

ライフコーポレーション 2024年2月期決算 「増収増益、中計初年度スタートダッシュ成功」

【連結】

(百万円、%)

	2023年2月期		2024年2月期		2025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	765,426	—	807,709	5.8	853,400	5.4
売上高	738,494	—	780,028	5.6	821,800	5.4
営業利益	19,148	△16.5	24,118	26.0	24,700	2.4
経常利益	20,015	△15.5	24,948	24.6	25,500	2.2
当期純利益	13,327	△12.4	16,938	27.1	17,000	0.4

【単体】

(百万円、%)

	2023年2月期		2024年2月期		2025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	765,240	—	809,472	5.8	853,100	5.4
売上高	738,494	—	780,028	5.6	821,800	5.4
営業利益	18,860	△17.3	23,793	26.2	24,320	2.2
経常利益	19,683	△16.4	24,565	24.8	25,050	2.0
当期純利益	12,977	△13.9	16,706	28.7	16,700	0.0

【既存店売上高・客数・客単価 前期比】

(%)

	2022年2月期		2023年2月期		2024年2月期	
	全店	既存店	全店	既存店	全店	既存店
売上高	101.2	99.3	102.3	99.9	105.6	102.9
客数	102.9	100.7	101.4	98.7	103.4	100.6
客単価	98.3	98.6	100.9	102.2	102.1	102.3
点数/単価	97.4 / 101.0	97.6 / 101.0	97.4 / 103.6	97.9 / 103.4	96.7 / 105.5	97.0 / 105.4



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

ライフコーポレーションの2024年2月期連結決算業績は、営業収益807億900万円(前期比5.8%増)、売上高780億2800万円(同5.6%増)、営業利益241億1800万円(26.0%増)、経常利益249億4800万円(24.6%増)、当期純利益169億3800万円(27.1%増)となり、営業収益は過去最高となった。また、経常利益と当期純利益は、いずれも前年同期比20%超の増益となり、コロナ禍で内食需要が急増した2020年度業績に次ぎ、同社としては過去2番目に高い数値となった。

また、売上総利益は2447億4300万円、これに物流センター手数料等の営業収入を加えた営業総利益は2744億2400万円となり、前年同期比から約179億円増化した。

続きは正規版にお申し込みください。

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



「赤魚の粕漬け弁当」
「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」
「アツアツ」
「あゆの塩焼」

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
東北エリアを見ていると、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。
東北エリアを見ていると、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: