

Natural Supermarket

BIO-RAL

株式会社ライフコーポレーション

2020年度通期 (2021年2月期)

決算説明会

2021年4月16日



1. 2021年2月期 業績概要

2021年2月期業績概要（連結）

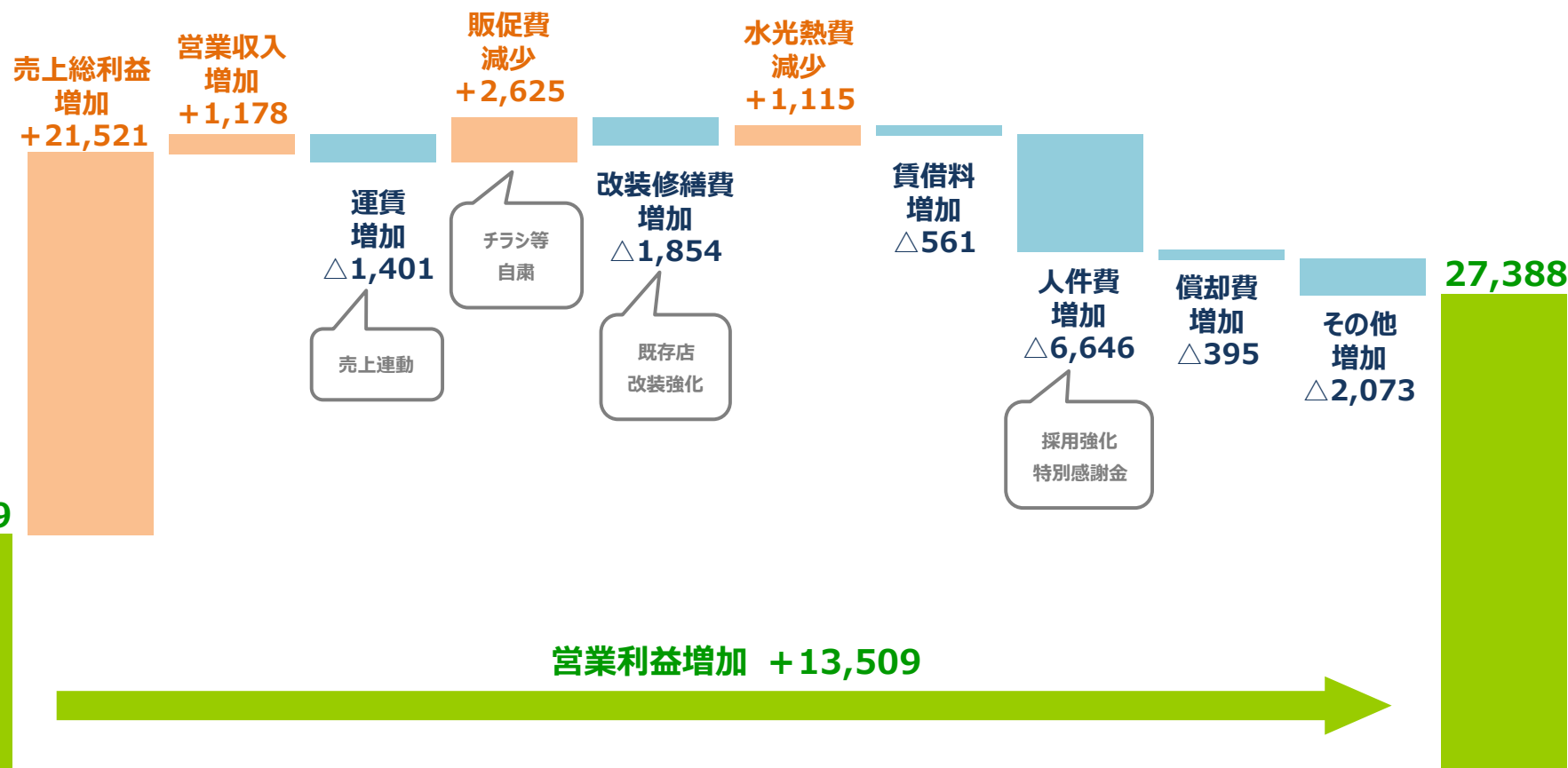
■ 内食需要の取り込みにより売上高大幅増、それに伴い営業利益増加

単位：百万円	2020年2月期	2021年2月期	増減率
営業収益	714,684	759,146	+6.2%
営業利益	13,879	27,388	+97.3%
経常利益	14,558	28,156	+93.4%
当期純利益	7,834	17,824	+127.5%

