

しあわせ、つながる

ピエトロ

2022年3月期
決算説明資料

2022年5月12日（木）

証券コード 2818

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

● 目次

1. 22/3期 業績	・ 全社（連結）	P. 4
	・ 事業セグメント（食品・レストラン）	P. 5
	・ 業績サマリー	P.11
2. 23/3期 計画	・ マーケティング戦略	P.13
	・ 全社（連結）	P.16
	・ 事業セグメント（食品・レストラン）	P.17
3. 中長期の取り組み	・ 東証市場再編	P.26
	・ 成長への布石	P.27
	・ サステナビリティ	P.28
	・ 未来ビジョン	P.29
4. 参考資料		P.31

【本資料における記載について】

2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を新たに適用したことに伴い「旧基準での売上高」を「[販売額](#)」として記載しております。

- **22/3期 通期業績**

減収減益

食品事業：前期特需反動による減収に加え原材料高騰により減益

レストラン事業：増収・収益改善

単位：百万円

項目	21/3期	22/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	8,556	8,540	▲15	99.8
売上総利益	4,647	4,530	▲117	97.5
営業利益	585	353	▲232	60.4
経常利益	575	369	▲206	64.2
親会社株主に帰属 する当期純利益	320	165	▲155	51.5

売上 パスタカテゴリーの**前期の巣ごもり特需反動**により**減収**

利益 **原材料価格の高騰**によるコストアップを生産性効率化等で吸収しきれず**減益**

単位：百万円

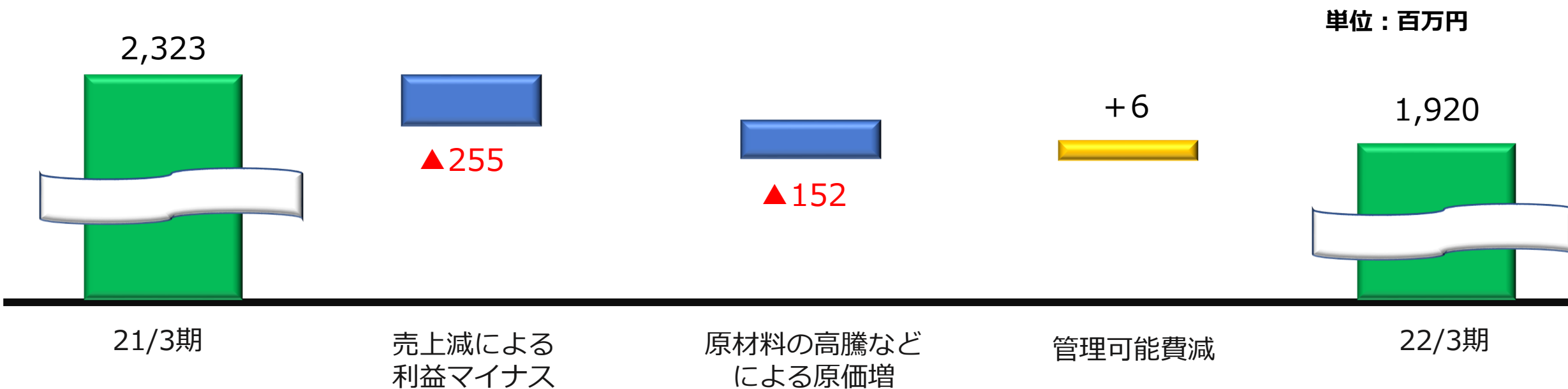
項目	21/3期	22/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	6,877	6,395	▲482	93.0
営業利益	2,323	1,920	▲402	82.7

売上高 **6,395百万円** 前期差▲482百万円

販売額	21/3期	22/3期	前年比(%)	前期差	備考
ドレッシング	5,718	5,449	95.2	▲268	前期の巣ごもり特需の反動減
パスタ	1,679	1,224	72.9	▲454	前期の巣ごもり特需の反動減
スープ	125	139	111.2	+14	パーソナルギフト市場での展開拡大
冷凍	271	323	119.1	+52	冷凍ライン増設、販売チャネル拡大
海外、その他	281	331	117.7	+49	デリカ事業販売増
販売額合計	8,076	7,468	92.4	▲608	
会計基準修正	▲1,199	▲1,073	---	---	
売上高	6,877	6,395	92.9	▲482	

営業利益 **1,920百万円** 前期差▲402百万円

前期の巣ごもり特需の影響と原材料の高騰などによる**減益**



売上 既存店の回復と新店効果により**増収**

利益 利益構造改革の成果も貢献し**収益改善**

単位：百万円

項目	21/3期	22/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	1,510	1,984	+473	131.4
営業利益	▲329	▲217	+112	-

