

**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

# 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

2024年5月14日

# 目 次

- 1 トライアルグループの紹介
- 2 2024年6月期 第3四半期 決算概要
- 3 IR活動の紹介



# トライアルグループの紹介

## 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

## 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」。



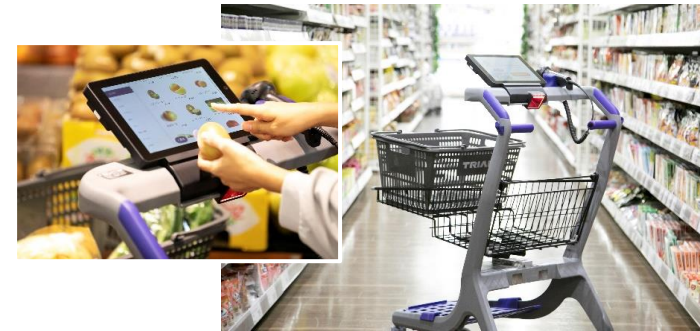
- EDLP\*1を強みとするディスカウントストアを多様な店舗フォーマットで全国に展開
- 食品を軸とするバラエティに富んだ商品構成でワンストップショッピングを提供

施策の  
フィードバック



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



- Skip CartやAIカメラ等の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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

\*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3月末時点で、全国に**315**店舗を展開。

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

## スーパーセンター(SuC)

185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

68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

38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



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

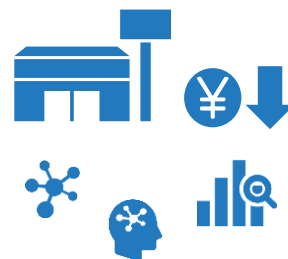
毎日の生活を豊かにする商品をいつでも安く提供するEDLPモデル

## 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



AIカメラの活用による  
売場の改善

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

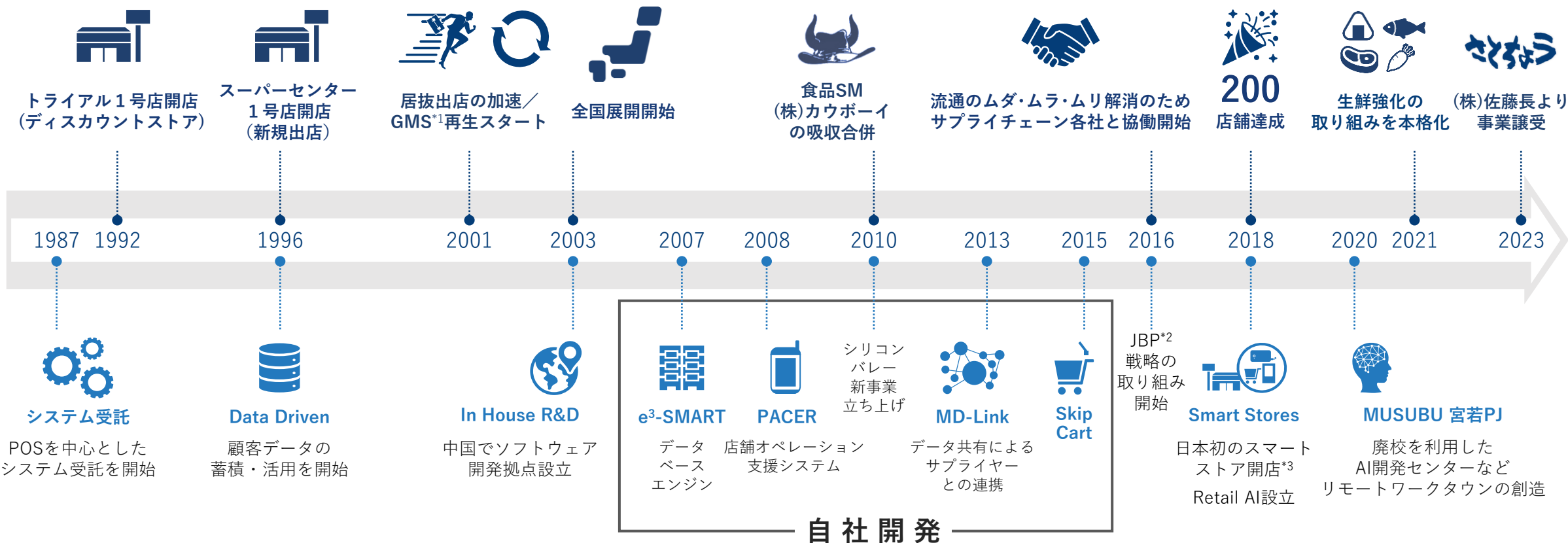
連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

## 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

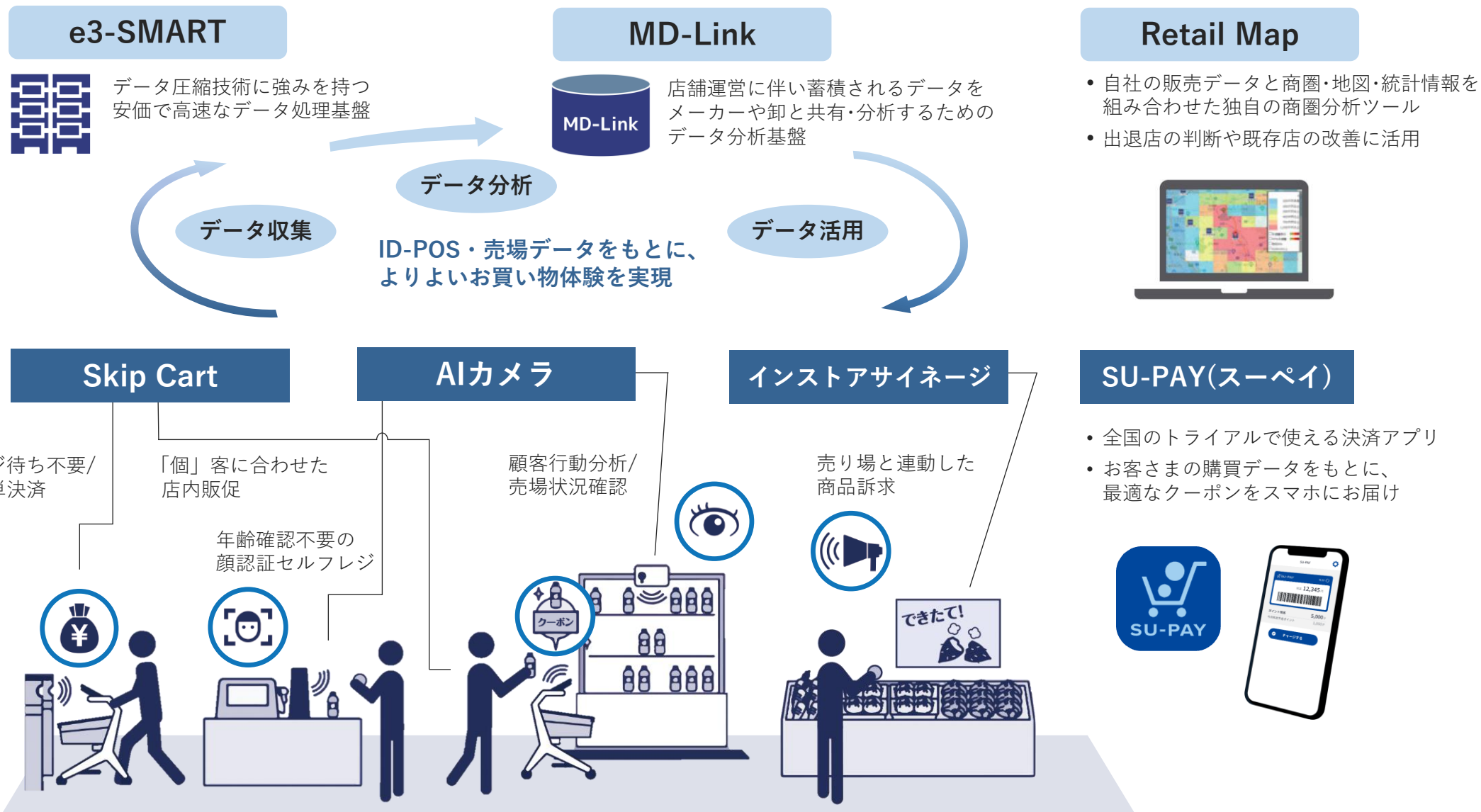
\*1 ゼネラル・マーチャндаイジング・ストア(総合スーパー)

