

# 2025年2月期（FY24） 第1四半期決算説明会

株式会社イズミ  
(証券コード 8273)

<b>I 2025/2期（FY24）第1四半期 決算概要</b>	<b>スライド番号</b>
1 エグゼクティブサマリー	3
2 連結サマリー	4
3 連結PL実績	5
4 単体PL実績	8
5 連結BS・単体BS	11
6 連結CF	12
7 業績計画	14
<b>II 株式会社西友の九州事業の譲受について</b>	<b>17</b>
1 対象企業概要	18
2 西友 九州事業承継の目的	19
3 西友 九州事業承継によるシナジー	20
4 取得対価について	21
5 承継事業のPL	22
6 長期ビジョン（2030年）に向けて	23
<b>III 補足資料</b>	<b>25</b>

## 2月に発生したランサムウェア被害による営業活動への影響は回復途上にある

### 2024年度1Q

- 2月に発生したランサムウェア被害により基幹システム・会計システム含む全サーバーを停止させたが事業継続・早期の復旧に最優先で取り組んだ。現在では「創造的復興」を推進。
- 店舗発注システムに支障が生じ、店頭サービス・品揃えなどで一部混乱が発生。営業継続にグループ一丸で取り組んだが、販売機会逸失などによる利益影響（約29億円）があった。
- 単体の既存店売上高前年比は、 $\Delta 3.3\%$ （注1）、システム障害による影響があった直営計では $\Delta 6.4\%$ （注2）。一方テナントは、 $+0.7\%$ （注1）と業績の支えとなった。

### 2Q以降の見通し

- 2Qはランサムウェア被害によるシステムへの影響はほぼ回復。価格対応や販促の強化を実施し、概ね想定通りに回復は進んでいる。しかし、客数・売上の回復を最優先に進めており、値下・在庫マネジメントの回復には時間がかかっている。
- 3Q以降、西友から承継した九州事業のPMIを進めると同時に、建替えオープン（S&B）予定のゆめモール五日市や大型活性化等にも注力していく。

（注）

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

## ランサムウェア被害の影響で、商品供給不足や販促アプローチができなかったこと等により減収減益

- 営業収益 前期比 95.2% (総額営業収益の前期比は98.1%)
- 営業利益 前期比 71.3%
- 経常利益 前期比 72.8%
- 四半期純利益 前期比 71.1%

2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しています。なお、参考として当該会計基準等を適用する前の数値に組替えた営業収益を「総額営業収益」として記載しています。

単位 百万円	連結					
	2025/2期 1Q		前期 1Q		計画	
	実績	前期比	実績	前期比	計画	前期比
営業収益	<b>108,784</b>	95.2%	114,314	103.8%		
営業利益	<b>5,811</b>	71.3%	8,150	103.6%		
経常利益	<b>6,063</b>	72.8%	8,324	104.8%		
四半期純利益 *	<b>3,933</b>	71.1%	5,529	104.4%		
総資産	<b>496,872</b>		489,509	(期末実績)		
純資産	<b>294,560</b>		294,233	(期末実績)		
(参考) 総額営業収益	175,146	98.1%	178,461	104.7%		
1株利益	<b>55.00円</b>		77.35円			
1株純資産	<b>3,932.29円</b>		3,922.84円	(期末実績)		
自己資本比率	<b>56.6%</b>		57.3%	(期末実績)		

\* 四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益です。

## ランサムウェア被害の影響で、商品供給不足や販促アプローチができなかったこと等により減収減益

- 営業収益 単体を主要因とし△4.8%と減収、営業総利益の営業収益比は△0.6pt
- 営業利益 販管費率は主に営業収益の減少により+1.2pt、営業利益率は5.3%と△1.8pt
- 経常利益 経常利益率は、5.6%と△1.7pt
- 四半期純利益 前期計上の特別利益がなくなったこと等により、四半期純利益率は3.6%と△1.2pt

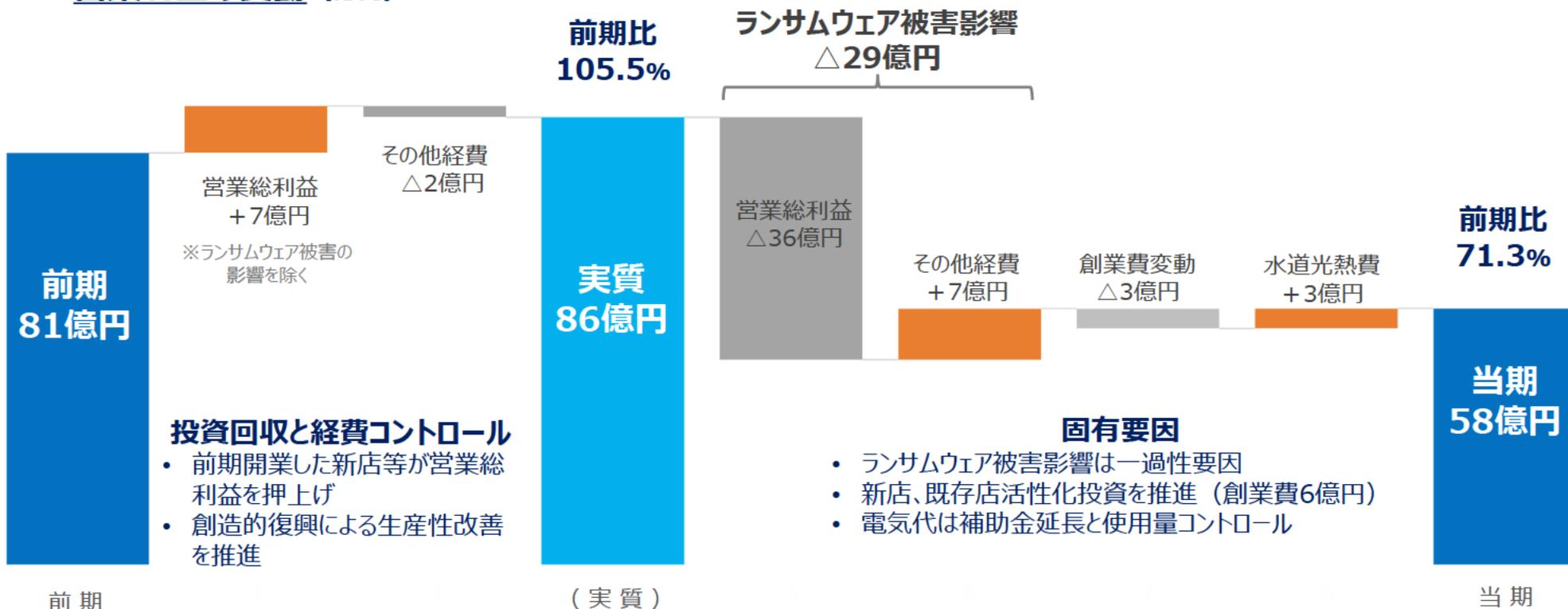
単位 百万円	連結						
	2025/2期 1Q			前期 1Q		計画	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
<b>営業収益</b>	<b>108,784</b>	<b>100.0%</b>	<b>95.2%</b>	<b>114,314</b>	<b>100.0%</b>		
売上高	<b>94,812</b>	87.2%	94.5%	<b>100,369</b>	87.8%		
売上総利益	<b>30,765</b>	28.3%	91.2%	<b>33,729</b>	29.5%		
営業収入	<b>13,972</b>	12.8%	100.2%	<b>13,945</b>	12.2%		
<b>営業総利益</b>	<b>44,738</b>	<b>41.1%</b>	<b>93.8%</b>	<b>47,674</b>	<b>41.7%</b>		
販管費	<b>38,926</b>	35.8%	98.5%	<b>39,524</b>	34.6%		
<b>営業利益</b>	<b>5,811</b>	<b>5.3%</b>	<b>71.3%</b>	<b>8,150</b>	<b>7.1%</b>		
営業外損益	<b>252</b>	0.2%	144.3%	<b>174</b>	0.2%		
<b>経常利益</b>	<b>6,063</b>	<b>5.6%</b>	<b>72.8%</b>	<b>8,324</b>	<b>7.3%</b>		
特別損益	△ <b>263</b>	△0.2%	—	△ <b>7</b>	△0.0%		
<b>四半期純利益 *</b>	<b>3,933</b>	<b>3.6%</b>	<b>71.1%</b>	<b>5,529</b>	<b>4.8%</b>		

