

イオンモール、18年2Qは増収増益 国内モールの増床・リニューアルが売上に貢献

2017年10月5日に行われた、イオンモール株式会社2018年2月期第2四半期決算説明会の内容を書き起こしでお伝えします。

連結業績概要

2017年度（2018年2月期）第2四半期（2017.3.1～2017.8.31）連結業績レビュー



連結業績概要

利益ベースでは、**会社計画を上回り、増収増益を達成**
営業収益・営業利益・経常利益・四半期純利益とも、過去最高を更新

	2017年度		2016年度		前年比		2017年度	
	第2四半期	累計	第2四半期	累計	増減	%	上期比	累計比
営業収益	141,035	567,709	137,709	532,616	8,326	106.3	147,000	99.3
営業利益	104,472	419,440	99,440	373,032	5,032	105.1	-	-
経常利益	36,562	143,268	33,268	123,294	3,294	109.9	-	-
営業費用	13,979	54,441	12,987	49,322	992	107.6	-	-
営業利益	22,582	88,827	20,280	73,972	2,302	111.4	22,000	102.6
経常利益	21,958	86,569	20,514	73,448	1,344	106.5	21,500	102.1
親会社株主に帰属する 四半期純利益	12,765	49,165	11,165	42,599	1,599	114.3	12,500	102.1
1株当たり 親会社株主に帰属する 四半期純利益	56.33	200.10	49.10	170.00	-	-	54.96	-

○日本 モール事業

既存72モール(※1)専門店売上 前期比103.4%
 営業収益前期比 +6,546百万円 (前期比106.0%)
 営業利益前期比 +1,221百万円 (前期比105.6%)

○日本 都市型ファッションビル事業

営業収益前期比 ▲713百万円 (前期比94.1%)
 営業利益前期比 ▲503百万円 (実績▲58百万円)

○中国

既存モール(※2)専門店売上 前期比119.5%
 営業収益前期比 +1,569百万円 (前期比116.8%)
 営業利益前期比 +1,263百万円 (実績▲635百万円)

○アセアン

ベトナム 既存3モール(※2)専門店売上 前期比111.6%
 カンボジア 既存1モール(※2)専門店売上 前期比117.2%
 営業収益前期比 +924百万円 (前期比130.8%)
 営業利益前期比 +320百万円 (実績107百万円)

※1 既存モールは、イオンリテール網からの管理・運営委託物件を除く。
 ※2 海外の既存モール専門店売上は、前年度業績のあるモールで算出。

	オープン数		営業面積		自己資本	自己資本比率 (%)
	2017年3月31日	2017年8月31日	2017年8月31日	2017年8月31日		
日本	3	150	※2	3,065,439	355,454	33.4
中国	0	13	1	1,074,000	1,074,000	100.0
カンボジア	0	1	1	1,000,000	1,000,000	100.0
ベトナム	0	4	4	1,000,000	1,000,000	100.0
インドネシア	0	1	1	1,000,000	1,000,000	100.0
タイ	0	1	1	1,000,000	1,000,000	100.0
都市型ファッションビル(※1)	1	25	25	1,000,000	1,000,000	100.0

※1 2017年3月1日から2017年8月31日までにオープンしたモール数
 ※2 イオンリテール網の大規模店舗以外の管理・運営業務を委託

吉田昭夫氏：それでは早速、2018年2月期第2四半期決算についてご説明をいたします。

営業収益は、前期比106.3パーセントの1,410億円。

営業利益は、前期比111.4パーセントの225億円。

経常利益は、前期比106.5パーセントの219億円。

親会社株主に帰属する四半期純利益は、前期比114.3パーセントの127億円と、上期決算としては最高業績を更新させていただきました。

海外事業の営業利益は15億円の改善と、利益改善スピードは加速化しており、今後の成長ドライバーとして、新たな成長ステージに入っております。

また、国内モール事業も集客力の向上にともなう専門店売上の伸長により、大変好調に推移しました。

以上の結果、当上半期における営業利益は2桁増益となり、営業利益・経常利益・四半期純利益がいずれも、公表計画を超過達成いたしました。

【アジアにおける成長機会の獲得】海外 既存モール専門店 売上前期比

2017年度（2018年2月期）第2四半期（2017.3.1～2017.8.31）連結業績レビュー



【アジアにおける成長機会の獲得】

海外 既存モール専門店売上前期比

売上伸長の要因は

- ・所得、消費水準の向上により、顧客層が拡大。
- ・街づくりが進むエリアへの出店であり、商圏内の人口が増加。

中国 既存モール前期比

※海外現地法人の決算期末は12月末。
※前年度実績のあるモールで算出。

中国	2016年 1月-12月 （累計）	2017年 1月-6月 （累計）
専門店売上	115.4%	119.5%
来店客数	106.2%	111.4%

アセアン 既存モール前期比

アセアン	カンボジア		ベトナム	
	2016年 1月-12月 （累計）	2017年 1月-6月 （累計）	2016年 1月-12月 （累計）	2017年 1月-6月 （累計）
専門店売上	120.7%	117.2%	117.4%	111.6%
来店客数	121.7%	114.7%	109.1%	98.6%

※インドネシアについては、現地の設備不足、専門店売上の正確な集計が難しく、記載しておりません。

15

ご覧の資料は、海外における店ベースの営業数値の状況でございます。海外事業全体の専門店売上は、引き続き連日2桁以上の高い伸び率で成長を続けております。中国（の既存モール）では2017年1月から6月まで、専門店売上が前期比119.5パーセント。（来店）客数が111.4パーセント。前年度に比べ伸び率が伸長し、従来のトレンドに回復してきております。

アセアンでは、カンボジア（の店舗）がオープンして3年目となりますが、引き続き高い売上成長を続けております。ベトナムは、専門店売上が前期比111.6パーセントと伸長している一方、客数は前年（2016年1-12月累計）に比べて若干鈍化しております。

要因は明確でありまして、昨年オープンしたハノイのロンビエンです。これは前年、オープンの反動減があったことに加え、今年度大幅なテナント入れ替えを実施しているため、営業機会のロスがあります。（2017年）7月以降は売上・客数とも、2桁トレンドに戻った状況であります。

海外事業では、既存モールにおける客数増加と、売上の伸長にともない、収益も確実に拡大してまいりました。これまで蓄積してきた既存モールの集客施策や、リーシング・オペレーションなどのノウハウを分析し、新規モールに活用することによって、収益力が高まっております。

【アジアにおける成長機会の獲得】海外 黒字化モール

2017年度（2018年2月期）第2四半期（2017.3.1～2017.8.31）連結業績レビュー



【アジアにおける成長機会の獲得】

海外 黒字化モール

2017年度第2四半期において
中国7モール、アセアン5モールが黒字化を達成

	中国	アセアン
黒字化 達成	7モール 北京国際商城、天津中北、 武漢金銀潭、蘇州園區湖東、 杭州良渚新城、武漢經開、蘇州新區	5モール タンフーセラドン、 プノンペン、BSD CITY、 ロンピエン、ピンタン
赤字	6モール 天津TEDA、天津梅江、蘇州吳中、 北京豊台、広州番禺広場、河北燕郊	1モール ビンズオンキャナリー

16

従来、3年目（の黒字化）を目標としていた新規モールの黒字化は早期化しております。中国では13モール中7モール、アセアンは6モール中5モールが、（2018年2月期第2四半期で）黒字に転換しております。

【アジアにおける成長機会の獲得】海外 四半期別業績推移

2017年度上半期は、

6ヶ月間で+15億円（中国+12億円、アセアン+3億円）の利益改善

（2016年度は通期で+16億円（中国+9億円、アセアン+6億円）の利益改善）

◆四半期業績推移

単位：百万円

	2016年度					2017年度		
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期	第1四半期	第2四半期	上半期
営業収益	6,410	5,910	6,337	7,048	25,707	7,498	7,316	14,814
営業総利益	▲ 387	▲ 197	▲ 94	196	▲ 483	618	624	1,242
営業利益	▲ 1,074	▲ 1,036	▲ 846	▲ 842	▲ 3,799	▲ 161	▲ 366	▲ 527

◆前期比増減額推移

（前期比）	2016年度					2017年度		
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期	第1四半期	第2四半期	上半期
営業収益	+3,420	+2,518	+2,306	+1,714	+9,959	+1,087	+1,405	+2,493
営業総利益	▲ 73	+219	+352	+875	+1,375	+1,005	+822	+1,827
営業利益	▲ 39	+340	+464	+896	+1,662	+913	+670	+1,583

17

次にご覧いただいておりますのが、海外事業における利益改善の進捗であります。海外事業の営業利益改善は、2016年度（2017年2月期）が、通期で前期比プラス10億円でありました。当上半期（2018年2月期の）6ヶ月間で、プラス15億円の利益改善を実現いたしました。

海外事業は、新たな成長ステージに入っております。今後の当社の成長を牽引するドライバーとなることを確信しており、みなさまにもご理解いただけてと考えております。

日本 既存72モール専門店売上前期比

日本 既存72モール専門店売上前期比

前期より強化してきた増床リニューアルの効果等により、
来店客数は前期比+1.9%と集客力が向上、**専門店売上は同+3.4%**と伸長。

専門店売上	2016年度					2017年度					
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	3Q	6月	7月	8月	2Q	上期
曜日調整後	98.4%	98.6%	100.5%	99.1%	99.2%	104.3%	103.1%	104.3%	102.4%	103.3%	103.8%
土日祝数	±0	±0	▲1	±0	▲1	▲1	±0	±0	±0	±0	▲1
曜日調整前	98.4%	98.6%	99.7%	98.6%	98.9%	103.4%	103.1%	104.3%	102.4%	103.3%	103.4%
レジ客時対 ※	97.0%	98.2%	102.3%	99.1%	99.1%	104.0%	102.8%	105.1%	102.2%	103.4%	103.7%
客単価時対 ※	101.5%	100.5%	97.4%	99.7%	99.8%	99.4%	100.3%	99.2%	100.2%	99.9%	99.7%
駐車台数	99.2%	99.7%	102.5%	99.5%	100.2%	102.6%	101.5%	102.6%	101.4%	101.9%	102.3%
来店客数	97.4%	98.6%	100.8%	99.0%	98.9%	101.9%	102.2%	103.0%	100.8%	101.9%	101.9%

※GMS等、アンカーテナントの数値は含んでおりません。

次に国内事業において、主力モール事業における既存72モールの全体の売上前期比は、103.4パーセントと伸長しました。

デベロッパーとしての第1の責務は、モールの来店客数の増加にあると考えておりますが、上半期の来店客数は、前期比101.9パーセントとなりました。

また、ここ数年積極的にリニューアルを実施しており、とくに食物販ゾーンの拡充により、買い上げ頻度が増加しています。結果として、来店客数の増加以上にレジ客数が増加し、売上が伸長いたしました。

日本 既存72モール専門店売上前期比（業種別）

日本 既存72モール専門店売上前期比（業種別）

シネマがヒット作に恵まれ、前期比112.9%と好調（アミューズメントを含む）。
シネマの集客効果による他業種への波及と、前期より強化してきたリニューアル効果等により、
食品112.4%をはじめ、全体的に売上が伸長。

	2016年度					2017年度					
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q			上期	
							6月	7月	8月		
専門店合計	98.4%	98.6%	99.7%	98.8%	98.9%	103.4%	103.1%	104.3%	102.4%	103.3%	103.4%
大型専門店小計	101.3%	100.6%	100.3%	100.2%	100.6%	106.2%	106.2%	107.7%	106.3%	106.6%	106.5%
衣料品	97.0%	96.4%	95.3%	94.5%	95.7%	98.6%	99.2%	98.8%	98.3%	98.8%	98.7%
雑貨品	95.5%	96.7%	97.0%	98.1%	96.8%	99.5%	102.6%	100.6%	101.8%	101.6%	100.5%
雑貨	100.8%	102.5%	102.3%	101.4%	101.7%	105.9%	109.2%	109.6%	108.8%	109.2%	107.5%
ホビー	100.5%	100.6%	99.6%	101.9%	100.7%	104.7%	104.4%	104.8%	102.2%	103.8%	104.2%
食品	98.7%	104.7%	108.3%	108.4%	105.1%	113.3%	114.1%	110.6%	109.7%	111.3%	112.4%
飲食	99.0%	99.5%	101.5%	99.9%	100.1%	103.2%	102.8%	103.7%	102.3%	102.9%	103.0%
アミューズメント	98.9%	96.8%	120.8%	101.3%	103.3%	115.5%	96.5%	123.9%	99.2%	106.4%	110.7%
サービス	97.9%	97.1%	98.5%	101.7%	98.7%	106.6%	104.5%	102.6%	102.3%	103.1%	104.7%
中小専門店小計	98.1%	98.4%	99.6%	98.6%	98.6%	103.0%	102.7%	103.8%	101.9%	102.8%	102.9%

19

ご覧いただいている、少し字が小さいこちらの表は、業種別前期比であります。衣料品を除く全業種で前年を上回って推移しております。

要因は、ここ数年積極的に行ってきた活性化にあります。お客さまニーズの高い食品や飲食ゾーンの売場面積を広げてきた効果が出てきております。

食品・飲食・アミューズ・サービスといった大型専門店の非物販売上は、前期比105.8パーセントと伸長し、この非物販の売上構成比は2014年の29パーセントから、第2四半期は33パーセントと拡大しております。この結果客数も伸び、売上増加につながっております。

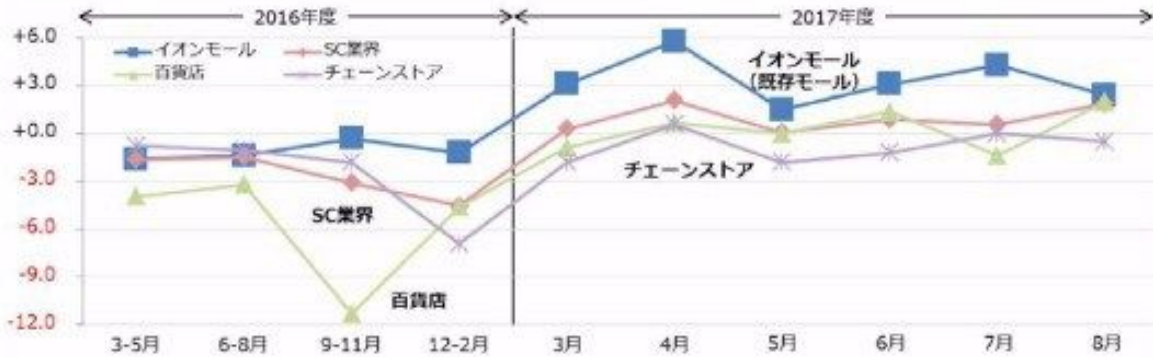
日本 既存72モール専門店売上前期比（業界比較）

日本 既存72モール専門店売上前期比（業界比較）

2016年下期以降、SC業界だけでなく、他業態の前期比伸び率を上回って推移。

◆売上高前年対比（イオンモール、SC業界、百貨店、チェーンストア）

※SC業界、百貨店、チェーンストアの2016年度3ヶ月平均値は、各月の単純平均で算出。
 ※イオンモールの前期比は曜日調整前。



出典：(社)日本ショッピングセンター協会、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会

ご覧いただいているグラフは、2016年度（2017年2月期）からの、既存店ベースの専門店売上前年比の推移であります。2016年度下期より、ショッピングセンター業界全体のみならず、他業態の前期比伸び率を上回った推移をすることがありました。

セグメント別 営業利益改善額

セグメント別 営業利益改善額

日本は、モール事業の増益幅が拡大、都市型ファッションビル事業は減益幅が縮小。
海外は、第1四半期に続き、利益改善が進んでいます。

◆セグメント別 営業利益増減額 四半期推移



次に、セグメント別の2018年2月期第1四半期・第2四半期の、営業利益増減額の推移であります。

第1四半期（水色のグラフ）の営業利益は、7億9,400万円の増益となりました。この増益要因は主に、海外事業の利益改善でありました。

第2四半期（青色のグラフ）に入りまして、第1四半期に続き海外事業の利益改善が進んだことに加え、国内事業においてもモール事業において、専門売上が好調に推移したことにより、利益改善が図れ、2桁を超える増益となった次第です。

【新たな国内需要の発掘】日本 ①ハピネスモールプロジェクト



ハピネスモールプロジェクトは、イオンが推進する「ヘルス&ウェルネス」の実現に向け、年齢、性別にかかわらず、地域のお客さまに「心」と「体」の両面から健康になっていただく、ウェルネスライフの実現に向けたプロジェクトです。

◆モールウォーキング

天候に左右されず、安全なモール館内でのモールウォーキングを国内40モールで展開



◆本格的イベントの実施

藤原歌劇団公演「ノルマ」東京公演を記念しイオンモール幕張新都心にて「オペラの楽しみ」を開催



22

次に、国内小売業界・SC業界では、これまでにない急速なスピードで環境変化が進展しており、店舗ごとの優勝劣敗が顕著になってきているのは、みなさまもご存じのとおりです。

Eコマースが進展する中、昨年来、大型商業施設の閉鎖計画が発表されております。その多くは、物販中心の店舗であります。このような状況におきましても、当社国内モールの売上が好調に推移している要因は、本年（2017年）4月に公表させていただいた中期3ヶ年計画の施策の推進であります。

お客さまに単なる買い物でなく、五感で「楽しさ」「豊かさ」を感じていただける空間・時間を提供することは、一定の規模を持つモールがあるからこそ可能であります。当社モールは、そのおかげで来店客数が増加しております。

リアルモールの強みを今以上に一層強化して、競争優位性をさらに高めていくことによって、エリアにおいて圧倒的なNo.1のポジションを獲得し、シェアを一層高めていきたいと考えております。

新たな国内需要の発掘を目的といたしまして、当社ではお客さまの心身ともに健康で、豊かな生活への貢献を目的とする「ヘルス&ウェルネス」の取り組みを強化しています。

具体的には、「ハピネスモールプロジェクト」を各モールにおいて、とくに展開しております。体の健康促進を目的とする「ヘルス」では、天候に左右されず、安全なモール館内での「モール・ウォーキング」などの運動。

精神面での豊かさを感じていただける「ウェルネス」では、オペラ・寄席・写真展など、文化的で本格的なイベントを実施しております。

これらの取り組みにより、従来のメインターゲットであるファミリー層に加え、シニアを含めたターゲットエイジ拡大による、新たな顧客層の拡大を図ってまいります。

【新たな国内需要の発掘】日本 ②集客向上に向けた取り組み

2017年度（2018年2月期）第2四半期（2017.3.1～2017.8.31）連結業績レビュー



【新たな国内需要の発掘】 日本 ②集客向上に向けた取り組み

イオンモールでいっしょに涼も～る！

イオンモール新小松（水銃戦イベント）

イオンモール幕張新都心（ウォータースライダー、じゃぱりゃる広場）

イオンモールを自習室として利用開始

デジタル活用による新たなサービス機能

イオンモール幕張新都心
PepperとAIを活用した自動応答システムの実証実験を開始

TalkQA for Pepperについて
本館の商業施設を訪れたお客様に対し、PepperがAIに学習したデータをもとに、質問やサービスの提供を行うソリューション。

イオンモール松本
AI対話型案内システムを導入

デジタルサイネージ上のキャラクターに問いかけることで、自動的にお客様の質問を認識して、最適なお案内を返答。

イオンレイクタウン ベトナム・ハノイフェア開催

■日時：2017年6月5日（月）～6月11日（日）
■会場：イオンレイクタウンmoré・kaze・イオンスタイルレイクタウン
■主催：ハノイ市人民委員会・イオン(株)・イオンリテール(株)・イオンモール(株)
★後援：ベトナム清江省・駐日ベトナム社会主義共和国大使館

エコの視点として、猛暑の時期に涼しさと楽しさをお客さまに提供することを目的として、（2017年）7月に「イオンモールでいっしょに涼も～る！」という企画を実施しておりました。

これは単なるセールスではなく、ご家庭におけるエアコンの使用をやめて、快適なイオンモールにご来店いただき、楽しい時間を過ごしましょうといったことです。いわゆる、クールシェア・環境保全の視点です。それと、我々の集客視点を合わせ持った企画で、これも大変好評でございました。

次に、デジタル化の活用であります。イオンモール幕張新都心で、人間型ロボットPepperとAIを活用した新たな接客ソリューション「Talk QA for Pepper」の実証実験を開始いたしました。

また、（2017年）9月にオープンしたイオンモール松本では、デジタルサイネージにおいて、画面のAIキャラクターに問いかけることにより、自動的にお客様の質問を認識して、最適なお案内をするAI対話型案内システムを導入しております。お客様の利便性の向上を目的として、デジタルを活用した新たなサービス機能を全国のモールに展開し、サービスレベルの向上を図ってまいりたいと思います。

そして、アジアにおける成長機会の取り組みといたしまして、いわゆる物理的な出店のみならず、国内のお客さまにもグローバルな商品を通じて、豊かさの貢献を進めております。

イオンレイクタウンにおいて、ベトナム・ハノイ市人民委員会と連携した、3回目となる「イオンワールドフェスタ・ベトナム・ハノイフェア」を開催いたしました。合わせてその時、ハノイ市人民委員会と「投資及び事業推進に関する包括的覚書」の締結を実施させていただきました。さらに、経済的な側面ではなく、グループでは「イオンワンパーセントクラブ」を通じて、「植樹活動」「環境教育」「学校建設支援」「給付型奨学金制度」などの支援活動を実施し、アジア各国との結び付きを深めております。

