

**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。

2024年6月期

# 本決算説明資料

株式会社トライアルホールディングス

2024年8月13日

# 目 次

**1** 2024年6月期 決算概要

**2** 2025年6月期 業績予想

**3** Appendix

(IR活動・株式の状況 / トライアルグループの紹介)

2024年6月期

決算概要

売上高、営業利益ともに過去最高額を達成し、増収増益で着地。売上高は前期比9.9%増で、24期連続増収を達成。  
売上総利益率の改善とコストコントロールが寄与し、営業利益は同37.2%増と大幅増益。同利益率は0.6pt改善し2.7%で着地。

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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  
**7,179** 億円  
+ **9.9%**  
(前期比)

売上総利益  
**1,423** 億円  
+ **13.6%**  
(前期比)

営業利益  
**191** 億円  
+ **37.2%**  
(前期比)

店舗数  
**318** 店  
+ **33** 店  
(前期末との差)

既存店売上高  
成長率  
+ **5.8%**  
(前期比)

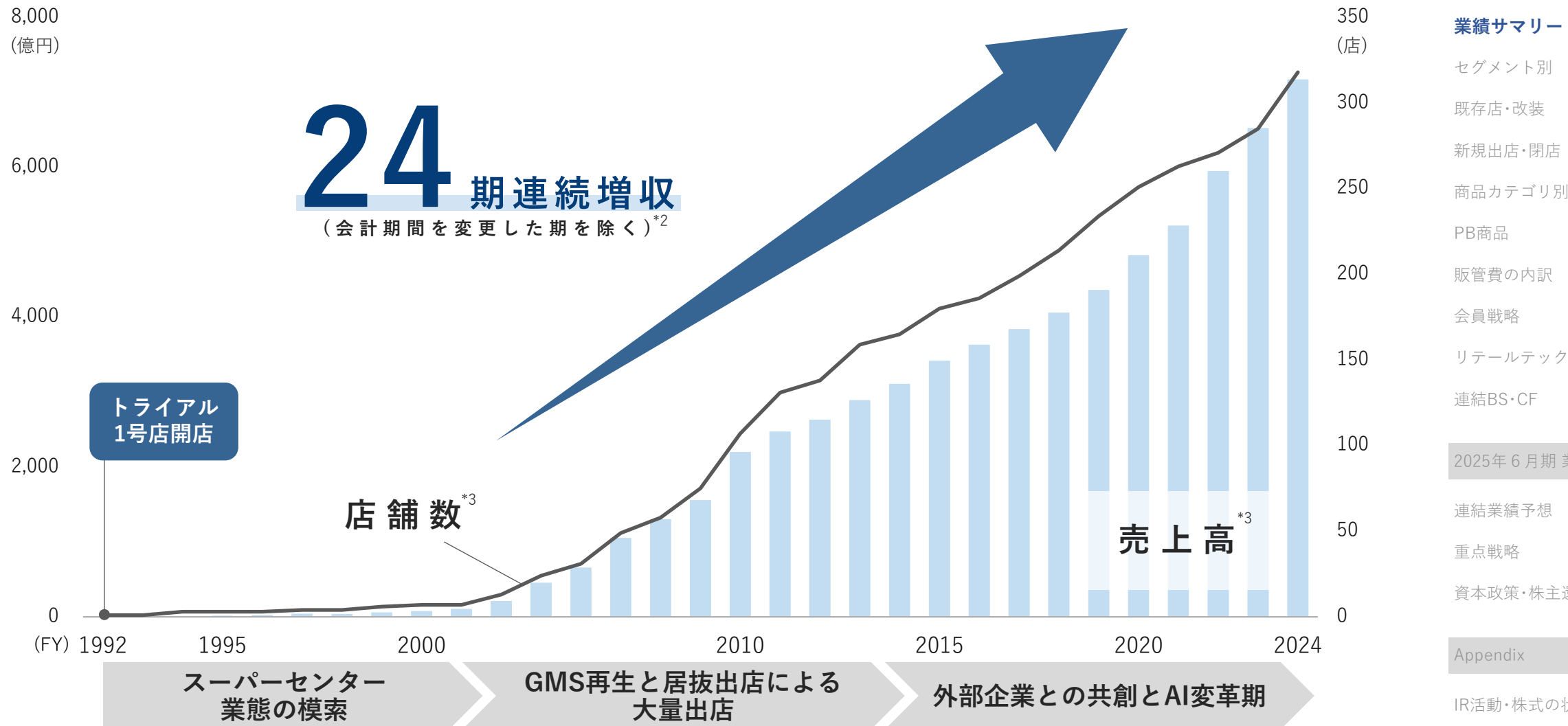
売上総利益率  
**19.8%**  
+ **0.6** pt  
(前期との差)

営業利益率  
**2.7%**  
+ **0.6** pt  
(前期との差)

Skip Cart  
導入店舗数  
**223** 店  
(うち外販3社・4店)  
+ **43** 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、24期連続増収\*1を達成



## 2024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商品
- 販管費の内訳
- 会員戦略
- リテールテック
- 連結BS・CF

## 2025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

# 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、増収増益を達成。売上高は前期比で9.9%増、売上総利益は同13.6%増と2ケタ成長を達成。また、売上総利益率が0.6pt改善した結果、営業利益は前期比37.2%増の大幅増益で着地。

2023年7月1日～ 2024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	653,112	100.0%	<b>717,948</b>	100.0%	+64,836	109.9%	101.0%	<b>711,067</b>	100.0%
売上総利益	125,271	19.2%	<b>142,352</b>	19.8%	+17,081	113.6%	98.2%	<b>145,005</b>	20.4%
その他の営業収入 <sup>*1</sup>	2,366	0.4%	<b>2,493</b>	0.3%	+127	105.4%	97.8%	<b>2,548</b>	0.4%
営業総利益	127,637	19.5%	<b>144,846</b>	20.2%	+17,209	113.5%	98.2%	<b>147,554</b>	20.8%
販売費及び一般管理費	113,673	17.4%	<b>125,684</b>	17.5%	+12,011	110.6%	97.4%	<b>128,978</b>	18.1%
営業利益	13,964	2.1%	<b>19,161</b>	2.7%	+5,197	137.2%	103.2%	<b>18,575</b>	2.6%
経常利益	14,358	2.2%	<b>19,789</b>	2.8%	+5,431	137.8%	103.9%	<b>19,045</b>	2.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,084	1.2%	<b>11,439</b>	1.6%	+3,355	141.5%	106.2%	<b>10,774</b>	1.5%

\*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

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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）

2024年4月1日～ 2024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	165,011	100.0%	180,731	100.0%	+15,720	109.5%
売上総利益	32,778	19.9%	36,087	20.0%	+3,309	110.1%
その他の営業収入 <sup>*1</sup>	601	0.4%	612	0.3%	+11	101.8%
営業総利益	33,379	20.2%	36,700	20.3%	+3,321	109.9%
販売費及び一般管理費	28,877	17.5%	32,937	18.2%	+4,060	114.1%
営業利益	4,502	2.7%	3,763	2.1%	▲ 739	83.6%
経常利益	4,615	2.8%	3,621	2.0%	▲ 994	78.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,745	1.7%	1,944	1.1%	▲ 801	70.8%

\*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

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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、売上高が前期比8.7%増に対し、売上総利益が同14.6%増。コストコントロールも進み、営業利益は同59.3%の大幅増益。当下期は、売上高が前期比11.2%増、売上総利益12.7%増、営業利益13.3%増と、前期比2ケタ増収増益で着地。

(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	334,324	100.0%	<b>363,304</b>	100.0%	+28,980	108.7%	318,788	100.0%	<b>354,644</b>	100.0%	+35,856	111.2%
売上総利益	62,452	18.7%	<b>71,560</b>	19.7%	+9,108	114.6%	62,819	19.7%	<b>70,792</b>	20.0%	+7,973	112.7%
その他の営業収入 <sup>*1</sup>	1,159	0.3%	<b>1,258</b>	0.3%	+99	108.5%	1,207	0.4%	<b>1,235</b>	0.3%	+28	102.3%
営業総利益	63,611	19.0%	<b>72,818</b>	20.0%	+9,207	114.5%	64,026	20.1%	<b>72,027</b>	20.3%	+8,001	112.5%
販売費及び一般管理費	56,346	16.9%	<b>61,249</b>	16.9%	+4,903	108.7%	57,326	18.0%	<b>64,435</b>	18.2%	+7,109	112.4%
営業利益	7,264	2.2%	<b>11,568</b>	3.2%	+4,304	159.3%	6,699	2.1%	<b>7,592</b>	2.1%	+893	113.3%
経常利益	7,519	2.2%	<b>11,978</b>	3.3%	+4,459	159.3%	6,838	2.1%	<b>7,811</b>	2.2%	+973	114.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,185	1.3%	<b>6,943</b>	1.9%	+2,758	165.9%	3,899	1.2%	<b>4,495</b>	1.3%	+596	115.3%

\*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

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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、33店舗の店舗数増加(新店23店 / (株)佐藤長から譲受18店 / 閉店8店)と、既存店売上高5.8%増が寄与し、売上高は前期比9.8%増。商品ミックスの改善や生産性の向上などのコストコントロールが奏功し、セグメント利益は同36.2%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。

2023年7月1日～ 2024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	651,174	100.0%	714,943	100.0%	+63,769	109.8%
	外部顧客	651,167	100.0%	714,921	100.0%	+63,754	109.8%
	セグメント間	7	0.0%	21	0.0%	+14	300.0%
	セグメント利益	16,069	2.5%	21,887	3.1%	+5,818	136.2%
リテールAI事業	売上高	5,845	100.0%	4,616	100.0%	▲ 1,229	79.0%
	外部顧客	708	12.1%	918	19.9%	+210	129.7%
	セグメント間	5,136	87.9%	3,698	80.1%	▲ 1,438	72.0%
	セグメント利益	▲ 452	-	▲ 520	-	▲ 68	-

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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）

2024年4月1日～  
2024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
<b>流通小売事業</b>						
売上高	164,441	100.0%	<b>179,842</b>	100.0%	<b>+15,401</b>	<b>109.4%</b>
外部顧客	164,434	100.0%	<b>179,837</b>	100.0%	<b>+15,403</b>	<b>109.4%</b>
セグメント間	7	0.0%	4	0.0%	▲ 3	57.1%
<b>セグメント利益</b>	5,016	3.1%	<b>4,423</b>	2.5%	<b>▲ 593</b>	<b>88.2%</b>
<b>リテールAI事業</b>						
売上高	1,271	100.0%	<b>1,099</b>	100.0%	<b>▲ 172</b>	<b>86.5%</b>
外部顧客	247	19.4%	<b>196</b>	17.8%	<b>▲ 51</b>	<b>79.4%</b>
セグメント間	1,024	80.6%	903	82.2%	▲ 121	88.2%
<b>セグメント利益</b>	<b>▲ 44</b>	-	<b>▲ 101</b>	-	<b>▲ 57</b>	-

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

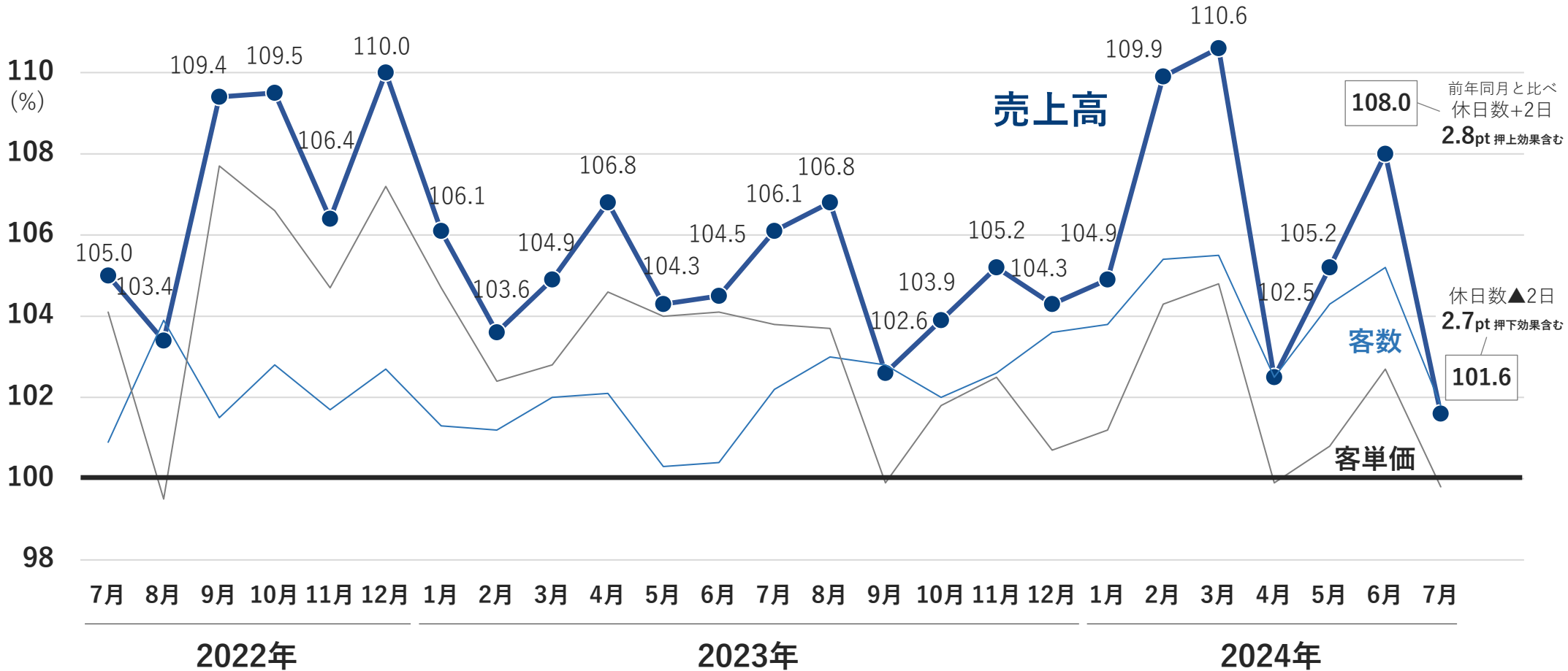
# 既存店売上高の推移（前年同月比）

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。改装30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、**38**ヵ月連続で前年同月比プラス  
(2024年7月実績含む)

## 既存店売上高成長率

計画	通期	: 103.5%
実績	通期	: 105.8%
	4Q(4-6月)	: 105.2%



## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

生産者さまと共同で、農作物の生産から販売まで一貫して取り組む「トリアルファーム」



お客さまに喜ばれる「食」の追求

新鮮 高品質 低価格

- ・栽培計画、生産、収穫、販売まで生産者さまと協働
- ・顧客ニーズ(データ)に基づく商品開発
- ・農園の区域ごとに地質・土壌を検査し、土づくりから徹底



提携農園を国内外で拡大中

国内

7 拠点

海外

4 拠点



チームエンゲージメントの向上を図るため、社内表彰制度として「MVP賞」「優秀賞」を設置。

2024年6月、会社への貢献が高く評価された商品開発6チームが受賞。



優秀賞  
・たっぷり玉子サンド  
・レギュラーバナナ

MVP賞  
1位

阿蘇くじゅうの天然水

年間販売数  
約 3,200 万本



2L  
59円



500ml  
29円

- ・ペットボトルの製造からサプライチェーンを内製化
- ・自社製造による圧倒的なコストパフォーマンスを実現

MVP賞  
2位

三元豚ロースかつ重

年間販売数  
約 700 万食



プロの味をデータ化し、専用調理マシンで再現

MVP賞  
3位

自社製おはぎ



MVP賞  
3位

シルキーフリースジャケット



2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

トリアルグループ紹介

# 店舗改装の状況

「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4Qは、スーパーセンター5店舗、smart1店舗、小型店1店舗を改装。通期の改装店舗数は30店舗。

改装店舗数	2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期				増減 累計
	通期	通期	1Q 2023年 7-9月	2Q 2023年 10-12月	3Q 2024年 1-3月	4Q 2024年 4-6月	
計画 通期：27店							
実績 通期：30店							
メガセンター	1	4	3	0	2	0	5
スーパーセンター	17	19	6	8	1	5	20
smart	5	2	1	0	1	1	3
小型店	2	5	0	1	0	1	2
合計	25	30	10	9	4	7	30

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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2店舗、小型店3店舗を出店する一方、小型店2店舗を閉店。  
3Q末から3店舗増加し、当期末の店舗数は318店舗。通期の出店計画に対する1店舗減は翌期への時期ずれ。

新規出店数		2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期				増減 累計
計画	通期 : 42店	通期	通期	1Q 2023年 7-9月	2Q 2023年 10-12月	3Q 2024年 1-3月	4Q 2024年 4-6月	
メガセンター	店舗数	22	24	24	24	24	24	0
	出店数	2	2	0	0	0	0	0
	閉店数	0	0	0	0	0	0	0
スーパーセンター	店舗数	175	181	180	183	185	187	6
	出店数	2	7	0	3	2	2	7
	閉店数	0	1	1	0	0	0	1
smart	店舗数	67	68	67	68	68	64	▲4
	出店数	1	1	0	3	1	0	4
	業態転換 <sup>*1</sup>	0	0	0	0	0	▲4	▲4
	閉店数	1	0	1	2	1	0	4
小型店	店舗数	7	12	12	36	38	43	31
	出店数	2	5	1	24	2	3	30
	業態転換 <sup>*1</sup>	0	0	0	0	0	+4	+4
	閉店数	0	0	1	0	0	2	3
合計	店舗数	271	285	283	311	315	318	33
	出店数	7	15	1	30	5	5	41
	閉店数	1	1	3	2	1	2	8

\*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

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

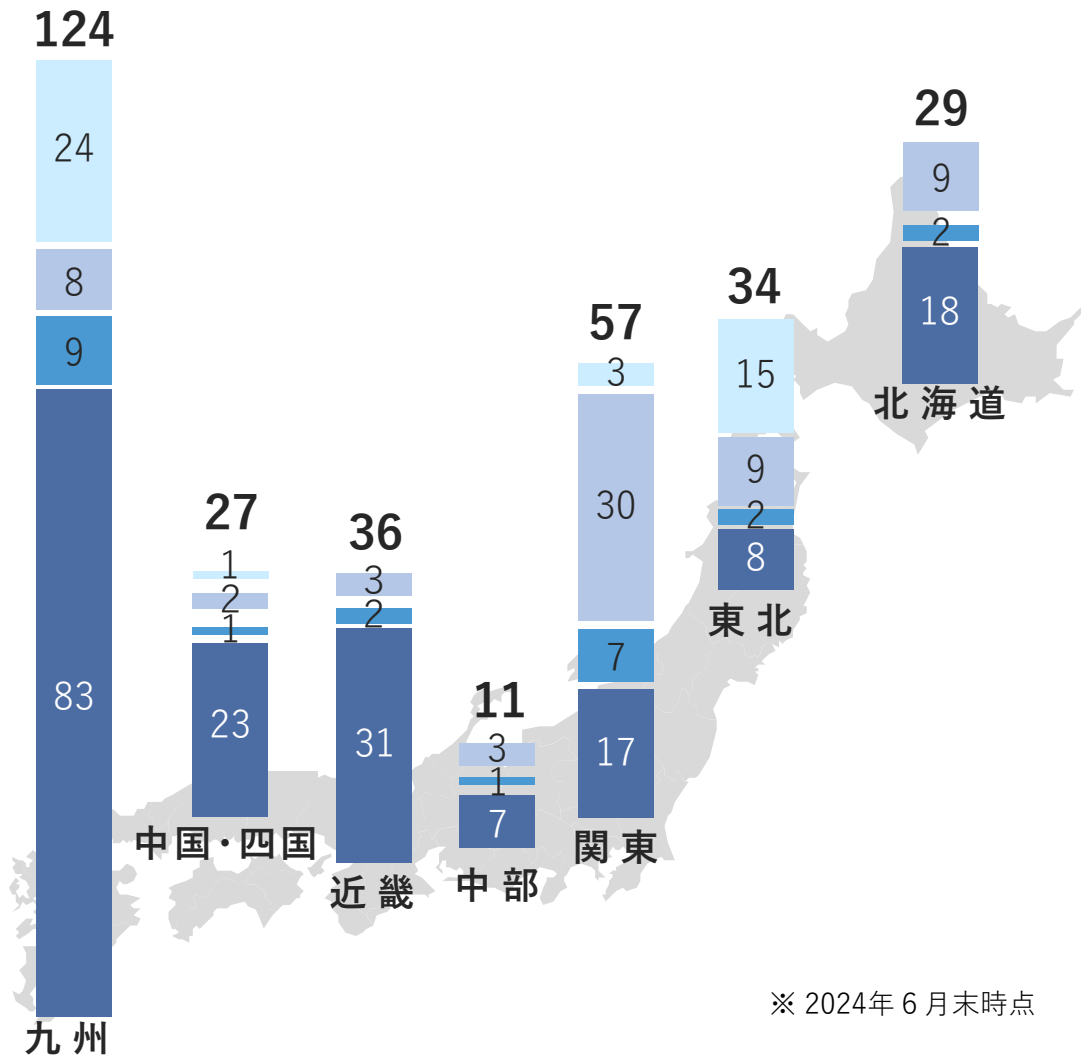
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

# 地域別の出店状況

合計 **318** 店

- メガセンター 24 店
- スーパーセンター 187 店
- smart 64 店
- 小型店 43 店



※ 2024年6月末時点

## 当4Q

出店	月	店舗種別	店舗名・所在地
出店	4月	スーパーセンター	まるがめ 丸亀店(香川県) <span>四国に初出店</span>
		小型店	むぎの 麦野5丁目店(福岡県)
		小型店	みやわかふくまる 宮若福丸店(福岡県)
	5月	小型店	まえばしひよし 前橋日吉2丁目店(群馬県)
		スーパーセンター	こが はなみ 古賀花見店(福岡県)
		閉店	4月
閉店	4月	小型店	なかそね 中曽根5丁目店(福岡県)

## 翌1Q (2024年8月13日時点)

出店	月	店舗種別	店舗名・所在地
出店	7月	スーパーセンター	むろらんひがし 室蘭東店(北海道) <span>北陸に初出店</span>
		スーパーセンター	とやま 富山マイプラザ店(富山県)
		スーパーセンター	さが やまと 佐賀大和店(佐賀県)
		スーパーセンター	りふ 利府店(宮城県)
		小型店	ふくおかべふ 福岡別府3丁目店(福岡県)

### 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

### 2025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17日オープン

とやま

## スーパーセンタートライアル富山マイプラザ店(富山県)

北陸地方で初出店。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100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

### 富山マイプラザ店のおすすめ惣菜

#### こはく本舗カレー



429円(税込)\*1

- ・自社オリジナルの中辛濃厚で食べやすいカレー
- ・柔らかく肉本来の旨味たっぷりの三元豚ロースカツと特製ソースでボリューム満点の一品
- ・一部店舗における限定販売

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

#### 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

#### 2025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 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



# 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13.3%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20.4%増で、売上構成比は5.7%と0.5ptアップ。商圏に合わせた適切な価格設定の追求や、データ活用によるメーカー・卸とのカテゴリマネジメントの推進も寄与。

2023年7月1日～ 2024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
<b>売上高(流通小売事業)</b>	651,167	100.0%	<b>714,921</b>	<b>100.0%</b>	<b>+63,754</b>	<b>109.8%</b>
<b>食品</b>	478,940	73.6%	<b>529,983</b>	<b>74.1%</b>	<b>+51,043</b>	<b>110.7%</b>
<b>グロサリー<sup>*1</sup></b>	202,516	31.1%	<b>219,556</b>	<b>30.7%</b>	<b>+17,040</b>	<b>108.4%</b>
<b>デイリー<sup>*1</sup></b>	118,578	18.2%	<b>131,646</b>	<b>18.4%</b>	<b>+13,068</b>	<b>111.0%</b>
<b>フレッシュ<sup>*1</sup></b>	157,846	24.2%	<b>178,781</b>	<b>25.0%</b>	<b>+20,935</b>	<b>113.3%</b>
<b>うち、惣菜</b>	33,631	5.2%	<b>40,498</b>	<b>5.7%</b>	<b>+6,867</b>	<b>120.4%</b>
<b>非食品</b>	172,226	26.4%	<b>184,937</b>	<b>25.9%</b>	<b>+12,711</b>	<b>107.4%</b>
<b>生活<sup>*1</sup></b>	79,878	12.3%	<b>85,783</b>	<b>12.0%</b>	<b>+5,905</b>	<b>107.4%</b>
<b>ハード<sup>*1*2</sup></b>	62,140	9.5%	<b>71,458</b>	<b>10.0%</b>	<b>+9,318</b>	<b>115.0%</b>
<b>アパレル<sup>*1</sup></b>	17,262	2.7%	<b>21,003</b>	<b>2.9%</b>	<b>+3,741</b>	<b>121.7%</b>
<b>その他<sup>*2</sup></b>	12,944	2.0%	<b>6,692</b>	<b>0.9%</b>	<b>▲6,252</b>	<b>51.7%</b>

\*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

\*2 当1Qより、タバコの属する商品カテゴリを「その他」から「ハード」に変更しております(タバコの当1Q売上高約16億円)

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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）