売上高 **1,984百万円** 前期差+473百万円

単位：百万円

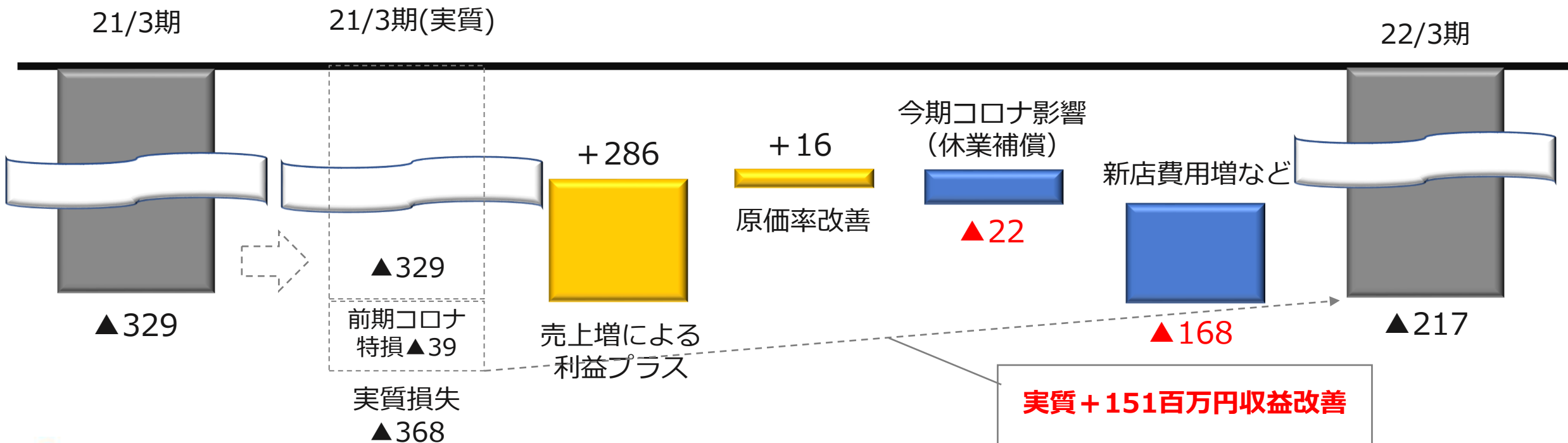
販売額	21/3期	22/3期	前年比 (%)	前期差	
既存店	1,122	1,408	125.5	+286	顧客数117.0%増、 顧客単価89円増 (1,234円→1,323円)
新店	0	197	---	+197	新店舗：池袋、熊本、名古屋、福岡パルコ
閉店	114	36	---	▲78	今期1店舗、前期2店舗
FC売上	304	309	101.4	+4	新店舗：松山店 FCパートナー救済 (ロイヤリティ減額)
海外	81	89	111.0	+8	
販売額合計	1,626	2,040	125.5	+414	
会計基準調整	▲112	▲57	---	---	
売上高	1,510	1,984	131.4	+473	

営業利益 ▲217百万円 前期差+112百万円

売上回復と利益構造改革の実施で前期に比べ**収益改善**

※前1Qは店舗休業期間の家賃、人件費など39百万円を販管費から特損に振替のため、**実質+151百万円の収益改善**

単位：百万円



全社（連結） 【減収減益】

・ 食品事業 【減収減益】

主にパスタカテゴリーの前期1Qの巣ごもり特需反動により**減収**
原材料価格の高騰によるコストアップを生産効率化等で吸収しきれず**減益**

・ レストラン事業 【増収／収益改善】

時短営業の影響はあったが売上回復により**増収**
引き続き利益構造改革に取り組み**収益改善**

‘23年3月期以降を見据えたアクション

- ・ 未出店エリアを中心とした**出店**（池袋、熊本、松山、名古屋、福岡、大阪）
- ・ 冷凍生産ラインを**増設**
- ・ ドレッシング、ボトル入りパスタソースの**価格改定**（2022年4月～）を決定
- ・ **人財投資**（採用・研修・制度拡充）

