

ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社
2016年2月期決算説明会



マックスバリュ関東株式会社

2016年4月11日

1. 2016年2月期(2015年度)決算概要
 - －U.S.M.H連結
 - －マルエツ連結・単体／カスミ連結・単体／MV関東
 - －既存店前年比推移
2. 2016年2月期(2015年度)取組実績
 - －マルエツ／カスミ／MV関東
 - －統合シナジー
 - －出店状況
3. 2017年2月期(2016年度)重点施策
 - －マルエツ／カスミ／MV関東
 - －統合シナジー
4. 2017年2月期(2016年度)業績予想
 - －U.S.M.H連結
 - －マルエツ単体／カスミ単体／MV関東

**2016年2月期
(2015年度)
決算概要**

単位:百万円

U.S.M.H

| | 2015年2月期 3社単純合算 (2014年度) | 2016年2月期 (2015年度) | | | | | 【ご参考】 | |
|-------|--------------------------------|----------------------|-----------|-------|-------|----------------------|------------------------|---------|
| | 前期 単純合算値 (A) | 公表 | 実績 (B) | 売上比 | 公表比 | 単純 合算比 (B)/(A) | 当期 【除くのれん】 実績(C) | (C)/(A) |
| 営業収益 | 628,858 | 660,000 | 663,799 | 102.2 | 100.6 | 105.6 | / | / |
| 売上高 | 615,266 | - | 649,539 | 100.0 | - | 105.6 | | |
| 売上総利益 | 174,356 | - | 183,194 | 28.2 | - | 105.1 | | |
| 営業総利益 | 187,948 | - | 197,454 | 30.4 | - | 105.1 | | |
| 販管費 | 176,233 | - | 183,430 | 28.2 | - | 104.1 | 182,617 | 103.6 |
| 営業利益 | 11,715 | 12,000 | 14,024 | 2.2 | 116.9 | 119.7 | 14,837 | 126.6 |
| 経常利益 | 11,942 | 12,200 | 13,862 | 2.1 | 113.6 | 116.1 | 14,675 | 122.9 |
| 当期純利益 | 2,367 | 5,000 | 5,329 | 0.8 | 106.6 | 225.2 | 6,142 | 259.5 |



単位:百万円

【連結】

| | 2015年2月期 (2014年度) | | 2016年2月期 (2015年度) | | |
|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | 前期比 |
| 営業収益 | 344,002 | 102.2 | 364,748 | 102.0 | 106.0 |
| 営業利益 | 4,647 | 1.4 | 7,071 | 2.0 | 152.1 |
| 経常利益 | 4,357 | 1.3 | 6,978 | 2.0 | 160.2 |
| 当期純利益 | 345 | 0.1 | 2,390 | 0.7 | 691.7 |

【単体】

| | | | | | |
|-------|---------|-------|---------|-------|-------|
| 営業収益 | 343,143 | 102.1 | 363,259 | 102.0 | 105.9 |
| 営業利益 | 4,035 | 1.2 | 6,548 | 1.8 | 162.3 |
| 経常利益 | 3,870 | 1.2 | 6,459 | 1.8 | 166.9 |
| 当期純利益 | △ 520 | - | 2,569 | 0.7 | - |



単位:百万円

【連結】

| | 2015年2月期 (2014年度) | | 2016年2月期 (2015年度) | | |
|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | 前期比 |
| 営業収益 | 235,385 | 102.5 | 251,333 | 102.6 | 106.8 |
| 営業利益 | 7,013 | 3.1 | 8,020 | 3.3 | 114.4 |
| 経常利益 | 7,554 | 3.3 | 8,183 | 3.3 | 108.3 |
| 当期純利益 | 3,880 | 1.7 | 4,230 | 1.7 | 109.0 |

