

CVS苦戦。節約志向に対応し、値頃感のある製品と主力NB製品の品質向上で回復を図る

	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）	897億円（99.0%）	831億円（92.5%）	1,728億円（95.7%）	0.4%上昇	4.4%減少

平均単価、数量は単体実績

菓子パン（888億円、96.9%）

「ランチパック」シリーズ（176億円、96.0%）

- ・ランチパック用食パンの品質改善を実施。売上回復を図る。

ミニパン（159億円、97.1%）

- ・主力「薄皮シリーズ」は伸長も、コンビニエンス向けが苦戦。

食卓ロール（96億円、107.6%）

- ・昨年9月に全国発売した「ルヴァン・バターロール」が売上順調。

主力菓子パン（458億円、95.3%）

- ・9月主力品の品質向上、ボリュームアップ。品質の優位性で回復を図る。

ペストリー（233億円、94.0%）

- ・値頃感ある複数個入り製品や主力品の品質アップ等で回復を図る。

ドーナツ（193億円、93.9%）

- ・主力品の品質向上や「フレンチクルーラー」等の冷凍パン強化で回復を図る。

VEMパン・ハードロール（224億円、101.8%）

- ・「塩バターフランスパン」順調。冷凍パンや高品質・高付加価値製品に注力。

■「ランチパック」



（ランチパック）
主力3品

■ミニパン



（薄皮つぶあんぱん）

■主力菓子パン



（高級つぶあん）

（ふっくらバーガー）

■食卓ロール



（ルヴァン・バターロール）

■ペストリー



※複数個入り袋物製品
（りんごデニッシュ（4））

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

■ドーナツ



※冷凍・温度帯を活用
（フレンチクルーラー）

■VEMパン・ハードロール



（塩バターフランスパン）