四つ葉のクローバーマークは、
真心をもってサービスにつとめ、
人々の豊かで幸せな暮らしに
役立っていこう…
というライフの企業姿勢を
シンボライズしたものです。



株式会社ライフコーポレーション
http://www.lifecorp.jp/

大阪本社　〒532-0004　大阪府大阪市淀川区西宮原2-2-22
TEL 06-6150-6111
東京本社　〒110-0016　東京都台東区台東1-2-16
TEL 03-5807-5111

ミックス
責任ある木質資源を使用した紙
FSC® C002641

株式会社ライフコーポレーション

会社案内
社会・環境活動報告書 2021



“志の高い”企業として

国内小売業は各地で業種・業態の垣根を超えた新規出店や提携・連合による過当競争が繰り広げられています。
また消費生活の成熟化に伴い、生活者のニーズはますます多様化し、さらには安全・安心な商品の提供が求められています。
当社が目指す「よい商品、よいお店、よいサービス」にいっそう磨きをかけ、「ライフらしさ」を明確に打ち出し、
売上高8,000億円、経常利益200億円企業の実現に挑戦してまいります。
そして、ライフ全店舗が地域のお客様から最も信頼される地域一番店となれるよう、成長していきたいと願っています。
お客様はもちろん、従業員一人一人の「幸せ」をつねに追求する
“志の高い”企業として、着実に前進してまいります。



創業者
取締役名誉会長
清水 信次



代表取締役社長執行役員
岩崎 高治



『ライフらしさ』宣言！

2018～2021年度の4カ年からなる第六次中期計画において当社が目指す姿を
『ライフらしさ』宣言として明文化いたしました。

今日も見つかる、新しいLife。

とっても新鮮な食材。ホントに美味しいお惣菜。そして、温かな笑顔で迎えてくれる。

ライフには、いつも“おいしい” 何かが待っている。
ライフなら、今日もきっと“ワクワク”が見つかる。

いつもの暮らしに、ちょっと“ハッピー”をくれる。
私の新しいLife。

ライフは、私のスーパーマーケット。



■ 生鮮食品の鮮度追求





特に農産部門では、入荷した野菜を新鮮なままご提供すべく、
鮮度を保つための作業を毎日徹底して行っています。

■ 惣菜のおいしさへのこだわり





「素材」「作り方」「出来立て」など、おいしさを感じる調理工程にこだわり、ライフにしかない商品をご提供しています。

『ライフらしさ』とは
「おいしい」「ワクワク」「ハッピー」を感じられる、ライフならではの価値の創出を追求してまいります。

お客様、従業員への想い
『生きがい』という意味を持つ『Life』。
それぞれの生活に欠かせない新しい『Life（生きがい）』でありたいという想いを込めています。

「ライフラインとしての使命」

新型コロナウイルス感染症との戦いを強いられた2020・21年。お客様と従業員の安全・安心を最優先に、地域の皆さまのライフラインを支える使命を果たすべく、全従業員が一丸となって取り組みました。

■お客様の安全・安心



レジにアクリル板を設置



レジ前待機列の間隔確保



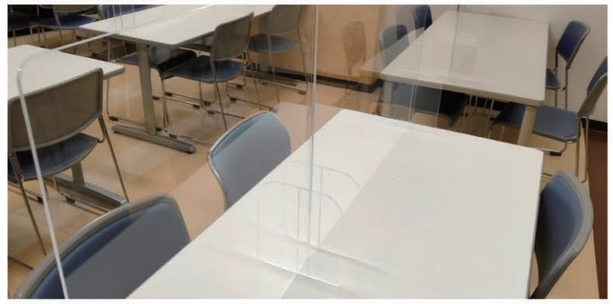
消毒液の設置

チラシの自粛や3密を防ぐ内容への見直し、キャッシュレス決済の推進などにも積極的に取り組みました。

■従業員の安全・安心



体と心のリフレッシュのための臨時店休



休憩室に設置したパーテーション

■お客様からの温かいメッセージ

新型コロナウイルス感染症の影響により2週間ほど休業した店舗の入口に、お客様から励ましのメッセージをいただきました。地域を支えるライフラインとしての役割を再認識しました。



