

2026年2月期（FY25） 第1四半期 決算説明会

株式会社イズミ

[証券コード 8273]

I 2026/2期（FY25）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・単体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販売回復、及びサニー事業等の承継により増収、営業・最終利益は増益
- ・ 昨年8月に承継したサニー事業のPMIの推進、単独運営に向けた基盤づくりに注力
- ・ インフレ長期化による節約志向の高まりから、低価格ニーズへの対応を強化
- ・ 3月広島新駅ビル内に2店舗を新規出店、既存店の大規模リニューアルも継続して実施

単位 百万円	連結			
	2026/2期 1Q		前期 1Q	
	実績	前期比	実績	前期比
営業収益	136,538	125.5%	108,784	95.2%
営業利益	6,161	106.0%	5,811	71.3%
経常利益	6,056	99.9%	6,063	72.8%
四半期純利益 *1	4,045	102.8%	3,933	71.1%
総資産	582,015		569,611	(期末実績)
純資産	296,926		299,218	(期末実績)
(参考) 総額営業収益 *2	206,707	118.0%	175,146	98.1%
1 株利益	56.92円		55.00円	(期末実績)
1 株純資産	4,011.72円		3,990.31円	
自己資本比率	48.7%		50.1%	(期末実績)

*1 四半期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

*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

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

昨年ランサムウェア被害の影響からの反動、M&Aにより大幅に増収

- ・ 営業収益 昨年ランサム被害の反動・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△1.8pt、販管費率は△1.0pt、営業利益率4.5%と前期差△0.8pt
- ・ 経常利益 経常利益率は、支払利息の増加等により4.4%と前期差△1.2pt
- ・ 四半期純利益 四半期純利益率は3.0%と前期差△0.6pt

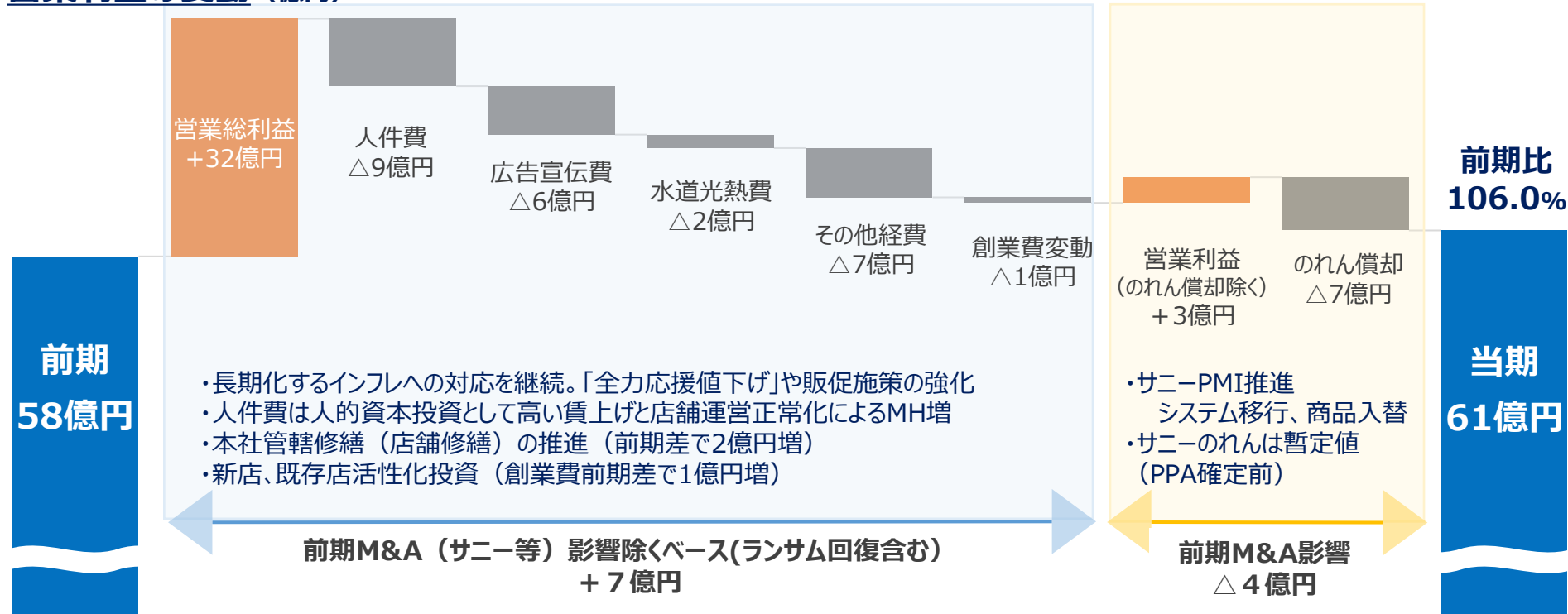
単位 百万円	連 結				
	2026/2期 1Q			前期 1Q	
	実 績	営業収益比	前期比	実 績	営業収益比
営業収益	136,538	100.0%	125.5%	108,784	100.0%
売上高	122,057	89.4%	128.7%	94,812	87.2%
売上総利益	39,242	28.7%	127.6%	30,765	28.3%
営業収入	14,480	10.6%	103.6%	13,972	12.8%
営業総利益	53,723	39.3%	120.1%	44,738	41.1%
販管費	47,561	34.8%	122.2%	38,926	35.8%
営業利益	6,161	4.5%	106.0%	5,811	5.3%
営業外損益	△104	△0.1%	－	252	0.2%
経常利益	6,056	4.4%	99.9%	6,063	5.6%
特別損益	△22	△0.0%	－	△263	△0.2%
四半期純利益 *	4,045	3.0%	102.8%	3,933	3.6%

