

2023年2月期(2022年度)

決算説明会



イオン九州株式会社

(証券コード 2653)

2023年4月12日(水)

1. 2023年2月期(2022年度) 決算概要

2. 2024年2月期(2023年度) 経営方針

1. 2023年2月期(2022年度) 決算概要

2. 2024年2月期(2023年度) 経営方針

通期業績は、当初計画を上回り過去最高を更新

- 収益認識に関する会計基準等の適用影響はあったものの、営業収益、各段階利益は過去最高を更新
- 利益剰余金の増加により純資産は前期末に比べて増加、自己資本比率も上昇

(単位:百万円)	2023/2期		2022/2期	
	実績	前期比	実績	前期比
営業収益	484,466	—	481,199	138.2%
営業利益	8,330	147.1%	5,663	180.4%
経常利益	8,829	147.3%	5,994	177.7%
当期純利益	4,672	168.7%	2,770	139.5%
総資産	158,189	+292百万円	157,896	
純資産	46,291	+4,248百万円	42,043	
自己資本比率	29.2%	2.6pt改善	26.6%	

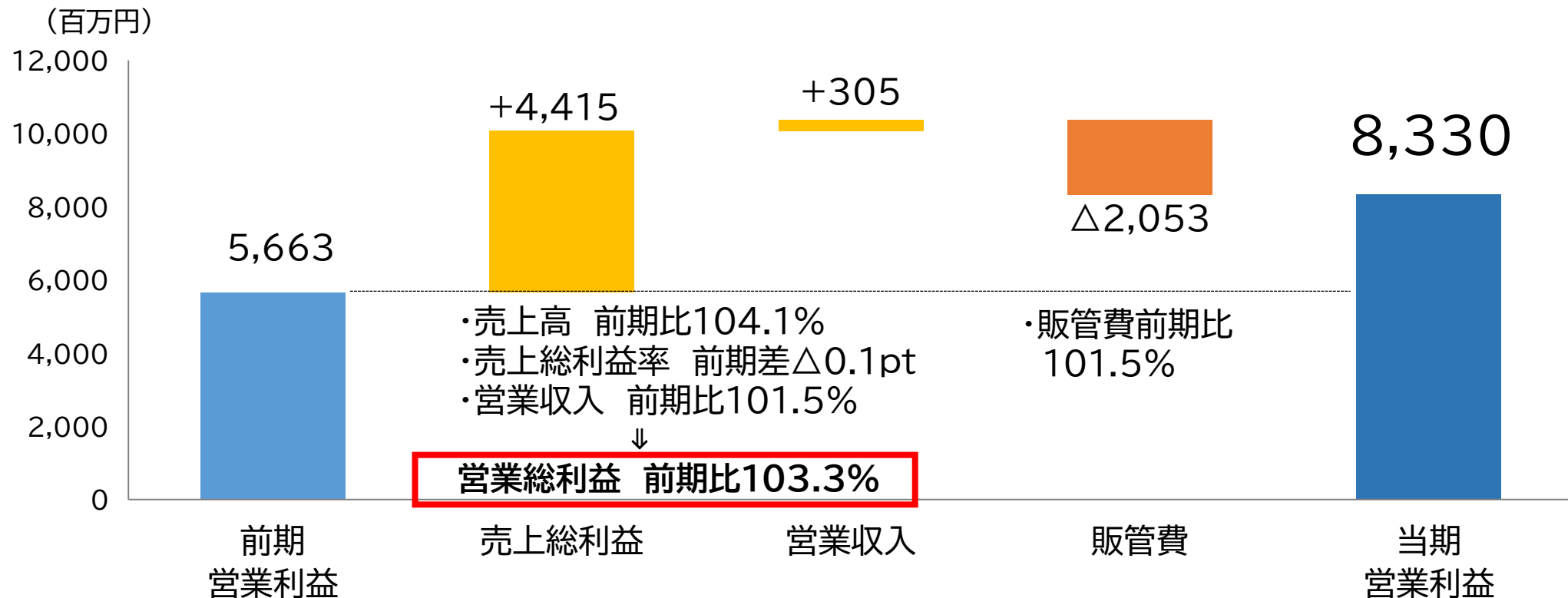
収益認識に関する会計基準等適用影響があったものの増収・増益で着地

- 売上高・売上総利益・営業収入ともに前期を上回り増収確保
- 販管費は高騰する電気代影響で増加も、前期比101.5%にとどめ、売上比では0.8pt改善

(単位:百万円)	2023/2期				2022/2期	
	実績	会計基準変更による影響額	旧会計基準実績	前期比(売上比)	実績	売上比
営業収益	484,466	△15,916	500,382	104.0% (—)	481,199	—
売上高	459,422	△20,380	479,803	104.1% (100.0%)	460,925	100.0%
売上総利益	119,164	△6,385	125,549	103.6% (26.2%)	121,134	26.3%
営業収入	25,043	+4,464	20,579	101.5% (4.3%)	20,274	4.4%
販管費	135,877	△1,920	137,798	101.5% (28.7%)	135,745	29.5%
営業利益	8,330	±0	8,330	147.1% (1.7%)	5,663	1.2%

会計基準変更の影響を除くと、増益要因はトップラインの増加によるもの

- 売上高 主力部門の食品が堅調、衣料品・住居余暇商品の売上回復により前期比104.1%
- 売上総利益率 前年同期差 $\Delta 0.1$ pt低下も売上総利益は前期比103.6%
- 営業収入 駐車場やSCスペースを活用した物販催事を積極展開し前期比101.5%
- 販管費では、生産性向上の取り組み等により高騰する電気代の影響を抑え、前期比101.5%



主力のSM・DS、GMSセグメントの売上が好調に推移

- SM・DS、GMS 売上構成比の高い食品が好調継続、衣料品・住居余暇商品の売上回復
- HC 巣ごもり需要の反動影響はあったものの、強化してきた園芸・ペット・DIY関連売上が伸長
- その他 サイクル事業・FC事業ともに売上伸長。一方で、旧ワイドマート店舗閉鎖影響あり

(単位:百万円)	2023/2月期				2022/2期	
	売上高	会計基準変更による影響額	旧会計基準売上高	前期比(構成比)	売上高	構成比
SM・DS、GMS	438,568	△19,242	457,811	104.2% (95.4%)	439,251	95.3%
HC	18,381	△628	19,010	104.4% (4.0%)	18,207	4.0%
その他	2,472	△510	2,982	86.4% (0.6%)	3,450	0.7%
合計	459,422	△20,380	479,803	104.1% (100.0%)	460,925	100.0%

SM・DS業態及びGMS食品の売上が好調に推移

- SM・DS 新店(前期及び当期合わせて8店舗)効果及び改装店舗中心に売上高は増加
- GMS 行動制限の緩和等により大型店舗の客数が増加し、売上伸長
衣料品・住居余暇商品の売上はコロナ前水準には未達も、食品は継続して伸長

