

ライフコーポレーション 「2020年2月期決算」 ～増収増益、粗利益改善が奏功～

【連結】

(百万円、%)

	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期(計画)	
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
営業収益	698,693	3.1	714,684	2.3	726,000	1.6
売上高	678,211	3.0	693,062	2.2	705,000	1.7
営業利益	12,285	1.6	13,879	13.0	14,800	6.6
経常利益	12,831	2.2	14,558	13.5	15,700	7.8
当期純利益	7,401	12.9	7,834	5.9	8,200	4.7

【単体】

(百万円、%)

	2019年2月期		2020年2月期		2021年2月期(計画)	
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
営業収益	698,075	3.1	713,879	2.3	725,000	1.6
売上高	678,211	3.0	693,062	2.2	705,000	1.7
営業利益	12,292	0.6	13,851	12.7	14,600	5.4
経常利益	12,850	1.3	14,541	13.2	15,500	6.6
当期純利益	7,423	11.0	7,787	4.9	8,050	3.4

【既存店売上高・客数・客単価 前期比】

(%)

	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期
売上高	102.4	101.3	100.5
客数	101.3	99.9	99.6
客単価	101.2	101.4	100.9

■業績概況

ライフコーポレーションの2020年2月期連結業績は、営業収益7,146億84百万円(前期比2.3%増)、売上高6,930億62百万円(前期比2.2%増)、営業利益138億79百万円(前期比13.0%増)、経常利益は145億58百万円(前期比13.5%増)、当期純利益は78億34百万円(前期比5.9%増)となった。

営業収益では、新規店舗及び既存店舗の改装が寄与したことに加え、おいしさの追求等の商品政策が奏功。

利益面では、人件費+50億円、物流費+20億円、販売促進費とキャッシュレス決済の支払い手数料+9億円の経費増を、既存店売上高7年連続100%超え、荒利率+0.7%(農産+1.7%など)によりカバーし、増益を確保した。

売上だけでなく荒利率改善への取り組みを全社を挙げて実施したことにより、2年連続増収増益、過去最高益の経常利益となった。

■各部門粗利改善

惣菜については既存店売上昨年比102.5%、売上

構成比+0.3%、荒利率+0.7%と好調に推移。農産は相場環境に苦しんだものの、仕入れの改善等により荒利率が+1.7%と大きく向上した。その他部門でもライフオリジナルの商品開発等が進み、食品全体の既存店売上昨年比は100.6%・荒利益率は+0.8ポイント増加した。

■客数減要因

一方、既存店客数は前期比99.6%と2期連続でマイナスとなった(2019年2月期は99.9%)。全部門が「価値訴求」「荒利率UP」の方向に舵を切り過ぎ、一部「価格訴求」が弱くなったことが原因。

2019年下期よりは是正してきたが、2020年度はさらに、「価値訴求」を担う部門と「価格訴求」を担う部門を明確に分け、「客数」と「荒利率」の確保を目指していく方針。

■味しさの追求

惣菜・ベーカリーでは、前述の通り売上・粗利・売上構成比が伸長。「ライフらしい」おいしさの追求は正規版にお申し込み下さい。

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場のポイントは弁当、弁当類は平心で展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目標し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の柏漬弁当」
「季節の彩りはつき弁当」
「季節の味覚御膳」
「原切り鮭弁当」
「豚肉アスパラチーズ巻弁当」

アジフライ



あゆの塩焼



「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、園ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化
東北エリアを見てみると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとってのPB
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデリーや加食、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。
東北エリアを見てみると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全



「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートするWeb閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込98,172円） ※こちらは小売業様価格となります。

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用※ Cookie 使用。
- ※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547

TEL. 048-424-5546

携帯：090-2545-4724

E-mail：info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始）

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配 信 先 担 当 者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX:
請 求 先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	E-mail:
				TEL:
				FAX: