
2024年12月期

第2四半期(中間期)決算説明会

2024年8月6日

山崎製パン株式会社

パート I

1. 2024年・第2四半期(中間期)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. 2024年・通期予想
-

2024年・第2四半期（中間期）決算概要



連・単ともに前期に続き過去最高の売上・利益を更新。2極化・3極化戦略を徹底し、売上拡大

	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	6,177億円	109.5%	538億円	101.9%	4,307億円	105.6%	230億円	101.7%	(105.3%)
営 業 利 益	310億円	150.6%	104億円	129.3%	219億円	130.3%	51億円	121.4%	(125.1%)
経 常 利 益	340億円	149.5%	113億円	133.4%	255億円	129.8%	59億円	124.4%	(125.3%)
親会社株主に帰属する 中間純利益	216億円	153.5%	75億円	134.8%	176億円	136.5%	47億円	130.4%	(127.2%)

- ・ 上半期は、節約志向が強まる厳しい市場環境となるも、当社は引き続き科学的根拠をもった新型コロナウイルス感染防止対策を継続しながら、新しい価値の創造を目指し、全社を挙げて努力。業績は年初から順調に推移し、連結・単体ともに過去最高益を更新。
- ・ 当社は、引き続き2極化・3極化戦略を徹底し、厳選100品や惣菜製品に重点を置いた施策を推進。女性製品開発担当者による新製品開発や節約志向への対応を強化。7月の価格改定効果の一巡を見据え、「ダブルソフト」の品質改善を実施。食パンと菓子パンの数量増と単価アップを実現し、上期のヤマザキパン本体の売上高が前期比105.3%と伸長し、足元7月も前期比103%と好調を維持。
- ・ 経営陣、管理職が労働安全衛生上の問題課題に対し、責任をもって対処対応して管理する二本立ての労働安全衛生管理体制の整備充実強化に全社を挙げて取り組む。5月度取締役会において労働安全衛生推進基本会議の設置を決議。労働安全衛生管理体制の整備充実強化に関する基本施策を策定し、推進していく。
- ・ 上期業績は連・単ともに計画を上回り、過去最高の売上・利益を更新。ヤマザキパン本体が業績を牽引するとともに、子会社群の業績改善も進む。不二家が増益に転じるとともにサンデリカ、ヤマザキビスケット、ヴィ・ド・フランスは計画以上に改善が進み、収益拡大。東ハトも順調に業績を伸ばす。新規連結のYKベーキングカンパニーは黒字確保。

食パン部門の製品施策・営業戦略



1月品質向上を図った「ダブルソフト」が売上伸長。主力「ロイヤルブレッド」も引き続き拡大

	第1四半期	第2四半期	上半期	平均単価	数量
連結売上高（前期比）	285億円（112.6%）	313億円（111.4%）	598億円（111.9%）	5.7%上昇	1.1%増加

平均単価、数量は（単体）市販用食パンの実績

新規連結YKベーキングカンパニーの売上寄与あり。ヤマザキパン単体の売上高が前期比106.5%となり、単価が5.7%上昇したことに加え、数量も1.1%増加し、売上拡大。新規技術を活用し、今期1月に「ダブルソフト」のリニューアルを実施し、売上高が前期比118.3%と大きく伸長。また、主力の「ロイヤルブレッド」や「低価格帯食パン」が引き続き売上を伸ばす。

ロイヤルブレッド (166億円、109.7%)

- ・お客様から支持いただき売上増、継続。山型の拡販等、拡大図る。

ダブルソフト (49億円、118.3%)

- ・1月品質向上を実施し、伸長。2枚入の発売により新規顧客を獲得。

超芳醇 (23億円、80.3%)

- ・減塩、食物繊維等、健康志向を訴求。ハーフサイズも活用。

低価格帯食パン (142億円、113.6%)

- ・7月「ダブルソフト」の技術を活用し「スイートブレッド」をリニューアル。拡大図る。

サンドイッチ用食パン (64億円、106.5%)

- ・「ダブルソフト」の技術を活用する等、更なる品質向上を計画。拡大図る。



(ロイヤルブレッド)

(ダブルソフト)

(超芳醇)

(レーズンゴールド) (スイートブレッド) (モーニングスター)

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

「ダブルソフト」に導入した新規技術を他の食パンにも活用。当社独自技術による高い品質を基盤に、価格帯別ブランド戦略を推進

菓子パン部門の製品施策・営業戦略



主力品を中心に取り扱い強化。2極化・3極化戦略に徹し、単価上昇・数量増を実現、売上拡大

	第1四半期	第2四半期	上半期	平均単価	数量
連結売上高（前期比）	1,185億円（116.5%）	1,159億円（113.1%）	2,344億円（114.8%）	4.5%上昇	1.6%増加

平均単価、数量は
(単体)市販菓子パンの実績

新規連結YKベーキングカンパニーの寄与あり。ヤマザキパン単体の売上高が前期比106.5%となり、平均単価が4.5%上昇したことに加え、数量も1.6%増加。キャンペーンを活用して主力品の販売強化に努めた結果、「まるごとソーセージ」や「コッペパン」などが好調に推移するとともに、「薄皮シリーズ」は「薄皮たまごぱん」等、惣菜製品をラインアップし、更に売上拡大。

菓子パン (1,050億円、106.1%)

主力菓子パン (568億円、107.2%)

・主力「まるごとソーセージ」等、主力品を中心に更に売上伸長。

「ランチパック」シリーズ (176億円、99.4%)

・前期並み。主力品を中心に2極化・3極化戦略推進、回復図る。

ミニパン (202億円、111.0%)

・「薄皮たまご」等、惣菜系が寄与し、「薄皮シリーズ」が更に拡大。

食卓ロール (104億円、103.5%)

・主力「ルヴァン・バターロール」や値頃感「大地と緑のバターロール」が順調。

ペストリー (303億円、106.5%)

・主力「ミニナックゴールド」や値頃感ある「ずっしりシリーズ」が順調。

ドーナツ (246億円、103.7%)

・新製品「極生ドーナツ」が寄与。値頃感ある「ドーナツステーション」も順調。

VEMパン・ハードロール (253億円、107.6%)

・コンビニエンス向けの売上増に加え、主力「バケット」や「スイートロール」順調。

■主力菓子パン



(まるごとソーセージ)



(コッペパン)

■ミニパン



(薄皮たまごぱん(4))



(たっぷり満足ソースメンチカツサンド)

■食卓ロール



(ルヴァン・バターロール)

■ペストリー



(ずっしりリンゴデニッシュ)

■ドーナツ



(極生ドーナツ)

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

7月より主力品を中心に品質向上実施。引き続き、2極化・3極化戦略を徹底。魅力ある新製品の開発を推進し、数量と単価アップ図る

和菓子部門の製品施策・営業戦略



主力品を中心に売上順調、女性の製品開発体制を強化し、ニーズを捉えた新製品も寄与

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	195億円（106.0%）	174億円（104.1%）	369億円（105.1%）

主力の「串団子」や「饅頭」類等が堅調に推移するとともに、「北海道チーズ蒸しケーキ」や値頃感ある「ヤマザキ蒸しパン」の売上も順調。女性を中心とした製品開発体制を強化しており、チルド温度帯を活用した「クリームたっぷり生どら焼き」が売上に寄与するなど、コンビニエンス向けを含め、市場ニーズに合致した新製品の展開が奏功し、売上がアップ。

和生菓子 (173億円、103.0%)

- 自家製「餡」を活用し、品質向上を図る。主力「串団子」や「饅頭」類等を中心に売上順調。また、女性を中心とした製品開発体制を推進。コンビニエンス向けを含め、和スイーツが売上に寄与。

■和生菓子



(串団子(あん))

■蒸しパン



(北海道チーズ蒸しケーキ)

■焼菓子



(コーヒーブッセ)

■中華まん



(具たっぷり肉まん(4))

蒸しパン (87億円、110.3%)

- 品質向上を図った主力の「北海道チーズ蒸しケーキ」の売上順調。また、値頃感のある「ヤマザキ蒸しパン」シリーズも寄与。コンビニエンス向けを含め、2極化・3極化戦略が奏功。



(クリームたっぷり生どら焼き)



※ヤマザキ蒸しパン(厚焼き玉子風蒸しぱん)



(LL特撰月餅)

焼菓子 (31億円、94.1%)

- 売上苦戦も、2月にリニューアルした主力の「ブッセ」は売上順調。

中華まん (32億円、100.3%)

- 前期並み。秋シーズンに向け、新規技術により生地品質向上を図る。

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

自家製「餡」を活用し、主力品の更なる品質向上を図る。また、女性の製品開発体制を充実させ、付加価値製品や値頃感ある製品の開発を推進

洋菓子部門の製品施策・営業戦略



女性の製品開発体制を強化し、2極化・3極化戦略推進。主力品の売上増に加え、新製品も寄与

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	400億円（104.0%）	379億円（103.0%）	779億円（103.5%）
単体売上高（前期比）	302億円（103.7%）	283億円（101.6%）	585億円（102.7%）

