



2008年2月期決算説明資料

2008年4月25日

株式会社スーパーバリュー
(JASDAQ:3094)

① スーパーバリューとは・・・

SM × HC =

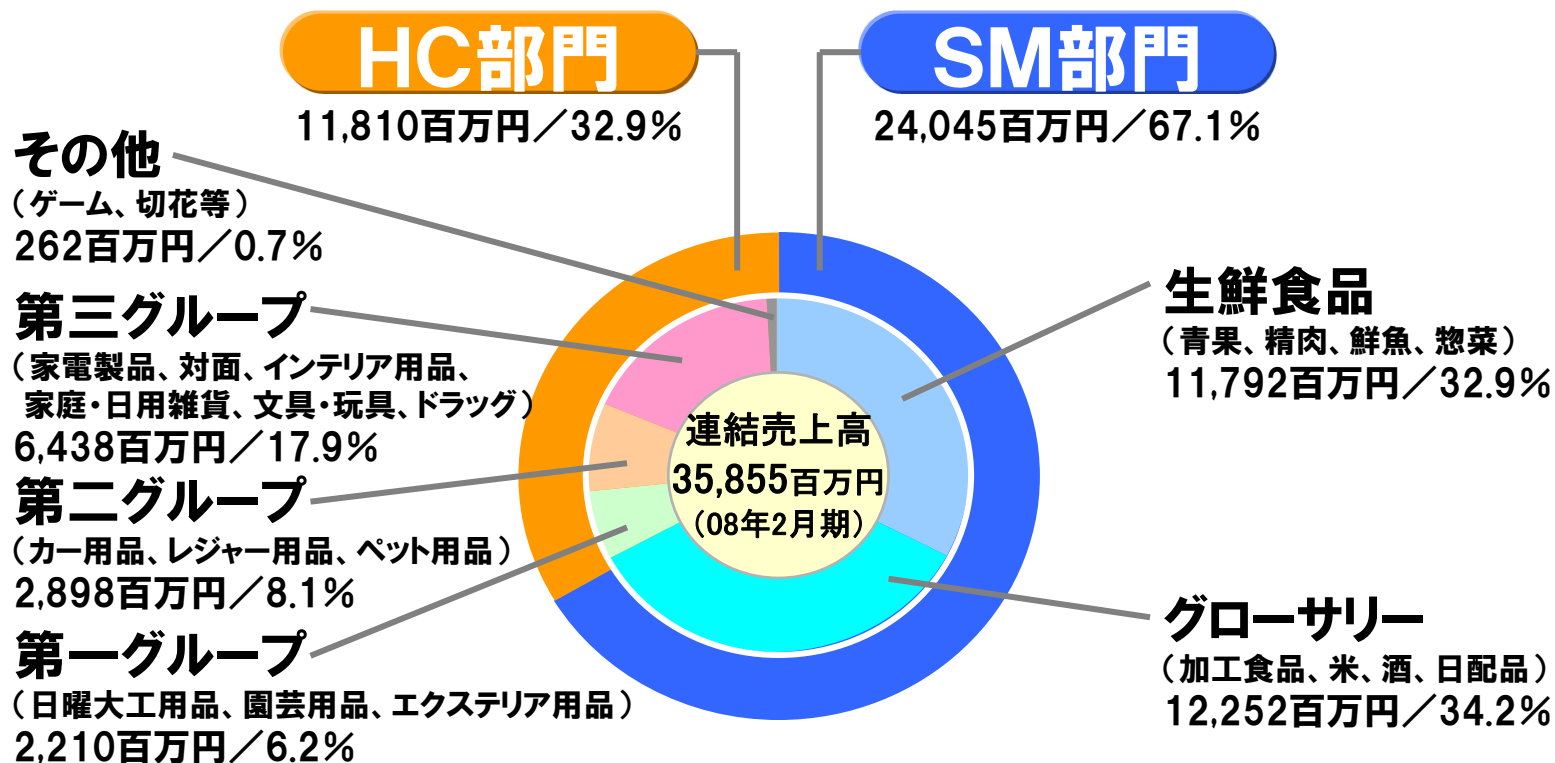
食品スーパー

(複合)

ホームセンター



都市型スーパーセンター



② 当社の歩み

【1996年3月】

「株式会社大川ホームセンター」設立（同年7月営業開始）

【2005年3月】

社名を「株式会社スーパーバリュー」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

【2008年2月】

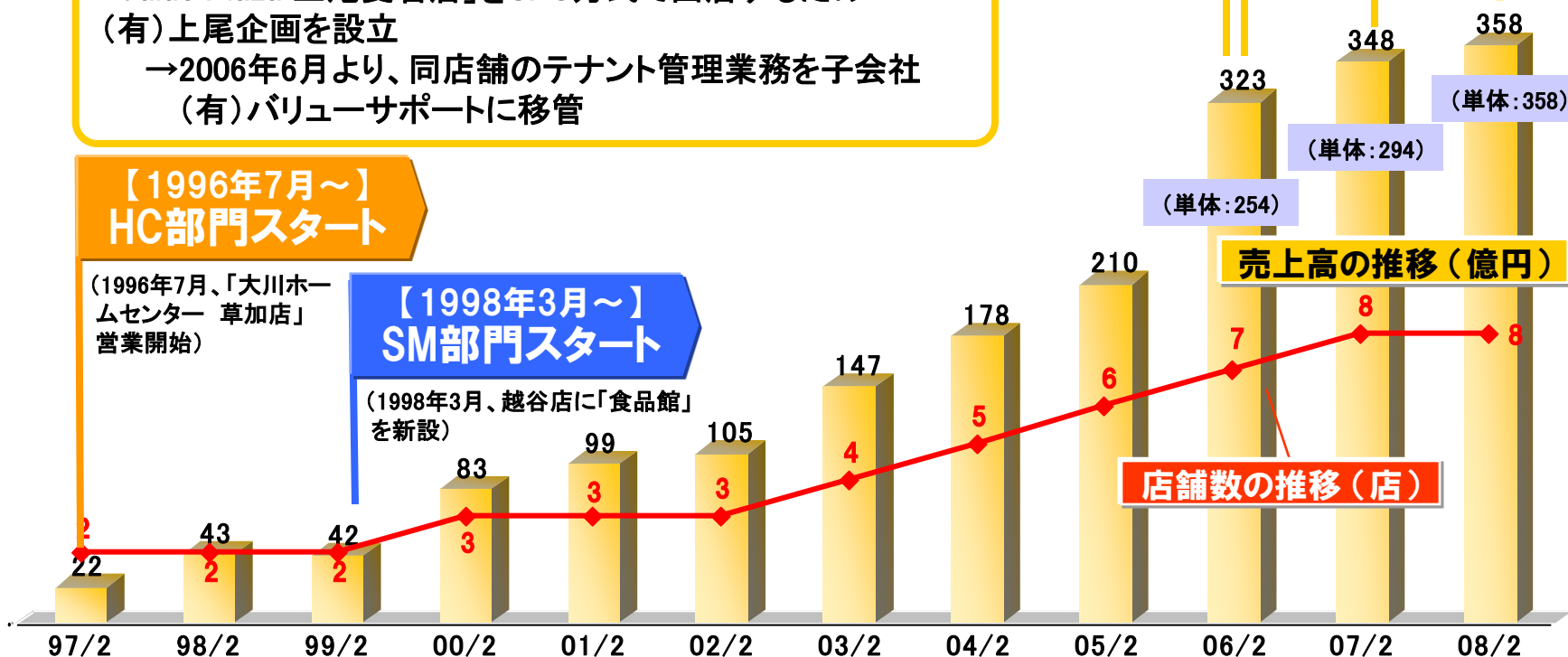
JASDAQ上場

【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）

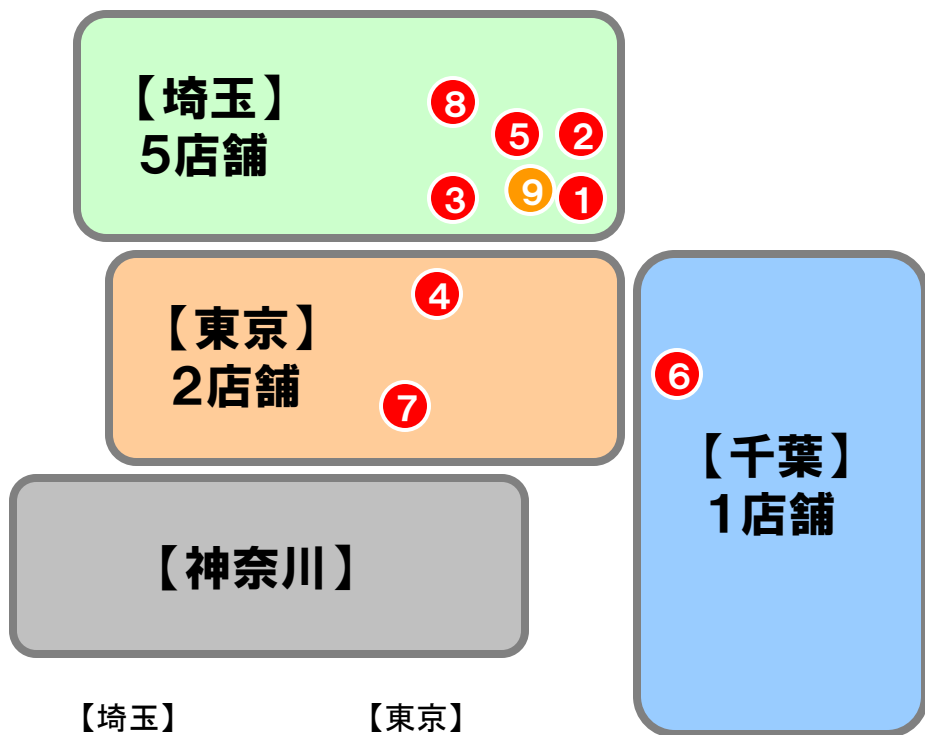


注：グラフは、05年2月期までは単体、06年2月期以降は連結

③ 店舗展開の状況

首都圏において8店舗を直営展開

【地域別連結売上高構成】



【埼玉】

- ①草加店
- ②越谷店
- ③戸田店
- ⑤春日部武里店
- ⑧上尾愛宕店
- ⑨川口前川店(08年12月開店予定)

