

科学的根拠に基づく、和生菓子製品の消費期限延長に取り組み、回復傾向

	上半期	下半期	通期
連結売上高（前期比）	337億円（98.2%）	364億円（99.3%）	701億円（98.8%）

和生菓子 (294億円、99.1%)

- ・6月に消費期限を延長した大福、饅頭、どら焼きがいずれも前年を上回る。9月彼岸のお萩など季節製品も好調で、下期の和生菓子部門は前期比102.9%と急回復。
- ・流通からも店舗売上増加とロス削減で高評価。

蒸しパン (149億円、99.4%)

- ・品質アップを図った「三角蒸しパン」や「マーラーカオ」が順調に売上を伸ばす。
- ・主力の「北海道チーズ蒸しケーキ」がやや苦戦。

焼菓子 (72億円、100.5%)

- ・高品質「特撰饅頭」シリーズが好調に推移。
- ・メレンゲを配合して品質改善を図った「ブッセ」類が、NB製品、チェーン対応製品とも順調。

中華まん (113億円、98.8%)

- ・前期好調の反動に加え、秋以降の最需要期に気温が高く、苦戦。
- ・今期は、高単価・高付加価値の「ジュシー肉まん」にも注力、拡販図る。

■和生菓子

<消費期限を延長した和生菓子製品>



(大福)



(おはぎ製品)

■焼菓子



(特撰月餅)



(コーヒーブッセ)

■蒸しパン



(三角蒸しぱん)



(マーラーカオ)

■中華まん



(具たっぷり肉まん)



(ジュシー肉まん)

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比