

2023年2月期(第45期)
第2四半期 決算説明会

1.2022年度 上期の業績

2.重点施策の取り組み

- ①商品と店舗の付加価値向上
- ②顧客化の推進
- ③収益構造の改革
- ④地域との連携

3.2022年度 下期の取り組み

4.通期業績予想

1.2022年度 上期の業績

2022年度 上期の業績



- ・売上高は収益認識会計基準影響を除くと**161,085**百万円（前年同期比**100.6%**）となり、増収。**過去最高**に
- ・営業利益、経常利益、四半期純利益ともに増益

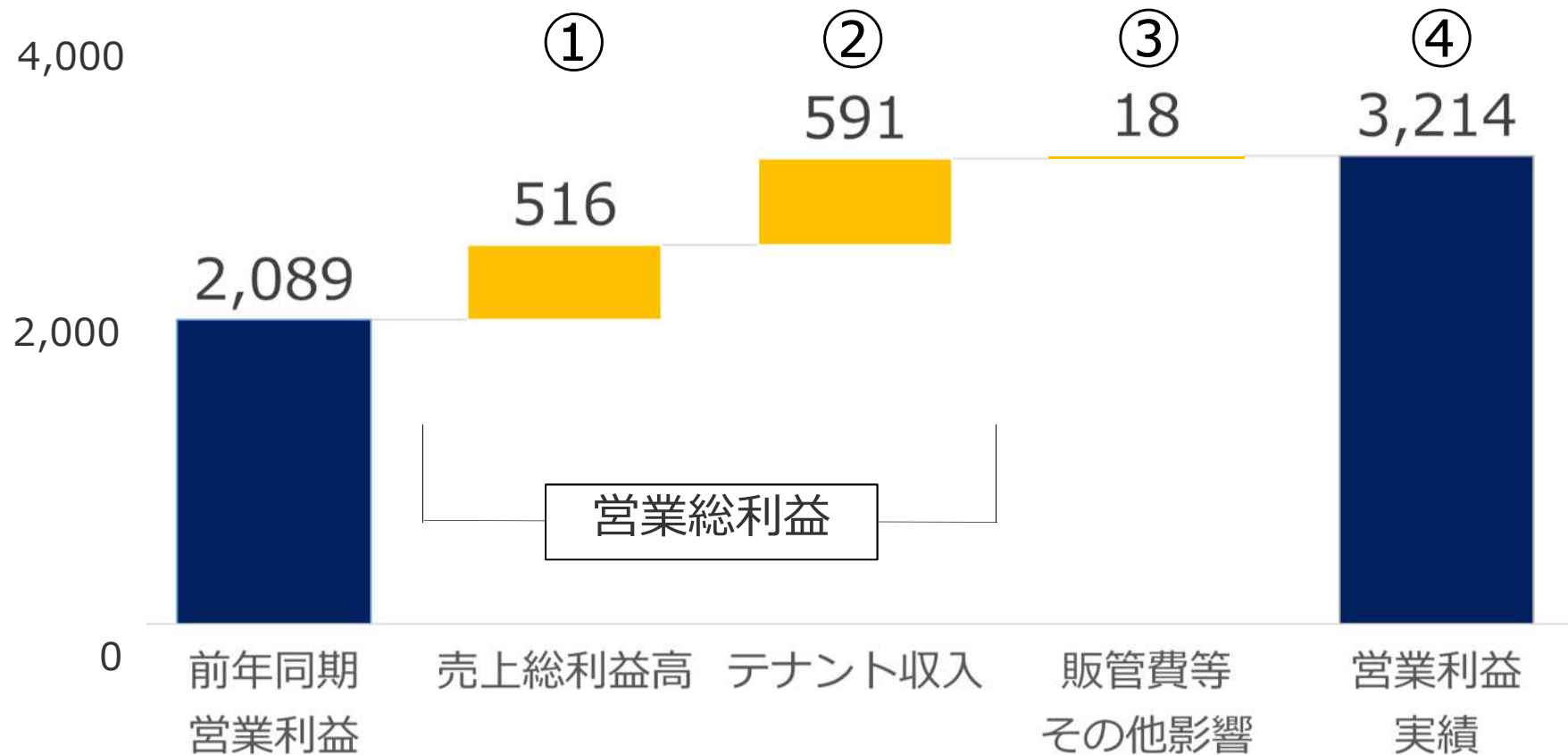
単位：百万円

	収益認識会計 基準適用前	前年同期差	収益認識会計 基準適用後
売上高	161,085	+1,016 前年同期比100.6%	155,348 前年同期比97.1%
営業利益	3,214	+1,124 前年同期比153.8%	-
経常利益	3,264	+1,187 前年同期比157.2%	-
四半期純利益	1,825	+783 前年同期比175.2%	-