■生産者・産地・外食産業支援

コロナ禍で苦境に立たされている日本各地の観光地・生産者や、外食産業の支援を行いました。





首都圏

- 埼玉
- 東京
- 千葉
- 神奈川

近畿圏

- 京都
- 兵庫
- 大阪
- 奈良

店舗サポート 物流センターとプロセスセンターを効果的に配置し、安定的に商品を供給するインフラを整備しています。


加須プロセスセンター（首都圏）


堺プロセスセンター（近畿圏）

出店実績

首都圏124店舗、近畿圏158店舗 (2021年5月末現在)

地域の皆様に愛されるお店を目指して

1961年（昭和36年）11月、大阪府豊中市に第1号店を開店。282店舗を数えるまでに成長しました。

出店業態 ライフコーポレーションは下記のような業態で店舗展開を行っています。
場所や土地の形状、地域のお客様の生活スタイルやニーズなどを総合的に検討し、最適な業態を選択しています。


GMS（南千住店）
（ゼネラル・マーチャンダイジング・ストア）
売り場面積4,500㎡以上の店舗


CbS（二条駅前店）
（コンビネーション・ストア）
売り場面積3,000㎡以上の店舗


SSM-Ⅰ（太融寺店）
（スーパー・スーパー・マーケット-Ⅰ）
売り場面積1,800㎡以上の店舗


SSM-Ⅱ（中野坂上店）
（スーパー・スーパー・マーケット-Ⅱ）
売り場面積1,800㎡未満の店舗


SM（中原井田店）
（スーパー・マーケット）
衣料品の取り扱いがない店舗



CENTRAL SQUARE LIFE

セントラルスクエア
（セントラルスクエア西宮原店）

“日々のお買い物を、便利から、楽しいへ。”
情報発信を行うライフスタイルストアです。



BIO-RAL

BIO-RAL ビオラル
（ビオラル靭店）

“自然を感じるくらし、もっと身近に。”
「オーガニック、ローカル、ヘルシー」を
意識したナチュラルストアです。



Miniel

Miniel ミニエル
（Miniel西本町店）

お客様の「いま、ほしいもの」をギュッと
詰め込み利便性を高めた、都心特化型の
小型スーパーマーケット業態です。

部門紹介

お客様においしさと心 地よさをお届けします

食品スーパーとして、毎日のくらしに欠かすことので きないライフラインの役割を果たすだけでなく、
売り場で“ワクワク”感をご提供できるよう、商品力 と接客を強化しています。

おいしさにこだわりました





■「CHEESE HOUSE」(チーズハウス)

世界各国のナチュラルチーズを対面で量り売りしています。

“おいしい”“ワクワク”“ハッピー”の実現に向けての取り組み



■ジュースバー&ジェラート ソフトクリーム

素材そのもののおいしさにこだわって作っています。





■クッキングスクエア

メニュー提案や調理方法のアドバイスを行い、各種レシピを展開するサポートコーナーです。

“いつも„が楽しくなる+α







■イートインコーナー・キッズスペース

お買い物の合間にゆったりとくつろげるレストスペースやお子様が体を動かせるキッズスペースを設置しています。

農産

お店の入口付近で展開し、鮮度の良い野菜と色鮮やかな果実を豊富に取りそろえ、季節感あふれる売り場でお客様をお迎えします。





水産

活気あふれる生魚コーナーでは、鮮度の良い旬の生魚を取りそろえ、お客様のご要望に合わせて調理します。



惣菜

“おいしさ”にこだわり素材や製法を常に追求し、ライフならではの出来立ての味をお届けします。



IB インストアベーカリー

手づくりパンコーナー「小麦の郷」では、焼き立てのホテルブレッドやピザ、揚げ立てにこだわったドーナツなどを販売します。



畜産

指定産地で育てられたオリジナル肉から等級の高い銘柄肉まで幅広く品ぞろえし、選べる楽しさをご提供します。





食品・日配

豊富な品ぞろえとお求めやすい価格でお客様のご要望にお応えします。
また、素材にこだわった産地商品や地元の味なども各種取り扱いしています。



生活関連

日用品・キッチン用品などをお求めやすい価格でご提供するほか、ベビー用品・ペット用品なども取りそろえ、毎日のお買い物の利便性を高めます。



衣料品

肌着・ソックスなどの実用衣料から服飾・アウトウェアまで、日々のファッションをご提案します。



レジ事務

心地よくお買い物をしていただけるよう、常にお客様の立場に立った接客を心がけています。



商品開発

「おいしい！」「お買い得！」お客様の毎日の生活を豊かに

おいしさ・品質・価格にこだわり、各種プライベートブランドを展開しています。
2011年からスタートし、2021年2月現在、1,600アイテム以上を販売しております。

■ スマイルライフ

～シンボルマークの四つ葉のクローバーに誓った、お客様への4つの約束 ～

一つ、「安全・安心」のお約束 ▶原料から製造まで、徹底した品質管理を行います
二つ、「おいしさ」のお約束 ▶「おいしい」と実感できるものしか、つくりません
三つ、「信頼の価格」のお約束 ▶毎日お求めやすい価格で販売します
四つ、「お客様の笑顔」のお約束 ▶「安全・安心」「おいしさ」「価格」でご満足いただき、お客様を「笑顔」にします



当社シンボルマークの四つ葉のクローバーをデザインに採用。緑は「安心感・清潔さ」、オレンジは「あたたかさ」を表しています。統一感のあるイメージで存在感を示し、各売り場で展開しています。

■ ライフプレミアム

素材や製法にこだわり、
上質な味わい・おいしさを
追求した「ライフプレミアム」。
2014年から販売をスタートし、
140アイテムを発売しました。







■ BIO-RAL（ビオラル）

「オーガニック・ローカル・ヘルシー・
サスティナビリティー」をコンセプトに、
体に優しい素材や製法で、健康や
自然志向にあわせた「BIO-RAL」。
「ライフナチュラル」として
販売していた商品を2020年に
「BIO-RAL」に刷新。
約100アイテムを展開しています。









■ スターセレクト

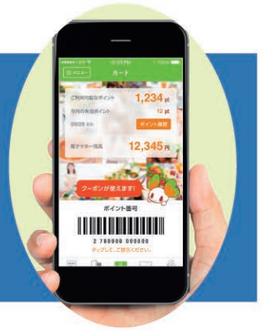
お客様のよりよい生活のため、(株) ヤオコーと共同開発した「star select」。
「スターセレクト」の「スター」は、両社の商品開発への5つの志である
「安全・安心・おいしさ・信頼の価格・お客様の笑顔」がひとつになって
新たなる輝きを生み出すという意味が込められています。



次世代対応

新しいお買い物環境を推進し、スーパーマーケットをもっと楽しく

インターネット、スマートフォンの普及に対応し、ネットスーパーを積極的に展開しています。
また、利便性の向上を目指し、自社クレジットカードや電子マネーの活用も進めています。



■ LCカード

㈱ジェーシービーと提携し、JCBブランドのクレジットカード「LCカード」を2016年3月より導入しました。
通常のポイントカードに加え、決済ポイントも貯まる、大変お得なカードです。





©Disney

LC JCBカード（ディズニー・デザイン）は、JCBがウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社のオフィシャル・マーケティング・アライアンス・パートナーとしてディズニー・デザイン・カードのマスターライセンシーとなり、ライフフィナンシャルサービスが発行するものです。

■ LaCuCa（ラクカ）

ライフオリジナルの電子マネー機能付きポイントカード
「LaCuCa（ラクカ）」を2016年8月より導入しました。
現金の受け渡しがなく、スムーズにお買い物ができ、さらに決済ポイントも貯まる便利でお得なカードです。
2020年12月にはライフアプリと連携させることでカードを提示しなくてもお会計ができる「モバイルLaCuCa」もスタートしました。





■ ライフアプリ

お客様の日々のお買い物に便利な公式アプリでは、お買得情報だけでなく、「ライフマガジン」を配信。
こだわり商品のご紹介や季節ごとのおすすめの食べ方などをご提案いたします。
また、ポイントカードの履歴や電子マネーの残高も確認することができます。



■ セルフレジ・セミセルフレジ

商品登録をレジ担当者が行い、精算のみお客様ご自身で行っていただくセミセルフレジを拡大し、お会計の時間短縮に役立てています。
また、都心部店舗を中心に、カード決済のみのキャッシュレスセルフレジの導入も開始しました。


