

株式会社ライフコーポレーション

2025年2月期 第2四半期

決算説明会資料

L I F E



**PRODUCE
SEAFOOD
FRESH MEAT
DELICATESSEN
DAIRY FOOD
GROCERY
BAKERY
LIQUOR**

SUPERMARKET

L I F E

2024年10月8日

2024年度上期 決算の要点

- ① 営業収益は上期で**最高の4,218億円**
売上高は**初の4,000億円超**
- ② 人件費は増加しているが、
売上高販管費率は増加せず**昨年差 ▲0.1P**
- ③ 経常利益は**計画を上回る127億円**
純利益はコロナ禍の2020・2021年度に
次ぐ**89億円(昨年差 + 3.7億円)**

- 1. 業績概要**
- 2. 2024年度上期 取組み**
- 3. 第七次中期経営計画の進捗**
- 4. トピック**
- 5. 2024年度通期 業績予想**

1. 業績概要

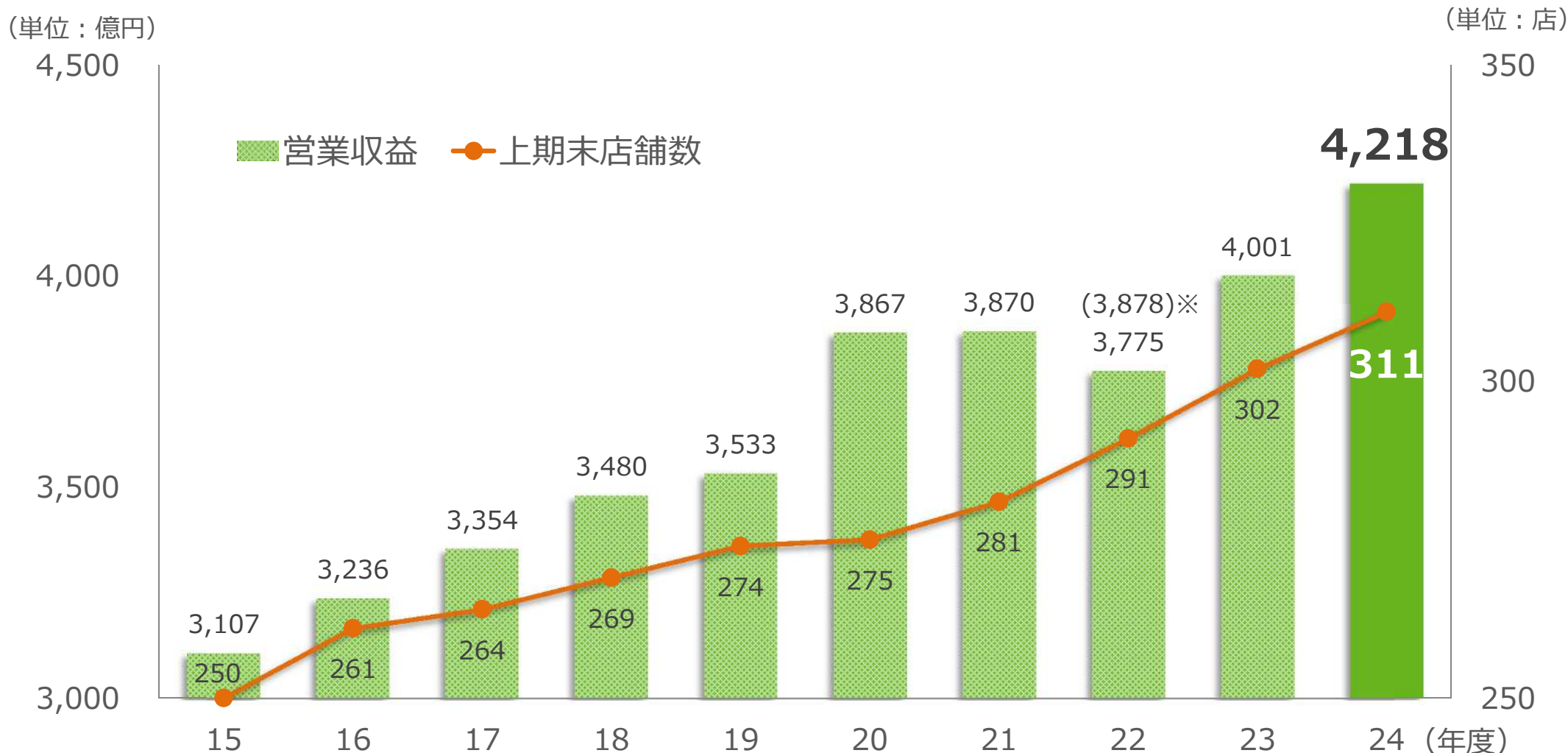
連結業績概要（上期）

（単位：百万円、％）

	2023年度上期	2024年度上期	増減額	増減率
営業収益	400,148	421,885	+21,737	+5.4
売上高	385,663	406,199	+20,535	+5.3
営業利益	12,410	12,232	▲178	▲1.4
経常利益	12,851	12,706	▲145	▲1.1
当期純利益	8,534	8,914	+379	+4.4

営業収益の推移（上期）

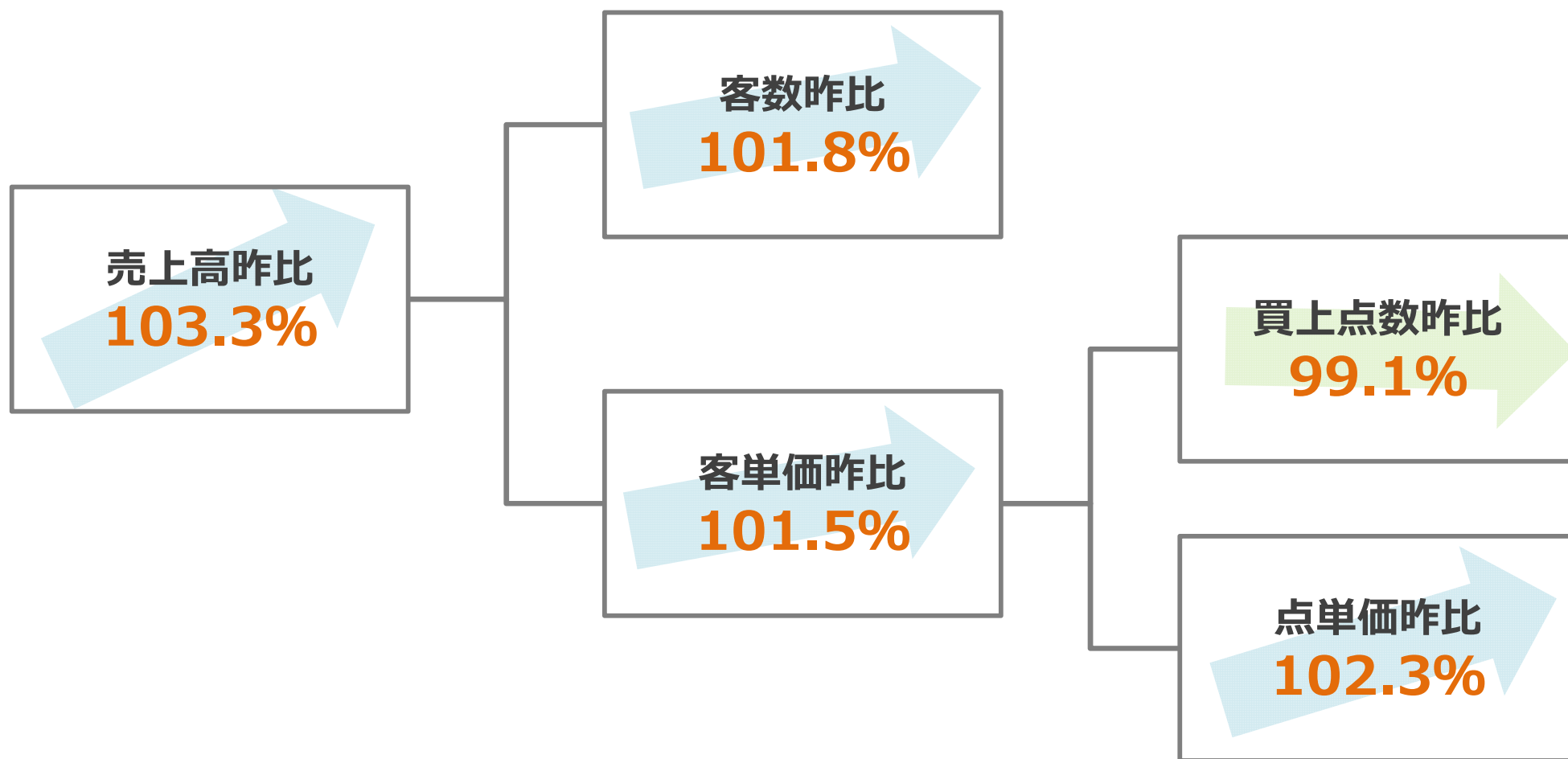
- 営業収益は**過去最高の4,218億円**
- 新規出店(8店)、既存店の伸長(昨比103.3%)、**売上高は初の4,000億円超**



※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用（適用前 営業収益：3,878億円）

既存店の売上関連指標（上期）

- 独自商品の拡充と値ごろ感の訴求により、**客数の昨比が増加**
- 点単価は2023年度と比べ落ち着きつつあるが、安定した推移

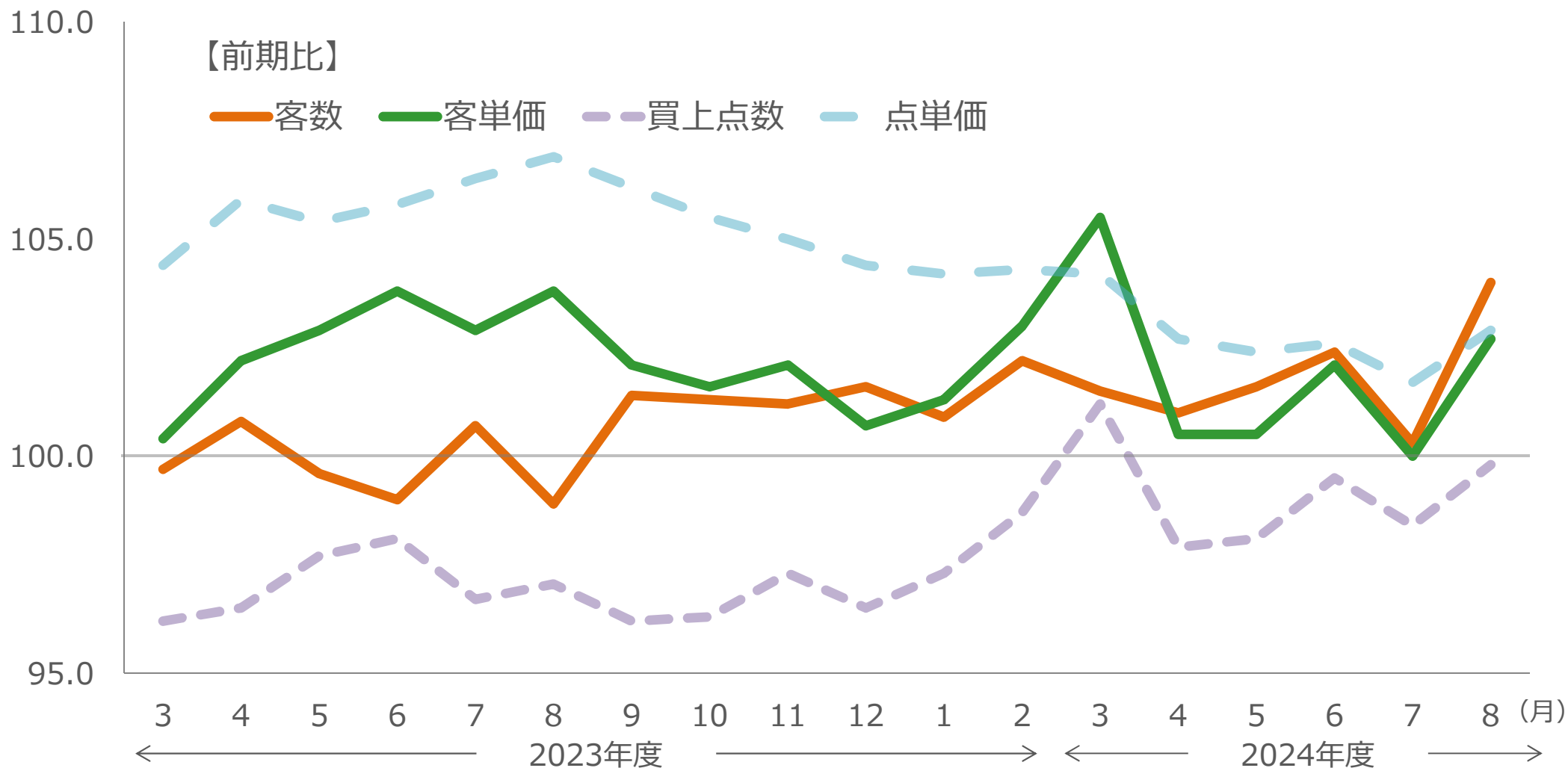


(参考) 既存店の売上関連指標推移

(「収益認識基準に関する会計基準」適用前ベース)

- 客数の昨比は12か月連続で100%超え
- 買上点数の昨比は上向きつつある

(単位：%)



売上高・粗利益率（上期）

- ・ 農産、加工・日配、惣菜などがけん引して売上が伸長
- ・ 値ごろ感の訴求は計画通りだが、畜産の原料高騰などが粗利益率に影響

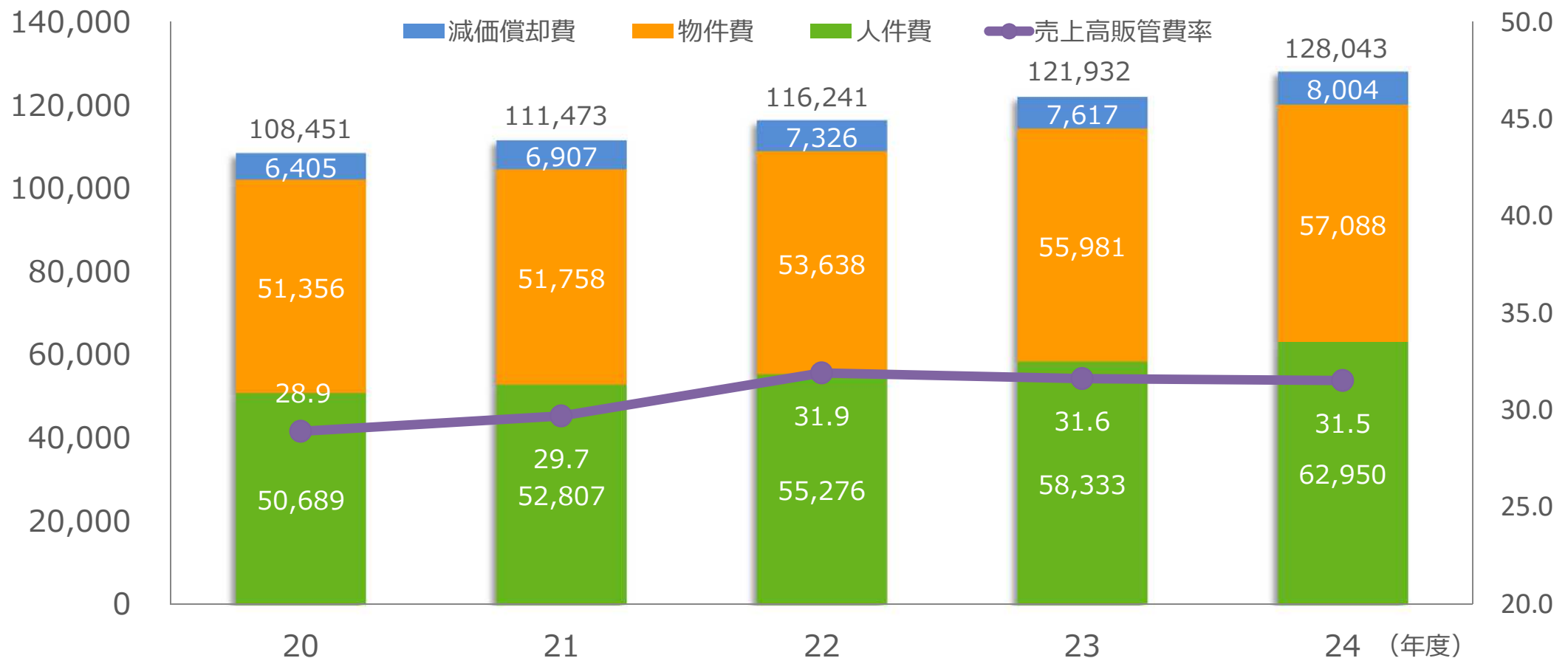
売上高 (単位：百万円、%)				粗利益率 (単位：%、P)	
部門	2024年度上期			2024年度上期	
		全店昨比	既存店昨比	粗利益率	増減
食品	360,083	105.8	103.6	30.8	▲0.4
農産	53,358	107.8	105.6	29.1	▲0.2
水産	31,117	104.9	102.8	33.0	+0.5
畜産	44,356	104.6	102.5	27.9	▲2.2
惣菜	47,953	105.8	103.2	54.6	▲0.5
加工・日配	183,296	105.6	103.5	25.5	▲0.2
非食品	46,115	101.9	100.9	29.5	▲0.2
生活関連	34,652	103.3	102.1	26.3	▲0.2
衣料品	11,463	97.7	97.6	39.1	+0.2
合計	406,199	105.3	103.3	30.7	▲0.4

販売管理費の状況（上期）

- **処遇改善**、プロセスセンターでの直接雇用推進など人への投資により人件費は増加したが、物件費の最適化に努め、**売上高販管費率は昨年差▲0.1P**
- 水道光熱費は67億円(昨比100.3%)

