



LET'S SAVE WATER



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 2022

2022年2月期 インベスターズガイド



U.S.M.Holdingsのアウトライン

Outline

地域No.1を目指し、
お客さま満足度を高めるフォーマットで店舗展開

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



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、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」、ちょっと贅沢で美味しい価値ある商品を提供する上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。



カスミのブランド展開



「人」「食」「生活」「文化」が、商品・サービスを通じて交じり合う、新たなスーパーマーケットのカタチ「BLANDE(ブランデ)」、料理と食生活をご提供する食の専門店「フードスクエア」、鮮度のよい商品と便利さをご提供する店舗「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・活用や人材の交流を進め、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、永続的に発展(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

店舗ネットワーク

Network

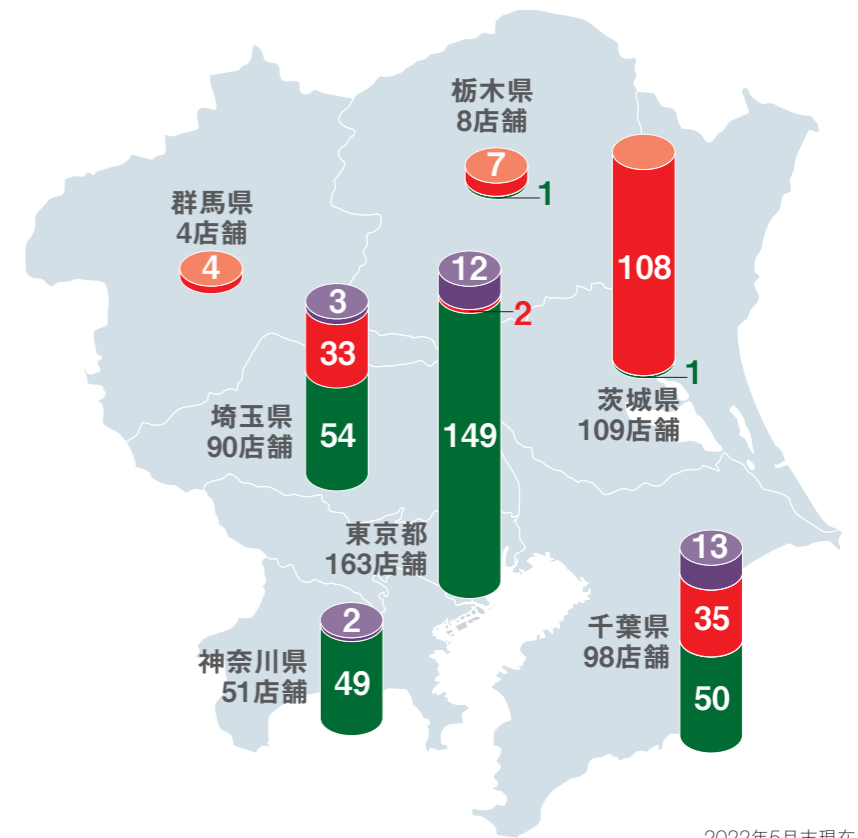


3社の融合を深め、
地域のお客さまのニーズにお応えし続けます。

マルエツ	304
カスミ	189
マックスバリュ関東	30

グループ合計：523店舗

※中国の2店舗(マルエツ)は含まれておりません。



2022年5月末現在

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。

コロナ禍を経て大きく変化したお客さまのライフスタイルや国際情勢などの環境変化に対応するため、デジタルを基盤とした構造改革を推し進め、「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目指してまいります。

スーパーマーケットの新たなあり方を提案する新店舗・改装店舗を続々OPEN

マルエツ 武蔵新城店

2021年11月OPEN



BLANDE 研究学園店

2022年2月OPEN



マックスバリュ 東習志野店

2021年7月RENEWAL OPEN



デジタルとオフラインとの
更なる融合を図り、
他社にはできない
価値提供を実現する
ビジネスモデルの確立を目指す

代表取締役社長
藤田 元宏



現在、私たちのまわりでは、国際情勢の変動に端を発したエネルギーコストの高騰や為替の変動などにより生活物資の急激なインフレへの傾斜がはじまる一方で、新型コロナウイルスの感染が再び拡大するなど、不安定な状態が続いています。お客さまの消費行動も、そうした状況を受け、これまでとは大分異なる傾向が顕著となり、私どもの経営におきましても変化に柔軟に対応していくことがたいへん大事な局面を迎えております。

当社は、中期経営計画に掲げた「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」を基本にオリジナルスマートフォンアプリ「スキャンアンドゴー」の機能を刷新するなどして、さまざまなシーンでのお買物体験を実現するマルチチャンネルサービスに向けて取り組みを推進しています。また、新たな野菜の栽培技術を志向するPLANTX社と協働で準備してきた植物工場が本格稼働となりました。科学技術により水資源や土壌などへの環境負荷を軽減したサステナブルで安全な、おいしいレタスを、当社が商品開発から販売まで一貫してデザインすることで、高鮮度な状態で食卓にお届けできるように

なり、更なる販売の拡大に取り組んでいるところです。

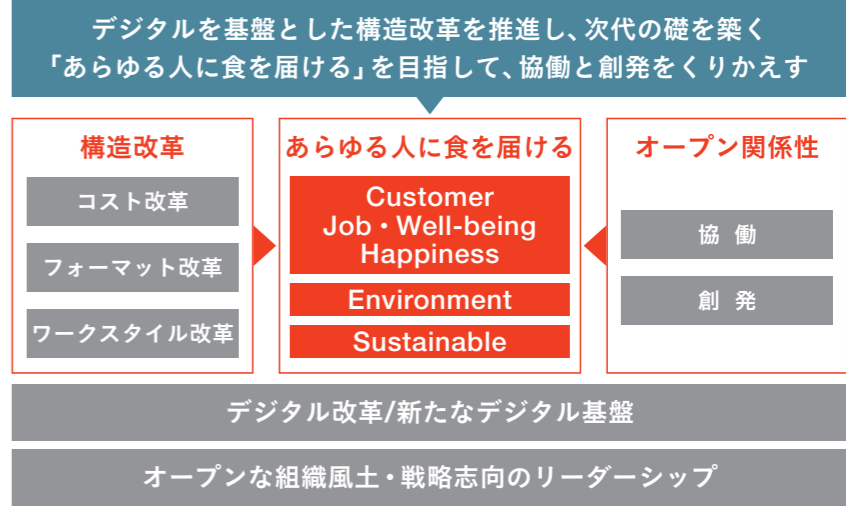
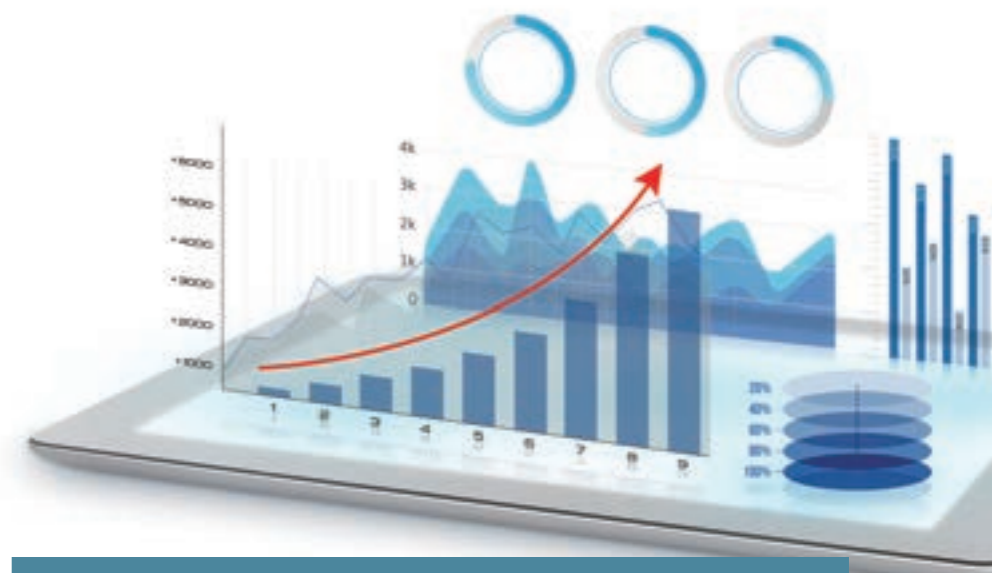
お客さまとの接点の場として最も重要と考える店舗については、デジタルの開発と歩調を合わせながら新たな店のあり方を試行する取り組みを、マックスバリュおゆみ野店やマルエツ 船橋三山店、カスミのブランドつくば並木店、研究学園店で進めました。今後もこうした取り組みを更に進化させ、デジタルとの更なる融合を図り、お客さまへのサービスにおいて当社独自の利便性やエンターテインメント性などを含んだ提供価値を生むビジネスモデル確立のため、進化させてまいります。