セミセルフレジ


キャッシュレスセルフレジ

■ EC事業

店舗で販売している商品をパソコンやスマートフォンからご注文いただき、近隣の店舗から配送、ご自宅でお受け取りいただける
「ライフネットスーパー」を、2021年7月末現在61店舗で展開しています。
2019年9月には、Amazonを通じた生鮮食品や惣菜の販売を
首都圏の一部エリアで開始し、2021年7月現在、
東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県・大阪府・兵庫県にてサービスを提供しています。
2021年3月にEC桜新町店が稼働したほか、4月には
新会社「株式会社ライフホームデリバリー」を設立し、より高い品質のサービスを
安定的に提供しながら、事業の拡大をはかってまいります。





人財教育

「多様な人財を活かす会社」の実現へ

国籍・障がい・性別・年齢などに関係なく、全ての従業員がいきいきと働くことのできる会社を目指し、2019年1月よりダイバーシティ推進室を設置しさまざまな取り組みを行っています。



■パートナー活躍推進

「多様な人財を活かす会社」の実現に向け、パートナーの感性を活かし、活躍の場を拡大しています。
パートナー会議や各店舗の取り組みを紹介する発表会などを開催し、士気の高い人財の育成を行っています。





■ 外国人技能実習生の活躍

店舗やプロセスセンターで、タイ・ベトナム・ミャンマーからの技能実習生が活躍しています。
帰国後は習得した技術で、母国の産業発展に貢献していただきたいと考えています。





■ 活躍の場の拡大

2012年度は39名であった女性管理職が2020年度に130名と3.3倍
(女性管理職比率8.4%)に増えました。
女性の視点を店舗運営に取り入れるため、店舗管理職への登用に力を入れており、取り組み当初2名であった女性店舗管理職は、2020年度に36名にまで増加し活躍しています。
なお、2021年度末までに女性管理職比率10%を目標としています。







流通誌での惣菜部門 商品開発インタビュー

ライフコーポレーション
女性活躍推進®

■ 女性活躍推進に取り組む企業として

2012年からの取り組みが実を結び、「くるみん」・「えるぼし」・「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」・2018年SMBCなでしこ融資での最高評価など、各種評価をいただいています。

くるみん
女性が活躍しています！
女性活躍リーディングカンパニー 2019大阪市認証
SMBC NADESHIKO Finance 2018

■ 障がい者雇用・LGBT理解への取り組み

障がい者雇用では、「一般社団法人おおさか人材雇用開発人権センター」主催の顕彰にて高い評価をいただき、「人材開発・養成貢献賞」と「就職マッチング賞」の二賞を2018年より2期連続で受賞、さらに2019年9月には「一般社団法人大阪府雇用開発協会」が主催する「2019年度高年齢者・障がい者関係表彰式」にて「障がい者雇用有料事業所表彰」を受賞いたしました。また、LGBTの方への理解を深めるセミナーの実施や、社内の相談窓口も開設しています。



店舗サポート

東西400店舗体制へ向けて 店舗を支える要となる物流機能

物流センターとプロセスセンターを効率的に配置し、迅速かつ安定的に各店舗へ商品を供給するインフラを整備しています。2017年6月には川崎総合物流センターが稼働し、首都圏200店舗体制の物流インフラの構築が完了。2018年11月には大阪平林総合物流センター、2020年3月には堺プロセスセンターが稼働し、2021年夏には近畿圏の物流再構築が完了予定です。



■ 物流センター

主に加工食品の物流を担う東西の物流センターでは、カテゴリー（品群）ごとのコンテナ仕分けやカートラックでの納品など、店舗にあわせた納品形態を実現することで店内作業を効率化し、生産性の向上に重要な役割を果たしています。また、システム化された工程管理により、商品・数量の誤納品や欠品を防止する仕組みを取り入れています。


川崎総合物流センター


大阪平林総合物流センター

■ プロセスセンター

農産・水産・畜産物の一次加工や惣菜・ベーカリーの商品化を担うプロセスセンターでは、量的な対応のみならず、品質的にも店内加工に負けない鮮度・加工度を目指し日々取り組んでいます。


