2027年２月期（FY26）
第２四半期［中間期］
決算説明会資料

株式会社イズミ

［証券コード 8273］

目次

		スライド番号
Ⅰ	**2027/2期（FY26）2Q 決算概要**	
1	連結サマリー	3
2	連結PL実績	4
3	単体PL実績	7
4	連結BS	10
5	連結CF	11
6	業績計画	12
Ⅱ	**2026年度下期の事業戦略**	13
1	令和８年熊本地震の影響と当社の取り組みについて	14
2	上期の総括と下期の方向性	15
3	第三次中期経営計画の進捗	16
Ⅲ	**補足資料**	32

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

前期差： 3月にNSC業態「ゆめモール那珂川（福岡県）」、7月に都市型SMモデル店舗となる「ユアーズ広瀬北（広島市）」をオープン
デスティネーション実験店舗や既存店活性化の推進、またサニー事業の収益改善により各段階利益の増益達成

計画差： 販売強化施策を継続したものの、熊本震災による休業影響や天候要因の影響を受け、トップラインは計画未達
2Q荒利率の改善と経費コントロールを進めたが、震災影響をカバーできず各段階利益も計画を下回り着地

連 結	当 期 2027/2期 2Q			前 期 2026/2期 2Q		計 画	
単位 百万円	実 績	前期比	計画比	実 績	前期比	計 画	前期比
営業収益	**283,437**	100.9%	97.5%	281,037	117.8%	290,800	103.5%
営業利益	**13,271**	104.6%	93.5%	12,685	105.1%	14,200	111.9%
経常利益	**13,293**	105.4%	95.6%	12,614	101.8%	13,900	110.2%
中間純利益 *1	**8,426**	104.2%	89.6%	8,084	98.5%	9,400	116.3%
総資産	**592,731**			595,383	（期末実績）		
純資産	**314,069**			307,939	（期末実績）		
（参考）総額営業収益 *2	423,213	101.0%		419,045	112.8%		
１株利益	**40.10円**			38.02円			
１株純資産	**1,427.42円**			1,399.38円	（期末実績）		
自己資本比率	**50.6%**			49.4%	（期末実績）		

*1：中間純利益は、親会社株主に帰属する中間純利益です。
*2：2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。なお、参考として当該会計基準等を適用する前の数値に組替えた営業収益を「総額営業収益」とし記載しています。

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

価格競争力の強化に加え高付加価値商品の販売拡大等により2Q荒利率改善。販管費抑制も奏功し増益確保

- 営業収益　2Q会計期間は熊本地震の影響等により前年同期比0.9%減となったものの、1Qの増収効果により上期累計では同0.9%増
- 営業利益　営業総利益率は39.2%と前期差＋0.1pt、販管費率は34.5%と△0.1pt、営業利益率は4.7%と前期差＋0.2pt
- 経常利益　経常利益率は4.7%と前期差＋0.2pt
- 中間純利益　熊本震災に起因する「災害による損失（特別損失）」4.2億円を計上、中間純利益率は3.0%と前期差＋0.1pt

連 結	1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上 期（3-8月）			
単位　百万円	実 績	前期比	実 績	前期比	実 績	営業収益比	前期比	計画比
営業収益	**140,309**	**102.8%**	**143,128**	**99.1%**	**283,437**	**100.0%**	**100.9%**	**97.5%**
売上高	**125,235**	102.6%	**128,671**	99.1%	**253,907**	89.6%	100.8%	
売上総利益	**39,931**	101.8%	**41,688**	100.4%	**81,619**	28.8%	101.1%	
営業収入	**15,073**	104.1%	**14,456**	98.9%	**29,530**	10.4%	101.5%	
営業総利益	**55,004**	**102.4%**	**56,145**	**100.0%**	**111,150**	**39.2%**	**101.2%**	
販管費	**48,144**	101.5%	**49,734**	100.0%	**97,879**	34.5%	100.7%	
営業利益	**6,860**	**108.9%**	**6,410**	**100.3%**	**13,271**	**4.7%**	**104.6%**	**93.5%**
営業外損益	**△24**	–	**46**	126.4%	**22**	0.0%	–	
経常利益	**6,835**	**110.5%**	**6,457**	**100.5%**	**13,293**	**4.7%**	**105.4%**	**95.6%**
特別損益	**245**	**–**	**△451**	**–**	**△206**	△0.1%	**–**	
中間純利益 *	**4,528**	**107.5%**	**3,898**	**100.7%**	**8,426**	**3.0%**	**104.2%**	**89.6%**

* 中間純利益は、親会社株主に帰属する中間純利益です。

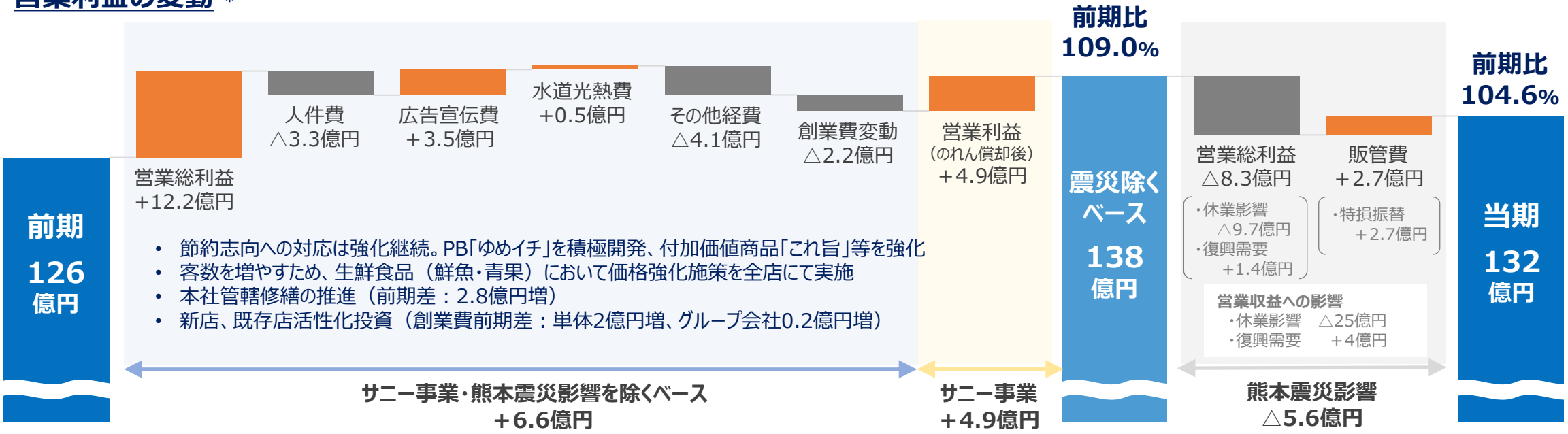
Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

営業利益は132億円、前期比＋4.6%と増益、EBITDAは233億円（前期比＋0.5%）

節約志向への対応に加え付加価値商品の提案強化、熊本震災影響を除く営業総利益は増加。経費は計画内でマネジメントし抑制

- 新店･活性化に伴う創業費は前期差＋2.2億円、快適性や安全性等の店舗環境を改善する本社管轄修繕は推進を継続
- サニー事業は引き続き売場守備力の向上と経費管理等の基盤づくりに注力し、のれん償却後の営業利益では前年差4.9億円、黒字転換を達成
- 熊本震災による影響は、休業影響△9.7億円、復興需要＋1.4億円、固定費の特別損失振替＋2.7億円によって、差引△5.6億円の利益影響あり（利益影響内訳：単体△4.6億円、グループ会社△1.0億円）

営業利益の変動 *



EBITDAの変動

前期 232 億円 → **当期 233 億円**

＊ 各数値は端数処理をしているため、合計は必ずしも一致しない場合があります。

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

小売事業は震災等により2Q減収減益も上期は増収増益、小売周辺事業はカード・フードが好調に推移し増収増益

- YM熊本（サニー事業除く）は熊本震災の影響を受け減収増益。YM北九州は荒利率改善と経費コントロールにより黒字転換
- サニー事業は、上期営業利益が62百万円となり黒字転換。売上成長に加え、売場オペレーションと経費管理の改善が寄与。概ね計画に沿って推移
- ユアーズは7月にオープンした「ユアーズ広瀬北店」の創業費（67百万円）が発生も、荒利率改善と経費コントロールが奏功し2Q累計は増収増益
- イズミテクノは工事と指定管理部門が好調も震災休業店舗の影響を受け減益。一方、ゆめカードおよびイズミ・フード・サービスは好調を継続し増収増益

単位　百万円	営業収益						営業利益					
	1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上期（3-8月）		1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上期（3-8月）	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
小売事業	**135,418**	102.6%	**138,219**	98.8%	**273,638**	100.7%	**5,157**	107.1%	**4,668**	99.1%	**9,826**	103.1%
小売周辺事業	**13,997**	112.0%	**13,983**	101.4%	**27,980**	106.4%	**1,578**	116.4%	**1,635**	105.4%	**3,213**	110.5%
その他・調整額	**△9,106**	－	**△9,074**	－	**△18,180**	－	**123**	－	**107**	－	**230**	－
連結合計	**140,309**	102.8%	**143,128**	99.1%	**283,437**	100.9%	**6,860**	108.9%	**6,410**	100.3%	**13,271**	104.6%
小売 ㈱イズミ	**93,520**	103.4%	**95,715**	98.2%	**189,235**	100.7%	**5,190**	100.4%	**4,178**	84.6%	**9,369**	92.7%
小売 ㈱ゆめマート熊本	**26,873**	100.8%	**27,214**	100.7%	**54,087**	100.8%	**127**	－	**549**	860.5%	**677**	－
小売 ├YM熊本（サニー事業除く）	**(6,829)**	(103.7%)	**(6,667)**	(91.2%)	**(13,496)**	(97.1%)	**(231)**	183.5%	**(383)**	146.7%	**(614)**	158.7%
小売 └サニー事業	**(20,043)**	(99.8%)	**(20,546)**	(104.3%)	**(40,590)**	(102.0%)	**(△103)**	－	**(166)**	(－)	**(62)**	(－)
小売 ㈱ゆめマート北九州	**6,384**	105.0%	**6,564**	103.6%	**12,948**	104.3%	**△11**	－	**73**	105.0%	**62**	41.7%
小売 ㈱ユアーズ	**5,998**	102.7%	**6,014**	99.5%	**12,013**	101.1%	**56**	－	**1**	6.5%	**57**	－
小売周辺 ㈱ゆめカード	**2,232**	101.2%	**2,116**	104.1%	**4,349**	102.6%	**465**	109.8%	**418**	155.4%	**883**	127.5%
小売周辺 ㈱イズミテクノ	**5,839**	115.8%	**5,480**	98.6%	**11,320**	106.8%	**592**	106.9%	**623**	93.2%	**1,216**	99.4%
小売周辺 ｲｽﾞﾐ･ﾌｰﾄﾞ･ｻｰﾋﾞｽ㈱	**2,093**	107.5%	**2,364**	107.3%	**4,457**	107.4%	**139**	163.6%	**246**	116.9%	**386**	130.4%

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

震災被災店舗の休業が主要因となり2Q会計期間は減収、売上総利益の減少等が響き減益

- 営業収益　2Q会計期間は震災影響により減収、2Q累計は0.7%の増収。営業総利益の営業収益比は42.5%と前期差△0.3pt
- 営業利益　販管費は1.1%増、営業収益比は37.5%と前期差+0.1pt、営業利益率は5.0%と前期差△0.4pt（震災影響△4.6億円あり）
- 経常利益　金利上昇等により支払利息が増加、経常利益率は4.8%と前期差△0.5pt
- 中間純利益　熊本震災に起因する「災害による損失（特別損失）」3.2億円を計上、中間純利益率は3.2%と前期差△0.5pt

単 体	1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上 期（3-8月）			
単位　百万円	実 績	前期比	実 績	前期比	実 績	営業収益比	前期比	計画比
営業収益	**93,520**	**103.4%**	**95,715**	**98.2%**	**189,235**	**100.0%**	**100.7%**	**98.0%**
売上高	**78,892**	103.4%	**81,671**	98.0%	**160,563**	84.8%	100.6%	
売上総利益	**25,342**	100.9%	**26,401**	97.7%	**51,743**	27.3%	99.2%	
営業収入	**14,628**	103.7%	**14,043**	99.5%	**28,671**	15.2%	101.6%	
営業総利益	**39,971**	**101.9%**	**40,444**	**98.3%**	**80,415**	**42.5%**	**100.0%**	
販管費	**34,780**	102.1%	**36,266**	100.2%	**71,046**	37.5%	101.1%	
営業利益	**5,190**	**100.4%**	**4,178**	**84.6%**	**9,369**	**5.0%**	**92.7%**	**89.2%**
営業外損益	**△126**	–	**△102**	–	**△228**	△0.1%	–	
経常利益	**5,064**	**98.9%**	**4,075**	**83.4%**	**9,140**	**4.8%**	**91.3%**	**89.6%**
特別損益	**△56**	**–**	**△400**	**–**	**△456**	△0.2%	**–**	
中間純利益	**3,537**	**98.4%**	**2,545**	**75.3%**	**6,083**	**3.2%**	**87.2%**	**86.9%**

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

低価格施策や生鮮価格強化により客数は伸長。1Q低下した売上総利益は2Q会計期間で前期差△0.1ptまで回復

- ライフスタイル　3～4月は例年よりも気温が低く衣料品を中心に苦戦。5月は気温上昇によって売上回復し、1Qは売上が前年を上回った
  6～7月中旬は天候要因等により販売苦戦。LS改革におけるMD見直し推進に向け在庫整理を実施したことで売上総利益は低下
- 食料品　昨年9月から実施の「強烈特価」厳選100など低価格施策を継続、自社PB「ゆめイチ」は計画を上回って好調に推移
  高付加価値品の販売拡大など売上総利益の確保に向けた施策を強化し、売上総利益は2Q会計期間で前年差＋0.1ptまで改善

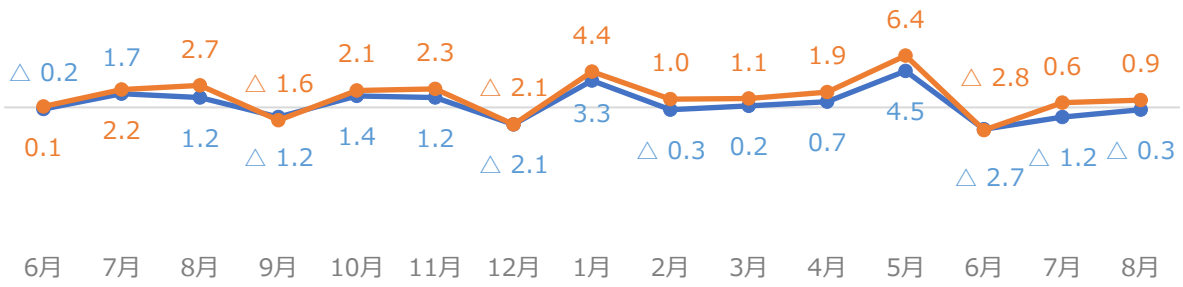
（売上単位：百万円）		1Q（3-5月）		2Q（6-8月）		上期（3-8月）	
		実績	前期比/前期差	実績	前期比/前期差	実績	前期比/前期差
売上	ライフスタイル	21,350	102.2%	19,660	93.9%	41,011	98.0%
	食料品	57,541	103.8%	62,010	99.4%	119,552	101.5%
	合計	**78,892**	**103.4%**	**81,671**	**98.0%**	**160,563**	**100.6%**
売上総利益	ライフスタイル	35.4%	△0.6pt	34.3%	△0.7pt	34.9%	△0.6pt
	食料品	30.9%	△0.8pt	31.7%	＋0.1pt	31.3%	△0.4pt
	合計	**32.1%**	**△0.8pt**	**32.3%**	**△0.1pt**	**32.2%**	**△0.5pt**

■2027/2期2Q（3-8月）実績

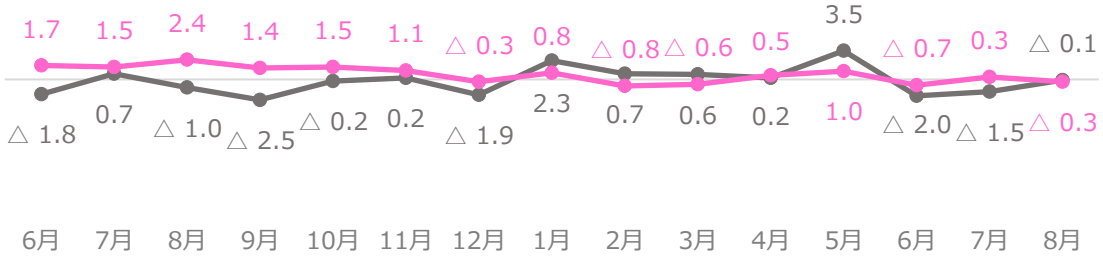
	既存店売上前年比
ﾗｲﾌｽﾀｲﾙ	98.0%
食料品	101.0%
直営計	**100.2%**
ﾃﾅﾝﾄ	103.0%
単体計	**101.4%**

＞直営計の内訳	
客数	100.2%
客単価	100.0%
1品単価	100.4%
買上点数	99.6%

既存店売上高前年比（%）　直営　合計



客数・客単価 前年比（%）　客数　客単価



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

販管費は＋1.1%増加、営業収益比は37.5%と前期差＋0.1pt

- 人件費　賃上げ及び新店ランニングコスト増がある中、MHコントロールを継続し、前期比＋1.2%に抑制
- 店舗管理費　快適性や安全性等の店舗環境を改善すべく本社管轄修繕を継続して実施（前期差+2.8億円）
- 水道光熱費　政府補助金増加及び使用量抑制により、再エネ賦課金単価上昇等の影響を吸収し、前期比△0.7%に抑制
- その他　新店・既存店活性化による創業費は増加（約＋2億円、前期 約10億円、当期 約12億円）

単 体	1Q（3-5月）			2Q（6-8月）			上 期（3-8月）		
単位　百万円	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	前期比
営業収益	93,520	100.0%	103.4%	95,715	100.0%	98.2%	189,235	100.0%	100.7%
営業総利益	39,971	42.7%	101.9%	40,444	42.3%	98.3%	80,415	42.5%	100.0%
販管費	**34,780**	**37.2%**	**102.1%**	**36,266**	**37.9%**	**100.2%**	**71,046**	**37.5%**	**101.1%**
人件費	**12,726**	13.6%	100.3%	**13,095**	13.7%	102.0%	25,822	13.6%	101.2%
減価償却費	**3,204**	3.4%	99.7%	**3,236**	3.4%	98.8%	6,441	3.4%	99.3%
賃借料	**2,469**	2.6%	101.9%	**2,410**	2.5%	101.4%	4,879	2.6%	101.7%
店舗管理費	**3,613**	3.9%	110.4%	**3,562**	3.7%	99.6%	7,176	3.8%	104.8%
水道光熱費	**3,022**	3.2%	100.3%	**3,976**	4.2%	98.5%	6,998	3.7%	99.3%
広告宣伝費	**2,379**	2.5%	99.5%	**1,981**	2.1%	88.6%	4,360	2.3%	94.2%
その他	**7,363**	7.9%	104.3%	**8,003**	8.4%	101.6%	15,367	8.1%	102.9%

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

銀行休業日の影響等により、現預金および買掛金が減少し、総資産は前期末比で26億円減少

- 総資産　先行投資を含む店舗新設・活性化等の設備投資額は 108億円
  受取手形、売掛金及び契約資産はクレジット取扱高の増加等により 61億円増加
- 負債　前期末日が銀行休業日であった要因により、支払手形及び買掛金が 196億円減少、有利子負債は 143億円増加
- 純資産　内部留保の上積みにより利益剰余金は 52億円増加、自己資本比率は 50.6%と前期末から1.2pt増加

