



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
<https://www.izumi.co.jp/>



株式会社 イズミ



you me

夢を見つめ、カタチに。

株式会社イズミ 統合報告書

Integrated Report 2022

一つひとつの地域に
「新しい価値」と「新たなまちづくり」を提供し、
地域一番店を目指します。

創業以来、「地域一番店」を目指し、便利さ、快適さ、楽しさを提供できる店づくりを進めてきたイズミグループ。
店舗をひとつの街として捉え、大型ショッピングセンター「ゆめタウン」をはじめとする各地で、
さまざまな商品やサービスをお届けしています。そして、これから私たちが目指すのは、
「店舗」という概念を超えた新しい「まちづくり」です。私たちの店舗を、地域とのつながりの拠点、
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んでいきます。

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

イズミのDNA

革新
現状に甘んじず、
発想を変えて切り拓く。

スピード
良いことは、すぐやる。
今やる。できるまでやる。

挑戦
常に前向き、何事も恐れず、
果敢に行動する。

イズミのDNA



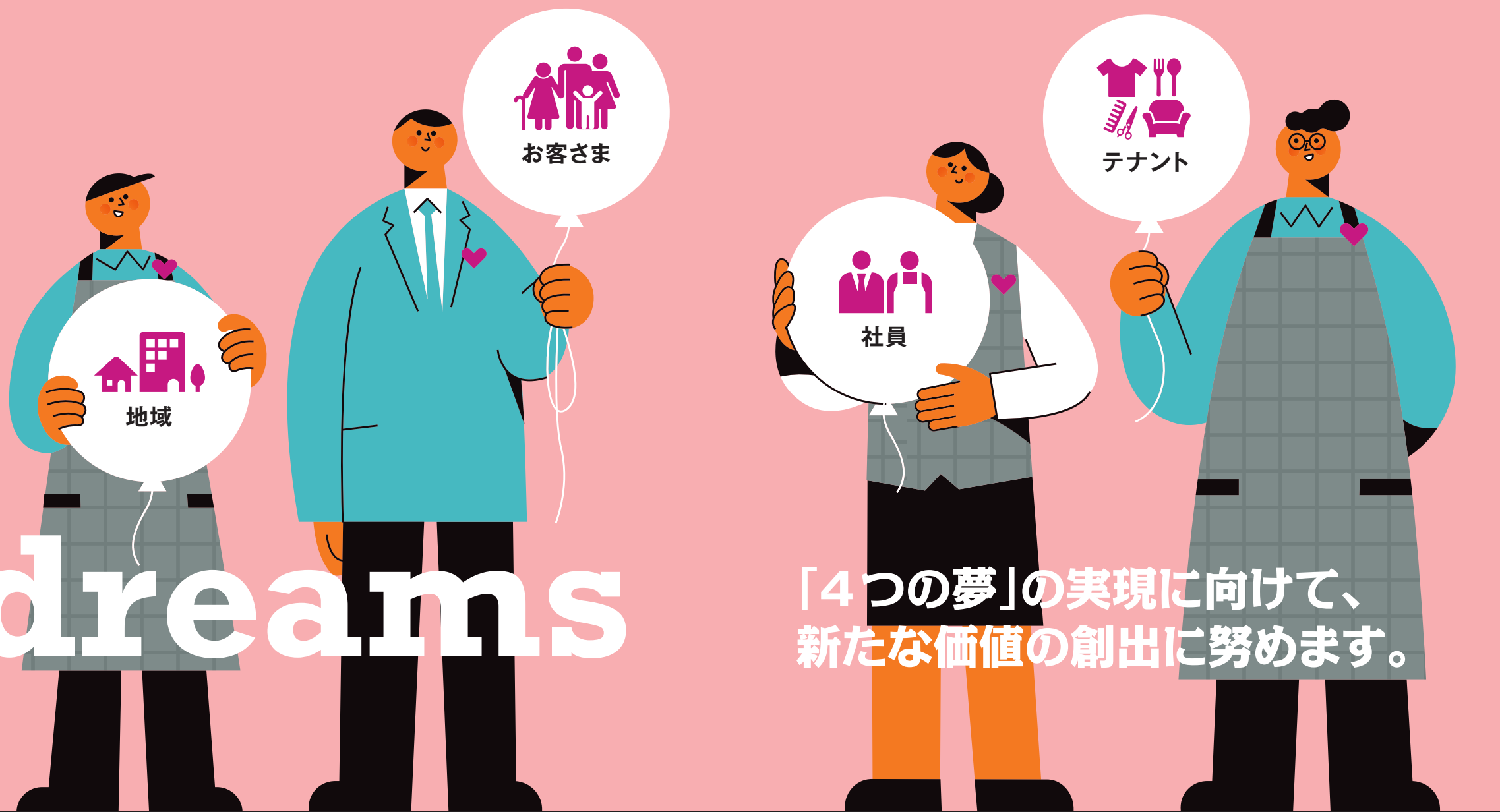
私たちには夢があります。ゆめタウンとともに育ってきた「4つの夢」です。
地域、お客さま、テナント、社員。つながりながら、支え合いながら、「その地域
に今までなかったものを、その地域でNo.1の商品を」提供していきたい。そこ
から驚きと感動が生まれ、新たな価値が生まれます。広く深くつながりながら、
地域一番店へ。夢はまだまだ大きく、ふくらんでいきます。

目次	編集方針
イズミグループについて 理念 01 4つの夢 03 あゆみ 05 事業紹介 07 財務・非財務ハイライト 09 価値創造戦略 トップメッセージ 11 価値創造モデル 15 イズミの基盤を支える力 17 イズミのマテリアリティ 18 DNAを受け継ぐ人材の育成 19 3つの小売業態 21 小売事業の戦略 23 グループ活動報告 27	価値創造の基盤 サステナビリティマネジメント 29 環境 31 お客さま 33 地域 34 テナント 35 社員 36 ガバナンス 37 財務・企業情報 11年間のサマリー 43 会社情報・株式情報 45 報告対象期間 2021年3月1日～2022年2月28日 (一部に2022年3月以降の活動内容も含みます) 参照ガイドライン ●国際統合報告評議会(IIRC) 「国際統合報告フレームワーク」 ●GRI「サステナビリティ・レポーティング・ スタンダード」 ●経済産業省「価値協創ガイダンス」 発行時期 2022年8月



イズミグループについて |
4つの夢

4 dreams



「4つの夢」の実現に向けて、
新たな価値の創出に努めます。

雇用創出や商店街との回遊性を構築することによって活気を生み、経済効果をもたらします。

ドミナント戦略による出店で、地域の雇用機会を促進。行政や商店街、NPOとの連携による地産地消活動や、災害時に地域のライフラインとしての役割を担うなど、地域を活性化させることで、経済が豊かになると考えています。

高品質な商品とサービスの提供を通して、より便利で快適な暮らしへと導きます。

お客さまのニーズにきめ細かく対応すべく、百貨店と比肩する付加価値の高い商品の品ぞろえや、店舗ごとに企画や運営の工夫を重ねられる方式を採用。全店舗でのバリアフリー化、AEDの導入など、安全・安心面の整備にも注力しています。

地域への貢献を誇りや喜びとし、人間的成長につながるやりがいを生み出します。

従業員の自主性を尊重したキャリアプランや、階層別・目的別に応じた教育制度を整備。自分で将来のキャリアを設定し、ステップアップできる環境です。また、役職ではなく各自の責任・権限に応じて収入を決定する制度を導入。一人ひとりが生き生きと活躍できる体制を築いています。

「ゆめタウン」を舞台に店舗づくりの成功事例を作り、さらなる発展につなげます。

「ゆめタウン」では直営売場とテナントさまのショップを業種ごとにミックスして配置しています。共同での販促実施や店内の回遊性向上を図る他、テナントさまの採用活動支援など、当社グループとテナントさまが共存共栄できるよう取り組んでいます。

半世紀を超え、大きな夢を描き続けてきた成長の軌跡です。

1961年 株式会社いづみ設立 第1号店オープン

山西義政前社長は、社会や消費者の動向を観察しながら、最もお客さまに近い場である「小売業」の時代が来ると確信。広島県下、初となる本格的スーパーをオープンしました。



いづみ1号店



いづみ祇園ショッピングセンター

1973年 郊外型ショッピングセンター 「祇園店」をオープン

自動車の普及に伴い、当時、中国地方では初、全国でも珍しい郊外型大規模店をオープン。500台もの無料駐車場を備えました。

1990年 ゆめタウン、始動

小売店舗展開に注力してきたイズミは、地元主導型のショッピングセンターへ核として入店する形を主としました。そこから「ゆめタウン」という新しいまちづくりへの挑戦をスタートしました。



ゆめタウン東広島



LECT



ゆめタウン遠賀



ゆめタウン広島

1995年 九州地区へ出店開始

人口密度の高さやその伸び率の高さ、競合の少なさなどを考慮し、関西ではなく、九州へ進出。大型店のシェアが低い地方エリアに圧倒的地域一番店を築く戦略を、九州はもちろん、西日本各地への出店戦略にも展開しました。

2008年 創業の地、広島へ回帰

少子高齢化時代を見据えた三世代型店舗のモデル確立を推進。九州で培ったノウハウを活かし、施設、サービス、商品など、あらゆる面において品質向上を目指しました。

2017年 知・食・住を テーマにした 「LECT」オープン

レストランやフードコート、食品スーパーからなるイズミが「食」のゾーン、生活提案型の新しいホームセンターカインズが手掛ける「住」のゾーン、「知」の要素を担うT-SITEが、豊富な書籍と知的な生活提案でシームレスに結び付いたショッピングセンターをオープンしました。



2021年 イズミ創業60周年

創業60周年を迎えるに当たり、経営理念を見直しました。

2023年2月期(予想)
697,100百万円
(454,300百万円)※

2022年2月期
676,800百万円

※ 2023年度2月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しています。当該会計基準等を適用しない場合は697,100(百万円)となります。

営業収益

1961 1970 1980 1990 2000 2010 2020

社会の変化	1955年～1972年 高度経済成長期	1973年 オイルショック	1979年 第二次オイルショック	1986年～1991年 バブル景気	1991年 バブル崩壊	1997年 消費税率5%へ引き上げ	2008年 リーマンショック	2020年～ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大
-------	------------------------	------------------	---------------------	----------------------	----------------	----------------------	-------------------	-----------------------------

1946年～ 創業期

1946年、焼け野原と化した広島で、山西義政前社長は戸板一枚の露店を始めました。売り物は干し柿。1年後には、衣料の需要増を背景に卸業へ舵を切り、1959年には、小売業への進出を決めました。

1961年～ 発展期

対面式の商売が主流だった時代に「顧客が自分で商品を集め、レジに持っていく」セルフスタイルのスーパーマーケットを開店。1978年には、大阪証券取引所市場第二部、広島証券取引所に同時に上場を果たしました。

1980年～ 成長期

広島での基盤を整えながら、岡山県、山口県と瀬戸内ドミナントを築き、事業領域を拡大。また、ファッションビルのディベロッパーという新業態への進出やITの導入、業界に先駆けた女性登用などを行い、1987年には東証一部上場を果たしました。

1990年～ 躍進期

地元行政や市民との協力関係のもと、地元を活性化するためのショッピングセンター「ゆめタウン」をオープン。社運をかけた九州進出も果たし、西日本各地で地域社会との協働、共栄を目指しました。

2000年～ 変革期

熊本県進出に向けたM&Aの実行や、地域の特色や立地条件に応じたさまざまな形式の店舗展開の推進で収益力を強化。2011年には創業50周年を迎え、次の100年に向け、「1兆円企業」への挑戦を始めました。

2012年～ 新时期

新しいSC(ショッピングセンター)の形「LECT」のオープンや、セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携、自社製造ブランド「zehi」誕生など、商品・サービスの拡大に取り組んでいます。

主力の小売事業を軸に、 地域に根差した店舗運営を行っています。

小売事業

ショッピングセンター、ゼネラル・マーチャダイジング・ストア (GMS)、スーパーマーケットなどの業態による衣料品、住居関連品、食料品などの販売を行っています。

営業収益※

656,914

(百万円)

722,910

659,977

656,914

2020年

2021年

2022年

2月期

2月期

2月期

営業利益※

29,589

(百万円)

26,607

31,217

29,589

2020年

2021年

2022年

2月期

2月期

2月期

食品分野での当社グループシェア※1※2

8.6%

※1 中四国・九州における当社グループ出店県

※2 主要なグループ会社を対象としています

(参考) 2020・2021 食品スーパーマーケット年鑑

その他

57.8%

当社グループ

8.6%

食品売上額

306,377 (百万円)

C社

6.9%

D社

5.3%

E社

3.4%

A社

18.0%

広島県

12.0%

福岡県

7.3%

熊本県

16.8%

ショッピングセンター

家族三代で快適に過ごせる大型商業施設です。直営店舗と旬のテナントを組み合わせ、多様な商品・サービス・時間を提供しています。

近隣型ショッピングセンター

直営の食品スーパーを中心に、ホームセンターや家電量販店、ドラッグストア、飲食店などを集約。大型駐車場を備えるワンストップショッピング対応のモールです。

食品スーパー

日々の食卓を支える、暮らしに密着した食品スーパーです。食料品を中心に、地域に合った商品構成を実践しています。

時間消費型店舗

「知・食・住」をテーマにした、買い物だけでなく、体験型イベントなどが楽しめる時間消費型の店舗です。

● 株式会社イズミ (当社)

連結子会社

● 株式会社ゆめマート熊本

● 株式会社ゆめマート北九州

● 株式会社ユアーズ

● 株式会社デイリーマート

小売周辺事業

クレジット取扱業務、店舗施設管理業務、外食などの小売事業を補完する事業を行っています。

営業収益※

96,419

(百万円)

94,949

94,786

96,419

2020年

2021年

2022年

2月期

2月期

2月期

営業利益※

4,321

(百万円)

4,351

3,458

4,321

2020年

2021年

2022年

2月期

2月期

2月期

カード事業

クレジットカード事業 (ゆめカード) や電子マネー事業 (ゆめか)、トラベル事業、保険代理業など幅広いビジネスを行っています。

施設管理・工事・警備・清掃業

施設管理や工事、清掃、警備業に加え、西日本各地で美術館やスポーツセンター、文化センターなどの指定管理事業なども行っています。

飲食業

イズミの店舗のフードコートを中心に、各種飲食事業を運営。直営店に加え、フランチャイズ店の経営を両輪で手掛けています。

● 株式会社ゆめカード

● 株式会社イズミテクノ

● イズミ・フード・サービス株式会社

● 株式会社ゆめデリカ

その他事業

祖業である卸売業の他、不動産賃貸業などを行っています。

営業収益※

5,079

(百万円)

5,268

5,297

5,079

2020年

2021年

2022年

2月期

2月期

2月期

営業利益※

1,004

(百万円)