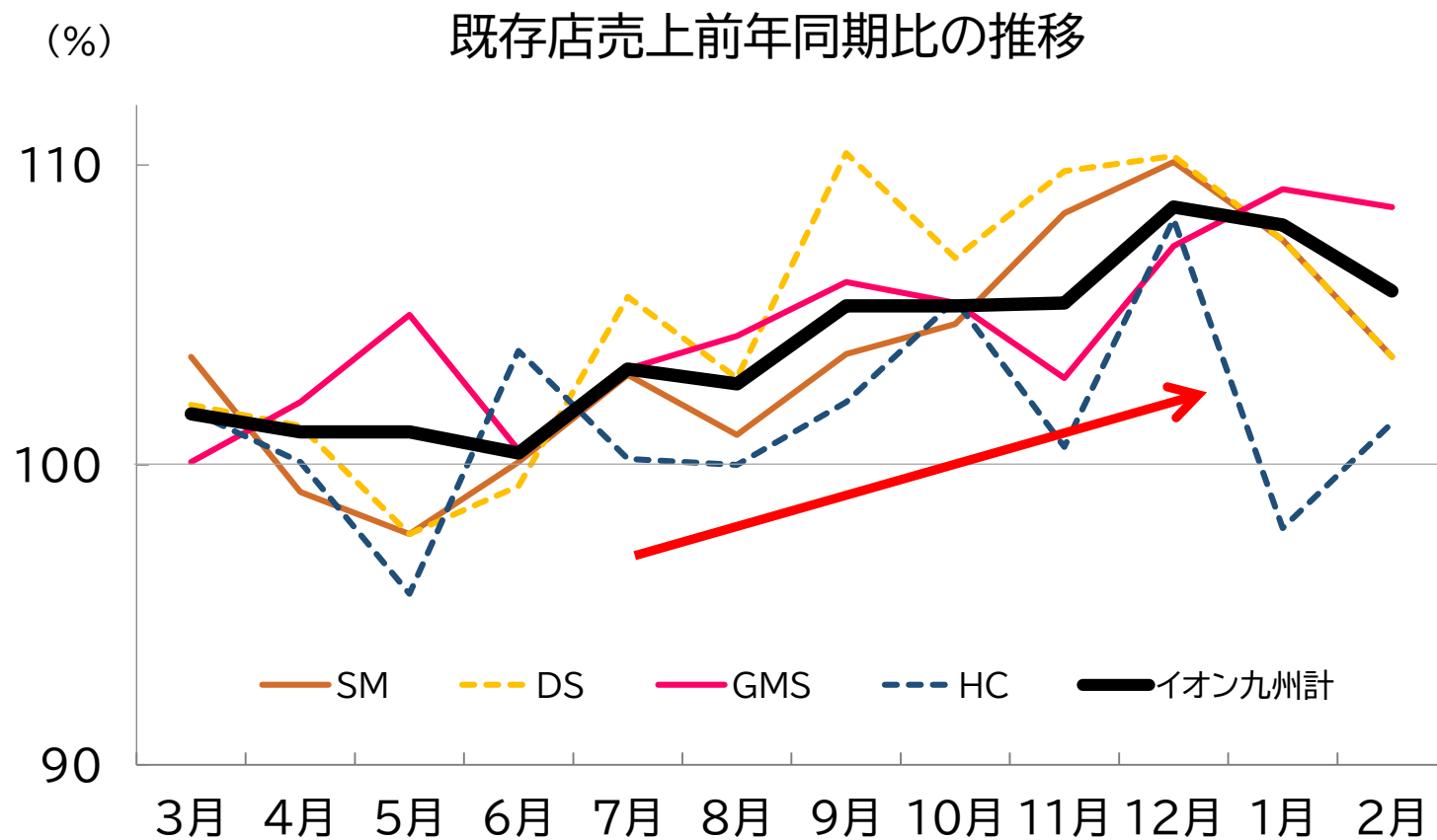
◆SM・DS、GMSセグメントの内訳

(単位:百万円)	2023/2期			2022/2期	
	旧会計基準 売上高	構成比(※)	前期比	売上高	構成比
SM・DS	225,044	46.9%	105.2%	213,990	46.4%
GMS	232,766	48.5%	103.3%	225,260	48.9%
衣料品	43,705	9.1%	102.4%	42,686	9.3%
食品	151,313	31.5%	103.4%	146,400	31.8%
住居余暇商品	37,714	7.9%	104.4%	36,140	7.8%
SM・DS、GMS計	457,811	95.4%	104.2%	439,251	95.3%

※構成比は、会社計売上高に対する割合を表しています。

コロナ影響が長期化するなかで、既存店の売上は全業態で前年を上回る

- 新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増減を繰り返す中、行動制限の緩和等によりGMS伸長
- 5月は前年の反動影響があったものの、マルチフォーマット展開が奏功し年間を通じて好調に推移

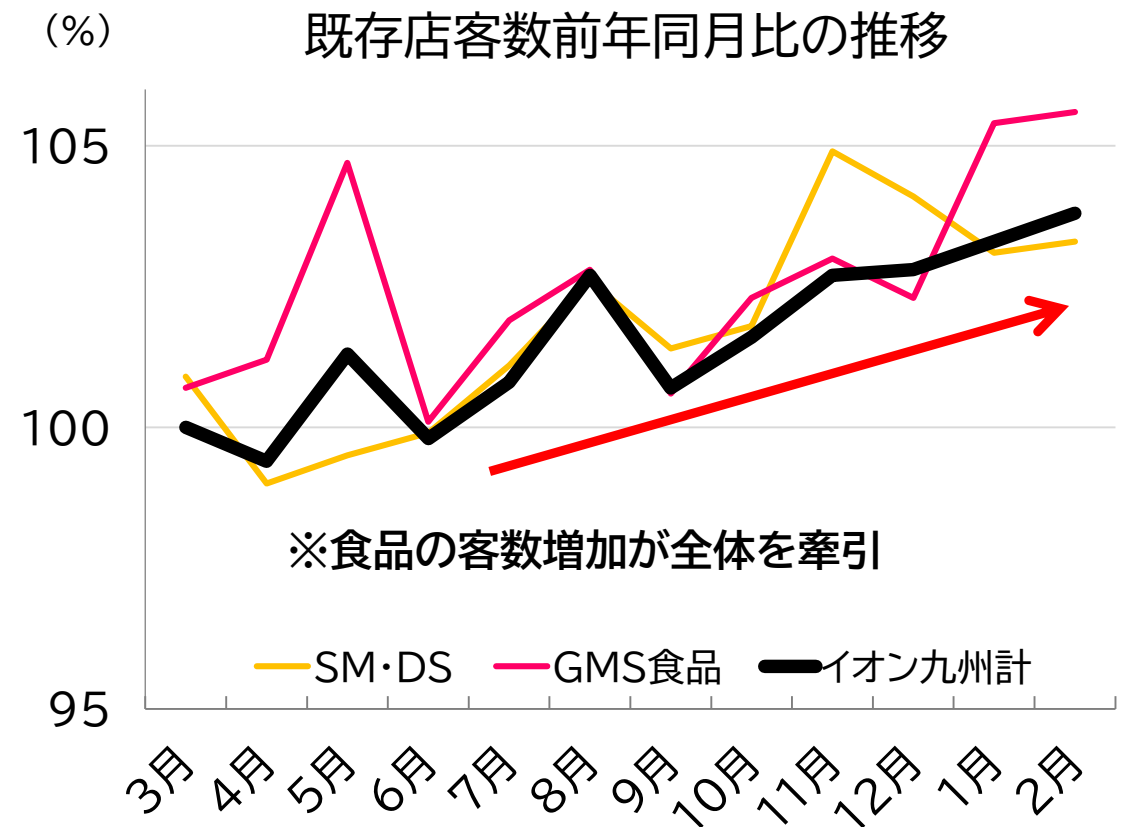


	2023/2期 既存店売上 前期比
SM	103.6%
DS	104.9%
GMS	104.6%
衣料品	107.9%
食品	104.4%
住居余暇商品	101.9%
HC	101.5%
その他	107.2%
合計	104.1%

物価上昇の中、荒利率影響を△0.1ptに抑え、荒利益高前期比103.6%

- 食品 NB商品の値上げが相次ぐ中、生活応援施策を強化しつつ、総菜・冷凍食品の品揃えを拡充
- 衣料品・住居余暇商品 比較的利益率が高い服飾雑貨、トラベル、医薬品部門の売上伸長

	2023/2期	
	旧会計基準 荒利率	前期差
SM・DS	23.9%	△0.2pt
GMS	28.2%	0.0pt
衣料品	36.3%	+0.6pt
食品	25.0%	△0.3pt
住居余暇商品	31.4%	+0.4pt
HC	30.7%	+1.0pt
その他	36.4%	△1.4pt
会社計	25.9%	△0.1pt



今後の成長に向けた投資を実行、生産性向上で販管費率は0.8pt改善

- 人件費 セルフレジ、レジゴー導入によるレジのスマート化及び電子棚札導入等による生産性向上
- 販促費 新聞折り込みチラシを削減し、イオン九州アプリを活用した販促施策を推進
- 設備費 高騰する電気代影響(水道光熱費前期比120.0%)の一方で、その他経費の低減

(単位:百万円)	2023/2期				2022/2期	
	実績	会計基準変更による影響額	旧会計基準実績	前期比(売上比)	実績	売上比
販管費合計	135,877	△1,920	137,798	101.5% (28.7%)	135,745	29.5%
人件費	64,899	0	64,899	100.4% (13.5%)	64,669	14.0%
販促費	13,319	△1,920	15,240	103.4% (3.2%)	14,745	3.2%
設備費	48,454	0	48,454	102.6% (10.1%)	47,233	10.2%
一般費	9,203	0	9,203	101.2% (1.9%)	9,097	2.0%

新規出店、既存店活性化等設備投資の実施額77億91百万円

- 総資産 流動資産が増加した一方で、減価償却費及び減損損失の計上により固定資産が減少
- 負債 有利子負債が減少

(単位:百万円)	2023/2期末			2022/2期末	
	実績	構成比	増減額	実績	構成比
総資産	158,189	100.0%	+292	157,896	100.0%
流動資産	47,806	30.2%	+1,584	46,221	29.3%
固定資産	110,383	69.8%	△1,291	111,675	70.7%
負債	111,897	70.7%	△3,955	115,853	73.4%
流動負債	78,385	49.6%	△3,447	81,832	51.8%
固定負債	33,511	21.2%	△508	34,020	21.5%
純資産	46,291	29.3%	+4,248	42,043	26.6%
利益剰余金	30,446	19.2%	+3,980	26,465	16.8%
その他	15,845	10.0%	+268	15,577	9.9%
有利子負債	30,225	19.1%	△6,820	37,045	23.5%

フリーキャッシュフローは+71億50百万円

- 営業CF 好調な業績を背景に+145億29百万円(※前期は銀行休業日影響あり)
- 投資CF 新規出店及び既存店活性化投資等で△73億78百万円
- 財務CF 有利子負債の返済等で△75億15百万円

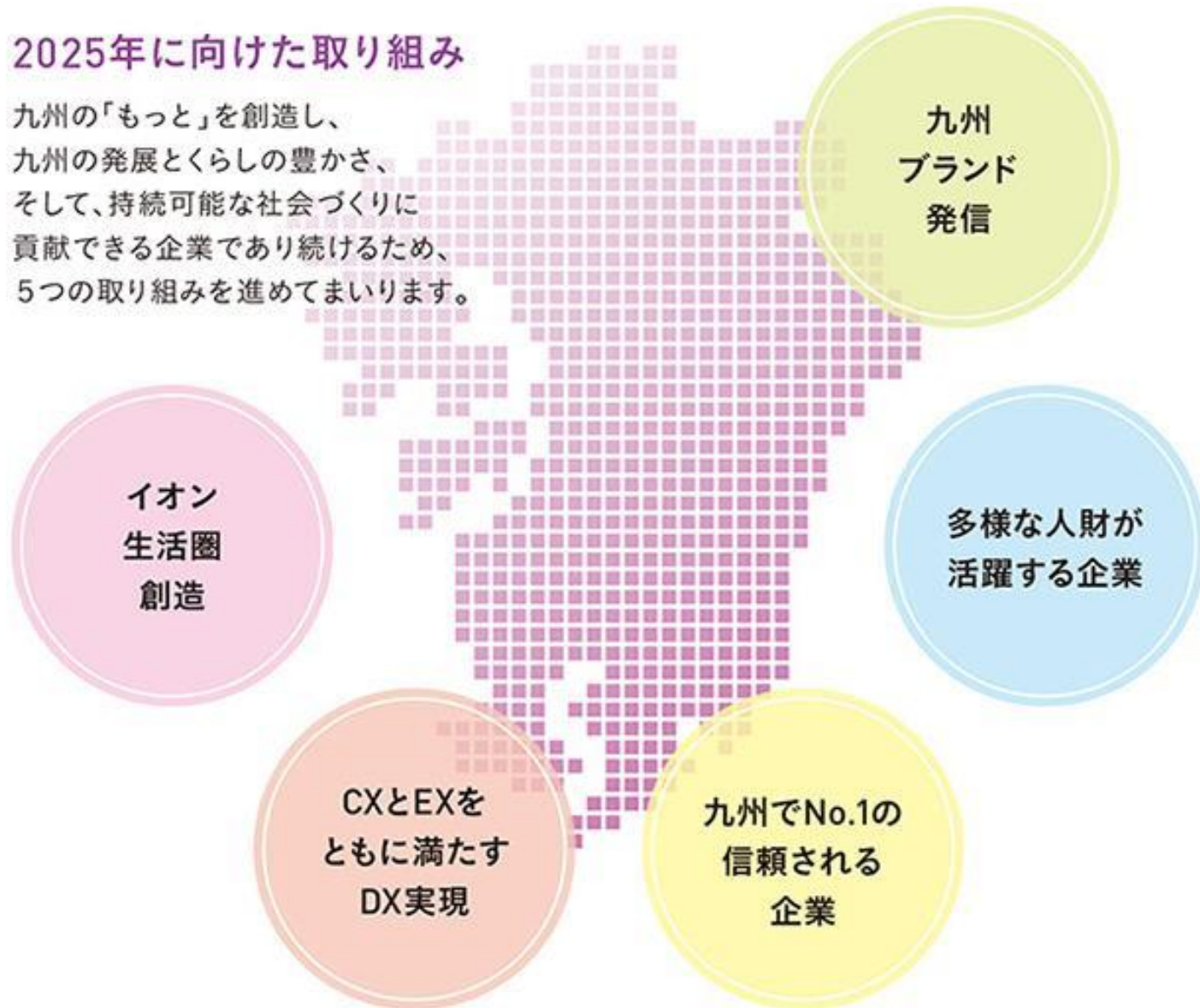
(単位:百万円)	2023/2期	2022/2期
営業活動によるCF	14,529	△777
税引前四半期純利益	6,431	2,426
減価償却費	6,618	6,678
その他	1,479	△9,883
投資活動によるCF	△7,378	△4,039
有形固定資産の取得	△7,194	△6,338
その他	△183	2,299
財務活動によるCF	△7,515	172
有利子負債	△6,820	696
その他	△695	△523

1. 2023年2月期(2022年度) 決算概要

2. 2024年2月期(2023年度) 経営方針

2025年に向けた取り組み

九州の「もっと」を創造し、九州の発展とくらしの豊かさ、そして、持続可能な社会づくりに貢献できる企業であり続けるため、5つの取り組みを進めてまいります。



・SM(食品)改革

地域商品開発、都市型小型店、PC機能拡充

・GMS(衣料、住居余暇商品)改革

専門店化推進、SNS活用、Eコマース強化

・HC再成長

ディスティネーション構築、ワイド便推進

・DX推進

CXとEXをともに満たすDX推進

・新業態、新事業開発

・人財育成、組織改革

・サステナブル、環境保全・社会貢献

持続可能な社会の実現に向け、取り組み継続

ありたい姿の実現に向け、成長のための事業基盤を確立

成長戦略

- 小型SM「マックスバリュエクスプレス」出店による都市部マーケットシェア拡大
- 新業態「ウエルシアプラス」出店開始
- 小型フォーマットの高速出店を支えるマイクロPCエリア体制構築
- リアル店舗＋EC・ネットスーパー・移動販売による顧客関係強化

収益力向上

- 商品開発力の強化(オリジナル商品開発で他社との差別化)
- お客さまニーズを捉えた部門・売場構成の見直し、ラインロビング
- 専門性の追求、新たなMD導入による新規顧客の取り込み
- DX活用と働き方の見直しによるオペレーションコストの低減と生産性向上
- 資産の有効活用

サステナブル経営

- 事業活動を通じた環境保全・社会貢献活動の推進
- 次代を担う子どもたちにSDGsを身近なものとして考える場を提供
- 従業員一人ひとりが心身ともに健康で、個々の能力を発揮し、イキイキと活躍し続けることができる職場環境づくり
- 個社の枠組みを超えた他社及び地域との協働を推進
- 再生可能エネルギーの活用を推進

