



2011年2月期 決算説明資料

2011年4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)

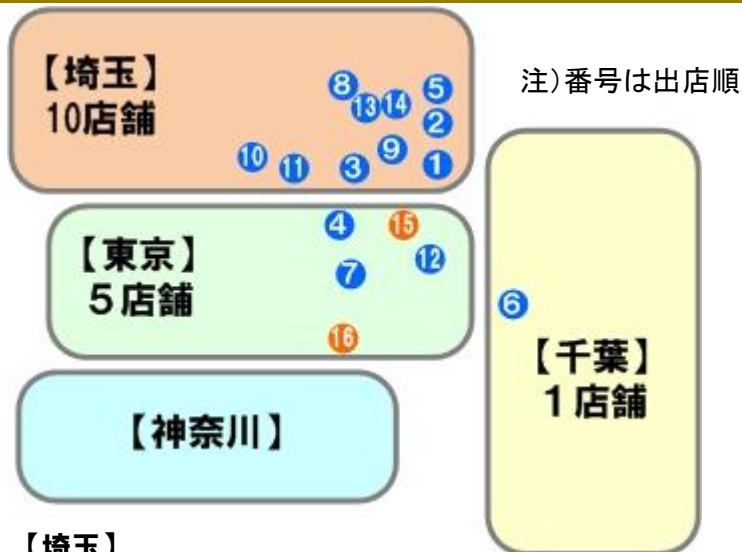
HC

ホームセンター

=



都市型スーパーセンター



【埼玉】

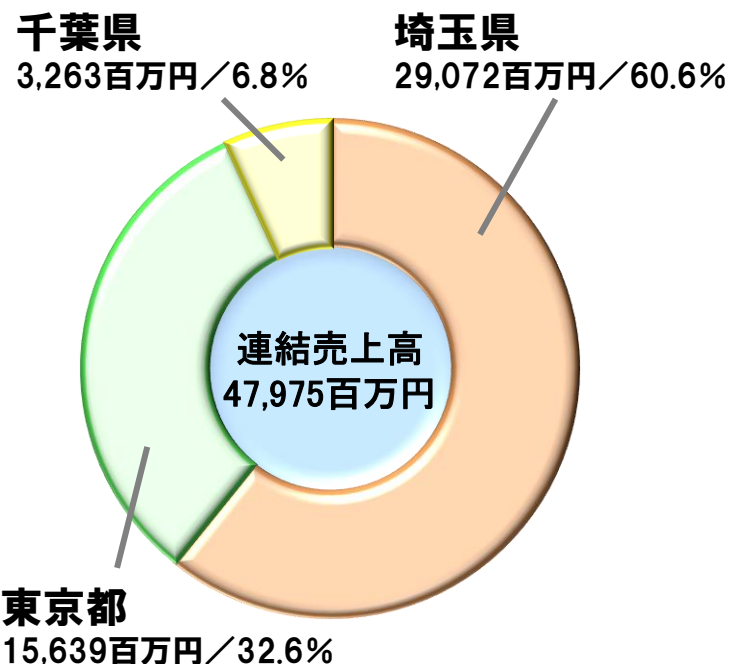
- ①草加店
- ②越谷店
- ③戸田店
- ⑤春日部武里店
- ⑧上尾愛宕店
- ⑨川口前川店
- ⑩入間春日町店
- ⑪東所沢店
- ⑬大宮天沼店
- ⑭見沼南中野店
- ⑥南船橋店

【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(2010年3月26日開店)
- ⑯等々力店(2010年12月9日開店)

【地域別連結売上高構成】

(2011年2月期)



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)

【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

【2008年2月】JASDAQ上場

【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府中新町店
東京都府中市
2011年9月開店予定
- ②国立店
東京都国立市
2011年11月開店予定

