

2024年2月期（FY23） 第1四半期 決算説明会

2023年7月11日
株式会社イズミ
(証券コード 8273)

I 2024/2期 (FY23) 1Q 決算概要

スライド番号

1	エグゼクティブサマリー	3
2	連結サマリー	4
3	連結PL実績	5
4	単体PL実績	7
5	連結BS・単体BS	10
6	連結CF	11
7	業績計画	12

1Q連結決算は、ウイズコロナへの移行が急速に進展し、「ゆめタウン」の業績が好転するとともに、小売事業、小売周辺事業ともに好調

1Q

- 消費者のウイズコロナへの急速な意識シフトが進むとともに、繰越需要の解消も相まって、「ゆめタウン」の業績が好転し増収、各段階利益はいずれも増益（営業利益は+3億円）で着地
- 既存店売上高前年比は、+4.8%（注1）、直営計では+3.8%（注2）と、テナント、ライフスタイルが好調に転じ、営業総利益が 約22億円 増加した
- 販管費は、店舗業績の好転などによるランニングコストの増加（約9億円）の一方、水道光熱費の増加（約6億円）、積極投資（約4億円）の実施により、約19億円増加した

2Q以降の見通し

- 1Qは、利益計画をやや上回るペースだが、消費者のマインドは節約方向に傾いていることに対して、バジェット商品のラインナップを強化してきた
- 2Q以降、オケージョン・低価格の両需要をキャッチアップする体制により計画達成を目指す

（注）

1. 単体、テナント売上・消化仕入等を含む「収益認識基準」適用前の総額営業収益ベース
2. 単体、消化仕入等を含む「収益認識基準」適用前の総額営業収益ベース

「ゆめタウン」をはじめ、主力である小売事業の業績が好転し増収、各段階利益はいずれも増益

- 営業収益 前期比 103.8% (総額営業収益の前期比は104.7%)
- 営業利益 前期比 103.6%
- 経常利益 前期比 104.8%
- 四半期純利益 前期比 104.4%

2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。なお、2022年度の前年同期比については、同基準適用前と収益の会計処理が異なることから記載していません。なお、参考として当該会計基準等を適用する前の数値に組替えた営業収益を「総額営業収益」として表欄外に記載しています。

【新基準】 単位 百万円	連結					
	2024/2期 1Q		前期 1Q		計画 1Q	
	実績	前期比	実績	前期比	計画	前期比
営業収益 *1	114,314	103.8%	110,112	-		
営業利益	8,150	103.6%	7,868	-		
経常利益	8,324	104.8%	7,940	-		
四半期純利益 *2	5,529	104.4%	5,295	-		
総資産	485,251		478,541	(期末実績)		
純資産	280,786		278,104	(期末実績)		
*1 総額営業収益	178,461	104.7%	170,394	103.3%		
*2 四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益です。						
1 株利益	77.35円		74.09円			
1 株純資産	3,742.58円		3,706.99円	(期末実績)		
自己資本比率	55.1%		55.4%	(期末実績)		

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

- 営業収益 単体既存店を主要因とし+4,202百万円の増収、営業総利益の営業収益比は+0.4pt向上
- 営業利益 販管費はランニングコスト増、積極投資、水光費などで+0.5pt上昇、営業利益は7.1%と前期並み
- 経常利益 支払利息の減少などで、経常利益は、7.3%と0.1pt向上
- 四半期純利益 特別損益にて店舗閉鎖損失の一方、補助金収入を計上し、四半期純利益は4.8%と前期並み

【新基準】 単位 百万円	連結						
	2024/2期 1Q			前期 1Q		計画 1Q	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
営業収益	114,314	100.0%	103.8%	110,112	100.0%		
売上高	100,369	87.8%	103.5%	96,976	88.1%		
売上総利益	33,729	29.5%	104.4%	32,322	29.4%		
営業収入	13,945	12.2%	106.2%	13,135	11.9%		
営業総利益	47,674	41.7%	104.9%	45,458	41.3%		
販管費	39,524	34.6%	105.1%	37,589	34.1%		
営業利益	8,150	7.1%	103.6%	7,868	7.1%		
営業外損益	174	0.2%	242.6%	72	0.1%		
経常利益	8,324	7.3%	104.8%	7,940	7.2%		
特別損益	△7	0.0%	—	42	0.0%		
四半期純利益※	5,529	4.8%	104.4%	5,295	4.8%		

※ 四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益です。

小売事業・小売周辺事業ともに好調

- 小売事業は、ウィズコロナに即対応した品揃え・サービス提供態勢が奏功し、GMS好調、SMも堅調
- うち、イズミ（単体）は、別途説明
- 小売周辺事業では、小売事業の販売が好調に推移したことから、関連する業務の取扱高・販売高が伸長
- イズミ・フード・サービスの営業収益はコロナ前を上回り、主力業態の「お好み一番地」が大きな増益要因

【新基準】 単位 百万円	連結 営業収益					連結 営業利益				
	2024/2期 1Q			前期 1Q		2024/2期 1Q			前期 1Q	
	実績	構成比	前期比	実績	構成比	実績	構成比	前期比	実績	構成比
小売事業	109,999	96.2%	103.7%	106,106	96.4%	6,664	81.8%	100.3%	6,643	84.4%
小売周辺事業	10,698	9.4%	108.4%	9,871	9.0%	1,339	16.4%	127.9%	1,047	13.3%
その他・調整額	△6,383	△5.6%	-	△5,866	△5.3%	145	1.8%	-	176	2.2%
連結合計	114,314	100.0%	103.8%	110,112	100.0%	8,150	100.0%	103.6%	7,868	100.0%

小売事業

(株)イズミ（単体）	89,822	78.6%	103.8%	86,493	78.6%
(株)ゆめ마트熊本	6,360	5.6%	103.7%	6,134	5.6%
(株)ゆめ마트北九州	6,327	5.5%	104.5%	6,055	5.5%
(株)ユアーズ	5,636	4.9%	103.4%	5,451	5.0%

小売周辺事業

(株)ゆめカード	2,123	1.9%	103.0%	2,060	1.9%
(株)イズミテクノ	4,288	3.8%	104.1%	4,120	3.7%
イズミ・フード・サービス(株)	1,653	1.4%	117.8%	1,403	1.3%

(各社の営業利益は、のれん償却前の数値です。)

	6,361	78.1%	97.2%	6,542	83.2%
	258	3.2%	327.8%	78	1.0%
	145	1.8%	101.8%	142	1.8%
	87	1.1%	166.9%	52	0.7%
	486	6.0%	100.4%	484	6.2%
	535	6.6%	121.9%	439	5.6%
	99	1.2%	321.8%	31	0.4%

既存店が増収基調に転じ増益要因の一方、積極投資による経費増で減益も利益は計画線

- 営業収益 既存店を主要因とし+3,329百万円の増収、営業総利益の営業収益比は前期並み
- 営業利益 販管費はランニングコスト増、積極投資、水光費などで+0.5pt上昇、営業利益率は7.1%と△0.5pt
- 経常利益 支払利息の減少などで、経常利益率は、7.3%と△0.4pt
- 四半期純利益 特別損益にて店舗閉鎖損失の一方、補助金収入を計上し、四半期純利益は5.0%と△0.4pt

【新基準】 単位 百万円	単体						
	2024/2期 1Q			前期 1Q		計画 1Q	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
営業収益	89,822	100.0%	103.8%	86,493	100.0%		
売上高	76,069	84.7%	103.2%	73,680	85.2%		
売上総利益	25,394	28.3%	102.1%	24,875	28.8%		
営業収入	13,752	15.3%	107.3%	12,812	14.8%		
営業総利益	39,147	43.6%	103.9%	37,688	43.6%		
販管費	32,785	36.5%	105.3%	31,145	36.0%		
営業利益	6,361	7.1%	97.2%	6,542	7.6%		
営業外損益	172	0.2%	167.8%	102	0.1%		
経常利益	6,534	7.3%	98.3%	6,645	7.7%		
特別損益	△40	0.0%	—	158	0.2%		
四半期純利益	4,446	5.0%	94.5%	4,707	5.4%		