今後の成長に向けて、23年度は210億円の設備投資を計画

■2023年度投資計画(単体)

	総投資(億円)	内容
新店投資	42	GMS1店舗、SM5店舗等
既存店活性化投資	25	GMS8店舗、SM8店舗等
DX投資	30	EC・ネットスーパー拡大、セルフレジ・電子棚札導入店舗拡大
営繕投資	68	大規模改修、インフラ投資等
その他投資	45	不動産取得等
計	210	



KASHIIHAMA Bay Bridge

～東部地域の交流拠点として、地域社会の発展と生活文化の向上に貢献するために～

「いざ子ども 香椎の淵に 白たへの 袖さへ濡れて 朝菜摘みてむ」
 遙か1300年も昔、香椎の海辺で詠まれた歌が、
 日本最古の歌集である万葉集に収められています。
 その後、まちは海側へ大きく広がり、
 高層マンションが立ち並ぶ壮麗な景色へと格変わりましたが、
 思い思いに海辺を楽しむ人々の姿は今も昔も変わりません。
 今回の計画は、そんな思い思いに香椎浜を楽しむ人々が集い、
 新たな「つながり(交流)」が生まれる架け橋「Bridge」となる開発を目指します。

福岡市 東部地域の交流拠点として
様々なつながりが生まれる場へ

海の串通 - 五箇島
リゾートエリア

香椎 - 手塚
エリア

アイランド
シティ

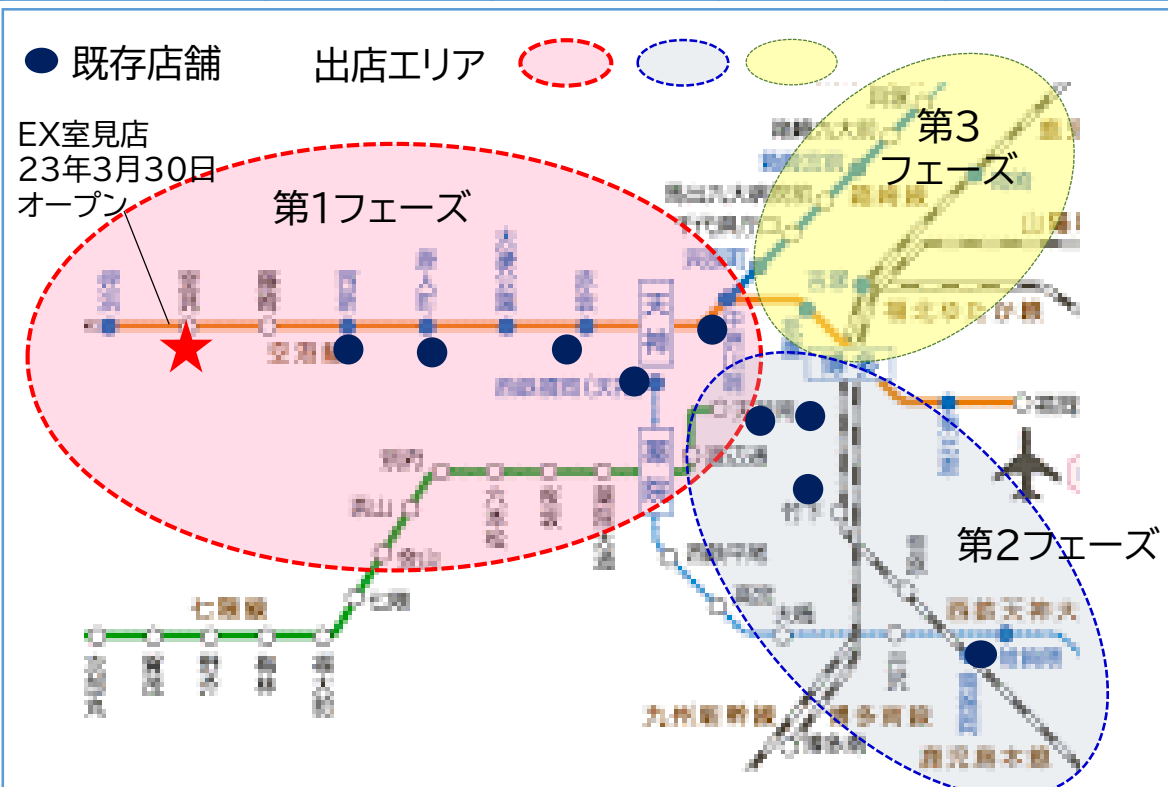
香椎浜エリア

福岡高速6号線(アイランドシティ線)事業用跡地事業の事業者を選定

福岡市都市部へのエクスプレス出店によるマーケットシェア拡大

- エクスプレス店舗の定義を見直し、都市型小型フォーマットを確立
- 今後3年間で50店舗体制を目指す

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
出店数	1店舗	3店舗	12店舗	26店舗
期末店舗数	9店舗	12店舗	24店舗	50店舗



マックスバリュエクスプレス室見店 2023年3月30日オープン



キャッシュレスレジ・セルフレジ拡大

イオンウエルシア九州(株)における新フォーマット出店開始

- 地域の健康ステーションとしてお客さまのWell-beingの実現をお手伝いする
- 調剤併設型ドラッグストアと生鮮食品を揃えたスーパーマーケットの融合
- 今後3年間で50店舗体制を目指す



