

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**

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

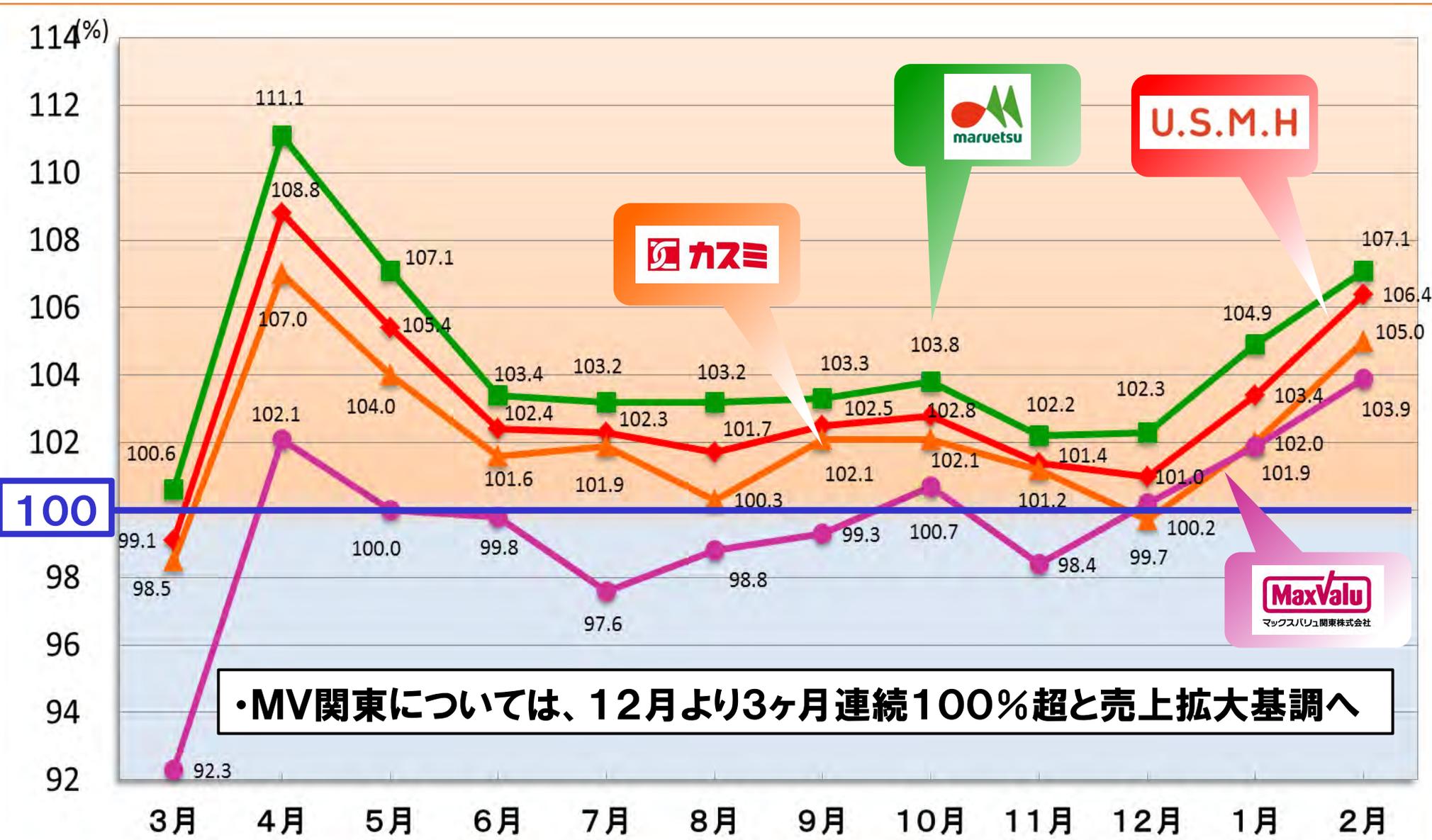
単位:百万円



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

2015年度 実施店舗数	
改装	39
リニューアル	27
合計	66

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

## 新規出店16店舗



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%
------------	--------



## 地域に根ざした店舗づくり



地域商品の  
取扱い拡大

## 新規出店13店舗



FS東習志野店



FS本八幡店

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



## 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
<b>U.S.M.H</b>	<b>103.3</b>	<b>103.9</b>

※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】

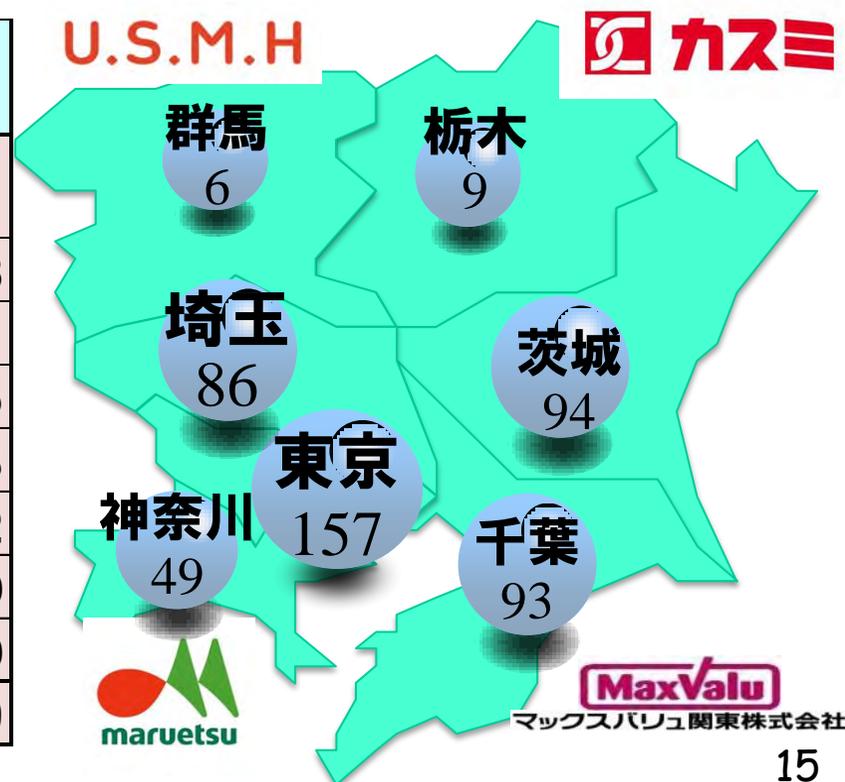
- ✓ 事業会社の現状業務とICTに関する棚卸し及び課題整理
- ✓ 事業会社の今後の新ビジネス・新業態に関する課題整理
- ✓ グループICTシステム統合方針の作成 等



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
<b>U.S.M.H合計</b>	<b>479</b>	<b>30</b>	<b>15</b>

※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
<b>合計</b>	<b>494</b>	<b>285</b>	<b>170</b>	<b>39</b>



**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

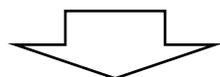
- 1.グループコーポレートガバナンス体制の深化
- 2.グループ監査体制の強化

## 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

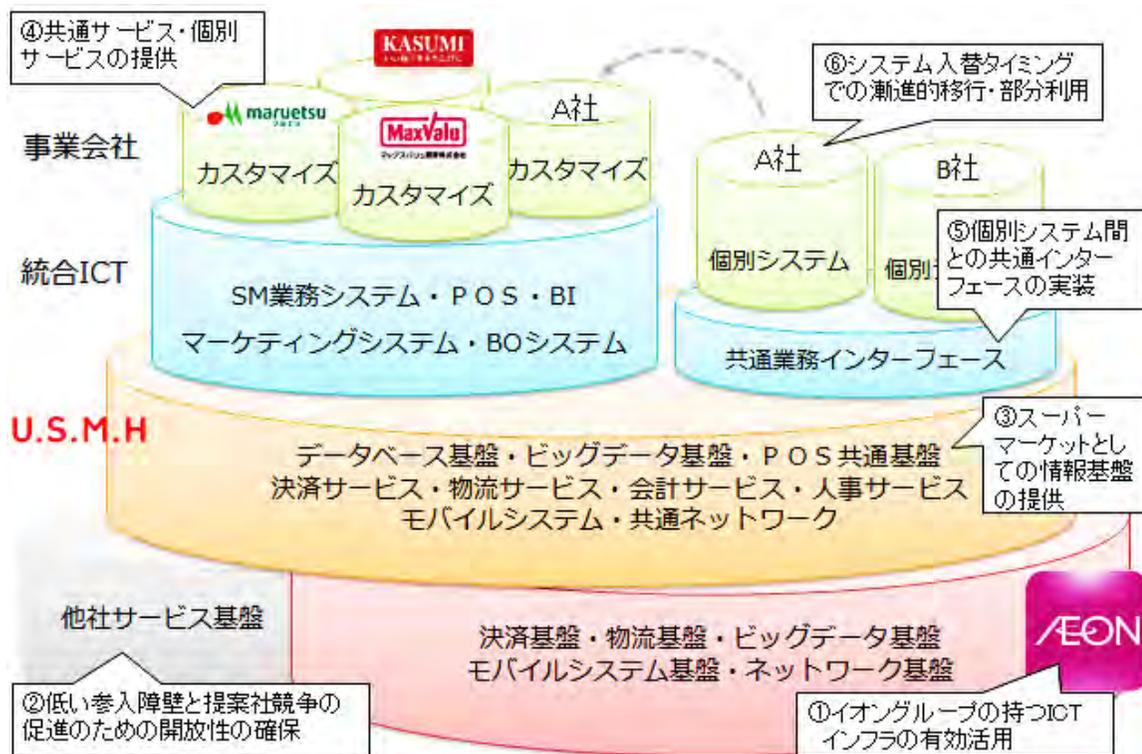
### ◆U.S.M.H「ICTビジネスデザイン室」を新設

#### ➤ 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



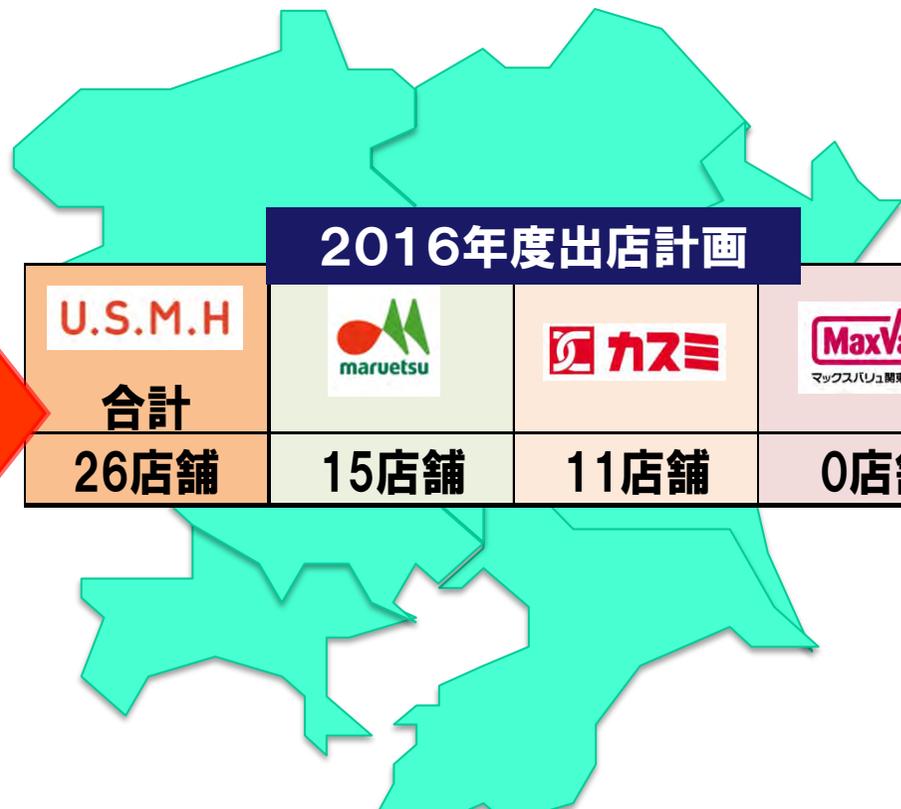
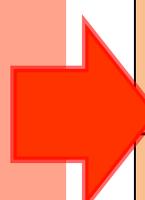
フードスクエア



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
<b>マルエツ単体</b> 	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
<b>カスミ単体</b> 	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
<b>MV関東</b> 	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