

2022年2月期第2四半期決算

21年10月5日

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。



■ 2022年2月期第2四半期 U.S.M.H連結決算概要

(単位:百万円、%)	実績	売上比	前期比	前期差
営業収益	360,592	102.2	96.4	▲ 13,300
売上高	353,001	100.0	96.4	▲ 13,310
売上総利益	100,445	28.5	95.8	▲ 4,395
営業総利益	108,035	30.6	96.1	▲ 4,385
販管費	102,772	29.1	101.6	1,652
営業利益	5,262	1.5	46.6	▲ 6,037
経常利益	5,405	1.5	47.1	▲ 6,080
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,898	0.8	41.8	▲ 4,043

■ 2022年2月期第2四半期 事業会社別単体決算概要

(単位:百万円、%)									
	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比	実績	売上比	前期比
営業収益	194,745	101.9	96.2	141,101	102.9	97.1	22,729	101.1	94.1
売上高	191,092	100.0	96.2	137,166	100.0	97.0	22,474	100.0	94.1
売上総利益	53,411	28.0	95.4	36,559	26.7	96.6	5,840	26.0	93.3
営業総利益	57,064	29.9	95.6	40,493	29.5	96.8	6,096	27.1	93.4
販管費	54,363	28.4	100.8	38,164	27.8	102.5	5,797	25.8	103.1
営業利益	2,700	1.4	47.1	2,329	1.7	50.7	299	1.3	33.2
経常利益	3,285	1.7	57.2	2,469	1.8	52.3	288	1.3	32.2
四半期純利益	2,114	1.1	62.6	1,490	1.1	50.6	185	0.8	26.1

■ 上半期投資実績(新店・活性化)

2021年度上半期・新店	開店日	売場面積
マルエツプチ本駒込二丁目店	3月19日	238㎡
FMカスミ三郷駅前店	3月1日	725㎡
FSカスミ友部店	7月30日	2,370㎡

下期予定 5店舗

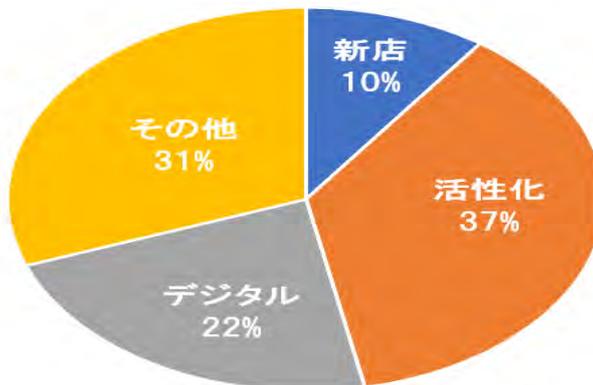
2021年度上半期・大型活性化	
マルエツ	11店舗
カスミ	6店舗
マックスバリュ関東	2店舗
計	19店舗

2021年度
上半期
営業CF

11,188
百万円

(単位:百万円)

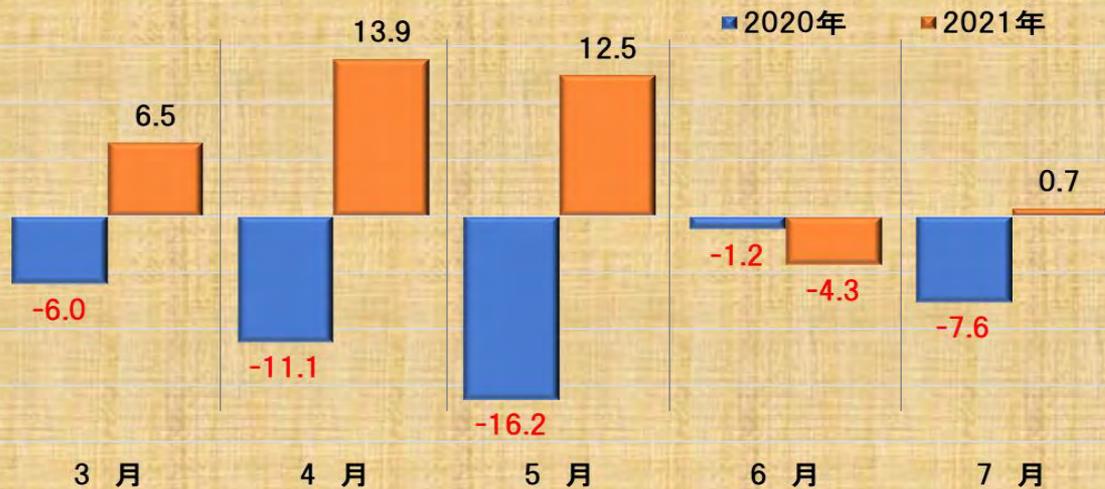
上期投資実績	
新店	1,100
活性化	4,100
デジタル	2,500
その他	3,400
計	11,100



総店舗数
519店舗
(2021年10月5日現在)

■ 上期の市場概況と既存店売上高

家計消費支出実質増減率



家計消費

- コロナ禍の昨年を上回るものの、コロナ以前の水準に届かず
- 回復に力強さなく弱含みの状況が継続する

既存店売上高増減率

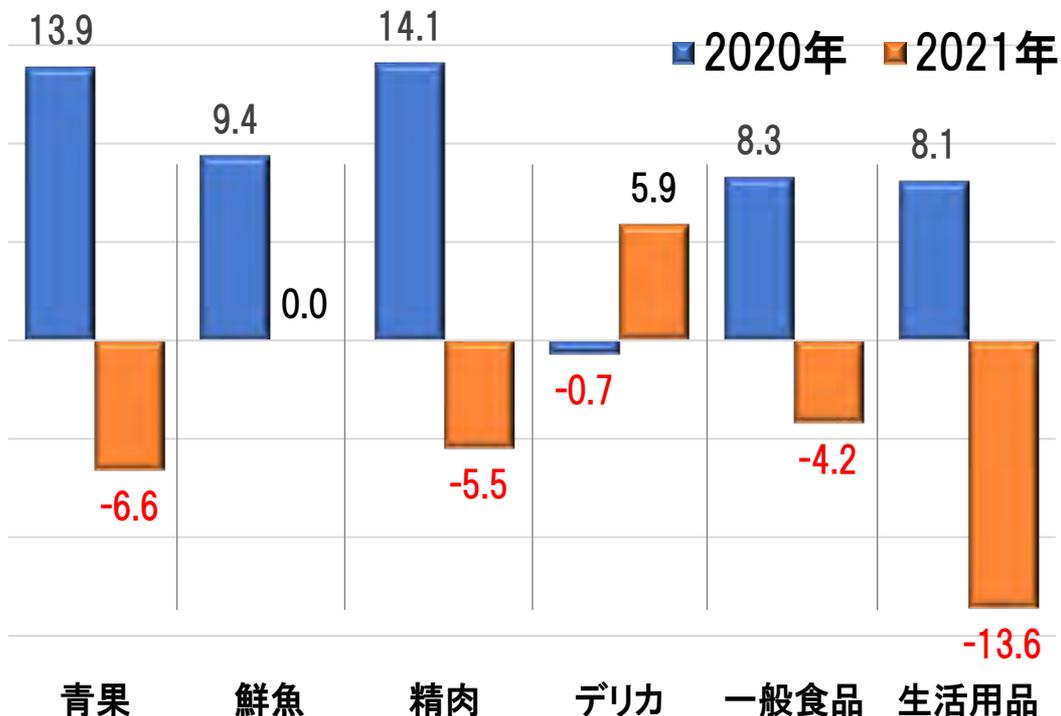


既存店売上高

- 堅調な家庭内消費によりコロナ以前の水準を超える
- 変化をとらえた商品とサービスの強化を基本に活性化とデジタル化を急ぐ

■ 商品の上期トレンドと下期見通し

部門別売上高増減率



- 天候不順等の影響で相場急騰した肉、野菜は上期終盤以降落ち着きを見せ堅調となる
- 昨年来商品開発に注力してきたデリカが復調、取組みの強化を継続する(PC、調達先、店内加工)
- 商品需要は鮮度、味、希少性等の付加価値重視と価格重視の二極化がより鮮明に

