

しあわせ、つながる

ピエトロ

2025年3月期
決算説明資料

2025年5月15日（木）

証券コード 2818

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

● 目次

1. 25/3期 通期業績	・ 全社（連結）	P. 2
	・ 事業セグメント別／カテゴリー別	P. 4
2. 26/3期 計画	・ 全社（連結）	P. 9
	・ 事業セグメント別	P.11
	・ 事業領域の拡大戦略	P.13
	・ カテゴリー別	P.15
3. 新工場プロジェクト進捗		P.25
4. 参考資料		P.28

【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。

- **2025年3月期 通期業績**
(全社・セグメント別／カテゴリー別)

増収減益（過去最高売上）

単位：百万円

項目	24/3期	25/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	10,096	11,135	+1,038	110.3
売上総利益	5,323	5,703	+380	107.1
営業利益	218	177	▲41	81.1
経常利益	201	160	▲41	79.5
親会社株主に帰属 する当期純利益	109	57	▲51	52.7

※次期以降の収益性改善も視野に以下を実施

直販店舗等の閉店に伴う減損等および賃借物件の中途解約金を特別損失として計上 : ▲77
 海外子会社清算に係る損益の計上および繰延税金資産の取り崩し等 : ▲20

売上

野菜価格高騰の影響を受け主力のドレッシングが伸び悩むも、**パスタ、冷凍食品とスープ**が好調に推移し**増収**

利益

利益貢献度の高いドレッシングの売上構成割合の減少に加え、育成カテゴリの販促費、物流費の増加により**減益**

単位：百万円

項目	24/3期	25/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	6,069	6,674	+604	110.0
営業利益	1,656	1,561	▲94	94.3

単位：百万円

販売額	24/3期	25/3期	前期比(%)	前期差	備考
ドレッシング	5,241	5,258	100.3	+17	野菜価格高騰の影響を受け伸び悩み トッピング商品は好調（前期比145.3% +49）
パスタ	1,009	1,333	132.2	+324	レトルトソース好調（前期比122.5% +100） 新商品あえるシリーズ好調117
冷凍食品	421	558	132.4	+136	パスタ大幅伸長（前期比143.2% +100）
スープ	188	205	109.0	+17	EC大幅伸長（前期比151.9%）
デリカ	167	212	126.6	+44	パスタ麺、惣菜向け供給拡大
海外他	308	429	139.3	+121	北米好調208（前期比195.8% +101）
販売額合計	7,337	7,999	109.0	+662	
会計基準修正	▲1,086	▲1,186	---	---	
売上高	6,250	6,813	109.0	+562	

※上記には店舗事業セグメントの直販店の販売額を含みます。

売上 新店効果に加え既存店の顧客数増と単価上昇により増収

利益 食材価格高騰も増収と値上げにより黒字拡大

単位：百万円

項目	24/3期	25/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	3,859	4,295	+436	111.3
営業利益	24	100	+75	401.6
内 レストラン売上	3,680	4,159	+479	113.0
内 レストラン営業利益	69	147	+77	210.1

単位：百万円

販売額	24/3期	25/3期	前期比 (%)	前期差	備考
既存	2,665	2,825	106.0	+ 159	顧客数：2.1%増 顧客単価(年)：3.8%増(1,464円→1,520円)
新店	505	936	---	---	24/3期：新潟、札幌、東京DC、浜松、直方 25/3期：横浜WP、アミュ長崎、堺北花田
閉店	0	0	---	0	今期0店舗
FC (ロイヤリティ等)	430	441	102.5	+ 10	顧客単価(年):4.7%増、客数▲1.4%減
海外	129	0	---	▲129	'23年12月 ハワイ店(ANGELO PIETRO)閉店
販売額合計	3,730	4,202	112.6	+471	
会計基準調整	▲50	▲42	---	---	
売上高	3,680	4,159	113.0	+479	

※上記には直販店の販売額を含みません。

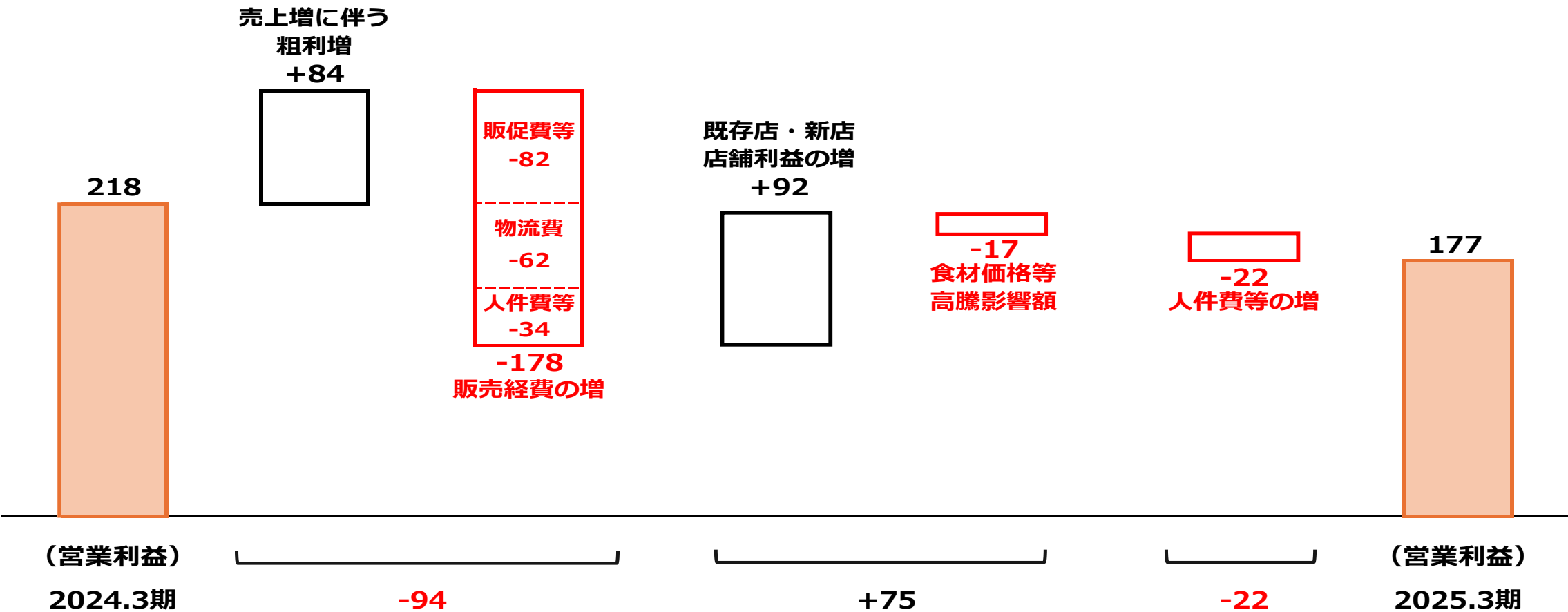


商 品 事 業

店 舗 事 業

全社経費

(単位：百万円)



- **2026年3月期 計画**
(全社・セグメント別)

増収増益

単位：百万円

項目	25/3期	26/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	11,135	11,786	+650	105.8
売上総利益	51.2% 5,703	51.6% 6,075	+372	106.5
営業利益	1.6% 177	3.0% 350	+173	197.5
経常利益	160	200	+39	124.7
親会社株主に帰属 する当期純利益	57	60	+2	103.8
1株あたり配当（予定）	24円	24円	±0	

※経常利益段階：新工場資金等の借入利息および手数料 150

※純利益段階：法人税等 140

増収増益

ドレッシング活性化を含む**全カテゴリーの増収**に加え
生産性向上など**収益性改善**による増益を見込む

単位：百万円

項目	25/3期	26/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	6,674	7,245	+571	108.6
営業利益	1,561 23.4%	1,798 24.8%	+236	115.2

