

第2四半期に苦戦し、上期は前期並みの実績。商品本部の更なる充実強化を推進

平成30年12月期 第2四半期 業績

	実績	前期比	前期差
営業総収入	319億円	97.2%	▲9億円
営業利益	△8億円	-	+0億円

	6月末店舗数	前年6月末差
直営店数	318店	-19店
FC店数	1,221店	-10店
合計	1,539店	-29店

	上期前期比
全店売上高	98.4%
既存店売上高	100.5%
客数	98.7%

商品本部の充実強化

コンビニエンス事業の種蒔きの仕事を担う商品本部の機能を充実強化。商品本部が売上と収益の結果にまで責任を取る体制を確立する。

(1) 「ベストセクションおにぎり」のリニューアル

- ・ヤマザキパン本体の生産・購買部門も協力し、原材料の調達から見直し、高品質で競争力があり収益性を考慮した「ベストセクションおにぎり」シリーズを8品開発。前期比114.4%と伸長。おにぎり部門全体も前期比103.6%。
- ・「助六寿司・いなり寿司」の規格、品質を徹底見直し

(2) 調理麺類の品質向上

- ・子会社の大徳食品に最新鋭の多加水製麺設備を導入し、麺の品質が格段に向上。中華麺やうどんの品揃えを強化。麺部門の売上高前期比104.7%と伸長。

(3) 商品仕入業務の改善

- ・商品仕入の判断基準として「部門別商品別経常利益管理」を導入。単品ごとに収益性改善を図る。PB商品開発や商品供給体制の自社物流化等も進め、「値入率」を着実に改善

(4) 商品第一部の更なる充実強化（下期施策）

- ・商品第一部に商品企画開発部を統合。パン、和洋菓子、調理パン、米飯、麺類等の企画開発から売価・棚割りの決定まで商品第一部が一貫して担当、売上と収益に責任を持つ
- ・ヤマザキパン本体からパン、和洋菓子の開発担当者をMDとして商品第一部に異動。各商品部門ごとに商品企画開発を積極的に推進



(ベストセクションおにぎり)



(助六寿司)



(冷やし中華)