新規連結YKベーキングカンパニーの寄与あり。ヤマザキパン単体の売上高が前期比102.7%と伸長。昨年は卵の価格高騰や供給不足などの対応に注力するも、今期は大きな影響を受けることなく、主力品を中心に品質向上を進め、「2個入ケーキ」、「まるごとバナナ」、「スペシャルシリーズ」などの売上が伸長。女性の製品開発担当者による市場ニーズを捉えた製品開発の継続が奏功し、新製品も堅調に推移。

チルドケーキ (218億円、104.0%)

- ・「2個入ケーキ」や「まるごとバナナ」など、主力品を中心に売上伸長。女性の製品開発体制を強化し、市場ニーズを捉えた新製品も寄与。
- ・引き続き、2極化・3極化の製品施策を推進し売上拡大図る。

■チルドケーキ



(2個入ケーキ)

■シュークリーム



※喫茶気分シリーズ
(ダブルクリームシフォン)



(大きなツインシュー)

■スイスロール



(5つに切った
ロールケーキ)

シュークリーム (92億円、105.8%)

- ・主力「大きなツインシュー」の売上順調。コンビニエンス向けも売上増。

スイスロール (106億円、100.4%)

- ・コンビニエンス向けが売上減も主力「5つに切ったロールケーキ」が順調。

スナックケーキ (89億円、111.0%)

- ・主力「スペシャルシリーズ」を中心に売上順調。コンビニエンス向けも売上伸長。

■スナック ケーキ



(まるごとバナナ)



(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

主力品の品質向上に努めるとともに、女性製品開発担当者を中心にニーズを捉えた高付加価値製品や値頃感のある製品開発強化

デイリーヤマザキ事業の取り組み



日次管理・週次管理の経営手法で製品・商品開発力や収益力が高まる

2024年第2四半期(中間期)業績

	実績	前期比	前期差
営業総収入	381億円	112.0%	41億円
営業利益	△5億円	—	6億円

	6月末店舗数	前年6月末差
直営店数	451店	+45店
FC店数	851店	-70店
合計	1,302店	-25店

	前期比
既存店売上高	103.1%
客数	103.2%
客単価	101.5%

「小売事業業績改善プロジェクト」の取り組み

当社小売事業がコロナ禍で業績低下、業績回復を図るべく、2021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。

○松戸・杉並リージョンの店舗改善進め、今期は好事例を全国に展開

- ・昨年は松戸・杉並リージョンでドミナント作戦を実施し、「デイリーホット」を中心に店舗改善を進め、デイリーホットの原価率の改善や人時販売高の向上等、収益改善に取り組む。今期は、ヤマザキパンの各工場のバックアップのもと、松戸・杉並リージョンの好事例を全国に展開。また、今期は神戸市営地下鉄に6店舗が順次オープンする等、店舗開発も進展。

■「戦略製品・戦略商品開発推進チーム」

- ・2021年5月、ヤマザキパン本体の小売事業本部の中に結成。

○「戦略製品・戦略商品開発推進チーム」による「売れて儲かる」製品開発推進

デイリーヤマザキを中心に競争力のある製品・商品開発に取り組む。発売開始から3年が経った「大盛りランチパック」シリーズは継続して売上伸長。昨年より女性の製品開発体制を強化し、特にデイリーホット商品の「売れて儲かる」製品開発を推進。今期も「こぼれるクリームパン」などの新製品開発が次々と人気商品となり、店舗活性化に繋がるだけでなく、売上や収益面にも寄与。

●差別化戦略の中心「デイリーホット」の製品力強化



●「大盛りランチパック」シリーズ



※今期2月全国発売 (特盛ランチパック)

●「デイリーホット」の売り場



2024年・通期予想



「いのちの道」の教えに従った営業生産一体となった部門別製品施策・営業戦略、「小委員会によるなぜなぜ改善」による「新しい価値の創造」を実現する部門別の業績向上対策の実践、実行、実証に取り組み、ヤマザキパングループ一丸となって業績向上に邁進

	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	1兆2,340億円	105.0%	584億円	8,500億円	103.5%	284億円
営 業 利 益	545億円	129.9%	125億円	360億円	117.2%	53億円
経 常 利 益	590億円	129.6%	135億円	415億円	117.6%	62億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	365億円	121.0%	63億円	280億円	121.8%	50億円

