

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。

2025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

2024年11月13日

目次

1 2025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)

2025年6月期

第1四半期決算概要

積極的な出店を進め、店舗数は前期末から9店舗増加。既存店売上高も前1Q比4.4%増と好調に推移し、売上高は同10.5%増。売上総利益率が前1Qから0.3pt改善し、売上総利益も同12.0%増と2ケタ増を達成。積極的な出店による販管費の増加で、営業利益は同11.2%減となるが、当1Qは出店増を踏まえ減益で計画しており、上期計画達成に向けて計画の範囲内で着地。

売上高

1,958 億円

+10.5%

(前1Q比)

売上総利益

391 億円

+12.0%

(前1Q比)

営業利益

49 億円

▲11.2%

(前1Q比)

店舗数

327 店

+9店

(前期末との差)

既存店売上高 成長率

+4.4%

(前1Q比)

売上総利益率

20.0 %

+0.3pt

(前1Qとの差)

営業利益率

2.5 %

▲0.6pt

(前1Qとの差)

Skip Cart 導入店舗数

232 店

(うち外販4社・5店)

+9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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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）

売上・利益ともに上期業績予想に対する進捗率は50%に満たないが、上期業績予想は1Qより2Qを高め計画。売上高及び売上総利益の前1Q比2ケタ増、営業利益の同2ケタ減は、上期業績予想の達成に向けて計画の範囲内。

2024年7月1日～ 2024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	177,275	100.0%	195,834	100.0%	+18,559	110.5%	48.2%	406,146	100.0%
売上総利益	34,936	19.7%	39,134	20.0%	+4,198	112.0%	47.8%	81,805	20.1%
その他の営業収入*2	623	0.4%	650	0.3%	+27	104.3%	51.1%	1,272	0.3%
営業総利益	35,560	20.1%	39,784	20.3%	+4,224	111.9%	47.9%	83,078	20.5%
販売費及び一般管理費	30,007	16.9%	34,853	17.8%	+4,846	116.1%	49.2%	70,807	17.4%
営業利益	5,552	3.1%	4,931	2.5%	▲ 621	88.8%	40.2%	12,270	3.0%
経常利益	5,764	3.3%	5,266	2.7%	▲ 498	91.4%	41.4%	12,733	3.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,251	1.8%	3,160	1.6%	▲ 91	97.2%	40.6%	7,786	1.9%

*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

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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、9店舗の店舗数増加(メガセンター2店 / スーパーセンター6店 / 小型店1店)と、既存店売上高の成長(前1Q比4.4%増)が寄与し、売上高は同10.4%増。一方、積極的な出店による先行コストの増加で、セグメント利益は同10.9%減。リテールAI事業は、当社グループ店舗に対するSkip Cartの導入が計画通りに進む一方、10月より外部2社への導入を開始。

2024年7月1日～
2024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	176,642	100.0%	194,949	100.0%	+18,307	110.4%
	外部顧客	176,635	100.0%	194,935	100.0%	+18,300	110.4%
	セグメント間	7	0.0%	13	0.0%	+6	185.7%
	セグメント利益	5,975	3.4%	5,326	2.7%	▲ 649	89.1%
リテールAI事業	売上高	1,259	100.0%	1,025	100.0%	▲ 234	81.4%
	外部顧客	240	19.1%	197	19.2%	▲ 43	82.1%
	セグメント間	1,018	80.9%	828	80.8%	▲ 190	81.3%
	セグメント利益	▲ 109	-	▲ 0	-	+109	-

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

「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

IoTの実装
食の強化

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

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

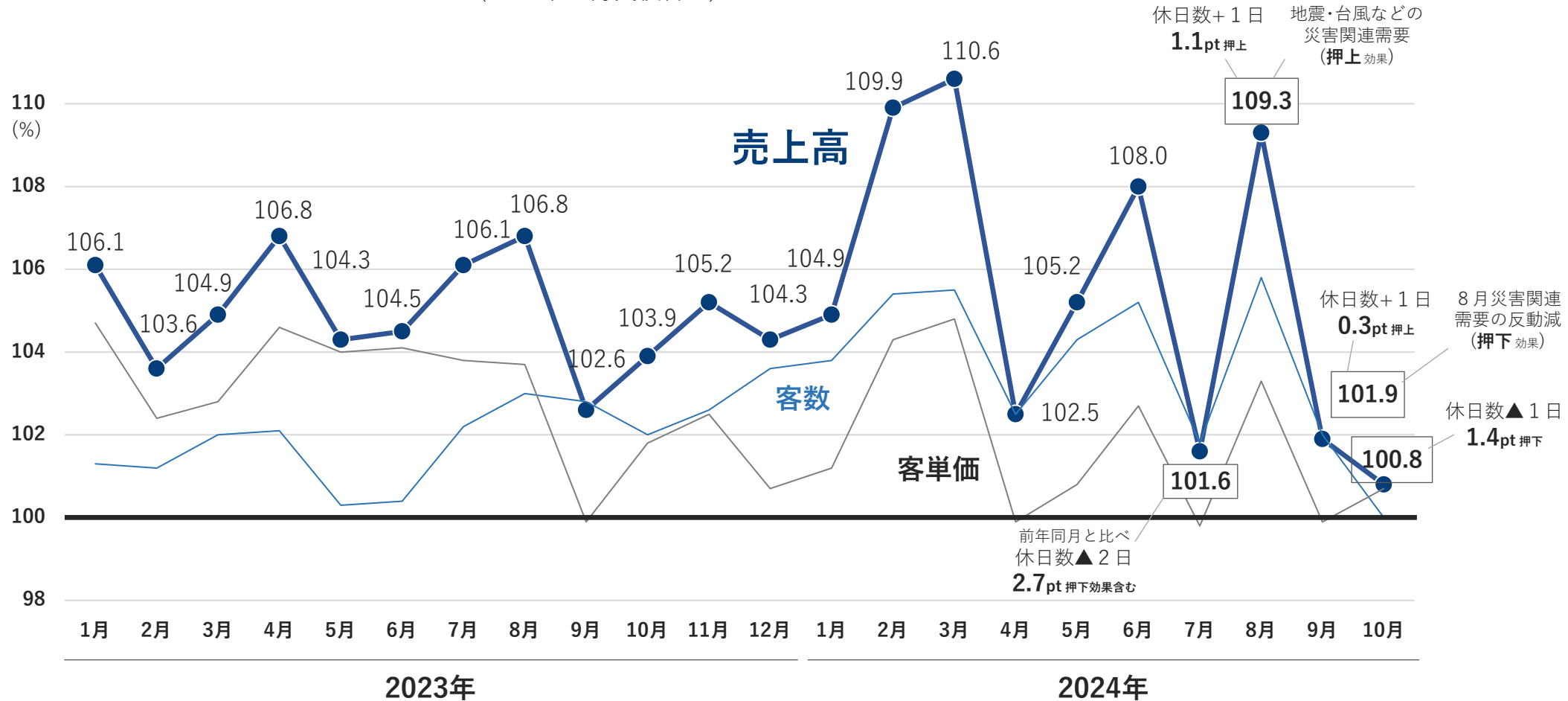
既存店売上高の推移（前年同月比）

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。
改装8店舗の効果も寄与し、お客さまの高い支持を継続的に獲得。

既存店売上高は、**41**ヵ月連続で前年同月比プラス
(2024年10月実績含む)

既存店売上高成長率

計画	通期：104.1%
実績	1Q：104.4%



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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

お客さまに選ばれるための商品開発

当社グループこだわりの「おいしくて安い」を追求したお弁当・お惣菜が受賞。
毎日の生活を豊かにする「食」の強化で、お客さまから選ばれる店舗づくりを推進。



「全国スーパーマーケット
おいしいもの総選挙2024」にて、
たっぷり玉子サンドが金賞を受賞



金賞



たっぷり玉子サンド 199円(税込)

- 卵3個分使用！満足感のある食べ応え
- お買い求めしやすい価格を実現

おいしいもの総選挙

全国のスーパーマーケットがそれぞれ自慢の商品を
エントリーし、一般生活者が投票形式で受賞商品を決める
トクバイ主催の投票企画



入賞



自社製おはぎ
300円(税込)



三元豚ロースかつ重
299円(税込)

九州の店舗から
随時リニューアル予定

年間1,000万食を突破！
人気のロースかつ重がリニューアル！



かつ重に合うお肉を厳選！



ボリュームアップ！食べ応え有り！

お値段そのまま299円(税込)で、とんかつのボリュームUP！

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

「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6店舗、smart1店舗、小型店1店舗を改装。通期改装計画に対して順調に進捗。

改装店舗数	
計画	通期：28店
実績	1Q：8店

	2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期
	通期	通期	通期	1Q 2024年7-9月
メガセンター	1	4	5	0
スーパーセンター	17	19	20	6
smart	5	2	3	1
小型店	2	5	2	1
合計	25	30	30	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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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、積極的な出店を実施。メガセンター2店、スーパーセンター6店、小型店1店を出店。前期末から9店舗増加し、当1Q末の店舗数は327店舗。通期出店計画に対して順調に進捗。

