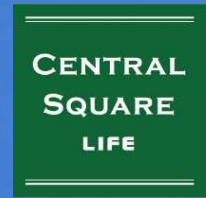


株式会社ライフコーポレーション
2026年4月10日



PRODUCE
SEAFOOD
FRESH MEAT
DELICATESSEN
DAIRY FOOD
GROCERY
BAKERY
LIQUOR


LIFE
SUPERMARKET

SUPERM

2026年2月期
決算説明会資料

2026年2月期 決算の要点

2年連続で過去最高を更新

増収

営業収益 **8,813**億円

増益

当期純利益 **188**億円

- 1. 決算概要**
- 2. 2025年度の取り組み**
- 3. 2030年度に目指す姿達成に向けて**
- 4. 2026年度通期の業績予想、株主還元**

1. 決算概要

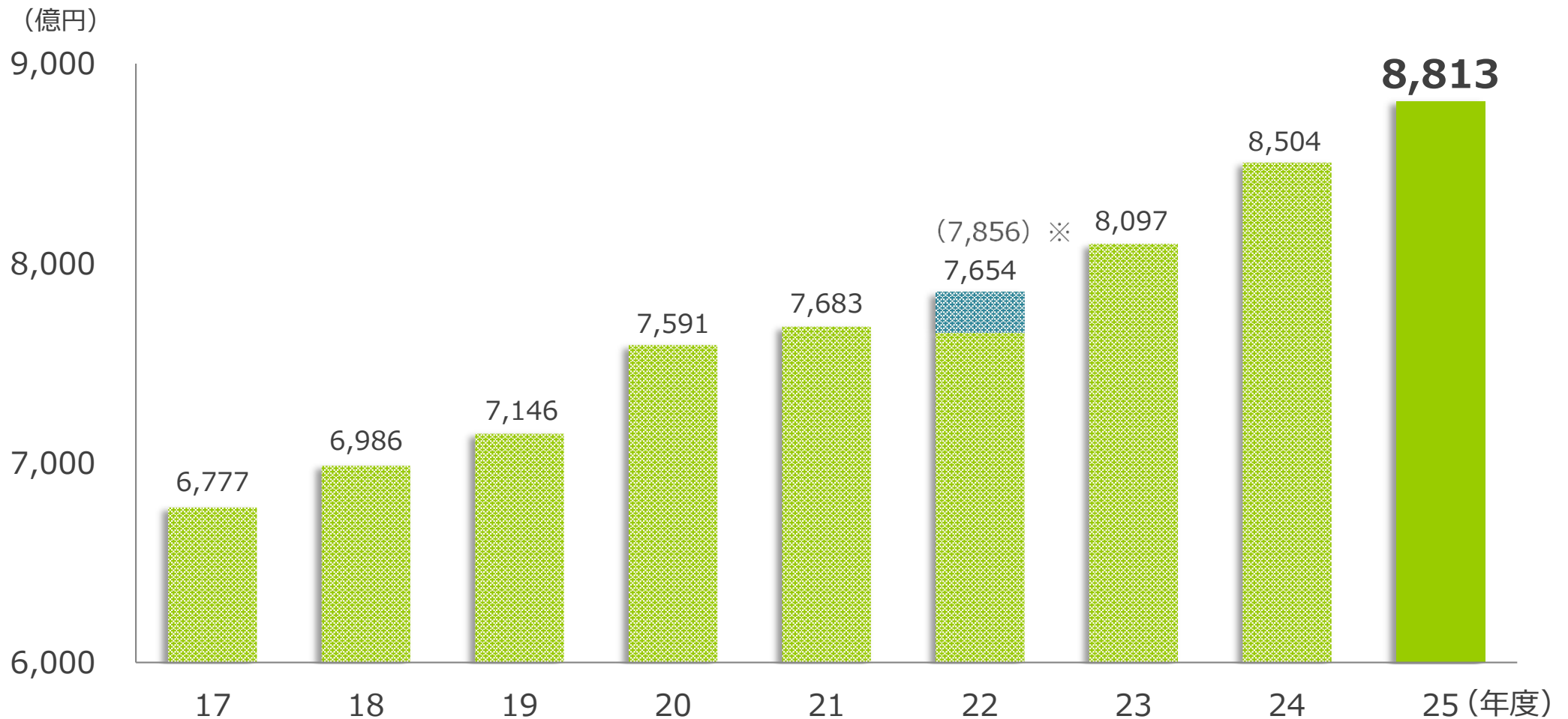
連結業績概要（通期）

（百万円、％）

	2024年度	2025年度	増減額	増減率	売上比
営業収益	850,496	881,325	+30,829	+3.6	-
売上高	818,892	848,570	+29,677	+3.6	-
売上総利益 （粗利益）	254,897	266,474	+11,576	+4.5	31.4
販管費	261,230	273,223	+11,992	+4.6	32.2
営業利益	25,270	26,006	+736	+2.9	3.1
経常利益	26,205	27,068	+862	+3.3	3.2
当期純利益	17,948	18,822	+874	+4.9	2.2

営業収益の推移（通期）

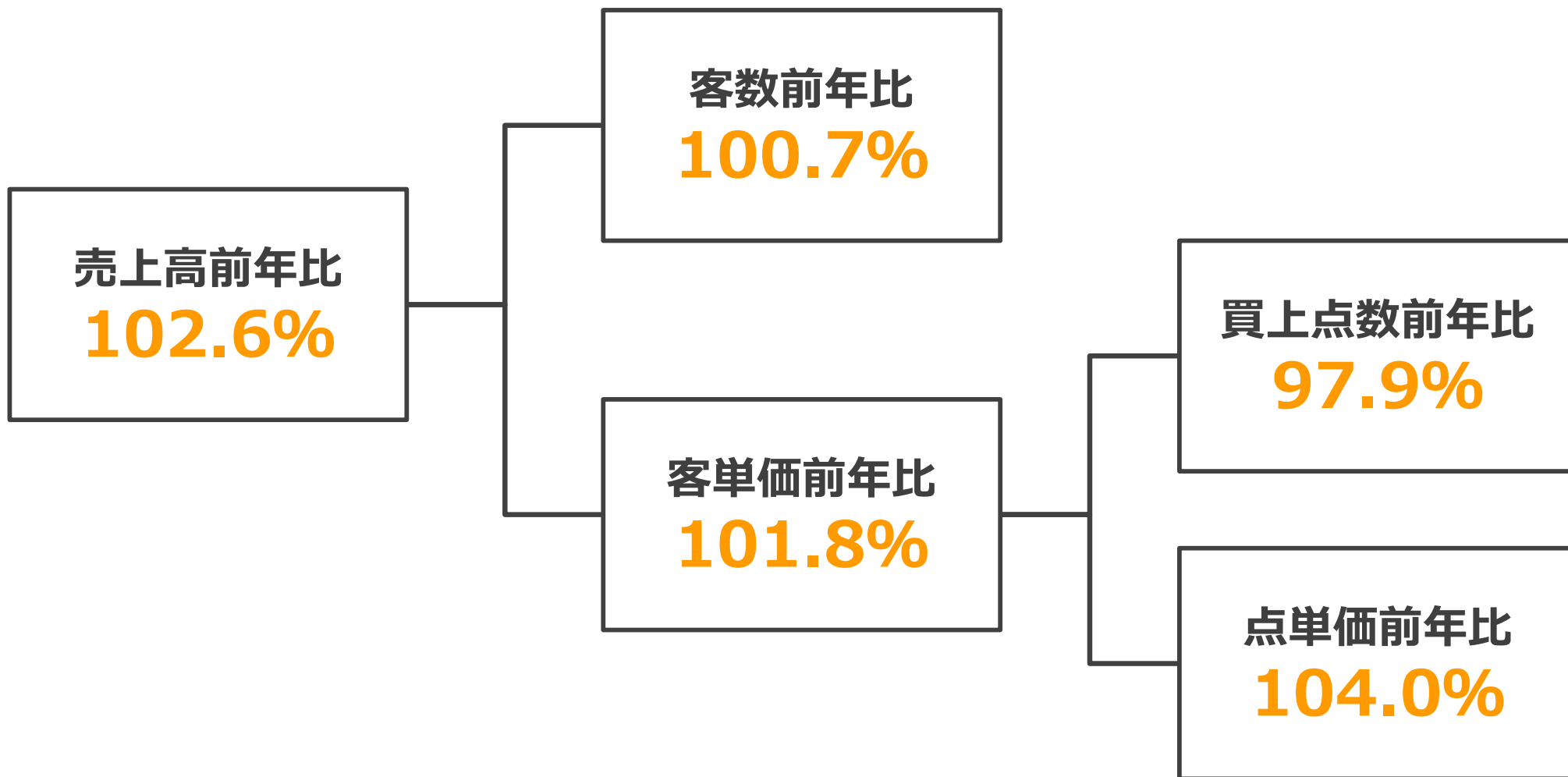
- 営業収益は**3年連続で過去最高を更新**、実質**22期連続増収**
- 改装や商品力強化などによる既存店の伸長(前年比102.6%)が寄与



※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：7,856億円）

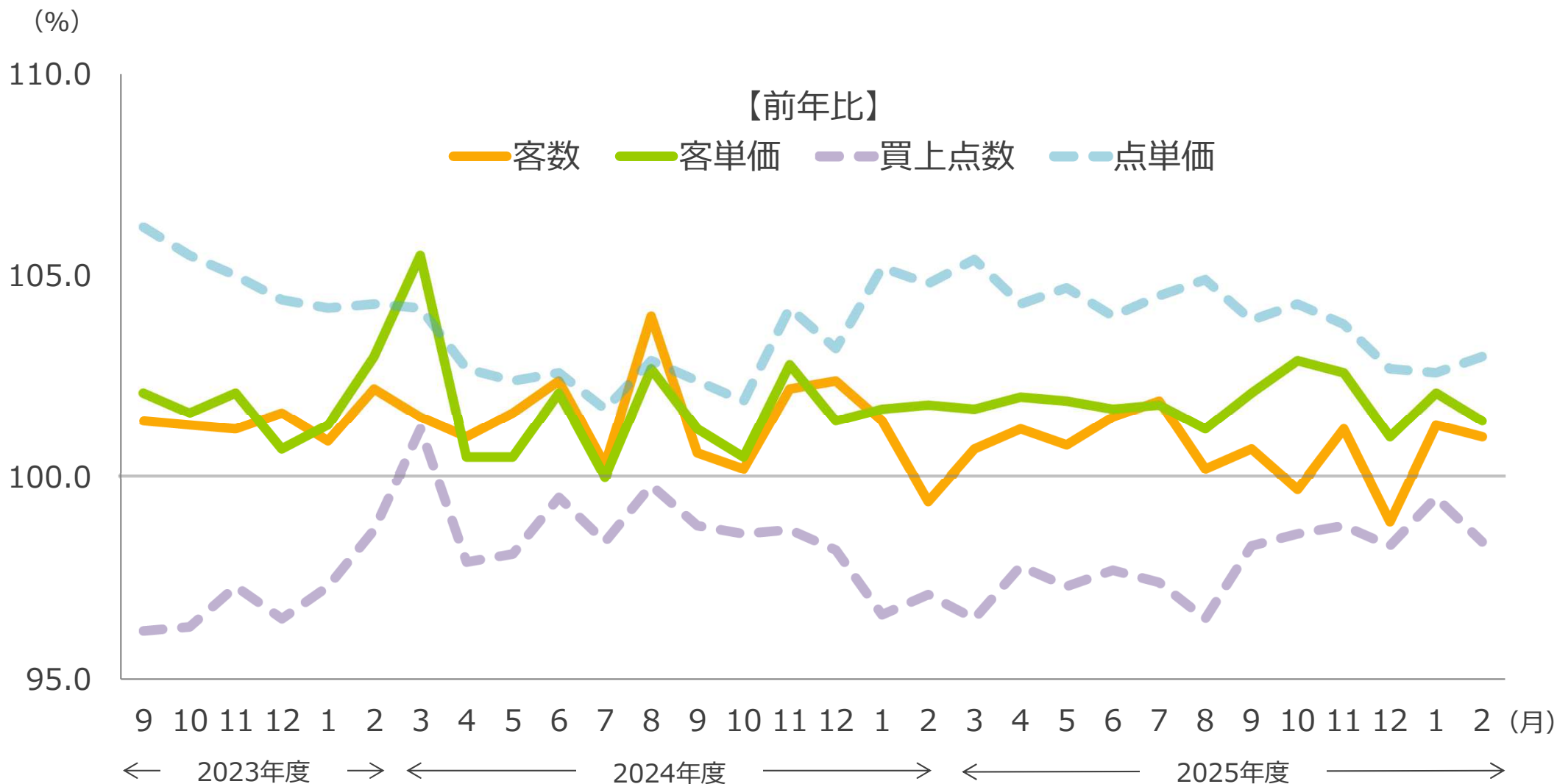
既存店の売上関連指標

- 下期は天候など外部のマイナス要因はあったが、通期で**客数は伸長**加えて、**点単価が高い水準**で推移したことにより、既存店売上は伸長



(参考) 既存店の売上関連指標推移

- 買上点数の低下幅は2025年度下期から**縮小傾向**
2026年度は**ライフの会員様(お客様向けアプリ、自社カード)**向けに販促原資を集中



部門別売上高（通期）

- ・ 相場安の農産部門以外の食品は堅調な動向
- ・ 非食品は24年度の防災特需の裏年、冬場の高気温などの外部要因が大きく影響

売上高 (百万円、%)						
部門	2024年度		2025年度			
		全店 前年比		全店 前年比	既存店 前年比	売上構成比
食品	726,711	105.4	756,902	104.2	103.0	89.2
農産	108,569	107.9	109,174	100.6	99.5	12.9
水産	63,258	104.3	65,658	103.8	102.8	7.7
畜産	90,990	104.5	95,399	104.8	103.8	11.2
惣菜	96,978	106.3	103,051	106.3	104.9	12.1
加工・日配	366,914	104.9	383,618	104.6	103.4	45.2
非食品	92,181	101.5	91,668	99.4	98.9	10.8
生活関連	69,337	102.5	68,886	99.3	98.7	8.1
衣料品	22,843	98.7	22,781	99.7	99.7	2.7
合計	818,892	105.0	848,570	103.6	102.6	100.0

部門別粗利益率（売上総利益率）

- カテゴリーごとにメリハリのある売価設定と、生産計画の精度向上によるロスの抑制を意識し、通期では計画通り**前年差+0.3P**

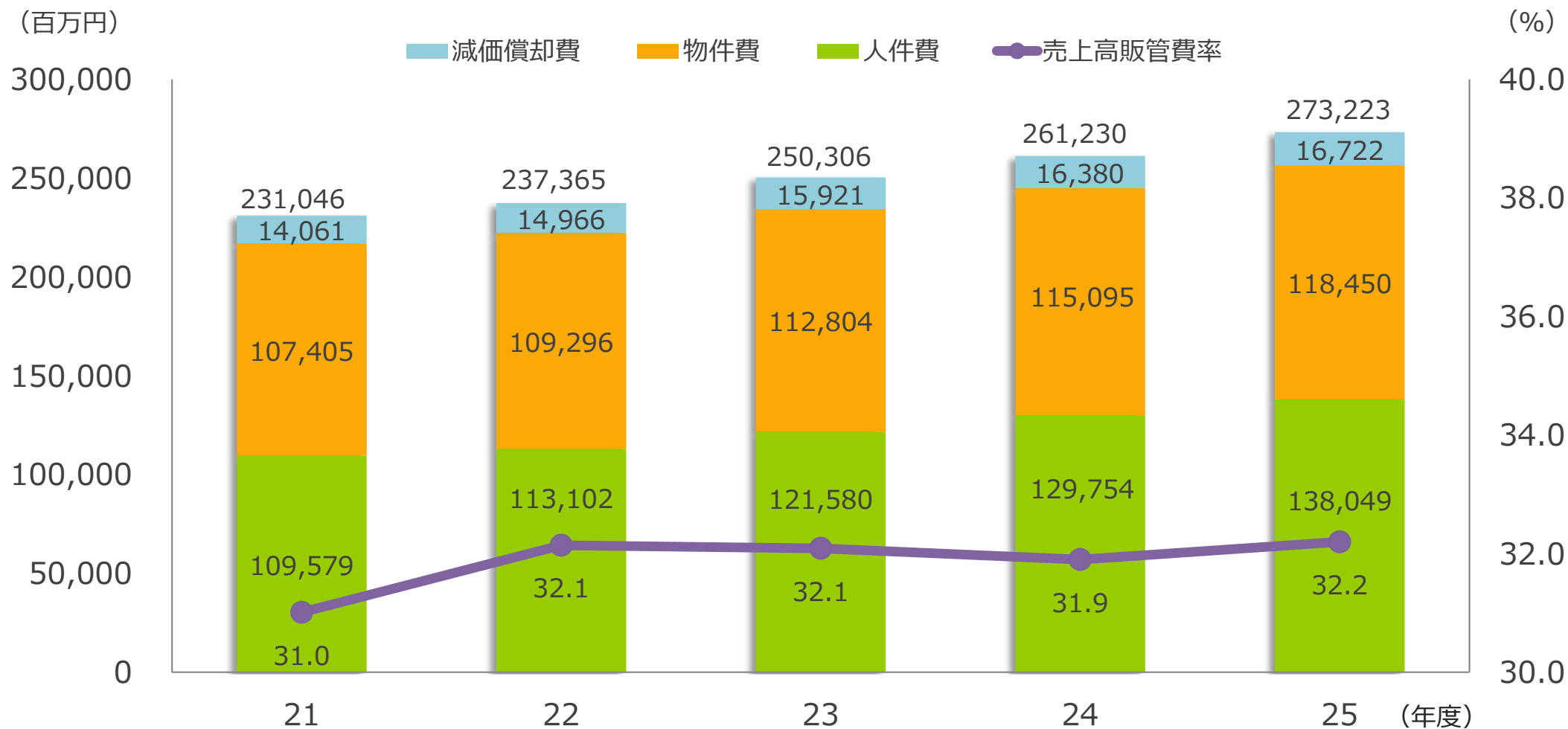
2025年度 粗利益率

(%、P)

