

# 2025年2月期決算説明会資料



1. 決算ハイライト

2. 2024年度の取り組み

3. 2025年度 主要施策

4. 2026年2月期 連結業績予想

1. 決算ハイライト

2. 2024年度の取り組み

3. 2025年度 主要施策

4. 2026年2月期 連結業績予想

## ● **2024年度決算総括**

営業収益・営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益は、増収増益、いずれの数値も過去最高を更新

### ＜増収・増益の主な要因＞

- ✓ 新規出店・既存店改装に伴う売上増  
新規出店 5 店舗（内小型店 2 店舗）、既存店改装 16 店舗
- ✓ 客数、客単価ともに改善し、既存店売上 102% と伸長
- ✓ ノンストア事業の展開拡大により新たな顧客を創出
- ✓ 効率化投資の効果により人時効率が向上

## ● **2025年度の概況**

- ✓ 物価上昇圧力の継続に伴うお客さまの消費動向・価値観の変化  
それらに対応した価格体系の見直し
- ✓ 新規出店、及び既存店の改装による店舗競争力の更なる強化
- ✓ ノンストア事業をはじめとする新たな成長分野の開発・拡充
- ✓ サステナビリティ経営の推進

連結営業収益は前期比2.9%増収の3,774億円  
 効率化投資・経費圧縮効果により営業利益140億円・経常利益140億円、  
 親会社株主に帰属する当期純利益93億円  
 増収増益、いずれの数値も過去最高を更新

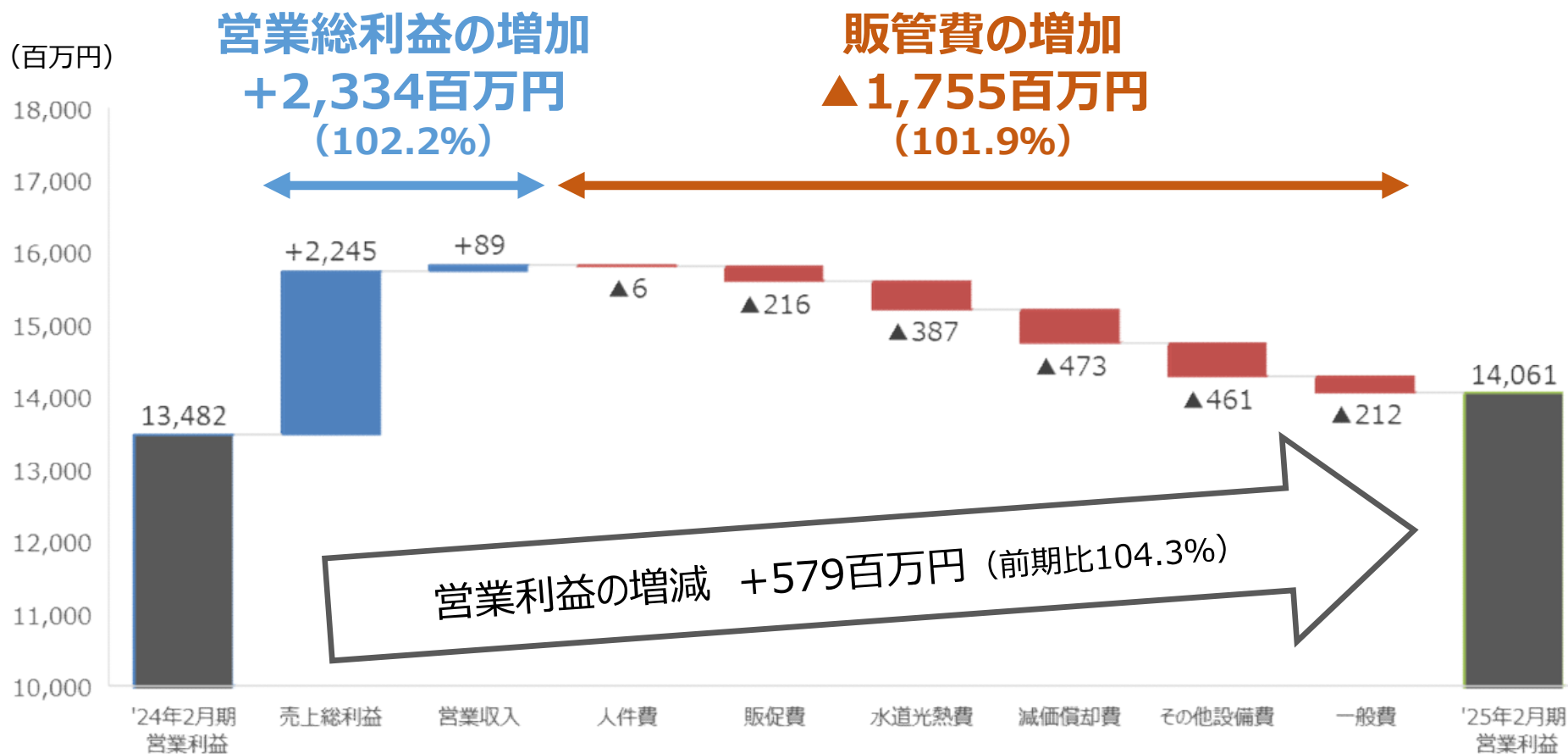
(百万円・%)

	2024年2月期	2025年2月期	前期比
営業収益	366,742	377,418	102.9
売上高	358,988	369,576	102.9
営業利益	13,482	14,061	104.3
経常利益	13,516	14,084	104.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,313	9,387	112.9

(百万円・%)

		2024年2月期		2025年2月期		前期増減
		実績	構成比	実績	構成比	
資産	流動資産	61,188	45.9	58,686	43.3	▲2,501
	固定資産	72,057	54.1	76,734	56.7	+4,677
	資産合計	133,245	100.0	135,420	100.0	+2,175
負債・純資産	流動負債	43,752	32.8	37,931	28.0	▲5,821
	固定負債	8,896	6.7	9,041	6.7	+144
	負債合計	52,649	39.5	46,972	34.7	▲5,676
	純資産	80,596	60.5	88,448	65.3	+7,852
	負債純資産合計	133,245	100.0	135,420	100.0	+2,175

営業収益が10,676百万円増加したことに伴い、営業総利益は2,334百万円の増加。効率化投資の効果等により人時効率が向上し、人件費の伸びを吸収、冷凍ケース入替え、再生可能エネルギー活用等で電気使用量の増加も抑制でき販管費は1,755百万円の増加にとどまり、579百万円の営業利益増益を実現。



新規出店 5 店舗（内小型店 2 店舗）、閉店 1 店舗  
 改装 16 店舗（前年 + 10 店舗）

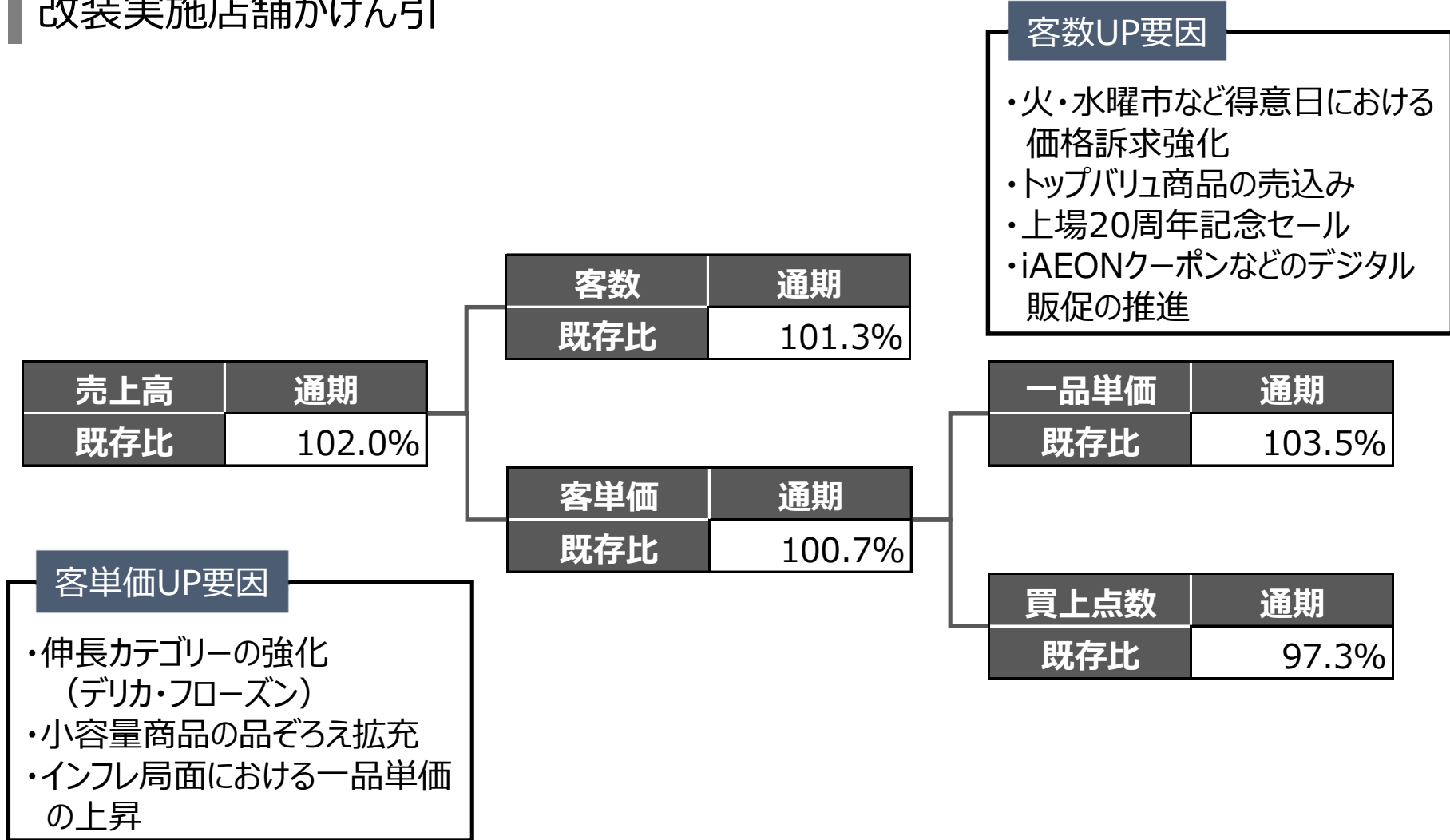
店舗合計 **244** 店舗 (2025年2月末現在)

(店舗)

	静岡	愛知	三重	岐阜	滋賀	神奈川	山梨	国内計
24年2月期 期末店舗数	106	55	48	8	6	16	1	240
新規出店	3	2	—	—	—	—	—	5
閉店	—	1	—	—	—	—	—	1
25年2月期 期末店舗数	109	56	48	8	6	16	1	244
改装実施	7	4	2	1	—	2	—	16



客数・客単価ともに前年を上回って推移し、売上既存比は102%と伸長  
 改装実施店舗がけん引



1. 決算ハイライト

2. 2024年度の取り組み

3. 2025年度 主要施策

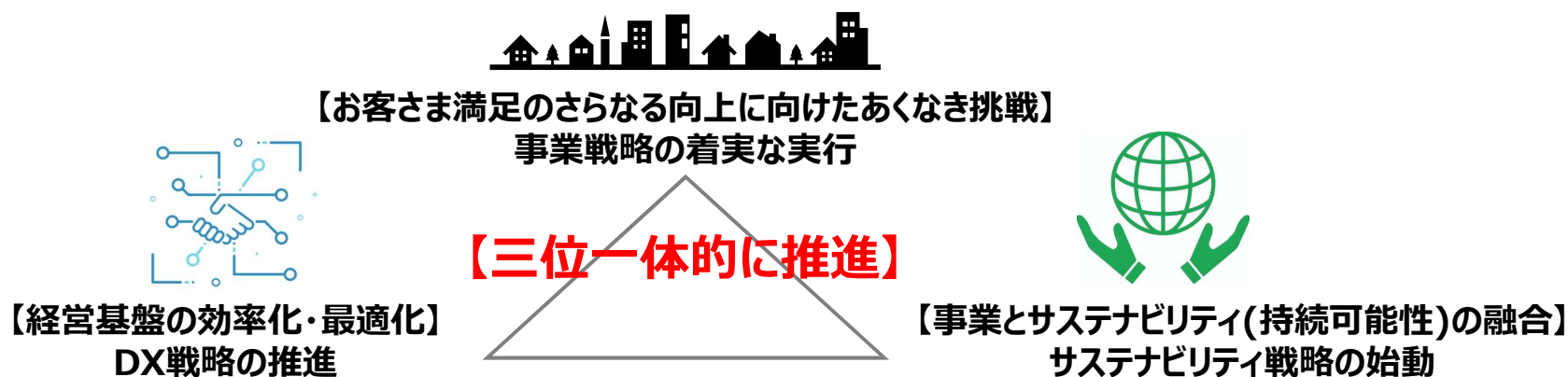
4. 2026年2月期 連結業績予想

【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



**お客さま満足のさらなる向上  
に向けたあくなき挑戦**

エリアドミナント化の推進  
小型店舗 2 店舗を含む 5 店舗を出店



新規開店  
5 店  
(小型 2 店)



競争力の強化に向け既存店の改装を16店舗で実施  
最新の品揃え・設備の刷新・新たなサービス導入などを目的に改装投資を推進

店舗数	投資額	効果※
<b>16店舗</b>	<b>21.9億円</b>	<b>111.8%</b>

※効果は改装店舗の売上前期比



	改装月	店舗名	所在地
1	'24年3月	津北店	三重県津市
2	'24年4月	津東店	三重県津市
3	'24年4月	鳴子店	名古屋市緑区
4	'24年4月	自由ヶ丘店	名古屋市千種区
5	'24年5月	静岡丸子店	静岡市駿河区
6	'24年5月	エクスプレス笠寺店	名古屋市南区
7	'24年6月	御殿場萩原店	静岡県御殿場市
8	'24年6月	函南店	静岡県田方郡函南町

	改装月	店舗名	所在地
9	'24年6月	エクスプレス横浜吉野町店	横浜市南区
10	'24年6月	各務原店	岐阜県各務原市
11	'24年7月	函南間宮店	静岡県田方郡函南町
12	'24年9月	グランド名西店	名古屋市西区
13	'24年9月	裾野茶畑店	静岡県裾野市
14	'24年10月	秦野渋沢店	神奈川県秦野市
15	'24年12月	浜松葵西店	浜松市中央区
16	'25年1月	富士八幡町店	静岡県富士市



成長カテゴリであるフローズンの品揃え刷新・デリカの強化  
 高品質で家計にやさしい「トップバリュ」の販売強化



強化カテゴリ フローズン改革



強化カテゴリ デリカの充実



トップバリュの販売強化

### フローズン構成比

**4.1%** (+0.17)

### デリカ構成比

**13.5%** (+0.13)

### トップバリュ構成比

**18.3%** (+1.30)

じものコーナーの拡充、イオンのブランド「トップバリュ」、栄養バランスを考慮した「ちゃんとごはん」など当社ならではの価値を提供  
同時に得意日の強化、上場20周年記念販促など価格訴求の更なる向上を推進



じものコーナーの拡充



ローカルトップバリュの開発



学校とのコラボ弁当



上場20周年記念ちゃんとごはん弁当



火曜市の再強化



上場20周年記念販促



新たな顧客接点として、ノストア事業の各サービスの展開速度を向上



### 移動スーパー

愛知・岐阜・神奈川の稼働含め**17台を運行開始**  
 総稼働34台、5県下にサービスエリアを拡大  
 地域の買物支援、地域見守りの役割を担う



### Maxマート（無人店舗）

新規に**64店舗を開設**  
 静岡・愛知・三重・岐阜の4県下で107店舗を展開  
 企業の福利厚生充実、利便性向上に寄与



### Uber Eats

新規に**23拠点を開設**  
 静岡・愛知・三重・岐阜・滋賀・神奈川の6県下に82拠点展開  
 ラストワンマイルをUber Eats配送で補完

**経営基盤の効率化・最適化  
を通じた働き方の変革**

仕組みの導入により店内作業を減らし、お客さまの付加価値向上に人時を配分  
働き方改革の徹底により、人時の最適化を図る



### 電子棚札

- 農産・グロサリー・デパート部門中心に電子棚札導入
- POP付け替え作業の削減、売場売価とレジ売価の売価誤差撲滅

### 電子棚札導入数

185店舗



### セルフレジの導入拡大

- キャッシュレスセルフレジの全店導入を完了
- 現金も使える現金セルフレジも導入拡大

### セルフレジ利用率

57.7% (+10.9)



### 発注システム改革

- 日本気象協会の気象データに基づく発注起案システム
- 農産部門への導入を完了し、畜産部門に拡大
- 発注数量起案の自動化による発注時間の短縮

### 効率化投資額

28億円

生産性指標	2024年2月期	2025年2月期	前年増減
人時売上高	16,221円	17,012円	+791円
人時生産性	3,911円	4,081円	+170円

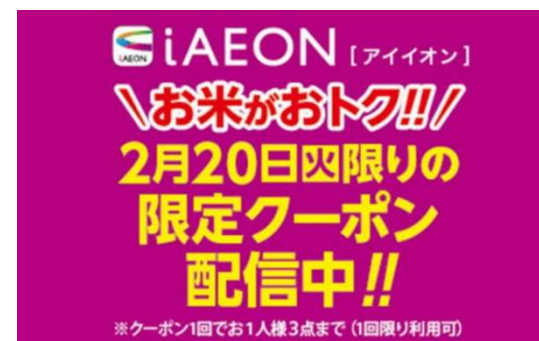
イオンのトータルアプリ「iAEON」を活用したデジタル販促を強化  
サインージを活用した案内、リテールメディアの活用等

お気に入り店舗登録数（累計）

95.7 万件



- ・iAEONお気に入り店舗登録の推進
- ・上場20周年記念クーポンなど、デジタル販促強化
- ・リテールメディアの活用に向けた基盤構築



# 事業とサステナビリティ (持続可能性)の融合



マックスバリュ東海のサステナビリティ ～基本方針（価値創造ストーリー）～

想いをつなぎ、一途に「かたち」に。  
マックスバリュ東海は、「笑顔」と「元気」、「幸せ」あふれる地域を共創します。

私たちは、2030年、そしてその先の2050年を見据えた価値創造ストーリーを策定しました。  
ここには、これまでも、これからも変わらず、地域とつながり、地域ともにあゆみ、事業を通じて豊かで幸せな暮らしの実現と地域づくりに貢献し続ける存在でありたい、という想いを込めました。  
この想いを形にするために、企業理念、行動指針に基づき、ブランドメッセージである、『想いを形に、「おいしい」でつながる。』を体現し続けます。

サステナビリティのマテリアリティ(重要課題)

「笑顔」と「元気」、 「幸せ」あふれる 地域の共創	「もったいない ゼロ社会」 の実現	地域の「おいしい」 「ありがとう」 創造への挑戦	私に 「うれしい」 店づくり	「やりたい」 「ありたい」を応援 する組織づくり	地域や人との 「つながり」を広げ深める デジタルとの共存
---------------------------------	-------------------------	--------------------------------	----------------------	--------------------------------	------------------------------------

