

2025年4月11日

株式会社ライフコーポレーション

2024年度通期 決算説明会資料
(2025年2月期)

2024年度通期 決算の要点

史上最高を更新する 増収・増益

- ① 営業収益 **8,504**億円
- ② 当期純利益 **179**億円

- 1. 2024年度通期 業績概要**
- 2. 2024・2025年度 取り組み**
- 3. 2025年度通期 業績予想**
- 4. 資本政策・株主還元**

1. 2024年度通期 業績概要

業績概要（連結）

- 売上高は初の**8,000億円**突破

（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 | 850,496 | +40,786 | +5.0 |
| 売上高 | 780,028 | 818,892 | +38,864 | +5.0 |
| 営業利益 | 24,118 | 25,270 | +1,152 | +4.8 |
| 経常利益 | 24,948 | 26,205 | +1,257 | +5.0 |
| 当期純利益 | 16,938 | 17,948 | +1,009 | +6.0 |

営業収益の推移（通期）

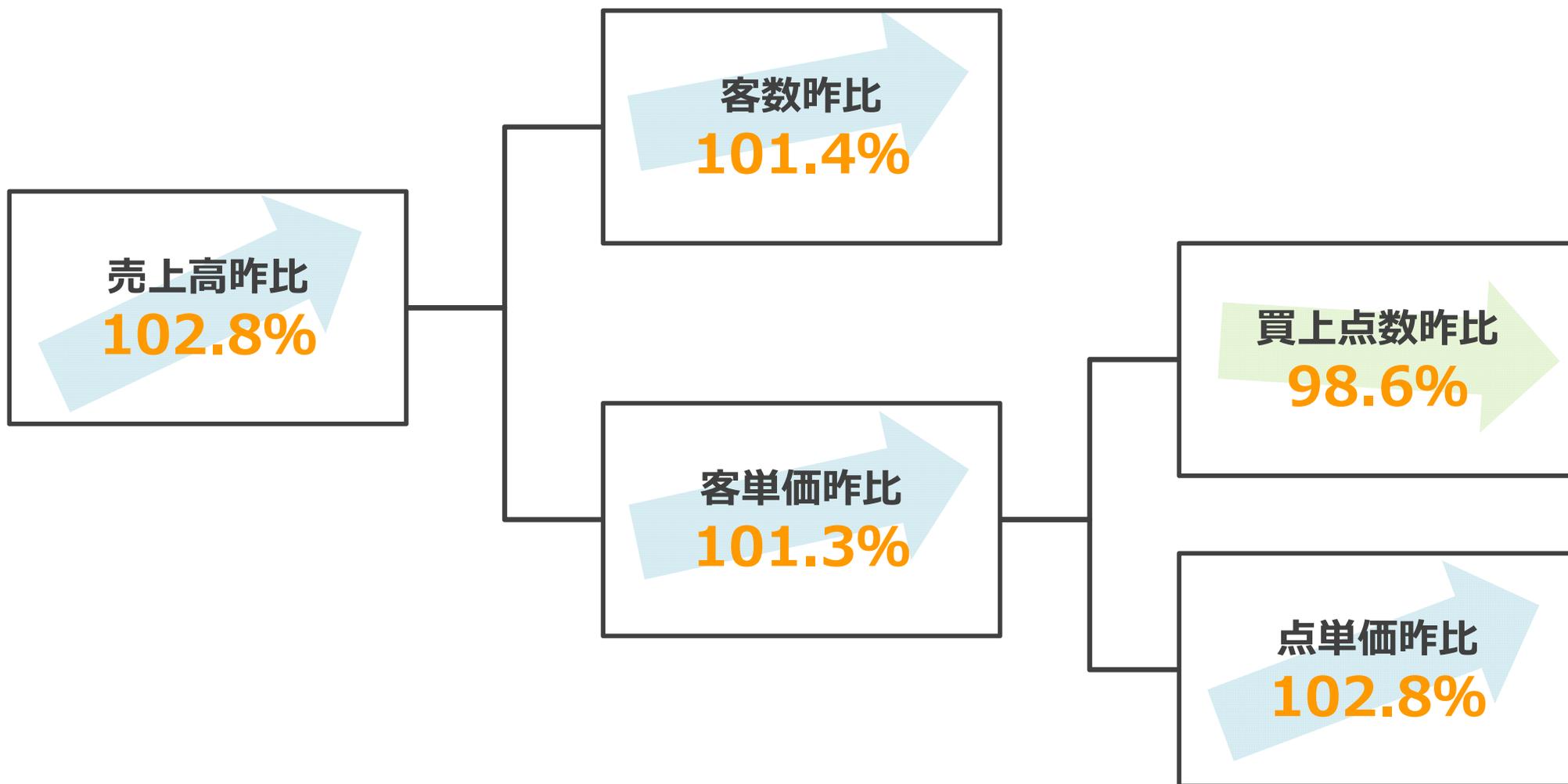
- 営業収益は**史上最高を更新**、**実質21期連続増収**
新規出店（11店）と既存店の伸長(売上昨比102.8%)が寄与



※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：7,856億円）

既存店の売上関連指標

- 独自商品の拡充、値ごろ感の訴求、細やかな販促策により**客数は伸長**
- 付加価値商品の伸長、調達価格の上昇などにより**点単価は高い水準**



売上高・粗利益率（通期）

- 首都圏の成長率106.5%が近畿圏103.4%を上回り、通期では初めて首都圏の売上高（4,141億円）が近畿圏の売上高（4,047億円）を上回る

| 売上高 | | | | 粗利益率 | |
|------------|----------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| (単位：百万円、%) | | | | (単位：%、P) | |
| 部門 | 2024年度通期 | | | 2024年度通期 | |
| | | 全店昨比 | 既存店昨比 | 粗利益率 | 前年同期比増減 |
| 食品 | 726,711 | 105.4 | 103.1 | 31.3 | ▲0.3 |
| 農産 | 108,569 | 107.9 | 105.5 | 29.6 | ▲0.2 |
| 水産 | 63,258 | 104.3 | 102.0 | 33.1 | +0.5 |
| 畜産 | 90,990 | 104.5 | 102.2 | 28.7 | ▲1.8 |
| 惣菜 | 96,978 | 106.3 | 103.4 | 54.4 | ▲0.4 |
| 加工・日配 | 366,914 | 104.9 | 102.7 | 26.1 | ▲0.1 |
| 非食品 | 92,181 | 101.5 | 100.5 | 29.5 | ▲0.1 |
| 生活関連 | 69,337 | 102.5 | 101.2 | 26.4 | ▲0.2 |
| 衣料品 | 22,843 | 98.7 | 98.5 | 38.9 | +0.4 |
| 合計 | 818,892 | 105.0 | 102.8 | 31.1 | ▲0.2 |

