



株式
会社

ライフコーポレーション

第71回 定時株主総会



第71期連結会計年度の概況

日本経済および小売業界の状況

日本経済

- 個人消費は増加傾向
- 企業業績は高水準、緩やかな回復基調
- 世界経済の不確実性・地政学リスクの高まり

先行き不透明な状況が継続

日本経済および小売業界の状況

スーパーマーケット業界

- 商品価格の上昇・収益の押し上げ効果
- 物価高による消費への影響
- 業種・業態の垣根、地域を越えた競争の激化
- 人手不足、人件費・各種コストの上昇

予断を許さない状況が継続

第七次中期経営計画（外部環境への対応）

経営環境は厳しい状況が継続

第七次中期経営計画
(2023年度～2026年度)

2030年度

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への貢献

対応

お客様のニーズを分析：お店づくり、商品開発、サービスの充実 等

第七次中期経営計画（外部環境への対応）

人手不足、価格上昇 ➤ **コストが増大する事業環境**が継続

第七次中期経営計画
(2023年度～2026年度)

2030年度

対応

生産性向上の取り組み

物件費最適化の取り組み

カイゼンの輪を
つなぐ活動

第七次中期経営計画（外部環境への対応）

お客様ニーズが**多様化**、外部環境が変化

第七次中期経営計画
(2023年度～2026年度)

2030年度

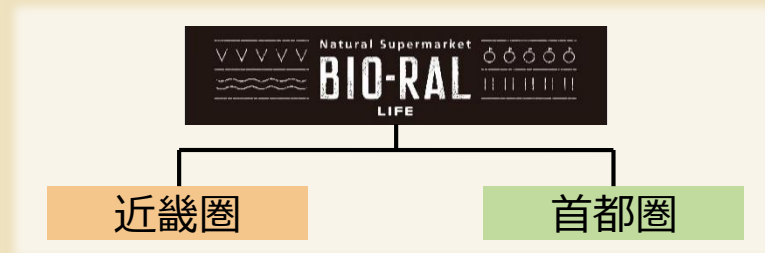
対応

2026年2月 組織改編を実施

- 新規取り組み・M&Aに対応する組織・チームを新設
- 役割を終えた組織の発展的な解消
- 重複業務の見直し、組織合併による業務効率化
- 各組織の役割・責任を明確化

第七次中期経営計画（BIO-RAL事業）

- 2025年3月 「BIO-RAL店舗運営部」を
首都圏・近畿圏に分割設置
 - 目的：意思決定の迅速化
- ビオラル店舗を3店舗新設
- 2025年9月 Amazon.co.jpにて
「BIO-RAL」商品の全国販売を開始
- 2026年3月 「ライフのオンラインストア」にて
一部の「BIO-RAL」商品の全国販売を開始



第七次中期経営計画（BIO-RAL事業）

成長戦略

商品力の
強化

人財育成

店舗拡大

ブランディング

2030年度定量目標

売上高

400億円

単独店 店舗数

50店舗

追加目標

経常利益

20億円

ビオラル商品
アイテム数

1,000アイテム

第七次中期経営計画（ネットスーパー事業）

- 2027年秋 センター出荷型ネットスーパーの運営開始に向け、横浜センターを開設予定

目的

店舗出荷型ネットスーパーの課題である作業スペース・人員不足を解消
未出店エリアへの展開、新たな顧客の獲得
既存のネットスーパーと異なる品揃え・サービスの実現、新規ニーズの取り込み

