

ヤマザキグループの強みを生かし着実に前進。商品本部の機能強化に取り組み更なる改善を進める

パン・和洋菓子 (102.1%)

- ・ロールパンの品質改善図った「たっぷり焼きそばパン」等好調。
- ・ヤマザキパンの冷凍生地を活用した焼き立てパンが好調。「デイリーホットバイク」機能が他チェーンとの差別化に有効。

米飯・調理パン・調理麺 (100.5%)

- ・米飯部門(100.5%)は、「チルド弁当」が好調。特にグループの原材料調達力活かして開発した「デイリー牛丼」(6月発売)が好評。
- ・調理パン部門(102.2%)は、サンドイッチ用食材食パンやロールパンの品質向上、タマゴや具材の充実・品質アップにより伸長。
- ・調理麺(99.2%)は、中華麺、うどんの品質向上で回復に手応え。

飲料・アイス (100.0%)

- ・サーティワンアイスクリームのオリジナルカップアイスの売上3億円。BRサーティワンの生産設備増強され、5品体制で拡販。

店舗運営・開発

- ・「DY首都圏リージョン小委員会」で課題検討し新たな取組み開始。
- ・サンデリカが店内調理米飯用に「おかずキット」を提供。ピーク時の品揃え強化図る。
- ・「ワークスケジュール表」「タブレット端末」など新ツール導入で業務精度向上、集客アップ図る。
- ・上期の新規開発店舗数は52店。6月末店舗数は1,568店(前年6月末差+1店)。上期の改装店舗数は60店(前年上期差+22店)。

	実績	前年比	前年差
営業総収入	328億円	98.5	▲5億円
営業利益	△8億円	-	+2億円

	6月末店舗数	前年6月末差
直営店数	337店	-6店
FC店数	1,231店	+7店
合計	1,568店	+1店

	第1Q	第2Q	上期
全店売上前比	98.6	99.9	99.2
既存店売上前比	97.9	99.3	98.6
客数前比	98.3	99.0	98.6

	直営重点管理 114店(上期)
日商前比	101.0
客数前比	99.2



(たっぷり焼きそばパン)



(塩バターパン)



(デイリー牛丼)



(ミックスサンド)

■商品本部の機能を充実強化

DY事業の「種蒔きの仕事」を担う商品本部の体制整備。商品開発力を充実強化するとともに、商品本部が売上と収益の結果にまで責任を持つ体制構築を目指す

「商品企画開発部」

CVSチェーンの主力カテゴリ「米飯」「調理パン」「麺類」の企画開発力の充実強化を目指す