

特集

ともに高める
地域の魅力。





特集

ともに高める地域の魅力。

人口急減・超高齢化に直面する日本。この解決に向け、地方創成が喫緊の課題であり、日本の各地域でそれぞれの特長をいかした独自の取り組みが進められている。さらに本年9月、政府はこうした動きを後押しするため「まち・ひと・しごと創生本部」を設立。地域とともに歩んできたイオンもまた、活気ある地域社会構築の一翼を担うべく、新たな取り組みを始めている。

買物百景

第七景



地元の野菜

ある休日、妻とともに買物に出かけると、賑やかに「岩手県フェア」が開催されていた。岩手県はわが故郷。たくさんの方が買物を楽しんでいるのを見てなんだか誇らしい気分。そして、普段は地元でしか売られていない産品を前に、子ども時代に買ったような懐かしい気持ちになった。妻にあれこれと説明しながら買物かごに商品を入れていく。今日は少しの衝動買いなら大目に見てくれるようだ。地元の野菜とはいえ食べたことのないものもあり、店のスタッフに調理方法を聞き、買って帰ることにした。

故郷を離れてもうじき30年。実家には、いまま現役で農業を営む父と母が、弟夫婦といっしょに暮らしている。正月に帰省した際、地元ならではの伝統野菜の栽培にも挑戦したいと弟が言っていた。地域独自の食文化を守りながら、新たな消費をつくり出していきたいのだと言う。あの話は実現したのだろうか。よし、今度の正月は、両親や弟たちと故郷の野菜について語り合うことにしよう。

Illustration by SACHIKO IKOMA

AEON Magazine December 2014 Vol.47

contents

- 01 買物百景
- 02 特集
 - ともに高める地域の魅力。
 - Interview 地方の魅力を高めるために
増田寛也 東京大学公共政策大学院客員教授
 - Introduction 地域とともに歩み続ける
 - 地域産品の価値向上 地域の逸品を掘り起こし、お客さまへ
 - 地域産業の振興 土地に根ざし、地域の人々とともに
 - 人口減少対策への貢献 若者の未来のために、自治体と連携
- 12 暮らしの風流
- 13 AEON SUSTAINABLE ACTIVITIES 環境保全・社会貢献活動
- 14 決算概要
- 15 GROUP NEWS
- 17 グループ企業一覧



Illustration by MIGIWA SHIMIZU

ぬくもりのある作風のイラストレーター。特集に合わせ、四季折々の地域色豊かな日本の風物を表現。

発行日：2014年12月1日
発行所：イオン株式会社
コーポレート・コミュニケーション部
〒261-8515
千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1
TEL：(043) 212-6061
ホームページ：http://www.aeon.info/

この冊子はイオンの情報誌です。
Aeon(イオン)はグループの総称です。
本誌上における社外からの寄稿や発言は、必ずしも当社の見解を表明していません。





若い世代の声を聴き、
その心をつかむこと

人口減少問題を解決していくには、まずはその深刻な状況、特に地方における現状を正しく捉えることが重要です。そのためにまとめたのが「日本創成会議」による提言「ストップ少子化・地方元気戦略」、そして2040年時点の人口推計をもとにした「消滅可能性都市」リストです。地方行政に携わる人たちは人口減少の深刻さを、感覚としては認識しながらも、どう対処すべきかわからなかったところもあったと思います。このリストの具体的な数値によって、議論すべきことが明確になったという声を市町村長さんからもいただきました。こうした客観的な事実を知ったうえで、具体的にどう対処するか。ポイントは2つです。

1つは、若者の声を本気で聴き、安心して結婚し、出産・子育てできるようにすることです。いま地方では、子どもの減少により小学校の統廃合が進んでいます。すると、より子育て

しやすい環境を求めて子どもを持つ若い世代は流出。将来的に見ると高齢者も減少していくわけですから、介護やサービスなどの職も減っていくでしょう。そうなれば若い労働力は都会に流れ、人口減がさらに進む。この悪循環を止めるには、子育てしやすい環境をつくること、そして優先すべきは、子どもを持つ女性が働きやすい環境を整えることです。結婚・出産が仕事のどちらかを選択しなければならぬような状況は変えなければなりません。北欧では、労働環境の改善により、出生率が上がったという統計データもあります。

また地方では人口ピラミッドのバランスが非常に悪く、高齢者が多い。そんななかでは、少数派の若者の声が簡単に届く状況にないことを認識すべきでしょう。若者の声を吸い上げ、実現していかねばなりません。

2つ目は、地方にすでにあるものの魅力をうまく発信することです。例えば東京などの大都市と比べて生活コストが低い、あるいは、通勤時間が短く満員電車で悩まされることもないという点。豊かさの捉え方はさまざまですが、これだけでも人に

Interview

地方の魅力を高めるために

日本では、地方の人口が急激に減少。加えて、地方から都市への人口の集中傾向が強まっており、このままでは機能を果たせなくなる自治体が出てくるという。こうした流れを止め、日本全体の人口減少に歯止めをかけるためには、地方の活性化が鍵となる。今号では、「日本創成会議」の座長であり、東京大学公共政策大学院客員教授の増田寛也氏にお話をうかがった。



PROFILE 増田寛也

ますだ・ひろや
東京大学公共政策大学院客員教授、野村総合研究所顧問。若手県知事、総務大臣、内閣官房参与などを歴任し、2009年より現職に就任。2011年より「日本創成会議」の座長を務める。

地方は多様なもの。
そのよさを産業として根付かせることが
地域活性化につながる

よっては金銭的、時間的なメリットと言えるでしょう。また、その土地ならではの気候や文化、地場産業や産品などの独自性は、そこに住む人々のくらしを支えるのももちろん、その土地でくらす魅力の一つとなり得るのです。

本来、地方は多様なもの。それぞれが独自の魅力を発信し、若い世代が「地域でくらす」ということを安心して選択できるようにしていったほしいと思います。

地域と企業が互いに歩み寄ること

地域を活性化していくには、そこにある資源の価値を再認識し、その土地でしかできないこと、そこにしかないものを産業化し、根付かせることが

必要です。それによって職が生まれ、人が集まるのが活性化の原動力になるからです。自治体、政府だけでできることは限られています。企業なら客観的な視点でその価値を見出し、新たな風を送り込むという重要な役割を担えます。考え方や立場の違いに

最初は違和感があるかもしれませんが、自治体や地域の方々と企業が互いに歩み寄ることが大切です。地域の側には、独自の産品や技術、人的資源などを積極的にアピールする姿勢を持つてもらいたい。一方企業にとっては、事業を継続的に成立させるためにも、人口が増え、地域が活性化していくことが不可欠です。本社は東京

にあるとしても、地域の実情に合わせた意思決定ができるよう、地方支社の権限を高めたり、現地での採用を増やすといった努力、また地域の行事

を地元の方々といっしょに盛り上げるなど、ビジネスの枠を越えた人と人とのつながりを構築する必要があります。地域と企業とのこうした相互補完の関係ができれば、地域の雰囲気はガラリと変わり、活気が生まれていくのだと思います。

イオンについて見ると、日本全国の消費者と直につながっているということは、公的な存在に近い面もあり、社会的責任も大きいと思います。また、消費者の声を集約し、その声を生産者などに対して代弁できる存在です。ですから地域の生産者や事業者は、イオンとの関係を利用し、消費者のニーズに応えられるようレベルアップ

を図り、チャンスをつかんでいけばよいのです。イオンにも地域とのつながりをもっと密にし、ともに発展する関係を築いてほしいですね。



Introduction

地域とともに歩み続ける

「小売業は地域産業」であるという考えから、イオンは理念のひとつとして地域社会への貢献を掲げている。日本各地で地方創成の気運が高まるいま、イオンならではの地域活性化に向けた取り組み、その根底にある想いを紹介する。

地域の変化を感じ取り 課題解決に貢献

イオンは「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」という不変の理念のもと、地域の特性に合わせてさまざまな取り組みを行っている。その拠点となるのが、ショッピングモール、総合スーパーやスーパーマーケットなどの店舗である。日々のくらしに必要な商品の提供はもちろん、行政や医療などの窓口、成人式やイベントを通じた地域の人々の交流の場、あるいは情報発信・防災の拠点となり、地域の生活インフラとしての役割を担っている。店舗を訪れるお客さまはもちろん、そこで働く人々の大半も地元の人々だ。つまり、雇用の場としても地域に根ざした存在であろうとしているのだ。