\*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AIカメラ等が導入された店舗



## 「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



### トライアルグループ紹介

### 経営理念・グループ概要

#### 3Q決算概要

#### 3Q業績サマリー

#### セグメント別

#### 当期の重点戦略

#### 既存店の強化

#### 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

#### Skip Cart

#### 連結BS・CF

#### 連結業績予想

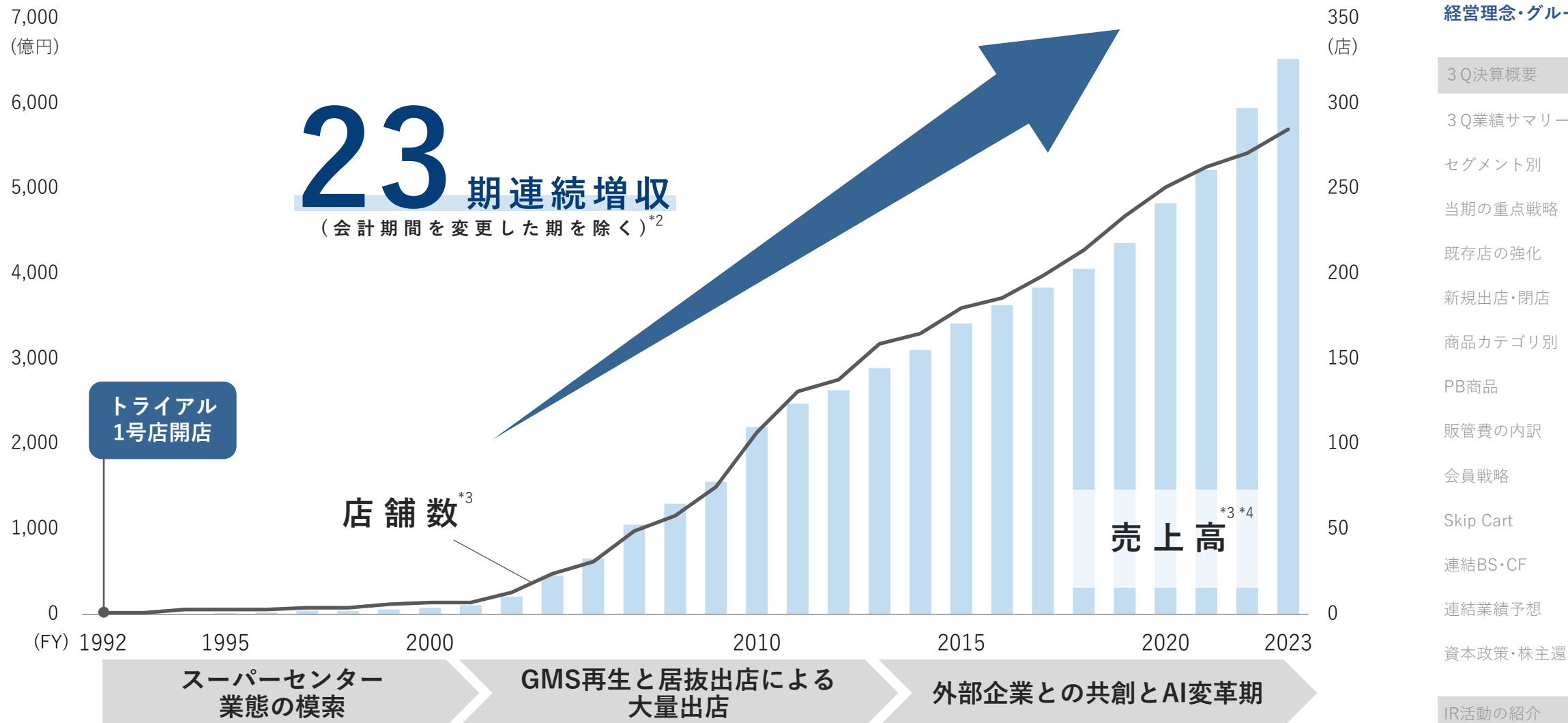
#### 資本政策・株主還元

### IR活動の紹介

#### IRポリシー・IRサイト

# 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、23期連続増収<sup>\*1</sup>を達成



トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

\*1 連続増収は1999年9月期から2023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 店舗数及び売上高は各会計年度(末)時点

\*4 2022年6月期及び2023年6月期は収益認識基準を適用

「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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

## 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

次世代スマートストア

流通プラット  
フォーマー

2024年6月期

# 第3 四半期決算概要

店舗数は前期末から30店舗増加。既存店売上高も6.0%増と好調に推移し、連結売上高は前年同期比10.1%増。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62.7%増、営業利益率は1.0pt改善し2.9%で着地。

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

## 売上高

5,372 億円

+10.1%

(前3Q累計比)

## 売上総利益

1,062 億円

+14.9%

(前3Q累計比)

## 営業利益

153 億円

+62.7%

(前3Q累計比)

## 店舗数

315 店

+30 店

(前期末との差)

## 既存店売上高 成長率

+6.0%

(前3Q累計比)

## 売上総利益率

19.8%

+0.9 pt

(前3Q累計との差)

## 営業利益率

2.9%

+1.0 pt

(前3Q累計との差)

## Skip Cart 導入店舗数

218 店

(うち外販2社・3店)

+38 店

(前期末との差)

# 連結業績概況（3Q累計）

売上高は前年同期比で10.1%増、売上総利益は同14.9%増と2ケタ成長を達成。また、売上総利益率が0.9pt、販管費率が0.1pt改善した結果、営業利益は前年同期比62.7%増の大幅増益で着地。通期業績予想の達成に向けて順調に進捗。