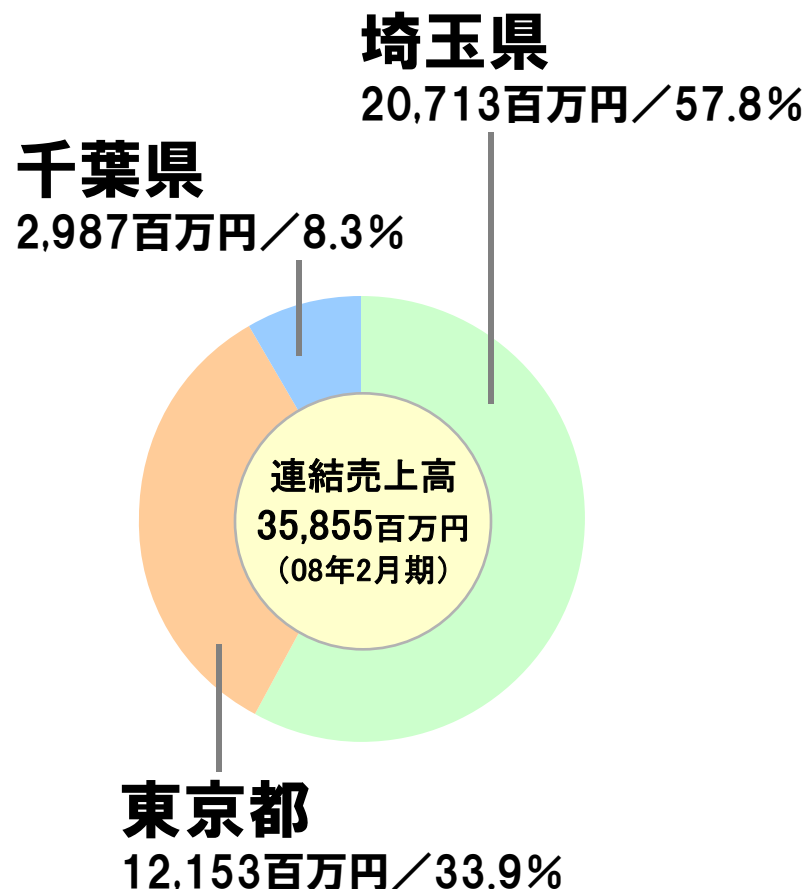
【東京】

- ④練馬大泉店
- ⑦杉並高井戸店

【千葉】

- ⑥南船橋店

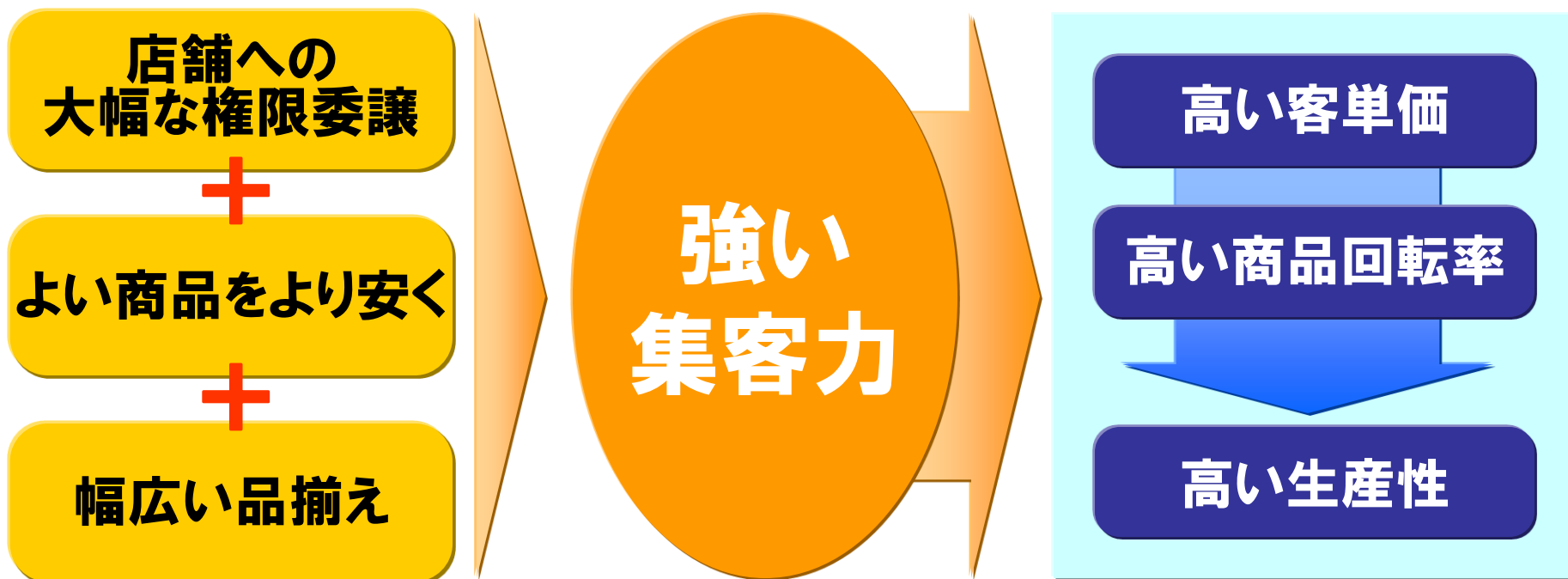
注) 番号は出店順



4 基本的な特長

SM・HC複合型の雄

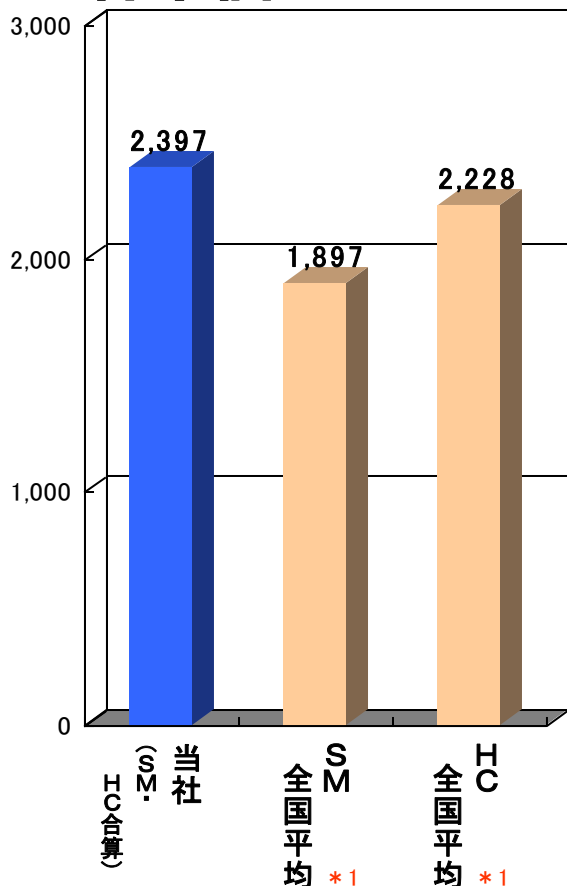
SM・HC複合型店舗を展開する企業の中で
収益性のあるビジネスモデルを確立している企業は稀有



5 【業界比較】 高い生産性

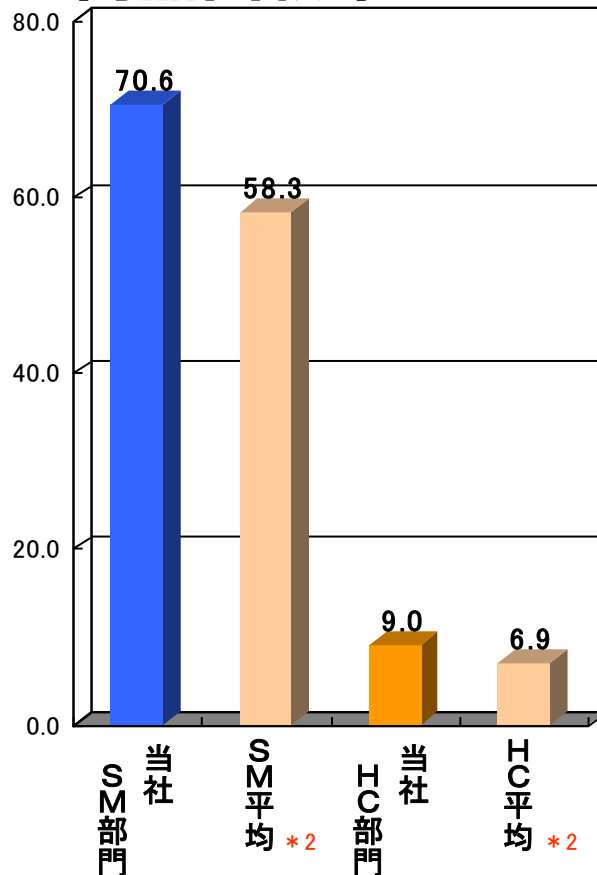
客単価

(単位:円)



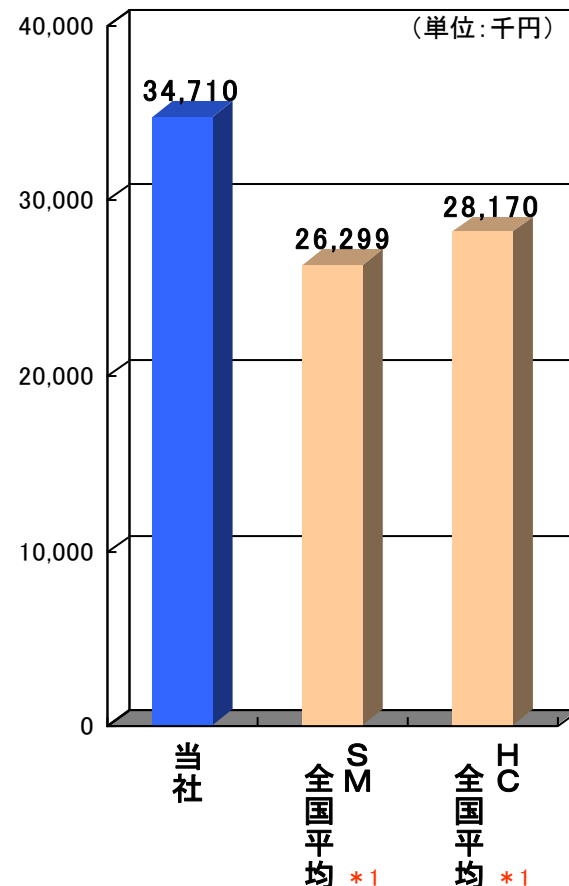
商品回転率

(単位:回/年)



1人当たり売上高

(単位:千円)



注1) 当社実績数値は2008年2月期データ 注2) 「*1」の数値は(社)日本スーパーマーケット協会(2007年)及び(社)日本DIY協会(2006年度)より

注3) 「*2」の数値は以下の基準で選定した会社の有価証券報告書より集計 *トステムビバ(株)は決算公告より集計

SM: (株)日本経済新聞社「第40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6社と当社と競合する主な上場会社6社

(株)タイヨー、(株)サンエー、(株)ホスフル(現イオン北海道(株))、(株)ヤマナカ、(株)関西スーパーマーケット、(株)天満屋ストア、(株)マルエツ、(株)ヤオコー、(株)エコス、(株)ベルク、(株)マミーマート、(株)オオセキ

HC: (株)日本経済新聞社「第40回日本の小売業調査」のHC業界上位10社のうち上場会社9社(持株会社上場のトステムビバ(株)含む)と当社と競合する主な上場会社1社

(コーナン商事(株))、(株)コメリ、(株)ケーヨー、(株)ナフコ、(株)島忠、トステムビバ(株)、アーケランド・サカモト(株)、(株)MrMax、(株)PLANT、(株)セキチュー

6 経営理念

小売業はお客様の支持がなければ絶対に成り立たない。
小売業は「お客様の満足を勝ち取るための変化対応業」である。

経営理念

顧客支持No.1店舗の拡大と維持

- 【モットー】
- ① お客様第一主義の徹底
 - ② よい商品をより安く
 - ③ 顧客満足度の高いサービスの提供

企業理念

- ① 生活に豊かさと利便性をもたらす店舗展開による地域社会への貢献
- ② コンプライアンスの徹底およびCSRへの取り組み
- ③ ステークホルダー(顧客・株主・従業員)への利益還元

7 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

- 粗利益率を下げて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（08年2月期）		業界平均（競合上場会社）	
SM部門	19.8%	24.7%	SM業界
HC部門	21.9%	27.2%	HC業界

【売上高販管費率の競合比較】

当社グループ（08年2月期）		業界平均（競合上場会社）	
18.4%		24.5%	SM業界
		25.5%	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より集計 * トステムバ(株)は決算公告より集計

SM: (株)日本経済新聞社「第40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6社と当社と競合する主な上場会社6社

(株)タイヨー、(株)サンエー、(株)ポスフル(現イオン北海道(株))、(株)ヤマナカ、(株)関西スーパーマーケット、(株)天満屋ストア、(株)マルエツ、(株)ヤオコー、(株)エコス、(株)ヘルク、(株)マミーマート、(株)オオゼキ

HC: (株)日本経済新聞社「第40回日本の小売業調査」のHC業界上位10社のうち上場会社9社(持株会社上場のトステムバ(株)含む)と当社と競合する主な上場会社1社

