

2023年2月期第2四半期 事業内容のご報告

2022年11月25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。



■ 2023/02期 第2四半期 USMH連結決算の概要

(単位:百万円、%)	実績	売上比	前期比	前期差
営業収益	353,175	102.4	98.4	△ 5,676
売上高	344,804	100.0	98.3	△ 5,982
売上総利益	96,627	28.0	97.5	△ 2,519
営業総利益	104,999	30.5	97.9	△ 2,214
販管費	102,775	29.8	100.8	825
営業利益	2,223	0.6	42.2	△ 3,039
経常利益	2,367	0.7	43.8	△ 3,038
親会社株主に帰属 する四半期純利益	832	0.2	28.7	△ 2,066

■ 2023/02期 第2四半期 事業会社別単体決算の概要

(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	187,057	102.2	96.6	142,179	103.1	101.0	21,322	101.1	95.0
売上高	183,036	100.0	96.5	137,964	100.0	100.9	21,086	100.0	95.0
売上総利益	50,816	27.8	96.5	35,892	26.0	99.1	5,357	25.4	93.5
営業総利益	54,838	30.0	97.0	40,108	29.1	99.6	5,592	26.5	93.5
販管費	53,703	29.4	99.8	38,435	27.9	101.3	5,750	27.3	101.2
営業利益	1,134	0.6	42.0	1,672	1.2	71.8	△ 158	△ 0.8	—
経常利益	1,122	0.6	34.2	1,771	1.3	71.7	△ 166	△ 0.8	—
四半期純利益	522	0.3	24.7	1,005	0.7	67.5	△ 123	△ 0.6	—

■ 新たなスーパーマーケットのかたちを模索する

当社はこのような経済環境の変化に対処すると同時に、これからのスーパーマーケットのかたちを模索することを目的に、カスミブランドという店舗を2店舗出店し、さまざまな実験の取り組みを開始しました。



ブランデ並木店は、食と健康をテーマに菓のウエルシア様と協業して一体の売場をつくり、スムーズに買物をしていただけるようにとしたこと、健康な食に関するさまざまな情報をお伝えする場をめざしたものです。



ブランデ研究学園店は、お客様のさまざまな食のスタイルを想定し、さらにさまざまな買い物のスタイルを提供して、お客様が自分の都合に合わせてご自身で快適な買物体験がデザインできるお店をめざしました。

■ 新たなスーパーマーケットのかたちを模索する

店頭の商品やサービスにとどまることなく、当社がこれまで開発してきたデジタルの仕組みをできる限り結集し、お客様のさまざまな買物スタイルに寄り添いながら新たな便利さと楽しさを提供しようというところにも及ぶ実験となっています。



■ 新たなスーパーマーケットのかたちを模索する



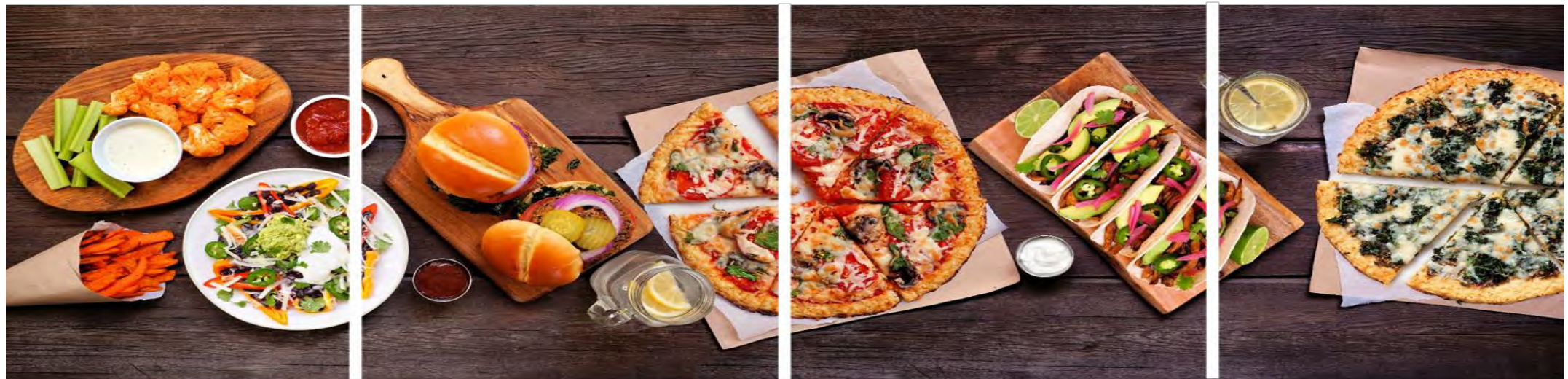
これは当社が直接運営する、今年6月から操業開始したテラベースと名付けたレタスを生産する植物工場です。この工場は、新鮮・安全・健康・環境といったキーワードを柱に立ち上げたブランドである、グリーン・グロウーズの先兵となる商品を生産する施設で、当社にとっては生産から流通、そしてお客様の食卓までを、他社に頼ることなく一貫して担う製造小売業にトライするものです。

