

イオンリテール株式会社

基本理念のもと、絶えず革新し続ける企業集団として、
『お客さま第一』を実現してまいります。

| | |
|-------|------------------------------|
| 会社名 | イオンリテール株式会社 |
| 本社所在地 | 〒261-0023 千葉県千葉市美浜区中瀬一丁目5番地1 |
| 代表者 | 代表取締役社長 井出 武美 (いで たけみ) |
| 設立 | 2008年8月21日発足 |
| 資本金 | 1億円 |
| 社員数 | 84,732人(2019年2月末現在) |
| 事業内容 | 総合小売業 |

テーマ：

『暮らしの中にあるイオン』 (イオンの世界とは)

皆さんが、会社を見るポイントはどこですか？人によって異なります。会社を1本の木に例えると、木の根っこの部分が会社の「理念」になります。枝や幹が「事業」になります。葉っぱは「仕事」。そして、水をあげるじょうろが「制度」です。「仕事」の内容は葉っぱと一緒に、時期によって変わります。ただ、根っこの部分である「理念」は会社が存続する上で絶対になくなってはならない信念になります。つまり、会社の「理念」をぜひ見てください。

さて、本日は、イオンリテール株式会社が、どのような会社であるかというところ

をお伝えしたいと思います。

1. イオングループについて

私ども、イオンリテール株式会社という会社は、多くのグループ会社で構成されています。会社数が300、グループ売上高は約8兆5,000億円になります。日本だけでなく、中国や東南アジアを中心に14カ国に展開しているグローバルな会社です。グループ従業員数は58万人。取引先も合わせると、100人に1人はイオンの関係者と言われております。

売上高8兆円と言われてもあんまりピンとこないと思います。現在、日本に会社は約410万社あると言われており、その中で上場会社は、約3,500社。そして、年間売

上高が8兆円を超える企業は、わずか13社であり、その中の1社が、このイオンという会社です。イオンという会社＝日本の小売業・流通業界のNO.1の会社です。規模感
は伝わっていただけでしょうか？

さて、イオングループにはマックスバリュ・オリジン東秀・ミニストップ、そして、ドラッグストアのウェルシアなど多くの小売の会社があります。さらに、イオン銀行など総合金融事業もあります。つまり、イオンは「小売業」ではなく、『生活支援産業』と呼んでおり、お客様の生活を支える一つの産業のような組織でありたいということです。

その中で、イオンリテール株式会社は、GMS事業というビジネスを行っております。GMS (General Merchandise Store) というのは、総合スーパー・総合小売業になります。日経新聞では、総合スーパーと訳されております。これは、日用品を中心に、衣料品、食料品、生活用品など、さまざまな商品を大きな店舗で提供している事業になります。イオンリテールは本州・四国のイオンおよびイオンスタイルという店舗を運営しております。年間売上は約2兆2,000億円。先ほど、300社集まって約8兆5,000億円とお伝えしましたが、この1社だけで約4分の1を売り上げる、イオングループの中核的存在となります。

現在、イオンリテール株式会社と書いていますが、私が入社したのはジャスコです。イオンリテール株式会社は、元はジャスコというお店を運営しておりました。さらに遡ると、創業は呉服屋の株式会社岡田屋呉服店です。
カルフル（フランスの会社：後のイオン

マルシェ）を吸収し、2011年3月、イオンリテール株式会社はマイカルを統合合併し、現在に至っております。

2. 小売業界について

小売業の社会的使命は、「消費者代位」といって、お客様が必要とされる商品・サービスをお客様に代わって調達し、お求めしやすい価格で提供をすることです。これは、生活のインフラ的存在ということであり、私どもイオンリテール株式会社が真の消費者を目指しております。

また、消費者のニーズに応えるだけでなく、新たな消費を仕掛けることも必要です。例えば、ランドセル。私の頃は、男の子は黒、女の子は赤、でした。今は違いますよね。水色・黄色・オレンジなど、いろいろな色を取り扱っています。それはどこが仕掛けたのかというと、実はイオンです。イオンが24色のカラーランドセルを作ってお客さまに販売しました。これが今の当たり前を生み出してきたというところです。

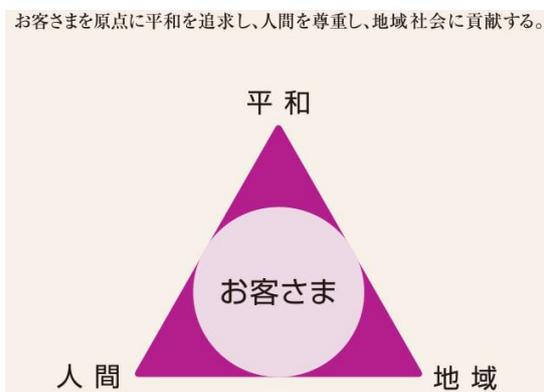
それともう一つ、ブラックフライデーというものがあります。ブラックフライデーというのは、11月の第4金曜日に実施される大規模なセールです。これは、黒字に転換されるということで、ブラックフライデーと呼ばれているアメリカでは一般的なものです。ただ、日本には馴染みがありませんでした。それを数年前から持ってきたのがイオンとなります。現在は第4金曜日には、スーパー業界・百貨店業界などの小売業の多くが、ブラックフライデーを打ち出してセール行っています。

このように発信することによって、イオンリテールという会社は、商品やサービス

の提供を通じて、新たな消費のスタンダード、当たり前をつくっていくといったところが、仕事の面白さとなります。恐らく皆さんは、ブラックフライデーよりもランドセルに馴染みがあるかと思いますが、それだけ影響力があるということですね。

3. イオンリテール株式会社とは 基本理念について

次に、イオンの基本理念について説明します。私どもは基本理念のもと、絶えず革新し続ける企業集団として「お客さま第一」を実践してまいります。これはイオンリテールのみならず、イオングループ全体 58 万人の理念です。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。これが私どもの理念です。



イオングループは、M&A・吸収合併でどんどん大きくなってきましたが、この理念に共感してくれる企業と一緒にイオングループを作っていこうとしております。イオンの理念を体現する4つのキーワード『お客様』・『平和』・『地域』・『人間』を紐解いていきます。

まず、『お客様』。プライベートブランド

として、「トップバリュ」(TOPVALU)を開発しました(現在、4ブランド)。このコンセプトは、『お客さま第一の商品づくり』です。お客さまの生活をより良くしたいという想いから生まれました。例えば、ティッシュ。箱ティッシュが、ビニールのティッシュになりました。実は、イオンが作りました。なぜかという、普段、箱ティッシュをそのまま使われる人も、箱は捨ててしまいます。または、おしゃれなカバーを付けて使う家庭もあります。そのため、ビニールにすることでコスト削減を図ったという例です。

二番目は、『平和』。2011年の東日本大震災や、2016年の熊本地震ではイオングループ丸となり被災地の復旧・復興支援に取り組みました。例えば、『にぎわい東北』として東北のイオンの店舗をすぐに開店できるようにし、外でも提供しました。また、他の地域のイオンは「東北フェア」を多く開催しました。ひと月に何度も開催し、それぞれの地域の人たちに、東北の良さを紹介すると共に、お客さまが購入してくれた売上の一部を東北に寄付をすることで復興活動を行ったということです。現在も続けております。つまり、「欲しい時に欲しいものが買える」そんな当たりの毎日を支えるのが我々の使命です。

三番目は、『地域』です。“私たちは地域に根差したイオンです”ということで、地域によって店舗を変えています。また、ご当地 WAON (電子マネー) や幸せの黄色いレシートキャンペーンなどの取り組みもおこなっています。黄色いレシートキャンペーンは、毎月11日に黄色いレシートを発行して、各地域の団体が書かれた投函ボックスにレシートを入れてもらいます。そうすると、