増収増益

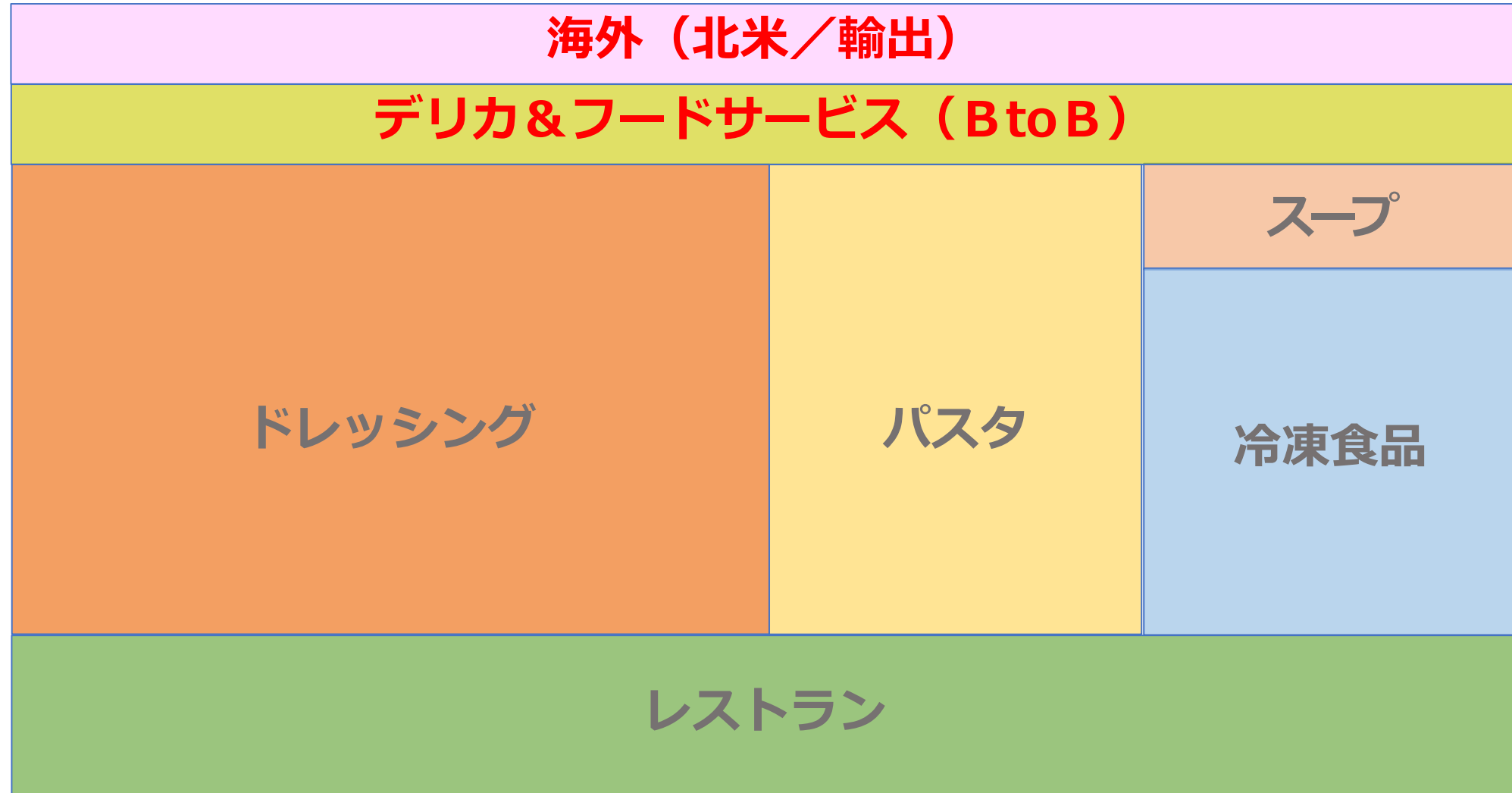
既存店は好調維持も直販店の閉店により売上微増ながら
収益性改善を織り込み大幅な増益を見込む

単位：百万円

項目	25/3期	26/3期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	4,295	4,363	+68	101.6
営業利益	100	220	+119	219.8
内 レストラン売上	4,159	4,304	+145	103.5
内 レストラン営業利益	147	232	+85	158.2

- **2026年3月期 計画
事業領域の拡大戦略**

B to B ・ 海外に事業領域を拡大



● **2026年3月期**
(カテゴリー別)

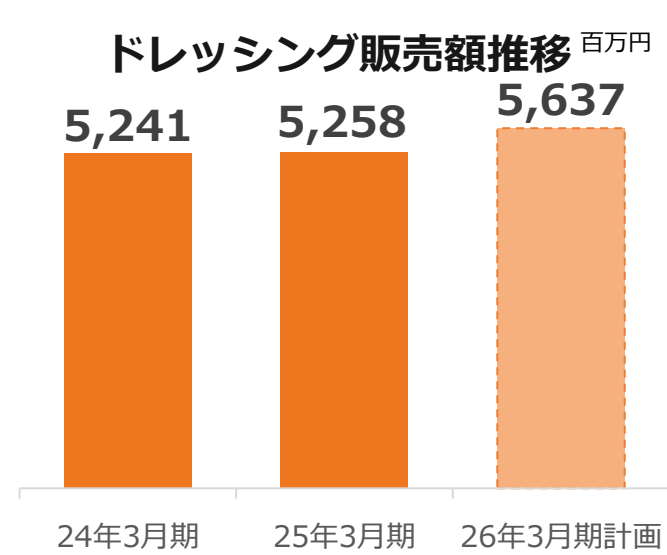
計画

- ① ドレッシング
- ② パスタ
- ③ 冷凍食品
- ④ スープ
- ⑤ レストラン
- ⑥ デリカ&フードサービス
- ⑦ 海外

増収計画 販売額 5,637百万円 前期比 107.2%(+378百万円)

＜ 商品価値の訴求を全社で展開 ＞

- ・ レストラン出店によるエリアマーケティングで商品価値を訴求し拡販
- ・ 主力280mlの拡販再構築（ヘルシータイプ「グリーン 和風しょうゆ」のリニューアル、和食に合う「焙煎香りごま」でカテゴリーを活性化）



【和風しょうゆシリーズ】 【金ごま使用】 【トッピング】 【季節限定】



和風しょうゆ



グリーン
和風しょうゆ



焙煎香りごま



PATFUTTE
フライドオニオン



春夏限定：うめ

レストランは**未出店エリア**を中心に出店を継続し、店舗でのブランド体験を**商品事業の拡大**につなげる**エリアマーケティング**を展開

2021年3月末

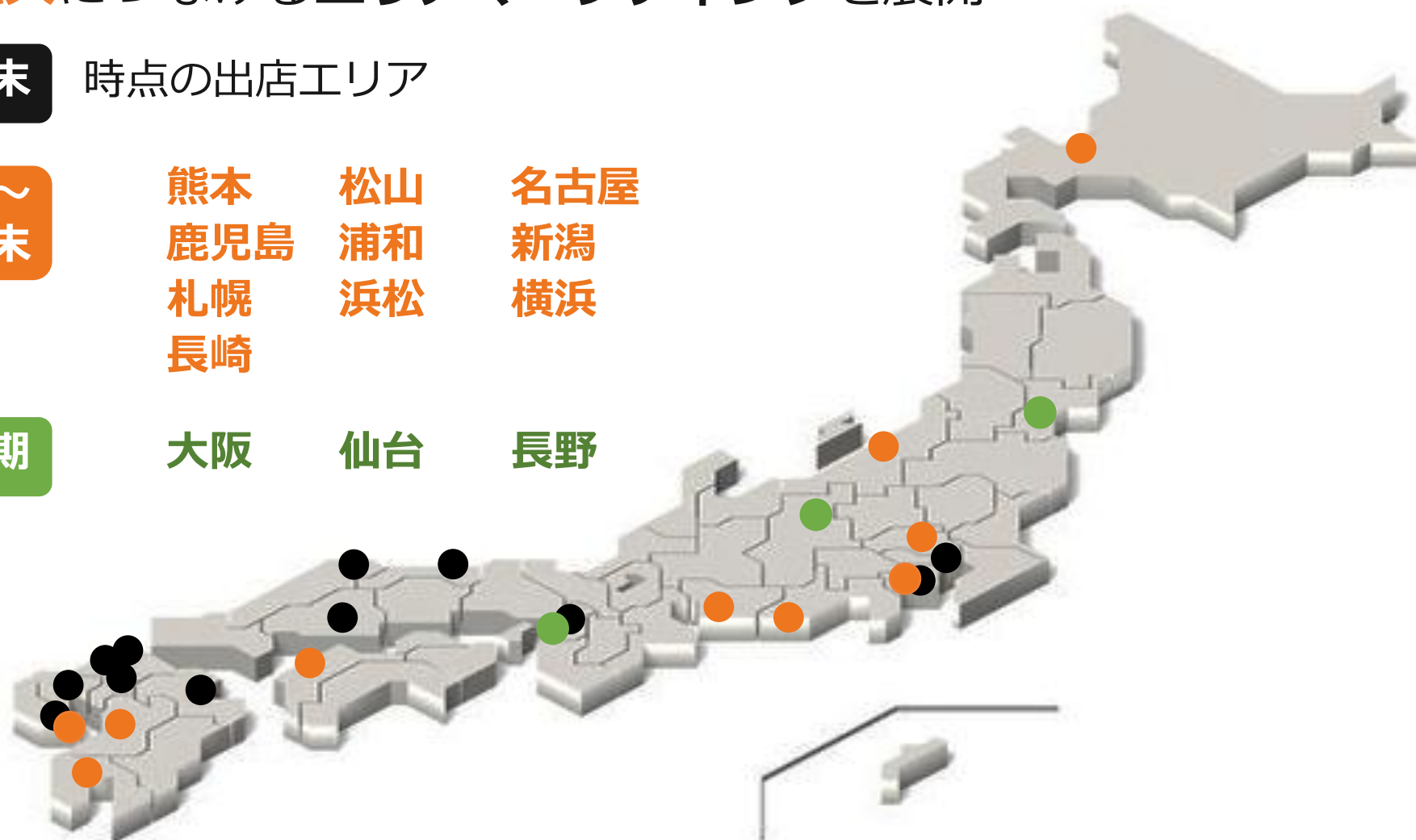
時点の出店エリア

2021年4月～
2025年3月末

熊本	松山	名古屋
鹿児島	浦和	新潟
札幌	浜松	横浜
長崎		

2026年3月期

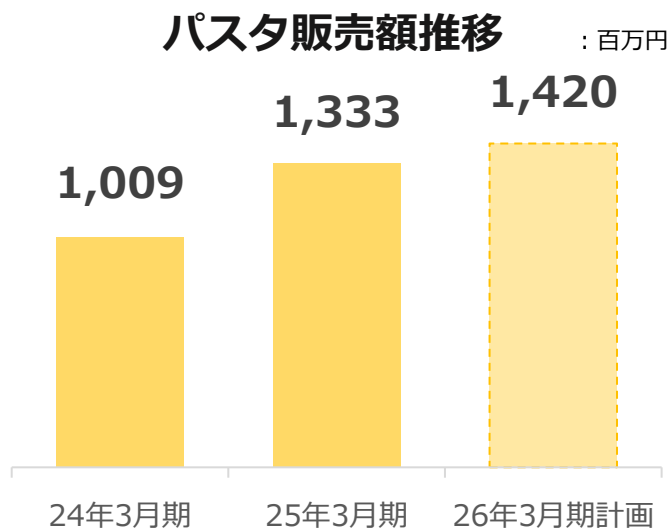
大阪	仙台	長野
----	----	----



増収計画 販売額 1,420百万円 前期比 106.5%(+87百万円)

< 「レストラン発」の本格派の商品として差別化を訴求 >

- ・ 新商品好調のレトルトソース、個食タイプあえるだけソースで活性化
- ・ ボトル入りソースはMOOMIN（ムーミン）コラボ販促で拡販



シェフの“まかない”から
生まれた「にんたら」



レトルトパスタソース
「洋麺屋ピエトロ」

MOOMIN × おうちパスタ



ボトル入り
パスタソース
「おうちパスタ」



「ピエトロ あえるだけ
パスタソース」

当社レストラン愛用



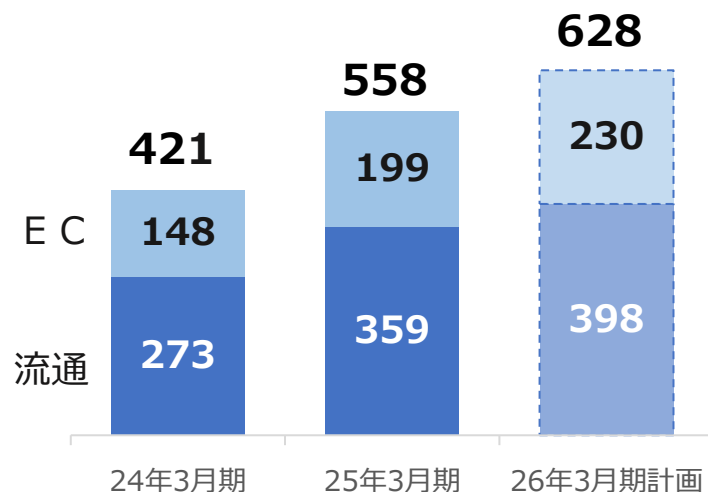
プレミアムパスタ乾麺
「ピエトロ AGNESI」

増収計画 販売額 628百万円 前期比 112.5%(+69百万円)

< 高付加価値冷凍食品のブランド確立 >

- ・ レストランクオリティの本格アルデンテのパスタを中心に展開
- ・ 流通高質店とE C（自社・大手モール）に加え冷食専門店にも拡販

冷凍食品販売額推移 : 百万円



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

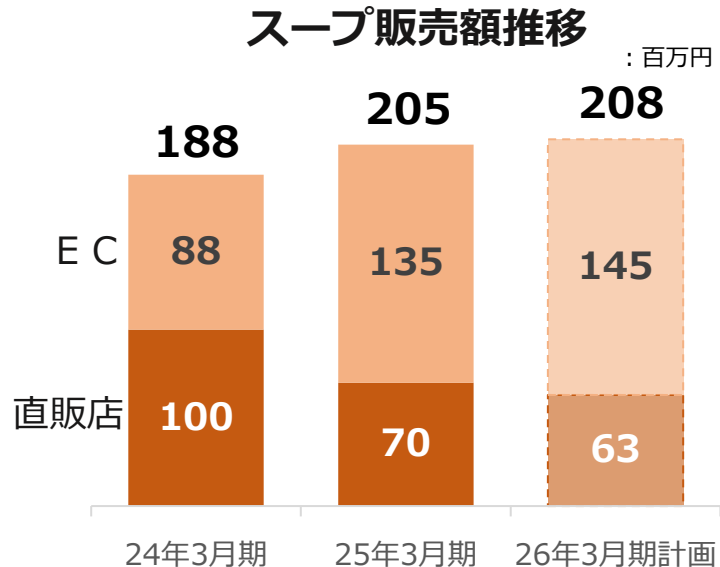


「洋麺屋ピエトロ」
冷凍ドリア

増収計画 販売額 208百万円 前期比 101.5%(+3百万円)

< パーソナルギフト市場を深耕 >

- ・ 自社チャネル（店舗物販、通販、E C）と大手E Cモールで販売
- ・ パーソナルギフト、プチギフトのニーズを捉え拡販



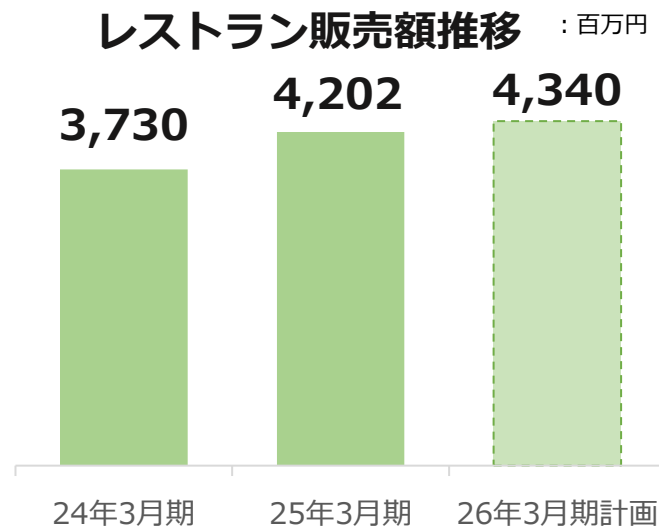
ブライダルギフト例
(ウェディング限定パッケージ入り)

季節に合わせたパッケージ

増収計画 販売額 4,340百万円 前期比 103.3%(+137百万円)

＜ 顧客満足と働き手の満足を追求 ＞

- ・ 味、雰囲気、サービスの総合点（おいしさ）を高め続けるために人財育成投資（店舗人員体制見直し、研修、待遇改善）を継続
- ・ 高価格帯メニューの投入やディナー強化により+ α の価値を訴求



ピエトロ名物「絶望スパゲティ」



< 出店の継続と物販の強化 >

- ・ 年2～3店の出店戦略を継続
- ・ レストランでのブランド体験を流通につなげて
商品事業とのシナジーを追求 → リアル店舗を持つ強みを活用
- ・ 店頭での物販も強化

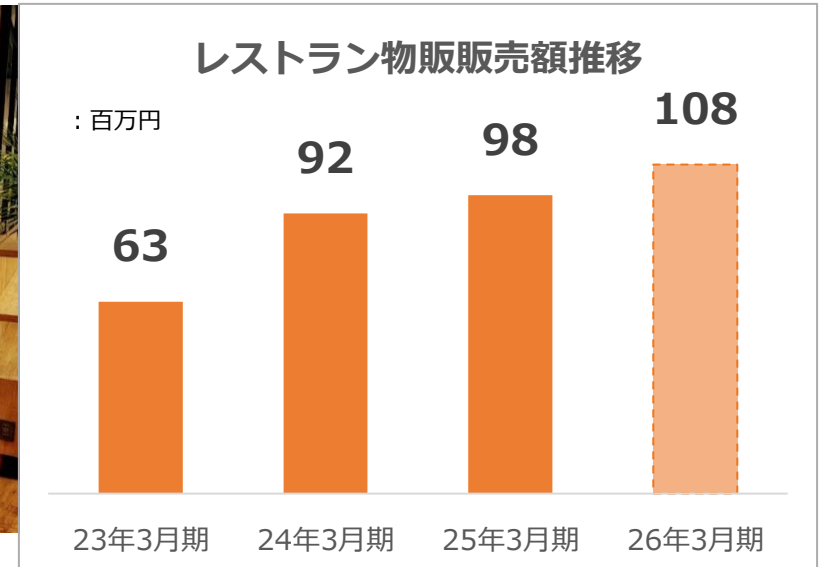


テーブルマーケティング

レストランで流通商品を自由に試して、
お気に入りを見つけていただく取り組み



レストラン物販コーナー例

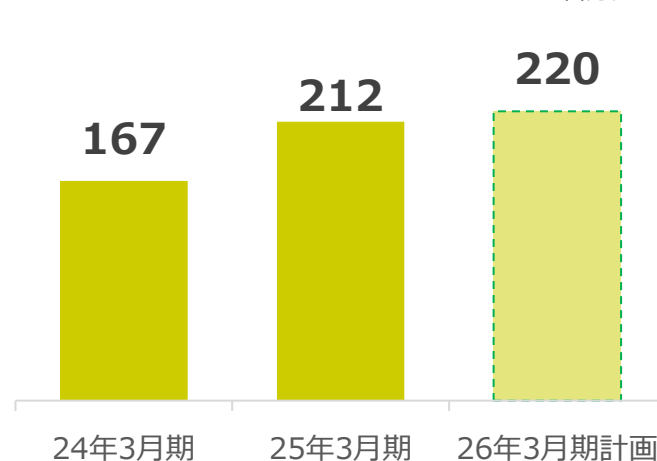


増収計画 販売額 220百万円 前期比 103.7%(+8百万円)

＜ レストラン発の商品群で BtoB 事業領域に参入 ＞

- ・ レストラン・クオリティの商品力と調理オペレーションノウハウを武器に人手不足の課題解消に繋げるソリューションをさまざまなニーズに合わせて提供

BtoB事業販売額推移
：百万円

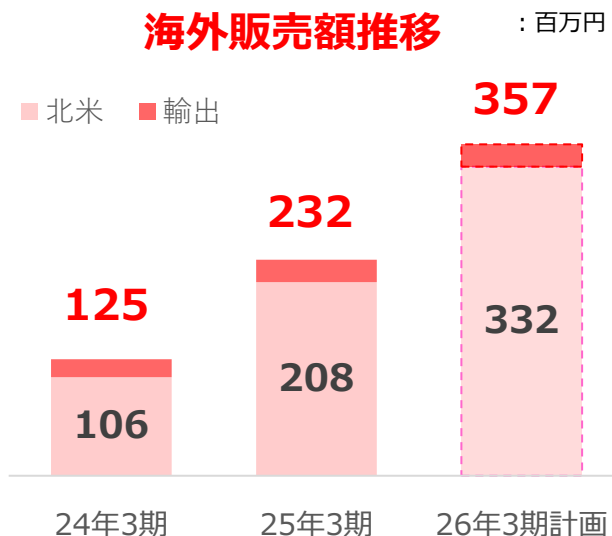


流通店での当社監修パスタ惣菜展開例

増収計画 販売額 357百万円 前期比 153.8%(+125百万円)

＜ 健康志向・日本食ブームを追い風に事業拡大を目指す ＞

- ・ 北米は大手食品卸／小売への配荷開始により規模拡大
- ・ 輸出は主にアジア諸国向けに冷凍食品、パスタソースをメインに拡販



北米流通店頭例



シンガポール流通店頭例

● 新工場プロジェクト進捗

2025年4月 着工

2026年4月 竣工

2026年 秋 本格生産開始

2027年 春 グランドオープン

新工場 **PIETRO FACTORY PARK** : ものづくりとファンベースの拠点として整備

ピエトロの ものづくり がある場所 = **FACTORY (ファクトリー)**

お客さまや地域、私たちがつながる場所 = **PARK (パーク)**



- ・ 既存 3 工場に分散している機能を集約し、**工場間物流等の非効率を解消**
- ・ 味の決め手となる手仕込みや直火調理など
【大きな厨房】は踏襲しつつ、手狭で設置困難だった自動化設備等を導入することで**生産効率を改善**
- ・ 今後も成長が見込める**レトルト、冷凍食品ラインを増強**
- ・ 工場で**働くすべての人に快適な環境を提供**

【概要】 投資予定額：約82億円（土地の取得費用、機械装置、敷地内併設の店舗棟、見学ルート・外構整備費を含む）
敷地面積：約18千㎡ 工場棟建築面積：約62百㎡ // 延床面積：約90百㎡ 総合生産性目標1.5倍

新工場 **PIETRO FACTORY PARK** : 愛称「&PARK(アンドパーク)」

ピエトロの ものづくり がある場所 = FACTORY (ファクトリー)

お客さまや地域、私たちがつながる場所 = PARK (パーク)



- ・ 食を楽しむ感性を地域と一緒に再発見する「わたしの おいしいを みつける場所」をコンセプトに、

製造工場の見学を含むブランド体験施設

食の楽しみを提供するレストラン

多様な使い方ができるパブリックスペース

を設置し、「心が動く」食体験を、地域の皆さまやお客さま、ファンの皆さまと共に
つくっていく場所として活用

● 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	東証スタンダード（証券コード2818）
資本金	17億1,989万円
事業内容	商品事業（通信販売事業を含む） 店舗事業 その他（本社ビルの賃貸等）
連結子会社	PIETRO NORTH AMERICA, INC.（米国） 合同会社のかべジファーム
発行済株式総数	7,062,230株
連結従業員数	308名
株主数	21,198名

