



2024年2月期 決算説明会



1. 決算ハイライト

2. 2023年度 取組み

3. 2024年度 主要施策

4. 2025年2月期 連結業績予想

1. 決算ハイライト

2. 2023年度 取組み

3. 2024年度 主要施策

4. 2025年2月期 連結業績予想

●2023年度決算総括

- ✓ 新店・改装などが牽引し、営業収益で過去最高を更新
- ✓ 新店7店舗（小型店3店舗）、改装6店舗
- ✓ 客数、客単価伸長により既存店売上103.5%
- ✓ 効率化投資により生産性が向上
- ✓ 冷凍ケース入れ替えなどの設備投資継続（省エネ＋販売強化）
- ✓ 営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益はいずれも過去最高益を更新

●2024年度概観

- ✓ お客さまの消費動向や価値観の変化
- ✓ 新規出店5店舗及び既存店舗の改装による店舗競争力の強化
- ✓ 新規事業の推進による販路の拡大
- ✓ 地域商品の開発及び販売強化の継続実施
- ✓ ステークホルダーとの協働によるサステナブルな価値の共創

客数・客単価の改善により連結営業収益は前期比4.5%増の3,667億円
 コスト抑制と効率化により連結営業利益は134億円、経常利益135億円、
 親会社株主に帰属する当期純利益83億円

(単位：百万円、%)

	2023年2月期	2024年2月期	前期比
営業収益	351,107	366,742	104.5
売上高	343,557	358,988	104.5
営業利益	10,302	13,482	130.9
経常利益	10,285	13,516	131.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,169	8,313	134.7

(単位：百万円、%)

		2023年2月期		2024年2月期		前期増減
		実績	構成比	実績	構成比	
資産	流動資産	50,091	42.0	61,188	45.9	11,096
	固定資産	69,300	58.0	72,057	54.1	2,757
	資産合計	119,391	100.0	133,245	100.0	13,853
負債・純資産	流動負債	36,296	30.4	43,752	32.8	7,455
	固定負債	9,322	7.8	8,896	6.7	▲425
	負債合計	45,619	38.2	52,649	39.5	7,029
	純資産	73,772	61.8	80,596	60.5	6,824
	負債純資産合計	119,391	100.0	133,245	100.0	13,853

新規出店 7 店舗（内小型店 3 店舗）
 改装 6 店舗

店舗合計 **240** 店舗 (2024年2月末現在)

	静岡	愛知	三重	滋賀	岐阜	神奈川	山梨	国内計
23年2月期 期末店舗数	102	54	46	8	6	16	1	233
新規出店	4	1	2	—	—	—	—	7
24年2月期 期末店舗数	106	55	48	8	6	16	1	240
改装実施	1	2	2	—	—	—	1	6

客数、客単価が共に改善。既存店売上高は103.5%と伸長

売上高	通期
既存比	103.5%

客数	通期
既存比	101.3%

客単価	通期
既存比	102.2%

客数UP

- ・火・水曜日・お客さま感謝デー得意日強化
- ・トップバリュ商品・じもの商品の展開強化
- ・iAEONクーポンなどのデジタル販促の推進

客単価UP

- ・デリカ商品の強化
- ・フローズン改革
- ・小容量商品の品ぞろえ拡充

一品単価	通期
既存比	105.9%

買上点数	通期
既存比	96.4%

効率化投資により生産性が向上
 冷蔵・冷凍ケース設備刷新に伴う電気使用量削減等により設備費率が減少

生産性指標	2023年2月期	2024年2月期	前年差
人時売上高	15,522円	16,221円	+699円
人時生産性	3,682円	3,911円	+229円

売上高販管費率	2023年2月期	2024年2月期	前年差
人件費率	13.1%	13.4%	+0.3
販売費率	2.6%	2.7%	+0.1
設備費率	8.9%	8.1%	▲0.8
一般費率	1.6%	1.8%	+0.2
販売費及び一般管理費率	26.2%	26.0%	▲0.2

1. 決算ハイライト

2. 2023年度 取組み

3. 2024年度 主要施策

4. 2025年2月期 連結業績予想

成長性・収益性・社会性を並行的に追求し、新たな成長軌道を創造

サステナブル（持続的な成長）な地域と事業づくりへの挑戦

成長性

×

収益性

×

社会性

- ▶ 地域のドミナント化
エリアでの役割、出店、改装
- ▶ 顧客接点の規模的拡充
※ ネットスーパー、移動販売、無人販売 など
- ▶ 顧客接点の質的拡充
※ MD、マーケティングを通じた誘客強化 など

- ▶ 商品力の強化
※ デリカ・フローズン改革
※ TV・じもの商品の底上
※ 生鮮の再構築
- ▶ 商品調達、物流の最適化
- ▶ 生産性向上を伴う働き方の変容
※ 自動化、効率化を通じた接客の充実 など

- ▶ 地域課題解決への貢献
※ 移動販売（買物不便対応）
※ ちゃんとごはん（健康寿命延伸）
※ 行政・地域との協働施策
- ▶ 販売活動を通じた地域活性化
※ ありがとうキャンペーン など
- ▶ 食品ロスの削減
- ▶ カーボンニュートラル推進

原点認識に基づく基本の徹底 = 土台

地域のドミナント化推進
小型店舗 3 店舗を含む 7 店舗を出店



MV 江南布袋店 (4月)



MVExp 小山須走店 (7月)



MV 浜松助信店 (7月)



MVExp 志摩波切店 (11月)



MV 湖西新居店 (4月)



MVExp 天竜春野町店 (12月)



MV 志摩和具店 (11月)

既存店 6 店舗で改装を実施
 改装投資 5 億 8 千 7 百万円 成長カテゴリーを徹底強化



MV北勢店 (5月)



MV富士河口湖店 (6月)



MV鶉方店 (10月)



MV富士宮朝日町店 (6月)



MV徳川明倫店 (7月)



MV岡崎美合店 (2月)

ネットスーパー、即配、ECサイトなどのオンラインサービス
 移動スーパー、無人店舗など、各種サービス拡充で顧客接点を拡大



移動スーパー
17台運行体制に拡大



トータルアプリAEON
登録会員49万人



無人店舗「Maxマート」
47店舗に拡大



即配「UberEats」
60拠点にサービス拡大



ネットスーパー
26店舗でサービス展開



ECサイト
取扱い商品を拡充

成長カテゴリーである「デリカ」・「フローズン」を強化
競争店との差別化で客数増加に寄与

デリカ強化



できたて・ライブ感の演出



店内焼上げやきとり



てづくりおむすび

フローズン強化



63店舗で冷凍ケース入替え



名古屋市内2店舗に
フランス「picard」商品導入

高品質・低価格のプライベートブランド「トップバリュ」の販売強化
地域での独自性を活かしたローカルPBの開発



プライベートブランド「トップバリュ」
主要品目の値下げなど、生活者に寄り添う
家計応援価格を実現



ローカルPBの開発
・地域での独自性を活かした商品開発
他社には真似できない価値
「トップバリュ 愛知県産 豊橋市
ヘタなしミニトマト きら姫」(11月)
「トップバリュ J A豊橋の次郎柿」(11月)

地域で親しまれている商品・地元企業で生産された商品
「じもの商品」の販売を通して、地域の活性化に寄与

じもの



改装時に「じもの売場」を強化



じものスター誕生!! お客さまの投票企画
生の声を「じもの」メーカーさまにお届け

「じもの商品大商談会」(10月)
約350社 約2,400品のじもの商品を集め
店舗の担当者約1,200人が参加
じものメーカーとのマッチングにより店舗展開を推進

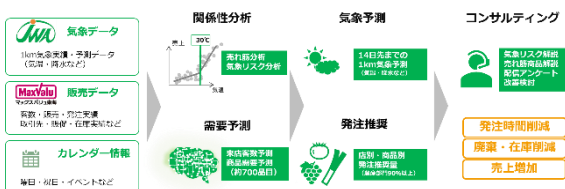
商品力の強化と並行して、効率化投資を推進 キャッシュレスセルフレジ・気象予測データの活用・惣菜自動盛付ロボット

キャッシュレスセルフレジ



キャッシュレスセルフレジ
2023年導入数：79店舗
累計導入数：230店舗

気象予測データの活用



日本気象協会の気象予測
データを農産の発注に活用

惣菜自動盛付ロボットの導入



デリカ長泉工場に盛付ロボットの
ラインを増設

地域のお客さま、お取引先さまとともにありがとうキャンペーンを推進
3つの地域のありがとうキャンペーンで総額893万円を寄付

富士山ありがとうキャンペーン



愛知県ありがとうキャンペーン



三重県ありがとうキャンペーン



寄付総額 **893万円**

自治体や市民団体と協働でイオン ハートフル・ボランティアを実施 三重県・滋賀県内全店に「おもいやりレジ」を設置

三重県・津市との連携による海岸清掃の実施



グループ会社従業員約100名参加で海岸清掃

焦らずゆっくりお会計できる「おもいやりレジ」



四日市市見守り等活動に関する協定調印式



三重・滋賀店舗に「おもいやりレジ導入」
四日市市見守り等活動に関する協定を締結

地域の大学・専門学校・高等学校や自治体とのコラボ商品の共同開発
2023年度は7商品を開発



東海市
「5種の味わいトマト御膳」



東海学院大学
「三代目 生彩弁当」



東海学園大学
「コレ食べときゃ〜！からだごほうび弁当」



鈴鹿医療科学大学
「鈴華御膳 韓国風弁当」「うまいら静岡！ちゃんと食ベトコ弁当」



常葉大学



宇治山田商業高校
「ウツまみ・かぼけっと」



1. 決算ハイライト

2. 2023年度 取組み

3. 2024年度 主要施策

4. 2025年2月期 連結業績予想

▶ どれだけお客さまの生活に寄り添えるかが重要なポイント

環境分析

2024年度与件

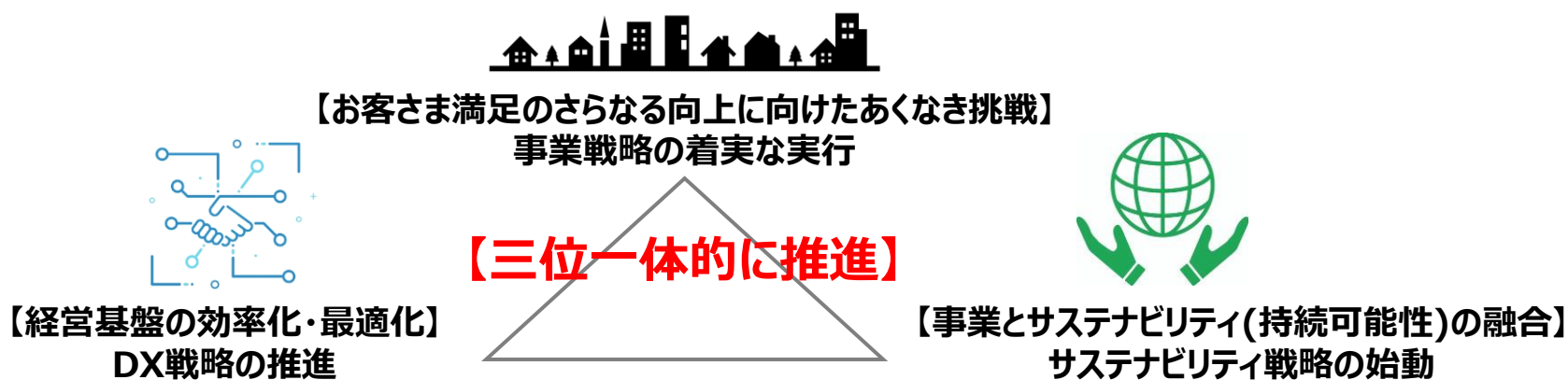
メリハリ消費への対応	多様化への環境整備	時間外労働規制猶予終了	所得税・住民税減税	児童手当支給対象拡大
接客レベル	徹底した効率化推進による生産性向上	MV東海上場20周年	トップバリュ50周年	イオン上場50周年
既存モデルに偏重しない収益構造	持続可能な社会の実現	パリ夏季オリンピック	阪神淡路大震災30年	新紙幣発行

【2024年度の位置づけ】

- 「徹底した暮らし応援」と「新しい価値提供」の両立を実現する1年とする
- 同時に、経営の足腰を鍛えあげ、地域社会への貢献度を高めるための戦略を確実に実行する

【2024年度 経営基本方針】

- お客さま満足のさらなる向上に向けたあくなき挑戦
- 経営基盤の効率化・最適化を通じた働き方の変革
- 事業とサステナビリティ(持続可能性)の融合



- ▶顧客接点の中心である既存店の収益力向上を力強く推進するとともに、新たな顧客接点の探索と収益化にも着手する。あわせて東証上場20周年を全体の傘として、日々の事業活動の中で、お客さまをはじめとしたステークホルダーに感謝の気持ちを伝えきる。

経営基本方針		基本戦略
I	お客さま満足のさらなる向上に向けたあくなき挑戦	<p>【事業戦略の着実な実行】 戦略目的：「徹底した暮らし応援」と「新しい価値提供」の両立</p> <p>【1】既存店の収益性向上 【2】当社ならではの価値創造とお求めやすい価格の両立 【3】新たな顧客接点の創造</p>
II	経営基盤の効率化・最適化を通じた働き方の変革	<p>【DX戦略の推進】 戦略目的：店舗の付加価値創造、顧客基盤の整備</p> <p>【1】店舗業務の効率化による付加価値創造 【2】顧客基盤の充実と新たな収益源の探索</p>
III	事業とサステナビリティ(持続可能性)の融合	<p>【サステナビリティ(持続可能性)戦略の始動]</p> <p>戦略目的：「笑顔」と「元気」、「幸せ」あふれる地域を共創</p> <p>【1】マックスバリュ東海におけるサステナビリティ(持続可能性)の考え方 【2】笑顔と元気があふれる店舗づくり</p>

IV) 上場20周年を傘として、各施策に融合

主要施策

新規出店：5店舗

既存店改装：18店舗

冷凍ケース入替：37店舗

トップバリュ構成比：20%

ネットスーパー：2拠点開設

移動販売：30台稼働開始

Maxマート：40店舗開設

UberEats：20拠点開設



主要施策

電子棚札導入：76店舗

iAEON：累計100万人登録

発注起案に需要予測活用

リテールメディアの活用

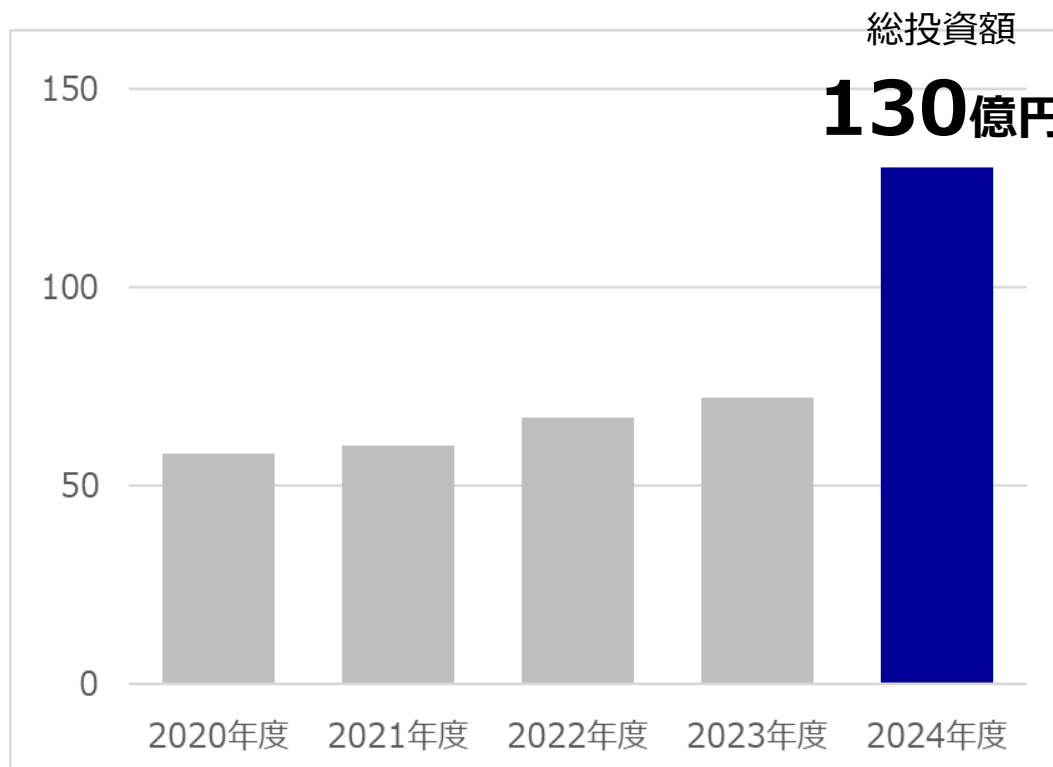


130億円の投資を計画



成長加速に向け積極投資

■投資金額の推移



主な投資内容

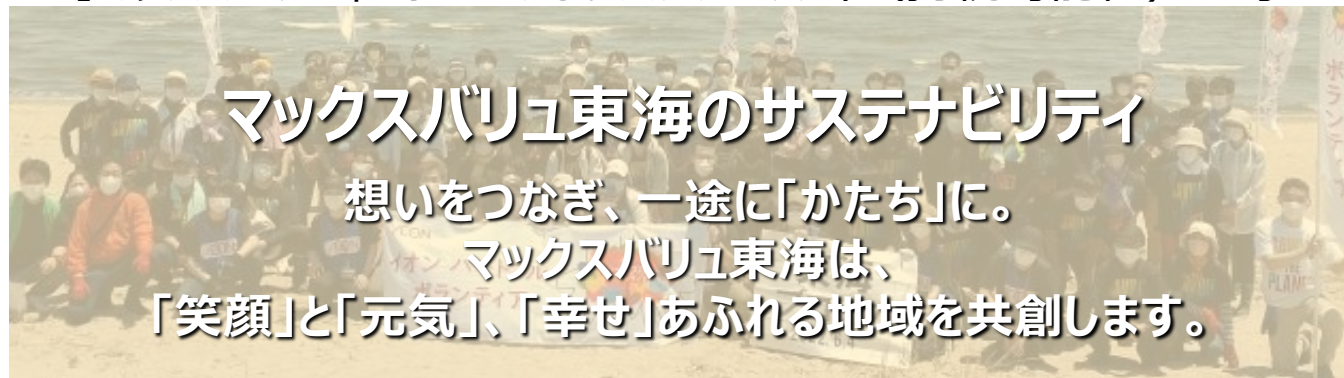
新店・改装

電子棚札

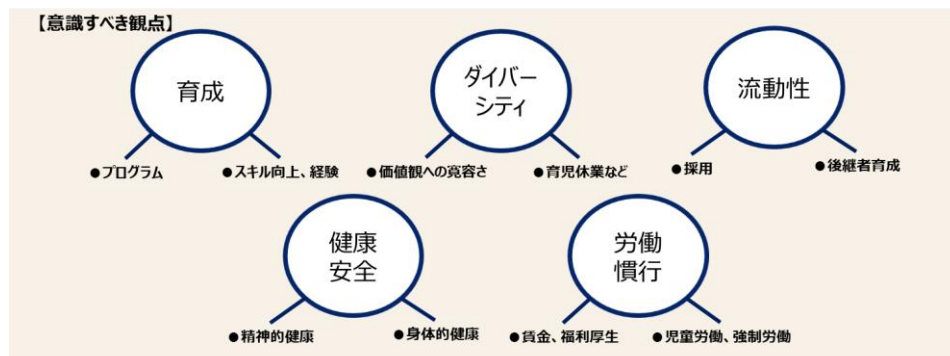
セルフレジ入替

その他の投資

【1】マックスバリュ東海におけるサステナビリティ (持続可能性) の考え方



【2】笑顔と元気があふれる店舗づくり



人事制度の刷新

『**想いを形に、「おいしい」でつながる。**』を体現する。

- 行動指針を体現
- 20年分の感謝の気持ちを、日々の活動で体現し、お客さまに伝える。
- とともに歩んできた仲間へ、感謝の気持ちを伝える。

これまでも、これからも地域を想う企業姿勢を事業活動で体現し、
「おいしい」でつながる20年間の感謝を、地域の人々の想いをつなぎ、
役に立つ事業への挑戦を通じて
「笑顔」と「元気」、「幸せ」あふれる地域を共創する。

1. 決算ハイライト

2. 2023年度 取組み

3. 2024年度 主要施策

4. 2025年2月期 連結業績予想

	通期予想（百万円）	前期比・差
営業収益	377,000	102.8%
営業利益	13,700	101.6%
経常利益	13,600	100.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,400	101.0%
一株当り当期純利益	263円68銭	+2円62銭
一株当り年間配当	75円 〔普通配当70円 記念配当 5円〕	+15円 〔普通配当+10円 記念配当 +5円〕

想いを形に、「おいしい」でつながる。



マックスバリュ東海株式会社