部門	上期		下期		通期	
	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	31.3	+0.5	32.0	+0.1	31.6	+0.3
農産	29.6	+0.5	30.2	+0.1	29.9	+0.3
水産	33.4	+0.5	33.7	+0.5	33.6	+0.5
畜産	28.6	+0.8	30.2	+0.7	29.4	+0.7
惣菜	54.6	±0.0	54.4	+0.3	54.5	+0.2
加工・日配	25.8	+0.4	26.6	▲0.2	26.2	+0.1
非食品	29.6	+0.1	29.4	▲0.1	29.5	±0.0
生活関連	26.3	±0.0	26.4	▲0.1	26.4	▲0.1
衣料品	39.6	+0.4	38.3	▲0.3	38.9	±0.0
合計	31.1	+0.4	31.7	+0.1	31.4	+0.3

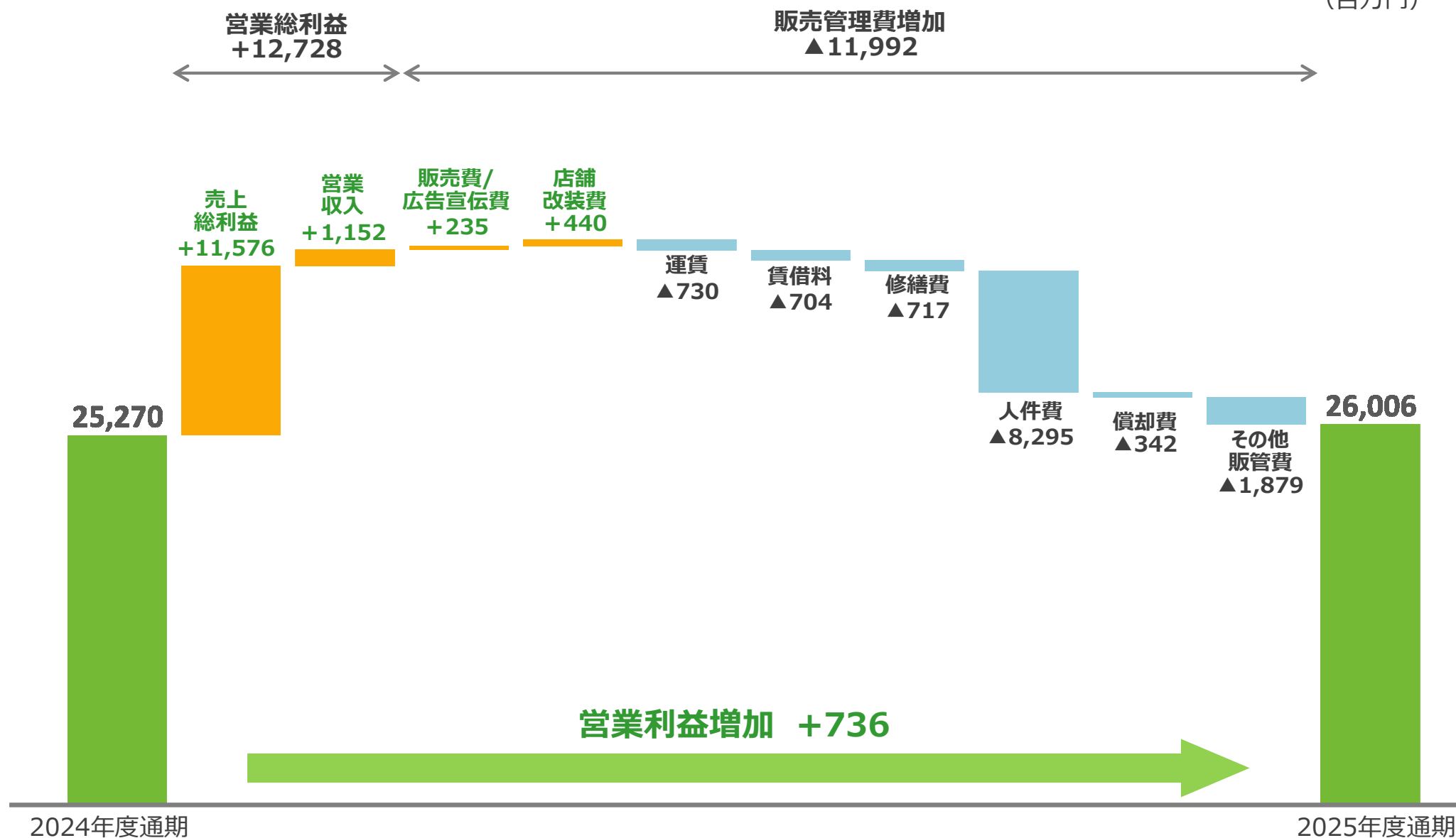
販売管理費の状況（売上高販売管理費率）

- **3年続けて最大規模の賃上げを実施**し人件費は増加したが、概ね計画通りに推移
- 賃借料などは増加傾向だが、**販促費の適正化や施設管理体制の自社化**など、物件費の抑制に努めた



営業利益増減要因 (通期)

(百万円)



連結貸借対照表

(百万円)

	2025年2月末	2026年2月末	増減額
流動資産合計	96,348	121,530	+25,182
現金及び預金	8,366	10,592	+2,226
有価証券（譲渡性預金）	0	16,000	+16,000
たな卸資産	30,355	32,023	+1,667
売掛金	18,577	21,100	+2,523
未収入金	34,427	37,567	+3,139
その他	4,621	4,246	▲374
固定資産合計	209,678	213,716	+4,037
有形固定資産	161,351	157,003	▲4,347
無形固定資産	5,851	5,741	▲110
投資その他の資産	42,476	50,970	+8,494
資産合計	306,027	335,246	+29,219
負債合計	167,592	179,712	+12,120
有利子負債	71,062	32,087	▲38,974
純資産合計	138,435	155,534	+17,098
負債・純資産合計	306,027	335,246	+29,219

連結キャッシュ・フロー

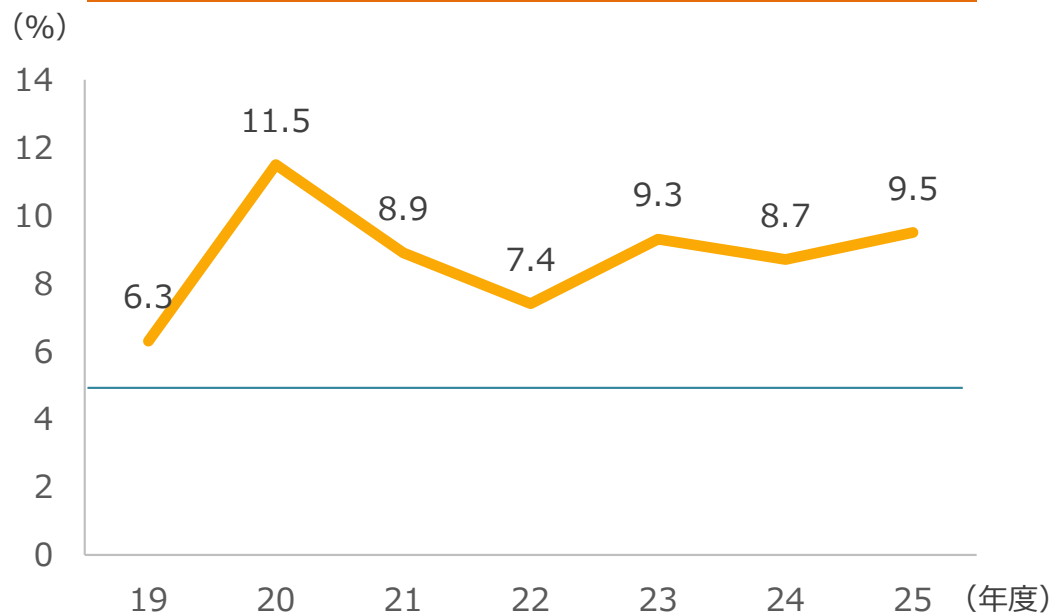
(百万円)

	2024年度	2025年度	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	22,319	74,477	+52,158
投資活動による キャッシュ・フロー	▲22,662	▲11,206	+11,456
財務活動による キャッシュ・フロー	503	▲45,044	▲45,548
現金及び 現金同等物の 期末残高	8,366	26,592	+18,226

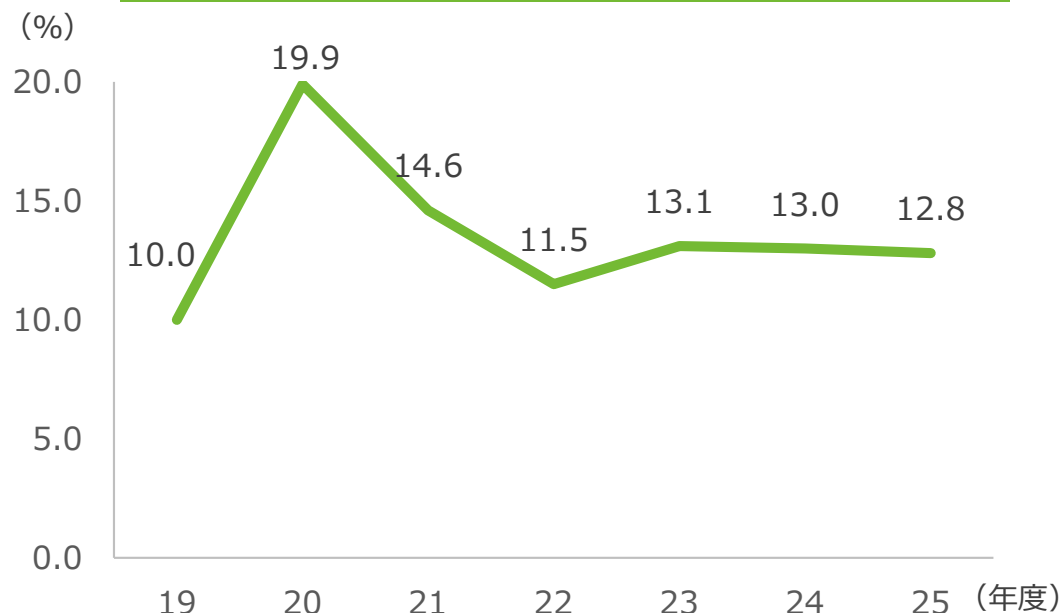
財務指標の推移

- ROICは継続して資本コスト(WACC：5%程度)を上回っている
- ROEは業界の中でも高い水準を維持

ROICの推移



ROEの推移



年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ROE(%)	10.0	19.9	14.6	11.5	13.1	13.0	12.8
ROA(%)	5.7	10.6	8.8	7.3	8.8	8.8	8.4
ROIC(%)	6.3	11.5	8.9	7.4	9.3	8.7	9.5

2. 2025年度の取り組み

店への投資（新規出店）

- 新規出店は**5店舗**（ビオラル：3店舗、ライフ：2店舗）
- 2026年度は**10店舗の新規出店**を予定

ビオラルうめきた店

「STORE OF THE YEAR 2026 専門店・新業態部門」※**1位を受賞**



STORE OF THE YEAR
2026



【評価ポイント】

- **BIO-RALのPB商品や、有機原料を使用したカフェメニュー**
- **地元商品も豊富な品揃え**

※「STORE OF THE YEAR 2026」とは、流通専門誌ダイヤモンド・チェーンストアが企画する、その年に開業し業界に影響を与えた店舗を読者・小売業関係者・有識者などの投票により順位を決めるもの

店への投資（既存店改装）

- 既存店改装は**9店舗**（上期：3店舗、下期：6店舗）
- 2026年度は**7店舗**の既存店改装を予定

下期の既存店改装



【改装例】

- 水産対面コーナー拡大
- 地元産の商品拡大
- 惣菜売場拡大・強化

【PICKUP】

食料品の品揃え充実



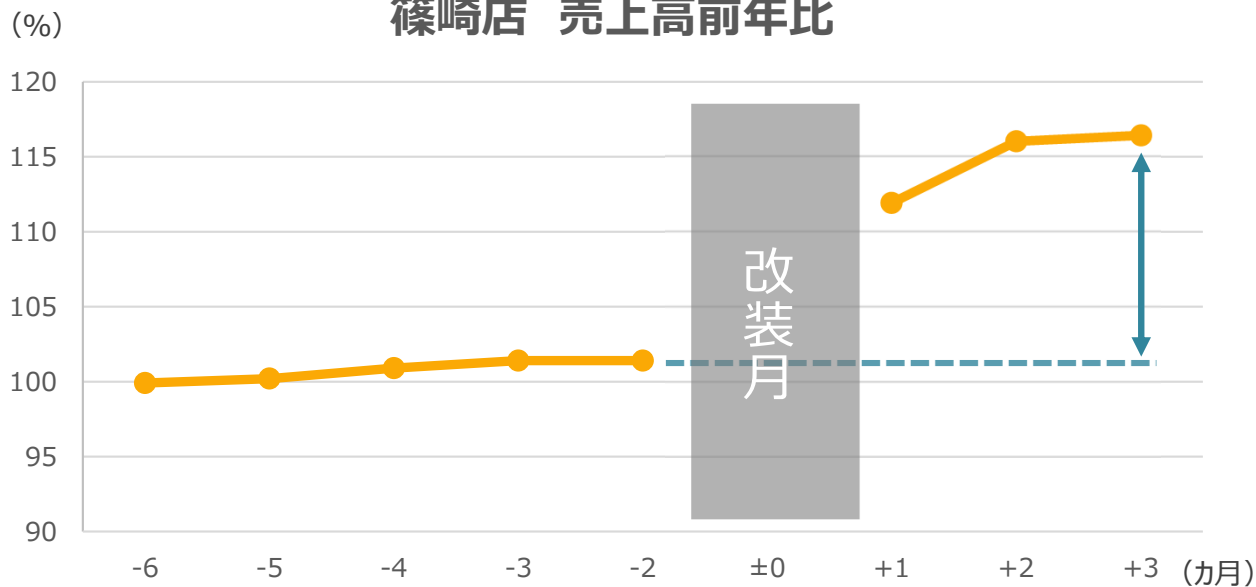
ビオラルコーナー



セルフレジ拡大



篠崎店 売上高前年比

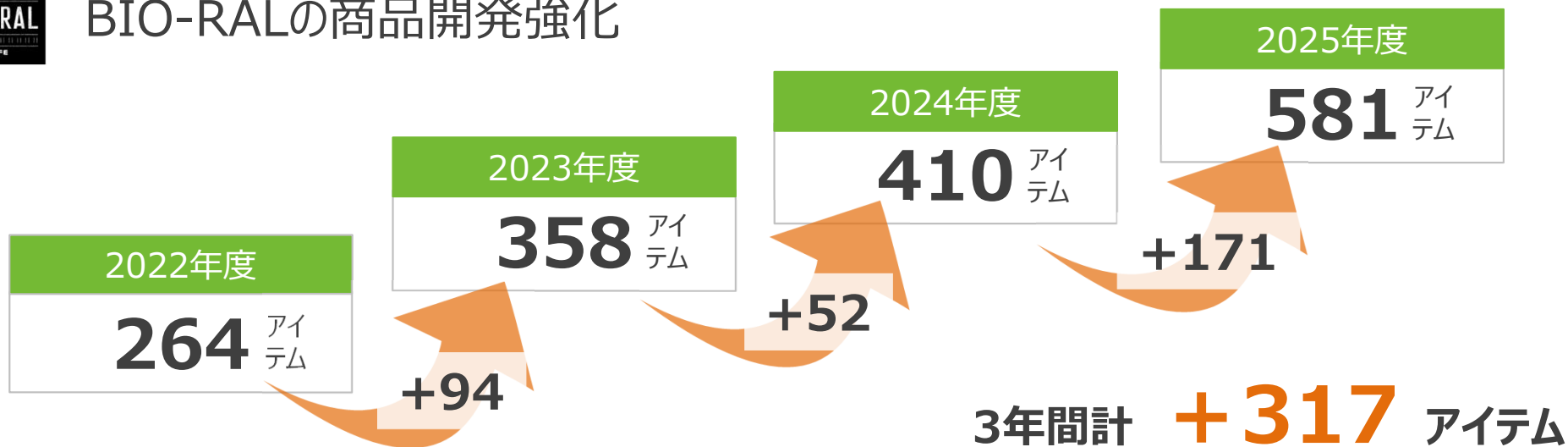


※改装の1カ月前は売り切りセールなどの影響もあるため除外





同質化競争からの脱却（独自性商品の強化）



BIO-RALの商品開発強化



■ 2025年度通期の実績

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	52,028	101.5	6.1	887
 ライフプレミアム	7,428	97.6	0.9	172
 ビオラル	10,882	120.7	1.3	581
 スターセレクト	10,892	92.9	1.3	207
合計	81,232	102.0	9.6	1,847

同質化競争からの脱却（独自性商品の強化）

お弁当お惣菜大賞2026

北海道産ポテトの彩り塩糍オムレツ



当社初の「最優秀賞」受賞



(BIO-RAL商品部 チーフバイヤー 巽)

有機豆腐のハンバーグと
彩り野菜のデリボウル



贅沢海苔弁当
(鶏もも西京焼き)

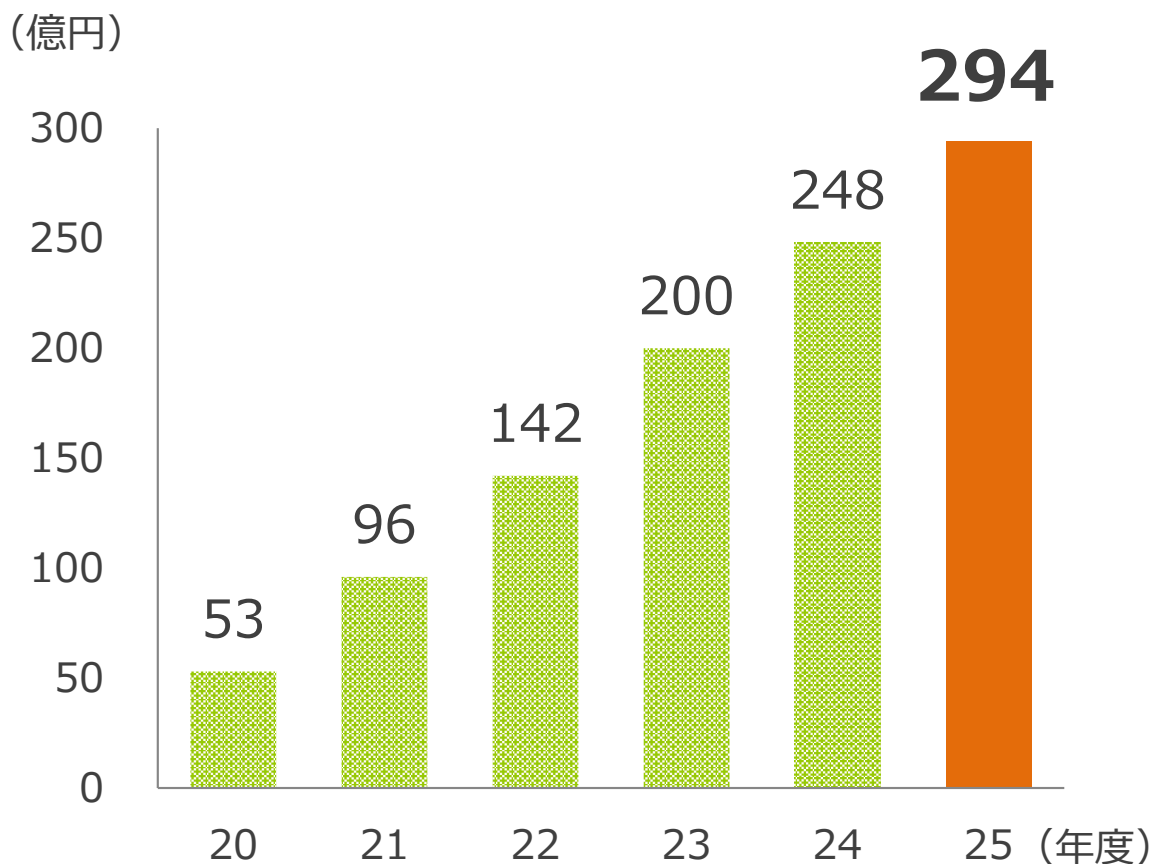


- 惣菜の商品力は着実に向上
- 特にBIO-RALのコンセプトに沿った惣菜はお客様からのご支持も高いため、引き続き積極的に商品開発を進める

同質化競争からの脱却（ネットスーパー）

- 売上高は順調に推移し、**294億円**（前年比118.5%）
- 外部の満足度調査でも高評価を獲得

ネットスーパー売上高推移（通期）



更なる品質の向上

GMOリサーチ&AI実施の顧客満足度調査
総合ランキング第1位を獲得



【評価ポイント】

- ① 会員登録・アプリ、サイトの使いやすさ
- ② 商品情報のわかりやすさ
- ③ 食材の鮮度

同質化競争からの脱却（オンラインストア）

- 2025年9月からオンラインストアをオープンし、順次取り扱い商品を拡大
利便性を向上しつつ、出店エリア外のニーズにも対応可能な体制を整備

BIO-RAL

ギフト

ケース販売

有機野菜

便利な品揃え

ララピーグッズ

季節のギフト

予約販売 (期間限定)

— 22 —

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

施設管理体制の自社化

効果

修繕費・
外部委託手数料等

▲5.5億円/年

【2024年度差】

2026年度以降

- 関連システムの操作性向上
- ノウハウ蓄積による更なるコスト最適化
- 長期的な修繕計画の精度向上

販売促進費の適正化

効果

販売促進費
(チラシ関連費用等)

▲1.4億円/年

【2024年度差】

2026年度以降

- チラシ紙面の整理による訴求力向上
- 配布エリアの見直し
- 制作工程の簡素化

持続可能で豊かな社会の実現に貢献

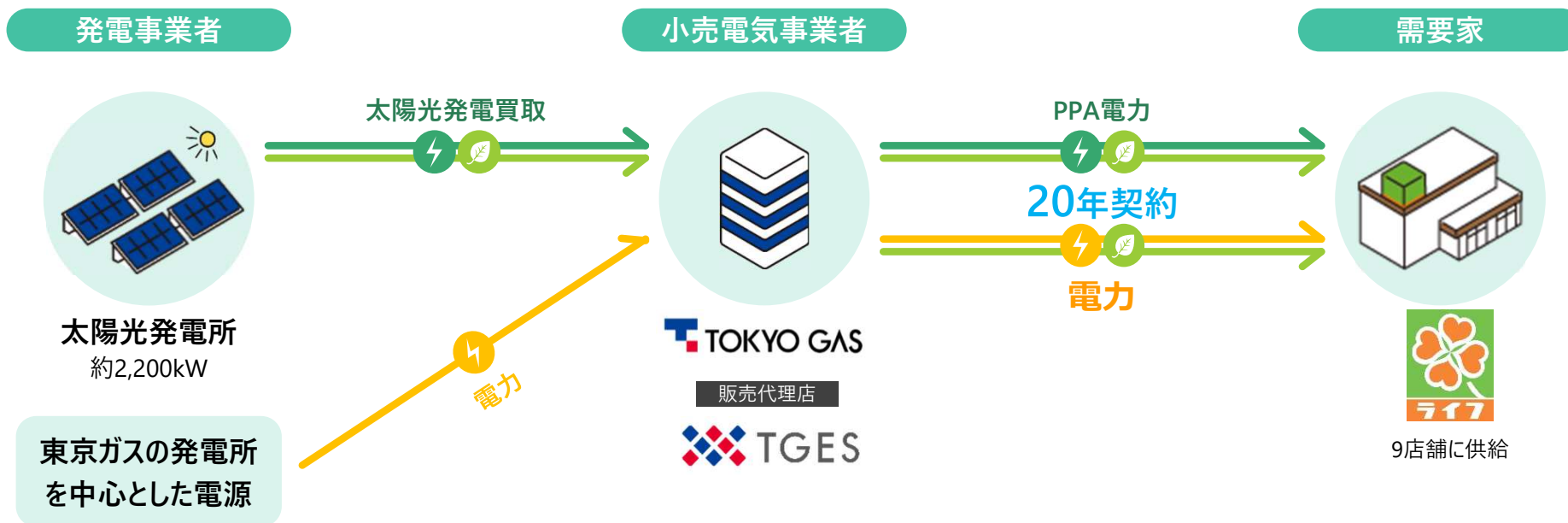
- 首都圏の9店舗において、オフサイトコーポレートPPAを実施

取り組み概要

- 電力を供給する9店舗において、年間電力使用量の約18%を再生可能エネルギーに切り替え
- 2026年4月から供給を開始し、年間約1,000tのCO2排出量を削減する見込み



北関東の太陽光発電所11箇所から供給



3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

2030年度に目指す姿（変更なし）

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
CO ₂ 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%

バイオラル事業 2030年度の目標（利益目標追加）

定量目標

売上高

400億円

経常
利益

追加目標

20億円

バイオラル
店舗数

50店舗

PB商品
アイテム数

1,000 アイテム

Natural Supermarket

VVVVVVoooooo

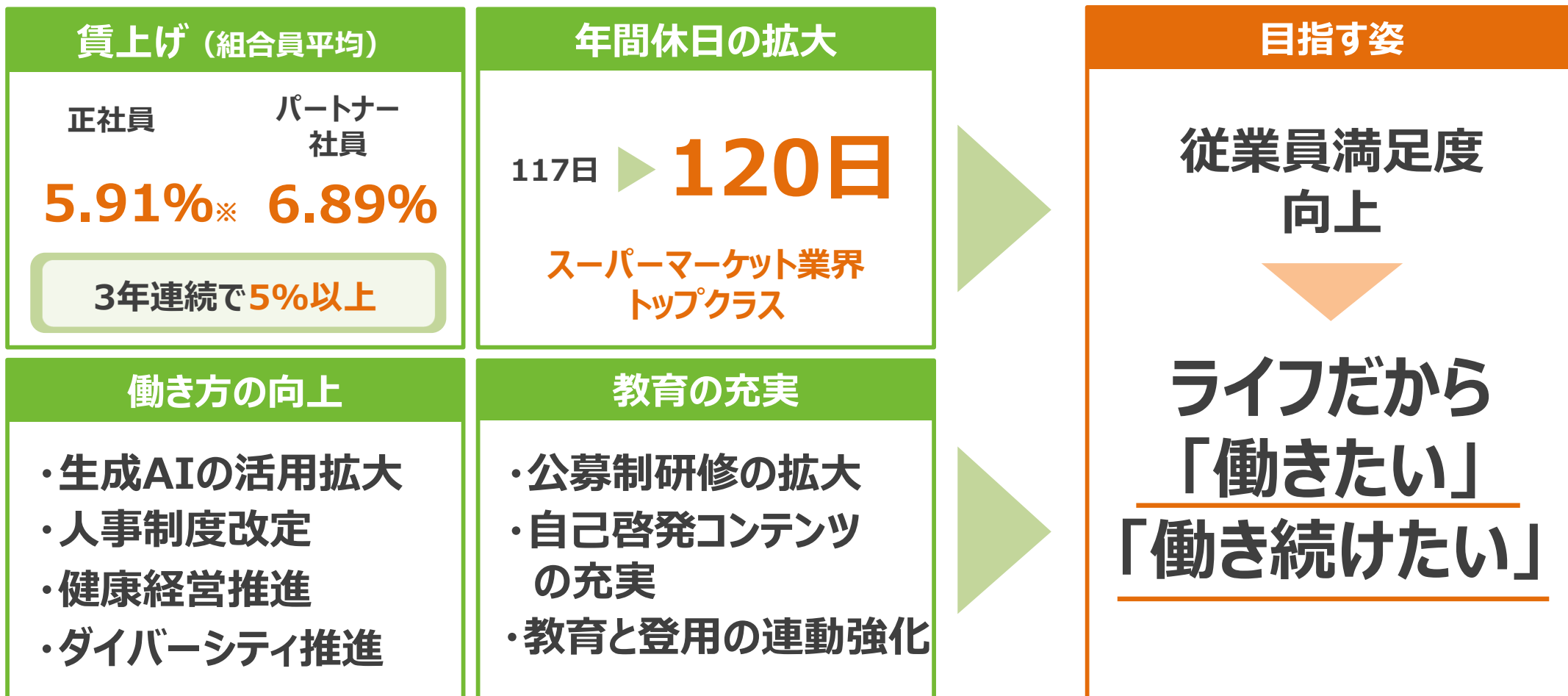
BIO-RAL

LIFE

「同質化競争からの脱却」の中心を担い、
収益性でも全社に貢献

人への投資

- ・ 「人財」が持続的成長の源泉との考えのもと、積極的に人への投資を実行
- ・ 「働きやすさ」と「働きがい」を向上させ、従業員満足度の向上を目指す



※ 労働条件改善分を含む

生産性向上の取組み

- 生産性向上に資する投資の効果を活用し、**人時生産性を上げるフェーズへ移行**
- 「IT戦略部」を「**AI・IT推進部**」に発展させ、**更なる生産性向上を図る**

生産性向上の取組み

電子棚札

全店導入完了

- POP切り替え作業削減
- アンダーチャージ抑止

年間の労働時間

▲90万時間

セルフレジ

【導入店舗】

近畿圏：121店舗
首都圏：115店舗

23～24年度導入の63店舗※
年間の労働時間

▲7.9万時間

※効果測定が完了した店舗を抜粋

AI発注

生鮮3部門に導入

- 一部PC商品※2が対象
- 発注時間削減、精度向上

年間の労働時間

▲7.0万時間

導入効果の活用

<～2025年度>

- 店舗従業員の多能化教育
- パートナー社員の業務範囲拡大
- 売場の完成度向上

2026年度～

- 従業員の教育・売場づくり強化は継続
- 併せて、人員配置の適正化など、**段階的に人時生産性を向上させる**

※2PC商品：プロセスセンターで生産した商品

ロス低減の取り組み

- デジタル技術の積極的活用などにより、ロスの低減を図る
- これまで以上にコスト改革、改善活動にも注力

ロスの低減

【推計】

約40億円/年

デジタル技術活用
(AIカメラなど)