2024年4月1日～ 2024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
<b>売上高(流通小売事業)</b>	164,434	100.0%	<b>179,837</b>	100.0%	<b>+15,403</b>	<b>109.4%</b>
<b>食品</b>	120,899	73.5%	<b>133,800</b>	74.4%	<b>+12,901</b>	<b>110.7%</b>
<b>グロサリー<sup>*1</sup></b>	51,071	31.1%	<b>54,976</b>	30.6%	<b>+3,905</b>	<b>107.6%</b>
<b>デイリー<sup>*1</sup></b>	30,169	18.3%	<b>33,120</b>	18.4%	<b>+2,951</b>	<b>109.8%</b>
<b>フレッシュ<sup>*1</sup></b>	39,659	24.1%	<b>45,703</b>	25.4%	<b>+6,044</b>	<b>115.2%</b>
<b>うち、惣菜</b>	8,726	5.3%	<b>10,551</b>	5.9%	<b>+1,825</b>	<b>120.9%</b>
<b>非食品</b>	43,534	26.5%	<b>46,037</b>	25.6%	<b>+2,503</b>	<b>105.7%</b>
<b>生活<sup>*1</sup></b>	19,879	12.1%	<b>21,227</b>	11.8%	<b>+1,348</b>	<b>106.8%</b>
<b>ハード<sup>*1*2</sup></b>	15,457	9.4%	<b>17,627</b>	9.8%	<b>+2,170</b>	<b>114.0%</b>
<b>アパレル<sup>*1</sup></b>	4,656	2.8%	<b>5,648</b>	3.1%	<b>+992</b>	<b>121.3%</b>
<b>その他<sup>*2</sup></b>	3,540	2.2%	<b>1,533</b>	0.9%	<b>▲ 2,007</b>	<b>43.3%</b>

\*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

\*2 当1Qより、タバコの属する商品カテゴリを「その他」から「ハード」に変更しております(タバコの当1Q売上高約16億円)

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

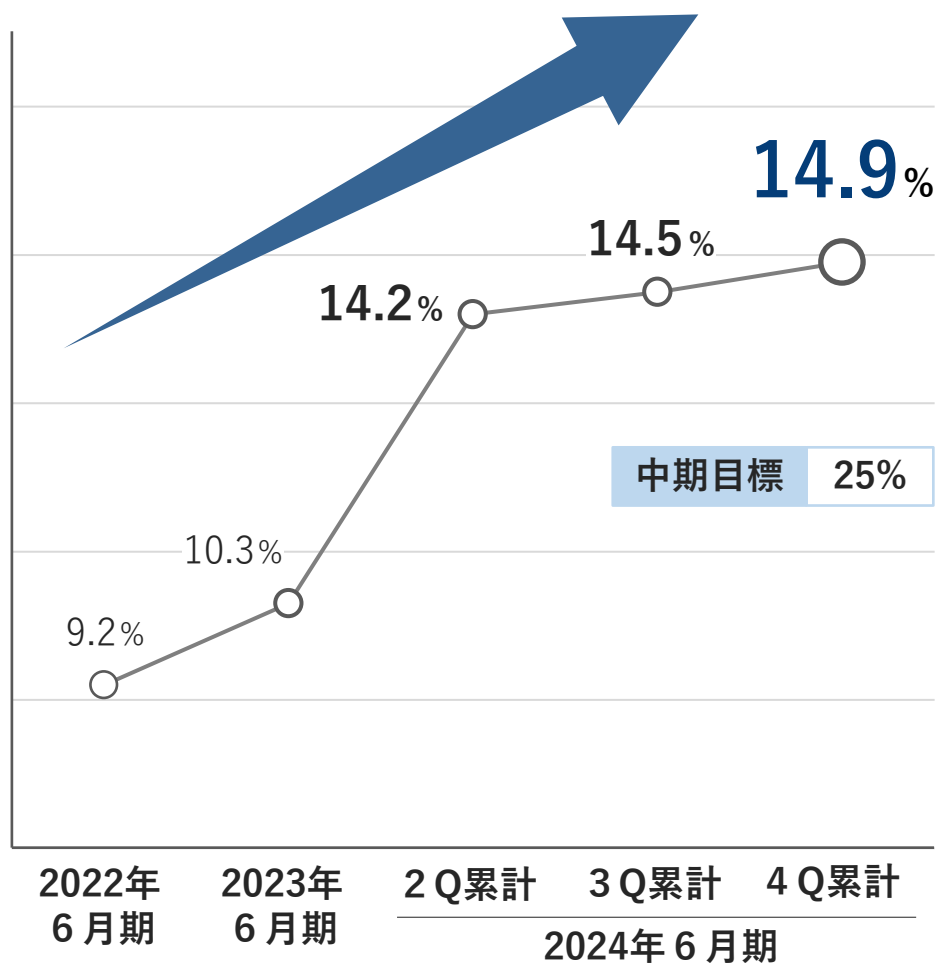
## Appendix

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14.9%に拡大。

## PB売上高構成比\*1の推移



### よろこ美レギンスパンツ

楽にはけて美しい。  
毎日でもはきたくなるパンツ!

今シーズン  
累計販売点数  
17万本突破

レディース  
よろこ美  
レギンスパンツ 税込¥998

- ・ 取り組み企業との共同開発を推進
- ・ 最先端の3D技術を活用し、ミリ単位でシルエットにこだわり、履き心地を追求
- ・ 今後、本技術を用いた商品を拡大



## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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 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

# 販管費の内訳（通期）

売上高は前期比9.9%増の一方、販管費は同10.6%増で、販管費率は0.1pt増加。  
生鮮加工・惣菜調理の機械化や、リテールテックの活用により生産性を改善しながら、人的資本へ積極投資。  
人件費は同12.9%増だが、通期計画の範囲内。水道光熱費は電力料金単価の上昇幅が落ち着いたことで同5.5%減。

2023年7月1日～ 2024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	653,112	100.0%	717,948	100.0%	+64,836	109.9%
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>113,673</b>	<b>17.4%</b>	<b>125,684</b>	<b>17.5%</b>	<b>+12,011</b>	<b>110.6%</b>
人件費 <sup>*1</sup>	65,706	10.1%	74,204	10.3%	+8,498	112.9%
不動産費 <sup>*2</sup>	19,642	3.0%	21,049	2.9%	+1,407	107.2%
広告・販促費 <sup>*3</sup>	3,579	0.5%	3,772	0.5%	+193	105.4%
水道光熱費	9,753	1.5%	9,216	1.3%	▲ 537	94.5%
その他	14,993	2.3%	17,443	2.4%	+2,450	116.3%

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

## 2024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商品

## 販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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）

2024年4月1日～  
2024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	165,011	100.0%	180,731	100.0%	+15,720	109.5%
販売費及び一般管理費	28,877	17.5%	<b>32,937</b>	<b>18.2%</b>	<b>+4,060</b>	<b>114.1%</b>
人件費 <sup>*1</sup>	16,668	10.1%	<b>19,435</b>	<b>10.8%</b>	<b>+2,767</b>	<b>116.6%</b>
不動産費 <sup>*2</sup>	5,368	3.3%	<b>5,533</b>	<b>3.1%</b>	<b>+165</b>	<b>103.1%</b>
広告・販促費 <sup>*3</sup>	893	0.5%	<b>943</b>	<b>0.5%</b>	<b>+50</b>	<b>105.6%</b>
水道光熱費	2,206	1.3%	<b>2,420</b>	<b>1.3%</b>	<b>+214</b>	<b>109.7%</b>
その他	3,742	2.3%	<b>4,606</b>	<b>2.5%</b>	<b>+864</b>	<b>123.1%</b>

\*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」

## 2024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商品

## 販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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1,055万人、前期末から133万人増加。

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



電子マネー

ポイントカード

- 現金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

スーペイ



2022年10月スタート

### クーポン配信機能

お客様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

### ストレスフリーにお買い物

Skip Cartとあわせて、  
より快適なお買い物体験を実現



スマホひとつで  
お支払い



ポイントが  
たまる・使える

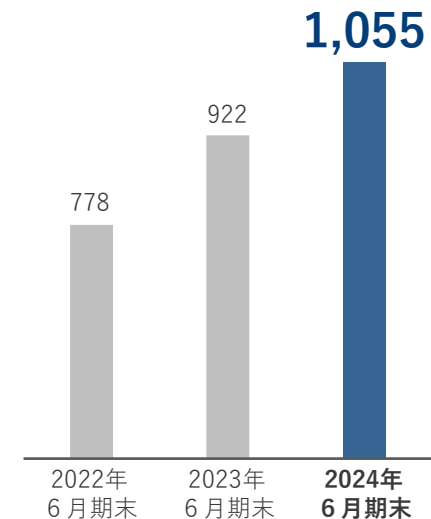


選べるチャージ方法  
銀行口座チャージ  
レジで現金チャージ



とにかく  
スーッとお支払い

### 会員数\*1の推移 (万人)



\*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

### 2024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商品

販管費の内訳

### 会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

### 2025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。

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

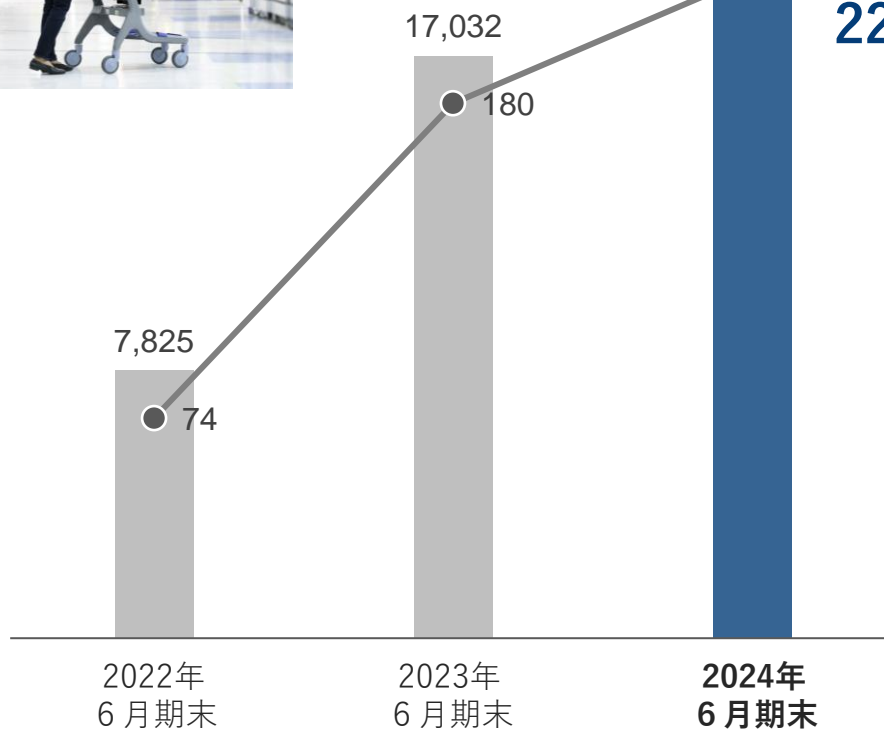
Skip Cartは前期末から2,547台、43店舗に導入が進む。  
Skip Cartの導入を通じた顧客体験の向上に伴い、時間あたりの売上高が向上。

## Skip Cartの導入実績<sup>\*1</sup>



導入台数(累計)  
**19,579**台

導入店舗数  
**223**店

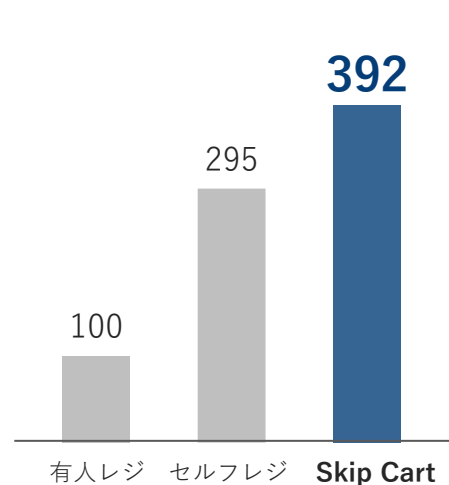


## Skip Cartの導入効果

平均利用率<sup>\*2</sup>



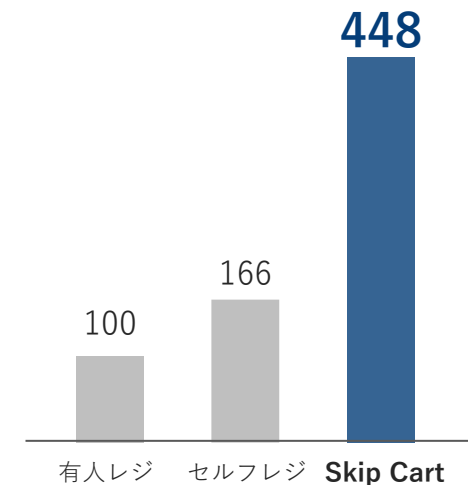
1時間あたりの通過客数<sup>\*4</sup>  
有人レジ通過客数を100として指数化



マンスリーユーザー<sup>\*3</sup>  
**420**万人



1時間あたりの通過点数<sup>\*4</sup>  
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6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

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

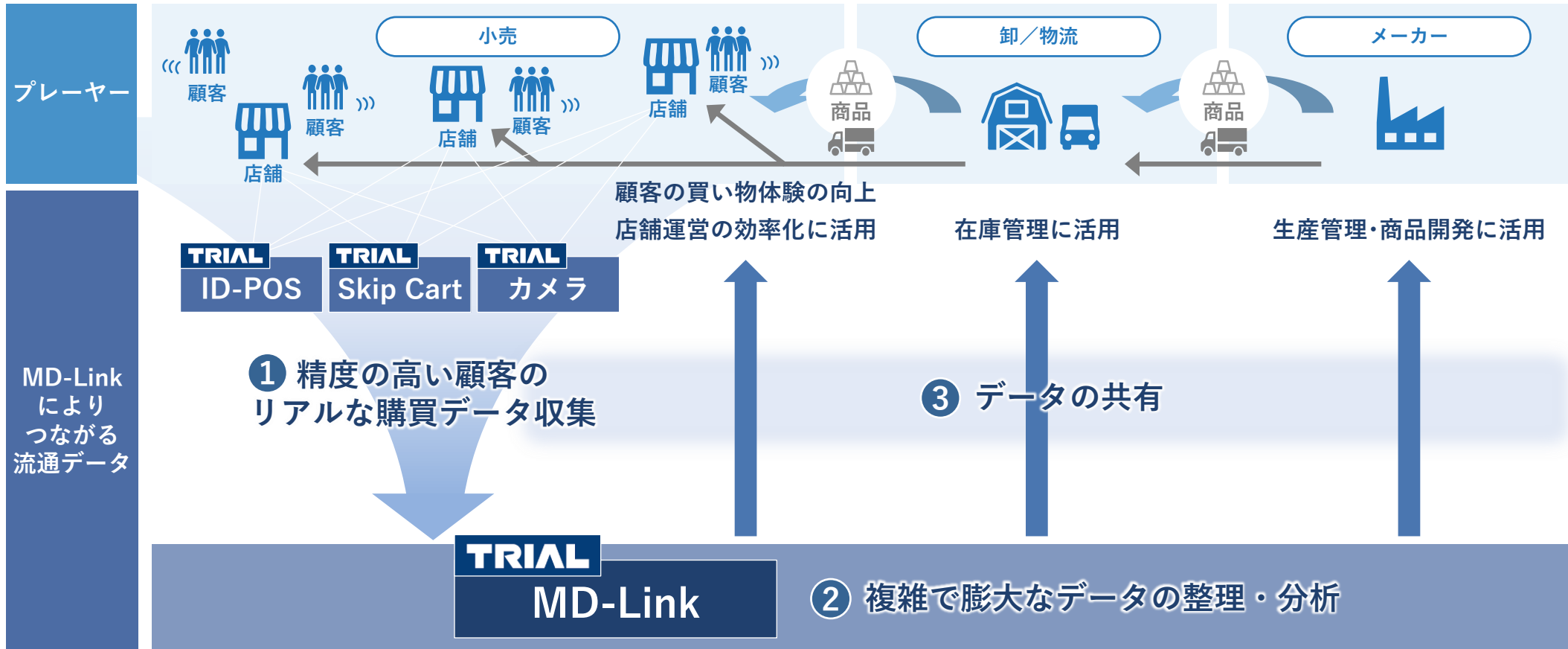
IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介



# リテールテックを活用した流通エコシステムの構築

トライアルが取得し、整理・分析したデータをメーカー、卸、物流、小売間でシームレスに共有することで、業界全体の流通エコシステムを構築



これまでの  
流通  
データ

小売が有するデータ

情報の  
分断

卸・物流が有する  
データ

情報の  
分断

メーカーが有する  
データ

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

IPOによる資金調達で株主資本が増加。現金及び預金と買掛金の大幅増は、当期末日が金融機関の休日であり、買掛金等の決済が翌月実施であったことが要因。

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

(百万円)	2023年6月末		2024年6月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
<b>流動資産</b>	<b>82,114</b>	40.9%	<b>152,300</b>	53.7%	+70,186
現金及び預金	23,898	11.9%	91,947	32.4%	+68,049
売掛金	974	0.5%	1,170	0.4%	+196
棚卸資産	46,388	23.1%	46,440	16.4%	+52
<b>固定資産</b>	<b>118,524</b>	59.1%	<b>131,327</b>	46.3%	+12,803
有形固定資産	102,999	51.3%	113,694	40.1%	+10,695
建物及び構築物	70,201	35.0%	73,771	26.0%	+3,570
土地	18,160	9.1%	21,474	7.6%	+3,314
無形固定資産	2,682	1.3%	1,879	0.7%	▲803
投資その他の資産	12,842	6.4%	15,752	5.6%	+2,910
<b>資産合計</b>	<b>200,639</b>	100.0%	<b>283,627</b>	100.0%	+82,988