消費行動の変化に即対応、オケージョン消費への回帰が追い風となり好調に推移

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

【新基準】 単位 百万円	単体 売上				
	2024/2期 1Q			前期 1Q	
	実績	構成比	前期比	実績	構成比
ライフスタイル	22,147	29.1%	104.3%	21,238	28.8%
食料品	53,922	70.9%	102.8%	52,442	71.2%
合計	76,069	100.0%	103.2%	73,680	100.0%

2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。また、売上構成について2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。これに伴い、2022年度第1四半期のライフスタイルの数値を組替えています。

【新基準】	単体 売上総利益率		
	2024/2期 1Q		前期 1Q
	実績	前期差	実績
ライフスタイル	36.0%	△0.7pt	36.7%
食料品	32.3%	△0.3pt	32.6%
合計	33.4%	△0.4pt	33.8%

2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。また、荒利益について、2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。これに伴い、2022年度第1四半期のライフスタイルの数値を組替えています。

既存店売上高前年比	
	2024/2期 1Q実績
ライフスタイル	104.8%
食料品	103.3%
直営計	103.8%
テナント	106.0%
単体計	104.8%

※直営計の内訳

客数	100.6%
客単価	103.0%
1品単価	106.0%
買上点数	97.2%

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）」等を適用しておりますが、当該会計基準等を適用する前の数値にて記載しています。また、既存店売上高前年比について2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。これに伴い、2022年度第1四半期のライフスタイル並びに直営計の数値を組替えています。

販管費は約16億円増加し、営業収益比は36.5%と0.5pt 上昇

- 人件費 新店人員増、昇給等による増加の一方、適正なMHコントロールに努めた
- 水道光熱費 高止まりする電力料金などの費用低減を図るべく、電力使用量の削減を図った
- その他 既存店活性化、次期の新店への先行費用など（前期比で約+4億円）を実施
うち、創業経費は減少（△約5億円、前期 約8億円、当期 約3億円）

【新基準】 単位 百万円	単体					生産性指標		
	2024/2期 1Q			前期 1Q		金額単位 千円	2024/2期 1Q実績	前期 1Q実績
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比			
営業収益	89,822	100.0%	103.8%	86,493	100.0%	1人当たり売上	6,303	6,162
営業総利益	39,147	43.6%	103.9%	37,688	43.6%	1人当たり荒利	2,104	2,080
販管費	32,785	36.5%	105.3%	31,145	36.0%	1人当たり人件費	1,022	989
人件費	12,328	13.7%	104.2%	11,828	13.7%	人件費/売上比率	16.2%	16.1%
減価償却費	3,057	3.4%	101.1%	3,025	3.5%	人件費/荒利益比率	48.5%	47.6%
賃借料	2,453	2.7%	101.6%	2,416	2.8%			
店舗管理費	3,037	3.4%	101.7%	2,986	3.5%			
水道光熱費	3,144	3.5%	122.7%	2,563	3.0%			
広告宣伝費	2,135	2.4%	104.8%	2,037	2.4%			
その他	6,628	7.4%	105.4%	6,287	7.3%			

積極投資に転じ、新店先行投資、既存店活性化及びDX投資等への投資を実施

- 総資産 新店先行投資、既存店活性化及びDX投資等の投資額は 9,410百万円を実施
受取手形、売掛金及び契約資産は、クレジット取扱高の増加等で 4,048百万円増加
- 負債 店舗新設に係る設備未払金の増加等により 4,101百万円増加
- 純資産 内部留保の上積みにより 2,384百万円増加

