



# 2011年2月期 第2四半期決算説明資料

2010年10月22日

株式会社スーパーバリュー  
(JASDAQ:3094)



# 1. 当社の概要



- 1) スーパーバリューとは・・・
- 2) 売上・店舗数推移
- 3) 当社の特長
- 4) 基本戦略

# 1 スーパーバリューとは・・・

# SM

食品スーパー



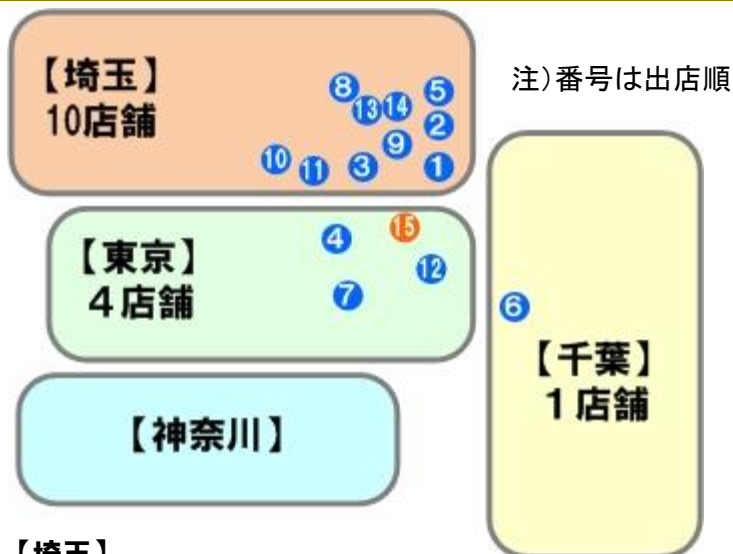
(複合)

# HC

ホームセンター



都市型スーパーセンター



### 【埼玉】

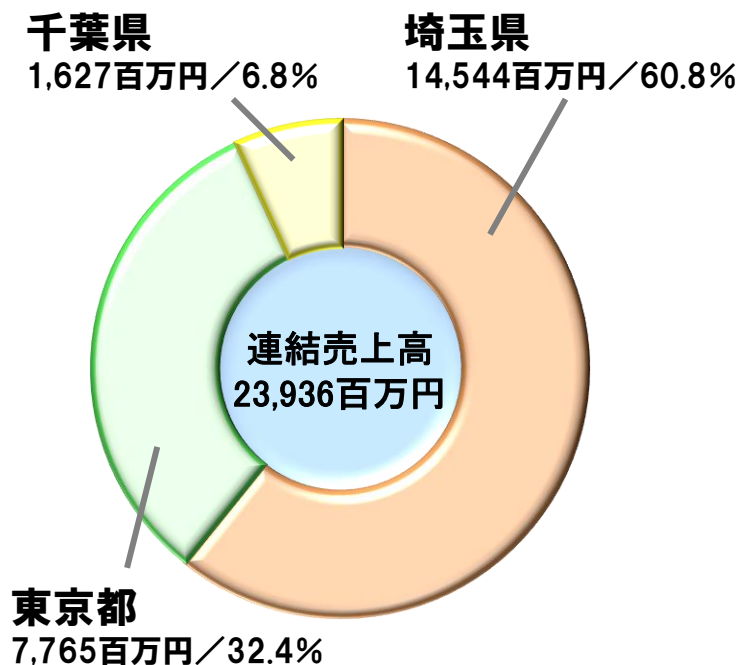
- ①草加店
- ②越谷店
- ③戸田店
- ④練馬大泉店
- ⑤春日部武里店
- ⑥南船橋店
- ⑦杉並高井戸店
- ⑧上尾愛宕店
- ⑨川口前川店
- ⑩入間春日町店
- ⑪東所沢店
- ⑫荒川一丁目店
- ⑬大宮天沼店
- ⑭見沼南中野店
- ⑮志茂店(3月26日開店)

### 【東京】

- ④練馬大泉店
- ⑦杉並高井戸店
- ⑫荒川一丁目店
- ⑮志茂店(3月26日開店)

## 【地域別連結売上高構成】

(2011年2月期 第2四半期累計期間)



# 2 売上・店舗数推移

【1996年3月】  
「㈱大川ホームセンター」設立(同年7月営業開始)

【2008年2月】JASDAQ上場

【2005年3月】  
社名を「㈱スーパーバリュー」に変更  
ストアブランドも「Super Value」(スーパーバリュー)に統一

【2005年9月】  
「Value Plaza 上尾愛宕店」をSPC方式で出店するため  
(有)上尾企画を設立  
→2006年6月より、同店舗のテナント管理業務を子会社  
(有)バリューサポートに移管

【2006年1月～12月】  
経営の効率化と管理の  
簡素化を目的として  
子会社を吸収合併

新規出店

①志茂店  
東京都北区  
2010年3月26日開店

【1996年7月～】  
HC部門スタート

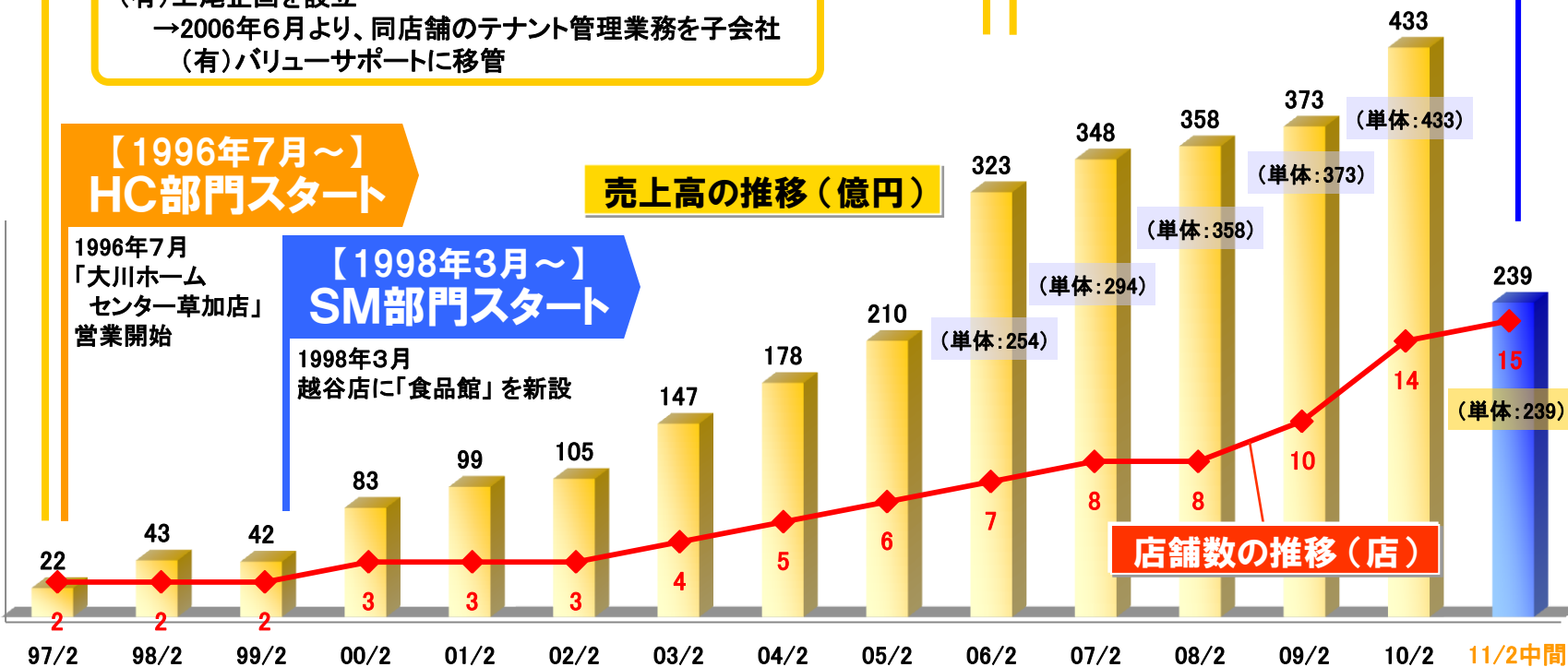
1996年7月  
「大川ホーム  
センター草加店」  
営業開始

【1998年3月～】  
SM部門スタート

1998年3月  
越谷店に「食品館」を新設

売上高の推移(億円)

店舗数の推移(店)



注: グラフは、05年2月期までは単体、06年2月期以降は連結

### 3 当社の特長

店舗への  
大幅な権限委譲

⇒迅速な競合店対策

+

よい商品をより安く

⇒鮮魚は毎朝市場仕入

+

幅広い品揃え

⇒家庭用から業務用まで  
地域ニーズに応じた品揃え

強い  
集客力

高い客単価

⇒2,328円(2010年2月期)

高い商品回転率

⇒SM 72.5回/年  
HC 8.1回/年  
(2010年2月期)

高い生産性

⇒1人当たり売上高  
31,402千円(2010年2月期)

### ③ 基本戦略 ローコスト経営

## 常に競合店を上回る価格競争力

これを実現している  
基本戦略

- 売上総利益率を下げ、集客と売上を拡大する路線
- これを可能とする「ローコスト経営体質」の追求

#### 【売上総利益率の競合比較】

当社グループ（10年2月期）		⇔	業界平均（競合上場会社）	
SM事業部	19.8%		25.7%	SM業界
HC事業部	21.6%		28.5%	HC業界

#### 【売上高販管費率の競合比較】

当社グループ（10年2月期）	⇔	業界平均（競合上場会社）	
18.4%		26.3%	SM業界
		26.5%	HC業界

注) 業界平均の数値は以下の基準で選定した会社の有価証券報告書等より集計

SM: (株)日本経済新聞社「第43回日本の小売業調査」のSM業態区分「地方スーパー」上位10社のうち上場会社7社と当社と競合する主な会社8社  
(イオン北海道(株)、(株)サンエー、(株)タイヨー、(株)関西スーパーマーケット、(株)ヤマナカ、(株)ユニバース、(株)ヤマザワ、(株)マルエツ、(株)いなげや、(株)ヤオコー、(株)エコス、(株)ベルク、(株)マミーMarkt、(株)オオセキ、(株)マルヤ)

HC: (株)日本経済新聞社「第43回日本の小売業調査」のHC業界上位より上場会社12社(持株会社上場会社含む)と当社と競合する主な会社1社  
(コーナン商事(株)、(株)コメリ、(株)ナフコ、(株)ケーヨー、ホーマック(株)、(株)島忠、トステムビバ(株)、(株)カーマ、ダイキ(株)、(株)MrMax、アークランドサカモト(株)、(株)PLANT、(株)セキチュー)



## 2. 決算概況



- 1) 決算ハイライト
- 2) 既存店の状況
- 3) 売上の状況
- 4) 四半期の状況
- 5) コストの状況
- 6) 設備の状況／従業員の状況
- 7) 出店の状況
- 8) 要約貸借対照表
- 9) 要約キャッシュ・フロー計算書

# 1 決算ハイライト

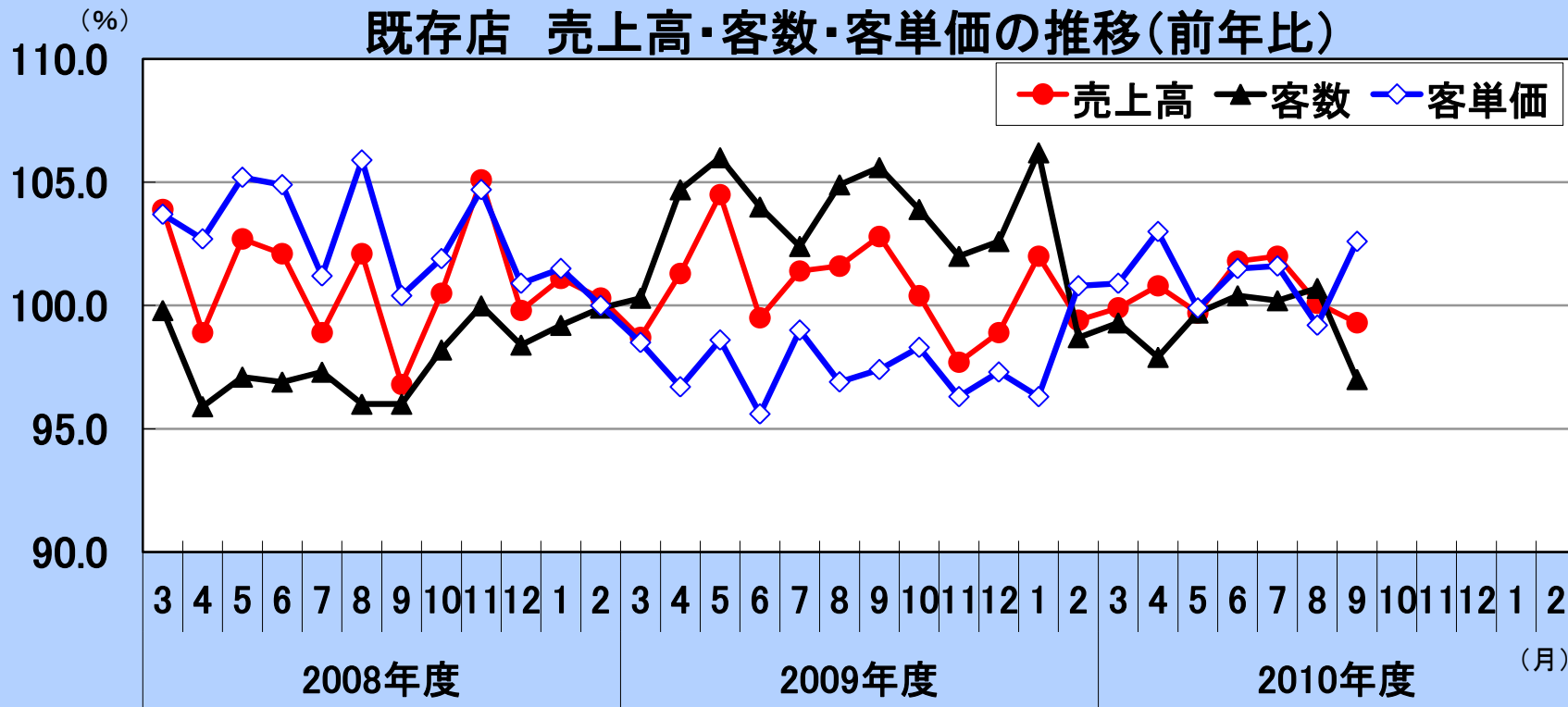
単位: 百万円、%

<連結>	2009年2月期 中間会計期間		2010年2月期 第2四半期累計期間		2011年2月期 第2四半期累計期間		
		売上比		売上比		売上比	前年同期比
売上高	18,299	100.0	21,189	100.0	23,936	100.0	+ 13.0
売上総利益	3,760	20.6	4,220	19.9	4,779	20.0	+ 13.2
営業収入	169	0.9	148	0.7	155	0.6	+ 4.3
営業総利益	3,930	21.5	4,369	20.6	4,934	20.6	+ 12.9
営業利益	533	2.9	597	2.8	473	2.0	△ 20.8
経常利益	460	2.5	520	2.5	397	1.7	△ 23.6
特別損益	7	0.0	△ 29	-	△ 130	-	-
四半期純利益	276	1.5	290	1.4	152	0.6	△ 47.7
総資産	19,338	-	19,091	-	20,024	-	+ 4.9
純資産	2,499	-	3,035	-	3,404	-	+ 12.2
1株当たり 四半期純利益	131.53円	-	138.57円	-	72.47円	-	△ 66.1円
1株当たり純資産	1,183.67円	-	1,438.66円	-	1,614.60円	-	+ 175.94円

退職給付債務の  
計算方法変更に伴う  
差額 (122百万円)  
練馬大泉店 借地権  
の償却 (8百万円)



## ② 既存店の状況



### 出退店の状況

- 出店：志茂店(3月)
- 退店：なし
- 改装：なし

### 既存店売上高の状況

11/2期 第2四半期累計期間	前年同期比
既存店売上高	100.7%
客数	99.7%
客単価	101.0%
買上点数	100.2%

※前年比推移グラフ(上グラフ)の2009年10月以降の客数・客単価、前年同期比表(右表)の客数・客単価・買上点数からは、越谷店を除いております。  
(越谷店は、2009年10月に食品館とHC館を入れ替える大改装を実施しているため)

# ③ 売上の状況 事業部門別売上高・売上総利益率

単位:百万円、%

<連結>	2009年2月期 中間会計期間			2010年2月期 第2四半期累計期間			2011年2月期 第2四半期累計期間			
	売上高	売上比	売上総利益率	売上高	売上比	売上総利益率	売上高	売上比	前年同期比	売上総利益率
連結合計	18,299	100.0	20.6	21,189	100.0	19.9	23,936	100.0	+ 13.0	20.0
