

2026年2月期(2025年度)

決算説明会



イオン九州株式会社

(証券コード 2653)

2026年4月9日(木)

I. 2025年度(2026年2月期)決算概要について

II. 2026年度(2027年2月期)経営方針について

III. 株主還元について

営業収益・営業利益・経常利益ともに過去最高を更新、経営統合以降連続で営業増益

■2025年度通期連結業績

- 新店については期初目標数には届かなかったものの16店舗出店
- 既存店活性化については期初計画に基づき、SC全体のリニューアルを含め10店舗実施
- 衣料品・住居余暇商品部門において天候不順等の影響があった一方、生活応援施策を継続・強化した食料品の売上が堅調に推移し、既存店売上・客数ともに前年を上回る
- SC内専門店と連携した集客施策、店頭催事企画の展開強化により収入増
⇒ **営業収益 前期比102.9%** **営業総利益 前期比102.2%**

- 新店・活性化・DX・人的資本等の先行投資を含めた各種コストの上昇はあったものの、先行投資のリターン創出に向けた取り組みを徹底、生産性・経費効率が改善
⇒ **販売費及び一般管理費 前期比102.2%**(売上対比は前期に比べ0.2ポイント改善)
営業利益 前期比102.0%

■2026年度の見通し

- 過去最大規模の新規出店(30店舗)、当社最大の基幹店であるイオンモール鹿児島を含めた既存店活性化の推進に加え、吸収合併した旧株式会社ジョイフルサン、子会社化した株式会社トキハインダストリー店舗の収益力回復に向けた投資を推進
- デジタルやAIを積極的に活用した生産性・効率向上の取り組み拡大
⇒ **中期経営計画(目標値)を修正、営業収益は6,000億円を突破、増収・営業増益を目指す**

営業収益・営業利益・経常利益は過去最高、当期純利益は期初予想を上回る

➤ 当期純利益については前期の災害保険金(集中豪雨・台風被害等)計上影響

| 【連結業績】 (単位：百万円) | 当期 (2026/2期) | | | | 期初業績予想 | 前期 |
|--------------------|------------------|---------|--------|--------|---------|-----------|
| | 実績 | 前期差 | 前期比 | 期初公表比 | 計画 | 実績 |
| 営業収益 | 547,145 | +15,526 | 102.9% | 99.3% | 551,000 | 531,619 |
| 営業利益 | 10,748 | +211 | 102.0% | 101.4% | 10,600 | 10,537 |
| 経常利益 | 11,506 | +483 | 104.4% | 113.9% | 10,100 | 11,022 |
| 当期純利益 | 5,971 | △63 | 98.9% | 112.7% | 5,300 | 6,035 |
| 1株当り当期純利益 | 175.00円 | | | | 155.84円 | 177.45円 |
| 総資産 | 206,432 | +26,177 | 114.5% | | | 180,254 |
| 純資産 | 60,568 | +5,320 | 109.6% | | | 55,247 |
| 1株当り純資産 | 1,764.49円 | | | | | 1,617.23円 |
| 自己資本比率 | 29.2% | | | | | 30.6% |

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

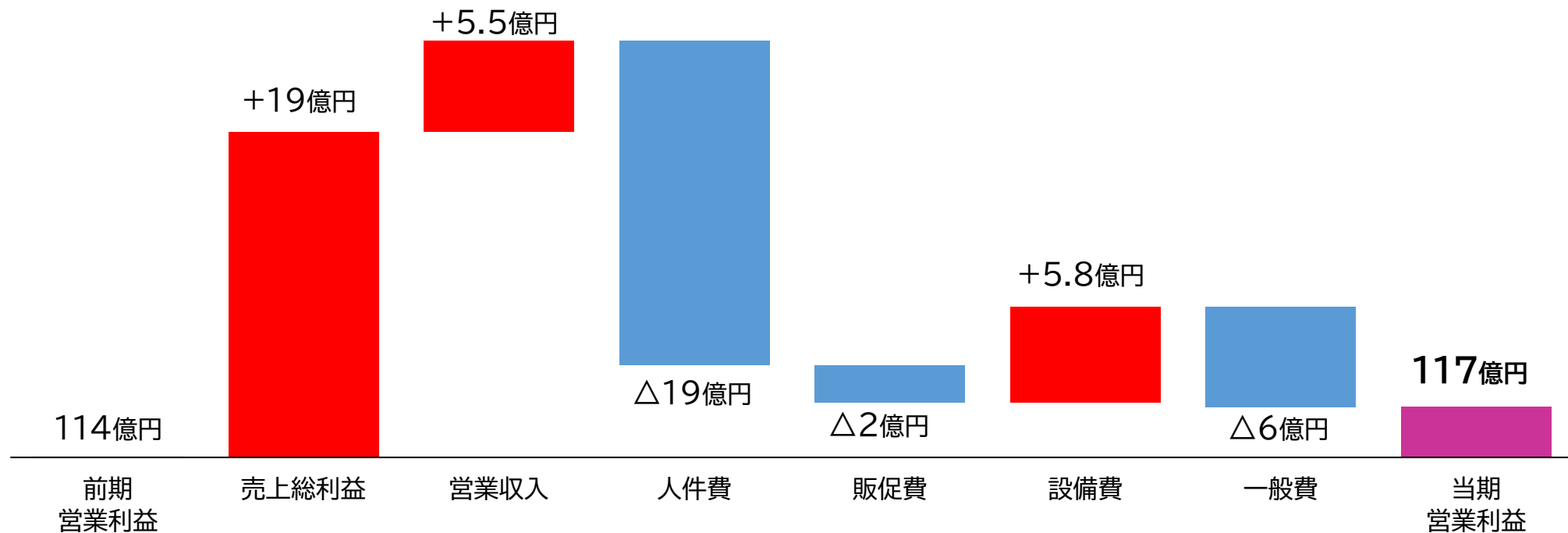
コスト上昇局面の中、トップライン拡大と効率改善で営業増益、過去最高を更新

| 【単体業績】 (単位：百万円) | 当期（2026/2期） | | | | 期初業績予想 | 前期 |
|--------------------|----------------|---------|--------|--------|---------|---------|
| | 実績 | 前期差 | 前期比 | 期初公表比 | 計画 | 実績 |
| 営業収益 | 539,713 | +11,577 | 102.2% | 99.4% | 543,000 | 528,135 |
| 売上高 | 512,955 | +11,027 | 102.2% | | | 501,928 |
| 売上総利益 | 131,392 | +1,968 | 101.5% | | | 129,423 |
| その他の営業収入 | 26,757 | +549 | 102.1% | | | 26,207 |
| 営業総利益 | 158,150 | +2,518 | 101.6% | | | 155,631 |
| 販売費及び一般管理費 | 146,407 | +2,210 | 101.5% | | | 144,196 |
| 営業利益 | 11,742 | +307 | 102.7% | 102.1% | 11,500 | 11,435 |
| 経常利益 | 12,527 | +600 | 105.0% | 112.9% | 11,100 | 11,926 |
| 当期純利益 | 6,491 | △28 | 99.6% | 111.9% | 5,800 | 6,520 |
| 売上総利益率 | 25.6% | △0.17pt | | | | 25.8% |
| 販管費率 | 28.5% | △0.18pt | | | | 28.7% |
| 営業利益率 | 2.3% | +0.01pt | | | | 2.3% |