\* 四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益です。

## 営業利益：これまでの積極投資の効果による押上げ、ランサムウェア被害を除けば実質増益

- 当期の営業利益は、58億円と前期比71.3%、ランサムウェア被害の影響を除く実質ベースで増益したとみている
- 前期の新店開業等によるランニングコスト増加に対し、活性化店舗を含めた増収効果により投資回収を進める
- 新設2店舗や活性化投資（創業費 6億円）を行った一方、電気料金は補助金延長の恩恵と使用量のコントロールに努めた
- ランサムウェア被害による影響は約29億円の利益影響も一過性要因とみている  
（営業収入 約1億円、売上総利益への影響 約35億円、経費 約△7億円）

### 営業利益の変動（億円）



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

## 小売事業のランサムウェア被害による影響は回復途上

- 小売事業は、ランサムウェア被害による機会損失等の影響で減収（うち、単体は、次ページ以降を参照）
- SM子会社も単体同様の影響あり。テナントがないSMは客数減の影響をより一層受けた。YM熊本は当期創業費1.2億円あり
- 小売周辺では、小売事業でのゆめカード利用減少や営繕工事の減少等により、ゆめカード・イズミテクノで影響を受けた
- イズミ・フード・サービスは、前年5月のコロナ5類移行後、引き続き好調に推移

単位 百万円	連結 営業収益					連結 営業利益				
	2025/2期 1Q			前期 1Q		2025/2期 1Q			前期 1Q	
	実績	構成比	前期比	実績	構成比	実績	構成比	前期比	実績	構成比
小売事業	104,474	96.0%	95.0%	109,999	96.2%	4,456	76.7%	66.9%	6,664	81.8%
小売周辺事業	10,842	10.0%	101.3%	10,698	9.4%	1,227	21.1%	91.6%	1,339	16.4%
その他・調整額	△6,532	△6.0%	-	△6,383	△5.6%	127	2.2%	-	145	1.8%
連結合計	108,784	100.0%	95.2%	114,314	100.0%	5,811	100.0%	71.3%	8,150	100.0%

### 小売事業

(各社の営業利益は、のれん償却前の数値です。)

(株)イズミ (単体)	85,823	78.9%	95.5%	89,822	78.6%	4,966	85.5%	78.1%	6,361	78.1%
(株)ゆめ마트熊本	5,899	5.4%	92.8%	6,360	5.6%	△40	△0.7%	-	258	3.2%
(株)ゆめ마트北九州	5,793	5.3%	91.6%	6,327	5.5%	△21	△0.4%	-	145	1.8%
(株)ユアーズ	5,233	4.8%	92.8%	5,636	4.9%	△106	△1.8%	-	87	1.1%
<b>小売周辺事業</b>										
(株)ゆめカード	2,082	1.9%	98.1%	2,123	1.9%	373	6.4%	76.8%	486	6.0%
(株)イズミテクノ	4,090	3.8%	95.4%	4,288	3.8%	442	7.6%	82.6%	535	6.6%
イズミ・フード・サービス(株)	1,801	1.7%	108.9%	1,653	1.4%	151	2.6%	151.5%	99	1.2%

## ランサムウェア被害による影響で減収の一方、電気代・販促費を中心に販管費総額も減少

- 営業収益 既存店を主要因とし△4.5%と減収、営業総利益の営業収益比は△0.4pt
- 営業利益 販管費率は+0.9pt、営業利益率は 5.8%と△1.3pt
- 経常利益 経常利益率は 6.1%と△1.2pt
- 四半期純利益 四半期純利益率は 4.2%と△0.8pt、前期計上の店舗閉鎖損失等がなくなったこと等により特別損益が改善

単位 百万円	単体						
	2025/2期 1Q			前期 1Q		計画	
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比	計画	前期比
<b>営業収益</b>	<b>85,823</b>	<b>100.0%</b>	<b>95.5%</b>	<b>89,822</b>	<b>100.0%</b>		
売上高	<b>72,070</b>	84.0%	94.7%	<b>76,069</b>	84.7%		
売上総利益	<b>23,336</b>	27.2%	91.9%	<b>25,394</b>	28.3%		
営業収入	<b>13,752</b>	16.0%	100.0%	<b>13,752</b>	15.3%		
<b>営業総利益</b>	<b>37,089</b>	<b>43.2%</b>	<b>94.7%</b>	<b>39,147</b>	<b>43.6%</b>		
販管費	<b>32,123</b>	37.4%	98.0%	<b>32,785</b>	36.5%		
<b>営業利益</b>	<b>4,966</b>	<b>5.8%</b>	<b>78.1%</b>	<b>6,361</b>	<b>7.1%</b>		
営業外損益	<b>240</b>	0.3%	139.2%	<b>172</b>	0.2%		
<b>経常利益</b>	<b>5,206</b>	<b>6.1%</b>	<b>79.7%</b>	<b>6,534</b>	<b>7.3%</b>		
特別損益	△4	△0.0%	-	△40	△0.0%		
<b>四半期純利益</b>	<b>3,574</b>	<b>4.2%</b>	<b>80.4%</b>	<b>4,446</b>	<b>5.0%</b>		

## ランサムウェア被害による機会損失等が発生。業績は回復途上

- ライフスタイル システム障害による影響から季節商品や催事の展開が難しかった
  - 食料品 発注システムに支障が生じたことから、品切れ等による機会損失が目立った
  - 売上総利益 システム障害により、インフレ対応への遅れや在庫コントロールが難しかったため△1.0ptとなった
- 販促アプローチも出来ず、一部で離反客がみられた