ウエルシアプラス大野城若草店:4/6オープン



調剤薬局を併設



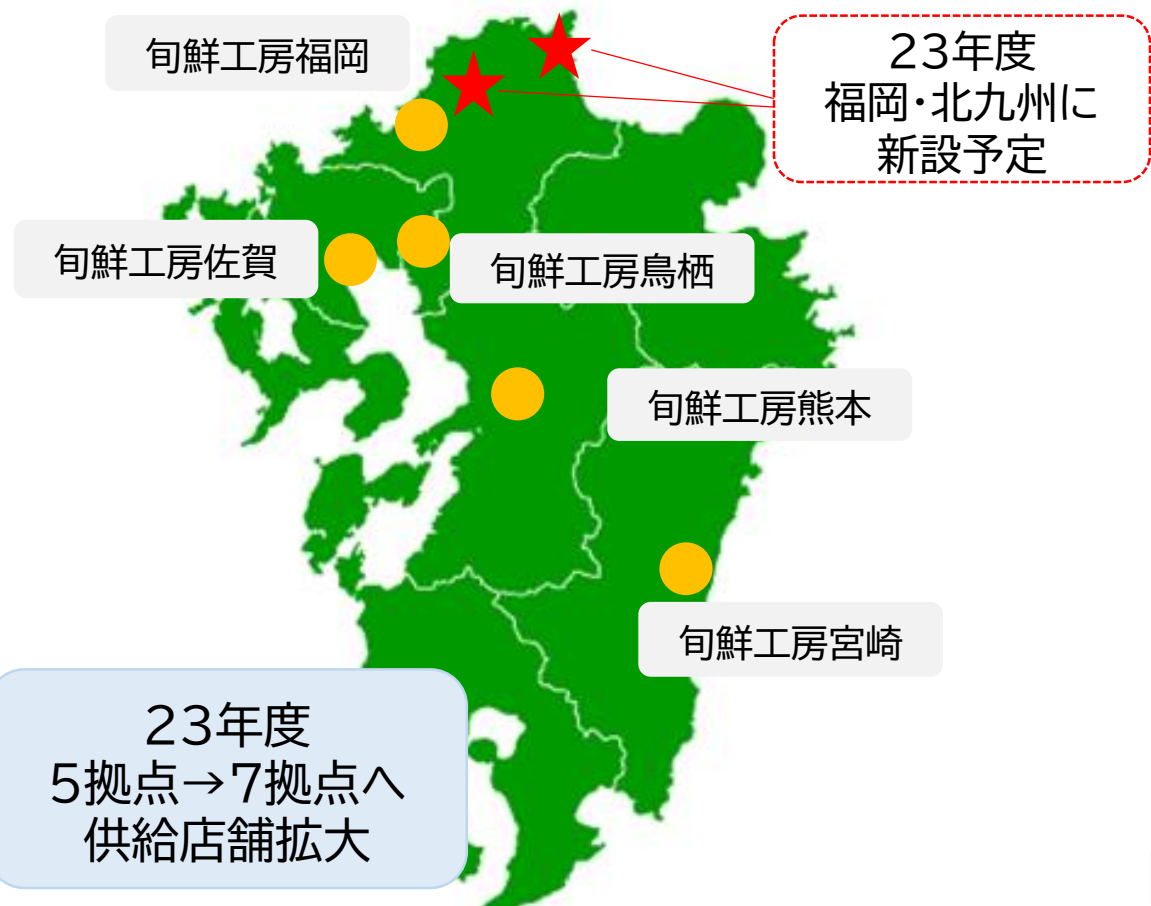
お薬相談コーナー



一般食品、お酒、冷凍食品に加え、野菜や果物、肉、魚、出来立て惣菜まで品揃え

生鮮を扱う小型店舗の高速出店を可能とする商品供給体制を確立

- 新設した「マイクロPC推進部」により、生鮮加工を集中的に行う小規模プロセスセンターによる商品供給体制を構築
- ①エリア拡大 ②機能改善(専門家の知見・機械化) ③高付加価値商品の開発



刺身スライサー

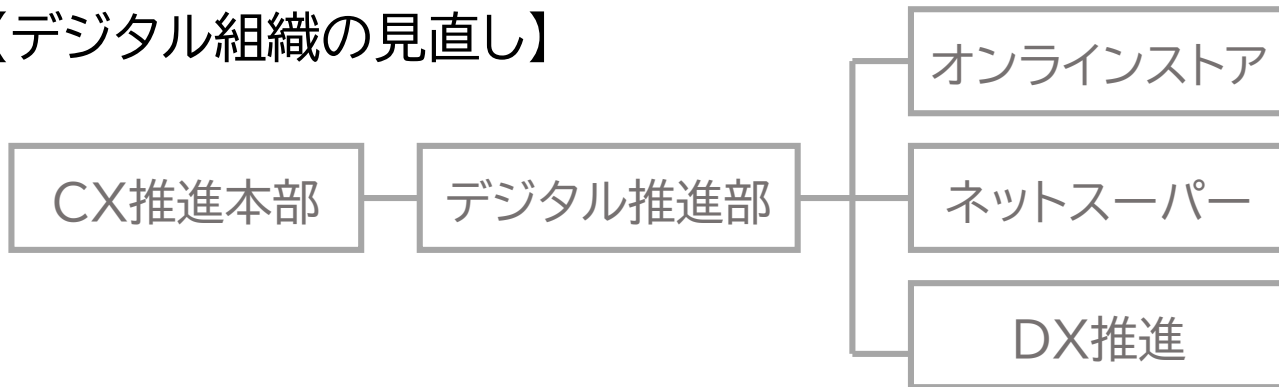


液体凍結機



デジタル担当部署の分割、デジタル人材確保によるDXの更なる推進

【デジタル組織の見直し】



3/1付け機構改革



・新設した「オンラインストア推進部長」には、22年度経験者採用した外部プロフェッショナル人材を登用

【推進体制の強化】

DX推進のカギはDX人材の確保!!

経験者採用による
プロフェッショナル人材の獲得

既存デジタル人材の計画的
育成によるDX推進人材の確保

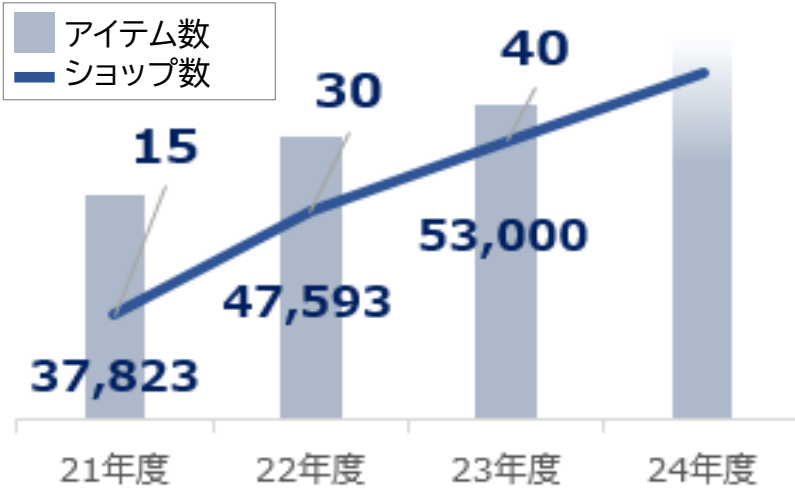
社内講習会、情報モラル等の利活用による
リスキリング推進



グループ及び自社会議体での、
課題及びデジタル施策進捗管理体制の継続

OMOの実現に向けたサービス拡充と、認知度向上に向けたセール実施

ショップ数・アイテム数の拡大



スマホファーストなUIへ変更



店舗受取サービス



商品お取り寄せサービス



イオン九州オンラインからのお知らせ

イオン九州初のオンラインセール

セール会場は、スマホの中に!

イオン九州 オンライン

ビッグバザール

4月13日(木) 10:00
4月16日(日) 23:59

事前にイオン九州オンライン
会員登録を

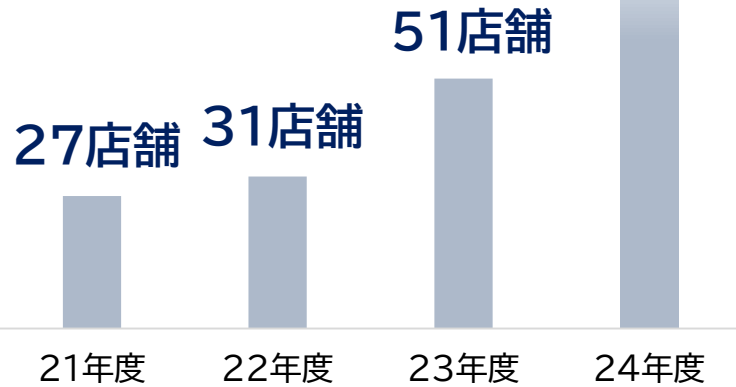
いつでも、どこにいても、スマホをタッチするだけで、イオン九州の特別なセール会場へ!九州の美味しいから暮らしの基々、ファッションまで見逃せないお買得品が、選ぶのも楽しくなる品揃え。イオン九州オンライン、これが便利なお買得スタイル!九州をおトクでりとつに。

AEON

ネットスーパー基幹システムリプレイスで、UXと生産性を同時に改善

ネットスーパー出店拡大

累計店舗数
計画



ダークフロアの展開

スマホファーストなUI



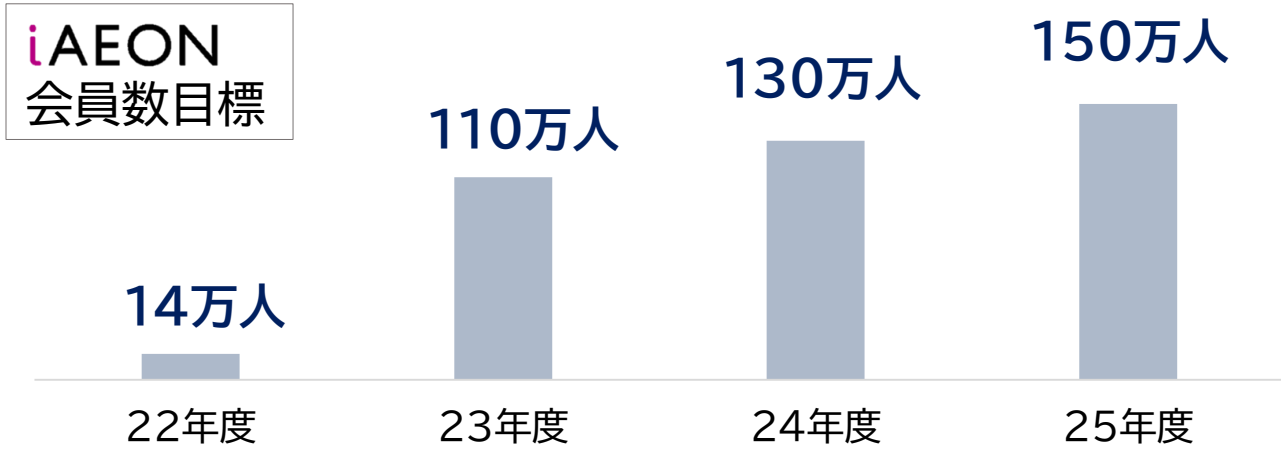
デジタルピッキングシステム

4/20 移動販売事業スタート



ネットスーパーと連携した
利便性の高いサービス

メインアプリを iAEON に移管、CX・顧客LTVの最大化を目指す



iAEON 利用によるメリット

- アプリ決済機能・ポイント統合機能
- クーポン使用時の利便性向上(まとめ・一括適用)
- ID-POSデータ活用・1to1マーケティング
- 今後様々な機能・サービスを iAEON に集約予定

