2026 年 10 月 14 日
株式会社トライアルホールディングス

第 12 回定時株主総会　質疑応答要旨

第 12 回定時株主総会における質疑応答の要旨を記載しております。
ご理解いただきやすいように、内容の一部を加筆修正しております。

Q: Skip Cart の決済時の混雑・確認負担を含む使い勝手の改善について
A: Skip Cart については、カート本体の機能や決済ゲートの性能向上に向け、AI も活用しながら研究・開発を進めている。特に決済時の最終確認を含め、お客さまの購買体験を損なわないよう、継続的に改善・バージョンアップしていく。

Q: 西友のグループ入りを踏まえた関東圏での外国人・高齢者向け店舗の出店可能性
A: 出店戦略は中期経営計画（2027 年 6 月期～2029 年 6 月期）に沿って進めていく。当面、西友は、お客さまからの信頼を取り戻して売上を回復させていくことを優先しており、外国人や高齢者など特定の顧客層に特化した店舗は現時点で具体的に計画していない。幅広いお客さまの日々の生活を豊かにする店舗づくりに取り組んでいく。

Q: 西友 PMI（経営融合プロセス）の進捗を確認するうえで重視する KPI
A: 「既存店客数」「トライアル西友への業態転換数」「仕入条件統一・帳合統合等の統合シナジーによる粗利率改善」を重視している。

Q: 2030 年以降に目指す姿
A: 人口減少、少子高齢化、地方の過疎化等の社会課題が想定されるなかで、地方を支える小売企業であり続けたい。得意とする IT・DX を活用した省人化や生産性向上を進め、日本の生活インフラを支える小売業として成長していきたい。

Q: 関東圏以外におけるトライアル西友への業態転換について
A: PMI の成功モデルを確立するため、まずは人口・顧客数が多い首都圏を優先している。既存の業態転換店は客数・売上の伸長が見られており、横展開できるようにモデルの磨き込みを進めていく。首都圏以外へも順次展開していく。

Q: RIALT（トライアルのアパレル専門店）の出店方針
A: RIALT は、お客さまに認知・支持いただける商品開発や商品供給体制の整備など、事業基盤を強化しながら、今後の出店を進めていく。

Q: 競合他社との差別化について
A: 当社のスーパーセンターは、惣菜・生鮮を中心とした食品から、生活用品・アパレル・家電等まで幅広い商品をワンストップかつ EDLP(毎日お値打ち価格)で提供できることを強みとしている。今後も、品揃えや惣菜・生鮮等の商品力に加え、IT・デジタル技術を活用した利便性や購買体験の向上を進め、お客さまに支持される店舗づくりに取り組んでいく。

Q: 宅配事業の展開状況・展開店舗について
A: 宅配事業は、ネットスーパーとクイックコマースの 2 つを展開している。ネットスーパーは、西友側が 25 年にわたり培ってきた経験とノウハウを、グループ全体で共有しながら展開を進めている。クイックコマースについては、惣菜等の商品価値を伝えることを目的として取り組みを進めている。なお、ネットスーパーの展開店舗については、当社ウェブサイトで確認いただける旨を案内した。

Q: 従業員による SNS 投稿・情報漏洩の防止策
A: 店舗では勤務中の携帯電話の取扱い等についてルールを定め、周知徹底するとともに、実際に社会で発生した事例も踏まえた従業員教育を行っている。また、定期的なセキュリティチェックを実施しており、直近では問題となる SNS 発信は確認していない。今後も継続して教育・注意喚起を行う。

Q: 多の津本社の耐震性・建替え及び BCP（事業継続計画）について
A: 大規模自然災害に備え、BCP の策定・見直し、緊急対策本部の設置体制、店舗・物流拠点の被害状況把握、サプライヤー・物流事業者との連携、情報システムのバックアップ、従業員の安否確認、飲料水・食料・毛布等の備蓄などを行っている。本社建物の耐震性についても確認しており、今後の対応時期等については継続して検討していく。

Q: 北九州市における大型商業施設開発の位置づけ
A: 本案件だけでなく、他の地域においても同様に、メガセンターやスーパーセンターを核として他社テナントを誘致するショッピングセンター型の開発を検討している。トライアル単独での出店だけでは候補地の確保に限りがあるため、首都圏において多数のテナント誘致の実績、運営ノウハウを持つ西友の知見も活かしながら、店舗開発を進めていく。

Q: SU-PAY とトライアルプラスが別アプリになっている理由と利便性改善について
A: SU-PAY を先に立ち上げ、その後、お客さまへの付加価値提供や小売機能に特化したトライアルプラスを開発した。SU-PAY は決済機能を有するアプリとして法規制やセキュリティ等の各種制約があり、別アプリとして開発した経緯がある。一方で、ご不便をおかけしていることは認識しており、より分かりやすく使いやすい仕組みにするため、改善を進めている。

Q: 弁当等の電子レンジ加熱時間表示に関する要望
A: 電子レンジの加熱時間の目安を商品に表示してほしいとのご要望として受け止め、社内で対応を検討していく。

Q: 前年も株主総会に参加した。西友の子会社化から 1 年が経過し、客数の回復など着実な変化を感じている。今後もトライアルグループの成長を見守っていきたい
A: 貴重なご意見として承った。

Q: データプラットフォーム事業の進捗と西友 PMI による影響について
A: 西友とトライアルでは基幹システム、物流、POS 等が異なるため、事業を止めずに統合するには一定の時間を要する。こうした点は買収前から想定しており、必要なリソースを計画的に配分しながら統合を進めている。

Q: MD-Link・ELERA 連携の展開状況について
A: データプラットフォームの展開にあたり、ID-POS データはすでに多くの取引先にご利用いただいている。東芝テック社の ELERA との連携方法についても協議を進めている。一方、MD-Link 自体を他社の小売企業へ導入するにはなおハードルがあり、次のステップとして検討していく。

Q: 西友買収に伴う借入金の金利負担について
A: 2026 年 7 月 1 日にブリッジローンからシンジケートローンへの借り換えを行い、支払金利の水準は上昇している。一方、今後の金利上昇も一定程度織り込み、変動金利の一部を固定化するなどの対応を進めており、中期経営計画期間 3 年間の金利負担は当初想定の範囲内と見込んでいる。

Q: 試食等の販促方法に関する提案
A: 商品の良さをより実感いただくため、試食などの販促機会を増やしてほしいとのご提案を受けた。販促面に改善の余地があると認識しており、2026 年 6 月期は、試食スタッフを増員し、新店オープン時や週末、イベント時などに試食の機会を増やしてきた。今後も、POP やデジタルサイネージ等も活用しながら、売場で商品の魅力を伝える取り組みを強化していく。

Q: 成長投資の資金調達・キャッシュアロケーションについて
A: 中期経営計画期間 3 年間では、営業キャッシュフロー約 2,000 億円の創出を見込み、手元資金 500 億円も活用しながら、成長投資、借入金返済、株主還元に配分する。成長投資には約 1,300 億円を充て、新規出店や西友店舗の業態転換・改装等を進める。基本的には営業キャッシュフローを投資原資とする方針であり、投資時期等に応じて借入を活用する場合もある。

Q: 配当方針について
A: 累進配当の方針を掲げている。2026 年 6 月期は、西友子会社化に伴う M&A の資金調達関連の一過性費用に加え、のれん償却等の影響により、最終利益は低い水準となった一方で、営業利益や EBITDA は着実に拡大した。収益力、キャッシュフロー、借入金返済、成長投資のバランスを踏まえ、前期の 1 株 16 円から 1 円増配の 17 円を提案している。今後も累進配当方針のもと、安定的かつ継続的な配当を実施していく。

Q: 株主優待制度について
A: 株主優待については、個人投資家や国内外の機関投資家などすべての株主に公平な株主還元を行うため、株主優待ではなく配当による還元を基本としている。中長期的な企業価値向上に必要な投資を優先しつつ、今後も安定的かつ継続的な配当を実施していく。

Q: 人口規模の小さい地域への出店可能性について
A: 継続的に出店候補地を探索しており、人口規模の小さい地域にも出店実績がある。物件条件や商圏特性、収益性を見極めながら引き続き検討していく。

Q: 株価に対する考え方について
A: 株価は市場で形成されるものであるため、具体的な株価水準へのコメントは差し控える。一方、株価は市場からの重要な評価指標の一つと認識しており、資本コストや株価を意識しながら中長期的な企業価値向上に努める。事業や成長戦略を適切に評価いただけるよう、IR 活動、情報開示、株主・投資家との対話を進めていく。

以上