1,064

1,172

1,004

2020年

2021年

2022年

2月期

2月期

2月期

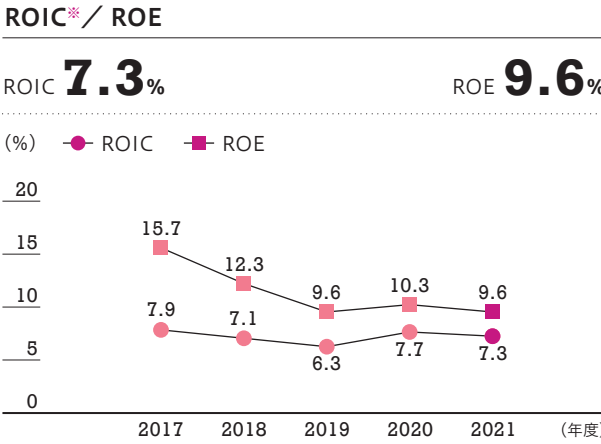
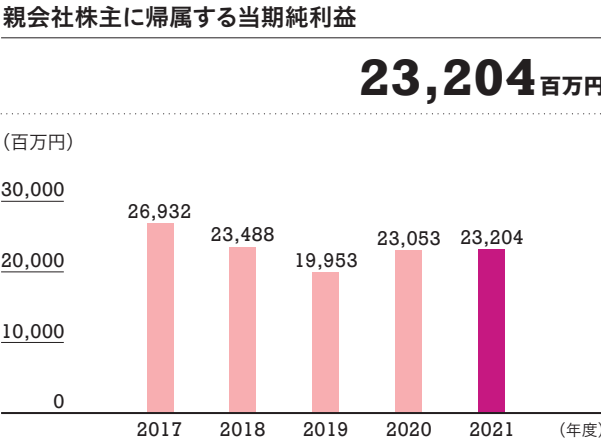
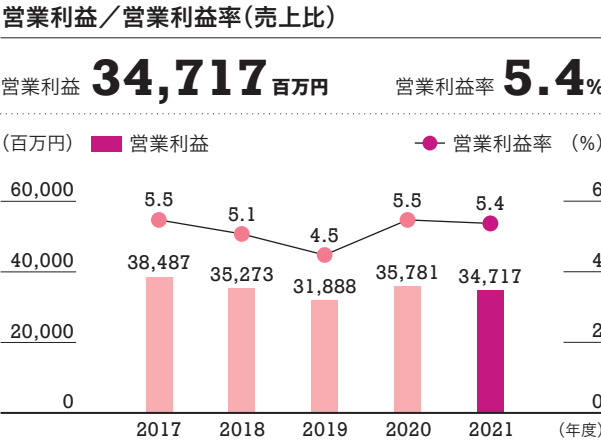
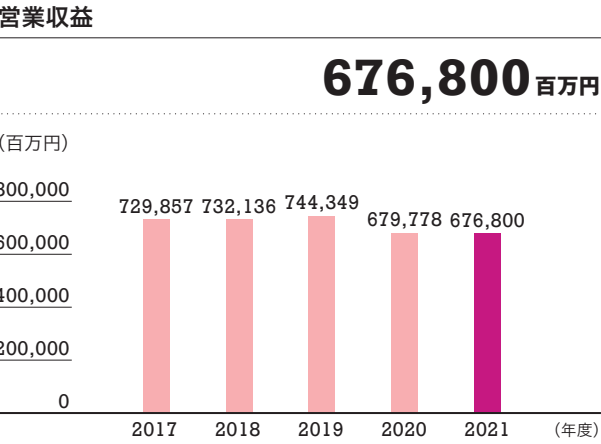
衣料品卸売業

● 株式会社ヤマニシ

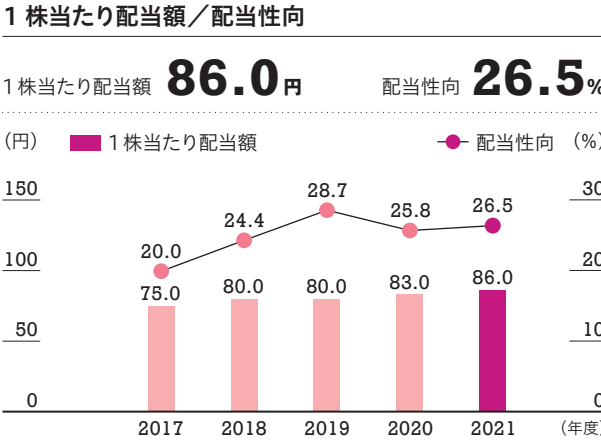
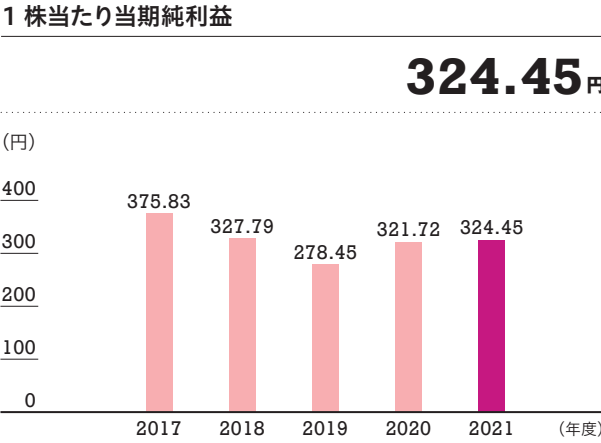
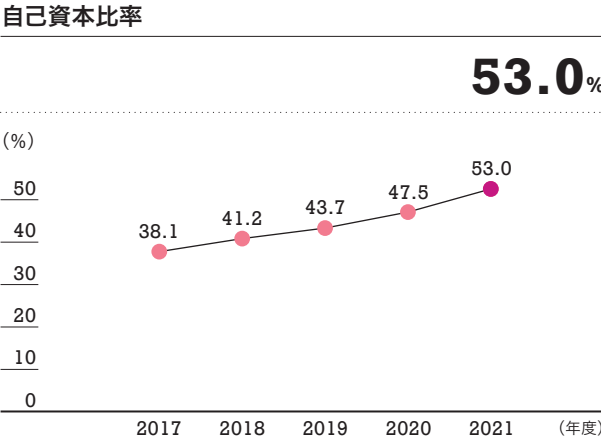
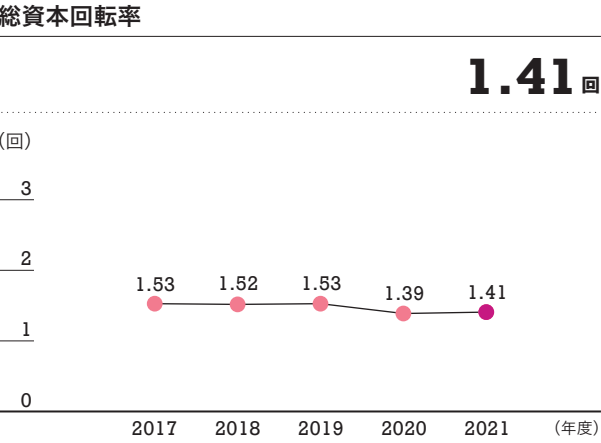
● 株式会社泉不動産

※各事業の営業収益および営業利益はセグメント間の調整額を含んでいます。

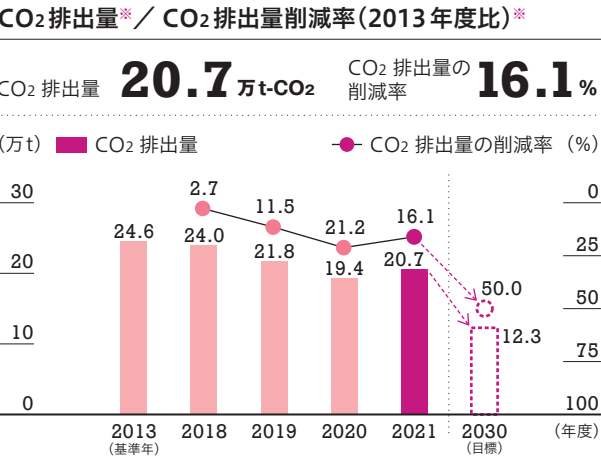
財務データ



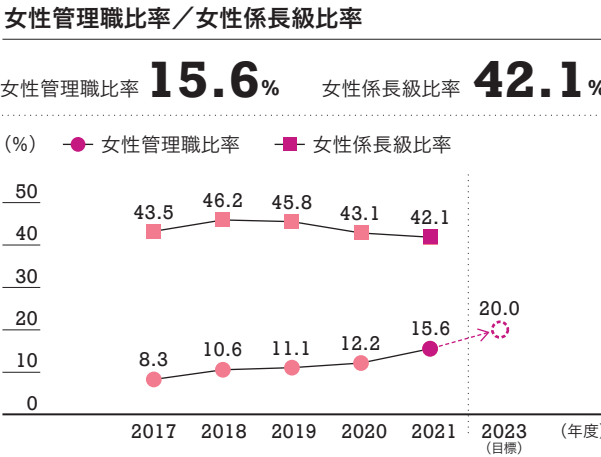
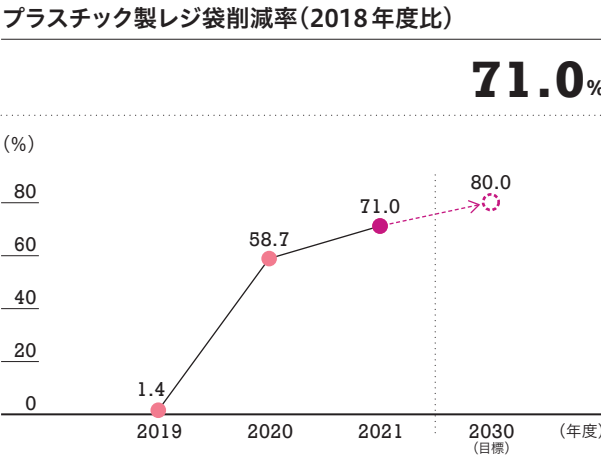
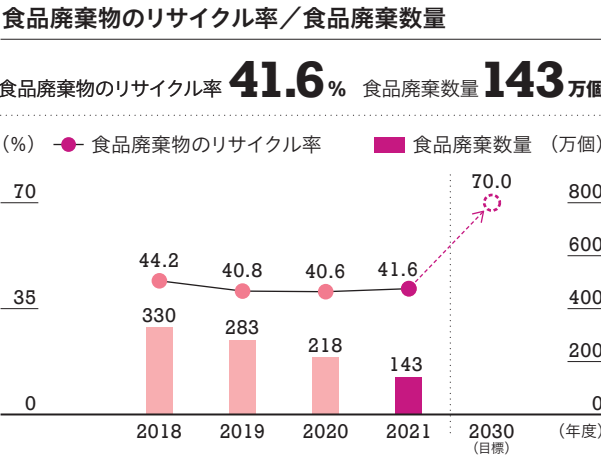
※ 税引後営業利益÷(自己資本+ネット有利子負債)



非財務データ 集計範囲：株式会社イズミ



※ Scope1-2





代表取締役社長
山西 泰明

Top Message

厳しい経営環境のなか、 新たな成長軌道を目指して 第二次中期経営計画を着実に 推進していきます。

イズミが目指す企業像

社員が誇りと喜びを日々感じながら
働き続けられる企業でありたい

「革新」「挑戦」「スピード」、この3つは創業時から受け継がれてきたイズミのDNAです。創業者の山西義政は1961年、前身の衣料製造卸から小売業という未知の世界に飛び込み、中四国初のスーパーマーケットを広島市内に開店しました。以来、時代に先駆けた郊外型大規模店（ショッピングセンター）開業（1973年）、精肉・鮮魚・青果などの生鮮部門の直営展開、自社工場での惣菜生産など、常にスピード感をもって新たなモノ・コトへと大胆に挑戦し、変革を成し遂げ、事業を成長させてきました。

昨年（2021年）創業60周年を迎えたことを機に、「経営理念」を刷新しました。新しい理念は「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」。この変更の肝は「社員の誇りと喜び」を冒頭に持ってきたことです。私たちイズミグループが「お客さま」や「地域」に貢献し続けていくには、従業員が力を思う存分発揮し、人間的な成長を果たしていくことが大前提になる。そのことを社内外にはっきりと示したいと思いました。

よく経営論などで「お客さまと従業員、どちらを重視するか」といった問いがありますが、実は当社の場合、この両者に大きな違いはありません。なぜなら当社で働く従業員の95%以上が地元の方々だからです。彼らはある時は従業員、ある時はお客さま、そしてある時は地域社会を構成する人々です。当社の経営理念体系には「お客さま」「地域」「テナント」「社員」のそれぞれに、どのような価値を提供していくかを示した「4つの夢」（P.3-4参照）がありますが、実はそれらの「夢」もまた、さまざまな側面で重なり合っています。

主役は「地域」。それぞれの地域に暮らす人々が、従業員として、お客さまとして、あるいはテナントとして、一緒になってより良い店づくりやまちづくりを目指していく。こうした発想は、ナショナルチェーンやグローバル企業にはないものでしょう。それがイズミの目指す「地域一番店」の意味であり、当社グループの最大の強みであると私は信じています。

2021年度の業績総括

売上・利益は前年並みにとどまるも
収益体質の改善は着実に進展

2021年度（2022年2月期）を振り返ると、4～9月までは繰り返し発出された緊急事態宣言・まん延防止等重点措置（以下「まん防」）によって大型商業施設への人流が大幅に抑制され、一部地域の店舗では売場の休業を余儀なくされました。秋口以降は、ワクチン接種の進展もあり、年末・年始ごろまでは一定の回復傾向を見せましたが、2022年1月中旬からは新型コロナウイルス感染症の新たな変異株が猛威を振るい、出店エリアの大部分で「まん防」が発出されたことで事業が再び大きな制約を受けました。

この結果、2021年度の営業収益は6,768億円（前期比0.4%減）、営業利益は347億円（同3.0%減）、親会社株主に帰属する当期純利益は232億円（同0.7%増）となりました。前年度に比べると、大型商業施設への客数の戻りが見られた一方、コロナ禍を受けての「巣ごもり需要」が一巡したことで食品スーパーの収益が減少するといった変化はありましたが、全体としては「前年並み」の業績数値にとどまった形です。期初計画では「コロナ禍が徐々に鎮静化する」という想定のもと、増収・増益の業績見込みを発表した

のですが、想定を大きく超えるコロナ禍の継続・拡大に加えお客さまの行動変容も相まって計画が未達に終わったことは非常に残念です。

ただし、以前から進めてきた「筋肉質な経営体質」への構造改革が着実に進んだことは、当期の収穫として評価しています。当社は前中計期間(2018～2020年度)中に、それまでの「出店数」や「売上」拡大戦略から「収益性」を重視した成長戦略へと経営方針を転換し、仕入計画の見直しや在庫の圧縮、広告宣伝の最適化などに取り組みました。新型コロナウイルス感染症という未曾有の事態に襲われた2020年度、当社が減収ながらも増益を確保できたのは、まさにこの「体質転換」の成果でした。そうした意味で、コロナ禍が継続し、ある面では前年以上に大きな影響を及ぼした2021年度において「前年並み」の業績を維持できたことは、「ウィズコロナ時代」への対応力が着実に進化したことの証だと捉えています。実際、コロナ禍前の2019年度に比べて売上総利益率、営業利益率などの指標はいずれも高水準となっています。なお2021年度の株主配当については、前年度から3円増配となる年間配当86円(中間配当・期末配当とも43円)で実施させていただきました。

中期経営計画の進捗状況と今後の展開

**SM改革とGMSの再生・進化に注力
グループ経営の強化にも取り組む**

2021年度は「第二次中期経営計画(2021～2025年度)」の初年度でもありました。当社グループは2020年に未来にありたい姿として「2030年長期ビジョン」を発表し、「中四国・九州エリアを軸にした300店舗体制、営業収益1兆円、売上高営業利益率6.0%」という数値目標とともに、「ゆめ(you me)あふれる地域との共創への挑戦」という社会貢献への意志を表明しています。第二次中計をこの長期ビジョンの達成に向けたファーストステップに位置づけ、当社グループは「SMの改革」「GMSの再生・進化」「グループ経営の強化」などによって急激に変化し続ける事業環境に対応しつつさらなる成長ステージを目指しています。

今後の成長ドライバーと位置づけるSM事業については、新規出店とM&A、既存店のスクラップ&ビルドによって事業拡大を進めていきます。2021年度は半導体不足やサプライチェーンの混乱などの影響から出店に必要な資材が間に合わないケースが増加したことなどから、新規出店については計画にやや遅れが出ました。その一方でSM事業の課題

である「1店舗当たりの生産性の向上」については、店舗規模別に「標準」「大型・広域」「小型」の3タイプに標準化しこれを水平展開することで改善を進めていきます。今後も商品力や価格戦略の強化によって生産性向上に努めていきます。

GMS事業については、「再生と進化」をテーマに人口動態やライフスタイルの変化を踏まえた業態の改革を引き続き推進していきます。進化の一つの方向は「モノからコトへ」です。物品販売だけでなく地域の活性化にもつながる「コト」の要素を拡大していくために、各地の自治体と「包括協定」を結び、安全・安心なまちづくりや観光・産業の振興、住民サービスの向上などに資する提案を積極的に行っています。2022年5月末現在で自治体などとの協定を60以上締結しており、最終的にはグループが出店する全ての県・市との協定を結ぶ計画です。

もう一つの方向は若い顧客層の獲得です。ヘビーユーザーであるシニア層のロイヤルティを高める努力と並行して、ミレニアル世代・Z世代と呼ばれる若い層の方々にも積極的に訪れてもらえるようなまちづくり・売場づくりを強化していきます。こうした進化の一例が、熊本県・荒尾市の「ゆめタウンあらお」です。同施設では今年4月に荒尾市立図書館がショッピングモール内に移転し、これによって来館者数が一気に十倍以上に増えたと聞いております。このような地域と一体になった取り組みを他のゆめタウンでも展開していく方針です。

上記に加えてグループ経営の観点から、子会社による周辺事業を、グループのドミナント戦略と連携しながら、拡大していきます。例えば当社施設の管理や工事・清掃、警備などを担う(株)イズミテクノは、西日本各地で美術館や文化センターなどの指定管理事業を手掛けるなど、各地域での信頼と実績をベースに成長のポテンシャルを高めています。また惣菜の製造を担う(株)ゆめデリカは、今年4月からグループ初の自社製造ブランド「zehi」(P.28参照)での生産を開始し、好調に販売を伸ばしています。