単位 百万円	連結			単体		
	2024/2 1Q期末			2024/2 1Q期末		
	実績	構成比	増減額	実績	構成比	増減額
総資産	485,251	100.0%	+6,709	419,175	100.0%	+6,788
現預金	9,364	1.9%	△966	7,539	1.8%	△1,069
受取手形売掛金及び契約資産	51,541	10.6%	+4,048	10,834	2.6%	+1,967
有形固定資産	333,271	68.7%	+5,061	277,331	66.2%	+5,613
その他	91,073	18.8%	△1,433	123,469	29.5%	+277
負債	204,465	42.1%	+4,028	203,858	48.6%	+5,446
支払手形買掛金	28,632	5.9%	+2,556	20,634	4.9%	+1,796
有利子負債	73,050	15.1%	△3,501	97,089	23.2%	△3,047
その他	102,782	21.2%	+4,973	86,134	20.5%	+6,697
純資産	280,786	57.9%	+2,681	215,316	51.4%	+1,342
自己資本	267,579	55.1%	+2,543	215,316	51.4%	+1,342
非支配株主持分	13,206	2.7%	+138	—	—	—

営業CF は +9,466百万円と堅調

- 営業CF 堅調な業績による税金等調整前四半期純利益8,317百万円の収入
- 投資CF 新店先行投資、既存店活性化及びDX投資等への支出で△3,727百万円
- 財務CF 有利子負債の純増減で△3,501百万円、配当金で△3,145百万円の支出

単位 百万円	2024/2期 1Q	前期 1Q
営業CF	9,466	9,225
税金等調整前純利益	8,317	7,983
非資金性損益 (減価償却費等)	4,244	4,079
営業活動に係る債権債務増減	914	1,477
法人税及び利息受払	△ 5,716	△ 5,765
その他	1,706	1,450
投資CF	△ 3,752	△ 2,310
設備投資	△ 4,189	△ 2,791
その他	436	481
財務CF	△ 6,680	△ 8,623
有利子負債	△ 3,501	△ 5,516
その他	△ 3,179	△ 3,107
現預金増減等	△ 966	△ 1,708

営業収益は+4.2%の成長、積極投資によるコスト先行、水道光熱費増を見込む計画は変更なし

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

*1 2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。なお、2022年度の前年同期比については、同基準適用前と収益の会計処理が異なることから記載していません。なお、参考として当該会計基準等を適用する前の数値に組替えた営業収益を「総額営業収益」として表欄外に記載しています。

単位 百万円	連結				単体			
	2024/2 期				2024/2 期			
	通期		上期		通期		上期	
	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比
営業収益 *1	476,600	103.6%	230,300	102.8%	377,300	103.9%	181,300	102.9%
営業利益	31,000	92.1%	14,200	90.5%	23,800	86.3%	10,900	84.8%
経常利益	31,000	90.1%	14,200	89.3%	23,800	84.4%	10,900	83.4%
当期純利益*2	19,100	82.4%	8,900	83.7%	14,900	75.4%	7,000	74.7%
*1 総額営業収益	730,000	104.2%	353,600	104.1%	683,900	104.3%	330,700	104.1%

*2 連結の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

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

「収益認識に関する会計基準」の影響項目について

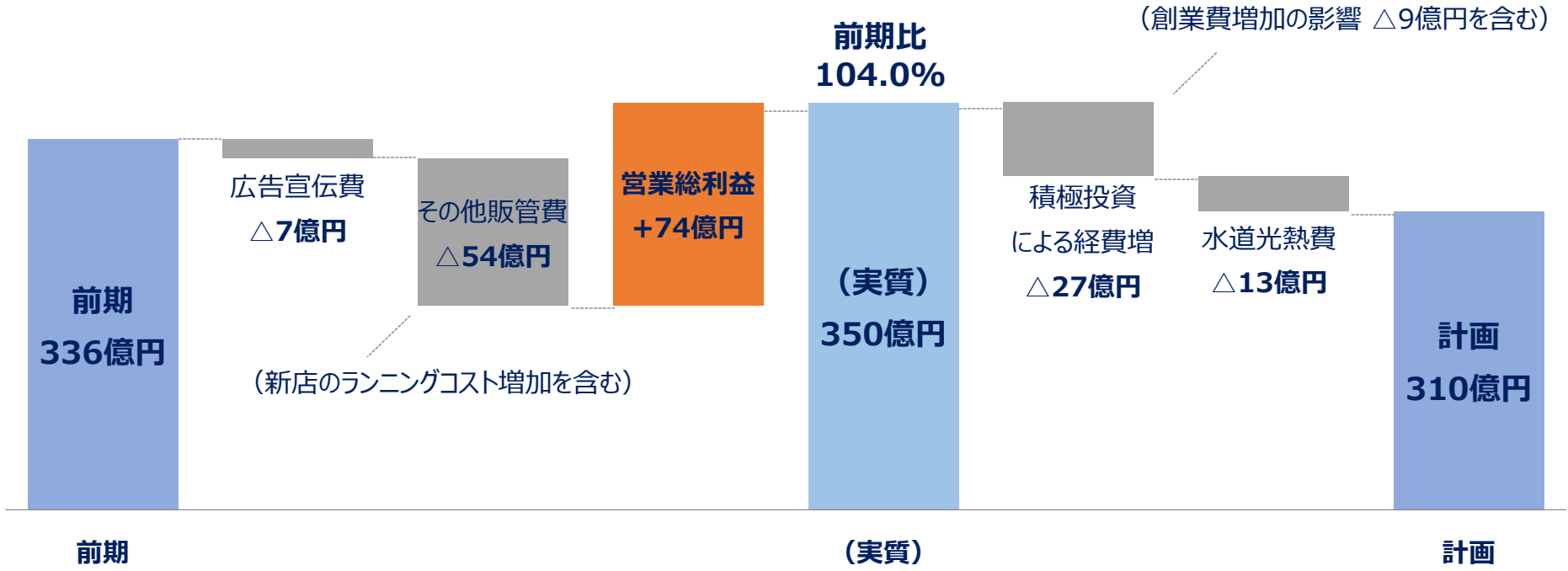
- テナント売上 : 売上総利益から営業収入へ計上 *
- 消化仕入 : 売上総利益から営業収入へ計上 *
- センターフィー : 営業収入から売上総利益へ計上
- 電気代等収入 : 販管費（戻り）から営業収入へ計上
- その他

* 代理人取引として総額から純額計上とした項目

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

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

営業利益の変動 (億円)



イズミ単体の前提

ご参考

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

※月次売上は「収益認識に関する会計基準」等を適用前の総額営業収益ベースの数値にて記載しています。

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

注 当期より、エクセル部をライフスタイルへ含めて表示しています。

既存店売上高前年比	
	2023年度 6月実績
ライフスタイル	101.8%
食料品	102.3%
直営計	102.2%
テナント	102.0%
イズミ計	102.1%

※直営計の内訳

客数	98.3%
客単価	104.0%
1品単価	105.0%
買上点数	99.0%

2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準 (企業会計基準第29号)」等を適用しておりますが、当該会計基準等を適用する前の数値にて記載しています。また、既存店売上高前年比について2023年度第1四半期よりエクセル部の数値をライフスタイルに含めて記載しています。これに伴い、2022年度第1四半期及び通期のライフスタイル並びに直営計の数値を組替えています。

経営理念

「社員が誇りと喜びを感じ、 地域とお客さまの生活に貢献し続ける」

本資料には、当社及び関係会社の将来についての計画や戦略、業績に関する予測及び見通しの記述が含まれています。また、経済動向や個人消費、市場概要、税制や諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでいます。実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性があることをご承知おきください。



[統合報告書
2022](#)



[社会・環境報告書
2022](#)

[▶イズミHPサステナビリティサイト](#)



本資料に関するお問合せ先

株式会社イズミ 経営企画部 経営企画課 向井・綿味・下川

電話 082-264-5994 / FAX 082-261-5895

補足資料

Ⅲ 補足資料

スライド番号

グループ店舗網 ドミナント戦略

17

ESG（環境・社会・ガバナンス）

19

グループ店舗網 ドミナント戦略

中四国・九州で店舗展開 189店舗

(2023年5月末現在)

