

2024年4月11日

株式会社ライフコーポレーション

2023年度通期 決算説明会資料  
(2024年2月期)

# 2023年度通期 決算の要点

## 【増収増益】

- ① 営業収益は過去最高の8,097億円
- ② 粗利益率 +0.3P、販管費率をコントロール
- ③ 経常利益はコロナ禍の2020年度に次ぎ過去2番目の249億円

第七次中期経営計画の初年度  
スタートダッシュに成功

- 1. 業績概要**
- 2. 2023年度通期 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

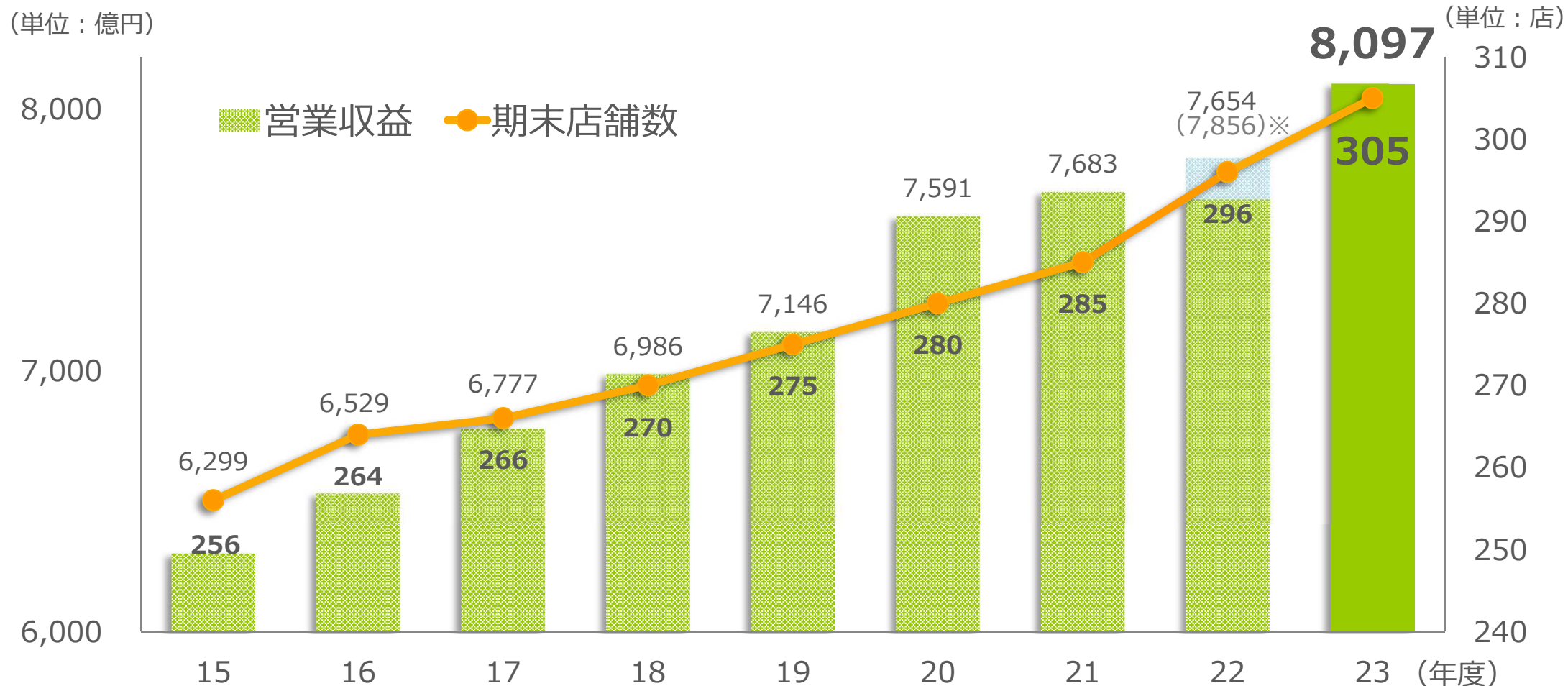
# 業績概要 (連結)

(単位：百万円、%)

	2022年度通期	2023年度通期	増減額	増減率
営業収益	765,426	<b>809,709</b>	+44,283	+5.8
売上高	738,494	<b>780,028</b>	+41,533	+5.6
営業利益	19,148	<b>24,118</b>	+4,969	+26.0
経常利益	20,015	<b>24,948</b>	+4,933	+24.6
当期純利益	13,327	<b>16,938</b>	+3,611	+27.1

# 営業収益の推移（通期）

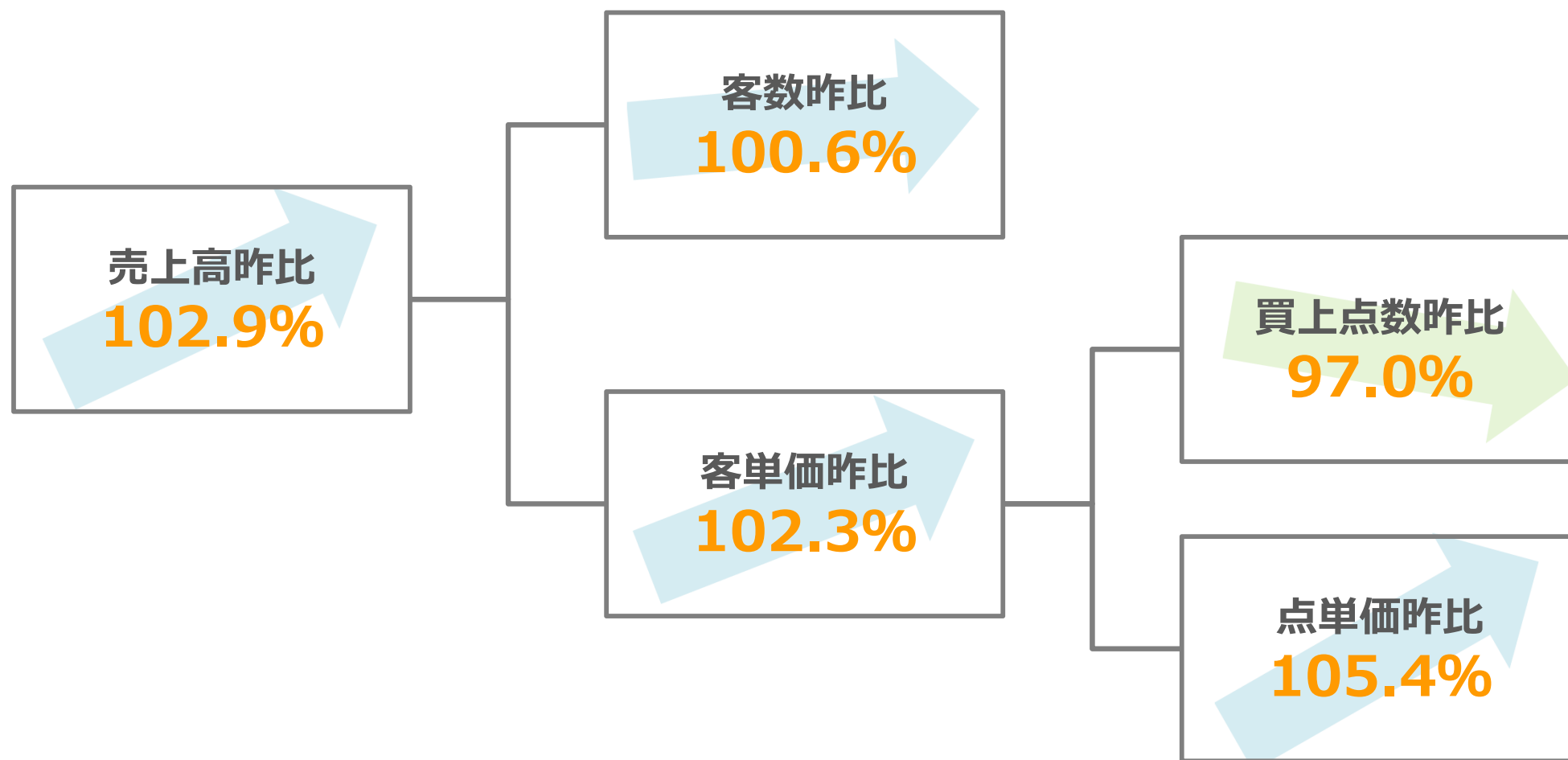
- 営業収益は**過去最高**、実質**20期連続増収**  
新規出店（10店）と既存店の伸長(売上昨比102.9%)が寄与



※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

- 調達価格上昇による値上げは落ち着きつつあるが、付加価値商品の伸長などにより、**点単価は高い水準を維持**
- 値ごろ感の訴求で**客数増加**、買上点数も足元では増加傾向



## 売上高・粗利益率（部門別）

- 加工・日配、農産、惣菜などが売上をけん引。品質と価格のバランスを意識した価格設定、付加価値商品の伸長などにより、**粗利益率 + 0.3P**

売上高 (単位：百万円、%)				粗利益率 (単位：%、P)	
部門	2023年度通期			2023年度通期	
		全店 2022年度比	既存店 2022年度比	粗利益率	2022年度差
食品	689,244	<b>105.9</b>	<b>103.0</b>	31.6	<b>+0.4</b>
農産	100,634	<b>105.8</b>	<b>103.0</b>	29.8	<b>+0.1</b>
水産	60,628	<b>104.7</b>	<b>101.6</b>	32.7	<b>+1.2</b>
畜産	87,057	<b>103.3</b>	<b>100.4</b>	30.5	<b>▲0.1</b>
惣菜	91,251	<b>106.2</b>	<b>102.9</b>	54.7	<b>+0.2</b>
加工・日配	349,672	<b>106.7</b>	<b>104.1</b>	26.2	<b>+0.5</b>
生活関連	67,630	<b>104.6</b>	<b>102.4</b>	26.6	<b>▲0.1</b>
衣料品	23,153	<b>100.7</b>	<b>99.2</b>	38.4	<b>▲1.3</b>
<b>合計</b>	<b>780,028</b>	<b>105.6</b>	<b>102.9</b>	<b>31.4</b>	<b>+0.3</b>

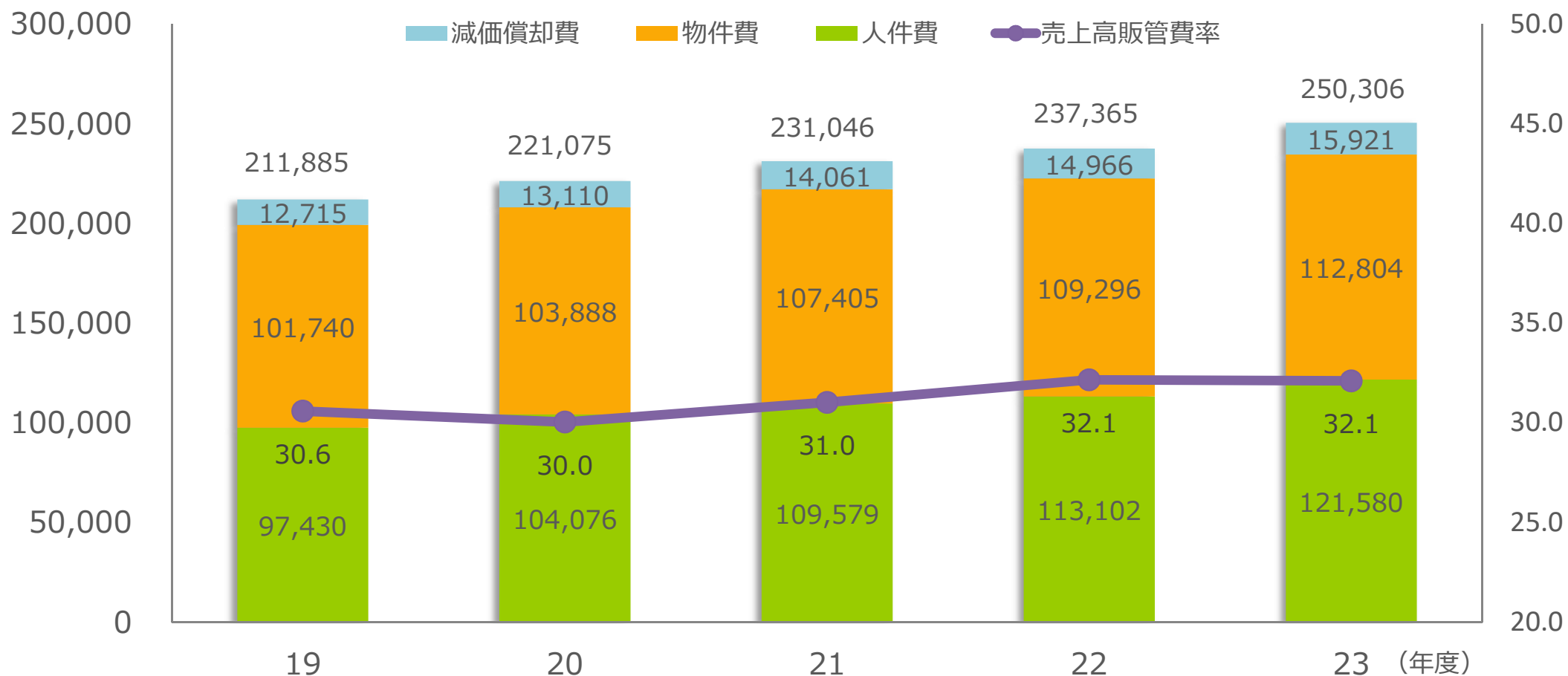


# 販売管理費の状況（売上高販売管理費率）

- **処遇改善**、新規採用増、有望な人財確保のための時給単価増により人件費が増加するも、販促費などの低減により**販管費率をコントロール**。電気料金は**107億円（昨比98.6%）**となるが、**2019年度比で約140%と高止まり**

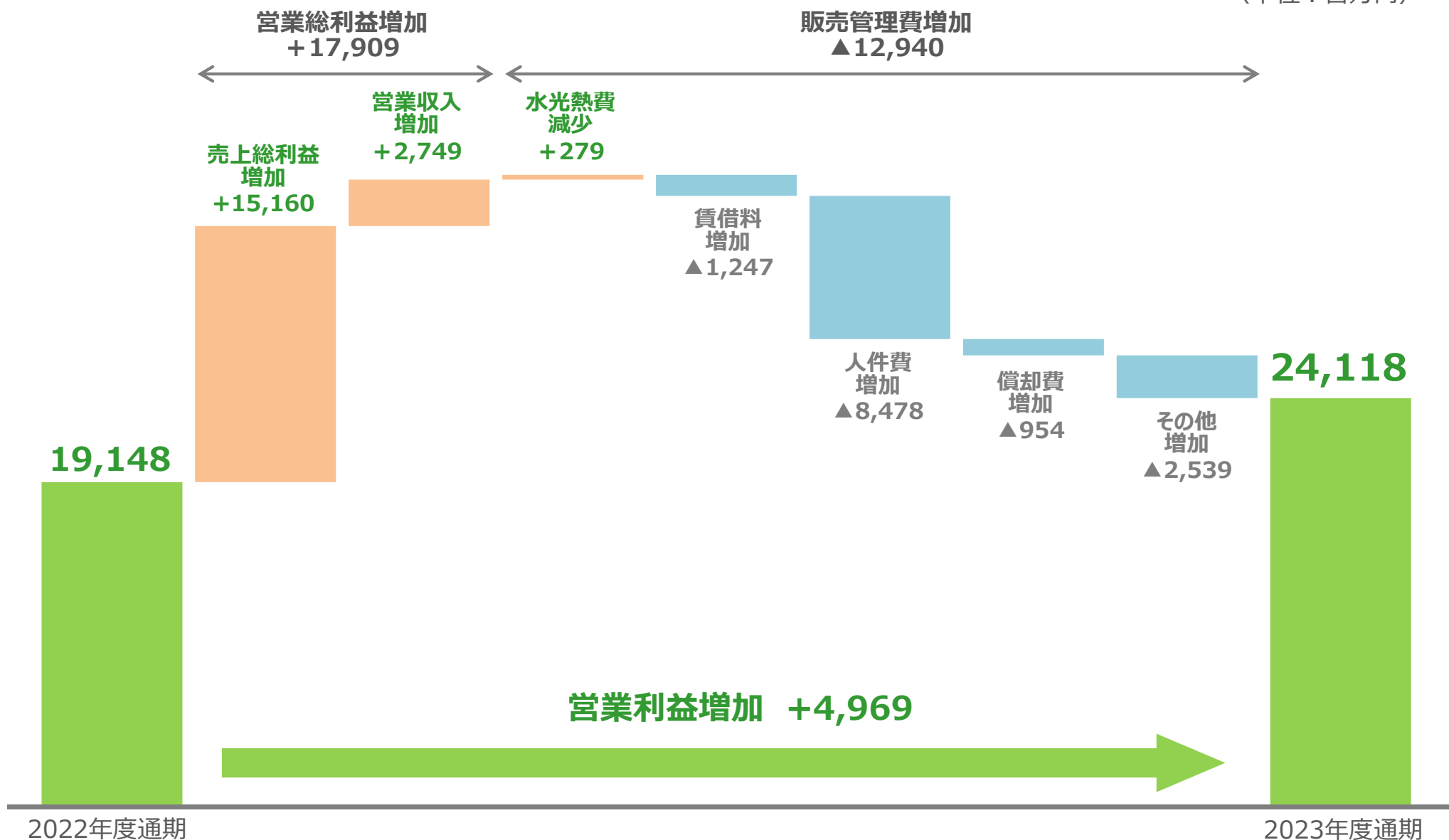
(単位：百万円)

(単位：%)



# 営業利益増減要因（通期）

（単位：百万円）



# 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2023年2月末	2024年2月末	増減
流動資産合計	80,490	<b>82,849</b>	+2,358
現金及び預金	9,727	<b>8,606</b>	▲1,121
たな卸資産	26,061	<b>28,173</b>	+2,111
売掛金	9,209	<b>9,560</b>	+350
未収入金	29,664	<b>32,072</b>	+2,407
その他	5,826	<b>4,436</b>	▲1,390
固定資産合計	200,319	<b>204,297</b>	+3,977
有形固定資産	155,880	<b>156,315</b>	+435
無形固定資産	3,218	<b>5,484</b>	+2,266
投資その他の資産	41,220	<b>42,497</b>	+1,276
<b>資産合計</b>	<b>280,810</b>	<b>287,146</b>	<b>+6,335</b>
負債合計	158,807	<b>150,290</b>	▲8,517
有利子負債	74,170	<b>53,094</b>	▲21,075
純資産合計	122,002	<b>136,855</b>	+14,852
<b>負債・純資産合計</b>	<b>280,810</b>	<b>287,146</b>	<b>+6,335</b>

## 連結キャッシュ・フロー

- 営業活動によるキャッシュ・フローが増加し、有利子負債の返済が進んだことにより、財務活動によるキャッシュ・フローが大きく減少した

(単位：百万円)

	2022年度通期	2023年度通期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	23,899	<b>41,700</b>	+17,800
投資活動による キャッシュ・フロー	▲23,839	<b>▲17,357</b>	+6,481
財務活動による キャッシュ・フロー	▲142	<b>▲25,464</b>	▲25,321
現金及び 現金同等物の 期末残高	9,327	<b>8,206</b>	▲1,121