【1996年7月～】
HC部門スタート

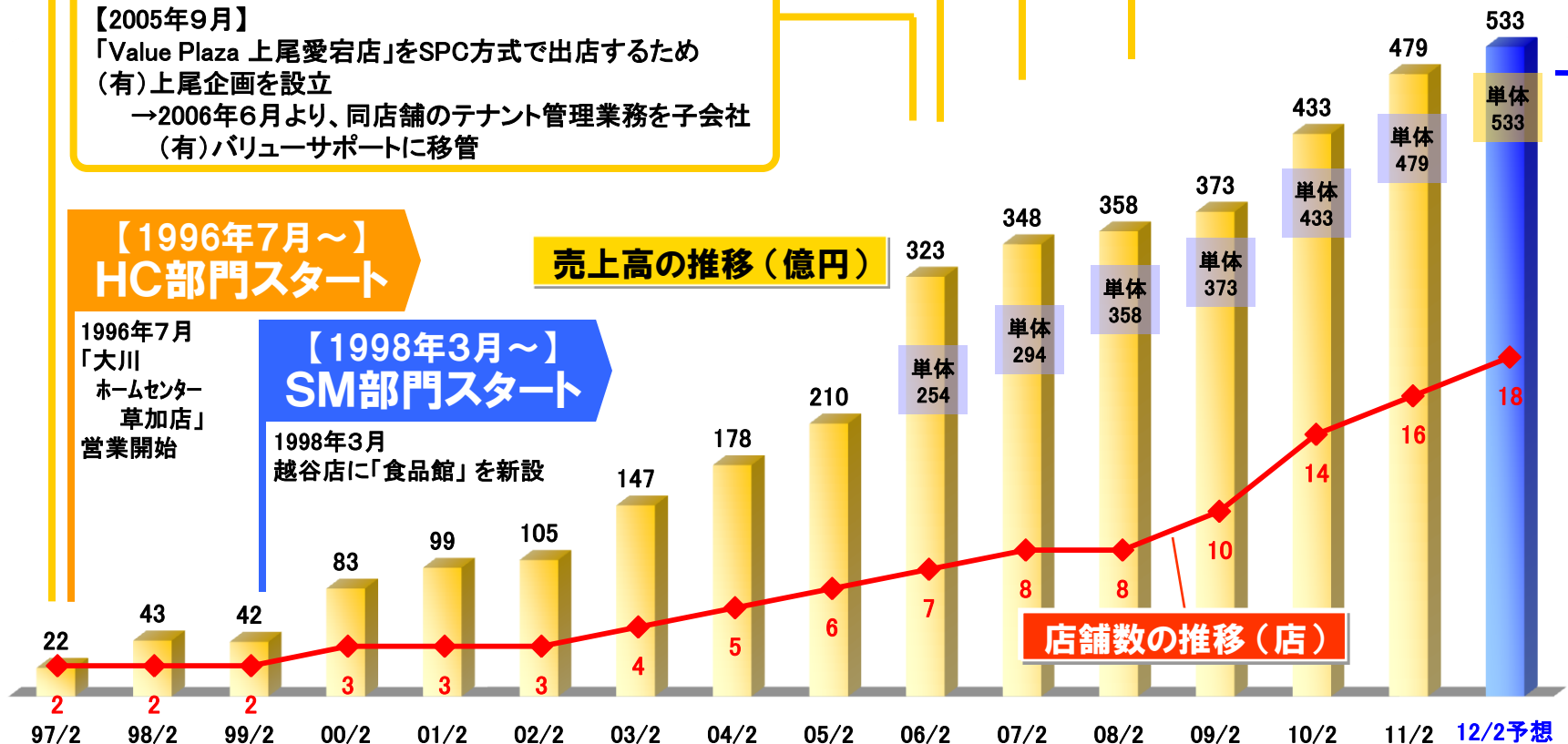
1996年7月
「大川
ホームセンター
草加店」
営業開始

【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

⇒2,287円(2011年2月期)

高い商品回転率

⇒SM 74.5回/年
HC 7.8回/年
(2011年2月期)

高い生産性

⇒1人当たり売上高
32,155千円(2011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】

当社グループ（11年2月期）		業界平均（競合上場会社）	
SM事業部	19.9%	25.7%	SM業界
HC事業部	21.5%	28.5%	HC業界

【売上高販管費率の競合比較】

当社グループ（11年2月期）	業界平均（競合上場会社）
18.7%	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)マミーマート、(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、ホームック(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

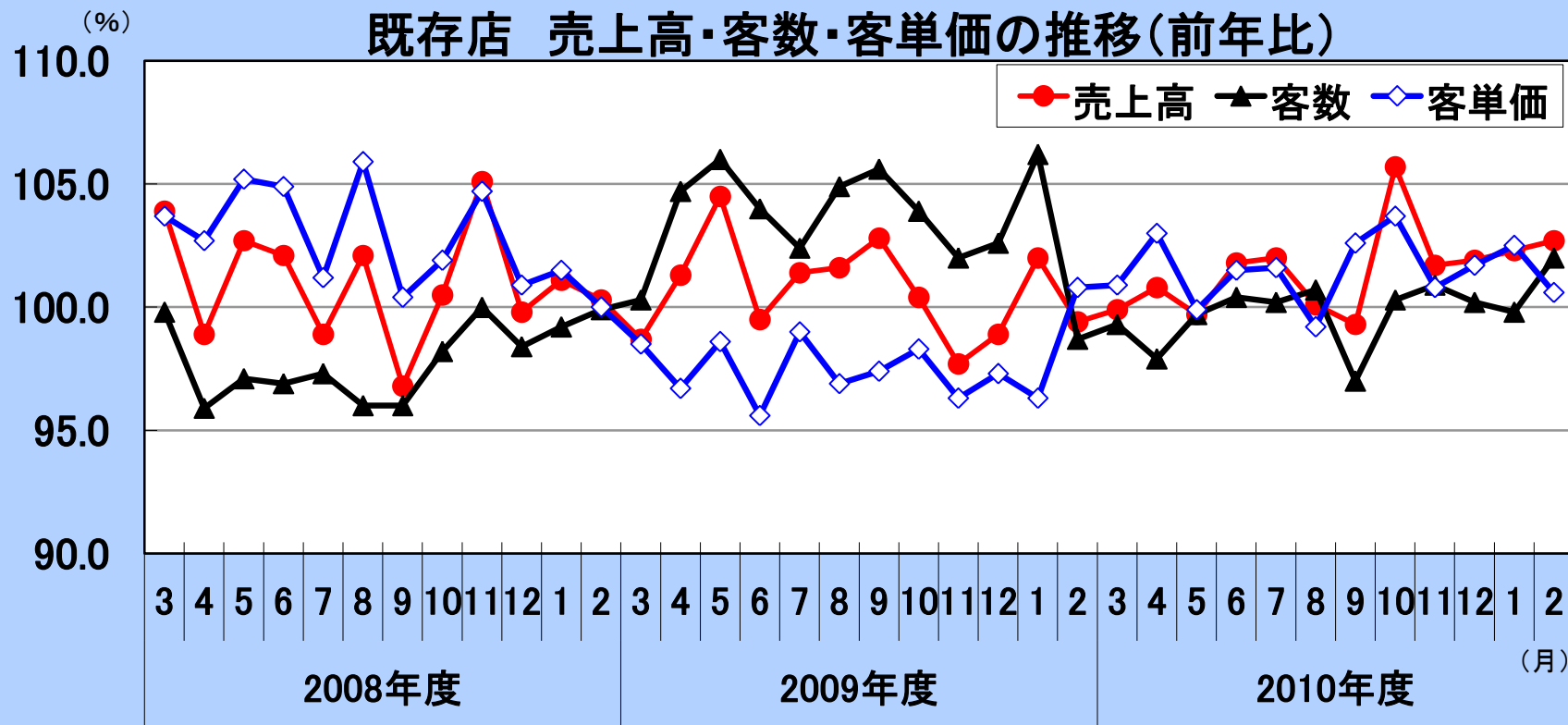
1 決算ハイライト

単位: 百万円、%

<連結>	2009年2月期		2010年2月期		2011年2月期		
		売上比		売上比		売上比	前期比
売上高	37,330	100.0	43,334	100.0	47,975	100.0	+ 10.7
売上総利益	7,804	20.9	8,801	20.3	9,743	20.3	+ 10.7
営業収入	333	0.9	302	0.7	301	0.6	△ 0.3
営業総利益	8,138	21.8	9,103	21.0	10,045	20.9	+ 10.3
営業利益	1,118	3.0	1,135	2.6	1,087	2.3	△ 4.3
経常利益	952	2.6	970	2.2	970	2.0	+ 0.0
特別損益	7	0.0	△ 30	-	△ 129	-	-
当期純利益	562	1.5	554	1.3	488	1.0	△ 12.0
総資産	20,234	-	21,077	-	20,029	-	△ 5.0
純資産	2,786	-	3,298	-	3,740	-	+ 13.4
1株当たり 当期純利益	268.08円	-	264.09円	-	232.42円	-	△ 31.67円
1株当たり純資産	1,320.07円	-	1,564.09円	-	1,774.58円	-	+ 210.49円
1株当たり配当金	20.00円	-	22.0円	-	23.0円	-	+ 1.0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)、等々力店(12月)
- 退店：なし
- 改装：上尾愛宕店、草加店、東所沢店
※いずれも生鮮売場を強化する改装

既存店売上高の状況

2011/2期	前期比
既存店売上高	101.5%
客数	99.9%
客単価	101.5%
買上点数	100.1%

※前年比推移グラフ(上グラフ)の客数・客単価、前期比表(右表)の客数・客単価・買上点数におきましては、2009年10月～2010年10月の間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			2010年2月期			2011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
連結合計	37,330	100.0	20.9	43,334	100.0	20.3	47,975	100.0	+ 10.7	20.3
SM事業部	25,500	68.3	20.2	31,153	71.9	19.8	35,716	74.4	+ 14.6	19.9
生鮮食品	12,703	34.0	23.7	15,436	35.6	23.3	17,700	36.9	+ 14.7	23.2
グロサリー	12,796	34.3	16.7	15,717	36.3	16.4	18,016	37.5	+ 14.6	16.7
HC事業部	11,829	31.7	22.5	12,181	28.1	21.6	12,258	25.6	+ 0.6	21.5
第一グループ※	2,029	5.4	27.1	2,124	4.9	26.2	2,122	4.4	△ 0.1	25.8
第二グループ※	3,018	8.1	22.5	3,125	7.2	21.8	3,003	6.3	△ 3.9	21.4
第三グループ※	6,335	17.0	21.1	6,463	14.9	20.2	6,621	13.8	+ 2.5	20.3
第四グループ※	230	0.6	12.3	271	0.6	12.3	327	0.7	+ 20.6	12.8
その他	216	0.6	31.3	196	0.5	31.0	183	0.4	△ 6.7	32.6

※「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

4 四半期の状況

単位: 百万円、%

<連結>	第1四半期		第2四半期		第2四半期累計		第3四半期		第4四半期		通期合計	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前期比
売上高	11,960	+ 13.4	11,975	+ 12.5	23,936	+ 13.0	11,638	+ 8.6	12,400	+ 8.5	47,975	+ 10.7
SM	8,828	+ 18.9	8,871	+ 17.8	17,699	+ 18.4	8,680	+ 11.6	9,337	+ 10.9	35,716	+ 14.6
HC	3,132	+ 0.4	3,104	△ 0.4	6,237	+ 0.0	2,958	+ 0.6	3,062	+ 2.0	12,258	+ 0.6
売上総利益	2,375	+ 12.4	2,403	+ 14.1	4,779	+ 13.2	2,373	+ 8.0	2,591	+ 8.8	9,743	+ 10.7
SM	1,705	+ 19.2	1,734	+ 21.6	3,440	+ 20.4	1,733	+ 11.6	1,937	+ 10.2	7,110	+ 15.3
HC	670	△ 1.9	668	△ 1.8	1,339	△ 1.8	639	△ 0.8	654	+ 4.7	2,633	+ 0.0
売上総利益率	19.9	△ 0.1	20.1	+ 0.3	20.0	+ 0.1	20.4	△ 0.1	20.9	+ 0.0	20.3	+ 0.0
SM	19.3	+ 0.0	19.6	+ 0.7	19.4	+ 0.3	20.0	+ 0.0	20.7	△ 0.1	19.9	+ 0.1
HC	21.4	△ 0.5	21.5	△ 0.4	21.5	△ 0.4	21.6	△ 0.3	21.4	+ 0.6	21.5	△ 0.1
営業利益	220	△ 37.0	253	+ 1.9	473	△ 20.8	247	+ 42.8	366	+ 0.5	1,087	△ 4.3
経常利益	183	△ 41.2	214	+ 2.7	397	△ 23.6	204	+ 66.2	369	+ 12.7	970	+ 0.0
当(四半)期純利益	25	△ 84.3	126	△ 0.4	152	△ 47.7	121	+ 72.7	214	+ 11.0	488	△ 12.0

志茂店オープン
(3月)

上尾愛宕店、
草加店改装(10月)

東所沢店改装
(12月)

等々力店オープン
(12月)

5 コストの状況

単位: 百万円、%

<連結>	2009年2月期		2010年2月期		2011年2月期		
		売上比		売上比		売上比	前期比
売上高	37,330	100.0	43,334	100.0	47,975	100.0	+ 10.7
売上総利益	7,804	20.9	8,801	20.3	9,743	20.3	+ 10.7
営業総利益	8,138	21.8	9,103	21.0	10,045	20.9	+ 10.3
販管費 (主なもの)	7,019	18.8	7,968	18.4	8,958	18.7	+ 12.4
広告宣伝費	301	0.81	312	0.72	325	0.68	+ 4.1
人件費	3,155	8.45	3,698	8.53	4,218	8.79	+ 14.1
地代家賃	813	2.18	937	2.16	1,127	2.35	+ 20.2
リース料	288	0.77	294	0.68	270	0.56	△ 7.9
水道光熱費	397	1.06	413	0.95	475	0.99	+ 15.1
開店一時経費	56	0.15	41	0.09	38	0.08	△ 7.1

売上総利益率: 前年同等

- ・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: +0.1pt (売上総利益率: 20.6%)

⇒仕入段階での業務効率化により、低価格競争の激化による影響とポイント値引・換金分を吸収

販管費率: +0.3pt

- ・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
- ・地代家賃の増加
 - ・新店開店によるもの (前期4店、当期2店)
- ・水道光熱費の増加
 - ・夏場の猛暑の影響

⇒持続的な成長の為の投資による増加

⑥ 設備の状況／従業員の状況

● 設備の状況

単位: 百万円、%

<連結>	2009年2月期	2010年2月期		2011年2月期		
			前期比		前期比 増減額	前期比
新店・先行投資	759	587	△ 22.6	303	△ 284	△ 48.4
既存店活性化他	21	175	+ 711.2	237	+ 61	+ 35.4
設備投資計	780	762	△ 2.3	540	△ 222	△ 29.2
減価償却費	326	395	+ 21.2	471	+ 75	+ 19.2

・新店出店数を抑えたことによるもの
(前期4店
→当期2店)

・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

・生鮮売場強化を中心
とした店舗改装
(上尾愛宕店、草加
店、東所沢店)

