



2016年2月期 決算説明資料

2016年4月20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・・・

都市型スーパーセンター

SM

食品スーパー

×

(複合)

HC

ホームセンター

&

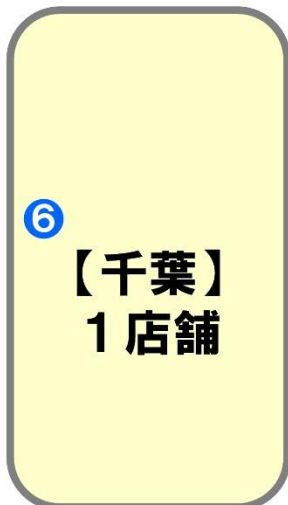
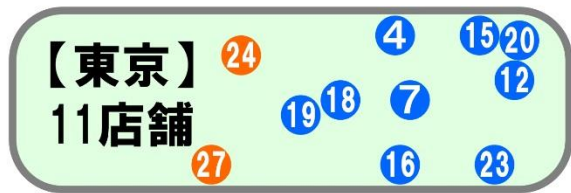
=

SM

食品スーパー



1 スーパーバリューとは・・・



形態別店舗数

| | SM+HC 複合 | SM+ 一部HC | SM |
|----|-------------|-------------|-----|
| 埼玉 | 4店 | 2店 | 9店 |
| 東京 | 5店 | - | 6店 |
| 千葉 | - | - | 1店 |
| 合計 | 9店 | 2店 | 16店 |

【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
- 11 東所沢店
- 13 大宮天沼店
- 14 見沼南中野店
- 17 中浦和店
- 21 朝霞泉水店
- 22 飯能店
- 25 春日部大場店
(2015年4月10日開店)
- 26 上尾小泉店
(2015年7月1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
- 16 等々力店
- 18 府中新町店
- 19 国立店
- 20 西尾久店
- 23 品川八潮店
- 24 福生店
(2015年3月4日開店)
- 27 八王子高尾店
(2015年10月7日開店)

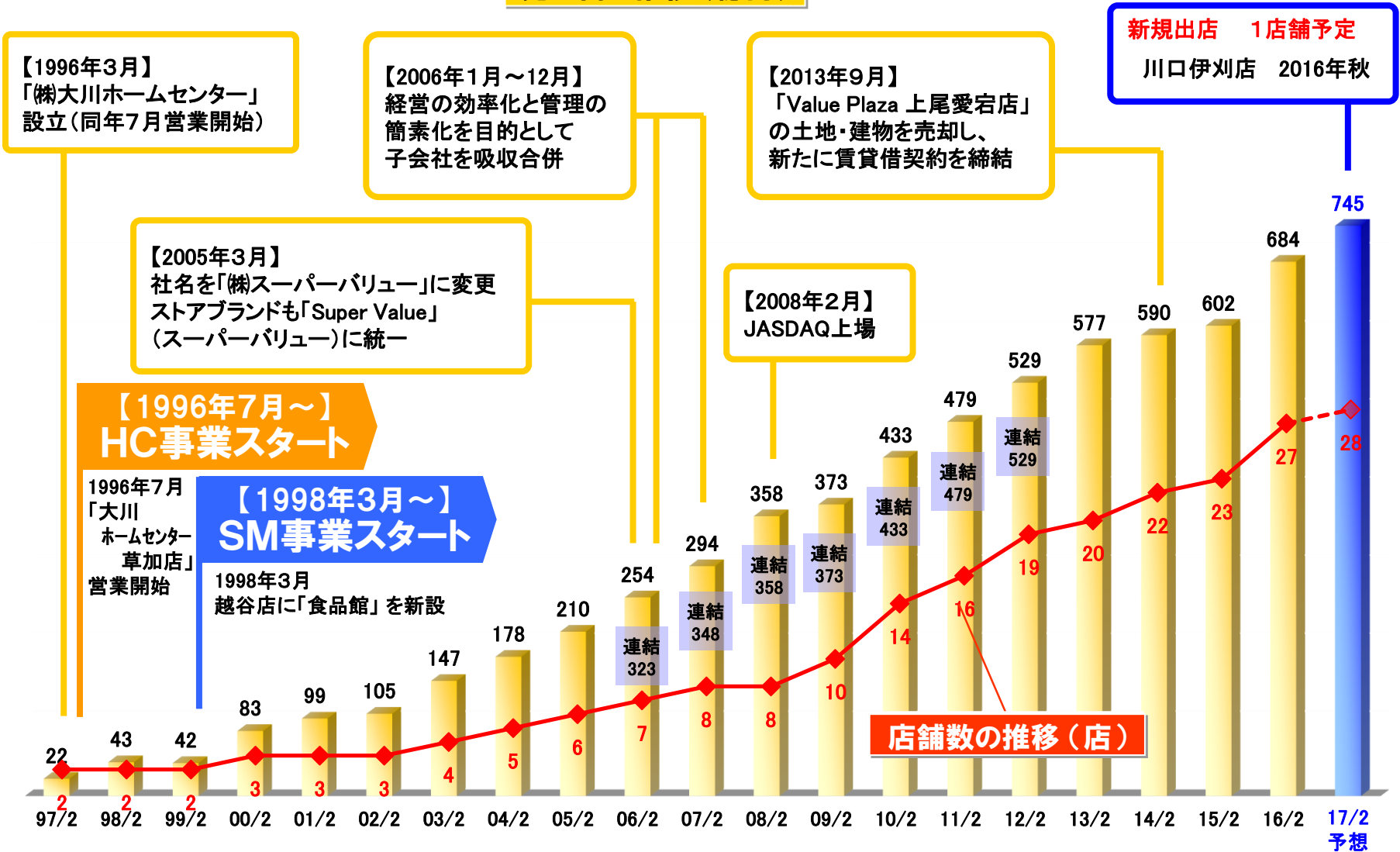
【千葉】

- 6 南船橋店

注)番号は出店順
店舗数は2016年4月20日現在

② 売上・店舗数推移

売上高の推移（億円）



③ 当社の特長

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

⇒2,398円(2016年2月期)

高い商品回転率

⇒SM 65.8回/年
HC 6.4回/年
(2016年2月期)

高い生産性

⇒1人当たり売上高
29,131千円(2016年2月期)

4 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（2016年2月期） | | ⇔ | 業界平均（競合上場会社） | |
|--------------|-------|---|--------------|------|
| SM事業 | 20.7% | | 25.9% | SM業界 |
| HC事業 | 22.4% | | 29.9% | HC業界 |

【売上高販管費率の競合比較】

| 当社（2016年2月期） | ⇔ | 業界平均（競合上場会社） | |
|--------------|---|--------------|------|
| 20.7% | | 26.7% | SM業界 |
| | | 28.2% | HC業界 |

注) 業界平均の数値は、(株)日本経済新聞社「日本の小売業調査」及び「日本の専門店調査」より、当社基準で選定した上位会社及び当社競合会社の有価証券報告書等より集計