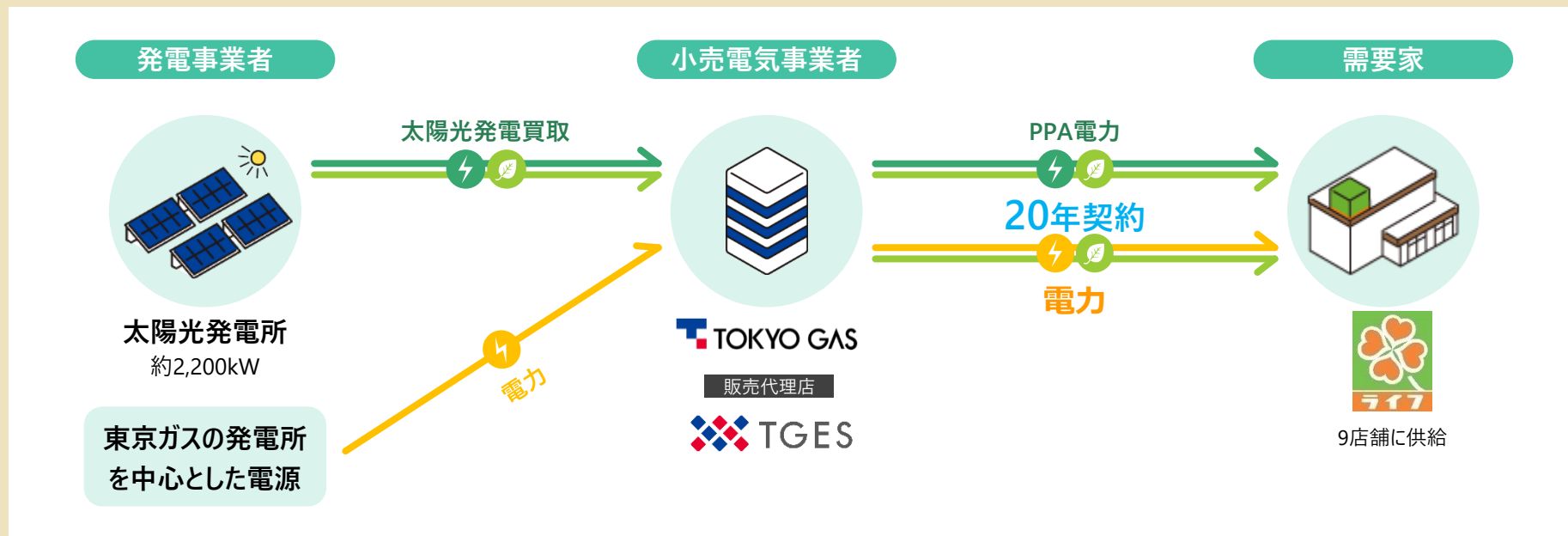


第七次中期経営計画（持続可能で豊かな社会の実現への貢献）

➤ 2025年10月 東京ガス(株)とオフサイトコーポレートPPA※を締結

※オフサイトコーポレートPPA

価格・供給期間を定めた再エネ電力の売買契約を締結後、需要地ではないオフサイトに再エネ電源を新設し、再エネ電力を供給する契約方式。



第七次中期経営計画（持続可能で豊かな社会の実現への貢献）

- 2026年4月 首都圏9店舗に太陽光発電を活用した電力供給を開始
- 9店舗での年間電力使用量の約18%にあたる、約2,200kWの電力供給を受け、年間約1,000 t のCO2排出量を削減する見込み



第七次中期経営計画（持続可能で豊かな社会の実現への貢献）

- 子ども食堂、フードパントリー等への商品寄贈を開始・拡大
首都圏では31店舗、近畿圏では64店舗で実施中（2026年2月末現在）
- 食・環境に関する「出前授業」を継続的に実施



八戸ノ里店から寄贈開始

食育クイズの様子



商品開発の協同授業を実施

第七次中期経営計画（持続可能で豊かな社会の実現への貢献）

- 2025年5月～6月 東西153店舗で61.4 t の衣料品を回収
- 2025年10月～11月 東西176店舗で103.1 t の衣料品を回収
- 衣料品はリユース・リサイクル、収益は全額子ども食堂支援に充当



