平成30年12月期

第2四半期決算説明会

平成30年8月7日

山崎製パン株式会社

パートⅠ

１．平成３０年・第２四半期決算概要

２．食パン部門の製品施策・営業戦略

３．菓子パン部門の製品施策・営業戦略

４．和菓子部門の製品施策・営業戦略

５．洋菓子部門の製品施策・営業戦略

６．デイリーヤマザキ事業の取り組み

７．平成３０年・通期予想

平成30年・第2四半期決算概要

ヤマザキ

売上高は前年達成も、原材料費をはじめ人件費、物流費が上昇し、収益面で苦戦

	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	5,294億円	101.2%	64億円	99.3%	3,767億円	101.1%	42億円	99.3%
営業利益	150億円	89.1%	▲18億円	85.6%	112億円	85.7%	▲19億円	89.0%
経常利益	158億円	88.5%	▲20億円	87.7%	133億円	88.3%	▲18億円	92.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	87億円	82.9%	▲18億円	82.2%	84億円	85.1%	▲15億円	89.4%

- 4月より新しい経営体制がスタート。生命の道に導かれる「部門別製品施策・営業戦略」「小委員会によるなぜなぜ改善」「2本立ての5S」にしっかり取り組み、21世紀のヤマザキの更なる前進を目指す。
- 本年2月1日「神戸工場」稼働、高品質でよりﾌﾚｯｼｭな製品を提供。西日本ｴﾘｱ全体の効率ｱｯﾌﾟ、ｼｪｱｱｯﾌﾟを目指す。
- 山崎ﾊﾟﾝ単体は、神戸工場稼働ｺｽﾄを織り込み減益計画だったが、原料価格上昇や人件費・物流ｺｽﾄ増もあり、計画下回る。ﾃﾞｲﾘｰﾔﾏｻﾞｷ事業は、第2四半期に業績が伸び悩み、前期並みの営業損失で終了。
- 不二家は菓子事業が好調に推移。サンデリカ、東ハトは売上順調もコスト増が影響。ヴィドフランスは増益確保。ヤマザキビスケットは売上計画未達で苦戦。
- 営業・生産部門が一体となって価格戦略見直し。5月、ﾚｰｽﾞﾝ使用製品の価格改定。7月、小麦粉価格上昇、人件費・物流費の上昇に対応し、食ﾊﾟﾝ、菓子ﾊﾟﾝ製品70品、平均3.8%値上げ。7月は猛暑で売上苦戦も、下期挽回図る。
- 科学的根拠に基づき「和生菓子」の消費期限1日延長を6月15日より実施。他部門での取り組みへも対応。

食パン部門の製品施策・営業戦略

「ロイヤルブレッド」「ダブルソフト」売上好調。独自技術活用した山型の「新食感宣言ルヴァン」下期拡販

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	２４１億円（101.5%）	２７１億円（100.3%）	５１２億円（100.8%）

単体売上高前期比	平均単価	数　量
100.9%	0.1%上昇	0.8%増加

※平均単価、数量は 単体実績

ロイヤルブレッド　（104億円、104.3%）

・神戸工場稼働で関西、中四国エリアの売上拡大。品質訴求の営業戦略を展開し、収益面でも貢献。

超芳醇　（54億円、91.8%）

・「ﾛｲﾔﾙﾌﾞﾚｯﾄﾞ」へ移行進む。「ｽｲｰﾄﾌﾞﾚｯﾄﾞ」は前比113.2%と伸長。

ダブルソフト　（48億円、123.2%）

・順調な売上継続。本年1月発売のおいしい健康志向「ﾀﾞﾌﾞﾙｿﾌﾄ全粒粉」4億円、6月発売の「ﾀﾞﾌﾞﾙｿﾌﾄ沖縄黒糖」も上乗せで高伸長。

ふんわり食パン　（28億円、104.9%）

・昨年9月シールド乳酸菌を配合してリニューアル後順調推移。

低価格帯食パン群　（91億円、99.4%）

「ゴールド」シリーズ　（34億円、92.0%）

・「レーズンゴールド」は5月の値上げ後も順調で、前期比111.4%と高伸長。「チョコ」と「チーズ」が一巡して苦戦。

サンドイッチ用食パン　（70億円、103.5%）

（ロイヤルブレッド）

（超芳醇）

（スイートブレッド）

（レーズンゴールド(3)）

（ダブルソフト）

（ダブルソフト全粒粉）

（ふんわり食パン）

＜7月新製品＞

（新食感宣言ルヴァン）

※各製品の（　）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

菓子パン部門の製品施策・営業戦略

当社独自のﾙｳﾞｧﾝ種を活用したVEMﾊﾟﾝ・ﾊｰﾄﾞﾛｰﾙ製品順調。ﾍﾟｽﾄﾘｰ、ﾄﾞｰﾅﾂも回復

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	９１６億円（101.5%）	９１６億円（101.2%）	１，８３２億円（101.3%）