※売上高、営業利益、経常利益、当期純利益を上方修正。今期連結経常利益率 4.8%、ROE 9.0%の見通し。

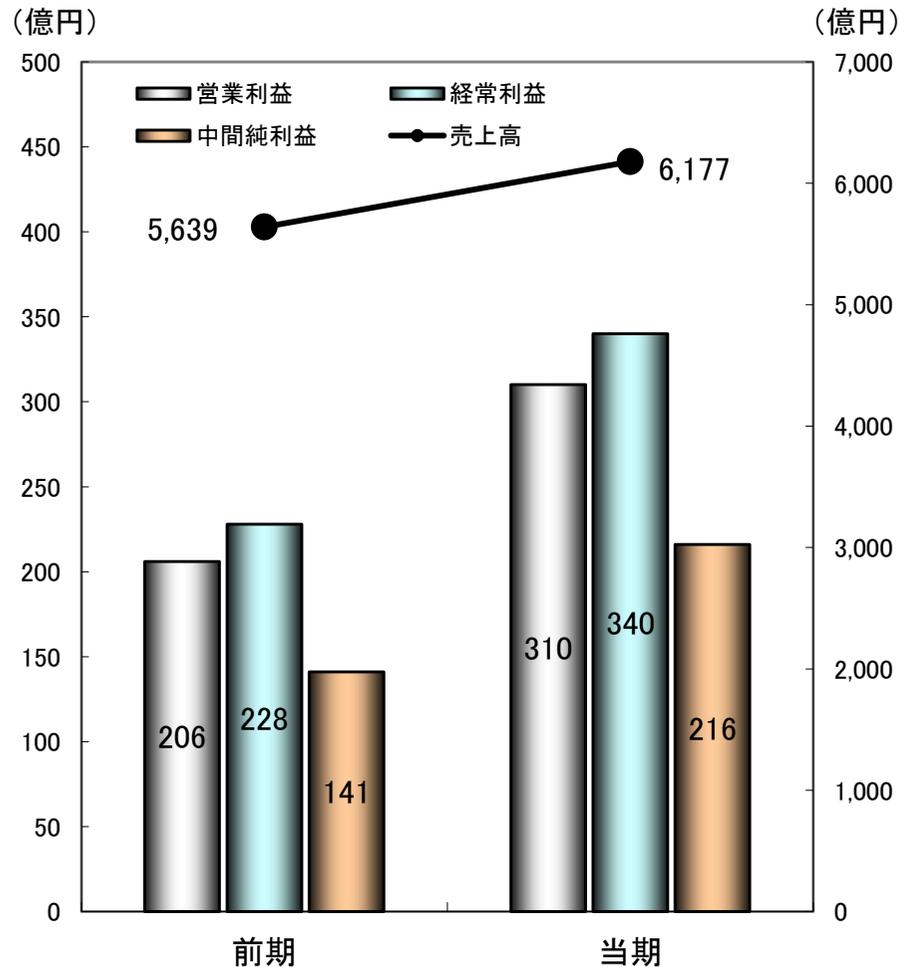


2024年12月期の1株当たりの期末配当金を、期初計画の28円から10円増額し、38円に修正

パートⅡ

1. 2024年・第2四半期（中間期）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中間純利益増減要因
 6. 2024年・業績予想
-

2024年・第2四半期(中間期)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	617,747	53,802	9.5	11,747	1.9
営業利益	31,029 (5.0)	10,419	50.6 (1.4)	7,029	29.3
経常利益	34,028 (5.5)	11,271	49.5 (1.5)	8,528	33.4
親会社株主に 帰属する 中間純利益	21,569 (3.5)	7,513	53.5 (1.0)	5,569	34.8

■ 単体

(百万円、%)