売上構成比	2021年	2020年	前年差
青果	15.4	15.9	-0.5
鮮魚	9.0	8.7	0.3
精肉	10.7	11.0	-0.3
デリカ	11.8	10.7	1.1
一般食品	49.7	50.0	-0.3
生活用品	3.3	3.7	-0.4

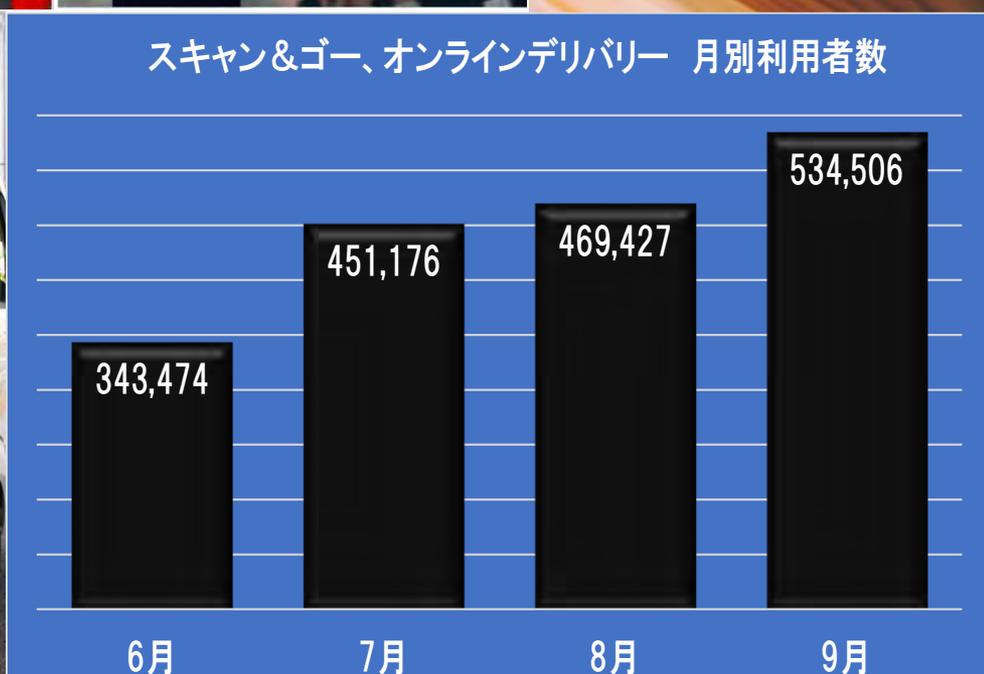
荒利益率	2021年	2020年	前年差
青果	20.8	20.8	0.0
鮮魚	25.4	25.9	-0.5
精肉	25.4	27.1	-1.7
デリカ	43.0	41.8	1.2
一般食品	26.2	26.7	-0.5
生活用品	30.0	30.6	-0.6

デジタルサービスの展開状況



6-9月	S&G	OD	移動S
月平均伸長率(%)	15.4	78.9	12.7

スキャン&ゴー、オンラインデリバリー 月別利用者数



U.S.M. Holdings

■ 下期の見通しと2021年度業績予想

下期施策のキーワード	商品	<ul style="list-style-type: none"> ・生鮮デリカ：調達先 ・ドライ、日配：カテゴリー ・PB、独自商品 <p>買上点数・マージン・価格</p>	インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ・新DC、新PC設計 ・独自性、自動化、省人化 ・野菜工場：独自SCM構築 ・新業態店舗 <p>ニューオペレーション</p>	事業会社 下期施策の実行 ↓ 結果検証	
	コスト	<ul style="list-style-type: none"> ・人件費 ・トータルMH、人時再配分 ・物流費：在庫回転 ・ROI 	デジタル	<ul style="list-style-type: none"> ・フロントエンドサービス ・サイネージ、セルフPOS ・基幹システム ・デジタルマーケティング 		
	デジタル・既存店活性化への投資シフト/デジタルサービスの普及と拡大					