SM事業部	12,324	67.4	19.6	14,952	70.6	19.1	17,699	73.9	+ 18.4	19.4
生鮮食品	6,071	33.2	23.2	7,365	34.8	22.4	8,708	36.4	+ 18.2	22.6
グロースリー	6,252	34.2	16.2	7,587	35.8	15.9	8,990	37.5	+ 18.5	16.4
HC事業部	5,974	32.6	22.4	6,236	29.4	21.9	6,237	26.1	+ 0.0	21.5
第一グループ※	1,056	5.8	27.7	1,115	5.3	27.4	1,093	4.6	△ 2.0	26.5
第二グループ※	1,557	8.5	22.5	1,636	7.7	22.4	1,599	6.7	△ 2.3	21.6
第三グループ※	3,140	17.1	20.6	3,269	15.4	19.8	3,303	13.8	+ 1.1	19.9
第四グループ※	107	0.6	12.3	110	0.5	11.5	147	0.6	+ 32.6	12.1
その他	112	0.6	32.0	104	0.5	31.7	93	0.4	△ 10.2	32.3

※「第一グループ」:日曜大工・園芸・エクステリア用品 「第二グループ」:カー・レジャー・ペット用品  
「第三グループ」:家電製品、対面(時計・カメラ等)、インテリア用品、家庭・日用雑貨、文具、玩具、ドラッグ  
「第四グループ」:リフォーム

# 4 四半期の状況

単位:百万円、%

<連結>	2010年2月期 第2四半期累計期間			2011年2月期 第2四半期累計期間					
	第1四半期	第2四半期	第2四半期 累計	第1四半期		第2四半期		第2四半期累計	
					前年 同期比		前年 同期比		前年 同期比
売上高	10,543	10,645	21,189	11,960	+ 13.4	11,975	+ 12.5	23,936	+ 13.0
SM	7,422	7,530	14,952	8,828	+ 18.9	8,871	+ 17.8	17,699	+ 18.4
HC	3,120	3,115	6,236	3,132	+ 0.4	3,104	△ 0.4	6,237	+ 0.0
売上総利益	2,113	2,107	4,220	2,375	+ 12.4	2,403	+ 14.1	4,779	+ 13.2
SM	1,430	1,426	2,856	1,705	+ 19.2	1,734	+ 21.6	3,440	+ 20.4
HC	683	680	1,364	670	△ 1.9	668	△ 1.8	1,339	△ 1.8
売上総利益率	20.0	19.8	19.9	19.9	△ 0.1	20.1	+ 0.3	20.0	+ 0.1
SM	19.3	18.9	19.1	19.3	+ 0.0	19.6	+ 0.7	19.4	+ 0.3
HC	21.9	21.9	21.9	21.4	△ 0.5	21.5	△ 0.4	21.5	△ 0.4
営業利益	349	248	597	220	△ 37.0	253	+ 1.9	473	△ 20.8
経常利益	311	208	520	183	△ 41.2	214	+ 2.7	397	△ 23.6
四半期純利益	164	126	290	25	△ 84.3	126	△ 0.4	152	△ 47.7