**事業戦略の支援と
経営基盤強化の両面でDXを推進**

成長基盤としてデジタルトランスフォーメーション(DX)も大きな鍵を握ると考えています。第二次中計では5年間で200億円を投資しDXを推進していきます。

事業戦略の支援という側面では、「デジタルコマース」の実現を目指していきます。2020年度に開設した店舗連動型セレクト通販「ゆめオンライン」に加えて、2021年6月からは地域密着型デリバリーサービス「ゆめデリバリー」も稼働を

開始しました。また販売促進面についてもこれからのお客さまとの関係強化に重要な役割を果たすスマホアプリ「ゆめアプリ」を2021年4月に全面リニューアルし、バーコード決済やデジタルクーポンなどの新機能を付加。お客さま一人ひとりに最適化したプロモーション活動を展開していきます。

また経営基盤の強化という面でも、基幹システムの刷新によるデータ一元管理やマルチMD※対応を進めている他、人工知能(AI)で需要を予測し、店舗へのスタッフ配置を最適化するなど、デジタルを活用した店舗運営の効率化や業務プロセスの改善に努めていきます。

※ 複数業態(GMS・SM)におけるマーチャンダイジング

**非財務活動では
「健康」と「環境」を重視**

企業グループとして持続的に成長していくためには「ESG(環境・社会・ガバナンス)」に代表される非財務面の取り組みにも力を入れる必要があると考えています。当社は2020年にSDGsのゴールである2030年をターゲットとした「youme MIRAI宣言」(P.29-30参照)を発表しており、持続可能な未来の実現に向けて各分野での課題を明確にしながら取り組みを進めていきます。

非財務面の活動において、重要なキーワードの一つだと考えているのが「健康」です。当社グループでは小売事業でのさまざまな「食」の提供を通して、地域のお客さまの健康づくりに貢献している他、エクササイズジムや医療クリニックなどのテナントを通じて健康に寄与するサービスを提供しています。また自社においても健康経営の推進によって、従業員が生き生きと働ける職場環境の整備に努めています。これらを総合して「健康」という観点で、異業種や外部団体とのコラボレーションなども視野に入れながらさらに地域に貢献していきたいと考えています。もう一つのキーワードは「環境」です。環境面では「CO₂排出削減」「脱プラスチック」「食品ロス削減」の3つを重要テーマに位置づけ、取り組みをさらに強化していきます。

「健康」や「環境」に関する活動を推進していくためには、「社会的価値を生み出すことが、自らの経済価値(利益)の向上につながる」という認識をグループ全体に浸透させていくことが重要なポイントだと考えています。さらにこうした活動を拡充させていくには行政との連携が大きな鍵を握ると考えています。そうした意味でも、先述した各自治体との協定をさらに拡大していく方針です。



ステークホルダーへのメッセージ

**3つのDNAを受け継ぎ
地域と一体になった持続的成長を目指す**

2022年度(2023年2月期)は、新型コロナウイルス感染症の影響は継続するものの、営業上の制約は緩和の方向に進むと予測されます。営業収益は4,543億円を見込んでいますが、これは今期から適用する「収益認識に関する会計基準」に沿って会計処理を行った値であり、旧基準を適用すれば6,971億円と前期比3%の増収となります。一方、利益面については、エネルギー価格の高騰により、商品・資材調達、水道光熱費・物流費をはじめとする諸経費が今後さらに上昇していくとの予想のもと、営業利益は326億円(同6.1%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は209億円(同9.9%減)を見込んでいます。なお、2022年度の株主配当については中間配当43円・期末配当43円の年間配当金86円を予定しています。今後も「連結配当性向30%」を目標に、利益成長に応じた積極的な配当株主還元を努めます。

当社グループが事業展開する市場は成熟化と競合の激化という厳しい環境にありますが、今後も「革新・挑戦・スピード」のDNAをしっかりと受け継ぎながら、競争優位を確立できる分野に経営資源を戦略的に投入し、地域と一体になった持続的成長と企業価値の着実な向上を目指していきます。ステークホルダーの皆さまには、引き続き当社グループへのご理解と温かいご支援をお願い申し上げます。

代表取締役社長

山西 泰明

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

自然資本

- 全ての前提となる環境資源
- 省エネルギーの実践
 - 食品廃棄物などのリサイクル推進活動
 - レジ袋や包装資材の削減活動

知的資本

- 知識ベースの無形資産
- 品ぞろえ、商品開発
 - 売場編集マネジメント
 - 店舗施設のプロデュース力

人的資本

- 人々の能力、経験およびイノベーションへの意欲
- 適材適所の人員配置
 - 権限移譲による自律的な店舗運営と本社のサポート体制

投入資本

財務資本

- 使用可能な資金
- ROE 9.6%
 - 自己資本比率 53.0%
 - 格付 A+ (2021 年 JCR)

製造資本

- サービス提供に当たって組織が利用できる製造物
- 限定エリアにドミナント展開した高効率店舗
 - 地域一番店
 - 優良カード会員の存在

社会・関係資本

- ステークホルダーとの信頼関係構築体制
- お客さまの声を聴く活動
 - 地方自治体との災害物資協定など
 - 対話の推進による関係強化



youmeMIRAI 宣言

- デジタル技術でより便利に快適に
 - ニューノーマルに対応
 - 新しい時代に向けたサービスを
 - サステナブルな企業を目指す
- P.29-30 参照

事業戦略

- SM改革
 - GMS改革
 - DX推進
 - グループ経営の強化
- P.23-28 参照

CO₂排出量(2013年度比)
16.1%削減

食品廃棄物リサイクル率
41.6%

女性管理職比率
15.6%

自治体などとの協定締結数
(2022年5月末時点)
62

事業活動の成果

店舗数
194 店舗

新規出店
3 店舗

電子マネー「ゆめか」
累計カード発行枚数
899 万枚

ゆめアプリ会員数
158 万人

2022年4月
自社製造ブランド
「zehi」発売
(取り扱い商品数は
2022年度末までに
50以上を計画)

地域・お客さま
地域、お客さまとともに
豊かな暮らしをつくる

環境

脱炭素社会の実現と
資源の有効活用をする

安全・安心

安全・安心の提供と
商品・サービスを通じた
価値をつくる

ダイバーシティ

多様な人材が活躍できる
環境を整備する

社会的価値

(マテリアリティで目指す価値)

創出価値

経済的価値

営業収益

676,800 百万円
(前期比 99.6%)

営業利益

34,717 百万円
(前期比 97.0%)

親会社株主に
帰属する
当期純利益

23,204 百万円
(前期比 100.7%)

ROE

9.6%
(前期比 0.7point 減)

1株当たり配当

86 円
(前期比 +3 円)

イズミの基盤を支える3つの力で成長を加速させます。

地域基盤

ドミナント戦略で高めたブランド力と顧客ロイヤルティ

中国・四国・九州地方に集中的に店舗を展開し、「you me (ゆめ)」ブランドの力を高め続けています。ドミナント戦略により、市場シェアの最大化に取り組んできた結果として、2022年2月末時点で、電子マネー「ゆめか」累計カード発行枚数899万枚、「ゆめアプリ」会員数158万人と、多くのお客さまからご支持をいただけるようになりました。

今後も、行政との連携や新規出店、M&A・アライアンスにより地域基盤を磐石にしていきます。



現場力

店舗ごとの運営体制

「地域一番店」を実現するため、支配人・店長・スタッフが主体となり地域に適した運営を行う「店舗主導型」の体制をとっています。これにより、地域環境や、状況に合わせて品ぞろえの刷新やサービスの拡充に柔軟かつスピーディーに対応しています。

また、従業員の能力開発をサポートするため、各階層別の研修・教育支援制度を備えています。また、パートナー社員も対象とした食品技能コンテストや事例発表会の開催、技能資格手当の支給などにより、現場力向上を後押しする仕組みを整えています。



変化対応力

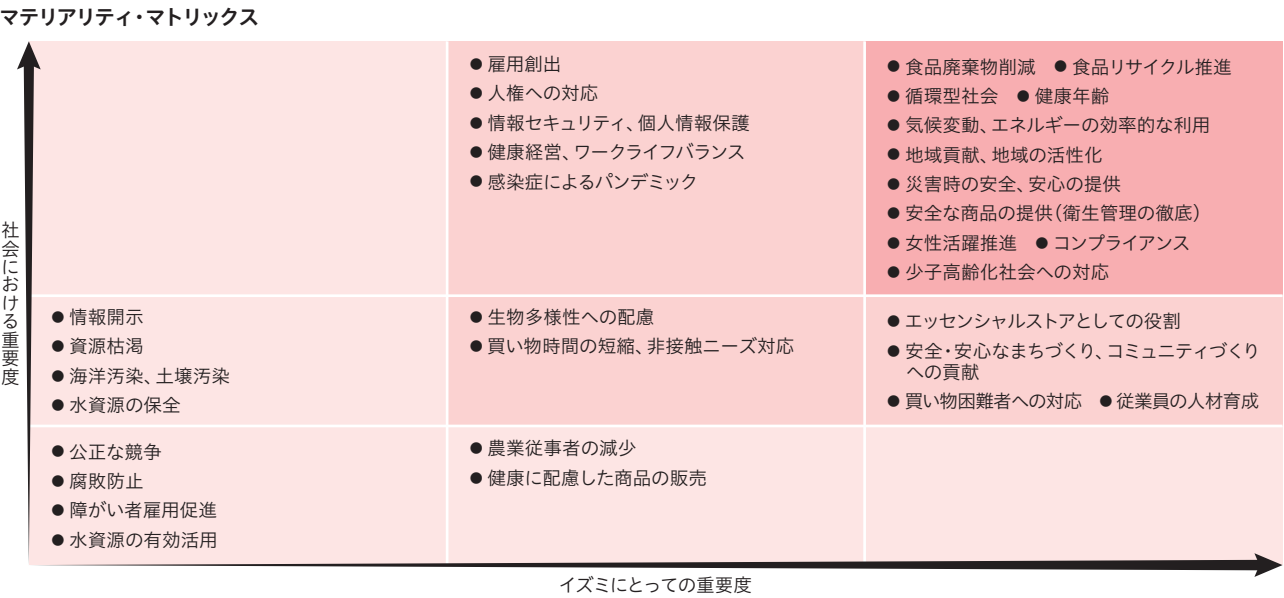
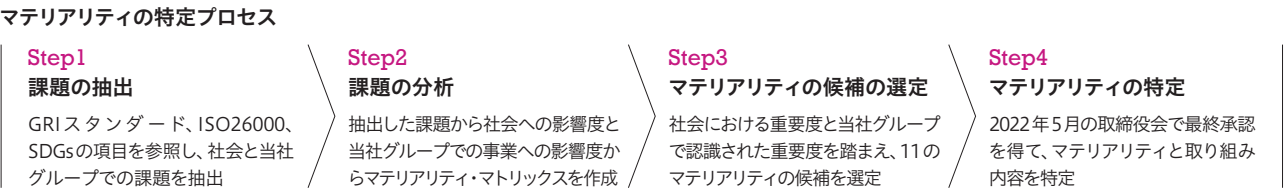
幅広いお客さまニーズに応える3つの店舗フォーマット

ご家族が快適に過ごす空間を実現するショッピングセンター、地域に根差した身近で便利な食品スーパー、食品スーパーを中核に専門テナントを集積した近隣型ショッピングセンター、と形態が異なる3つの店舗フォーマットを備え、立地条件や変化し続ける多様なお客さまニーズに対応しています。既存店へのリニューアル投資やスクラップ&ビルドを継続的に行うことで、既存のお客さまに新たな価値提供をするとともに新たなお客さまからのご支持を獲得していきます。



事業を通じて社会課題の解決に取り組むべく、マテリアリティを特定しました。

2022年5月、環境・社会・経済のサステナビリティに関わる多種多様な課題から、社会やステークホルダーへのインパクトが大きく、かつ事業のサステナビリティに関わる課題を絞り込み、マテリアリティを特定しました。



マテリアリティ	取り組み内容
地域・お客さま 地域、お客さまとともに豊かな暮らしをつくる	●お客さまにとって便利なお買い物方法の提供(生鮮デリバリー拡大) ●高齢者や単身者などさまざまなお客さまに配慮した商品、サービスの提供 ●包括協定や災害時の物資供給に関する協定を締結 ●地域のお客さまが集う場所の提供
環境 脱炭素社会の実現と資源の有効活用をする	●CO₂排出量削減 ●プラスチック製容器包装削減、資源の有効活用 ●食品廃棄物、店舗から排出される廃棄物の削減 ●食品リサイクルの実施
安全・安心 安全・安心の提供と商品・サービスを通じた価値をつくる	●衛生管理の徹底 ●健康に配慮した商品、アレルギー対応商品の取り扱い拡大 ●水産物、農産物の持続可能な調達
ダイバーシティ 多様な人材が活躍できる環境を整備する	●女性の管理職比率、障がい者雇用率のアップ ●ジェンダー平等、若者、高齢者などの活躍支援 ●ライフステージに合った労働環境の整備

全ての社員が成長できる 環境づくりに力を入れています。

当社グループの企業価値の源泉は「人」。年齢、性別、社歴関係なく、
全ての社員が平等に活躍のチャンスがあり、成長できる環境をつくっています。

社外取締役メッセージ

少子高齢化が進む日本において、最も貴重な資源は「ヒト」です。イズミが企業価値を向上させるためには、従業員、パート、アルバイト、これからイズミに加わる未来人材の方々がスクラムを組み、一人ひとりができることを少しずつ拡張していくことが重要です。

多くの社員が活躍できる 環境づくりをサポートします

Naomi Aoyama

その一環としてイズミが開設した、将来のリーダー人材を育てる「イズミ大学」は、素晴らしい取り組みだと思います。そこで学んだことを活かすとともに、イズミの未来を切り開くという自覚と誇りを持つことが非常に重要です。女性社員の参加者も多数おり、今後の活躍が楽しみです。

また、女性のキャリア形成を促進する「ゆめCanプロジェクト」にも非常に期待しています。私も子育て中、キャリアとの両立には悪戦苦闘しました。いくら良い社内制度を作っても、それを活用する風土がなければ真の女性活躍は実現できないでしょう。イズミの「ゆめCanプロジェクト」はまさに風土づくりの推進力であると思います。女性管理職を目指す人の悩みを積極的に解決するような取り組みを、私もサポートしていきたいと思っています。

社外取締役に就任して以来、「イズミ大学」での講義や、「ゆめCanプロジェクト」のメンバーとの意見交換といった貴重な機会に恵まれました。今後も、取締役会での発言はもちろんのこと、現場の皆さんとの意見交換や店舗訪問など、より一歩踏み込んで、昨日よりいいイズミを創るお手伝いを精一杯したいと思っています。

社外取締役
青山 直美

Eコマース、SNS、インバウンドのコンサルタント、アドバイザー業を営む有限会社スタイルビズ代表取締役として、消費者目線のマーケティングで数多くの経験を有する。

経営幹部を育てる「イズミ大学」

将来の経営幹部を社内から育成するため、2021年7月に「イズミ大学」を開校しました。課長・店長、部長・支配人、執行役員の3つのコースで、選抜されたメンバーが2年間のプログラムを履修。リーダーシップや問題解決力、仮説構築力などを磨きます。



女性活躍を後押しする「ゆめCanプロジェクト」

イズミは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「2023年に女性管理職比率を20%以上にする」という目標の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え、2021年には「女性管理職ミーティング」を初開催しました。



社外監査役メッセージ

これまでのイズミは、各分野の専門家がそれぞれのミッション達成に向け、強い意志と責任感をもって仕事に取り組むことで成功を収めてきました。しかし、昨今の人口減少や競争激化、消費者の価値観の多様化、DXなどによる働き方の変化、SDGsへの貢献など、新しい時代の課題に対応するためには、より広い視野や高い視点を持った人材が必要です。

私は、そうした人材の中から次世代の経営陣が選ばれることが理想だと考えています。将来の経営を担う人材を育成する「イズミ大学」のプログラムや講師陣などの概要を聞かせてもらいましたが、非常によくできており、このプログラム修了後の社員の成長が楽しみです。選ばれた方は、自身の目的を掴んで、しっかり取り組んでもらいたいと思います。「我こそは」と思う方が手を挙げることを期待しています。