新規出店数

計画 通期：27店

実績 1Q：9店

		2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期
		通期	通期	通期	1Q 2024年7-9月
メガセンター	店舗数	22	24	24	26
	出店数	2	2	0	2
	閉店数	0	0	0	0
スーパーセンター	店舗数	175	181	187	193
	出店数	2	7	7	6
	閉店数	0	1	1	0
smart	店舗数	67	68	64	63
	出店数	1	1	4	0
	業態転換	0	0	▲4 ^{*1}	▲1 ^{*2}
	閉店数	1	0	4	0
小型店	店舗数	7	12	43	45
	出店数	2	5	30	1
	業態転換	0	0	+4 ^{*1}	+1 ^{*2}
	閉店数	0	0	3	0
合計	店舗数	271	285	318	327
	出店数	7	15	41	9
	閉店数	1	1	8	0

*1 smart 4 店舗(改装により 1 店舗、フォーマットの見直しにより 3 店舗)を小型店に業態転換しております

*2 smart 1 店舗を改装により小型店に業態転換しております

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

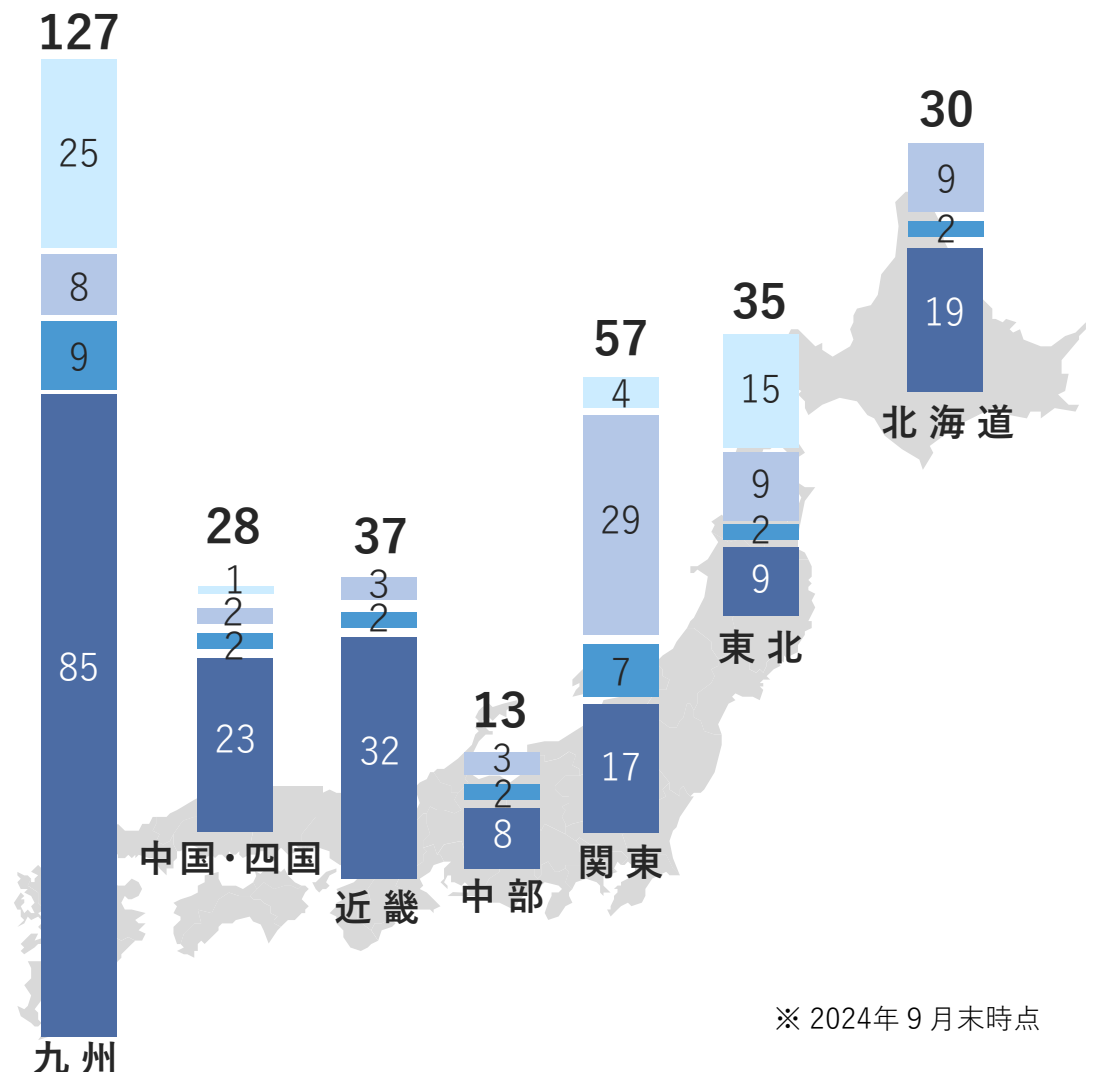
当期の重点戦略

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



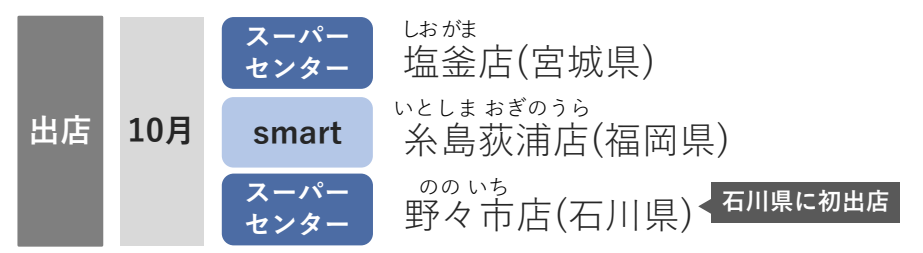
※ 2024年9月末時点

当1Q



当2Q

(2024年11月13日時点)



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商品
- 販管費の内訳
- リテールテック
- パートナーシップ
- 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

2024年10月23日オープン

スーパーセンタートライアル野々市店(石川県)

石川県で初出店。新しいお買い物体験を提供するスマートストア。

スマートストアとは「Skip Cart」や「インスタサイネージ」など、当社グループが独自に開発したIoT・AI技術を導入し、データの利活用をもとに新しい購買体験を提供したり、効率的な運営を可能にしたりする店舗形態



Skip Cart 80台導入
国内店舗230店舗目



国内111店舗目の本格導入
インスタサイネージ

売場に合わせた
映像や写真



音声付き
店内一斉放送



- ・快適なお買い物体験
- ・非計画購買の促進

野々市店のおすすめ惣菜 4種の生姜と醤油香る唐揚げ



189円~/100g(税込)

- 「第15回からあげグランプリ」の「西日本スーパー惣菜部門」で金賞受賞
- 再仕込み醤油4種をオリジナルブレンド
- ジューシーで柔らかな食感と、甘みを抑えた味付けが食べやすいと好評

4年連続!

いつでも安い
EDLP

生活必需品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

※ Skip Cartとインスタサイネージの導入店舗数は当社グループ内のみの店舗数であります
※ 価格は店舗によって異なる場合があります。また、一部取扱のない店舗・時間帯があります

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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）

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1Q比17.2%増と、流通小売事業の増収をけん引。フレッシュの中でも粗利率が高い「惣菜」の売上高は同23.5%増で、売上構成比は6.2%と前1Qより0.7ptアップ。当1Qより、一部の商品で、商品カテゴリを変更しており、前1Qの数値も遡及修正しております。詳細は次スライド参照。

2024年7月1日～ 2024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
売上高(流通小売事業)	176,635	100.0%	194,935	100.0%	+18,300	110.4%
食品	129,972	73.6%	145,000	74.4%	+15,028	111.6%
グロサリー	52,140	29.5%	55,882	28.7%	+3,742	107.2%
デイリー	29,199	16.5%	32,138	16.5%	+2,939	110.1%
フレッシュ	48,633	27.5%	56,979	29.2%	+8,346	117.2%
うち、惣菜	9,754	5.5%	12,049	6.2%	+2,295	123.5%
非食品	46,662	26.4%	49,935	25.6%	+3,273	107.0%
生活	21,826	12.4%	23,272	11.9%	+1,446	106.6%
ハード	16,568	9.4%	17,792	9.1%	+1,224	107.4%
アパレル	4,894	2.8%	5,126	2.6%	+232	104.7%
その他	3,373	1.9%	3,742	1.9%	+369	110.9%

※ 「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」は日用消耗品や家庭用品、「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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

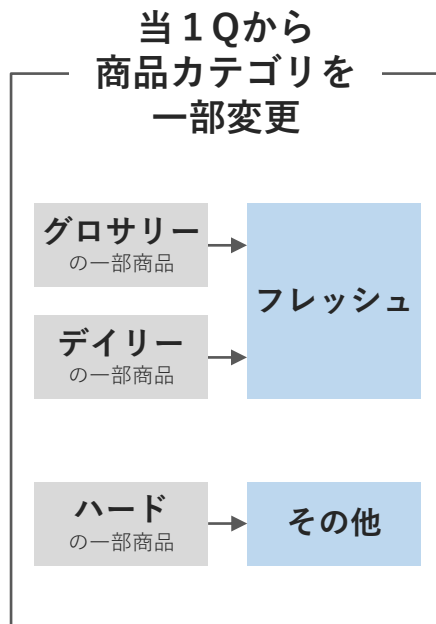
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