連 結	2027/2期 2Q末		
単位　百万円	実績	構成比	増減額
総資産	**592,731**	**100.0%**	**△2,652**
現預金	**18,864**	3.2%	△9,223
受取手形、売掛金及び契約資産	**67,956**	11.5%	＋6,162
有形固定資産	**359,878**	60.7%	＋2,070
のれん	**33,256**	5.6%	△950
その他	**112,775**	19.0%	△710
負債	**278,662**	**47.0%**	**△8,782**
支払手形買掛金	**37,655**	6.4%	△19,634
有利子負債	**137,603**	23.2%	＋14,378
その他	**103,403**	17.4%	△3,525
純資産	**314,069**	**53.0%**	**＋6,130**
自己資本	**300,050**	50.6%	＋6,042
非支配株主持分	**14,019**	2.4%	＋88

2026年2月末が銀行休業日、2026年8月末が営業日であったことから、現預金、支払手形及び買掛金、有利子負債の残高には資金決済時期の差異による影響が含まれています。

	2月末	8月末
当期	土曜日	月曜日

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

当期は2月末、前期は8月末が銀行休業日であり、営業CF・財務CFには資金決済タイミングの影響を含む

- 営業CF　税金等調整前中間純利益等の収入の一方、銀行休業日要因による運転資本の増加等により営業CFは 86億円の支出
- 投資CF　店舗新設・既存店活性化及びDX投資等の設備投資（117億円の支出）により、投資CFは 117億円の支出
- 財務CF　配当金支払 31億円、有利子負債増 143億円等により、財務CFは 111億円の収入

（単位　百万円）	当 期	前 期
営業CF	**△8,647**	**44,755**
税金等調整前純利益	**13,086**	**12,615**
非資金性損益（減価償却費等）	**10,272**	**10,814**
営業活動に係る債権債務増減	**△26,962**	**25,444**
法人税及び利息受払	**△5,888**	**△5,033**
その他	**844**	**913**
投資CF	**△11,768**	**△9,915**
設備投資関連	**△11,753**	**△10,764**
その他	**△15**	**848**
財務CF	**11,192**	**△27,868**
有利子負債関連	**14,377**	**△21,443**
その他	**△3,184**	**△6,424**
現預金増減等	**△9,223**	**6,971**

前期は2025年8月末、当期は2026年2月末が銀行休業日であったことから、営業CF及び財務CFには資金決済時期の差異による影響が含まれています。

	2月末	8月末
当期	土曜日	月曜日
前期	金曜日	日曜日

※前期：4月に自己株取得31億円を実施

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

通期業績計画と熊本震災による影響について

- 上期は、熊本震災に伴う店舗休業や営業時間短縮、天候不順等による販売への影響を受け、営業収益および各段階利益は計画を下回ったものの、前年同期比では増収増益を確保
- 下期は、第三次中期経営計画に基づく各施策を着実に進めるとともに、価格競争力の強化と付加価値商品の販売拡大を両立、またPB「ゆめイチ」の積極開発と販売強化により、売上総利益率の改善および経費マネジメントの徹底に取り組む
- 熊本震災に伴う店舗休業や販売機会損失の影響が継続する一方、営業再開店舗では復興需要等による販売増も確認されている。これらの影響の規模や継続期間に加え、店舗復旧関連費用等についても精査中であり、通期業績への影響を現時点で合理的に見積もることが困難
- 現時点では、通期業績予想を据え置く
- 震災影響の精査状況、今後の消費動向および下期の業績動向を慎重に見極め、業績予想の修正が必要と判断した場合には速やかに公表する

単位　百万円	連結		単体	
	通 期		通 期	
	計 画	前期比	計 画	前期比
営業収益	587,100	103.1%	392,800	103.0%
営業利益	29,000	106.5%	21,500	100.1%
経常利益	28,400	103.8%	21,000	98.5%
当期純利益 *1	17,400	103.4%	13,900	100.6%
EBITDA *2	49,400	101.6%	–	–

*1 連結の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。　*2 EBITDA＝営業利益＋減価償却実施額＋のれん償却費

既存店売上高前年比	
	2026年度 9月実績
ライフスタイル	99.8%
食料品	102.9%
直営計	**102.1%**
テナント	108.6%
イズミ計	**104.8%**

＞直営計の内訳	
客数	99.9%
客単価	102.2%
1品単価	102.5%
買上点数	99.7%

曜日影響：休日数＋1日（約1.3%の押し上げ）

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

2026年度下期の事業戦略

Ⅱ　2026年度下期の事業戦略	スライド番号
１．令和８年熊本地震の影響と当社の取り組みについて	14
２．上期の総括と下期の方向性	15
３．第三次中期経営計画の進捗	16

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

令和８年熊本地震の影響と当社の取り組みについて

- **7月28日に発生した地震により、当社グループの店舗においても大きな被害が発生。お客さま・従業員の安全確保を最優先に避難および復旧等の対応を実施**
- **地域の生活インフラとして今後も復興の歩みに寄り添い、地域のお客さまの日常を支える使命を果たしてまいります**

▼発災から現在までの取り組み状況

7/28　16時27分頃　地震発生

7/29
- 熊本県内**35店舗**が**休業**
- 行政からの支援要請への対応を開始

8月上旬までに、

水2L	約17,000本	
おむすび	約76,000食	
パン	約36,000食	などの支援を実施

7/30　19店舗で順次復旧した売場から営業を再開

8月以降
- 安全確認、復旧作業が完了した店舗から順次営業を再開
- 被災した店舗において、ガス設備・防災設備等の安全点検を実施
- 被災後の再入店ルール等を中心に、BCPマニュアルの見直しおよび強化を実施
- ゆめマート松橋、ゆめタウン八代を除き営業を再開　※10月13日時点

なお、この地震による通期業績への影響については調査中でありますが、今後適時開示が必要な場合には速やかにお知らせいたします。

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

■ 上期の総括

- **物価上昇の継続や実質賃金の伸び悩みにより節約志向が一層強まる中、付加価値商品への需要も根強く、消費の二極化や価値に応じて支出先を選択する選別消費が定着**
- **熊本地震により営業への大きな影響を受け、事業継続に向けた課題を再認識するとともに、店舗機能の早期復旧に努めた**

食品	• 低価格施策による価格競争力の強化と付加価値商品の提案による差別化の両立 • 生鮮強化や新たなSMモデルの検証など中長期的な成長に向けた取り組みも着実に進展
ライフスタイル	• 気温や節約志向の影響を受け計画に対し課題を残した一方で、MD改革のモデル構築に向けた実験にも着手

■ 下期の方向性

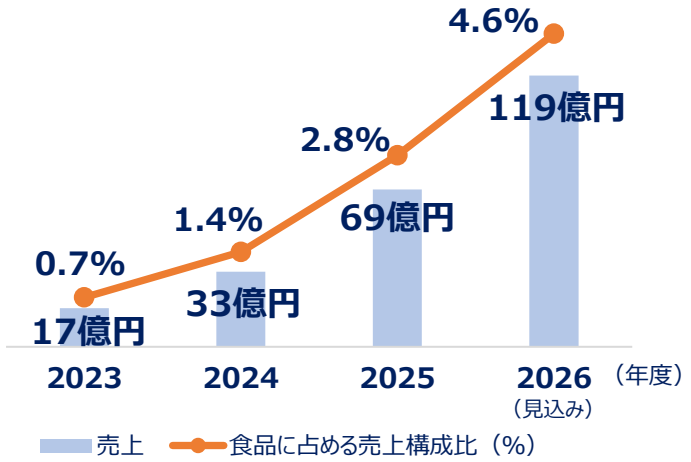
- **節約志向が一層強まる中、PB「ゆめイチ」の「レギュラー」商品の販売を加速させることで、低価格の「プライス」による売上伸長と「レギュラー」による荒利への貢献を両立し、加えて付加価値商品の提案力強化により、「消費の二極化勝ちモデル」の構築を図る**
- **上期にSM戦略およびGMS戦略において取り組んだ実験フォーマットの精度向上**
- **銀行代理業への参入をはじめとしたお客さまとの接点の深化を推進し、顧客満足度向上と商圏拡大を図る**
- **九州エリアにおける経営の一体化を進め、競争力の高い事業構造への転換に向けた体制作りを進める**

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

- 消費二極化の定着を背景に、当社においても価格対応商品および付加価値訴求商品の売上は好調に推移
- 価格と価値の両軸で商品政策のメリハリを高め、多様化する消費行動への対応を進める

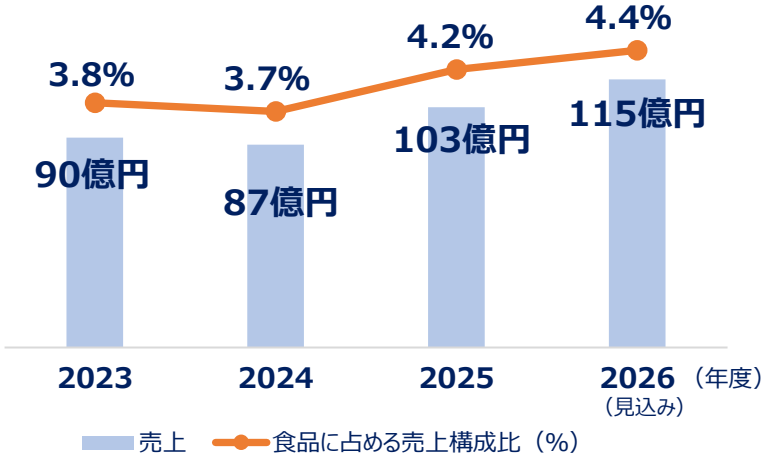
低価格ニーズへの対応 ⟷ **付加価値ニーズへの対応**

低価格訴求による売上の推移



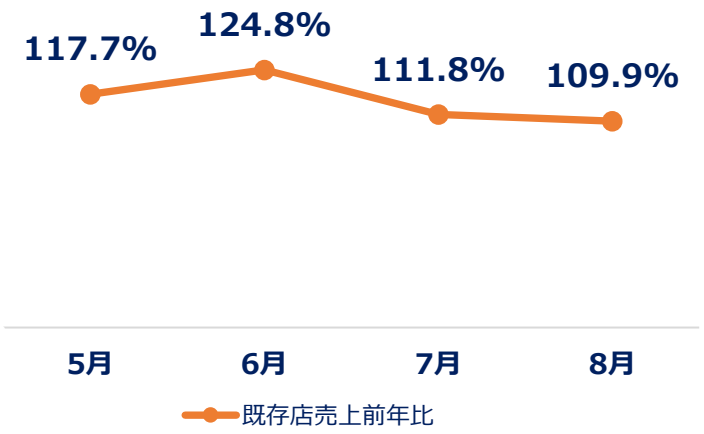
➡ 2025年度下期より「ゆめイチプライス」および「強烈特価」厳選100により販売を加速

「zehi」の売上推移



➡ お客さまの関心が高い健康志向のラインナップzehi「バランス」を中心に32品目をリニューアル

「これ旨」の既存店売上前年比推移



➡ 5月より「これ旨」アイテム認定を再定義し販売強化
➡ 前年売上を上回り好調に推移

■ ゆめイチの進捗

- 発売から約1年を迎え、総発売品目数は290品目に拡大
- お客さまニーズの高いプライスから拡大し認知度向上を図った
- 下期以降は、より荒利率の高いレギュラーの品目拡大、販売拡大を推進

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

- 下期にかけて「レギュラー」の発売を加速し、多様化するニーズへの対応を一層強化
- 低価格の「プライス」による売上伸長と「レギュラー」による荒利への貢献を両立し、収益基盤の強化を図る

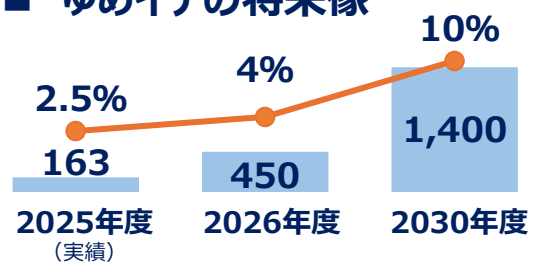
■ ゆめイチ数値実績（2026年3～8月実績）

グループ全体の売上計画比 115.4％

食品売上に占める構成比 3.4％

展開品目数	26年8月（26/2期との差）	26年度下期計画品目数	27年2月（計画）
プライス	209（+69）	72	281
レギュラー	79（+57）	142	221
プレミアム	2（+1）	3	5
計	290（+127）	217	507

■ ゆめイチの将来像



2026年度末には累計で507品目の発売を計画し、目標達成の見込み

食品売上に占める構成比

累計開発品目数

■ さらなる商品の魅力度向上に向けた取り組み

- ゆめアプリに、「ゆめイチ」をご購入いただいたお客さまの声（レビュー）を投稿できる機能を追加
- 商品に対するご意見や、ご感想をもとに商品のリニューアルや新たな開発を推進

ゆめレビュー

よかった：おいしく使いやすく値段も手ごろで良かったです。（40代/女性）

イマイチ：味はよかったが他のより油が多いように感じた。（30代/男性）

10月5日発売

ライトツナフレーク　オイル不使用
288円（税込312円）

レビューに寄せられたご意見を反映し、油を使わないノンオイルのツナ缶を開発

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

- デスティネーション化モデルの構築を「ゆめタウンみゆき」と「ゆめマート八幡」において推進中
- 売場のリニューアルから約半年経過、売上・客数ともに他既存店に対し順調に推移
  今後は高収益モデルの確立に向けたオペレーションの改善に取り組み、モデルの精度向上を図る

■ 新規SM事業の創造に向けたロードマップ

2026年度 → 2027年度 → 2028年度以降

実験を通じた高収益モデルの構築

生鮮強化による売上・客数・オペレーションの検証

利益創出に向けた、グロッサリー統合体制の検証

→ **実験店舗の拡大** → **勝ちモデルの横展開**（新店出店含む）

■ デスティネーション化：青果・鮮魚を軸に、鮮度・価格・おいしさ等で差別化を図る

青果

- 地域最安のEDLPで「安さ」を訴求
- 単品売切りで回転率や鮮度の向上を図る
- 圧倒的なボリューム展開

売上前年比

みゆき店（3～8月累計）	130.7%
八幡店（4～８月累計）	131.4%

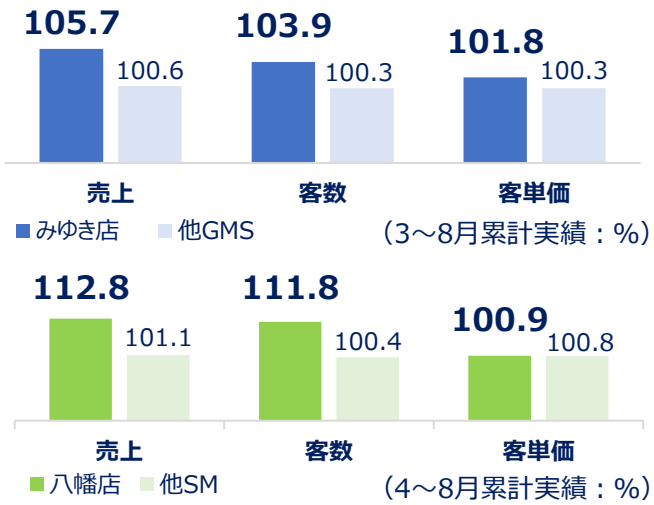
鮮魚

- 対面販売で市場のような活気ある売場を演出
- 圧倒的な鮮度の良さと品ぞろえを実現
- 惣菜への加工で売切り、ロスを削減

売上前年比

みゆき店（3～8月累計）	123.0%
八幡店（4～８月累計）	146.4%

食品売上前年比実績



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

- **サニーからローコスト運営のノウハウを取り込み、都市型小型店舗における標準オペレーションのモデルを構築**
- **新店のユアーズ広瀬北店において営業政策のほか、売場や後方レイアウト含めたローコストオペレーションを実装**

■ サニーからのローコスト運営の取り込み

YOURS ユアーズ 広瀬北店（広島県） 7月OPEN

- **24時間営業**で利便性を重視
- 一人の従業員がレジや商品補充など複数の業務をこなし、**少人数でも運営可能**なモデル店舗を構築

アイテム数

- 同規模店舗の **85%**に絞り込み

設備投資

- 全台フルセルフレジ
- 省力什器
- 電子棚札

作業オペレーション

- プロセスセンター・サテライトキッチン活用による生鮮の業務負荷軽減
- 夜間補充

人員

同規模店舗より**20%**少ない人員で運営可能

- 当社グループにおける多くの既存SMは**非24時間営業・郊外型小型店舗**であることから、今後は都市型小型の標準モデルを最適化し、**「仕組みで利益を生む」モデル構築**を推進する方針

■ 非24時間営業・郊外型小型店舗への展開

ゆめマート 八木店（広島県）

✓ 非24時間営業
✓ マルチタスク化モデル

MD

- 店舗の提供価値の設定、販促、MD政策、店舗MHの連動
- 青果で集客（価格政策）
- アイテム数の絞り込み

システム

- 電子棚札
- セルフレジの拡大

商品・棚割り

- デシル/ABC分析による最適化により、小型店舗（～400坪）の標準型を決定
- 日常品のPBを中心とした棚割り

作業オペレーション

- 部門の縦割りを**「製造部門」**と**「補充部門」**に再分類
- 補充部門では一人の従業員が複数部門（グロッサリー・精肉）を担うことで、店全体の生産性を適正化
- サービスカウンター業務の見直し

➡グループSMを含むモデル店舗への水平展開へ

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

- 第三次中計「GMSの進化」として行政サービスや交流の場づくり、ファミリー・若年層向け施設の導入を推進
- 地域の皆さまが集う場としての魅力を高め、新規顧客の獲得と来店頻度向上による集客力の底上げを図る

ゆめタウン南行橋（福岡県）

3月OPEN

室内型子どもの遊び場「あそぼっちゃ」

- 市の子育て環境改善による地域活性化への貢献
- ファミリー層の来店促進による新規顧客層の獲得を図る

✓ **南行橋店における子育て世代（30･40代）の客数増加**

南行橋店の客数前年比	30･40代の客数前年比	
99%	**103%**	（3～8月累計実績）

ゆめタウン宇部（山口県）

4月OPEN

「まちライブラリー@ゆめタウン宇部」

- 若年層やファミリー層の来店促進
- 地域における日常の中で気軽に立ち寄れる第三の居場所を目指す

LECT（広島県）

6月OPEN

LECT FOOTBALL PARK

- スポーツを通じた地域コミュニティの活性化を推進し、地域に根差した交流拠点としての役割強化を図る
- 新たな来店動機の創出による施設全体の魅力度向上

■ 2026年度上期 大型活性化店舗実績

大型活性化：イズミ（投資額1億円以上）+グループSM

活性化店舗数	売上伸び率		活性化翌月～26年8月までの各店実績の合計
12店舗	**店計：5.2%**	**直営：1.6%**	
（GMS６店舗･SM6店舗）	（未実施店舗：0.9%）	（未実施店舗：0.2%）	

※ 新店、閉店、震災除外店舗を除く実績

- 大型活性化は単なる設備更新ではなく、お客さまと商品・サービスとの新たな接点を創出する重要な投資
- 今後も地域のお客さまのニーズ変化に対応しながら、商圏シェアの維持・拡大と持続的な成長を実現するため、計画的な活性化投資を継続

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

- ライフスタイルにおいては中型店・大型店でのモデル構築に向けた売場の再編集をモデル店で先行実施
- 品ぞろえの若返りと売場の回遊性向上を中心に取り組み、「ついで買い」から「地域一番店として頼りにされる売場」へ

■ ライフスタイル売場改革のロードマップ

2026年度 → 2027年度 → 2028年度以降

実験を通じた高収益モデルの構築

モデル売場の作成 → 中型店・大型店のモデル構築 / 既存MDの再編集・新規MD開発の実証 → **店舗へのモデルの落とし込み**

■ ライフスタイル改革プロジェクト

ライフスタイル

ゆめタウン学園（広島県）

- トレンド商品を中心に品ぞろえの若返り、アイテムの選択と集中を推進
- お客さまが買いやすく、従業員が管理しやすい最適な売場レイアウトに再編
- 全社的に販売苦戦する中、ファッションにおいては今回のターゲットである30・40代の客数は好調に推移（前年比125%）

➡ゆめタウン防府（山口県）、ゆめタウン出雲（島根県）へ実験を拡大

生活雑貨

ゆめタウン黒瀬（広島県）

- 中型店のヘルス＆ビューティーのモデル売場を構築
- 売場内での部門の壁をなくし、ビューティーを起点としたクロスMDの導入により、ターゲットである30代の客数が大きく伸長（前年比156%）