加須プロセスセンター


堺プロセスセンター

品質管理体制

お客様に安全・安心な食品をご提供するために

全従業員が高い意識を持って品質管理の強化に取り組んでいます。
プロセスセンターでは、原材料入荷から製品まで徹底した衛生管理を行っています。


理化学検査

■検査体制

商品検査センターでは、微生物検査や理化学検査などを実施し、日々商品の安全を確認しています。

■プロセスセンターにおける製造加工の取り組み

プロセスセンターでは24時間体制で商品を製造し、全店舗へ供給しています。栗橋・加須プロセスセンター、南港プロセスセンターの水産事業では、食品安全マネジメントシステムの国際規格認証である「ISO22000」を、船橋・天保山のプロセスセンターでは「FSSC22000」を取得し、品質管理の徹底を図っています。


品質チェック





食育体験学習

伝えたい、食の大切さ

食育体験学習では、栄養士や食育インストラクターが普段の食生活に不足しがちな野菜・果物、
食品の栄養やバランスの良い食事の大切さについて、クイズを交えた授業やイベントを行っています。
子どもたちに問いかける参加型の講義や、売り場で野菜を選ぶお買い物ゲームは、
スーパーマーケットならではの体験としてご好評をいただいております。



■食育体験学習への取り組み

小学生・園児を対象とした食育体験学習では、食べ物の働きやバランスのよい食事の大切さを学んだあと、店舗の農産売り場で野菜のお買い物ゲームを行っています。そのほか、公募型の親子食育のプログラムなども実施し、食育活動を通して、食の大切さを伝えています。






野菜売り場では、グループでお買い物ゲームを実施


実際にレジで支払いを体験


店舗での親子食育


児童館での出張食育


発達障害を持つお子様との食育



子どもたちからいただいたお礼のお手紙

社会科見学

子どもたちとのふれあいが、ファンを生み出す

小学生を対象に社会科見学の受け入れを行っています。
普段は入れないバックヤードで、生鮮品の商品化や大きな冷蔵庫の見学を行います。まとめの質問タイムでは毎回大盛り上がりの子どもたち。
お客様との関わり合いなど、さまざまな角度からスーパーマーケットへの理解を深めていただきます。



■地域の子どもたちとのふれあい

地域社会とのコミュニケーションの一環として、各店舗で小学生の社会科見学の受け入れを行っています。
さらに、こども店長や職場体験、近隣の学校とタイアップした企画・食品ロス学習のプログラムなど、さまざまな取り組みを実施しています。








業務用と家庭用ラップの伸びの違いを実演


お買い物ゲームで買った野菜は、エコバッグでお持ち帰り



近隣学校による店頭でのイベント

■コロナ禍でもできることを

2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、課外授業・社会科見学を実施できませんでした。そのため、講師が小学校・保育園で出前授業を行い、食育の講義のほかにスーパーマーケットの仕事や売り場の工夫をDVDでご紹介しました。
活動が制限されたにも関わらず、18,856名の小学生・園児にご参加いただきました。




しっかりと感染防止対策を行い実施




実際に見学できなくても、スーパーマーケットの仕事をイメージしてもらうことができました。

3 R (Recycle/Reduce/Reuse)

限りある地球の資源を大切に

地域社会の一員として
限りある地球の資源を最大限有効に活用する取り組みを行っています。



■ 資源リサイクル(Recycle)の取り組み

地域のお客様にご協力いただき、資源のリサイクルに取り組んでいます。

牛乳パック

牛乳パックは良質なパルプ資源です。リサイクル事業者に依頼し、回収した牛乳パックをトイレットペーパーなどに再生し、店舗で使用しています。



トレー

食品トレーは回収後、新しいトレーに生まれ変わるほか、主に木くず・古紙と混合された高カロリー固形燃料(RPF)として利用されています。



ペットボトル

細かく粉砕・洗浄され、たまごのパックの原料になるほか、繊維に加工された後、マットや衣料品等にリサイクルされています。



ペットボトルキャップ

ロータリークラブを通じてポリオ・ワクチンとして、国際ロータリーの「ポリオ・プラス」へ寄付しています。



アルミ缶・スチール缶

アルミ缶は表面の塗料・フィルムを取り除き、高温で溶かしてアルミ缶に再生しています。(近畿圏一部店舗)
スチール缶は、プレス処理された後、鉄筋・鉄骨などの原料となる鉄板に再生されます。



発泡スチロール

鮮魚や果物の一部は産地から発泡スチロールに詰められて入荷します。粉砕・減容後、板状に加工し資源化しています。



古紙

新聞紙・チラシ・本・雑誌などの古紙を回収し、回収量に応じて専用カードにポイントをお付けしています
(2021年7月末現在9店舗に導入)



