

2026年2月期（FY25）第3四半期 決算説明会

株式会社イズミ
[証券コード 8273]

I 2026/2期（FY25）第3四半期 決算概要	スライド番号
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
II 補足資料	14

- ・ 昨年ランサム被害の影響からの回復と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
- ・ 単体減益を子会社等でカバーし営業・経常増益。純利益は前期に投資有価証券売却益23億円等あり減益
- ・ 計画に対する進捗は、節約志向の高まりから低価格施策の積極推進も天候要因等も重なりやや売上が未達
- ・ 一方で荒利率と経費コントロールが奏功し、各段階利益においては計画上振れで進捗

単位 百万円	連結 *3			
	当期 3Q		前期 3Q	
	実績	前期比	実績	前期比
営業収益	416,987	111.7%	373,266	108.2%
営業利益	17,601	102.4%	17,185	78.7%
経常利益	17,597	101.4%	17,348	77.7%
四半期純利益 *1	11,102	91.9%	12,080	83.2%
総資産	598,218		575,963	(期末実績)
純資産	302,075		299,603	(期末実績)
(参考) 総額営業収益 *2	621,945	108.7%	572,023	107.7%
1 株利益	156.79円		168.86円	
1 株純資産	4,079.86円		3,995.69円	(期末実績)
自己資本比率	48.2%		49.6%	(期末実績)

*1：四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益です。
*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月期第3四半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。

前期ランサム被害の反動とM&A等により大幅増収。3Q修正後利益計画に対しては上振れて進捗

- 営業収益 前期ランサム被害の反動・M&A（サニー事業・サンライフ）に加え、節約志向への対応により増収
- 営業利益 営業総利益率は39.1%と前期差△0.8pt、販管費率は34.9%と△0.3pt、営業利益率4.2%と△0.4pt
- 経常利益 経常利益率は、支払利息の増加等により4.2%と前期差△0.4pt
- 四半期純利益 前期計上の投資有価証券売却益23億円等が剥落し、四半期純利益率は2.7%と前期差△0.5pt

単位 百万円	連 結 *1						
	上期（3-8月）		3Q（9-11月）		累計（3-11月）		
	実績	前期比	実績	前期比	実績	営業収益比	前期比
営業収益	281,037	117.8%	135,949	101.0%	416,987	100.0%	111.7%
売上高	251,932	119.7%	121,665	100.9%	373,597	89.6%	112.8%
売上総利益	80,754	118.7%	38,930	100.8%	119,684	28.7%	112.2%
営業収入	29,105	103.5%	14,284	102.3%	43,389	10.4%	103.1%
営業総利益	109,859	114.2%	53,214	101.2%	163,073	39.1%	109.6%
販管費	97,173	115.6%	48,298	101.7%	145,472	34.9%	110.6%
営業利益	12,685	105.1%	4,915	96.2%	17,601	4.2%	102.4%
営業外損益	△71	—	67	—	△3	△0.0%	—
経常利益	12,614	101.8%	4,983	100.6%	17,597	4.2%	101.4%
特別損益	1	0.3%	△41	—	△39	△0.0%	—
四半期純利益 *2	8,084	98.5%	3,017	78.0%	11,102	2.7%	91.9%

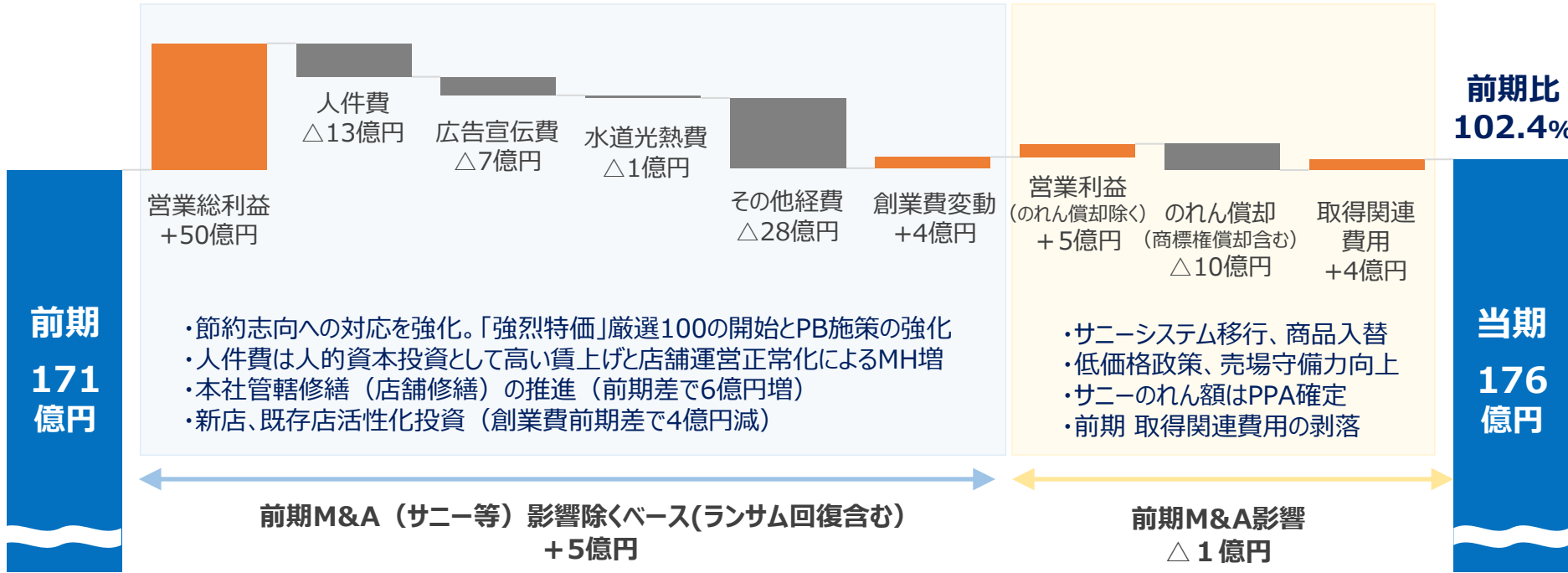
*1：2026年2月中間期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定をおこなっており、2025年2月期第3四半期及び通期の関連する数値について、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させています。

