店・閉店

商品カテゴリ別・PB

粗利上昇戦略

販管費の内訳

リテールテック

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

## ● IRに関するお問い合わせ

株式会社トライアルホールディングス IR部

TEL：03-6435-6308 / e-mail：ir@trial-holdings.inc

---

## ● 次回決算発表(予定)：2026年6月期 本決算

- ・ 2026年8月13日(木)：決算発表(決算短信の開示)
  - ・ 2026年8月14日(金)：決算説明会(アナリスト・機関投資家向け)
- 

### 本資料の注記

- ・ 本資料は、監査法人による監査を受けておりません。
- ・ 金額は、表示単位未満を切り捨てて表示、%(パーセント)で表示する項目は、表示単位未満を四捨五入して表示しております。
- ・ 売上構成比、前期差、前期比及びその他%(パーセント)で表示する項目は、表示単位未満を切り捨てた金額で計算しております。

### 見通しに関する注意事項

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用下さい。業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身の判断と責任において利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。