

株式会社フジ

2025年2月期 決算説明会

2025年4月10日(木)
株式会社フジ

1. 2024年度 連結決算概要
2. 2025年度 重点方針
3. 2025年度 通期連結業績予想

※当資料内では、「2025年2月期」を「2024年度」と表記

1. 2024年度 連結決算概要
2. 2025年度 重点方針
3. 2025年度 通期連結業績予想

1. 2024年度 連結決算概要

営業収益は6期連続増収、過去最高を更新

中期経営計画(2024-2026年)に基づき、競争力向上に向けた既存店の改装や建て替えなど、店舗への積極的な投資を実施。また、生活防衛意識の高まりに対応し、EDLP※商品の品揃えを強化し「安さ」を訴求。

結果、食料品を中心に売上高は堅調に推移し+1.0%の増収。

※エブリデイ・ロー・プライス

【連結経営成績】

(単位：百万円、%)

	2023年度		2024年度		増減	
	実績	売上高比	実績	売上高比	増減	前年同期比
営業収益	801,022	—	808,928	—	7,906	1.0
営業利益	15,110	2.0	12,953	1.7	△2,157	△14.3
経常利益	17,374	2.3	14,315	1.8	△3,059	△17.6
親会社株主に帰属する当期純利益	7,436	1.0	3,818	0.5	△3,618	△48.7

1. 2024年度 連結決算概要

- ✓ 多様化するお客さまニーズへの対応や店舗の利便性向上に向け、建て替えを4店舗
既存店の改装を37店舗にて計画通り実施し、売上高は好調に推移
- ✓ 節約志向の高まりに対応すべく“価格訴求”を継続して強化しつつ、消費の二極化へ
対応した“価値訴求”の取り組みを強化
- ✓ 統合初年度としての積極的な投資で営業利益を圧迫

【営業収益・営業利益】

(単位：百万円、%)

	2023年度	2024年度	前年同期比
売上高	771,123	778,238	100.9
営業収益	801,022	808,928	101.0
売上総利益	207,157	218,817	105.6
営業総利益	237,056	249,507	105.3
販売費及び一般管理費	221,945	236,554	106.6
営業利益	15,110	12,953	85.7

1. 2024年度 連結決算概要

販売費および一般管理費内訳

持続的な成長を目指し、統合初年度として競争力と生産性向上を実現するため積極的に投資

【水道光熱費】イオングループと連携した新電力への移行により電力単価を低減

【人件費】生活コスト上昇へ対応し、従業員満足の向上につなげる積極的な賃上げを継続

【設備費】将来に向けた投資としての既存店の改装や建て替え、施設保全に向けた修繕を強力に推進

【広告宣伝費・修繕費】年初の新生フジ誕生祭などの販促、本社移転などを計画通り実施

【販売費及び一般管理費内訳】

(単位：百万円、%)

	2023年度	2024年度	前年同期比
広告宣伝費	9,261	10,093	109.0
人件費	95,746	102,240	106.8
借地借家料	19,706	19,284	97.9
水道光熱費	18,008	17,859	99.2
事業税等	445	1,908	428.8
減価償却費	15,580	15,610	100.2
その他(本社移転費用、システム運用費用など)	63,193	69,560	110.0
販売費及び一般管理費	221,945	236,554	106.6

1. 2024年度 連結決算概要 < 個別概況 >

✓ 食料品を中心に売上高は堅調

お客さまの生活防衛意識の高まりに対応した価格訴求などの取り組み継続や、ニーズに合わせた付加価値商品を提案し、食料品を中心に売上高は堅調に推移

✓ 一品単価が上昇し客単価は上昇するも、客数・買上点数は前年を下回る

■部門別売上高（全店直営） ※管理損益ベースの数値を記載

（単位：百万円、％）

	2023年度 売上高	構成比	2024年度 売上高	前年同期比	構成比
食品	675,620	89.5	686,228	101.6	90.0
衣料	23,345	3.1	21,543	92.3	2.8
住居余暇	51,509	6.8	51,434	99.9	6.7
その他※	4,487	0.6	3,571	79.6	0.5
合計	754,962	100.0	762,778	101.0	100.0

※その他／たばこ・ギフト・催事等

■客数・客単価・一品単価・買上点数 前年比（直営計）

（単位：％）

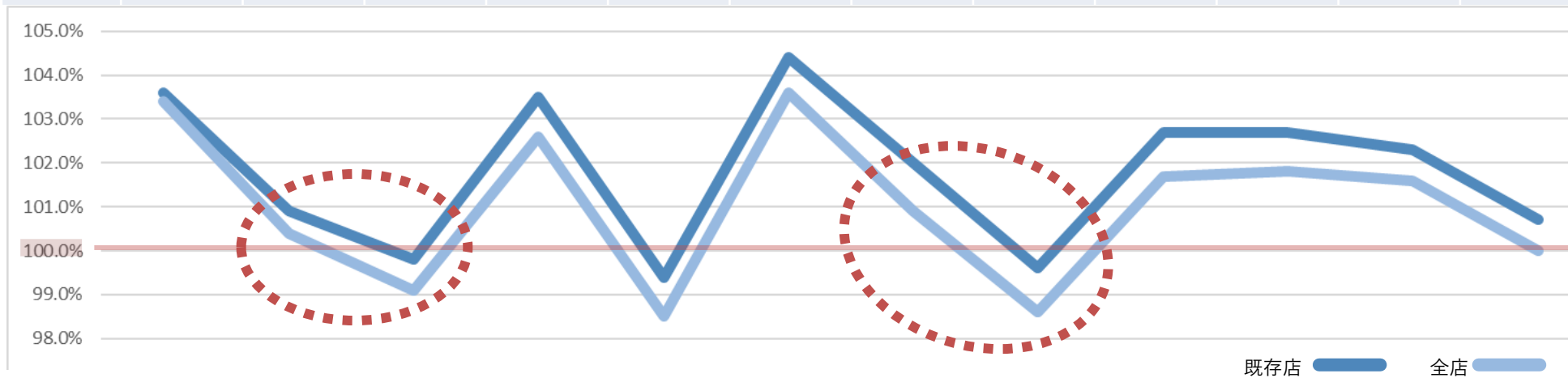
客数	客単価	一品単価	買い上げ点数
99.4	102.4	103.2	99.1

1. 2024年度 連結決算概要 < 個別概況 >

- ✓ **上期**：4月～5月はインフレ(物価上昇等)の進行で、個人消費は大幅に落ち込み
6月以降、価格対応を強力に推進し好調に推移
- ✓ **下期**：9月～10月は気候変動(残暑の長期化等)への対応が遅れ、
衣料品を中心に苦戦

■フジ個別の月度別売上高推移（前年比）

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
既存店	103.6%	100.9%	99.8%	103.5%	99.4%	104.4%	102.0%	99.6%	102.7%	102.7%	102.3%	100.7%
全店	103.4%	100.4%	99.1%	102.6%	98.5%	103.6%	100.9%	98.6%	101.7%	101.8%	101.6%	100.0%



1. 2024年度 連結決算概要

- ✓ 有利子負債依存度が低下（借入金が減少）
- ✓ 資金効率の向上による現預金圧縮をはかり、流動資産が減少

【連結資産および負債】

（単位：百万円、％）

		2023年度 (2024年2月29日)		2024年度 (2025年2月28日)		
		連結	構成比	連結	構成比	増減
資産の部	流動資産	92,135	21.5	78,744	19.1	△13,391
	固定資産	335,566	78.5	333,064	80.9	△2,502
総資産合計		427,702	100.0	411,808	100.0	△15,894
負債・資本の部	流動負債	132,084	30.9	121,331	29.5	△10,753
	固定負債	79,521	18.6	72,449	17.6	△7,072
	負債合計	211,605	49.5	193,780	47.1	△17,825
	純資産合計	216,097	50.5	218,028	52.9	1,931
負債純資産合計		427,702	100.0	411,808	100.0	△15,894
有利子負債		81,664	19.1	70,451	17.1	△11,213

1. 2024年度 連結決算概要

- ✓ 営業CF：統合時の仕入債務締め日変更による一時的な影響などで減少
- ✓ 投資CF：計画的な設備への投資を実施
- ✓ 財務CF：借入金残高の圧縮

【連結キャッシュ・フロー】

(単位：百万円)

科目	2023年度 連結累計期間	2024年度 連結累計期間	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	30,607	16,747	△13,860
投資活動によるキャッシュ・フロー	△14,607	△15,980	△1,373
財務活動によるキャッシュ・フロー	△10,618	△11,658	△1,040
現金及び現金同等物の増減額	5,381	△10,891	△16,272
現金及び現金同等物の期首残高	31,800	37,182	5,382
現金及び現金同等物の期末残高	37,182	26,291	△10,891

1. 2024年度 連結決算概要

【主要な経営指標】

(単位：%)

	2023年度	2024年度
総資産当期純利益率(ROA)	1.7	0.9
自己資本当期純利益率(ROE)	3.5	1.8
売上高営業利益率	2.0	1.7
売上高経常利益率	2.3	1.8
1株当り純資産 (円)	2,491	2,513
自己資本比率	50.5	52.9
投下資本利益率(ROIC)	3.8	3.2

1. 2024年度 連結決算概要
- 2. 2025年度 重点方針**
3. 2025年度 通期連結業績予想

2. 2025年度 重点方針

- 「中期経営計画」の2年目として進めてきた施策を成果に結びつけるために、行動を変えスピーディーに成果を上げていく

1. 企業文化の確立

- 経営方針の浸透と実践
- 政策実行力の向上
- D&Iの推進による人材の確保と定着

2. 既存事業の改革

- 既存店改革のさらなる推進
- 営業政策・施策の環境変化への適応、改革
- 競争力と収益力向上に向けた事業構造見直し

3. 事業インフラの統合とシナジー創出

- 事業インフラの統合と改革
- シナジー創出と進捗管理
- 未来に向けた新たな研究と開発



ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

ESG経営・環境への取り組み目標を設定

1. 企業文化の確立

互いに学びあいながら成長を目指す企業文化の構築

経営方針 浸透と実践

- 従業員一人ひとりが経営方針を具現化
- 現場重視を実践する組織
- 顧客視点の取り組みの浸透

政策実行力 向上

- 方針管理の深化による実行力の向上
- データ活用による仕事の精度向上
- データドリブンな組織づくり



D&Iの推進

- 多様な人材の活用(外国人人材の受け入れ準備)
- 女性活躍の推進
- 働き方改革と働き甲斐が実感できる制度作り

2. 既存事業の改革

強い店頭づくりを実現するための営業施策の推進

既存事業 改革

- 競争力向上に向けた**活性化・S&Bの推進**
- 成功事例の**既存店導入、横展開**のスピードアップ
- 事業単位、売場単位の**損益の把握、黒字化**

環境変化 対応

- インフレ環境下での**安さの追求と値入の確保**
- トップバリュの**拡販、自社オリジナル商品の開発**推進
- **MDサイクルの改革**と顧客視点の**デジタル化**推進