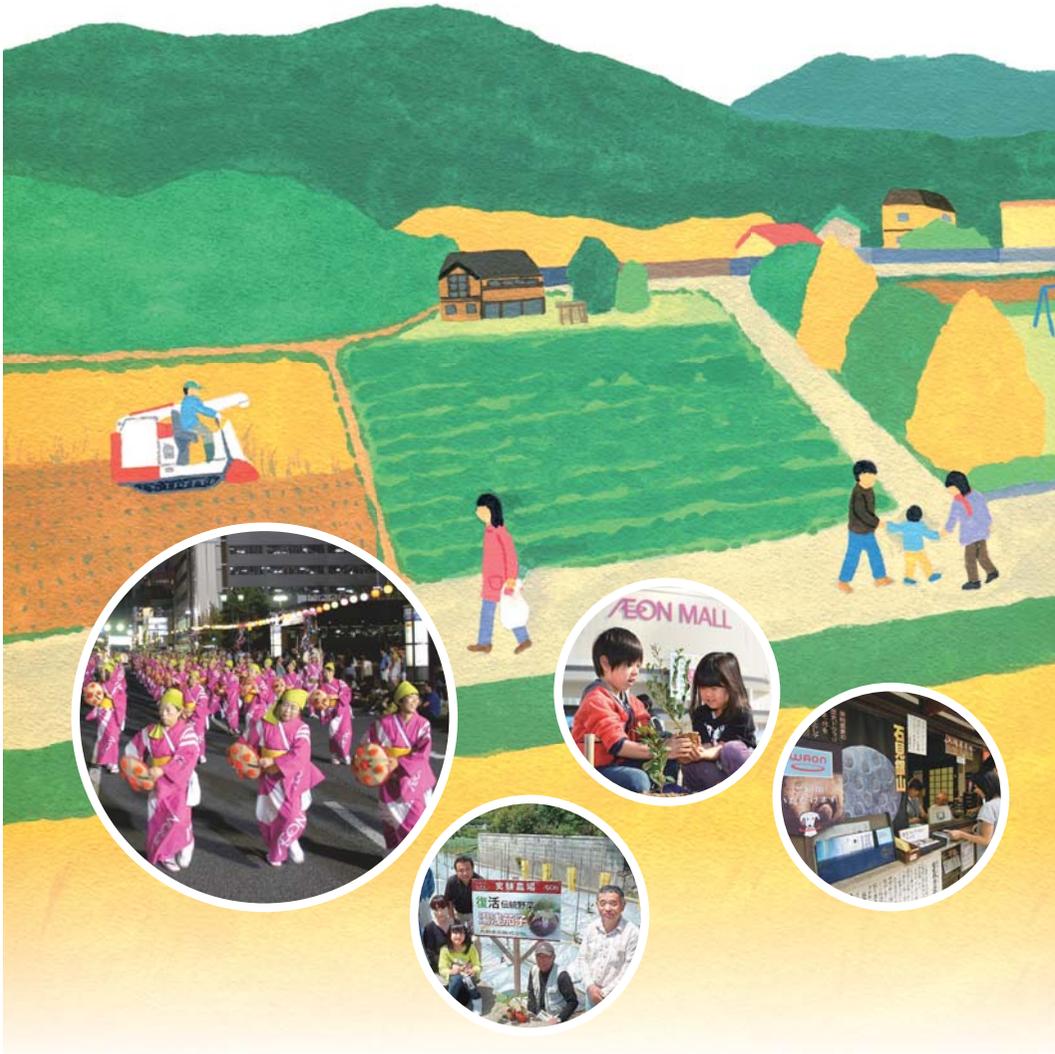
地方自治体との間では、地域とイオンの双方が有する資源を有効に活用するため「包括連携協定」の締結を推進。防災や福祉、環境保全、祭りなど地域の伝統文化の保護・継承、

店舗での特産品フェア開催や観光PR、地元の産品を使った商品の共同開発など多岐にわたる内容だ。さらに、イオンの電子マネーでは「ご当地W A O N」*という形でお客さまが気軽に地域貢献できる取り組みを展開。こうした協定は、現在、1道2府41県27市（本年10月末現在）に広がっている。

また、他の企業や大学、研究機関との連携による取り組みも積極的に推進。本年10月には、青森県、国立大学法人弘前大学とともに、同県の健康寿命延伸に向けた協力体制を発足。天候の影響を受けないショッピングモールでウォーキングを楽しむ「モールウォーキング」を通じた県民の健康増進など、一体となって同県の医療課題の解決に取り組む。

地域、お客さまに寄り添うイオン。地域社会のニーズやその変化に応じ、事業を通じて課題解決に貢献するべく、挑戦を続けている。

*ご当地W A O N：利用金額の一定割合を、あらかじめ決められた地域協賛団体等にイオンが寄付する仕組みを持つ電子マネー（本年10月末時点で6種類発行）





地域製品の価値向上

地域の逸品を掘り起こし、お客さまへ

その土地ならではの気候や風土に育まれてきた地域産品。食生活の変化や生産者の減少などが進み、手に入りにくくなったものも少なくない。しかし、地域独自の食文化や産品の魅力、価値を見直そうという気運が高まっている。



地域の魅力ある産品を日本中のお客さまへ

イオンの店舗には、「フードアルチザン(食の匠)」という取り組みによる地域独自の貴重な産品が並ぶコーナーがある。同取り組みは、日本各地の食文化や食材を守ってほしい、というお客さまからの声を受け2001年にスタート。伝統の食文化を支える食材や、その伝承技術を地域の生産者の方々とともに守り、次代へ継承しようというものだ。イオンの担当者は日本各地を回り、伝統食材を発掘。生産者をはじめとする地域の方々との対等なパートナーシップのもと新たな産品を開発している。現在、1府20県の29品目(本年10月末時点)に広がっており、イオンの店舗やインターネットショップなどを通じて、日本中のお客さまへ届けている。