(百万円)	2023年6月末		2024年6月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
<b>流動負債</b>	<b>107,666</b>	53.7%	<b>143,010</b>	50.4%	+35,344
買掛金	71,852	35.8%	101,838	35.9%	+29,986
1年内返済予定の長期借入金	4,426	2.2%	3,949	1.4%	▲477
契約負債	9,413	4.7%	9,644	3.4%	+231
<b>固定負債</b>	<b>24,952</b>	12.4%	<b>22,429</b>	7.9%	▲2,523
長期借入金	15,164	7.6%	12,195	4.3%	▲2,969
資産除去債務	8,011	4.0%	8,466	3.0%	+455
<b>純資産</b>	<b>68,020</b>	33.9%	<b>118,187</b>	41.7%	+50,167
株主資本	64,917	32.4%	114,443	40.3%	+49,526
非支配株主持分	2,134	1.1%	2,503	0.9%	+369
<b>負債純資産合計</b>	<b>200,639</b>	100.0%	<b>283,627</b>	100.0%	+82,988

有利子負債<sup>\*1</sup>

16,158 百万円

(前期末差 ▲3,450 百万円)

純有利子負債<sup>\*2</sup>

▲75,788 百万円

(▲71,499 百万円)

自己資本

115,684 百万円

(+49,799 百万円)

自己資本比率

40.8 %

(+8.0 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」

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

2023年7月1日～2024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	27,432	23,898	▲ 3,534	87.1%
営業活動CF	18,445	59,497	+41,052	322.6%
投資活動CF	▲ 16,765	▲ 26,005	▲ 9,240	-
財務活動CF	▲ 5,192	34,503	+39,695	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 21	54	+75	-
現金及び現金同等物の増減額	▲ 3,533	68,048	+71,581	-
現金及び現金同等物の期末残高	23,898	91,947	+68,049	384.7%
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	1,680	33,491	+31,811	-

2025年6月期

業績予想

# 2025年6月期 連結業績予想

2024年6月期に実施した4つの重点戦略を継続。  
出店加速と既存店の成長継続で前期比12.7%増収、20.0%営業増益を目指す。  
売上高、営業利益ともに過去最高額を更新する見込み。

(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 <sup>*1</sup>	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

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

「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 既存店成長**  
「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 収益性改善**  
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**

IoTの実装  
食の強化

現在

リテールAIの  
自立化  
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

流通プラット  
フォーマー

次世代スマートストア

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

## 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新店
- 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

# 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：+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  
⇒ 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

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

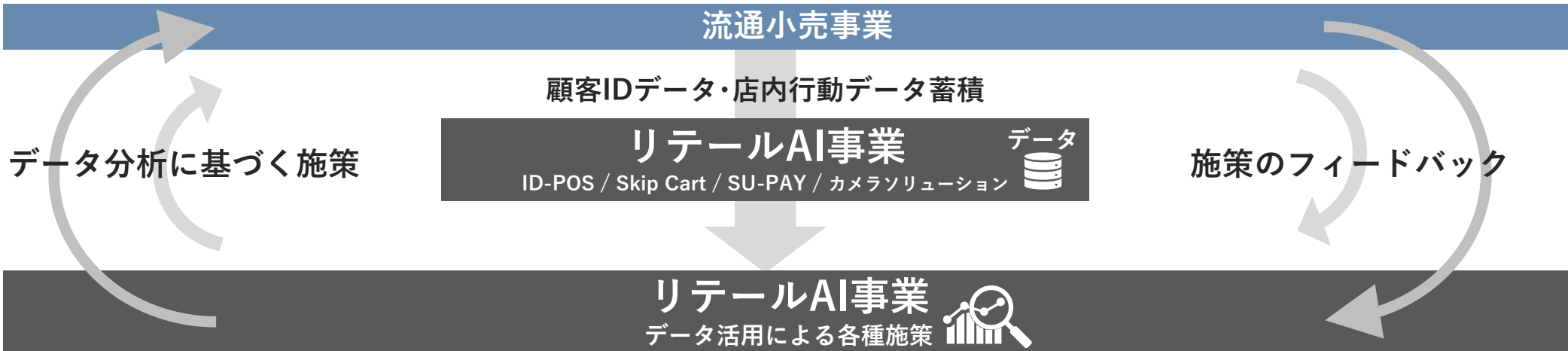
IR活動・株式の状況

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



### ● メーカーの生産・調達計画と物流の効率化、カテゴリマネジメントの強化

⇒ メーカー・卸・小売間でデータを共有・分析し、サプライチェーンを最適化

## ■ 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圈・地図・統計情報を組み合わせた独自の商圈分析ツールを出退店の判断や既存店の改善に活用

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

# 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

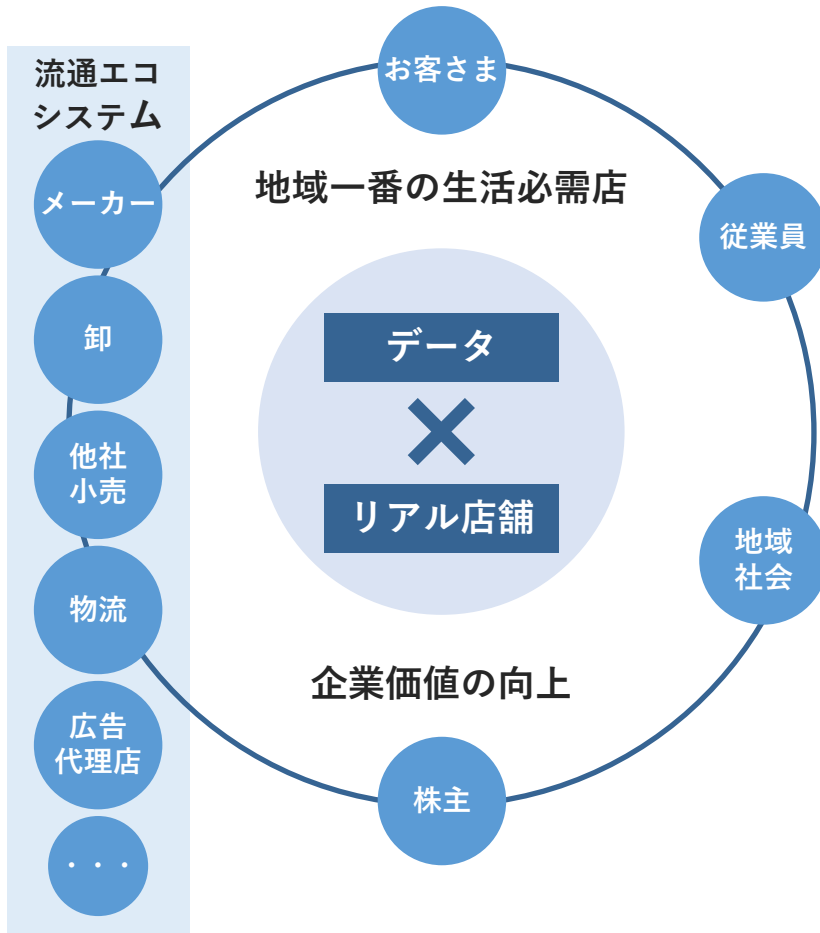


● JBP・宮若プロジェクト

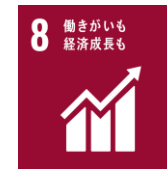


● 九州・北海道物流研究会発足

● 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

### 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

### 2025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 (計画)	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

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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。

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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/>

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						2025年						通期	
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月		下期
既存店	売上高	101.6						101.6							101.6
	客数	101.8						101.8							101.8
	客単価	99.8						99.8							99.8
全店	売上高	106.0						106.0							106.0
	新規出店数	5						5							5
	閉店店舗数	0						0							0
	全店舗数	323						323							323

## ● 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 Mail  
IRメール配信

IRメール配信のお申し込み

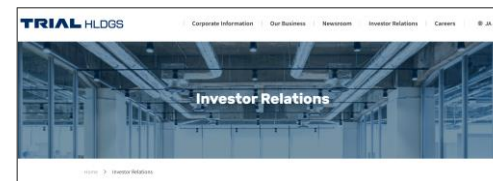
※メール配信にお申込みいただいた方へ、適時開示情報・法定開示情報などをお届けいたします。  
※株式会社デジタルマーケットが提供するメール配信サービスを利用しています。  
これより先は同社の「IRメール配信サービス」のサイトとなります。