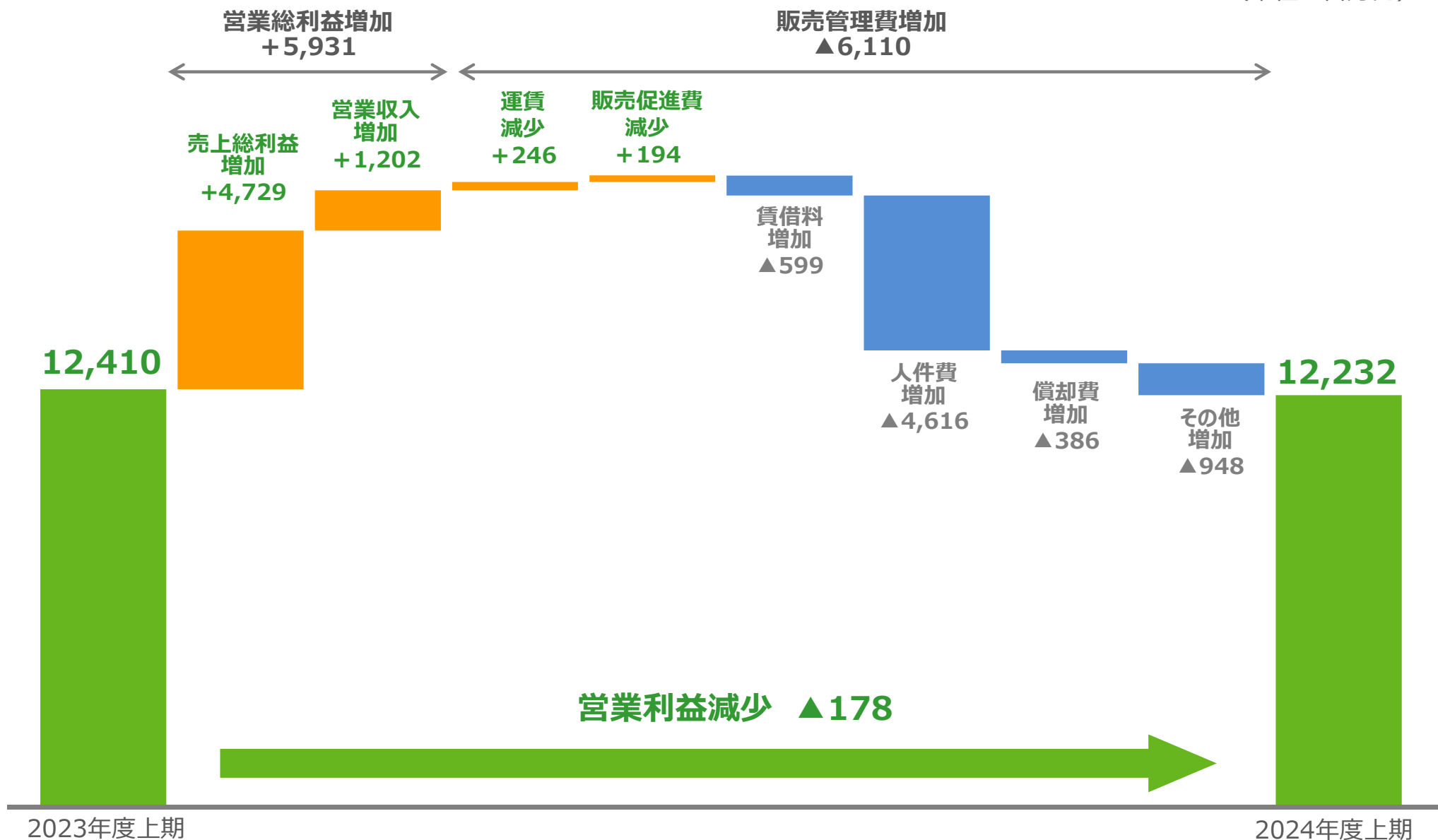
(単位：百万円)

(単位：%)



営業利益増減要因（上期）

（単位：百万円）



連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2024年2月末	2024年8月末	増減
流動資産合計	82,849	111,201	+ 28,352
現金及び預金	8,606	28,973	+ 20,366
たな卸資産	28,173	28,109	▲64
売掛金	9,560	18,399	+ 8,839
未収入金	32,072	32,170	+ 98
その他	4,436	3,549	▲886
固定資産合計	204,297	205,770	+ 1,472
有形固定資産	156,315	158,025	+ 1,710
無形固定資産	5,484	5,488	+3
投資その他の資産	42,497	42,256	▲241
資産合計	287,146	316,971	+ 29,825
負債合計	150,290	173,498	+ 23,208
有利子負債	53,094	29,960	▲23,134
純資産合計	136,855	143,473	+ 6,617
負債・純資産合計	287,146	316,971	+ 29,825

連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	2023年度上期	2024年度上期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	28,517	56,447	+27,929
投資活動による キャッシュ・フロー	▲8,557	▲10,347	▲1,789
財務活動による キャッシュ・フロー	▲21,599	▲25,733	▲4,133
現金及び 現金同等物の 期末残高	7,687	28,573	+20,885