● 従業員の状況

単位: 人

<連結>	2009年2月期末	2010年2月期末		2011年2月期末	
			前期比 増減数		前期比 増減数
社員	290	355	+ 65	388	+ 33
契約・嘱託・臨時	869	1,025	+ 156	1,104	+ 79
合計	1,159	1,380	+ 221	1,492	+ 112

・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

・志茂店、等々力店開店に伴う増加

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
※創業から10年間で8店舗の出店が、この2年で8店舗を出店・・・店舗数は倍に



	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
		12月9日	等々力店	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>	2009年2月期		2010年2月期		2011年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動資産	5,175	25.6	5,492	26.1	4,308	21.5	△ 1,184
現金及び預金	2,719	13.4	2,963	14.1	1,663	8.3	△ 1,299
商品及び製品	1,840	9.1	2,018	9.6	2,072	10.3	+ 53
固定資産	15,007	74.2	15,559	73.8	15,721	78.5	+ 162
有形固定資産	13,116	64.8	13,646	64.7	13,506	67.4	△ 139
建物及び構築物	5,396	26.7	5,556	26.4	5,228	26.1	△ 328
土地	7,696	38.0	7,696	36.5	7,905	39.5	+ 208
無形固定資産	29	0.2	125	0.6	141	0.7	+ 16
投資その他の資産	1,861	9.2	1,787	8.5	2,073	10.4	+ 285
差入保証金	1,749	8.6	1,722	8.2	1,926	9.6	+ 204
繰延資産	51	0.2	25	0.1	—	—	—
総資産	20,234	100.0	21,077	100.0	20,029	100.0	△ 1,047

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>	2009年2月期		2010年2月期		2011年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動負債	9,144	45.2	9,719	46.1	7,660	38.2	△ 2,059
仕入債務	4,740	23.4	5,188	24.6	3,444	17.2	△ 1,744
短期借入金	1,050	5.2	1,550	7.4	1,450	7.2	△ 100
1年内返済予定の 長期借入金	2,142	10.6	1,668	7.9	1,503	7.5	△ 164
固定負債	8,303	41.0	8,058	38.2	8,628	43.1	+ 569
長期借入金	7,987	39.5	7,528	35.7	7,913	39.5	+ 385
負債合計	17,448	86.2	17,778	84.3	16,288	81.3	△ 1,489
純資産合計	2,786	13.8	3,298	15.7	3,740	18.7	+ 442
負債・純資産合計	20,234	100.0	21,077	100.0	20,029	100.0	△ 1,047
有利子負債合計	11,179	55.3	10,746	51.0	10,867	54.3	+ 120
有利子負債合計(単体)	5,604	38.4	5,421	34.5	5,792	38.9	+ 370

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	2010年2月期	2011年2月期	
				増減額
営業キャッシュ・フロー	2,816	1,483	△ 747	△ 2,230
税金等調整前当期純利益	960	939	841	△ 98
減価償却費	327	396	471	+ 74
たな卸資産の増(▲)減額	△ 183	△ 179	△ 56	+ 123
仕入債務の増減(▲)額	2,034	448	△ 1,744	△ 2,192
法人税等の支払額	△ 447	△ 402	△ 388	+ 13
投資キャッシュ・フロー	△ 826	△ 741	△ 539	+ 201
有形固定資産の取得による支出	△ 566	△ 559	△ 165	+ 394
財務キャッシュ・フロー	△ 407	△ 498	△ 13	+ 485
短期借入金の純増減(▲)額	△ 110	500	△ 100	△ 600
長期借入金の純増減(▲)額	△ 265	△ 933	220	+ 1,153
現金及び現金同等物の増減額	1,583	243	△ 1,299	△ 1,542
現金及び現金同等物の期末残高	2,719	2,963	1,663	△ 1,299

▶▶▶ 3. 業績予想と取り組み ▶▶▶

- 1) 通期業績予想
- 2) 東日本大震災の影響について
- 3) 今後の取り組み

1 通期業績予想

単位：百万円、%

<連結>	2010年2月期		2011年2月期		2012年2月期(予想)		
		売上比		売上比		売上比	前期比
売上高	43,334	100.0	47,975	100.0	53,350	100.0	+ 11.2
売上総利益	8,801	20.3	9,743	20.3	10,820	20.3	+ 11.0
営業利益	1,135	2.6	1,087	2.3	1,199	2.2	+ 10.3
経常利益	970	2.2	970	2.0	1,055	2.0	+ 8.7
特別損益	△ 30	-	△ 129	-	△ 196	-	-
当期純利益	554	1.3	488	1.0	500	0.9	+ 2.4

現金ポイントカードの
ポイント引当金を見込
む(137百万円)

資産除去債務に関す
る会計基準適用の影
響額等
(△196百万円)

前提
条件

- 新規出店：2店予定 ⇒ 居抜き出店も年間1～2店の出店を目標
府中新町店(仮) SM店 東京都府中市 9月開店予定
国立店(仮) 複合店 東京都国立市 11月開店予定
- 店舗改装：春日部武里店(3月) ⇒ SM売場拡大
杉並高井戸店(4月) ⇒ お客様の利便性向上(SM売場)
上尾愛宕店増床(6月) ⇒ HC売場拡大

ご
案
内

当社におきましては、現状の店舗数では、店舗改装や増床の実施によって、既存店売上高に大きな影響を及ぼすことから、**当面の間、既存店売上高前年比の発表は差し控えさせていただきます**(会社全体の売上高前年比については、従来通り発表いたします)。

② 東日本大震災の影響について

● 被害状況

- ◆店舗建物・設備への影響・・・軽微
- ◆お客様、従業員等の人的被害・・・無し
- ◆商品の落下、破損による被害・・・軽微
- ◆停電による店舗営業中止・・・翌12日昼過ぎには全店営業再開

● 今後の状況

◆計画停電による影響

- ・停電時間帯は安全面を考慮し店舗営業は中止
⇒現状は売上高への影響は小さいが、夏場の対応を検討中

◆商品調達への影響

- ・HC 紙製品 ⇒関西方面から調達、改善しつつあるが・・・
灯油 ⇒一時的に不足も現在は十分に確保
電池 ⇒少しずつ入荷も買いためにより不足
今後は復興関係商品（建材、バケツ等）の調達に影響 ⇒早めの対応も・・・
- ・SM 水、納豆、ヨーグルト
⇒新規取引先を導入し、不足分をカバー

③ 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・HC複合店の出店

<新規出店予定(来期以降)>

1. 西尾久店(仮称) 東京都荒川区 2012年開店予定 ※SM小型店

③ 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

◆産地開発(青果、精肉、鮮魚)

◆価格は常に競合店をリードする

⇒売価調査の強化・徹底

● 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

● 楽しい、飽きさせない売場づくり

◆デザイン、色へのこだわり

⇒おしゃれ雑貨の導入など

③ 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**
 - ◆「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5月より全店で開始予定
 - ◆「宅配サービス」導入によるお客様サービスの向上
 - ⇒都内小型店舗(3店舗)にて実施中
 - ・・・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
- **衛生管理の強化**
 - ◆オゾン水利用による殺菌、除菌の強化
- **節電・省エネへの取り組み**
 - ◆新店へのLED照明導入
 - ⇒既存店も一部照明のLED化を検討



参考情報



- 1) 店舗の状況
- 2) 新店紹介(等々力店)

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 10台(等々力店)～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

練馬大泉店



志茂店 (2010年3月26日開店)



