

# 2024年2月期（FY23） 第3四半期 決算説明会

2024年1月9日  
株式会社イズミ  
(証券コード 8273)

**I 2024/2期 (FY23) 3Q 決算概要**

スライド番号

<b>1 エグゼクティブサマリー</b>	<b>3</b>
<b>2 連結サマリー</b>	<b>4</b>
<b>3 連結PL実績</b>	<b>5</b>
<b>4 単体PL実績</b>	<b>8</b>
<b>5 連結BS・単体BS</b>	<b>11</b>
<b>6 連結CF</b>	<b>12</b>
<b>7 業績計画</b>	<b>13</b>

## 3Q連結決算は、「5類」移行による人流増の急速な進展を背景に「ゆめタウン」の業績が好転し、小売事業、小売周辺事業ともに好調

### 3Q

- 積極投資を行ったことなどで減益の一方、営業利益は計画を上回って着地。既存店の活性化投資の奏功、「5類」移行による人流増も追い風となった。
- 営業収益は、小売事業および小売周辺事業ともに好調であったことから+3.3%の増収となり、営業総利益が 約61億円 増加した。
- 販管費は、新規出店や昇給などによるランニングコストの増加（約34億円）に加え、水道光熱費の増加（約4億円）、積極投資（約22億円）の実施により、約65億円増加した。

### 通期の見通し

- 消費者のマインドは節約方向に傾いていることに対して、バジェット商品のラインナップを強化して対応している。
- 4Q以降も、引き続きオケージョン・低価格の両需要をキャッチアップする体制により推進する計画は余裕をもちつつ、アップサイドは積極的に積み上げていく。

## 小売事業の業績が好転し増収の一方、積極投資によるコスト先行も、業績は計画を大幅クリア

- 営業収益 前期比 103.3% (総額営業収益の前期比は104.4%)
- 営業利益 前期比 98.4%
- 経常利益 前期比 99.2%
- 四半期純利益 前期比 95.2%

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、2022年度の前年同期比については、同基準適用前と収益の会計処理が異なることから記載していません。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」として記載しています。

単位 百万円	連結					
	2024/2期 3Q		前期 3Q		計画 3Q	
	実績	前期比	実績	前期比	計画	前期比
営業収益 *1	<b>344,819</b>	103.3%	333,922	-		
営業利益	<b>21,836</b>	98.4%	22,198	93.0%		
経常利益	<b>22,325</b>	99.2%	22,496	94.8%		
四半期純利益 *2	<b>14,525</b>	95.2%	15,264	93.2%		
総資産	<b>495,201</b>		478,541	(期末実績)		
純資産	<b>287,179</b>		278,104	(期末実績)		
*1 総額営業収益	531,115	104.4%	508,494	102.5%		
*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。						
1 株利益	<b>203.13円</b>		213.52円			
1 株純資産	<b>3,829.11円</b>		3,706.99円	(期末実績)		
自己資本比率	<b>55.3%</b>		55.4%	(期末実績)		

## 積極投資等による経費率の上昇、営業総利益率の向上とトップライン拡大で利益水準を維持

- 営業収益 小売事業および小売周辺事業ともに好調で+3.3%の増収、営業総利益は+0.5pt
- 営業利益 販管費率は主に新店開業等による投資・ランニングコスト増等で+0.8pt、営業利益は6.3%と△0.3pt
- 経常利益 支払利息の減少などにより、経常利益は、6.5%と△0.2pt
- 四半期純利益 建物取壊損失引当金繰入額等の一方、固定資産売却益等を計上し四半期純利益率は4.2%と△0.4pt

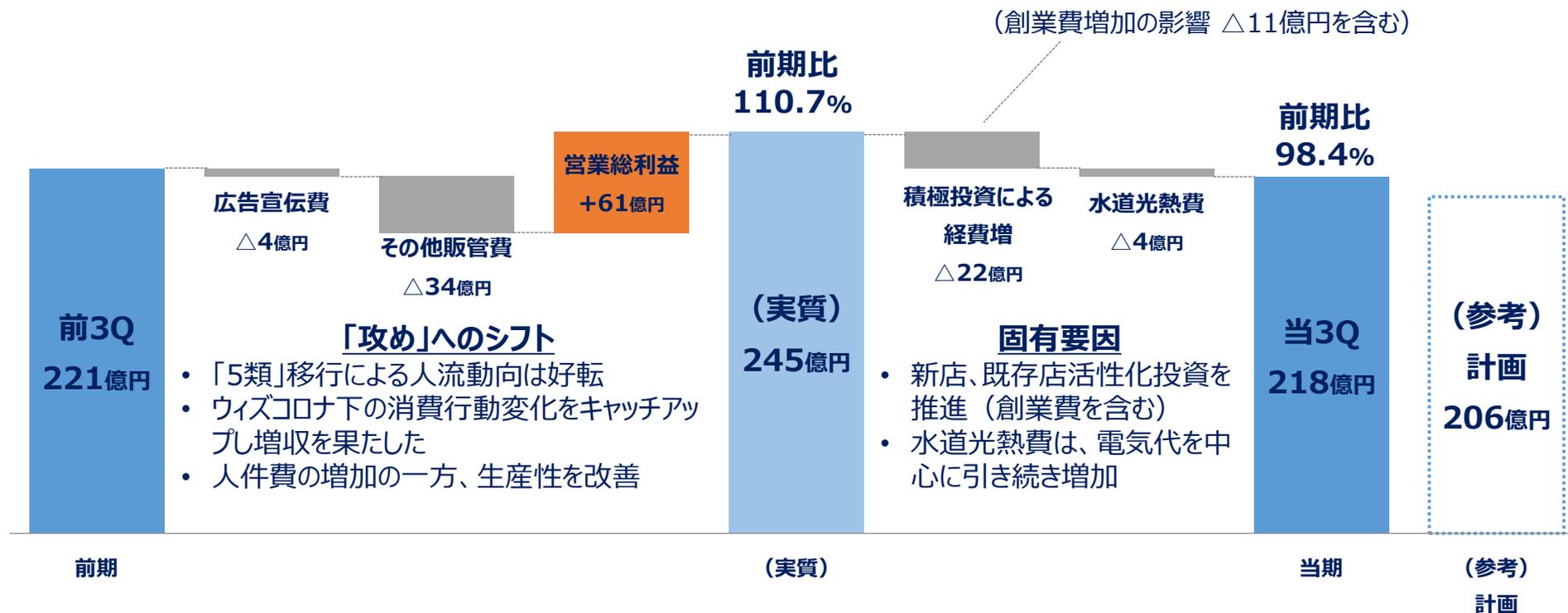
単位 百万円	連結						
	2024/2期 3Q			前期 3Q		計画 3Q	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
<b>営業収益</b>	<b>344,819</b>	<b>100.0%</b>	<b>103.3%</b>	<b>333,922</b>	<b>100.0%</b>		
売上高	<b>303,500</b>	88.0%	103.0%	<b>294,625</b>	88.2%		
売上総利益	<b>102,216</b>	29.6%	104.2%	<b>98,049</b>	29.4%		
営業収入	<b>41,319</b>	12.0%	105.1%	<b>39,296</b>	11.8%		
<b>営業総利益</b>	<b>143,535</b>	<b>41.6%</b>	<b>104.5%</b>	<b>137,346</b>	<b>41.1%</b>		
販管費	<b>121,698</b>	35.3%	105.7%	<b>115,148</b>	34.5%		
<b>営業利益</b>	<b>21,836</b>	<b>6.3%</b>	<b>98.4%</b>	<b>22,198</b>	<b>6.6%</b>		
営業外損益	<b>489</b>	0.1%	163.8%	<b>298</b>	0.1%		
<b>経常利益</b>	<b>22,325</b>	<b>6.5%</b>	<b>99.2%</b>	<b>22,496</b>	<b>6.7%</b>		
特別損益	△ <b>577</b>	△0.2%	-	<b>134</b>	0.0%		
<b>四半期純利益※</b>	<b>14,525</b>	<b>4.2%</b>	<b>95.2%</b>	<b>15,264</b>	<b>4.6%</b>		

※ 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：投資コスト等が高んだ一方、新店・既存店の増収が利益を押し上げ 電気料金は鎮静化

- 当3Qの営業利益は、218億円と前年比98.4%となったが、計画に対して約12億円程度上振れて着地
- 新店開業によるランニングコスト増加が重石となった一方、その増収が既存店舗等に加わり、営業総利益が計画を上回った
- 「固有要因」として、積極投資による経費増（創業費を含む）の先行ならびに電気料金の高騰は鎮静化
- そのうえで増収効果により前年並み水準に肉薄したが、これらを除いた実質ベースでは大幅に増益したとみている

### 営業利益の変動（億円）



## 小売事業・小売周辺事業ともに好調

- 小売事業は、単体を含む主要4社が増収となり、固有要因のある単体を除く全社が増益。GMS好調、SMも堅調（うち、単体は、次ページ以降を参照）
- 小売周辺事業では、小売事業の販売が好調に推移したことから、関連取扱高・売上高が伸長
- 一方、ゆめカードでは、ポイント販促強化に加え、前期に実施した投資による減価償却の増加負担などで減収減益

単位 百万円	連結 営業収益					連結 営業利益				
	2024/2期 3Q			前期 3Q		2024/2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	<b>332,304</b>	96.4%	103.2%	<b>321,968</b>	96.4%	<b>17,537</b>	<b>80.3%</b>	<b>93.7%</b>	<b>18,718</b>	84.3%
小売周辺事業	<b>32,759</b>	9.5%	108.4%	<b>30,221</b>	9.1%	<b>4,005</b>	18.3%	126.1%	<b>3,177</b>	14.3%
その他・調整額	<b>△20,244</b>	△5.9%	-	<b>△18,268</b>	△5.5%	<b>293</b>	1.3%	-	<b>302</b>	1.4%
連結合計	<b>344,819</b>	100.0%	103.3%	<b>333,922</b>	100.0%	<b>21,836</b>	100.0%	98.4%	<b>22,198</b>	100.0%

### 小売事業

(株)イズミ (単体)	<b>271,557</b>	78.8%	103.5%	<b>262,399</b>	78.6%
(株)ゆめマート熊本	<b>19,389</b>	5.6%	102.9%	<b>18,840</b>	5.6%
(株)ゆめマート北九州	<b>19,009</b>	5.5%	103.2%	<b>18,426</b>	5.5%
(株)ユアーズ	<b>16,872</b>	4.9%	102.4%	<b>16,478</b>	4.9%