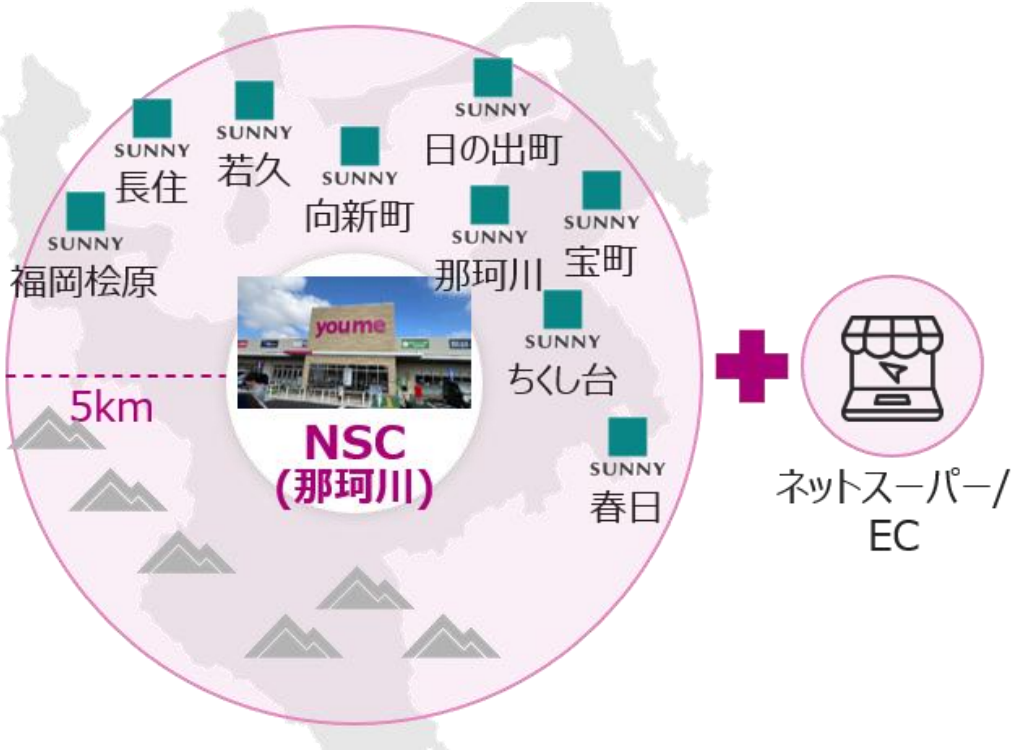
➡ゆめタウン防府（山口県）、ゆめタウン遠賀（福岡県）へ実験を拡大

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

- **GMSの出店余地がない都市部においては、NSC及び複数のSMを展開することでドミナントを構築していく**
- **ゆめモール那珂川を核としたドミナント形成により、那珂川エリアでのプレゼンスを向上**

■ NSC+SMのドミナント深耕パターンの確立

✓ ゆめモール那珂川のオープンにより、周辺エリアでの顧客基盤が拡大
✓ 同NSCを起点に当社グループ店舗の利用者層が広がり、エリア全体の競争力向上につながっている



● 那珂川エリアにおける食品シェア率の変化

左図の10店舗におけるシェア率の比較

2025年8月	2026年8月
9.8%	12.1%

※食品シェア率は当社試算

● 那珂川エリアのサニー店舗における ゆめカードおよびゆめアプリ会員数の変化（7-8月実績）

	前年比	他店舗との差
ゆめカード会員	156.2%	+19.4p
ゆめアプリ会員	182.1%	+22.4p

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

- イズミフードサービスによるFC事業の拡大およびM＆Aを通じた外食事業の強化を図る

■ FC事業の出店拡大

ゴンチャ　ゆめタウン光の森

4月OPEN

- 店舗の付加価値向上に寄与
- 若いお客さまの来店促進

ミスタードーナツ 天満屋ハピーズ西大寺モール

11月OPEN予定

- 他社ショッピングセンター内への出店は初

今後は外部SCへの出店を拡大

■ 外食事業の拡大

● 株式会社キングファクトリーグループの株式取得について

- 当社の連結子会社であるイズミ・フード・サービス株式会社が株式会社キングファクトリーグループの全株式を取得（孫会社化）
- キングファクトリーグループは、広島発祥の汁なし担担麺ブランド「キング軒」及び「おこのみ魂悟空」を運営（全国21店舗展開）
- 2025年10月期の売上高は3.8億円

狙い

1 ブランド力
広島発のご当地ブランドであり、高い魅力度をもつ

2 店舗運営及びFC事業のノウハウ
今後の事業拡大に向けた知見を獲得

当社グループの店舗網・事業基盤との組み合わせ

↓

外食事業の成長　**グループ全体の「食」の提供価値向上**

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

- 10月5日より、日々のお買い物と金融をつなぐ新たな銀行サービス「ゆめNEOBANK」の提供を開始
- 金融サービスという新たな付加価値を通じ、地域のお客さまの日常からライフイベントまで豊かな暮らしの実現に貢献

■ youme NEOBANK のサービス全体像

専用アプリ
youme NEOBANKアプリ

預金
融資
為替

youme NEOBANK

フルバンキングサービス

連携

ゆめアプリ

you me

決済
- ゆめかチャージ
- 支払い

特典
- クーポン
- ポイント

- 「ゆめかステーション」や「ゆめクレジット」からのゆめかチャージに加え、「ゆめNEOBANK」からのゆめかチャージが可能に
- お支払い時に残高が不足している場合、不足額を1円単位でオートチャージ

■ 目的

1. **キャッシュレス決済への対応**
   - 若年層の離反食い止め
   - 会員数及び客数の増加図る
2. **新規事業「銀行代理業」への参入による、新たな収益の獲得**
3. **顧客満足度の向上とともに「LTV（顧客生涯価値）」の向上を実現**

初年度口座獲得目標　4.5万口座

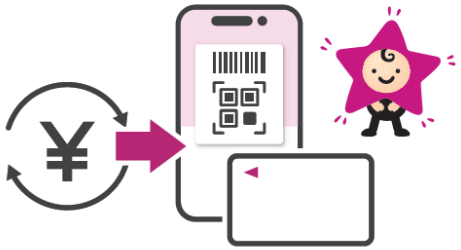
ゆめNEOBANK の詳細は
イズミHPよりご確認いただけます

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

■ ゆめNEOBANKの主な特典

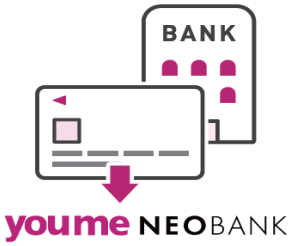
特典1 ゆめNEOBANKからゆめかチャージで **0.5%還元**

※月額5万円までのチャージが対象、最大250円分



特典2 ゆめカードクレジットの引き落とし口座に「ゆめNEOBANK」を設定＆ご利用で **0.5%還元**

※期間中5万円までのお買物が対象、最大250円分



特典3 いつものお店でも、ネットでもデビットご利用で

1%還元

いつものカードと同じように、ご利用のブランド加盟店であれば、店舗もネットもご利用できます

※鉄道・チャージなど一部ポイント付与対象外の取引がございます。
※都度利用分に対して100円ごとに付与いたします。

特典4 円預金残高に応じたゆめアプリクーポン

ゆめアプリの「クーポン」に届きます！

※円普通預金・円定期預金の残高で判定いたします
※月中15日と月末の両方で満たした方が対象です

特典5 住宅ローン借り入れと給与受取でゆめタウン直営売場にて

ゆめクレジット払いで

20年間ずっと！

7%還元

※ゆめアプリ会員かつゆめカードクレジット決済に限ります
※住宅ローンをご契約中かつ給与受取があった月の決済に限ります
※フラット35を除く

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

- **SCMの再編は、物流効率化によるコスト削減と、新PC構築による商品競争力強化を同時に実現し、新SMモデルの収益性を支える重要な基盤**
- **DCについては、点在する拠点の統合及びキャパシティ拡張を目的とした新拠点設置を検討中**

■ 九州の食文化への対応を支える製造基盤の強化

27年夏稼働予定

ゆめデリカ　八女工場（惣菜）

- 2026年度上期に既存設備の改修を実施し、製造能力を強化
- 新たに供給可能になった麺商品を、 7月よりサニー店舗へ先行供給

【生産基盤の拡充】

- さらなる製造能力の強化やおいしさ・品質管理の強化に向けて、増築を実施中
- 九州エリア全体の商品品質と供給安定性を高め、競争力強化につなげる

■ サニー事業の鮮魚加工機能を強化

27年春稼働予定

福岡水産プロセスセンター（鮮魚）

- 店舗従業員の高齢化、採用難による人材育成の難航に対応
- 今後のPCの構築に向けたノウハウを獲得
- サニー福岡PSセンター隣地のため、出荷には既存の物流設備を活用可能

【サニー店舗の品ぞろえ強化に貢献】

- サニー**40店舗**へ商品供給
- **鮭などの切り身**、**刺身**の他、**寿司**の供給により競合するコンビニとの差別化を図る

■ 供給基盤強化に向けた新PC計画

30年春稼働予定

プロセスセンター（精肉＆デリカ工場）

- 交通至便な宮島スマートIC近くにプロセスセンター及びデリカの新工場が建設可能な用地を取得
- PC能力を拡大し、将来的な需要増加に対応可能な生産キャパシティを確保
- 供給能力強化により、商品の安定供給、コスト削減、店舗人件費の最適化を目指す

【精肉PC比率の変化イメージ】　（本州エリア）

	インストア	自社PC	外部委託
現在	80%	-	20%
将来（2030年）	20%	70%	10%

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

- **2026年度上期は新店2店舗に加え、ゆめタウン呉レクレ館（広島県）がグランドオープン**
- **2026年度下期は過去最大級の活性化実施予定（GMS4店舗・SM1店舗/投資額23億円）**
- **2027年度は春に3店舗の新規出店を予定し、事業エリアにおけるさらなるシェア拡大を推進**