主な会社名	本社所在地	主な業態	地域ごとの店舗数 (店)				
			九州	中国	四国	その他	合計
イズミ	広島市	SC (ゆめタウン・LECT) ※	19	37	4	2	62
		NSC (ゆめモール)	2	2	-	-	4
		SM (ゆめマート)	13	19	-	-	32
		その他	2	2	-	2	6
		小計	36	60	4	4	104
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)	23	-	-	-	23
ゆめマート北九州	北九州市	SM (ゆめマート)	24	7	-	-	31
その他		SM	-	-	6	-	6
合計			83	92	10	4	189

*上記のうち、「ゆめマート」(ストアブランド)

62 28 - - 90

※ 中国地方にLECT 1店舗含む

既存店の競争力

既存店売上高前年比 2013年度～ (%)

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

	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
イズミ	102.7	101.8	101.4	101.5	99.2	99.4	99.1	89.7	101.1	103.5	104.1
全国	100.2	99.1	101.3	98.8	99.6	99.2	98.8	100.7	103.1	101.0	-
かい離	+2.5	+2.7	+0.1	+2.7	-0.4	+0.2	+0.3	-11.0	-2.0	+2.5	-

2023年度 月別 (%)

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
イズミ	105.4	105.8	103.0	102.1									104.1
全国	101.5	103.4	101.3	-									-
かい離	+3.9	+2.4	+1.7	-									-

※ 出典 全国は、日本チェーンストア協会 累計は当社が算出

1 店舗屋上での太陽光発電



再生可能エネルギーの活用店舗を拡大

2021年から再生可能エネルギー活用拡大に向け、店舗へのPPA「Power Purchase Agreement (電力販売契約)」モデルの導入を19店舗で開始。大型店から小型店まで、屋根や屋上に太陽光発電パネルを設置。今後も検証・設置を推進します。

太陽光パネル
設置店舗数 **21** 店舗 (2022年6月現在)

太陽光発電による
CO₂排出量削減 **3,280** t-CO₂



▲太陽光発電パネルが設置された「ゆめマート日田」

2 電気式の空調設備を導入



空調設備更新によるCO₂排出量の削減

従来型の重油式空調設備を設置している既存店では、リニューアルなどの際に電気式空調設備への更新を進めています。導入により、CO₂排出量を約半分に削減。地球温暖化防止に努めます。



▲受雷型の重油式空調設備



▲導入を進めている電気式空調設備

3 店舗でのCO₂排出量削減活動



冷蔵・冷凍ケースでの節電

食品の品質や鮮度を守るため、冷蔵・冷凍ショーケースは売場に欠かせない設備です。全店で「インバーターシステム」を導入。一元管理を行い、自動で24時間最適な庫内温度を保ちながら、消費エネルギーを削減しています。



▲縦型の冷凍ショーケース

塔屋の照明消灯などを開始

2022年4月1日、イズミグループ全店で「ライトオフプロジェクト」を開始。店舗塔屋（屋上看板）の照明は20時以降消灯、空調の設定温度を1℃上げるなどの取り組みを実施。従業員による省エネ活動も同時に強化し、消費エネルギー削減を進めています。



▶店頭のお知らせポスター

4 食品ロスの低減活動



「もぐもぐチャレンジ」導入、40店舗に拡大 (2022年3月現在)

2021年4月から導入。賞味・消費期限が近い商品に貼られたシールを10枚集めると、景品が当たる仕組みです。店頭ボードにシールを貼ると、1枚につき1円を店舗からこども食堂へ寄付。食品ロス削減と社会貢献が同時にできる取り組みです。



▲店頭を設置している「もぐもぐチャレンジ」コーナー

1 地域との連携での取り組み



「広島大学スマートシティ共創コンソーシアム」に参画

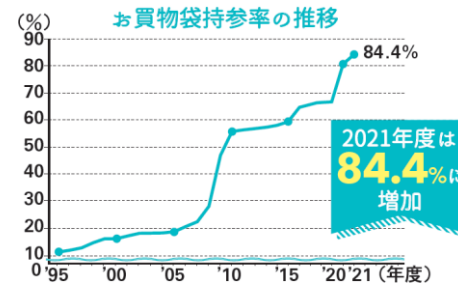
2023年2月、広島大学が、東広島市、民間企業10社と共に立ち上げた取り組み。持続可能な未来社会像実現のために、産学民が一体となって、スマートキャンパスまたはスマートシティの形成に資する活動を行い、その成果を周辺地域に社会実装することでイノベーションを創出することを目的としています。より便利に、よりスマートなお買い物を提案し、また各店舗を地域活性化の拠点としてご活用いただけるように取り組み、地域とお客さまの生活に貢献してまいります。

5 店頭でのプラスチック削減活動



お客さまと共に環境負荷を低減

約25年続けているお買物袋持参運動が実を結び、2021年度の持参率は84.4%に上昇。また、2021年11月から、全店で植物由来のポリエチレン「バイオマスプラスチック」を25%配合したレジ袋の使用を開始。石油資源の節約とCO₂排出量の削減に繋がっています。



▶バイオマスプラスチックのマーク

2 安心・安全な商品を通じた社会貢献



食品の品質管理徹底のための体制を構築

従業員は毎日決まった時間に鮮度や産地、日付チェックなどを欠かさず実施。全店に食品品質チェッカーを配属し、定期的な勉強会で意識を高め、鮮度管理に当たっています。安全・安心な商品を提供するため、自社に検査室を開設。科学的に検証し、品質の管理維持に努めています。



▲衛生的な食材の扱いを研修



3 女性の活躍推進

子育てと仕事の両立を支援する企業主導型の保育施設

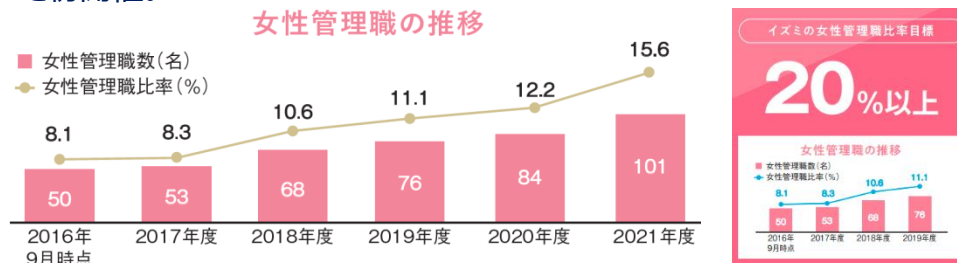
「ゆめタウン光の森」と「ゆめタウン廿日市」の2店舗に設置。2021年4月に開園した「ゆめタウン廿日市」の「ゆめジャングルほいくえん」は、毎週水曜以外は土・日・祝日も開園。生後2カ月から小学校入学前のお子さんを預かっています。



▲広々とした「ゆめジャングルほいくえん」

「ゆめCanプロジェクト」で管理職の活躍を後押し

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、「女性管理職比率20%以上」の目標実現に取り組んでいます。年々、店長や次長になる女性が増加し、2021年には「女性管理職ミーティング」を初開催。



1 ガバナンス強化への取り組み

TCFD提言への対応

当グループは気候変動を含む環境問題への対応を重要な経営課題と認識しており、事業への影響を想定し、リスクマネジメント強化に取り組んでいます。2022年6月、気候変動に起因する金融市場の不安定化リスクの低減を目的としたTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)の提言に賛同。「ガバナンス、戦略、リスク管理、指標と目標」の情報開示フレームワークに基づき情報開示に努めます。



2 将来への経営幹部育成

経営人材育成プログラム「イズミ大学」を開校

2021年7月、将来の経営を担う人材を社内から育成する「イズミ大学」を開校。イズミグループの第3創業期として、将来の経営人材を2年間のプログラムで計画的に育成する仕組みです。課長・店長、部長・支配人、執行役員、取締役の各段階から選抜します。



▲イズミ大学 育成イメージ



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

