ANNUAL REPORT 2020

2019年3月1日～2020年2月29日

株式会社イズミ　アニュアルレポート

株式会社 イズミ

〒732-8555　広島県広島市東区二葉の里三丁目3番1号

URL https://www.izumi.co.jp/

イズミ・ゆめブランドの価値向上を通じて、日本一の高質リージョナル総合スーパーを　目指す





お客さまの暮らしをより豊かに

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



より地域密着、よりきめ細かく

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

ショッピングセンター(SC)	68店舗
食品スーパー(SM)	117店舗
近隣型ショッピングセンター(NSC)	3店舗
その他	9店舗
計	197店舗

(2020年2月末現在)

CONTENTS

トップメッセージ 4
市場からのご質問にお答えして 8
イズミの夢、理念と行動指針 10
沿革「イズミのチャレンジ」 12
イズミのビジネスモデル 14
イズミの強み 16
中期経営計画の見直し 18
セグメント概況 20
CSRマネジメント／CSRアクション 25
コーポレートガバナンス 28
役員一覧 32
11年間サマリー 34
経営陣による財務分析 36
主要連結財務指標 38
会社概要・株式情報 43

地域のライフラインとしての使命を果たすことを最優先としながら、2020年は危機に対する体制固めの年として改革を進めていきます。



株式会社イズミ
代表取締役社長
山西泰明

2019年度を振り返って

2019年度の市場環境は、2019年10月に消費増税があり、その後の消費意欲が弱含んで推移していた中で、2020年に入ってからは、世界的なパンデミックとなった新型コロナウイルス感染症が国内でも拡大し、不要不急の外出を避ける動きが全国的に強まるなど、今に至るまで非常に厳しい市場環境が続いています。

そのような中で当社は、昨年は5月に「ゆめタウン小野田（山口県山陽小野田市）」を閉店した一方で、6月には株式会社イトーヨーカ堂から引き受けた物件を「ゆめタウン福山（広島県福山市）」として開業し、大変好調に推移しています。食品スーパー業態においても、2019年4月に「ゆめマート日田（大分県日田市）」「ゆめマート三田尻（山口県防府市）」、5月に「ゆめマート南小野田（山口県山陽小野田市）」、7月に「ゆめマート青山（福岡県北九州市八幡西区）」を開業したほか、既存店の活性化としては2019年6月に「ゆめタウン光の森（熊本県菊池郡）」を増床リニューアルオープン、9月には「四国一、お客様のよろこびの追求」をテーマに、「ゆめタウン高松（香川県高松市）」でフードコートや食品売場、衣料品売場を改装しました。

総括すると、評価できる点としては、株式会社西友から引き受けた「ゆめタウン下松（山口県下松市）」、「ゆめタウン姫路（兵庫県姫路市）」、そして前述の「ゆめタウン福山」といった居抜き店舗が好調なスタートを切ったこと、当社グループが強みとするランドセル等の三世代需要やハレの日商材が堅調な販売となったこと、そして原価低減やロスの削減に努めたことで、荒利率の改善が図れたことが挙げられます。しかしながら、天候不順の影響で衣料品など季節商品の販売がふるわなかったことに加え、こうした大型店舗の好調の一方で単体での「ゆめマート」の新店は低調に推移したことは課題として残りました。また2019年10月に消費増税が実施され、増税後の購買力そのものも回復に時間を要している中で、政府による「キャッシュレス・ポイント還元事業」が実施されたことによって、これまでの当社グループのポイント販促による優位性が薄れ、既存店での売上が前年割れとなるなど、厳しい結果となりました。業績は、営業収益については増床・活性化店舗での販売増により前期比1.7%増の7,443億円となったものの、既存店での減収の影響に加え、出店コストや人件費、広告宣伝費などの販管費が増加したことで、営業利益は前期比9.6%減少の318億円、経常利益は同8.9%減少の319億円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 15.1%減の199億円と、増収減益となりました。

中期経営計画2年目としての進捗と評価

当社グループでは、2018年度から2020年度までの3ヵ年での中期経営計画を策定しましたが、初年度の2018年度が業績面で厳しい結果となり、市場環境認識も含め、2019年4月に中期経営計画を見直し、最終年度の数値目標を下方修正しました。そして、これまでの出店中心の拡大戦略から、収益性を重視した成長戦略へと方針を転換し、①成長戦略、②既存店活性化計画、③競争力の強化、④人材育成の強化、⑤デジタル投資の拡大の5つを新しいテーマに掲げ、取り組みを進めました。

① 成長戦略

その進捗についてですが、成長戦略に関しては、中計2年目までで新規に計10店を出店し、前述のように小型の新店は苦戦しているものの、大型店である西友、イトーヨーカ堂からの継承物件は堅調に推移しています。新規出店の一方で、不採算店舗の整理も進めており、2年間で計7店の閉鎖が完了しています。また2019年11月には、香川県を地盤に四国地方において食品スーパーマーケット店舗網を展開している株式会社マルヨシセンターと資本業務提携を結び、同社を持分法適用会社として当社グループ内に取り込みました。これにより、四国地方では、同社の持つ香川・愛媛・徳島における各店舗の小商圏と、当社グループの大型ショッピングセンターが持つ広域商圏の双方をカバーすることとなり、当社グループの四国での存在感をさらに発揮していく考えです。

② 既存店活性化計画

既存店の活性化については、中計2年目で6つの大型店舗の活性化を図りました。なかでも2019年9月には「ゆめタウン高松」（香川県高松市）において四国最大級のフードコート「FOOD CRUISE 瀬戸内島めぐり」を中心に、イートイン、レストスペースの拡充を図ることでご家族三世代が集い・楽しみ・つながる新たなスポットとしての魅力度向上と買い回り面での利便性が一層強化されたものと思います。

③ 競争力の強化

競争力の強化では、株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携に基づき、同社のプライベートブランド『セブンプレミアム』の取り扱いを2020年3月から開始しています。また食品製造子会社の株式会社ゆめデリカでは、2020年度の稼働を目指して惣菜工場の新増築を着工しています。この新工場では、最新設備と新技術を導入して供給体制を増強し、より鮮度の高い商品をこれまで以上に幅広い店舗向けに提供することを予定しており、これにより、これまでのインストアでの製造工程の削減とローコストオペレーションで生産性向上に寄与するとともに、より安心安全でおいしい惣菜を提供することを期待しています。

④ 人材育成の強化

当社グループではこれまでも、従業員が意欲を発揮できる環境づくりに注力してきましたが、先進他社への研修留学の推進や次世代のリーダー育成を始めとする各階層別教育の拡充を図るなど、人材育成に向けた施策を引き続き強化しました。また従業員のダイバーシティ推進の観点では、女性管理職比率20%以上という目標達成に向け、女性の活躍推進を進めています。今後も、店舗を起点とした風通しの良い組織で、従業員の自律的な行動や能力開発をサポートし、明確な目標に対する成果を評価する体制を構築することで、より働きがいのある職場の実現を目指します。

⑤ デジタル投資の拡大

デジタル投資に関しては、一つには、顧客データプラットフォームの構築・活用を図っています。これは従来のマスマー

ケティングを主としていた販促活動を、お客さまの多様な価値観に合わせて展開する“個”のマーケティングへとシフトさせていく上で不可欠な投資であり、中長期の消費者行動の変化を見据え、注力して進めています。加えてECサイトのリニューアルに向けた準備を進め、2020年3月には「ゆめオンライン」として稼働も開始しました。デジタル投資については、こうした顧客満足や集客効果の向上に向けた施策としてだけでなく、中期経営計画で掲げたそれぞれの施策を横串で貫く形で推し進めていくことで、生産性の改善と、そのことによる従業員満足の向上にもつなげていきます。

2020年度:危機に対する体制固めの年

2020年度の市場環境を展望すると、昨秋の消費増税の影響は依然回復を見せていない中で、「キャッシュレス・ポイント還元事業」も本年6月には終了する見通しとなっています。またそれ以上に大きな影響をもたらしているのが、新型コロナウイルス感染症の拡大であり、国内はもちろん、グローバル規模で、生産活動や消費行動に甚大なマイナス影響をもたらしています。当社の商圏である西日本地域においても、いまだ終息の見通しは立っておらず、日本全体としての先行きも不透明です。このような中で私は、この2020年度を、「危機に対する体制固めの年」と位置づけ、新型コロナウイルス感染症拡大防止に最大限努めながら、事業継続計画(BCP)を推進してライフラインとしての役割を果たすことを最優先課題とすると同時に、広告販促費等の経費の大幅削減といった急進的な改革を図ることで、新型コロナウイルス感染症の影響を最小限にとどめられるよう、構造的な改革を推し進めていきます。

2020年度の経営方針

2021年度以降に成長を持続できる企業グループとなるために、2020年度は、生産性改革を軸に、筋肉質な経営体質の再構築を図ります。食品スーパーマーケットの構造改革や人材育成の強化、販促活動の改革や収益基盤の再構築、そして商品力の強化などの施策を推し進めていきますが、これらはすべて生産性の改善につながるとの考え方で取り組んでいきます。

また生産性の改善を図る上で鍵となるのが、デジタル投資です。デジタル投資の具体的な中身としては、需要予測型自動発注の導入や定型業務のRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)化によって業務時間の短縮・精度向上を図ること、セミセルフレジの導入やQRコードの活用で、レジ業務の効率化やミスの防止を図ること、さらには顧客データプラットフォームを導入することで、販促施策の自動化やその効果を“見える化”することなどが挙げられます。こうしたデジタル化の推進は、生産性の改善や、従業員の余剰時間の確保だけでなく、顧客の利便性向上やさらなる顧客満足へとつながります。またもう一つ、顧客視点でのデジタル投資では、2020年3月にEC「ゆめオンライン」が稼働しましたが、このECサイトを通じてお客様は宅配や店頭での受け取りが可能となりました。またアプリ機能の拡充も図っており、顧客の利便性はもちろん、集客効果の向上や販促効率の最大化にもつながると期待しています。

生産性の改革によって仕組みを変え、組織改革をすることで食品スーパーマーケットの改革を図ると同時に販促活動においても、“マス”から“個”へのマーケティングへとシフトさせていきます。たとえば、これまでは単一商品を大量に仕入れ、販売していましたが、今後はお客さまそれぞれの多様な価値観に対応した品揃えで、高付加価値、顧客生涯価値の最大化を図っていきます。

また商品力の強化という観点では、すでに電子マネーの相互開放やグループ内出店等が進んでいる株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携をさらに深化させ、先述した『セブンプレミアム』が2020年3月から当社グループの新たなラインアップに加わっています。また前述した現在新増築を進めている惣菜工場も2020年度に稼働を開始する計画で進めており、当社グループの商品力はますます強化されると考えています。

中長期的な展望

5年～10年先の中長期での事業環境を考えると、今以上に少子高齢化が進行し、人口の減少が特に地方において加速度的に進んでいることが予測されます。高齢化により世帯当たり、または一人当たりの需要も縮小し、自力で外出することが困難な買い物難民問題もより一層深刻化していきます。その一方で、高齢者の大量退職により労働力人口はさらに減少し、働き手の不足、採用難も深刻化するでしょう。若年層の社会的コスト負担が増加することで、購買力は上がらないことも予測されます。地域コミュニティにおいては互助が求められ、ECを使った買い物や、AI(人工知能)による自動化などに相当程度依存した社会になっていくでしょう。

今回のコロナ禍は、こうしたマクロで抱えている課題を一気に顕在化させたとも思います。当社グループでは、地域のライフラインとしての使命を果たすと同時に、従業員の安全、そして雇用をしっかりと確保することを当面の最優先事項としながらも、この危機を乗り越えた後を見据えた当社のあるべき事業構造についても、検討を進めています。

当社グループが中長期に成長を続けていくためには、当社の強みをさらに磨き、厳しい競合環境の中でお客さまから選ばれる企業となることが必要です。当社の強みは、言うまでもなく西日本に限定したドミナンス戦略で、多くの“地域一番店”を擁していることであり、そうした店舗の営業力は強く、そこで働く従業員にも高いモチベーションが生まれています。この強みを今後も維持し磨きをかけていくためには、高収益の大規模ショッピングセンターを中心に、既存店活性化等の施策を通じて各店舗の付加価値をたゆまず向上させ、現場においては高いインセンティブで意欲を発揮する従業員が輝きながら職務に当たることができる環境を構築・維持していくことが大切だと考えています。

こうした中長期の企業価値向上を見据え、当社グループは、新規出店の設備投資は抑制しつつ、M&A、人材育成およびデジタル化への投資を拡大することで、既存事業の生産性を向上させて筋肉質な企業体質を構築することに注力します。そして、こうした施策を通じて、お客さまの満足を実現するとともに、地域ドミナントのさらなる拡大・深耕を図っていくことで、経営効率を高め、より一層の企業成長へとつなげてまいります。



株主・投資家の皆さまへ

株主の皆さまへの配当については、2019年度は中間・期末ともに1株当たり40円とし、前年度同様、年間で80円とさせていただきました。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、当社グループに与える影響を見通しづらい状況にあったことから業績予想を未定としていましたが、7月時点で入手可能な情報から得られた判断に基づき算定した業績予想を公表しました。

今後の見通しにつきましては、当第1四半期に本格化した国内における感染拡大が収束に向かうにつれ、第2四半期以降、店舗運営等の事業活動は正常化していく一方、雇用・所得環境の悪化などによる経営環境が厳しさを増すとともに、ウイルスとの共存を前提とした「新しい生活様式」へのシフト等による消費者行動も変化していくことから店舗運営への制約を受けることが想定されます。詳細は弊社IRサイトに掲載のニュースリリース「業績予想および配当予想に関するお知らせ」をご参照ください。

当社グループは、危機に対する体制固めの2020年として、地域の皆さまへのライフラインという役目を果たしながら、独自の付加価値を創造できるよう、地域に密着した企業として、引き続き尽力いたしますので、株主・投資家の皆さまにおかれましては、これまでと変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

証券市場からの質問にお答えします!

2020年1月から3月における証券アナリスト、ファンドマネージャーの方々からのご質問の趣旨を変えずに集約したものです。

Q 新型コロナウイルス感染症の拡大防止策ならびに業績への影響を教えてください。

A 各店舗の最新の営業状況については、随時、当社ならびに各店舗ホームページに掲載していますが、当社グループにおいては、お客さまならびに従業員の安全・安心を最優先に考え、お客さまが安心してご来店いただける環境の整備や安全な店舗運営を継続していけるようこれからも全力を挙げて取り組んでいます。

当社グループ内の各店舗の営業状況は、「ゆめタウン」(※ゆめシティ、LECT含む)については、新型コロナウイルス感染症拡大の状況を鑑み、ゴールデンウィーク前から徹底的に接触機会を低減することが重要との考えから、「ゆめタウン」の計67店舗において、2020年4月25日から5月6日までの12日間で、一部を除き専門店を休業としました。5月7日以降は、各県での休業指定業種等の要請には対応しながら、安全を確認した上で順次、専門店の営業を再開しました。一方でイズミ直営売場については、地域の皆さまに生活必需品を安定してご提供するライフラインとしての使命を果たすため、食品売場については、一部店舗を除いて通常営業通り、衣料品・住居関連品については営業時間を短縮する形で営業を継続しています。

また当社グループにとっては、テナント様も大事なステークホルダーであり、思いを一つにしてこの危機を乗り越えなければならないと考えています。アミューズメントなど業種によって一部自粛を要請しているほか、お客さまの数が増えると感染症対策上の安全性が損なわれるため、直営売場同様に社会的距離の保たれた運営を行うよう指導しています。また期間限定での最低保証売上高の設定を撤廃することで、テナント様ごとに家賃の減免にも柔軟に対応しています。

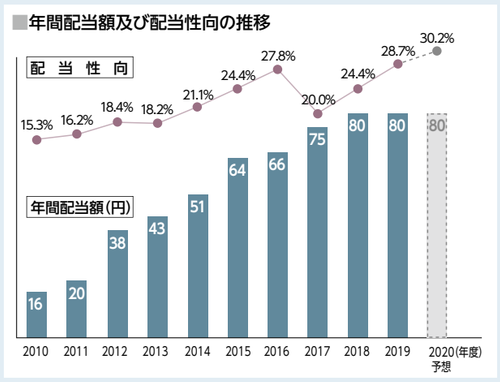
2020年度の業績への影響については、新型コロナウイルス感染症の拡大と収束見通しが先行き不透明な中、政府による緊急事態宣言と大型の経済対策に伴う影響を見通しづらい状況にあったことから、未定としていましたが、7月時点で入手可能な情報から得られた判断に基づき算定した業績予想を公表しました。詳細は弊社IRサイトに掲載のニュースリリース「業績予想および配当予想に関するお知らせ」をご参照ください。



お客さまが購入商品を袋詰めする台を消毒

Q 株主配当についても未定となっているが、配当方針を教えてほしい。

A 新型コロナウイルス感染症の拡大と終息見通しが先行き不透明な中で業績予想そのものが開示できない中にあるため、2020年度の配当についても未定としていましたが、上記業績予想に基づいて配当予想も公開しました。2020年度は1株当たり中間配当金40円、期末配当金40円の計80円と、前期と同水準の配当を計画しています。



Q 中期経営計画で掲げている既存店の活性化についての進捗を教えてください。

A 2019年度は、2019年6月の「ゆめタウン光の森」(熊本県菊陽町)、同年9月の「ゆめタウン高松」(香川県高松市)のリニューアルに続き、同年11月には「ゆめタウン広島」(広島市南区)の改装に着手しています。「ゆめタウン広島」では、これまでの、売場をメインとする活性化だけでなく、バックヤードにも注力し、「食の強化」をテーマに、食品売場を拡張して来店客の施設回遊性を高めるなど、店舗配置も変更しており、2020年秋の完了を目指して進めています。さらに2020年には、約30年前に開業した「ゆめタウン東広島」(東広島市)を、学生や子育て世帯、外国人住民が増加する近隣客層の変化に合わせて活性化させるほか、2021年にも「ゆめタウン廿日市」(広島県廿日市市)での大規模改装を予定しています。



リニューアルしたゆめタウン高松のフードコート



大規模改装を予定しているゆめタウン廿日市

Q ECなどのデジタル投資の進捗について教えてください。

A デジタル投資は今後3年間で約50億円を見込んでおり、2019年度は約10億円の投資を行いました。2020年3月には従来のECサイトを「ゆめオンライン」としてリニューアルオープンし、現在好調に推移しています。これまでのギフト商品から、食料品や日用品まで品揃えを拡大し、店舗受取にも対応することで実店舗とシームレスに連携しています。今後もさらに取扱商品、サービスともに拡大し、お客さまの利便性向上を図っていきます。また、AIによる需要予測型自動発注の導入も進め、従業員の業務改善に取り組んでいます。昨年から、一部店舗のデイリー部門にてテスト運用を開始し、現在全店のデイリー部門へと導入を拡大しています。8月中をめどにこれを完了し、その後他部門へも順次導入していく予定です。

その他にもアプリサービスの拡充やセミセルフレジの導入など、顧客満足度と従業員満足度の両方を基軸にデジタル化を推進しています。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、お客さまのニーズやライフスタイルそのものも大きく変化する中、逆に思い切った改革をするには好機だと捉え、今後1年から1年半で、より筋肉質な経営体制へと進化させたいと考えます。

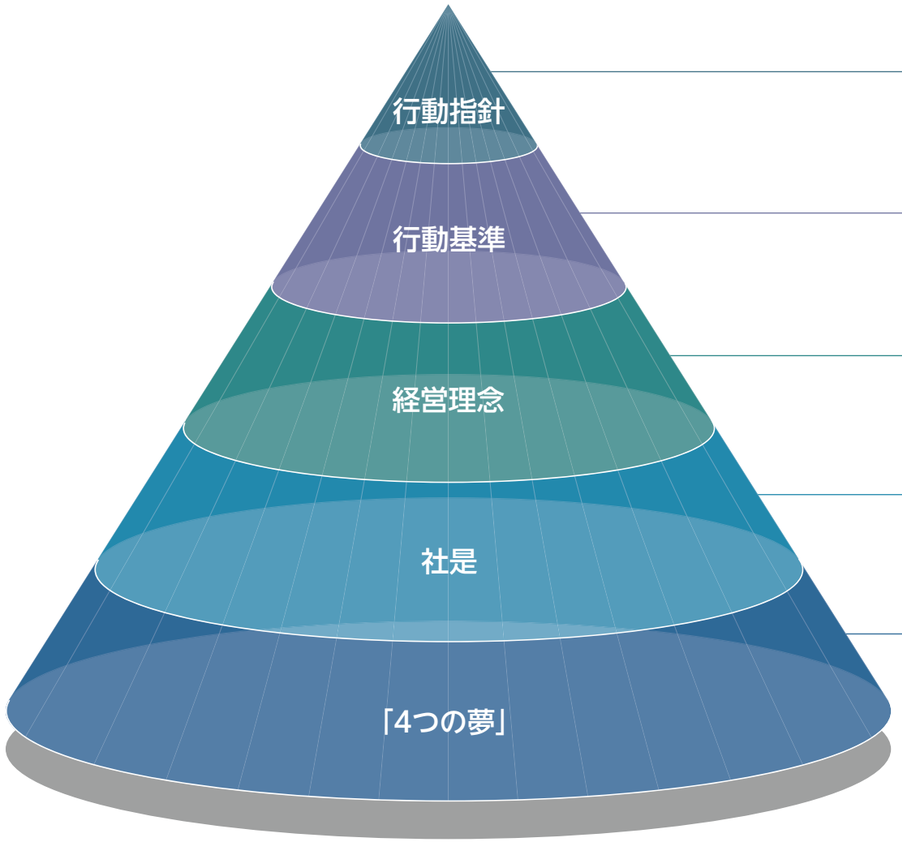


リニューアルしたECサイト「ゆめオンライン」

経営ビジョン実現を支える、イズミの夢、経営理念、そして行動指針

イズミグループは、消費動向の急激な変化に伴い、昨年4月に第1期中期経営計画の見直しを行いました。お客さまや地域、テナントの皆さまに喜ばれる店舗づくりを行っていく姿勢はそのままに、より一層のゆめブランド価値の向上を目指してまいります。

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



イズミDNA

革新　挑戦　スピード

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

行動基準の目的

イズミは、将来への成長・飛躍を目指して、変化への対応・挑戦・スピードのある経営を推進・実践していきます。そのために、地域の生活文化の中心として、夢づくり・街づくりをテーマに企業活動を行い、店舗展開することは社会的責任を果たすためのイズミの使命であると考えます。
私たちは、イズミの使命を全うするために、イズミグループ行動憲章にもとづき企業倫理を確立して企業活動を行う必要があります。また、私たち一人ひとりが、「人としてやってはいけないこと」を判断できる誠実な人を目指します。

1. お客さまの満足度No.1を目指します
2. エキサイティング・カンパニー実現を目指します
3. 働き甲斐のある企業を目指します

「感謝と信用をモットーに商業を通じてより豊かな暮らしに貢献する」

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

これまでも、これからも、お客さまの気持ちにお応えし続ける

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



お客さまの満足が私たちの一番の喜び

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



「モノ消費からコト消費へ」世の中が変化しても追いかける4つの夢

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



地域に根付き、共に発展をしてきた イズミのチャレンジ

イズミグループのルーツは、終戦翌年に広島駅前で生まれた戸板一枚の小さな露店。
「お客さまに喜んでいただきたい」「地域と共に成長したい」という一心で営業を続け、
1961年には広島に初めての本格的スーパー「いづみストアー」を開店しました。以来、
ショッピングセンター「ゆめタウン」という新たな街づくりを通じて、地域活性化にも力を入れて約60年。
これからも皆さまの夢をサポートしながら、夢の実現に向けて歩み続けます。


1号店　いづみ八丁堀店


いづみ駅前店


いづみ祇園店


ゆめタウン広島



「知・食・住」をテーマにした新業態「LECT」

=イズミグループ年間営業収益　※1996年度まではイズミ単体

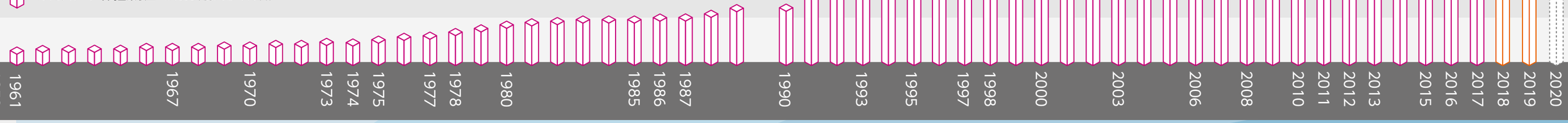
イズミグループの営業収益の推移

創業以来、景気動向の影響を多少受けながらも、イズミグループの営業収益はおおむね右肩上がりの成長軌道を描いてきました。今後は、市場環境が大きく変化する中、出店中心の拡大戦略から収益性を重視した成長戦略へと方向転換していきます。特に、2020年度は『危機に対する体制固めの年』と位置づけ、筋肉質な経営体質への構造改革を推し進めることで、次期中期経営計画での成長へとつなげていきます。

