

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 2 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 2 月 12 日

目 次

1

2026年6月期 第2四半期決算概要

2

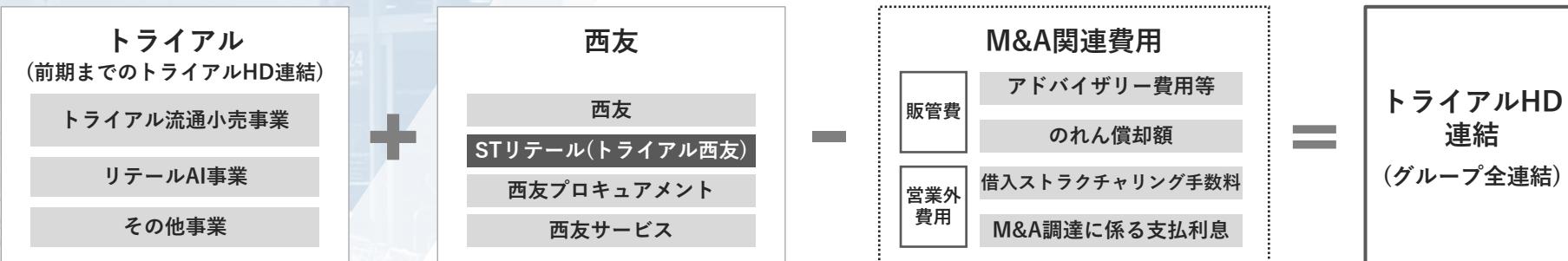
Appendix

(IR活動・株式の状況 / トライアルグループ紹介)

2026年6月期

第2四半期決算概要

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。



2026年6月期 上期ハイライト

1 上期の連結決算は、売上高・利益ともに計画を上回り好調に推移。連結営業利益は計画比60.4%増、最終利益は同5.1倍と計画対比で大幅に上振れ。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1店閉店）
 - ・当1QからBSにのれん（残高**2,988億円**/暫定/20年償却）、販管費にのれん償却額を計上（**上期で約76億円**）
 - ・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（**上期で約18億円**）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でM&Aに係る計画外の追加費用の発生なし
⇒ 販管費：アドバイザリー費用等（**約20億円**）、営業外費用：借入に係るストラクチャーリング手数料（**約12億円**）
- 通期業績予想に変更はありません
- 本決算発表と同時に、西友との統合効果を含めた3ヵ年の中期経営計画を開示しています

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。

上期の売上高は前期比10.2%増、営業利益は同2倍の2ケタ增收大幅増益を達成。通期計画対比でも好調に推移。

- 新規出店**18店**（メガセンター1店 / スーパーセンター11店 / smart 1店 / GO 5店）、閉店**3店**（smart 3店）
- 既存店売上高（上期）は前期比**1.0%増**、客数は2025年8月を底に改善傾向。売上総利益率は上期**22.2%**と前期比**2.4pt**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（上期）は惣菜**6.8%**（前上期 6.1%）、PB **19.8%**（前期18.4%）と好調
- 人件費のコントロールが奏功し、営業利益（上期）は前期比で**約2倍**の大幅増益、営業利益率は**4.5%**と前期比で**2.1pt**改善

3 西友は、スピード感をもってPMIを推進。既存店売上高は改善傾向にあり、10月から前年比プラスを継続。

- 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、11月のブラックフライデー、12月の年末商戦でお客さま支持の拡大が続き、
売上高は通期計画に対する進捗率**51.0%**と順調に進捗
- リベート効果による粗利の押上と、当2Qの業績運動賞与の戻し入れなどで、
営業利益は通期計画に対する進捗率**59.1%**と好調に推移

買い物を楽しく、暮らしを豊かに。

TRIAL ■ SEIYU

STAND TOGETHER



2026年6月期 上期ハイライト

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。

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 / 「**売れる売場**」のモデルづくりを推進。
- 8月から**西友2店舗でトライアル惣菜・PB商品の試験導入**。10月から**PB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月の**トライアル・西友合同感謝祭**を皮切りに、11月の**周年祭・ブラックフライデー**、12月の**年末商戦**で需要を捉え、西友は10月以降、**既存店売上高・客数は前年超えが続く**。初売り商戦も好調に推移。

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(東陽町店・ひばりヶ丘店)。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1店舗で開始(仙川店)。**売上高・客数は既存店全体を大きく上回り**、立ち上がりは順調。

新フォーマット

- 11月にトライアルと西友、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。都市型GMS店舗における「繁盛店モデル」の構築を推進。

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店舗をオープン(笹塚駅西店/中野中央5丁目店)。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

- 西友で取引条件の見直し・リベートの効果が一部発現。**当2Qの粗利率を押上**。

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。

1Q

7月

8月

9月

10月

11月

2Q

12月

1月

3Q

2月



- PMI事務局・分科会設置

- 現状棚卸と短期施策の立案・実行

- 西友の東京2店舗にトライアルPB実験導入(東陽町店 / ひばりヶ丘店)
- 西友全店に「厳選100」導入

- トライアルに西友PB実験導入(福岡空港店)

- 「厳選100」を「**スゴ×トク**」に変更・継続
- PBの相互展開を本格的に導入

- 東京にTRIAL GO 2店舗出店
- 新アパレル事業「**RIALT**」西友三軒茶屋店にオープン
- 新業態「**トライアル西友**」オープン(花小金井店)

- 東京にTRIAL GO 2店舗出店
- 西友店舗をトライアルに転換(メガセンター東松山店)

- 西友でUber Eatsの買い物代行サービス「**ピック・パック・ペイ**」を本格展開

- 「トライアル西友」2号店武蔵新城店オープン予定
- 東京にTRIAL GO 1店舗出店予定

**トライアル・西友
合同感謝祭**

**周年祭・
ブラックフライデー**

年末商戦

初売り商戦

**両PBの認知度向上
施策(予定)**

「**スゴ×トク**」



2026年6月期 上期ハイライト

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」。アパレルPB商品に特化した初の専門店「RIALT 西友三軒茶屋店」や、首都圏近郊店舗について、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

- トライアルメガセンター

- RIALT
(西友三軒茶屋店 4階)

- トライアル西友



2025年8月6日
モデル店舗施策導入



2025年11月28日
オープン

2025年11月7日オープン
TRIAL GO 富士見台駅北店



2026年2月
オープン予定

TRIAL GO

TRIAL GO 江古田栄町店

2025年12月12日
オープン



2025年12月5日
オープン



首都圏近郊

メガセンター

2025年12月15日 東松山店オープン



トライアル西友

2026年2月 武蔵新城店オープン予定

2025年11月7日
オープン



2025年12月
モデル店舗施策導入



2025年11月14日
初のアパレル専門店
オープン



西友 仙川店

2025年8月6日
モデル店舗施策導入



西友 東陽町店

RIALT 西友 三軒茶屋店



2026年6月期 上期サマリー

(トライアルHD連結)

積極的な出店でトライアルの店舗数は前期末から15店舗増加。当1Qから西友の245店舗(うち1店閉店)を連結対象に加えるなど総店舗数は611店舗。トライアル・西友共に既存店が堅調で売上高は前上期比67.0%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100.2%増(約2倍)、売上総利益率は同4.0pt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の中、コストコントロールも奏功し、営業利益は同71.9%増と大幅増益で着地。

売上高

6,741 億円
+67.0 %

(前上期比)

既存店売上高成長率
(トライアル)

+1.0 %
(前上期比)

売上総利益

1,603 億円
+100.2 %
(約2倍)

(前上期比)

売上総利益率

23.8 %
+4.0 pt

(前上期との差)

営業利益

166 億円
+71.9 %

(前上期比)

営業利益率

2.5 %
+0.1 pt

(前上期との差)

店舗数

611 店
+259店

(前期末との差)

Skip Cart
導入店舗数

274 店
(うち外販6社・9店)
+16店
(前期末との差)

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

連結業績概況（2Q/上期）

(トライアルHD連結)

当上期は、売上高・売上総利益は上期業績予想比でそれぞれ1.5%、1.2%増と好調であった一方、コストコントロールが進み、販管費は同2.9%減。その結果、営業利益は同60.4%増と大幅に上振れ。経常利益は当1QにM&A借入時の手数料約12億円(一過性費用)の影響があったが、営業利益の上振れが寄与し同85.4%増と好調に推移。連結上のアドバイザリー費用等(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影響するも、最終利益は上期業績予想に対して約5倍。通期業績予想の達成に向けて着実に進捗。

(百万円)	前2Q		当2Q			前上期		当上期				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	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期差	前期比	計画比	計画	売上構成比
売上高	207,906	100.0%	347,499	100.0%	+139,593	167.1%	403,741	100.0%	674,117	100.0%	+270,376	167.0%	101.5%	664,200	100.0%
売上総利益	40,950	19.7%	83,795	24.1%	+42,845	204.6%	80,084	19.8%	160,345	23.8%	+80,261	200.2%	101.2%	158,500	23.9%
その他の営業収入 ^{*1}	701	0.3%	4,340	1.2%	+3,639	619.1%	1,351	0.3%	8,413	1.2%	+7,062	622.7%	99.0%	8,500	1.3%
営業総利益	41,651	20.0%	88,135	25.4%	+46,484	211.6%	81,435	20.2%	168,759	25.0%	+87,324	207.2%	101.1%	167,000	25.1%
販売費及び一般管理費	36,882	17.7%	76,598	22.0%	+39,716	207.7%	71,735	17.8%	152,082	22.6%	+80,347	212.0%	97.1%	156,600	23.6%
営業利益	4,768	2.3%	11,536	3.3%	+6,768	241.9%	9,700	2.4%	16,677	2.5%	+6,977	171.9%	160.4%	10,400	1.6%
経常利益	5,358	2.6%	11,214	3.2%	+5,856	209.3%	10,624	2.6%	14,462	2.1%	+3,838	136.1%	185.4%	7,800	1.2%
親会社株主に帰属する中間純利益	2,972	1.4%	5,037	1.4%	+2,065	169.5%	6,132	1.5%	4,057	0.6%	▲ 2,075	66.2%	507.1%	800	0.1%
EBITDA ^{*2}	8,082	3.9%	21,321	6.1%	+13,239	263.8%	15,983	4.0%	36,018	5.3%	+20,035	225.4%	118.9%	30,300	4.6%

