



2010年2月期 決算説明資料

2010年4月23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) 当社の特長
- 3) 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】
10店舗

注)番号は出店順

【東京】
4店舗

【神奈川】

【千葉】
1店舗

【埼玉】

- ①草加店
- ②越谷店
- ③戸田店
- ④春日部武里店
- ⑤上尾愛宕店
- ⑥川口前川店
- ⑦入間春日町店
- ⑧東所沢店
- ⑨大宮天沼店
(2009年11月14日開店)
- ⑩見沼南中野店
(2009年11月14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)

【千葉】

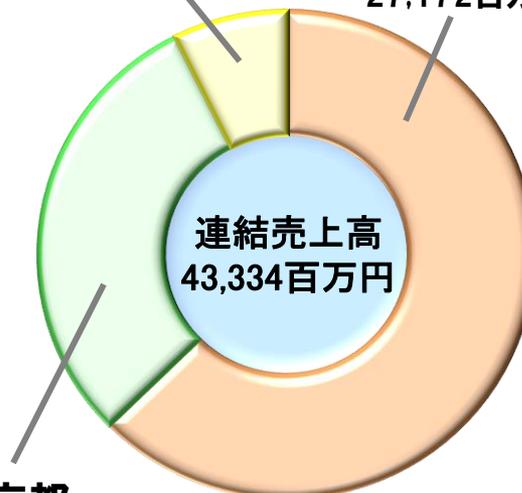
- ⑥南船橋店

【地域別連結売上高構成】

(2010年2月期)

千葉県 3,181百万円 / 7.3%

埼玉県 27,172百万円 / 62.7%



東京都 12,981百万円 / 30.0%

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

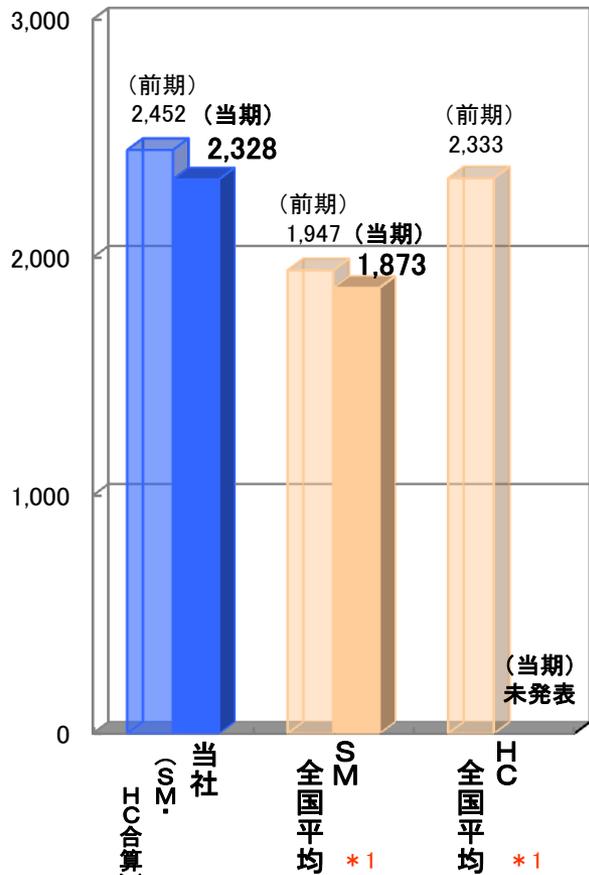
高い商品回転率

高い生産性

② 当社の特長 ② 同業比較

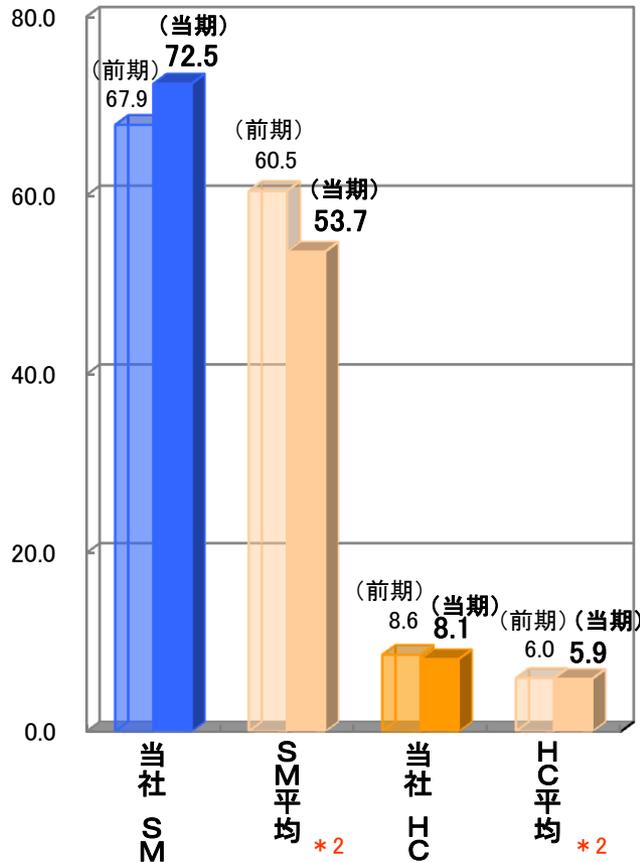
客単価

(単位:円)



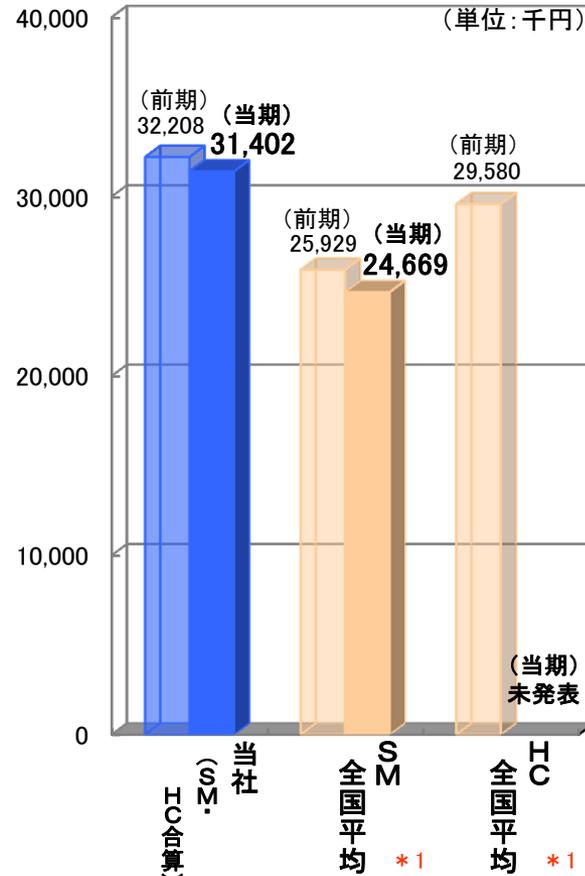
商品回転率

(単位:回/年)



1人当たり売上高

(単位:千円)



注1) グラフデータは、左(前期): 2008年度(当社2009年2月期)、右(当期): 2009年度(当社2010年2月期)

注2) 「*1」の数値は(社)日本スーパーマーケット協会及び(社)日本DIY協会より(2009年度のHC全国平均は未発表)

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42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8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)ユニバース、(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、(株)マルヤ)

HC: (株)日本経済新聞社「第42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（10年2月期）		↔	業界平均（競合上場会社）	
SM事業部	19.8%		25.6%	SM業界
HC事業部	21.6%		28.6%	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
		26.6%	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42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8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)ユニバース、(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、(株)マルヤ)

HC: (株)日本経済新聞社「第42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、アーケランドサカモト(株)、ダイキ(株)、(株)PLANT、(株)セキチュー)



2. 決算概況



- 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) 要約貸借対照表
- 8) 要約キャッシュ・フロー計算書

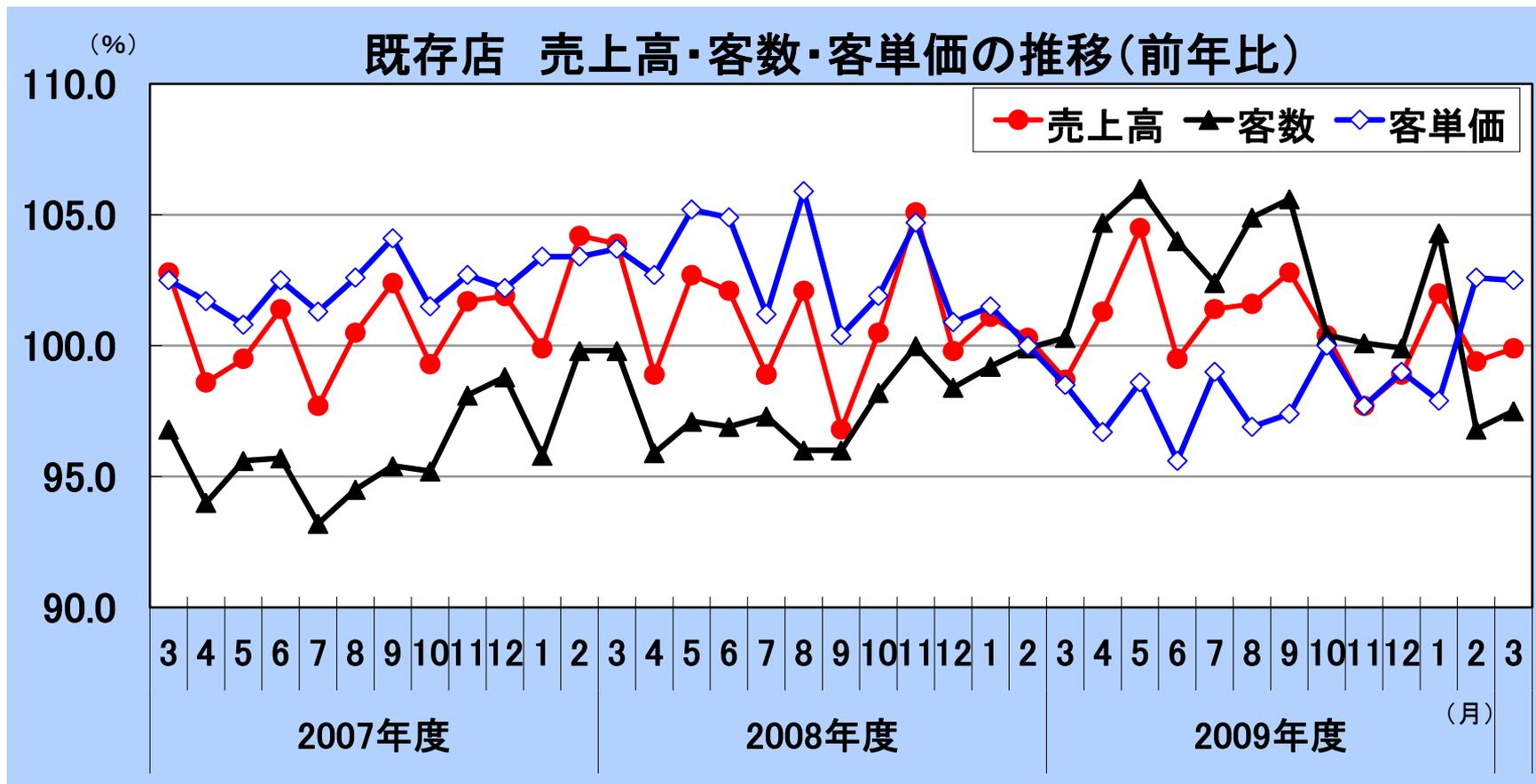
1 決算ハイライト

単位:百万円、%

<連結>	2008年2月期		2009年2月期		2010年2月期		
		売上比		売上比		売上比	前期比
売上高	35,855	100.0	37,330	100.0	43,334	100.0	+ 16.1
売上総利益	7,339	20.5	7,804	20.9	8,801	20.3	+ 12.8
営業収入	372	1.0	333	0.9	302	0.7	△ 9.4
営業総利益	7,712	21.5	8,138	21.8	9,103	21.0	+ 11.9
営業利益	1,117	3.1	1,118	3.0	1,135	2.6	+ 1.5
経常利益	925	2.6	952	2.6	970	2.2	+ 1.8
特別損益	-	-	7	0.0	△ 30	-	-
当期純利益	538	1.5	562	1.5	554	1.3	△ 1.5
総資産	18,020	-	20,234	-	21,077	-	+ 4.2
純資産	2,253	-	2,786	-	3,298	-	+ 18.4
1株当たり 当期純利益	296.74円	-	268.08円	-	264.09円	-	△ 3.99円
1株当たり純資産	1,067.08円	-	1,320.07円	-	1,564.09円	-	244.02円
1株当たり配当金	15.00円	-	20.00円	-	22.0円	-	+ 2.0円

棚卸資産の
評価方法
変更に伴う、
評価損

② 既存店の状況



出退店の状況

- **出店** : 東所沢店(7月)、荒川一丁目店(10月)
大宮天沼店・見沼南中野店(11月)
- **退店** : なし
- **改装** : 越谷店(10月)

既存店売上高の状況

	10/2期	前期比
既存店売上高		100.7%
客数		102.5%
客単価		98.2%

③ 売上の状況 事業部門別売上高・売上総利益率

SM小型店の出店

単位:百万円、%

<連結>	2008年2月期			2009年2月期			2010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	35,855	100.0	20.5	37,330	100.0	20.9	43,334	100.0	+ 16.1	20.3
SM事業部	24,045	67.1	19.8	25,500	68.3	20.2	31,153	71.9	+ 22.2	19.8
生鮮食品	11,792	32.9	23.3	12,703	34.0	23.7	15,436	35.6	+ 21.5	23.3
グロサリー	12,252	34.2	16.4	12,796	34.3	16.7	15,717	36.3	+ 22.8	16.4
HC事業部	11,810	32.9	21.9	11,829	31.7	22.5	12,181	28.1	+ 3.0	21.6
第一グループ※	1,950	5.4	26.5	2,029	5.4	27.1	2,124	4.9	+ 4.7	26.2
第二グループ※	2,898	8.1	22.0	3,018	8.1	22.5	3,125	7.2	+ 3.5	21.8
第三グループ※	6,438	18.0	20.4	6,335	17.0	21.1	6,463	14.9	+ 2.0	20.2
第四グループ※	260	0.7	12.8	230	0.6	12.3	271	0.6	+ 17.7	12.3
その他	262	0.7	32.1	216	0.6	31.3	196	0.5	△ 9.1	31.0

※「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

リフォームの強化

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	10,543	+ 14.3	10,645	+ 17.4	21,189	+ 15.8	10,719	+ 20.8	11,426	+ 12.5	43,334	+ 16.1
SM	7,422	+ 19.4	7,530	+ 23.3	14,952	+ 21.3	7,778	+ 28.9	8,422	+ 18.0	31,153	+ 22.2
HC	3,120	+ 3.7	3,115	+ 5.1	6,236	+ 4.4	2,940	+ 3.5	3,004	△ 0.3	12,181	+ 3.0
売上総利益	2,113	+ 12.7	2,107	+ 11.8	4,220	+ 12.2	2,198	+ 16.0	2,382	+ 10.9	8,801	+ 12.8
SM	1,430	+ 17.9	1,426	+ 18.2	2,856	+ 18.0	1,553	+25.5	1,757	+ 18.3	6,167	+ 19.9
HC	683	+ 3.2	680	+ 0.3	1,364	+ 1.7	644	△ 1.9	624	△ 5.6	2,634	△ 1.0
売上総利益率	20.0	△ 0.3	19.8	△ 1.0	19.9	△ 0.6	20.5	△ 0.8	20.9	△ 0.3	20.3	△ 0.6
SM	19.3	△ 0.2	18.9	△ 0.8	19.1	△ 0.5	20.0	△ 0.5	20.9	+ 0.1	19.8	△ 0.4
HC	21.9	△ 0.1	21.9	△ 1.0	21.9	△ 0.6	21.9	△ 1.2	20.8	△ 1.2	21.6	△ 0.9
営業利益	349	+ 20.1	248	+ 2.5	597	+ 12.1	173	△ 31.8	364	+ 10.1	1,135	+ 1.5
経常利益	311	+ 19.9	208	+ 4.0	520	+ 13.0	122	△ 39.4	327	+ 13.0	970	+ 1.8
当(四半)期 純利益	164	+ 1.4	126	+ 10.9	290	+ 5.4	70	△ 41.5	193	+ 15.9	554	△ 1.5

