

U.S.M.Holdings

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

Investors' Guide 2019

2019年2月期 インベスターズガイド



マックスバリュ関東株式会社

U.S.M.Holdingsの経営理念

基本理念

私たちは

- お客さまの豊かで健康的な食生活に貢献します
- 地域の発展と繁栄を願い、地域に深く根ざした企業となります
- 常に革新と挑戦を続け、時代に適應する企業であり続けます

目指す姿 (ビジョン)

私たちは

- 多様なライフスタイルに最適な商品やサービスを提供し、お客さまの豊かで健康的な食生活の実現に貢献します
- 従業員の能力の育成・活用や人財の交流を進め、全従業員が自らの成長を実感できる企業風土を目指します
- 参画事業会社の企業価値を最大化し、永続的に発展（成長）し続けます
- お客さまのためにビジネスパートナー（お取引先さま）と公正な取引を通して新たな価値を創造します
- 各地域のニーズに応える個社それぞれの経営を尊重し、公正で透明性の高いガバナンスを通して、志を同じくする新たな参画企業を歓迎します

U.S.M.Holdingsアウトライン

U.S.M.Holdings

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

全体最適のための機能&役割に責任を持ち、新たな価値を付加

ホールディングスを含め全体が1つの事業体になり、全体で考えながら個を活かす

株式会社マルエツ

マルエツのブランド展開



毎日楽しくお買い物をしていただけるよう生鮮食品を中心とした「マルエツ」、都市部で生活するお客さまをターゲットとした都市型スーパーマーケット「マルエツ プチ」、ハイクオリティな品揃えとサービスを備えた高品質スーパーマーケット「リンコス」(中国2店舗を含む)を展開しております。



株式会社カスミ

カスミのブランド展開



食卓への提案機能を高めたフラッグシップ店舗「フードスクエア」、地域の食習慣や生活催事に応える標準店舗「フードマーケット」、エブリデイ・ロー・プライスを追求する価格訴求型店舗「FOOD OFF ストッカー」を展開しております。



マックスバリュ関東株式会社

マックスバリュ関東のブランド展開



日々の食生活に必要な商品を最大限のバリュ（品質・価格・品揃え・サービス）でご提供する「マックスバリュ」、毎日必要な商品が毎日安い・毎日発見のある売場・毎日来たい便利なお店、をコンセプトとした「マックスバリュエクスプレス」を展開しております。



＜地域No. 1を目指し、お客さま満足を高めるフォーマットで店舗展開＞

店舗ネットワーク

Network

3社の融合による シナジーを創出し、 お客さまのニーズに応えた 店舗を展開しています。

地域に深く根差した、
新しいスーパーマーケットを目指します

当社グループが営業基盤とする首都圏市場は、今後も持続的な成長が期待される国内で最も肥沃かつ有望な市場である一方で、業界を越えた競争も激しくなっております。そのような市場で圧倒的なシェアを占める当社は、首都圏で516店舗を展開しております。

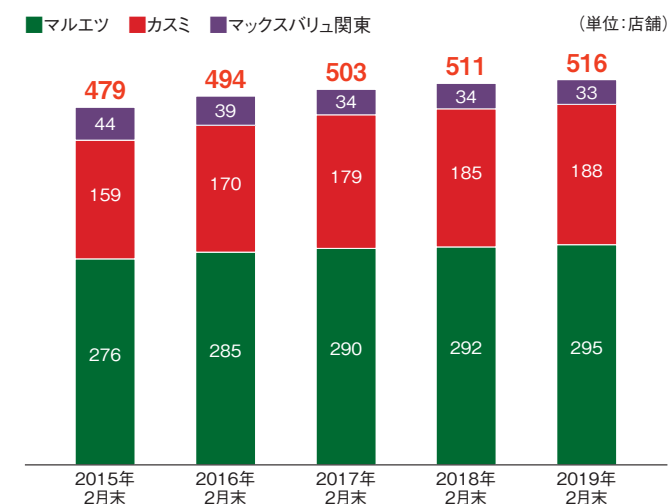
今後の成長に向けて、3社が全体最適の視点に立ち、商品の共同調達や共同販促、共同企画商品・PB商品の開発をはじめとするさまざまな統合の形を模索し、確実なシナジーを創出してまいります。

また、地域ごとのお客さまニーズに応える「地域密着」「地域のお客さまとの共生」といった質的向上を図り、新業態開発も視野に入れながら、新たな価値を提供する店舗を展開することで、お客さまから支持される新しいスーパーマーケット像を確立します。

2019年2月期は3社合計で13店舗を出店し、
総店舗数は516店舗にまで拡大

当期におきましては、マルエツが6店舗、カスミが7店舗、グループ合計で13店舗を新設いたしました。一方、経営資源の効率化を図るため、マルエツが3店舗、カスミが4店舗、マックスバリュ関東が1店舗、合計で8店舗を閉鎖いたしました。

店舗数の推移(グラフ)



※ 中国の2店舗(マルエツ)は含まれておりません。

主な新店・改装店舗のご紹介

マルエツ志木幸町店 (2018年9月オープン)



- 所在地: 埼玉県志木市
 - 売場面積: 535坪
- 生鮮・デリカを中心にお客さまにご満足いただける売場、商品、接客により、地域No1の店づくりをめざします。

フードスクエアカスミ水戸掘町店 (2018年6月オープン)

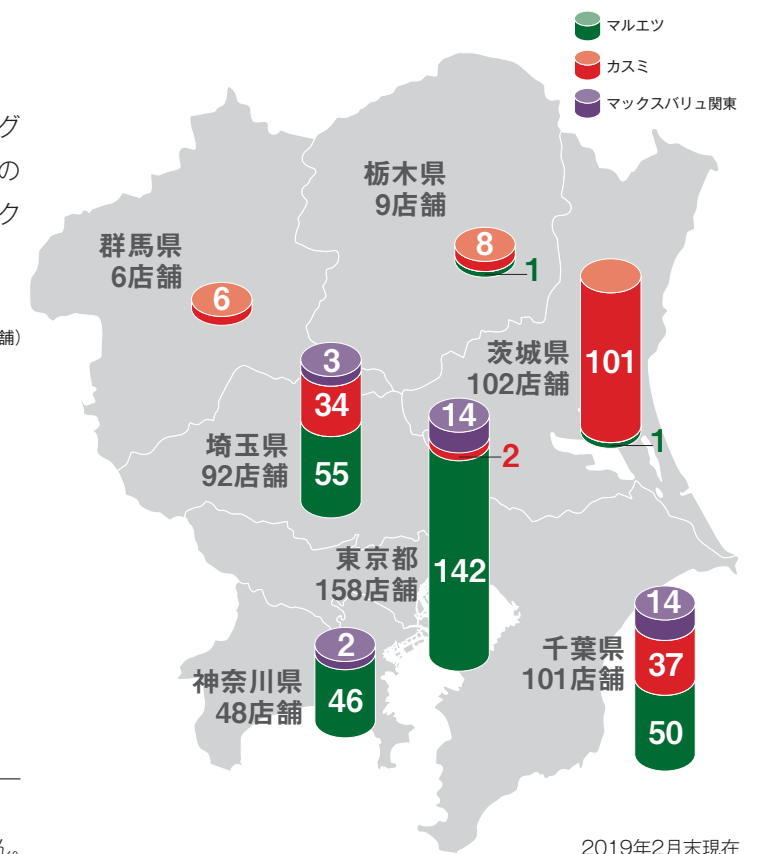


- 所在地: 茨城県水戸市
 - 売場面積: 632坪
- 地元野菜・地域商品を拡大し、100席以上のイートインコーナー、簡易キッチンやキッズコーナーを設置し、地域コミュニティの中核を担っています。

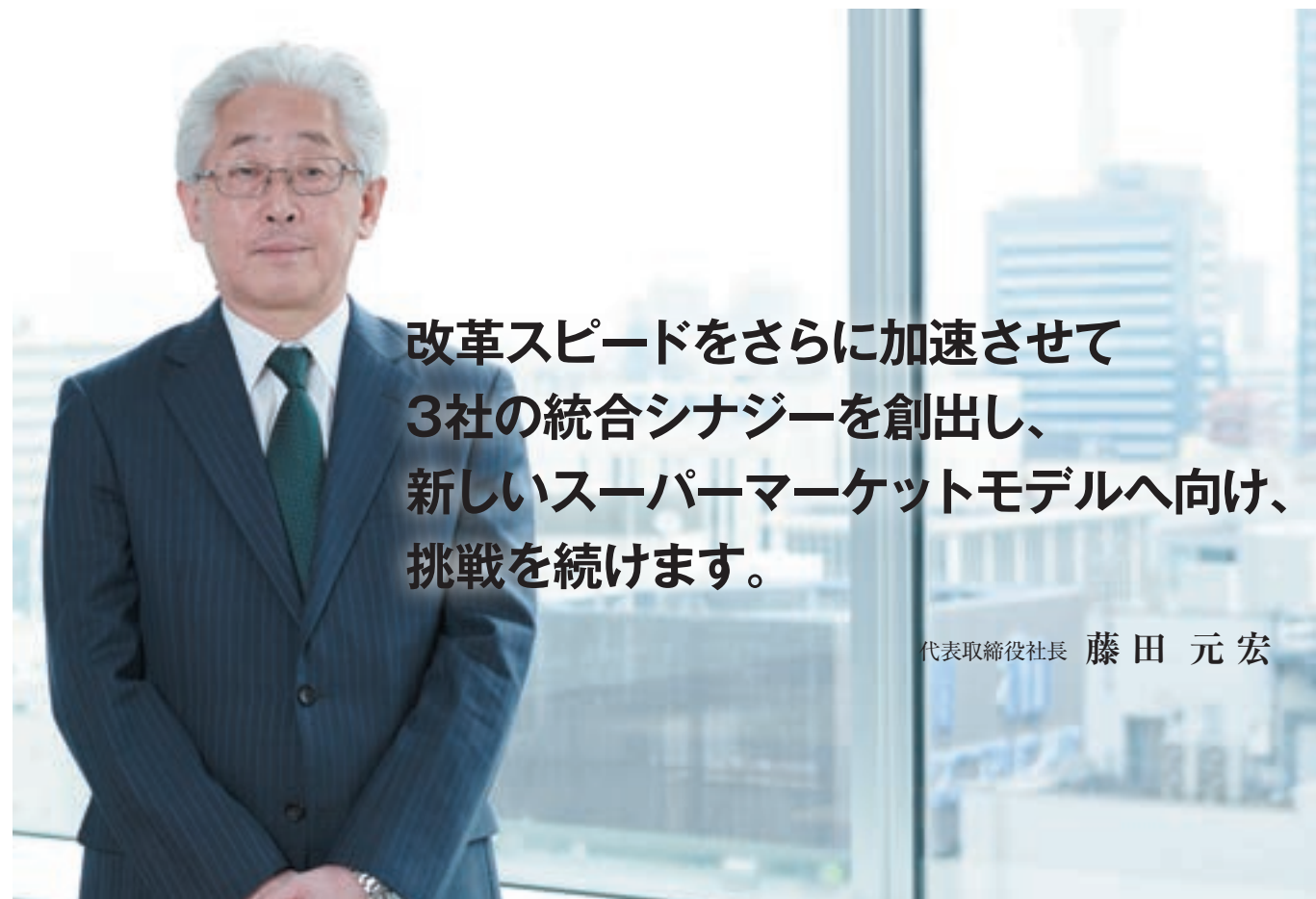
マックスバリュ木更津請西店 (2018年7月改装オープン)



- 所在地: 千葉県木更津市
 - 売場面積: 669坪
- 人口・世帯数とも増加中の木更津市。お客さまの食卓を「もっとおいしく・もっと楽しく」する店づくりに進化中。



2019年2月末現在



改革スピードをさらに加速させて 3社の統合シナジーを創出し、 新しいスーパーマーケットモデルへ向け、 挑戦を続けます。

代表取締役社長 藤田 元宏

統合シナジーを活かした改革と コスト管理の強化を推進 活性化店舗が売上高・客数ともに 対前年比増に寄与

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(以下、U.S.M.Holdings)は、2015年3月に株式会社マルエツ、株式会社カスミ、マックスバリュ関東株式会社の共同持株会社として設立されました。3社による「融和」から「融合」へと舵を切り「事業インフラの共通化によるシナジーの最大化」と「消費者変化に対応した新しいスーパーマーケットモデル確立への挑戦」を基本方針として、成長し続けるために必要となる改革を推進しております。

当連結会計年度におきましては、各地で大きな自然災害が頻発し、海外経済の減速が国内経済へ波及しつ

つあり、食料品支出の伸び悩みなどから、不透明感が漂う1年となりました。そのような環境の下、当社グループはシナジー創出を加速すべく2018年3月に組織変更を実施し、資材調達部、仕入統合推進部を新設し、さらに事業インフラの共通化による効率化を推進することを目的に株式会社マルエツと株式会社カスミのそれぞれの部門を統合して財務経理部及びICT開発運用部を新設いたしました。これにより、一部商品部門の仕入統合を継続しながら共同企画商品や共同調達を拡大し、プライベートブランド商品「eatime」も順次新商品を発売して2月末までに合計70品目となりました。さらに、業態開発部とデジタル事業企画部を新設し、新しいスーパーマーケットモデルの検討を進めてまいりました。

