

## 2023年2月期 決算・参考資料

### 目次

1. 業績の推移	P2
2. 売上高の状況	P2～5
3. 設備投資の実績・計画	P6
4. 新規出店・改装・閉店および期末売場面積の状況	P6～7
5. 販売費および一般管理費の状況	P8
6. 従業員および新卒採用の状況	P8
7. 主要財務指標	P9
8. 会社の概要	P9
【補足】「収益認識に関する会計基準」適用の影響	P10

## 1. 業績の推移

(連結)

(単位 百万円、%)

	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期 ※			2024年2月期(予)		
		増減率		増減率		昨差	増減率		昨差	増減率
営業収益	759,146	6.2	768,335	1.2	765,426	—	—	801,000	35,574	4.6
売上高	736,346	6.2	745,080	1.2	738,494	—	—	772,000	33,506	4.5
営業利益	27,388	97.3	22,932	-16.3	19,148	-3,783	-16.5	19,800	652	3.4
経常利益	28,156	93.4	23,695	-15.8	20,015	-3,680	-15.5	20,500	485	2.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	17,824	127.5	15,208	-14.7	13,327	-1,880	-12.4	13,500	173	1.3
1株当たり配当(円)	50.00		70.00		70.00			80.00		

(スーパーマーケット事業)

(単位 百万円、%)

	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期 ※			2024年2月期(予)		
		増減率		増減率		昨差	増減率		昨差	増減率
営業収益	758,259	6.2	767,379	1.2	765,240	—	—	800,700	35,460	4.6
売上高	736,346	6.2	745,080	1.2	738,494	—	—	772,000	33,506	4.5
(純既存増減率)		5.3		-0.7			-0.1			1.6
営業利益	27,193	96.3	22,808	-16.1	18,860	-3,948	-17.3	19,500	640	3.4
経常利益	27,972	92.4	23,556	-15.8	19,683	-3,873	-16.4	20,100	417	2.1
当期純利益	17,665	126.9	15,066	-14.7	12,977	-2,088	-13.9	13,250	273	2.1
新規出店	8		8		11			10		

(カード事業)

(単位 百万円、%)

	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期			2024年2月期(予)		
		増減率		増減率		昨差	増減率		昨差	増減率
営業収益	2,328	18.6	2,415	3.7	2,577	162	6.7	2,900	323	12.5
営業利益	195	600.2	123	-36.6	288	164	132.9	300	12	3.9
経常利益	184	1,025.7	139	-24.5	332	192	138.5	400	68	20.4
当期純利益	159	235.2	142	-10.7	350	208	146.5	250	-100	-28.6

※2023年2月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用するため、当該基準等に基づいた実績・予想となっております。各金額の算出方法が従前と異なるため、2023年2月期は営業収益及び売上高の増減率は記載しておりませんが、営業利益、経常利益及び当期純利益への影響額は僅少のため、増減率は前年との単純比較として記載しています。2023年2月期の影響額(連結)は、営業収益▲20,200百万円、売上高▲23,378百万円、営業利益▲6百万円、経常利益▲6百万円となります。なお、純既存増減率は従前の算出方法により記載しております。

## 2. 売上高の状況(スーパーマーケット事業)

(1) 売上高・客数・客単価・買上点数・点単価(昨比)

(単位 %)

	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期 ※	
	全店	既存店	全店	既存店	全店	既存店
売上高	106.2	105.3	101.2	99.3	102.3	99.9
客数	94.9	93.9	102.9	100.7	101.4	98.7
客単価	112.0	112.1	98.3	98.6	100.9	101.2
買上点数	107.0	107.1	97.4	97.6	97.4	97.9
点単価	104.8	104.7	101.0	101.0	103.6	103.4

※昨比は収益認識基準適用前の従前の算出方法での売上高で比較しております。

## (2)部門別売上高

(単位 百万円、%)

部門	2021年2月期			2022年2月期			2023年2月期 ※			
		昨比	売上 構成比		昨比	売上 構成比		昨比	既存比	売上 構成比
食品	636,177	107.3	86.4	647,426	101.8	86.9	650,825	—	—	88.1
農産	98,563	112.3	13.4	98,578	100.0	13.2	95,090	—	—	12.9
水産	57,700	109.9	7.8	59,063	102.4	7.9	57,928	—	—	7.8
畜産	83,262	112.1	11.3	83,448	100.2	11.2	84,265	—	—	11.4
惣菜	75,257	100.1	10.2	81,992	109.0	11.0	85,962	—	—	11.6
加工・日配	321,393	106.0	43.6	324,343	100.9	43.5	327,577	—	—	44.4
生活関連用品	66,971	104.2	9.1	64,823	96.8	8.7	64,667	—	—	8.8
衣料品	23,516	90.9	3.2	23,150	98.4	3.1	23,001	—	—	3.1
その他	9,680	97.2	1.3	9,680	100.0	1.3	—	—	—	—
合計	736,346	106.2	100.0	745,080	101.2	100.0	738,494	—	—	100.0

※2023年2月期の売上高は、収益認識基準適用後の算出方法での売上高により記載しており、従前の算出方法と異なるため、昨比および既存比は記載していません。

## (参考)収益認識基準適用前

(単位 百万円、%)

部門	2021年2月期			2022年2月期			2023年2月期			
		昨比	売上 構成比		昨比	売上 構成比		昨比	既存比	売上 構成比
食品	636,177	107.3	86.4	647,426	101.8	86.9	662,769	102.4	99.7	87.0
農産	98,563	112.3	13.4	98,578	100.0	13.2	101,673	103.1	100.6	13.3
水産	57,700	109.9	7.8	59,063	102.4	7.9	58,555	99.1	96.3	7.7
畜産	83,262	112.1	11.3	83,448	100.2	11.2	85,012	101.9	99.2	11.2
惣菜	75,257	100.1	10.2	81,992	109.0	11.0	86,692	105.7	102.5	11.4
加工・日配	321,393	106.0	43.6	324,343	100.9	43.5	330,835	102.0	99.5	43.4
生活関連用品	66,971	104.2	9.1	64,823	96.8	8.7	65,751	101.4	100.6	8.6
衣料品	23,516	90.9	3.2	23,150	98.4	3.1	23,289	100.6	101.3	3.1
その他	9,680	97.2	1.3	9,680	100.0	1.3	10,063	103.9	105.4	1.3
合計	736,346	106.2	100.0	745,080	101.2	100.0	761,873	102.3	99.9	100.0

## (3) 地区別売上高

(単位 百万円、%)

部門	2021年2月期			2022年2月期			2023年2月期 ※		
	店舗数	売上高	売上 構成比	店舗数	売上高	売上 構成比	店舗数	売上高	売上 構成比
首都圏	122	360,533	49.0	125	368,626	49.5	132	365,119	49.4
東京都	81	248,660	33.8	84	251,101	33.7	90	251,597	34.0
神奈川県	28	80,373	10.9	29	86,607	11.6	30	85,821	11.6
埼玉県	8	22,052	3.0	7	21,916	3.0	7	19,028	2.6
千葉県	5	9,447	1.3	5	9,000	1.2	5	8,672	1.2
近畿圏	158	375,812	51.0	160	376,454	50.5	164	373,375	50.6
大阪府	122	290,313	39.4	124	289,303	38.8	126	285,747	38.7
兵庫県	17	42,224	5.7	17	44,434	6.0	17	43,348	5.9
京都府	15	33,303	4.5	16	34,199	4.6	18	36,912	5.0
奈良県	4	9,970	1.4	3	8,516	1.1	3	7,367	1.0
合計	280	736,346	100.0	285	745,080	100.0	296	738,494	100.0

※2023年2月期の売上高は、収益認識基準適用後の算出方法での売上高により記載しております。

## (参考) 収益認識基準適用前

(単位 百万円、%)

部門	2021年2月期			2022年2月期			2023年2月期		
	店舗数	売上高	売上 構成比	店舗数	売上高	売上 構成比	店舗数	売上高	売上 構成比
首都圏	122	360,533	49.0	125	368,626	49.5	132	377,564	49.6
東京都	81	248,660	33.8	84	251,101	33.7	90	260,280	34.2
神奈川県	28	80,373	10.9	29	86,607	11.6	30	88,090	11.6
埼玉県	8	22,052	3.0	7	21,916	3.0	7	20,138	2.6
千葉県	5	9,447	1.3	5	9,000	1.2	5	9,055	1.2
近畿圏	158	375,812	51.0	160	376,454	50.5	164	384,308	50.4
大阪府	122	290,313	39.4	124	289,303	38.8	126	293,924	38.6
兵庫県	17	42,224	5.7	17	44,434	6.0	17	44,532	5.8
京都府	15	33,303	4.5	16	34,199	4.6	18	38,093	5.0
奈良県	4	9,970	1.4	3	8,516	1.1	3	7,757	1.0
合計	280	736,346	100.0	285	745,080	100.0	296	761,873	100.0

## (4) 部門別粗利益率

(単位 %)