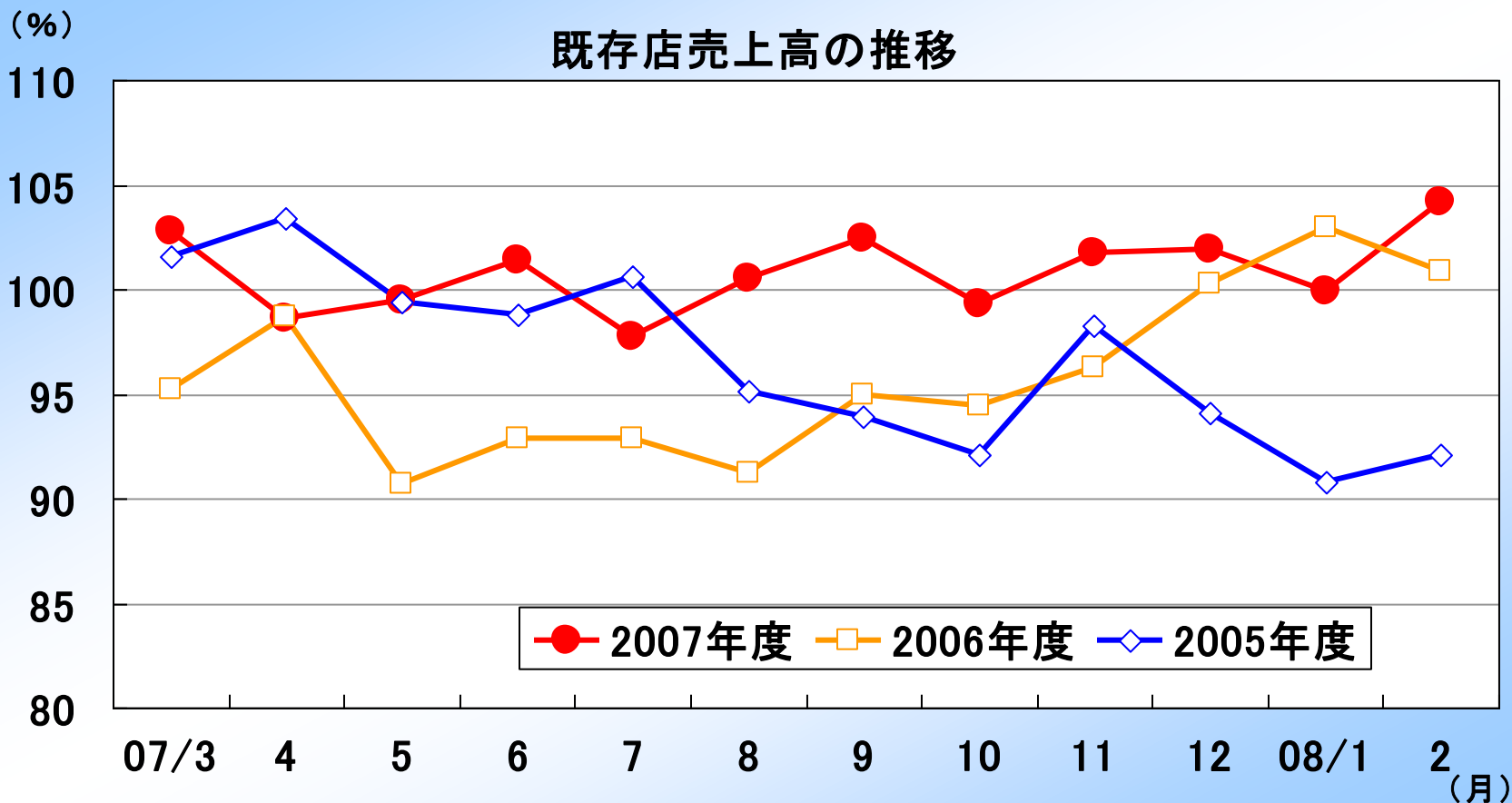
(コーナン商事(株))、(株)コメリ、(株)ケーヨー、(株)ナフコ、(株)島忠、トステムバ(株)、アーランド・サカモト(株)、(株)MrMax、(株)PLANT、(株)セキチュー

8 決算概況 要約損益計算書

単位: 百万円、%

<連結>	2006年2月期		2007年2月期		2008年2月期		
		百分比		百分比		百分比	前期比
売上高	32,330	100.0	34,832	100.0	35,855	100.0	+2.9
売上原価	25,900	80.1	27,793	79.8	28,515	79.5	+2.6
売上総利益	6,429	19.9	7,039	20.2	7,339	20.5	+4.3
営業総利益	6,462	20.0	7,326	21.0	7,712	21.5	+5.3
販管費	5,980	18.5	6,435	18.4	6,594	18.4	+2.5
営業利益	481	1.5	891	2.6	1,117	3.1	+25.4
営業外収益	66	0.2	85	0.2	103	0.3	+21.6
営業外費用	69	0.2	248	0.7	296	0.8	+19.1
経常利益	478	1.5	727	2.1	925	2.6	+27.1
特別利益	—	—	172	0.5	—	—	—
特別損失	17	0.1	334	1.0	—	—	—
当期純利益	273	0.8	362	1.0	538	1.5	+48.4

9 決算概況 既存店売上高の状況



出退店
の状況

- 出店 : なし ● 退店 : なし
- 増床・改装 : 上尾愛宕店(11月)
- 草加店 (2月)
- 戸田店 (2月)

既存店
売上高
の状況

08/2期	前期比
既存店売上高	100.8%
来店客数	96.0%
客単価	102.4%

10 決算概況 要約貸借対照表 ①資産の部

単位: 百万円、%

<連結>	2006年2月期		2007年2月期		2008年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動資産※	2,386	15.7	3,366	19.3	3,290	18.3	△76
現金・預金※	458	3.0	1,099	6.3	1,136	6.3	37
たな卸資産	1,489	9.8	1,649	9.4	1,661	9.2	12
固定資産※	12,666	83.6	13,996	80.1	14,652	81.3	655
有形固定資産※	10,687	70.5	12,109	69.3	12,872	71.4	763
建物・構築物※	1,659	11.0	5,370	30.7	5,159	28.6	△210
土地※	6,706	44.3	6,733	38.6	7,696	42.7	962
無形固定資産※	24	0.2	29	0.2	29	0.2	0
投資その他の資産	1,954	12.9	1,858	10.6	1,750	9.7	△107
差入保証金	1,906	12.6	1,739	10.0	1,648	9.1	△90
繰延資産※	99	0.7	103	0.6	77	0.4	△26
総資産※	15,152	100.0	17,466	100.0	18,020	100.0	553

