

営業・生産一体となった「二極化戦略」推進と主力製品の品質向上で下期急回復

	上半期	下半期	通期	平均単価	数量
連結売上高（前期比）	1,808億円（99.3%）	1,788億円（102.6%）	3,596億円（100.9%）	0.3%低下	0.7%増加

平均単価、数量は
単体実績

菓子パン (1,822億円、101.0%)

「ランチパック」シリーズ (356億円、101.0%)
・パンの品質向上後、売上堅調。全粒粉入り食パン使用製品新発売。

ミニパン (315億円、95.8%)
・今期「薄皮シリーズ」の生地のおしっとり感と風味向上させ再拡販。

食卓ロール (202億円、99.6%)

主力菓子パン (949億円、103.2%)
・生地のお品質向上を図った「ヤマザキ菓子パン」シリーズや、フィリングをたっぷりサンドした小型「コッペパン」好調。

ペストリー (484億円、99.8%)

・品質改善した「ホワイトニッシュココア」等好調もCVS対応に遅れ。

ドーナツ (407億円、94.4%)

・CVSカウンタードーナツ減少の影響残る。ケーキドーナツ好調。

VEMパン・ハードロール (405億円、106.7%)

・「塩バターフランス」が売上9億円と寄与。当社独自のルヴァン種活用強化し、夕食用食事パン開発など新たな需要を創造。

■「ランチパック」



(ハンバーグ)
全粒粉入り食パン使用

■ミニパン



(薄皮つぶあんぱん)

■主力菓子パン



(ミルクチョコクリームコネ)



(バターチョコクリームコッペパン)

■ペストリー



(ホワイトニッシュココア)



(ミニスナックゴールド)

■ドーナツ



(SPケーキドーナツ)



(塩バターフランス)

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比