回収



支援・再利用



第七次中期経営計画（IR活動の強化）

- 2025年10月 統合報告書2025を発刊
- 株主・投資家の皆様を主たる対象に、より多面的に情報を開示

表紙 統合報告書2025



新規出店

minanoba相模原店
神奈川県相模原市 2025年3月



ビオラル新宿京王百貨店
東京都新宿区 2025年3月



ビオラルさんちか店
兵庫県神戸市 2025年3月



新規出店



ビオラルうめきた店
大阪府大阪市 2025年3月



板橋富士見町店
東京都板橋区 2026年2月

新規出店（ビオラルうめきた店 1位受賞）



ビオラルうめきた店
大阪府大阪市 2025年3月

※「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读者・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

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



【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

店舗数

近畿圏 170 店舗
首都圏 147 店舗

当社店舗数 合計 317 店舗

※2026年2月末時点

兵庫県
21店舗

京都府
19店舗

埼玉県
8店舗

東京都
101店舗

大阪府
127店舗

奈良県
3店舗

神奈川県
33店舗

千葉県
5店舗

既存店の大型改装

- 2025年度 9店舗で地域ニーズを意識した大型改装を実施
- 近畿圏：本山店、寝屋川店、京橋店
- 首都圏：篠崎店、ココネリ練馬駅前店、松戸二十世紀ヶ丘店、相模大野駅前店、大谷田店、前野町店



当社グループの業績



当社グループの業績

販売 管理費

- 物件費の増加：賃借料、非現金決済に関する手数料、システム関連費用等
- 人件費の増加：人への投資、処遇改善等
- 生産性向上、物件費最適化の取り組みを推進

	2026年2月期	増減率
営業収益	8,813億2,500万円	+3.6%
営業利益	260億 600万円	+2.9%
経常利益	270億6,800万円	+3.3%
当期純利益	188億2,200万円	+4.9%

資本政策

自己株式の消却

2025年5月30日

目的

流通株式比率の向上・市場への自己株式放出懸念の解消
(自己株式取得による一層の株主還元・資本効率向上)

詳細

自己株式の公開買付

買付株式数 : 367万株
※株式分割前

自己株式を除く
発行済株式総数 : 約8%
に対する割合

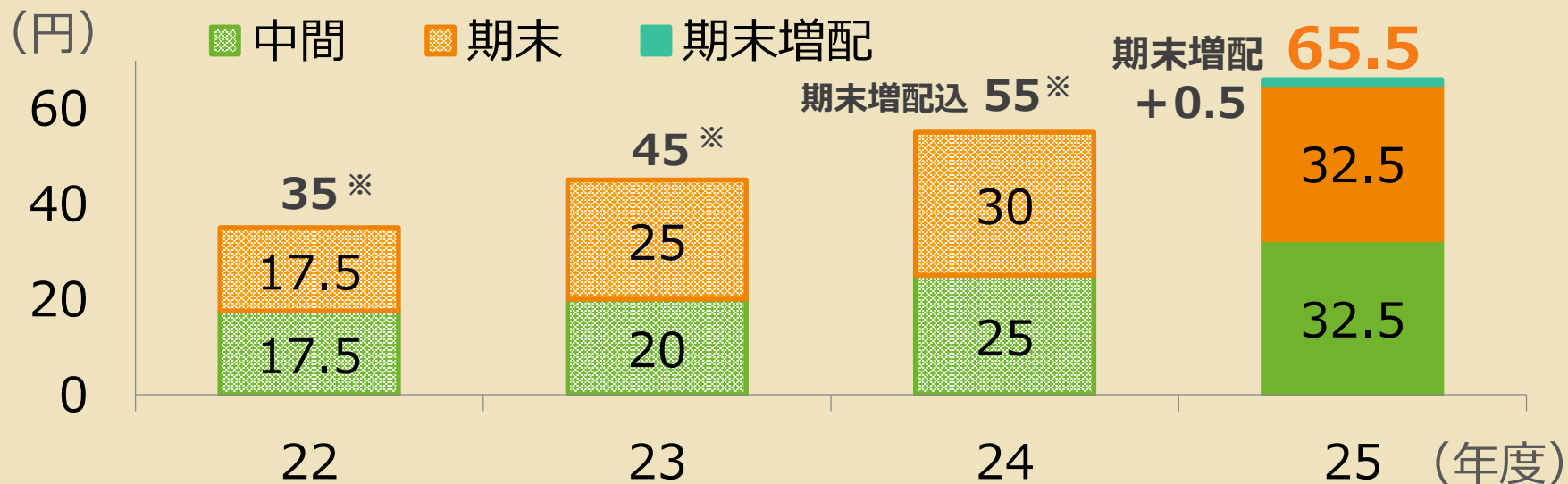
自己株式の消却

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%

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	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