* 四半期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

営業利益は61億円、前期比+6.0%と増益。EBITDA+ 13億円（前期比+ 13.6%）

- 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の推進、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
- 前期サニー事業をカーブアウト案件として承継。1 Qはシステム関連切替等のPMIを推進し、単独運営に向けた基盤づくりに注力

営業利益の変動（億円）



EBITDAの変動（億円）

前期 101億円 → 当期 114億円

※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子会社も単体同様に増収、YM熊本（サニー事業除く）とYM北九州は黒字転換。ユアーズは新店による創業費除きで黒字
- 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
- 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が好調の一方、賃上げに伴う人件費増等により増収減益

単位 百万円	連結 営業収益						連結 営業利益					
	2026/2期 1Q			前期 1Q			2026/2期 1Q			前期 1Q		
	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	131,966	96.7%	126.3%	104,474	96.0%		4,682	76.0%	105.1%	4,456	76.7%	
小売周辺事業	12,492	9.1%	115.2%	10,842	10.0%		1,356	22.0%	110.5%	1,227	21.1%	
その他・調整額	△7,921	△5.8%	－	△6,532	△6.0%		122	2.0%	－	127	2.2%	
連結合計	136,538	100.0%	125.5%	108,784	100.0%		6,161	100.0%	106.0%	5,811	100.0%	

小売事業

(株)イズミ（単体）	90,442	66.2%	105.4%	85,823	78.9%	5,169	83.9%	104.1%	4,966	85.5%
(株)ゆめマート熊本	26,663	19.5%	452.0%	5,899	5.4%	△237	△3.9%	－	△40	△0.7%
（うち、サニー事業）	(20,080)	(14.7%)	－	－	－	(△364)	(△5.9%)	－	－	－
(株)ゆめマート北九州	6,083	4.5%	105.0%	5,793	5.3%	79	1.3%	－	△21	△0.4%
(株)ユアーズ	5,842	4.3%	111.6%	5,233	4.8%	△39	△0.6%	－	△106	△1.8%

小売周辺事業

(株)ゆめカード	2,205	1.6%	105.9%	2,082	1.9%	424	6.9%	113.5%	373	6.4%
(株)イズミテクノ	5,044	3.7%	123.3%	4,090	3.8%	554	9.0%	125.3%	442	7.6%
イズミ・フード・サービス(株)	1,946	1.4%	108.0%	1,801	1.7%	85	1.4%	56.3%	151	2.6%

ランサム被害からの回復の一方、長引くインフレ環境への対応実施。販管費は計画内でコントロール

- 営業収益 5.4%の増益、営業総利益の営業収益比は+0.2pt
- 営業利益 営業総利益の営業収益比は+0.2pt、販管費率は6.0%増で+0.3pt、営業利益率は5.7%と△0.1pt
- 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5.7%と前期差△0.4pt
- 四半期純利益 四半期純利益率は4.0%と前期差△0.2pt

単位 百万円	単 体				
	2026/2期 1Q			前期 1Q	
	実 績	営業収益比	前期比	実 績	営業収益比
営業収益	90,442	100.0%	105.4%	85,823	100.0%
売上高	76,333	84.4%	105.9%	72,070	84.0%
売上総利益	25,120	27.8%	107.6%	23,336	27.2%
営業収入	14,109	15.6%	102.6%	13,752	16.0%
営業総利益	39,229	43.4%	105.8%	37,089	43.2%
販管費	34,060	37.7%	106.0%	32,123	37.4%
営業利益	5,169	5.7%	104.1%	4,966	5.8%
営業外損益	△50	△0.1%	—	240	0.3%
経常利益	5,119	5.7%	98.3%	5,206	6.1%
特別損益	△168	△0.2%	—	△4	△0.0%
四半期純利益	3,595	4.0%	100.6%	3,574	4.2%

昨年システム障害の影響から、直営においては売上・売上総利益ともに回復

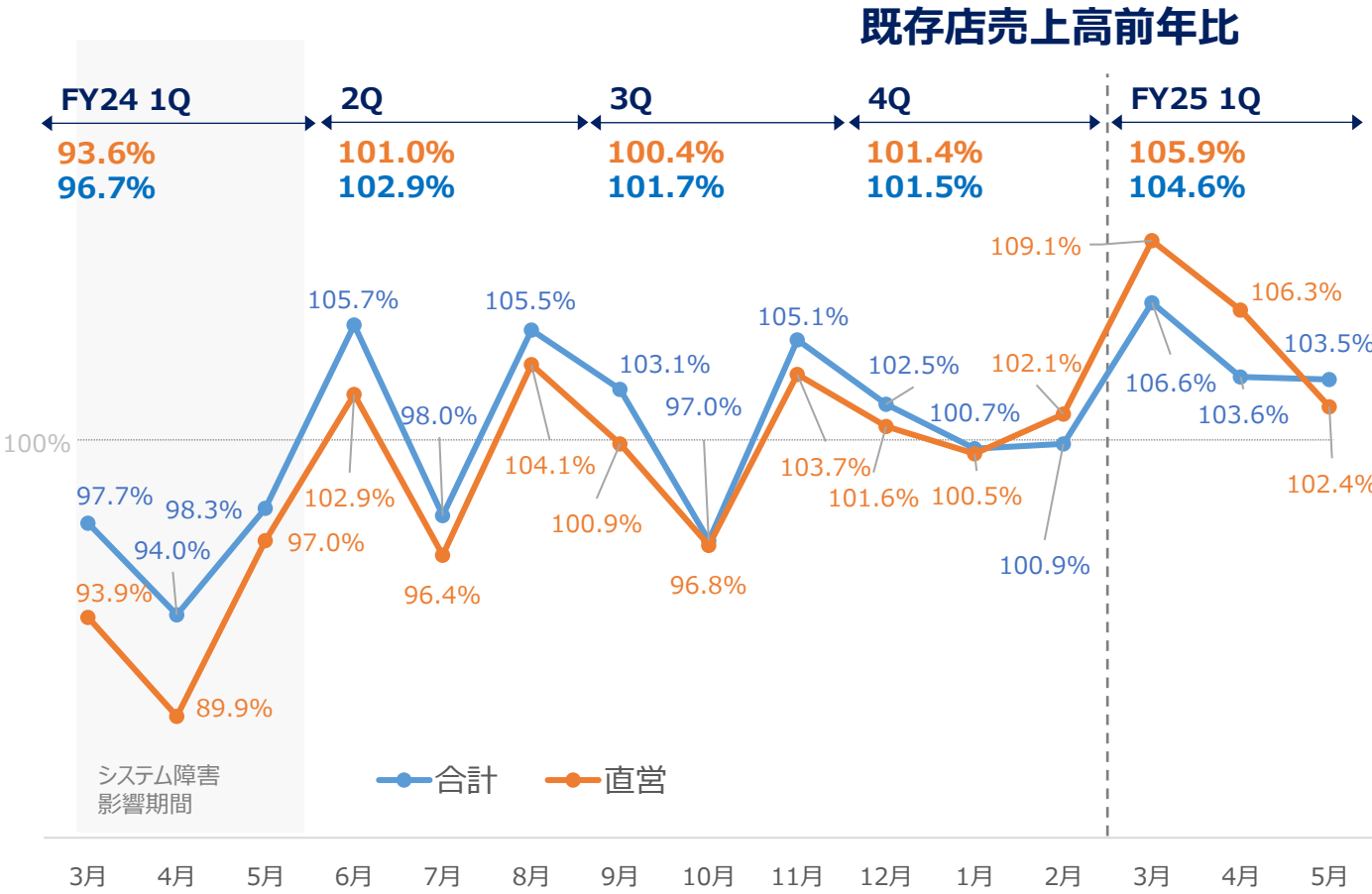
- ライフスタイル 例年より気温の低い日が続いたことから、衣料品を中心に春夏シーズン品の販売が苦戦
売上は前年を上回ったものの、売上総利益は前期差△0.2pt
- 食料品 節約志向の高まりに対して、低価格と付加価値のミックスで対応、売上総利益率は前期差+0.8pt
- 売上総利益 昨年はシステム障害により在庫等のコントロールが難しかったことから、前期差は+0.5ptと回復

単位 百万円	単体 売上					
	2026/2期 1Q			前期 1Q		
	実績	構成比	前期比	実績	構成比	前期比
ライフスタイル	20,897	27.4%	102.0%	20,492	28.4%	92.5%
食料品	55,436	72.6%	107.5%	51,578	71.6%	95.7%
合計	76,333	100.0%	105.9%	72,070	100.0%	94.7%

単位 百万円	単体 売上総利益率			
	2026/2期 1Q		前期 1Q	
	実績	前期差	実績	前期差
ライフスタイル	36.0%	△0.2pt	36.2%	+0.2pt
食料品	31.7%	+0.8pt	30.9%	△1.4pt
合計	32.9%	+0.5pt	32.4%	△1.0pt

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

- ・ ライフスタイル 3月は前年を上回ったものの、例年より気温が低かったことで衣料品を中心としたシーズン品が苦戦
- ・ 食料品 「全力応援値下げ」等の低価格施策を強化（60品目→100品目）、客数の回復により堅調に推移
- ・ テナント 一部アパレルで気温の影響を受けたものの、生活雑貨などは堅調、食物販・飲食は引き続き好調に推移



	2026/2期 1Q 実績
ライフスタイル	101.8%
食料品	107.8%
直営計	105.9%
テナント	103.0%
単体計	104.6%

※直営計の内訳

客数	101.6%
客単価	104.3%
1品単価	104.4%
買上点数	100.0%

販管費総額は前期比106.0%と増加、営業収益比は37.7%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て削減に努めるも、再エネ賦課金等により増加
- 広告宣伝費 昨年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5億円、当期 約6億円）
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					生産性指標			
	2026/2期 1Q			前期 1Q		金額単位 千円	2026/2期 1Q		前期 1Q
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比		実績	前期比	実績
営業収益	90,442	100.0%	105.4%	85,823	100.0%	1人当たり売上	6,401	106.8%	5,993
営業総利益	39,229	43.4%	105.8%	37,089	43.2%	1人当たり荒利	2,106	108.5%	1,941
販管費	34,060	37.7%	106.0%	32,123	37.4%	1人当たり人件費	1,064	105.2%	1,011
人件費	12,684	14.0%	104.3%	12,157	14.2%	人件費/売上比率	16.6%	△0.3pt	16.9%
減価償却費	3,214	3.6%	96.2%	3,341	3.9%	人件費/荒利益比率	50.5%	△1.6pt	52.1%
賃借料	2,422	2.7%	100.0%	2,423	2.8%				
店舗管理費	3,272	3.6%	104.6%	3,127	3.6%				
水道光熱費	3,012	3.3%	105.4%	2,858	3.3%				
広告宣伝費	2,393	2.6%	133.7%	1,790	2.1%				
その他	7,060	7.8%	109.9%	6,424	7.5%				

新規出店・既存店活性化等により総資産が124億円増加

- 総資産 先行投資を含む店舗新設・既存店活性化及びDX等の投資額は64億円
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42億円増加
- 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280億円増加、負債は146億円増加
- 純資産 4月に自己株取得を31億円実施。自己資本比率は48.7%と前期末比△1.4pt

単位 百万円	連結			単体		
	2026/2期 1Q末			2026/2期 1Q末		
	実績	構成比	増減額	実績	構成比	増減額
総資産	582,015	100.0%	+12,403	514,141	100.0%	+13,453
現預金	13,444	2.3%	△2,273	6,765	1.3%	△2,760
受取手形、売掛金及び契約資産	63,536	10.9%	+4,276	13,034	2.5%	+2,392
有形固定資産	349,445	60.0%	+4,975	272,389	53.0%	+4,229
のれん *	54,865	9.4%	△857	—	—	—
その他	100,723	17.3%	+6,282	221,952	43.2%	+9,592
負債	285,088	49.0%	+14,695	288,775	56.2%	+16,278
支払手形買掛金	57,045	9.8%	+28,021	46,943	9.1%	+26,645
有利子負債	127,152	21.8%	△12,304	159,155	31.0%	△13,601
その他	100,890	17.3%	△1,020	82,676	16.1%	+3,234
純資産	296,926	51.0%	△2,292	225,365	43.8%	△2,824
自己資本	283,205	48.7%	△2,316	225,365	43.8%	△2,824
非支配株主持分	13,720	2.4%	+24	—	—	—

*のれんは取得原価の配分が完了していないため、暫定的に算定された金額です。

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 258億円 の収入
- ・ 投資CF 店舗新設・既存店活性化及びDX投資等（53億円の支出）により、投資CFは50億円の支出
- ・ 財務CF 自己株取得31億円、配当金支払32億円、借入金返済165億円等により、財務CFは 230億円の支出

単位 百万円	2026/2期 1Q	前期 1Q
営業CF	+25,822	+14,441
税金等調整前純利益	+6,033	+5,800
非資金性損益（減価償却費等）	+5,442	+4,500
営業活動に係る債権債務増減	+17,190	+3,336
法人税及び利息受払	△4,808	△732
その他	+1,963	+1,536
投資CF	△5,083	△7,740
設備投資関連	△5,820	△6,236
その他	+736	△1,504
財務CF	△23,012	△8,518
有利子負債関連	△16,588	△5,267
その他	△6,423	△3,251
現預金増減等	△2,273	△1,817

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2024
(日本語・英語)



社会環境報告書
2024



▶ [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

電話 082-264-5994 / FAX 082-261-5895

補足資料

Ⅲ 補足資料

スライド番号

2026年2月期（FY25）業績予想

15

グループ店舗網 ドミナント戦略

18

既存店の競争力（既存店売上高前年比）

19

ESG（環境・社会・ガバナンス）

20

営業収益は+12.6%の成長、長期化するインフレへの対応とサニー事業の安定稼働を目指す

- ・ 長期化するインフレ環境に対し、消費者行動に即した商品政策の実施。自社PB商品（低価格帯）を下期販売開始予定
- ・ サニー事業は、システム稼働とローコストオペレーションの運営の推進を図り軌道のせ。ニチリウPB の「くらしモア」を導入
- ・ 新店は単体3店舗、子会社2店舗を計画。新規取組として直営コスメ雑貨の「ア・フルール」を広島駅minamoaへ外部出店
- ・ ガバナンス体制の見直しを行い、26年度からの第三次中計に向けた万全の態勢整備を実施する

単位 百万円	連結				単体			
	2026/2 期				2026/2 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	590,100	112.6%	294,200	123.3%	394,900	105.9%	195,300	107.6%
営業利益	30,700	120.7%	15,700	130.5%	23,500	110.5%	12,200	118.4%
経常利益	30,400	118.2%	15,500	125.5%	23,100	107.8%	12,000	112.9%
当期純利益*2	18,300	153.5%	9,700	118.9%	14,500	150.5%	7,800	107.5%
EBITDA*3	52,400	107.7%	—	—	—	—	—	—

*1 総額営業収益

874,800

110.0%

433,700

116.8%

798,400

114.0%

390,200

114.3%

*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。

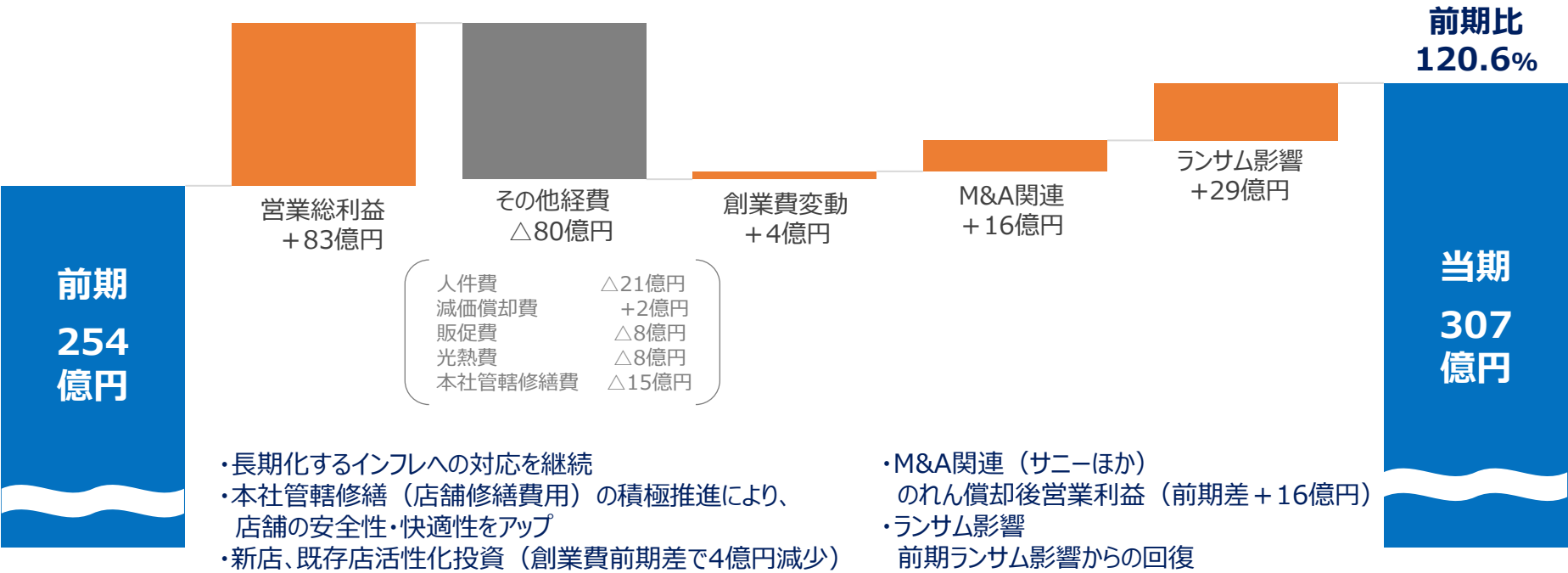
*3 EBITDA = 営業利益 + 減価償却実施額 + のれん償却費

1 株利益	255.75円
1 株配当	90.00円
特別損益	△15億円 ※単体 △15億円
設備投資 (工事ベース)	170億円 ※単体 110億円

営業利益は+ 20.7%増益の307億円を計画

- 前期のランサム影響からの回復（+29億円）、長期化するインフレへの対応等を進め消費者ニーズのキャッチアップを即対応
- 前期コントロールの難易度が高かったサニー事業の軌道のせ。黒字転換を図り、M&A関連において前期差+ 16億円
- 人的資本投資として、更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
- 創業費の前期差は△4億円（当期18億円、前期22億円）、一方で本社管轄修繕（店舗修繕）を積極推進（+15億円）

営業利益の変動（億円）



EBITDAの変動（億円）



※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。

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（※承継後の店名未定）（2025年7月、広島県呉市 ※10月グランドオープン予定）		
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 △4億円（当期計画15億円、前期実績19億円）		
	通期	上期	下期
売上高	3,363億円	1,664億円	1,699億円
既存店売上高前年比	105.5%	106.7%	104.4%
直営計	105.7%	107.5%	104.0%
売上総利益率（売上比）	当期 32.8% 前期 32.7%	当期 32.7% 前期 32.5%	当期 32.9% 前期 33.0%
人件費	525億円（前期 50,670百万円、前期比 103.7%）		
減価償却費	133億円（前期 13,572百万円、前期比 98.2%）		
労働生産性 ※一人当たり荒利	925万円（前期 863万円、前期比 107.2%） ※ 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 6月実績
ライフスタイル	95.9%
食料品	101.7%
直営計	99.8%
テナント	100.4%
イズミ計	100.1%

※直営計の内訳

客数	98.2%
客単価	101.7%
1品単価	103.6%
買上点数	98.1%

※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。

中四国・九州を中心に店舗展開 265店舗

(2025年5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	3	-	-	6
		SM（ゆめマート）	14	19	-	-	33
		その他	2	3	-	1	6
		小計	39	60	4	3	106
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	93	10	3	265

* 上記のうち、「ゆめマート」（ストアブランド）63 30 - - 93

※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

既存店の競争力

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	103.4
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									103.4
全国	102.2	103.4	104.6										
かい離	+4.4	+0.2	-1.1										

※ 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利用拡大

2015年以降、太陽光発電パネルの設置を進めるほか、2021年からはPPA「Power Purchase Agreement(電力販売契約)」モデルの導入を推進。「ゆめmart西条」「ゆめタウン飯塚」「ゆめmart新大村」では、再生可能エネルギーを100%使用しています。

太陽光パネル
設置店舗数

28 店舗
(2025年2月現在)

◀「ゆめmart新大村」



2 食品ロスを削減するために



フードドライブを全店で開始！

2025年3月18日から新たに25店舗で開始。「フードドライブ」は、食品ロス削減や食品の有効活用を目的に、ご家庭で未利用の食べ物を持ち寄り、それらを地域の福祉団体や施設、フードバンク等に寄付する活動です。ご家庭の“もったいない”を地域の“ありがとう”に変え、持続可能な社会を目指します。

▶店頭の回収箱



3 プラスチックによる環境負荷を低減



香川県内においてペットボトル回収機の運用開始

2025年4月から、ゆめタウン三豊・ゆめタウン丸亀において、お客さまの使用済みペットボトルを新たなペットボトルに生まれ変わらせる「ボトルtoボトル」水平リサイクルを開始。現在41店舗に設置しており、2025年度末までに12店舗の設置を予定しています。同時にアルミ缶回収機も設置し、リサイクルすることでごみを減らして限りある資源を大切にしています。



4 食品廃棄物をリサイクル



福岡県内4店舗で食用油の回収を開始

福岡市と北九州市で実施されている家庭から出る食用油の回収の取り組みに賛同し、ごみの減量および脱炭素社会を推進するため、店舗に回収ボックスを設置。回収した油はバイオディーゼル燃料（BDF）に再生されます。軽油の代替燃料として使用すると、1リットルあたり2.62kgのCO2削減に繋がります。

