

you
me

you
me

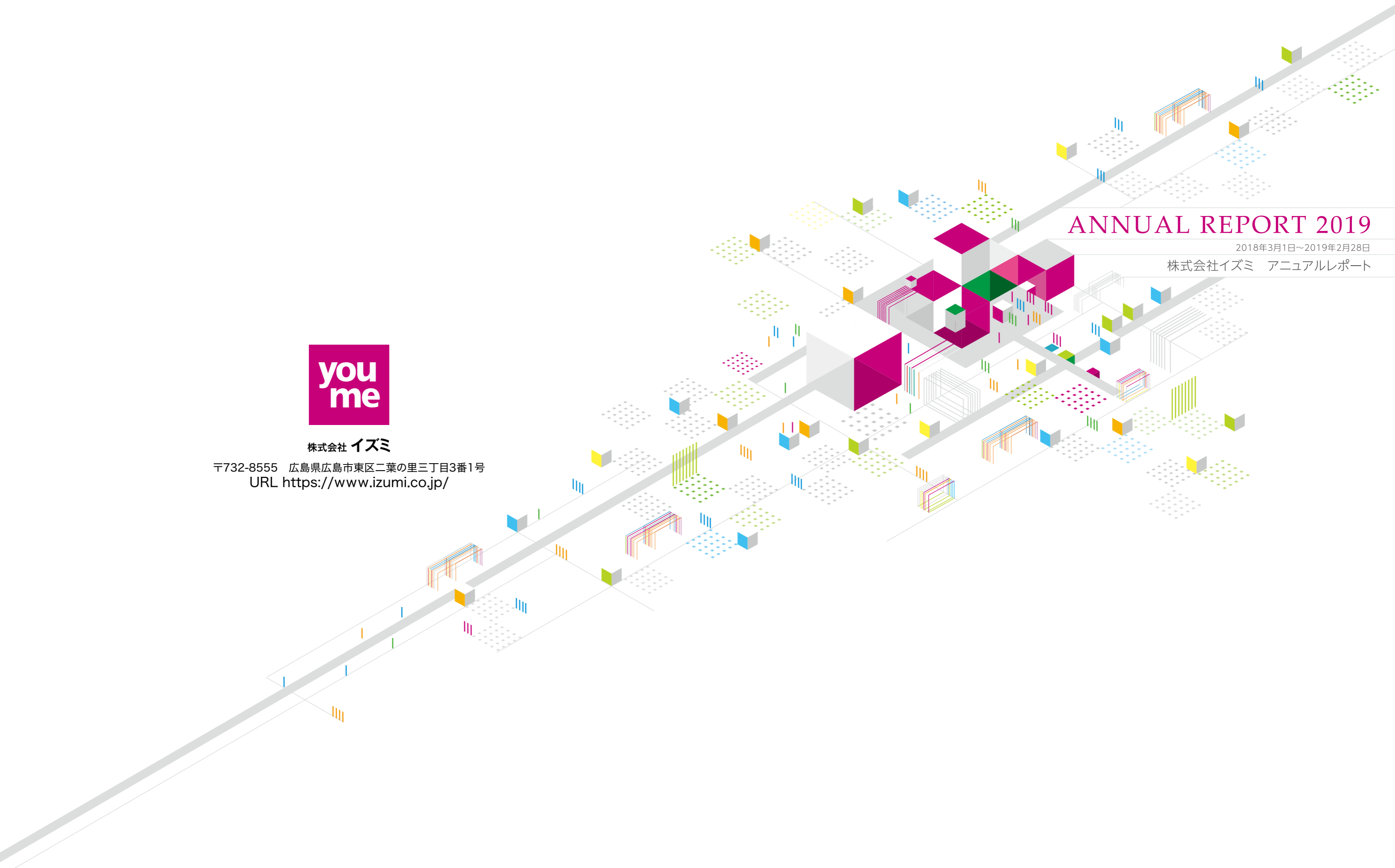
株式会社 **イズミ**

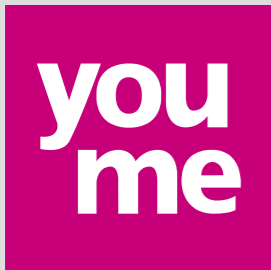
〒732-8555 広島県広島市東区二葉の里三丁目3番1号
URL <https://www.izumi.co.jp/>

ANNUAL REPORT 2019

2018年3月1日～2019年2月28日

株式会社イズミ アニュアルレポート





イズミ・ゆめブランドの価値 日本一の高質リージョナル

向上を通じて、 総合スーパーを目指す



CONTENTS

- イズミの経営ビジョン 2
- イズミの夢、理念と行動指針 4
- 沿革「イズミのチャレンジ」 6
- タクティクス「イズミの先進性」 8
- アドバンテージ「イズミの強み」 10
- トップメッセージ 12
- イズミグループ中期経営計画 16
- セグメント概況 20
- イズミのCSR活動 25
- コーポレートガバナンス 28
- 役員一覧 32
- 11年間サマリー 34
- 経営陣による財務分析 36
- 主要連結財務指標 38
- 会社概要・株式情報 43

お客さまの暮らしをより豊かに

少子高齢化による国内人口の減少で、特に地方圏では市場が大きな移り変わりを見せている中で、お客さまの消費行動の多様化や、Eコマースの台頭など、日々の生活を支える基盤そのものが大きく変化しつつあります。そこにAIやIoTの進展、ネットショッピングの浸透が加わり、リアル店舗の役割が改めて問われています。そうした中で、私たちイズミグループは2017年10月、イズミ・ゆめブランドの価値を高め、「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」ことを経営ビジョンに掲げた中期経営計画を策定しました。お客さまの暮らしをより豊かにし、地域活性化にも貢献することを重視しながら、各店舗の付加価値の向上や、商品・サービスの充実化に取り組んでいます。

より地域密着、よりきめ細かく

イズミは、中国・四国・九州地方に経営資源を集中投下するドミナント戦略の下、地域密着型の店舗展開を進めています。物品や商品調達の効率化を図ると同時に、きめ細かくお客さまのニーズを把握し、店づくりや品ぞろえ、サービスを進化させてきました。地域における「ゆめタウン」「ゆめマート」へのブランドイメージを形成し、販売促進面や採用面においてもその優位性を発揮しています。地道で誠実な取り組みを通じて、お客さま、テナントさま、地域の皆さまとの信頼を醸成し、さらなる成長を続けていきます。

九州エリア
 SC — 22店舗
 SM — 59店舗
 NSC — 2店舗
 その他 — 2店舗

中国エリア
 SC — 40店舗
 SM — 53店舗
 NSC — 1店舗
 その他 — 3店舗

その他の地域
 SC — 2店舗
 その他 — 5店舗

四国エリア
 SC — 4店舗
 SM — 8店舗
 その他 — 1店舗



◆ ショッピングセンター(SC)	68店舗
◆ 食品スーパー(SM)	120店舗
◆ 近隣型ショッピングセンター(NSC)	3店舗
◆ その他	11店舗

計 **202** 店舗
 (2019年2月28日現在)

経営ビジョン実現を支える、 イズミの夢、経営理念、そして行動指針

中期経営計画の「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」という経営ビジョンの実現には、従業員一人ひとりが、我々自身の使命を存在意義とし、個々の能力を最大限に発揮するための環境づくりが欠かせないと考えています。イズミグループでは4つの夢、経営理念、行動指針に、イズミグループの顧客満足重視や地域、テナントの皆さまとともに発展していくという姿勢を明記し、それを従業員と深く共有することで、一人ひとりがベストを尽くせる風土の醸成と、働きがいのある職場づくりを進めています。

イズミの4つの夢

- 「お客さまに心地よい暮らしを」
- 「地域に活気を生み経済効果を」
- 「テナントさまと共に一層の飛躍を」
- 「社員に誇りと活躍できる場を」

私たちは、お客さま・地域・テナントさまや従業員の夢をサポートし、イズミグループに関わるステークホルダーの皆さまに豊かさをお届けすることこそが、私たちの目指す夢であり社会的価値の創出であると考えています。このことを通じた活動が経済的価値を生み出し、それを両輪として企業価値を高めていくことが目標です。

「モノ消費からコト消費へ」 世の中が変化しても追いかける4つの夢

お買い物の楽しさを提供する「モノ消費」はもちろん、店内で過ごす時間に大きな価値が生まれる「コト消費」も重視しています。最近では、趣味の広がる教室や音楽会などの発表会、ボランティア団体や行政機関による啓発活動などを開催。テナントさまにもコンテンツ力を発揮していただき、時代が変わっても「イズミの4つの夢」に沿って、お客さまや地域の皆さまのニーズを満たす工夫をしています。



イズミの経営理念

- 「お客さまの満足度No.1」
- 「エキサイティングカンパニー実現」
- 「働きがいのある企業」

創業当初から、イズミでは「お客さまに喜んでいただくこと」を念頭に日々業務を実践することを基本としてきました。お客さまにご満足いただくことが、従業員一人ひとりの喜びとなり、自らがいきいきと仕事に励む糧となる一。私たちはそのような環境の整備にも力を入れています。

お客さまの満足が私たちの一番の喜び

夕食の献立の相談を受けたり、お孫さんへの贈り物選びをお手伝いしたり、布団のお手入れ方法をアドバイスしたり…。お客さまとのコミュニケーションを深め、ご要望にお応えし、喜んでいただくことが、従業員のエネルギー源となっています。お客さまからの「ありがとう」を励みに、品ぞろえの充実化やサービスの改善など、より良い店舗づくりに取り組んでいます。



従業員の行動指針

- 「お客さまのために尽くす」
- 「すべての従業員が働きがいのある会社にする」
- 「絶えずより良い結果を目指して努力する」

従業員一人ひとりの成長に直結しているのが、3つの行動指針です。お客さまを笑顔にするために、仲間と一緒に汗を流した従業員の努力を高く評価し、教育の機会も豊富に提供しています。そして「昨日より今日」「今日より明日」と、未来志向の職場づくりを推進しています。

これまででも、これからも、 お客さまの気持ちにお応えし続ける

車いすを押して売場をご案内する「エスコート係」は、お身体の不自由なお客さまにもショッピングを楽しんでいただきたいという気持ちから始まった制度です。「長年愛用してきた地元のお醤油は、イズミにはないの?」という声があれば、メーカーさまと連絡を取り合って取り扱いを開始。お客さまとの緊密な関係を築き、どんな小さな期待にもお応えできるよう、すべての従業員が努めています。



地域に根付き、共に発展をしてきた イズミのチャレンジ

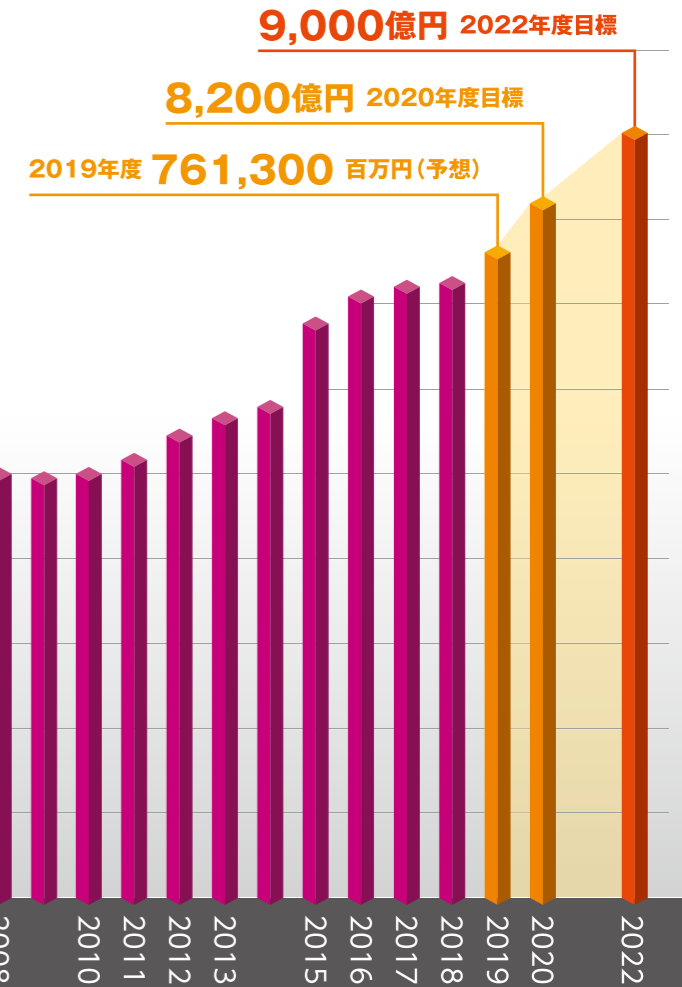
イズミグループのルーツは、終戦翌年に広島駅前で生まれた戸板一枚の小さな露店。「お客さまに喜んでいただきたい」「地域と共に成長したい」という一心で営業を続け、1961年には広島に初めての本格的スーパー「いづみストア」を開店しました。以来、ショッピングセンター「ゆめタウン」という新たな街づくりを通じて、地域活性化にも力を入れて50年余り。これからも皆さまの夢をサポートしながら、大きな夢の実現に向けて歩み続けます。



イズミグループの営業収益の推移と今後の目標

創業以来、景気動向の影響を多少受けながらも、イズミグループの営業収益はおおむね右肩上がりの成長軌道を描いてきました。今後は、出店中心の拡大戦略から収益性を重視した成長戦略へと方向転換し、中期的な目標として2023年2月期に営業収益9,000億円の達成を目指します。そこに向けて、3か年の中期経営計画の最終年度(2021年2月期)に営業収益8,200億円の達成を目標に、真摯に各施策に取り組んでいます。