対処すべき課題

外部環境 今後の見通し

日本経済

- 継続的な賃上げ
- 政府の経済対策・食料品物価の上昇の一巡
- 個人消費の拡大

景気は回復基調

外部環境 今後の見通し

海外

- 欧米の財政・金融・通商政策
- 中国経済の動向
- 地政学リスク、中東情勢

引き続き楽観できない状況

外部環境 今後の見通し

小売業界

- 個人金融資産の増加・賃金の上昇
- 物価高・人手不足による人件費の高騰
- 業態の垣根を超えた生鮮食品分野への進出
- M&Aの拡大

業界内の動きは激しい

経営理念・方針

厳しい経営環境下、お客様に信頼される地域一番店を実現する

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

ビジョン

「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

ライフらしさ宣言

今日も見つかる、新しいLife

引き続き第七次中期経営計画を推進

経営理念・方針（2030年度に目指す姿）

財務面	2030年度 定量目標
売上高	1兆円
経常利益	350億円
当期純利益	220億円
店舗数	400店舗

経営理念・方針（2030年度に目指す姿）

非財務面	2030年度 定量目標
CO2排出量	50%削減(2013年度比)
食品廃棄量	50%削減(2017年度比)
従業員満足度	4.0(5.0満点)
女性管理職比率	20%(管理職内比)
男性育児関連休暇取得率	100%