店舗デジタル化により新たな買い物体験の提供・生産性の向上を実現

セルフレジ・レジゴー(レジ業務効率化)



お買い物
しながら
セルフレジ



レジゴー
導入済み店舗
30店舗

フルセルフレジ
導入済み店舗
45%

※2023年2月末時点

電子棚札(売価確認・POP関連人時削減)



導入店舗数 32店舗
(2023年2月末時点)

【定量効果】
作業人時 225人時/月削減
(当社標準SM平均)
POP資材コスト 47.4%削減

【定性効果】
・表示売価間違い削減
・付け忘れチャンスロス削減

AIシフト(勤務計画・作業割当自動化)



勤務計画・ワークスケジュール作成時間 50%削減

AIナビキ(割引率最適化、作業効率化)



対象部門荒利率 1.2%改善・作業人時 14%削減

生活応援施策の継続・進化によるトップライン確保

- 原材料価格及びエネルギー価格高騰等により食料品を中心に物価上昇は今後も続く見通し
- 「しあわせプラス」:「本気の価格」を進化、最大1,500品目をお値打ち価格で提供
- 「トップバリュ ベストプライス」の進化・DS(ビッグ)オリジナルカテゴリーブランドの拡販



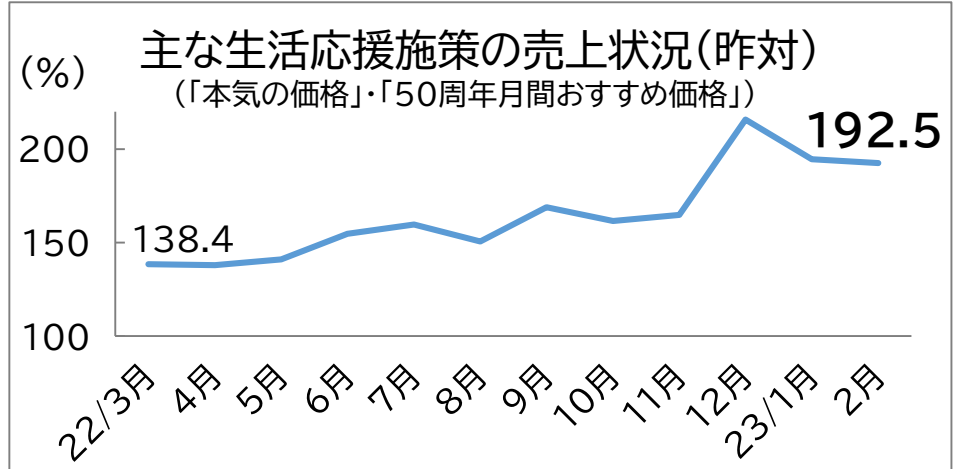
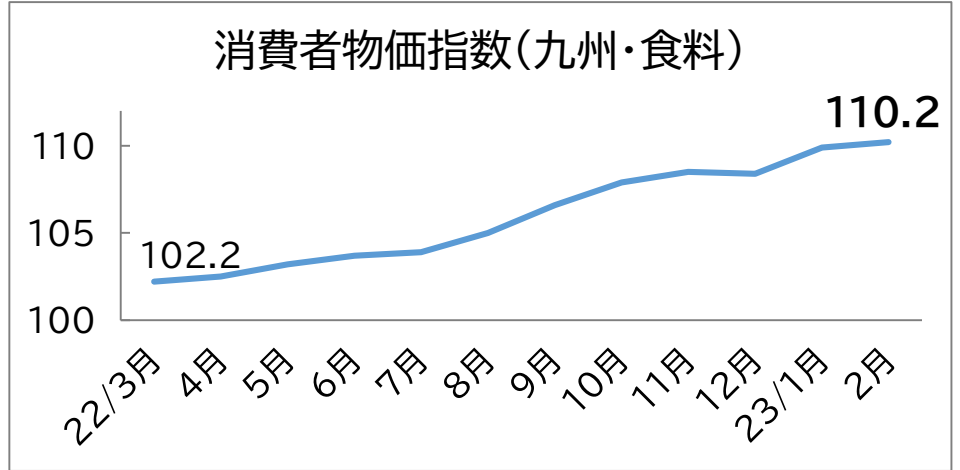
九州の笑顔のために
感謝を込めてお届けします。
しあわせプラス
応援価格

さあ、ワクワクするほうへ!





ベストプライス
BESTPRICE
by TOPVALU



BIG DS専用カテゴリーブランド



和彩



PRIFAVO



Easy Use CURRY



TASEAS



しょうゆ ラーメン

部門構成の見直し、新たな価値創造に向けた専門化、オリジナル商品の開発

- 「こだわりの逸品」「デリスイーツ」「冷凍スイーツ・ベーカリー」「ワントレー商品」等の品揃え拡充
- 輸入食品、オーガニック、純国産無添加商品など高付加価値商品の新規導入



デリ・スイーツ
有名店監修によるオリジナル商品開発



冷凍スイーツ・ベーカリー、ワントレー商品
品揃え拡大



カフェランテショップ 2023年4月末
イオン小郡店に導入予定



魚屋の鮭・惣菜 取り扱い店舗拡大



冷凍力作野菜・冷凍オーガニック
新規導入



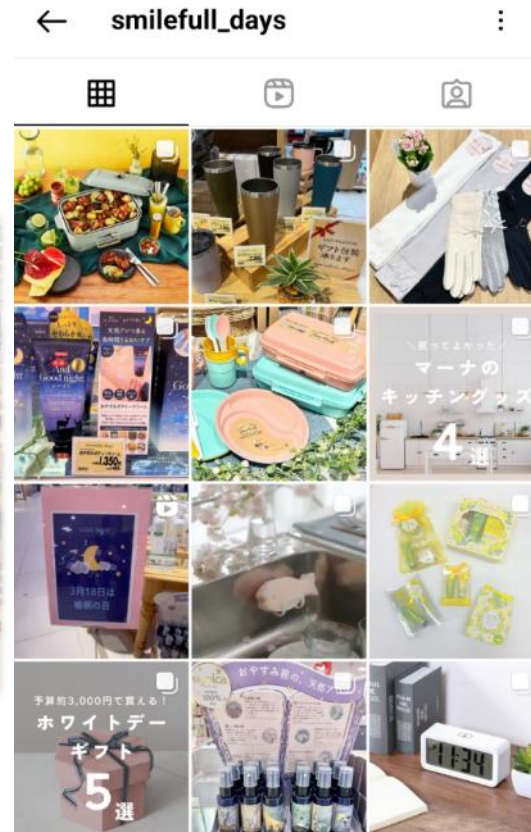
イオンなかま店(2023年3月9日オープン)
オーガニックコーナー

専門店化の推進(新規顧客層の取り込み)

- これまで取り込めていなかった消費者ニーズに対応するべくMDを見直し、新規顧客層を獲得
- 「雑貨トラベル」「ヘルス&ウェルネス」「シニアライフ」「スポーツライフ」「キッズリパブリック」