またイオンは、販路を確保・拡大したい。と願う地域のメーカーと連携した取り組みも推進してきた。まだ知られていない地域の逸品を日本全国に広げるため、7エリアで「見本市」を開催。各メーカーが自慢の品をPRする機会を設けている。本年10月

には東北エリアの「見本市」が福島県で開かれ、日本中からイオンの販売員やバイヤーが集結。生産者の声を聞き、自らの舌で味や品質を確かめながら、販売促進のための情報交換、新たな商品開発などに向けた商談も行った。こうした取り組みを通じて、地域の産業活性化を図っている。

地域志向が高まるいまこそ
地元の力を強化

鮮度がよく、「安全・安心」な地元産の食品への期待、そして、それを購入することで地元へ貢献したいという消費者のニーズは年々高まっている。これまで以上に産地消・地域消を進め、地元の力を引き出すため、グループ各社では地域特性をいかした独自の取り組みを始めている。イオン九州(株)とマックスバリュ九州(株)が本年9月、「九州力、発揮」を合言葉に立ち上げた「地元AEON PR O J E C T」もそのひとつだ。九州の7県は、それぞれに強い個性を有しながらも九州という地域としての一体感も強い。そこで生産者と生活者をつなぎ、九州全体を元気にするべく



本年10月に「じもの日」の取り組みをスタート(イオン木更津店)

「九州食べごろ物語」と題して独特の産物の魅力をPR。認知度の向上を図っている。

毎月15日に日本全国2,000店で開催する「じもの(地物)の日」だ。千葉県を例に取ると房総半島の東京湾側と太平洋側では食文化が異なり、お客さまの嗜好もさまざま。そうした相違にきめ細かく対応。地域の取引先と連携しながら、店舗ごとの品揃えを強化している。同時に地元産品の価値向上につながるよう、「じもの日」を契機として昔からなじみのある地元の逸品や旬の食材、地元食材を使った加工品などにあらためてスポットを当てている。

イオンは、今後も地域の食文化の多様性を尊重し、地域の生産者の方々と連携を深めながら地域活性化に貢献していく。

Voice

「赤採りトマト」で生産者としての自信が増しました



原 眞治氏
大分トマト
連絡協議会会長
兼 JA大分竹田事業部
トマト部会部会長

夏、赤く熟してから収穫したトマト。このトマト本来のおいしさを味わってほしいという想いを形にしたのが「赤採りトマト」です。完熟トマトは傷みが早いので、品質を安定させるのに最適な品種の導入、温度管理など工夫を重ねました。イオン九州さんは何度も農場に足を運びアドバイスをくださり、包装資材や輸送面でも協力くださいました。「九州食べごろ物語」をきっかけに、知名度も上がり、店頭でお客さまから「おいしい」という声を直接いただくことで、これまでの取り組みに自信を持つことができました。これからも改善を続け、産地強化につなげていきたいと考えています。



「九州食べごろ物語」のウェブサイトやCMで「赤採りトマト」(大分県)をPR



第3回「東北見本市」(福島県)



「フードアルチザン(食の匠)」の「宿願(すくな)かぼちゃ」と生産者の方々(岐阜県)



地域産業の振興

土地に根ざし、 地域の人々とともに



地域が活気を取り戻すためには、そこにある資源をどうかすかが鍵となる。土地という資源をいかす農業も、地域の活性化において重要な役割を果たす。イオンアグリ創造(株)は、農業の産業化に取り組むとともに、地域の人々の協力のもと新たな一歩を踏み出そうとしている。



1.イオンアグリ創造(株)の農場でつくった野菜をグループの店舗で販売(イオン盛岡南店)
2.次代の農業を担う人材を育成 3.埼玉県のブランド米「彩のかがやき」

生産小売業としてのイオンの農業への取り組み

イオンアグリ創造(株)は2009年、お客さま満足度を追求し、「安全・安心」でより新鮮な農産物を提供すべく農業に参入。生産から販売までを担う「生産小売業」と位置づけ、独自のビジネスモデルの構築に取り組んでいる。企業だからこそ可能な経営ノウハウの活用をはじめ、他の企業や大学研究機関と連携した課題解決などを図りながら、農業の産業化を進め、日本全体の農業の発展に貢献したいという思いがある。

この実現に向け、同社の取り組みは創業から5年で大きく進化してきた。農場では、国際規格であるグローバルG.A.P.^{※1}の認証を取得。農業や使用機器、労働環境などを適正な管理基準に基づいて農場運営を実践する。富士通(株)とともに開発した「農業クラウド」では、ITを活用して収穫情報や収支を「見える化」。また、熟練の生産者から学んだ農産物育成の判断基準などを初心者でもわかるよう数値化、マニュアル化して共有する。パートナーとの連携で農業を「経営」