2021年2月期 **701,900** 百万円（予想）

2020年2月期 **744,349** 百万円

2019年2月期 **732,136** 百万円



創業前史　創業期

1946 創業者山西義政が広島駅前で露店を始める。

1950 衣類卸問屋株式会社山西商店を設立。

1961 株式会社いづみ設立。八丁堀に1号店・いづみストアーオープン。

1967 広島駅に隣接した「駅前店」オープン。

1973 初の郊外型大規模店、ショッピングセンター祇園店オープン。マイカー時代に先駆け大駐車場設置。

1974 共同仕入機構・日本流通産業株式会社をいづみ他7社で設立。

1946　日本国憲法公布
1955　高度経済成長スタート
1956　国際連合加入
1958　東京タワー完成
1960　カラーテレビ放送開始
1964　東京オリンピック開催
1966　新3種の神器
1968　レトルトカレー発売
1969　アポロ月面着陸
1970　大阪万博開催
1971　ドルショック
1972　札幌オリンピック、沖縄返還
1973　オイルショック
1974　狂乱物価

発展期

1975 お取引先さまと交流を深める「いづみ会」発足。

1977 日本チェーンストア協会に加入する。

1978 大阪証券取引所市場第二部および広島証券取引所に上場。

1980 株式会社イズミに商号変更、CIも導入。

1985 POSシステム導入。

1986 大阪証券取引所市場第一部および東京証券取引所市場第二部に上場する。

1987 東京証券取引所市場第一部に上場。

1975　広島東洋カープ初優勝
1976　ほか弁登場
1978　新東京国際空港開港
1979　第二次オイルショック
1980　イラン・イラク戦争勃発
1982　CD、テレホンカード登場
1983　東京ディズニーランド開園
1985　プラザ合意、バブル経済
1987　国鉄分割民営化
1989　平成に改元、消費税導入

展開期

1990 ゆめタウン高梁、東広島オープン。ゆめタウン形式の店舗を、地元行政や市民との協力関係のもと、地元を活性化するショッピングセンターとして出店。

1993 代表取締役社長に山西泰明、代表取締役会長に山西義政が就任。

1995 ゆめタウン遠賀（福岡県）がオープンし、九州地区への出店開始。

1997 財団法人泉美術館開設。

1998 ゆめタウン高松オープン。西日本最大級、「ゆめタウン」展開の旗艦店。

2000 夢彩都（ゆめタウン夢彩都）、ゆめタウン博多オープン。九州地区の展開が本格化。

2003 ゆめタウン久留米オープン。地域と一体となった「街づくり」を実践。

2006 ゆめタウン佐賀オープン。日本初のクロスモール型方式導入。

1990　東西ドイツが統一
1991　バブル崩壊、平成不況
1993　平成の米騒動
1995　Windows95発売
1996　ガラケー普及
1997　消費税5%へ
1998　長野オリンピック開催
1999　通貨ユーロ誕生
2000　BSデジタル放送開始
2001　アメリカ同時多発テロ
2002　ワールドカップ日韓大会
2003　韓流ブーム
2005　愛知万博開催
2006　第1回WBC開催
2007　郵政民営化

変革期

2008 創業の地・広島へ回帰し、ゆめタウン広島誕生。

2011 創業50周年。ゆめタウン徳島オープン。次の100年に向けた次世代型店舗。

2012 ゆめマート形式1号店・ゆめマート小倉東オープン。

2013 イズミ新本社ビル竣工。ゆめモール形式1号店・ゆめモール下関オープン。

2015 ゆめタウン廿日市オープン。街と自然、人との豊かな共生を目指した店舗として誕生。

2016 熊本地震発生、支援活動と復旧に取り組む。

2017 新業態LECTオープン。「知・食・住」をメインテーマに心豊かに過ごせる施設として開業。中期経営計画（2018年度～2020年度）を策定。

2018 株式会社セブン&アイ・ホールディングスと業務提携。ゆめかとnanacoの相互利用開始。

2019 ゆめタウン福山オープン。株式会社マルヨシセンターと資本業務提携。

2008　iPhone、日本で発売
リーマンショック発生
2010　小惑星探査機はやぶさ帰還
2011　東日本大震災、地デジ化
2012　第2次安倍内閣が経済政策「アベノミクス」を掲げる
2013　富士山世界遺産登録決定
2016　広島東洋カープ25年ぶりの優勝
2017　トランプ大統領来日
九州北部豪雨
2018　西日本豪雨
2019　働き方改革関連法施行
令和に改元
香港大規模デモ
消費税10%へ

地域、そしてお客さまと豊かさを享受して いくために

私たちは、「お客さま満足」が企業価値創出の源泉であり、その最大化に努めることこそ、
ステークホルダーの皆さま方のご期待に応える最短の道と考えています。多様な経営資本をインプットとして選択的に投入することで、
独自のアウトプットに転換し、その結果として財務諸表上における経済価値の創出に繋げています。
このようなアウトカムの創出により、投入した以上の経営資本の拡大を図っています。

イズミの資本

財務資本
使用可能な資金
- ROE 9.6%
- 自己資本比率 43.7%
- 格付 A+(2019年JCR)

知的資本
知識ベースの無形資産
- 品揃え、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、経験及び
イノベーションへの意欲
- 適材適所な人員配置
- 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

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等
- 対話の推進による関係強化

自然資本
すべ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

インプット

財務

株主価値の拡大

- 創出するキャッシュ・フローを成長投資及び株主還元に振り向け、有効に活用
- 高水準の資本効率の維持とさらなる向上

お客さま

P10–11

社是
商業を通じてより豊かな暮らしに貢献する



地域のお客さまの不具合解消
- 地域になくてはならないもの
- 地域にないもの
- これらをワンストップで提供

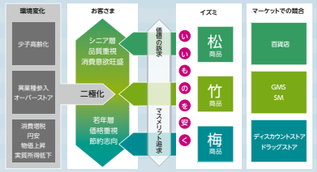
SDGs達成への貢献
P25–27



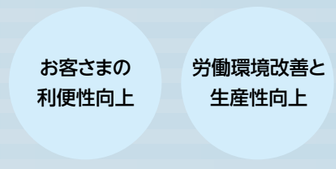
アウトプット

- 地域のライフラインとして、衣食住を支える商業施設
- 二極化する消費動向に対応した幅広く多彩な
  品ぞろえの実現
- 三世代の家族が過ごす、快適な場の提供

いいものを安く
P17



デジタル・トランス フォーメーション(DX)

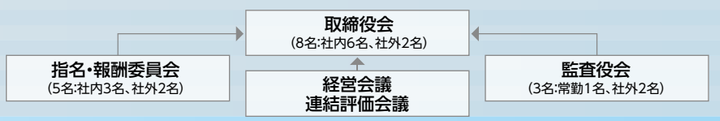


ビジネス構造

P16–17

西日本ドミナンスを形成	高い店舗競争力	適材適所による高能率・高賃金
経営効率の向上	地域一番店	従業員のモチベーション

コーポレート・ガバナンスの強化
P28–33



人材と アイデンティティ

P10–11

「4つの夢」
1. お客さまに心地よい暮らしを
2. 地域に活気を生み経済効果を
3. テナントさまと共に一層の飛躍を
4. 社員に誇りと活躍できる場を



リーダー育成


ダイバーシティ推進


生産性改革
P5



資本の拡大

イズミの資本

財務資本
- 最適資本構成の追求
- 投資には有利子負債を活用
- 格付はシングルA水準を維持

知的資本
- 「いいものを安く」による
  品揃えの実現
- 店舗空間における
  ホスピタリティの追求

人的資本
- 次世代幹部候補の育成
- 自律的に行動を起こせる
  現場リーダーの育成
- 働き甲斐、モチベーションの向上

製造資本
- ドミナントメリットの追求
- 既存店への活性化投資による
  魅力度向上
- カード会員さまのロイヤルティ向上

社会・関係資本
- お客さまの声を通じた品揃え・
  サービスレベル向上
- 地域に貢献するパートナーシップの
  領域拡大
- ステークホルダーのさらなる発展

自然資本
- 環境保全、環境負荷の軽減
- 循環型社会の構築
- 地域周辺の自然・環境との調和
- お客さまからの信頼

資本の蓄積

“イズミの強み”を発揮しながら、収益性を重視した経営を目指す

創業以来約60年にわたって、「お客さまに喜んでいただきたい」という思いを昇華させる中で、イズミグループならではの3つの強みが生まれてきました。一つめは、中国・四国・九州の限定したエリアへ集中的に出店し、地域に密着した営業を行う「西日本ドミナンス」。二つめは、大型店から小型店まで地域ニーズに応じた店づくりを進めながら、既存店もリニューアルを重ねることで得られた高い店舗競争力。そして三つめが、適材適所で働きやすい職場環境から保たれている従業員の高いモチベーション。これら3つの強みは、イズミグループが競争力の高い企業であり続けるために変わらず不可欠な「イズミの柱」として、大切にしています。

M&Aでドミナントシェアの向上

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

これまでの新規出店を中心とした拡大戦略から、収益性を重視した成長戦略へと方針を見直し、経営効率のより一層の向上を図っています。

GROWTH STRATEGY

西日本ドミナンスを形成

経営効率の向上





地域No.1を目指す



COMPETITIVENESS

高い店舗競争力

HUMAN RESOURCE

適材適所による高能率・高賃金

従業員のモチベーション向上

高能率高賃金と適材適所

■ 店舗網に対応した、育成体制の見直し　■ 同一労働同一賃金への対応

働きやすく、女性が活躍できる職場環境

■ 子育て支援（子育てサポート認定企業）

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

競争力のある店舗フォーマット

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

既存店の活性化

■ テナントの価値向上　■ 顧客別販売データの拡充

地域密着・店舗主導によるお客さまニーズへの対応

■ 「いいものを安く」の実現　■ ソーシャルメディアによる情報発信

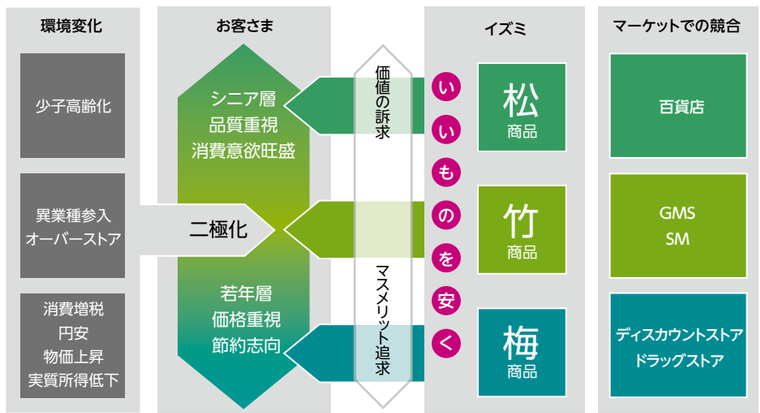
「その地域にないものを新たに提供する」「その地域で一番よいものを提供する」。この2つこそ、イズミグループが新店の出店で重視するポイントです。地域のニーズにきめ細かく対応するために、本社一括管理体制から店舗主導型へと切り替えて、各店舗ごとに工夫が重ねられる方式を採用しています。地元のお客さまに最も愛され、信頼される店でありたいという決意を胸に、品ぞろえやサービスの拡充を図り、各地で「地域No.1」を目指しています。

既存店売上高前年比（%）の状況　2010年度～

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
イズミ	100.1	101.2	100.1	102.7	101.8	101.4	101.5	99.2	99.4	99.1
全国	98.1	99.1	97.2	100.2	99.1	101.3	98.8	99.6	99.2	98.8
差	+2.0	+2.1	+2.9	+2.5	+2.7	+0.1	+2.7	−0.4	+0.2	+0.3

出典:日本チェーンストア協会 通期は当社が算出

イズミの商品戦略「いいものを安く」



収益性をより重視した成長戦略に方針転換

中期経営計画の見直し

当社グループにおいては、“日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す”とした経営ビジョンを掲げ、2018年度から2020年度までの3ヵ年中期経営計画を策定し、推進してきましたが、初年度となる2018年度の事業環境並びに業績状況を鑑み、2019年4月、その見直しを発表いたしました。

小売業界を取り巻く環境は、軟調な消費環境に加え、人手不足による採用難、さらには建築コストの高騰等にも直面しています。こうした厳しい事業環境の中で、2018年度の当社グループの業績においても、既存店においては売上高の鈍化や客数の前年割れなどが見られ、大型店においても伸び率が鈍化するなどの状況を勘案し、新規出店の採算見通しもより厳しい状況になると判断しました。そこで2019年4月に、経営ビジョン等の基本的な考え方はそのままに据え置きながら、中期経営計画の数値目標を下方に修正、新たに下記の5つのテーマで取り組むこととしました。

1 成長戦略
2 既存店活性化計画
3 競争力の強化
4 人材育成の強化
5 デジタル投資の拡大

これまでの出店中心の拡大戦略から、収益性をより重視した成長戦略へと方針を転換することで、中期経営計画最終年度となる2020年度の数値目標は、営業収益を当初計画の9,000億円から8,200億円に、売上高営業利益率を当初計画の6.0%から5.4%へと修正します。また、当初掲げた営業収益9,000億円、営業利益率6.0%という目標については、中期経営計画最終年度の2年後にあたる2022年度での達成目標に変更しました。

