



2025年7月16日

会社説明会資料

株式会社ライフコーポレーション

東証プライム / 証券コード 8194



1. ライフコーポレーションとは？
2. 当社の強み
3. 中期経営計画
4. 2025年度の業績予想
5. 資本政策・株主還元

1. ライフコーポレーションとは？

ライフコーポレーションとは？

会 社 名	株式会社ライフコーポレーション
所 在 地	本店・大阪本社 : 大阪府大阪市 東京本社 : 東京都品川区
設 立	1956年 (ライフコーポレーションの母体となる「清水實業株式会社」の設立)
代 表 者	代表取締役社長執行役員 岩崎 高治
資 本 金	100億4百万円
事 業 内 容	スーパーマーケット事業
従 業 員 数	52,887人 (2025年2月期)
連 結 子 会 社	株式会社ライフフィナンシャルサービス (カード事業)

スーパーマーケットとは？

日本における食品小売の市場規模

約50兆円

(総務省の家計調査から推計)

スーパーマーケットの機能

- 1 チェーンストアオペレーション
- 2 セルフサービス
- 3 ワンストップショッピング

スーパーマーケットは将来にわたって、
必要な存在であり続ける

ライフコーポレーションとは？

1

食品スーパートップクラス

売上高8,000億円超

2

首都圏・近畿圏

316店舗

3

豊富な独自商品

近畿圏

170店舗

首都圏

146店舗



2大商圈で店舗展開

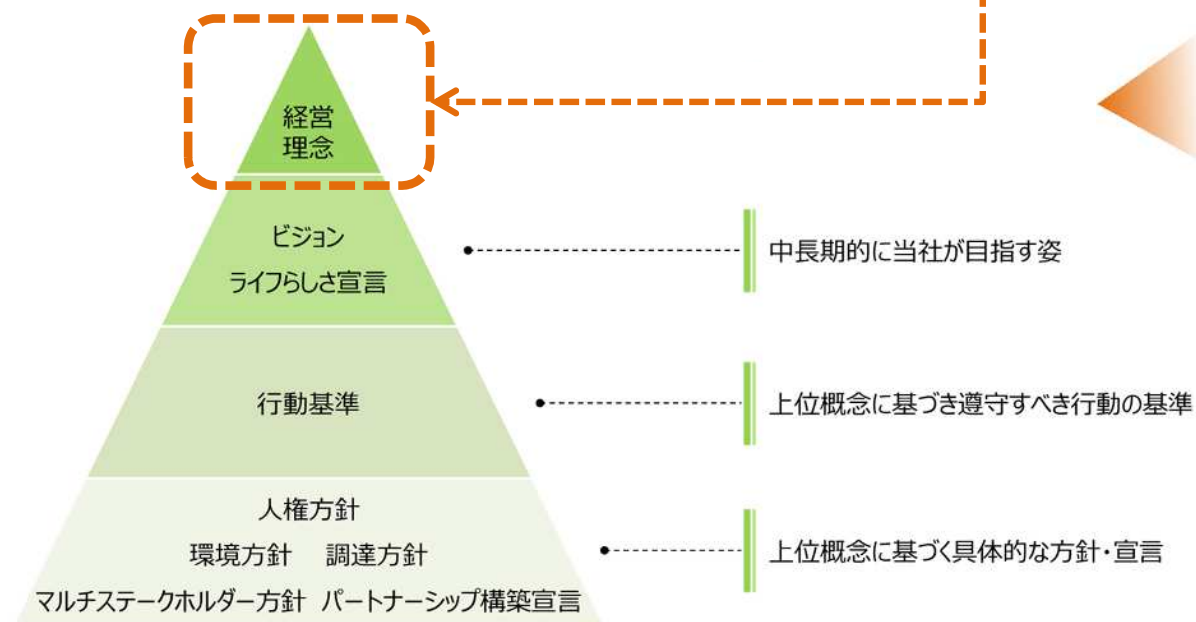


ライフの思い

経営理念

**「志の高い信頼の経営」を通じて
持続可能で豊かな社会の実現に貢献する**

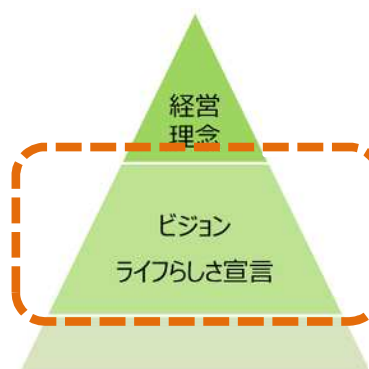
当社の基本となる考え方、
存在意義



ライフの思い

ビジョン

**ライフ全店舗がお客様から
『最も信頼される地域一番店』になる。
『信頼』とは、『信用』されて『頼り』にされること。
『お客様からも社会からも従業員からも
信頼される日本一のスーパーマーケット』を目指す**



中長期的に当社が目指す姿

ライフコーポレーションの歴史



1961年

ライフ1号店の出店

1971年

首都圏初の出店

1993年

怒濤の出店開始

2023年

300店舗達成



豊中店



板橋店

1993年～2000年
出店数

131店舗



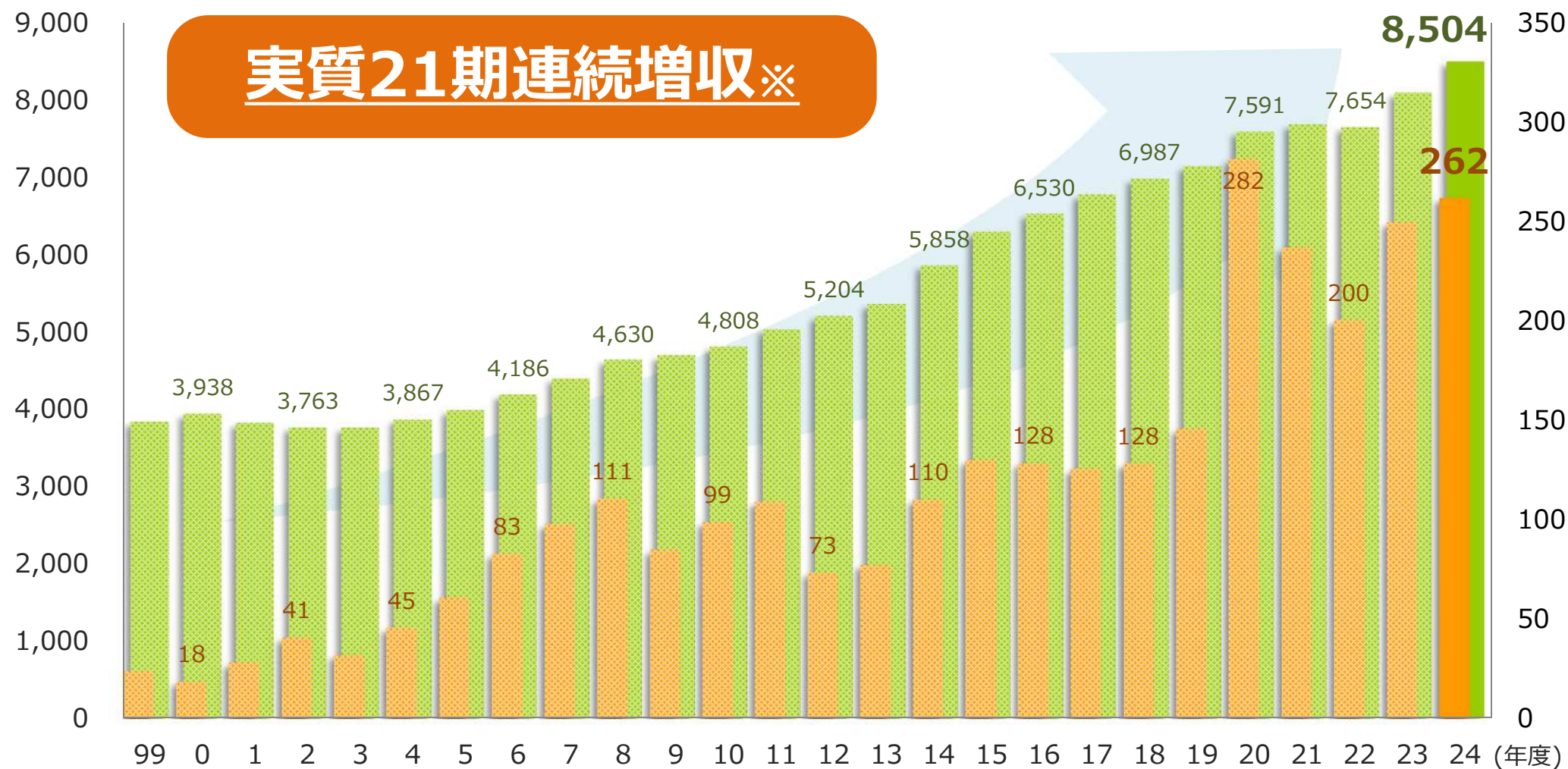
セントラルスクエア
ららぽーと門真店

営業収益・経常利益 推移

(単位：億円)

■ 営業収益 ■ 経常利益

(単位：億円)



※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：7,856億円）

2024年度の業績概要（損益計算書）

	2024年度通期	増減額	増減率
営業収益	8,504億円	+ 407億円	+ 5.0%
売上高	8,188億円	+ 388億円	+ 5.0%
営業利益	252億円	+ 11億円	+ 4.8%
経常利益	262億円	+ 12億円	+ 5.0%
当期純利益	179億円	+ 10億円	+ 6.0%

2024年度の業績概要（貸借対照表）

	2024年度末	増減
流動資産合計	963億円	+134億円
現金及び預金	83億円	▲2億円
たな卸資産	303億円	+21億円
売掛金	185億円	+90億円
未収入金	344億円	+23億円
その他	46億円	+1億円
固定資産合計	2,096億円	+53億円
有形固定資産	1,613億円	+50億円
無形固定資産	58億円	+3億円
投資その他の資産	424億円	▲0.2億円
資産合計	3,060億円	+188億円
負債合計	1,675億円	+173億円
有利子負債	710億円	+179億円
純資産合計	1,384億円	+15億円
負債・純資産合計	3,060億円	+188億円