東所沢店オープン(7月)

志茂店オープン(3月)

# 5 コストの状況

単位:百万円、%

<連結>	2009年2月期 中間会計期間		2010年2月期 第2四半期累計期間		2011年2月期 第2四半期累計期間		
		売上比		売上比		売上比	前年 同期比
売上高	18,299	100.0	21,189	100.0	23,936	100.0	+ 13.0
売上総利益	3,760	20.6	4,220	19.9	4,779	20.0	+ 13.2
営業総利益	3,930	21.5	4,369	20.6	4,934	20.6	+ 12.9
販管費 (主なもの)	3,397	18.6	3,772	17.8	4,461	18.6	+ 18.3
広告宣伝費	156	0.85	154	0.73	162	0.68	+ 4.9
人件費	1,598	8.73	1,826	8.62	2,200	9.19	+ 20.5
地代家賃	400	2.19	444	2.10	551	2.30	+ 24.2
リース料	139	0.76	133	0.63	135	0.57	+ 1.8
水道光熱費	191	1.05	206	0.97	233	0.98	+ 13.1
開店一時経費	-	-	15	0.07	22	0.09	+ 43.6

売上総利益率: +0.1pt

- ・新店の売上拡大を目指した価格戦略の影響
- ・既存店は前期比: +0.3pt (売上総利益率: 20.3%)

⇒ちょっと良い商品の品揃え強化も、低価格競争の継続とポイント値引・換金の影響で伸び悩む

販管费率: +0.8pt

- ・人件費の増加
  - ・新店要員の早期確保
  - ・本格的な新卒採用活動に伴う新入社員の入社
- ・開店一時経費の増加
  - ・志茂店の新規出店 (前期は、居抜き出店)

⇒持続的な成長の為の投資

# 6 設備の状況／従業員の状況

## ● 設備の状況

単位:百万円、%

<連結>	2010年2月期 第2四半期 累計期間	2010年2月期	2011年2月期 第2四半期累計期間		
			前年同期比 増減額	前年 同期比	
新店・先行投資	357	587	129	△ 228	△ 63.8
既存店活性化他	49	175	215	+ 165	+ 338.1
設備投資計	406	762	344	△ 62	△ 15.3
減価償却費	173	395	230	+ 57	+ 33.0

志茂店(開店済み)  
及び等々力店他、今  
後の出店に係る投資

練馬大泉店の駐車場  
拡張に伴う、土地の  
取得及び差入保証金

## ● 従業員の状況

単位:人

<連結>	2010年2月期 第2四半期末	2010年2月期末		2011年2月期 第2四半期末		
			前期比 増減数	前年同期比 増減数	期 中 増減数	
社員	324	355	+65	398	+ 74	+ 43
契約・嘱託・臨時	923	1,025	+156	1,099	+ 176	+ 74
合計	1,247	1,380	+221	1,497	+ 250	+ 117

・今後の新店要員  
の早期採用  
・新卒採用活動に  
伴う新入社員の  
入社(25名)

志茂店開店に伴  
う増加

注) 契約・嘱託・臨時の人員数は、期中平均雇用人数(8時間換算)。

# 7 出店の状況

- 当期(2011年2月期)は、新規出店のほか、上期1店、下期1店の居抜出店に対応できるよう準備  
⇒前期(2010年2月期)後半から中途採用を増やした
- 2008年11月～2010年3月の1年4ヶ月で7店をハイペース出店  
⇒新店の戦力ダウンも窺がわれた



	開店日		店名	出店形態	年間出店数
2009年 2月期	2008年	11月20日	川口前川店	新規	2店
		12月10日	入間春日町店	居抜	
2010年 2月期	2009年	7月1日	東所沢店	居抜	4店
		10月1日	荒川一丁目店	新規	
		11月14日	大宮天沼店	居抜	
			見沼南中野店	居抜	
2011年 2月期	2010年	3月26日	志茂店	新規	2店 (予定)
		12月上旬	等々力店(仮)	新規	