中期経営計画での5つの取り組み

前述の5つの取り組みについて、具体的に見ていきます。

1 成長戦略

新規出店戦略については、当初2018年度からの3年間で40店舗としていた計画を同3年間で15店舗へと抑制します。収益力の高い大型店については積極的な出店を図るものの、中小型店では物件を厳選し、不採算店舗のスクラップも行っていきます。また、株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携のようにWin-Winの関係が構築できる提携を継続するとともに、エリア内の優良企業との提携も推進していきます。既存店のリニューアルやスクラップ&ビルドなどの活性化投資やM&Aも含め、年平均で200億円の投資を実施していきます。

2 既存店活性化計画

既存店については大型店を5店舗、中小型店で約30店舗の活性化を毎年計画していきます。活性化に際しては、変化に対応した店づくり、ニーズに対応した店舗開発とリニューアルを実行することで、地域に根差した魅力・競争力のある店へと活性化させていきます。

3 競争力の強化

“いいものを安く”を実現するため、高品質商品の展開拡大や地域に密着した品揃えを強化していきます。株式会社セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携を通じて、共同仕入れやプライベートブランド、商品企画等において共同での取り組みも進めていきます。

4 人材育成の強化

人材育成に際しては、先進他社への研修留学を推進するとともに各階層別研修を拡充させていきます。また自宅通勤正社員制度の導入など、多様な働き方に応じた正社員採用の拡大を進めながら、一人ひとりの従業員に対しては、動画配信システムを活用した教育の推進など、OJTを強化することで、能力開発を支援していきます。

5 デジタル投資の拡大

デジタルマーケティングを強化し、これまでのマスへのアプローチから個への最適な販売促進活動へとシフトさせていくために、顧客別販売データ(ビッグデータ)のさらなる活用を図ります。また、お客さまにとっての利便性向上に向けては、ゆめタウンアプリの機能をさらに充実化させると同時に、タブレット付カート「ゆめピ!」の導入拡大など、店舗のデジタル化も推進していきます。またデジタル化を進めることで、売り場の効率改善や事務作業軽減など従業員の働き方改善にもつながる取り組みを推し進めるとともに、データに基づいた需要予測型発注システムの開発にも取り組みます。

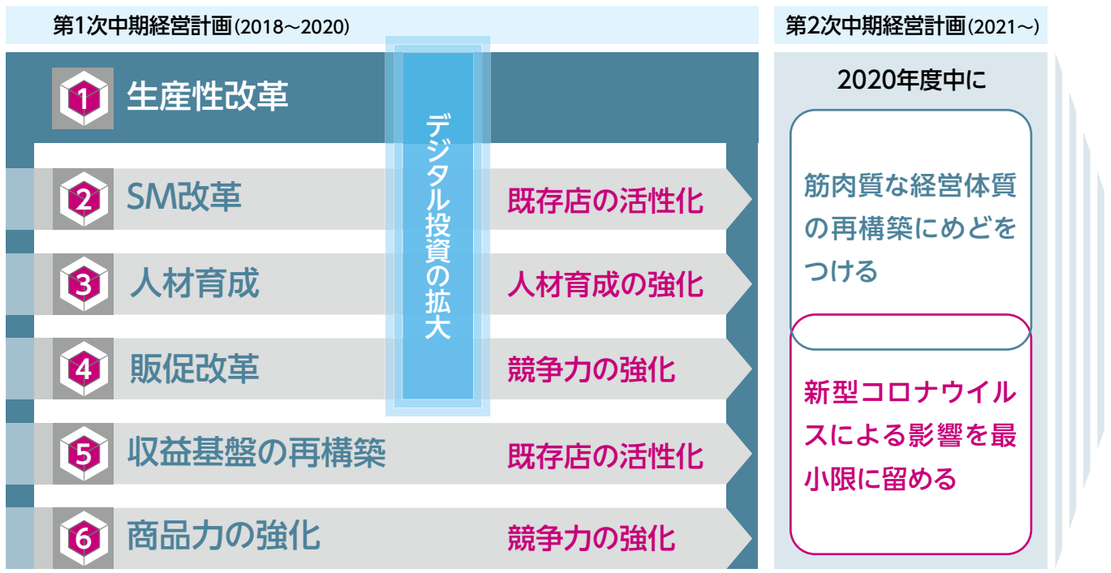
このように、当社グループでは社会的な環境の変化にすばやく対応し、地域や市場に合わせた柔軟な事業を推進することで、“質”の向上を進めていきます。また、従業員にとっても、やりがいを感じながら業務に励める体制を強化し、コンプライアンス経営を軸に、“日本一”の称号にふさわしい信頼のきずなを築いていきます。そして「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」とした経営ビジョンのもと、グループ一丸となって、より収益性を重視した成長戦略を推進し、より一層のゆめブランド価値の向上を目指していきます。

■ 第1次中期経営計画(2019年4月改訂)

テーマ	18～19年度	達成度	20年度計画
1 成長戦略	新規出店10店*は、堅調な大型店に対し小型店が不調	×	新規出店は中止 収益基盤の確立
	継承物件は堅調な推移(ゆめタウン下松、姫路、福山)	△	
	不採算店舗7店*の閉店で収益基盤を強固に	○	1店を計画
	株式会社マルヨシセンターと資本業務提携の実施	○	協業の推進
2 既存店活性化計画	大型店6店実施。中型店の実施不足。SM改革推進中	△	P5、P18参照
3 競争力の強化	セブンプレミアムの取り扱い開始を決定	○	P5、P18参照
	食品製造工場の新増築着工。味・品質・生産性等向上に	○	
4 人材育成の強化	先進他社への研修留学の推進と階層別教育の拡充	○	継続
	プロセス評価に「育成」を追加、OJT強化で実践力の拡充	△	
5 デジタル投資の拡大	マーケティングのパーソナライズとECサイトのリニューアル準備	△	P5、P9、P18参照
	業務カイゼン活動の推進とデジタル化導入実験の試行	△	

＊エクセル事業部を除く

■ 2020年度の経営方針



セグメント別経営成績の状況

“リアル店舗”としての魅力拡大へ お客さま満足を追求

専務取締役 営業本部長
梶原　雄一朗



小売事業

主力の小売事業においては“お客さまのために尽くすこと”“全ての従業員が働き甲斐のある会社にする”“絶えずより良い結果を目指して努力する”の行動指針を掲げ、“リアル店舗”としての付加価値提案力を高めてお客さま満足の追求に努めてまいりました。

商品面では引き続き「いいものを安く」をMD戦略の柱とし、両極化していく消費動向にアプローチするため、付加価値創造とマスメリット追求の双方の品ぞろえ拡充・競争力強化を図りました。とりわけ、一層デフレマインドの強まる消費者の暮らし向きに対しては、購買頻度の高いコモディティを中心に価格対応することで集客を図りました。

店舗面では、5月に「ゆめタウン小野田（山口県山陽小野田市）」を閉店した一方、6月に「ゆめタウン福山（広島県福山市）」を開業しました。食品スーパー業態においては、4月に「ゆめマート日田（大分県日田市）」及び「ゆめマート三田尻（山口県防府市）」、5月には「ゆめマート南小野田（山口県山陽小野田市）」、7月には「ゆめマート青山（福岡県北九州市八幡西区）」を開業しました。既存店の活性化では、6月に「ゆめタウン光の森（熊本県菊池郡）」の増床工事を終え、9月には「ゆめタウン高松（香川県高松市）」でフードコートや食品売場、衣料品売場を改装しました。これによりご家族三世代が集うスポットとしての魅力度向上と利便性を強化しました。

また2019年11月12日付で、株式会社マルヨシセンターと資本業務提携契約を締結し、同社による第三者割当を引き受け、持分法適用会社とすることを発表しました。同社の香川県を地盤とした食品スーパーマーケット店舗網と、当社の大型ショッピングセンターにより、四国地方での存在感をさらに発揮できると考えています。

販売動向は、消費増税後の消費意欲低下と、新型コロナウイルスの感染拡大を受けた不要不急の外出を避ける動きにより、厳しい状況が続きました。春先には、シューズフェア等の大型企画と青果の市況安緩和などで、衣住食各分野が堅調に推移しました。夏場には、ランドセル等の三世代需要と、消費増税前の寝具関連の販売が押し上げとなりました。また差別化カテゴリーの惣菜が好調で、お中元は百貨店からの客層取り込みが進展しました。10月の消費増税前の駆け込み需要に対しては、耐久消費財の買い替えや、酒類・日用雑貨のまとめ買い喚起などで対応しました。消費増税後は、価格対応などによる集客策と、ハレの日商材及び歳時企画に取り組みました。冬場には新型コロナウイルスの感染拡大により食料品や生活必需品などのニーズが急激に強まりましたが、増税後の買い控えと来店頻度の減少などによる影響を受けました。これらの結果、当期における当社の既存店売上高は、前年同期比で0.9%減となりました。

コスト面では、商品仕入において原価低減及びロスの抑制を引き続き推進し、売上総利益率の改善に努めました。販売費及び一般管理費については、新設店舗等のランニングコストが増加するとともに、主に人件費及び広告宣伝費が増加しました。

これらの結果、営業収益は722,910百万円（前期比1.5%増）、営業利益は26,607百万円（前期比12.0%減）となりました。

小売周辺事業

小売周辺事業では、株式会社ゆめカードにおいて、電子マネー「ゆめか」及びクレジットカードの新規会員獲得、ならびに外部加盟店での取り扱いを拡大することで、収益の拡大を図りました。これにより「ゆめか」の累計発行枚数は前期末における752万枚から当期末では811万枚に達し、当社グループにおけるカード戦略が一層深まりました。顧客利便性を高めることで利用頻度の向上を図り、小売事業への集客及び店舗間の相互送客を図るとともに、レジ業務の生産性改善に繋げました。また、食品製造子会社の株式会社ゆめデリカにおいて、来年度の稼働を目指して「本社・深川第二工場（仮称）」を起工しました。最新設備及び新技術の導入による供給体制の増強、より鮮度の高い商品提供が可能となることに加え、HACCPに対応した設備を整えることで、食の安全と更なるおいしさを両面から追求していきます。今後の店舗網拡大とローコストオペレーションに貢献するとともに、製品や製造工程の安全性及び雇用・労働問題等の経営課題に対応した施設を目指しています。

これらの結果、営業収益は94,949百万円（前期比2.0%減）、営業利益は4,351百万円（前期比4.0%増）となりました。

その他事業

卸売事業では、販売が低調に推移したことにより利益水準が低下しました。一方で、不動産賃貸事業では安定的な賃料収入を計上しました。

これらの結果、営業収益は5,268百万円（前期比1.2%減）、営業利益は1,064百万円（前期比2.1%減）となりました。

【営業収益】2020年2月期　（単位:百万円）　【営業利益】2020年2月期　（単位:百万円）

	実績	構成比	前期比	実績	構成比	前期比
小売事業	**722,910**	97.1%	101.5%	**26,607**	83.4%	88.0%
小売周辺事業	**94,949**	12.8%	98.0%	**4,351**	13.6%	104.0%
その他・調整額	**△73,511**	△9.9%	—	**930**	2.9%	—
連結合計	**744,349**	100.0%	101.7%	**31,888**	100.0%	90.4%
小売事業（主要企業の状況） ※1						
（株）イズミ（単体）	**700,142**	94.1%	101.9%	**26,026**	81.6%	89.3%
（株）ゆめマート熊本 ※2	**27,125**	3.6%	98.0%	**704**	2.2%	92.3%
（株）ゆめマート北九州 ※2	**27,161**	3.6%	170.7%	**304**	1.0%	92.7%
（株）ユアーズ	**24,135**	3.2%	61.1%	**390**	1.2%	60.1%
小売周辺事業（主要企業の状況） ※1						
（株）ゆめカード	**9,835**	1.3%	107.7%	**2,157**	6.8%	120.5%
（株）イズミテクノ	**14,059**	1.9%	106.7%	**1,371**	4.3%	92.1%
イズミ・フード・サービス（株）	**5,963**	0.8%	103.2%	**312**	1.0%	109.1%

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

セグメント別経営成績の状況

3つの業態で多様なニーズを補完

ショッピングセンター（SC）

ゆめタウン

ご家族三世代で楽しめる空間をテーマにした大型商業施設です。広域エリアからの集客を目指し、イズミの直営店舗と旬のテナントをミックスさせ、多様な商品・サービス・時間を提供。既存店のリニューアルにも取り組み、地域性やトレンドへの対応を進めています。



ゆめタウン高松（香川県高松市）のフードコートは940席


2019年6月にオープンしたゆめタウン福山（広島県福山市）


キッズ向けの遊び場（ゆめタウン福山）

「知・食・住」がテーマ　SC新業態・LECT

お買物だけでなく、食やカルチャーなどの「時間」を楽しめる新業態・ＬＥＣＴ。イベントを年間2,000回以上開催するなど、工夫を凝らして新たな価値創造に取り組んでいます。


2017年4月にオープンしたLECT（広島市西区）


絵本の読み聞かせなど多彩なイベントを開催

食品スーパー（SM）

ゆめマート

毎日の暮らしを支える、身近で便利なお買物の場を目指すスーパーです。食料品を中心に、日用雑貨や肌着などの衣類を取り扱うなど、地域性に合わせた商品構成を実践。高齢社会への対応も考慮しています。


2019年4月オープンのゆめマート日田（大分県日田市）

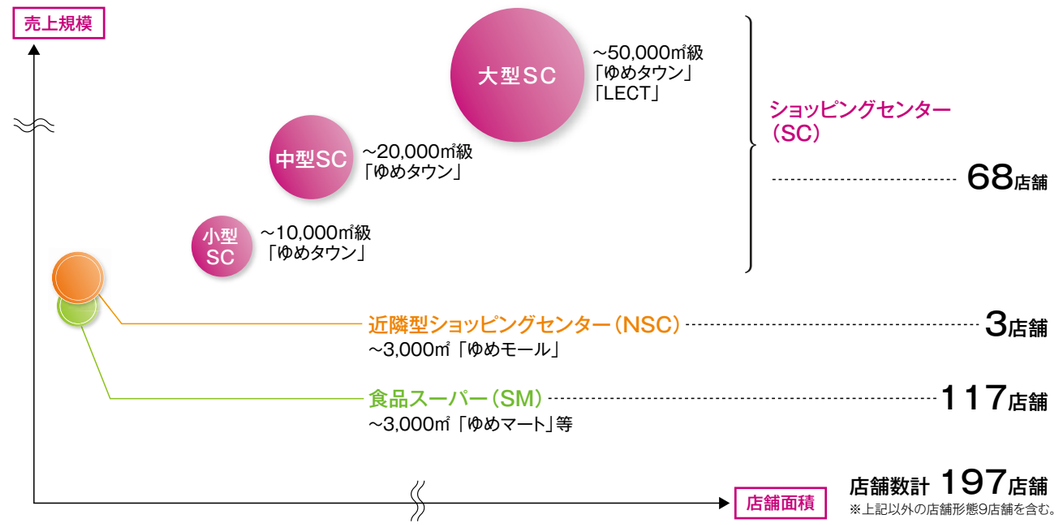
近隣型ショッピングセンター（NSC）

ゆめモール

直営の食品スーパー・ゆめマートを核として、ホームセンターや家電量販店、ドラッグストア、飲食店などを集約。ワンストップショッピングへの対応を進めています。広い敷地に大型駐車場を備えている点が特長です。


ゆめモール下関（山口県下関市）

イズミグループの多彩な店舗形態



（2020年2月29日現在）

子会社がグループ経営に寄与

小売事業

食品スーパー（SM）

（株）ゆめマート熊本
旧社名：（株）ゆめマート

熊本県で地域密着型の食品スーパー「ゆめマート」23店舗を運営。生鮮品や調味料など県内の特産品を豊富に取り扱っています。

食品スーパー（SM）

（株）ゆめマート北九州
旧社名：（株）スーパー大栄

福岡県・大分県・山口県に「ゆめマート」を32店舗展開しています。生鮮技能コンテスト等を開催し従業員教育に注力しています。

食品スーパー（SM）

（株）ユアーズ

広島県・岡山県に24店舗を展開。暮らしに密着した業態「ユアーズ」と、高品質食材を集めた業態「アバンセ」を運営しています。

小売周辺事業

クレジットカード事業

（株）ゆめカード

クレジットカード事業（ゆめカード）や電子マネー事業（ゆめか）を中心に、トラベル事業、保険代理業などに取り組んでいます。

施設管理・工事・指定管理事業

（株）イズミテクノ

イズミグループの店舗を中心に、施設管理や工事を実施。ノウハウを生かして、各地で指定管理事業にも力を入れています。

飲食業

イズミ・フード・サービス（株）

イズミグループの店舗で、フードコートを中心に飲食事業を運営。お好み焼きやアイスクリーム、中華料理などが好評です。

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

Topics 2019-2021

2020年2月期（2019年3月～2020年2月）

ゆめタウン 新店・リニューアルオープン

ゆめタウン福山

2019年6月オープン。20年間、地元で愛されてきたイトーヨーカドー福山店を引き継ぎ、ゆめタウン福山として新たにオープンしました。



ゆめタウン光の森

2019年6月リニューアルオープン。増床工事を行い、立体駐車場やパウダールームの新設、新規専門店21店の導入などを行いました。



ゆめタウン高松

2019年9月リニューアルオープン。「四国一、お客さまのよろこびの追求」をテーマに、四国最大級のフードコートを設置しました。



四国でのさらなるドミナント化推進を目指して マルヨシセンターと資本業務提携

イズミは四国でのドミナント化をさらに進めるために、2019年11月、株式会社マルヨシセンターと資本業務提携契約を締結しました。
マルヨシセンターは香川県、徳島県、愛媛県他で食を中心としたスーパーマーケットを展開しており、四国で広域集客型の大型店舗を主力とするイズミとは商圏の棲み分けもできている上、互いの経営資源を活用することで双方の競争力も増すとの判断から、このたびの提携にいたりました。

業務提携の主な内容

- ◆商品仕入の見直し（価格・取引先など）
- ◆共同仕入によるスケールメリットの拡充
- ◆生鮮品を含む地場商品ルートの構築・原価低減
- ◆カード戦略の共有化（ポイント・電子マネー）
- ◆物流・販促・資材購入等における協力
- ◆惣菜商品の共同開発、製造の協力
- ◆人事交流（従業員への教育研修、会議参加など）
- ◆新規出店、店舗閉鎖にかかる協力
- ◆生産性向上のための経営管理・店舗管理の手法





マルヨシセンター

2021年2月期（2020年3月～2021年2月）

セブンプレミアムを販売開始

2020年3月2日に、イズミの直営店舗とグループ会社の食品スーパーで、セブン&アイ・ホールディングスのプライベートブランド「セブンプレミアム」の販売を開始。ハイクオリティーな商品群で女性の社会進出や高齢化、健康志向の高まりなどに対応します。なお、ニチリウグループからは2020年2月に退会し、プライベートブランド「くらしモア」の販売も終了しました。



デジタル投資を推進

■ ECショップを刷新

従来の「ゆめショップ」をリニューアルし、2020年3月31日より「ゆめオンライン」を始動。宅配だけでなく店頭でも、注文商品の受け取りができるように選択肢を広げ、お客さまの利便性を高めました。



■ アプリ機能を拡充

モバイルクーポンや決済機能の強化で、お客さま個々に的確な情報発信を行い、販促の効率化を図っています。

CSRマネジメント

イズミグループは、社員一人ひとりの毎日の行動から、社会的責任を果たす企業を目指し、環境（E）・社会（S）・ガバナンス（G）の充実を重視した経営を行っています。
CSRガイドラインは社員への周知徹底を図り、「イズミグループ行動憲章」を制定して、法令を遵守しながら日々の業務を行うよう努めると同時に、コンプライアンス・リスク管理委員会を中心に全社員でコンプライアンスに関する研修を定期的に実施しています。
また、店舗などではお客さまの大切な個人情報をお預かりしますが、個人情報保護については「イズミのプライバシーポリシー」を定め、イズミグループの社員ならびにお取引先様と共通の指針に沿って取り組んでいます。
また、グループ社員全員で環境への取り組みを共有するため、「環境理念」ならびに「環境方針」を定め、業務の中で行動に移しています。その上で、ESGを核とした非財務情報に関しても、適切な方法で開示できるよう努めています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



社会的責任を果たすための基本方針

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

CSRアクション

環境　社会　ガバナンス（企業統治）

住宅用太陽光発電設備の余剰電力活用! 新サービス「ゆめかプラン」でエコロジー支援

イズミは中国電力と連携し、家庭の太陽光発電設備でつくった余剰電力買取制度（FIT）を支える新サービス「ゆめかプラン」を2019年11月より開始しました。これは、中国電力が家庭から余剰電力を買い取り、イズミがそれを店舗の電力として使用することで二酸化炭素削減につなげていこうとする取り組みです。

Energia 中国電力 × 電子マネー ゆめカ

店舗の設備・システムで「省エネ」を! 屋上で太陽光発電を実施

「ゆめタウン廿日市」では、イズミ初の試みとして屋上に太陽光発電パネルを設置。小型のスーパーマーケット1店舗分に相当する電気を発電できるよう350kW発電パネルを約2,900㎡の規模で設置しています。年間のエネルギー使用量を限りなくゼロに近づけるよう取り組んでいます。


ゆめタウン廿日市屋上駐車場に太陽光パネルを設置

食品廃棄物を肥料や燃料に! 資源としてリサイクル

店舗では、魚のあらや廃油などの食品廃棄物を分別管理し、リサイクルに努めています。それぞれを資源として有効活用し、2019年度は40.8%（2,902t）をリサイクルしました。食品廃棄物は専門業者に委託し肥料に再生し、廃油の大半は飼料に、一部はバイオディーゼル燃料に生まれ変わります。


バイオディーゼル燃料再生（株）フチガミ

お得なリサイクル活動「エコ・ステ」で省資源活動

71店舗で導入している古紙回収ステーション「エコ・ステ」では重量に応じてポイントを付与。たまったポイントがお買い物に利用でき、お客さまに好評です。また、牛乳パックや食品トレーなどの回収ボックスは全店の店頭に設置しています。


駐車場の一角に設置された「エコ・ステ」

レジ袋・包装紙の削減! 地道な資源削減活動

イズミは1997年から行政や市民団体と協力してレジ袋削減を呼び掛けてきました。年々、資源の有効活用に対するお客さまの理解が進み、現在ではお買い物袋持参率は6割を超えています。ギフト売場でも、のし紙などを省略したエコ包装のご協力をお願いし、7割超の方にご協力いただいています。



エコ包装の見本を写真で紹介

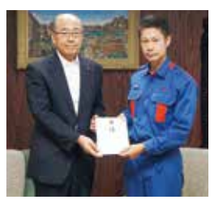
運輸部門でエネルギー削減

商品の運輸部門でも、省エネを進めています。2015年に4つの配送センターを統合して開設した「イズミ広島物流センター」（広島市西区）では、ドライ商品とチルド商品を同じ車両で出荷し、輸送車台数を削減しました。プラスチック製の折り畳みコンテナを繰り返し活用し、段ボール使用量も減らしています。


運輸効率を高める拠点「イズミ広島物流センター」

行政との連携で地域活性化に貢献 地域活性化、防災など55協定を締結

地域密着の店舗運営を行うイズミでは、産業振興などを目的にした地域活性化包括連携協定や、災害に備えた防災協定を締結。熊本地震に際しては協定が機能し、速やかに水や食料の提供が可能となりました。さらに、店頭募金やイズミおよび創業家からの復興支援金寄託といった支援活動や、事業継続計画（BCP）を改正するなどさまざまな対策を進めています。


広島県庁で湯崎英彦知事に寄贈

新型コロナウイルス感染症拡大防止のために

お客さまならびに従業員の安全・安心を最優先とする方針の下、地域の皆さまに生活必需品を安定提供するライフラインとしての使命を果たす一方で、各県での休業要請に従いながら、「ゆめタウン」での専門店の休業や時間短縮営業を実施。また、レジには飛沫防止の透明シートを設置し、感染拡大防止のうえで重要な接触機会の低減を図っています。


レジカウンターに透明のビニールシートを設置

「お客さまの声」を生かすより良い店づくりへの取り組み

店頭の投稿用紙やお電話でいただくお申し出を真摯に受け止め、イズミ本社では「お客さまの声をお聴きするプロジェクト」メンバーが声を集約し、業務改善やサービスの充実に努めています。また各店舗のバックルームに「お客さまの声」を掲示し、従業員で共有して対応を検討しています。


ホームページからも「声」を受け付け

転居なしの新雇用制度「自宅通勤正社員」制度の新設

ライフスタイルに合わせて働き方が選べるよう、これまでのレギュラー正社員、エリア正社員に加え、転居を伴う異動がない「自宅通勤正社員」制度を導入しました。初年度は意欲あふれる60名の方が入社しました。



入社式の様子

健康ポイントで疾病予防! ヘルシーな商品購入でポイント付与

広島市と廿日市市のゆめタウン・LECTで「ウェルネス貯金」を開始。健康に配慮した対象商品購入でポイントを付与し、調剤薬局やスポーツジムなどでの支払いに活用していただくことで生活習慣病予防につなげます。



ヘルシーな商品購入でポイント付与

女性の活躍推進で女性管理職比率20%以上を目標

2014年に「ゆめCanプロジェクト」（女性活躍推進プロジェクト）を立ち上げました。育児休業や時短勤務、看護・介護休暇などニーズに合わせて拡充し、育児休業後も安心して復職できる体制を整えています。