2. 決算概況



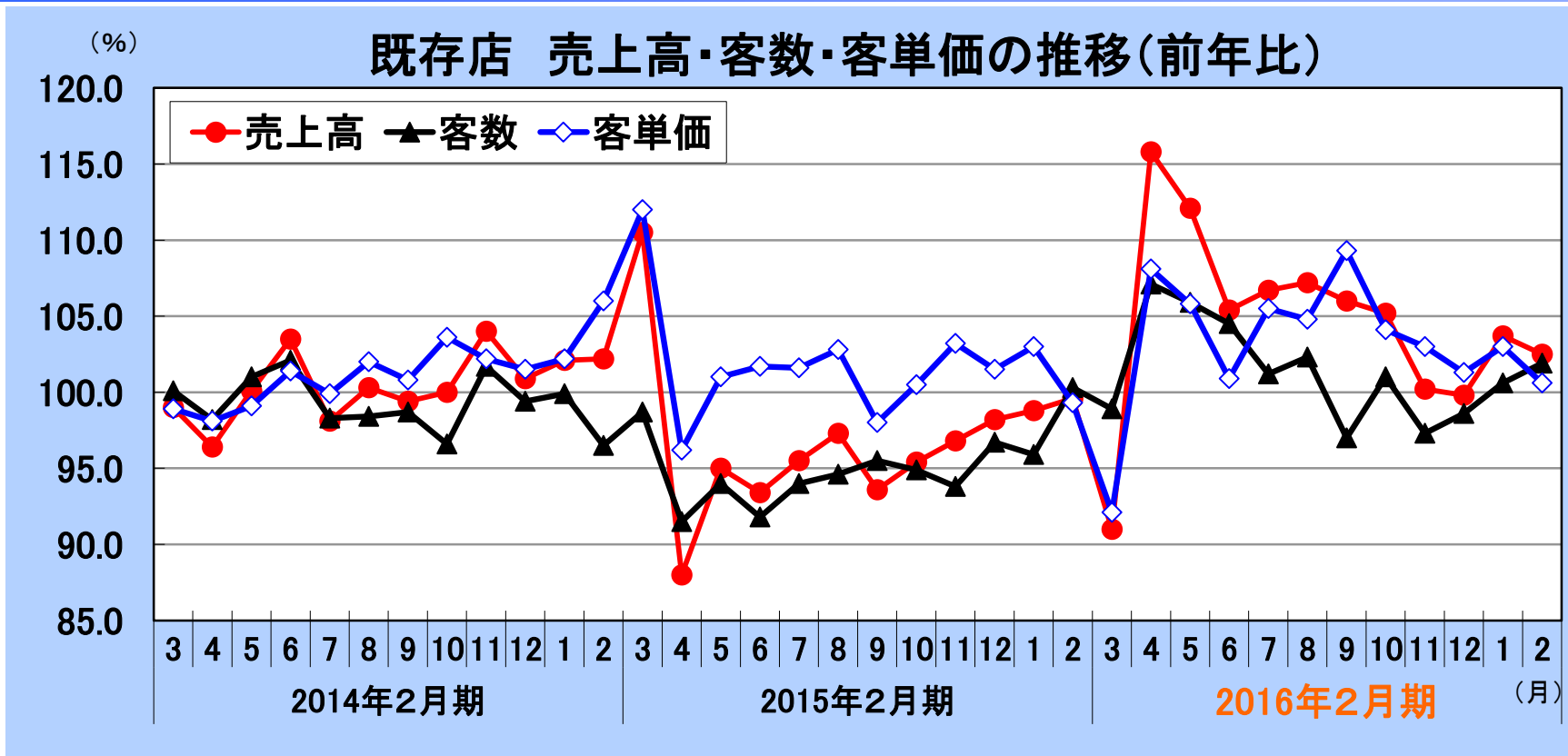
- 1) 決算ハイライト
- 2) 既存店の状況
- 3) 売上の状況
- 4) コストの状況
- 5) 設備の状況／従業員の状況
- 6) 要約貸借対照表
- 7) 要約キャッシュ・フロー計算書

1 決算ハイライト

単位:百万円、%

| <単体> | 2014年2月期 | | 2015年2月期 | | 2016年2月期 | | |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | | 売上比 | | 売上比 | | 売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 59,062 | 100.0 | 60,274 | 100.0 | 68,400 | 100.0 | + 13.5 |
| 売上総利益 | 12,152 | 20.6 | 12,773 | 21.2 | 14,406 | 21.1 | + 12.8 |
| 営業収入 | 300 | 0.5 | 293 | 0.5 | 304 | 0.4 | + 3.9 |
| 営業総利益 | 12,453 | 21.1 | 13,066 | 21.7 | 14,711 | 21.5 | + 12.6 |
| 営業利益 | 652 | 1.1 | 413 | 0.7 | 566 | 0.8 | + 37.2 |
| 経常利益 | 623 | 1.1 | 520 | 0.9 | 652 | 1.0 | + 25.5 |
| 特別利益 | 419 | 0.7 | 15 | 0.0 | - | - | - |
| 特別損失 | 423 | 0.7 | 66 | 0.1 | 41 | 0.1 | △ 38.1 |
| 当期純利益 | 370 | 0.6 | 269 | 0.4 | 367 | 0.5 | + 36.0 |
| 総資産 | 17,537 | - | 22,534 | - | 23,151 | - | + 2.7 |
| 純資産 | 4,918 | - | 5,125 | - | 5,542 | - | + 8.1 |
| 1株当たり 当期純利益 | 175.81円 | - | 127.86円 | - | 173.90円 | - | + 46.04円 |
| 1株当たり純資産 | 2,326.85円 | - | 2,424.73円 | - | 2,621.70円 | - | + 196.97円 |
| 1株当たり配当金 | 30.0円 | - | 33.0円 | - | 35.0円 | - | + 2.0円 |