【単体】

| | | | | | |
|-------|---------|-------|---------|-------|-------|
| 営業収益 | 233,445 | 102.8 | 249,000 | 102.8 | 106.7 |
| 営業利益 | 6,519 | 2.9 | 7,534 | 3.1 | 115.6 |
| 経常利益 | 6,946 | 3.1 | 7,803 | 3.2 | 112.3 |
| 当期純利益 | 3,470 | 1.5 | 4,090 | 1.7 | 117.9 |

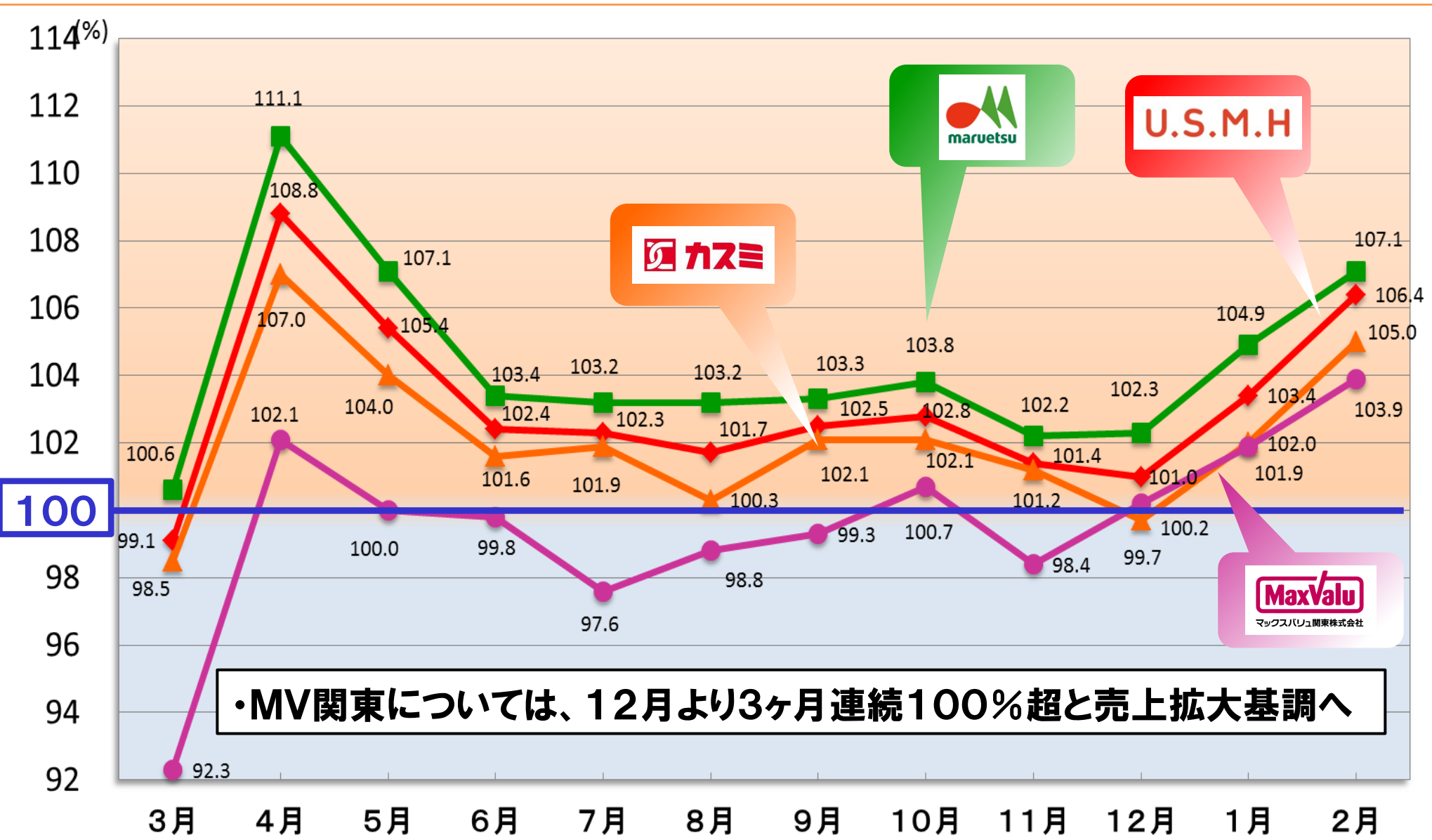
単位:百万円



マックスバリュ関東株式会社

| 【単体】 | 2015年2月期 (2014年度) | | 2016年2月期 (2015年度) | | |
|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | 前期比 |
| 営業収益 | 49,471 | 101.2 | 47,721 | 101.2 | 96.5 |
| 営業利益 | 54 | 0.1 | 59 | 0.1 | 108.2 |
| 経常利益 | 31 | 0.1 | 51 | 0.1 | 164.7 |
| 当期純利益 | △ 1,859 | - | △ 119 | - | - |

2016年2月期（既存店前年比推移）



**2016年2月期
(2015年度)
取組実績**



2016年2月期 取組実績 (マルエツ)

生鮮・デリカの強化

- ・青果部門の集客力アップ
- ・デリカ部門の主力商品リニューアル
- ・センター加工商品の品揃え拡充



改装・リニューアルによる既存店活性化

- ・旗艦店舗を中心に大型改装を実施

| フーズ内構成比 | | | |
|-----------|-------|-------|-------|
| 生鮮 デリカ | 14年度 | 15年度 | 増減 |
| | 49.9% | 50.4% | +0.5% |

| 2015年度 実施店舗数 | |
|-----------------|----|
| 改装 | 39 |
| リニューアル | 27 |
| 合計 | 66 |

新規出店16店舗



マルエツプチ
杉並和田一丁目店



マルエツ
なぎさモール辻堂店

| 業態 | 2015年度 出店数 | 2015年度 期末店舗数 |
