

しあわせ、つながる

ピエトロ

2025年3月期 第2四半期
決算説明資料

2024年11月13日（水）

証券コード 2818

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

● 目次

1. 25/3期 第2四半期業績	・ 全社（連結）	P. 1
	・ セグメント別	P. 2
	・ 全社（連結） 営業利益増減	P. 6
2. 25/3期 通期見通し	・ 全社（連結）	P. 7
	・ セグメント別	P. 8
3. 25/3期 戦略	・ カテゴリー別	P.10
4. 中長期の取り組み	・ 新工場プロジェクト	P.16
	・ 海外事業（北米・輸出）	P.17
	・ デリカ事業の展開	P.18

【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 第2四半期業績**
(**全社・セグメント別／カテゴリー別**)

増収減益

単位：百万円

項目	24/3期 第2四半期	25/3期 第2四半期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	5,037	5,484	+446	108.8
売上総利益	2,675	2,842	+166	106.2
営業利益	186	97	▲89	52.0
経常利益	187	94	▲93	50.2
親会社株主に帰属する 中間純利益	74	46	▲27	62.7

売上

野菜高騰の影響を受けドレッシング減収も、**パスタ、冷凍、スープ**が伸長し**増収**

利益

ドレッシング減収に加え、パスタ、冷凍、スープの積極的育成に伴う**販促費等の増**により**減益**

単位：百万円

項目	24/3期 第2四半期	25/3期 第2四半期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	3,072	3,311	+239	107.8
営業利益	880	795	▲84	90.4

ドレッシングが野菜高騰で2Q苦戦も、他のカテゴリーは大きく成長

単位：百万円

販売額	24/3期 2Q累計	25/3期 2Q累計	前年比(%)	前期差	備考
ドレッシング	2,770	2,715	98.0	▲54	トッピング商品(PATFUTTE) 71 (前年比 148.3%)
パスタ	547	705	129.0	+158	販促強化によりレトルトソースが大幅伸長
冷凍	191	239	125.5	+48	冷凍パスタが流通、ECの各チャネルで成長を牽引
スープ	76	82	108.3	+6	ECモールが好調に推移
その他	119	187	156.2	+67	北米ドレッシング 116 (前年比 222.9%)
販売額 合計	3,703	3,928	106.1	+225	

※上記は販売額かつ店舗事業セグメントの直販店の数値を含むため商品事業セグメントの数値と合致しません

売上 既存店の好調維持に加え**新店効果**により**増収**

利益 増収に加え前期**不採算店の閉店効果**もあり**黒字拡大**

単位：百万円

項目	24/3期 第2四半期	25/3期 第2四半期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	1,883	2,089	+205	110.9
営業利益	34	48	+14	143.0
内 レストラン売上	1,798	2,026	+228	112.7
内 // 営業利益	57	66	+9	116.3