2. 2024年度上期 取組み

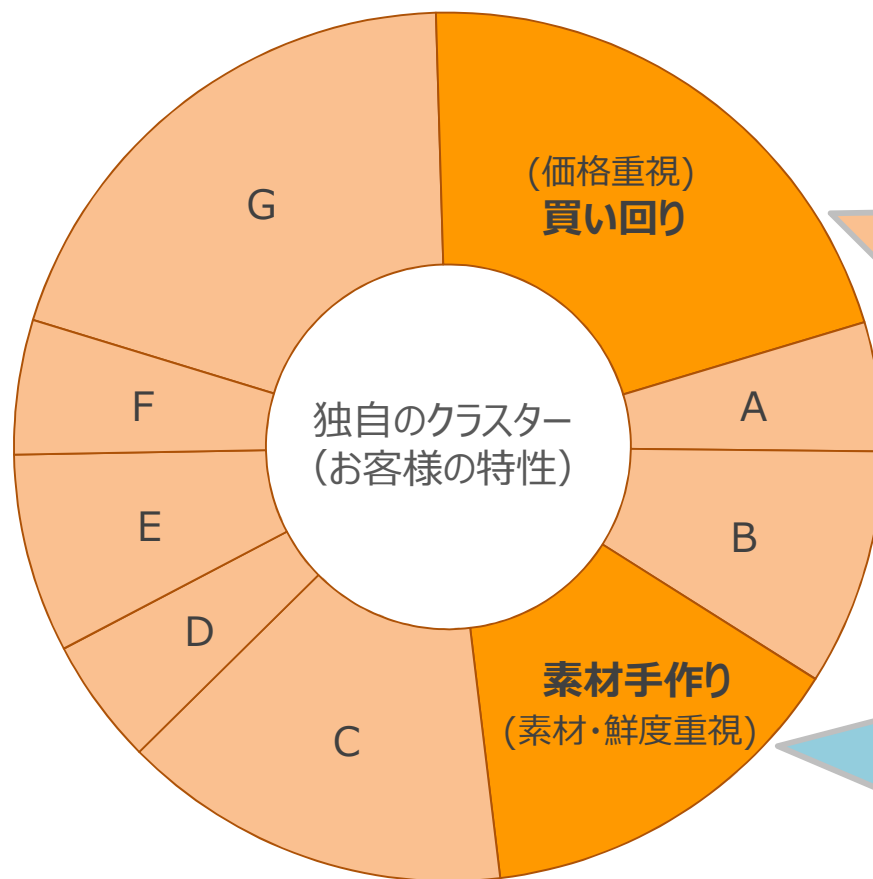
店舗展開（新規出店）

- 新規出店は上期**8店舗**（ライフ：6店舗、ビオラル：2店舗）
- 事前に調査した**地域ニーズを踏まえ、レイアウトや品揃えを決定**

ソクラ所沢店



【オープン前】
地域のニーズを調査



スマイルライフコーナー



高鮮度の地元産野菜コーナー

店舗展開（新規出店）

ビオラル国立駅前店

【特徴】

- 即食
- 品質重視



素材にこだわった
サラダ・おかずの量り売り



高品質のPB商品

売上高計画比
(3~8月)

180%

池袋三丁目店

【特徴】

- 単身者の構成比が多い
- 即食



店舗の入口に
需要の高い惣菜売場を設置



惣菜構成比全店差
(3~8月)

+5.5P

店舗展開（既存店改装）

- 計画通りの改装実施（**上期：2店舗**）
いずれも**地域のニーズ**に合わせ、**内容の異なる改装を実施**

南津守店



- 商品の品揃え + 4,000種類
- **生活関連と衣料品の売場を一新**
ワンストップショッピングを強化

西九条店



- **小麦の郷（インスタアベーカリー）**
新規導入
- **医薬品コーナー新設**

商品戦略（独自商品の発展）

- お客様のニーズに応え、**冷凍食品の独自商品を拡充**
- 加工品に限らず、小麦の郷の**冷凍パンにもチャレンジ**

独自の冷凍食品を拡大



品揃え豊富な冷凍パン

焼きたてのおいしさをそのまま
急速冷凍した冷凍ピザ



素材にこだわった冷凍食品

【インスタベーカリー「小麦の郷」で人気のパンやピザ】

【ビオラル】

商品戦略（PB商品）

- 自社アプリを活用し、**新しい認知度向上策を実施**
- 4ブランド合計の売上高構成比が過去最高の**9.9%（売上高40億円）**





 アプリでのランキング企画配信



 PB商品を活かしたオリジナルのレシピ動画



■ 2024年度上期の実績 ※商品のカテゴリー変更により2023年度上期の実績を修正し、2024年度上期と同じカテゴリーで比較

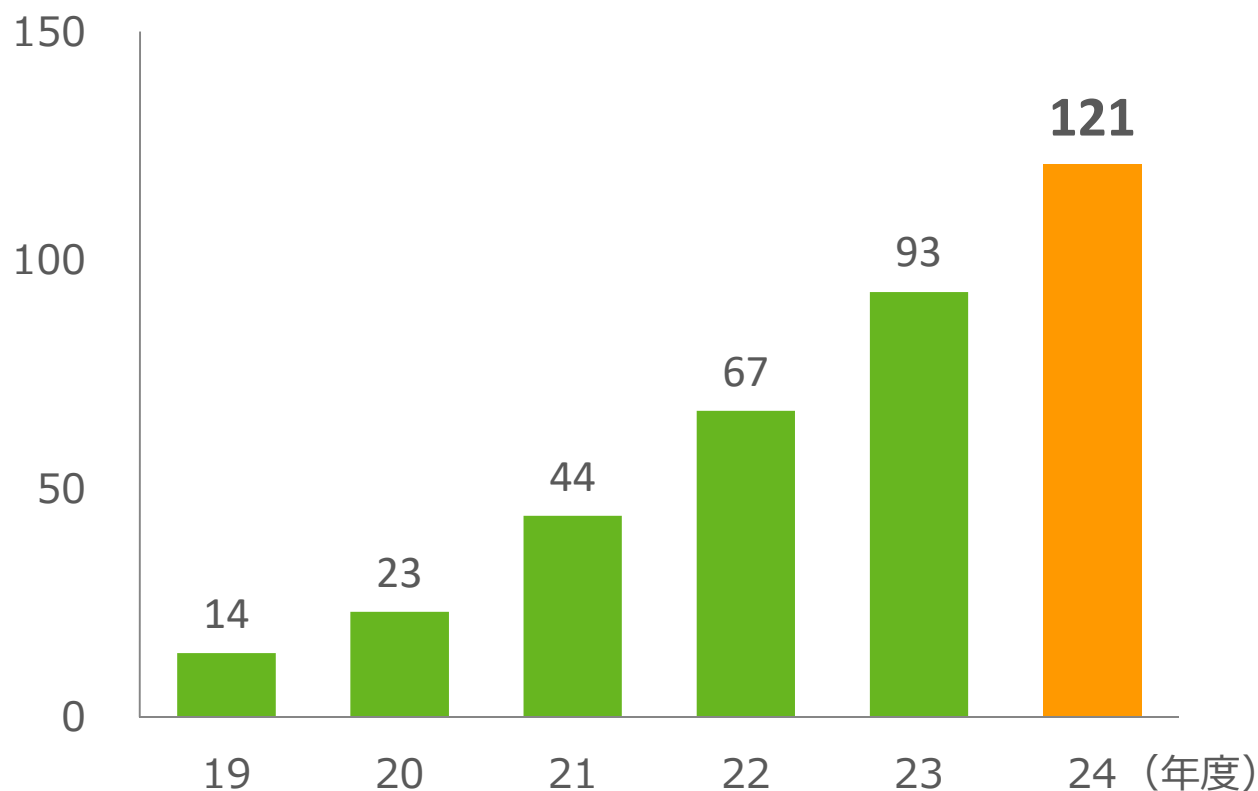
プライベートブランド名	売上高(百万円)	昨年比(%)※	売上高構成比(%)	アイテム数(点)
 スマイルライフ	25,918	112.0	6.4	814
 ライフプレミアム	3,806	103.0	0.9	154
 ビオラル	4,451	133.0	1.1	382
 スターセレクト	6,144	101.4	1.5	224
合計	40,320	111.3	9.9	1,574