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

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

セグメント別業績概況（2Q/上期）

当上期における流通小売事業は、トライアル15店舗の増加(新店18/閉店3)に加え、当1Qから西友245店舗(うち1店閉店)が加わるなど店舗数が259店舗の大幅増。既存店売上高もトライアルは上期で前期比1.0%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67.2%増、セグメント利益も西友の寄与があり、同88.9%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、セグメント利益は継続して黒字で着地。

2Q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・株式の状況

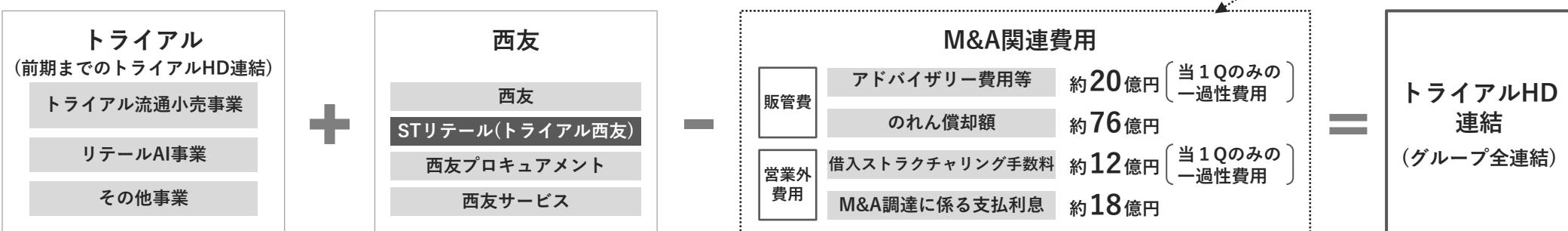
トライアルグループ紹介

(百万円)		前2Q		当2Q			前上期		当上期				
		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	206,801	100.0%	346,189	100.0%	+139,388	167.4%	401,751	100.0%	671,927	100.0%	+270,176	167.2%
	外部顧客	206,789	100.0%	346,178	100.0%	+139,389	167.4%	401,725	100.0%	671,906	100.0%	+270,181	167.3%
	セグメント間	12	0.0%	11	0.0%	▲ 1	91.7%	26	0.0%	21	0.0%	▲ 5	80.8%
	セグメント利益	5,259	2.5%	11,910	3.4%	+6,651	226.5%	10,618	2.5%	20,061	3.0%	+9,443	188.9%
リテールAI事業	売上高	1,388	100.0%	1,392	100.0%	+4	100.3%	2,413	0.7%	2,700	100.0%	+287	111.9%
	外部顧客	296	21.3%	233	16.7%	▲ 63	78.7%	494	0.1%	377	14.0%	▲ 117	76.3%
	セグメント間	1,091	78.6%	1,159	83.3%	+68	106.2%	1,919	0.5%	2,322	86.0%	+403	121.0%
	セグメント利益	6	0.4%	147	10.6%	+141	2450.0%	6	-	237	8.8%	+231	3950.0%

トライアル・西友 業績概況（上期）

「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リー費用等(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～ 2025年12月31日(6ヶ月) (百万円)	トライアル				西友		(グループ間取引) 調整額 当上期	M&A関連費用 当上期	トライアルHD連結	
	前上期	売上構成比	当上期	売上構成比	前期差	前期比	当上期	売上構成比	当上期	売上構成比
売上高	403,741	100.0%	444,860	100.0%	+41,119	110.2%	230,755	100.0%	▲ 1,499	-
売上総利益	80,084	19.8%	98,593	22.2%	+18,509	123.1%	61,906	26.8%	▲ 153	-
その他の営業収入 ^{*1}	1,351	0.3%	1,576	0.4%	+225	116.7%	6,866	3.0%	▲ 28	-
営業総利益	81,435	20.2%	100,169	22.5%	+18,734	123.0%	68,772	29.8%	▲ 182	-
販売費及び一般管理費	71,735	17.8%	80,137	18.0%	+8,402	111.7%	62,033	26.9%	▲ 182	152,082
営業利益	9,700	2.4%	20,031	4.5%	+10,331	206.5%	6,739	2.9%	-	16,677
経常利益	10,624	2.6%	20,564	4.6%	+9,940	193.6%	6,927	3.0%	-	14,462
親会社株主に帰属する中間純利益	6,132	1.5%	12,165	2.7%	+6,033	198.4%	3,657	1.6%	-	4,057



*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

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

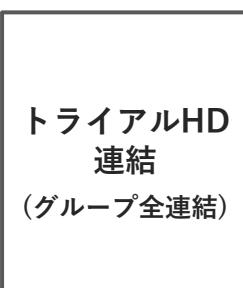
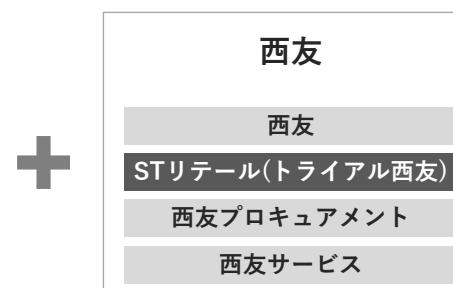
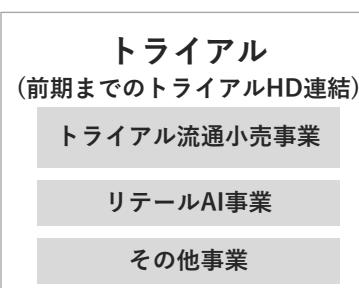
トライアル・西友 業績概況（2Q）

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。

アドバイザリー費用等と、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。

2025年10月1日～
2025年12月31日(3ヶ月)
(百万円)

	トライアル				西友		(グループ間取引) 調整額 当2Q	M&A関連費用 当2Q	トライアルHD連結	
	前2Q	売上 構成比	当2Q	売上 構成比	前期差	前期比			当2Q	売上 構成比
売上高	207,906	100.0%	229,639	100.0%	+21,733	110.5%	119,106	100.0%	▲ 1,246	-
売上総利益	40,950	19.7%	50,734	22.1%	+9,784	123.9%	33,164	27.8%	▲ 103	-
その他の営業収入 ^{*1}	701	0.3%	823	0.4%	+122	117.4%	3,545	3.0%	▲ 28	-
営業総利益	41,651	20.0%	51,557	22.5%	+9,906	123.8%	36,710	30.8%	▲ 132	-
販売費及び一般管理費	36,882	17.7%	41,066	17.9%	+4,184	111.3%	31,754	26.7%	▲ 131	76,598 22.0%
営業利益	4,768	2.3%	10,490	4.6%	+5,722	220.0%	4,955	4.2%	-	11,536 3.3%
経常利益	5,358	2.6%	10,848	4.7%	+5,490	202.5%	5,138	4.3%	-	11,214 3.2%
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,972	1.4%	7,011	3.1%	+4,039	235.9%	2,441	2.0%	-	5,037 1.4%



2Q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・株式の状況

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 業績概況（2Q/上期）

トライアルは、前期末から15店舗の増加(新店18/閉店3)と、既存店売上高1.0%増(前期比)で、売上高は前期比10.2%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23.1%増、粗利率は同2.4ptの大幅改善。コストコントロールも進み営業利益は約2倍の大幅増益。通期業績予想に対し好調に推移。

(百万円)	前2Q		当2Q			前上期		当上期			トライアル 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	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	207,906	100.0%	229,639	100.0%	+21,733	110.5%	403,741	100.0%	444,860	100.0%	+41,119	110.2%	51.1%	869,800	100.0%
売上総利益	40,950	19.7%	50,734	22.1%	+9,784	123.9%	80,084	19.8%	98,593	22.2%	+18,509	123.1%	50.1%	196,800	22.6%
その他の営業収入 ^{*2}	701	0.3%	823	0.4%	+122	117.4%	1,351	0.3%	1,576	0.4%	+225	116.7%	47.8%	3,300	0.4%
営業総利益	41,651	20.0%	51,557	22.5%	+9,906	123.8%	81,435	20.2%	100,169	22.5%	+18,734	123.0%	50.1%	200,100	23.0%
販売費及び一般管理費	36,882	17.7%	41,066	17.9%	+4,184	111.3%	71,735	17.8%	80,137	18.0%	+8,402	111.7%	47.5%	168,600	19.4%
営業利益	4,768	2.3%	10,490	4.6%	+5,722	220.0%	9,700	2.4%	20,031	4.5%	+10,331	206.5%	63.6%	31,500	3.6%
経常利益	5,358	2.6%	10,848	4.7%	+5,490	202.5%	10,624	2.6%	20,564	4.6%	+9,940	193.6%	63.9%	32,200	3.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,972	1.4%	7,011	3.1%	+4,039	235.9%	6,132	1.5%	12,165	2.7%	+6,033	198.4%	65.1%	18,700	2.1%

*1 進捗率は、通期業績予想に対する上期(第2四半期累計)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

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

西友 業績概況（2Q/上期）

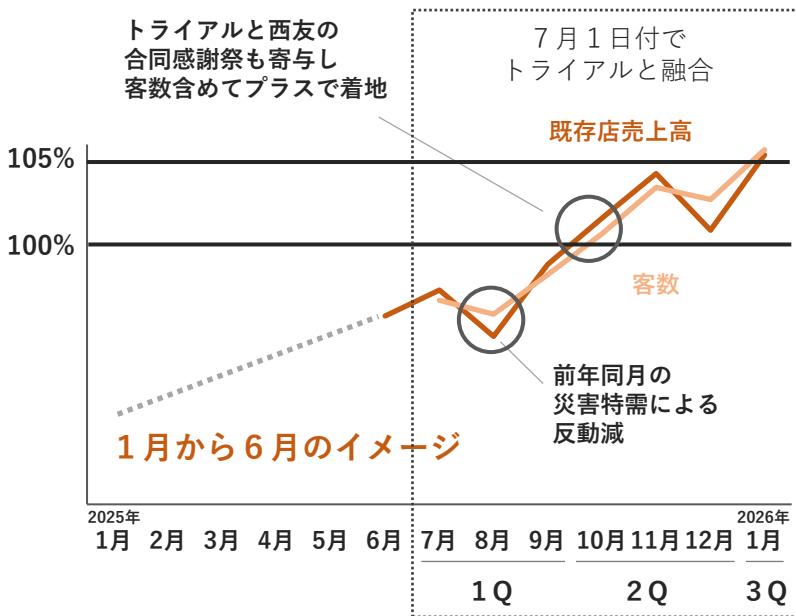
西友は、価格競争力の強化や売り場の整備、定番品の欠品解消を進めるとともに、トライアルの名物商品の販売を進めるなど、お客様支持の向上に向けた売り場づくりを推進。前年同月の災害特需による反動減があった8月を底に、既存店売上高は改善傾向にあり、10月からはプラスで推移。通期業績予想に対しても順調に進捗。

(百万円)	当1Q		当2Q		当上期		西友 通期業績予想		
	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%	230,755	100.0%	51.0%	452,700	100.0%
売上総利益	28,741	25.7%	33,164	27.8%	61,906	26.8%	49.4%	125,200	27.7%
その他の営業収入 ^{*2}	3,320	3.0%	3,545	3.0%	6,866	3.0%	49.8%	13,800	3.0%
営業総利益	32,062	28.7%	36,710	30.8%	68,772	29.8%	49.5%	139,000	30.7%
販売費及び一般管理費	30,279	27.1%	31,754	26.7%	62,033	26.9%	48.6%	127,600	28.2%
営業利益	1,783	1.6%	4,955	4.2%	6,739	2.9%	59.1%	11,400	2.5%
経常利益	1,788	1.6%	5,138	4.3%	6,927	3.0%	60.8%	11,400	2.5%
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,216	1.1%	2,441	2.0%	3,657	1.6%	53.8%	6,800	1.5%

*1 進捗率は、通期業績予想に対する上期(第2四半期累計)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



お客様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、11月のブラックフライデー、12月の年末商戦での需要の囲い込みが実を結び、お客様の支持は着実に拡大。この集客の勢いは1月も継続。

2Q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

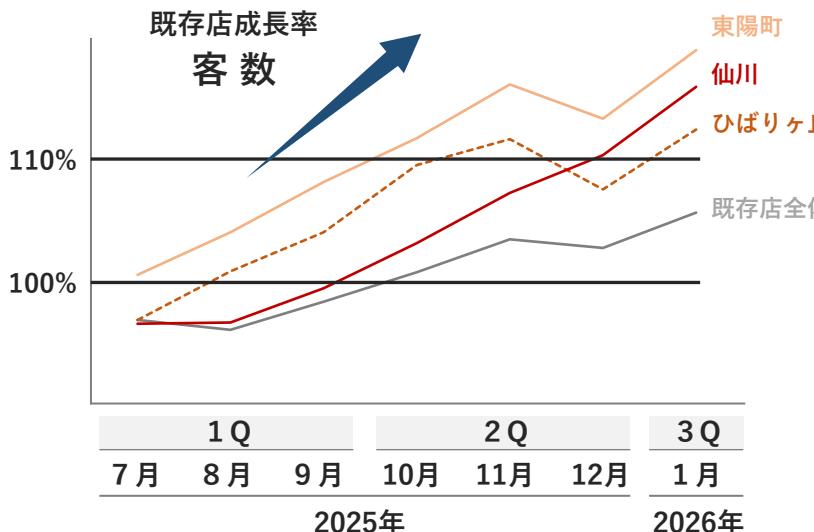
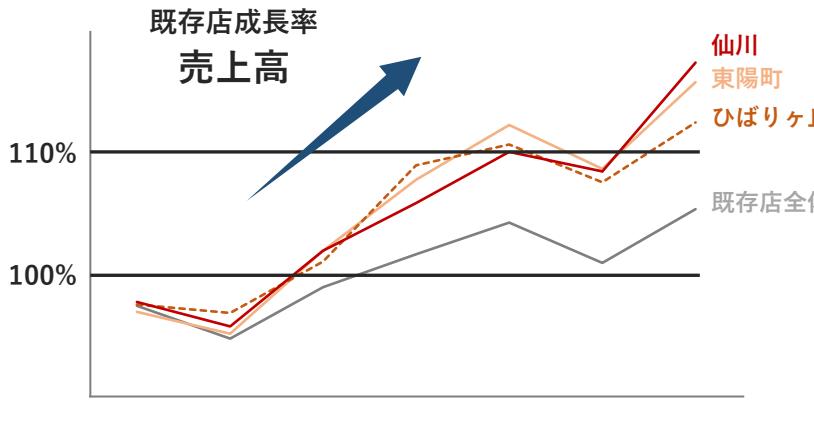
Appendix

IR活動・株式の状況

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

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(東陽町店・ひばりヶ丘店)。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1店舗で開始(仙川店)。モデル店舗3店の売上高・客数は既存店全体を大きく上回り、立ち上がりは順調に進捗。



■ モデル店舗

ハイパーマーケット

2025年8月実証開始

東陽町店 ひばりヶ丘店
(東京都江東区) (東京都西東京市)

スーパーマーケット

2025年12月実証開始

仙川店
(東京都調布市)

東陽町店、ひばりヶ丘店のノウハウを活用し
スーパーマーケット(中小型店)のモデルづくり開始

■ 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

モデル店舗は既存店全体の数値を
大きく上回る売上高成長を継続

■ 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がお客さま支持の獲得に大きく貢献

実績

1Q **2Q**

トライアルPB
(主要な商品)

ほぼ全店

	1Q	2Q
ロースかつ重	約20店	約100店
たっぷり玉子サンド	約10店	約30店

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

順次、
導入店舗拡大

2Q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

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

バックキャスト

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

現在

IoTの実装
食の強化

リテールAIの
自立化
全国的に
店舗網の拡大加速

リテールメディア

小売に留まらない
リアルコマース

次世代スマートストア

流通プラット
フォーマー

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。

飛躍的成長へのトライ 流通小売 × IT・AI

トライアルグループの基盤
流通小売

2Q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・株式の状況

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店を目指し、生鮮を中心とした「食」の強化を推進。

2025年6月よりプライシング施策を全店舗で本格導入。客数は一時的に影響を受けたものの、一品単価の向上が客単価を押し上げ、既存店売上高は底堅く推移。前年の災害特需の反動減や暖冬といったマイナス影響がある中、生鮮食品を中心とする幅広い品揃えや活気ある売り場づくり、初売り福袋企画などのイベント強化で休まず営業した年末年始営業。全施策が需要を囲い込んだ結果、計画に対して上振れて進捗。価格訴求品のお買い得感向上と価値訴求品の信頼獲得で既存店成長と収益力のさらなる向上を目指す。

計画 通期：100.6%
実績 上期：101.0%
当2Q：102.2%

2Q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

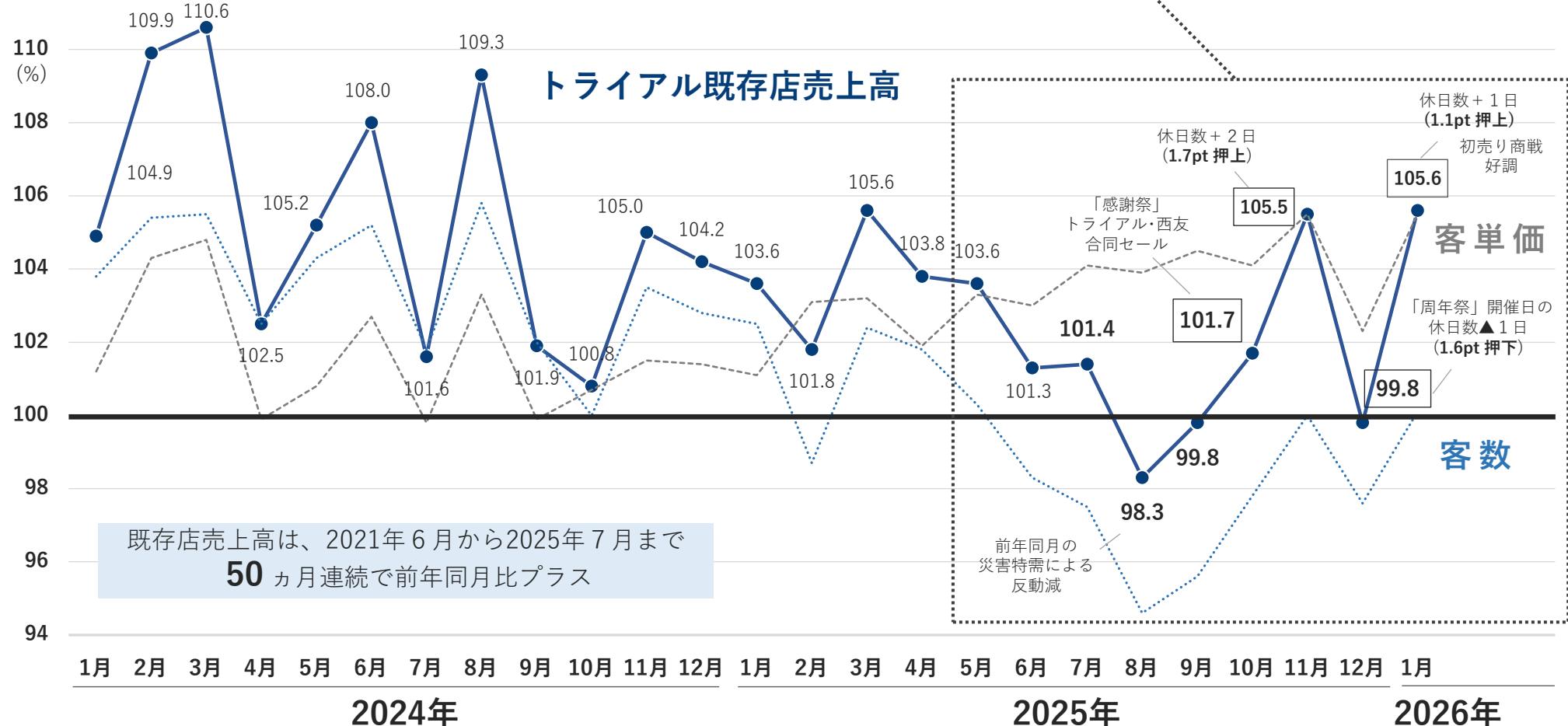
連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

IR活動・株式の状況

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2Qは、スーパーセンター2店舗、smart1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		
		通期	通期	通期	1Q 2025年 7-9月	2Q 2025年 10-12月	累計
トライアル	メガセンター	4	5	0	0	0	0
トライアル	スーパーセンター	19	20	13	4	2	6
トライアル	smart	2	3	2	0	1	1
トライアル	小型店	5	2	4	0	0	0
西友	ハイパーマーケット	-	-	-	0	0	0
西友	スーパー・マーケット	-	-	-	0	0	0
合計		30	30	19	4	3	7

2Q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・株式の状況

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2Qは、メガセンター1店、スーパーセンター5店、小型店(TRIAL GO)5店、スーパーマーケット1店の12店舗を新規出店。一方、smart2店、スーパーマーケット1店の3店舗を閉店。当2Q末の店舗数は611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。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
実績	上期 : 19店

トライアル	メガセンター	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(10月-12月)			
		店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	出店数	閉店数	店舗数	業態転換	
トライアル	メガセンター	24	24	28	28	28	28	1	*1	0	29	0
	スーパーセンター	181	187	207	213	213	213	5	0	218	0	0
	smart	68	64	70	70	70	70	0	2	68	0	0
	小型店	12	43	47	47	47	47	5	0	52	*2	0
	合計	285	318	352	358	358	358	11	2	367	0	0
西友	ハイパーマーケット	-	-	-	-	74	74	0	0	73	▲1	*3
	スーパーマーケット	-	-	-	-	170	170	1	1	170	0	0
	トライアル西友	-	-	-	-	0	0	0	0	1	1	1
	合計	-	-	-	-	244	244	1	1	244	1	1
合計		285	318	352	602	12	3	611	1			

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*1)。

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

*1 ハイパーマーケット閉店後、
メガセンターを居抜き出店

*2 小型店のうち、
TRIAL GOは39店舗

*3 ハイパーマーケットから、
トライアル西友へ業態転換

地域別の出店状況

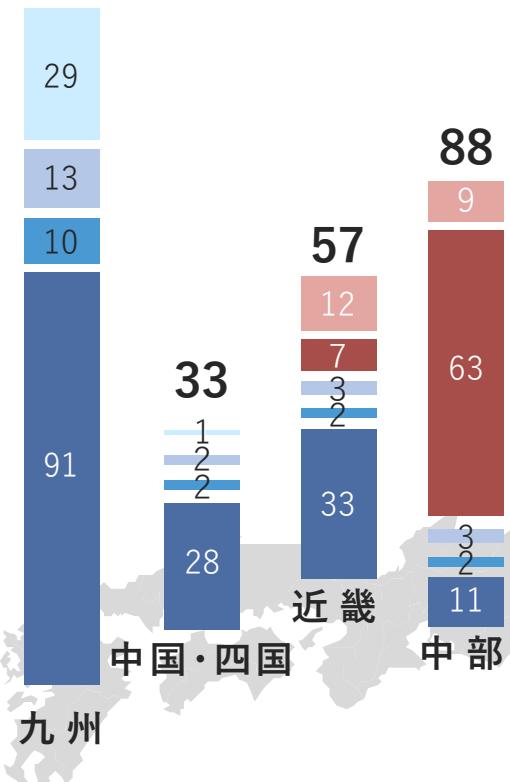
トライアル：367店

メガセンター	スーパーセンター	smart	小型店
29店	218店	68店	52店

西友：244店

ハイパー マーケット	スーパー マーケット	トライアル 西友
73店	170店	1 店

143



店舗数合計
611店

※ 2025年12月末時点

当 2 Q

月	出店	トライアル	
		新規出店	閉店
10月	鹿沼店(栃木県)	10月	業態転換
11月	南相馬店(福島県)	11月	閉店
11月	平群店(奈良県)	11月	出店
11月	西条店(愛媛県)	11月	出店
11月	西一之江店(東京都)	11月	出店
12月	西荻窪駅北店(東京都)	12月	出店
12月	富士見台駅北店(東京都)	12月	出店
12月	東松山店(埼玉県)	12月	出店
12月	佐々店(長崎県)	12月	出店
12月	笹塚駅西店(東京都)	12月	出店
12月	中野中央5丁目店(東京都)	12月	出店
12月	小笠4丁目店(福岡県)	12月	出店
11月	花小金井店(東京都)	11月	出店
11月	ひたち野うしく店(茨城県)	11月	出店
11月	野田店(千葉県)	11月	出店
11月	高崎中泉店(群馬県)	11月	出店
11月	トライアル 西友	11月	出店
11月	スーパー マーケット	11月	出店
11月	smart	11月	出店
11月	smart	11月	出店

当 3 Q
(2026年2月12日時点)

月	出店	トライアル	
2月	板野店(徳島県)	2月	出店
2月	メガセンター	2月	出店
2月	ハイパー マーケット	2月	出店

2Q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・株式の状況
- トライアルグループ紹介

新店トピックス

愛媛県・徳島県に初出店。
全国の店舗網は39都道府県まで拡大。

愛媛県
初出店

2025年11月26日オープン

スーパーセンター 西条店(愛媛県)



- 四国エリア限定商品の「鉄板ナポリタン」が好評
- 取扱店舗拡大中のトライアル独自のベリカ(ベーカリー)商品も展開

徳島県
初出店

2025年2月11日オープン

スーパーセンター 板野店(徳島県)



- インストアサイネージ
国内174店舗目の本格導入
- 免税 (Tax-free) 対応を実施

西友の店舗閉店後にトライアルのメガセンターを居抜出店

2025年12月10日オープン

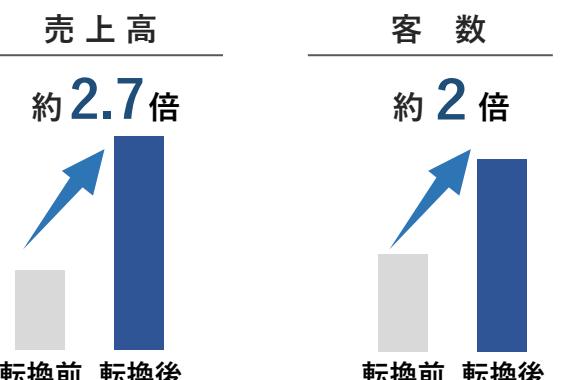
メガセンター 東松山店(埼玉県)



生鮮繁盛店型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実現

転換後1ヵ月間の初動実績

2026年1月度(前年同月比)



2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

「TRIAL GO」12月に東京2店舗オープン



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

2025年12月5日オープン

ささづかえきにし

TRIAL GO 笹塚駅西店(東京都渋谷区)



- ・ 笹塚駅から徒歩2分
- ・ 店舗面積約140m²

店舗の特徴

「ついで買い」「まとめ買い」を促す商品ラインナップ



2025年12月12日オープン

なかのちゅうおうごちょうめ

TRIAL GO 中野中央5丁目店(東京都中野区)



- ・ 新中野駅から徒歩2分
- ・ 店舗面積約110m²

店舗の特徴

エリア特性上、生鮮構成比が高く、即食(惣菜・寿司)の売上が好調



消費スタイル、商圈・客層が都心4店舗でも大きく異なる

課題 商圏対応力

- ・ 個店ごとの商品や棚割の最適化
- ・ 買上点数、トップラインの向上

対策

- ・ 商圏分析ソフトでの精査
- ・ 商品開発へのデータ利活用
- ・ 現場での高速PoCの積み重ね

2月出店予定

東京 5 店舗目

えこださかえちょう

江古田栄町店

(東京都練馬区)

2Q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・株式の状況

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」花小金井店

業態転換の先行事例である花小金井店では、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。2階への送客強化や、九州ご当地メニューの提案、サイネージ活用も奏功し、転換後2ヵ月間の初動実績で、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活用が西友再生の強力なエンジンとなる確かな手ごたえを獲得。

2025年11月28日オープン

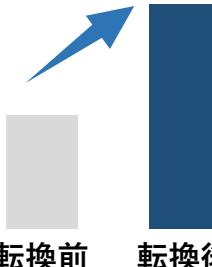
トライアル西友 花小金井店 (東京都小平市)

転換後2ヵ月間の初動実績

2025年12月1日～2026年1月31日(前年同期比)

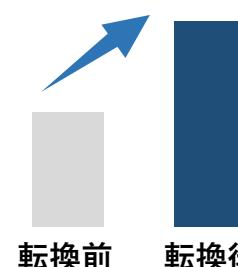
売上高

約42%増



客 数

約36%増



1階

- 精肉・鮮魚・総菜の売場面積拡大、プロモーション強化
- 精肉・お寿司はインストア加工に切り替え鮮度を遡及
- 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



2階

2階集客の核として
お酒とビューティー系の商品を強化

- 九州愛をテーマとした差別化MD
- サイネージの集中展開と売場連動
- Skip Cartで新しいお買い物体験提供



- 従来の西友店舗で捉え切れていた「食」の潜在需要を捉え、フレッシュ(生鮮・惣菜)が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、新たなお客様を獲得
- 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



商品カテゴリ別売上高（上期）

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17.9%増と流通小売事業の增收増益をけん引。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6.8%と同0.7pt上昇。中期目標の8%に向けて堅調に推移。

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

2025年7月1日～ 2025年12月31日(6ヶ月)	前上期		当上期						(百万円)	
			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)	401,725	100.0%	441,728	100.0%	+40,003	110.0%	230,178	100.0%	671,906	100.0%
食品	298,614	74.3%	332,706	75.3%	+34,092	111.4%	200,447	87.1%	533,154	79.3%
グロサリー	113,525	28.3%	120,989	27.4%	+7,464	106.6%	67,859	29.5%	188,849	28.1%
デイリー	73,834	18.4%	80,590	18.2%	+6,756	109.2%	54,439	23.7%	135,030	20.1%
フレッシュ	111,254	27.7%	131,127	29.7%	+19,873	117.9%	78,148	34.0%	209,275	31.1%
うち、惣菜	24,521	6.1%	30,069	6.8%	+5,548	122.6%	23,669	10.3%	53,739	8.0%
非食品	103,111	25.7%	109,021	24.7%	+5,910	105.7%	29,730	12.9%	138,751	20.7%
生活	47,170	11.7%	49,389	11.2%	+2,219	104.7%	15,946	6.9%	65,335	9.7%
ハード	36,339	9.0%	37,583	8.5%	+1,244	103.4%	5,444	2.4%	43,027	6.4%
アパレル	11,735	2.9%	12,115	2.7%	+380	103.2%	3,492	1.5%	15,608	2.3%
その他	7,866	2.0%	9,933	2.2%	+2,067	126.3%	4,847	2.1%	14,780	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。前上期も組み替えを行っています(8,290百万円影響)

※ 「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

商品カテゴリ別売上高（2Q）

2Q決算概要

(百万円)	前2Q		当2Q						業績サマリー	
			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)	206,789	100.0%	227,520	100.0%	+20,731	110.0%	118,657	100.0%	346,178	100.0%
食品	153,613	74.3%	171,625	75.4%	+18,012	111.7%	103,381	87.1%	275,007	79.4%
グロサリー	57,643	27.9%	62,035	27.3%	+4,392	107.6%	35,568	30.0%	97,603	28.2%
デイリー	37,712	18.2%	41,171	18.1%	+3,459	109.2%	27,593	23.3%	68,764	19.9%
フレッシュ	58,257	28.2%	68,419	30.1%	+10,162	117.4%	40,220	33.9%	108,639	31.4%
うち、惣菜	12,471	6.0%	15,290	6.7%	+2,819	122.6%	12,022	10.1%	27,313	7.9%
非食品	53,176	25.7%	55,894	24.6%	+2,718	105.1%	15,276	12.9%	71,170	20.6%
生活	23,897	11.6%	25,118	11.0%	+1,221	105.1%	7,934	6.7%	33,052	9.5%
ハード	18,547	9.0%	19,242	8.5%	+695	103.7%	2,941	2.5%	22,183	6.4%
アパレル	6,608	3.2%	6,782	3.0%	+174	102.6%	1,883	1.6%	8,665	2.5%
その他	4,123	2.0%	4,751	2.1%	+628	115.2%	2,517	2.1%	7,268	2.1%

※ 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2Qも組み替えを行っています(4,308百万円影響)
 ※ 「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

Appendix

IR活動・株式の状況

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。

当上期のPB売上高構成比は、トライアル19.8%、西友14.9%。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! RIALT

「RIALT 西友三軒茶屋店」2025年11月14日オープン
アパレルPB商品に特化した初の専門店



リアルと、未来と。
RIALT ECサイトはコチラから
<https://rialt.online/>
トライアルアパレルオンラインショップ「RIALT」。
フリースやインナーをはじめとする「ふだん着」を
驚きの質と驚きの価格で。

みんなのお墨付き



PB商品カタログ



※ 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。

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

お弁当・お惣菜大賞2026

トライアルグループ「こはく本舗」の商品は、「お弁当・お惣菜大賞2026」において、『モリタケノしいたけパン』が優秀賞を受賞したほか、8品が入選しました。



職人の開発したレシピを店頭の味へ、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。年間1,300~1,500通りのレシピが考案され、厳しい審査をクリアしたレシピのみ商品化。



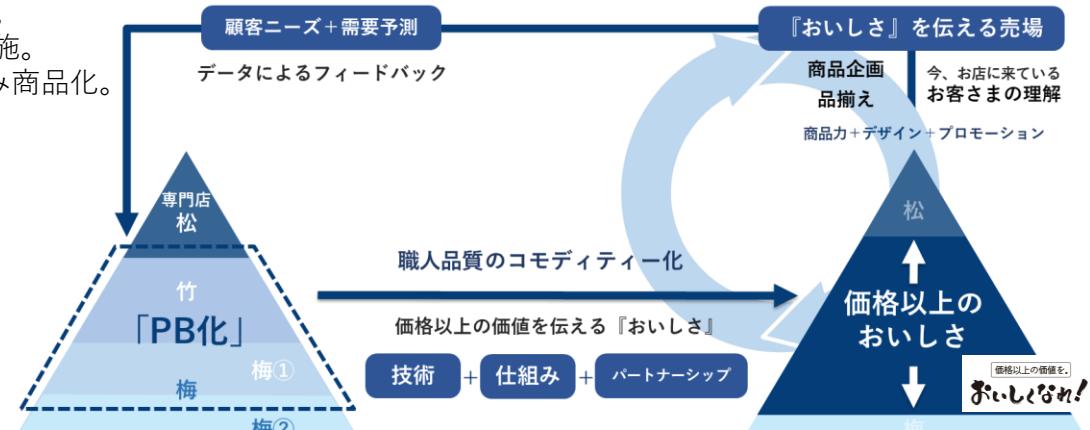
パン部門 / 優秀賞 モリタケノしいたけパン 280円(税込)



鮮度の高い無農薬椎茸を主役に、自家製明太バターと国産あおさを香ばしくオリーブオイルで揚げ焼きに。



一般社団法人全国スーパー・マーケット協会が主催するスーパー・マーケットやコンビニエンスストア、専門店等で実際に販売している数多くのお弁当・お惣菜・サラダ・パン等の中から、食の専門家で構成された審査員により、特に優れた商品を選出し表彰。



こはく本舗イチオシ商品

「カリッ? もちっ? サクっ? クイニーアマン?」 149円(税込)



初日販売数約18,000個 /
3つの食感でハイブリット新触感
香ばしいカラメルでカリッ!
おもちでもちっ!
デニッシュでサクッ!

2Q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

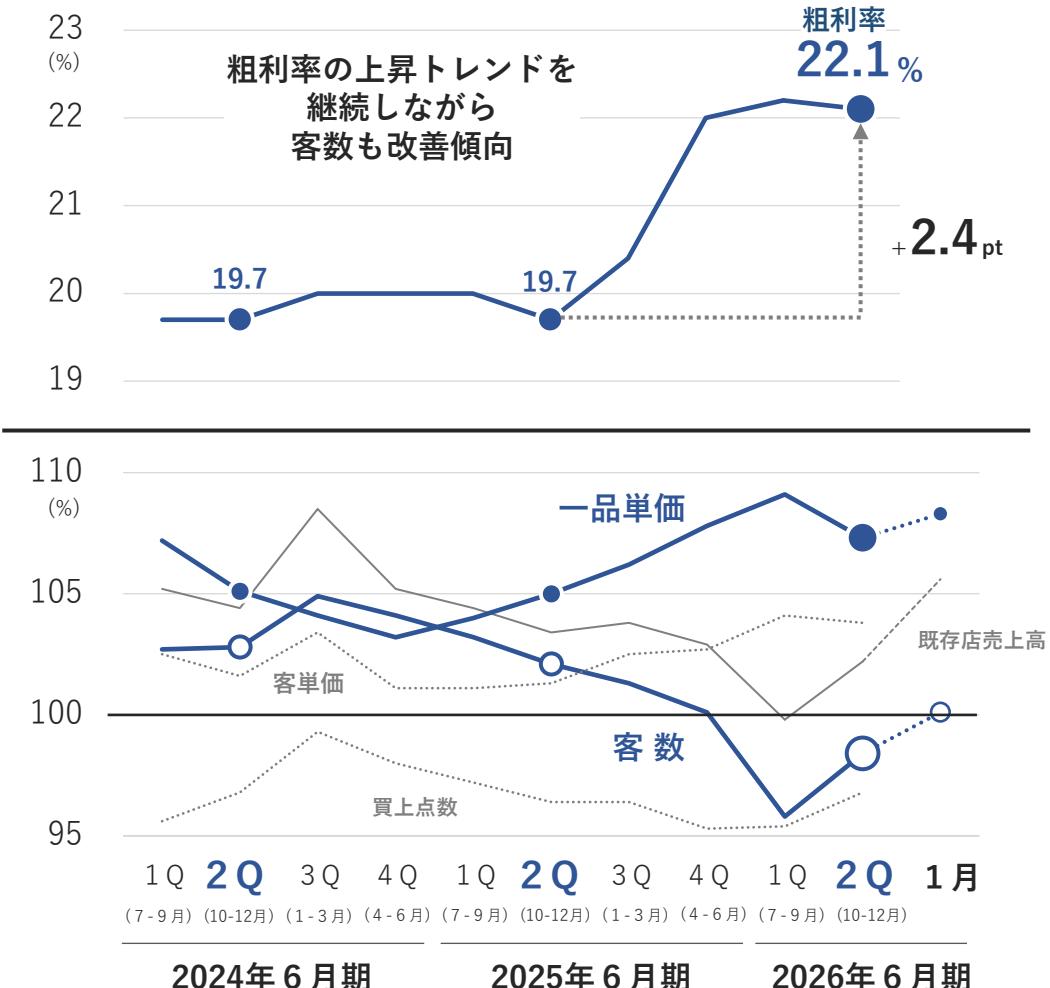
IR活動・株式の状況

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2Q比+2.4pt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。「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

価値訴求品で
収益力向上

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

- 一時的な離反顧客に対するクーポン発行との連動で安さの再認識を促進

② 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）
- データ活用によるプライシングの精緻化

- 帳合統合による調達コスト低減を原資に、売れ続ける価格設定を徹底
- 在庫回転の最適化と、統合シナジーによる原価低減
- 地域特性に合わない「無駄な品揃え」を廃止

③ 商品の価値を伝える棚づくり

- 価格訴求の徹底と継続（エキサイティングプライス実施）
- 価値訴求の徹底と継続（棚割/POP/サイネージなど）

- 売り場のオペレーションを底上げ
- デジタル×アナログ販促で価値訴求

④ 粗利リード商材の深耕拡大

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

- これまで手薄だった夕方以降の商品供給体制を強化
- トライアル・西友でしか買えない付加価値商品拡販（ロックオンアイテム）

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

販管費の内訳（2Q/上期）

(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(上期約76億円)を計上。
さらに当1Qでは「その他」に一過性費用としてM&Aに係るアドバイザリー費用等(約20億円)を計上。

(百万円)	前2Q		当2Q			前上期		当上期				
	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	207,906	100.0%	347,499	100.0%	+139,593	167.1%	403,741	100.0%	674,117	100.0%	+270,376	167.0%
販売費及び一般管理費	36,882	17.7%	76,598	22.0%	+39,716	207.7%	71,735	17.8%	152,082	22.6%	+80,347	212.0%
人件費 ^{*1}	21,762	10.5%	37,233	10.7%	+15,471	171.1%	41,923	10.4%	72,183	10.7%	+30,260	172.2%
不動産費 ^{*2}	5,852	2.8%	15,158	4.4%	+9,306	259.0%	11,310	2.8%	29,935	4.4%	+18,625	264.7%
広告・販促費 ^{*3}	1,229	0.6%	2,182	0.6%	+953	177.5%	2,395	0.6%	3,702	0.5%	+1,307	154.6%
水道光熱費	2,718	1.3%	4,793	1.4%	+2,075	176.3%	5,991	1.5%	11,004	1.6%	+5,013	183.7%
のれん償却額	-	-	3,831	1.1%	+3,831	-	-	-	7,663	1.1%	+7,663	-
その他	5,321	2.6%	13,398	3.9%	+8,077	251.8%	10,116	2.5%	27,595	4.1%	+17,479	272.8%

^{*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」

2Q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

売上高構成比の分解

トライアル 西友

上期 10.5 % 10.9 %

当2Q 10.6 % 10.8 %

2.9 % 7.4 %

2.9 % 7.3 %

0.6 % 0.5 %

0.6 % 0.7 %

1.5 % 1.9 %

1.3 % 1.6 %

Appendix

IR活動・株式の状況

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。

2Q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

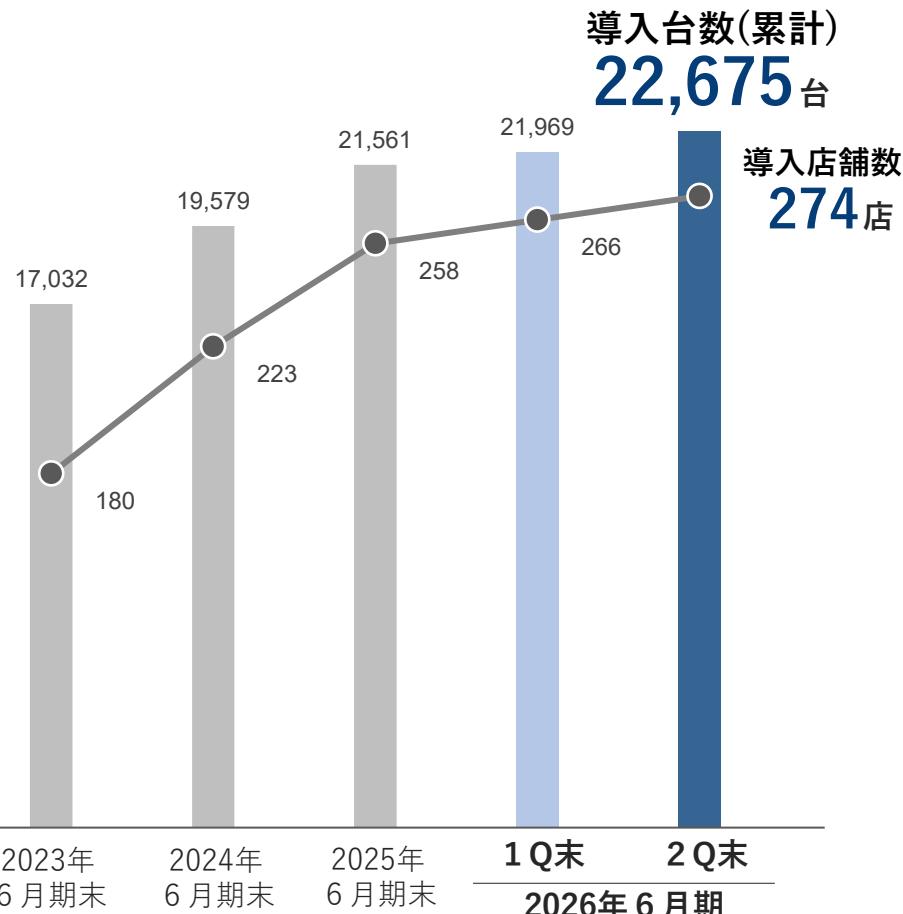
連結業績予想

Appendix

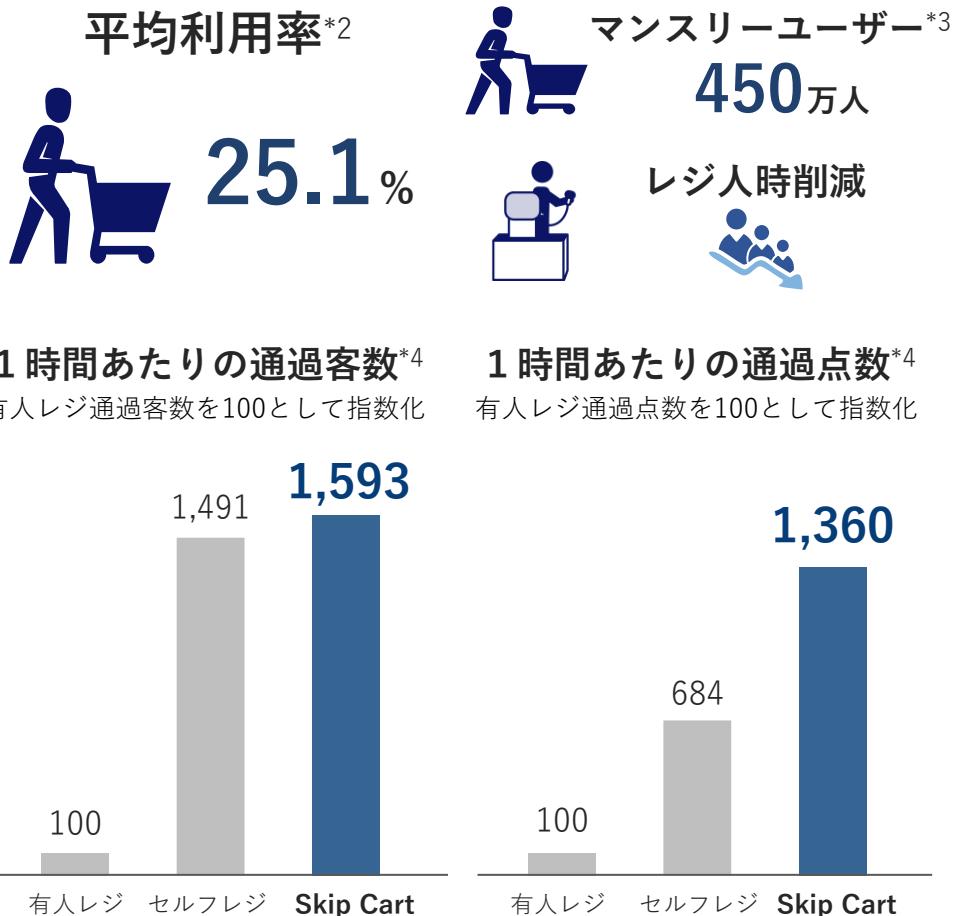
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

Skip Cartの導入実績^{*1}



Skip Cartの導入効果



*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

西友完全子会社化に係る短期借入金3,674億円、のれん(暫定/残高2,988億円)を計上。なお、2025年12月末は金融機関の休業日であったため、買掛金等の決済日の影響により、「現金及び預金」と「買掛金」は通常月より残高が増加。

