



2009年2月期決算説明資料

2009年4月24日

株式会社スーパバリュー
(JASDAQ:3094)



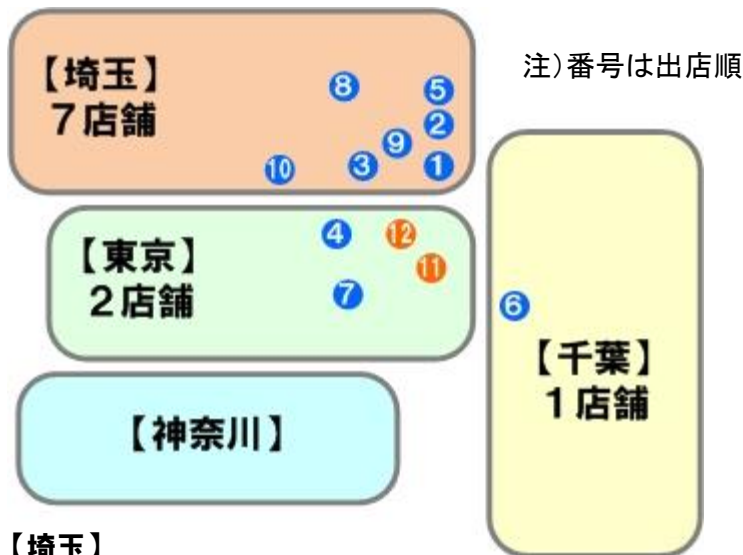
1. 当社の概要



- 1) スーパーバリューとは・・・
- 2) 当社の特長
- 3) 基本戦略

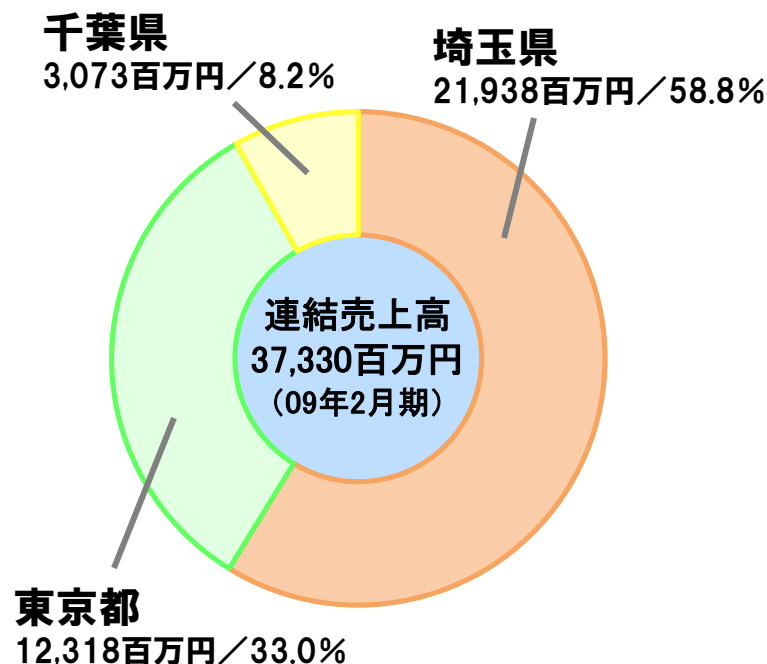
① スーパーバリューとは・・・

$$\begin{array}{c}
 \text{SM} \times \text{HC} = \text{SV} \\
 \text{食品スーパー} \quad (\text{複合}) \quad \text{ホームセンター} \quad \text{都市型スーパーセンター}
 \end{array}$$



- 【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
 - ⑩入間春日町店
- 【千葉】
- ⑥南船橋店
- 【東京】
- ④練馬大泉店
 - ⑦杉並高井戸店
 - ⑪荒川区(09年10月開店予定)
 - ⑫北区(09年11月開店予定)

