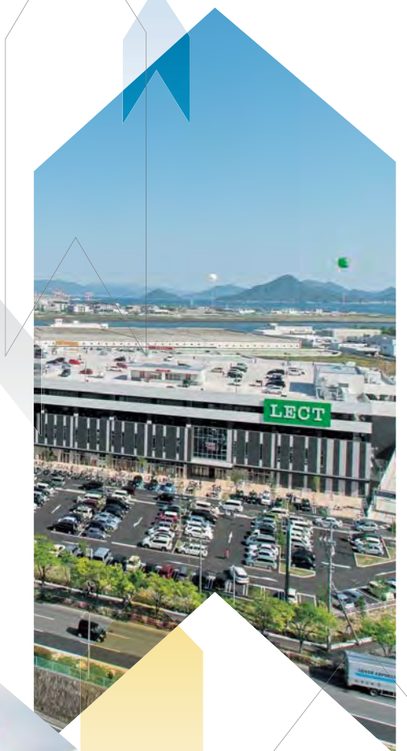
ANNUAL REPORT 2018

株式会社イズミ
アニュアルレポート

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 http://www.izumi.co.jp/



CONTENTS

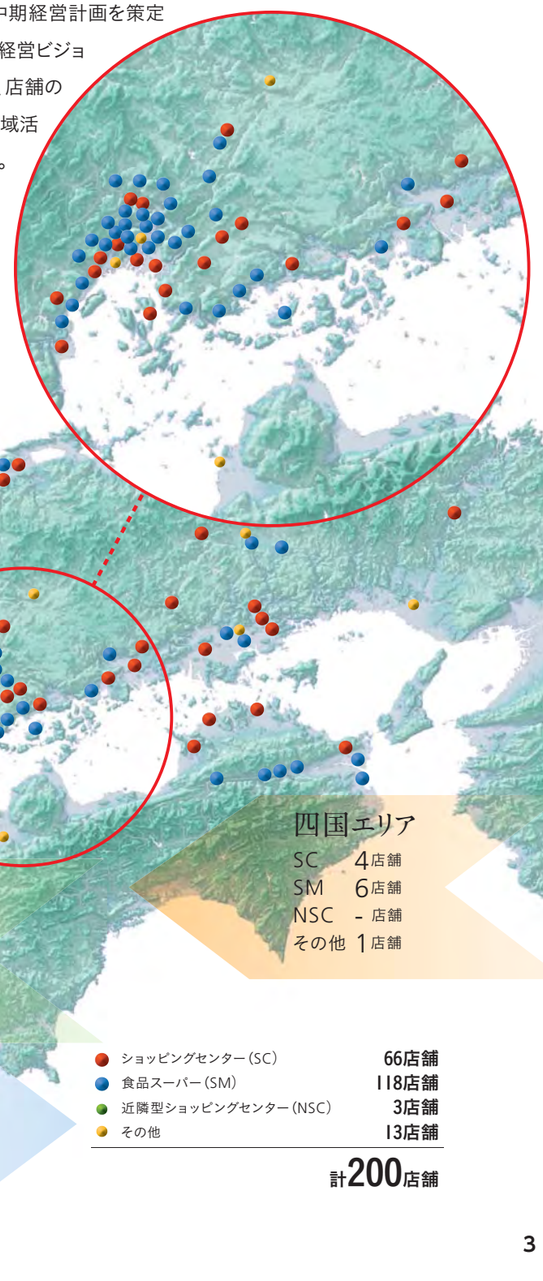
イズミの経営ビジョン――3
イズミの理念と行動指針と夢――4
小売業界を取り巻く環境への挑戦――6
沿革『イズミのチャレンジ』――8
ビジネスモデル『イズミの先進性』――10
『イズミの強み』――12
連結財務ハイライト――14
トップメッセージ――16
イズミグループ中期経営計画――22
「リアル店舗」と「ICT戦略」を融合――26
セグメント概況――28
CSRガイドライン――32
イズミのCSR活動――33
イズミ エコ・アクション――37
コーポレート・ガバナンス――38
事業等のリスク――44
経営陣による財務分析――45
主要連結財務指標――48
連結財務諸表――50
会社情報・株式情報――55

日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す。それが『イズミの経営ビジョン』。

少子高齢化や人口減少といった大きな移り変わりを見せる現代社会において、日常生活の基盤となる「地域」が、大きく変化しようとしています。また、AIやIoTの進展、ネットショッピングの浸透により、リアル店舗の役割も改めて問われています。こうした現状をふまえ、私たちイズミグループは中期経営計画を策定し、「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を明確化しました。お客さまの暮らしをより豊かにするため、店舗の付加価値向上や商品・サービスの充実に取り組むとともに、地域活性化への貢献を重視しながら、大きな夢へと挑み続けています。

中国・四国・九州でドミナント戦略を推進。信頼に値する1兆円企業へ。

イズミは西日本というローカルに限定したドミナント戦略により、地域に密着した店舗展開を進めています。物流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での優位性を発揮しています。地道で誠実な取り組みを続け、営業収益1兆円の実現と、1兆円企業にふさわしい信頼の醸成を目指していきます。



経営ビジョンを実現する『イズミの理念と行動指針と夢』。

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」という高い経営ビジョンを実現するには、従業員一人ひとりの日々の業務を進化させることが欠かせません。イズミグループでは、経営理念や4つの夢、行動指針などで、顧客満足の重視や、地域、テナントさまと共に発展したいという姿勢を明示。そのために従業員がベストを尽くせる風土を育み、働きがいのある企業づくりを進めています。

OUR DREAMS
イズミの4つの夢

売上や収益といった数値面での成長は、イズミグループの最終目標ではありません。お客さまや地域、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皆さまに豊かさをお届けすることこそ、私たちが目指す夢であると考えています。

- 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

MANAGEMENT PHILOSOPHY
イズミの経営理念

「お客さまに喜んでいただくこと」を念頭に、日々業務を実践していくことを、創業当初からイズミでは基本としてきました。従業員がお客さまのご満足を自らの喜びとしながら、いきいきと仕事に励めるよう、環境整備にも力を入れています。

- 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

イズミは、日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す。

ACTIVE AGENDA
従業員の行動指針

従業員各自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。教育の機会も豊富に提供し、「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。

- お客さまのために尽くす
- 全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

「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」を重視しています。最近では、趣味が広がる教室や、音楽などの発表会、ボランティア団体や行政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、お客さまや地域のニーズを満たすよう工夫しています。

お客さまの一番の満足が私たちの一番の喜びです。

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、ご要望に応え、喜んでいただくことが従業員のエネルギー源。「ありがとう」「助かった」の言葉を励みに、よりよい店づくりや品ぞろえの充実、サービスの改善に取り組んでいます。

これまでも、これからも、お客さまの気持ちにお応えし続けることが全ての行動の起点です。

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始まった制度です。「長年愛用してきた地元のしょうゆは、イズミの店にはないの？」という声があれば、メーカーさまと連絡を取って取り扱いを開始。お客さまと緊密な関係を築き、どんな小さな期待も裏切ることのないよう、全従業員が努めています。

小売業界を取り巻く環境と、マイナスをプラスにする『イズミの底力』。

昭和から平成へ、そしてまもなく新たな時代へ。日本社会は、かつて経験したことのない人口減少が現実のものとなるなど、さまざまな変化の時を迎えています。小売業界では、百貨店やスーパー、ドラッグストアやコンビニエンスストアなどのリアル店舗に、拡大し続けるネット通販を加え、業態を超えた競争が激化。「先が見えない」といわれる混迷の中で、イズミグループが発展する「底力」となるのは、旺盛なチャレンジ精神です。創業以来受け継いできたイズミのDNAを生かし、前例にとらわれることなく、一つひとつの課題に的確かつ大胆な対策を講じ、マイナスをプラスに変えていきます。

市場環境のマイナスの逆風と課題

人口減少が進む中、特に地方圏では市場規模の縮小と採用難が深刻化。また、小売業界においてはネット通販の隆盛で、百貨店や総合スーパーなどのリアル店舗が、オンラインショッピングに消費者を奪われる構図が表面化しています。

STIFF COMPETITION
業態を超えた競争激化

CONSUMER BEHAVIOR
消費行動の変化

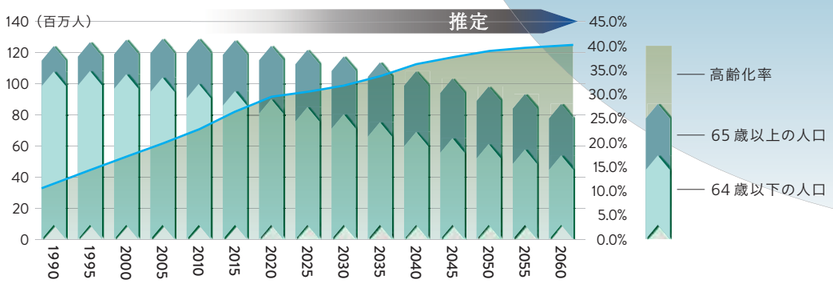
POPULATION DECLINE
国内人口の減少

◉市場規模の縮小
（特に地方圏）
◉労働人口の減少と
採用難

変革が必要

小売業界は、少子高齢化による需要変化と、単身世帯や働く女性の増加に対応する必要に迫られています。ネット通販への対策、労働人口減少時代にマッチした店舗運営など、さまざまな角度からの変革は“待ったなし”の状況です。

国内人口の減少 総務省統計局 及び 国立社会保障・人口問題研究所より作成



PARADIGM SHIFT

パラダイムシフト＝マイナスをプラスに

パラダイムシフトとは、これまで当然と思われてきた価値観が劇的に変化すること。天動説から地動説へ、まさに天地が逆になるような時代を小売業界は迎えています。マイナスの事象をプラスに変えるのは、まったく新しい発想。イズミグループは新時代を味方につける改革に着手しています。

変化期こそチャンス

時代に先駆けて改革を行えば、変化期にはチャンスがあるとイズミグループでは考えています。自らのスタイルを貫き続ける強さを持ち続けながら、環境に合わせてしなやかに自分を変えていくのが、私たちの流儀です。

イズミのDNA
- INNOVATION 革新
- CHALLENGE 挑戦
- SPEED スピード

戦後の混乱の最中に創業し、地域のため、お客さまのためにやるべきことを見つめ、革新的な発想で、失敗を恐れずスピードを持って突き進んできたイズミグループ。21世紀の今も、創業の精神は確かに息づいています。

2022年度営業収益
1兆円

2020年度営業収益
9,000億円

2020年度営業利益率 **6%**

2020年までの3年間で
40店舗計画

設備投資年平均
200億円超

株主還元
配当性向目標 **30%**

イズミ中期経営計画
- GROWTH STRATEGY 成長戦略
- COMPETITIVENESS 競争力の強化
- HUMAN RESOURCE 人材育成

新規出店とM&Aの両輪で店舗数を拡大するとともに、既存店の付加価値を向上。同時に効率化を徹底し、コストを削減します。企業発展を支える人材の教育には時間と経費をかけ、中期経営計画の達成を確かなものとします。

成長性KPI	売上高成長率	＋7%以上	営業利益成長率	＋10%以上
効率性KPI	ROA※1	9%以上	損益分岐点売上高比率※2	75%未満
株主還元KPI	ROE※3	13%以上	配当性向	30%目標

※1　総資本経常利益率
※2　イズミ単体での数値目標
※3　自己資本当期純利益率

地域の発展を支えてきた『イズミのチャレンジ』。

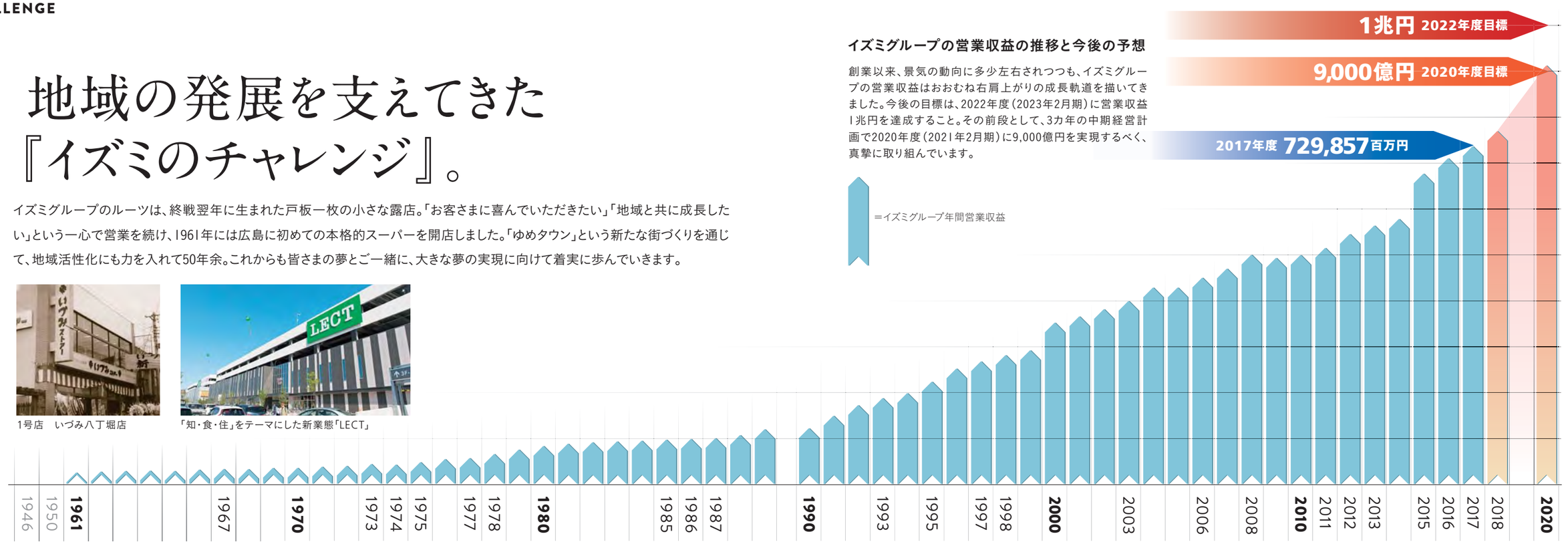
イズミグループのルーツは、終戦翌年に生まれた戸板一枚の小さな露店。「お客さまに喜んでいただきたい」「地域と共に成長したい」という一心で営業を続け、1961年には広島に初めての本格的スーパーを開店しました。「ゆめタウン」という新たな街づくりを通じて、地域活性化にも力を入れて50年余。これからも皆さまの夢とご一緒に、大きな夢の実現に向けて着実に歩んでいきます。

1号店　いづみ八丁堀店

「知・食・住」をテーマにした新業態「LECT」

イズミグループの営業収益の推移と今後の予想

創業以来、景気の動向に多少左右されつつも、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。今後の目標は、2022年度（2023年2月期）に営業収益1兆円を達成すること。その前段として、3カ年の中期経営計画で2020年度（2021年2月期）に9,000億円を実現するべく、真摯に取り組んでいます。



創業前史

1946	山西義政（現会長）が広島駅前で露店を始める。
1950	衣類卸問屋（株）山西商店を設立。
1961	（株）いづみ設立。八丁堀に1号店・いづみストアーオープン。
1967	広島駅に隣接した「駅前店」オープン。
1973	初の郊外型大規模店、いづみ祇園店オープン。マイカー時代に先駆け大駐車場設置。
1974	共同仕入機構・日本流通産業（株）をいづみ他7社で設立。

創業期

1946	日本国憲法公布
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
1964	東京オリンピック開催
1966	新3種の神器
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
1974	狂乱物価

発展期

1975	お取引先さまと交流を深める「いづみ会」発足。
1977	いづみ、日本チェーンストア協会に加入する。
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。
1980	株式会社イズミに商号変更、CIも導入。
1985	POSシステム導入。
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。
1987	東京証券取引所市場第一部に上場。
1975	広島東洋カープ初優勝
1976	ほか弁登場
1978	新東京国際空港開港
1979	第二次オイルショック
1980	イラン・イラク戦争勃発
1982	CD、テレホンカード登場
1983	東京ディズニーランド開園
1985	プラザ合意、バブル経済
1987	国鉄分割民営化
1989	平成に改元、消費税導入

いづみ駅前店

いづみ祇園店

ゆめタウン広島

ゆめタウン廿日市

展開期

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が、地元行政や市民との協力関係のもと、地元を活性化するショッピングセンターとして誕生。
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。
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。
1997	財団法人泉美術館開設。
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。
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。
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。
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。
1990	東西ドイツが統一
1991	バブル崩壊、平成不況
1993	平成の米騒動
1995	Windows95発売
1996	ガラケー普及
1997	消費税5％へ
1998	長野オリンピック開催
1999	通貨ユーロ誕生
2000	BSデジタル放送開始
2001	アメリカ同時多発テロ
2002	ワールドカップ日韓大会
2003	韓流ブーム
2005	愛知万博開催
2006	第1回WBC開催
2007	郵政民営化

変革期

2008	創業の地・広島へ回帰し、ゆめタウン広島誕生。
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。
2012	ゆめマート形式1号店・ゆめマート小倉東オープン。
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。
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。
2016	熊本地震発生、支援活動と復旧に取り組む。
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。中期経営計画を策定。
2018	株式会社セブン＆アイ・ホールディングスと業務提携。
2008	iPhone、日本で発売
2008	リーマンショック発生
2010	小惑星探査機はやぶさ帰還
2011	東日本大震災、地デジ化
2012	アベノミクス
2013	富士山世界遺産登録決定
2016	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』。

地域のニーズと社会環境の変化に柔軟に対応しながら、イズミグループでは時代に応じ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、カード事業や施設管理事業、飲食事業、惣菜製造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。

ADVERSITY
市場環境の逆風と課題 P6

国内人口の減少
消費行動の変化
業態を超えた競争激化

ADVANTAGE
イズミの強み P12

高い店舗競争力
西日本ドミナントを形成
従業員のモチベーション
イズミの強みを資本投入

革新 挑戦 スピード

IZUMI'S DNA
イズミのDNA P7

REINVEST
再投資

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 P30

- 小売事業
- 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”

社会的価値

企業価値の拡大

経済的価値

REINVEST
再投資

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。

P21
P33
P7
P22

次の時代を リードする 『イズミの強み』。

50年以上に及ぶイズミの歴史の中で、「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うち、イズミならではの3つの強みが生まれてきました。中四国・九州へ集中的に出店し、地域に密着した営業を行う「西日本ドミナント」。大型店から小型店まで、地域のニーズに応じた店づくりを進め、既存店でもリニューアルを重ねて進化を続けていること。さらに、従業員のモチベーションを高く保ち、一人ひとりの成長が企業としての成長につながっている点。この3つは、競争力の高い企業であり続けるために、時代の変化に左右されない「イズミの柱」として大切にし続けていきます。

地域No.1を目指す

「その地域にないものを新たに提供する」「その地域で一番いいものを提供する」この２点は、新店を出店するたびに重視してきたことです。地域のニーズにきめ細かく対応するため、本社一括管理を改め、店舗主導型で店ごとに工夫が重ねられる方式を採用しています。従業員の胸にあるのは、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。品ぞろえやサービスを磨き、各地で「地域一番店」を目指しています。

GROWTH STRATEGY

西日本ドミナントを形成

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

COMPETITIVENESS

高い店舗競争力

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

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）
女性の意欲・能力向上

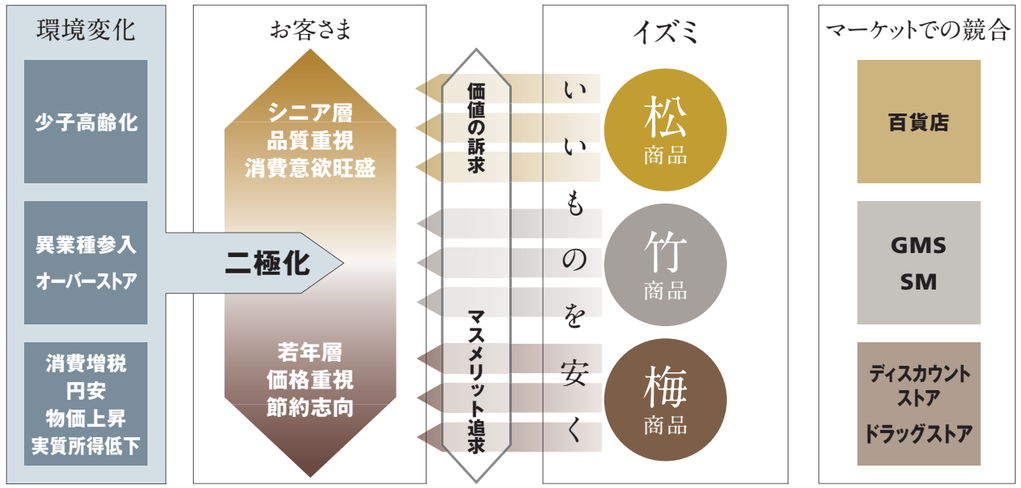
3年間で40店舗出店計画

西日本におけるシェアを高め、ドミナント戦略を推進するため、店舗網の大幅な拡充を図っていきます。直近の目標は、2018年度からの3年間で40店舗の出店をすること。主に食品スーパー「ゆめマート」や近隣型ショッピングセンター「ゆめモール」の新設を計画しています。また、課題を抱える企業への支援（M&A）や、居抜き物件への出店を行うことで、地域のお客さまの日常生活を支え、雇用の継続などにも取り組んでいきます。

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
イズミ	95.3	100.1	101.2	100.1	102.7	101.8	101.4	101.5	99.2
全国	95.8	98.1	99.1	97.2	100.2	99.1	101.3	98.8	99.6
差	-0.5	+2.0	+2.1	+2.9	+2.5	+2.7	+0.1	+2.7	-0.4

イズミの商品戦略「いいものを安く」



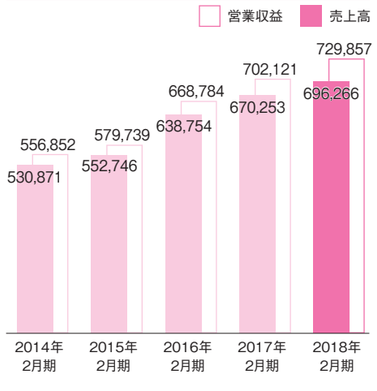
2020年までに 女性管理職比率を20%超え

ショッピングセンターやスーパーマーケットを運営する企業では、女性従業員の活躍は不可欠です。イズミグループでは「2020年までに女性管理職比率を20%超」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。産休・育休を取得した後も安心して職場復帰でき、子育てと仕事を両立しながらキャリア形成ができるよう、サポート制度の整備と人事制度の改革を行っています。

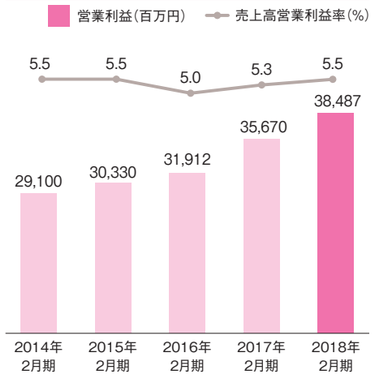
5年間の主要連結財務情報・非財務情報

営業収益
売上高

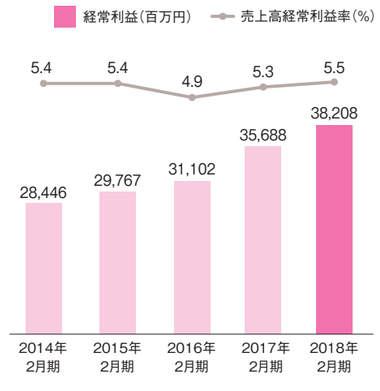
（百万円）



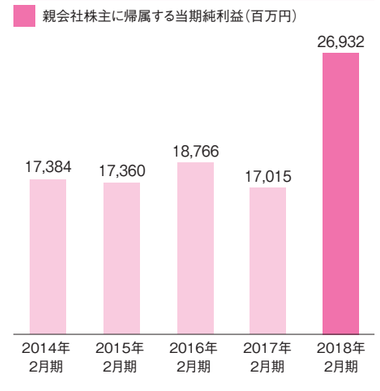
営業利益
売上高営業利益率



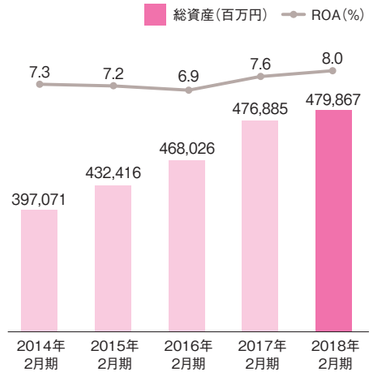
経常利益
売上高経常利益率



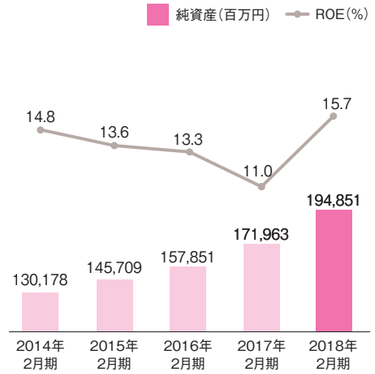
親会社株主に帰属する当期純利益



総資産
総資産経常利益率（ROA）

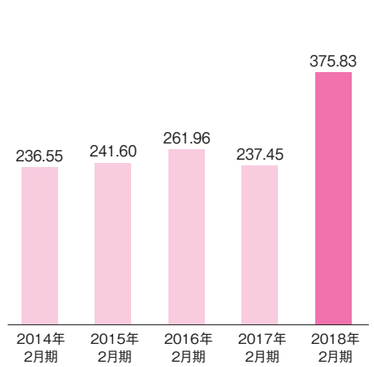


純資産
自己資本当期純利益率（ROE）

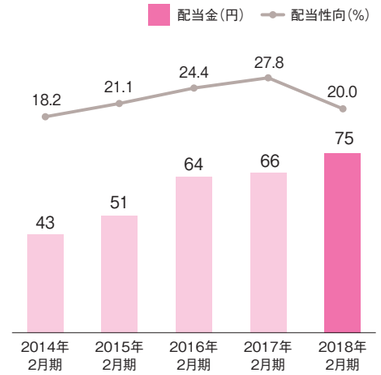


1株当たり当期純利益

（単位:円）

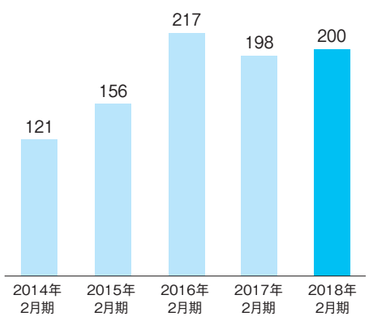


配当金
配当性向



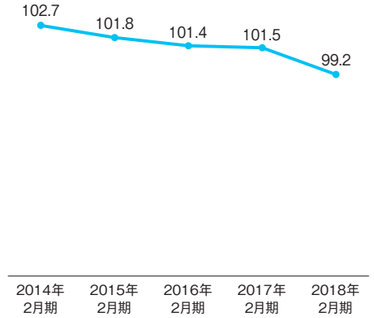
店舗数推移（グループ合計）

（単位:店）



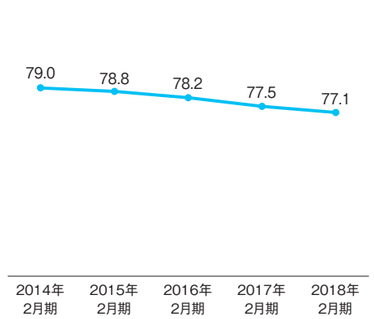
既存店売上高前年比（イズミ単体）

（%）



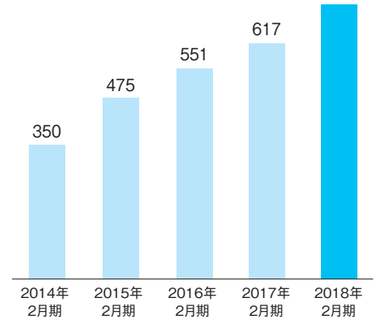
損益分岐点売上高比率（イズミ単体）

（%）



電子マネー「ゆめか」
累計カード発行枚数

（単位:万枚）



地域にこだわり、地域に愛される「日本一の高質リージョナル総合ス　ーパー」へ

変わりゆく地域に、そしてお客さま一人ひとりに寄り添い、
お取引先さまや行政の皆さまと協働しながら
新たな「ゆめ」の実現を真摯に目指していきます。

株式会社イズミ
代表取締役社長
山西泰明

店づくりノウハウを結集したLECT

「店を変えて、地域を変える」。これはイズミの重要テーマです。“店舗は一つの街”と捉え、地域の未来を見据えた店づくりを進めてきました。

2017年にオープンしたLECT（広島市西区）は、「お客さまに喜んでいただくために、今、何をするべきか」を自問し続け、創出した新業態です。ネットショッピングが普及する中、単なる「モノ」の購入だけでなく、「知・食・住」をコンセプトに多様な「コト」の体験ができる場を意図しました。品ぞろえの充実はもちろん、「職場や学校でも、家庭でもない、第三の居場所」になれるよう、リアル店舗の本質である「人が集い、体験できる空間」「感性を刺激する場所」を追求。ご家族、友人同士でのご来店に加え、これまでショッピングセンターの利用が少なかった中高年の男性にも、お一人で気軽に来ていただける空間になっています。おかげさまで初年度の年間来店客数が約700万人に上るなど業績も好調で、2年目以降もさらなる進化へ取り組みを継続中です。

LECTを成功に導いたのは、これまでゆめタウンで磨いてきた数々のノウハウです。第1期のゆめタウン業態のスタート時（1990年）には、地元テナントさまを誘致し地域活性化に注力。第2期（1996年以降）は店舗規模を拡大して九州に出店、全国展開のテナントさまの導入を進めました。第3期（1998年以降）には、四国にも出店エリアを拡大し、銀行や郵便局なども集まった公共性が高い本格的な“街づくり”に取り組んできました。こうした歴史の集大成として、第4期の店舗ともいえるLECTが結実。今後も活気ある地域づくりと、お客さまの豊かな暮らしづくりを意識し、“次世代の店舗”を考え続けていきます。

マフィンが好評なカフェと、グリーンの売場（LECT）

天井まで続く「知」の本棚（LECT）

開放的な1,000席のフードコート（LECT）

2018年2月期は増収増益達成

前期の日本経済は、企業部門主導の成長が続き、雇用環境の改善が見られました。しかし小売業界を取り巻く環境では、賃金の伸び悩みと物価上昇に伴って、消費者の購買力は低く生活防衛意識が一段と強まる厳しい状況が続いていました。

当社グループは変化への対応として、顧客満足度を高める施策を実践。店舗面では、2017年4月に前述のLECT、5月にゆめタウン江津（島根県江津市）、2018年2月にゆめマート福津（福岡県福津市）を開業しました。ゆめタウン江津は長年地域で親しまれてきた商業施設を継承し、生活インフラとしての機能を維持すると同時に、雇用を守り地元経済にも貢献しています。また、2016年4月の熊本地震により休業状態が続いていたゆめタウンはません（熊本市南区）が2017年4月に全館リニューアルを終え、ゆめマート龍田（ゆめマート楠より改称、熊本市北区、株式会社ゆめマート運営）も8月に解体・建て替えオープンし、被災店舗が全て営業再開を果たしています。

商品面では、品質・価格の両面で競争力のある品ぞろえを追求する“いいものを安く”を推進。販売動向を振り返ると、上期は青果部門における市況の悪化などで鈍化していた食品分野の販売が冬場に復調。ホワイトデーや母の日などのハレの日需要やお中元等のギフト需要、夏場の帰省時期に合わせたランドセル等の3世代需要の早期取り込みは堅調に推移しました。下期においては、衣料品、住居関連品が好調な数字を残しました。

食品スーパーのゆめマート業態は、新規出店やM&Aにより存在感が高まってきたことから、組織改革により大型ショッピングセンターの運営から分離。商圏ごとに「中国マート事業部」「九州マート事業部」に再編し、さらに食品スーパー子会社群を束ねる「グループSM統括部」を新設しました。最適な店舗オペレーションを行い、食品スーパーを統合的に事業展開する体制を整えています。

顧客満足度向上を重視した各種取り組みに加え、原価低減およびロス抑制を進めた結果、2018年2月期は増収増益となり、過去最高を更新することができました。

2018年2月期決算　（単位:百万円）

	2018年2月期	前年比	2017年2月期
営業収益	729,857	104.0%	702,121
営業利益	38,487	107.9%	35,670
親会社株主に帰属する当期純利益	26,932	158.3%	17,015

西友から店舗継承、セブン&アイと業務提携

2018年2月、イズミは山口県下松市の「ザ・モール周南店」と兵庫県姫路市の「ザ・モール姫路店」の経営権を合同会社西友から取得しました。それぞれ全館改装を行い、ゆめタウン下松（仮称）を2018年秋、ゆめタウン姫路（仮称）を2018年冬にオープン予定です。イズミ独自の活性化ノウハウを生かして引き続き地域の皆さまに愛される店づくりを進め、雇用継続や地域密着により地元経済の活性化に努めていきます。

2018年4月に、イズミグループは株式会社セブン&アイ・ホールディングス（以下セブン&アイ）との間で業務提携を締結しました。同社は国内外にコンビニエンスストアや総合スーパー、百貨店、食品スーパー、専門店などを6万店以上運営、さらに金融サービスやITサービスなど多様な事業を展開しています。セブン&アイと弊社は同一の業態ながら地理的に補完関係にあり、マスメリットの獲得やドミナントの拡充に向けて、実効性のある取り組みが可能です。今後は、互い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拡大を図っていきます。

2019年春に、イトーヨーカドー福山店（広島県福山市）の営業を引き継ぎ、ゆめタウン福山（仮称）としてリニューアルオープンする予定です。さらに、電子マネーの相互開放や仕入れの統合、西日本地域における共同出店などを進めていきます。

2018年2月にオープンしたゆめマート福津

2017年5月に開業したゆめタウン江津

2018年秋にオープン予定のゆめタウン下松（仮称）

行動を変え、中期経営計画を実現へ

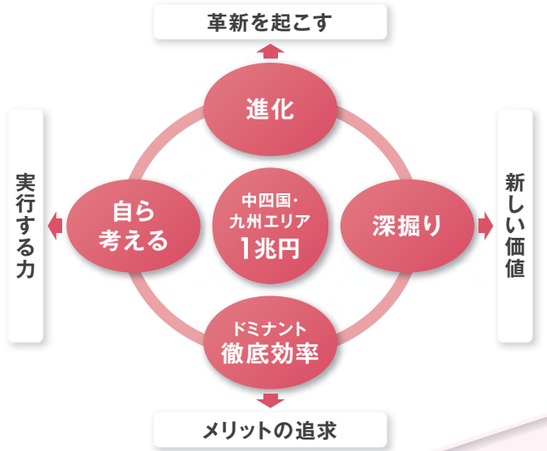
これまで目標としてきた「営業収益1兆円」という夢を2022年度に実現するため、前段として今年度から2020年度までの3カ年の中期経営計画が始動しています。3つの柱となる戦略が、新規出店やM&Aにより3年間で40店舗を出店する「成長戦略」、店舗と商品の付加価値を高める「競争力の強化」、能力開発や女性活躍推進による「人材育成」です（詳細は22〜25ページで紹介）。

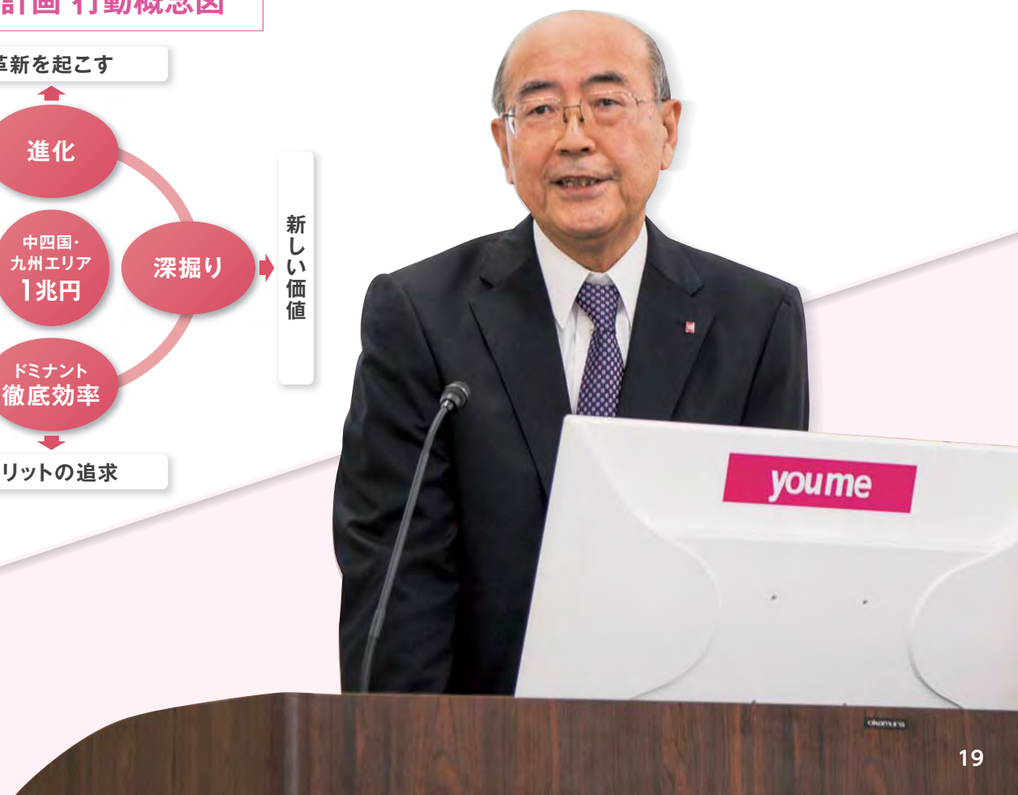
これらを劇的にクリアしていくために、行動概念図を全従業員に示しています。1つめは“深掘り”です。世の中の変化やお客さまの変化を“深掘り”することで、店舗やサービスのあり方を変え、新たな価値を創出します。2つめは“進化”。前年との比較や、従来と同じ業務の積み上げではなく、全く新しい視点から革新を起こし、成長してほしいと呼び掛けています。3つめは“自ら考える”こと。現場で計画を実行する中で、常に「なぜだろう」と疑問を持ち、結果に対して「なぜそうなったのか」と分析をしていきます。果敢に挑戦し、失敗からも大いに学んでいけば、実行する力が身に付くはずです。最後に4つめの“ドミナント効率徹底”。中四国・九州エリアでドミナントを形成することで、徹底的にメリットを発揮していきます。エリアを限定して新店出店・M&Aを進め、ブランドイメージ向上と効率化を図ります。

少子高齢化や人口減少、AIやIoTの進化など、今まで経験したことのないような変化が次々と起きる現代社会。旧態依然とした考え方は、1兆円企業という“新たなイズミ”への躍進にブレーキをかけるでしょう。人材育成の中で従業員一人ひとりの抜本的な行動改革を進め、中期経営計画を確実に実現へと導きます。

セブン&アイとの業務提携に関する記者発表の様子

中期経営計画 行動概念図





2019年2月期は5店舗を出店予定

今期は、中期経営計画の初年度に当たります。店舗に関しては、合同会社西友より経営権を取得した大型店を、ゆめタウン下松（仮称・山口県下松市）、ゆめタウン姫路（仮称・兵庫県姫路市）として2018年秋・冬に改装オープン予定です。ゆめマート城野（仮称・福岡県北九州市）、ゆめマート木太（仮称・香川県高松市）、ゆめマート久米（仮称・岡山県岡山市）の食品スーパー3店舗も秋に新規出店します。地域ドミナントの拡大・深耕を図り、中期経営計画の3つの戦略を着実に遂行することで、2019年2月期の連結営業成績は、営業収益749,400百万円（前期比2.7%増）、営業利益37,100百万円（前期比3.6%減）を見込んでいます。

2018年秋にオープン予定のゆめマート城野（仮称）

経営理念を基本に「強み」生かす

私たちの普遍的な指針は経営理念です。一番の基本となるのが「お客さまの満足度No.1を目指す」。さらに「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」という言葉のもと、従業員がイキイキと活躍できる環境を整備しています。

経営理念にリンクし、成長のベースとなるのが「イズミの強み」です。**第1に西日本に限定したドミナント展開を徹底している点。**地域を熟知し、地域に密着した店舗運営を行います。**第2に、常に高い店舗競争力の維持・向上を図っている点。**新規出店や既存店活性化により、広域商圏・足元商圏よりお越しになるお客さまにとっての快適さを追求し魅力を高め続けています。**第3に従業員のモチベーションの高さ。**現場への権限委譲が意欲につながっています。

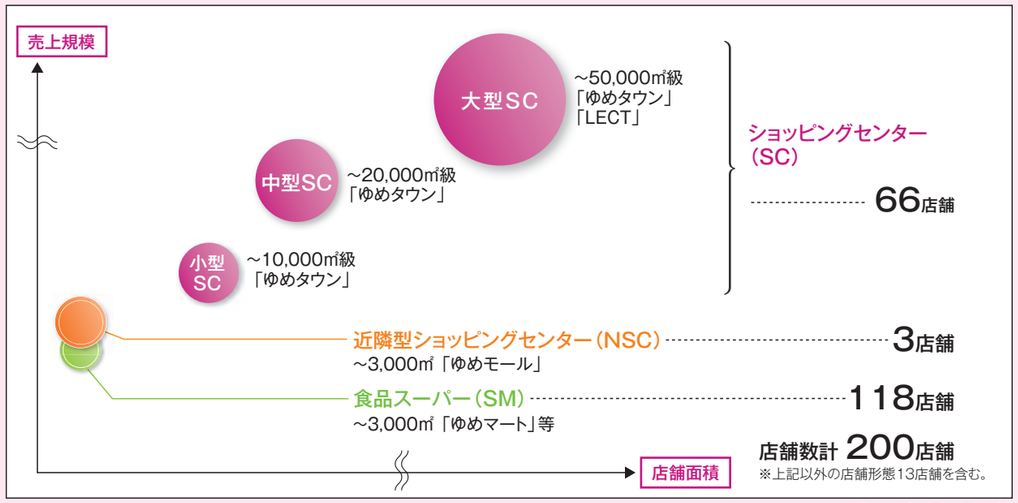
多様な出店形態で40店舗出店を計画

イズミグループでは新規出店やM&Aに加え、他社撤退後の居抜き物件も視野に入れ、3年間で40店舗の出店を計画しています。近年、採算の悪化などにより商業施設が閉店すると、その周辺に“買物難民”が増えるという問題が顕著に。こうした現状を受け、イズミグループは居抜き物件の譲渡・再生に注力していきます。

