

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

2018年2月期 第2四半期

決算説明会

U.S.M.Holdings

お客さまと地域 そして時代と結び合う

新しい価値の提供、期待以上の
お客さま満足を目指し
ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングスは
地域に根ざした企業として、
常に革新と挑戦を続けます。



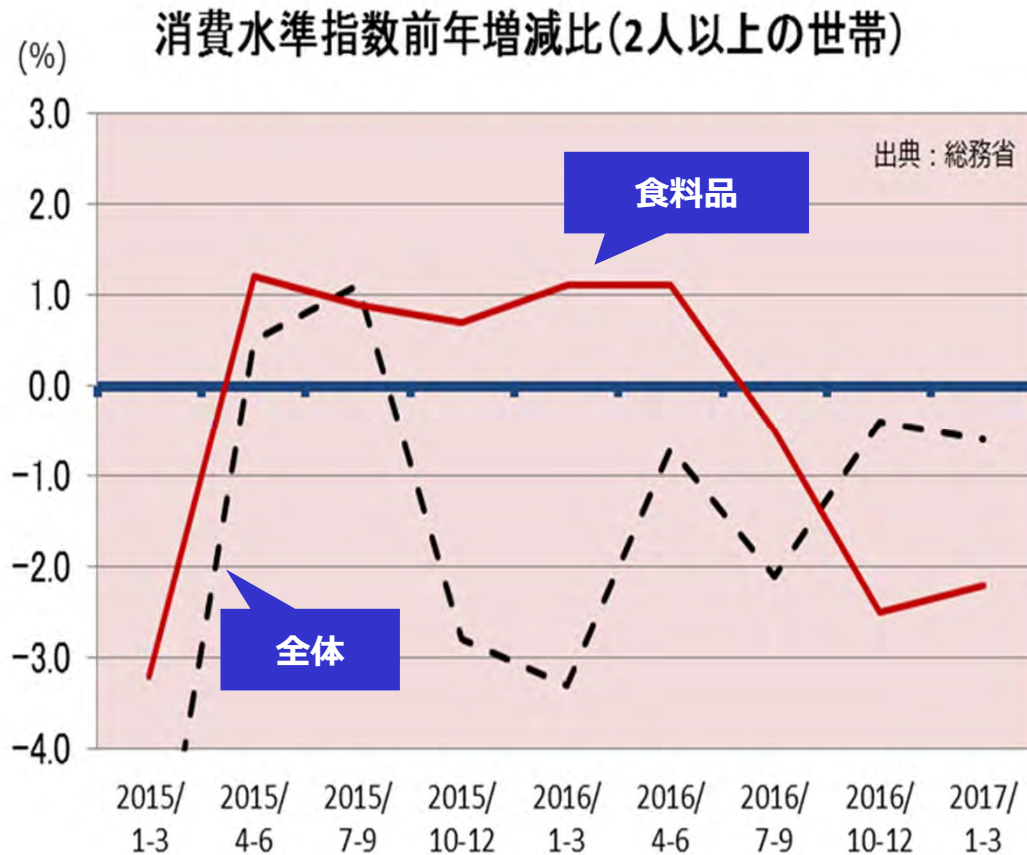
2017年10月4日



2018年2月期（2017年度）第2四半期 決算概要

1. 経営環境の想定と総括
2. 第2四半期の営業動向
3. 第2四半期の実績と方向性
4. 下半期の想定と取組み

<個人消費の状況>



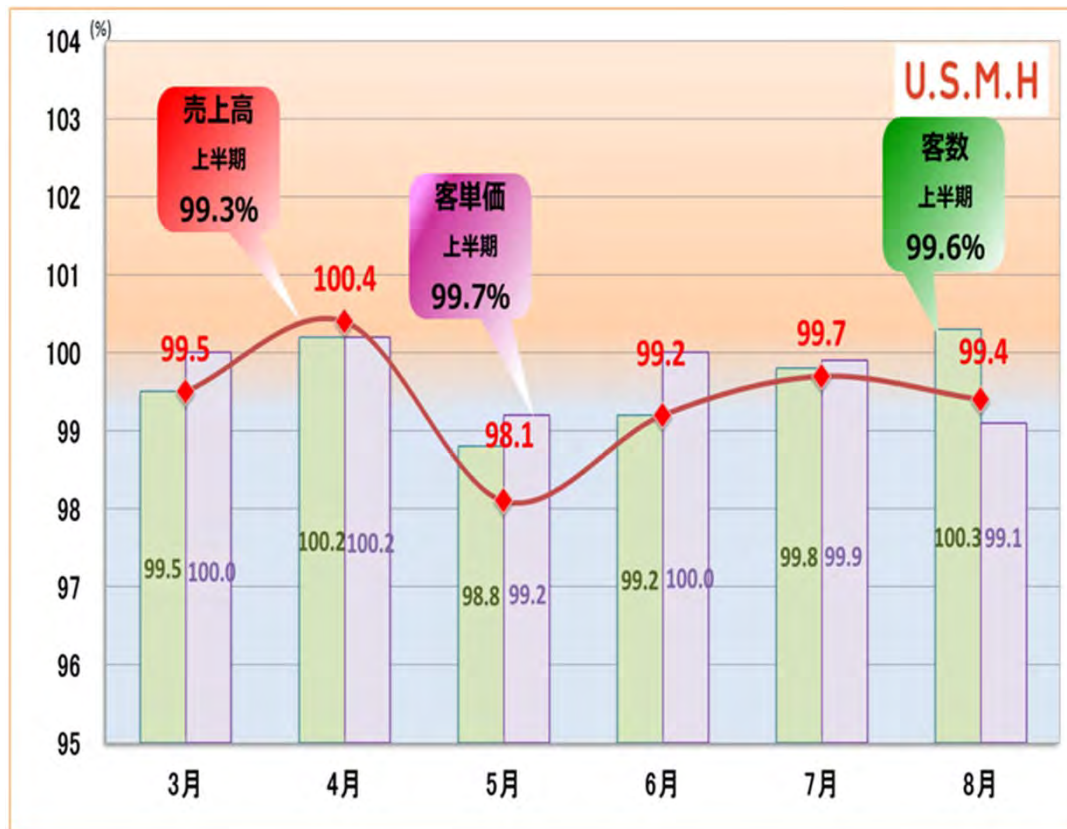
食料品の
消費マインド低下

<求人状況>

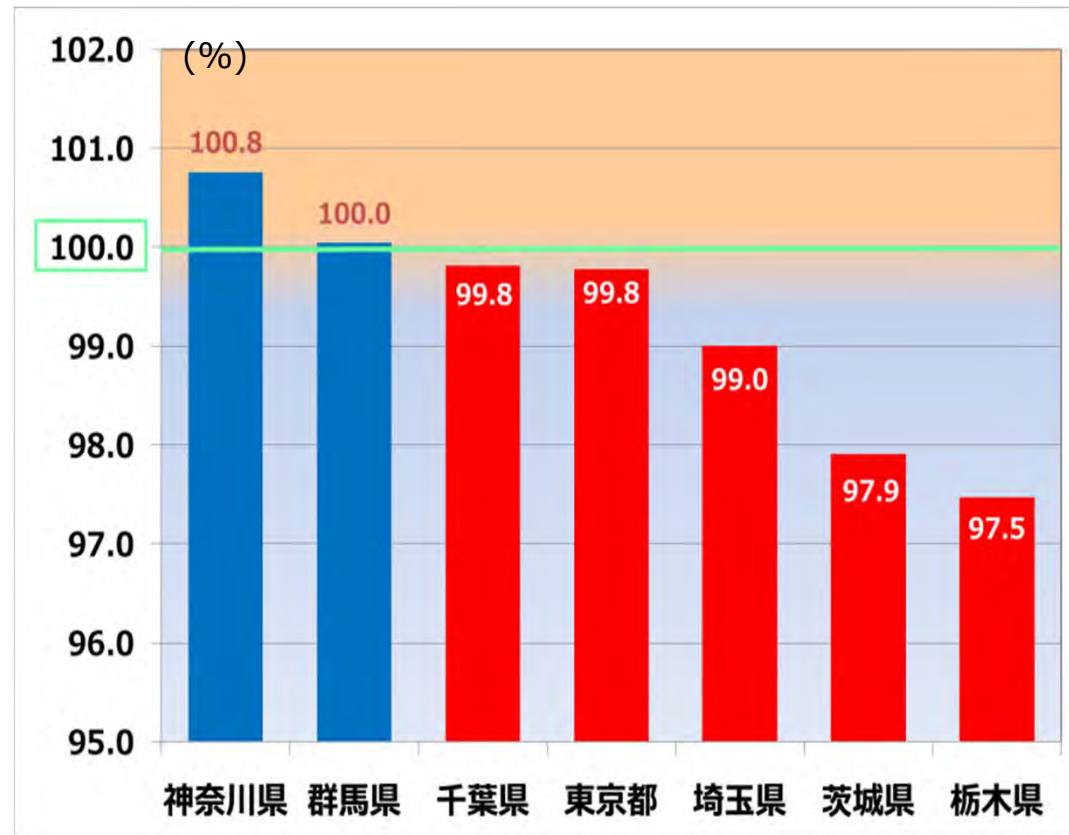


人件費の上昇圧力

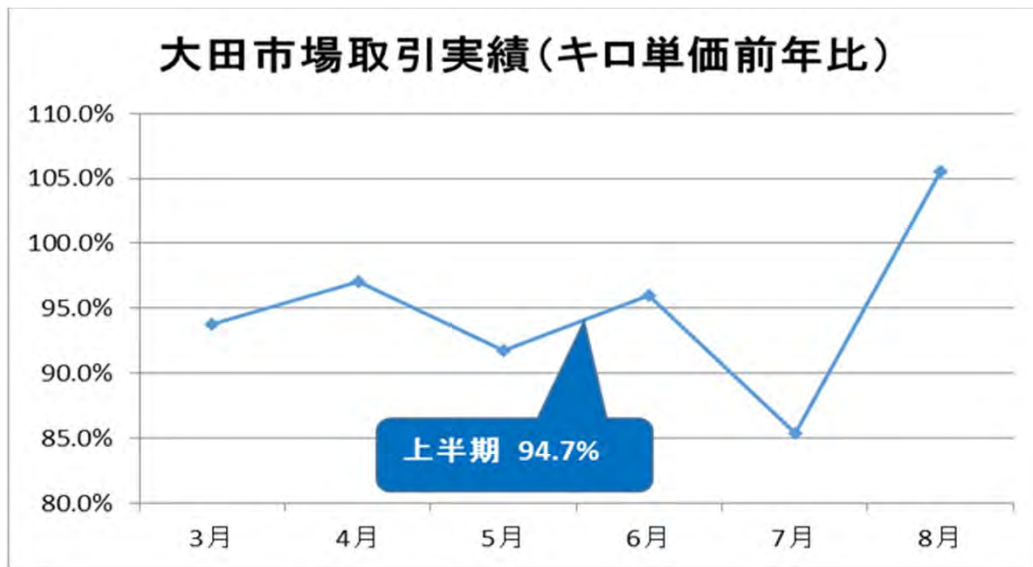
<既存店売上高前年比>



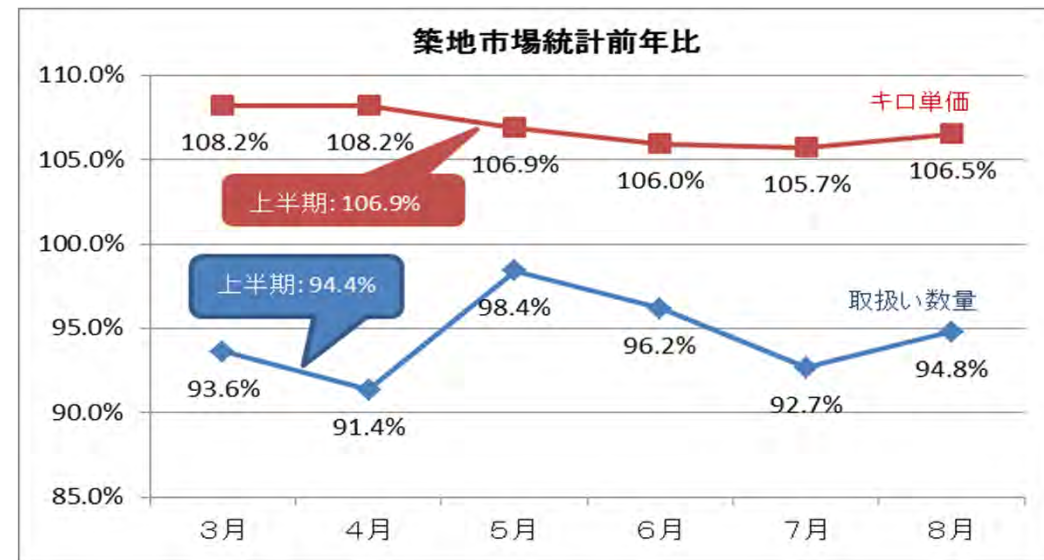
<都県別既存店売上高前年比>



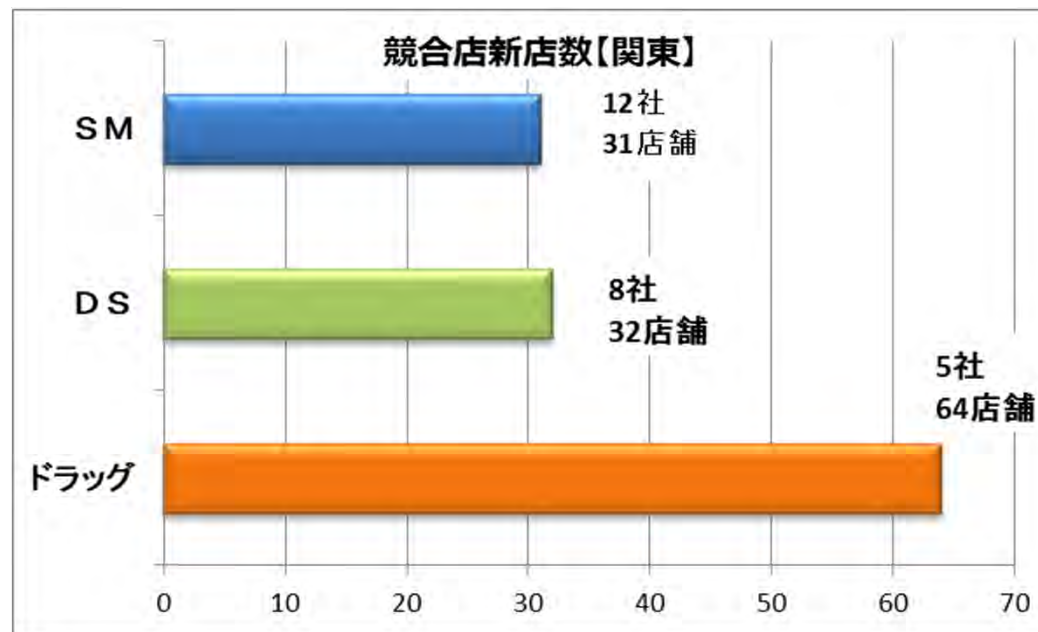
<青果相場前年比>



<鮮魚相場・取扱数量前年比>



<1都6県競合出店状況>



商品・販促

生鮮・デリカ強化



お肉屋さんの惣菜



お魚屋さんの惣菜



地元生産者売場拡大



留型商品
海鮮点心5SKU
2017年5月発売

プロモーション拡大



店舗・オペレーション・コスト削減

省力化ツールの導入拡大



セミセルフレジ183店舗へ拡大
デリカメニュー発注システム全店導入完了