ゆめモール 那珂川（福岡県）

3月OPEN

- 食品スーパーを中心に、家電、ドラッグストアなどを集めた地域密着型モール

延べ面積 約11,000㎡

ユアーズ 広瀬北店（広島県）

7月OPEN

- サニーの運営ノウハウを取り入れたローコスト運営モデル店舗

延床面積 1,584㎡
店舗面積 1,203㎡

ゆめタウン 呉レクレ館（広島県）

7月グランドOPEN

- 2025年7月より運営を引き継ぎ新規専門店の導入やサービス機能を充実化
- 駅前エリアのにぎわい創出や、市民交流の活性化、情報発信機能を担う

延べ面積 約10,000㎡

2026年度 | **2027年度** | **2028年度**

仮称）ゆめタウン 四国中央（愛媛県）

27年春OPEN

- 愛媛県初の「ゆめタウン」
- 大規模リニューアルによる **“GMS再生事業”**

延床面積 27,200㎡

仮称）サニー 博多（福岡県）

27年春OPEN

- 都市型24時間営業の高効率な新規SMモデル店舗

延床面積 3,090㎡

仮称）諫早プロジェクト（長崎県）

28年春OPEN

ゆめマート えづ（熊本県）

27年春OPEN

- 26年5月に閉店
- **S&B**（スクラップ＆ビルド）でオープン予定

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

- **九州SM事業の統合により、意思決定の迅速化、経営資源の有効活用およびガバナンス強化を実現し、エリア戦略の実効性向上と持続的な成長基盤を構築**

■ 合併のスキームと効果

株式会社 イズミ

100%

株式会社　ゆめマート北九州
（被合併法人）

100%

株式会社　サンライフ
（被合併法人）

100%

吸収合併

吸収合併

株式会社　ゆめマート九州

株式会社　ゆめマート熊本（サニー）
（合併法人）

狙い

- ✓ **九州SM事業の経営基盤強化**
  九州エリアに分散しているSM事業を一体運営することで、競争環境の変化に対応できる事業基盤を構築
- ✓ **営業力の強化**
  各社で保有する商品調達、販促、店舗運営等のノウハウや人財を共有し、営業サポート機能を強化
- ✓ **管理機能の効率化･高度化**
  重複している管理業務を集約し、より効率的な運営体制を構築
- ✓ **グループガバナンスの強化**
  意思決定や内部統制の仕組みを統一し、グループ全体の統制力を向上

売上規模

2025年度実績の単純合算

ゆめマート熊本	1,087 億円
ゆめマート北九州	254 億円
サンライフ	49 億円
計	**1,390 億円**

スケジュール

- 2026年10月13日　機関決定
- 2027年3月1日　効力発生

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

- **26年度上期は教育体制や制度の見直し、課題の可視化などを推進。施策を具体化し、全社へ展開していくための基盤整備が進展**

✓ SM戦略推進に向けた専門人材の育成

	求める人財・能力	2026年度上期の取り組み	今後の取り組み
生鮮	• 生鮮技能、食品安全における専門性 • デスティネーション化の実現に向けた現場での実践教育を担う人財	• 現場教育のための組織改編を実施（生鮮部にSVを配置）	• 専門人材の活躍を支える人事制度の構築 • 生鮮部門への人員配置強化
グロッサリー	• 高効率運営（マルチオペレーション）を具現化する現場マネジメント人財	• モデル店でのマルチオペレーションの検証	• マルチオペレーションの検証店舗拡大

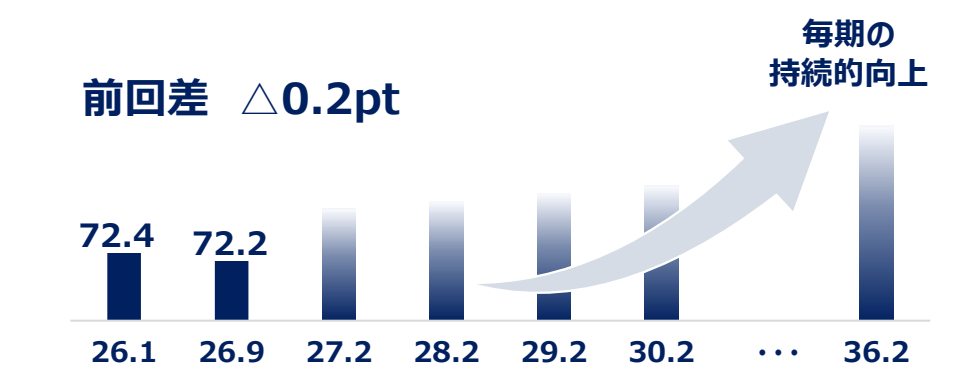
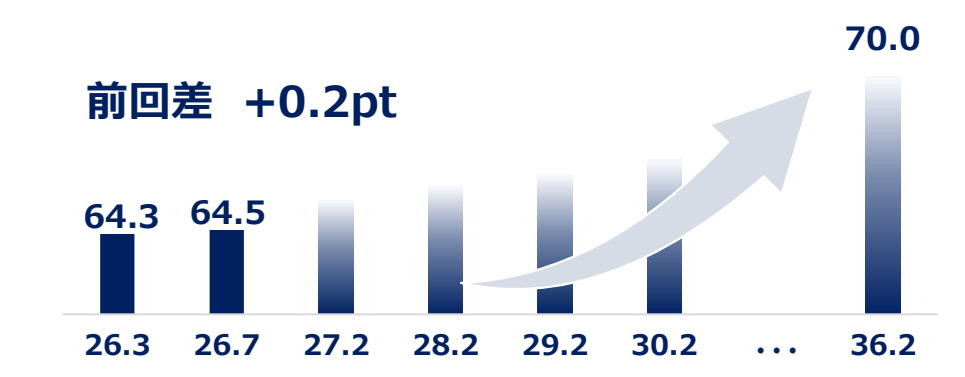
✓ 革新・挑戦する組織文化への変革

	目指す組織のあり方	2026年度上期の取り組み	今後の取り組み
全社	• 縦割り意識をなくし、部門の垣根を　超えて連携・協働する組織	• 部門や店舗ごとの成果評価から、全社業績に連動した、全社利益の最大化を促す賞与制度への転換	• 部門間の連携により、お客さまの利便性と売上・利益の双方を最大化

各施策の検証と具体化を進めるとともに浸透と定着を図ることで、
従業員一人ひとりの成長と働きがいを高め、持続的な企業価値の向上につなげる

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

- **顧客エンゲージメントスコアは「青果の鮮度・品ぞろえ」のポイント低下を主要因として前回から0.2p低下**
- **デスティネーション化に取り組む2店舗では成果を確認も、多くの店舗では改善余地が残っており、デスティネーション化の展開加速が必要**

	顧客エンゲージメントスコア	従業員エンゲージメントスコア
狙い	• **商品・店舗環境をお客さま起点で常時最適化** – お客さまがどれくらい当社の "ファン" になっているかを見える化	• **誇りと喜びを感じている社員の増加、その結果による生産性向上を通じた業績の向上** – 従業員がどれくらい当社の "ファン" になっているかを見える化
スコアの意味合い	• **当社のお客さまが、当社の商品・サービスにどれくらい満足しているかを可視化** • **店舗別・項目別に計測することで、施策効果を可視化し、お客さま起点でのPDCAの土台を構築**	• **当社の従業員が、どれくらい当社の理念・戦略に共感し、当社の理念を体現しているかを可視化** • **加えて、従業員視点に立った、“安心して働ける職場” を当社が実現・提供できているかを可視化**
現時点のスコア		• **重要と考える４項目の平均** 

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

経営理念

社員が誇りと喜びを感じ、
地域とお客さまの生活に貢献し続ける

本資料につきましては、株主・投資家の皆さまへの情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
本資料に記載された業績見通しおよび各種計画は、現時点で入手可能な情報および合理的と判断される前提に基づくものであり、将来の業績を保証するものではありません。また、消費動向、物価・為替、原材料価格、人件費、エネルギーコスト等の外部環境の変動により、特にコスト面において前提が変動する可能性がございます。なお、2035年の長期ビジョンおよび関連数値は当社が目指す方向性を示すものであり、将来の業績を保証するものではありません。

統合報告書
2026

社会・環境報告書
2026

サステナビリティサイト

＜ 本資料に関するお問合せ先 ＞
株式会社イズミ　経営企画部　経営企画課
電話　082-264-5994　/　FAX　082-261-5895

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

補足資料

Ⅲ　補足資料	スライド番号
グループ店舗網　ドミナント戦略	33
既存店の競争力（既存店売上高前年比）	34
事業別実績	35
サステナビリティ	36

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

中四国・九州を中心に店舗展開 262 店舗

（2026年8月31日時点）

主な会社名ほか	本社所在地	主な業態	地域ごとの店舗数（店）				
			九州	中国	四国	その他	**合計**
イズミ	広島市	SC（ゆめタウン・LECT） ※1	20	35	4	2	**61**
		NSC（ゆめモール）	4	4	-	-	**8**
		SM（ゆめマート）	14	17	-	-	**31**
		その他	2	4	-	1	**7**
		小計	**40**	**60**	**4**	**3**	**107**
ユアーズ	広島市	SM（ユアーズ等）	-	25	-	-	**25**
ゆめマート熊本	熊本市	SM（ゆめマート） ※2	22	-	-	-	**22**
		SM等（サニー事業）	70	-	-	-	**70**
ゆめマート北九州	北九州市	SM（ゆめマート）	22	8	-	-	**30**
その他	-	SM	4	-	4	-	**8**
合計			**158**	**93**	**8**	**3**	**262**
		＊上記のうち、「ゆめマート」（ストアブランド）	62	29	-	-	91

※1　中国地方にLECT１店舗含む　　※2　(株)ゆめマート熊本の「ゆめモール合志」内への出店を含む

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

既存店売上高前年比　2016年度～　(%)