さらに、環境問題をはじめとするさまざまな地球的課題に対しても、その解決策を事業の中に取り込んで成長していくことを推進していきたいと考えています。私たちが社会とともに長く存続するためにはサステナブルな経営は欠かせません。当期もグループ全体で未来を志向し、サステナブルな社会への貢献を目指してまいります。

引き続き当社グループをご愛顧賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

中期経営計画全体像

当社グループは、2023年2月期を最終年度とする3か年の第2次中期経営計画に取り組んでいます。最終年度の今年度は、昨年度の振り返りから、コスト・商品・EC・人事制度の4つの重点経営課題への取り組みとさまざまなプロジェクトの運営により、変化する消費者ニーズに対応し、デジタル改革を中心に更なる改革のスピードアップを図るとともに、第2次中期経営計画の目標を実現してまいります。



4つの改革

デジタル改革を基盤とし、構造改革を推進しています。コストの構造を改革し収益基盤を強固にするとともに、お客さまの変化をとらえ次代の成長を目指して既存のフォーマット、ビジネスモデルの構造を変革し、新たな成長モデルへの転換を推進してまいります。

Strategy 1	コスト改革	<ul style="list-style-type: none"> ● 間接費から直接費へ、改革領域へのキャッシュ配分 ● 新店から既存店活性化、デジタルへ
Strategy 2	フォーマット改革	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業者視点から顧客視点への回帰 ● 既存店舗への積極投資によるフォーマット転換
Strategy 3	ワークスタイル改革	<ul style="list-style-type: none"> ● 作業から顧客接点へ
Strategy 4	デジタル改革	<ul style="list-style-type: none"> ● 新たな働き方に応じた基幹システム (ERP、AI) ● 新たな顧客体験の創造



オープンイノベーションプラットフォームの取り組みの始動

当社は、独自の技術を持つパートナー企業との共創を更に加速させ、ダイナミックな社会の変化に対応するため、本年度3月より、グループの枠を越え、独自の技術を持つ企業と連携・共創するオープンイノベーションプラットフォーム「AKIBA Runway」(アキバランウェイ)の取り組みを始動しました。小売業における新しい提供価値を創出することを目的として、専門チームがパートナー企業の探索と関係構築を行います。パートナー企業の技術が、当社グループの持つ500店舗を超える各社店舗網などのリソースと結びつき、実証実験・効果検証を経たあと、販売や稼働の開始に向けて進んでいきます。現在まで40件を超える案件についてヒアリング等を行い、実際動き始めた案件も出てまいりました。目指すのは、リテールと技術の共創から作り出す新たな提供価値の創造です。

顧客体験最大化を目指す取り組み

Customer Experience

デジタル改革の推進

お客さまへ利便性とエンターテインメントを提供する環境整備

「人生100年時代」と言われる中、人口減少、気候や国際情勢の変化などの環境変化にデジタル化の進展が加わり、に対する期待は大きく変化しています。そのような変化の中において、当社グループでは、次の事項に取り組んで

お客さまのライフスタイルや「食」
おります。



「ignica(イグニカ)」は、これからのリテールの在り方の創造を目指してU.S.M.Hから誕生した、独自のデジタルブランドです。

Ignition for cultural life

“新しいスタイルや信条を持った人生に点火する”

ignica 主なサービス

Scan & Go (スキャンアンドゴー)

Online Delivery (オンラインデリバリー)

デジタルサイネージ

セルフPOSシステム

拡張性の高いプラットフォームで開発していることから、便利な機能やサービスを追加し、さまざまなシーンでお買物体験を実現するスマートフォンアプリによるマルチチャネルサービス化に注力しております。

当社グループのマルエツ、カスミ、マックスバリュ関東の各店舗で積極的に導入を進めるほか、当社グループ外の企業への導入も実施しており、今後も進化を続けてまいります。

<https://ignica.com/>



Scan & Go



レジレスでスマートなお買い物体験を

スキャンアンドゴーは、お客さまのスマートフォンがレジになる決済サービスです。レジに並ぶ必要がなく、非接触かつレジ待ち時間ゼロ。お店でストレスなく快適にお買い物をお楽しみいただける、新たなチェックアウトソリューションです。