- **2023年3月期 計画**
～ マーケティング戦略と施策 ～

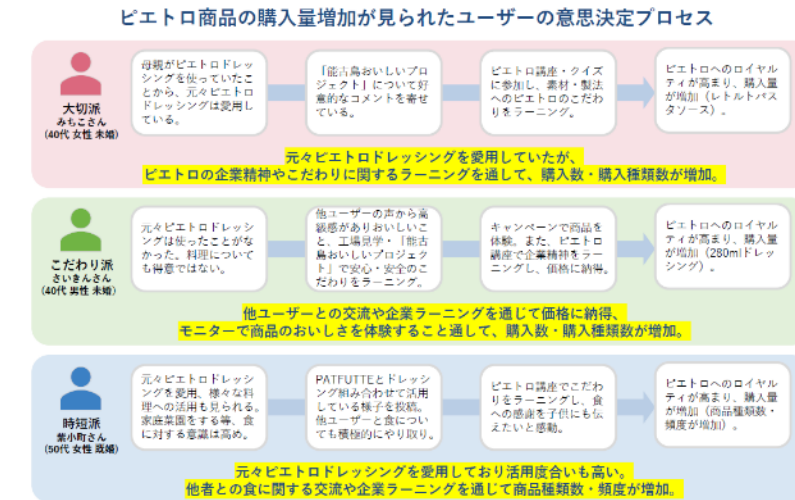
【ファンベースの取り組み】

- ・ ファン同士の交流や口コミ、イベントを通じてファンの輪を少しずつ広げて成長
- ・ 双方向コミュニケーション（リアルミーティングや、SNS／ファンサイトなどのデジタルコミュニケーション）でファンの声を傾聴
- ・ AIでファンの声を分析して商品・サービスを磨く



ファンサイト

CDM summary (facts) - 質的に見る (MaP)



AI分析イメージ

＜ 魅力をダイレクトに伝えられる体験型ブランドマーケティング戦略 ＞

1. レストラン・直販ショップマーケティング



テーブルマーケティング



レストラン物販コーナー



直販ショップ

2. アプリ活用



3. イベントマーケティング



お料理教室



道の駅イベント

< 魅力をダイレクトに伝えられる体験型ブランドマーケティング戦略 >

4. エリアマーケティング：未出店エリアを中心に新店



関東外郭エリア強化
イオンモール浦和美園店



6年ぶりに鹿児島に出店
鹿児島センテラス店

上期

新規4店舗・リニューアル1店舗をオープン

レストラン	<u>鹿児島センテラス店</u>	4月 9日
レストラン	<u>イオンモール浦和美園店</u>	4月25日
レストラン	THE OUTLETS KITAKYUSHU店	4月28日
直販ショップ	<u>PIETRO A DAY 浦和パルコ店</u>	4月22日
サラダパスタ店	MIOMIO 天神地下街店 (リニューアル)	4月21日

下期

新規2店舗のオープンを計画

増収増益

原材料価格高騰を価格改定、レストラン回復などで吸収

単位：百万円

項目	22/3期	23/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	8,540	9,416	+875	110.3
売上総利益	4,530	4,774	+244	105.4
営業利益	353	400	+46	113.2
経常利益	369	392	+22	106.2
親会社株主に帰属 する当期純利益	165	190	+24	115.0

配当据え置き：1株あたり24円（予定）

増収増益

さらなる原材料価格高騰に対し価格改定と効率化で対応

単位：百万円

項目	22/3期	23/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	6,395	6,726	+330	105.2
営業利益	1,920	1,970	+49	102.6

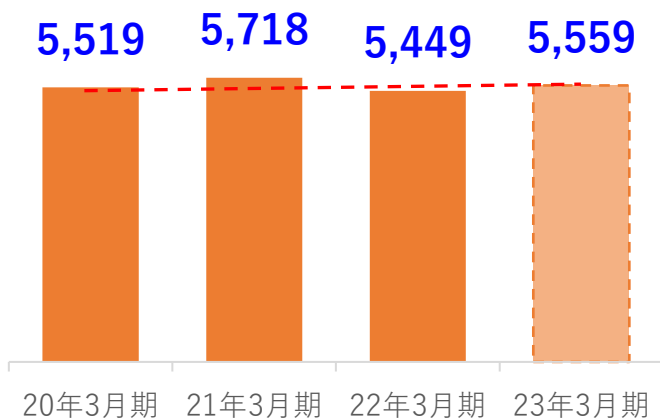
増収計画 販売額 5,559百万円 前期比 102.0%(+109百万円)

< 利益重視の施策を継続 >

- ・ 収益基盤として価値訴求の定着と価格改定の浸透に注力
- ・ マーケティング戦略（レストラン、イベント、エリア）により和風しょうゆシリーズのこだわりを訴求し潜在需要を喚起

販売額：百万円

緩やかに成長



【和風しょうゆシリーズ】



和風しょうゆ 和風しょうゆグリーン 和風しょうゆライト



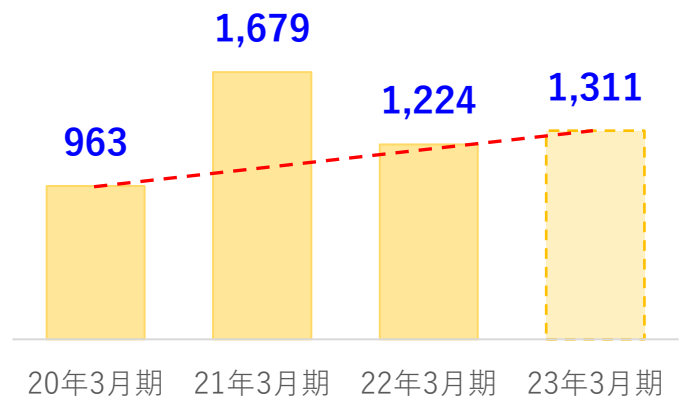
テーブルマーケティング

増収計画 販売額 1,311百万円 前期比 107.1%(+86百万円)

＜ラインアップ拡充により定番化拡大＞

- ・ 簡便性の高いボトル入りソース、手軽で本格的なレトルトソース、プレミアム乾麺のラインアップで幅広いニーズに対応
- ・ 当社レストラン人気メニューを商品化

販売額：百万円 巣ごもり特需あったが堅調



ボトル入りパスタソース
「おうちパスタ」



レトルトパスタソース
「洋麺屋ピエトロ」



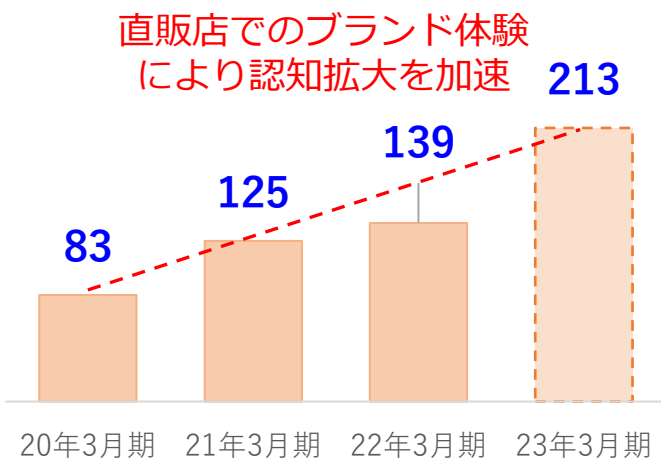
プレミアムパスタ乾麺
「ピエトロ AGNESI」

増収計画 販売額 213百万円 前期比 152.7%(+73百万円)

< 試食再開によるブランド認知拡大でパーソナルギフト市場開拓 >

- ・直販限定（直営店、通販、EC・ソーシャルギフト）での販売
- ・日常使いのカジュアルなギフトとして、贈る人と受け取る人の気持ちに寄り添うメッセージ性あるスープでギフト市場を開拓

販売額：百万円



PIETRO A DAY



1日が *happy* になる SOUP



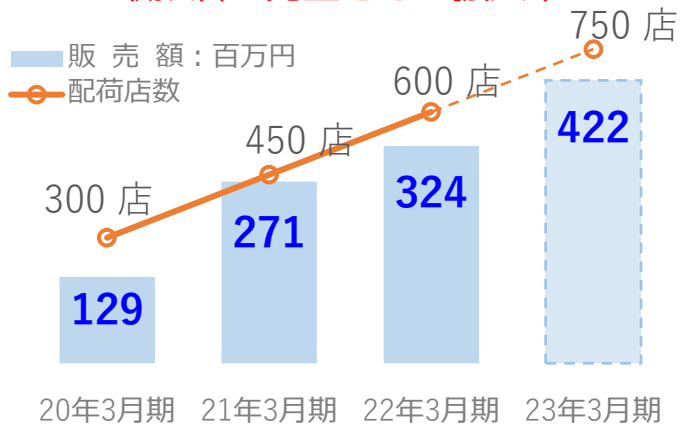
自社ECソーシャルギフト「ハピリレ」

増収計画 販売額 422百万円 前期比 130.6%(+99百万円)

< 商品開発を加速、拡販強化 >

- ・ レストランクオリティの高付加価値商品として、質販店での好調を背景に量販店にも取り扱いを拡大
- ・ ライフスタイルの変化に伴い、多様化するニーズに応える商品開発を加速し、プレミアム冷凍食品のポジション確立を目指す

