

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

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, featuring the word "AEON" in a stylized, bold, sans-serif font. The letter "A" is formed by two diagonal lines meeting at the top, and the "E" has a horizontal bar that curves around the top of the "O".

×

The MaxValu logo, consisting of the words "MaxValu" in a bold, sans-serif font. The "V" is stylized with a checkmark-like shape. The entire logo is enclosed in 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

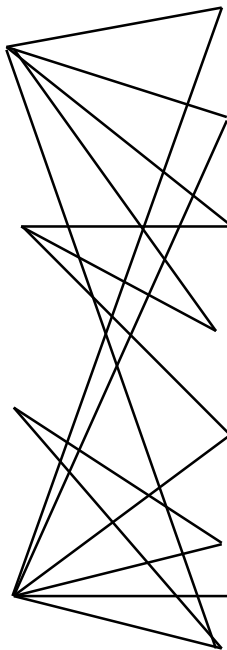
改革の方向性

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



ホームコーディネート(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 logo for AEON, featuring the word "AEON" in a bold, purple, sans-serif font. A purple ring with a gradient effect is positioned horizontally across the middle of the letters "E" and "O".

AEON