経営理念・方針（2030年度に目指す姿）

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



経営理念・方針（第七次中期経営計画）

● 第七次中期経営計画の主要なテーマ

人への投資

- 従業員の成長/従業員満足度向上

同質化競争からの脱却

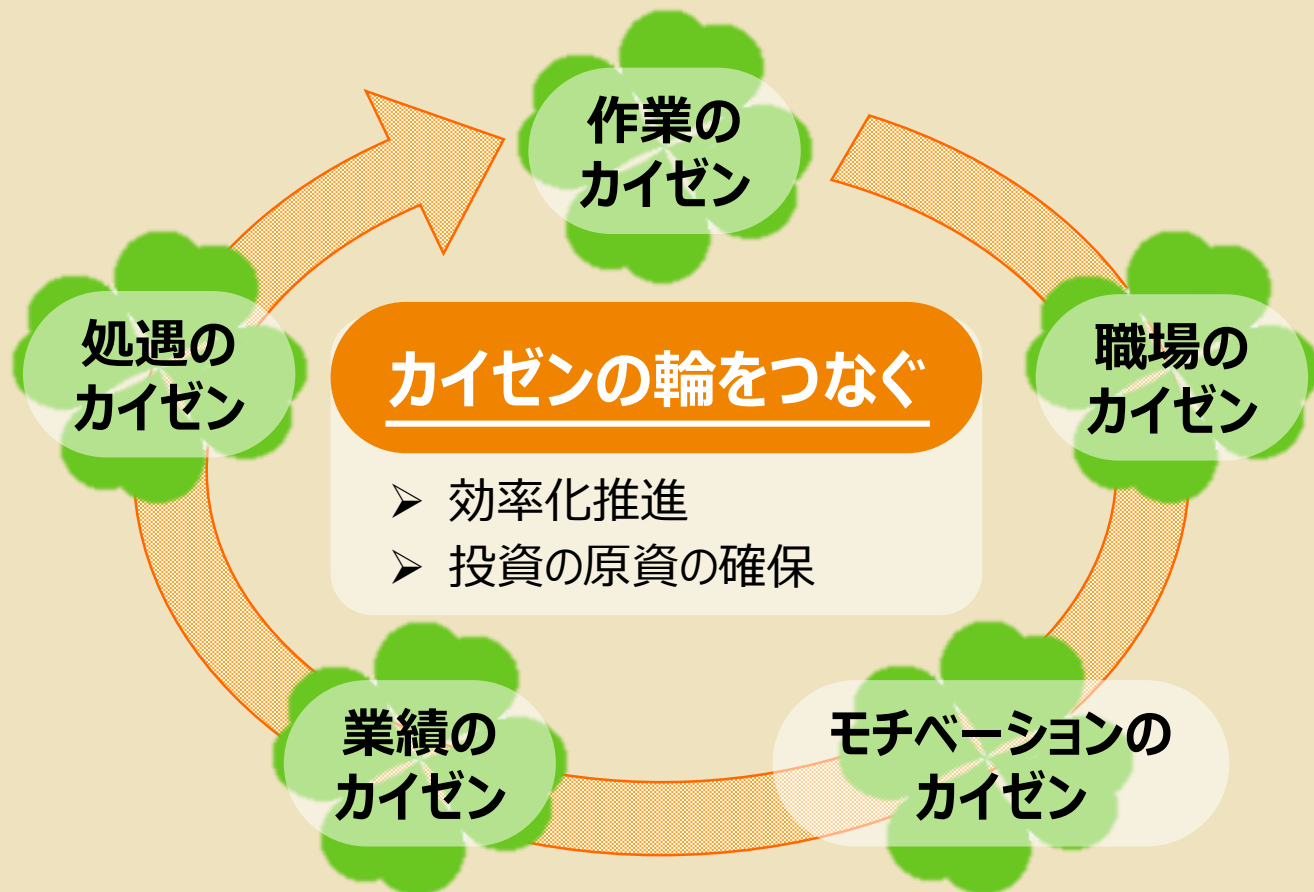
- ライフにしかない魅力的な商品の充実
- 魅力的なリアル店舗
- 便利なネット環境の実現

持続可能で豊かな社会の 実現への貢献

- 経済的価値/社会的価値
- 環境的価値の創造

経営理念・方針（第七次中期経営計画）

人手不足・厳しい経営環境の継続



3つの主要なテーマを推進

第七次中期経営計画を推進

3つの社内プロジェクトを始動

- 2025年度～戦略的束ねの考え方に基づき、3つの社内プロジェクトを始動

目的

激変する外部環境への対応

2030年度に目指す姿の実現を確実なものにする

方法

重点領域の整理：荒利率向上、生産性向上

アプローチの手段：「ストレッチ」施策、「ジャンプ」施策

人財・生産性
PJ

稼ぐPJ

新ライフPJ

3つの社内プロジェクトを始動

- 2025年度～戦略的束ねの考え方にに基づき、3つの社内プロジェクトを始動

重点領域

- 荒利率向上
- 生産性向上

アプローチ

- 「ストレッチ」施策
- 「ジャンプ」施策



- 「ストレッチ」施策とは
既存の取り組みの延長線上にある改善策。
大きな投資を必要とせず、現在の組織能力を「伸ばす」ことで達成可能。



- 「ジャンプ」施策とは
既存の枠組みを超えた抜本的な変革や、相応の投資を伴う新たな取り組み。
現状から「飛躍」するための施策。

3つの社内プロジェクトを始動

人財・生産性PJ

稼ぐPJ

新ライフPJ

目的

人財戦略と生産性向上を
一体的に取り組む戦略を
つくり、実行する

商品を中心に、持続的な
売上高・荒利高の拡大

新たな収益の柱を作り上
げる

方針

- ・ 業務効率化、システム活用等
- ・ デジタル変革、働き方改革

- ・ 独自性商品の拡充、仕入改善等
- ・ 新たな付加価値創造、差別化戦略

既存の枠に収まらない
新エリア・新業態・新機能を
検討

小型店の拡大を取り組みの一つとして、引き続きその推進方法を検討中

M&Aの取り組み（商品調達力の強化）

- 「同質化競争からの脱却」に欠かせない生鮮食品の強化を推進
- 専門的なノウハウを活かし、お客様目線で更に魅力的な店舗づくりを実現

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

持分67%を取得・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

株式の5%を取得

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

2030年度に目指す姿の実現

人財・生産性PJ

稼ぐPJ

新ライフPJ

カイゼンの輪を
つなぐ活動

第七次中期経営計画
課題の積み残し解消

第八次中期経営計画の策定

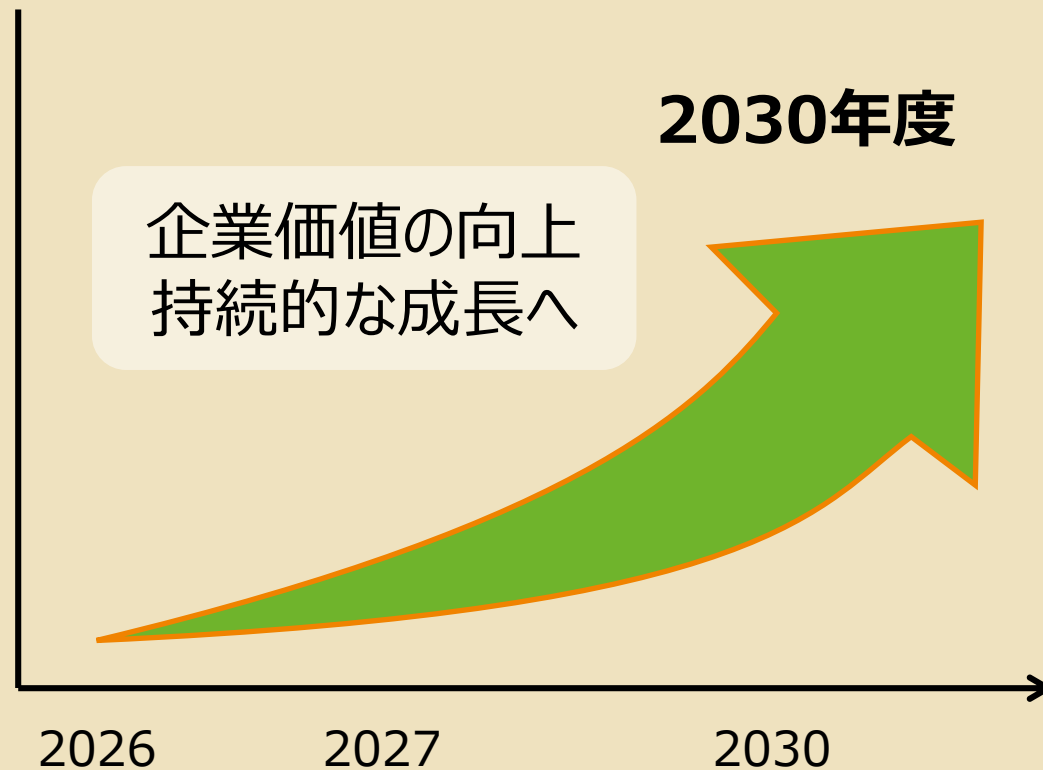
2030年度に目指す姿の実現

2030年度に目指す姿の実現

経営理念・ビジョン・
ライフらしさ宣言

第七次中期経営計画

3つの主要なテーマ
カイゼンの輪をつなぐ活動
3つの社内プロジェクト



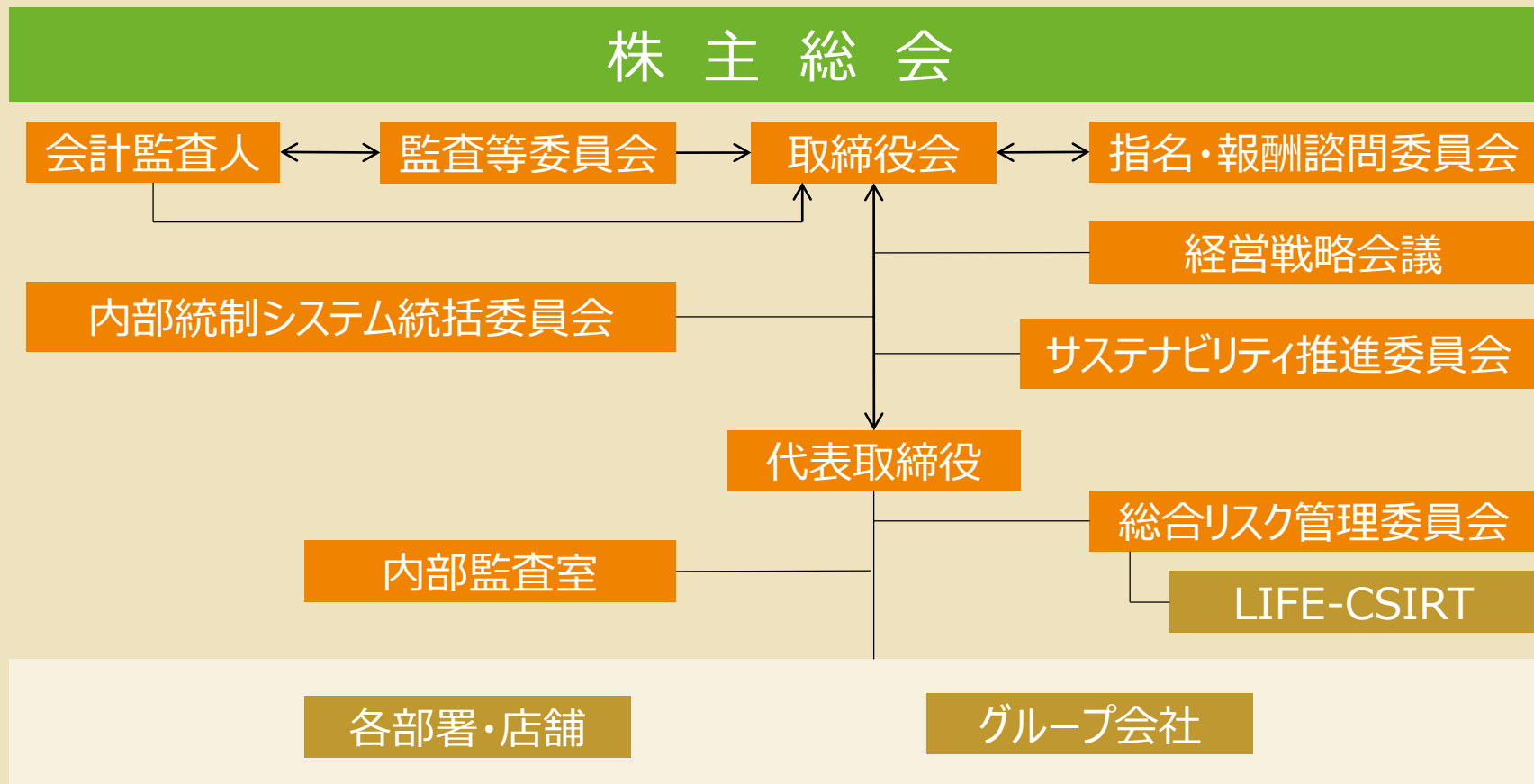
業績予想

今後の見通し

- 景気は回復基調、賃金上昇の見込み
- 継続的な物価高、消費への影響

	2027年2月期	増減率
営業収益	9,225億円	+4.7%
営業利益	270億円	+3.8%
経常利益	280億円	+3.4%
当期純利益	190億円	+0.9%
配当予想	70円/株 (中間35円、期末35円)	+6.9% (+4.5円)