平均単価	数　量
1.2%上昇	0.1%増加

平均単価、数量は単体実績

菓子パン　（918億円、99.3%）

「ランチパック」シリーズ　（177億円、97.6%）
- 主力品がCVSでやや苦戦。全粒粉入りﾊﾟﾝ使用製品は順調。

ミニパン　（164億円、101.8%）
- 「薄皮」ｼﾘｰｽﾞ苦戦も値頃感のある「ﾔﾏｻﾞｷﾐﾆﾊﾟﾝ」ｼﾘｰｽﾞ順調。

食卓ロール　（100億円、96.6%）

主力菓子パン　（476億円、99.7%）
- 小型「ｺｯﾍﾟﾊﾟﾝ」や、神戸工場生産の「ﾌﾟﾚﾐｱﾑｽﾅｯｸｽﾃｨｯｸ」が好調。厳撰100品の主力ＮＢ製品の取扱店拡大と数量増に取り組む。

ペストリー　（256億円、101.9%）
- 品質改善した「ﾎﾜｲﾄﾃﾞﾆｯｼｭｼｮｺﾗ」やCVSｵﾘｼﾞﾅﾙ製品が順調。

ドーナツ　（210億円、102.5%）
- 「ＳＰケーキドーナツ」堅調、ＣＶＳオリジナル製品も寄与。

VEMﾊﾟﾝ・ﾊｰﾄﾞﾛｰﾙ　（221億円、109.3%）
- 当社独自のﾙｳﾞｧﾝ種活用した風味豊かな製品群順調。「塩ﾊﾞﾀｰﾌﾗﾝｽﾊﾟﾝ」売上10億円、前期比554%。「塩ﾊﾞﾀｰﾌﾗﾝｽﾊﾟﾝﾚｰｽﾞﾝ」3億円。

■「ランチパック」

（サラダチキン）
※全粒粉入りﾊﾟﾝ

（ツナ＆チーズ）
※全粒粉入りﾊﾟﾝ

■主力菓子パン

（塩ｷｬﾗﾒﾙｸﾘｰﾑｺｯﾍﾟﾊﾟﾝ）

（ナイススティック）
※厳撰100品

（チョコスティック）
※ﾌﾟﾚﾐｱﾑｽﾅｯｸｽﾃｨｯｸ

■ミニパン

（ミニクリームパン）
※ヤマザキミニパン

■ペストリー

（ﾎﾜｲﾄﾃﾞﾆｯｼｭｼｮｺﾗ）

■ドーナツ

（ＳＰケーキドーナツ）

■ＶＥＭパン・ハードロール

（塩バターフランスパン）

※各製品の（　）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

和菓子部門の製品施策・営業戦略

焼菓子、中華まん部門は堅調に推移。和生菓子は消費期限延長で下期回復期す

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	１７９億円（ 98.2%）	１５８億円（ 98.2%）	３３７億円（ 98.2%）

和生菓子　（152億円、95.9%）

・「団子」、「饅頭」、「ホットケーキ」が苦戦。
・科学的根拠に基づき、6月15日から消費期限の1日延長を実現。延長後の売上急回復。

蒸しパン　（74億円、99.2%）

・主力の「北海道チーズ蒸しケーキ」が苦戦。
・昨年11月に品質改善を図った「三角蒸しﾊﾟﾝ」や、5月に発売した夏向けの「メロン蒸しケーキ」、「マンゴー蒸しケーキ」が売上伸ばす。

焼菓子　（35億円、101.0%）

・昨年11月にﾒﾚﾝｹﾞを配合して品質向上図った単品「ﾌﾞｯｾ」は回復。
・ｱｰﾓﾝﾄﾞﾊﾟｳﾀﾞｰ配合の高品質の「いちごブッセ」 が売上伸ばす。

中華まん　（43億円、101.9%）

・具材に生野菜を使用して、味や食感を改善図った「具たっぷり」シリーズ寄与大。秋以降の本格シーズンに向け、肉の食感や野菜の旨味をアップさせ、下期の拡販を図る。

■和生菓子

＜消費期限を延長した和生菓子製品＞

（豆いっぱい大福）

（あんたっぷりどら焼）

■中華まん

（具たっぷり肉まん）

■蒸しパン

（三角蒸しパン）

（メロン蒸しケーキ）

（マンゴー蒸しケーキ）

■焼菓子

（コーヒーブッセ）

（いちごブッセ）

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

洋菓子部門の製品施策・営業戦略

不二家洋菓子は外販伸長。ヤマザキパンのチルドケーキとシュークリームが高伸長

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	３５０億円（102.0%）	３１９億円（ 99.1%）	６７０億円（100.6%）
単体売上高（前期比）	２５４億円（105.1%）	２３０億円（101.5%）	４８４億円（103.4%）

チルドケーキ　（177億円、104.5%）

・バターを配合してスポンジの品質向上図った「まるごとバナナ」や「2個入りケーキ」が大きく売上を伸ばす。
・メレンゲ活用し生地の食感を改善した「ふわふわスフレ」も回復。

シュークリーム　（65億円、104.6%）

・ＮＢの「大きなシリーズ」が量販店を中心に売上を伸ばす。
・「プレミアムスイーツ」シリーズも堅調に推移。

スイスロール　（94億円、99.6%）

・主力ＮＢの「5つに切ったロールケーキ」や「ダブルロール」は順調も、コンビニエンスチェーンが苦戦。

スナックケーキ　（70億円、98.5%）

・品質改善を図った主力の「スペシャル」類が売上伸ばし、ＣＶＳチェーン対応製品の寄与もあったが、新製品寄与が小さく、量販店が前年下回る。

■チルドケーキ

（まるごとバナナ）

（2個入りケーキ）

（ふわふわスフレ）

■シュークリーム

（大きなシュークリーム）

（北海道産牛乳のｶｽﾀｰﾄﾞ&ﾎｲｯﾌﾟｼｭｰ）

■スイスロール

（5つに切ったロールケーキ）

■スナックケーキ

（イチゴスペシャル）

※各製品の（　）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

デイリーヤマザキ事業の取り組み

第2四半期に苦戦し、上期は前期並みの実績。商品本部の更なる充実強化を推進

平成30年12月期 第2四半期 業績

	実績	前期比	前期差
営業総収入	319億円	97.2%	▲9億円
営業利益	△8億円	ー	+0億円

	6月末店舗数	前年6月末差
直営店数	318店	-19店
FC店数	1,221店	-10店
合計	1,539店	-29店

	上期前期比
全店売上高	98.4%
既存店売上高	100.5%
客数	98.7%

商品本部の充実強化

コンビニエンス事業の種蒔きの仕事を担う商品本部の機能を充実強化。商品本部が売上と収益の結果にまで責任を取る体制を確立する。

(1)「ベストセレクションおにぎり」のリニューアル

・ヤマザキパン本体の生産・購買部門も協力し、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」シリーズを8品開発。前期比114.4%と伸長。おにぎり部門全体も前期比103.6%。

・「助六寿司・いなり寿司」の規格、品質を徹底見直し

(2) 調理麺類の品質向上

・子会社の大徳食品に最新鋭の多加水製麺設備を導入し、麺の品質が格段に向上。中華麺やうどんの品揃えを強化。麺部門の売上高前期比104.7%と伸長。

(3) 商品仕入業務の改善

・商品仕入の判断基準として「部門別商品別経常利益管理」を導入。単品ごとに収益性改善図る。ＰＢ商品開発や商品供給体制の自社物流化等も進め、「値入率」を着実に改善

(4) 商品第一部の更なる充実強化（下期施策）

・商品第一部に商品企画開発部を統合。パン、和洋菓子、調理パン、米飯、麺類等の企画開発から売価・棚割りの決定まで商品第一部が一貫して担当、売上と収益に責任を持つ

・ヤマザキパン本体からパン、和洋菓子の開発担当者をＭＤとして商品第一部に異動。各商品部門ごとに商品企画開発を積極的に推進

（ベストセレクションおにぎり）

（助六寿司）

（冷やし中華）

平成30年・通期予想

「21世紀のヤマザキの経営方針」に従って、今期計画達成に向けグループ一丸となって努力

	連結			単体		
	通期予想	前期比	前期差	通期計画	前期比	前期差
売上高	１兆７２０億円	１０１．８％	１８８億円	７，５９０億円	１０１．９％	１４１億円
営業利益	３６０億円	１１９．６％	５９億円	２４０億円	１０４．７％	１１億円
経常利益	３７０億円	１１５．１％	４９億円	２７０億円	１０２．２％	６億円
親会社株主に帰属する当期純利益	２００億円	７９．７％	▲５１億円	１７９億円	１００．２％	０億円

パートⅡ

１．平成３０年・第２四半期（累計期間）決算概要

２．事業別売上高

３．営業利益増減要因(単体)

４．営業利益増減要因(連結)

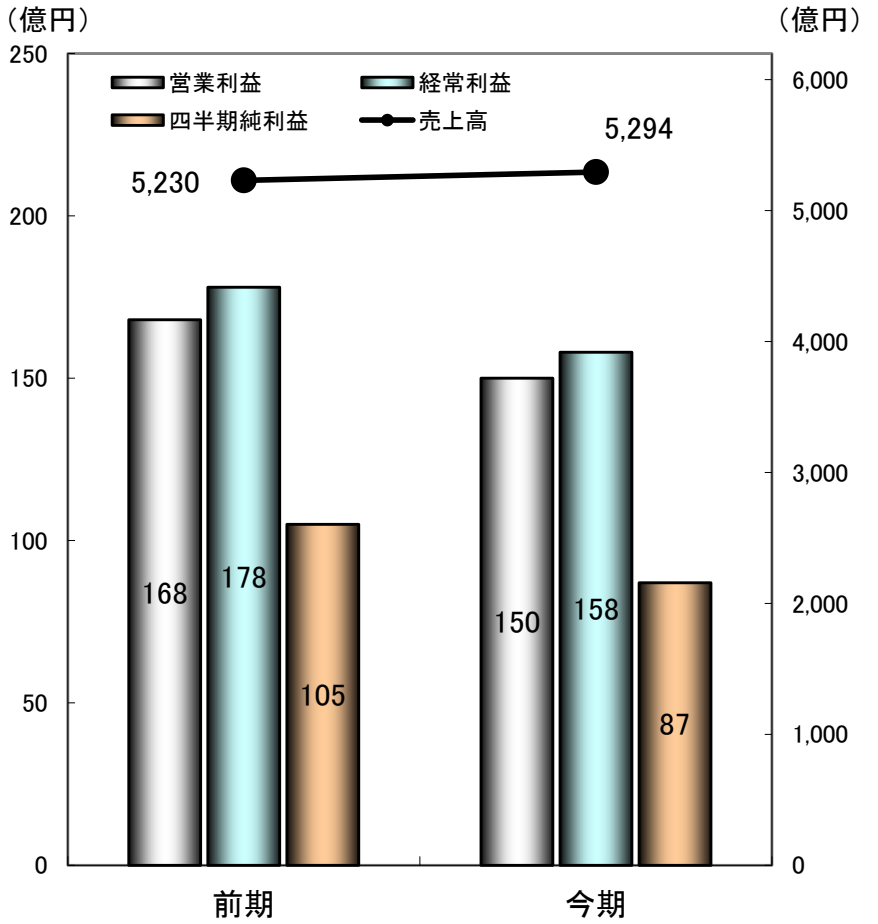
５．経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益増減要因

