

2020年3月期
2019年4月1日～2020年3月31日

決算説明会

東証1部 2818

株式会社 **ピエトロ**

2020年5月22日（金）

<https://www.pietro.co.jp/>



**このたびの新型コロナウイルス感染症に
罹患された皆様、および影響を受けられた皆様には
謹んでお悔やみとお見舞いを申し上げます。
国内外への影響は今後も計り知れませんが、
私たちは食に携わる企業として使命感を持ち
皆様へ安全・安心な商品をお届けできるように努めて参ります。**



新型コロナウイルス感染症の当社への影響とその対策



1. 食品事業

今後も原材料調達の遅延、生産の停滞等のリスクが懸念されますが、食品メーカーとして安定的な生産・供給に向けて取り組んでおります。

緊急事態宣言発令以降、内食志向が強まっており、4月度は前年同期比で約150%の売上で推移しました。その中でも特にパスタ関連の商品につきましては、前年からの施策の効果や同時期にCMの集中放映も行ったことなどにより、大きく伸長しました。

2. レストラン事業

緊急事態宣言発令以降、全31店舗中、終日休業の店舗が15店舗、時短営業の店舗が16店舗となり、売上減少の大きな要因となりました。既存店につきましては、4月は前年同期比で約20%の売上でした。

また、2020年4月にオープン予定の新業態の店舗（東京豊洲）も、新型コロナウイルスの影響により出店できておりません。



1. レストラン、ショップ店舗での対策

レストラン、ショップ店舗につきましては、「マスクの下も笑顔」の方針のもと、お客様と従業員、そして取引先などの安全を第一に考え、新型コロナウイルス感染症拡大防止策を店内外で重点的に実施し、全従業員へマスクを配布・着用を徹底しています。

さらに、来店されたお客様には手指のアルコール除菌の協力を頂くとともに、お客様のテーブルや椅子の除菌も行っております。また、テーブルの数を減らし、客席の間隔を広げることで、お客様同士の三密防止を図っております。[（補足資料P31参照）](#)

そして、時短営業の中でも、テイクアウト販売に取り組み、併せて宅配サービスのメニューも拡充し、安全と健康を第一優先に、「おいしさと健康」の提供に努めてまいります。

2. 社内での対策

福岡の本社をはじめとする全ての拠点に常時マスクを貯蔵しているなど、防疫資材等についても確保しております。

また、万が一、当社従業員に感染症が発生した場合は、官公庁の指示に従い、情報を社内外に開示することで、感染症の拡大防止を図ります。

オフィス業務につきましては、緊急事態宣言以降、原則在宅勤務での業務運営に切り替えており、現在も継続中です。

さらに、社内サポートデスクを設置し、働く従業員の不安解消を図っています。



2020年3月期決算



<トピックス>

食品業界及び外食業界においては、10月の消費税率引上げなどによる消費者の低価格志向等の生活防衛意識が依然として継続していることや、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による外食店舗の休業や時短営業などにより、非常に厳しい状況となりました。

1. 食品事業

国内ドレッシング市場全体の縮小に加え、8月のドレッシング価格引上げの影響により、上期はドレッシングの売上が減少しましたが、第3四半期、第4四半期の売上は大きく前年実績を上回り、通期ではほぼ回復いたしました。

また、価格の引上げを行ったことにより、利益率も改善いたしました。

ドレッシングに次ぐ「第二の柱」として営業強化したパスタ関連カテゴリーは、好調に推移し、目標「売上高10億円」を達成いたしました。

一方で、スープカテゴリーなど新規事業の育成費用や、運賃値上げなどによる費用が増加し、通期では増収減益となりました。

(補足資料P25、P26、P27、P28、P29参照)

2. レストラン事業

不採算店舗の閉店を前期に行ない、減収増益を計画していたレストラン事業は、メニュー戦略など既存店活性化を進め、お客様満足度向上に努めました。

2月までは、レストラン既存店は増収増益で好調に推移しましたが、新型コロナウイルス感染症拡大などにより、店舗休業や時短営業などの影響を受け、3月の売上が大きく減少し、通期では減収減益となりました。(補足資料P30参照)

■ 2020年3月期 連結決算概要



減収・減益 ・売上高 2期ぶり減収 ・当期純利益 2期ぶり減益 単位：百万円

項目	19/3期		20/3期 実績		前期比 (%)
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	9,683	100.0	9,548	100.0	98.6
売上総利益	5,796	59.9	5,766	60.4	99.5
営業利益	538	5.6	486	5.1	90.3
営業利益率 (%)	5.6	-	5.1	-	-
経常利益	530	5.5	477	5.0	89.9
親会社株主に 帰属する当期純利益	288	3.0	221	2.3	76.8
自己資本比率	60.2	-	60.9	-	-
ROE	5.5	-	4.1	-	-
配当 (円)	21	-	21	-	-

減収／▲135百万円（食品事業+12百万円、レストラン事業▲153百万円）

減益／▲52百万円（食品事業▲49百万円、レストラン事業▲60百万円、本社費用+57百万円）

■ 2020年3月期 セグメント：食品事業（1）



単位：百万円

項目	19/3期	20/3期実績	前期比	前期差
売上高	6,934	6,947	100.2%	+12
営業利益	1,886	1,837	97.4%	▲49



【売上増減要因】

- <ドレッシング> 売上高 5,504百万円(前期比95.8%)
- ・ サラダを健康オイルや酢で食するシーンが増えるなど、国内ドレッシング市場は縮小
 - ・ 8月にドレッシング価格を上げたことにより、上期は売上が減少
 - ・ 第3四半期、第4四半期では前年実績を大きく上回り、通期で売上ほぼ回復
(主力のオレンジキャップ)
- 上期：95.6%, ▲81百万円 / 下期：104.5%, +72百万円 / 通期：99.7%, ▲9百万円
(補足資料P25、P26参照)

- <パスタ関連> 売上高 1,045百万円(前期比142.7%)
- ・ 「おうちパスタ」 定番配荷を増やし、CM連動販促で販売好調 +170百万円
 - ・ レトルト「洋麺屋ピエトロ」他、販促効果で好調 +73百万円
 - ・ プレミアムパスタブランド「AGNESI(アネージ)」 10月から販売開始 +45百万円
- (補足資料P27参照)

【利益増減要因】

- ・ ドレッシング価格引上げに挑み、事業基盤であるドレッシングの利益率改善 2.5%改善
- ・ スープカテゴリーなど新規事業の育成費用増 ▲43百万円
- ・ 運賃値上げなどによる物流費増 ▲20百万円

■ 2020年3月期 セグメント：レストラン事業（1）



10

単位：百万円

項目	19/3期	20/3期実績	前期比	前期差
売上高	2,584	2,431	94.1%	▲152
営業利益	32	▲28	—	▲60



【コロナウイルス感染症影響】

- ・休業・時短営業拡大で売上減 ▲103百万円
- ・売上減による利益減少（直営44百万円減+他7百万円減） ▲51百万円

【主要な売上増減要因】

- ＜既存店活性化に挑み、2月まで21ヶ月連続で前期比100%超＞ （補足資料P30参照）
- ・サービス強化、メニュー改定による来客数、客単価の上昇 +138百万円
 - ・前期不採算店舗閉店の影響 ▲129百万円
 - ・メニュー受託事業の取り扱い店舗減少のため売上減 ▲49百万円

【主要な利益増減要因】

- ・前期不採算店舗の閉店で利益改善 +17百万円
- ・レストラン既存店は2月まで好調 +12百万円
- ・メニュー受託事業の売上減に伴う利益減 ▲16百万円
- ・F C店舗閉店ほか ▲14百万円
- ・新業態店舗など開店準備費用 ▲8百万円



2021年3月期 見通し



【見通しについて】

コロナウイルス感染症による影響を、合理的に算定することが困難なため2021年3月期の業績予想は「未定」とさせていただきます。
今後、予想の算定が可能となった時点で速やかに公表いたします。

【業績予想未定の理由】

- ①食品事業においては内食需要の高まりを受けて影響はプラスに作用しています。
- ②レストラン事業においては、店舗の半数近くが休業、営業継続店舗においても時短営業や大幅な来客数減によりマイナスに作用しております。
- ③2020年5月22日現在、一部地域での緊急事態宣言の解除により、営業を再開したレストラン店舗もありますが、席数制限や時短営業などの衛生策を行っての営業であり、以前の営業状態に戻るには、長い時間がかかると想定しております。
一方、プラスに作用している食品事業への影響も、今後につきましては先行きの不透明感が続く想定しております。

【配当について】

足元の業績及び当社の事業構成（補足資料P24）を鑑み、このような状況下ではありますが、通期では増収増益を見込んでおります。
配当につきましては次のとおり予定しております。

2020年度（予定）	普通配当	21円（2019年度21円）
	創業40周年記念配当	2円
	1株あたり配当金	23円



- ◆ 食品企業として、供給責任を果たすべく安定的な生産を目指す
- ◆ 食品事業においては増収増益を見込む

<ドレッシングカテゴリー>

- ・ 主カドレッシングの店頭品揃えをさらに充実させ、商品を育成
- ・ 健康志向に対応したドレッシングの販売強化
- ・ 前期実施した値上げの影響を克服したことによる売上回復
- ・ ドレッシングの利益率改善により利益の増加

<パスタ関連カテゴリー>

- ・ 前期に引き続き、パスタ関連カテゴリー4つのブランド育成をさらに強化
【パスタ関連カテゴリー4ブランド】
 - ① おうちパスタ
→ 4月にCMを集中的に放映・拡販強化
 - ② 洋麺屋ピエトロ(レトルト・冷凍)
 - ③ AGNESI(輸入パスタ麺)
 - ④ シェフの休日(冷凍パスタ)



<スープカテゴリー> (補足資料28、P29参照)

◆ドレッシング・パスタ関連に次ぐ、カテゴリーとして「スープ」を中心とした「PIETRO A DAY(ピエトロアデイ)」ブランドの商品育成

- ・レストランのノウハウを生かした商品開発
- ・自社工場で小ロット生産
- ・保存性、簡便性に優れたレトルトタイプ
- ・直営にこだわり、お客様との対話を通じてブランド育成
- ・パーソナルギフト、ブライダル向けなどのギフト需要もターゲット

◆スープの販売ルート

①常設直営店舗

- <首都圏> ・有楽町店 ・溝の口店 ・横浜店
<福岡> ・センターレディ店 ・岩田屋店

②期間限定(2019年実績)

- <首都圏> ・調布 ・武蔵小杉 ・溝の口

③レストラン全16店舗(物販コーナー)

④キッチンカー「SOUPY」

⑤通信販売(含むオンライン)

⑥オフィス便(他社オフィス内常備販売棚設置)

⑦イートイン型

- <首都圏> ・横浜店
<福岡> ・天神地下街店 ・岩田屋店

※今後、名古屋(今秋)など複数出店計画



- ◆新型コロナウイルス感染症防止対策の重点的实施
- ◆テイクアウトメニューの拡充・物販強化
- ◆さらなるサービス研修の強化・メニュー戦略

<レストラン>

◆4月速報

- ・営業状況(全31店舗) 休業15店舗 時短営業16店舗
- 国内既存店売上 前年同月比約20%
- 衛生強化、テーブル減、時短営業などお客様と従業員双方の安全実施
- テイクアウトメニュー拡充、物販強化