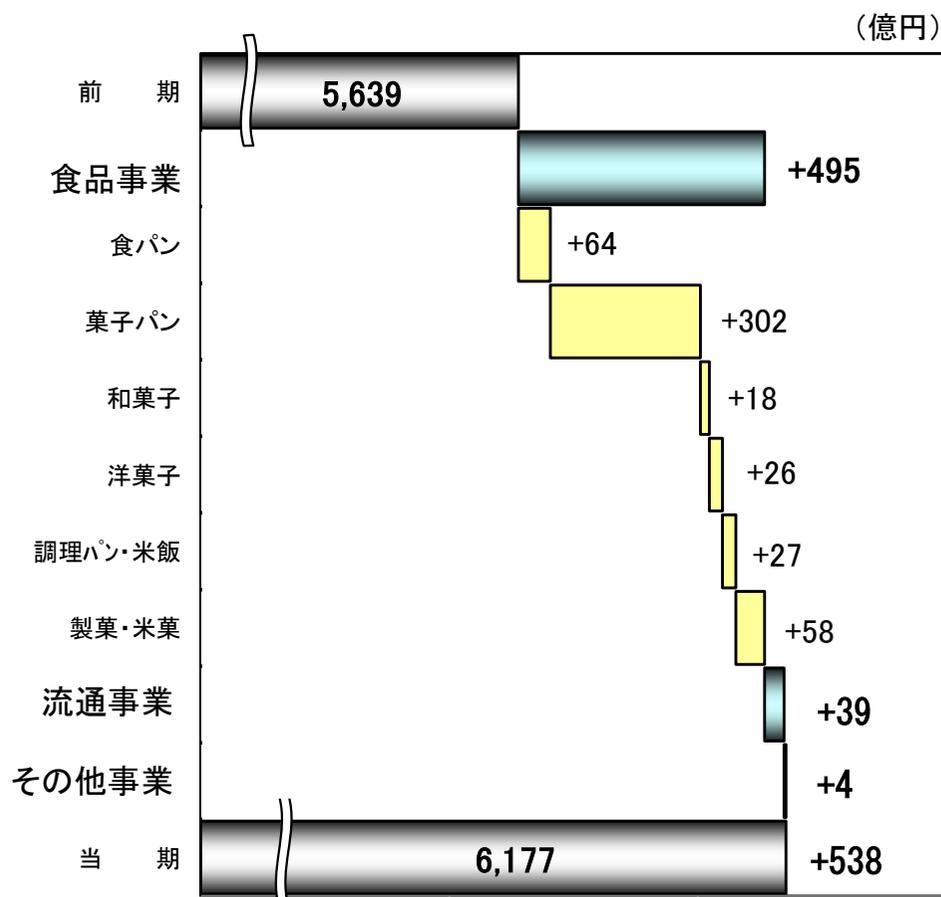
	実績	前期比較		計画比較	
		増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	430,652	22,950	5.6	7,152	1.7
営業利益	21,854 (5.1)	5,078	30.3 (1.0)	3,854	21.4
経常利益	25,492 (5.9)	5,857	29.8 (1.1)	4,992	24.4
中間 純利益	17,599 (4.1)	4,705	36.5 (0.9)	4,099	30.4