６．貸借対照表

７．キャッシュ・フロー

８．平成３０年・業績予想

平成30年・第2四半期(累計期間)決算概要



■連結

(百万円、%)

	実績	前期比較		予想比較	
		増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	529,376	6,397	1.2	−3,623	−0.7
営業利益	14,977 (2.8)	−1,839	−10.9 (−0.4)	−2,522	−14.4
経常利益	15,777 (3.0)	−2,045	−11.5 (−0.4)	−2,222	−12.3
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,712 (1.6)	−1,791	−17.1 (−0.4)	−1,887	−17.8

※( )内の数字は売上高に対する利益率

■単体

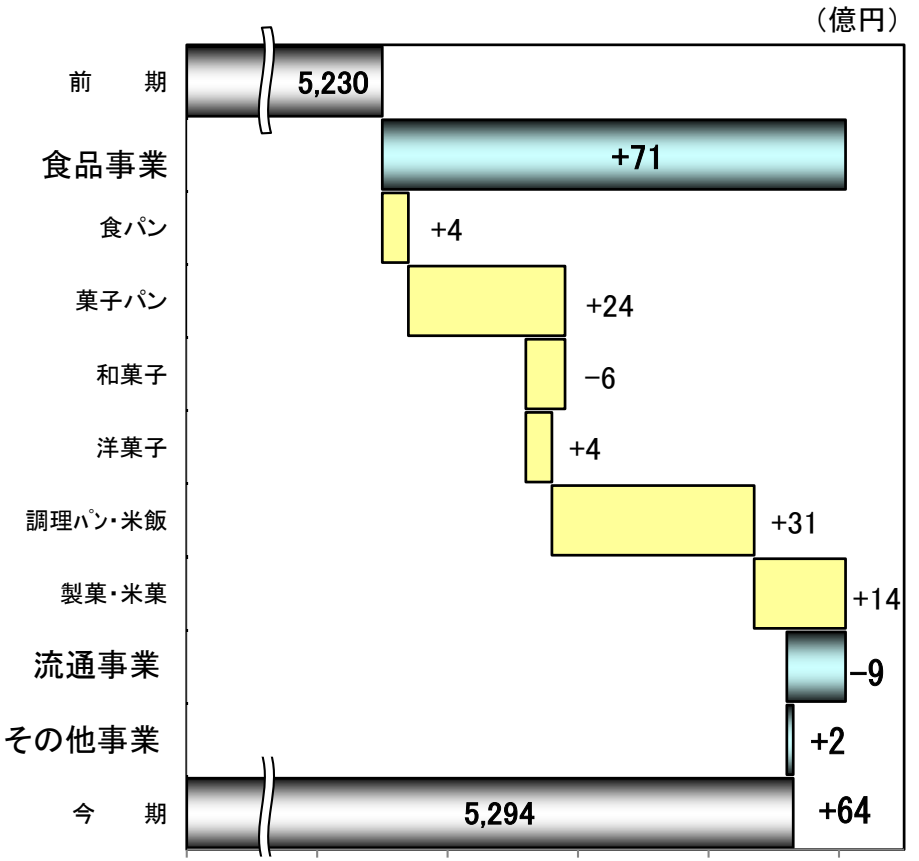
(百万円、%)

	実績	前期比較		計画比較	
		増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	376,698	4,154	1.1	−2,801	−0.7
営業利益	11,217 (3.0)	−1,876	−14.3 (−0.5)	−1,382	−11.0
経常利益	13,273 (3.5)	−1,757	−11.7 (−0.5)	−1,026	−7.2
四半期純利益	8,393 (2.2)	−1,473	−14.9 (−0.4)	−996	−10.6