ライフスタイル雑貨の提案を通じて
「毎日を自分らしく笑顔で過ごしたい」
という想いに寄り添う雑貨店



Instagramを活用して
新商品などの情報を発信



通年ギフトが買えるショップとして
テーマに合わせたギフト提案を強化

収益構造改革PTを設置、GMS業態の更なる収益改善を図る

➤ DX活用を含めた生産性向上の取り組みを強化し、安定的に利益が出る仕組みづくり

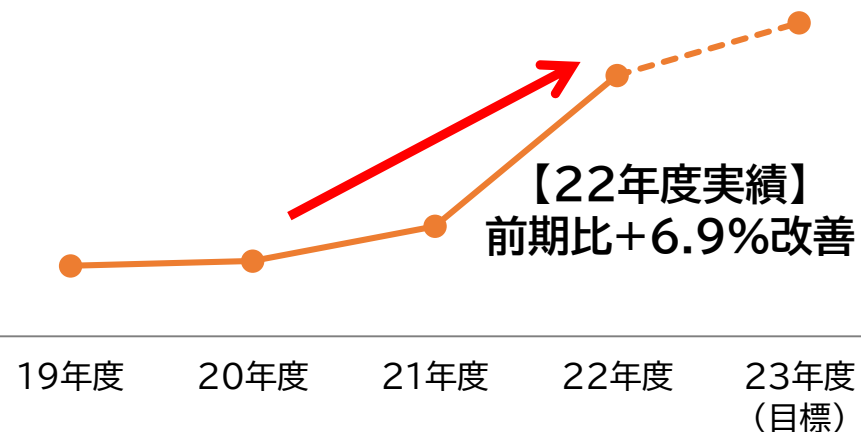
■2022年度 営業店舗段階での売上・営業利益の状況

	営業利益 構成比	営業利益 前期差	売上 構成比	売上 前期比
SM・DS店舗計	52%	+7億円	47%	105.2%
GMS店舗計	44%	+21億円	48%	106.4%
その他店舗計	4%	△0.6億円	5%	106.7%
営業店舗計	100%	+28億円	100%	105.8%

【店舗の付加価値を高め生産性向上へ】

- 専門店化の推進
- 部門構成の見直し・売場面積の適正化
- SC全体の魅力度向上
- リアルとオンラインの融合によるお客さまとのタッチポイント拡大
- DX活用による後方業務の効率化
- 利益創出部門への投入人時の再配分

人時生産性(GMS店舗計)



専門性の追求(新業態・モデルへのチャレンジ、人財育成)

- 新業態へのチャレンジ: GREEN PICNIC・プロショップ・ペット専門店・サンガーデン
- デジタルシフト: GREEN PICNIC系島Instagramフォロワー1万人突破、LINE友だち5千人突破
- 人財育成: 勉強会、実演会の進化と拡大。資格取得へ向けたフォローアップ。



【GREEN PICNIC系島】多目的ガーデニングプレイスづくり
4つのテーマ「買う」「食べる」「遊ぶ・過ごす」「地域とつながる」



AEON 全国の同業他社が注目! 新業態 OPEN
イオンが州「GREEN PICNIC系島」

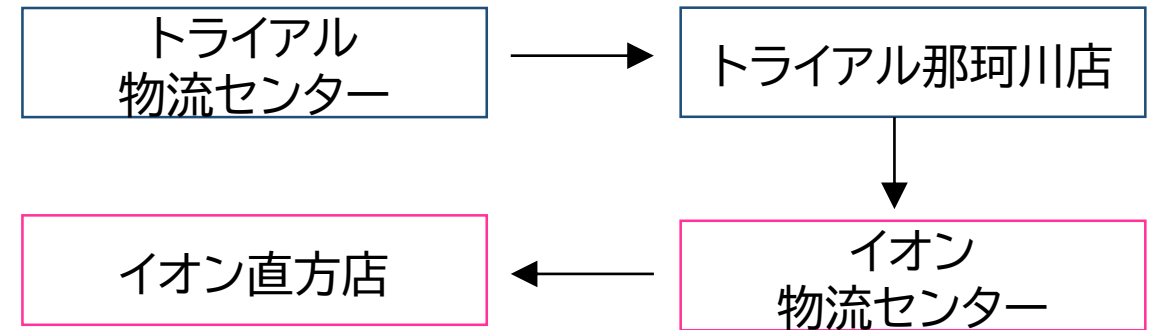
個社の枠組みを超えたパートナーとの協業による物流改革

- 昨年8月に九州物流研究会を発足し、物流分野で将来起こりうる課題解決及び新たな九州物流ネットワークの構築に向けた検討をすすめてまいります

【具体的には】

- ①共同物流の実施に向けた協議、実験取り組み
- ②実験後に順次エリア及び実験会社数を増やし、本格稼働
- ③最終的には更に広域での展開へ

(取り組み事例)