◆今後の対応

- ・状況を踏まえ、衛生強化しつつ営業再開
- ・店舗スタッフのさらなるサービス研修の強化
- ・コロナの鎮静化、自粛緩和状況を見極めつつ、直営店舗及びF C店舗の出店を計画
- 新業態 : ①「PASTA & TAPAS PIETRO(パスタ&タパス ピエトロ)」
ディナー中心のカジュアルパスタレストラン(東京豊洲)
- ②スーブ業態
- 既存業態 : 2~3店舗(レストランF C予定)



<CV（カスタマーバリュー）推進グループの新設>

- ・ お客様の声とさらに向き合い、ご意見を分析、集約、把握し、お客様を基軸とした事業経営と具体的施策を展開
- ・ ファンサイト『ピエトロファンコミュニティ』を4月1日に開設
※参加者数：11,975名(2020年5月20日現在)
- ・ サイト：<https://www.beach.jp/community/PIETRO/index>



<デリカ事業推進室の新設>

- ・ 食事のあり方が多様化し、さらなる簡便化が求められる中、新しいお客様との繋がりを探求し、中食市場に取り組む
- ・ サラダやパスタの惣菜、ミールキットの冷凍食品など、健康的で美味しい、ピエトロの強みを生かした開発商品を提案し、当社ブランドで販売するビジネスを開拓

<ドレッシング原材料の加工工場を新設>

- ・ 目的：ドレッシング品質向上のため、主原材料である玉ねぎの冷蔵保管、及び一次加工業務の品質効率のさらなる改善を図る
- ・ 立地：福岡 現工場近隣・7月稼働予定
- ・ 投資額：320百万円

当資料取扱上の注意点

当資料には、「将来の見通しに関する記述」が記載されております。将来の見通しに関する記述は現在、入手可能な情報に基づく当社の経営陣の仮定及び判断に基づくものであり、この記述には当社の業績に関する経営陣の目標、所信または予想が含まれております。過去や現在の事実に関連しない全ての記述並びに「予測する」、「見込んでいる」、「推計する」、「期待する」及びこれに類する表現の記述は将来の見通しに関する記述となります。

これら将来の見通しに関する記述は、当社の将来の業績等にかかる記述によって表現された内容を保証するものではありません。また、実際の業績等がこの資料に記載される将来の見通しに関する記述と大きく異なるリスクや不確実性があります。従いまして、当社の業績などの予測を立てられる際に、これら見通しに全面的に依拠されることはお控えくださいますようお願い致します。また、法律上必要とされる場合を除いて、当社は事前の予告なく、将来の見通しに関する記述を見直したり、将来の見通しの根拠となった仮定および要因についての変更を行うことがございますのでご了承ください。

<お問合せ先>

取締役 経理・IR部長 森山勇二

TEL/092-724-4925 FAX/092-751-4352

E-mail y-moriyama@pietro.co.jp URL <https://www.pietro.co.jp>



決算数值報告

決算数値報告：バランスシート



20

単位：百万円

【連結】	2019年3月末	2020年3月末	増減
流動資産	3, 4 6 6	3, 4 3 4	▲ 3 2
固定資産	5, 3 7 0	5, 4 5 1	+ 8 1
資産合計	8, 8 3 7	8, 8 8 6	+ 4 8
流動負債	2, 9 1 8	2, 8 0 1	▲ 1 1 6
固定負債	5 9 8	6 7 1	+ 7 3
負債合計	3, 5 1 7	3, 4 7 3	▲ 4 3
純資産合計	5, 3 2 0	5, 4 1 2	+ 9 2
負債純資産合計	8, 8 3 7	8, 8 8 6	+ 4 8

決算数値報告：キャッシュ・フロー計算書



単位：百万円

【連結】	2019年3月期	2020年3月期	増減
営業活動によるCF	823	524	▲298
投資活動によるCF	▲191	▲281	▲89
財務活動によるCF	▲477	▲307	+170
現金及び現金同等物期末残高	1,682	1,618	▲63

決算数値報告：2020年3月期 セグメント別 決算概要



22

単位：百万円

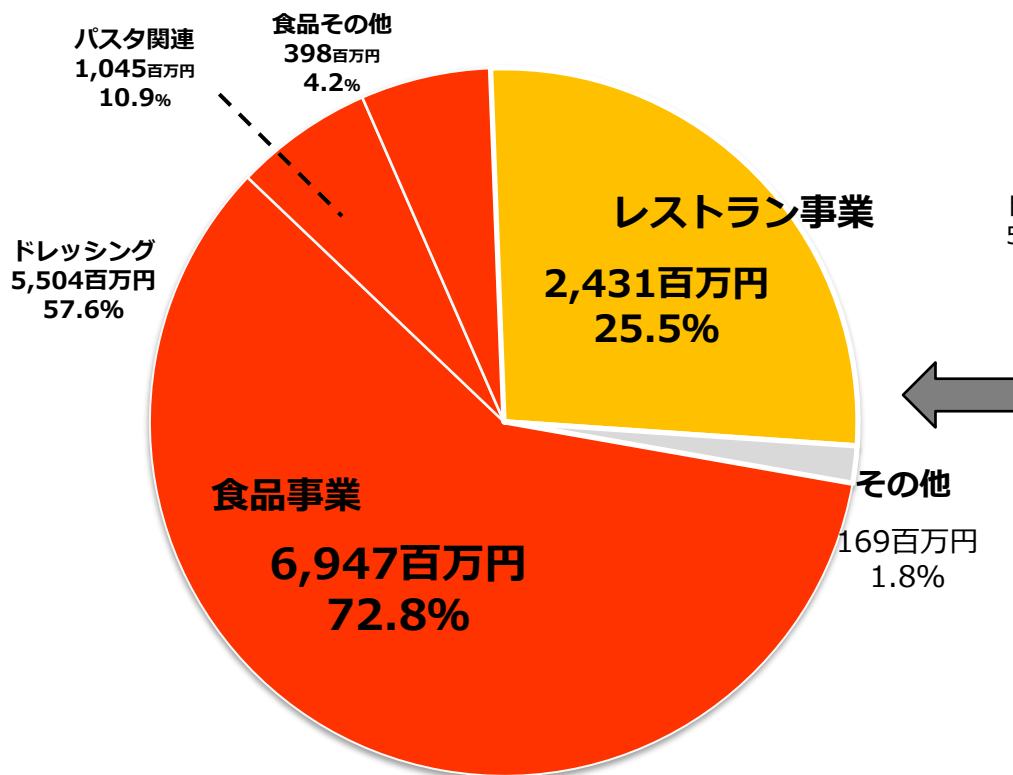
項目	19年3月期	20年3月期	前期比		
			金額	比率 (%)	
食品事業	売上高	6,934	6,947	+12	100.2
	営業利益	1,886	1,837	▲49	97.4
レストラン事業	売上高	2,584	2,431	▲152	94.1
	営業利益	32	▲28	▲60	-
その他事業	売上高	164	169	+4	103.0
	営業利益	90	89	▲0	99.5
計	売上高	9,684	9,548	▲135	98.6
	営業利益	2,008	1,898	▲110	94.5
消去又は全社	売上高	▲0	-	-	-
	営業利益	▲1,469	▲1,411	+58	-
合計	売上高	9,683	9,548	▲135	98.6
	営業利益	538	486	▲52	90.3