※( )内の数字は売上高に対する利益率

事業別売上高

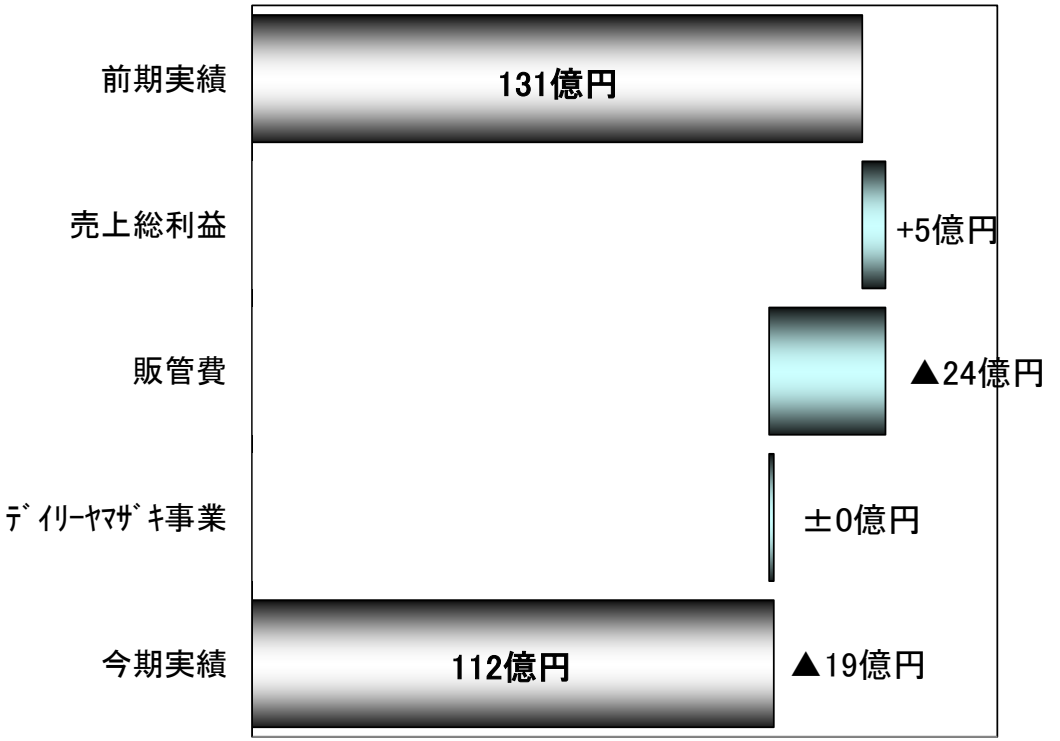
■事業別部門別売上高増減



（百万円、%）

	実績	増減額	増減率	構成比
食品事業	495,508	7,129	1.5	93.6
食パン	51,191	424	0.8	9.7
菓子パン	183,235	2,437	1.3	34.6
和菓子	33,711	−623	−1.8	6.4
洋菓子	66,950	384	0.6	12.6
調理パン･米飯類	79,398	3,118	4.1	15.0
製菓･米菓･その他	81,020	1,387	1.7	15.3
流通事業	28,568	−876	−3.0	5.4
その他事業	5,299	144	2.8	1.0
合計	529,376	6,397	1.2	100.0

営業利益増減要因(単体)



・売上総利益、販管費は山崎製パン本体(ﾃﾞｲﾘｰﾔﾏｻﾞｷ事業除く)の増減
・グラフ中の▲は利益減少要因

■山崎製パン本体(ﾃﾞｲﾘｰﾔﾏｻﾞｷ事業除く)

◇売上総利益(+5億円)

・売上増(+51億円)により　+24億円
・原材料費　+3億円
・労務費　▲2億円
・経費　▲7億円
・減価償却費　▲7億円
・その他　▲6億円

◇販管費(▲24億円)

・人件費　▲7億円
・経費　▲20億円
・減価償却費　+3億円

■デイリーヤマザキ事業

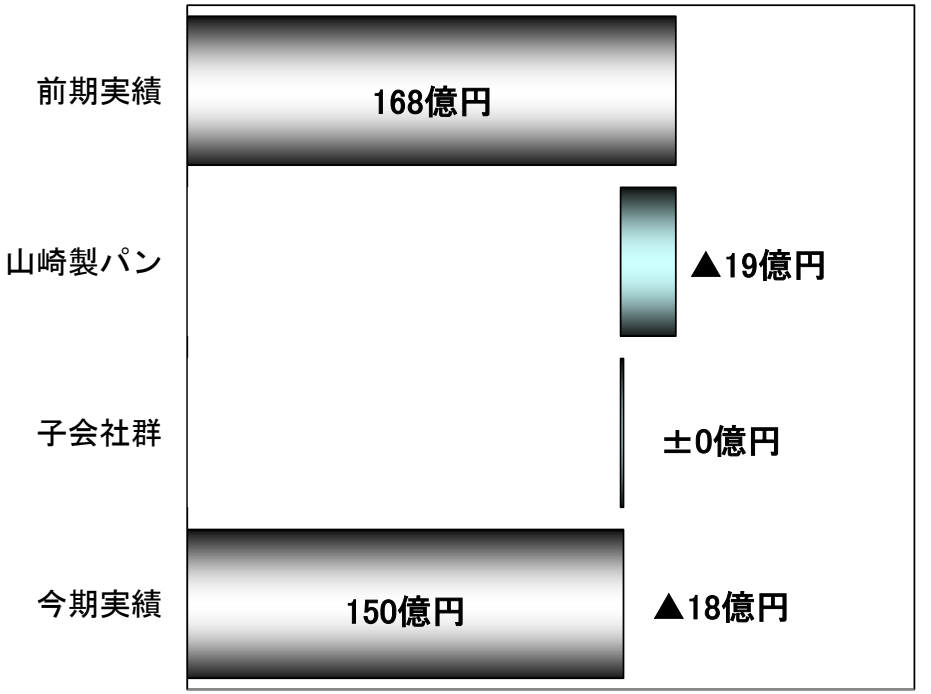
◇デイリーヤマザキ事業(±0億円)