廃食用油

お客様から使用済みの油を回収し、精製し液体せっけんにして店舗で使用しています。(近畿圏一部店舗)



■ 再利用(Reuse)の取り組み

通い箱(クレート)の利用

ダンボールや発泡スチロールなどの輸送用容器を減らすため通い箱(クレート)の利用を拡大しています。ダンボールが大半であった野菜や果物でも通い箱を利用しています。



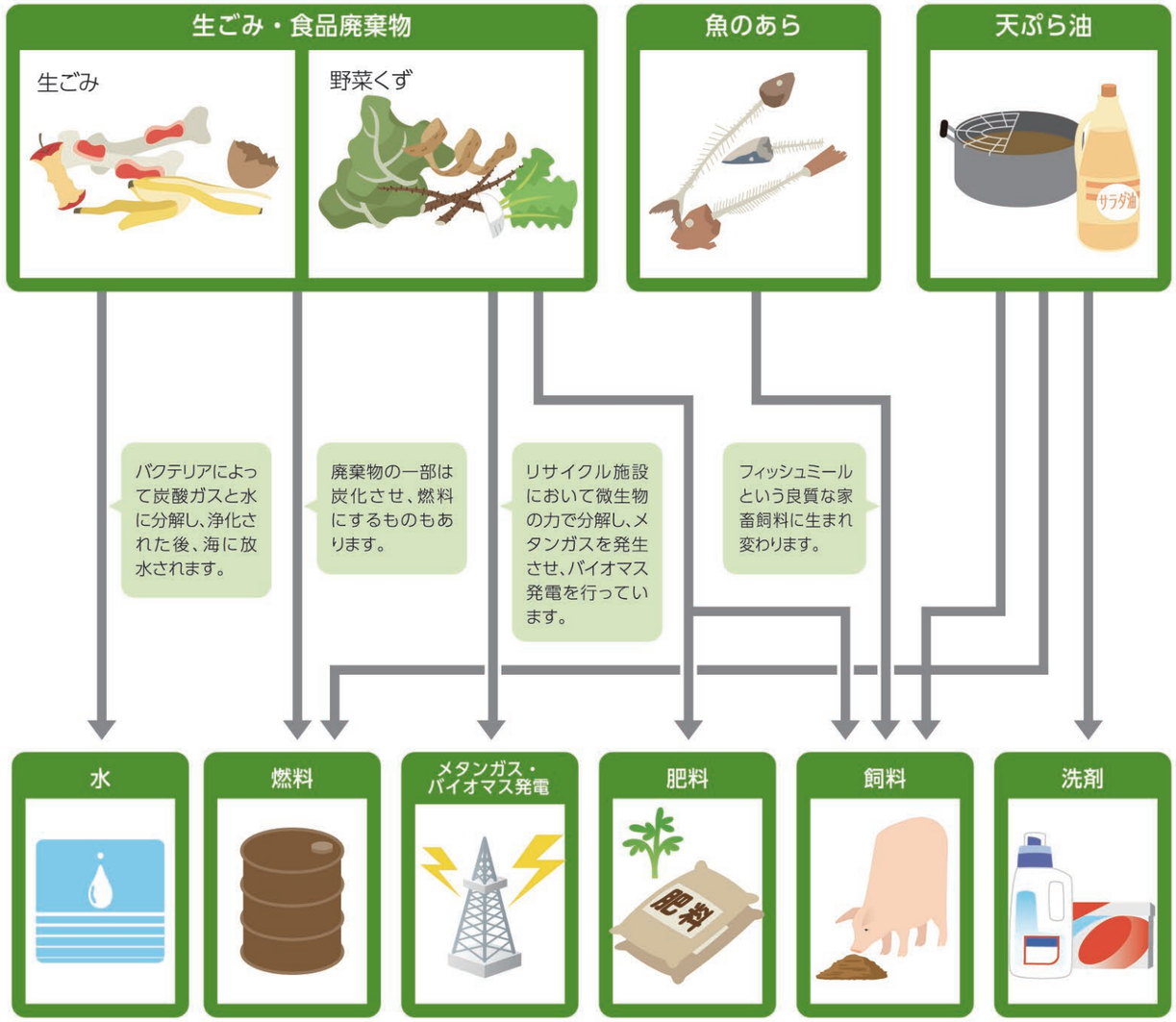
資源リサイクルボックス

地域のお客様にご協力いただき、食品トレー・牛乳パック・ペットボトルの店頭回収を実施し、リサイクルに取り組んでいます。



■ 食品リサイクル(Recycle)の取り組み

店舗やプロセスセンターでの調理や加工の際、できる限りの工夫を行っていますが、どうしても生ごみが発生してしまいます。
当社では積極的に廃棄物のリサイクルに取り組んでいます。