2023年7月1日～  
2024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 <sup>*1</sup>	計画	売上 構成比
売上高	488,101	100.0%	537,217	100.0%	+49,116	110.1%	75.6%	711,067	100.0%
売上総利益	92,492	18.9%	106,264	19.8%	+13,772	114.9%	73.3%	145,005	20.4%
その他の営業収入 <sup>*2</sup>	1,764	0.4%	1,881	0.4%	+117	106.6%	73.8%	2,548	0.4%
営業総利益	94,257	19.3%	108,145	20.1%	+13,888	114.7%	73.3%	147,554	20.8%
販売費及び一般管理費	84,795	17.4%	92,747	17.3%	+7,952	109.4%	71.9%	128,978	18.1%
営業利益	9,461	1.9%	15,397	2.9%	+5,936	162.7%	82.9%	18,575	2.6%
経常利益	9,743	2.0%	16,167	3.0%	+6,424	165.9%	84.9%	19,045	2.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,338	1.1%	9,494	1.8%	+4,156	177.9%	88.1%	10,774	1.5%

\*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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト



# 連結業績概況（3Q）

2024年1月1日～ 2024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	153,776	100.0%	<b>173,913</b>	100.0%	+20,137	<b>113.1%</b>
売上総利益	30,040	19.5%	<b>34,704</b>	20.0%	+4,664	<b>115.5%</b>
その他の営業収入 <sup>*1</sup>	605	0.4%	<b>622</b>	0.4%	+17	<b>102.8%</b>
営業総利益	30,646	19.9%	<b>35,327</b>	20.3%	+4,681	<b>115.3%</b>
販売費及び一般管理費	28,449	18.5%	<b>31,498</b>	18.1%	+3,049	<b>110.7%</b>
営業利益	2,197	1.4%	<b>3,829</b>	2.2%	+1,632	<b>174.3%</b>
経常利益	2,223	1.4%	<b>4,189</b>	2.4%	+1,966	<b>188.4%</b>
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,153	0.7%	<b>2,551</b>	1.5%	+1,398	<b>221.2%</b>

\*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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

## 3Q決算概要

### 3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

# セグメント別業績概況（3Q累計）

流通小売事業は、30店舗の店舗数増加(新店18店 / (株)佐藤長から譲受18店 / 閉店6店)と、既存店売上高6.0%増が寄与し、売上高は前年同期比9.9%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58.0%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	
<b>流通小売事業</b>	<b>売上高</b>	486,735	100.0%	<b>535,100</b>	100.0%	<b>+48,365</b>	<b>109.9%</b>
	外部顧客	486,735	100.0%	<b>535,083</b>	100.0%	<b>+48,348</b>	<b>109.9%</b>
	セグメント間	-	-	16	0.0%	+16	-
	<b>セグメント利益</b>	11,053	2.3%	<b>17,463</b>	3.3%	<b>+6,410</b>	<b>158.0%</b>
<b>リテールAI事業</b>	<b>売上高</b>	4,574	100.0%	<b>3,516</b>	100.0%	<b>▲ 1,058</b>	<b>76.9%</b>
	外部顧客	461	10.1%	<b>721</b>	20.5%	<b>+260</b>	<b>156.4%</b>
	セグメント間	4,112	89.9%	2,795	79.5%	<b>▲ 1,317</b>	68.0%
	<b>セグメント利益</b>	<b>▲ 407</b>	-	<b>▲ 418</b>	-	<b>▲ 11</b>	-

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

# セグメント別業績概況（3Q）

2024年1月1日～  
2024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	153,344	100.0%	<b>173,093</b>	<b>100.0%</b>	<b>+19,749</b>	<b>112.9%</b>
	外部顧客	153,344	100.0%	<b>173,090</b>	<b>100.0%</b>	<b>+19,746</b>	<b>112.9%</b>
	セグメント間	-	-	2	0.0%	+2	-
	セグメント利益	2,844	1.9%	<b>4,822</b>	<b>2.8%</b>	<b>+1,978</b>	<b>169.5%</b>
リテールAI事業	売上高	1,639	100.0%	<b>997</b>	<b>100.0%</b>	<b>▲ 642</b>	<b>60.8%</b>
	外部顧客	129	7.9%	<b>239</b>	<b>24.0%</b>	<b>+110</b>	<b>185.3%</b>
	セグメント間	1,509	92.1%	757	75.9%	<b>▲ 752</b>	50.2%
	セグメント利益	<b>▲ 199</b>	-	<b>▲ 110</b>	-	<b>+89</b>	-

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

## 3Q決算概要

3Q業績サマリー

## セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

[トライアルグループ紹介](#)[経営理念・グループ概要](#)[3Q決算概要](#)[3Q業績サマリー](#)[セグメント別](#)[当期の重点戦略](#)[既存店の強化](#)[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](#)[Skip Cart](#)[連結BS・CF](#)[連結業績予想](#)[資本政策・株主還元](#)[IR活動の紹介](#)[IRポリシー・IRサイト](#)

## 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圈分析力を活かしながら、収益力の高いスーパーセンターを中心に出店
- 九州を中心とした出店によるドミナント化の推進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

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	<ul style="list-style-type: none"><li>● 既存店：+3.5%(当期計画)<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ 改装：27店(当期計画)</li><li>⇒ 生鮮を中心とした「食」の強化</li><li>⇒ 継続的な店舗フォーマット改革</li></ul></li><li>● 新規出店：42店(当期計画)<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ 高収益のスーパーセンターを中心に店舗</li><li>⇒ 九州を中心としたドミナント化の推進</li><li>⇒ 店舗開発体制(組織)の強化</li></ul></li></ul>
売上総利益	<ul style="list-style-type: none"><li>● 商品ミックスの改善<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ 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%)</li></ul></li><li>● PB商品の強化<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ 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%)</li></ul></li><li>● 商圏に合わせた適切な価格設定</li><li>● 商品仕入価格の改善<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ 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</li><li>⇒ 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</li></ul></li></ul>
販管費	<ul style="list-style-type: none"><li>● 人時生産性の向上<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Skip Cartやセルフレジの導入推進</li><li>⇒ バックヤードに加工・調理機械を設置</li><li>⇒ パート・アルバイトの戦力化</li></ul></li><li>● 自社設計・開発によるローコスト出店</li><li>● 省エネ器具の導入<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ 太陽光パネルの設置推進</li></ul></li></ul>

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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

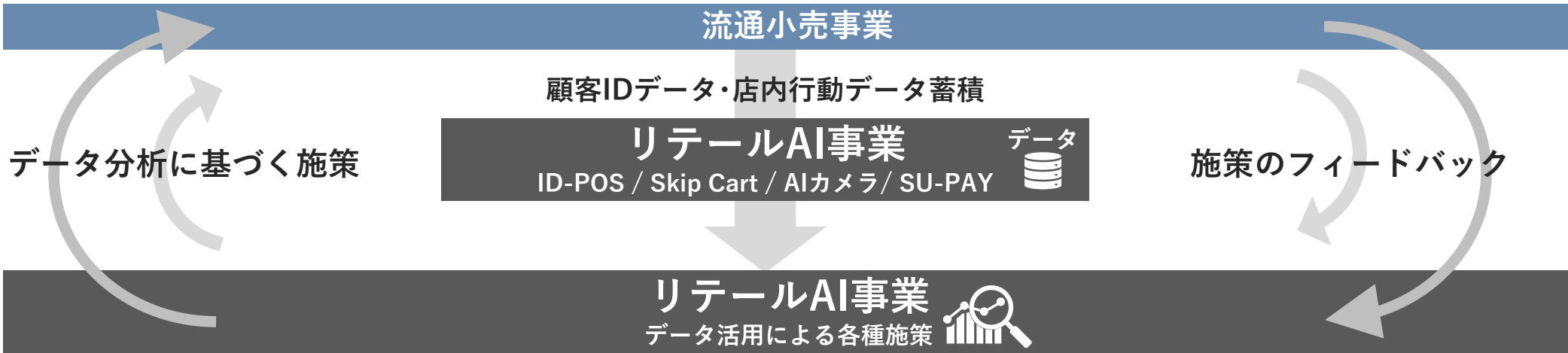
連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

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 & AI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、AI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 & AIカメラ



- 売場の効率化  
⇒ Skip CartやAIカメラ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  
⇒ AI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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト



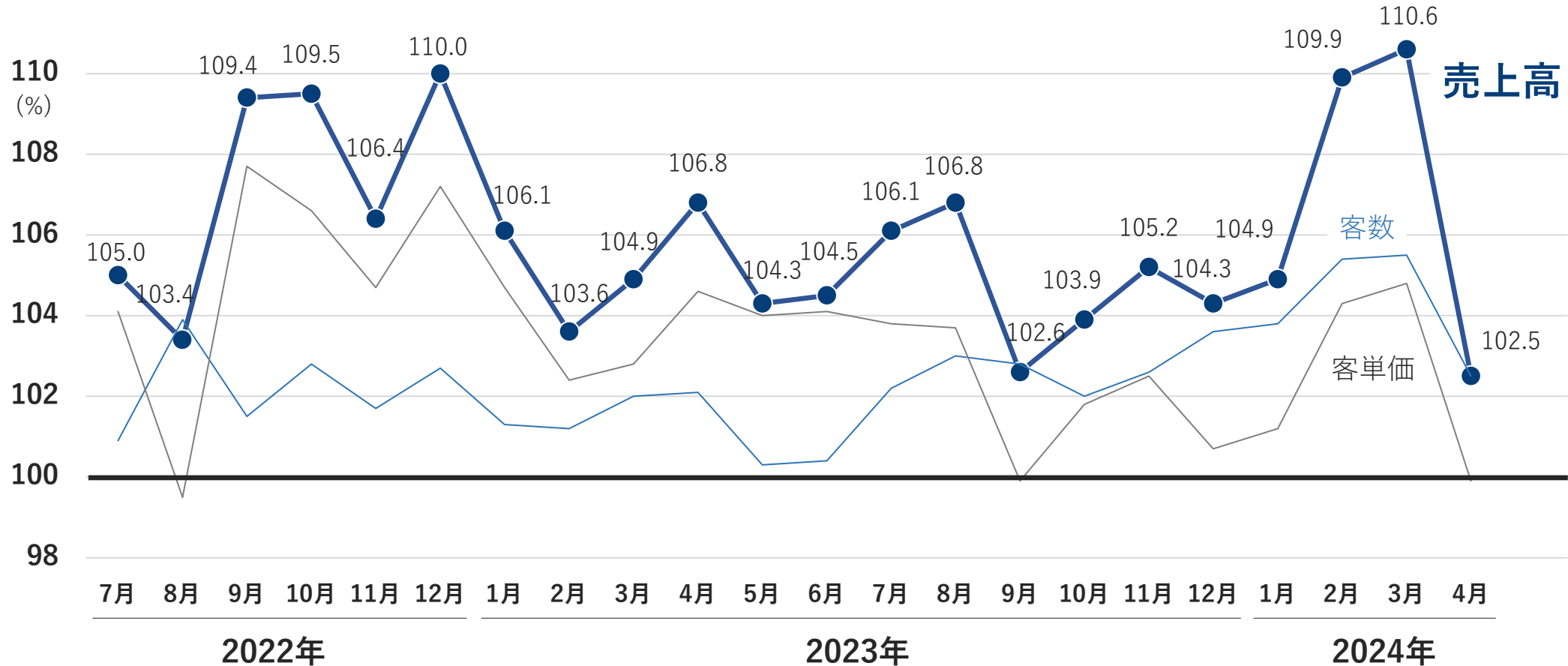
# 既存店売上高の推移（前年同月比）

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23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、**35**ヵ月連続で前年同月比プラス  
(2024年4月実績含む)

## 既存店売上高成長率

計画	通期	: 103.5%
実績	3Q累計	: 106.0%
	3Q(1-3月)	: 108.5%



トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

当社グループこだわりの「おいしくて安い」を追求したお弁当・お惣菜が3団体の賞を受賞。毎日の生活を豊かにする「食」の強化で、お客さまから選ばれる店舗づくりを推進。



Bento and Prepared Meal Awards  
お弁当・お惣菜大賞2024

3商品が入選  
3年連続で受賞



大人様プレート



生姜焼き  
おにぎりサンド



丸ごとニンニク  
豚焼肉弁当

### お弁当・お惣菜大賞

各種小売店で販売するお弁当やお惣菜の中から、食の専門家で構成された審査員が特に優れた商品を選出し表彰するプログラム。



出汁巻きと焼き鳥重



牛カルビ焼肉  
ガーリックライス

その他、2商品が入賞

### ファベックス惣菜・べんとうグランプリ

惣菜業界などの総合見本市「ファベックス」の特別企画。惣菜・弁当のスペシャリストなどで構成された審査員が金賞・優秀賞ほか各賞を決定。



西日本スーパー総菜部門  
4年連続で金賞受賞



4種の醤油と生姜香るから揚げ

「味わい」「価格」「熱」の  
3つのこだわりを軸に開発

### からあげグランプリ

一般社団法人 日本唐揚協会による投票企画。「日本で一番うまい唐揚げ屋さんはどこ!？」をテーマに、2010年より毎年開催。

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

# 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3Qは、メガセンター2店舗、スーパーセンター1店舗、smart1店舗を改装。通期改装計画に対して、順調に進捗。

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

## 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

改装店舗数	2022年6月期		2023年6月期		2024年6月期		
	計画	通期	通期	1Q 2023年 7-9月	2Q 2023年 10-12月	3Q 2024年 1-3月	
計画	通期	: 27店					
実績	3Q累計	: 23店					
改装店舗数 ( )内の数値は累計							
メガセンター	1	4	3	0	(3)	2	(5)
スーパーセンター	17	19	6	8	(14)	1	(15)
smart	5	2	1	0	(1)	1	(2)
小型店	2	5	0	1	(1)	0	(1)
合計	25	30	10	9	(19)	4	(23)

# 新規出店・閉店の状況

当2Qに、青森県で食品スーパーを運営する(株)佐藤長から、18店舗(smart 3店 / 小型店15店)を譲受。  
当3Qは、スーパーセンター2店舗、smart 1店舗、小型店2店舗を出店する一方、smart 1店舗を閉店。  
2Q末から4店舗増加し、3Q末時点の店舗数は315店舗。通期の出店計画に対して、順調に進捗。

新規出店数		2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期		
		通期	通期	1Q 2023年 7-9月	2Q 2023年 10-12月	3Q 2024年 1-3月
計画	通期	: 42店				
実績	3Q累計	: 36店				
メガセンター	店舗数	22	24	24	24	24
	出店数(累計)	2	2	0	0 (0)	0 (0)
	閉店数(累計)	0	0	0	0 (0)	0 (0)
スーパーセンター	店舗数	175	181	180	183	185
	出店数(累計)	2	7	0	3 (3)	2 (5)
	閉店数(累計)	0	1	1	0 (1)	0 (1)
smart	店舗数	67	68	67	68	68
	出店数(累計)	1	1	0	3 (3)	1 (4)
	閉店数(累計)	1	0	1	2 (3)	1 (4)
小型店	店舗数	7	12	12	36	38
	出店数(累計)	2	5	1	24 (25)	2 (27)
	閉店数(累計)	0	0	1	0 (1)	0 (1)
合計	店舗数	271	285	283	311	315
	出店数(累計)	7	15	1	30 (31)	5 (36)
	閉店数(累計)	1	1	3	2 (5)	1 (6)

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

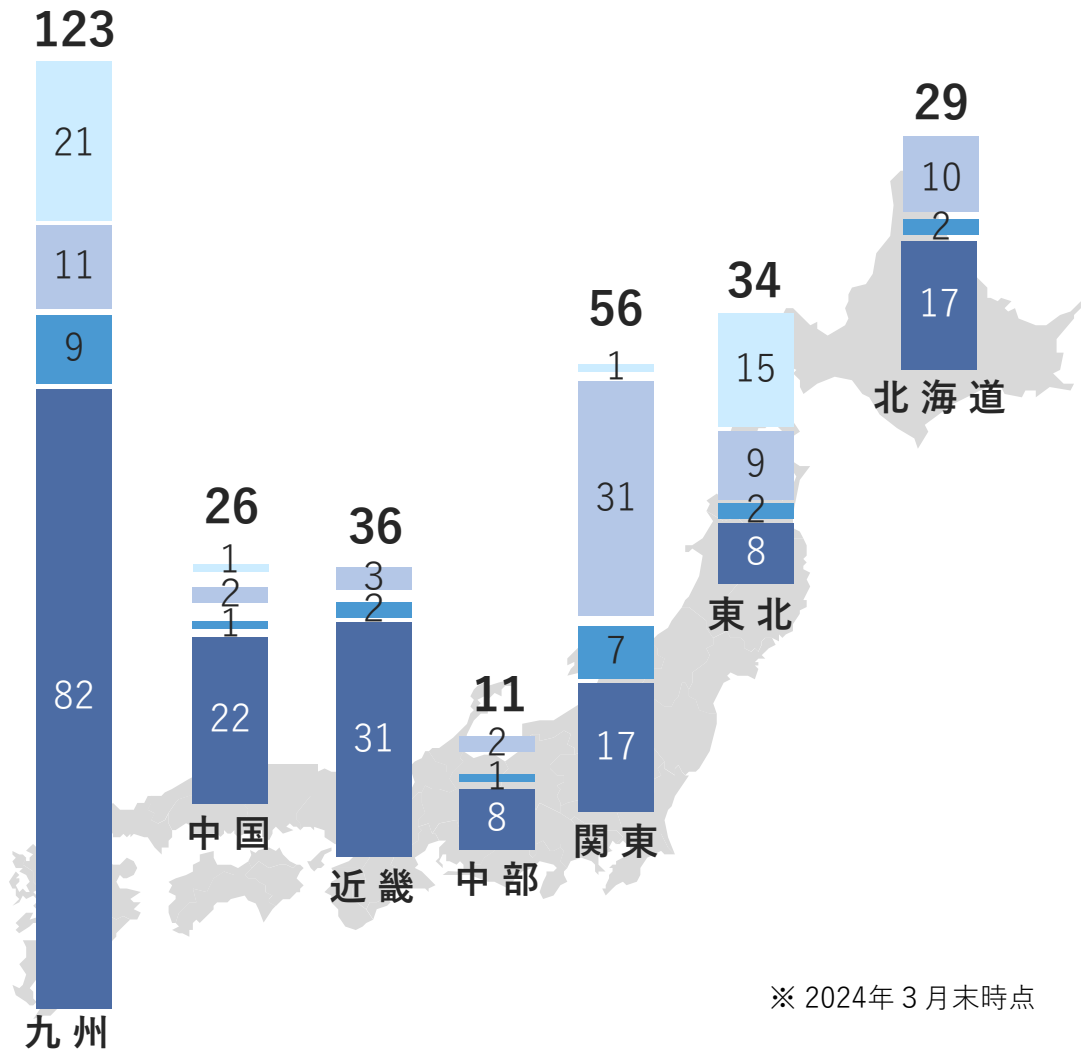
資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

# 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
315 店	24 店	185 店	68 店	38 店



※ 2024年3月末時点

## 当3Q

出店	1月	smart	ことに 琴似店(北海道)
	2月	スーパーセンター	おのうえ 尾ノ上店(熊本県)
	3月	小型店	いづかこうぶくろ 飯塚幸袋店(福岡県)
スーパーセンター		さかのいち 坂ノ市店(大分県)	
閉店	3月	小型店	しものせきいくの 下関生野店(山口県)
		smart	いせさき 伊勢崎店(群馬県)

## 当4Q (2024年5月14日時点)

出店	4月	スーパーセンター	まるがめ 丸亀店(香川県) <b>四国に初出店</b>
		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)
閉店	4月	小型店	おおのじょう 大野城店(福岡県)
		小型店	なかそね 中曽根5丁目店(福岡県)

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

### 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

### 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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

### IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト



2024年4月3日オープン

まるがめ

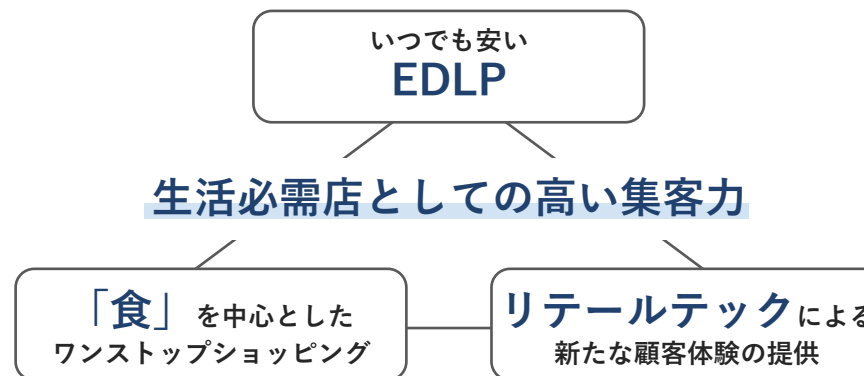
## スーパーセンタートライアル丸亀店(香川県)

四国地方で初出店。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「リテールAIカメラ」や、セルフレジ機能付きの買い物カート「Skip Cart」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



### 丸亀店のおすすめ惣菜



#### 三元豚のロースかつ重

- ・当社グループの惣菜人気No. 1 商品
- ・ミシュランで星を獲得した店で修業を積んだシェフが手掛けた一品
- ・とろとろ卵のあんがかかった肉厚のとんかつが食べ応え十分

299円(税込)\*1



#### 自社製おはぎ

- ・内陸ならではの昼夜の寒暖差により風味が良い北海道産の小豆と国産もち米を使用
- ・自社製造により1個160gという圧倒的なサイズを実現し、大きいながらも低糖で甘さ控えめな味付け

1個120円 / 3個300円(税込)\*1

\*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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

### 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト



## 商品カテゴリ別売上高（3Q累計）

集客ドライバーとなり、かつ収益性が高い「フレッシュ(生鮮四品)」の売上高は、前年同期比12.6%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」の売上高構成比は5.6%と、前年同期比で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)	486,735	100.0%	535,083	100.0%	+48,348	109.9%
食品	358,042	73.6%	396,183	74.0%	+38,141	110.7%
グロサリー <sup>*1</sup>	151,445	31.1%	164,580	30.8%	+13,135	108.7%
デイリー <sup>*1</sup>	88,409	18.2%	98,525	18.4%	+10,116	111.4%
フレッシュ <sup>*1</sup>	118,187	24.3%	133,077	24.9%	+14,890	112.6%
惣菜	24,904	5.1%	29,946	5.6%	+5,042	120.2%
非食品	128,693	26.4%	138,900	26.0%	+10,207	107.9%
生活 <sup>*1</sup>	59,999	12.3%	64,555	12.1%	+4,556	107.6%
ハード <sup>*1 *2</sup>	46,683	9.6%	53,830	10.1%	+7,147	115.3%
アパレル <sup>*1</sup>	12,606	2.6%	15,355	2.9%	+2,749	121.8%
その他 <sup>*2</sup>	9,404	1.9%	5,158	1.0%	▲ 4,246	54.8%

\*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)、「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)

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

# 商品カテゴリ別売上高（3Q）

2024年1月1日～  
2024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)	153,344	100.0%	173,090	100.0%	+19,746	112.9%
食品	114,539	74.7%	130,154	75.2%	+15,615	113.6%
グロサリー <sup>*1</sup>	47,843	31.2%	53,556	30.9%	+5,713	111.9%
デイリー <sup>*1</sup>	28,324	18.5%	31,997	18.5%	+3,673	113.0%
フレッシュ <sup>*1</sup>	38,371	25.0%	44,599	25.8%	+6,228	116.2%
惣菜	8,215	5.4%	10,024	5.8%	+1,809	122.0%
非食品	38,804	25.3%	42,936	24.8%	+4,132	110.6%
生活 <sup>*1</sup>	18,446	12.0%	20,619	11.9%	+2,173	111.8%
ハード <sup>*1 *2</sup>	13,989	9.1%	16,422	9.5%	+2,433	117.4%
アパレル <sup>*1</sup>	3,382	2.2%	4,249	2.5%	+867	125.6%
その他 <sup>*2</sup>	2,985	1.9%	1,644	0.9%	▲ 1,341	55.1%

\*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)、「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)

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

## 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

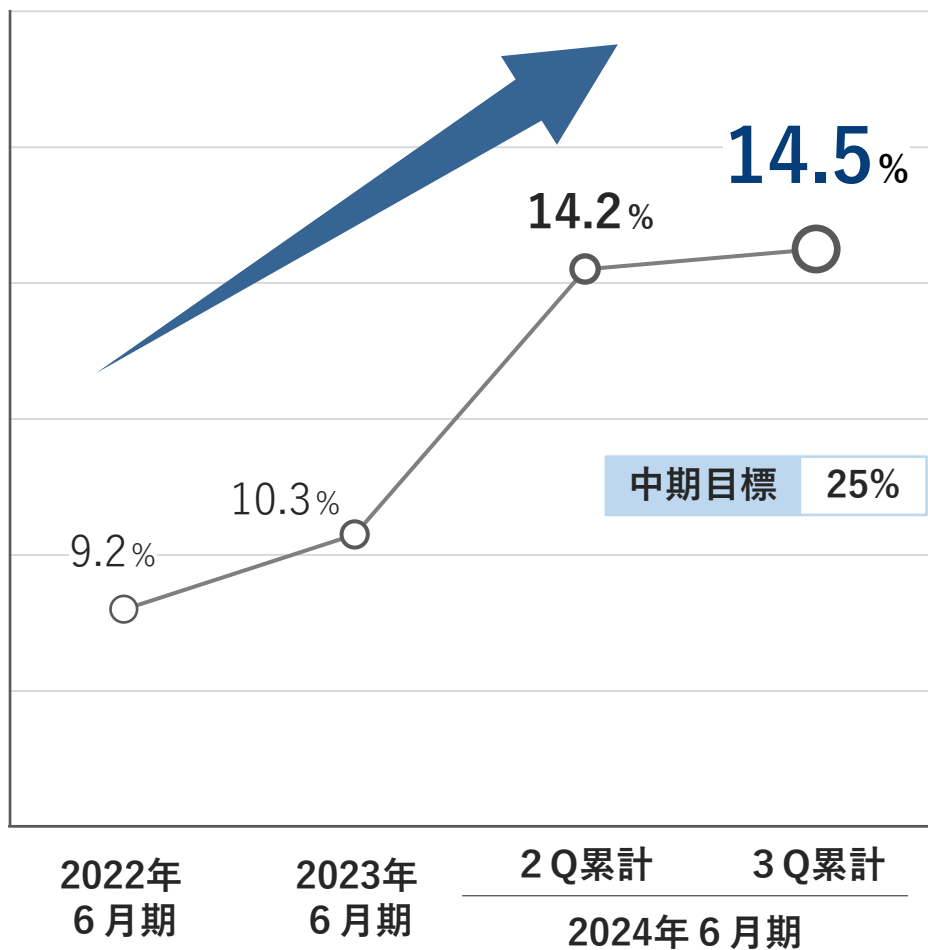
資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

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14.5%まで拡大。

## PB売上高構成比\*1の推移



※ 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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

\*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

# 販管費の内訳（3Q累計）

売上高は前年同期比10.1%増の一方、販管費は、人的資本への投資と生産性の向上を図りながら同9.4%増にコントロールし、販管費率は0.1pt改善。生鮮加工・調理の機械化や、Skip Cart活用によるレジ人時削減などが生産性の改善に寄与。人件費は同11.7%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9.9%減。

2023年7月1日～ 2024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	488,101	100.0%	537,217	100.0%	+49,116	110.1%
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>84,795</b>	<b>17.4%</b>	<b>92,747</b>	<b>17.3%</b>	<b>+7,952</b>	<b>109.4%</b>
人件費 <sup>*1</sup>	49,037	10.0%	54,769	10.2%	+5,732	111.7%
不動産費 <sup>*2</sup>	14,273	2.9%	15,515	2.9%	+1,242	108.7%
広告・販促費 <sup>*3</sup>	2,685	0.6%	2,829	0.5%	+144	105.4%
水道光熱費	7,546	1.5%	6,796	1.3%	▲ 750	90.1%
その他	11,254	2.3%	12,838	2.4%	+1,584	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」 + 「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」

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

## 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

# 販管費の内訳（3Q）

[トライアルグループ紹介](#)[経営理念・グループ概要](#)

## 3Q決算概要

[3Q業績サマリー](#)[セグメント別](#)[当期の重点戦略](#)[既存店の強化](#)[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](#)[Skip Cart](#)[連結BS・CF](#)[連結業績予想](#)[資本政策・株主還元](#)[IR活動の紹介](#)[IRポリシー・IRサイト](#)2024年1月1日～  
2024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	153,776	100.0%	173,913	100.0%	+20,137	113.1%
販売費及び一般管理費	28,449	18.5%	<b>31,498</b>	<b>18.1%</b>	<b>+3,049</b>	<b>110.7%</b>
人件費 <sup>*1</sup>	16,598	10.8%	<b>18,523</b>	<b>10.7%</b>	<b>+1,925</b>	<b>111.6%</b>
不動産費 <sup>*2</sup>	4,873	3.2%	<b>5,364</b>	<b>3.1%</b>	<b>+491</b>	<b>110.1%</b>
広告・販促費 <sup>*3</sup>	777	0.5%	<b>863</b>	<b>0.5%</b>	<b>+86</b>	<b>111.1%</b>
水道光熱費	2,495	1.6%	<b>2,189</b>	<b>1.3%</b>	<b>▲ 306</b>	<b>87.7%</b>
その他	3,706	2.4%	<b>4,559</b>	<b>2.6%</b>	<b>+853</b>	<b>123.0%</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」

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。

会員数\*1  
(2024年3月末時点)

1,022万人  
前期末から100万人増加

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

より良い  
お買い物体験を

もっと  
楽しく

もっと  
お得に

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

### 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

\*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



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。

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

### 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

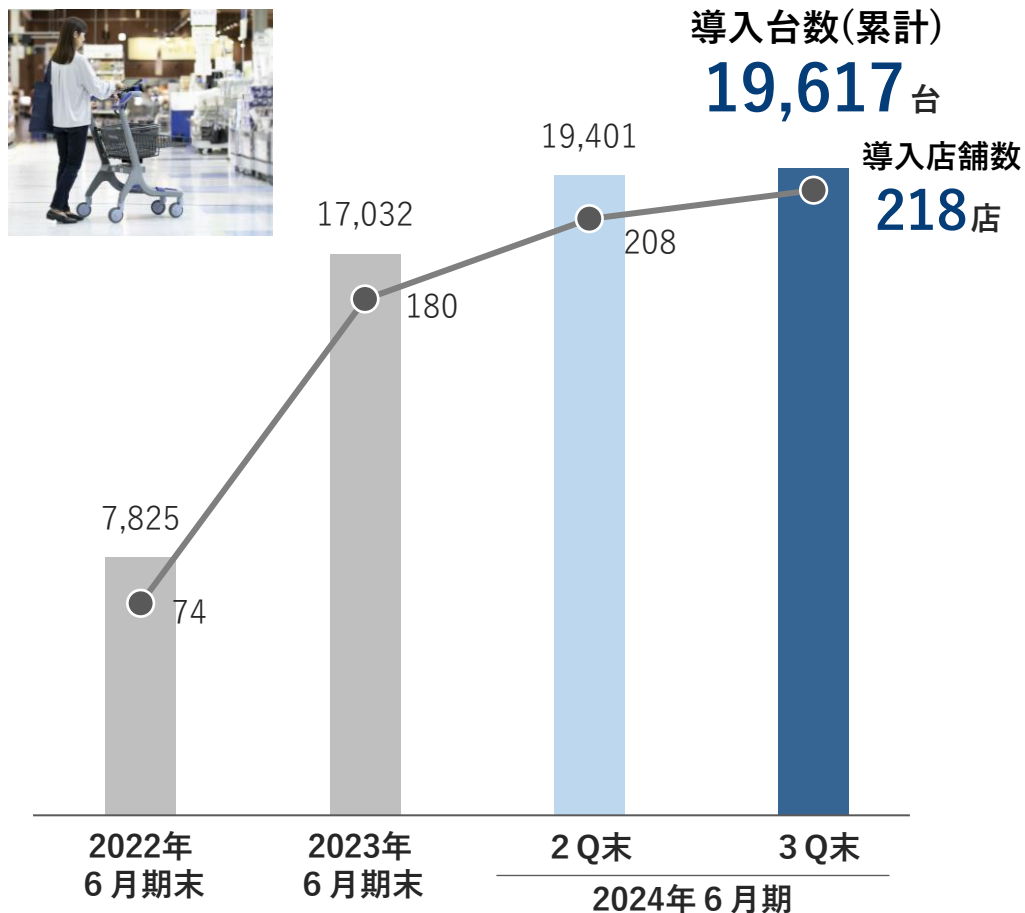
センサーでスキャン漏れを検知すると、アラートで通知



# Skip Cartによる顧客体験の向上

Skip Cartは前期末から2,585台、38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、再訪率が増加し、時間あたりの売上高も向上。

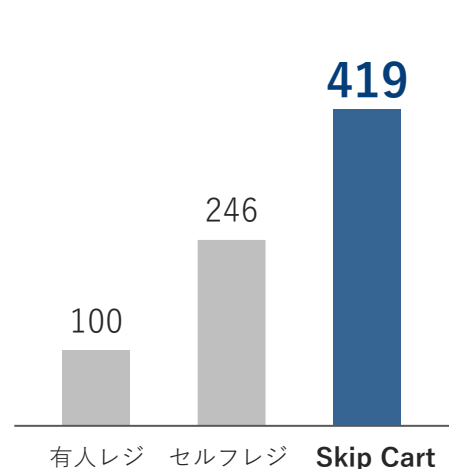
## Skip Cartの導入実績\*1



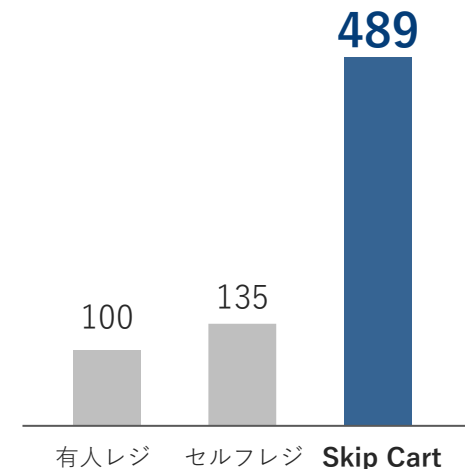
## Skip Cartの導入効果



1時間あたりの通過客数\*5  
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\*5  
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1月1日から同年12月31日の期間において、改装を伴わずにSkip Cartの導入を行った当社グループにおける九州内のスーパーセンターのうち、データを十分に取得可能な14店舗を対象として、Skip Cart導入前後120日間の来店頻度をID-POSベースで比較することで算出

