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３四半期決算説明資料

株式会社トライアルホールディングス

2025年 ５月14日

目　　次

1 2025年６月期 第３四半期決算概要

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）

TRIAL HLDGS

2025年6月期

第3四半期決算概要

2025年６月期３Ｑ累計サマリー

積極的な出店により店舗数は前期末から27店舗増加。既存店売上高は前年同期比3.8%増と好調に推移し、３Ｑ累計売上高は同11.7%増で着地。売上総利益は同13.0%増と２ケタ増を達成し、売上総利益率は同0.2pt改善。一方、積極的な出店による先行コストに加え、人件費及び電気代の上昇により販管費が同17.1%増加。その結果、営業利益は同12.6%減。

売上高

6,000億円

＋11.7％

（前３Ｑ累計比）

売上総利益

1,200億円

＋13.0％

（前３Ｑ累計比）

営業利益

134億円

▲12.6％

（前３Ｑ累計比）

店舗数

345店

＋27店

（前期末との差）

既存店売上高成長率

＋3.8％

（前３Ｑ累計比）

売上総利益率

20.0％

＋0.2pt

（前３Ｑ累計との差）

営業利益率

2.2％

▲0.7pt

（前３Ｑ累計との差）

Skip Cart導入店舗数

249店

（うち外販６社・７店）

＋26店

（前期末との差）

３Ｑ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
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（３Q累計）

当３Q累計は、売上高及び売上総利益はともに前年同期比２ケタ増を達成。また、当３Q(３ヵ月)では、期初計画に対して売上高は0.2%増、売上総利益は0.6%増となり、上期計画の遅れを一部カバー。売上総利益率も当３Q(３ヵ月)では20.4%と、計画比で0.1pt上回る。一方で、販管費は人件費の増加が継続し、当３Q累計で前期比17.1%増、計画比で1.5%超過。
なお、販管費には、西友完全子会社化に係るアドバイザリー費用等の一部、約5.5億円を含む。

2024年７月１日～2025年３月31日(９ヵ月) (百万円)	前3Q(累計)		当3Q(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	進捗率*1	計画	売上構成比
売上高	537,217	100.0%	**600,037**	**100.0%**	**+62,820**	**111.7%**	**74.2%**	**808,866**	**100.0%**
売上総利益	106,264	19.8%	**120,048**	**20.0%**	**+13,784**	**113.0%**	**73.0%**	**164,443**	**20.3%**
その他の営業収入*2	1,881	0.4%	**2,035**	**0.3%**	**+154**	**108.2%**	**79.5%**	**2,559**	**0.3%**
営業総利益	108,145	20.1%	**122,083**	**20.3%**	**+13,938**	**112.9%**	**73.1%**	**167,003**	**20.6%**
販売費及び一般管理費	92,747	17.3%	**108,619**	**18.1%**	**+15,872**	**117.1%**	**75.4%**	**144,017**	**17.8%**
営業利益	15,397	2.9%	**13,464**	**2.2%**	**▲ 1,933**	**87.4%**	**58.6%**	**22,986**	**2.8%**
経常利益	16,167	3.0%	**14,493**	**2.4%**	**▲ 1,674**	**89.6%**	**60.9%**	**23,810**	**2.9%**
親会社株主に帰属する四半期純利益	9,494	1.8%	**8,374**	**1.4%**	**▲ 1,120**	**88.2%**	**60.9%**	**13,756**	**1.7%**

*1　進捗率は、通期業績予想に対する第３四半期累計期間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

３Q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
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（３Ｑ）

2025年１月１日～ 2025年３月31日（３ヵ月） （百万円）	前3Q		当3Q			
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期差	前期比
売上高	173,913	100.0%	**196,295**	**100.0%**	**+22,382**	**112.9%**
売上総利益	34,704	20.0%	**39,963**	**20.4%**	**+5,259**	**115.2%**
その他の営業収入[*1]	622	0.4%	**683**	**0.3%**	**+61**	**109.8%**
営業総利益	35,327	20.3%	**40,647**	**20.7%**	**+5,320**	**115.1%**
販売費及び一般管理費	31,498	18.1%	**36,883**	**18.8%**	**+5,385**	**117.1%**
営業利益	3,829	2.2%	**3,764**	**1.9%**	**▲ 65**	**98.3%**
経常利益	4,189	2.4%	**3,868**	**2.0%**	**▲ 321**	**92.3%**
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,551	1.5%	**2,241**	**1.1%**	**▲ 310**	**87.8%**

*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

３Ｑ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
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（３Ｑ累計）

流通小売事業は、27店舗の新規出店と、既存店売上高の成長(前年同期比3.8%増)が寄与し、売上高は同11.6%増。一方、積極的な出店による先行コストと人件費・電気代の増加で、セグメント利益は同10.8%減。リテールAI事業は、Skip Cartなど、当社グループを含む小売店舗へのリテールテック導入を推進し、売上高は同4.1%増。

2024年７月１日～
2025年３月31日(９ヵ月)
(百万円)

		前3Q(累計)		当3Q(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**	535,100	100.0%	**597,093**	**100.0%**	**+61,993**	**111.6%**
	外部顧客	535,083	100.0%	**597,051**	**100.0%**	**+61,968**	**111.6%**
	セグメント間	16	0.0%	42	0.0%	+26	262.5%
	セグメント利益	17,463	3.3%	**15,585**	**2.6%**	**▲ 1,878**	**89.2%**
リテールAI事業	**売上高**	3,516	100.0%	**3,659**	**100.0%**	**+143**	**104.1%**
	外部顧客	721	20.5%	**720**	**19.7%**	**▲ 1**	**99.9%**
	セグメント間	2,795	79.5%	2,938	80.3%	+143	105.1%
	セグメント利益	▲ 418	-	**▲ 0**	-	**+418**	**-**

３Ｑ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
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（３Q）

2025年１月１日～ 2025年３月31日(３ヵ月) (百万円)		前3Q		当3Q			
		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**	173,093	100.0%	**195,342**	**100.0%**	**+22,249**	**112.9%**
	外部顧客	173,090	100.0%	**195,325**	**100.0%**	**+22,235**	**112.8%**
	セグメント間	2	0.0%	16	0.0%	+14	800.0%
	セグメント利益	4,822	2.8%	**4,966**	**2.5%**	**+144**	**103.0%**
リテールAI事業	**売上高**	997	100.0%	**1,246**	**100.0%**	**+249**	**125.0%**
	外部顧客	239	24.0%	**226**	**18.1%**	**▲ 13**	**94.6%**
	セグメント間	757	75.9%	1,019	81.8%	+262	134.6%
	セグメント利益	▲ 110	-	**▲ 6**	**-**	**+104**	**-**

３Q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
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