参考：粗利益率の推移

- 下期の粗利益率は計画通りに推移。畜産：鶏肉価格上昇、惣菜：米価格高騰などマイナス要素はあったが商品改廃等でコントロール

2024年度の粗利益率推移（単位：%、P）

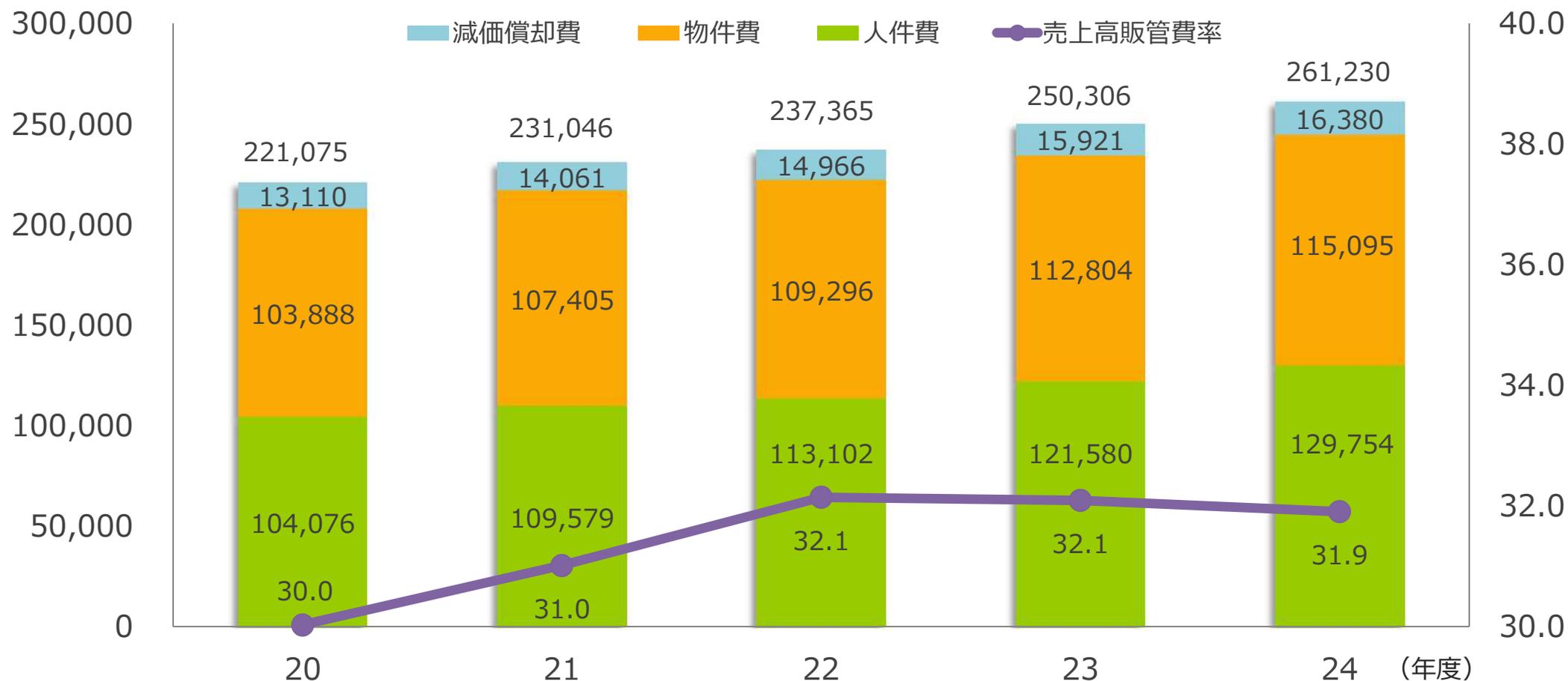
| 部門 | 上期 | | 下期 | | 通期 | |
|-------|------|---------|------|---------|------|---------|
| | 粗利益率 | 前年同期比増減 | 粗利益率 | 前年同期比増減 | 粗利益率 | 前年同期比増減 |
| 食品 | 30.8 | ▲0.4 | 31.8 | ▲0.1 | 31.3 | ▲0.3 |
| 農産 | 29.1 | ▲0.2 | 30.1 | ▲0.2 | 29.6 | ▲0.2 |
| 水産 | 33.0 | +0.5 | 33.2 | +0.4 | 33.1 | +0.5 |
| 畜産 | 27.9 | ▲2.2 | 29.5 | ▲1.4 | 28.7 | ▲1.8 |
| 惣菜 | 54.6 | ▲0.5 | 54.1 | ▲0.3 | 54.4 | ▲0.4 |
| 加工・日配 | 25.5 | ▲0.2 | 26.8 | ±0.0 | 26.1 | ▲0.1 |
| 非食品 | 29.5 | ▲0.2 | 29.5 | ±0.0 | 29.5 | ▲0.1 |
| 生活関連 | 26.3 | ▲0.2 | 26.5 | ▲0.1 | 26.4 | ▲0.2 |
| 衣料品 | 39.1 | +0.2 | 38.6 | +0.7 | 38.9 | +0.4 |
| 合計 | 30.7 | ▲0.4 | 31.6 | ▲0.1 | 31.1 | ▲0.2 |

販売管理費の状況（売上高販売管理費率）

- 過去最大規模の処遇改善、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。一方、水道光熱費の増加をはじめマイナス要素はあったが、店舗修繕の手配など施設管理体制の自社化をはじめ、物件費の最適化は進捗

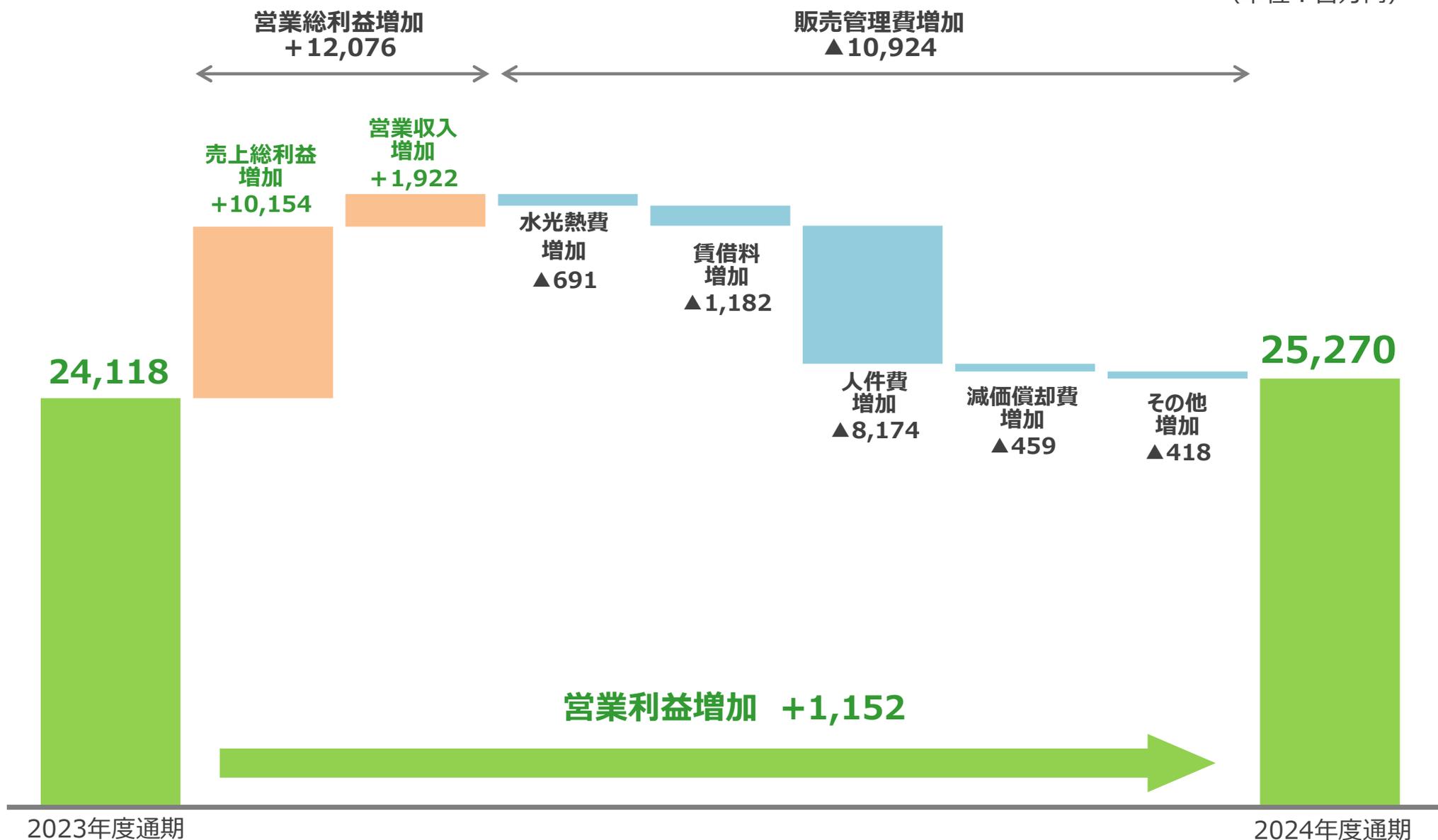
(単位：百万円)

(単位：%)



営業利益増減要因（通期）

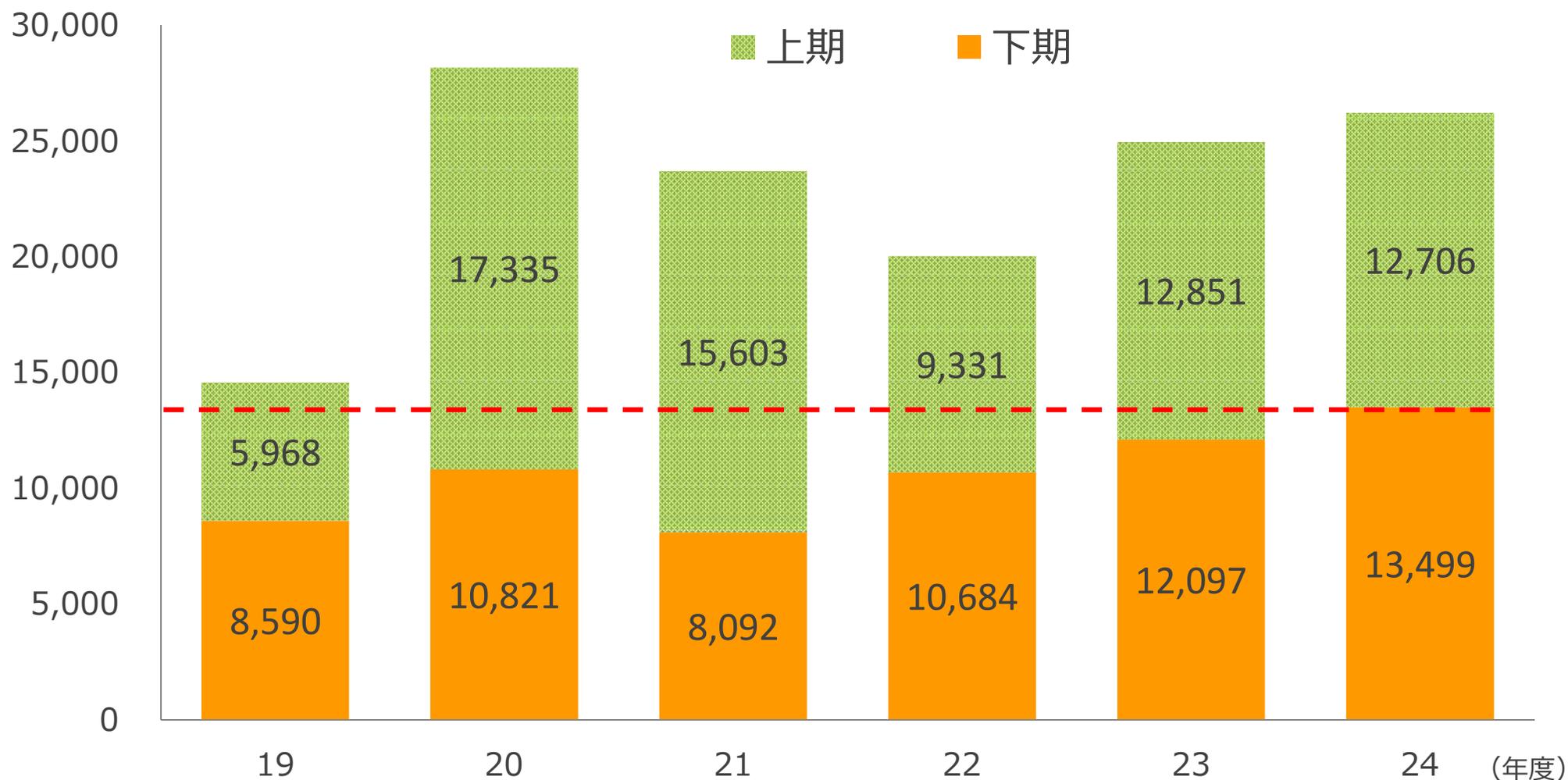
（単位：百万円）



参考：半期ごとと経常利益の推移

- 経常利益は計画に対して好調に推移し、下期**最高益の134億円**

(単位：百万円)



連結貸借対照表

| 単位：百万円 | 2024年2月末 | 2025年2月末 | 増減 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| 流動資産合計 | 82,849 | 96,348 | +13,499 |
| 現金及び預金 | 8,606 | 8,366 | ▲239 |
| たな卸資産 | 28,173 | 30,355 | +2,182 |
| 売掛金 | 9,560 | 18,577 | +9,017 |
| 未収入金 | 32,072 | 34,427 | +2,355 |
| その他 | 4,436 | 4,621 | +185 |
| 固定資産合計 | 204,297 | 209,678 | +5,381 |
| 有形固定資産 | 156,315 | 161,351 | +5,035 |
| 無形固定資産 | 5,484 | 5,851 | +367 |
| 投資その他の資産 | 42,497 | 42,476 | ▲21 |
| 資産合計 | 287,146 | 306,027 | +18,881 |
| 負債合計 | 150,290 | 167,592 | +17,301 |
| 有利子負債 | 53,094 | 71,062 | +17,967 |
| 純資産合計 | 136,855 | 138,435 | +1,579 |
| 負債・純資産合計 | 287,146 | 306,027 | +18,881 |

連結キャッシュ・フロー

| 単位：百万円 | 2023年度通期 | 2024年度通期 | 増減額 |
|------------------------|----------|-----------------|---------|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 41,700 | 22,319 | ▲19,381 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | ▲17,357 | ▲ 22,662 | ▲5,305 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | ▲25,464 | 503 | +25,967 |
| 現金及び 現金同等物の 期末残高 | 8,206 | 8,366 | +160 |

2. 2024・2025年度 取り組み

ガバナンス

- 2024年5月に**監査等委員会設置会社に移行**

【機関設計変更】 監査等委員会設置会社

経営と監督の分離
取締役会が業務執行の決定を広く取締役委任

意思決定の 迅速化

- 関連規程の見直しにより執行役員以下に権限委譲
- 人財の成長促進

取締役会の 監督機能強化

- コーポレートガバナンスの充実
- 取締役会の実効性向上

企業価値の向上へ

ガバナンス

- ガバナンスの強化を目的に**内部統制に関する体制を見直し**

総合リスク管理委員会

委員長：コーポレート統括役員
事務局：コンプライアンス部

- 委員会メンバーをコーポレート部署中心から**各統括役員を含む体制に変更**
- 検討すべき34のリスクを6つに分類し、**「影響度」「発生可能性」からリスクマップ作成**
 - 『戦略的リスク』 『財務リスク』
 - 『人事リスク』 『オペレーショナルリスク』
 - 『ハザードリスク』 『コンプライアンスリスク』
- 「3線モデル」に基づき、各部署の役割を再編しより**実効性のあるリスク管理体制を整備**

内部統制システム統括委員会

委員長：社長
事務局：経営企画部

- 取締役、執行役員及び役職者の業務が**適切・効率的に執行されているかをモニタリング**
- 「財務報告に係る内部統制」の報告
＋
「株式会社の業務の適正を確保するために必要な体制」（会社法上の内部統制）

店への投資（新規出店）

- 計画通りの新規出店：**11店舗**（閉店2店舗）
- 首都圏・近畿圏合わせて**314店舗**に拡大

（10月）さいか屋藤沢店

地域ニーズを加味した新しい取り組み

【ライフプレミアム「せいろ蒸し」販売】

【見た目も楽しい和スイーツ】



基本業態の「ライフ」として
初の百貨店内へ出店

売上高 計画比
約120%



店への投資（既存店改装）

- 既存店の改装：6店舗（下期：4店舗）

（5月）南津守店 / （10月）高井田店

競合店の出店など**大きな外部環境の変化**に対応



地域ニーズに徹底対応

品揃え+4,000種類

生活関連・衣料品
売場を刷新

小麦の郷
売場面積1.7倍

ビオラルコーナー
売場面積2.0倍

9~2月
売上高昨比

103.9%

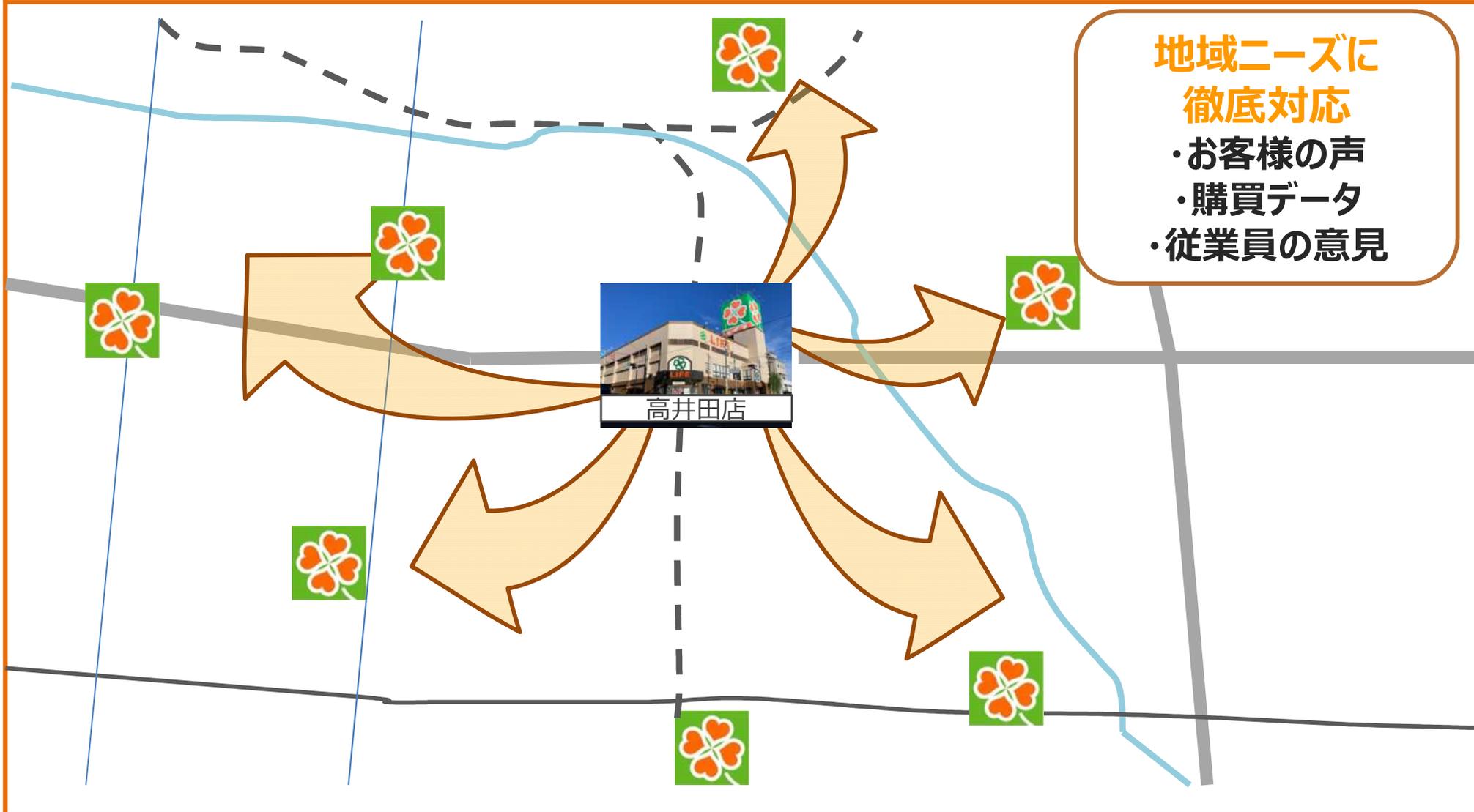
11~2月
売上高昨比

100.0%

をキープ

店への投資（既存店改装）

地域ニーズへの対応ノウハウをドミナントエリアで共有



同質化競争からの脱却（独自商品の強化）

■ お弁当・お惣菜大賞2025 優秀賞受賞



「国産焼鳥と親鶏そぼろのだし巻き玉子重（玄米）」



「こだわりの海苔弁当（鮭）」



「4種の肉寿司づくし」

■ PB商品2024年度実績（通期）

| 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 | 51,282 | 106.2 | 6.3 | 830 |
|  ライフプレミアム | 7,614 | 98.2 | 0.9 | 145 |
|  ビオラル | 9,028 | 128.3 | 1.1 | 410 |
|  スターセレクト | 11,725 | 99.8 | 1.4 | 212 |
| 合計 | 79,651 | 106.4 | 9.7 | 1,597 |