## 2. 2023年度通期 取組み

# 店舗展開（新規出店）

- 計画通りの新規出店：**10店舗**（下期：4店舗）
- 首都圏・近畿圏合わせて**305店舗**
- PC・サテライトキッチンの活用拡大により、**コンパクトなスペースへの出店が加速**

プロセスセンター  
サテライトキッチン



商品供給



下期 新店（売場面積）



桜ノ宮店（1,101㎡）



勝どきミッド店（792㎡）



下目黒店（632㎡）



阪神芦屋店（999㎡）

# 店舗展開（既存店改装）

- 既存店の改装：**9店舗**（下期：7店舗）
- 地域ニーズへの対応、独自商品の導入などにより、既存店の営業力を強化

【下期改装】



9月 東中野店



10月 此花伝法店



11月 杭全店



2月 春日野道店



2月 関目店



2月 錦糸町駅前店



2月 石津店

【改装例】

【地域ニーズへの対応】



冷凍食品コーナーの拡大

【独自商品の新規導入】



うを鮭コーナーの設置

【非食品の強化】



有名ブランド衣料の導入

【生産性の向上】



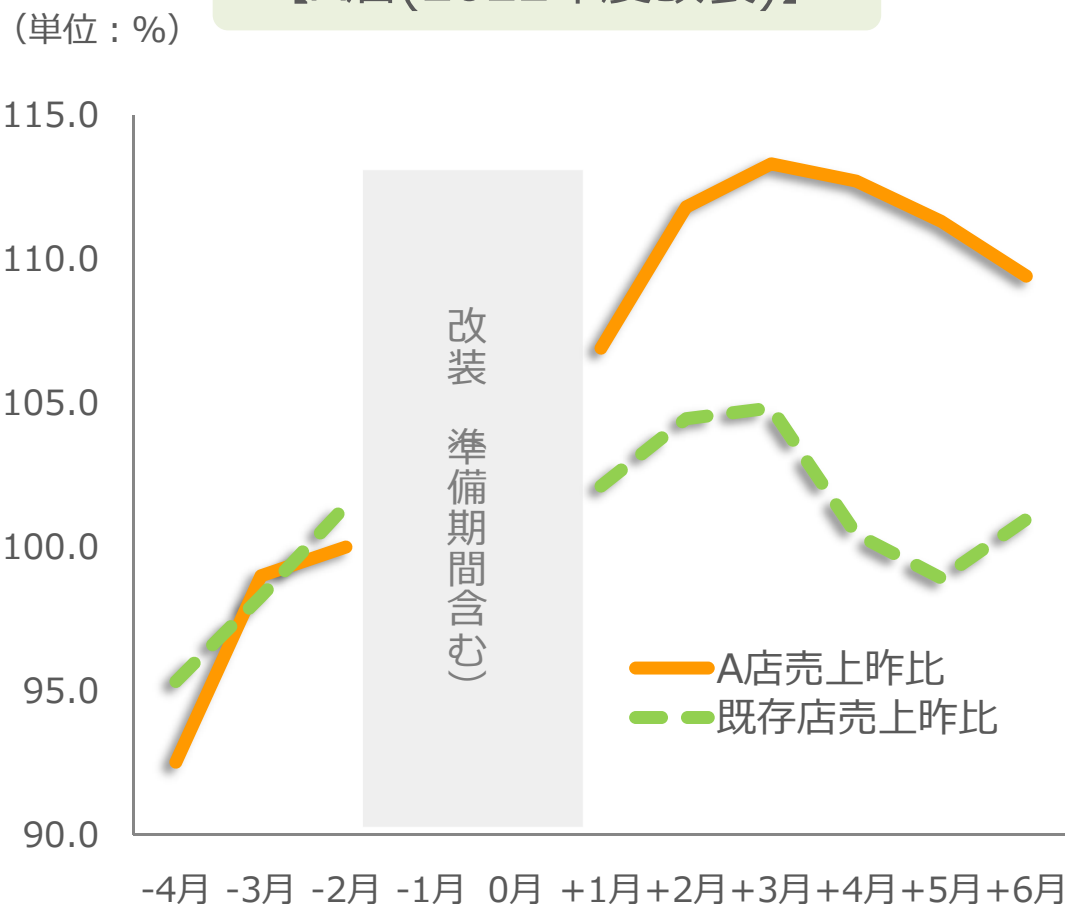
スマホ・カートPOSの導入

# 店舗展開（既存店改装）

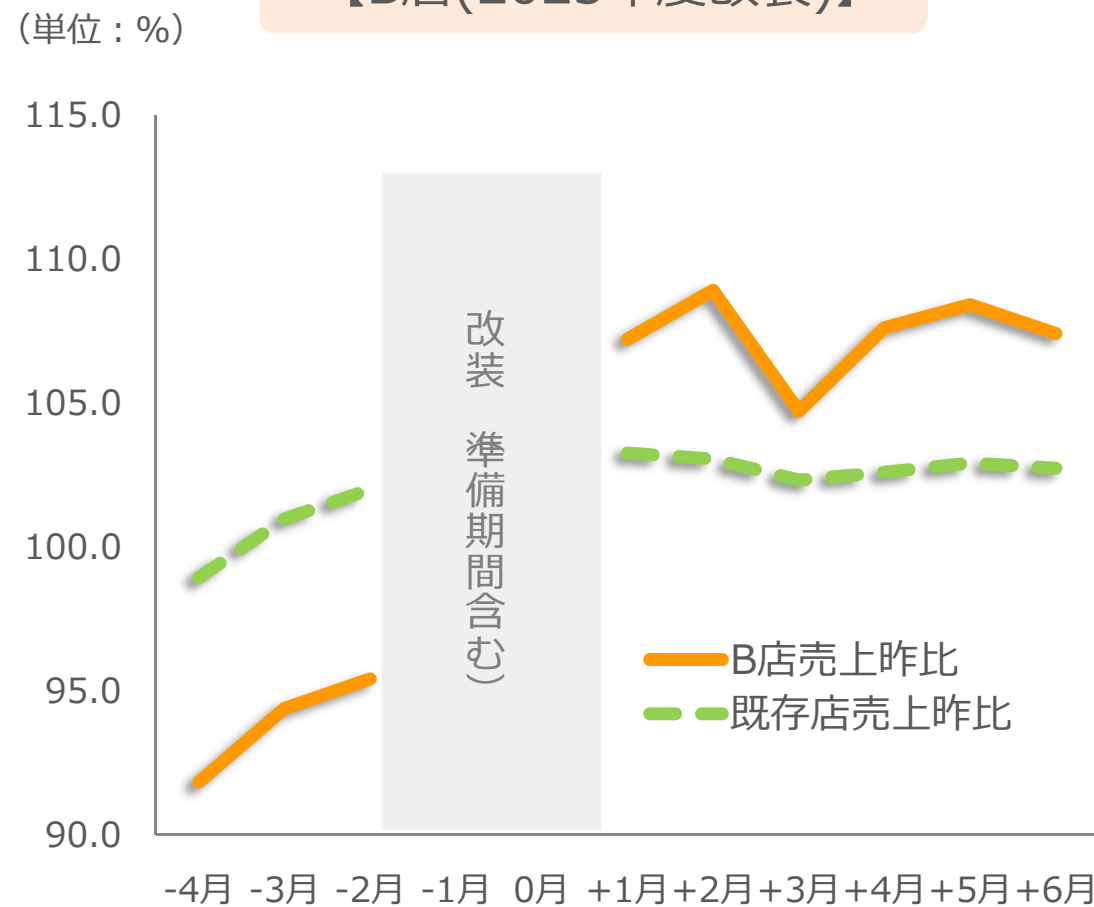
- 改装した店舗は**売上伸長が見込める**ため、積極的に改装を継続

## ■ 改装前後比較例（改装店舗と既存店の売上昨比を比較）

【A店(2022年度改装)】



【B店(2023年度改装)】





# 商品戦略（独自商品・新規協業）

- お客様のニーズに応え、「**BIO-RAL**」PB商品の開発強化
- 新しい食文化を生み出す試みに賛同し、**成城石井様と新たな取組み**



## 「BIO-RAL」PB商品の開発強化



### 【さらりとうるおうハンドクリーム】

- 食品以外のPB商品も充実
- 100%自然由来成分で作られており、肌に優しいハンドクリーム
- バイオマスチューブを使用

### 【無えんせきももハム切り落とし】

- 発色剤不使用
- 「無えんせき」のイメージをくつがえず肉本来の旨み



## 新規協業による商品調達



ジョン・クアリサ氏

ジョニー Q ノーヴォ

- 「立冬ノーヴォ= Lit (照らす) To (冬) Nouveau (新酒)」  
秋の終わりから冬の訪れを告げる「立冬」に、お客様の食卓を明るく照らす新酒

# 商品戦略（商品の値ごろ感、まとめ買い促進）

- 価格対応PBブランド「スターセレクト」の認知拡大企画を実施
- バンドル販売（よりどりセール）の強化でまとめ買いを促進

## ■ PB商品認知拡大



スターセレクト  
認知拡大企画

## ■ バンドル販売（よりどりセール）の強化



店舗内における  
露出拡大

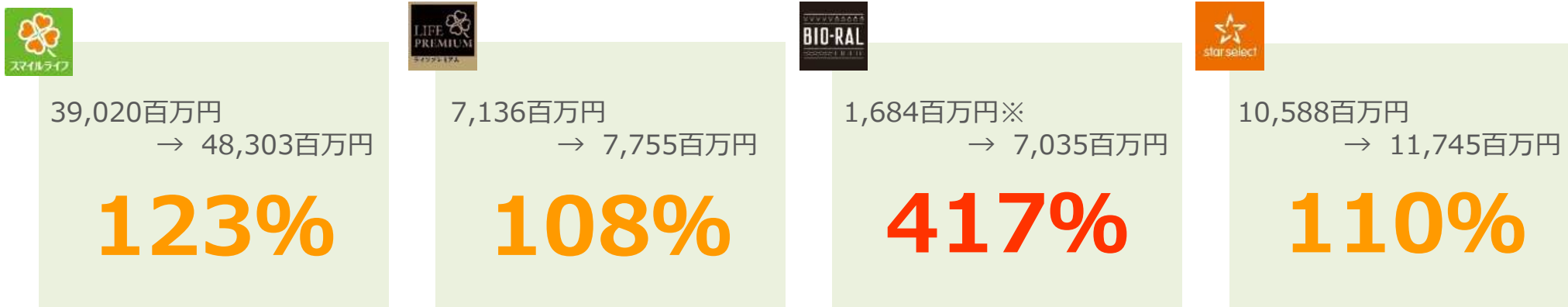


複数の価格帯でバンドル販売

# 商品戦略（PB商品）

- お客様のニーズに対応した商品開発、ビオラルコーナー拡大等により直近4年間でビオラルPB商品の売上は**約4倍に成長**

## ■ PBブランド別伸長（2019年度→2023年度）



※ライフナチュラルブランド売上

## ■ PB商品2023年度実績

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	48,303	108.6	6.2	794
ライフプレミアム	7,755	102.7	1.0	153
ビオラル	7,035	135.6	0.9	358
スターセレクト	11,745	108.8	1.5	211
合計	74,838	110.0	9.6	1,514

# 生産性向上取組み(電子棚札)

## 【導入状況】

- 首都圏：全店に導入完了
- 近畿圏：34店舗に導入完了、今後全店に導入予定

## 【効果】

- POP切り替え作業削減

(例) C店：月間▲200時間以上

- LED点滅により、

**「賞味期限管理の補助」「品出し補助」を実現**

- 今後、様々なシステムとの連携による二次活用を推進



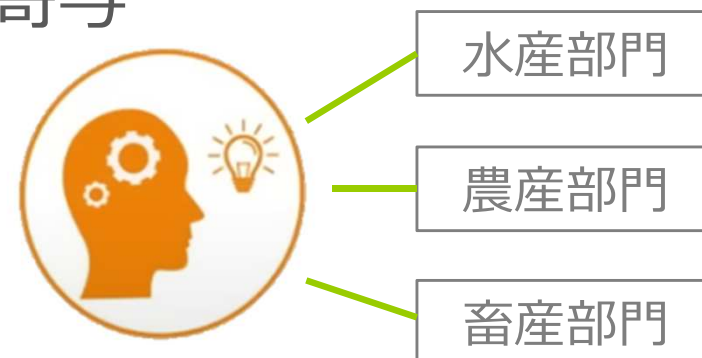
# 生産性向上取組み(AI発注)

## 【導入状況】

- 2020年度：食品部門（日配食品）を対象に全店導入
- **2024年4月：生鮮部門を対象に全店で稼働予定**  
予測期間を5日間→3週間に拡大し、加工に必要な事前調達へ対応

## 【効果】

- **経験が少ない従業員の発注を標準的なレベルに近づける**
- 将来的にはプロセスセンターの生産量安定に寄与

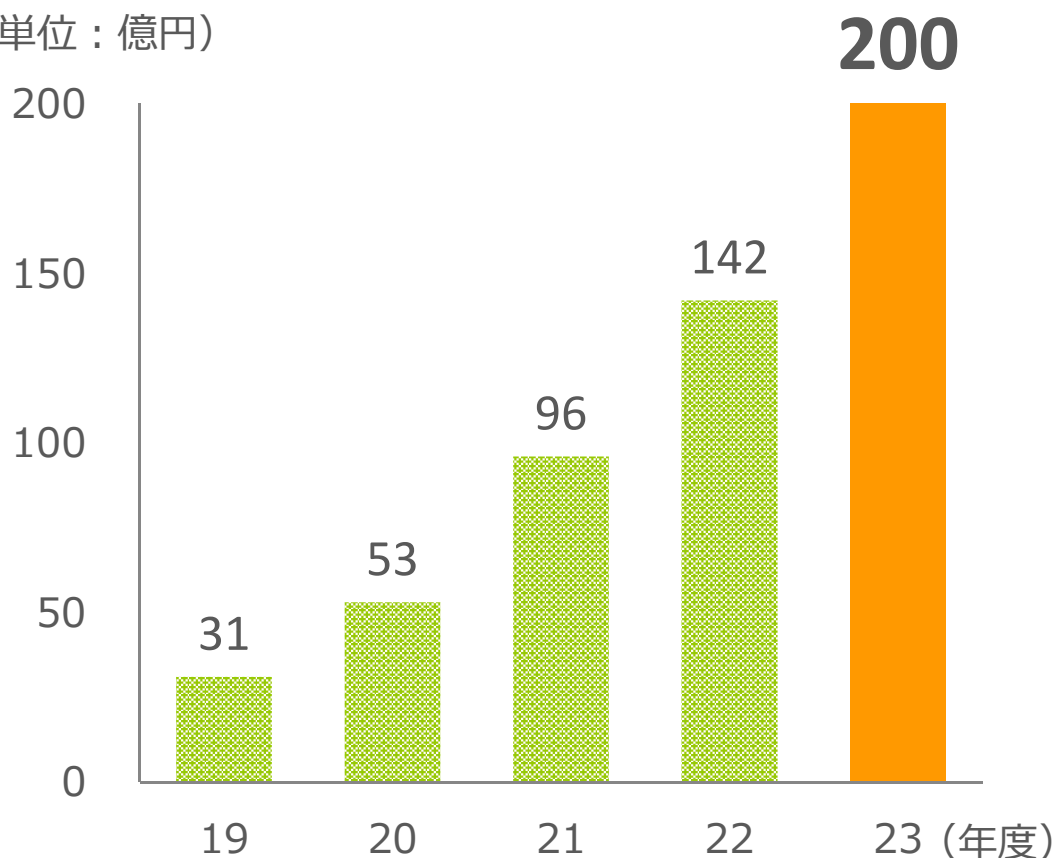


# ネットスーパー

- エリア拡大、既存店伸長により売上は**200億円**（昨比約140%）
- 生産性向上、コスト適正化の推進により、事業損益は目標通りの水準

## ■ ネットスーパー売上高推移

(単位：億円)



## ■ 取組み

### 【売上伸長】

- 配送エリア拡大  
→ 自社ネットスーパーの配送エリアは出店エリアの80%以上をカバー
- 品揃えの強化  
→ 掲載数約15,000点

### 【生産性向上、コスト適正化】

- ピッキング作業を効率化
- 配送体制を整理
- 2024年度は更なる改善に取り組む

## 3. 第七次中期経営計画の進捗

# 人への投資（従業員教育）

- ・ 次代を担う層を対象にした教育を拡充
- ・ コンプライアンスへの理解を深める教育を一層充実

## 【教育機会の拡充】



部門マネジャー塾  
(次代の管理職候補育成)

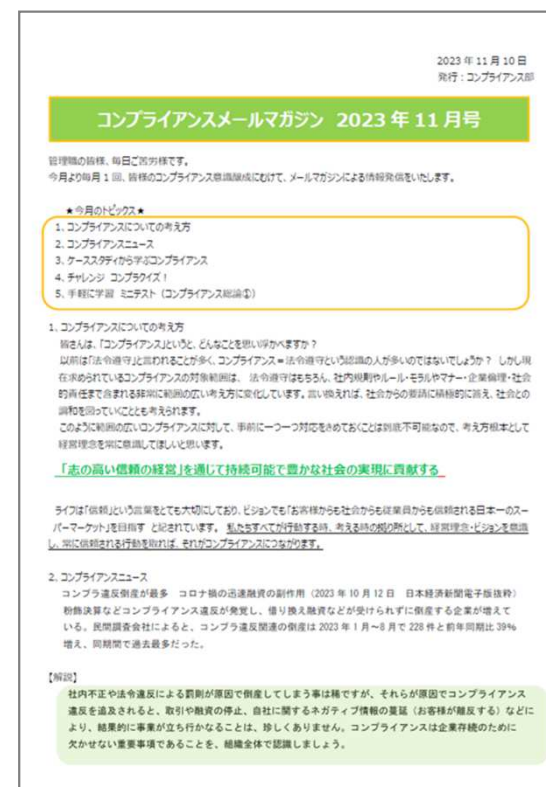
育児時短勤務中の  
女性トレーナー

自身の経験を基にした  
アドバイス

女性社員

水産部門  
女性社員ステップアップ研修  
(女性社員のキャリアプラン形成)

## 【コンプライアンス教育の充実】



事例紹介やミニテストを通じた  
コンプライアンス教育



# 人への投資（処遇改善、多様な働き方の推進）

- 「人への投資」として過去から**継続して賃上げ**を実施
- パートナー社員の働く環境を積極的に支援**するため、「年収の壁・支援強化パッケージ」を採用

【賃上げ】

【多様な働き方の推進】

正社員

5年累計

約18%

パートナー社員

10年累計

約20%

2024年4月

岸田総理との意見交換会

社長とパートナー社員が  
岸田総理と意見を交換



- 賃上げ、年収の壁に加え  
育児と就労に関する  
環境現状について、  
現場目線で言及

画像出典：政府広報オンライン

([https://www.gov-online.go.jp/press\\_conferences/prime\\_minister/202404/video-282990.html](https://www.gov-online.go.jp/press_conferences/prime_minister/202404/video-282990.html))

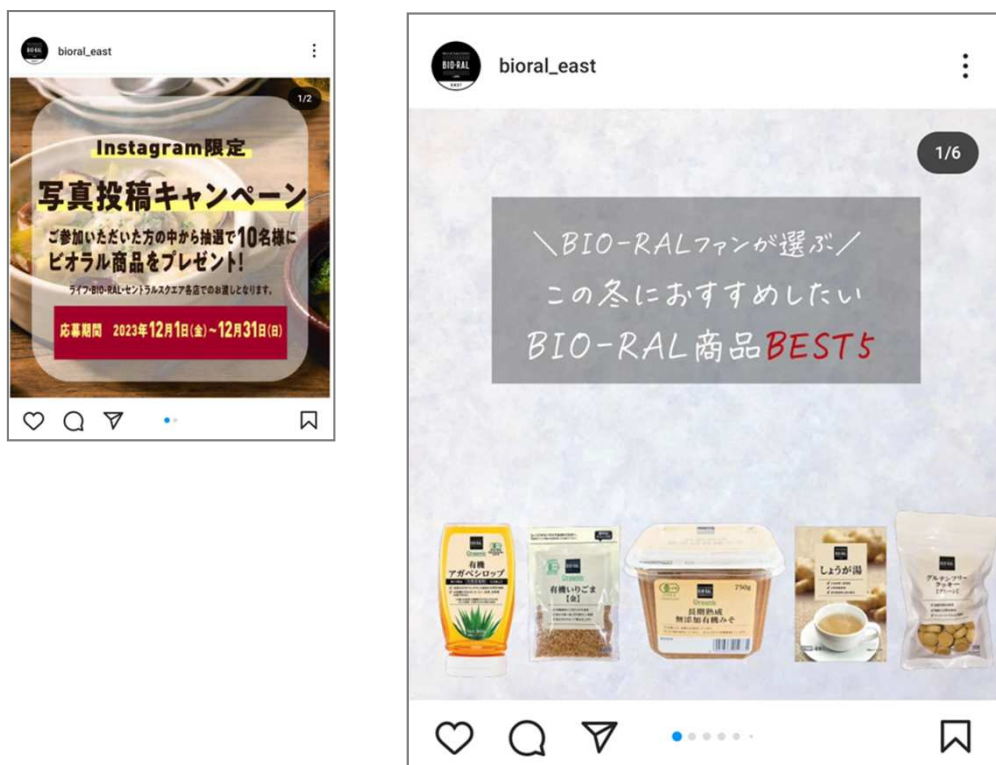
# 同質化競争からの脱却（BIO-RAL事業の発展）

	～2020年度	2023年度	2024年度～
BIO-RAL単独店	2店	7店	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 20px; padding: 10px; text-align: center;"> <p><b>BIO-RAL事業本部</b> 設置</p> <p>▼</p> <p><b>更なる出店・拡大</b></p> </div>
既存店 BIO-RALコーナー	93店 (ショップ型含)	約290店 (ショップ型含)	
事業売上	約28億円	約 <b>100億円</b>	
PB商品	101アイテム	358アイテム	

# 同質化競争からの脱却（お客様とのつながり深耕）

- お客様との接点を増やし、**つながり**を意識したSNSの活用拡大
- リニューアルしたお客様向けアプリを通じて、**精度の高いマーケティング**を実施

## ■ SNSを通じた新しい取組み



お客様のおすすめ商品を募集  
→人気の商品を発信

## ■ 購買データ分析に基づくクーポン配信



# 持続可能で豊かな社会の実現に貢献（環境）

## ■ 令和5年度おおさか環境賞『大賞』受賞

（取組内容：「持続可能で豊かな社会の実現に貢献する食品廃棄削減のための取り組み」）

### 『大賞』受賞



食品ロスの削減を目指し、実施した各取組が、ライフスタイルや社会システムの変革につながる取組みであると評価

地域の子供食堂への商品寄付



22年度比3倍の18拠点に拡大

食や環境に関する「出前授業」等の開催



出前授業 年間300回以上

「天保山バイオガス発電設備」における自社加工センターから排出される食品残さを活用したバイオガス発電事業



# 持続可能で豊かな社会の実現に貢献（社会）

- 生活インフラとして地域社会に貢献することで、経営理念の実現に近づける

## 「食べて応援！北海道」キャンペーン



北海道の魅力ある水産物の販売を通じ  
生産者様を支援

## 東大阪産さつまいも使用 「干芋」を販売



東大阪市の地産地消と  
地元農産物の普及を促進

# 持続可能で豊かな社会の実現に貢献（社会）

- 物流網の整備を進め、物流2024年問題への備えを着実に実施

自社物流センターと店舗間を対象

【2023年度】

2023年5月から順次、取組みを開始  
**車両台数減、ドライバー拘束時間削減、  
生産性向上の取組みによる余力で店舗の  
オペレーションを組換え変化に対応**



【2024年度】

**取組み拡大で更なる効率化を図る**

- 一部カテゴリーのリードタイム変更によりセンターでの自社ドライバー待機時間を低減

メーカー様等と物流センター間を対象

【2023年度】

SM物流研究会 4社体制で発足  
**メーカー様等とスーパー双方の  
効率化に向けた研究・提案**



【2024年度】

**15社体制 業界が一体となり取組み推進**

- 物流センターのトラック荷待ちを低減
- 首都圏エリアにおける共同配送の研究

# 持続可能で豊かな社会の実現に貢献（ダイバーシティ）

- 誰もが働きやすい環境整備を推進
- 2030年度の目標を達成させることで、**経営理念の実現を目指す**

2022年度

【女性管理職比率】

**9.4%**

【男性育児関連休暇取得率】

**50.9%**

【障がい者雇用率】

**3.2%**

2023年度

【女性管理職比率】

**10.6% (+1.2P)**

【男性育児関連休暇取得率】

**79.7% (+28.8P)**

【障がい者雇用率】

**3.4% (+0.2P)**

# カイゼン活動

- 「生産性向上」と「コスト最適化」を目的に**全社で「カイゼン活動」を実施**
- 4年ぶりとなる好事例共有イベント『スマイルワークショップ』で**店舗の好事例を横展開**  
発表された事例を参考に、各店舗は自店に合わせた形で実践