KGI（重要目標達成指標） 地域に生まれた「ありがとう」の総量

マックスバリュ東海は、地域とのつながりを通じて、「ありがとう」を生みだし続けます。

「ありがとう」 の総量	2025年2月期 実績	1.8億個/年	2027年2月期 目標	2.0億個/年

(※)「ありがとう」の総量：お客さま、従業員、お取引先さま、株主さまとのつながりのひとつひとつから「ありがとう」が生まれるものと仮定し、この総量を独自基準で集計しております。

お客さま、地域の皆さま、お取引先さま、様々なステークホルダーの皆さまとともに、環境保全・社会貢献の取り組みを継続的に推進



### リサイクルループの取り組み

店頭で回収にご協力いただいた牛乳パックは、リサイクル処理されトップバリュベストプライスのトイレトペーパーとして再生利用するリサイクルループを実現



### 「ありがとう」キャンペーン

静岡県・愛知県・三重県にゆかりのあるお取引先様にご賛同いただき対象商品の売上金の一部を各県に寄付しています。

**2024年度 寄付総額 973万円**



### イオン ハートフル・ボランティア

地域の社会課題の解決に向けたボランティア活動を推進する取り組み。2024年11月には三重県津市の白塚海岸をイオン従業員と地域住民の方あわせて**約130名**が参加し、清掃活動を行いました。

人事制度の刷新、身だしなみの自由化など、従業員が生き生きと働ける環境づくりを進め、たくさんの笑顔を集める取り組みを推進

## 人事制度の刷新

勤務地・職種の希望にこたえる公募制度、同一労働・同一賃金の実現、キャリア自立支援を目指し、人事制度を刷新  
役割に応じて公平に評価・処遇され、やりたい・なりたいを実現する会社に。

## 身だしなみ自由化

従業員一人ひとりの個性を尊重し、いきいきと働ける職場環境を目指して身だしなみ基準の見直しを実施。  
一方、今まで以上に気持ちの良いあいさつと接客を徹底。

## 3すまいるキャンペーン

上場20周年記念のイベントとして、挨拶・感謝（ありがとう）・地域密着の3つのテーマで従業員がお客さまや地域の皆さんに感謝の気持ちを届けるキャンペーンを実施  
「笑顔」と「元気」、「幸せ」あふれる地域を共創を体現





1. 決算ハイライト

2. 2024年度の取り組み

3. 2025年度 主要施策

4. 2026年2月期 連結業績予想

【2025年度の位置づけ】

- 確固たる成長軌道の道筋をつける1年
- 現行中期経営計画達成を左右する重要年度
- 徹底した暮らし応援は前年同様に継続する1年とする

2025年度 経営基本方針	経営基本方針に基づく主要戦略
<p><b>高収益体質への転換</b></p>	<p>【戦略テーマ：既存路線からの脱却】 【戦略目的：営業基盤の強化】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 収益構造の抜本的な見直し</li> <li>② 価格戦略の再構築</li> <li>③ 既存店舗強化策のさらなる充実</li> <li>④ 店舗リモデルへの着手</li> <li>⑤ 商品力の強化</li> </ol>
<p><b>顧客接点の充実</b></p>	<p>【戦略テーマ：新たな成長の芽を育成】 【戦略目的：同質化からの脱却】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>⑥ ノンストア事業、ECの成長加速</li> <li>⑦ デジタルマーケティング推進</li> <li>⑧ リテールメディアの稼働</li> </ol>
<p><b>成長基盤の再構築</b></p>	<p>【戦略テーマ：企業価値の向上】 【戦略目的：共感の醸成】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>⑨ サステナビリティ経営の推進</li> <li>⑩ ブランディング力の向上</li> <li>⑪ 推進体制の見直し(店舗、本社)</li> </ol>