② 既存店の状況



出退店の状況

- **出店** 福生店 (3月)
- **出店** (4) 春日部大場店(4月)
- **出店** 上尾小泉店 (7月)
- **出店** 八王子高尾店(10月)
- **改装** なし

既存店売上高の状況

| | 2016/2期 | 前期比 |
|--------|---------|---------|
| 既存店売上高 | | 104.3 % |
| 客数 | | 101.3 % |
| 客単価 | | 102.9 % |
| 買上点数 | | 102.3 % |

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、%

| <単体> | 2014年2月期 | | | 2015年2月期 | | | 2016年2月期 | | | |
|---------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|--------|
| | 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 | 前期比 | 売上総利益率 |
| 合計 | 59,062 | 100.0 | 20.6 | 60,274 | 100.0 | 21.2 | 68,400 | 100.0 | + 13.5 | 21.1 |
| SM事業 | 46,114 | 78.1 | 20.2 | 47,368 | 78.6 | 20.9 | 54,488 | 79.7 | + 15.0 | 20.7 |
| 生鮮食品 | 22,964 | 38.9 | 23.7 | 24,153 | 40.1 | 24.3 | 28,127 | 41.1 | + 16.5 | 23.8 |
| グロッサリ | 23,150 | 39.2 | 16.8 | 23,215 | 38.5 | 17.3 | 26,361 | 38.6 | + 13.5 | 17.4 |
| HC事業 | 12,947 | 21.9 | 21.9 | 12,906 | 21.4 | 22.3 | 13,911 | 20.3 | + 7.8 | 22.4 |
| 第1グループ※ | 2,788 | 4.7 | 24.7 | 2,694 | 4.5 | 25.3 | 2,804 | 4.1 | + 4.1 | 26.2 |
| 第2グループ※ | 2,937 | 5.0 | 21.7 | 2,930 | 4.9 | 22.8 | 3,190 | 4.7 | + 8.9 | 22.6 |
| 第3グループ※ | 2,678 | 4.5 | 22.8 | 2,663 | 4.4 | 23.1 | 2,872 | 4.2 | + 7.9 | 22.6 |
| 第4グループ※ | 4,527 | 7.7 | 19.7 | 4,604 | 7.6 | 19.9 | 5,028 | 7.3 | + 9.2 | 20.1 |
| その他 | 15 | 0.0 | 19.3 | 13 | 0.0 | 19.4 | 15 | 0.0 | + 13.6 | 18.9 |

※「第1グループ」：日曜大工用品、園芸用品、エクステリア用品、リフォーム
「第3グループ」：家電製品、対面（時計・カメラ等）、インテリア用品

「第2グループ」：カー用品、レジャー用品、ペット用品
「第4グループ」：家庭・日用雑貨、文具・玩具、ドラッグ

4 コストの状況

単位:百万円、%

| <単体> | 2014年2月期 | | 2015年2月期 | | 2016年2月期 | | |
|---------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|---------|
| | | 売上比 | | 売上比 | | 売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 59,062 | 100.0 | 60,274 | 100.0 | 68,400 | 100.0 | + 13.5 |
| 売上総利益 | 12,152 | 20.6 | 12,773 | 21.2 | 14,406 | 21.1 | + 12.8 |
| 営業総利益 | 12,453 | 21.1 | 13,066 | 21.7 | 14,711 | 21.5 | + 12.6 |
| 販管費 (主なもの) | 11,801 | 20.0 | 12,653 | 21.0 | 14,144 | 20.7 | + 11.8 |
| 広告宣伝費 | 398 | 0.68 | 410 | 0.68 | 474 | 0.69 | + 15.6 |
| 人件費 | 5,891 | 9.98 | 6,272 | 10.41 | 6,954 | 10.17 | + 10.9 |
| 地代家賃 | 1,817 | 3.08 | 2,280 | 3.78 | 2,462 | 3.60 | + 7.9 |
| リース料 | 220 | 0.37 | 186 | 0.31 | 190 | 0.28 | + 2.3 |
| 水道光熱費 | 703 | 1.19 | 813 | 1.35 | 874 | 1.28 | + 7.5 |
| 開店一時経費 | 62 | 0.11 | 33 | 0.06 | 100 | 0.15 | + 201.0 |

