



2025年9月10日

			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
(前年同月比：%)															
ト ラ イ ア ル	既 存 店	売上高	101.4	98.3				99.8							99.8
		客数	97.5	94.6				96.0							96.0
		客単価	104.1	103.9				104.0							104.0
	全 店	売上高	111.9	108.1				109.9							109.9
		新規出店数	5	1				6							6
		閉店店舗数	0	0				0							0
	全店舗数	357	358				358							358	
西 友	全 店	新規出店数	0	0				0							0
		閉店店舗数	0	0				0							0
		全店舗数	245	245				245							245

概況コメント

(環境) 当月は晴天の日が多く、35度を超える猛暑日が目立ちました。一方、月前半には記録的な大雨により6店舗が一時閉店、1店舗が2日間閉店しております。休日(日曜日)が前年同月より1日多く、既存店売上高を0.9ポイント押し上げました。一方で、昨年の高いハードル(既存店売上高9.3%増/客数5.8%増)の反動に加え、粗利率上昇施策の影響で客数が減少しましたが、客単価の上昇が下支えとなり、既存店売上高はマイナスながらも想定範囲内の着地となりました。

(商品) 前年同月に飲料や保存性食品のまとめ買いや防災用品などの特需があり、売上高が急伸した反動減が見られました。生鮮や惣菜は底堅く支持されました。食品は、グロスアリーは、缶詰やカップ麺などの加工食品、飲料が軟調でした。デイリーは、冷凍食品や卵が伸長しました。フレッシュは、お盆の需要を捉えて、寿司やオードブルが好調でした。また、名物商品「ロースかつ重」などの丼物に加え、導入店舗を拡大した店内加工の惣菜パンが貢献しました。非食品は、カセットコンロや電池、住居補修用品に反動減がありましたが、ハードは寝具、ソフトは半袖Tシャツなどの夏物季節商品が好調に推移しました。

(店舗) ・8月度の新規出店：1店 smart：東長崎店(長崎県)
 ・8月度の閉店：0店 ・8月度の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。

※ 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。

※ 「グロスアリー」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。