### 小売周辺事業

(株)ゆめカード	<b>6,095</b>	1.8%	99.6%	<b>6,117</b>	1.8%
(株)イズミテクノ	<b>13,482</b>	3.8%	107.0%	<b>12,600</b>	3.8%
イズミ・フード・サービス(株)	<b>5,089</b>	1.5%	119.9%	<b>4,243</b>	1.3%

(各社の営業利益は、のれん償却前の数値です。)

	<b>16,542</b>	75.8%	90.9%	<b>18,189</b>	81.9%
	<b>860</b>	3.9%	166.8%	<b>515</b>	2.3%
	<b>446</b>	2.0%	100.1%	<b>446</b>	2.0%
	<b>243</b>	1.1%	194.3%	<b>125</b>	0.6%
	<b>1,257</b>	5.8%	94.1%	<b>1,336</b>	6.0%
	<b>1,698</b>	7.8%	119.4%	<b>1,422</b>	6.4%
	<b>320</b>	1.5%	767.5%	<b>41</b>	0.2%

## 既存店が増収基調に転じ増益要因の一方、積極投資による経費増で減益だが計画上振れ

- 営業収益 既存店を主要因とし+3.5%の増収、営業総利益の営業収益比は43.4%と+0.1pt
- 営業利益 販管費率は新店開業等による投資・ランニングコスト増等で+0.9pt、営業利益率は6.1%と△0.8pt
- 経常利益 支払利息の減少などで、経常利益率は、6.3%と△0.7pt
- 四半期純利益 建物取壊損失引当金繰入額等の一方、固定資産売却益等を計上し四半期純利益率は4.2%と△0.8pt

単位 百万円	単体						
	2024/2期 3Q			前期 3Q		計画 3Q	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
<b>営業収益</b>	<b>271,557</b>	<b>100.0%</b>	<b>103.5%</b>	<b>262,399</b>	<b>100.0%</b>		
売上高	<b>230,807</b>	85.0%	103.0%	<b>224,023</b>	85.4%		
売上総利益	<b>77,185</b>	28.4%	102.5%	<b>75,308</b>	28.7%		
営業収入	<b>40,749</b>	15.0%	106.2%	<b>38,375</b>	14.6%		
<b>営業総利益</b>	<b>117,934</b>	<b>43.4%</b>	<b>103.7%</b>	<b>113,683</b>	<b>43.3%</b>		
販管費	<b>101,392</b>	37.3%	106.2%	<b>95,494</b>	36.4%		
<b>営業利益</b>	<b>16,542</b>	<b>6.1%</b>	<b>90.9%</b>	<b>18,189</b>	<b>6.9%</b>		
営業外損益	<b>483</b>	0.2%	180.6%	<b>267</b>	0.1%		
<b>経常利益</b>	<b>17,025</b>	<b>6.3%</b>	<b>92.2%</b>	<b>18,457</b>	<b>7.0%</b>		
特別損益	△552	△0.2%	-	<b>495</b>	0.2%		
<b>四半期純利益</b>	<b>11,275</b>	<b>4.2%</b>	<b>85.9%</b>	<b>13,122</b>	<b>5.0%</b>		

## 消費行動の変化に即対応、オケージョン消費への回帰が追い風となり好調に推移

- LS・テナント  
\* LS=ライフスタイル 直営LSやアパレル・飲食専門店テナントへの集客回復で前年同期を大きく上回って伸長  
イベント参加への需要が高まり、半耐久消費財の買い替え需要もみられた
- 食料品 時短・簡便・即食が堅調、自社ブランド「zehi」等の高付加価値の一方、価格訴求も好調
- 売上総利益 仕入れ条件の見直し、ロス管理の徹底により原価低減

単位 百万円	単体 売上				
	2024/2期 3Q			前期 3Q	
	実績	構成比	前期比	実績	構成比
ライフスタイル	<b>65,001</b>	28.2%	104.0%	62,505	27.9%
食料品	<b>165,805</b>	71.8%	102.7%	161,517	72.1%
<b>合計</b>	<b>230,807</b>	<b>100.0%</b>	<b>103.0%</b>	<b>224,023</b>	<b>100.0%</b>

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。また、売上構成について2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。これに伴い、2022年度第3四半期のライフスタイルの数値を組替えています。

	単体 売上総利益率		
	2024/2期 3Q		前期 3Q
	実績	前期差	実績
ライフスタイル	<b>35.8%</b>	△0.4pt	36.2%
食料品	<b>32.5%</b>	△0.1pt	32.6%
<b>合計</b>	<b>33.4%</b>	<b>△0.2pt</b>	<b>33.6%</b>

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。また、荒利益について、2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。これに伴い、2022年度第3四半期のライフスタイルの数値を組替えています。

既存店売上高前年比	
	2024/2期 3Q実績
ライフスタイル	<b>104.2%</b>
食料品	<b>102.4%</b>
<b>直営計</b>	<b>102.9%</b>
テナント	<b>105.2%</b>
<b>単体計</b>	<b>103.9%</b>

※直営計の内訳

客数	99.9%
客単価	102.8%
1品単価	105.5%
買上点数	97.4%

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）」等を適用しておりますが、当該会計基準等を適用する前の数値にて記載しています。また、既存店売上高前年比について2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。

