

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 1 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

2025年 11月 13日

目 次

1 2026年6月期 第1四半期決算概要

2 Appendix

(当期の重点戦略 / 資本政策・株主還元 / IR活動の紹介 / トライアルグループ紹介)

IR表彰

公益社団法人日本証券アナリスト協会が実施する
2025年度「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」の
新興市場銘柄部門において、上場2年目で優良企業に選定されました

▶ 詳細は39ページ参照

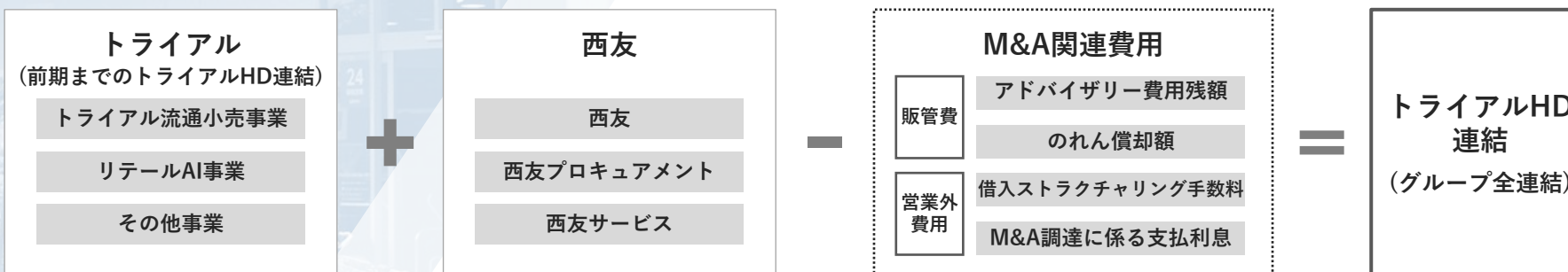
ディスクロージャー
新興市場銘柄
2025年度 優良企業



SAAJ 公益社団法人
日本証券アナリスト協会
The Securities Analysts Association of Japan

2026年6月期 第1四半期決算概要

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



① 7月1日付で西友を完全子会社化したため、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1店閉店）
- 当1QからBSにのれん（暫定/残高**約3,027億円**）、販管費にのれん償却額を計上（**約38億円**）
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（**約9億円**）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
 - ・ 販 管 費：アドバイザー費用残額（**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、売上高前期比9.9%増、営業利益は同93.5%増の大幅増益

- 新規出店 **7店舗**（スーパーセンター6店舗 / smart1店舗）、閉店1店舗（smart）
- 売上総利益率が前期比で大幅に改善（GPM**22.2%**（前1Q 20.0%））、既存店売上高・客数も計画比で堅調（1Q既存店売上高▲**0.2%**）
 - ・ データ活用によるプライシング施策の精緻化
 - ・ 価格訴求（エキサイティングプライス）と、価値訴求（棚割/POP/サイネージ）の取り組みの徹底と継続
 - ・ 惣菜・PB商品の強化（売上高構成比：惣菜**6.9%**（前1Q 6.2%）・PB **19.9%**（前期18.4%））
- コストコントロールも進み、営業利益は前期比**約1.9倍（93.5%増）**の大幅増益、営業利益率は**4.4%**（前1Q 2.5%）

③ 西友は、スピード感をもってPMIを推進。既存店売上高は改善傾向。上期計画に対し順調。

- 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**）
 - ・ 競争法上のガンジャンピング規制により、M&Aの手続き完了日（7月1日）までは当事会社同士が重要情報の交換ができない状況でした。
- 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。
お客さま起点の売場づくりの徹底を進め、**既存店売上高は改善傾向。上期計画に対して順調**に進捗。
トライアル、西友ともに、上期は感謝祭（10月）、周年祭・ブラックフライデー（11月）からの年末商戦が大一番。

買い物を楽しく、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）

■ 短期施策の実行

- 価格訴求の実施：8月からお買い得キャンペーン「STAND TOGETHER 生活応援 厳選 100」を西友全店で実施
- 売場・商品強化：定番品の欠品解消 / 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
8月から西友2店舗でトライアル惣菜・PB商品の試験導入(10月からPBの相互展開を本格的に導入)
⇒「売れる売場」のモデルづくり
- 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発信・隔週で西友全社集会実施 / 8月までに西友全従業員と面談実施

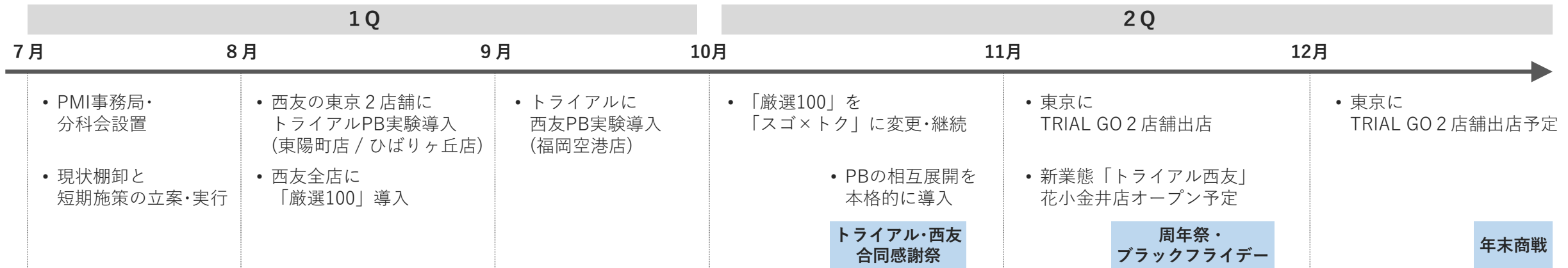
■ 2Q以降に向けた準備・実験

- 売場・販促強化：トライアル・西友合同感謝祭(10月)・周年祭・ブラックフライデー(11月下旬予定)・年末商戦に向けた準備
- TRIAL GO：西友を母店とするサテライト型小型店「TRIAL GO」東京初出店。11月に2店舗同時出店、12月に2店舗出店予定。
- 新フォーマット：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」。西友の既存店を改装して出店(11月下旬予定)
- 仕入原価の削減：取引条件の見直しに向けた検討・準備
- 棚割りの最適化：取引条件の見直しと合わせた品揃えの拡充・棚割り最適化の検討
- 中長期計画策定：中長期のシナジー創出施策の検討

「厳選100」で価格訴求



10月から「スゴ×トク」に変更・継続



2026年6月期1Q業績ハイライト

TRIAL HLDGS

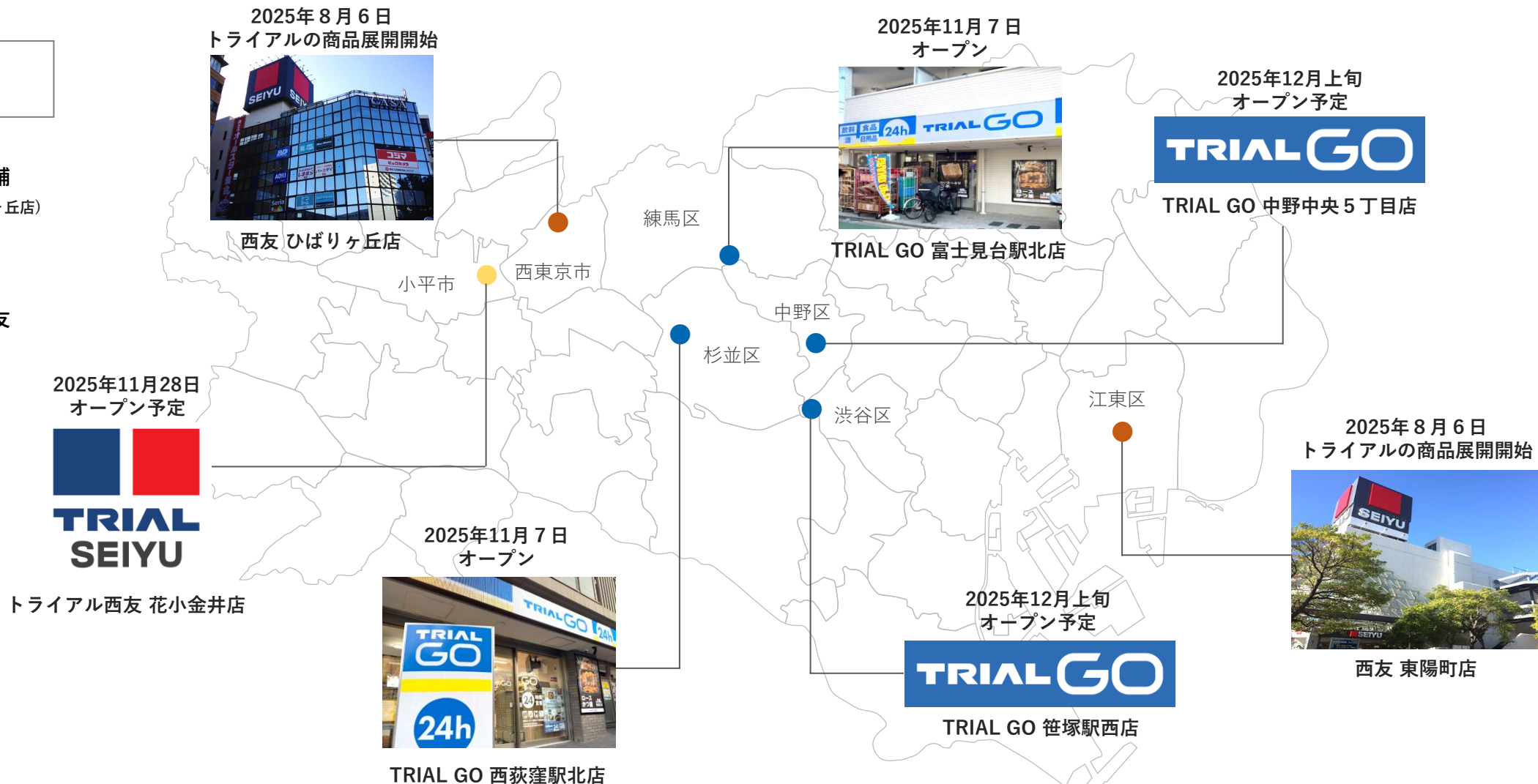
2026年6月期
第1四半期

5

トライアルの惣菜やPB商品を導入した西友のモデルづくりの実験店舗「東陽町店」「ひばりヶ丘店」、西友の既存店を拠点に高頻度配送するサテライト型小型店「TRIAL GO」、そして両社の強みを融合した新フォーマット「トライアル西友」。それぞれの立地状況を示しています。

東京都

- 西友モデル店舗
(東陽町店/ひばりヶ丘店)
- TRIAL GO
- トライアル西友



2026年6月期1Qサマリー

TRIAL HLDGS

2026年6月期
第1四半期

6

積極的な出店によりトライアルの店舗数は前期末から6店舗増加。さらに西友の245店舗(うち1店閉店)が新たに加わったことで、売上高は前1Q比66.8%増と大幅増収。トライアルのプライシング施策や惣菜・PBの強化が粗利率改善に貢献したほか、西友の寄与もあり、売上総利益は同95.6%増、売上総利益率は同3.4pt増と大幅に改善。のれんの償却やM&A関連の一過性費用の影響の中、コストコントロールも寄与し、営業利益は同4.2%増とプラスで着地。

売上高

3,266 億円

+ 66.8 %

(前1Q比)

売上総利益

765 億円

+ 95.6 %

(前1Q比)

営業利益

51 億円

+ 4.2 %

(前1Q比)

店舗数

602 店

+ 250 店
(うち、西友244店)
(前期末との差)

既存店売上高成長率 (トライアル)

▲0.2 %

(前1Q比)

売上総利益率

23.4 %

+ 3.4 pt

(前1Qとの差)

営業利益率

1.6 %

▲0.9 pt

(前1Qとの差)

Skip Cart 導入店舗数

266 店

(うち外販6社・9店)

+ 8 店

(前期末との差)

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

連結業績概況（1Q）

（トライアルHD連結）

売上高・売上総利益は当1Q計画比で順調。コストコントロールが進み、営業利益は同計画を上振れ。経常利益はM&A借入時の手数料約12億円(一過性費用)の影響もあり前期比38.3%減も、営業利益の上振れにより計画比で好調。連結上のアドバイザー費用(一過性費用)及びのれん償却による税前利益に対する税負担率増が最終利益に影響するも、全体として上期業績予想に対して着実に進捗。

2025年7月1日～ 2025年9月30日(3ヵ月) (百万円)	前1Q		当1Q					上期業績予想	
	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	195,834	100.0%	326,617	100.0%	+130,783	166.8%	49.2%	664,200	100.0%
売上総利益	39,134	20.0%	76,550	23.4%	+37,416	195.6%	48.3%	158,500	23.9%
その他の営業収入 ^{*2}	650	0.3%	4,073	1.2%	+3,423	626.6%	47.9%	8,500	1.3%
営業総利益	39,784	20.3%	80,624	24.7%	+40,840	202.7%	48.3%	167,000	25.1%
販売費及び一般管理費	34,853	17.8%	75,484	23.1%	+40,631	216.6%	48.2%	156,600	23.6%
営業利益	4,931	2.5%	5,140	1.6%	+209	104.2%	49.4%	10,400	1.6%
経常利益	5,266	2.7%	3,247	1.0%	▲ 2,019	61.7%	41.6%	7,800	1.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,160	1.6%	▲ 979	-	▲ 4,139	-	-	800	0.1%
EBITDA ^{*3}	7,900	4.0%	14,697	4.5%	+6,797	186.0%	48.5%	30,300	4.6%

*1 進捗率は、上期業績予想に対する第1四半期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」

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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（1Q）

流通小売事業は、トライアル6店舗の増加(新店7/閉店1)に加え、西友245店舗(うち1店閉店)が加わったことで、売上高は前期比67.1%増、セグメント利益も西友の寄与があり、同53.0%増と大幅増収増益。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、セグメント利益は黒字で着地。

2025年7月1日～ 2025年9月30日(3ヵ月) (百万円)		前1Q		当1Q			
		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	194,949	100.0%	325,738	100.0%	+130,789	167.1%
	外部顧客	194,935	100.0%	325,728	100.0%	+130,793	167.1%
	セグメント間	13	0.0%	10	0.0%	▲ 3	76.9%
	セグメント利益	5,359	2.7%	8,150	2.5%	+2,791	152.1%
リテールAI事業	売上高	1,025	100.0%	1,307	100.0%	+282	127.5%
	外部顧客	197	19.2%	144	11.0%	▲ 53	73.1%
	セグメント間	828	80.8%	1,163	89.0%	+335	140.5%
	セグメント利益	▲ 0	-	89	6.8%	+89	-

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

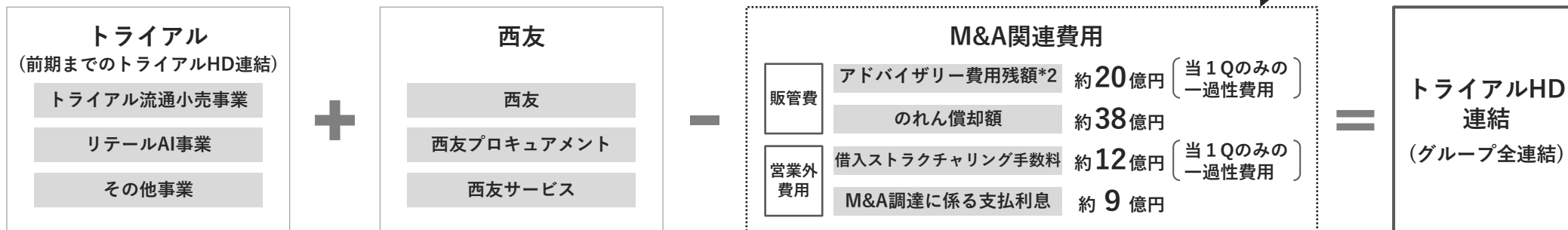
トライアルグループ紹介

トライアル・西友 業績概況（1Q）

「トライアルHD連結」の業績を、「トライアル」「西友」「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(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～
2025年9月30日(3ヵ月)
(百万円)

	トライアル					西友		調整額 (グループ間取引) 当1Q	M&A関連費用		トライアルHD連結	
	前1Q	売上 構成比	当1Q	売上 構成比	前期差	前期比	当1Q	売上 構成比	当1Q		当1Q	売上 構成比
売上高	195,834	100.0%	215,220	100.0%	+19,386	109.9%	111,649	100.0%	▲ 252	-	326,617	100.0%
売上総利益	39,134	20.0%	47,859	22.2%	+8,725	122.3%	28,741	25.7%	▲ 50	-	76,550	23.4%
その他の営業収入 ^{*1}	650	0.3%	752	0.3%	+102	115.7%	3,320	3.0%	-	-	4,073	1.2%
営業総利益	39,784	20.3%	48,612	22.6%	+8,828	122.2%	32,062	28.7%	▲ 50	-	80,624	24.7%
販売費及び一般管理費	34,853	17.8%	39,071	18.2%	+4,218	112.1%	30,279	27.1%	▲ 50	M&A関連の 販管費と 営業外費用	75,484	23.1%
営業利益	4,931	2.5%	9,541	4.4%	+4,610	193.5%	1,783	1.6%	0		5,140	1.6%
経常利益	5,266	2.7%	9,643	4.5%	+4,377	183.1%	1,788	1.6%	72		3,247	1.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,160	1.6%	5,081	2.4%	+1,921	160.8%	1,216	1.1%	72		▲ 979	-



*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 約26億円のアドバイザー費用等のうち、約6.6億円は前期に計上

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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（1Q）

トライアルは、既存店売上高0.2%減(前期比)の一方、6店舗の増加(新店7店/閉店1店)で、売上高は前期比9.9%増。前4Qから本格導入を推進し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22.3%増、粗利率は同2.2ptの大幅改善。コストコントロールも進み営業利益は同93.5%増の大幅増益。通期業績予想に対し好調に推移。

2025年7月1日～ 2025年9月30日(3ヵ月) (百万円)	前1Q		当1Q					通期業績予想	
	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	195,834	100.0%	215,220	100.0%	+19,386	109.9%	24.7%	869,800	100.0%
売上総利益	39,134	20.0%	47,859	22.2%	+8,725	122.3%	24.3%	196,800	22.6%
その他の営業収入 ^{*2}	650	0.3%	752	0.3%	+102	115.7%	22.8%	3,300	0.4%
営業総利益	39,784	20.3%	48,612	22.6%	+8,828	122.2%	24.3%	200,100	23.0%
販売費及び一般管理費	34,853	17.8%	39,071	18.2%	+4,218	112.1%	23.2%	168,600	19.4%
営業利益	4,931	2.5%	9,541	4.4%	+4,610	193.5%	30.3%	31,500	3.6%
経常利益	5,266	2.7%	9,643	4.5%	+4,377	183.1%	29.9%	32,200	3.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,160	1.6%	5,081	2.4%	+1,921	160.8%	27.2%	18,700	2.1%

*1 進捗率は、通期業績予想に対する第1四半期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

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

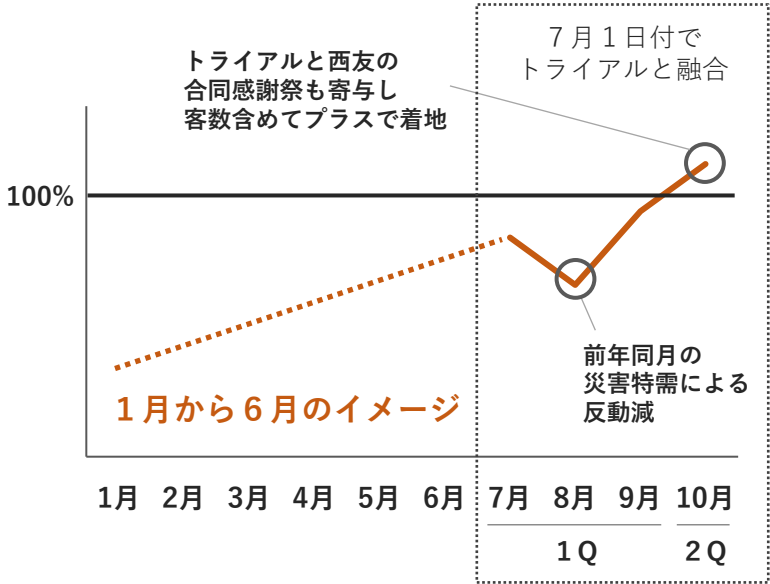
トライアルグループ紹介

西友は、お客さま支持の向上に向け、8月から全店でお買い得キャンペーン「厳選100」を展開。売場の整備や定番品の欠品解消を進めるとともに、生鮮を中心とした店舗人員の強化によって、お客さま起点の売場づくりを推進。
前年同月の災害特需による反動減があった8月を底に、既存店売上高は改善傾向。通期業績予想に対しても順調に進捗。

2025年7月1日～ 2025年9月30日(3ヵ月) (百万円)	当1Q			通期業績予想	
	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%	24.7%	452,700	100.0%
売上総利益	28,741	25.7%	23.0%	125,200	27.7%
その他の営業収入*2	3,320	3.0%	24.1%	13,800	3.0%
営業総利益	32,062	28.7%	23.1%	139,000	30.7%
販売費及び一般管理費	30,279	27.1%	23.7%	127,600	28.2%
営業利益	1,783	1.6%	15.6%	11,400	2.5%
経常利益	1,788	1.6%	15.7%	11,400	2.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,216	1.1%	17.9%	6,800	1.5%

*1 進捗率は、通期業績予想に対する第1四半期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(イメージ)



モデル店舗づくり

8月に東京の西友2店舗に
トライアルの惣菜・PBを試験導入

▶ 詳細は次ページ参照

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

西友のモデルづくりの実験店舗 「東陽町店」「ひばりヶ丘店」

お客さま支持の向上に向けたモデル店舗として、8月6日より、西友の東陽町店、ひばりヶ丘店の2店舗に、トライアルの惣菜・PB商品を試験導入。「ロースかつ重」「たっぷり玉子サンド」などトライアルの名物商品がお客さま支持の拡大につながり、既存店の売上高、客数の改善に大きく貢献。

SEIYU

東陽町店

(東京都江東区)

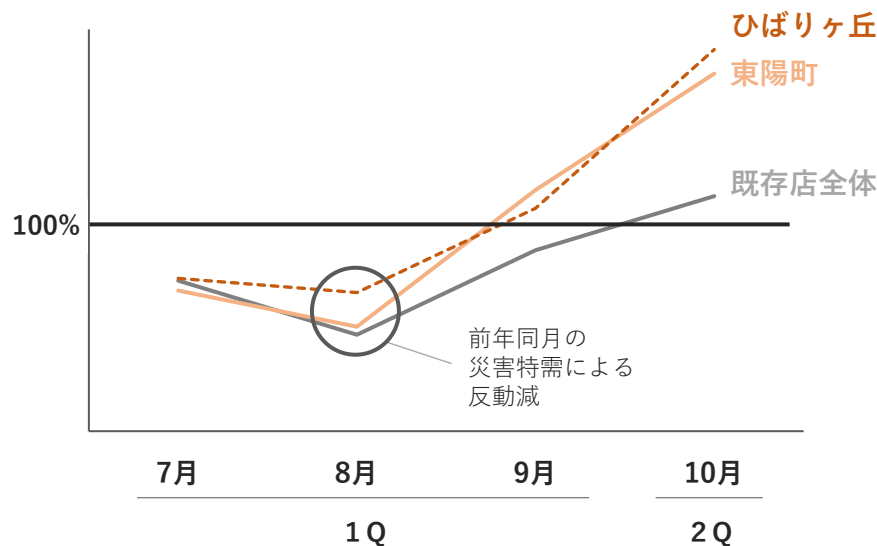


ひばりヶ丘店

(東京都西東京市)



西友モデル店舗の既存店売上高成長率



トライアルの名物商品導入

ロースかつ重 税込299円～



たっぷり玉子サンド
税込199円～



自家製おはぎ(3個入り)
税込300円～

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
- ・ 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

両店舗とも9月は既存店売上高・客数はプラス、10月は既存店全体の数値を大きく上回る伸長。他店舗への水平展開を目指す。

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

ビジョン実現に向けて目指す姿

「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

リテールAIの
自立化

全国的に
店舗網の拡大加速

小売に留まらない
リアルコマース

流通プラット
フォーマー

IoTの実装
食の強化

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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。

価格表示の外税併記や、価格適正化などのプライシング施策(粗利上昇戦略)を2025年4月から本格導入。
5月から6月にかけて導入店舗を拡大。既存店の客数が影響を受けるも、一品単価の向上が客単価を押し上げ、既存店売上高成長を下支え。8月は前年の災害特需の反動影響あり。価格のチューニングやPOPの強化等を進め、価格訴求品でお買い得感を高めつつ、価値訴求品の信頼を高めることで、既存店成長と収益力向上の両立を目指す。

既存店売上高成長率

計画	通期	100.6%
実績	1Q	99.8%

1Q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

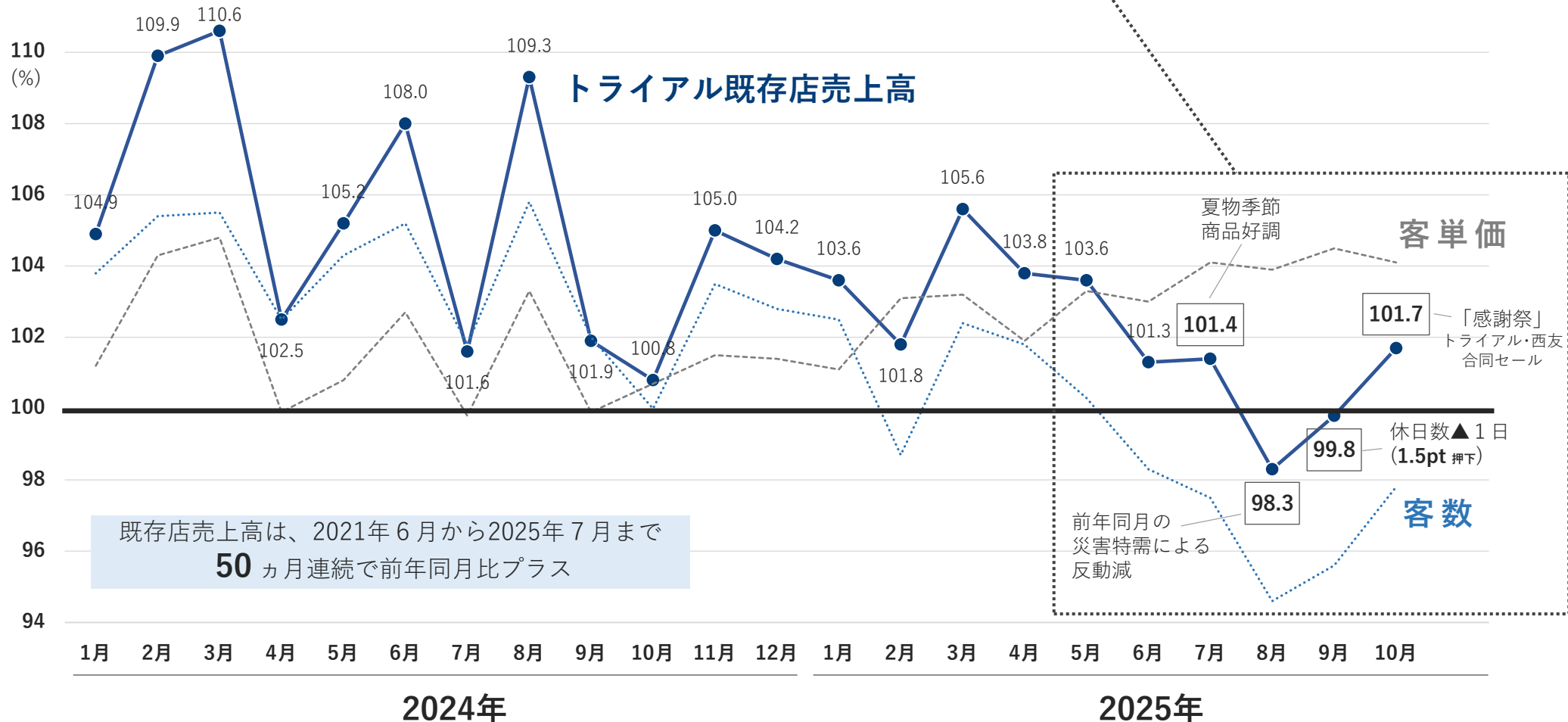
当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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



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1Qは、スーパーセンター4店舗を改装。

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

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

新規出店・閉店の状況

当1Qは、スーパーセンター6店、smart1店の合計7店舗を新規出店する一方、smart1店舗を閉店。
西友245店舗(うち1店舗閉店)が加わり、当1Q末の店舗数は602店舗。通期出店計画に対して順調に進捗。

新規出店数		2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期			
計画	通期 : 25店+α	通期	通期	通期	1Q(2025年7-9月)			
実績	1Q : 7店	店舗数	店舗数	店舗数	出店数	閉店数	業態転換	店舗数
トライアル	メガセンター	24	24	28	0	0	0	28
	スーパーセンター	181	187	207	6	0	0	213
	smart	68	64	70	1	1	0	70
	小型店	12	43	47	0	0	0	47
	合計	285	318	352	7	1	0	358
西友	ハイパーマーケット	-	-	-	75	1	0	74
	スーパーマーケット	-	-	-	170	0	0	170
	合計	-	-	-	245	1	0	244
合計		285	318	352	252	2	0	602

小型店のうち
..... TRIAL GOは
34店舗

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

1Q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

当期の重点戦略

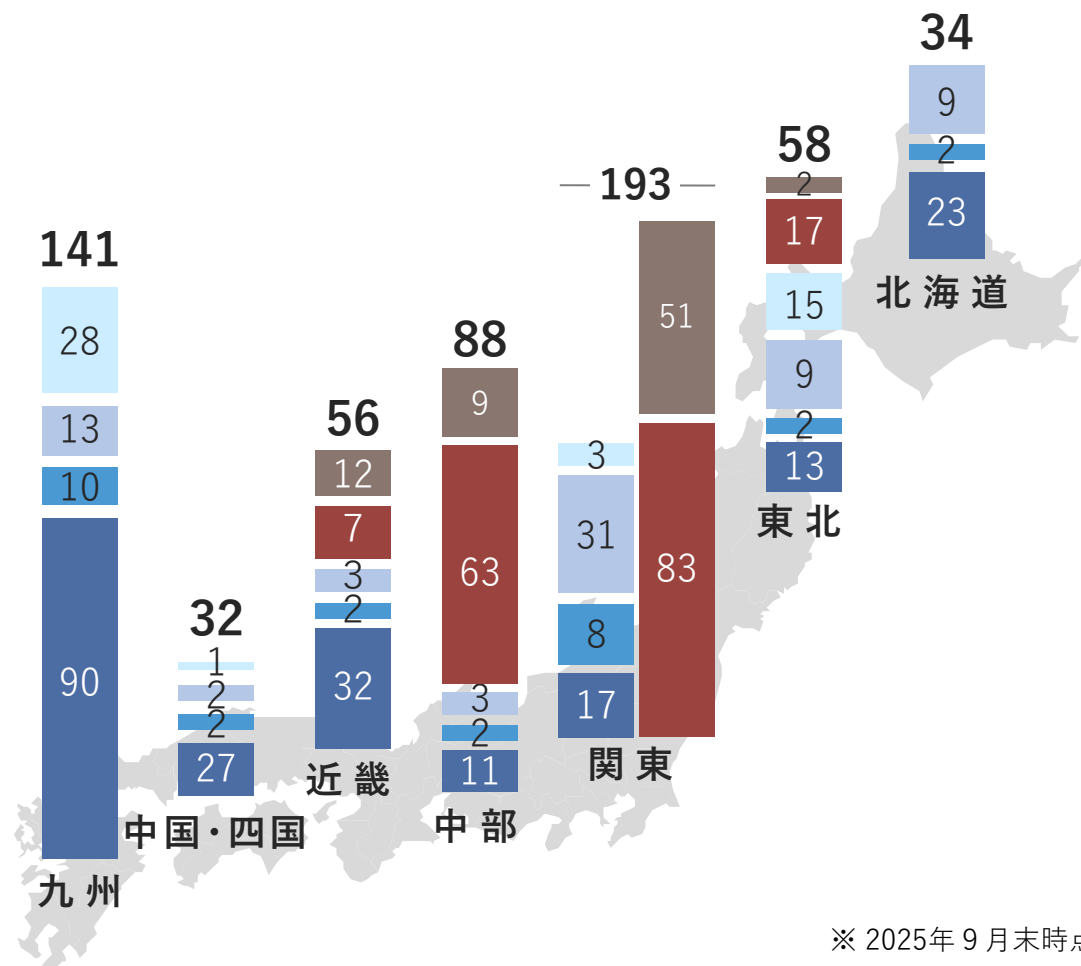
資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

地域別の出店状況

合計	トライアル合計：358店				西友合計：244店	
	メガセンター	スーパーセンター	smart	小型店	ハイパーマーケット	スーパーマーケット
602店	28店	213店	70店	47店	74店	170店



※ 2025年9月末時点

当1Q

出店	7月	スーパーセンター かのやうえのまち 鹿屋上野町店(鹿児島県)
	8月	スーパーセンター わたり 亘理店(宮城県)
	9月	スーパーセンター みき 三木店(香川県)
閉店	7月	スーパーセンター こうげ 上毛店(福岡県)
	8月	スーパーセンター かけがわ 掛川店(静岡県)
	9月	smart ひがしながさき 東長崎店(長崎県)
出店	9月	スーパーセンター おかやまとよはま 岡山豊浜店(岡山県)
	9月	smart おやまいぬづか 小山犬塚店(栃木県)
	9月	ハイパーマーケット ひがしまつやま 東松山店(埼玉県)

当2Q

(2025年11月13日時点)

出店	10月	スーパーセンター かぬま 鹿沼店(栃木県)
	11月	小型店 (TRIAL GO) にしおぎくぼえききた 西荻窪駅北店(東京都)
	11月	小型店 (TRIAL GO) ふじみだいえききた 富士見台駅北店(東京都)
出店	11月	スーパーセンター みなみそうま 南相馬店(福島県)

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

「TRIAL GO」東京に初出店、2店舗同時オープン



2025年11月7日、東京都に初出店。西友の既存店を拠点に高頻度配送を行うサテライト型の小型店。

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

ふじみだいえききた

TRIAL GO富士見台駅北店(東京都練馬区)

- 富士見台駅から徒歩2分
- 新築マンション1階に出店
- 店舗面積約180㎡



にしおぎくぼえききた

TRIAL GO西荻窪駅北店(東京都杉並区)

- 西荻窪駅から徒歩3分
- コンビニ跡地に居抜出店
- 店舗面積約160㎡



① オペレーションドリブン

- 顔認証決済や完全セルフレジ、自動発注による人時削減
- リテールメディア活用による効果的な販促



サイネージ



Retail EYE
(売場監視システム)



需要予測/
自動発注



顔認証セルフレジ
(酒類販売時の年齢確認)

② 西友店舗・製造拠点との融合

- 西友店舗・製造拠点からの高頻度配送による新鮮な生鮮、惣菜の提供
- 西友とトライアルのアセットを融合し、首都圏での出店スピードを加速



できたて×おいしい×お手頃価格



1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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」オープン予定

TRIAL HLDGS

2026年6月期
第1四半期

19



2025年11月28日オープン予定

トライアル西友 花小金井店

九州発のトライアルが、西友とタッグを組み、あらたに「トライアル西友」の新フォーマットを開発。
首都圏での「ワクワクするお買い物体験」の創造に挑戦。

■ トライアルと西友の 良いとこどり

職人監修のトライアルPBシリーズから多くのお客さまに
支持頂いている西友のPBシリーズまで幅広く品揃え



■ Skip Cart でスマートにお会計

Skip Cartの導入で便利で
新しいお買い物体験を提供



■ 九州愛 あふれる商品をおとどけ

九州発の小売業として「九州愛」をテーマとした商品を提供



■ 朝でも夜でも、いつでも揃う便利な 24時間営業

日用品、生活必需品も、
24時間いつでも購入可能



■ その他の施策についてはオープン時に公開！

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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（1Q）

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18.3%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～ 2025年9月30日(3ヵ月) (百万円)	前1Q		当1Q							
			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
売上高(流通小売事業)	194,935	100.0%	214,207	100.0%	+19,272	109.9%	111,520	100.0%	325,728	100.0%
食品	145,000	74.4%	161,081	75.2%	+16,081	111.1%	97,066	87.0%	258,147	79.3%
グロサリー	55,882	28.7%	58,954	27.5%	+3,072	105.5%	32,291	29.0%	91,245	28.0%
デイリー	36,121	18.5%	39,419	18.4%	+3,298	109.1%	26,846	24.1%	66,265	20.3%
フレッシュ	52,996	27.2%	62,707	29.3%	+9,711	118.3%	37,927	34.0%	100,635	30.9%
うち、惣菜	12,049	6.2%	14,778	6.9%	+2,729	122.6%	11,647	10.4%	26,426	8.1%
非食品	49,935	25.6%	53,126	24.8%	+3,191	106.4%	14,454	13.0%	67,580	20.7%
生活	23,272	11.9%	24,271	11.3%	+999	104.3%	8,012	7.2%	32,283	9.9%
ハード	17,792	9.1%	18,341	8.6%	+549	103.1%	2,502	2.2%	20,843	6.4%
アパレル	5,126	2.6%	5,333	2.5%	+207	104.0%	1,609	1.4%	6,942	2.1%
その他	3,742	1.9%	5,181	2.4%	+1,439	138.5%	2,330	2.1%	7,511	2.3%

※ 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1Qも遡及修正を行っています(3,983百万円影響)
※ 「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

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

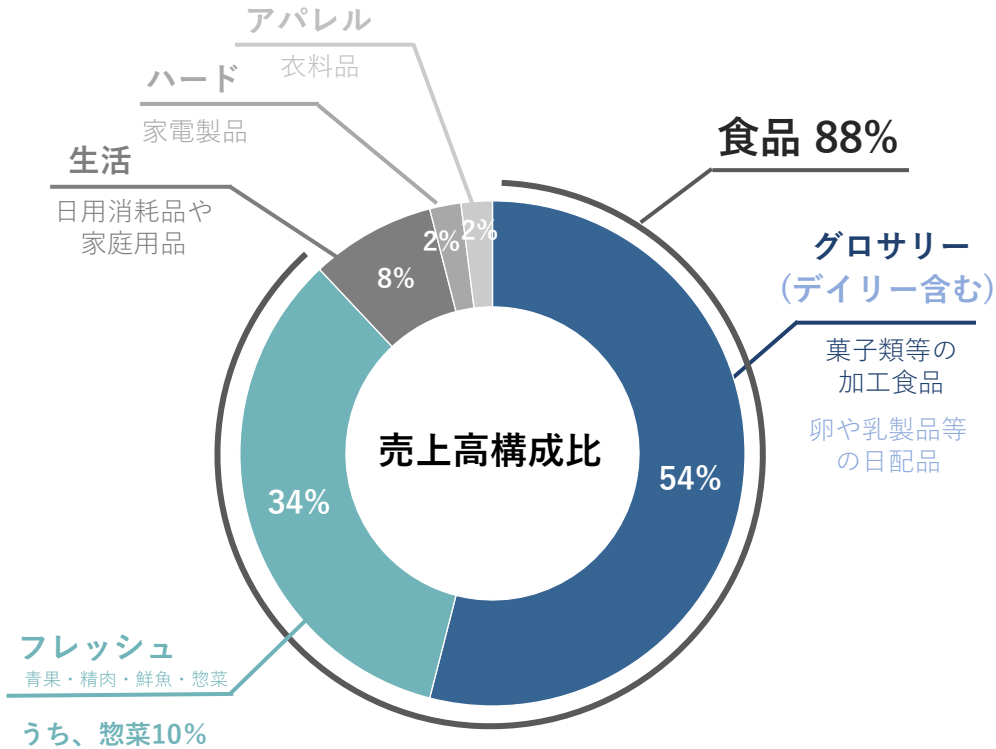
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

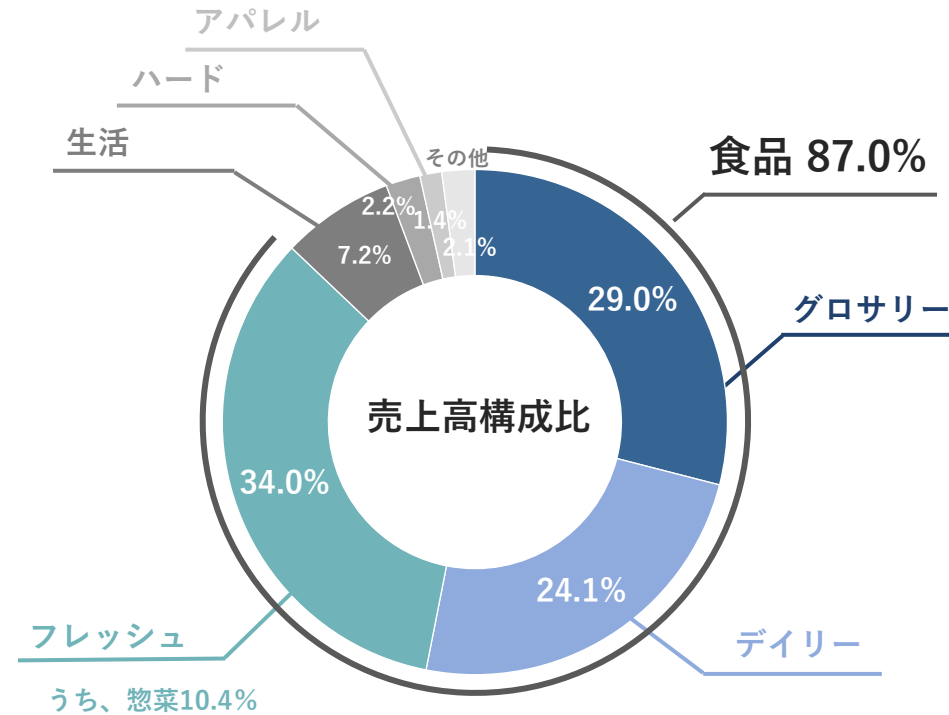
西友 商品カテゴリ別売上高（1Q）

西友は、客数の回復に向けて、8月6日より「STAND TOGETHER 生活応援 厳選100」と題し、加工食品・日用品など100品目以上で価格の見直しを実施。10月から「スゴ×トク」として継続。フレッシュを軸とした品揃え強化を推進。当1Qの商品カテゴリ別売上高構成比は、2023年12月期の参考データと比較して、大きな変化なし。

2023年12月期（参考*1）



2026年6月期 1Q



*1 2025年3月5日に開示した「株式会社西友の株式の取得（完全子会社化）に関する説明資料」に掲載したグラフに基づいています。開示時点で入手可能な最新のデータである2023年12月期の数値を使用しており、北海道及び九州事業を除いた、本州事業のみを対象としています。

1Q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

当期の重点戦略

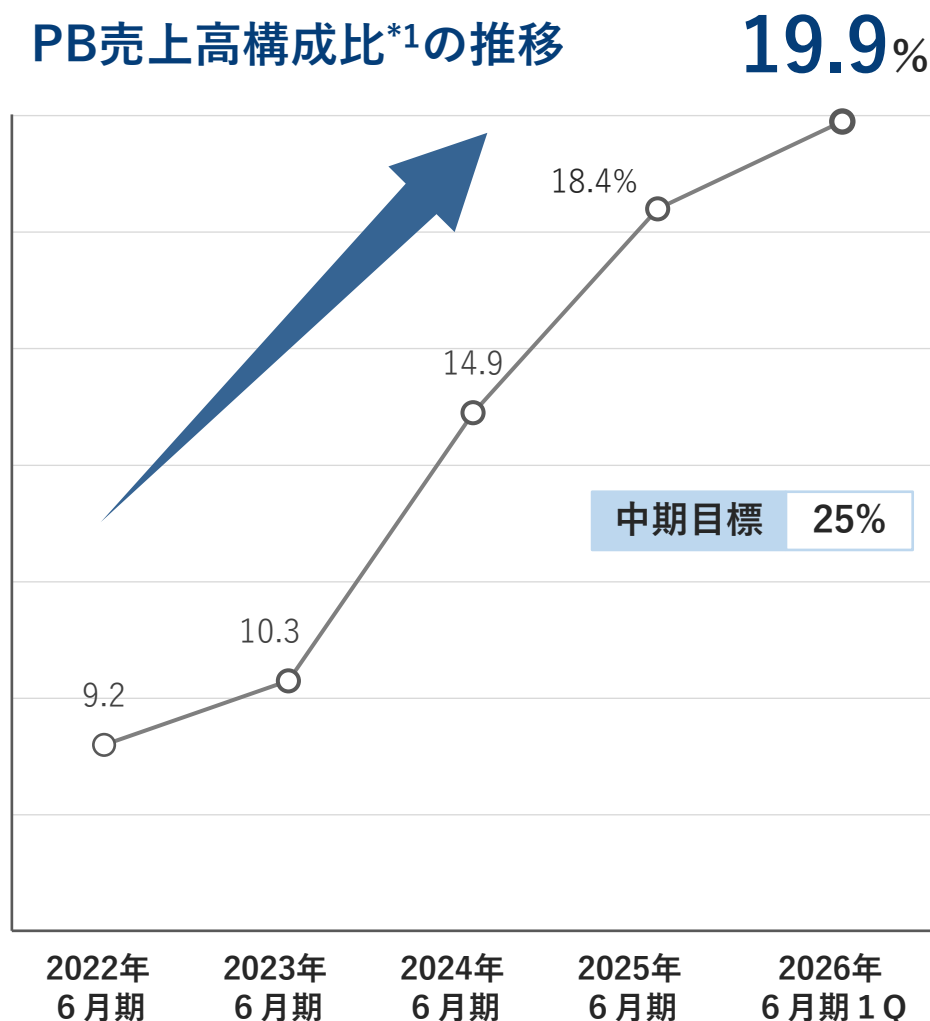
資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

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。
PB売上高構成比は当1Qで19.9%に拡大。中期目標の25%に向けて順調に進捗。

PB売上高構成比^{*1}の推移



ONFEEL

トライアルの人気ブランド「ONFEEL」シリーズ

「吸湿・発熱あったかインナー」



税込699円～

商品のこだわりポイント

- ・ 9つの機能で、お値段以上の実力派インナー *2
- ・ 豊富なバリエーションで選べる商品ラインナップ
- ・ 従来よりも肌触りとフィット感がさらにアップ
- ・ 調達・生産・輸送まで、徹底したコストの見直し

寝具アイテムもオススメです 「なめらか毛布」 「なめらかアイマスク」



税込2,197円～

税込877円～

PB商品カタログ

いつもの鍋を本格的に！
最後まで楽しめる 職人監修 鍋つゆ



1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

*1 PB売上高構成比は、流通小売事業の売上高に対する割合を表しております

*2 9つの主な機能：発熱、保温、吸放湿、保湿、抗菌、消臭、静電防止、ソフトタッチ、ストレッチ

※ 価格は店舗によって異なる場合があります。また、一部取扱いのない店舗・時間帯があります。

2012年の誕生以降、「消費者が認めた」もののみを商品化する西友の主力PB「みなさまのお墨付き」。
9月からトライアル福岡空港店で「みなさまのお墨付き」の展開を開始、10月からトライアルの導入店舗拡大。
九州から姿を消した同ブランドの需要取り囲みを図る。

PB売上高構成比
2026年6月期1Q
15.3%

西友の主力PB「みなさまのお墨付き」

おいしい、使いやすいの声、続々。
シンボルマークの二重丸は、みなさまからのお墨付きの印。

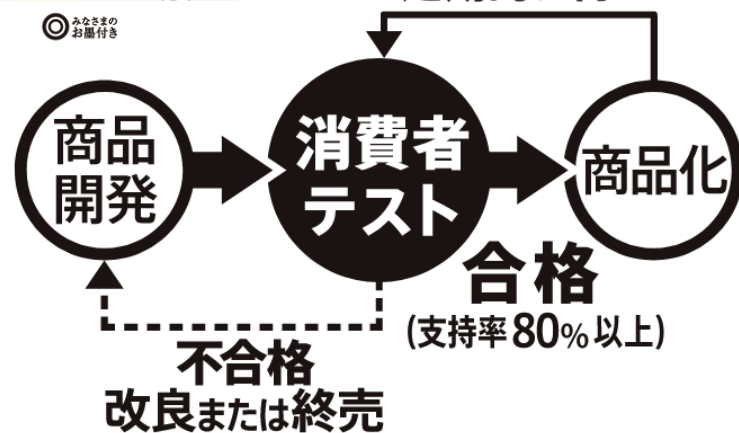
開発手法



みなさまの80%以上が
「いいね」

第三者機関による消費者テストで
80%以上の支持率を獲得した
「良いのに、安い」商品だけを提供

定期的に再テスト



本格レトルトカレーシリーズ



On the ごはんシリーズ



厳選素材のおやつシリーズ



PB商品カタログ



トライアル初の
西友PB導入店

TRIAL

メガセンタートライアル 福岡空港店

(福岡県 糟屋郡)



1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

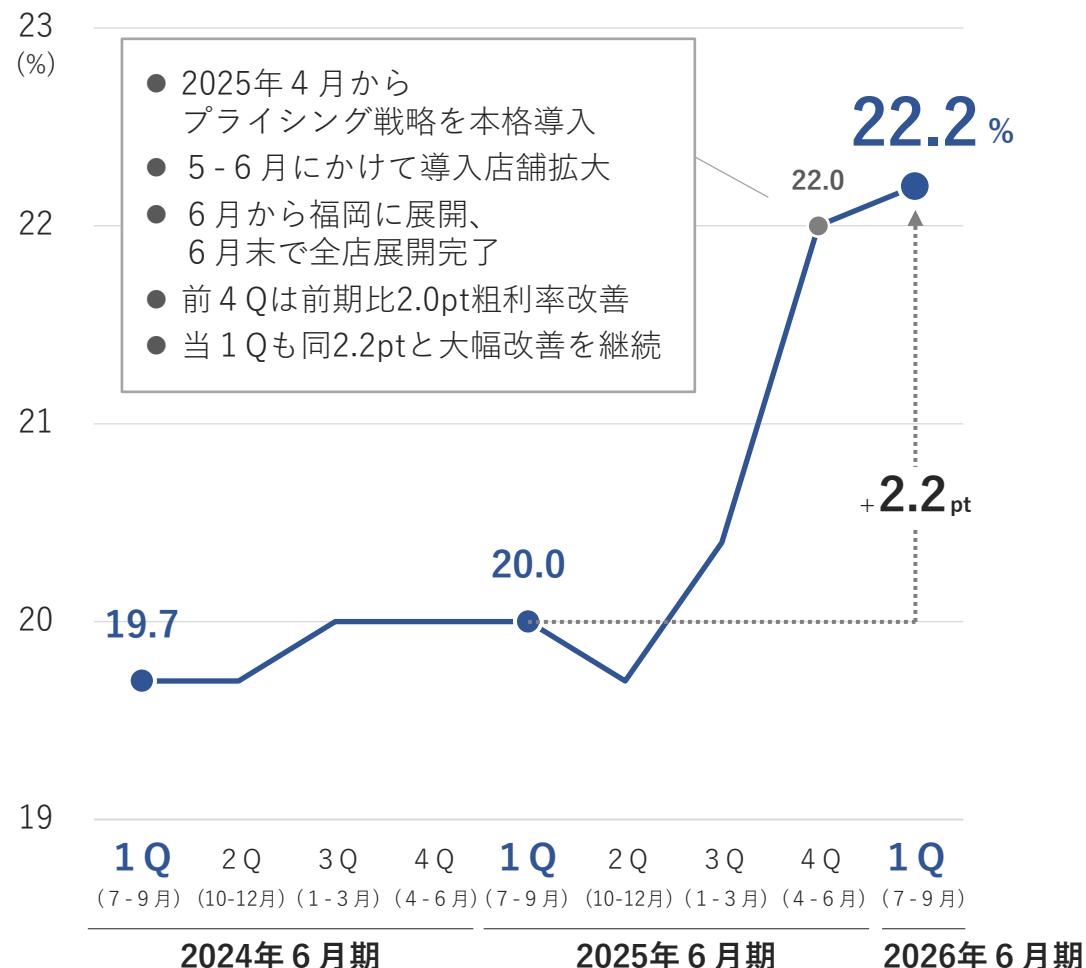
IR活動の紹介

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1Q比+2.2pt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。「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る施策を実行しながら、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の推移(四半期別)



粗利上昇戦略の進化

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

① 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

② 競争力を保つ適正価格へ

- ・段階的に価格を適正化
- ・最寄品は値下げ

③ 商品の価値を伝える棚づくり

- ・POPで脇役商品を主役に
- ・一等地にイチオシ商品配置

④ 粗利リード商材の深耕拡大

- ・惣菜とPBの強化

- 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
プライシングの精緻化

- 価格訴求の徹底と継続
(エキサイティングプライス)

- 価値訴求の徹底と継続
(棚割/POP/サインネジなど)

- 惣菜とPB開発の強化継続
- 夕方の惣菜・寿司の強化
- 西友PBの拡販



価格訴求品で
集客力向上



価値訴求品で
収益力向上

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

販管費の内訳（1Q）

（トライアルHD連結）

西友の完全子会社化に伴い前期比は大幅に増加。また当1Qから、のれん償却額(約38億円)を計上。
さらに当1Qでは「その他」に一過性費用としてM&Aに係るアドバイザー費用の残額(約20億円)を計上。

2025年7月1日～
2025年9月30日(3ヵ月)

	前1Q		当1Q			
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	195,834	100.0%	326,617	100.0%	+130,783	166.8%
販売費及び一般管理費	34,853	17.8%	75,484	23.1%	+40,631	216.6%
人件費 ^{*1}	20,161	10.3%	34,950	10.7%	+14,789	173.4%
不動産費 ^{*2}	5,458	2.8%	14,776	4.5%	+9,318	270.7%
広告・販促費 ^{*3}	1,165	0.6%	1,519	0.5%	+354	130.4%
水道光熱費	3,272	1.7%	6,210	1.9%	+2,938	189.8%
のれん償却額	-	-	3,831	1.2%	+3,831	-
その他	4,797	2.4%	14,198	4.3%	+9,401	296.0%

売上高構成比の分解

トライアル 西 友

10.5% 11.1%

2.9% 7.6%

0.5% 0.4%

1.7% 2.3%

M&Aのアドバイザー費用残額
約20億円（当1Qのみの
一過性費用）

*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」

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

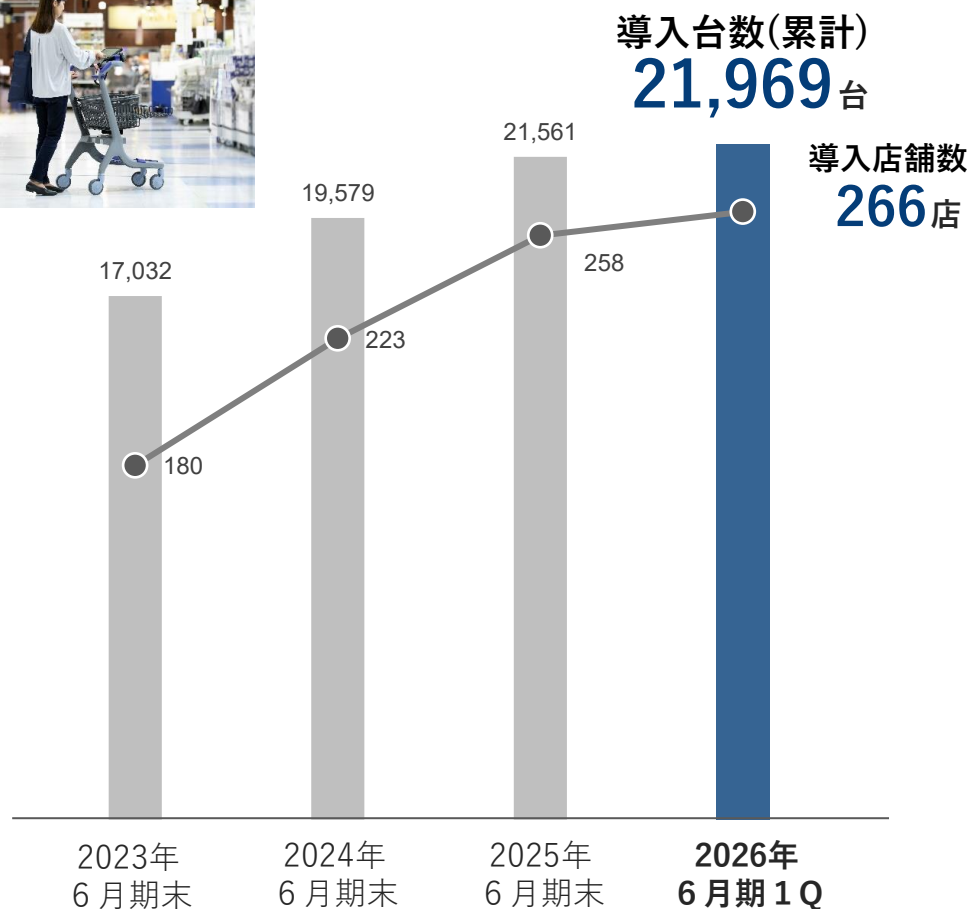
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

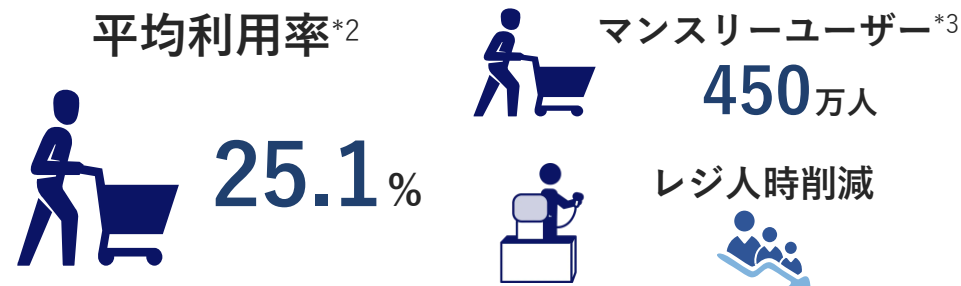
Skip Cartによる顧客体験の向上

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。

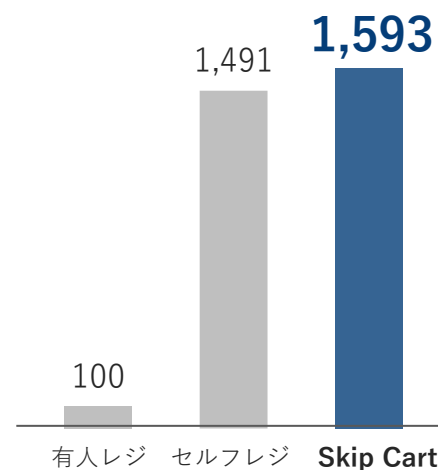
Skip Cartの導入実績^{*1}



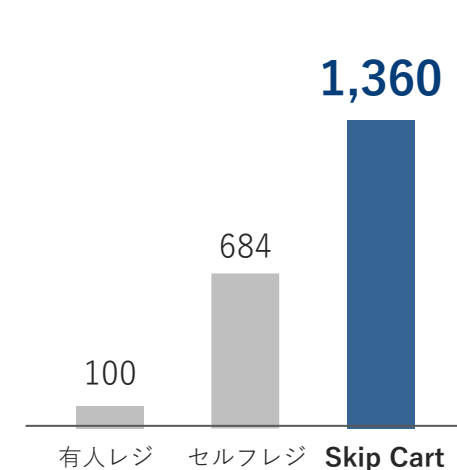
Skip Cartの導入効果



1時間あたりの通過客数^{*4}
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^{*4}
有人レジ通過点数を100として指数化



^{*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} スーパーセンターである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

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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係る資金調達として短期借入金(ブリッジローン)に3,674億円を計上。
本借入は当期中に長期借入金に転換予定。また、無形固定資産にのれん(暫定/残高3,027億円)を計上。

(百万円)	2025年6月末		2025年9月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動資産	143,172	47.7%	158,950	21.1%	+15,778
現金及び預金	72,325	24.1%	44,722	5.9%	▲ 27,603
売掛金	3,301	1.1%	15,680	2.1%	+12,379
棚卸資産	56,612	18.9%	78,197	10.4%	+21,585
固定資産	157,110	52.3%	593,544	78.9%	+436,434
有形固定資産	136,549	45.5%	221,732	29.5%	+85,183
建物及び構築物	89,316	29.7%	127,993	17.0%	+38,677
土地	23,046	7.7%	62,112	8.3%	+39,066
無形固定資産	2,762	0.9%	314,816	41.8%	+312,054
のれん	-	-	302,706	40.2%	+302,706
投資その他の資産	17,799	5.9%	56,996	7.6%	+39,197
資産合計	300,283	100.0%	752,494	100.0%	+452,211

有利子負債^{*1}
404,190 百万円
(前期末差 +365,623 百万円)

純有利子負債^{*2}
359,468 百万円
(+393,227 百万円)

(百万円)	2025年6月末		2025年9月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動負債	151,064	50.3%	563,035	74.8%	+411,971
買掛金	82,640	27.5%	121,958	16.2%	+39,318
短期借入金	26,500	8.8%	381,900	50.8%	+355,400
1年内返済予定の長期借入金	3,027	1.0%	2,929	0.4%	▲ 98
契約負債	11,817	3.9%	12,616	1.7%	+799
固定負債	20,190	6.7%	63,110	8.4%	+42,920
長期借入金	9,031	3.0%	19,335	2.6%	+10,304
資産除去債務	9,274	3.1%	32,382	4.3%	+23,108
純資産	129,028	43.0%	126,349	16.8%	▲ 2,679
株主資本	125,194	41.7%	122,281	16.3%	▲ 2,913
非支配株主持分	2,903	1.0%	2,947	0.4%	+44
負債純資産合計	300,283	100.0%	752,494	100.0%	+452,211

自己資本
123,401 百万円
(▲2,724 百万円)

自己資本比率
16.4 %
(▲25.6 pt)

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

*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」

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。

2025年7月1日～
2025年9月30日(3ヵ月)
(百万円)

	前1Q	当1Q		
	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	▲ 22,644	16,749	+39,393	-
投資活動CF	▲ 6,800	▲ 369,448	▲ 362,648	-
財務活動CF	▲ 2,994	325,071	+328,065	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 44	24	+68	-
現金及び現金同等物の増減額	▲ 32,483	▲ 27,603	+4,880	-
現金及び現金同等物の期末残高	59,463	44,722	▲ 14,741	75.2%
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	▲ 29,444	▲ 352,699	▲ 323,255	-
設備投資額	8,357	9,071	+714	108.5%

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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

(トライアルHD連結)

2025年8月13日に公表した連結業績予想から変更はありません。

グループ連結 (百万円)	2025年6月期 上期		2026年6月期 上期業績予想				2025年6月期 下期		2026年6月期 下期業績予想				2025年6月期 通期		2026年6月期 通期業績予想			
	実績	売上 構成比	計画	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	計画	売上 構成比	前期差	前期比	実績	売上 構成比	計画	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	403,741	100.0%	664,200	100.0%	+260,459	164.5%	400,087	100.0%	658,300	100.0%	+258,213	164.5%	803,829	100.0%	1,322,500	100.0%	+518,671	164.5%
売上総利益	80,084	19.8%	158,500	23.9%	+78,416	197.9%	84,757	21.2%	163,500	24.8%	+78,743	192.9%	164,842	20.5%	322,000	24.3%	+157,158	195.3%
その他の営業収入	1,351	0.3%	8,500	1.3%	+7,149	629.2%	1,409	0.4%	8,600	1.3%	+7,191	610.4%	2,761	0.3%	17,100	1.3%	+14,339	619.3%
営業総利益	81,435	20.2%	167,000	25.1%	+85,565	205.1%	86,167	21.5%	172,100	26.1%	+85,933	199.7%	167,603	20.9%	339,100	25.6%	+171,497	202.3%
販売費及び一般管理費	71,735	17.8%	156,600	23.6%	+84,865	218.3%	74,761	18.7%	157,100	23.9%	+82,339	210.1%	146,497	18.2%	313,700	23.7%	+167,203	214.1%
営業利益	9,700	2.4%	10,400	1.6%	+700	107.2%	11,405	2.9%	15,000	2.3%	+3,595	131.5%	21,106	2.6%	25,400	1.9%	+4,294	120.3%
経常利益	10,624	2.6%	7,800	1.2%	▲ 2,824	73.4%	11,576	2.9%	6,100	0.9%	▲ 5,476	52.7%	22,200	2.8%	13,900	1.1%	▲ 8,300	62.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,132	1.5%	800	0.1%	▲ 5,332	13.0%	5,619	1.4%	▲ 300	-	▲ 5,919	-	11,752	1.5%	500	0.0%	▲ 11,252	4.3%
EBITDA ^{*1}	15,983	4.0%	30,300	4.6%	+14,317	189.6%	18,958	4.7%	36,000	5.5%	+17,042	189.9%	34,941	4.3%	66,300	5.0%	+31,359	189.7%

^{*1} EBITDA = 「営業利益」 + 「減価償却費」 + 「のれん償却額」

M&A
関連費用

販管費

アドバイザリー
費用等の一部
約 20 億円
(一過性費用/ 1 Qに計上)

のれん償却額
(暫定)
152 億円
(償却期間20年)

借入金額
3,674 億円
(借入期間 1 年)

営業外費用

ストラクチャ
リング手数料
約 12 億円
(一過性費用/ 1 Qに計上)

借入金利
TIBOR + 0.325 %
(1ヵ月)

短期借入から長期借入
への借換えコストなど
約 80 億円
(一過性費用含む)

統合
シナジー

現時点で実現確度が高い「帳合統合による仕入条件の改善効果」の一部を計上。
その他のシナジーなど統合効果の詳細は、2026年2月中旬開催の第2四半期決算発表で公表予定。

設備投資

400 億円

1 Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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）

トライアルは、積極的な出店による売上高成長に加え、プライシング施策の精緻化や帳合統合効果などを通じて粗利率向上を計画。前期比49.2%増の営業増益でグループ連結の業績をけん引。西友は、減少傾向の売上高を反転させるべく、必要な先行投資を行いながら既存店の立て直しを推進。

2026年6月期計画 (百万円)	トライアル						+	西友		+	M&A関連費用 ^{*1}	=	トライアルグループ連結			
	前期	売上 構成比	計画	売上 構成比	前期差	前期比		計画	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%	869,800	100.0%	+65,971	108.2%		452,700	100.0%		0		1,322,500	100.0%	+518,671	164.5%
売上総利益	164,842	20.5%	196,800	22.6%	+31,958	119.4%		125,200	27.7%		0		322,000	24.3%	+157,158	195.3%
その他の営業収入	2,761	0.3%	3,300	0.4%	+539	119.5%		13,800	3.0%		0		17,100	1.3%	+14,339	619.3%
営業総利益	167,603	20.9%	200,100	23.0%	+32,497	119.4%		139,000	30.7%		0		339,100	25.6%	+171,497	202.3%
販売費及び一般管理費	146,497	18.2%	168,600	19.4%	+22,103	115.1%		127,600	28.2%		17,500		313,700	23.7%	+167,203	214.1%
営業利益	21,106	2.6%	31,500	3.6%	+10,394	149.2%		11,400	2.5%		▲ 17,500		25,400	1.9%	+4,294	120.3%
経常利益	22,200	2.8%	32,200	3.7%	+10,000	145.0%		11,400	2.5%		▲ 29,700		13,900	1.1%	▲ 8,300	62.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11,752	1.5%	18,700	2.1%	+6,948	159.1%		6,800	1.5%		▲ 25,000		500	0.0%	▲ 11,252	4.3%

^{*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

トライアル					西友	
2026年6月期計画					(参考)2024年12月期	
					※本数値は監査等、未実施	
					売上高	
					4,835 億円	
					営業利益	
					235 億円	
新規出店	閉店	改装	既存店売上高 成長率	売上高 人件費率	PB売上高 比率	惣菜売上高 比率
25 店 + α	5 店	17 店	100.6 %	11.4 %	25 %	8 %
MEGA：1 / SuC：22 smart：2 / 小型：+ α						
● 既存店の売上高がダウントレンドであることから、まずは、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へと転換。 ● お客さま起点の売場づくりを徹底し、短期的には先行投資により利益減少を見込むが、翌期以降の持続的成長に向けて、顧客基盤の再構築とブランド価値向上を推進。						

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介



Appendix

2026年6月期における重点戦略（流通小売事業）

TRIAL HLDGS

2026年6月期
第1四半期

32

トライアルと西友がそれぞれ培ってきた強みを相互に活かし、持続的な成長基盤の強化を図る。

西友完全子会社化		2025年6月期	2026年6月期 ～		
既存店の強化		「食」の強化と店舗改装の継続		継続	おいしい「食」を中心とした魅力ある店舗づくり
		PB商品の相互展開		発展	両社のPB、惣菜を相互に活用し、グループ全体で店舗の魅力向上を加速
新規出店		スーパーセンターを軸とした店舗網の拡大		継続	売上高成長と営業利益率向上を両立
		関東でのTRIAL GOの展開		発展	西友の店舗、製造拠点を活用したTRIAL GOの本格展開
収益性の向上		商品ミックス改善とコストコントロール		継続	競争力を保つプライシング / 人時生産性の向上
		帳合統合による取引条件の改善		発展	商品仕入れにおける帳合の統合による取引条件の改善などで粗利率を向上
		PC/CK拠点の稼働率・生産性向上		発展	トライアル、西友のPC/CK全体で、製造商品、稼働率、供給先店舗を最適化
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		継続	業界全体のムダ・ムラ・ムリの解消 / プロフィットシェア
		リテールメディアの本格展開		発展	関東のメディア価値、西友店舗、TRIAL GOの活用による、リテールメディアの本格展開