部門別売上高

生活関連用品

693億円



一般食品

3,669億円



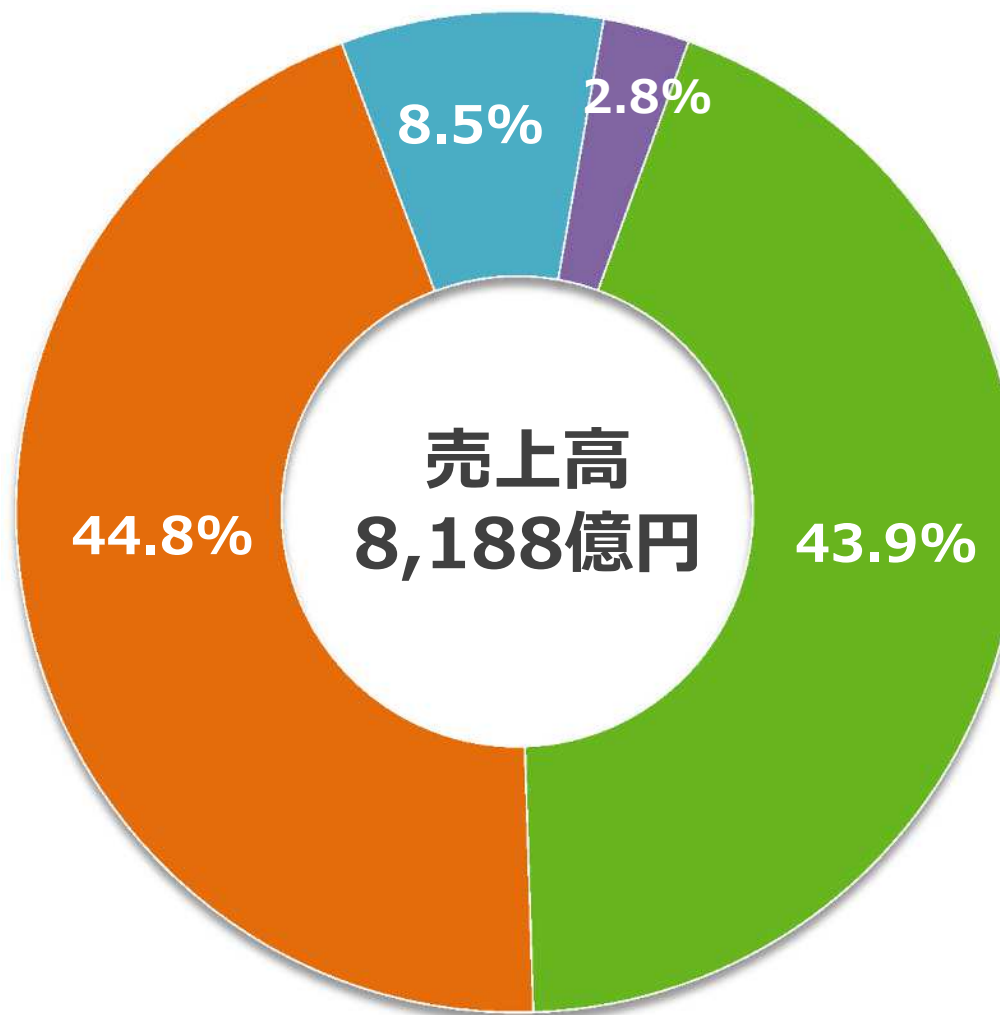
衣料品

228億円



生鮮食品・惣菜

3,597億円



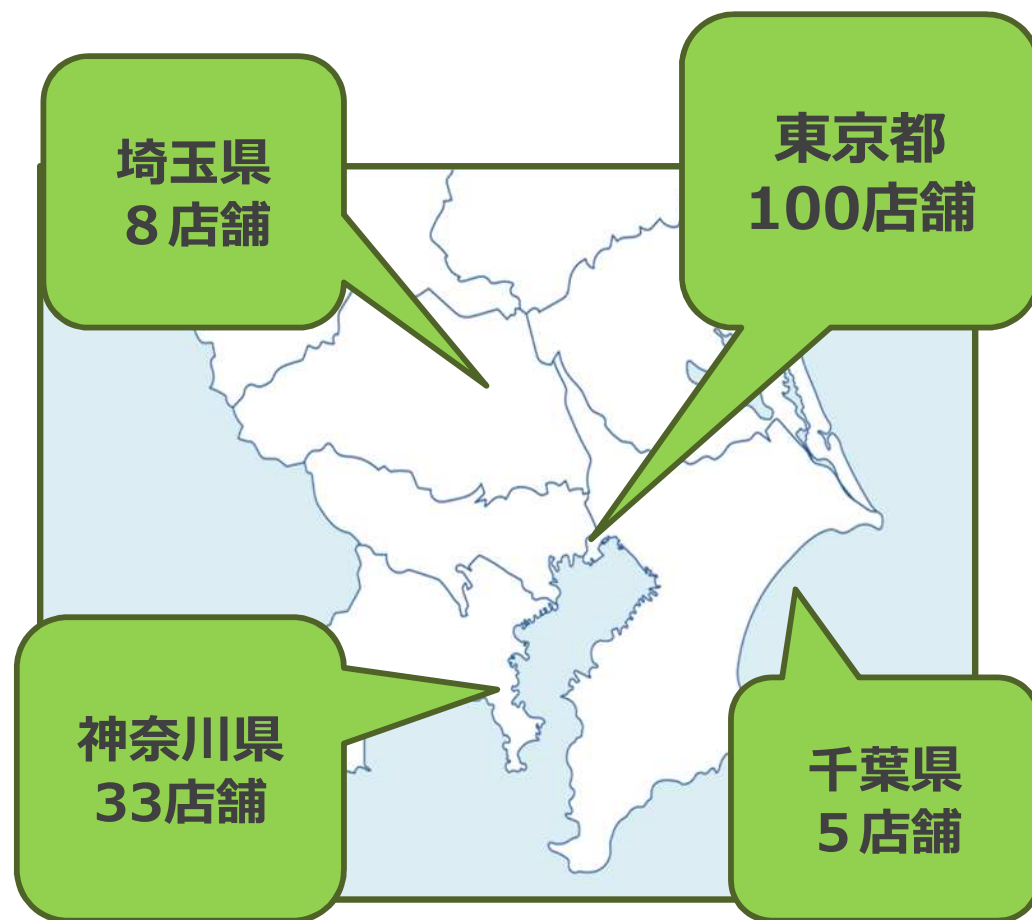
2. 当社の強み

① 首都圏と近畿圏への集中出店

人口密集地における
ドミナント戦略

316店舗

(2025年6月末現在)



① 首都圏と近畿圏への集中出店（マルチフォーマット）

お客様のニーズに合わせたマルチフォーマット戦略

ライフ



■ ライフの最も標準的な業態

セントラルスクエア



■ 「日々の買い物を便利から楽しいへ」がコンセプトのライフスタイルストア

ビオラル



■ 「オーガニック、ローカル、ヘルシー、サステナブル」がコンセプトのナチュラルスーパーマーケット

ミニエル



■ 都心特化型の小型スーパーマーケット

② 店舗を支えるインフラ機能

● = 物流センター

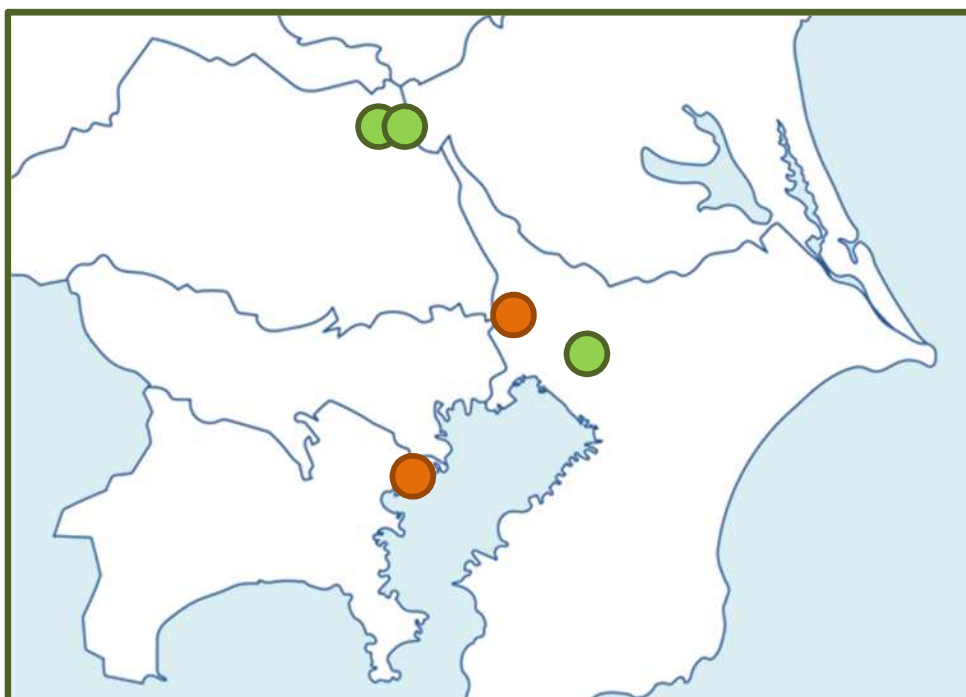
● = プロセスセンター

物流センター

集荷・配送を一元的にコントロールし、高い配送効率を提供

プロセスセンター

生鮮食品と惣菜の商品を加工・生産。店舗の①品揃え充実②生産性向上に貢献



②店舗を支えるインフラ機能（センターによる生産支援）

品揃え充実/生産性向上

生鮮食品の加工



弁当・惣菜の生産



センター独自の強みを生かした商品

専用機器の活用/独自性の高い商品



サテライトキッチンの活用

「できたて」商品の提供



③ 独自商品と豊富な品揃え（4つのプライベートブランド）

お手頃価格

スマイルライフ

健康・自然志向

ビオラル



<売上高（合計）>

800億円

（前年同期比106.4%）

お手頃価格

スターセレクト

素材・製法にこだわり

ライフプレミアム



<売上高構成比>

9.7%

③ 独自商品と豊富な品揃え（独自の生鮮食品・惣菜）

伊勢黒潮まだい



ポイント

- ① ライフオリジナル商品
- ② 「生魚」として国内初の機能性表示食品

LIFEオリジナル



伊勢
黒潮まだい
ISEKUROSHIOMADAI



中性脂肪を
低下させる



から揚げ



ポイント

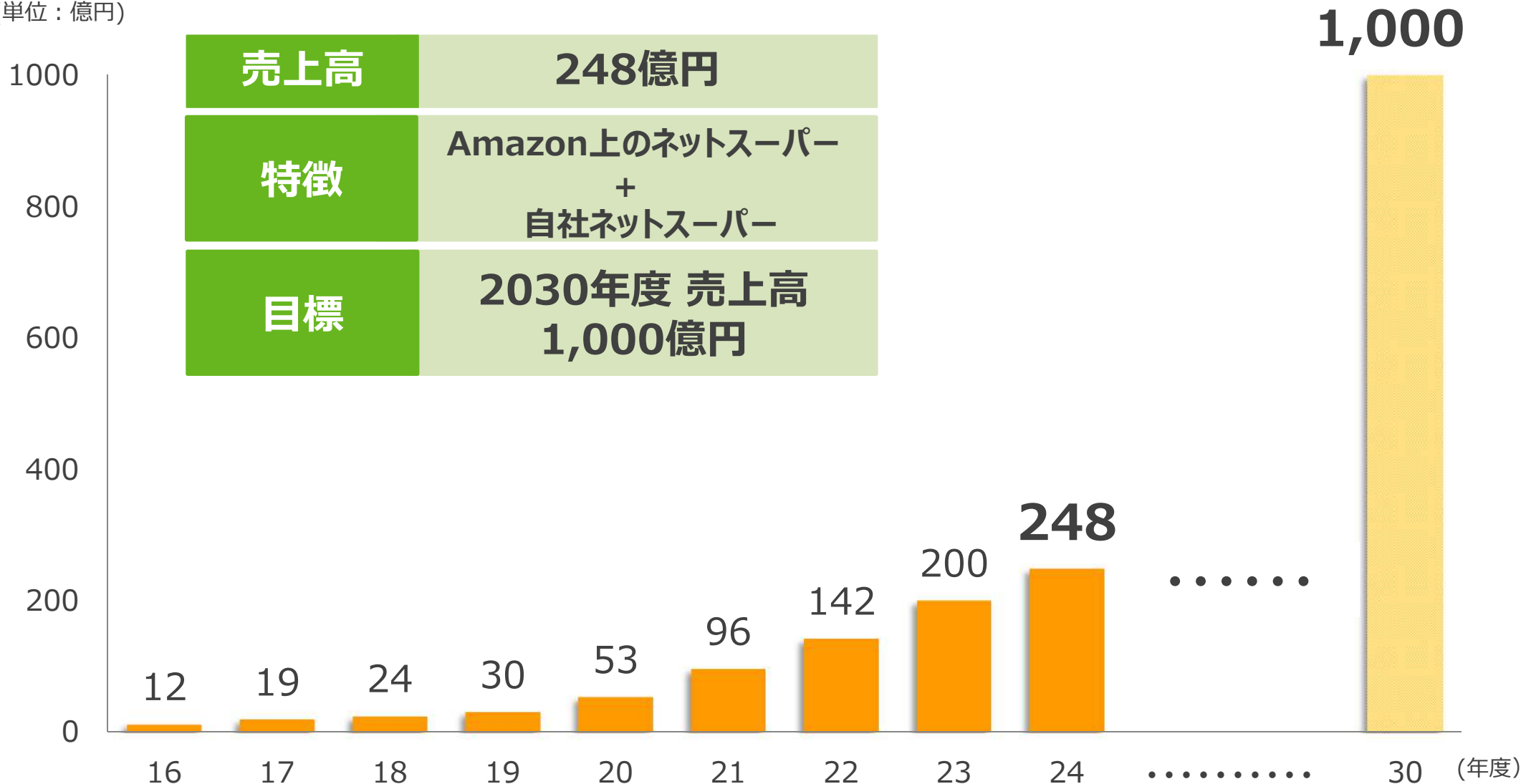
- ① 地域のニーズに合わせた、こだわりの味付け
- ② おいしさが評価され、唐揚げグランプリW受賞

東日本部門
「純和赤鶏むね塩唐揚げ」

中日本部門
「ゆず香る九州産どりの
むね塩唐揚げ」

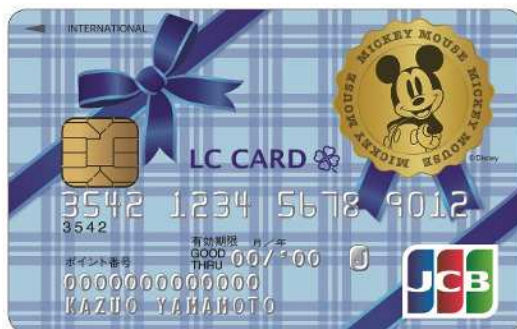
④利便性を提供するサービス（ネットスーパー事業）

(単位：億円)



④ 利便性を提供するサービス（カード事業）

クレジットカード



LC JCBカード
(ディズニー・デザイン)



LC JCBカード
(通常デザイン)

電子マネー



LaCuCa

会員数**59万人**※

会員数**544万人**※

1

お客様への
利便性の提供

2

ポイントカード情報を
活用したマーケティング

3

キャッシュレス
決済手数料の抑制

※ 2025年2月末の会員数

⑤ お客様のニーズを店づくりに活かすノウハウ

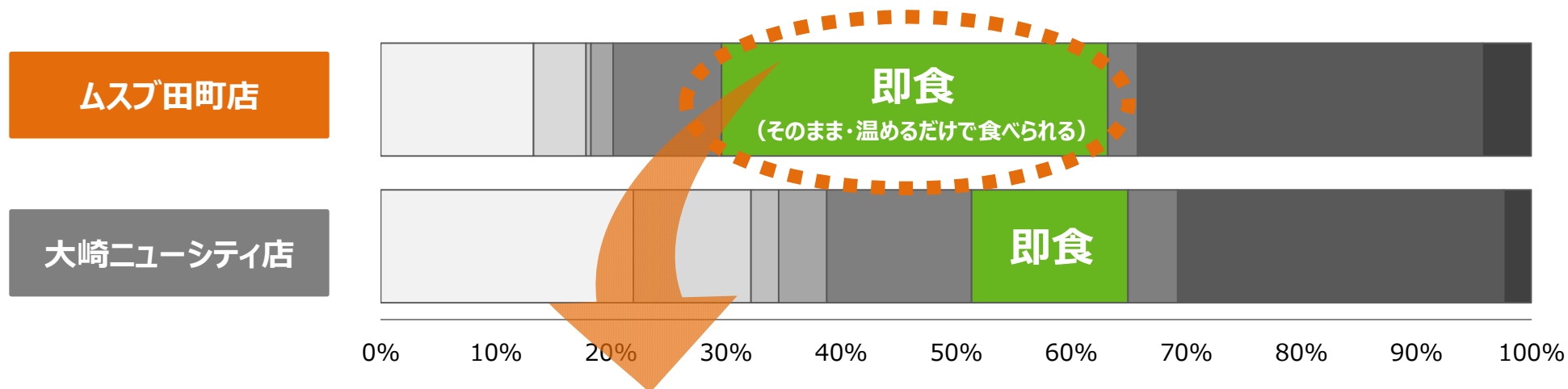
お客様の特性を**9つのクラスターに分類し**、店舗ごと戦略案を策定

	お客様の特性（クラスター）								
	1	2	3	4	5	即食	7	8	9
A店		●	●						●
B店				●	●				
C店						●	●		

地域のお客様ニーズに即した
売場配置・品揃え・価格設定を実現

⑤お客様のニーズを店づくりに活かすノウハウ

(例) 同じ駅前立地でも、地域ごとに異なるニーズ



1 入口付近に即食品を設置



2 豊富な惣菜の品揃え



3 サテライトキッチンで生産支援



3. 中期経営計画

中期経営計画策定の意義

中期経営計画策定開始

+

風土改革

権限委譲

ボトムアップ

自分事化

年度	1998～ 2001	2002～ 2004	2005～ 2007	2008～ 2011	2012～ 2014	2015～ 2017	2018～ 2022	2023～ 2026
中期経営 計画	未策定	第一次	第二次	第三次	第四次	第五次	第六次	第七次
売上高 平均/年	3,702 億円	3,701 億円	4,082 億円	4,657 億円	5,312 億円	6,351 億円	7,182 億円	7,994 億円※
経常利益 平均/年	23億円	39億円	80億円	100億円	86億円	127億円	198億円	255億円※

2倍

10倍

※2023～2024年度の平均値

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%

第七次中期経営計画



主要テーマ

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

4

カイゼン活動

主要テーマ1「人への投資」

人財戦略



従業員の
成長

ダイバーシティ



生産性の高い
働き方

健康経営



ES向上

ライフで
働きたい
働き続けたい



主要テーマ1「人への投資」

積極的な処遇改善

2024・2025年度
過去最大規模の賃上げ

正社員

5%

パートナー
社員

6%

成長が実感できる教育

次代の管理職候補の育成

応募制研修の拡大

経営幹部の教育

修了者 300名超

主要テーマ2「同質化競争からの脱却」



『特売やポイント特販だけ』の集客

主要テーマ2「同質化競争からの脱却」

Natural Supermarket

V V V V V O O O O O

BIO-RAL

~~~~~ || || || || || || || ||

LIFE

Organic

Local

Healthy

Sustainable



PB商品



惣菜・弁当



有機野菜



New 衣料品



ビオラル店舗



既存店  
コーナー展開

## 主要テーマ2「同質化競争からの脱却」

### ビオラル事業 2030年度の目標

売上高

**400億円**

100億円超

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

# 主要テーマ 3「持続可能で豊かな社会の実現に貢献」

2018年度

- 調達方針を策定  
(人権・コンプライアンス含む)

2021年度

- 経営理念を改定  
(サステナビリティの考え方を統合)
- 行動基準、環境方針  
調達方針を改定  
(経営理念に合わせて改定)

2022年度

- マテリアリティの特定
- TCFD賛同・  
情報開示開始
- サステナビリティ  
推進委員会を設置

2023～2024年度

- 人権方針を制定
- 第三者検証を開始  
(CO2排出量開示の信頼性確保)
- 人権デュー・ディリジェンス  
体制の構築・運用開始

## 子供食堂への寄付



## 出前授業/食育イベント

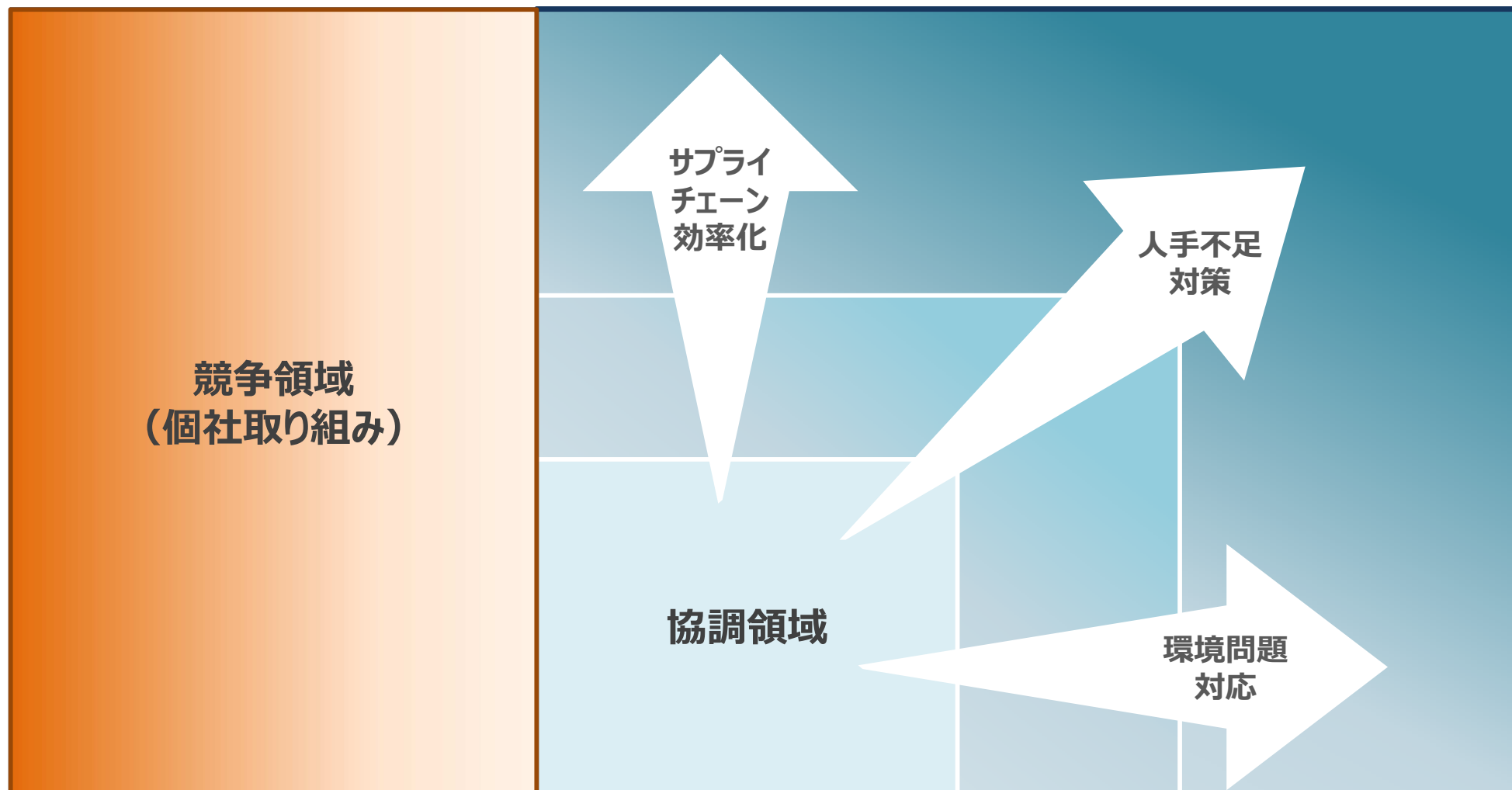


# 主要テーマ 3「持続可能で豊かな社会の実現に貢献」

競争領域



協調領域



# 主要テーマ 3「持続可能で豊かな社会の実現に貢献」

## SM物流研究会

物流危機を回避するため、SM業界が協調



### テーマ別 分科会

パレット納品

共同配送

生鮮物流

チルド物流

+

荷待ち・荷役作業時間等の削減

## バイオガス発電設備

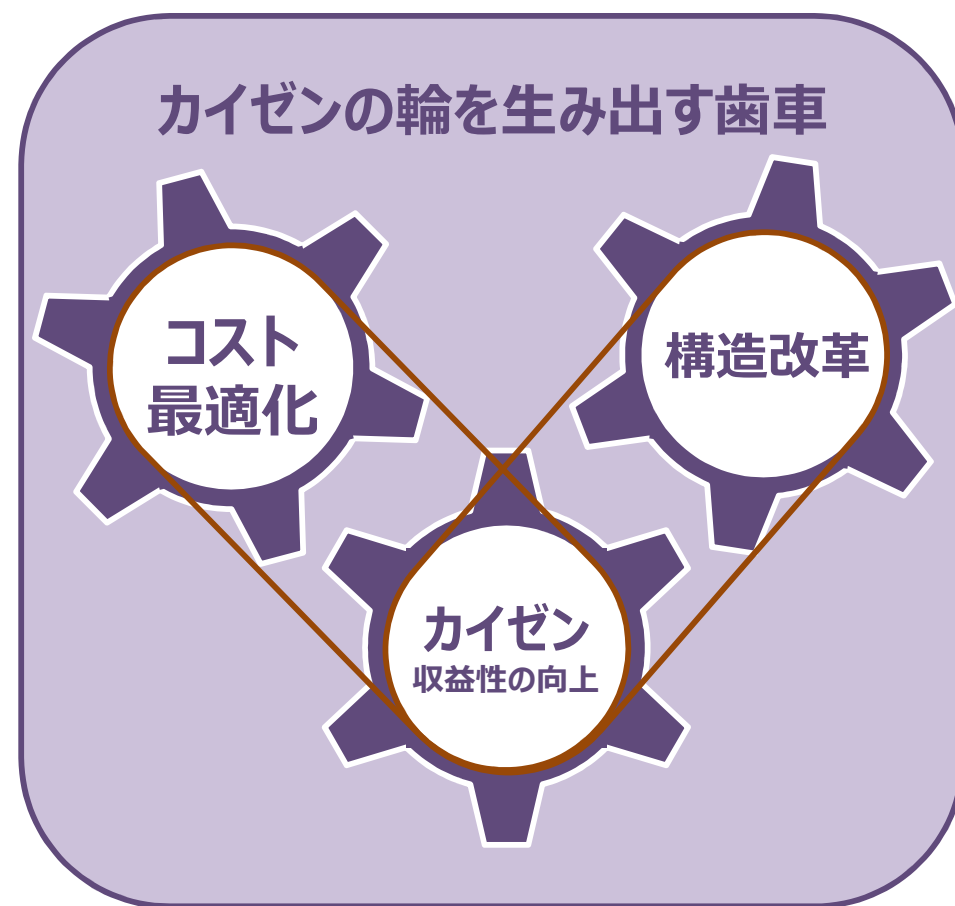
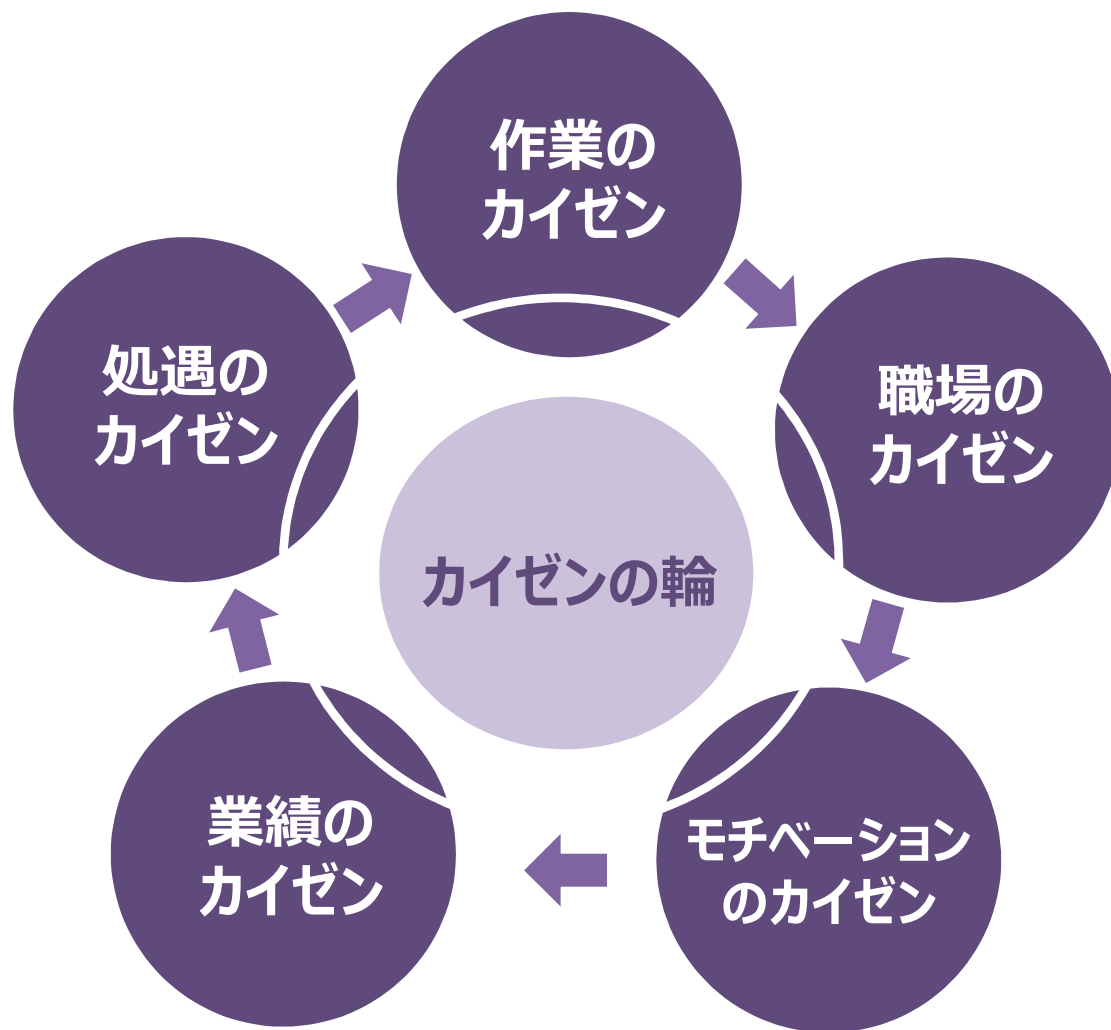
成功事例の積極的な発信・共有



1 食品廃棄物削減

2 発電(創エネ)

## 主要テーマ4「カイゼン活動」



# 主要テーマ4「カイゼン活動」

## 取り組みの水平展開

### 『スマイルワークショップ』

近畿圏



首都圏



#### テーマ

- 生産性向上
- コスト最適化

#### 目的

店舗における好事例  
の水平展開

#### 具体例

陳列作業の  
効率化

従業員の  
多能化

電子棚札導入効果  
の有効活用

廃棄ロスの削減

## 4. 2025年度の業績予想

# 2025年度通期 業績予想（連結）

| 単位：百万円、% | 2025年度通期       | 増減額     | 増減率    |
|----------|----------------|---------|--------|
| 営業収益     | <b>8,850億円</b> | + 345億円 | + 4.1% |
| 売上高      | <b>8,520億円</b> | +331億円  | +4.0%  |
| 営業利益     | <b>257億円</b>   | +4億円    | +1.7%  |
| 経常利益     | <b>265億円</b>   | +2億円    | +1.1%  |
| 当期純利益    | <b>180億円</b>   | +0.5億円  | +0.3%  |

# 投資計画

| 単位：百万円              | 2024年度通期     | 2025年度通期     | 主な内容                 |
|---------------------|--------------|--------------|----------------------|
| 新店投資                | 95億円         | <b>55億円</b>  | 新店5店舗                |
| 改装投資                | 11億円         | <b>33億円</b>  | 改装9店舗                |
| システム投資              | 43億円         | <b>61億円</b>  | 電子棚札導入拡大<br>レジ関連設備 等 |
| センター投資              | 23億円         | <b>26億円</b>  | 生産設備 等               |
| その他<br>(高額備品・大修繕 等) | 77億円         | <b>37億円</b>  | 既存店設備 等              |
| <b>合計</b>           | <b>250億円</b> | <b>212億円</b> |                      |

## 5. 資本政策・株主還元

# 株主還元方針

2023年4月10日発表

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%

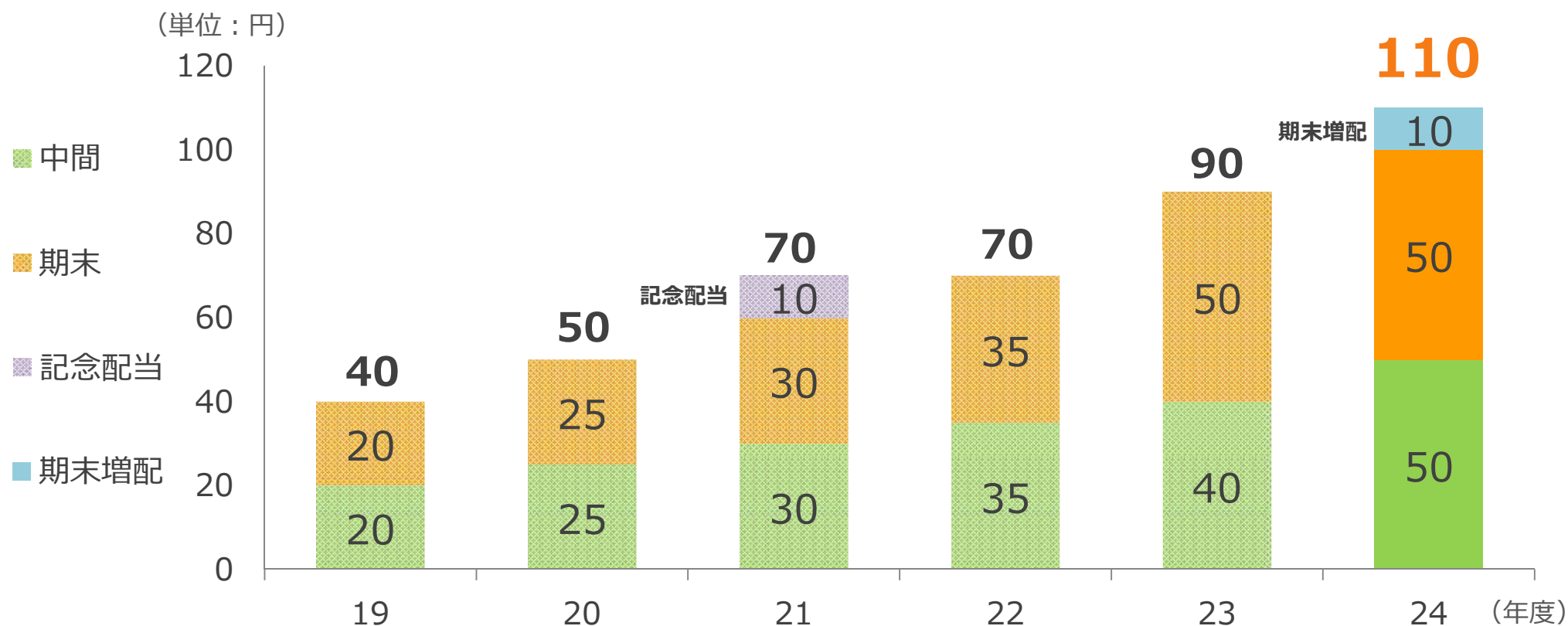
を目安に配当をおこなうことを基本としつつ、

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。

# 配当金の推移（2024年度までの実績）

- 2024年度：期末配当を＋10円/株と増配し、年間配当は**過去最高の計110円/株**  
自己株式の取得および公開買付の結果と合わせ、**総還元性向は約93%**

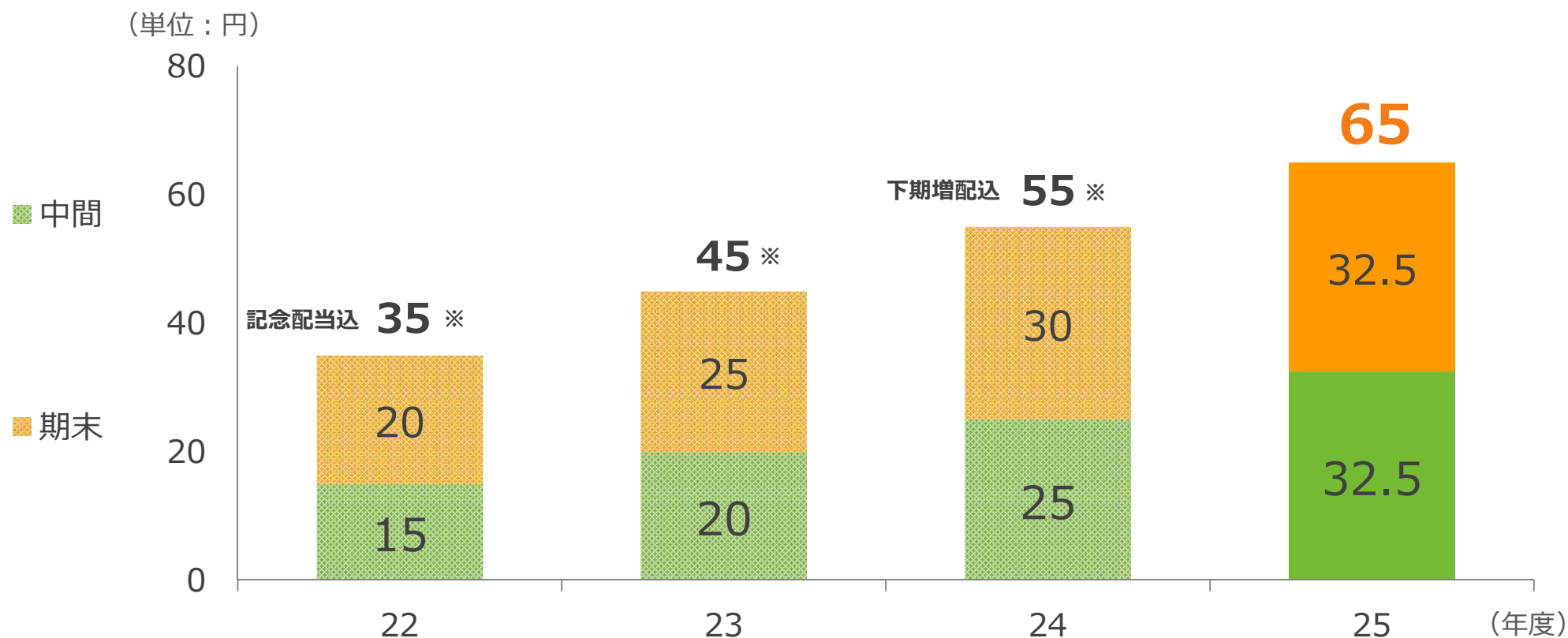


|              |      |      |      |      |      |      |
|--------------|------|------|------|------|------|------|
| 配当性向         | 23.9 | 13.1 | 21.6 | 24.6 | 24.9 | 28.2 |
| DOE（株主資本配当率） | 2.4  | 2.6  | 3.2  | 2.8  | 3.3  | 3.6  |

(単位：%)

## (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：%)

# 2024年度に行った資本政策①

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】**

## 2024年度に行った資本政策②

### 株式分割

#### 目的

- ・ 投資単位当たりの金額を引き下げ
- ・ 投資しやすい環境の整備

#### 内容

- ・ 普通株式1株につき、2株の割合をもって分割

【株式の流動性向上】  
【投資家層の拡大】

## 2024年度に行った資本政策③

### 株主優待の新設

(詳細はライフコーポレーションのホームページをご覧ください)

【 2025年2月28日以降の年度末日を基準日として新設】

#### Aコース

ライフ商品券



#### Bコース

PB商品詰め合わせセット



#### Cコース

社会貢献活動団体へ寄付



お買い物を通じ事業に対するご理解を一層深め、  
当社の更なるファンとなっていたきたい

## 市場環境の変化

貯蓄から投資へ（新NISAスタート）

資本コストや株価を意識した経営

## 経営理念に基づく考え

株主様・投資家の皆様、お客様、お取引先様、従業員などステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを一層強化し持続可能で豊かな社会の実現に貢献

### 取り組んできたこと・考え方

上場以来減配せず、  
安定した配当を実現

成長に向けて  
しっかり投資を行いつつ  
株主への還元に注力

地域密着の  
