

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 2020

2020年2月期 インベスターズガイド



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

U.S.M.Holdings
ユニテッド・スーパーマーケット・ホールディングス 株式会社



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・ロープライスを目指す価格訴求型店舗「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。

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、時代に適応する企業であり続けます

ビジョン

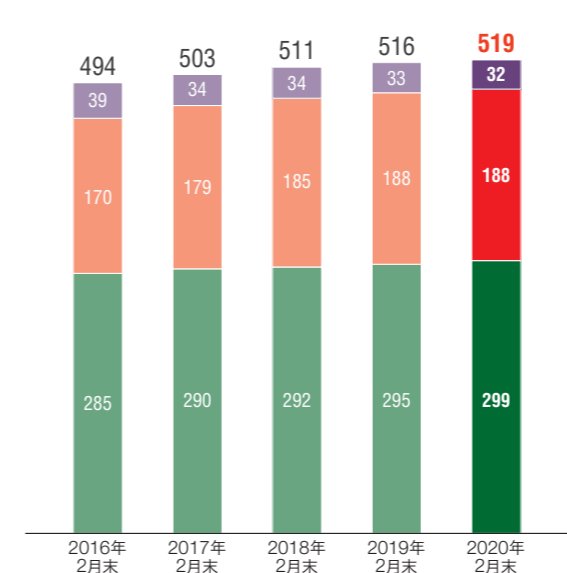
私たちは

- 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、持続的に発展(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

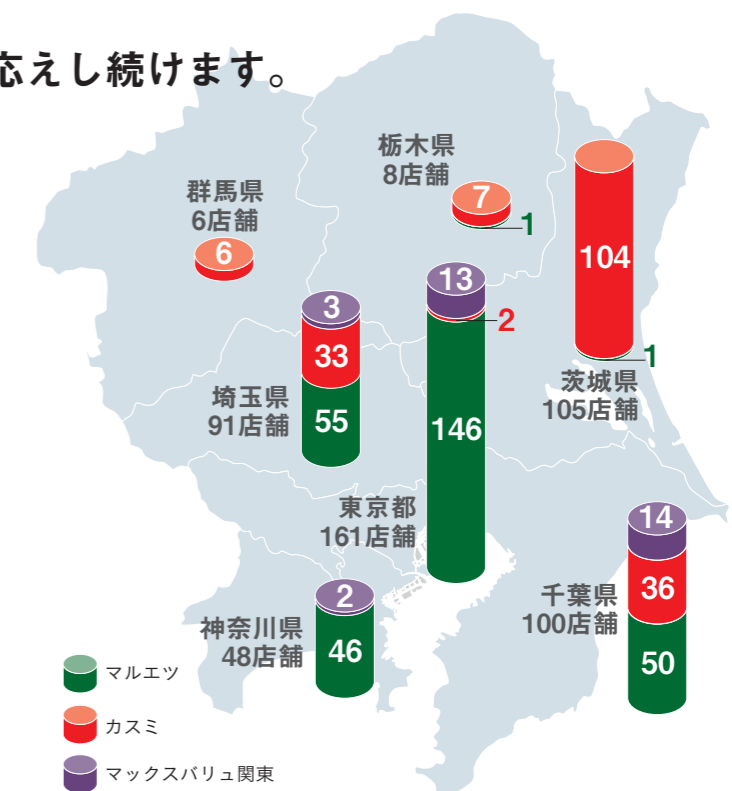
3社の融合を深め、地域のお客さまのニーズにお応えし続けます。

店舗数の推移(グラフ)

■ マルエツ ■ カスミ ■ マックスバリュ関東 (単位:店舗)



※ 中国の2店舗(マルエツ)は含まれておりません。



2020年2月末現在

地域と深く繋がりのある、新しいスーパーマーケットをめざします

当社グループが主たる事業展開をしている首都圏は、日々お客さまの新しいニーズが生まれ進化を続けており、肥沃かつ有望な市場ですが、同時にスーパーマーケット同士の競争にとどまらず、業態を超えた競争がさらに激しさを増しております。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519店舗を展開しております。

お客さまのライフスタイルの変化、デジタル化などの環境変化に対応するために改革を断行し、「デジタルによる新たな顧客体験」や「感動を生む食体験」などお客さまに新しい価値を提供するとともに、地域と深く繋がりのある新しいスーパーマーケットをめざしてまいります。

主な新店・改装店舗のご紹介

マルエツ 江戸川橋店
(2019年6月オープン)



- 所在地: 東京都新宿区
- 売場面積: 370坪

店内加工の「フレッシュサラダ」、鮮度の高い生ネタを使用したお寿司、生鮮素材を使用したお惣菜など、バラエティー豊かな品揃えを展開しています。

フードスクエアカスミ 新利根店
(2020年2月オープン)



- 所在地: 茨城県稲敷市
- 売場面積: 564坪

地域の皆さまのライフラインにお応えする豊かで楽しい食生活を提案し、地域で一番愛されるお店づくりに努めます。

マックスバリュ 野田七光台店
(2019年9月改装オープン)



- 所在地: 千葉県野田市
- 売場面積: 870坪

豊富な素材の選択肢とおいしいお惣菜をご用意し、お客さまとのふれあいを大切にするお店づくりをめざします。

デジタルを基盤とした構造改革を推進し、 「あらゆる人に食を届ける」をめざして 協働と創発をくりかえし、地域社会に 欠かすことのできない存在へ。



― 激化する競争環境の中、 事業会社3社による「融和」から「融合」へと 舵を切り、シナジー効果を創出

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、「事業のインフラ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、さまざまな改革を推進してまいりました。2017年度よりスタートした第1次中期経営計画では、3社が「融合」していくことをめざし、持続的な成長とホールディングスによるシナジー効果の創出を目標に取り組んでまいりました。

当連結会計年度におきましては、自然災害や天候不順、消費税増税による消費マインドの停滞、新型コロナウイルスによる社会不安や経済の低迷など、さまざまな変化が多発したことに加え、業態を超える競争が激化するなど非常に厳しい経営環境となりました。そうした中、ホールディングスによるシナジーの創出については、3社のスケールを活用し、個社では未着手であった領域へと踏

み込んだことで、想定した効果を創出することができました。また、プライベートブランド商品「eatime」の開発を推進して合計91品目としたり、キャッシュレス決済に関するシステム変更や、公式モバイルアプリによるスマートフォン決済の店舗への実装をするなどの取り組みを推進しました。

一方で、お客さまのライフスタイルの変化やデジタル化をはじめ、環境変化のスピードは想定よりも速く、事業会社の持続的な成長に陰りが出始めました。人件費を中心とする販管費が増加し、これまでのローコスト・オペレーションの施策だけではコストの上昇圧力に抗えない状況となりました。また、お客さまの食品購入チャンネルが多様化するという変化が現実のものとなり、これまでのスーパーマーケットというフォーマットについて、さまざまな課題が明確になりました。

― 顕在化した課題を踏まえ、 事業全体を俯瞰した構造改革 第2次中期経営計画で、「4つの改革」を断行 第1次中期経営計画に取り組み中で顕在化した課題を

総括すると、既存のビジネスモデルの改善や修正というレベルでは、今後の成長戦略が描けないことを認識しました。従って第2次中期経営計画では、お客さまへの提供価値、コスト構造などすべてを根幹から再構築し、スーパーマーケットとして再び成長できるビジネスモデルへ作り変える必要があると考えております。当社が再び成長トレンドへと転換を図るために、「コスト改革」「フォーマット改革」「ワークスタイル改革」の3つの構造改革と、これらの改革の基盤となる「デジタル改革」を断行してまいります。

「コスト改革」のテーマは「人財」及び「キャッシュ」の戦略的資源配分であり、最大の課題は、「人財」の戦略的配置だと考えております。オペレーションの思想や仕組みを一から見直し、お客さまに付加価値を創造する「ワークスタイル改革」を進めます。具体的には、お客さまに直接付加価値を提供する仕事を直接コストと位置づけ、それ以外の本部コストや店内作業などの間接コストを抜本的にスリム化いたします。

戦略的投資に関する意思決定の体制を再構築し、新店投資から既存店活性化投資へのシフトチェンジや、収益力の改善、デジタル開発投資など変革領域への投資強化を進めてまいります。

― お客さまのライフスタイルと食への期待が 変化中、4つの価値を提供できる 新フォーマットを創造

人口減少や競争激化などの環境変化にデジタル化の進展が加わり、お客さまのライフスタイルは変化してきています。「人生100年時代」の中でお客さまの「食」への期待は、単にカロリーを摂取する生理的欲求のみならず、ウェルビーイングなどの精神的欲求も同時に充足する方向へと変化しております。この変化に対応するにはわれわれも大きく変わらなければなりません。

いま一度、企業理念に掲げている生活者中心主義に立ち返り、今のお客さまが「食」に求める価値を真摯に追求することが「フォーマット改革」のメインテーマです。検討を重ねてたどり着いためざすべき4つの提供価値は、「感動を生む食体験」として、①突き抜ける鮮度 ②商品との出会い ③エンリッチ、そして④「地域の繋がり」の創出です。

これらはこれまでも掲げてきたものですが、さまざまな変化の中で、これまでのやり方ではこれらを実現することが難しくなりました。実現のためには、外部の方々とコラボレーションするなど、オープンイノベーションの発想や投資配分を変えるなどが必要となります。

また、固定作業の完全自動化や、レジ業務のセルフ化、オンライン・デリバリーの展開など、構造改革を支える基盤をつくる「デジタル改革」を同時に推進してまいります。

― プロジェクト単位のフラットで シンプルな推進体制 地域社会に欠かすことのできない存在へ

これら4つの改革は、さまざまなビジネスプロセスに関連することから、従来の組織では迅速に推進することが困難となりますので、階層をなくしたフラットでシンプルな組織へと変更し、ホールディングスと事業会社が一体となるプロジェクト単位で推進し、オープンな討議とスピーディーなアクションによって成果を創出してまいります。

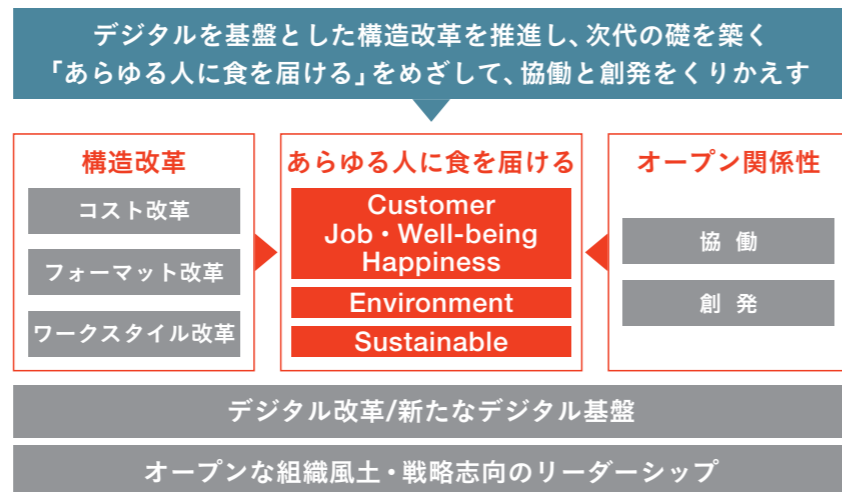
『デジタルを基盤とした構造改革を推進し、次代の礎を築くことを実現するために、「あらゆる人に食を届ける」をめざして、協働と創発をくりかえす』を基本方針とし、地域社会に欠かすことのできない、「あらゆる人に食を届ける」存在へと進化してまいります。

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

第2次中期経営計画 (2020年3月～2023年2月)

変化する「食」のニーズに適合する 高い成長性を持った企業集団への変革

当社グループは、2023年2月期を最終年度とする第2次中期経営計画を発表いたしました。過去3年間に実行した第1次中期経営計画におけるさまざまな取り組みを通じて顕在化した課題を踏まえ、今後の確実な成長に結びつけるための変革を、スピード感をもって実施します。

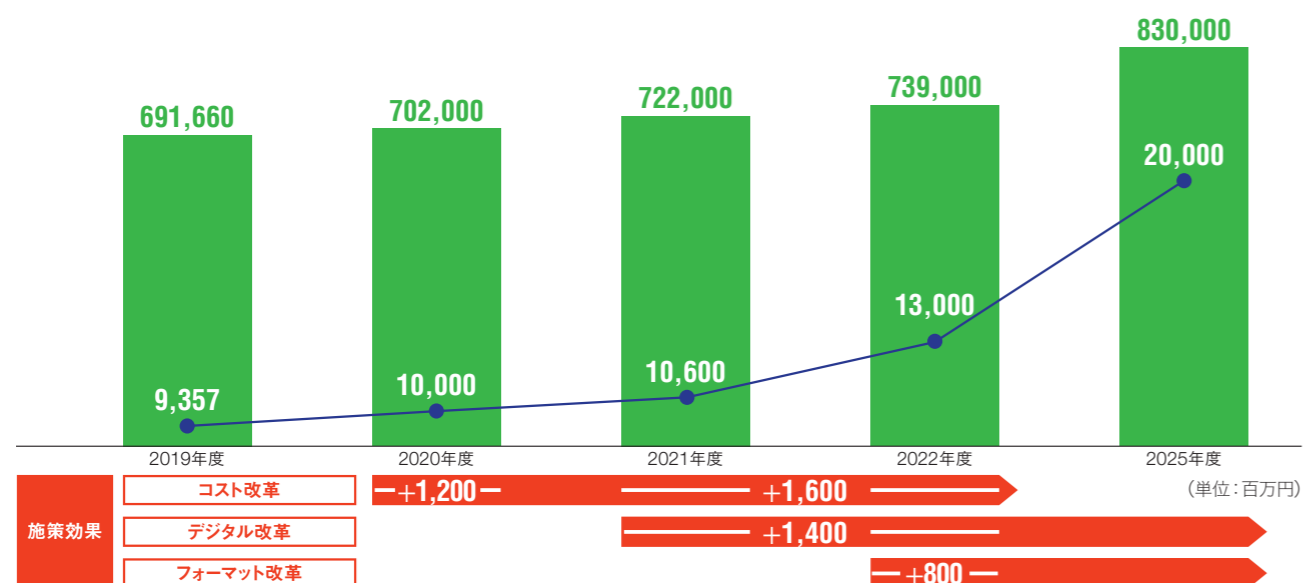


基本方針 デジタルを基盤とした構造改革を推進し、次代の礎を築く「あらゆる人に食を届ける」をめざして、協働と創発をくりかえす

2022年度 (2023年2月期) 数値計画

営業収益 **7,390** 億円 営業利益 **130** 億円 営業利益率 **1.8**%

■ 営業収益 ● 営業利益
(単位:百万円)



4つの改革の柱

1 コスト改革

新たな成長モデルのために、投資とリターンの相関、コストの構造を改革して収益基盤を強固にする

改革の具体的な取り組み

- 直間比率の見直し (本部から店舗へ人員配置、ホールディングスへの機能集約)
- 作業から顧客接点へ (ワークスタイル改革)
- チェックアウトシステムの変革
- デジタルを活用した店舗の固定作業の転換
- 改革領域への投資配分見直し (改造活性化投資、デジタル新規開発投資の増加)

3 ワークスタイル改革

働く人や働き方の変化をとらえ、従来の仕事の進め方や業務システムの構造を改革する

改革の具体的な取り組み

- ワークプレイス: 店舗重視・本部の軽量化、精鋭化
- ワークタイプ: 固定作業の圧縮、顧客接点への傾斜投入

2 フォーマット改革

お客さまの変化をとらえ、既存フォーマット、ビジネスモデルの構造を改革する

改革の具体的な取り組み

- 生活者の理解・共創を基盤に4つの価値を提供し、愛着を持っていただける新フォーマットへの転換
4つの価値: 突き抜ける鮮度、商品との出会い、エンリッチ、地域との繋がり創出
- デジタルによる新たな顧客体験の創造
デジタルチャネル (スマートネットスーパー、オンラインデリバリー、スマートフォン決済等) モデルの確立

4 デジタル改革

新しい働き方に対応するSM基幹システムへの刷新を実施するとともに、デジタルによる新たな顧客体験を創造する

改革の具体的な取り組み

- 新しい働き方に対応したSM基幹システム: 固定作業のデジタル化・自動化・共通化・統合化
- デジタルによる新たな顧客体験の創造: スマートPOS、スマートネットスーパー

改革を推進する体制の強化

- 成長戦略の要となる「投資戦略」をホールディングスで決定
グループの事業全体を俯瞰し、投資の最適化をめざす
- スピーディーな意思決定にむけて、フラット&シンプルな組織に再編成

今後これらの改革を着実に実行し、より多くのお客さまにご利用いただき、地域社会に欠かすことのできない「あらゆる人に食を届ける」存在へと進化をめざしてまいります。

新しいスーパーマーケットのありかたを提案

U.S.M.Holdingsで進むデジタル改革

デジタル化でめざすもの
顧客と従業員双方の満足度を高める

U.S.M.Holdingsは、デジタル改革を通じたさまざまな業務改革に着手しています。少子高齢化の中で、他業界と同様スーパーマーケット業界も人材不足という課題を抱えています。業務のデジタル化によるキャッシュレス決済やセルフレジは、お客さまの利便性向上はもとより、オペレーションの省力化・省人化を進めることで従業員の負荷を軽減することが可能です。従業員は、これまで以上に付加価値の高い接客業務へ就く時間を増やすため、リアル店舗ならではの顧客満足度の向上にも繋がります。

今後は、デジタルサイネージを利用した情報提供やデータマーケティングの強化、固定業務のデジタル活用といった施策により、お客さまが快適にお買い物をお楽しみいただける新しいスーパーマーケットづくりを従業員とともにめざしてまいります。



「U.S.M.H公式モバイルアプリ」スキャン&ゴーが実現するキャッシュレス決済

デジタル化を進めるなか、当社はスマートフォンで商品登録・決済できる「U.S.M.H公式モバイルアプリ」を利用したチェックアウトシステムの導入店舗を拡大しています。本アプリの利用により、お客さまはご自身のスマートフォンで商品登録及び決済を行うことができ、レジに並ぶことなくスムーズなお買い物が可能

となります。

カスミ筑波大学店では、従業員を対象とした先行導入で本システムのユーザビリティや機能の検証及び改善を行い、2019年10月21日よりお客さまのご利用を開始しました。

今後は、カスミの各店舗において本システムの利用環境を順次拡大するとともに、今年度、U.S.M.Holdingsの

グループ各社へ展開することを計画しています。



カスミ筑波大学店 キャッシュレス決済 第1号店



詳細はこちらをご覧ください。

ご来店からお支払いまで



オフィススマートショップ 無人店舗という新しい店舗形態の可能性を追求

2019年10月21日に、カスミ本社1階に開業した「KASUMI LABO」では、モバイルアプリを活用した無人店舗の運営を実験的にを行い、さまざまな角度から利用動向を分析しています。そのノウハウを基に2020年3月には、茨城県庁内にオフィススマートショップを開業しました。同店は、

カスミと茨城県との包括連携協定に基づく新たな取り組み「やさいパス(いばらぎ)」の商品受け渡し場所としても活用されています。

今後は、オフィス内の狭小スペースを利用した無人店舗の拡大に取り組みます。



カスミ本社1階「KASUMI LABO」



事業会社別/単体決算概要 2020年2月期(単体)

営業収益

375,972百万円
(前年比 100.3%)

営業利益

5,320百万円
(前年比 92.5%)

経常利益

6,361百万円
(前年比 110.1%)

当期純利益

2,365百万円
(前年比 89.2%)

営業収益

268,146百万円
(前年比 98.7%)

営業利益

3,903百万円
(前年比 65.1%)

経常利益

4,202百万円
(前年比 66.0%)

当期純利益

912百万円
(前年比 25.9%)

営業収益

43,835百万円
(前年比 100.1%)

営業利益

328百万円
(前年比 158.3%)

経常利益

311百万円
(前年比 151.1%)

当期純利益

206百万円
(前年比 204.6%)

「革新と挑戦」を基本テーマに3つの取り組みを推進しました。「小商圏高占拠率拡大」に向け、接客・クリンネス向上の推進とともに、顧客の求めやすい価格の実現に取り組みました。2019年9月から「WAON一体型マルエツカード」を発行し、入会・利用促進による顧客の利便性向上を図りました。また、「店舗現場力の向上」では、マルエツ プチ全店へ「電子棚札」を導入するとともに省力化什器等の導入を拡大しました。「デリカ強化」への取り組みとしては、惣菜の新商品開発を推進し、定番商品のリニューアルや価格の見直しを行うとともに、ミートやフィッシュの素材を活用した「生鮮デリカ」を累計57店舗へ拡大しました。

地域に密着したベストローカル・スーパーマーケットをめざし、地域に適応した品揃えとサービス構築に向けた諸施策に取り組みました。消費税増税による生活防衛意識の高まりに対しては「家計応援」と題し主力商品をよりお求めやすい価格で提供する生活応援企画を拡充しました。さらに「WAON一体型KASUMIカード」「KASUMI WAONカード」を活用した施策を強化しました。また、従業員が働きやすく働がいのある職場環境づくりをめざし、7月に企業主導型保育園「カスミいいねの森保育園」を開園し、9月に65歳定年制度を導入しました。

「買物する“よろこび”」を創造する一歩をビジョンに掲げ、「新店モデルの確立」「成長投資を加速できる体質への転換」を目的に、①新規出店を想定した大規模活性化の実施②価格戦略強化による「マックスバリュはお得！」の実現③商品による来店動機の創出④効率性を追求するオペレーション改革⑤従業員全員がいきいきと働き成長できる企業への改革に取り組みました。これからは環境の変化に迅速に対応し、お客さまの視点で売場、商品を常に見直し続けることにより便利にお買い物をしていただけるよう変革し続けます。

eatime

THE U.S.M.H QUALITY

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”



当社グループプライベートブランド商品「eatime(イータイム)」は、2017年10月よりマルエツ、カスミ、マックスバリュ関東の全店で販売しています。「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。今後もラインアップの充実を進め、さらに進化してまいります。



さらに美味しく

No.018
水牛モzzarellaとトマトの調和を味わうマルゲリータ

No.019
4種のチーズと はちみつで楽しむ クアトロフォルマッジ

NEW 新しく仲間入りしました

No.093
オリーブの風味香る フォカッチャ

No.089
薫りとコクを楽しむ そのまま食べてもおいしい生食パン

さらに便利に

No.007
ひとかけで 美味しさ深まる オリーブオイル

こだわりの素材、製法、美味しさはそのまま、使いやすいボトルに変更しました。

No.080
素材の味が引き立つ デミグラスソース

No.081
素材の味が引き立つ ホワイトソース

eatimeで楽しむ「おうちビストロ」

鮭ときのこのグラタン



材料 2人分

生鮭(切り身) 2切れ
酒、小麦粉、サラダ油、バター 各適量
たまねぎ(薄切り) 1/2個

[A]ぶなしめじ(小房に分ける) 50g
エリンギ(半分の長さに切り、薄切り) 2本

[B]eatime No.081 ホワイトソース ... 1缶(290g)
牛乳 100ml
ブロッコリー(小房に分け、かために塩ゆで) ... 適量
塩、こしょう、オリーブオイル、ピザ用チーズ ... 各適量

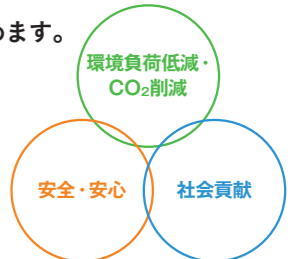
作り方

- 生鮭は1切れを3等分に切り、酒をふって約5分おき、水気をペーパータオルでふき取って全体に薄く小麦粉をまぶす。
- フライパンを熱してサラダ油を入れ、①を並べ入れて両面を香ばしく焼き、火が通ったら取り出す。
- 鍋を弱火で熱してバターを溶かし、たまねぎを入れて炒め、しんなりしてきたらAを加えて炒め合わせ、Bを加えて煮込み、塩、こしょうをして味をととのえる。
- 耐熱容器の内側にオリーブオイルを薄く塗り、②とブロッコリーを並べて③を流し入れ、全体にピザ用チーズを散らしてオーブントースターに入れ、表面に焼き色がつくまで焼く。

U.S.M.Holdingsの環境基本方針

ユニテッド・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。

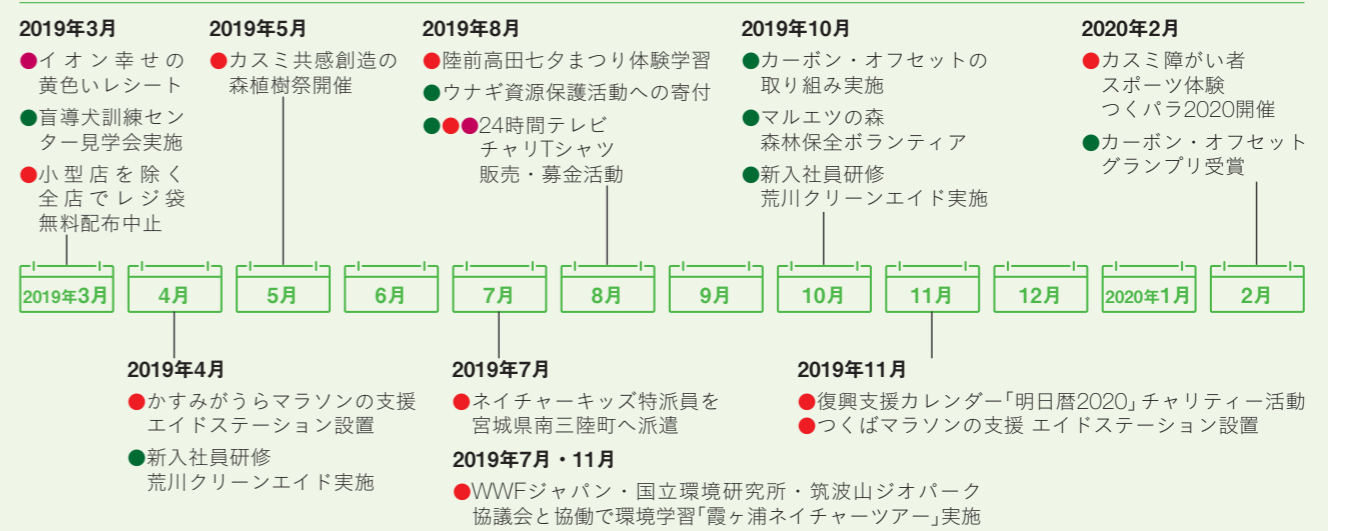
1. 事業活動を通じて、省資源、省エネルギーに積極的に取り組みます。
2. 環境に配慮した商品、資材の開発と普及に努めます。
3. 廃棄物の減量化とリデュース・リユース・リサイクルを推進します。
4. 地域における環境保全活動に貢献し、地域との調和に努めます。
5. この方針を従業員に周知徹底し、従業員一人ひとりの環境保全に対する心を育み、全社的なレベル、全従業員参加の取り組みとします。
6. この方針は社内外に公表し、積極的な情報提供に努めます。



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活動を通じ地域社会、ステークホルダーに貢献します。

2019年度(2019年3月~2020年2月)の主要な取り組み



年間を通じた継続的な取り組み

- マルエツ ●カスミ ●マックスバリュ関東
- 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%相当額を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%相当額を社会福祉協議会へ寄付
- 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
- 「廃棄物計量管理システム」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
- 「ISO14001」の取り組み推進
- 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
●「クッキングスタジオ」料理教室
●ヘルスサポート 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の受け入れ
●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

プラスチック削減の取り組み

U.S.M.Holdings各社で「レジ袋無料配布中止の取り組み」を展開

2019年3月、カスミでは埼玉県、千葉県、群馬県、東京都の全店舗でレジ袋無料配布中止の取り組みを実施しました。(一部小型店を除く)

また2020年3月1日よりマックスバリュ関東全店で、4月1日よりマルエツ、マルエツプチ、リンコス、魚悦の全店で無料配布中止の取り組みをスタートしました。

マルエツでは、これまでお買い物袋持参運動に協力していただくため、レジ袋を辞退されたお客さまにエコポイントを進呈しておりましたが、無料配布中止により本来の目的のお買い物袋のご持参が推進されるため、中止と同時にエコポイントを終了しました。また、カスミでも2020年6月末をもちまして、小型店でのレジ袋無料配布中止並びに、レジ袋ご辞退時に各店で押印していたエコスタンプカードを終了しました。

U.S.M.Holdingsグループでは、すべての店舗でレジ袋無料配布中止となりましたが、今後もさらなるプラスチック削減の取り組みを進めてまいります。



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。2019年度は、地域の皆さまと従業員が、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ごみ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に植栽や下草刈りを行い、森林保全活動に取り組んでいます。



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。



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(株)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2019年度までの累計寄付額は約3億740万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

2019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。

「令和元年台風15号」では総額2,335,989円を千葉県の自治体へ、「令和元年台風19号等」では総額3,585,988円を茨城県、栃木県、埼玉県、神奈川県、岩手県、宮城県、福島県、長野県、静岡県の9県の自治体へ寄付させていただきました。

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9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などに寄贈。9年間の累計寄贈金額は1億3,343万円となりました。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お届けします。



U.S.M.Holdings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。2019年度は「18,010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「いーとぴあ」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3,100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。





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

- 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。
- 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。
- 中長期的視点で適切な協働ができる株主、特に日々のお買い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。
- (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・果敢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。