■ 新たなスーパーマーケットのかたちを模索する



11月からは、グリーン・グロワーズのレタスに加え新たなラインナップとしてビヨンドミートの販売を開始

Food for well-Being, Food for Sustainable



BEYOND FOOD RETAIL

- 食品小売業の未来 -

新たなスーパーマーケットのかたちを求めてさまざまなことにチャレンジしていこうと考えております。

U.S.M.Holdings



■ 2023/02期上半期（マルエツ）/業績概要

【損益の概要(単体)】

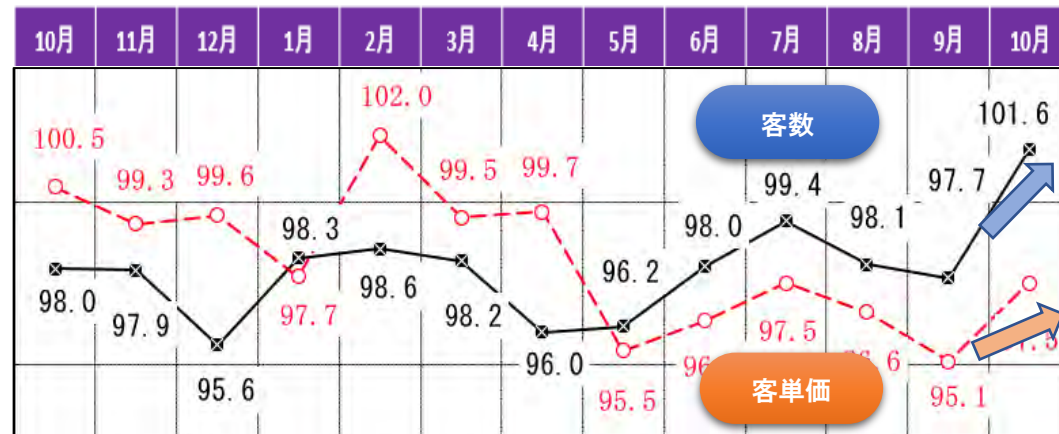
(百万円、%)

科目	実績	前年比/前年差
営業収益	187,057	96.6
売上高	183,036	96.5
売上総利益	50,816	96.5
(率)	(27.8)	(▲0.0)
営業総利益	54,838	97.0
販管費	53,703	▲108
営業利益	1,134	▲1,565
経常利益	1,122	▲2,163
四半期純利益	522	▲1,592

減益要因	額
売上高	▲1,672
売総率	▲2
販管費	+108

計
▲1,565

＜客数、客単価の推移＞



■ 上期施策と結果

- ・新店プチ2店舗(馬込駅前店、南青山七丁目店)
- ・改装14店舗、Uber Eats56店舗
- ・フルセルフレジ192店舗導入
- ・経費は省力化投資等により前年▲108と抑制

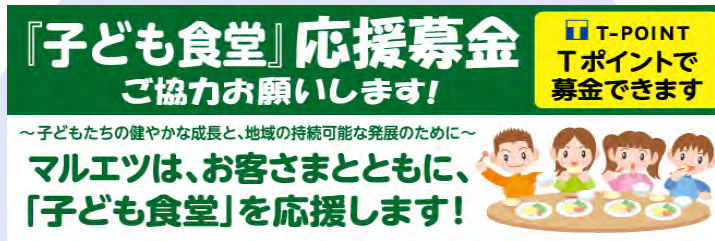
■ 下期施策と進捗状況

- ・新店2店舗
(板橋南町店、プチ赤坂Bizタワー店)
- ・改装1店舗、売場変更9店舗
- ・maruetsu365 (独自商品) の展開スタート
- ・価格強化策:チラシ企画の変更、
日配商品による個店競争力の強化