東所沢店オープン(7月)

越谷店改装(10月)

荒川一丁目店オープン(10月)
大宮天沼店・見沼南中野店オープン(11月)

5 コストの状況

単位: 百万円、%

<連結>	2008年2月期		2009年2月期		2010年2月期		
		売上比		売上比		売上比	前期比
売上高	35,855	100.0	37,330	100.0	43,334	100.0	+ 16.1
売上総利益	7,339	20.5	7,804	20.9	8,801	20.3	+ 12.8
営業総利益	7,712	21.5	8,138	21.8	9,103	21.0	+ 11.9
販管費 (主なもの)	6,594	18.4	7,019	18.8	7,968	18.4	+ 13.5
広告宣伝費	307	0.9	301	0.8	312	0.7	+3.6
人件費	2,914	8.1	3,155	8.5	3,698	8.5	+ 17.2
地代家賃	801	2.2	813	2.2	937	2.2	+ 15.3
リース料	309	0.9	288	0.8	294	0.7	+ 2.0
水道光熱費	368	1.0	397	1.1	413	1.0	+ 3.9

売上総利益率: ▲0.6pt
 ・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: ▲0.2pt (売上総利益率: 20.8%)
 →競合店対策のための低価格戦略の強化
 HCが顕著: ▲0.7pt

販管费率: ▲0.4pt
人件費の効率化
 ・既存店は売上比で前期比: ▲0.1pt
 →新店開店に伴う人員増加分をカバー
広告宣伝費の効率化
 ・チラシ配布地域・枚数の見直し
水道光熱費の削減
 ・新設店舗はオール電化設備を導入

6 設備の状況／従業員の状況

● 設備の状況

単位:百万円、%

<連結>	2008年2月期	2009年2月期		2010年2月期		
			前期比	前期比 増減額	前期比	
新店・先行投資	967	759	△ 21.6	587	△ 171	△ 22.6
既存店活性化他	120	21	△ 82.1	175	+ 153	+ 711.2
設備投資計	1,087	780	△ 28.2	762	△ 17	△ 2.3
減価償却費	324	326	+ 0.7	395	+ 69	+ 21.2

当期新店4店舗
うち居抜き出店3店舗
⇒出店コストの抑制

越谷店大改装に係る
投資
⇒本館(HC)と
食品館(SM)
の売場入替

● 従業員の状況

単位:人

<連結>	2008年2月期	2009年2月期		2010年2月期	
			前期比 増減数	前期比 増減数	前期比 増減数
社員	268	290	+22	355	+ 65
契約・嘱託・臨時	765	869	+104	1,025	+ 156
合計	1,033	1,159	+126	1,380	+221

当期新店(4店舗)要員
+今後の新店要員の
早期採用

当期新店(4店舗)
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 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>	2008年2月期		2009年2月期		2010年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動資産	3,290	18.3	5,175	25.6	5,492	26.1	+ 316
現金及び預金	1,136	6.3	2,719	13.4	2,963	14.1	+ 243
商品及び製品	1,658	9.2	1,840	9.1	2,018	9.6	+ 178
固定資産	14,652	81.3	15,007	74.2	15,559	73.8	+ 551
有形固定資産	12,872	71.4	13,116	64.8	13,646	64.7	+ 530
建物及び構築物	5,159	28.6	5,396	26.7	5,556	26.4	+ 160
土地	7,696	42.7	7,696	38.0	7,696	36.5	-
無形固定資産	29	0.2	29	0.2	125	0.6	+ 95
投資その他の資産	1,750	9.7	1,861	9.2	1,787	8.5	△ 73
差入保証金	1,648	9.1	1,749	8.6	1,722	8.2	△ 27
繰延資産	77	0.4	51	0.2	25	0.1	△ 26
総資産	18,020	100.0	20,234	100.0	21,077	100.0	+ 842