小売業界の課題として、モノが潤沢にある世の中となり、コト消費に重点が置かれるなか、店づくりのコンセプト変革が必須となっています。この変革を進めていくに当たり、

社員の多様性は非常に重要です。私はかねてより、イズミのお客さまは女性が多いのに、管理職に女性が少ないのが課題と考えてい

ましたが、その解決に向けて女性のキャリア形成を促進する「ゆめCanプロジェクト」が発足しました。女性が働きやすい職場づくりは着々と進んでいます。イズミにはやる気に溢れた素敵な女性が多くいますので、尻込みせずに多くの方が管理職を目指してほしいと思います。

次代の経営の担い手として やる気ある社員を応援します

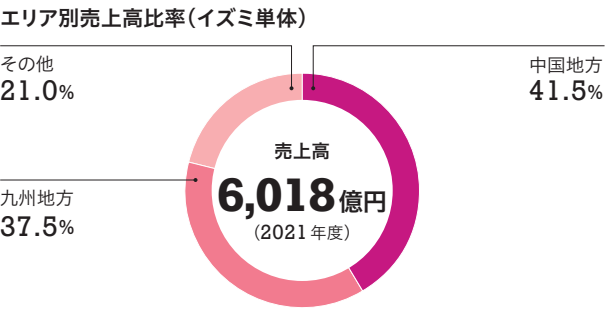
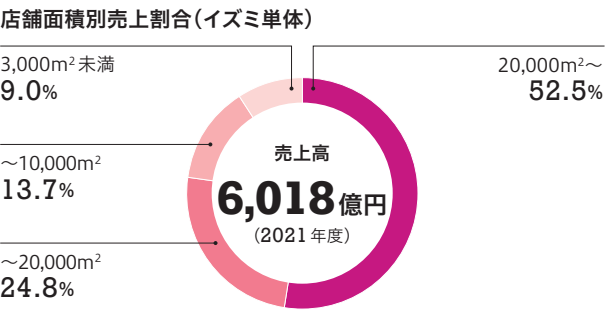
Tomoko Horikawa

社外監査役
堀川 智子

公認会計士として経験を積んだ後、家業の中国木材株式会社に入社。重要な部署の役員を歴任し、現在、代表取締役社長。会社経営者と会計の専門家として高い見識を有する。

3つの業態で 幅広いお客さまニーズ に対応しています。

イズミグループは、地域に根差し、
お客さまの毎日の暮らしをサポートできるよう、
しあわせなまちづくりを考え続けています。
現在は、大型店から小型店まで3つの業態を展開し、
立地条件や変化し続ける
多様なお客さまニーズに対応しています。



194 店舗

店舗数は、2022年2月末時点の数字です。

GMS 事業

ショッピングセンター (SC)
ゆめタウン、LECT **64** 店舗

家族3世代で快適に過ごせる大型商業施設。各地域のライフスタイルに最適な商品・サービス・時間を提供する「地域密着型店舗」として展開しています。

時間消費型店舗「LECT」

Living(住)、Eating(食)、Culture(知)そしてTown・Time(街・時間)の頭文字をとった「LECT」。「知・食・住」と3つのキーテナントを中心に、自宅や職場、学校とは別に、さまざまな発見や心地よさに満ちた「第3の場所」を創造し、お客さまに特別な「トキ」を提供するショッピングセンターです。

九州エリア

- ショッピングセンター(SC) **19** 店舗
- 食品スーパー(SM) **61** 店舗
- 近隣型ショッピングセンター(NSC) **2** 店舗
- その他 **2** 店舗

SM 事業

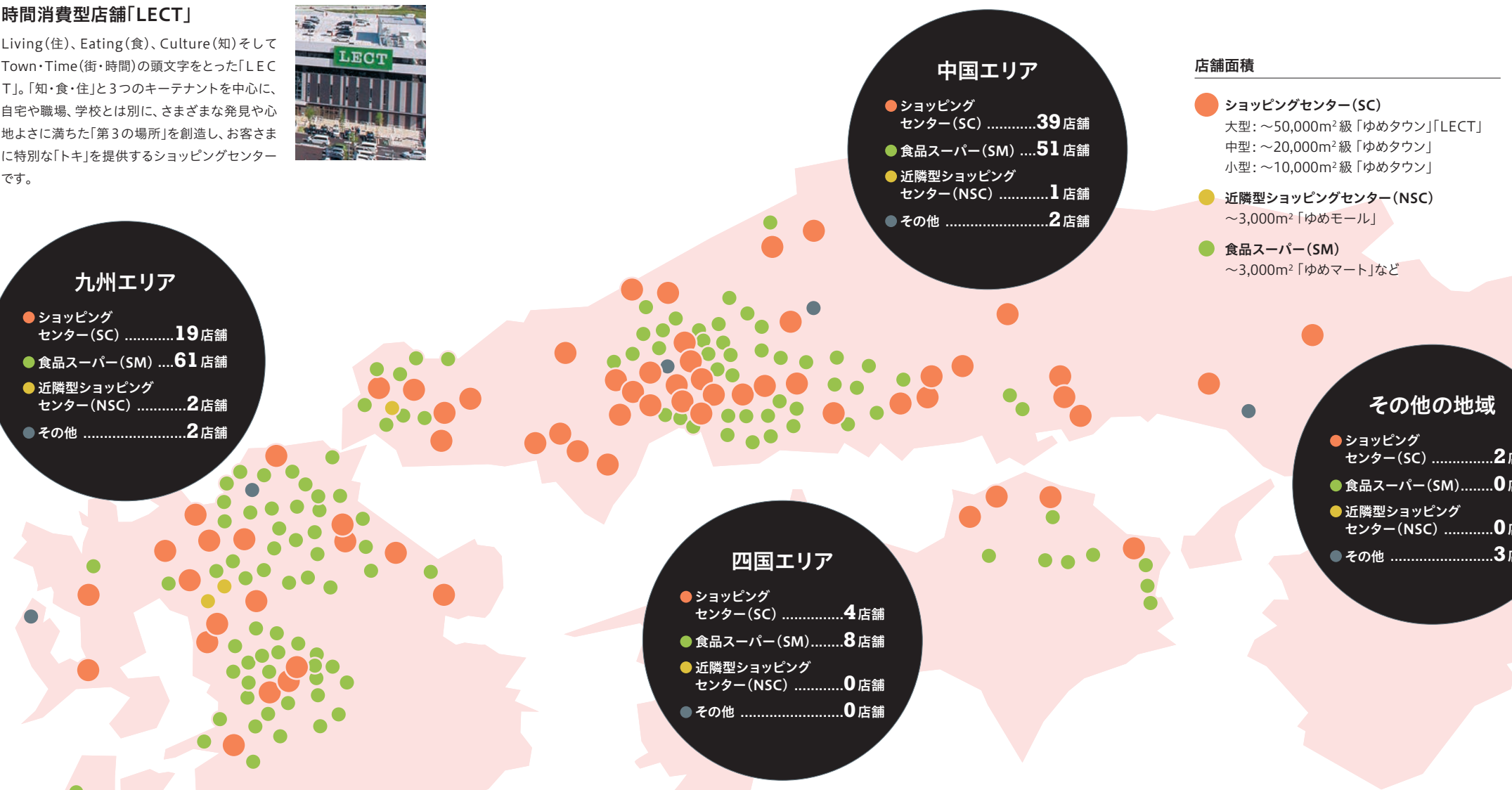
食品スーパー (SM)
ゆめmart・ユアーズ
アバンセ・デイリーmart **120** 店舗

地域に根差した身近で便利な食品スーパー。食料品を中心に日用雑貨や肌着などの生活必需品も取り扱うなど、地域性に合わせた品ぞろえを実践しています。

SM 事業

近隣型ショッピングセンター (NSC)
ゆめモール **3** 店舗

多様な専門店を集約しているライフスタイルセンター。当社直営の食品スーパー「ゆめmart」を中核として、ホームセンターや飲食店などを集約しています。暮らしに必要な品が購入できるワンストップショッピング対応のモールです。



グループ成長の 原動力である 小売事業の 利益最大化を 目指します。

当社グループは小売事業を、
GMS(総合スーパー)事業と
SM(食品スーパー)事業の2つに
分類しています。

GMS 事業の戦略

地域活性化に向けた拠点づくり

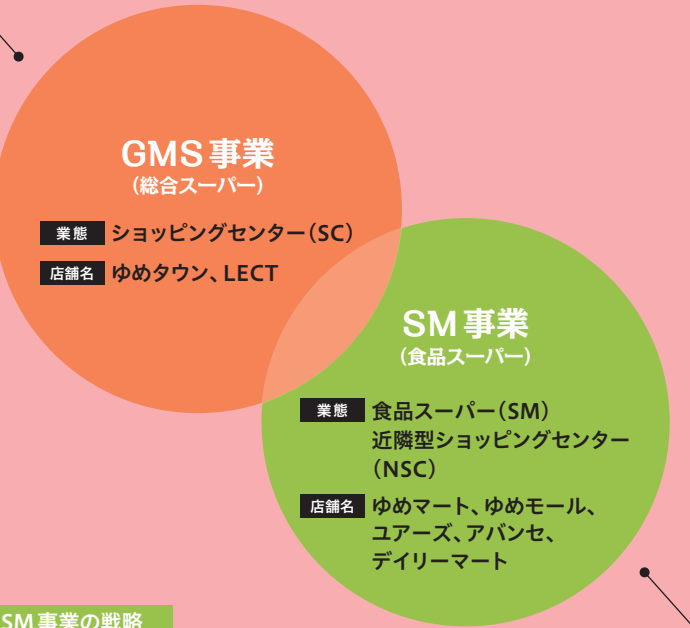
当社グループが展開している各店舗では、支配人・店長・スタッフが地域に適した店舗運営を行うことで幅広いお客さまのニーズにスピーディーに応えられるようにしています。また、行政と連携したサービスの実施や、「学べる・遊べる」をテーマにした三世代に楽しい空間づくりなどを通して、お客さまに感動を与えられる施設づくりを目指しています。

街を歩くような楽しい場所づくり

直営売場とテナントさまのショッップをミックスして配置することで、街や商店街に生まれるような雑多さや複雑な導線、出会いの楽しさを生み出しています。また、サーキット状に周回できるメイン通路と吹き抜けによって、開放感を感じられる設計にしています。

既存店の活性化による魅力的な売場づくり

ゆめタウンでは、お客さまのニーズに沿った品ぞろえの変更、売場設備の更新、テナントさまのショッップの入れ替えなど、既存店を常に魅力的な売場となるように定期的に改装を行っています。近年、テナントさまの出店が難しい地域では、当社グループがショッップ経営を直接行うフランチャイズ事業も拡大しています。



SM 事業の戦略

“その地域ならではの”品ぞろえ

当社グループは、車圏内5分シェア率20%を目指しており、近隣の漁港から朝獲れの生魚を直送するなど、地域ならではの鮮度にこだわった商品を品ぞろえしています。

いつ来ても楽しいイベントやフェアの実施

季節に合ったフェアや、お買い物ついでに参加できるイベントを実施し、いつものお買い物がもっと楽しくなるような店舗づくりを目指しています。

ドミナント戦略の推進

西日本を中心に「ゆめマート」などを展開。全体で123店舗(2022年2月末時点)と、地域での地盤を固めたドミナント戦略を進めています。うち「ゆめモール」では、ホームセンターや家電量販店といったテナントの誘致を推進。利便性を高めるサービス機能や地域のコミュニティの場となるソフト・ハード機能の整備にも注力しています。

成長戦略

GMS 事業

従来の顧客層に加え、若年層のご来店機会を増やし、GMS事業の再生・進化を果たします。

上席執行役員 GMS本部長 溝口 晋



新型コロナウイルス感染症の影響

少子高齢化に代表されるマクロ環境変化に加え、新型コロナウイルス感染症の影響によって、2020年度以降のGMS事業は大変苦しい思いをしました。状況を鑑み、来店される地域の皆さま、従事する従業員の健康と安全を最優先に、安心して来店、就業できる環境整備に取り組んできました。しかし、再三にわたる緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の発令や、不要不急の外出行動の自粛などにより、大型ショッピングセンターへのお客さまのご来店機会が著しく減少、2021年度もアパレルを中心に大きな影響を受けました。

当社グループは、この厳しい経営環境を変革のチャンスと捉え、2020年度に構築した筋肉質な経営体制をベースに、一段の成長機会を窺ってきました。2021年度末にかけ、コロナ禍は依然として続く一方、ウィズコロナへの機運の高まりから世の中の動きが徐々に変化してきています。ようやく、この苦しかった2年間を脱し、お客さま、従業員の



2021年12月にリニューアルしたゆめタウン下松。購買年代層の若返りと商圏の広域化を実現しました。

健康と安全を最優先に、前を向いたチャレンジができるフェーズになってきました。

GMS事業の再生・進化

当社グループは、下記の戦略を推進し、GMS事業の再生・進化に取り組んでいきます。

- ①新規マーチャンダイジングの積極的導入
- ②今後を見据え、時代に合った店舗形態への進化

コロナ禍を経てお客さまの行動が大きく変容したことに対応するため、新しい取り組みをスタートしました。

まず、ライフスタイル(衣料品・住居関連品)のイズミ取り扱い領域でお客さまの購買機会が減少していることに對し、今まで当社で扱いがなく、取りこぼしていた品群の導入を行っていきます。今後、「トレンド」「ショッップ化」を切り口とした新しいマーチャンダイジングを導入し、お客さまのライフスタイルに合わせた売場への切り替えをスピーディに進めていきます。

次に、FC事業として「Plugs Market」「3コインズ」を展開しており、導入店舗の拡大や新たなFCの取り組みも計画しています。FC売場を含めた直営売場とテナントさまとで売場を再構築し、店舗付加価値の最大化を図っていきます。

こうした取り組みを通じて、従来の顧客層に加え、若年層のご来店機会を増やし、GMS事業の再生・進化を果たしていきます。そして、10年、20年先のGMS事業がどうあるべきかを模索していきたいと考えています。

SM 事業

地域に密着し、
効率的なオペレーションを実現させ、
よりお客さまのご期待に
応えられる店づくりを行っていきます。

執行役員 SM 本部長 河崎 智広



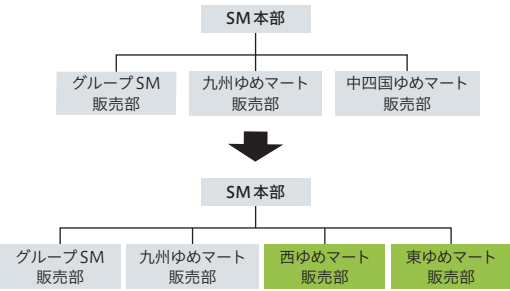
新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、2020 年度以降の不要不急の外出自粛の影響から広域集客型の大型商業施設へのお客さまのご来店機会が減少しました。一方で、感染を危惧し日々の買い物を近隣で手短に済ませる消費者意識から、ショートタイムショッピングの傾向が強まり、保存の利く食料品や生活必需品を中心とした“巣ごもり消費”が急速に活発化しました。当社グループの SM 業態「ゆめマート」では、商品の安定供給とともに衛生関連商品の品ぞろえ確保に努め、最大 2,000 品目を暮らし応援価格にて提供してきました。また、こうした取り組みと、効率的な店舗オペレーションの実現に向けたカイゼン活動※を並行させ、筋肉質な体制を構築してきました。

※ 当社が実施している業務の無駄の洗い出しや、仕事上の事故を防ぐ工夫を考える活動

事業部体制の再編

■：再編時に新しく発足した事業部



SM事業の持続的成長へ向けて

当社グループの SM 事業は、当社および子会社 4 社の運営する「ゆめマート」などの店舗 123 店舗(2022 年 2 月末

現在)で構成されています。2021 年度、個社別に行っていた経営管理を当社 SM 本部が統括し、共通してラインナップする商品やサービス品質の標準化を目指す体制に変更しました。各社においては地域への密着度を高め、店舗オペレーションに専念するようにしました。これに伴い、これまで地域別に3つの組織としていた体制を4つへ再編し、一段と経営管理を強化しています(左図参照)。

また、これまでの SM 店舗は、GMS 事業での成功体験の縮小版として量販店のようにアプローチしていたため、店舗オペレーションが非効率でした。この課題を解決すべく、面積規模別に「大型モデル」「標準モデル」「小型モデル」と、3つの店舗モデルを定めることで、効率的なオペレーションの実現を目指します。店別、地区別にマーケティングを実行し、高品質な商品・サービスの提供など、よりお客さまのご期待に応えられる店づくりを行っていきます。