各種コスト上昇と件はあった一方、トップライン拡大と効率改善で営業増益

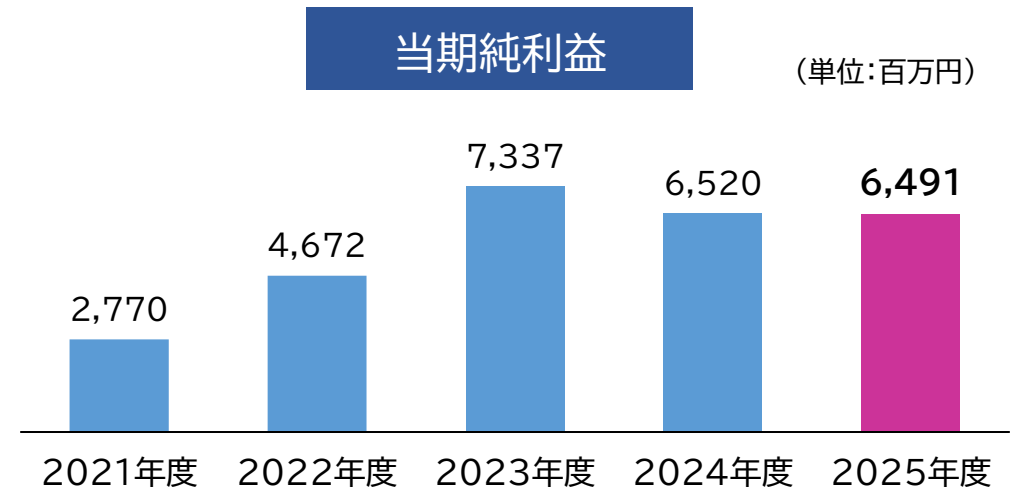
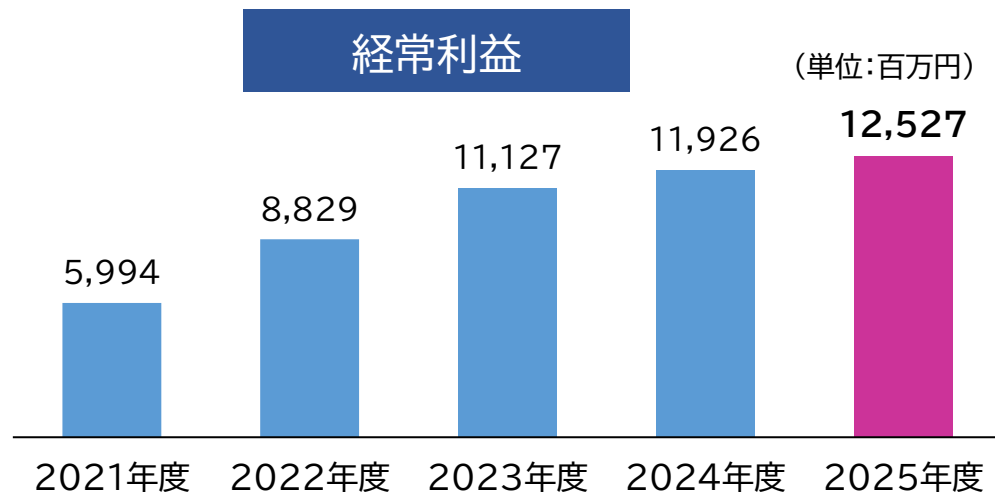
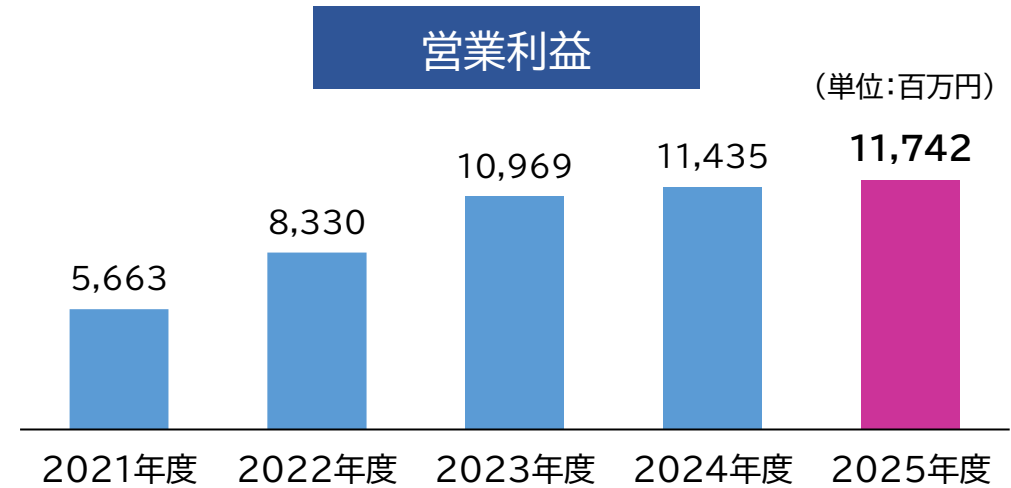
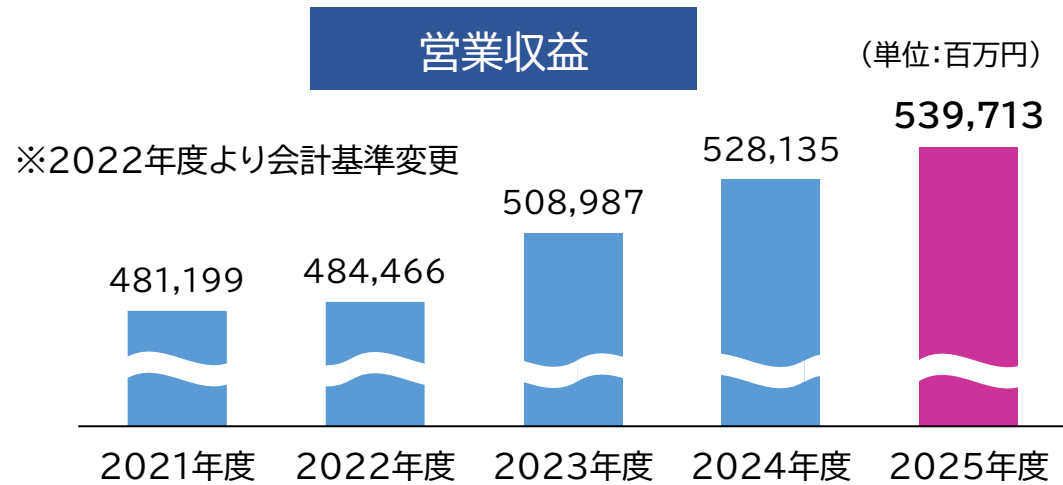
- 食品の売上伸長、新店・活性化による増収効果を要因とした売上総利益の増加、SC全体での集客施策や店頭催事企画の積極展開等による営業収入の増加による営業総利益の拡大
- 3年連続の大幅な賃上げを含めた人的資本投資、新店・活性化・DX投資等による経費増加を上回るトップラインの拡大により前期に比べて+3億円の増益
- 設備費の減少要因は、当期における既存物件の取得に伴う賃料減等が影響

【営業利益増減要因】



経営統合後の業績は順調に推移

➤ 当期純利益については、災害保険金の計上等による単年度影響あり



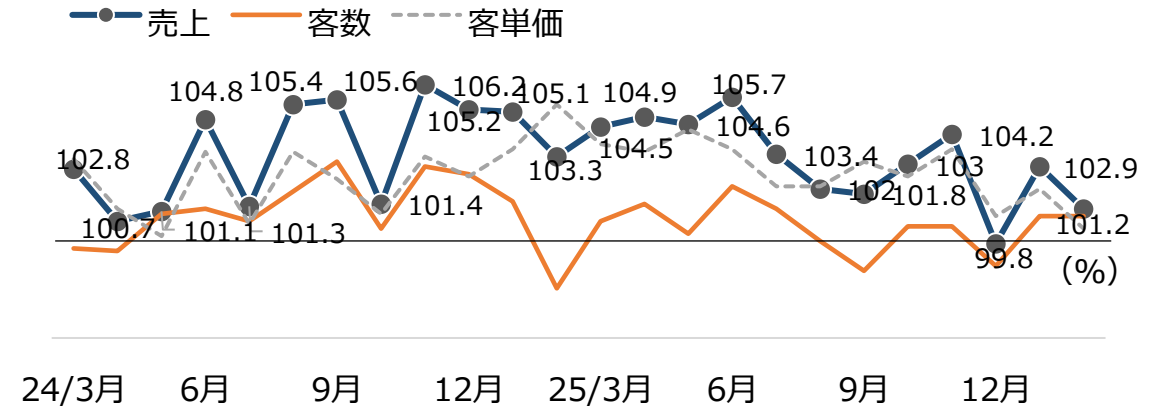
食品を中心とした物価高騰に加え、天候不順等の影響を受けた衣料品・住居余暇商品の売上が前年割れとなった一方で、売上構成が高い食品が期間を通して堅調に推移

| 【単体業績】 (単位：百万円) | | 当期（2026/2期） | | | | 前期 | |
|--------------------|-----------|----------------|--------|--------|--------|---------|--------|
| | | 売上 | 構成比 | 前期比 | 既存比 | 実績 | 構成比 |
| 会社計 | | 512,955 | 100.0% | 102.2% | 103.1% | 501,928 | 100.0% |
| 部門別 | 衣料品 | 41,245 | 8.0% | 99.1% | 99.4% | 41,617 | 8.3% |
| | 食品 | 406,261 | 79.2% | 103.2% | 104.1% | 393,801 | 78.5% |
| | 住居余暇商品 | 64,737 | 12.6% | 98.5% | 99.8% | 65,753 | 13.1% |
| | その他・調整額 | 710 | 0.1% | 94.1% | — | 755 | 0.2% |
| 業態別 | S M・D S店舗 | 250,751 | 48.9% | 102.8% | 103.9% | 244,040 | 48.6% |
| | G M S店舗 | 242,052 | 47.2% | 102.0% | 102.8% | 237,366 | 47.3% |
| | H C店舗 | 16,670 | 3.2% | 97.0% | 97.6% | 17,180 | 3.4% |
| | その他 | 3,360 | 0.7% | 102.2% | 99.6% | 3,288 | 0.7% |
| | 調整額 | 120 | 0.0% | — | — | 52 | 0.0% |