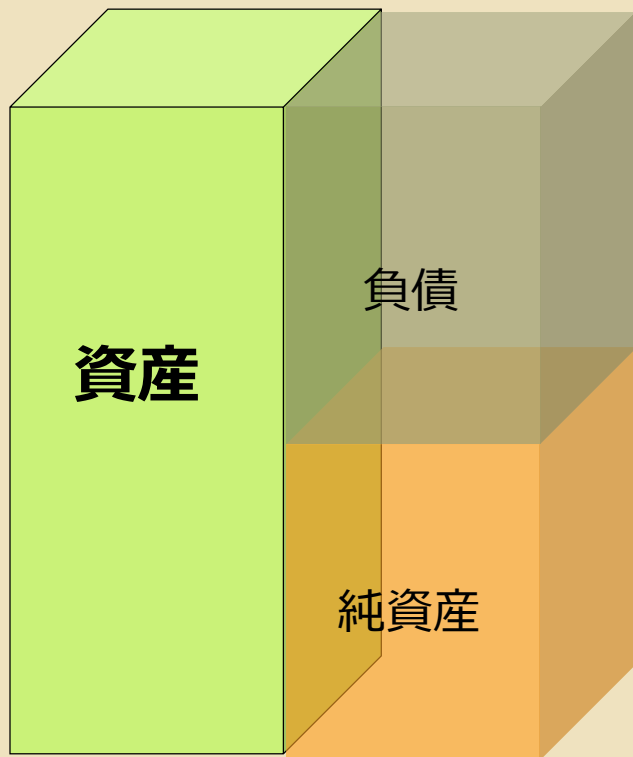
コーポレートガバナンス





連結計算書類

連結貸借対照表



流動資産 1,215億3,000万円

前期差 251億8,200万円 増加

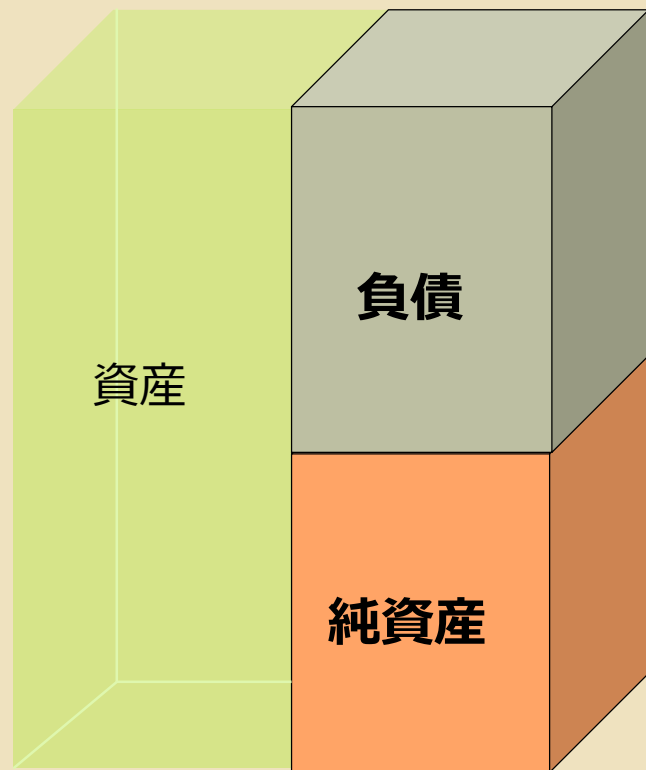
固定資産 2,137億1,600万円

前期差 40億3,800万円 増加

資産合計 3,352億4,600万円

前期差 292億1,900万円 増加

連結貸借対照表



負債合計 1,797億1,200万円

前期差 121億2,000万円 増加

純資産合計 1,555億3,400万円

前期差 170億9,900万円 増加

その他の財務諸表

- 連結損益計算書
 - 連結株主資本等変動計算書
 - 貸借対照表
 - 損益計算書
 - 株主資本等変動計算書
 - 連結注記表・個別注記表
- 当社ウェブサイト等に掲載

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』
を目指します。





株式
会社

ライフコーポレーション

第71回 定時株主総会