

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。

個人投資家向け 会社説明会

株式会社トライアルホールディングス

2025年 9月3日

目 次

- ① トライアルグループ紹介
- ② 2025年6月期 決算概要
- ③ 2026年6月期 業績予想

TRIAL

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	会長	永田 久男				
本社	福岡県福岡市東区	役員	取締役副会長	亀田 晃一	常勤監査役	上里 剛志	
資本金	198億1,283万7,100円		代表取締役社長	永田 洋幸	監査役(社外)	橋本 道成	
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)		取締役	石橋 亮太	監査役(社外)	薄鍋 大輔	
			取締役(社外)	立本 博文			
			取締役(社外)	張 相秀			

※2025年6月末時点

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 東京都武蔵野市吉祥寺
資本金 1億円
代表者 代表取締役社長 檜木野 仁司

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
代表取締役COO 永井 義秀

子会社

関連会社

その他事業

※ 2025年8月13日時点

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

Purpose

トライアルグループの存在目的

世界の誰もが「豊かさ」を
享受できる社会をつくる。

Vision

5年～10年で実現したい自社と世界の姿

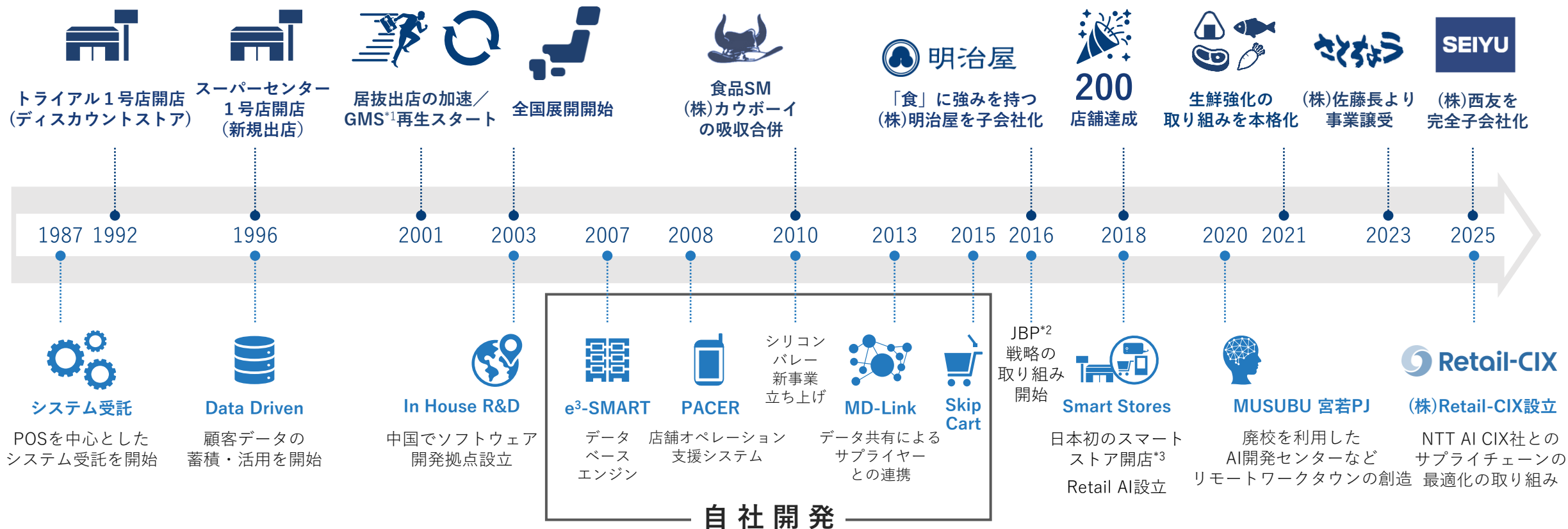
テクノロジーと、人の経験知で、
世界のリアルコマースを変える。

Value

ビジョン実現のための組織の価値観・行動指針

- ・ 効率化された店舗網で、モノを流通させる力
- ・ データとIoTを駆使する力

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 SEIYU

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

買い物を楽しく、暮らしを豊かに。



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

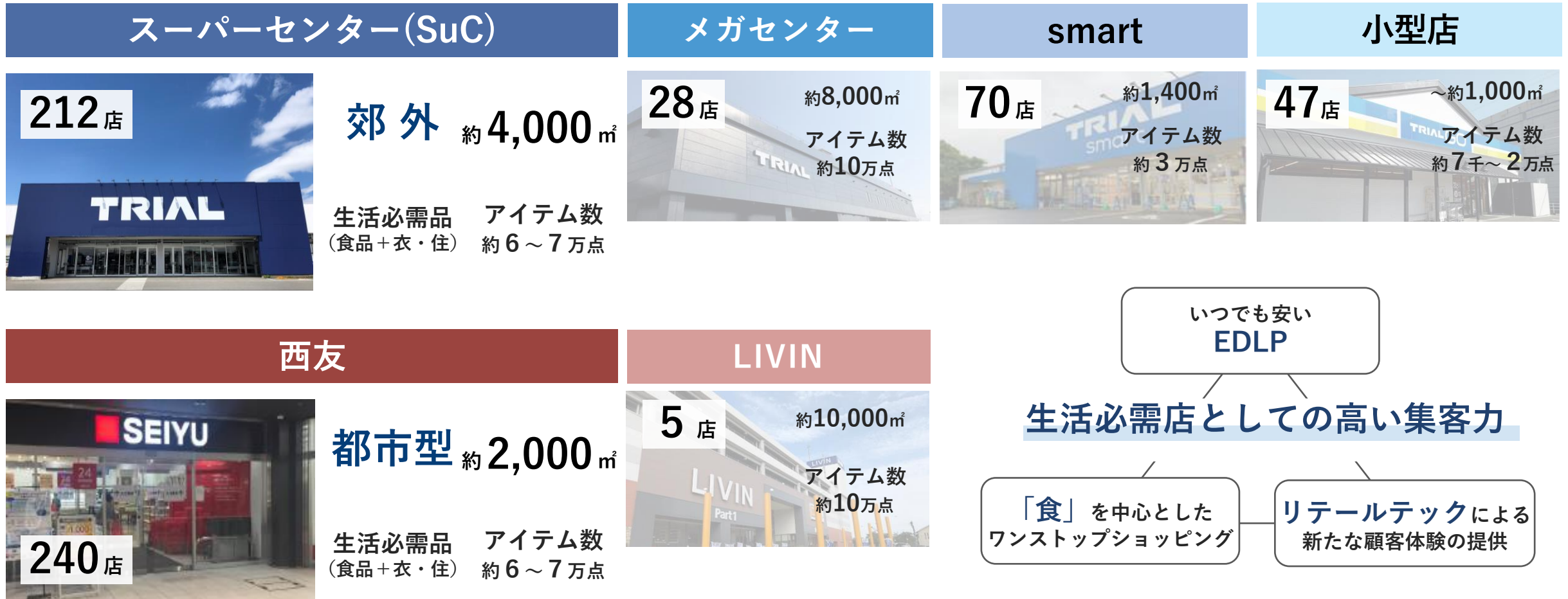
*1 Every Day Low Price。毎日お値打ち価格で販売すること

*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

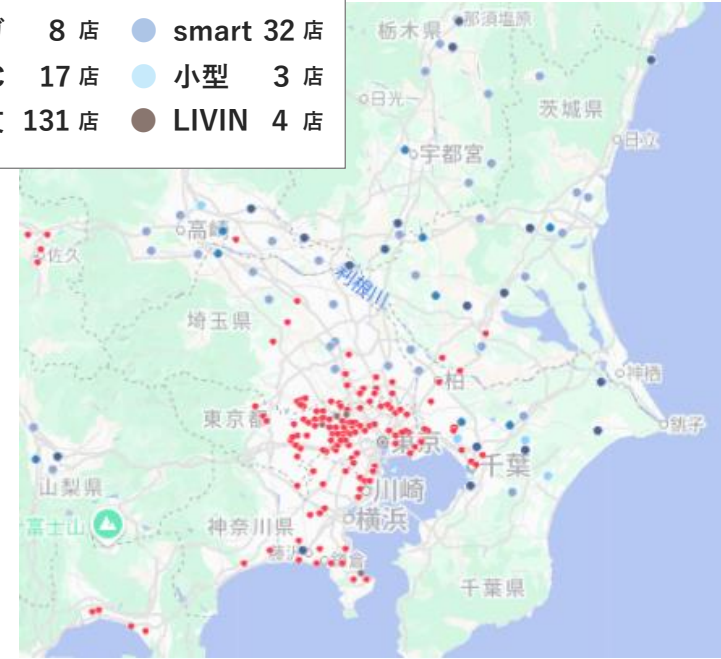
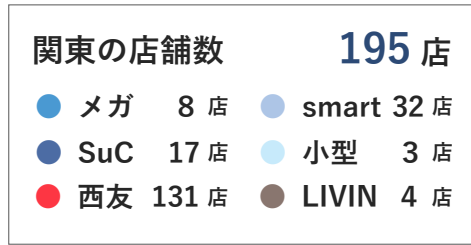
多様な店舗フォーマットで、全国に店舗網を拡大

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FMTを獲得。

2025年8月13日時点で、全国に**602**店舗を展開。



店舗マップイメージ (2025年8月13日時点)



近畿・中部周辺の店舗網



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

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。

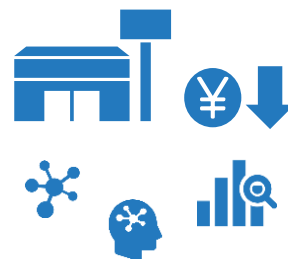
毎日の生活を豊かにする商品をいつでも安く提供するEDLPモデル

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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

小売業売上高ランキング

時代に合わせた戦略の推進を通じて25期連続増収中。「リアル店舗×データ」で顧客理解を深め、さらなる売上高拡大を目指す。西友の完全子会社化により、売上高は1兆円超となる見込み。小売業のなかでのポジショニングは大きく飛躍。

順位	社名	連/単	業態	本社	決算期	売上高(百万円)	前年比
1	セブン&アイ・ホールディングス		HD	東京	2	11,972,762	4.4
2	イオン		HD	千葉	2	10,134,877	6.1
3	アマゾンジャパン	単	通販	東京	12	4,150,703	13.6
4	ファーストリテイリング		HD	山口	8	3,103,836	12.2
5	パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス		HD	東京	6	2,095,077	8.2
6	ヤマダホールディングス		HD	群馬	3	1,629,069	2.3
7	ローソン		コンビニ	東京	2	1,170,707	7.6
8	マツキヨココカラ&カンパニー		HD	東京	3	1,061,626	3.8
9	ツルハホールディングス		HD	北海道	5	1,027,462	5.9
10	コスモス薬品		専門店	福岡	5	1,011,390	4.8
11	ニトリホールディングス		HD	北海道	3	928,950	3.7
12	ビックカメラ		専門店	東京	8	922,572	13.1
13	スギホールディングス		HD	愛知	2	878,021	17.9
14	パローホールディングス		HD	岐阜	3	854,435	5.8
15	ノジマ		専門店	神奈川	3	853,427	12.1
16	ライフコーポレーション		スーパー	大阪	2	850,496	5.0
17	LINEヤフー		通販	東京	3	848,372	2.6
18	ヨドバシカメラ	単	専門店	東京	3	816,209	8.0

19	トライアルホールディングス		HD	福岡	6	803,829	12.0
20	サンドラック		専門店	東京	3	801,811	6.7
21	エディオン		専門店	大阪	3	768,129	6.5
22	ケーズホールディングス		専門店	茨城	3	738,019	2.7
23	ヤオコー		スーパー	埼玉	3	736,400	18.9
24	大創産業		専門店	広島	2	724,200	—
25	オーケー		スーパー	神奈川	3	687,006	10.1
26	エイチ・ツー・オー リテイリング		HD	大阪	3	681,759	3.7
27	しまむら		専門店	埼玉	2	666,742	4.8
28	良品計画		専門店	東京	8	661,677	13.8
29	アークス		HD	北海道	2	608,284	2.8
30	カインズ		専門店	埼玉	2	573,827	5.8

(参考) 2026年6月期計画
売上高 **1,322,500** 百万円

2025年6月期 決算概要

- 業績サマリー
- セグメント別
- 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
- 会員戦略
- リテールテック
- 連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

- 連結業績予想
- 重点戦略
- 資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

※ 2025年7月16日に日経MJが公表した「2024年度の小売業調査(第58回)」に掲載の小売業売上高ランキングに、2025年8月13日時点で各社が開示している売上高を反映して作成

2025年6月期

決算概要

売上高、営業利益ともに過去最高額を記録し、25期連続増収と、2ケタ増収営業増益を達成。積極的な出店により店舗数は前期末から34店舗増加。既存店売上高は前期比3.6%増と好調に推移し、売上高は前期比12.0%増。売上総利益率は大幅に改善し、0.7ptアップの20.5%。販管費の上昇により営業利益率は0.1ptダウンするも、営業利益額は前期比2ケタ増で着地。

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

売上高

8,038 億円

+12.0%

(前期比)

売上総利益

1,648 億円

+15.8%

(前期比)

営業利益

211 億円

+10.2%

(前期比)

店舗数

352 店

+34 店

(前期末との差)

既存店売上高 成長率

+3.6%

(前期比)

売上総利益率

20.5%

+0.7 pt

(前期との差)

営業利益率

2.6%

▲0.1 pt

(前期との差)

Skip Cart 導入店舗数

258 店

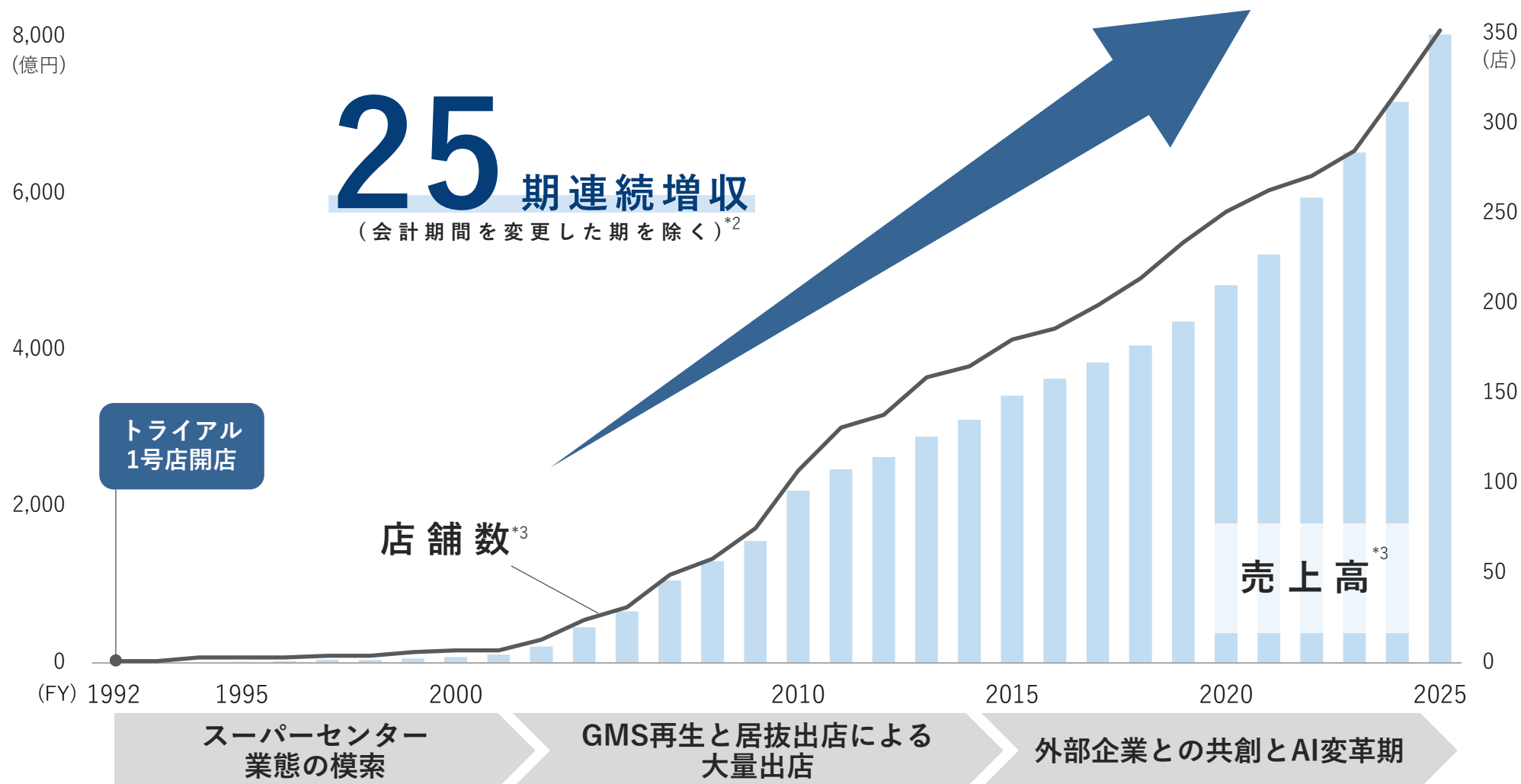
(うち外販6社・8店)

+35 店

(前期末との差)

長期にわたる持続的な売上高成長の実績

時代に合わせた戦略の推進を通じて、25期連続増収^{*1}を達成



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

- セグメント別
- 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
- 会員戦略
- リテールテック
- 連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

- 連結業績予想
- 重点戦略
- 資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

*1 連続増収は1999年9月期から2025年6月期までの期間を対象(但し、2005年3月期(6ヵ月決算)、2009年3月期(11ヵ月20日決算)及び2021年6月期(3ヵ月10日決算)は対象期間から除外しており、同様に上記グラフにおいても未掲載としている)

*2 決算期変更: 2005年3月期(9月30日から3月31日に変更/6ヵ月決算)、2009年3月期(3月31日から3月20日に変更/11ヵ月20日決算)、2021年6月期(3月20日から6月30日に変更/3ヵ月10日決算)

*3 売上高及び店舗数は各会計年度(末)時点

連結業績概況（通期）

売上高、営業利益ともに通期業績予想を上回り、前期比で2ケタの増収営業増益を達成。売上総利益は前期比15.8%増と大きく伸長し、売上総利益率は0.7pt改善。これにより営業利益は前期比10.2%増、計画比9.9%増で着地。

2024年7月1日～ 2025年6月30日(12ヵ月) (百万円)	前期(累計)		当期(累計)				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	計画比	計画	売上 構成比
売上高	717,948	100.0%	803,829	100.0%	+85,881	112.0%	100.1%	802,900	100.0%
売上総利益	142,352	19.8%	164,842	20.5%	+22,490	115.8%	100.7%	163,700	20.4%
その他の営業収入 ^{*1}	2,493	0.3%	2,761	0.3%	+268	110.8%	102.3%	2,700	0.3%
営業総利益	144,846	20.2%	167,603	20.9%	+22,757	115.7%	100.7%	166,400	20.7%
販売費及び一般管理費	125,684	17.5%	146,497	18.2%	+20,813	116.6%	99.5%	147,200	18.3%
営業利益	19,161	2.7%	21,106	2.6%	+1,945	110.2%	109.9%	19,200	2.4%
経常利益	19,789	2.8%	22,200	2.8%	+2,411	112.2%	108.8%	20,400	2.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11,439	1.6%	11,752	1.5%	+313	102.7%	113.0%	10,400	1.3%

*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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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（4Q）

2025年4月1日～ 2025年6月30日(3ヵ月) (百万円)	前4Q		当4Q			
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	180,731	100.0%	203,792	100.0%	+23,061	112.8%
売上総利益	36,087	20.0%	44,794	22.0%	+8,707	124.1%
その他の営業収入 ^{*1}	612	0.3%	725	0.4%	+113	118.5%
営業総利益	36,700	20.3%	45,520	22.3%	+8,820	124.0%
販売費及び一般管理費	32,937	18.2%	37,878	18.6%	+4,941	115.0%
営業利益	3,763	2.1%	7,641	3.7%	+3,878	203.1%
経常利益	3,621	2.0%	7,707	3.8%	+4,086	212.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,944	1.1%	3,377	1.7%	+1,433	173.7%

*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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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（上期・下期）

当上期は、想定外の夏の猛暑や残暑の影響の中、売上高は前期比2ケタ増だが、営業利益は同16.1%減、計画比20.9%減。当下期は、前期比2ケタ増収に加え、売上総利益率が大幅に改善し、営業利益は前期比50.2%増と大幅増益で着地。

(百万円)	前期(上期)		当期(上期)				前期(下期)		当期(下期)			
	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	363,304	100.0%	403,741	100.0%	+40,437	111.1%	354,644	100.0%	400,087	100.0%	+45,443	112.8%
売上総利益	71,560	19.7%	80,084	19.8%	+8,524	111.9%	70,792	20.0%	84,757	21.2%	+13,965	119.7%
その他の営業収入 ^{*1}	1,258	0.3%	1,351	0.3%	+93	107.4%	1,235	0.3%	1,409	0.4%	+174	114.1%
営業総利益	72,818	20.0%	81,435	20.2%	+8,617	111.8%	72,027	20.3%	86,167	21.5%	+14,140	119.6%
販売費及び一般管理費	61,249	16.9%	71,735	17.8%	+10,486	117.1%	64,435	18.2%	74,761	18.7%	+10,326	116.0%
営業利益	11,568	3.2%	9,700	2.4%	▲ 1,868	83.9%	7,592	2.1%	11,405	2.9%	+3,813	150.2%
経常利益	11,978	3.3%	10,624	2.6%	▲ 1,354	88.7%	7,811	2.2%	11,576	2.9%	+3,765	148.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,943	1.9%	6,132	1.5%	▲ 811	88.3%	4,495	1.3%	5,619	1.4%	+1,124	125.0%

*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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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（通期）

流通小売事業は、34店舗の店舗数増加(新店35店 / 閉店1店)と、既存店売上高3.6%増が寄与し、売上高は前期比11.9%増。4Qから本格導入を推進したプライシング施策が粗利上昇に貢献し、セグメント利益は同8.4%増。
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を推進し、セグメント利益は黒字で着地。

2024年7月1日～ 2025年6月30日(12ヵ月) (百万円)		前期(累計)		当期(累計)			
		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	714,943	100.0%	799,825	100.0%	+84,882	111.9%
	外部顧客	714,921	100.0%	799,773	100.0%	+84,852	111.9%
	セグメント間	21	0.0%	52	0.0%	+31	247.6%
	セグメント利益	21,887	3.1%	23,726	3.0%	+1,839	108.4%
リテールAI事業	売上高	4,616	100.0%	5,199	100.0%	+583	112.6%
	外部顧客	918	19.9%	985	18.9%	+67	107.3%
	セグメント間	3,698	80.1%	4,213	81.0%	+515	113.9%
	セグメント利益	▲ 520	-	55	1.1%	+575	-

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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（4Q）

2025年4月1日～
2025年6月30日(3ヵ月)

(百万円)

		前4Q		当4Q			
		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	179,842	100.0%	202,732	100.0%	+22,890	112.7%
	外部顧客	179,837	100.0%	202,722	100.0%	+22,885	112.7%
	セグメント間	4	0.0%	10	0.0%	+6	250.0%
	セグメント利益	4,423	2.5%	8,141	4.0%	+3,718	184.1%
リテールAI事業	売上高	1,099	100.0%	1,540	100.0%	+441	140.1%
	外部顧客	196	17.8%	265	17.2%	+69	135.2%
	セグメント間	903	82.2%	1,274	82.7%	+371	141.1%
	セグメント利益	▲ 101	-	55	3.6%	+156	-