信条である「4つの夢」に沿って考えれば、生活インフラを守ることは「使命」。これまでも西日本各地で、物件と地域のニーズに合わせた店舗再生を手掛けてきました。大型店から小型店まで多彩な形態を持つ私たちだからこそ、柔軟かつ機動的な出店ができます。また新規出店に比べ、設備投資を低水準に抑えられることから、損益分岐点の高い店舗運営も可能に。高効率な店舗をスピーディーに出店し、お客さまの暮らしを支え、地域活性化にも貢献していきます。

居抜き物件を活用し、2018年冬に開業予定のゆめタウン姫路（仮称）

イズミグループの多彩な店舗形態



（2018年2月28日現在）

皆さまの夢と共に前進する企業へ

中期経営計画の経営ビジョンである“日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す”という言葉は、数字だけの成長を追うものではありません。イズミには「4つの夢」という信条があり、お客さま、地域、テナントさま、社員の4者の夢をサポートすることが、私たちの夢そのものです。また株主の皆さまへの還元も重視し、投資とのバランスを取りながら、配当金を拡充していきます。イズミと関わる全てのステークホルダーの皆さまと共に前進する“日本一誠実な企業”になることが私たちの使命だと自負し、力を尽くしていくことをここに誓います。

大きな夢の実現に一歩を踏み出し、日々革新を続ける私どもに、一層のご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

イズミの4つの夢

2022年度 1兆円企業を目指して イズミグループ中期経営計画

2017年10月10日に、イズミは創業以来初となる中期経営計画を策定しました。長年大きな夢としてきた営業収益1兆円を2022年度に実現するため、まずは2020年度までの3カ年で営業収益9,000億円を達成するべく、具体的な取り組みをスタート。イズミグループの強みをさらに強化しながら、一つひとつの課題を確実に解決していきます。

経営ビジョン

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」

3つの重点戦略

- **1 成長戦略**（新規出店の加速／M&Aの推進／新規事業の推進）
- **2 競争力強化**（店舗の付加価値向上／商品開発と原価低減／マーケティング強化／テナント強化／コスト削減）
- **3 人材育成**（能力開発／働き方改革／女性管理職の育成）

数値目標

- **2020年度** 【営業収益】**9,000**億円　【営業利益率】**6**%
- **2022年度** 【営業収益】**1**兆円を目指す

財務指針

- **設備投資** 成長戦略に年平均200億円超を配分
- **資金調達** 設備投資に資金が必要な場合は、銀行借入れを活用
- **株主還元** 利益成長に応じた積極的な株主還元
  連結配当性向 目標30%

人口減少による市場規模の縮小、少子高齢化、単身世帯や働く女性の増加など、経営環境はかつてないほど変化しています。また、コンビニエンスストアやドラッグストア、衣料量販店の台頭とEコマースの急速な成長により、小売業界では従来の業態の枠を超えた競争が激化しています。

イズミグループは「変化期こそチャンス」と捉え、「革新・挑戦・スピード」というイズミのDNAをベースに、立ち止まることなく成長と企業価値向上を続けてきました。現在の社会情勢をチャンスとし、躍進するために策定されたのが、創業以来初となるイズミグループ中期経営計画です。グループ内の強みと課題を改めて洗い出し、「成長戦略」「競争力の強化」「人材育成」を3つの重点戦略として明確化。「私たちは責任を持ってこの約束を必ず果たします」という不退転の決意を込めて、中期経営計画を弊社ホームページでも公開しました。3年後、5年後を見据え、全従業員が同じ目標の実現に向けて、進化を加速していきます。

重点戦略① 成長戦略

食品スーパーを中心に積極的な出店を続けることが、成長の原動力になります。またM&Aにも取り組み、有力小売業からの店舗継承や、居抜き物件などの活用でも店舗網拡大を推進。Eコマース事業や小売周辺事業などにも挑戦しながら、イズミグループ全体で、中四国・九州におけるドミナントを強化していきます。

3年間で40店舗を計画

1 新規出店の加速

①ドミナントを強化する
- ○重点出店エリアを選定
- ○グループ企業全体での連携

②SM・NSC店舗の出店増加
- ○店舗標準化による建築・運営コストの削減

③ディベロッパー事業への挑戦

④新たな“ゆめタウン”を創造

⑤店舗開発部門―テナントリーシング部門の強化

2 M&Aの積極推進

- ○有力小売業とのWin-Winの提携
- ○課題を抱える企業の支援、および再生
- ○居抜き物件等への積極的な出店

3 新規事業の推進

- ○フランチャイズ事業
- ○Eコマース事業
- ○各種専門店事業
- ○小売周辺事業

重点戦略② 競争力の強化

顧客満足度向上に向け、競争力を強化します。イズミの特長である「既存店の強さ」をさらに伸ばすため、新しいニーズに対応した店舗開発やリニューアルを断続的に遂行。商品については従来から取り組んできた“いいものを安く”に磨きをかけ、「ゆめブランド」をよりお客さまに愛される存在へと向上させます。

1 店舗の付加価値向上

大型店
- ○3世代型の需要に対応
- ○ゆとり空間の創造
- ○旬のテナント・百貨店ブランドの導入
- ○生活シーンに合わせたテナントMIX型の店づくり

中型店
- ○商圏の変化に対応した店づくり
- ○イートイン設備・サービス機能の拡充
- ○食品、日常品需要への特化

小型店（スーパーマーケット）
- ○店舗規模とオペレーションの標準化
- ○小型店独自の需要への対応

2 “いいものを安く”の実現

①商品開発
～リアル店舗ならではの強みを活かす～
- ○生鮮・惣菜の品質鮮度の向上
- ○地域密着とお客さまニーズへの対応
- ○産地開発（生産者に近づく活動）
- ○食品の他業態競合への対応

②原価低減
～スケールメリットの追求～
- ○グループ企業との連携強化
- ○他社との共同仕入・ 共同調達の推進
- ○物流コストの削減

3 マーケティング強化
～ゆめブランドの向上～

①イズミの自社カード「ゆめカード」を拡充

②ソーシャルメディアによる情報発信

③顧客別販売データ（ビッグデータ）の活用

④店舗のIT化推進

4 テナントの強化

①リーシングの強化
- ○地域のニーズに即した店舗開発
- ○新たなショッピングセンターの提案
- ○東京事務所の活用

②テナントの価値向上
- ○コミュニケーションの強化
- ○フォロー体制の充実
- ○テナントとの共同取り組み

5 コスト削減
- ○グループ企業全体でのスケールメリットの追求
- ○全社員参加によるボトムアップの生産性改善
- ○省エネ活動の推進

重点戦略③ 人材育成

中期経営計画の実現に向けて、最も重要なのが従業員の能力・実行力の向上です。教育投資を惜しまず各種研修システムを整備、全ての階層での人材育成に注力します。店舗数の増加に対応するよう育成体系も再構築。働きやすい環境の整備も進め、従業員満足度を高めて、お客さまへのよりよいサービス提供につなげます。

1 能力開発
- ○全階層への能力開発を強化
  （管理職からパートナーまで）
- ○一人あたり教育投資額の拡大
- ○店舗出店増に対応した育成体系の見直し

2 働き方改革
- ○ワークライフバランスの改善と従業員満足度の向上
- ○業務プロセスの再構築とIT化推進
- ○同一労働同一賃金への対応準備

3 女性管理職の育成
- ○子育て支援
  ・2017年厚生労働省「子育てサポート企業」認定
- ○女性の意欲、能力の向上
- ○2020年 女性管理職20%超を目標
  ・2017年厚生労働省女性活躍推進法に基づく認定制度
  「えるぼしマーク」最高位の3段階目に認定

「リアル店舗」と「ICT戦略」を融合
新たなお客さまへ、積極的アプローチ

ネットショッピングが広まるなか、「リアル店舗ならではの強み」を
私たちは追求しようと考えています。お客さまに新たな発見の場を提供し、
次世代技術を活用した情報収集・発信にも努めていきます。

リアル店舗

「LECT」をモデルに、時間創造型の店舗を

**食のゾーンは約3,000坪
多様なシーンに対応する飲食**

施設全体の約25%を占める食のゾーンは、約3,000坪のスケール。1,000席のフードコートをはじめ、読書ができるカフェや、中国地方初出店のレストランなどで多様なシーンに対応しています。食品売場には専門性の高い商品を集め、市場のようなライブ感も演出しました。

**文化に触れ、興味を広げる
「出合いの場」を提供**

25万冊の書籍をそろえる蔦屋書店は、知的好奇心を刺激する場。カインズには木工工具や3Dプリンターを備えた工房があり、自分らしい生活空間づくりを応援しています。全館で絵本の読み聞かせやハンドメイド教室など、気軽に興味を広げられるイベントも開催中です。

購入前の本も読めるカフェ

平日は毎日、絵本の読み聞かせを開催

「2017年ヒット商品番付」に選出、「STORE OF THE YEAR 2018」を受賞！

同 イズミ「LECT」 広島市に4月開業の商業施設。蔦屋書店などがそろい男性お一人様も目立つ。年間来客数1000万人達成へ

1年間を通じてのヒット商品を日本の東西でランキングする、日経MJ（Nikkei Marketing Journal）恒例の名物企画「ヒット商品番付」。LECTはその2017年度版で高い評価を受け、「西の前頭」に番付されました。ちなみに東の前頭は、パンダの赤ちゃん誕生に沸いた上野でした。

2017年12月6日
『日経MJ』より

流通業界の専門誌『ダイヤモンド・チェーンストア』の表彰で、LECTが商業集積部門で第1位に選ばれました。新たなライフスタイルのあり方を発見できるような点が評価されました。

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア
『ダイヤモンド・チェーンストア』誌
2018年4月1日号

ICT戦略

先端技術でお客さまに新たな価値を

**タブレット付きのカート
「ショピモ」で利便性向上**

2017年、「ショピモ」を中国・四国の小売店で初導入しました。ショッピングカートに取り付けられたタブレット端末に、ショピモ限定のクーポンや店内マップなどを表示。店内各所のビーコン（発信機）とタブレットが通信し、的確なタイミングで情報が表示されます。

デジタルスタンプラリーなども行える「ショピモ」

**アプリ・SNSで情報発信
若年層にもアピールを**

新聞やテレビを見る機会が少ない方のために、スマートフォン向け「ゆめタウンアプリ」に注力。電子マネー「ゆめか」の残高確認や最新チラシ配信などで、リアルとネットの融合に挑戦しています。またLECTでは主に若者層に向けて、独自のLINEやインスタグラムでの情報発信を展開中です。

「ゆめタウンアプリ」

LECTのインスタグラム

**ネット上の店舗も開設
「ゆめショップ」**

子育て中の方やご高齢の方などに寄り添うサービスとして、ベビー用品やお米などをネットショップ「ゆめショップ」で取り扱っています。多忙な方にはギフト販売が好評です。

「ゆめショップ」トップページ

**カード事業推進で
ビッグデータ収集**

イズミグループでは1987年にカード事業を開始し、30年以上、利便性向上に努めてきました。ビッグデータを活用した品ぞろえ改善、商品開発などにも長年取り組んでいます。

お得な特典が多いゆめカード

セグメント別経営成績の状況

小売事業

主力の小売事業においては、“お客さまのために尽くす”という行動指針のもと、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。

4月20日には、前期に発生した熊本地震により被災し、フロアの一部が休業状態にあった当社の大型ショッピングセンター「ゆめタウンはません（熊本市南区）」が全館の営業を再開しました。また、8月11日に、連結子会社である株式会社ゆめマートの運営する「ゆめマート龍田（熊本市北区、「ゆめマート楠」より改称）」が営業を再開したことで、熊本地震により被災した全店が営業再開を果たしました。

商品面では、品質・価格の両面で競争力のある品ぞろえを追求するMD戦略“いいものを安く”の領域の拡大を図るとともに、既存領域の掘り下げにより顧客価値の創造を推し進めました。

店舗面では、4月に新業態となる大型複合商業施設「LECT（呼称:レクト、広島市西区）」、5月に「ゆめタウン江津（島根県江津市）」、2月には「ゆめマート福津（福岡県福津市）」を開業しました。「LECT」は、生活者にとって自宅、職場や学校とは別の“第3の居場所（サードプレイス）”を目指し、“知・住・食”をメインテーマに据えた3つのゾーンで構成しています。従来の商業施設の枠組みを超えたライフスタイル提案型の複合商業施設であり、当社はスーパーマーケット「ゆめ食品館」をはじめ、フードコート「サウザンドディッシュ」など飲食・食物販といった、主に“食”の分野を担っています。モノからコト、そしてトキを切り口とした付加価値提案力を試す新たな挑戦であり、そこでの新規の客層の取り込みや、得られるナレッジを他店へと展開することで、既存店全体の店舗付加価値を高め、より拡充する戦略的取り組みをスタートしました。

また、これまでの新規出店やM&Aにより存在感の高まってきたグループ内の食品スーパー「ゆめマート」等に対して、より実効性の高いマネジメントを行うべく、当社の組織改革では食品スーパーと大型ショッピングセンターの運営を分離したうえで、商圏ごとに「中国マート事業部」および「九州マート事業部」に再編しました。さらに、食品スーパー子会社群を束ねる「グループSM統括部」を設置しました。これらにより、より地域に密着した食品スーパーとしての最適な店舗オペレーションを行うとともに、グループ内の食品スーパーの事業戦略を統合的に展開する体制を整えました。また、食品スーパー子会社においては、引き続きスケールメリットとドミナント展開のメリットを享受すべく、業務効率の改善に取り組みました。

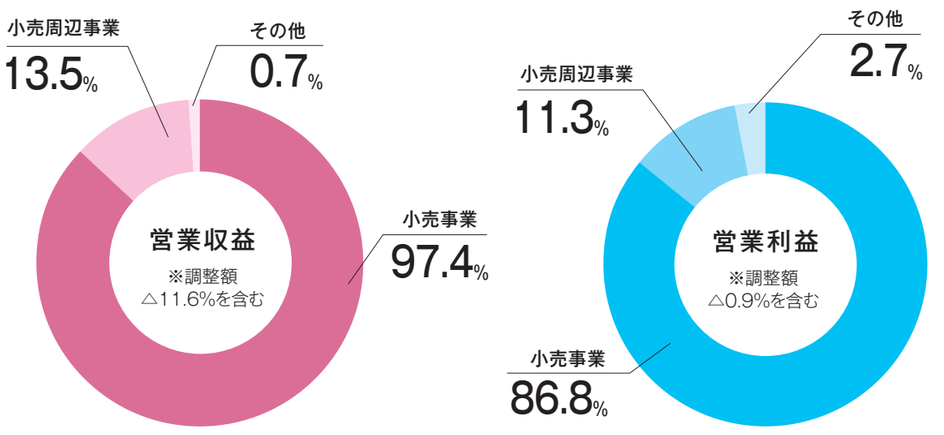
これらの取り組みに対して販売動向は、上期においては、春先に衣食住の各分野で堅調に推移したものの、青果部門における市況の悪化や、鮮魚部門においては全国的なアニサキスによる食中毒報道を受けた買い控えにより、食品分野で販売が鈍化した一方、ホワイトデーや母の日などのハレの日需要については強みを発揮しました。また、夏場には帰省時期に合わせたランドセル等の三世代需要の早期取り込みや、お中元等のギフト需要が引き続き堅調に推移したほか、地元球団である広島東洋カープ等の関連グッズ販売が好調に推移しました。下期においては、秋口は天候にも恵まれ、気温低下にともない衣料品、住居関連品で季節商品の販売などが堅調に推移するとともに、初となるブラックフライデー等の季節催事が好評で、大きな盛り上げとなりました。また、冬場は、不振であった食品分野の復調に加え、お歳暮ギフトなど高付加価値商材の販売が伸びました。