同質化競争からの脱却（BIO-RAL事業の発展）

- 2024年3月にBIO-RAL事業本部を設置し、量・質の両面を向上
- 単独店の出店にも注力



ビオラルコーナー状況/PB商品開発

【設置状況】

2021～2023年度

ほぼ全店に設置



【ビオラルコーナーの売上高】

設置2年目以降も多くの店舗で

2桁伸長

2025年3月

PB商品

+ 100アイテム



同質化競争からの脱却（BIO-RAL事業の発展）



2025年3月に単独店3店舗が開店

■ Bioラルうめきた店



■ Bioラルさんちか店



対面の惣菜コーナーを近畿圏初導入

■ Bioラル新宿京王百貨店



コンパクトな売場でも2,000種類以上の品揃え



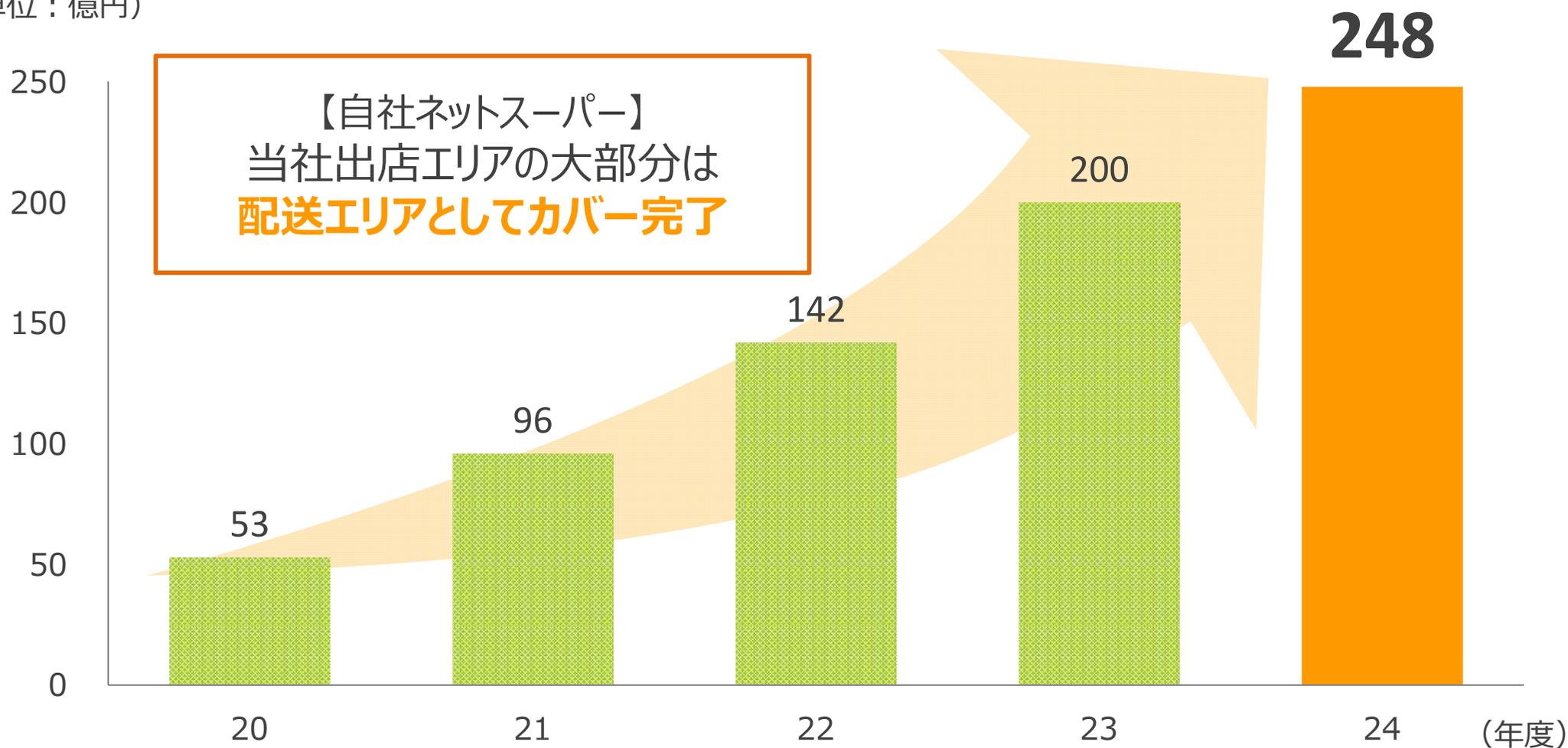
近畿圏初の「Bioラルカフェ」を併設

同質化競争からの脱却（シームレスな買物環境）

- 新規拠点開設、店舗ごとの出荷量拡大により売上高は**248億円**（昨比約124%）

■ ネットスーパー売上高推移（通期）

（単位：億円）



人への投資（若手従業員が能動的に考える意識の醸成）

- 若手従業員が商品開発のプロセスを学ぶ機会で生まれたアイデアを活かし、オリジナル商品として商品化

ポテトチップス ハーブソルト味



ポイント

- ① 若手従業員が商品開発プロセスを学ぶ機会を通じ、
「一つ一つのコトを自分事として捉え、
考えて自ら積極的に参加する意識」
の醸成を促す取り組みの一環
- ② 取り組みで生まれたアイデア（味付け、
パッケージの案）を活かし商品化



人への投資（処遇改善、キャリアデザイン支援）

- 「人への投資」として**2年連続で最大規模の賃上げ**を実施
- 女性活躍推進の一環として、キャリアデザインセミナー開催

【賃上げ】

正社員

+5%

パートナー社員

+6%

【キャリアデザインセミナー】



- 応募制のセミナー
約190名の女性従業員が応募
- 社内で活躍する女性社員の講話を通じて
キャリアプランをイメージする機会を整備
- 店舗管理職を目指す上で
有用なスキルの講義も実施

人への投資（人事制度改定）

目指す姿

人事制度改定

「ライフで働きたい」

「ライフで働き続けたい」

と言ってもらえる会社

- 更にチャレンジしやすい環境
- 専門的な人財の活躍
- 店舗管理職の魅力度向上

複数年かけ、**価値観や環境の変化に合わせた人事制度**にしていく

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※1の導入拡大



【導入状況】

首都圏： **76**店舗
(前年同期比 **+43**店舗)
近畿圏： **65**店舗
(前年同期比 **+32**店舗)

【効果】

従業員1人で管理可能な
会計機の台数
セミセルフレジ※2の2~3倍

電子棚札の導入拡大

【導入状況】

首都圏： 全店
近畿圏： **103**店舗
(前年同期比 **+69**店舗)

