

2026 年 6 月期 3 Q 決算説明会 プレゼンテーションスクリプト**説明者：IR 部長 鈴木 敏光****(P3：2026 年 6 月期 3 Q 累計ハイライト)**

2026 年 6 月期第 3 四半期の連結決算についてご報告いたします。

3 Q 累計期間の連結売上高は 1 兆 36 億円となり、当社として初の 1 兆円の大台を突破いたしました。売上高・利益ともに計画を上回って推移しており、通期計画に対する進捗率は、売上高で 75.9%、営業利益では 90.3%に達しました。期初目標の達成に向け、極めて順調に進捗いたしました。

当期は、7 月 1 日付の西友の完全子会社化により、グループの企業規模が大幅に拡大した転換点でもあります。西友 245 店舗が新たに加わり、総店舗数は 615 店舗に拡大しました。

財務面では、連結 BS に残額ベースで約 2,950 億円の「のれん」を計上し、3 Q 累計で約 114 億円の「のれん償却費」を販管費に計上しています。また、BS に買収に伴う短期借入金 3,674 億円と、それに係る支払利息として 3 Q 累計で約 28 億円を営業外費用に計上しています。

なお、当 1 Q に発生したアドバイザリー費用やストラクチャリング手数料などの M&A 関連費用は一過性のものであり、2 Q 以降、計画外の追加費用は発生しておりません。

(P11：トライアル業績概況)

トライアルでは、3 Q 累計期間における売上高は 6,623 億円で前年同期比 10.4% 増、営業利益は 274 億円で前期比約 2 倍となり、2 ケタ増収・大幅増益を達成いたしました。

(P15：トライアル既存店売上高推移)

既存店売上高成長率は、3Q累計で101.5%となり、通期計画の100.6%を上回って推移いたしました。特筆すべきは客数で、2025年8月を底に改善トレンドにあります。前4Qからプライシング施策を本格導入したことにより、客数は一時的な影響を受けましたが、精緻な値付けによる一品単価の上昇がそれを補い、既存店売上高は底堅く推移しています。

(P16：店舗改装の状況)

トライアルの既存店舗の改装につきましては、3Q累計でスーパーセンター12店舗、smart1店舗、小型店1店舗にて実施しており、計画通り進捗しています。

(P17：新規出店・閉店・業態転換の状況)

トライアルにおける3Q累計の新規出店は24店舗、閉店は4店舗となり、トライアル単体の店舗数は372店舗となりました。新規出店のうち6店舗はTRIAL GOであり、うち5店舗を東京に出店し、実証実験を進めています。

(P19：西友閉店跡地へのメガセンター居抜出店)

新店トピックスとして、西友店舗の閉店跡地を活用した「メガセンター」の居抜出店をご紹介します。4月に静岡県にオープンした浜北店の転換後の初動実績は、昨年12月に同様の形で出店した東松山店の実績を上回って好調に推移しています。その、東松山店の実績も引き続き好調です。転換後4ヵ月間の実績は売上高が約2.4倍、客数が約2倍と、継続して大幅な伸長を記録しています。

生鮮繁盛店型である「メガセンター」へ転換したことで、西友時代に捉えることができなかった、生鮮・惣菜を中心とした地域住民のみなさまの「食」に対する潜在ニーズを的確に掘り起こすことに成功しています。

(P22 : 「TRIAL GO」 東京 5 店舗体制)

続きまして、都市型の小型店 TRIAL GO の展開についてご説明します。

2 月に、東京都内に「江古田栄町店」をオープンしたことで、都内の TRIAL GO は 5 店舗体制となり、実証実験が着実に進んでいます。

西友の店舗網という既存資産を、できたての惣菜をはじめとした商品の供給拠点として最大限に活用し、これまで手薄であった首都圏・都心部における、ドミナント形成に向けた検証を継続してまいります。

(P23 : 商品カテゴリ別売上高)

商品カテゴリ別では、トライアルにおいて集客ドライバーであり、収益性が高い「フレッシュ(生鮮四品)」が、3Q 累計で前期比 17.3%増と、成長をけん引しています。中でも、粗利率の高い「惣菜」の売上高は前期比 22.6%増と大幅に伸長し、売上高構成比は 6.9%まで上昇しました。中期目標の 8 %に向けて堅調に推移しております。

(P25 : トライアルグループの PB 商品)

PB 商品においては、トライアルの PB 売上高構成比が 3Q 累計で 19.9%に達しています。2 月には、トライアルと西友で初の「PB 祭り」を合同開催し、お互いの商品の魅力を一体的に訴求しました。

なお、西友の PB 売上高構成比が 14.5%と一時的に減少しておりますが、これは、NB 商品の価格強化による拡販の影響によるものです。PB の商品力強化を継続的に実施し、中期目標の 25%を目指してまいります。

(P27 : 粗利上昇戦略の実績)

