

小売事業業績改善プロジェクトにより、店舗改装・商品開発・収益改善進め、業績回復急ぐ

2022年12月期 第2四半期業績 (2022年12月期より収益認識基準を適用)

	実績	前期比	前期差
チェーン全店売上	777億円	102.5%	+19億円
営業総収入	315億円 (309億円)	107.6% (105.6%)	+22億円 (+16億円)
営業利益	△17億円	—	+5億円

※売上高の()内は収益認識会計基準適用前の数値

	6月末店舗数	前年6月末差
直営店数	387店	+13店
FC店数	985店	-45店
合計	1,372店	-32店

	前期比
既存店売上高	103.2%
客数	100.0%
客単価	103.9%

「小売事業業績改善プロジェクト」の取り組み

当社の小売事業の業績回復を図るべく、昨年4月に発足。

■「小売事業業績改善プロジェクト小委員会」

・小売各社の好事例を共有。デイリーヤマザキの業績向上を第一優先に取り組む。

○差別化戦略の中心「デイリーホット」の収益改善進む

・昨年8月、「デイリーホット」の収益性の課題に着目。激戦区の松戸リージョンにモデル店を設定し、売れ筋上位品に絞った商品展開やロス改善等、徹底的に取り組む、好事例を水平展開。今期上半期の収益改善に寄与。下期以降は、商品の値入改善にも取り組み、まずは松戸リージョンの早期黒字化を目指す。

■「デイリーヤマザキ商品部・運営部合同小委員会」

・本体の「戦略製品・戦略商品開発推進チーム」と一体となり商品開発を進める。

○「戦略製品・戦略商品開発推進チーム」を最大限に活用、売上に寄与

・昨年4月、ヤマザキパン本体の小売事業本部の中に製品・商品開発チームを結成。デイリーヤマザキを中心に当社の小売事業を力強く牽引する製品開発・商品開発に取り組む。「大盛りランチパック」やデイリーホットの「味わいタマゴサンド」等、市場ニーズが高く話題性のある製品・商品の開発を進め、上半期の売上に大きく寄与。

■ヤマザキパン本体と一体となり商品開発を進める

●「大盛りランチパック」シリーズ



●「いそべ餅」



※チルド温度帯を活用

■「デイリーホット」を差別化戦略の中心として継続強化

●デイリーホットの売り場



●味わいタマゴサンド

※「ロイヤルブレッド」を使用



●ベーコンエッグトースト

※「ダブルソフト」を使用