取扱店・売上ともに拡大中



2つの冷凍パスタブランド



「洋麺屋ピエトロ」
冷凍パスタ



「シェフの休日」
プレミアム冷凍パスタ



「ピエトロ」
冷凍ピザ



「洋麺屋ピエトロ」
冷凍ドリア

増収・4期ぶり黒字化 コロナ前水準への回復を見込む

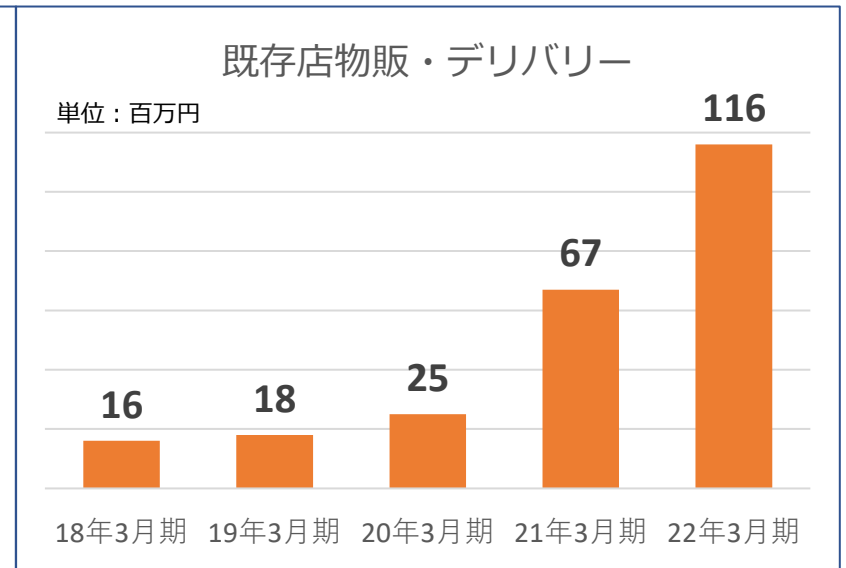
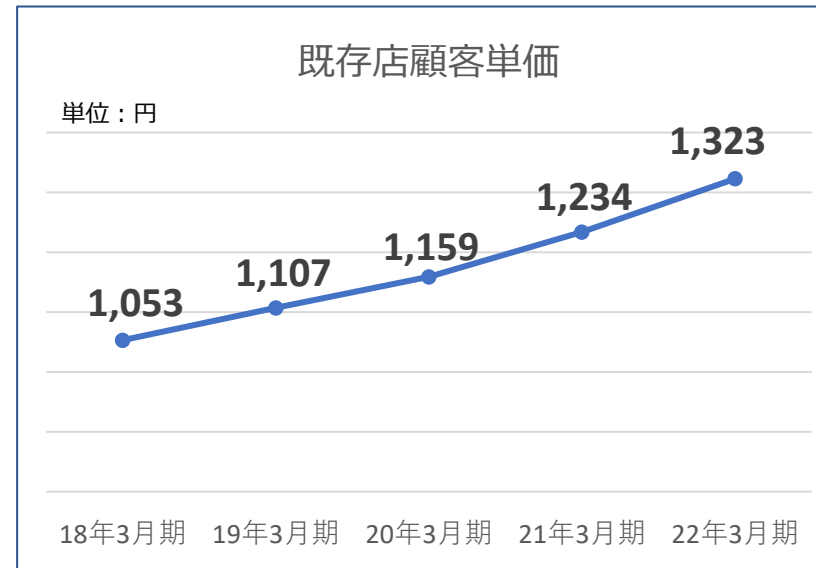
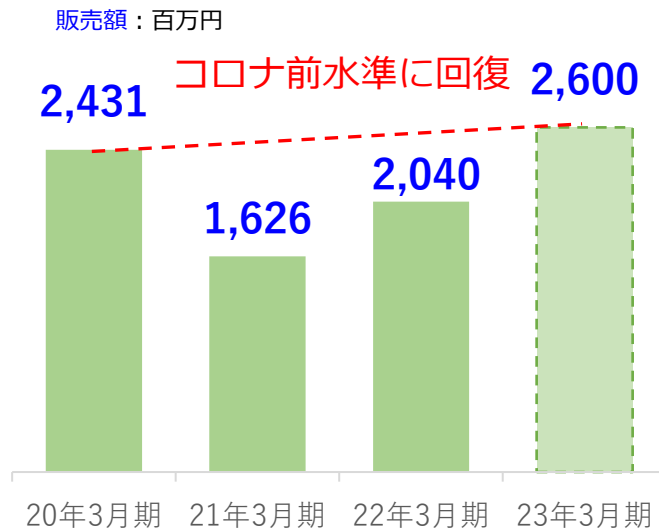
単位：百万円

項目	22/3期	23/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	1,984	2,530	+545	127.5
営業利益	▲217	20	+237	-

増収計画 販売額 2,600百万円 前期比 127.4%(+559百万円)

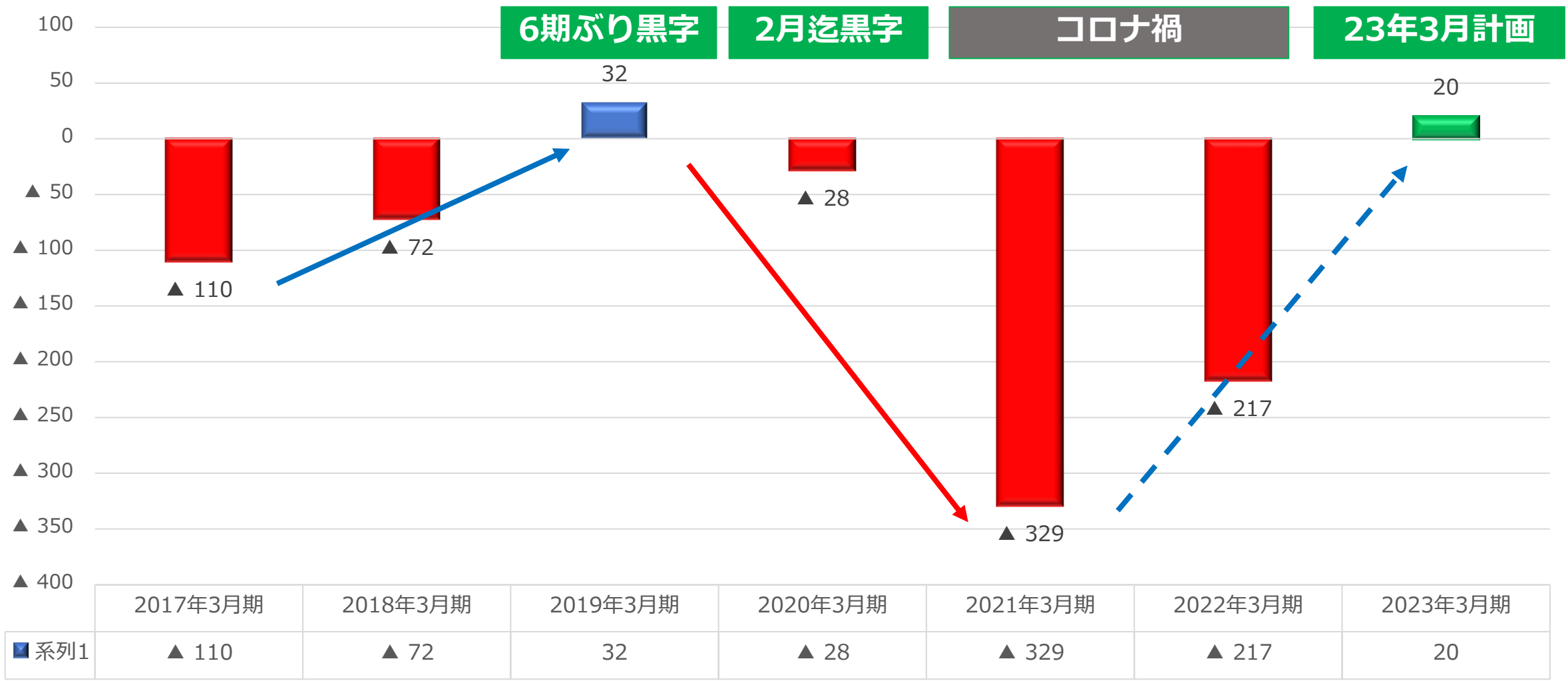
＜ 顧客満足度のさらなる向上への取り組みを進める ＞

- ・ 高付加価値メニュー（スペシャルランチ、ディナー）の充実
- ・ 質の高いサービスの追求（研修や働く環境改善など人財投資を継続）
- ・ レストランマーケティングで物販強化、デリバリー積極取り込み



< レストラン事業営業利益推移 >

単位：百万円



- **中長期の取り組み**

< 2025年度末に向けて企業価値を向上 >

プライム市場の上場維持基準への適合状況					
基準	一次判定結果 (2021年7月9日)		2022年3月31日時点		
	流通株式数 (20,000単位以上)	28,197単位	適合	30,041単位	適合
流通株式時価総額 (100億円以上)	49.1億円	不適合	53.4億円	不適合	+4.3億円
※参考 (株式時価総額)	(109.0億円)	—	(111.2億円)	—	(+2.2億円)
流通株式比率 (35%以上)	45.0%	適合	48.0%	適合	+3.0%
売買代金 (平均売買代金20百万円以上)	10.3百万円	不適合	9.8百万円	不適合	▲0.5百万円

※自社調べ

< 新工場建設を決定 >

分散立地の非効率を解消し、生産品目拡大と生産能力増強に対応するため、2025年竣工予定で新工場の詳細設計に着手



< 北米現地法人が始動 >

日本の4倍といわれる北米ドレッシング市場でさらなる事業拡大を図るべく、2021年7月「PIETRO NORTH AMERICA」をフロリダ州に設立、東海岸にも拡販開始