ネットスーパー（上期売上高）

- 既存店の伸長を中心に売上高は**過去最高の121億円（昨比130%）**
- ドミナント出店を活かした配送効率の高さを維持しつつ、今後も拡大

■ ネットスーパー上期の売上高推移

(単位：億円)



■ トピック

Amazon上のライフネットスーパー

**利用可能
アカウント拡大**

※Amazon.co.jpのアカウントをお持ちの
対象エリアの全てのお客様がご利用可能に



生産性向上の取り組み

- 店舗を中心に生産性向上に資する積極的な投資を継続

フルセルフレジ※の導入拡大



※商品登録・会計をお客様ご自身で行うことのできるレジ

生産性向上に資する什器の導入拡大



【可動式の什器】



【売場のストック棚】

電子棚札の導入拡大

首都圏：全店に導入済
近畿圏：**69店舗**に導入済
(**上期+35店舗**)

全店導入に向けて投資を継続

従業員一人あたり売上高※

昨比 **103.8%**

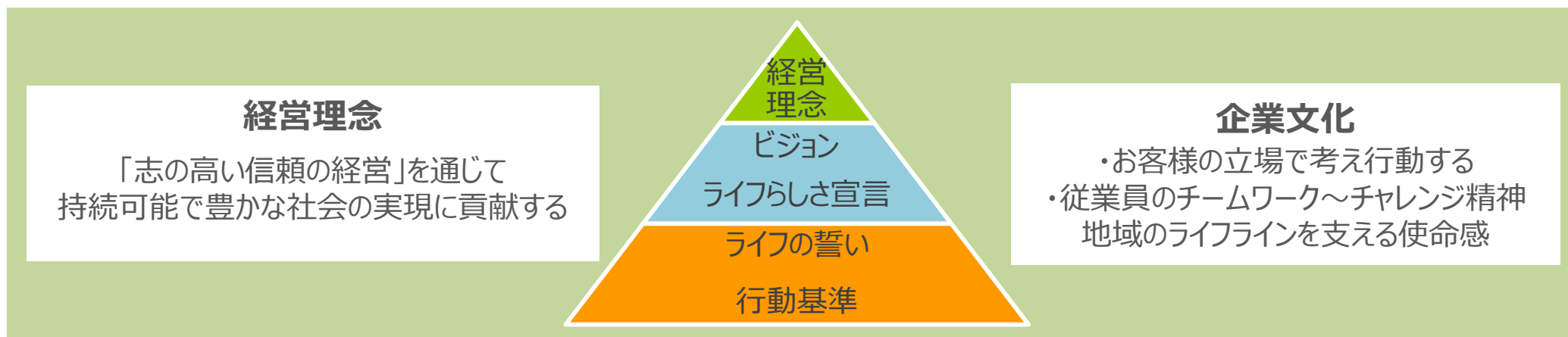
点単価の上昇を上回る

※売上高÷従業員数（パートナー社員は8時間換算）

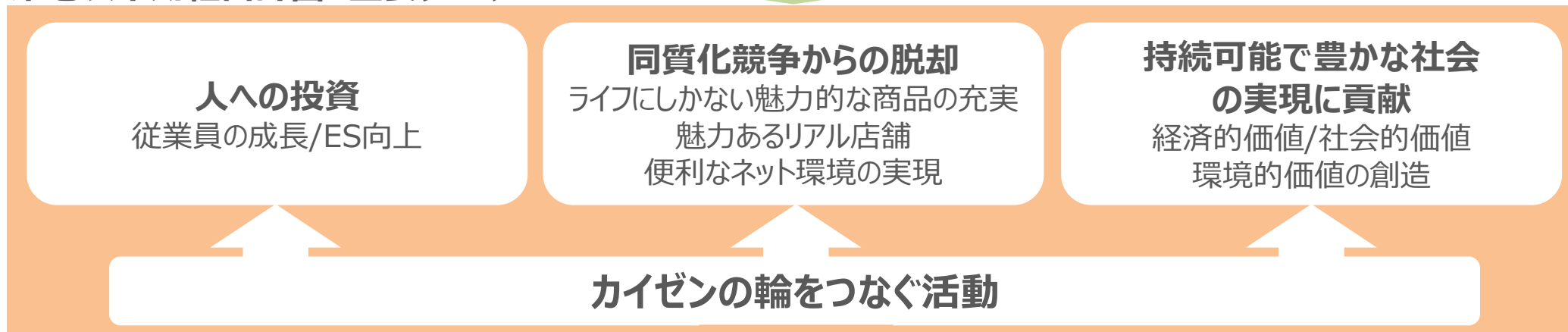
3. 第七次中期経営計画の進捗

第七次中期経営計画の概要（計画に変更なし）

- 2023～2026年度を対象とした第七次中期経営計画



第七次中期経営計画 主要テーマ



『私のスーパーマーケット』とだけ言っていた会社

2030年度に目指す姿（計画に変更なし）

【定性目標】

ライフは地域密着のスーパーマーケットとして、皆様に『私のスーパーマーケット』と言ってもらえる会社になる

【定量目標】

財務面

項目	目標
売上高	1兆円
経常利益	350億円
当期純利益	220億円
店舗数	400店舗

非財務面

項目	目標
CO ₂ 排出量（Scope1・2）	50%削減（2013年度比）
食品廃棄量 ※	50%削減（2017年度比）
従業員満足度（ES）	4.0（5.0満点）
女性管理職比率	20%（管理職内比）
男性育児関連休暇取得率	100%