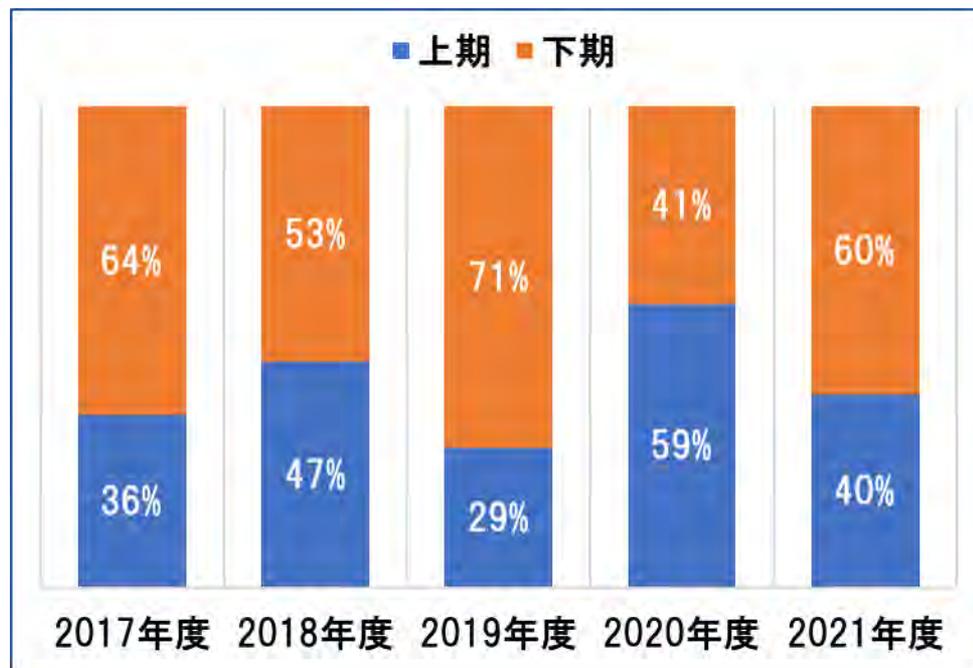
	親会社株主に 帰属する 当期純利益				(単体)	営業収益	営業利益	経常利益
	2021年度 業績予想	営業収益	営業利益	経常利益		マルエツ	392,900	7,000
	727,000	13,000	13,200	4,500	カスミ	284,400	6,000	6,200
					MV関東	45,100	600	570

■ 下期の見通しと2021年度業績予想

<2021年度下期事業会社前提>

		マルエツ	カスミ	MV関東
既存店	売上高前年比	101.4%	100.5%	100.4%
	客数前年比	100.0%	104.5%	101.2%
	客単価前年比	101.4%	96.2%	99.2%
売上総利益率		28.0%	27.6%	26.3%

<2021年度下期営業利益の水準>



2021年度 業績予想	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
	727,000	13,000	13,200	

(単体)	営業収益	営業利益	経常利益
マルエツ	392,900	7,000	7,600
カスミ	284,400	6,000	6,200
MV関東	45,100	600	570

■ マルエツ/2021年度上期振り返り

【2021年度方針・上期の主な施策】

〈基本テーマ〉

「デジタルとの融合による顧客接点の創造」

～体験型スーパーマーケットへの進化～

- ・既存店の活性化（大型改装11店舗）
- ・新規MDの拡大（鮮魚寿司103店舗、窯焼きピッツァ89店舗、鉄板焼き、アジアメニュー、高単価米飯の開発等）
- ・サービスエリアの確立（レジ前什器の変更、サービスカウンター周りの見直し、等）
- ・Scan&Go全店導入、フルセルフレジ導入拡大（29店舗）
- ・オンラインデリバリー導入拡大（27店舗）

【損益概況】

（単位：百万円、％）

	実績	構成比	前年比	前年差	19年差
営業収益	194,745	101.9	96.2	△7,613	+8,393
売上高	191,092	100.0	96.2	△7,584	+8,383
売上総利益	53,411	28.0	95.4	△2,594	+2,388
販管費計	54,363	28.5	100.8	+407	+1,550
営業利益	2,700	1.4	47.1	△3,031	+847
経常利益	3,285	1.7	57.2	△2,458	+390
四半期純利益	2,114	1.1	62.6	△1,265	+569

既存店前年比	1Q	2Q	上期
売上高	92.8	99.4	96.0
客数	98.5	100.3	99.3
客単価	94.3	99.1	96.7

部門別	売上高	構成比	既存比	売上総利益率	前年差	売上総利益前年差の主な要因
ミート	21,421	11.2	94.2	22.9	△2.3	相場高の影響等
プロデュース	30,908	16.2	92.3	22.5	△0.1	
フィッシュ	16,943	8.9	101.5	23.4	△0.4	
デリカテッセン	23,154	12.1	107.3	41.9	+1.3	高値入商品の拡販
日配食品	39,494	20.7	96.0	32.3	△1.1	前年チラシ自粛の反動
加工食品	51,264	26.8	95.1	24.7	0.0	
衣料	1,283	0.7	88.3	33.5	+0.8	
雑貨	6,557	3.4	83.5	31.3	△0.9	前年コロナ需要の反動
合計	191,092	100.0	96.0	28.0	△0.2	

【投資の状況】

項目	主な実行内容
新店	MP本駒込二丁目(3月)
改装	大型改装11、等
システム	フルセルフレジ、等
その他	設備維持更新、等

〔販管費〕

- 人件費：前年業績賞与計上の影響により減少
- 販促費：主に前年販促自粛の反動により増加
- 設備費：減価償却費や修繕費の増加等
- 一般費：システムコストの増加等

■ マルエツ/2021年度下期取組み

【損益計画】

(単位：百万円、%)

	下期					通期				
	計画	構成比	前年比	前年差	19年差	計画	構成比	前年比	前年差	19年差
営業収益	198,155	101.7	102.6	+5,055	+8,534	392,900	101.8	99.4	Δ2,558	+16,927
売上高	194,808	100.0	102.8	+5,341	+9,115	385,900	100.0	99.4	Δ2,243	+17,498
売上総利益	54,506	28.0	101.7	+930	+2,445	107,917	28.0	98.5	Δ1,663	+4,833
営業総利益	58,030	29.8	101.4	+821	+2,042	115,094	29.8	98.5	Δ1,801	+4,440
販管費計	53,731	27.6	101.3	+715	+1,211	108,094	28.0	101.0	+1,123	+2,761
営業利益	4,300	2.2	102.6	+107	+831	7,000	1.8	70.5	Δ2,924	+1,679
経常利益	4,315	2.2	102.9	+120	+848	7,600	2.0	76.5	Δ2,338	+1,238
当期純利益	1,286	0.7	110.1	+118	+466	3,400	0.9	74.8	Δ1,147	+1,034

既存店前年比	下期
売上高	101.4
客数	100.0
客単価	101.4

【主な施策】

新規MDの拡大

- ・鮮魚寿司19店舗、窯焼きピッツア58店舗、等

デリカ強化

- ・新店フォーマットの横展開
- ・デリカサテライト供給の拡大

ベーカリー売場の見直し

- ・専用レジの撤去、デリカとの売場一体化

サービスエリアの確立

- ・Scan&Goの利用促進
- ・フルセルフレジ導入拡大、利用促進

下期83店舗、計112店舗

PB商品、留型商品の構成比拡大

MH抑制

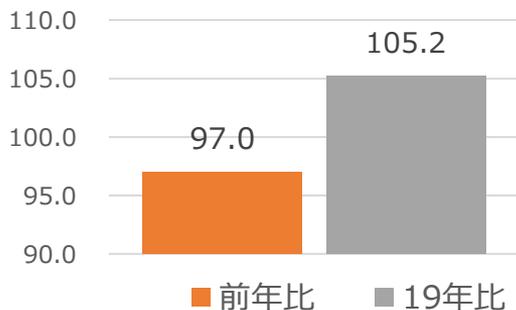
- ・チェックアウト周りの効率改善
- ・店組織の見直し(複数店舗店長制の拡大)

【投資計画】

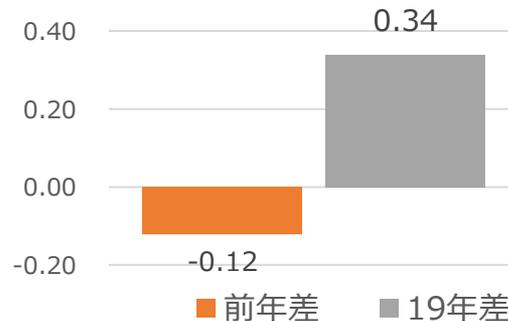
項目	主な実行内容
新店	一之江駅前(9月)、春日駅前(9月)、他1店舗
改装	大型改装12店舗
システム	フルセルフレジ、等
その他	設備維持更新、等

■ カスミ/2021年度上期振り返り・下期取組み

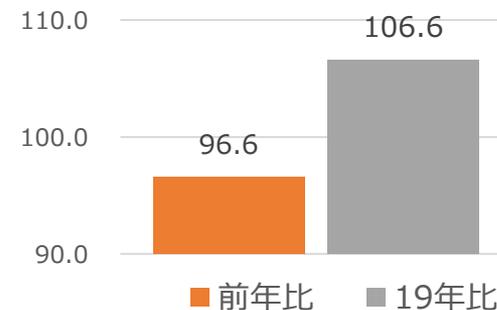
売上高



売上総利益率



売上総利益高



【売上高】

■ 施策と実績

三密回避のため、脱日替単品訴求型販促
⇒ インセンティブ型継続
新店改装 9店舗実施

実績：前年比97%、19年比105.2%

■ 下期の対策

客数確保と客単価上昇を狙い8月より
販促強化

【売上総利益】

■ 施策と実績

MDミックスによる総利益率アップ

実績：売上総利益率

前年差△0.12%、19年差0.34%

売上総利益額

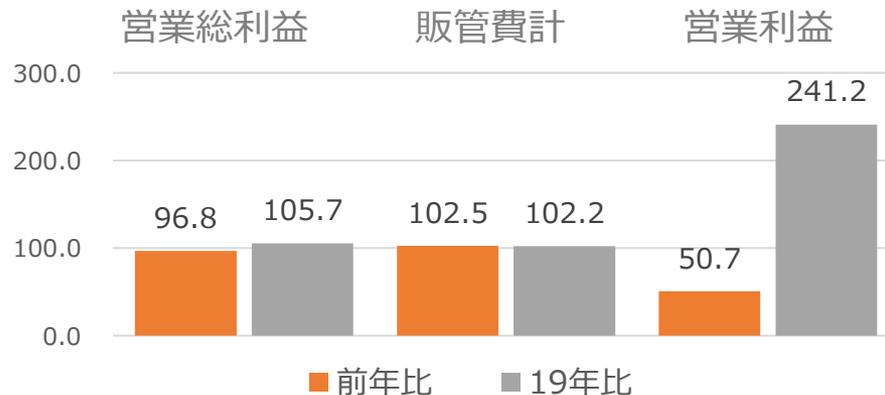
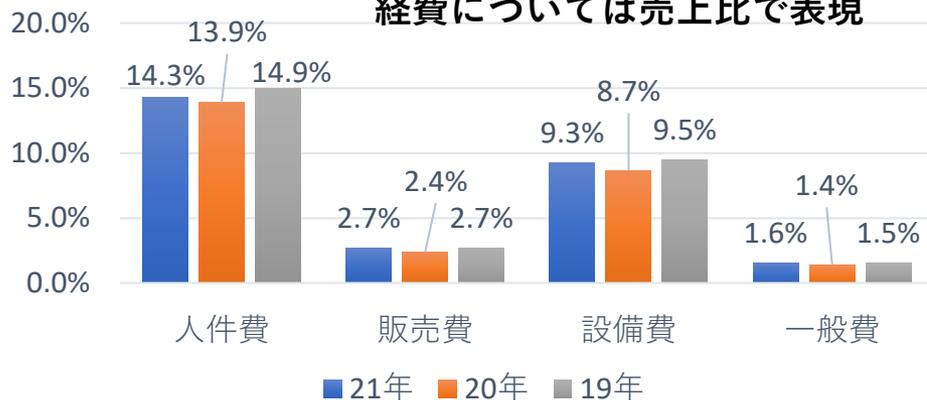
前年比96.6%、19年比106.6%

■ 下期の対策

新たなMDを実現する商品展開の実施

■ カスミ/2021年度上期振り返り・下期取組み

経費については売上比で表現



■ 販管費について

- ・省力化投資の実施
セルフレジ、鮮魚PC商品配送等
- ・人件費
コロナによる自宅待機者増大
- ・設備費
大型改装実施
コロナ対策費

※ 経費の売上対比率は上記の通り

■ 営業利益について

- ・売上高、売上総利益率共に現状トレンドに、新たな追加施策を加えることで、上期を超える水準を確保する
- ・販管費については上期同様のコントロールにより、計画内にて着地する
- ・上記により、営業利益については例年同様の上期・下期のバランスの着地を予定
- ・通期の営業利益公表値を達成見込み

MV関東/2021年度上期振り返り

振り返り

■ 上期の業績

単位 (百万円、%)	実績	上半期	
		20年比/差	19年比/差
営業収益	22,730	94.1	104.5
売上高	22,475	94.1	104.6
売上総利益	5,841	93.3	107.2
売上総利益率	26.0	▲0.2	0.7
営業総利益	6,096	93.4	106.7
販売一般管理費計	5,797	103.1	102.2
営業利益	299	▲601	260
経常利益	289	▲608	253

売上高

[上期売上予算 (計画)]

19年比103%で設定
⇒ 上期計画比100.8%
(19年比104.5%)

[活性化の推進]

買物体験型 S M : 東習志野店
その他4店舗を実施

荒利高

[荒利高計画比]

農産 102.2%
水産 102.7%
デリカ 104.0%
畜産 94.1%

販管費

[販管費計]

計画比100.9%

[人件費]

計画比101.7%

[設備費]

計画比102.4%

■ MV関東/2021年度下期取組み

■ 下期の数値計画

単位：百万円	上期	下期	年間
	実績	計画	計画
売上高	22,475	22,378	44,852
営業収益	22,730	22,630	45,360
売上総利益	5,841	5,882	11,723
営業総利益	6,096	6,135	12,231
販管費計	5,797	5,834	11,631
営業利益	299	301	600
経常利益	289	290	579

下期取り組み

買物体験型 S M の推進

- ・ おゆみ野店・東習志野店
 - ・ 活性化 2年目の計画超過
- ### 活性化店舗数の追加

客数増に向けた取り組み

- ・ デジタル販促強化 (アプリ)

荒利構造改革

- ・ 新商品 M D の水平展開
- ・ U S M H の商品改革

人件費予算

- ・ M H 予算設定とコントロール
- ・ キャッシュレスレジの展開

販管費削減 P T

- ・ 各経費項目の総点検

U.S.M. Holdings