

洋菓子部門の製品施策・営業戦略



市場ニーズを捉えた製品開発に注力、「2個入ケーキ」、「プレミアムスイーツ」を中心に売上伸長

| | 上半期 | 下半期 | 通期 |
|------------|---------------|---------------|-----------------|
| 連結売上高（前期比） | 753億円（104.9%） | 766億円（104.6%） | 1,519億円（104.8%） |
| 単体売上高（前期比） | 570億円（104.9%） | 566億円（102.8%） | 1,135億円（103.8%） |

不二家の洋菓子が前期を上回るとともに、ヤマザキパン単体の洋菓子部門も売上順調。卵の価格高騰、供給不足の影響あるも、配合の見直しなどにより安定出荷に努めたことや、ニーズを捉えた値頃感のある製品開発に注力した結果、主力の「2個入ケーキ」、「プレミアムスイーツ」を中心に量販店やドラッグストアの売上が伸長。

チルドケーキ（434億円、100.6%）

- ・主力「2個入ケーキ」や「プレミアムスイーツ」を中心に量販店とドラッグストアの売上順調。市場ニーズを捉えた値頃感のある新製品も寄与。
- ・引き続き、2極化・3極化の製品施策を推進し売上拡大図る。

シュークリーム（170億円、105.2%）

- ・主力「大きなツイッシュ」等、量販店やドラッグストアの売上が順調。

スイスロール（201億円、115.1%）

- ・主力「5つに切ったロールケーキ」やコンビニエンス向けが大きく伸長。

スナックケーキ（160億円、97.9%）

- ・主力「スペシャルシリーズ」は順調も、コンビニエンス向けが苦戦。

■チルドケーキ



■シュークリーム



（大きなツイッシュ）

■スナックケーキ



（イチゴスペシャル）



※喫茶気分シリーズ
（苺クリームのクッキーサンド）

■スイスロール



※プレミアムスイーツ
（生クリームロール）

（2個入ケーキ）

※各製品の（ ）内は山崎製パン単体での売上高と前期比

コンビニエンス向けの対応強化。引き続き、市場ニーズを捉えた2極化、3極化戦略を徹底し、売上拡大図る