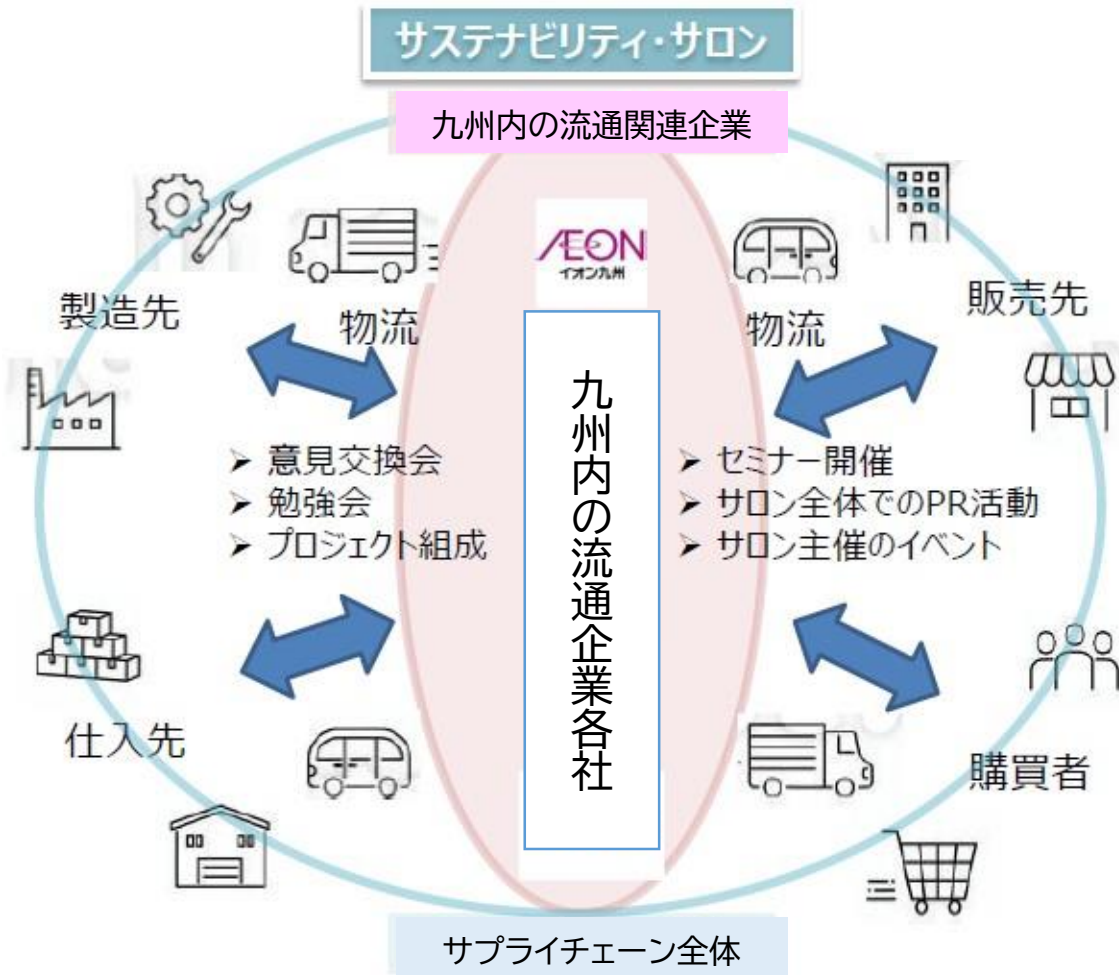
【走行距離の削減効果】

1年で 東京～ニューヨーク間相当

【CO2排出量の削減効果】 1年で12.6t

九州の流通企業の皆さまとともに持続可能な社会づくりを考えます

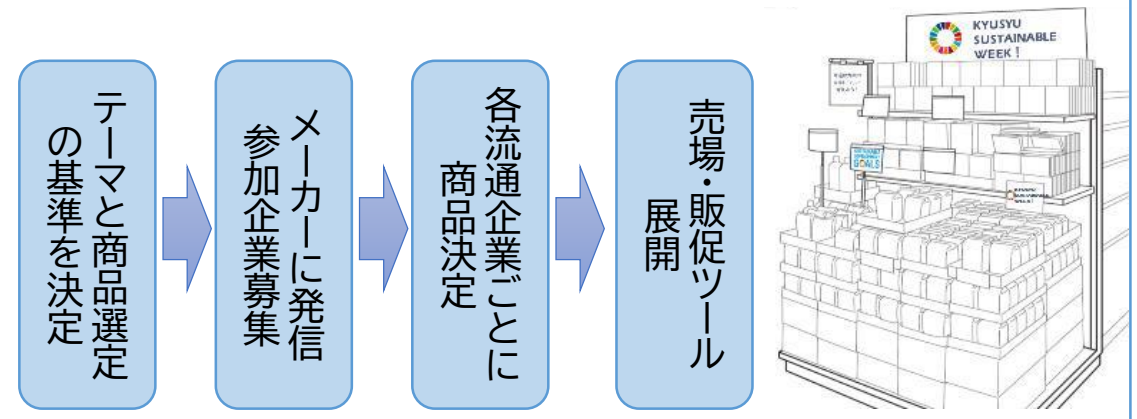
- ▶ 九州の流通企業各社さま、サプライチェーン各社さまとともに九州流通サステナビリティサロンを設立
- ▶ 22年度に勉強会等を計4回実施。次のステップとして共同販促などの共同プロジェクトを検討中。



【目的】

- ・コミュニケーションの場(同業者間・異業者間)の創出
- ・サロンメンバーによるサステナビリティに関する共同プロジェクトの組成
- ・コンテンツの提供(SDGsセミナー等)
- ・サプライチェーンのサステナビリティ活動の展開へのきっかけづくり

【取り組み事例(案) 九州サステナブルWEEK! 】 共通テーマ・ビジュアルでテーマに沿った販促を実施



家庭内資源リサイクルキャンペーン

- 2022年12月に福岡県5店舗で実施、電源コード等310kgを回収し再資源化
- 2023年3月に九州7県36店舗で実施、3,725名のお客さまにお持ちいただく



CO₂排出量の削減

- 店舗で排出するCO₂の削減に向け太陽光発電PPAモデルを導入

【23年度計画】
導入店舗: 6店舗
CO₂削減効果: 年間換算約1,300t-CO₂



屋根に太陽光発電パネルが設置されたイオン小郡店

事業活動を通じた環境保全・社会貢献活動の継続・拡大



環境特別WAONボーナスポイント商品の拡販



地域連携で開発した商品の販売
(食品ロスに配慮した商品開発)



フードドライブ実施店舗拡大
九州7県279店舗(※3月時点)



レッドカップキャンペーン売場展開



イオン生活圏創造の取り組み
イオン乙金ジャンボリー



衣料品の回収(リサイクル)

営業収益は+2.9%の成長、営業利益は+2.0%増益を計画

- 行動制限や水際対策の緩和等、コロナ禍における消失カテゴリーの売上回復を見込む。
- エネルギー価格の高騰を背景とした仕入れ価格、水道光熱費の上昇、今後の成長に向けた投資によるコスト上昇の一方で、DX活用による生産性向上を織り込む。
- 新規出店は、GMS1店舗、SM5店舗等を予定。

(百万円)	2024/2期	2023/2期	前期比
営業収益	498,500	484,466	102.9%
営業利益	8,500	8,330	102.0%
経常利益	8,600	8,829	97.4%
当期純利益	4,700	4,672	100.6%

営業収益としては5,000億円を計画

- 2023年度よりイオンウエルシア九州(株)を含めた連結決算へ移行
- 子会社における新規出店は、6店舗程度を予定。

(百万円)	2024/2期
営業収益	500,000
営業利益	7,900
経常利益	8,000
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,300
1株当たり配当金	28円
配当性向	22.6%

※2024年2月期の配当予想は、中間配当14円、期末配当14円を合わせた年間配当金28円

経営統合後の業績は順調に推移、2023年度より中間配当を計画

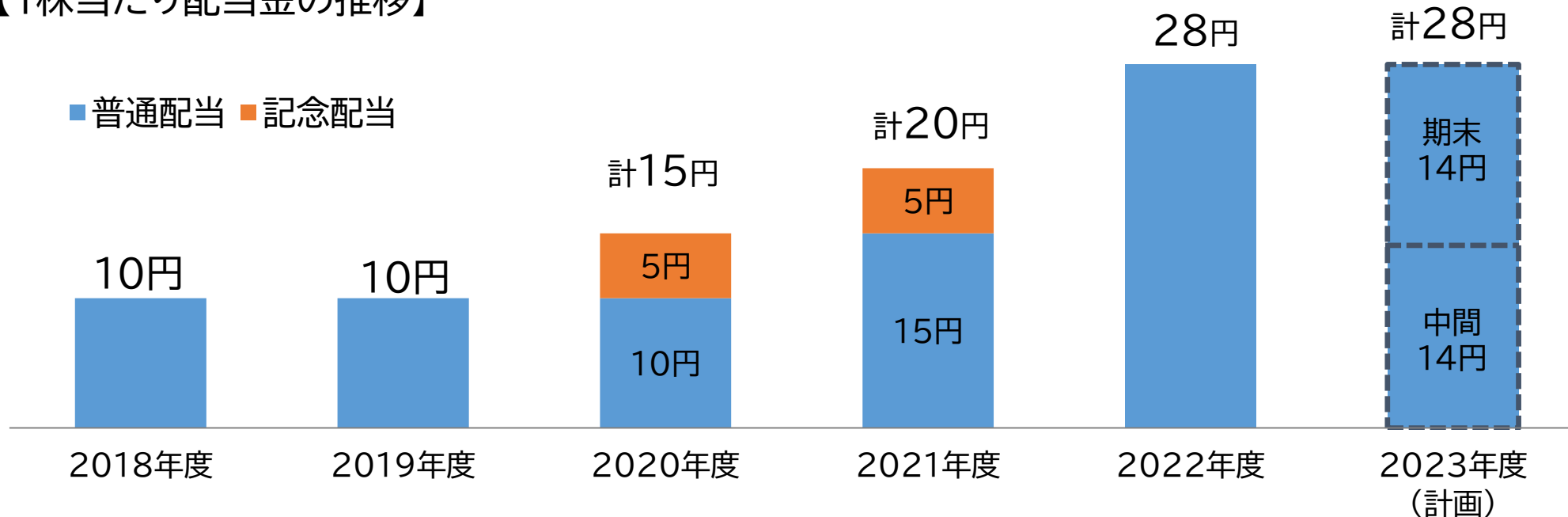
- 安定した利益還元を重視
- 適切な内部留保の確保による財務体質及び経営基盤の強化を図り、安定的・継続的な配当実施
- 2022年度の配当は、当初予想から8円増配し、期末配当28円を予定

中長期的な成長による
企業価値向上



経営のパートナーである
株主さまへの安定的な利益還元

【1株当たり配当金の推移】



The AEON logo is displayed in a bold, magenta, sans-serif font. A horizontal, three-dimensional magenta ring is positioned behind the letters 'E' and 'O', passing through the center of the 'O' and the right side of the 'E'. The entire logo is centered horizontally on a white background.

AEON