*2：四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益です。

営業利益は176億円、前期比+2.4%と増益。EBITDA+ 20億円（前期比+ 6.5%）

- ランサム被害からの回復、強まる節約志向に対応した営業施策を推進。営業総利益が大幅増、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△4億円、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
- サニー事業は上期システム切替やPB商品「くらしモア」の導入等を推進。下期単独運営後、売場守備力向上と基盤づくりに注力

営業利益の変動*1



EBITDAの変動



*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月期第3四半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。

小売事業の販売回復が進むとともに、小売周辺事業が好転し増収増益

- YM熊本（サニー事業除く）は回復基調、YM北九州は9月に曽根店オープン、創業費として1.4億円計上あり
- サニー事業は上期にシステム移行とともにPB「くらしモア」を導入完了、3Qの販売は堅調に推移も、荒利・コストに課題
- ユアーズは「ゆめイチ」販売が好調、新店創業費（0.7億円）除く営業利益は黒字転換
- イズミテクノが増収増益と好調。ゆめカードとイズミフードは営業好調の一方、販促強化や賃上げによる人件費の増加等により減益

単位 百万円	連結 営業収益 *					連結 営業利益 *				
	当期 3Q			前期 3Q		当期 3Q			前期 3Q	
	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	403,156	96.7%	111.9%	360,150	96.5%	12,911	73.4%	99.4%	12,985	75.6%
小売周辺事業	39,882	9.6%	114.8%	34,732	9.3%	4,305	24.5%	109.8%	3,920	22.8%
その他・調整額	△26,052	△6.2%	—	△21,616	△5.8%	384	2.2%	—	279	1.6%
連結合計	416,987	100.0%	111.7%	373,266	100.0%	17,601	100.0%	102.4%	17,185	100.0%
小売事業										
(株)イズミ	277,461	66.5%	102.8%	270,001	72.3%	13,977	79.4%	98.1%	14,247	82.9%
(株)ゆめマート熊本	80,423	19.3%	168.6%	47,691	12.8%	△164	△0.9%	—	79	△0.5%
(うち、サニー事業)	(59,769)	(14.3%)	(210.9%)	(28,344)	(7.6%)	(△725)	(△4.1%)	—	(△82)	(△0.5%)
(株)ゆめマート北九州	18,751	4.5%	103.5%	18,108	4.9%	131	0.7%	485.9%	26	0.2%
(株)ユアーズ	17,797	4.3%	107.8%	16,514	4.4%	△63	△0.4%	—	△66	△0.4%
小売周辺事業										
(株)ゆめカード	6,362	1.5%	103.9%	6,121	1.6%	954	5.4%	92.6%	1,031	6.0%
(株)イズミテクノ	16,389	3.9%	116.3%	14,088	3.8%	1,969	11.2%	118.7%	1,659	9.7%
イズミ・フード・サービス(株)	6,007	1.4%	105.7%	5,684	1.5%	308	1.8%	70.8%	436	2.5%

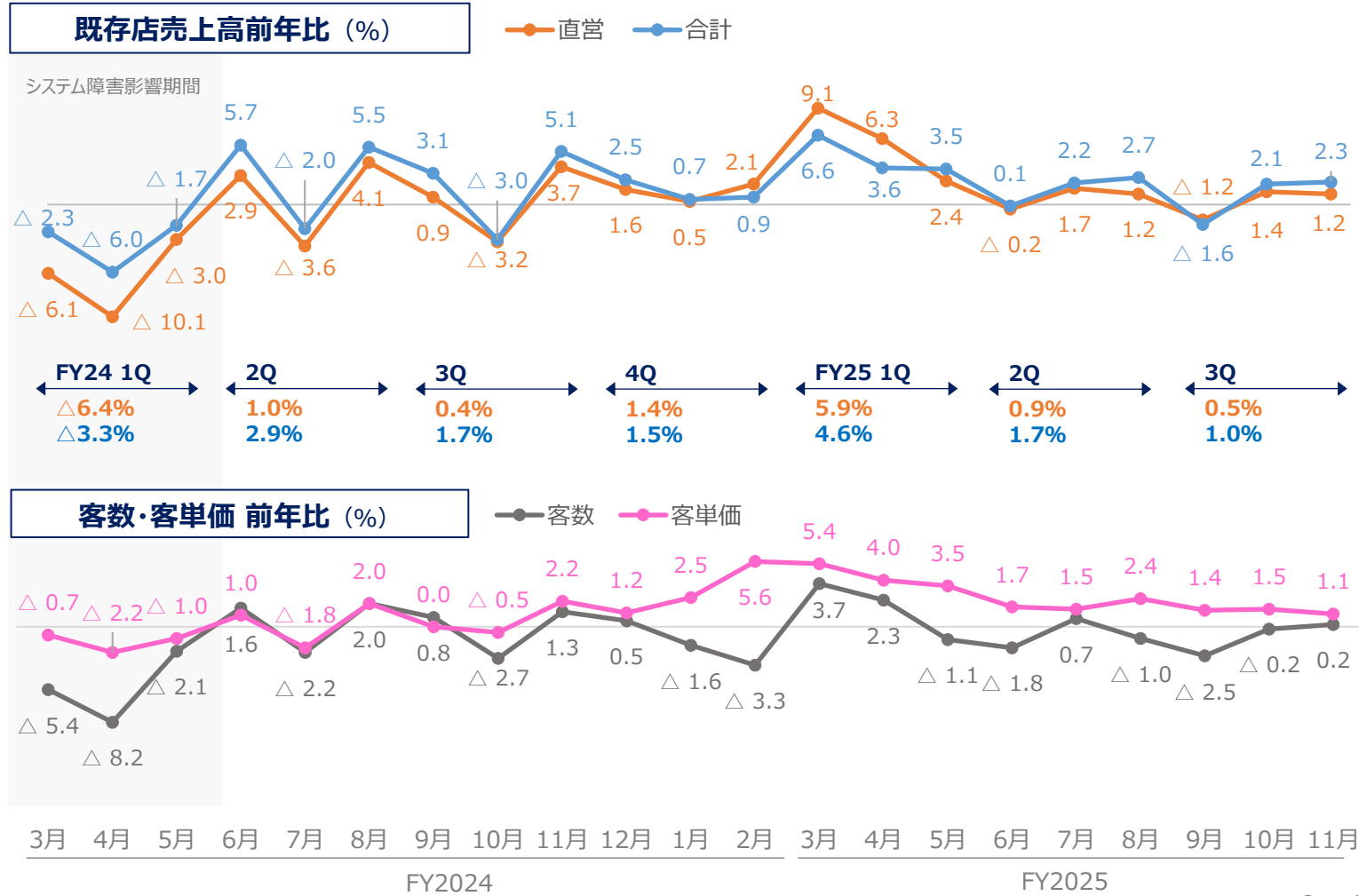
3Q経費を計画内でコントロールし、修正後利益計画に対しては上振れて進捗

- 営業収益 2.8%の増収、営業総利益の営業収益比は前期横ばい
- 営業利益 販管費は3.2%増、営業収益比は37.8%と+0.1pt、営業利益率は5.0%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5.0%と前期差△0.3pt
- 四半期純利益 四半期純利益率は3.4%と前期差△0.3pt

単位 百万円	単 体						
	上期（3-8月）		3Q（9-11月）		累計（3-11月）		
	実績	前期比	実績	前期比	実績	営業収益比	前期比
営業収益	187,879	103.5%	89,581	101.2%	277,461	100.0%	102.8%
売上高	159,650	103.7%	75,787	101.0%	235,438	84.9%	102.9%
売上総利益	52,150	104.3%	24,774	99.7%	76,924	27.7%	102.8%
営業収入	28,228	102.5%	13,793	101.9%	42,022	15.1%	102.3%
営業総利益	80,379	103.6%	38,568	100.5%	118,947	42.9%	102.6%
販管費	70,271	104.5%	34,699	100.8%	104,970	37.8%	103.2%
営業利益	10,107	98.1%	3,869	98.2%	13,977	5.0%	98.1%
営業外損益	△102	—	△130	—	△232	△0.1%	—
経常利益	10,005	94.1%	3,738	100.9%	13,744	5.0%	95.9%
特別損益	△103	—	△42	—	△146	△0.1%	—
四半期純利益	6,978	96.2%	2,507	93.4%	9,485	3.4%	95.4%

3Qにおいて直営売上が計画線で推移の一方、テナントはアパレルを中心に苦戦

- 既存店売上 1Qは前期ランサム被害の裏年で回復するも、節約志向が高まり5～6月にかけて苦戦
低価格施策の見直し等により7～8月は徐々に回復したが、長引く残暑により衣料品中心に苦戦
- 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
9月は特にライフスタイルを中心に客数が落ち込み、10月以降は前年並みで推移



■ 既存店売上高前年比

	2026/2期 3Q累計
ライフスタイル	99.1%
食料品	103.8%
直営計	102.4%
テナント	102.5%
単体計	102.4%

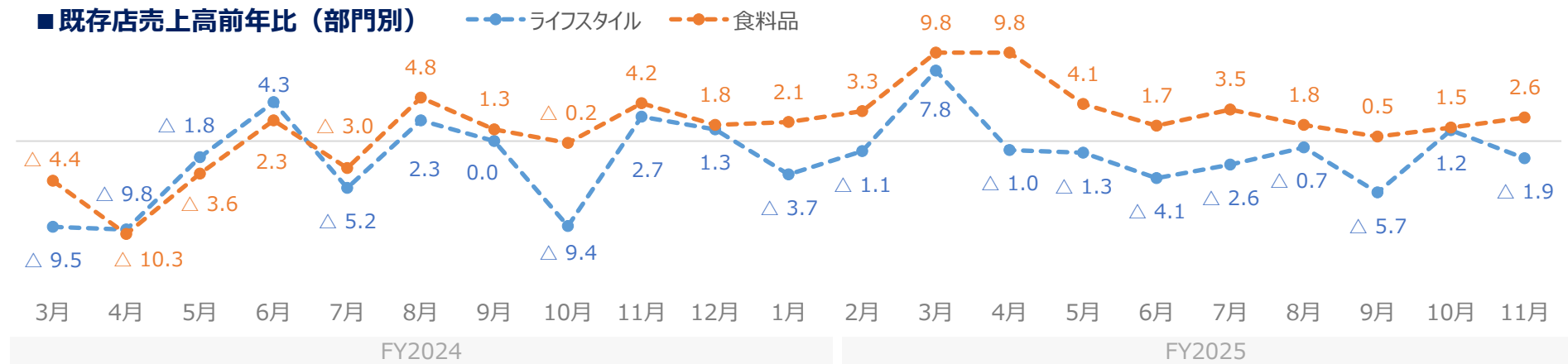
> 直営計の内訳

客数	100.0%
客単価	102.5%
1品単価	103.3%
買上点数	99.2%

3Qは節約志向の強まりに対し低価格施策を積極推進。長引く残暑の天候要因影響あり

- 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季節品の販売が苦戦、累計では売上が前年を下回った
売上総利益は上期は前期並み、3Q会計期間は△0.2pt、3Q累計では△0.1pt
- 食料品 節約志向の高まりに、下期から「強烈特価」厳選100等の低価格施策や自社PB「ゆめイチ」の販売開始
3Q会計期間の売上総利益は前年比△0.5ptとなるも3Q累計では前年並み、売上は堅調に推移

(売上単位：百万円)		上期（3-8月）		3Q（9-11月）		累計（3-11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	41,827	99.6%	20,382	98.0%	62,210	99.1%
	食料品	117,822	105.3%	55,404	102.2%	173,227	104.3%
	合計	159,650	103.7%	75,787	101.0%	235,438	102.9%
売上総利益	ライフスタイル	35.5%	+0.0pt	35.6%	△0.2pt	35.5%	△0.1pt
	食料品	31.7%	+0.3pt	31.6%	△0.5pt	31.6%	+0.0pt
	合計	32.7%	+0.2pt	32.7%	△0.4pt	32.7%	△0.0pt



3Q販管費は+0.8%と微増。3Q累計+3.2%、営業収益比は37.8%と0.1pt上昇

- 人件費

水道光熱費

広告宣伝費

その他

賃上げ及び新店ランニングにより増加も、適正なMHコントロールに努め、3Qは+1.1%に抑制

再エネ賦課金等の単価上昇に対し、使用量を適切にコントロールする等削減に努め、3Qは△2.9%

上期の前期ランサム影響による反動増とインフレ対応の販促強化に対し、3Qはコントロールが奏功

新店・既存店活性化による創業費は減少（約△5億円、前期 約17億円、当期 約12億円）
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								
	上期（3-8月）			3Q（9-11月）			累計（3-11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	187,879	100.0%	103.5%	89,581	100.0%	101.2%	277,461	100.0%	102.8%
営業総利益	80,379	42.8%	103.6%	38,568	43.1%	100.5%	118,947	42.9%	102.6%
販管費	70,271	37.4%	104.5%	34,699	38.7%	100.8%	104,970	37.8%	103.2%
人件費	25,517	13.6%	102.3%	12,556	14.0%	101.1%	38,074	13.7%	101.9%
減価償却費	6,489	3.5%	97.0%	3,345	3.7%	98.0%	9,835	3.5%	97.4%
賃借料	4,799	2.6%	99.1%	2,371	2.6%	97.2%	7,171	2.6%	98.4%
店舗管理費	6,848	3.6%	110.5%	3,818	4.3%	108.4%	10,666	3.8%	109.7%
水道光熱費	7,050	3.8%	102.6%	3,374	3.8%	97.1%	10,424	3.8%	100.8%
広告宣伝費	4,628	2.5%	118.8%	2,258	2.5%	95.7%	6,886	2.5%	110.1%
その他	14,936	7.9%	108.2%	6,975	7.8%	102.5%	21,911	7.9%	106.3%

