

# 2024年2月期第2四半期 決算説明資料

## 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

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、革新と挑戦を続けます。



2023/10/10

# ■ 2024年2月期第2四半期業績概要(USMH連結)

| ( 単 位 : 百 万 円 、 % )            | 実 績     | 売 上 比 | 前 期 比 | 前 期 差 |
|--------------------------------|---------|-------|-------|-------|
| 営 業 収 益                        | 352,695 | 102.4 | 99.9  | △ 479 |
| 売 上 高                          | 344,455 | 100.0 | 99.9  | △ 348 |
| 売 上 総 利 益                      | 97,983  | 28.4  | 101.4 | 1,355 |
| 営 業 総 利 益                      | 106,223 | 30.8  | 101.2 | 1,224 |
| 販 管 費                          | 104,343 | 30.3  | 101.5 | 1,567 |
| 営 業 利 益                        | 1,879   | 0.5   | 84.5  | △ 343 |
| 経 常 利 益                        | 1,889   | 0.5   | 79.8  | △ 477 |
| 親 会 社 株 主 に 帰 属 する 四 半 期 純 利 益 | 384     | 0.1   | 46.3  | △ 447 |

# ■ 2024年2月期第2四半期業績概要(USMH連結)

【連結貸借対照表】

| (単位:百万円)  | 実績      | 前期末差    |
|-----------|---------|---------|
| 現金及び預金    | 23,342  | △ 2,290 |
| たな卸資産     | 17,341  | △ 111   |
| 未収入金      | 29,371  | 1,101   |
| その他       | 5,344   | 2,039   |
| 流動資産合計    | 75,401  | 738     |
| 有形固定資産    | 145,006 | 4,882   |
| 無形固定資産    | 16,675  | △ 212   |
| 投資その他の資産  | 46,438  | △ 616   |
| 固定資産合計    | 208,119 | 4,053   |
| 総資産合計     | 283,521 | 4,791   |
| 支払手形及び買掛金 | 52,619  | 3,978   |
| 短期借入金     | -       | △ 4,500 |
| その他       | 32,532  | 4,235   |
| 流動負債合計    | 85,152  | 3,713   |
| 長期借入金     | 35,525  | 1,850   |
| その他       | 13,344  | △ 250   |
| 固定負債合計    | 48,869  | 1,599   |
| 純資産合計     | 149,500 | △ 521   |
| 負債・純資産合計  | 283,521 | 4,791   |

【連結キャッシュ・フロー】

| (単位:百万円)             | 実績       | 前期差     |
|----------------------|----------|---------|
| 営業活動による<br>キャッシュ・フロー | 14,742   | 2,452   |
| 投資活動による<br>キャッシュ・フロー | △ 13,937 | △ 2,409 |
| 財務活動による<br>キャッシュ・フロー | △ 3,095  | 850     |
| 現金及び現金同等物の<br>期末残高   | 23,341   | △ 6,417 |

# ■ 2024年2月期第2四半期業績概要(事業会社別業績)

| (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             | 192,558   | 102.0 | 102.0 | 137,585   | 103.1 | 96.2  | 22,403  | 101.1 | 105.1 |
| 売上高              | 188,699   | 100.0 | 102.1 | 133,450   | 100.0 | 96.1  | 22,152  | 100.0 | 105.1 |
| 売上総利益            | 55,301  | 29.3  | 103.2 | 36,918  | 27.7  | 98.2  | 5,721   | 25.8  | 106.8 |
| 営業総利益            | 59,160  | 31.4  | 102.7 | 41,053  | 30.8  | 98.4  | 5,972   | 27.0  | 106.8 |
| 販管費              | 56,405  | 29.9  | 100.6 | 40,880  | 30.6  | 102.5 | 5,788   | 26.1  | 100.7 |
| 営業利益             | 2,754   | 1.5   | 182.0 | 173   | 0.1   | 9.5   | 184   | 0.8   | -     |
| 経常利益             | 2,724   | 1.4   | 180.2 | 237   | 0.2   | 12.3  | 176   | 0.8   | -     |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | 1,456   | 0.8   | 195.5 | 59  | 0.0   | 5.4   | 127   | 0.6   | -     |