「農業クラウド」で収穫情報や収支を「見える化」

するノウハウを培い、今度はそれを地域の生産者の方々に還元していきたいと考えている。

次代の農業を担う人材を育成

生産者の方々が代々受け継いできた大切な農地はいま、高齢化や後継者不足などにより、維持することが難しくなっている。また、新たに農業に参入することも容易ではない。農地取得のための資金の確保や農業技術の習得はもちろんのこと、農業で生計を立てるための経営ノウハウを身に付けなければ、仕事として継続していくことはできないからだ。

イオンアグリ創造(株)には、地域に

「農地集積バンク」を活用し、 コメの生産を開始

2015年、イオンアグリ創造(株)はまた新たな一歩を踏み出す。埼玉県羽生市で稲作を開始するのだ。これは「農地中間管理機構(農地集積バンク)※2」を活用することで可能となった取り組み。水の管理などで畑作にもまして周囲との協力が必要となる稲作ができるのは、農場運営で築いてきた地元の方々の信頼関係があったからだ。栽培するのは同県のブランド米「彩のかがやき」。羽生市で稲作のモデルを確立し、地域ブランドの認知度向上、そして稲作による地域の活性化を図るべく挑戦は続く。

Voice

ともに地域と農業を守る



立花 孝夫氏
羽生市
経済環境部 農政課長
兼 農業委員会事務局長

羽生市は、その面積の45%を農地が占める埼玉県の「米どころ」。しかし近年は、農業従事者の高齢化や後継者不足、米価の下落等により、農業の将来に強い危機感を覚えています。そんななか、農地中間管理機構という仕組みができたことを契機に、イオンアグリ創造(株)が稲作に取り組むことが決定しました。同社が築き上げた生産者の方々と良好な関係と地域の方々の意向が合致したことも実現の要因です。羽生産の「彩のかがやき」(埼玉県ブランド米)のおいしさを多くの方に知ってもらおうとともに農業の活性化につなげるべく、皆で一体となって取り組んでいきたいと思えます。

イオンアグリ創造(株)の北社農場(山梨県)



COLUMN

農業はプロダクトアウトからマーケットインへ

本間 正義氏

東京大学大学院
農学生命科学研究科 教授

日本の農業の産業規模は8兆円、肥料や耕作機械、加工食品などの関連産業は90兆円に及びます。いまでは、他産業と連携したバイオテクノロジーやビッグデータの活用による農業の研究・開発も進んでいます。農業に関心を持つ若者も多く、産業として成長するポテンシャルがあると言えます。イオンには、地域の生産者と顧客ニーズを反映した農産物をつくることも、企業としての組織力がいかに新たな農業に取組み、その可能性を切り拓いてほしいですね。



※1 グローバルG.A.P.:農産物生産における安全管理を向上させるための国際的な適正農業規範
※2 農地中間管理機構(農地集積バンク):所有者から農地を借り受け、農地を集積・集約。必要に応じて基盤整備等を行い、大規模農家や法人等に貸し出す仲介機能を担う組織として各都道府県に設置



人口減少対策への貢献

若者の未来のために、自治体と連携



人口の減少は、地方自治体の存続に関わる問題であり、出生率に影響を及ぼす未婚化・晩婚化の改善に向け、結婚・妊娠・出産、育児をしやすい環境づくりに取り組む自治体が増えている。グループの㈱ツヴァイはこうした自治体と連携し、その強みやノウハウをいかした事業を展開している。

地域と連携し、人生設計を考える機会を提供

結婚相手紹介サービスを提供する㈱ツヴァイは、2008年から地方自治体との連携をスタート。結婚支援事業を受託し、イベントやセミナー開催などを通じた、出会いの機会創出。を行ってきた。さらに本年創立30周年を迎えるにあたり、新たな取り組みを開始。それが埼玉県の子文化対策推進事業^{※1}のひとつとして実施する「ライフデザイン支援講座」の開催だ。同居在住の20、30代の未婚者を対象に、結婚、妊娠・出産、育児など、ライフイベントを考えるための講義やワークショップを開催。結婚して家庭を持つことへの意識を高め、

前向きに人生設計を考えられるよう支援している。同県との取り組みをもとに講座を進化させ、今後日本全国で展開していく方針だ。さらに、首都圏に住む女性が地方へ嫁ぎ、新しい家庭を築くための「移住定住支援プログラム」も始動。受け入れ側の男性がその地域の魅力を伝えるとともに、地域の方々も参加女性と交流する。これによりくらしのイメージを深めてもらい、移住につなげていくもので、町おこしの一環にもなっていると言ふ。同社は、各自治体と連携した取り組みを積極的に実施し、人々の幸せな出会いの創出に加え、これを起点とした少子化対策や地域活性化に貢献するべく活動の幅を広げている。