競争力 収益力

- **好事例**の共有と取り組み施策・業績の**“見える化”**促進
- 「**省人化**」「**省力化**」施策への積極的な取り組み
- **人時生産性向上**のための業務範囲の**拡大・多能化**

3. 事業インフラとシナジーの創出

統合シナジーの創出に向けて

事業インフラ 改革

- サプライチェーンインフラの統合
- 仕入れ・調達の統合とメリット追及
- システム統合の確実な実施

シナジー 創出

- 統合シナジーの確実な具現化、
次のフェーズへ向けた計画策定

新たな 研究開発

- ノンストア事業の推進によるリアル店舗との相乗効果
名産品、季節商品の地産全消／EC・ネットスーパー収益拡大
移動スーパーのデジタル推進
- 新業態開発、人口減エリア対応の業態開発

1. 2024年度 連結決算概要
2. 2025年度 重点方針
- 3. 2025年度 通期連結業績予想**

3. 2025年度 通期連結業績予想

(単位：百万円、%)

	2024年度 (2025年2月期) 通期連結業績	2025年度 (2026年2月期) 通期連結業績予想	前年同期比
営業収益	808,928	815,000	0.8
営業利益	12,953	15,500	19.7
経常利益	14,315	16,800	17.4
親会社株主に帰属 する当期純利益	3,818	5,500	44.0
1株当たり当期純利益	44.06円	63.48円	—
1株当たり配当	30円	30円	—

地元にも、新しいつながりを。



< 予測に関する注意事項 >

- 本資料は情報の提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料（業績計画を含む）は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。
- ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いいたします。本資料に記載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって、生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。

※ この資料の著作権は(株)フジに帰属します。いかなる理由によっても当社に許可なく資料を複製・配布することを禁じます。

| 参考資料 | 2024年度の取り組み

●2024-2026年度中期経営計画

●2024年度重点方針

1. 企業文化の確立

- ・経営方針の浸透
- ・政策実行力の向上

2. 既存事業の改革

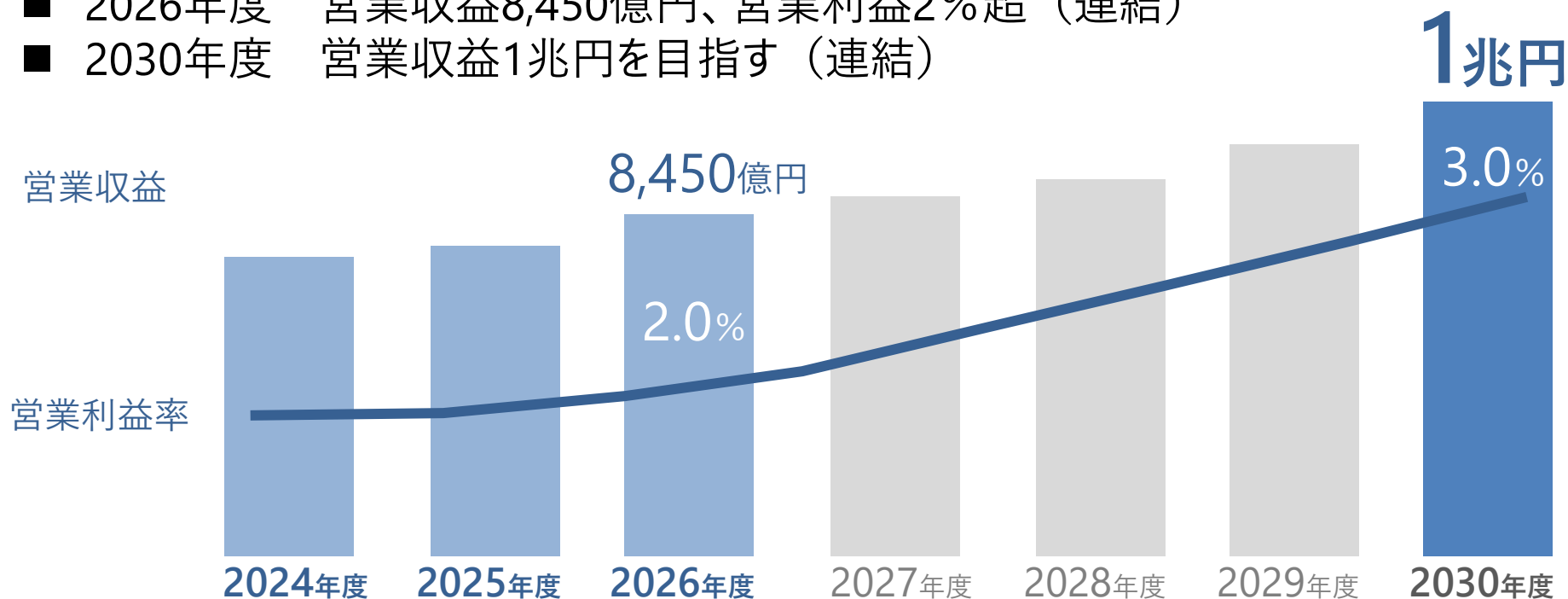
- ・既存店の改革
- ・新規出店
- ・ノストア事業
- ・業務DXの推進
- ・価格訴求と価値訴求

3. シナジー創出

- ・PCの再編
- ・物流の再編

参考資料 | 2024-2026年度 中期経営計画

- 2026年度 営業収益8,450億円、営業利益2%超（連結）
- 2030年度 営業収益1兆円を目指す（連結）



■ 2024年度～2026年度 投資額（累計）

- 店舗投資 **720億円**
(活性化、S&B、新店、修繕)
- サプライチェーン・デジタル **80億円**
(P C、物流・マーケティング、業務効率化)
- 環境・グリーン **60億円**
(冷媒ガス交換、LED照明、空調)

2024年～2026年投資額 **860億円**

2024年度重点方針

1. 企業文化の確立

- 経営方針の浸透と実践
- D&Iの推進による人材の確保と定着
- 政策実行力の向上

2. 既存事業の改革

- 既存店の改革と新規出店
- 業務DXの推進、組織のスリム化、現場への注力
- 既存事業の統合、再整備

3. 事業インフラの 統合とシナジー創出

- シナジー創出進捗管理
- 事業インフラの統合
- 未来に向けた新たな研究と開発

ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

ESG経営・環境への取り組み目標を設定

2024年度重点方針

1. 企業文化の確立

- 経営方針の浸透と実践
- D&Iの推進による人材の確保と定着
- 政策実行力の向上

2. 既存事業の改革

- 既存店の改革と新規出店
- 業務DXの推進、組織のスリム化、現場への注力
- 既存事業の統合、再整備

3. 事業インフラの 統合とシナジー創出

- シナジー創出進捗管理
- 事業インフラの統合
- 未来に向けた新たな研究と開発

ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

ESG経営・環境への取り組み目標を設定

■「店長ミーティング」の定期的な実施

上期と下期の2回にわたって各エリアの店長が集合し、方針管理の深化を図るとともに、現場の声を吸い上げる機会とする



▲香川エリア



▲兵庫エリア

- 方針管理の深化による政策実行力の向上および、現場重視を実践する組織の実現を目指し、新会社としてのコミュニケーションの充実をはかる

■「52週MD研修」の定期的な開催

各エリアにて店長やSV、主任などが参加する「52週MD研修」を開催
専門講師を呼び、売場や商品づくり、ストアコンパリゾンについて講義・実習を実施



- 52週を活用した営業力強化、店舗の活性化および組織風土改革を推進し、週単位でのマネジメント力の強化

■店舗好事例の水平展開

各エリアでの好事例店舗の取り組みを政策会議で発表



岡山・山陰店舗運営本部 取組事例

取組事例①：3月より毎週月曜に部長MT開催

出席者
 運営部長・営業支援部（SV）mgr・業務改善ストオペmgr・
 店舗支援mgr **対面にて部長MTを開催**



前週の振り返り、今週の取り組み内容、質疑応答による
疑問点の解消・意見・意思の伝達（山陰はリモート）

FUJI

Copyright © 2024 FUJI CO., Ltd. All Right Reserved

- 4 -

AEON

- 方針管理（重点方針、目標設定）の深化による実行力の向上
- 52週MDを基としたデータ分析を活用し、仕事の精度を向上
- データドリブンな組織づくり

2024年度重点方針

1. 企業文化の確立

- 経営方針の浸透と実践
- D&Iの推進による人材の確保と定着
- 政策実行力の向上

2. 既存事業の改革

- 既存店の改革と新規出店
- 業務DXの推進、組織のスリム化、現場への注力
- 既存事業の統合、再整備

3. 事業インフラの 統合とシナジー創出

- シナジー創出進捗管理
- 事業インフラの統合
- 未来に向けた新たな研究と開発

ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

ESG経営・環境への取り組み目標を設定

■ 既存店の刷新

- ・ 既存店の活性化・S & Bを強力に推進
- ・ エリアドミナントの再構築に向け計画通りに実施

(2024年度)

活性化 **37** 店舗

活性化店舗
売上高前年同期比

106.8%

▶ うち7店舗は2桁で伸長

新店・S&B **6** 店舗
(業態変更含む)

■ 新店(業態変更含む)

- 3月 マックスバリュ塩冶店(島根県)
- 4月 マックスバリュAT防府店(山口県)
- 11月 マルナカ洲本物部店(兵庫県)
- 11月 マルナカ志度店(香川県)
- 12月 マックスバリュAT楽々園店(広島県)
- 12月 フジ新居浜店(愛媛県)

活性化・S&B

150 店舗目標

(2024~26年度)

12月6日オープン



マックスバリュイオンタウン楽々園店

12月9日オープン



フジ新居浜店

参考資料 | 2024年度の取り組み < 既存店の改革 >

パワーシティぜんつうじ

■ マルナカPC善通寺店

2024年10月26日
香川県善通寺市



前年同期比

113.7%

- ・当社花ブランド「COROLE」導入
- ・お子さま「遊ばせコーナー」設置

きたじま

■ フジグラン北島

2024年11月2日
徳島県板野郡



前年同期比

103.1%

- ・地元の牛肉「阿波牛」など地場拡大
- ・地域とのつながりを継続して強化

参考資料 | 2024年度の取り組み < 既存店の改革 >

■ マックスバリュ大池店 おおいけ

2025年1月24日
兵庫県神戸市



前年同期比

109.0%

・地元名物商品を使用したオリジナル惣菜の販売など“地元の味”強化

■ マルナカ大洲店 おおす

2025年1月30日
愛媛県大洲市



前年同期比

143.2%

・新たなテナントの導入や衣料・住居余暇売場の拡大で集客

| 参考資料 | 2024年度の取り組み<新規出店>

スクラップアンドビルド(建て替え)オープン店舗

すもとのべ

■ マルナカ洲本物部店

2024年11月15日 兵庫県洲本市

S&B



- 産直コーナーの拡大
- 即食・簡便商品の品揃えを充実
- 地元牛の品揃え強化

しど

■ マルナカ志度店

2024年11月22日 香川県さぬき市

S&B



- 旬な鮮魚を品揃えする鮮魚売場
魚惣菜も充実
- できたてにこだわる焼立パン売場

参考資料 | 2024年度の取り組み<新規出店>

スクラップアンドビルド(建て替え)オープン店舗

イオンタウンらくらくえん

■ マックスバリュAT楽々園店

2024年12月6日 広島県広島市

S&B



- 新会社として両社のよいところを融合させた当社らしい新店舗
- 簡便・即食に特化した品揃え

にいはま

■ フジ新居浜店

2024年12月19日 愛媛県新居浜市

S&B



- エフ・マルシェの新規導入
- メニュー提案やサイネージ、アプリを活用した販促を強化

参考資料 | 2024年度の取り組み<ノストア事業>

ノストア事業の推進

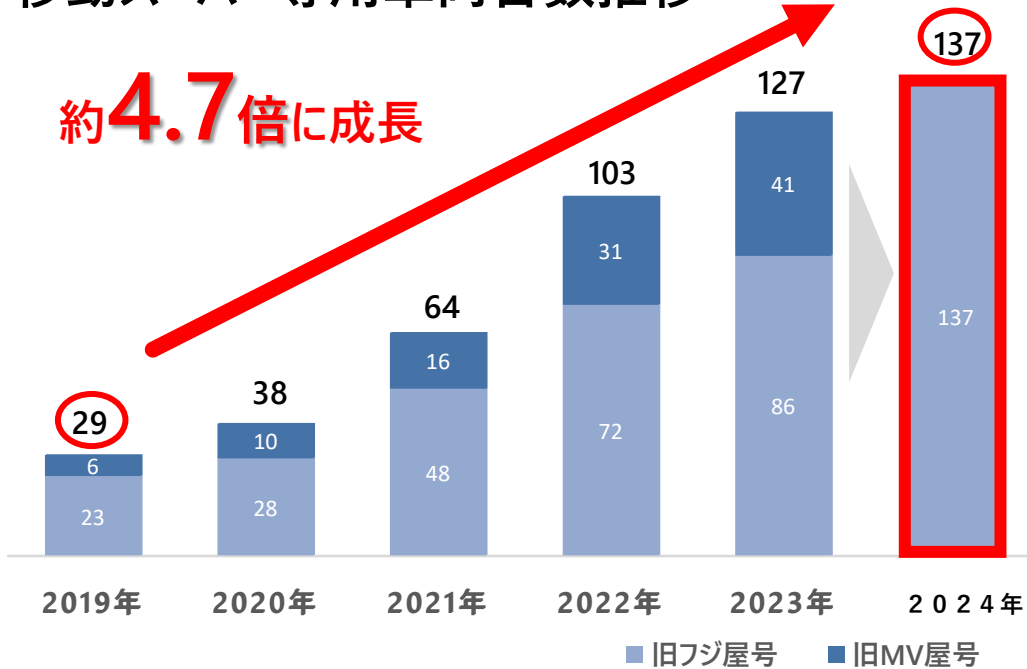
■移動スーパーの拡大

移動スーパー専用車両台数推移

売上高前年比

114.8%

約4.7倍に成長



展開店舗

87店舗

車両台数

137台

ルート数

752ルート

立ち寄り拠点

約8,400か所



- 2024年度は香川県を中心に離島など新たに6店舗にてスタート
- デジタル推進としてPOSレジ小型化や通信スマホ、運行アプリの配置を開始
- 2025年度も、継続してエリア開拓を行う

■レジ

- ・セルフレジ 利用率**46.7%**
- ・セミセルフレジ 利用率**61.6%**

導入により
チェッカー人時 **1~2名**の削減効果
(月間約160時間)



▲セルフレジ
(商品登録からお支払いまでセルフ)



▲セミセルフレジ
(チェッカーが商品登録し、お支払いセルフ)

- ・My-Piスキャン 利用率**29.3%**

導入により
チェッカー人時 **12.5%**の削減効果

- ・セルフレジ・セミセルフレジの導入を必須として拡大

■キャッシュレス比率



- ・キャッシュレス支払い 全体の**66.9%**
(中間期より0.4%増)

- ・ハウスカード 利用率**39.7%**
(エフカマネー、電子マネー-WAON)

■ 需要予測型自発動注システム



導入店舗数
478店舗



売価変更

4%削減

廃棄額

13%削減

- 2025年度、全店に賞味期限チェックシステムを導入予定

■ 電子棚札の導入拡大



導入店舗数
90店舗

月間削減人時
(1店舗当たり)

250時間

- 店頭とレジでの価格表示相違の改善にも効果

■アプリの推進

・エフコミュ **F-commu**

・iAEON **iAEON**

登録者数

282,046人

MAU率※

73.8%

登録者数

760,264人

MAU率※

68.7%

□イヤリティの維持/UP (23年から1年間の変化)

75.3%

アプリ以外の会員 71.4%

77.9%

アプリ以外の会員 62.3%



▲フジ・フジグラン店舗



▲マックスバリュ・マルナカザ・ビッグ店舗

※1か月間でどれだけのユーザーがアプリを利用したか示す指標

- 店舗配信・ターゲティングクーポンを促進し、顧客に寄り添ったアプリを目指す
- 位置情報を活用したWEB広告実施で新規獲得・利用促進につなげる

■ 価格訴求

3つのお得 このマークが目印!

全力プライス
食料品から日用品まで毎月ごとに厳選商品を“全力値下げ”でご提供します!

毎日が安い! お値打ち価格
毎日のくらしに欠かせない食料品や日用品をお求めやすい価格でご提供!

55 プラス ポイント
エフカ会員さま対象商品お買上げで基本ポイントにプラスポイントプレゼント!

55 円値引
対象商品のご購入の際にIAEONアプリクーポンご利用で55円値引き!



＼EDLPを強化し、アイテム数を増加／

「全力プライス」
3月度 380SKU ▶ 25年2月度 1,794SKU

「毎日が安い! お値打ち価格」
3月度 9,080SKU ▶ 25年2月度 15,746SKU

「プラスポイント」※iAEONクーポン込み
3月度 374SKU ▶ 25年2月度 1,986SKU

EDLP売上高 (3月度～25年2月度期間)

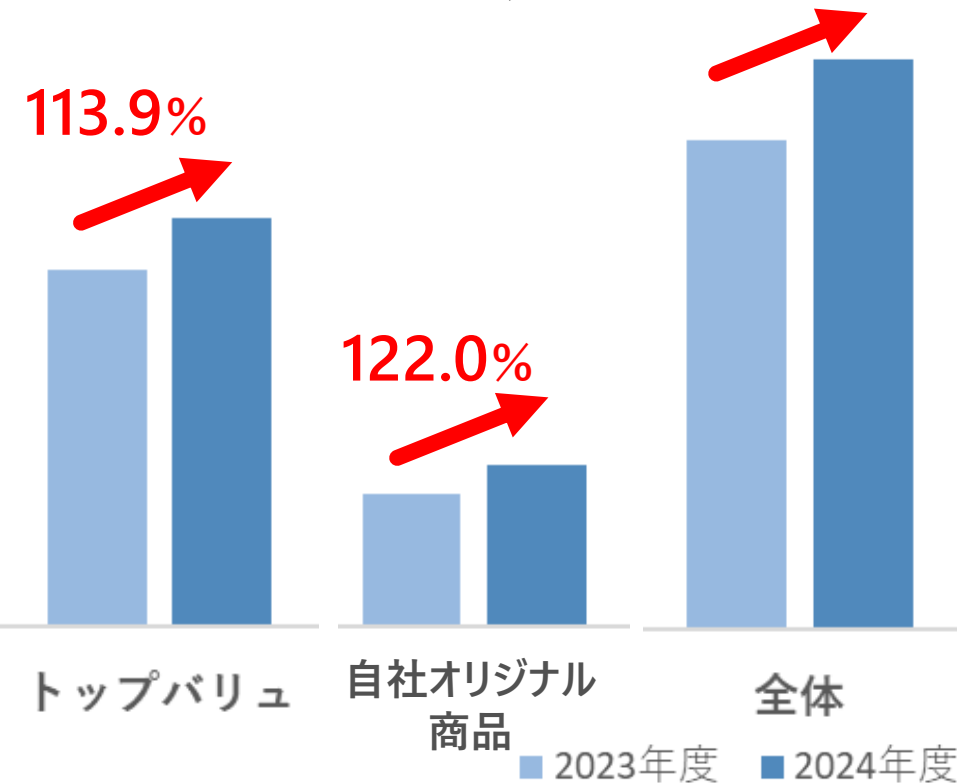
約**3.6**倍に拡大

- 値上げラッシュに対応し、EDLP※で「毎日が安い」を強化
- アイテム数を増加させ、厳選商品は分かりやすく価格を訴求

※エブリデイ・ロー・プライス

■プライベートブランドの拡充

・プライベートブランド売上 **116.2%**



・トップバリュ商品



トップバリュ売上
売上高前年比

113.9%

構成比

8.0%



・新規導入、SKUの拡大など
売上及び構成比は拡大

・25年度も継続して
トップバリュ売上拡大を目指す

■ 自社オリジナル商品の開発を加速

自社オリジナル商品
売上高前年比

115.7%

総SKU数

約1,600SKU



- “地元”をテーマに地域のメーカーさまに連携いただきながら商品を開発
- 即食需要に応じた、お客さまのニーズに沿った自社オリジナル商品を目指す

■ 自社オリジナル商品の開発を加速

生鮮・デリカ
自社オリジナル商品
売上高前年比

198.5%

総アイテム数

約200アイテム



- 各屋号の強みやノウハウを共有・活用した自社商品の開発を拡大
- “地元”をテーマに、地元の素材を活用した品揃え
- 各地域に古くから伝わる“地元の味”に沿った惣菜や弁当の開発

■ 価値訴求



Healthy

健康を考える
あなたに。



Beauty

きれいでありたい、
あなたに。



Rich

自分へのご褒美に
ちょっと贅沢を。



Happy

日々の生活を
軽やかに、楽しく。



Sustainable

選び方で
未来が変わる。



＼新たに「〇活」商品の訴求を拡大／

売上高昨年比

584.8%

- 消費の二極化への対応としてお客さまのライフスタイルに対応できるよう価値訴求の取り組みを強化
- 厳選商品は“〇活”として誰でもわかりやすく、手に取りやすく訴求

2024年度重点方針

1. 企業文化の確立

- 経営方針の浸透と実践
- D&Iの推進による人材の確保と定着
- 政策実行力の向上

2. 既存事業の改革

- 既存店の改革と新規出店
- 業務DXの推進、組織のスリム化、現場への注力
- 既存事業の統合、再整備

3. 事業インフラの 統合とシナジー創出

- シナジー創出進捗管理
- 事業インフラの統合
- 未来に向けた新たな研究と開発

ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

ESG経営・環境への取り組み目標を設定

■ 屋号を超えた相互供給を開始

松山PCから四国エリアのMV,マルナカ屋号店舗へうお鮭・鶏つくねなどの供給を開始



- 松山水産PC、松山畜産PCにて相互供給開始
- 2025年上期には高松PCも予定

■ PC機能・店舗作業の選択と集中

既存PCの機能強化として兵庫・広島・高松水産PCからネタにこだわった「うお鮭」の供給開始



- 双方の生産性を高めるためそれぞれの作業の選択と集中を行い既存PCのさらなる機能強化

■ フジ人気商品 (相互販売商品)

季節の素材を使った
『**季節幕の内弁当**』



季節の素材を使った
『**おかず盛合せ**』



『**瀬戸内産ちりめんと
わかめ酢物**』



- ・自社ならではのオリジナル商品開発
- ・産地・素材・製法にこだわりおいしさの追求

■ デリカプロセスセンター 3 か所

出荷高前年比

105.5%



岡山PC

▲6月全店供給へ



高松PC

◀全店供給

2025年目標
2024年比

106.2%



松山PC

▲四国全店供給

- ・屋号を超えた供給体制による生産性向上
- ・安全・安心・信頼される工場運営の再構築

2025年10月 島根・鳥取県店舗
山陰物流センター(常温)
移管

2025年10月
中国エリア常温センター
店舗再編

2025年11月 島根・鳥取県店舗
山陰物流センター(低温)
移管



- ・2024年度は、四国地区の常温・低温再編を優先的に取り組み、計画通り完了
(東四国常温5月、東四国低温6月、西四国低温10月、西四国常温11月)
- ・2025年度は、中国(山陽)エリア常温と山陰エリア常温・低温の再編を計画
中国エリア全体で店舗配送加重平均距離を25%程度削減し、配送効率を高める

■中四国物流研究会での取り組み

50音順

2024年4月発足

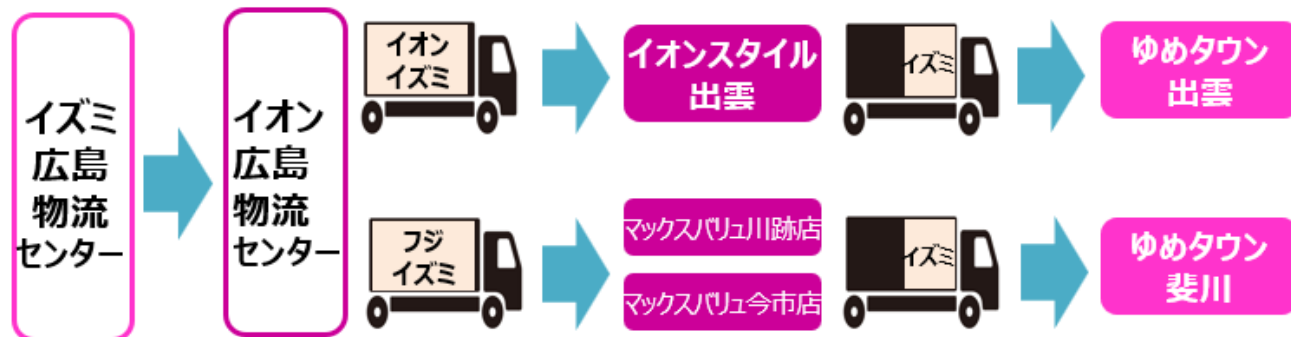
物流は協調領域として捉えて、企業の協業に取り組む

小売業	15社 (フジ、イオンリテール、イズミ、ハローズ 他)
物流業	3社 (イオングローバルSCM、シモハナ物流、ムロオ)
オブザーバー	2社 (中国経済産業局、四国経済産業局)

■フジ・イオンリテールとイズミでの出雲地区での配送協業

イズミでトラックに積み切れな荷物をフジ・イオンリテール向け配送便の空きスペースを活用して配送を実施。2025年2月より週1日で運用開始

【配送協業 実施前】



項目	1回当り	1回当り	1年当り効果
納品車両数	3台	2台	52台減
走行距離	約1,020km	約680km	約17,680km減
CO2排出量	約0.66t	約0.44t	約11.58t減※

※杉1本が1年間で吸収するCO₂量に換算すると約1,300本分に相当

2024年度重点方針

1. 企業文化の確立

- 経営方針の浸透と実践
- D&Iの推進による人材の確保と定着
- 政策実行力の向上

2. 既存事業の改革

- 既存店の改革と新規出店
- 業務DXの推進、組織のスリム化、現場への注力
- 既存事業の統合、再整備

3. 事業インフラの 統合とシナジー創出

- シナジー創出進捗管理
- 事業インフラの統合
- 未来に向けた新たな研究と開発

ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

ESG経営・環境への取り組み目標を設定

ESG経営の推進

- 「サステナビリティ基本方針」にもとづく行動
- ESGに関する定量・数値目標の設定
- 目標達成に向けた取り組みの推進

■ ESG実行計画

	Environment 環境			Social 社会			Governance ガバナンス
重点テーマ	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素社会の実現 	<ul style="list-style-type: none"> 資源循環の促進 	<ul style="list-style-type: none"> 生物多様性の実現 	<ul style="list-style-type: none"> 地域社会への支援 	<ul style="list-style-type: none"> スポーツ促進、文化振興 	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ、働き方改革 	<ul style="list-style-type: none"> 法令遵守に基づく運営
取組施策	<ul style="list-style-type: none"> 省エネの推進 節電対応 再エネの活用 	<ul style="list-style-type: none"> リサイクル資源の活用 レジ袋、プラ資材の削減 食品廃棄の削減 	<ul style="list-style-type: none"> 環境、資源保護型商品の拡販 店舗、事業所の緑化 	<ul style="list-style-type: none"> 地域団体、ボランティア支援 地産地消、食育の支援 募金、チャリティイベント 	<ul style="list-style-type: none"> スポーツチーム協賛、支援 健康増進イベント協賛 伝統芸能支援、文化振興 	<ul style="list-style-type: none"> ワークライフバランスの確保 性別等による不平等解消 休暇、有給取得の促進 	<ul style="list-style-type: none"> コンプライス遵守、研修、教育 コンプライス体制モニタリング

E Environment 環境

■ 資源循環促進の取り組み



ペットボトル
水平リサイクル
実績

約 **433 t**

(前年比103%)



衣料品・雑貨
リサイクル回収
(2024年10月～)

■ 省エネ、創エネによる 環境負荷低減の取り組み

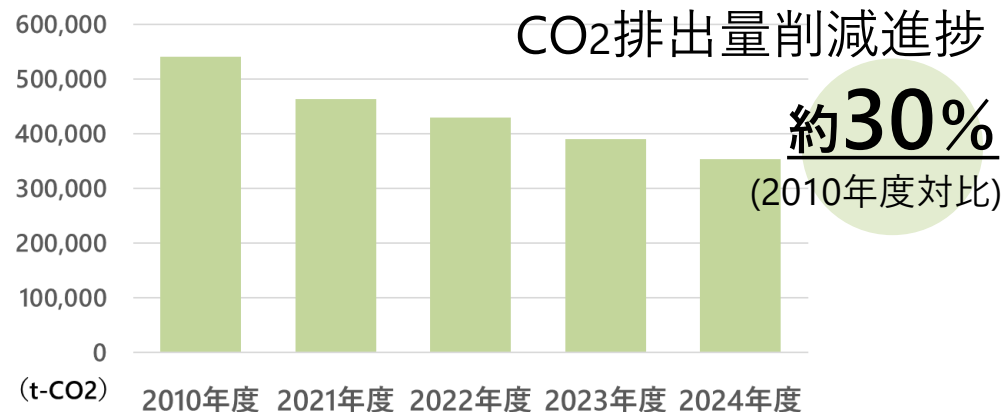


太陽光パネル
設置店舗数

81店舗

電力自給率

約12%



S Social 社会

■ 包括連携協定の締結

・2024年9月14日
 広島県東広島市と
 地域活性包括連携協定を締結



■ フードバンク・フードドライブ活動



フードバンク
 実施店舗

382店舗

フードドライブ
 実施店舗

322店舗

■ 健康増進イベント



2024年1月
 マックスバリュ
 龍野西店
 たつの市
 健康イベント
 他15回開催

S Social 社会

■ 障がい者支援

2024年12月
マルナカ国府店

イオン社会福祉
基金を活用した
ボランティア活動



■ 地域ふれあいイベント



2024年12月
広響ファミリー
コンサート

■ 地域スポーツ支援



岡山シーガルス
バレーボール教室
20回開催

■ ボランティア活動



ビーチクリーン活動

能登半島地震
災害復興支援