人時売上高

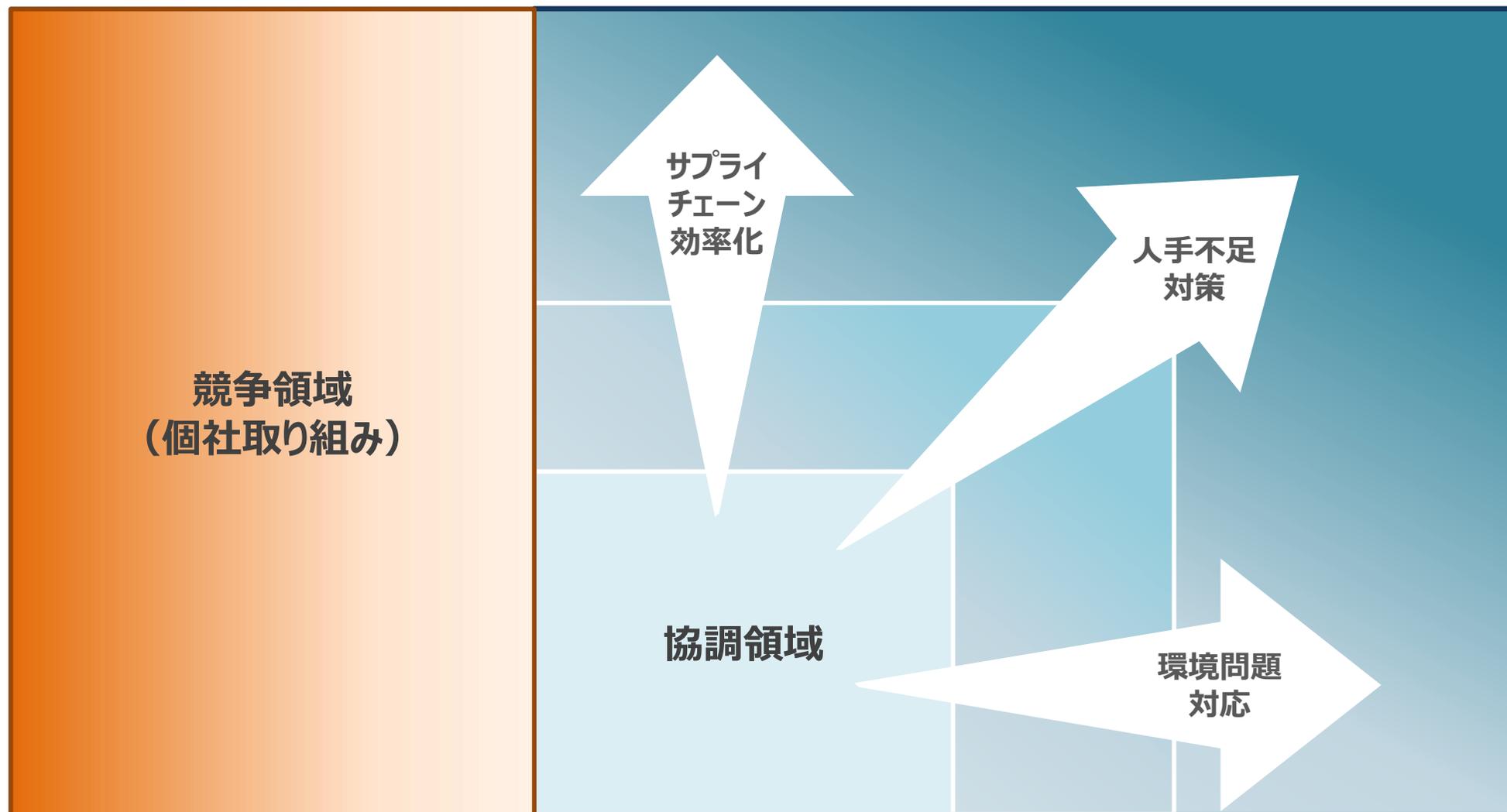
昨比 **103.8%**

点単価の上昇を上回っており、
着実に生産性は向上している

※1：商品登録・会計をお客様ご自身で行うことのできるレジ ※2：会計をお客様ご自身で行うことのできるレジ

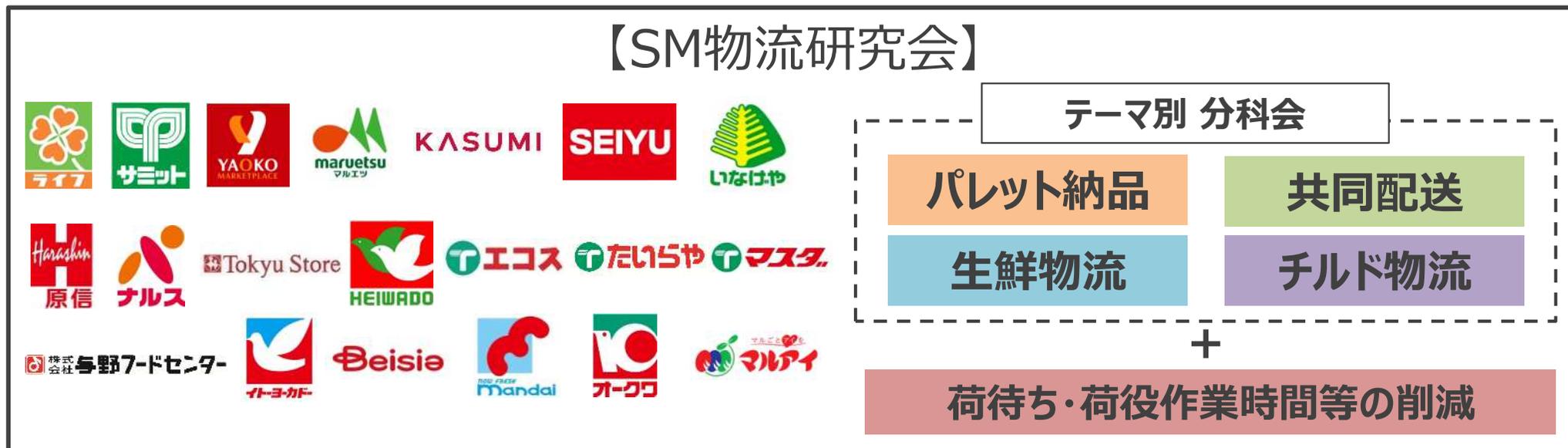
競争領域から協調領域へのシフト

- 地域社会を支えるインフラとして、お客様にご迷惑をおかけしないよう、**業界として協調領域での取り組みを拡大**



競争領域から協調領域へのシフト（サプライチェーン効率化）

- 「2024年問題」をはじめとする物流危機を回避すべく、
各社の協力による物流効率化策を「SM物流研究会」で研究・検討



【首都圏SM物流研究会】

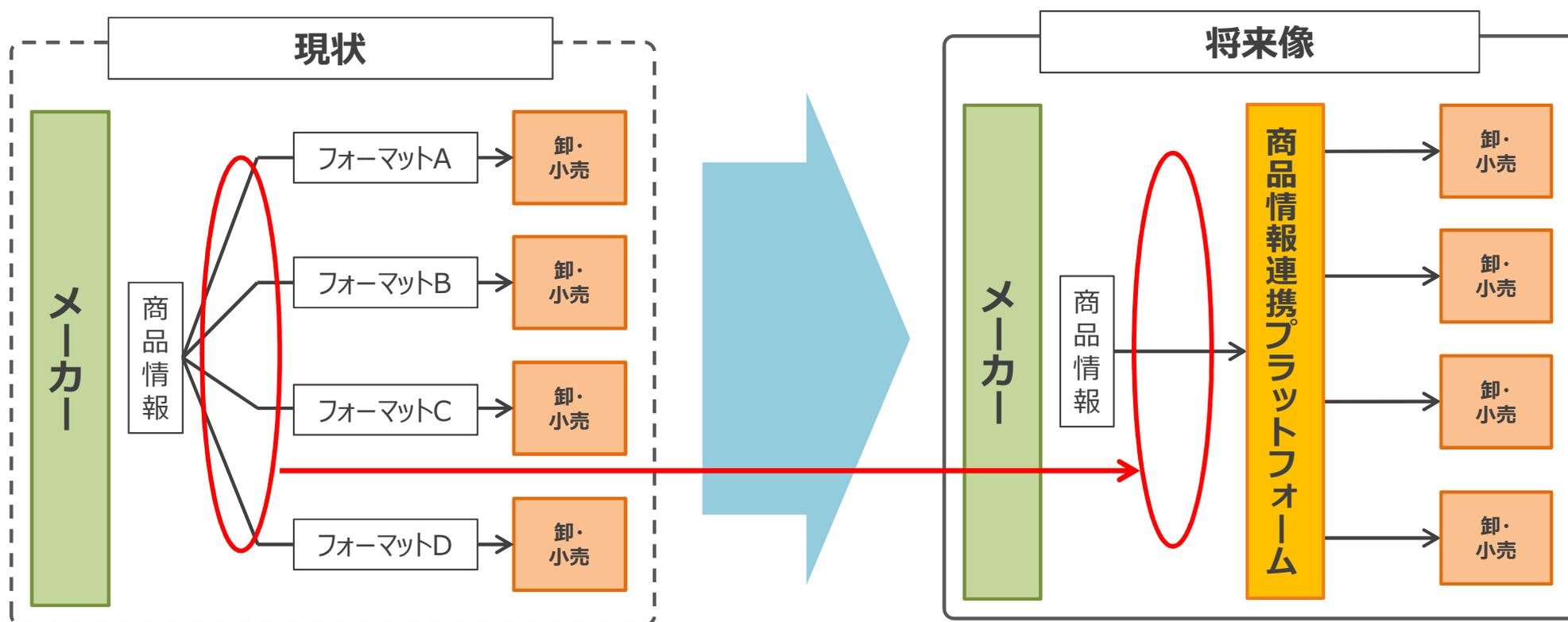
- 2023年3月：当社含む4社で発足
2024年9月：参加企業16社に拡大
- 首都圏・北陸エリアの企業が参加