地域社会の一員として

こうした取り組みに加え、イオンは、店舗への保育所設置などを通じ、育児と仕事の両立をサポートしていく考えだ。待機児童問題を抱える自治体にとってはその解消につながる取り組みとなる。本年11月には、イオンリテール(株)が東京都江東区とサテライト保育所^{※2}を整備等に関する協定に調印。2015年4月、イオン東雲^{※2}店にサテライト保育所を商業施設として初めて開設する予定だ。イオンは、自治体やそこに住む方々との連携を深め、地域に根ざした活動を通じて地方を元気に、そして日本の活力向上に貢献していく。



秋田県の「移住定住支援プログラム」

Voice

「ライフデザイン支援講座」受講者の声

- ▶ 自分の人生についてあらためて考えてみるよききっかけになりました。(女性36歳)
- ▶ 同世代の人と意見交換をすることで、私自身の人生設計を明確にすることができました。(女性35歳)
- ▶ 結婚や子どもを持つことに対して、前向きになりました。(男性34歳)
- ▶ これまでプライベートなことを真面目に学ぶ場がなかったため、私にとって貴重な体験でした。(男性27歳)



「埼玉県ライフデザイン支援講座」(大宮会場) 同講座は、2015年2月まで開催



ココがポイント
右手はお金を、左手はお客を招くポーズ

日本

しぐさが愛らしい「招き猫」

商売繁盛などを願って飾られる「招き猫」。手招きしているような毛織いをする猫のしぐさに近寄ってみると、災難を逃れ幸運を得たという話など、その由来には諸説あり、江戸時代から縁起物として親しまれています。

暮らしの風流

願う—縁起物

えんぎもの

日々の暮らしのなかで心に潤いをもたらしてくれる雑貨には、次世代に受け継いでいきたい。伝統や文化が息づいています。日本、中国、ASEAN地域の、魅惑の品々。今回は、古くから人々の生活に根づく「招福を祈願して飾られる「縁起物」を紹介しします。

中国

伝説の守護獣「龍亀」

「龍亀」(ロングイ)は神話に登場する架空の動物。亀がもたらす保護の力と龍がもたらす万能の力で国を護る存在として時の為政者から崇められてきました。15世紀に建造された故宮にも大きな像が飾られています。現代では風水において財運を高める象徴として人気です。



ココがポイント

亀が龍に変化するという伝説から生まれた独創的な形

ココがポイント

神仏の像と同様の金色の色付け



ミャンマー

知恵と幸福の鳥「シークワット」

「シークワット」(フクロウ)は、ミャンマーでは叡智の象徴とされているほか、幸運や成功をもたらす鳥と信じられています。家庭や商店などでは、フクロウをモチーフにした置物を雄雌一対で飾るそう、ミャンマー土産の定番となっています。

※1 埼玉県の少子化対策推進事業：国の「地域少子化対策強化交付金」の対象事業として採択。同県では、㈱ツヴァイが運営を受託した
※2 サテライト保育所：利便性の高い場所にある保育所の「分園」。“分園”で子どもを預かり、“本園”と“分園”をバスの送迎で結び、保育を行う

AEONグループ 決算概要

2015年2月期第2四半期

営業収益で過去最高を更新、 さらなるグループ力発揮を目指す

当第2四半期連結累計期間においてイオンは、2020年への飛躍的な成長の実現を目指し、「イオングループ中期経営計画(2014～2016年度)」のもと、グループ共通戦略である「アジア」「都市」「シニア」「デジタル」の「4シフトの加速」、および「商品本位の改革」に取り組みました。特に「アジアシフト」においては、中国・蘇州市に地域最大級の商業施設「イオンモール蘇州吳中」、ASEANではカンボジア1号店となる「イオンモールプノンペン」を開設。「商品本位の改革」については、イオンのブランド「トップバリュ」において、こだわりぬいた最上質ブランド「トップバリュ セレクト」や、納得の品質を低価格で提供する「トップバリュベストプライス」商品を拡充したほか、コンビニエンスストアや小型スーパーマーケットなど、業態特性に応じた商品開発を進め、グループの収益性向上に努めました。また7月には、購買頻度の高い商品を圧倒的な低価格でご提供する販促企画「安い値!」をスタート。消費税増税、円安や市況の影響による物価上昇を背景に実質可処分所得が伸び悩む厳しい消費環境のなか、グループをあげてお客さまの節約志向への対応を進めました。

通期の業績目標達成に向けイオンは、GMS事業を中心とする小売事業の抜本的な改革の推進に加え、「4シフト」をさらに加速。また、ウエルシアホールディングス(株)との業務・資本提携の深化を図るとともに、「首都圏におけるスーパーマーケット連合」創設に向けての取り組みを推進。さらに、完全子会社化を決定した(株)ダイエーとイオンリテール(株)による大規模な合同セールの実施などにより、着実に業績改善につなげていきます。