※利益欄の()内の数字は売上高に対する利益率

事業別売上高



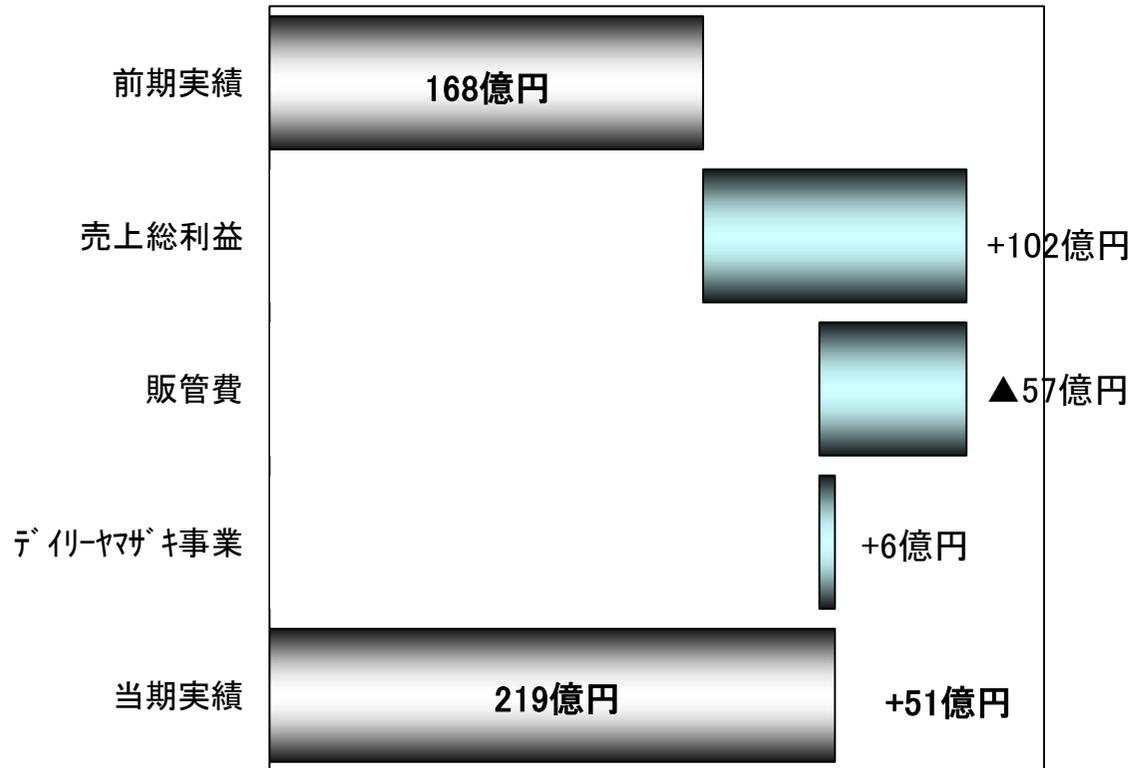
■事業別部門別売上高増減



(百万円、%)

	実績	増減額	増減率	構成比
食品事業	574,507	49,494	9.4	93.0
食パン	59,849	6,386	11.9	9.7
菓子パン	234,377	30,208	14.8	37.9
和菓子	36,886	1,792	5.1	6.0
洋菓子	77,915	2,640	3.5	12.6
調理パン・米飯類	76,903	2,694	3.6	12.5
製菓・米菓・その他	88,575	5,771	7.0	14.3
流通事業	36,099	3,898	12.1	5.8
その他事業	7,140	410	6.1	1.2
合計	617,747	53,802	9.5	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(デイリーヤマザキ事業除く)の増減
 ※グラフ中の▲は利益減少要因

■山崎製パン本体(デイリーヤマザキ事業除く)

◇売上総利益(+102億円)

- ・売上増(201億円)により+92億円
- ・原材料費 +22億円
- ・労務費 ▲10億円
- ・経費 ▲3億円
- ・減価償却費 ▲2億円
- ・その他 +2億円

◇販管費(▲57億円)

- ・人件費 ▲19億円
- ・経費 ▲35億円
- ・減価償却費 ▲3億円

■デイリーヤマザキ事業

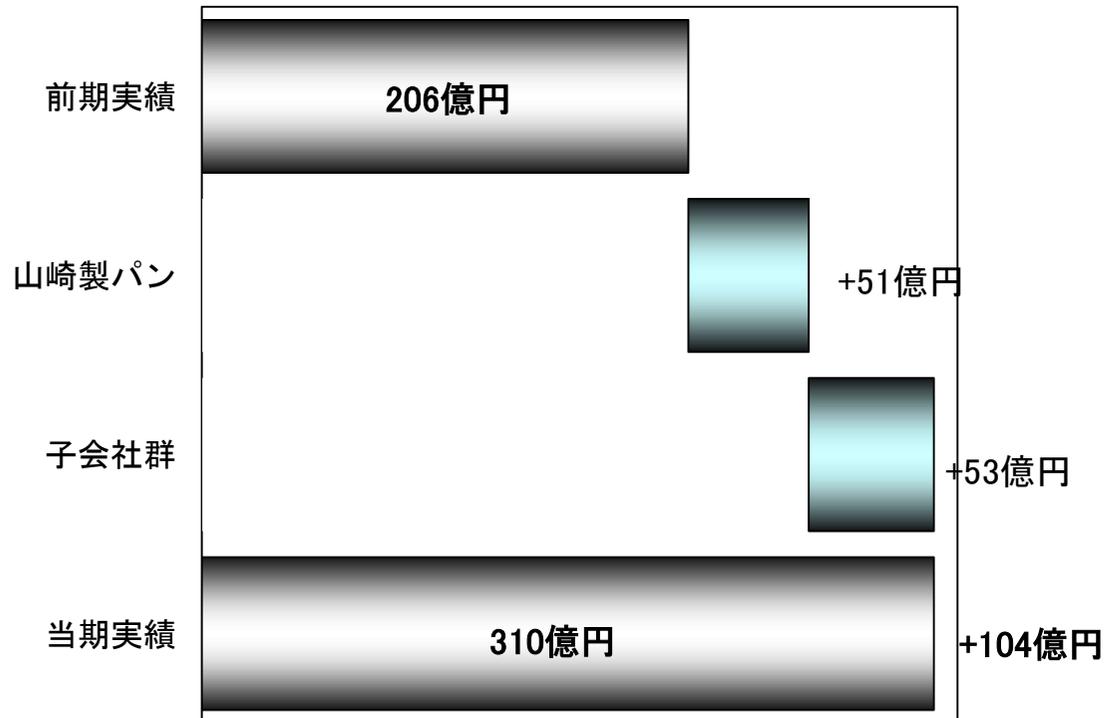
◇デイリーヤマザキ事業(+6億円)

