

上期はほぼ計画線で収益改善も、下期に苦戦。商品本部の充実強化を中心に業績改善推進

平成29年12月期業績

	実績	前年比	前年差
営業総収入	669億円	97.6	▲16億円
営業利益	△8億円	—	+0億円

	12月末店舗数	前年12月末差
直営店数	318店	-20店
FC店数	1,235店	+2店
合計	1,553店	-18店

	上期	下期	通期
全店売上前比	99.2	98.7	99.0
既存店売上前比	98.6	99.2	98.9
客数前比	98.6	98.3	98.4

	(%)
直営重点管理 111店(通期)	
日商前比	100.4
客数前比	98.6

商品本部の充実強化

昨年5月の公正取引委員会からの勧告を機に、商品本部の体制整備と、業務の抜本の見直しに取り組み、商品本部が売上と収益の結果にまで責任を持つ体制を確立する。

商品企画開発部を新設

- ・ デイリーヤマザキ事業における種蒔きの仕事である、商品開発力の充実強化。
- ・ 米飯、サンドイッチ、麺類などCVSの主力カテゴリーを中心に原料調達から見直し、高品質で競争力があり収益性を考慮した商品を企画開発。

商品仕入業務の充実強化

- ・ ヤマザキグループ小売部門(デイリーヤマザキ、Yショップ、スーパーヤマザキ)が一体となった商品仕入機構を構築。
- ・ ヤマザキグループ総力を生かして「競争力のあるPB商品の開発」「自社物流を活用した効率的な仕入商品供給体制の構築」「適正なアイテム集約による配荷率向上」などに取り組み、商品一品一品の値入率の改善、店舗収益の向上を図る。

■「ベストセクションおにぎり」シリーズの開発

- ・ 具材の品質や量、米や海苔のグレード、炊飯・成形方法などあらゆる面から品質改善。同時に品質に見合う価格へ改定。
- ・ 昨年11月～関東で発売(5品種)
本年 2月～全国で発売(8品種)



- ・ 自社業態の「Yショップ」でも販売開始



(紅鮭)

(まぐろわさび醤油)