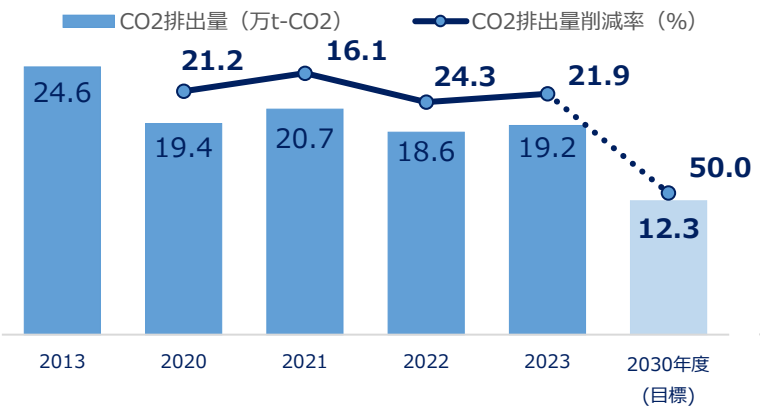
▶店頭に設置した回収ボックス



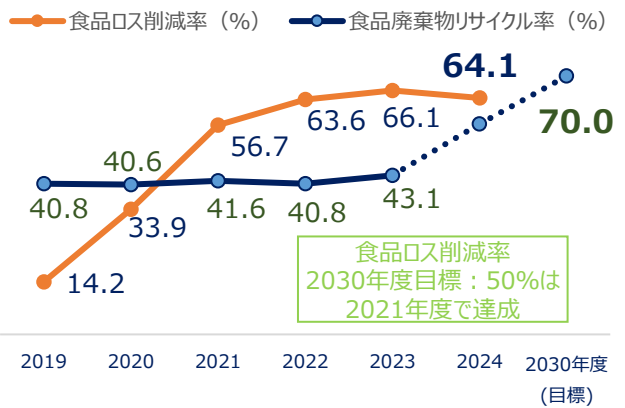
5 2030年度の環境KPI達成に向け、着実に取り組みを進める

■環境KPIの進捗

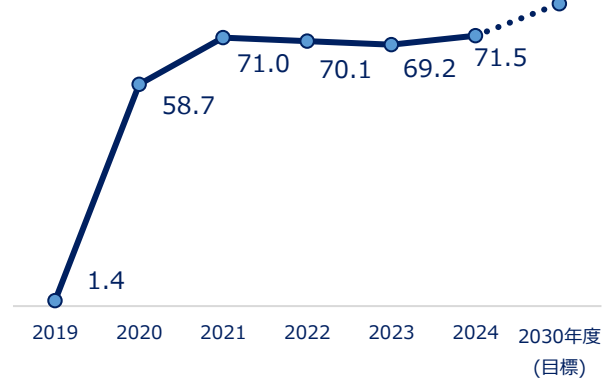
＜①CO₂排出量 ②CO₂排出量削減率＞
（①②ともに13年度比、Scope1・2）



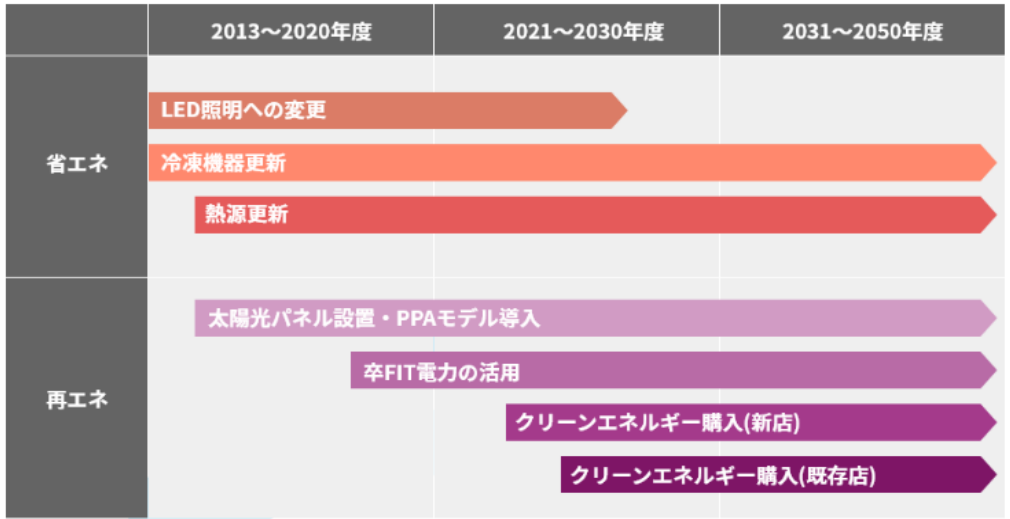
＜①食品廃棄物リサイクル率＞
＜②食品ロス削減率＞（2018年度比）



＜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
 - 有価証券報告書にて法定開示（2024年7月）
- 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

1 身近な地域に元気と「にぎわい」を



小学生が考案した「ひろしまパスタ」を期間限定販売

2024年夏、「おいしい！広島」プロジェクトの一環として、カゴメ(株)は新ご当地メニュー「ひろしまパスタ」のアイデアを募集。グランプリ・畜産品活用賞を受賞した小学生考案のパスタを当社にて商品化し、2025年3月から、ゆめタウン・ゆめマート計30店舗で期間限定販売しました。