しかしながら、前期の熊本地震発生後の需要集中などによる前年ハードルの高さに対して、生活スタイルの変化に対応した企画などで集客を図るべく取り組んだものの厳しい状況が続きました。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0.8%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を図りました。また、販売費及び一般管理費については、熊本地震被災による休業店舗の営業再開、並びに前期の新設・増床店舗の通年稼働による増加の一方、当期の新設店舗の創業経費が減少したほか、経費抑制に努めました。

これらの結果、営業収益は710,545百万円（前期比4.1%増）、営業利益は33,397百万円（前期比6.8%増）となりました。

セグメント別シェア（2018年2月期）



小売事業の構成比（2018年2月期）

連結 営業収益　（単位:百万円）

	実績	構成比	前期比
（株）イズミ（単体）	683,850	93.7%	105.5%
（株）ゆめマート	27,970	3.8%	102.4%
（株）スーパー大栄	16,950	2.3%	94.7%
（株）ユアーズ	41,081	5.6%	91.4%

連結 営業利益　（単位:百万円）

	実績	構成比	前期比
（株）イズミ（単体）	32,017	83.2%	105.9%
（株）ゆめマート	985	2.6%	79.8%
（株）スーパー大栄	557	1.4%	119.9%
（株）ユアーズ	658	1.7%	2,072.1%

※各社の営業利益は、のれん償却前の数値です

小売周辺事業の構成比（2018年2月期）

連結 営業収益　（単位:百万円）

	実績	構成比	前期比
（株）ゆめカード	8,680	1.2%	108.0%
（株）イズミテクノ	13,108	1.8%	96.9%
イズミ・フード・サービス（株）	5,763	0.8%	100.2%

連結 営業利益　（単位:百万円）

	実績	構成比	前期比
（株）ゆめカード	1,903	4.9%	112.5%
（株）イズミテクノ	1,429	3.7%	105.5%
イズミ・フード・サービス（株）	332	0.9%	109.7%

※各社の営業利益は、のれん償却前の数値です

セグメント別経営成績の状況

小売事業は主力３業態がリード

ショッピングセンター（SC）

ゆめタウン

広域・近郊エリアのお客さまを対象とした大型商業施設です。イズミの直営店舗と時代のニーズに応える旬のテナントが集結し、さまざまな商品・サービス・時間を提供しています。目標は、ご家族三世代でご来店いただき、1日楽しんでいただける空間です。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実践しています。

ゆめタウン出雲（島根県出雲市）フードコート

ゆめタウン廿日市（広島県廿日市市）

食品スーパー（SM）

ゆめマート

食料品を中心に、毎日の暮らしに必要な品をそろえたスーパーです。店舗周辺に住む方にとって身近で便利なお買物の場を目標に、地域性に合わせた商品構成を実践。高齢社会が進むなかで、「暮らしに寄り添う」姿勢を大切にしています。

ゆめマート二葉の里（広島市東区）

近隣型ショッピングセンター（NSC）

ゆめモール

駐車場を備えた広い敷地の中に、ゆめマートを核としてホームセンターや家電量販店、ドラッグストア、飲食店など多様な専門店を集約しています。「ここに来れば何でもある」と実感していただけ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）

小売周辺事業

小売周辺事業では、当社の「LECT」等の新店における新規会員獲得や、主力店舗の「ゆめタウン」に入居するテナント様をはじめとする外部加盟店での取り扱いを拡大することで、電子マネー「ゆめか」やショッピングクレジットの利用を拡大しました。これにより、当社グループにおけるカード戦略の一段の深化を図りました（「ゆめか」の累計発行枚数は、前期末617万枚、当期末684万枚）。また、お客さまの利便性を高めることで利用頻度の向上を図り、レジ業務の生産性改善につなげるとともに、小売事業への集客および店舗間の相互送客に寄与しました。

その他事業

卸売事業では、販売が堅調に推移したことに加え、原価低減により収益力が改善しました。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5,273百万円（前期比6.8%増）、営業利益は1,052百万円（前期比7.8%増）となりました。

これらの結果、営業収益は98,839百万円（前期比2.4%増）、営業利益は4,366百万円（前期比11.9%増）となりました。

子会社の収益拡大がグループの成長に寄与

小売事業

（株）ゆめマート

食品スーパー（SM）

熊本県の人々の暮らしを支える

熊本県内に地域密着の食品スーパー「ゆめマート」24店舗を展開・運営しています。暮らしを支える商品・サービスの提供が特長です。

（株）スーパー大栄

食品スーパー（SM）

福岡県・大分県・山口県で、生鮮食品に強み

「ゆめマート」20店舗を福岡県・大分県・山口県に展開。生鮮食料品の鮮度や品ぞろえ向上、フレッシュな売場づくりを推進中です。

（株）ユアーズ

食品スーパー（SM）

小商圏型店舗を中心に西日本で展開

広島県を拠点として福岡県・山口県・岡山県で店舗展開をしています。主に小商圏型店舗を運営し、地域の皆さまに寄り添っています。

小売周辺事業

（株）ゆめカード

クレジットカード事業

カード事業で暮らしを豊かに

クレジットカード事業や電子マネー事業をはじめ、トラベル事業、保険代理業などを行い、生活の利便性向上に努めています。

（株）イズミテクノ

施設管理・工事・指定管理事業

施設の快適さや安全をサポート

イズミグループの店舗を中心に施設管理や工事を担当。指定管理事業も手掛け、多様な施設の管理をトータルサポートしています。

イズミ・フード・サービス（株）

飲食業

飲食事業でおいしい毎日を

お好み焼きやたこ焼き、アイスクリーム、中華料理、イタリア料理などの飲食事業を展開。“食”の新しい価値を創造しています。

CSRガイドラインを遵守
社員への周知を図ります

企業としての社会的責任を果たすため、指針の浸透を図っています。

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。

【イズミグループ行動憲章】

1 社会にとって有益かつ安全な商品とサービスを提供し、お客さまの信頼と満足を確保します。
2 自由競争のもと、公正な取引に努めます。
3 顧客情報、内部情報が適切に管理される体制を構築します。
4 株主はもとより社会に対して、企業情報を積極的かつ公正に開示します。
5 自然（地球）環境に配慮した行動に努めます。
6 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは、断固として対決します。
7 国際的な事業活動においては、国際ルールや現地の法律を遵守し、文化や習慣を尊重して、その地域の発展に貢献します。
8 創業の精神に則り、お互いを尊重し、謙譲の気持ちをもって行動します。
9 国内外の法律を遵守し、社内規則ならびに社内規範・企業倫理等のルールに従い、「人としてやってはいけないこと」を判断できる誠実な企業人を目指します。
10 経営トップは本憲章の精神を実現するため、社内外の声に耳を傾け、遵法文化形成のために社内体制の整備を行います。

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。

【イズミのプライバシーポリシー】

1 弊社がお客さまからいただいた個人情報は、ダイレクトメールなどの宣伝物の送付、商品・催事情報などのご案内、アフターサービスなどに利用させていただきます。
2 弊社は、個人情報の取り扱いに当たっては、漏えいなどがないように安全な管理に努めます。
3 弊社は、お客さまの個人情報を第三者に提供する場合は、お客さまから同意を得ます。ただし、法令などに基づく場合などの正当な理由がある場合は除きます。
4 弊社は、個人情報の取り扱いに関する業務を委託する場合は、委託先が個人情報の保護と安全管理を行うように監督に努めます。
5 弊社は、個人情報の取り扱いについては必要に応じて随時改善、変更を行うことがあります。
6 弊社は、お客さまから個人情報の開示、訂正等を求められたときは、合理的な範囲ですみやかに対応いたします。

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。

【環境理念】

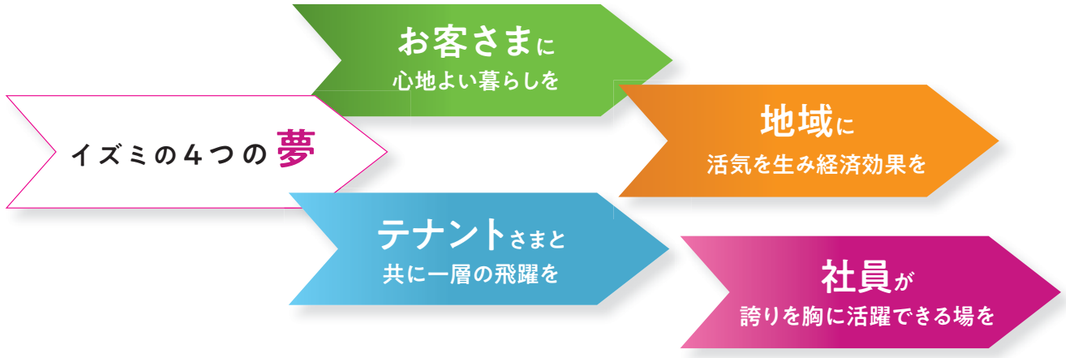
イズミは、環境問題への取り組みが社会的責任を果たす最も基本的な活動と考え、地球市民として使命感に基づき、社員一人ひとりが自発的に行動し、環境保全活動の実践に努めます。さらに地域の皆さまと協力し、環境負荷の軽減と循環型社会の構築を目指していきます。

【環境方針】

イズミは、企業理念である「お客さまの満足度No.1」を基本に、商品やサービスおよび店舗づくりを通じて環境保全への取り組みと、地域周辺の自然・環境との調和に努めます。また、環境保全活動を通じて、お客さまから信頼される企業を目指します。

1 環境に配慮した安全安心な商品・サービスの提供に取り組みます。
2 環境に配慮した店づくりを目指し、省資源・省エネルギーに取り組み、廃棄物排出の抑制、リサイクル活動に努めます。
3 再生素材を推進し、環境への負荷が少ないものの購入および使用を行い、資源の有効活用に努めます。
4 地域の皆さま・行政と協力し、環境保全活動を推進し、社会貢献に努めます。
5 社員一人ひとりが環境に配慮した取り組みの実践および継続的な改善に努め、環境に関連した法規制を遵守します。

「イズミの4つの夢」実現へCSR活動を推進しています



イズミの4つの夢 お客さまに心地よい暮らしを

生活インフラ守る ゆめタウン江津

小売店の使命として、イズミグループではまず第一に、地域のお客さまの生活インフラを維持することを重視しています。島根県江津市の「ゆめタウン江津」は、地元で長年親しまれてきた「グリーンモール」さまの経営を継承し、2017年5月2日に開業。「買物難民」を防ぐため、生鮮食料品を中心に、毎日の生活に欠かせない品を集めました。さらに衣類や靴、書籍なども集積し、生活利便性を高める売場づくりを推進。従業員の皆さまの雇用継続にも取り組み、地元経済への貢献にも努めています。

地域貢献を重視する店「ゆめタウン江津」

サービスもバリアフリーに

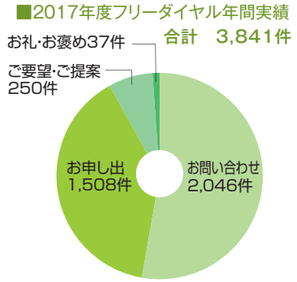
イズミでは、2000年以降に開業した店舗は全てバリアフリー新法対応施設です。お身体のご不自由なお客さまを手助けする「エスコート係」を配置するなど、サービス面の充実も図っています。

「エスコート係」が店内をご案内

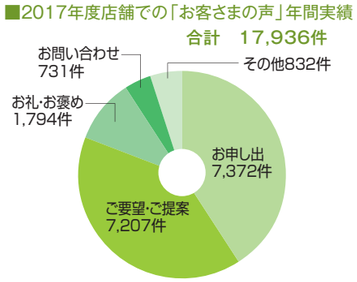
お客さまの「声」で改善

店頭の「お客さまの声」用紙にお書きいただいたご意見や、本社「お客さま相談室」あてに届くお申し出は、サービス改善のために大切に取り扱い、素早い対応を実施しています。

■2017年度フリーダイヤル年間実績
合計 3,841件



■2017年度店舗での「お客さまの声」年間実績
合計 17,936件



イズミの4つの夢

地域に活気を生み経済効果を

広島メイプルレッズを支援

「広島メイプルレッズ」は、広島県を代表する女子ハンドボールチームです。日本ハンドボールリーグで8回優勝した強豪チームで、2018年3月にもプレーオフに出場して2位に輝くなど、安定した実力を発揮しています。

チームは地域貢献にも熱心に取り組み中です。2017年2月には主将（当時）の高山智恵選手が広島市東区の一日東区長を拝命。地元小学校での「あいさつ運動」や、自転車交通マナー向上の呼び掛けなどに取り組みました。

イズミは、メインスポンサーとしてチームをサポートしています。2018年には、17名の選手全員がイズミグループの企業に勤務。日々のトレーニングや試合と仕事を両立させ、全力で取り組む姿は従業員の手本です。奮闘するメンバーに、イズミグループが一体となって熱い声援を送っています。

全力で仕事にもプレーにも取り組む選手

チーム内のイズミグループ社員

17名／17名

お客さまとカープを応援

オフィシャルスポンサーとして、イズミは広島市に本拠地を置く広島東洋カープを応援しています。毎年、MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島でスポンサードゲームを開催。地元のお客さまと一緒に熱く盛り上がっています。

2017年には、8度目のセントラル・リーグ優勝を祝って「ゆめタウン広島」でくす玉を割り、お客さまと喜びを分かち合いました。優勝を記念したセールにも、大きな反響がありました。

大盛況のスポンサードゲーム

防災・活性化へ行政と協定

イズミでは地域密着の店舗運営を行うため、各地の行政と協力体制をとっています。2016年9月1日には山口県と地域活性化包括連携協定を締結し、県産品の販売促進や観光振興などさまざまな面での連携を約束。地震や豪雨災害など災害時の対応に関する協定も、各地の県や市町と締結しています。

山口県の村岡嗣政知事（右）とイズミの山西社長

地産地消と特産品 PR 実施

地産地消の推進に向けて、生産者の顔写真を売場に飾るなどの努力を続け、産直野菜コーナーが人気を集めています。地域の特産品を他の地域でPRする「広島味じまん」「熊本味じまん」などの企画も好評。長年地域で愛されている商品をイズミグループの店舗網を生かして、広くご紹介しています。

広島県の味を他県に紹介する「広島味じまん」

34

イズミの4つの夢

テナントさまと共に一層の飛躍を

ゆめタウン広島が 10 周年

2008年2月に広島市南区にオープンした「ゆめタウン広島」は、地元はもちろん広域のお客さまにご支持をいただいている店舗です。旬のファッションブランドや大型書店、雑貨店、人気の飲食店などバラエティー豊かなテナントさまと連携しながら、魅力向上に取り組んできました。

2018年3月には、大々的に10周年祭を開催しました。テナントさまとの連携で、さまざまな企画を実施。「10」にこだわった100円、1,000円、10,000円均一やポイント10倍などの企画に多くのお客さまがご来店くださいました。誕生祭に先立って、3月8日にはイズミとテナントさまの従業員が一堂に集まって「決起パーティー」を開催。10年勤続者の表彰も行い、節目の年に思いを一つにしていきました。15周年、20周年に向けて新たなスタートを切り、意欲的に取り組んでいます。

テナントさまとの協力で魅力向上を図る、ゆめタウン広島

2008 年のオープンから

おかげさまで

10周年

イズミ会でお取引先さまと絆

お取引先さまとイズミの絆を深め、共存共栄を目指そうと、1975年に発足したのがイズミ会です。会員数は年を追うごとに増加し、2017年5月現在で345社を数えるまでになっています。毎年5月には定例で総会を開催し、多くの会員さまがご出席。イズミからは経営方針や出店情報などをお知らせするほか、会員さま同士で互いの交流を深める機会にもなっています。お客さま満足度をさらに高めようと改めて誓い合い、意思統一を図っています。

イズミ会総会の様子

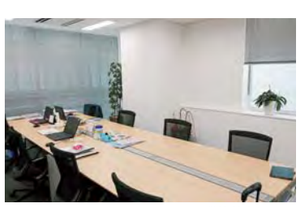
接客技術向上へコンテスト

イズミ本社で「イズミコンセショップ ロールプレイング大会」を開催しています。出場者は培ったスキルを発揮し、最高の笑顔で実演。接客技術をさらに高める契機としました。

コンテスト上位入賞者の皆さん

迅速対応へ東京事務所を開設

2017年に、イズミは東京事務所を開設しました。主にテナント統括部の従業員が利用し、首都圏に本社があるお取引先さまと迅速な対応を進め、コミュニケーションを深めています。また、最新トレンドの収集を進めるための拠点としても機能しています。


コンパクトで機能的なオフィス

35

イズミの4つの夢

社員が誇りを胸に活躍できる場を

女性活躍推進へプロジェクト

「2020年までに管理職に占める女性の割合を20%超」という目標を設定し、イズミでは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。女性の声を聞き、育児と仕事を両立しやすい環境を整備すると同時に、研修の場を設け女性従業員のキャリア形成を後押ししています。「パパママ応援BOOK」を作成し、両立支援制度の周知を徹底。また安心して職場復帰できるよう、産休・育休前後に上司と面談する「両立支援プログラム」も導入。管理職には「ワークライフバランスハンドブック」を配布し、男性の意識改革も並行して進めています。

育児や介護と仕事の両立を支援する制度に関しては、年々改善を進めています。育児休業は3歳まで、小学3年生までは育児短縮勤務ができるといった体制は、行政からも各種表彰を受けています。

管理職として力を発揮する女性従業員

イズミの女性管理職比率目標

2020年までに

20%超

ライセンス制度で意欲向上

性別に関係なく、高い能力と意欲を持つ人材を役職に登用するため、イズミでは「役職者登用基準の明確化（ライセンス制度）」を行っています。主任や次長、店長などへの昇進資格は、研修を受け、試験に合格することで得られる制度です。パートナー社員も同様に主任に登用される仕組みがあり、パートナー主任が続々と誕生しています。1999年には26%だった女性主任比率は、50%以上に上昇。各売場の責任者として意欲的に業務に取り組んでいます。管理職やバイヤーの中に占める女性の比率も年々増加し、はつらつと活躍中です。

役職名	1999年	2017年
女性管理職	9名	51名(9%) ↗
女性バイヤー	14名	39名(33%) ↗
女性主任比率	26%	51%(529名) ↗

※女性主任はパートナー社員含む

アメリカ研修で最先端学ぶ

2017年7月9～14日に、30人の店次長や主任がロサンゼルスで行われたアメリカ研修に参加しました。若者への対応を中心に、大手スーパーマーケットのトレーダージョーズなどで品ぞろえ調査や店長インタビューを実施。帰国後は新たな発想を生かして、お客さまに喜ばれる店づくりに取り組んでいます。

ロサンゼルスで最新トレンドを学んだメンバー

意欲向上へ「ゆめ感動物語」

パートナー社員が自ら気付き、仲間と一緒に現場を改革した事例を発表する「ゆめ感動物語」を開催しています。その成果は全社の店舗運営に反映されています。従業員の意欲と技術を高めるため、食品レジの「チェッカーコンテスト」、食品部門の「生鮮技能コンテスト」なども開催中です。

「ゆめ感動物語」発表の様子

イズミ
エコ・アクション
2018

ハードとソフトの両面で省資源活動に取り組みます

イズミグループではお客さまや地域行政と協力して実践する
一つひとつの活動の成果を積み重ね、サスティナブルな循環型社会の実現に貢献していきます。

屋上に太陽光発電パネルを設置

ゆめタウン廿日市で発電も

年間のエネルギー使用量を限りなくゼロに近づけるため、ゆめタウン廿日市では、ゆめタウン初の取り組みとして屋上で太陽光発電を実施。小型のスーパーマーケット1店舗分に相当する電気が発電できるよう、350kW発電パネルを約2,900㎡の規模で設置し、二酸化炭素の排出量削減に努めています。館内では、地中熱を生かして空調にかかるエネルギーを削減する「地中熱ヒートポンプシステム」を導入。さらに、電気自動車の充電スポットも整備するなど、店内各所で工夫をしています。

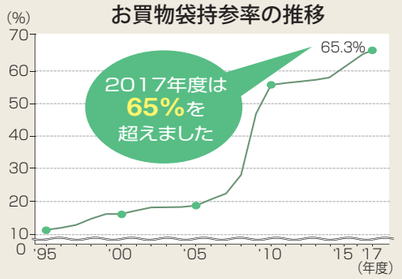
電気自動車の充電スポット

レジ袋やギフト包装削減

イズミでは各地の行政や市民団体と協力し、20年以上にわたってレジ袋の削減を呼び掛けてきました。お客さまにご理解をいただき、現在ではお買物袋持参率は65%に。ギフト売場においても、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ています。2017年度は夏のギフト72.6%、冬のギフト73.3%に広がりました。

ギフトの簡易包装を呼び掛け

お買物袋持参率の推移



お得な「エコ・ステ」人気

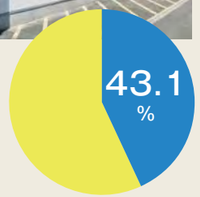
「エコ・ステ」は、ご持参いただいた新聞や雑誌などの紙類の重量に応じてポイントを差し上げる古紙回収ステーション。「ポイントがお買物に利用できてお得」と人気です。2010年に導入を開始し、66店舗（2018年5月現在）に設置されています。※「エコ・ステ」とは「エコ・ステーション」の略です。

お買物の際に古紙をご持参いただく「エコ・ステ」

食品廃棄物をリサイクル

食品売場のバックルームでは、魚のあらや廃油、野菜くずなどの食品廃棄物が大量に発生します。廃棄物の分別管理を徹底し、専門業者に委託することで、2017年度は43.1%（3,452t）を有用な資源へとリサイクルしました。熊本県内の店舗の食品廃棄物は、株式会社熊本清掃社さまに委託して肥料に再生され、農作物の育成に使われています。廃油は福岡県の株式会社フチガミさまで、バイオディーゼル燃料に再生。燃料として大切に活用されています。

廃油再生を委託している株式会社フチガミさま



コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

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、株主やお取引先さま、社員などのステークホルダーの皆さまのご期待にお応えしたいと考えております。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。

このような理念のもと、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おります。そして、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性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

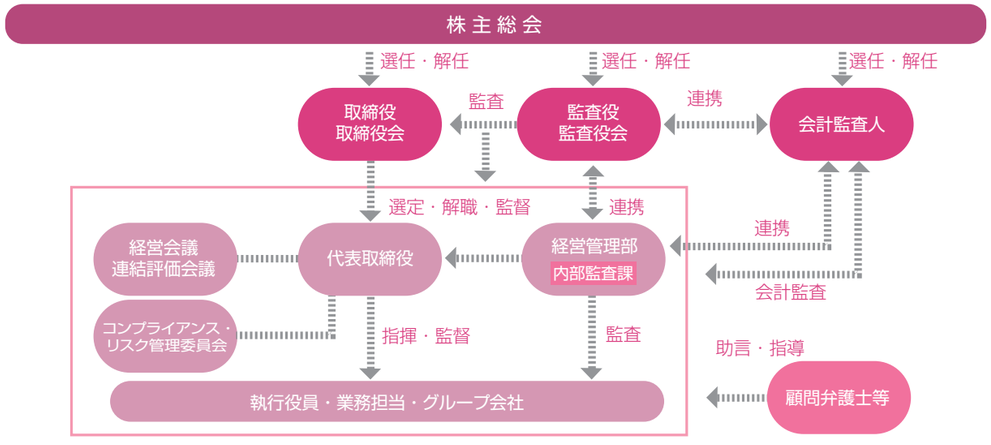
当社は、取締役8名（うち社外取締役2名）で構成し、任期を2年とし業務執行の透明性と経営責任の明確化を図っています。取締役会は、原則として、月1回開催し、充実した審議と取締役の職務執行に関する監督が行われています。取締役8名の中から代表取締役1名を選定し、代表取締役の下に執行役員7名を選任して業務執行にあたらせており、各取締役及び執行役員における経営方針等に関する施策に対する報告・意見交換は毎週1回の経営会議において実施しています。当社グループ会社の経営状況につきましては、月1回の連結評価会議および実績検討会において、各グループ会社の社長を招集して各社の経営チェックを行う体制をとっています。

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およ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。

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9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、本社内の各部門およ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およ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名および社外監査役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、会計監査人およ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および招集通知の英訳は行っていませんが、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。中長期的な業績と連動する報酬については、今後の検討課題とします。

■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　いわゆる政策保有株式

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。保有する株式については、当社の企業価値に与える影響を考慮のうえ、適宜見直しを行います。

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。会社と取締役間での取引では、当社株式売買、当社不動産売買または賃貸借、銀行借り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、会社法およ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」「働きがい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なって“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、地域のにぎわい創出や経済発展に寄与し、地域と共に成長・進化していきます。

また、当社は2020年度を最終年度とする中期計画を策定いたしました。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（2017年10月10日付）」をご参照ください。

■中期経営計画

https://www.izumi.co.jp/corp/ir/pdf/2018/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1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、独立社外取締役を構成員に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。

(iv) 取締役会が経営陣幹部の選任と取締役・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。

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、独立社外取締役およ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の確保にあたっての判断基準を踏まえて決定しています。

コーポレート・ガバナンス

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

取締役および監査役候補者の選任・指名理由について、株主総会招集通知にて開示しています。

補充原則4−1①　経営陣への委任の範囲

取締役会は、法令およ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、職務分掌規程およ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、「当社およ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8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

取締役および監査役の重要な兼職の状況は、事業報告および株主総会招集通知にて開示しています。なお、取締役およ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、取締役およ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、取締役会の審議事項、取締役会の運営等について、以下のとおり実効性の評価を取締役会において議論を行いました。

（1）取締役会実効性評価の実施時期

平成29年7月　取締役会実効性評価アンケートの実施
平成29年8月　アンケート結果内容の報告および取締役会における課題の共有化
平成29年9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、後継者の育成方針、中長期的な経営計画の策定については、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

今回が第1回目のアンケートでしたが、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まいります。

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およ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およ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。

常勤監査役は、監査役協会およ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、会社の持続的成長およ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うえで対応します。

＜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、個人株主およ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、法令およ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・リスク管理体制の整備状況

内部統制システム・リスク管理体制の整備状況につきましては、右記のとおりです。

■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およ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、取締役およ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、当社およ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、当社およ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処しており、地震等の災害時において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

学習の機会を提供し、全社にコンプライアンス意識をさらに高めていきます。

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月には中期経営計画を始動し、2022年度に営業収益1兆円の「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」という目標を掲げています。1兆円企業にふさわしい信頼を得るため、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ンス・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。

取締役及び監査役（平成30年5月25日現在）

取締役

取締役会長
山西 義政

昭和21年 3 月　繊維二次製品卸を創業
25年 6 月　㈱ヤマニシ（現㈱泉不動産）を設立
代表取締役に就任
36年10月　当社を設立
代表取締役社長に就任
平成 5 年 3 月　当社代表取締役会長に就任
14年 4 月　当社取締役会長に就任（現任）

代表取締役社長
山西 泰明

昭和52年12月　当社へ入社
56年 5 月　当社取締役に就任
57年 5 月　当社常務取締役に就任
57年11月　当社営業本部長に就任
59年 4 月　当社専務取締役に就任
63年 5 月　当社代表取締役専務に就任
平成 3 年 5 月　当社代表取締役副社長に就任
5 年 3 月　当社代表取締役社長に就任（現任）

専務取締役
梶原 雄一朗

昭和62年 3 月　当社へ入社
平成10年 9 月　当社彦島店店長に就任
14年 7 月　当社高松店支配人に就任
15年 4 月　当社久留米店支配人に就任
18年 2 月　当社執行役員九州ゾーン営業部長に就任
19年 5 月　当社取締役九州ゾーン営業部長に就任
22年 3 月　当社常務取締役九州ゾーン営業部長に就任
22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に就任
25年 5 月　当社専務取締役販売本部長に就任
28年 3 月　当社専務取締役営業本部長に就任（現任）

専務取締役
三家本 達也

昭和56年 4 月　㈱住友銀行（現㈱三井住友銀行）入行
平成13年 4 月　同行溝ノ口駅前法人営業部部長
15年 6 月　同行浜松町法人営業部部長
17年11月　同行新橋法人営業部部長
20年 4 月　同行新宿法人営業第一部部長
22年 4 月　同行理事福岡法人営業部部長
24年 4 月　同行理事九州法人営業本部長
25年 5 月　当社専務取締役管理本部長に就任
26年 7 月　当社専務取締役管理本部長兼
グループ経営統括に就任（現任）

取締役
中村 豊三

昭和47年 3 月　当社へ入社
63年 3 月　当社食品部青果課課長に就任
平成 8 年 2 月　当社食品1部部長に就任
14年 5 月　当社執行役員西ゾーン営業部長に就任
14年11月　当社執行役員九州ゾーン営業部長に就任
23年 5 月　当社執行役員営業企画部部長に就任
25年 5 月　当社取締役営業企画部部長に就任
26年 2 月　当社取締役九州ゾーン販売部長に就任
27年 3 月　当社取締役九州南ゾーン販売部長に就任
28年 3 月　当社取締役九州南事業部長に就任（現任）

取締役
本田 雅彦

昭和61年 4 月　当社へ入社
平成 9 年 7 月　当社営業本部コントローラー課長に就任
15年 9 月　当社人事総務部カイゼン課長に就任
18年 2 月　当社新町店店長に就任
19年 3 月　当社経営企画部課長に就任
20年 9 月　当社経営企画部部長に就任
23年 9 月　当社執行役員経営企画部長に就任
28年 5 月　当社取締役経営企画部長に就任（現任）

社外取締役

似鳥 昭雄

昭和47年 3 月　似鳥家具卸センター㈱（現㈱ニトリホールディングス）設立　専務取締役
53年 5 月　同社代表取締役社長
平成26年 5 月　㈱ニトリ代表取締役会長（現任）
27年 5 月　㈱ホームロジスティクス取締役最高顧問
28年 2 月　㈱ニトリホールディングス代表取締役会長（現任）
28年 5 月　コーナン商事㈱社外取締役（現任）
29年 5 月　㈱ホームロジスティクス取締役ファウンダー（現任）
当社取締役に就任（現任）

米田 邦彦

平成 元 年 4 月　広島修道大学商学部助教授
20年 4 月　広島修道大学商学部教授（現任）
22年 4 月　広島修道大学商学部長
27年 5 月　当社取締役に就任（現任）

社外取締役の選任理由

似鳥 昭雄
全国トップの家具・インテリア用品の製造物流小売業であるニトリグループの株式会社ニトリホールディングス代表取締役会長等、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、当社の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。

米田 邦彦
経営学を専門とする大学教授であり、企業経営について幅広い知識と高い見識を有していることから、職務を適切に遂行していただけるものと判断したため、社外取締役として選任しています。同氏と当社との人的関係、資本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、東京証券取引所に対し、独立役員として届け出ています。

監査役

常勤監査役
川本 邦昭

昭和45年 5 月　広島東税務署に入署
平成17年 3 月　福山税務署統括国税調査官退職
17年 4 月　当社顧問に就任
17年 5 月　当社常勤監査役に就任（現任）

社外監査役
松原 治郎

昭和57年 4 月　川崎重工業㈱へ入社
59年 4 月　香川県庁採用
平成10年10月　松原公認会計士事務所開設（現任）
11年 5 月　当社監査役に就任（現任）

社外監査役
通堂 泰幸

平成14年 7 月　広島東税務署長退任
14年 8 月　税理士事務所開設（現任）
16年 7 月　当社監査役に就任（現任）

社外監査役の選任理由

松原 治郎
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、資本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、東京証券取引所に対し、独立役員として届け出ています。

通堂 泰幸
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、資本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。

事業等のリスク

当社グループの経営成績および財政状態等に影響を及ぼす可能性のあるリスクには、以下のようなものがあります。なお、文中の将来に関する事項は、当期末現在において当社グループが判断したものです。

市況変動リスクについて

1 当社グループは、一般消費者への物品・サービスの販売を事業の中核としており、そのため天候や景気・個人消費の動向、あるいは小売業他社との競合状況等の影響を受けています。これらの変動により、既存店舗や今後の新設店舗の収益低下、あるいは店舗閉鎖による損失計上が発生し、当社グループの経営成績や財政状態が変動する可能性があります。

2 当社グループは、有利子負債の調達による設備投資を実施しており、また、販売商品において海外輸入品も扱っています。さらに、当社グループ外の有価証券も保有しています。従って、当社グループの経営成績や財政状態は金利、為替、株価などの変動の影響を受けます。また、小売価格および商品・資材等の調達価格の変動、あるいは不動産賃料・人件費・その他諸コストや不動産価格の変動により、当社グループの経営成績や財政状態が変動する可能性があります。

3 当社グループ各社の販売店舗、本社、物流施設等や、取引先の主要施設等において、自然災害・事故・犯罪・コンピューターシステムのトラブル等の事態が生じた場合、当社グループの店舗での営業継続や販売商品の調達に影響を受ける可能性があります。また、BSEや鳥インフルエンザによる消費者の買い控え等流通市場の混乱をもたらす事象の発生により、当社グループの経営成績や財政状態が変動する可能性があります。

法規制・制度動向リスクについて

1 当社グループは、提供する商品・サービスの安全に万全の体制で取り組んでいますが、予期せぬ事由により食中毒や瑕疵ある商品の販売等の事態が発生した場合、公的規制、損害賠償責任等の損失の発生、消費者からの信用低下等が発生する可能性があります。

2 当社グループは、独占禁止、消費者保護関連、環境・リサイクル関連、個人情報保護等の各種法的規制の遵守に努めていますが、これらの予期しない変更や予期せぬ事由によるこれら法的規制に対する抵触が発生した場合、当社グループの活動への規制、費用の増加、消費者からの信用低下等を招く可能性があります。

3 大規模商業施設の出店に際しては、「大規模小売店舗立地法」、「都市計画法」、「建築基準法」等の規制を受けますが、これらの法律の改正やこれらに関して都道府県等が定めた規制の変更により、新規出店や既存店舗の改装等が困難となった場合や、将来の出店候補案件が減少した場合に、当社グループの経営成績や財政状態および経営戦略に対して影響を及ぼす可能性があります。

経営陣による当会計年度の財務分析

中期経営計画実現に向けた財務戦略

専務取締役 管理本部長
三家本 達也

成長戦略に200億円超を配分

私たちをとりまく経営環境は、人口減少による市場規模の縮小や少子高齢化、単身世帯や働く女性の増加など、急激な変化のただ中にあります。小売業界においても、コンビニエンスストアやドラッグストア、衣料量販店の台頭とEコマースの急速な成長により、従来の業態の枠を超えた競争が激化しています。

こうした環境において、イズミグループは2018年度から3年間の中期経営計画を策定しました。その中核となるのが成長戦略です。新規出店とM&A、店舗譲渡などにより、3年間で40店舗の新規出店を計画。中四国・九州エリアにおけるドミナントを強化し、圧倒的な地域シェア獲得を目指します。そのために必要な経費として、年平均200億円超を配分。既存店舗の活性化にもアクティブに投資し、ハードとソフトを磨き、お客さま満足度を高めて競争力強化を図ります。

余力を残す、盤石な資金調達

意欲的な中期経営計画を実行するには、盤石な資金調達が欠かせません。設備投資に向けて資金が必要な場合は、銀行借入を利用します。フリー・キャッシュ・フローの拡大が見込まれるため、返済も並行して進めつつ、財務余力を確保。良好な金融環境を最大限に生かしながら、躍進を財政面で支えていきます。

成長投資と株主還元を重視

業績の拡大により創出するフリー・キャッシュ・フローは、精力的な成長投資に振り向け、有効に活用していきます。利益成長に応じた積極的な株主還元も見込んでおり、連結配当性向は30%が目標です。

財務戦略の要は、高水準の資本効率の維持とさらなる向上、ならびに株主価値の増加に努めること。「変化期こそチャンス」と捉えるイズミ流の挑戦で、飛躍に向けて的確な投資を実施し、収益の柱を太くしていきます。私どもの取り組みを支援してくださっている株主の皆さまにも恩返しができるよう、持続的な成長を意図しています。

2020年度までの3カ年の中期経営計画で営業収益9,000億円、さらに2022年度には営業収益1兆円の大台へ。財務戦略で、高い目標を実現していきます。

経営陣による当会計年度の財務分析

経営成績の概況

当期におけるわが国経済は、海外経済の回復を背景とした輸出の堅調さから企業部門主導の成長が続きました。雇用環境の改善の一方、賃金の伸びが低水準な状況下で、物価上昇に伴う家計部門の購買力の低下が引き続き消費の抑制要因となりました。このような環境において小売業界では、消費者の生活防衛意識は一段と強まり、厳しい状況が続きました。

当社グループにおいては、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ました。このことを踏まえ、“お客さまのために尽くす”という行動指針のもと、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。品質・価格の両面で競争力のある品ぞろえを追求するMD戦略“いいものを安く”の領域の拡大を図るとともに、既存領域の掘り下げにより顧客価値の創造を推し進めました。

これらの結果、当期の営業成績は増収増益となり、過去最高を更新しました。

営業収益、営業利益ともに
過去最高を更新

2021年２月期までの
中期経営計画を発表

熊本地震で被災した全店が
営業を再開

大型複合商業施設「LECT」や
「ゆめタウン江津」など開業

部署の再編と新設により
事業戦略を統合的に展開

業績サマリー

営業収益のうち、売上高は前期比26,012百万円（3.9%）増加し、696,266百万円となりました。また、営業収入は前期比1,724百万円（5.4%）増加し、33,591百万円となりました。これは、主に熊本地震被災による休業店舗の営業再開、前期の新設・増床店舗の通年稼働および当期の新設店舗による販売増によるものです。

売上総利益は、売上高の増加などで153,059百万円（前期比5,639百万円増）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、熊本地震被災による休業店舗の営業再開、ならびに前期の新設・増床店舗の通年稼働による増加の一方、当期の新設店舗の創業経費が減少したほか、経費抑制に努めたことにより、前期比4,547百万円（3.2%）増加の148,163百万円となりました。売上高対比では21.3%となり前期に比べて0.1ポイント低下しました。これらの結果、営業利益は前期比2,816百万円（7.9%）増加の38,487百万円となり、売上高対比は5.5%と前期に比べて0.2ポイント上昇しました。

営業外収益は、前期比314百万円（16.8%）減少の1,562百万円となりました。一方、営業外費用は前期比18百万円（1.0%）減少の1,841百万円となりました。これらの結果、経常利益は前期比2,519百万円（7.1%）増加の38,208百万円となりました。売上高対比は5.5%と前期に比べて0.2ポイント上昇しました。

特別利益は、補助金収入1,656百万円、固定資産売却益501百万円を計上したことなどにより、2,443百万円となりました（前期比1,068百万円の増加）。一方、特別損失は、前期の災害による損失9,367百万円などが減少し、1,448百万円となりました（前期比9,295百万円の減少）。

法人税等は11,902百万円となりました（前期比2,978百万円の増加）。また、非支配株主に帰属する当期純利益は369百万円となっています（前期比10百万円の減少）。

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9,916百万円（58.3%）増加の26,932百万円となりました。売上高対比は3.9%と前期に比べて1.4ポイント上昇しました。

財政状態の分析

総資産においては、当期の設備投資額は15,869百万円であり、これは主に店舗新設等によるものです。有形固定資産は、減価償却が進んだこと等により1,726百万円減少しました。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、3,599百万円増加しました。

負債状況としては、支払手形及び買掛金は、販売増に伴う仕入れの増加等で4,182百万円増加しました。未払金は、店舗新設に係る設備未払金の資金決済等により、12,404百万円減少しました。短期借入金及び長期借入金は、10,049百万円減少しました。

純資産については、利益剰余金は、第1四半期に保有自己株式の消却原資に充当した一方で、内部留保が上積みされたため、3,881百万円増加しています。自己株式は、7,196千株を消却したこと等により、前期末に比べて18,466百万円減少しました。これらの結果、自己資本比率は38.1%となり、前期末の33.7%に比べて4.4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39,204百万円、減価償却費16,171百万円及び仕入債務の増加額4,149百万円です。主な支出項目は、法人税等の支払額11,547百万円、売上債権の増加額3,598百万円及び災害損失の支払額2,074百万円となりました。

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27,053百万円です。これは主に、店舗新設等によるものです。主な収入項目は、有形固定資産の売却による収入1,412百万円です。

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19,050百万円です。主な支出項目は、長期借入金の返済による支出26,782百万円及び配当金の支払額4,872百万円です。

以上の結果、現金及び現金同等物の残高は、前期末対比1,952百万円減少し、8,389百万円となりました。

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35円に増配しました（前年実績は33円）。期末配当金は、1株につき40円に増配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75円となります（前年実績は66円）。

次期の見通し

日本経済は、企業の積極的な設備投資および好業績を受け、企業部門主導の成長を遂げていく一方、物価上昇の伸びに対し賃上げの伸びが低水準であることから、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。

このような環境において、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ました。次期は、2021年2月期までの中期経営計画のスタートの年として、これらの戦略を着実に遂行してまいります。

店舗展開では、合同会社西友よりショッピングセンター2店舗の経営権を取得し、「ゆめタウン下松（仮称）」（山口県下松市）、「ゆめタウン姫路（仮称）」（兵庫県姫路市）として出店いたします。2018年8月の2店舗譲り受け後に改装工事を着工し、秋口にはスーパーマーケット部分をオープンさせ、年内には全館オープンを目指します。また、同じく秋口に「ゆめマート城野（仮称）」（福岡県北九州市）を新規出店いたします。

これらにより、お客さまの満足を実現するとともに、地域ドミナントのさらなる拡大・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つなげてまいります。なお、次期における当社の既存店売上高の前年比は101.2%を見込んでいます。