2022年度上期の業績 【営業利益 前年同期との差異】



※収益認識基準を適用しない数値
単位：百万円



- ①衣料、住居余暇の売上回復による利益増
- ②GMS客足戻りテナント収入回復
- ③水道光熱費上昇も他経費削減に努め影響最小限にとどめる
- ④前年同期より1,124百万円増益

2022年度上期の業績 【業態別売上高前年同期比】

- ・GMSは客足回復し衣料、住居余暇が堅調で売上増
- ・SMは巣ごもり需要の反動で前年同期割る
- ・DSは節約志向が続き伸長

カッコ内は既存店売上高前年同期比
単位：百万円/%

	売上高	前年同期比	19年同期比
GMS事業	87,280	101.3 (103.2)	98.5 (100.2)
SM事業	49,082	99.1 (99.7)	105.7 (103.6)
DS事業	21,493	103.0 (103.0)	113.8 (108.3)

※ 「GMS事業」…総合スーパー（SuC含む）、「SM事業」…スーパーマーケット事業、「DS事業」…ディスカウント事業
 ※ 既存売上高前年同期比については、2019年度以降の新店、閉店店舗を除く

2022年度上期の業績 【ライン別売上高前年同期比】

- ・衣料はコロナ前の水準には戻っていないものの、社会行事の再開、外出マインドの高まりによる需要増の取り込みにより回復傾向

単位：百万円/%

	売上高 (売上構成比)	前年同期比 (既存比)	19年 既存比
衣料	13,231 (8.2)	107.3 (109.0)	82.3
食品	126,517 (78.5)	99.8 (101.1)	105.7
住居余暇	20,636 (12.8)	101.8 (102.7)	100.0
合計	161,085	100.6 (101.9)	102.3

2022年度上期の業績【販管費】



- ・ 設備費+143百万円のうち、水道光熱費+583百万円
省エネ機器導入、節電で使用電力減も水道光熱費増加
人件費は生産性向上の取り組みと特別給付金の反動減で
減少。販管費トータルで減

単位：百万円/%
カッコ内は収益認識基準適用影響

	実績	前年同期比	前年同期差	売比
人件費	21,245	99.3	▲153 (0)	13.7
販促費	5,700	94.2	▲354 (▲195)	3.7
設備費	16,143	100.9	+143 (0)	10.4
一般費	3,518	96.9	▲111 (▲250)	2.3
販管費合計	46,608	99.0	▲475 (▲446)	30.0