■ 資源節約(Reduce)の取り組み

レジ袋削減

環境負荷軽減のため、お客様・自治体とともに、レジ袋削減に取り組んできました。京都市内・大阪府北摂地区の店舗では、2020年7月の義務化よりも早く、レジ袋の有料化を実施してまいりました。オリジナルのマイバッグや、袋詰めの必要がないマイバスケットも導入しております。





■ 会社概要

会社名	株式会社ライフコーポレーション
資本金	100億4百万円
設立	昭和31年10月24日
代表者	代表取締役社長執行役員 岩崎高治
従業員数（連結）	社員 6,576人 パートタイマー（期中・8時間換算）23,072人（2021年2月期）
営業収益（連結）	7,591億46百万円（2021年2月期）
株式	東証第1部
事業内容	スーパーマーケットチェーン
店舗数	282店（首都圏:124店 近畿圏158店） （2021年7月末現在）
連結子会社	株式会社ライフフィナンシャルサービス （クレジットカード事業および付随する事業）
関係会社	ライフ興産株式会社（損害保険等代理業務） 株式会社ライフホームデリバリー （ネットスーパー事業および来店宅配事業の個人宅への配送）

■ 役員名簿

取締役名誉会長	清水 信次
代表取締役社長執行役員	岩崎 高治
取締役専務執行役員	並木 利昭
	森下 留寿
取締役常務執行役員	角野 喬
	河合 信之
取締役	成田 恒一
	堤 はゆる
	矢矧 晴彦
	河野 宏子
監査役（常勤）	末吉 薫
監査役	浜平 純一
	眞木 光夫
	宮竹 直子