【地域別連結売上高構成】



② 当社の特長 ① 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

店舗への
大幅な権限委譲

+

よい商品をより安く

+

幅広い品揃え

強い
集客力

高い客単価

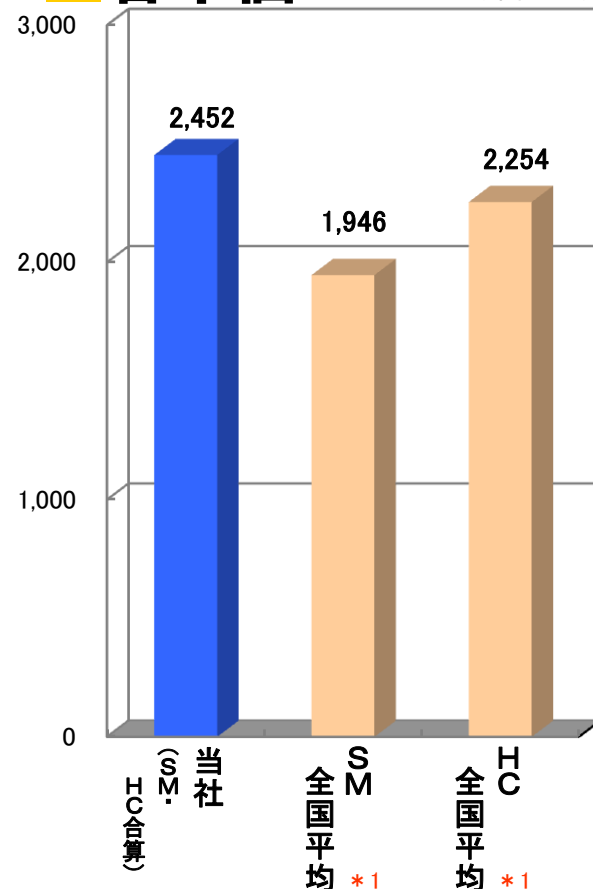
高い商品回転率

高い生産性

② 当社の特長 ②同業比較

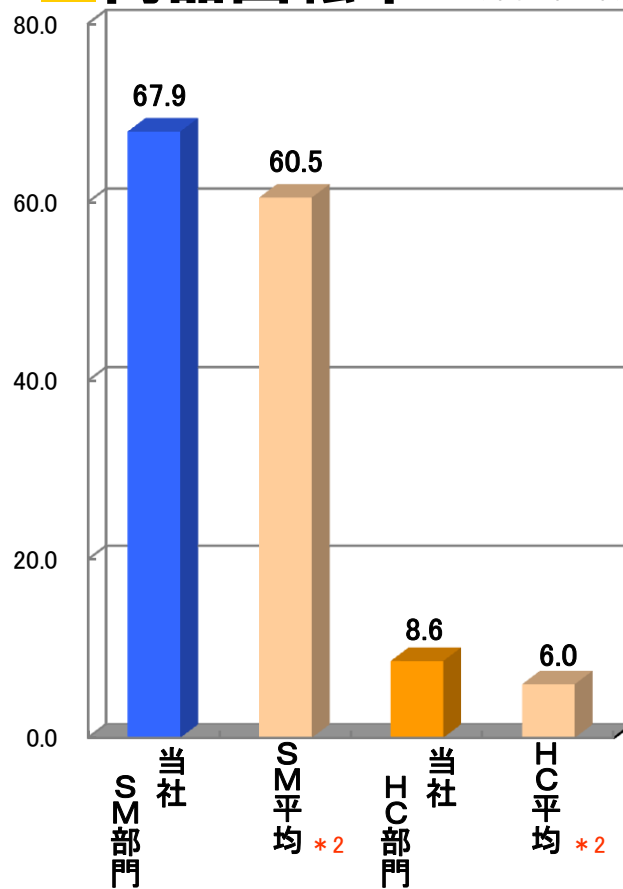
客単価

(単位:円)



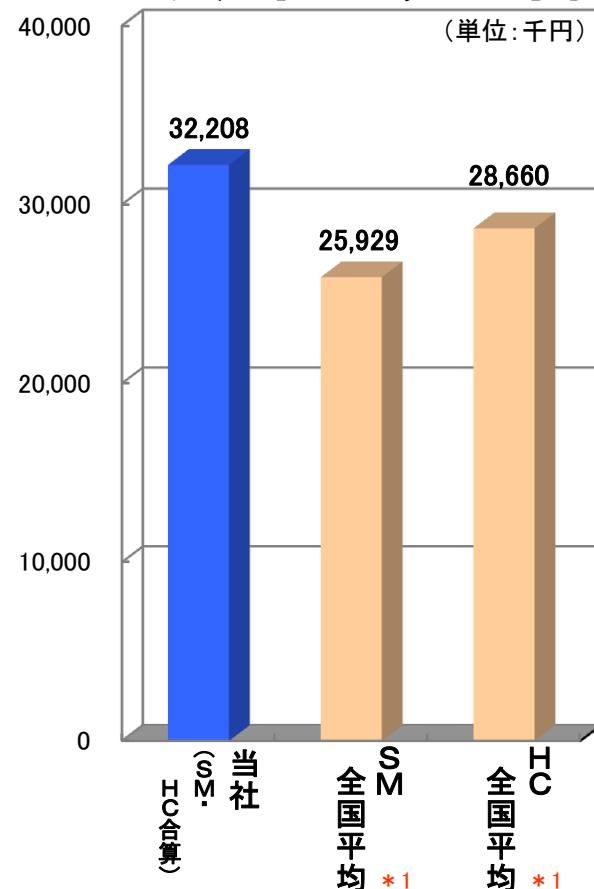
商品回転率

(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2009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(2008年)及び(社)日本DIY協会(2007年)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等より集計

SM: (株)日本経済新聞社「第41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8社と当社と競合する主な上場会社6社

(イオン北海道(株)、(株)タイヨー、(株)サンエー、(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)ユニバース、相鉄ローゼン(株)、(株)マルエツ、(株)ヤオコー、(株)エコス、(株)ベルク、(株)マミーMarkt、(株)オオセキ)

HC: (株)日本経済新聞社「第41回日本の小売業調査」のHC業界上位より上場会社11社(持株会社上場会社含む)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)ナフコ、(株)ケーヨー、ホームマックス(株)、(株)カーマ、トステムビバ(株)、(株)MrMax、アークランドサカモト(株)、ダイキ(株)、(株)PLANT、(株)セキチュー)

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（09年2月期）		業界平均（競合上場会社）	
SM事業部	20.2%	25.9%	SM業界
HC事業部	22.5%	28.3%	HC業界

【売上高販管費率の競合比較】

当社グループ（09年2月期）	業界平均（競合上場会社）
18.8%	25.8% SM業界
	26.1% 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41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8社と当社と競合する主な上場会社6社

(イオン北海道(株)、(株)タイヨー、(株)サンエー、(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)ユニバース、相鉄ローゼン(株)、(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41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上場会社1社

(コーナン商事(株)、(株)コメリ、(株)ナフコ、(株)ケーヨー、ホームック(株)、(株)島忠、(株)カーマ、トステムビバ(株)、(株)MrMax、アークランド・サカモト(株)、ダイキ(株)、(株)PLANT、(株)セキチュー)

