



2026年6月10日

		(前年同月比: %)	2025年						2026年						通期	
			7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	1月	2月	3月	4月	5月		6月
ト ラ イ ア ル	既 存 店	売上高	101.4	98.3	99.8	101.7	105.5	99.8	101.0	105.6	102.1	100.3	102.8	107.2	103.6	102.2
		客数	97.5	94.6	95.6	97.8	100.0	97.6	97.1	100.1	99.6	98.7	98.4	102.0	99.8	98.3
		客単価	104.1	103.9	104.5	104.1	105.5	102.3	104.0	105.5	102.5	101.6	104.6	105.1	103.8	103.9
	全 店	売上高	111.9	108.1	109.1	110.1	113.7	107.7	110.0	113.4	109.3	107.1	110.0	115.1	110.9	110.4
		新規出店数	5	1	1	1	5	5	18	0	4	2	3	2	11	29
		閉店店舗数	0	0	1	0	1	1	3	0	0	1	3	0	4	7
		全店舗数	357	358	358	359	363	367	367	367	371	372	372	374	374	374
西 友	全 店	新規出店数	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
		閉店店舗数	0	0	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	3
		業態転換数 (西友⇒トライアル西友)	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	2	3
		全店舗数	245	245	244	244	244	244	244	244	243	243	243	243	243	243

(環境) 当月は、晴れの日が多く月平均気温が高かったことが夏物季節商品の需要を喚起しました。休日(日曜・祝日)が前年同月と比較して2日多く、既存店売上高を約1.9pt押し上げました。  
 ゴールデンウィーク(5月1日～6日)は、惣菜を中心とした生鮮食品が売上高をけん引しました。当月の既存店売上高は107.2%、客数は102.0%となり、ともに今期最高の伸長率を記録しました。

(商品) 全商品カテゴリにおいて、既存店売上高は前年実績を上回る強い基調となりました。Groサリーは、ノンアルコールを含むビール類が好調でした。  
 デイリーは、玉子やアイスクリームに加えて、PB商品「限界まで詰めちゃいました」シリーズのフルーツゼリーやシュークリームがお客さまから支持を得ました。  
 青果は、玉ねぎやじゃがいもに加えて、りんごやアボカド、キウイフルーツが堅調に推移しました。鮮魚は、鮭の切り身やPB商品「シュリンプカクテル」、  
 精肉は、焼き肉用の牛肉や豚肉、惣菜は、名物商品「ロースかつ重」「牛ブルコギ丼」などの丼物に加え、冷やし中華・ざる蕎麦が高い成長率を記録しました。  
 非食品は、食品用ラップフィルムや家庭用ビニール手袋が伸びました。また、アウトドアレジャー用品や夏物季節家電がお客さまの需要を捉え、売上高成長に寄与しました。  
 アパレルでは、PB商品ブランド「AIRITY(エアリティ)」の夏用機能性インナーがメンズ・レディースともに貢献しました。

(店舗) ・新規出店: 2店 スーパーセンター: 山武成東店(千葉県)、若松店(福岡県)  
 ・閉店: 0店 ・改装リニューアルオープン: 2店(うち1店舗においては、大幅な増床を伴う改装を実施し、店舗フォーマットをsmart業態からスーパーセンター業態へ転換しました)

※ 売上高の前年同月比はPOSデータに基づいた速報値であり、決算数値と異なる可能性があります。

※ 概況コメント欄の天候は、トライアルの店舗が多く所在する福岡県を中心に記載しております。

※ 「Groサリー」は菓子類などの加工食品、「デイリー」は卵や乳製品などの日配品、「フレッシュ」は生鮮四品(青果・精肉・鮮魚・惣菜)、「生活」は日用消耗品などの家庭用品、

「ハード」は家電製品などの耐久性商品、「アパレル」は衣料品を示しております。

※ 西友の既存店及び全店売上高の前年同月比は、2026年7月度(2027年6月期)から開示予定です。