



2026年8月10日

(前年同月比：%)		2026年									2027年									通期
		7月	8月	9月	1 Q	10月	11月	12月	2 Q	上期	1月	2月	3月	3 Q	4月	5月	6月	4 Q	下期	
トライアル	既存店	売上高	104.0																	
		客数	102.0																	
		客単価	101.9																	
	全店	売上高	110.6																	
		新規出店数	2																	
		閉店店舗数	0																	
		全店舗数	380																	
西友	既存店	売上高	108.9																	
		客数	110.5																	
		客単価	98.6																	
	全店	売上高	107.4																	
		新規出店数	0																	
		閉店店舗数	0																	
		全店舗数	243																	
		業態転換数(西友⇒トライアル西友)	1																	

(環境) 当月上旬は、前年と比べて梅雨明けが遅かったことにより、曇りや雨の日が多く見られました。トライアルと西友の統合1周年を記念した「総力祭」セール(6月25日～7月5日)は、悪天候の影響を受けながらも、売上高成長を支えました。中旬以降は、全国的に晴れの日が増え、厳しい暑さが続きました。7月28日に「令和8年熊本地震」が発生し、トライアル3店舗が現在も臨時休業中です。

(トライアル) 生鮮を中心とした食品が好調に推移し、既存店売上高は4.0%増と、7ヵ月連続増収を達成しました。グロスリーは、調味料やレトルト商品、デイリーは冷凍食品の Pasta やフルーツ、新作PB商品の菓子パン「さっくり×2!! ふんわり?! メロンデニッシュ」が好調に推移しました。西友のPB商品のみなさまのお墨付きでは、「北海道バター」が支持されました。フレッシュは、青果の葉物野菜や鮮魚のPB商品「6種の天然だし仕込み 匠の銀鮭」、精肉の若鶏のモモ肉やムネ肉、惣菜の「ロースかつ重」や「たっぷり玉子サンド」が売上高に寄与しました。土用の丑の日が休日と重なり、うなぎ関連の商品が売上高成長に貢献しました。非食品は、気温上昇を背景に冷感インナーや夏物季節家電がプラスで推移しました。

(西友) お客さま起点の売り場づくりを進めるなかで「価格」と「価値」を訴求したトライアルのPB商品などが着実に来店動機を促し、既存店の客数2ケタ増および売上高8.9%増に寄与しました。グロスリーは、ヨーグルトや納豆などの定番商品が伸長しました。フレッシュは、青果はきゅうり・トマトなどの夏野菜やバナナ・パイナップルなどの輸入果物、鮮魚は刺身やトライアルのPB商品「Wだしのきいた辛子明太子」が売上高を押し上げ、精肉は焼肉用の国産牛、惣菜はトライアルの名物商品「ロースかつ重」が貢献しました。

(店舗) ・新規出店：2店 スーパーセンター：石巻店(宮城県)、本巣店(岐阜県) ・閉店：0店 ・業態転換：1店 トライアル西友：浦安店(千葉県) ・改装リニューアルオープン：1店

※ 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。

※ 「グロスリー」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。

※ 「トライアル西友」への業態転換店は、西友の店舗として集計しており、西友の合計店舗数に増減はありません。