営業力の強化



マックスバリュ関東株式会社



SV配置による店舗の課題解決と
売場のレベルアップ

店舗・オペレーション



DSPの活用による人員配置の適正化



ソーシャルシフトの
更なる推進

- ①売上対策 : プロモーション強化、売価の優位性打ち出しによる客数回復
⇒青果の販売強化、一般食品・精肉の調達見直し
- ②競争店対策 : 個店対策実施と、商品回転日数に合わせた品揃え見直し
⇒生鮮部門の強化とドミナントでの囲い込み
- ③鮮魚対策 : 品揃えの絞り込みによる荒利益率の改善
⇒冷凍魚・魚肉加工品の品揃え強化、鮮魚デリカの強化
- ④デリカ対策 : アウトパック製品の構成比拡大
⇒アウトパック商品のクオリティ改善（味・価格・健康視点）
- ⑤外食業種対策 : 簡便・中食需要の取込み
⇒素材型冷凍食品、レンジ調理食品、レトルト食品強化
- ⑥販管費対策 : 予算からの圧縮実施、プロジェクトでの効率化検討
⇒経費全般の追加見直し、プロジェクトの効果創出

新規出店：U.S.M.Hグループとして6店舗を出店

 4月5日オープン
MP新橋五丁目店



 4月7日オープン
FS 美浦店



 4月12日オープン
MP浜松町二丁目店



MP：マルエツ プチ

FS：フードスクエア

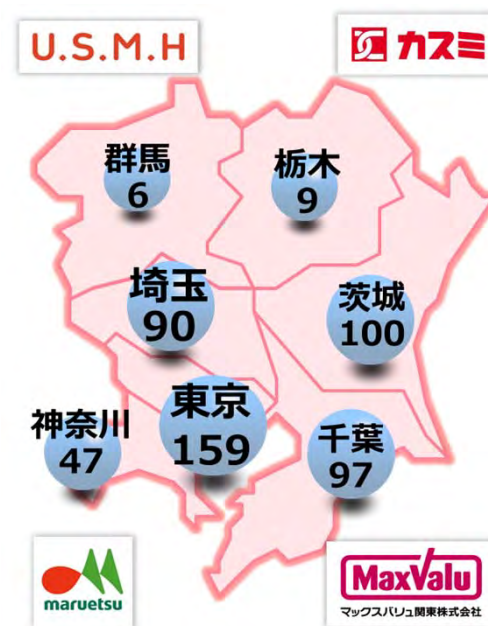
 4月21日オープン
FS アルコ越谷店



 7月21日オープン
FS 横芝光店



 7月28日オープン
FS 稲毛海岸店



グループ第2四半期末店舗数：508店舗

既存店活性化・改装



マルエツ

11店舗



カスミ

4店舗



MV 関東

3店舗

2018年2月期第2四半期決算概要(U.S.M.H連結) **U.S.M.Holdings**

単位：百万円、%

U.S.M.H 【連結】	2017年2月期 (2016年度) 第2四半期		2018年2月期 (2017年度) 第2四半期			
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	公表比
営 業 収 益	341,682	102.2	344,997	102.2	101.0	97.5
売 上 高	334,460	100.0	337,693	100.0	101.0	-
売 上 総 利 益	94,102	28.1	95,047	28.1	101.0	-
営 業 総 利 益	101,324	30.3	102,351	30.3	101.0	-
販 管 費	94,360	28.2	97,299	28.8	103.1	-
営 業 利 益	6,964	2.1	5,052	1.5	72.5	72.2
経 常 利 益	6,953	2.1	5,200	1.5	74.8	73.2
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益	4,123	1.2	3,160	0.9	76.6	73.5

2018年2月期第2四半期決算概要(事業会社:単体) **U.S.M.Holdings**

単位：百万円、%

【単体】							
		2017年2月期 (2016年度) 第2四半期	2018年2月期 (2017年度) 第2四半期	2017年2月期 (2016年度) 第2四半期	2018年2月期 (2017年度) 第2四半期	2017年2月期 (2016年度) 第2四半期	2018年2月期 (2017年度) 第2四半期
営業 収 益	実績	186,001	187,093	130,554	134,452	23,227	21,515
	売上比	102.0	102.0	102.8	102.9	101.3	101.3
	前年比	102.9	100.6	106.3	103.0	97.4	92.6
営業 利 益	実績	3,997	3,305	2,830	1,718	▲34	▲81
	売上比	2.2	1.8	2.2	1.3	—	—
	前年比	113.5	82.7	77.3	60.7	—	—
経常 利 益	実績	3,973	3,309	3,059	1,869	▲36	▲84
	売上比	2.2	1.8	2.4	1.4	—	—
	前年比	113.5	83.3	78.6	61.1	—	—
四 純 半 利 期 益	実績	2,631	2,244	1,634	1,121	34	▲88
	売上比	1.4	1.2	1.3	0.9	—	—
	前年比	166.4	85.3	77.6	68.6	—	—

2018年2月期下半期数値の前提

売上高前年比

103.4%

新店9店舗

既存店売上高前年比101.1%

売上総利益率

28.8%

前年比+0.5%

売上高

販管費率削減

▲ 0.8%

連結業績予想

単位：百万円

	営業収益	営業利益	経常利益	当期純利益
2018年2月期 通期予想	710,000	14,800	14,800	7,500

【ご参考 2017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
2017年2月期	684,806	14,320	14,185	7,350

1.売上高の拡大に向けて

①消費者ニーズへの対応強化

- ・生鮮、デリカの強化
- ・伸長カテゴリーの拡大
- ・プロモーションの強化
- ・マネジメント強化による
売場完成度の向上



②第2四半期を超える新規出店

U.S.M.H 9店舗



2. 営業総利益率の改善に向けて

① 荒利率の改善

- ・原価低減への取組強化
- ・高値入商品の拡販
- ・値引・廃棄の改善



3.経費の削減に向けて

①生産性の改革に向けた取組強化

- ・店舗作業の削減
- ・トータル L S P システムの導入と定着
～人時（MH）を意識したオペレーションの確立
- ・省力化ツールの効果最大化

②コストの抜本的な削減への取組み

- ・出店・改装コストの見直し
- ・外注コスト契約内容見直し
- ・什器、資材等の効率的な利用
- ・その他、不要・不急なコスト抑制



4つの改革PTにて横串をさし、短期課題解決及び中期施策策定を推進

	取組事項
商品改革PT	・合同商談による、原価低減・取引条件改善 ・日用雑貨・医薬品の仕入れ集約推進、留型商品拡大 ・プライベートブランド「eatime」の販売開始と開発推進
コスト構造改革PT	・合同商談・仕様統一による、機器・資材の単価低減 ・経理部門の庶務所への移管と業務効率化推進 ⇒他の領域でも、業務集約による効率化を検討
ICT改革PT	・既存IT資産の有効活用による、新規投資見直し ・機器購入・保守体制見直しによるシステムコスト低減 ・個社を超えた販売データ活用による、新たな価値創造
物流改革PT	・将来に向けた、次世代グループ物流体制の構築 ⇒現状課題の深掘りと、外部からの最新知見取込による、新しいグループ物流体制のデザイン

U.S.M.H PBブランド商品
2017年10月6日 DEBUT !

ブランド名

イータイム
eatime
THE U.S.M.H QUALITY



厳選した逸品との美味しい
出逢いで、まいにちの食事を、
もっと“いい時間に”。

イータイム
eatime
THE U.S.M.H QUALITY

おいしさを追求する
それが・・・
「THE U.S.M.H QUALITY」

第一弾は厳選素材を
南イタリアから

そのまますべても
おいしい
ホールトマト

No.001
ホールトマト

そのまますべても
おいしい
ホールトマト

1号商品は太陽が燦々と降り注ぐ、南イタリア
プーリア州より甘味が強くコクのある、ちょっぴり小粒な
「マルツァニーノ種」を使った贅沢なホールトマトです。

新ブランドの誕生です。

U.S.M.Holdings