< 人財投資 >

社員一人ひとりが成長を実感し、イキイキと働ける環境と制度づくりを推進

- ・ 研修／福利厚生
- ・ ダイバーシティ
- ・ 社員登用



< 2025年末目標で自社製品の100%環境配慮型パッケージ化を推進中 >

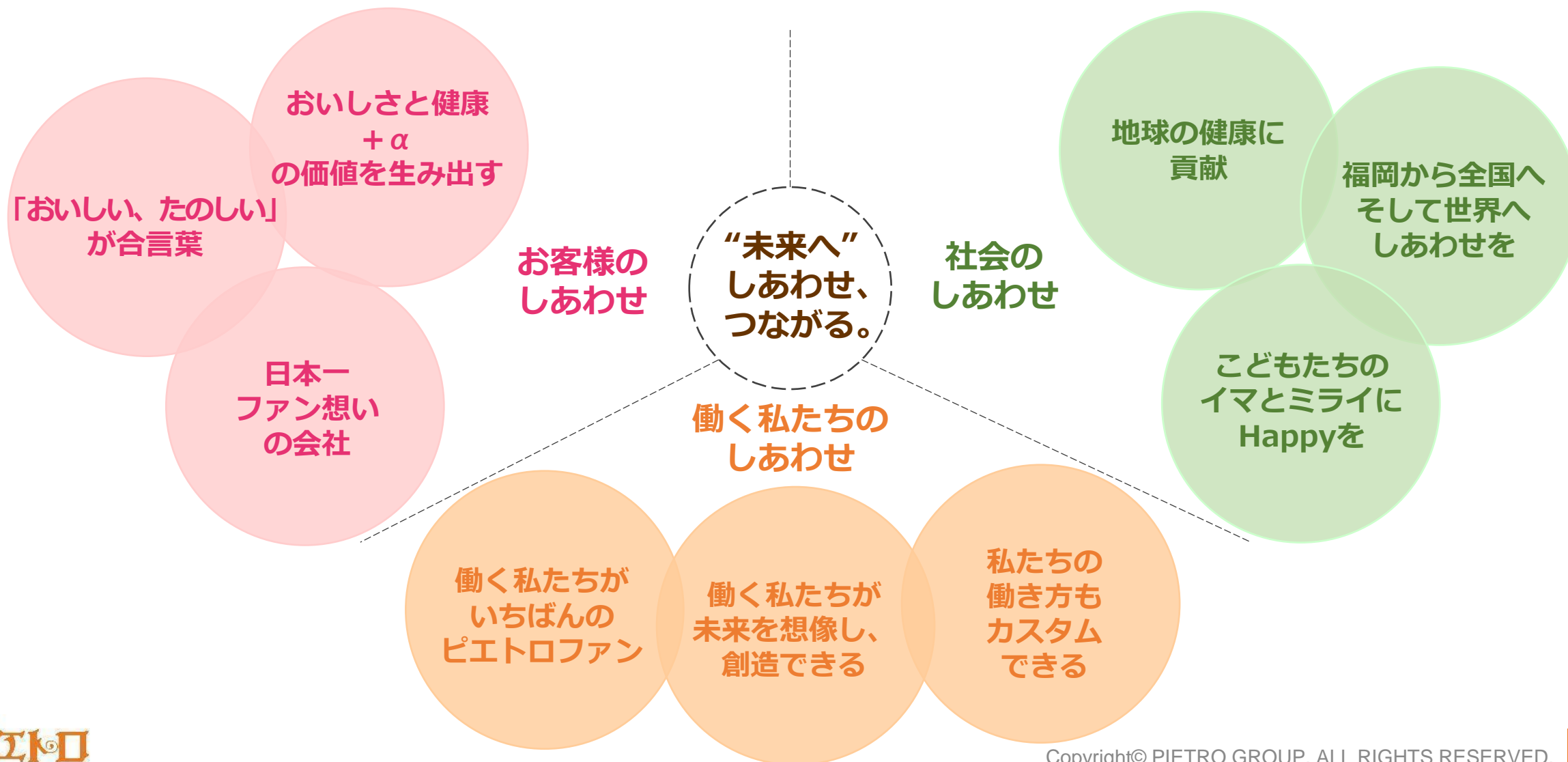
- ・ ボトルに使用するプラスチックの約30%(*)をバイオマスプラスチックに変更
- ・ パッケージ印刷に使用するインキの一部をバイオマスインキに変更

(*)ドレッシング280mlボトル・おうちパスタボトルに使用するバイオマスプラスチック割合の平均値



※2 2020年1月～12月のボトル製造実績数から算出した見込み数値 (自社算出)

< “未来へ” しあわせ、つながる を実現し成長を続ける企業であること >



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 経理部長 兼 経営企画室担当 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>

IR情報サイト



● 参考資料

会社名	株式会社ピエトロ
代表者	代表取締役社長 高橋泰行
創業	1980年12月
上場市場	東証プライム（証券コード2818）
資本金	10億4,238万円
事業内容	食品事業（通信販売事業を含む） レストラン事業 その他（本社ビル等の賃貸）
連結子会社	ANGELO PIETRO, INC.（米国） PIETRO NORTH AMERICA, INC.（米国） 合同会社のごベジファーム
発行済株式総数	6,257,230株
連結従業員数	276名
株主数	16,599名

（2022年3月31日現在）



ピエトロのはじまりは、一軒のレストランです。経営基本方針でもある「**おいしさと健康**」に対するこだわりと、「**お客様を大切に**する」という心からのおもてなしの気持ちこそが、ピエトロの原点であり、企業としての強みでもあります。