※売上当たり最終食品廃棄量

人への投資（処遇改善、多様化推進）

- 従業員満足度4.0を目指し「働きやすさ」と「働きがい」の向上を目指す
2024年度は賃上げや身だしなみルールの緩和などを実施

賃上げ

正社員

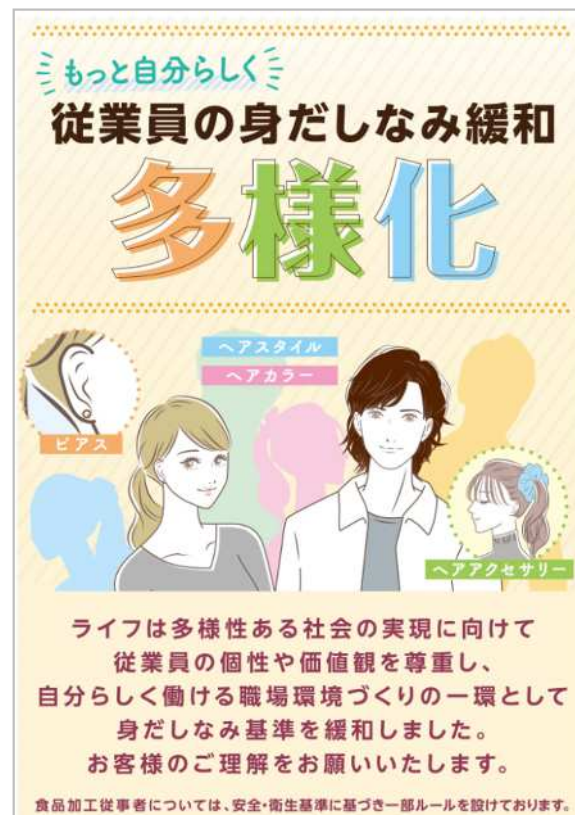
約5%

パートナー社員

約6%

- これまで「人への投資」の一環として継続した賃上げを実施
- 2024年度は物価高騰も勘案し、**過去最高水準の賃上げ幅**
- 「年収の壁・支援強化パッケージ」を積極的に活用し、多様な働き方を応援

従業員の身だしなみルール緩和



髪色・髪型

自由

ヘアアクセサリ

装着可

※食品加工従事者については、安全・衛生基準に基づき一部ルールを設定

同質化競争からの脱却（お客様とのつながり深耕）

- SNSを新規開設し、新しい情報発信を推進
- お客様とのつながりを深め、当社のファン・サポーターになっていただくことを目指す



従業員の「思い」を発信

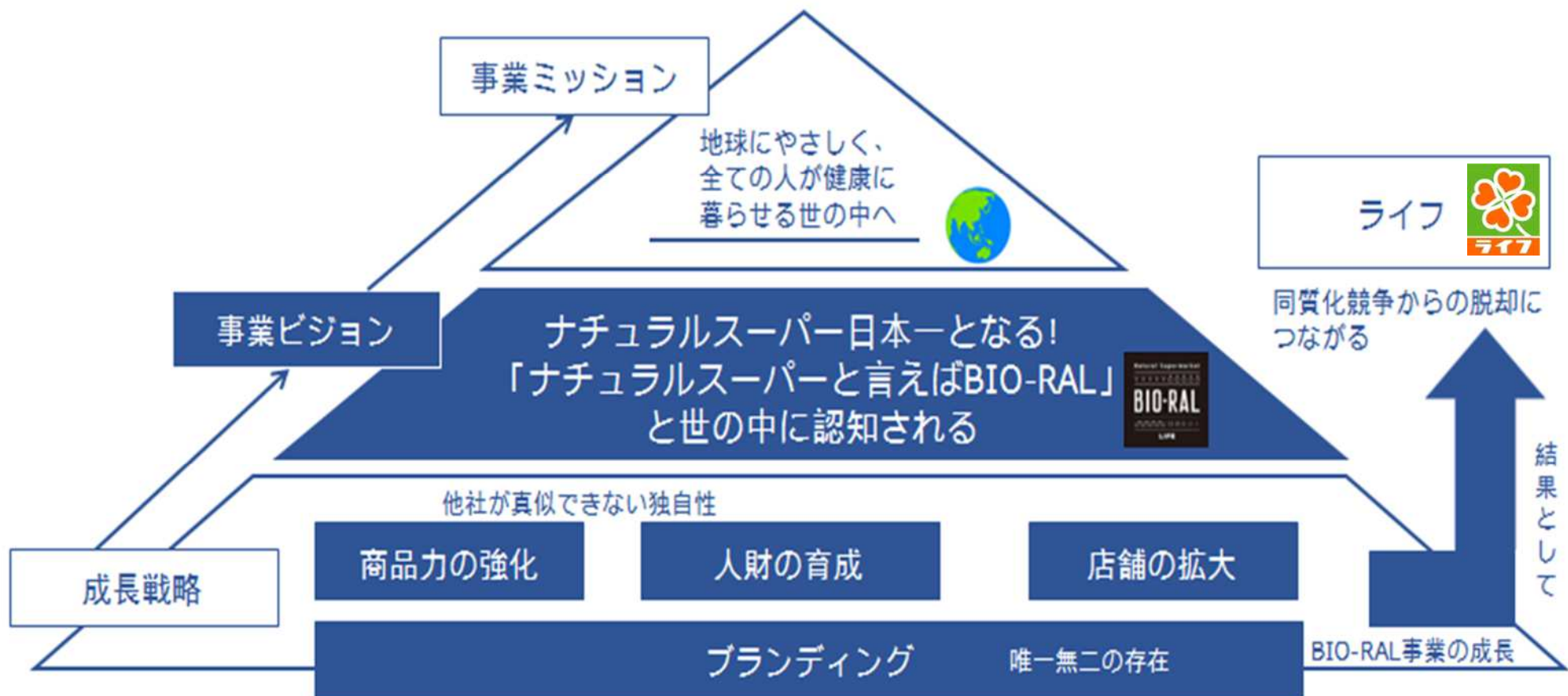


店舗独自の商品紹介



同質化競争からの脱却（BIO-RAL事業の全体像）

- 事業ミッション（不変的な想い）を念頭に、事業の更なる発展を目指す



同質化競争からの脱却（BIO-RALの事業ミッション）

事業ミッション(不変的な想い)

