

2025年2月期(2024年度)

# 決算説明会



**イオン九州株式会社**

(証券コード 2653)

2025年4月11日(金)

I. 2024年度(2025年2月期)決算概要

II. 2025年度経営方針

III. 株主還元

## 消費環境変化への対応により営業収益・営業利益・経常利益は過去最高を更新 先行投資の効果創出に努めたことで下半期における生産性・経営効率が大きく改善

### ■2024年度通期

- 新規出店(2024年度17店舗)、既存店活性化等が牽引し、営業収益は前期比104.2%(※単体:103.8%)となり過去最高を更新
- 既存店売上高は38か月連続で前年同月を上回り(2022年1月~2025年2月)、売上高は5,000億円を突破
- 期間を通して、天候や自然災害等による影響はあったものの、食料品を中心とした物価高騰を背景とした日常消費に対する節約意識の高まりへの対応として、第2四半期以降、戦略的に価格対応をより一層強化したほか、ブラックフライデーや当社最大の商戦となる年末年始期間の販促施策を強化するなど、消費喚起・需要拡大に努めたことで既存店の売上は前年を超える水準で右肩上がり推移
- 2023年度下半期から本格的に実施してきたDX・省力化・省エネ投資の活用について従業員教育による理解が進み、第3四半期以降、人時コントロールの精度が向上したことにより2024年度下半期における人時生産性は前年同期比106.3%と大幅に改善

### ■2025年度の見通し

- インフレ環境下での消費行動変化に対応する施策の強化と成長投資の継続実施、コストマネジメントの徹底による生産性・効率向上の両輪で増収増益を計画

## 営業収益・営業利益・経常利益は前期を上回り過去最高を更新

- 1/21付け開示の通期業績修正予想値を上回り、当初の予想値水準を確保
- 第2四半期以降、戦略的な価格政策により既存店売上が右肩上がりで伸長、店舗DX投資の活用についての習熟度が高まり、人時生産性が飛躍的に改善できたこと等で第4四半期は大幅増益

(単位:百万円)	実績	2025/1/21 修正公表比	2024/4/10 当初公表比	前期比
営業収益	531,619	100.3%	99.6%	104.2%
営業利益	10,537	117.1%	99.4%	101.5%
経常利益	11,022	118.5%	104.0%	104.6%
当期純利益	6,035	113.9%	118.3%	85.9%
1株当たり当期純利益	177.45円	113.8%	119.1%	86.5%
総資産	180,254			105.1%
純資産	55,247			109.9%
自己資本比率	30.6%			+1.3%

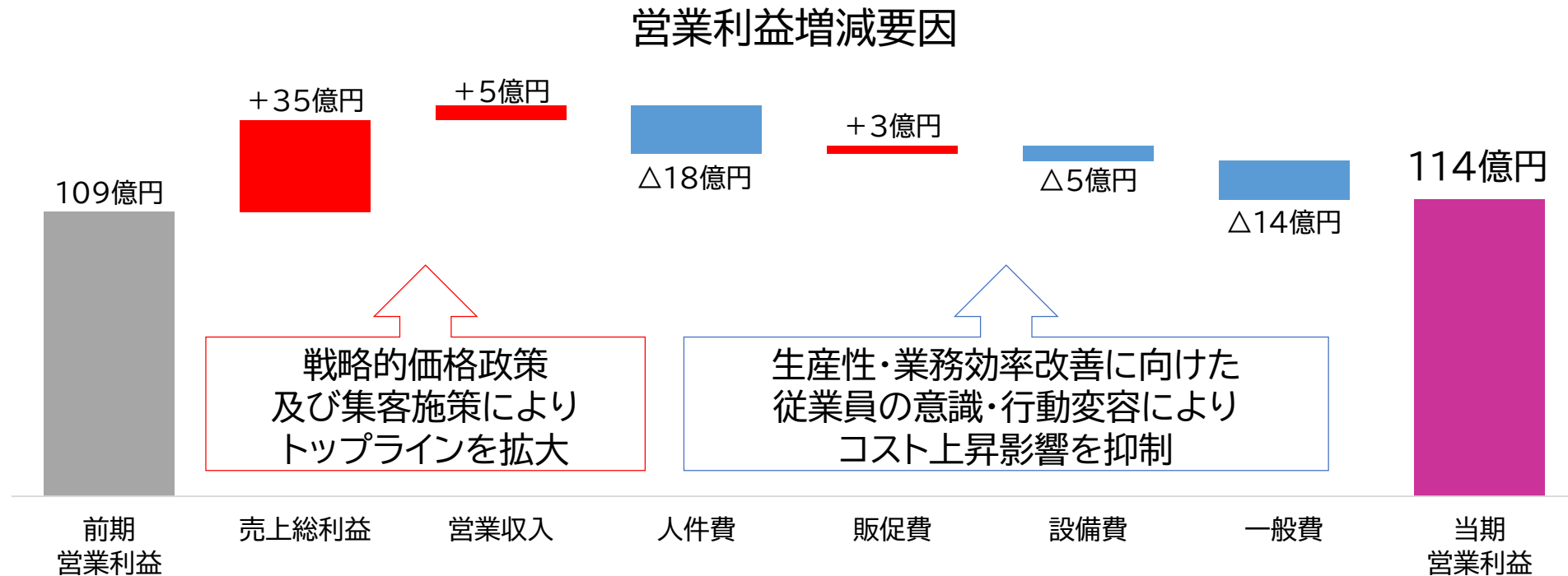
## 売上高5,000億円を突破、経営統合以降、5期連続で営業増益

- 売上総利益 前期比102.8%:第2四半期以降、強化した戦略的な価格対応で売上高が好調に推移
- 販管費 前期比102.6%:人件費・光熱費等のコストアップ影響を生産性・業務効率の改善により抑制

(単位:百万円)	2024年度			2023年度	
	実績	売上比	前期比	実績	売上比
営業収益	528,135	—	103.8%	508,987	—
売上高	501,928	100.0%	103.8%	483,339	100.0%
売上総利益	129,423	25.8%	102.8%	125,891	26.0%
営業収入	26,207	5.2%	102.2%	25,648	5.3%
販管費計	144,196	28.7%	102.6%	140,570	29.1%
営業利益	11,435	2.3%	104.2%	10,969	2.3%

# トップライン拡大と先行投資の効果発現で営業利益は過去最高を更新

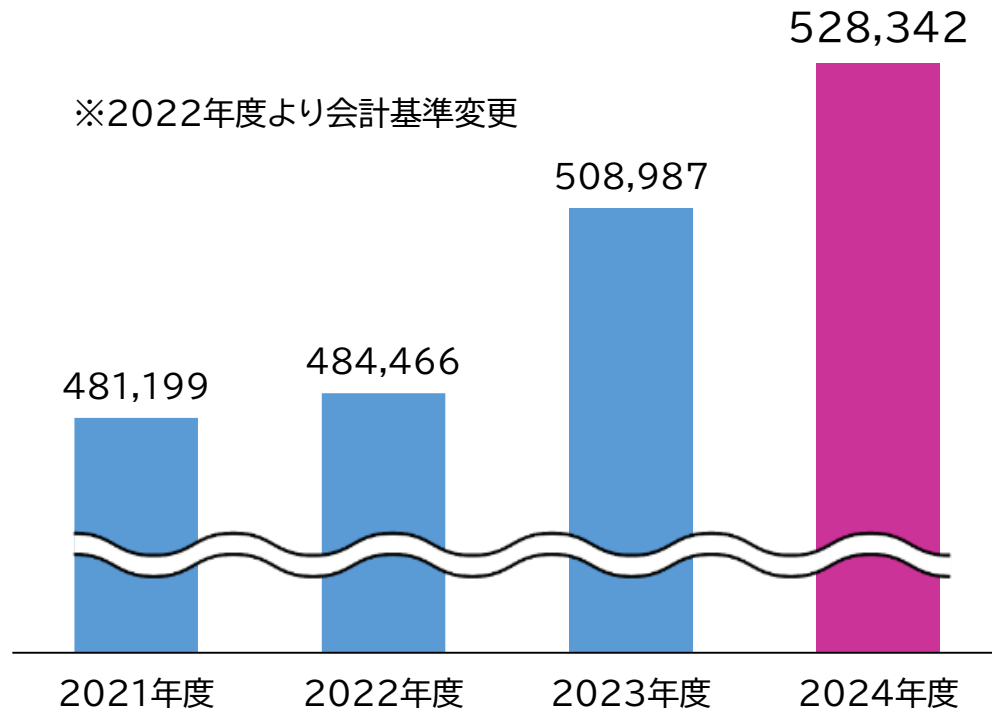
- 特に第2四半期以降、継続・強化した戦略的な価格政策の効果により、売上構成の高い食品を中心に売上が右肩上がり伸長、売上高前期比103.8%による売上総利益増
- 販促施策のデジタルシフトやDX活用による業務の精度向上に伴い、特に下半期において投入人時の低減が進んだこと及びコストマネジメント意識の浸透により、原材料価格や人件費、光熱費といったコスト上昇の影響を抑制