【圧倒的な地域No.1モールへの進化】日本 モール事業 2017年度既存モールリニューアル

2017年度（2018年2月期）第2四半期（2017.3.1～2017.8.31）連結業績レビュー



【圧倒的な地域No.1モールへの進化】 日本 モール事業 2017年度既存モールリニューアル

前期及び当第2四半期までにリニューアルを実施した既存31モールの専門店売上は **前期比+5.8%**

モール名称	所在地	リニューアル日	テナント数	リニューアルテナント数
イオンモール本橋川	愛知県一宮市	3月3日 6月9日	170	87 18
イオンモール浜松島郡宮	静岡県浜松市	3月17日	160	60
イオンモール新富山	富山県新富山町	3月17日	120	32
イオンモール新富山	富山県新富山町	7月25日	120	15
イオンモール大船	神奈川県大和市	3月18日	90	38
イオンモール川口横川	埼玉県川口市	3月24日	170	15
イオンモールりんくう泉南	大阪府泉南市	4月6日	170	132
イオンモール日の出	東京都西多摩郡日の出町	4月21日	160	57
イオンモール蕨方	新潟県蕨方町	4月28日 7月14日	140	49 35
イオンモール常滑	愛知県常滑市	7月12日	180	-
青門ハーバーランドumie	兵庫県神戸市	7月14日	230	6
イオンモール大牟田	福岡県大牟田市	7月14日	130	16

イオンモール常滑 2017年7月12日 シネマ棟増床オープン



オープン：2015年12月
敷地面積：202,000㎡
総賃貸面積：86,700㎡（内シネマ棟 3,900㎡）
駐車台数：4,000台

24

次に、集客施設に加えて、積極的な増強・リニューアルも当社の好調を支える大きな要因であります。（2017年）7月にイオンモール常滑のシネマ棟を、新たに増床いたしました。

また、新規テナントの導入や、既存テナントの業態変更・移転などによるモール全体を刷新するリニューアルを、11モールで実施いたしました。

2016年度（2017年2月期）および当上半期（2018年2月期）において、増床・リニューアルを実施した既存31モールの専門店売上は、対前年同期比5.8パーセント増加と大変堅調に推移しており、活性化効果を体感いたしております。

イオンモール甲府昭和①

2017年度（2018年2月期）第2四半期（2017.3.1～2017.8.31）連結業績レビュー



イオンモール 甲府昭和

イオンモール甲府昭和 2017年11月23日 増床リニューアルオープン

敷地面積： 119,000㎡ 総賃貸面積： 70,000㎡ (+22,000㎡)
駐車台数： 3,500台 (+1,000台) 専門店数： 180店舗 (+50店舗)



25

当期の増床・リニューアルでございますが、下期にイオンモール甲府昭和において、増床・リニューアルを実施いたします。この甲府昭和は2011年3月にオープンしました。この度の増床・リニューアルでは、これまで駐車場として利用していた南側の敷地に、既存の専門店ゾーンへ続く増床棟を新設いたしました。

昨年（2016年）、イオンモール広島府中の増床で、成功の実例があります。増床時には、既存棟においてもリニューアルを行い、活性化効果を最大化していきます。当モール（甲府昭和）においては、専門店数を130店舗から180店舗に拡大。その80パーセントにあたる、136店舗を刷新いたします。同じ場所に、大型の新店ができる。そういったかたちになります。

また、SC業界においては、テナントの出店選別が厳しくなる状況下であります。とくにここ1年は、アパレルのリーシングが厳しい状況です。

イオンモール甲府昭和②

山梨県で圧倒的な地域No.1モールへと進化



増床棟		既存棟			合計
新規	移転	新規	移転	改装	
38	18	37	8	35	136

全180店舗の約80%にあたる136店舗をリニューアル。
新規店舗の75店舗のうち、56店舗が山梨県初出店。

26

この甲府昭和は、地域No.1の施設であることから、有力なファッションテナントの誘致が可能でありました。魅力的なファッションゾーンを、今回構築することができました。

イオンモール甲府昭和③

増床により、欠落業種を補完することでテナント揃えを拡充
さらなる地域No.1のポジションを確立



これらの取り組みにより、エリアにおけるマーケットシェアを高めます。現状においても、当モールが規模ではエリアNo.1ですが、今回の増床により圧倒的な地域No.1のポジションを確立してまいります。

【圧倒的な地域No.1モールへの進化】日本 モール事業 2017年度新規モール

【圧倒的な地域No.1モールへの進化】

日本 モール事業 2017年度新規モール

イオンモール新小松（石川県小松市）

オープン日：2017年3月24日
敷地面積：128,000㎡ 総賃貸面積：63,000㎡
駐車台数：3,400台 専門店数：170店舗



イオンモール徳島（徳島県徳島市）

オープン日：2017年4月27日
敷地面積：50,000㎡ 総賃貸面積：50,000㎡
駐車台数：3,100台 専門店数：160店舗



イオンSENRITO専門館（大阪府豊中市）

オープン日：2017年4月21日
敷地面積：12,200㎡ 総賃貸面積：9,100㎡
駐車台数：400台 専門店数：35店舗



イオンモール神戸南（兵庫県神戸市）

オープン日：2017年9月20日グランドオープン
敷地面積：38,000㎡ 総賃貸面積：39,000㎡
駐車台数：1,400台 専門店数：130店舗



※第1期オープンは6月。



- ▶ 神戸市中央部営市場本場と連携し、新鮮な食材を取り扱う一大マルシェゾーンを展開
- ▶ 行政と連携し、隣接するプロムナード運河にコミュニティスペースを設置

次に、新規モールでありますけれども、計画どおり5モールをオープンいたしました。概要は、こちらの資料に記載のとおりでございます。本日は、（2017年）9月にオープンしたイオンモール松本について、少しご説明をしたいと思います。

イオンモール松本①

イオンモール松本 2017年9月21日 グランドオープン

29

イオンモール松本は、2015年3月に営業を終了したイオン東松本店を核店舗とする、旧片倉モールの跡地に出店をいたしました。スクラップアンドビルドであります。

当モールは郊外の出店ではなく、年間500万人以上の観光客が訪れる城下町・松本市の、中心市街地への出店であります。

行政との対話を重ね、城下町の街並みとの調和を強く意識し、松本市の景観と一体化したデザイン・施設設計を施しました。また、松本駅から1.5キロと、徒歩で15分の距離に位置しております。駅からは商店街、当モールまでの回遊性に配慮した建物配置といたしました。

イオンモール松本②

それぞれが個性を持つ3つのモール棟で構成



<晴庭>

日々の暮らしを晴れやかにするメインモール

「片倉工業旧事務所棟」を保存再生し、モールの中心となるコート
のシンボルとして活用。



<空庭>

信州発とエンターテインメントモール

本格的な農畜産物直売所を展開するほか、
最新シネマコンプレックスを配置。



<風庭>

松本最大級のフードモール

16店舗で構成されるクラシックな雰囲気のレストランゾ
ンに加え、13店舗、1,000席からなるフードコートを配置。



当モールで特徴的なものは、歴史的建造物の再生保存。例えば、昭和初期の松本を象徴する近代建築物「片倉工業旧事務所棟」の外観を保存再生し、モールのシンボルとして使っています。

イオンモール松本③

歴史・観光資源の活用など、地域との連携を深めたモールづくり



片倉工業旧事務所棟（外壁）を保存再生し、モールの中心となるコートのシンボルとして活用

31

湧き水も活用した「せせらぎ」を配置するなど、松本の歴史や文化、観光資源を活用していることが（特徴に）挙げられます。

イオンモール松本④

地域との対話を重ね、ローカライズ重視のテナント揃えを実現


FARMER'S TERRACE
MATSUMOTO



32

地域との連携という点では、テナント揃えにおいても、地域との対話を十分に重ねて対応してまいりました。

出店テナント170店のうち39店が地元企業による出店と、従来のモールに比べて地元比率が高く、ローカライズに力の入ったテナントであります。

一例といたしますと、空庭（そらにわ）の1階には、JA松本ハイランドによる、本格的な農畜産物直売所がございます。新鮮で品質の高い地元生鮮製品の取り扱いのほか、農業の独自化時代に対応した食を展開しております。

イオンモール松本⑤

地域を元気にする取り組みを積極展開



「モールウォーキング」の実施



「認知症サポーター」の育成



松本山雅FCオリジナルデザインの「サッカー大好きWAON」を発行



「観光情報サイネージ」の設置



松本市は、「健康寿命延伸都市・松本」の創造を目指し、単に体の健康づくりにとどまらず、人と社会の健康づくりに取り組んでおられます。文化的なイベントも、大変盛んなエリアであります。

この考え方は、先ほど申し上げました、我々の「ハピネスモールプロジェクト」と非常に相関性が高いと言えます。「モールウォーキング」用に設置したウォーキングマップが、モール館内にあります。毎月、医療機関が監修した健康テーマに合わせた「いきいき公開健康講座」など、相談会を実施してまいります。

また、モール屋内外でのイベントスペースにおいて、「楽都・松本」ならではの演奏会や美術作品の展示会など、行政と連携した地域のさまざまなイベントを開催し、「ハピネスモールプロジェクト」のモデル店舗としての位置付けをしています。

【都市部における成長機会の獲得】日本 都市型ファッションビル事業 2017年度既存店リニューアル

【都市部における成長機会の獲得】 日本 都市型ファッションビル事業 2017年度既存店リニューアル

数年かけて既存20施設全てをリニューアルし、収益力向上を図る

店舗名称	所在地	リニューアル日
横浜ビブレ	神奈川県横浜市	第1層 3月17日 第2層 4月7日
ワールドポーターズビブレ	神奈川県横浜市	第1層 3月17日 第2層 4月14日
明石ビブレ	兵庫県明石市	3月18日
キヤナルシティオーパ	愛知県岡崎市	4月1日
天栄ビブレ	愛知県岡崎市	4月7日



【都市部における成長機会の獲得】 日本 都市型ファッションビル事業 2017年度新規店舗

水戸オーパ（茨城県水戸市）

オープン日：2017年3月18日
敷地面積：3,500㎡
総賃貸面積：12,500㎡
駐車台数：1,500台
専門店数：61店舗

JR水戸駅南口に直結する水戸サウスタワーをマスターリースし出店。茨城県初出店11店舗を含む61店舗で構成。



次に、（都市型ファッションビル事業の）オーパです。
 既存5店舗において、テナントの入れ替えを行いました。ゾーニング変更などにより、買い回り向上のためのリニューアルを実施してきたわけです。
 しかしながら、リニューアルによる営業機会のロスがあったこと、（2017年）3月にオープンした、新店となる水戸オーパが従来型のファッション中心のフォーマットであったことから、業績としては減収減益となりました。
 従来ターゲットとしていたヤングファッションはダウントレンドが続いており、ファッション中心の業態から、ファッションナブルなライフスタイル提案型のビジネスモデルへの変革も、スピードを上げ早期に実現・改革していく必要があります。
 基幹店である高崎オーパでの取り組みをベースに、既存店のリニューアルや新店オープンに、取り入れてまいります。なお、スピードを上げた改革のため、当上半期に、本社から営業及び管理責任者を派遣いたしました。

ESGの取り組み

ESGの取り組み

GPIFが採用する2つのESG指数に選定

当社は、年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF※）が3つのESG指数として採用した社会的責任投資インデックスのうち、以下2つの構成銘柄として選定されました。

①MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数

MSCI

2017 Constituent
MSCI ジャパンESG
セレクト・リーダーズ指数

②MSCI日本株女性活躍指数（WIN）

MSCI

2017 Constituent
MSCI日本株
女性活躍指数（WIN）

※GPIF：年金積立金管理運用独立行政法人（Government Pension Investment Fund）
厚生労働省が所管する、厚生年金と国民年金の年金積立金を管理、運用する独立行政法人。

2017年のGRESBリアルエステイト評価において、最高位の「Green Star」評価を3年連続で取得



G R E S B
☆☆☆☆☆ 2017

環境配慮やサステナビリティに関する取り組みに関して、「マネジメントと方針」および「実行と計測」の両面において優れていると高く評価され、4つのランク分けされる中で最高位の「Green Star」評価を獲得。

- ・参加した会社・ファンド全体の平均スコアが63点の中、当社は過去最高の80点（昨年度は79点）を取得。
- ・総合スコアでの相対評価による「GRESBレーティング」において最上位の「5スター」評価。
- ・2017年より開始された「GRESB開示評価（ESG情報開示レベル）」においても最上位の「A」評価を獲得。

グローバル不動産サステナビリティ・ベンチマーク（GRESB）

不動産ポートフォリオやインフラ等を含む実業資産の環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）配慮を測る年次のベンチマーク。国連責任投資原則（PRI）を主導した欧州の主要年金基金グループを中心に2009年に創設。

このような事業展開を進めております当社は、外部からも高い評価をいただくことができました。

ご覧の資料に記載のとおり、1つ目はGPIF（年金積立金管理運用独立行政法人）が運用のために選定した3つのESG指標のうち、ESG格付けが高い指数と、女性の活躍が高い指数に選定されました。

2つ目は、環境・社会・ガバナンス配慮を図る年次のベンチマークであるグローバル不動産サステナビリティ・ベンチマーク「GRESB」において、引き続き最上位の評価を獲得いたしました。

同時に、総合スコアでの相対評価による「GRESBレーティング」。ESG情報開示レベルにおいても、最上位の評価を獲得いたしました。今後も、このような評価をいただけるよう、取り組みを進めてまいりたいと思っております。

以上で、説明を終了させていただきます。ご清聴ありがとうございました。