|---------|---------------|-----------------|
| マルエツ | 7 | 210 |
| マルエツ プチ | 8 | 68 |
| リンクス | 1 | 5 |
| 魚悦 | 0 | 2 |
| 合計 | 16 | 285 |

期末店舗数285店舗

自主自律型の店舗運営の構築

・ソーシャルシフト店舗123店舗へ拡大



ハロウィン

既存店売上高
前年比
2015年度

| | |
|--------------------|--------|
| ソーシャル シフト 店舗 | 102.1% |
|--------------------|--------|

新規出店13店舗



FS東習志野店



FS本八幡店



地域に根ざした店舗づくり



地域商品の
取扱い拡大

| 業態 | 2015年度 出店数 | 2015年度 期末店舗数 |
|------------------|---------------|-----------------|
| フードスクエア | 6 | 61 |
| フードマーケット | 5 | 80 |
| フードオフストッカー | 0 | 26 |
| ファミリーマートプラス・プルシェ | 2 | 3 |
| 合計 | 13 | 170 |

期末店舗数170店舗



青果・デリカの強化

<青果の取組>

価格

+

新規取組

品揃え(アイテム数拡大)
+ 鮮度感(売場作り)



<デリカの取組>

新規ベンダーの開拓と新商品の積極的な投入

冠セール強化

<火曜市の取組>



取組強化

火曜日商材を画一的な均一セールから、
魅力ある生鮮商品に変更

火曜日既存店 売上高前年比

| 上期 | 下期 | 年間 |
|-------|--------|--------|
| 98.6% | 102.5% | 100.5% |

・不採算店舗の閉鎖(6店舗)

強固な基盤構築のための取組

・「マックスバリュ 成田富里店」出店

生鮮・デリカ強化・地元商品

や千葉県産商品を導入



| 業態 | 2015年度 出店数 | 2015年度 期末店舗数 |
|---------|---------------|-----------------|
| マックスバリュ | 1 | 17 |
| エクスプレス | 0 | 22 |
| 合計 | 1 | 39 |

期末店舗数39店舗

商品の取組

●共同調達・共同商談・共同開発の実施

<青果>



南アフリカ産
グレープフルーツ

・3社で11万カートン契約
(日本の輸入量の約4%)



アメリカ産
メロゴールド



カットサラダ

<精肉>



ホワイト
ロースハム

<鮮魚>



うなぎ

ちりめん

<デリカ>

<生活用品>



サラダ

若鶏甘辛揚げ



マスク

●U.S.M.H限定 「特別販売商品」販売

増量商品



オリジナル フレーバー



商品開発

海鮮恵方巻き



・生鮮部門初の共同開発商品

U.S.M.Holdings NEWS RELEASE
2016年12月4日
U.S.M.Holdings共同開発商品「恵方巻」の予約販売について
ユニオン・スーパーマーケット・ホールディングス(以下、U.S.M.Holdings)では、事業会社のユニオン・スーパーマーケット、マックスバリュは、恵方巻の予約販売について2016年2月3日の部会にて共同開発した「恵方巻」の予約販売を実施いたします。
当該開発として初めて、結果としてスーパーマーケットという食品の流通からこそ、消費者でできる商品開発に取り組んでまいりました。
得意で長年の「縁起」を大事に、おしよへごめいりもあつち、商品の魅力、恵方巻の味、食べ方の楽しさ、いかに消費者に「恵方巻」の魅力を伝えるか、など、さまざまな視点で「恵方巻」の魅力を最大限に引き出すべく、消費者の「恵方巻」の楽しみ方を追求してまいりました。
「イベント」の企画の場(恵方巻)をご提供いたします。

3社共同販促の取組

●3月U.S.M.H誕生記念セール

・月間キャンペーン、U.S.M.H限定販売商品

●6月、9月、12月3社共同チラシ販促

・生鮮等共同調達・U.S.M.H限定販売商品を更に強化

⇒売上・客数増に貢献



<既存店前年比>
単位：%

| | 2015年度 共同チラシ販促実施期間累計 20日間(※) | |
|----------------|------------------------------------|--------------|
| | 売上高 | 客数 |
| | 105.6 | 105.4 |
| | 101.2 | 102.0 |
| | 98.5 | 100.9 |
| U.S.M.H | 103.3 | 103.9 |

