

《2020年》主力品順調もCVS苦戦。「複数個入り」・「チルド菓子パン」等、市場ニーズ捉え回復傾向

	上半期	下半期	通期	平均単価	数量
連結売上高（前期比）	1,728億円（95.7%）	1,680億円（92.8%）	3,408億円（94.3%）	0.6%上昇	4.3%減少

平均単価、数量は  
単体実績

- ・量販店、ドラッグストアを中心に主力品は順調に推移するも、コンビニエンスや駅ナカ・施設内店舗の客数減少が影響し苦戦。
- ・9月の主力品リニューアルに加え、市場ニーズを捉えた「複数個入り」、「チルド菓子パン」の施策で12月は前年を回復。今期1月も順調。

## 菓子パン (1,730億円、96.2%)

- 「ランチパック」シリーズ (340億円、95.6%)
- ・食材パン品質向上。今期1月、主力3品の中身増量。回復図る。
- ミニパン (314億円、96.7%)
- ・主力「薄皮シリーズ」順調も、コンビニエンス向けが苦戦。
- 食卓ロール (182億円、102.7%)
- ・「ルヴァン・バターロール」順調。今期、更なる売上アップ図る。
- 主力菓子パン (894億円、95.1%)
- ・主力「高級シリーズ」等、順調もコンビニエンス向け苦戦。

## ペストリー (471億円、97.6%)

- ・昨年8月、買い置き需要に対応し、ルヴァン種を活用した複数個入り袋物製品「ベイクワンシリーズ」を強化、回復傾向。今期、拡大図る。

## ドーナツ (379億円、96.0%)

- ・下期「フレッチルレー」等のチルド菓子パン強化。足元、回復傾向。

## VEMパン・ハードロール (434億円、100.4%)

- ・「塩バターフランスパン」順調。今期、チルド菓子パン等、高品質製品に注力。

### ■ランチパック ■主力菓子パン



(ランチパックたまご)



(高級つぶあん)

### ■ミニパン



(薄皮つぶあんぱん)

### ■食卓ロール



(ルヴァン・バターロール)

### ■ペストリー



※ベイクワンシリーズ  
(もっちパン(4))

### ■ドーナツ



チルド（フレッチルレー）

### ■VEMパン・ハードロール



(塩バターフランスパン)

⇒ 《2021年》女性の製品開発体制強化。「チルド菓子パン」等、ニーズを的確に捉え、品質と価値追求