- ◆ 当期の居抜出店は見送り  
⇒新店の戦力アップ、早期黒字化に注力

# 8 要約貸借対照表 ①資産の部

決算期末日が金融機関の休日であったことによるもの

単位:百万円、%

<連結>	2010年2月期 第2四半期会計期間末		2010年2月期 会計年度末		2011年2月期 第2四半期会計期間末		
		構成比		構成比		構成比	期中 増減額
流動資産	3,849	20.2	5,492	26.1	4,238	21.2	△ 1,254
現金及び預金	1,490	7.8	2,963	14.1	1,702	8.5	△ 1,261
商品及び製品	1,794	9.4	2,018	9.6	2,001	10.0	△ 17
固定資産	15,203	79.6	15,559	73.8	15,773	78.8	+ 214
有形固定資産	13,262	69.4	13,646	64.7	13,649	68.2	+ 2
建物及び構築物	5,280	27.7	5,556	26.4	5,393	26.9	△ 163
土地	7,696	40.3	7,696	36.5	7,905	39.5	+ 208
無形固定資産	111	0.6	125	0.6	145	0.7	+ 20
投資その他の資産	1,829	9.6	1,787	8.5	1,978	9.9	+ 191
差入保証金	1,749	9.2	1,722	8.2	1,835	9.2	+ 113
繰延資産	38	0.2	25	0.1	12	0.0	△ 12
総資産	19,091	100.0	21,077	100.0	20,024	100.0	△ 1,052

# 8 要約貸借対照表 ②負債・純資産の部

決算期末日が金融機関の休日であったことによるもの

単位:百万円、%

<連結>	2010年2月期 第2四半期会計期間末		2010年2月期 会計年度末		2011年2月期 第2四半期会計期間末		
		構成比		構成比		構成比	期中 増減額
<b>流動負債</b>	<b>7,683</b>	<b>40.2</b>	<b>9,719</b>	<b>46.1</b>	<b>7,763</b>	<b>38.8</b>	<b>△ 1,955</b>
仕入債務	3,507	18.4	5,188	24.6	3,732	18.6	△ 1,455
短期借入金	1,050	5.5	1,550	7.4	1,350	6.7	△ 200
1年内返済予定の 長期借入金	2,074	10.9	1,668	7.9	1,497	7.5	△ 170
<b>固定負債</b>	<b>8,372</b>	<b>43.9</b>	<b>8,058</b>	<b>38.2</b>	<b>8,855</b>	<b>44.2</b>	<b>+ 797</b>
長期借入金	8,021	42.0	7,528	35.7	8,135	40.6	+ 606
<b>負債合計</b>	<b>16,056</b>	<b>84.1</b>	<b>17,778</b>	<b>84.3</b>	<b>16,619</b>	<b>83.0</b>	<b>△ 1,158</b>
<b>純資産合計</b>	<b>3,035</b>	<b>15.9</b>	<b>3,298</b>	<b>15.7</b>	<b>3,404</b>	<b>17.0</b>	<b>+ 106</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>19,091</b>	<b>100.0</b>	<b>21,077</b>	<b>100.0</b>	<b>20,024</b>	<b>100.0</b>	<b>△ 1,052</b>
<b>有利子負債合計</b>	<b>11,145</b>	<b>58.4</b>	<b>10,746</b>	<b>51.0</b>	<b>10,982</b>	<b>54.8</b>	<b>+ 235</b>
<b>有利子負債合計(単体)</b>	<b>5,695</b>	<b>41.9</b>	<b>5,421</b>	<b>34.5</b>	<b>5,782</b>	<b>39.2</b>	<b>+ 360</b>

注)有利子負債合計には、リース債務を含んでおりません。



# 9 要約キャッシュ・フロー計算書

前年度決算期末日が金融機関の休日であったことによる仕入債務の減少によるもの

単位:百万円

<連結>	2009年2月期 中間会計期間	2010年2月期 第2四半期累計期間	2011年2月期 第2四半期累計期間	
				増減額
営業キャッシュ・フロー	2,277	△ 764	△ 1,063	△ 298
税金等調整前四半期純利益	467	491	266	△ 224
減価償却費	154	173	232	+ 58
たな卸資産の増(▲)減額	80	46	17	△ 29
仕入債務の増減(▲)額	1,780	△ 1,233	△ 1,455	△ 222
法人税等の支払額	△ 266	△ 225	△ 191	+ 34
投資キャッシュ・フロー	△ 381	△ 387	△ 344	+ 42
有形固定資産の取得による支出	△ 156	△ 266	△ 136	+ 129
財務キャッシュ・フロー	△ 727	△ 78	147	+ 225
短期借入金の純増減(▲)額	△ 110	-	△ 200	△ 200
長期借入金の純増減(▲)額	△ 585	△ 33	435	+ 469
現金及び現金同等物の増減額	1,169	△ 1,229	△ 1,261	△ 31
現金及び現金同等物の期末残高	2,305	1,490	1,702	+ 211