スーパーマーケットとして、  
更に多くの皆様が株主となり  
ライフのファンになって  
いただきたい

### 狙い

一層の  
株主還元  
  
資本効率向上

投資家層の  
拡大

### 取り組み

2025年5月発表

大規模な自社株の消却

2025年4月発表

過去最高の配当・  
安定的な配当

ROICでのモニタリング  
資本コストの見直し

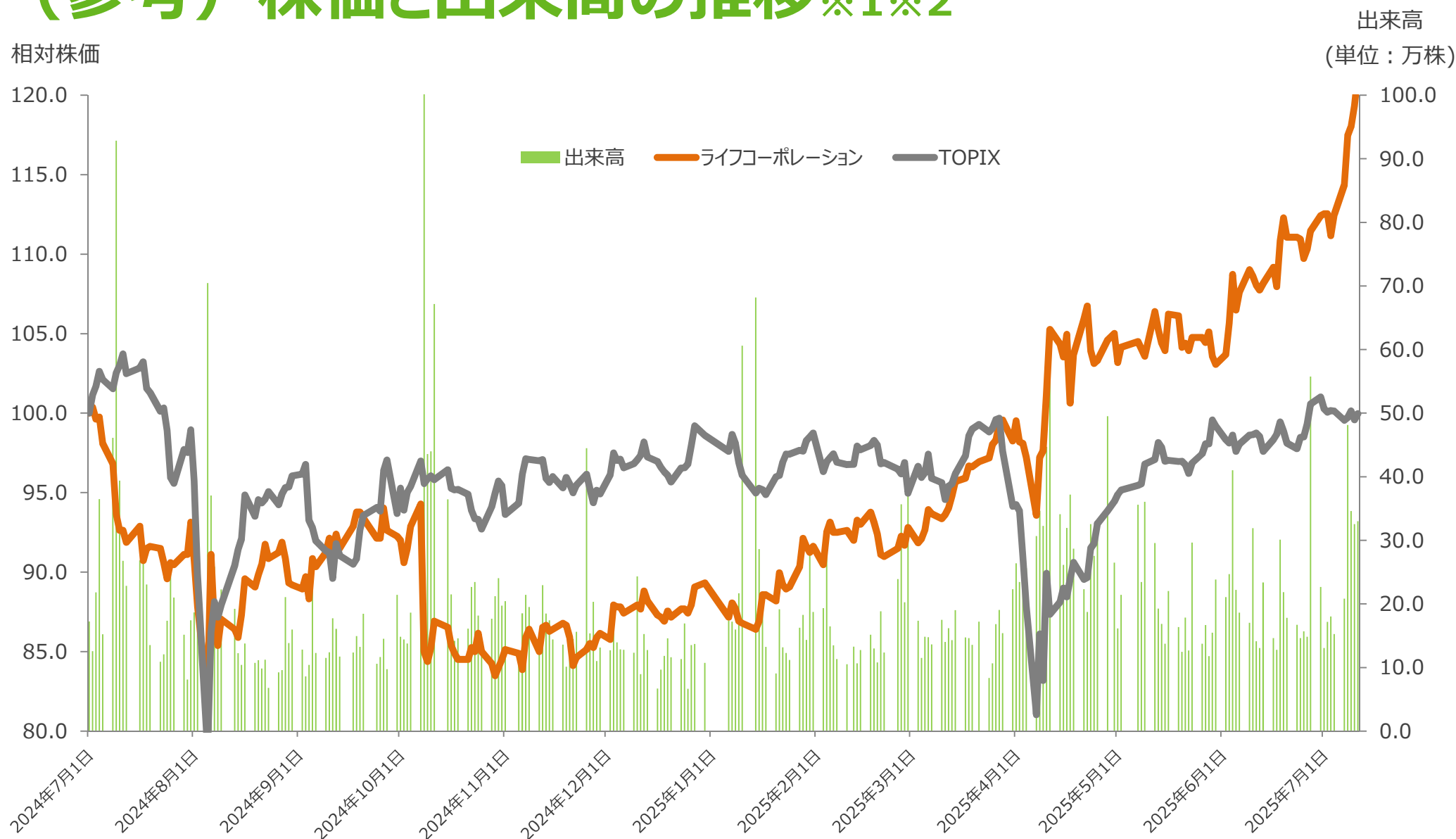
2025年1月発表

New  
株式分割

2025年1月発表

New  
株主優待  
の新設

# (参考) 株価と出来高の推移※1※2



※1：2025年3月1日付で1株につき2株の株式分割を実施。分割前の株価と出来高は株式分割後の割合で参考記載

※2：株価の推移は2024年7月1日を100として記載

## (参考) 経営指標：年度末の実績

| 年度      | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|
| ROE(%)  | 10.2 | 10.0 | 19.9 | 14.6 | 11.5 | 13.1 | 13.0 |
| ROA(%)  | 5.4  | 5.7  | 10.6 | 8.8  | 7.3  | 8.8  | 8.8  |
| ROIC(%) | 5.6  | 6.3  | 11.5 | 8.9  | 7.4  | 9.3  | 8.7  |
| PER(倍)  | 15.7 | 14.1 | 8.3  | 9.4  | 9.7  | 10.7 | 9.4  |
| PBR(倍)  | 1.5  | 1.4  | 1.5  | 1.3  | 1.1  | 1.3  | 1.1  |

# (参考) 株主・投資家情報

■ 当社ホームページで様々なIR情報を掲載しています。

# ライフ IR

# 検索



**IR情報**  
ライフの経営・業績動向に関する情報

2025/7/7 業績推移・月次情報（2025年6月度分）を更新しました。

2025/6/16 2025年2月期第1四半期決算発表は7月8日（火）11時30分を予定しております。

2025/1/10 株主優待制度を刷新しました。

IRニュース
 IRライブラリ
 IR Library (English)
 統合報告書

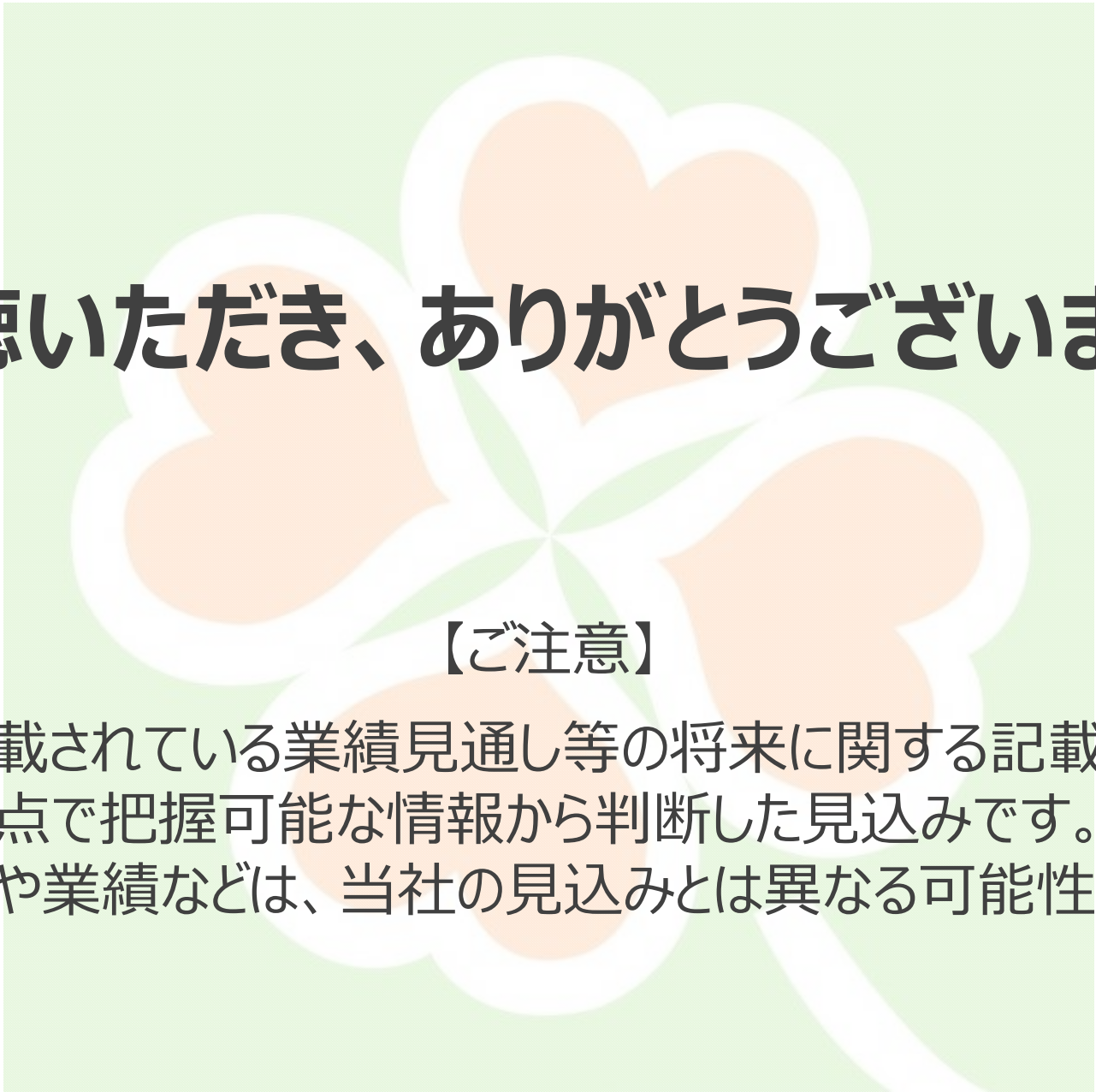
業績推移
 株主優待
 株主優待

IR情報TOP / IRニュース / IRライブラリ / IR Library (English) / 統合報告書 / 業績推移 / 株主優待

**ライフ**

統合報告書  
**2024**  
[ 2024年2月期 ]

**For a sustainable & happy Life**



ご清聴いただき、ありがとうございました。

【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。