



2026年2月期 第2四半期 決算説明会資料



株式会社ライフコーポレーション
2025年10月8日



2025年度上期決算の要点

1

営業収益 4,401億円

➤ 半期で過去最高

2

粗利益率 +0.4P

➤ 計画通りの推移

3

経常利益 138億円

➤ 粗利益率の増加と販管費の抑制により増益

- 1. 上期決算概要**
- 2. 上期の取り組み**
- 3. 2030年度に目指す姿達成に向けて**
- 4. 2025年度通期の業績予想、株主還元**

1. 上期決算概要

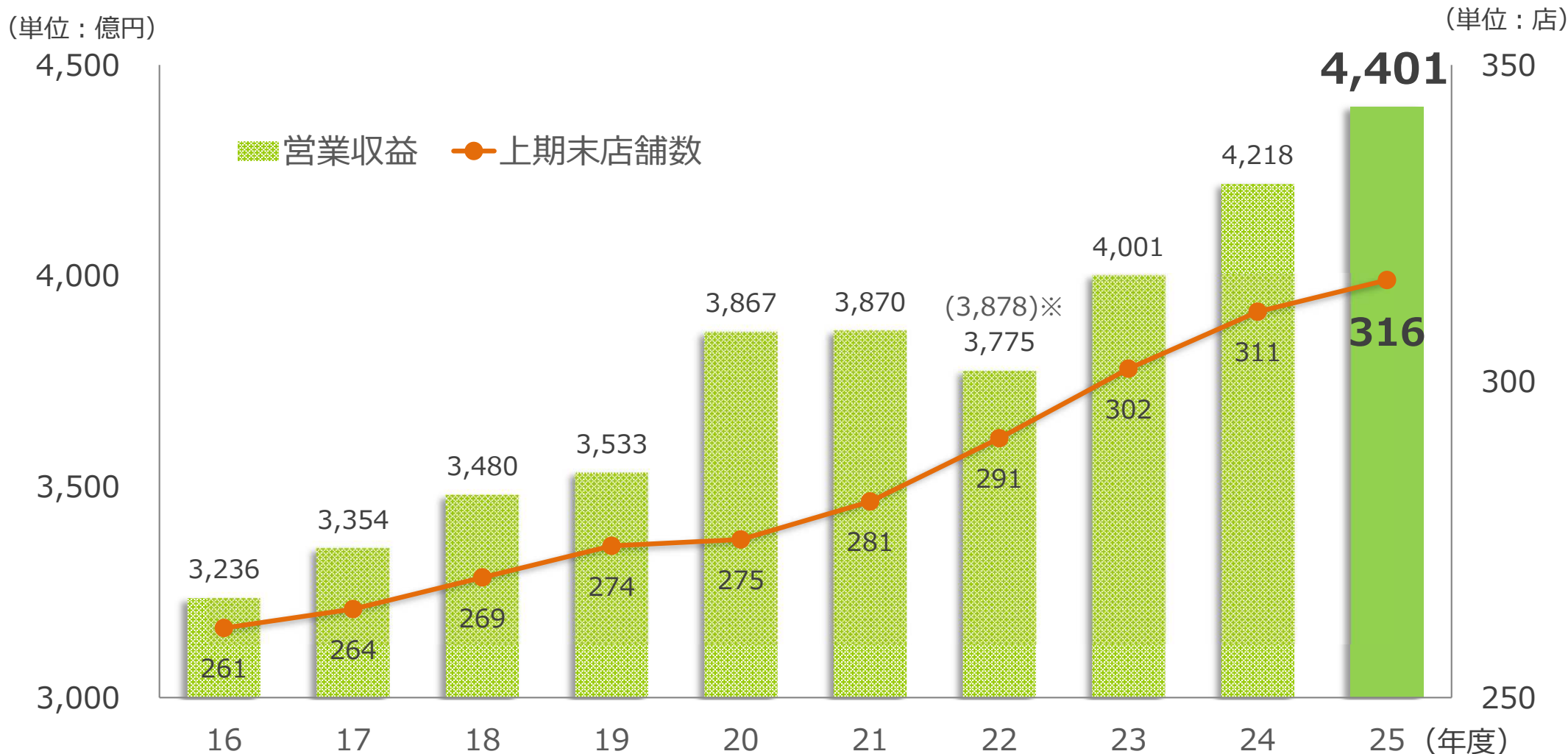
連結業績概要（上期）

（単位：百万円、％）

	2024年度上期	2025年度上期	増減額	増減率	売上比
営業収益	421,885	440,114	+18,228	+4.3	-
売上高	406,199	423,805	+17,606	+4.3	-
売上総利益 （粗利益）	124,588	131,814	+7,225	+5.8	31.1
販管費	128,043	134,819	+6,775	+5.3	31.8
営業利益	12,232	13,303	+1,070	+8.8	3.1
経常利益	12,706	13,858	+1,152	+9.1	3.3
当期純利益	8,914	9,327	+413	+4.6	2.2