レシート金額の1パーセント分をその団体に寄付をする。そういった取り組みをおこなっております。

そして最後に、『人間』。イオンは国籍・年齢・性別・従業員区分などに関わらず多様な人材を活かすダイバーシティ経営を推進しています。経産省が主催する「平成26年度ダイバーシティ経営企業100選」にも選ばれました。

これらすべてを合わせてイオンの事業は「お客さま第一」ということです。

4. 小売業のしごととは ~あなたができること?~

小売業のビジネスですが、まず、売上を構成する三つのポイントがあります。

- ①利益=売上-原価
- ②売上=客数×客単価
- ③客単価=平均単価×1人当たり買上点数

小売業は、売上ではなく、むしろ利益を上げることが重要です。そのために、客単価を上げる、つまり、客単価の1人当たりの買上点数を上げるという努力をしています。

例えば、カレーです。皆さん、カレーの材料を思い描いてください。カレールー・豚肉・牛肉・ジャガイモ・ニンジン・キノコなどなど、家庭によって様々です。福神漬も付け合せで必要です。しかし、今、皆さんはレジの前において福神漬を忘れていますが、売場まで探しに行きますか？イオンはすごく広いです。わざわざ行かないですよ。ただ一方、福神漬をカレールーやカレーセットと一緒に置くことによって、お客さまは、「ああ、ついでに買おうかな」と

いうふうに思います。

これが、ついで買いです。1人当たりの買上げ点数を増やす=ついで買いを促す、ということです。他にも、クロスマーチャンドライジング（衣食住の商品を組合せて新たな提案を考える）をおこなうことで、お客さまの深層心理をくすぐる仕掛けをすることができます。お客さまが気付かないところの潜在的ニーズを引き出して客単価UPに繋げています。

小売業に必要な一番大事な視点は、お客さまの生活やお買い物の様子をイメージすることです。一言で言うと「お客様の心理を科学し、表現する」仕事です。

小売業に向いている人とは、お客さまのことを考えて行動ができる人です。どういう物が欲しいのか、どういうふうにしたら喜ばれるのか、というところです。

また、個でする仕事ではなく、チームワークを有する仕事になりますので、チームで働きたいという方も向いていると思います。イオンリテールの場合は、毎週一つの目標に向かってチームワークを有する仕事になるので、毎週が文化祭や体育祭のような感じで仕事をしています。

5. イオンが描く未来

では次に、イオンが描く未来について説明をします。イオンが描く未来は、【リアル】と【デジタル】の融合を図ることです（リアル×デジタル）。

【リアル】（モノ×コト）では、ものを販売するだけではなく、サービスを提供する場所も加えていきます。「モノ」について、商品をどのように変えていくのかというと、

「衣・食・住」の一つ一つの商品・販売活動を専門化していきます。強い食と強い専門の集合体を目指していく。それぞれの地域に合ったイオンを目指していくために、店舗ごとに「食品を広げていこう、この店舗は衣料品を狭めていこう」一方で「こっこの店舗では衣料品を広げていこう」というかたちで、もっと地域を見直していきます。それらを事業化することによって会社のよ

うな組織になっていくといったところです。例えば衣料品です。インナーカジュアル売場がありますが、それを専門化することで、お客さまの声をダイレクトに、よりタイムリーに商品開発に役立てることができ

ます。その他、イオンの子育て応援 KIDS REPUBLIC (キッズリパブリック) ではベビーとマタニティの専門店やおもちゃの専門店を展開しており、市場拡大のためのショップ事業強化を図っています。2つめの「食」です。これはなくてはならない生活必需品です。今は、素材を一から料理をする需要が少なくなりつつあります。20年前から共働き世代が増えてきたことで、現在は、そのまま食べられることの需要が高まっています。また、時間の使い方も、スーパーで長く買い物される方は少なくな

