

対応すべき課題が多いが、ヤマザキパン営業部門の最前線の仕事と位置づけ改善進める

平成30年12月期 業績

	実績	前期比	前期差
営業総収入	639億円	95.5%	▲30億円
営業利益	△9億円	—	▲1億円

	12月末店舗数	前年12月末差		前期比
直営店数	310店	-8店	全店売上高	97.4%
FC店数	1,183店	-52店	既存店売上高	99.6%
合計	1,493店	-60店	客数	99.0%

主要部門の売上状況・成果と業績改善への取り組み

(1) 主要部門の売上状況・成果

●おにぎり部門 前期比106.1%

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「ベストセレクションおにぎり」好調

●調理麺部門 前期比104.1%

大徳食品が多加水製麺設備導入し、麺の品質が格段に向上。BSM研究企画マーケティング部と協力し新商品開発進め、「中華麺」「うどん」の品揃え強化

●パン・和洋菓子 前期比97.6%

これまで順調だったが、苦戦し課題残す



(ベストセレクションおにぎり)



(1日分の野菜が摂れるチャンポン)

(2) 業績改善への取り組み

- **コンビニエンスストアの種蒔きの仕事である商品開発体制強化**
 - ・ヤマザキパン生産本部の若手開発担当者を、マーチャンダイザーとしてデイリーヤマザキ商品第一部へ異動し体制強化
 - ・「デイリーヤマザキ・Yショップ製品施策・営業戦略小委員会」を設置。デイリーヤマザキをはじめ自社業態店向けに、原価をかけた高品質・高付加価値で収益性の高い商品開発を推進
 - ・商品開発の受け皿となるヤマザキパン生産各部門の体制を強化。主力パン、和洋菓子の店舗売上回復目指す

●首都圏リージョン小委員会

・特に競合の激しい松戸リージョンにおいて、「松戸リージョン収益改善強化プロジェクト」スタート。日商・客数増を目指す

●デイリーホット機能の強化

・店内調理機能の「デイリーホットベイク」「デイリーホットデリカ」で、当社グループのノウハウを生かした「RTB」や「デリカキット」を活用

※RTB (Ready To Bake) とは・・・

解凍してすぐ焼成できる冷凍生地。本格的かつ安定したパンが提供できる。店舗の品揃え強化に活用

※デリカキットとは・・・

サンデリカ開発の弁当用調理済おかず・食材のキット。品揃え豊富な出来立て弁当を、ピーク時に合わせて提供できる

●楽天ポイントカードの導入

・70万枚を配布済み。今後更に配布数を増やすとともに利用率アップを促し、客数増につなげる



(楽天ポイントカード)