※2023年度から売上高前年比には、エクセル部の実績を含んだ数値を記載しております。

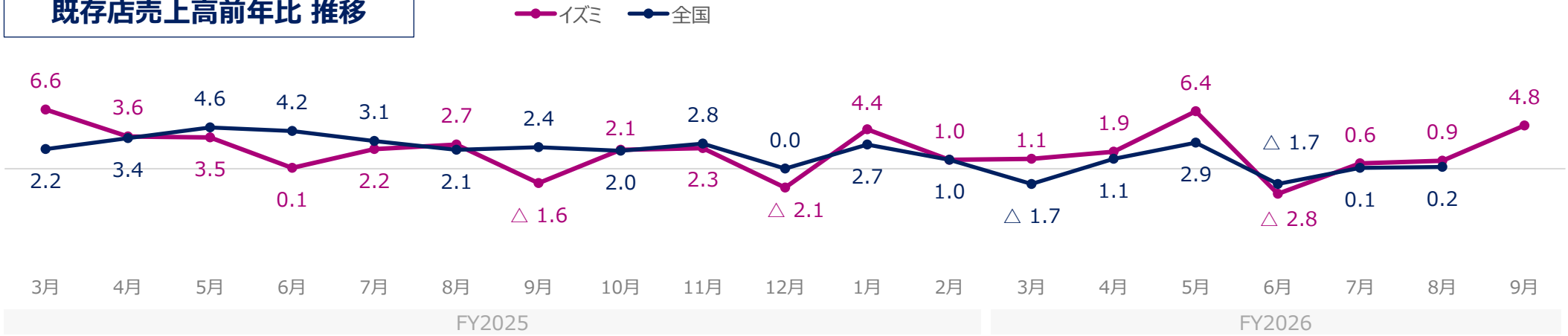
	’16	’17	’18	’19	’20	’21	’22	’23	’24	’25	’26
イズミ	101.5	99.2	99.4	99.1	89.7	101.1	103.5	103.0	100.7	102.0	101.8
全国	98.8	99.6	99.2	98.8	100.7	103.1	101.0	103.0	102.1	102.5	–
かい離	+2.7	-0.4	+0.2	+0.3	-11.0	-2.0	+2.5	0.0	-1.4	-0.5	–

［ 2026年度　月別 (%) ］

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
イズミ	101.1	101.9	106.4	97.2	100.6	100.9	104.8						101.8
全国	98.3	101.1	102.9	98.3	100.1	100.2	–						–
かい離	+2.8	+0.8	+3.5	-1.1	+0.5	+0.7	–						–

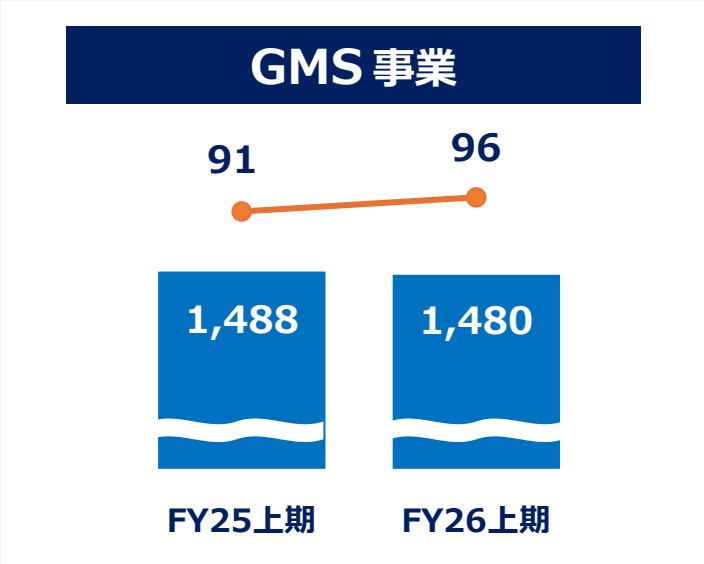
※　出典　全国は、日本チェーンストア協会　累計は当社が算出

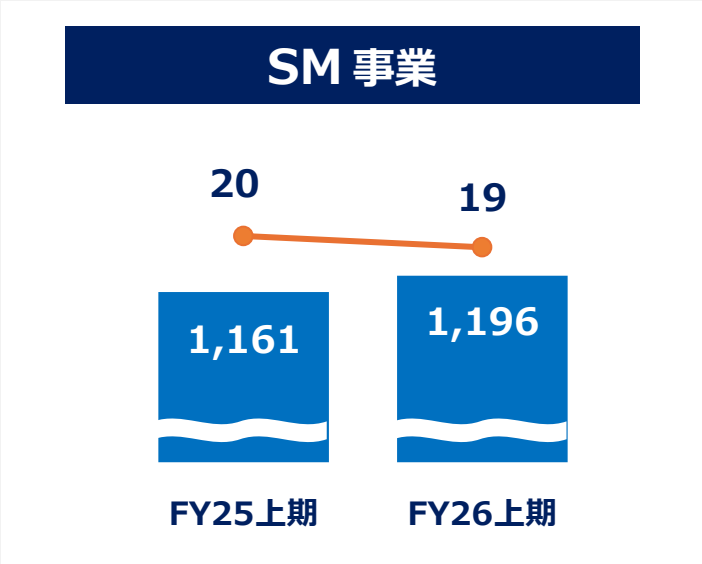
既存店売上高前年比 推移

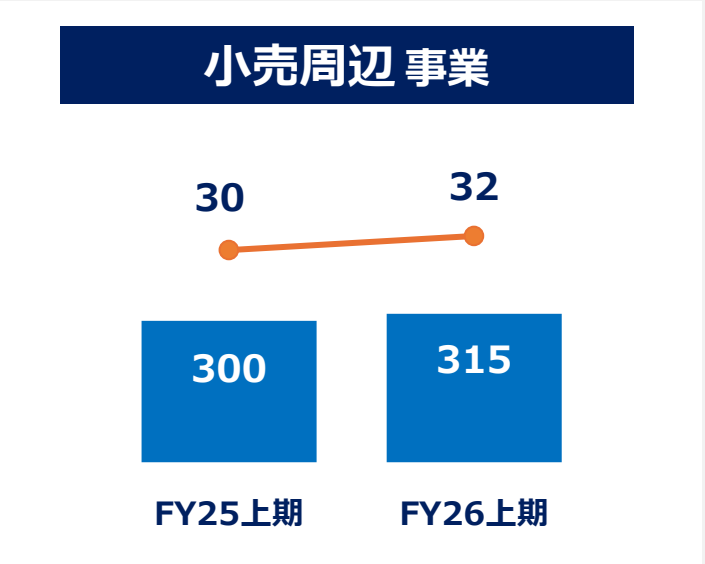


Copyright (c) IZUMI CO., LTD. All rights reserved.

単位　億円	営業収益 当期 2027/2期 上期	営業収益 前期 2026/2期 上期	営業収益 前期比	営業利益 当期 2027/2期 上期	営業利益 前期 2026/2期 上期	営業利益 前期比
GMS事業	1,480	1,488	99.5%	96	91	105.5%
SM事業	1,196	1,161	103.0%	19	20	95.0%
小売周辺事業	315	300	105.0%	32	30	106.7%







営業収益　営業利益

※営業利益はのれん・商標権償却費の控除前の実績です。また、事業別の数字はすべて、簡易的に新基準ベースで算出した管理会計上の数字であり、内部取引は考慮しておりません。

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

CO_2排出量を着実に削減

創エネと省エネで脱炭素化を加速

太陽光発電設備やPPAモデルを導入し、2022年以降の新規店舗は再生可能エネルギー100%で運営しています。2024年以降はオフサイトPPAや再エネ電力メニュー契約も拡充し、既存店舗の一部でも再生可能エネルギー100%運営を開始しました。

再生可能エネルギー100%店舗数 **21 店舗**（2026年3月現在）

資源の有効活用　リサイクル・リユースを推進

ペットボトル自動回収機を設置、ゆめアプリ会員さまに特典を付与

2022年から店頭へペットボトル自動回収機設置を進め、回収したペットボトルを新たなペットボトルに再生する「ボトルtoボトル」の水平リサイクルを実施しています。2026年7月には57店舗に導入され、ゆめアプリ会員さまに1本につき0.2円の値引積立額を進呈している点も好評です。今後もさらにリサイクルの輪を広げていきます。

自動回収機で回収されたペットボトルの本数 **約 2,750 万本**（2025年度）

食品ロス削減に向けて

フードドライブで食支援に貢献、食資源の有効活用へ

お客さまにご家庭の未利用食品を寄付していただき、フードバンク団体などを通じて食品を必要とする人へ届けるフードドライブの活動を、2025年度から全店で実施しています。

寄付点数	約 64,000 点
寄付重量	22,000 kg
寄付団体数	35 団体

（2025年度実績）

グループ会社のサステナビリティ活動

ゆめマート北九州｜環境教育の出前授業を実施

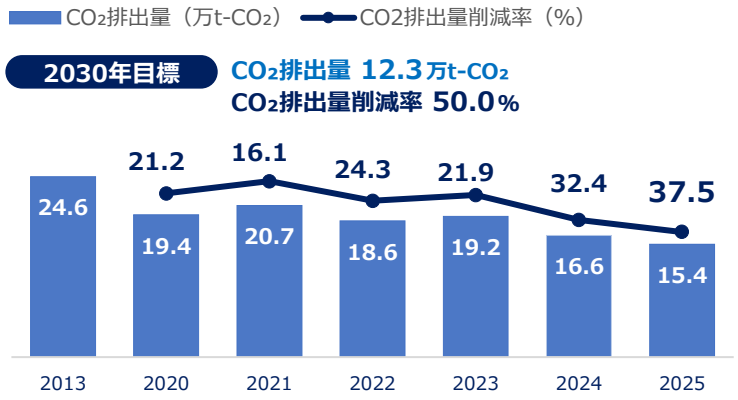
株式会社エフピコとの連携で、食品トレーの製造工程やリサイクルのメカニズムを学ぶ出前授業を北九州市内の小学校で実施しました。また、環境学習に役立つ書籍の寄贈も行いました。