単位 百万円	単体 売上				
	2025/2期 1Q			前期 1Q	
	実績	構成比	前期比	実績	構成比
ライフスタイル	20,492	28.4%	92.5%	22,147	29.1%
食料品	51,578	71.6%	95.7%	53,922	70.9%
<b>合計</b>	<b>72,070</b>	<b>100.0%</b>	<b>94.7%</b>	<b>76,069</b>	<b>100.0%</b>

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

	単体 売上総利益率		
	2025/2期 1Q		前期 1Q
	実績	前期差	実績
ライフスタイル	36.2%	+0.2pt	36.0%
食料品	30.9%	△1.4pt	32.3%
<b>合計</b>	<b>32.4%</b>	<b>△1.0pt</b>	<b>33.4%</b>

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

既存店売上高前年比	
	2025/2期 1Q 実績
ライフスタイル	92.9%
食料品	93.9%
<b>直営計</b>	<b>93.6%</b>
テナント	100.7%
<b>単体計</b>	<b>96.7%</b>

※直営計の内訳

客数	94.8%
客単価	98.7%
1品単価	100.2%
買上点数	98.5%

2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」等を適用しておりますが、当該会計基準等を適用する前の数値にて記載しています。

## 販管費総額は減少したものの、トップライン減少により営業収益比は37.4%と0.9pt上昇

- 人件費 前期新店ランニングコスト増加の一方、販売に応じた適正なMHコントロールに努めた
- 水道光熱費 補助金延長に加え、高止まりする電力料金低減を図るべく、電力使用量の削減に努めた
- 広告宣伝費 ランサムウェア影響により、チラシ・DM等の販促手段が使えず、顧客へのアプローチができなかった
- その他 新店2店舗・既存店活性化は、一部時期見直しあるも、ほぼ計画通り実施  
このうち、創業費も増加 (約+2億円、前期 約 3億円、当期 約 5億円)

単位 百万円	単体					生産性指標			
	2025/2期 1Q			前期 1Q		金額単位 千円	2025/2期 1Q		前期1Q 実績
	実績	営業収益比	前期比	実績	営業収益比		実績	前期比	
営業収益	85,823	100.0%	95.5%	89,822	100.0%	1人当たり売上	<b>5,993</b>	95.1%	6,303
営業総利益	37,089	43.2%	94.7%	39,147	43.6%	1人当たり荒利	<b>1,941</b>	92.2%	2,104
<b>販管費</b>	<b>32,123</b>	<b>37.4%</b>	<b>98.0%</b>	<b>32,785</b>	<b>36.5%</b>	1人当たり人件費	<b>1,011</b>	99.0%	1,022
人件費	<b>12,157</b>	14.2%	98.6%	12,328	13.7%	人件費/売上比率	<b>16.9%</b>	+0.7pt	16.2%
減価償却費	<b>3,341</b>	3.9%	109.3%	3,057	3.4%	人件費/荒利益比率	<b>52.1%</b>	+3.6pt	48.5%
賃借料	<b>2,423</b>	2.8%	98.7%	2,453	2.7%				
店舗管理費	<b>3,127</b>	3.6%	103.0%	3,037	3.4%				
水道光熱費	<b>2,858</b>	3.3%	90.9%	3,144	3.5%				
広告宣伝費	<b>1,790</b>	2.1%	83.9%	2,135	2.4%				
その他	<b>6,424</b>	7.5%	96.9%	6,628	7.4%				

## 新店先行投資および既存店活性化を実施、DX投資等は一部先行して実施した

- 総資産 店舗新設・既存店活性化及びDX等の投資額は 42億円  
クレジット取扱高の増加等で受取手形、売掛金及び契約資産が増加し、総資産は 73億円増加
- 負債 負債その他で、預り金の増加等により、負債は 70億円増加
- 純資産 内部留保の上積みにより、純資産は増加。なお、自己資本比率は△0.7%低下

単位 百万円	連結			単体		
	2025/2期 1Q末			2025/2期 1Q末		
	実績	構成比	増減額	実績	構成比	増減額
<b>総資産</b>	<b>496,872</b>	<b>100.0%</b>	<b>+7,362</b>	<b>428,502</b>	<b>100.0%</b>	<b>+2,054</b>
現預金	10,180	2.0%	△1,817	6,832	1.6%	△3,163
受取手形、売掛金及び契約資産	55,839	11.2%	+3,836	11,762	2.7%	+1,824
有形固定資産	335,657	67.6%	+1,212	277,512	64.8%	△449
その他	95,195	19.2%	+4,130	132,395	30.9%	+3,842
<b>負債</b>	<b>202,311</b>	<b>40.7%</b>	<b>+7,035</b>	<b>203,152</b>	<b>47.4%</b>	<b>+1,259</b>
支払手形買掛金	30,282	6.1%	+6,142	21,992	5.1%	+5,099
有利子負債	72,463	14.6%	△5,267	97,608	22.8%	△9,918
その他	99,565	20.0%	+6,160	83,551	19.5%	+6,078
<b>純資産</b>	<b>294,560</b>	<b>59.3%</b>	<b>+327</b>	<b>225,350</b>	<b>52.6%</b>	<b>+794</b>
自己資本	281,230	56.6%	+675	225,350	52.6%	+794
非支配株主持分	13,329	2.7%	△348	—	—	—

## 営業CF は 144億円

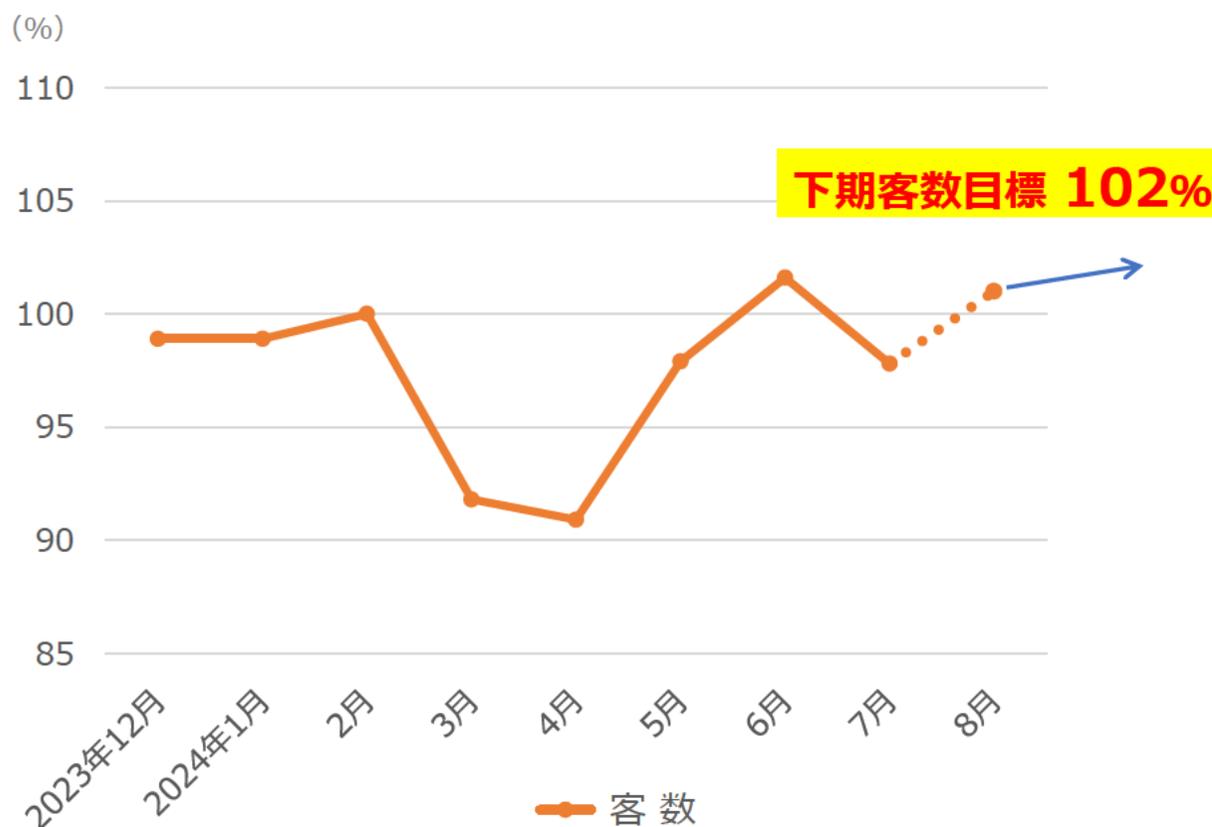
- 営業CF 税金等調整前四半期純利益等により、営業CFは 144億円 の収入
- 投資CF 店舗新設・既存店活性化及びDX投資等（59億円の支出）で、投資CFは 77億円 の支出
- 財務CF 有利子負債関連、その他は配当金で、財務CFは 85億円 の支出