- 1980年 福岡市中央区天神に洋麺屋ピエトロ創業
- 1981年 ドレッシングの店頭販売開始
- 1988年 北米でのドレッシング販売開始
- 1990年 ドレッシング工場竣工（福岡県古賀市）
- 1992年 「アンジェロ ピエトロ ホノルル店」オープン
- 1995年 レトルトパスタソース販売開始
- 1998年 テレビCM全国ネット放映開始
- 2000年 ボトル入りパスタソース（現 おうちパスタ）販売開始
- 2002年 東京証券取引所市場第二部上場
- 2004年 自社農場「のこベジファーム」（福岡市能古島）開園
- 2007年 日清オイリオグループとの資本業務提携
- 2011年 北米でのドレッシング委託製造・販売を開始
- 2013年 アジアへのドレッシング販売開始
- 2015年 冷凍商品の流通展開を開始
東京証券取引所市場第一部指定
- 2016年 工場の増改修により、生産能力を増強
- 2018年 プレミアム冷凍商品「シェフの休日」シリーズ販売開始
- 2019年 スープ事業開始（新ブランド「PIETRO A DAY」スタート）直販店開始
伊パスタブランド「AGNESI（アネージ）」の国内販売代理店を開始
- 2020年 ファンベース経営スタート
冷凍商品「洋麺屋ピエトロ」シリーズ販売開始
「第三工場」を竣工（ドレッシング主原料の玉ねぎの品質保持を目的とした保管・加工工場）
- 2021年 米国フロリダ州に「PIETRO NORTH AMERICA, INC.」を設立

パスタ専門店「洋麺屋ピエトロ」を
福岡市中央区天神に創業



発売から
40年以上の
ロングセラー



● 貸借対照表 (連結)

単位：百万円

【連結】	2021年3月末	2022年3月末	増減
流動資産	3,814	3,084	▲730
固定資産	5,585	6,095	+510
資産合計	9,399	9,179	▲220
流動負債	2,774	2,778	+3
固定負債	983	871	▲112
負債合計	3,757	3,649	▲108
純資産合計	5,642	5,530	▲111
負債純資産合計	9,399	9,179	▲220

【資産の主な増減要因】

- ・現金及び預金 ▲742百万円
- ・有形固定資産 +561百万円

【負債の主な増減要因】

- ・長期借入金 ▲183百万円
- ・買掛金 +51百万円
- ・未払金 +33百万円

【純資産の主な増減要因】

- ・自己株式 ▲146百万円
- ・前期配当 ▲140百万円
- ・当期利益 +165百万円

● キャッシュフロー計算書（連結）

単位：百万円

【連結】	2021年3月期	2022年3月期	増減
営業活動によるCF	639	687	+47
投資活動によるCF	▲565	▲769	▲204
財務活動によるCF	221	▲551	▲773
現金及び現金同等物期末残高	1,913	1,291	▲621

【営業活動によるCFの主な内訳】

- ・ 税引き前当期純利益 +306百万円
- ・ 減価償却費 +386百万円
- ・ 法人税の支払い ▲211百万円

【投資活動によるCFの主な内訳】

- ・ 固定資産の取得 ▲943百万円
- ・ 定期預金の解約 +120百万円
- ・ 保険積立金の解約 +104百万円

【財務活動によるCFの主な内訳】

- ・ 自己株式取得 ▲182百万円
- ・ 長期借入金の返済 ▲172百万円
- ・ 配当の支払い ▲140百万円

単位：百万円

項目	21年3月期	22年3月期	22年3月期主な設備投資
食品事業	489	274	<ul style="list-style-type: none"> ・直販店1店舗出店 ・工場冷凍ライン増設
レストラン事業	82	436	<ul style="list-style-type: none"> ・新店（直営）4店舗出店 ・既存店改装
本社その他	3	356	<ul style="list-style-type: none"> ・本社ビル空調設備他
合計	575	1,067	

● セグメント別数値

単位：百万円

項目	21年3月期	22年3月期	前期比		
			金額	比率 (%)	
食品事業	売上高	6,877	6,395	▲482	93.0
	営業利益	2,323	1,920	▲402	82.7
レストラン事業	売上高	1,510	1,984	+473	131.4
	営業利益	▲329	▲217	+112	-
その他事業	売上高	167	160	▲7	95.7
	営業利益	89	77	▲12	86.2
計	売上高	8,556	8,540	▲15	99.8
	営業利益	2,083	1,781	▲302	85.5
消去又は全社	売上高	-	-	-	-
	営業利益	▲1,498	▲1,427	+70	-
合計	売上高	8,556	8,540	▲15	99.8
	営業利益	585	353	▲231	60.4

● 上場以来の業績と株価