地球にやさしく、人にやさしく

「地球にやさしく、
全ての人々が健康に暮らせる世の中を作ろう」

【Organic・Local・Healthy・Sustainability】
の4つのコンセプト は不変的な想い



Organic オーガニック

自然の恵みをいかした
農作物や加工品。
私たちはその価値を
お伝えするとともに、
いつでも手にできる場を
提供します。

Local ローカル

私たちは、その土地で
培われたおいしさ、
四季折々の実りに感謝し、
自然の摂理に合った
食生活を提案します。

Healthy ヘルシー

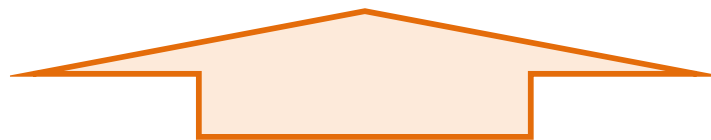
健康的な食生活が
健全な体と心を育みます。
私たちは、体にやさしい
商品の品ぞろえや
開発にも取り組みます。

Sustainability サステナビリティ

自然の恵みをこどもの代まで
受け継いでいくために、
循環型社会の実現、
地球環境保持を目指します。

同質化競争からの脱却（BIO-RALを通じた経営理念の実現）

「志の高い信頼の経営」を通じて
持続可能で豊かな社会の実現に貢献する



農薬や化学肥料、添加物などを極力使わない商品を販売することで、お客様の健康な暮らしを支えるとともに、地球環境にやさしいサステナブルな世の中を実現していくことが、BIO-RAL事業の世界観！

同質化競争からの脱却（BIO-RAL事業計画）

- ①商品力の強化②人財育成③店舗拡大④ブランディングを柱とし、事業の拡大を図る



バイオラル事業 2030年度の目標

売上高

400億円

単独店店舗数

50店舗

PB商品アイテム数

1,000アイテム

持続可能で豊かな社会の実現に貢献（社会）

- 近畿大学経営学部と商品プロモーションを共同で実施
プロモーションを実践的に学ぶとともに、商品の魅力を発信



近畿大学
KINDAI UNIVERSITY



BIO-RALのPB商品の試食を通じ
商品やブランドコンセプトへの理解を深める



メニュー提案など消費者目線での情報を
ライフアプリを通じて、お客様に発信



カイゼン活動

- 生産性向上とコストの更なる最適化に向け、全社が意欲的に推進
- 各取り組みを進める一方、サービスレベル向上や売場の魅力度向上などにも注力

カイゼン活動（例）

サービスカウンターの
運営時間短縮

作業オペレーションの見直し

部門を越えた作業支援

-
-
-
-

成果を更なる
成長につなげる

サービスレベル・売場の魅力度向上



【サポート優先レジ】
(ゆったりとした会計)



【高付加価値商品の生産】



【陳列の創意工夫】

4. トピック

ガバナンス

- 2024年5月の株主総会をもって**監査等委員会設置会社へ移行**

監査等委員会設置会社へ移行した目的

- ① **取締役会の監督機能の強化**
 - **社外取締役が過半数を占める6名に増加**
- ② **意思決定の迅速化**
 - **権限委譲による意思決定のスピード向上**
 - **業務執行に関する判断を減らし、**
取締役は経営に関する議論を深める
 - **責任拡大による従業員の成長促進**

5. 2024年度通期 業績予想

2024年度通期 業績予想（連結）

- 通期の業績予想は変更しない

（単位：百万円、％）

	2023年度通期	2024年度通期	増減額	増減率
営業収益	809,709	853,400	+43,691	+5.4
売上高	780,028	821,800	+41,772	+5.4
営業利益	24,118	24,700	+582	+2.4
経常利益	24,948	25,500	+552	+2.2
当期純利益	16,938	17,000	+62	+0.4

投資計画

- システム投資の一部は実施時期を見直し

(単位：百万円)

	2024年度上期		2024年度通期（計画）			
			計画	当初計画	増減	備考
新店投資	6,307	新店8店舗	9,500	10,000	▲500	2025年度以降の新店関連等 (2024年度新店は計画通り)
改装投資	431	大型改装2店舗	1,300	1,900	▲600	改装店舗数の見直し
システム投資	1,973	電子棚札導入拡大 セルフレジ拡大等	5,500	7,000	▲1,500	投資時期の見直し等
センター投資	1,031	生産設備等	1,900	1,300	+600	—
その他 (高額備品・大修繕等)	1,409	既存店設備等	3,400	2,800	+600	—
合計	11,151		21,600	23,000	▲1,400	

自己株式の取得および自己株式の公開買付け

【実施の目的】

- 1株当たりの当期純利益(EPS)及び自己資本利益率(ROE)の資本効率の向上
- 株主の皆様に対する利益還元

【概要】

買付け予定株数	4,030,800株(上限) ※発行株式総数の8.15%
取得額の総額	約130億円(上限)
買付け等の期間	2024年10月8日(火曜日)から2024年11月6日(水曜日)まで (20営業日)
買付け等の価格	普通株式1株につき、3,219円 ※公開買付け公表日の前営業日である2024年10月4日までの 過去3ヶ月間の 普通株式の終値単純平均値3,577円に対して 10%ディスカウント
応募予定者	三井住友信託銀行、農林中央金庫

(参考) 配当金の推移

- **通期計100円/株**を予定 (+10円/株)
引き続き株主の皆様への還元を重視

(単位：円)