### 新規出店計画

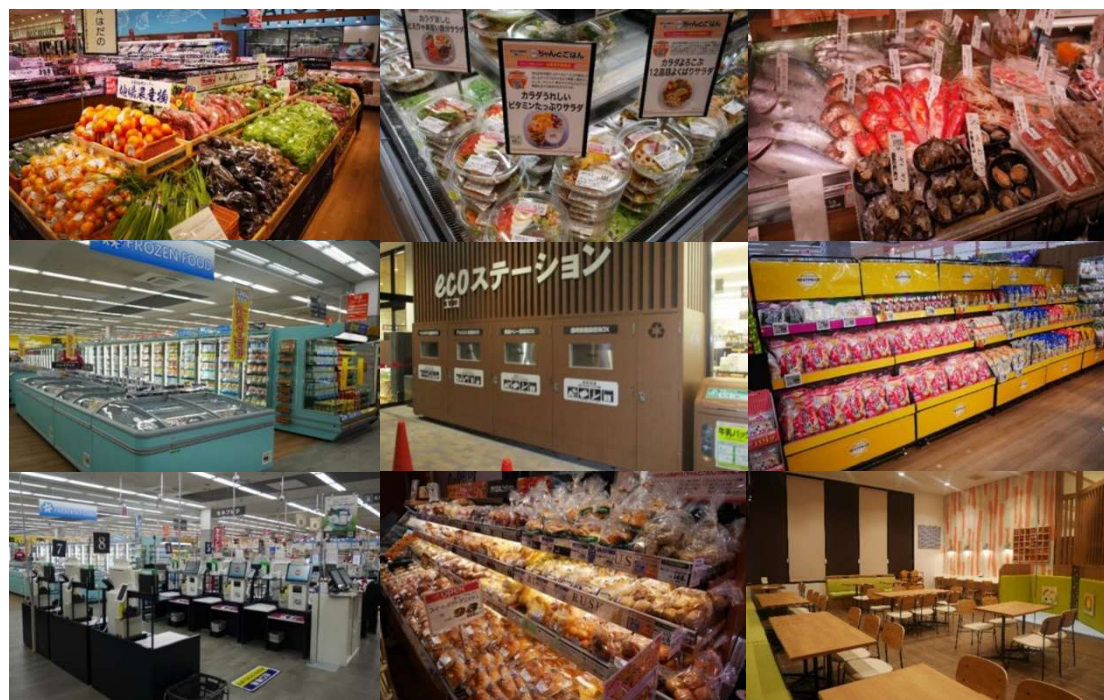
重点出店エリアを中心に、  
4店舗の新規出店を計画

### 既存店改装の推進

競争力強化に向けて、既存店改装の  
推進は継続的に実施。  
約30億円の改装投資を計画

#### <改装のポイント>

- ・重点カテゴリーの強化
- ・エリア特性への対応
- ・鮮度、旬の訴求力向上
- ・おもてなし水準の向上
- ・マックスバリュ「らしさ」の訴求
- ・快適さの向上
- ・サステナビリティの推進
- ・デジタル対応



改装店舗数（計画）	投資計画
<b>15店舗～20店舗</b>	<b>約30億円</b>



## じもの商品の取り組み強化

- ・生産者、産地、原材料の利活用、商品開発強化
- ・ローカル P B の開発、産学連携、E C 強化
- ・ありがとうキャンペーンの充実
- ・じもと調達の充実
- ・じもの大商談会のさらなる進化

## トップバリュの推進

- ・値下げ・増量、お客さまの家計に寄り添うトップバリュ
- ・高品質でお手頃価格なトップバリュの良さを伝える
- ・楽しさ、わくわく感、ターゲットの明確化
- ・健康、環境への貢献・お客さまとの共感

## 重点カテゴリー「デリカ」強化

- ・おいしさ、楽しさ、ライブ感の追求
- ・家事の負担を軽減する利便性の打ち出し
- ・ばら売り、小型パックの充実で選べる量目



## ノストア事業・ECの成長加速

多様化するお客さまの選択肢に対応し、同質化からの脱却を図る

- ・ネットスーパー
- ・デリバリーサービス (Uber Eats)
- ・移動スーパー
- ・Maxマート (無人店舗)
- ・ECサイト (ネットショップ)