・上期営業利益 -8億円

<参考>

【原材料市況の影響】 ▲10億円
小麦粉▲16億円、油脂▲1億円、砂糖+5億円、
卵+5億円、乳製品▲2億円、雑穀±0億円、
包装資材±0億円、その他▲1億円

営業利益増減要因（連結）



・子会社群は連結と山崎製パンの単純差額

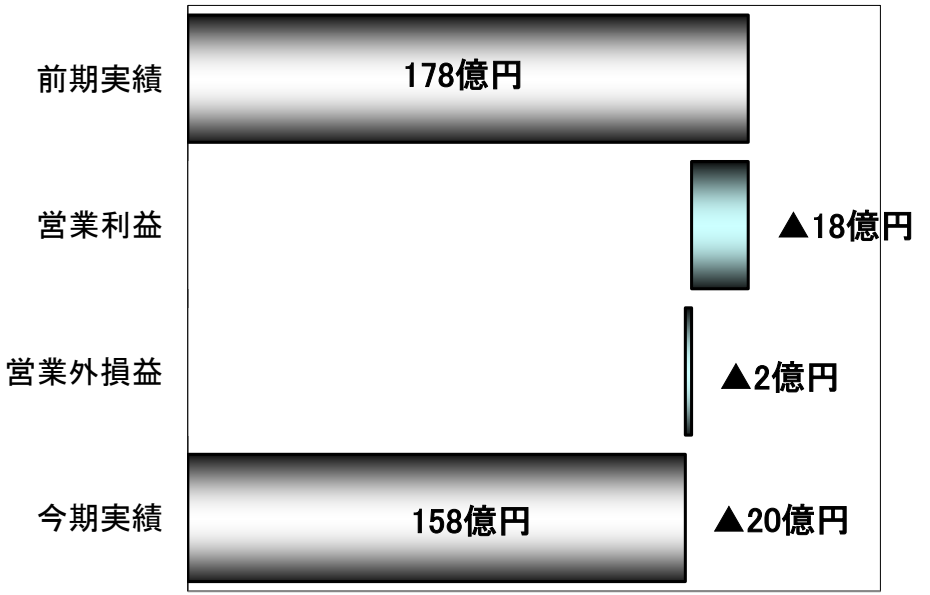
◇主要会社の第2四半期（累計期間）業績

（百万円）

	売上高		営業利益	
	実績	増減額	実績	増減額
不二家（連結）	51,625	117	886	685
サンデリカ	57,373	1,482	951	−354
ヴィ・ド・フランス	16,915	127	187	52
ヤマザキビスケット	16,302	208	363	−48
東ハト	13,002	618	520	−36

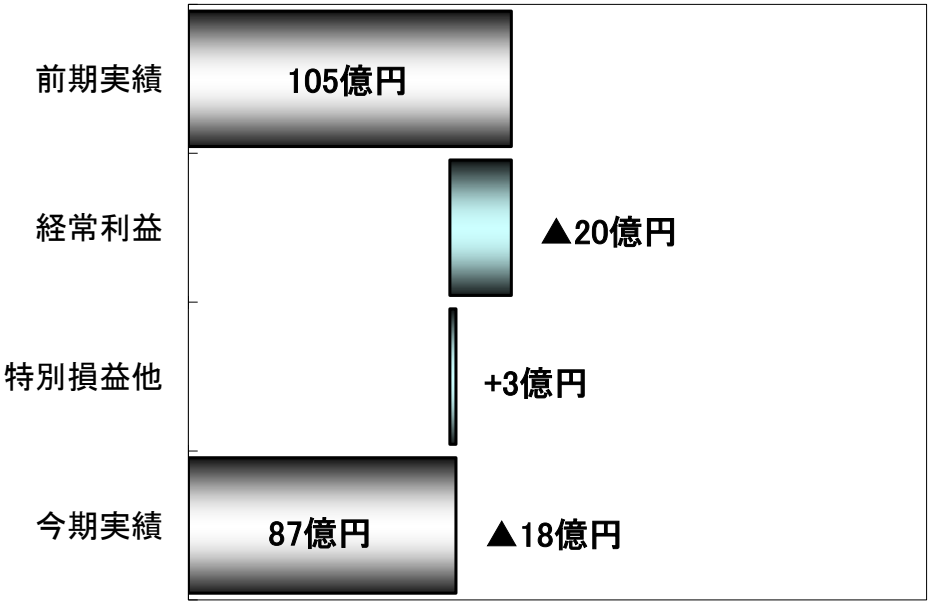
経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益増減要因

■経常利益



※グラフ中の▲は減少要因

■親会社株主に帰属する四半期純利益



◇営業外損益

・雑収入の減少　▲2億円

◇特別損益、他

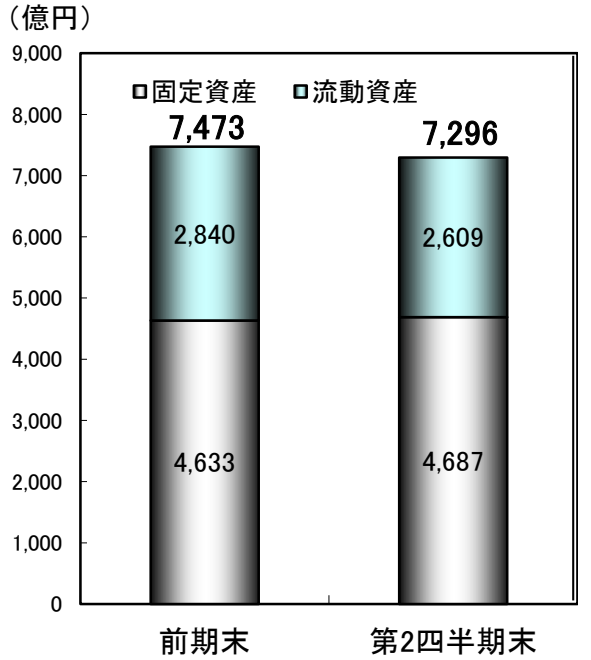
・特別損益　▲2億円

・法人税等の減少　+7億円

・非支配株主に帰属する四半期純利益の増加　▲2億円

貸借対照表

■資産



◇流動資産2,609億円（−230億円）

・現金及び預金の減少（−109億円）

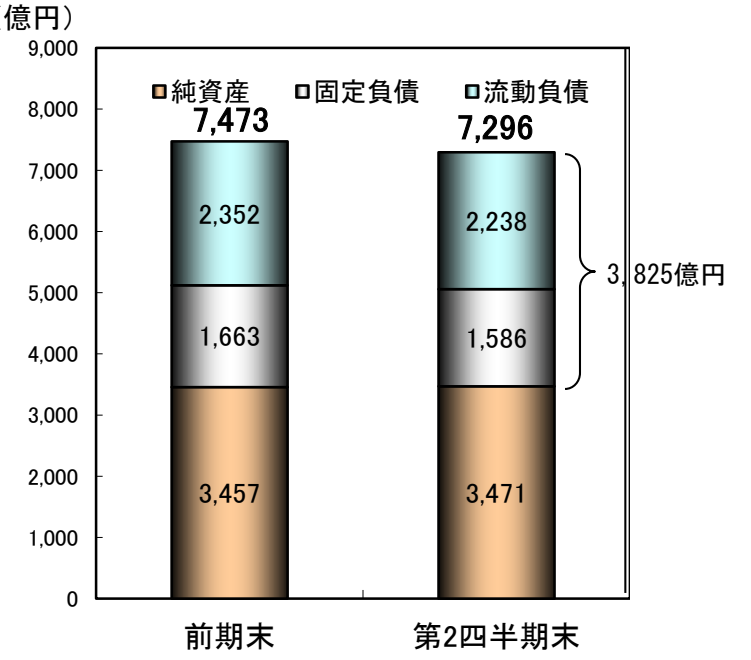
・受取手形及び売掛金の減少（−108億円）

◇固定資産4,687億円（+54億円）

・有形固定資産の増加（+61億円）

・投資有価証券の増加（+20億円）

■負債・純資産



◇負債合計3,825億円（−190億円）

・社債を含む借入金の減少（−60億円）

・仕入れ・未払債務の減少（−132億円）

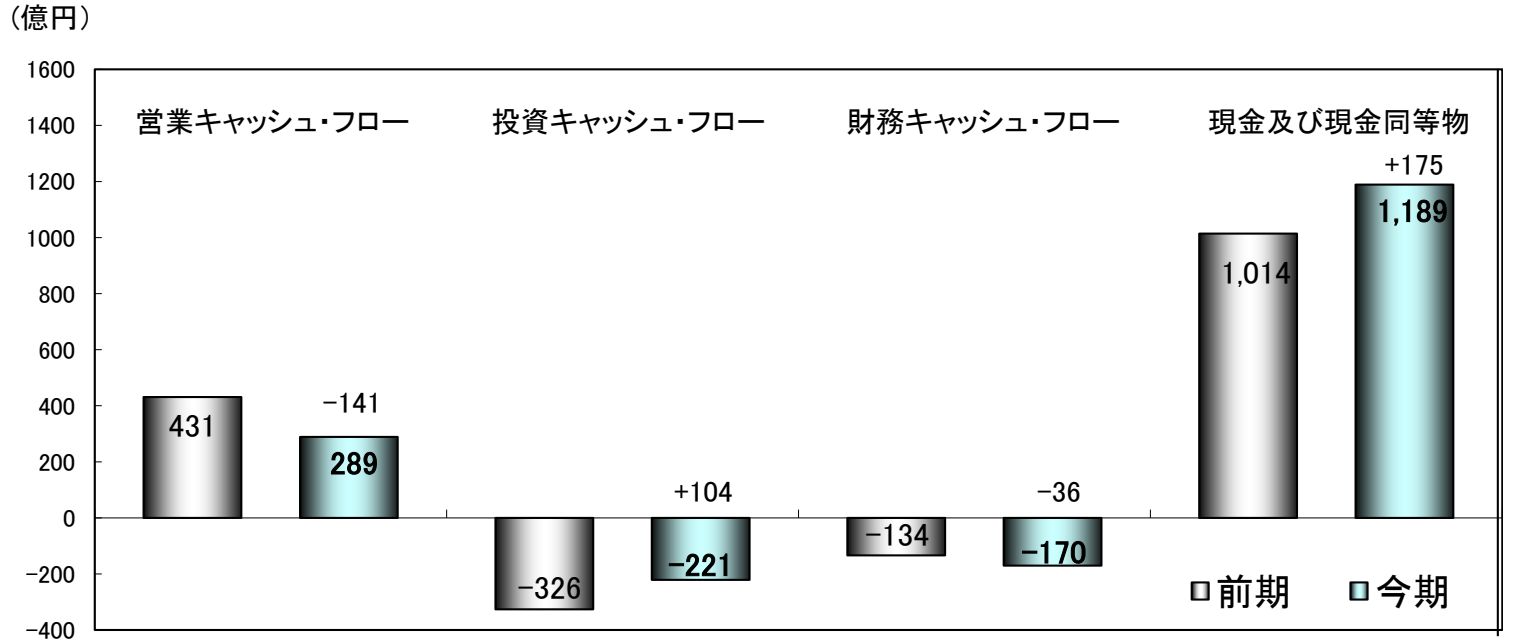
◇純資産3,471億円（+14億円）

・自己株式買付けによる減少（−43億円）

・利益剰余金の増加（+36億円）

・その他有価証券評価差額金の増加（+14億円）

キャッシュ・フロー



◇営業キャッシュ・フロー

・税金等調整前四半期純利益の減少（−22億円）