(参考) 商品カテゴリの一部変更

当1Qから、商品政策上の見直しにより、「グロサリー」及び「デイリー」の一部の商品を「フレッシュ」に、「ハード」の一部の商品を「その他」にカテゴリ変更しております。

以下に参考情報として、前期2024年6月期(通期)における商品カテゴリ別売上高を遡及修正した数値を掲載しております。



(参考)前期の遡及修正 (百万円)	遡及修正前 2024年6月期(前期)		遡及修正後 2024年6月期(前期)		
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差
売上高(流通小売事業)	714,921	100.0%	714,921	100.0%	-
食品	529,983	74.1%	529,983	74.1%	-
グロサリー	219,556	30.7%	207,279	29.0%	▲12,277
デイリー	131,646	18.4%	116,850	16.3%	▲14,796
フレッシュ	178,781	25.0%	205,854	28.8%	+27,073
うち、惣菜	40,498	5.7%	40,498	5.7%	-
非食品	184,937	25.9%	184,937	25.9%	-
生活	85,783	12.0%	85,783	12.0%	-
ハード	71,458	10.0%	64,646	9.0%	▲6,812
アパレル	21,003	2.9%	21,003	2.9%	-
その他	6,692	0.9%	13,504	1.9%	+6,812

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

当期の重点戦略

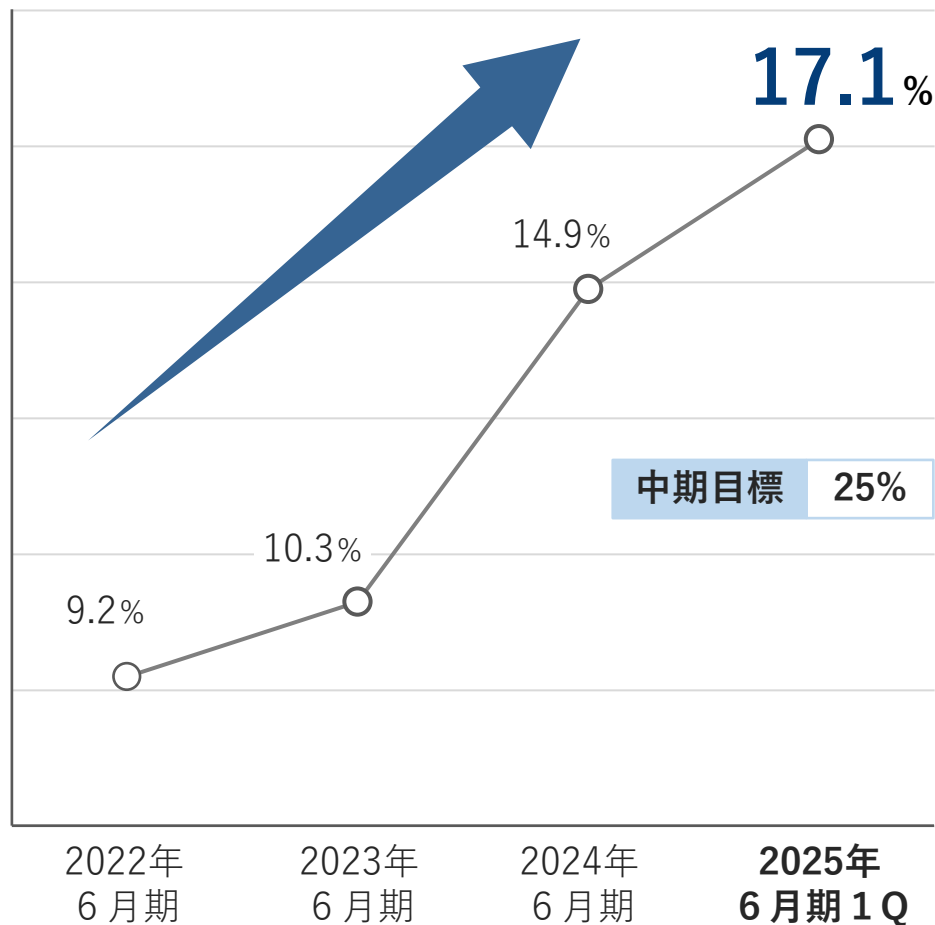
資本政策・株主還元

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17.1%に拡大。

PB売上高構成比*1の推移



秋冬にぴったりの「シルキーフリース」がさらに進化して新発売！



昨年
累計販売点数
約50万枚

シルキーフリース 4つの特徴

- ① 寒い日もあたたかい
- ② 軽量
- ③ やさしい手ざわり
- ④ お手入れカンタン

その他こだわりのPB商品



*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

※ 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

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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）

売上高は前1Q比10.5%増の一方、販管費は同16.1%増で、売上高販管費率は前1Qから0.9pt増加。
主な要因は、出店強化に伴う先行コストと電気代の上昇によるもの。

2024年7月1日～ 2024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
売上高	177,275	100.0%	195,834	100.0%	+18,559	110.5%
販売費及び一般管理費	30,007	16.9%	34,853	17.8%	+4,846	116.1%
人件費 ^{*1}	17,653	10.0%	20,161	10.3%	+2,508	114.2%
不動産費 ^{*2}	4,961	2.8%	5,458	2.8%	+497	110.0%
広告・販促費 ^{*3}	919	0.5%	1,165	0.6%	+246	126.8%
水道光熱費	2,546	1.4%	3,272	1.7%	+726	128.5%
その他	3,928	2.2%	4,797	2.4%	+869	122.1%

*1 人件費 = 「役員報酬」 + 「従業員・パート・アルバイトの給与・賞与」 + 「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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

当期の重点戦略

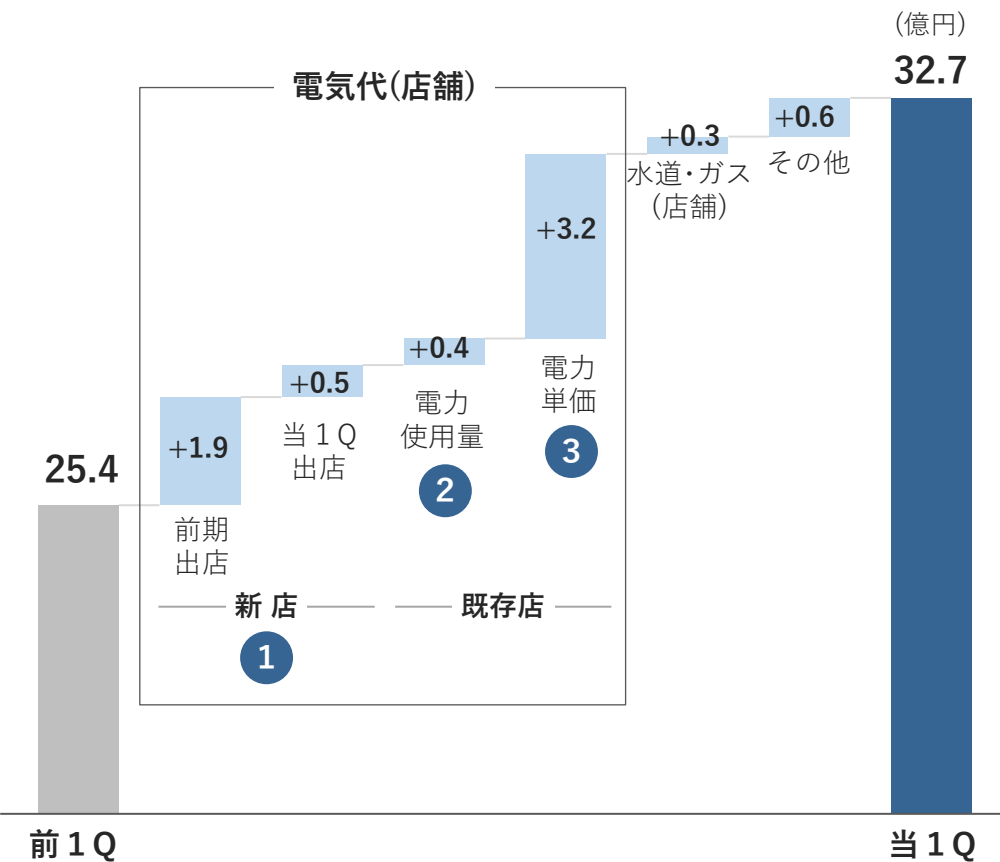
資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

水道光熱費の増加(前1Qとの差+7.2億円 / 前1Q比28.5%増)は、当該費用の大部分を占める電気代の上昇によるもの。新店分の電気代の増加に加え、既存店の電力単価の上昇が、水道光熱費増加の最大の要因。

水道光熱費 前1Qとの差：+7.2億円



水道光熱費の主な増加要因

- 1 新店分の電気代の増加
- 2 既存店の電力使用量の上昇
 - 7～9月の記録的な猛暑による電力使用量の増加
- 3 既存店の電力単価の上昇
 - 前1Qと比較して政府補助金が減額
 - 前1Qと比較して再エネ賦課金が上昇
 - 電力会社各社の電力単価の上昇
 - 猛暑による電力使用量の増加に応じた単価の上昇