陳列作業の  
効率化

従業員の  
多能化

電子棚札導入効果  
の有効活用

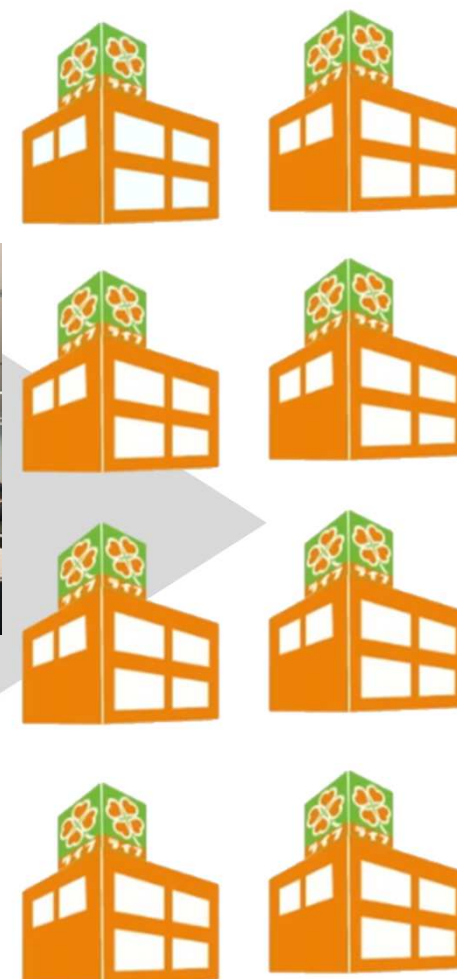
廃棄ロスの削減



第9回 近畿圏  
スマイルワークショップ



第10回 首都圏  
スマイルワークショップ



- 
- 
-



## 4. トピック

# 情報開示の充実

- プライム市場上場企業として**国内外の多様な投資家に向けた情報開示を充実**  
特に、英語の情報発信や決算参考資料の開示回数増などを実施

## ■ 英語版 社長メッセージ動画



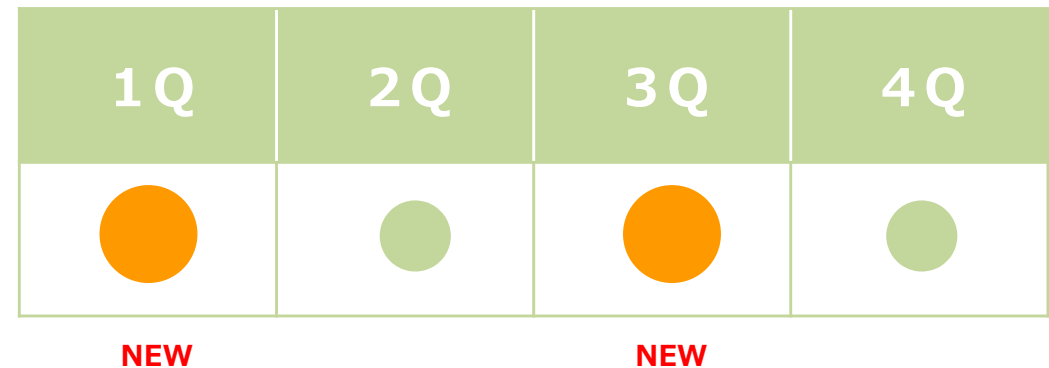
### Our goal for FY2030

Targets		Targets	
Net sales	¥1 trillion	CO <sub>2</sub> emissions (Scope 1 and 2)	50% reduction (from FY2015)
Ordinary profit	¥35 billion	Food waste*	50% reduction (from FY2015)
Net profit	¥22 billion	Employee Satisfaction (ES)	4.0 (on the 5.0 scale of S.D.)
Number of stores	400	Ratio of female managers	20% (the ratio within managerial posts)
Quantitative Targets <Financials>		Percentages of male employees taking childcare-related leave	
		100%	

\*Total amount of food waste per store

Quantitatively, by 2030, we aim for 1 trillion yen in sales.

## ■ 四半期ごとの決算参考資料開示



2024年2月期 第3四半期 決算参考資料

目次

1. 業績概要
2. 売上高・販売数量の増減と収益性
3. 営業活動・投資・資金の状況
4. 重要取引先・重要管理職の状況
5. 主要財務指標
6. 重要情報開示

1. 業績概要

項目	2024年2月期	2024年1月期	2023年12月期	2023年11月期
売上高	4,745.1	4,721.4	4,685.0	4,675.1
売上増減	12.7	36.4	16.1	9.9
営業利益	45.8	46.1	45.3	45.3
営業増減	0.3	0.8	0.0	0.0
経常利益	45.8	46.1	45.3	45.3
経常増減	0.3	0.8	0.0	0.0
純利益	33.7	33.9	33.2	33.2
純増減	0.2	0.7	0.0	0.0

2. 売上高・販売数量の増減と収益性

項目	2024年2月期	2024年1月期	2023年12月期	2023年11月期
売上高	4,745.1	4,721.4	4,685.0	4,675.1
売上増減	12.7	36.4	16.1	9.9
数量増減	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%
単価増減	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

# 東京本社移転

- 2024年2月に東京本社を品川シーサイドに移転
- **働き方の効率性や生産性の向上**につなげる



## ■ 商品開発の効率性向上（同社屋内で検査まで完結）



テストキッチン



商品検査室

## ■ 生産性・働きやすさの向上



スタンディングミーティング用スペース



休憩室

# 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予定**
- 2023年12月コーポレートガバナンス報告書を改定

## 監査等委員会 設置会社へ移行



- ① 取締役会の  
監督機能の強化
- ② 意思決定の迅速化

## コーポレートガバナンス 報告書を改定



「資本コストや株価を  
意識した経営の実現に  
向けた対応」開示

## 5. 2024年度通期 業績予想

# 2024年度通期 業績予想（連結）

- 2023年度に成果を上げた取組をベースに**増収・増益**を目指す

(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	<b>853,400</b>	+43,691	+5.4
売上高	780,028	<b>821,800</b>	+41,772	+5.4
営業利益	24,118	<b>24,700</b>	+582	+2.4
経常利益	24,948	<b>25,500</b>	+552	+2.2
当期純利益	16,938	<b>17,000</b>	+62	+0.4

# 投資計画

(単位：百万円)

	2023年度通期	2024年度通期	主な内容
新店投資	10,021	<b>10,000</b>	新店11店舗
改装投資	3,059	<b>1,900</b>	改装9店舗
システム投資	3,857	<b>7,000</b>	電子棚札導入拡大 レジ関連設備 等
センター投資	1,298	<b>1,300</b>	生産設備 等
その他 (高額備品・大修繕 等)	4,582	<b>2,800</b>	既存店設備 等
<b>合計</b>	<b>22,817</b>	<b>23,000</b>	

# 参考：配当金の推移

- 2023年度：期初計画から増配し、**過去最高の計90円/株**
- 2024年度：**通期計100円/株**を予定（+10円/株）