商品管理に対する
意識向上

同時に実施

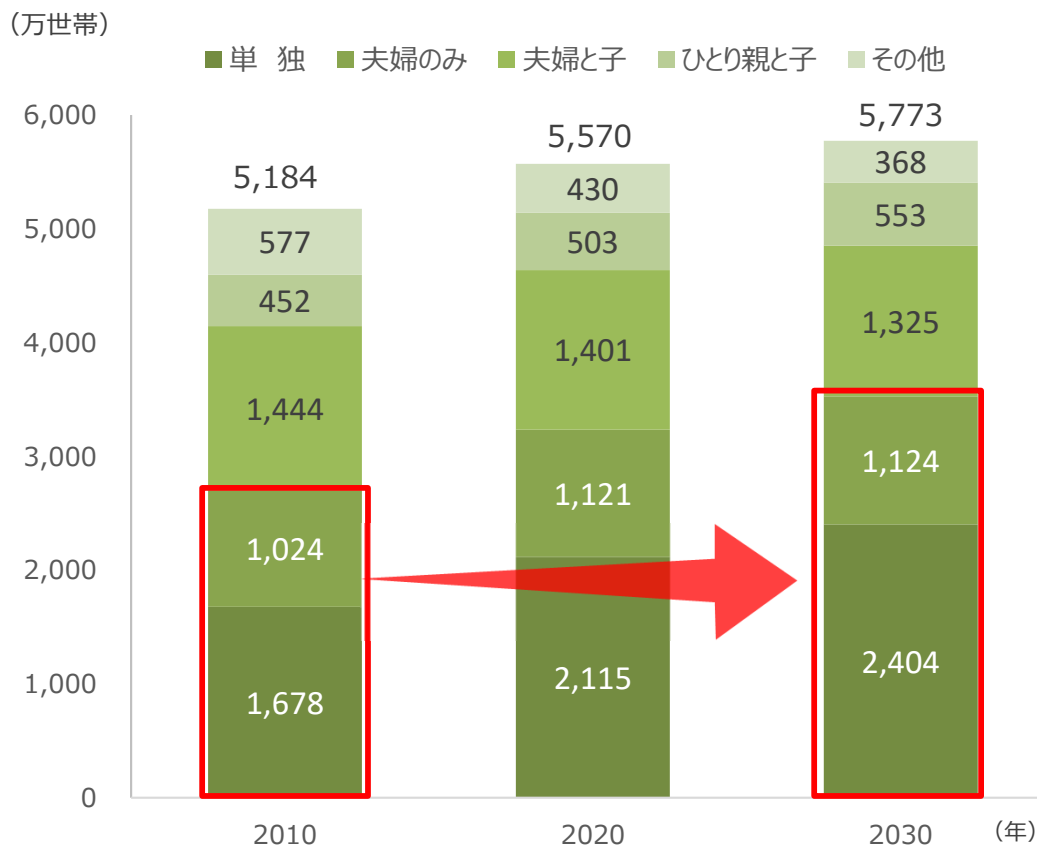
- コスト改革の推進**
- カイゼン活動の深化**

お客様への還元/持続的成長

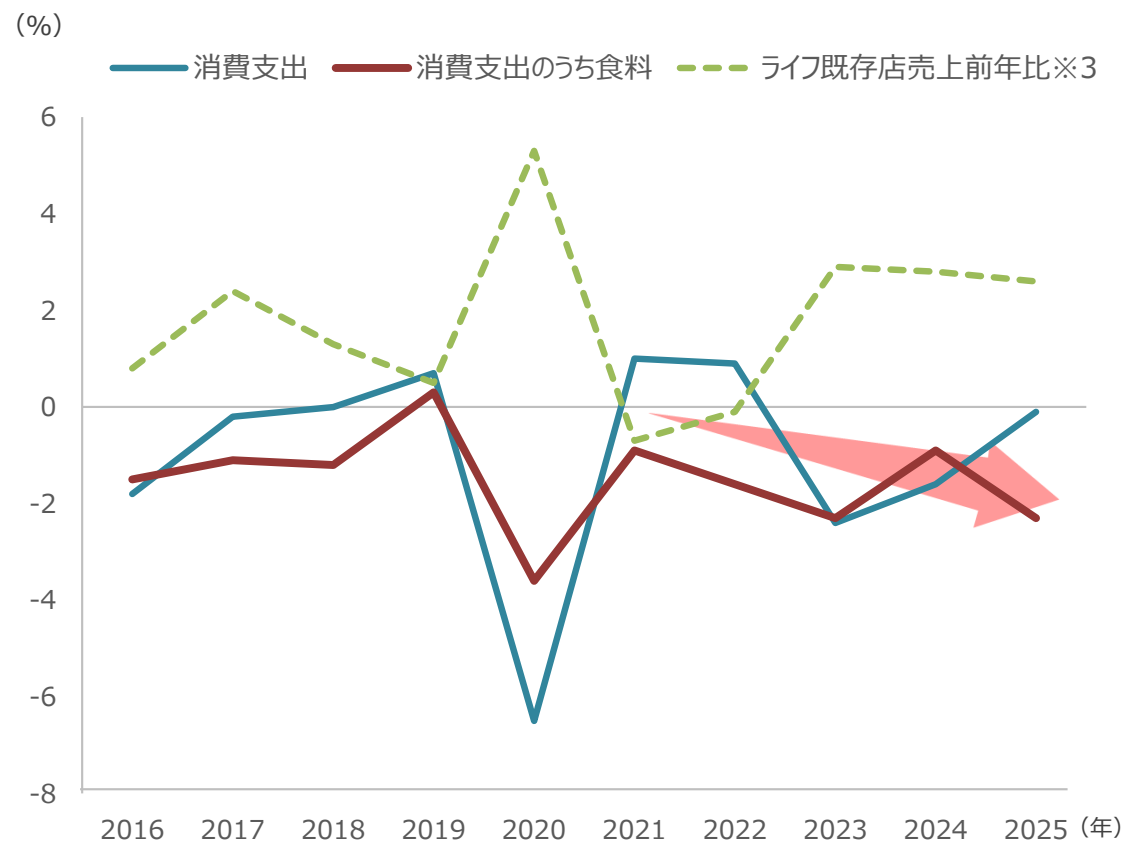
新ライフプロジェクト（背景）

- 2030年ごろまで世帯数は増加するが、**単独・夫婦のみ世帯が過半数を占める見通し**
- 当社既存店の売上は伸長しているものの、コストプッシュ型のインフレが転機となり、実質消費支出全体は縮小傾向**

世帯の家族類型別一般世帯数の推移※



実質消費支出の対前年増減率の推移※2



※ 出典：国立社会保険・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」

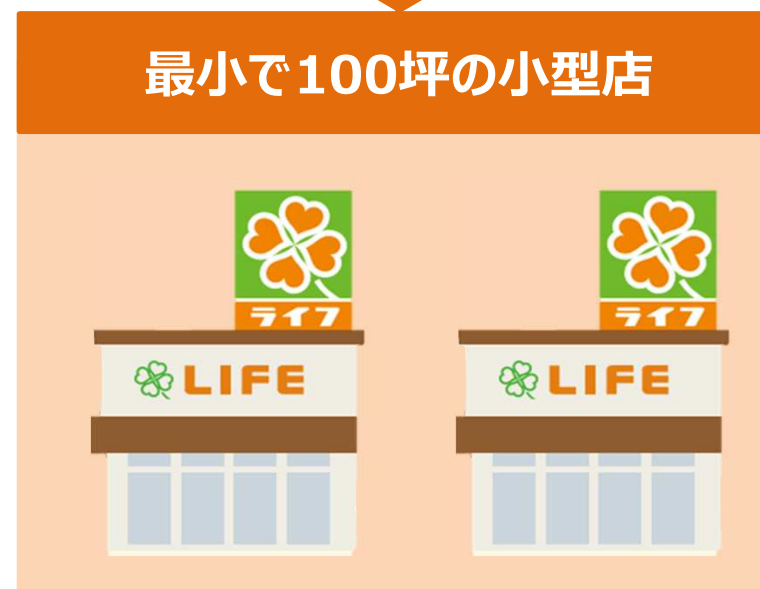
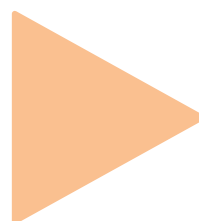
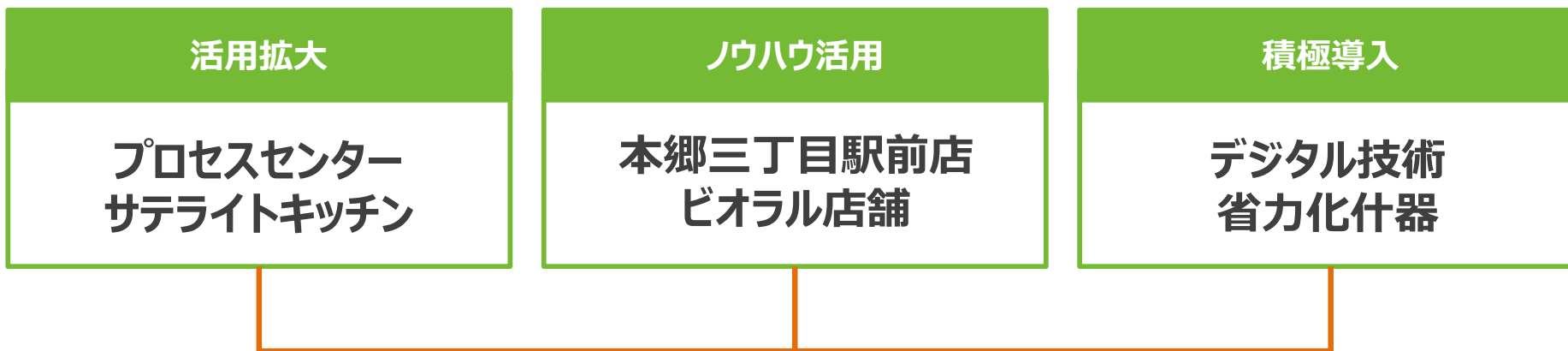
※ 世帯の家族類型「不詳」を含むため、一部内訳と合計は不一致

※2 出典：総務省統計局「家計調査 長期時系列表総世帯 品目分類」

※3 既存店売上前年比は年度（各年3月～翌年2月）で算出

新ライフプロジェクト（小型店の強化）

- 世帯人数の減少や高齢化に伴い、更に増加する小型店ニーズへ対応
- 売上、収益性共に堅調な小型店を更に進化させ、積極的に出店



M&Aの取り組み

- 「同質化競争からの脱却」に欠かせない生鮮食品の調達力強化を推進するため、**有機野菜集荷・水産物仲卸のパートナー企業2社と資本提携に合意**
- 専門的なノウハウを活かし、お客様目線で更に魅力的な売場づくりを実現

株式会社 ワールドデリカ

事業内容

有機農産物集荷会社

出資

出資比率66.7%・子会社化(非連結)

背景

- BIO-RALのコンセプトをはじめ、当社理念に共感
- 当社の有機野菜売上は約130%/年で伸長

強み

- 関東近郊の有機栽培農家との強いつながり

期待効果

- 有機野菜の品質向上、品揃え拡大、安定供給

有限会社 亀吉商店

事業内容

水産仲卸

出資

出資比率5%

背景

- ライフの首都圏出店当初から継続する取引による信頼関係

強み

- プロの目利き力を活かした集荷

期待効果

- 深い知見を活かした、当社の水産売場の更なる活性化
- 鮮度向上、品揃え拡大、品質向上、従業員教育

IR活動の強化（成長戦略への理解を深めていただくために）

統合報告書を通じた情報開示の強化

統合報告書2025



株主・投資家の皆様を主たる対象 とした編集方針に変更

お客様ニーズ分析・活用事例



BIO-RALのポテンシャル



キャッシュ・アロケーションの開示



ガバナンス強化の詳細



NIKKEI 日経統合報告書アワード Integrated Report Award 2025

<2024年> <2025年>

ポイント 61.3

77.7

標語 B

A

4. 2026年度通期 業績予想、株主還元

2026年度通期 業績予想（連結）

- 新規出店と既存店の伸長を中心に増収・増益を目指す

百万円、%	2025年度	2026年度	増減額	増減率
営業収益	881,325	922,500	+41,174	+4.7
売上高	848,570	888,000	+39,429	+4.6
営業利益	26,006	27,000	+993	+3.8
経常利益	27,068	28,000	+931	+3.4
当期純利益	18,822	19,000	+177	+0.9