営業利益増減要因（連結）

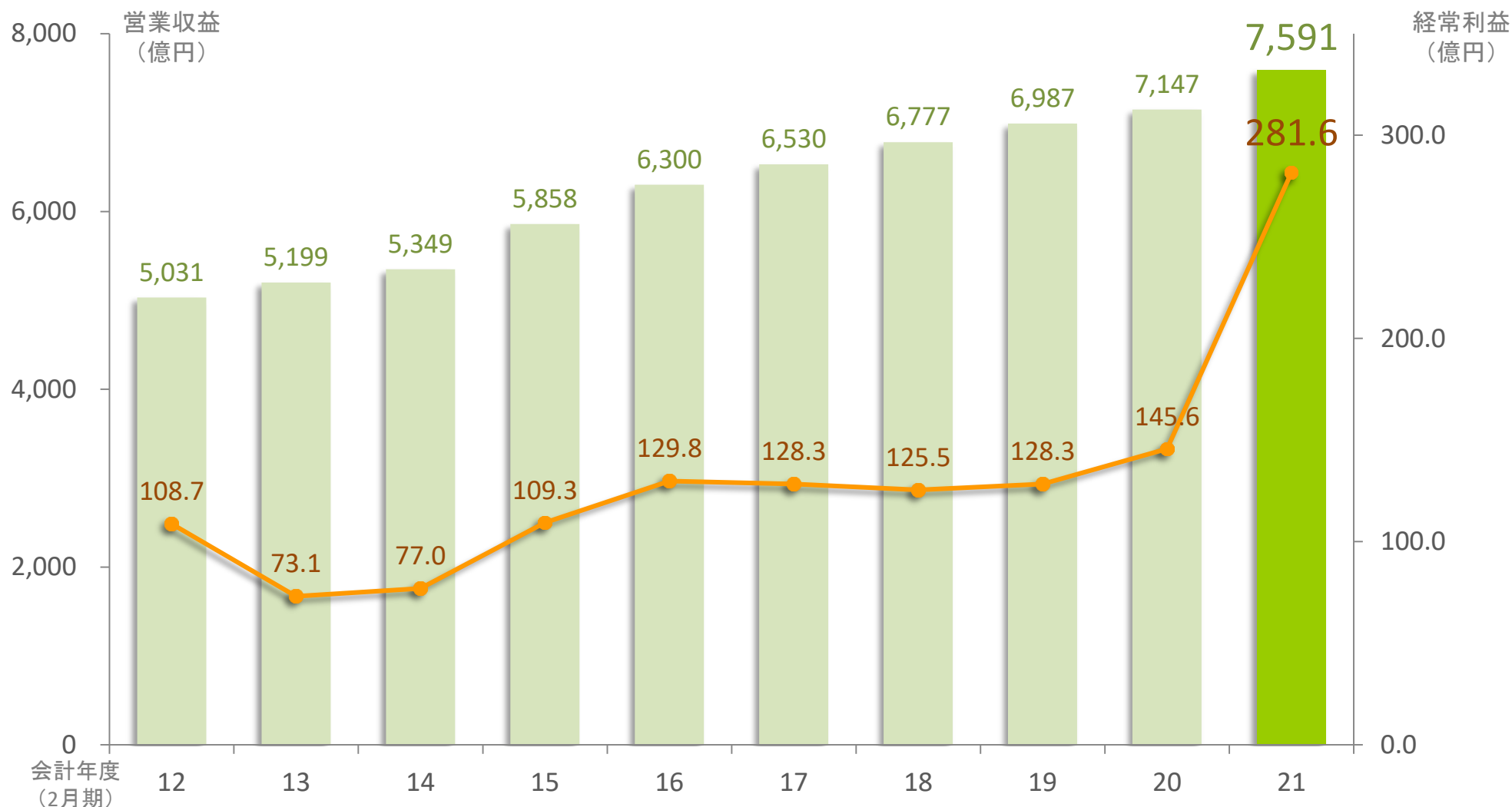
（単位：百万円）

営業総利益増加 +22,699 販管費増加 △9,190



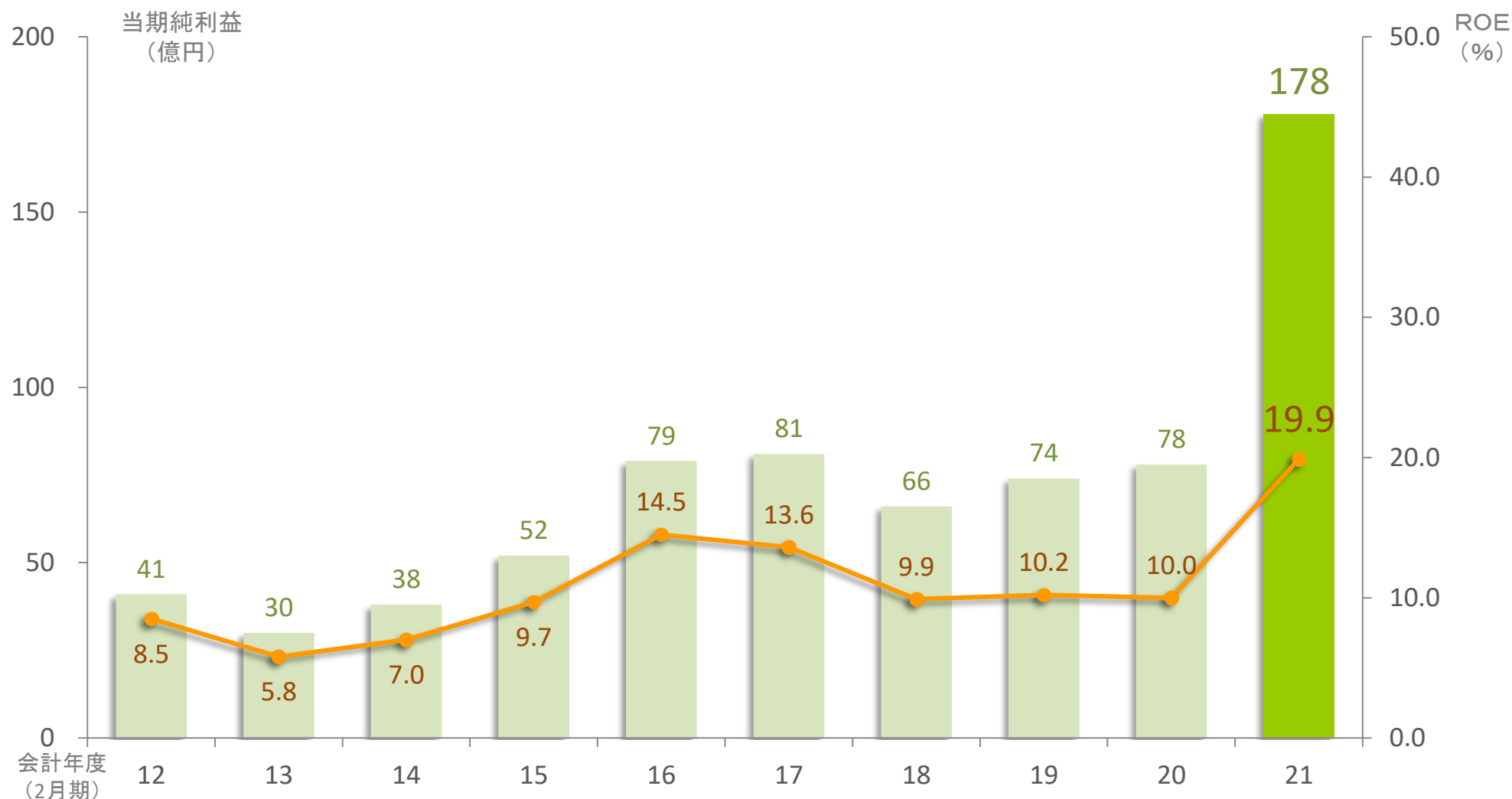
営業収益・経常利益推移

■ 営業収益・経常利益ともに過去最高値を更新



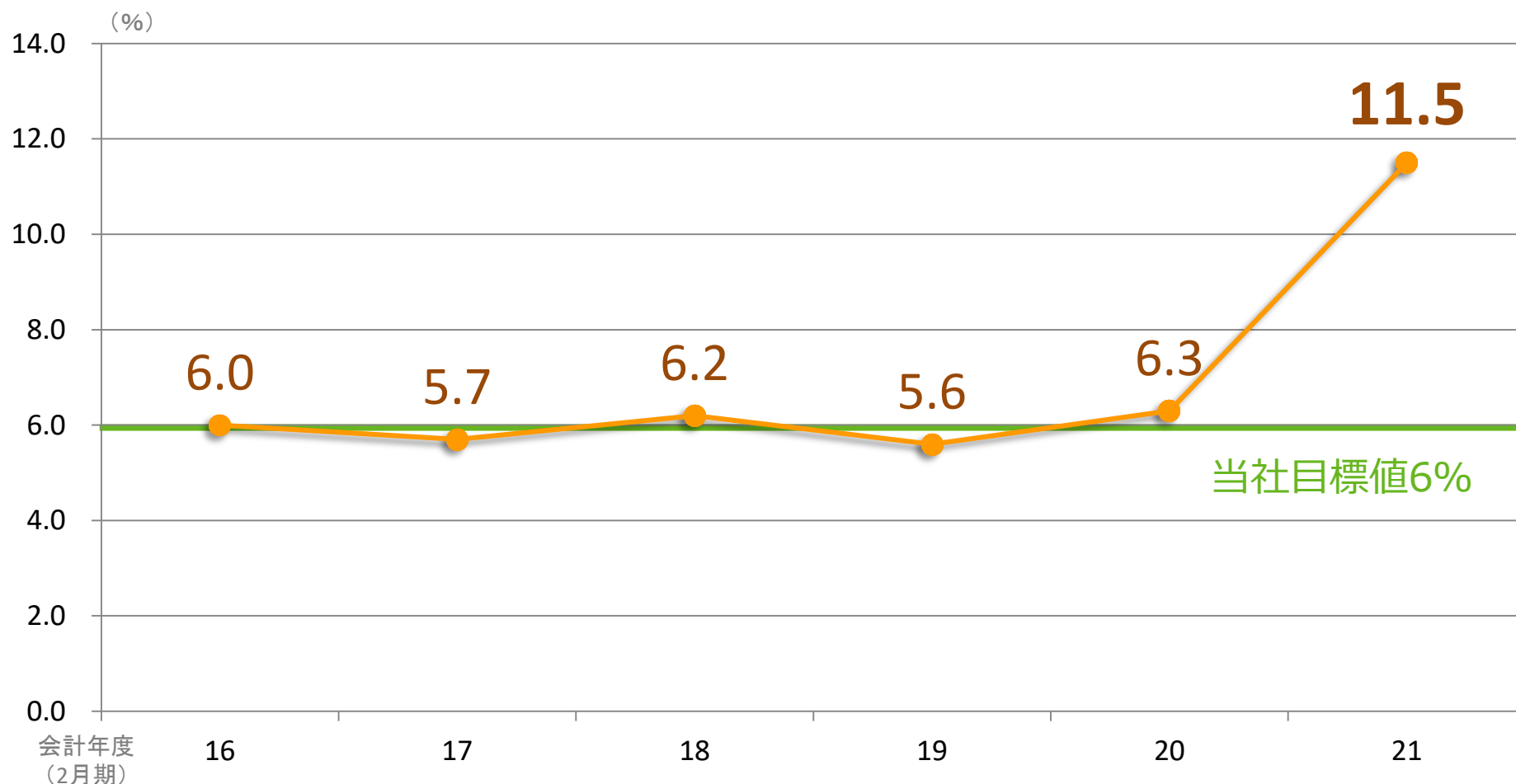
当期純利益・R O E

■ 当期純利益・R O Eともに過去最高値を更新



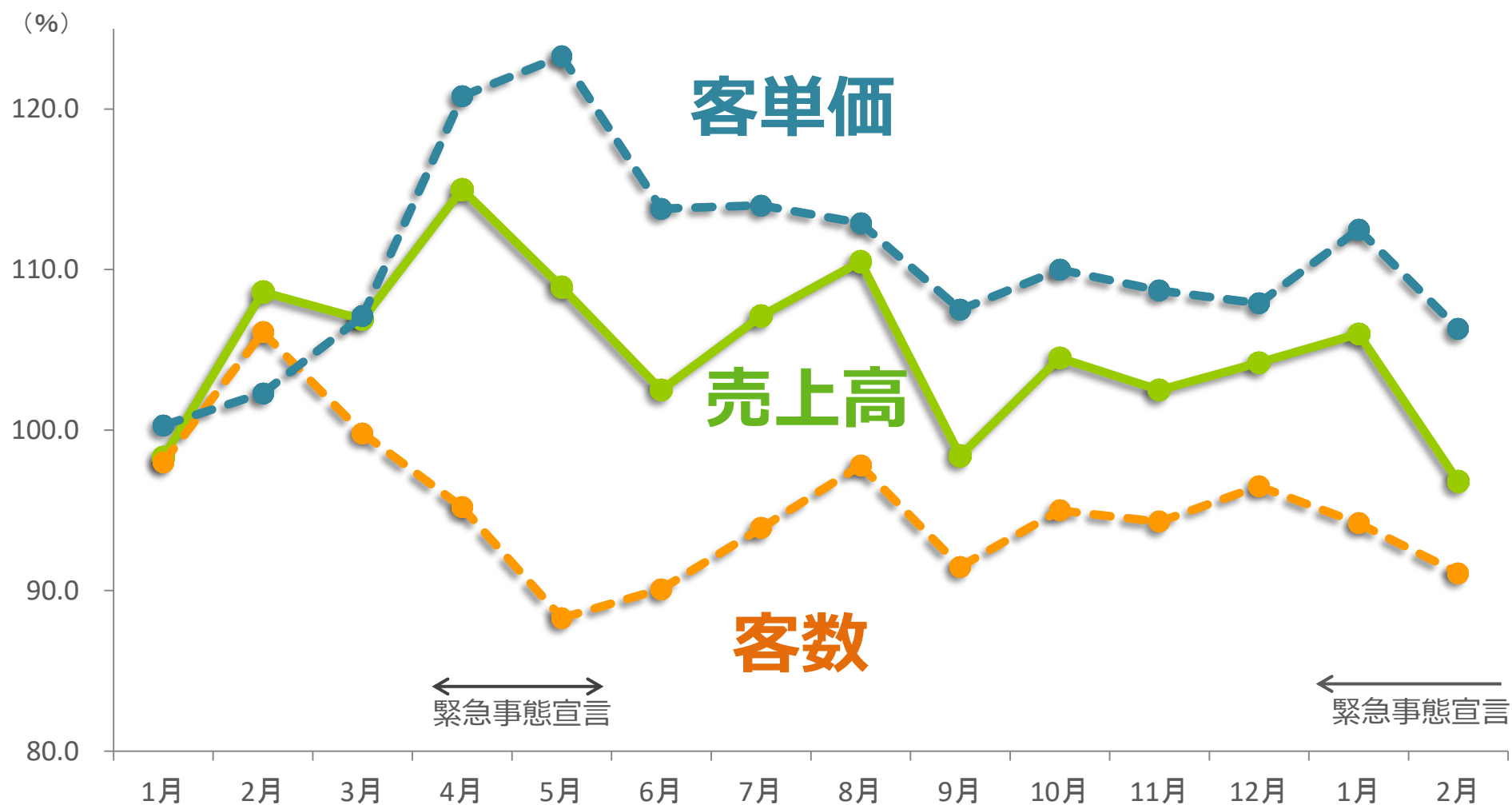
ROIC（投下資本利益率）

- ROICを重要指標とし、第5次中計より目標値を6%と設定
当期は営業利益大幅増加により過去最高値を更新



既存店売上高・客数・客単価 昨比推移（月次）

■ 来店頻度が減り、まとめ買いをする行動に変化



部門別売上高・粗利益率

■ 内食需要の高まりにより素材系好調

売上高 (単位：百万円、%)					粗利益率 (単位：%)		
部門	20年 2月期	21年2月期			20年 2月期	21年2月期	
			前期比	既存比			増減
食 品	592,956	636,177	107.3	106.2	29.9	31.1	+ 1.2
農 産	87,735	98,563	112.3	111.2	27.3	28.8	+ 1.5
水 産	52,497	57,700	109.9	108.6	29.8	32.3	+ 2.4
畜 産	74,302	83,262	112.1	110.8	29.3	31.1	+ 1.8
惣 菜	75,209	75,257	100.1	98.5	53.7	54.7	+ 1.0
加工・日配	303,211	321,393	106.0	105.1	24.9	26.0	+ 1.1
生活関連	64,268	66,971	104.2	103.7	24.9	26.9	+ 1.9
衣料品	25,875	23,516	90.9	91.2	38.4	38.8	+ 0.5
その他	9,961	9,680	97.2	97.3	9.9	10.3	+ 0.4
合計	693,062	736,346	106.2	105.3	29.5	30.6	+ 1.2

連結貸借対照表

(単位：百万円、%)

	2020年2月末	2021年2月末	増減率
流動資産	75,709	74,668	△1.4
現金及び預金	13,213	15,343	+16.1
たな卸資産	24,032	23,383	△2.7
売掛金	9,378	5,524	△41.1
未収入金	26,091	27,383	+5.0
その他	2,994	3,033	+1.3
固定資産	186,344	193,638	+3.9
有形固定資産	140,229	147,452	+5.2
無形固定資産	3,146	3,635	+15.5
投資その他の資産	42,968	42,551	△1.0
総資産	262,053	268,307	+2.4
負債合計	180,692	170,747	△5.5
(有利子負債)	59,148	42,790	△27.7
純資産合計	81,360	97,560	+19.9
負債・純資産合計	262,053	268,307	+2.4

連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	2020年2月期	2021年2月期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	54,898	41,747	△13,151
投資活動による キャッシュ・フロー	△16,067	△ 20,587	△4,520
財務活動による キャッシュ・フロー	△33,521	△ 19,029	+ 14,492
現金及び現金同等物 の期末残高	12,813	14,943	+ 2,130

2. 2021年2月期 取り組み

- ・コロナ禍の対応
- ・ビオラル事業の拡大
- ・EC事業の拡大
- ・その他取り組み

緊急時における基本方針

1. お客様と従業員の 安全安心が最優先



地域のお客様へ。

—— 私たちの思い ——

お買い物を通じてお客様に『おいしい』『ワクワク』『ハッピー』を届けたい、それが私たちライフの思いです。

ご家族皆さんでお買い物に來られ、店内で快適な時間を過ごし、新たな発見や従業員との会話を通じてお客様に笑顔になって欲しい。私たちはそんな『スーパーマーケット』を目指しています。

しかしながら、新型コロナウイルス感染が拡大する現在の状況では『お客様と従業員の安全・安心の確保』が最優先と考えています。その上で『食料品をはじめとした生活必需品の販売を継続することで地域の皆さまのライフラインを支えていくこと』が私たちの使命だと考えています。

私たちは、自身の体調を管理しながらお客様の安全対策を行い、可能な限り安定的に商品を提供できるよう懸命に取り組んでいます。

お客様自身と従業員の安全を確保するために、当面の間は、裏面の3つのお願いについて、一層のご協力を賜りたく、何卒ご理解のほど宜しくお願い申し上げます。

私たちは、お客様と一緒に「新型コロナウイルス感染防止」に努めるとともに、一日も早く「お客様が笑顔でお買い物を楽しめる」スーパーマーケットに戻るよう努力してまいりますので、引き続きご支援のほど宜しくお願い申し上げます。

株式会社 ライフコーポレーション



お客様の安全・安心

レジの亚克力板、レジ前待機列の間隔確保、消毒液設置、チラシ自粛・内容見直し、キャッシュレス推進など



従業員の安全・安心

臨時店休、1月2日全店店休

休憩室のパーテーション、検温器などの導入



臨時店休のお知らせ

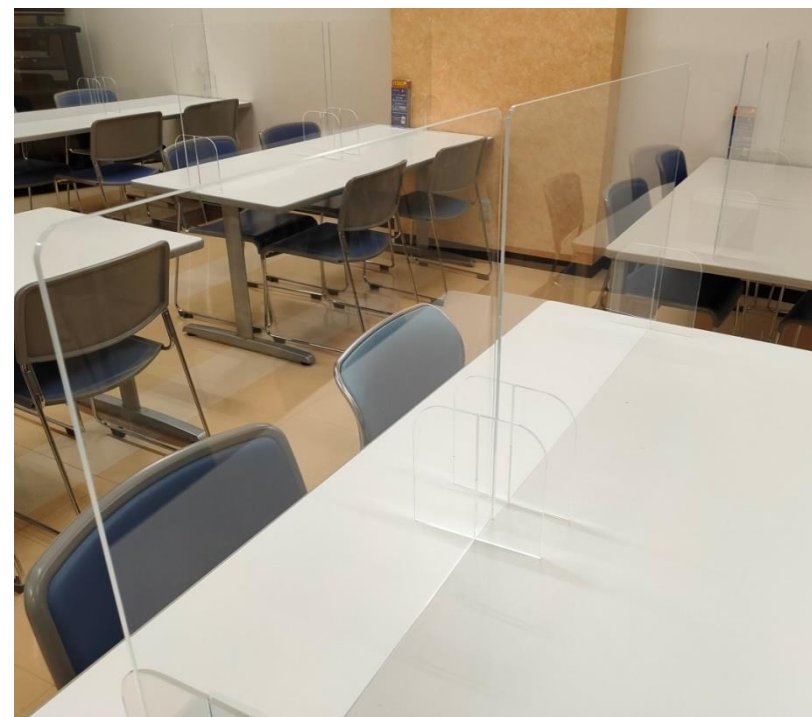
当社は、新型コロナウイルスの感染拡大防止に向けて「店舗の衛生環境の維持」と「従業員の体と心のリフレッシュ」をはかるため、

**5月18日から21日までの間、
各店舗ごと1日のみ臨時店休**

とさせていただきます。

また、店休日の翌日は開店準備作業の都合により開店時間を変更させていただきます。

店舗をご利用いただいているお客様には大変ご不便をおかけいたしますが、新型コロナウイルスの感染拡大防止に向けた各取組みを強化・徹底していき、お客様に笑顔で気持ちよくお買い物をしていただけるよう引き続き努力してまいります。何卒、ご理解とご協力をお願いいたします。



コロナ感染による店休時のお客様の反応

新型コロナウイルス感染症の影響により浅草店で2週間ほど休業した際、入り口にお客様からの励ましのメッセージが貼られ、地域を支えるライフラインとしての役割を再認識



生産者・産地応援

コロナ禍で苦境に立たされている日本各地の観光地や生産者を支援



【農家支援】
レストラン向け野菜販売



【JA全農生産者応援フェア】



【東北応援フェア】



【富山県産地応援セール】



【漁業協同組合支援】
かのやかんぱち販売



【愛媛県産地応援セール】



【花畑牧場支援】



【プラスワンプロジェクト賛同】
北海道牛乳の消費拡大



【北海道産地応援セール】



【養鶏場支援】
相模原市店舗限定「鳳凰卵」



【銚子電鉄支援】
「奇跡のぬれ煎餅販売」

企業支援

コロナ禍で厳しい経営環境下にある外食産業を商品の販売を通じ支援



「リンガーハット」
長崎ちゃんぽん
皿うどん



「塚田農場」
みやぎ地頭 地鶏炭火焼



「世界の山ちゃん」
幻の手羽先



「鶏三和」
さんわの手羽唐・つくね



「串カツ田中」
串カツ各種



「珉珉」
生ぎょうざ



「ジョイフル」
ハンバーグ
チーズインハンバーグ



「利久」
牛タンハンバーグ



「千房」
お好み焼（豚玉・チーズねぎ焼）



「銀座ライオン」
ビール・カレー・ピザ

地域密着、小学校との繋がり

小学校がコロナ禍で課外授業・社会科見学が実施できない中、出前授業形式の社会科見学を実施 スーパーで働く様子や売場の工夫などを紹介



活動実績

244校

18,856名

ビオラル事業拡大

コロナ禍における健康意識の高まりを背景に、ビオラル事業を拡大



BIO-RAL（ビオラル）とは・・・

“素敵なナチュラルライフスタイルを通じて、心も身体も健康で美しく豊かな毎日を過ごしてもらいたいと願うスーパーマーケット”をコンセプトに「オーガニック、ローカル、ヘルシー、サステナビリティ」を意識した商品を取りそろえた業態

= BIO-RALが大切にしていること=

Organic

オーガニック

自然の恵みをいかした農作物や加工品。
私たちはその価値をお伝えするとともに
いつでも手にできる場を提供します。

= BIO-RALが大切にしていること=

Healthy

ヘルシー

健康的な食生活が健全な体と心を育みます。
私たちは、体にやさしい商品の
品ぞろえや開発にも取り組みます。

= BIO-RALが大切にしていること=

Local

ローカル

私たちは、その土地で培われたおいしさ、
四季折々の実りに感謝し、
自然の摂理に合った食生活を提案します。

= BIO-RALが大切にしていること=

Sustainability

サステナビリティ

自然の恵みをこどもの代まで
受け継いでいくために、循環型社会の実現、
地球環境保持を目指します。

ビオラル事業拡大

- 12月首都圏初出店となる「ビオラル丸井吉祥寺店」オープン
- 2月「さいたま新都心店」に大型コーナー導入（実質的首都圏2号店）
- プライベートブランド「BIO-RAL」を約100アイテム展開



（ビオラル丸井吉祥寺店）



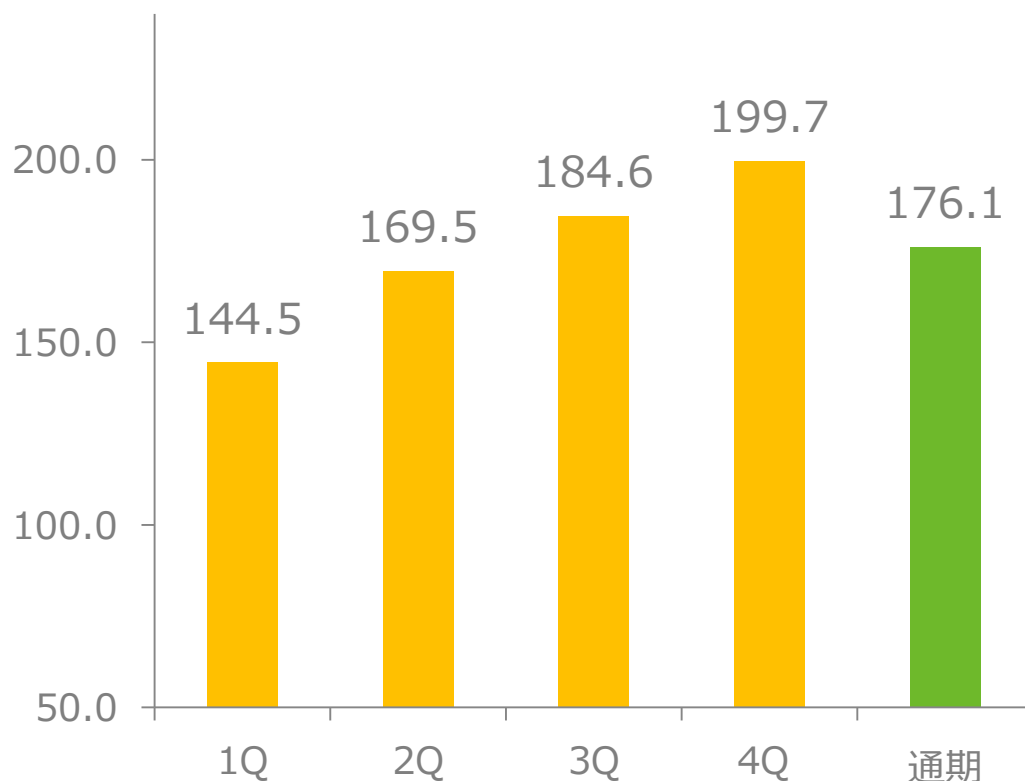
（さいたま新都心店大型ビオラルコーナー）

EC事業拡大

コロナ禍における外出自粛、リアル店舗での買い物を敬遠する動きに対応し
キャパシティを増強 EC事業売上高は53億円と大幅伸長

■ EC事業の推移（21年2月期 売上昨比）

（ライフネットスーパー・Amazonとのネットスーパー）



■ 2021年 オリコン顧客満足度®調査

ネットスーパー部門

食材の鮮度 第1位

関東 第1位

■ NTTコム オンライン NPS®ベンチマーク調査 2020年 ネットスーパー部門1位



Net Promoter ®およびNPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

Amazon エリア拡大／利便性向上

■ 近畿圏・首都圏の2大拠点にてエリアを順次拡大

2019年9月 東京7区でスタート

2020年7月 大阪市16区でスタート

2020年4月 東京17区へ拡大

2020年11月 大阪市21区、3市へ拡大

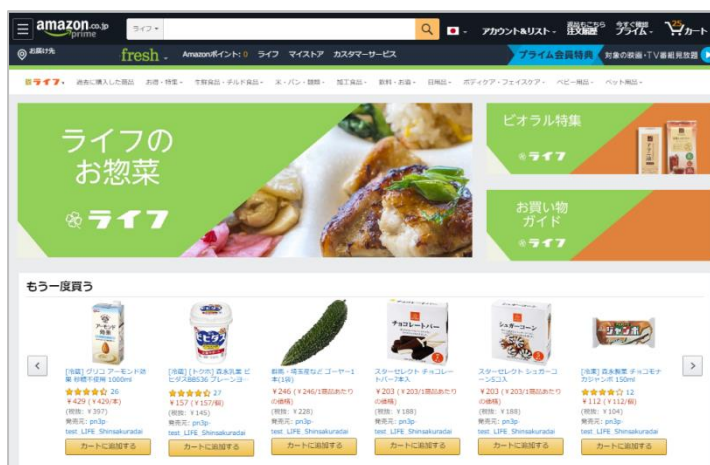
2020年5月 東京20区へ拡大

2020年12月 神奈川2市（6区）でスタート

2020年6月 東京23区へ拡大

2020年7月 東京23区、4市へ拡大

■ Amazon.co.jpのWebサイトにライフのストアをオープンし利便性を向上



キャッシュレス推進

利便性の向上に加え、非接触ニーズへの対応として
自社電子マネー「LaCuCa」、自社クレジットカード「LCカード」の普及促進

■ モバイルLaCuCa導入

ライフアプリに支払い機能を追加しスマホ 1 つで決済を可能に！



■ 会員数



約456万人

■ キャッシュレス比率 (2021年2月時点)

業界平均 36.7%※

53.2%

※2020年6月時点 全国スーパーマーケット協会
「スーパーマーケットにおけるキャッシュレス決済に関する実態調査」より

新店・改装

西宮北口店、夙川店、ビオラル丸井吉祥寺店、グランシップ大船駅前店など
8店舗の新規出店、28店舗の大型改装を実施



20年5月 西宮北口店



20年8月 夙川店



20年9月 阪神鳴尾店



20年11月中崎町駅前店



20年12月ビオラル丸井吉祥寺店



21年2月朝潮橋駅前店



21年2月グランシップ大船駅前店



21年2月堺インター店

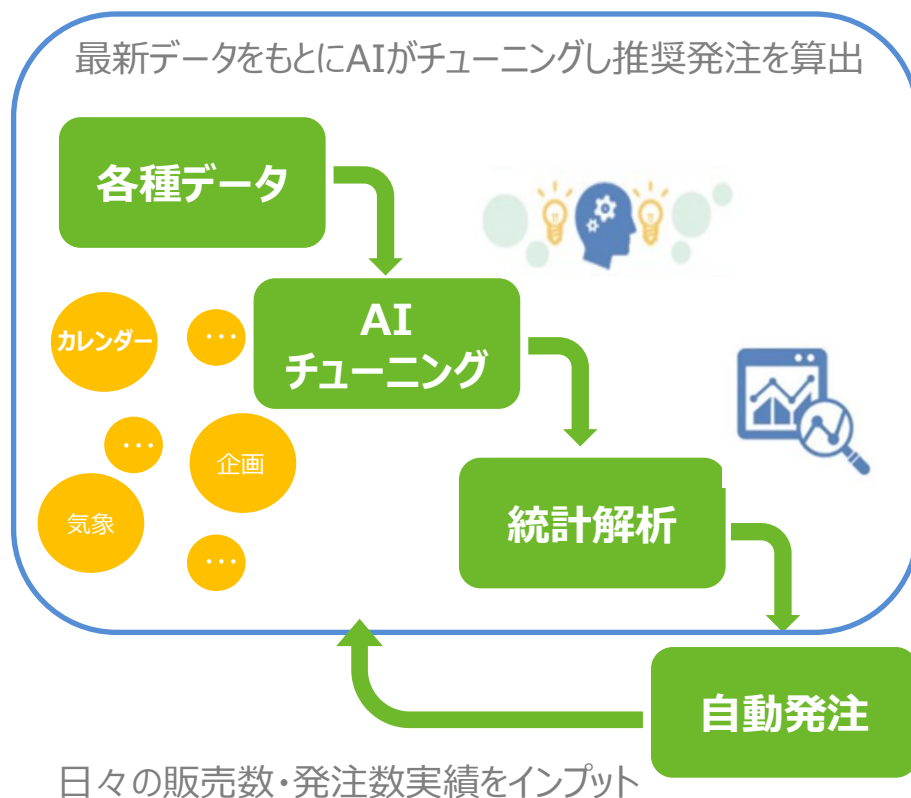
新店・改装

地域別店舗数

	2020年2月期	2021年2月期	出店	閉鎖	増減
東京	81	81	1	1	-
神奈川	27	28	1	-	+1
埼玉	8	8	-	-	-
千葉	5	5	-	-	-
首都圏	121	122	2	1	+1
大阪	121	122	3	2	+1
京都	15	15	-	-	-
兵庫	14	17	3	-	+3
奈良	4	4	-	-	-
近畿圏	154	158	6	2	+4
合計	275	280	8	3	+5

従業員の働き方改革

コロナ禍で従業員の労働時間は増加する中、テレワークの推進のほか、AI発注の全店導入、電子棚札を実験導入



プロセスセンター（堺、天保山）稼働

東西400店舗まで耐える物流・プロセスセンター体制を構築



3. 2022年2月期 取り組み

- ・ビオラル事業拡大
- ・EC事業拡大
- ・恵比寿ガーデンプレイス出店

消費環境の悪化により
市場は過度な価格競争へ



価格対応に加え
独自性を高めなければ
持続的な成長はない

ビオラル事業



EC事業



カード・アプリ



オリジナル商品



ビオラル事業拡大

コロナ禍における健康意識の高まりを背景に、さらに事業を拡大

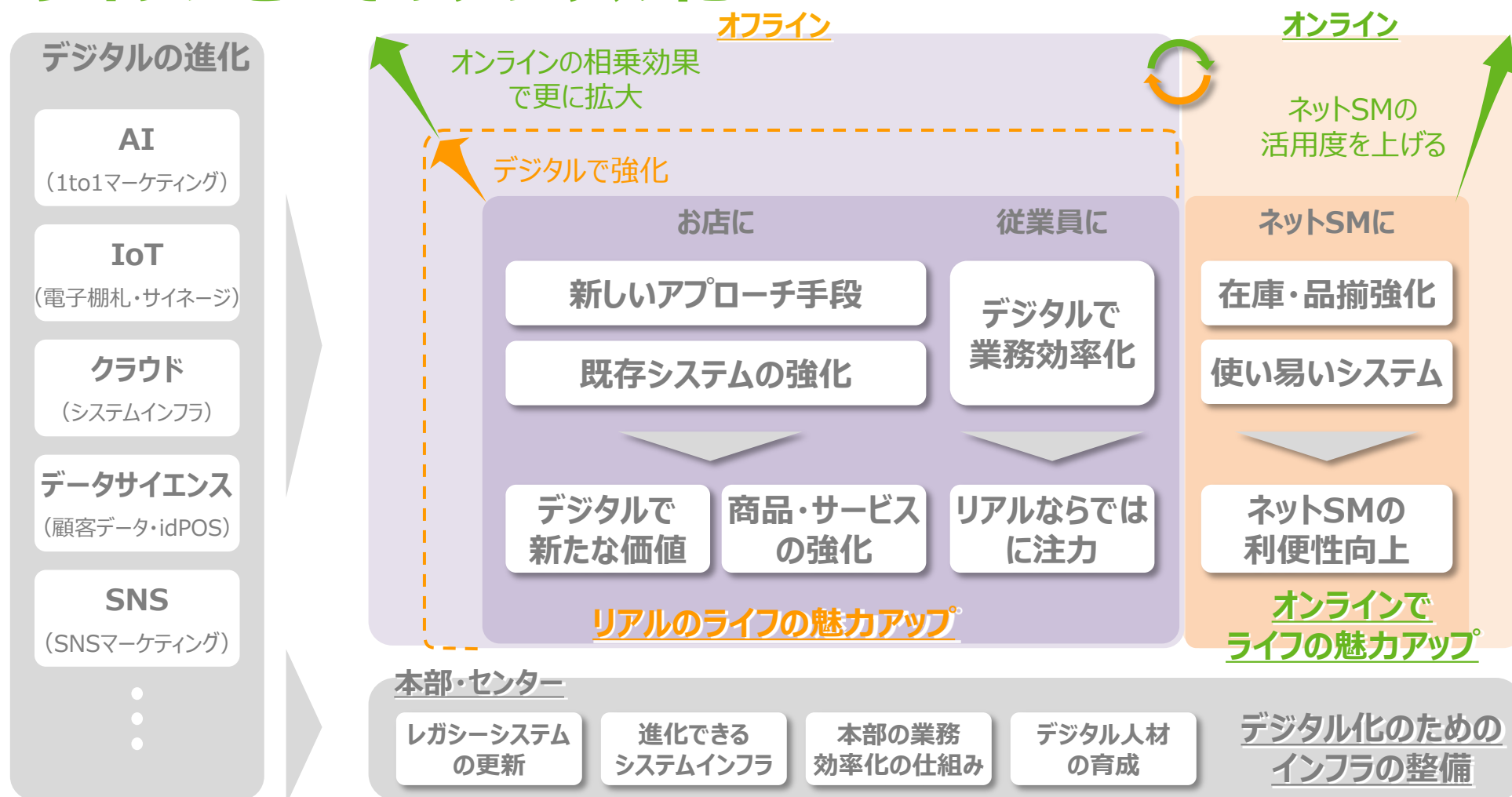
店舗拡大



プライベートブランド拡大



ライフにとってのデジタル化



➡ 『最も信頼される地域一番店』に

Vision

EC事業拡大

Amazon サービス対象エリア拡大・配送拠点拡充



ライフネットスーパー システム刷新・利便性向上・配送能力拡充



配送合併会社
設立

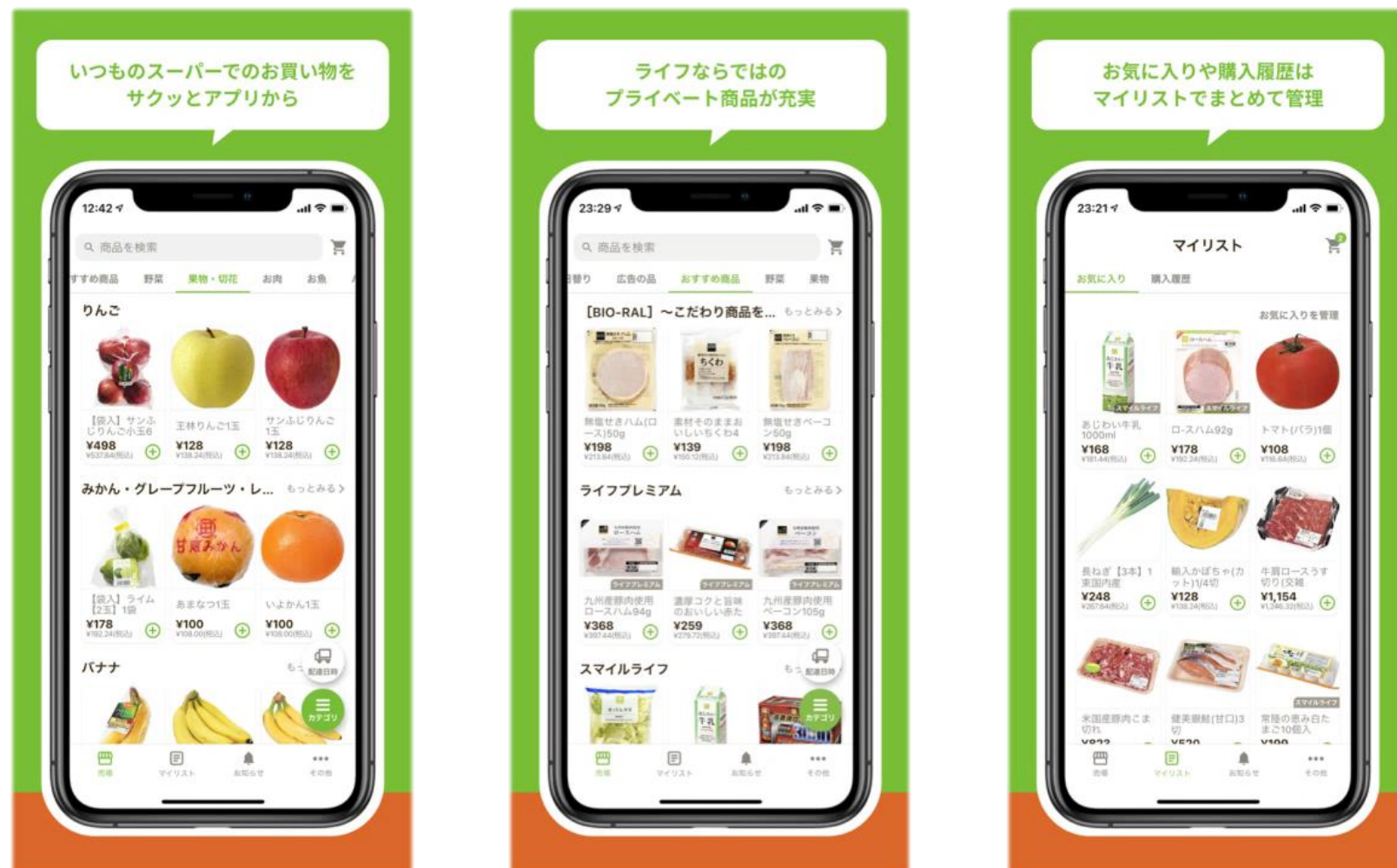
配送能力の拡充

ライフネットスーパーの配送合併会社を設立



システム刷新・利便性向上

3月、ライフネットスーパーのシステムを刷新するとともにアプリを開発



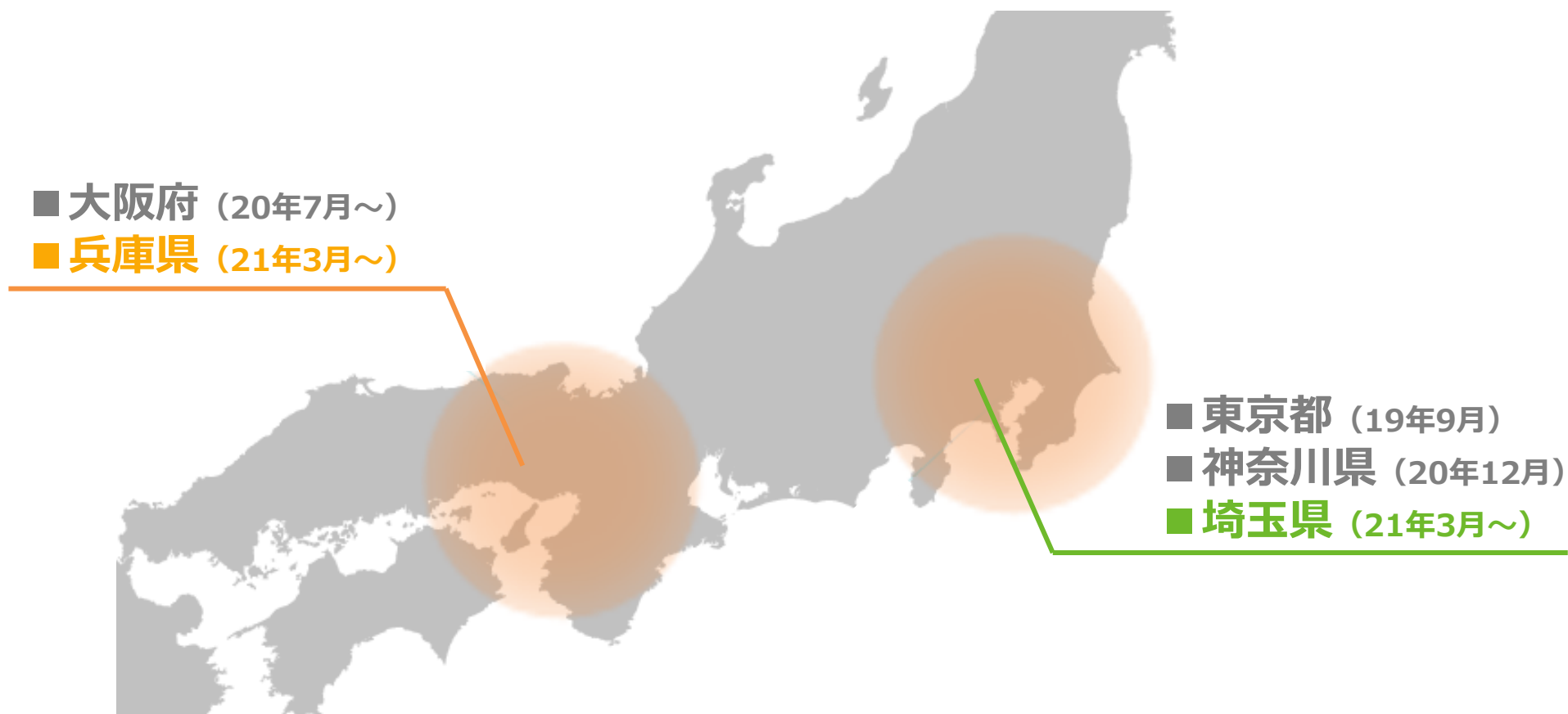
配送拠点の拡充

3月、桜新町配送センターを本格稼働させキャパシティを増強



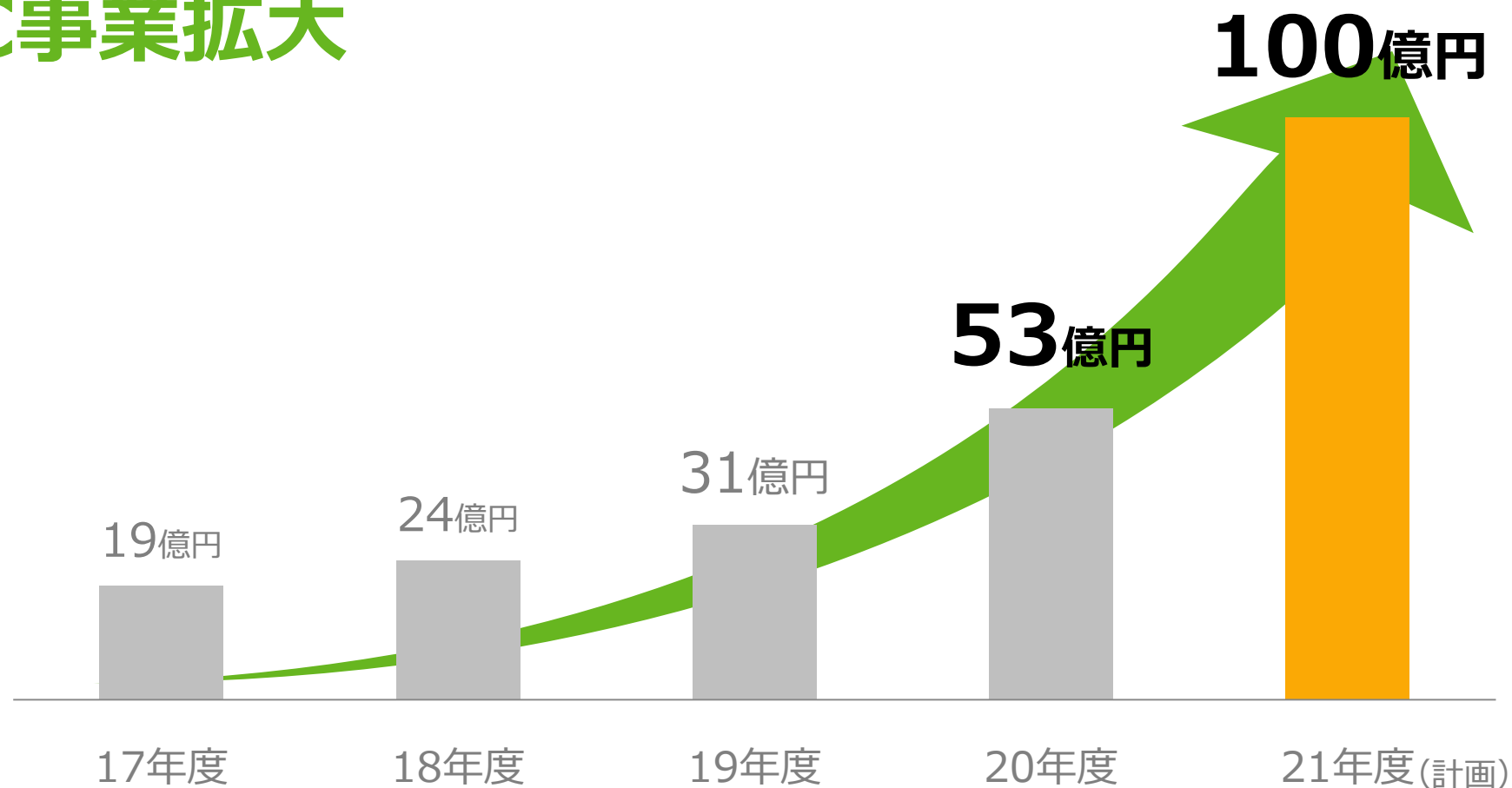
Amazonサービス対象エリア拡大