部門	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期 ※	
		増減		増減		増減
食品	31.1	+1.2P	31.4	+0.4P	31.2	—
農産	28.8	+1.5P	29.5	+0.7P	29.6	—
水産	32.3	+2.4P	32.3	±0.0P	31.4	—
畜産	31.1	+1.8P	31.0	△0.1P	30.6	—
惣菜	54.7	+1.0P	54.9	+0.2P	54.6	—
加工・日配	26.0	+1.1P	26.0	±0.0P	25.7	—
生活関連用品	26.9	+1.9P	26.7	△0.2P	26.6	—
衣料品	38.8	+0.5P	39.4	+0.5P	39.8	—
その他	10.3	+0.4P	10.2	△0.1P	—	—
合計	30.6	+1.2P	31.0	+0.3P	31.1	—

※2023年2月期の粗利益率は、収益認識基準適用後の算出方法での粗利益率により記載しており、従前の算出方法と異なるため、増減は記載していません。

## (参考) 収益認識基準適用前

(単位 %)

部門	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期	
		増減		増減		増減
食品	31.1	+1.2P	31.4	+0.4P	31.7	+0.3P
農産	28.8	+1.5P	29.5	+0.7P	29.6	+0.1P
水産	32.3	+2.4P	32.3	±0.0P	32.0	△0.3P
畜産	31.1	+1.8P	31.0	△0.1P	31.2	+0.2P
惣菜	54.7	+1.0P	54.9	+0.2P	55.0	+0.1P
加工・日配	26.0	+1.1P	26.0	±0.0P	26.3	+0.3P
生活関連用品	26.9	+1.9P	26.7	△0.2P	27.2	+0.5P
衣料品	38.8	+0.5P	39.4	+0.5P	40.1	+0.8P
その他	10.3	+0.4P	10.2	△0.1P	10.0	△0.2P
合計	30.6	+1.2P	31.0	+0.3P	31.3	+0.3P

### 3. 設備投資の実績・計画(連結)

(単位 百万円)

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期(計画)
新店投資	10,204	7,179	16,897	8,700
改装投資	5,177	6,468	927	2,600
システム投資	3,214	2,591	2,385	6,400
センター投資	6,344	2,025	952	1,000
その他(高額備品・大修繕等)	4,317	4,585	3,064	3,700
合計	29,256	22,848	24,225	22,400

※上記は工事ベース

※初芝店(S&B)は新店投資に含んでおります。

### 4. 新規出店・改装・閉店および期末売場面積の状況

#### (1) 2023年2月期の新規出店

11店(首都圏7店、近畿圏4店)

	店名(業態)	所在地	売場面積(m <sup>2</sup> )	開店日
1	セントラルスクエア 恵比寿ガーデンプレイス店	東京都渋谷区	1,765	2022年4月15日
2	堀川北山店	京都市北区	992	2022年4月27日
3	カメイドクロック店	東京都江東区	1,861	2022年4月28日
4	ビオラル新宿マルイ店	東京都新宿区	231	2022年5月28日
5	守口滝井店	大阪府守口市	2,295	2022年7月9日
6	西荻窪店	東京都杉並区	2,940	2022年7月23日
7	豊洲店	東京都江東区	2,172	2022年9月10日
8	花園中央公園店	大阪府東大阪市	1,492	2022年9月17日
9	四条大宮店	京都市中京区	1,328	2022年9月28日
10	ビエラ蒔田店	横浜市南区	1,699	2022年10月20日
11	市谷薬王寺店	東京都新宿区	997	2022年12月3日

#### (2) 2023年2月期の改装店

4店(首都圏1店、近畿圏3店)

	店名(業態)	所在地	売場面積(m <sup>2</sup> )	改装開店日
1	志紀店	大阪府八尾市	4,602	2022年3月26日
2	市川国分店	千葉県市川市	1,604	2022年7月2日
3	大淀中店	大阪府北区	1,252	2022年8月6日
4	セントラルスクエアなんば店	大阪市浪速区	2,488	2022年9月7日

※改装店は、改装工事により30百万円以上資産計上した店舗であります。

(3) 2024年2月期の新規出店計画

10店(首都圏6店、近畿圏4店)

	店名(業態)	所在地	売場面積(m <sup>2</sup> )	開店日
1	宝塚中山寺店	兵庫県宝塚市	992	2023年3月15日
2	ビオラルパルコヤ上野店	東京都台東区	231	2023年3月16日
3	川崎塚越店	川崎市幸区	2,647	2023年4月15日
4	セントラルスクエア ららぽーと門真店	大阪府門真市	1,775	2023年4月17日
5	梅島駅前店	東京都足立区	1,800	上期
6	ビオラル有明ガーデン店	東京都江東区	—	上期
7	桜ノ宮店	大阪市都島区	1,101	下期
8	(勝どき4丁目店・SM)	東京都中央区	—	下期
9	(下目黒5丁目店・SM)	東京都目黒区	—	下期
10	(阪神芦屋店・SM)	神戸市東灘区	—	下期

(4) 期末売場面積

(単位 m<sup>2</sup>)

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
期末売場面積	676,949	668,916	690,128

## 5. 販売費および一般管理費の状況

(連結)

(単位 百万円、%)

	2021年2月期			2022年2月期			2023年2月期 ※		
		昨比	売上高比		昨比	売上高比		昨比	売上高比
人件費	104,076	106.8	14.1	109,579	105.3	14.7	113,102	—	15.3
物件費	103,888	102.1	14.1	107,405	103.4	14.4	109,296	—	14.8
減価償却費	13,110	103.1	1.8	14,061	107.2	1.9	14,966	—	2.0
合計	221,075	104.3	30.0	231,046	104.5	31.0	237,365	—	32.1

※2023年2月期の数値は、収益認識基準適用に基づいた算出方法での金額を記載しております。

人件費及び物件費の算出方法が従前と異なるため昨比は記載しておりません。

2023年2月期の影響額(連結)は、販売費および一般管理費合計5,409百万円減少となります。

(参考)収益認識基準適用前

(単位 百万円、%)

	2021年2月期			2022年2月期			2023年2月期		
		昨比	売上高比		昨比	売上高比		昨比	売上高比
人件費	104,076	106.8	14.1	109,579	105.3	14.7	113,945	104.0	15.0
物件費	103,888	102.1	14.1	107,405	103.4	14.4	113,862	106.0	14.9
減価償却費	13,110	103.1	1.8	14,061	107.2	1.9	14,966	106.4	2.0
合計	221,075	104.3	30.0	231,046	104.5	31.0	242,774	105.1	31.9

## 6. 従業員および新卒採用の状況(連結)

(1)従業員の状況

(単位 人、%)

	2021年2月期		2022年2月期		2023年2月期	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
社員	6,576	22.2	6,847	22.6	7,125	22.8
パートナー	23,072	77.8	23,400	77.4	24,135	77.2
合計	29,648	100.0	30,247	100.0	31,260	100.0

※期末人数。パートナーは8時間換算人数。

(2)新卒採用の状況

(単位 人)

	2022年入社	2023年入社
新卒採用数計	337	329



## 7. 主要財務指標

(連結)

(単位 %)

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
営業収益営業利益率	3.6	3.0	2.5
営業収益経常利益率	3.7	3.1	2.6
営業収益当期純利益率	2.3	2.0	1.7
総資産経常利益率(ROA)	10.6	8.8	7.3
自己資本当期純利益率(ROE)	19.9	14.6	11.5
自己資本比率	36.4	40.8	43.4
投下資本利益率(ROIC)	11.5	8.9	7.4

(スーパーマーケット事業)

(単位 %)

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
営業収益営業利益率	3.6	3.0	2.5
営業収益経常利益率	3.7	3.1	2.6
営業収益当期純利益率	2.3	2.0	1.7
総資産経常利益率(ROA)	10.3	8.6	7.0
自己資本当期純利益率(ROE)	19.5	14.4	11.2
自己資本比率	35.7	40.2	42.5
投下資本利益率(ROIC)	11.4	8.8	7.2

## 8. 会社の概要

社名	株式会社ライフコーポレーション LIFE CORPORATION
創業	1910年
設立	1956年10月24日
資本金	10,004百万円
発行済株式総数	49,450,800株
連結子会社	1社、株式会社ライフフィナンシャルサービス

【 補 足 】

「収益認識に関する会計基準」適用の影響

(連結)

(単位 百万円)

	2023年2月期		
	適用後 ①	影響額 ①-②	適用前 ②
営業収益	765,426	-20,200	785,627
売上高	738,494	-23,378	761,873
売上原価	508,911	-14,785	523,697
売上総利益	229,582	-8,593	238,176
営業収入	26,931	+3,177	23,753
営業総利益	256,514	-5,415	261,929
販売費及び一般管理費	237,365	-5,409	242,774
営業利益	19,148	-6	19,155
経常利益	20,015	-6	20,021
当期純利益	13,327	-4	13,331

「収益認識に関する会計基準」適用前ベースでの前年同期増減

(連結)

(単位 百万円、%)

	2023年2月期	2022年2月期	増減額	増減率
営業収益	785,627	768,335	+17,291	2.3
売上高	761,873	745,080	+16,792	2.3
売上原価	523,697	514,356	+9,340	1.8
売上総利益	238,176	230,724	+7,451	3.2
営業収入	23,753	23,254	+499	2.1
営業総利益	261,929	253,978	+7,951	3.1
販売費及び一般管理費	242,774	231,046	+11,728	5.1
営業利益	19,155	22,932	-3,777	-16.5
経常利益	20,021	23,695	-3,674	-15.5
当期純利益	13,331	15,208	-1,876	-12.3