# 2024年2月期第2四半期 上期先行取組み(カスミ)



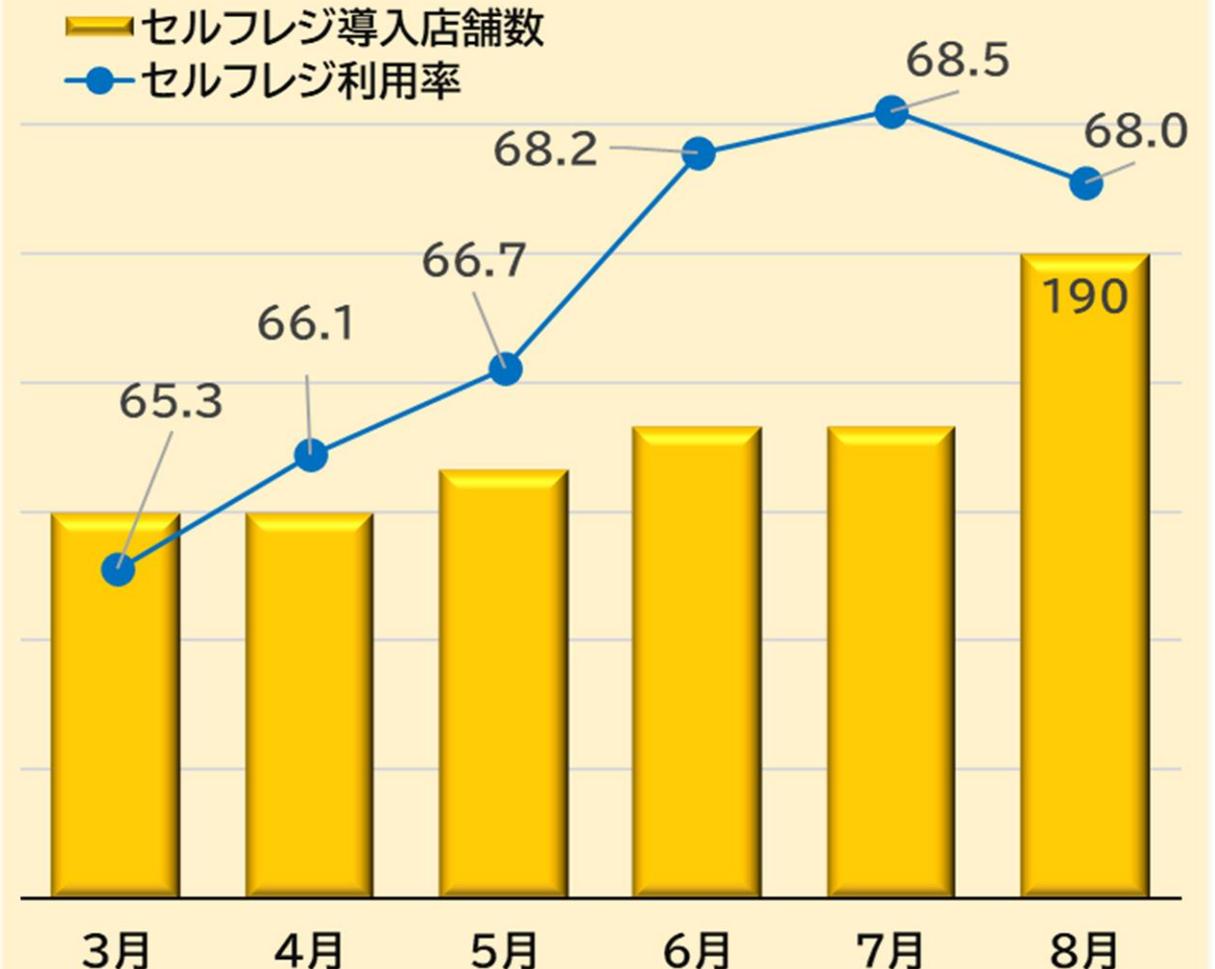
Ignica セルフレジ

## 【セルフレジ台数・店舗数】

|          | レジ台数 | 累計台数 | 店舗数 | 累計店舗数 |
|----------|------|------|-----|-------|
| 2018年度   | 9    | 9    | 1   | 1     |
| 2020年度   | 390  | 399  | 50  | 51    |
| 2021年度   | 418  | 817  | 55  | 106   |
| 2022年度   | 418  | 1235 | 39  | 145   |
| 2023年度上期 | 428  | 1663 | 45  | 190   |

※カスミLABO、ファミマ3店舗除く全店導入

## セルフレジ利用率・導入状況(%、店)





# 2024年2月期第2四半期業績概要(事業会社別業績)

【既存店前年比】

(単位:%)

【部門別売上高】

| 【マルエツ】 | 売上高   | 客数    | 客単価   | 一人当たり<br>買上点数 |
|--------|-------|-------|-------|---------------|
| 前年比    | 102.2 | 102.3 | 99.9  | 95.5          |
| 【カスミ】  | 売上高   | 客数    | 客単価   | 一人当たり<br>買上点数 |
| 前年比    | 94.3  | 94.8  | 99.4  | 94.7          |
| 【MV関東】 | 売上高   | 客数    | 客単価   | 一人当たり<br>買上点数 |
| 前年比    | 103.5 | 99.8  | 103.7 | 97.3          |

| (単位:<br>百万円、%) | マルエツ    |       | カスミ     |       | MV関東   |       |
|----------------|---------|-------|---------|-------|--------|-------|
|                | 実績      | 前期比   | 実績      | 前期比   | 実績     | 前期比   |
| 青果             | 29,653  | 99.2  | 18,748  | 92.1  | 2,450  | 99.4  |
| 鮮魚             | 16,435  | 103.3 | 12,285  | 95.8  | 1,544  | 105.2 |
| 精肉             | 20,550  | 102.6 | 13,727  | 97.3  | 1,707  | 105.5 |
| デリカ            | 24,775  | 107.0 | 16,393  | 102.1 | 2,694  | 108.1 |
| 一般食品           | 89,823  | 103.6 | 68,803  | 95.7  | 12,671 | 105.7 |
| 生活用品           | 7,364   | 101.0 | 2,639   | 98.3  | 1,082  | 102.4 |
| その他            | 61      | 96.1  | 18      | 110.4 | -      | -     |
| 合計             | 188,664 | 103.1 | 132,616 | 96.1  | 22,152 | 105.1 |

【部門別粗利率】

| (単位:%) | マルエツ |       | カスミ  |       | MV関東 |       |
|--------|------|-------|------|-------|------|-------|
|        | 実績   | 前期差   | 実績   | 前期差   | 実績   | 前期差   |
| 青果     | 22.8 | 0.4   | 19.3 | 0.9   | 16.7 | 0.6   |
| 鮮魚     | 22.6 | 0.0   | 26.4 | 0.0   | 23.1 | 1.5   |
| 精肉     | 21.0 | △ 0.7 | 27.4 | 0.4   | 26.4 | 2.2   |
| デリカ    | 42.5 | 0.9   | 45.5 | △ 0.1 | 38.7 | △ 0.2 |
| 一般食品   | 28.1 | 0.2   | 23.9 | 0.3   | 25.0 | 0.2   |
| 生活用品   | 31.8 | 0.1   | 25.8 | 1.1   | 27.5 | △ 1.6 |
| その他    | 4.2  | △ 0.6 | -    | -     | -    | -     |
| 合計     | 28.0 | 0.2   | 26.6 | 0.6   | 25.8 | 0.4   |

# ■ 中期経営計画(店舗の変革)

## 「Cafe & Dine」レストラン配送



Order&Eatで  
店舗選択



受取方法選択



メニュー選択

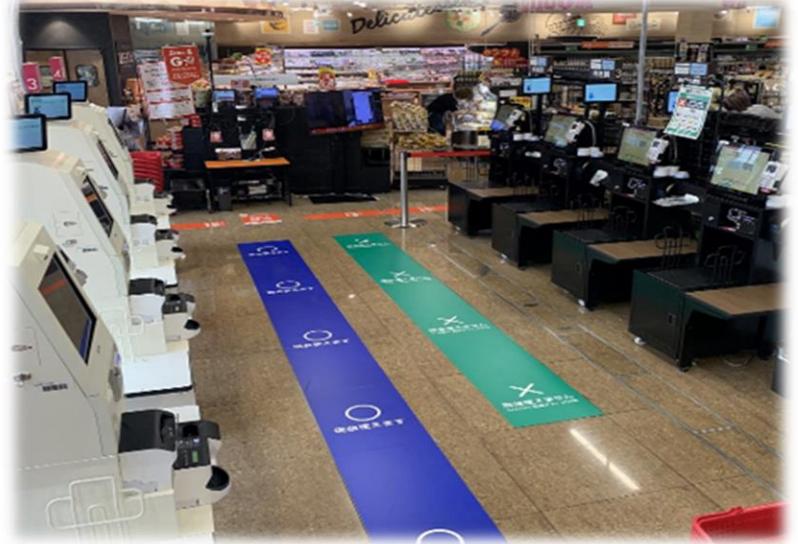


注文確定



お届け

## セルフレジの拡大



## Scan&Goのサービス拡大

Scan & Go  
Smart Shopping

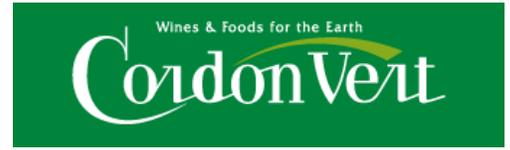


# ■ 中期経営計画(商品の革新)

単位:百万円、%、個

| 商品実績          | 売上高    | 前年比   |
|---------------|--------|-------|
| トップバリュ        | 14,756 | 104.5 |
| eatime        | 1,208  | 95.7  |
| コルドンヴェール      | 127    | 242.9 |
| green growers | 116    | 869.4 |
| 365           | 20,881 | 131.7 |
| Miil          | 2,364  | 108.7 |
| うまいもん巡り       | 314    | 140.1 |
| 合計            | 39,767 | 117.3 |

※eatimeにはeatimechef含む ※green growersにビヨンドビーフ含む



U.S.M.Holdings

# ■ 中期経営計画(商品の変革)

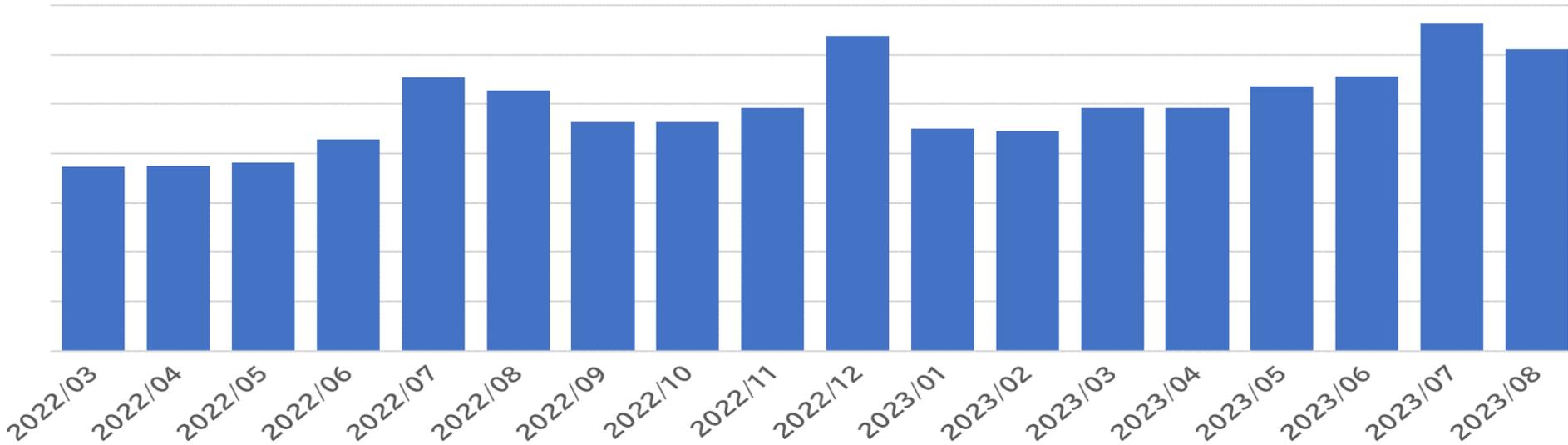


U.S.M. Holdings

# ■ 中期経営計画(OMO:店舗外収益拡大)



OMO月別売上推移



移動スーパー  
前年比 132.3%  
63市町村  
新規提携 + 9市町村



無人店舗  
前年比 266.9%  
175カ所  
新規設置法人  
+ 52カ所



オンラインデリバリー  
前年比 130.4%  
139,645人  
会員登録数  
+ 13,684人



クイックコマース  
前年比 296.1% 362店舗  
開始店舗 + 113店舗



ECマース  
前年比 109.0%  
掲載アイテム 1,670  
8月時点

# ■ 中期経営計画(新たなビジネス領域)



＼ どんどん広がる便利な機能&サービス ／



Ignicaサービスを他の企業へ導入支援

U.S.M.Holdings



SEED  
問い合わせ  
件数  
24件



「持続的な都市環境野菜サプライチェーン構築  
コンソーシアム」の設立

# ■ 中期経営計画(新たなビジネス領域)



エントウ豆からできた植物由来の **BEYOND MEAT** 日本初上陸!

**Beyond meat Burger aurora sauce 1,400** (税込1,540)  
 (Beyond meat, homemade aurora sauce, green vegetables, additive-free vegan buns)  
**Beyond meat Burger Teriyaki sauce 1,400** (税込1,540)  
 (Beyond meat, homemade teriyaki sauce, green vegetables, additive-free vegan buns)

☆お好みでトッピングをどうぞ! Topping  
 トマト Tomato +¥90 税込  
 グリルオニオン Grilled onion +¥90 税込  
 ハラペーニョ Jalapeños +¥120 税込  
 ソイチーズソース Soy cheese sauce +¥150 税込  
 アボカド Avocado +¥140 税込

☆一緒にいかが?  
 オーガニックフライドポテト Organic french fries +¥580 税込  
 オーガニックサラダ (ハーフ) Organic salad (half) +¥660 税込

ヴィーガン専門店  
麻布十番  
**Te cor gentil**

**Vegan Minced meat cutlet Burger**  
**ヴィーガンメンチカツバーガー**

**¥580**  
税込

**U.S.M. Holdings**

# ■ 2024年2月期／USMH連結

## 【USMH連結業績予想】

| (単位:百万円、%)          | 2024年<br>2月期予想 | 2023年<br>2月期比 |
|---------------------|----------------|---------------|
| 営業収益                | 733,800        | 103.5         |
| 営業利益                | 9,200          | 144.1         |
| 経常利益                | 9,300          | 142.3         |
| 親会社株主に帰属<br>する当期純利益 | 2,000          | 149.7         |

