

不他家苦戦も、ヤマザキパンの洋菓子部門は高伸長。女性の製品開発体制強化が奏功

	第1四半期	第2四半期	上半期
連結売上高（前期比）	352億円（102.5%）	336億円（102.8%）	688億円（102.7%）
単体売上高（前期比）	272億円（105.9%）	270億円（110.5%）	543億円（108.2%）

チルドケーキ（208億円、115.3%）

- 量販店で、「2個入ケーキ」が好調、高品質・高付加価値・高単価の新製品が寄与。コンビニエンス向けも順調に推移。対前年2桁伸長。
- 7月より市場ニーズの高い「タルト」を4品展開。売上拡大図る。

シュークリーム（77億円、105.1%）

- 生地 of 仕込み工程を見直すと共に、新規技術でオーブン内の温度・湿度を安定化。シューパフの品質が格段に向上し、主力の「大きなシュー」シリーズが伸長。コンビニエンス向けも順調。

スイスロール（93億円、101.8%）

- 第1四半期は前期比96.4%と苦戦も、第2四半期は前期比107.4%と回復。プレミアムスイーツ伸長。
- マルゲの活用やバター配合による製品開発に注力。売上アップ図る。

スナックケーキ（87億円、112.6%）

- 昨年、タルト温度帯を活用し売上が大きく伸びた「レーズンサンド」シリーズが一巡後も引き続き伸長。
- 6月主力「スパシタルト」にマルゲ活用、品質向上実施。売上アップ図る。

■チルドケーキ



（高単価 量販用2個入ケーキ）



（焼きチーズスフレ）

■シュークリーム



（大きなツインシュー）

■スイスロール



プレミアムスイーツ
（生クリームロール）



（タルトシリーズ 4品）

■スナックケーキ



（レーズンサンド）

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比