2022年度上期の業績【財務状況】



- ・借入金減少などにより総資産減少

単位：百万円/%

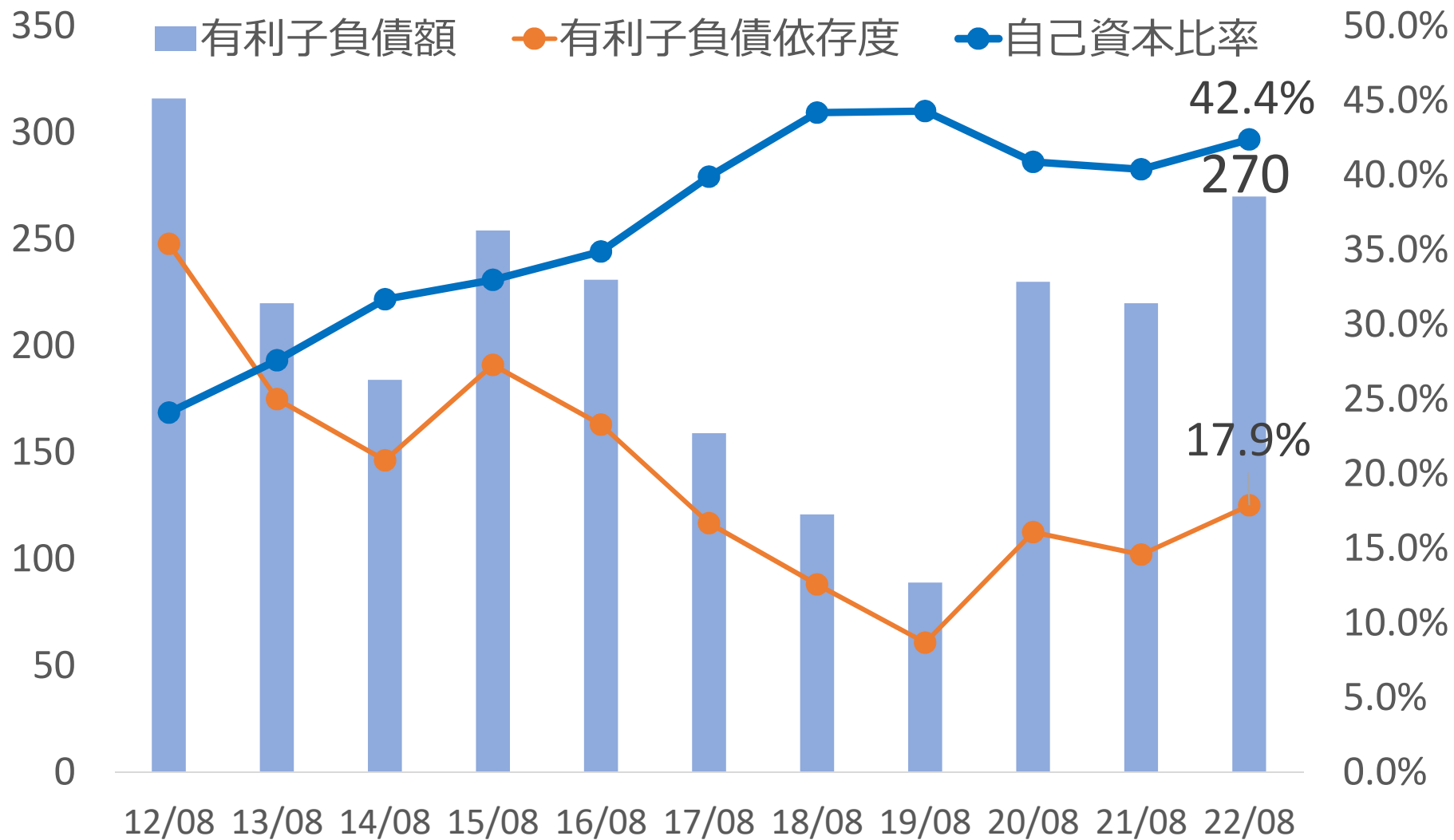
		2022年8月期末			2022年2月期末	
		実績	構成比	増減	実績	構成比
	流動資産	31,975	21.2	▲662	32,637	21.5
	固定資産	119,015	78.8	▲441	119,456	78.5
資産合計		150,990	100.0	▲1,104	152,094	100.0
	流動負債	67,479	44.7	545	66,933	44.0
	固定負債	19,289	12.8	▲1,795	21,084	13.9
負債合計		86,768	57.5	▲1,249	88,018	57.9
純資産合計		64,221	42.5	+145	64,076	42.1
負債・純資産合計		150,990	100.0	▲1,104	152,094	100.0

2022年度上期の業績【財務状況】



- ・自己資本比率は高い水準を維持

単位：億円



2.重点施策の取り組み

- ①商品と店舗の付加価値向上
 - (1) 店舗活性化
 - (2) 商品の取り組み【商品開発、トップバリュ、衣料・住居余暇の立て直し】
 - (3) eコマースの取り組み
- ②顧客化の推進
 - (1) イオンのトータルアプリ「i A E O N」の活用
- ③収益構造の改革
 - (1) DXの取り組み
 - (2) 節電の取り組み
- ④地域との連携
 - (1) SDGsの取り組み

重点施策 ①商品と店舗の付加価値向上



(1) 店舗活性化

生鮮・デリカ強化



フローズン面積拡大



設備の一新



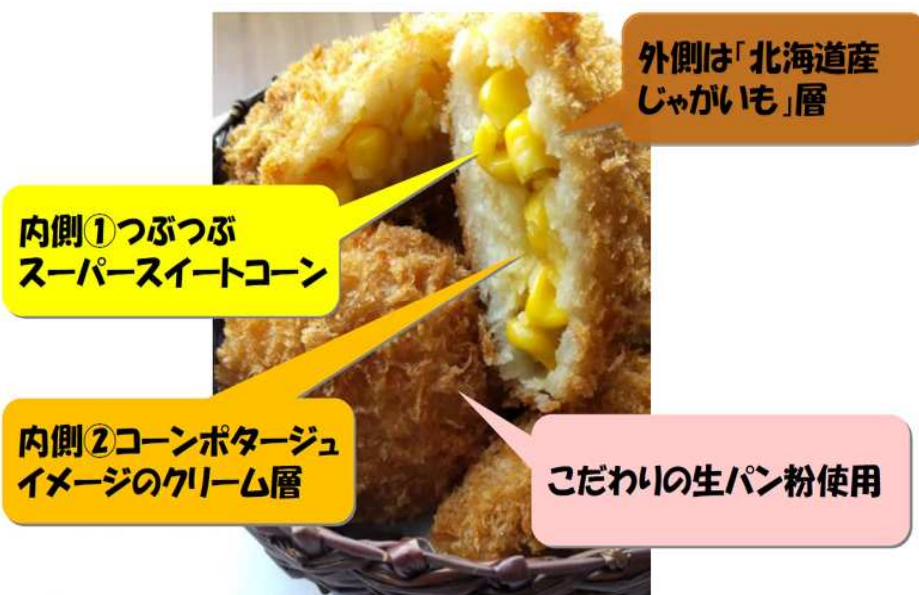
SM、DS計3店舗で大型活性化。活性化後軒並み好調
直営ゾーン活性化店舗 前年同期比**109.5%**

重点施策 ①商品と店舗の付加価値向上

(2)商品の取り組み【商品開発】 ~「おいしさ」へのこだわり~

スーパースイートコーンコロケ

今朝採れとうもろこし



「イオン石狩PC」でパン粉付け製造し、店舗に納品。「ジャガイモ層」「クリーム層」どちらも楽しめる逸品

一番甘さが凝縮される朝に収穫し、そのまま店舗に納品。バイヤーが産地に赴き安全性などを確認のうえ実施

上期でオリジナル商品約**420**品目開発。約**70**億円の売上高上げ貢献

重点施策 ①商品と店舗の付加価値向上

(2)商品の取り組み【トップバリュベストプライス】 ~節約志向への対応~



いつもの定番以上の品質で
いつでも安く買える



トップバリュベストプライスは売上高前年同期比**111.3%**

重点施策 ①商品と店舗の付加価値向上



(2)商品の取り組み【衣料、住居余暇の立て直し】

※売上高前年同期と比較

社会経済活動の両立や買い控えの反動により大きく伸長するカテゴリ

新たな生活様式浸透により伸長し、今後さらに伸長するカテゴリ

浴衣



SDGS



キャリーケース



プレミアム・アドレス



前年同期比 **107.8%**

前年同期比 **104.6%**

重点施策 ①商品と店舗の付加価値向上



(3) eコマースの取り組み

ネットスーパー

前年同期比 **112.4%**

配送拠点を新たに
2拠点開設
・イオン苫小牧店
・イオン札幌苗穂店
他拠点の受注件数増



eショップ

前年同期比 **130.4%**

6企画新規開設
ギフトなど既存
サイトも好調



インターネット販売事業 前年同期比 **115.7%**

重点施策 ②顧客化の推進

(1)イオンのトータルアプリ「iAEON」の登録、利用推進



iAEON

■お気に入り店舗登録者向け無料クーポン



イオン東札幌店

- アプリ一つでポイント利用・付与・紹介・交換可能
スマートフォンひとつでお支払い簡単
- 新規会員獲得を目的に無料クーポン発行、
ポイント還元施策、アプリ周知実施
新規会員数は6カ月間で約2倍に

重点施策 ③収益構造の改革（1）

(1)DXの取り組み

フルセルフレジ+お支払いセルフレジの導入

※セルフレジ、お支払いセルフレジいずれか
またはどちらも導入している店舗

累計 **100** 店舗に
導入済



【セルフレジ】



【お支払いセルフレジ】

電子棚札の導入

GMS 2店舗
S M 3店舗
計 **5** 店舗導入



- ・ 人時創出効果分は売場レベル向上の作業に活用
- ・ 将来の労働力不足に対する先行投資

重点施策 ③収益構造の改革（2）

(2)節電の取り組み

LED照明導入・更新



照度維持で節電効果

冷蔵・冷凍ケース入替



老朽化設備の一新

84店舗で高効率の省エネ什器導入。その他節電への意識付け実施
電気使用量は前年同期比**4.5%**削減

重点施策 ④地域との連携

(1)SDGsの取り組み

健康経営



禁煙推進、ストレスチェックなどの取り組みを行い、健康経営優良法人に認定

フードドライブ



6月から開始。毎月5日～11日イオン札幌平岡店で実施。集まった食品は子ども食堂や留学生などへ寄贈

3.2022年度 下期の取り組み

- 新規出店
- 店舗活性化
- 独自商品の開発、販売
- 衣料、住居余暇の立て直し
- DXの取り組み
- コスト増への対応

新規出店

ザ・ビッグ

永山店（旭川市）

旭川市はGMS、DSのマルチ
フォーマットでシェア拡大
10月下旬オープン予定



マックスバリュ

音更店（音更町）

音更町は道内町村で全道一の
人口。町中心部に
出店
11月下旬オープン予定



※この画像時はイメージです

店舗活性化

ザ・ビッグエクスプレス
平岸店 (9/3)