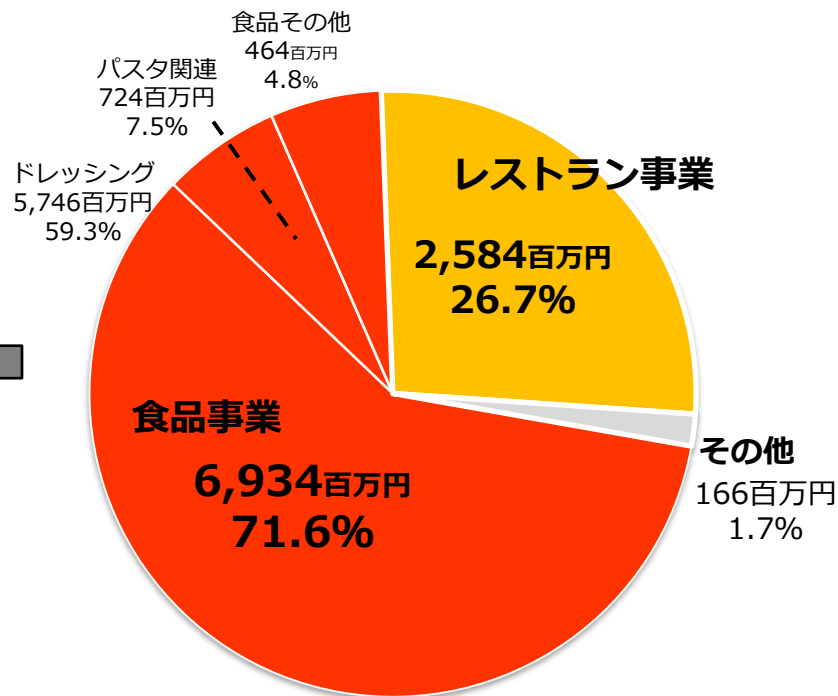
補足資料



2020年3月期 売上高構成比



2019年3月期 売上高構成比



食品事業

ピエトロの7割以上の売上を占める中核事業。ドレッシング、パスタ関連(冷凍食品含む)、食品その他(スープ、ギフトなど)の製造販売が中心。

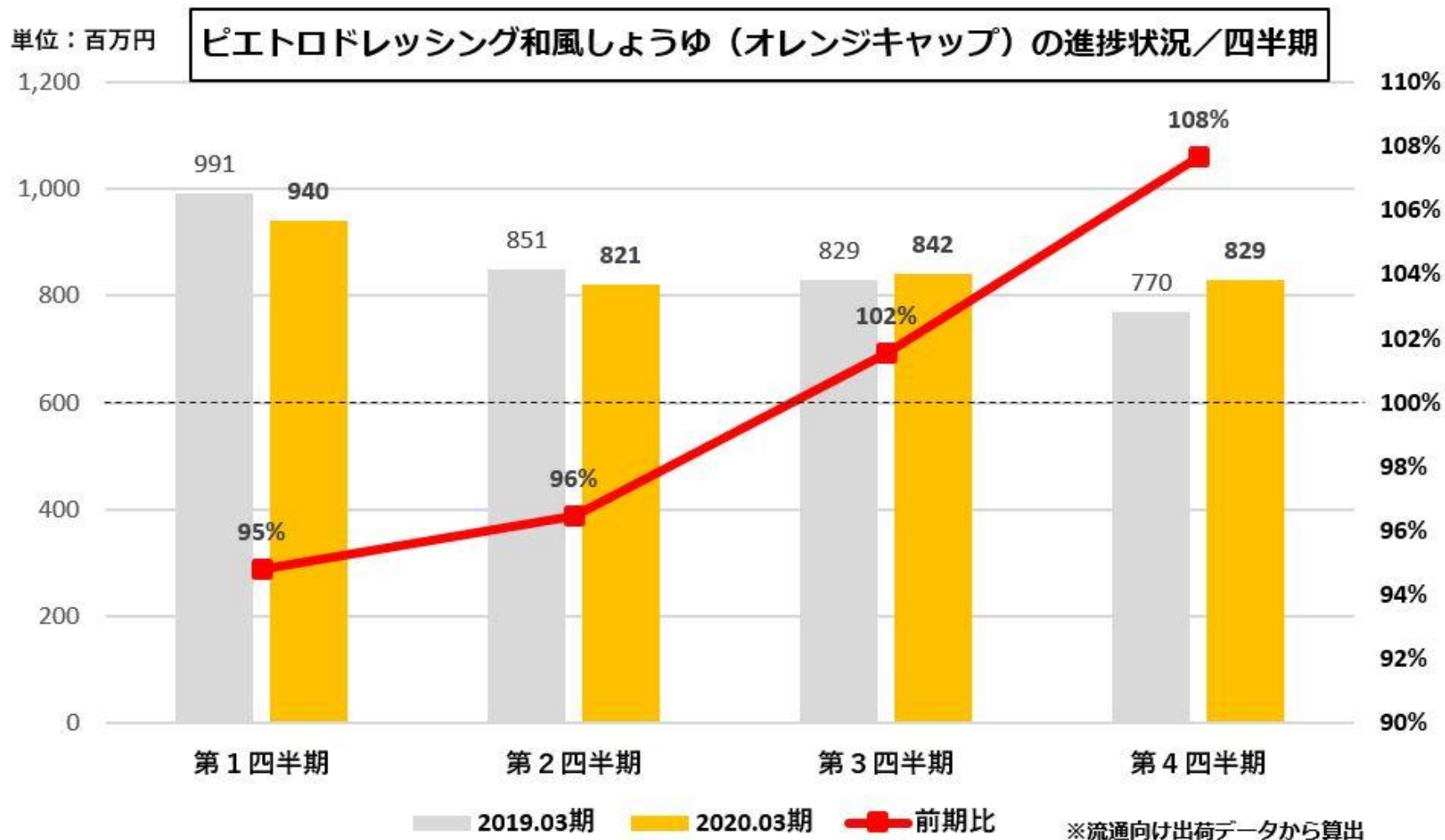
レストラン事業

スパゲティ・ピザ・サラダ等を提供するレストラン経営、フランチャイズ事業。ファストフード店やスープ専門店など経営。

<店舗数> ・直営店 23店舗 (うち海外1店舗)
・FC店 10店舗 ※2020.03現在

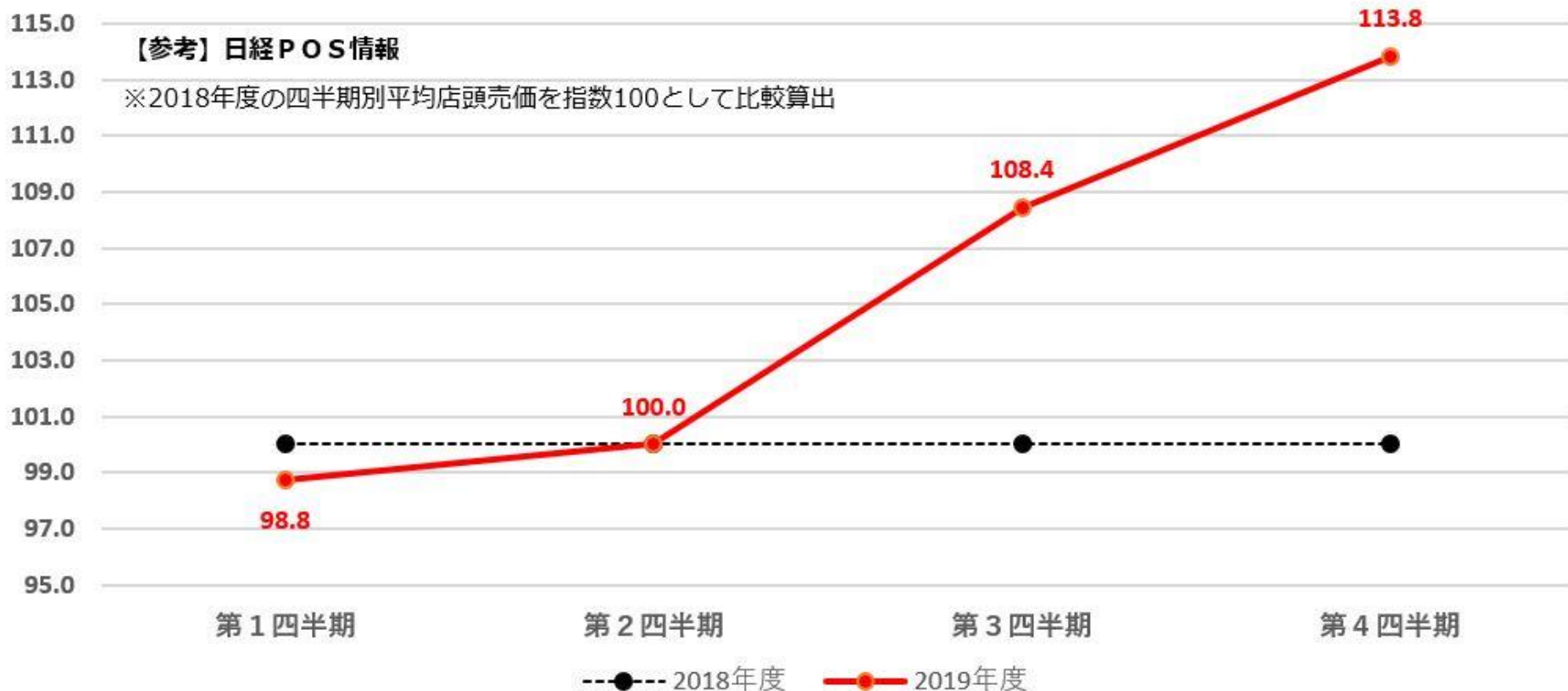
その他

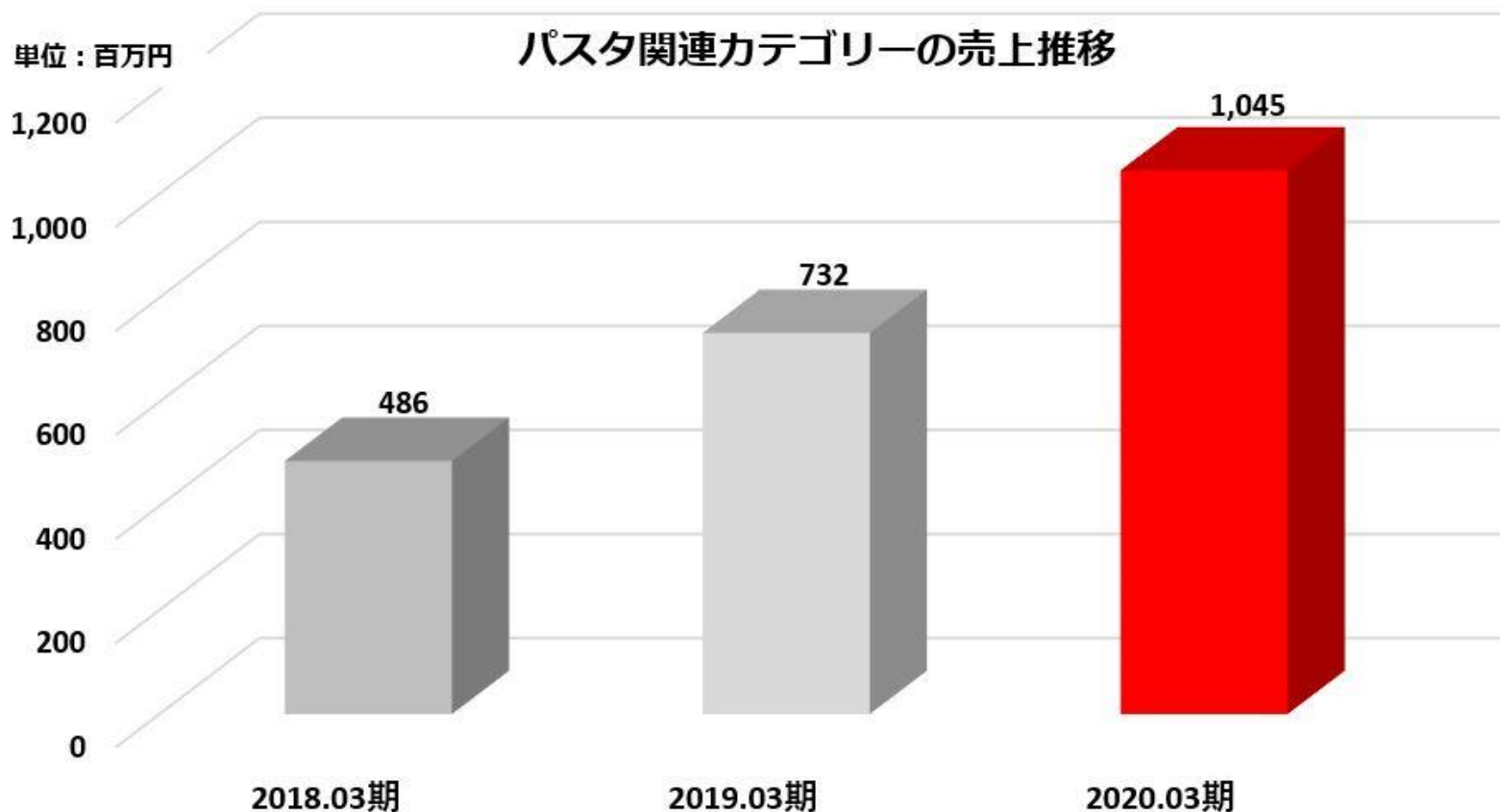
本社ビル等の賃貸。





ピエトロドレッシング和風しょうゆ（オレンジキャップ）の平均店頭売価の推移／四半期





【パスタ関連に含まれる商品】

パスタソースの「おうちパスタ」やレトルトの「洋麺屋ピエトロ」・直販限定「ファーマーズ」の各種シリーズ、輸入パスタ「AGNESI（アネージ）」。パスタ調味料「シェフズ」のガーリックオイル、辛味ソース等。冷凍食品は「シェフの休日」（パスタ・スープ）や「洋麺屋ピエトロ」（パスタ）、冷凍ピザ・ドリアなどのイタリアン商品が含まれる。