NSC(近隣型ショッピングセンター)の成長戦略

2022 年秋開店予定の「ゆめモール西条」(広島県東広島市)は、同業態として広島県内で初出店となります。開店当初から、地域密着型のデリバリーサービス(「ゆめデリバリー」)を実装するなど、店舗における商品・サービス提供・店舗オペレーションのあらゆるプロセスをデジタル化します。

また、当社は同市内において推進されている新モビリティサービス実証実験にも参画しています。新たな顧客体験を提供するとともに地域のデジタルトランスフォーメーションにも貢献していきます。

中期経営計画における出店計画

GMS 事業

SM 事業

2021 年度の新規出店は 3 店舗、2022 年度は 2 店舗(イズミ 1 店舗、子会社 1 店舗)の計画です。

2022 年度、建築コストの上昇による採算性検討の結果、見送った投資案件があります。また、懸念として、ウクライナ問題などによるコスト上昇による投資採算の悪化から投資案件を厳選する必要がある他、工期の遅れなどにより、出店計画が遅延・中止するリスクがあります。

当社グループは、主力の GSM 事業におけるリーシングの強みを生かした NSC 業態への投資にややシフトしていきます。また、SM をコアとし、非食品分野・有力な専門店とのシナジーを発揮する高収益な店舗づくりを目指していきます。

出店計画の進捗

業態	中期経営計画	意思決定済み
GMS	2	2
NSC	6	4
SM	25	9
計	33	15

上記以外の出店パイプラインがあります。その他、祇園店(広島県)など建て替えによる全面リニューアルの計画も進んでいます。

2022 年秋、NSC(近隣型ショッピングセンター)「ゆめモール西条」開店へ

2022 年 8 月現在、当社は「ゆめモール西条」の新築工事を進めています。食品スーパー「ゆめマート」を中心に、ホームセンター、レストランと多彩な専門店を一カ所に集約したオープンモール形式の商業施設で、広島エリアでは初めての「ゆめモール型ショッピングセンター」となります。「ゆめモール西条」の開店で、広島県内のイズミグループ店舗数は 53 店舗(ユアーズ 23 店舗含む)、東広島市では 5 店舗となる予定です。

建設予定地の東広島市は、市内に広島大学をはじめ 4 つの大学が存在する学園都市。「未来に挑戦する自然豊かな国際学術研究都市」を将来都市像に掲げ、「市民のしあわせ」(Well-Being)の最大化を目指しています。各地の自治体で人口減少が進む中、東広島市の世帯数や人口は年々増加しており、さらなる成長が見込まれるエリアです。近隣に位置する「ゆめタウン東広島」などと連携し、地域のお客さまのニーズに対応することで、東広島エリアのシェア拡大を図っていきます。

ゆめモール西条の外観イメージ図 / 概要



所在地	広島県東広島市西条町 助実 1189 番ほか	駐車台数	約 1,480 台
開店予定	2022 年(令和 4 年)秋	駐輪場台数	約 300 台
敷地面積	約 96,700m ²	専門店数	ゆめマート他 30 店舗
店舗面積	約 29,300m ²	総投資	約 43 億円

出店成功に向けた取り組み



地域密着型のデリバリーサービス「ゆめデリバリー」

広島市、福山市に続く 3 つ目の拠点として東広島市へ「ゆめデリバリー」を展開。子育て世代や高齢の方など、地域のお客さまのさまざまなニーズに対応していきます。



お買い物支援の実証実験に参加

東広島市、広島大学、モネ・テクノロジーズ(株)と合同で小売 MaaS を自動運転車で実現する「Autono-MaaS」プロジェクトに参加。指定場所から「ゆめタウン学園店」への送迎サービスなどを実施しています。

25

26

DXでビッグデータを活用し、新たなビジネスを創造します。

当社グループは、お客さまの声に耳を傾けながら、アプリ・ゆめかなどから得られた顧客データを活用して新しい社会環境・生活スタイルに対応したデジタルサービスを生み出し、提供しています(下図「DXへの投資が生み出した成果」参照)。「新しいお買い物スタイル&サービス」「新しいお店づくり」「欠かせない地域サービス」の創造によって成長を目指します。現在における主なサービスは下記のとおりです。

主なサービス



ネット通販サイト「ゆめオンライン」



地域密着型のネットスーパー「ゆめデリバリー」



ゆめカードと連携したアプリ決済、デジタルクーポン機能などを備えた「ゆめアプリ」



繰り返しチャージして使える電子マネー「ゆめか」。写真は、クレジット決済機能付「ゆめカード(ゆめかクレジット)」

DXへの投資が生み出した成果 (2021年から2025年までの5年間で「DX投資200億円」を計画)

	1. DXへの投資	2. 具体的な取り組み	3. 成果
EC	- ネット通販サイト「ゆめオンライン」の運営 2021年6月、出店店舗の15分圏内を対象に、生鮮食品や日用雑貨をご自宅にお届けする地域密着型のネットスーパー「ゆめデリバリー」を稼働	「ゆめオンライン」で、主力商品に加え、地区名産品の産直取り組み「地産多消」を推進 - ネットスーパーでご注文いただいた商品をご自宅にお届けする他、店舗での受け取りができるBOPISなど利便性の向上を実現	「ゆめデリバリー」は13店舗で稼働(2022年8月現在)。2022年度末までに16店舗へと拡大予定
顧客関係強化	カスタマーデータプラットフォーム(CDP)の基盤構築を完了	ゆめアプリを通じたCDPの活用で、お客さま一人ひとりにフォーカスした最適な販促を実現	- ゆめアプリ会員は112万人(2021年2月末)から158万人(2022年2月末現在)に増加 - ゆめアプリ会員の売上構成比は、31%(2021年2月期)から37%(2022年2月期)に上昇
業務改革	- 需要予測型発注システムの導入(当初デイリーフーズ売場で運用スタート) 「多機能端末※1」導入に向けた実証実験、環境整備	- 作業効率アップおよび在庫水準の適正化 - 人時生産性の改善により創出した余剰時間を人材育成に活用	デイリーフーズ売場において、労働生産性は導入前の2020年2月期と比べ10%向上し、商品ロス率は1.4%改善

経済産業省「DX認定事業者」の認定を取得

2022年4月、経済産業省が定めるDX(デジタルトランスフォーメーション)認定制度に基づき、「DX認定事業者」に選定されました。



今後の計画

当社は、2021年に発表した中期経営計画において、2025年までの5年間で「DX投資200億円」を掲げています。

2022年8月から従業員の生産性向上を目的とした「多機能端末※1」を、2022年秋からお客さまの利便性向上と従業員の生産性向上を目的とした「スマホPOS(仮称)※2」を店舗に順次導入予定です。今後も積極的に投資を続け、お客さま満足度向上と効率改善に努めていきます。

※1 PCや各種端末の機能を1台に集約したもの。データ確認、発注、情報共有、勤怠管理などさまざまな業務が1台で可能

※2 貸出用の専用スマホ端末や個人スマホを使って商品をスキャン、セルフレジで会計をする仕組み

グループ初の自社製造ブランド「zehi(ぜひ)」の発売をスタートしました。



当社グループは、新しい市場のニーズや消費者の多様な価値観に対応していくため、日頃より支持を得ている惣菜の看板商品をリブランディングし、新開発した惣菜・生鮮加工品とともに自社製造ブランド「zehi」を立ち上げました。2022年4月からイズミグループ全187店舗において20アイテムの品ぞろえで展開をスタート。2023年2月末には50アイテム以上を予定しています。「企画」「製造」「販売」の全工程を自社※1が担い、HACCP※2に対応した工場で安全・安心な商品を製造しています。また、「zehi」の売上の一部を各地のこども食堂支援へ寄付する他、トレーの素材変更によるCO2削減を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

※1 イズミグループの(株)ゆめデリカ含む

※2 食品など事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入などの危害要因を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保する衛生管理の手法

ブランドメッセージ

「zehi」は、このまちの台所。地域のお客さまに美味しいと喜んでもらいたくて、じっくりと手間暇かけて、毎日一つひとつ手作りしています。

zehiのコンセプト



自社製造だからこできる、おいしさの追求



お客さまに安心して商品を提供できる安全な製造環境



地域の食材を使った魅力的な商品の提供



サステナブルで健康な食生活の提案

一般のお客さまを対象とした試食会を実施し、6アイテムを「zehi」に認定

2022年6月、一般のお客さま10名に「zehi」の候補となる15アイテムを試食していただきました。お客さまのご意見も反映した上で、6アイテムを「zehi」に認定しました。なお、7月末現在の商品数は合計41アイテムになります。

- 認定されたアイテム
- 博多めんたいフランス
 - 鮎子産さば押し寿司
 - なすの煮びたし
 - なすのみぞれ煮びたし
 - 自社製 海老チリソース
 - 自社製 酢豚



お客さま試食会の様子

「zehi」の商品数(7月末)
合計
41 アイテム



グループ一体となった サステナビリティ経営で 企業価値を 向上していきます。

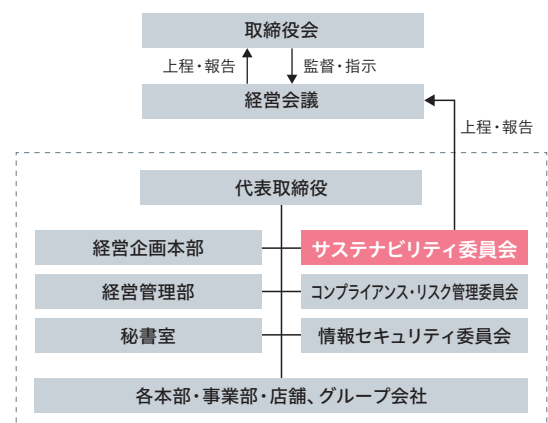
サステナビリティについての考え方

当社は、2020年11月に発表した「you me MIRAI 宣言」を柱に、持続可能な経営および成長戦略の実現を目指しています。2021年には、時代の変化や社会からのニーズに対応すべく、代表取締役社長を委員長とした全社横断的な組織であるサステナビリティ委員会を設置し、サステナビリティ基本方針を策定しました。事業活動を通じて社会への新しい価値を創造し、社会や地域、当社相互の持続可能性を追求するサステナビリティ経営に取り組んでいきます。

サステナビリティ基本方針

1. 未来を見据えた長期ビジョンを策定し、事業を通じて社会課題の解決に取り組みます。
2. すべてのステークホルダーと良好な信頼関係を築き、対話を通じて、共に社会に対して責任を果たします。
3. 地域とともに発展するため、地域に根ざした活動に取り組み、より良い生活環境を維持・向上させる活動を通して、長期的な価値を提供します。

サステナビリティ推進体制



you me MIRAI 宣言

お買い物 × MIRAI

デジタル技術で より便利に快適に

ECサイトやアプリなど、デジタル技術を活用して、より便利で快適な買い物スタイルを実現していきます。

対応するSDGs



お店づくり × MIRAI

ニューノーマルに対応

ニューノーマル時代に対応した店舗として、開放感あふれ、自然を感じられる空間をつくります。

対応するSDGs



地域 × MIRAI

新しい時代に向けた サービスを

ライフラインを守り、賑わいを演出する拠点として、店舗を進化させます。高齢者の支援も強化します。

対応するSDGs



サステナブルな社会の実現を目指した「youme MIRAI Action」

社会環境が大きく変化していく中で、豊かな暮らしやサステナブルな社会を地球規模で考え、行動を起こし、「地球に今までなかったもの」「新しい発見」「地域No.1の商品・サービス」を常に提供し続けていくこと。それが私たちの「youme MIRAI Action」です。お客さまの笑顔あふれる安心・便利・サステナブルな未来のために、youme MIRAI 宣言で掲げている「2030年までに達成すべき目標」に向かって、社員一人ひとりが取り組んでいます。

社員に配布したSDGsハンドブック▶



2030年までに達成すべき目標

CO₂排出量(2013年度比) **50%削減**
2050年までに、排出実質ゼロを目指します。
→P.32「環境」

食品ロス(2018年度比) **50%削減**

食品リサイクル率 **70%**
→P.31「環境」

持続可能なMIRAIへ

サステナブルなお店・ 企業を目指していきます

SDGsの17の目標達成に貢献するため、環境保全やダイバーシティ(多様性)に配慮します。

対応するSDGs



プラスチック製レジ袋(2018年度比) **80%削減**
2050年までに、100%削減を目指します。

女性管理職比率 **20%以上**
上記項目は、「2023年までに達成すべき目標」として掲げています。
→P.36「社員」



地球温暖化の防止と リサイクルの推進に力を入れています。

再生可能エネルギーの活用拡大

当社では、長年、「省エネ」に力を入れてきました。そこから一歩進めた「創エネ(電気をつくる)」は2015年にスタート。2021年からは再生可能エネルギーの活用拡大に向けて、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パネルを設置しました。今後も検証を進め、可能な店舗から設置を進めていきます。

物流の工夫で省エネ推進

「イズミ広島物流センター」(広島市西区)が中心となり、常時、物流の効率化を進めています。1台のトラックに、ドライ商品とチルド商品を混載して店舗に届ける取り組みは、大きな成果を生みました。また、段ボールの代わりにプラスチック製の折りたたみコンテナを使用し、省資源に努めています。



2015年に完成した「イズミ広島物流センター」

冷蔵・冷凍ケースでの節電

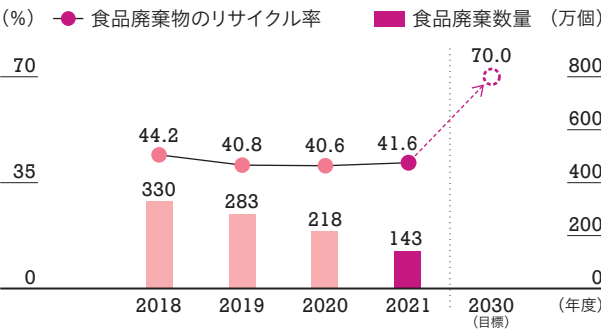
食品の品質や鮮度を守るため、冷蔵・冷凍ショーケースは売場に欠かせない設備です。当社では全店で「インバーターシステム」を導入。一元管理を行い、自動で24時間最適な庫内温度を保ちながら、消費エネルギーを削減しています。

食品リサイクルの強化

店舗から出る食品廃棄物は、徹底して分別管理し、資源として有効活用しています。東広島市に展開している店舗

では、地元の双葉三共(株)さまと連携して、調理くずや食べ残しなどを有機肥料へと再生。九州の店舗では、廃油をバイオディーゼル燃料に再生しています。

食品廃棄物のリサイクル率/食品廃棄数量



食品ロスの削減に向けた取り組み

2019年4月から、精肉、鮮魚、青果、デイリーフーズの各部門で食品廃棄量を毎日「見える化(可視化)」しています。廃棄量を把握することで、食品ロス削減への意識が向上。消費期限が迫った商品は「売切り平台」に集め、売り切っています。

また、食品ロス削減を推進する取り組みとして「もぐもぐチャレンジ」を実施しています。2021年4月から、ゆめマート八幡・西栄・八木で導入しており、賞味・消費期限が近い商品に貼られた「もぐにいシール」を10枚集めると、景品が当たる仕組みです。店頭の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しています。2021年度の「もぐにいシール」の回収枚数は、44万8,110枚でした。導入店舗は、40店舗です(2022年3月現在)。

こうした取り組みの結果、2021年度は2018年度比で食品ロスを57%削減できました。



店内に設置している「もぐもぐチャレンジ」コーナー

TCFD 提言に基づく対応

世界では、平均気温の上昇、大雨・洪水の頻度の増加など、気候変動が大きな課題となっています。当社グループは、こうした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の強化に取り組んでいます。

2022年6月には、気候変動に起因する金融市場の不安定化リスクの提言を目的としたTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)[※]の提言に賛同しました。今後、その提言に基づいた情報開示を進めていきます。



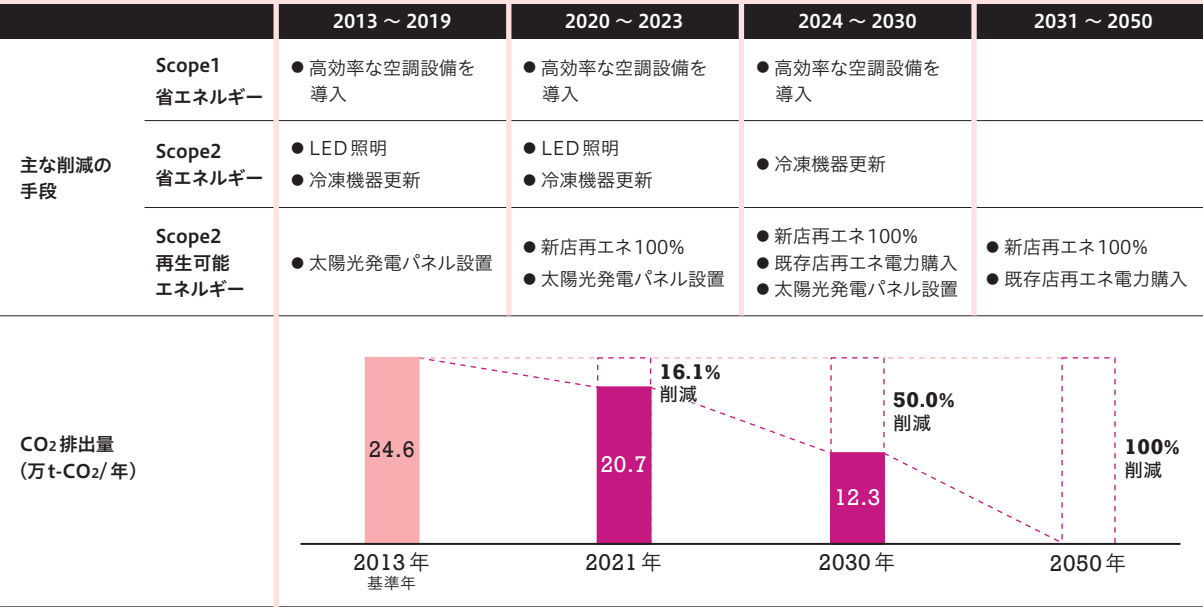
[※] 国際機関である金融安定理事会によって2015年に設立された組織。気候変動に起因する自社の事業リスクと事業機会を評価し、財務上の影響を把握して情報開示することを提言しています。

TCFDの枠組みにおいて取り組む内容

ガバナンス	● サステナビリティ委員会および取締役会によるモニタリング体制を整備
戦略	● 当社事業における重要なリスクと機会の特定 ● シナリオ分析による重要な影響を考察
リスク管理	● 気候変動による重要なリスクへの対応策などについて、関係部署やグループ会社などと連携し、全社でリスクマネジメントを実施
指標と目標	● 気候変動リスクと機会を評価し、管理するために必要な指標や目標の設定

CO₂ 排出量削減に向けたロードマップ

省エネ化・再生可能エネルギーへの切り替えを実施し、2030年に2013年度比50%削減、2050年に排出実質ゼロを目指します。



設備・技術・活動



現在導入を進めている電気式空調設備。従来型の重油式空調設備に比べ、CO₂排出量を約半分に抑えられます。



エナッジ®の導入。「作業室のエアコンは、作業が終わったらすぐに止める」など、店舗での省エネ行動をAIが教えてくれます。



店舗へのPPA「Power Purchase Agreement(電力販売契約)」モデルの導入を開始。屋根や屋上に太陽光発電パネルを設置しています。



わくわくする場所をつくり、 お客さま満足度向上を実現します。

「あらおシティモール」に市立図書館が開館

2022年4月、「ゆめタウンあらお」が核テナントとして入居する「あらおシティモール」に、荒尾市立図書館がオープンしました。10万5,000冊の蔵所に加え、電子書籍7,000点を備えた最先端の施設です。指定管理者の(株)紀伊國屋書店が図書館の隣に書店を開業し、地域の皆さまに本の魅力を幅広く発信しています。

荒尾市と紀伊国屋書店、運営会社の荒尾シティプラン(当社も経営に参画)の3者は、2020年に締結した連携協定に基づき、協力して開設準備を進めてきました。図書館の開館を機に、「ゆめタウンあらお」はさらに関係各位との連携を深め、地域貢献を強化していきます。



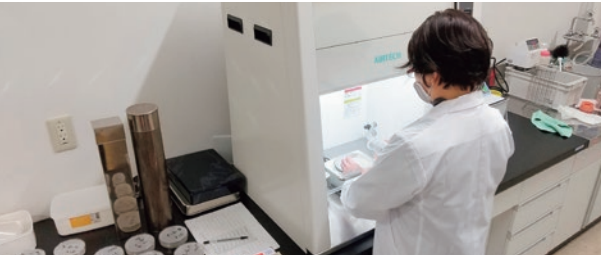
地元の干潟をイメージした館内

店内に子育て支援の拠点をオープン

2021年12月、「ゆめタウン東広島」に「コミュニティカフェ funfan 陽だまり」がオープンしました。NPO法人陽だまりが運営に当たり、親子の交流の場としてにぎわっています。「買い物ついでに利用できて便利」と人気です。カフェタイムには、子育て中の方以外も利用でき、幅広い市民の交流拠点として活用されています。

品質管理体制の構築

食品の品質管理を徹底するため、従業員は毎日午前11時と午後3時に鮮度や産地、日付チェックなどを欠かさず行っています。全店に食品品質チェッカーを配属し、表示などの勉強会を定期的に開催して意識を高め、鮮度管理に当たっています。また、安全・安心な商品をお客さまにお届けするために、自社に検査室を開設し、科学的に検証することで品質の管理維持に努めています。

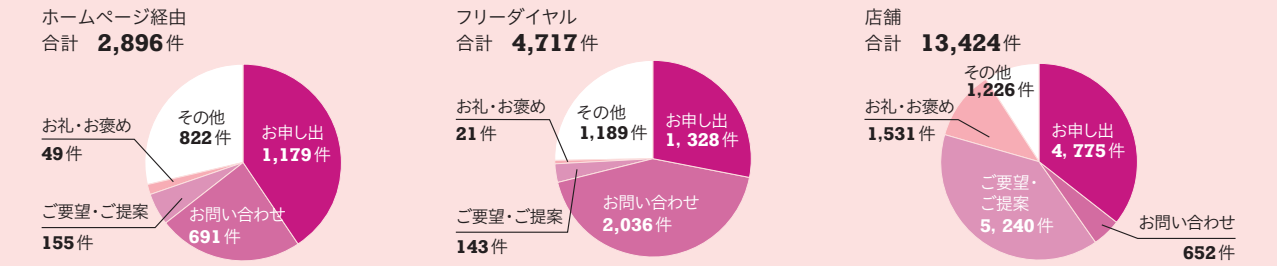


本社の品質管理検査室

「お客さまの声」を店舗運営に反映

消費者のライフスタイルが多様化するなかで、お客さまの声は当社グループにとって大切な財産です。そうした考えのもと、本社「お客さま相談室」へのフリーダイヤルや、店頭「お客さまの声」用紙、ホームページ経由でいただいた声を一つずつ検討し、店舗運営に反映しています。

2021年度の「お客さまの声」



地域に活気が生まれる拠点づくりを 推進しています。

実業団チーム「イズミメイプルレッズ」の運営

女子ハンドボールの実業団チーム「イズミメイプルレッズ」に所属する選手たちは全員、当社グループの企業に勤務しています。仕事と競技を両立し、全力で奮闘。2021年の東京オリンピックでは3人が日本代表に選出され、世界の舞台で戦いました。2022年1月の日本選手権大会では準優勝、日本ハンドボールリーグではプレーオフに進出するなど、成果を出しています。また、地域のスポーツ振興にも協力し、小・中学生対象の「イズミメイプルレッズジュニア」の運営や、小学校でのハンドボール教室も行っています。

60周年記念スポンサードゲームを開催

イズミ創業の地・広島をスポーツで盛り上げるため、広島東洋カープをオフィシャルスポンサーとして支援。スコアボードには「you me」のロゴを掲げ、チームや市民の皆さんの「夢」を応援しています。

2021年は「イズミ創業60周年ゆめタウンスポンサードゲーム」を5月5日に開催。また11月23日の「カープファン感謝デー 2021」にも協賛しました。

災害時に避難場所を提供

2021年8月13日、記録的な大雨により広島県安芸高田市吉田町は広域で浸水被害を受けました。「ゆめタウン吉田」は、地域のお客さまの避難場所として駐車場とトイレを24時間開放。惣菜や飲料などの無償提供も行いました。店舗は1階が浸水しましたが復旧を急ぎ、翌日正午に食品売場を再開。地域の皆さまのライフライン維持に努めました。

同月には西日本各地で「令和3年8月豪雨災害」が発生したことから、2021年8月26日～9月12日に195店舗で店頭支援募金を実施。寄せられた103万4,654円は、日本赤十字社に寄託しました。

就職サポートセンターの運営

2021年11月、「ゆめタウン浜田」に「就職サポートセンター 島根 浜田事務所」がオープンしました。中高年の方や女性

の就職・キャリアアップを支援する施設で、島根県労働者福祉協議会が運営。利便性向上のためキッズスペースも設けられています。

出店地域の自治体などと協定を締結

少子高齢化対策や産業振興など、地域課題の解決に協力するため、当社は各地の自治体などとの連携を進めています。2022年1月には「ゆめタウン山口」が大内連合自治会と協定を結び、地域に密着した災害時対応として避難場所の提供を約束しました。

自治体などとの協定一覧

包括協定		災害時における物資協定	
県・市・大学名	締 結 日	市・施設名	締 結 日
広島県	2011年 9月 6日	井原市(岡山県)	2012年 5月 8日
熊本県	2011年12月20日	八女市(福岡県)	2013年 2月 1日
廿日市市(広島県)	2015年 6月 6日	佐賀市(佐賀県)	2013年 3月21日
山口県	2016年 9月 1日	うきは市(福岡県)	2013年 4月 1日
周南市(山口県)	2016年 9月30日	大竹市(広島県)	2013年 9月25日
広島大学(広島県)	2017年 4月19日	八代市(熊本県)	2013年 8月 5日
宗像市(福岡県)	2017年10月26日	周南市(山口県)避難施設含む	2014年 3月14日
岩国市(山口県)	2021年10月28日	公立玉名中央病院(熊本県玉名市)	2014年 6月 1日
高梁市(岡山県)	2022年 5月20日	廿日市市(広島県)	2015年 6月 6日
高松市(香川県)	2022年 5月31日	山口県警察本部(山口県)	2016年10月 1日
災害時における物資協定		三豊市(香川県)	2018年 3月23日
県・市・町名	締 結 日	赤磐市(岡山県)	2018年 9月 1日
香川県	2005年11月14日	下松市(山口県)	2018年10月 5日
福岡県	2006年 3月28日	出雲市(島根県)	2019年11月22日
広島県	2006年10月 5日	柳井市(山口県)	2020年 1月 1日
佐賀県	2006年11月27日	武雄市(佐賀県)	2021年 6月24日
熊本県	2007年 1月10日	下関市(山口県)	2022年 2月17日
山口県	2007年 1月18日	益田市(島根県)	2022年 5月25日
島根県	2007年 3月20日	避難施設の協定	
長崎県	2007年 9月21日	県・市・町名	締 結 日
菊陽町(熊本県)	2007年 2月 1日	中津市(大分県)	2011年 8月25日
合志市(熊本県)	2007年 6月 1日	藍住町(徳島県)	2011年11月21日
高松市(香川県)	2007年11月21日	呉市(広島県)	2012年 2月20日
防府市(山口県)	2008年 5月22日	別府市(大分県)	2012年 4月27日
瀬戸内市(岡山県)	2008年 6月 1日	大竹市(広島県)	2012年11月27日
丸亀市(香川県)	2008年11月17日	廿日市市(広島県)	2015年 6月 6日
宗像市(福岡県)	2009年 4月 1日	広島市(広島県)LECTのみ対象	2017年 6月 7日
大牟田市(福岡県)	2009年 9月 1日	下松市(山口県)	2018年10月 5日
熊本市(熊本県)	2010年 5月24日	福山市(広島県)	2019年 6月28日
大川市(福岡県)	2011年 7月21日	出雲市(島根県)	2019年11月22日
藍住町(徳島県)	2011年11月21日	武雄市(佐賀県)	2021年 6月24日
遠賀町(福岡県)	2011年12月 1日	大内連合自治会(山口県)	2022年 1月31日
行橋市(福岡県)避難施設含む	2012年 2月 1日	(2022年5月31日時点)	
広島市(広島県)	2012年 2月22日		

テナントさまと共に
さらなる発展を目指します。

下松市・東急ハンズの協定と、「Plugs Market」による産業振興

2021年9月、下松市と東急ハンズ、当社の3者は「産業振興等に関する協定」を締結。協力して下松市の産業振興や地域活性化を図ることを約束しました。その具体的な取り組みとして、12月1日には「ゆめタウン下松」に東急ハンズの新業態「Plugs Market」がオープン。当社がFC形式で運営し、下松市および山口県内の地場商品と、東急ハンズがセレクトした生活雑貨を好評販売中です。「地方を元気に」をテーマに、地域の魅力を発見、発信するスポットとして注目されています。



Plugs Marketの様子

3COINS+plusをFC形式で運営

2021年2月、当社は(株)パルと業務提携を締結しました。この提携に基づき、同社が展開する「3COINS+plus」をFC形式で運営。「ゆめタウン夢彩都」と「ゆめタウン下松」に出店した店舗はいずれも好調です。300円商品を中心とした豊富な雑貨が、高い支持を集めています。



ゆめタウン下松での行列の様子

店頭とホームページで採用活動を支援

当社では、地域の方々と、テナントの皆さまをマッチングする取り組みを行っています。店頭では「お仕事相談会」を開催。当社のホームページでは、テナントさまの求人情報を掲載しています。



勤務時間帯など条件も掲載

公正な取引の推進へ投書箱を本社に設置

当社では公正な取引を推進するため、本社に投書箱や「イズミホットライン」を設置しています。お取引に関すること、従業員のマナーなどへのご意見・ご相談を社員教育や店舗運営に生かしています。



本社2階に設置した投書箱

テイクアウトの活用を後押し

テイクアウトを要望するお客さまが多いことから、「ゆめタウン廿日市」では「お弁当&テイクアウト」コーナーを開設しています。その他の店舗でも、店舗ごとにテイクアウトメニューを作成し、チラシやホームページで紹介しています。



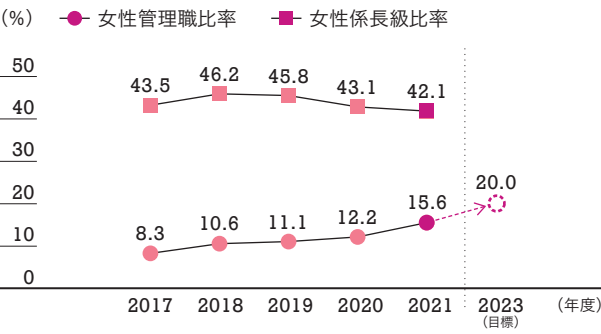
ゆめタウン廿日市の「お弁当&テイクアウト」コーナー

社員の成長をサポートする環境づくりに
力を入れています。

女性活躍の推進

当社は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(詳細はP.19-20参照)。その取り組みの一つとして、管理職を目指す女性社員向けの「女性リーダー育成研修」を実施。マネジメントスキル向上の後押しをしています。

女性管理職の推移



企業主導型の保育施設を整備

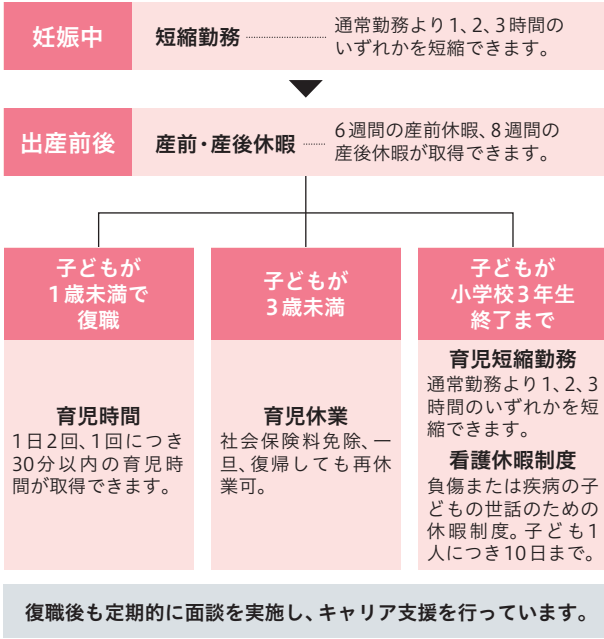
「ゆめタウン光の森」と「ゆめタウン廿日市」の2店舗に企業主導型保育施設を設置しています。

2021年4月1日に開園した「ゆめタウン廿日市」の「ゆめジャングルほいくえん」は、「北欧×ジャングル」をイメージした緑あふれる開放的な空間です。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。毎週水曜以外は土・日も開園しているので、利用者に好評です。