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。**

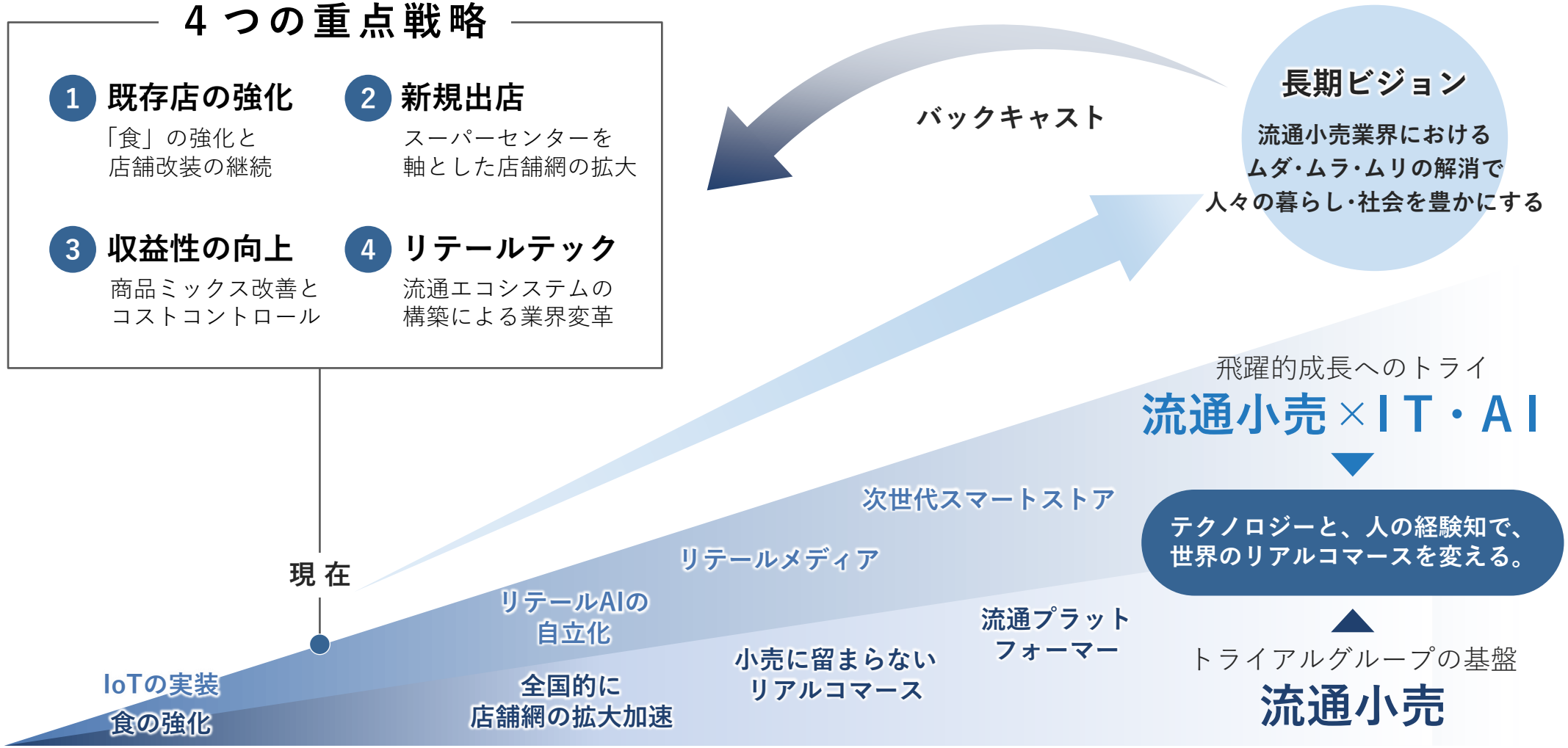
４つの重点戦略

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



３Q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
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店を目指し、生鮮を中心とした「食」の強化を推進。

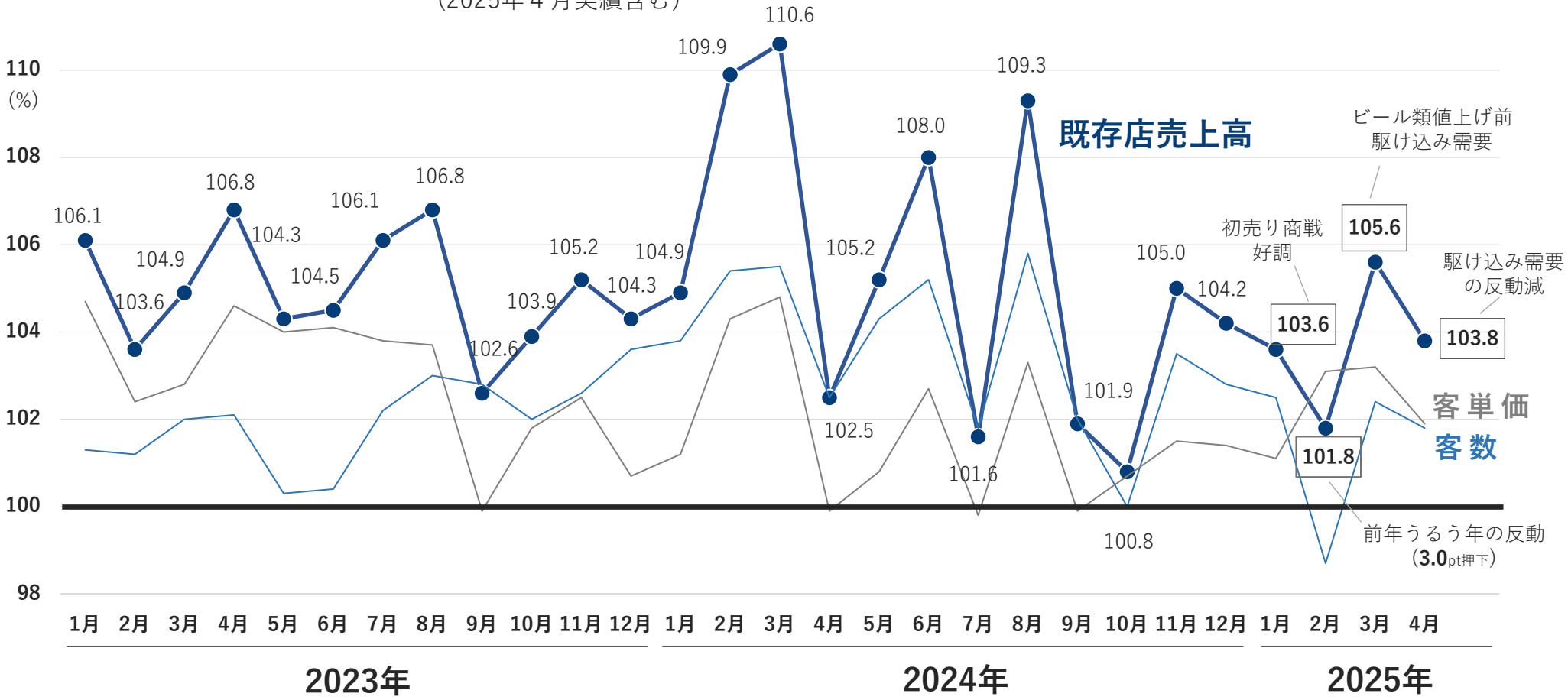
かつ重など自社開発の惣菜に加え、季節商品の販売強化が既存店の売上高成長をけん引。
１月は初売り商戦が好調に推移して売上高は前年同月比3.6%増。２月は前年うるう年の反動で客数減も
売上高は同1.8%増で着地。３月は感謝祭が集客に寄与。ビール類値上げ前の駆け込み需要も的確に捉え同5.6%増。

既存店売上高成長率

計画	通　期	：103.7%
実績	３Ｑ累計	：103.8%
	３Ｑ(１-３月)	：103.8%

既存店売上高は、47ヵ月連続で前年同月比プラス

（2025年４月実績含む）



３Ｑ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
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

店舗改装の状況

当３Qは、東北での小型フォーマットのモデルづくりのため、小型店１店舗を改装。

改装店舗数

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

３Q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
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３Qは、積極的な出店を進め、メガセンター１店、スーパーセンター２店、smart２店、小型店２店の合計７店舗を出店。当３Q末の店舗数は345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	：35店
実績	３Q累計	：27店

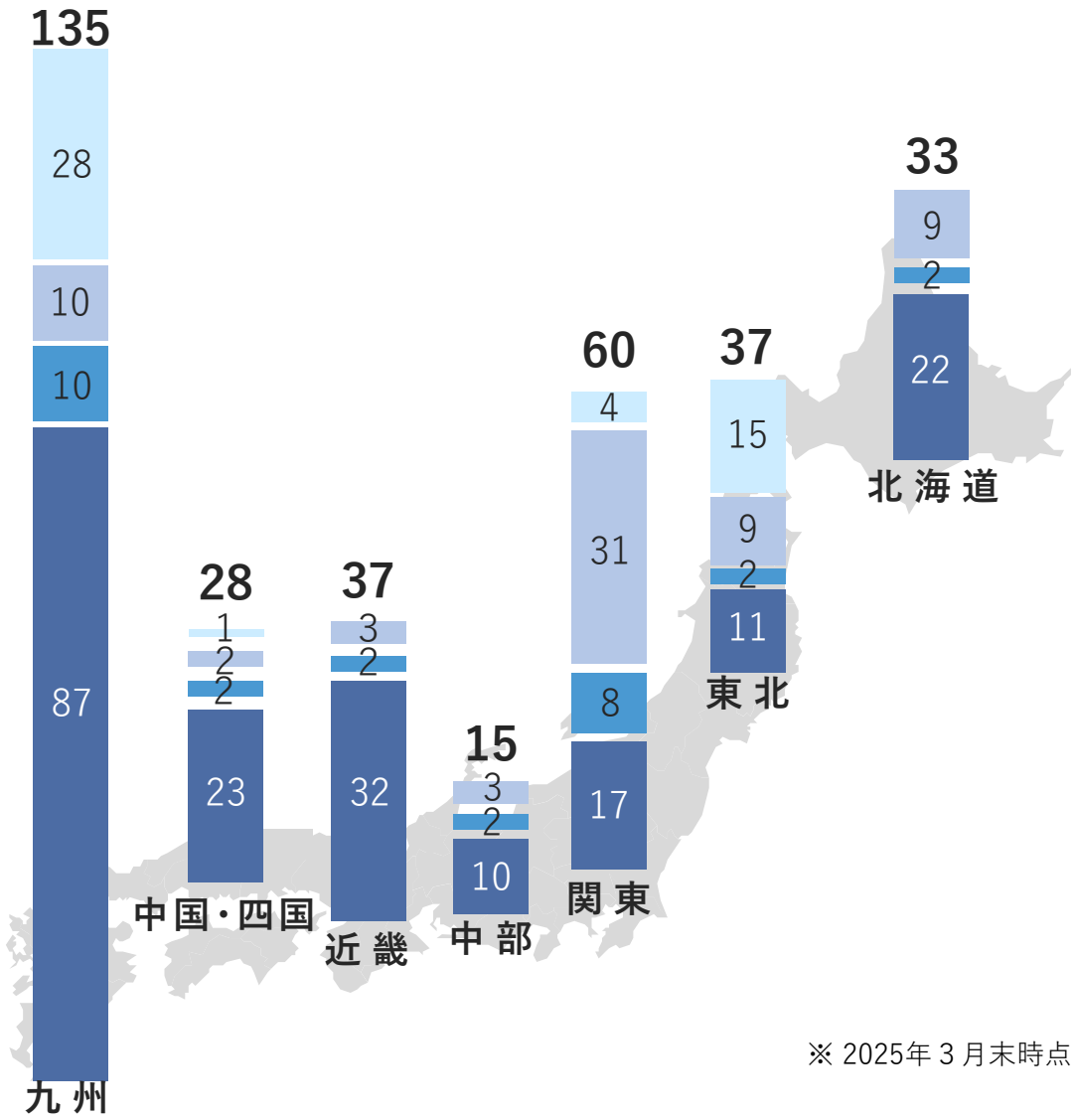
		2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期			
		通期	通期	通期	1Q 2024年 7-9月	2Q 2024年 10-12月	3Q 2025年 1-3月	増減累計
メガセンター	店舗数	22	24	24	26	27	**28**	4
	出店数	2	2	0	2	1	**1**	4
	閉店数	0	0	0	0	0	**0**	0
スーパーセンター	店舗数	175	181	187	193	200	**202**	15
	出店数	2	7	7	6	7	**2**	15
	閉店数	0	1	1	0	0	**0**	0
smart	店舗数	67	68	64	63	65	**67**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

*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

３Q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
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

合計	メガセンター	スーパーセンター	smart	小型店
345 店	28 店	202 店	67 店	48 店



※ 2025年３月末時点

当３Q

出店	1月	小型店	高宮（たかみや）１丁目店(福岡県)
		smart	藤岡宮本（ふじおかみやもと）(群馬県)
		スーパーセンター	飯塚庄内（いいづかしょうない）店(福岡県)
		スーパーセンター	益城台（ましきだい）店(熊本県)
	2月	メガセンター	荒尾（あらお）店(熊本県) ZEB(環境配慮型)ストアを初出店
	3月	smart	アクロスプラザ篠栗（ささぐり）(福岡県)
		小型店	今川（いまがわ）２丁目店(福岡県)

当４Q （2025年５月14日時点）

出店	4月	スーパーセンター	加納（かのう）店(宮崎県)
	5月	smart	上尾小泉（あげおこいずみ）店(埼玉県)
		スーパーセンター	三豊（みとよ）店(香川県)
閉店	5月	小型店	前橋日吉２丁目（まえばしひよし）店(群馬県)

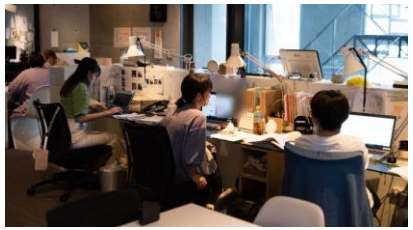
３Q決算概要
業績サマリー
セグメント別
ビジョン実現に向けて
既存店・改装
新規出店・閉店
商品カテゴリ別
PB商品
販管費の内訳
リテールテック
連結BS・CF
連結業績予想
Appendix
当期の重点戦略
資本政策・株主還元
IR活動の紹介
トライアルグループ紹介

設計・施工の内製化によるローコスト出店の実現

用地の取得から設計、施工、施設管理まで店舗出店の一連の流れを自社グループ内で完結することで出店における「ムダ・ムラ・ムリ」を削減。
トライアルの店舗に最適化した柔軟な設計と、自社設計・施工によるローコスト建築のノウハウ蓄積などが積極的な出店戦略を支える。

積極的な出店を支える店舗開発体制
（設計、施工を含めて当社グループ内で完結）

出店方針・戦略の策定	用地の取得	出店企画	設計	施工	施設管理
• マクロ環境・市場分析 • 競合調査・商圏分析 • 出店エリア選定 など	• 出店候補地の探索 • 商圏調査・現地調査 • 交渉・契約 など	• 店舗の基本構想最終化 • 店舗オペレーション設計 • 収支計画の精緻化 など	• 建築設計・デザイン • 行政と調整・申請 など	• 工事計画・進捗管理 • 施工会社手配・管理 • 現場統括 など	• 設備点検 • 清掃・衛生管理 • 修繕 など



設計・施工の内製化による強み

1. 出店スピードの短縮
2. コスト効率の向上
3. ノウハウの蓄積
4. 柔軟な店舗展開

３Q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
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（３Q累計）

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18.1%増と、流通小売事業の増収をけん引。
商品カテゴリの中で最も粗利率が高い「惣菜」の売上高は、同23.6%増で、売上構成比は6.2%と同0.6ptアップ。

2024年７月１日～ 2025年３月31日(９ヵ月) (百万円)	前3Q(累計)		当3Q(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)	535,083	100.0%	**597,051**	**100.0%**	**+61,968**	**111.6%**
食品	396,183	74.0%	**447,626**	**75.0%**	**+51,443**	**113.0%**
グロサリー	155,547	29.1%	**168,971**	**28.3%**	**+13,424**	**108.6%**
デイリー	87,481	16.3%	**97,828**	**16.4%**	**+10,347**	**111.8%**
フレッシュ	153,154	28.6%	**180,826**	**30.3%**	**+27,672**	**118.1%**
うち、惣菜	29,946	5.6%	**37,009**	**6.2%**	**+7,063**	**123.6%**
非食品	138,900	26.0%	**149,424**	**25.0%**	**+10,524**	**107.6%**
生活	64,555	12.1%	**69,411**	**11.6%**	**+4,856**	**107.5%**
ハード	48,822	9.1%	**51,858**	**8.7%**	**+3,036**	**106.2%**
アパレル	15,355	2.9%	**16,277**	**2.7%**	**+922**	**106.0%**
その他	10,166	1.9%	**11,876**	**2.0%**	**+1,710**	**116.8%**

※ 「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

３Q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
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（３Q）

2025年１月１日～
2025年３月31日（３ヵ月）
（百万円）

	前3Q		当3Q			
	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)	173,090	100.0%	195,325	100.0%	+22,235	112.8%
食品	130,154	75.2%	149,012	76.3%	+18,858	114.5%
グロサリー	50,429	29.1%	55,446	28.4%	+5,017	109.9%
デイリー	28,463	16.4%	32,285	16.5%	+3,822	113.4%
フレッシュ	51,260	29.6%	61,281	31.4%	+10,021	119.5%
うち、惣菜	10,024	5.8%	12,488	6.4%	+2,464	124.6%
非食品	42,936	24.8%	46,313	23.7%	+3,377	107.9%
生活	20,619	11.9%	22,241	11.4%	+1,622	107.9%
ハード	14,753	8.5%	15,519	7.9%	+766	105.2%
アパレル	4,249	2.5%	4,542	2.3%	+293	106.9%
その他	3,312	1.9%	4,010	2.1%	+698	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

３Q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
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

毎日の暮らしを豊かにする「食」の提供

明治屋

プロの味をご自宅で、価格以上のおいしさを

- 「食」の強化を目的として、熊本県で創業した『明治屋』を子会社化
- 料理のプロ集団が手掛ける『明治屋』のブランド「こはく本舗」が惣菜を提供
- 素材、鮮度、料理法、価格、すべてに手をかけ、時間をかけ、感動を呼ぶ「食づくり」を追求

おいしくなれ！ TRIAL×こはく本舗

価格以上のおいしさの証です。

299円(税込)

おいしくなれ！ TRIAL×こはく本舗

マルちゃん×トライアルのコラボ麺
「甲斐シェフこだわりの担々麺」
～シビれる旨さ。華やぐ気持ち。～

スープのこだわり
「花椒のシビれと香り、濃厚なゴマの旨みがクセになる」
・粉末と特製オイルの両方に花椒を使用
・濃厚なゴマのコクも追加

麺のこだわり
「まるで生麺のような、なめらかさと弾力」
・マルちゃんが誇る、特許製法「生麺ゆでてうまいまま製法」
・透明感や弾力のある食感が特長のノンフライ麺

189円～/100g(税込)

おいしくなれ！ TRIAL×こはく本舗

年間約605万パックを販売！

さらに旨みと風味が増して進化した
「生姜醤油こだわりだし唐揚げ」

出汁（だし）のこだわり
「厳選された国産原料の合わせ出汁で
際立つ旨みと風味」
・国産原料の濃厚な出汁が鶏肉に浸透
・醤油の旨味×生姜の風味×魚介系の旨味

第16回からあげグランプリ 西日本スーパー総菜部門 5年連続金賞受賞

からあげグランプリ
５年連続金賞受賞！

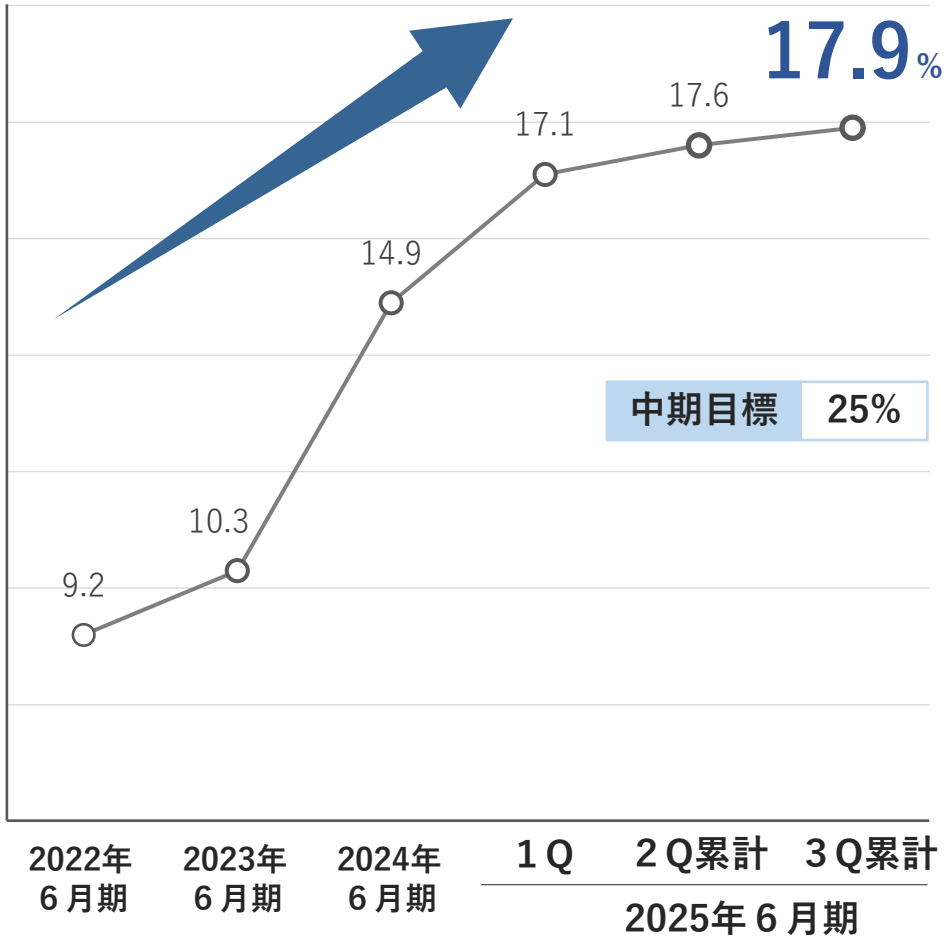
※ 価格は店舗によって異なる場合があります。また、一部取扱いのない店舗・時間帯があります

３Q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
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

PB商品の開発

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３Q累計で17.9%に拡大。

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

北海道 浜中産おいしい牛乳

1,000ml
209円(税込)

PBのこだわり

こだわりの産地
・高品質で知られる浜中町産
・「JGAP認証農場」として公認
・年中快適な気温で土壌も良質

無調整牛乳
・ふくよかな甘さ
・後味まで乳味がしっかり

徹底した品質管理
・厳しい基準をクリア

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

３Q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
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（３Q累計）

売上高は前年同期比11.7%増の一方、販管費は同17.1%増で、売上高販管費率は同0.8pt上昇。主な要因は、出店強化に伴う先行コストのほか、パート・アルバイトの単価及び電気代の上昇によるもの。なお、水道光熱費(電気代)は、当３Q(３ヵ月)では期初計画の範囲内で着地。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リー費用等の一部、約5.5億円を含む。

2024年７月１日～ 2025年３月31日(９ヵ月) (百万円)	前3Q(累計)		当3Q(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	537,217	100.0%	600,037	100.0%	+62,820	111.7%
販売費及び一般管理費	92,747	17.3%	**108,619**	**18.1%**	**+15,872**	**117.1%**
人件費 *1	54,769	10.2%	**63,602**	**10.6%**	**+8,833**	**116.1%**
不動産費 *2	15,515	2.9%	**17,572**	**2.9%**	**+2,057**	**113.3%**
広告・販促費 *3	2,829	0.5%	**3,337**	**0.6%**	**+508**	**118.0%**
水道光熱費	6,796	1.3%	**8,793**	**1.5%**	**+1,997**	**129.4%**
その他	12,838	2.4%	**15,315**	**2.6%**	**+2,477**	**119.3%**

*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」

３Q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
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（３Q）

2025年１月１日～ 2025年３月31日（３ヵ月） （百万円）	前3Q		当3Q			
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期差	前期比
売上高	173,913	100.0%	196,295	100.0%	+22,382	112.9%
販売費及び一般管理費	31,498	18.1%	**36,883**	**18.8%**	**+5,385**	**117.1%**
人件費 *1	18,523	10.7%	**21,678**	**11.0%**	**+3,155**	**117.0%**
不動産費 *2	5,364	3.1%	**6,261**	**3.2%**	**+897**	**116.7%**
広告・販促費 *3	863	0.5%	**942**	**0.5%**	**+79**	**109.2%**
水道光熱費	2,189	1.3%	**2,802**	**1.4%**	**+613**	**128.0%**
その他	4,559	2.6%	**5,200**	**2.6%**	**+641**	**114.1%**

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

３Q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
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

新規出店時の先行コスト

当３Qは、積極的な出店を実施。メガセンター１店、スーパーセンター２店、smart２店、小型店２店の合計７店舗を出店。
４月から６月に出店予定の８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				
	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
2025年６月期	2	6	0	1	9	1	7	2	1	11	1	2	2	2	7
前年同期差	+2	+6	0	0	+8	+1	+4	▲１	▲23	▲19	+1	0	+1	0	+2

当期は出店コストの高いメガとSuCの出店が増加

３Q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
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

人件費の増加要因（３Ｑ）

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。
計画比で増加した最大の要因はパート・アルバイトの単価(時給)の増加。一方、正社員の給料は計画内で着地。

	(百万円)	実績	前期差	前期比	計画差	計画比
人件費	当２Ｑ	21,762	+3,170	+17.1%	+611	+2.9%
	当３Ｑ	**21,678**	**+3,155**	**+17.0%**	**+633**	**+3.0%**

パート・アルバイト
給料・各種手当

計画上振れの要因

単価(時給)の上昇：**大**

人時の上昇：小

正社員
給料・各種手当

計画内で着地

人件費の計画上振れの最大の要因は
人手不足など雇用環境の影響による
パート・アルバイトの単価上昇

３Ｑ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
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。

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

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

３Q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
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

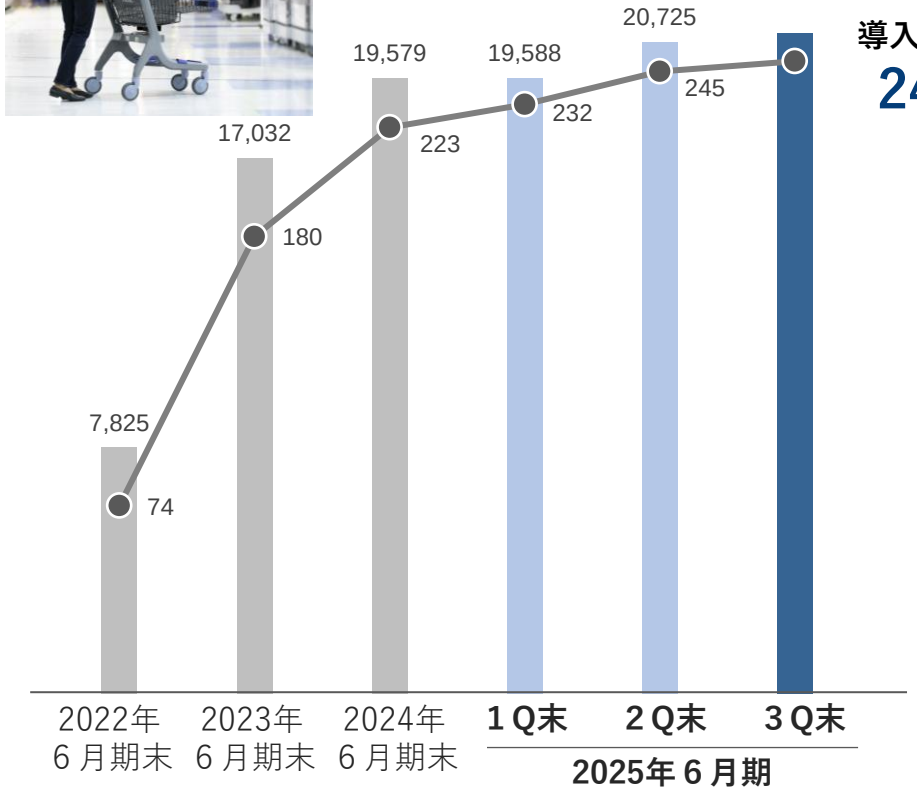
Skip Cartによる顧客体験の向上

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にて実験。

Skip Cartの導入実績*1

導入台数(累計)
21,022台

導入店舗数
249店



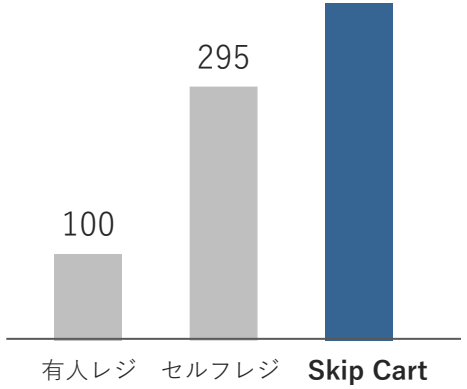
Skip Cartの導入効果

平均利用率*2
24.5%

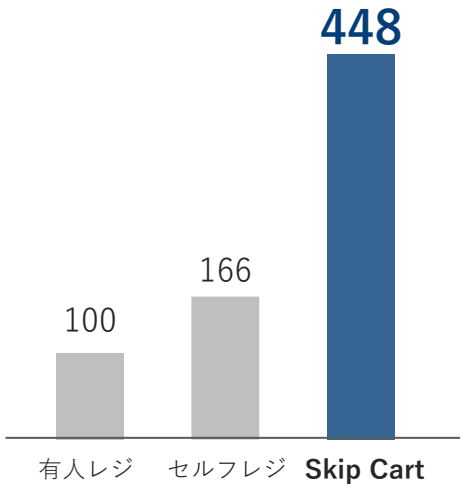
マンスリーユーザー*3
489万人

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　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、2025年３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

３Q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
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BS

「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 実績	構成比	2025年3月末 実績	構成比	前期差
流動資産	152,300	53.7%	117,841	43.5%	▲ 34,459
現金及び預金	91,947	32.4%	47,559	17.5%	▲ 44,388
売掛金	1,170	0.4%	3,161	1.2%	+1,991
棚卸資産	46,440	16.4%	54,238	20.0%	+7,798
固定資産	131,327	46.3%	153,228	56.5%	+21,901
有形固定資産	113,694	40.1%	133,587	49.3%	+19,893
建物及び構築物	73,771	26.0%	85,700	31.6%	+11,929
土地	21,474	7.6%	22,380	8.3%	+906
無形固定資産	1,879	0.7%	2,761	1.0%	+882
投資その他の資産	15,752	5.6%	16,879	6.2%	+1,127
資産合計	283,627	100.0%	271,070	100.0%	▲ 12,557

(百万円)	2024年6月末 実績	構成比	2025年3月末 実績	構成比	前期差
流動負債	143,010	50.4%	124,819	46.0%	▲ 18,191
買掛金	101,838	35.9%	87,228	32.2%	▲ 14,610
１年内返済予定の長期借入金	3,949	1.4%	3,124	1.2%	▲ 825
契約負債	9,644	3.4%	12,299	4.5%	+2,655
固定負債	22,429	7.9%	20,749	7.7%	▲ 1,680
長期借入金	12,195	4.3%	9,727	3.6%	▲ 2,468
資産除去債務	8,466	3.0%	9,131	3.4%	+665
純資産	118,187	41.7%	125,501	46.3%	+7,314
株主資本	114,443	40.3%	121,795	44.9%	+7,352
非支配株主持分	2,503	0.9%	2,827	1.0%	+324
負債純資産合計	283,627	100.0%	271,070	100.0%	▲ 12,557

有利子負債 *1
12,861 百万円
(前期末差 ▲3,297 百万円)

純有利子負債 *2
▲34,698 百万円
(＋41,090 百万円)

自己資本
122,674 百万円
(＋6,990 百万円)

自己資本比率
45.3 %
(＋4.5 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」

３Q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
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CF（３Q累計）

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による支出が主な要因。

2024年７月１日～ 2025年３月31日（９ヵ月） （百万円）	前3Q(累計)	当3Q(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	51,662	**▲ 10,929**	▲ 62,591	-
投資活動CF	▲ 20,520	**▲ 28,464**	▲ 7,944	-
財務活動CF	30,054	**▲ 4,953**	▲ 35,007	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	22	**▲ 39**	▲ 61	-
現金及び現金同等物の増減額	61,219	**▲ 44,387**	▲ 105,606	-
現金及び現金同等物の期末残高	85,117	**47,559**	▲ 37,558	55.9%
フリーキャッシュフロー （営業CF ＋ 投資CF）	31,142	▲ 39,394	▲ 70,536	-

３Q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
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 連結業績予想の修正

当３Qまでの実績と今後の見通しを踏まえ、2024年８月13日に公表した連結業績予想を下方修正。
なお、新規出店及び改装計画は据え置く一方、既存店売上高の計画は引き下げ。詳細は次スライド参照。

(百万円)	2024年6月期 通期 実績	売上構成比	2025年6月期 通期業績予想(期初計画) 計画	売上構成比	前期差	前期比	2025年6月期 通期業績予想(修正計画) 計画	売上構成比	前期差	前期比	期初計画比 増減額	期初計画比 増減率
売上高	717,948	100.0%	808,866	100.0%	+90,918	112.7%	802,900	100.0%	+84,952	111.8%	▲ 5,966	99.3%
売上総利益	142,352	19.8%	164,443	20.3%	+22,091	115.5%	163,700	20.4%	+21,348	115.0%	▲ 743	99.5%
その他の営業収入[*1]	2,493	0.3%	2,559	0.3%	+66	102.6%	2,700	0.3%	+207	108.3%	+141	105.5%
営業総利益	144,846	20.2%	167,003	20.6%	+22,157	115.3%	166,400	20.7%	+21,554	114.9%	▲ 603	99.6%
販売費及び一般管理費	125,684	17.5%	144,017	17.8%	+18,333	114.6%	147,200	18.3%	+21,516	117.1%	+3,183	102.2%
営業利益	19,161	2.7%	22,986	2.8%	+3,825	120.0%	19,200	2.4%	+39	100.2%	▲ 3,786	83.5%
経常利益	19,789	2.8%	23,810	2.9%	+4,021	120.3%	20,400	2.5%	+611	103.1%	▲ 3,410	85.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	11,439	1.6%	13,756	1.7%	+2,317	120.3%	10,400	1.3%	▲ 1,039	90.9%	▲ 3,356	75.6%

	期初計画	前回計画	修正計画	前回計画差
新規出店	27店	35店	**35店**	変更なし
改　装	28店	18店+α	**18店+α**	
既存店売上高	+4.1%	+3.7%	**+3.4%**	▲0.3pt

*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

３Q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
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 下期の施策・考え方

将来の持続的な成長に寄与する積極的な出店と、新店加速に経営資源を集中するための一時的な店舗改装の停止は継続。また、惣菜・PBの開発や「食」のブランディング強化を進めるとともに、粗利率改善に向けた短期施策として、全店で、ムダな安売りの見直し徹底や、店頭での価値・価格訴求の改善を展開予定。さらに人件費対策として、短時間バイトを含めたレイバースケジューリングの精緻化、営業組織体制や業務プロセスの見直し、AI・IoTデバイスの活用による生産性向上の取組みなどを継続。

下期の具体的な施策

売上高 / 売上総利益

- **適切な売価設定と粗利構造の見直し**
  - 惣菜・PB商品の開発推進 / 食のブランディング強化
  - **ムダな安売りの見直し / 付加価値商品の単価アップ**
  - **店頭での価値・価格訴求の強化**
- **季節商品の強化**
  - 専門部署の立上げ
  - BOPIS強化(ネット注文・店頭受取)で機会ロス削減
- **不振店対策・現場の徹底力強化のための組織づくり**
  - 本部戦略の現場への落とし込みの徹底
    (価値が伝わる売場設計 / 売価設定 / メーカー施策連動)
  - 経験不足の店長の育成・フォロー体制強化
- **機会ロスをなくすための安定した商品供給の実現**
  - データ活用による惣菜の需給把握強化と適切な人員確保

商品開発の強化を継続する一方で、
短期的な粗利率改善施策として、全店で価格改定を実施。

売上総利益率の増加とともに、一時的な客数減・買上点数減を想定し、既存店売上高の計画を修正

既存店売上高(通期)の計画		売上総利益率(通期)の計画	
前回計画	修正計画	期初計画	修正計画
+3.7%	**+3.4%**	+20.3%	**+20.4%**

販管費

- **店舗におけるレイバースケジューリングの精緻化・高度化**
- **本部人員の生産性向上**
  - 本部の役割や効果の再定義 / 業務プロセスの再設計
- **AS戦力化・IoTデバイス活用による生産性向上**
- **省エネ・創エネの推進によるコスト抑制**

生産性の向上施策を継続するも、人件費予算は増加を見込む。
また、西友完全子会社に係るアドバイザリー費用などを追加。

売上高人件費率(通期)の計画		アドバイザリー費用等の一部など	
期初計画	修正計画	当3Q	当4Q計画
+10.4%	**+10.7%**	約**5.5**億円	＋ 約**1.1**億円

特別損失

- **4Qで店舗減損等による特損30億円を計画。特別利益はゼロで計画。**

3Q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
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

粗利上昇戦略の実行

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	フェーズ 2	フェーズ 3
2025年２月～４月	**５月GW明け～５月31日**	**６月１日～30日**
• スーパーセンター６店で実験開始 • 実験店を16店に拡大	• フェーズ１の施策を福岡県以外の店舗へ展開開始	• 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

価格変更による販売動向変化の分析

施策の効果検証、修正、再実験のPDCAサイクル確立

３Q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
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

2025年6月期における重点戦略

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。地域の生活必需店として、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圏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

3Q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
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（流通小売事業）

地域一番の生活必需店づくりを推進し、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：+3.4%(計画)**
  - ⇒ **改装：18店+α(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：35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%**）
- **商圏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・省エネの取り組み推進**
  - ⇒ 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

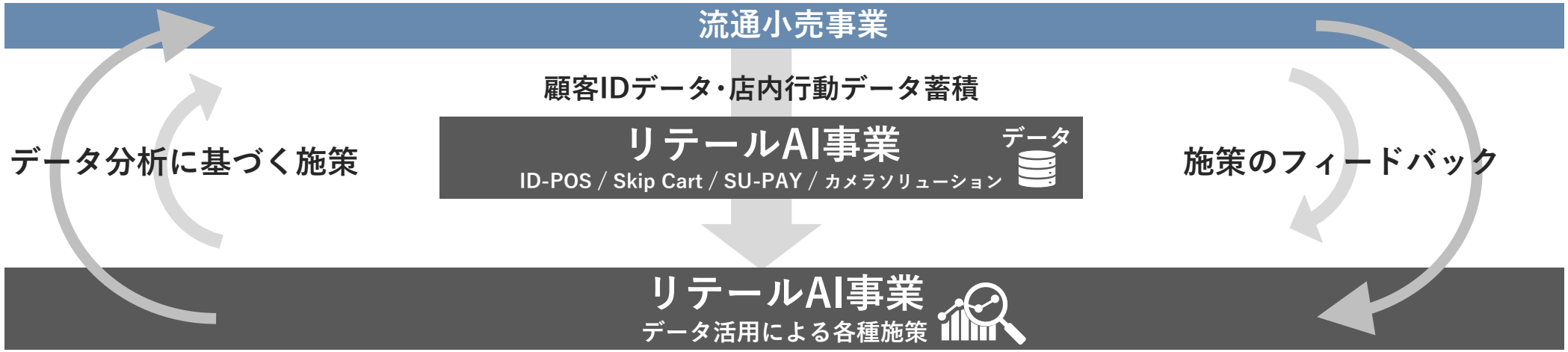
データ分析に基づく各種施策で、流通小売事業の持続的な成長をサポート

リテールAI事業

３Q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
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

３Q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
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

資本政策・株主還元

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

３Ｑ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
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）

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。

３Q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
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/

● 社外評価ページ新設 NEW

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/

▶ 詳細は次スライド参照

３Q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
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

外部表彰を一覧にした「社外評価」ページを新設

当社に対する外部機関からの表彰について掲載する「社外評価」ページを新設。
現時点では３つの社外評価を掲載しており、これらの評価は、企業価値を客観的に示す重要な指標と位置づけております。
今後も、市場との建設的な対話や透明性向上に向けた取り組みとして、積極的に情報を発信してまいります。

Investor Relations 株主・投資家向け情報

ホーム > 株主、投資家向け情報 > 社外評価

Evaluation

社外評価

厚生労働省
えるぼし認定（３つ星）

厚生労働省
もにす認定

日興アイ・アール
全上場企業ホームページ充実度ランキング

https://trial-holdings.inc/ir/evaluation/

３Q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
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

トライアルグループの概要

当社グループの持続的な成長とさらなる企業価値の向上を図るため、2025年４月１日付で経営体制を変更。

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	198億219万7,100円
従業員数（グループ） 2024年６月末時点	社員 6,529名 臨時雇用者 16,936名 （年間平均人員数）

会　長	永田 久男			
役　員	取締役副会長	亀田 晃一	常勤監査役	上里 剛志
	代表取締役社長	永田 洋幸	監査役(社外)	橋本 道成
	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		

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

関連会社

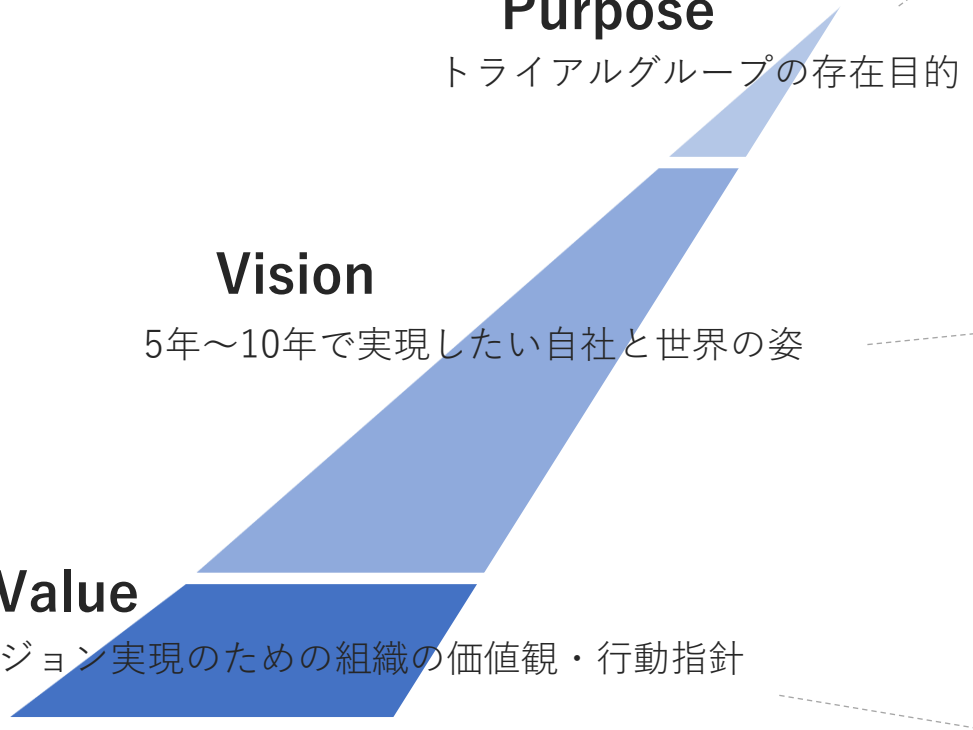
その他事業

※ 2025年４月１日時点

３Q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
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

トライアルグループの経営理念



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

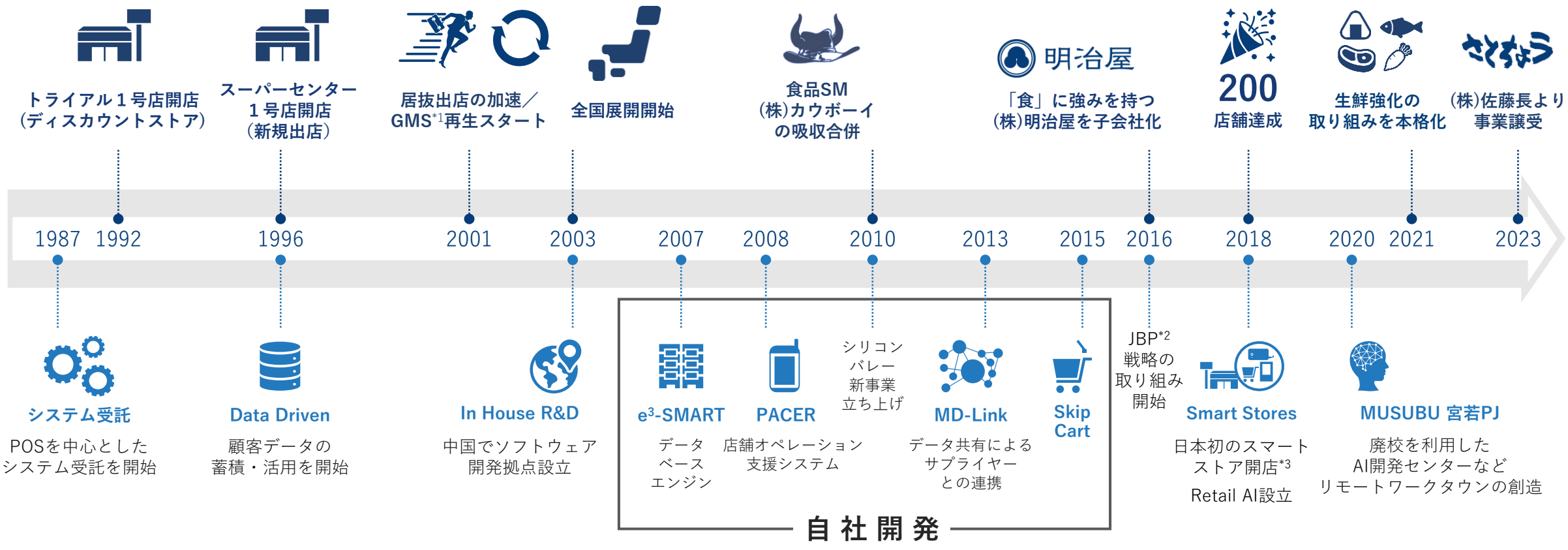
- **効率化された店舗網で、モノを流通させる力**
- **データとIoTを駆使する力**

３Q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
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

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 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

リアル店舗の運営とリテールテックの開発を一体で推進

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

あなたの「生活必需店」。

- 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

施策のフィードバック

データ蓄積

分析に基づく施策

Retail Ai リテールAI事業

データとIoTを駆使する力

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

- 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

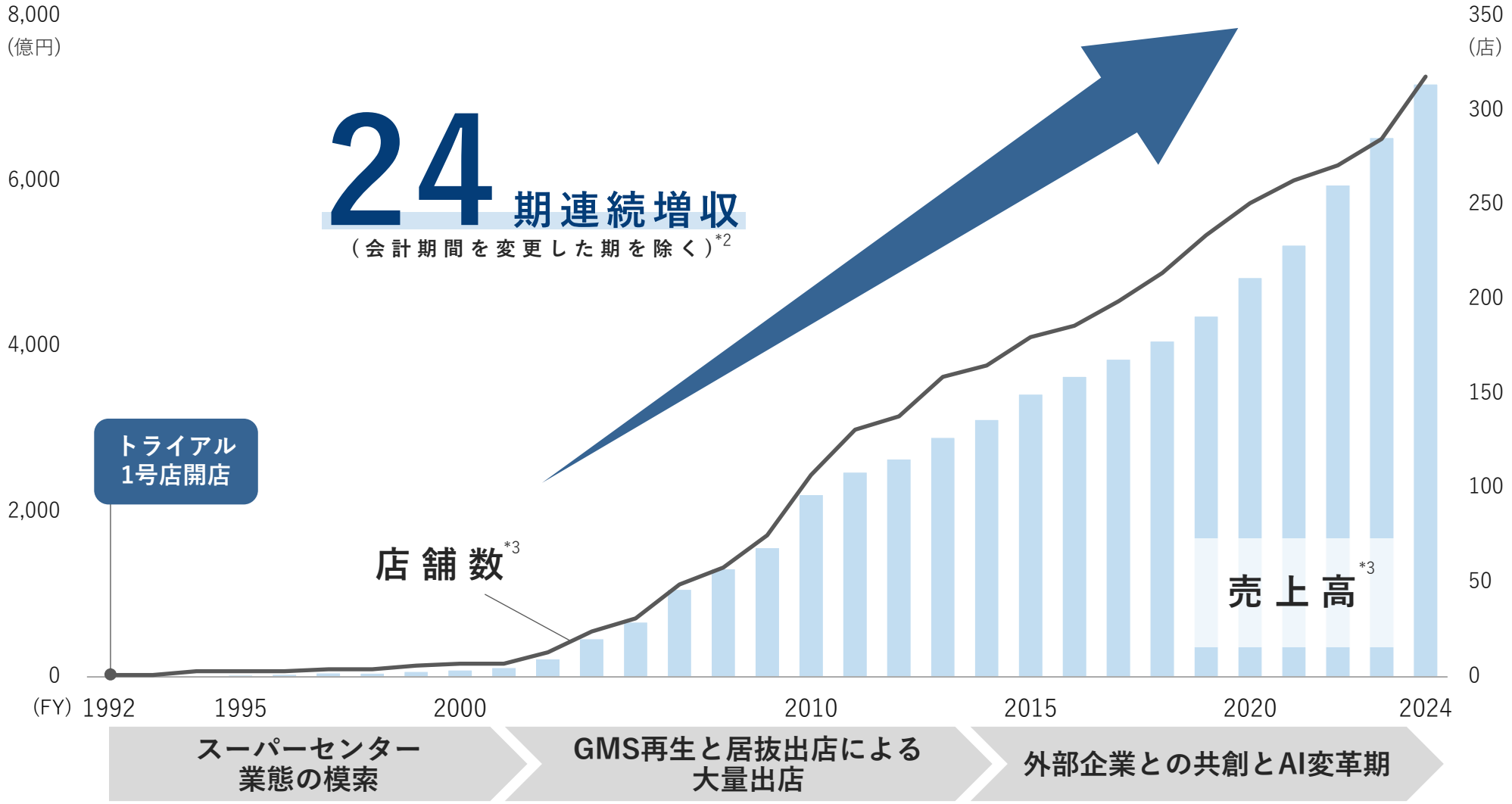
*1 Every Day Low Price。毎日お値打ち価格で販売すること
*2 現場での実務を起点として、実際に現場で使用しながら機器やサービスを設計・運用し、改善を繰り返すことで、より現場のオペレーションに即したテクノロジーを開発するという当社グループの考え方

3Q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
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

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、24期連続増収[*1]を達成



*1　連続増収は1999年９月期から2024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

３Q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
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圏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。
2025年５月14日時点で、全国に347店舗を展開。

スーパーセンター(SuC)

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

メガセンター

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

都市部・小商圏　約1,400㎡

食品中心

アイテム数
約３万点

小型店

都市部・小商圏　～約1,000㎡

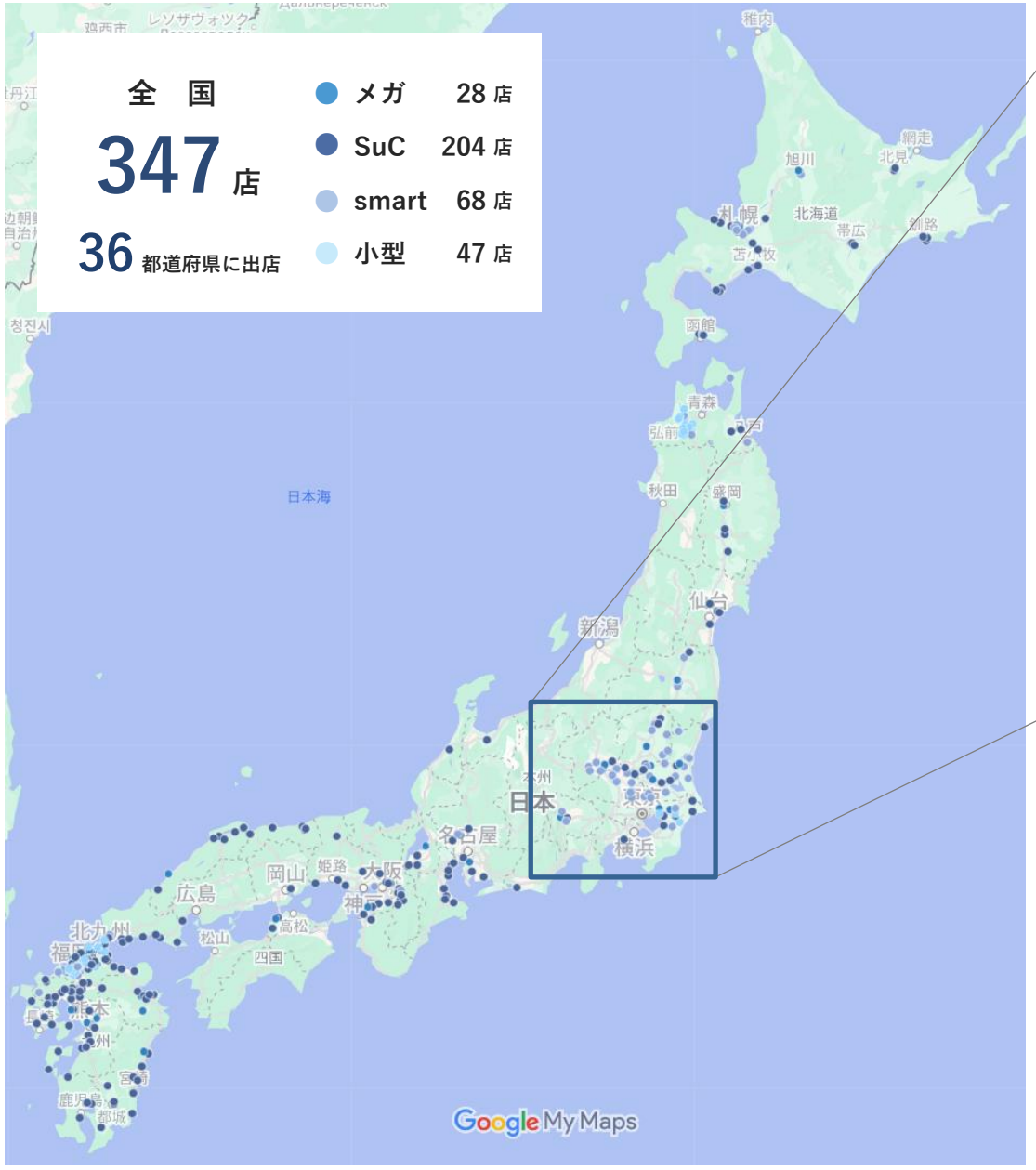
食品中心

アイテム数
約７千～２万点

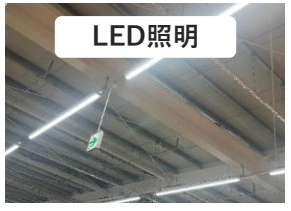
※ 2025年５月14日時点

３Q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
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（2025年５月14日時点）



2025年２月11日 **環境配慮型ZEBストア**を**初出店**
メガセンタートライアル荒尾店



３Q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
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

当社グループの強みとなるEDLP型ビジネスモデル

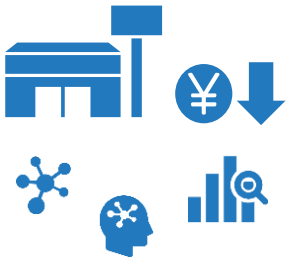
地域の生活必需店として「食」を中心とする豊富な商品をリーズナブルな価格で提供。

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

地域の生活必需店

- 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

３Q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
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

流通小売事業を支えるリテールテック

「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。

e3-SMART

データ圧縮技術に強みを持つ
安価で高速なデータ処理基盤

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

データ収集 → データ分析 → データ活用

ID-POS・売場データをもとに、
よりよいお買い物体験を実現

Retail Map

- 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
- 出退店の判断や既存店の改善に活用

Skip Cart

レジ待ち不要/
簡単決済

カメラソリューション

「個」客に合わせた
店内販促

年齢確認不要の
顔認証セルフレジ

顧客行動分析/
売場状況確認

インストアサイネージ

売り場と連動した
商品訴求

SU-PAY(スーペイ)

- 全国のトライアルで使える決済アプリ
- お客さまの購買データをもとに、
最適なクーポンをスマホにお届け

３Q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
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

小型店「TRIAL GO」の概要

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

スーパーセンターからの高頻度配送を前提とした小型店舗

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

需要予測／自動発注

ダイナミックプライシング
（値下げ情報の自動更新）

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

３Q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
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 HLDGS

● 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 本決算

・2025年８月13日(水)：決算発表(決算短信の開示)
・2025年８月14日(木)：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。