## デジタルマーケティングの推進

デジタル販促は目的を明確化して最大の効果を得られるように取り組む

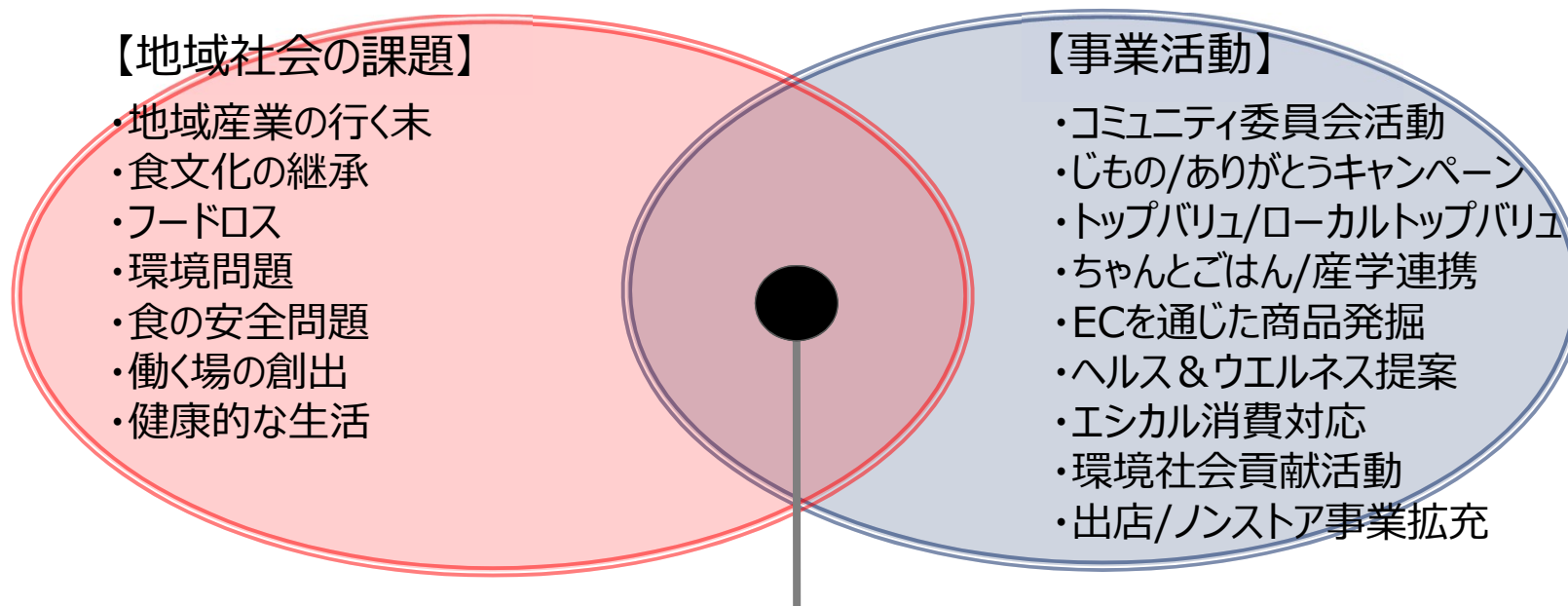
- ・iAEONをキーとしたクーポン販促、データの活用
- ・チラシのデジタル化
- ・キャッシュレスの推進

サイネージを活用したリテールメディア販促は、機能の拡充を通じて、顧客接点の更なる充実を図る



## サステナビリティ経営の推進

私たちの事業活動と、地域社会の課題をリンクさせ、課題解決に貢献しながら、ともに成長し続けること



**私たちの価値 = 地域社会の価値**

1. 決算ハイライト

2. 2024年度の取り組み

3. 2025年度 主要施策

4. 2026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	393,000	104.1%
営業利益	14,300	101.7%
経常利益	14,200	100.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,400	100.1%
1株当たり当期純利益	294円86銭	+0円35銭
1株当たり年間配当	85円	+10円





マックスバリュ東海株式会社