IRメール配信のお申し込み

## ● 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/>



2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

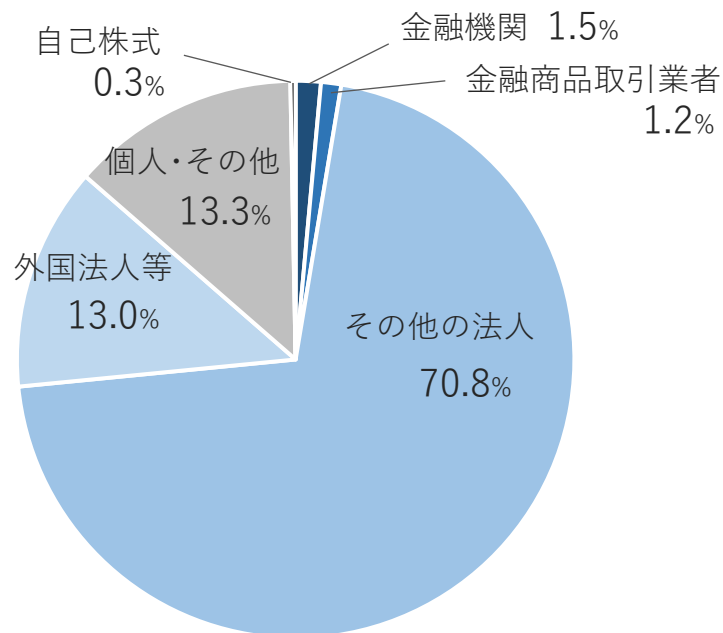
トライアルグループ紹介

## 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 122,318,300 株  
自己株式の総数 370,900 株

**株主数** **22,842名**  
(うち、個人) (22,255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株	54.12%
2	株式会社Heroic investment	9,374,200株	7.69%
3	GIC PRIVATE LIMITED - C	3,209,300株	2.63%
4	MSCO CUSTOMER SECURITIES	2,518,191株	2.06%
5	永田 久男	1,963,800株	1.61%
6	NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE UKUC UCITS CLIENTS NON LENDING 10PCT TREATY ACCOUNT	1,636,200株	1.34%
7	株式会社PALTAC	1,200,000株	0.98%
8	NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN (CASHPB)	1,037,550株	0.85%
9	サントリー株式会社	1,000,000株	0.82%
9	三井物産流通グループ株式会社	1,000,000株	0.82%
9	ヤマエ久野株式会社	1,000,000株	0.82%

\*1 持株比率は自己株式(370,900株)を控除して計算しております

### 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

### 2025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

## 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

...

## 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

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025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

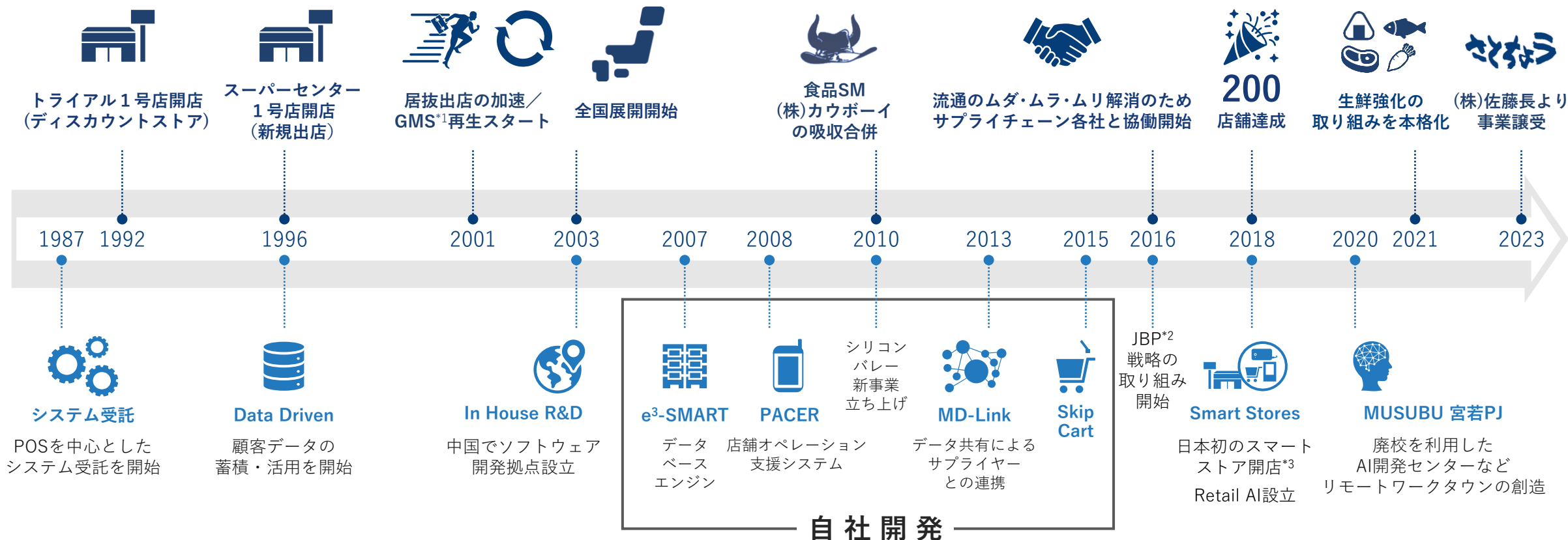
テクノロジーと、人の経験知で、  
世界のリアルコマースを変える。

## 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

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」。



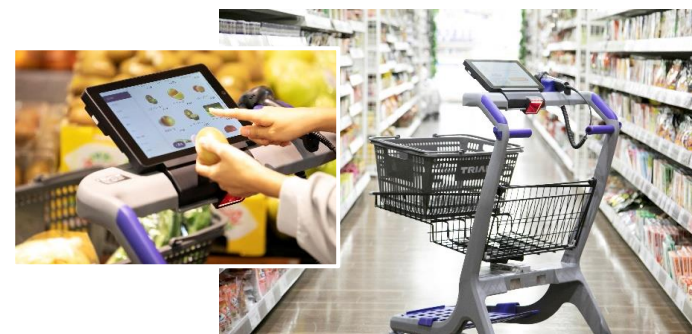
施策の  
フィードバック



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。特売や限定販売ではなく、数量を限定せず、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开店。

2024年8月13日時点で、全国に**323**店舗を展開。

## スーパーセンター(SuC)

191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

24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

44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

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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

# 店舗マップイメージ (2024年8月13日時点)

## 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

## 2025年6月期 業績予想

連結業績予想

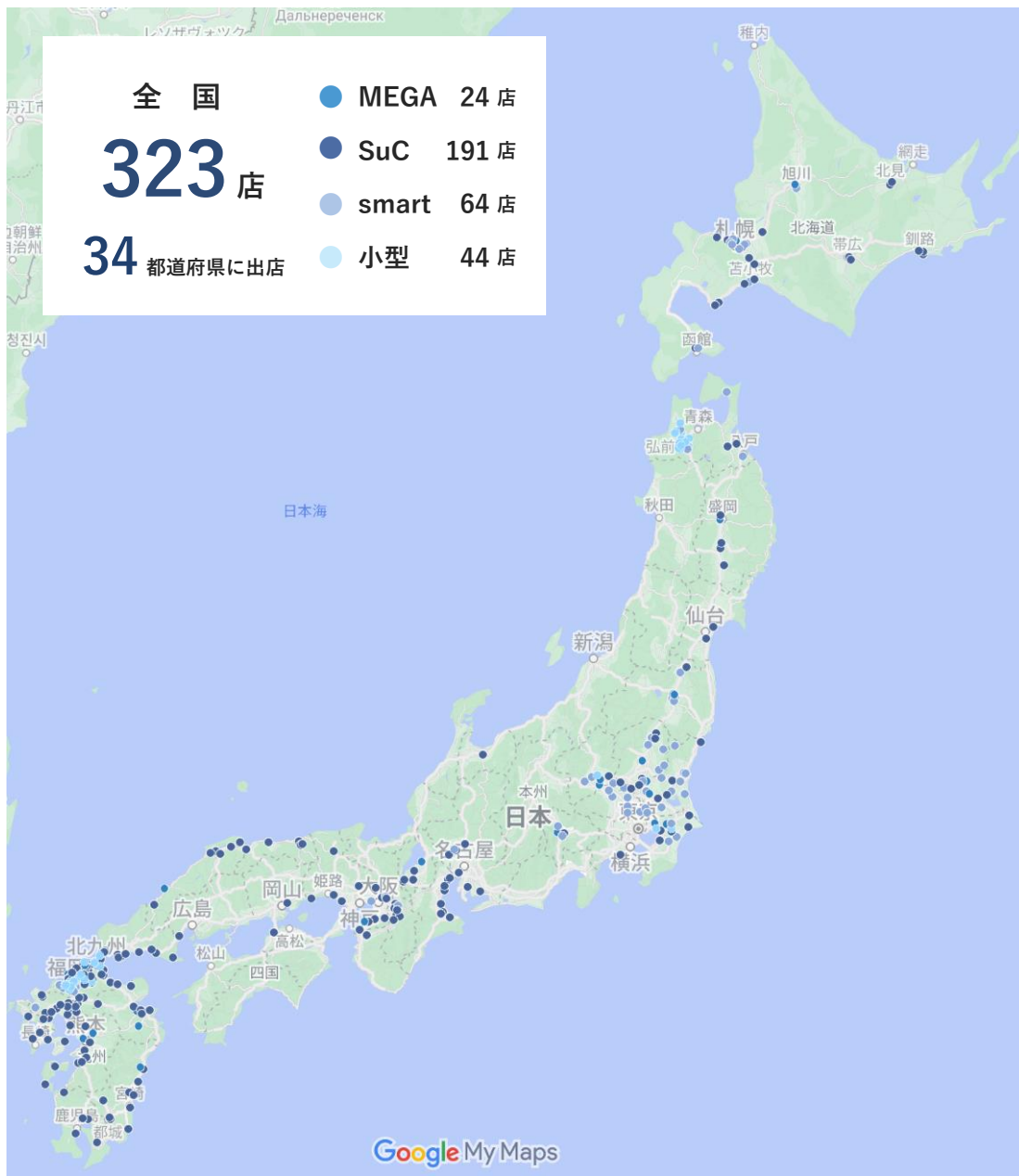
重点戦略

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4月3日 **香川県**に初出店  
スーパーセンタートライアル丸亀店



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



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

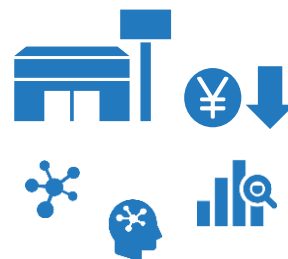
毎日の生活を豊かにする商品をいつでも安く提供するEDLPモデル

## 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

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025年6月期 業績予想

連結業績予想

重点戦略

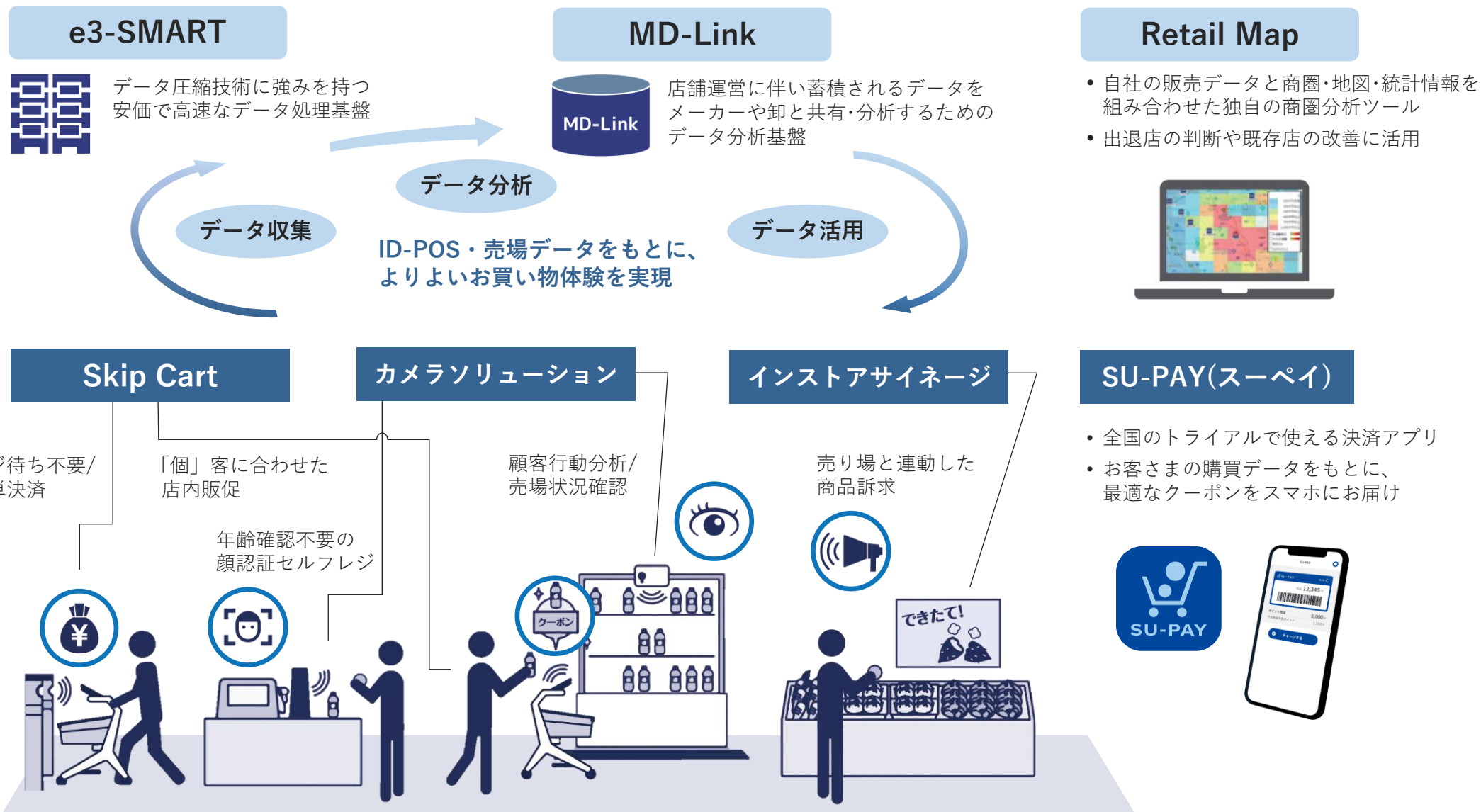
資本政策・株主還元

Appendix

IR活動・株式の状況

トライアルグループ紹介

## 「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



### 2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

### 2025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

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

- アソシエイト(パート・アルバイト)1名で2~3店舗を運営
- 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

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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24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。

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	11,471,753	▲2.9
2	イオン		HD	千葉	2	9,553,557	4.8
3	アマゾンジャパン	単	通販	東京	12	3,652,761	14.0
4	ファーストリテイリング		HD	山口	8	2,766,557	20.2
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	1,936,783	5.8
6	ヤマダホールディングス		HD	群馬	3	1,592,009	▲0.5
7	ローソン		コンビニ	東京	2	1,087,964	8.8
8	ツルハホールディングス		HD	北海道	5	1,027,462	5.9
9	マツキヨココカラ&カンパニー		HD	東京	3	1,022,531	7.5
10	コスモス薬品		専門店	福岡	5	964,989	16.6
11	ニトリホールディングス		HD	北海道	3	895,799	—
12	ビックカメラ		専門店	東京	8	815,560	2.9
13	ライフコーポレーション		スーパー	大阪	2	809,709	5.8
14	バローホールディングス		HD	岐阜	3	807,795	6.3
15	ノジマ		専門店	神奈川	3	761,301	21.6
16	ヨドバシカメラ	単	専門店	東京	3	756,027	3.3
17	サンドラッグ		専門店	東京	3	751,777	8.9
18	スギホールディングス		HD	愛知	2	744,477	11.5
19	エディオン		専門店	大阪	3	721,085	0.1
20	ケーズホールディングス		専門店	茨城	3	718,369	▲2.6
<b>21</b>	<b>トライアルホールディングス</b>		<b>HD</b>	<b>福岡</b>	<b>6</b>	<b>717,948</b>	<b>9.9</b>
22	エイチ・ツー・オー リテイリング		HD	大阪	3	657,400	4.7
23	しまむら		専門店	埼玉	2	635,091	3.1
24	大創産業	単	専門店	広島	2	624,900	6.1
25	オーケー		スーパー	神奈川	3	623,812	12.7
26	ヤオコー		スーパー	埼玉	3	619,587	9.8
27	アークス		HD	北海道	2	591,557	4.5
28	良品計画		専門店	東京	8	581,412	17.2
29	カインズ		専門店	埼玉	2	542,317	5.1
30	三越伊勢丹ホールディングス		HD	東京	3	536,441	10.1

2024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商品

販管費の内訳

会員戦略

リテールテック

連結BS・CF

2025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17日に日経MJが公表した「2023年度の小売業調査(第57回)」に掲載の小売業売上高ランキングに、2024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

## ● 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1四半期決算

- ・2024年11月13日(水)：決算発表(決算短信の開示)
  - ・2024年11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を負いません。