## 3. 業績予想と取り組み



- 1) 通期業績予想
- 2) 今後の取り組み

# 1 通期業績予想

単位：百万円、%

<連結>	2009年2月期		2010年2月期		2011年2月期(予想)		
		売上比		売上比		売上比	前期比
売上高	37,330	100.0	43,334	100.0	50,360	100.0	+ 16.2
売上総利益	7,804	20.9	8,801	20.3	10,058	20.0	+ 14.3
営業利益	1,118	3.0	1,135	2.6	1,145	2.3	+ 0.8
経常利益	952	2.6	970	2.2	980	1.9	+ 1.0
特別損益	7	0.0	△ 30	-	△ 132	-	-
当期純利益	562	1.5	554	1.3	490	1.0	△ 11.6

現金ポイントカード会員のポイント値引き・換金分を見込む

退職給付債務の計算方法変更に伴う差額(122百万円)

練馬大泉店 借地権の償却(8百万円)

前提条件

- 新規出店：等々力店(東京都世田谷区) 2010年12月上旬開店予定  
⇒地域マーケットを最重視した売場づくりで、早期黒字化を目指す
- 店舗改装：上尾愛宕店 鮮魚売場の強化 ⇒対面販売の拡大、今後大型店で予定  
草加店(2010年10月末予定) SM売場の拡大  
⇒SM売場面積の拡大と回遊性向上により、競合店に徹底対抗
- 重点取り組み事項の継続：ロスの削減・仕入先の見直し・生産性向上
- 下期既存店売上高：+3.0% ※ポイント値引前
- 新店の認知度向上によるシェアアップ ⇒チラシ回数：週2本→週3本に  
宅配サービスの導入など・・・

## ② 今後の取り組み ① 出店戦略

### ● 確実な需要が見込める市街地への出店

- ◆「国道16号線」内側の市街地・人口密集地をターゲットに「ドミナント出店」を推進
- ◆都心部において十分な広さの物件の確保が難しい場合には、小型SM店での出店も視野に入れる

### ● 一店一店の収益性・効率性・地域性を重視し、独自の出店基準に基づいた無理のない出店

- ◆売場構成・品揃え・店舗サービスなど、出店地域にあわせた柔軟な店舗フォーマット

### ● 新規出店は年間3～4店舗を目標

- ◆2011年度中に20店舗体制を目標
- ◆投資コストを抑制できる居抜物件への出店
- ◆SM主体の都心型小型店フォーマットの確立

#### <新規出店予定(来期以降)>

1. SM店	東京都府中市	2011年開店予定	
2. SM・HC複合店	東京都西部	2011年開店予定	
3. 西尾久店(仮称)	東京都荒川区	2012年開店予定	※SM小型店

## ② 今後の取り組み ②商品MD戦略

- **価格・鮮度・品質・品揃えの一層の強化**
  - ◆生鮮中心に、「できたて」、「作りたて」の商品を提供
  - ◆NB商品の幅広い品揃え ⇒スーパーバリューに行けば何でも揃う
  - ◆「価格訴求商品」と「1ランク上の価値ある商品」の2本柱の品揃え
  - ◆産直商品の拡大 ⇒地場野菜・果物・卵など品揃えの充実
  - ◆地産・地消の取り組み
    - ⇒店舗商圏内のおいしい豆腐・漬物などの品揃えにより、お客様の新たな発見(ファンづくり)や地域貢献を目指す
- **EDLP戦略だけでなく、変化のある売場づくり**
  - ◆お客様の生活に密着した売場づくり ⇒天候、季節、地域イベントにマッチした売場
- **定期的な企画の拡大**
  - ◆朝市の拡大 ⇒様々な部門が参加する定期的イベントへ
  - ◆生本マグロ解体実演販売 ⇒見て楽しい、食べておいしい
- **部門横断型の売場づくり**
  - ◆SM+HCのメリットを活かしていく

## ② 今後の取り組み ③ 店舗運営戦略

- **地域ニーズ、ライフスタイルの変化に瞬時に対応できる店舗主導主義の追求**
  - ◆ エリア制の浸透による、より地域に密着したキメ細かい店舗運営
  - ◆ 「メール配信サービス」を活用した販促強化
    - ⇒ “携帯クーポンサービス”を10月より上尾愛宕店にて開始
  - ◆ 「宅配サービス」導入によるお客様サービスの向上
    - ⇒ 9月より荒川一丁目店で開始、都内小型店舗への導入を検討
      - ・・・徒歩や自転車来店されるお客様の利便性向上を図る
- **従業員教育の強化による、サービスレベルの向上と作業効率改善**
  - ◆ 専任の教育トレーナー(2名)による実践教育で、従業員レベルの標準化
- **チラシ政策の変更**
  - ◆ チラシ制作版の集約化
    - ⇒ 大型店(SM+HC)、中型店(SM+一部HC)、小型店(SM)に区分け
  - ◆ 小型店チラシの回数増加
    - ⇒ 9月より小型6店舗にて週3回の折込実施、今後中型店でも検討
      - ※小型店:川口前川店、東所沢店、荒川一丁目店、大宮天沼店、見沼南中野店、志茂店



## 参考情報



- 1) 店舗の状況
- 2) 新店紹介(志茂店)

# 1 店舗の状況

売場面積 140坪(大宮天沼店) ~ 2,760坪(上尾愛宕店)

駐車場 26台(大宮天沼店) ~ 1,330台(上尾愛宕店)

営業時間 10:00\* ~ 20:00 (又は21:00) \*一部店舗は7時又は9時

越谷店 (2009年10月改装) **本館 (SM)** **HC館**



**大宮天沼店**

(2009年  
11月14日開店)

**見沼南中野店**





## 2 新店紹介

志茂店

SM小型店（2010年3月26日開店）

開店直前の様子



鮮魚売場

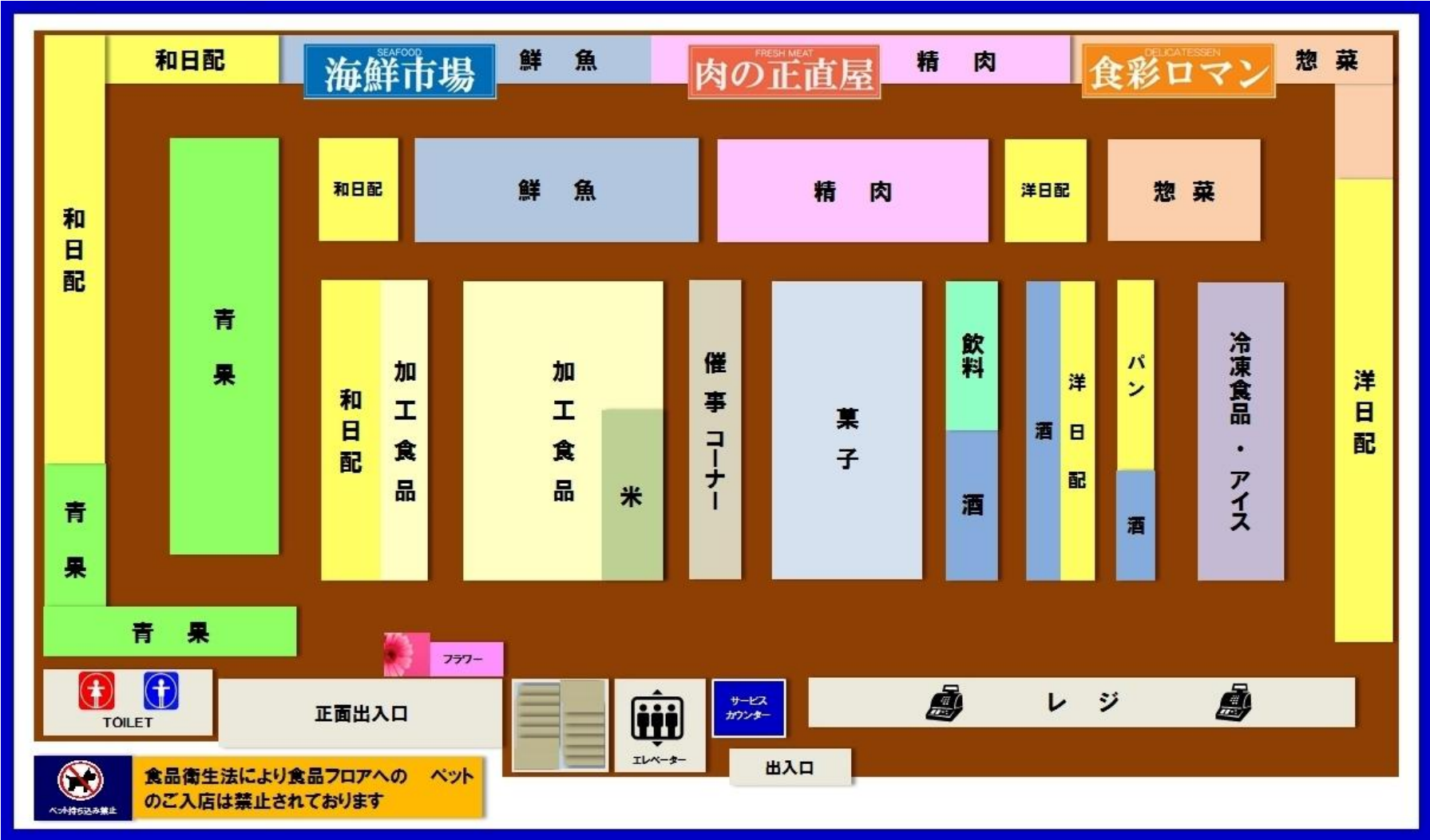


青果売場



# ② 新店紹介 売場ゾーニング

## 志茂店





この資料は投資家の参考に資するため、株式会社スーパーバリュー（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。

当資料に記載された内容は、2010年10月22日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。投資を行う際は、投資家ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

### 本資料に関するお問合せ先



株式会社スーパーバリュー 社長室

TEL : 048-650-5622

E-MAIL: [ir@supervalue.co.jp](mailto:ir@supervalue.co.jp)