2Q決算概要

(百万円)	2025年6月末		2025年12月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動資産	143,172	47.7%	257,758	30.3%	+114,586
現金及び預金	72,325	24.1%	116,403	13.7%	+44,078
売掛金	3,301	1.1%	20,856	2.5%	+17,555
棚卸資産	56,612	18.9%	89,503	10.5%	+32,891
固定資産	157,110	52.3%	592,708	69.7%	+435,598
有形固定資産	136,549	45.5%	227,120	26.7%	+90,571
建物及び構築物	89,316	29.7%	132,213	15.5%	+42,897
土地	23,046	7.7%	63,356	7.4%	+40,310
無形固定資産	2,762	0.9%	310,598	36.5%	+307,836
のれん	-	-	298,875	35.1%	+298,875
投資その他の資産	17,799	5.9%	54,989	6.5%	+37,190
資産合計	300,283	100.0%	850,466	100.0%	+550,183

有利子負債^{*1}**389,003** 百万円

(前期末差 +350,436 百万円)

純有利子負債^{*2}**272,599** 百万円

(+306,358 百万円)

自己資本**128,549** 百万円

(+2,424 百万円)

自己資本比率**15.1** %(Δ 26.9 pt)

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・株式の状況

トライアルグループ紹介

(百万円)	2025年6月末		2025年12月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動負債	151,064	50.3%	655,995	77.1%	+504,931
買掛金	82,640	27.5%	217,274	25.5%	+134,634
短期借入金	26,500	8.8%	367,400	43.2%	+340,900
1年内返済予定の長期借入金	3,027	1.0%	2,832	0.3%	▲ 195
契約負債	11,817	3.9%	14,107	1.7%	+2,290
固定負債	20,190	6.7%	62,748	7.4%	+42,558
長期借入金	9,031	3.0%	18,747	2.2%	+9,716
資産除去債務	9,274	3.1%	32,500	3.8%	+23,226
純資産	129,028	43.0%	131,723	15.5%	+2,695
株主資本	125,194	41.7%	127,467	15.0%	+2,273
非支配株主持分	2,903	1.0%	3,173	0.4%	+270
負債純資産合計	300,283	100.0%	850,466	100.0%	+550,183

^{*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」

連結CF（上期）

(トライアルHD連結)

2026年6月期
第2四半期

30

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12月31日(6ヶ月) (百万円)	前上期 実績	当上期			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
		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	25,506	113,669	+88,163	445.7%	
投資活動CF	▲ 16,067	▲ 379,592	▲ 363,525	-	
財務活動CF	▲ 3,687	309,917	+313,604	-	
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 1	82	+83	-	
現金及び現金同等物の増減額	5,748	44,077	+38,329	766.8%	
現金及び現金同等物の期末残高	97,696	116,403	+18,707	119.1%	
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	9,438	▲ 265,922	▲ 275,360	-	IR活動・株式の状況 トライアルグループ紹介
設備投資額	20,940	21,270	+330	101.6%	Appendix

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。

2Q決算概要

グループ連結	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					
	(百万円)	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
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			営業外費用		
	アドバイザリー 費用等の一部	のれん償却額 (暫定)	借入金額	ストラクチャ リング手数料	借入金利	短期借入から長期借入 への借換えコストなど
	約 20 億円 (一過性費用/ 1 Qに計上)	152 億円 (償却期間20年)	3,674 億円 (借入期間 1 年)	約 12 億円 (一過性費用/ 1 Qに計上)	TIBOR + 0.325 % (1 カ月)	約 80 億円 (一過性費用含む)

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

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12日開催の第2四半期決算発表で公表

設備投資
400 億円

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	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：アドバイザリー費用、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

2026年6月期計画

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

西友

(参考)2024年12月期

※本数値は監査等、未実施

売上高	営業利益
4,835 億円	235 億円

- 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。

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

Appendix

ディスクロージャー・IRポリシー

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。

2Q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・株式の状況

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>



The screenshot shows a company profile page for TRIAL Holdings 141A. At the top, there's a navigation bar with 'Shared Research' and various menu items. Below it is a large thumbnail image of a building with the 'TRIAL' logo. The main content area has tabs for '概要' (Overview), 'TRIAL Holdings 141A' (with a note 'レポート更新: 1ヶ月前'), and 'カバレッジ開始' (Coverage Start). It includes sections for '直近更新内容' (Recent Updates), '所在地／連絡先' (Address/Contact), and '事業概要' (Business Overview). The '事業概要' section contains detailed text about the company's operations across 318 stores nationwide.

＼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/>



2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

外部からの表彰

TRIAL HLDGS

企業情報 | 事業内容 | ニュースルーム | 株主・投資家向け情報 | 採用情報 | JA / EN



企業ホームページ
最優秀サイト

2025
日興アイ・アール
グロース市場部門

「2025年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング」グロース市場部門において、
今回で2度目の選定となり、上場初年度から2年連続で「最優秀サイト」に選定。

3つの客観的な評価項目に基づく調査

① 分かりやすさ



② 使いやすさ



③ 情報の多さ



「2025年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング」調査について

日興アイ・アール株式会社が、全上場企業3,937社のホームページについて、客観的な項目に基づいた評価を行い、ランキングとして公表したもの。
「グロース市場部門」は、東証グロース、札証アンビシャス、名証ネクスト、福証Q-Board に上場する企業のうち、最優秀10社、優秀26社が選定。

2Q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・株式の状況

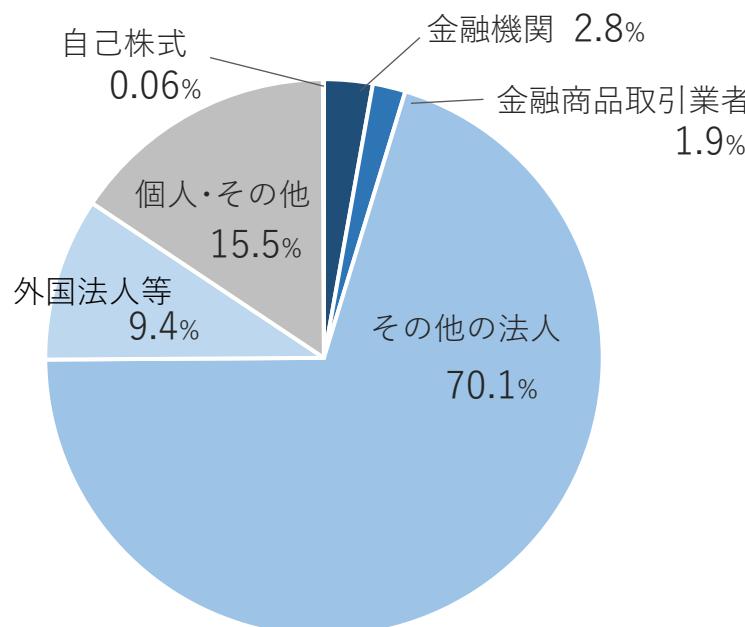
トライアルグループ紹介

株式の状況 (2025年12月31日時点)

株式数・株主数

発行可能株式総数	320,000,000 株
発行済株式の総数	122,465,700 株
自己株式の総数	74,513 株
株主数 (うち、個人)	39,024名 (38,390名)

所有者別状況 (所有株式数の割合)



大株主の状況

順位	株主名	持株数	持株比率*
1	株式会社ティー・エイチ・シー	66,000,000	53.93
2	株式会社Heroic investment	9,374,200	7.66
3	永田 久男	2,338,100	1.91
4	BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG(FE-AC)	2,145,824	1.75
5	株式会社PALTAC	1,200,000	0.98
6	日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	1,164,900	0.95
7	GIC PRIVATE LIMITED-C	1,121,227	0.92
8	サントリー株式会社	1,000,000	0.82
8	三井物産流通グループ株式会社	1,000,000	0.82
10	株式会社日本カストディ銀行(信託口)	984,700	0.80