昨年度は、スキャンアンドゴーにオンラインデリバリーを統合したことに加え、商品の店舗受け取りや栄養バランス確認などの便利な機能やサービスを追加しました。現在、500店舗以上でご利用いただけるとともに、この技術を活用した無人店舗「スマートブチ」、「カスミラボ」、「オフィススマートショップ」も随時拡大中です。



アプリダウンロード



Online Delivery



お買い物は好きな時間に自由なスタイルで

オンラインデリバリーは、店舗で取り扱う商品をスマートフォンやタブレット、パソコンでご注文いただき、ご自宅や配送エリア内のご指定先、もしくは店舗でお受け取りいただける食品宅配サービスです。さらに、こだわり商品のインターネットショッピングもお楽しみいただけます。

アプリでセキュリティロックを解錠するピックアップルームによる新しい店頭受取サービスは、ネット注文から受け取りまでスマートフォンで完結する、非接触の新たなお買物体験を提供します。



<https://od.ignica.com/>



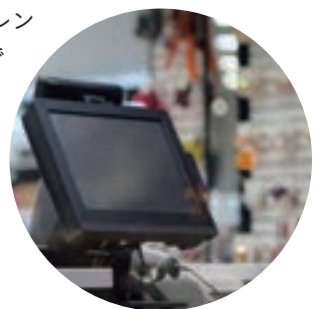
デジタルサイネージ

AIデジタルサイネージを活用した広告配信・マーケティングサービスです。サイネージをネットワーク化し、商品情報、料理レシピ動画など、お客さまにとって価値あるコンテンツを配信し、これまで以上に楽しいお買物体験をご提案します。



セルフPOSシステム

誰でも使いやすいユーザーフレンドリーなセルフPOSシステムです。非接触なので、安心して会計していただけます。



フォーマット改革

新しいスーパーマーケットのカタチを模索する取り組み

当社は、フォーマット改革において新たなスーパーマーケットのカタチを模索する取り組みとして、2021年度は、カスミがブランデという名称で2店舗を新規に出店しました。2020年10月のマックスバリュおゆみ野店のリニューアルオープンから新たな取り組みを少しずつ実装して検証を重ね、デジタルの開発とも同期をとりながら、2021年2月のマルエツ 船橋三山店のオープンを経て、カスミのブランデへとプロトタイプを進化を図っています。



マックスバリュおゆみ野店

マックスバリュおゆみ野店は、大型改装を行い、お客さまの日々のお買物に「楽しさ」と「感動」をプラスアルファする、次のような「買物体験型スーパーマーケット」へと生まれ変わりました。

- 2020年10月16日**
リニューアルオープン
- 滞在時間を楽しむスーパーマーケット
 - お客さまの五感を刺激するスーパーマーケット
 - お客さま好みのスーパーマーケット
 - 買物以外の目的をもてるスーパーマーケット



マルエツ 船橋三山店

マルエツ 船橋三山店は、お客さまのニーズやマーケットの環境変化に対応し、デジタル化への取り組みや、リアル店舗の強みを活かした「体験型スーパーマーケット」として誕生いたしました。「体験型スーパーマーケット」として次の4つの価値をご提供することで、お客さまが笑顔になれる、また、サステナブルな社会の実現に貢献できる店づくりに励んでおります。

- 2021年2月26日**
オープン
- 地域一番の鮮度
 - 立地・商圈特性に応じた「商品との出会い」
 - 新常态に対応した「ストレスゼロ」の店舗環境
 - 地域やお客さまに寄り添った接客と「繋がり」

BLANDEつくば並木店

新業態「BLANDE」は、「人」「食」「生活」「文化」が、商品・サービスを通じて交じり合う、そんなお店を目指しています。「BLANDEつくば並木店」は、Food、Health、Beauty & Wellness をコンセプトに、ドラッグストアのウエルシア薬局様との融合による、食と健康美をテーマとした新たな売り場展開で、地域のお客さまに新しい買物体験の場と商品を提供し、笑顔と心身の健康とお客さまに選ばれ続ける店舗として、新しい価値の提供を目指してまいります。

2022年1月28日
オープン



プライベートブランド商品

ご自宅に価値ある商品



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”



