

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

2020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。



2019年10月9日

■ 決算概要(U.S.M.H連結)

U.S.M.Holdings

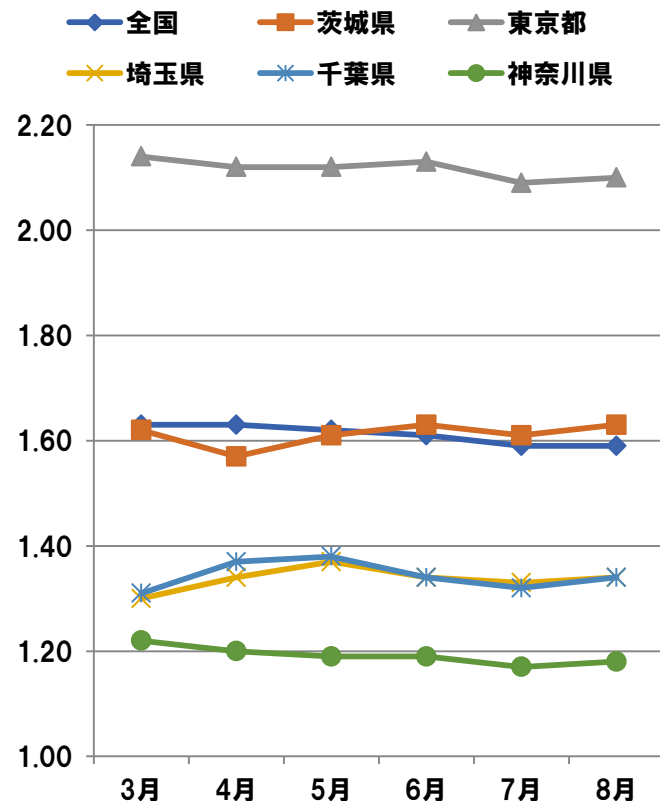
(単位:百万円、%)	2019年2月期 (2018年度) 第2四半期		2020年2月期 (2019年度) 第2四半期			
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	前期差
営 業 収 益	348,700	102.2	344,314	102.2	98.7	▲4,385
売 上 高	341,140	100.0	336,806	100.0	98.7	▲4,333
売 上 総 利 益	97,230	28.5	95,560	28.4	98.3	▲1,669
営 業 総 利 益	104,790	30.7	103,068	30.6	98.4	▲1,721
販 管 費	99,180	29.1	100,345	29.8	101.2	1,165
営 業 利 益	5,610	1.6	2,723	0.8	48.5	▲2,886
経 常 利 益	5,849	1.7	2,786	0.8	47.6	▲3,062
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,323	1.0	434	0.1	13.1	▲2,888

■ 事業会社別決算概要（単体）

U.S.M.Holdings

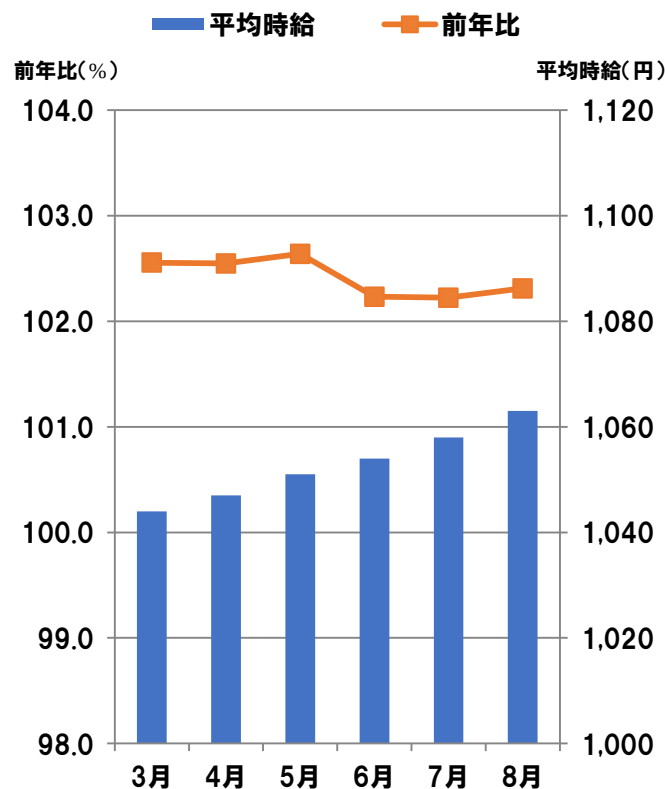
(単位:百万円、%)									
	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比
営業収益	186,351	102.0	99.1	134,364	103.1	98.3	21,760	101.2	99.2
売上高	182,708	100.0	99.1	130,380	100.0	98.3	21,494	100.0	99.2
売上総利益	51,022	27.9	98.4	34,311	26.3	97.8	5,448	25.4	99.0
営業総利益	54,665	29.9	98.5	38,295	29.4	97.9	5,713	26.6	99.0
販管費	52,813	28.9	101.4	37,329	28.6	101.3	5,674	26.4	99.1
営業利益	1,852	1.0	54.8	965	0.7	42.6	39	0.2	84.1
経常利益	2,895	1.6	85.5	1,073	0.8	44.8	35	0.2	78.5
四半期純利益	1,545	0.8	77.1	267	0.2	12.7	23	0.1	57.7

有効求人倍率の推移



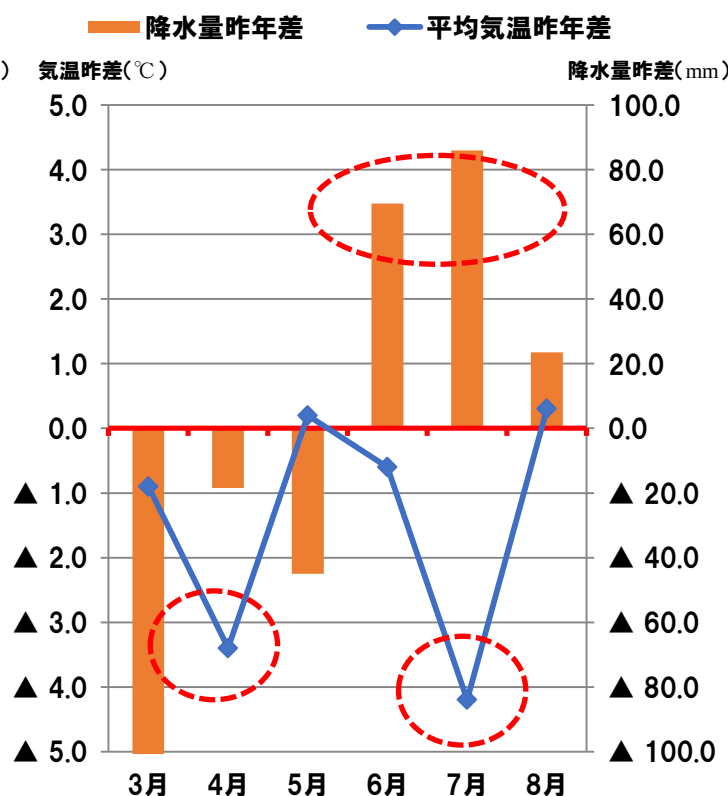
※出典：厚生労働省「一般職業紹介状況」

パート採用時給の推移



※出典：(株)リクルート・ジョブズ「アルバイト・パート募集時平均時給調査」

平均気温・降水量昨年差



※出典：気象庁「過去気象データ」

人手不足慢性化

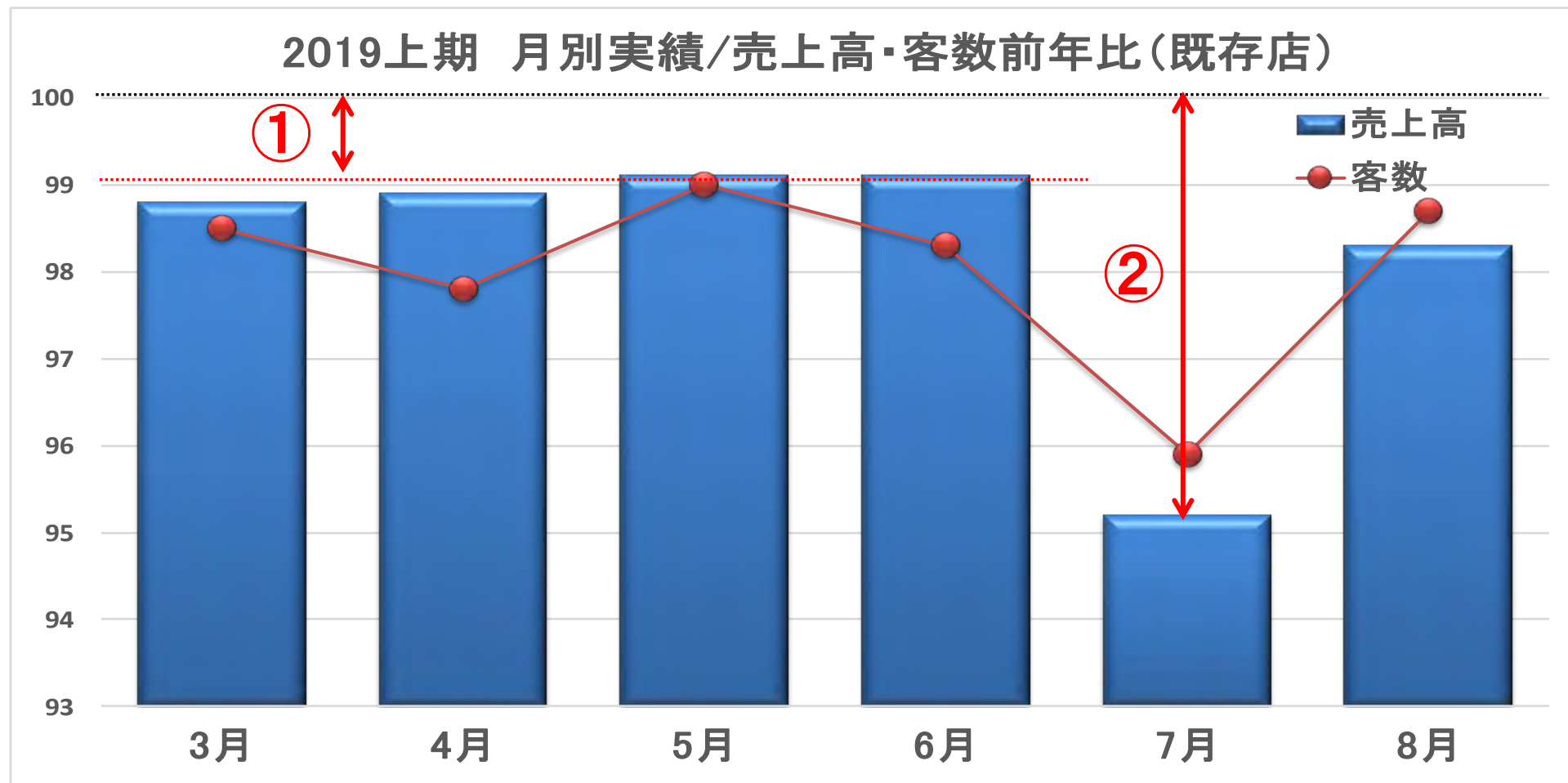
⇒物流費、商品原価高騰

時給の継続的上昇

⇒店舗運営コストアップ

7月度天候不良

⇒売上・客数に影響大

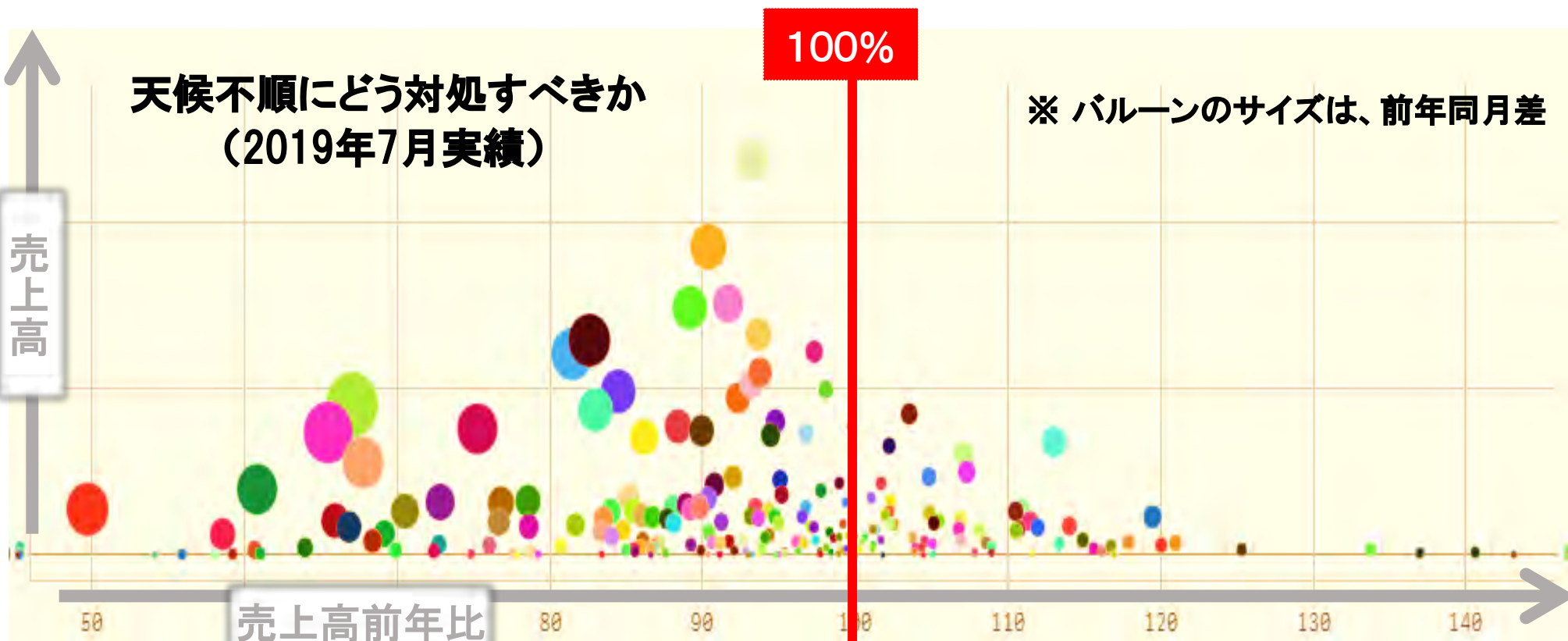


①既存店売上高が前年を1%下回る

- ・SM、DSの出店によりドミナント内の競争激化
- ・エリア戦術の見直し(局地個店から包囲戦)

②7月の異常気象が全体を0.7%押し下げる

- ・提供商品、季節商品の変更に遅れをとる
- ・動的なデータ活用の重要性が増す