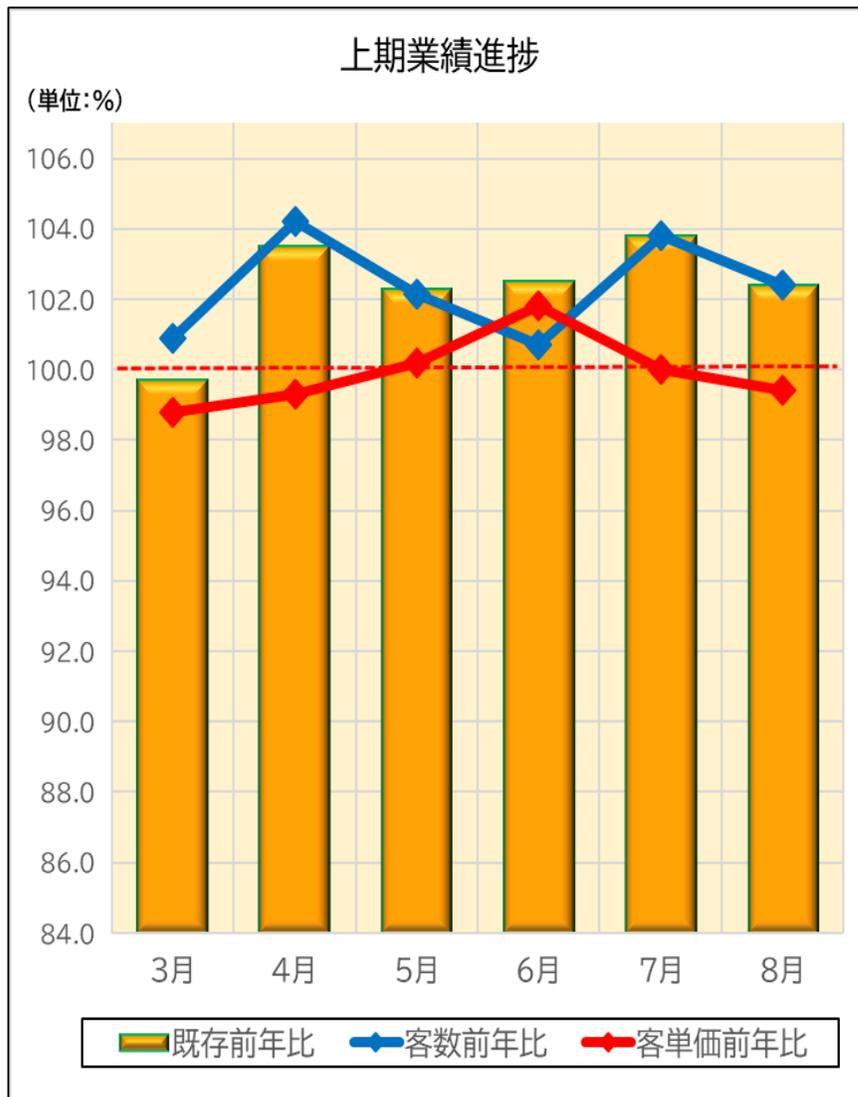
## 【投資計画】

| (単位:百万円、%) | 投資額    | 構成比   |
|------------|--------|-------|
| 新 店        | 2,826  | 12.9  |
| 活 性 化      | 4,483  | 20.4  |
| デ ジ タ ル    | 6,120  | 27.9  |
| 維 持 更 新    | 5,096  | 23.2  |
| そ の 他      | 3,430  | 15.6  |
| 計          | 21,955 | 100.0 |

# 2023年度上期実績／マルエツ

## 【2023年度上期結果】

| (単位:百万円、%) | 単体実績    | 前期比   | 前期差   |
|------------|---------|-------|-------|
| 営業収益       | 192,711 | 103.0 | 5,654 |
| 売上高        | 188,664 | 103.1 | 5,627 |
| 売上総利益      | 52,888  | 104.1 | 2,071 |
| 営業総利益      | 56,936  | 103.8 | 2,097 |
| 販管費計       | 54,397  | 101.3 | 694   |
| 営業利益       | 2,538   | 223.7 | 1,403 |



## 【部門別売上高】

| (単位:百万円、%) | 実績      | 前期比   |
|------------|---------|-------|
| 青果         | 29,653  | 99.2  |
| 鮮魚         | 16,435  | 103.3 |
| 精肉         | 20,550  | 102.6 |
| デリカ        | 24,775  | 107.0 |
| 一般食品       | 89,823  | 103.6 |
| 生活用品       | 7,364   | 101.0 |
| その他        | 61      | 96.1  |
| 合計         | 188,664 | 103.1 |

## 【部門別粗利率】

| (単位:%) | 実績   | 前期差   |
|--------|------|-------|
| 青果     | 22.8 | 0.4   |
| 鮮魚     | 22.6 | 0.0   |
| 精肉     | 21.0 | △ 0.7 |
| デリカ    | 42.5 | 0.9   |
| 一般食品   | 28.1 | 0.2   |
| 生活用品   | 31.8 | 0.1   |
| その他    | 4.2  | △ 0.6 |
| 合計     | 28.0 | 0.2   |

# 2023年度上期取り組み事例、下期計画／マルエツ

## 2023年度上期取り組み事例



白金ザ・スカイ



川口樹モールプラザ



既存店活性化



独自商品



ラストワンマイル



デジタル化

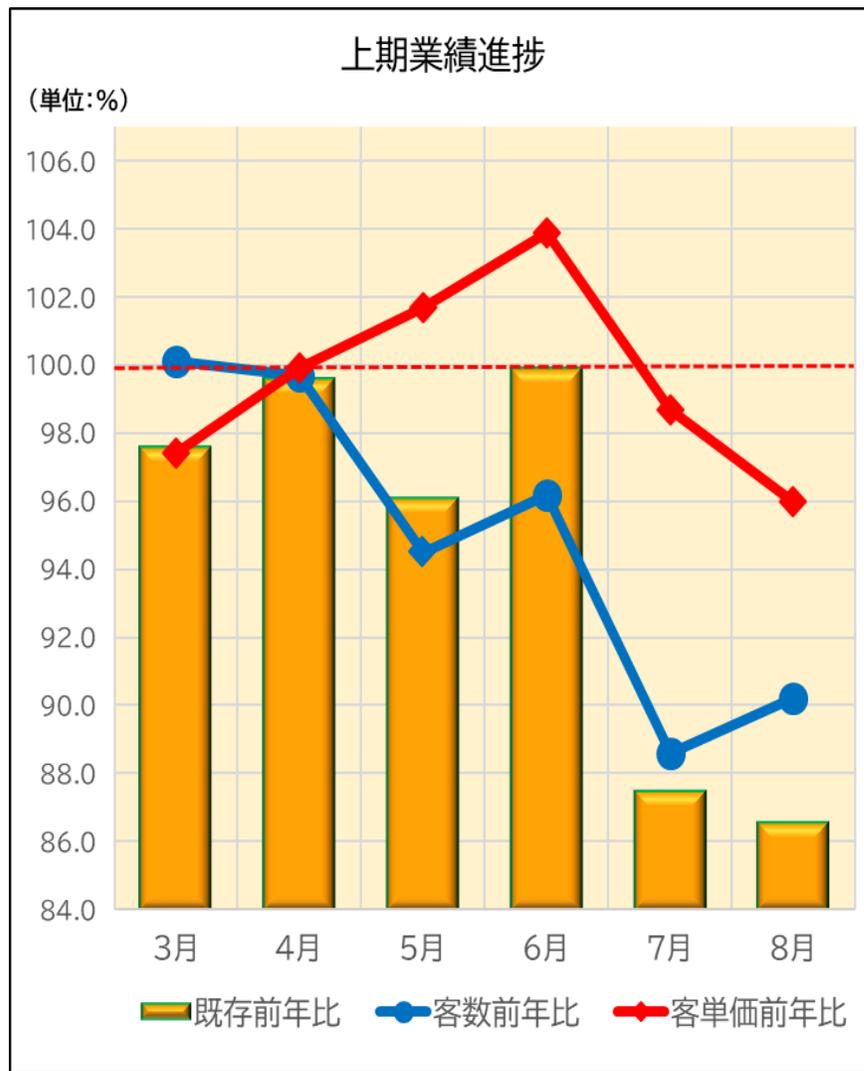
## 2023年度下期計画

- ・既存店活性化18店舗(大型改装3店舗)  
→東京9店舗、神奈川5店舗、埼玉3店舗、千葉1店舗
- ・新店2店舗
- ・商品の変革によるお客さまへの独自価値の提供  
→デリカ・生鮮デリカ、maruetsu365の強化
- ・お客さまの利便性に応えるラストワンマイルづくり  
→オンラインデリバリー44店舗、Qコマース170店舗、  
店舗からの配送サービス200店舗
- ・ローコスト化の推進  
→エリアストア、エリアパートナーの拡大  
→フルセルフレジ、電子棚札、需要予測型発注の拡大  
→省エネ投資の拡大
- ・ダイバーシティ、サステナブルの取り組み推進

# 2023年度上期実績／カスミ

## 【2023年度上期結果】

| (単位:百万円、%) | 単体実績    | 前期比   | 前期差     |
|------------|---------|-------|---------|
| 営業収益       | 136,819 | 96.2  | △ 5,360 |
| 売上高        | 132,616 | 96.1  | △ 5,347 |
| 売上総利益      | 35,210  | 98.1  | △ 682   |
| 営業総利益      | 39,412  | 98.3  | △ 695   |
| 販管費計       | 39,380  | 102.5 | 945     |
| 営業利益       | 31      | 1.9   | △ 1,640 |