単位 百万円	2025/2期1Q	前期 1Q
<b>営業CF</b>	<b>14,441</b>	<b>9,466</b>
税金等調整前純利益	<b>5,800</b>	<b>8,317</b>
非資金性損益（減価償却費等）	<b>4,500</b>	<b>4,244</b>
営業活動に係る債権債務増減	<b>3,336</b>	<b>914</b>
法人税及び利息受払	<b>△732</b>	<b>△5,716</b>
その他	<b>1,536</b>	<b>1,706</b>
<b>投資CF</b>	<b>△7,740</b>	<b>△3,752</b>
設備投資	<b>△6,236</b>	<b>△4,189</b>
その他	<b>△1,504</b>	<b>436</b>
<b>財務CF</b>	<b>△8,518</b>	<b>△6,680</b>
有利子負債	<b>△5,267</b>	<b>△3,501</b>
その他	<b>△3,251</b>	<b>△3,179</b>
<b>現預金増減等</b>	<b>△1,817</b>	<b>△966</b>

## ランサムウェア被害による影響で減収減益となったものの、足元では回復傾向

- ランサムウェア被害後のシステム障害により、3～4月は客数が大きく減少
- 5月のシステム復旧後からは徐々に回復、下期以降は被害前の客数に戻し、本来の成長を図る
- 6月からは「全力応援値下げ」等の低価格対応を強化、「安さ」訴求でお客様の来店を促進

### 直営既存店客数前年比



「安さ」訴求強化で  
お客様の来店を促進

2024年  
6月～

低価格への対応強化  
「全力応援値下げ」

#### □概要

【実施店舗】イズミグループ186店舗  
【施策内容】毎月、食品・日用品 計60品  
目を選定し、月間を通じて低価格で提供



## 営業収益は+11.9%の成長、ランサム被害からの早期回復と西友九州事業のPMI推進

- 継続するインフレ環境下での消費行動変化に即対応する営業施策を強化するとともに積極投資によるコスト先行負担
- (株)西友の九州事業は、連結に取り込むとともにのれん償却費が発生する
- 新規出店は、単体で3店舗 (SM子会社ゆめマート熊本のモール内出店1店舗を含む) を開業

\*1 2022年度の期首より「収益認識に関する会計基準 (企業会計基準第29号)」等を適用しています。なお、参考として当該会計基準等を適用する前の数値に組替えた営業収益を「総額営業収益」として表欄外に記載しています。

単位 百万円	連結				単体			
	2025/2 期				2025/2 期			
	通期		上期		通期		上期	
	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比
営業収益 *1	<b>527,300</b>	<b>111.9%</b>	238,300	102.1%	<b>374,500</b>	<b>100.5%</b>	182,100	99.0%
営業利益	<b>26,500</b>	<b>84.3%</b>	11,700	75.4%	<b>19,700</b>	<b>81.4%</b>	9,700	83.0%
経常利益	<b>26,300</b>	<b>81.4%</b>	11,900	75.3%	<b>19,400</b>	<b>77.9%</b>	9,900	82.9%
当期純利益*2	<b>14,400</b>	<b>70.3%</b>	7,300	69.8%	<b>11,100</b>	<b>68.9%</b>	6,600	81.7%
EBITDA*3	<b>47,200</b>	<b>97.1%</b>	-	-	-	-	-	-

\*1 総額営業収益 798,300 109.9% 370,900 103.6% 699,000 102.7% 341,000 101.8%

\*2 連結の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

\*3 EBITDA = 営業利益 + 減価償却実施額 + のれん償却費

1株利益	<b>201.35円</b>
1株配当	<b>90.00円</b>
特別損益	△ <b>28億円</b> ※単体 △25億円
設備投資 (工事ベース)	<b>185億円</b> ※単体 165億円

### 「収益認識に関する会計基準」の影響項目について

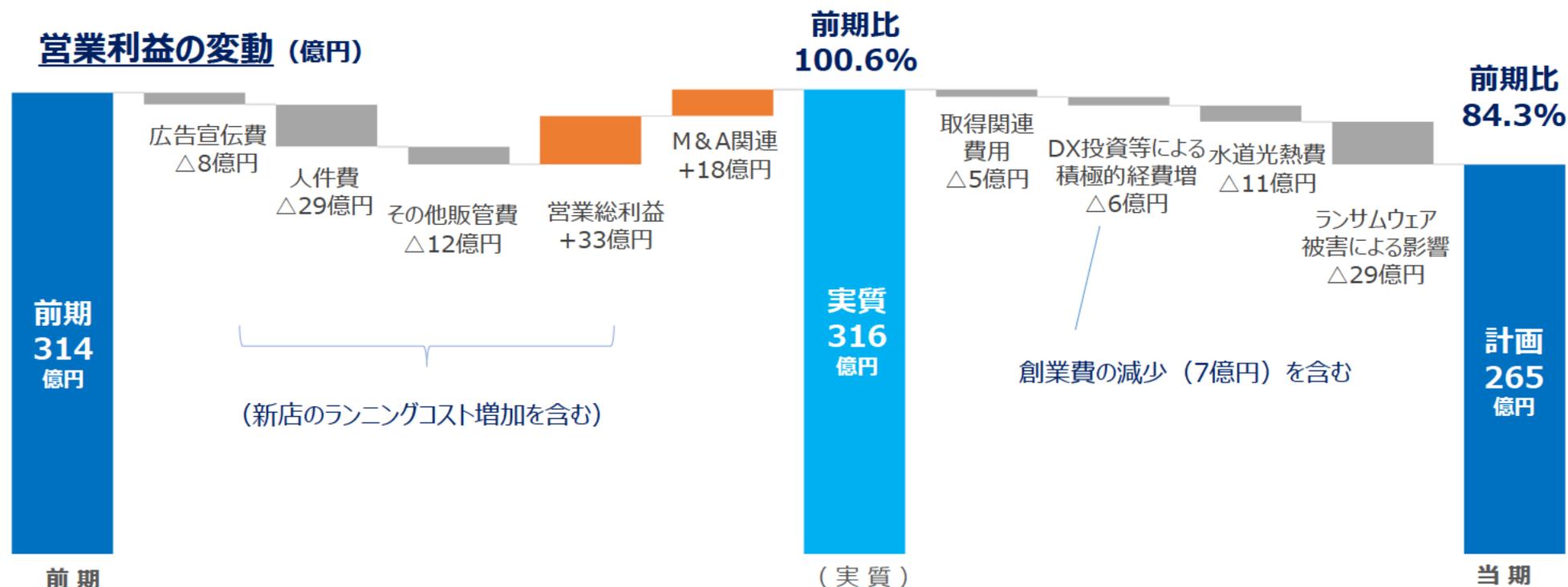
- テナント売上 : 売上総利益から営業収入へ計上 \*
- 消化仕入 : 売上総利益から営業収入へ計上 \*
- センターフィー : 営業収入から売上総利益へ計上
- 電気代等収入 : 販管費 (戻り) から営業収入へ計上
- その他

\* 代理人取引として総額から純額計上とした項目

## 24年度計画はランサムウェア被害からの回復、第2次中期経営計画の最終年度に向けた基盤づくり

- ランサムウェア被害による客数減の影響からのリカバリーによるトップライン回復を最優先。マネジメントの回復に時間がかかる
- 継続するインフレ環境に対し賃上げを実施。商品政策ではランサムウェア被害からの回復期から下期は更なるインフレ対応を行う
- M&A案件のPMI推進。新店は予定どおり開業、昨年加速させた既存店活性化へも投資を行い、継続的な成長を図る
- 下期はランサムウェア影響で遅れていたニチリウへの対応等、抜本的な価格訴求策・商品政策に一層注力することで、中計最終年度に向けた万全の態勢整備を実施する

## 営業利益の変動 (億円)



## EBITDAの変動 (億円)

前期 485億円

実質 501億円  
(前期比103.1%)計画 472億円  
(前期比97.1%)

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

※ランサムウェア被害の  
影響を除くベース

## イズミ単体の前提

## ご参考

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

2025年2月期 (FY24)			
新設店舗	<b>ゆめマート新大村</b> (2024年4月、長崎県大村市、店舗面積約2,190㎡) <b>ゆめモール合志</b> (2024年5月、熊本県合志市、店舗面積約5,400㎡※) <small>※ ゆめモール合志の面積には、(株)ゆめマート熊本運営のSM店舗を含む</small> <b>ゆめモール五日市</b> (2024年9月、広島市佐伯区、店舗面積約5,500㎡)		
主な増床・活性化	<b>GMS 11店舗、SM 3店舗</b> ※増床なし		
固有要因	創業費の前年差 △8億円 (当期計画19億円、前期実績27億円)		
	通期	上期	下期
売上高 (単体計)	<b>3,180億円</b> (6,656億円)	<b>1,541億円</b> (3,245億円)	<b>1,639億円</b> (3,411億円)
既存店売上高前年比	(101.2%)	(99.8%)	(102.6%)
直営計	(99.8%)	(97.6%)	(102.0%)
売上総利益率 (売上比)	<b>当期 32.8%</b> 前期 33.3%	<b>当期 32.6%</b> 前期 33.5%	<b>当期 33.1%</b> 前期 33.1%
人件費	<b>530億円</b> (前期 50,501百万円、前期比 <b>105.0%</b> )		
減価償却費	<b>141億円</b> (前期 13,284百万円、前期比 <b>106.1%</b> )		
労働生産性 ※一人当たり荒利	<b>879万円</b> (前期 871万円、前期比 <b>100.9%</b> ) ※ イズミ単体の管理会計、2022年度末の直営・既存店ベース		

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

既存店売上高前年比	
	2024年度 7月実績
ライフスタイル	<b>94.8%</b>
食料品	<b>97.0%</b>
<b>直営計</b>	<b>96.4%</b>
テナント	<b>100.3%</b>
<b>イズミ計</b>	<b>98.0%</b>

※直営計の内訳

客数	97.8%
客単価	98.2%
1品単価	99.5%
買上点数	98.7%

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

# 株式会社西友の 九州事業の譲受について

株式会社イズミ

## 西友九州事業の承継により福岡県を中心に69店舗を承継、九州地域における当社のプレゼンスが格段に向上

### ■ 西友の九州事業の承継

2024/4/3 吸収分割契約を締結

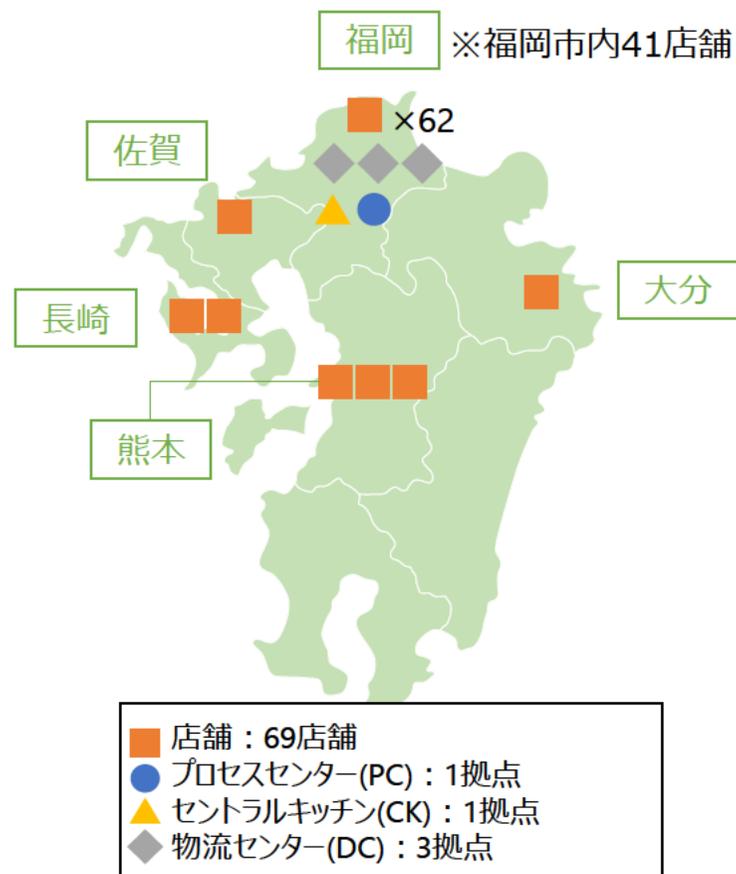
2024/8/1 効力発生

### ■ 分割会社の概要

- ・ 商号 株式会社西友
- ・ 所在地 東京都武蔵野市吉祥寺本町一丁目12番10号
- ・ 従業員数 25,000人
- ・ 店舗数 323店舗 (九州地域は69店舗)
- ・ 事業内容 食料品、衣料品、住居用品などの小売チェーンの運営
- ・ 業績 (九州事業) 2022年12月期  
売上高 : 970億円  
売上総利益 : 267億円