新規出店・既存店活性化等により総資産が222億円増加

- 総資産 先行投資を含む店舗新設・活性化等の投資額は151億円。銀行休業日要因等により現預金が29億円増加
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99億円増加
- 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320億円増加、有利子負債は169億円減少
- 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 *			＞ サニー事業に係るのれんの確定に伴う会計処理		
	2026/2期 3Q末			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	598,218	100.0%	+22,254	569,611	575,963	+ 6,351
現預金	18,620	3.1%	+2,902	15,717	15,717	
受取手形、売掛金及び契約資産	69,243	11.6%	+9,984	59,259	59,259	
有形固定資産	357,215	59.7%	+4,736	344,469	352,478	+ 8,008
のれん	34,682	5.8%	△1,736	55,722	36,419	△19,303
その他	118,456	19.8%	+6,368	94,441	112,088	+ 17,646
負債	296,143	49.5%	+19,783	270,392	276,359	+ 5,966
支払手形買掛金	61,049	10.2%	+32,025	29,024	29,024	
有利子負債	123,470	20.6%	△16,939	139,456	140,410	+ 953
その他	111,622	18.7%	+4,697	101,911	106,925	+ 5,013
純資産	302,075	50.5%	+ 2,471	299,218	299,603	+ 384
自己資本	288,172	48.2%	+2,264	285,522	285,907	+ 384
非支配株主持分	13,902	2.3%	+ 206	13,696	13,696	

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 税金等調整前四半期純利益等により、営業CFは 462億円 の収入
- ・ 投資CF 店舗新設・既存店活性化及びDX投資等（137億円の支出）により、投資CFは 128億円の支出
- ・ 財務CF 自己株取得31億円、配当金支払63億円、有利子負債返済207億円等により、財務CFは 304億円の支出

単位 百万円	当期 3Q	前期 3Q *
営業CF	46,218	48,673
税金等調整前純利益	17,557	19,758
非資金性損益（減価償却費等）	16,386	14,828
営業活動に係る債権債務増減	19,201	24,936
法人税及び利息受払	△9,817	△10,284
その他	2,889	△565
投資CF	△12,853	△86,631
設備投資関連	△13,787	△13,328
その他	934	△73,302
財務CF	△30,462	41,554
有利子負債関連	△20,859	48,026
その他	△9,603	△6,471
現預金増減等	2,902	3,596

※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月期第3四半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。

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

＼ 2025年11月 Renewal /



< 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

補足資料

Ⅲ 補足資料

スライド番号

新規出店・活性化の進捗	15
プライベートブランド「ゆめイチ」の進捗	16
2026/2期 業績計画	17
グループ店舗網 ドミナント戦略	19
既存店の競争力（既存店売上高前年比）	20
サステナビリティ	21

- ✓ 9月 ゆめマート曽根をS&Bによりオープン、10月 ゆめタウン呉レクレ館（7月承継）をオープン
- ✓ 大型活性化を計画通り実施（大竹店、丸亀店、久留米店、中津店、福山店 など）

2025年度 下期 出店実績

*S&B：スクラップアンドビルド

ゆめマート曽根（福岡県）

S&B



9月（延べ面積 約2,500㎡）
24時間営業

ゆめタウン福山（広島県）

活性化



9月（延べ面積 約32,200㎡）
地元テナント導入、食品活性化 など

ゆめタウン呉レクレ館（広島県）

新規出店



10月（延べ面積 約10,000㎡）
地元アーティストによる「ART地プロジェクト」

2025年度 上期

2025年度 下期

2026年度

2025年度 上期 出店実績

新規出店 ア・フルール プティminamoa広島店（広島県）
（売場面積 約110㎡）

新規出店 アバンセminamoa広島店（広島県）
（売場面積 約900㎡）

S&B ゆめモール山陽（岡山県）
（延べ面積 約9,200㎡）



2026年度 出店計画

ゆめモール那珂川（福岡県）



春（延べ面積 約8,400㎡）
新規出店

新規SM事業の実験店舗 /

ユアーズ広瀬北町（広島県）



初夏（営業面積 未定）
新規出店

ゆめイチ

- ✓ 9月からイズミグループPB商品「ゆめイチ」発売、グループ全店にて取り扱い開始
- ✓ 50アイテムでスタート → 65アイテム（11月末時点）とアイテム数は着実に拡大
- ✓ 売上も好調に推移、イズミグループ全体での食品内構成比は1.7%



2025年11月末時点



プライス
58品



レギュラー
7品

商品一例



低温製法米使用おいしいごはん
(150g×10食) 1,280円（税抜）

- ・低温製法のブレンド米使用により低コスト
- ・単一銘柄同等のモチモチ感と香りの食味を実現
- ・単身や共働きなど自炊頻度の少ない層に

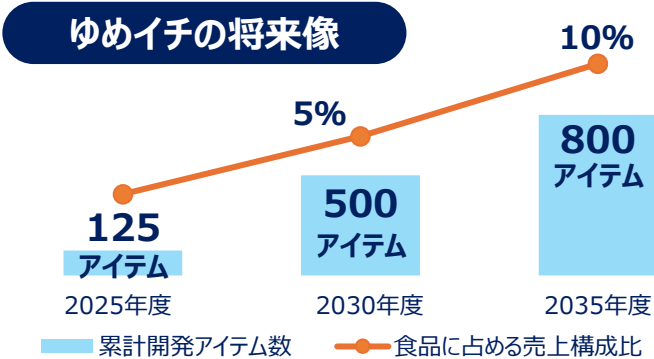


北海道根釧牛乳
(1,000ml) 258円（税抜）

- ・NBより10～20%安い価格設定
- ・産地にこだわり！北海道根釧地区産の牛乳に指定
- ・牛乳本来の味、風味を求めるお客さまに

▶ 2025年度計画

プレミアム  を含む 125アイテム



食品に占める売上構成比 1.7%
(2025年11月最終週間実績)

認知度向上への取り組み

「ゆめイチ」特別販売会を実施

12月初旬、ゆめタウン広島 特設会場にて
新商品の紹介や試食会など、
「ゆめイチ」商品を紹介する販売会を開催



2026年2月期 業績計画を下方修正

- 上期末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

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%	直営計 期初想定 107.5% 実績 103.3%	直営計 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 12月実績
ライフスタイル	92.9%
食料品	99.8%
直営計	97.9%
テナント	97.9%
イズミ計	97.9%

※直営計の内訳

客数	98.1%
客単価	99.7%
1品単価	99.8%
買上点数	99.9%

曜日影響：休日数△1日
（約0.7%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。

中四国・九州を中心に店舗展開 **268**店舗

(2025年11月30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）	24	7	-	-	31
その他	-	SM	4	-	6	-	10
合計			160	95	10	3	268

* 上記のうち、「ゆめマート」（ストアブランド） 64 30 - - 94

※1 中国地方にLECT 1 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

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	101.8
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	

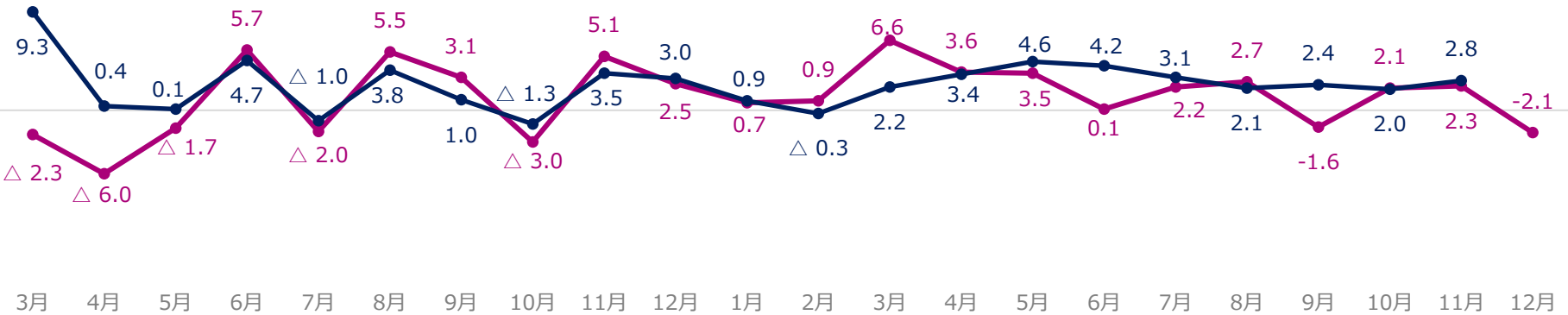
[2025年度 月別 (%)]

	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	102.1	102.3	97.9			101.8
全国	102.2	103.4	104.6	104.2	103.1	102.1	102.4	102.0	102.8				
かい離	+4.4	+0.2	-1.1	-3.1	-0.9	+0.6	-4.0	+0.1	-0.5				

※ 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

イズミ 全国



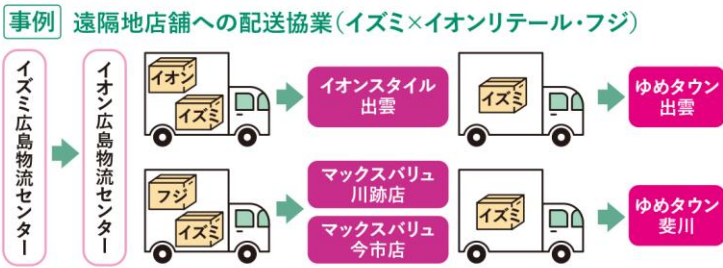
FY2024

FY2025

E CO₂排出量を着実に削減

中四国物流研究会で配送効率を高める

2024年4月、イズミは中四国の小売企業や物流企業と共同で「中四国物流研究会」を設立。遠隔地店舗への配送協業などの実証実験に参加し、配送の効率化を図るとともに、CO₂排出量の削減にもつなげています。



