

2022年・第2四半期決算概要

連・単ともに増収増益を達成、連結は計画上回る。原材料高騰に対する2極化・3極化戦略が奏功

●2022年12月期より収益認識に関する会計基準を適用(一部の販売促進費等を売上から控除する方法に変更) ※売上高の()内は収益認識会計基準適用前の数値

	連 結				単 体				本 体
	実 績	前期比	前期差	予想比	実 績	前期比	前期差	計画比	前期比
売 上 高	5,283億円 (5,484億円)	103.1% (107.1%)	160億円 (362億円)	100.6%	3,822億円 (3,839億円)	102.6% (103.1%)	97億円 (114億円)	100.9%	102.2% (103.0%)
営 業 利 益	144億円	117.7%	22億円	106.5%	108億円	102.5%	3億円	98.0%	98.4%
経 常 利 益	171億円	124.4%	34億円	114.1%	143億円	113.9%	17億円	110.2%	108.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	90億円	124.7%	18億円	120.3%	93億円	111.8%	10億円	108.9%	105.8%

- ・ 上半期は、新型コロナウイルスの感染拡大に加え、原材料価格やエネルギーコストが大幅上昇。科学的根拠をもった感染防止対策を徹底するとともに、お客様の求めの変化に対応した製品施策、営業戦略により、業績向上に取り組む。
- ・ 昨年から今年1月からの食パン、菓子パンの価格改定に向けて、2極化・3極化戦略による価格帯に隙の無い製品施策、営業戦略を推進。価格改定が浸透し売上伸長、原材料高等コスト増を吸収。下期の原材料高に対し、製品の規格改定とともに7月に2度目の価格改定を実施。足元7月の売上高は前期比103.0%を上回り順調。
- ・ 3月30日に監査等委員会設置会社へ移行。常務会を業務執行の中心的機関とするとともに、コーポレートガバナンス、営業生産、関係会社の3つの小委員会により経営体制の強化と業務執行の精度向上とスピードアップを図る。
- ・ 連結は計画達成、単体も増収増益。本体は価格改定浸透し、原材料高を吸収。デイリーヤマザキ改善進む。子会社群順調、ヤマザキビスケットと東ハト減益も不二家好調、サンデリカ増益確保、ヴィ・ド・フランス赤字縮小、海外事業も回復進む。1