売上総利益率: $\Delta 0.1\text{pt}$

- 政策の転換
「シェア拡大」を目指す
攻めの価格設定
↓
「利益改善」に向けた取り組み

販管费率: $\Delta 0.3\text{pt}$

- 人件費の増加
⇒新卒新入社員の入社
⇒新店開店(4店)に伴う
パート、アルバイトの増加
⇒人材確保のため、パート、
アルバイト時給の上昇
- 広告宣伝費、地代家賃、
リース料、水道光熱費の増加
⇒新店開店(4店)によるもの

5 設備の状況／従業員の状況

● 設備の状況

単位:百万円、%

| <単体> | 2014年2月期 | 2015年2月期 | | 2016年2月期 | | |
|---------|----------|----------|------------|----------|------------|--------|
| | | | 前期比 増減額 | | 前期比 増減額 | 前期比 |
| 新店・先行投資 | 994 | 2,096 | + 1,101 | 2,548 | + 452 | + 21.6 |
| 既存店活性化他 | 587 | 124 | △ 462 | 46 | △ 78 | △ 62.9 |
| 設備投資計 | 1,582 | 2,220 | + 638 | 2,594 | + 373 | + 16.8 |
| 減価償却費 | 682 | 575 | △ 106 | 734 | + 159 | + 27.8 |

・新店の出店に係る投資(4店)

・新店(4店)の出店に伴う増加

● 従業員の状況

単位:人

| <単体> | 2014年2月期末 | 2015年2月期末 | | 2016年2月期末 | |
|----------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|
| | | | 前期比 増減数 | | 前期比 増減数 |
| 社員 | 518 | 528 | + 10 | 553 | + 25 |
| 契約・嘱託・臨時 | 1,425 | 1,491 | + 66 | 1,795 | + 304 |
| 合計 | 1,943 | 2,019 | + 76 | 2,348 | + 329 |

・新卒採用活動に伴う新入社員
の入社

・新店開店(4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

前期の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、%

| ＜単体＞ | 2014年2月期 | | 2015年2月期 | | 2016年2月期 | | |
|----------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|---------|
| | | 構成比 | | 構成比 | | 構成比 | 増減額 |
| 流動資産 | 4,585 | 26.1 | 7,900 | 35.1 | 5,754 | 24.9 | △ 2,146 |
| 現金及び預金 | 1,045 | 6.0 | 4,152 | 18.4 | 1,282 | 5.5 | △ 2,870 |
| 商品 | 2,654 | 15.1 | 2,779 | 12.3 | 3,220 | 13.9 | + 440 |
| 固定資産 | 12,952 | 73.9 | 14,633 | 64.9 | 17,397 | 75.1 | + 2,763 |
| 有形固定資産 | 9,041 | 51.6 | 10,194 | 45.2 | 12,645 | 54.6 | + 2,451 |
| 建物 | 2,604 | 14.8 | 2,458 | 10.9 | 5,821 | 25.1 | + 3,362 |
| 土地 | 5,392 | 30.7 | 5,392 | 23.9 | 5,392 | 23.3 | - |
| リース資産 | 873 | 5.0 | 668 | 3.0 | 872 | 3.8 | + 203 |
| 無形固定資産 | 24 | 0.1 | 54 | 0.2 | 47 | 0.2 | △ 6 |
| 投資その他の資産 | 3,886 | 22.2 | 4,385 | 19.5 | 4,703 | 20.3 | + 318 |
| 差入保証金 | 3,374 | 19.2 | 3,713 | 16.5 | 3,789 | 16.4 | + 75 |
| 総資産 | 17,537 | 100.0 | 22,534 | 100.0 | 23,151 | 100.0 | + 616 |

⑥ 要約貸借対照表 ②負債・純資産の部

前期の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、%

| <単体> | 2014年2月期 | | 2015年2月期 | | 2016年2月期 | | |
|-----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|
| | | 構成比 | | 構成比 | | 構成比 | 増減額 |
| 流動負債 | 9,167 | 52.3 | 13,616 | 60.4 | 10,585 | 45.7 | △ 3,031 |
| 仕入債務 | 4,207 | 24.0 | 7,215 | 32.0 | 5,286 | 22.8 | △ 1,928 |
| 短期借入金 | 1,600 | 9.1 | 2,800 | 12.4 | 1,850 | 8.0 | △ 950 |
| 1年内返済予定の長期借入金 | 1,448 | 8.3 | 1,468 | 6.5 | 1,439 | 6.2 | △ 29 |
| リース債務 | 299 | 1.7 | 285 | 1.3 | 340 | 1.5 | + 54 |
| ポイント引当金 | 171 | 1.0 | 155 | 0.7 | 184 | 0.8 | + 28 |
| 固定負債 | 3,451 | 19.7 | 3,792 | 16.8 | 7,023 | 30.3 | + 3,230 |
| 長期借入金 | 2,139 | 12.2 | 2,569 | 11.4 | 5,441 | 23.5 | + 2,871 |
| リース債務 | 692 | 3.9 | 556 | 2.5 | 718 | 3.1 | + 161 |
| 負債合計 | 12,618 | 72.0 | 17,409 | 77.3 | 17,608 | 76.1 | + 199 |
| 純資産合計 | 4,918 | 28.0 | 5,125 | 22.7 | 5,542 | 23.9 | + 417 |
| 負債・純資産合計 | 17,537 | 100.0 | 22,534 | 100.0 | 23,151 | 100.0 | + 616 |
| 有利子負債合計 | 5,188 | 29.6 | 6,838 | 30.3 | 8,730 | 37.7 | + 1,892 |

注)有利子負債合計には、リース債務を含んでおりません。

7 要約キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円

| ＜単体＞ | 2014年2月期 | 2015年2月期 | 2016年2月期 | |
|------------------|----------|----------|----------|---------|
| | | | | 増減額 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 1,293 | 4,066 | △ 1,746 | △ 5,813 |
| 税引前当期純利益 | 618 | 468 | 611 | + 142 |
| 減価償却費 | 682 | 575 | 734 | + 159 |
| 固定資産売却損益(▲) | △ 417 | - | 0 | - |
| 減損損失 | 412 | 66 | 41 | △ 25 |
| たな卸資産の増(▲)減額 | △ 99 | △ 126 | △ 442 | △ 315 |
| 仕入債務の増減(▲)額 | 237 | 3,008 | △ 1,928 | △ 4,936 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | 4,446 | △ 2,223 | △ 2,596 | △ 372 |
| 有形固定資産の取得による支出 | △ 694 | △ 1,652 | △ 2,368 | △ 716 |
| 有形固定資産の売却による収入 | 6,039 | - | - | - |
| 差入保証金の差入による支出 | △ 888 | △ 566 | △ 217 | + 348 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 5,815 | 1,264 | 1,472 | + 208 |
| 短期借入金の純増減(▲)額 | △ 150 | 1,200 | △ 950 | △ 2,150 |
| 長期借入金の純増減(▲)額 | △ 5,327 | 450 | 2,842 | + 2,391 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | △ 75 | 3,107 | △ 2,870 | - |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,045 | 4,152 | 1,282 | △ 2,870 |

前期の決算期末日が金融機関の休日であったことによるもの



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 出店戦略
 - ② 2017年2月期のテーマ
 - ③ 成長に向けた取り組み

1 通期業績予想

単位：百万円、%

| <単体> | 2015年2月期 | | 2016年2月期 | | 2017年2月期(予想) | | |
|-------|----------|-------|----------|-------|--------------|-------|--------|
| | | 売上比 | | 売上比 | | 売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 60,274 | 100.0 | 68,400 | 100.0 | 74,523 | 100.0 | + 9.0 |
| 売上総利益 | 12,773 | 21.2 | 14,406 | 21.1 | 15,863 | 21.3 | + 10.1 |
| 営業利益 | 413 | 0.7 | 566 | 0.8 | 648 | 0.9 | + 14.3 |
| 経常利益 | 520 | 0.9 | 652 | 1.0 | 730 | 1.0 | + 11.8 |
| 特別損益 | △ 51 | - | △ 41 | - | - | - | - |
| 当期純利益 | 269 | 0.4 | 367 | 0.5 | 475 | 0.6 | + 29.4 |

- **新規出店：1店予定**
川口伊刈店 SM店 埼玉県川口市 2016年秋開店予定
- **店舗改装：1店予定**
草加店 2016年4月14日改装オープン
- **既存店売上高：+2.0%** ⇒営業時間延長(21時閉店)の効果も見込む

