2026年２月期（FY25）第２四半期
決算説明会

株式会社イズミ
［証券コード 8273］

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

	スライド番号
Ⅰ　2026/2期（FY25）第２四半期　決算概要	
1　連結サマリー	3
2　連結PL実績	4
3　単体PL実績	7
4　連結BS	11
5　連結CF	12
6　業績計画	13
Ⅱ　2025年度 下期の事業戦略	15
1　上期の総括と下期の方向性	16
2　第三次中期経営計画の方向性	29
Ⅲ　補足資料	32

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

前期差： 昨年ランサム被害の影響からの販売回復。新店3店舗、6月にゆめモール山陽（S&B）をオープン
また、サニー事業等が期初からフル稼働したこと等により大幅増収、営業・経常増益。純利益は減益

計画差： 営業収益は、節約志向の高まりから低価格ニーズへの対応を一層強化も天候要因等も重なり未達
経費は計画内でコントロールも、イズミ単体のトップラインが計画を下回り、各段階利益で未達

単位　百万円	連結 *3					
	当期 2Q		前期 2Q		計画	
	実績	前期比	実績	前期比	計画	前期比
営業収益	**281,037**	117.8%	238,670	102.3%	294,200	123.3%
営業利益	**12,685**	105.1%	12,074	77.8%	15,700	130.0%
経常利益	**12,614**	101.8%	12,392	78.4%	15,500	125.1%
中間純利益 *1	**8,084**	98.5%	8,211	78.5%	9,700	118.1%
総資産	**597,259**		575,963	（期末実績）		
純資産	**301,902**		299,603	（期末実績）		
（参考）総額営業収益 *2	419,045	112.8%	371,373	103.8%	433,700	116.8%
1株利益	**114.05円**		114.79円			
1株純資産	**4,078.92円**		3,995.69円	（期末実績）		
自己資本比率	**48.2%**		49.6%	（期末実績）		

*1：中間純利益は、親会社株主に帰属する中間純利益です。
*2：2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。なお、参考として当該会計基準等を適用する前の数値に組替えた営業収益を「総額営業収益」とし記載しています。
*3：2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

昨年ランサムウェア被害からの反動とM&Aにより増収も、売上計画未達を主要因とし利益計画未達

- 営業収益　昨年ランサムウェア被害の反動・M&A（サニー事業・サンライフ）により増収
- 営業利益　営業総利益率は39.1%と前期差△1.2pt、販管費率は34.6%と△0.6pt、営業利益率4.5%と△0.6pt
- 経常利益　経常利益率は、支払利息の増加等により4.5%と前期差△0.7pt
- 中間純利益　中間純利益率は2.9%と前期差△0.5pt

単位　百万円	連結 *1							
	1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上期（3-8月）			
	実績	前期比	実績	前期比	実績	営業収益比	前期比	計画
営業収益	**136,538**	**125.5%**	**144,499**	**111.3%**	**281,037**	**100.0%**	**117.8%**	**294,200**
売上高	**122,057**	128.7%	**129,875**	112.2%	**251,932**	89.6%	119.7%	
売上総利益	**39,242**	127.6%	**41,512**	111.4%	**80,754**	28.7%	118.7%	
営業収入	**14,480**	103.6%	**14,624**	103.3%	**29,105**	10.4%	103.5%	
営業総利益	**53,723**	**120.1%**	**56,136**	**109.1%**	**109,859**	**39.1%**	**114.2%**	
販管費	**47,430**	121.8%	**49,743**	110.1%	**97,173**	34.6%	115.6%	
営業利益	**6,292**	**108.3%**	**6,392**	**102.1%**	**12,685**	**4.5%**	**105.1%**	**15,700**
営業外損益	**△104**	–	**33**	50.1%	**△71**	△0.0%	–	
経常利益	**6,187**	**102.0%**	**6,426**	**101.5%**	**12,614**	**4.5%**	**101.8%**	**15,500**
特別損益	**△22**	**–**	**24**	**2.5%**	**1**	0.0%	**0.3%**	
中間純利益 *2	**4,212**	**107.1%**	**3,872**	**90.5%**	**8,084**	**2.9%**	**98.5%**	**9,700**

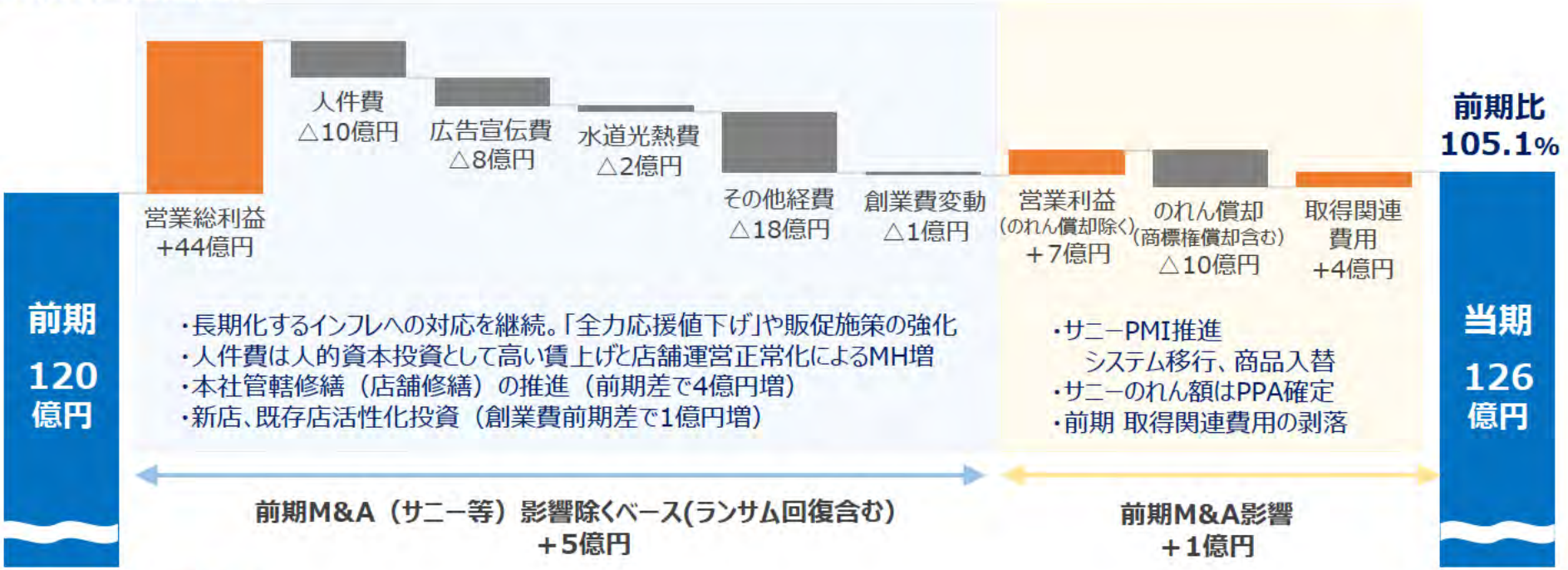
*1：2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。
*2：中間純利益は、親会社株主に帰属する中間純利益です。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

営業利益は126億円、前期比+5.1%と増益。EBITDA＋21億円（前期比＋10.4%）

- ランサム被害からの回復を目指し、インフレ対応込めた営業施策を推進。営業総利益が大幅増の一方、経費全体は計画内
- 人的資本投資として、さらに厳しい採用環境やインフレによる物価高騰に対応すべく、前年を上回る高い賃上げを実施
- 新店・活性化に伴う創業費は前期差＋1億円、快適性や安全性等の店舗環境を改善すべく本社管轄修繕の推進
- 単独運営となったサニー事業では、1Qでシステム関連やPB商品の切替等PMIを推進し、基盤づくりに注力

営業利益の変動*1



EBITDAの変動

前期 210億円 → 当期 232億円

*1：2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。
*2：各数値は端数処理をしているため、合計は必ずしも一致しない場合があります。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

小売事業の販売回復が進むとともに、小売周辺事業のゆめカード・イズミテクノが好転し増収増益

- 小売事業は、ランサムウェア被害による影響からの反動とM&Aにより増収増益（うち、単体は次ページ以降を参照）
- SM子会社のYM熊本（サニー除く）とYM北九州は回復基調、ユアーズは新店創業費（75百万円）除くと黒字転換
- サニー事業においては、システム移行とともに西友PBから「くらしモア」への切り替えを実施。今後、イズミ単独運営の推進
- カード・テクノが小売事業の正常化により増収増益、イズミフードは販売好調の一方、賃上げに伴う人件費増等により増収減益

	連結　営業収益 *					連結　営業利益 *				
	当期 2Q			前期 2Q		当期 2Q			前期 2Q	
	実績	構成比	前期比	実績	構成比	実績	構成比	前期比	実績	構成比
小売事業	**271,830**	96.7%	118.2%	**230,030**	96.4%	**9,530**	75.1%	101.7%	**9,367**	77.6%
小売周辺事業	**26,289**	9.4%	116.8%	**22,499**	9.4%	**2,907**	22.9%	116.7%	**2,491**	20.6%
その他・調整額	**△17,082**	△6.1%	–	**△13,860**	△5.8%	**246**	1.9%	–	**215**	1.8%
連結合計	**281,037**	100.0%	117.8%	**238,670**	100.0%	**12,685**	100.0%	105.1%	**12,074**	100.0%
小売事業										
㈱イズミ	**187,879**	66.9%	103.5%	**181,460**	76.0%	**10,107**	79.5%	98.1%	**10,305**	85.5%
㈱ゆめマート熊本	**53,676**	19.1%	261.1%	**20,554**	8.6%	**△38**	△0.3%	–	**103**	0.9%
(うち、サニー事業)	**(39,782)**	(14.2%)	(517.1%)	**(7,693)**	(3.2%)	**(△426)**	(△3.4%)	–	**(△33)**	(△0.3%)
㈱ゆめマート北九州	**12,419**	4.4%	102.7%	**12,096**	5.1%	**149**	1.2%	32,820.1%	**0**	0.0%
㈱ユアーズ	**11,888**	4.2%	108.3%	**10,974**	4.6%	**△18**	△0.1%	–	**△59**	△0.5%
小売周辺事業										
㈱ゆめカード	**4,239**	1.5%	104.5%	**4,057**	1.7%	**693**	5.5%	108.7%	**637**	5.3%
㈱イズミテクノ	**10,603**	3.8%	122.9%	**8,627**	3.6%	**1,223**	9.6%	133.4%	**917**	7.6%
ｲｽﾞﾐ・ﾌｰﾄﾞ・ｻｰﾋﾞｽ㈱	**4,150**	1.5%	106.8%	**3,887**	1.6%	**296**	2.3%	78.1%	**379**	3.2%

＊ 2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

荒利率・販管費は計画内でコントロールも、売上未達により荒利額が経費増をカバーできず減益

- 営業収益　3.5%の増収、営業総利益の営業収益比は前期差+0.1pt
- 営業利益　販管費は4.5%増、営業収益比は37.4%と+0.3pt、営業利益率は5.4%と△0.3pt
- 経常利益　有利子負債の増加と金利上昇等により支払利息が増加、経常利益率は5.3%と前期差△0.6pt
- 中間純利益　中間純利益率は3.7%と前期差△0.3pt

単位　百万円	単 体						
	当期 2Q累計			前期 2Q累計		計画	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
営業収益	**187,879**	**100.0%**	**103.5%**	**181,460**	**100.0%**	**195,300**	**107.6%**
売上高	**159,650**	85.0%	103.7%	**153,908**	84.8%		
売上総利益	**52,150**	27.8%	104.3%	**50,002**	27.6%		
営業収入	**28,228**	15.0%	102.5%	**27,551**	15.2%		
営業総利益	**80,379**	**42.8%**	**103.6%**	**77,554**	**42.7%**		
販管費	**70,271**	37.4%	104.5%	**67,248**	37.1%		
営業利益	**10,107**	**5.4%**	**98.1%**	**10,305**	**5.7%**	**12,200**	**118.4%**
営業外損益	**△102**	△0.1%	–	**327**	0.2%		
経常利益	**10,005**	**5.3%**	**94.1%**	**10,633**	**5.9%**	**12,000**	**112.9%**
特別損益	**△103**	△0.1%	**–**	**△46**	△0.0%		
中間純利益	**6,978**	**3.7%**	**96.2%**	**7,257**	**4.0%**	**7,800**	**107.5%**

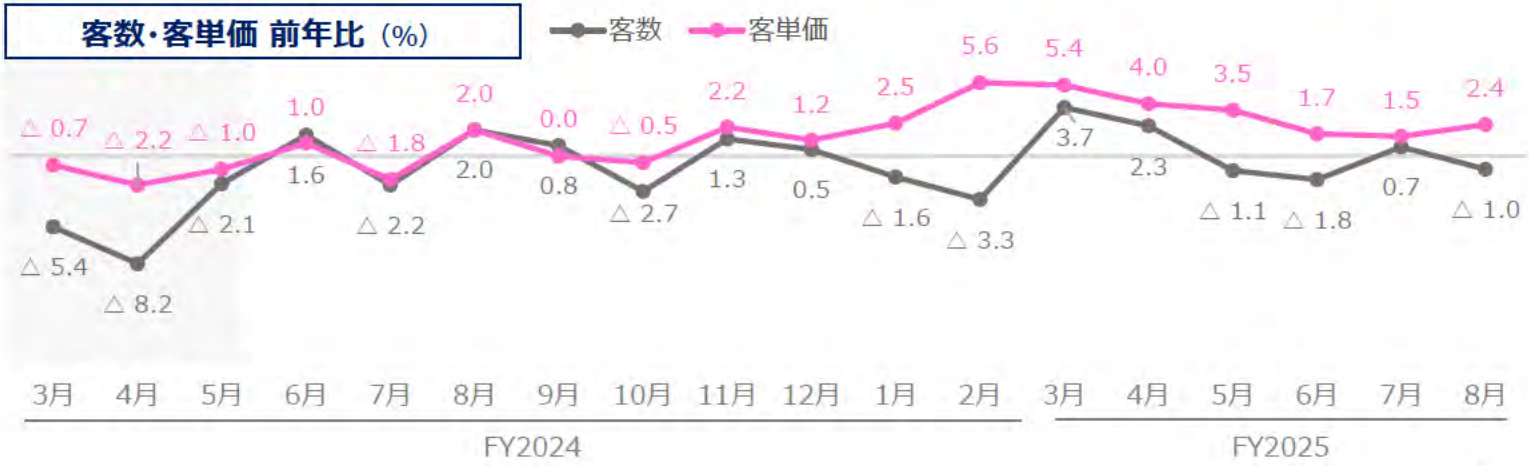
Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

昨年ランサム被害の影響からの回復の一方、厳しさが増す節約志向と気候対応に注力

- 既存店売上　1Qは昨年ランサム被害の裏年で回復するも、節約志向が一層高まったことで5月～6月にかけて苦戦
  低価格施策の見直し、夏休みのハレの日需要の取込みにより、7～8月にかけて徐々に回復
- 客数・客単価　期初は客数が大幅に回復するも、5～6月は前年を下回り、低価格施策の見直しなど対策を実施

既存店売上高前年比（%）

客数・客単価 前年比（%）



■既存店売上高前年比

	2026/2期 2Q実績
ﾗｲﾌｽﾀｲﾙ	99.6%
食料品	104.9%
直営計	**103.3%**
ﾃﾅﾝﾄ	102.9%
単体計	**103.1%**

＞直営計の内訳

客数	100.4%
客単価	103.0%
1品単価	103.9%
買上点数	99.1%

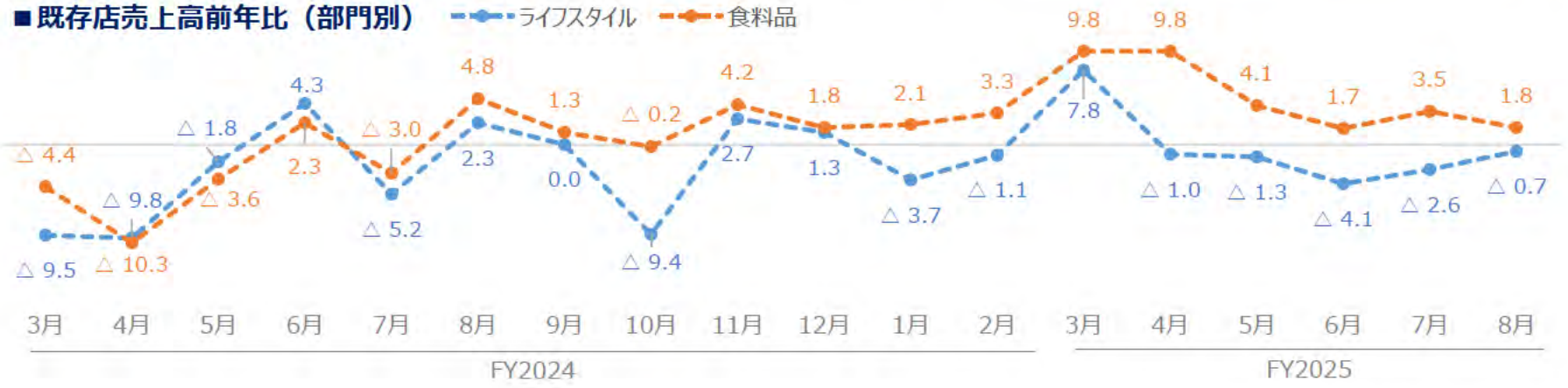
Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

1Qは昨年システム障害の影響から、上期累計では直営の売上・売上総利益ともに回復

- ライフスタイル　節約志向と気温の対応が遅れ衣料品を中心にシーズン品の販売が苦戦、累計では売上が前年を下回った
  売上総利益は1Qの前期差△0.2ptも、2Qは+0.2ptと回復し、上期累計では前年並み
- 食料品　節約志向の高まりに「全力応援値下げ」等の低価格施策を実施し売上は堅調に推移
  付加価値商品の強化や昨年ランサム影響の反動で、売上総利益は上期累計で前期差+0.3ptと回復

（売上単位：百万円）		1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上期（3-8月）	
		実績	前期比/前期差	実績	前期比/前期差	実績	前期比/前期差
売上	ﾗｲﾌｽﾀｲﾙ	20,897	102.0%	20,930	97.4%	41,827	99.6%
	食料品	55,436	107.5%	62,386	103.4%	117,822	105.3%
	合計	**76,333**	**105.9%**	**83,317**	**101.8%**	**159,650**	**103.7%**
売上総利益	ﾗｲﾌｽﾀｲﾙ	36.0%	△0.2pt	35.0%	+0.2pt	35.5%	+0.0pt
	食料品	31.7%	+0.8pt	31.6%	△0.2pt	31.7%	+0.3pt
	合計	**32.9%**	**+0.5pt**	**32.4%**	**△0.2pt**	**32.7%**	**+0.2pt**

■既存店売上高前年比（部門別）



Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

販管費総額が前期比104.5%と増加、営業収益比は37.4%と0.3pt上昇

- 人件費　適正なMHコントロールに努める一方、賃上げ及び新店ランニングコストにより増加
- 水道光熱費　使用量を適切にコントロールし削減に努め、一部補助金による支えもあったが、再エネ賦課金等により増加
- 広告宣伝費　昨年1Qにランサム被害でチラシ・DM等の販促が打てなかったことやインフレ対応の販促強化により増加
- その他　新店・既存店活性化による創業費は増加（約＋1億円、前期 約9億円、当期 約10億円）
  店舗の安全性や快適性を保つため、店舗修繕・メンテナンスへの投資を推進

単位　百万円	単体								
	1Q（3-5月）			2Q（6-8月）			上期（3-8月）		
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	前期比
営業収益	90,442	100.0%	105.4%	97,436	100.0%	101.9%	187,879	100.0%	103.5%
営業総利益	39,229	43.4%	105.8%	41,149	42.2%	101.7%	80,379	42.8%	103.6%
販管費	**34,060**	**37.7%**	**106.0%**	**36,211**	**37.2%**	**103.1%**	**70,271**	**37.4%**	**104.5%**
人件費	**12,684**	14.0%	104.3%	**12,832**	13.2%	100.3%	25,517	13.6%	102.3%
減価償却費	**3,214**	3.6%	96.2%	**3,275**	3.4%	97.8%	6,489	3.5%	97.0%
賃借料	**2,422**	2.7%	100.0%	**2,377**	2.4%	98.2%	4,799	2.6%	99.1%
店舗管理費	**3,272**	3.6%	104.6%	**3,576**	3.7%	116.5%	6,848	3.6%	110.5%
水道光熱費	**3,012**	3.3%	105.4%	**4,037**	4.1%	100.6%	7,050	3.8%	102.6%
広告宣伝費	**2,393**	2.6%	133.7%	**2,235**	2.3%	106.2%	4,628	2.5%	118.8%
その他	**7,060**	7.8%	109.9%	**7,875**	8.1%	106.7%	14,936	7.9%	108.2%

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

新規出店・既存店活性化等により総資産が212億円増加

- 総資産　先行投資を含む店舗新設・活性化等の投資額は115億円。銀行休業日要因等により現預金が69億円増加
  受取手形、売掛金及び契約資産はクレジット取扱高の増加等により68億円増加
- 負債　期末日が銀行休業日であったことから支払手形及び買掛金は329億円増加、有利子負債は175億円減少
- 純資産　4月に自己株式取得を31億円実施、自己資本比率は48.2%と前期末比△1.4pt

単位　百万円	連結 * 2026/2期 2Q末			＞サニー事業に係るのれんの確定に伴う会計処理 2025/2期末		
	実績	構成比	確定後前期末からの増減額	確定前	確定後	差額
総資産	**597,259**	**100.0%**	**+21,295**	569,611	575,963	+6,351
現預金	**22,689**	3.8%	+6,971	15,717	15,717	
受取手形、売掛金及び契約資産	**66,068**	11.1%	+6,809	59,259	59,259	
有形固定資産	**358,286**	60.0%	+5,808	344,469	352,478	+8,008
のれん	**35,202**	5.9%	△1,216	55,722	36,419	△19,303
その他	**115,012**	19.3%	+2,923	94,441	112,088	+17,646
負債	**295,356**	**49.5%**	**+18,996**	270,392	276,359	+5,966
支払手形買掛金	**61,933**	10.4%	+32,909	29,024	29,024	
有利子負債	**122,869**	20.6%	△17,540	139,456	140,410	+953
その他	**110,553**	18.5%	+3,628	101,911	106,925	+5,013
純資産	**301,902**	**50.5%**	**+2,298**	299,218	299,603	+384
自己資本	**288,105**	48.2%	+2,198	285,522	285,907	+384
非支配株主持分	13,796	2.3%	+100	13,696	13,696	

＊ 2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

期末日が銀行休業日であったことから支払手形及び買掛金が増加。4月に自己株を31億円取得

- 営業CF　税金等調整前中間純利益等により、営業CFは 447億円 の収入
- 投資CF　店舗新設・既存店活性化及びDX投資等（107億円の支出）により、投資CFは 99億円の支出
- 財務CF　自己株取得31億円、配当金支払32億円、有利子負債返済214億円等により、財務CFは 278億円の支出

単位　百万円	当期 2Q	前期 2Q *
営業CF	**44,755**	**45,912**
税金等調整前純利益	**12,615**	**13,115**
非資金性損益（減価償却費等）	**10,814**	**9,308**
営業活動に係る債権債務増減	**25,444**	**29,867**
法人税及び利息受払	**△5,033**	**△5,114**
その他	**913**	**△1,264**
投資CF	**△9,915**	**△86,762**
設備投資関連	**△10,764**	**△9,707**
その他	**848**	**△77,055**
財務CF	**△27,868**	**45,172**
有利子負債関連	**△21,443**	**48,425**
その他	**△6,424**	**△3,252**
現預金増減等	**6,971**	**4,322**

※前期：サニー事業取得785億円（全額有利子負債調達）

※当期：自己株取得31億円実施

＊ 2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

2026年２月期　業績計画を下方修正

- 上期未達は単体トップライン未達が主要因。下期もインフレ環境下の節約志向は継続、売上に加え荒利計画も見直し
- 下期よりプライベートブランド（ゆめイチ）の販売開始、低価格ニーズへの対応を強化
- トップライン回復に向けた対応強化とともに、販管費のコントロールを一層強化

単位　百万円	連結				単体			
	2026/2 期				2026/2 期			
	修正公表値（10月14日）		期初公表値（4月14日）		修正公表値（10月14日）		期初公表値（4月14日）	
	計画	前期比 *3	計画	前期比 *3	計画	前期比	計画	前期比
営業収益	**570,300**	**108.8%**	590,100	112.6%	**380,900**	**102.2%**	394,900	105.9%
営業利益	**26,400**	**102.6%**	30,700	119.3%	**20,200**	**95.0%**	23,500	110.5%
経常利益	**26,100**	**100.3%**	30,400	116.9%	**19,800**	**92.4%**	23,100	107.8%
当期純利益*1	**15,200**	**123.5%**	18,300	148.7%	**12,300**	**127.7%**	14,500	150.5%
EBITDA*2	**48,200**	**105.2%**	52,400	114.4%	**－**	**－**	－	－
総額営業収益	852,100	107.1%	874,800	110.0%	776,400	110.9%	798,400	114.0%

*1：連結の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。　*2：EBITDA＝営業利益＋減価償却実施額＋のれん償却費
*3：2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

１株利益	**215.20円**	
１株配当	**90.00円**	
特別損益	**△16億円**	※単体　△14億円
設備投資（工事ベース）	**170億円**	※単体　110億円

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

イズミ単体の前提

2026年2月期（FY25）			
新設店舗	**ア・フルール プティminamoa広島店**（2025年3月、広島市南区） **ゆめモール山陽**（2025年6月、岡山県赤磐市） **レクレ**（2025年7月承継、広島県呉市）※JR呉駅南側の市有地に建つ「レクレ」を承継		
主な増床・活性化	**GMS　5店舗**　※増床なし		
固有要因	創業費の前期差　△6億円 （ 期初計画15億円→当期計画13億円、前期実績19億円 ）		
	通期	上期	下期
売上高	**3,243億円**	**1,596億円**	**1,646億円**
既存店売上高前年比	期初想定　105.5% **修正　102.5%**	期初想定　106.7% **実績　103.1%**	期初想定　104.4% **修正　101.9%**
直営計	期初想定　105.7% **修正　101.7%**	期初想定　107.5% **実績　103.3%**	期初想定　104.0% **修正　100.2%**
売上総利益率 （売上比）	期初想定 32.8% **修正　32.6%** 前期 32.7%	期初想定 32.7% **実績　32.7%** 前期 32.5%	期初想定 32.9% **修正　32.5%** 前期 33.0%
人件費	**517**億円（前期 50,671百万円、前期比 **102.0**%）※期初計画525億円		
減価償却費	**128**億円（前期 13,587百万円、前期比 **94.2**%）※期初計画133億円		
労働生産性 ※一人当たり荒利	**874**万円（前期　863万円、前期比　**101.3**%）※期初計画925万円 ※ イズミ単体の管理会計、2024年度末の直営・既存店ベース		

既存店売上高前年比	**2025年度 9月実績**
ライフスタイル	**94.3%**
食料品	**100.5%**
直営計	**98.8%**
テナント	**97.8%**
イズミ計	**98.4%**

※直営計の内訳

客数	97.5%
客単価	101.4%
1品単価	101.2%
買上点数	100.2%

曜日影響：休日数△1日
（約2.0%の押し下げ）

※既存店売上高前年比は「収益認識に関する会計基準」等を適用前の総額営業収益ベースの数値にて記載しています。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

2025年度下期の事業戦略

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

上期既存店売上前年比 *1

※（　）内はチェーンストア販売統計の数値

		上期計	1Q	2Q	下期計
イズミ単体計	**期初想定**	**106.7%**	**108.6%**	**104.8%**	期初想定 104.4%
	実績	**103.1%**	**104.6%**	**101.7%**	**修正 101.9%**
食品	**期初想定**	107.9%	111.4%	104.8%	期初想定 103.8%
	実績	104.9%（104.6%）	107.8%（105.8%）	102.3%（103.5%）	**修正 101.7%**
ライフスタイル	**期初想定**	106.8%	109.8%	103.9%	期初想定 104.7%
	実績	99.6%（100.5%）	101.8%（101.8%）	97.5%（99.1%）	**修正 96.5%**
テナント	**期初想定**	105.5%	105.9%	105.1%	期初想定 104.9%
	実績	102.9%	103.0%	102.8%	**修正 104.1%**
GMS 計		**102.9%**	**104.3%**	**101.6%**	
イズミSM+グループSM4社 計 *2		**104.6%**	**107.3%**	**102.3%**	
イズミ単体SM		104.7%	107.0%	102.6%	
グループSM4社 計		104.6%	107.5%	102.1%	

*1：既存店売上高前年比は「収益認識に関する会計基準」等を適用前の総額営業収益ベースの数値にて記載しています。
*2：サニー事業、(株)サンライフを除く

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

上期の総括と下期の方向性

▼上期の取組み状況

食品	・「全力応援値下げ」を60品目から100品目に拡大 ・「zehi（ぜひ）」は27品目をリニューアル、6品目を新発売し、全90品目を販売（売上前年比115.0%） ・「これ旨」などの付加価値商品の販売強化
ライフスタイル	・低価格帯、ニチリウ商品の販売強化 ・キッズコーナーでのキャラクター雑貨、話題の商品の拡充 ・「SHUCA（シュカ）」のターゲット顧客の年齢層を見直しおよび、雑貨ラインの発売

▼上期の総括

- 食品については、既存店前年比は上回っているものの、インフレ対応や消費二極化への対応が十分でなかったことから、計画は下回る結果となった。
- ライフスタイルについては、過度なインフレによるお客さまの消費動向の影響を最も受けた。このことに対する対応が十分にできなかったことにより、前年を下回る厳しい結果となった。

▼上期実績を受けた通期業績予想下方修正の主な理由および下期の対応方針

- インフレ環境の長期化に伴い原材料費や電力料金、人件費、物流費など、広範なコスト項目において前年を上回る支出が発生。
- また、インフレや消費二極化への対応を強化したものの、生活防衛意識の高まりによる節約志向が顕著となり、客数及び客単価が伸び悩み、トップラインが計画を大幅に下回ったため。

今後は、さらなるコストマネジメントの徹底と、食品については、イズミグループ初の統一PB商品の拡販、ライフスタイルについては、上期の成功事例であるニチリウの低価格帯対応強化や人気のリカバリーウェアのコーナー化等、消費者ニーズに即した商品戦略の強化を実施。
また、好事例店舗の横展開の徹底を通じて、グループ全店の底上げを図り、下期計画の必達に注力。
加えて、下期は新規SM事業のフォーマット化および実験、GMS事業の価値向上に向けた個店毎の進化プラン、新たなPC・物流戦略、店舗オペレーション効率化に向けたDX/AI戦略、グループ全体のコスト構造改革等、次期中計における中長期的な戦略の構築に取り組み、企業価値の更なる向上を目指す方針。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

「全力応援値下げ」をさらに強化した「強烈特価厳選100」をはじめとした低価格訴求に加え、「zehi」のさらなる進化など、付加価値商品の訴求にも取り組み、消費二極化への対応を推し進める

▼価格二極化への対応（イメージ）

低価格 ⟷ **付加価値**

価格訴求で集客力強化

顧客満足の最大化

低価格訴求の原資

顧客層

・ライトユーザー
・価格重視
・ミレニアル・Z世代

施策

【1回限り】直営売場 1会計で
3,000円(税込)以上お買上で
100円引き
2025年03月26日(水)から
2025年03月31日(月)まで

アプリクーポン

顧客層

・ヘビーユーザー
・品質重視
・シニア層

施策

youme DELI
zehi

簡便・即食

低価格訴求による売上の推移

zehi

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

イズミグループPB*「ゆめイチ」は、SM300店舗体制に向けた成長戦略の一翼を担う重要なエンジンと位置づけ、グループ全体の競争力強化につなげる

*PB：プライベートブランド

PB開発の目的 ゆめイチ

- 地域特性や変化するニーズを反映した、イズミならではの「**地域密着ブランド**」を育成
- 味や価格、仕様等で他社との差別化の徹底
- 新しいお客さま、離反したお客さまの来店促進

「PB事業企画部」を新設し、
商品開発のスピードと質の向上

コンセプト 「イチバンも。イチオシも。」

▼3つの商品ライン

ゆめイチ
プライス

毎日にうれしいお求めやすさ

毎日食べるものをより安くお求めいただけるよう、低価格にこだわったライン

ゆめイチ
レギュラー

品質も価格も納得のイチオシ商品

品質（原料、製法、味わい）と価格のバランスを重視したスタンダードライン

ゆめイチ
プレミアム

バイヤーがこだわりぬいたプレミアム品質

圧倒的な品質（原料、製法、味わい）にこだわり、高付加価値・高品質を追求した最上位ライン

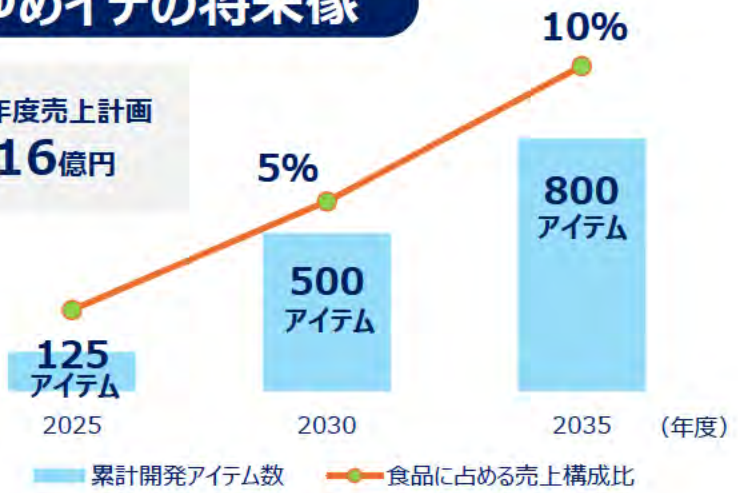
地域の商品や食文化を知る経験豊富なバイヤーだからこそ開発できる、地域密着の商品開発を推進