## 販管費は約58億円増加し、営業収益比は37.3%と0.9pt 上昇

- 人件費 新店人員増、昇給等による増加の一方、適正なMHコントロールに努めた
- 水道光熱費 電力料金などの高騰に対して電力使用量の削減を図った一方、電力料金の市況は改善
- その他 新店・既存店活性化等への積極投資（前期比で約+22億円）を実施  
このうち、創業費も増加（約+11億円、前期 約16億円、当期 約27億円）

単位 百万円	単体					生産性指標		
	2024/2期 3Q			前期 3Q		金額単位 千円	2024/2期	前期
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比		3Q実績	3Q実績
営業収益	271,557	100.0%	103.5%	262,399	100.0%	1人当たり売上	<b>18,568</b>	18,265
営業総利益	117,934	43.4%	103.7%	113,683	43.3%	1人当たり荒利	<b>6,209</b>	6,140
<b>販管費</b>	<b>101,392</b>	<b>37.3%</b>	<b>106.2%</b>	<b>95,494</b>	<b>36.4%</b>	1人当たり人件費	<b>2,971</b>	2,874
人件費	<b>36,932</b>	13.6%	104.8%	35,248	13.4%	人件費/売上比率	<b>16.0%</b>	15.7%
減価償却費	<b>9,798</b>	3.6%	105.2%	9,313	3.5%	人件費/荒利益比率	<b>47.8%</b>	46.8%
賃借料	<b>7,273</b>	2.7%	101.3%	7,178	2.7%			
店舗管理費	<b>9,534</b>	3.5%	104.8%	9,096	3.5%			
水道光熱費	<b>10,212</b>	3.8%	107.1%	9,532	3.6%			
広告宣伝費	<b>6,328</b>	2.3%	107.9%	5,862	2.2%			
その他	<b>21,312</b>	7.8%	110.6%	19,261	7.3%			

## 積極投資に転じ、新店先行投資、既存店活性化及びDX投資等への投資を実施

- 総資産 店舗新設、既存店活性化及びDX投資等の投資額は 21,595百万円を実施
- 負債 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で 7,386百万円増加
- 純資産 負債その他は、店舗新設に係る設備未払金の増加等により 4,664百万円増加  
内部留保の上積みにより 8,209百万円増加

単位 百万円	連結			単体		
	2024/2 3Q期末			2024/2 3Q期末		
	実績	構成比	増減額	実績	構成比	増減額
<b>総資産</b>	<b>495,201</b>	<b>100.0%</b>	<b>+16,659</b>	<b>429,163</b>	<b>100.0%</b>	<b>+16,777</b>
現預金	9,409	1.9%	△921	7,453	1.7%	△1,155
受取手形、売掛金及び契約資産	54,880	11.1%	+7,386	12,232	2.9%	+3,365
有形固定資産	336,648	68.0%	+8,438	280,090	65.3%	+8,373
その他	94,263	19.0%	+1,756	129,387	30.1%	+6,194
<b>負債</b>	<b>208,021</b>	<b>42.0%</b>	<b>+7,584</b>	<b>209,704</b>	<b>48.9%</b>	<b>+11,291</b>
支払手形買掛金	29,548	6.0%	+3,471	21,312	5.0%	+2,473
有利子負債	74,425	15.0%	△2,127	100,324	23.4%	+187
その他	104,048	21.0%	+6,239	88,066	20.5%	+8,629
<b>純資産</b>	<b>287,179</b>	<b>58.0%</b>	<b>+9,075</b>	<b>219,459</b>	<b>51.1%</b>	<b>+5,486</b>
自己資本	273,851	55.3%	+8,815	219,459	51.1%	+5,486
非支配株主持分	13,328	2.7%	+259	—	—	—

## 営業CF は 23,448百万円と堅調

- 営業CF 堅調な業績により税金等調整前四半期純利益は 21,748百万円の収入
- 投資CF 店舗新設、既存店活性化及びDX投資等への支出で △15,823百万円
- 財務CF 有利子負債関連で △2,127百万円、その他は配当金で △6,292百万円の支出

単位 百万円	2024/2期 3Q	前期 3Q
<b>営業CF</b>	<b>23,448</b>	<b>23,509</b>
税金等調整前純利益	21,748	22,631
非資金性損益 (減価償却費等)	13,388	12,525
営業活動に係る債権債務増減	△3,228	△2,227
法人税及び利息受払	△11,116	△11,342
その他	2,657	1,922
<b>投資CF</b>	<b>△15,915</b>	<b>△7,699</b>
設備投資	△16,856	△8,977
その他	941	1,278
<b>財務CF</b>	<b>△8,454</b>	<b>△19,313</b>
有利子負債	△2,127	△12,570
その他	△6,327	△6,742
<b>現預金増減等</b>	<b>△921</b>	<b>△3,503</b>

## 営業収益は+3.6%の成長、積極投資によるコスト先行、水道光熱費増を見込む計画は変更なし

- ・ ウィズコロナ下での消費行動変化に即対応する営業施策を強化するとともに積極投資によるコスト先行負担
- ・ 電気代をはじめ水道光熱費等の諸経費が、引き続き上昇する影響を織り込む
- ・ 新規出店は、単体で2店舗、SM子会社ユアーズで1店舗の計3店舗を予定