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

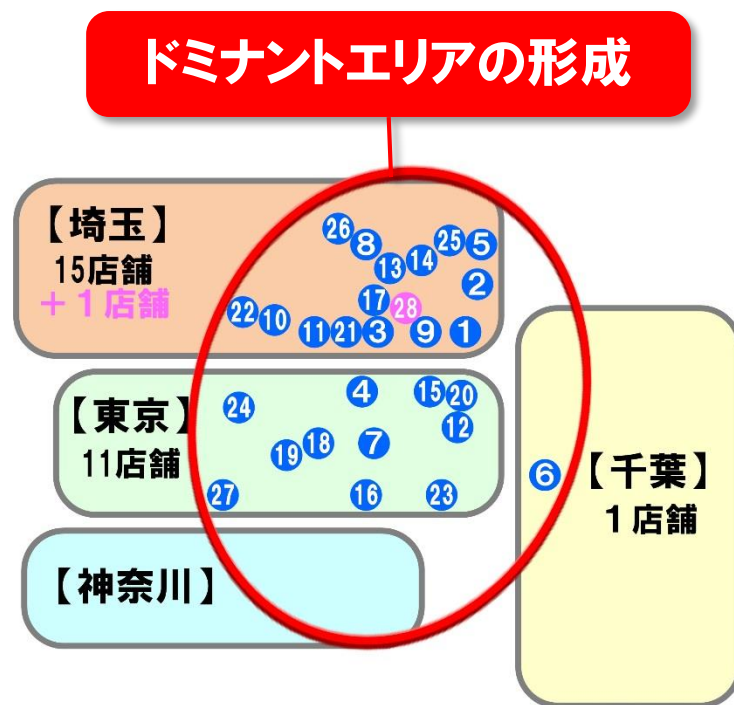
- ◆ 1都3県(埼玉県・東京都・千葉県・神奈川県)の市街地・人口密集地をターゲットに「ドミナント出店」

● 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2～3店舗を目標

- ◆ 2017年2月期は、1店舗を出店予定
- ◆ 居抜物件への出店も検討
- ◆ SM・HC複合店の出店も視野に入れる



② 今後の取り組み ②2017年2月期のテーマ

2017年2月期(21期)・・・新たな体制でスタート

『**改革**』をキーワードに、将来を見据えた取り組みを開始

- 店舗営業時間の延長（2016年3月1日より）
 - ◆ 法令による制限のある店舗を除き、全店舗21時まで営業
- 「よい商品をより安く」の徹底（継続）
 - ◆ 「できたて」「作りたて」「おいしい」にこだわった生鮮食品の提供
 - ◆ SM・HC複合のメリットを活かした売場づくり
- 利益改善
 - ◆ 売上高に占める生鮮食品の比重を拡大 ←-----
- 店舗力の強化（継続）
 - ◆ 店舗主導主義に基づく迅速・柔軟・きめ細かい対応(変化に強い)
 - ◆ 常に活気ある売場、圧倒的な品揃え

中期的な取り組み

“強い会社”を目指し、体制の整備を進める

● ボトムアップ

◆ 教育体系の再構築

⇒ 技能・知識中心の教育から、キャリアアップへ

◆ 人財の活性化

⇒ チャレンジする人にはチャンスを与える

◆ パート社員の戦力化

⇒ 能力・実績に基づく評価(エリア社員の導入)

● 標準化

◆ 店舗主導主義 + チェーンストアオペレーションによる効率化

⇒ 店舗主導主義の強みは残し、大胆な改革を実行する



参考情報



- 1) 店舗の状況
- 2) 新店紹介

1 店舗の状況

売場面積 140坪（大宮天沼店）～ 3,650坪（上尾愛宕店）

駐車場 10台（等々力店）～ 1,330台（上尾愛宕店）

営業時間 10:00 ～ 21:00 ＊一部店舗は除く

<品川八潮店(SM+HC複合店)>



1F SM



2F HC

2 新店紹介

福生店

SM店（2015年3月4日開店）



青果売場

春日部大場店

SM店（2015年4月10日開店）



店内の様子

2 新店紹介

上尾小泉店

SM店（2015年7月1日開店：居抜き出店）



鮮魚売場

八王子高尾店

SM+HC複合店（2015年10月7日開店）



外売場



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、2016年4月20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 : 048-778-3222

E-MAIL: ir@supervalue.co.jp