・スポーツドリンク
・アイスクリーム
・ビール、リキュール類

・乾麺
・豆腐

MD
シフト

・ココアドリンク
・菓子パン
・インスタントシチュー、味噌汁、吸物

・紅茶
・チョコレート

競争店出店数	SM	DS	TL	USMH 売上構成比
埼玉県	15	5	20	19.0%
千葉県	6	7	13	22.0%
神奈川県	7	8	15	12.0%
東京都	18	10	28	23.0%
茨城県	3	1	4	22.0%
TL	49	31	80	

※当社が集計対象とした期間・会社の合計

<個店>

- ・活性化投資
- ・人的サービス強化

<エリア>

- ・囲い込みプロモーション
- ・カードインセンティブ
- ・共同プロモーション

3社共通施策：価格政策の推進



3社共通施策：デリカ強化

競争店出店数	SM	DS	TL	USMH 売上構成比
埼玉県	15	5	20	19.0%
千葉県	6	7	13	22.0%
神奈川県	7	8	15	12.0%
東京都	18	10	28	23.0%
茨城県	3	1	4	22.0%
TL	49	31	80	

※当社が集計対象とした期間・会社の合計

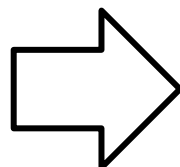
＜個店＞

- ・活性化投資
- ・人的サービス強化

＜エリア＞

- ・囲い込みプロモーション
- ・カードインセンティブ
- ・共同プロモーション

	平均原価昨比
トレー・包材	101.6%
NBカテゴリー	値上 プレッシャー
瓶・缶詰	106%
洋風調味料	103%
紙製品	103%
アイスクリーム	102%
牛乳・乳飲料	102%



商品部門	荒利率前期差		
	第1Q	第2Q	累計
生鮮食品	▲ 0.7	0.2	▲ 0.2
一般食品	▲ 0.2	0.1	▲ 0.1
生活用品	▲ 0.2	▲ 0.6	▲ 0.5
T L	▲ 0.4	0.1	▲ 0.2

トップライン向上に向けた取組み：消費増税後のお買得訴求強化

① チラシが無い日でもお買得(店内販促対象商品の拡大)



共感プライス!

共感この一品!

シーズンセレクト



ターゲットプライス

毎日 超 いい値!

毎日 いい値!

② キャッシュレスで、さらにお得! (カード販促の強化)



競争店出店数	SM	DS	TL	USMH 売上構成比
埼玉県	15	5	20	19.0%
千葉県	6	7	13	22.0%
神奈川県	7	8	15	12.0%
東京都	18	10	28	23.0%
茨城県	3	1	4	22.0%
TL	49	31	80	

※当社が集計対象とした期間・会社の合計

＜個店＞

- ・活性化投資
- ・人的サービス強化

＜エリア＞

- ・囲い込みプロモーション
- ・カードインセンティブ
- ・共同プロモーション

— 2019下期 —

33億円

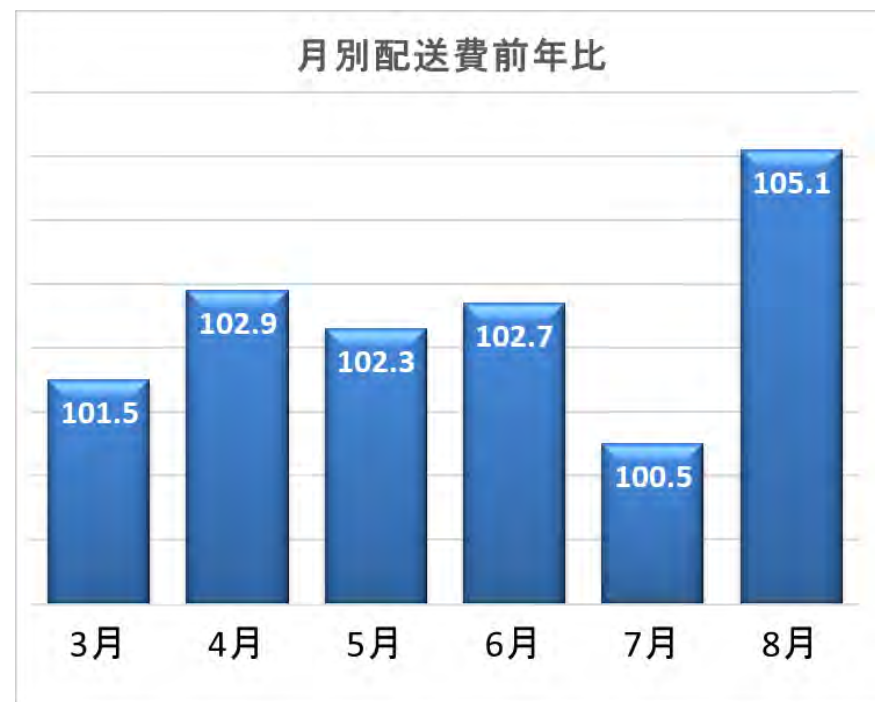
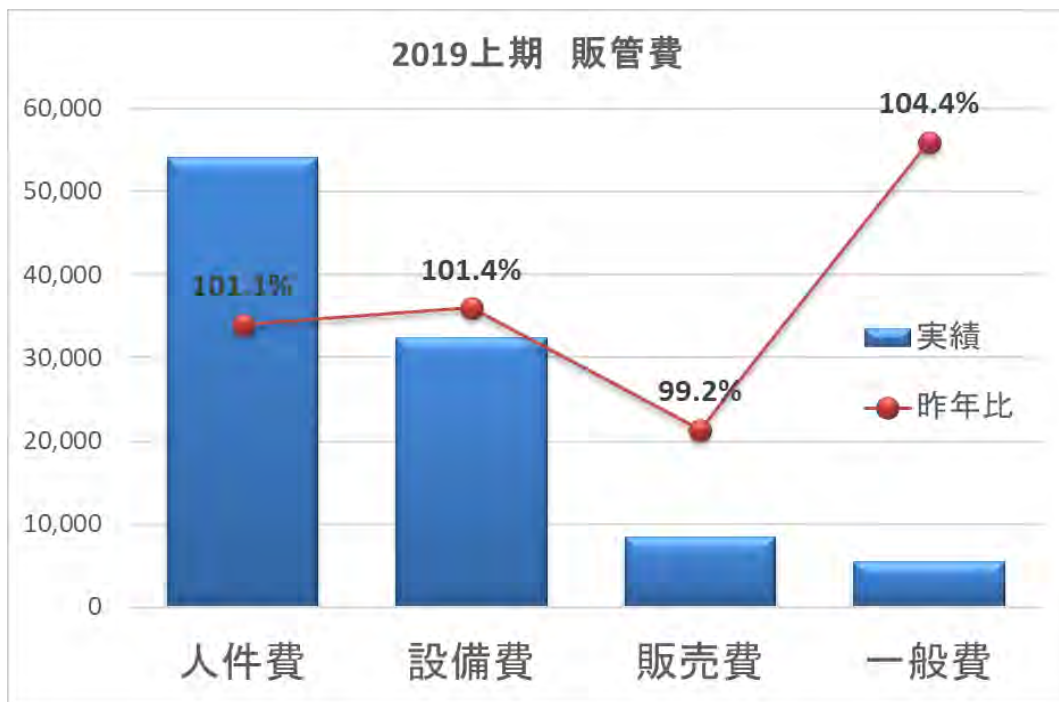
仕入統合効果

共同調達等シナジー

事業会社別MD取組み

- ・品揃え
- ・値入改善
- ・商流変更 他

商品部門	荒利率前期差		
	第1 Q	第2 Q	累計
生鮮食品	▲ 0.7	0.2	▲ 0.2
一般食品	▲ 0.2	0.1	▲ 0.1
生活用品	▲ 0.2	▲ 0.6	▲ 0.5
T L	▲ 0.4	0.1	▲ 0.2



人件費内訳	前年比
総労働時間	98.6
人件費単価	102.3

電気代内訳	前年比
電気使用量	98.9
KW当り単価	104.0

改善や削減 ⇒ 抜本的なコスト構造の変革へ

コスト構造の変革に着手

緊急度・重要度

経費科目	経費予算額
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥
××××	¥¥¥

例外なく、すべての科目を

<着想>

- ・ 従来と異なる方法はないか？
- ・ 新たな技術はないか？

例外なく、すべての科目を

<着想>

- ・ 止めるとどうなるか？
- ・ 止めるにはどうするか？

— 2019下期 —

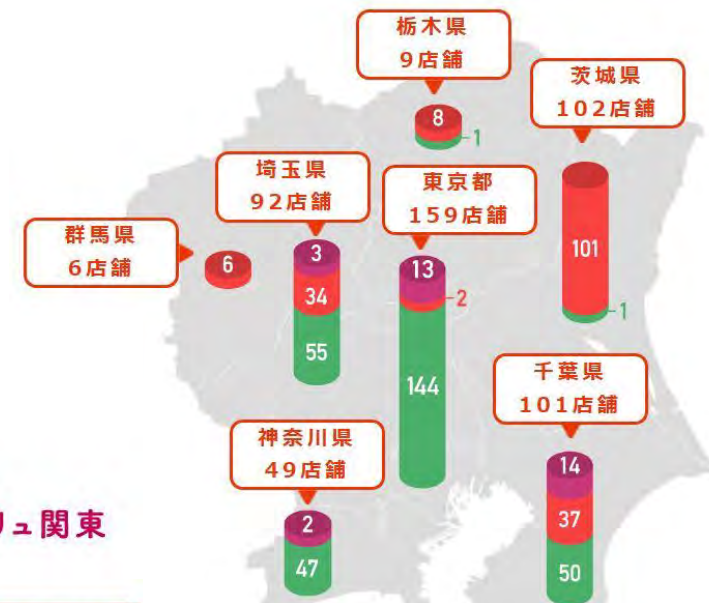
▲19億円



マルエツ

カスミ

マックスバリュ 関東



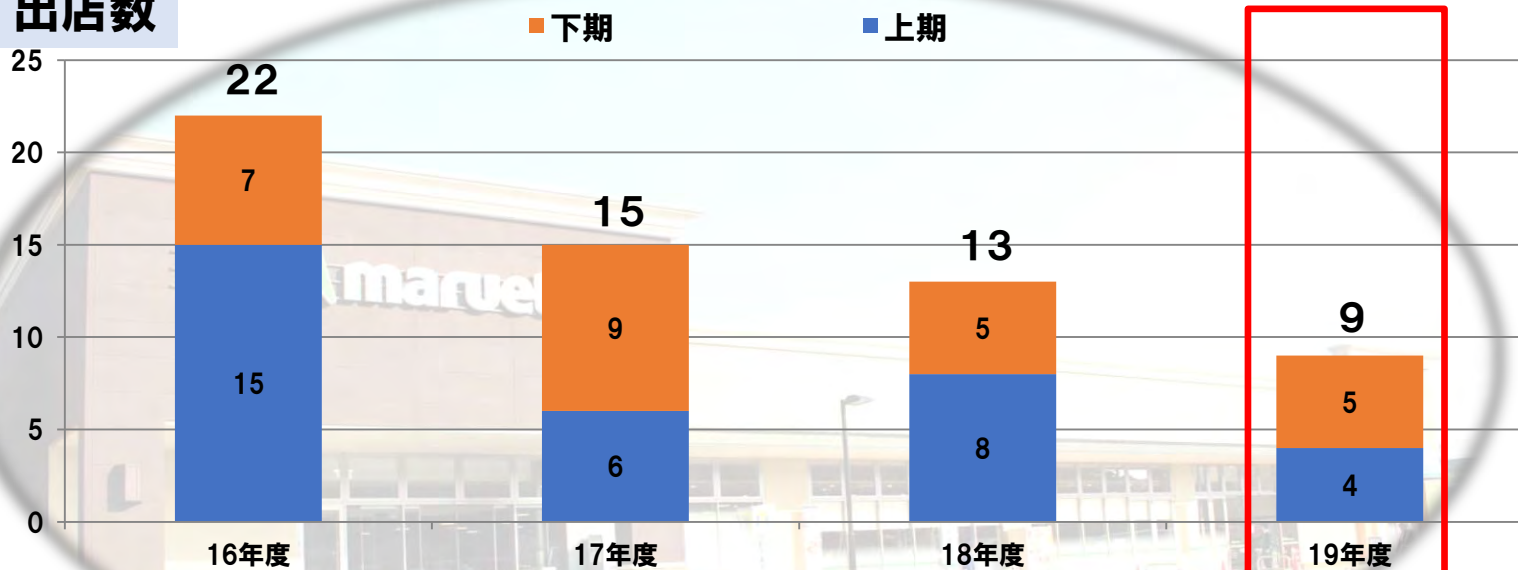
グループ合計: 518店舗

※2019年8月末時点

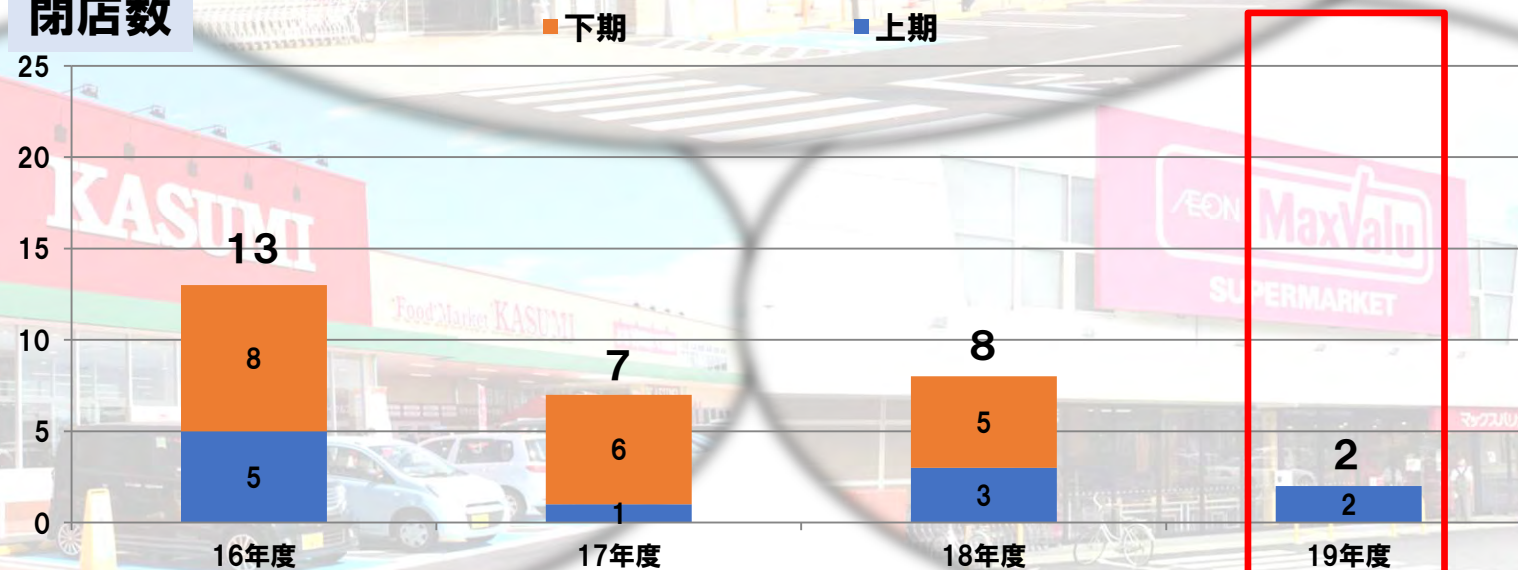
■ 下期の取組み／出店店舗計画

U.S.M.Holdings

出店数



閉店数



	取組み施策	インパクト
売上高	○消費増税後の需要喚起 ・店内販促対象商品の拡大 ・カード販促の強化(ポイントn倍、n%引き) ・プレミアム付商品券の利用受入れ ・その他既存販促の強化 等	<u>45億円</u>
荒利益	○原価低減による値入改善 ○生鮮を中心とした、値下げ・廃棄ロスの削減 ○仕入統合、共同調達の拡大による仕入条件改善 ○PB、留型商品の開発推進 等	<u>33億円</u>
販管費	○業務改革による、店舗人件費 ○機能の統廃合、業務効率化により本社のスリム化 ○その他全経費の、ゼロベースでの見直し、構造改革	<u>▲19億円</u>

①数多くのデジタルデバイスが生活の一部になった

- ・われわれのビジネスにおける顧客体験(CX)を考えると、こうした状態を抜きに考えることは出来ない

- ・スマートPOS
- ・リアルタイムインベントリー
- ・店内位置情報

②コスト構造の激変

- ・あらゆるコストが上昇する環境のなかで、デジタル技術の活用抜きに出口は見出せない

- ・RPA、ワークフロー
- ・作業ロボット、AGV
- ・ビーコン、カメラ、3DPR

③多様化する個の時代

- ・パーソナルニーズに対応することがビジネスの中核価値 / 今までと異なるデータ解析、アプローチ

- ・デジタルマーケティング
- ・デジタルクーポン
- ・動画、カメラ、GPS

④デジタル化社会

- ・生活、経済のあらゆる分野でデジタル化が進行し、これに遅れをとることは不便を創造する、ネガティブな評価を受け、企業存続の障害となる

- ・キャッシュレス決済
- ・自動運転
- ・無人店舗
- ・音声入力、会話

デジタル化推進 ・ 新たなテクノロジー導入



✓ インショップ

✓ デリバリー

✓ ピックアップ

✓ ロッカー

@インスタ・ショッピング

✓ セルフ・チェックアウト

✓ スマート・チェックアウト



セルフ売店



冷蔵配送ロッカー



✓ スマート・ネットスーパー



@地域・職域内ショッピング

@家庭内ショッピング



単位：百万円

U.S.M.Holdings		営 業 収 益	営 業 利 益	経 常 利 益	親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益
連 結	2020年2月期 業績予想	710,000	12,700	13,000	5,400
	2019年2月期	694,323	11,811	12,253	5,308
	前期比	102.3%	107.5%	106.1%	101.7%

単位：百万円

		営 業 収 益	営 業 利 益	経 常 利 益
 単体	2020年2月期 (予想)	385,000	6,300	6,300
	2019年2月期	374,910	5,754	5,776
 単体	2020年2月期 (予想)	277,200	6,100	6,500
	2019年2月期	271,663	5,998	6,371
 単体	2020年2月期 (予想)	43,900	250	230
	2019年2月期	43,777	207	206

U.S.M.Holdings