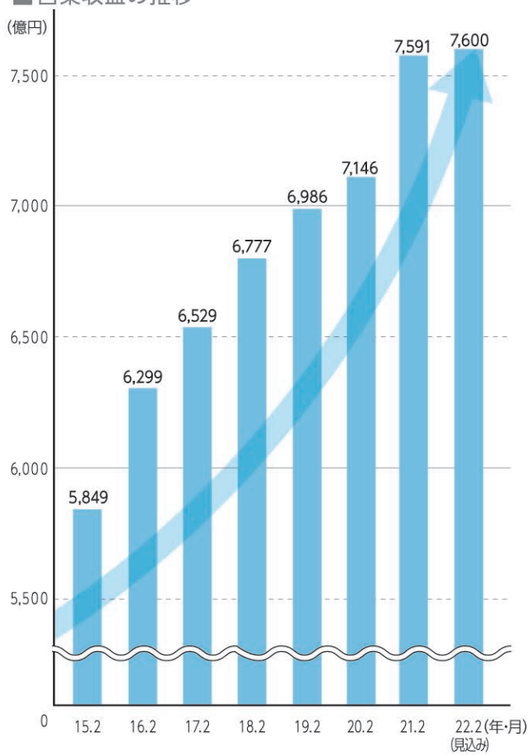


大阪本社
〒532-0004
大阪府大阪市淀川区西宮原2-2-22
TEL 06-6150-6111

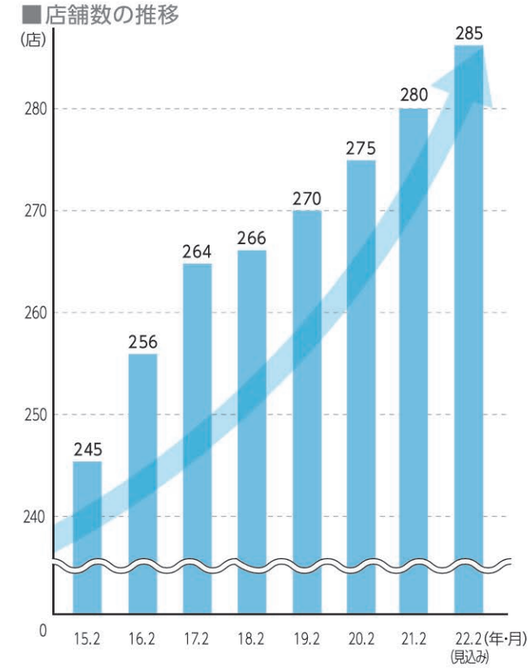


東京本社
〒110-0016
東京都台東区台東1-2-16
TEL 03-5807-5111

■ 営業収益の推移



■ 店舗数の推移



ライフコーポレーション創業記念館

東京本社５階のライフコーポレーション創業記念館は、重厚で厳かな存在感を醸し出す一方、木のぬくもりを感じられる温かなスポットになっています。館内には歴史年表や、ライフの業容の推移、美術品の数々が展示されています。







■ ライフコーポレーションのあゆみ

昭和

31年10月	清水信次、清水商店の食品問屋業から貿易部門を分離独立し、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」を設立
36年11月	スーパーマーケットの運営を決定。1号店の豊中店（大阪府豊中市）を開店。ライフコーポレーションのスタートを切る



46年10月	東京地区本部開設、念願の首都圏進出1号店として板橋店（東京都板橋区）を開店



58年11月	東証第二部上場
59年 8月	東証第一部上場
60年 9月	近畿圏「南港物流センター」（大阪市住之江区）開設



61年 5月	会長清水信次、日本チェーンストア協会会長に就任

平成

3年 1月	JR新大阪駅前に本社移転



4年 7月	三菱商事株式会社と業務提携
5年 3月	「怒濤の出店」を開始

5年 6月	首都圏物流戦略拠点「栗橋総合物流センター」（埼玉県久喜市）開設



7年 1月	阪神・淡路大震災。伊丹店など7店が一時休業し、39店に被害があったが、いち早く営業再開し、ライフラインの重要な役割を担う
10年 2月	期末店舗数153店。単月の売上高でスーパーマーケットナンバーワンを達成
11年 2月	期末店舗数171店。年商3,000億円突破、通期の売上高で日本一のスーパーマーケットを達成
11年 7月	会長清水信次が業界団体の「日本スーパーマーケット協会」を立ち上げ、初代会長に就任
18年 3月	岩崎高治、社長就任 創業45周年記念労使合同セミナー開催



21年11月	東京本社を東京都台東区に移転
22年10月	首都圏で日本最大級の取扱規模を誇る「松戸総合物流センター」（千葉県松戸市）開設



23年 2月	プライベートブランド商品を発売



23年10月	第1号店開店より50周年を迎える



24年 5月	株式会社ヤオコーと業務提携
25年11月	大阪本社を大阪市淀川区に移転
26年12月	首都圏「船橋プロセスセンター」（千葉県船橋市）開設



27年 4月	「株式会社ライフフィナンシャルサービス」設立
28年 2月	ライフイメージキャラクター「ララピー」誕生



28年 8月	首都圏「加須プロセスセンター」（埼玉県加須市）開設



29年 6月	首都圏「川崎総合物流センター」（神奈川県川崎市）開設



30年 11月	近畿圏「大阪平林総合物流センター」（大阪市住之江区）開設



令和

2年 3月	近畿圏「堺プロセスセンター」（大阪府堺市）開設



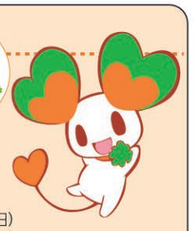
3年 4月	配送事業の合弁会社「株式会社ライフホームデリバリー」設立

ライフのキャラクター「ララピー」

お客様にライフをもっと身近に感じていただくため、“一緒に遊べるお友達” オリジナルキャラクター「ララピー」が誕生しました。各店舗でグリーティングイベントなどを実施し、大変ご好評をいただいています。







プロフィール
- ①名　前: ララピー
- ②出　身: ライフ島
- ③種　族: ハッピー族
- ④誕 生 日: 4月28日（よつばの日）
- ⑤性　格: ほわっとしていてみんなを癒してくれる いつも笑顔で周りを幸せな気持ちにしてくれる
- ⑥弱　点: さびしがりやさん（一人ぼっちになること）
- ⑦好きな食べ物: ライフ“小麦の郷”のミニクロワッサン