既存店の業績については、荒利益は昨年を上回りましたが、客数が減少したことに起因して既存店売上高

が当初予想を下回りました。販売管理費については、コスト管理を強化することで予算内に収めることができましたが、売上高の低迷を補うことができず増収減益となりました。店舗数は、新規出店を13店舗実行し、経営効率の観点から8店舗を閉鎖したことにより、純増は5店舗となりました。また、既存店の活性化を56店舗で行い、売場変更や商品編集にメリハリをつけることで、お客さまの嗜好の変化にきめ細かく対応できる施策を実行いたしました。結果として、活性化店舗では売上高、客数、客単価ともに前年を超える数値を確保いたしました。

厳しさを増す市場環境をふまえて 新しいビジネスモデルの検討と 「お客さま視点」の重要性を再認識

U.S.M.Holdingsを取り巻く環境は、未曾有の人口減少や高齢化の進展により、市場は縮小しつつあると認識しております。一方で、首都圏への一極集中が鮮明になり、高齢者世帯の消費の伸長とウェイト増がチャンスとして認知されることから多くの異業種が参入し、これまでと異なる厳しい競争環境となっております。加えて、IoTやAIなどの新たな技術の飛躍的な進化や、インバウンド消費の伸長といったさまざまな環境変化が見られます。

このような状況のなか、これからの成長を描いていくためには、食のインフラを担うスーパーマーケットとしての存在意義を見つめ直し、ビジネスモデルをいま一度整理し、再構築していくことが必要だと考えております。

また、ビジネスモデルの観点と共に、変化の中でこそ「お客さまの今」、そして「お客さまの次」を考える顧客視点が重要であります。

お客さまの生活が多様化してニーズも多岐に渡る現在、リアル店舗を有するわれわれに求められるのは、

進化するIT技術への対応だけでなく、直接お客さまと接することができる従業員の人間性や多様性、地域社会での存在意義を高める社会性など、顧客接点のすべてを充実したものとする事です。現場でそれぞれが、「お客さまは何を欲しているのだろう」と顧客視点で考え、自主性をもってお客さまのために行動することが必要になると考えております。

さまざまな視点から 提供価値の創造を推進

ビジネスモデルの変革や、顧客ロイヤリティを高めていくためには、さまざまな人が活躍できる企業風土の確立が必要であり、人材や技術に投資していくことが欠かせません。そこで、2019年度は、事業会社の枠を越えた、組織横断型の3つの研究会を設けて、新しい店舗の形や顧客ニーズの分析、新たなネットスーパーを含めたデジタル事業の検討などの取り組みを進めてまいります。事業会社の現場の視点と外部の知見を得た活発な議論を進め、さまざまな観点から顧客ロイヤリティを高める取り組みこそが成長エンジンとなると考えております。

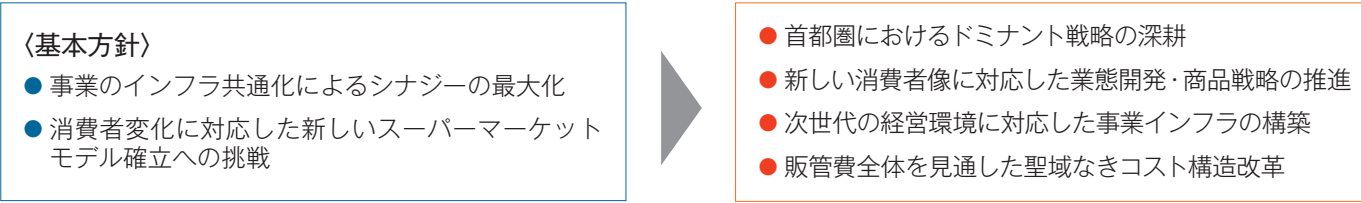
U.S.M.Holdingsは、事業会社の異なる部分を受容し、ビジネスプラットフォームを形成して融合していくことに舵をきりました。機能を再定義し、機能統合領域、情報共有領域、新機能領域の3つの役割を担うとともに、事業会社の共通機能、共通業務プロセスを統合し、改革スピードをさらに加速させてまいります。また、各事業会社が、地域に最適化した魅力あるローカルスーパーマーケットとして店舗の個性を活かし、地域のお客さまから多くのご支持がいただけるよう、リーダーシップをもって提供価値の創造を推進してまいります。

今後ともU.S.M.Holdingsグループを何卒よろしくお願い申し上げます。

今後の成長に向け3社「融合」によるシナジーを創出

2025年度までの中長期的な戦略において、3ヵ年ごとに中期経営計画を展開してまいります。2017年度を初年度とする第1次中期経営計画は、首都圏における次の10年の環境変化を踏まえた、今後の持続的成長を実現するための基盤構築の期間と捉え、お客さまのニーズに合った新たな価値をご提供してまいります。