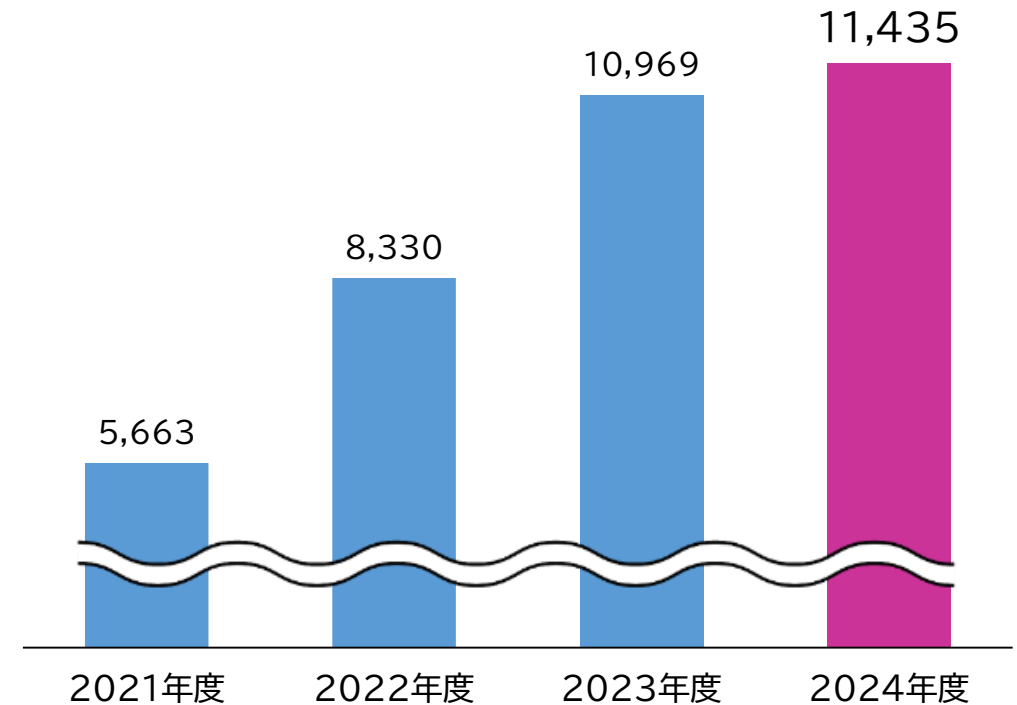
## 経営統合後の業績は順調に推移、増収増益を継続

- お客様の購買行動が大きく変化する中で、マルチフォーマットをもつ強みを発揮
- 売上構成の高い食品を中心に経営統合によるスケールメリットを發揮、業績は順調に推移

### 営業収益



### 営業利益



## SM・DS業態及びGMS食品の売上が引き続き好調に推移

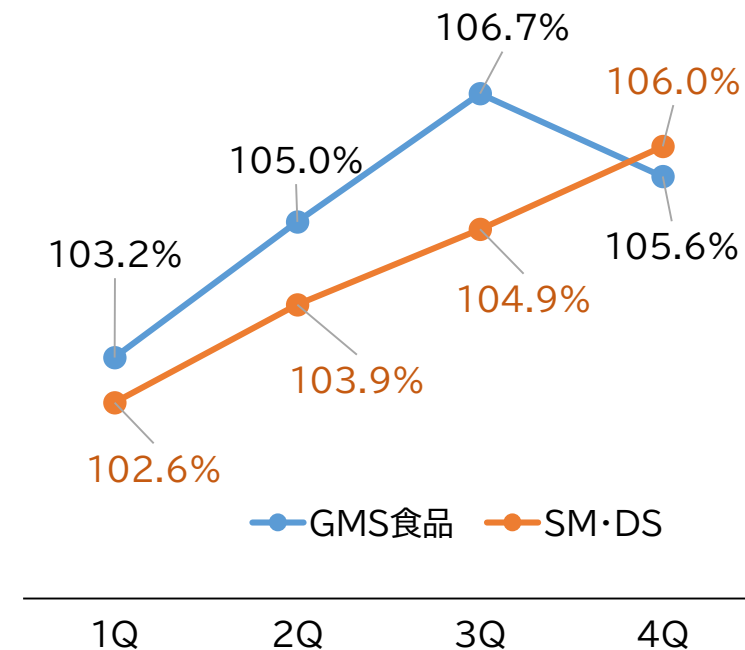
- 生活必需品の物価高騰のなかで、第2四半期以降、食品を中心として戦略的に価格対応を強化
- お客様の変化に対応した、デリカ・冷凍食品等の品揃えを拡充
- SM店舗における非食品部門(日用消耗品・化粧品等)の品揃えを拡充

### ◆主な業態の売上動向

(単位:百万円)	2024年度		
	売上高	構成比(※)	前期比
SM・DS	244,040	48.6%	104.5%
GMS	237,366	47.3%	103.6%
衣料品	41,014	8.2%	98.0%
食品	159,895	31.8%	105.6%
住居余暇商品	36,520	7.3%	102.0%
SM・DS、GMS計	481,407	95.9%	104.1%

※構成比は、会社計売上高に対する割合を表しています。

SM・DS、GMS食品売上(既存比)

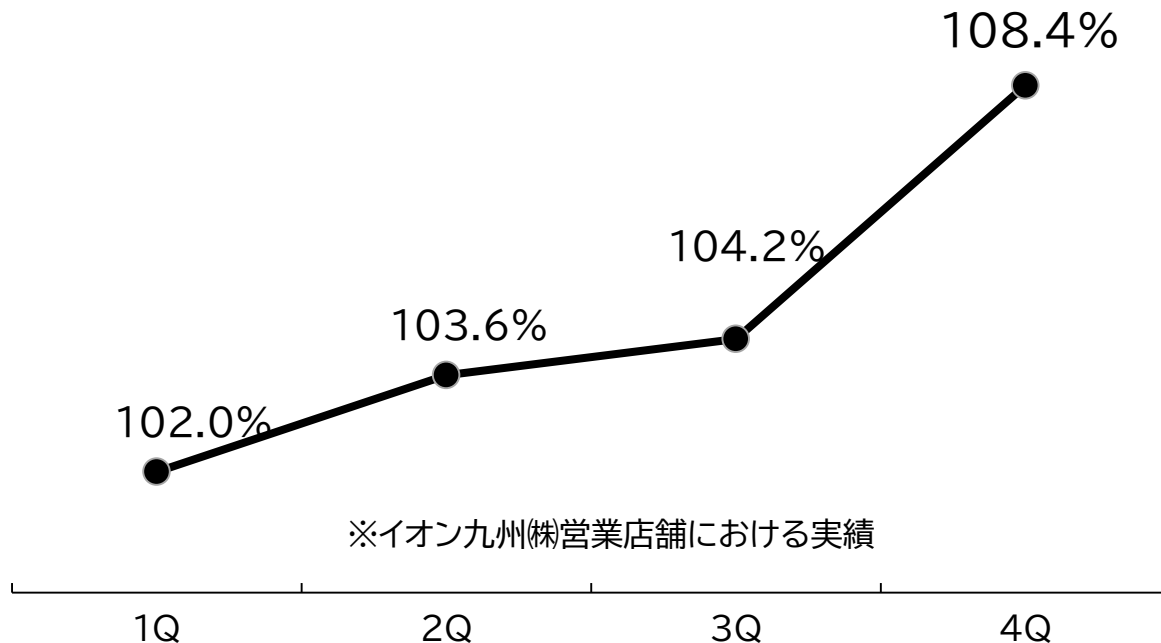




## 生産性向上のためのDX投資の効果創出に努め、第4四半期は大幅増益

- 前年度下半期より積極的に推進してきた店舗DX・省力化投資は上半期までに対象店舗への導入完了
- セルフレジ・電子棚札等DX投資により店舗作業を減らし、より付加価値の高い業務に人時を再配分
- DX投資の活用に対する習熟度が高まり、下半期において、人時コントロールの精度が向上

人時生産性(前年同期比)推移



※イオン九州(株)営業店舗における実績



【セルフ・キャッシュレスレジ】  
レジ精算に係る業務の効率化



【電子棚札】  
POP付替え作業をなくす  
売価間違いを撲滅

従業員教育による理解浸透

- ✓ 時間外・人材派遣費用の削減
- ✓ 業務の繁閑にあわせた人時コントロール
- ✓ インストア製造部門等への人時再配置

## 新規出店、既存店活性化等設備投資の実施額192億円

- 総資産 新規出店及び既存店活性化、デジタル投資を計画的に推進し、固定資産が増加
- 負債 支払手形及び買掛金、今後の成長に向けた設備投資に係る借入金の増加

(単位:百万円)	2025/2期末			2024/2期末	
	実績	構成比	増減額	実績	構成比
<b>総資産</b>	<b>180,254</b>	<b>100.0%</b>	<b>+8,739</b>	<b>171,514</b>	<b>100.0%</b>
流動資産	53,212	29.8%	+3,460	49,752	29.0%
固定資産	127,041	71.2%	+5,279	121,762	71.0%
<b>負債</b>	<b>125,006</b>	<b>70.0%</b>	<b>+3,780</b>	<b>121,226</b>	<b>70.7%</b>
流動負債	87,489	49.0%	+3,144	84,345	49.2%
固定負債	37,517	21.0%	+636	36,881	21.5%
<b>純資産</b>	<b>55,247</b>	<b>30.9%</b>	<b>+4,959</b>	<b>50,288</b>	<b>29.3%</b>
有利子負債	<b>36,532</b>		<b>+6,736</b>	<b>29,275</b>	
ROE	<b>11.5%</b>			<b>14.0%</b>	
ROIC	<b>8.6%</b>			<b>9.0%</b>	

## 今後の成長に向けた先行投資を積極的に推進

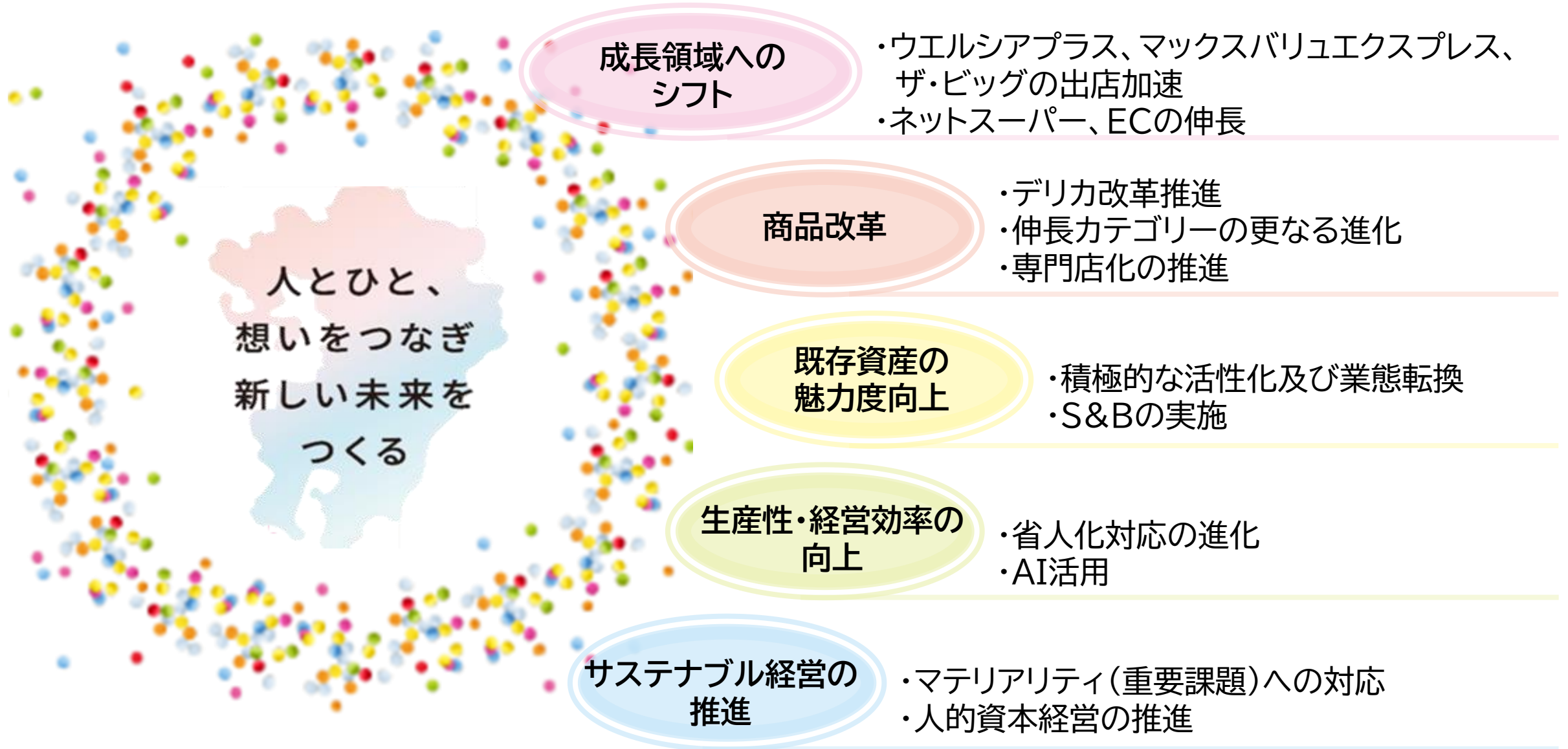
- 営業CF 好調な業績を背景に144億26百万円
- 投資CF 新規出店及び既存店活性化、デジタル投資等で△173億54百万円
- 財務CF 配当金の支払による支出の一方で、物件取得に係る資金調達で50億64百万円

(単位:百万円)	2024年度	2023年度
<b>営業活動によるCF</b>	<b>14,426</b>	<b>14,616</b>
税引前当期純利益	8,686	5,578
減価償却費	6,971	6,527
その他	△1,230	2,510
<b>投資活動によるCF</b>	<b>△17,354</b>	<b>△11,630</b>
有形固定資産の取得	△17,242	△12,554
その他	△111	923
<b>財務活動によるCF</b>	<b>5,064</b>	<b>△3,823</b>
有利子負債	6,736	△429
その他	△1,672	△3,393

I. 2024年度(2025年2月期)決算概要

**II. 2025年度経営方針**

III. 株主還元





## 「マックスバリュエクスプレス」「ウエルシアプラス」によるドミナント展開

- 成長事業における新規出店数は当初計画には未達も、今後の高速出店に向けた体制を整備
- 【エクスプレス】小型店対応のオペレーションを構築し、過去最小となる小型店舗の出店に挑戦
- 【ウエルシアプラス】ビューティアドバイザー育成など、非食品部門の接客・販売力強化

