

イオン九州株式会社
マックスバリュ九州株式会社
イオンストア九州株式会社
合併契約締結について

2020年4月10日

イオン九州株式会社	柴田祐司
マックスバリュ九州株式会社	佐々木勉
イオンストア九州株式会社	平松弘基

イオン九州、イオンストア九州合併契約の締結

イオン九州を吸収存続会社、イオンストア九州を消滅会社とする、吸収合併契約

基本合意書締結日	2018年10月10日
合併に関する取締役会決議日（イオン九州、イオンストア九州）	2020年4月10日
合併契約締結日（イオン九州、イオンストア九州）	2020年4月10日
定時株主総会における合併契約承認決議日 （イオン九州、イオンストア九州）	2020年5月14日（予定）
合併の効力発生日	2020年9月1日（予定）

会社名	イオン九州 （吸収合併存続会社）	イオンストア九州 （吸収合併消滅会社）
合併に係る割当ての内容	1	2,262

採用手法		合併比率の算定レンジ
イオン九州	イオンストア九州	
SMBC日興証券 DCF法	SMBC日興 DCF法	1,309.97~4,539.57

イオン九州、マックスバリュ九州合併契約の締結

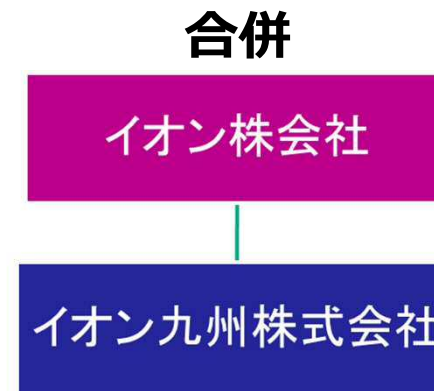
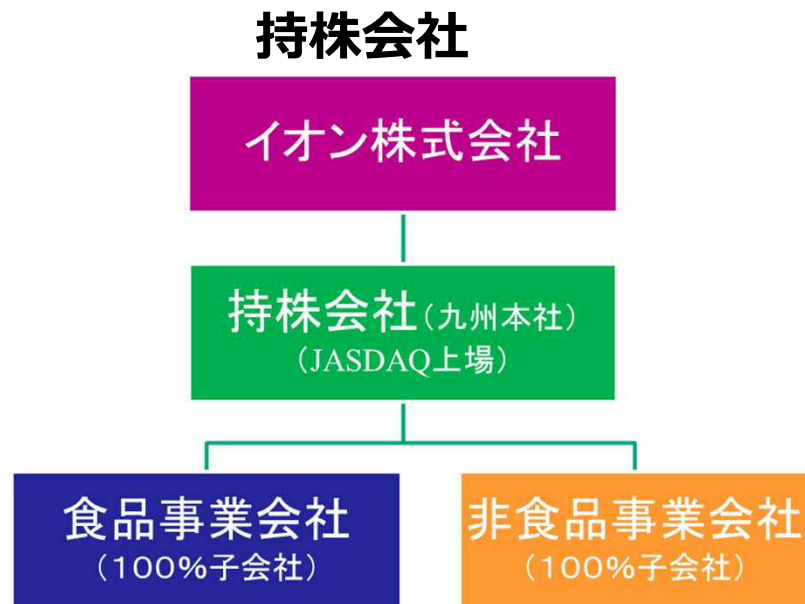
イオン九州を吸収存続会社、マックスバリュ九州を消滅会社とする、吸収合併契約

基本合意書締結日（イオン九州、マックスバリュ九州）	2018年10月10日
合併に関する取締役会決議日（イオン九州、マックスバリュ九州）	2020年4月10日
合併契約締結日（イオン九州、マックスバリュ九州）	2020年4月10日
定時株主総会における本合併契約承認決議日 （イオン九州、マックスバリュ九州）	2020年5月14日（予定）
最終売買日（マックスバリュ九州）	2020年8月27日（予定）
上場廃止日（マックスバリュ九州）	2020年8月28日（予定）
合併の効力発生日	2020年9月1日（予定）

会社名	イオン九州 （吸収合併存続会社）	マックスバリュ九州 （吸収合併消滅会社）
合併に係る割当ての内容	1	1.5

採用手法		合併比率の算定レンジ
イオン九州	マックスバリュ九州	
SMBC日興証券 市場株価法		1.02～1.12
アーク 市場株価法		1.015～1.123
SMBC日興証券 DCF法		1.49～4.02
アーク DCF法		1.625～2.640

持株会社方式から合併方式への変更



【メリット】

- ・各事業会社が専門性を持った会社運営

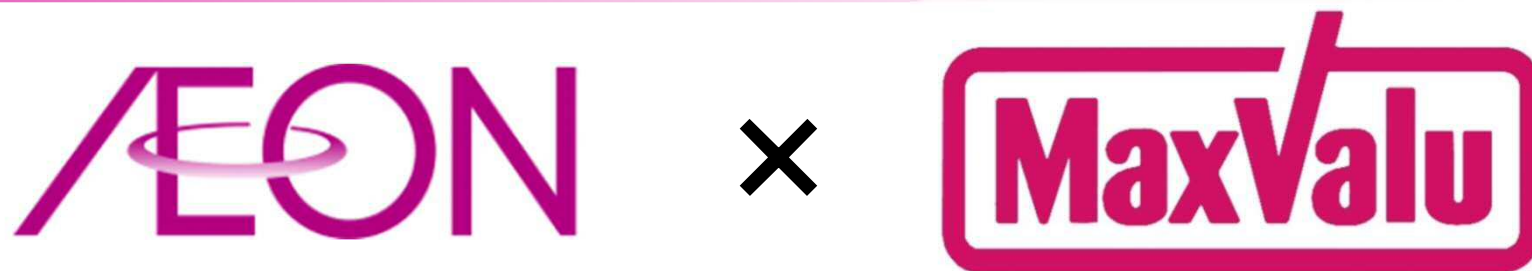
【デメリット】

- ・ SC内での売場運営やスタッフ機能の重複
- ・ システム、IT投資の重複が発生
(2社統一の仕組み構築は課題が多い)
- ・ 人材の最適配置、知見の共有ができない
- ・ 物流コスト低減に繋がらない