*1 持株比率は自己株式(74,513株)を控除して計算しております

2Q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

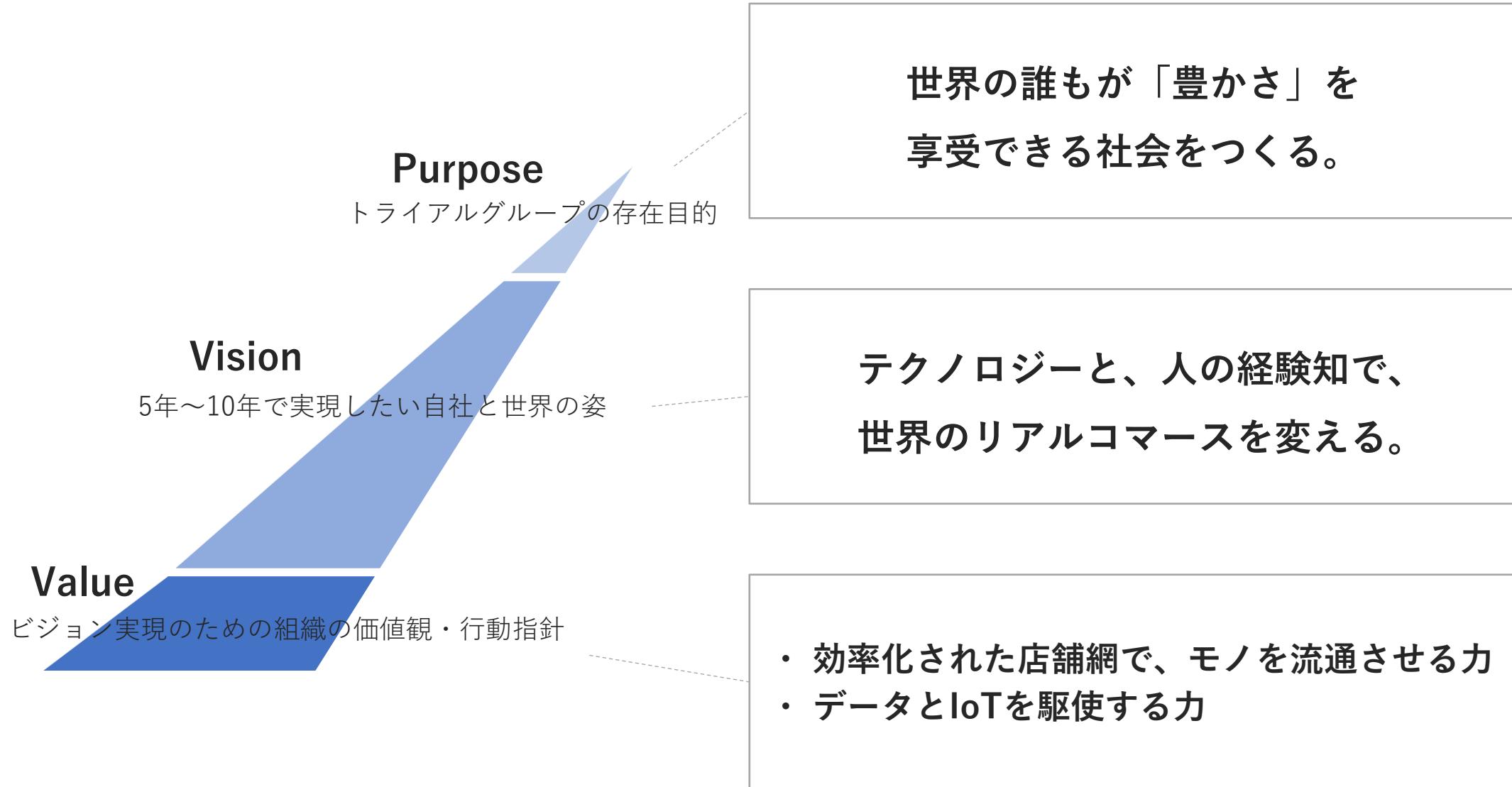
連結業績予想

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

トライアルグループの経営理念



2Q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・株式の状況

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
副会長 亀田 晃一
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

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

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 榎木野 仁司

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

子会社

子会社

関連会社

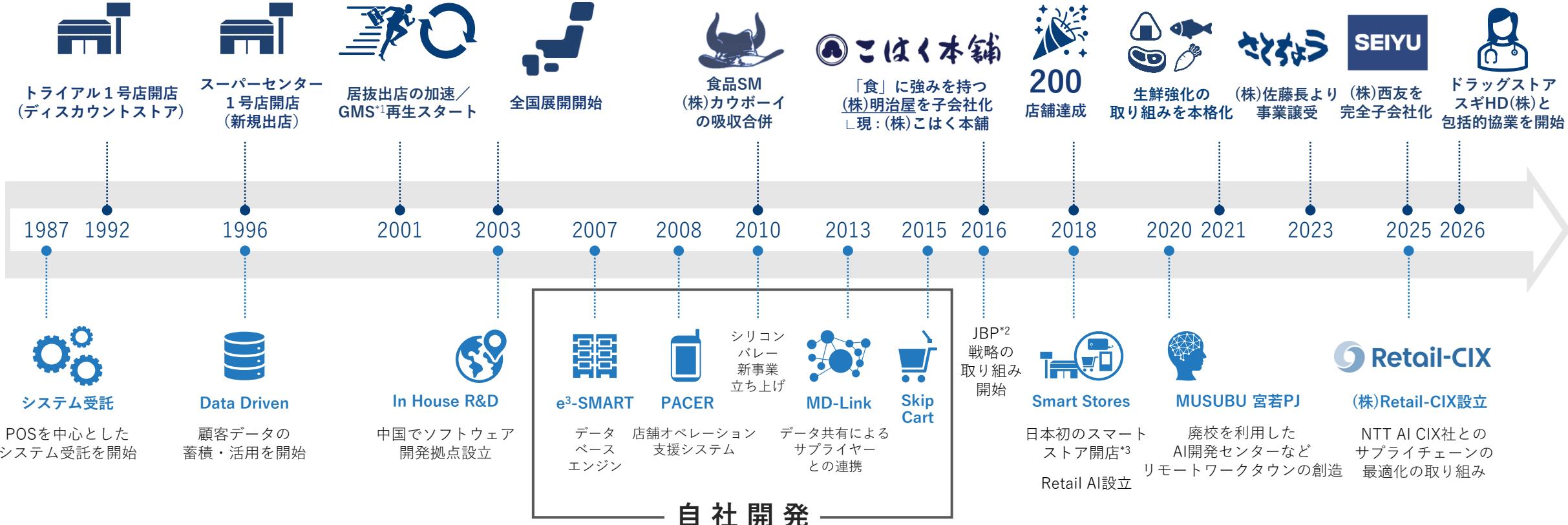
※ 2026年2月12日時点

祖業をITとし、時代を先取りした取り組み

TRIAL

流通小売

リアル店舗の進化と店舗網の拡大



Retail Ai  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・マーチャンダイジング・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ドである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12月末時点で、全国に**611**店舗を展開。

スーパーセンター(SuC)

218店



郊外型
約 4,000 m²

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

29店

約 8,000 m²

アイテム数
約 10 万点

smart

68店

約 1,400 m²

アイテム数
約 3 万点

小型店

52店

(うち, TRIAL GO 39店舗)

~約 1,000 m²
アイテム数
約 7 千~2 万点

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

スーパー市場



170店

都市型
約 2,000 m²
アイテム数
約 6~7 万点

ハイパーマーケット

73店

(うち, LIVIN 5 店舗)

約 2,000
~17,000 m²

アイテム数
約 7~10 万点

トライアル西友



1店

NEW!

都市型

約 3,500 m²

生活必需品
(食品+衣・住)

いつでも安い
EDLP

生活必需店としての高い集客力

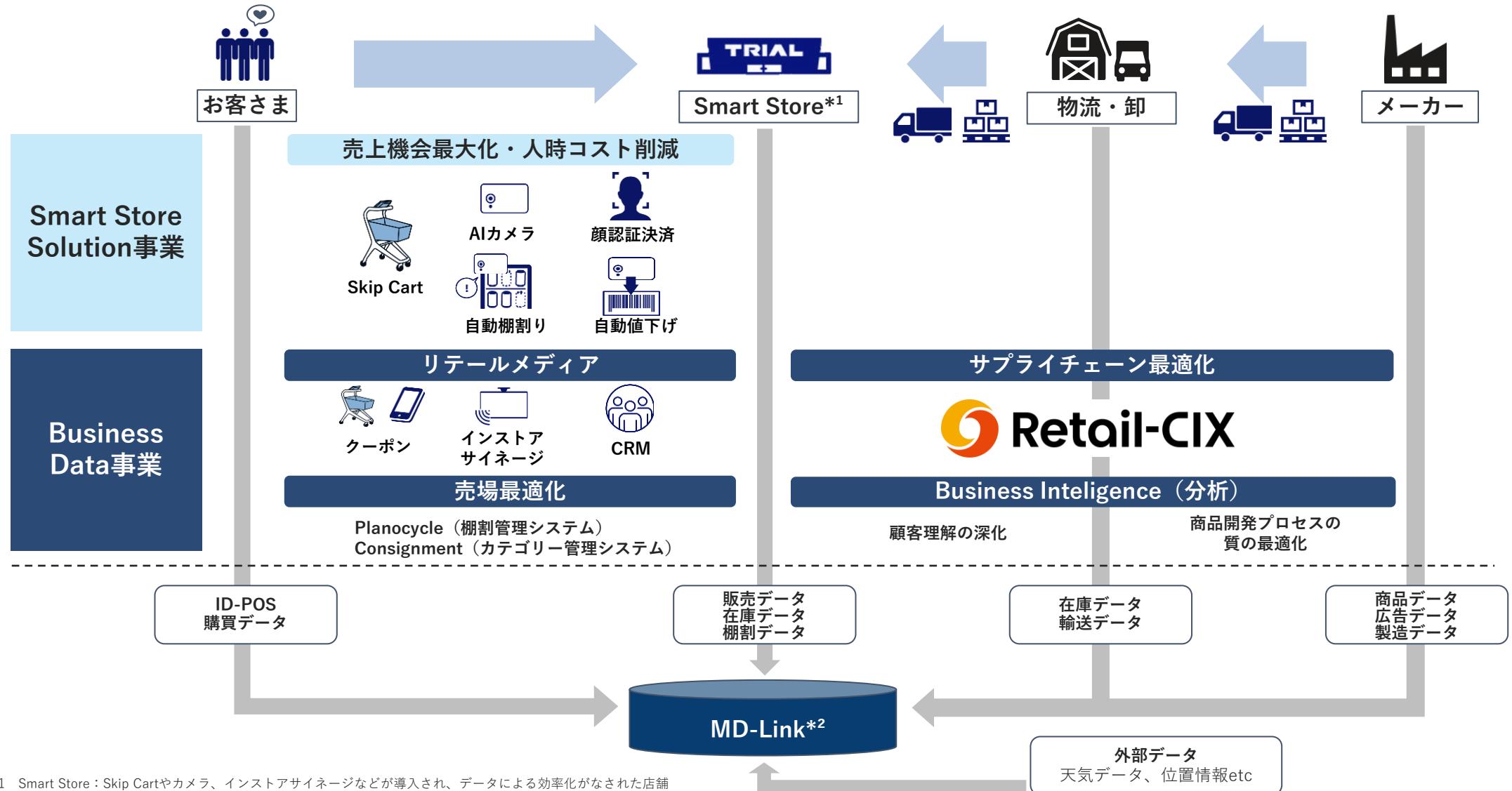
「食」を中心とした
ワンストップショッピング

リテールテックによる
新たな顧客体験の提供

※ 2025年12月末時点

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。



*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

2Q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・株式の状況

トライアルグループ紹介

Skip Cartとは

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。



2Q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・株式の状況

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3四半期決算

- ・2026年5月14日(木) : 決算発表(決算短信の開示)
 - ・2026年5月15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。