既存店（直営、FC）、新店とも好調を維持

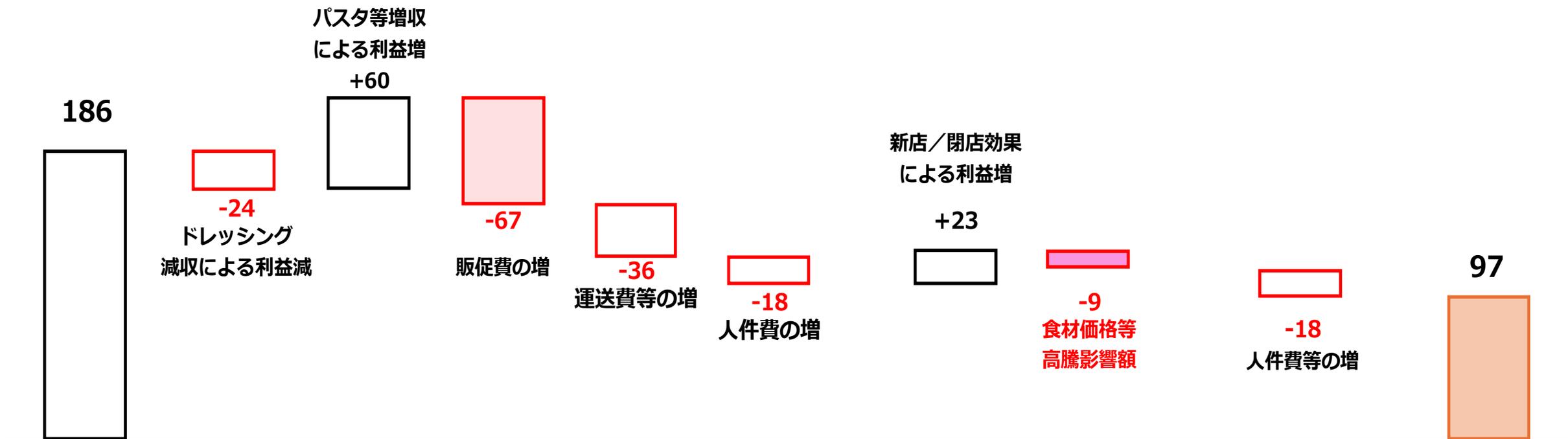
単位：百万円

	24/3期2Q	25/3期2Q	前年比(%)	前期差	
既存店	1,226	1,304	106.4	+78	来店顧客数：2.1%増 顧客単価：4.2%増 (1,493円→1,556円)
新店	214	404	---	+189	23/9期：新潟、札幌、東京ドームシティ 24/3期：浜松、直方、24/9期：横浜、長崎
閉店	0	0	---	0	
その他(MIO)	120	121	101.1	+1	23/9期：大名がーテンシティ
FC	196	219	111.7	+23	来店顧客数：1.0%増 顧客単価：3.7%増 (1,391円→1,442円)
海外	54	0	---	▲54	23年12月：ハワイ店閉店
販売額合計	1,812	2,050	113.1	+237	

※上記は販売額かつ店舗事業セグメントの直販店の数値を含まないため店舗事業セグメントの数値と合致しません

商品事業 店舗事業 全社経費

(単位：百万円)



(営業利益)

2023.9期

(営業利益)

2024.9期



- **2025年3月期 通期見通し**
(全社・セグメント別)

売上は概ね計画どおり

3Q以降は収益改善も挽回には至らず、営業利益以下を**下方修正**

単位：百万円

項目	24/3期 実績	25/3期 当初計画	25/3期 修正計画	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	10,096	10,944	11,000	+903	108.9
売上総利益	5,323	5,849	5,742	+418	107.9
営業利益	218	400	230	+11	105.3
経常利益	201	294	215	+13	106.5
親会社株主に帰属 する当期純利益	109	123	99	▲10	90.2
1株あたり配当（予定）	24円	24円	24円	±0	

増収増益

原材料費上昇もドレッシング回復と販促費の抑制を織込み、
増収増益確保を見込む

単位：百万円

項目	24/3期	25/3期 修正計画	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	6,069	6,707	+637	110.5
営業利益	1,656	1,681	+24	101.5

増収増益

既存店の好調維持を織込み、**増収増益**を見込む

単位：百万円

項目	24/3期	25/3期 修正計画	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	3,859	4,126	+266	106.9
営業利益	24	86	+61	345.1
内 レストラン売上	3,680	3,989	+308	108.4
内 レストラン営業利益	69	119	+49	170.2

● **2025年3月期** **計画**
(カテゴリー別)

- 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**

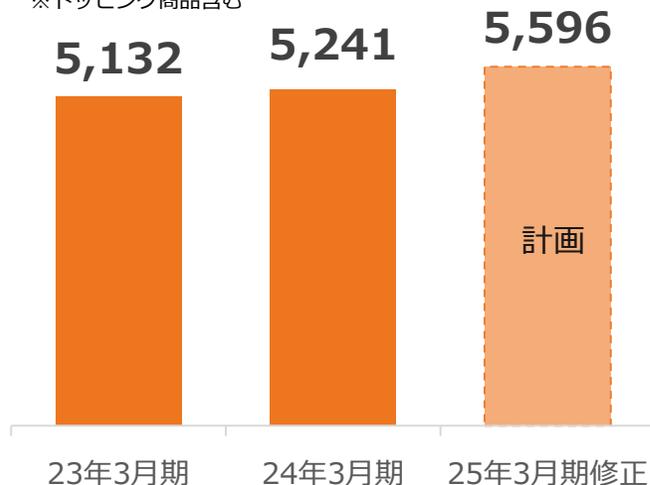
増収計画 販売額 5,596百万円 前期比 106.8%(+354百万円)