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

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）

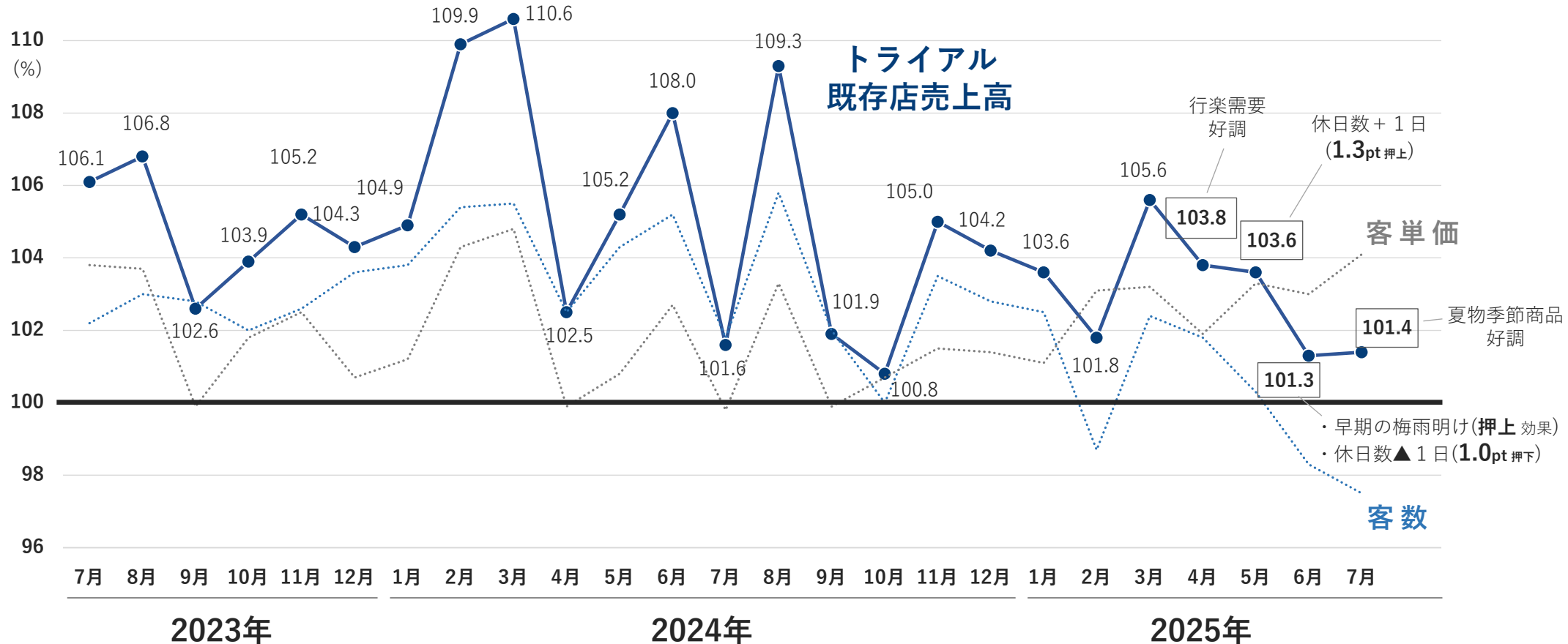
地域一番の生活必需品を目指し、生鮮を中心とした「食」の強化を推進。

価格の表示方法変更(外税価格の併記)や、価格の適正化などのプライシング戦略を4月から本格導入。5月、6月と進むにつれて導入店舗を拡大。客数が影響を受けるも、一品単価の向上による客単価の上昇で、既存店はプラスを継続。価格訴求品と価値訴求品のバランスをとりながら、既存店の増収を継続しつつ、収益力の向上を目指す。

既存店売上高成長率

計画	通期	: 103.4%
	4Q(4-6月)	: 102.9%
	実績	
実績	通期	: 103.6%
	4Q(4-6月)	: 102.9%

既存店売上高は、**50**ヵ月連続で前年同月比プラス (2025年7月実績含む)



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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

当4Qは、計画通り改装は実施しておりません。当下期は、出店が期初より8店舗増加することに伴い、新店に経営資源を集中させるため、小型店1店舗以外の改装は一旦停止。2026年6月期は改装を再開予定。

改装店舗数	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	2Q	3Q	4Q	累計
				2024年 7-9月	2024年 10-12月	2025年 1-3月	2025年 4-6月	
計画 通期 : 18店 ^{+α}								
実績 4Q累計 : 19店								
メガセンター	1	4	5	0	0	0	0	0
スーパーセンター	17	19	20	6	7	0	0	13
smart	5	2	3	1	1	0	0	2
小型店	2	5	2	1	2	1	0	4
合計	25	30	30	8	10	1	0	19

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

新規出店・閉店の状況

当4Qは、スーパーセンター5店、smart3店を出店する一方、小型店1店を閉店。
当期末の店舗数は352店舗になりました。

新規出店数		2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期				増減 累計
		通期	通期	通期	1Q 2024年 7-9月	2Q 2024年 10-12月	3Q 2025年 1-3月	4Q 2025年 4-6月	
メガセンター	店舗数	22	24	24	26	27	28	28	4
	出店数	2	2	0	2	1	1	0	4
	閉店数	0	0	0	0	0	0	0	0
スーパーセンター	店舗数	175	181	187	193	200	202	207	20
	出店数	2	7	7	6	7	2	5	20
	閉店数	0	1	1	0	0	0	0	0
smart	店舗数	67	68	64	63	65	67	70	6
	出店数	1	1	4	0	2	2	3	7
	業態転換	0	0	▲4 ^{*1}	▲1 ^{*2}	0	0	0	▲1
	閉店数	1	0	4	0	0	0	0	0
小型店	店舗数	7	12	43	45	46	48	47	4
	出店数	2	5	30	1	1	2	0	4
	業態転換	0	0	+4 ^{*1}	+1 ^{*2}	0	0	0	+1
	閉店数	0	0	3	0	0	0	1	1
合計	店舗数	271	285	318	327	338	345	352	34
	出店数	7	15	41	9	11	7	8	35
	閉店数	1	1	8	0	0	0	1	1

*1 smart4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 smart1店舗を改装により小型店に業態転換しております

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

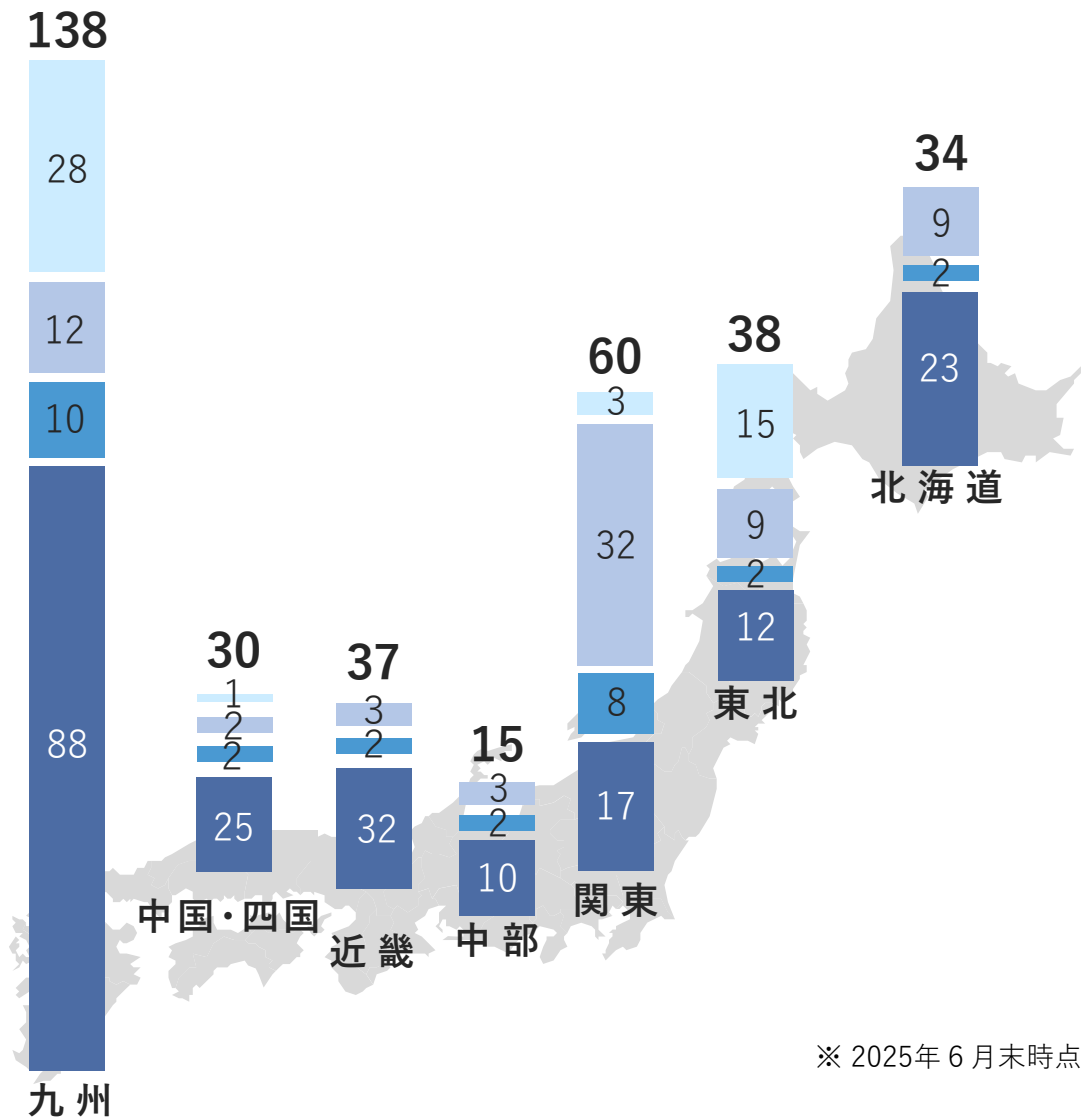
資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

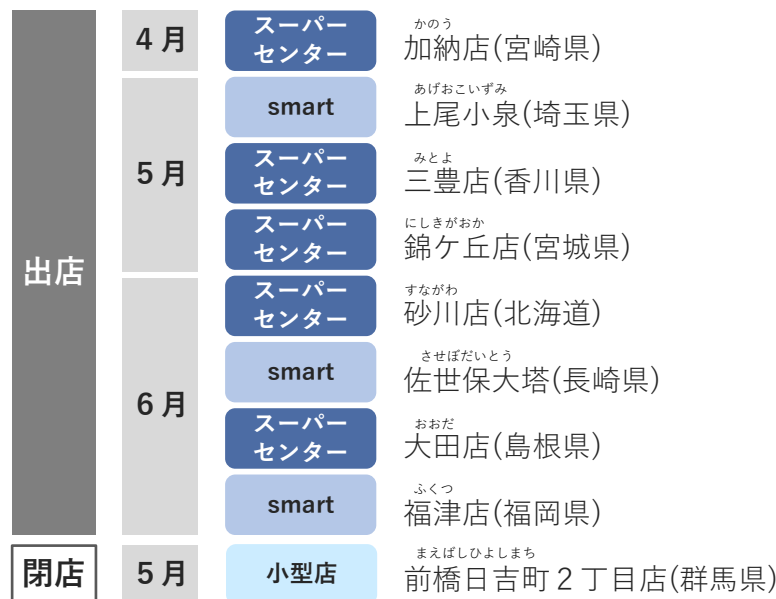
トライアルグループ紹介

地域別の出店状況



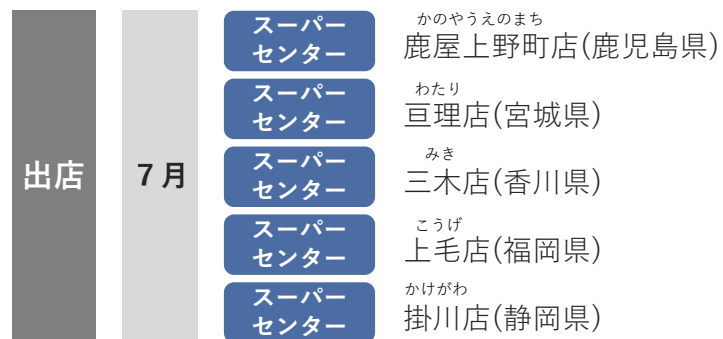
※ 2025年6月末時点

当4Q



翌1Q

(2025年8月13日時点)



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

商品カテゴリ別売上高（通期）

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18.6%増と、流通小売事業の増収増益をけん引。フレッシュの中でも粗利率が高い「惣菜」の売上高は同24.4%増で、売上構成比は6.3%と0.6pt改善。中期目標の8%に向けて順調に進捗。

2024年7月1日～ 2025年6月30日(12ヵ月) (百万円)	前期(累計)		当期(累計)			
	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)	714,921	100.0%	799,773	100.0%	+84,852	111.9%
食品	529,983	74.1%	600,348	75.1%	+70,365	113.3%
グロサリー	207,279	29.0%	225,294	28.2%	+18,015	108.7%
デイリー	116,844	16.3%	130,995	16.4%	+14,151	112.1%
フレッシュ	205,859	28.8%	244,059	30.5%	+38,200	118.6%
うち、惣菜	40,498	5.7%	50,362	6.3%	+9,864	124.4%
非食品	184,937	25.9%	199,424	24.9%	+14,487	107.8%
生活	85,783	12.0%	92,083	11.5%	+6,300	107.3%
ハード	64,646	9.0%	68,734	8.6%	+4,088	106.3%
アパレル	21,003	2.9%	22,258	2.8%	+1,255	106.0%
その他	13,504	1.9%	16,347	2.0%	+2,843	121.1%

※ 「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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

商品カテゴリ別売上高（4Q）

2025年4月1日～
2025年6月30日(3ヵ月)

(百万円)

	前4Q		当4Q			
	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)	179,837	100.0%	202,722	100.0%	+22,885	112.7%
食品	133,800	74.4%	152,722	75.3%	+18,922	114.1%
グロサリー	51,731	28.8%	56,322	27.8%	+4,591	108.9%
デイリー	29,363	16.3%	33,166	16.4%	+3,803	113.0%
フレッシュ	52,705	29.3%	63,232	31.2%	+10,527	120.0%
うち、惣菜	10,551	5.9%	13,352	6.6%	+2,801	126.5%
非食品	46,037	25.6%	49,999	24.7%	+3,962	108.6%
生活	21,227	11.8%	22,671	11.2%	+1,444	106.8%
ハード	15,823	8.8%	16,875	8.3%	+1,052	106.6%
アパレル	5,648	3.1%	5,981	3.0%	+333	105.9%
その他	3,337	1.9%	4,471	2.2%	+1,134	134.0%

※ 「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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

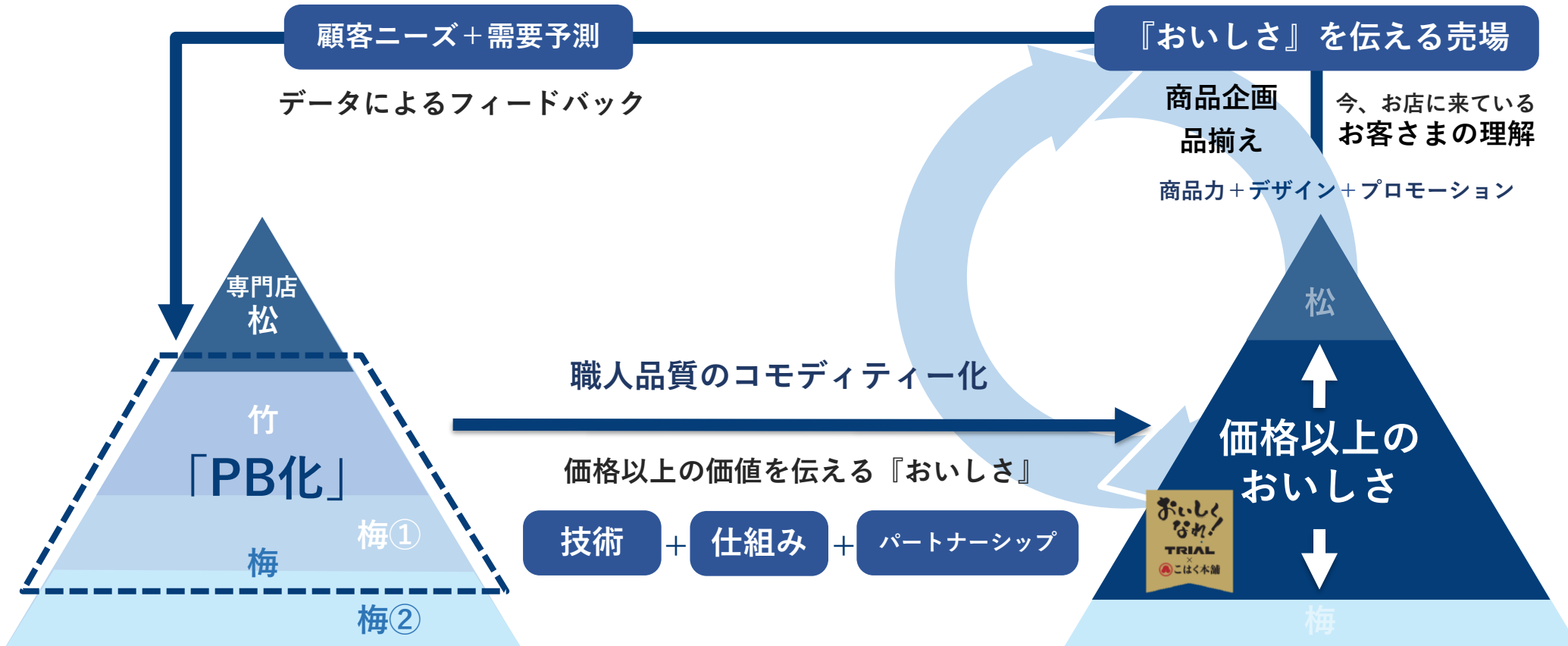
トライアルグループ紹介

ITと職人の経験知で価格以上の価値を伝える『おいしさ』をお届けします。

価格以上の価値を。

おいしくなれ!

トライアルは「料理の職人品質をお届けしたい」という想いを込めた「こはく本舗」ブランドのもと、味はもちろん、食材、価格、すべてに感動を呼ぶ「食づくり」に取り組んでいます。価格以上の価値を実感していただける「おいしさ」を、毎日のお客さまの食事に。その「おいしさ」は、立ち止まることなく、進化をつづけます。



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

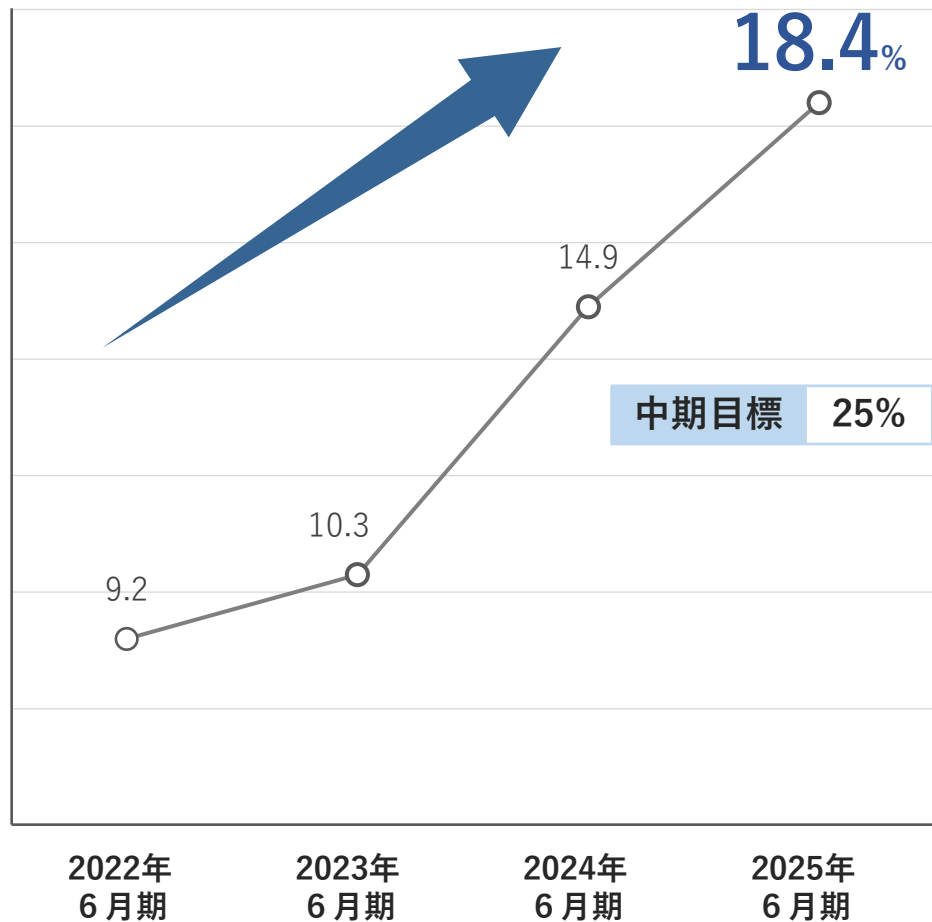
Appendix

IR活動・株式の状況

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売上高構成比は当期18.4%に拡大。中期目標の25%に向けて順調に進捗。

PB売上高構成比*1の推移



*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

イチオシパスタシリーズ

本体価格185円
(税込199円)



PBのこだわり

簡単調理で本格パスタ

電子レンジで温めるだけで専門店の味を再現。

ソースに合う麺の形・種類の使い分け

平らなフェットチーネ・楕円形リングイーネ・太丸のスパゲットーニなど、“ソースに最適な麺”を追求。

モチモチ食感を生み出す押し出し工法

自社工場で高圧で押し出す製法により生麺を製造。ゆで上げをアルデンテに仕上げ、小麦の風味としっかりしたコシを実現。

その他人気のPB商品



* 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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

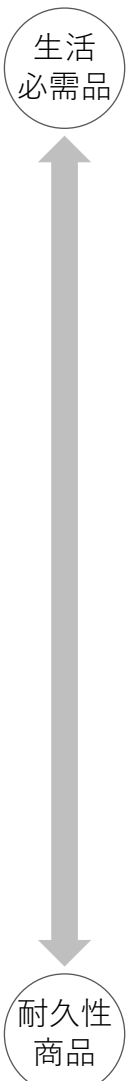
資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

地域の生活必需品店として、お客さまにとって価値ある商品の開発を推進



グロサリー



デイリー



フレッシュ



生活



ハード



アパレル



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

具体的な施策

1 価格表示の方法を変更

- 税込から、税抜と税込価格を両方表記
- 他店比較の安さをストレートに伝える

2 競争力を保つ適正プライシングへ

- 商品価値を再査定、段階的に価格改定
- 家庭雑貨から着手、最寄食品は値下げ

3 商品の価値を伝える棚づくり

- 魅力を伝えるPOPで脇役商品を主役に
- 導線目線の一等地にイチオシ商品配置

継続施策

4 粗利リード商材の深耕拡大

- 職人がこだわって開発した惣菜の拡大
- トライアルならではのPB商品へ移行



フェーズ 1

2025年2月～4月

- スーパーセンター6店で実験開始
- 実験店を16店に拡大

価格変更による販売動向変化の分析

フェーズ 2

5月GW明け～5月31日

- フェーズ1の施策を福岡県以外の店舗へ展開開始

施策の効果検証、修正、再実験のPDCAサイクル確立

フェーズ 3

6月1日～30日

- 激戦地である福岡県の店舗で開始
- 6月末までに全店展開が完了予定

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

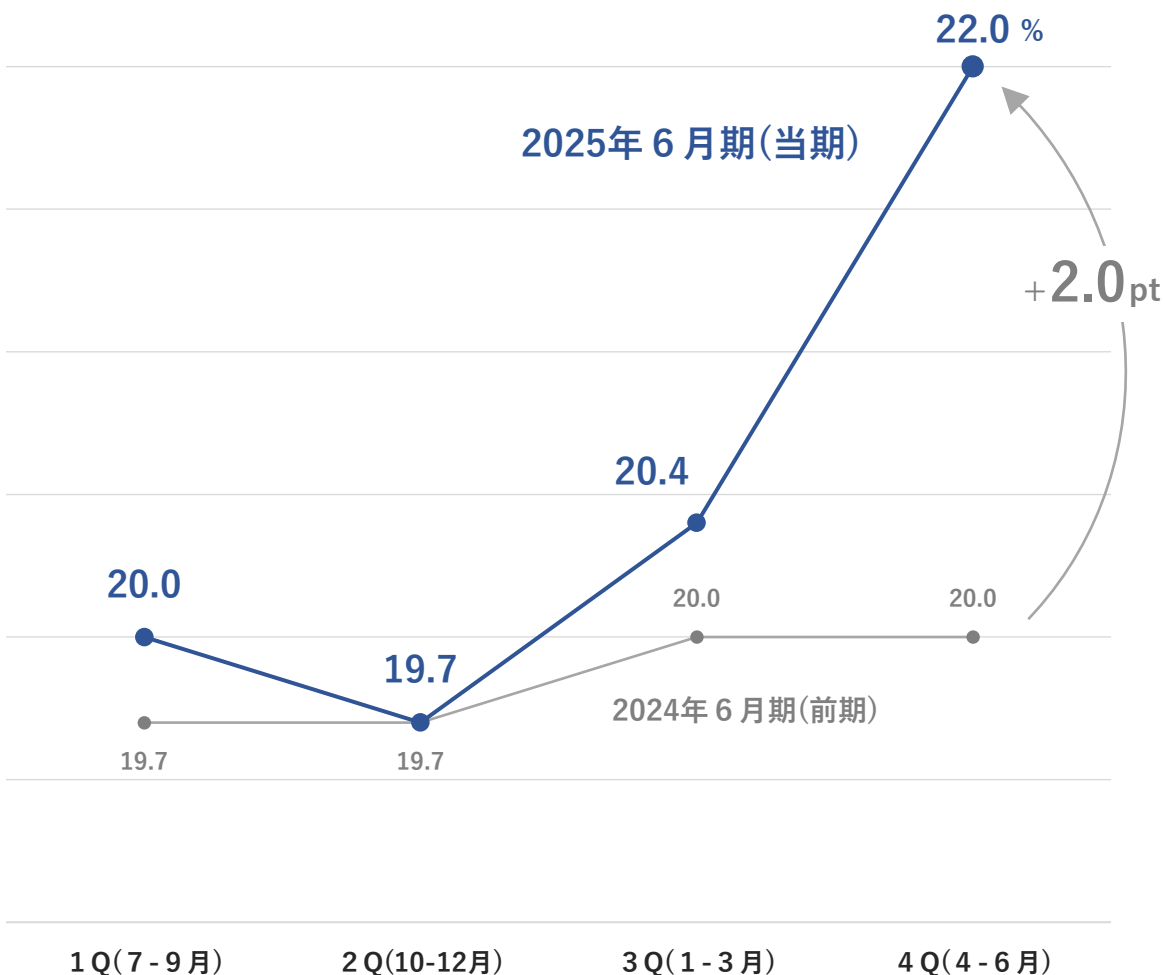
Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

当4Qより実施したプライシング戦略が奏功し、売上総利益率は前4Q比+2.0pt、計画比+0.5pt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。

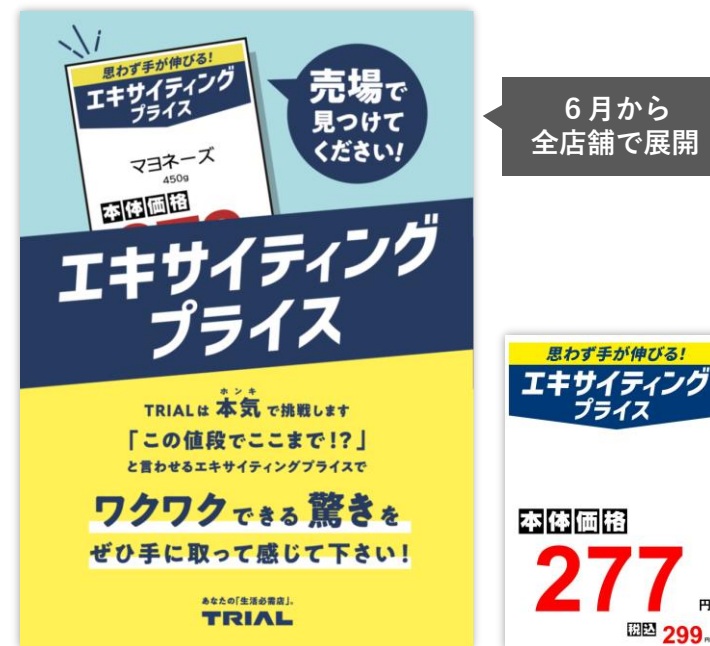
売上総利益率の推移(四半期別)



商品の価格を魅力的に伝えるPOP

地域一番価格を目指した商品を一目で伝える エキサイティングプライス

食品・飲料・日用品など、よく使う定番商品を対象に展開



6月から
全店舗で展開

価格訴求品で
集客力向上



価値訴求品で
収益力向上

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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（通期）

売上高は前期比12.0%増の一方、販管費は同16.6%増で、販管費率は0.7pt増加も、通期計画の範囲内で着地。出店強化に伴う先行コストのほか、パート・アルバイトの単価上昇がコスト増の主な要因。当4Qは人件費も計画内に抑制。また、販管費の「その他」には西友完全子会社化に係るアドバイザー費用等の一部、約6.6億円を含む。

2024年7月1日～ 2025年6月30日(12ヵ月) (百万円)	前期(累計)		当期(累計)			
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	717,948	100.0%	803,829	100.0%	+85,881	112.0%
販売費及び一般管理費	125,684	17.5%	146,497	18.2%	+20,813	116.6%
人件費 ^{*1}	74,204	10.3%	85,640	10.7%	+11,436	115.4%
不動産費 ^{*2}	21,049	2.9%	24,088	3.0%	+3,039	114.4%
広告・販促費 ^{*3}	3,772	0.5%	4,153	0.5%	+381	110.1%
水道光熱費	9,216	1.3%	11,691	1.5%	+2,475	126.9%
その他	17,443	2.4%	20,925	2.6%	+3,482	120.0%

*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」

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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（4Q）

2025年4月1日～
2025年6月30日(3ヵ月)

(百万円)

	前4Q		当4Q			
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期差	前期比
売上高	180,731	100.0%	203,792	100.0%	+23,061	112.8%
販売費及び一般管理費	32,937	18.2%	37,878	18.6%	+4,941	115.0%
人件費^{*1}	19,435	10.8%	22,038	10.8%	+2,603	113.4%
不動産費^{*2}	5,533	3.1%	6,515	3.2%	+982	117.7%
広告・販促費^{*3}	943	0.5%	815	0.4%	▲128	86.4%
水道光熱費	2,420	1.3%	2,897	1.4%	+477	119.7%
その他	4,606	2.5%	5,613	2.8%	+1,007	121.9%

*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」

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

新規出店時の先行コスト

当4Qは、積極的な出店を実施。スーパーセンター5店、smart3店の合計8店舗を出店。

7月から8月に出店予定の6店舗分も合わせ、新規出店時の先行コストとして、新店用の「備品・修繕」や、オープン前から発生する「人件費」「地代家賃」、オープン時の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。

新店オープンの
1～2ヵ月前

新店オープン

新店用の備品・修繕など

- 生鮮設備・生鮮什器
- ネットワーク機材
- レジ備品
- 修繕 など

オープン時の対応コスト

- オープン時の増員スタッフ
- 駐車場警備
- オープンチラシ
- CM など

オープン前に発生する 各種コスト

- 人件費(給与 / 採用・教育コスト)
- 地代・家賃
- 水道光熱費 など

前期と当期の出店数比較

出店数	1Q					2Q					3Q					4Q					通期 累計
	メガ	SuC	smart	小型店	合計	メガ	SuC	smart	小型店	合計	メガ	SuC	smart	小型店	合計	メガ	SuC	smart	小型店	合計	
2024年6月期	0	0	0	1	1	0	3	3	24	30	0	2	1	2	5	0	2	0	3	5	41
2025年6月期	2	6	0	1	9	1	7	2	1	11	1	2	2	2	7	0	5	3	0	8	35
前年同期差	+2	+6	0	0	+8	+1	+4	▲1	▲23	▲19	+1	0	+1	0	+2	+0	+3	+3	▲3	+3	▲6

当期は出店コストの高いメガとSuCの出店が増加

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

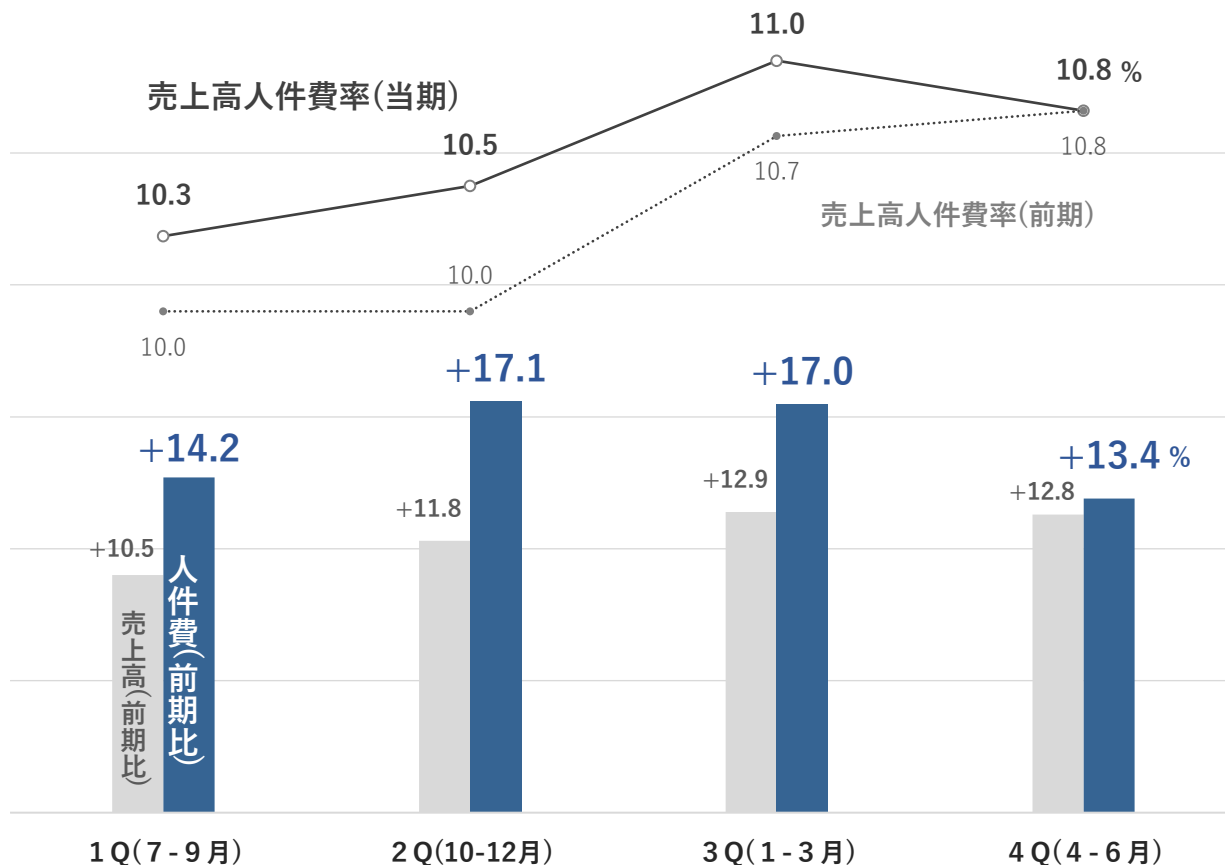
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

人件費の増加要因（4Q）

前年同期比で人件費が増加している主な要因は、出店加速による店舗数の増加とパート・アルバイトの単価(時給)上昇。当4Qは人時コントロールを徹底し、計画比で2.0%減。パート・アルバイト、正社員の給料ともに計画の範囲内で着地。

人件費	(百万円)	実績	前期差	前期比	計画差	計画比
		当2Q	21,762	+3,170	+17.1%	+611
当3Q	21,678	+3,155	+17.0%	+633	+3.0%	
当4Q	22,038	+2,603	+13.4%	▲460	▲2.0%	



当4Qは、引き続きパート・アルバイトの単価上昇が続くも、店舗における短時間バイトを含めたレイバースケジュールの精緻化や、業務プロセスの改善、付加価値業務の推進によって、売上高人件費率は前期の水準で着地。

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

2022年10月からサービスを開始したスマホ決済アプリ「SU-PAY」の機能強化で、新規会員の獲得や、既存会員のロイヤルカスタマー化を推進。カードとアプリを合わせた会員数は、当期末時点で1,217万人、前期末から162万人増加。

プリペイド機能付きポイントカード トライアルプリペイドカード



- 事前チャージでスムーズ会計
- 200円お買い上げで1ポイント(1円相当)
- 1,000円チャージ毎に5ポイント(5円相当)
- 入会金・年会費無料

トライアルプリペイドカードから
決済アプリ「SU-PAY」への切り替え推進中



スマホ決済アプリ SU-PAY



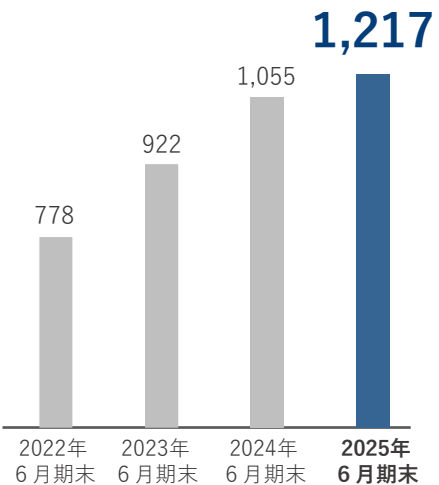
スマホひとつで
お支払い

選べるチャージ方法
銀行口座チャージ
レジで現金チャージ

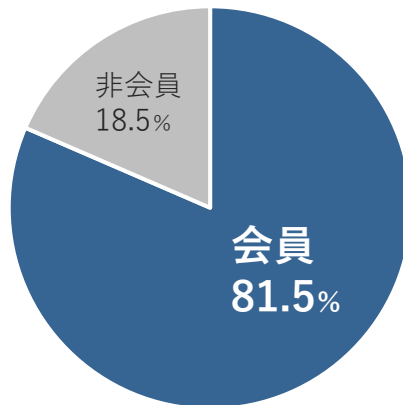
とにかく
スーッとお支払い

ポイントが
たまる・使える

会員数*1の推移 (万人)



会員売上構成比



SU-PAYで手軽に顔認証決済

顔認証での決済が可能に。
よりお得で便利なお買い物体験を実現。



顔認証決済ご利用可能店舗：福岡別府3丁目店／古賀花見店／アイランドシティ店／宮若福丸店／宮田店／脇田店／多の津店／今泉2丁目店

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

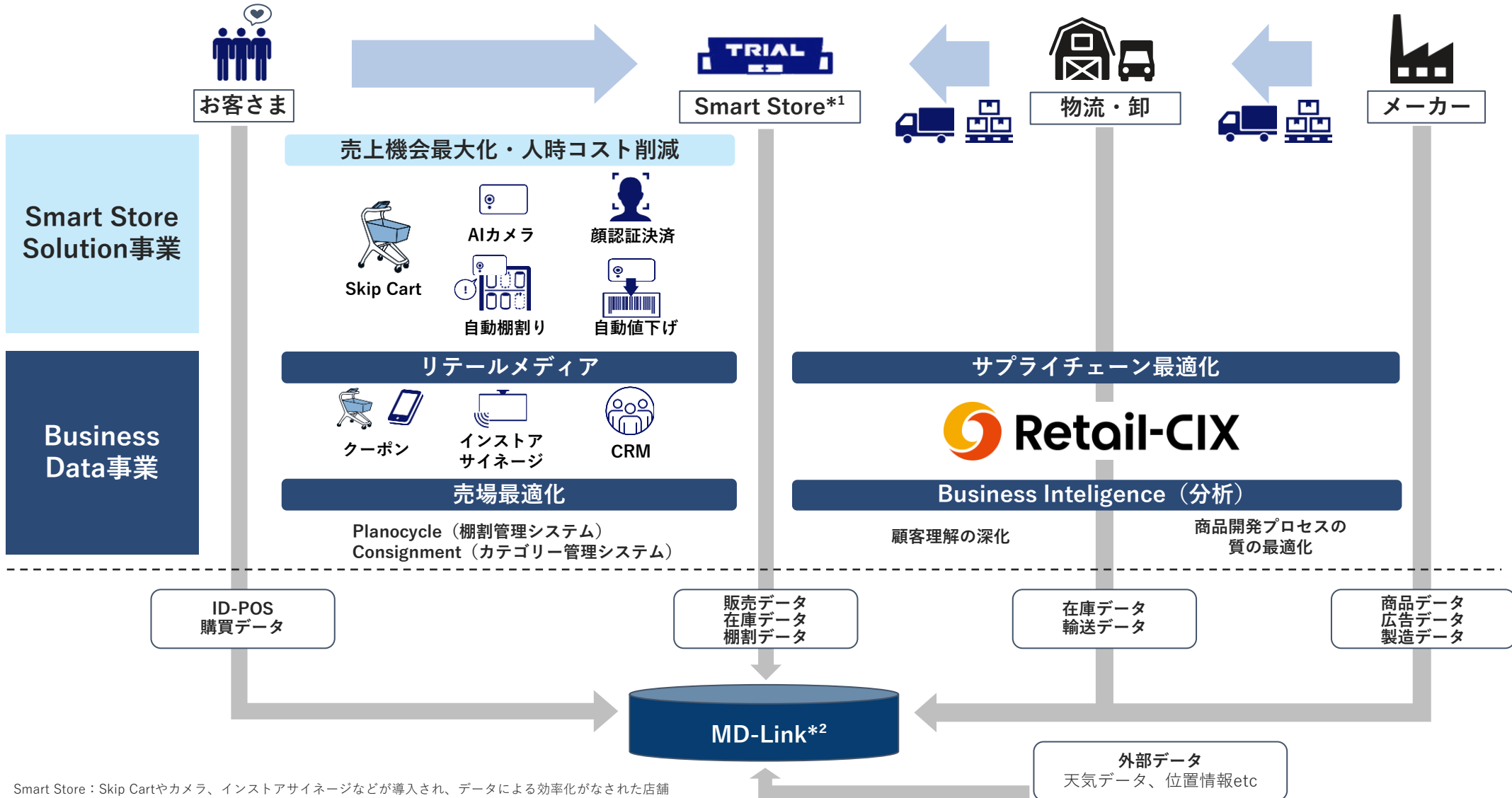
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

*1 会員数：トライアルプリペイドカード会員数+SU-PAYアカウント登録者数の単純合算であり、同一顧客の重複を一部含む

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。



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

*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

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。

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

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

専用決済ゲート

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

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



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にて実験。

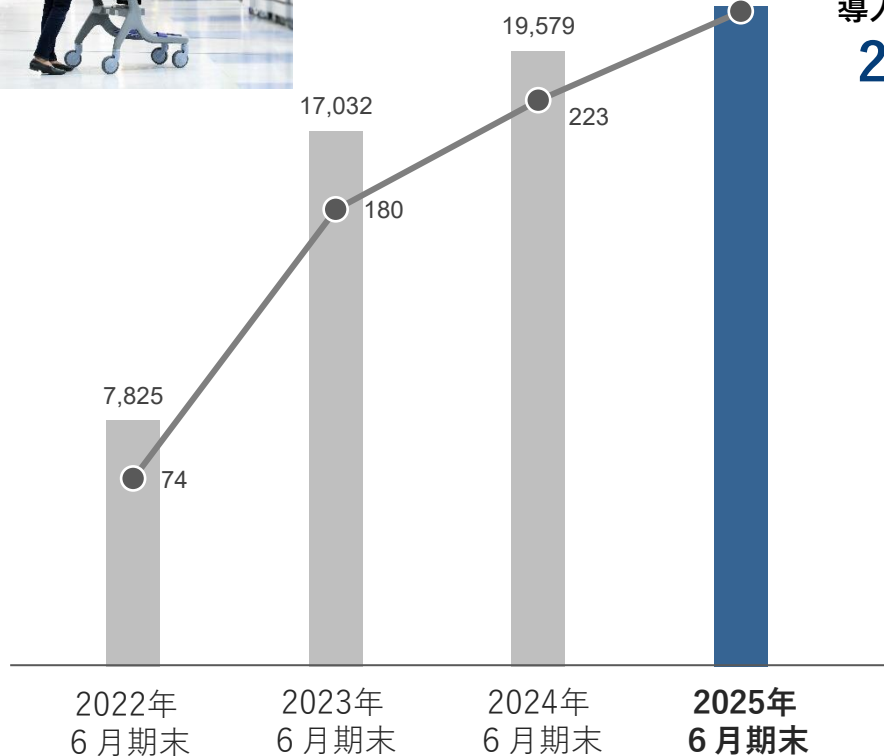
Skip Cartの導入実績^{*1}



導入台数(累計)

21,561台

導入店舗数
258店



Skip Cartの導入効果

平均利用率^{*2}

25.1%



マンスリーユーザー^{*3}

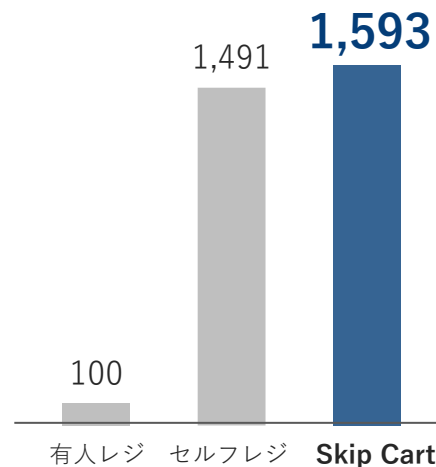
450万人



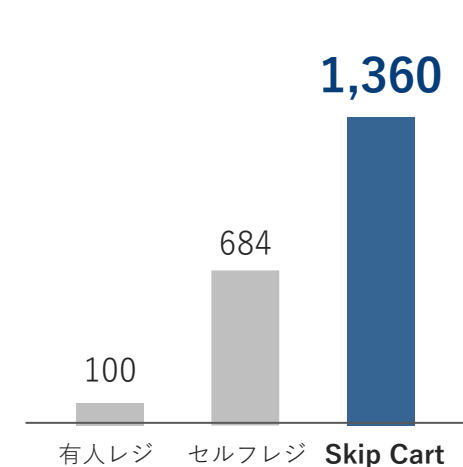
レジ人時削減



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 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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

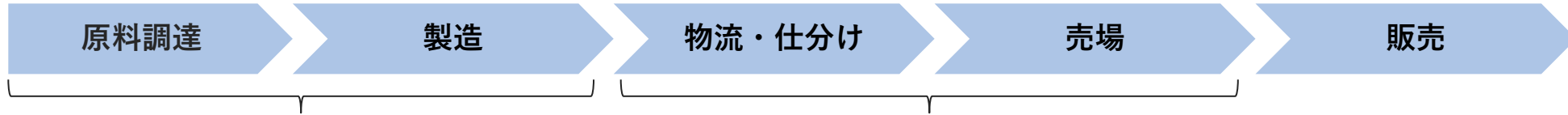
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

パートナーシップによるSCM改革

株式会社Retail AI（当社子会社）と株式会社NTT AI-CIXは、共同で新会社の株式会社Retail-CIXを設立。流通サプライチェーンのデジタル最適化により、流通業界の人手不足とコスト上昇の解決を目指す。

リテール業界におけるサプライチェーン（調達から販売まで）



川上への波及効果

- 生産・出荷計画の合理化
- 製造現場の作業平準化と残業削減
- 返品率・廃棄率の削減

発注最適化、棚割最適化の取り組み

- 店舗作業コスト削減
- 店舗在庫の圧縮
- 発注の波動緩和による物流の平準化と効率化
- 発注精度向上による欠品削減・廃棄削減

川上へ効果が波及

NTT AI-CIX

デジタルツインコンピューティング技術等を活用したコンサルティング、AIモデル開発、連鎖型AIのプラットフォームサービス提供



Retail Ai

小売・流通業界における知見、ノウハウを基にしたデータ提供/分析、機能、ソリューションの開発

Retail-CIX

流通サプライチェーンにおける業務最適化に関するAIエージェントサービスの提供・コンサルティングサービスの提供

提供サービス/解決する課題

- 小売業向け：自動発注、棚割最適化、業務負荷削減
- 卸売業向け：小売業と連携した需要予測による在庫最適化コントロール
- メーカー向け：小売業と連携した生産・出荷計画最適化

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

「現金及び預金」の大幅減は、2024年6月末日が金融機関の休業日であり、買掛金等の決済が翌月初に実施されたことや、積極的な出店に伴う有形固定資産の取得による支出が主な要因。

(百万円)	2024年6月末		2025年6月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動資産	152,300	53.7%	143,172	47.7%	▲ 9,128
現金及び預金	91,947	32.4%	72,325	24.1%	▲ 19,622
売掛金	1,170	0.4%	3,301	1.1%	+2,131
棚卸資産	46,440	16.4%	56,612	18.9%	+10,172
固定資産	131,327	46.3%	157,110	52.3%	+25,783
有形固定資産	113,694	40.1%	136,549	45.5%	+22,855
建物及び構築物	73,771	26.0%	89,316	29.7%	+15,545
土地	21,474	7.6%	23,046	7.7%	+1,572
無形固定資産	1,879	0.7%	2,762	0.9%	+883
投資その他の資産	15,752	5.6%	17,799	5.9%	+2,047
資産合計	283,627	100.0%	300,283	100.0%	+16,656

(百万円)	2024年6月末		2025年6月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動負債	143,010	50.4%	151,064	50.3%	+8,054
買掛金	101,838	35.9%	82,640	27.5%	▲ 19,198
1年内返済予定の長期借入金	3,949	1.4%	3,027	1.0%	▲ 922
契約負債	9,644	3.4%	11,817	3.9%	+2,173
固定負債	22,429	7.9%	20,190	6.7%	▲ 2,239
長期借入金	12,195	4.3%	9,031	3.0%	▲ 3,164
資産除去債務	8,466	3.0%	9,274	3.1%	+808
純資産	118,187	41.7%	129,028	43.0%	+10,841
株主資本	114,443	40.3%	125,194	41.7%	+10,751
非支配株主持分	2,503	0.9%	2,903	1.0%	+400
負債純資産合計	283,627	100.0%	300,283	100.0%	+16,656

有利子負債^{*1}

38,567 百万円

(前期末差 22,408 百万円)

純有利子負債^{*2}

▲33,758 百万円

(+42,029 百万円)

自己資本

126,125 百万円

(+10,441 百万円)

自己資本比率

42.0 %

(+1.2 pt)

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

*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（通期）

営業CFのマイナスは、2024年6月末日が金融機関の休業日であり、買掛金等の決済が翌月初に実施されたことや、積極的な出店に伴う棚卸資産の増加が主な要因。

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

2024年7月1日～2025年6月30日(12ヵ月) (百万円)	前期(累計)	当期(累計)		
	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	59,497	▲ 4,446	▲ 63,943	-
投資活動CF	▲ 26,005	▲ 35,892	▲ 9,887	-
財務活動CF	34,503	20,770	▲ 13,733	60.2%
現金及び現金同等物に係る換算差額	54	▲ 53	▲ 107	-
現金及び現金同等物の増減額	68,048	▲ 19,621	▲ 87,669	-
現金及び現金同等物の期末残高	91,947	72,325	▲ 19,622	78.7%
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	33,491	▲ 40,338	▲ 73,829	-

2026年6月期

業績予想

2026年6月期 連結業績予想

トライアルの成長に西友の統合を加え、グループ連結の売上高は1.3兆円、営業利益は254億円、EBITDAは663億円を計画。

2025年6月期 決算概要

グループ連結 (百万円)	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			
	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	前期比
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」 + 「のれん償却費」

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

M&A
関連費用

販管費

アドバイザリー
費用等の一部

約 **20** 億円
(一過性費用/1Qに計上)

のれん償却費
(暫定)

152 億円
(償却期間20年)

借入金額

3,674 億円
(借入期間1年)

営業外費用

ストラクチャ
リング手数料

約 **12** 億円
(一過性費用/1Qに計上)

借入金利

TIBOR + 0.325%
(1ヵ月)

短期借入から長期借入
への借換えコストなど

約 **80** 億円
(一過性費用含む)

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月中旬開催の第2四半期決算発表で公表予定。

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		計画		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：アドバイザー費用、のれん償却費、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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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

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
25店+α	5店	17店	100.6%	11.4%

MEGA：1/SuC：22
smart：2/小型：+α

中期目標

PB売上高 比率	惣菜売上高 比率
25%	8%

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。

「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

次世代スマートストア

リテールメディア

流通プラット
フォーマー

リテールAIの
自立化

小売に留まらない
リアルコマース

全国的に
店舗網の拡大加速

IoTの実装
食の強化

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

2026年6月期における重点戦略（流通小売事業）

トライアルと西友がそれぞれ培ってきた強みを相互に活かし、持続的な成長基盤の強化を図る。

西友完全子会社化

	2025年6月期	2026年6月期 ~		
既存店の強化	「食」の強化と店舗改装の継続		継続	おいしい「食」を中心とした魅力ある店舗づくり
	PB商品の相互展開		発展	両社のPB、惣菜を相互に活用し、グループ全体で店舗の魅力向上を加速
新規出店	スーパーセンターを軸とした店舗網の拡大		継続	売上高成長と営業利益率向上を両立
	関東でのTRIAL GOの展開		発展	西友の店舗、製造拠点を活用したTRIAL GOの本格展開
収益性の向上	商品ミックス改善とコストコントロール		継続	競争力を保つプライシング / 人時生産性の向上
	帳合統合による取引条件の改善		発展	商品仕入れにおける帳合の統合による取引条件の改善などで粗利率を向上
	PC/CK拠点の稼働率・生産性向上		発展	トライアル、西友のPC/CK全体で、製造商品、稼働率、供給先店舗を最適化
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		継続	業界全体のムダ・ムラ・ムリの解消 / プロフィットシェア
	リテールメディアの本格展開		発展	関東のメディア価値、西友店舗、TRIAL GOの活用による、リテールメディアの本格展開

今後期待できるシナジー

新フォーマットの共同開発	西友にSkip Cart・サイネージ導入	PBの共同開発
決済・会員施策での連携	物流分野での協業	ネットスーパー事業の強化
顧客情報の共有と相互活用	人材リソースの交流と最適配置	インバウンド需要の開拓

シナジーを含む統合効果の詳細は、2026年2月中旬開催の第2四半期決算発表で公表予定

買い物を楽しく、暮らしを豊かに。

TRIAL ■ SEIYU

STAND TOGETHER

地域の「生活必需品」として、お客さまに寄り添い続けるための基盤づくり

- 1 優秀な人材・企業文化の融合
- 2 売上高1兆円超の小売業への飛躍
- 3 人口集積地の関東を中心に245店舗獲得
- 4 更なる業界再編への布石

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

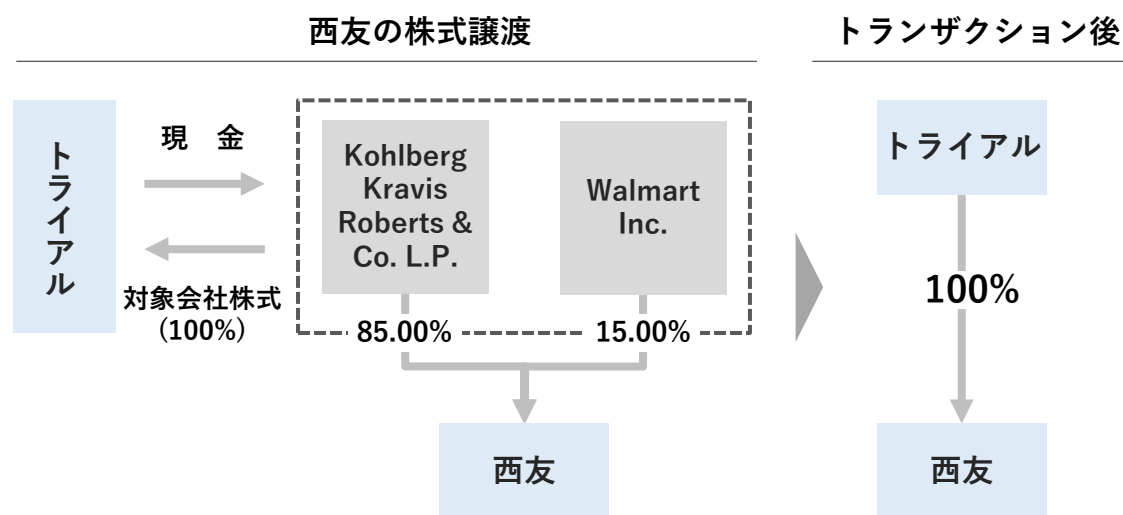
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

取引概要

取締役会決議日	2025年3月5日
株式譲渡契約締結日	2025年3月5日
株式譲渡実行日	2025年7月1日
取得株式数	99,234,000株 (議決権所有割合:100%)
取得価額	3,800億円(概算)
資金調達	取引銀行からの借入金3,674億円及び自己資金を充当

取引ストラクチャー



西友とトライアルの経営陣が合流し、経営体制を一新。2025年8月1日より新体制スタート。

株式会社トライアルホールディングス

株式会社トライアルカンパニー

子会社

...

SEIYU 株式会社西友

設立	1946年12月	役員	
本社	東京都武蔵野市吉祥寺	取締役会長	永田 洋幸 (トライアル出身)
資本金	1億円	代表取締役社長	檜木野 仁司 (トライアル出身)
従業員数*1	社員 2,621名 臨時雇用者 15,992名	取締役	荒木 徹
		取締役	由佐 奈穂子
		監査役	伊藤 剛
		監査役	上里 剛志 (トライアル出身)

*1 社員：フルタイムワーカーを指す
2025年6月30日時点

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

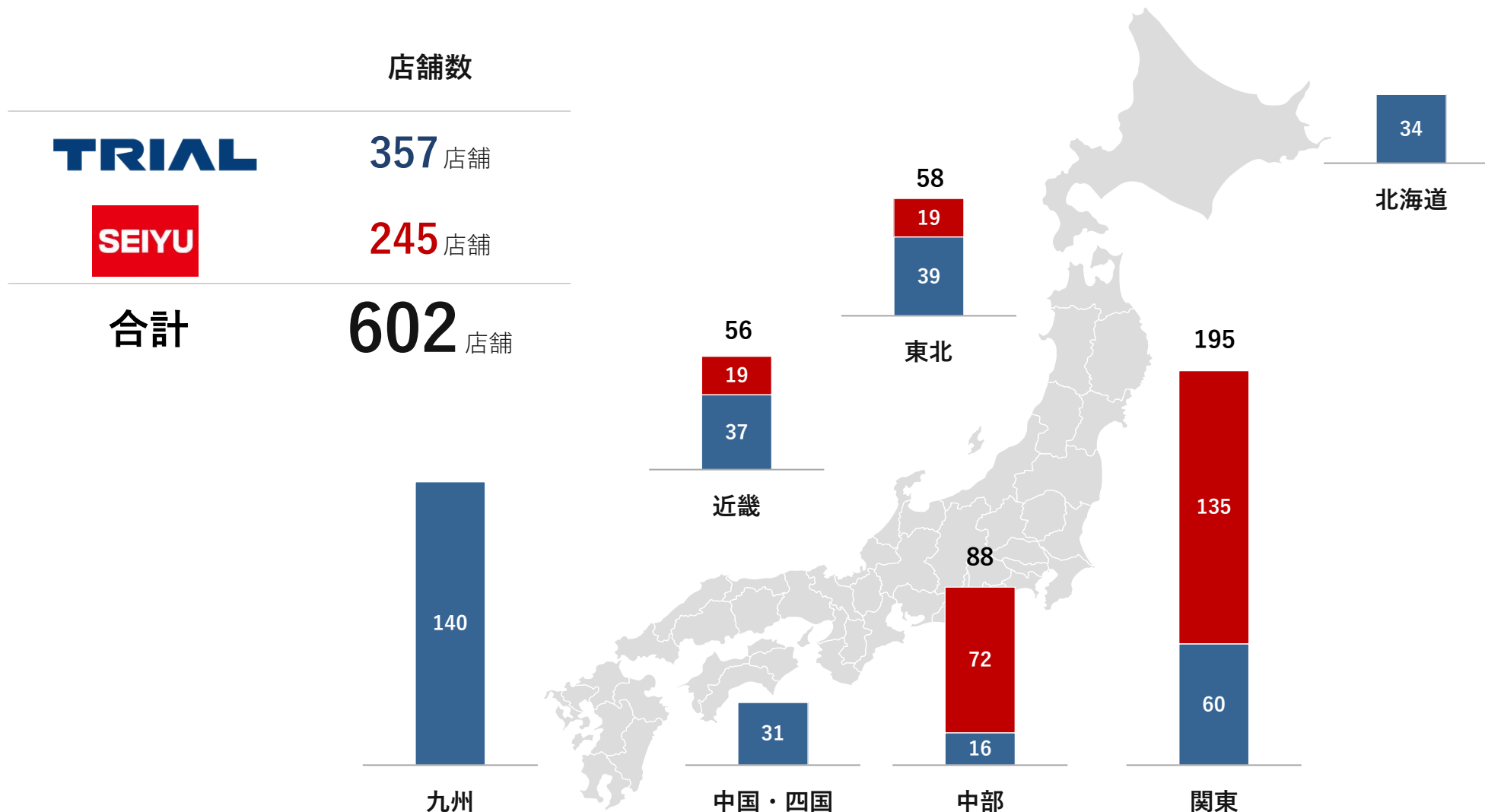
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

※ 2025年8月1日時点

補完性の高い店舗網（トライアル＋西友）

九州・西日本エリアを中心にロードサイド型店舗を展開するトライアルと、関東エリアを中心に都市型店舗を展開する西友は、地理的・立地的な重複が少なく、相互補完的な関係で全国をカバー。



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

※ 2025年8月13日時点

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、
高くオリティ・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

- ・ 既存店舗の豊富なアイテムから厳選
- ・ 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・惣菜を提供

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

Retail EYE (売場監視システム)



サイネージ

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

効果③

メディア収益

- ・ リテールメディアを活用した新たなマーケティングの形を提供

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

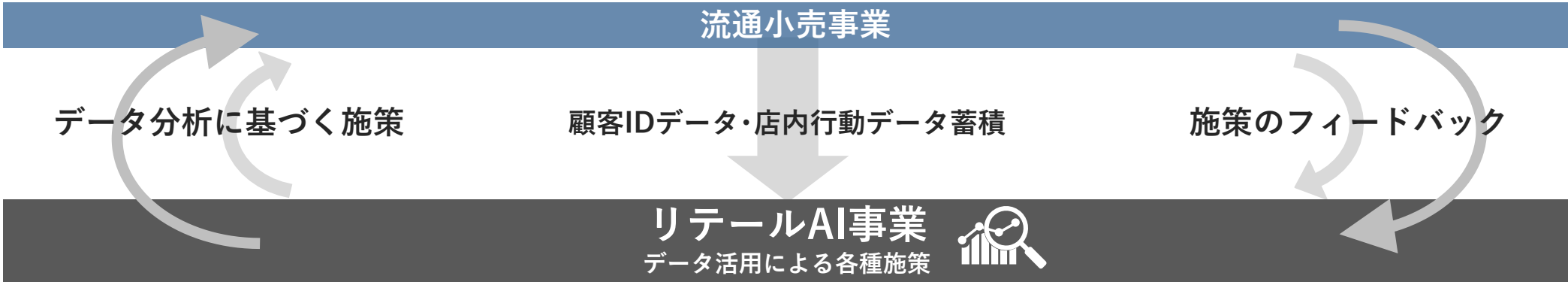
Appendix

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、流通業界の最適化をサポート。
サービスをパートナー企業へ展開することで流通全体のムダムラムリの解消を目指す。



2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

Smart Store Solution事業

リアル店舗が抱える課題をテクノロジーの力で解決

● Friction Less（快適なお買い物体験）

⇒多様化する消費行動やロングテール化をSkip Cartや顔認証決済で、
探す・待つ・支払う負担を減らし、スムーズで快適な購買体験を提供



● Labor Cost Saving（人時コスト削減）

⇒人手に頼る業務の効率化。リモート年齢確認、Retail EYEで負担を軽減

● Loss Prevention（防犯）

⇒セルフ決済によるロス増加やリソース不足の課題を、
防犯モニター、会計調査で解決



● Retail Media

⇒その場に合った情報を適切なタイミングで届けることで、
衝動買い・ついで買いを引き出し、店舗の訴求力を最大化



Business Data事業

メーカー・卸・小売間でのデータ共有・分析によるサプライチェーン最適化

● Retail Media App

⇒流通業の広告・販促施策の統合管理・分析を支援するマーケティング
オートメーションツールで、ROASを最大化しマーケティングコストの
最適化を実現

● Retail Analytics App

⇒流通業のID-POSデータを活用したサプライチェーンの生産性を高める
分析基盤で、商品開発/需要予測等の生産プロセスの改善や、在庫不足に
よる機会損失の最小化を実現

● Category Management App

⇒棚割作成・実態把握・シミュレーションを支援する流通業向けSFAで、
カテゴリ売上機会最大化による売上向上を実現

● Data Analyst Service

⇒メーカー・卸のDX推進・データを活用した課題解決をアシスト

世界の誰もが「豊かさ」を享受できる社会をつくる。

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。

トライアルグループの発展・成長

社会全体の発展・成長

「リテールDX」で
流通全体の仕組みを変え、
ムダ・ムラ・ムリを削減

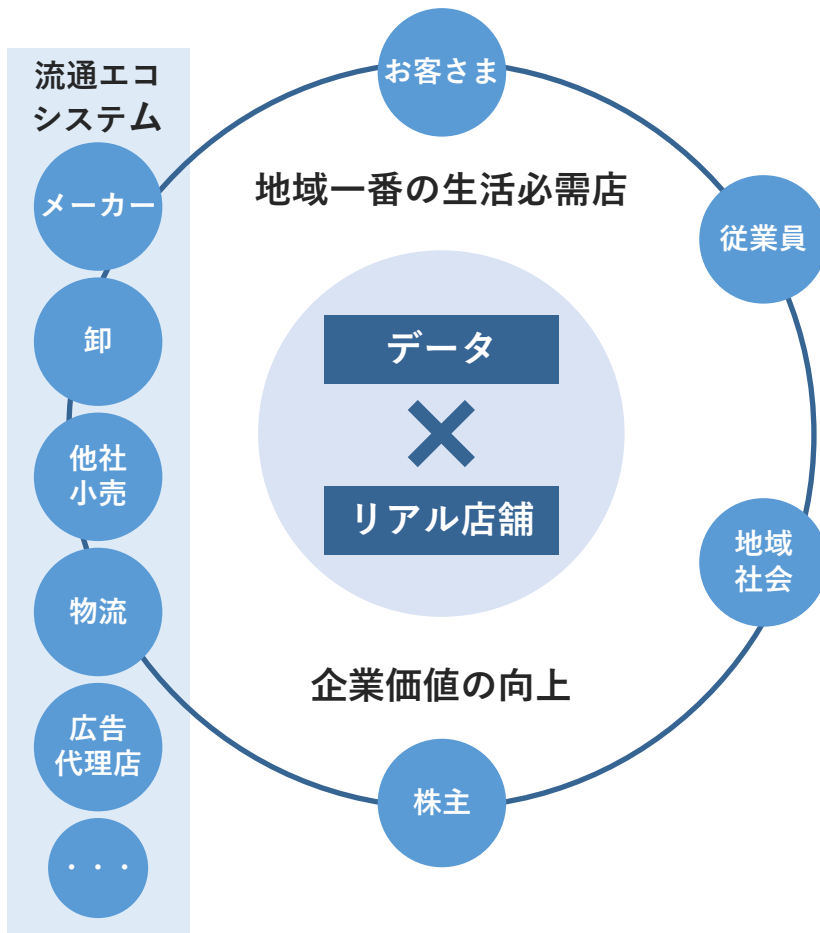
● 流通情報革命



● 食品ロス削減



- JBP・宮若プロジェクト
- 九州・北海道物流研究会発足
- 東芝テック社、NTT社、NEC社とアライアンス



- 働きやすく、働きがいのある職場環境の整備
- ダイバーシティの推進



- 雇用の創出
- Skip Cartによる省力化
- 就労継続支援A型事業所の設立

- 環境負荷の軽減
- 地域貢献活動の推進



- 福岡県宮若市にAI開発拠点
- IoT・AIによる環境負荷軽減
- 太陽光パネル設置

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

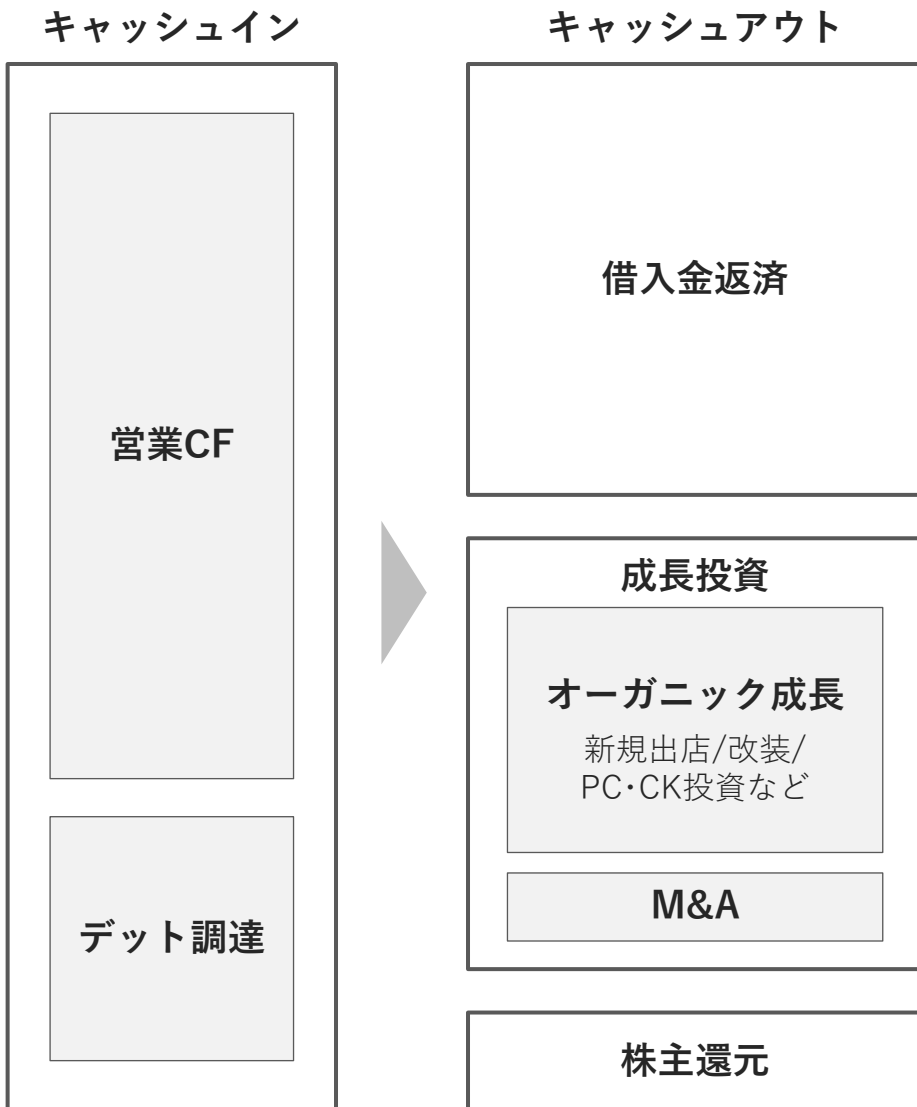
資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

M&Aに伴う有利子負債の返済と、中長期的な企業価値向上のための成長投資を推進。安定的な配当も継続。



● 財務健全性の確保

M&Aに伴う有利子負債の圧縮によって財務健全性を確保
・ EBITDA純有利子負債倍率(目標)：3倍以内

● 成長投資

中長期的・持続的な企業価値の向上を図るべく
既存事業の競争力強化を中心に投資

● 株主還元

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

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

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)	2026年6月期 (計画)
1株当たり配当	13円	15円	16円	16円

2025年9月26日開催予定の株主総会の決議をもって確定

- 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
	2025年6月期	9.7%	1.46%		2.75回		2.41倍

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介



Appendix

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。

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

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/>

● 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/>



● 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/>

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

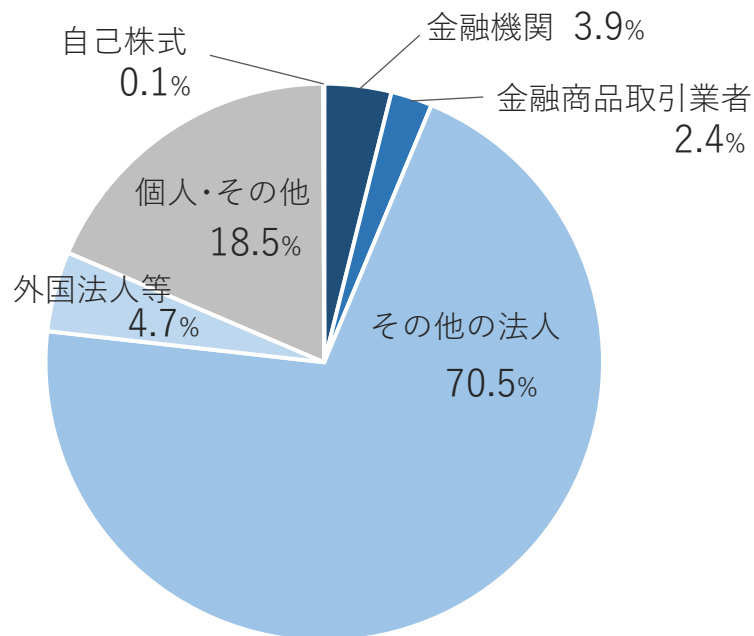
トライアルグループ紹介

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 122,373,300 株
自己株式の総数 75,169 株

株主数 **45,400名**
(うち、個人) (44,667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
1	株式会社ティー・エイチ・シー	66,000,000	53.97
2	株式会社Heroic investment	9,374,200	7.67
3	永田 久男	2,165,500	1.77
4	株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,846,300	1.51
5	MORGAN STANLEY & CO. LLC	1,559,890	1.28
6	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,208,700	0.99
7	株式会社PALTAC	1,200,000	0.98
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	ヤマエ久野株式会社	900,000	0.74

*1 持株比率は自己株式(75,169株)を控除して計算しております

2025年6月期 決算概要

業績サマリー

セグメント別

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

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2026年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

資本政策・株主還元

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1四半期決算

- ・2025年11月13日(木)：決算発表(決算短信の開示)
 - ・2025年11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。