※当社は「ゆめマート熊本」を承継会社とする  
従業員数、店舗数については会社HPより取得。

### <対象事業の店舗MAP>

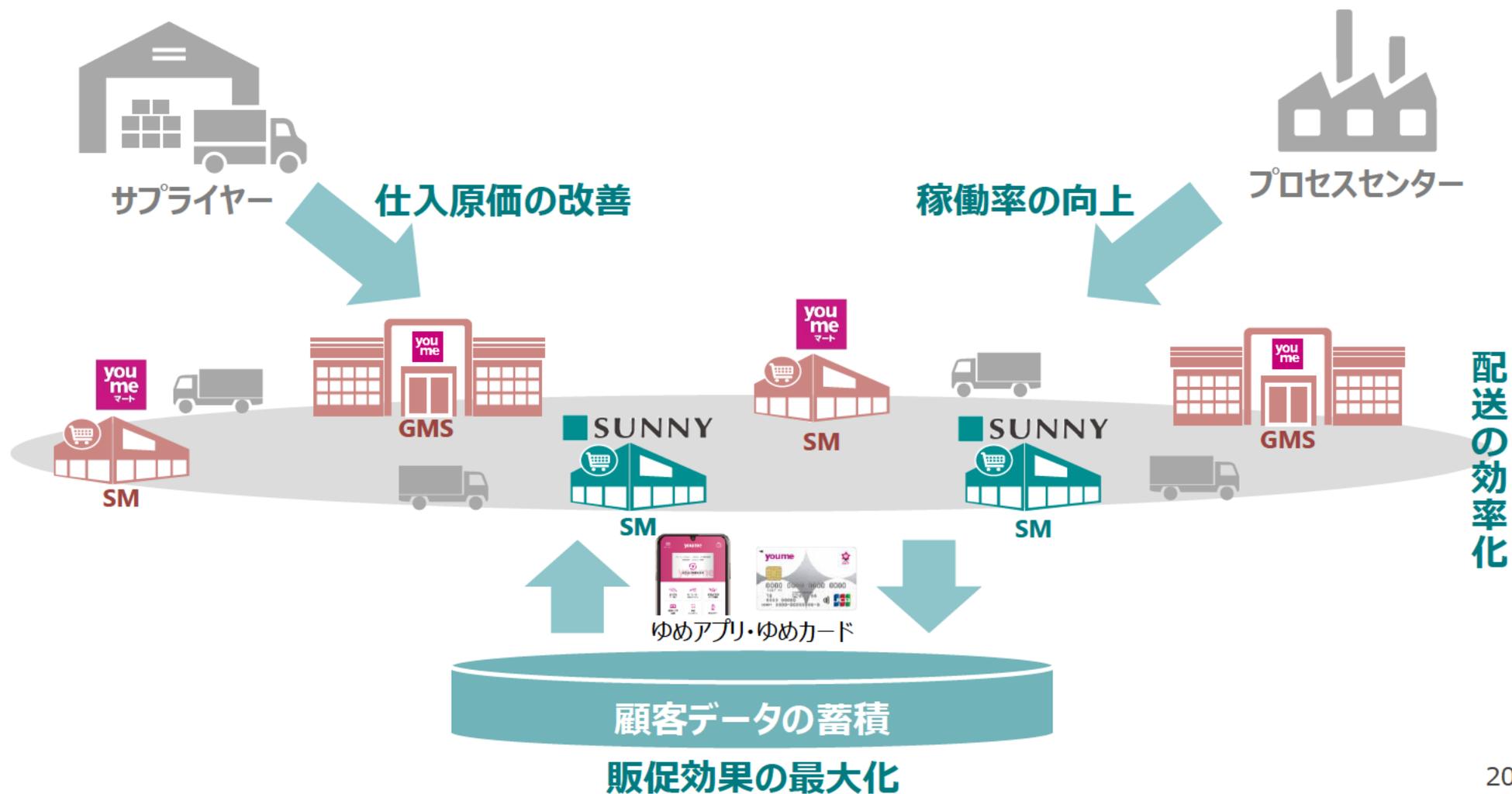


スケールメリット（規模の拡大・効率化）に加え、ノウハウを吸収しグループSMに波及させることで、収益力の高い「新規SM事業」を創造する

## ■ 西友の九州事業承継の目的

- **店舗の取得**  
資材高騰により新規出店のハードルが上がる中、駅前や都心部などの好立地店舗を中心に69店舗を一気に取得できる
- **ブランドの承継**  
60年以上にわたりお客さまから高い支持を得ている「サニー」ブランドを承継できる
- **ドミナント効果**  
潤沢なマーケットである福岡県、特に福岡市において盤石なドミナントを形成していることで、以下の効果が期待できる。①九州エリアにおけるイズミのプレゼンス向上 ②福岡県のドミナント強化を足掛かりにした他県への出店戦略推進 ③物流や販促の効率化
- **人財の獲得**  
人財確保が厳しい環境の中、SM事業に精通した人財を多数獲得することで、SM事業をGMS事業と並ぶ収益の柱へ育てるための人財面での基盤を作る
- **ノウハウの吸収**  
「サニー」の優れたローコストオペレーションのノウハウを吸収し、イズミグループのSM店舗に波及させることにより、既存SM事業の収益力を向上させる

## スケールメリット及び強固なドミナント形成により、シナジー効果を創出



## 取得の対価は785億円（効力発生日前日までの増減を加除した上で最終確定予定）

### ■ 算定の概要

- 公正性・妥当性を期すため、大和証券株式会社を第三者算定機関として選定し、本吸収分割の対象事業の算定を依頼
- 算定結果と事業の現状（店舗立地、サニーブランド、ローコストオペレーション等）、および当社が策定した将来の見通しを基に、対価として785億円を支払うことを西友に提案し、合意した金額が大和証券が算定した評価範囲内であったため、提案価格が妥当であると判断した
- 承継する資産、負債の項目及び金額（予定：精査中）

資産項目	金額	負債項目	金額
流動資産	82億円	流動負債	10億円
固定資産	205億円	固定負債	31億円

### （参考）

- ・ 仮に、69店舗を新規出店した場合の概算投資額：1,400億円
- ・ 35店舗を土地・建物込、残り34店舗は建物のみで土地は賃借とした場合の概算投資額：1,130億円（地代別）