11年間の主要連結財務情報・非財務情報

	2008年2月期	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
経営成績（単位:百万円）											
営業収益	470,698	500,293	492,140	502,379	515,875	535,510	556,852	579,739	668,784	702,121	729,857
営業利益	24,798	20,412	20,410	21,783	24,254	27,949	29,100	30,330	31,912	35,670	38,487
経常利益	24,763	19,638	19,730	20,949	23,539	27,102	28,446	29,767	31,102	35,688	38,208
親会社株主に帰属する当期純利益	13,664	12,734	8,752	9,941	11,062	16,187	17,384	17,360	18,766	17,015	26,932
営業活動によるキャッシュ・フロー	25,247	36,100	34,427	12,181	25,561	27,196	25,683	52,246	13,553	33,104	42,592
投資活動によるキャッシュ・フロー	△27,416	△39,451	△20,253	△8,230	△9,682	△20,356	△19,948	△20,897	△26,071	△19,938	△29,067
財務活動によるキャッシュ・フロー	42	3,683	△8,393	△7,117	△21,934	△6,272	△5,501	△25,159	12,956	△16,252	△15,477
現金及び現金同等物の期末残高	9,429	9,751	15,490	12,316	6,260	6,862	6,800	12,990	13,429	10,342	8,389
減価償却費	11,845	14,094	15,115	14,551	13,854	13,464	12,827	12,902	15,044	15,691	16,171
設備投資	32,365	45,501	16,169	5,478	15,139	18,705	30,813	24,451	21,435	27,727	15,869
財政状態（単位:百万円）											
総資産	355,588	385,159	388,277	368,584	370,377	379,824	397,071	432,416	468,026	476,885	479,867
純資産	105,646	116,667	123,745	132,513	125,389	126,139	130,178	145,709	157,851	171,963	194,851
自己資本	98,235	110,008	117,059	122,537	112,302	115,380	120,211	134,818	147,648	160,566	182,956
有利子負債	164,472	172,655	166,058	160,743	158,106	167,471	173,999	157,922	193,018	182,146	171,995
財務指標											
売上高営業利益率	5.5%	4.3%	4.4%	4.5%	4.9%	5.5%	5.5%	5.5%	5.0%	5.3%	5.5%
自己資本当期純利益率（ROE）	13.8%	12.2%	7.7%	8.3%	9.4%	14.2%	14.8%	13.6%	13.3%	11.0%	15.7%
総資産経常利益率（ROA）	7.2%	5.3%	5.1%	5.5%	6.4%	7.2%	7.3%	7.2%	6.9%	7.6%	8.0%
自己資本比率	27.6%	28.6%	30.1%	33.2%	30.3%	30.4%	30.3%	31.2%	31.5%	33.7%	38.1%
配当性向（連結）	11.8%	11.9%	17.4%	15.3%	16.2%	18.4%	18.2%	21.1%	24.4%	27.8%	20.0%
1株当たり指標（単位:円）											
1株当たり純資産（BPS）	1,037.63	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
1株当たり当期純利益（EPS）	135.10	134.09	91.86	104.35	123.74	207.01	236.55	241.6	261.96	237.45	375.83
1株当たり配当金	16.00	16.00	16.00	16.00	20.00	38.00	43.00	51.00	64.00	66.00	75.00
その他											
期末発行済株式数（単位:株）	123,117,420	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
期末自己株式数（単位:株）	28,443,812	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
期末店舗数（グループ）（単位:店）	94	98	99	100	102	111	121	156	217	198	200
期末店舗数（イズミ単体）（単位:店）	72	83	85	87	88	92	102	103	103	105	110
既存店売上高前年比（イズミ単体）	98.7%	98.5%	95.3%	100.1%	101.2%	100.1%	102.7%	101.8%	101.4%	101.5%	99.2%
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
従業員数（単位:人）	3,385	3,548	3,542	3,500	3,334	3,344	3,151	3,467	4,164	4,072	4,189
パートタイマー（単位:人）※	7,201	6,999	7,165	7,009	6,950	7,088	7,297	8,503	10,225	10,761	11,263

※8時間換算の年間平均雇用人員です。

連結貸借対照表

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （平成29年2月28日）	当連結会計年度 （平成30年2月28日）
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	10,738	8,410
受取手形及び売掛金	33,645	37,245
商品及び製品	27,658	28,047
仕掛品	40	81
原材料及び貯蔵品	480	452
繰延税金資産	2,505	2,569
その他	14,010	15,081
貸倒引当金	△1,016	△827
流動資産合計	88,064	91,062
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	371,618	383,874
減価償却累計額	△214,684	△220,584
建物及び構築物（純額）	156,934	163,290
機械装置及び運搬具	8,008	8,681
減価償却累計額	△5,419	△5,878
機械装置及び運搬具（純額）	2,589	2,803
土地	157,628	159,178
リース資産	548	445
減価償却累計額	△351	△333
リース資産（純額）	197	111
建設仮勘定	9,730	439
その他	41,991	42,160
減価償却累計額	△33,796	△34,434
その他（純額）	8,194	7,725
有形固定資産合計	335,274	333,548
無形固定資産		
のれん	6,235	5,263
その他	8,474	8,281
無形固定資産合計	14,709	13,545
投資その他の資産		
投資有価証券	7,924	11,390
長期貸付金	1,651	1,625
繰延税金資産	5,269	5,414
敷金及び保証金	18,572	18,024
その他	5,992	5,799
貸倒引当金	△573	△543
投資その他の資産合計	38,836	41,711
固定資産合計	388,821	388,805
資産合計	476,885	479,867

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （平成29年2月28日）	当連結会計年度 （平成30年2月28日）
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	30,466	34,649
短期借入金	27,291	24,670
1年内返済予定の長期借入金	26,415	28,616
未払金	20,206	7,801
未払法人税等	7,115	8,577
賞与引当金	1,921	2,028
役員賞与引当金	41	16
ポイント引当金	2,418	2,436
商品券回収損失引当金	113	145
災害損失引当金	1,877	—
資産除去債務	6	—
その他	15,014	13,278
流動負債合計	132,889	122,220
固定負債		
長期借入金	128,210	118,581
リース債務	128	52
長期預り敷金保証金	23,827	23,813
役員退職慰労引当金	1,644	1,719
利息返還損失引当金	168	85
退職給付に係る負債	7,429	7,777
繰延税金負債	2,509	2,592
資産除去債務	7,565	7,784
その他	549	386
固定負債合計	172,032	162,794
負債合計	304,922	285,015
純資産の部		
株主資本		
資本金	19,613	19,613
資本剰余金	22,493	22,247
利益剰余金	136,070	139,951
自己株式	△18,484	△18
株主資本合計	159,693	181,795
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,415	1,580
退職給付に係る調整累計額	△541	△418
その他の包括利益累計額合計	873	1,161
非支配株主持分	11,396	11,894
純資産合計	171,963	194,851
負債純資産合計	476,885	479,867

連結損益計算書

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （平成28年3月1日～平成29年2月28日）	当連結会計年度 （平成29年3月1日～平成30年2月28日）
売上高	670,253	696,266
売上原価	522,833	543,206
売上総利益	147,419	153,059
営業収入	31,867	33,591
営業総利益	179,287	186,651
販売費及び一般管理費		
広告宣伝費及び販売促進費	12,641	14,494
配送費	7,387	7,494
貸倒引当金繰入額	154	142
従業員給料及び賞与	50,204	50,917
賞与引当金繰入額	1,596	1,728
福利厚生費	8,998	9,141
退職給付費用	897	1,159
賃借料	11,562	11,585
水道光熱費	7,262	8,072
減価償却費	15,206	15,693
その他	27,704	27,733
販売費及び一般管理費合計	143,616	148,163
営業利益	35,670	38,487
営業外収益		
受取利息	148	149
受取配当金	77	92
仕入割引	329	299
債務勘定整理益	133	130
持分法による投資利益	12	48
違約金収入	141	163
その他	1,034	677
営業外収益合計	1,877	1,562
営業外費用		
支払利息	1,316	1,094
支払補償費	240	159
その他	302	586
営業外費用合計	1,859	1,841
経常利益	35,688	38,208
特別利益		
固定資産売却益	383	501
投資有価証券売却益	60	252
負ののれん発生益	279	—
補助金収入	574	1,656
その他	77	32
特別利益合計	1,374	2,443
特別損失		
固定資産売却損	72	49
固定資産除却損	482	464
減損損失	500	597
災害による損失	9,367	197
事業整理損	62	—
その他	258	139
特別損失合計	10,744	1,448
税金等調整前当期純利益	26,319	39,204
法人税、住民税及び事業税	9,059	12,248
法人税等調整額	△135	△345
法人税等合計	8,924	11,902
当期純利益	17,395	27,301
非支配株主に帰属する当期純利益	380	369
親会社株主に帰属する当期純利益	17,015	26,932

連結包括利益計算書

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （平成28年3月1日～平成29年2月28日）	当連結会計年度 （平成29年3月1日～平成30年2月28日）
当期純利益	17,395	27,301
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	940	376
退職給付に係る調整額	96	123
その他の包括利益合計	1,036	499
包括利益	18,431	27,801
（内訳）		
親会社株主に係る包括利益	17,733	27,220
非支配株主に係る包括利益	698	581

連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度　（平成28年3月1日～平成29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	22,577	123,785	△18,483	147,493	793	△638	155	10,203	157,851
当期変動額										
剰余金の配当			△4,729		△4,729					△4,729
連結範囲の変動				△23	△23					△23
親会社株主に帰属する当期純利益			17,015		17,015					17,015
自己株式の取得				△4	△4					△4
自己株式の処分		△1		26	25					25
連結子会社株式の取得による持分の増減		△82			△82					△82
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）						621	96	718	1,193	1,911
当期変動額合計	—	△83	12,285	△1	12,200	621	96	718	1,193	14,112
当期末残高	19,613	22,493	136,070	△18,484	159,693	1,415	△541	873	11,396	171,963

当連結会計年度　（平成29年3月1日～平成30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

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 （平成28年3月1日～平成29年2月28日）	当連結会計年度 （平成29年3月1日～平成30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	26,319	39,204
減価償却費	15,691	16,171
減損損失	500	597
災害損失	9,367	197
のれん償却額	1,078	997
負ののれん発生益	△279	―
貸倒引当金の増減額（△は減少）	103	△50
受取利息及び受取配当金	△226	△242
支払利息	1,316	1,094
持分法による投資損益（△は益）	△12	△48
補助金収入	△574	△1,656
投資有価証券売却損益（△は益）	△37	△226
固定資産売却損益（△は益）	△311	△452
固定資産除却損	482	464
売上債権の増減額（△は増加）	△2,240	△3,598
たな卸資産の増減額（△は増加）	△1,322	△363
仕入債務の増減額（△は減少）	△3,155	4,149
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	95	339
その他	2,651	△1,118
小計	49,447	55,458
利息及び配当金の受取額	234	220
利息の支払額	△1,368	△1,121
補助金の受取額	574	1,656
災害損失の支払額	△6,810	△2,074
法人税等の支払額又は還付額（△は支払）	△8,972	△11,547
営業活動によるキャッシュ・フロー	33,104	42,592
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	△21,945	△27,053
有形固定資産の売却による収入	1,734	1,412
無形固定資産の取得による支出	△954	△950
投資有価証券の取得による支出	△551	△3,618
投資有価証券の売却による収入	397	939
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	454	26
短期貸付金の増減額（△は増加）	△85	△260
その他	1,012	437
投資活動によるキャッシュ・フロー	△19,938	△29,067
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）	△23,413	△2,621
長期借入れによる収入	38,412	19,050
長期借入金の返済による支出	△26,339	△26,782
自己株式の取得による支出	△4	△6
子会社の所有する親会社株式の売却による収入	45	―
配当金の支払額	△4,729	△4,872
非支配株主への配当金の支払額	△29	△28
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	△46	△95
その他	△147	△120
財務活動によるキャッシュ・フロー	△16,252	△15,477
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△3,086	△1,952
現金及び現金同等物の期首残高	13,429	10,342
現金及び現金同等物の期末残高	10,342	8,389

会社概要

（平成30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　2,537名 パートタイマー　6,082名（1日8時間換算）
店舗数	110店舗（エクセル単独店舗11店舗含む）

中国地方:65店

広島県35店　岡山県11店　山口県12店
島根県7店

九州地方:34店

福岡県18店　大分県2店　熊本県9店
佐賀県3店　長崎県2店

その他:11店

香川県3店　徳島県1店　兵庫県2店
その他5店

大株主の状況

（平成30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）	2,661千株	3.7%
（株）広島銀行	2,362千株	3.3%
イズミ広島共栄会	2,158千株	3.0%
日本生命保険（相）	2,093千株	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）	2,024千株	2.8%
全国共済農業協同組合連合会	1,335千株	1.9%

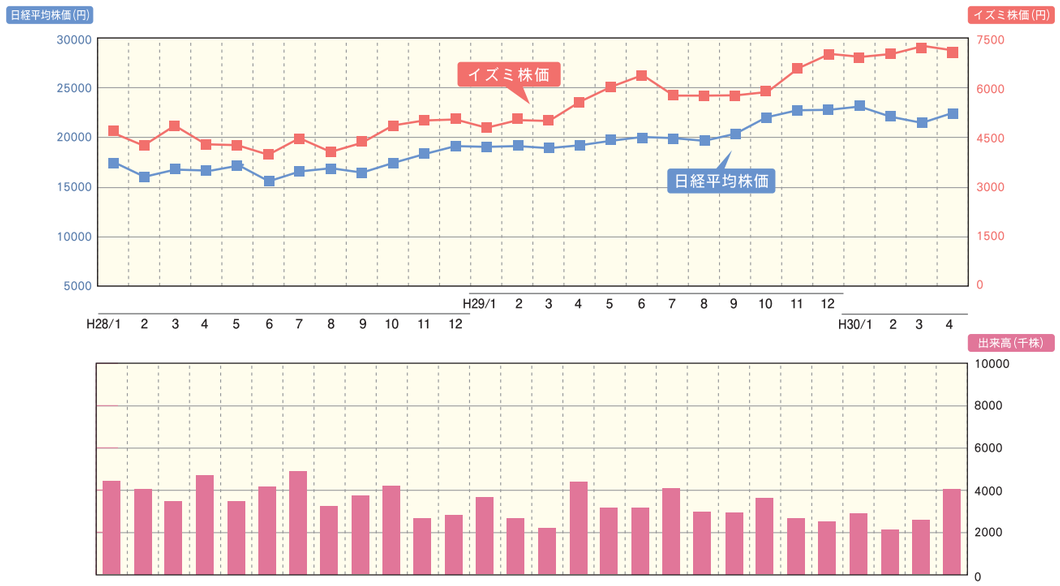
（注）持株比率は、自己株式（5,676株）を控除して計算しています。

株式の状況

（平成30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	4,377名

単元株式の所有状況

（平成30年2月28日現在）

株価の推移