\*1 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」として表欄外に記載しています。

単位 百万円	連結				単体			
	2024/2 期				2024/2 期			
	通期		上期		通期		上期	
	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比
営業収益 *1	<b>476,600</b>	<b>103.6%</b>	230,300	102.8%	<b>377,300</b>	<b>103.9%</b>	181,300	102.9%
営業利益	<b>31,000</b>	<b>92.1%</b>	14,200	90.5%	<b>23,800</b>	<b>86.3%</b>	10,900	84.8%
経常利益	<b>31,000</b>	<b>90.1%</b>	14,200	89.3%	<b>23,800</b>	<b>84.4%</b>	10,900	83.4%
当期純利益*2	<b>19,100</b>	<b>82.4%</b>	8,900	83.7%	<b>14,900</b>	<b>75.4%</b>	7,000	74.7%

\*1 総額営業収益 730,000 104.2% 353,600 104.1% 683,900 104.3% 330,700 104.1%

\*2 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。

1株利益	<b>267.15円</b>
1株配当	<b>88.00円</b>
特別損益	△21億円 ※単体 △19億
設備投資 (工事ベース)	<b>280億円</b> ※単体 250億円

### 「収益認識に関する会計基準」の影響項目について

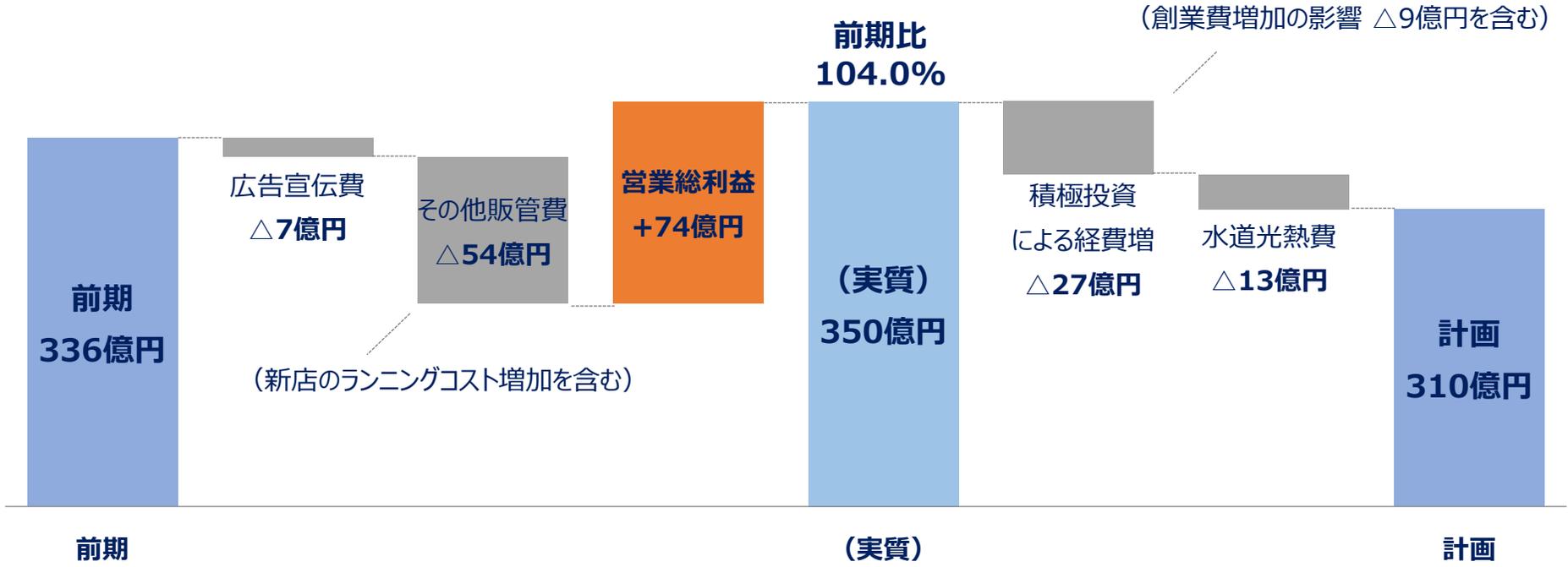
- ・ テナント売上 : 売上総利益から営業収入へ計上 \*
- ・ 消化仕入 : 売上総利益から営業収入へ計上 \*
- ・ センターフィー : 営業収入から売上総利益へ計上
- ・ 電気代等収入 : 販管費(戻り)から営業収入へ計上
- ・ その他

\* 代理人取引として総額から純額計上とした項目

### 23年度計画は第2次中期経営計画の戦略見直しを踏まえた「攻めの計画」(変更なし)

- ウィズコロナ下での消費行動変化に即対応する営業施策を強化し実質増収増益を視野
- 中期経営計画の見直しに基づく既存店への活性化投資等を増強 (将来を見据えた先行投資)
- 水道光熱費は、一巡感はあるものの引き続き上昇傾向 (計画に織り込み済み)

### 営業利益の変動 (億円)



## イズミ単体の前提

## ご参考

2023年2月期 (FY22) 「収益認識に関する会計基準」等を適用後の金額となっています。なお、営業収益は当該会計基準等を適用前の総額営業収益ベースの金額を ( ) 内に参考として記載しています。

2024年2月期 (FY23)			
新設店舗	ゆめテラス祇園 (2023年6月、広島市、店舗面積約7,000㎡) ゆめタウン飯塚 (2023年7月、福岡県飯塚市、店舗面積約30,500㎡)		
主な増床・活性化	GMS 6店舗、SM 2店舗 ※増床なし		
固有要因	積極投資による経費増 +27億円 うち、創業費の前年差 +9億円 (当期計画27億円、前期実績18億円)		
	通期	上期	下期
売上高 (単体計)	3,235億円 (6,514億円)	1,554億円 (3,143億円)	1,681億円 (3,371億円)
既存店売上高前年比	(103.2%)	(103.7%)	(102.8%)
直営計	(103.2%)	(103.5%)	(102.9%)
売上総利益率 (売上比)	当期 33.6% 前期 33.6%	当期 33.7% 前期 33.7%	当期 33.6% 前期 33.6%
人件費	501億円 (前期 47,991百万円、前期比 104.4%)		
減価償却費	140億円 (前期 12,628百万円、前期比 110.9%)		

注 当期より、エクセル部をライフスタイルへ含めて表示しています。

※月次売上は「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。

既存店売上高前年比	
	2023年度 12月実績
ライフスタイル	98.0%
食料品	100.3%
直営計	99.7%
テナント	98.7%
イズミ計	99.3%

※直営計の内訳

客数	98.8%
客単価	100.6%
1品単価	102.8%
買上点数	97.9%

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)」等を適用しておりますが、当該会計基準等を適用する前の数値にて記載しています。また、既存店売上高前年比について2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。

# 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

17

ESG（環境・社会・ガバナンス）

19

## グループ店舗網 ドミナント戦略

## 中四国・九州で店舗展開 190店舗

(2023年11月末現在)

主な会社名	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) ※	20	37	4	2	<b>63</b>
		NSC (ゆめモール)	2	2	-	-	<b>4</b>
		SM (ゆめマート)	13	20	-	-	<b>33</b>
		その他	2	2	-	2	<b>6</b>
		<b>小計</b>	<b>37</b>	<b>61</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>106</b>
ユアーズ	広島市	SM (ユアーズ等)	-	24	-	-	<b>24</b>
ゆめマート熊本	熊本市	SM (ゆめマート)	23	-	-	-	<b>23</b>
ゆめマート北九州	北九州市	SM (ゆめマート)	24	7	-	-	<b>31</b>
その他		SM	-	-	6	-	<b>6</b>
<b>合計</b>			<b>84</b>	<b>92</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>190</b>

\*上記のうち、「ゆめマート」(ストアブランド)

62 29 - - 91

※ 中国地方にLECT 1店舗含む

## 既存店の競争力

### 既存店売上高前年比 2013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。

	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
イズミ	102.7	101.8	101.4	101.5	99.2	99.4	99.1	89.7	101.1	103.5	103.3
全国	100.2	99.1	101.3	98.8	99.6	99.2	98.8	100.7	103.1	101.0	-
かい離	+2.5	+2.7	+0.1	+2.7	-0.4	+0.2	+0.3	-11.0	-2.0	+2.5	-

### 2023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	105.4	105.8	103.0	102.1	106.8	107.7	102.6	99.3	102.2	99.3			103.3
全国	101.5	103.4	102.2	102.1	104.9	103.4	102.8	103.3	103.7				-
かい離	+3.9	+2.4	+1.7	0	+1.9	+4.3	-0.2	-4.0	-1.5				-

※ 出典 全国は、日本チェーンストア協会 累計は当社が算出

## 1 太陽光発電で「創エネ」実践



### 再生可能エネルギー100%使用店舗誕生

脱炭素社会の実現に、「省エネ」と「創エネ(電気をつくる)」の両面から力を注いでいます。太陽光発電を2015年に開始。2021年からはPPA「Power Purchase Agreement (電気販売契約)」モデルを導入。2022年オープンの「ゆめ마트西条」は、当社初の再生可能エネルギー100%使用店舗として運営しています。



▲太陽光発電パネルを設置した「ゆめ마트西条」

太陽光パネル設置店舗数

**22** 店舗 (2023年2月現在)

太陽光発電によるCO<sub>2</sub>排出量削減

**2,672** t-CO<sub>2</sub> (2022年度)

## 3 食品ロス削減



### 「もぐもぐチャレンジ」全店導入へ

2021年に開始した「もぐにいシール」が貼られた賞味・消費期限間近の商品をお客さまが購入し、シールを集めるとガチャガチャができるほか、店内の「ビッグチャレンジシート」にシールを貼ると、シール1枚につき1円を「こども食堂」へ寄付ができる取り組みです。

▶「こども食堂」へ寄付金を贈呈

「もぐにいシール」  
回収枚数 **832,529** 枚  
(2022年度)

実施  
店舗数 **99** 店舗 (2023年2月現在)



## 2 CO<sub>2</sub>排出量ゼロを目指す



### 従業員による省エネ活動

2021年から店舗へ導入した「エナッジ®」はAIが教えてくれる省エネ行動を従業員がタブレットでチェック。習慣化して電力消費量削減に効果を上げています。また閉店時は冷蔵ショーケースのカバーをかけることで冷気の漏れを防止。一人ひとりが省エネ活動を心がけて取り組んでいます。