\*3 マンスリーユーザー数とは、2023年12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 2023年9月25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131店舗における、2023年9月25日から同年10月1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

\*5 スーパーセンターであるアイランドシティ店の2023年4月29日から同年5月7日におけるPOSデータから算出

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

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3Q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。

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

### 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

### 連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

(百万円)	2023年6月末		2024年3月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動資産	82,114	40.9%	144,709	52.5%	+62,595
現金及び預金	23,898	11.9%	85,117	30.9%	+61,219
売掛金	974	0.5%	1,231	0.4%	+257
棚卸資産	46,388	23.1%	45,749	16.6%	▲639
固定資産	118,524	59.1%	130,667	47.5%	+12,143
有形固定資産	102,999	51.3%	112,473	40.8%	+9,474
建物及び構築物	70,201	35.0%	73,635	26.7%	+3,434
土地	18,160	9.1%	21,008	7.6%	+2,848
無形固定資産	2,682	1.3%	2,530	0.9%	▲152
投資その他の資産	12,842	6.4%	15,663	5.7%	+2,821
資産合計	200,639	100.0%	275,377	100.0%	+74,738

有利子負債<sup>\*1</sup>

17,187 百万円

(前期末差 ▲2,421 百万円)

純有利子負債<sup>\*2</sup>

▲67,929 百万円

(▲63,640 百万円)

(百万円)	2023年6月末		2024年3月末		
	実績	構成比	実績	構成比	前期差
流動負債	107,666	53.7%	141,838	51.5%	+34,172
買掛金	71,852	35.8%	100,955	36.7%	+29,103
1年内返済予定の長期借入金	4,426	2.2%	4,180	1.5%	▲246
契約負債	9,413	4.7%	9,985	3.6%	+572
固定負債	24,952	12.4%	23,117	8.4%	▲1,835
長期借入金	15,164	7.6%	12,993	4.7%	▲2,171
資産除去債務	8,011	4.0%	8,378	3.0%	+367
純資産	68,020	33.9%	110,421	40.1%	+42,401
株主資本	64,917	32.4%	107,021	38.9%	+42,104
非支配株主持分	2,134	1.1%	2,420	0.9%	+286
負債純資産合計	200,639	100.0%	275,377	100.0%	+74,738

自己資本

108,001 百万円

(+42,116 百万円)

自己資本比率

39.2 %

(+6.4 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」

[トライアルグループ紹介](#)

[経営理念・グループ概要](#)

## 3Q決算概要

[3Q業績サマリー](#)

[セグメント別](#)

[当期の重点戦略](#)

[既存店の強化](#)

[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](#)

[Skip Cart](#)

## 連結BS・CF

[連結業績予想](#)

[資本政策・株主還元](#)

[IR活動の紹介](#)

[IRポリシー・IRサイト](#)

2023年7月1日～2024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	27,432	23,898	▲ 3,534	87.1%
営業活動CF	10,080	51,662	+41,582	512.5%
投資活動CF	▲ 11,637	▲ 20,520	▲ 8,883	-
財務活動CF	▲ 3,604	30,054	+33,658	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 30	22	+52	-
現金及び現金同等物の増減額	▲ 5,192	61,219	+66,411	-
現金及び現金同等物の期末残高	22,239	85,117	+62,878	382.7%
フリーキャッシュフロー (営業CF + 投資CF)	▲ 1,557	31,142	+32,699	-

2024年3月21日に公表した通期業績予想に変更はありません

(百万円)	2023年6月期 通期		2024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
売上高	653,112	100.0%	<b>711,067</b>	100.0%	+57,955	108.9%
売上総利益	125,271	19.2%	<b>145,005</b>	20.4%	+19,734	115.8%
その他の営業収入	2,366	0.4%	<b>2,548</b>	0.4%	+182	107.7%
営業総利益	127,637	19.5%	<b>147,554</b>	20.8%	+19,917	115.6%
販売費及び一般管理費	113,673	17.4%	<b>128,978</b>	18.1%	+15,305	113.5%
営業利益	13,964	2.1%	<b>18,575</b>	2.6%	+4,611	133.0%
経常利益	14,358	2.2%	<b>19,045</b>	2.7%	+4,687	132.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,084	1.2%	<b>10,774</b>	1.5%	+2,690	133.3%

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

## 3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

## 連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

- 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)
1株当たり配当	13円	15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

トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト





# IR活動の紹介

株主・投資家の皆さまとの建設的な対話を、経営上の重要課題と位置づけ、IR活動に取り組んでまいります

## ● IRカレンダー

当社の決算期は6月末日です。四半期ごとにアナリスト・機関投資家向けの決算説明会を開催予定です。個人投資家の皆さま向けの説明会開催につきましても、検討してまいります。



## ● 沈黙期間(IR自粛期間)

決算数値等の漏洩防止を目的として、各四半期の期末日の翌日から各決算発表日までを沈黙期間(IR自粛期間)としております。この期間中は、決算・業績見通しに関する質問への回答やコメントを差し控えております。

[トライアルグループ紹介](#)[経営理念・グループ概要](#)[3Q決算概要](#)[3Q業績サマリー](#)[セグメント別](#)[当期の重点戦略](#)[既存店の強化](#)[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](#)[Skip Cart](#)[連結BS・CF](#)[連結業績予想](#)[資本政策・株主還元](#)[IR活動の紹介](#)[IRポリシー・IRサイト](#)

## ● 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」に掲載予定

<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/>

2024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6月10日  
(前年同月比: %)

種別	売上高	2023年						2024年						増減	
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月		
売上高	106.1	106.6	103.6	103.9	105.3	104.3	104.8	104.9	106.9	106.6	102.5			106.9	106.6
新規出店数	0	0	1	13	9	8	31	2	1	3	3			6	36
閉店店舗数	0	0	3	1	0	1	3	0	0	1	2			3	8
全店舗数	205	205	203	205	204	201	211	202	203	205	206			206	206

## ● 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

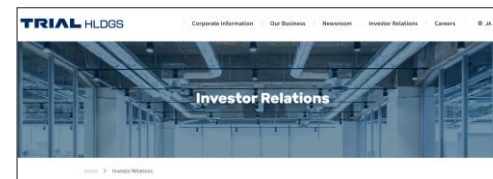
<https://trial-holdings.inc/ir/mail/>



## ● IRサイトの英語版

英語での情報開示の充実に向けて  
2024年5月1日にIRサイトの英語版を公開

<https://trial-holdings.inc/en/>



トライアルグループ紹介

経営理念・グループ概要

3Q決算概要

3Q業績サマリー

セグメント別

当期の重点戦略

既存店の強化

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

Skip Cart

連結BS・CF

連結業績予想

資本政策・株主還元

IR活動の紹介

IRポリシー・IRサイト

## ● 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)：2024年6月期 本決算

- ・2024年8月13日(火)：決算発表(決算短信の開示)
  - ・2024年8月14日(水)：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。