ってきています。時短ショッピングです。しかも、今はそれでも遅いということで、新しい食のスタイル「ここ de デリ」を増やしています。簡単に言うと、イートインスペースを広げて、イオンで買ってイオンで食べる。さらに、今まで夜には、お総菜の値引きがありましたが、再開店をすることで、「まいにち夜市」として、夜に揚げたて・できたての商品を提供することも行っており

ます。そして、お惣菜売場で最近人気ののが、リワードキッチン（量り売りお総菜売り場）です。100グラム幾らという量り売りで売っています。3つめに「住」です。“強い商品力でもっと豊かな生活を提案します”ということで、大型家具からお皿まで、暮らしの品をトータルコーディネートできる HOME COORDY に力を入れています。すべての商品をシンプルなデザインに統一し、どんなふう

に組み合わせても調和がとれる。これが、HOME COORDY の大きな特徴です。では、「コト」についてみていきたいと思

います。皆さんは、大学生であり、大学というハコがあります。社会人になったら、会社というハコがあります。では、定年退職を迎えられた方のハコはいかがですか？ありません。そこで、イオンが気軽に集まれる環境を作っていこうとしております。東京・碑文谷のイオンスタイルには「碑文谷バル」といって、ワインが飲めるリカー専門店が

あります。また、イオンスタイル検見川浜では、お買物のついでに気軽に立寄れる交流の場として、コミュニティスペースやイートインスペースなどを設置しております。「健康」「コミュニティ」をテーマに商品・サービスを展開して、お客さまが毎日気兼ねなく、自然と集まれる環境をつくっていく、提供していくといったところです。このように、イオンが描く未来の【リアル】の「モノ×コト」は、食品を軸に地域に合わせた組み合わせ＝イオンスタイルを創造する、いうところになります。この、イオンスタイルというのは、地域に合わせたイオンということです。唯一無二の、100店舗あれば100通りのイオンスタイルということ

次に、【デジタル】の「モノ×コト」です。デジタルでは、店舗を起点としたECサイトの強化を行っております。例えば、AEON.com というショッピングアプリです。他には、実際に店舗に行って商品がなかった場合にタッチゲットを使って注文することができる、などのショッピングアプリの強化を行っていきます。さらに、もっと快適な次世代ショッピングということで、無人店舗の導入を進めており、本社の中で1店舗試験導入しています。また、ストレスフリーなお会計のための「WAON カード」というプライベートブランドの電子マネーや、専用スマートフォンでお会計前に自分でレジを打つことができる「レジゴー」というシステムなど既にサービスを開始しているものもあります。

つまりこれからは、店舗とデジタルを融合した新しいショッピングスタイルをつくっていくということです。これがイオンの未来です。未来というか、現在進行形ですね。数年後は、恐らくこれが当たり前になっていくものと思います。

以上がイオンリテール株式会社の説明になります。

6. 学生へのメッセージ

最後に。学生の皆さんは、これから、いろんな業界に接する機会が増えると思います。今のうちに、機会を捉えて様々な業界人と接してみてください。興味がないなどと、線引きをしないほうがいいと思います。冒頭にも触れましたが、企業を見るポイントというのは四つあります。

一つ目は事業。事業というのは、その会社が何をやっているかということです。

二つ目は仕事。仕事というと、皆さんが入社したら何をすべきか、ということです。三つ目は、社風。社風というのは、人の雰囲気であるとか、会社の雰囲気、理念とかを指します。そして、四つ目は制度。制度というのは、お給料や休日だけではありません。教育制度も指します。故に、これは皆さんが会社に入って安心できる、守ってもらうものになります。この四つのポイントで会社を捉えれば、より断面的ではなく、より多面的に企業研究ができるかと思えます。そして、重要なことは、自分自身がこの仕事に1年後就きたいな、ではなくて、この会社で10年後、20年後の私を想像してください。プライベートも含め。結婚しているのか、子どもはいるのか、など。また、自分は将来どういう役職に就いているのかな。その想像がついた会社が、恐らく皆さんが行くべき会社なのだと思います。

(目標を持つ事の重要性)。

本日はありがとうございました。

以上