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

- PB事業は、2030年に食品内構成5%、2035年に10%を目指す
- 「これ旨」「zehi」なども訴求し、低価格訴求の原資を確保

ゆめイチの将来像

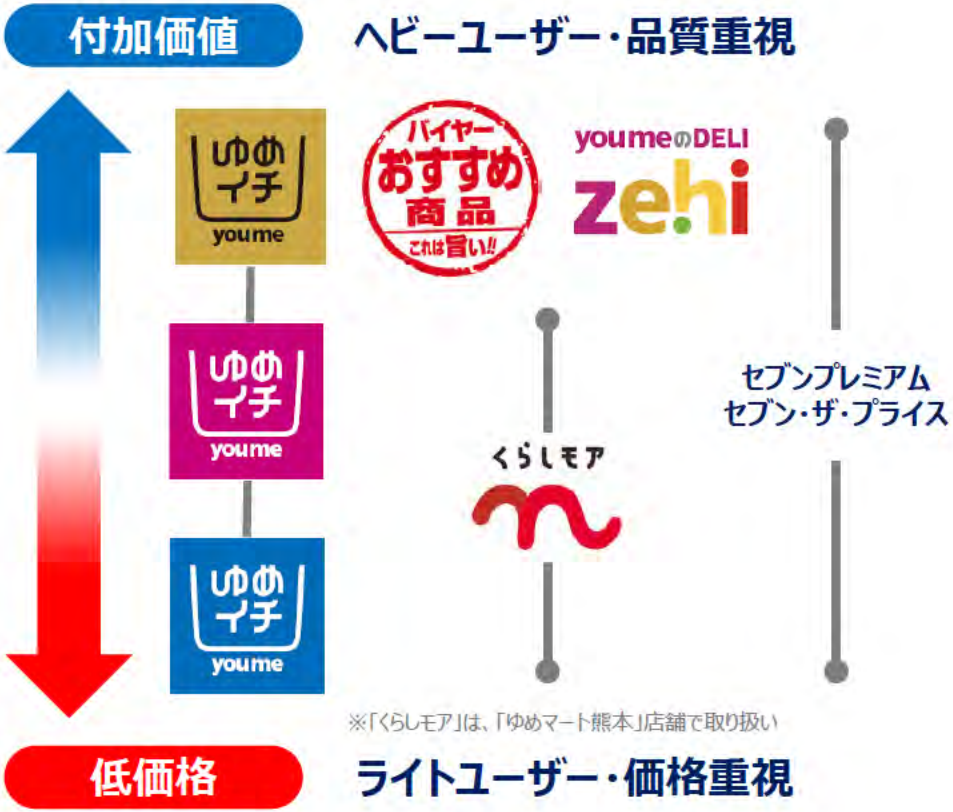
初年度売上計画
16億円



▼発売の状況と予定

	2025年 9月	～11月	～2026年 2月	2025年度計
ゆめイチ youme	0	0	1	1
ゆめイチ youme	2	9	13	24
ゆめイチ youme	48	8	44	100
計	50アイテム	17アイテム	58アイテム	125アイテム

成長を支えるPB



※「くらしモア」は、「ゆめマート熊本」店舗で取り扱い

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

全50品目（2025年9月末時点）をイズミグループ全店で取り扱い開始

▼ミックスベジタブル（冷凍）

- コーンの比率を高め、彩り鮮やかな配合に
- 不安定な野菜相場や、使いきれないなどの消費者ニーズに対し、手に取りやすい価格設定と日常使いやすい内容量で、手軽に彩りを叶える商品

▼油揚げ・すしあげ

中国・四国地方

九州地方

地域の食文化に合わせ、中国・四国地方では長方形の油揚げ、九州地方では正方形のすしあげを発売

▼成分無調整牛乳

左：中国・四国地方
右：九州地方

地元になじみのある原料を使用し、九州地方では熊本県・阿蘇の牛乳を商品化

▼わかめ

- 原料の混合から最終製品まで同一工場で完成し、低コスト製造を可能に
- 今後は惣菜や鮮魚へも原料供給し、さらなるスケールメリットの拡大を図る

▼ミックスナッツ

- 健康志向のお客さまニーズや間食に、毎日食べても最後まで飽きがこない配合と、味わいにこだわった素焼きナッツ
- 産地から直接買い付けすることで、商社を通さず原料調達コストを下げた

▼商品の一例

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

- 人気商品の定番化や商品開発の本格化により、ニチリウとの取り組みを強化
- 自社ブランド「SHUCA」の見直しや、新規MD導入により客数増加を目指す

ニチリウとの取り組み状況

▼成功事例

今夏人気の「コットンUSATシャツ」などの商品を定番化し、ニチリウとの取り組みを定着。

コットンUSATシャツ実績（3-8月）

50,000枚販売

5,700万円（計画比101%）

▼低価格商品、機能性商品のさらなる拡販

2025年度のニチリウ商品の取り扱い高は2024年度の約３倍を見込む。

▼商品開発の本格化、バイヤーの育成

ニチリウとの共同商品開発を本格スタート。商品力強化とともに、バイヤーの育成機会ととらえ、自社の商品開発へもノウハウを活かす。

客数増に向けた取組み状況

▼新規MDの導入、EC人気ブランドの仕掛け

健康意識やトレンド感度の高いお客さまから人気のリカバリーウェアなどのコーナー化や、ECで人気の下着など、新規MDの取組みを推進

リカバリーウェア実績（3-8月）

2.1億円（計画比424%）

▼ゆめクラフトの育成

ゲームやおもちゃの販売をする「ゆめクラフト」に加え、無料の遊び場などキッズ売場の再構築を進める。

ゆめクラフト導入店舗
ゆめキッズ実績（3-8月）

3.5億円（前年比115%）

▼SHUCAの見直し

SHUCAのターゲット顧客の年齢層を見直し、これまで婦人服売場に品揃えが少なかった50・60代のお客さまにターゲットを変更

人気キャラクターとのコラボ商品の販売にも今後積極的に取り組む。

SHUCA実績（3-8月）

2.1億円（前年比102%）

客数前年比　106%

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

- **第二次中計期間で74店舗の計画に対し、55店舗の大型活性化を実施予定**
- **コスト上昇に加え、ランサムウェア被害により計画遂行が遅れたことが影響**

▼2025年度上期　大型活性化店舗実績

大型活性化：イズミ（投資額1億円以上）＋グループSM

大型活性化　6店舗

売上伸び率

活性化翌月～25年8月までの各店実績の合計

店計：4.2%

直営：3.6%

地域での存在感を維持するためには活性化投資は必須

■大型活性化店舗数
（ ）内＝中計差

※2025年度の計画は、2025年2月期時点の計画から1店舗減少（延期のため）しております。

▼2025年度上期　活性化事例

ゆめタウン大竹　2025年3月　投資額：3.9億円

- 無印良品の導入（広域商圏からの来店促進）
- 食品強化（足元商圏のシェア拡大、新MDの導入）
- キッズ売場の集約（利便性向上、若年層の来店促進）

ゆめタウン中津　2025年6月　投資額：7.5億円

- 新規テナントの導入（利便性向上）
- 食品売場の刷新（売場の若返り、新規MDの導入）
- 無料の遊び場、授乳室、後方環境の整備（顧客満足度および従業員エンゲージメントの向上）

■売上・客数実績（2025年8月）

	店計売上	直営 売上	直営 客数
ゆめタウン大竹	107.0%	103.2%	100.7%
ゆめタウン中津	113.1%	110.2%	113.0%
GMS既存店	103.0%	101.4%	99.2%

※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を使用する前の数値

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

S&B*や既存店活性化により店舗の若返りや、変化するニーズに対して新たな付加価値を創造

*S&B：スクラップアンドビルド

2025年度上期　出店実績

ア・フルールプティminamoa広島店 新規出店

アバンセminamoa広島店 新規出店

ゆめモール山陽店 S&B

25年度上期 | 25年度下期 | 26年度

2025年度下期　計画

ゆめマート曽根店 S&B

ゆめタウン福山店 活性化 9月

広島県 延べ面積 約32,200㎡

- 地元テナント導入
- ヘルス＆ビューティゾーンの構築
- 食品活性化

ゆめタウン呉店 レクレ館 新規出店

広島県 延べ面積 約10,000㎡

7月 承継
10月 オープン
テナント刷新など

2026年度出店計画

ゆめモール那珂川店 新規出店

ユアーズ広瀬北店 新規出店

2026年6月
オープン予定
YOURS
新規SM事業の実験店舗

広島県 営業面積 未定

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

- 暫定的な会計処理であったサニー事業ののれん金額が確定
- サニー事業のイズミ単独運営が本格的にスタート。今期は安定稼働と高収益モデル復活に向けた基盤整備を着実に実施していく方針

のれんの金額確定

▼PPA確定後ののれん及び商標権の確定額と年間償却額

修正前のれん金額	のれん金額	償却年数	年間償却額
563億円	364億円	20年	18.2億円
	189億円	30年	6.4億円

※PPA確定に伴う配分額見直しには、上記以外に借地権等があります。PPA確定につきましては『2026年2月期　第2四半期（中間期）決算短信』16ページをご確認ください。

サニー事業の見通し

▼のれん・商標権償却考慮後営業利益の黒字化は26年度見込み
▼イズミ単独運営が本格的にスタート。サニーの強み、課題を把握分析したうえで、来年４月の新中計公表時にはサニー事業の将来計画を改めて公表予定

	25年度 上期計画	25年度 上期実績	25年度 期初計画	25年度 修正計画	将来＊2（25年4月公表値）
営業収益	416億円	397億円	841億円	811億円	900億円
営業利益 のれん・商標権償却考慮前	11.8億円	8.0億円	27.5億円	23.6億円	55億円
営業利益 のれん・商標権償却考慮後	△1.2億円	△4.2億円	2.5億円	△0.9億円	30億円
EBITDA＊1	21.7億円	15.1億円	47.4億円	39.8億円	65億円

＊1　EBITDA＝営業利益＋減価償却費（商標権償却含む）＋のれん償却額　　＊2　次期中計期間中に実現予定

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

- 全店でシステム移行が完了し、商品の切り替えや「くらしモア」の本格導入を推進
- ゆめカード等の会員増加施策にも取り組み、「新生サニー」を徹底的にアピール
- 業績も回復傾向で、下期は期初から計画通りで推移

認知度向上施策

▼広告ジャックなど、全方位にサニーブランディングを訴求

■JR博多駅博多口サイネージ

- 8-9月
- 音声あり
- 90インチ

■地下鉄広告

- 7月
- 中吊り
- ドア横

■TVCM

- 9月～

■みずほPayPayドーム福岡

- 6月9日-15日
- ゲートサイネージ
- 柱ジャック広告

会員増加施策

▼アプリクーポンや、値引き積み立て額5倍などの企画を実施し、「ゆめアプリ」からモバイル会員を獲得

■ゆめカード会員
(2025年4-8月、モバイル会員含む累計)

約35,000名

■ゆめカード利用率
(2025年8月末)

13.5%

■ゆめアプリ会員数
(2025年4-8月累計)

約57,000名

販売強化

▼順次、「くらしモア」への切り替えを実施

サニー全店における、くらしモアの食品内構成比

2025年度第2四半期	25年度計画
5.0%	8.0%

下期中に800品目を導入完了予定

▼惣菜の強化

二段弁当を開発

- 都市型の顧客ニーズに対応し、サニー専用MDを開発
- 「zehi」の商品を中心に、売場商品の約3割を新商品として入替え

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

SNSを活用した販促の一層強化によるロイヤル顧客育成および、アプリを用いた決済サービスの拡充による商圏の拡大を進め、さらなるLTV向上を図る

▼CRM戦略における主要KPIの実績

①ゆめアプリ会員数

2024年度実績	→	2025年度上期	25年度計画
180万名（231万名*1）		194万名	199万名

②アプリ会員直営売上構成比

2024年度実績	→	2025年度上期	25年度計画
45%*2		43.1%	44.3%

*1 旧ゆめモバ会員を含む累計会員数の2024年度実績は231万名
*2 旧ゆめモバ会員を含む構成比

▼コード決済「ゆめかPay」（2025年8月開始）

- ゆめアプリで使えるコード支払い「ゆめかPay（ゆめかペイ）」
- 加盟店の拡大を通じて、お客様の利便性向上を実現。

▼アプリ会員拡大の狙い

- **客単価の増加**
  アプリ会員は、非アプリ会員と比較し、月間での客単価が32.9%高い
- **販促の効率化**
  お客さまに合わせた「個」への販促を実現し、効率的な販促が可能
- **若いお客さまの取り込み**
  当社の課題である30～40歳代のお客さまの取り込みに有効

▼各種SNSを活用したアプローチ施策

TikTok	LINEチラシ	X	Instagram	LINE	ゆめアプリ
簡単レシピ動画など認知拡大動画	店舗チラシの発信	イベントキャンペーン情報	店舗の旬な情報本格レシピの発信	店舗ライトユーザーの獲得、情報発信	ゆめタウン・ゆめマートのロイヤル顧客育成

- お客さまの認知度合いに合わせてSNS販促を使い分けることで、より効果的に来店促進を図る。
- 10～20代の潜在顧客に対してもTikTokやXを通じたキャンペーン告知などをし、ゆめアプリを利用した応募等につなげる。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

- **株主還元　：2025年度 年間配当予想 90円/株**
- **安全性　　：昨年の大型M&A実施後も、財務規律は当社基準を概ね満たす水準**

株主還元方針

- 配当性向：30%以上（累進配当）
- 自己株式取得：最適資本構成の実現および弾力的な資本政策の遂行を目的として実施
  →2025年4月　959,400株を取得

財務規律方針

2024年6月、「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」を公表

- ネットD/Eレシオ：0.5～1.0倍を目処
- 自己資本比率：50%（当面）

年間配当金と配当性向の推移

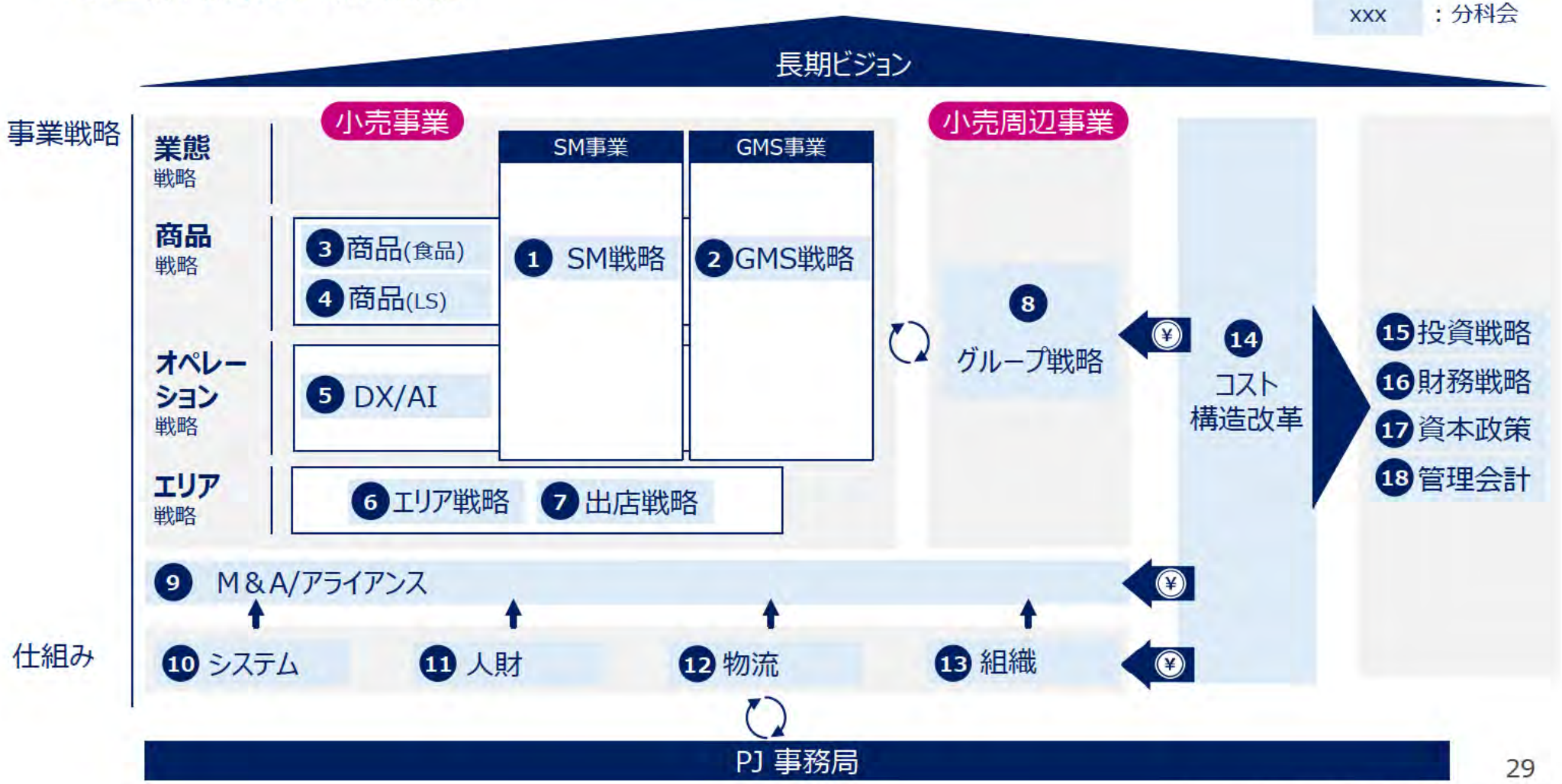
	2025年８月末
ネットD/Eレシオ	**0.4倍**
自己資本比率	**48.2%**

＊2026年２月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期中間期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

第三次中期経営計画策定に向けて18の分科会を立ち上げ、課題の洗い出し及び目指すべき具体的施策、投資額、投資効果等を検討協議。全社的取り組みとして進行中

▼第三次中計策定に向けた体制図



Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

▼主な分科会の目的

分科会	目的
SM戦略	新規SM事業の創造に向け、新SMフォーマットの策定・実験・具現化に向けた計画策定
GMS戦略	地域のニーズに沿った個店毎の活性化策（S＆B含む）の策定
商品戦略	お客さまニーズに沿った価格・品ぞろえ改革
DX/AI戦略	DX/AIを活用した売上・利益の向上と業務の効率化
オペレーション戦略	DX/AI戦略に連動した店舗効率化に向けた店舗業務の見直し
エリア戦略	重点エリアの見直しと、それに基づく出店戦略の策定
M＆A	M＆A含めたアライアンス戦略
物流	最適なチェーンストアオペレーションマネジメント実現に向けたPC・物流戦略
グループ戦略	GMS、SMに次ぐ第3の柱となる事業戦略及びグループ全体最適を考えた小売周辺事業戦略
コスト削減	グループ全体のコスト構造の抜本的な見直し
財務・資本戦略	ROE、PBRの向上等、B/Sの最適資本構成を実現するための資本政策の策定

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

経営理念

社員が誇りと喜びを感じ、
地域とお客さまの生活に貢献し続ける

本資料には、当社及び関係会社の将来についての計画や戦略、業績に関する予測及び見通しの記述が含まれています。また、経済動向や個人消費、市場概要、税制や諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでいます。実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性があることをお含みおきください。

統合報告書
2025

社会・環境報告書
2025

サステナビリティサイト

＜ 本資料に関するお問合せ先 ＞
株式会社イズミ　経営企画部　経営企画課
電話　082-264-5994　/　FAX　082-261-5895

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

補足資料

Ⅲ　補足資料	スライド番号
グループ店舗網　ドミナント戦略	33
既存店の競争力（既存店売上高前年比）	34
サステナビリティ	35

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

中四国・九州を中心に店舗展開 267店舗

（2025年8月31日時点）

主な会社名ほか	本社所在地	主な業態	地域ごとの店舗数（店）				
			九州	中国	四国	その他	**合計**
イズミ	広島市	SC（ゆめタウン・LECT）※1	20	35	4	2	**61**
		NSC（ゆめモール）	3	4	-	-	**7**
		SM（ゆめマート）	14	19	-	-	**33**
		その他	2	4	-	1	**7**
		小計	**39**	**62**	**4**	**3**	**108**
ユアーズ	広島市	SM（ユアーズ等）	-	26	-	-	**26**
ゆめマート熊本	熊本市	SM（ゆめマート）※2	23	-	-	-	**23**
		SM等（サニー事業）	70	-	-	-	**70**
ゆめマート北九州	北九州市	SM（ゆめマート）	23	7	-	-	**30**
その他	-	SM	4	-	6	-	**10**
合計			**159**	**95**	**10**	**3**	**267**
		＊上記のうち、「ゆめマート」（ストアブランド）	63	31	-	-	94

※1　中国地方にLECT１店舗含む　　※2　(株)ゆめマート熊本の「ゆめモール合志」内への出店を含む

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

既存店売上高前年比　2015年度～　(%)

※2023年度から売上高前年比には、エクセル部の実績を含んだ数値を記載しております。

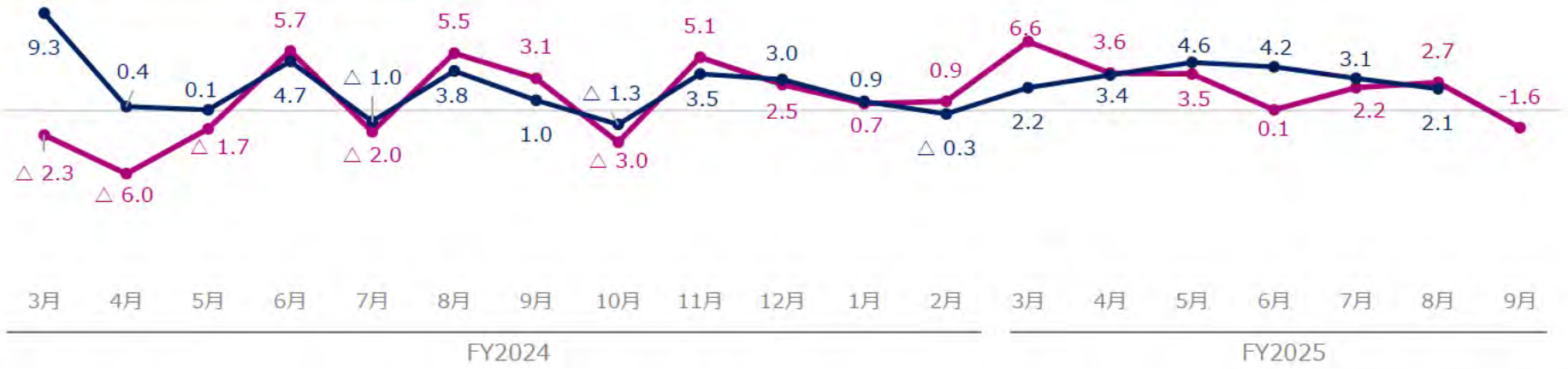
	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24	'25
イズミ	101.4	101.5	99.2	99.4	99.1	89.7	101.1	103.5	103.0	100.7	102.5
全国	101.3	98.8	99.6	99.2	98.8	100.7	103.1	101.0	103.0	102.1	
かい離	+0.1	+2.7	-0.4	+0.2	+0.3	-11.0	-2.0	+2.5	±0	-1.4	

[2025年度　月別 (%)]

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
イズミ	106.6	103.6	103.5	100.1	102.2	102.7	98.4						102.5
全国	102.2	103.4	104.6	104.2	103.1	102.1							
かい離	+4.4	+0.2	-1.1	-3.1	-0.9	+0.6							

※　出典　全国は、日本チェーンストア協会　累計は当社が算出

既存店売上高前年比 推移



Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

太陽光発電で「創エネ」を実践

太陽光発電設備を積極的に設置

2015年から太陽光発電パネルの設置を進めており、2022年以降はすべての新店に太陽光発電パネルを導入しています。2024年9月開業の「ゆめマート五日市」では、太陽光発電と電力販売契約により、100%再生可能エネルギーを実現しました。

太陽光パネル設置店舗数
29 店舗
（2025年2月現在）

資源の有効活用　リサイクル・リユース推進

お客さまと一緒に資源循環、店頭でのリサイクル活動を促進

20年以上にわたって店頭に回収ボックスを設置しています。お客さまの認知度は徐々に高まり、回収量は年々増加中です。2022年からは使用済みペットボトルを新しいペットボトルに再生する「ボトルtoボトル」の水平リサイクル専用回収機も設置。ゆめアプリ会員さまには、1本につき0.2円の値引積立額を差し上げています。

▶店頭の回収ボックス

食品ロス削減に向けて

フードドライブで食支援に貢献、食資源の有効活用へ

2021年から開始したフードドライブを2025年3月からは全店で実施しています。お客さまに寄付していただいた未利用食品を必要とされる方々へとお届けする取り組みです。

（2024年度）

寄付点数	51,020点
寄付重量	25,421kg
寄付団体数	31団体

グループ会社のサステナビリティ活動

ゆめマート熊本・ゆめマート北九州｜もぐもぐチャレンジ展開

イズミのゆめタウン・ゆめマート全店で展開している「もぐもぐチャレンジ」。グループ各店舗へ展開を拡大しています。「もぐもぐチャレンジ」は、賞味・消費期限が近い商品に付いたシールを集めて参加する活動です。シール1枚につき1円が、こども食堂への寄付にされ、社会貢献にもつながるプログラムです。

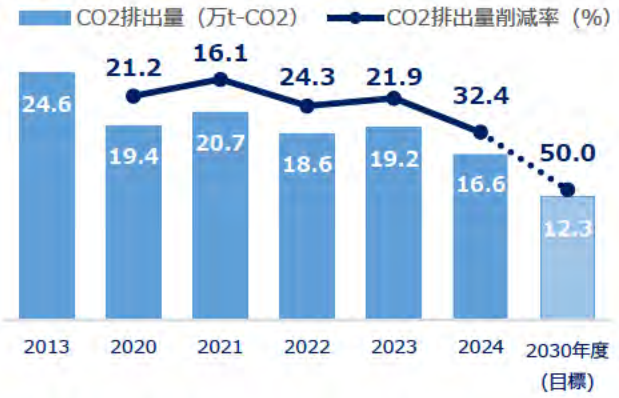
▶ゆめマート熊本：店内に掲示している「もぐにぃシール」

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

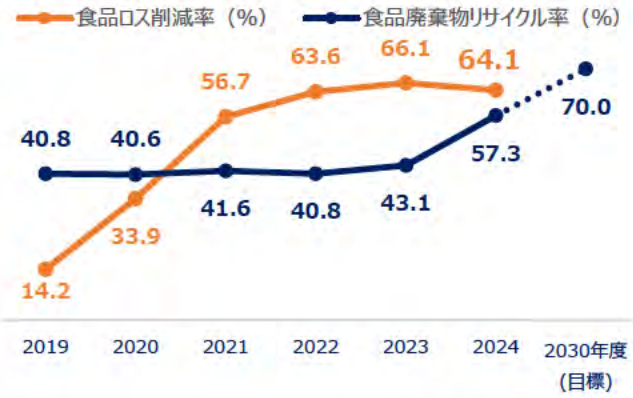
2030年度の環境KPI達成に向け、着実に取り組みを進める

■環境KPIの進捗

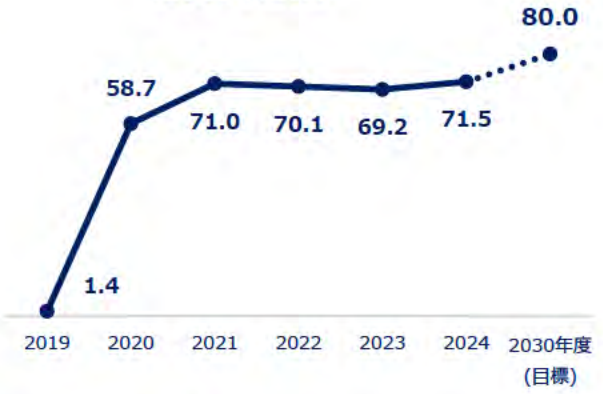
①CO_2排出量　②CO_2排出量削減率
（①②ともに13年度比、Scope1・2）



①食品廃棄物リサイクル率
②食品ロス削減率（2018年度比）



プラスチック製レジ袋削減率
（2018年度比）



■CO_2排出量削減に向けたロードマップ

■サステナビリティ委員会　活動状況

CO2削減・省エネ分科会
- 太陽光発電設備、再生可能エネルギー利用等の協議
- グループ全体でのCO2排出量算定と削減施策の検討

人権・DE&I分科会
- 人権デューデリジェンスの仕組み構築と運用
- 有価証券報告書等による法定開示の拡充

グループ会社分科会
- サステナビリティに関するグループ会社間の情報共有
- 各グループ会社のCO2排出量算定へ向けた協議

調達分科会
- お取引先さまへのイズミ調達方針の説明を実施
- 持続可能な調達目標に対する施策立案、進捗確認

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

身近な地域に元気と「にぎわい」を

伝統の盆おどりを地域の皆さまと共に継承

2025年8月、ゆめテラス祇園で「盆おどりフェスタ」を開催。1973年開店の「いづみショッピングセンター」時代から地域の皆さまとともに開催してきた盆おどり大会は当社の伝統行事です。今年はベトナム・ミャンマーの技能実習生との文化交流としてステージイベントも開催。今後も継続し、地域のコミュニティづくりに貢献します。

▶ゆめテラス祇園 盆おどりフェスタの様子

地域と力を合わせて一層の発展を

筑後市で循環バス運行に協力

2024年から実証運行していた福岡県筑後市で循環バスが、2025年10月から本格運行を開始します。「ゆめマート筑後」などのスーパーや病院、市役所を巡り、日常のお買い物や通院に役立てられています。「ゆめマート筑後」では利用促進キャンペーンを実施。特典として商品券をプレゼントする企画で、地域の皆さまに乗車を呼びかけました。

▶ゆめマート筑後での出発式

安全安心な商品を通じた社会貢献

食品従事者向けに食品安全の認定試験を実施

食品従事者を対象に「食品安全研修」を継続的に実施中。2024年度は動画を用いた研修を開始し、まずは管理職を対象に「食品安全ライセンス検定」を行い、432人が合格しました。鮮度や温度管理、表示管理などの知識を習得して、食の安全を確実に守る体制を整えていきます。

▲青果の鮮度や表示をチェック

広げよう！健康維持・増進の輪

指定暑熱対策施設（クーリングシェルター）に指定登録

ゆめタウン・ゆめマートにおいて、熱中症による市民等の健康被害の発生を防止することを目的に、行政とクーリングシェルター指定に係る協定書を締結。指定対象店舗を営業時間に準じて、指定暑熱避難施設（クーリングシェルター）として開放しています。

▶店舗の休憩可能なソファ席（ゆめタウン呉）

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

多くの学びの場で個々の成長を支える

「イズミ大学」卒業生カレッジを開講

次世代の経営幹部を育成するために、イズミ大学を開設しています。2年間で、役員に求められるスキルを習得するとともに、経営判断に必要な広い視野を身につけるプログラムです。また、イズミ大学修了者を対象に、卒業生カレッジを新設し、さらなるレベルアップを図ります。

▶第3期開校式

自分らしくイキイキと活躍できる職場を

多様性を学ぶLGBTQ+研修を開催

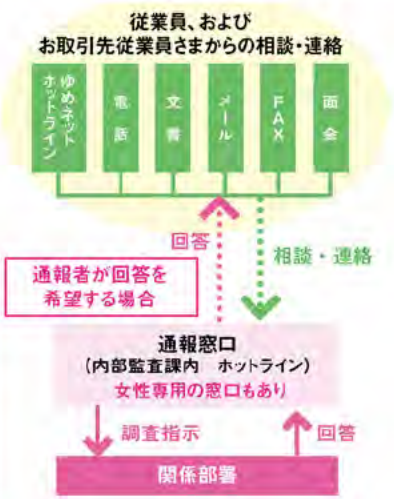
2024年2月、LGBTQ+（性的少数者）について理解を深める研修を開催しました。受講者は店舗・本社の管理職で、お客さまが安心してお買い物できる場や、職場で当事者が自分らしく安心して働ける職場づくりを学びました。

▶管理職に向けた講義

コンプライアンス・リスク管理体制

相談窓口「イズミホットライン」

風通しのよい組織を目指し、「イズミホットライン」を設置。従業員やお取引先従業員さまの相談を受け付け、適切な対応を進めています。



内部通報

2024年実績	2030年目標
130件	200件

株主の皆さまとの対話を推進

IRコミュニケーションを推進

経営企画部が中心となり、定期的に経営戦略や業績に関して株主・投資家のみなさまとの対話を実施。年4回アナリスト・機関投資家向けの決算説明会を実施している他、個人投資家向け会社説明会を開催するとともに証券会社が企画する個人投資家セミナーへ参加しています。

■ホームページへの掲載情報

月次売上、決算資料、業績推移、株主情報、株主総会、IRカレンダー、IR Information(English)、ニュースリリース、統合報告書

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

環境・社会・経済に配慮した「持続可能な商品」の取り扱い

環境にやさしい魚を販売

「マリン・エコラベル・ジャパン」（略称MEL）は、日本初の水産エコラベル認証制度です。環境にやさしい漁業・養殖を行う事業者とその商品に、認証が付与されます。小売事業者として、MEL認証商品を積極的に販売。店頭に販促物を掲示し、おいしく食べて持続可能な社会づくりに貢献できる商品としてお客さまにアピールしていきます。

▲MEL認証商品の店頭販促物

高校生・大学生が育てた畜産物を販売

地産地消の取り組みの一環として、各地の高校生・大学生が丹精込めて育てた牛肉や豚肉、果物をイズミグループの店舗で販売しました。生徒・学生のみなさんによる試食販売も行われ、売場は連日大盛況。パネル展示では、肥育・栽培に全力で取り組む様子を紹介。日頃の活動を知っていただき、地域の方に地元で生産された畜産物をもっと食べていただきたいという思いから、各地域で実施していきます。

▲香川県立笠田高等学校の生徒が育てた豚肉を販売

「怪獣レモン」がチューハイに

ゴツゴツした規格外の瀬戸内レモンを、怪獣に見立ててブランド化した「怪獣レモン」。その爽やかな風味を生かし、当社オリジナルのチューハイを独自開発しました。インパクトのあるパッケージで売り出し、食品ロスの削減や地域産業活性化に貢献しています。

（左）怪獣レモンチューハイ
（右）怪獣はっさくチューハイ

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

実効性のある体制を構築し、適正で健全な経営を進めていきます

- お客さま満足の実現を通じて企業価値の最大化を図ることで、ステークホルダーの期待に応える
- 高い倫理観をもって社会的責任を果たしつつ、地域社会へ貢献
- 経営組織や諸制度を整備し、透明性、公正性を高めることを重要な課題の1つと位置づけ
- 取締役会の監督機能の強化、財務の信頼性の確保、業務の有効性と効率化の向上に取り組む
- 「経営会議」、「指名・報酬委員会」を組成、権限移譲の実効性をさらに向上させる

経営体制の刷新に合わせ、取締役の任期を2年から1年に変更し、より緊張感とスピード感を持ったガバナンス体制とした

Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.