

ライフコーポレーション 2022年2月期 第2四半期決算 ～増収減益、今中計を1年延長～

【連結】

(百万円、%)

	2019年8月期		2020年8月期		2021年8月期		2022年2月期(計画)	
		増減率		増減率		増減率		増減率
営業収益	353,363	1.5	386,738	9.4	387,093	0.1	760,000	0.1
売上高	342,670	1.4	375,213	9.5	375,382	0.0	737,000	0.1
営業利益	5,563	19.6	16,914	204.0	15,251	-9.8	19,000	-30.6
経常利益	5,968	21.3	17,335	190.4	15,603	-10.0	20,000	-29.0
当期純利益	3,833	30.8	11,705	205.3	10,782	-7.9	12,500	-29.9

【単体】

(百万円、%)

	2019年8月期		2020年8月期		2021年8月期		2022年2月期(計画)	
		増減率		増減率		増減率		増減率
営業収益	352,986	1.5	386,302	9.4	386,630	0.1	758,900	0.1
売上高	342,670	1.4	375,213	9.5	375,382	0.0	737,000	0.1
営業利益	5,586	19.7	16,817	201.0	15,201	-9.6	18,700	-31.2
経常利益	5,998	21.3	17,244	187.5	15,558	-9.8	19,700	-29.6
当期純利益	3,863	30.7	11,626	201.0	10,726	-7.7	12,200	-30.9

【売上高、客数、客単価】

(%)

	2019年8月期		2020年8月期		2021年8月期	
	全店	既存店	全店	既存店	全店	既存店
売上高	101.4	99.8	109.5	108.5	100.0	98.2
営業利益	101.1	99.1	95.0	94.0	103.8	101.8
経常利益	100.3	100.8	115.2	115.4	96.4	96.5

ライフコーポレーションの2022年2月期第2四半期連結決算の営業収益は3870億9300万円(0.1%増)、売上高3753億8200万円(0.05%増)、営業利益152億5100万円(9.8%減)、経常利益156億300万円(10.0%減)、当期純利益107億8200万円(7.9%減)となり、増収減益となった。

営業総利益は1.1%増となったが、人件費や物件費の負担増により販管費計で2.8%増加し、各利益項目が減少。経常利益や当期純利益は前期比では減益となったが、コロナ禍以前と比較すると大幅な増益を確保している。

■各部門売上高

各部門売上高合計は前期比100.0%、農産2.5%減、水産2.8%増、畜産1.5%減、惣菜11.0%増、

加工・日配0.5%減、食品計0.6%増、生活関連用品5.7%減、衣料品0.1%増、その他1.0%増。

■売上高・客数・客単価(単体)

売上高前期比は全店

100.0%・既存店98.2%、客数は全店103.8%・既存店101.8%、客単価全店96.4%・既存店96.5%。

※続きは正規版にお申込み下さい。



株式会社ライフコーポレーション
代表取締役社長執行役員
岩崎高治氏

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指し、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」



「豚肉アスパラチーズ巻弁当」
「厚切り鮭弁当」
「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: E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL: FAX: