

# 和菓子部門の製品施策・営業戦略



品質をもって2極化・3極化戦略を徹底し、主力の「団子」、「大福」を中心に売上伸長

	上半期	下半期	通期
連結売上高（前期比）	351億円（102.8%）	387億円（105.6%）	738億円（104.2%）

主力の「串団子」や「大福」などが順調に推移。第3四半期の売上が前期を下回るも、和菓子本部内の部門別の小委員会を開催し、蒸しパン部門の「北海道チーズ蒸しケーキ」の製品規格の見直しや節約志向に対応した「ヤマザキ蒸しパン」の展開強化、和生部門の「謹製シリーズ」の発売など対策を講じたところ、第4四半期の売上が前期比109.0%と急回復。

## 和生菓子 (326億円、106.1%)

- 主力の「団子」や「大福」の売上順調。女性を中心とした製品開発体制を推進し、和洋折衷の「やわらか生大福」や「謹製シリーズ」等、ニーズを捉えた新製品も売上に寄与。

## 蒸しパン (162億円、103.3%)

- コンビニエンス向けの売上順調。第3四半期の売上が前期を下回るも「北海道チーズ蒸しケーキ」等の主力品の品質向上に加え、値頃感ある「ヤマザキ蒸しパン」の展開強化等、対策講じ急回復。

## 焼菓子 (66億円、97.7%)

- 主力「ブッセ」苦戦。今期2月に価格改定、品質向上を実施。回復図る。

## 中華まん (90億円、98.4%)

- 暖冬による売上減少が影響。今期、2極化・3極化戦略徹底、回復図る。

### ■和生菓子



(串団子たれ(3))

### ■焼菓子



(ブッセ)



(謹製 豆大福)



(やわらか生大福)

### ■蒸しパン



(北海道チーズ蒸しケーキ)



※ヤマザキ蒸しパン (熟成マーラカオ)

### ■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売上高と前期比

女性の製品開発体制強化。コンビニエンス向けを含め、値頃感のある製品や高付加価値製品など、市場ニーズを捉えた製品開発を推進