【関西SM物流研究会】

- 2024年12月：当社含む4社で発足
2025年3月：参加企業5社に拡大
- 関西エリアの物流課題を協議

競争領域から協調領域へのシフト（サプライチェーン効率化）

- 人手不足等で将来的に「現在と同等のサービスレベルを維持することは困難となる」との危機感から、**製・配・販が協力してサプライチェーンの効率化に取り組む**
- 経済産業省で行われた「商品情報連携標準に関する検討会」に当社も参加



現状は個社で異なるフォーマットを使用しているため、データ入力作業の重複が発生
 → **商品マスタに係る商品基本情報の標準化・一元化**による解消を目指す

競争領域から協調領域へのシフト（環境問題対応）

- 2025年2月、首都圏の栗橋プロセスセンター内に**バイオガス発電設備を新設**
- 持続可能で豊かな社会の実現に貢献すると共に、成功事例を積極的に発信・共有することで、**環境問題への対応は業態の垣根を超えた協調領域の拡大にもつながる**

首都圏



近畿圏



食品廃棄物削減量（合計）

年間 約 **10,000 t**
（首都圏・近畿圏 各5,000 t）

発電量（合計）

年間 約 **140万 kWh**
（首都圏・近畿圏 各70万 kWh）

競争領域から協調領域へのシフト（環境問題対応）

- 子供食堂への寄贈拡大や日配食品寄贈モデルの実証実験を推進、積極的に情報発信し、**地域社会への貢献や食品廃棄物量の低減に対する関心を高める**

子供食堂への寄贈拡大



首都圏：東京都内で計7区に寄贈拡大

近畿圏：出店エリアの4府県全てで寄贈中
→大阪市、神戸市などで寄贈拡大

食品寄贈プラットフォームを活用した実証実験



- ネスー株式会社、一般社団法人サステナブルフードチェーン協議会と連携
- ① まだ食べられるのに販売できない野菜・果物・日配食品を受け渡し用冷蔵庫に格納
- ② 対象の団体・個人の方が、**ご自身で選択して商品を持ち帰る仕組み**
- ③ 実証実験で得たノウハウをもとに、**持続可能な仕組み作りを進める**

3. 2025年度通期 業績予想

2025年度通期 業績予想（連結）

- 既存店の成長を中心に増収・増益を目指す

| 単位：百万円、% | 2024年度通期 | 2025年度通期 | 増減額 | 増減率 |
|----------|----------|----------------|---------|------|
| 営業収益 | 850,496 | 885,000 | +34,503 | +4.1 |
| 売上高 | 818,892 | 852,000 | +33,107 | +4.0 |
| 営業利益 | 25,270 | 25,700 | +429 | +1.7 |
| 経常利益 | 26,205 | 26,500 | +294 | +1.1 |
| 当期純利益 | 17,948 | 18,000 | +51 | +0.3 |

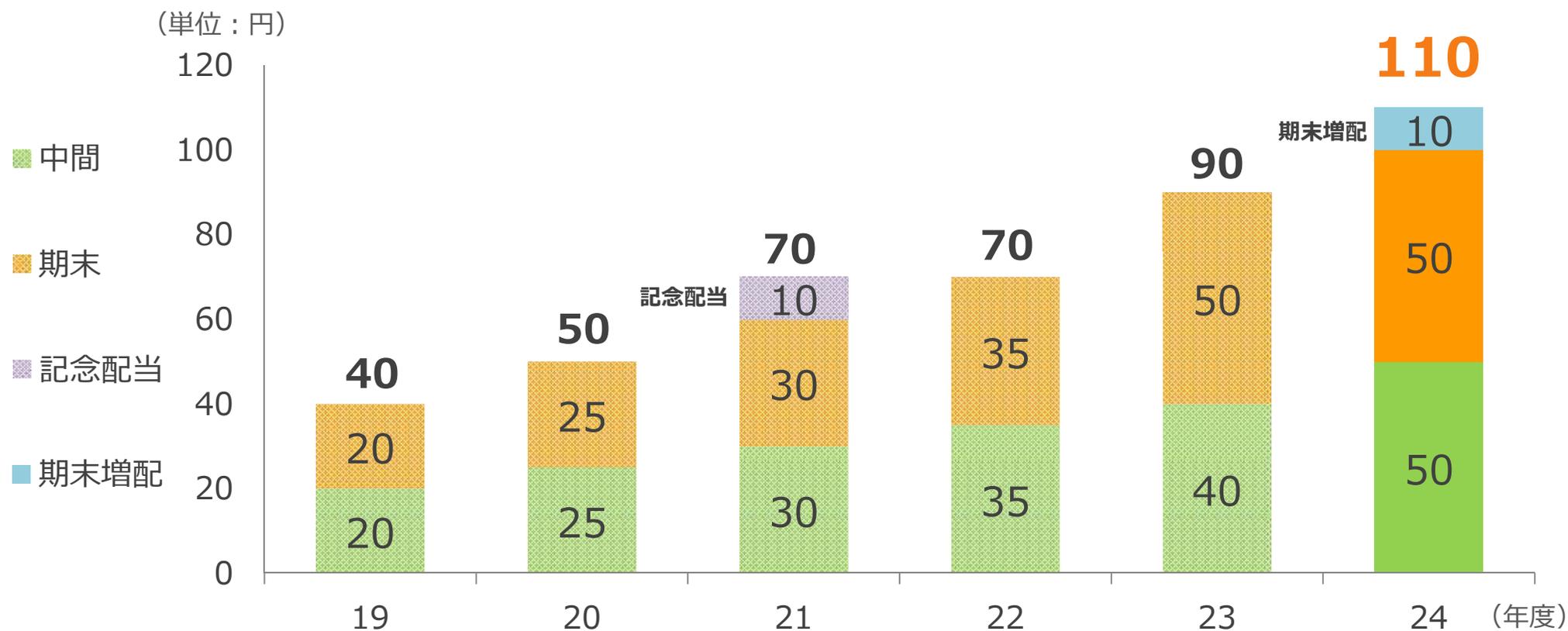
投資計画

| 単位：百万円 | 2024年度通期 | 2025年度通期 | 主な内容 |
|---------------------|---------------|---------------|----------------------|
| 新店投資 | 9,522 | 5,500 | 新店6店舗 |
| 改装投資 | 1,103 | 3,300 | 改装12店舗 |
| システム投資 | 4,392 | 6,100 | 電子棚札導入拡大 レジ関連設備 等 |
| センター投資 | 2,315 | 2,600 | 生産設備 等 |
| その他 (高額備品・大修繕 等) | 7,762 | 3,700 | 既存店設備 等 |
| 合計 | 25,094 | 21,200 | |

