

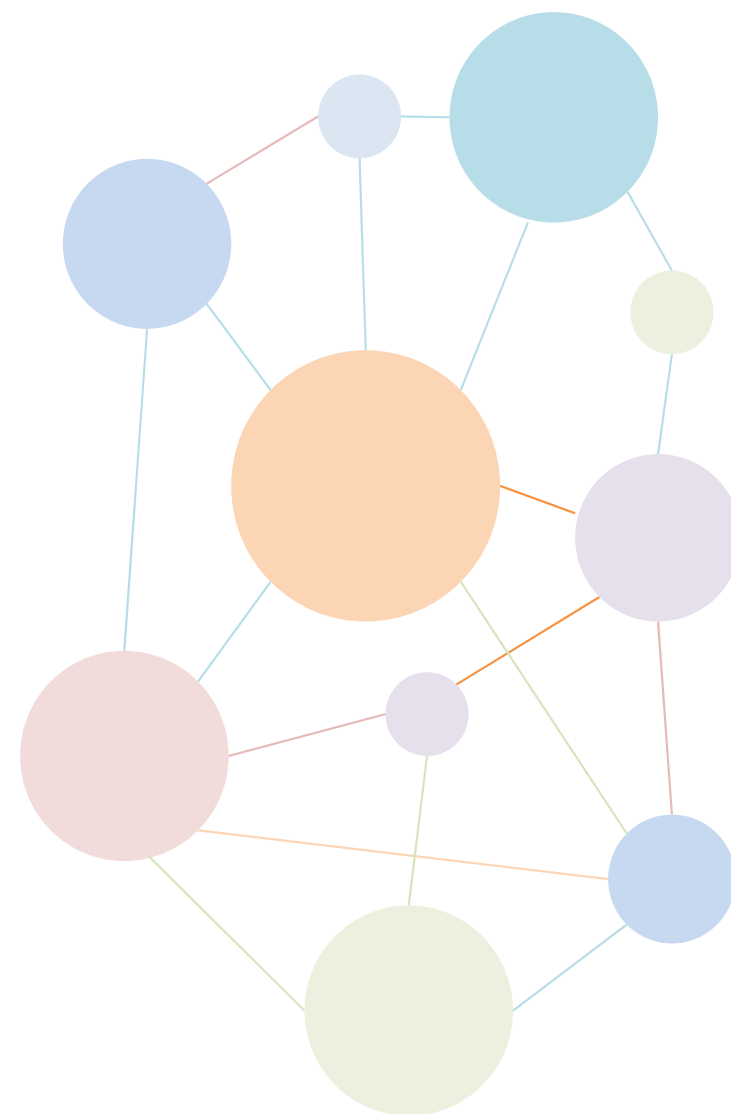
第七次中期経営計画策定にあたって

第七次中期経営計画は、2023年度から2026年度の4年間の計画ですが、その先にある「2030年度にライフが目指す姿」を展望し策定したものです。

2030年度に目指す姿として「売上高1兆円、経常利益350億円、当期純利益220億円、店舗数400店」へと成長し、地域密着のスーパーマーケットとして、皆様に「私のスーパーマーケット」と言ってもらえる会社になることを目標に掲げることとしました。

当社の一貫して変わらぬ『ビジョン』、お客様の豊かな生活に貢献したいという思い、チャレンジ精神、施策をやり切る実行力は、創業より受け継がれている我々の強みであり、今中期経営計画策定の基礎となっています。

また、今中期経営計画では「つながり」をキーワードにしました。従業員一人ひとりが一緒に働く仲間、地域の皆様、お取引先様など様々なステークホルダーとの「つながり」を意識し、能動的に連携・協働することで、より良いlife（暮らし・生活）と社会の実現につなげていきたいという思いを込めています。



当社を取り巻く外部環境

- (1) 人口減少・高齢化の加速**
- (2) 更なる競争激化**
- (3) 資源価格の上昇、運営コストの増加**
- (4) サステナビリティへの関心の高まり**
- (5) デジタル化の進展・加速**

国際情勢、社会環境が大きく変化する中、第七次中期経営計画では「2030年度に目指す姿」に向けて、近視眼的な対応に陥ることなく取り組んでまいります。

第七次中期経営計画 主要テーマ

2030年度に目指す姿に向けて、第七次中期経営計画で当社が取り組む主要なテーマは次の3つです。

1. 人への投資
2. 同質化競争からの脱却
3. 持続可能で豊かな社会の実現に貢献

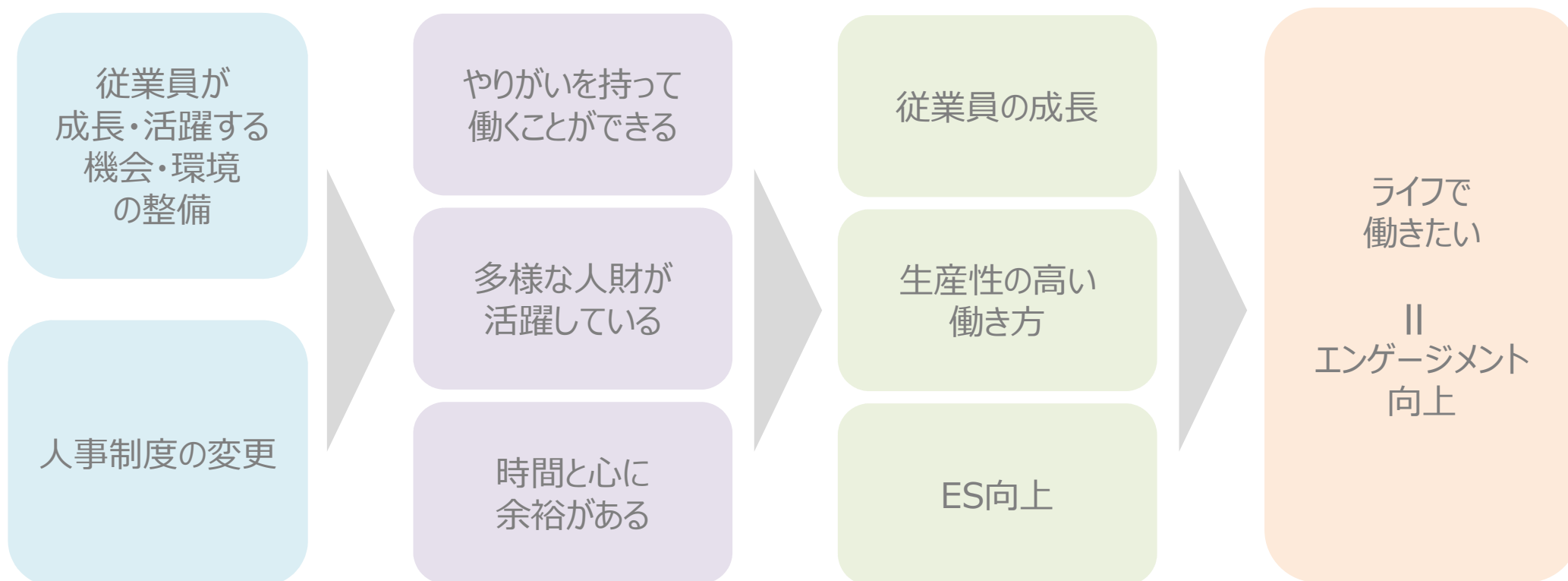
上記を推進するための「**カイゼンの輪をつなぐ活動**」

を全社取り組みとして進めます。

第七次中期経営計画 主要テーマの概要

1.人への投資

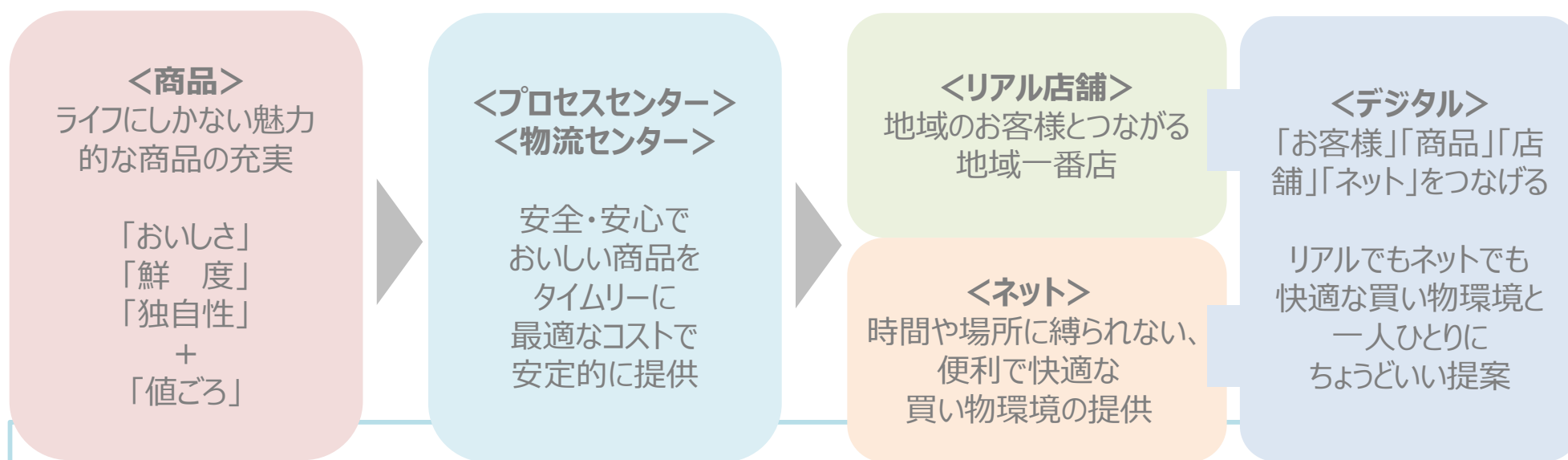
多様な人財の活躍を推進すべく「制度・環境」を整え教育の場を提供することで、従業員の成長、生産性の高い働き方、従業員満足度（ES）の向上につなげてまいります。そして、「ライフで働きたい」、「ライフで働き続けたい」と言ってもらえる会社を目指します。2030年度に向けては、ES4.0（5.0満点）、女性管理職比率20%（管理職内比率）、男性育児関連休暇取得率100%を目標とします。



第七次中期経営計画 主要テーマの概要

2. 同質化競争からの脱却

ライフでしか購入できない商品を自社の供給網により安定的に供給し、温かく魅力的なリアル店舗と便利なネットのどちらでも手に入る環境を作りあげます。さらに、デジタルとデータを活用してお客様一人ひとりに「ちょうどいい」提案をし続けることを目指します。



データの活用

本社各部署、店舗がそれぞれのデータを活用することで、地域のお客様に合った品揃え、お店づくりを実現

生産性の向上

システム活用と作業改善を組み合わせることで効率的な働き方をサポート

第七次中期経営計画 主要テーマの概要

3. 持続可能で豊かな社会の実現に貢献

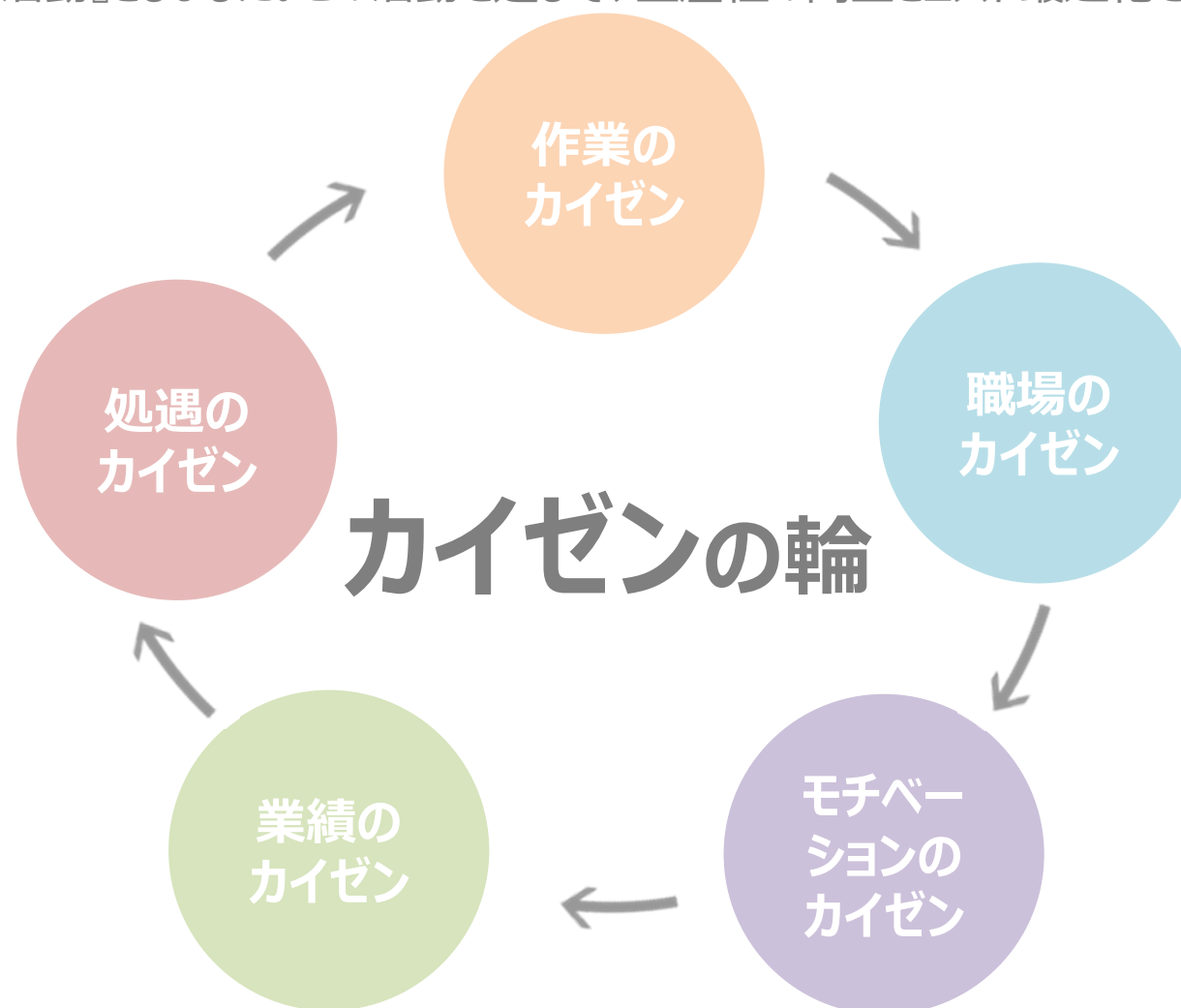
経営理念で掲げる「持続可能で豊かな社会の実現に貢献する」ために、マテリアリティを設定しました。第七次中期経営計画では、各部署の取り組みにより、この課題に対応し持続的な成長を目指します。2030年度に向けてはCO2排出量（Scope1・2）を2013年度比で50%削減、また食品廃棄量を2017年度比で50%削減することを目標とします。

区分	E 環境	S 社会			G ガバナンス
マテリアリティ	環境への負荷低減	安全で高付加価値な商品・サービスの提供	生活インフラとして地域社会への貢献	多様な人財が活躍する働きがいある職場環境づくり	高い価値観・倫理観を持つ組織の形成
取組テーマ	<ul style="list-style-type: none"> ・食品廃棄削減 ・廃棄プラスチック削減 ・CO2排出削減 	<ul style="list-style-type: none"> ・食の安全安心の確保 ・責任ある調達推進 ・ビオラル事業の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・安定的な店舗運営 ・買い物手段の多様化 ・地域社会への貢献 	<ul style="list-style-type: none"> ・ダイバーシティの推進 ・健康経営の促進 ・人財の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・コーポレートガバナンスの強化 ・コンプライアンスの遵守

第七次中期経営計画 主要テーマの概要

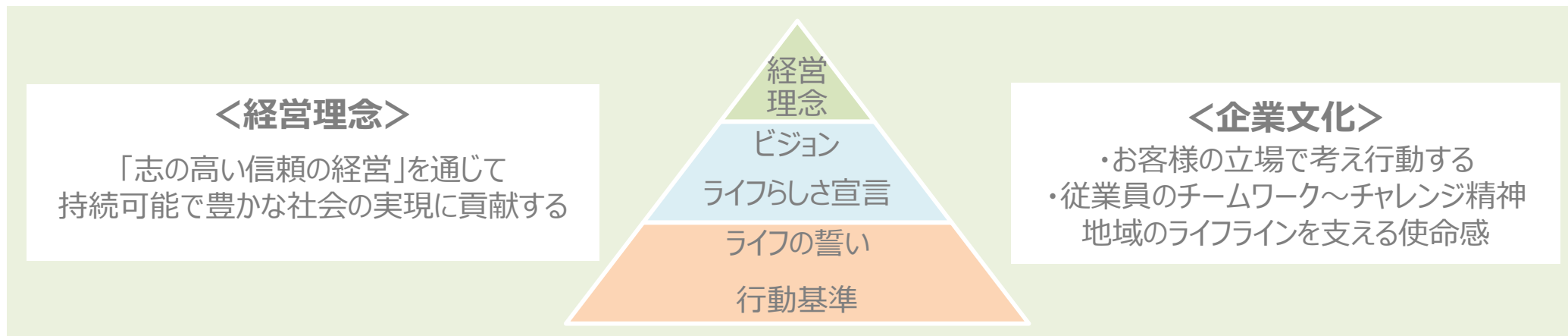
カイゼンの輪をつなぐ活動

現状に満足せずに自ら問題に気付き、それを解決することで、より良い状態へ変化し続ける全社取り組みを『カイゼンの輪をつなぐ活動』としました。この活動を通じて、生産性の向上とコスト最適化を目指します。

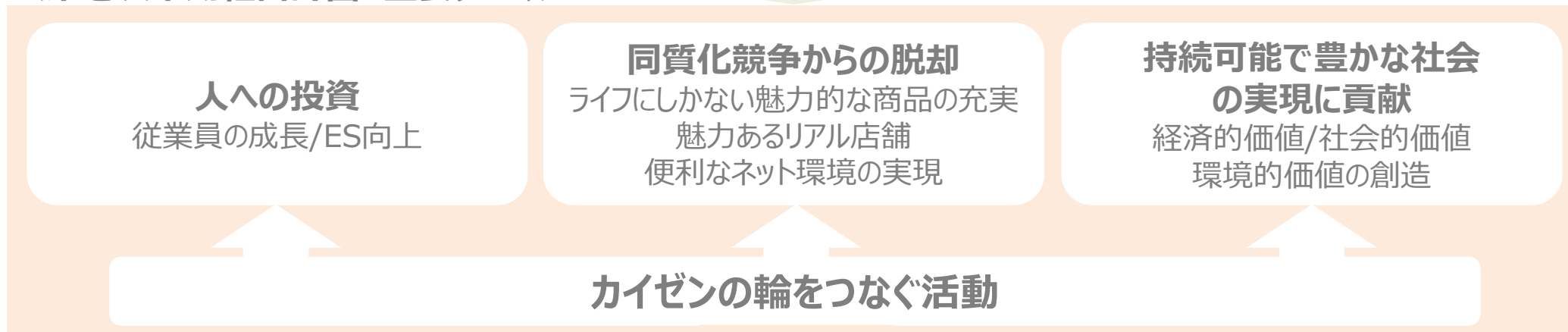


第七次中期経営計画 全体像

当社の存在意義である経営理念や企業文化に基づく3つの主要テーマに取り組むことで、地域の皆様に「私のスーパーマーケット」と言っていただける会社を実現します。



<第七次中期経営計画 主要テーマ>



『私のスーパーマーケット』と言っていただける会社

2030年度に目指す姿

以下のとおり、定性目標と定量目標を定めています。

【定性目標】

ライフは地域密着のスーパーマーケットとして、皆様に『私のスーパーマーケット』と言ってもらえる会社になる

【定量目標】

<財務面>

項目	目標
売上高	1兆円
経常利益	350億円
当期純利益	220億円
店舗数	400店舗

<非財務面>

項目	目標
CO ₂ 排出量 (Scope1・2)	50%削減 (2013年度比)
食品廃棄量 ※	50%削減 (2017年度比)
従業員満足度 (ES)	4.0 (5.0満点)
女性管理職比率	20% (管理職内比)
男性育児関連休暇取得率	100%

※売上当たり最終食品廃棄量

株主還元方針

2023年度からスタートする「第七次中期経営計画」の策定に伴い、従来の基本方針を踏襲しつつ、当社の中長期的な成長に併せて株主の皆様への利益還元を一層重視するとの考えに基づき、定量的な指標を反映させた株主還元方針を新たに定めることとしました。

当社は2030年度を見据えた財務基盤の強化と今後の事業展開を総合的に勘案し、配当性向30%を目安に配当をおこなうことを基本としつつ、株主資本配当率(DOE)3%水準での安定的な配当の継続にも留意いたします。