## 【部門別売上高】

| (単位:百万円、%) | 実績      | 前期比   |
|------------|---------|-------|
| 青果         | 18,748  | 92.1  |
| 鮮魚         | 12,285  | 95.8  |
| 精肉         | 13,727  | 97.3  |
| デリカ        | 16,393  | 102.1 |
| 一般食品       | 68,803  | 95.7  |
| 生活用品       | 2,639   | 98.3  |
| その他        | 18      | 110.4 |
| 合計         | 132,616 | 96.1  |

## 【部門別粗利率】

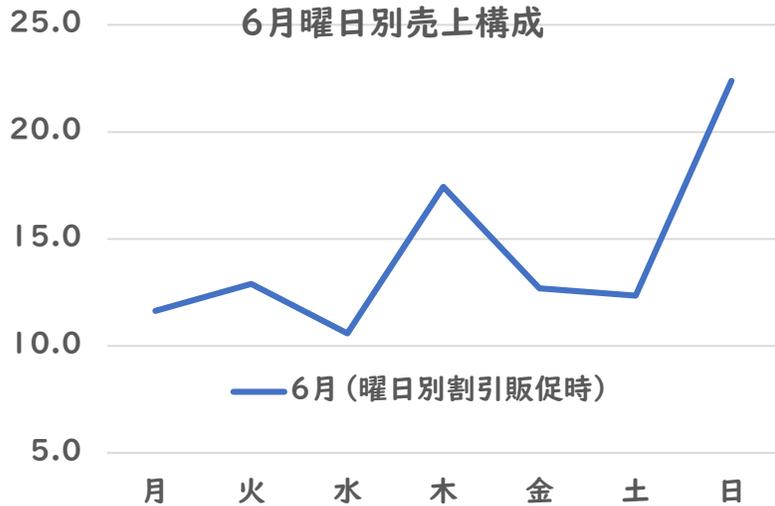
| (単位:%) | 実績   | 前期差   |
|--------|------|-------|
| 青果     | 19.3 | 0.9   |
| 鮮魚     | 26.4 | 0.0   |
| 精肉     | 27.4 | 0.4   |
| デリカ    | 45.5 | △ 0.1 |
| 一般食品   | 23.9 | 0.3   |
| 生活用品   | 25.8 | 1.1   |
| その他    | —    | —     |
| 合計     | 26.6 | 0.6   |

# 2023年度上期取り組み事例、下期計画/カスミ 背景となる課題

## 曜日波動拡大

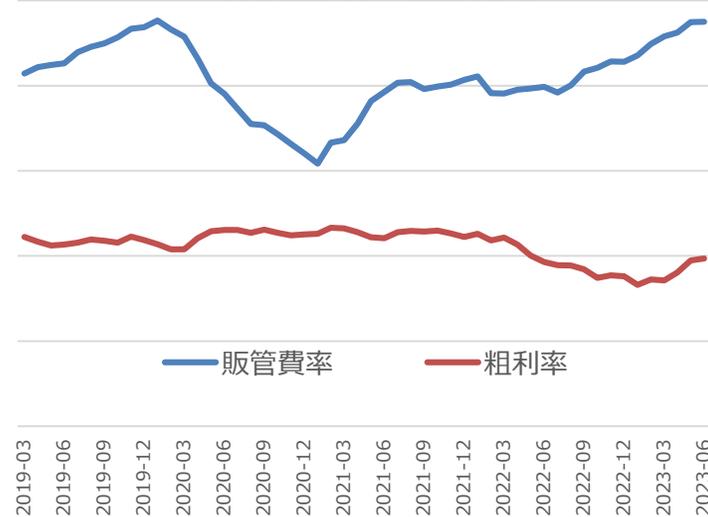
- ・人時効率への悪影響
- ・物流波動による悪影響

6月曜日別売上構成



## 大幅な値引きによる粗利棄損 利益創出力の減少: 低粗利 & 高コスト

年計販管費率と粗利率推移



キャッシュレスの支払手数料増大

個客の購買が追跡できない  
アプローチができない

紙媒体のチラシに頼った顧客接点  
チラシ+折り込み費用の増加

情報の不足  
+  
マーケティング不在

## 課題へ向けた変革の方向性

USMHで進める店舗DXをカスミで先行して具現化＝顧客接点拡大  
顧客との接点を不特定に対するチラシの配布から、Scan & Go、SGCを主体としたものに変える  
従前の10%、15%引きセールを新たなプロモーションに転換する  
値引き前提の定番価格の正常化を図る

# 2023年度上期取り組み事例、下期計画/カスミ 変革へ向けた準備

6月 顧客への認知と配布開始

7月 ポイントプログラム開始

もっと身近に、もっと便利に、もっとお得に、楽しくワクワクするお買い物体験をみなさまへ届けたい、そんな思いから作りました。

## "Scan & Goカード" 誕生

6/1(木)より配布スタート!

money Scan & Go Smart Shopping

### 毎日のお買い物でポイントが貯まる!

6/20(火)よりスタート

Scan & Goカードってどんなカード?

- カスミのお買い物でポイントが貯まる
- 貯まったポイントは500ポイントごとに500円分としてお買い物にご利用いただけます
- 現金チャージができるプリペイドカード
- 入金金・年会費無料

**お待 1** 期間限定! 毎日のお買い物100円ごとに1ポイント貯まる! **2倍** ポイント還元

**お待 2** 7月よりサービス開始! シニア・子育て特典! 事前登録でさらにお得にポイントが貯まる

**お待 3** 7月よりサービス開始! お得商品ぞくぞく! 対象商品お買い上げで特別ポイント付与

※一部、ご利用開始日が異なる店舗がございます。

お手持ちのスマホがレジに! アプリなら、もっとお得にポイントが貯まる!

**お待 1** レジ待ち無し!

**お待 2** スマホ時間とお買い物!

**お待 3** ポイントがどんどん貯まる!

Scan & Go Smart Shopping

Scan & Goに関するお問い合わせ先 0120-065-723 (受付時間: 10:00~21:00、年中無休)

KASUMI

## KASUMIのお買い物でポイントがどんどん貯まる!

### Scan & Goアプリで新しいお買い物体験を!

- お手持ちのスマホがレジに
- レジ待ち無しでスピーディー
- 100円ごとに1ポイント貯まる

**おトクな シニア・子育て特典!**  
シニアデー 子育て支援デー  
毎月曜・火曜日 土曜日・日曜日

**毎週 水曜日・金曜日は**  
期間内ならいつでも好きな時に使える

**5倍** ポイント還元  
クーポン配信日

**10倍** ポイント還元  
クーポン配信日

ぜひアプリをダウンロードしてください!

※この他にもたくさんのお得をご用意しております。詳しくはアプリをご覧ください。

スマホをお持ちでない方へ

## Scan & Goの魅力をもっと身近に "Scan & Goカード"

レジ精算前にレジ係員にご提示でポイントが貯まるカードです!

**7月限定 1ヶ月間ず〜っと!**

今なら **100円ごとに1ポイント** + シニア特典ご利用の方は **2** ポイントプラス (100円ごとに)

子育て特典ご利用の方は **2** ポイントプラス

**期間限定 2倍** ポイント還元  
お買い物100円ごとに1ポイント貯まる

お買い物100円ごとに1ポイント + 2ポイント = 合計3ポイント



全店ignicaセルフレジを前倒し導入

セルフレジの導入効果の早期創出  
顧客の負の解消+店内MHの変動化  
による付加価値作業への再配置

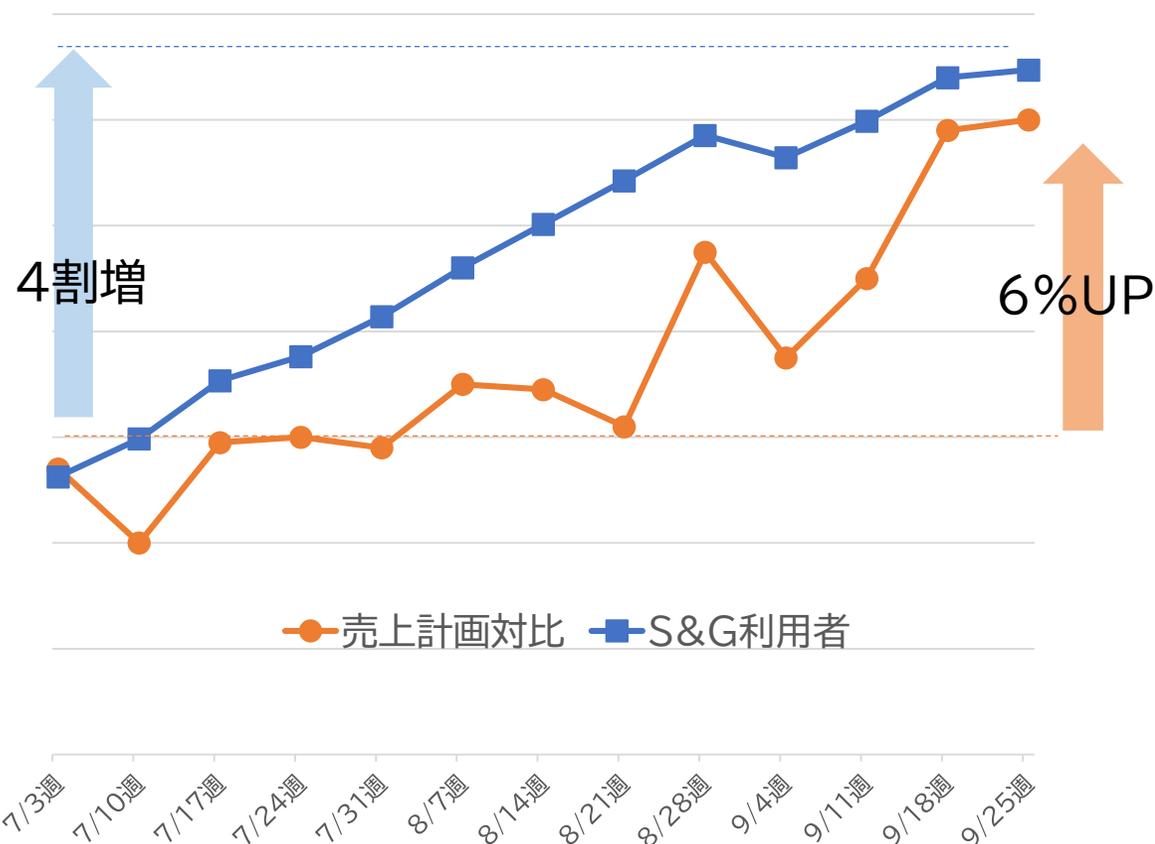
+  
Scan & Goカードの利用プラットフォームとして3年分の導入計画を上  
期へ先行投資を実施



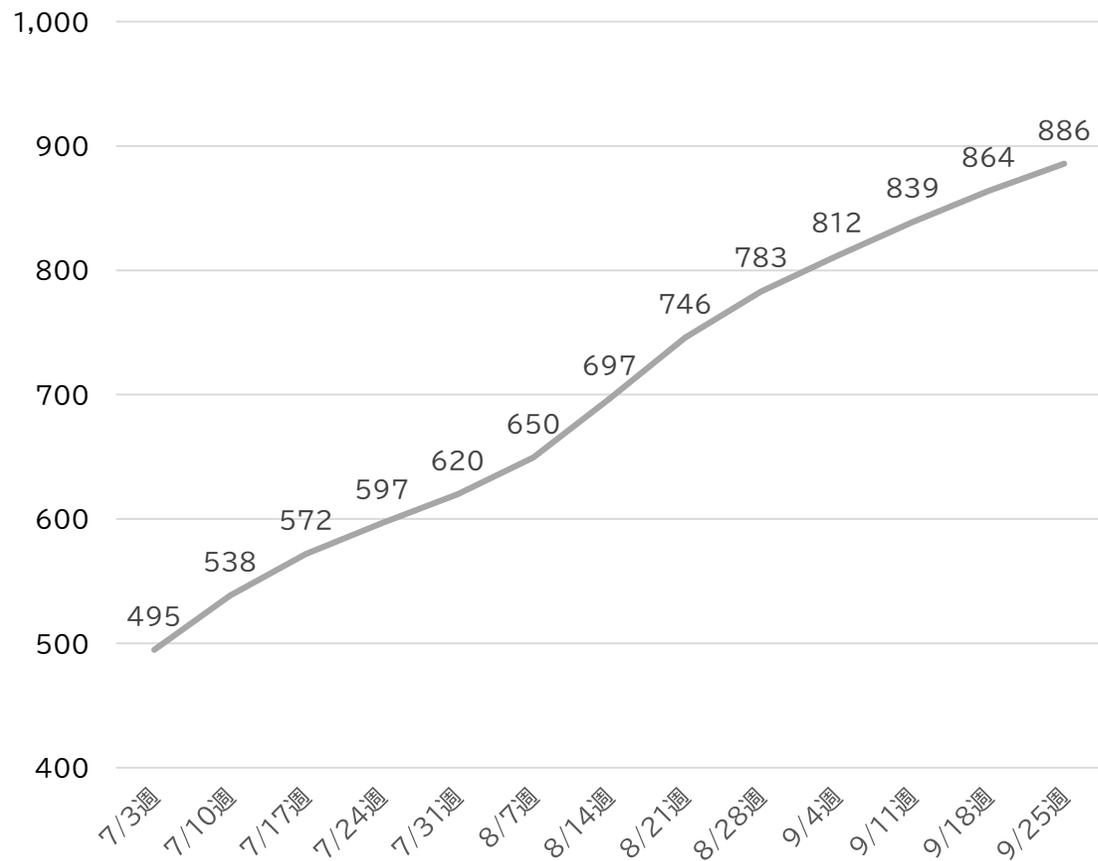
# 2023年度上期取り組み事例、下期計画/カスミ 内部課題に対する進捗

- ・カード発行にあたり、7/1以前より周知を開始
- ・カード発行数の増加とそれに伴う利用者の増加により、想定した水準に近づく

導入後の推移



SGカード発行枚数(累計:千枚)

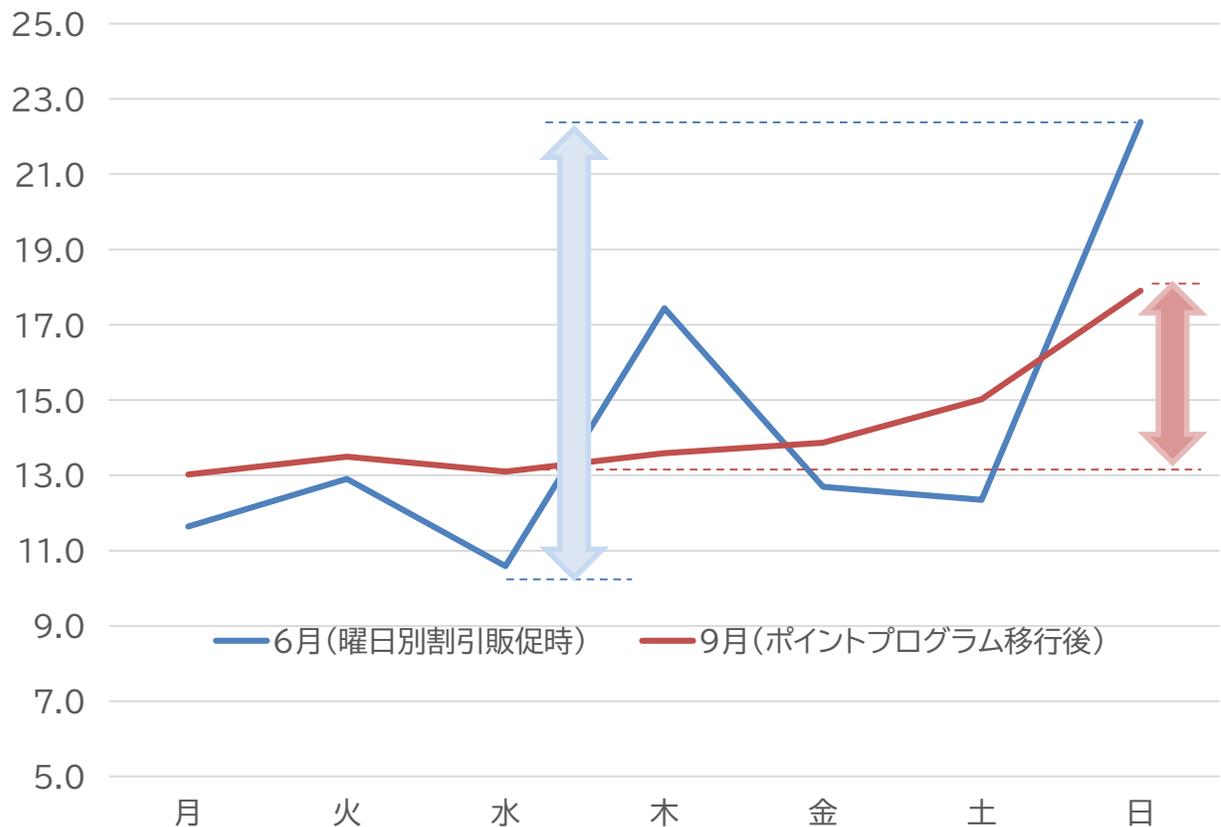


# 2023年度上期取り組み事例、下期計画/カスミ 内部課題に対する進捗

## 曜日別波動の平準化

お客様が望むときにご来店いただける販促への変更により、木/日集中からの脱却

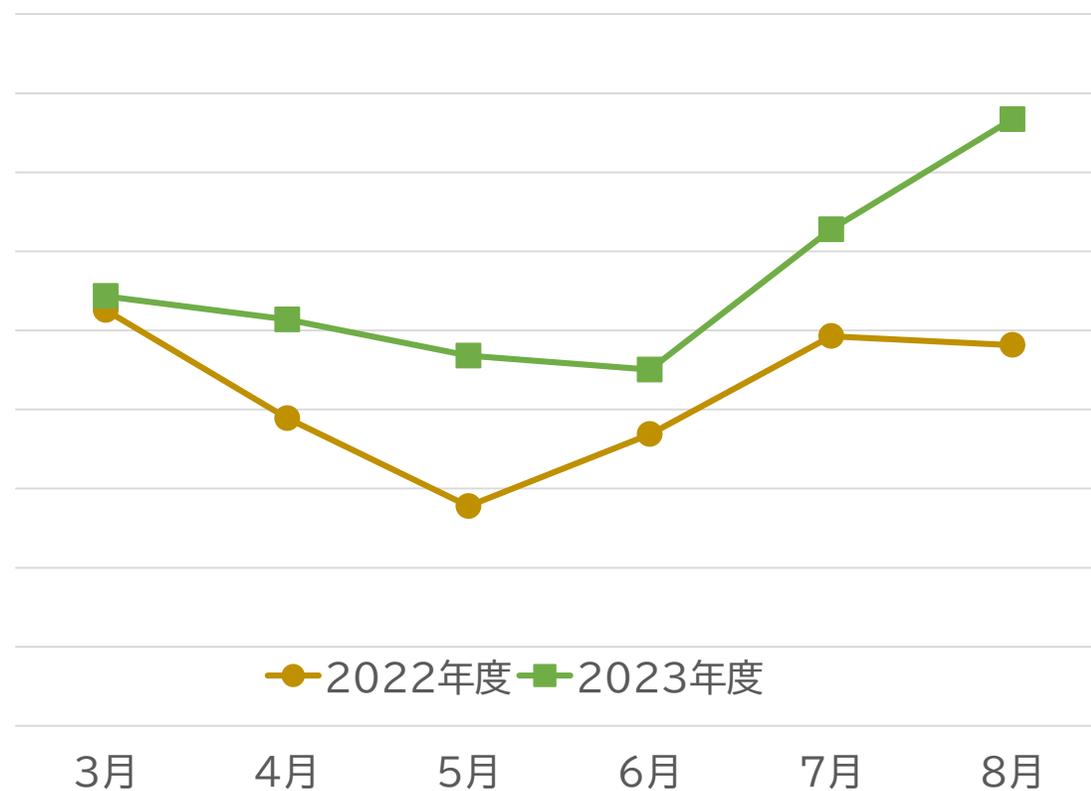
曜日別売上構成



## 粗利構造の変革

店舗ベースでの粗利は向上  
ポイントコントロールによる売上総利益の確保へ

店舗ベース粗利率の推移



## 質的(収益構造)転換を下期に果たす

### 価格(機能的価値)の再定義

- ・クーポン値引き前提となり他店より高い価格へと徐々に移行  
コモディティは相対低価格を実現する(他社より高くはない)
- ・個客ごとにポイントプログラムを利用した価格プロモーションを実行  
ダイレクトにコミュニケーションの取れるアプリ顧客からアプローチを  
本格化する