■ =イズミグループ年間営業収益 ※ '96年度まではイズミ単体



創業前史	創業期	発展期	展開期	変革期
1946 山西義政(現名誉会長)が広島駅前で露店を始める。	1946 日本国憲法公布	1975 お取引先さまと交流を深める「いづみ会」発足。	1990 ゆめタウン高梁、東広島オープン。ゆめタウン形式の店舗を、地元行政や市民との協力関係のもと、地元を活性化させるショッピングセンターとして出店。	2008 創業の地・広島へ帰帰し、ゆめタウン広島誕生。
1950 衣類卸問屋株式会社山西商店を設立。	1955 高度経済成長スタート 1956 国際連合加入 1958 東京タワー完成 1960 カラーテレビ放送開始	1977 日本チェーンストア協会に加入する。	1993 代表取締役社長に山西泰明、代表取締役会長に山西義政が就任。	2011 創業50周年。ゆめタウン徳島オープン。次の100年に向けた次世代型店舗。
1961 株式会社いづみ設立。八丁堀に1号店・いづみストアオープン。	1964 東京オリンピック開催 1966 新3種の神器	1978 大阪証券取引所市場第二部および広島証券取引所に上場。	1995 ゆめタウン遠賀(福岡県)がオープンし、九州地区への出店開始。	2012 ゆめタウン形式1号店・ゆめタウン小倉東オープン。
1967 広島駅に隣接した「駅前店」オープン。	1968 レトルトカレー発売 1969 アポロ月面着陸 1970 大阪万博開催 1971 ドルショック 1972 札幌オリンピック、沖縄返還 1973 オイルショック	1980 株式会社イズミに商号変更、CIも導入。	1997 財団法人泉美術館開設。	2013 イズミ新本社ビル竣工。ゆめモール形式1号店・ゆめモール下関オープン。
1973 初の郊外型大規模店、ショッピングセンター祇園店オープン。マイカー時代に先駆け大駐車場設置。	1974 狂乱物価	1985 POSシステム導入。	1998 ゆめタウン高松オープン。西日本最大級、「ゆめタウン」展開の旗艦店。	2015 ゆめタウン廿日市オープン。街と自然、人との豊かな共生を目指した店舗として誕生。
1974 共同仕入機構・日本流通産業株式会社をいづみ他7社で設立。		1986 大阪証券取引所市場第一部および東京証券取引所市場第二部に上場する。	2000 夢彩都(ゆめタウン夢彩都)、ゆめタウン博多オープン。九州地区の展開が本格化。	2016 熊本地震発生、支援活動と復旧に取り組む。
		1987 東京証券取引所市場第一部に上場。	2003 ゆめタウン久留米オープン。地域と一体となった「街づくり」を実践。	2017 新業態LECTオープン。「知・食・住」をメインテーマに心豊かに過ごせる施設として開業。中期経営計画(2018年度～2020年度)を策定。
			2006 ゆめタウン佐賀オープン。日本初のクロスモール型方式導入。	2018 株式会社セブン&アイ・ホールディングスと業務提携。ゆめかとnanacoの相互利用開始。
			2007 ゆめタウン高松オープン。西日本最大級、「ゆめタウン」展開の旗艦店。	
			2008 東西ドイツが統一	
			2009 パブル崩壊、平成不況	
			2010 平成の米騒動	
			2011 Windows95発売 ガラケー普及	
			2012 消費税5%へ	
			2013 長野オリンピック開催 通貨ユーロ誕生	
			2014 BSデジタル放送開始 アメリカ同時多発テロ ワールドカップ日韓大会	
			2015 韓流ブーム 愛知万博開催	
			2016 第1回WBC開催 郵政民営化	
			2017 iPhone、日本で発売 リーマンショック発生 小惑星探査機はやぶさ帰還 東日本大震災、地デジ化	
			2018 第2次安倍内閣が経済政策「アベノミクス」を掲げる	
			2019 富士山世界遺産登録決定	
			2020 広島東洋カープ25年ぶりの優勝	

地域、そしてお客さまと豊かさを享受する “イズミの先進性”

イズミグループはこれまで、地域のニーズと社会環境の変化に柔軟に対応しながら、時代に即した経営を実践してきました。小売事業を中心として発展する中で、「ゆめタウン」「ゆめマート」をさらに充実させるために、金融事業や施設管理事業、飲食事業や食品製造事業などの子会社を設立。総合力を発揮しながら、豊かな暮らしの提供と活気ある地域づくりに努めています。

GROUP VISION

**日本一の高質リージョナル
総合スーパーを目指す。**

BUSINESS MODEL

**イズミのビジネスモデル
多様な店舗展開**

財務資本

製造資本

知的資本

人的資本

社会
関係資本

自然資本

ADVANTAGE
イズミの強み

西日本ドミナントを形成

高い店舗競争力

従業員のモチベーション

イズミの強みを資本投入

小売事業

小売周辺
事業

その他
事業

ショッピングセンター
“ゆめタウン”

食品スーパー
“ゆめマート”

近隣型ショッピングセンター
“ゆめモール”

REINVEST
再投資

REINVEST
再投資

財務資本

- フリーキャッシュフローの創出
- 持続的かつ高水準な資本効率
- 安全性の高い財務基盤の維持・向上

製造資本

- 限定エリアでの高密度な店舗のドミナント戦略における地域一番店
- 店舗施設のプロデュース
- 既存店舗のバリューアップ
- 発行累計枚数770万枚の優良カード会員

知的資本

- 地域密着の品揃え・商品開発
- 直営売場・テナントMIXによる売場編集ノウハウとマネジメント

人的資本

- 適材適所な人材配置
- 権限委譲による自律的な店舗運営と本社によるサポート体制
- 高能率高賃金な報酬制度
- 人材確保と人材育成の仕組み

社会・関係資本

- お客さまの声を聞く活動
- 地方自治体等の地域社会と連携した地域活性化・災害物資協定等
- ステークホルダーとの関係強化と対話の推進

自然資本

- 省エネルギーの実践
- 食品廃棄物などのリサイクル活動推進
- レジ袋や包装資材の削減活動

お客さま

高品質な商品ときめ細かなサービスの提供に努め、より便利で快適な暮らしづくりを全力で応援していきます。

地域社会

雇用創出や商店街との回遊性を創造することで、出店地域ににぎわいと活気を生み出します。地域と共存し経済効果をもたらします。

テナントさま

テナントさまのさらなる発展につなげるため、「ゆめタウン」を舞台に店舗づくりの成功事例が生まれるよう支援します。

従業員

地域への貢献を誇りや喜びとして業務に励むことができる職場環境を提供していくことで、人間的成長につながるやりがいを生み出します。

お取引先さま

お互い切磋琢磨しながら信頼関係を築き、共に成長し続けることを目指します。

株主さま

高い成長性と収益性による財務資本の質的成長を通じて、企業価値の向上を図るとともに資本効率の維持・向上を図ります。

“イズミの強み”を発揮しながら、収益性を重視した成長を目指す

創業以来50年余りにわたって、「お客さまに喜んでいただきたい」という思いを昇華させる中で、イズミグループならではの3つの強みが生まれてきました。一つめは、中国・四国・九州の限定したエリアへ集中的に出店し、地域に密着した営業を行う「西日本ドミナント」。二つめは、大型店から小型店まで地域ニーズに応じた店づくりを進めながら、既存店もリニューアルを重ねること得られた高い店舗競争力。そして三つめが、適材適所で働きやすい職場環境から保たれている従業員の高いモチベーション。これら3つの強みは、イズミグループが競争力の高い企業であり続けるために変わらず不可欠な「イズミの柱」として、大切にしています。



積極的な店舗展開

- SM・NSC店舗への出店強化
- ディベロッパー事業への挑戦

M&Aでドミナントシェアの向上

- 有力企業とのWin-Winの提携
- 課題を抱える企業への支援、及び再生

GROWTH STRATEGY

西日本ドミナントを形成

高い経営効率

これまでの新規出店を中心とした拡大戦略から、収益性を重視した成長戦略へと方針を見直し、経営効率のより一層の向上を図っています。出店計画については2018年度からの3年間で15店舗とし、投資比率についても、M&Aの活用を図りながら厳選し、西日本ドミナント戦略を推し進めていきます。

地域No.1を目指す

COMPETITIVENESS 高い店舗競争力

「その地域にないものを新たに提供する」「その地域で一番よいものを提供する」。この2つこそ、イズミグループが新店の出店で重視するポイントです。地域のニーズにきめ細かく対応するために、本社一括管理体制から店舗主導型へと切り替えて、各店舗ごとに工夫が重ねられる方式を採用しています。地元のお客さまに最も愛され、信頼される店でありたいという決意を胸に、品ぞろえやサービスの拡充を図り、各地で「地域No.1」を目指しています。

競争力のある店舗フォーマット

- 大型店-3世代型への需要に対応
- 中型店-商圏の変化に対応した店づくり
- 小型店-高収益SMモデルを確立

既存店を常に活性化

- テナントの価値向上
- 顧客別販売データの拡充

地域密着・店舗主導によるお客さまニーズへの対応

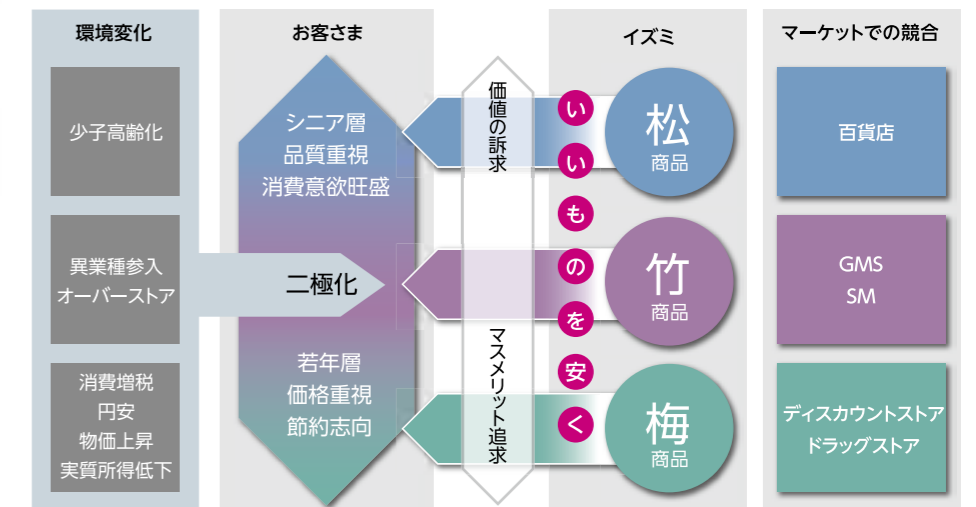
- 「いいものを安く」の実現
- ソーシャルメディアによる情報発信

既存店売上高前年比(%)の状況 2009年度～

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
イズミ	95.3	100.1	101.2	100.1	102.7	101.8	101.4	101.5	99.2	99.4
全国	95.8	98.1	99.1	97.2	100.2	99.1	101.3	98.8	99.6	99.2
差	-0.5	+2.0	+2.1	+2.9	+2.5	+2.7	+0.1	+2.7	-0.4	+0.2

出典:日本チェーンストア協会 通期は当社が算出

イズミの商品戦略「いいものを安く」



HUMAN RESOURCE

社員のモチベーション

高能率高賃金と適材適所

- 店舗網に対応した、育成体制の見直し
- 同一労働同一賃金への対応

働きやすく、女性が活躍できる職場環境

- 子育て支援(子育てサポート認定企業)

成果主義による報酬制度

イズミでは、社員の自主性を重んじたキャリアプラン・教育制度を整備するとともに、成果主義による報酬制度を設けています。一人ひとりの目標や能力に応じて、キャリアプランを設定し、次のステップに進むための階層別研修を実施するほか、女性リーダー育成研修や店長塾など目的別の教育機会を通じて次世代経営者の育成も図っています。イズミグループでは「2020年までに女性管理職比率20%以上」という目標も掲げており、ワークライフバランスを重視しながらキャリア形成ができる体制を整備しています。

収益性を重視した成長戦略へと舵を切り、「日本一の高質リージョナル総合スーパー」の実現を目指す

2018年度を振り返って

当期の外部環境を振り返りますと、国内経済は緩やかな景気回復が続きましたが、相次ぐ自然災害の発生や、物価上昇による可処分所得の落ち込みなどから、生活者の消費意欲は低調に推移しました。自然災害に関しては当社グループも影響を受け、「平成30(2018)年7月豪雨」では岡山県の1店舗、広島県の2店舗の計3店舗が店内浸水等の被害を受け、そのうち「ゆめマート安浦」(広島県呉市)については閉店することとしました。その後も西日本豪雨等、自然災害の発生の都度、当社グループは丸となって、被災地支援活動や各店舗における災害義援金募金活動の展開を通じて、復興支援に取り組みました。



ゆめマート安浦、7月7日の様子
青果の平台が見えなくなるほどの浸水でした

2018年度はまた、当社が2017年10月に策定した3か年中期経営計画の初年度でもありました。「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」を経営ビジョンに掲げた中期経営計画の施策に沿って、既存事業の競争力のさらなる強化や成長分野への経営資源の重点投入を推し進めました。

主力の小売事業では、リアル店舗としての付加価値提案力を高めることでお客さま満足度の追求を推し進め、競争力のあるMD戦略「いいものを安く」の領域を拡大するとともに、デフレマインドへの対応として価格戦略の強化も図りました。春先には天候不順や引っ越し難民などの影響から、衣料品や食料品、新生活関連品の需要が伸び悩みましたが、「これ旨」など付加価値の高い食料品の投入や購買頻度の高いコモディティ商品を対象とした「毎日の暮らし応援!ザ・値下げ最大340品目」を開始したことが奏功し、夏場以降、食料品を中心に販売は復調し、お中元等のギフト需要も堅調に推移しました。

社内においては組織の機構改革を実施し、販売促進からお客様サービス、店舗業務の生産性改善、情報システムまでのデジタル化を一気通貫で推進する「未来創造推進部」を創設しました。電子マネー「ゆめか」とクレジットカードでの新規会員獲得を進め、「ゆめか」の累計発行枚数も前期末の684万枚から752万枚に伸びました。こうした顧客の囲い込みを通じて、旧来のマス

マーケティングからOne to Oneマーケティングへの移行を加速していきます。販促におけるレスポンスが向上すれば、コスト削減にもつながるほか、ECの活性化によってビッグデータ分析の精度向上も期待できます。

大型2店舗を新規出店、大型3店舗を活性化

店舗展開については、2018年4月に「ゆめタウン徳島」(徳島県板野郡)、同年5月に「ゆめタウン行橋」(福岡県行橋市)、同年10月に「ゆめタウン丹波」(兵庫県丹波市)をリニューアルオープンし、3店舗ともに売上伸び率が上昇しました。また、2018年8月には合同会社西友から2店舗を譲り受け、同年10月に「ゆめタウン下松」(山口県下松市)、12月に「ゆめタウン姫路」(兵庫県姫路市)として運営を開始し、堅調に推移しています。

「ゆめタウン下松」は、全国的にも出生率が高く県内唯一の人口増加都市という地域特性を取り込みながら、3世代のお客さまからご満足いただける店づくりに努めました。特に、2019年2月に整備した地域待望のフードコート「瀬戸風フードテラス」は、山口県東部最大級の500席を設け、「賑わい」「居心地」「ぬくもり」をテーマに瀬戸内の自然を感じる居心地のよい空間として、ご好評を得ています。兵庫県内で2店舗目の「ゆめタウン」として開業した「ゆめタウン姫路」は、人気のある専門店を多彩に導入するとともに、味と居心地にこだわった約400席のフードコートやゆったり過ごせるレストスペースなどで「ゆめタウン業態」の魅力を大幅に高め、「ダイヤモンド・チェーンストア」誌主宰の「STORE OF THE YEAR 2019」(商業集積部門)で第5位にランクインするなど、大変好調な滑り出しを見せています。



ゆめタウン下松

セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携

当期、アライアンス面で大きく進展したのが、株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携に関する合意書の締結です。同社は国内外に6万店超の店舗を展開するコンビニエンスストアを軸に、総合スーパー、百貨店、食品スーパー、専門店、さらには金融サービスやITサービスなど、あらゆるお客さまのニーズに応える多様な事業を擁しており、同社との業務提携によって双方の経営資源や経営ノウハウを有効活用することで、事業効率の向上や利益のさらなる拡大につながると期待しています。なかでも、同社グループの中核企業の一つである株式会社イトーヨーカ堂は、当社グループと同一の業態でありながらも、地理的には補完関係にあり、当社がマスメリットを獲得し、ドミナント(集中出店)戦略を拡充していく上で、多くの実効性ある取り組みが可能になると期待しています。この業務提携を通じて、すでに2018年10月からは、西日本エリアで当社グループの電子マネー「ゆめか」と同社グループの電子マネー「nanaco」の相互利用を本格的に開始したほか、広島県福山市にあるイトーヨーカ堂のショッピングセンターの営業を引き継ぎ、同店舗は「ゆめタウン福山」として2019年6月29日にグランドオープンいたしました。さらに、2020年3月からは、同社グループのプライベートブランド(PB)である「セブンプレミアム」の取り扱いを始める予定です。お客さま視点に立ちますと、売り場に多くのブランドが混在することはわかりづらく、混乱を招きかねません。今般の業務提携を機にブランド構成を見直し、今あるPB「くらしモア」からの将来的な切り替えを検討していきます。今般のアライアンスを機に、広範囲での取り組みにおいて有形無形のさまざまな効果を生み出し、「お客様満足」のさらなる向上に努めていきます。



2018年度業績は利益計画を達成するも、課題を再認識

課題

- 1 人手の確保とスキル不足の顕在化
- 2 小売事業の販売立て直し
- 3 さらなるアライアンスの推進

こうした取り組みの結果、当期の営業収益は前期比0.3%増の7,321億円となりました。既存店の売上が伸び悩んだ一方で、当期および前期に新設した店舗が稼働したことで販売が増加しました。営業利益については、経費抑制に努めた一方で、人件費および当期の新設店舗の創業経費等が増加したことから、同8.3%減の352億円となり、売上高に対する営業利益率は、前期



ゆめタウン徳島のベーカリーカフェ「アンティーク」は四国初出店

から0.4ポイント低下し5.1%となりました。加えて、出資金評価損や「平成30年7月豪雨」に起因する災害による損失及び復興寄付金などの特別損失も計上された影響から、親会社に帰属する当期純利益は同12.8%減少の234億円となりました。

中期経営計画の初年度としてさまざまな施策を遂行した結果、競争力の強化などについては手ごたえがありましたが、全体として環境変化への対応に苦慮した1年であったと感じています。業績についても、原価低減やロス抑制努力によって粗利率が改善し営業利益計画は達成しましたが、コアである小売事業では販売不振から売上計画が達成できておらず、そしてその影響が小売周辺事業にも波及するなど、小売業としての持続性の観点からは望ましい姿ではないと厳しく受け止めています。

当期に積み残した課題は大きく三つあります。一つめは、人手の確保やスキル不足が顕在化していること。過去に採用を中断していたことの影響もありますが、人材の確保・育成は喫緊の経営課題です。二つめは、小売事業の販売立て直しです。なかでもアパレル部門の販売不振は当社直営店・アパレル専門店双方の問題だと認識しています。加えて、激化する価格競争への対応力も強化していかなければなりません。三つめがさらなるアライアンスの推進です。マーケットの面積が広い一方で人口減や少子高齢化が進んでいる西日本地域では今後も小売業での経営統合や資本業務提携などの案件が多く出てくると見えています。ドミナント戦略を進める上でM&Aは投資対効果が高く、商業施設に何が求められているのか、地域ごとに考察しながら出店機会を捉えていく必要があります。

収益性を重視した成長戦略へ、中期経営計画を見直し

中期経営計画(2018年度～2020年度)

数値目標
営業収益 ————— **8,200億円**
営業利益率 ————— **5.4%**
(売上高比)

2018年度の実績を踏まえ、既存店における売上高の鈍化や客数の前年割れに加え、大型店においても伸び率が鈍化するなどその牽引力が低下してきていることが顕在化しました。加えて人員不足と人件費の高騰から恒常的な人材不足を抱えており、建築資材の高騰等もあって新規出店をする際にも建築コストの上昇といった課題に直面しています。こうした加速する環境変化に

対応し、当社の持続的な成長につなげるために、「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」とした経営ビジョンの達成に向けて、中期経営計画を見直し、これまでの出店中心の拡大戦略から収益性を重視した成長戦略へと大きく方向転換を行うこととしました。

当社の成長を牽引する出店計画についても、2018年度からの3年間で40店舗としていたものを15店舗に引き下げます。投資比率も新規出店の比重を下げ、M&Aの活用を図りながら、収益力の高いGMS物件を積極的に出店し、SM物件については地域一番店として顧客満足度が高められる物件に厳選していきます。中期経営計画最終年度となる2020年度の数値目標についても、営業収益は当初計画の9,000億円から8,200億円に、売上高営業利益率は6.0%から5.4%へと修正します。なお、当初の数値目標である営業収益9,000億円、営業利益率6.0%は2022年度の達成目標に変更しました。

2019年度の見通し

2019年度計画

営業収益 ————— **7,613億円 +4.0%**
営業利益 ————— **374億円 +6.0%**
経常利益 ————— **370億円 +5.4%**
当期純利益* ————— **227億円 △3.4%**

*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。

2019年度を見通しますと、外部環境としては、海外経済の減速を背景とした輸出の低迷により、これまで経済成長を支えてきた企業の利益成長が鈍化することで経済成長は停滞色を強めていくことが懸念されており、また10月1日からは10%への消費増税が予定されています。消費増税に対しては、政府による



GMS店舗(計画イメージ)

大規模な対策が打ち出されることから、家計への影響は1997年度・2014年度の増税時を下回ると考えられるものの、家計部門の厳しい状況に変わりはなく、個人消費は引き続き低調に推移すると想定しています。また、人手不足による採用難の状況、さらには建築コストの高騰に伴う新規出店にかかる採算見通しの低下は、当社グループにとって引き続き大きな課題です。

2019年度の店舗展開については、前述の「ゆめタウン福山」を2019年6月に全館オープンしたほか、食品スーパー業態では、同年4月に「ゆめマート日田」(大分県日田市)、「ゆめマート三田尻」(山口県防府市)、5月に「ゆめマート南小野田」(山口県山陽小野田市)、7月に「ゆめマート青山」(福岡県北九州市)を新規出店いたしました。

2019年度は、2018年度に積み残した3つの課題への対応を図りながら、予定している5つの新店の成功に向けて尽力します。皇位継承に伴う異例の10連休は、改元祝賀ムードが消費を後押しし、各店舗で実施したイベントも好調に終わりましたが、秋に控える消費増税への対応や価格競争の激化への備え等、環境変化への対応も進めていきます。

2019年度の当社既存店売上高は前年比101.0%を見込んでおり、通期業績予想は、営業収益は前期比4.0%増の7,613億円、営業利益は同6.0%増の374億円、親会社株主に帰属する当期純利益は同3.4%減の227億円を見込んでいます。



ゆめマート三田尻



ゆめマート青山



ゆめタウン福山

株主・投資家の皆さまへ

株主の皆さまへの配当については、堅調な業績を受けて、当期は中間・期末ともに1株につき40円とし、年間で5円増配となる80円とさせていただきます。利益成長に応じた積極的な配当政策を通じて、中期的には現状24.4%の連結配当性向を30%にすることを目標としていきます。

マーケットの成熟化と競合激化という環境下、独自の付加価値を創造しながら企業価値の着実な増大を図るとともに、地域に密着した企業として、経済、雇用、環境、文化への貢献を今後も果たしていきますので、これまでと変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社イズミ
 代表取締役社長
山西 泰明

中期経営計画の見直しについて

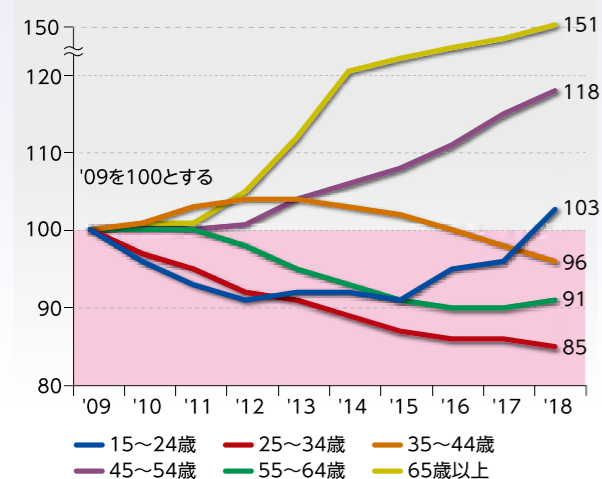
当社グループは、2019年2月期より、2020年度の営業収益9,000億円、2022年度同1兆円を目指す中期経営計画を推進してまいりました。しかしながら、消費動向の変化や人手不足による採用難、さらには建築コストの高騰等により、新規出店の採算見直し低下が顕著になってきました。そうした事業環境面に予想を超える変化の中で、より現実に即すべく中期経営計画の進め方、数値目標を修正することといたしました。なお、中期経営計画に掲げております「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」とした経営ビジョンのもと、引き続きグループ一丸となり、より収益性を重視した成長戦略を推進し、より一層のゆめブランド価値の向上を目指してまいります。

小売業界を取り巻く環境の変化(外部要因)

少子高齢化の加速によって、人口減少による市場規模の縮小や、労働人口の減少、さらには単身世帯や働く女性の増加、人口の都市への集中など、経営環境はかつてないほどのスピードで変化しています。また世界全体のデジタル化が進む中で、ECをはじめとした販売チャネルの変化によって、消費動向も大きく変化しています。新規出店やリニューアルに影響する建築コストについても、建築資材の高騰や人材不足による賃金上昇を背景に上昇するなど、当社グループを取り巻く市場環境はより厳しい状況になっています。

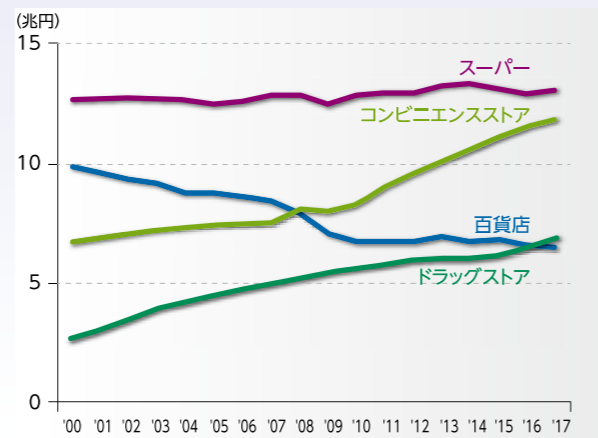
- **消費動向の変化**
消費支出の多様化、販売チャネルの変化
共働き・単身・少子高齢・都市集中化
- **国内人口の減少**
市場規模の減退
高齢化の加速
- **労働人口の減少**
高齢化による労働力の減少

労働力人口の推移



出典:総務省「労働力調査」より作成

業態別売上推移



出典:経済産業省「商業動態統計」、日本チェーンドラッグストア協会「全国ドラッグストア総売上高」より作成

外部環境に伴うイズミの状況(内部要因)

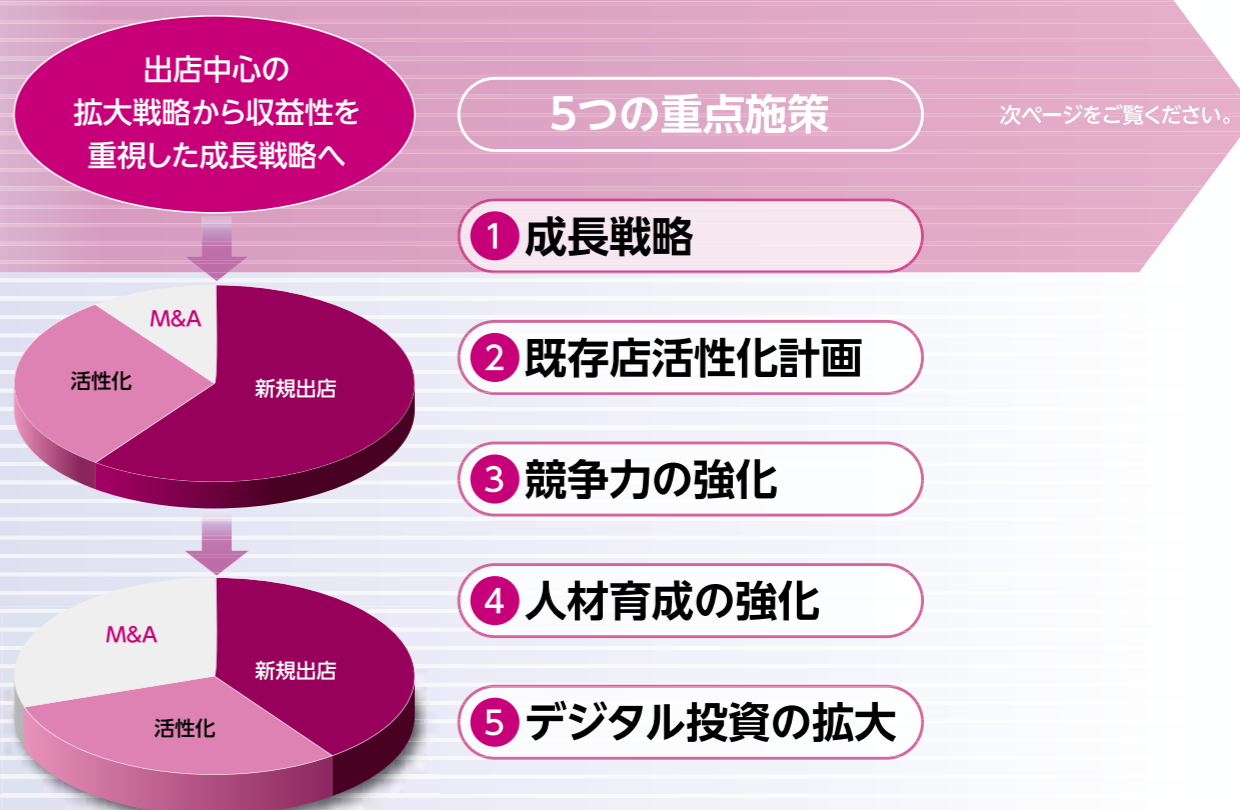
当社グループにおいては、食品スーパーを中心に積極的な出店を続けることが成長の原動力になるとの考えの下、2020年度までの3年間で40店舗の新規出店を計画するなど、出店中心の拡大戦略を推し進めてきました。しかしながら、既存店の売上高の鈍化や客数の前年割れに加えて大型店の伸びが鈍化し牽引力が低下が懸念されました。また、人員不足や人件費の高騰による人材不足の恒常化や建築コストの上昇から新規出店の採算見直しについても低下してきており、こうした課題に対応すべく成長戦略を見直すこととしました。その結果、これまでの出店中心の拡大戦略を改め、

収益性を重視した成長戦略へと舵を切ること、「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」経営ビジョンの実現を図ることとしました。

- **既存店の売上高の鈍化**
客数の前年割れ
大型店の伸びが鈍化し牽引力が低下懸念
- **人材の恒常的な不足**
人員不足と人件費の高騰
- **建築コストの上昇**
建築資材の高騰に加え、人件費上昇にともなう建築コストの高止まりにより、出店店舗の採算見直しの悪化が想定される

中期経営計画見直しの概要

当初中期経営計画の重点施策は、成長戦略、競争力の強化、人材育成を三本柱としていましたが、今般見直しを進める中で、①成長戦略、②既存店活性化計画、③競争力の強化、④人材育成の強化、⑤デジタル投資の拡大の5つを重点施策として推し進めることとしました。成長戦略を支える出店計画については、2018年度からの3年間で15店舗とし、投資の比率についても、M&Aの活用を図りながら、収益力の高いGMS物件を積極的に出店し、SM物件については地域一番店として顧客満足度が高められる物件に厳選していきます。最終年度となる2020年度の数値目標については、営業収益を当初の9,000億円から8,200億円に引き下げ、売上高営業利益率についても6.0%から5.4%に修正しました。なお、当初目標の営業収益9,000億円・営業利益率6.0%については2022年度での達成目標へと変更しています。