トライアルの説明の最後は、プライシング施策の進捗についてです。

粗利上昇戦略の実績として、当 3Q の粗利率は前 3Q から 1.4 ポイント改善し、21.8%となりました。既存店の客数も改善トレンドにあり、売上と粗利の両立を実現しております。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も重視し、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していきます。

(P12：西友業績概況)

続いて、西友についてご報告いたします。7月1日にトライアルと統合して以降、スピード感を持ってPMIを推進しています。3Q累計売上高は3,451億円、通期計画に対する進捗率は76.2%と順調です。経営方針を従来の「収益性重視」から「お客さま支持の向上」へ転換したことが奏功しています。

10月の「合同感謝祭」を機に、既存店売上高は前年超えを継続しており、1月以降の既存店客数は前年比105%超え、力強く推移しています。

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、お客さまからの支持が着実に拡大している手ごたえがあります。

利益面では、当2Qのリベート効果による粗利の押し上げと業績連動賞与の戻し入れ、人件費を中心としたコストコントロールが奏功し、3Q累計営業利益の進捗率は82.4%と好調なペースで推移しております。

(P13：西友のモデルづくりの実験店舗)

つづいて西友のモデル店舗についてです。昨年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の2店舗、東陽町店とひばりヶ丘店で開始しました。また、昨年12月からは先行する2店舗のノウハウを活用しながら、スーパーマーケット仙川店でモデルづくりをスタートしました。

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しております。これらモデル店舗の売上高及び客数は、既存店全体と比較して5～10ポイント以上と、大きく上回る改善をしており、好調に進捗しています。また、西友店舗へのトライアルPBの導入も進んでおり、西友の集客ドライバーとなっているロースかつ重は約180店舗にまで導入が進んでおり、順次導入店舗の拡大を進めていきます。

(P20：新フォーマット「トライアル西友」武蔵新城店・二俣川)

新フォーマット「トライアル西友」についてのアップデートです。

2月に2号店の武蔵新城店、4月に3号店の二俣川店をオープンしました。

武蔵新城店は、駅前に立地する都市型多層店舗を攻略するモデルづくりの位置付けです。回遊性の課題を改善し、客単価と収益性の向上を追求していきます。

二俣川店は、駅前の立地で大型駐車場を備える店舗であり、徒歩と車での来店客の両方をターゲットとしております。普段使いの都市型 MD と週末の広域 MD の最適な提案を追求していきます。

(P21：新フォーマット「トライアル西友」)

トライアル西友1号店の「花小金井店」も合わせて、3店舗ともに初動実績は非常に好調です。花小金井店は、業態転換後5ヵ月間において、売上高は前年比約40%増、客数は約37%増と引き続き好調です。

武蔵新城店は、業態転換後2ヵ月間において、売上高は前年比約55%、客数は約48%増加するなど、順調なスタートを切っております。

(P30：連結BS)

続いてバランスシートについて説明します。

西友買収に伴う短期借入金3,674億円及びのれん(残高で2,950億円)を計上するなど、総資産は7,849億円に拡大しています。

自己資本比率は16.7%まで一時的に低下していますが、西友とのシナジーを発揮し、中期経営計画を着実に進めることにより、3年後の自己資本比率20%以上を目指します。

(P32：2026年6月期 連結業績予想の修正)

最後に、通期業績予想の修正についてご説明いたします。

当3Qまでの好調な実績と今後の見通しを踏まえ、2025年8月13日に公表した通期業績予想を見直すことといたしました。

売上高は、期初計画比 200 億円増の 1 兆 3,425 億円。営業利益は、26 億円増の 280 億円。経常利益は、34 億円増の 173 億円に、上方修正いたします。

売上高につきましては、トライアルの既存店がプライシング施策によって堅調に推移していることに加え、西友においてもお客さま起点の売場づくりの推進や、各種キャンペーン等の取り組みによる客数増で既存店売上高が好調に推移していることから、当初の想定を上回る見通しとなりました。

利益面につきましては、上期における計画上振れ分を活用し、来期以降の成長に向けたお客さま基盤の強化及び先行投資を着実に実行してまいります。

6月末から7月上旬に開催を予定している西友との融合1周年を記念したお客さま還元施策における売価強化や、在庫圧縮への対応、また、来期に向けた商品力強化のための人員拡充や、業績上振れに伴う賞与の増加などを織り込んでおります。これらの成長投資を実施しながらも、通期の営業利益は期初計画を 26 億円上回る計画です。

営業外費用につきましては、M&Aに伴う借入金の支払利息に関して、期初計画では当4Qに短期借入から長期借入への借換えを行い、長期借入金利の適用による費用増を見込んでいましたが、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、支払利息が当初計画を下回る見通しとなり、経常利益についても上方修正しています。

なお、親会社株主に帰属する当期純利益につきましては、特別損失を一定程度見込み、据え置きとしております。

引き続き、西友のPMIをさらに加速させるとともに、中計期間の本格的なスタートに向けて、成長基盤の強化を着実に進めてまいります。

以上