- ・上期営業利益 -5億円

<参考>

【原材料市況の影響】 ▲22億円
 小麦粉+3億円、油脂▲8億円、砂糖▲8億円、
 卵+24億円、乳製品▲5億円、雑穀+2億円、
 包装資材▲8億円、その他▲22億円

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(中間期)業績

(百万円)

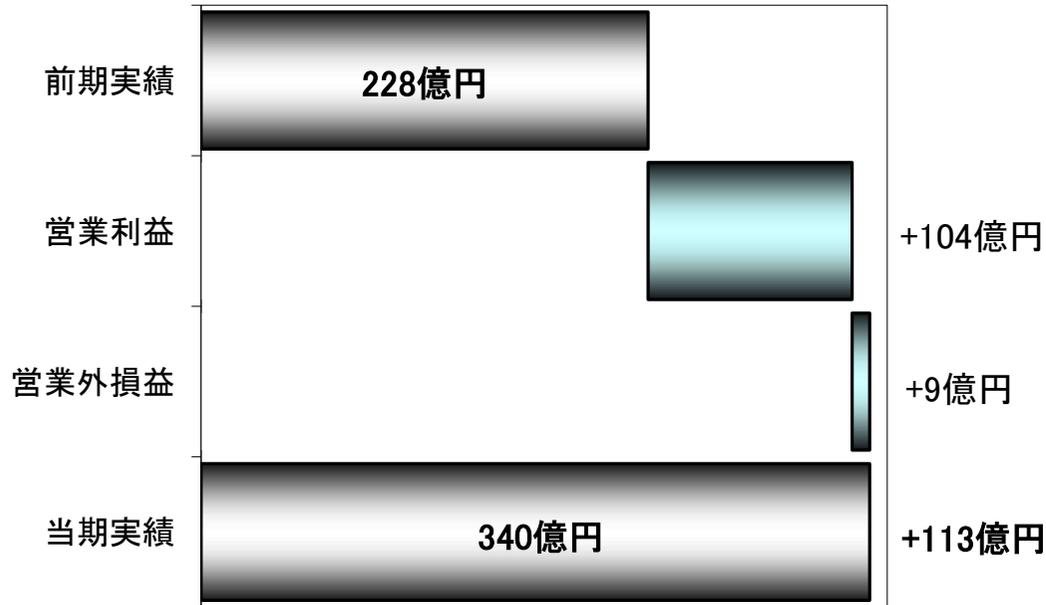
	売上高		営業利益	
	実績	増減額	実績	増減額
不二家(連結)	53,181	2,171	1,088	882
サンデリカ	51,602	1,759	1,296	932
ヤマザキビスケット	17,117	2,199	1,624	1,368
YKベーキングカンパニー	16,497	-	50	-
ヴィ・ド・フランス	14,674	613	594	481
東ハト	14,642	1,037	1,024	154