5つの重点施策

今般見直した中期経営計画においては、①成長戦略、②既存店活性化計画、③競争力の強化、④人材育成の強化、⑤デジタル投資の拡大の5つを重点施策として推し進めていきます。

1 成長戦略

2020年度までの3年間で新規出店は15店舗に、投資計画は活性化やM&Aを含めて年平均200億円を計画しています。新規出店においては、将来的にも利益の拡大が見込めるGMS物件を積極的に出店し、SM物件については地域一番店として顧客満足度が高められる物件に厳選していきます。同時に不採算店舗については整理を進めていきます。

譲受・継承物件については、Win-Winの関係構築を前提に、エリア内の優良企業との提携を推進し活性化を進めていきます。



ゆめタウン姫路



ゆめマート南小野田



GMS店舗(計画イメージ)



GMS内装(計画イメージ)

2 既存店活性化計画

大型店についてはこれまでも既存店の価値向上のための活性化を図ってきましたが、「ゆめタウン佐賀」「ゆめタウン光の森」「ゆめタウン高松」等の成功事例をもとに、毎年5店舗の増床・大規模活性化計画を進めます。中型店については、地域ニーズに合わせた活性化を進め、小型店については地域密着型でかつ効率的なSMフォーマットの確立を図ります。中小型店合わせて毎年約30店舗の活性化を進めます。活性化を図る上で欠かせない、お客さまの声を聞く活動を継続し、競争力のある店づくりにつなげていきます。



子育て世代に大人気のアカチャンホンポがゆめタウン佐賀に入店



ゆめタウン徳島にはイートインコーナーを新設

3 競争力の強化

引き続き「いいものを安く」の実現を続けていきます。生鮮・総菜のさらなる品質向上を通じて商品の差別化を図り、高品質商品の展開を拡大強化するとともに、店舗主導型経営によるスピーディな対応を通じて地域に密着した品ぞろえを強化します。また、他社の特長を学び新たなビジネスモデルとして取り入れることで中小型店のMD改革を推し進めます。



年末年始には、パーティー用のカットフルーツを展開し好評を博しました



市場から直送する、鮮度抜群の魚がずらり

4 人材育成の強化

多様な視点と実践的な手法を学ぶ機会を提供するため、株式会社トトリ主宰の国内海外研修や先進SM企業への研修留学を推進しています。また、現場実務者(主任層、パートナー社員)の能力強化に向けて、チェーンストア理論を各階層より選抜して学ぶ機会を提供するほか、国内企業視察など、各階層別研修プログラムの充実化を図ります。

従業員の能力開発については、成長機会の充実とOJTの強化を進めるとともに、自宅通勤正社員制度の導入を通じて、より働きやすい環境と働き甲斐を提供します。



精肉、鮮魚、青果、総菜の4部門で、生鮮技能コンテスト全社大会に出場した皆さん



アメリカ研修の様子、生の声を聞き取りました

5 デジタル投資の拡大

マスへの販売促進活動から、個々に最適な企画へのシフトを進めるなど、顧客別販売データ(ビッグデータ)の活用をさらに進めるほか、「ゆめタウンアプリ」の機能充実化やタブレット付きカート「ゆめピ!」の導入拡大、ECサイトのリニューアルによってデジタルマーケティングを強化します。社内に向けても、従業員の働き方改善活動や需要予測型発注システムの開発といった生産性向上に寄与するデジタル化を推し進めます。



タブレット付きショッピングカート「ゆめピ! Powered by ショピモ」



セグメント別経営成績の状況

付加価値提案力を高めて お客さま満足を最大化

専務取締役 営業本部長
梶原 雄一郎



小売事業

主力の小売事業においては、行動指針である“お客さまのために尽くす”のもと、リアル店舗としての付加価値提案力を高めることでお客さま満足の追求に努めてまいりました。

「平成30年7月豪雨」により、当社グループにおいては被災地域の一部店舗で被害を受けました。広島県内2店舗、岡山県内1店舗の計3店舗において、店内浸水等による被害が発生し、うち2店舗については早期に営業を再開した一方、当社の1店舗を閉店しました。さらに、被災地救援を目的としての支援活動、これら3店舗を除くグループ199店舗において災害義援金募金活動を展開し、1日も早い被災地の復興に向けた取り組みに注力しました。

商品面では、品質・価格の両面で競争力のある品揃えを追求するMD戦略“いいものを安く”の領域の拡大を図るとともに、既存領域の掘下げにより顧客価値の創造を推し進めました。高品質で付加価値の高い商品カテゴリーの掘下げを行うとともに、依然デフレマインドの残る消費者の暮らしに対する不安を払拭すべく価格対応を強化しました。

店舗面では、8月に合同会社西友より譲り受けた2店舗を、それぞれ10月に「ゆめタウン下松(山口県下松市)」、12月には「ゆめタウン姫路(兵庫県姫路市)」として開業しました。さらに、食品スーパー業態では、9月に「ゆめマート城野(北九州市小倉南区)」、11月には「ゆめマート久米(岡山市北区)」及び「ゆめマート木太(香川県高松市)」を計画どおり開業しました。既存店の活性化としては、4月に「ゆめタウン徳島(徳島県板野郡藍住町)」及び「ゆめタウン行橋(福岡県行橋市)」をリニューアルオープンさせ、販売は堅調に推移しています。「ゆめタウン徳島」では、四国・徳島初出店の旬なショップを軸に定借区画全体の6割超に達する区画を改装しました。また、三世代共通の需要である「食」の機能を充実させるとともに快適に過ごせる空間づくりと

してフードコート、レストラン、カフェの充実を図りました。

また、4月5日付で株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの間で、業務提携に関する合意書を締結しました。マスメリットの獲得やドミナントの拡充に向けて実効性のある多くの取り組みを想定し、有形無形の様々な効果を具現化していくための協議を開始しました。

これらの取り組みに対して販売動向は、依然デフレマインドの残る消費者の節約志向の強まりや天候不順などによる客数の低下を主因として軟調に推移しました。春先には、引越し難民の影響から新生活関連の販売が伸び悩むなど厳しい状況が続きました。一方、食料品分野で「これ旨」など付加価値が高く差別化となる商品開発などに努めるとともに、5月には購買頻度の高いコモディティを中心に値下げする「毎日の暮らし応援! ザ・値下げ最大340品目」を開始しました。夏場以降は、お中元等のギフト需要が堅調に推移した一方、豪雨災害や度重なる台風襲来による不要不急の消費を控える動きが強まり難しい局面が続きました。このような環境は秋口に入ってから継続し、昨年同時期の気温低下に対しても期間を通じて温暖な気候で推移したことで、衣料品等の季節商材の販売が伸び悩みました。冬場に入ると、食料品分野では地域の旬な名産品をラインナップしたお歳暮ギフトなど、ハレの日商材や企画が堅調に推移した一方で、青果物の市況悪化が販売価格を低下させました。これらの結果、当期における当社の既存店売上高は前年同期比では0.6%減となりました。

コスト面では、商品仕入において原価低減及びロスの抑制を引き続き推進し、売上総利益率の改善に努めました。また、販売費及び一般管理費については、経費抑制に努めた一方、主に人件費及び当期の新設店舗の創業経費等が増加しました。

これらの結果、営業収益は712,410百万円(前期比0.3%増)、営業利益は30,224百万円(前期比9.5%減)となりました。

小売周辺事業

小売周辺事業では、電子マネー「ゆめか」・クレジットカードにおける新規会員獲得、ならびに小売事業の主力店舗「ゆめタウン」などの入居テナントをはじめとした外部加盟店での取り扱いを拡大することで、取扱高の拡大を図りました。これにより、「ゆめか」の累計発行枚数は前期末における684万枚から当期末では752万枚に達し、当社グループにおけるカード戦略が一層深まりました。10月には、当社グループが営業展開する西日本エリア(12県)における当社グループ店舗(193店舗:2018年9月末現在)ならびにセブン・イレブン店舗(4,087店舗:2018年9月末現在)において、電子マネー「ゆめか」と「nanaco」の相互利用を開始しました。顧客利便性を高めることで利用頻度の向上を図り、小売事業への集客及び店舗間の相互送客を図るとともに、レジ業務の生産性改善に繋がりました。

これらの結果、営業収益は96,924百万円(前期比1.9%減)、営業利益は4,183百万円(前期比4.2%減)となりました。

その他事業

卸売事業では、堅調な販売と継続的な原価低減により利益水準が改善しました。また、不動産賃貸事業では安定的な賃料収入を計上しました。

これらの結果、営業収益は5,332百万円(前期比1.1%増)、営業利益は1,086百万円(前期比3.3%増)となりました。

【営業収益】2019年2月期 (単位:百万円) 【営業利益】2019年2月期 (単位:百万円)

	実績	構成比	前期比	実績	構成比	前期比
小売事業	712,410	97.3%	100.3%	30,224	85.7%	90.5%
小売周辺事業	96,924	13.2%	98.1%	4,183	11.9%	95.8%
その他・調整額	△77,197	△10.5%	—	866	2.5%	—
連結合計	732,136	100.0%	100.3%	35,273	100.0%	91.7%
小売事業(主要企業の状況) ※1						
(株)イズミ(単体)	686,991	93.8%	100.5%	29,141	82.6%	91.0%
(株)ゆめマート ※2	27,674	3.8%	98.9%	763	2.2%	77.5%
(株)スーパー大栄 ※2	15,912	2.2%	93.9%	328	0.9%	58.9%
(株)ユアーズ	39,486	5.4%	96.1%	649	1.8%	98.7%
小売周辺事業(主要企業の状況) ※1						
(株)ゆめカード	9,132	1.2%	105.2%	1,790	5.1%	94.1%
(株)イズミテクノ	13,180	1.8%	100.6%	1,488	4.2%	104.1%
イズミ・フード・サービス(株)	5,779	0.8%	100.3%	286	0.8%	86.2%

※1 各社の営業利益は、のれん償却前の数値です。
※2 2019年3月1日付で(株)ゆめマートは(株)ゆめマート熊本に、(株)スーパー大栄は(株)ゆめマート北九州に、それぞれ商号変更しています。

セグメント別経営成績の状況

小売事業を牽引する主力3業態

ショッピングセンター (SC)

ゆめタウン

広域・近郊エリアからの集客を想定し、ご家族三世代で楽しんでいただける空間を目指す大型商業施設です。イズミの直営店舗と旬のテナントをミックスさせ、さまざまな商品・サービス・時間を提供。また、1店舗ごとに地域のニーズや特性に合わせた店づくりを推進しています。



ゆめタウン姫路(兵庫県姫路市)フードコート



2018年4月にリニューアルオープンしたゆめタウン徳島(徳島県藍住町)

SCの新業態・LECTで新たな時間づくり



2017年4月にオープンしたLECT(広島市西区)



絵本の読み聞かせなど多彩なイベントを開催

ショッピングに加え、食やカルチャーなどを楽しむ「時間」を提案する新業態・LECT。年間2,000以上のイベントを開催し、興味を広げる「出会いの場」を提供しています。

食品スーパー (SM)

ゆめマート

身近で便利なお買物の場を目指すスーパーです。食料品を中心に、日常生活に欠かせない衣類や雑貨も品ぞろえ。地域性に合わせた商品構成を心がけ、また高齢社会への対応も考慮し「暮らしに寄り添う」店舗です。



ゆめマート木太(香川県高松市)青果売場

近隣型
ショッピングセンター (NSC)

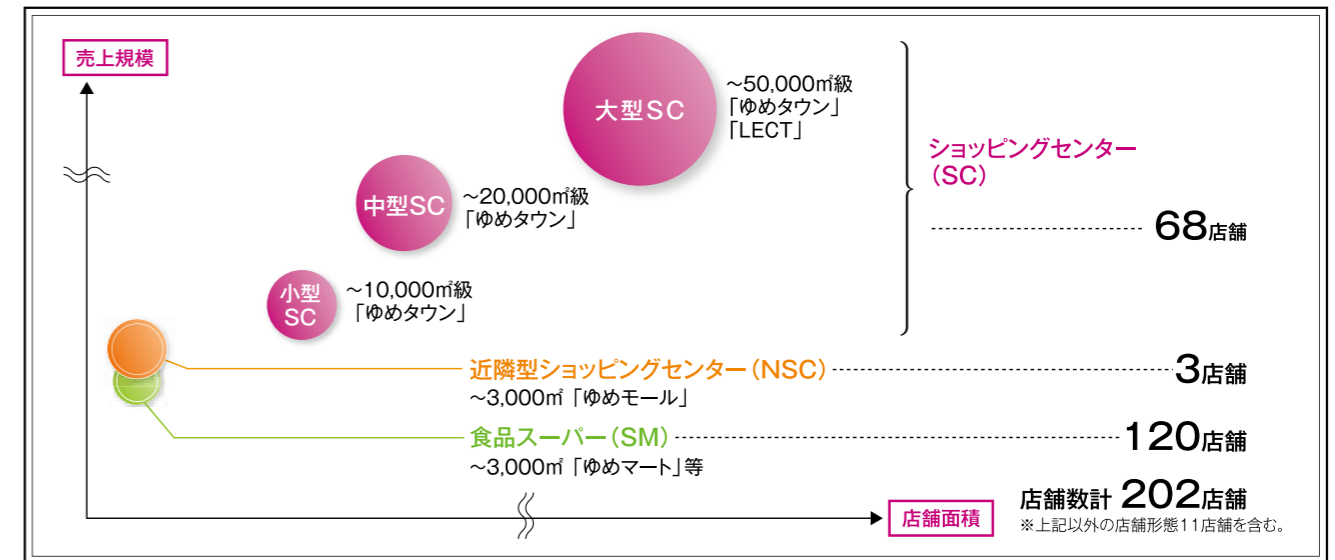
ゆめモール

ゆめマートを核として、広い敷地の中に大型駐車場を整備し、ホームセンターや家電量販店、ドラッグストア、飲食店などの専門店を集約しています。必要なものが一カ所でそろえる商業施設づくりを進めています。



ゆめモール下関(山口県下関市)

イズミグループの多彩な店舗形態



子会社が躍進 グループの成長に貢献

小売事業

食品スーパー (SM)

(株) ゆめマート熊本 旧社名: (株) ゆめマート

地域密着の食品スーパー「ゆめマート」24店舗を熊本県で展開・運営しています。地域の特産品を強化中です。

食品スーパー (SM)

(株) ゆめマート北九州 旧社名: (株) スーパー大栄

(株) ユアーズから継承した店舗を合わせ、福岡県・大分県・山口県に「ゆめマート」を33店舗展開しています。

食品スーパー (SM)

(株) ユアーズ

福岡県・山口県の店舗を委譲し、広島県・岡山県に26店舗を展開。運営エリアを集中し、効率化を図っています。

小売周辺事業

クレジットカード事業

(株) ゆめカード

クレジットカード事業や電子マネー事業を中心に、トラベル事業、保険代理業などに取り組み、豊かな暮らしづくりに努めています。

施設管理・工事・指定管理事業

(株) イズミテクノ

施設管理や工事をイズミグループの店舗を中心に担当。指定管理事業も強化し、各地の施設の管理・運営に力を入れています。

飲食業

イズミ・フード・サービス(株)

イズミグループの店舗で飲食事業を運営。お好み焼きやアイスクリーム、中華料理などで食の楽しさを提供しています。

※2019年3月1日付で(株)ゆめマートは(株)ゆめマート熊本に、(株)スーパー大栄は(株)ゆめマート北九州に、それぞれ商号変更。
※2019年3月1日付で(株)ユアーズより(株)ゆめマート北九州へ店舗移管後の店舗数を記載。

当期のトピックス

株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携

イトーヨーカドー福山店の引継ぎや電子マネーの相互利用が実現

2018年4月、株式会社セブン&アイ・ホールディングスと業務提携に関する合意書を締結し、同社グループ内のイトーヨーカドー福山店の営業を当社グループで引き継いだほか、仕入の統合や輸入品・地域産品等の共同調達、西日本地域での店舗の共同運営・出店等も検討していきます。また、2018年10月にはゆめタウン・ゆめマートでの電子マネー「nanaco」と、セブン・イレブン各店舗での電子マネー「ゆめか」の相互利用を開始し、2020年3月には当社グループでプライベートブランド「セブンプレミアム」の取り扱いを始める予定とするなど、両社グループの企業価値向上に資する取り組みを進めていきます。



ゆめタウン

ゆめタウン下松

25年間愛されてきた人気店が生まれ変わって再スタート!

山口県下松市に2018年10月にオープンした「ゆめタウン下松」は、25年間地域の人に愛されてきた西友の「ザ・モール周南」からバトンを受け、新たな核テナントとしてリニューアルした店舗です。専門店と直営売り場の回遊性を考えたサーキットモール型に改修し、地域待望のフードコート「瀬戸風フードテラス」が2019年2月に開業、魅力をさらに拡大して再スタートしています。



ゆめタウン姫路

生まれ変わって、すべてが新しい「ゆめタウン姫路」へ!

JR姫路駅から北西約3kmで国道2号線のすぐ近くという好立地に、2018年12月に「ゆめタウン姫路」がオープンしました。この店舗は、西友による「ザ・モール姫路」を、イズミが「Just right Cozy=ちようどいい心地よさ」をコンセプトに一新。流通業界の専門誌でも高く評価され、地域や暮らしに新しい価値を提供しています。



ゆめマート

ゆめマート久米

2018年11月、岡山市中心部と倉敷市を結ぶ主要道沿いの好立地に、「ゆめマート久米」がオープン。毎日の生活に便利な機能をコンパクトに集約したワンストップショッピングを提供しています。



ゆめマート木太

2018年11月、四国の大動脈といえる国道11号線に面した便利な立地に「ゆめマート木太」がオープン。四国エリアで初のゆめマート型店舗として四国でのドミナント戦略を加速していきます。

ゆめマート城野

2018年9月、福岡県のJR城野駅南口駅前広場に面した立地に、「ゆめマート城野」がオープン。食品、ドラッグ、日用品、イートインコーナーや各種サービスまでがワンストップでそろった便利な食品スーパーとしてスタートしました。

来期

成長戦略 譲受物件への出店

ゆめタウン福山

2019年6月、20年間愛されてきた人気店からバトンを受けて再スタート!



既存店活性化計画 中期経営計画の施策

ゆめタウン光の森

2019年3月以降順次リニューアルオープン。「買い物「もっと」楽しくなる」よう、魅力と価値を高めます!



ゆめタウン高松

2019年11月リニューアルオープン。四国一、お客さまの喜びを追求したリニューアルをめざして!



成長戦略 新規出店戦略

ゆめマート日田

2019年4月オープン。ゆめマート業態では大分県初出店!



ゆめマート三田尻

2019年4月オープン。防府市の交通至便なエリアに出店!



ゆめマート南小野田

2019年5月オープン。山口県内14店舗目の出店でドミナント戦略を推進!



ゆめマート青山

2019年7月オープン。北九州市の交通便利性の高い閑静な住宅地に出店!



イズミのCSRマネジメント

企業としての社会的責任を果たすため、CSRガイドラインを遵守し、社員への周知徹底を図っています。イズミグループでは、法令を遵守しながら日々の業務を行うよう「イズミグループ行動憲章」を制定し、コンプライアンス・リスク管理委員会を中心に、全社員で学習を進めています。また、店舗などでお預かりしたお客さまの大切な個人情報を守るため、「イズミのプライバシーポリシー」を定め、イズミグループの社員並びにお取引先さまと共通の指針に沿って取り組んでいます。また、グループ社員全員で環境への取り組みを共有するため、「環境理念」ならびに「環境方針」を定め、共に学び、共に業務の中で行動に移しています。その上で、ESGを核とした非財務情報を適切な方法による開示に努めています。



社会的責任を果たすための基本方針

- 1 将来への成長・飛躍を目指して、変化への対応・挑戦・スピードのある経営を推進・実践していきます。そのために、地域の生活文化の中心として、夢づくり・街づくりをテーマに企業活動を行い、店舗展開することを社会的責任を果たすための使命とし、地域のよさを最大限に生かしながら、地域一番店を目指します。
- 2 企業活動では、コンプライアンス経営を基盤とし、お客さま・地域社会・株主の皆さま・お取引先さまとの信頼関係の構築に努めます。
- 3 役員および社員は、地域への貢献を誇りとし、人間的成長につながるやりがいを生み出し、お客さまに喜んでいただけることを生きがいとして、地域の皆さまの声を店舗に反映していきます。

1 法令を遵守して業務を遂行

イズミグループでは、法令を遵守しながら日々の業務を行うよう、「行動憲章」を制定。コンプライアンス・リスク管理委員会を中心に、全社員で学習を進めています。

2 個人情報保護を徹底

店舗などでお預かりしたお客さまの大切な個人情報を守るため、イズミグループの社員ならびにお取引先さまと、共通の指針に沿って取り組んでいます。

3 エコ活動実践の指針

イズミでは、グループ社員全員で環境への取り組みを共有するため、環境理念・環境方針を定め、共に学び、共に業務の中で行動に移しています。



コンプライアンスについて勉強会を開催

CSRアクション



設備を刷新し省エネ実践

ゆめタウン廿日市では、初の試みとして屋上で太陽光発電を実施。小型スーパーマーケット1店舗分に相当する電気を生み出せるパネルを設置しています。また、冷蔵・冷凍ショーケースにはインバーターエコシステム、店内照明にはLED照明を設置するなど、省エネへ対策を練っています。

ゆめタウン廿日市
太陽光発電パネル設置面積
約2,900㎡



ゆめタウン廿日市の屋上駐車場の一角に発電パネルを設置

食品廃棄物を肥料や燃料に

店舗の食品部門では、魚のあらや廃油、野菜くずなどの食品廃棄物を分別管理し、2018年度は44.2% (3,445t) をリサイクルしました。店舗から出た食品廃棄物は、専門業者に委託し肥料に再生。廃油の一部は、福岡県の株式会社フチガミ様で、バイオディーゼル燃料に生まれ変わります。

資源として再生した食品廃棄物
3,445t



廃油再生委託先の株式会社フチガミ様

リサイクルで省資源活動

牛乳パックや食品トレー、ペットボトル、アルミ缶などをご持参いただける回収ボックスを、全店の店頭で設置しています。また古紙回収ステーション「エコ・ステ」を70店舗 (2019年5月現在) で導入。新聞や雑誌などの紙類の重量に応じて、お買物に利用できるポイントを差し上げています。

古紙回収ステーション
「エコ・ステ」設置店舗
70店舗



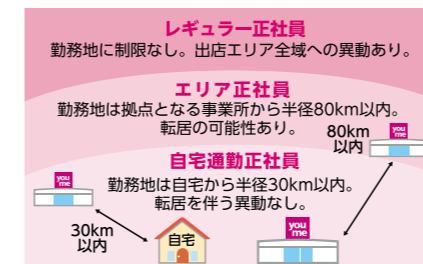
随時古紙を受け付ける「エコ・ステ」

転居なしの正社員制度新設

ライフスタイルに合わせて働き方が選べるよう、「自宅通勤正社員」制度が導入されました。転居を伴う異動がない正社員制度です。2018年10月16日にイズミ本社で入社式が行われ、新規入社33人、パートナー社員からの社員登用27人が出席。意欲あふれるみなさんに辞令が交付されました。

初年度入社の自宅通勤正社員
60人

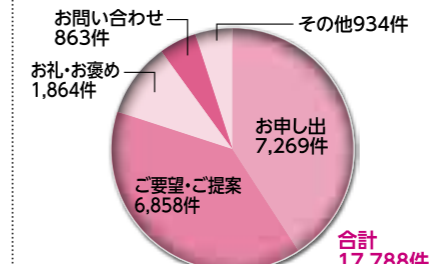
3つの正社員区分



「お客様の声」を生かす

店頭「お客様の声」用紙や、本社「お客様相談室」へお電話でいただくお申し出を真摯に受け止め、業務改善やサービス充実に努めています。イズミ本社の「お客様の声をお聞きするプロジェクト」メンバーが、ご意見を集約。スピーディーな対応をしています。また、各店舗ではバックルームにお客様の声を掲示。ご要望を従業員が共有し、対応を考え、よりよい店舗づくりに取り組んでいます。

2018年度店舗での「お客様の声」年間実績



健康ポイントで疾病予防

2019年3月15日から、広島市と廿日市の「ゆめタウン」[LECT]で、健康に特化したポイント制度「ウェルネス貯金」を開始しました。三井物産様と日本IBM様によるシステムで、健康に配慮した対象商品を購入するとポイントが付与されます。買物をする際にヘルシーな商品を選んでいただくよう後押しすると同時に、ポイントを調剤薬局やスポーツジムなどでの支払いに活用することで、生活習慣病予防につなげます。

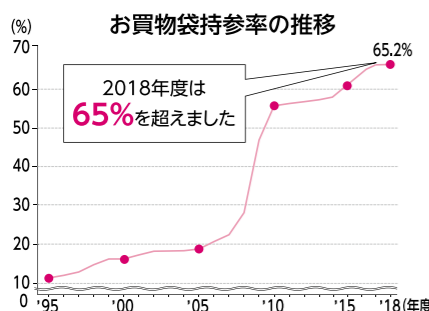


ヘルシーな商品購入でポイント付与

レジ袋や包装紙を地道に削減

20年以上にわたって、イズミでは行政や市民団体と協力してレジ袋の削減を呼び掛けてきました。現在ではお買物袋持参率は6割を超えています。ギフト売場でも、のし紙や包装紙などを省略したエコ(簡易)包装へのご協力をお願いし、7割以上の方がご協力してくださっています。

ギフトのエコ包装
夏74.6% 冬76.1%



豪雨災害の復興支援に尽力

「平成30年7月豪雨」により10店舗が浸水・営業不能になりましたが、地域のライフラインを守るため、同日午後には7店舗が営業を再開しました。店頭募金やイズミおよび創業者からの復興支援金寄託といった支援活動に加え、事業継続計画(BCP)を改正するなど防災対策を進めています。

お客様、イズミおよび創業者からの支援金総額
915,234,918円



店舗周辺が浸水したゆめタウン平島

行政との提携で活性化に貢献

地域密着の店舗運営を行うイズミでは、各地の行政との協力体制を重視しています。産業振興などを目的とした地域活性化包括連携協定や、災害に備えた防災協定を締結。「平成28年熊本地震」に際しては熊本県や熊本市などとの協定が機能し、速やかに水や食料などの提供ができました。

地域活性化・防災などの協定締結数
51協定



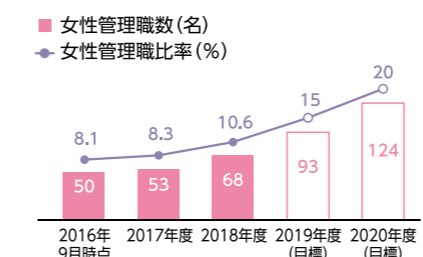
山口県の村岡副知事(右)とイズミの山西社長

女性の活躍を全社で推進

イズミでは、女性管理職比率を2020年までに20%以上にするという目標を掲げ、2014年に「ゆめCanプロジェクト」(女性活躍推進プロジェクト)を立ち上げました。育児休業や育児短縮勤務、介護休暇などをニーズに合わせて拡充。育児休業後にも安心して復帰できる体制を整えています。

女性管理職比率目標
2020年までに
20%以上

女性管理職の推移



食の安全を組織で守る

食の安全・安心を守るために、正確な産地表示や、消費期限切れの商品を販売しないことは非常に重要です。イズミでは、外部の準公的機関(一般財団法人日本食品検査)の指導を受けた食品品質チェッカーを全店に配属し、毎日午前11時と午後3時に品質鮮度と産地表示を確認しています。また、管理職向けの表示勉強会を定期的に開催。全従業員への意識の浸透にも努め、組織全体で食品安全の責務と向き合っています。



表示の確認をする食品品質チェッカー

勉強会で対等な関係づくり

イズミでは、お取引先さまとの対等な立場でのおつきあいを重視しています。担当者向けの「公正取引勉強会」は年に2回開催。勉強会では、関連法規である独占禁止法や下請法について分かりやすく包括的な講義を実施。一人ひとりが真剣に学び、法令順守に努力しています。また商談やお取引、従業員のマナーなど気になることについて何でもお気軽にご意見をいただけるよう、用紙と投書箱をイズミ本社に設置しました。



独占禁止法や下請法を学びます

コーポレートガバナンス

基本的な考え方

当社は、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ます。同時に、高い倫理観をもって社会的責任を果たしつつ、地域社会へ貢献します。こうした考え方のもと、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一つと位置づけています。また、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んでいます。

業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項

▶ 企業統治の体制

当社は、取締役7名(うち社外取締役2名)で構成し、任期を2年とし業務執行の透明性と経営責任の明確化を図っています。取締役会は、原則として、月1回開催し、充実した審議と取締役の職務執行に関する監督が行われています。取締役7名の中から代表取締役1名を選定し、代表取締役の下に執行役員6名を選任して業務執行にあたらせており、各取締役及び執行役員における経営方針等に関する施策に対する報告・意見交換は毎週1回の経営会議において実施しています。当社グループ会社の経営状況につきましては、月1回の連結評価会議及び実績検討会において、各グループ会社の社長を招集して各社の経営チェックを行う体制をとっています。

また、当社は監査役会設置会社であり、監査役3名(うち社外監査役2名)で構成し、取締役会においては、監査役に対して取締役会議案に対する客観的な意見を求めるとともに、監査役が取締役の意思決定及び業務執行状況の監査をしています。さらに、適正かつ効率的に経営監視を行うために、5名の顧問弁護士による経営に関する助言・指導をいただいています。当社は上述のコーポレートガバナンスが有効に機能していると認識しており、後述の内部統制システム及びコンプライアンス・リスク管理体制と合わせ、効率的な業務の執行と効果的な経営監視機能が働いていると考えています。また、独立した立場から経営の

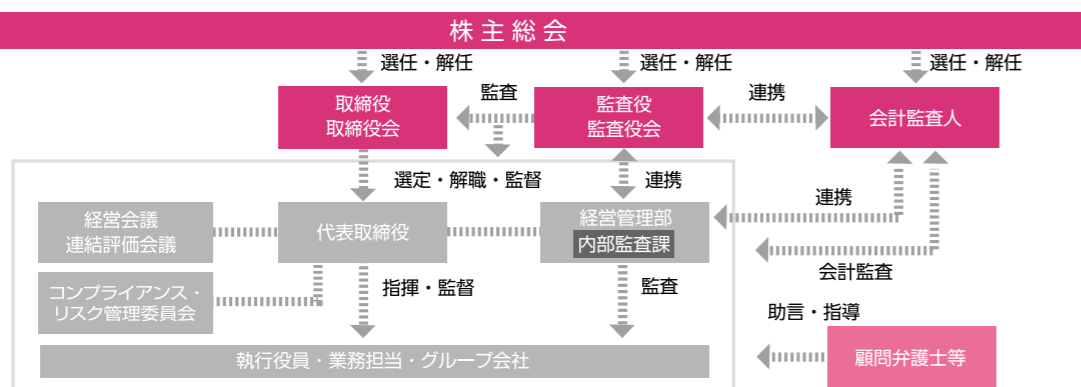
客観性・透明性を高めるために、豊富な経験と幅広い見識を有した人材を社外取締役に選任しています。

▶ 内部監査及び監査役(監査役会)監査

当社の内部監査部署としては、各事業本部とは独立した経営管理部内に内部監査課を設置し、内部監査強化のため8名のスタッフを配置しています。内部監査課は、年間監査計画に基づいて業務活動が適正かつ効率的に行われているかを監査し、本社内の各部門及び各店舗並びに当社グループ会社に対して助言・指導を行い、それらの結果について代表取締役及び監査役に報告しています。

当社の監査役監査につきましては、常勤監査役1名及び社外監査役2名の3名で監査役会を構成し、監査役会は原則として月1回開催しています。常勤監査役は税理士であり、税務・会計の専門家としての知識・経験を有しており、同様に社外監査役の2名もそれぞれ公認会計士、税理士です。各監査役は内部監査課からの報告を受け、内部監査の情報の共有化を図るとともに、監査役、会計監査人及び内部監査課は連携して定期的に各店舗の監査に臨店して情報交換を行うことにより、内部統制・会計監査の状況を把握し、監査役会において会計監査人による会計監査の結果の報告を受けています。また、監査役の監査業務をサポートするため、監査役補助スタッフ(兼務)を2名選任し、監査役の監査機能の充実を図っています。

業務の執行・監査および内部統制の仕組み



コーポレートガバナンス・コードの対応状況

▶ コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由

補充原則1-2④ 議決権の電子行使・招集通知の英訳

現在、インターネットによる議決権の行使及び招集通知の英訳は行っていないが、今後導入を検討します。

補充原則4-2① 業績連動報酬・自社株報酬の割合の適切な設定

経営陣の報酬は、株主総会で決議された限度額内で、各人の業務執行状況や会社への貢献度を勘案した定額報酬と、単年度業績連動報酬を基本とし、自社株報酬は設定していません。経営陣の評価に基づく報酬体系については現在整備中であり、その整備結果を元に2019年上半期までに設立予定の任意の指名・報酬委員会にて検討していく予定です。なお、中長期的な業績と連動する報酬については現状導入しておりませんが、今後、設立予定の任意の指名・報酬委員会において検討してまいります。

補充原則4-10① 任意の仕組みの活用

経営陣幹部・取締役の指名・報酬などの重要な事項については、現状、独立社外取締役に構成員を含む会議体での事前審議を経て、取締役会で決定しています。現在、任意の指名・報酬委員会設置に向けて委員会の運営方法等を検討しており、取締役会の機能の独立性・客観性等の強化のため、現状の会議体をより発展させた任意の指名・報酬委員会を、2019年上半期までに設置する予定です。

▶ コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示

原則1-4 政策保有株式

当社は、当社の事業活動を円滑に行うこと、また取引を強化することを目的とし、政策保有株式を保有する場合がありますが、原則として政策保有株式を保有しない方針とし、現状の保有株式については、段階的に削減していきます。政策保有株式がある場合、取締役会にて中期経営計画の観点からも保有の適否を検証し、当該検証内容を開示します。保有する株式の議決権行使に当たっては、各議案が当該会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するものか否か、また株主価値の毀損につながらないかといった点を総合的に判断のうえ行使します。

原則1-7 関連当事者間の取引

関連当事者との取引を行う際には、取締役会規則に基づき、その取引内容を取締役会において精査しています。会社と取締役会での取引では、当社株式売買、当社不動産売買又は賃貸借、銀行借入れ等の債務保証について、取締役会での承認が必要になります。また、当該取引に関係する役員は定足数から除外のうえ議案の決議を行うこととしています。当該取引は、会社法及び関連当

事者の開示に関する会計基準等の規定に従い、開示しています。

原則2-6 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮

当社には厚生年金基金及び確定給付企業年金制度はありませんが、老後資産等の形成の為、企業型確定拠出年金制度を導入しています。従業員の安定的な資産形成の為、確定拠出年金の資産運用に関する従業員教育等に取り組んでいます。

原則3-1 情報開示の充実

(i) 会社の目指すところ(経営理念等)や経営戦略、経営計画

当社は、「お客さまの満足度No.1を目指す」「エキサイティング・カンパニー実現を目指す」「働き甲斐のある企業を目指す」という企業理念のもと、ステークホルダーと一緒に「驚きと感動を提供する新しい街づくり」を目指しています。戦略としては、西日本エリアへの地域密着型店舗の積極的な出店、地元企業との協調を進めます。それらの方策により、地域ドミナントの構築を図り、地域の賑わい創出や経済発展に寄与し、地域とともに成長・進化していきます。

また、当社は2017年10月に2020年度を最終年度とする中期経営計画を策定いたしました。初年度の環境悪化の状況はしばらく続くものと判断し2019年4月に「中期経営計画の見直しに関するお知らせ」を公表しました。詳細につきましては、当社ホームページに掲載の「中期経営計画(2019年4月9日付)」をご参照ください。

■ 中期経営計画

<https://www.izumi.co.jp/corp/ir/pdf/2019/chuki.pdf>

(ii) コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方と基本方針

当社は、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ます。同時に、高い倫理観をもって社会的責任を果たしつつ、地域社会へ貢献します。こうした考え方のもと、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一つと位置づけています。また、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んでいます。

(iii) 取締役会が経営陣幹部・取締役の報酬を決定するに当たっての方針と手続

役員報酬は、株主総会の決議によって、その限度額を5億円と定めています。個々の役員の具体的な報酬額は、株主総会で決議された限度額内で、各役員の業務執行の状況や当社への貢献度を勘案した定額報酬と、単年度の業績を反映した業績連動報酬の額を、独立社外取締役に構成員を含む会議体での事前審議を経て、取締役会にて決定します。

コーポレートガバナンス

(iv) 取締役会が経営陣幹部の選解任と取締役・監査役候補の指名を行うに当たっての方針と手続

経営陣幹部(CEO含む)の選任、社内取締役候補者の指名については、「革新・挑戦・スピード」をキーワードに、豊富な業務経験と知識をもち、リーダーシップに優れていることを基準とし、高い倫理観とコンプライアンス意識をもって、当社の企業価値最大化のために職務を遂行できる者を、独立社外取締役を構成員に含む会議体での事前審議を経て、取締役会での十分な検討を行い決定しています。加えて、CEOにおいては、当社を牽引する適切な資質を持った者を選任すべく、多様な経営視点や専門知識を有する後継者の育成に努めています。

また、社外取締役候補者の指名については、専門分野の異なる高度な知識と豊富な経験を有し、当社の成長戦略に欠かせない新店投資等のリスクについての指摘など中立的・客観的な視点で積極的に提言し、自由闊達な議論を行える者を、独立社外取締役を構成員に含む会議体での事前審議を経て、取締役会での十分な検討を行い決定しています。監査役候補者の指名については、専門的な経験と知識をもち、中立的・客観的な立場から公正な監査を行える者を、独立社外取締役を構成員に含む会議体での事前審議を経て、監査役会の同意を得たうえで、最終的に取締役会で決定しています。なお、独立社外取締役及び独立社外監査役の候補者の指名においては、東京証券取引所の定める独立役員確保にあたっての判断基準を踏まえて決定しています。

当社は、経営陣幹部(CEO含む)の解任について、上記に記載する経営陣幹部に必要な条件を充たせなくなった状況等に至った場合、また法令等に違反し当社の企業価値を著しく毀損したと客観的に判断される場合等に、独立社外取締役を構成員に含む会議体での事前審議を経て、取締役会で決定します。今後、現状の会議体をより発展させた任意の指名・報酬委員会を、2019年上半期までに設置する予定であり、その中で検討していく予定です。

(v) 取締役会が経営陣幹部の選解任と取締役・監査役候補の指名を行う際の、個々の選解任・指名についての説明

経営陣幹部(CEO含む)の選任、取締役及び監査役候補者の指名理由について、株主総会招集通知にて開示します。経営陣幹部(CEO含む)の解任については、発生していませんので開示しておりません。

補充原則4-1① 経営陣への委任の範囲

取締役会は、法令及び定款に定めるものの他、取締役会規則に基づき、人事、機構改革、労務管理に関する制度、固定資産、株式、長期的資金調達、投資、株主資本、関係会社に関する事項など、会社業務に関する重要な事項について意思決定します。取締役会の経営陣に対する委任の範囲は、取締役会の専決事項以

外の業務執行であり、その詳細は、職務分掌規程及び職務権限行使規程に定めています。

原則4-8 独立社外取締役の有効な活用

独立社外取締役を2名選任しており、経営の透明性の確保と監督機能の強化を図っています。現状、取締役全体における独立社外取締役の割合は、3分の1を下回っていますが、独立社外取締役は十分機能していると考えています。さらなる充実のために、今後、社外取締役の増員を検討します。

原則4-9 独立社外取締役の独立性判断基準及び資質

東京証券取引所が定める独立性基準を踏まえ、「当社及びその子会社を主要な取引先とする者またはその業務執行者」でないなど、客観的に経営陣から独立した立場にあること、また一般株主と利益相反関係が生じる恐れがないことを確認し、独立性を判断しています。

補充原則4-11① 取締役会の全体のバランス、多様性、規模に関する考え方

当社の取締役会は、独立社外取締役2名を含めた7名で構成しています。社内取締役には、「革新・挑戦・スピード」をキーワードに、豊富な業務経験と知識をもち、リーダーシップに優れていることを基準とし、高い倫理観とコンプライアンス意識をもって、当社の企業価値最大化のために職務を遂行できる者を、取締役会での十分な検討を経て選任しています。また、社外取締役には、専門分野の異なる高度な知識と豊富な経験を有し、当社の成長戦略に欠かせない新店投資等のリスクについての指摘など中立的・客観的な視点で積極的に提言し、自由闊達な議論を行える者を、取締役会での十分な検討を経て選任しています。これにより、取締役会として、迅速かつ適切な意思決定を可能にするとともに、独立した立場からの業務執行に対する監督助言機能を備え、多様なバックグラウンドに基づく知識・経験・能力等を経営に生かすことができる構成とすることを考えています。

補充原則4-11② 取締役・監査役の兼任状況

取締役及び監査役の重要な兼職の状況は、事業報告及び株主総会招集通知にて開示しています。なお、取締役及び監査役の候補者選定等においては、当社以外に役員を兼任している上場会社等が3社以下である点を考慮しています。

補充原則4-11③ 取締役会の実効性の分析・評価

当社取締役会は、取締役会全体としての実効性に関する分析・評価のため、取締役及び監査役全員を対象にしたアンケートを実施し、その結果に基づき、取締役会の構成、取締役会の審議内容、取締役会の運営、昨年度アンケートにおける課題への対応等について、以下のとおり実効性の評価を取締役にたいして議論を行いました。

(1) 取締役会実効性評価の実施時期

2018年7月 取締役会実効性評価アンケートの実施

2018年8月 アンケート結果内容の報告及び取締役会における課題の共有化

2018年9月・10月 取締役会における課題に対する議論

(2) 分析・評価の結果概要

当社取締役会は、重要事項の審議においては活発に議論が行われ、概ね意思決定にかかるプロセスの実効性は適切に確保されていることが確認されました。一方で、課題として認識すべき点も確認され、特に、社外取締役の増員、女性取締役の登用、業務執行取締役の担当業務の見直し、後継者の育成計画、指名・報酬委員会設置、中期経営計画の進捗等の検証については、今後審議すべきである重要な課題として認識いたしました。

(3) 今後の課題とその対応

今後における当社取締役会の実効性評価に係る課題について、さらなる議論を重ねることにより改善を図って参ります。

補充原則4-14② 取締役・監査役に対するトレーニングの方針

取締役には、定期的に、法務等に関する専門家の研修、リーダーシップ・経営戦略等に関する外部講師による研修、成長戦略についての勉強会等を実施しています。また、社内取締役は、日本チェーンストア協会・日本スーパーマーケット協会等の業界団体での交流、外部経営者とのディスカッション、チェーンストア経営理論等のセミナーへの参加等を通じて、日々研鑽を積んでいます。

社外取締役には、当社グループの事業及び課題についての説明を行うとともに、社会一般的に求められる社外取締役の役割及び責務についての外部機関主催の研修の場を提供しています。また、社外取締役は、日本ショッピングセンター協会全国大会、各種セミナーへの参加等により、最新の業界動向を把握するとともに、当社の店舗見学及び店舗責任者との意見交換を通じ、経営の実態把握と見識を深めることに努めています。

常勤監査役は、監査役協会及び外部会計監査人主催の研修に参加し、そこで得た情報を他の監査役と共有化しています。

原則5-1 株主との建設的な対話に関する方針

当社は、株主との建設的な対話を通じ、会社の持続的成長及び中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臨むことを基本とし、株主の希望と面談の主な関心事項も踏まえたくうで対応します。

<株主との建設的な対話を促進するための方針>

■専務取締役管理本部長をIR担当役員とし、関係部署間の緊密な連携を図りながら、対応しています。 ■財務部にIR担当を設置し、総務部他、関連部署と連携を取り、個人株主及び機関投資家等に対応しています。 ■対話において把握された株主の意見懸念については、経営会議での報告など、適宜、経営陣へフィードバックしています。 ■株主との対話にあたっては、法令及び関連規則等を遵守し、インサイダー情報を適切に管理しています。 ■当社は、必要に応じ株主構造の把握に努めています。

内部統制システム及びコンプライアンス・リスク管理体制の整備状況

各事業本部とは独立した経営管理部が主管となってコンプライアンス・リスク管理委員会を毎月1回開催し、当社各部門並びにグループ会社から選出されたコンプライアンス・リスク管理委員出席の下、当社グループ全体のコンプライアンス教育及びリスク管理のモニタリング活動報告について審議しています。当委員会の議事内容については、取締役及び監査役に報告しています。

イズミグループ行動憲章を定め、当社及びグループ会社の取締役・従業員の行動規範として、事業活動における法令遵守に努めています。また、法令遵守の徹底・意識向上のため「イズミホットライン」(内部通報制度)を設置し、当社及びグループ会社からのさまざまなリスク発生の未然防止に努めています。

事業活動において生じたさまざまなリスクへの対応については、お客さまの安全確保、被害の最小化を主たる目的として、全社連絡体制を整備して対応しており、地震等の災害時には直ちに緊急対策本部(本部長は代表取締役社長)が設置される仕組みとなっています。

コンプライアンス

コンプライアンス教育とリスク管理で企業統治を確実に

イズミでは、従来から内部統制に関する取り組みを進めてきました。2018年3月に始動した中期経営計画は2019年4月に見直しを行いました。[日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す]という方針に変更はありません。企業としての質を向上させ、信頼を高めるために、以下のような取り組みで内部統制の浸透を図っています。 ■第一に、会社内で起こりうるリスクについて主管部署が洗い出し、その対応策を検討し、現場で実施しています。また毎月1回開催される全社的なコンプライアンス・リスク管理委員会に各部署の委員が出席し、コンプライアンスに関する教育や情報の共有化を実施したり、さまざまなリスクへの対応策を検討・協議しています。 また、同様にグループ会社を対象としたイズミグループコンプライア