E 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



E 資源の有効活用 リサイクル・リユース推進

駐車場に古紙回収ステーション「エコ・ステ」を設置

「エコ・ステ」は、お客さまが古新聞や古雑誌などの古紙を持参すると、重量に応じてポイントが付与される仕組み。回収対象は、ポスターやカレンダー、紙箱、チラシ、カタログ、トイレットペーパーの芯など幅広く、さまざまな紙類に対応しています。お客さまにも人気の取り組みです。



E 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「もぐにいシール」

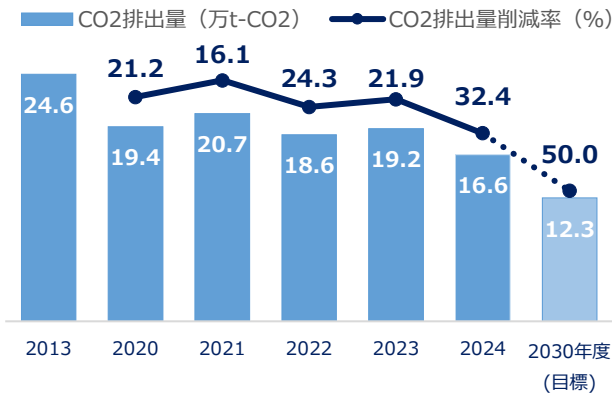




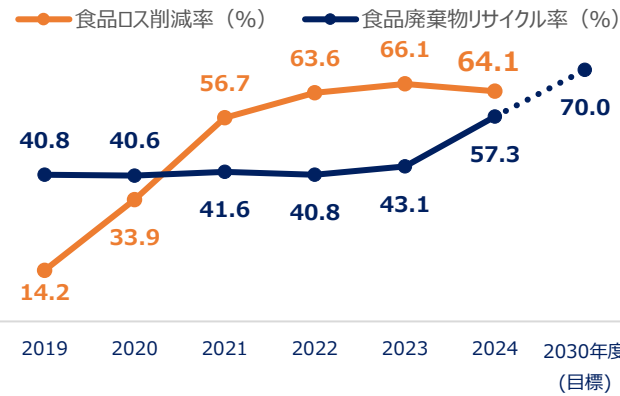
2030年度の環境KPI達成に向け、着実に取り組みを進める

■ 環境KPIの進捗

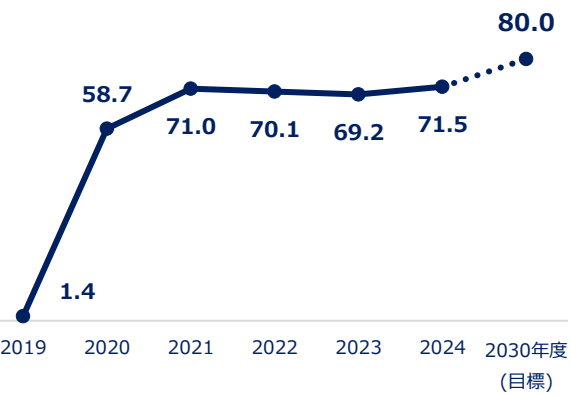
①CO₂排出量 ②CO₂排出量削減率
(①②ともに13年度比、Scope1・2)



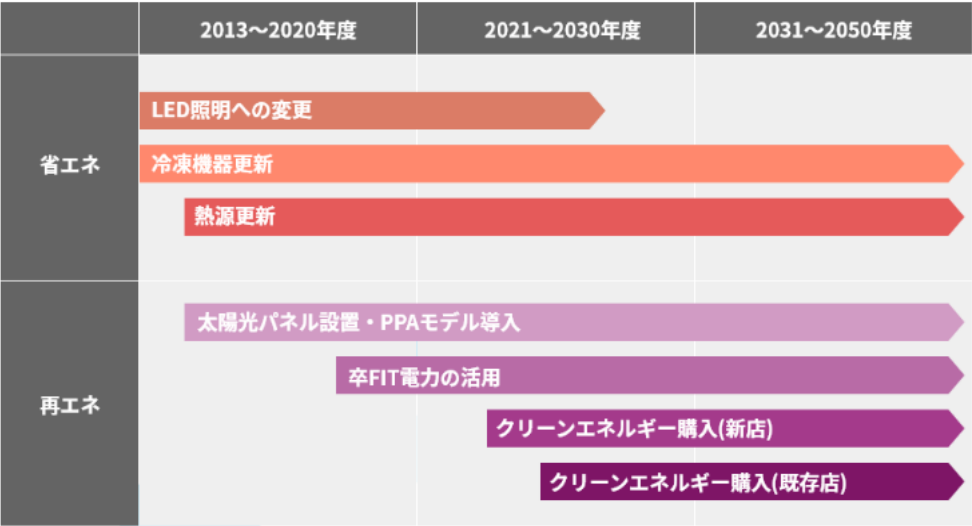
①食品廃棄物リサイクル率
②食品ロス削減率 (2018年度比)