### 【都市部小型SM(エクスプレス)の出店加速】



24年12月OPEN  
マックスバリュエクスプレス平尾店

【2024年度】  
出店実績:4店舗

より小型の店舗モデル構築  
に向け、オペレーション・  
店舗組織の見直しを推進



25年5月OPEN予定  
マックスバリュエクスプレス東比恵店

【2025年度】  
出店計画:15店舗

25年5月OPEN予定  
エクスプレス東比恵店

過去最小となる売場面積  
60坪モデルでの出店に挑戦

### 【ドラッグ&フード業態(ウエルシアプラス)の出店加速】



25年2月OPEN 門司中央店  
ニューヨークエボリューション(株)より  
承継した店舗の業態転換

【2024年度】  
出店実績:6店舗

・非食品部門の強化  
・新規出店・既存店舗の業態  
転換に加え、他社より承継  
した店舗の業態転換を実施



25年4月OPEN予定 宇美中央店  
旧ザ・ビッグエクスプレス宇美店  
退店跡地への再出店

【2025年度】  
出店計画:15店舗

3月度 2店舗出店  
12号店 小倉桜橋店  
13号店 小倉貫店

14号店 宇美中央店  
25年4月24日OPEN予定

## 小型店の高速出店を支えるため、PCの供給体制を強化

- 今後の高速出店に対応するため、製造拠点の増設を検討
- 作業場・製造作業を無くすことにより、出店コスト・店舗運営コストを削減

### 現状

#### 【マイクロPC】

1拠点から30店舗程度に供給

- ・GMS・SM店舗にも供給が必要なため  
小型店のニーズに対応できていない
- ・店舗数の増加に対して供給力が不足  
(人員・製造スペース等の不足)

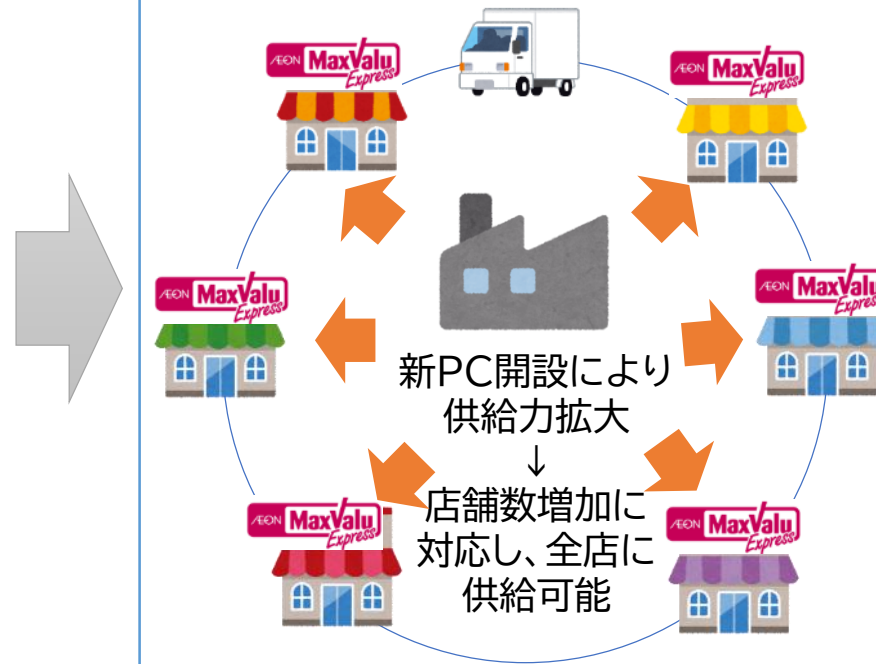
#### 【チーム運営】

母店(作業場併設)

→子店(作業場の無い小型店)に供給

- ・出店エリアが母店となる店舗の周辺に  
限定される
- ・店舗作業場での製造のため、  
製造数に限りがある  
(母店1店舗に対し、子店2～3店舗が限界)

福岡市内(都市型小型店出店エリア全域)に配送可能な立地に  
新たなPCの開設を検討



店舗の製造作業を無くし、  
ローコストオペレーションを実現

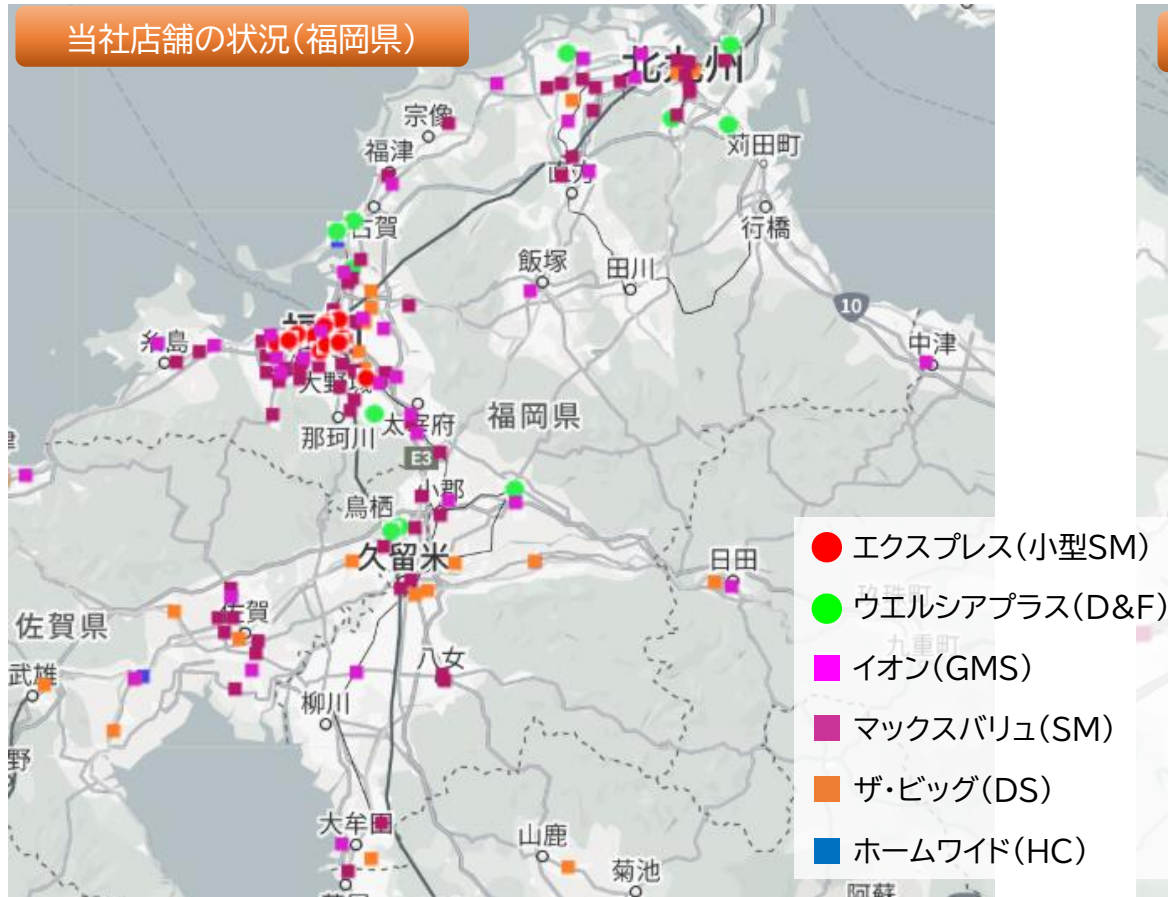


機械化・面積拡大により  
PCの作業効率を改善  
→原価低減・製造メニュー  
拡大を図る



## 九州7県人口の4割強を占める福岡県におけるシェア拡大

- 都市部小型SMの出店加速: 当面、人口増加が見込まれている福岡市内に出店
- ドラッグ&フード業態出店加速: 福岡市都市圏・北九州・鳥栖・久留米エリア
- エリアドミナント構築: 当社がもつマルチフォーマット展開を活かしてエリアシェアを拡大
- 顧客基盤の拡大: イオンのトータルアプリ「iAEON」会員拡大、リアル店舗以外での顧客接点の拡大