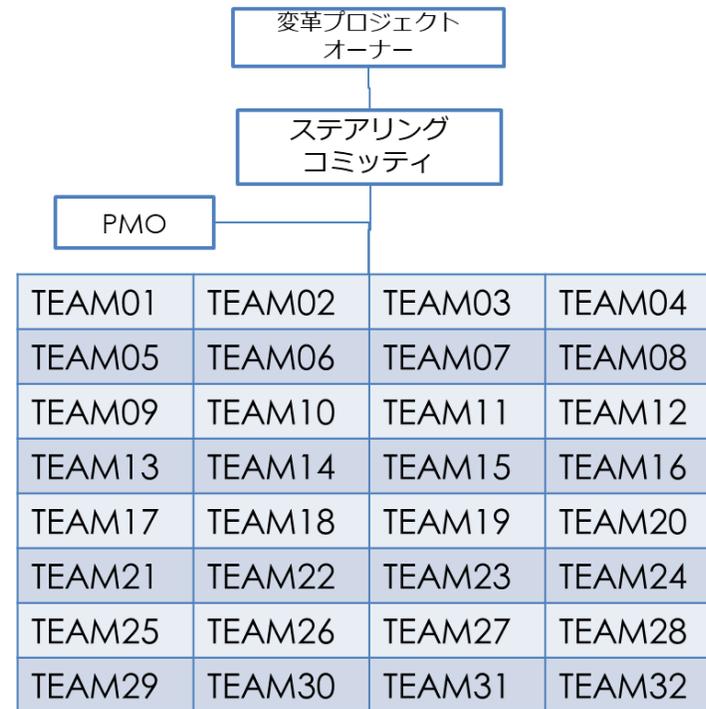
### 他社にない商品価値軸の展開

- ・価値訴求に対する顧客の反応は良好(BLANDE売上前年越え)
- ・BLANDEの提供価値を実現する店舗をチェーン展開するための  
製造管理力を構築する



## 今後の進め方

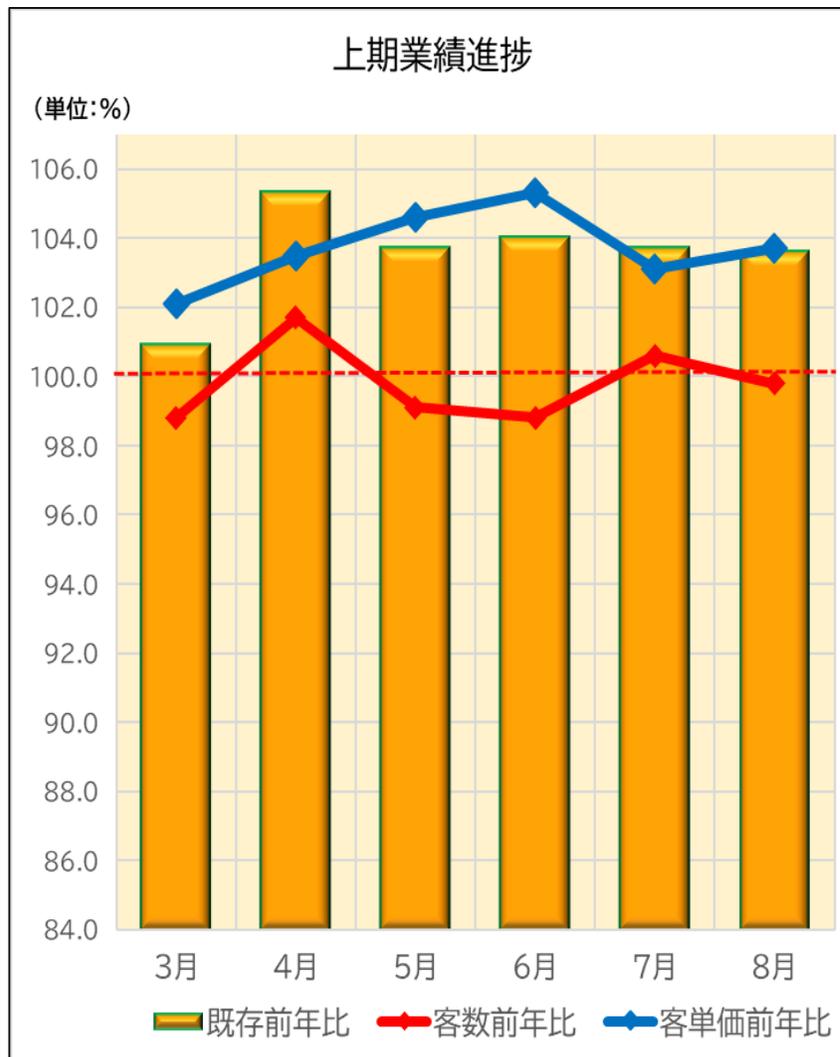
今後も出てくる様々な問題や仮説の未達について、地域別に店舗チームをつくり(32)多様な試みを同時に、素早く行うことで、解決策をGET、失敗リスクを低減する



# 2023年度上期実績／マックスバリュ関東

## 【2023年度上期結果】

| (単位:百万円、%) | 単体実績   | 前期比   | 前期差   |
|------------|--------|-------|-------|
| 営業収益       | 22,403 | 105.1 | 1,081 |
| 売上高        | 22,152 | 105.1 | 1,065 |
| 売上総利益      | 5,721  | 106.8 | 364   |
| 営業総利益      | 5,972  | 106.8 | 380   |
| 販管費計       | 5,788  | 100.7 | 37    |
| 営業利益       | 184    | -     | 342   |



## 【部門別売上高】

| (単位:百万円、%) | 実績     | 前期比   |
|------------|--------|-------|
| 青果         | 2,450  | 99.4  |
| 鮮魚         | 1,544  | 105.2 |
| 精肉         | 1,707  | 105.5 |
| デリカ        | 2,694  | 108.1 |
| 一般食品       | 12,671 | 105.7 |
| 生活用品       | 1,082  | 102.4 |
| その他        | -      | -     |
| 合計         | 22,152 | 105.1 |

## 【部門別粗利率】

| (単位:%) | 実績   | 前期差   |
|--------|------|-------|
| 青果     | 16.7 | 0.6   |
| 鮮魚     | 23.1 | 1.5   |
| 精肉     | 26.4 | 2.2   |
| デリカ    | 38.7 | △ 0.2 |
| 一般食品   | 25.0 | 0.2   |
| 生活用品   | 27.5 | △ 1.6 |
| その他    | -    | -     |
| 合計     | 25.8 | 0.4   |

# 2023年度上期取り組み事例、下期計画／マックスバリュ関東

## 2023年度上期取り組み事例

### 商品変革



### 店舗変革(活性化)



### 店舗生産性向上



### 移動スーパー開始



## 2023年度下期計画

「商品を通じて楽しい買物、  
従業員との繋がりのある店となる」

「お客さまの代表である従業員が誇り、  
自慢したい店となる」

### 商品変革

- ・MV関東独自商品開発推進
- ・生鮮惣菜の強化

### デジタル変革

- ・EC商品品揃え拡大
- ・無人店舗/移動販売展開拡大

### 店舗変革

- ・店舗活性化の推進
- ・作業見直しによる生産性向上

### 内部革新

- ・従業員の声を活かした活性化
- ・部署をまたいだPT活動推進

# 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

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、革新と挑戦を続けます。

