

セグメント別の概況

食品事業

Food Business



2018年春の新商品「おうちパスタ」シリーズは、得意先からの評判がよく、既に一部の地域では先行発売を行い、これからの売上高増加に寄与いたします。

以上の結果、売上高は69億8百万円(前期比3.0%減)、セグメント利益は20億27百万円(前期比6.4%減)となりました。

食品事業におきましては、「主力アイテム(280ml)の販売強化」、「ブランド戦略継続」、「ゾーニング戦略推進」、「北部九州エリア深耕及び首都圏販売強化」のもと、売上拡大を図ってまいりました。

ドレッシング類では、「オレンジキャップ」と「焙煎香りごま」の販売量は前期を上回って推移し、2017年3月に新商品も投入しましたが、2016年3月に配荷した「濃い味 和風しょうゆ&生姜」及び「ノンオイル 和風しょうゆ&レモン」の減少額を補うことができませんでした。

さらに例年以上の野菜高騰の影響を受け、半期別で売上高を前年同期と比較しますと、上半期は94.3%、下半期は100.6%となり、通期では前期比減少となりました。

「万能調味料」として、使い方や食べ方の提案など商品価値を伝える営業をさらに強化し、地域戦略では首都圏の拡販に注力して売上拡大に引き続き取り組んでまいります。

またパスタソースにつきましては、前期にパッケージデザインを一新し、新商品を発売したことなどにより、売上高は引き続き堅調に推移しております。

焙煎香りごま



減塩(塩分50%カット*)でコレステロールゼロの健康的なごまドレッシングです。

「ねりごま」「すりごま」「純正ごま油」を加え、ごまの旨味・食感・香りを引き出しました。

サラダにはもちろん、ごまダレとして、また和え物の味付け、鍋つゆの素としてもお使いいただけます。

※塩分50%カットとは、当社ピエトロドレッシング(和風しょうゆ)の塩分の量と比較した場合です。



春キャベツと新たまねぎの豚しゃぶサラダ

レストラン事業

Restaurant Business



ミスタードーナツとの提携

株式会社ダスキン様が運営する「ミスタードーナツ」の店舗では、ピエトロ監修のパスタソースを使用した、パスタメニューの提供が行われています。

ピエトロシェフのノウハウで作り上げた本格的な味をミスタードーナツのお店でもお楽しみいただけます。

メニュー提供店舗はミスタードーナツのホームページから検索できます。



2018年2月メニュー開始時の店内ポスター

レストラン事業におきましては、「既存店の活性化」、「新業態店舗のテコ入れ」、「提携事業の強化」のもと売上拡大と利益改善を図ってまいりました。旬の食材を取り入れた季節ごとのメニューとして、「春のごちそうフェア」と地元企業の食材を取り入れた「冷製パスタフェア」を実施いたしました。

また、2017年7月にはグランドメニューを刷新し、洋麺屋ピエトロの原点である、お客様が自由にソースと具材を選べるサービス「カスタマイズパスタ」の再開や、健康志向に因るため、野菜・タンパク質・フルーツなどが一皿に詰まったサラダなど、健康を追求するピエトロらしさを展開しました。同時にメニューの数を絞り込み原価の低減にも努めました。2017年12月28日からは、初めて高価格帯メニューにも挑戦した「蟹フェア」を実施しました。

さらに、店舗の立地条件による強化メニューの選別など、個店別に対策を講じる細かな戦略を行いました。

ダスキン様(ミスタードーナツ)との提携事業につきましては、2018年2月から本格的に稼働し着実に成果を上げています。

福岡地区の都市型店舗は売上高が前期比4.6%増加し、郊外型店舗も前期比0.3%増加しましたが、東京地区は閉店店舗の影響もあり前期比8.4%減少し、F C店舗も閉店の影響により売上高が減少しました。また、ダスキン様(ミスタードーナツ)へのパスタソースの販売による売上高は前期比94百万円増加しました。利益改善対策としては、当社グループの不採算直営店舗を第4四半期に3店舗閉店いたしました。

以上の結果、売上高は25億43百万円(前期比0.3%増)、セグメント損失は72百万円(前期は110百万円のセグメント損失)となりました。

売上構成比