▶▶▶ 2. 決算概況と取り組み ▶▶▶

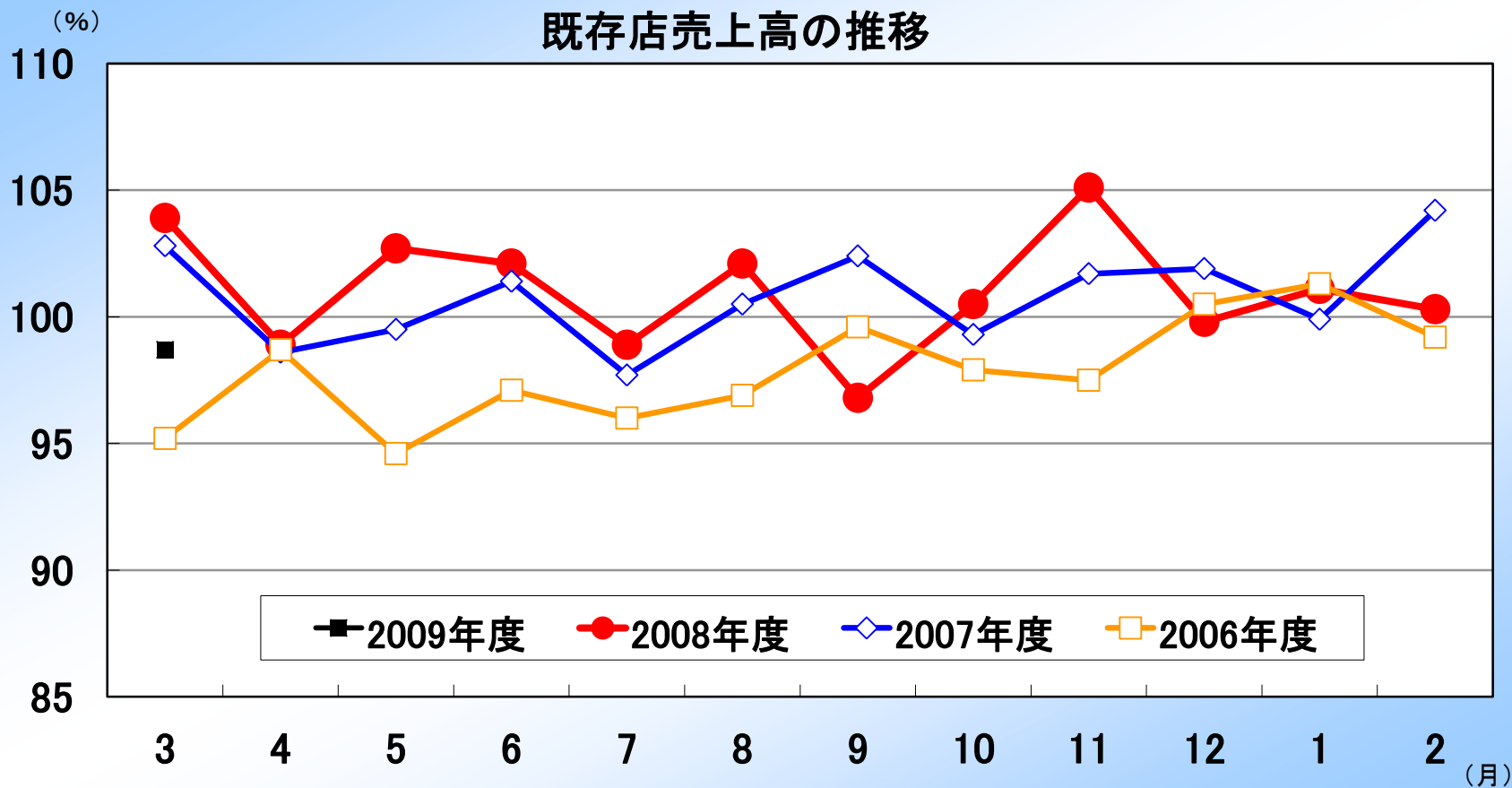
- 1) 決算ハイライト
- 2) 売上の状況
- 3) 四半期の状況
- 4) コストの状況
- 5) 設備の状況／従業員の状況
- 6) 要約貸借対照表
- 7) 要約キャッシュ・フロー計算書
- 8) 今期業績予想
- 9) 今後の取り組み