## 九州の成長とくらしの豊かさに貢献するためのアライアンスを推進

- 当社のノウハウや経営資源をプラスし、地域のお客さまにより豊かな生活と健康な暮らしを提供
- 九州に根ざした企業として、さらに強固なドミナントを形成、九州の成長とくらしの豊かさに貢献

### 【水平統合】新たな顧客獲得・売上シェア拡大

食品市場の競争激化  
可処分所得の伸び悩み  
各種コストの上昇

業界再編の動きが活発化  
当社の事業機会と捉え  
地域経済の活性化に貢献

お互いの経営資源を共有  
強みを最大限に発揮することで  
地域における新たな価値を創造し  
九州の成長とくらしの豊かさに貢献



事例：他社店舗跡地に新たな価値をプラスして出店

### 【垂直統合】価値創造・利益の最大化

サプライチェーンの各段階で  
内在する利益ポテンシャルを  
最大化する為のアライアンス

外部とのアライアンス  
(ローカル対応)



イオングループの  
スケールメリット享受



# 顧客接点の拡大: EC、ネットスーパー、フードデリバリー、スマートNICO

## EC

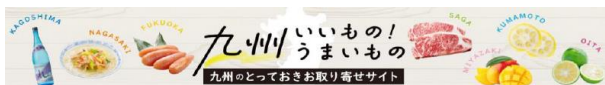
エース商品を構築し、オンラインストアへの来場客数を増加させ、EC全体の売上拡大・利益改善を図る

### EC売上高

2024年度実績  
前期比

**151%**

【25年度の取り組み】



・九州名産品

・酒類販売免許取得⇒お酒のEC

・サイクルEC



## フードデリバリー

都市部立地のSMを中心にさらに新規拠点を拡大、24時間営業対応

### フードデリバリー 売上高

2024年度実績  
前期比

**180%**



2025年度目標  
+50拠点

2025年2月末  
実績

150拠点



2026年2月末  
計画

200拠点

## ネットスーパー

受取拠点の拡大、作業効率の改善を推進

・CJPTオペレーションの構築



・ドライブピックアップ拡大

【25年度の取り組み】

・システム統合によりCXとEXに新たな価値を提供



### ネットスーパー 売上高

2024年度実績  
前期比

**107%**

## スマートNICO

展開拠点のエリア化、ドミナント展開を図る

### スマートNICO 売上高

2024年度実績  
前期比

**209%**



2025年2月末  
展開**37**か所

【25年度の取り組み】

・複数の母店から配送、設置エリアの拡大  
・福利厚生制度の取り込み拡大

# デジタルを活用した顧客基盤、収益の拡大:iAEON、リテールメディア

## iAEONの拡大

### iAEONファン会員数

2024年2月末 **56.9万人** ▶ 2025年2月末 **84.1万人**

### ガッチャクーポン利用直営売上構成比

2024年2月末 **10.3%** ▶ 2025年2月末 **13.1%**

### 【iAEONを基軸とした販促施策の目的】

#### 客単価の増加

ガッチャクーポン利用者は全店平均客単価より+1,564円以上

#### 客数の増加

来店動機アンケートにより36.8%が「ガッチャクーポンがあったから」と回答

### 【2025年度の取り組み】

購入履歴からお客さまの志向を分析し、お客さまに「気の利く」クーポンの配信、商品の告知を実施

## リテールメディアの拡大

### デジタルサイネージ設置店舗数

2024年2月末 **79店舗** ▶ 2025年2月末 **105店舗**

### デジタルサイネージ設置画面数

2024年2月末 **1,053画面** ▶ 2025年2月末 **1,383画面**

### 【デジタルサイネージ店舗数、画面数の拡大の目的】

#### 収入の拡大

リテールメディア収入:24年度昨対172.5%

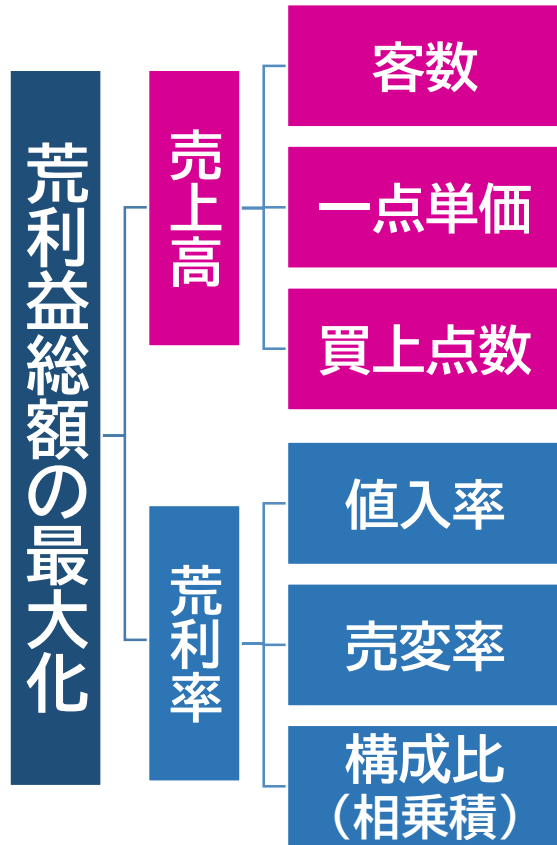
#### 販促の効率化

デジタルサイネージを含めたメディアをフル活用し、同一コンテンツを同時期に店舗、オンライン、テレビ番組で告知

### 【2025年度の取り組み】

グループ内協業、同業他社協業を図り更なる収益力の強化

# 消費行動の変化に素早く対応、荒利益総額を最大化



## ①物価高への対応:生活応援施策の継続・強化

- 原材料の高騰をサプライチェーン改革で吸収
- しあわせプラスの進化:PB(ベストプライス)化
- 独自のサプライチェーンを最大限活用したトップバリュ商品の展開拡大
- 生鮮需要喚起による買上点数アップ:「おさかなの日」「野菜の日」「お肉の日」

## ②グループシナジーの最大化と九州独自MDの強化

- 美味しさ・オーガニック・健康などこだわり需要への対応
- 強い食(付加価値創造・PC戦略・サプライチェーン改革)+強い専門(専門店化)
- 人材育成(有資格者を育成し、販売力強化・作業効率向上)
- デリカ・フローズン部門の強化(デリカ「推し活」商品開発、品揃え拡充)

サプライチェーンの各段階で内在する利益ポテンシャルを最大化





## 物価高への対応:生活応援施策の拡充(企業努力の継続)

- NB:しあわせプラス(応援価格)・WAONボーナスポイント
- トップバリュによる価値ある価格(差別化)、地域PB拡大(しあわせプラス→ベストプライス)
- 生鮮食品需要喚起:「おさかなの日」「野菜の日」「お肉の日」、「デリカ推し活」



