

## ライフコーポレーション 2026年2月期決算 ～増収増益、ネットスーパー、ビオラル好調～

【連結】 (百万円、%)

	2025年2月期		2026年2月期		2027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	850,496	5.0	881,325	3.6	922,500	4.7
売上高	818,892	5.0	848,570	3.6	888,000	4.6
営業利益	25,270	4.8	26,006	2.9	27,000	3.8
経常利益	26,205	5.0	27,068	3.3	28,000	3.4
当期純利益	16,938	6.0	18,822	4.9	19,000	0.9

【単体】(スーパーマーケット事業) (百万円、%)

	2025年2月期		2026年2月期		2027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	850,204	5.0	880,944	3.6	922,100	4.7
売上高	818,892	5.0	848,570	3.6	888,000	4.6
営業利益	24,953	4.9	25,634	2.7	26,620	3.8
経常利益	25,821	5.1	26,625	3.1	27,550	3.5
当期純利益	17,685	5.9	18,518	4.7	18,680	0.9

【全店・既存店売上高・客数・客単価 前期比】 (%)

	2024年2月期		2025年2月期		2026年2月期	
	全店	既存店	全店	既存店	全店	既存店
売上高	105.6	102.9	105.0	102.8	103.6	102.6
客数	103.4	100.6	103.5	101.4	102.1	100.7
客単価	102.1	102.3	101.4	101.3	101.5	101.8
点数/単価	96.7 / 105.5	97.0 / 105.4	98.2 / 103.2	98.6 / 102.8	97.5 / 104.0	97.9 / 104.0

### ■ 2026年2月期連結経営成績

ライフコーポレーションの2026年2月期連結経営成績は、営業収益8,813億2,500万円(前年同期比+3.6%)。通期で過去最高を更新。また、3年連続で8,000億円超となり、22期連続増収。営業利益260億600万円(+2.9%)、経常利益270億6,800万円(+3.3%)、当期純利益188億2,200万円(+4.9%)。営業利益、経常利益は前年度を上回り過去2番目、当期純利益は過去最高益となった。

### ■ 販管費

処遇改善などの人件費の増加等があったものの、施設管理体制の自社化など、物件費の最適化に努め合計2,732億2,300万円(+4.6%)。

人件費+6.4%、物件費+2.9%、減価償却費+2.1%。

### ■ カード事業

ライフフィナンシャルサービスが展開するカード事業は、クレジットカードのショッピング利用額が増加し、営業収益29億3,100万円(+2.6%)、営業利益3億7,600万円(+17.9%)、経常利益4億4,300万円(+15.4%)。

### ■ SM事業(客数・客単価・買上点数・一点単価前年比)

売上高・客数・客単価は全店・既存店ともに前年比100%超。独自商品の拡充や値頃対応などの販促強化で客数が伸長。

買上点数は全店97.5%・既存店97.9%、一点単

**※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



惣菜売場でポイントは弁当。弁当類は平白で展開され、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



「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、ニュー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

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

我々の商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、一部コンビニや外食など、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、他では取れない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 99,990 円）

■ 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およびユーザー認証提供をしております。
- ※暗号化システムおよび認証システムの確認動作環境としては、OS は Windows10 以降、Web ブラウザーは Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※また、当サービスは契約法人内のみでの利用となっており、営業手段としての配布等の利用は固くお断りしております。

《 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。 ← 左空欄に必ずチェックを入れて下さい。

配信先情報	企業名		TEL.	
	住所		FAX.	
	部署名		Email	
	役職			
	姓名		携帯	

※上記と同じであれば 同上で結構です。

請求先情報	住所		TEL.	
	部署名		FAX.	
	役職		Email	
	姓名			