7 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>	2008年2月期		2009年2月期		2010年2月期		
		構成比		構成比		構成比	増減額
流動負債	6,668	37.0	9,144	45.2	9,719	46.1	+ 574
仕入債務	2,705	15.0	4,740	23.4	5,188	24.6	+ 448
短期借入金	1,160	6.4	1,050	5.2	1,550	7.4	+ 500
1年内返済予定の 長期借入金	1,666	9.2	2,142	10.6	1,668	7.9	△ 473
固定負債	9,097	50.5	8,303	41.0	8,058	38.2	△ 245
長期借入金	8,729	48.4	7,987	39.5	7,528	35.7	△ 459
負債合計	15,766	87.5	17,448	86.2	17,778	84.3	+ 329
純資産合計	2,253	12.5	2,786	13.8	3,298	15.7	+ 512
負債・純資産合計	18,020	100.0	20,234	100.0	21,077	100.0	+ 842
有利子負債合計	11,555	64.1	11,179	55.3	10,746	51.0	△ 433
有利子負債合計(単体)	5,730	47.1	5,604	38.4	5,421	34.5	△ 183

注)有利子負債合計には、リース債務を含んでおりません。

8 要約キャッシュ・フロー計算書

前年度及び本年度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>	2008年2月期	2009年2月期	2010年2月期	
				増減額
営業キャッシュ・フロー	1,373	2,816	1,483	△ 1,333
税金等調整前当期純利益	925	960	939	△ 20
減価償却費	325	327	396	+ 69
たな卸資産の増(▲)減額	△ 12	△ 183	△ 179	+ 3
仕入債務の増減(▲)額	103	2,034	448	△ 1,586
法人税等の支払額	△ 339	△ 447	△ 402	+ 45
投資キャッシュ・フロー	△ 1,084	△ 826	△ 741	+ 85
有形固定資産の取得による支出	△ 1,087	△ 566	△ 559	+ 7
財務キャッシュ・フロー	△ 251	△ 407	△ 498	△ 91
短期借入金の純増減(▲)額	△ 190	△ 110	500	+ 610
長期借入金の純増減(▲)額	△ 582	△ 265	△ 933	△ 667
株式の発行による収入	538	-	-	-
現金及び現金同等物の増減額	37	1,583	243	△ 1,339
現金及び現金同等物の期末残高	1,136	2,719	2,963	+ 243



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(123百万円)
練馬大泉店 借地権の償却(8百万円)

- 新規出店：2店予定 志茂店(2010年3月26日開店)、世田谷区(2010年10月予定)
⇒居抜き出店も年間2～3店の出店を目標に取り組む
- 既存店売上高(ポイント値引き前)：+3.0%
◆「現金ポイントカード」を活用した優良顧客の囲い込み
⇒SMとHC複合店のメリットを追求 *カード発行数:15万枚(2010年3月末)
◆練馬大泉店 駐車場拡張(2010年夏) ⇒お客様利便性の向上
- 物流センター統合(2010年4月) ⇒配送の効率化とコスト削減
- 重点取り組み事項の継続 ⇒ロスの削減、仕入先・条件の見直し、生産性向上

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

● 新規出店のスピードアップ(年間3~4店舗目標)

◆2011年度中に20店舗体制を目標

◆SM主体の都心型小型店フォーマットの確立

◆投資コストを抑制できる居抜き物件への出店

<新規出店予定>

- | | | |
|-------------|--------|------------|
| 1. SM小型店 | 東京都荒川区 | 2011年春開店予定 |
| 2. SM・HC複合店 | 東京都西部 | 2011年秋開店予定 |

② 今後の取り組み ② 既存店の強化

● 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

◆ EDLP戦略だけでなく、変化のある売場づくり

◆ 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のメリットを活かす

● 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

◆ 電子棚札の導入推進(現在7店舗:今期6店舗導入予定)

