

ライフコーポレーション 「2023年2月期決算」 ～第7次中計キーワードは「つながり」～

【連結】

(百万円、%)

	2022年2月期		2023年2月期		2024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	768,335	1.2	765,426	—	801,000	4.6
売上高	745,080	1.2	738,494	—	772,000	4.5
営業利益	22,932	△16.3	19,148	△16.5	19,800	3.4
経常利益	23,695	△15.8	20,015	△15.5	20,500	2.4
当期純利益	15,208	△14.7	13,327	△12.4	13,500	1.3

【単体】

(百万円、%)

	2022年2月期		2023年2月期		2024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	767,379	1.2	765,240	—	800,700	4.6
売上高	745,080	1.2	738,494	—	772,000	4.5
営業利益	22,808	△16.1	18,860	△17.3	19,500	3.4
経常利益	23,556	△15.8	19,683	△16.4	20,100	2.1
当期純利益	15,066	△14.7	12,977	△13.9	13,250	2.1

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を当連結会計年度の期首から適用。2023年2月期に係る各数値は、当該会計基準等を適用後の数値となっており、営業収益は対前期増減率は記載していません。

【既存店売上高・客数・客単価 前期比】

(%)

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
売上高	105.3	99.3	99.9
客数	93.9	100.7	98.7
客単価	112.1	98.6	101.2
点数/単価	107.1 / 104.7	97.6 / 101.0	97.9 / 103.4

ライフコーポレーションの2023年2月期決算
通期連結営業収益は7654億2600万円、営業利益191億4800万円、経常利益200億1500万円、当期純利益133億2700万円となった。なお、同期から「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、営業収益の前年同期比の増減率の記載はない。一方、営業利益以下の損益項目は、基準の適用前後での影響が軽微なことから、異なる基準のままで増減率を記載している。

営業収益を単純比較すると、前期に比べ約30億円減少しているが、今年度の数字を適用前ベースで換算すると約173億円の増収となる。

経常利益及び当期純利益は、いずれも前年同期比15%前後の減益となったが、コスト上昇圧力が強

い環境下で、経常利益は200億円台を維持した。

営業総利益は、新基準適用前ベースと比較すると約80億円の増益となる。

販管費は、水道光熱費の大幅増と人件費負担増、新店増加に伴う賃借料の増加等により2373億6500万円となり、前年同期との単純比較では63億円の増加だが、適用前ベース比較では約117億円の負担増となる。電気代は2022年度は39億円上がったが、2023年度は30億円前後の上昇になると予測。

■カード事業

カード事業の(株)ライフフィナンシャルサービスは営業収益25億7700万円、セグメント利益は3億2200万円。同事業ではクレジットカードのショッ

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くという。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」
「豚肉の味登御膳」



「アツアツ」
「厚切り鮭弁当」
「温惣菜」

「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

◀▲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: