

Q 1. 未出店エリアへのレストラン出店による食品事業との相乗効果の具体例について

A 1. 名古屋は当社の販売シェアが低く、知名度向上が課題となっていたが、ショップとレストランのオープンと、それを現地メディアに取り上げていただいたことで、知名度が向上したと考えている。実際、22年3月期は食品事業の売上が特需反動で前年割れする中、名古屋地区と松山地区ではレストランのオープン後は売上が前年を上回った。当然、店舗を出すだけで食品の売上が伸びるというわけではなく、店舗を使ったイベントやメディアへの発信をしっかりとやっていくことが大事だと考えている。因みに、名古屋では今月（5月）末にファンミーティングと株主ミーティングを計画している。また、今年4月には埼玉県浦和市にレストランとショップを出店したので、今後の浦和での盛り上がりにも期待している。

Q 2. 食用油や小麦など原材料の価格上昇は長期化も想定されるが、調達先の変更など取り組んでいる対応について

A 2. 特に食用油については、昨年来6回目の値上げが発表されるなど、対応に苦慮している。ドレッシングやパスタソースの油分を減らすことはできない。一昨年8月に創業以来始めてドレッシングの値上げをし、先月からはドレッシングと液状パスタソースの値上げを実施したが、毎日使っていただく商品なので、原材料高を価格転嫁すればそれでよいとは考えておらず、お客様に原材料も価値の一部であることをしっかりと認めていただけるように商品価値を訴求し、価格改定を定着させていくことが大事であると考えている。食用油については商品の主要原料のほかにガーリックチップやフライドオニオンなどのフライにも使っているが、それらに使用する油の量を抑える技術的な取り組みは設備投資を含めてやってきている。先行き不透明な部分もあるが、まずは価格改定をしっかりと定着させ、その後については状況を見ながら対応していく。小麦についてはパスタをイタリアから輸入しているが、ウクライナ情勢もあり、こちらも供給や値段の先行きが見通せない状況。先を見ながら価格改定のお願いもしていかなければならないと考えている。

Q 3. ファンベースマーケティングにおける AI 分析の内容について

A 3. 3年前から「ファンコミュニティ」サイトを開設しており、その運営会社とっしょに分析をしている。現在参加者が3万5800人いっしょになって、お声の投稿数が9万2400件を超えている。また、「いいね!」や「拍手」を147万回いただいております。これらを様々分析している。併せて、個別のファンをピックアップして「態度変容調査」も行っており、「“こだわり”を伝えることでファン度が上がる」などの過程が分析により分かってきている。それらを称して AI 分析と表現している。

Q 4. ピエトロ・ファンポイントの各事業との相乗効果について

A 4. ファンベース経営の一環として食品事業とレストラン事業のそれぞれのファンの融合を図っていく中で、アプリやポイントは有効だと考えている。例えば、レストランのポイントをオンラインショップで使えたり、オンラインポイントをスープショップで使えたり、という回遊性を確保することで相乗効果は出てきており、実際にアプリから新たにオンラインショップ会員になる方も増えている。

Q 5. 一番期待しているカテゴリーについて

A 5. すべてのカテゴリーに期待しているが、手応えとして注目を浴びているのは冷凍。本当に丁寧につくっているのが高価格帯の商品になってしまったが、それにもかかわらずリピートしていただけるお客様がいらっしゃることに少々驚いている。ご期待に応えられるように今後もしっかりと取り組んでいきたい。毎月の営業からの報告で取扱店が増えていくのを頼もしく感じている。

Q 6. 為替/円安による影響について

A 6. 直接的にはパスタの輸入がユーロ建なので影響を受けるが、基本的な考え方としては原材料の高騰があって、それに拍車がかかっている状態という認識。為替は水ものであるが、しばらく続くようなのでコストに織り込んでいく必要があると考えている。

Q 7. パスタの調達と原料小麦について

A 7. パスタはアネージというブランドですべてイタリアから輸入しており、国内での小麦売り渡し価格の変動影響は受けないが、セモリナ粉の相場変動の影響はある。アネージは、ほぼイタリア産の小麦を使っており、ウクライナ産やロシア産の小麦の供給影響は受けないが、セモリナ小麦の需給バランス自体はタイトになっている。

Q 8. 足下のレストランの状況と値上げの可能性について

A 8. おかげさまでこのゴールデンウィークは活況で、コロナ前を上回るたくさんのお客様にご来店いただいた。レストランの食材価格も上がってきており、いずれかの段階で値上げも考えざるをえないかもしれないが、単に値上げするのではなく新しいメニュー提案などにより付加価値をご提供したい。

Q 9. AIらしい分析の内容と具体的なファンの声について

A 9. 言葉で表現するのは大変難しいが、たくさんのお声から様々な語句を AI を使って紐づけ、クラスター分析なども行っている。例えば「ドレッシング」や「高価格」などをキーワードに分析し、コミュニティサイト内でどのようなポイントが変容に繋がったかを捉えてファン度を上げるアクションに活かしていく、という類のことにトライしている。具体的には、工場の生産動画中の手作業の様子が好感ポイントとなってファン度が上がる、などの事例がある。

Q10. 公表されたピエトロ・ビジョンの中で最も大事な項目について

A 10. 全部大事だが、敢えて言えば、真ん中にある「未来へ”しあわせ、つながる”になる。現状に甘んじることなく未来につなげていく想いが一番大事だと考えている。

以上