今後期待できるシナジー	新フォーマットの共同開発	西友にSkip Cart・サイネージ導入	PBの共同開発	シナジーを含む統合効果の詳細は、2026年2月中旬開催の第2四半期決算発表で公表予定
	決済・会員施策での連携	物流分野での協業	ネットスーパー事業の強化	
	顧客情報の共有と相互活用	人材リソースの交流と最適配置	インバウンド需要の開拓	

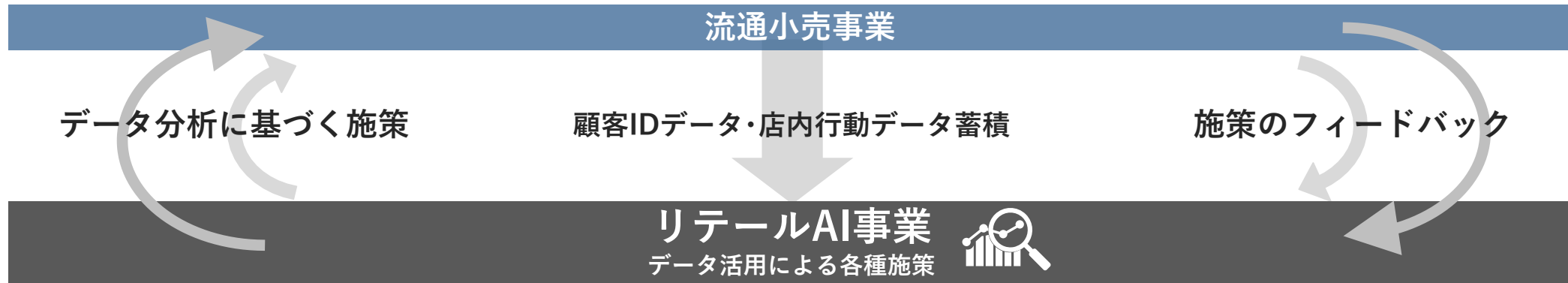
2026年6月期における重点戦略（リテールAI事業）

TRIAL HLDGS

2026年6月期
第1四半期

33

データ分析に基づく各種施策で、流通業界の最適化をサポート。
サービスをパートナー企業へ展開することで流通全体のムダムラムリの解消を目指す。



■Smart Store Solution事業

リアル店舗が抱える課題をテクノロジーの力で解決

● Friction Less（快適なお買い物体験）

⇒多様化する消費行動やロングテール化をSkip Cartや顔認証決済で、
探す・待つ・支払う負担を減らし、スムーズで快適な購買体験を提供

● Labor Cost Saving（人時コスト削減）

⇒人手に頼る業務の効率化。リモート年齢確認、Retail EYEで負担を軽減

● Loss Prevention（防犯）

⇒セルフ決済によるロス増加やリソース不足の課題を、
防犯モニター、会計調査で解決

● Retail Media

⇒その場に合った情報を適切なタイミングで届けることで、
衝動買い・ついで買いを引き出し、店舗の訴求力を最大化



■Business Data事業

メーカー・卸・小売間でのデータ共有・分析によるサプライチェーン最適化

● Retail Media App

⇒流通業の広告・販促施策の統合管理・分析を支援するマーケティング
オートメーションツールで、ROASを最大化しマーケティングコストの
最適化を実現

● Retail Analytics App

⇒流通業のID-POSデータを活用したサプライチェーンの生産性を高める
分析基盤で、商品開発/需要予測等の生産プロセスの改善や、在庫不足に
よる機会損失の最小化を実現

● Category Management App

⇒棚割作成・実態把握・シミュレーションを支援する流通業向けSFAで、
カテゴリ売上機会最大化による売上向上を実現

● Data Analyst Service

⇒メーカー・卸のDX推進・データを活用した課題解決をアシスト

1Q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

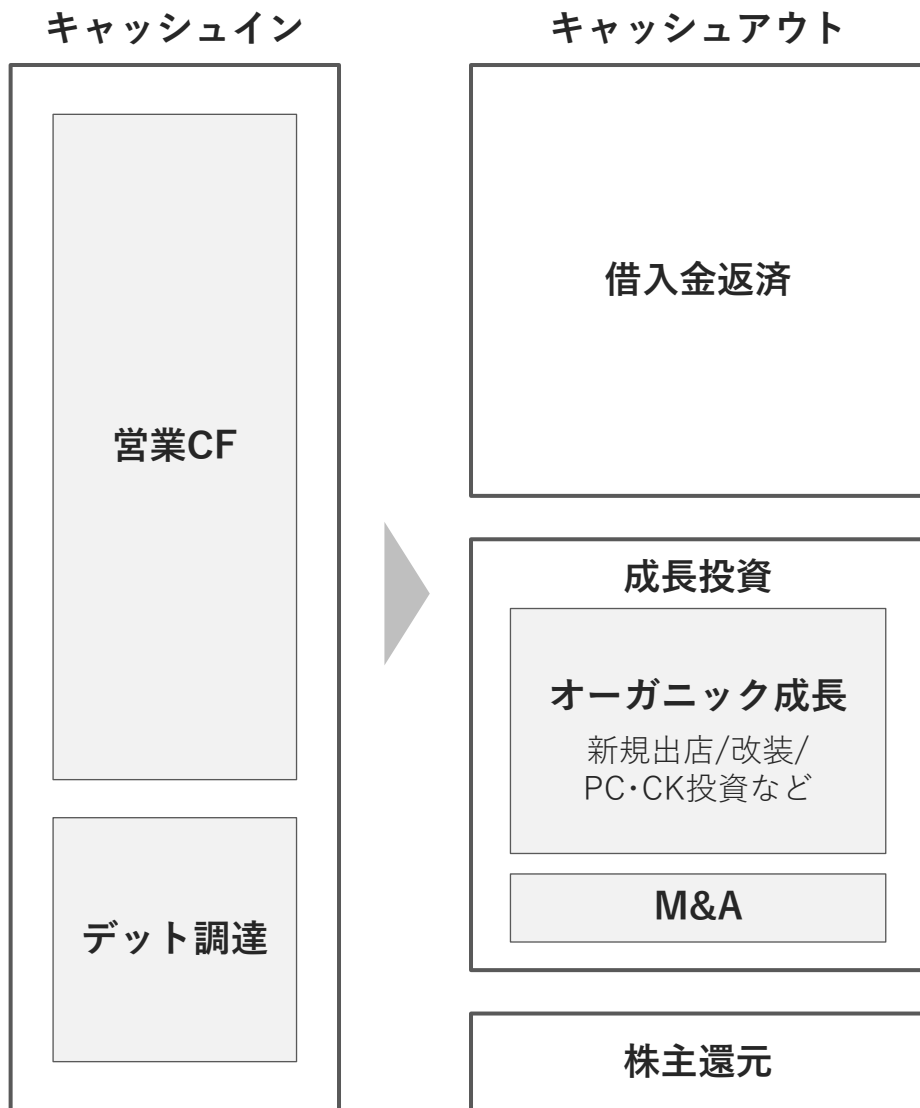
当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

M&Aに伴う有利子負債の返済と、中長期的な企業価値向上のための成長投資を推進。安定的な配当も継続。



● 財務健全性の確保

M&Aに伴う有利子負債の圧縮によって財務健全性を確保

・EBITDA純有利子負債倍率(目標)：3倍以内

● 成長投資

中長期的・持続的な企業価値の向上を図るべく

既存事業の競争力強化を中心に投資

● 株主還元

成長投資を最優先

ただし、成長企業として最低限の配当を安定的かつ継続的に実施

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

- 成長投資を最優先
ただし、成長企業として最低限の配当を安定的かつ継続的に実施

	2023年6月期 (実績)	2024年6月期 (実績)	2025年6月期 (実績)	2026年6月期 (計画)
1株当たり配当	13円	15円	16円	16円

- 株主優待制度は、現時点では株主公平性の観点から実施せず、配当で還元

- ROE 15%以上が中期的な目標

		ROE	=	売上高利益率	×	総資産回転率	×	財務レバレッジ
実績	2022年6月期	13.0%		1.20%		3.33回		3.26倍
	2023年6月期	13.1%		1.24%		3.38回		3.12倍
	2024年6月期	12.6%		1.59%		2.97回		2.67倍
	2025年6月期	9.7%		1.46%		2.75回		2.41倍

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

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。

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

IRサイト（株主・投資家向け情報サイト）の紹介

● 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/>

● リサーチカバレッジ

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>



＼ 株主通信を「個人投資家の皆様へ」ページに統合し、リニューアルしました ／

● 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/>



1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

前期（2025年6月期）におけるIR活動の紹介

TRIAL HLDGS

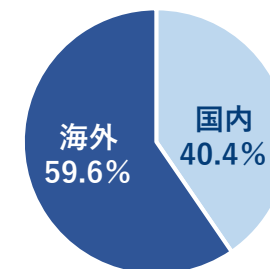
2026年6月期
第1四半期

38

● 2025年6月期のIRイベント

	2025年6月期	対応者
決算説明会（アナリスト・機関投資家向け）	4回 オンライン開催	① ② ③
IR面談	375件	-
うち、個別ミーティング	303件	① ② ③
うち、証券会社主催カンファレンス	52件 5社のカンファレンスに参加	③
うち、海外ロードショー	20件 英国(2月)、香港(8月)	① ③
店舗見学会（アナリスト・機関投資家向け）	10回 福岡県を中心に開催	IR
アナリストカバレッジ	7社	-
個人投資家向け事業説明会	2回 オンライン、対面(福岡県)	① ③

対応者 ① 代表取締役社長 ② 取締役 ③ 上席執行役員(財務責任者)

対話相手の属性
(アナリスト・機関投資家向け)

● 2025年7月以降のIRイベント

7月	8月	9月	10月
大阪店舗見学ツアー (アナリスト・機関投資家向け)	通期 決算説明会	香港 IR訪問	IR面談
		個人投資家向け 事業説明会	証券会社主催 カンファレンス
			定時 株主総会
			株主通信 公開
			米国 IR訪問
			福岡店舗見学ツアー (アナリスト・機関投資家向け)

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

2025年度「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」において、新興市場銘柄部門において「第2位」に選定されました。

「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」について

本制度は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会が、企業の情報開示の促進および向上を目的として1995年度より実施。

当社は、「①経営陣のIR姿勢、IR部門の機能、IRの基本スタンス」「③フェア・ディスクロージャー」「⑤各業種の状況に即した自主的な情報開示」の3項目で第2位、「②説明会、インタビュー、説明資料等における開示」が第3位、総合評価で第2位に選定。

選定基準の概要

- ① 経営陣のIR姿勢、IR部門の機能、IRの基本スタンス
- ② 説明会、インタビュー、説明資料等における開示
- ③ フェア・ディスクロージャー
- ④ ESGに関連する情報の開示
- ⑤ 各業種の状況に即した自主的な情報開示

ディスクロージャー
新興市場銘柄
2025年度 優良企業



公益社団法人
日本証券アナリスト協会
The Securities Analysts Association of Japan

評価ポイント

- IR部門が、経営陣と情報共有することにより、経営陣の代弁者として十分に機能していること
- 会社にとって都合の悪い情報、自社の弱点、低収益あるいは赤字の事業についても積極的に開示を行っていること
- 今期業績計画について、根拠を示し整合性のある説明をしていること、四半期の情報開示が経営実態に即して十分に行われていること
- ウェブサイト開示や決算説明会以外の開示(工場・施設見学会の実施、主要事業に関する説明会の開催など)に取り組んでいること
- 店舗見学会や説明会等の積極的な開催を評価する声や、ホームページの株主通信「TRIALレポート」は分かりやすいとの声も

1Q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

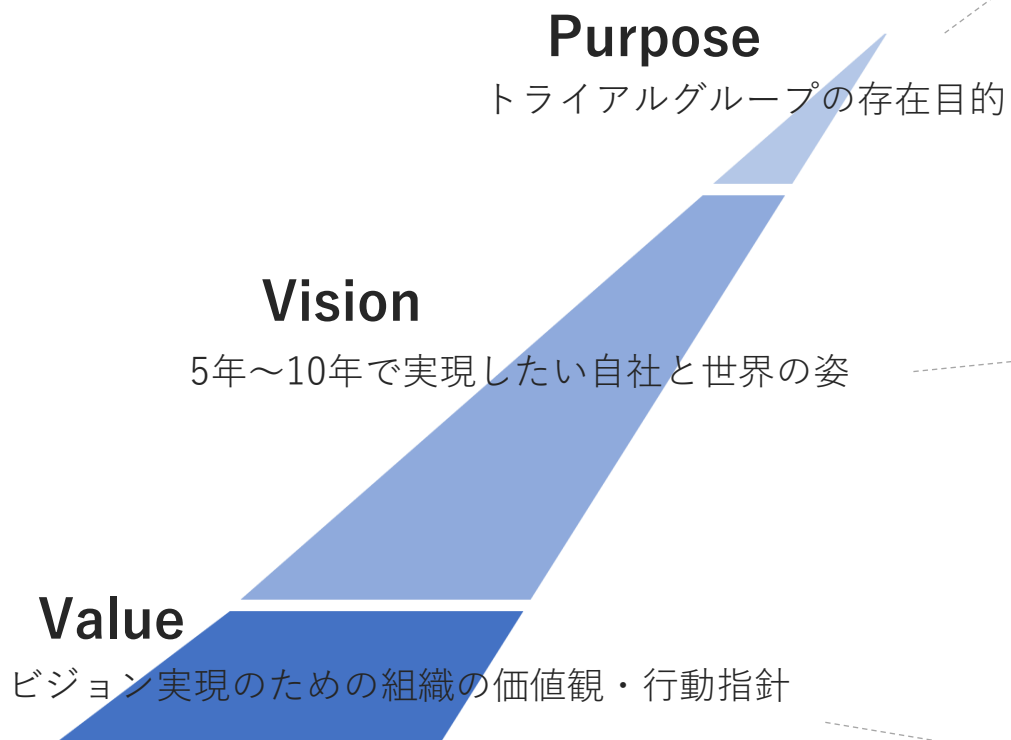
Appendix

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介



世界の誰もが「豊かさ」を
享受できる社会をつくる。

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。

- ・ 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

1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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	会長	永田 久男				
本社	福岡県福岡市東区	副会長	亀田 晃一				
資本金	198億1,283万7,100円	役員	代表取締役社長	永田 洋幸	常勤監査役	上里 剛志	
従業員数 (グループ)	社員 7,080名		取締役	石橋 亮太	監査役(社外)	橋本 道成	
	臨時雇用者 19,144名		取締役(社外)	立本 博文	監査役(社外)	薄鍋 大輔	
	(年間平均人員数)		取締役(社外)	張 相秀			

※2025年6月末時点

流通小売事業

TRIAL 株式会社 トライアルカンパニー

設立 1981年7月
本社 福岡県福岡市東区
資本金 21億2,335万300円
代表者 代表取締役社長 石橋 亮太

子会社

SEIYU 株式会社 西友

設立 1946年12月
本社 東京都武蔵野市
資本金 1億円
代表者 代表取締役社長 檜木野 仁司

子会社

子会社

リテールAI事業

Retail Ai 株式会社 Retail AI

設立 2018年11月
本社 東京都港区
資本金 5,000万円
代表者 代表取締役CEO 永田 洋幸
代表取締役COO 永井 義秀

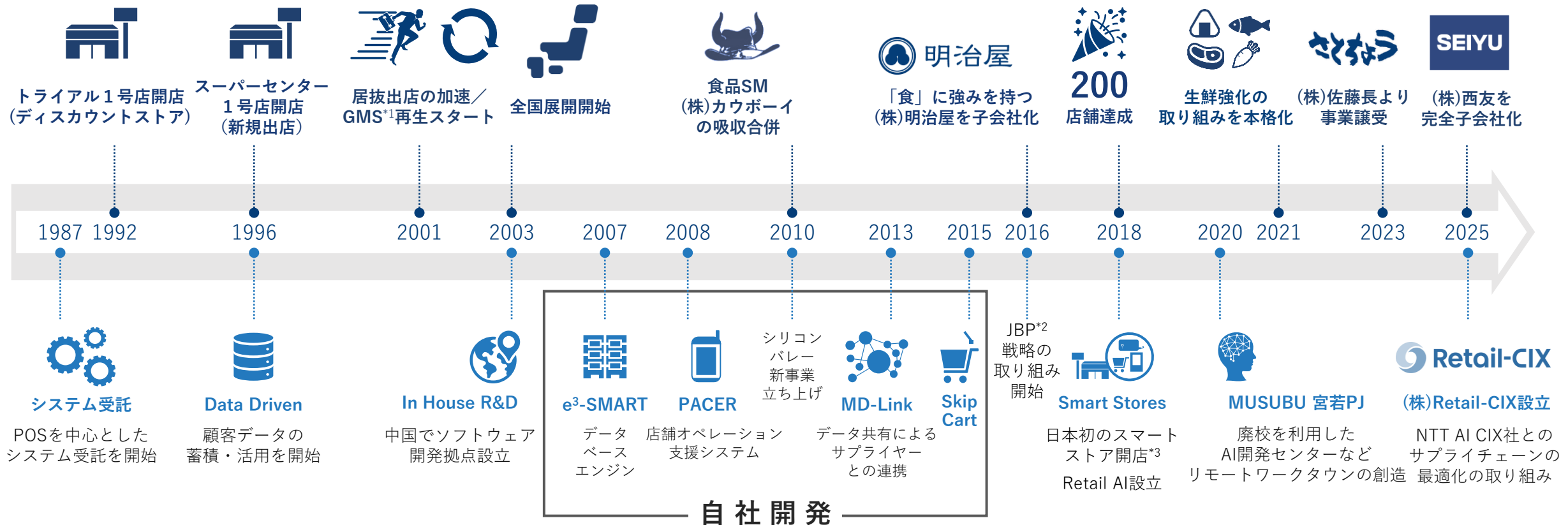
関連会社

子会社

その他事業

※ 2025年11月13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出店。
西友子会社化に伴い、都市型フォーマットを獲得。

2025年9月末時点で、全国に**602**店舗を展開。

スーパーセンター(SuC)

213店

郊外 約4,000㎡

生活必需品 アイテム数
(食品+衣・住) 約6～7万点

メガセンター

28店

約8,000㎡

アイテム数
約10万点

smart

70店

約1,400㎡

アイテム数
約3万点

小型店

47店

～約1,000㎡

アイテム数
約7千～2万点
(うち、TRIAL GO 34店舗)

スーパーマーケット

170店

都市型 約2,000㎡

生活必需品 アイテム数
(食品・日用品) 約6～7万点

ハイパーマーケット

74店

約2,000
～17,000㎡

アイテム数
約7～10万点
(うち、LIVIN 5店舗)

いつでも安い
EDLP

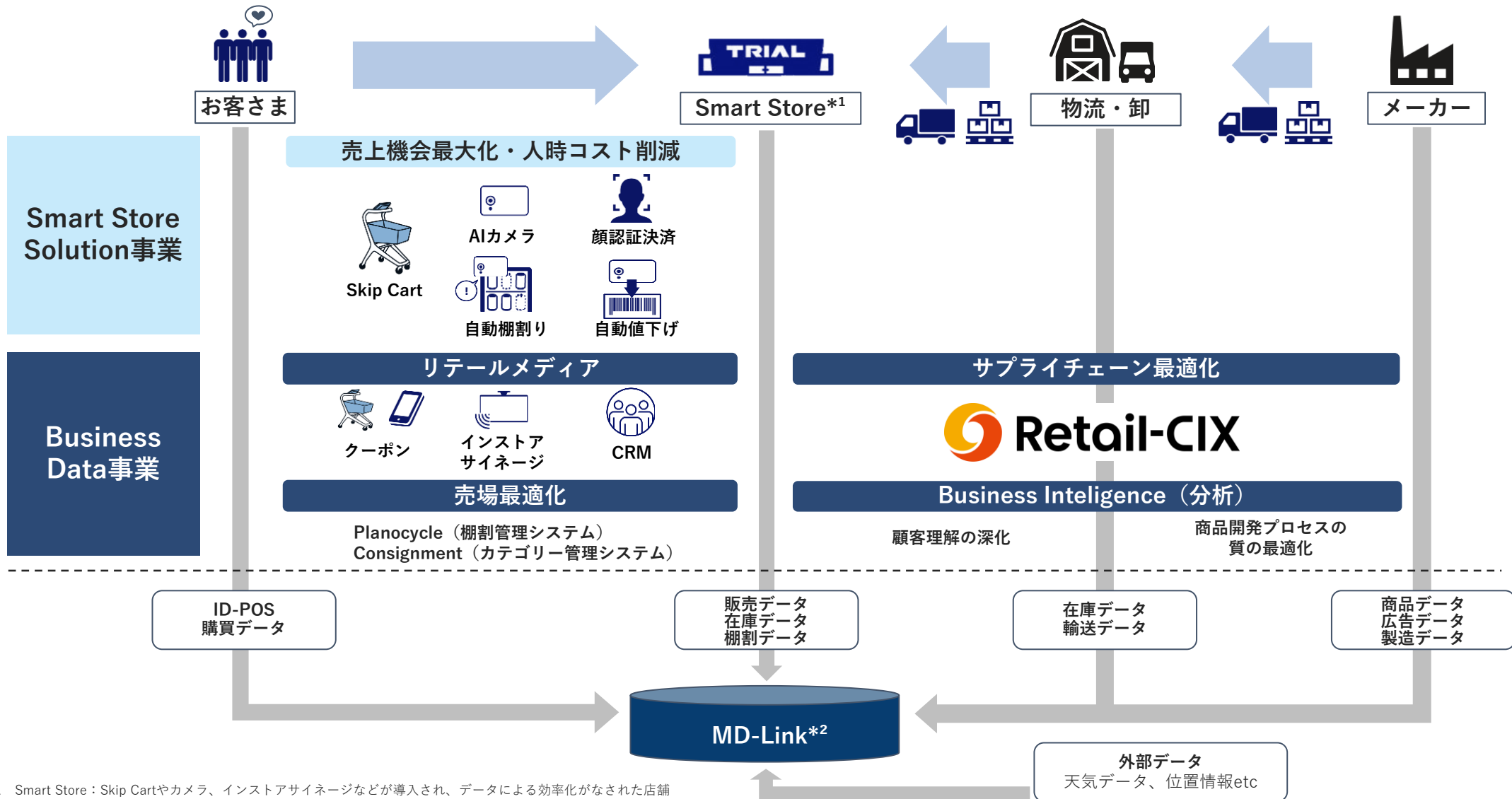
生活必需店としての高い集客力

「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

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。



1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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。



1Q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

当期の重点戦略

資本政策・株主還元

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 第2四半期決算

- ・2026年2月12日(木)：決算発表(決算短信の開示)
 - ・2026年2月13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は負いません。