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

2030年度の環境KPI達成に向け、着実に取り組みを進める

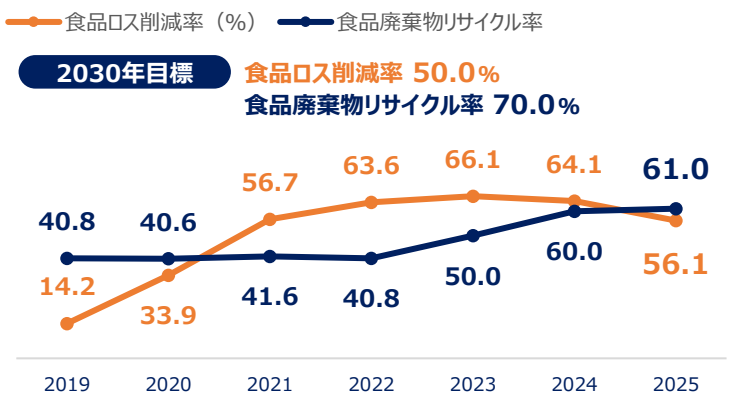
■環境KPIの進捗

①CO_2排出量　②CO_2排出量削減率
（①②ともに13年度比、Scope1・2）



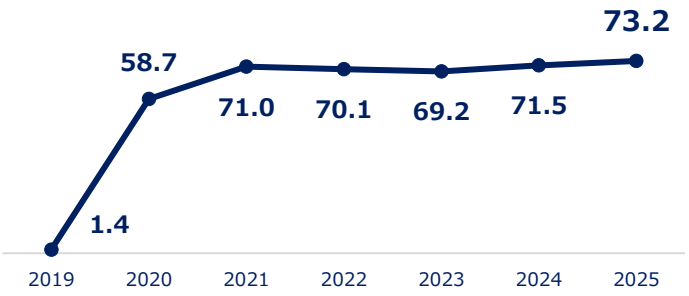
2030年目標　CO_2排出量 12.3万t-CO_2
CO_2排出量削減率 50.0%

①食品廃棄物リサイクル率
②食品ロス削減率（2018年度比）



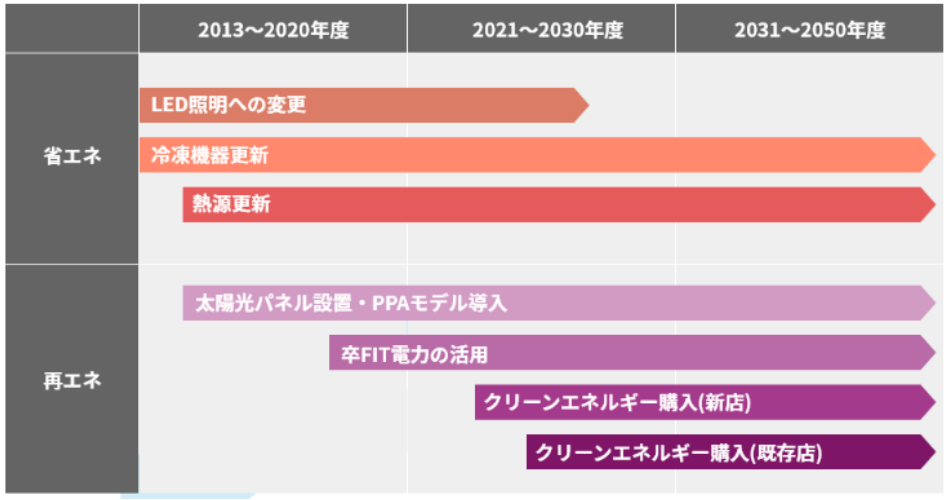
2030年目標　食品ロス削減率 50.0%
食品廃棄物リサイクル率 70.0%

プラスチック製レジ袋削減率
（2018年度比）



2030年目標　プラスチック製レジ袋削減率 80.0%

■CO_2排出量削減に向けたロードマップ



■サステナビリティ委員会　活動状況

CO2削減 省エネ分科会	太陽光発電設備、再生可能エネルギー利用等の協議 グループ全体でのCO_2排出量算定と削減施策の検討
人権・DE&I分科会	人権デューデリジェンスの仕組み構築と運用 有価証券報告書等による法定開示の拡充
グループ会社分科会	サステナビリティに関するグループ会社間の情報共有 各グループ会社のCO_2排出量算定へ向けた協議
調達分科会	お取引先さまへのイズミ調達方針の説明を実施 持続可能な調達目標に対する施策立案、進捗確認

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

身近な地域に元気と「にぎわい」を

祇園の夏の風物詩、「盆おどりフェスタ」を開催

2026年7月、「ゆめテラス祇園」で「盆おどりフェスタ」を開催しました。1973年に開業した「いづみ祇園ショッピングセンター」から続く恒例行事とあって、2日間で約7,000名が来場。キッチンカーや外国人実習生による文化ステージなども好評で、会場は大いににぎわいました。

地域と力を合わせて一層の発展を

「遠賀町デマンドバス」実証運行を支援

2025年9月「遠賀町デマンドバス」の実証運行が始まりました。これは公共交通の空白地帯をなくし、高齢者の外出を促進する取り組みで、発着点である「ゆめタウン遠賀」と町内の指定停留所間をAIが算出した最短経路で結びます。2028年3月末まで運行予定です。今後も地域のお客さまの暮らしを支え、お買い物に行く楽しみをお届けします。

安全・安心な商品を通じた社会貢献

店舗が自主性をもって衛生管理を徹底

食品を販売する事業者として、HACCPの考え方に沿った衛生管理計画を定め、日々の業務を行っています。安全・安心な商品製造・販売を強化するため、年2回、外部機関による店舗の監査を実施。店舗では食品安全チームが中心となり、毎月テーマに沿ってどうすれば衛生管理ルールを徹底できるかを議論し、各部門で実施項目を決めて取り組んでいます。

広げよう！健康維持・増進の輪

ゆめマート熊本｜熱中症対策のため資格を取得

(株)ゆめマート熊本では、全店長が熱中症の予防法や応急処置などを習得し、「熱中症対策アンバサダー」資格を取得。お客さまや従業員が危険な暑さから身を守るための配慮をしています。また、グループ全体では各地の行政と連携し、「クーリングシェルター」として店舗を開放、熱中症による健康被害の防止に向けた受け入れ施設として機能しています。

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

自分らしくイキイキと働ける職場環境を

社内制度を整備し、男性育休取得を後押し

男性育休取得率向上に向け、配偶者の出産予定日を含む前後2日間で特別休暇を取得可能な「配偶者出産立会い休暇」、子どもの出生後8週間以内に連続した3日間の特別休暇が取得できる「夫婦で子育て休暇」等の社内制度を導入しています。店舗での課題だった育休による不在ポストには、本社からフォロー人員の派遣を開始。2025年度の男性育休取得率（育児を目的とした休暇制度を含む）は93%となりました。

男性の育児休業等取得率

2025年実績 **93.0%** ❯ 2030年目標 **100.0%**

多くの学びの場で個々の成長を支える

ロールプレイング全社大会で接客技術を高める

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

▶全社大会でのロールプレイング中の様子

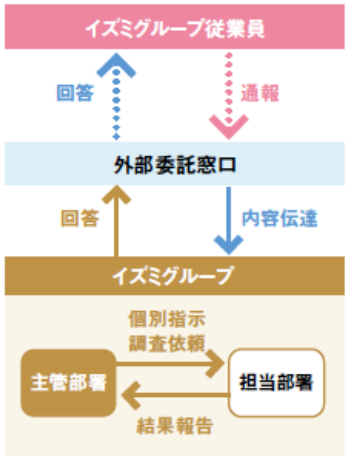
コンプライアンス・リスク管理体制

相談窓口「イズミホットライン」

風通しがよい職場づくりに向けて、相談窓口「イズミホットライン」を開設しています。2026年3月から内部通報制度の外部委託により、心理的安全性の向上および公正性・中立性を確保し、相談体制のさらなる強化を進めています。

内部通報

2025年実績 **214件** ❯ 2030年目標 **200件**



株主の皆さまとの対話を推進

IRコミュニケーションを推進

経営企画部が中心となり、定期的に経営戦略や業績に関して株主・投資家のみなさまとの対話を実施。年4回アナリスト・機関投資家向けの決算説明会を実施している他、個人投資家向け会社説明会を開催するとともに証券会社が企画する個人投資家セミナーへ参加しています。

■ホームページへの掲載情報（IRサイト）

月次売上、決算資料、業績推移、株主情報、株主総会、IRカレンダー、IR Information(English)、ニュースリリース、統合報告書

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

環境・社会・経済に配慮した「持続可能な商品」の取り扱い

環境にやさしい魚を販売

イズミは小売事業者として、日本初の水産エコラベル認証である「マリン・エコラベル・ジャパン」（略称MEL*）を取得しました。2025年7月から認証を受けたかつおとぶりを販売し、お客さまに海洋環境や水産資源の持続可能な利用に貢献できる商品を提供しています。

*MEL認証：水産資源の持続性と環境に配慮した漁業や養殖業を対象とする水産エコラベル

▲店頭の販促物でお客さまにもアピール

SAGAアクポニサーモンを販売

2025年5月から2026年1月の期間、「ゆめタウン佐賀」でSAGAアクポニサーモンを販売しました。アクポニとはアクアポニックスの略で、魚と野菜を同時に育てる次世代のサステナブルな循環型農業のことです。初日から4日間は、佐賀県立高志館高校の生徒さんによる店頭販売を実施し、売場は多くのお客さまでにぎわいました。

▲ゆめタウン佐賀での店頭販売

「ゆめイチ」から「怪獣レモンチューハイ」を発売

「怪獣レモン」とは、見た目が原因で、味や品質は変わらないのに廃棄されたり、安価で取引されているレモンに対して、デザインやアイデアによって新しい価値観を与えて再生する「アップサイクル＝創造的再利用」された瀬戸内産レモンです。地域で生まれた取り組みに参加することで、生産者・企業・消費者をつなぎ、地域の価値を高め、農業と食文化の発展に貢献していきます。

怪獣レモン チューハイ　　怪獣レモン チューハイ無糖　　怪獣はっさく チューハイ

▲イズミグループ各店にて販売中（一部店舗を除く）

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

実効性のある体制を構築し、適正で健全な経営を進めていきます

- お客さま満足の実現を通じて企業価値の最大化を図ることで、ステークホルダーの期待に応える
- 高い倫理観をもって社会的責任を果たしつつ、地域社会へ貢献
- 経営組織や諸制度を整備し、透明性、公正性を高めることを重要な課題の1つと位置づけ
- 取締役会の監督機能の強化、財務の信頼性の確保、業務の有効性と効率化の向上に取り組む
- 「経営会議」、「指名・報酬委員会」を組成、権限移譲の実効性をさらに向上させる

2026年5月～
小売に精通した社外取締役を新たに加え、
取締役会の実効性を強化

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