- ⇒ お客様サービスの向上と効率化の追求

◆ 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



参考情報



- 1) 売上・店舗数推移
- 2) 店舗の状況
- 3) 新店紹介

1 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志茂店
東京都北区
10年3月26日開店
- ②東京都世田谷区
10年10月開店予定

【1996年7月～】
HC部門スタート

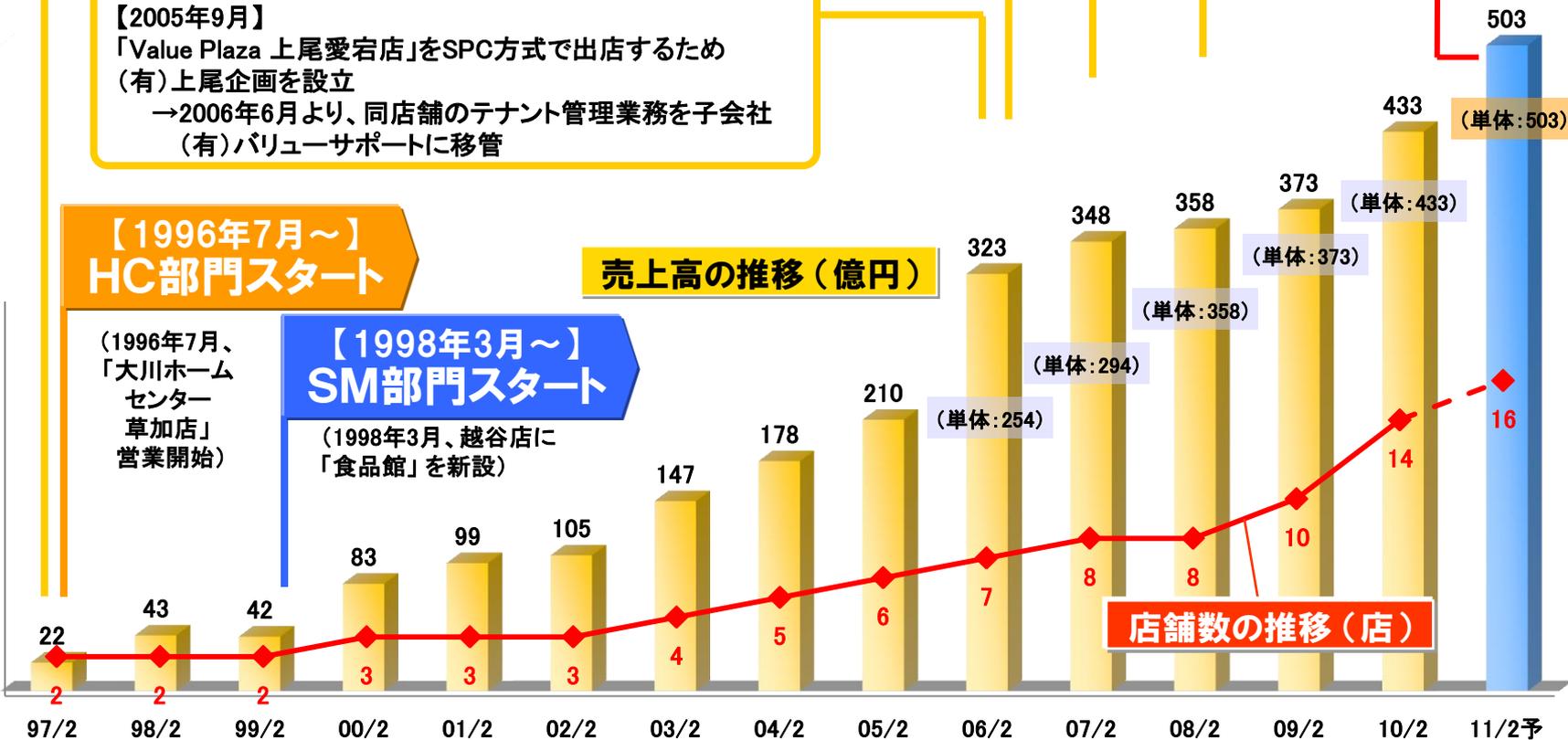
(1996年7月、
「大川ホーム
センター
草加店」
営業開始)