4. 資本政策・株主還元

配当金の推移（2024年度までの実績）

- 2024年度：期末配当を+10円/株と増配し、年間配当は**過去最高の計110円/株**
自己株式の取得および公開買付の結果と合わせ、**総還元性向は約93%**

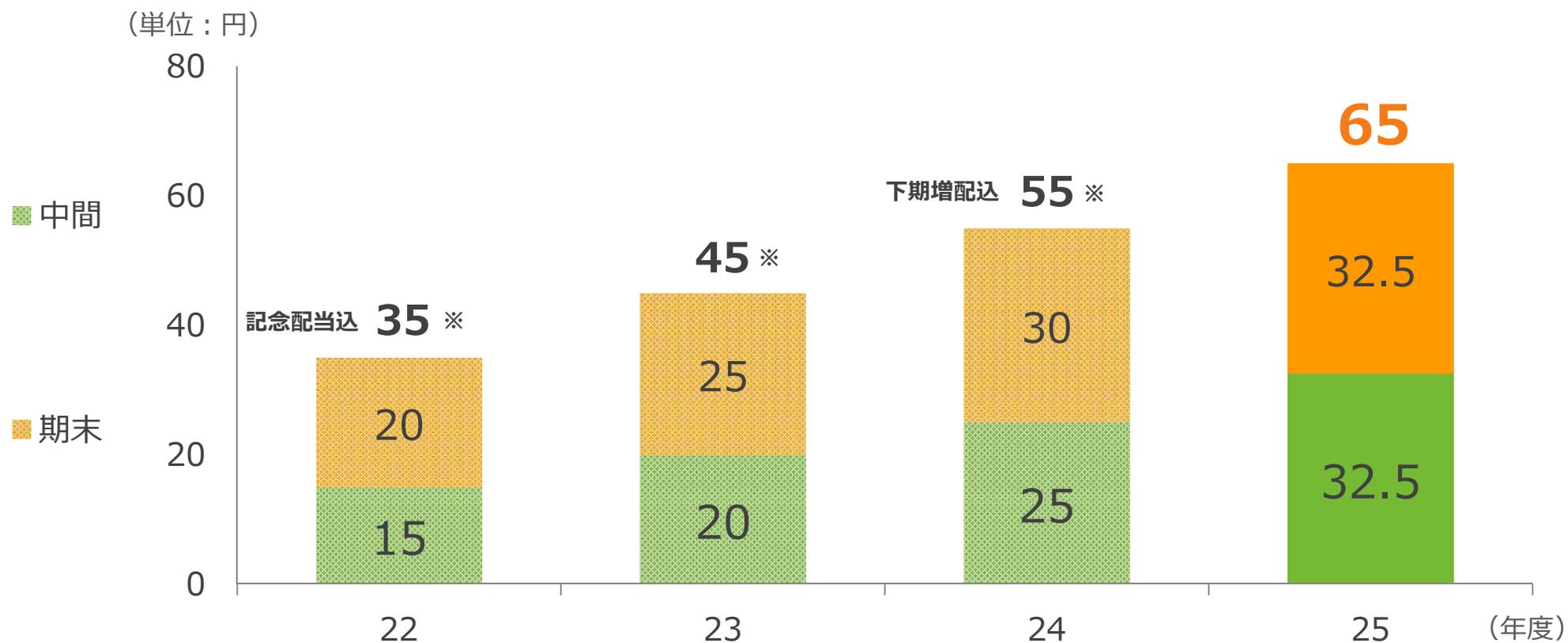


| | | | | | | |
|---------------|------|------|------|------|------|-------------|
| 配当性向 | 23.9 | 13.1 | 21.6 | 24.6 | 24.9 | 28.2 |
| DOE (株主資本配当率) | 2.4 | 2.6 | 3.2 | 2.8 | 3.3 | 3.6 |

(単位：%)

参考：配当金の予想（株式分割後）

- 2025年度：通期計65円/株（株式分割未考慮の場合130円/株）を予定
配当性向は31.2%を見込む



| | | | | |
|---------------|------|------|------|-------------|
| 配当性向 | 24.6 | 24.9 | 28.2 | 31.2 |
| DOE (株主資本配当率) | 2.8 | 3.3 | 3.6 | — |

※2025年3月1日付で1株につき2株の株式分割を行ったため、株式分割後の割合で参考記載

(単位：%)

2024年度に行った資本政策①

自己株式の公開買付

(2024年11月政策保有株主の売却意向に対応)

【公開買付期間】

2024年10月8日～11月6日

【備考】

- 市場価格に対して10%のディスカウントで実施
- 格付も維持

【結果】

- 買付株式数：約367万
(自社株を除く発行済株式の約8%)
- 取得価格の総額：約118億円

【当社の資本効率の向上】
【株主の皆様に対する利益還元】

2024年度に行った資本政策②

株式分割

(2025年2月28日を基準日として実施)

【目的】

- 投資家単位当たりの金額を引き下げ
- **投資しやすい環境**につなげる

【内容】

- 普通株式1株につき、2株の割合をもって分割

【株式の流動性向上】

【投資家層の拡大】

2024年度に行った資本政策③

株主優待制度の新設

(2025年2月28日以降の年度末日を基準日として新設)

【目的】

- 当社株式への**投資の魅力向上**
- より多くの株主様に中長期的に株式を保有いただく



【内容】

- 保有株式数と継続期間により2,000円～6,000円（相当）の**「ライフ商品券」**
「PB商品詰め合わせセット」
「社会貢献活動団体へ寄付」から選択可能

**お買い物を通じ事業に対するご理解を一層深め、
当社の更なるファンとなっていきたい**

市場環境の変化

貯蓄から投資へ（新NISAスタート）

資本コストや株価を意識した経営

経営理念に基づく考え

株主様・投資家の皆様、お客様、お取引先様、従業員などステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを一層強化し持続可能で豊かな社会の実現に貢献

取り組んできたこと・考え方

狙い

取り組み

上場以来減配することなく、安定した配当を実現

一層の
株主還元
資本効率向上

被政策保有株式を
大規模自社株買いで対応

2024年11月に実施（株式数の8%に相当）。一株当たり純利益（EPS）及び自己資本利益率（ROE）向上に寄与。2025年2月期の総還元性向は約93%

2025年4月発表

安定的な配当

上場以来減配せずに安定した配当を実現。
2025年2月期の年間配当金は過去最高の一株あたり110円に増配
2026年2月期の年間配当は一株あたり65円（分割前ベースでは130円）に引き上げ

ROICでのモニタリング
資本コストの見直し

資本コストを上回るROICを実現できているか、資本収益性や利益水準をモニタリング。資本コスト水準は第三者（外部）による検証を実施。ROICは取締役業績連動報酬の構成要素に組み込んでいる

成長に向けて
しっかり投資を行いつつ
株主への還元に注力
(23年4月に新たな株主
還元方針を制定)

投資家層の拡大

2025年1月発表

株式分割

当社初

投資単位当たりの金額を引き下げることにより、投資家の皆様がより投資しやすい環境を整え、株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図る

株主優待

当社初

当社株式への投資の魅力を高め、より多くの株主様に中長期的に保有いただくとともに、株主の皆様へ、当社でのお買い物を通じて、事業に対するご理解をより一層深め、当社の更なるファンになっていただく

地域密着の
スーパーマーケットとして、
更に多くの皆様が株主となり
ライフのファンになって
いただきたい