※3月2日～3月9日、6月5日～6月8日、
9月11日～9月14日、12月11日～12月14日

資材調達の取組

●情報共有及び共同商談

によるコストダウン



消耗資材の共同商談



厨房機器の共同商談

●3社仕様統一によるコストダウン

レジ袋の仕様統一



銘菓什器の統一

Gondola什器・マテハンの仕様統一

本部機能集約の取組



グループ広報連絡ミーティング



買掛セクション
つくば事務所

●広報IR・法務機能の集約

- ・事業会社から、U.S.M.Holdingsへ組織・機能を集約しグループ全体の経営効率化と機能強化を推進。

●経理・財務機能の集約に向けての取組

- ・支払(買掛)セクションをカスミつくば事務所に集中
- ・マルエツ財務・経理部をU.S.M.Holdings秋葉原事務所へ完全移動

●グループICT機能の集約に向けての取組

- ・「ICTビジネスデザイン室準備タスクチーム」の設置・活動

【実施項目】

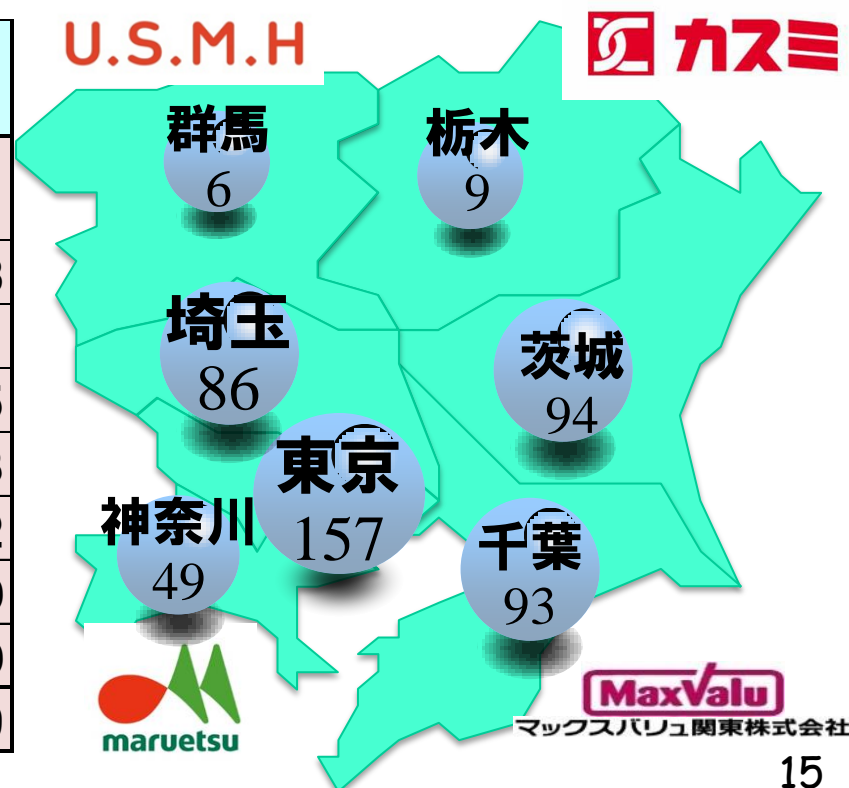
- ✓ 事業会社の現状業務とICTに関する棚卸し及び課題整理
- ✓ 事業会社の今後の新ビジネス・新業態に関する課題整理
- ✓ グループICTシステム統合方針の作成 等



| 期末店舗数 (店) | 2015年 2月期末 (2014年度) | 2016年 2月期末 (2015年度) | |
|------------------|---------------------------|---------------------------|-----------|
| | | 出店 | 閉鎖 |
| マルエツ | 276 | 16 | 7 |
| カスミ | 159 | 13 | 2 |
| MV関東 | 44 | 1 | 6 |
| U.S.M.H合計 | 479 | 30 | 15 |

※中国江蘇州2店舗は含んでおりません。

| <エリア別> | 2016年2月期末 (2015年度) | | | |
|-----------|-----------------------|------------|------------|-----------|
| | U.S.M.H 合計 | マルエツ | カスミ | MV関東 |
| 東京都 | 157 | 137 | 2 | 18 |
| 茨城県 | 94 | 1 | 92 | 1 |
| 千葉県 | 93 | 46 | 32 | 15 |
| 埼玉県 | 86 | 53 | 30 | 3 |
| 神奈川県 | 49 | 47 | 0 | 2 |
| 栃木県 | 9 | 1 | 8 | 0 |
| 群馬県 | 6 | 0 | 6 | 0 |
| 合計 | 494 | 285 | 170 | 39 |



**2017年2月期
(2016年度)
重点施策**



将来の成長に向けたチャレンジの年

商品 施策

- ①生鮮・デリカの強化継続 ②生鮮部門の惣菜化
- ③商品調達機能の整備



精肉『優夢牛』を使用したお弁当

物流 施策

- ①長期的視野を踏まえたセンターの設立の方向性の検討
⇒「デリカセンター設立検討プロジェクト」新設
- ②物流効率改善⇒「ロジスティクス戦略推進プロジェクト」新設

営業 施策

- ①Tカード機能の活用の更なる推進
- ②サービス機能の強化継続



マルエツ
晴海三丁目店
3月18日オープン



マルエツプチ
杉並清水店
3月24日オープン

開発 施策

- ①新規出店15店舗
- ②改装6店舗、リニューアル26店舗
- ③新しい店づくりの検討⇒「新しい店づくり推進プロジェクト」新設

人事 施策

- ①採用、教育、定着への対応 ②ワーク・ライフ・バランスの推進
- ③従業員総活躍への対応(女性、シニア、パートナー等)
⇒「女性活躍推進室」新設



「ソーシャルシフトの経営」～ソーシャルシフトの風土を創る

地域との関係性、 地域への貢献力の向上

- ・地域の拠点機能の充実と強化
- ・地域の食文化の継承・創出

経営基盤のさらなる強化



佐倉流通センター

成長戦略の推進

- ① 新規出店 11店舗
- ② 既存店活性化の推進

① 全店ソーシャルシフト店舗へ
～ 自主自律型店舗運営のサポート体制強化

② 店舗サービス機能の強化

③ 地域商品の発掘、開発強化

① 商品力の強化(開発力、調達力、編集力)

② マーケティング力の強化

- ✓ 青果、デリカの強化
- ✓ MDキーワード「おいしい・安全安心」「新鮮・新しい」「健康」「簡単便利」「地域」「楽しさ・豊かさ」の設定

③ インフラの強化とオペレーション力の強化

- ✓ 佐倉流通センターの開設
- ✓ ITインフラ整備と作業カイゼンの推進



地域商品強化



フードスクエア
下妻ふるさわ店
3月1日オープン



フードスクエア
ゆりのき台店
3月25日オープン



マックスバリュ関東株式会社

商品改革

地域で最もお客さまから支持され、
お客さまや従業員の笑顔と元気を応援する
スーパーマーケットを目指す

- ①生鮮強化：サプライチェーン改革、仕入ルート拡大
- ②デリカ進化：開発力向上、新規アウトパックソーシング、プレゼンテーション強化
- ③店舗特徴に合わせた品揃え、シーズナル商品の発掘、グループ共同調達を活用した原価低減

イオングループの物流網を活用
店着時間の短縮⇒鮮度・品質の向上へ



【青果】市場朝買の取組



【鮮魚】漁港直送の取組

地元や地域に根差したローカル商品の発掘・展開
地域を知り、地域に関わり、地域に貢献する



地元で愛される商品



地元産の原料を使用



組織風土の改革

「実務訓練グループ」設置による教育の浸透、
従業員の能力向上、働き甲斐の創出

強固な基盤の構築

生鮮強化を軸とした既存店活性化

グループ統合シナジー分野の重点施策 5つ重点テーマ

①新たな商品 価値の提供

- 1.首都圏のお客様のニーズを満たす商品開発・商品調達
- 2.顧客満足を高める定期的な共同販促のスケールアップ

②ビジネスに貢献 するICT推進 体制の構築

- 1.漸進的システム統合に向けた基本構想の策定
- 2.最先端のICT活用によるグループシナジーの創出
- 3.グループ全体のICTガバナンスの構築

③持続的成長に 向けた取組

- 1.出店による首都圏エリアドミナント強化

④経営効率の 改善

- 1.間接部門の機能集約の推進（経営の質的向上）
- 2.新たな教育体制の構築・能力開発プログラムの推進
- 3.人財交流

⑤ガバナンス体制 の強化

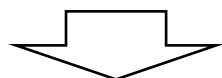
- 1.グループコーポレートガバナンス体制の深化
- 2.グループ監査体制の強化