PIETORO A DAYの定番ラインナップ



HOT

1日がhappyになる SOUP

あめ色たまねぎの
オニオングラタン風スープ
じっくりと炒めたたまねぎのおいしさが
とけこんだリッチな味わいです



HOT

ほっとする SOUP

北海道産かぼちゃの
ポターージュ
北海道産かぼちゃの甘みに生クリームの
コクをあわせた深い味わいのポターージュです



HOT

笑顔を超える SOUP

熊本産牛肉と5種野菜の
具だくさんコンソメスープ
ごろごろっと具だくさんの一皿は
食べた人が笑顔になれるおいしさです



HOT

ありがとうの SOUP

北海道産スイートコーンの
甘みポターージュ
とうもろこしの甘みがぎゅっとつまった
クリーミーなスープです



HOT

がんばれちゃう SOUP

熊本産牛肉の
デミグラスシチュー
デミグラスソースでじっくり煮込んだ
やわらかな牛肉がリッチなおいしさです



HOT

遅く帰った日の SOUP

野菜と豆と大麦の
ミネストローネ
動物性食材を使わず野菜や豆、穀類を
ぎっしりとつめこみました



HOT

サラダになる SOUP

イタリア産小たまねぎグリルの
トマトスープ
グリルした小たまねぎがゴロゴロと
入ったサラダのようなスープです



HOT

おかげさまの SOUP

オマール海老の濃厚ビスク
ー生クリーム仕立てー
オマール海老のおいしさや香りを
とじこめた濃厚でなめらかなスープです



HOT

リセットしたいときの SOUP

野菜とワイルドライスの
アーモンドミルクチャウダー
動物性食材を使わず野菜やワイルドライス
を使いアーモンドミルクを主役しました



HOT & COLD

しあわせの SOUP





国産じゃがいものヴィシソワーズ
ー生クリーム仕立てー
じゃがいもに濃厚な生クリームを加えて
口あたりなめらかに仕上げました



HOT

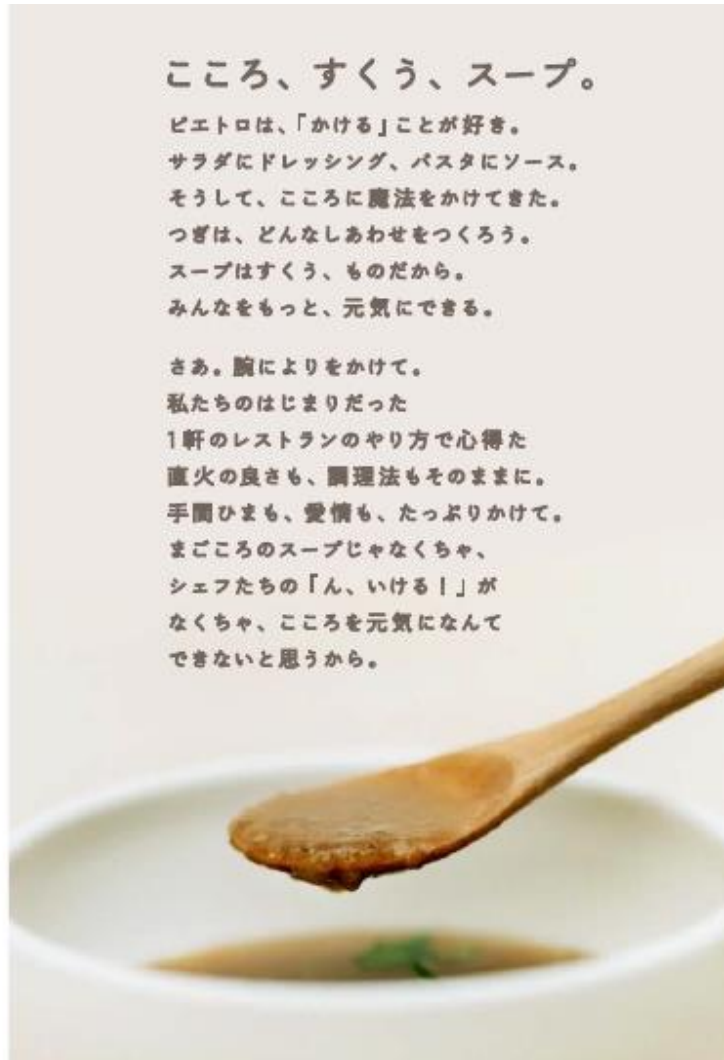
おつかれさまの SOUP

国産きのこと雑穀米の
具だくさんチャウダー
きのこに野菜や雑穀米を
あわせてやさしい味わいです

-  野菜の SOUP…畑の恵みをそのままに、産地にもこだわった野菜のスープ
-  プレミアム SOUP…ピエトロシェフの技が生み出した、コク深い贅沢なスープ
-  具だくさん SOUP…主食にもなる、具だくさんの食べるスープ
-  ヴィーガン SOUP…動物性食品を使用せず、おいしさと満足感を実現したスープ



PIETORO A DAY(ピエトロアデイ)のスープについて



こころ、すくう、スープ。

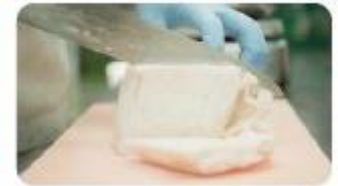
ピエトロは、「かける」ことが好き。
サラダにドレッシング、パスタにソース。
そうして、こころに魔法をかけてきた。
つぎは、どんなしあわせをつくろう。
スープはすくう、ものだから。
みんなをもっと、元気にできる。

さあ。腕によりをかけて。
私たちのはじまりだった
1軒のレストランのやり方で心得た
直火の良さも、調理法もそのままに。
手間ひまも、愛情も、たっぷりかけて。
まごころのスープじゃなくちゃ、
シェフたちの「ん、いける！」が
なくちゃ、こころを元気になるて
できないと思うから。