上/カンボジア1号店「イオンモールプノンペン」
下/「トップバリュ」の商品を拡充

2015年2月期第2四半期(累計) 事業別業績 ※1

	営業収益	営業利益
GMS事業	16,838 (127.0%)	-131 (—)
SM・DS・小型店事業	10,293 (105.7%)	12 (18.6%)
総合金融事業	1,530 (115.3%)	210 (142.3%)
ディベロッパー事業	1,200 (112.7%)	186 (93.6%)
サービス・専門店事業	3,601 (101.6%)	145 (96.0%)
アセアン事業	971 (111.9%)	22 (72.5%)
中国事業	805 (116.3%)	-9 (—)
連結合計 ※2	34,315 (115.1%)	433 (58.8%)

※1 2015年2月期首より、事業セグメントの区分方法を見直し、「SM(スーパーマーケット)」「戦略的小型店」および従来「その他」に含まれていた「DS(ディスカウトストア)」を合わせて「SM・DS・小型店」事業に、「サービス」及び「専門店」を合わせて「サービス・専門店」事業にそれぞれ変更しております。

※2 連結合計には、各事業の会計のほか、その他事業および調整額が含まれています。

通期 業績予想

	営業収益	営業利益
	70,000 (109.5%)	
		2,000～2,100 (116.7～122.5%)
		経常利益
		2,000～2,100 (113.1～118.7%)
		当期純利益
		480 (105.3%)

AEON SUSTAINABLE ACTIVITIES

サステナブル(持続可能)な社会を目指して。地域の皆さまとともに、環境保全・社会貢献活動を続けています。
(2014年7月～9月)

環境保全

鉄道コンテナの効率的利用により、 CO₂排出量を削減

9月4日、グループの物流を担うイオングローバルSCM(株)は、花王(株)のロジスティクス部門と共同で鉄道コンテナの往復利用を開始しました。日本貨物鉄道(株)のご協力のもと、東京・福岡間の往路で花王の商品、復路でイオンのブランド「トップバリュ」商品を輸送。コンテナの効率的な利用により、トラック輸送と比較すると、往復でCO₂排出量を約2.8トン削減できます。

社会貢献

カンボジア、ラオス、ミャンマーの 子どもたちに安全な水を

本年度5年目となる「イオン・ユニセフ セーフウォーターキャンペーン」。お客さまからの募金と(一財)イオンワンパーセントクラブからの同額の拠出金、期間中に販売した「トップバリュ ナチュラルミネラルウォーター」1本あたり5円のお金の総額6,977万9,072円を、7月4日(公財)日本ユニセフ協会へ贈呈。給水施設を設置し、水汲みなどの家事労働で、学校に通えない子どもたちをサポートします。



(公財)日本ユニセフ協会
にて募金を贈呈

「イオン スカラシップ2014」 認定証授与式を開催

7月5日、(一財)イオンワンパーセントクラブが、アジア各国から日本への私費留学生を対象とした奨学金制度「イオン スカラシップ2014」の認定証授与式を開催しました。2006年にスタートした同制度により、これまでに日本、中国、ベトナム、タイ、インドネシア、カンボジアの32大学の学生3,365人に奨学金を付与。さらに本年からは、新たにミャンマーでも開始する予定です。



イオンタワー(千葉県)での
認定証授与式

広島土砂災害からの復興に向けて 募金、支援活動を実施

8月、広島市に甚大な被害をもたらした集中豪雨。イオンは被災地復興に向け、同市との協定に基づく支援物資の提供、被災された方々のペットケア等のさまざまな支援を行いました。また、日本全国のグループ約2,300店舗で復興支援募金を実施。その総額と、広島市内の店舗で行った「広島土砂災害 被災地支援 黄色いレシートキャンペーン」による寄付金、従業員からの募金と(一財)イオンワンパーセントクラブからの拠出金を合わせ、9月17日に計1億257万2,292円を広島市へ寄付しました。

3.11 復興への願いをカタチに

イオンは、被災地の復興と「夢のある未来」の実現に向け、お客さまと手を携え、さまざまな取り組みを行っています。

■ 東北の秋の味覚を日本全国へ

「イオン」や「マックスバリュ」など日本全国約1,300店舗およびオンラインショップで、東北の旬の味覚をお届けする「2014東北の旬をお取り寄せ(秋季版)カタログ」の承り開始。生産者さま、お取引先さまと手を携え、グループのネットワークをいかして東北の復興を支援します。



「2014東北の旬をお取り寄せ(秋季版)カタログ」

■ 気仙沼市大島に7,500本を植樹

9月23日、宮城県気仙沼市大島にて気仙沼大島観光協会とともに「第2回イオン 東北復興ふるさとの森づくり」を実施。大島の緑豊かな自然を取り戻すと同時に、観光復興を通じた地域経済活性化を目指し、地域の皆さまとともに約7,500本のヤマツツジを植えました。