健康軸の取り組み



SDGsへの取り組み



フードドライブ



世代交代への取り組み

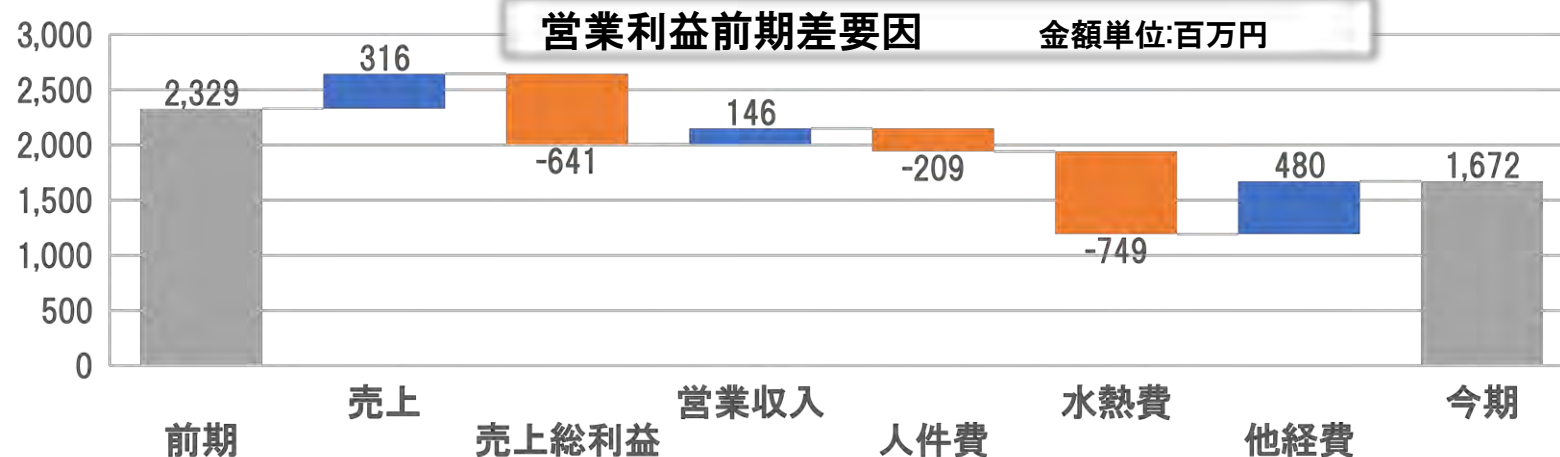
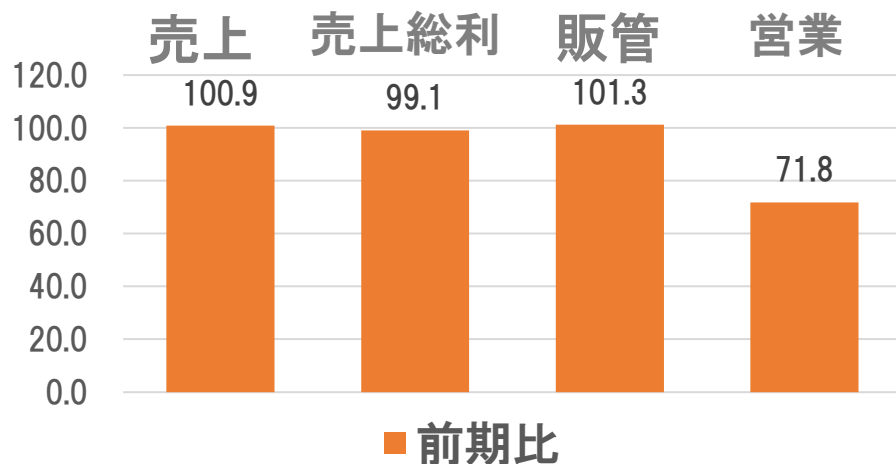
韓国メニュー



グミ



■ 2023/02期上半期（株式会社カスミ）/業績概要



【売上高施策】

- ・価格訴求による客数確保
- ・大型改装及びS&B出店
- ・外房エリアドミナント強化

【商品施策】

- ・「Miil KASUMI」既存店導入
- ・ブランデセレクトショップ
- ・産地開発要員を現場配置

【販管費施策】

- ・変形労働時間活用＝フレキシブルパートナー制度拡大
- ・大胆な電気使用量抑制策

■ 明確になった課題

- ・同質化した商品の価格の競争の激化
- ・顧客起点の価値創造のスピードアップ
- ・価格感度と価値訴求に対する明確なメッセージが必要
- ・デジタルによる顧客利便性の上昇と対話の拡大

科目	2023/02期 下期目標	前期差
營業收益	147,987	+7,409
營業利益	5,685	+1,919
經常利益	5,798	+1,808

BLANDE Times

チラシ有効期間 11/18(金)▶11/24(木) 2022

Extra

BEYOND MEAT®

— ビヨンドミート —

日本初上陸!

エンドウ豆からできた植物由来の
カラダにも環境にもやさしい
代替肉です

BEYOND BEEF
 比濃ビーフの原材料は
 エンドウ豆たんぱく質が主成分です。
 他にココロツブイオイルや
 キャノーバ油、ひまわり油によって
 脂質の配合を調整しています。
 肉の赤みに似せつつも鉄分と亜鉛、
 より肉に近づけるよう炭水化物
 を加えて作られています。

BEYOND BEEF
 1POUND(1パック)
 定価 ¥1,480
 税込価格 ¥1,568

DELICA

まるでお肉のような旨味
週に1回は“ゆるベジ”生活を!

塩ビリアーメンと食のせた
かぼちめサラダ

ガーリック風味の
新りかりサラダ

カルシウムたっぷりの
焼き豆腐と野菜

多量に入り
低糖質・低カロリーな
比濃ビーフソース

BEYOND BEEF
ランチBOXクリーム(1パック)
¥880
税込価格 ¥950

トマトソースを使った
比濃ビーフステーキと
十八穀ごはんの組み合わせ。

BEYOND BEEF
ランチBOX
トマトソース(1パック)
¥880
税込価格 ¥950

BAKERY

比濃ビーフで
作ったパティ使用

オムチ
バーガー
・焼肉バーガー
・ココナッツチキン
・焼きたてチーズ

オムチ
・コーンチキン
・コーンチキン

オムチ
・コーンチキン
・コーンチキン

BEYOND BEEF
・オムチバーガー
・オムチバーガー
・オムチバーガー
(各1個)
¥498
税込価格 ¥537

BEYOND BEEF ミートボール
トマトソース・具乳クリーム
(各1パック)
¥580
税込価格 ¥626

BEYOND BEEF スpaghetti
マッシュルーム・具乳クリーム
(各1パック)
¥580
税込価格 ¥626

BEYOND BEEF ランチBOX
トマトソース(1パック)
¥880
税込価格 ¥950

※全11品から販売費引切りサイズ

BLANDE 研究学園店 限定 11/19(土)・20(日)
2日間限定

Well-Being Weekend 特別企画

11/19(土)・20(日) 下記ステッカーの付いた
対象商品を **Scan&Go** で買い上げで
自動でポイント 4倍の
スタックアップ
通常 **10倍** プレゼント

※1人1回限り。11/19(土)・20(日)の2日間限定。対象商品は、11/19(土)・20(日)の2日間限定で販売いたします。

Well-Being Weekend

PLANT-BASED FAIR

November 19 - 20 10:00 START

キッチンカー出店 屋外ドッグラン横

MARO (マル)

HARU (ハル)

ポテト・パン・揚げ物・デザートなど、
様々なメニューをご用意しております。
お気軽にご来店ください。

PONKEY (ポンキー)

ポテト・パン・揚げ物・デザートなど、
様々なメニューをご用意しております。
お気軽にご来店ください。

マーケット開催 イートインコーナー

Demo (デモ)

本日は、本格的な料理・デザートなど、
様々なメニューをご用意しております。
お気軽にご来店ください。

お菓子作り体験 (クッキー作り)

「スウェーデン・スウェーデン」の
お菓子作り体験を開催いたします。
お気軽にご来店ください。

Follow me!

Twitter Instagram

数に限りがございますので、なくなり次第終了となります。



あなた以上に、あなたを想う。
カスミのMiiL。

カスミは、「よろこびを分かちあえる食卓づくり」を使命にしていま
あなた以上にあなたのことを想い、食卓に四季折々の出会いやふれあ
地域の発見を届けることの大切さを、私たちは信じています。

カスミが手掛ける最高の食卓づくり。
「KASUMIが手掛けるmeal=MiiL（ミール）」と名づけました。

1961年創業から磨き上げた目利き力と調達力をいかして、
こだわり食材を選び、ひとつひとつ丁寧に、想いを込めて調理してい
食卓への想い、人をつなぐ絆の強さ、地域への想いの強さは私たちの
良い日常は、良い食生活から。はじめよう、カスミのMiiLで。

MiiL
KASUMI
ミール カスミ

MiiL
KASUMI
ミール カスミ
Premium

MiiL
KASUMI
ミール カスミ
marché

1. 2022年上期施策の実施内容と結果

施策	実施内容と結果
売上高	・大型活性化2店舗(津田山・木更津請西)は売上昨比104.2%、しかし損益計画は未達、新店1店舗(幕張)を8月にオープン ・客数減(既存比95.2%)に対し、チラシ増と商品の価格打ち出しによるセールス強化や夕刻の時間帯を強化、自社アプリによるデジタル販促も強化したが、前年回復に至らず ・オンラインデリバリー6店(+3店増)、UberEats22店(+21店増)の店舗拡大 - EC売上高は前年比962%となるが、全社売比では0.6%とインパクトが弱い
商品	・大型活性化店舗にて新MDを展開、新店にて商品改革のモデル店を構築 -生鮮惣菜の展開店舗数拡大、独自商品の展開拡大(SKU数1,614) ・PB/トップバリュの売上拡大(構成比16.3%、前年差+0.4%) →インパクトのある数値改善に至らず、売上総利益率は前年改悪(前差▲0.4%)
販管費	・人件費:フルセルフレジ15店(+8店増)の展開等により▲125M ・設備費:電気使用量抑制(昨比98%)を図るも単価上昇の影響等により +162M

<客数不振の要因>

- お客さまの節約志向・価格意識向上に対して、価格の打ち出しが不十分となった
- 新商品や独自商品、来店に繋がる提供価値・サービスの既存店への展開不足

<荒利低下の要因>

- NB商品値上に対しPBや高荒利商品の展開が遅れた
- 付加価値を生み出す生鮮・デリカ商品の進化スピードの遅れ

2. 2022年下期取組み

単位:百万円

施策		取り組み内容	効果額
売上 荒利	商品・ 売場	・ 新MD（NBこだわり等）の既存店導入+改廃 -生鮮惣菜の強化 →サテライト便拡大による商品魅力店舗拡大 ・ 「新商品」＝販売計画について規模拡大 ・ PB・NBの価格打ち出し強化と併せ「売れて儲ける」商品見直し ・ 重点店舗（数値インパクト高い）による営業利益改善の具体化	160
	販促	・ 販促強化と来期に向けたトライアル企画 - APP会員割引・火-木市・価格強化・カテゴリー割引き・商品提案	50
	EC	・ EC強化（オンラインデリバリー・UberEats） ①取り扱い店舗数の拡大 ②販促の強化・販売コンクールの実施	100
販管 費	人件費 設備費 一般費	・ MH適正配置、DX（レジ）推進による人件費削減 ・ 生鮮の働き方モデル、ステープルの働き方改革の推進 ・ 水道光熱費：電気使用量昨対88.9%の節電目標の実施 ・ 事務用消耗品費削減、システム利用料の見直し	215

結び合う

United Super Markets Holdings

私たちユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングスは
首都圏に展開するマルエツ、カスミ、マックスバリュ関東、3つのスーパーマーケットの
共同持株会社です。

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。