「eatime(イータイム)」は、おいしさを追求し、さまざまな地域の食文化や、逸品に焦点をあて、高い品質と、お値ごろ価格を目指して新しい価値をご提案するU.S.M.Hのプライベートブランドです。食の時間を、おいしさはもちろん、いろいろな発見、幸せを感じる“いい時間”に。食とおして、今までにない“いい時間”をお届けしたい。そんな思いを込めて「eat」と「time」を合わせて生まれたのが「eatime」です。今後もラインアップの充実を進め、更に進化してまいります。



オンラインデリバリーのEC専用ミールキット



わかりやすい動画2次元コード付きレシピで誰でも簡単に主菜と副菜のバランス献立をお楽しみいただけます。



シェフや料理人・管理栄養士監修のレシピで
自宅プロの味が楽しめる!

レシピ+食材で
献立いらず

下ごしらえ済の食材と、シェフ直伝のレシピ・調味料で
本格料理も簡単20分!

食材が必要な分だけ入っているので
食品の無駄がない!

主菜+副菜が入っているので
ご家族にバランスの取れた食事を提供できます

リテールシェフアカデミー

商品価値を提供できる人材の育成



社会や暮らしの変化によりスーパーマーケット業界にも新しい時代に向けた変革が求められる中、新たな商品価値を提供できる人材育成の観点から、社員向けの調理学習プログラム「リテールシェフアカデミー」の運用をスタートしました。受講生の満足度も高く、実際の現場においても部門の壁を超えた商品提案や生活者視点での売り場づくり、従来にない視点での商品開発などさまざまな成果が生まれています。

環境への取り組み

Environmental Activities

環境基本方針

ユナイテッド・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取り組みます。
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。

サステナブルなU.S.M.Hの新しいブランド

「Green Growers (グリーン growers)」



greengrowers

You are what you eat.
あなたの身体はあなたが
食べたものでできている

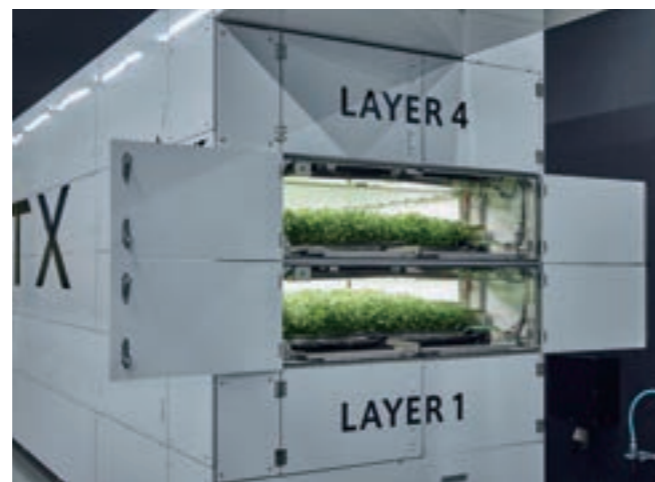
食物はただ美味しいだけでなく、より安全で、これからは環境に優しくなくてはならない。サステナブルな商品を選択することで、未来の子どもたちに美しい地球を残すことができる。そんな素敵な商品を考えて、カラダにも地球にも美味しくて優しいブランドが誕生しました。

サステナブル志向の植物工場生まれのレタス

Green Growersの第一号商品は、茨城県土浦市の自社運営の植物工場「THE TERRABASE (ザ テラベース)」で栽培されたレタスです。

当社が商品開発から生産、販売まで一貫して関与することで、収穫から販売までの時間が短くなり、供給も安定し、高鮮度なレタスを、いつでも、お客さまの食卓へお届けすることができますようになりました。

レタスは水耕栽培で育てられます。工場内の衛生的で密閉された栽培棚では、成育に最適な光の量、空気、栄養素が科学技術により細かく制御されています。これにより、安心・安全で高栄養価、柔らかいのにシャキシャキとした歯ごたえのレタスを収穫することができます。生育に必要な水は少なく、栽培時は農薬不使用で、環境にも体にも優しいレタスです。販売店舗は随時拡大してまいります。