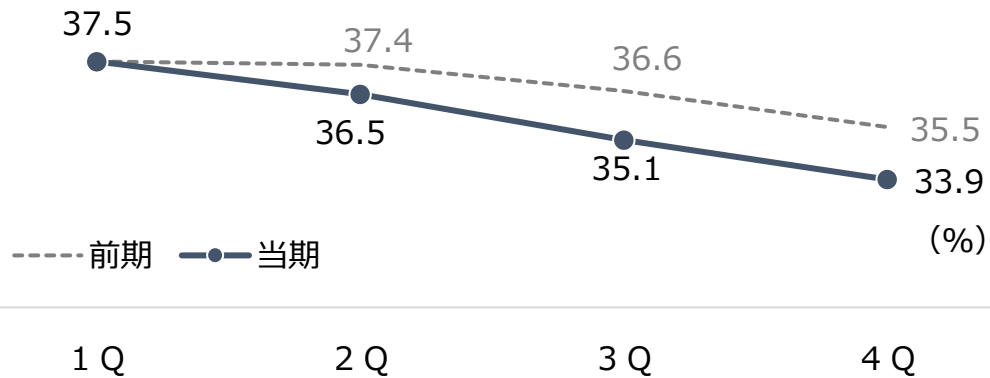
荒利率△0.2ptの主な要因は天候影響等によるアパレル商材消化遅れ、利益率が低いゲーム機等の販売拡大によるものであり、戦略的に生活応援施策を強化した食品部門の荒利率は前年同水準を確保

| 【単体業績】 (単位：%) | | 当期（2026/2期） | | 前期 |
|------------------|--------|-------------|------|------|
| | | 荒利率 | 前期差 | 荒利率 |
| 会社計 | | 25.6 | △0.2 | 25.8 |
| 部門別 | 衣料品 | 35.7 | △1.0 | 36.7 |
| | 食品 | 24.3 | +0.0 | 24.3 |
| | 住居余暇商品 | 30.2 | △0.0 | 30.2 |

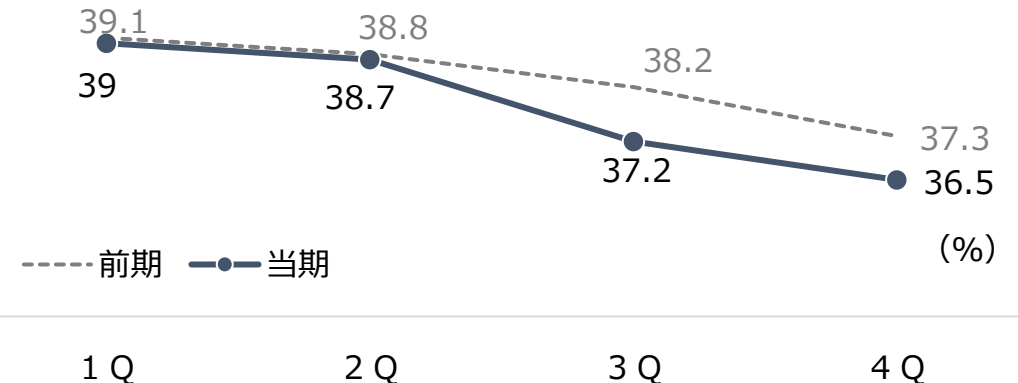
【既存店売上高の推移（月別）】



【衣料品 荒利率の推移（四半期別）】



【衣料品（ホビーG除く） 荒利率の推移（四半期別）】



各種コスト増加与件の中、先行投資の効果創出で販管費の営業収益対比0.3pt改善

➤ 設備費については、既存物件取得に係る賃料減額影響あり

| 【単体業績】 (単位：百万円) | 当期（2026/2期） | | | | 前期 | |
|--------------------|----------------|--------|--------|--------|---------|--------|
| | 実績 | 営業収益対比 | 前期比 | 前期差 | 実績 | 営業収益対比 |
| 人件費 | 70,782 | 13.1% | 102.8% | +1,961 | 68,821 | 13.0% |
| 販促費 | 14,001 | 2.6% | 101.6% | +224 | 13,776 | 2.6% |
| 設備費 | 49,550 | 9.2% | 98.8% | △580 | 50,131 | 9.5% |
| （内、減価償却費） | 7,216 | 1.3% | 105.5% | +375 | 6,841 | 1.3% |
| 一般費 | 11,603 | 2.1% | 101.2% | +135 | 11,467 | 2.2% |
| 販売費及び一般管理費 | 145,938 | 27.0% | 101.2% | +1,741 | 144,196 | 27.3% |
| 社員数（※） | 5,316人 | 28.5% | | +77人 | 5,239人 | 27.3% |
| コミュニティ社員数（※） | 13,323人 | 71.5% | | △600人 | 13,923人 | 72.7% |
| 従業員数合計 | 18,369人 | 100.0% | | △523人 | 19,162人 | 100.0% |
| 一人当り営業総利益 | 8,484千円 | | 104.5% | +363千円 | 8,121千円 | |

※社員数は期末時点、コミュニティ社員数は期中平均雇用人数(166H換算)です。

新規出店、既存店活性化等設備投資を積極的に実施しつつROEは10%水準を確保

- 総資産 積極的な出店及び活性化等に伴う商品の増加及び有形固定資産の増加によるもの
- 負債 買掛金の増加及び既存物件の取得に係る長期借入金の増加によるもの

| (単位：百万円) | 当期末 | | | 前期末 | |
|------------|----------------|--------|---------|---------|--------|
| | 実績 | 構成比 | 増減額 | 実績 | 構成比 |
| 総資産 | 206,432 | 100.0% | +26,177 | 180,254 | 100.0% |
| 流動資産 | 61,824 | 29.9% | +8,611 | 53,212 | 29.5% |
| 固定資産 | 144,607 | 70.1% | +17,565 | 127,041 | 70.5% |
| 負債 | 145,863 | 70.7% | +20,856 | 125,006 | 69.4% |
| 流動負債 | 94,806 | 45.9% | +7,317 | 87,489 | 48.5% |
| 固定負債 | 51,057 | 24.7% | +13,539 | 37,517 | 20.8% |
| 純資産 | 60,568 | 29.3% | +5,320 | 55,247 | 30.6% |
| 有利子負債 | 47,817 | 23.2% | +11,284 | 36,532 | 20.3% |
| ROE | 10.3% | | | 11.5% | |
| ROIC | 7.6% | | | 8.6% | |