▶「ぜいたく広島まぜまぜパスタ」



2 力を合わせて一層の発展を



八女市社会福祉協議会「ヨってこん館」をオープン

2025年5月、「フレイル防止」「引きこもりサポート」「買い物支援後の憩いの場」等の実施による地域貢献を目的に、ゆめタウン八女に八女市社会福祉協議会が運営する「ヨってこん館」がオープン。地域ボランティアによる健康活動や、子どもの見守り、買い物ツアーの拡充などを行ってまいります。



▲交流をする様子

3 安全・安心な商品を通じた社会貢献



「安全で安心な食」のため、店舗と本社で品質管理を推進

店舗では表示などの勉強会を開催。また、「食品品質チェッカー」が毎日午前11時と午後3時に売場をチェックし、商品の鮮度や産地、日付などを確認。さらに、本社の品質管理検査室で検査を実施し、インストア商品の品質保証に取り組んでいます。



▲本社の品質管理検査室

4 広げよう！健康維持・増進の輪



地域の健康を守る「健康経営」の推進

当社グループで働く社員の95%以上が店舗周辺に住んでいることから、「社員の健康を守ることは地域の健康を守ること」という考えのもと、「健康経営」を推進しています。2025年3月には、経済産業省の「健康経営優良法人2025」認定されました。



2025
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門



5 多様な社員が活躍できる環境を

キャリアに対する価値観や、多様なバックグラウンドに対応した制度を整備し、エンゲージメント向上・優秀な人材の確保を図る

■ 勤務エリア区分制度の改定

目的

- 個々の考え方や事情に応じて働くエリアを選択でき、意欲や能力に応じて自分らしく活躍できる環境づくりを目指す
- ・ 従業員のエンゲージメント向上
 - ・ 優秀な人材の確保

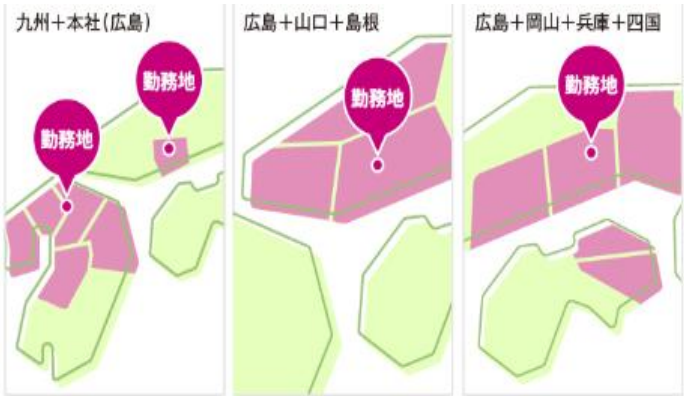
【社員区分】

ナショナル正社員



【勤務地】 制限なし
(本社+店舗展開地域全域)

リージョナル正社員



【勤務地】 エリア限定
(3つのエリアから選択)

フィールド正社員



【勤務地】 限定
自宅から半径30km圏内の店舗

6 多様な社員が活躍できる環境を



従業員がより「自分らしく働ける環境へ」

2025年7月から、時代の変化に応じて社員一人ひとりの多様性や個性・価値観を尊重し、より自分らしく意欲的に働ける環境を提供することを目的に、サービス規程（身だしなみ基準）を改訂しました。従業員満足度やモチベーションの向上、未来を担う人材確保と定着など、採用環境の改善も図ります。

▶店頭以身だしなみ基準の見直しのポスターを掲示



7 従業員が安心して働ける環境を



イズミグループ カスタマーハラスメントに対する方針

当社グループで働くすべての人が、安心して働ける環境を構築するため、カスタマーハラスメントに対する基本方針を策定しています。お客さまのご意見・ご指摘には真摯にかつ誠実に向き合い対応することを前提とし、社員の人権および就業環境を著しく害するカスタマー・ハラスメントに対しては、毅然と行動し、組織的に対応します。

▶防止啓発ポスターを掲示

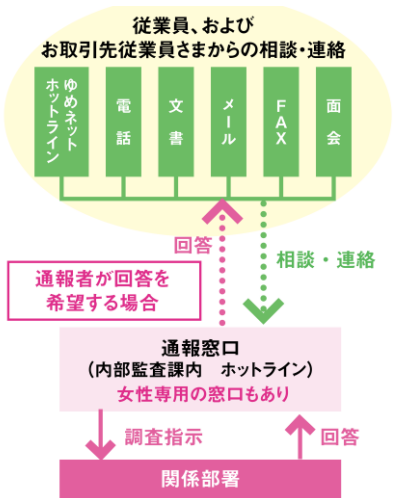


1 コンプライアンス・リスク管理体制



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。



2 株主のみな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2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

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