女性リーダー育成研修

「ゆめタウン光の森」に働く従業員の子育てを支援する「ゆめたうん保育園」開園

2019年6月にリニューアルオープンした「ゆめタウン光の森」の中に、テナント様を含む従業員のお子さまを預かる「ゆめたうん保育園」を開園。イズミグループでは初の取り組みとなる保育園を通じた子育て支援は、今後さらに多くの地域にも広げていきます。



「ゆめたうん保育園」

スポーツを通じた地域貢献! 「イズミメイプルレッズ」始動

ハンドボール日本リーグ女子の「広島メイプルレッズ」は、2019年4月よりイズミの実業団チーム「イズミメイプルレッズ」として新たに始動しました。ハンドボールを通じて地域に“夢”と“活力”を与え、社会の活性化に貢献します。


仕事とスポーツを両立して活躍する選手

食の安全を組織で守る!全従業員へ意識を浸透

外部の準公的機関の指導を受けた食品品質チェッカーを全店に配属し、品質鮮度と産地表示を確認。管理職向けの表示勉強会を定期的に開催し、組織全体で食品安全の責務と向き合っています。 2019年には「ゆめマート美作」が「食品衛生優良施設表彰岡山県知事賞」を受賞しています。


食品品質チェッカー

お取引先さまとの対等な関係づくりを重視し、法令遵守の勉強会を開催

お取引先さまとの対等な立場でのお付き合いを重視し、年2回、担当者向けに「公正取引勉強会」を開催しています。関連法規である独占禁止法や下請法について、わかりやすい講義を行っています。


研修会の様子

コーポレートガバナンス

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・地域社会等のステークホルダーの期待に応えてまいります。また、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及び内部統制システムの充実等を図るコンプライアンス経営を継続的に推進しており、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んでいます。

業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項

▶ 企業統治の体制の概要及び当該体制を採用する理由

取締役会は、取締役8名(うち社外取締役2名)で構成し、任期を2年とし業務執行の透明性と経営責任の明確化を図っています。取締役会は、原則として、月1回開催し、充実した審議と取締役の職務執行に関する監督が行われています。取締役8名の中から代表取締役1名を選定し、代表取締役の下に執行役員10名を選任して業務執行にあたらせています。

取締役6名(社外取締役2名を除く)で構成する経営会議において、取締役会付議事項の諮問及びその他経営方針・経営戦略等に関する施策等の決定について、毎週適宜審議を行う体制にしています。当社グループ会社の経営状況については、月1回の実績検討会において、各グループ会社の社長を招集して各社の経営チェックを行うとともに、グループ会社の営業成績、財務状況その他の重要な情報についても、当社の連結評価会議において3か月に1回の報告を義務づける体制をとっています。

監査役会は、監査役3名(うち社外監査役2名)で構成し、取締役会においては、監査役に対して取締役会議案に対する客観的な意見を求めるとともに、監査役が取締役の意思決定及び業務執行状況の監査をしています。

当社は、任意の指名・報酬委員会を設置しており、取締役・監査役候補者の指名及び、取締役個々の報酬等については、当該委員会における答申を受け、取締役会にて審議し決定しています。なお、監査役候補者の指名については、事前に監査役会の同意を得ています。

さらに、適正かつ効率的に経営監視を行うために、5名の顧問弁護士による経営に関する助言・指導をいただいています。

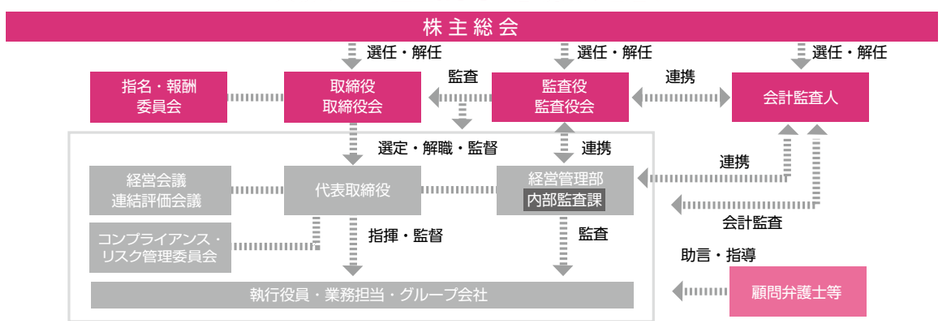
当社は上述のコーポレート・ガバナンスが有効に機能していると認識しており、後述の内部統制システム及びコンプライアンス・リスク管理体制と合わせ、効率的な業務の執行と効果的な経営監視機能が働いていると考えています。また、独立した立場から経営の客観性・透明性を高めるために、豊富な経験と幅広い見識を有した人材を社外取締役に選任しています。

▶ 監査役監査及び内部監査の状況

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

当社の内部監査部署は、各事業本部とは独立した経営管理部内に内部監査課を設置し、内部監査強化のため10名のスタッフを配置しています。内部監査課は、年間監査計画に基づいて業務活動が適正かつ効率的に行われているかを監査し、本社内の各部門及び各店舗並びに当社グループ会社に対して助言・指導を行い、それらの結果について代表取締役及び監査役に報告しています。

業務の執行・監査および内部統制の仕組み



コーポレートガバナンス・コードの対応状況

▶ コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由

補充原則4−2−① 業績連動報酬・自社株報酬の割合の適切な設定

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

▶ コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示

原則1−4 政策保有株式

当社は、当社の事業活動を円滑に行うこと、また取引を強化することを目的とし、政策保有株式を保有する場合がありますが、原則として政策保有株式を保有しない方針とし、現状の保有株式については、段階的に削減していきます。政策保有株式がある場合、取締役会にて中期経営計画の観点からも保有の適否を検証し、当該検証内容を開示します。保有する株式の議決権行使に当たっては、各議案が当該会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するものか否か、また株主価値の毀損につながらないかといった点を総合的に判断のうえ行使します。2019年度においては、2019年7月9日付の取締役会において、保有する政策保有株式(上場株式8銘柄)を対象として、保有目的、保有に伴う便益やリスクとリターン、取引の重要性等の観点から総合的な保有適否の検証を行い、3銘柄を売却いたしました。

原則1−7 関連当事者間の取引

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

原則2−6 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮

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

原則3−1 情報開示の充実

(i)会社の目指すところ(経営理念等)や経営戦略、経営計画

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

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

■中期経営計画

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

なお、当該中期経営計画の最終年度である2020年度の業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染症の拡大と収束見通しが先行き不透明な中、政府による緊急事態宣言と大型の経済対策に伴う影響を見通しづらい状況にあります。このような状況を踏まえ、現時点では、業績に影響を与える未確定要素が多数存在することから、業績予想を適正かつ合理的に算定することが困難と判断し、未定としております。なお、今後、業績予想の算定が可能となった段階で、速やかに公表いたします。

(ii)コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方と基本方針

当社グループは、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・地域社会等のステークホルダーの期待に応えてまいります。また、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及び内部統制システムの充実等を図るコンプライアンス経営を継続的に推進しており、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んでいます。

コーポレートガバナンス

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

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。取締役の報酬等の額又はその算定方法については、会社の経営成績及び各取締役の職務の内容に応じた年間評価等を勘案したうえで報酬等の額を決定しています。この方針に基づき、取締役の報酬等に関する事項は、指名・報酬委員会において審議しています。

指名・報酬委員会は、3名の社内取締役と2名の社外取締役の計5名で構成され、委員長は代表取締役社長が務めています。指名・報酬委員会において各取締役の評価を審議し、取締役の報酬等の額は取締役会に答申され、取締役会は、指名・報酬委員会の答申を慎重に審議したうえで、各取締役の報酬等の額を決定しています。

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

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

また、社外取締役候補者の指名については、専門分野の異なる高度な知識と豊富な経験を有し、当社の成長戦略に欠かせない新店投資等のリスクについての指摘など中立的・客観的な視点で積極的に提言し、自由闊達な議論を行える者を、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いたします。

監査役候補者の指名については、専門的な経験と知識をもち、中立的・客観的な立場から公正な監査を行える者を、監査役会の同意を得たうえで、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いたします。

なお、独立社外取締役及び独立社外監査役の候補者の指名においては、東京証券取引所の定める独立役員の確保にあたっての判断基準を踏まえて決定しています。

当社は、経営陣幹部(CEO含む)の解任について、上記に記載する経営陣幹部に必要な条件を充たせなくなった状況等に至った場合、また法令等に違反し当社の企業価値を著しく毀損したと客観的に判断される場合等に、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いたします。

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

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

補充原則4−1−① 経営陣への委任の範囲

取締役会は、法令および定款に定めるものの他、取締役会規則に基づき、人事、機構改革、労務管理に関する制度、固定資産、株式、長期的資金調達、投資、株主資本、関係会社に関する事項など、会社業務に関する重要な事項について意思決定します。取締役会の経営陣に対する委任の範囲は、取締役会の専決事項以外の業務執行であり、その詳細は、業務分掌規程および職務権限行使規程に定めています。

原則4−8 独立社外取締役の有効な活用

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

原則4−9 独立社外取締役の独立性判断基準及び資質

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

補充原則4−11−① 取締役会の全体のバランス、多様性、規模に関する考え方

当社の取締役会は、独立社外取締役2名を含めた8名で構成しています。社内取締役には、「革新・挑戦・スピード」をキーワードに、豊富な業務経験と知識をもち、リーダーシップに優れていることを基準とし、高い倫理観とコンプライアンス意識をもって、当社の企業価値最大化のために職務を遂行できる者を、指名・報酬委員会及び取締役会での十分な審議を経て選任しています。また、社外取締役には、専門分野の異なる高度な知識と豊富な経験を有し、当社の成長戦略に欠かせない新店投資等のリスクについての指摘など中立的・客観的な視点で積極的に提言し、自由闊達な議論を行える者を、指名・報酬委員会及び取締役会での十分な審議を経て選任しています。これにより、取締役会として、迅速かつ適切な意思決定を可能にするとともに、独立した立場からの業務執行に対する監督助言機能を備え、多様なバックグラウンドに基づく知識・経験・能力等を経営に生かすことができる構成とすることを考えています。

補充原則4−11−② 取締役・監査役の兼任状況

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

補充原則4−11−③ 取締役会の実効性の分析・評価

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

(1) 取締役会実効性評価の実施時期

2019年8月 取締役会実効性評価アンケートの実施

2019年9月 アンケート結果内容の報告及び取締役会における課題の共有化

2019年10月 取締役会における課題に対する議論

(2) 分析・評価の結果概要

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

(3) 今後の課題とその対応

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

補充原則4−14−② 取締役・監査役に対するトレーニングの方針

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

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

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

原則5−1 株主との建設的な対話に関する方針

当社は、株主との建設的な対話を通じ、会社の持続的成長及び中長期的な企業価値の向上を目指します。対話については代表取締役社長が統括し、合理的な範囲で、経営陣幹部が面談に臨むことを基本とし、株主の希望と面談の主な関心事項も踏まえたうえで対応します。

<株主との建設的な対話を促進するための方針>

■専務取締役管理本部長をIR担当役員とし、関係部署間の緊密な連携を図りながら、対応しています。■財務部にIR担当を設置し、総務部他、関連部署と連携を取り、個人株主および機関投資家等に対応しています。■IR活動の概要については、コーポレート・ガバナンス報告書「III株主その他の利害関係者に関する施策の実施状況 2.IRに関する活動状況」に記載しています。■対話において把握された株主の意見懸念については、経営会議での報告など、適宜、経営陣へフィードバックしています。■株主との対話にあたっては、法令及び関連規則等を遵守し、インサイダー情報を適切に管理しています。■当社は、必要に応じ株主構造の把握に努めています。

内部統制システム及びコンプライアンス・リスク管理体制の整備状況

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

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

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

コンプライアンス

コンプライアンス教育とリスク管理で企業統治を確実に

イズミでは、従来から内部統制に関する取り組みを進めてきました。2018年3月に始動した中期経営計画は2019年4月に見直しを行いましたが、「日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す」という方針に変更はありません。企業としての質を向上させ、信頼を高めるために、以下のような取り組みで内部統制の浸透を図っています。

■第一に、会社内で起こりうるリスクについて主管部署が洗い出し、その対応策を検討し、現場で実施しています。また毎月1回開催される全社的なコンプライアンス・リスク管理委員会に各部署の委員が出席し、コンプライアンスに関する教育や情報の共有化を実施したり、さまざまなリスクへの対応策を検討・協議しています。

また、同様にグループ会社を対象としたイズミグループコンプライアンス・リスク管理委員会を設置し、イズミグループ全体の内部統制を強化しています。

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

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

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

取締役

（2020年5月27日現在）

代表取締役社長
山西 泰明

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

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

専務取締役
三家本 達也

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

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

取締役
本田 雅彦

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

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

専務取締役
梶原 雄一朗

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

取締役の選任理由
梶原雄一朗氏は、営業本部長として、重要な業務執行及び経営の意思決定を行ってまいりました。同氏は、営業部門での豊富な経験、実績と幅広い見識を有しており、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与できると判断し、取締役として選任しています。