持株会社とした際に発生する デメリットを解決、解消できる

- ・ 重複して発生するコストを集約し、経営資源を最適に配分することが可能
- ・ 意思決定、システム構築に掛かる時間を短縮し直ぐにスピードをもって実行できる

新生 イオン九州のビジョン（仮）



新たなことに果敢に
挑戦する企業集団

継続して利益を出し続け
社会的責任を果たす企業

【革新的な企業集団への挑戦】

【信頼される企業への挑戦】

Living with JOY in 九州

- ・私たちが営む九州という地で、お客さまの「生きるよろこび」を提供し続ける企業
- 九州のお客さまに「商品」「サービス」などを通して、新しい楽しい衣食住を創造
- ・ベースの考え方は、「サステイナブル（持続性）」

新生 イオン九州の目指す姿

【お客さま】【従業員】【お取引先さま】【株主さま】
全てに満足を提供できる企業を目指します

【お客さま】

九州の生活インフラ

- ・多面的な店舗展開
- ・毎日の“食”の満足提供
- ・“ヘルス&ウェルネス”強化
- ・“ラストワンマイル”強化
- ・地域コミュニティの場
- ・“モノ”“コト”“サービス”の融合

【従業員】

働きやすい企業No.1

- ・教育の機会拡大
- ・システム化の推進
- ・ダイバーシティ経営
- ・人事制度改革



【お取引先さま】

九州の地で互いに成長

- ・地域P B・L Bの発掘・拡大
- ・“ラストワンマイル”強化
- ・サービス事業の拡大
⇒F C事業による連携

【株主さま】

企業価値の最大化実現

- ・九州No.1企業ブランド確立

【地域・行政】

地域密着No.1企業へ

- ・行政との“まちづくり”連携強化

新生 イオン九州で実現すること

改革の方向性

SM改革

GMS改革

デジタル改革

収益力・成長性

経営統合により実現すること

商品調達力→価格訴求力の強化

商品開発力→地場商品・地域PB発掘

物流インフラ整備→利益率・収益力改善

組織のスリム化→現場への人員シフト

人財育成→接客力強化・専門店化推進

コト消費・サービス強化→顧客体験(CX)

システム投資→ストアデジタル化・効率化

「食」のニーズを満たす
『フードソリューション企業』

衣料品・住関連商品
専門店の集合体

SM改革 地域密着の深耕ビジネスモデルの変革→地域に最も貢献する企業へ

食を取り巻く環境の変化に対応

低価格志向・ローカル・ナチュラル

オーガニック・ヘルス&ウェルネス

4
フ
ォ
ー
マ
ツ
ト
で
対
応

ライフスタイル型（複合大型SSM）

フードスタイル型（標準SSM）

エクスプレス型（小型SM）

ザ・ビッグ（ディスカウント型SM）

【食品事業改革推進】

① ライフスタイル型、

フードスタイル型店舗の
確立

- 1,来店動機に繋がる差別化策の実施
- 2,オーガニックなどの健康志向への対応強化
- 3,ローカル商品と自社PB商品の拡大
- 4,物流コストの削減

② 異業種

（ディスカウント・ドラッグ）
への対応確立

- 1,異業種への対応フォーマットの確立
- 2,ローコスト経営可能なフォーマット確立
- 3,チーム運営（経営）の実践と拡大
- 4,物流コストの削減

③ IT・ストアデジタルの推進

お客さまの利便性向上

- 1,購買履歴からOne To One商品の提案
- 2,お客さまの注文、受取、配送への柔軟対応

④ 食に関する新規事業の推進

- 1,売場の有効活用による食の提案型アンテナショップの推進、
イートインコーナーの改新
- 2,話題性や流行にタイムリーに対応

GMS改革

最も支持される商品・サービスの提供 収益力のあるビジネスへの変革
経営の複雑性からの脱却 → 商品を基軸にした新たなモデルへ



ホームコーデイ(HC)



グラムビューティー(GB)



インナーカジュアル(IC)



キッズリパブリック(KR)



パンドラ

【専門店化の推進】
★九州No1のシェアの確保
①エリアNo.1の『強い専門店』の集積
②多様化するライフスタイルの提案



サイズショップ



雑貨



トラベル



スポジウム



ビジネス

3社一体となって、足元の難局を打開する

コロナウィルスの感染が拡大し、緊急事態宣言が福岡県にも発令された今こそ、3社が一緒になり、この難局を打開する必要があります。

本経営統合を通じて、これまで以上に地域に根ざし、お客さまにご支持を頂ける、

『九州でNo.1の信頼される企業』

の実現に努めてまいります。

The AEON logo is centered on the page. It features the word "AEON" in a bold, purple, sans-serif font. A purple ring with a 3D effect is positioned around the letter "E". The logo is set against a light purple rectangular background.

AEON