

主力品中心に品質向上の自家製「餡」を活用し、販売強化。値頃感、徳用製品も投入し売上回復

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高 前期比	182億円 101.5% (183億円 102.1%)	159億円 103.9% (161億円 104.6%)	341億円 102.6% (344億円 103.3%)

※売上高の()内は収益認識会計基準適用前の数値

・昨年10月の価格改定以降、大きく売上減少も、新規製法により品質向上を実現した自家製「あん」を主力の「団子、大福、饅頭」等に活用し、販売強化。また、お客様ニーズを捉えた、「5個入大福」や「4個入蒸しパン」など、値頃感ある徳用製品も寄与し、売上回復。

和生菓子 (159億円、103.1%)

- ・昨年10月の値上げ後、売上減少も、品質向上の自家製「餡」を主力品に活用。今期、売上回復に繋がる。徳用の「5個入大福」も寄与。
- ・自家製「餡」を活用したチルド和菓子等、新製品の開発強化。

蒸しパン (77億円、102.6%)

- ・昨年10月の値上げ後、売上減少も、お客様ニーズを捉えた、値頃感のある「4個入蒸しパン」等、複数個入り製品が寄与し、売上回復。

焼菓子 (33億円、97.8%)

- ・主力の5個入れ「焼菓子ミックス」は順調も「ブッセ」が前年下回る。

中華まん (35億円、97.2%)

- ・「量販店向け中華まん」は前年上回るも、「即食タイプ」が苦戦。
- ・最需要期に向け、価格帯別に品揃えを強化し、売上回復を図る。

■和生菓子



(串団子あん(3))



(塩豆大福つぶあん(5))

■蒸しパン



(北海道チーズ蒸しケーキ)

■焼菓子



(焼菓子ミックス)

■中華まん



(具たっぷり肉まん(4))

※各製品の()内は山崎製パン単体での収益認識基準適用前の売上高と前期比

新規製法の自家製「餡」の活用を更に進め、主力品の品質向上に加え、値頃感のある製品や高付加価値製品の開発を強化