● グリーングロワーズ
公式ブランドサイト
<https://mygreengrowers.com/>



脱プラスチックへの取り組み



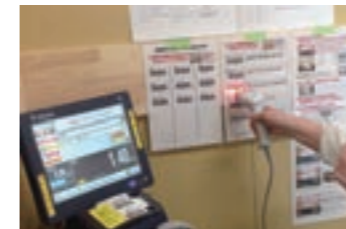
マルエツ、カスミ、マックスバリュ関東全店で、お客さまにお渡しする惣菜・弁当用カトラリー(スプーン・フォーク)と3Lサイズレジ袋に、環境配慮型素材(植物由来のバイオマス配合)を導入し、プラスチック使用量を削減しています。今後はデザートスプーンの紙化など、プラスチックの更なる削減を進めます。

店頭リサイクル活動の推進



U.S.M.Hグループ全店では、お客さまとともに店頭リサイクル活動を実施しております。カスミでは、回収した資源物をカスミリサイクルセンターで選別・圧縮・梱包を行い、専門のリサイクル工場と協力してさまざまな製品にリサイクルしています。

廃棄物削減の取り組み「廃棄物の見える化」



U.S.M.Hグループでは、廃棄物計量管理システムを導入し、廃棄物排出量削減に取り組んでいます。削減の第一歩は廃棄物の種類と量を把握することです。可視化することにより従業員の削減意識を高めています。

太陽光発電によるCO₂削減への取り組み



U.S.M.Hグループでは、店舗屋上へ太陽光発電設備の設置を進めています。一部店舗では営業に使用する電力の一部を補い、CO₂削減を目指します。また、マルエツでは、店舗に電気自動車(EV)用の急速充電スタンドを導入するなど、サービスの充実と環境負荷低減に取り組んでいます。

地域完結循環型モデル「食品リサイクル・ループ」認定

カスミでは、2021年10月に、農林水産大臣・環境大臣による食品リサイクル法に基づく「再生利用事業計画」の認定を取得しました。

群馬県のカスミ店舗で分別した食品循環資源を収集運搬業者が保冷車で運搬し、再生利用事業者に搬入して飼料化します。養鶏場ではその配合飼料を給餌した鶏から採卵し、その卵をゆで卵に加工して、カスミ店舗でゆで卵入り弁当などを製造販売することで、食品リサイクル・ループが認定されました。

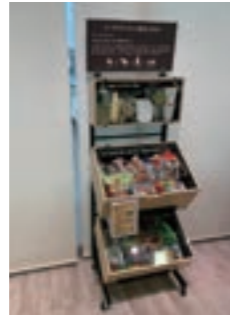
今後は参加店舗を拡大して当社グループ全体で食品リサイクルを推進し、持続可能な経営を目指します。



社会貢献活動への取り組み

フードバンク・フードドライブ

カスミでは2016年より「フードバンク」、2021年より「フードドライブ」活動を開始しました。マルエツでも「フードドライブ」活動を実施し、それぞれ活動店舗を拡大しています。社会福祉協議会やNPO法人を通じて、地域の生活困窮者や子ども食堂へ食品を寄贈するとともに、食品ロス削減に取り組んでおります。2022年度より、マックスバリュ関東においても「フードドライブ」活動をスタートする予定です。



買物困難地域への移動スーパー

カスミでは、お買い物が不便な地域に商品をお届けする移動販売を、2013年より実施しております。行政や地域社会と連携し、2022年6月末現在、茨城県13市4町1村、千葉県10市2町、埼玉県4市1町、栃木県3市1町で実施しており、生鮮食品や惣菜、牛乳、パンなど約650品目をご提供しております。



子ども食堂応援募金

マルエツでは2020年より、店頭での募金箱でお預かりしたお客さまからの善意とマルエツからの拠出を、毎月認定NPO法人を通して、出店地域の子ども食堂におとけしています。



盲導犬育成の支援

マルエツでは1993年より、カスミでは1998年より「盲導犬育成募金活動」を開始し、お客さまのご協力のもと、盲導犬育成を支援しております。また、マルエツ、カスミ、マックスバリュ関東全店で、補助犬(盲導犬・介助犬・聴導犬)同伴にてお買い物をお楽しみいただけます。



障がい者雇用の推進

マルエツでは1992年に特例子会社となる株式会社マーノを設立。これまでに事務代行や店舗での商品陳列などの業務で活躍しております。カスミでは法定雇用率を上回る人数を雇用しており、2018年に特例子会社カスミみらいを設立し、野菜の加工・包装業務など、活躍の場を広げております。