創エネ・省エネの取組み

- 太陽光発電の導入(PPA約50店舗設置)
- 空調の最新省エネ機器への入替 / 室外機への遮熱塗装
- LED照明の入替
- 節水ノズル導入 など

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

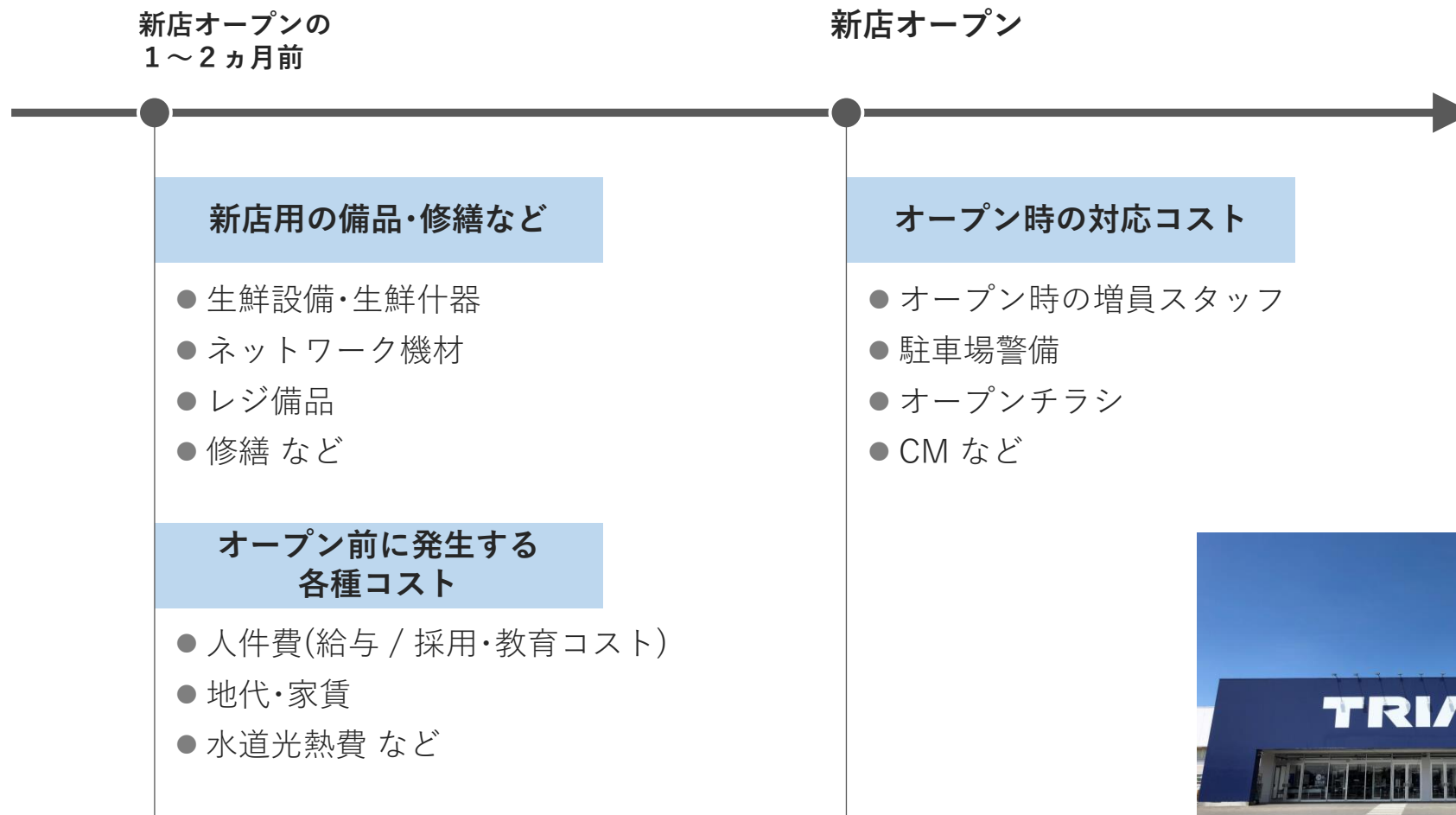
当期の重点戦略

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

当1Qは、積極的な出店を実施。メガセンター2店、スーパーセンター6店、小型店1店の合計9店舗を出店。新規出店時の先行コストとして、新店用の「備品・修繕」や、新店オープン前から発生する「人件費」「地代家賃」、オープン時の混雑対応に備えたスタッフの増員による「人件費」の増加、オープンチラシやCMなどの「広告費」が発生。



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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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。



タブレット

スキャン済みの商品データや合計金額を表示
お客さまの購買情報等に合わせてレコメンドやクーポンを表示



一体型バーコードスキャナー

スキャン後そのまま収納部へ商品を入れることでシームレスなお買い物体験が可能



専用決済ゲート

スキャン漏れ防止

センサーでスキャン漏れを検知すると、アラートで通知



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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

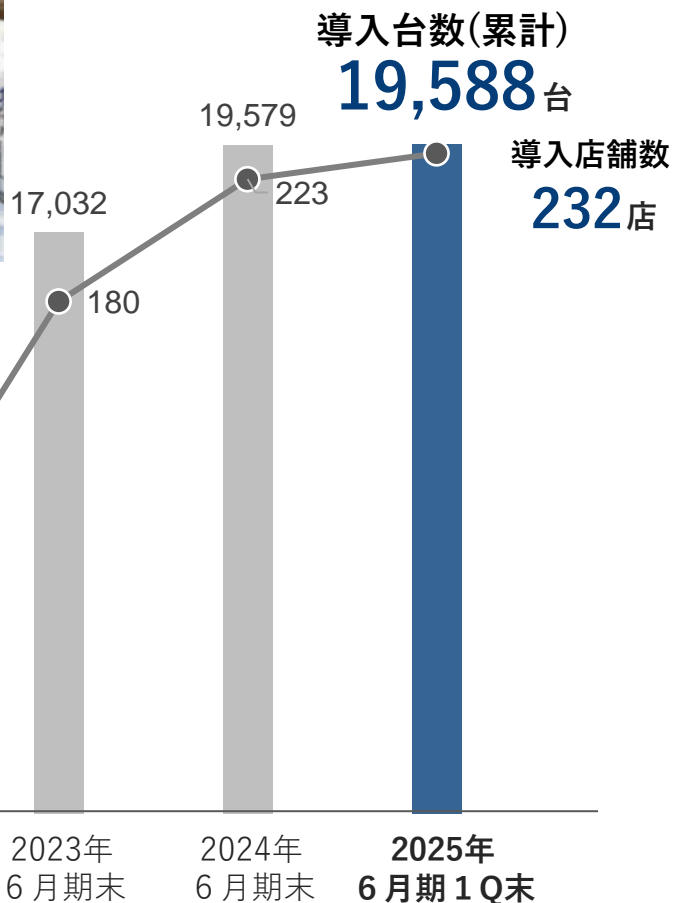
IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

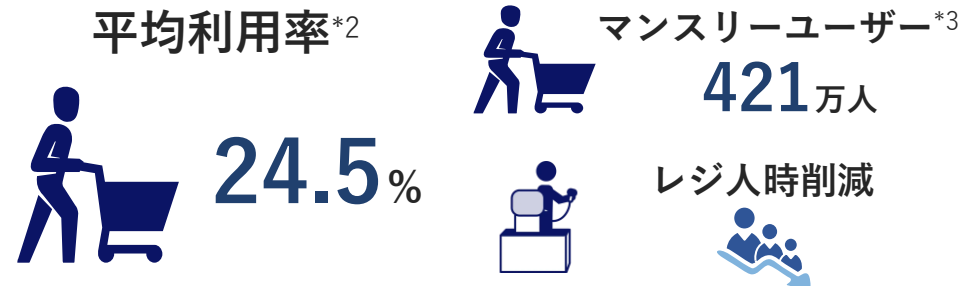
Skip Cartによる顧客体験の向上

Skip Cartは1店舗当たりの台数の適正化が完了。
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りにて実験。

Skip Cartの導入実績*1

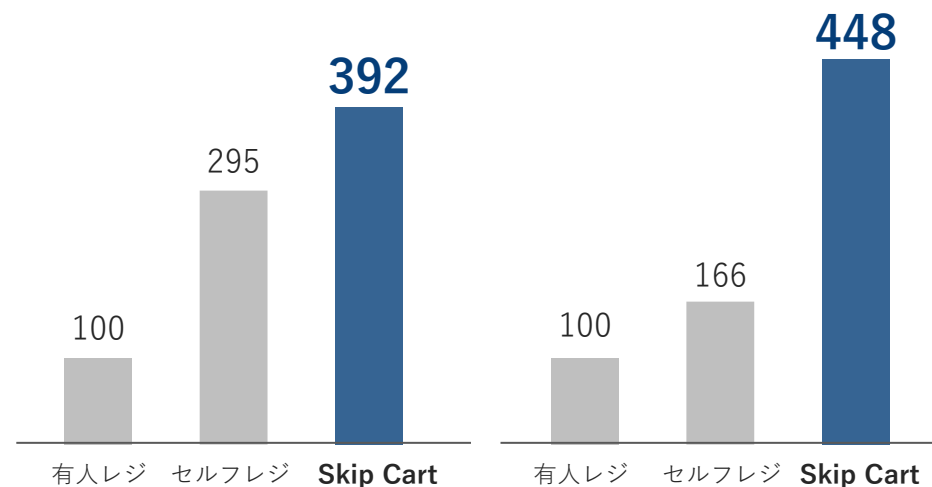


Skip Cartの導入効果



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 2023年6月30日時点においてSkip Cartを導入している当社グループのスーパーセンター177店舗における、2023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9月におけるSkip Cartの延べ利用者数(グループ外を除く)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2024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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

パートナーシップによる物流課題への取組み

● 企業横断型で小売物流課題に取り組む「物流研究会」に参画

17 パートナーシップで
目標を達成しよう



🚚 2022年8月

九州物流研究会

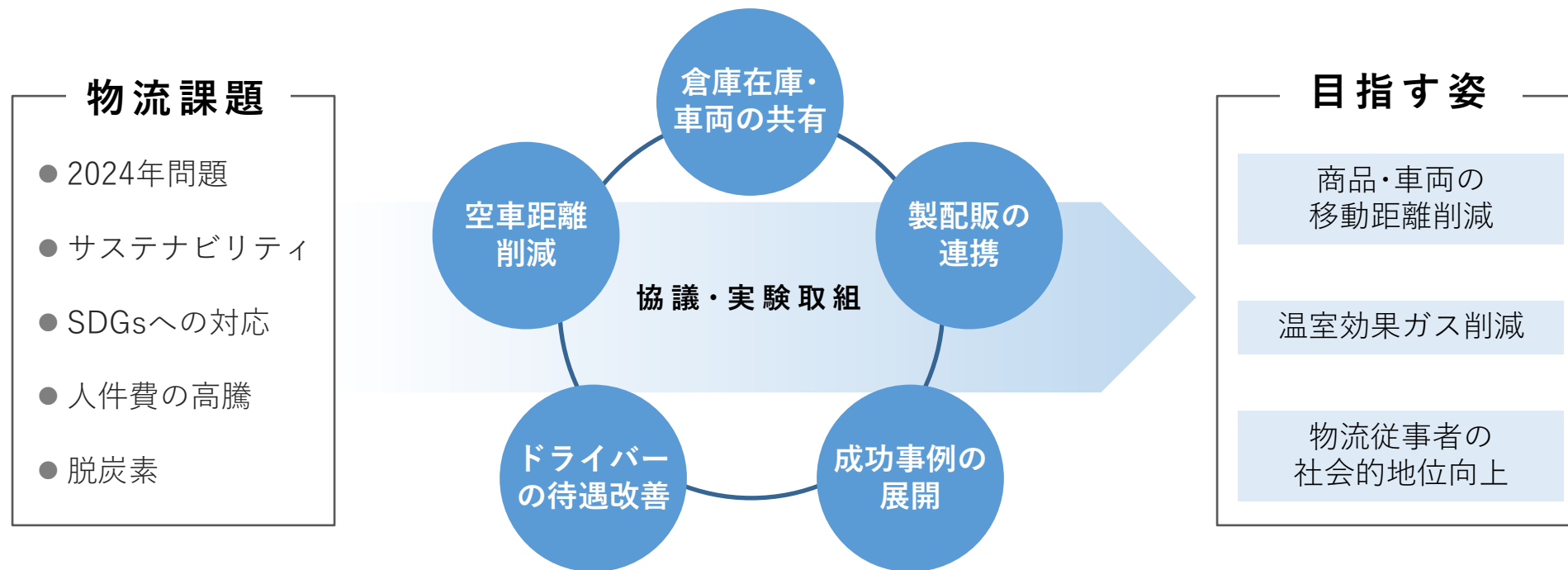
🚚 2023年5月

北海道物流研究会

🚚 2024年9月

東北物流みらい研究会

● 持続可能な物流を構築するための課題認識と取組み



当社グループはパーパスとして、『世界の誰もが「豊かさ」を享受できる社会をつくる。』を掲げ、当社グループの発展・成長と、社会全体の発展・成長の2つの価値の最大化に取り組んでおります。

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

「現金及び預金」と「買掛金」の大幅減は、前期末日が金融機関の休業日であり、買掛金等の決済が翌月に実施されていたことが主な要因。

(百万円)	2024年6月末		2024年9月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動資産	152,300	53.7%	119,269	46.7%	▲ 33,031
現金及び預金	91,947	32.4%	59,463	23.3%	▲ 32,484
売掛金	1,170	0.4%	1,215	0.5%	+45
棚卸資産	46,440	16.4%	47,452	18.6%	+1,012
固定資産	131,327	46.3%	136,031	53.3%	+4,704
有形固定資産	113,694	40.1%	118,062	46.2%	+4,368
建物及び構築物	73,771	26.0%	77,302	30.3%	+3,531
土地	21,474	7.6%	21,656	8.5%	+182
無形固定資産	1,879	0.7%	2,138	0.8%	+259
投資その他の資産	15,752	5.6%	15,831	6.2%	+79
資産合計	283,627	100.0%	255,301	100.0%	▲ 28,326

(百万円)	2024年6月末		2024年9月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動負債	143,010	50.4%	114,184	44.7%	▲ 28,826
買掛金	101,838	35.9%	79,614	31.2%	▲ 22,224
1年内返済予定の長期借入金	3,949	1.4%	3,754	1.5%	▲ 195
契約負債	9,644	3.4%	10,058	3.9%	+414
固定負債	22,429	7.9%	21,779	8.5%	▲ 650
長期借入金	12,195	4.3%	11,265	4.4%	▲ 930
資産除去債務	8,466	3.0%	8,743	3.4%	+277
純資産	118,187	41.7%	119,337	46.7%	+1,150
株主資本	114,443	40.3%	115,774	45.3%	+1,331
非支配株主持分	2,503	0.9%	2,559	1.0%	+56
負債純資産合計	283,627	100.0%	255,301	100.0%	▲ 28,326

有利子負債^{*1}

15,029 百万円

(前期末差 ▲1,128 百万円)

純有利子負債^{*2}

▲44,434 百万円

(+31,354 百万円)

自己資本

116,777 百万円

(+1,093 百万円)

自己資本比率

45.7 %

(+4.9 pt)

*1 有利子負債 = 「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」

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

営業活動CFの大幅減は、前1Q末日及び前期末日が金融機関の休業日であったことによる買掛金決済の期ずれの影響が主な要因。

2024年7月1日～
2024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	23,898	91,947	+68,049	384.7%
営業活動CF	37,278	▲ 22,644	▲ 59,922	-
投資活動CF	▲ 6,127	▲ 6,800	▲ 673	-
財務活動CF	▲ 2,430	▲ 2,994	▲ 564	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	14	▲ 44	▲ 58	-
現金及び現金同等物の増減額	28,735	▲ 32,483	▲ 61,218	-
現金及び現金同等物の期末残高	52,633	59,463	+6,830	113.0%
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	31,151	▲ 29,444	▲ 60,595	-

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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6月期 連結業績予想

2024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。

(百万円)	2025年6月期 上期業績予想				2025年6月期 下期業績予想				2025年6月期 通期業績予想			
	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	計画	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	406,146	100.0%	+42,842	111.8%	402,719	100.0%	+48,075	113.6%	808,866	100.0%	+90,918	112.7%
売上総利益	81,805	20.1%	+10,245	114.3%	82,638	20.5%	+11,846	116.7%	164,443	20.3%	+22,091	115.5%
その他の営業収入 ^{*1}	1,272	0.3%	+14	101.1%	1,286	0.3%	+51	104.1%	2,559	0.3%	+66	102.6%
営業総利益	83,078	20.5%	+10,260	114.1%	83,925	20.8%	+11,898	116.5%	167,003	20.6%	+22,157	115.3%
販売費及び一般管理費	70,807	17.4%	+9,558	115.6%	73,209	18.2%	+8,774	113.6%	144,017	17.8%	+18,333	114.6%
営業利益	12,270	3.0%	+702	106.1%	10,715	2.7%	+3,123	141.1%	22,986	2.8%	+3,825	120.0%
経常利益	12,733	3.1%	+755	106.3%	11,076	2.8%	+3,265	141.8%	23,810	2.9%	+4,021	120.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,786	1.9%	+843	112.1%	5,969	1.5%	+1,474	132.8%	13,756	1.7%	+2,317	120.3%

*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

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

1

既存店の強化

「食」の強化と店舗改装の継続

- 「食」を中心とする豊富な品揃えの商品をEDLPで提供。地域の生活必需品として、お客さま支持を拡大
- 「食」の強化とリテールテックの導入を主とした店舗改装の着実な実行

2

新規出店

スーパーセンターを軸とした店舗網の拡大

- 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
- 九州を中心とした出店によるドミナント化の推進とPC・CK等の整備で、店舗網の拡大と共に収益性も改善

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

- 集客力と収益性の高い惣菜やPB商品の開発・展開強化
- オペレーションの改善やリテールテックの活用による生産性の向上

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

- Skip Cartの導入やSU-PAY会員数の増加によるデータ蓄積と顧客理解の深化
- メーカーや卸とのデータ共有・分析によるカテゴリマネジメントの進化

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

地域一番の生活必需品づくりを推進し、売上高成長と、それを上回る利益成長を両立。

流通小売事業

売上高

- 既存店：+4.1%(計画)
 - ⇒ 改装：28店(計画)
 - ⇒ 生鮮を中心とした「食」の強化
 - ⇒ 継続的な店舗フォーマット改革
- 新規出店：27店(計画)
 - ⇒ 高収益のスーパーセンターを中心に出店
 - ⇒ 九州を中心としたドミナント化の推進
 - ⇒ PC・CK等の製造インフラの整備
 - ⇒ 店舗開発体制(組織)の強化

売上総利益

- 商品ミックスの改善
 - ⇒ 集客力・収益性の高い惣菜の強化
(中期目標：惣菜売上高構成比8%)
- PB商品の強化
 - ⇒ 毎日の暮らしを豊かにするPB商品の開発
(中期目標：PB売上高構成比25%)
- 商圈に合わせた適切な価格設定
- 商品仕入価格の改善
 - ⇒ 店舗網の拡大・既存店の繁盛店化によるボリュームディスカウントの享受
- メーカー・卸との協働によるカテゴリマネジメントの強化

販管費

- 人時生産性の向上
 - ⇒ Skip Cartやセルフレジの導入推進
 - ⇒ バックヤードに加工・調理機械を設置
 - ⇒ パート・アルバイトの戦力化
- 自社設計・開発によるローコスト出店
- 創エネ・省エネの取組み推進
 - ⇒ 太陽光パネルの設置
 - ⇒ 空調設備の最新化や各種省エネ器具の設置

データ分析に基づく各種施策で、流通小売事業の持続的な成長をサポート

リテールAI事業

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

当期の重点戦略

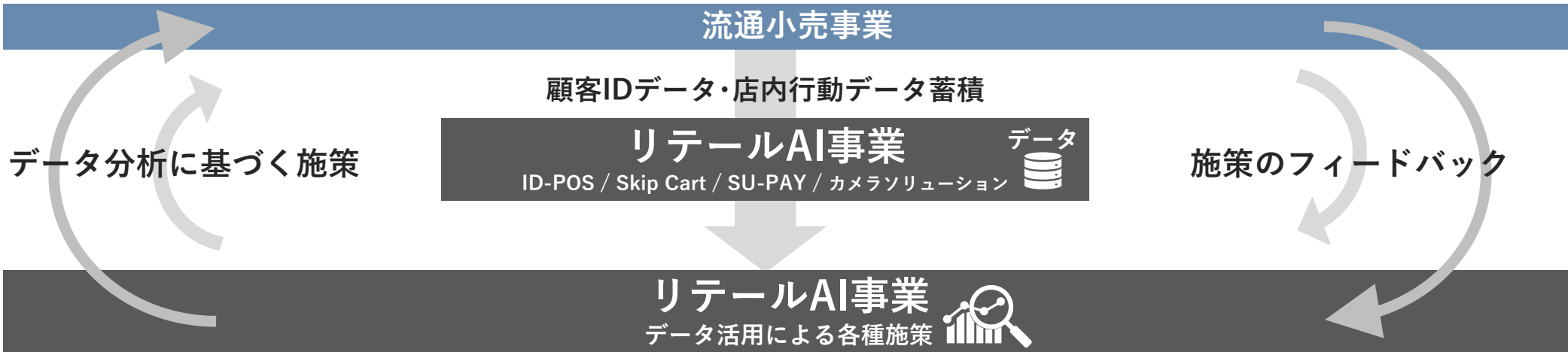
資本政策・株主還元

IR活動の紹介

トライアルグループ紹介

2025年6月期における重点戦略（リテールAI事業）

データ分析に基づく各種施策で、コアビジネス(流通小売事業)の持続的な成長をサポート。



■ Skip Cart & SU-PAY & カメラ



● 顧客のロイヤルカスタマー化

⇒ SU-PAYアプリでの決済、Skip Cartによるレジ待ちなしの精算、カメラによる24時間顔認証決済で、便利なお買い物体験を提供

● 効果的な広告・販促活動

⇒ お客さま1人1人に応じた最適な商品レコメンドとクーポン発行

■ インストアサイネージ



● 非計画購買の喚起

⇒ 音と映像によるライブ感あふれる店内プロモーション

■ MD-Link



● データ分析による深い顧客理解

⇒ メーカー・卸・小売間でデータを共有・分析し、商品開発や棚割の最適化、リテールメディアによるマーケティングに活用

■ Skip Cart & カメラソリューション



● 売場の効率化

⇒ Skip Cartによる顧客行動分析で、店内レイアウトの改善・棚割の最適化

● 省人化による生産性向上・廃棄ロスの削減

⇒ Skip Cartによるレジの省人化で、店舗スタッフの業務を高付加価値業務へシフト
⇒ カメラと電子棚札の連動による惣菜の自動値下げで、店舗オペレーションの効率化と、廃棄ロス削減を実現

■ Retail Map



● 効率的な出店と既存店のブラッシュアップ

⇒ 自社の販売データと商圏・地図・統計情報を組み合わせた独自の商圏分析ツールを出退店の判断や既存店の改善に活用

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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 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 (計画)
1株当たり配当	13円	15円	16円

- 2 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

- 3 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

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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)

決算数値等の漏洩防止を目的として、各四半期の期末日の翌日から各決算発表日までを沈黙期間(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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

● 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/>

● 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/>

9月末に新規追加

● 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/library/newsletter/>

2025年6月期 月次売上高速報(小売)

毎月10日頃に更新予定です。

2024年11月11日
前年同月比：%

		2024年						2025年						通期		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	1月	2月	3月	4月	5月		6月	下期
既存店	売上高	101.6	109.3	101.9	100.8			103.5								103.5
	客数	101.8	105.8	102.0	100.0			102.4								102.4
	客単価	99.8	103.3	99.9	100.7			101.0								101.0
全店	売上高	106.0	116.0	109.1	108.8			110.0								110.0
	新規出店数	5	1	3	3			12							12	
	閉店店舗数	0	0	0	0			0							0	
	全店舗数	323	324	327	330			330							330	

IR Mail
IRメール配信

IRメール配信のお申し込み

IRメール配信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いたします。
※株式会社マシカルポケットが提供するメール配信サービスを利用しています。
これより先は同社の「IRメール配信サービス」のサイトとなります。

IRメール配信のお申し込み

TRIAL HLDGS Corporate Information Our Business Newsroom Investor Relations Careers JA / EN

Investor Relations

TRIAL HLDGS 証券コード:3424 コーポレートサイト 株主・投資家向け情報

世界の誰もが「豊かさ」を享受できる社会をつくる。

TRIAL レポート
2024年6月期

TRIAL

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

● 上場から今日までのIRイベント



IR面談実績

	国内	海外
3Q決算発表後 (アナリスト・機関投資家)	60件	14件
4Q決算発表後	43件	41件

● IR活動の一例（2024年9月開催 個人投資家向け事業説明会）



- 初の個人投資家向け説明会を福岡県で開催
- 会社概要、成長戦略、目指す未来について
(株)トリアルホールディングス
代表取締役社長 亀田より説明
- ご参加者：約100名

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

トリアルグループ紹介

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	役員	代表取締役会長	永田 久男	常勤監査役	上里 剛志
本社	福岡県福岡市東区		代表取締役社長	亀田 晃一	監査役(社外)	橋本 道成
資本金	197億7,769万2,100円		取締役	石橋 亮太	監査役(社外)	薄鍋 大輔
従業員数 (グループ)	社員 6,529名 臨時雇用者 16,936名 (年間平均人員数)		取締役	永田 洋幸		
			取締役(社外)	立本 博文		
			取締役(社外)	張 相秀		

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

...

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

子会社

...

その他事業

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

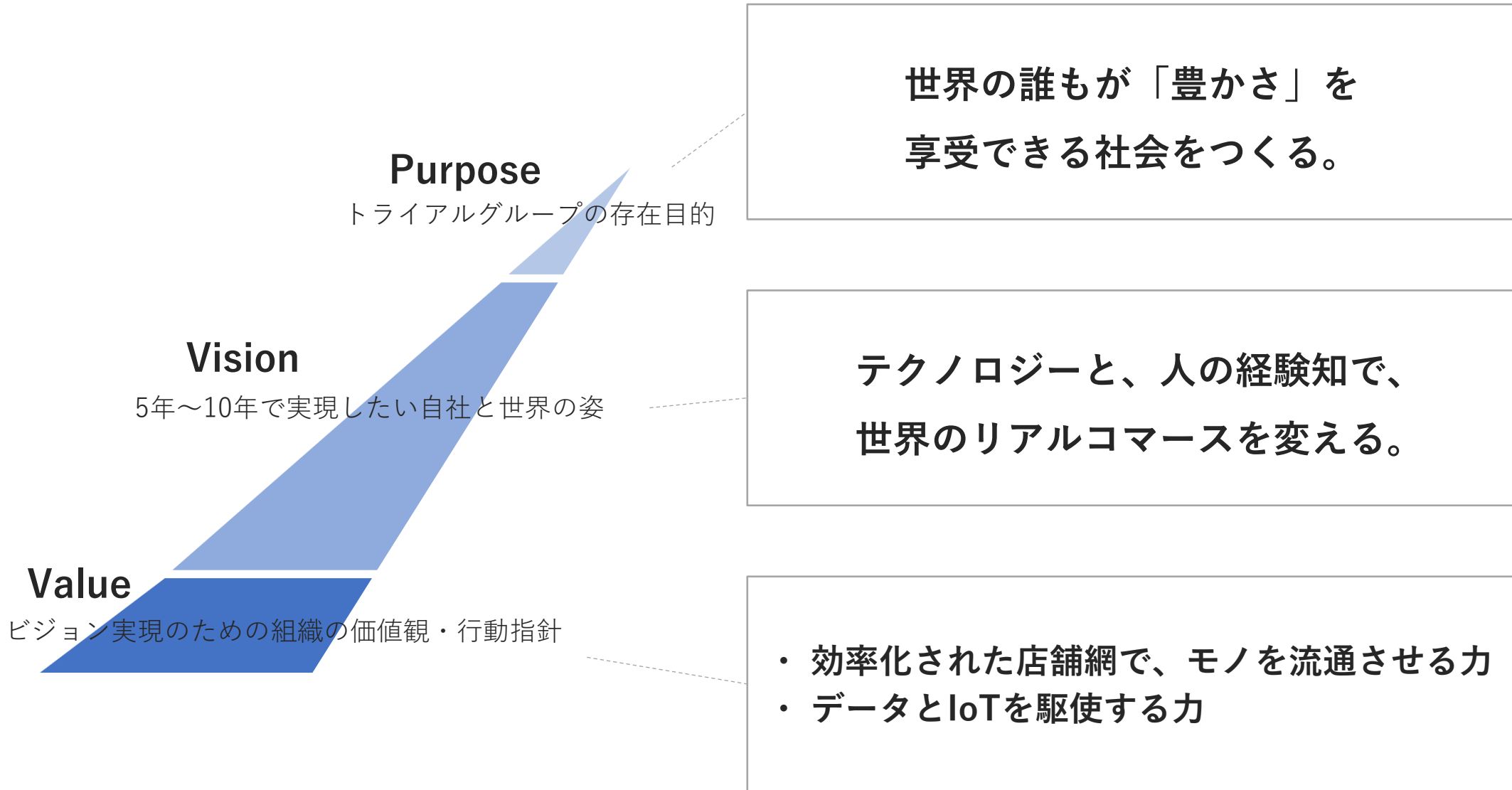
当期の重点戦略

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

※ 2024年6月末時点



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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

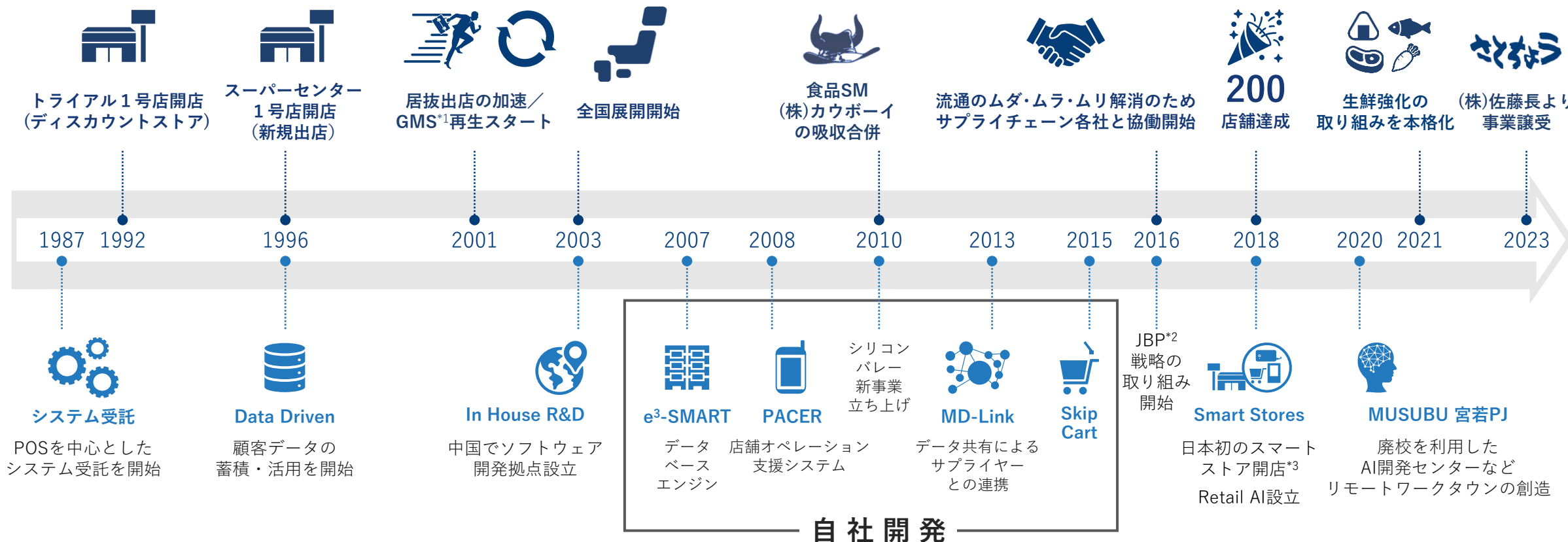
当期の重点戦略

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 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

流通小売事業

TRIAL

効率化された店舗網で、モノを流通させる力

Retail Ai

リテールAI事業

データとIoTを駆使する力

あなたの「生活必需品」。

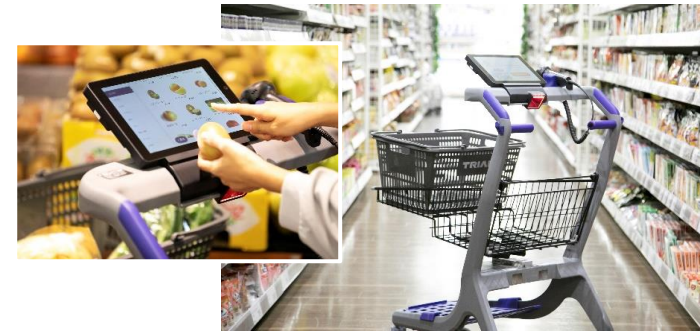


施策の
フィードバック

データ蓄積

分析に基づく
施策

テクノロジーによって、
新時代のお買い物体験を生み出し、
流通の仕組みを革新する



- EDLP*1を強みとするディスカウントストアを多様な店舗フォーマットで全国に展開
- 食品を軸とするバラエティに富んだ商品構成でワンストップショッピングを提供

- Skip Cart等のIoTデバイスを開発・提供
- データを軸に流通小売業界を改革
- オペレーション・ドリブン*2の開発体制

*1 Every Day Low Price。毎日お値打ち価格で販売すること

*2 現場での実務を起点として、実際に現場で使用しながら機器やサービスを設計・運用し、改善を繰り返すことで、より現場のオペレーションに即したテクノロジーを開発するという当社グループの考え方

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

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。

2024年11月13日時点で、全国に**330**店舗を展開。

スーパーセンター(SuC)

