

低価格対応製品や品質向上製品は順調。CVSのカウンター・ナッツ減少でドーナツ部門が苦戦

	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）	902億円（98.9%）	906億円（99.8%）	1,808億円（99.3%）	0.8%低下	前期並

平均単価、数量は単体実績

菓子パン (925億円、99.9%)

「ランチパック」シリーズ (182億円、100.6%)
 ・「ランチパックたまご」伸長。惣菜系の新製品も順調に推移。

ミニパン (161億円、96.4%)
 ・6月「薄皮」シリーズ品質改善。市場の2極化対応の新製品も発売。

食卓ロール (104億円、98.3%)
 ・下期は「葉酸」や「乳酸菌」を活用した健康志向の新製品投入。

主力菓子パン (478億円、101.3%)
 ・品質向上図った主力品やCVS対応「ナルコッパ」パン等が順調に推移。

ペストリー (251億円、100.1%)

・当社独自技術で品質向上した「ミニスナックゴールド」順調。

ドーナツ (205億円、91.2%)

・CVSチェーンのカウンター・ナッツ減が影響。主力品の品質向上で回復図る。

VEMパン・ハードロール (202億円、105.8%)

・ルヴァン種活用の高品質「パン・オールヴァン」シリーズ好調。

■「ランチパック」シリーズ ■ミニパン



(たまご)



(十勝つぶあんぱん)
※8月新製品



(大きなメロンパン)



(ミルクチョコレートコルネット)

■ペストリー



(ミニスナックゴールド)



(ホワイデ® ニッションココラ)

■ドーナツ



(SPケーキドーナツ)
※7月品質向上

■VEMパン・ハードロール



<「パン・オールヴァン」シリーズ>

(レーズンとクミのリュスティック)

(プリーエーゼ)

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比