新たな商品価値の提供

- 首都圏のお客様のニーズを満たす商品開発・商品調達
U.S.M.H「商品デザインタスクチーム」の設置

商品デザインタスクチームのミッション

- ・市場研究(商品情報、顧客情報、エリア情報等)により
首都圏のお客様の潜在ニーズを掴み、商品を通じ
お客様の笑顔を創る新たな価値を提供する



- 『商品が来店動機』となる商品をデザインする
- ブランドイメージの向上を図る



- 顧客満足を高める定期的な共同販促のスケールアップ



ビジネスに貢献するICT推進体制の構築

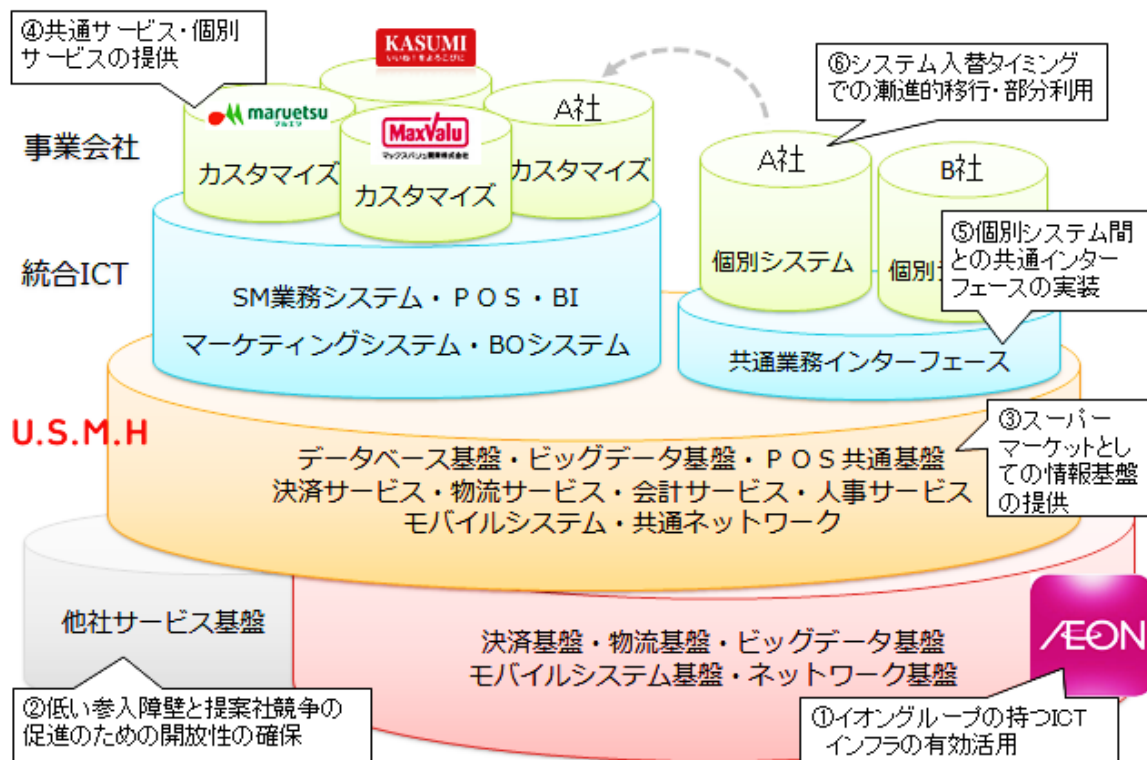
◆U.S.M.H「ICTビジネスデザイン室」を新設

➤ 漸進的システム統合に向けた基本構想の策定

- ・グループのビジネスに貢献するICT活用のデザイン
- ・共通インターフェースの実装による、部分的・段階的統合の実現
- ・共通基盤活用によるコストの削減

➤ 最先端のICT活用による グループシナジーの創出

➤ グループ全体の ICTガバナンスの構築



持続的成長に向けた取組

➤ 出店による首都圏エリアドミナント強化

U.S.M.H



マルエツ



マルエツ プチ



リンコス



フードマーケット



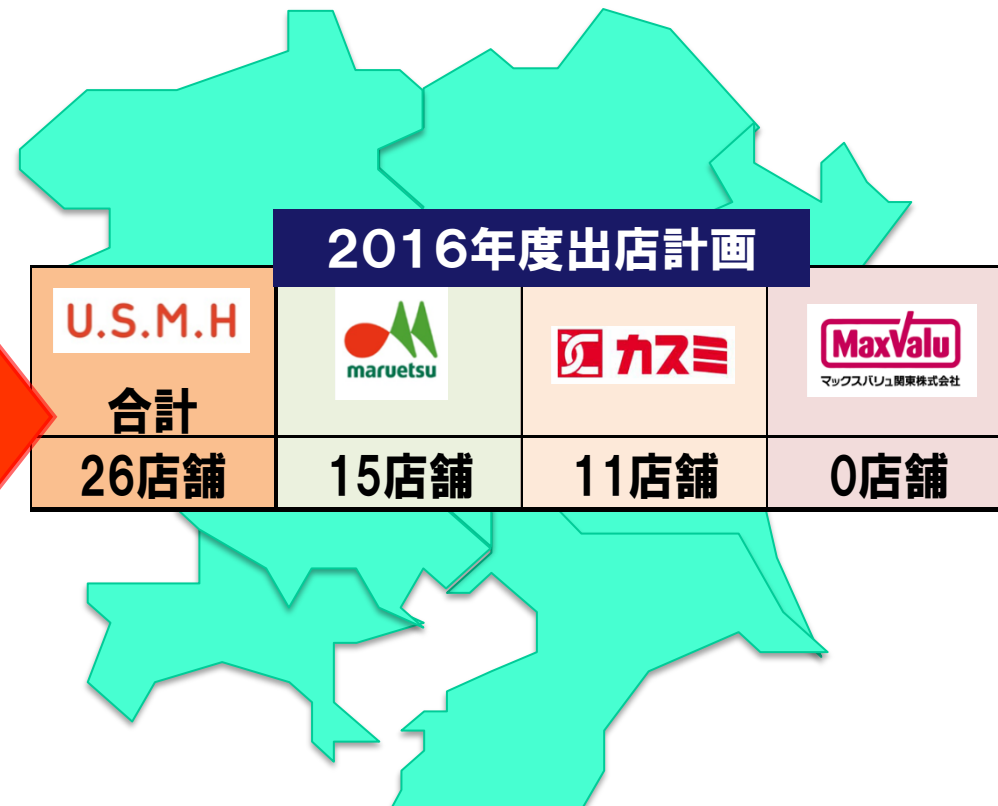
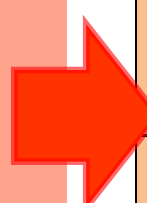
フードスクエア



マックスバリュ



エクスプレス



U.S.M.Hとして保有する多彩な業態・フォーマットにより、首都圏エリアの商圈特性に合致した出店を行い、首都圏エリアにおけるドミナントを強化していく。

**2017年2月期
(2016年度)
業績予想**

U.S.M.Holdings

【連結業績予想】

単位:百万円




| | 営業収益 | 営業利益 | 経常利益 | 当期利益 |
|------------------|---------|--------|--------|-------|
| 2017年2月期 通期予想 | 696,000 | 14,300 | 14,400 | 5,800 |

【ご参考 2016年2月期実績】

単位:百万円

| | 営業収益 | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 |
|----------|---------|--------|--------|--------|
| 2016年2月期 | 663,799 | 14,024 | 13,862 | 5,329 |
| 前期比 | 104.9% | 102.0% | 103.9% | 108.8% |

単位:百万円

| | | 営業収益 | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 |
|--|----------------|---------|-------|-------|-------|
| マルエツ単体  | 2017年 2月期予想 | 377,000 | 7,000 | 6,800 | 2,600 |
| | 2016年 2月期実績 | 363,259 | 6,548 | 6,459 | 2,569 |
| カスミ単体  | 2017年 2月期予想 | 267,500 | 7,700 | 8,000 | 4,200 |
| | 2016年 2月期実績 | 249,000 | 7,534 | 7,803 | 4,090 |
| MV関東  | 2017年 2月期予想 | 47,000 | 150 | 130 | 4 |
| | 2016年 2月期実績 | 47,721 | 59 | 51 | △119 |

U.S.M.Holdings