営業収益の推移（上期）

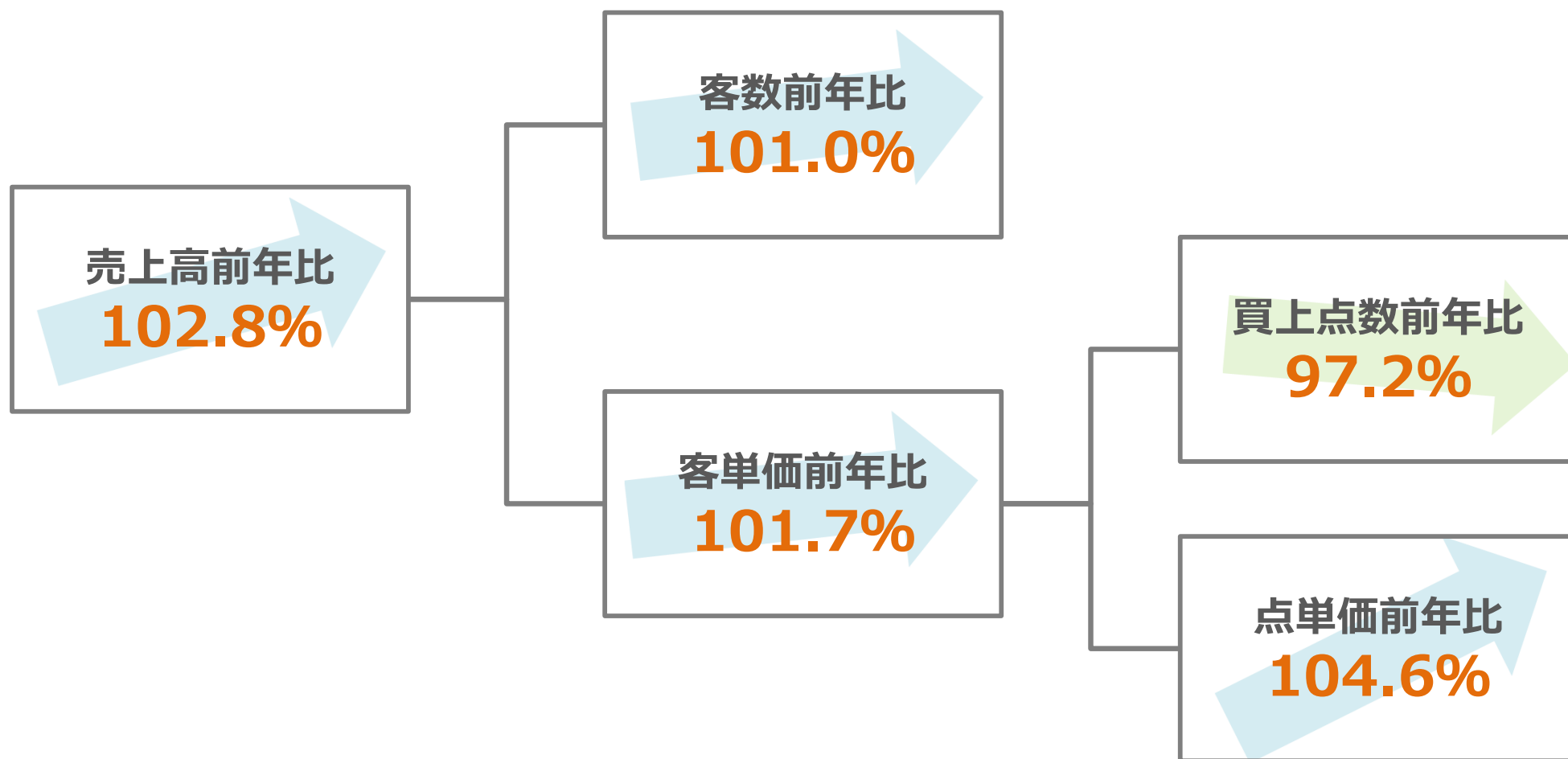
- 営業収益は半期で**過去最高の4,401億円**
- 24～25年度の新店、既存店の伸長(前年比102.8%)が寄与



※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用（適用前 営業収益：3,878億円）

既存店の売上関連指標（上期）

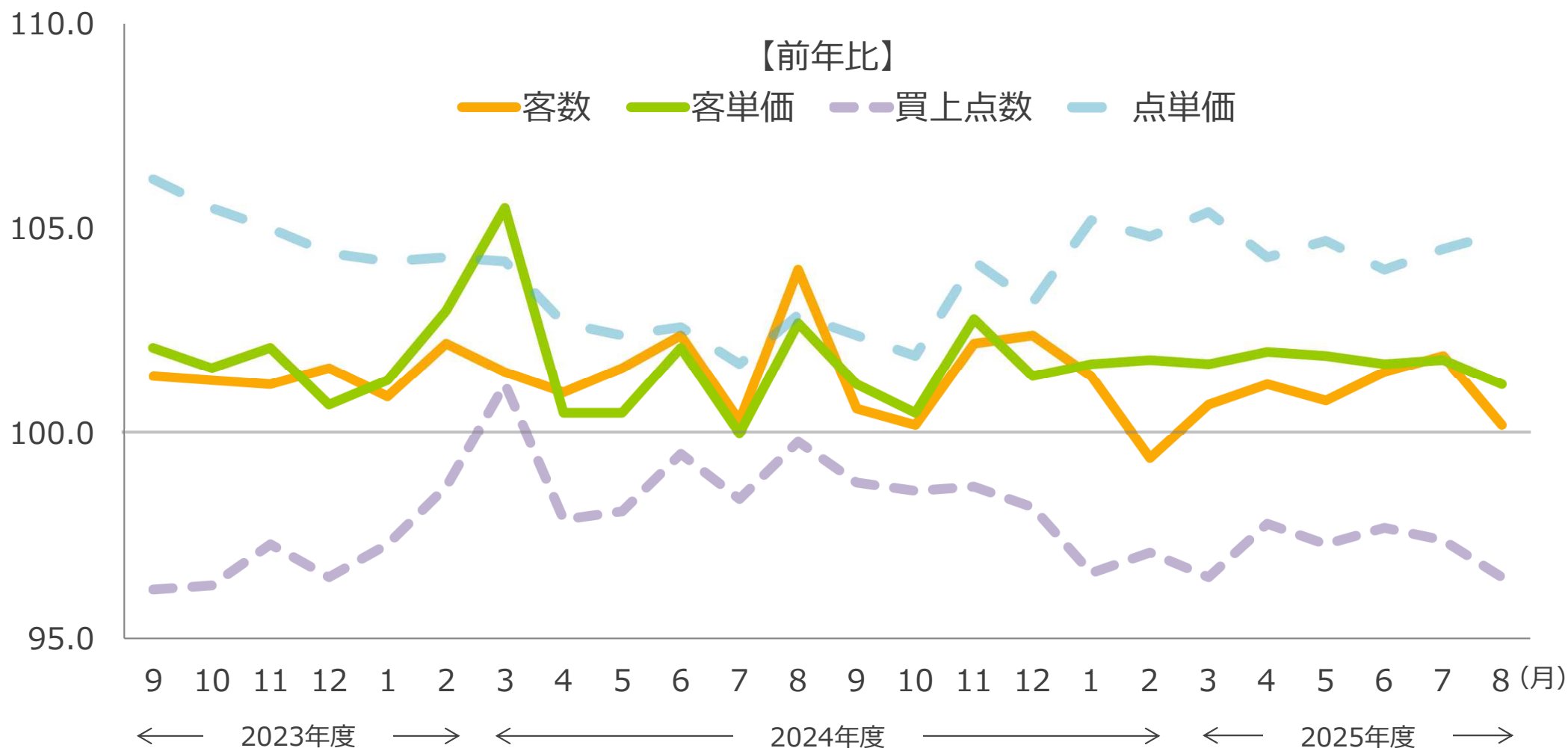
- 点単価と客数の増加が主な要因となり、既存店売上は伸長
- 米などの値上げも影響し、買上点数は減少傾向



(参考) 既存店の売上関連指標推移 (「収益認識基準に関する会計基準」適用前ベース)

- うるう年の影響がある2025年2月を除き、**客数は23カ月連続で前年比100%超過**
- 点単価は2024年度に入り、高い水準で推移

(単位：%)



部門別売上高（上期）

- ・ 高気温の期間が長期化していることにより、季節品関連の動向は活発
- ・ お客様目線で品質と価格のバランスに注意しつつ、独自商品も強化していく

売上高 （単位：百万円、%）						
部門	2024年度上期		2025年度上期			
		全店 前年比		全店 前年比	既存店 前年比	売上構成比
食 品	360,083	105.8	378,084	105.0	103.3	89.2
農 産	53,358	107.8	54,361	101.9	100.3	12.8
水 産	31,117	104.9	32,201	103.5	101.9	7.6
畜 産	44,356	104.6	46,534	104.9	103.2	11.0
惣 菜	47,953	105.8	51,569	107.5	105.4	12.2
加工・日配	183,296	105.6	193,417	105.5	103.9	45.6
非食品	46,115	101.9	45,721	99.1	98.5	10.8
生活関連	34,652	103.3	34,440	99.4	98.5	8.1
衣料品	11,463	97.7	11,280	98.4	98.4	2.7
合計	406,199	105.3	423,805	104.3	102.8	100.0

上期の部門別粗利益率（売上総利益率）

- 全社がベクトルを合わせて取り組み、上期の粗利益率は計画通りに推移
- 品質と価格のバランスに留意しつつ、通期目標の前年差 + 0.2～0.3Pを目指す

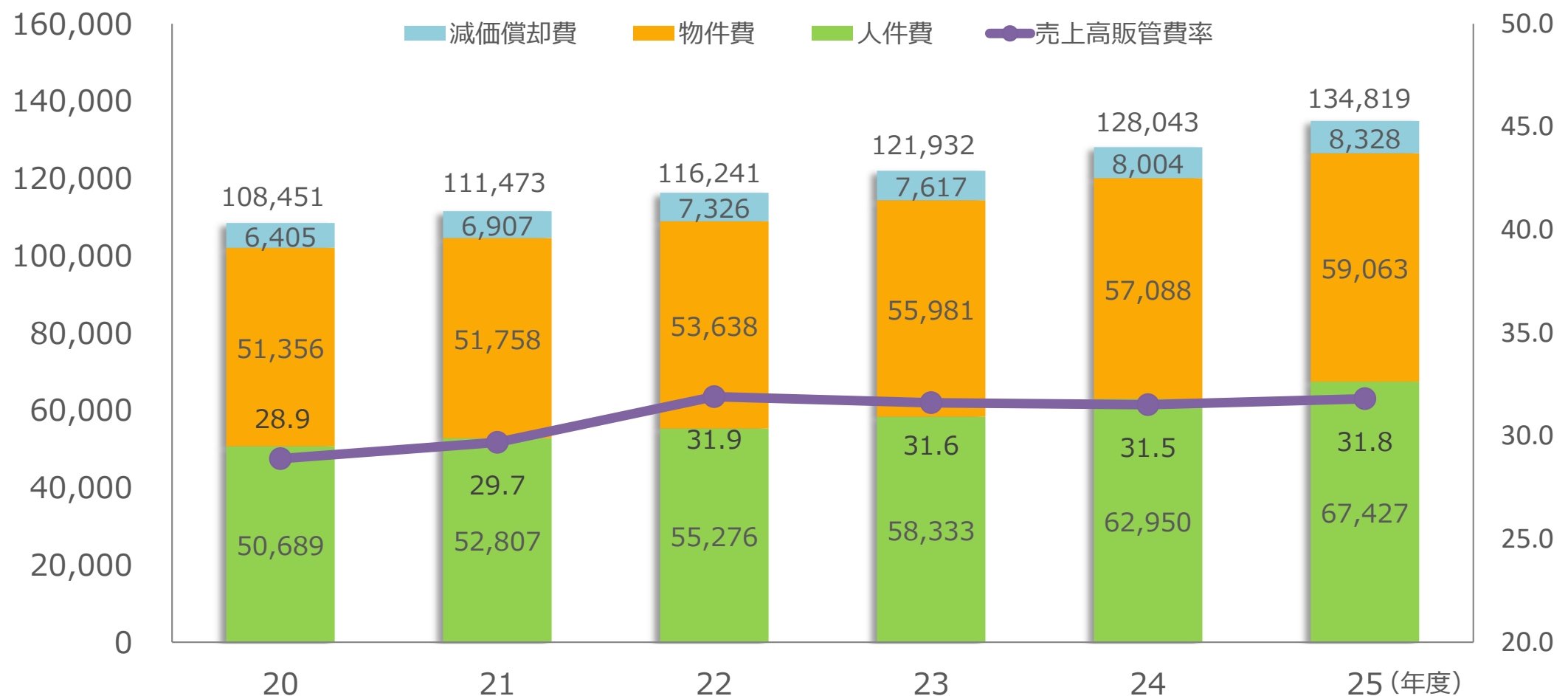
2025年度上期の粗利益率（単位：％、P）

部門	1Q		2Q		上期	
	粗利益率	前年比 増減	粗利益率	前年比 増減	粗利益率	前年比 増減
食 品	31.4	+0.4	31.2	+0.5	31.3	+0.5
農 産	29.8	+0.8	29.3	+0.3	29.6	+0.5
水 産	32.9	+0.6	34.0	+0.3	33.4	+0.5
畜 産	28.5	+0.8	28.8	+0.7	28.6	+0.8
惣 菜	54.6	▲0.4	54.6	+0.4	54.6	±0.0
加工・日配	26.1	+0.3	25.6	+0.4	25.8	+0.4
非 食 品	30.4	+0.7	28.8	▲0.5	29.6	+0.1
生活関連	27.3	+0.8	25.3	▲0.8	26.3	±0.0
衣 料 品	40.1	+0.7	39.1	+0.2	39.6	+0.4
合 計	31.3	+0.5	30.9	+0.4	31.1	+0.4

販売管理費の状況（上期）

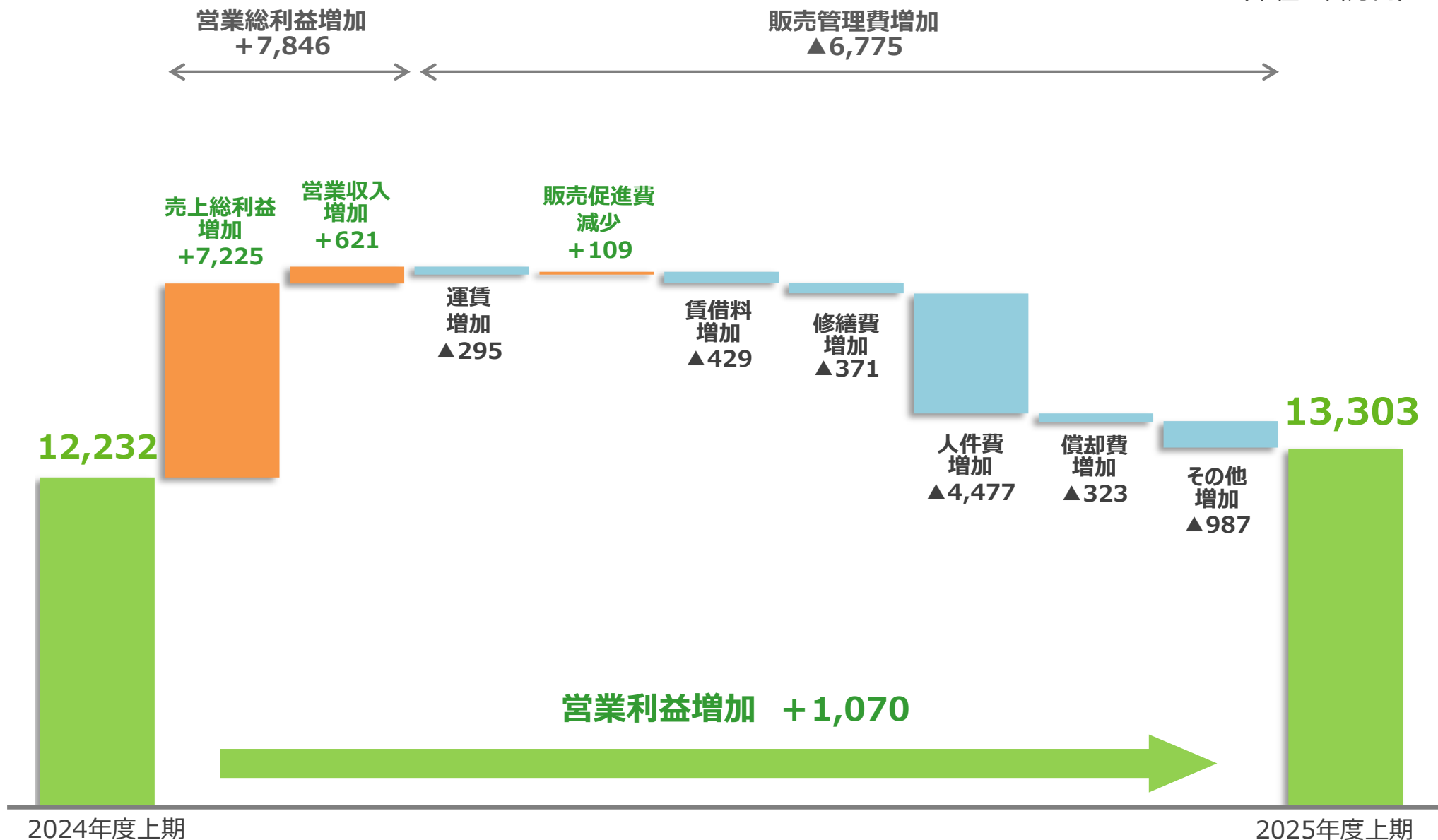
- 積極的な賃上げなどにより人件費は増加するも、**計画通りに推移**
- インフレの影響で調達価格は上昇しているが、抑制に努め**物件費は計画を下回る**

（単位：百万円）



営業利益増減要因（上期）

（単位：百万円）



連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2025年2月末	2025年8月末	増減額
流動資産合計	96,348	128,495	+ 32,146
現金及び預金	8,366	36,158	+ 27,792
たな卸資産	30,355	29,946	▲ 409
売掛金	18,577	24,323	+ 5,746
未収入金	34,427	33,878	▲ 548
その他	4,621	4,187	▲ 433
固定資産合計	209,678	210,886	+ 1,207
有形固定資産	161,351	159,351	▲ 1,999
無形固定資産	5,851	5,228	▲ 623
投資その他の資産	42,476	46,306	+ 3,830
資産合計	306,027	339,381	+33,354
負債合計	167,592	194,700	+ 27,107
有利子負債	71,062	37,422	▲ 33,640
純資産合計	138,435	144,681	+ 6,246
負債・純資産合計	306,027	339,381	+33,354

連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	2024年度上期	2025年度上期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	56,447	70,402	+ 13,955
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 10,347	▲ 5,929	+ 4,418
財務活動による キャッシュ・フロー	▲ 25,733	▲ 36,681	▲ 10,948
現金及び 現金同等物の 期末残高	28,573	36,158	+7,585

2. 上期の取り組み

店への投資（新規出店）

- 上期新規出店は計画通りの4店舗（ライフ：1店舗、ビオラル：3店舗）
- ビオラルは出店誘致も多く、今後も積極的な出店を継続

単独店のノウハウ蓄積



ビオラルさんちか店

- 素材を活かした惣菜を強化

ローコスト出店への挑戦



ビオラル新宿京王百貨店

- 商品供給、売場管理に特化

BIO-RAL
ブランド力
強化

3月に出店し、「**上期黒字化**」を達成
ビオラル単独店の出店を加速

店への投資（既存店改装）

- ・ 計画通りに改装実施（上期：3店舗）
- ・ 下期の改装は6店舗実施予定

上期



4月 寝屋川店



6月 大谷田店



6月 前野町店

下期



9月 松戸二十世紀ヶ丘店



10月 ココネリ練馬駅前店

他4店舗
実施予定

同質化競争からの脱却（独自商品の強化）

- お客様ニーズにお応えし、オーガニックコットンを使用した**BIO-RAL初の衣料品を発売**
- BIO-RALコンセプトに共感するお客様の支持を得て、売上は計画を大きく上回る



The composite image is divided into three main sections. The left section is a poster with a black square logo containing the text 'BIO-RAL' and '100% ORGANIC COTTON'. Below the logo, the text 'オーガニックインナー・ショーツ' and 'オーガニックコットン100%使用' is written in a handwritten style. A paragraph of Japanese text describes the benefits of organic cotton. The middle section shows a retail display of white organic cotton underwear hanging on a rack, with a mannequin torso and a small plant on top. The right section is a close-up of white cotton bolls on a wooden surface.

BIO-RAL
100% ORGANIC COTTON

オーガニックインナー・ショーツ
オーガニックコットン100%使用

オーガニックコットンは農薬や化学肥料、
化学薬品を使用しないため、肌刺激が少なく、
人にも、そして地球にもやさしい素材です。
無染色・無漂白で自然のままの風合いを大切にしました。

※写真はイメージです。

同質化競争からの脱却（独自商品の強化）

■ SNSを通じたお客様との「つながり」

1 「黒舞茸とポルチーニソースのライスプレート」



SNSで多くのお声を頂き、再販決定

2 「ごろごろ大学いもデニッシュ」



お客様参加型企画第1弾

■ 2025年度上期の実績

※商品のカテゴリー変更により2024年度上期の実績を修正し、2025年度上期と同じカテゴリーで比較

	プライベートブランド名	売上高(百万円)	前年比(%)※	売上高構成比(%)	アイテム数(点)
	スマイルライフ	26,005	100.3	6.1	870
	ライフプレミアム	3,593	94.4	0.8	176
	ビオラル	5,412	121.4	1.3	557
	スターセレクト	5,807	94.4	1.4	215
	合計	40,818	101.2	9.6	1,818

持続可能で豊かな社会の実現に貢献

- 153店舗で衣料品回収を実施しリユース&リサイクル
- 収益金は全額を子ども食堂等の支援に充当

店舗での衣料品回収の拡大

社会福祉協議会経由で子ども食堂等に支援



衣料品回収による収益金で
購入した商品を寄贈



衣料品回収量
合計 約61.4t

持続可能で豊かな社会の実現に貢献

「MEL認証」取得

水産資源や生態系などの環境にやさしい方法で行われている漁業や養殖業で獲られた水産物の認証制度「MEL認証」を取得



伊勢黒潮まだい（養殖）

宮城・岩手産 銀さけ（養殖）

ぶり（養殖）

岩手県産生わかめ

まだい（養殖）

MELマーク商品を販売することで、
「持続可能で豊かな社会の実現に貢献」
「生産者を支援したい」

大阪・関西万博 ロハスフェスタEXPO2025

大阪・関西万博で開催されたロハスフェスタにBIO-RALが出店



心身の健康、持続可能な社会や地球環境を大切に考え、心豊かに暮らす生活スタイルに共感

カイゼン活動

- 本社主導のカイゼン活動による物件費抑制の一例

プロセスセンター従業員の 直雇用化推進	施設管理体制の自社化	販売促進費の適正化
定性情報	定性情報	定性情報
- 生産ノウハウの蓄積 安全・安心に関する取り組みの強化 - 生産性・歩留まりの向上	- 施設管理ノウハウの蓄積 店舗の満足度の向上 - コストの最適化	- チラシエリア・部数の見直し - デジタルチラシへの移行 - お客様向けアプリの活用
効果見込	25年度の効果見込	効果
プロセスセンター 人件費＋構内作業費※合計 ▲8億円/年 【2022年度差】	修繕費・ 外部委託手数料等 ▲5.5億円/年 【2024年度差】	販売促進費 (チラシ関連費用等) ▲1億円/上期 【2024年度上期差】

※：センター運営に係る外部委託費用など

生産性向上の取り組み

- 店舗を中心に生産性向上に資する積極的な投資を継続

電子棚札の導入拡大	フルセルフレジ※の導入拡大	AI発注の活用拡大
導入状況	導入状況	導入状況
首都圏：全店導入済 近畿圏：142店舗(上期+39店舗) 25年度中に全店導入完了予定	首都圏：95店舗(上期+19店舗) 近畿圏：88店舗(上期+23店舗)	2020年度 食品部門に導入 2024年度 生鮮3部門※2に導入
全店導入後の効果見込	25年度導入完了後の効果見込	効果見込
全社の労働時間 ▲92万時間/年	全社の労働時間 ▲88万時間/年	全社の労働時間 食品部門 ▲20万時間/年 生鮮3部門 ▲6.9万時間/年

※：商品登録・会計をお客様ご自身で行うことのできるレジ ※2：農産部門、水産部門、畜産部門

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

2030年度に目指す姿

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』
と言っていただける会社になる

定量目標（抜粋）

売上高

1兆円

経常
利益

350億円

純利益

220億円

CO₂
排出量

50%減
(2013年度比)

従業員
満足度

4.0
(5.0満点)

女性
管理職比率

20%

ビオラル事業 2030年度の目標

定量目標

売上高

400億円

135億円

ビオラル
店舗数

50店舗

12店舗

PB商品
アイテム数

1,000アイテム

500アイテム超

商品力
強化

人財育成

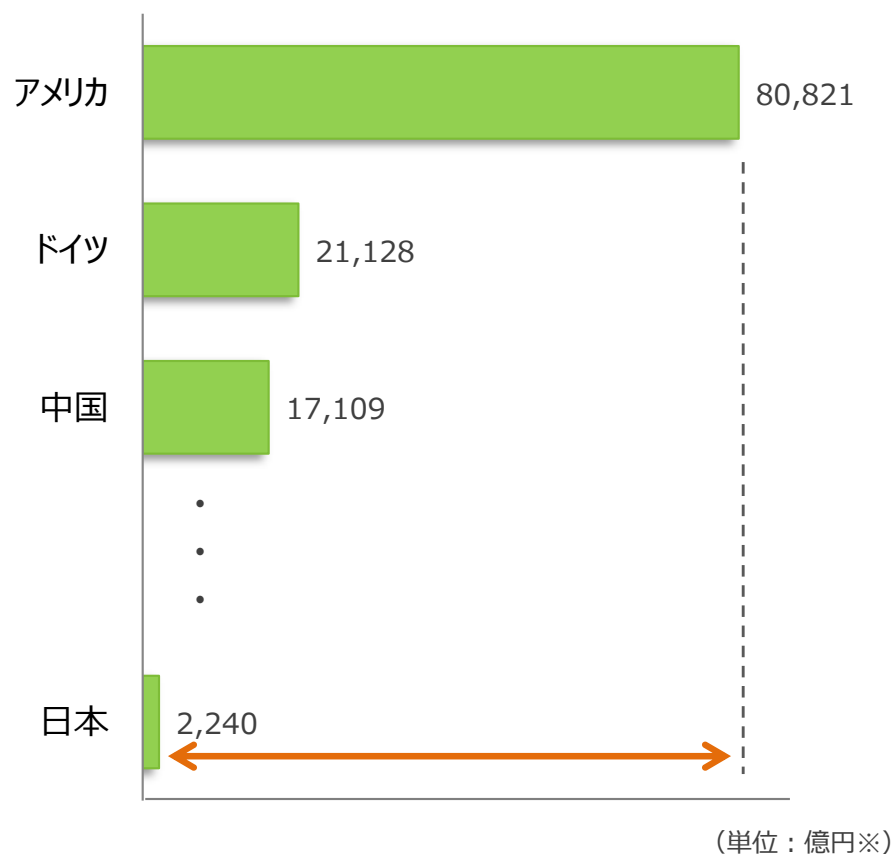
店舗拡大

ブランディング

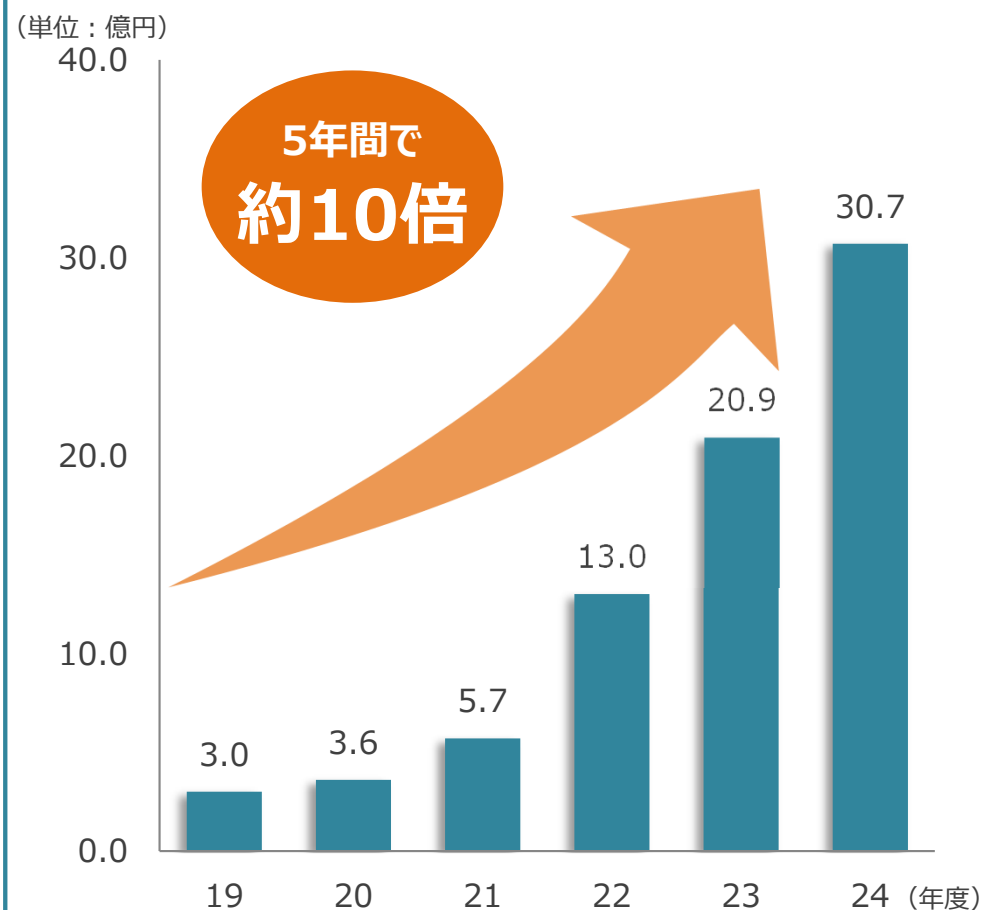
ビオラル事業拡大の背景

国内オーガニック市場のポテンシャル

2022年 有機小売市場規模



ライフ店舗での有機農産物の販売状況



出典：農林水産省「有機農業をめぐる事情」

※：1ユーロを138円に換算し作成

『BIO-RAL』の全国販売開始

- 当社が出店していないエリアでもお客様のニーズは高く、Amazon.co.jpでプライベートブランド『BIO-RAL』の全国販売を開始



人気の17アイテムを先行販売



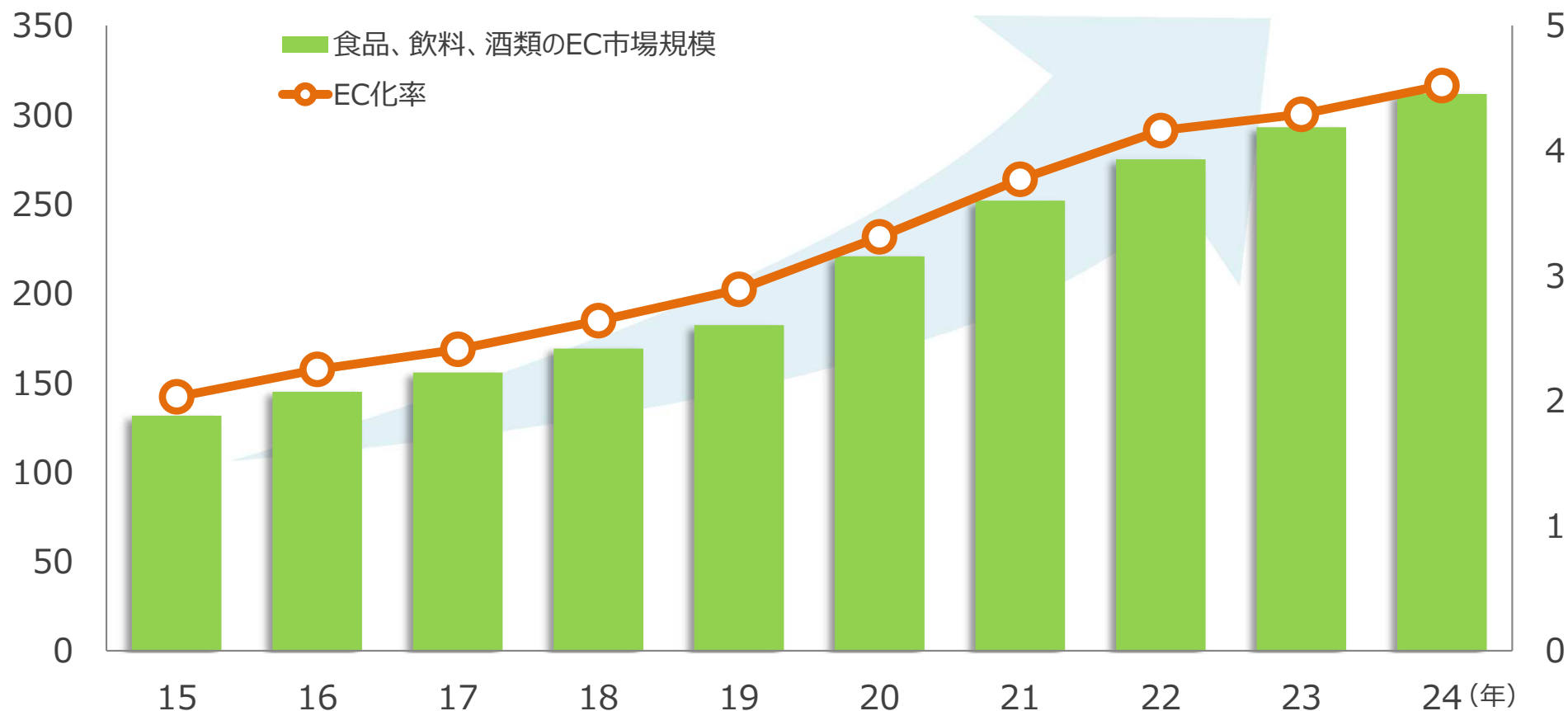
国内ECの市場環境

EC市場の規模は継続して拡大

「食品、飲料、酒類」のEC市場規模

(単位：百億円)

(単位：%)



出典：経済産業省「電子商取引実態調査」

国内ネットスーパーの市場環境

「ネットスーパー」の市場規模予想※

調査により違いはあるが、「ネットスーパー」の市場伸長率が高い

【2024年実績】※

2,710億円

(前年比106.3%)

+15.5%

【2026年予想】※

3,130億円

ライフの方針

2030年度売上高

1,000億円に向けて加速

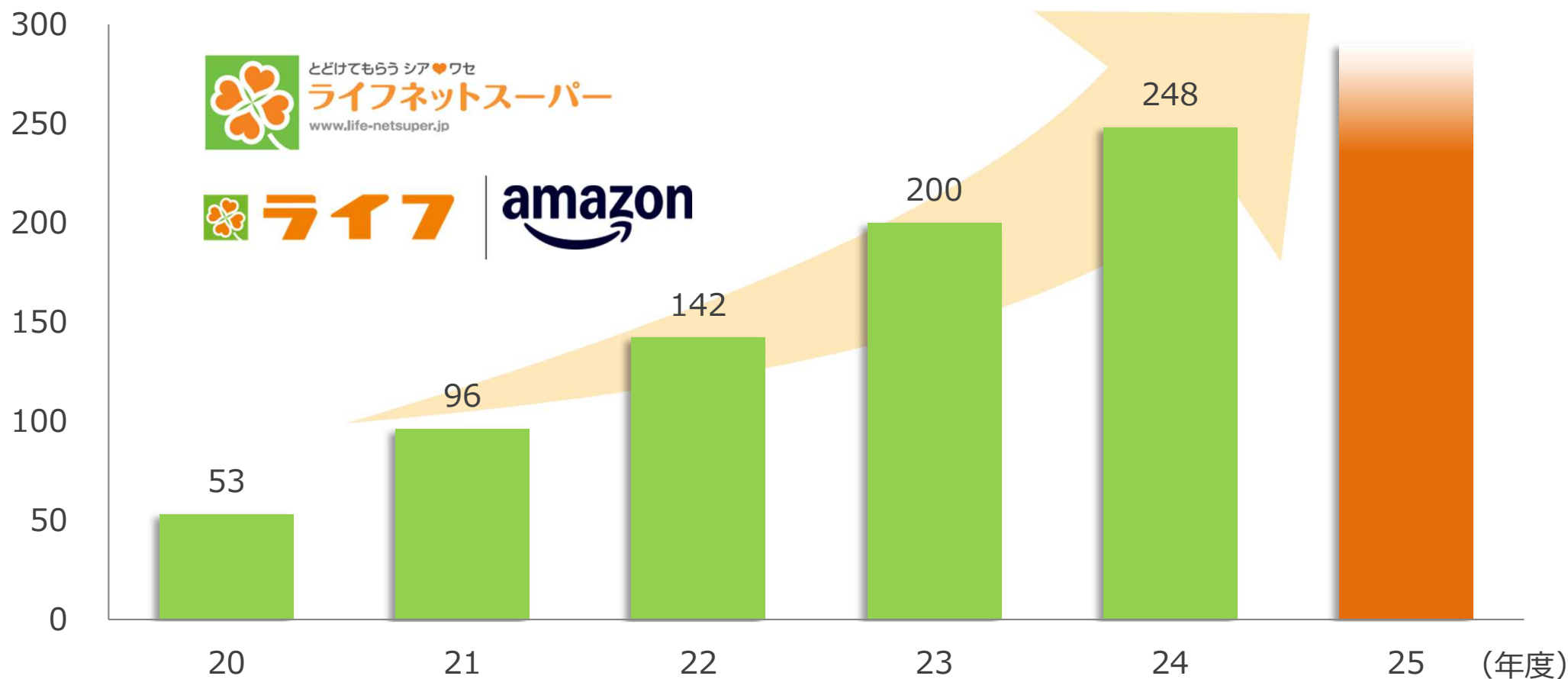
※：株式会社富士経済のHPより

ネットスーパー（自社ネットスーパー、Amazon）

- ・ 稼働会員数と客単価の増加などにより、売上高は2桁伸長
- ・ 店舗型のメリットを生かし、高効率の配送を拡大

ネットスーパー：通期の売上高推移（予想）

（単位：億円）



ネットスーパー事業の更なる飛躍

2011年 自社ネットスーパー開始

2027年 センター出荷型ネットスーパー開始

2019年 Amazon上のネットスーパー開始

センター型
ネットスーパー



店舗型
ネットスーパー



とどけてもらう シア♥ワセ
ライフネットスーパー
www.life-netsuper.jp



ライフ

amazon

2011年

2019年

2027年

センター出荷型ネットスーパー

ライフネットスーパーの大型センターを開設



名称

新横浜センター

稼働開始時期

2027年秋（予定）

所在地

横浜市都筑区

建物計画

契約面積：36,457m²

センター出荷型ネットスーパー

意思決定の背景・課題

- E C・ネットスーパー市場の拡大
- 競争環境の変化
- **店舗型ネットスーパーの課題**
 - ・ 将来的なキャパシティ不足
 - ・ 配送エリアの制限
 - ・ 店舗型ネットスーパーの生産性改善余地の減少
- **本来は大規模な投資が必要となるセンター出荷型ネットスーパーへ、相対的に小さい投資で挑戦できるチャンス**

センター出荷型 ネットスーパーへの挑戦

狙い

- キャパシティの拡大
- 配送エリアの拡大
- 配送枠(時間帯)の拡大
- 生産性の向上
- 品揃えの見直しによる魅力向上

新たなプロジェクトによる成長

第七次中期経営計画の進捗

成果： 現場への権限委譲により、お客様ニーズへの対応力が向上し、評価が向上

課題： 自立的に行動する反面、各部署間の連携が低下し「エネルギーロス」発生

外部環境の変化

人手不足

競争環境激化

インフレの定着

コスト急騰

戦略的束ね

抜本的変革
プロジェクト再編
全社のベクトルを再統一

2030年度
「定性目標」
「定量目標」

達成

新たなプロジェクトによる成長

課題解決に向けた取組みを、3つのプロジェクトに集約

人財・生産性プロジェクト

目的

制度改定やデジタル技術活用を含む「人への投資」を通じ、人財戦略と生産性向上に一体的に取り組む

施策例

- ・人員配置の最適化・多能化
- ・AI・データ活用基盤の整備・拡充
- ・店舗業務システムの高度化・刷新

稼ぐプロジェクト

目的

商品・センターが連携した取り組みで「同質化競争からの脱却」を実現し、持続的な売上高・粗利益高を確保する

施策例

- ・独自性商品の拡充
- ・サプライチェーンにおける製造機能の取り込み
- ・直接調達・直輸入事業の展開

新ライフプロジェクト

目的

既存の枠にとらわれず、新たな収益の柱を作りあげる

施策例

- ・新エリア・新業態・新機能の検討
- ・M&A戦略

カイゼン活動

物件費の適正化、削減

4. 2025年度通期の業績予想、株主還元

2025年度通期 業績予想（連結）

- 通期の業績予想は変更しない

単位：百万円、%	2024年度通期	2025年度通期	増減額	増減率
営業収益	850,496	885,000	+34,503	+4.1
売上高	818,892	852,000	+33,107	+4.0
営業利益	25,270	25,700	+429	+1.7
経常利益	26,205	26,500	+294	+1.1
当期純利益	17,948	18,000	+51	+0.3

通期業績予想の前提（期初ガイダンスから変更なし）

既存店売上
前年比

103.2%

粗利益率
増減見込

前年差+0.2~0.3P

人件費
増加見込額

+80億円程度

投資計画

- 改装投資とシステム投資の一部は実施時期を見直し

(単位：百万円)

	2025年度上期		2025年度通期（計画）			
	実績	前年差	計画	当初計画	増減額	備考
新店投資	2,117	▲4,190	5,600	5,500	+100	2026年度以降の新店関連 等 (2024年度新店は5店舗)
改装投資	506	+75	2,500	3,300	▲800	投資時期の見直し 等
システム投資	1,832	▲141	5,300	6,100	▲800	投資時期の見直し 等
センター投資	1,691	+660	3,600	2,600	+1,000	プロセスセンター機械導入 等
その他 (高額備品・大修繕 等)	1,351	▲58	3,600	3,700	▲100	—
合計	7,497	▲3,654	20,600	21,200	▲600	

自己株式の消却

政策保有株式の売却意向への対応

自己株式の公開買付

【2024年10月8日～11月6日】

買付
株式数

約367万株
(株式分割前)

自己株式を除く
発行済株式総数
に対する割合

約8%

流動性の向上

自己株式の消却

【2025年5月30日】

消却した
株式数

約840万株
(分割前基準：420万株)

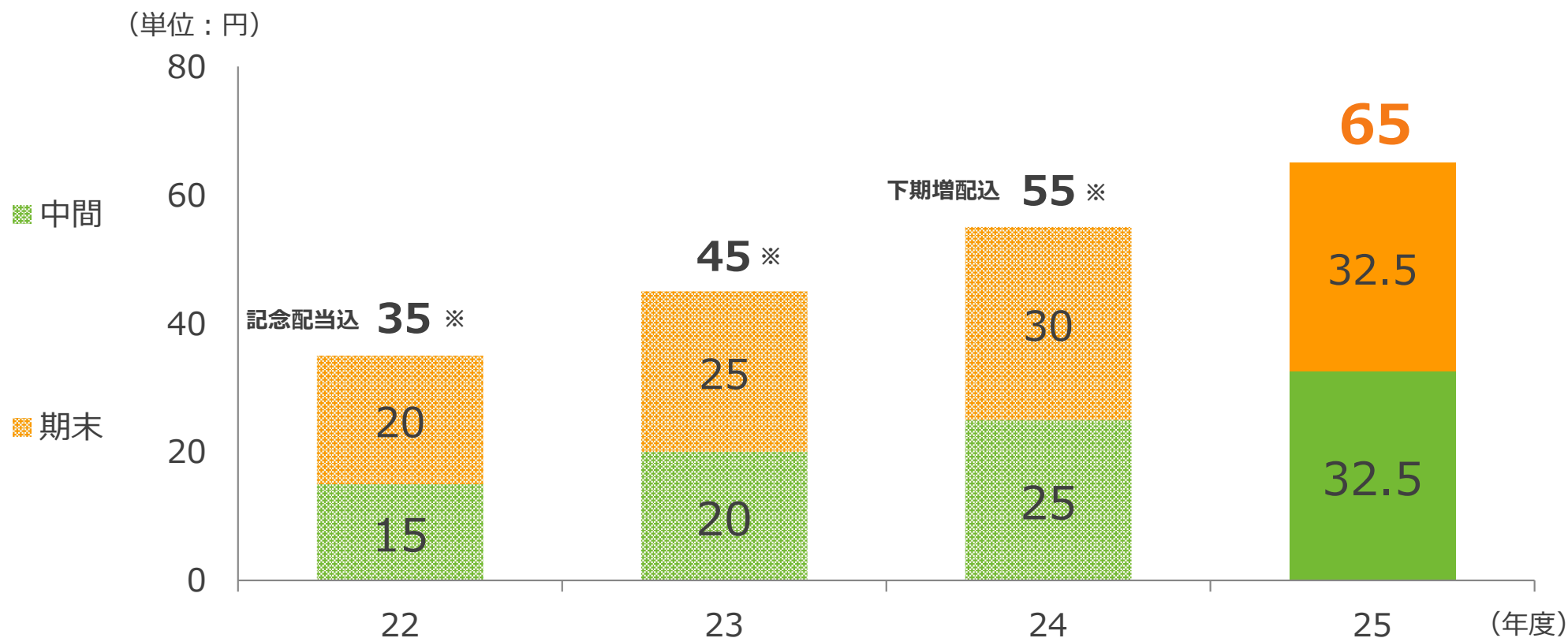
消却前の発行済
株式総数に対す
る割合

約8.5%

【当社の資本効率の向上】
【株主の皆様に対する利益還元】

(参考) 配当金の予想：株式分割後

- 2025年度：通期計65円/株（株式分割未考慮の場合130円/株）を予定
配当性向は31.2%を見込む



配当性向	24.6	24.9	28.2	31.2
DOE (株主資本配当率)	2.8	3.3	3.6	—

※2025年3月1日付で1株につき2株の株式分割を行ったため、株式分割後の割合で参考記載

(単位：%)



【ご注意】

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した見込みです。実際の成果や業績などは、当社の見込みとは異なる可能性があります。