ス・リスク管理委員会を設置し、イズミグループ全体の内部統制を強化しています。

■第二に、内部統制の根幹であるコンプライアンスの徹底のために、その重要性を経営者自らが全社的な会議の場でメッセージを発信し続けています。また、従業員に対するコンプライアンス教育を、社内の重要な研修カリキュラムの中に組み入れています。

さらに、従業員全体のコンプライアンスに対する意識を高めることを目的として、毎月その時々々のタイムリーなテーマをもとに、業務上必要な法律知識の解説を分かりやすくまとめた社内教育資料を、コンプライアンス教育担当部署が毎月作成して店舗や本社の各部署へ発信しています。

イズミがお客さまや地域に信頼される企業であり続けるために、今後も全社員で取り組みを行い、コンプライアンス経営を推進してまいります。

取締役 (2019年5月29日現在)

代表取締役社長

山西 泰明

1977年12月	当社入社
1981年5月	当社取締役
1982年5月	当社常務取締役
1982年11月	当社営業本部長
1984年4月	当社専務取締役
1988年5月	当社代表取締役専務
1991年5月	当社代表取締役副社長
1993年3月	当社代表取締役社長(現任)

取締役の選任理由

山西泰明氏は、代表取締役社長として、重要な業務執行及び経営の意思決定を行ってまいりました。同氏は、経営全般に関する豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与できると判断し、取締役として選任しています。

専務取締役

三家本 達也

1981年4月	(株)住友銀行 (現(株)三井住友銀行)入行
2001年4月	同行溝ノ口駅前法人営業部部长
2003年6月	同行浜松町法人営業部部长
2005年11月	同行新橋法人営業部部长
2008年4月	同行新宿法人営業第一部部长
2010年4月	同行理事 福岡法人営業部部长
2012年4月	同行理事 九州法人営業本部長
2013年5月	当社専務取締役管理本部長
2014年7月	当社専務取締役管理本部長兼 グループ経営統括
2019年1月	当社専務取締役管理本部長兼 グループ経営本部長(現任)

取締役の選任理由

三家本達也氏は、管理本部長・グループ経営本部長として、重要な業務執行及び経営の意思決定を行ってまいりました。同氏は、管理部門での豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与できると判断し、選任しています。

取締役

本田 雅彦

1986年4月	当社入社
1997年7月	当社営業本部コントローラー課長
2003年9月	当社人事総務部カイゼン課長
2006年2月	当社新町店店長
2007年3月	当社経営企画部課長
2008年9月	当社経営企画部部长
2011年9月	当社執行役員経営企画部長
2016年5月	当社取締役経営企画部長(現任)

取締役の選任理由

本田雅彦氏は、経営企画部長として、重要な業務執行及び経営の意思決定を行ってまいりました。同氏は、経営企画部門での豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与できると判断し、選任しています。

専務取締役

梶原 雄一郎

1987年3月	当社入社
1998年9月	当社彦島店店長
2002年7月	当社高松店支配人
2003年4月	当社久留米店支配人
2006年2月	当社執行役員九州ゾーン営業部長
2007年5月	当社取締役九州ゾーン営業部長
2010年3月	当社常務取締役九州ゾーン営業部長
2010年10月	当社常務取締役営業副本部長兼 九州ゾーン営業部長
2013年5月	当社専務取締役販売本部長
2016年3月	当社専務取締役営業本部長(現任)

取締役の選任理由

梶原雄一郎氏は、営業本部長として、重要な業務執行及び経営の意思決定を行ってまいりました。同氏は、営業部門での豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与できると判断し、取締役として選任しています。

常務取締役

中村 豊三

1972年3月	当社入社
1988年3月	当社食品部青果課課長
1996年2月	当社食品1部部长
2002年5月	当社執行役員西ゾーン営業部長
2002年11月	当社執行役員九州ゾーン営業部長
2011年5月	当社執行役員営業企画部部长
2013年5月	当社取締役営業企画部部长
2014年2月	当社取締役九州ゾーン販売部長
2015年3月	当社取締役九州南ゾーン販売部長
2016年3月	当社取締役九州南事業部長
2019年3月	当社常務取締役九州南事業部長(現任)

取締役の選任理由

中村豊三氏は、九州南事業部長として、重要な業務執行及び経営の意思決定を行ってまいりました。同氏は、営業部門での豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与できると判断し、取締役として選任しています。

取締役

似鳥 昭雄

社外 独立

1972年3月	似鳥家具卸センター(株) (現(株)ニトリホールディングス)設立 専務取締役
1978年5月	同社代表取締役社長
2014年5月	(株)ニトリ代表取締役会長(現任)
2015年5月	(株)ホームロジスティクス取締役最高顧問
2016年2月	(株)ニトリホールディングス代表取締役会長(現任)
2016年5月	コーナン商事(株)社外取締役(現任)
2017年5月	(株)ホームロジスティクス取締役ファウンダー(現任) 当社取締役(現任)

社外取締役の選任理由

似鳥昭雄氏は、日本最大級のホームファニシングチェーンであるニトリグループの(株)ニトリホールディングス代表取締役会長であるなど、企業の経営に関する豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、また、業務執行を行う経営陣から独立した客観的な立場にあることから、当社経営に資するところが大きいと判断し、社外取締役として選任しています。また、社外取締役としての職務を遂行するにあたって、一般株主と利益相反がないと判断されるため、独立役員として指定しています。

監査役 (2019年5月29日現在)

常勤監査役

川本 邦昭

1970年5月	広島東税務署入署
2005年3月	福山税務署統括国税調査官退職
2005年4月	当社顧問
2005年5月	当社常勤監査役(現任)

監査役の選任理由

川本邦昭氏は、税理士の資格を有し、専門的な知識と経験をもとに、常勤監査役として、会社経営全般に関して中立的・客観的な立場から公正な監査を行ってきたことから、今後も職務を適切に遂行していただけるものと判断し、監査役として選任しています。

監査役

通堂 泰幸

社外

2002年7月	広島東税務署長退任
2002年8月	税理士事務所開設(現任)
2004年7月	当社監査役(現任)

社外監査役の選任理由

通堂泰幸氏は、税理士で税務・会計の専門家としての知識・経験を活かし、公正な監査をしていただくことから社外監査役に選任しています。同氏と当社との人的関係、資金的関係又は取引関係その他の利害関係はないものと判断し、選任しています。

取締役

米田 邦彦

社外 独立

1989年4月	広島修道大学商学部助教授
2008年4月	広島修道大学商学部教授(現任)
2010年4月	広島修道大学商学部長
2015年5月	当社取締役(現任)

社外取締役の選任理由

米田邦彦氏は、経営学を専門とする大学教授として、企業経営について幅広い知識と高い見識を有しており、また、業務執行を行う経営陣から独立した客観的な立場にあることから、当社経営に資するところが大きいと判断し、社外取締役として選任いたしました。なお、同氏は社外取締役となること以外で会社経営に関与された経験はありませんが、上記の理由により社外取締役としての職務を適切に遂行いただけるものと判断し、選任しています。また、同氏と提出会社との人的関係、資金的関係又は取引関係その他の利害関係はないものと判断しています。また、同氏は、一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。

監査役

松原 治郎

社外 独立

1982年4月	川崎重工業(株)入社
1984年4月	香川県庁採用
1998年10月	松原公認会計士事務所開設(現任)
1999年5月	当社監査役(現任)

社外監査役の選任理由

松原治郎氏は、公認会計士で税務・会計の専門家としての知識・経験を活かし、公正な監査をしていただくことから社外監査役に選任しています。同氏と当社との人的関係、資金的関係又は取引関係その他の利害関係はないものと判断しています。また、同氏は、一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断される立場から、東京証券取引所に對し、独立役員として選任しています。

11年間の主要連結財務情報・非財務情報

	2009年2月期	2010年2月期	2011年2月期	2012年2月期	2013年2月期	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期
経営成績 (単位:百万円)											
営業収益	500,293	492,140	502,379	515,875	535,510	556,852	579,739	668,784	702,121	729,857	732,136
売上高	477,159	468,742	478,988	491,955	510,438	530,871	552,746	638,754	670,253	696,266	697,679
営業利益	20,412	20,410	21,783	24,254	27,949	29,100	30,330	31,912	35,670	38,487	35,273
経常利益	19,638	19,730	20,949	23,539	27,102	28,446	29,767	31,102	35,688	38,208	35,099
親会社株主に帰属する当期純利益	12,734	8,752	9,941	11,062	16,187	17,384	17,360	18,766	17,015	26,932	23,488
営業活動によるキャッシュ・フロー	36,100	34,427	12,181	25,561	27,196	25,683	52,246	13,553	33,104	42,592	33,642
投資活動によるキャッシュ・フロー	△39,451	△20,253	△8,230	△9,682	△20,356	△19,948	△20,897	△26,071	△19,938	△29,067	△19,101
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,683	△8,393	△7,117	△21,934	△6,272	△5,501	△25,159	12,956	△16,252	△15,477	△14,793
現金及び現金同等物の期末残高	9,751	15,490	12,316	6,260	6,862	6,800	12,990	13,429	10,342	8,389	8,136
減価償却費	14,094	15,115	14,551	13,854	13,464	12,827	12,902	15,044	15,691	16,171	15,862
のれん償却額	169	—	—	—	28	114	151	454	1,078	997	822
設備投資	45,501	16,169	5,478	15,139	18,705	30,813	24,451	21,435	27,727	15,869	21,507
財政状態 (単位:百万円)											
総資産	385,159	388,277	368,584	370,377	379,824	397,071	432,416	468,026	476,885	479,867	485,173
純資産	116,667	123,745	132,513	125,389	126,139	130,178	145,709	157,851	171,963	194,851	211,546
自己資本	110,008	117,059	122,537	112,302	115,380	120,211	134,818	147,648	160,566	182,956	199,897
有利子負債	172,655	166,058	160,743	158,106	167,471	173,999	157,922	193,018	182,146	171,995	162,974
財務指標											
売上高営業利益率	4.3%	4.4%	4.5%	4.9%	5.5%	5.5%	5.5%	5.0%	5.3%	5.5%	5.1%
自己資本当期純利益率(ROE)	12.2%	7.7%	8.3%	9.4%	14.2%	14.8%	13.6%	13.3%	11.0%	15.7%	12.3%
総資産経常利益率(ROA)	5.3%	5.1%	5.5%	6.4%	7.2%	7.3%	7.2%	6.9%	7.6%	8.0%	7.3%
自己資本比率	28.6%	30.1%	33.2%	30.3%	30.4%	30.3%	31.2%	31.5%	33.7%	38.1%	41.2%
配当性向	11.9%	17.4%	15.3%	16.2%	18.4%	18.2%	21.1%	24.4%	27.8%	20.0%	24.4%
1株当たり指標 (単位:円)											
1株当たり純資産(BPS)	1,154.70	1,228.70	1,286.20	1,388.45	1,541.32	1,672.92	1,876.22	2,060.44	2,240.66	2,553.14	2,789.58
1株当たり当期純利益(EPS)	134.09	91.86	104.35	123.74	207.01	236.55	241.6	261.96	237.45	375.83	327.79
1株当たり配当金(DPS)	16.00	16.00	16.00	20.00	38.00	43.00	51.00	64.00	66.00	75.00	80.00
非財務情報											
期末発行済株式数(単位:株)	123,117,420	123,117,420	109,117,420	95,273,420	78,861,920	78,861,920	78,861,920	78,861,920	78,861,920	71,665,200	71,665,200
期末自己株式数(単位:株)	27,847,341	27,845,657	13,846,891	14,390,035	4,003,716	7,004,785	7,005,563	7,203,273	7,201,306	5,676	6,700
期末店舗数(単位:店)※1	98	99	100	102	111	121	156	217	198	200	202
期末店舗数〔イズミ単体〕(単位:店)	83	85	87	88	92	102	103	103	105	110	112
既存店売上高前年比〔イズミ単体〕	98.5%	95.3%	100.1%	101.2%	100.1%	102.7%	101.8%	101.4%	101.5%	99.2%	99.4%
電子マネー「ゆめか」累計カード発行枚数(単位:万枚)	—	—	1	43	116	350	475	551	617	684	752
従業員数(単位:人)	3,548	3,542	3,500	3,334	3,344	3,151	3,467	4,164	4,072	4,189	4,358
パートタイマー(単位:人)※2	6,999	7,165	7,009	6,950	7,088	7,297	8,503	10,225	10,761	11,263	11,234

※1 イズミ単体と食品スーパー子会社4社の店舗数の合算値です。 ※2 パートタイマーは、8時間換算の年間平均雇用人員です。

経営陣による当会計年度の財務分析

競争力強化・人材育成と 経営効率化で一層の成長を

専務取締役 管理本部長
三家本 達也



経営成績の概況

当期におけるわが国経済は、企業部門主導の成長をはじめとして緩やかな景気回復が続いた一方、相次いだ自然災害による国内経済への影響や米中の通商問題から世界経済の先行きには不透明感が高まっています。足元では企業業績の成長鈍化も懸念され、家計部門では賃金の伸びが不十分な状況下で、物価上昇による可処分所得の落ち込みなどにより生活者の日常への消費意欲は低調に推移しました。

「平成30年7月豪雨」により、当社グループにおいては被災地域の一部店舗で被害を受けました。広島県内2店舗、岡山県内1店舗の計3店舗において、店内浸水等による被害が発生し、うち2店舗については早期に営業を再開した一方、当社の1店舗を閉店しました。さらに、被災地救援を目的としての支援活動、これら3店舗を除くグループ199店舗において災害義援金募金活動を展開し、1日も早い被災地の復興に向けた取り組みに注力しました。

このような状況の下、当社グループにおいては、「日本一の高質リージョナル総合スーパー」を目指し、「中期経営計画（2019年2月期から2021年2月期）」を策定しています。既存事業の競争力の更なる強化を図るとともに、成長分野への経営資源の重点投入を推し進めました。当期は同計画の初年度にあたり、これまで以上に積極的な成長戦略、競争力強化、人材育成の施策を打ち出すとともに、当社においては機構改革として「未来創造推進部」を設置しました。販売促進、お客さまサービス、店舗業務の生産性改善、情報システムを一気通貫にデジタル化を推進することを通じて、将来のあるべき小売業の姿を再定義する取り組みをスタートさせました。

これらの結果、当期の営業成績は増収減益となり、営業収益は過去最高を更新しました。

業績サマリー

営業収益のうち、売上高は前期比1,412百万円(0.2%)増加し、697,679百万円となりました。また、営業収入は前期比865百万円(2.6%)増加し、34,457百万円となりました。これは、既存店売上が伸び悩んだ一方、主に当期及び前期における新設店舗が稼働したことにより販売増となりました。

売上総利益は、153,571百万円(前期比512百万円増)となりました。売上高対比では22.0%となり前期に比べて横ばいとなりました。

販売費及び一般管理費については、経費抑制に努めた一方、主に人件費及び当期の新設店舗の創業経費等の増加により、前期比4,591百万円(3.1%)増加の152,754百万円となりました。売上高対比では21.9%となり前期に比べて0.6ポイント上昇しました。これらの結果、営業利益は前期比3,213百万円(8.3%)減少の35,273百万円となり、売上高対比は5.1%と前期に比べて0.4ポイント低下しました。

営業外収益は、前期比44百万円(2.8%)減少の1,518百万円となりました。一方、営業外費用は、支払利息の減少等により前期比148百万円(8.1%)減少の1,692百万円となりました。これらの結果、経常利益は前期比3,108百万円(8.1%)減少の35,099百万円となりました。売上高対比は5.0%と前期に比べて0.5ポイント低下しました。

特別利益は、補助金収入1,112百万円、保険金収入309百万円を計上したことなどにより、1,480百万円となりました(前期比963百万円の減少)。一方、特別損失は、出資金評価損1,029百万円、「平成30年7月豪雨」に起因する災害による損失360百万円及び復興寄付金450百万円、減損損失654百万円を計上したことなどにより、3,085百万円となりました(前期比1,636百万円の増加)。

法人税等は9,894百万円となりました(前期比2,007百万円

の減少)。非支配株主に帰属する当期純利益は111百万円となりました(前期比258百万円の減少)。

これらの結果、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比3,443百万円(12.8%)減少の23,488百万円となりました。売上高対比は3.4%と前期に比べて0.5ポイント低下しました。

財政状況の分析

総資産においては、当期の設備投資額は21,507百万円であり、これは主に店舗新設等によるものです。有形固定資産は、減価償却実施後で4,572百万円増加しました。受取手形及び売掛金は、クレジット取扱高の増加等により2,539百万円増加しました。

負債状況としては、支払手形及び買掛金は、信販会社のシステム障害に伴う未請求残高に対する当期の決済等で3,373百万円減少しました。未払法人税等は、課税所得の減少等により3,800百万円減少しました。短期借入金及び長期借入金は、8,945百万円減少しました。

純資産については、利益剰余金は、内部留保の上積みにより17,579百万円増加しました。これらの結果、自己資本比率は41.2%となり、前期末の38.1%に比べて3.1ポイント上昇しました。

キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローの主な収入項目は、税金等調整前当期純利益33,495百万円及び減価償却費15,862百万円です。主な支出項目は、法人税等の支払額13,887百万円、仕入債務の減少額3,373百万円及び売上債権の増加額2,539百万円です。

投資活動によるキャッシュ・フローの主な支出項目は、有形固定資産の取得による支出17,378百万円です。これは主に、店舗新設等によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フローの主な収入項目は、長期借入れによる収入19,500百万円です。主な支出項目は、長期借入金の返済による支出29,521百万円及び配当金の支払額5,732百万円です。

以上の結果、現金及び現金同等物の残高は、前期末対比252百万円減少し、8,136百万円となりました。

配当政策

当期の剰余金の配当については、堅調な業績を受けて、中間

配当金は1株につき40円に増配しました(前年実績は35円)。期末配当金は、1株につき40円と据え置きとさせていただきたいと存じます。これにより年間配当金は、1株につき80円となります(前年実績は75円)。

次期の見通し

当社グループにおきましては、2017年10月に中期経営計画(2019年2月期から2021年2月期)を公表しました。「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」とした経営ビジョンを掲げ、小売業界の厳しい経営環境をむしろチャンスと捉えるとともに、外部環境の変化に対応し一段の成長と企業価値の向上を果たすべく、これまで以上に積極的な成長戦略、競争力強化、人材育成の施策を打ち出し、推進してきました。

今後の見通しにつきましては、海外経済の減速を背景とした輸出の低迷により、これまで経済成長を支えてきた企業の利益成長が鈍化することで経済成長は停滞色を強めていくことが懸念されます。消費増税に対しては、政府による大規模な対策が打ち出されることから、家計への影響は1997年度・2014年度の増税時を下回ると考えられます。しかしながら、家計部門の厳しい状況に変わりはなく、個人消費は引き続き低調に推移することが想定されます。また、人手不足による採用難で人員確保が深刻な課題となってきています。さらに、建築コストの高騰に伴う新規出店に掛かる採算見通しの低下が課題となっています。

このような状況下において、当社グループは、中期経営計画の初年度の環境悪化の状況はしばらく続くものと判断し、2017年10月10日に公表しました中期経営計画を修正しました。詳細につきましては、2019年4月9日に公表しました「中期経営計画の見直しに関するお知らせ」をご参照ください。

店舗展開では、株式会社イトーヨーカ堂よりショッピングセンター1店舗の営業を引き継ぎ、「ゆめタウン福山」(広島県福山市)として開業。2019年3月の物件引継ぎ後に改装工事を経て、2019年6月には全館オープンしました。また、食品スーパー業態では「ゆめマート日田(大分県日田市)」「ゆめマート三田尻(山口県防府市)」「ゆめマート南小野田(山口県山陽小野田市)」「ゆめマート青山(北九州市八幡西区)」がオープンしました。

これらにより、お客さまの満足を実現するとともに、地域ドミナントの更なる拡大・深耕を図っていくことで、経営効率を高め、より一層の企業成長に繋げてまいります。なお、次期における当社の既存店売上高の前年比は101.0%を見込んでいます。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年2月28日)	当連結会計年度 (2019年2月28日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	8,410	8,136
受取手形及び売掛金	37,245	39,784
商品及び製品	28,047	28,355
仕掛品	81	22
原材料及び貯蔵品	452	558
繰延税金資産	2,569	2,569
その他	15,081	15,890
貸倒引当金	△827	△584
流動資産合計	91,062	94,734
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	383,874	393,145
減価償却累計額	△220,584	△230,168
建物及び構築物(純額)	163,290	162,976
機械装置及び運搬具	8,681	9,445
減価償却累計額	△5,878	△6,304
機械装置及び運搬具(純額)	2,803	3,141
土地	159,178	162,745
リース資産	445	382
減価償却累計額	△333	△337
リース資産(純額)	111	45
建設仮勘定	439	1,607
その他	42,160	42,161
減価償却累計額	△34,434	△34,557
その他(純額)	7,725	7,604
有形固定資産合計	333,548	338,121
無形固定資産		
のれん	5,263	3,958
その他	8,281	8,219
無形固定資産合計	13,545	12,177
投資その他の資産		
投資有価証券	11,390	10,396
長期貸付金	1,625	1,584
繰延税金資産	5,414	5,999
差入敷金及び保証金	18,024	17,540
その他	5,799	5,180
貸倒引当金	△543	△559
投資その他の資産合計	41,711	40,140
固定資産合計	388,805	390,439
資産合計	479,867	485,173

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年2月28日)	当連結会計年度 (2019年2月28日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	34,649	31,275
短期借入金	24,670	25,746
1年内返済予定の長期借入金	28,616	21,264
未払金	7,801	10,415
未払法人税等	8,577	4,777
賞与引当金	2,028	2,132
役員賞与引当金	16	10
ポイント引当金	2,436	2,558
商品券回収損失引当金	145	166
資産除去債務	—	130
その他	13,278	15,005
流動負債合計	122,220	113,482
固定負債		
長期借入金	118,581	115,912
リース債務	52	11
長期預り敷金及び保証金	23,813	24,008
役員退職慰労引当金	1,719	2,176
利息返還損失引当金	85	102
退職給付に係る負債	7,777	8,050
繰延税金負債	2,592	1,631
資産除去債務	7,784	7,914
その他	386	336
固定負債合計	162,794	160,144
負債合計	285,015	273,626
純資産の部		
株主資本		
資本金	19,613	19,613
資本剰余金	22,247	22,247
利益剰余金	139,951	157,530
自己株式	△18	△25
株主資本合計	181,795	199,367
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,580	737
退職給付に係る調整累計額	△418	△208
その他の包括利益累計額合計	1,161	529
非支配株主持分	11,894	11,649
純資産合計	194,851	211,546
負債純資産合計	479,867	485,173

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2017年3月1日～2018年2月28日)	当連結会計年度 (2018年3月1日～2019年2月28日)
売上高	696,266	697,679
売上原価	543,206	544,107
売上総利益	153,059	153,571
営業収入	33,591	34,457
営業総利益	186,651	188,028
販売費及び一般管理費		
広告宣伝費及び販売促進費	14,494	14,864
配送費	7,494	8,073
貸倒引当金繰入額	142	183
従業員給料及び賞与	50,917	52,302
賞与引当金繰入額	1,728	1,902
福利厚生費	9,141	9,903
退職給付費用	1,159	1,202
賃借料	11,585	11,556
水道光熱費	8,072	8,639
減価償却費	15,693	15,357
役員退職慰労引当金繰入額	72	515
その他	27,660	28,253
販売費及び一般管理費合計	148,163	152,754
営業利益	38,487	35,273
営業外収益		
受取利息及び配当金	242	258
仕入割引	299	299
債務勘定整理益	130	108
持分法による投資利益	48	35
違約金収入	163	191
その他	677	626
営業外収益合計	1,562	1,518
営業外費用		
支払利息	1,094	919
支払補償費	159	160
その他	586	613
営業外費用合計	1,841	1,692
経常利益	38,208	35,099
特別利益		
固定資産売却益	501	55
投資有価証券売却益	252	0
補助金収入	1,656	1,112
保険金収入	5	309
その他	26	3
特別利益合計	2,443	1,480
特別損失		
固定資産売却損	49	27
固定資産除却損	464	313
減損損失	597	654
災害による損失	197	360
復興寄付金	—	450
出資金評価損	—	1,029
その他	139	248
特別損失合計	1,448	3,085
税金等調整前当期純利益	39,204	33,495
法人税、住民税及び事業税	12,248	10,418
法人税等調整額	△345	△523
法人税等合計	11,902	9,894
当期純利益	27,301	23,600
非支配株主に帰属する当期純利益	369	111
親会社株主に帰属する当期純利益	26,932	23,488

連結包括利益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2017年3月1日～2018年2月28日)	当連結会計年度 (2018年3月1日～2019年2月28日)
当期純利益	27,301	23,600
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	376	△1,165
退職給付に係る調整額	123	210
その他の包括利益合計	499	△954
包括利益	27,801	22,645
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	27,220	22,856
非支配株主に係る包括利益	581	△210

連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度 (2017年3月1日～2018年2月28日) (単位:百万円)

	株主資本					その他の包括利益累計額			非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計		
当期首残高	19,613	22,493	136,070	△18,484	159,693	1,415	△541	873	11,396	171,963
当期変動額										
剰余金の配当			△4,872		△4,872					△4,872
親会社株主に帰属する当期純利益			26,932		26,932					26,932
自己株式の取得				△6	△6					△6
自己株式の消却		△295	△18,178	18,473	—					—
連結子会社株式の取得による持分の増減		49			49					49
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						165	123	288	498	786
当期変動額合計	—	△245	3,881	18,466	22,101	165	123	288	498	22,888
当期末残高	19,613	22,247	139,951	△18	181,795	1,580	△418	1,161	11,894	194,851

当連結会計年度 (2018年3月1日～2019年2月28日) (単位:百万円)

	株主資本					その他の包括利益累計額			非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計		
当期首残高	19,613	22,247	139,951	△18	181,795	1,580	△418	1,161	11,894	194,851
当期変動額										
剰余金の配当			△5,732		△5,732					△5,732
親会社株主に帰属する当期純利益			23,488		23,488					23,488
自己株式の取得				△6	△6					△6
連結範囲の変動			0		0					0
持分法の適用範囲の変動			△177		△177					△177
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						△842	210	△632	△245	△877
当期変動額合計	—	—	17,579	△6	17,572	△842	210	△632	△245	16,695
当期末残高	19,613	22,247	157,530	△25	199,367	737	△208	529	11,649	211,546

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2017年3月1日～2018年2月28日)	当連結会計年度 (2018年3月1日～2019年2月28日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	39,204	33,495
減価償却費	16,171	15,862
減損損失	597	654
災害損失	197	360
のれん償却額	997	822
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△50	153
受取利息及び受取配当金	△242	△258
支払利息	1,094	919
持分法による投資損益(△は益)	△48	△35
補助金収入	△1,656	△1,112
保険金収入	△5	△309
出資金評価損	—	1,029
投資有価証券売却損益(△は益)	△226	17
投資有価証券評価損益(△は益)	—	47
固定資産売却損益(△は益)	△452	△28
固定資産除却損	464	313
売上債権の増減額(△は増加)	△3,598	△2,539
たな卸資産の増減額(△は増加)	△363	△519
仕入債務の増減額(△は減少)	4,149	△3,373
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	339	370
その他	△1,118	2,125
小計	55,453	47,995
利息及び配当金の受取額	220	235
利息の支払額	△1,121	△935
補助金の受取額	1,656	112
保険金の受取額	5	309
災害損失の支払額	△2,074	△186
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△11,547	△13,887
営業活動によるキャッシュ・フロー	42,592	33,642
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△27,053	△17,378
有形固定資産の売却による収入	1,412	323
無形固定資産の取得による支出	△950	△1,498
投資有価証券の取得による支出	△3,618	△918
投資有価証券の売却による収入	939	204
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	26	—
短期貸付金の増減額(△は増加)	△260	△189
その他	437	354
投資活動によるキャッシュ・フロー	△29,067	△19,101
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△2,621	1,076
長期借入れによる収入	19,050	19,500
長期借入金の返済による支出	△26,782	△29,521
自己株式の取得による支出	△6	△6
配当金の支払額	△4,872	△5,732
非支配株主への配当金の支払額	△28	△34
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	△95	—
その他	△120	△74
財務活動によるキャッシュ・フロー	△15,477	△14,793
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△1,952	△252
現金及び現金同等物の期首残高	10,342	8,389
現金及び現金同等物の期末残高	8,389	8,136

会社概要

(2019年2月28日現在)

設立年月日 1961年(昭和36年)10月27日
 本社所在地 広島市東区二葉の里三丁目3番1号
 資本金 19,613,856,196円
 従業員数 正社員 2,723名
 パートタイマー 6,147名(1日8時間換算)
 店舗数 112店舗(エクセル単独店舗10店舗含む)

中国地方:64店

広島県33店 岡山県11店 山口県13店
 島根県7店

九州地方:35店

福岡県19店 大分県2店 熊本県9店
 佐賀県3店 長崎県2店

その他:13店

香川県4店 徳島県1店 兵庫県3店
 その他5店

大株主の状況

(2019年2月28日現在)

株主名	持株数	持株比率
山西ワールド(株)	19,935千株	27.8%
第一不動産(株)	4,208千株	5.9%
日本マスタートラスト 信託銀行(株)(信託口)	2,951千株	4.1%
(株)広島銀行	2,362千株	3.3%
日本生命保険(相)	2,093千株	2.9%
イズミ広島共栄会	2,060千株	2.9%
山西 泰明	2,036千株	2.8%
第一生命保険(株)	2,030千株	2.8%
日本トラスティ・サービス 信託銀行(株)(信託口)	1,522千株	2.1%
全国共済農業協同組合連合会	1,335千株	1.9%

(注)持株比率は、自己株式(6,700株)を控除して計算しています。

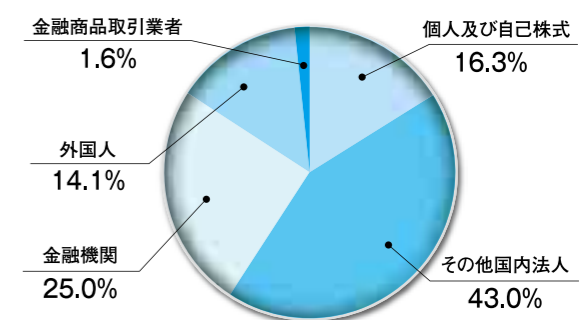
株式の状況

(2019年2月28日現在)

発行可能株式総数 195,243,000株
 発行済株式の総数 71,665,200株
 株主数 5,049名

単元株式の所有状況

(2019年2月28日現在)



株価の推移