※その他に海外8社で+4億円の増益要因がありました。

経常利益・親会社株主に帰属する中間純利益増減要因



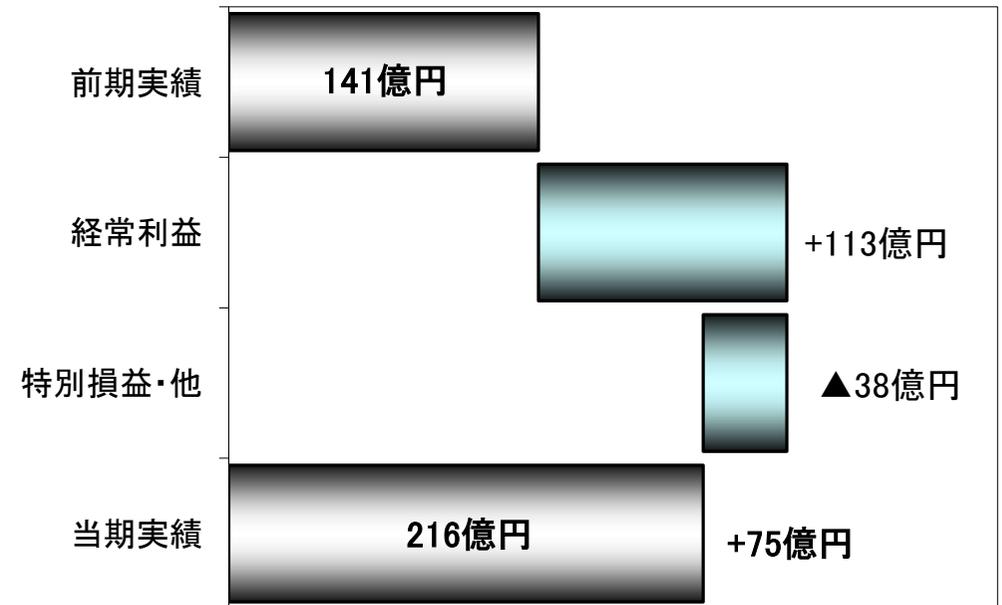
■ 経常利益



◇ 営業外損益

- ・為替差益の増加 +5億円
- ・受取利息及び配当金の増加 +3億円
- ・持分法による投資利益の増加 +2億円

■ 親会社株主に帰属する中間純利益



※グラフ中の▲は利益減少要因

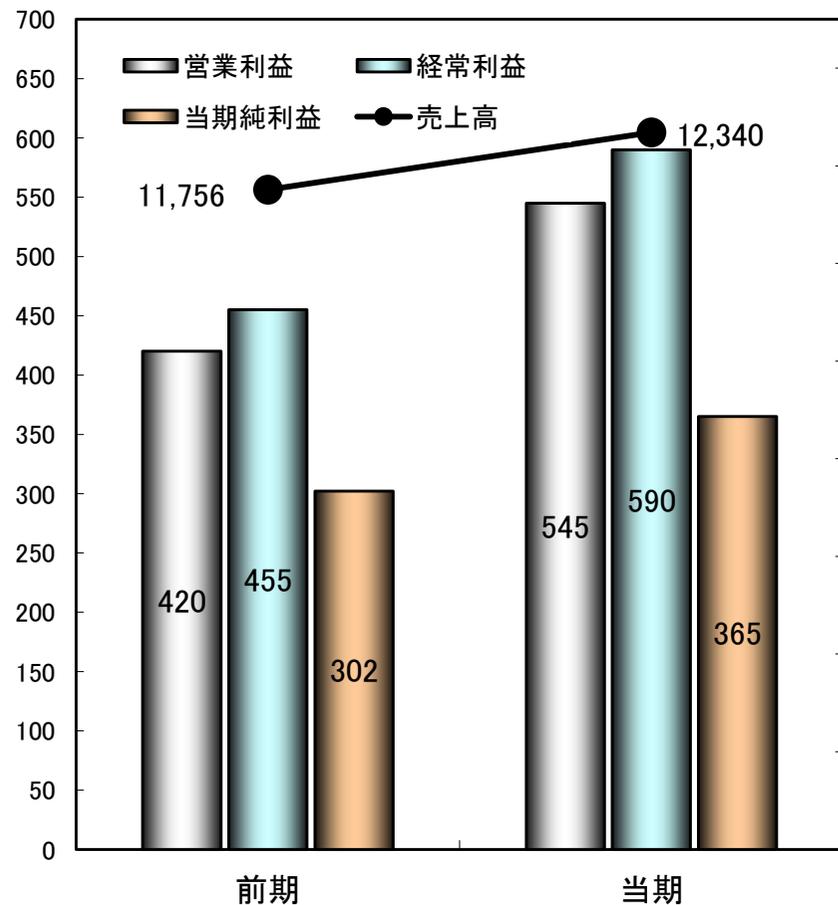
◇ 特別損益・他

- ・関係会社株式売却益 +2億円
- ・投資有価証券売却益 +2億円
- ・法人税等の増加 ▲36億円
- ・非支配株主に帰属する中間純利益の増加 ▲6億円

2024年・業績予想



(億円)



(億円)

(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	1,234,000	58,437	5.0	850,000	28,367	3.5
営業利益	54,500 (4.4)	12,537	29.9 (0.8)	36,000 (4.2)	5,289	17.2 (0.5)
経常利益	59,000 (4.8)	13,473	29.6 (0.9)	41,500 (4.9)	6,204	17.6 (0.6)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	36,500 (3.0)	6,331	21.0 (0.4)	28,000 (3.3)	5,012	21.8 (0.5)

※利益欄の()内の数字は売上高に対する利益率

	2023年	2024年予想
連結売上高経常利益率	3.9%	4.8%
ROE	7.9%	9.0%

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