

低価格志向が強まる厳しい市場環境の中、子会社群が苦戦し営業減益

	連 結				単 体			
	実 績	前期比	前期差	予想比	実 績	前期比	前期差	計画比
売 上 高	5,230億円	100.4%	23億円	100.2%	3,725億円	100.9%	33億円	100.1%
営 業 利 益	168億円	86.4%	▲26億円	88.5%	131億円	99.1%	▲1億円	97.0%
経 常 利 益	178億円	90.2%	▲19億円	92.3%	150億円	104.2%	6億円	100.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	105億円	111.8%	11億円	105.0%	99億円	129.4%	22億円	109.6%

- ・ 生命の道の教えに従った、すべての仕事を種蒔きの仕事から開始する「部門別製品施策・営業戦略」「小委員会によるなぜなぜ改善」を実践。高品質・高付加価値戦略に加え、低価格帯製品の開発も進め、営業・生産が一体となった「2極化戦略」で市場の変化に対応。
- ・ 連結は、厳しい市場環境の中、売上高前年確保。子会社群が苦戦し営業利益、経常利益が減益。四半期純利益は前年クリアし、計画達成。連結経常利益率は3.4%。
- ・ 単体は、営業利益は減益も、経常利益、四半期純利益は前年クリアし計画達成。ヤマザキパン本体の売上高前期比は101.4%、経常利益率は4.6%。デイリーヤマザキ事業は、営業赤字も2億円の収益改善。
- ・ 主要子会社は、ヤマザキビスケット、不二家、ヴィドフランスが苦戦。サンデリカ、東ハトは順調に推移。