

マックスバリュ東海・マックスバリュ中部

2019年9月1日 経営統合

2019年4月10日

マックスバリュ東海(株)
代表取締役社長 神尾 啓治

マックスバリュ中部(株)
代表取締役社長 鈴木 芳知



源流は、ともに「お客さま第一」
それぞれの強みを、更なる成長へのチャンスに。



東海中部エリア No.1 のフードサービス業へ

競合環境の変化

- ✓ 競争環境の激化、ボーダレス化
ドラッグ・コンビニ・Eコマース…

市場の縮小、都心集中

- ✓ 人口動態の変化、嗜好の多様化
健康志向、生活スタイルの変化…

SM事業への経営資源の集中 地域密着経営の具現化

労働環境の変化

- ✓ 労働人口の減少、雇用単価の上昇、専門人材の育成…

新たな変化への対応

- ✓ AI、ロボティクス、IoT
SDGs、ESG、CSR…

持続的成長が期待できる市場へ、より投資が可能な体制へ

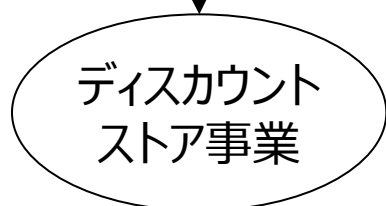
- **エリアNo.1の競争力へ更なる拡大を図る**
 - ✓ 両社の「地域密着」のノウハウを融合し、既存営業力の充実
 - ✓ 投資力向上による、重点エリアへの積極出店と効率化（IT・物流）

- **本部機能を集約、各事業部への人的資源投資**
 - ✓ 事業展開エリアを効果的・効率的にコントロール可能な本社体制
 - ✓ オペレーション体制の最適化、人材交流による人的資源の最適化

- **地域のベストパートナー企業へ**
 - ✓ 地域のお取引先さま等との協働による地域の食文化や風習を意識した商品調達・商品開発や、地域における課題解決への更なる貢献

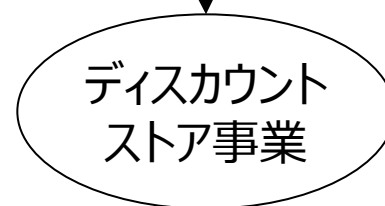
新会社は、「マックスバリュ」ブランドに集中

MV東海を存続会社とする吸収合併契約
効力発生日：2019年9月1日



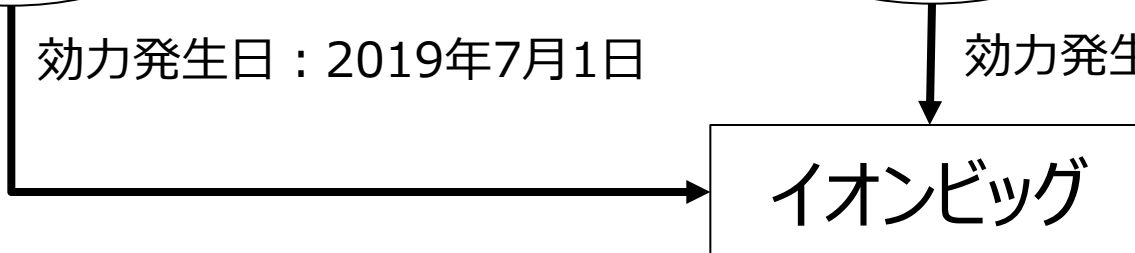
会社分割による
ディスカウントストア
事業承継

効力発生日：2019年7月1日



会社分割による
ディスカウントストア
事業承継

効力発生日：2019年6月1日



基本合意書に基づき、9月1日に経営統合

項目	日付
本基本合意書締結日（M V 東海、M V 中部）	2018年10月10日
本合併契約締結日（M V 東海、M V 中部）	2019年4月10日
定時株主総会における本合併契約承認決議 （M V 中部）	2019年5月16日 （予定）
定時株主総会における本合併契約承認決議 （M V 東海）	2019年5月24日 （予定）
本合併の効力発生日	2019年9月1日 （予定）

※ディスカウントストア事業をM V 中部(株)は2019年6月1日付で、M V 東海(株)は2019年7月1日付で会社分割を予定しております。

基本合意書に基づき、9月1日に経営統合

合併前の株式数	M V 東海	M V 中部
合併前の株式数 (2019.2.28 現在)	17,883,300株	31,734,623株
合併比率	1	0.59
合併後の株式数	36,409,826株	

※ M V 中部自己株への配当は行いません。算定の経緯等の詳細につきましては、本日発表のニュースリリースをご参照下さい。

商号 **マックスバリュ東海株式会社** 本店所在地 **静岡県浜松市**

- ✓ 展開エリアは東海道沿い、主たる出店地域を表す地名として「東海」
- ✓ 重点出店エリア「静岡県中西部、愛知県東部」に近く、行政とも連携
- ✓ 両社の展開エリアの中間地点であり、営業、管理、移動面で効率的



➤ 企業理念

「何よりもお客さまの利益を優先しよう」

➤ 達成すべきレベル

2026年度 連結営業収益 5,000億円
連結営業利益 200億円 営業利益率 4%

➤ 強いローカルでリージョナルを形成

企業理念

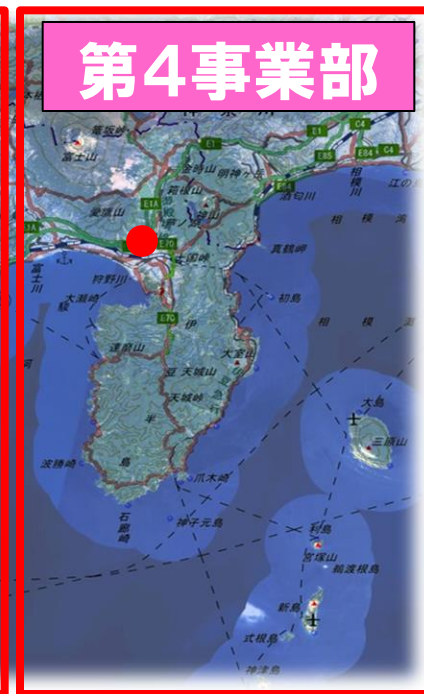
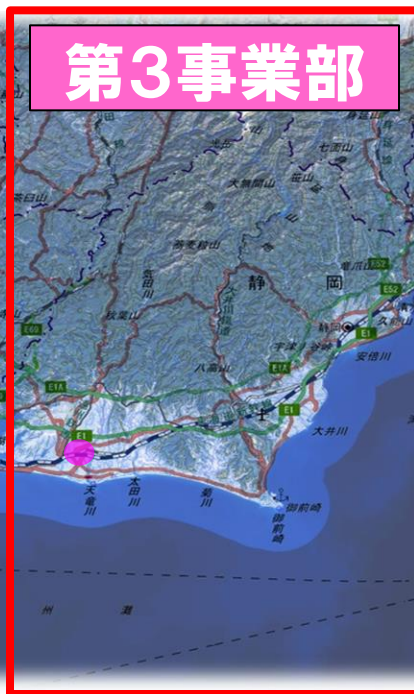
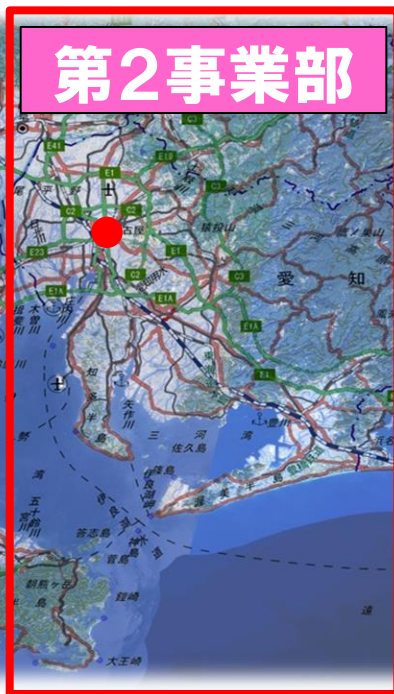
「何よりもお客さまの利益を優先しよう」

お客さま第一の早い意思決定可能な事業部制

※事業部名は仮称

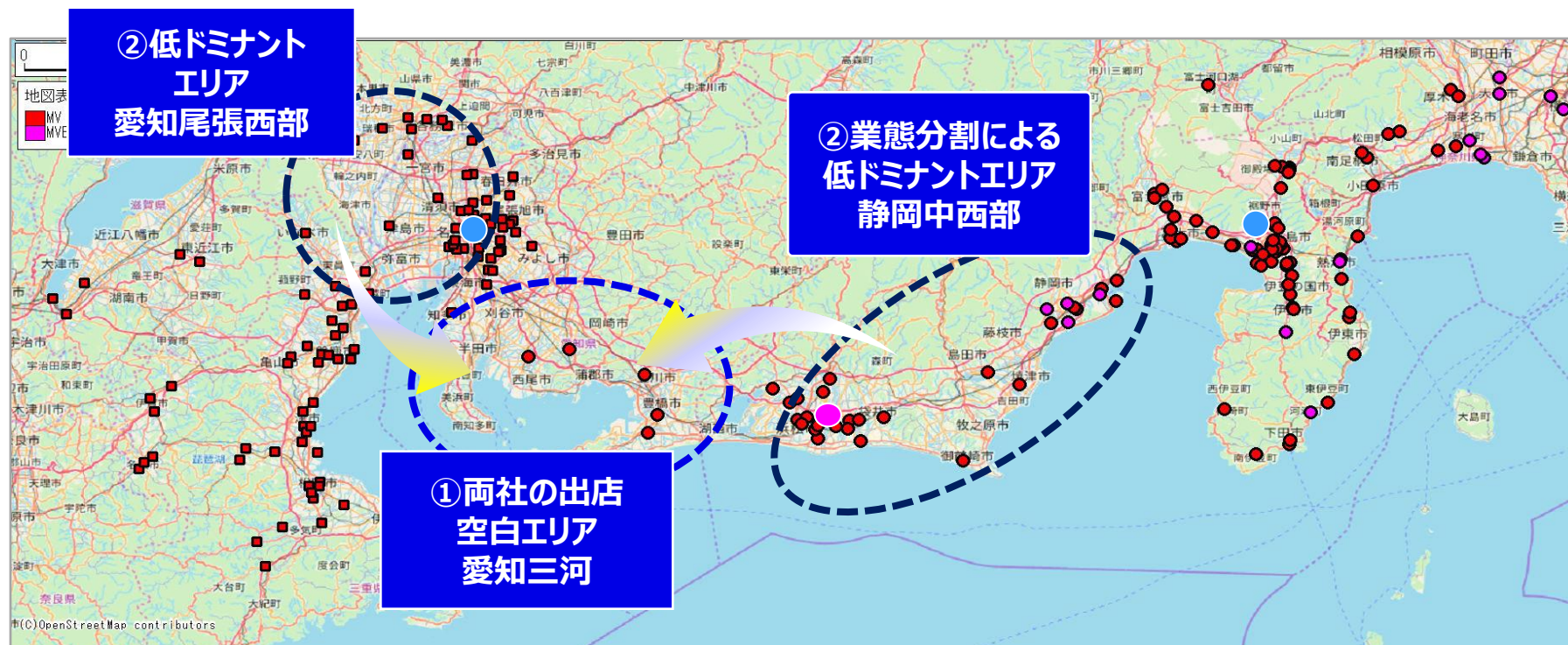


昨年の台風災害停電時の臨時開店の様子



➤ 3つの出店戦略 2026年350店舗体制へ向けて

- ①店舗空白地への進攻（東海、中部の主力エリア間）
- ②低占拠率エリア（尾張・静岡中西部エリア）のドミナント
- ③人口増加エリアへの進攻



➤ 地域密着の取り組み拡大



デリカの出来立て訴求・おいしさ・品揃え



水産は鮮度・品揃えを意識



くつろげるイートインスペース



地元農産物の品揃え
旬・鮮度を意識



例) 店内で炭火で焼いた焼き鳥



じもの商品の積極的な展開

➤ 両社がこれまで培った「地域密着DNA」を
より強いものに進化させる



2018年のじもの商品大商談会

地域密着経営

フレックス委員会

じもの商品開発

継続的食育活動

小型SMモデル

自社PCセンター

静岡県シェア14%※

地産地消・地物一番

おもてなし委員会

自社ブランドやみつきいなり

ちゃんごはんスタジオ

マックスバリュブランド、NSC

自社開発発注システム

三重県シェア14%※

※: 自社集計

イオングループの強みの共有

トップバリュ、WAON

➤ **ブランドメッセージ**

想いを形に、「おいしい」でつながる。

✓ **“想いを形に”** とは

根底にある地域を想う企業姿勢を事業活動で体現すること

✓ **“「おいしい」でつながる。”** とは

想いを形にする過程におけるお客さまへのお約束、統合会社における不変の価値観

✓ **“おいしい”** とは

5つの「おいしい」を、お客さまの期待を超えるレベルでご提供する

- ①味が「おいしい」(商品力・鮮度)
- ②体が「おいしい」(安全安心・健康)
- ③心が「おいしい」(接客・おもてなし)
- ④時間が「おいしい」(利便性)
- ⑤空間が「おいしい」(快適性)

➤ マックスバリュ東海(株)連結業績予想

(単位：百万円)

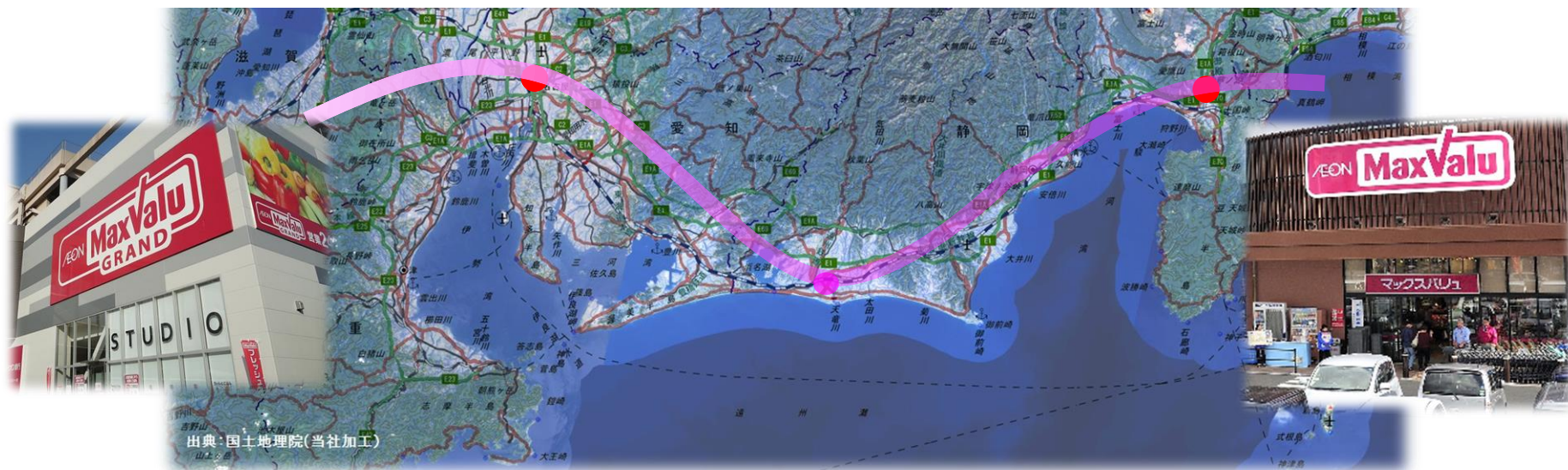
項 目	2019年度
営業収益	260,000
営業利益	6,800
経常利益	6,700
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,300

※2019年度は、統合前のMV中部、移管後のMV東海・MV中部のディスカウント事業の数値は含んでおりません。

2019年4月10日（水）



想いを形に、「おいしい」でつながる。



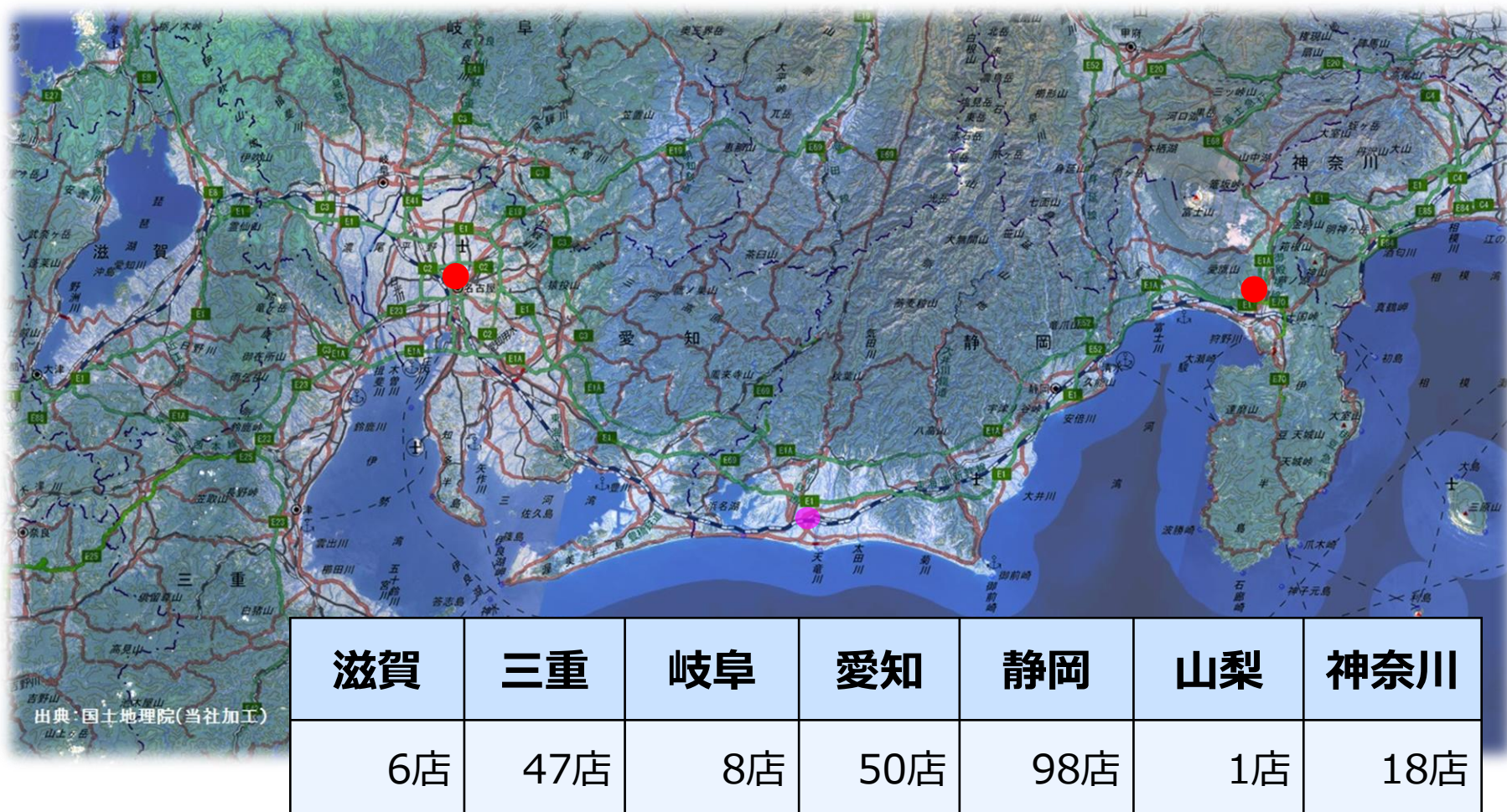
想いを形に「おいしい」でつながる。



本資料に記載されている業績見通し、事業計画、目標等の将来に関する事項は、当社が本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、一定の仮定をおいたもの、もしくは判断した見込みであります。

これらの仮定及び判断については、潜在的リスクや不確実性を含んでおり、実際の業績または展開が異なる可能性があります。

➤ 県別店舗数



※店舗数は、2019年4月10現在（移管予定等の店舗を除く）合計228店