・売上債権の減少（−130億円）

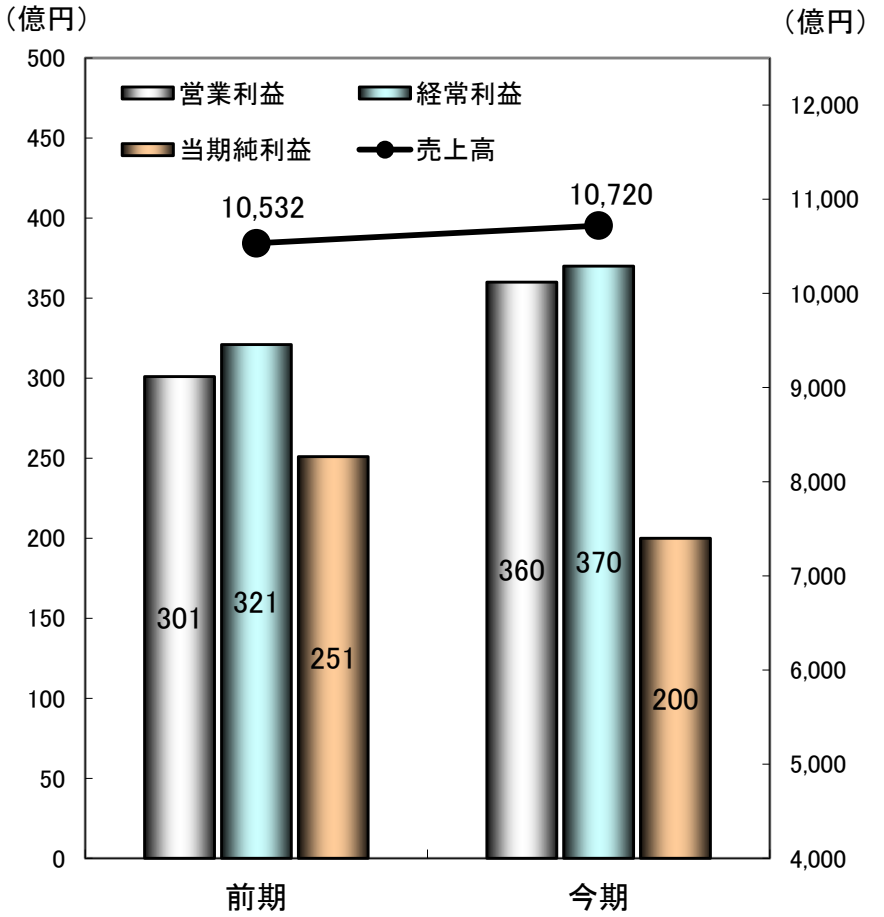
◇投資キャッシュ・フロー

・固定資産の取得による支出の減少（+85億円）

◇財務キャッシュ・フロー

・自己株式取得による支出の増加（−43億円）

平成３０年・業績予想



（百万円、%）

	連結			単体		
	予想	増減額	増減率	計画	増減額	増減率
売上高	1,072,000	18,835	1.8	759,000	14,077	1.9
営業利益	36,000 (3.4)	5,912	19.6 (0.5)	24,000 (3.2)	1,074	4.7 (0.1)
経常利益	37,000 (3.5)	4,856	15.1 (0.4)	27,000 (3.6)	572	2.2 (0.1)
親会社株主に帰属する当期純利益	20,000 (1.9)	−5,106	−20.3 (−0.5)	17,850 (2.4)	38	0.2 (−)

※利益欄の（ ）内の数字は売上高に対する利益率

本資料の予想は、本資料発表日現在において、入手可能な情報あるいは想定できる市場動向などを前提としており不確実性が含まれています。

実際の業績は、今後の様々な要因により、予想と異なる結果となる可能性があります。

本資料に関するお問合せ先　山崎製パン広報・ＩＲ室　03-3864-3126