

行動計画の進捗状況

山崎製パン株式会社
デイリーヤマザキ事業統括本部

山崎製パン株式会社デイリーヤマザキ事業統括本部（以下「当統括本部」という。）は、2019年6月に策定した「加盟店運営に関する基本方針について」の進捗状況につきまして下記の通りご報告いたします。

記

1. 24時間営業問題への対応

【進捗状況】

- ・2024年10月末現在、全加盟店の内、非24時間営業店の構成比は55.7%、その内デイリーヤマザキ店の非24時間営業店の構成比は33.6%です。当初より24時間営業を求めないニューヤマザキデイリーストア店の非24時間営業店の構成比は96.9%となります。
- ・人流が回復している店舗では24時間営業に戻る店もある一方で、「人手不足」などの理由による営業時間短縮の申し出もあり、いずれも個別に対応しております。2024年10月末における非24時間営業店の構成比は、2023年11月末に対して2.9%増加しています。今後につきましても、加盟店の諸々の事情を考慮し柔軟に対応してまいります。

<2024年10月末現在 非24時間営業店状況>

	対象店舗数	比率		
		全店数	DY店	NYDS店
24時間営業の店舗数	373	44.3%		
うちデイリーヤマザキ店 (DY店)	364		66.4%	
うちニューヤマザキデイリーストア店 (NYDS店)	9			3.1%
非24時間営業の店舗数	469	55.7%		
うちデイリーヤマザキ店	184		33.6%	
うちニューヤマザキデイリーストア店	285			96.9%
加盟店の総数	842	100.0%		
うちデイリーヤマザキ店	548		100.0%	
うちニューヤマザキデイリーストア店	294			100.0%

2. 加盟店支援について

(1) 高品質・高付加価値な商品の提供

当統括本部はヤマザキパンおよびヤマザキパングループが製造する、高品質で価値ある商品を提供してまいります。

① ヤマザキベストセレクション等のパン・和洋菓子・弁当・おにぎり・調理パン・調理麺の提供

【進捗状況】

- ・山崎製パン小売事業本部内の戦略製品・戦略商品開発推進チームと連携し、ヤマザキの技術を最大限活用した、高品質・高付加価値の魅力ある商品の開発を行うと共に、お求めやすい値ごろ感のある商品の提供も行っております。
- ・具体的には、主力商品である「ランチパック」は、「小倉&マーガリン」など値ごろ感のあるものや人気味種のアソートを新たに加えた「大盛りシリーズ」など具材量や価格帯に応じてお客様に選択いただけるラインナップを揃えてきました。また、11月からは食材用食パンの更なる品質向上を図り、より魅力ある商品の提供に努めております。
- ・オリジナルのYBS（ヤマザキベストセレクションシリーズ）パンでは、7月からバンズやパティ、ソース等、食感や旨味にこだわった高品質・高付加価値の「ダブルバーガーシリーズ」を新たに発売しました。ファーストフード店の同等品と比べても味・価格で引けをとらないものであり、お客様に支持いただいております。
- ・当社では季節商品である中華まんでは、通常品と比べて約1.7倍の重量がある企画の「大肉饅」を発売し、そのボリューム感と値ごろ感が話題となり店舗の売り上げを後押ししています。今後も市場ニーズの高い競争力のある新商品開発を進めてまいります。
- ・今後も、食品部門を中心に、お客様のお求めに対応するべく、価格帯の2極化・3極化に対応した隙のない商品開発戦略に基づき、ヤマザキ独自の技術に裏付けられた商品開発を進め、お客様・加盟店に喜ばれる商品を提供してまいります。

② ヤマザキパングループの製造する商品の消費期限延長による食品ロス削減への取組み

【進捗状況】

- ・チルド中華まんにつきましては、店内の蒸し器で提供する加温タイプとお客様が自宅で加熱するチルドタイプを併売することにより、併売前にくらべて中華まん全体の食品ロスも減少傾向にあります。これからも科学的根拠に基づいた商品づくりや品揃えを進め、食品ロスの削減に努めてまいります。
- ・店内製造商品を提供する、デイリーホットでは、「焼きたて」「出来たて」の商品をお客様に提供することで、毎日来店して頂けるお客様の獲得により、食品ロスの少ない店舗を目指しております。10月末現在のデイリーホット店（356店）では、デイリーホット商品の販売構成比が18.3%から18.6%に増えており、経営にとって食品ロスの少なさが評価されています。
- ・今後につきましても、食品ロス削減の取組みをヤマザキパングループ各社の協力により進めてまいります。

(2) ベストサービスの提供

当統括本部はヤマザキパングループの力を活かした、最善のサービスを提供してまいります。

① 店内焼成加工・調理システム「デイリーホット（ベーカリー・キッチン）」の充実強化

【進捗状況】

- ・戦略製品・戦略商品開発推進チームと連携したデイリーホット商品では、本年3月に発売した「こぼれるクリームパン」がヒットするとともに、ドーナツ部門の主力商品となった「空飛ぶシリーズ」も10月より新たに「空飛ぶホイップドーナツ」や、セミハード生地を使った「空飛ぶフランスパン」を発売し、バリエーションを充実させたことで、お客様に喜ばれております。
- ・また、単品別時間帯別分析により時間帯別の品揃え（製造工程や製造数量等）を見直し、販売機会ロスが発生しないよう提案を行っております。

(3) 効率的なチェーン運営

① 加盟店コストの軽減、業績向上につながる機能導入や仕組改善、取組み

【進捗状況】

- ・発注作業に関わる省人化・時間短縮による加盟店の負担軽減を図るため、「GOT（グラフィック・オーダー・ターミナル）端末/タブレット型」を導入し、加盟店にその活用をご提案しております。商品の在庫や売場を確認しながら発注することにより販売機会ロス・食品ロスの低減に効果を発揮しています。
- ・一部の加盟店からの要望の要望がありましたセルフレジの導入につきましては、10月末現在で22店に設置をしております。今後も、希望の加盟店に導入するとともに、更なる省人化への取組みを進めてまいります。
- ・食品ロス削減及び加盟店の廃棄ロス低減に向けて、JFA加盟CVSとして消費者庁、農林水産省、環境省と連携した「てまえどり」取組みに引き続き参加し、売場での啓発物貼付等を通じて来店されるお客様に販売期限の迫った商品を積極的に選んでいただく活動を展開しております。
- ・また今期35店舗の改装を行い、最新の省エネ機器への入替を進めるなど、エネルギー使用量の削減や環境負荷の低減に取り組んでおります。来期も計画的に改装をすすめ、引き続きエネルギー使用量の削減や環境負荷の低減を推進してまいります。

3. 加盟店オーナーとのコミュニケーション強化

【進捗状況】

- 加盟店オーナーとのコミュニケーションを図る場として、毎年秋に開催する「ヤマザキ総合展示会」を本年も9月より東京・京都・福岡の3会場にて開催しました。加盟店のオーナーやクルーの皆様は秋冬向けの製品提案、売場づくり提案、オペレーション向上レクチャー講座等を開催し、3会場合計で1,161名の方に参加を頂きました。レクチャー講座では、GOT 端末の活用事例や、労働安全、食品安全、防災防犯対応等、現在加盟店が抱える問題・課題について対面の相談コーナーを設けました。来場された加盟店からは様々なご意見・ご要望が寄せられました。今後もお客様に対するサービス向上と加盟店の収益向上に貢献すべく、頂いたご意見・ご要望をもとに改善してまいります。
- また、全国の山崎製パン各工場の協力の下、毎年工場製品提案会を開催していますが、今期も展示会終了後、地域ごとの特徴を踏まえた製品提案やクリスマス・年末年始商品のご案内など、きめこまかく加盟店に対するフォローを行ってまいります。
- 展示会や工場製品提案会等の場を通じた加盟店オーナーとのダイレクトコミュニケーションにより、更なる関係性の強化を図ってまいります。

以 上