1 決算ハイライト

単位: 百万円、%

<連結>	2007年2月期		2008年2月期		2009年2月期		
		百分比		百分比		百分比	前期比
売上高	34,832	100.0	35,855	100.0	37,330	100.0	+ 4.1
売上総利益	7,039	20.2	7,339	20.5	7,804	20.9	+ 6.3
営業収入	286	0.8	372	1.0	333	0.9	△ 10.4
営業総利益	7,326	21.0	7,712	21.5	8,138	21.8	+ 5.5
営業利益	891	2.6	1,117	3.1	1,118	3.0	+ 0.1
経常利益	727	2.1	925	2.6	952	2.6	+ 3.0
当期純利益	362	1.0	538	1.5	562	1.5	+ 4.6
総資産	17,466	—	18,020	—	20,234	—	+ 12.3
純資産	1,172	—	2,253	—	2,786	—	+ 23.6
1株当たり 当期純利益	201.42円	—	296.74円	—	268.08円	—	△ 9.7
1株当たり純資産	647.72円	—	1,067.08円	—	1,320.07円	—	+ 23.7
1株当たり配当金	10.00円	—	15.00円	—	20.00円	—	—

② 売上の状況 ①既存店売上高



出退店の状況

- **出店** : 川口前川店(11月)
入間春日町店(12月)
- **退店** : なし
- **改装** : 練馬大泉店(6月)

既存店売上高の状況

09/2期	前期比
既存店売上高	101.0%
客数	97.8%
客単価	102.8%

② 売上の状況 ②事業部門別売上高

単位：百万円、%

<連結>	2007年2月期		2008年2月期		2009年2月期		
		百分比		百分比		百分比	前期比
売上高	34,832	100.0	35,855	100.0	37,330	100.0	+ 4.1
SM事業部	23,027	66.1	24,045	67.1	25,500	68.3	+ 6.1
生鮮食品	11,226	32.2	11,792	32.9	12,703	34.0	+ 7.7
グロサリー	11,800	33.9	12,252	34.2	12,796	34.3	+ 4.4
HC事業部	11,805	33.9	11,810	32.9	11,829	31.7	+ 0.2
第一グループ※	1,903	5.5	1,950	5.4	2,029	5.4	+ 4.1
第二グループ※	2,869	8.2	2,898	8.1	3,018	8.1	+ 4.1
第三グループ※	6,555	18.8	6,438	18.0	6,335	17.0	△ 1.6
第四グループ※	193	0.6	260	0.7	230	0.6	△ 11.3
その他	283	0.8	262	0.7	216	0.6	△ 17.6

※「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

※「第四グループ」は、2008年9月1日より「第一グループ」の一部部門を区分しております。なお、区分以前は「第一グループ」に含まれておりましたが、対前年比較のため、区分以前についても「第一グループ」と「第四グループ」を区分して記載しております。

③ 四半期の状況

単位: 百万円、%

<連結>	第1四半期	第2四半期	中間期計	第3四半期	第4四半期	通期合計
売上高	9,227	9,071	18,299	8,876	10,154	37,330
前期比	-	-	+ 1.4	+ 1.9	+ 11.6	+ 4.1
売上総利益	1,875	1,885	3,760	1,895	2,148	7,804
前期比	-	-	+ 4.0	+ 5.6	+ 11.4	+ 6.3
営業利益	290	242	533	253	331	1,118
前期比	-	-	△ 5.6	△ 7.6	+ 19.1	+ 0.1
経常利益	259	200	460	202	289	952
前期比	-	-	△ 3.1	△ 8.0	+ 26.2	+ 3.0
当期純利益	161	114	276	119	166	562
前期比	-	-	△ 1.9	△ 3.3	+ 25.9	+ 4.6

新店要員の早期採用、新店開店費用による
川口前川店オープン(2008年11月)

消費低迷の中、好調をキープ
入間春日町店オープン

4 コストの状況

単位: 百万円、%

<連結>	2008年2月期		2009年2月期		
		百分比		百分比	前年増減比
売上高	35,855	100.0	37,330	100.0	+ 4.1
売上原価	28,515	79.5	29,525	79.1	+ 3.5
売上総利益	7,339	20.5	7,804	20.9	+ 6.3
営業収入	372	1.0	333	0.9	△ 10.4
営業総利益	7,712	21.5	8,138	21.8	+ 5.5
販管費 (主なもの)	6,594	18.4	7,019	18.8	+ 6.5
広告宣伝費	307	0.9	301	0.8	△ 1.8
人件費	2,914	8.1	3,155	8.5	+ 8.3
地代家賃	801	2.2	813	2.2	+ 1.5
リース料	309	0.9	288	0.8	△ 6.8
水道光熱費	368	1.0	397	1.1	+ 7.8

原価率: ▲0. 4pt

ロスの削減

- ・廃棄ロスの削減
- ・無駄な値下げの見直し

仕入先の見直し(入替)

- ・直取引への変更による仕入原価削減
- ・新規取引先の開拓

販管费率: +0. 4pt

人件費の増加

- ・新店要員の早期採用
(次期開店予定の店舗要員も含む)

新店開店費用

- ・什器・備品の購入
- ・開店時の販促費

5 設備の状況／従業員の状況

● 設備の状況

川口前川店土地取得

単位: 百万円、%

<連結>	2007年2月期	2008年2月期		2009年2月期		
			前期比		前期比 増減額	前期比
新店・先行投資	1,708	967	△ 43.4	759	△ 209	△ 21.6
既存店活性化他	11	120	+ 9482.3	21	△ 98	△ 82.1
設備投資計	1,720	1,087	△ 36.8	780	△ 307	△ 28.2
減価償却費	289	324	+ 12.1	326	2	+ 0.7

● 従業員の状況

単位: 人

<連結>	2007年2月期	2008年2月期		2009年2月期	
			前期比 増減数		前期比 増減数
社員	251	268	+ 17	290	+22
契約・嘱託・臨時	752	765	+ 13	869	+104
合計	1,003	1,033	+ 30	1,159	+126

川口前川店及び
入間春日町店
出店に係る投資

川口前川店及び
入間春日町店要員
+ 次期開店予定
店舗要員の
早期採用

川口前川店及び
入間春日町店
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)。

⑥ 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増加

単位:百万円、%

<連結>	2007年2月期		2008年2月期		2009年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動資産	3,366	19.3	3,290	18.3	5,175	25.6	+ 1,885
現金及び預金	1,099	6.3	1,136	6.3	2,719	13.4	+ 1,583
たな卸資産	1,649	9.4	1,661	9.2	1,844	9.1	+ 183
固定資産	13,996	80.1	14,652	81.3	15,007	74.2	+ 354
有形固定資産	12,109	69.3	12,872	71.4	13,116	64.8	+ 243
建物及び構築物	5,370	30.7	5,159	28.6	5,396	26.7	+ 236
土地	6,733	38.6	7,696	42.7	7,696	38.0	-
無形固定資産	29	0.2	29	0.2	29	0.2	+ 0
投資その他の資産	1,858	10.6	1,750	9.7	1,861	9.2	+ 110
差入保証金	1,739	10.0	1,648	9.1	1,749	8.6	+ 101
繰延資産	103	0.6	77	0.4	51	0.2	△ 26
総資産	17,466	100.0	18,020	100.0	20,234	100.0	+ 2,214

⑥ 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増加

単位:百万円、%

<連結>	2007年2月期		2008年2月期		2009年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動負債	6,642	38.0	6,668	37.0	9,144	45.2	+ 2,475
仕入債務	2,602	14.9	2,705	15.0	4,740	23.4	+ 2,034
短期借入金	1,350	7.7	1,160	6.4	1,050	5.2	△ 110
1年以内返済予定の 長期借入金	1,755	10.0	1,666	9.2	2,142	10.6	+ 475
固定負債	9,652	55.3	9,097	50.5	8,303	41.0	△ 793
長期借入金	9,222	52.8	8,729	48.4	7,987	39.5	△ 741
負債合計	16,294	93.3	15,766	87.5	17,448	86.2	+ 1,682
純資産合計	1,172	6.7	2,253	12.5	2,786	13.8	+ 532
負債・純資産合計	17,466	100.0	18,020	100.0	20,234	100.0	+ 2,214
有利子負債合計	12,327	70.6	11,555	64.1	11,179	55.3	△ 375
有利子負債合計(単体)	6,252	55.0	5,730	47.1	5,604	38.4	△ 125

7 要約キャッシュ・フロー計算書

単位: 百万円

<連結>	2007年2月期	2008年2月期	2009年2月期	
				増減額
営業キャッシュ・フロー	678	1,373	2,816	+ 1,443
税金等調整前当期純利益	565	925	960	+ 35
減価償却費	289	325	327	+ 2
たな卸資産の増(▲)減額	△ 160	△ 12	△ 183	△ 170
仕入債務の増減(▲)額	△ 322	103	2,034	+ 1,931
法人税等の支払額	△ 202	△ 339	△ 447	△ 107
投資キャッシュ・フロー	△ 1,682	△ 1,084	△ 826	+ 258
有形固定資産の取得による支出	△ 1,720	△ 1,087	△ 566	+ 520
財務キャッシュ・フロー	1,643	△ 251	△ 407	△ 155
短期借入金の純増減(▲)額	550	△ 190	△ 110	+ 80
長期借入金の純増減(▲)額	1,102	△ 582	△ 265	+ 316
株式の発行による収入	-	538	-	△ 538
現金及び現金同等物の増減額	640	37	1,583	+ 1,545
現金及び現金同等物の期末残高	1,099	1,136	2,719	+ 1,583

8 今期業績予想

単位:百万円、%

<連結>	2008年2月期		2009年2月期		2010年2月期(予想)		
		百分比		百分比		百分比	前期比
売上高	35,855	100.0	37,330	100.0	42,200	100.0	+ 13.0
売上総利益	7,339	20.5	7,804	20.9	8,800	20.8	+ 12.8
営業利益	1,117	3.1	1,118	3.0	1,210	2.9	+ 8.2
経常利益	925	2.6	952	2.6	1,020	2.4	+ 7.0
特別損益	-	-	7	0.0	△ 33	-	-
当期純利益	538	1.5	562	1.5	570	1.4	+ 1.3

棚卸資産の
評価方法
変更に伴う、
評価損計上

● 新規出店:2店予定(09/10 東京都荒川区、09/11 東京都北区)

● 既存店売上高: +1.0%(SM: +1.6%、HC: △0.3%)

「安さ」での競合店徹底対抗 ⇒ 「地域一番店」のアピール

粗利率を抑え、低価格で大量販売することにより売上総利益額を増加

● 前期からの重点取り組み事項の継続

ロスの削減・仕入先の見直し(入替)

⑨ 今後の取り組み ①出店戦略 1/2

【新規出店戦略】

● 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

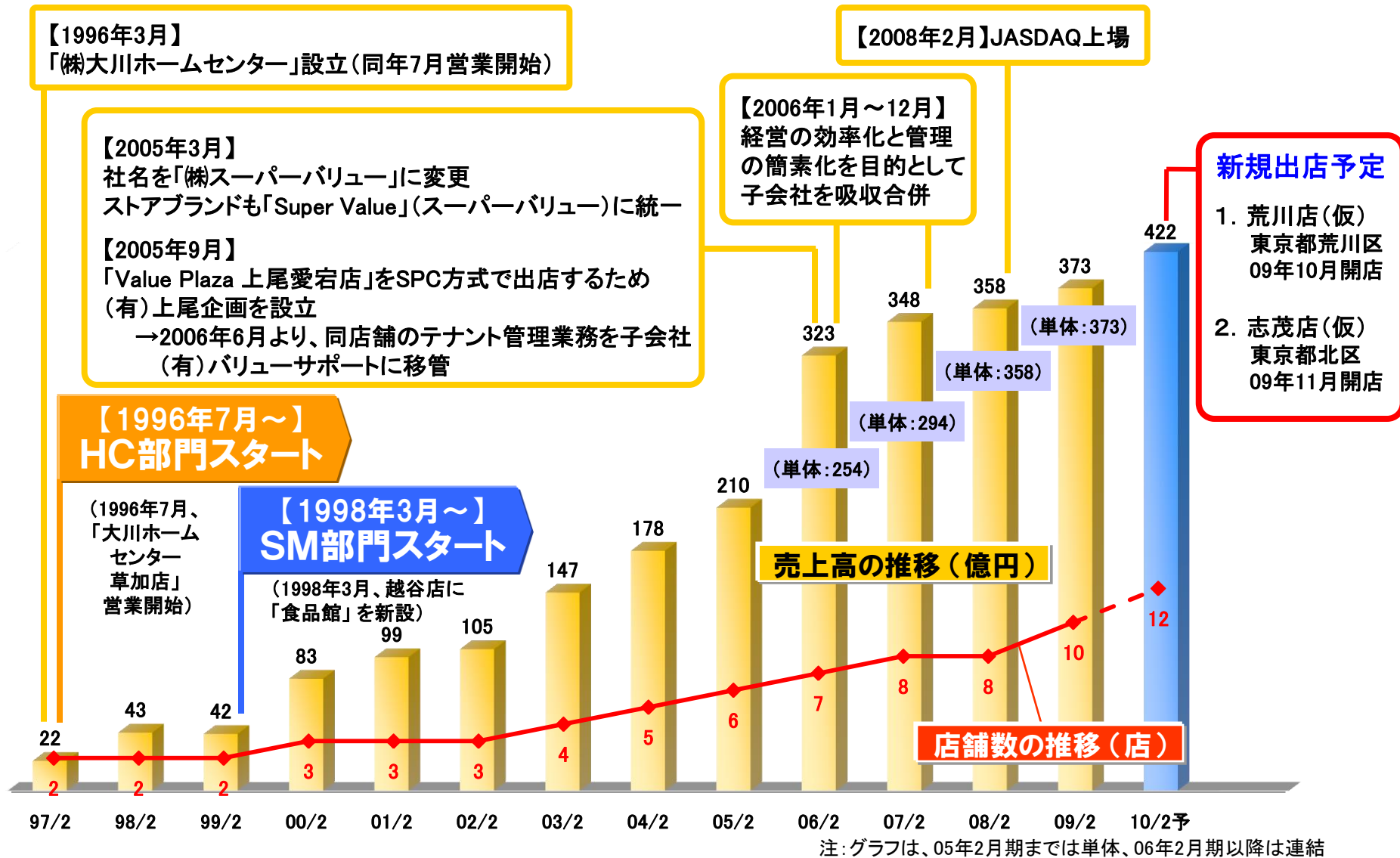
● 独自の出店基準に基づいた無理のない出店

◆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(年間3店舗目標)

◆居抜き出店への取り組み(年間1店舗程度)

9 今後の取り組み ①出店戦略 2/2



⑨ 今後の取り組み ②既存店の強化

● 競合店と徹底して戦えるMD戦略

◆大手各社のPB商品への徹底対抗

- ・商品ロスの削減、仕入条件の見直しにより得た原資をお客様へ還元
→低価格、大量販売により売上総利益額の確保
- ・生鮮(青果、精肉、鮮魚、惣菜)での価格・鮮度で差別化
- ・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

◆平日は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、品揃え・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

◆30代ファミリーと50～60代の熟年ファミリーに二極化した顧客への対応

◆素材・材料売場から、ライフスタイル型品揃えの追求

◆レジ袋削減への取り組み →エコ・スタンプカード、マイバッグ持参の推進

◆電子棚札導入(現在3店舗:今後順次拡大予定)による、お客様サービスの向上と効率化の追求



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	520坪(川口前川店)～2,760坪(上尾愛宕店)
------	---------------------------

駐車場	84台(川口前川店)～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
------	------------------------------------



川口前川店
(2008年11月20日新規出店)

入間春日町店
(2008年12月10日新規出店)



2 売場ゾーニング



入間春日町店 1階

③ 売場展開例 ①SM部門

SM部門



鮮魚コーナー



洋日配コーナー



酒コーナー



青果コーナー

③ 売場展開例 ②HC部門

HC部門

インテリアコーナー



自転車コーナー



園芸コーナー



DIY・エクステリアコーナー



ペットコーナー



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、2009年4月24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