195店



郊外 約4,000㎡

生活必需品 (食品+衣・住) アイテム数 約6~7万点

いつでも安い
EDLP

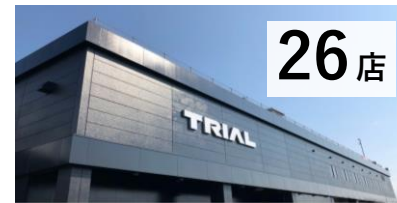
生活必需品としての高い集客力

「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

26店



地方都市 約8,000㎡
フルライン (食品~趣味嗜好品) アイテム数 約10万点

smart

64店



都市部・小商圈 約1,400㎡
食品中心 アイテム数 約3万点

小型店

45店



都市部・小商圈 ~約1,000㎡
食品中心 アイテム数 約7千~2万点

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

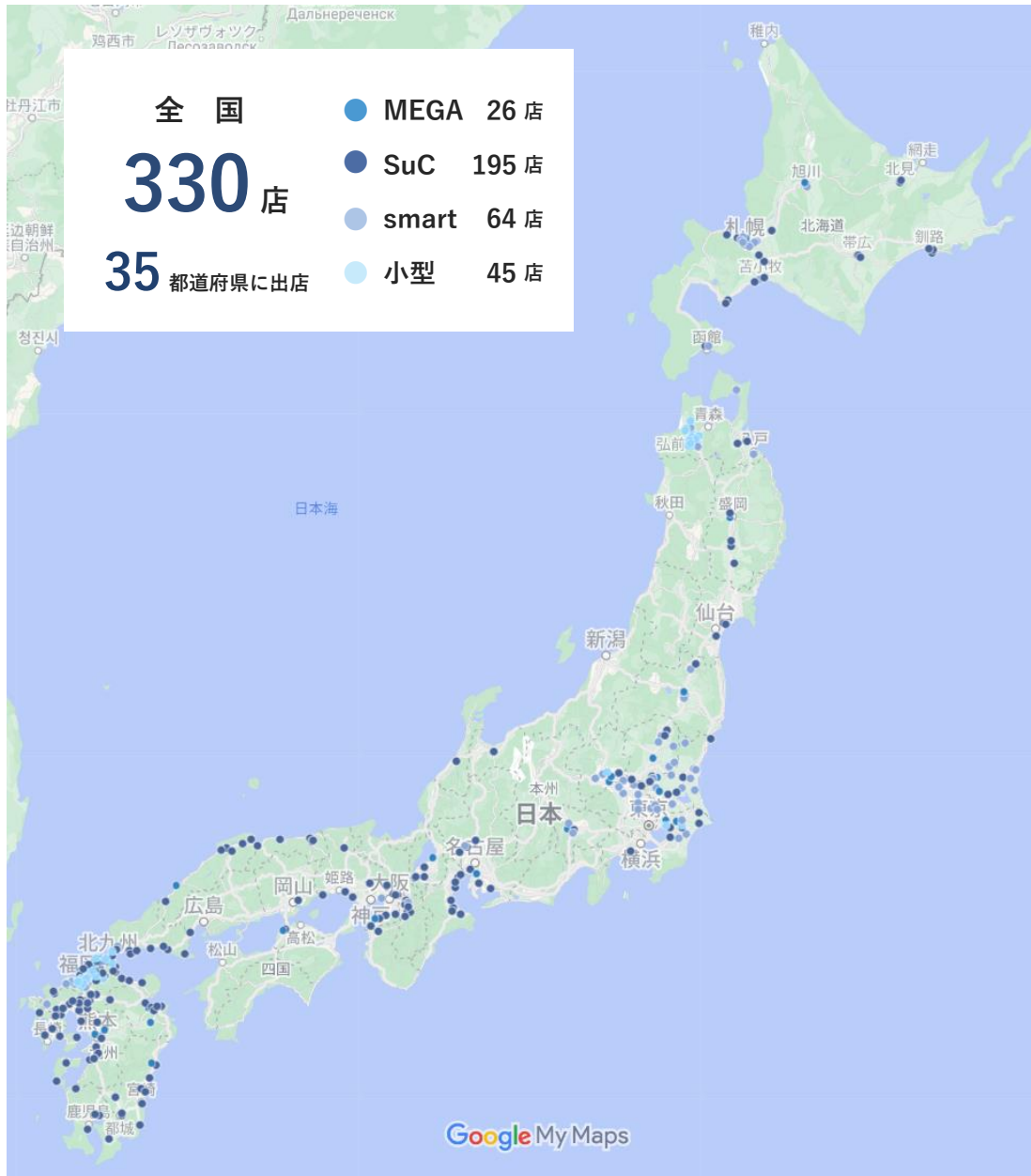
当期の重点戦略

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](#)

店舗マップイメージ (2024年11月13日時点)



2024年7月17日 **富山県**に初出店
スーパーセンタートライアル富山マイプラザ店



2024年10月23日 **石川県**に初出店
スーパーセンタートライアル野々市店



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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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](#)

地域の生活必需品として「食」を中心とする豊富な商品をリーズナブルな価格で提供。

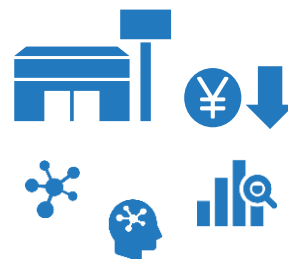
毎日の生活を豊かにする商品をいつでも安く提供するEDLPモデル

地域の生活必需品



- **いつでも安いEDLP**
- **ワンストップショッピング**
- **“おいしくて安い” 生鮮・惣菜**

ローコストオペレーション



- **リテールテックの活用**
- **サプライチェーンの最適化**
- **自社設計・開発による出店**

データ活用による顧客理解をもとにした
お客さまに選ばれるための商品展開



最大10万点にも及ぶ
豊富なアイテム数



地域の需要に応じた
お弁当やお惣菜の開発



高品質で安価な
PB商品



カメラの活用による
売場の改善

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

連結BS・CF

連結業績予想

Appendix

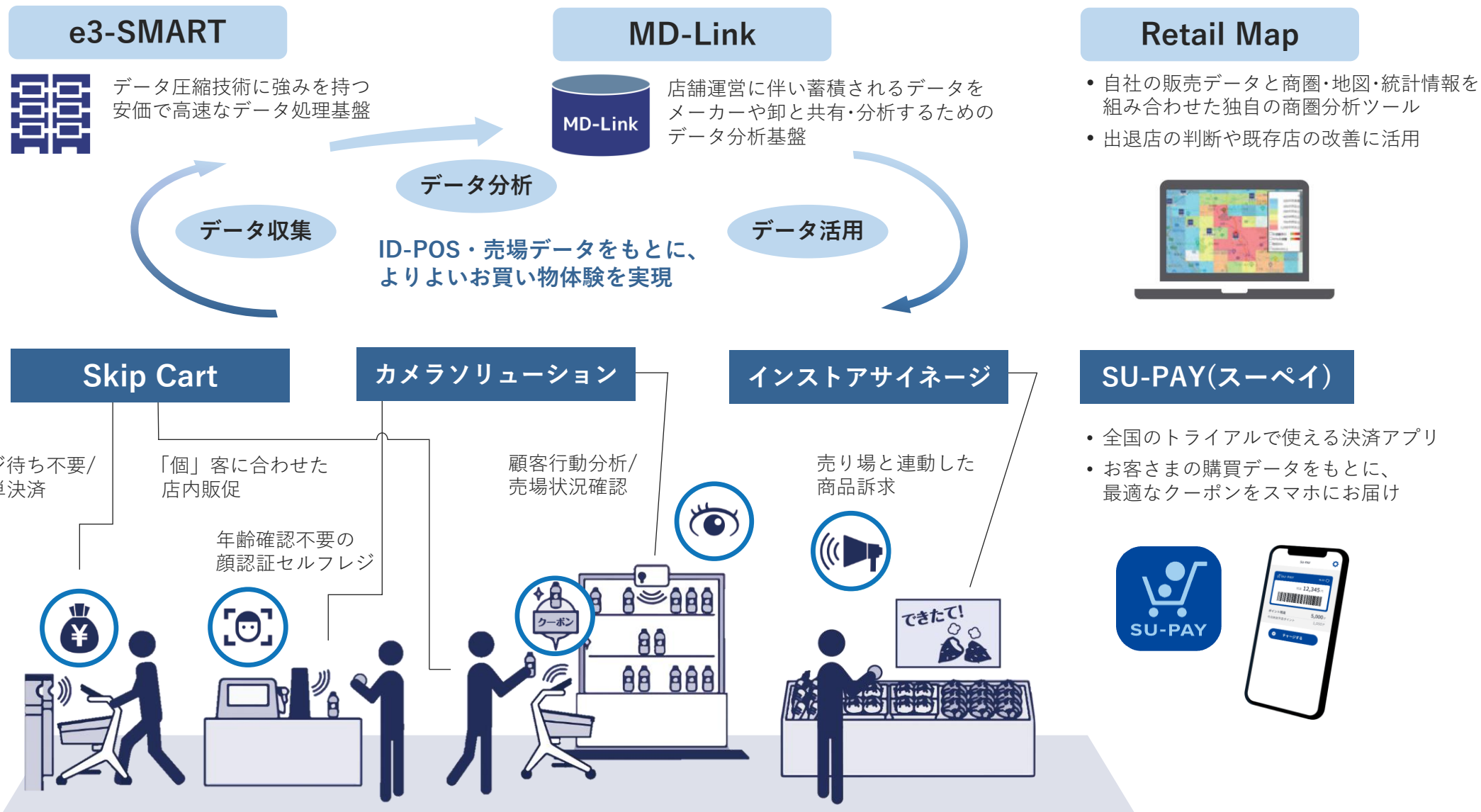
当期の重点戦略

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](#)

「リアル店舗×データ」で、顧客理解を深め、新時代のお買い物体験を創出。



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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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

スーパーセンターのサテライト店舗として流通・テクノロジーのそれぞれの強みを掛け合わせて、
高クオリティ・低コストの運営を実現。

TRIAL GOの特徴① サテライト型店舗



効果①

豊富な品揃え

- SuCの約6~7万点のアイテムから厳選
- バックヤードが不要で売場面積を最大化

効果②

おいしい生鮮・惣菜

- 高頻度配送で新鮮な生鮮・惣菜

効果③

低コスト・低リスク出店

- 小型であり、低コストな高速出店が可能
- エリアシェアをレバレッジする位置づけ

TRIAL GOの特徴② リテールテックによる自動化

リモート監視



ダイナミックプライシング (値下げ情報の自動更新)

需要予測／自動発注



顔認証セルフレジ (酒年齢確認)

効果①

必要な人時の削減

- 決済エリアの完全無人化
- 自動発注によりスタッフのスキルに左右されない運営が可能

効果②

MD(商品政策)の自動最適化

- 顧客ニーズに基づく最適な商品提供
- アルコールを含めた提供が可能

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商品

販管費の内訳

リテールテック

パートナーシップ

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室

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

● 次回決算発表(予定)：2025年6月期 第2四半期決算

- ・ 2025年2月13日(木)：決算発表(決算短信の開示)
 - ・ 2025年2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。