（2025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）
- 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
- 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 **冷凍食品の流通展開を開始**
東京証券取引所市場第一部指定
- 2019年 **スープ事業開始**（ブランド名「PIATRO A DAY」）、**直販店開始**
伊パスタブランド「AGNESI（アネージ）」の国内総代理店を開始
- 2020年 **ファンベース経営スタート**
- 2021年 米国フロリダ州に「PIETRO NORTH AMERICA, INC.」を設立
- 2023年 **デリカ事業開始**
ピエトロドレッシング和風しょうゆ累計出荷本数3億本を突破
東京証券取引所スタンダード市場へ移行

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

単位：百万円

【連結】	2024年3月末	2025年3月末	増減
流動資産	4, 6 5 0	3, 2 7 5	▲ 1, 3 7 5
固定資産	5, 9 3 2	6, 9 9 6	+ 1, 0 6 4
資産合計	1 0, 5 8 3	1 0, 2 7 1	▲ 3 1 1
流動負債	3, 4 5 3	3, 1 3 6	▲ 3 1 7
固定負債	7 0 0	7 7 7	+ 7 7
負債合計	4, 1 5 3	3, 9 1 3	▲ 2 4 0
純資産合計	6, 4 2 9	6, 3 5 8	▲ 7 1
負債純資産合計	1 0, 5 8 3	1 0, 2 7 1	▲ 3 1 1

【資産の主な増減要因】

- ・新工場用地取得による現金及び預金 ▲1,353百万円
- ・売掛金 ▲53百万円
- ・有形固定資産 +1,128百万円

【負債の主な増減要因】

- ・未払金 ▲127百万円
- ・買掛金 ▲69百万円
- ・未払法人税等 ▲132百万円
- ・リース債務 +43百万円

【純資産の主な増減要因】

- ・自己株式 +35百万円
- ・為替換算調整勘定 +8百万円
- ・当期利益 +57百万円
- ・前期配当 ▲165百万円

● キャッシュフロー計算書（連結）

参考資料

単位：百万円

【連結】	2024年3月期	2025年3月期	増減
営業活動によるCF	7 2 9	4 5 8	▲ 2 7 1
投資活動によるCF	▲ 5 6 5	▲ 1, 4 9 7	▲ 9 3 2
財務活動によるCF	1, 0 3 0	▲ 3 5 0	▲ 1, 3 8 1
現金及び現金同等物期末残高	2, 5 6 7	1, 1 7 7	▲ 1, 3 9 0

【営業活動によるCFの主な内訳】

- ・ 税引き前当期純利益 +133百万円
- ・ 減価償却費 +456百万円
- ・ 減損損失 +52百万円
- ・ 売上債権 ▲54百万円
- ・ 仕入れ債務 ▲70百万円
- ・ 未払金 ▲161百万円
- ・ その他 +112百万円

【投資活動によるCFの主な内訳】

- ・ 固定資産の取得 ▲1,462百万円

【財務活動によるCFの主な内訳】

- ・ 長期借入金の返済 ▲126百万円
- ・ 配当の支払い ▲164百万円
- ・ リース債務の返済 ▲49百万円

単位：百万円

項目	24年3月期	25年3月期	25年3月期主な設備投資
商品事業	175	1,142	・工場製造設備 ・新工場土地
店舗事業	501	306	・新店（直営）3店舗出店 ・既存店改装
本社その他	55	192	
合計	731	1,641	

単位：百万円

項目		24年3月期	25年3月期	前期比	
				金額	比率 (%)
商品事業	売上高	6,069	6,674	+604	110.0
	営業利益	1,656	1,561	▲94	94.3
店舗事業	売上高	3,859	4,295	+436	111.3
	営業利益	24	100	+75	401.6
その他事業	売上高	167	165	▲1	98.8
	営業利益	80	69	▲10	87.2
計	売上高	10,096	11,135	+1,038	110.3
	営業利益	1,761	1,731	▲29	98.3
消去又は全社	売上高	—	—	—	—
	営業利益	▲1,542	▲1,554	▲11	—
合計	売上高	10,096	11,135	+1,038	110.3
	営業利益	218	177	▲41	81.1

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＞

執行役員 経営企画室長

TEL／092-724-4925

E-mail ir@pietro.co.jp

池田章朗

FAX／092-751-4352

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

I R 情報サイト