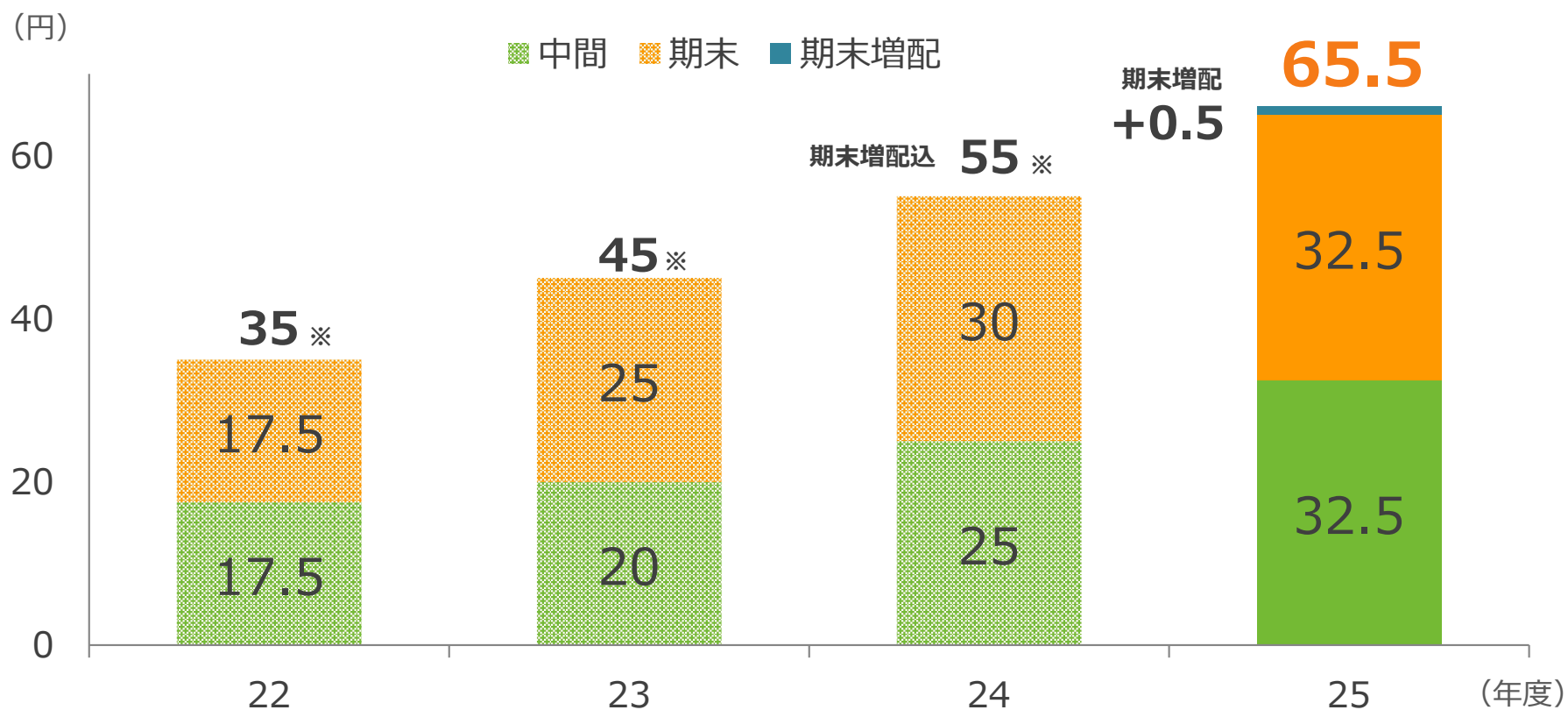
業績予想の前提	
【売上高予想の前提】	
・ 新規出店	10店舗
・ 既存店売上前年比	103.5%
【営業利益予想の前提】	
・ 粗利益率見込	+0.2～0.3 P
・ 人件費増加見込	+85億円程度
・ 物件費・償却費増加見込	+64億円程度
【その他】	
・ 中東情勢長期化による原油高の影響は織り込んでいない	

投資計画

百万円	2025年度		2026年度（計画）		
	実績	前年差	計画	増減額	備考
新店投資	5,171	▲4,351	10,100	+4,929	新店10店舗
改装投資	2,240	+1,137	1,400	▲840	改装7店舗 等
システム投資	4,334	▲58	4,800	+466	レジ関連設備 システム整備 等
センター投資	3,423	+1,108	2,300	▲1,123	プロセスセンター機械導入 等
その他 (高額備品・大修繕 等)	4,552	▲3,210	3,700	▲852	—
合計	19,720	▲5,374	22,300	+2,580	

配当金の推移（2025年度の実績）

- 2025年度：期末配当を+0.5円/株と増配し、年間配当は計65.5円/株
配当性向：30.1%、DOE：3.9%



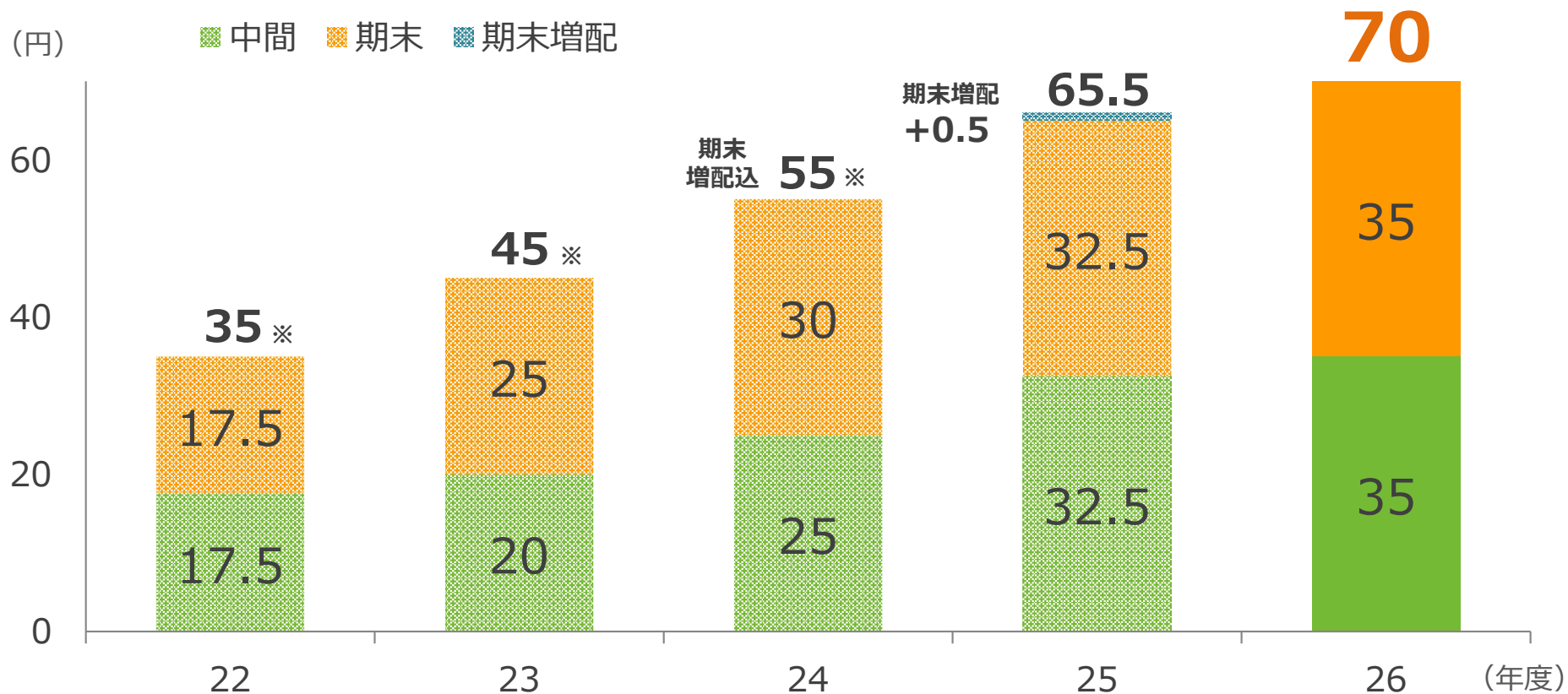
配当性向	24.6	24.9	28.2	30.1
DOE (株主資本配当率)	2.8	3.3	3.6	3.9

※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

(%)

配当金の予想

- 2026年度：**年間配当は計70円/株**（中間35円、期末35円）を予定
配当性向は31.9%を見込む



配当性向	24.6	24.9	28.2	30.1	31.9
DOE (株主資本配当率)	2.8	3.3	3.6	3.9	-

※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

(%)

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

上場以来減配することなく、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
(23年4月に新たな株主
還元方針を制定)

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

取り組み

一層の株主還元
資本効率向上

投資家層の拡大

被政策保有株式を
大規模自社株買いで対応
自己株式の消却

安定的な配当

ROICでのモニタリング
資本コストの見直し

株式分割

株主優待

ライフをよりご理解
頂くための取り組み

2024年11月及び2025年5月実施

自社株買い実施（株式数の8%に相当）。一株当たり純利益（EPS）及び自己資本利益率（ROE）向上に寄与。2025年5月に自己株式の消却を実施（株式数の8.5%に相当）

2026年4月発表

上場以来減配せずに安定した配当を実現。
2026年2月期の年間配当金は過去最高の一株あたり65.5円に増配。配当性向は30.1%
2027年2月期の年間配当は一株当たり70円に引き上げ

2025年1月発表

投資単位当たりの金額を引き下げることにより、投資家の皆様がより投資しやすい環境を整え、株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図る

当社株式への投資の魅力を高め、より多くの株主様に中長期的に保有いただくとともに、株主の皆様へ、当社でのお買い物を通じて、事業に対するご理解をより一層深め、当社の更なるファンになっていただく

2025年度～

統合報告書を株主・投資家向けによりフォーカスするよう編集方針を変更、また、個人株主・投資家向け説明会を初めて開催した。今後力を入れていく



【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。