プラスチック製レジ袋削減率
(2018年度比)



■ CO₂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



身近な地域に元気と「にぎわい」を

視覚障がい者支援のチャリティ募金

「ラジオ・チャリティ・ミュージックソン」は、目の不自由な方が安心して街を歩けるよう、音の出る信号機などの資金を募る恒例のチャリティイベントです。

当社は広島、福岡、香川の放送局と連携し、2025年12月24日・25日に各地のゆめタウンでラジオの公開録音を開催。募金への協力をお客さまに呼びかけました。

▶ゆめタウン広島での公開生放送



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



地域と力を合わせて一層の発展を

地域スーパーとして買い物支援に参画

(株)ゆめマート北九州は、下関市から委託を受けた企業と連携し、「Mile One Project」に参画。下関市豊田町で開始された「貨客混載AIオンデマンド交通」の実証実験において、地域住民の買い物支援を目的とした物流連携を行います。少ない車両ドライバで効率的に運行する仕組みを構築し、「住民の足」と「買い物支援物流」を一体的に提供。持続可能な地域交通モデルの実現を目指します。



広げよう！健康維持・増進の輪

広島県が主催の健康イベント「ファミスポ広場」を開催

家族でスポーツ体験ができるイベント「ファミスポ広場」が、2024年9月と11月に、ゆめタウン福山とLECTで開催されました。主な参加者は30～50代の保護者とその子どもたち。仕事や子育てに忙しい世代に向け、親子で楽しめる運動の機会を設け、運動習慣のきっかけを提供しました。会場ではAI技術を活用した姿勢分析も人気を集めました。



▲AIが自分に合ったスポーツを提案



自分らしくイキイキと働ける職場環境を

定年年齢を延長、65歳まで正社員に

2025年度以降に満60歳を迎える正社員を対象に、定年制度を改定しました。同年度より、定年年齢を現行の60歳から毎年1歳ずつ引き上げ、最終的に65歳まで正社員として勤務できる制度とします。

この改定は、社員一人ひとりの「働きたい」という意志を尊重し、意欲的に活躍できる職場環境の整備を目的としています。あわせて、熟練の技術や知見を次世代に継承する機会を増やすことで、若手社員の成長と組織全体のレベルアップを図ります。



多くの学びの場で個々の成長を支える

ロールプレイング全社大会で接客技術を高める

2025年10月7日、接客技術の向上を目的として毎年開催している、ゆめタウン専門店ロールプレイング大会「ゆめ1グランプリ」の第9回大会がイズミ本社にて行われました。地区予選を勝ち抜いた11人が参加し、日頃の成果を堂々と披露。よりよいサービスの実践を目指し互いに学び合いました。

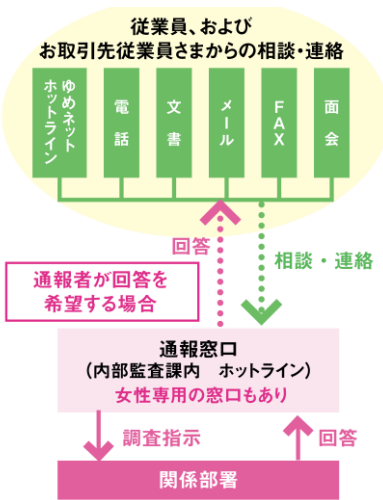
▶接客のロールプレイング中の様子



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

130件

2030年目標

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

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。店頭で販促物を掲示し、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

広島修道大学とお惣菜を共同開発

学生の自由な発想と企業のノウハウが融合することで、これまでにない新しい価値を地域に提供することを目的に、「商品共同開発」をテーマとした産学連携プロジェクトを実施しています。本年度は4品を期間限定販売し、店頭では学生による試食も行いました。学生はマーケティングや現場運営の知識を深め、当社は若い世代の斬新なアイデアから多くの刺激を受け、今後の事業展開に生かしてまいります。



▲ 試作品発表会では学生と企業担当者が意見交換



▲ 地元企業の商品を使ったコラボ商品
（左）ポテちくろール、（右）お好み焼き風春巻き串

地球と素肌にやさしいTシャツ

「COTTON USA」は、高品質なアメリカ産コットンの認証マーク。このマークがついた生地は、肌ざわりが柔らかく、丈夫で長持ちするのが特徴です。水や農薬をできるだけ減らして育てられた、サステナブルなコットンとしても注目されています。ゆめタウンでは、紳士服・婦人服売り場でTシャツを販売。素材のよさと、着回ししやすいデザインで売れ行きは好調です。



▲ Tシャツの一例：商品は季節ごとに入れ替わり

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