ボランティアの方々など約230人が参加

Global Initiatives

マレーシアの生産者に向けて CSR プログラムを開始

イオンとUNIDO(国際連合工業開発機関)はマレーシア政府の支援のもと、同国の生産者向けCSRプログラムを開始。2013年6月から実施している「持続可能なサプライヤー発展プログラム」の第2フェーズとして、現地発の「トップバリュ」開発を担うイオントップバリュマレーシア(AEON TOPVALU MALAYSIA SDN.BHD.)を中心に、同国生産者の環境・社会的課題に対する解決能力の向上を目指します。

New Partner

タクシーでイオンの電子マネー「WAON」決済が可能に

イオン(株)、イオンクレジットサービス(株)、大和自動車交通(株)、および株式会社日立ソリューションズ・サービスと協働し、大和自動車交通(株)の全タクシー約2,500台で、イオンの電子マネー「WAON」の決済サービスの提供を開始。「WAON」の発行枚数は、9月末時点で約4,420万枚、利用可能枚数は、約19万2,000枚に広がっています。



タクシーでも「WAON」でスピーディに決済が完了

Corporate Initiatives

「DBJ環境格付」でイオン九州(株)が最高ランクを2年連続取得

イオン九州(株)は、(株)日本政策投資銀行(DBJ)の「DBJ環境格付」において、2年連続で最高ランクを取得しました。九州の農業活性化に向けて企業や生産者で取り組む「九州力作野菜・果物」プロジェクトへの貢献、消費者団体や自治体と連携したレジ袋削減による資源の有効利用などが高く評価されました。



9月16日、イオンのこだわりぬいた最上質ブランド「トップバリュ セレクト」から、日本のプライベートブランド初となるライン(肌悩み)別に選べるハイグレードなスキンケア商品「GLAMATICAL(グラマティカル)」が誕生。

Corporate Initiatives

日本最大規模の堆肥化リサイクルループ構築へ

直営農場を運営するイオンアグリ創造(株)は、再資源化事業に取り組む大栄環境(株)と「食品リサイクルループ推進に関する協定」を締結しました。イオンの店舗で発生した食品残さを、大栄環境(株)が堆肥化。これを使って野菜を栽培・収穫し、イオンの店舗で販売するリサイクルループを構築します。

Corporate Initiatives

ミニストップ(株)の新業態「cisca(シスカ)」誕生

ミニストップ(株)は、20～40歳代の女性をメインターゲットとした新業態「cisca(シスカ)」1号店を東京都・日本橋にオープンしました。「city small café」の頭文字を取った店名で展開する同業態は、「できたて」「健康感」「つながり」をコンセプトに、カフェや軽食、食料雑貨を中心に展開します。



cisca日本橋本町店

Corporate Initiatives

「東京スカイツリータウン®」に室内ゆうえんちをオープン

(株)イオンファンタジーは、「東京スカイツリータウン」(東京都)内に、室内ゆうえんち「東京こども区 こどもの湯」をオープン。日本国内はもとより海外からの観光客も多い同施設への来店により、認知度向上を目指します。同社は今後、都市型百貨店や駅ナカ商業施設などでの展開を通じ、成長基盤拡大を図ります。



下町の銭湯をモチーフにした「東京こども区 こどもの湯」

GROUP NEWS

2014年7月 >>> 9月

Global Initiatives

イオンマレーシア創立30周年 8,000本の記念植樹を実施

AEON Co. (M)Bhd.(イオンマレーシア)が創立30周年を迎えたことを記念し、9月14日、マレーシア北部のペラ州ビドーにて8,000本を植樹しました。同社は、1984年、マハティール首相(当時)からの要請にお応えして事業を開始。以来、日本で培ったノウハウをいかすとともに、地域の文化や慣習に合わせた品揃えやサービスを追求し、お客さまのより豊かな暮らしの実現に向けて取り組んでいます。



記念植樹には、地域のボランティアの方々、従業員など合計1,000人が参加

Corporate Initiatives

葬祭事業の新しいイオンライフ(株)が始動

イオンリテール(株)から葬祭事業を分社化し、イオンライフ(株)が事業を開始しました。日本全国約500社の葬儀社と提携した「イオンのお葬式」に加え、年間約100回「終活フェア」を開催し、葬儀・お墓の準備や相続などのご相談をお受けすることで、終活をトータルにサポートしていきます。

9.1

7.25

8.1

8.26

9.14

9.16

9.24

9.29

イオンの電子マネー「WAON」



9月11日発行 「元気発進! 北九州WAON」

Corporate Initiatives

㈱ダイエーの新たな成長に向け、完全子会社化を決定

イオン(株)は、㈱ダイエーを完全子会社化することで同社と合意しました。これにより、グループ内で重複・類似する事業領域の最適化を推進。㈱ダイエーは、首都圏・京阪神地域において、強みである食品に経営資源を集中するとともに、将来の成長エンジンとなる新たな業態を創造。日本No.1の「総合食品小売業」を目指します。