幸せの黄色いレシート

マックスバリュ関東各店では「イオン幸せの黄色いレシート」の取り組みを、2001年より継続しています。お買い物を通してお寄せいただいたお客さまの想いを、店舗近隣の地域のボランティア団体にお届けしており、今後も継続してまいります。



コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) (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

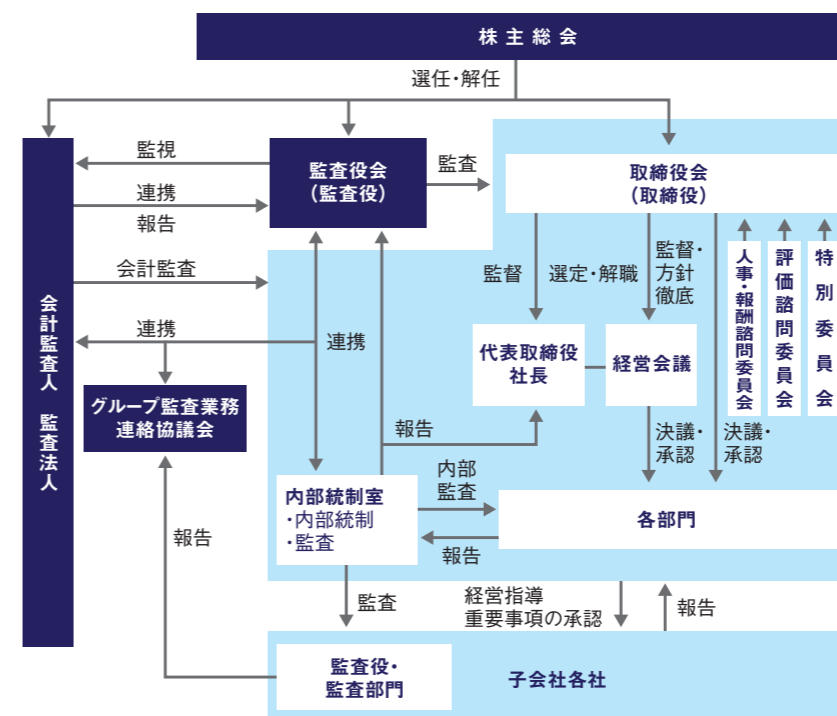
取締役会は取締役9名(うち社外取締役3名)で構成され、監査役5名も出席しております。取締役会は、原則として毎月1回開催しており、必要に応じて臨時取締役会を開催します。取締役会において各取締役は、法定の決議事項及び取締役会規程に定める付議事項を審議・決議し、法令遵守と適切なリスク管理の下で取締役の業務の執行状況について監督を行っております。また、当社は純粋持株会社として、事業会社における重要な決議事項の当社への報告を定め、事業会社の適正な業務執行を統治しております。

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おります。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「グループ監査業務連絡協議会」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。

(2022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(2022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	古 瀬 良 多
代表取締役副社長	山 本 慎 一 郎
取締役副社長	島 田 諭
取締役	本 間 正 治
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)	石 本 博 文
独立社外監査役(非常勤)	岡 本 忍

コーポレート・ガバナンス報告書の詳細は
<https://www.usmh.co.jp/company/governance>



事業会社の取り組み

Group Initiatives



事業会社別/単体決算概要 2022年2月期(単体)

営業収益
385,808百万円
(前年比 97.6%)

営業利益
5,776百万円
(前年比 58.2%)

経常利益
6,350百万円
(前年比 63.9%)

当期純利益
3,102百万円
(前年比 68.2%)

首都圏の1都5県に300店舗以上を展開する食品スーパーマーケットチェーンとして、「デジタルとの融合による顧客接点の創造」を基本テーマとし、「お客さまに寄り添う店舗への進化」、「持続可能な経営体質への転換」、「環境変化に対応するための戦略的投資の推進」に取り組んでいます。

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

マルエツ



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



営業収益
282,024百万円
(前年比 97.9%)

営業利益
6,094百万円
(前年比 74.5%)

経常利益
6,459百万円
(前年比 76.7%)

当期純利益
3,315百万円
(前年比 84.7%)