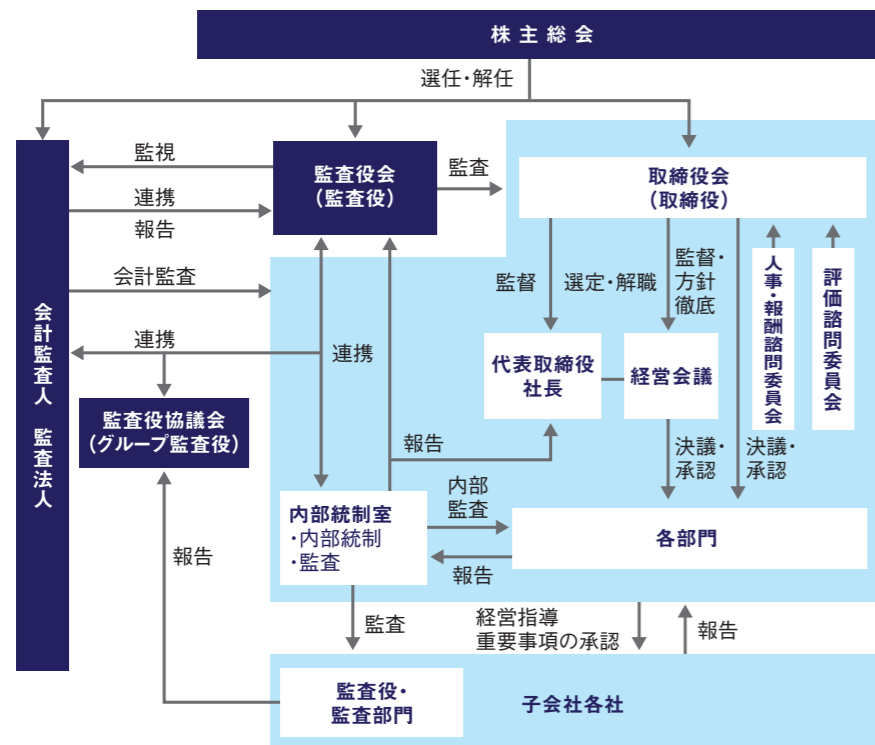
取締役会

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。(2020年5月20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 (2020年5月20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	山本 慎一郎
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	代々城 忠 義
常勤監査役	坂本 雅 視
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 (2020年2月29日終了の事業年度) Consolidated Financial Statements

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科 目	2019年 2月期	2020年 2月期
資産の部		
流動資産		
流動資産合計	65,462	66,659
固定資産		
有形固定資産	129,317	130,201
無形固定資産	16,248	16,147
投資その他の資産	47,288	48,470
固定資産合計	192,853	194,819
資産合計	258,315	261,478
負債の部		
流動負債		
流動負債合計	81,779	83,581
固定負債		
固定負債合計	34,209	36,202
負債合計	115,988	119,783
純資産の部		
株主資本		
株主資本合計	141,423	141,012
その他の包括利益累計額		
その他の包括利益累計額合計	411	123
新株予約権	111	161
非支配株主持分	379	398
純資産合計	142,326	141,695
負債純資産合計	258,315	261,478

連結損益計算書

(単位:百万円)

科 目	2019年 2月期	2020年 2月期
売上高	679,276	676,336
売上原価	484,601	482,585
売上総利益	194,674	193,750
営業収入	15,047	15,324
営業総利益	209,721	209,075
販売費及び一般管理費	197,910	199,717
営業利益	11,811	9,357
営業外収益	605	556
営業外費用	163	286
経常利益	12,253	9,627
特別利益	1,591	475
特別損失	5,667	6,049
税金等調整前当期純利益	8,177	4,052
法人税、住民税及び事業税	2,537	3,193
法人税等合計	2,845	2,392
当期純利益	5,331	1,660
親会社株主に帰属する当期純利益	5,308	1,636

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

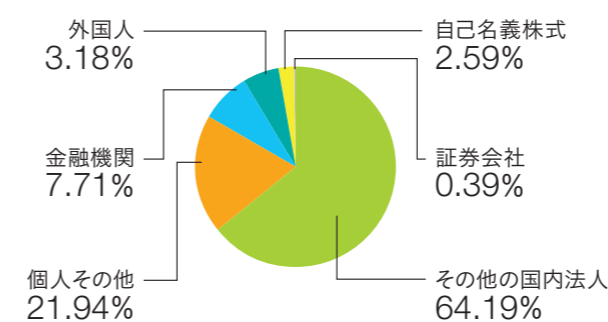
科 目	2019年 2月期	2020年 2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	18,309	16,290
投資活動によるキャッシュ・フロー	△13,153	△18,476
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,561	△4,007
現金及び現金同等物に係る換算差額	△63	△26
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	530	△6,220
現金及び現金同等物の期首残高	25,708	26,238
現金及び現金同等物の期末残高	26,238	20,018

株式情報 (2020年2月29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	83,910名

所有者別株式分布状況



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	3,014	2.35
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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,614	1.25
株式会社日本アクセス	1,505	1.17
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	1,157	0.90
国分グループ本社株式会社	1,099	0.85
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	1,088	0.84
三菱食品株式会社	1,082	0.84

(注) 持株比率は自己株式(3,414,818株)を控除して計算しております。

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

本社：東京都豊島区東池袋5-51-12

● 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

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

株式会社カスミ

本社：茨城県つくば市西大橋599-1

● 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

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

マックスバリュ関東株式会社

本社：東京都江東区亀戸5-30-3

● 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

 <https://www.mv-kanto.co.jp/>

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。

● ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス



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

● eatime サイト



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