※ 責任財産限定対象を含む数値

11 決算概況 要約貸借対照表 ②負債・純資産の部

単位:百万円、%

<連結>	2006年2月期		2007年2月期		2008年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動負債※	5,918	39.0	6,642	38.0	6,668	37.0	26
買入債務	2,925	19.3	2,602	14.9	2,705	15.0	103
短期借入金	800	5.3	1,350	7.7	1,160	6.4	△190
1年以内返済予定 の長期借入金※	1,551	10.2	1,755	10.0	1,666	9.2	△88
固定負債※	8,421	55.6	9,652	55.3	9,097	50.5	△554
長期借入金※	8,323	54.9	9,222	52.8	8,729	48.4	△493
負債合計※	14,339	94.6	16,294	93.3	15,766	87.5	△528
純資産(資本)合計	812	5.4	1,172	6.7	2,253	12.5	1,081
負債・純資産合計※	15,152	100.0	17,466	100.0	18,020	100.0	553
有利子負債合計※	10,674	70.5	12,327	70.6	11,555	64.1	△772

※ 責任財産限定を含む数値

12 決算概況 要約キャッシュ・フロー計算書

単位: 百万円

	2006年2月期	2007年2月期	2008年2月期
営業キャッシュ・フロー	292	678	1,373
税金等調整前当期純利益	460	565	925
減価償却費	135	289	325
たな卸資産の増(▲)減額	▲225	▲160	▲12
仕入債務の増減(▲)額	0	▲322	103
法人税等の支払額	▲169	▲202	▲339
投資キャッシュ・フロー※1	▲5,354	▲1,682	▲1,084
有形固定資産の取得による支出※1	▲5,273	▲1,720	▲1,087
財務キャッシュ・フロー※2	4,696	1,643	▲251
短期借入金の純増減(▲)額※2	▲3,600	550	▲190
長期借入金の純増減(▲)額※2	8,305	1,102	▲582
株式の発行による収入	–	–	538
現金及び現金同等物の増減額	▲365	640	37
現金及び現金同等物の期末残高	458	1,099	1,136

※1 責任財産限定対象を含む数値

※2 責任財産限定を含む数値

13 今期業績予想

- 新規出店：1店予定(08/12川口前川店)
- 杉並高井戸店惣菜売場の直営化(08/3～)
- 改装による売場拡大効果
戸田店(08/2実施)、上尾愛宕店(07/11実施)
- マツモトキヨシFC契約によるドラッグ部門の品揃え強化・仕入一本化(08/6～)

単位：百万円

<連結>	2007年2月期		2008年2月期		2009年2月期(予想)		
		百分比		百分比		百分比	前期比
売上高	34,832	100.0%	35,855	100.0%	37,250	100.0%	3.9%
売上総利益	7,039	20.2%	7,339	20.5%	7,710	20.7%	5.0%
営業利益	891	2.6%	1,117	3.1%	1,190	3.2%	6.5%
経常利益	727	2.1%	925	2.6%	1,000	2.7%	8.1%
当期純利益	362	1.0%	538	1.5%	580	1.6%	7.8%

14 中期戦略 ①全体像

中期経営方針

地域密着型の品揃えと価格破壊により、顧客支持No.1をめざす

基本戦略

業 態

当社グループ独自のSM・HC複合型の業態展開により、スーパーセンターへの進化を目指す

SM

HC

市街地/小商圏
人口密集エリア

店舗運営

店舗主導主義とチェーンストアオペレーション機能を融合させた新しいチェーンストアスタイルの完成を目指す

店舗主導主義

チェーンストア
オペレーション

15 中期戦略 ②具体的戦略方針－1/2

【商品MD(マーチャндаイジング)戦略】

● 競合店と徹底して戦えるMD戦略

- MDは生鮮での価格・鮮度で差別化
- SMで集客 + 土・日はHCで広域商圈化
- 地域のニーズに合わせて、商品構成・売価を現場レベルで決定

● マーケット変化に対応したMD戦略

- 顧客層は、30代ファミリーと50～60代の熟年ファミリーの二極化
- 素材・材料売場から、ライフスタイル型品揃えの追求

● 安心・安全なMD戦略

- より充実したトレーサビリティ強化によりお客様の信頼を高める

【出店戦略】

● 確実な需要が見込める市街地への出店

→現在の出店エリアを中心に「国道16号線」内側の市街地・人口密集地をメインターゲットに「ドミナント出店」を推進

● 一店一店の収益性・効率性・地域性を重視

● 独自の出店基準に基づいた無理のない出店

→採算面・運営面で少しでも懸念のある出店は行わない

● 新規出店のスピードアップ

→SM複合業態での居抜き出店による新規出店のスピードアップ



参考情報



- 1) 店舗の状況
- 2) 売場ゾーニング
- 3) 売場展開例

1 店舗の状況

売場面積	700坪(春日部武里店)～2,760坪(上尾愛宕店)
駐車場	130台(春日部武里店)～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

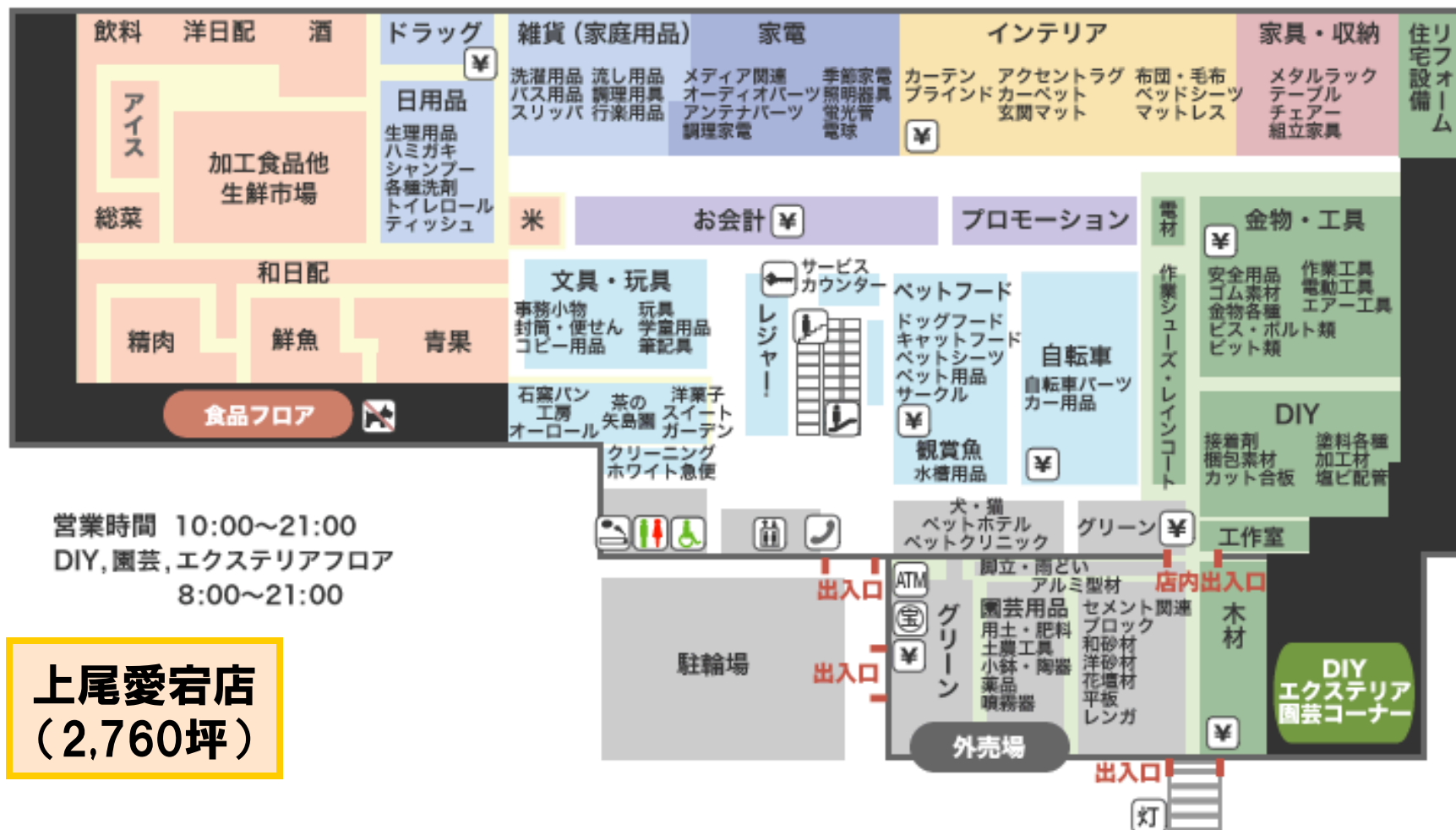


上尾愛宕店
(他のテナントとの共同出店)

練馬大泉店(単独出店)



② 売場ゾーニング



営業時間 10:00~21:00
DIY, 園芸, エクステリアフロア
8:00~21:00

上尾愛宕店
(2,760坪)

お手洗い 多目的トイレ 階段 エスカレーター エレベーター お会計 ATM ATM 鍵 宝くじ 公衆電話

ペット同伴禁止区域(食品衛生法により食品フロア付近へのペットのご入店は禁じられています) 喫煙所 灯油

③ 売場展開例-1/2

SM部門



加工食品コーナー(生鮮市場)

洋日配コーナー



青果コーナー

和日配コーナー



③ 売場展開例-2/2

HC部門



園芸コーナー

インテリア
コーナー



ペットコーナー



DIYコーナー



自転車コーナー



灯油コーナー



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、2008年4月25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