

ライフコーポレーション 「2022年2月期決算」 ～増収減益、来期へ向け種まき～

【連結】

(百万円、%)

	2021年2月期		2022年2月期		2023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	759,146	6.2	768,335	1.2	770,000	※
売上高	736,346	6.2	745,080	1.2	746,000	※
営業利益	27,388	97.3	22,932	△16.3	23,000	1.2
経常利益	28,156	93.4	23,695	△15.8	24,000	1.3
当期純利益	17,824	127.5	15,208	△14.7	15,500	1.9

【単体】

(百万円、%)

	2021年2月期		2022年2月期		2023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	758,259	6.2	767,379	1.2	769,000	※
売上高	736,346	6.2	745,080	1.2	746,000	※
営業利益	27,193	96.3	22,808	△16.1	22,900	0.4
経常利益	27,972	92.4	23,556	△15.8	23,700	0.6
当期純利益	17,665	126.9	15,066	△14.7	15,250	1.2

【既存店売上高・客数・客単価 前期比】

(%)

	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期
売上高	100.5	105.3	99.3
客数	99.6	93.9	100.7
客単価	100.9	112.1	98.6

※2023年2月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の業績予想は当該会計基準等を適用した金額となっているが、比較対象となる会計処理方法が異なるため、営業収益の対前期増減率は記載していない。なお、この変更により、営業収益は220億円程度減少する見込み。

ライフコーポレーションの2022年2月期連結業績は、営業収益768億3500万円(前年比1.2%増)、営業利益229億3200万円(同16.3%減)、経常利益236億9500万円(同15.8%減)、当期純利益152億800万円(同14.7%減)となった。

営業収益は前期をクリアしたが、利益項目は15%前後の減益。ただし、経常利益および当期純利益は、当初の業績見通しを大きく上回り、コロナ禍で急増した前年度に続く高いレベルを維持した。

営業利益減益要因としては、事業拡大に伴う社員・パートタイマーの採用強化による人件費の負担増や新店開業による賃借料の増加等で、販管費が前年同期比4.5%増となったため。

■ライフフィナンシャルサービス

ライフフィナンシャルサービスが展開するクレ

ジットカード事業の営業収益は24億1500万円(3.7%増)、セグメント利益(経常利益)は1億3900万円(24.5%減)。

■単体の売上高、客数、客単価(前期比)

コロナ禍で客単価が大きく上昇した前年度の反動もあり、売上高は(既存店99.3%・全店101.2%)、客数(既存店100.7%・全店102.9%)、客単価(既存店98.6%、全店98.3%)。

■2022年2月期売上構成比(単体)

農産	水産	畜産	惣菜	加工・日配
13.2%	7.9%	11.2%	11.0%	43.5%
食品計	生活関連	衣料品	その他	合計
86.9%	8.7%	3.1%	1.3%	100.0%

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平心静かで展開され、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



「赤魚の柏漬け弁当」
「季節の彩りはるき弁当」
「季節の味覚御膳」
「豚肉アスパラチーズ弁当」
「厚切り鮭弁当」



惣菜

「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、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。もう一方では、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る。

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ばなくてはならない。

■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。そこにデイズや加工、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。もう一方では、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: