



2021年11月11日

各 位

会 社 名 株式会社ピエトロ
代表者名 代表取締役社長 高橋泰行
(コード番号 2818 東証第一部)
問合せ先 取締役経理・IR部長
森山勇二
(TEL 092-724-4925)

新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

当社は、2022年4月に予定される株式会社東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日、プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。

当社は、移行基準日時点(2021年6月30日)において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況をもとに算出した、「流通株式数」「流通株式比率」については適合しておりますが、「流通株式時価総額」は49億円、「1日平均売買代金」は0.1億円となっており、適合しておりません。当社は、2026年3月期までにそれぞれ上場維持基準を充たすために各種取組を進めてまいります。

2. 上場維持区分適合に向けた取り組みの基本方針、課題及び取組内容

「流通株式時価総額」及び「売買代金」両項目が基準を充たしていない要因とし、2016年6月の新株式発行後、流通株式数が増加していないことや、企業価値を適正に判断いただくための情報発信力不足であると認識しています。これらの課題に付きまして、以下の取り組みを実施し基準の達成を目指します。

①流通株式時価総額

流通株式時価総額は、「時価総額」及び「流通株式比率」が構成要素です。当社の現状から考慮すれば、この両要素を上げる必要があります。

「時価総額」を上げるために、企業価値向上を目指し、別添資料に記載のとおり「経営基本方針」、「経営環境及び経営戦略」、「IR 活動の推進・強化」、「株主還元策の強化」及びサステナビリティ経営の要素である「ESG の推進」を確実に実行し、持続的な企業成長をしていくことで、市場での評価に繋げてまいります。

また「流通株式比率」を上げるために、2021 年 5 月 26 日に行いました立会外分売等、流通株式の対象外となる既存株主持ち分の流動化も視野に検討し、その時点で最適なコーポレートアクションを行ってまいります。

以上のことを実行することにより、2026 年 3 月期までには「流通株式時価総額」の基準を充たします。

②売買代金

売買代金を上げるためには、企業価値を向上させるとともに、日々の出来高数を増加させることが第一であると考えています。そのために、積極的な IR による、企業認知度の向上を目指して、全てのステークホルダーに対して正確にタイムリーな情報の発信を行います。活動内容等の詳細につきましては別添資料「IR 活動の推進・強化」に記載しています。

以上のことを実行することにより、2026 年 3 月期までには「売買代金」の基準を充たします。

別添資料

1. 当社経営基本方針

- ・「おいしさ」と「健康」を追い続けます
- ・感謝してお客様を大切にします
- ・新しい食文化を提案します
- ・会社の発展と社員の豊かな暮らしを実現します

この経営基本方針のもと、創業以来、内食・中食・外食すべての食のシーンにおいて、お客様に満足していただけるよう、新商品や店舗サービスの開発に積極的に取り組んでいます。今後も食品事業及びレストラン事業を併せ持つ強みを活かし、「おいしさ」と「健康」にこだわり続けるとともに、日本はもとより海外でも愛される味を追求して豊かな食文化創りに貢献してまいります。

2. 経営ビジョン

当社は、中長期的な企業価値向上、持続的な成長に向け、目標とする経営指標として、営業利益、当期利益に重きを置き、小さくても歩みを止めない「年輪経営」で、着実にゆるやかな成長を行うとともに、継続的な増益を図ってまいります。

また、価値ある企業として存続し続けるため、お客様、お取引様、社員、社会の「しあわせ、つながる」企業を目指してまいります。

3. 経営環境及び経営戦略

当社は各種ドレッシング・ソース等の食品の製造販売、パスタ料理をメインとしたレストラン経営を主要な事業としております。当社を取り巻く経営環境は、人口の減少や少子高齢化、ライフスタイルや価値観の多様性、食材価格の高騰、新たな感染症の拡大や、地球環境問題等、さまざまな変化が急速に進んでおり、これらの変化にスピーディーかつ臨機応変に対応することが求められます。

このような環境の中、当社は創業当初より大事にしてきた「ファンを大切にする」という理念のもと、当社の強みを伸ばし、ブランド価値を高めていくため、ファンベース経営のさらなる強化を行うことといたしました。

お客様と向き合い、ご意見をしっかりと分析、集約、把握する仕組みづくりを行い、お客様とのコミュニケーションを大切にすることにより、ファンを拡大し、魅力のある商品開発、価値訴求に重点を置いた販売体制の構築を行ってまいります。

また、ファンベース経営の一環として、レストラン店舗、直営ショップを情報発信の場、リアルな体験ができる場と捉え、全国主要都市に着実に出店してまいります。

ファンベース経営を通して、食品事業、レストラン事業、製造部門の垣根を越えた一体型経営を目指してまいります。

①食品事業

・既存事業の売上・利益の継続的成長

【ドレッシングカテゴリー】

当社の主力商品であるピエトロドレッシング和風しょうゆは、生の素材を生かす製法による非加熱処理の生タイプドレッシングで、創業当時の手作り感を大切に、今も変わらず小ロット生産を行っています。

今でも人気で定番の和風しょうゆ味の店頭化は全国的に進んでいますが、和風しょうゆ味以外の新フレーバーの店頭化率はまだまだ小さく、この新フレーバーの店頭化を加速することで今後伸長の余地があると見据えています。また、地域別売上のシェアは九州以外の地域での拡大の可能性が大きく、全国にファンを広げることで、每期安定的な成長を図ってまいります。

【パスタ関連カテゴリー】

手軽でおいしいパスタが作れるボトル入り液状パスタソース「おうちパスタ」は、2000年3月に「スパドレ」として発売し、2018年3月に「おうちパスタ」としてリブランディングしたロングセラー商品です。前期テレビCMの集中放映や運動販促に力をいれ、主力の『ごま醤油ガーリック』をはじめとし、全国に配荷が進み、大きく売上を伸ばしました。発売当初70百万円ほどだった売上は今では9億円近くまで成長いたしました。

パスタ専門店の味を簡単にご家庭で楽しめるレトルトパスタソース「洋麺屋ピエトロ」シリーズは、1995年に「ピエトロパスタソース」として発売を開始いたしました。2016年9月に創業店の店名「洋麺屋ピエトロ」を入れた赤いパッケージに変更し、本格的な味わいの商品としてリブランディングいたしました。価格も350円から420円と高価格帯でありながら、レストラン生まれの味にご好評をいただき、主力の「絶望スパゲティ」を中心に好調に売上を伸ばしています。

2019年10月より販売をはじめたイタリアの伝統あるパスタブランド「AGNESI (アネージ)」のパスタ麺は流通商品、業務用商品を取り扱っており、国内のパスタ麺市場の本格参入を目指しています。

厳選した素材を使ったプレミアムレトルトパスタソース「ピエトロファーマーズ」は通信販売、直営ショップ、レストラン物販と直販限定のパスタソースで、価格も450円から780円と特別感のあるパスタソースです。

これらパスタ関連カテゴリーでのトータル提案で店頭化を推進するとともに、レストラン物販や直営ショップ、通信販売でも販売強化を行い、さらなる売上拡大を図ってまいります。

・育成カテゴリー・新規開発カテゴリーへの挑戦

【スープカテゴリー】

おいしさを最優先に、素材や調理法にこだわり、手間暇をかけて作ったスープブランド「PIETRO A DAY」は新カテゴリーとして、2019年4月に女性チームで立ち上げたブランドです。直販限定商品で、現在では、福岡、神奈川（横浜・溝口）、愛知（名古屋）、大阪の直営ショップ5店舗の他、レストラン物販、通信販売でもご購入いただけます。保存性、簡便性、本格的な味を追求するレトルトスープで、価格帯は400円から650円と高付加価値展開を行っております。

女性をターゲットにパッケージにもこだわり、パーソナルギフトとして好評で、ギフト需要やオンライン等で売上が着実に増加しています。10兆円あると言われるギフト市場開拓を基軸に、主要都市圏への直営ショップの出店も行いながら、さらなる成長を目指してまいります。

また、レストランメニューとしてもスープを提供し、お客様においしさを知っていただいた後、物販コーナーでお買い求めいただけるような事業展開を行い、認知度拡大につなげてまいります。

【冷凍商品カテゴリー】

ひとつひとつ人の手で作るこだわりのつまんだ冷凍食品として、ピザ、ドリア、パスタ（シェフの休日・洋麺屋ピエトロ）等を展開しています。価格は500円から1,360円と高価格帯商品です。冷凍食品は中食としても需要が伸びており、さらなる成長を見込んでいます。当社らしいおいしさにこだわったプレミアム感の高い商品を開発・発売し、第4の柱を目指してまいります。

また、冷凍商品の成長に伴い、手作りのおいしさを変えない製造方法を残した冷凍製品製造ラインの増設を行い、生産能力と利益率の向上を図ってまいります。

【新規開発カテゴリー】

新しい食文化の提案として、2017年9月に発売した、サラダやパスタのトッピング素材のフライドオニオン商品「PATFUTTE」シリーズは徐々に配荷が進み、ご好評をいただいています。サラダやカレーにかけるだけで、旨味と食感がプラスされる商品で、レストランのテーブルでお試しいただく販促でも反響が大きく、今後の注力商品として、更に育成を図ってまいります。その他にもファンに愛される魅力あるニッチ商品の開発に挑戦し、発売していくことで、さまざまなニーズに対応してまいります。

②レストラン事業

1980年12月9日、福岡市・天神三丁目の路地に小さなパスタ専門店をオープンしたのがはじまりで、創業以来、たくさんのお客様からの「おいしかった、またくるよ」というお声に支えられ、現在では国内に直営店を20店舗（福岡近郊、首都圏、東海地方等）、FC店を13店舗、海外に1店舗（米国ハワイ州）を展開しています。

近年のコロナウイルス感染症の影響により、大きなダメージを受け、大変厳しい状況が続いていますが、アフターコロナを見据え、高付加価値メニューの投入による利益率の改善、ディナー時間帯の収益力強化による客単価アップ、また、ホスピタリティ研修の強化による顧客満足度の向上を図り、2023年3月期には黒字化を目指してまいります。

更に、新業態開発にも注力することで事業拡大を行うと共に、他事業との多角的な連携による当社事業全体の成長を目指します。

また、エリアマーケティング発信機能強化として、未出店エリアへ年3店舗から5店舗の出店を計画し、食品事業とのシナジー効果を発揮させ、各主要都市圏での認知拡大とファンと触れ合える拠点づくりを行ってまいります。

③海外北米事業

2010年米国ハワイ州に設立した海外子会社 ANGELO PIETRO,INC.において、米国におけるドレスシングの OEM 製造・販売を行ってまいりました。主に西海岸を中心に配荷を進めてまいりましたが、米国での健康志向、日本食志向の高まる中で、本格的な事業の成長とさらなる売上拡大を図るため、2021年7月、米国フロリダ州マウント・ドラに海外子会社 PIETRO NORTH AMERICA,INC.を設立いたしました。販売地域をより市場の大きな東海岸をターゲットに広げ、新規顧客の獲得を図ってまいります。また、将来的に現地での製造も視野にいれ、米国事業のさらなる拡大を目指してまいります。

④今後の新規事業

目まぐるしく変化する経営環境に迅速に対応するため、また将来のさまざまなリスクに備えるため、当社の核となる事業に次ぐ新たな事業へ挑戦してまいります。

ライフスタイルの変化に対応し、「食」のシーンの多様化に向けた商品の開発・提案・供給を行うために立ち上げたデリカ事業をはじめ、次世代に向けた新たな収益の柱をつくる新規事業開発を加速させてまいります。

⑤新工場建設

福岡県古賀市にある当社の工場は1990年5月にドレスシング製造工場として竣工いたしました。現在、第1工場、第2工場、第3工場と近隣地区に分散化しているため、製造ラインを集約し、さらなる業務効率化と生産性の向上を図るとともに、生産体制の再構築、生産品目拡大に伴う工場拡充を行うことを目的に2025年竣工で新工場建設を計画しております。これにより、生産能力は現在の2倍以上となる予定です。

4. 利益還元の方針

配当については、企業体質の強化と事業の拡充を図りながら、連結当期純利益の3分の1以上を目途に、業績に対応した安定配当を行ってまいります。

株主優待については、ファン株主づくりを目的として、発売前の新商品や地域限定商品等を含む当社商品を保有株数に応じてお届けしておりますが、当社株式への投資魅力を更に高めるべく、配当とのバランスに配慮しながら拡充を検討してまいります。

自己株式の取得については、業績・資本の状況、事業展開及び株価を含む市場環境を考慮しながら、機動的な実施を検討してまいります。

以上の方針に基づき、株主還元、成長投資、サステナビリティ投資のバランスも重視しつつ、積極的な利益還元を実施してまいります。

5. IR活動の推進・強化に向けた施策

①IR活動の基本方針

当社は、株主・投資家の皆様に対し、経営方針や持続的な成長と企業価値向上に向けた取組みについて適時・適切な情報提供を行なってまいります。また、自らの使命と責任を自覚し、株主・投資家の皆様をはじめ、全てのステークホルダーの皆様の意見に耳を傾け、企業活動に反映させてまいります。

②IR活動の目的

当社のIR活動の目的は、適時・適切な情報開示を行ない、株主・投資家の皆様への説明責任を果たし、長期的な信頼関係を築いていくための建設的な対話を実現し、更に双方向性のあるコミュニケーションを通じて信頼や評価を得ることにあると考えております。そのため、必要とされる情報を継続的に提供し、当社に関わる全てのステークホルダーの皆様の意見を経営に取り入れる等、企業価値の最大化に努めてまいります。

③IR活動の推進・強化に向けた施策

当社は、新市場区分における上場維持基準の適合に向けて、売買代金を上げるため、積極的なIR活動による企業認知度の向上を目指し、株主・投資家・証券アナリスト等を含めた資本市場参加者である皆様に対して、当社の経営方針・経営戦略・事業等の進捗について適時・適切な情報を提供し、且つ建設的な対話の充実を図ってまいります。

<積極的な個別面談の実現>

- ・四半期単位（8月・11月・1月・5月）での面談開催を計画します。

現在は半期単位で年数回の個別面談を実施しております。新しい株主・投資家の皆様との対話の機会を積極的に広げ、2026年3月期には現在の4倍の面談回数を目指してまいります。

<会社説明会の開催>

- ・現在、半期単位で年2回（5月・11月）の決算説明会を開催（福岡）しております。当社認知度の向上を図るため、資本市場参加者の皆様に向けた会社説明会の開催を東京で実施してまいります。

<その他>

- ・コロナ収束後には、株主の皆様との大切なコミュニケーションの場である株主懇談会（福岡）の再開、また日本全国の株主の皆様との交流の場として、全国主要都市での会社説明会開催も考えてまいります。

④IR 情報発信の強化

当社は、新市場区分における上場維持基準の適合に向けて、株価上昇を促す企業価値伝達のため、適時・適切な情報発信の強化に努め、且つ株主・投資家の皆様の満足度向上につながる、IR ウェブサイトをはじめとした情報コンテンツの充実化を図ってまいります。

<IR ウェブサイト：財務情報の充実>

- ・財務情報の経営指標を増やし、グラフの採用等視覚的な改善を進めます。

<IR ウェブサイト：非財務情報の開示>

- ・トップメッセージやビジョン・ESGへの取組み等これからの当社の非財務情報の提供に力を入れてまいります。

<ニュースリリース：配信>

- ・これからの当社の取組みを皆様へお伝えしていくため、決算情報以外のニュースリリースの毎月配信を目標として、積極的に配信してまいります。

<その他>

- ・IR 雑誌等記事掲載にも積極的に取組んでまいります。

⑤IR 活動の体制

当社は、会社の持続的な成長及び中長期的な企業価値の向上を図り、そして社長、IR 担当取締役、IR 担当部長が積極的に株主・投資家の皆様との関係を強化し、社内の関連部署によるIR担当チームを編成し、以上の資本市場参加者の皆様との個別面談（建設的な対話）や、コミュニケーションツールの充実化を図ってまいります。また将来的に新たな施策の創出にも積極的に取組んでまいります。

6. ESG・サステナビリティへの取り組み

「しあわせ、つながる」経営理念の実現に向けて、以下のサステナビリティ関連の取り組みを推進してまいります。

①環境負荷の低減に向けて

食に携わる企業の責任として、「フードバンク福岡」の理念に賛同し、「こども食堂」を通じたフードロス削減や、エコ素材として店舗での竹箸の導入の他、最大で95%の節水が可能な特殊なバルブの導入等の取り組みを進めてまいりました。今後もサステナブルな社会の実現を目指し、工場における廃棄原材料の堆肥化を進め、自社グループ農場での野菜栽培に利用することで、自社で完結する循環型の仕組みづくり等にも挑戦してまいります。

この他、主力のドレッシングにおいて2025年を目標に自社製品の容器を100%環境配慮型に切り替えることにより、脱炭素の取り組みを推進してまいります。また、自社施設（本社ビル、工場、郊外型店舗）での使用電力について、2025年を目標に太陽光発電を含めた100%再生可能エネルギーへの転換を目指してまいります。