マックスバリュ
厚別東店 (9/17)



イオン
札幌藻岩店 (9/23)



- ・ 生鮮、デリカ、フローズン強化を土台としたあるべき品揃えを実現
- ・ 上期より多い6店舗を活性化（上期3店舗）
- ・ すでに活性化した3店舗はいずれも売上大きく伸長

商品の取り組み独自商品の開発、販売

当社のPB商品		差別化
地域 PB	地場生鮮	生鮮大産地である北海道で支持される地場生鮮による差別化商品
	自社商品	当社独自開発による差別化商品
	PC製造商品	当社のプロセスセンター製造による差別化商品
トップバリュ		イオングループの差別化商品



看板商品の拡大



トップバリュの拡販

衣料、住居余暇の立て直し【消費行動の変化への対応】

社会経済活動の両立や買い控えの
反動により大きく伸長するカテゴリー

新たな生活様式が浸透し
今後さらに伸長するカテゴリー



パーフェクトフーディ



スポーツウェア



あったかパンツ



オーラルケア

当社が得意としている社会行事に加え、外出マインドの高まりに応える
売場づくり、商品提案実施

DXの取り組み

セルフレジの拡大

- ・下期、7店舗に新規導入
- 導入済店舗 **107** 店舗に
- 導入率85%



ザ・ビッグエクスプレス平岸店



マックスバリュ厚別東店

iAEONの取り組み

10月よりイオンお買物アプリで発行していたクーポンをiAEONアプリでの発行に移行



イオンお買物アプリ



お買物クーポンを移行



iAEON

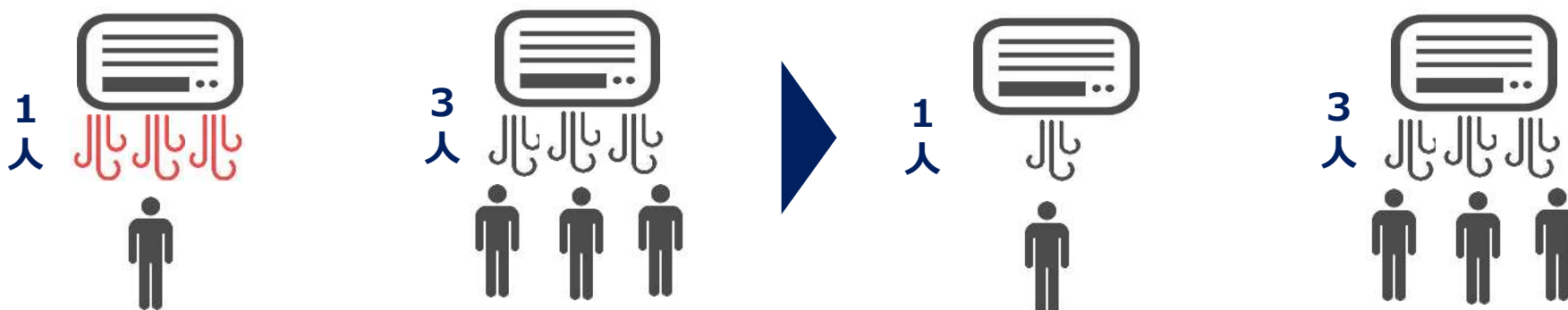
機能の統合によりお客さまの
利便性向上へ

節電の取り組み

空調機ポンプへのインバータ導入

・今まで：お客さまの人数で風量に**変化なし**

・これから：お客さまの人数で風量が**変化**



その他の取り組み

・冷蔵・冷凍ケース入替



・店内LED照明の導入・入替



・不要な電気の消灯



2022年度計で電気量**4%以上**削減を予定

4.2022年度の業績予想

※業績予想は当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づく見込みです。
また、経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでいます。それゆえ実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性のあることをご承知おきください。

2022年度の業績予想



「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を
期首から適用

単位：百万円/%

	2021年度実績	2022年度計画※		
		公表値	売比	増減率
売上高	321,604	317,000	100.0	▲1.4
営業利益	6,661	9,000	2.8	+35.1
経常利益	6,688	8,800	2.8	+31.6
当期純利益	3,827	4,500	1.4	+17.6
配当/ 配当性向	12円/43.6%			12円/37.1%

「収益認識に関する会計基準」等を適用しなかった場合の
2022年度売上高計画は **3,282億円 前期比102.1%**

日々のいのちと暮らしを、「夢のある未来」へ。

AEON



木を植えています

私たちはイオンです