今後の成長に向け新たなステージへ
ー「融和」から「融合」による改革スピードの加速ー



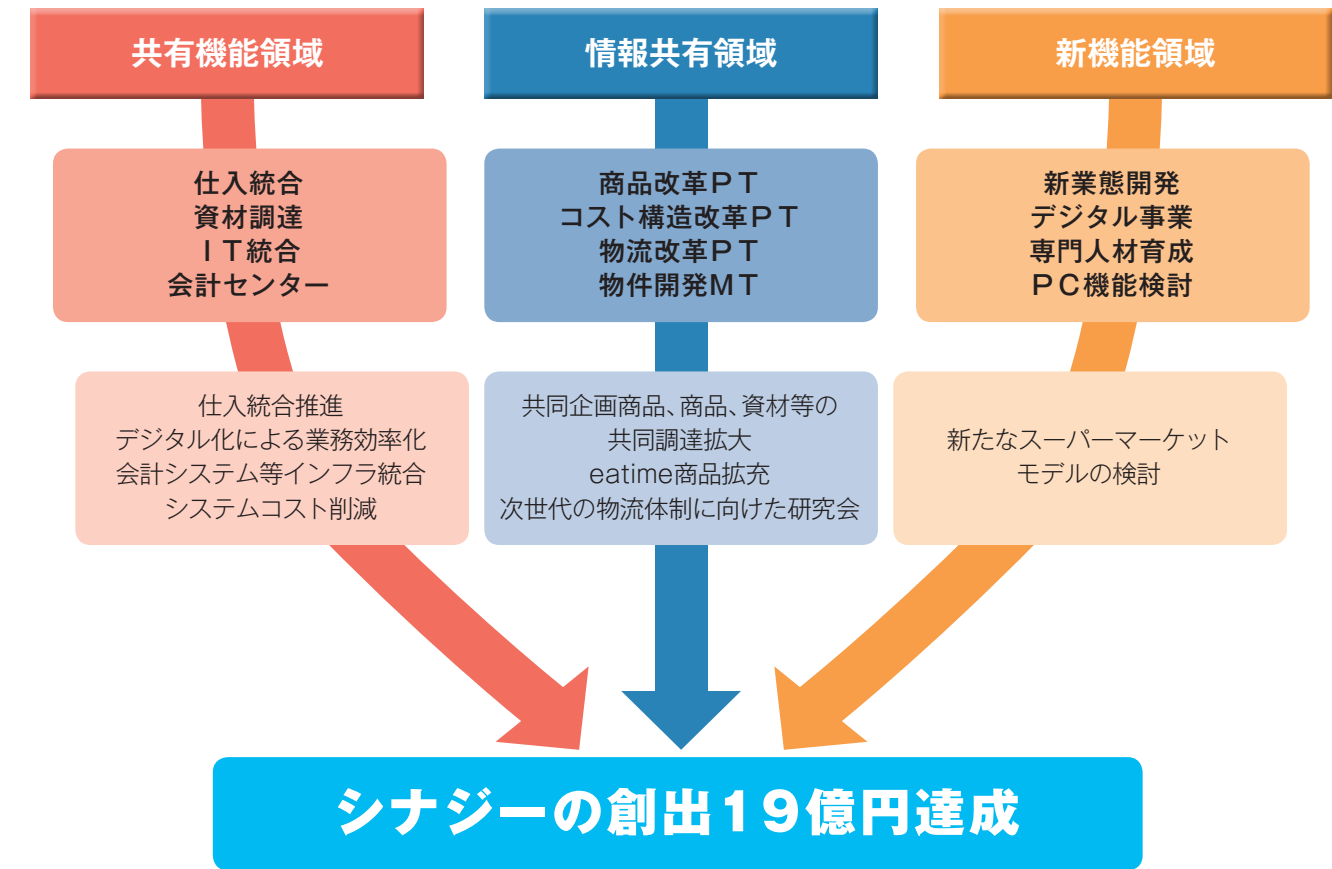
2018年度の取り組み

3つの統合領域を特定し、新体制で確実に取り組みを推進

2018年度は、事業会社の自主、自律を尊重しながら、各社が有する領域の中で連結の増益に貢献する統合領域を決定し、全体最適の視点でシナジーの創出に取り組んでまいりました。

統合する領域は、「共有機能領域」、「情報共有領域」、「新機能領域」の3つとして、これまでの「商品改革」「コスト構造改革」「物流改革」の3つのプロジェクト推進と並行して確実なシナジー創出を推進しました。

また、シナジー創出を加速すべく、2018年度より資材調達部、仕入統合推進部を新設し、事業会社の財務経理部門、ICT部門を統合する組織改正を行い、新たなスーパーマーケットモデルへの転換を目的に業態開発部、デジタル事業企画部を新設しました。



※ PT：プロジェクトチーム、MT：ミーティング、PO：プロセスセンター

既存モデルを変革しながら
次世代のビジネスモデルへの転換

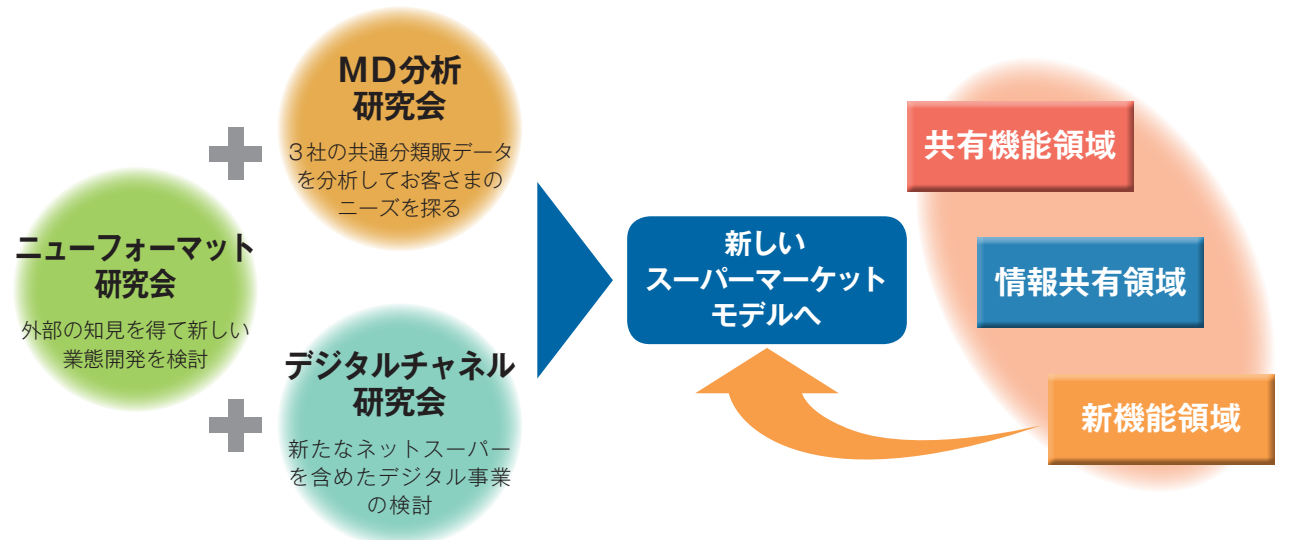
いまU.S.M.Holdingsを取り巻く環境は、未曾有の人口減少や高齢化の進展による市場の縮小、多くの異業種の参入、新たなテクノロジーの飛躍的な進化などを背景に、これまでとは全く異なる厳しい競争環境となっております。そこで、今後の市場環境を踏まえて様々な取り組みを行う上で、次世代のビジネスモデルへの転換が必要不可欠だと認識しております。

2019年度方針

事業会社との機能補完を強化し、
顧客視点に基づく顧客体験、提供価値の創造を推進します。

2019年度は、事業会社の経営基盤強化にシナジーの創出をもって貢献し共有機能領域、情報共有領域、新機能領域の「3つの領域」の更なる充実を図り、統合の新たな形に向かって邁進します。

「お客さまの今」、「お客さまの次」を知り、新たな発想でスピーディーに行動するために、オープンな議論の場として「3つの研究会」を設け、改革スピードを加速させ、新たなスーパーマーケットモデルの具体化に着手してまいります。



●ビジネスモデルの変革における2019年度の取り組み

- 既存モデル**
- ①事業会社の店舗活性化、利益率の改善、コスト削減に全体視点からの施策を加えることで貢献する
 - ②全体施策の浸透と徹底に機能する
- 変革モデル**
- ①コンセプトの構築とロードマップを策定し、事業会社と共有を図る
 - ②新規の取り組みやトライアルの実行と検証に向けてリーダーシップを発揮する

今後の展開予定

2019	2020	2021	2022
新モデルへの転換ステップ			
Warm Up ●コンセプトの議論 ●戦略マップ	Approach Run ●トライ&エラー ●実績検証	Implementation ●実装、検証、修正 ●補強システム検討	Establishment ●実績評価、修正 ●システム付加 ●分析、データ活用
既存モデルの重点テーマ			
Strengthen ●店舗活性化強化 ●利益率改善推進 ●コスト削減強化	Organization ●推進体制強化 ●投資配分変更	Insight ●新たな関係性構築 ●新たな価値創造	Change ●変革 ●検証と修正 ●次なるモデル検討



eatime専用サイト

https://www.usmh.co.jp/eatime/



厳選した逸品との美味しい出会いでまいにちの食事を
もっと“いい時間に”

2017年10月より当社グループ初のプライベートブランド商品「eatime（イータイム）」の販売をマルエツ、カスミ、マックスバリュ関東の全店で開始しました。「eatime（イータイム）」は、食品スーパー3社が、美味しさを追求し、さまざまな地域の食文化や地域に根ざした逸品に焦点をあて、お客さまに新しい価値をご提案することをコンセプトにしたオリジナル商品です。
今後もスピードを加速して、ラインアップの充実を進めてまいります。



eatimeで「食時」をもっと楽しく。ご好評を頂いている商品の一部をご紹介します。

No 001 そのまま食べてもおいしいホールトマト

ちよっぴり小粒な“マルツァニーノ種”の、旨みと甘みを活かしたホールトマト。

No 010 チョコ好きのためのチョコレートアイス

ベルギー産チョコレート使用。チョコレートのほろ苦さを楽しめるアイス。

No 018 水牛モッツァレラとトマトの調和を味わうマルゲリータ

ミルクィーでジューシーな水牛のモッツァレラチーズを使い、トマトの酸味とバルミジャーノの風味をアクセント。三軒茶屋の名店「ピッツェリア ラルテ」の味をご家庭で。

No 038 磨いた大豆の甘さが 口の中でひろがる なめらかなおぼろ豆腐

北海道産の大豆を100%使用し、大豆を磨くというひと手間を加えることで雑味を抑え、甘さを引き立てています。

No 039 納豆好きに贈る 大粒の食感と大豆のうま味 国産大豆納豆

世界遺産白神山地より採取した納豆菌で大豆の旨みを引き立て、においが少なく、強いねばりが特徴です。

No 073 肉の旨みひろがる こだわりの優夢牛カレー

原材料の牛肉にじっくり煮込んだ「優夢牛」を使用したレトルトカレーです。ココナッツミルクを隠し味にした、まろやかな味をお楽しみください。

※画像はイメージです。

株式会社マルエツ



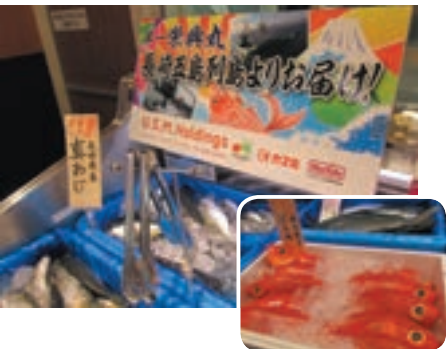
新たな事業構造への「転換」の年と位置づけ「質の高い商売への転換」「生産性の高い職場への転換」「勝ち抜く為の環境づくり」に取り組みました。主な施策として、仕入構造の見直し及び仕入販売計画の精度向上を図り、荒利益率の改善を進めました。また、「セミセルフレジ」店舗の拡大、効率的な店舗オペレーションの構築に向けた「トータルLSPシステム」、都心店での「電子棚札」などで省力化の取り組みを推進しました。また「食のデリカ化」への対応として、生鮮素材を活用した「生鮮デリカ」を46店舗へ拡大しました。

株式会社カスミ



地域の皆さまに「いいね！」と共感していただける、地域の生活拠点づくりに向けた取り組みを推進しています。サービス面では利便性向上を図り、3月にイオン電子マネー「WAON」の決済サービスを開始し「WAON一体型KASUMIカード」を導入、9月には電子マネー「KASUMI WAONカード」を発行、10月にはカスミ筑波大学店で完全キャッシュレス店舗の実験を開始しました。また、店舗オペレーションの再構築によるサービスレベル及び生産性の向上を目的に業務改革推進プロジェクトをスタートし、作業標準化の取り組みを推進しました。

マックスバリュ関東株式会社



ー「買物する“よろこび”」を創造するーをビジョンに掲げ、「商品が来店動機となるSMへの進化」「仕組みによる生産性の改善」「改革を推進する組織力・人材の強化」に取り組みました。独自の提供価値の確立へ向け、①生鮮強化による来店頻度の向上②来店動機となり得る意志のある品揃え③継続的な活性化・修繕投資による店舗年齢の若返り④店舗方針による顧客視点・現場起点の改革により、客数増加に取り組みました。また、生産性の改善を推進するべく①モデル店舗での新たな投入人時モデルの構築・水平展開②本部起案による継続的なコスト構造の改革に取り組みました。

事業会社別/単体決算概要

(単位:百万円、%)

	maruetsu マルエツ		カスミ		MaxValu マックスバリュ関東株式会社	
	実績	前年比	実績	前年比	実績	前年比
2019年2月期(単体)						
営業収益	374,910	99.8	271,663	100.9	43,777	100.7
営業利益	5,754	73.4	5,998	101.7	207	112.6
経常利益	5,776	73.3	6,371	103.0	206	113.7
当期純利益	2,651	48.9	3,525	86.3	100	80.8

U.S.M.Holdingsの環境基本方針

ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングスグループは環境問題が地球的規模の重要な課題であることを認識し健全な事業活動を通じて、社会・経済の発展、地域との共生による持続可能な循環型社会を目指し、グループの総力を結集し地球環境保全に努めます。

- 1. 事業活動を通じて、省資源、省エネルギーに積極的に取り組みます。
- 2. 環境に配慮した商品、資材の開発と普及に取り組みます。
- 3. 廃棄物の減量化とリデュース・リユース・リサイクルを推進します。
- 4. 地域における環境保全活動に貢献し、地域との調和に努めます。
- 5. この方針に従業員に周知徹底し、従業員一人ひとりの環境保全に対する心を育み、全社的なレベル、全従業員参加の取り組みとします。
- 6. この方針は社内外に公表し、積極的な情報提供に努めます。

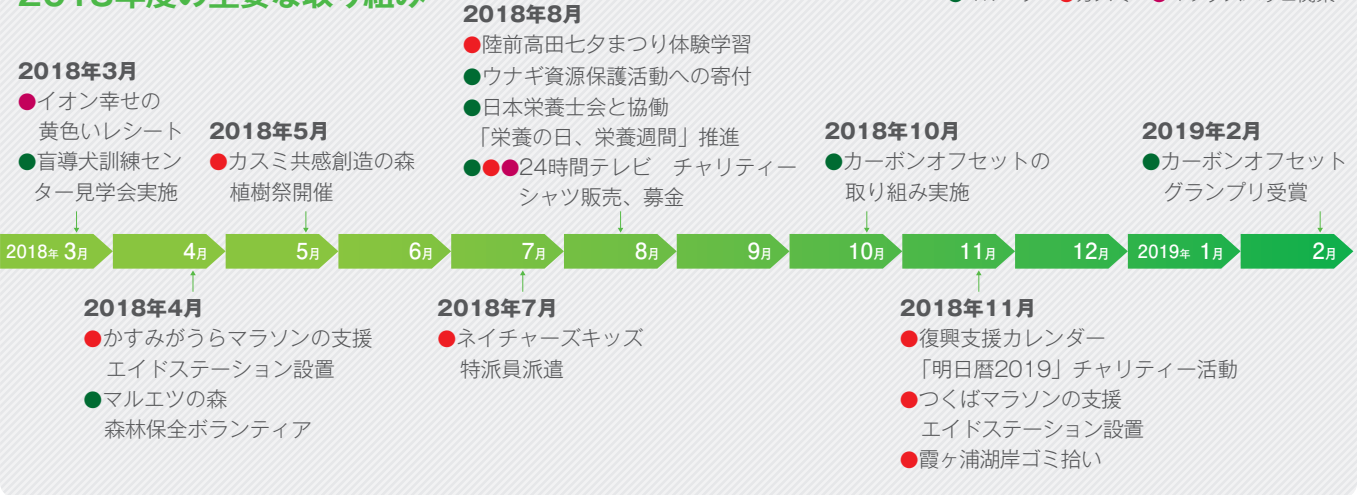


U.S.M.Holdingsでは3つの切り口よりCSR活動を実践しています

当社グループでは「環境負荷低減・CO₂削減」、「安全・安心」、「社会貢献」を意識したCSR活動を実践しています。CSR活動を通し地域社会、ステークホルダーに貢献します。



2018年度の主要な取り組み



年間を通した継続的な取り組み

●日本盲導犬協会への寄付 ●盲導犬ふれあいキャンペーン実施 ●maruetsu365 ペットフード売上金1%日本盲導犬協会へ寄付 ●盲導犬フレンドクラブ開催 ●飲料自販機の売上金1%相当額を緑化資金として寄付 ●●●店頭回収したペットボトルキャップの売却益をワクチン代として寄付 ●●●お買い物袋持参運動 ●●●再生可能資源の回収 ●リサイクルセンターの運営 ●「廃棄物軽量管理システム」導入による「ゴミの見える化」促進、食品廃棄抑制 ●食品廃棄物の抑制と賞味・消費期限前の食品の有効活用 ●フードバンクへの寄付 ●●●食品残さのリサイクル	●スーパーマーケットツアー開催 ●5 A DAYイキイキ収穫体験ツアー ●移動販売先でのシニア向け食育教室 ●食育士・食育インストラクターの養成 ●中高生を対象とした「弁当の日」食育事業 ●ヘルサポ 健康測定・栄養アドバイス ●大久保駅前店イートインコーナー健康相談 ●サービス介助士育成 ●●障がい者雇用の促進 ●積極的な社会科見学を受け入れ ●地域社会との結びつきを大切にする地域行事への参加 ●毎月11日「クリーン&グリーンデー」店舗・本社周辺のゴミ拾い活動 ●WWFへの寄付（募金贈呈） ●●放射性物質の自主検査 ●霞ヶ浦湖岸ゴミ拾い清掃活動
--	---

環境負荷低減・CO₂削減

環境保全

カスミは2011年度から茨城県笠間市で、「カスミ共感創造の森」として森林再生事業に取り組んでいます。2018年度は地域の皆さまと従業員が共におよそ3,000本の植樹を行いました。また2017年度より市民団体や自治体の皆さまとの協働により霞ヶ浦の環境保全の一環として湖岸のゴミ拾い清掃活動を行っています。

マルエツでは2010年から埼玉県日高市横手にある林地を「マルエツの森」の愛称で呼び、ボランティアの方々と共同で植栽を行い、森林保全活動に取り組んでいます。



カーボン・オフセット

お客さまにお配りするレジ袋を製造する際にも排出されるCO₂。マルエツでは昨年に引き続き、岩手県、宮城県（登米市）、福島県（喜多方市）が実施する森林保全活動で吸収されるCO₂の排出量を購入して埋め合わせ（オフセット）する「カーボン・オフセット」の取り組みを実施。地球温暖化防止だけでなく、東日本大震災の被災地域の環境保全活動や地域社会も支援する仕組みとなっております。



リサイクル活動

各社店頭でリサイクルボックスを設置し、食品トレー、牛乳パック、ペットボトル等の再生可能資源の回収を行っています。特にカスミでは全店に設置した「リサイクルステーション」でリサイクル資源を回収し、一次処理を行う「カスミリサイクルセンター」にてそれらの選別・保管等を行っております。



廃棄物排出量の「見える化」

マルエツでは排出する廃棄物を店舗で計量する廃棄物計量管理システムを、マルエツ屋号店舗を中心に200店舗以上で導入しております。排出量が「見える化」されることで、従業員一人ひとりの「削減しよう」という意識を高め、廃棄物の削減に努めています。



フードバンク

カスミでは、2016年11月よりフードバンクへの食品の寄付を開始しており、2018年度は70店舗へ拡大しました。フードバンクは、さまざまな理由で廃棄されてしまう安全で品質上問題のない食品を、企業などから提供を受けて、食品を必要とする福祉施設などに贈る活動です。出店エリアにあるフードバンクへの寄付を通し、賞味期限及び消費期限到来前の、食品廃棄物の抑制を図るとともに、食品を有効活用しております。



安全・安心への取り組み

放射性物質への自主検査

お客さまに安心して食品をお買い求めいただけるよう、放射性物質の検査体制を整えています。マルエツ、カスミでは自主検査を行っておりサンプル検査を行った生鮮食品や牛乳、豆腐などについて検査結果を自社のホームページで公表しております。



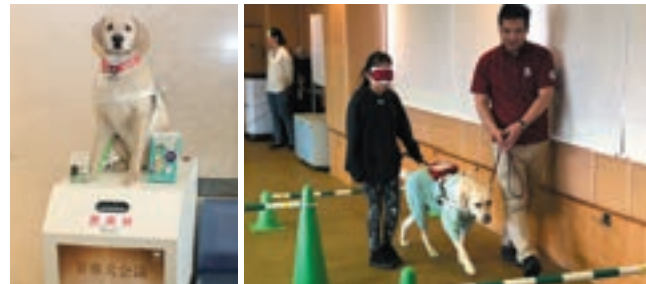
品質管理「ISO22000」「ISO9001」認証の取得

マルエツでは、精肉、鮮魚の生鮮加工センターにおいて、食品安全マネジメントシステムの国際規格「ISO22000」認証を取得し、安全で高品質な食品供給を実践していることを証明しています。また、カスミでは、お弁当、惣菜などを製造・加工するカスミグループの㈱ローズコーポレーションで品質マネジメントシステムの「ISO9001」認証を取得しております。品質管理を徹底し、お客さまへ安心をお届けいたします。

社会貢献への取り組み

■ 盲導犬育成支援

募金活動による盲導犬の育成支援や、盲導犬に対する理解と支援を広げる活動を行っています。マルエツではお客さま向けに盲導犬訓練センターの施設見学会などを開催。また、1993年から継続実施している「盲導犬育成募金」を通じ、公益財団法人日本盲導犬協会への2018年度までの累計寄付金額は約2億9,400万円となっております。カスミでは、同協会のご協力のもと、盲導犬とふれあう「カスミ盲導犬フレンドクラブ」を定期的に開催しております。



■ 緊急支援募金による被災地域への寄付

2018年の自然災害で甚大な被害を受けた地域の1日も早い
 復旧、復興を願いグループ全社で緊急募金活動を行い、お客さ
 まからお預かりした募金と、各社からの拠出金を合わせて、被災
 地域の自治体へ寄付させていただきました。

「平成30年7月豪雨」では総額6,462,702円を広島県、岡山県、愛媛県の自治体へ、「平成30年台風21号」および「平成30年北海道胆振東部地震」では総額2,136,723円を大阪府、北海道、札幌市の自治体へ寄付させていただきました。



Close up U.S.M.Holdingsグループの食育活動

スーパーマーケットツアー



カスミは地域のお子さまを店舗に招き、カスミの管理栄養士や食育インストラクターが講師となり、楽しくバランスの良い食生活を学ぶ機会をご提供しています。2018年度は「15,347人」のお子さまにご参加いただきました。



料理&カルチャー教室「いーとぴあ」



マルエツが1991年から運営する料理&カルチャー教室「いーとびあ」の多数ある講座の中でも、運営開始以来続けている子ども料理教室「キッズクッキング」。マルエツの管理栄養士、栄養士が講師を務め、累計約3,000人の小学生が、料理のほかに栄養知識や食卓マナーを学んでいます。



■ 東日本大震災復興支援

カスミでは、2011年より陸前高田市への支援活動を継続しております。復興支援カレンダー「明日暦」による全社のチャリティー活動も今年で8年目となり、集められた募金を陸前高田市立小中学校復興基金に寄贈。8年間の累計寄贈金額は約1億2,050万円となりました。また2012年より継続している「陸前高田七夕まつり体験学習」では、毎年8月7日に行われる七夕まつりに合わせ、出店エリアの小学生たちとカスミ新入社員が2泊3日で現地を訪問。七夕まつりの準備を手伝い、参加することで、現地の人と交流を深め、人と人との絆の大切さを学びます。



■ 幸せの黄色いレシート

マックスバリュ関東の各店では、イオン「幸せの黄色いレシート」の取り組みを継続し、毎年、「3月9日～11日」の3日間に、東日本大震災の被災地の子どもたちを応援する「黄色いレシートキャンペーン」を実施しています。お買い物を通してお寄せいただいたお客さまの想いを届けます。



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスについて

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

- (1) 事業会社の自主・自律性を尊重し、共通する理念である「お客さま第一」「地域社会への貢献」に基づき、設立時に制定した基本理念、ビジョン、ミッション(使命)を基本とする。
- (2) 株主をはじめとするステークホルダーとの適切な協働を実現するため、意思決定の透明性及び公正性を確保する。
- (3) 中長期的視点で適切な協働ができる株主、特に日々のお買物を通じてご意見いただけるお客さま株主をはじめとするステークホルダーを重要なパートナーと位置づけ、建設的な対話ができる環境を整備し、経営に活かせる体制を構築する。
- (4) (1)~(3)を前提とし、経営の意思決定過程の合理性を確保することにより、健全な企業家精神を発揮し、会社の迅速・果断な意思決定を実現することにより、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図る。

取締役会

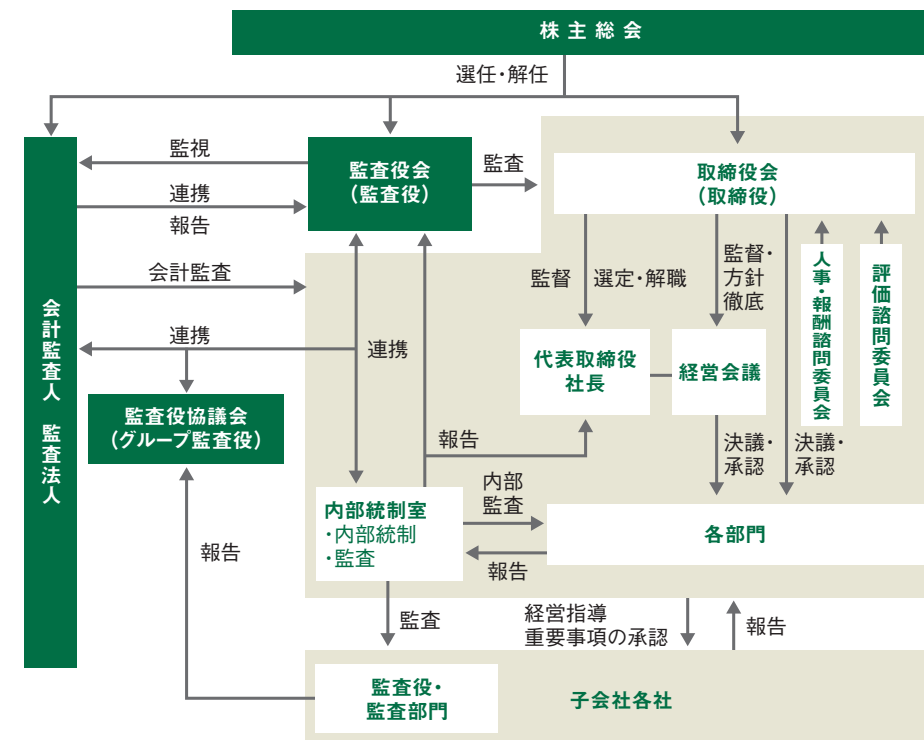
取締役会は取締役9名(うち社外取締役3名)で構成され、監査役5名も出席しております。取締役会は、原則として毎月1回開催しており、必要に応じて臨時取締役会を開催します。取締役会において各取締役は、法定の決議事項及び取締役会規程に定める付議事項を審議・決議し、法令遵守と適切なリスク管理の下で取締役の業務の執行状況について監督を行っております。また、当社は純粋持株会社として、事業会社における重要な決議事項の当社への報告を定め、事業会社の適正な業務執行を統治しております。

監査役会

監査役会は、監査役5名(うち社外監査役3名)で構成され、原則として毎月1回開催しており、必要に応じて臨時監査役会を開催します。監査役会において各監査役は、監査に関する重要な事項について報告を受け協議し、決議を行います。各監査役は、監査役会が定めた監査の方針、業務分担等に従い、取締役の職務執行の適法性、財産の状況等の監査を行っています。また、事業会社の監査役及び内部監査部門との連携を図ることを目的に「グループ監査役連絡協議会」を開催し、実効性の高い監査に努めており、統治機能及び内部監査機能の強化を図っております。

(2019年5月24日現在)

コーポレート・ガバナンス体制の模式図



取締役・監査役（2019年5月24日現在）

代表取締役社長	藤 田 元 宏
代表取締役副社長	手 塚 大 輔
代表取締役副社長	古 瀬 良 多
取締役	石 井 俊 樹
取締役	川 田 猛 敏
取締役相談役 (非常勤)	岡 田 元 也
社外取締役 (非常勤)	寺 川 彰
独立社外取締役 (非常勤)	鳥 飼 重 和
独立社外取締役 (非常勤)	牧 野 直 子
常勤監査役	水 橋 達 夫
常勤監査役	代々城 忠 義
社外監査役 (非常勤)	井 原 孝 一
社外監査役 (非常勤)	神 山 茂
独立社外監査役 (非常勤)	岡 本 忍

連結財務諸表 (2019年2月28日終了の事業年度)

Consolidated Financial Statements

連結貸借対照表

科 目	2018年 2月期	2019年 2月期
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	25,709	26,239
受取手形及び売掛金	389	414
たな卸資産	16,964	17,072
未収入金	18,198	18,886
繰延税金資産	2,469	1,842
その他	3,337	2,972
貸倒引当金	△124	△123
流動資産合計	66,945	67,305
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	64,956	64,671
土地	43,811	44,828
その他(純額)	20,726	19,816
有形固定資産合計	129,494	129,317
無形固定資産		
のれん	13,843	13,023
その他	2,711	3,224
無形固定資産合計	16,554	16,248
投資その他の資産		
投資有価証券	6,804	2,856
繰延税金資産	8,554	9,134
退職給付に係る資産	218	207
差入保証金	32,159	32,174
その他	1,616	1,295
貸倒引当金	△299	△71
投資その他の資産合計	49,053	45,595
固定資産合計	195,102	191,161
資産合計	262,047	258,466

(単位：百万円)

科 目	2018年 2月期	2019年 2月期
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	47,443	47,283
短期借入金	5,000	4,000
1年内返済予定の長期借入金	3,400	7,100
未払法人税等	2,150	822
賞与引当金	1,997	2,052
関係会社事業整理損失引当金	1,373	—
店舗閉鎖損失引当金	239	44
株主優待引当金	278	274
その他	21,040	20,202
流動負債合計	82,922	81,779
固定負債		
長期借入金	24,500	19,400
繰延税金負債	150	150
転貸損失引当金	99	55
退職給付に係る負債	1,039	1,058
資産除去債務	5,485	5,717
その他	8,310	7,978
固定負債合計	39,585	34,359
負債合計	122,507	116,139
純資産の部		
株主資本		
資本金	10,000	10,000
資本剰余金	104,320	104,321
利益剰余金	27,590	30,846
自己株式	△3,751	△3,745
株主資本合計	138,159	141,423
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	△54	△184
為替換算調整勘定	238	207
退職給付に係る調整累計額	774	388
その他の包括利益累計額合計	958	411
新株予約権	52	111
非支配株主持分	369	379
純資産合計	139,539	142,326
負債純資産合計	262,047	258,466

連結損益計算書

(単位：百万円)

科 目	2018年 2月期	2019年 2月期
売上高	677,557	679,276
売上原価	485,287	484,601
売上総利益	192,269	194,674
営業収入	14,691	15,047
営業総利益	206,961	209,721
販売費及び一般管理費	192,892	197,910
営業利益	14,068	11,811
営業外収益	521	605
営業外費用	402	163
経常利益	14,188	12,253
特別利益	—	1,591
特別損失	6,255	5,667
税金等調整前当期純利益	7,932	8,177
法人税、住民税及び事業税	4,689	2,537
法人税等調整額	△4,203	307
法人税等合計	485	2,845
当期純利益	7,446	5,331
非支配株主に帰属する当期純利益又は 非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△5	23
親会社株主に帰属する当期純利益	7,452	5,308

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

科 目	2018年 2月期	2019年 2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	21,060	18,309
投資活動によるキャッシュ・フロー	△16,238	△13,153
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,270	△4,561
現金及び現金同等物に係る換算差額	△13	△63
現金及び現金同等物の増減額	538	530
現金及び現金同等物の期首残高	25,169	25,708
現金及び現金同等物の期末残高	25,708	26,238

株式情報 (2019年2月28日現在)

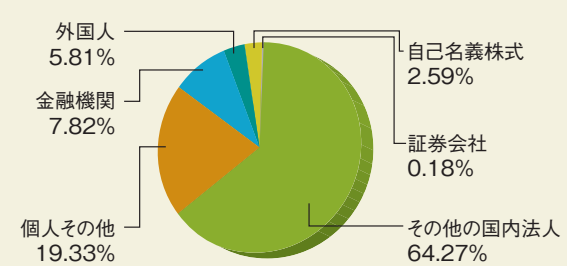
Stock Information

株式の状況	
発行可能株式総数	500,000,000株
発行済株式の総数	131,681,356株
株主数	68,346名

大株主		
株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
イオンマーケットインベストメント株式会社	67,159	52.35
U.S.M.Hグループ取引先持株会	2,954	2.30
公益財団法人神林留学生奨学会	2,300	1.79
イオン株式会社	1,629	1.27
株式会社日本アクセス	1,500	1.16
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,385	1.07
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9）	1,151	0.89
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口5）	1,133	0.88
国分グループ本社株式会社	1,099	0.85
三菱食品株式会社	1,080	0.84

(注) 持株比率は自己株式(3,409,768株)を控除して計算しております。

所有者別株式分布状況



会社概要 (2019年2月28日現在)

Corporate Data

概 要		
設 立		2015年3月
資 本 金		100億円
事 業 内 容	スーパーマーケット事業の管理	
本 社	東京都千代田区神田相生町 1 番地	

グループ会社

株式会社マルエツ

事業内容

食料品、家庭用品、衣料品等の小売販売を行うスーパーマーケット事業

本社：東京都豊島区東池袋5-51-12

株式会社カスミ

事業内容

食料品、家庭用品、衣料品等の小売販売を行うスーパーマーケット事業

本社：茨城県つくば市西大橋599-1

マックスバリュ関東株式会社

事業内容

食料品、家庭用品、衣料品等の小売販売を行うスーパーマーケット事業

本社：東京都江東区亀戸5-30-3

WEBサイトのご案内

当社の最新ニュースや事業紹介に加え、IR情報や財務情報など、投資家の皆さまに当社をご理解いただけるよう、さまざまなコンテンツを掲載しております。

<https://www.usmh.co.jp/>

ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス



eatimeサイト

<https://www.usmh.co.jp/eatime/>

eatime



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
United Super Markets Holdings Inc.

証券コード:3222

〒101-0029 東京都千代田区神田相生町1番地

TEL : 03-3526-4761

URL : <https://www.usmh.co.jp/>