2 新店紹介

等々力店

SM小型店（2010年12月9日開店）

開店直後の様子



産直野菜
の販売

← 青果売場 →

販売什器
の工夫



② 新店紹介 売場ゾーニング

等々力店

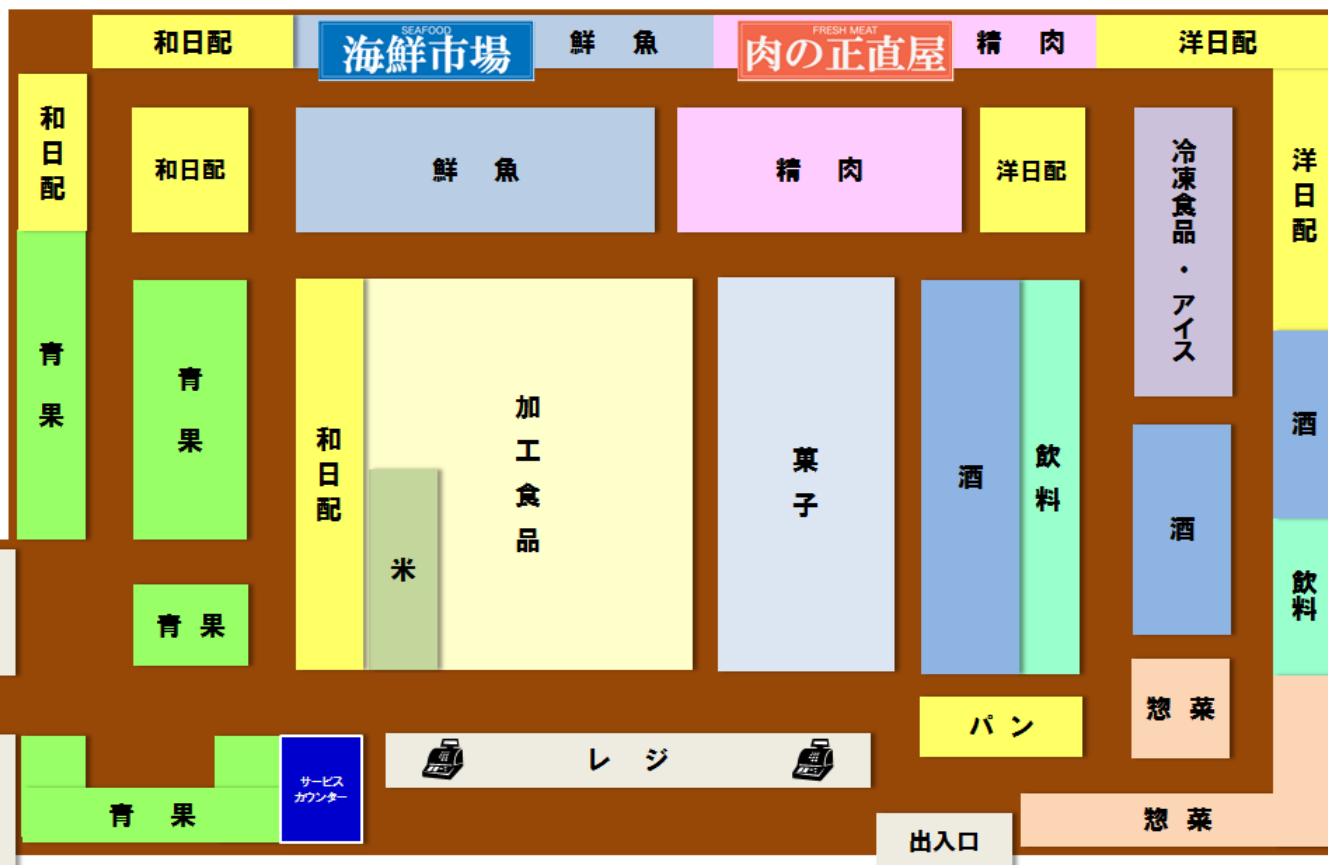


スーパーバリュー等々力店 売場案内図


ペット持ち込み禁止
食品衛生法により食品フロアへのペットの
ご入店は禁止されております

 
TOILET

正面出入口





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、2011年4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