

売上計画達成も収益面で苦戦。低価格志向に加え、人件費・物流費上昇等が影響

	連 結				単 体			
	実 績	前期比	前期差	予想比	実 績	前期比	前期差	計画比
売 上 高	1兆532億円	101.1%	112億円	100.2%	7,449億円	101.3%	98億円	100.2%
営 業 利 益	301億円	85.6%	▲51億円	98.3%	229億円	97.9%	▲5億円	100.6%
経 常 利 益	321億円	87.1%	▲48億円	98.3%	264億円	100.3%	1億円	100.1%
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益	251億円	138.1%	69億円	102.9%	178億円	121.0%	31億円	108.0%

- ・すべての仕事を種蒔きの仕事から開始する「部門別製品施策・営業戦略」「小委員会によるなぜなぜ改善」に取り組み、営業・生産が一体となって、市場の変化に対応した「二極化戦略」を展開。
- ・「神戸工場」稼働後の生産販売体制を見据えた製品戦略・営業戦略を進め、本年2月1日「神戸工場」竣工稼働。大阪第一工場の生産移管を基本計画とし、パン類主力品を集中生産。今期生産高155億円を計画。
- ・「総合クリエイションセンター」も昨年より本格稼働開始、21世紀のヤマザキの前進基地として活用。
- ・単体はパン部門が牽引し売上堅調も、人件費・物流費上昇し収益面でやや苦戦。デイリーヤマザキ事業、上期は計画線で収益改善も下期に苦戦。
- ・主要子会社は、東ハトが増収増益で貢献。不二家、ヤマザキビスケット、ヴィドフランス、サンデリカが苦戦。ヤマザキビスケットは昨年12月より「ノアール」「ルヴァンプライムスナック」等新製品発売で攻勢。