②社会との共生、働きがいの向上に向けて

子どもたちの明るい未来のために「野菜嫌いをナオソ」を合言葉に2014年から取り組んできた食育イベント「幼稚園キャラバン」や「自社グループ農場での農作業体験学習」等については、新型コロナウイルスの影響により一時中断を余儀なくされておりますが、状況を見極めながら順次再開してまいります。

また、地元への感謝の想いを込めて、2006年から本社ビル周辺の清掃活動を社員が行っておりますが、現在では工場周辺や自社グループ農場がある能古島（福岡市）の海岸にも活動範囲を広げており、地元への恩返しを今後も継続してまいります。

社員の働きがいについては、従来から性別、国籍、採用態様に関係なく、人財の育成、登用を実践してきており、管理職に占める女性比率は2割を超えておりますが、現状に満足することなく、今後も「人的資本への投資と働く環境づくりについて」において詳述する社員一人ひとりが成長を実感して、イキイキと働くことができる環境づくりに取り組み、更に働きがいを向上させてまいります。

③コーポレート・ガバナンスの充実にに向けて

当社では取締役会の実効性を高める目的で、執行役員制度、経営会議の創設等により監督と執行の緩やかな分離を進めてまいりました。今後は以下の項目について充実に図ってまいります。

(1)英語での情報の開示・提供及び議決権電子行使プラットフォームについて

現在、当社では海外投資家の持株比率が1.06%（2021年3月31日時点）と相対的に低い状況にありますが、権利行使に係る環境や実質的な平等性の確保に向け、2022年6月開催予定の第37期定時株主総会より招集通知の英語での開示・提供と議決権電子行使プラットフォームの利用を開始します。

(2)サステナビリティについての枠組みの開示について

気候変動に係るリスク及び収益機会が当社の事業活動や収益等に与える影響を把握し、適切に開示することは経営の重要課題と認識しており、必要なデータの収集と分析を今後行ったうえで、2026年3月までにTCFDまたはそれと同等の枠組みに基づく開示を行ってまいります。

(3)取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模について

現在、当社ではいわゆる「スキル・マトリックス」の開示を行っていませんが、当社の事業特性に応じたスキルの組み合わせ、及びその網羅性について2022年6月開催予定の第37期定時株主総会の招集通知より開示を開始いたします。

7. 人的資本への投資と働く環境づくりについて

当社において企業価値を継続的に高めるためには、お客様と社会と同じように「働く仲間のしあわせ」が必要と考えており、社員一人ひとりが成長を実感して、イキイキと働くことができる環境づくりを重点課題としております。

社員教育については、企業のDNA共有や、より高い人間力の形成等をテーマとして、階層別に求める役割や必要なビジネススキルを習得させる等で、環境の変化に対応しながら課題解決や新しい挑戦ができる自律人財の育成に取り組んでおります。更には、未来への事業継承を実現できるよう、次世代リーダー育成を意識した研修や制度を取り入れており、将来的な幹部育成につながる仕組みづくりにも注力しております。

採用方針としては、定期採用をベースとして積極的にキャリア採用を行っており、多様性の実現を進めております。その中で、定期採用者には着実な成長を求め、キャリア採用者には経営理念とビジョンの共有と共に、即戦力として社内に新しい風を起こす役割を期待しながら社内バランスを取り、会社の成長に向けた変革ならびに進化を図っております。

また、優秀な人財の長期的な確保に向けて、工場や店舗においては社員間で良いところを見つけて「ほめる」表彰制度の導入、オフィスや工場の継続的なリノベーションによる働く環境の整備、リフレッシュ休暇導入による所定休日数の増加、社員が働き方を選択できる制度や人生100年時代をサポートする制度等の具現化を進めております。

働く女性については、法定の産前産後休暇に加えて、子供が5歳になるまで時短勤務を延長可能とし、社員同士で育児をアドバイスするサークルや冊子を作って不安を解消する等、仕事に専念しやすい環境づくりに注力しております。

このような取り組みで「会社の総合力は社員の力の総和」と考え、一人ひとりが長く活躍できるように、経営方針の一つである「会社の発展と社員の豊かな暮らし」に向けて取り組んでまいります。

以上