常務取締役
中村 豊三

1972年 3 月　当社入社
1988年 3 月　当社食品部青果課課長
1996年 2 月　当社食品1部部長
2002年 5 月　当社執行役員西ゾーン営業部長
2002年11月　当社執行役員九州ゾーン営業部長
2011年 5 月　当社執行役員営業企画部部長
2013年 5 月　当社取締役営業企画部部長
2014年 2 月　当社取締役九州ゾーン販売部長
2015年 3 月　当社取締役九州南ゾーン販売部長
2016年 3 月　当社取締役九州南事業部長
2019年 3 月　当社常務取締役九州南事業部長
2020年 4 月　当社常務取締役テナント統括本部長（現任）

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

取締役
黒本 寛

1982年 4 月　当社入社
1997年 7 月　当社新店企画課課長
1999年 2 月　当社テナント統括部テナント導入課長
2003年 8 月　当社テナント統括部部長
2007年 2 月　泉開発株式会社※代表取締役社長
2009年 1 月　当社執行役員開発本部長
2020年 5 月　当社取締役開発本部長（現任）
※現在の当社開発本部の業務を請け負っていた会社で、
2009年9月に当社が吸収合併しました

取締役の選任理由
黒本寛氏は、出店用地調達及び店舗建設に係る業務を幅広く経験し、開発本部長として長年にわたって出店戦略を支え、多くの実績を積み上げてまいりました。今後の中長期的な出店戦略に寄与できると判断し、選任しています。

取締役
似鳥 昭雄　社外　独立

1972年 3 月　似鳥家具卸センター㈱
（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）
2015年 5 月　㈱ホームロジスティクス取締役最高顧問
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）

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

取締役
米田 邦彦　社外　独立

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

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

監査役

（2020年5月27日現在）

常勤監査役
川本 邦昭

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

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

監査役
岡田 弘隆　社外　独立

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）

社外監査役の選任理由
岡田弘隆氏は、国税局の重要な部署の責任者を歴任してこられました。税理士としての幅広い業務経験と専門的知識を有しているとともに、コンプライアンス意識の高い人格・識見も有していることから、社外監査役に選任しています。同氏と当社との人的関係、資本的関係又は取引関係その他の利害関係はないものと判断し、選任しています。また、同氏は、一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。

監査役
堀川 智子　社外　独立

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 経営企画本部長
2012年 4 月　同社常務取締役 経営企画本部長兼社長室室長
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）

社外監査役の選任理由
堀川智子氏は、会社経営者と会計の専門家としての高い見識を有していることから、社外監査役に選任しています。同氏と当社との人的関係、資本的関係又は取引関係その他の利害関係はないものと判断しています。また同氏は、一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断される立場から、東京証券取引所の定めに基づく独立役員として選任しています。

11年間の主要連結財務情報・非財務情報

	2010年2月期	2011年2月期	2012年2月期	2013年2月期	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期
経営成績（単位:百万円）											
営業収益	492,140	502,379	515,875	535,510	556,852	579,739	668,784	702,121	729,857	732,136	744,349
売上高	468,742	478,988	491,955	510,438	530,871	552,746	638,754	670,253	696,266	697,679	709,455
営業利益	20,410	21,783	24,254	27,949	29,100	30,330	31,912	35,670	38,487	35,273	31,888
経常利益	19,730	20,949	23,539	27,102	28,446	29,767	31,102	35,688	38,208	35,099	31,979
親会社株主に帰属する当期純利益	8,752	9,941	11,062	16,187	17,384	17,360	18,766	17,015	26,932	23,488	19,953
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,427	12,181	25,561	27,196	25,683	52,246	13,553	33,104	42,592	33,642	57,681
投資活動によるキャッシュ・フロー	△20,253	△8,230	△9,682	△20,356	△19,948	△20,897	△26,071	△19,938	△29,067	△19,101	△16,693
財務活動によるキャッシュ・フロー	△8,393	△7,117	△21,934	△6,272	△5,501	△25,159	12,956	△16,252	△15,477	△14,793	△40,142
現金及び現金同等物の期末残高	15,490	12,316	6,260	6,862	6,800	12,990	13,429	10,342	8,389	8,136	8,982
減価償却費	15,115	14,551	13,854	13,464	12,827	12,902	15,044	15,691	16,171	15,862	16,164
のれん償却額	—	—	—	28	114	151	454	1,078	997	822	785
設備投資	16,169	5,478	15,139	18,705	30,813	24,451	21,435	27,727	15,869	21,507	17,514
財政状態（単位:百万円）											
総資産※1	388,277	368,584	370,377	379,824	397,071	432,416	468,026	476,885	479,867	484,876	490,106
純資産	123,745	132,513	125,389	126,139	130,178	145,709	157,851	171,963	194,851	211,546	226,264
自己資本	117,059	122,537	112,302	115,380	120,211	134,818	147,648	160,566	182,956	199,897	214,345
有利子負債	166,058	160,743	158,106	167,471	173,999	157,922	193,018	182,146	171,995	162,974	128,928
財務指標											
売上高営業利益率	4.4%	4.5%	4.9%	5.5%	5.5%	5.5%	5.0%	5.3%	5.5%	5.1%	4.5%
自己資本当期純利益率（ROE）	7.7%	8.3%	9.4%	14.2%	14.8%	13.6%	13.3%	11.0%	15.7%	12.3%	9.6%
総資産経常利益率（ROA）	5.1%	5.5%	6.4%	7.2%	7.3%	7.2%	6.9%	7.6%	8.0%	7.3%	6.6%
自己資本比率	30.1%	33.2%	30.3%	30.4%	30.3%	31.2%	31.5%	33.7%	38.1%	41.2%	43.7%
配当性向	17.4%	15.3%	16.2%	18.4%	18.2%	21.1%	24.4%	27.8%	20.0%	24.4%	28.7%
1株当たり指標（単位:円）											
1株当たり純資産（BPS）	1,228.70	1,286.20	1,388.45	1,541.32	1,672.92	1,876.22	2,060.44	2,240.66	2,553.14	2,789.58	2,991.24
1株当たり当期純利益（EPS）	91.86	104.35	123.74	207.01	236.55	241.6	261.96	237.45	375.83	327.79	278.45
1株当たり配当金（DPS）	16.00	16.00	20.00	38.00	43.00	51.00	64.00	66.00	75.00	80.00	80.00
非財務情報											
期末発行済株式数（単位:株）	123,117,420	109,117,420	95,273,420	78,861,920	78,861,920	78,861,920	78,861,920	78,861,920	71,665,200	71,665,200	71,665,200
期末自己株式数（単位:株）	27,845,657	13,846,891	14,390,035	4,003,716	7,004,785	7,005,563	7,203,273	7,201,306	5,676	6,700	7,346
期末店舗数（単位:店）※2	99	100	102	111	121	156	217	198	200	202	197
期末店舗数〔イズミ単体〕（単位:店）	85	87	88	92	102	103	103	105	110	112	111
既存店売上高前年比〔イズミ単体〕	95.3%	100.1%	101.2%	100.1%	102.7%	101.8%	101.4%	101.5%	99.2%	99.4%	99.1%
電子マネー「ゆめか」累計カード発行枚数（単位:万枚）	—	1	43	116	350	475	551	617	684	752	811
従業員数（単位:人）	3,542	3,500	3,334	3,344	3,151	3,467	4,164	4,072	4,189	4,358	4,455
パートタイマー（単位:人）※3	7,165	7,009	6,950	7,088	7,297	8,503	10,225	10,761	11,263	11,234	11,457

※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）を当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。

経営陣による当会計年度の財務分析

地域のライフライン堅守
経営効率を高め事業継続を

専務取締役 管理本部長
三家本 達也



経営成績の概況

当期におけるわが国経済は、緩やかな景気回復途上にあるとされた一方で、米中の通商問題などに加え、新型コロナウイルス感染症の蔓延がグローバルな生産活動に影響を与え、世界経済の行方に不透明感が漂っています。家計においては、賃金の伸び悩みや年金への将来不安などから価格への意識が高まる中、消費増税を境に節約ムードが強まるとともに、不要不急の消費を控える動きが強まりました。

このような状況の下、当社グループにおいては“日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す”という経営ビジョンを掲げた「中期経営計画（2019年2月期から2021年2月期の3カ年）」を策定・推進してきました。しかしながら、軟調な消費環境や人手不足による採用難、さらには建築コストの高騰等により、新規出店の採算見通し低下といった懸案を踏まえ、2年目に当たる当期4月に当該中期経営計画の数値目標を下方修正しました。経営ビジョン等の基本的な考え方は変更せず、新規出店計画をやや抑制する一方で、既存店の活性化としてリニューアル投資、スクラップ&ビルド、デジタル・トランスフォーメーション及びM&A等への投資比率を高め、これまで以上に収益性を重視した成長戦略の展開を開始しました。

これらの結果、当期の営業成績は増収減益となり、営業収益は1.7ポイント上昇しました。

業績サマリー

営業収益のうち、売上高は前期比11,776百万円（1.7%）増加し、709,455百万円となりました。また、営業収入は前期比436百万円（1.3%）増加し、34,893百万円となりました。これは、主に当社における新設店舗の稼動及び増床・活性化店舗の販売増によるものです。売上総利益は、156,103百万円（前期比2,532百万円増）となりました。売上高対比では22.0%となり前期に比べて横ばいとなりました。

販売費及び一般管理費については、新設店舗等のランニングコストが増加するとともに、主に人件費及び広告宣伝費が増加したことにより、前期比6,353百万円（4.2%）増加の159,108百万円となりました。売上高対比では22.4%となり前期に比べて0.5ポイント上昇しました。これらの結果、営業利益は前期比3,385百万円（9.6%）減少の31,888百万円となり、売上高対比は4.5%と前期に比べて0.6ポイント低下しました。

営業外収益は、前期比34百万円（2.3%）減少の1,484百万円となりました。一方、営業外費用は、支払利息の減少等により前期比299百万円（17.7%）減少の1,393百万円となりました。これらの結果、経常利益は前期比3,120百万円（8.9%）減少の31,979百万円となりました。売上高対比は4.5%と前期に比べて0.5ポイント低下しました。

特別利益は、固定資産売却益329百万円、補助金収入310百万円等を計上したことにより669百万円となりました（前期比811百万円の減少）。一方、特別損失は、減損損失1,146百万円、投資有価証券評価損486百万円、店舗閉鎖損失419百万円等を計上し、2,803百万円となりました（前期比281百万円の減少）。

法人税等は9,505百万円となりました（前期比389百万円の減少）。非支配株主に帰属する当期純利益は385百万円となりました（前期比274百万円の増加）。

これらの結果、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比3,535百万円（15.1%）減少の19,953百万円となりました。売上高対比は2.8%と前期に比べて0.6ポイント低下しました。

財政状況の分析

総資産においては、当期の設備投資額は17,514百万円であり、これは主に店舗新設等によるものです。有形固定資産は、減価償却実施後で673百万円減少しました。受取手形及び売掛金は、クレジット取扱高の増加等により6,608百万円増加しました。流動資産その他は、期末日が銀行休業日であったため、売上預け金が増加したこと等により1,351百万円増加しました。

負債状況としては、支払手形及び買掛金は、期末日が銀行休業日であったため、決済が翌月初に持ち越されたこと等により18,702百万円増加しました。未払金は、店舗新設に係る設備未払金の増加等により5,238百万円増加しました。短期借入金及び長期借入金は、34,005百万円減少しました。

純資産については、利益剰余金は、内部留保の上積みにより14,220百万円増加しました。これらの結果、自己資本比率は43.7%となり、前期末の41.2%に比べて2.5ポイント上昇しました。

キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローの主な収入項目は、税金等調整前当期純利益29,845百万円、減価償却費16,164百万円及び仕入債務の増加額18,708百万円です。主な支出項目は、売上債権の増加額6,570百万円及び法人税等の支払額9,448百万円です。

投資活動によるキャッシュ・フローの主な支出項目は、有形固定資産の取得による支出15,266百万円です。これは主に、店舗新設等によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フローの主な収入項目は、長期借入れによる収入11,000百万円です。主な支出項目は、短期借入金の減少額24,046百万円、長期借入金の返済による支出21,259百万円及び配当金の支払額5,732百万円です。

以上の結果、現金及び現金同等物の残高は、前期末対比845百万円増加し、8,982百万円となりました。

配当政策

剰余金の配当については、中間配当金は1株につき40円とさせていただきました（前年実績は40円）。期末配当金は、1株につき40円と据え置きとさせていただきたいと存じます。これにより年間配当金は、1株につき80円となります（前年実績は80円）。

内部留保金につきましては、有利子負債の削減などの財務体質の強化を図りながら、成長分野への投資に充当させていただきます。

次期の見通し

当社グループでは、2017年10月に中期経営計画（2019年2月期から2021年2月期）を公表しました。“日本一の高質リージョナル総合スーパーを目指す”とした経営ビジョンを掲げ、厳しい経営環境をむしろチャンスと捉え、一段の成長と企業価値の向上を果たすべく、積極的な成長戦略を打ち出しました。一方、その後の急激な外部環境変化は今後当面続くとの見通しを踏まえ、計画を下方修正したうえで推進してきました。詳細につきましては、2019年4月9日に公表しました「中期経営計画の見直しに関するお知らせ」をご参照ください。中長期の企業価値向上を展望して、新規の設備投資は抑制しつつ、M&A、人材育成及びデジタル化への投資を拡大することで、既存事業の生産性を向上させ、筋肉質な企業体質を構築してまいります。これらにより、お客さまの満足を実現するとともに、地域ドミナントのさらなる拡大・深耕を図っていくことで、経営効率を高め、より一層の企業成長に繋げてまいります。

今後の見通しにつきましては、マクロ環境変化に加え、新型コロナウイルス感染症の世界的パンデミックによるグローバルな生産活動への大きな影響が懸念されます。国内でも大規模災害時と同様に生活必需品への需要が集中する一方、レジャーやサービス消費への需要消失など絶え間なく変化していくことが想定されます。こうした問題は全世界に影響を与え、リーマンショックを超える世界的な景気後退が懸念されています。

このような状況下において当社グループでは、食品スーパー業態での販売が伸びている一方、不要不急の来店を控える行動の強まりからショッピングセンター業態への来店が減少しています。また、2020年4月に政府によって発動された緊急事態宣言は解除されたものの、今後第2波の感染拡大やその長期化により、店舗の休業・本社の機能不全、サプライチェーンの分断による商品供給体制の崩壊等により通常の営業が継続できなくなる等のリスクが高まっていくと考えられます。今後の見通しにつきましては、当第1四半期に本格化した国内における感染拡大が収束に向かうにつれ、第2四半期以降、店舗運営等の事業活動は正常化していく一方、雇用・所得環境の悪化などによる経営環境が厳しさを増すとともに、ウイルスとの共存を前提とした「新しい生活様式」へのシフト等による消費者行動も変化していくことから、店舗運営への制約を受けることが想定されます。

地域の皆さまや従業員の健康と安全を最優先に考え、安心して来店・就業できる環境整備や生活必需品の安定供給に手を尽くします。このことを通じて、新型コロナウイルス感染拡大防止を図るとともに事業継続計画（BCP）の推進に努め、地域のライフラインとしての役割を果たしていくとともに、業績悪化リスクへの対応として在庫削減及びコスト削減を断行してまいります。なお、次期における当社の既存店売上高の前年比は93.6%を見込んでおります。

連結貸借対照表

（単位:百万円）

	前連結会計年度 (2019年2月28日)	当連結会計年度 (2020年2月29日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	8,136	8,982
受取手形及び売掛金	39,784	46,392
商品及び製品	28,355	25,780
仕掛品	22	13
原材料及び貯蔵品	558	535
その他	15,890	17,242
貸倒引当金	△584	△644
流動資産合計	92,164	98,302
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	393,145	399,826
減価償却累計額	△230,168	△238,153
建物及び構築物(純額)	162,976	161,672
機械装置及び運搬具	9,445	10,062
減価償却累計額	△6,304	△6,683
機械装置及び運搬具(純額)	3,141	3,379
土地	162,745	163,240
リース資産	382	117
減価償却累計額	△337	△106
リース資産(純額)	45	10
建設仮勘定	1,607	1,552
その他	42,161	42,148
減価償却累計額	△34,557	△34,556
その他(純額)	7,604	7,591
有形固定資産合計	338,121	337,447
無形固定資産		
のれん	3,958	3,172
その他	8,219	8,307
無形固定資産合計	12,177	11,479
投資その他の資産		
投資有価証券	10,396	11,039
長期貸付金	1,584	1,563
繰延税金資産	8,271	8,326
敷金及び保証金	17,540	17,722
その他	5,180	4,783
貸倒引当金	△559	△558
投資その他の資産合計	42,413	42,877
固定資産合計	392,711	391,804
資産合計	484,876	490,106

（単位:百万円）

	前連結会計年度 (2019年2月28日)	当連結会計年度 (2020年2月29日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	31,275	49,977
短期借入金	25,746	2,000
1年内返済予定の長期借入金	21,264	19,925
未払金	10,415	15,653
未払法人税等	4,777	5,089
賞与引当金	2,132	2,206
役員賞与引当金	10	27
ポイント引当金	2,558	2,695
商品券回収損失引当金	166	81
資産除去債務	130	13
その他	15,005	16,291
流動負債合計	113,482	113,962
固定負債		
長期借入金	115,912	106,991
リース債務	11	5
長期預り敷金及び保証金	24,008	23,498
役員退職慰労引当金	2,176	1,002
利息返還損失引当金	102	114
退職給付に係る負債	8,050	8,514
繰延税金負債	1,334	1,413
資産除去債務	7,914	8,099
その他	336	237
固定負債合計	159,846	149,879
負債合計	273,329	263,841
純資産の部		
株主資本		
資本金	19,613	19,613
資本剰余金	22,247	22,267
利益剰余金	157,530	171,751
自己株式	△25	△27
株主資本合計	199,367	213,604
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	737	753
退職給付に係る調整累計額	△208	△12
その他の包括利益累計額合計	529	741
非支配株主持分	11,649	11,918
純資産合計	211,546	226,264
負債純資産合計	484,876	490,106

連結損益計算書

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （2018年3月1日～2019年2月28日）	当連結会計年度 （2019年3月1日～2020年2月29日）
売上高	697,679	709,455
売上原価	544,107	553,351
売上総利益	153,571	156,103
営業収入	34,457	34,893
営業総利益	188,028	190,997
販売費及び一般管理費		
広告宣伝費及び販売促進費	14,864	16,430
配送費	8,073	8,215
貸倒引当金繰入額	183	230
従業員給料及び賞与	52,302	54,998
賞与引当金繰入額	1,902	2,011
福利厚生費	9,903	10,456
退職給付費用	1,202	1,295
賃借料	11,556	11,855
水道光熱費	8,639	8,471
減価償却費	15,357	15,672
役員退職慰労引当金繰入額	515	61
その他	28,253	29,409
販売費及び一般管理費合計	152,754	159,108
営業利益	35,273	31,888
営業外収益		
受取利息及び配当金	258	250
仕入割引	299	291
持分法による投資利益	35	9
違約金収入	191	164
その他	734	768
営業外収益合計	1,518	1,484
営業外費用		
支払利息	919	818
支払補償費	160	142
その他	613	433
営業外費用合計	1,692	1,393
経常利益	35,099	31,979
特別利益		
固定資産売却益	55	329
補助金収入	1,112	310
保険金収入	309	－
その他	3	28
特別利益合計	1,480	669
特別損失		
固定資産売却損	27	21
固定資産除却損	313	333
減損損失	654	1,146
投資有価証券評価損	47	486
店舗閉鎖損失	－	419
建設計画変更損失	－	213
災害による損失	360	－
復興寄付金	450	－
出資金評価損	1,029	－
その他	201	183
特別損失合計	3,085	2,803
税金等調整前当期純利益	33,495	29,845
法人税、住民税及び事業税	10,418	9,685
法人税等調整額	△523	△179
法人税等合計	9,894	9,505
当期純利益	23,600	20,339
非支配株主に帰属する当期純利益	111	385
親会社株主に帰属する当期純利益	23,488	19,953

連結包括利益計算書

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （2018年3月1日～2019年2月28日）	当連結会計年度 （2019年3月1日～2020年2月29日）
当期純利益	23,600	20,339
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△1,165	233
退職給付に係る調整額	210	195
その他の包括利益合計	△954	429
包括利益	22,645	20,769
（内訳）		
親会社株主に係る包括利益	22,856	20,164
非支配株主に係る包括利益	△210	604

連結株主資本等変動計算書

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

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

当連結会計年度　（2019年3月1日～2020年2月29日）　（単位:百万円）

	株主資本					その他の包括利益累計額				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計	非支配株主持分	純資産合計
当期首残高	19,613	22,247	157,530	△25	199,367	737	△208	529	11,649	211,546
当期変動額										
剰余金の配当			△5,732		△5,732					△5,732
親会社株主に帰属する当期純利益			19,953		19,953					19,953
自己株式の取得				△2	△2					△2
連結子会社株式の取得による持分の増減		19			19					19
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）						15	195	211	269	480
当期変動額合計	－	19	14,220	△2	14,237	15	195	211	269	14,717
当期末残高	19,613	22,267	171,751	△27	213,604	753	△12	741	11,918	226,264

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位:百万円）

	前連結会計年度 （2018年3月1日～2019年2月28日）	当連結会計年度 （2019年3月1日～2020年2月29日）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	33,495	29,845
減価償却費	15,862	16,164
のれん償却額	822	785
貸倒引当金の増減額（△は減少）	153	176
受取利息及び受取配当金	△258	△250
支払利息	919	818
持分法による投資損益（△は益）	△35	△9
補助金収入	△1,112	△310
保険金収入	△309	—
固定資産売却損益（△は益）	△28	△308
固定資産除却損	313	333
投資有価証券売却損益（△は益）	17	△9
投資有価証券評価損益（△は益）	47	486
減損損失	654	1,146
店舗閉鎖損失	—	419
建設計画変更損失	—	213
災害損失	360	—
出資金評価損	1,029	—
売上債権の増減額（△は増加）	△2,539	△6,570
たな卸資産の増減額（△は増加）	△519	2,560
仕入債務の増減額（△は減少）	△3,373	18,708
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	370	544
その他	2,125	1,938
小計	47,995	66,683
利息及び配当金の受取額	235	218
利息の支払額	△935	△812
補助金の受取額	112	1,040
保険金の受取額	309	—
災害損失の支払額	△186	—
法人税等の支払額又は還付額（△は支払）	△13,887	△9,448
営業活動によるキャッシュ・フロー	33,642	57,681
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△17,378	△15,266
有形固定資産の売却による収入	323	864
無形固定資産の取得による支出	△1,498	△1,330
投資有価証券の取得による支出	△918	△476
投資有価証券の売却による収入	204	39
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出	—	△51
その他	165	△472
投資活動によるキャッシュ・フロー	△19,101	△16,693
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額（△は減少）	1,076	△24,046
長期借入れによる収入	19,500	11,000
長期借入金の返済による支出	△29,521	△21,259
自己株式の取得による支出	△6	△2
配当金の支払額	△5,732	△5,732
非支配株主への配当金の支払額	△34	△34
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	—	△27
その他	△74	△40
財務活動によるキャッシュ・フロー	△14,793	△40,142
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△252	845
現金及び現金同等物の期首残高	8,389	8,136
現金及び現金同等物の期末残高	8,136	8,982

会社概要

（2020年2月29日現在）

設立年月日	1961年（昭和36年）10月27日
本社所在地	広島市東区二葉の里三丁目3番1号
資本金	19,613,856,196円
従業員数	正社員　2,878名 パートタイマー　6,438名（1日8時間換算）
店舗数	111店舗（エクセル単独店舗9店舗含む）

中国地方:63店

広島県32店　岡山県10店　山口県14店
島根県7店

九州地方:36店

福岡県19店　大分県3店　熊本県9店
佐賀県3店　長崎県2店

その他:12店

香川県4店　徳島県1店　兵庫県3店
その他4店

大株主の状況

（2020年2月29日現在）

株主名	持株数	持株比率
山西ワールド（株）	19,935千株	27.8%
第一不動産（株）	4,208千株	5.9%
日本マスタートラスト信託銀行（株）（信託口）	3,211千株	4.5%
（株）広島銀行	2,362千株	3.3%
日本生命保険（相）	2,093千株	2.9%
山西 泰明	2,036千株	2.8%
イズミ広島共栄会	2,031千株	2.8%
第一生命保険（株）	2,030千株	2.8%
全国共済農業協同組合連合会	1,455千株	2.0%
日本トラスティ・サービス信託銀行（株）（信託口）	1,375千株	1.9%

（注）持株比率は、自己株式（7,346株）を控除して計算しています。

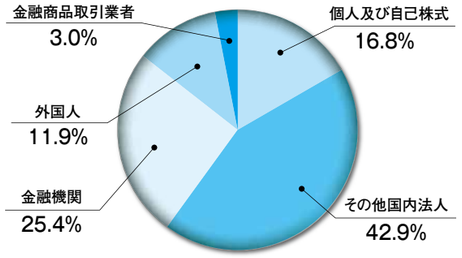
株式の状況

（2020年2月29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	6,633名

単元株式の所有状況

（2020年2月29日現在）



株価の推移

