

**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**

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

# 持株会社方式から合併方式への変更

## 持株会社

イオン株式会社

持株会社 (九州本社)  
(JASDAQ上場)

食品事業会社  
(100%子会社)

非食品事業会社  
(100%子会社)

## 合併

イオン株式会社

イオン九州株式会社

### 【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）

The AEON logo is displayed in a dark blue color. It features the word "AEON" in a bold, sans-serif font. A stylized, curved line element is positioned above the letter "O", resembling a planet's orbit or a dynamic swoosh.

×

The MaxValu logo is shown in a dark blue color. The word "MaxValu" is written in a bold, sans-serif font. The "V" is stylized with a checkmark-like shape. The entire logo is enclosed within a rounded rectangular border.

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

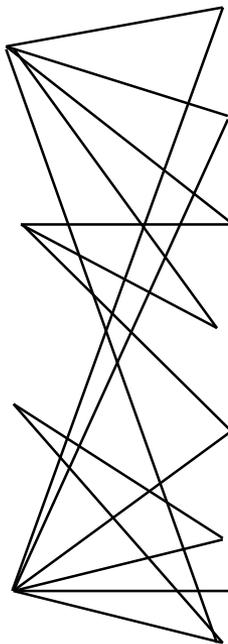
## 改革の方向性

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  
ット  
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 異業種への

(ディスカウント・ドラッグ)  
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



ホームコーディ(HC)



グラムビューティーク(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に発令された今こそ、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 horizontal purple ring with a slight 3D effect is positioned behind the letters "E" and "O".

**AEON**