ピエトロレストラン シェフのレシピで 作ったスープはおいしさが最優先



まずは素材選びから
価格や手頃さよりも、産地や
安全性を大切にしています。



手間ひまかけた下ごしらえ
皮の落むきやカットなど、
ひとつひとつ人の手でしています。



厨房と同じ調理方法
直火でソテーしたり煮こんだり、
シェフと同じ調理方法で作っています。

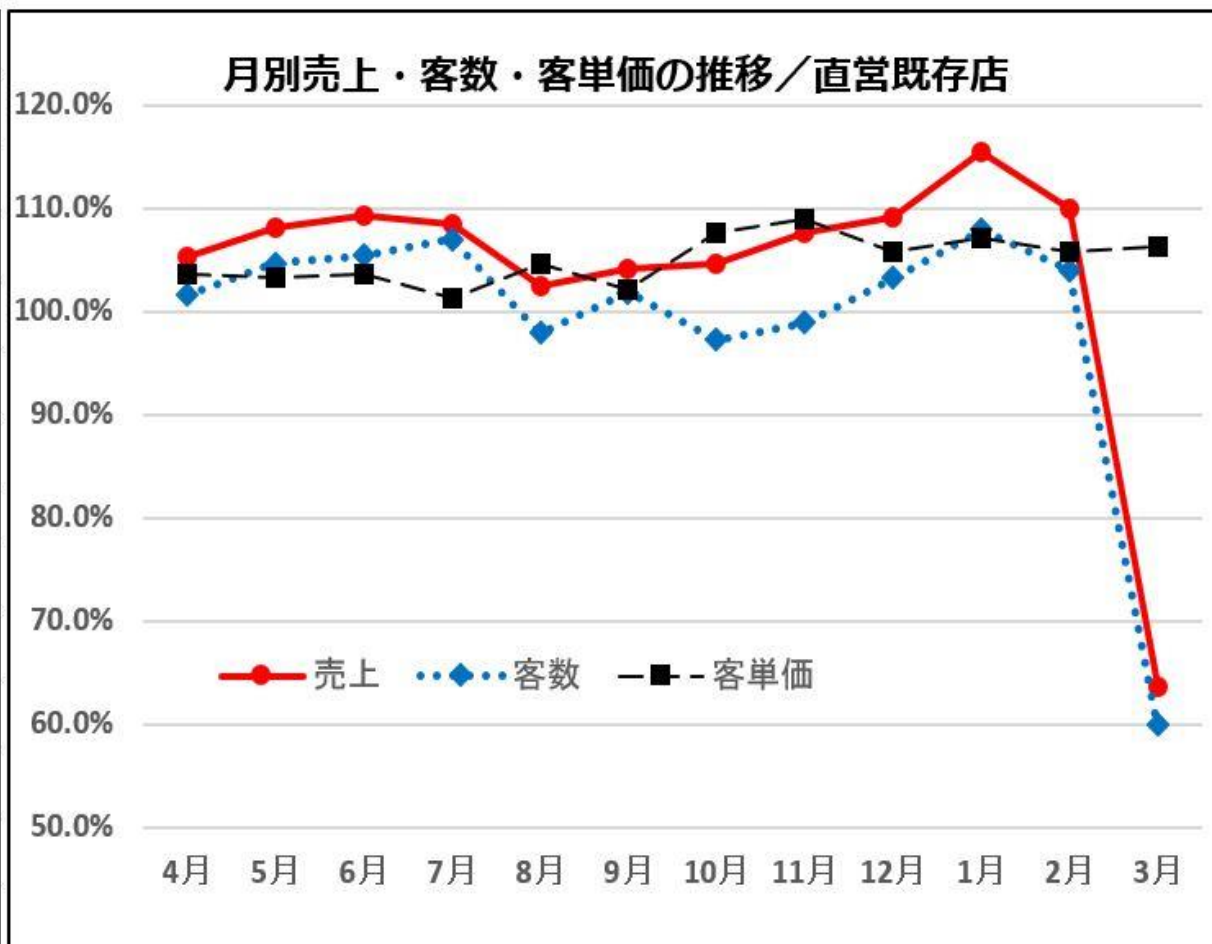


こだわりの具材感
具材の色合いや食感、香りを生かす
ため、具材は別に袋につめています。



直営レストラン（既存店）

2020.03期	直営既存店		
	売上	客数	客単価
2019年 4月	105.2%	101.5%	103.6%
5月	108.1%	104.6%	103.3%
6月	109.2%	105.4%	103.6%
7月	108.4%	107.0%	101.3%
8月	102.4%	97.9%	104.6%
9月	104.1%	101.8%	102.2%
10月	104.7%	97.2%	107.7%
11月	107.7%	98.9%	108.9%
12月	109.1%	103.2%	105.7%
2020年 1月	115.5%	107.9%	107.0%
2月	110.0%	104.0%	105.8%
3月	63.6%	59.9%	106.3%





ピエトロ

新型コロナウイルス感染症対策について ご理解・ご協力のお願い

いつもピエトロをご利用いただきまして、誠にありがとうございます。
新型コロナウイルスの予防と感染拡大防止対策として、
下記の項目へのご理解・ご協力をお願いいたします。

- ① ご入店の際には、設置しているアルコール消毒液での手指の消毒をお願いいたします。
- ② 3密を避けるため、一部のテーブルを使用せずに営業をいたします。
- ③ スタッフは、マスクを着用して業務を行います。
当社では検温・健康状態の確認の徹底によりスタッフの体調管理に努めています。
- ④ 入口やレジでお並びになる際は、ソーシャルディスタンスの確保をお願いいたします。
- ⑤ バイキングメニュー（サラダバー・ブレッドバー・ドリンクバー）は、現在実施を見合わせております。