今後の成長に向けた先行投資を積極的に推進

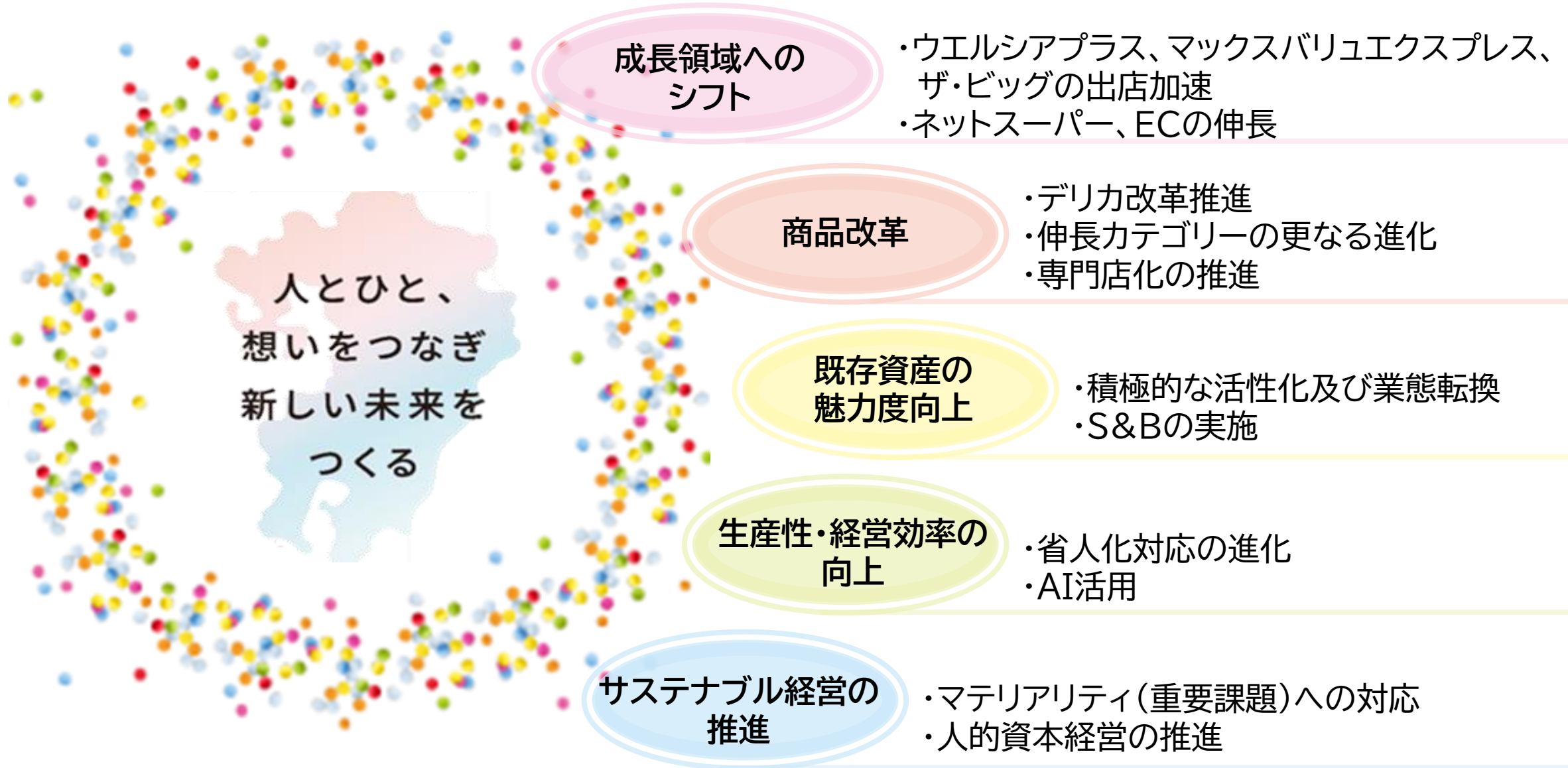
- 営業CF 当連結会計年度末日が金融機関休業日であった影響に加え、好調な業績を背景とした税引前当期純利益及び固定資産取得に係る減価償却費の増加
- 投資CF 新規出店及び既存店活性化、既存物件の取得等による支出の増加
- 財務CF 固定資産の取得に係る長期借入による増加

| (単位:百万円) | 当期(累計) | | 前期(累計) |
|----------------------------|---------|---------|---------|
| | 実績 | 前期差 | 実績 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 7,638 | +2,137 | 5,500 |
| 営業活動によるCF | 23,700 | +9,273 | 14,426 |
| 投資活動によるCF | △28,763 | △11,409 | △17,354 |
| 財務活動によるCF | 9,983 | +4,918 | 5,064 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 4,920 | +2,783 | 2,137 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 12,558 | +4,920 | 7,638 |
| フリーキャッシュフロー (営業CF+投資CF) | △5,063 | △2,135 | △2,927 |
| キャッシュ・フロー対有利子負債比率(年) | 2.0 | | 2.5 |

I. 2025年度(2026年2月期)決算概要について

II. 2026年度(2027年2月期)経営方針について

III. 株主還元について



それぞれの強みを融合、イオンのインフラを活用して既存資産を磨き、輝かせて、地域で圧倒的No.1へ



創業から

店舗数

66年

9店舗

年間売上

従業員数

76億円
(※2025年6月期実績)

約480人



創業から

店舗数

56年

23店舗

年間売上

従業員数

310億円
(※2025年2月期実績)

約1,500人

九州の成長と
くらしの豊かさ
に貢献

長年、地域の皆さまから愛されてきた地域密着(店舗・売場・商品・人財)の強みとイオンの強みを融合

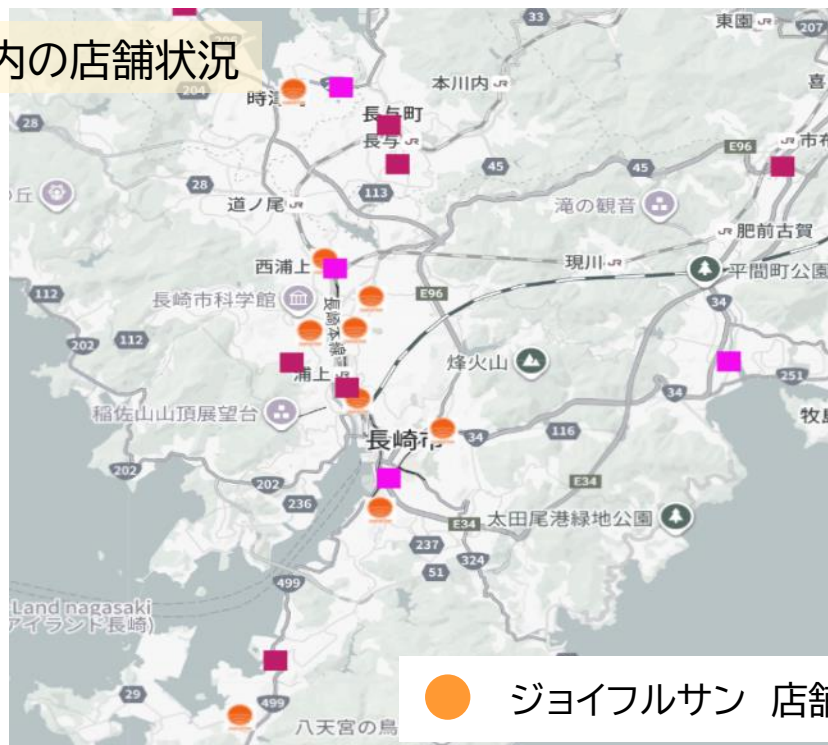


- ✓ イオングループのスケールメリット
- ✓ プライベートブランド(トップバリュなど)
- ✓ DX・デジタル領域
- ✓ 既存資産の魅力度向上 など

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、各エリアにおい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

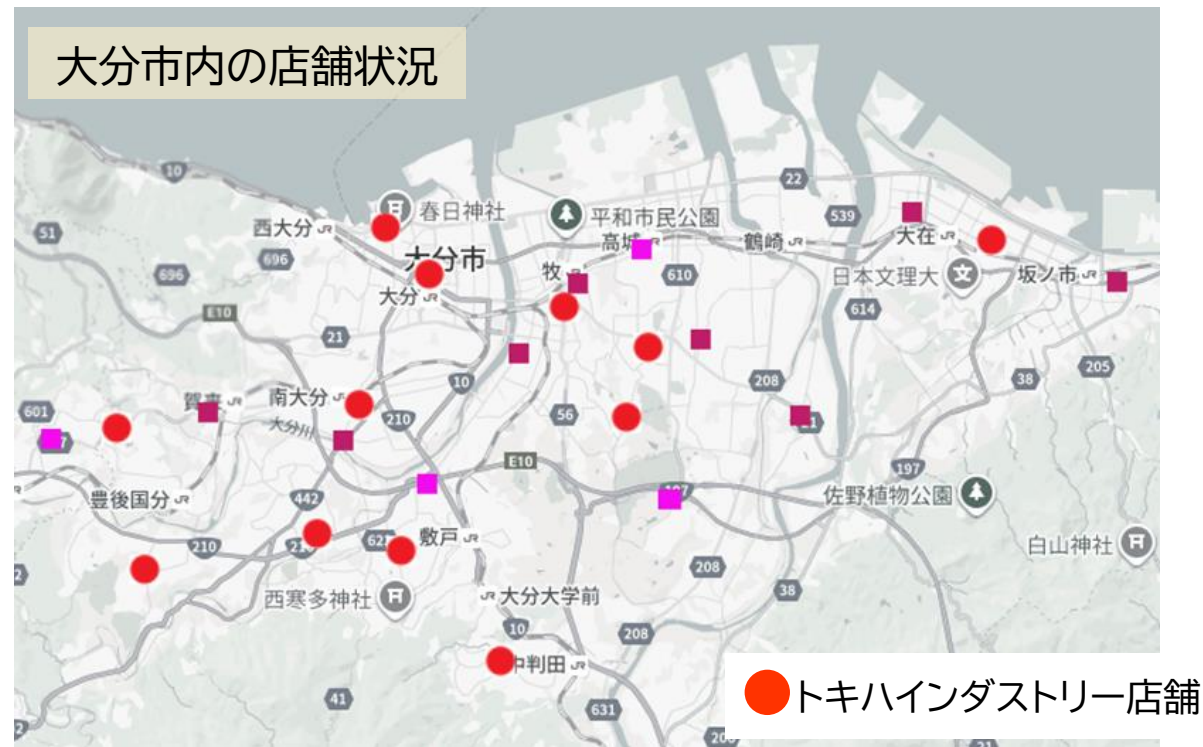
長崎市内の店舗状況



ジョイフルサン (2026/3/1付吸収合併)

| (参考) 2025年6月期 | 売上高 | 営業利益 |
|---------------|----------|---------|
| | 7,639百万円 | △189百万円 |

大分市内の店舗状況



トキハインダストリー (2026/3/10付完全子会社化)

| (参考) 2025年2月期 | 売上高 | 営業利益 |
|---------------|-----------|-------|
| | 31,066百万円 | 12百万円 |

2026年3月末現在 展開店舗数(業態別)

九州7県にSM196店舗、GMS67店舗等、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(GMS)67店舗



マックスバリュ(SM)142店舗



エクスプレス(都市型小型SM)24店舗



ザ・ビッグ(DS)29店舗



トキハイダストリー(SM)23店舗



ジョイフルサン(SM)7店舗



ウエルシアプラス(D&F)16店舗



ホームワイド(HC)32店舗(※内、山口県1店舗)



その他 44店舗

2026年3月末現在 展開店舗数(県別)

2026年3月末現在の展開店舗数(県別、会社・業態別)

| 会社 | イオン九州(株) | | | | | イオンウエルシア九州(株) | (株)トキハインダストリー | 合計 | |
|-----------|-----------|------------|----------|-----------|-----------|---------------|---------------|-----------|------------|
| | GMS | SM | | DS | HC | その他 | D&F | | SM |
| 福岡県 | 26 | 73 | | 12 | 4 | 24 | 12 | | 151 |
| 佐賀県 | 4 | 12 | | 7 | 2 | 4 | 2 | | 31 |
| 長崎県 | 11 | 22 | 7 | | 2 | 4 | | | 46 |
| 熊本県 | 6 | 20 | | 7 | 2 | 3 | 2 | | 40 |
| 大分県 | 7 | 12 | | 3 | 13 | 3 | | 23 | 61 |
| 宮崎県 | 7 | 16 | | | 8 | 2 | | | 33 |
| 鹿児島県 | 6 | 11 | | | | 4 | | | 21 |
| 山口県 | | | | | 1 | | | | 1 |
| 合計 | 67 | 166 | 7 | 29 | 32 | 44 | 16 | 23 | 384 |

※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、その他:サイクル事業・フードサービス事業等、D&F:ドラッグ&フード
 ※2026年3月1日付けで(株)ジョイフルサンを吸収合併、2026年3月10日付けで(株)トキハインダストリーを子会社化しております。

2024-26年度中期経営計画 最終年度の見通し

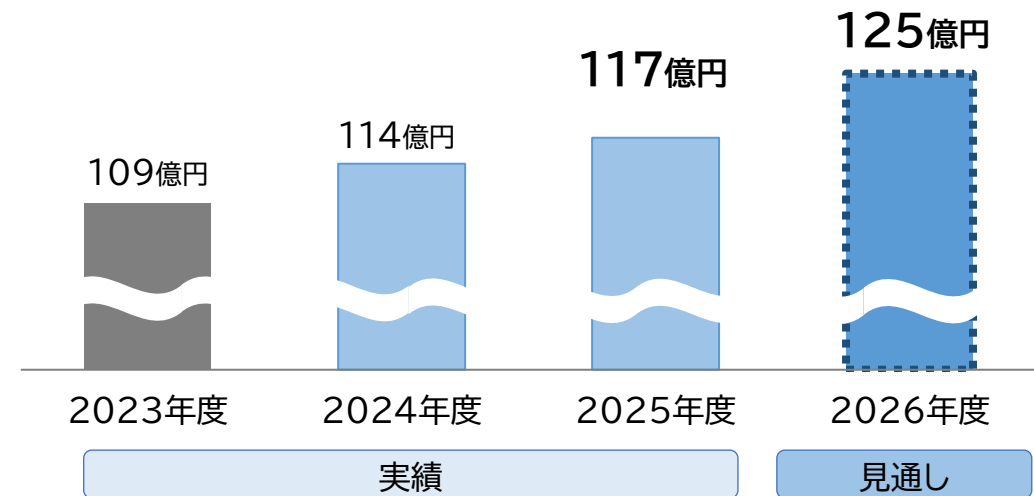
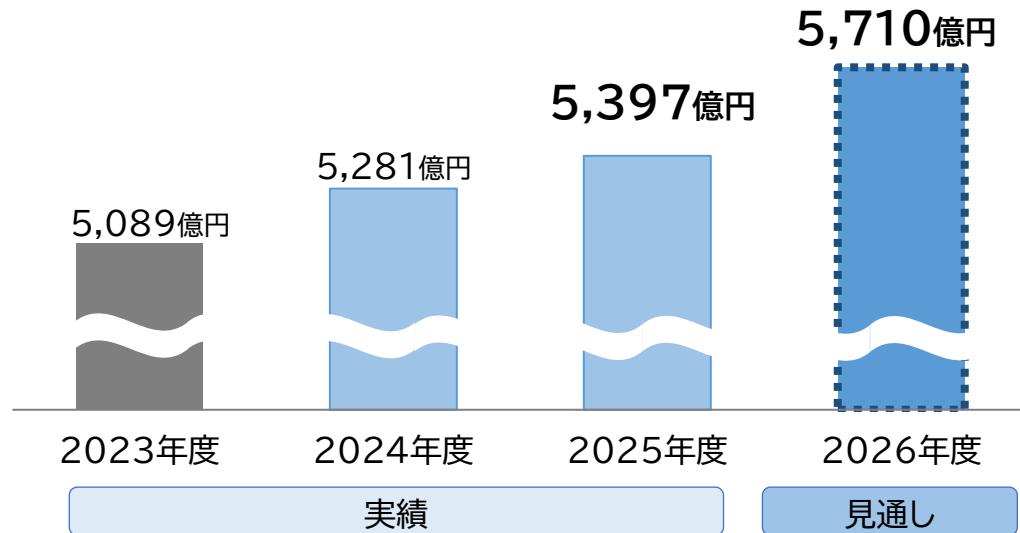
当初想定を超える物価・各種コストの上昇、新規出店の遅れの影響、加えて M&A2件の影響等により
営業収益・営業利益は未達となる見込み。

■2024-26年度中期経営計画 最終年度の見通し

| (単位：億円) | 連結業績 | | | 単体業績 | | |
|---------|-------|--------------|------|-------|--------------|-----|
| | 計画 | 見込み | 計画差 | 計画 | 見込み | 計画差 |
| 営業収益 | 6,230 | 6,000 | △230 | 5,770 | 5,710 | △60 |
| 営業利益 | 119 | 108 | △11 | 130 | 125 | △5 |

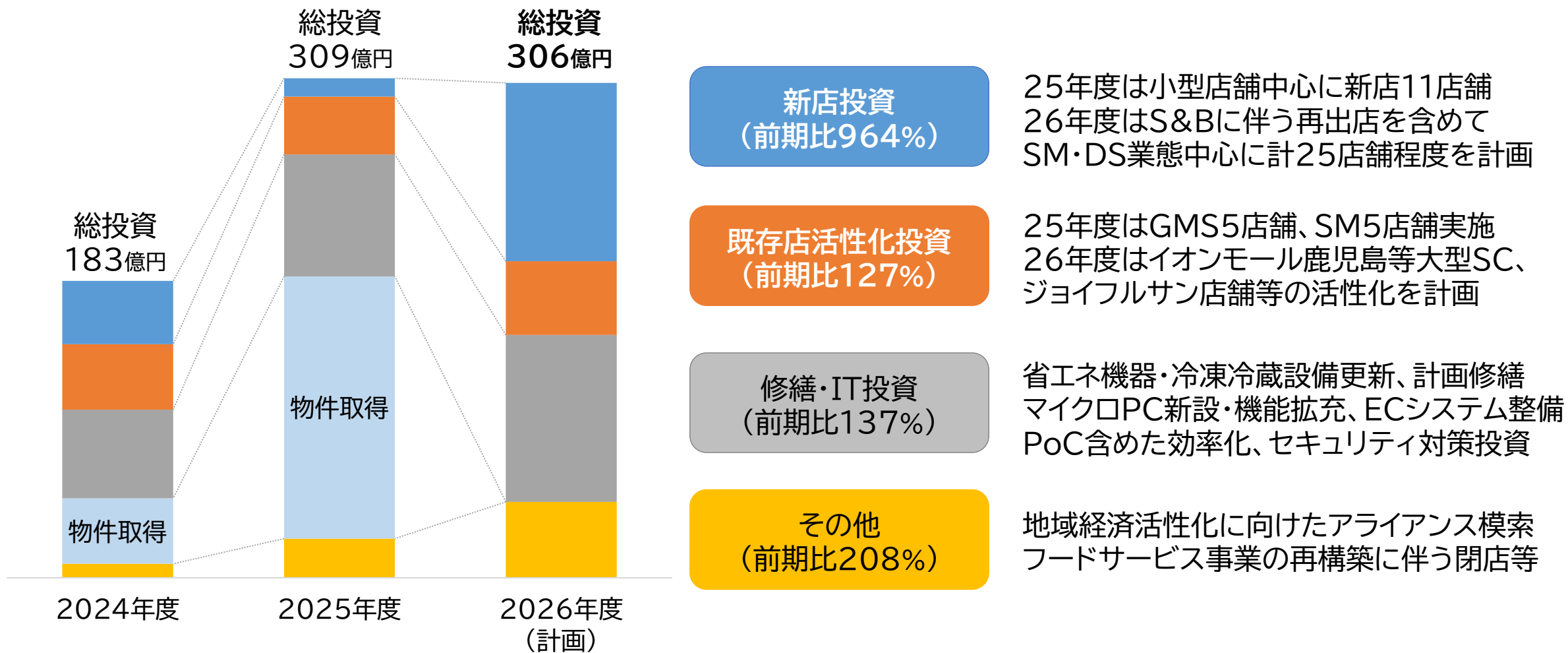
<営業収益(単体)>

<営業利益(単体)>



投資計画:今後の成長に向けて総額306億円(前期比99.0%)を計画

※2025年度は既存物件取得に係る投資162億円を含んでいるため、当該投資を除外すると前期比208.5%



「食」の強化:SM・DS中心に過去最大規模の新規出店(連結で30店舗程度を計画)

- 成長事業における新規出店数は当初目標には未達も、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、60坪～120坪パターンで福岡市内へ出店加速
- 【ウエルシアプラス】非食品部門の接客・販売力強化及びローコストオペレーション構築を進めつつ、福岡・熊本で出店拡大
- 【ザ・ビッグ】ローコストオペレーションによるEDLPを徹底、居抜き物件を中心に出店拡大(26年度は5店舗出店計画)



都市部でのマーケットシェア拡大を目指し、福岡市内で「近くて便利なコンパクトスーパーマーケット」をコンセプトとした都市型小型SM「マックスバリュエクスプレス」の展開を拡大



都市部のシェア拡大を目指すコンパクトSM

都市型小型フォーマット「近くて便利なコンパクトSM」

- 店舗面積: 約60～120坪のコンパクトSM
- 提供価値: コンパクトな売場にデリカ・生鮮・加工食品の品揃え
- ロケーション: コンビニがライフラインの都市部へ出店
- ターゲット層: 単身・少人数世帯、都市部のシニア層
- 戦略:
 - 小規模店舗を多店舗展開、“面”で商圈をpushする
 - プロセスセンターによるローコストオペレーション

小型店の高速出店を支えるプロセスセンター(PC)

- 福岡市内出店エリア全域に配送可能な新PCを開設予定
- 店舗の作業場や製造作業を極小化、店舗運営コスト削減



マックスバリュエクスプレスの出店加速

2025年度実績及び2026年度計画

- 2025年度売上高: 前期に比べ約**1.3倍**
- 出店実績: 2025年度7店舗出店、計23店舗(26年2月末時点)
- 2026年度出店計画: 10店舗+α
- 従来の売場面積80～120坪パターンに加え、60坪モデルを構築
福岡市都市部における出店ペースを加速



- 都市部におけるお客さまのニーズに対応した品揃えの追求
- 近隣店舗とのチーム運営によるオペレーション効率の改善

2025年度
売上既存比
109%

エクスプレス店舗の人時生産性は
当社のSM(マックスバリュ)店舗に比べ
30%以上高い

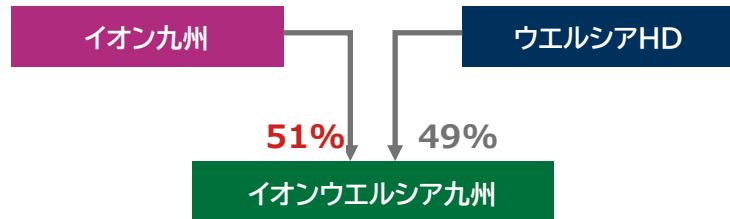
2022年9月に設立した子会社イオンウエルシア九州(株)では、生鮮食品を取り揃えたSMと調剤併設型ドラッグストアが融合したドラッグ&フード業態「ウエルシアプラス」の展開を拡大



ドラッグ&フードの新業態

SMと調剤併設型ドラッグストアの融合「ウエルシアプラス」

- マジョリティ出資による業績貢献
- 九州に根ざした企業として、さらなる強固なドミナントを形成



- 購入頻度の高い食品をお値打ち価格で販売し集客
- 利益率の高い医薬品や化粧品の販売により利益確保を図る
- SMの強みである生鮮もPC活用により提供実現
- ビューティーアドバイザー育成等、非食品部門の接客・販売力強化



ウエルシアプラスの出店拡大

2025年度実績及び2026年度計画

- 2025年度売上高: 77億円(前期比212.1%)
- 出店実績: 16店舗(2026年3月末時点)
- 2026年度出店計画: 5店舗予定
- 新規出店、既存店の業態転換に加え、他社から取得または承継した店舗跡地への出店等、福岡県・佐賀県(鳥栖エリア)・熊本県に展開










- 初年度は食品の品揃えによる利便性で集客
- 2年目以降は処方箋枚数の増加等、非食品部門の売上構成拡大
- ローコストオペレーションの確立等、既存店の収益力向上を推進

2025年度
売上既存比
113.9%

既存店の
非食品部門売上は
前期比**20%**以上増加

顧客接点の拡大:EC・ネットスーパー・クイックコマース・スマートNICO等リアル店舗以外での取組

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>EC</p> <p>EC 売上高 前期比</p> <p>107.0%</p> | <p>【おせちEC】売上高 前期比113.6% 早期予約需要が高まり、好調に伸長</p>  <p>【サイクルEC】売上高 前期比118.9% 受取り店舗 ホームワイド19店舗へも拡大</p> <p>AEONBIKE イオン九州オンライン</p>  <p>ネットご注文! お店で受取り!</p>  | <p>クイックコマース</p> <p>クイックコマース 売上高 前期比</p> <p>145.7%</p> | <p>Uber Eats</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 配達員ピックアップ導入に伴い拠点拡大 ✓ お客様の利便性を向上 <p>2025年2月末 150店舗</p> <p>2026年2月末 180店舗</p>  <p>クイックコマース売上No1 マックスバリュ長丘店</p> |
| <p>ネットスーパー</p> <p>ネットスーパー 売上高 前期比</p> <p>101.6%</p> | <p>【システム統合】</p> <p>ネット・アプリで注文!</p> <p>イオン九州 ネットスーパー</p> <p>システムを切替え、CX(顧客満足)とEX(従業員満足)に新たな価値を提供。</p> <p>駅や大学等の施設内への「受け取り専用ロッカー」設置など受取拠点の拡大を実施</p>   | <p>スマートNICO</p> <p>スマートNICO 売上高 前期比</p> <p>173.2%</p> | <p>スマートNICO</p> <p>病院、工場、大学施設、オフィスなどに拠点を拡大中</p> <p>2025年2月末 37拠点</p> <p>2026年2月末 45拠点</p>  |

- ✓ 「ベストプライス」や「しあわせプラス」、アプリを活用した販促施策の強化により客数・販売点数を拡大。2026年3月より、今こそ！暮らし徹底応援「ガチトク」企画をスタート、更に生活応援を強化。
- ✓ 九州地域に根差したマーチャンダイジングの強化として、当社オリジナルブランド「Urban Smart」の展開やオーガニック商品など付加価値品を扱う「ビオララ」を展開

イオングループによるスケールメリット

- 「トップバリュ」「ベストプライス」展開の拡大



2025年度
売上既存比(食品)
111.2%

九州地域に根差したマーチャンダイジングの強化

- 「しあわせプラス」展開拡大、2026年3月より「ガチトク」企画開始



2025年度
売上既存比(食品)
120.1%



- iAEON活用による販促効果:

- アプリクーポン(ガッチャクーポン)による客数・客単価の増加
- アプリ利用状況、購入履歴に応じた告知やクーポンを配信



ガッチャリスト
1日1回ガッチャ!をプレイ!



iAEONファン会員数

2025年2月末
84万人

2026年2月末
127万人

(※ファン会員数:当社店舗をお気に入り登録いただいた会員数)

会員によるガッチャクーポン利用拡大

2024年度
利用売上構成比
9.6%

2025年度
利用売上構成比
12.4%

- イオン九州オリジナルブランド「Urban Smart」を展開
- 「日常を、もっとスマートに。」をコンセプトにコーナー・ショッパ展開



- オーガニックなど付加価値品を扱う「ビオララ」を展開
- 発酵食品や健康志向の商品を取り揃え、新たな客層の取り込み



衣料品における課題解決に向けた新たな取組を推進(新たな価値創造・顧客層の拡大)

- 若者主体の団体「NEO福岡」のプロジェクトに参画、大学生と社会人混合チームが当社アパレル事業の課題に取り組む
- 「イオン九州の“ダサイアパレルを変える”」をテーマに、20～30代に選ばれる新アパレル戦略を提案
- 当社独自のブランド「Urban Smart」商品を使用し、お客さま参加型でのオリジナルウェアをつくろう企画を実施



NEO福岡での提案発表

◆企業課題

- ★「ダサイ」イメージの払拭
 - ・従来のアパレルイメージを一新し、若年層が「自分のライフスタイルに取り入れたい」と感じる存在への転換が必要。
- ★価値の再定義
 - ・単なる売上向上ではなく、「ここにあってよかった」と感じられる新しい価値や買い物の楽しさの創出。
- ★若年層との接点不足
 - ・ネット通販ネイティブ世代に対し、既存の売り方では響かない現状への対応。

◆アイデア概要

イオン、着替えます。

「ダサイ」イオンは、もう卒業。」

商品改革・外部接点・売場改革にフォーカスし、オリジナルパジャマを作るブランド「nemu+ (ネムプラス)」を商品化し、ライジングゼファ-福岡とのコラボも展開しつつ、「なんでも着ろ」イオンから、「自分らしさが見つかる」イオンへ売場をデザインしていく。

◆チームの特徴

ファッションの環境問題に興味のある黒池さんと、元ハンドボールプレイヤーで、「アスリートが“好き”を着こなせるブランドをつくる」ことを目指している小宮さんが「ファッション」というキーワードで共創を決定し、社会人を巻き込んで結成されたチーム。応募期間から店舗を訪れ分析するほど熱量の高いプレイヤーが揃っている。



福岡市内(天神地区)商業施設でのPOPUP展開

プロバスケットボールチームとのコラボイベント



スマートな自分にめぐり合う。

Urban Smart

— アーバン スマート —

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

ショッピングセンター(SC)機能の充実

地域の人が集い、時間を過ごし、楽しみ
買い物・飲食・遊ぶ場所としての機能

【SCイベント・物販催事の拡大】

- ✓ 「小売」「専門店」に次ぐ「館の第3の核」としてSC全体イベント・物販催事を位置付けて強化
- ✓ 空床区画への専門店誘致に加えて、POP UPショップ、物販催事の積極展開により「イベント性」「新たな商品や価値」「機会の提供」

【フードサービス事業の構築】

SCに必要な不可欠な飲食機能を「フランチャイズ(FC)」「自社運営」「専門店誘致」の3つの手法で強化



既存店活性化の推進

施設・設備の刷新による買い物環境改善
新たな商品・サービス・専門店の導入

【2025年度実績】

- ✓ GMS 5店舗、SM 5店舗 計10店舗実施

| 直営売上高 | | 営業総利益 | |
|-------|-------|-------|-------|
| 計画比 | 前年同期比 | 計画比 | 前年同期比 |
| 101% | 105% | 100% | 104% |

※活性化実施当月～2026年2月までの累計実績

【2026年度計画】

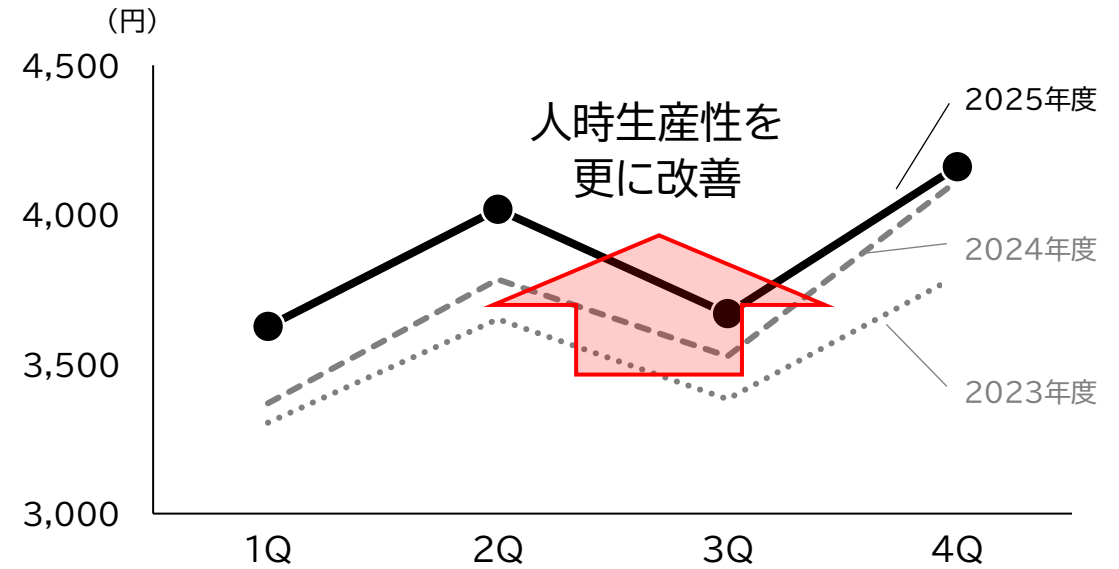
- ✓ イオンモール鹿児島、「ジョイフルサン」等、計14店舗



DX・AIの活用及び省力化什器導入による店舗オペレーション業務に係る人時を低減
 創出人時をより付加価値の高い領域へ再配置することにより、更なる生産性・効率改善を推進



レジみえ～る(レジの空き状況表示)
 導入店舗:9店舗(2026年2月末時点)



ストナビ
 導入店舗:301店舗(2026年2月末時点)



省力化什器・省人化機器
 導入店舗・売場を拡大 28

九州各県において地域と連携した環境保全・社会貢献活動の推進

➤ 地域のお客さま・お取引先さま・学校・行政・団体の皆さまと連携して社会課題の解決に取り組む

被災地復興支援活動



避難場所での移動販売



緊急支援募金活動

地域のお祭り・イベントへの参加・協賛



地域行事への参加



地域イベントへの協賛

イオンハートフルボランティア活動



援農活動への参加



清掃清掃活動への参加

フードロス削減 規格外商品の商品化



大分:規格外大葉の商品化

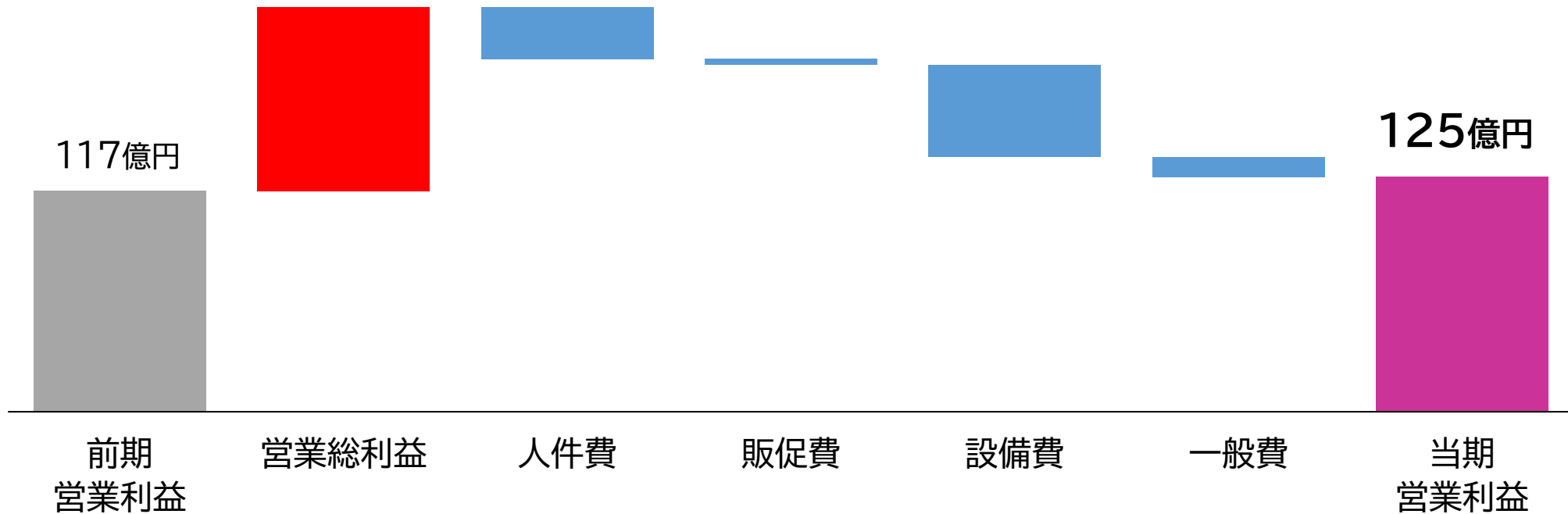


朝倉市:規格外ネギの商品化

新規出店・既存店活性化・DX投資等、今後の成長に向けた先行投資を積極的に行いつつ増益を確保

- 次期中期経営計画における更なる成長に向けて、2026年度は過去最大規模となる新規出店に加え、当社基幹店舗であるイオンモール鹿児島の大規模リニューアル、吸収合併したジョイフルサン店舗の設備更新を含めた活性化を実施
- 物価高騰が長期化する見通しの中、お客さまのニーズの高い商品群の品揃えを拡充しつつ、生活応援施策はさらに強化
- 4年連続となる大幅な賃上げを含めた人的資本投資を実施する一方で、DX・省力化投資の効果創出に努める

【イオン九州(株)単体】営業利益増減影響(イメージ)



2026年度経営方針 業績計画(連結・単体)

次期中期経営計画において更なる飛躍を目指し、積極投資と安定的な利益創出を両立

- 当社を取り巻く経営環境は、「食」をめぐる異業種を含めた競争環境の激化に加え、資源・エネルギー価格や為替相場の変動中東情勢をはじめとした地政学的リスク等、先行き不透明な状況が続いています。
このような環境下において、成長投資と収益基盤の強化を両立させ、持続的な成長を目指してまいります。
- 連結業績見通しにつきましては、当社が現時点で想定している株式会社トキハインダストリーの業績影響を加味した計画値としておりますが、今後、計画の精査が進み、公表すべき事項が発生した場合には、速やかにお知らせいたします。
- 経常利益の減益予想につきましては、前期に営業外収益として計上した差入保証金回収益の影響によるものです。

| (単位：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 | 600,000 | 109.7% | 571,000 | 105.8% |
| 営業利益 | 10,800 | 100.5% | 12,500 | 106.5% |
| 経常利益 | 10,200 | 88.6% | 11,900 | 95.0% |
| 当期純利益 | 6,500 | 108.9% | 8,000 | 123.2% |
| 1株当り当期純利益 | 190.49円 | | 234.44円 | |

※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。

I. 2025年度(2026年2月期)決算概要について

II. 2026年度(2027年2月期)経営方針について

III. 株主還元について

2026年度 経営方針 ～株主還元～

1株当たり配当金は年間50円(中間25円、期末25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)

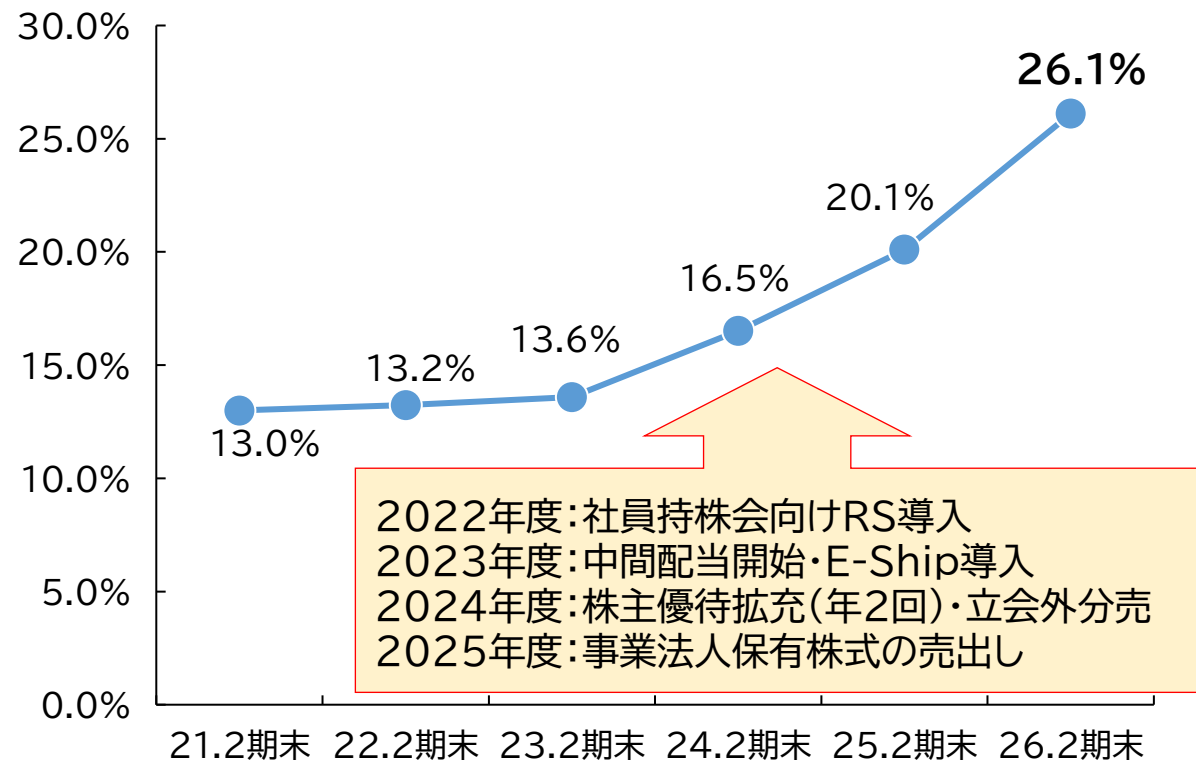
| | 2022年度 | 2023年度 (連結) | 2024年度 (連結) | 2025年度 (連結) | 2026年度 (連結・計画) |
|----------------|--------|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1株当たり 年間配当金 | 28円 | 50円 | 45円 | 50円 | 50円 |
| 配当性向 | 20.8% | 24.4% | 25.4% | 28.6% | 26.2% |
| ※備考① | | 特別配当5円 及び 記念配当5円を含む | | | |
| ※備考② | 期末配当のみ | 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 | 中間配当25円 期末配当25円 |

～上場維持基準(流通株式比率25%)への適合～

2026年2月末時点において東証スタンダード市場上場維持基準全てに適合

- 流通株式比率の充足に向けて、2025年11月に大株主が保有する当社株式の売出を実施
- 株主の皆さまの期待に応えるべく、今後も持続的な成長と企業価値向上に努めてまいります

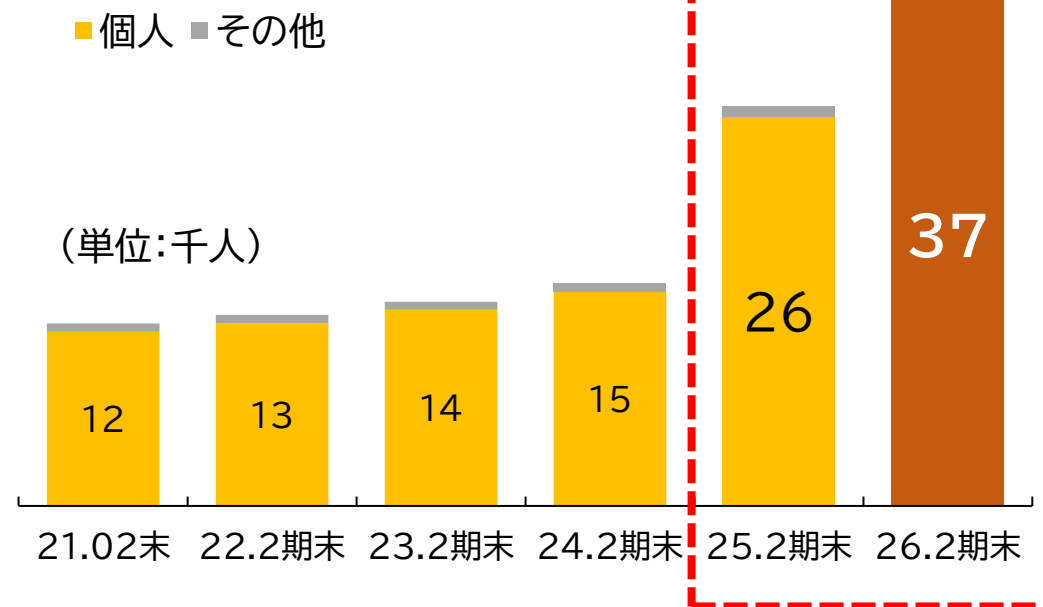
流通株式比率の向上



2022年度:社員持株会向けRS導入
 2023年度:中間配当開始・E-Ship導入
 2024年度:株主優待拡充(年2回)・立会外分売
 2025年度:事業法人保有株式の売出し

※東証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。

個人株主(≡お客さま株主)の増加



株主優待制度(株主様ご優待券について)

2024年度より8月末日を新たに基準日とし、「株主様ご優待券」贈呈回数を年2回に変更しております。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。

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 entire logo is centered horizontally on a white background.

AEON