中長期的には、安定的に1,000億円を超える営業収益及び、利益率の高いSM事業を構築する

■ 承継した事業のPL（のれん考慮前）

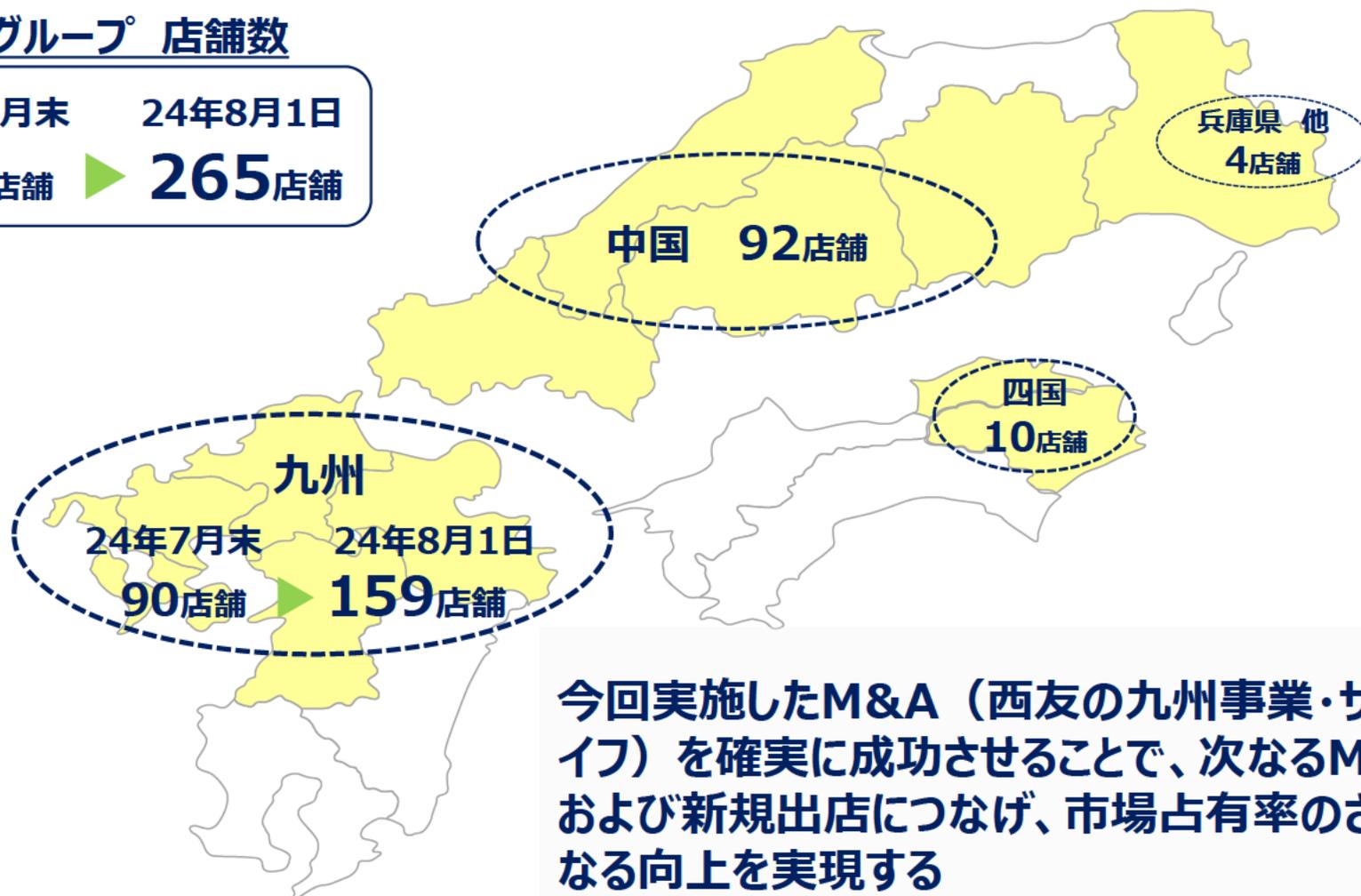
単位：億円

	2024年度 (2024年8月～2025年2月)	3年後に 目指す水準
営業収益	493	1,050
営業利益	35	70
EBITDA	44	85

## 2030年長期ビジョンである「300店舗体制」に向けて着実に歩みを進めていく

## イズミグループ 店舗数

24年7月末	24年8月1日
196店舗	265店舗



今回実施したM&A（西友の九州事業・サンライフ）を確実に成功させることで、次なるM&Aおよび新規出店につなげ、市場占有率のさらなる向上を実現する

## 経営理念

# 「社員が誇りと喜びを感じ、 地域とお客さまの生活に貢献し続ける」

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



[統合報告書  
2023](#)  
(日本語・英語)



[社会環境報告書  
2024](#)



[▶イズミHPサステナビリティサイト](#)



本資料に関するお問合せ先

株式会社イズミ 経営企画部 経営企画課 佐藤・綿味・下川

電話 082-264-5994 / FAX 082-261-5895

# 補足資料

## Ⅲ 補足資料

## スライド番号

グループ店舗網 ドミナント戦略

26

ESG（環境・社会・ガバナンス）

28

## グループ店舗網 ドミナント戦略

### 中四国・九州で店舗展開 265店舗

(2024年8月1日時点)

主な会社名ほか	本社所在地	主な業態	地域ごとの店舗数 (店)				
			九州	中国	四国	その他	合計
イズミ	広島市	SC (ゆめタウン・LECT) ※1	20	36	4	2	<b>62</b>
		NSC (ゆめモール)	3	2	-	-	<b>5</b>
		SM (ゆめマート)	14	20	-	-	<b>34</b>
		その他	2	2	-	2	<b>6</b>
		<b>小計</b>	<b>39</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>107</b>
ユアーズ	広島市	SM (ユアーズ等)	-	25	-	-	<b>25</b>
ゆめマート熊本	熊本市	SM (ゆめマート) ※2	23	-	-	-	<b>23</b>
ゆめマート北九州	北九州市	SM (ゆめマート)	24	7	-	-	<b>31</b>
サニー	-	SM	69	-	-	-	<b>69</b>
その他	-	SM	4	-	6	-	<b>10</b>
<b>合計</b>			<b>159</b>	<b>92</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>265</b>

\*上記のうち、「ゆめマート」(ストアブランド) 64 29 - - 93

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

## 既存店の競争力

## 既存店売上高前年比 2014年度～ (%)

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

	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24
イズミ	101.8	101.4	101.5	99.2	99.4	99.1	89.7	101.1	103.5	103.0	98.6
全国	99.1	101.3	98.8	99.6	99.2	98.8	100.7	103.1	101.0	103.0	102.8
かい離	+2.7	+0.1	+2.7	-0.4	+0.2	+0.3	-11.0	-2.0	+2.5	±0	-4.2

## 2024年度 月別 (%)

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
イズミ	97.7	94.0	98.3	105.7	98.0								98.6
全国	109.3	100.4	100.1	104.7	99.0								102.8
かい離	-11.6	-6.4	-1.8	+1.0	-1.0								-4.2