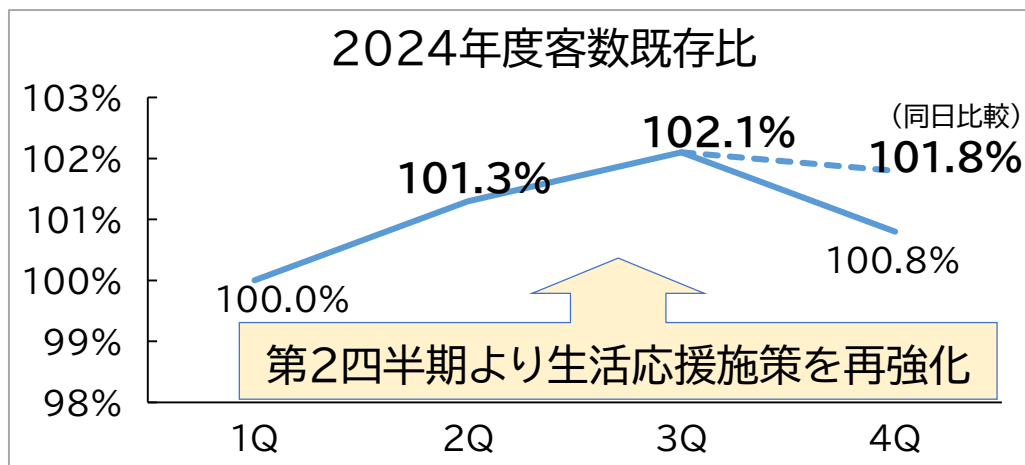
2024年度  
売上既存比  
(食品)  
110.5%



2024年度  
売上既存比  
(食品)  
104.6%



2024年度  
売上既存比  
(食品)  
107.1%



### 地域PB拡大



### 生鮮強化(〇〇の日)



## 新たな価値創造、付加価値の高い商品需要喚起(独自価値)

- 「フレッシュ」「ローカル」「オーガニック」「ナチュラル」「ヘルシー」「サステナブル」商品の拡充
- 福岡市内に2025年4月開業予定の「ワン・フクオカ・ビルディング」内に「ビオララ」をオープン予定
- 衣料品売場改革: 専門店化による顧客層の拡大「カジュアルスタイル」「オケーションスタイル」「スポーツスタイル」「雑貨トラベル」「キッズリパブリック」「ホームコーディ」「ヘルス&ウェルネス」「シニアケア」



「やさしさを、ひとに、環境に。  
こころがはずむ自然のめぐみ。」

オーガニック

ヘルス&ウェルネス

ナチュラル

サステナビリティ



24年度既存GMS内に2店舗出店  
25年2月末時点で累計4店舗展開



「ワン・フクオカビルディング」(25年4月開業予定)内に出店予定  
マルコメ九州初の惣菜店「発酵DELICATESSEN(デリカテッセン)」導入

## 非食品売場の専門店化





# 新たな付加価値を創造し、既存資産の魅力度を高める投資を推進

## ■大型活性化実績(※投資額1億円以上)

店舗によるバラつきはあるものの  
大型活性化合計では想定・前年を上回る

### 2023年度実施 8店舗

売上高	前期比	105.4%
営業総利益	前期比	103.8%

(※前期比は2024年度年間実績)

### 2024年度実施 5店舗

売上高	前年同期比	105.0%
営業総利益	前年同期比	104.8%

(※前年同期比は2024年度下半期実績)

- ✓ 2025年度は10店舗を計画
- ✓ 計画的に既存店活性化を推進
- ✓ 投資計画の精査による成功確度向上

## ■2024年度大型活性化事例(イオンモール香椎浜)

- ✓ 大型専門店の新規導入と直営衣料品売場の効率改善
- ✓ 食品売場面積拡大による圧倒的地域No1食品売場の構築
- ✓ SC敷地内に新たな商業施設を開業、さらに魅力あるSCへ



衣料品売場へのお支払いセルフレジ導入



地域最大級のフロースズン売場構築



こどもの遊び場(kidsい〜な広場)新設



敷地内に新施設「香椎い〜なテラス」開業

## DX推進による生産性・経営効率の向上

➤ 25年度更なるDX推進を行い、人時を創出 ※創出人時を生産性が高い部署へ配置

### 空きレジ案内表示(レジ混雑可視化システム)



一目で空いている  
レジがわかる

レジ従業員の  
誘導案内業務を軽減

導入済み店舗4店舗  
※2025年度3月末時点

### SVカメラ(売場遠隔カメラシステム)



PC・スマホにて  
複数店舗の売場の  
状況を観察・分析

多店舗運営を  
サポート、店舗巡店の  
時間ロスを軽減

### モバイルアシスタント



(PCは作る業務)  
各種端末やPCの  
業務がスマホできる

(スマホは見る業務)  
営業数値の確認を  
スマホで行い、  
移動時間を削減

### バーチャルフィッティング・リモート接客



(バーチャルフィッティング)  
お客さまの体験の質  
向上と利便性の向上

(リモート接客)  
スタッフの負担を軽減し  
人手不足を解消



## 地域や九州の流通企業の皆さまとともに社会課題の解決に向けた取り組みを推進

### 環境保全・地域社会貢献活動の継続



環境特別WAONボーナスポイント  
2024年度寄附額 18百万円



ご当地WAON(九州7県)  
累計寄附額 5億29百万円  
(※2024年度実績に基づく寄附予定額を含む)



イオン幸せの黄色いレシートキャン  
ペーン累計寄附額 6億3百万円

(※2024年度実績に基づく寄附予定額を含む)



フードドライブ(食品の寄附活動)  
累計回収重量 155t

### 電子レシートサービス取り組み拡大



累計発行枚数  
(2024年6月～2025年2月)  
※2024年6月サービス開始

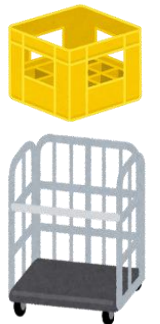
536万件

レシート紙削減効果をCO<sub>2</sub>排出量  
に換算すると約13トンの削減

### 九州の小売各社との協業「九州物流研究会」

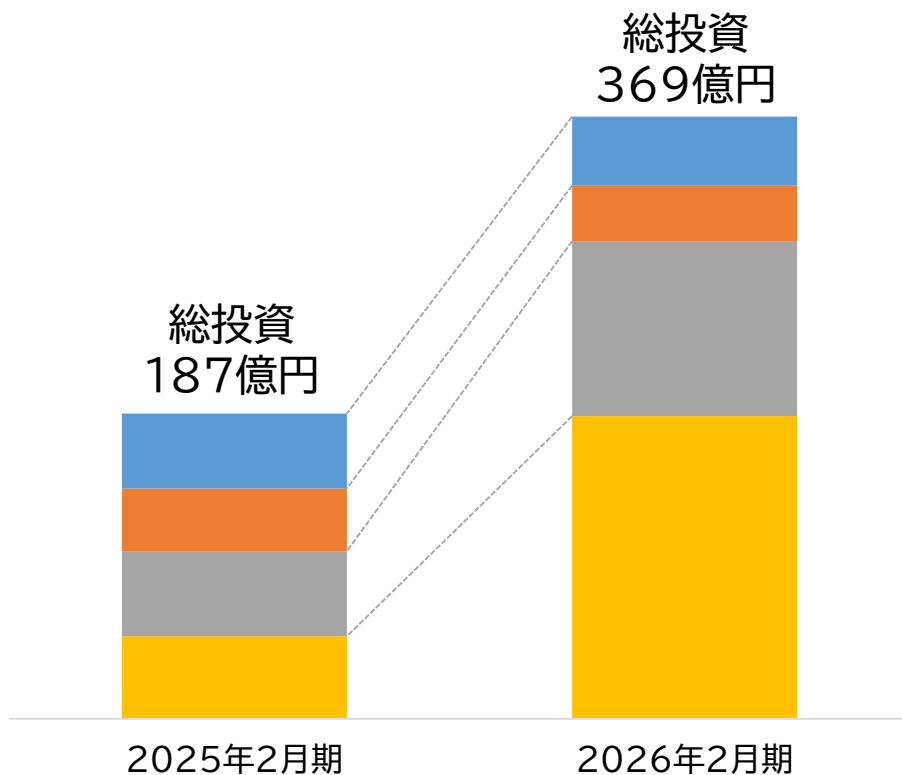
「ドライバー不足」など共通課題の解決に向け、物流を  
協調領域とするネットワークの構築をすすめています。

- ✓ 共同配送による配送効率化
- ✓ 配送資材の規格標準化
- ✓ 配送データのマッチング  
etc.



## 投資計画: 今後の成長に向けて総額369億円(前期比196.8%)を計画

- 新店投資: 都市部小型SM「エクスプレス」、ドラッグ&フード「ウエルシアプラス」を中心に32店舗計画
- 既存店活性化投資: 収益力向上のため業態転換を含めた既存店活性化11店舗を計画
- 修繕・IT投資: 省エネ施策や設備更新、EC・ネットスーパーに係るインフラ整備等を計画
- その他: 将来的な利益創出及び地域経済への貢献を目的とした物件取得、M&A・アライアンス等



<p>新店投資 (前期比92.2%)</p>	<p>25年度は都市部における小型店舗中心に32店舗程度を計画 (※24年度はGMS2店舗、NSC1店舗影響あり)</p>
<p>既存店活性化投資 (前期比88.7%)</p>	<p>GMS5店舗、SM5店舗、業態転換1店舗 (※24年度は大型SCリニューアル影響あり)</p>
<p>修繕・IT投資 (前期比205.3%)</p>	<p>省エネ機器・冷凍冷蔵設備更新、計画修繕ECシステム整備、PoC含めた効率化投資</p>
<p>その他 (前期比366.9%)</p>	<p>将来的な利益創出に向けた優良物件取得 地域経済活性化に向けたアライアンス</p>

## 成長事業を中心とした積極出店を行いながら安定的な利益創出を図る

- 既存事業の収益力向上を原資として、成長事業を中心とした積極出店・顧客接点の拡大を推進
- コストマネジメントへの理解浸透により、さらなる生産性・経営効率の改善を推進
- 営業外収益: 調達金利上昇を勘案し支払利息増、前期計上のテナント退店違約金受入影響等を考慮
- 特別損益: 前期計上の災害保険金(集中豪雨・台風被害等)影響等を考慮

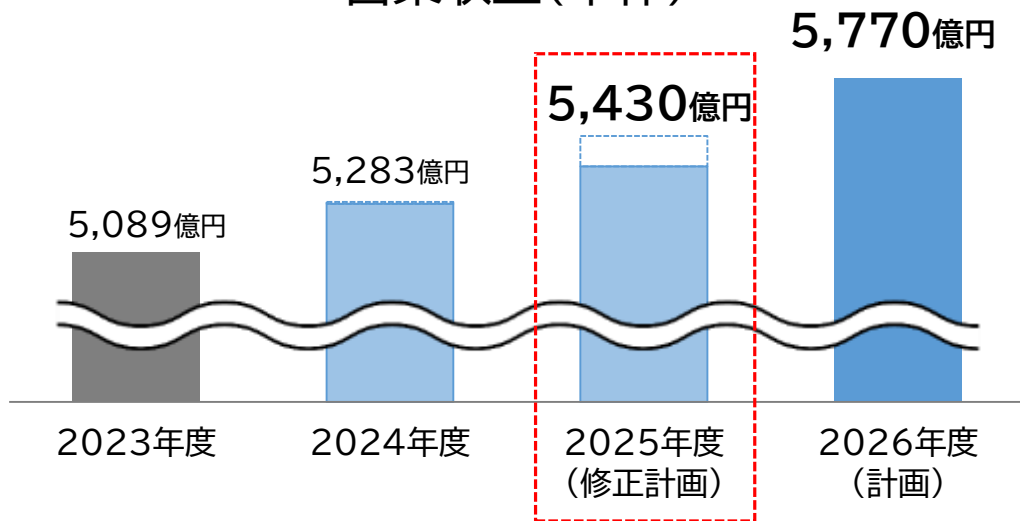
(百万円)	連結業績予想		単体業績予想	
	額	前期比	額	前期比
営業収益	551,000	103.6%	543,000	102.8%
営業利益	10,600	100.6%	11,500	100.6%
経常利益	10,100	91.6%	11,100	93.1%
当期純利益	5,300	87.8%	5,800	89.0%

※連結業績予想の当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益を記載しています。

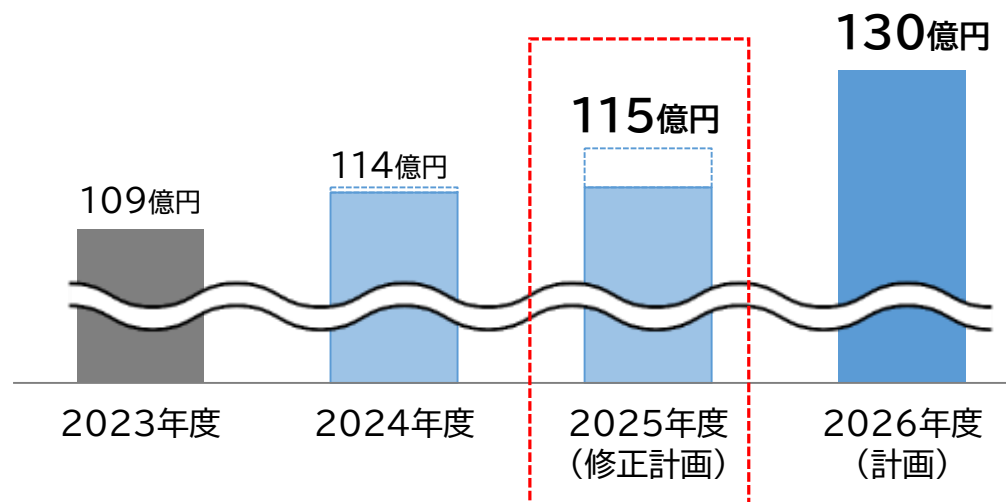
## 中期経営計画における2025年度業績計画を修正

- 24年度新規出店実績の計画乖離、物価上昇による消費への影響、人件費や光熱費等のコストアップと件を鑑み、25年度計画を修正

<営業収益(単体)>



<営業利益(単体)>



<連結業績計画>

(単位:億円)	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 (修正計画)	2026年度 (計画)
営業収益	5,103	5,318	5,510	6,230
営業利益	104	105	106	119

<目指す水準(連結)>

	2026年度 (計画)
ROE	10.0%
ROIC	8.0%

I. 2024年度(2025年2月期)決算概要

II. 2025年度経営方針

**III. 株主還元**



# 1株当たり配当金は5円増配、年間50円(中間20円、期末30円)を計画

- 経営成績を反映させた配当性向の目安を30%に置き、株主の皆さまへの安定的な利益還元を図るとともに、更なる利益成長に努めてまいります

中長期的な成長による  
企業価値向上



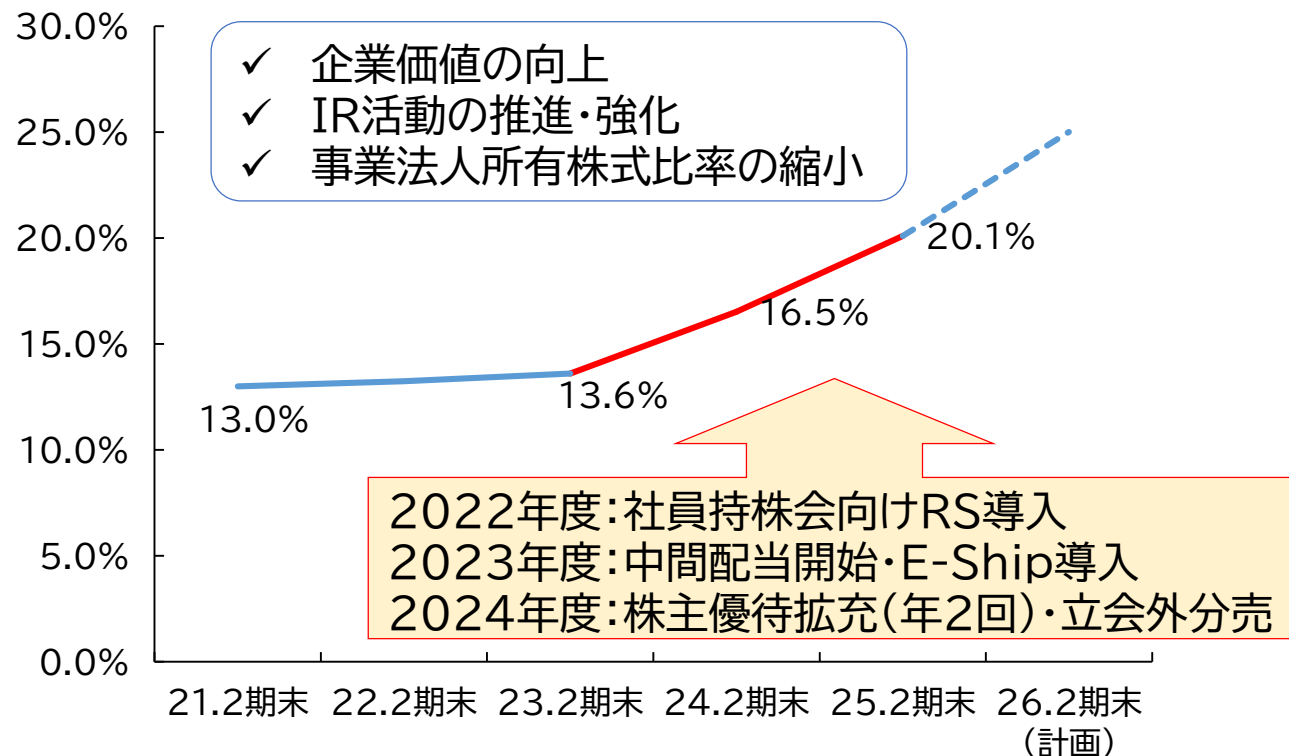
経営のパートナーである  
株主さまへの安定的な利益還元  
(株主配当金+株主優待制度)

	2021年度	2022年度	2023年度 (連結)	2024年度 (連結)	2025年度 (連結計画)
1株当たり 年間配当金	20円	28円	50円	45円	50円
配当性向	25.0%	20.8%	24.4%	25.4%	32.1%
※備考①	記念配当5円を含む		特別配当5円 及び 記念配当5円を含む		
※備考②	期末配当のみ	期末配当のみ	中間配当14円 期末配当36円	中間配当20円 期末配当25円	中間配当20円 期末配当30円

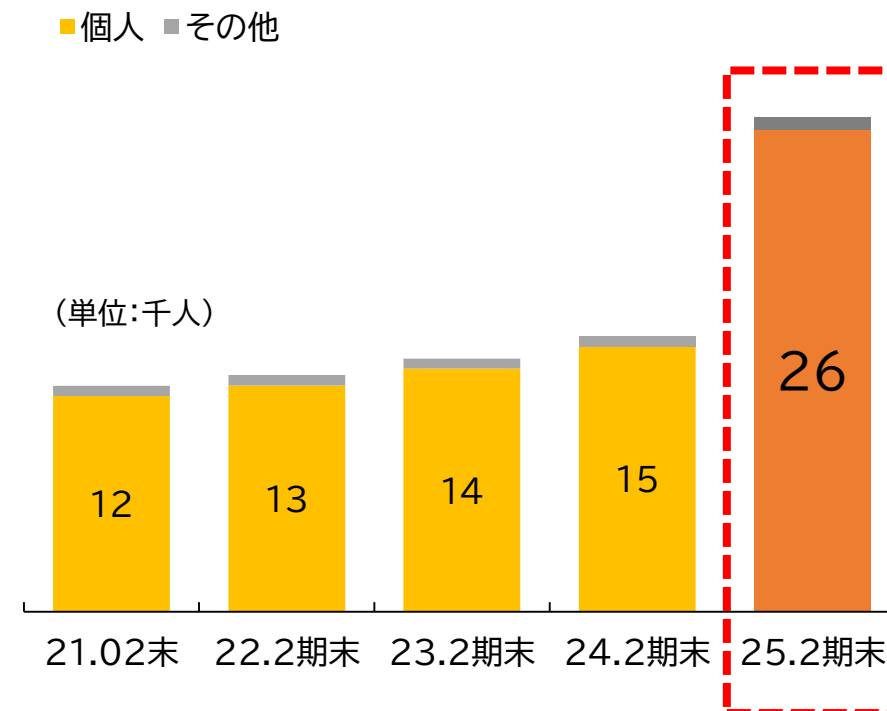
## 東証「スタンダード市場」上場維持基準充足に向けて

- 市場需給への影響を極力回避するべく、当社株式の需要面と供給面、双方の取り組みを推進
- 2025年度末までに「流通株式比率25%」充足するべく、さまざまな角度から施策を検討

### 流通株式比率の向上



### 個人株主(≒お客さま株主)の増加



※当社が各年度基準日時点の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

The AEON logo is displayed in a bold, magenta, sans-serif font. A horizontal, three-dimensional magenta ring is positioned behind the letters 'E', 'O', and 'N', appearing to pass through them. The 'A' is a simple diagonal stroke, and the 'E' is a solid block letter. The 'O' and 'N' are also solid block letters. The entire logo is centered horizontally on a white background.

**AEON**



# Appendix

# 多様なニーズに対応可能なマルチフォーマット展開



イオン(総合スーパー:GMS) 67店舗



マックスバリュ(スーパーマーケット:SM)159店舗



ホームワイド(ホームセンター:HC) 33店舗



ザ・ビッグ(ディスカウントストア:DS)29店舗

**340店舗**  
(※2/末時点)



イオンバイク 29店舗



FC事業 11店舗








インナー&カジュアルプラス有田店



ウエルシアプラス(ドラッグ&フード) 11店舗

# 2025年2月末現在 展開店舗数(連結:県別・業態別)



	GMS 	SM 	DS 	HC 	WP 	その他	合計
福岡県	26	69	13	5	7	23	143
佐賀県	4	12	7	2	2	3	30
長崎県	11	20		2		3	36
熊本県	6	20	6	2	2	3	39
大分県	7	12	3	13		3	38
宮崎県	7	15		8		2	32
鹿児島県	6	11				4	21
山口県				1			1
<b>合計</b>	<b>67</b>	<b>159</b>	<b>29</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>41</b>	<b>340</b>

※GMS:総合スーパー、SM:スーパーマーケット、DS:ディスカウントストア、HC:ホームセンター、WP:ウエルシアプラス(イオンウエルシア九州(株))  
 その他:サイクル事業、フランチャイズ事業

# 株主優待制度(株主様ご優待券について)

2024年度より基準日に8月末日を新設し、「株主様ご優待券」贈呈回数を年2回に変更いたしました。引き続き企業価値向上に努めるとともに、当社株式への投資魅力を一層高める施策を検討してまいります。

所有株式数	株主様ご優待券
100~199株	5,000円相当(100円券×50枚) ※年間10,000円相当(100円券×100枚)
200~299株	7,500円相当(100円券×75枚) ※年間15,000円相当(100円券×150枚)
300~499株	10,000円相当(100円券×100枚) ※年間20,000円相当(100円券×200枚)
500~999株	15,000円相当(100円券×150枚) ※年間30,000円相当(100円券×300枚)
1,000~2,999株	20,000円相当(100円券×200枚) ※年間40,000円相当(100円券×400枚)
3,000株以上	25,000円相当(100円券×250枚) ※年間50,000円相当(100円券×500枚)

1回のお買上げが1,000円(税込)以上の場合、1,000円毎に1枚ご利用いただけます。



※株主様ご優待券は、当社及びイオングループ各社の直営売場にてご利用いただけます。  
(ご利用可能企業は当社HPに掲載)  
<https://www.aeon-kyushu.info/ir/stock/benefit>

※株主優待をはじめとする株主の権利を得るためには、基準日に株主名簿へ記録されていることが必要です。  
株式の購入につきましては、お取引証券会社等にお問い合わせください。