

2026 年 6 月期 2 Q 決算説明会 プレゼンテーションスクリプト**説明者：代表取締役社長 永田 洋幸****(P 3：2026 年 6 月期 上期ハイライト)**

当上期は、昨年 7 月 1 日の西友完全子会社化により企業規模が大幅に拡大し、グループにとって新たな成長ステージの幕開けとなる半年間となりました。

2026 年 6 月期上期の連結決算についてご報告いたします。

当上期の主要なトピックは、西友の完全子会社化による規模の大幅な拡大と、トライアル・西友双方での収益力向上が計画を大きく上回るペースで進んでいる点です。

グループ全体として、売上高・利益ともに極めて順調な進捗を見せています。

売上高は 6,741 億円で、前期比 67.0%増。

西友の新規連結による 245 店舗の増加に加え、トライアル既存店の堅調な推移が寄与しました。

営業利益は前期比 71.9%増の 166 億円、上期計画比でも 60.4%増と、M&A に伴うのれん償却額や一過性の費用を計上しながらも、大幅な増益を達成しています。

最終利益は 40 億円と、計画比で約 5 倍という大幅な上振れを記録し、通期計画に向けて順調に進捗しております。

主力であるトライアルは、増収に加え「大幅な増益」を実現しています。

売上高は前期比 10.2%増、営業利益は約 2 倍の大幅増益となりました。

プライシング施策の精緻化や、粗利率の高い「惣菜・PB 商品」の強化によって、売上総利益率は前期比で 2.4pt 改善しました。

また、既存店売上高は前期比 1.0%増と、底堅く推移しています。

西友につきましては、スピード感のある PMI を推進しています。

7 月の完全子会社化以降、経営方針を「収益性重視」から「お客さま支持の向上」へと転換し、具体的な成果が出始めています。

10 月の「トライアル・西友合同感謝祭」を機に、既存店売上高は 10 月以降、前年比プラスを継続しています。

仕入条件の見直しやリベート効果、当 2Q の業績連動賞与の戻し入れなどにより、営業利益は通期計画に対して進捗率 59.1%と高い進捗を見せています。

続いて石橋より、トライアルの概況を説明いたします。

説明者：取締役 石橋 亮太

(P11：トライアル 業績概況)

トライアルでは、上期の売上高は 4,448 億円、前期比 10.2%増と堅調に推移しました。営業利益 200 億円は前期比で約 2 倍の大幅な増益を達成しています。

(P15：トライアル既存店売上高推移)

既存店売上高は、2025 年 6 月からのプライシング施策の本格導入により、客数は一時的に影響を受けましたが、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おります。年末年始のイベント強化も奏功し、上期実績は 101.0%と、通期計画に対して順調に進捗しています。

(P16：店舗改装の状況)

既存店の改装につきましては、上期で、スーパーセンター 6 店舗、smart1 店舗を実施しており、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)

トライアルにおいて上期は、新規出店 18 店舗、閉店 3 店舗で、前期末から 15 店舗増加し、店舗数は 367 店舗となっています。新規出店のうち 5 店舗は TRIAL GO であり、うち 4 店舗が東京に出店し、実証実験が進んでいます。

(P19：新店トピックス)

新店トピックスとして、愛媛県と、徳島県に待望の初出店を果たしました。
これにより、全国の店舗網は 39 都道府県にまで拡大しています。

また、昨年 12 月に、西友の店舗閉店の跡地に、トライアルのメガセンターを居抜出店しています。西友時代と比較して、転換後 1 ヶ月間の初動実績は売上高が約 2.7 倍、客数が約 2 倍と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、生鮮・惣菜を中心とした地域住民の「食」に対する潜在ニーズを的確に捉えることに成功しています。

(P20：TRIAL GO」12 月に東京 2 店舗オープン)

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。
昨年 12 月、東京都内に新たに 2 店舗、「笹塚駅西店」および「中野中央 5 丁目店」をオープンしました。これにより、11 月に開店した西荻窪、富士見台の 2 店を合わせ、昨年で都内 4 店舗体制を構築し、実証実験が着実に進んでいます。
今月 2 月には、江古田栄町店(練馬区)のオープンも予定しています。西友の店舗網という既存資産を最大限に活用し、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を狙ってまいります。

(P21：新フォーマット「トライアル西友」花小金井店)

こちらは新フォーマット「トライアル西友」についてです。
昨年 11 月に、西友の店舗を業態転換する形でオープンした花小金井店では、売場面積をほとんど変えずに生鮮・惣菜を強化することで、客数が前期比で約 36%増加しました。また、深夜・夜間帯の利用が伸びており、都心部における新たな需要の開拓についても高いポテンシャルを有しています。
今後、トライアル西友の 2 号店を神奈川県川崎市にオープンする予定です。

(P22：商品カテゴリ別売上高)

続いて、商品カテゴリ別の売上高です。

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、上期においては前期比 17.9%増と流通小売事業の増収増益をけん引しています。また、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%と前期比で 0.7pt 上昇しており、中期目標の 8%に向けて堅調に推移しています。

(P24：トライアルグループの PB 商品)

PB につきましては、トライアルの PB 売上高構成比が上期で 19.8%と高い水準を維持しています。また、アパレル PB に特化した専門店「RIALT (リアルト)」を西友三軒茶屋店内にオープンするなど、専門性の強化にも取り組んでいます。

(P25：お弁当・惣菜大賞 2026)

トライアルの「食」の競争力を象徴するトピックとして、当社グループの「こはく本舗」の商品が「お弁当・惣菜大賞 2026」において、優秀賞など多くの受賞を果たしています。引き続きお客さまに支持される「食」の強化を進めていきます。

(P26：粗利上昇戦略の実績)

トライアルの説明の最後に、プライシング施策の進捗について説明します。粗利上昇戦略の実績ですが、粗利率は前 2 Q の 19.7%から 22.1%へと大幅に改善しています。あわせて、既存店の客数も改善トレンドにあります。主な要因は、税込・税抜併記による価格比較の容易化、データ活用のプライシング精緻化、商品の価値を伝える棚づくり、そして PB・惣菜などの高粗利商材の拡販です。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。

つづいて西友について檜木野から説明します。

説明者：株式会社西友 代表取締役社長 檜木野 仁司

(P12：西友 業績概況)

続いて、西友についてご報告いたします。ページは 12 ページまで戻ります。
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。具体的な成果として、8 月から開始した「厳選 100」キャンペーン、現在の「スゴ×トク」キャンペーンによる価格競争力の強化が挙げられます。
また、売り場の整備や、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ています。
このお客さま起点の売り場づくりが、10 月の感謝祭、11 月のブラックフライデー、そして 12 月の年末商戦での需要の囲い込みにつながり、既存店売上高、客数ともにプラスを継続しており、お客さまの支持は着実に拡大しています。
また、この集客の勢いは 1 月も継続しており、既存店売上高、客数は 5 %を超える伸長をみせています。

(P13：西友のモデルづくりの実験店舗)

つづいて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ています。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。モデル店舗 3 店舗の売上高、客数は既存店全体を大きく上回る水準であり、立ち上がりは順調に進捗しています。これらのノウハウの横展開を順次進めてまいります。
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 100 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。

続いて販管費とバランスシートについて、桐島より説明します。

説明者：上席執行役員グループ経営財務部長 桐島 一寿

(P27：販管費の内訳)

販管費ですが、まず M&A 関連費用として、当 1 Q から、のれん償却額(上期約 76 億円)を計上しています。さらに当 1 Q では販管費の「その他」の区分に一過性費用として M&A に係るアドバイザー費用等、約 20 億円を計上しています。当 2 Q においては一過性の費用はございません。

また、トライアル、西友ともに人件費のコントロールが進み、上期の販管費 1,520 億円は計画比 2.9%減であり、また販管費率は計画が 23.6%に対し、上期実績は 22.6%と 1pt 下回るなど、計画を下回って順調に推移しています。

(P29：連結 BS)

最後に連結 BS について説明します。

西友買収に伴う短期借入金 3,674 億円およびのれん(残高で 2,988 億円)を計上した結果、総資産は 8,504 億円に拡大しています。

自己資本比率は 15.1%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。

以上