## 1 太陽光発電で「創エネ」実践



### 再生可能エネルギー利用拡大

2015年以降、太陽光発電パネルの設置を進めるほか、2021年からはPPA「Power Purchase Agreement(電力販売契約)」モデルの導入を推進。「ゆめ마트西条」「ゆめタウン飯塚」「ゆめ마트新大村」では、再生可能エネルギーを100%使用しています。▼店舗に設置した太陽光発電パネル



23店舗  
に設置

## 3 食品ロスを削減するために



### 「もぐもぐチャレンジ」全店で好評実施中

「てまえどり」促進のため、シールが貼られた賞味・消費期限間近の商品を購入し、シールを集めると各企画へ参加できる取り組みです。例えば店内のシートにもぐもぐシールを貼ると、1枚につき1円が「こども食堂」へ寄付されます。社会貢献もできるとお客さまに好評です。

▶こども食堂に寄付

もぐもぐシール回収枚数  
**751,853**枚 (2023年度)



## 2 地域に広げる資源循環の和



### プチプチ回収ボックスを設置

2023年3月17日、広島県初の「プチプチ回収ボックス」を川上産業株式会社との協業で「LECT」に設置しました。お客さまに使用済みのプチプチ（梱包材）を持参していただき、再生原料メーカーで加工し、新たなプチプチとして再製品化。プラスチックの国内循環推進に貢献します。



▲専用のプチプチ回収ボックス

## 4 海洋ごみを自分事と考える行動の輪を広げる



### 「ゆめテラス祇園」の従業員が宮島で海岸清掃

2023年4月28日、「ゆめテラス祇園」の従業員46人が、宮島の包ヶ浦自然公園で海岸清掃を実施。事前にSDGs研修を受講したメンバーは「きれいな海と海洋生物を守りたい」と意気込み、プラスチックゴミを中心に77.9kgを拾いました。

▶熱心にゴミ拾いをする参加者



## 5 地域に広げる資源循環の和



### 傘や衣料品の回収を実施

2023年6月に、不要になった傘を引き取る「傘買い替えキャンペーン」を初開催しました。また、定期的に衣料品を回収する「服のMUDAZEROプロジェクト」を実施しています。

いずれもお客さまに割引サービスやクーポン券を提供し、リユース・リサイクルへの参加を後押ししました。



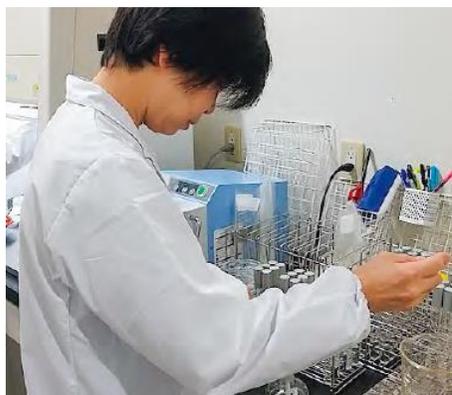
「傘買い替えキャンペーン」▶

## 2 安全・安心な商品を通じた社会貢献



### 全店で品質管理向上

お客さまに安全で安心な食をお届けするため、品質管理を徹底。全店に「食品品質チッカー」を配属し、表示などの勉強会を定期的で開催して意識向上に努めています。毎日2回、商品の鮮度や産地、日付などを欠かさず確認。インスタ商品の安全を保障するため、日々商品の品質検査も行っています。



▲品質検査を行う品質管理室検査室

## 1 身近な地域に元気と「にぎわい」を



### 地元高校生と商品開発

ゆめマート熊本は、地元の尚絅高等学校の生徒さんと商品開発のコラボ企画を行いました。惣菜担当の従業員が「フードデザイン」の授業で講義を行い、生徒さんたちはレシピ作りに着手。62もの提案の中から、先生方や従業員が試食で選んだ2品を商品化しました。2023年11月に5店舗で期間限定販売し、ご好評をいただきました。

販売したおにぎらずとケバブサンド▶



## 3 将来の経営幹部育成



### 「イズミ大学」でリーダーを育成

次世代の経営人材を育成するため、「イズミ大学」を開設しています。社内から候補者を選抜し、幅広く知見を深めるために社内研修・社外講座を実施。2年間のプログラムで、リーダーシップや経営戦略の思考法など、各階層に必要な素養を磨いています。

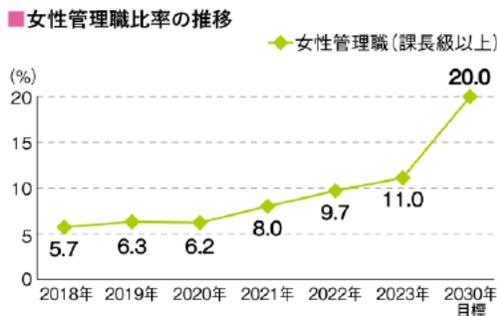




## 4 女性の活躍推進

### 女性管理職比率が着実に上昇

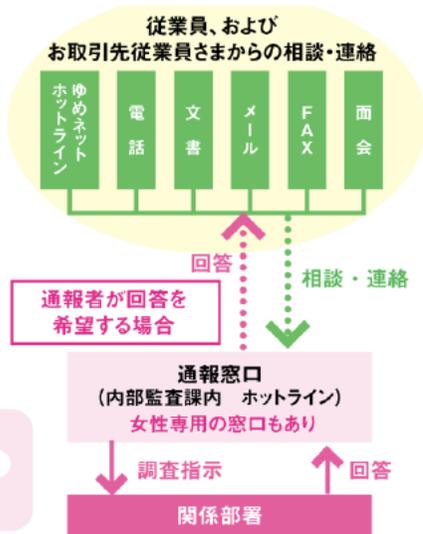
2014年にスタートした「ゆめCanプロジェクト」(女性活躍推進プロジェクト)により、店長や次長になる女性社員は着実に増加。キャリアアップ支援などの地道な取り組みが評価され、2017年には女性活躍推進優秀企業認定「えるぼし」の最高位「3段階目」を取得しています。今後も引き続き、多様なバックグラウンドを持つ社員一人ひとりが活躍できる環境を、積極的に作っていきます。



## 1 コンプライアンス・リスク管理体制

### 相談窓口「イズミホットライン」

風通しのよい組織を目指し、「イズミホットライン」(内部通報制度)を社内に設置。従業員やお取引先従業員さまの相談を受け付け、適切な対応を進めています。さまざまなリスク発生の未然防止のため、声が上げやすい職場風土の醸成に努めています。



### 男性育休の取得者が増加

2022年より育児・介護休業法の「産後パパ育休」が施行されました。イズミでは社内制度の「出産立会い休暇」「夫婦で子育て休暇」と組み合わせて取得するケースが増加。「仕事も子育ても、男女共同参画で」という機運が高まっています。



▲育休を取得した男性社員

## 2 株主・投資家との対話

### IRコミュニケーションを推進

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

#### ■ホームページへの掲載情報

月次売上、決算資料、業績推移、株主情報、株主総会、IRカレンダー、決算公告、IR information(English)、ニュースリリース、株価情報

## 実効性のある体制を構築し、適正で健全な経営を進めていきます

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