「よるこびを分かちあえる食卓づくり」を使命に、お客さまや地域社会に新しい価値を届けてまいります。豊かな自然環境や恵み、多様な人材、地域の伝統、食文化などのあらゆる経営資源を活用し、豊かな食生活の実現や社会的課題の解決、だれもが健康で活躍できる企業づくりなどに取り組んでいます。

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

カスミ



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



マックスバリュ関東株式会社



営業収益
44,552百万円
(前年比 95.4%)

営業利益
631百万円
(前年比 60.8%)

経常利益
613百万円
(前年比 59.6%)

当期純利益
386百万円
(前年比 49.6%)

「買物体験型スーパーマーケットの水平展開と進化」、「商品開発・仕入能力の強化」、「デジタル化の推進」に取り組んでいます。買物体験型スーパーマーケットでは①滞在時間を楽しむ、②五感を刺激する、③自分好み、④買物以外の来店動機がある、の4つの提供価値の実現に向け、店舗活性化を実施しています。

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

マックスバリュ関東



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

連結財務諸表 (2022年2月28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	2021年2月期	2022年2月期
資産の部		
流動資産		
流動資産合計	86,384	78,645
固定資産		
有形固定資産	133,470	137,997
無形固定資産	16,856	17,083
投資その他の資産	48,378	47,014
固定資産合計	198,705	202,096
資産合計	285,090	280,741
負債の部		
流動負債		
流動負債合計	91,353	92,359
固定負債		
固定負債合計	44,939	36,143
負債合計	136,292	128,502
純資産の部		
株主資本		
株主資本合計	147,867	150,985
その他の包括利益累計額		
その他の包括利益累計額合計	295	487
新株予約権	182	211
非支配株主持分	451	553
純資産合計	148,797	152,238
負債純資産合計	285,090	280,741

連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	2021年2月期	2022年2月期
売上高	718,904	701,159
売上原価	511,811	500,134
売上総利益	207,093	201,025
営業収入	14,945	15,248
営業総利益	222,038	216,273
販売費及び一般管理費	202,913	204,118
営業利益	19,124	12,155
営業外収益	509	586
営業外費用	200	266
経常利益	19,433	12,474
特別利益	17	—
特別損失	4,547	2,754
税金等調整前当期純利益	14,904	9,719
法人税、住民税及び事業税	6,472	3,191
法人税等合計	5,994	4,300
当期純利益	8,909	5,419
親会社株主に帰属する当期純利益	8,845	5,374

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

科目	2021年2月期	2022年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	29,919	16,016
投資活動によるキャッシュ・フロー	△15,935	△24,324
財務活動によるキャッシュ・フロー	4,137	2,391
現金及び現金同等物に係る換算差額	△22	297
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	18,099	△5,619
現金及び現金同等物の期首残高	20,018	38,118
現金及び現金同等物の期末残高	38,118	32,498

会社概要・株式情報 (2022年2月28日終了の事業年度)

Corporate Data and Stock Information

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

大株主

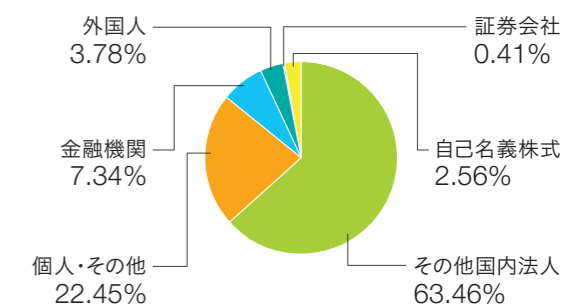
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
イオンマーケットインベストメント株式会社	67,159	52.34
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	5,307	4.13
U.S.M.Hグループ取引先持株会	2,785	2.17
公益財団法人神林留学生奨学会	2,300	1.79
イオン株式会社	1,629	1.27
株式会社日本アクセス	1,511	1.17
国分グループ本社株式会社	1,099	0.85
三菱食品株式会社	1,086	0.84
興和株式会社	1,010	0.78
株式会社常陽銀行	1,000	0.77

(注) 持株比率は自己株式(3,374,107株)を控除して計算しております。

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	98,302名

所有者別株式保有状況



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

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/>



● Scan & GO



Scan & GO

<https://ignica.com/apps/about/index.html#usmh-list>

● eatime



eatime

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

● グリーングロワーズ



グリーングロワーズ

<https://mygreengrowers.com/>

● eatimechef



eatimechef

<https://od.ignica.com/eatimechef>

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/>