Amazonサービス対象エリアを順次拡大し、高まる需要に対応



※各都府県のサービス対象エリアは一部地域のみ

EC事業拡大



2030年度には**1,000億円**規模の事業へ

2022年4月、恵比寿ガーデンプレイスへ出店 次世代の新たなスーパーマーケットの実現へ



4. 2022年2月期 業績予想

2022年2月期 業績予想（連結）

単位：百万円	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	増減率	
				2020年2月期比	2021年2月期比
営業収益	714,684	759,146	760,000	+ 6.3%	+ 0.1%
営業利益	13,879	27,388	19,000	+ 36.9%	△30.6%
経常利益	14,558	28,156	20,000	+ 37.4%	△29.0%
(参考) 中期経営計画 経常利益目標値	(13,200)	(15,500)	(20,000)		
当期純利益	7,834	17,824	12,500	+ 59.6%	△29.9%

投資計画

■ 2021年2月期に改装強化・セミセルフレジ導入を先行拡大したため
2022年2月期の投資額は例年より抑える

(単位：百万円)

	2021年2月期		2022年2月期（計画）	
新店	10,204	新店8店舗	7,600	新店5店舗（計画）
改装	5,177	既存店改装強化	2,100	
システム	3,214	セミセルフレジ導入拡大 A I 発注 等	2,000	セミセルフレジ導入拡大 スマホアプリ開発 等
その他	10,661	堺 P C 開設 天保山 P C・ 南港 P C 改装 既存店舗設備 等	4,500	センター投資 既存店舗設備 等
合計	29,256		16,200	