制度拡充と意識改革で両立を支援

当社では1995年から「ポジティブアクション」を推進し、子育てや介護と仕事の両立を応援してきました。女性だけでなく、男性向けの両立支援制度も拡充させ、「出産立会い休暇」や「夫婦で子育て休暇」などを新設。こうした制度は「パパママ応援BOOK」にまとめ、ウェブ上に公開して周知を図っています。また管理職向けに「男性育休取得促進講座」を開催し、上司の意識改革にも努めています。

育児休業制度



人材育成

当社グループでは、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し、力を発揮できるキャリア制度を導入しています。

研修制度の充実にも力を入れています。例えば、経営幹部を育てる「イズミ大学」(詳細はP.19-20参照)や、店づくりの鍵を握る支配人のスキルアップと意識改革に向けた「支配人塾」では、OBによる講演や、SDGsについての取り組み共有などを実施しています。また、2021年に完成した「イズミ食品研修センター」では、惣菜、鮮魚、精肉、青果の技能実習室を完備しており、店舗と同じ環境でカットや盛り付けなどの技能が学べます。

従業員が意欲と技術をさらに高められるよう、当社では各種コンテストを開催しています。2022年2月には食品技能コンテストを写真審査で開催し、計60名が参加しました。

その他、パートナー社員向けには、事例発表会として「ゆめ感動物語」を定期的に開催。自らの気づきを生かし、仲間と一緒に現場を改革した事例を発表、優れた事例は、他店でも導入を進めるなどして店舗運営に反映しています。

役員一覧



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11

取締役

1 山西 泰明
代表取締役社長

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

2 三家本 達也
取締役副社長

1981年4月 ㈱住友銀行(現㈱三井住友銀行)入行
2010年4月 同行理事 福岡法人営業部部長
2012年4月 同行理事 九州法人営業部部長
2013年5月 当社専務取締役管理本部部長
2014年7月 当社専務取締役管理本部部長兼グループ経営統括
2019年1月 当社専務取締役管理本部部長兼グループ経営本部部長
2020年7月 当社専務取締役管理本部部長
2021年3月 当社取締役専務執行役員管理本部部長
2022年3月 当社取締役副社長(現任)

3 町田 繁樹
取締役専務執行役員

1991年4月 当社入社
2010年8月 当社住居関連品部長
2013年6月 当社執行役員九州ゾーン部長
2014年2月 当社執行役員衣料品事業部長
2020年4月 当社上席執行役員衣料品事業部長
2020年11月 当社上席執行役員経営企画部長
2021年5月 当社取締役経営企画部長
2022年3月 当社取締役専務執行役員経営企画本部部長(現任)

4 梶原 雄一郎
取締役専務執行役員

1987年3月 当社入社
2006年2月 当社執行役員九州ゾーン営業部長
2007年5月 当社取締役九州ゾーン営業部長
2010年3月 当社常務取締役九州ゾーン営業部長
2013年5月 当社専務取締役販売本部部長
2016年3月 当社専務取締役営業本部部長
2021年3月 当社取締役専務執行役員GMS本部部長
2022年3月 当社取締役専務執行役員テナント本部部長(現任)

5 黒本 寛
取締役

1982年4月 当社入社
2003年8月 当社テナント統括部部長
2009年1月 当社執行役員開発本部部長
2020年5月 当社取締役開発本部部長(現任)

6 似鳥 昭雄
取締役〔社外〕

1972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
1978年5月 同社代表取締役社長
2014年5月 ㈱ニトリ代表取締役会長(現任)
2016年2月 ㈱ニトリホールディングス代表取締役会長(現任)
2016年5月 コーナン商事㈱社外取締役(現任)
2017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(現任)

7 米田 邦彦
取締役〔社外〕

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

8 青山 直美
取締役〔社外〕

1989年4月 ㈱東芝入社
2000年4月 ㈱イーライフ入社 新規事業開発部長
2004年6月 ㈱スタイルビズ設立 同社代表取締役(現任)
2005年6月 ケンコーコム㈱ 社外取締役
2012年6月 ケンコーコム㈱ 社外取締役退任
2017年3月 ㈱千趣会 社外取締役
2021年5月 当社取締役(現任)
2022年3月 ㈱千趣会 社外取締役退任

監査役

9 川西 正身
常勤監査役

1978年4月 ㈱広島銀行入行
2006年7月 同行銀山町支店長
2009年4月 当社入社 執行役員財務部長
2010年4月 当社執行役員財務部長兼経理部長
2010年10月 当社執行役員管理本部管理統括
2011年4月 当社執行役員財務部長兼経理部長兼経営管理部長
2016年9月 当社財務部長兼経理部長兼経営管理部長
2019年3月 当社財務部長兼経理部長
2021年4月 当社財務経理部顧問
2021年5月 当社監査役(現任)

10 堀川 智子
監査役〔社外〕

1991年10月 公認会計士、センチュリー監査法人入所
1994年10月 中国木材株式会社 監査役(非常勤)
1999年3月 センチュリー監査法人退所
中国木材株式会社入社 監査役(常勤)
2004年4月 同社取締役 経営企画本部部長
2012年4月 同社常務取締役 経営企画本部部長兼社長室室長
2015年2月 同社代表取締役社長(現任)
2020年5月 当社監査役(現任)

11 岡田 弘隆
監査役〔社外〕

2009年7月 竹原税務署長
2013年7月 広島国税局総務部総務課長
2014年7月 国税庁長官官房広島派遣首席国税庁監察官
2016年7月 広島国税局調査査察部長
2017年7月 広島国税局調査査察部退職
2017年8月 税理士事務所開設(現任)
2020年5月 当社監査役(現任)

執行役員

常務執行役員
藤井 洋二郎

上席執行役員
徳田 隆
溝口 晋
山西 大輔

執行役員
岡本 圭史
沼本 真輔
河崎 智広

山野 正道
小林 篤志
阿部 睦夫

平 公成
廣瀬 伸作
宮次 太功

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ます。

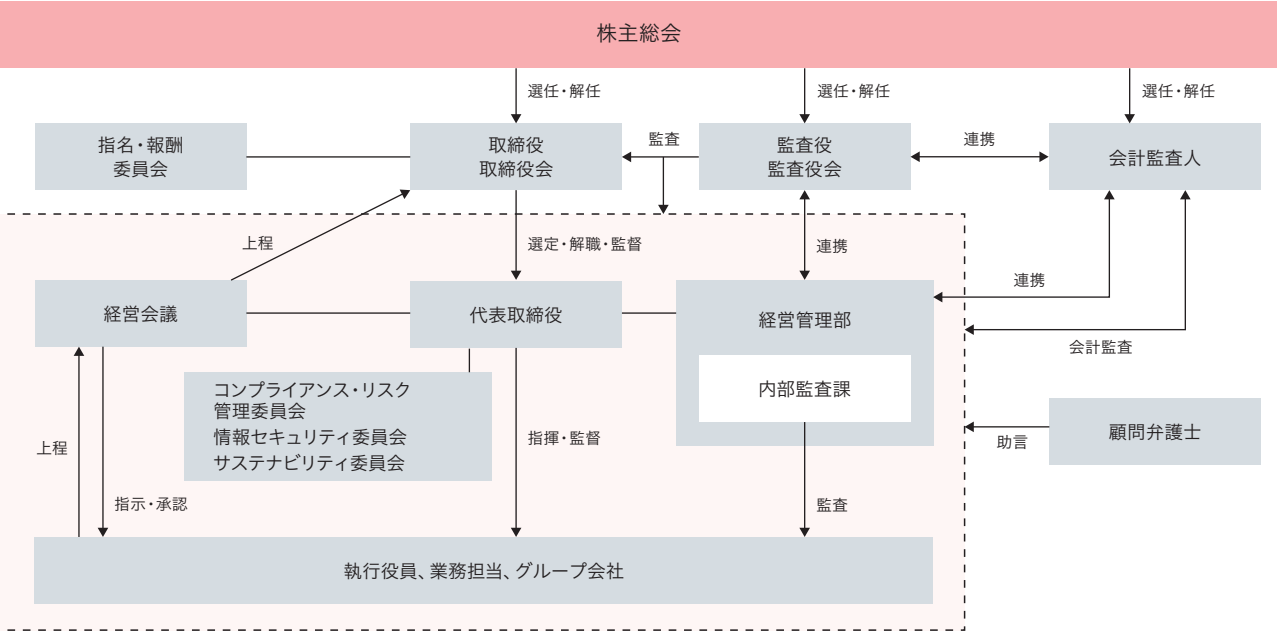
ガバナンスの基本的な考え方

当社グループは、お客さま満足の実現を通じて企業価値の最大化を図り、同時に高い倫理観をもって社会的責任を果たすことにより、お客さま・従業員・取引先・地域社会などのステークホルダーの期待に応えていきます。

中長期的な企業価値向上のため、企業活動の透明性・

公正性・生産性を高めることを重要課題として、経営組織の改革や諸制度の整備および内部統制システムの充実などを図るコンプライアンス経営を継続的に推進し、ステークホルダーに信頼されるコーポレート・ガバナンスの充実に向けて取り組みます。

コーポレート・ガバナンス体制図



ガバナンス体制強化の変遷

年度	取り組み内容など
2015	社外取締役を2人選任(男性1、女性1) 社外取締役室設置
2016	コーポレートガバナンス・コードの各原則に関する開示
2017	社外取締役に企業経営経験者を選任(男性1) 取締役会実効性評価アンケート初回実施(以後毎年実施)
2019	任意の指名・報酬委員会の設置
2021	社外取締役を1人増員(女性)、 独立社外取締役の割合は1/3以上に 役員報酬制度見直し(譲渡制限付株式報酬制度の導入) スキルマトリックスの開示 サステナビリティ委員会設置
2022	気候変動に係る影響などに関する開示(TCFD提言に基づく対応)

ガバナンス体制早見表

機関設計の形態	監査役会設置会社
取締役の人数	8名(うち社外取締役3名)
定款上の取締役の任期	2年
取締役会議長	山西 泰明(代表取締役社長)
監査役	3名(うち社外監査役2名)
執行役員制度採用	有
取締役会の任意諮問委員会	指名・報酬委員会を設置
会計監査人	有限責任 あずさ監査法人

取締役会のバランス、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3名(うち女性1名)を含めた8名で構成しています。任期は2年とし、業務執行の透明性と経営責任の明確化の実現に努めています。

取締役会は、原則として月1回開催し、十分な審議と取締役の職務執行に関する監督を行っています。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13名を選任して業務の執行を任せています。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。

なお、独立社外取締役3名のうち2名は他社での経営経験を有しています。また、取締役会の諮問機関として、任意の指名・報酬委員会を設置し、委員には独立社外取締役3名全員が入り、客観性・透明性を確保しています。

求められる経験・スキル

企業経営/経営戦略	取締役の主な任務である「経営判断」ができる経験
変化への対応力	お客さまニーズや業界が変動するなかで、イズミのDNAである「革新・挑戦・スピード」を具体化できる実行力
小売業経験	適正なお客さまニーズの把握・品ぞろえ・売場づくり・販売力など、店舗の業績を向上させられる小売業の現場経験
商品開発/マーチャндаイジング	適正なお客さまニーズ・時期・価格・数量など全社的な商品群を把握し、業績を向上させられる商品部門担当の経験
出店戦略	中期経営計画における「300店舗体制の実現」および効果的かつ効率的な投資を判断できる経験
財務会計/ファイナンス	企業継続に向けた資金調達や、コンプライアンスの要である粉飾決算の不正防止に対応できる知見
ガバナンス/リスク管理/法務	法令やコンプライアンスを踏まえたリスク管理の知見
人事・労務/能力開発	人材採用や、継続的な社員の成長および働きやすい労働環境を整備できる知見
ESG/サステナビリティ	中長期・持続的な成長・発展に向けたESG視点での経営に対応できる知見
IT/DX推進	ITシステムの構築、DXに関する知見

スキルマトリックス

●:当社取締役・監査役の知見・経験のある分野／○:期待する分野

氏名	役職	企業経営 経営戦略	変化への 対応力	小売業 経験	商品開発 MD	出店 戦略	財務会計 ファイナンス	ガバナンス リスク管理 法務	人事労務 能力開発	ESG サステナ ビリティ	IT DX推進
山西 泰明	代表取締役	●	●	●		●		●	●	○	○
三家本達也	取締役	●	●			●	●	●	●	○	●
町田 繁樹	取締役	●	●	●	●		○			●	○
梶原雄一朗	取締役		●	●	○	●					
黒本 寛	取締役		●	●		●					
似鳥 昭雄	独立社外取締役	●	●	●	●	●		●	●		
米田 邦彦	独立社外取締役	●					●	●		●	
青山 直美	独立社外取締役	●		●					●	●	●
川西 正身	常勤監査役						●	●			
堀川 智子	社外監査役	●	●				●	●	●	●	
岡田 弘隆	社外監査役						●	●			

※ 上記の一覧表は、各人の有する全ての知見や経験を表すものではありません。

取締役会の実効性評価

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ています。その結果に基づき、取締役会の構成、取締役会の審議内容、取締役会の運営、課題への対応などについて、取締役会において議論を行っています。

取締役会実効性評価のプロセス

2021年7月 取締役会実効性評価アンケートの実施
2021年9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
2021年9月～12月 取締役会における課題に対する議論

分析・評価の結果概要と今後の対応

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、概ね意思決定に係るプロセスの実効性は適切に確保されていることを確認しました。一方で、課題として認識すべき点も確認し、取締役会の運営方法（経営戦略などの議論の場を増やすなど）、後継者の育成計画、中期経営計画の再構築、指名・報酬委員会の委員構成などについて、今後審議すべきである重要な課題として認識しました。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いきます。

役員の選解任

当社では、指名・報酬委員会の審議・答申と、取締役会の審議により、役員の選解任を決定します。

経営陣幹部（CEO含む）の選任、社内取締役候補者の指名は、「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持ち、リーダーシップに優れていることを基準にしています。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の選任に努めています。CEOにおいては、当社を牽引する適切な資質を持った者を選任すべく、多様な経営視点や専門知識を有する後継者の育成に力をいれています。

社外取締役候補者は、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など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資質を有することを選任基準にしています。

監査役候補者は、専門的な経験と知識を持ち、中立的・客観的な立場から公正な監査を行える者を、監査役会の同意を得た上で決定します。

独立社外取締役および独立社外監査役の候補者の指名は、東京証券取引所の定める独立役員の確保に当たっての判断基準を踏まえて決定します。

経営陣幹部（CEO含む）の解任については、上記に記載する経営陣幹部に必要な条件を満たせなくなった状況などに至った場合、また法令などに違反し当社の企業価値を著しく毀損したと客観的に判断される場合などに、指名・報酬委員会の審議・答申を受けて、取締役会の審議により決定します。

取締役・監査役に対するトレーニング

取締役には、定期的に、法務などに関する専門家の研修、リーダーシップ・経営戦略など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などを実施しています。社内取締役は、インターネットなどによるウェブセミナーも活用しながら、外部経営者とのディスカッション、チェーンストア経営理論などのセミナーへの参加を通じて、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。また、当社の店舗・物流センターや子会社の惣菜新工場の見学および現場責任者との意見交換を通じ、経営の実態把握と見識を深めることに努めています。

常勤監査役は、インターネットなどによるウェブセミナーを活用しつつ、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。また、監査役各々で、当社の店舗・物流センターへの会計監査人による監査立ち会いや子会社の惣菜新工場の見学および現場責任者との意見交換を通じ、経営の実態把握と見識を深めることに努めています。

役員報酬

取締役報酬限度額は株主総会の決議（2018年5月25日改定）により500百万円（うち社外取締役分は30百万円、なお、使用人兼務取締役の使用人分給与は含みません。）と定めています。2021年3月1日施行の会社法の一部を改正する法律（令和元年法律第70号）により、株主総会決議に基づく取締役の報酬などについて、取締役の個人別の報酬などの内容に係る決定方針を定めることが求められたことに

より、2021年2月9日開催の取締役会において下記のとおり決定しました。なお、取締役でない執行役員の個人別の報酬などの決定についても取締役と同様としています。

基本方針

当社の取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう株主利益と連動した報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針とします。具体的には、業務執行を担う取締役の報酬は、固定報酬としての基本報酬、業績連動報酬（決算賞与など）および非金銭報酬（株式報酬）により構成し、監督機能を担う社外取締役および監査役については、その職務に鑑み、基本報酬のみとします。なお、2021年5月26日開催の第60回定時株主総会において、上記取締役報酬限度額の枠内で非金銭報酬（株式報酬）として取締役（社外取締役を除く。）に対する譲渡制限付株式の付与のための報酬制度を導入することの承認・決議、また、役員退職慰労金制度の廃止および当該廃止に伴う退職慰労金の打ち切り支給をすることが、承認・決議されています。

報酬内容と算出方法

基本報酬	月例の固定報酬とし、役位、職責、当社の財務状況などを総合的に勘案して決定しています。
業績連動報酬	事業年度ごとの業績向上に対する意識を高めるため業績指標（KPI）を反映した現金報酬とし、各事業年度の経常利益などの目標値に対する達成度合いおよび個人評価に応じて算出された額を決算賞与などとして毎年、当該事業年度終了後の一定の時期などに支給します。目標となる業績指標とその値は、中期経営計画と整合するよう計画策定時に設定し、適宜、環境の変化に応じて指名・報酬委員会の答申を踏まえて見直しを行います。
非金銭報酬	企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを付与するとともに、株主との一層の価値共有を進めることを目的として、譲渡制限期間を取締役その他当社取締役会の定める地位を喪失する日までとする譲渡制限付株式を用いた株式報酬とし、毎年、一定の時期に付与します。付与する株式の個数は、各取締役の固定報酬の額に役位別の係数乗じた株式報酬基準額に対して、会社の業績目標に対する達成度係数（0.90～1.10）を乗じた金額を付与時における株価で除して算出した数を踏まえて決定します。なお、非金銭報酬の譲渡制限付株式報酬の総額は、上記取締役報酬限度額の枠内で、年額100百万円以内、発行または処分される当社の普通株式の総数は年5万株以内とします。

政策保有株式

当社は、原則として政策保有株式を保有しない方針とし、現状の保有株式については、段階的に削減していきます。保有株式がある場合、取締役会にて中期経営計画の観点から保有の適否を検証し、当該検証内容を開示します。保有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判断の上行使します。

コンプライアンス・リスク管理体制

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。

また、「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。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取り組んでいます。

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、地震など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を整えています。

情報セキュリティ

当社グループは、小売事業や小売周辺事業における商品・サービス提供のため、お客さまやお取引先さまなどの個人情報や情報資産を取り扱っています。対象情報のセキュリティ対策に万全を期すものとし、紛失、破壊、改ざんおよび漏えいなどのリスク未然防止を目的として、「情報セキュリティ委員会」を設置しています。情報セキュリティ責任者と各部門の管理者を置き、情報セキュリティ対策の実効性を確保できる体制を運用・構築しています。

11年間のサマリー

	2012年2月期	2013年2月期	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期
経営成績（単位：百万円）											
営業収益	515,875	535,510	556,852	579,739	668,784	702,121	729,857	732,136	744,349	679,778	676,800
売上高	491,955	510,438	530,871	552,746	638,754	670,253	696,266	697,679	709,455	645,672	643,280
営業利益	24,254	27,949	29,100	30,330	31,912	35,670	38,487	35,273	31,888	35,781	34,717
経常利益	23,539	27,102	28,446	29,767	31,102	35,688	38,208	35,099	31,979	36,078	34,696
親会社株主に帰属する当期純利益	11,062	16,187	17,384	17,360	18,766	17,015	26,932	23,488	19,953	23,053	23,204
営業活動によるキャッシュ・フロー	25,561	27,196	25,683	52,246	13,553	33,104	42,592	33,642	57,681	48,320	18,577
投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,682	△20,356	△19,948	△20,897	△26,071	△19,938	△29,067	△19,101	△16,693	△6,633	△14,246
財務活動によるキャッシュ・フロー	△21,934	△6,272	△5,501	△25,159	12,956	△16,252	△15,477	△14,793	△40,142	△25,361	△18,016
現金及び現金同等物の期末残高	6,260	6,862	6,800	12,990	13,429	10,342	8,389	8,136	8,982	25,306	11,621
減価償却費	13,854	13,464	12,827	12,902	15,044	15,691	16,171	15,862	16,164	15,872	16,138
のれん償却額	—	28	114	151	454	1,078	997	822	785	737	532
設備投資	15,139	18,705	30,813	24,451	21,435	27,727	15,869	21,507	17,514	12,450	14,118
財政状態（単位：百万円）											
総資産※1	370,377	379,824	397,071	432,416	468,026	476,885	479,867	484,876	490,106	489,692	468,798
純資産	125,389	126,139	130,178	145,709	157,851	171,963	194,851	211,546	226,264	245,411	262,433
自己資本	112,302	115,380	120,211	134,818	147,648	160,566	182,956	199,897	214,345	232,495	248,689
有利子負債	158,106	167,471	173,999	157,922	193,018	182,146	171,995	162,974	128,928	109,414	99,366
財務指標											
売上高営業利益率	4.9%	5.5%	5.5%	5.5%	5.0%	5.3%	5.5%	5.1%	4.5%	5.5%	5.4%
自己資本当期純利益率(ROE)	9.4%	14.2%	14.8%	13.6%	13.3%	11.0%	15.7%	12.3%	9.6%	10.3%	9.6%
総資産経常利益率(ROA)	6.4%	7.2%	7.3%	7.2%	6.9%	7.6%	8.0%	7.3%	6.6%	7.4%	7.2%
自己資本比率	30.3%	30.4%	30.3%	31.2%	31.5%	33.7%	38.1%	41.2%	43.7%	47.5%	53.0%
配当性向	16.2%	18.4%	18.2%	21.1%	24.4%	27.8%	20.0%	24.4%	28.7%	25.8%	26.5%
1株当たり指標（単位：円）											
1株当たり純資産(BPS)	1,388.45	1,541.32	1,672.92	1,876.22	2,060.44	2,240.66	2,553.14	2,789.58	2,991.24	3,244.56	3,479.26
1株当たり当期純利益(EPS)	123.74	207.01	236.55	241.6	261.96	237.45	375.83	327.79	278.45	321.72	324.45
1株当たり配当金(DPS)	20.00	38.00	43.00	51.00	64.00	66.00	75.00	80.00	80.00	83.00	86.0
非財務情報											
期末発行済株式数（単位：株）	95,273,420	78,861,920	78,861,920	78,861,920	78,861,920	78,861,920	71,665,200	71,665,200	71,665,200	71,665,200	71,665,200
期末自己株式数（単位：株）	14,390,035	4,003,716	7,004,785	7,005,563	7,203,273	7,201,306	5,676	6,700	7,346	8,106	187,562
期末店舗数（単位：店）※2	102	111	121	156	217	198	200	202	197	194	194
期末店舗数（イズミ単体）（単位：店）	88	92	102	103	103	105	110	112	111	109	107
既存店売上高前年比（イズミ単体）	101.2%	100.1%	102.7%	101.8%	101.4%	101.5%	99.2%	99.4%	99.1%	89.7%	101.1%
電子マネー「ゆめか」累計カード発行枚数（単位：万枚）	43	116	350	475	551	617	684	752	811	852	899
従業員数（単位：人）	3,334	3,344	3,151	3,467	4,164	4,072	4,189	4,358	4,455	4,443	4,399
パートタイマー（単位：人）※3	6,950	7,088	7,297	8,503	10,225	10,761	11,263	11,234	11,457	11,149	10,945

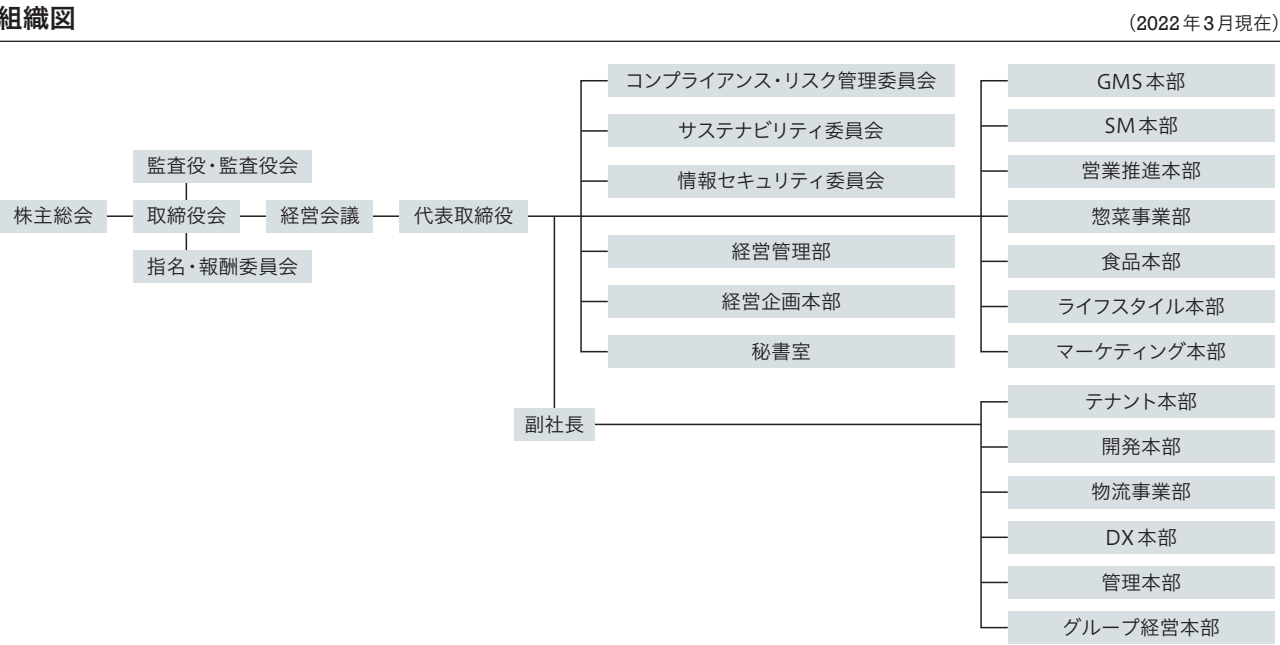
※1『税効果会計に係る会計基準』の一部改正（企業会計基準第28号 2018年2月16日）を2020年2月の連結会計年度の期首から適用したため、2019年2月期は遡及適用後の数値としています。

※2 イズミ単体と食品スーパー子会社4社の店舗数の合算値です。

※3 パートタイマーは、8時間換算の年間平均雇用人員です。

会社情報

会社概要			(2022年2月28日現在)
設立年月日	1961年(昭和36年)10月27日	中国エリア:93店舗	
本社所在地	広島市東区二葉の里三丁目3番1号	GMS・SC 39店舗 NSC 1店舗 SM 51店舗 その他 2店舗	
資本金	19,613,856,196円	九州エリア:84店舗	
従業員数 (連結)	正社員 4,399名 パートタイマー 10,945名(1日8時間換算)	GMS・SC 19店舗 NSC 2店舗 SM 61店舗 その他 2店舗	
店舗数	194店舗(GMS・SC 64店舗、NSC 3店舗、SM 120店舗、その他 7店舗)	四国エリア:12店舗	
		GMS・SC 4店舗 SM 8店舗	
		その他のエリア:5店舗	
		GMS・SC 2店舗 その他 3店舗	



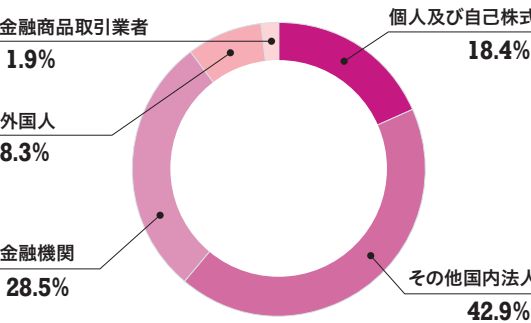
イズミグループ

小売事業		株式会社イズミ ショッピングセンター、ゼネラル・マーチャンダイジング・ストア(GMS)、スーパーマーケットなどの業態による衣料品、住居関連品、食料品などの販売およびインポート事業		株式会社デイリーマート 徳島県でスーパーマーケット「デイリーマート」を展開
		株式会社ゆめマート熊本 熊本地区でスーパーマーケット「ゆめマート」を展開		株式会社 ウオッチ・ビジネス・カンパニー 時計販売・修理・卸・商品開発
		株式会社ゆめマート北九州 北九州を中心にスーパーマーケット「ゆめマート」を展開		他 2社 持分法適用会社 2社
小売周辺事業		株式会社ユアーズ 広島県を中心にスーパーマーケット「ユアーズ」、高質スーパー「アバンセ」を展開		
		株式会社ゆめカード クレジットカード事業、電子マネー事業、損害保険代理業、生命保険の募集に関する業務、貸金事業、トラベル事業		株式会社イズミテクノ 施設管理、工事、警備、清掃業
		イズミ・フード・サービス株式会社 お好み一番地、たこ一番、炙り一番、ハンバーグレストラン(いしがまや)、ミスタードーナツ、サーティワンアイスクリーム、大阪王将、イタリアン、和食、麺や一番などの飲食店の運営		株式会社ゆめデリカ 惣菜製造
その他事業		株式会社ヤマニシ レディスウエア、ナイトウエア、インナーウエアなどの商品企画および販売		他 5社 持分法適用会社 2社

株式情報

株式の状況	(2022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	10,286名

単元株式の所有状況 (2022年2月28日現在)

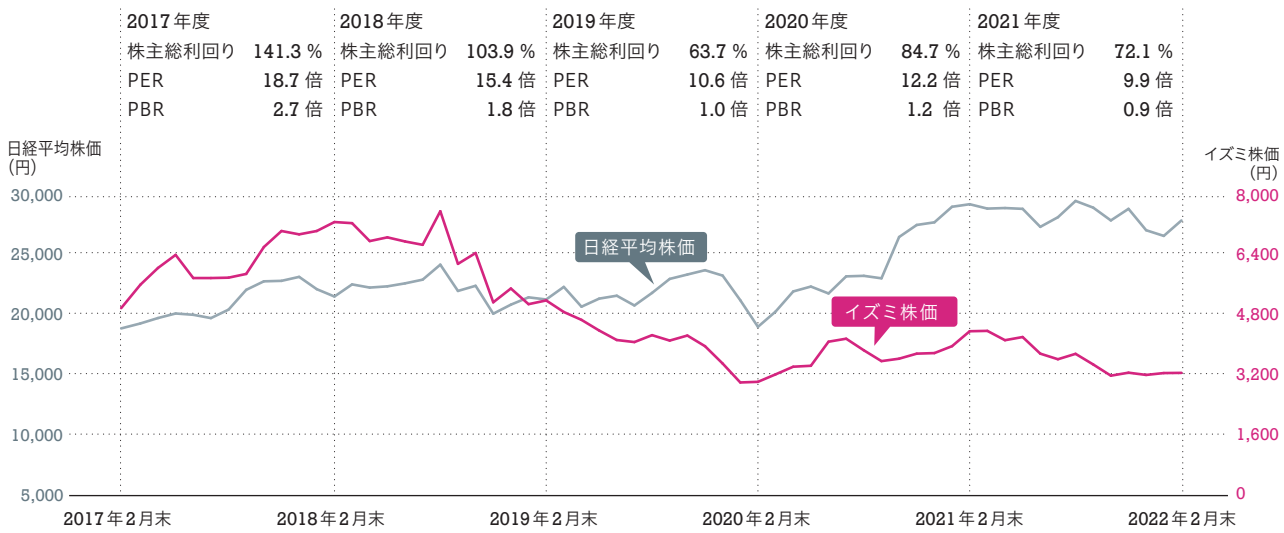


大株主の状況 (2022年2月28日現在)

株主名	持株数	持株比率
山西ワールド(株)	19,935千株	27.9%
日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口)	5,396千株	7.6%
第一不動産(株)	4,208千株	5.9%
(株)日本カストディ銀行(信託口)	3,914千株	5.5%
(株)広島銀行	2,362千株	3.3%
日本生命保険(相)	2,093千株	2.9%
全国共済農業協同組合連合会	2,091千株	2.9%
山西 泰明	2,043千株	2.9%
第一生命保険(株)	2,030千株	2.8%
イズミ広島共栄会	1,941千株	2.7%

※ 持株比率は自己株式(187,562株)を控除して計算しています。

株価



経営企画部からのメッセージ



統合報告書2022をお読みくださり、ありがとうございます。
当社の企業価値創造の取り組みをご理解いただく一助となれば幸いです。
その他、当社の各種情報は下記 URL からご参照ください。

- 会社案内
https://www.izumi.co.jp/corp/outline/company_guide/pdf/2022.pdf
- IR情報
<https://www.izumi.co.jp/corp/ir/>
- サステナビリティ
<https://www.izumi.co.jp/sustainability/>

2022年8月 経営企画部 統合報告書制作チーム一同