【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

2 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



3 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

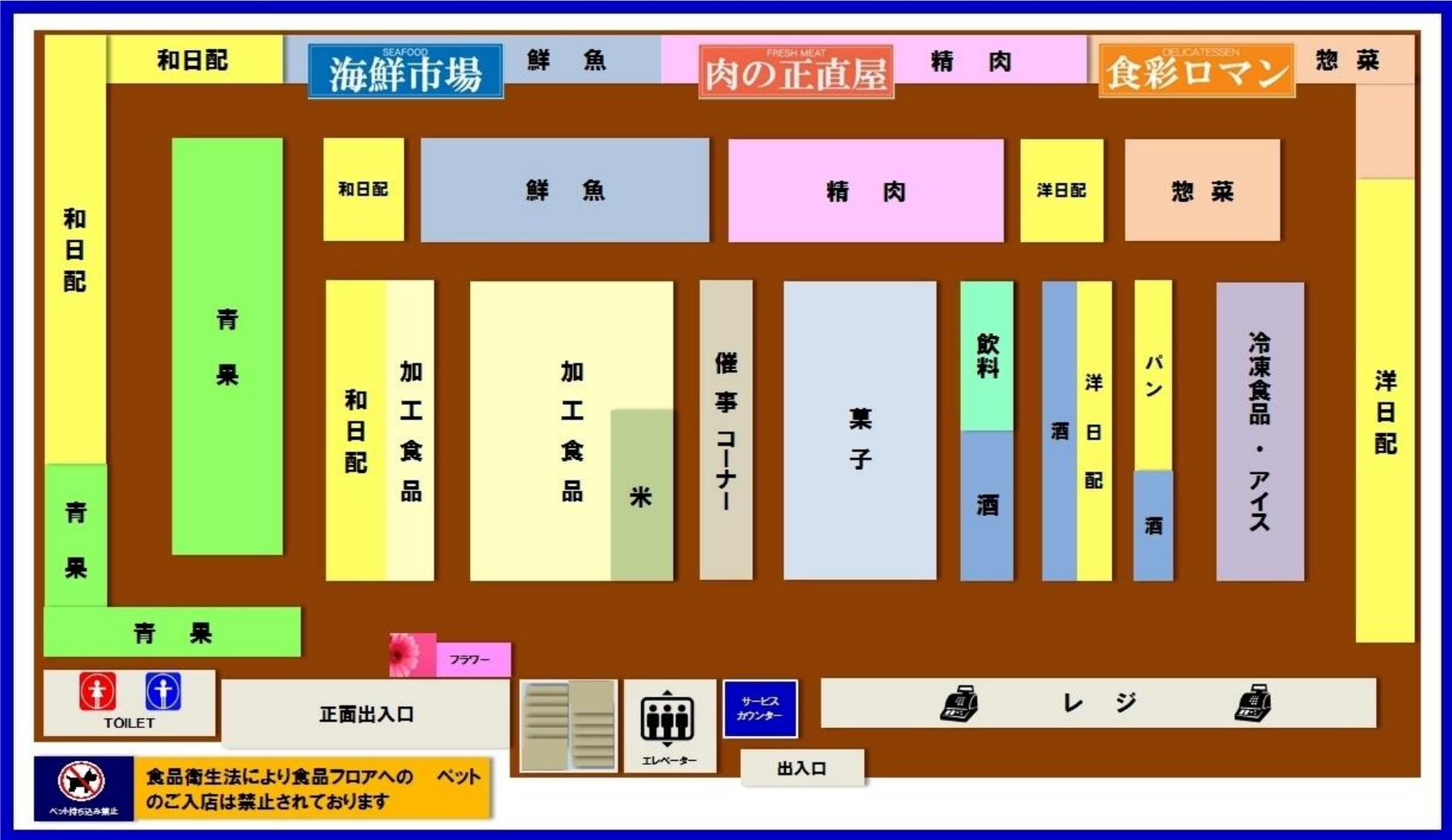


青果売場



③ 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4月23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