また、省エネ目標の達成度も一目で確認できます。

▲省エネ行動がタブレットに表示される



▲閉店時はカバーを下ろす

## 4 食品リサイクル



### 食品廃棄物を有効活用

食品ロスの削減に向け、従業員は発注精度の向上や、食品廃棄物量の“見える化”に取り組んでいます。さらに、野菜くずや廃油などをルールに沿って分類し、専門業者に委託してリサイクル。東広島市の4店舗から出た食品廃棄物は、地元の双葉三共(株)で有機肥料へと再生、食品資源の有効活用を行っています。



## 5 プラスチック削減

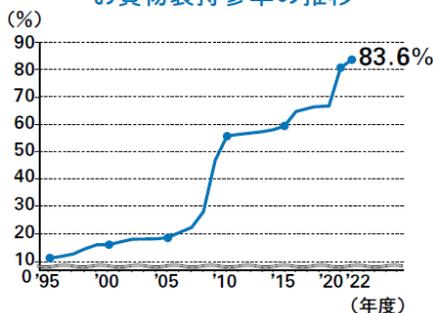


### お買物袋の持参運動が広がる

プラスチック製レジ袋の削減に向け、大きな力となっているお買物袋持参運動。約25年続く取り組みで、8割以上のお客さまにご協力いただいています。

お買物袋持参率 **83.6%** (2022年度)

お買物袋持参率の推移



### プラスチック製レジ袋使用量

2030年目標

2050年目標

**80%**削減 ⇒ **100%**削減

使用するレジ袋の素材は  
バイオマス等へ変更

2022年度実績

**70.1%**削減

※目標・実績は2018年度比

## 2 安全・安心な商品を通じた社会貢献



### 全店で品質管理向上

お客さまに安全で安心な食をお届けするため、品質管理を徹底。全店に「食品品質チェッカー」を配属し、表示などの勉強会を定期的で開催して意識向上に努めています。毎日2回、商品の鮮度や産地、日付などを欠かさず確認。インスタア商品の安全を保障するため、日々商品の品質検査も行っています。



▲品質検査を行う品質管理室検査室

## 1 安心・安全な商品を通じた社会貢献



### ふるさと企業大賞を受賞

一般財団法人地域総合整備財団(ふるさと財団)主催の「令和4年度ふるさと企業大賞(総務大臣賞)」を受賞、2022年11月に表彰されました。

きっかけは「ゆめタウン廿日市」が地域貢献に努めてきたことを評価した廿日市市の推薦。今後も継続し全店舗で地域貢献活動を推進していきます。

### 令和4年度 ふるさと企業大賞(総務大臣賞) 表彰状伝達式



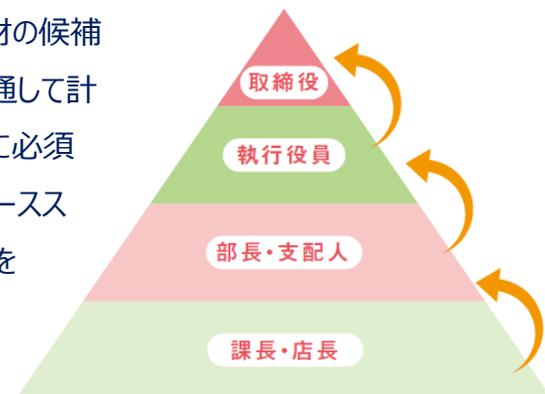
## 3 将来の経営幹部育成



### 「イズミ大学」で経営者育成

次世代の盛況を担う経営人材の候補を選抜し、社外・社内研修を通して計画的に育成しています。経営に必須のさまざまな知識を習得し、ケーススタディで経営を深く考え、視座を高め、視点を増やすべく学んでいます。

イズミ大学 育成イメージ



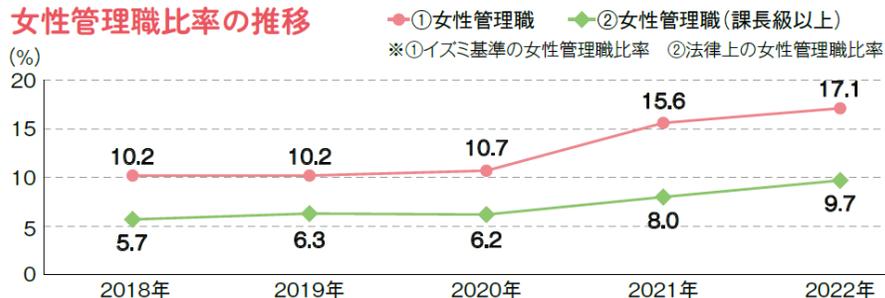


## 4 女性の活躍推進

### 「ゆめCanプロジェクト」で女性管理職増加

2014年から「ゆめCanプロジェクト」(女性活躍推進プロジェクト)を進め、キャリアアップ支援などにより、店長や次長になる女性社員は着実に増加。女性活躍推進優秀企業認定「えるばし」最高位“3段階目”を取得しました。

#### 女性管理職比率の推移



### 男性育休の取得者が増加

育児・介護休業法により、2022年10月に「産後パパ育休」が施行されました。イズミ独自の「出産立会い休暇」「夫婦で子育て休暇」と合わせ、取得者が増加。これを機に「仕事も子育ても、男女共同で進める」という意識をさらに浸透させます。

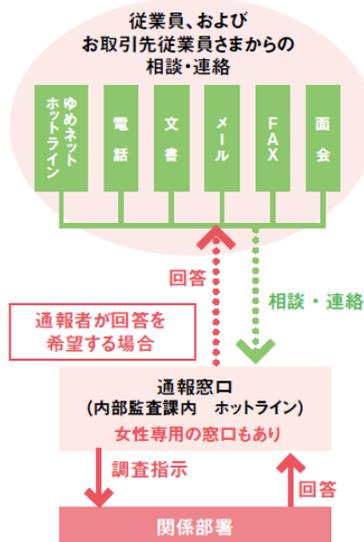


▲育休を取得した男性社員

## 1 コンプライアンス・リスク管理体制

### 相談窓口を社内に設置

事業活動における法令遵守の徹底・意識向上のため、従業員やお取引先従業員さまからの相談に対応する「イズミホットライン」(内部通報制度)を社内に設置。さまざまなリスク発生の未然防止のため、風通しがよく、声が上げやすい職場風土の醸成に努めています。



## 2 株主・投資家との対話

### 2022年度の主なIR・SR活動実績

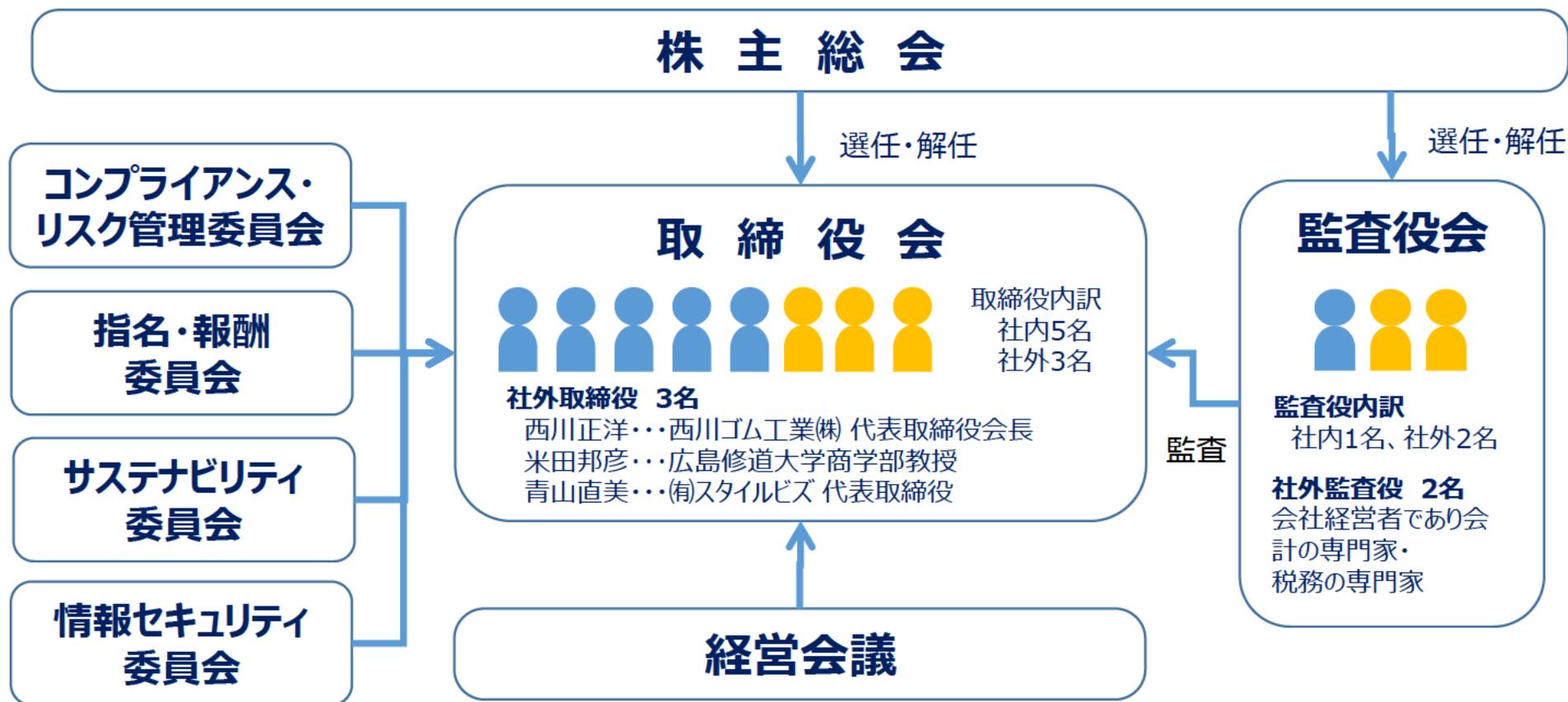
当社は、株主との建設的な対話を通じ、会社の持続的成長および有長期的な企業価値の向上を目指します。対話については代表取締役社長が統括し、合理的な範囲で、経営陣幹部が面談に望むことを基本とし、株主の希望と面談の主な関心事項も踏まえたうえで対応します。

項目	2022年度実績回数
定時株主総会	1回
決算説明会(ラージミーティング)	2回
スモールミーティング	6回
個別ミーティングなど	延べ105回
海外投資家カンファレンス	5回
個人投資家向け会社説明会(Web)	1回



## 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ご承知おきください。



統合報告書  
2023  
(日本語・英語)



社会・環境報告書  
2023



▶イズミHP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 向井・綿味・下川  
電話 082-264-5994 / FAX 082-261-5895