＜ 商品価値の認知拡大に取り組む ＞

- ・ 定番の和風しょうゆ2種とトッピング商品を拡販
- ・ 焙煎香りごまを和風しょうゆシリーズに続く定番に育成
- ・ 季節限定の新フレーバー投入によりカテゴリーを活性化

ドレッシング販売額推移 : 百万円

※トッピング商品含む



【和風しょうゆシリーズ】

【トッピング】

【金ごま使用】

【秋冬限定】



和風しょうゆ



和風しょうゆ
グリーン



PATFUTTE
フライドオニオン



焙煎香りごま



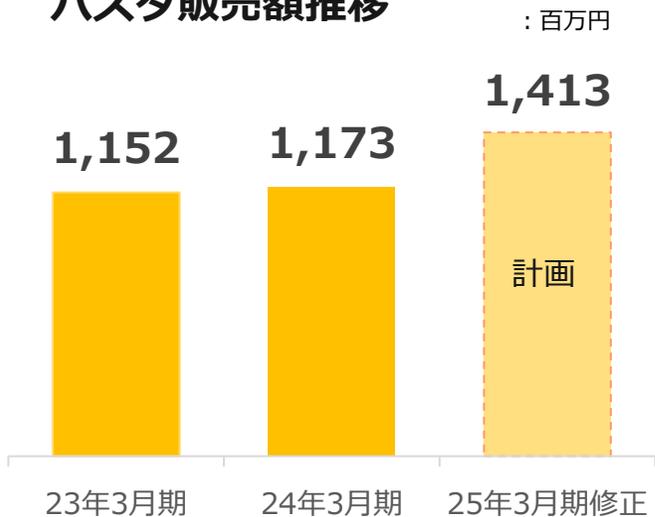
和風しょうが

増収計画 販売額 1,413百万円 前期比 120.5%(+240百万円)

＜ 「レストラン発」の本格派の商品として差別化／訴求 ＞

- ・ 看板商品の「絶望スパゲティ」を中心にレトルトソースを拡販
- ・ 個食タイプのあるだけソースの投入によりカテゴリーを活性化
- ・ プレミアム乾麺AGNESI(アネージ)は200周年キャンペーン販促強化

パスタ販売額推移



レストラン人気メニュー
絶望スパゲティ



レトルトパスタソース
「洋麺屋ピエトロ」



「ピエトロあえるだけ
パスタソース」

伊最古のブランド



ボトル入り
パスタソース
「おうちパスタ」

プレミアムパスタ乾麺
「ピエトロ AGNESI」

増収計画 販売額 540百万円 前期比 127.0%(+115百万円)

< プレミアム冷食のポジション確立へ >

- ・ レストランクオリティの高付加価値商品として、本格アルデンテの pasta を訴求し認知拡大
- ・ 冷凍食品専門店を含む流通と E C (自社および大手モール) で拡販

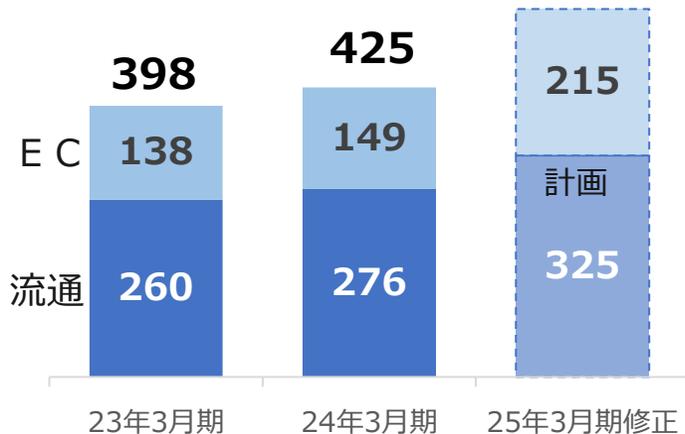
冷凍食品販売額推移

: 百万円

EC販売比率を拡大

540

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 206百万円 前期比 109.2%(+18百万円)

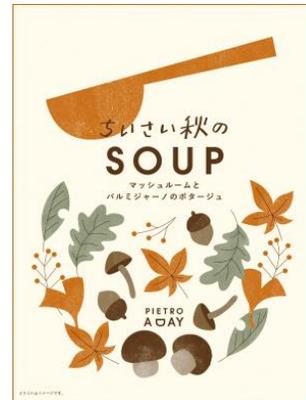
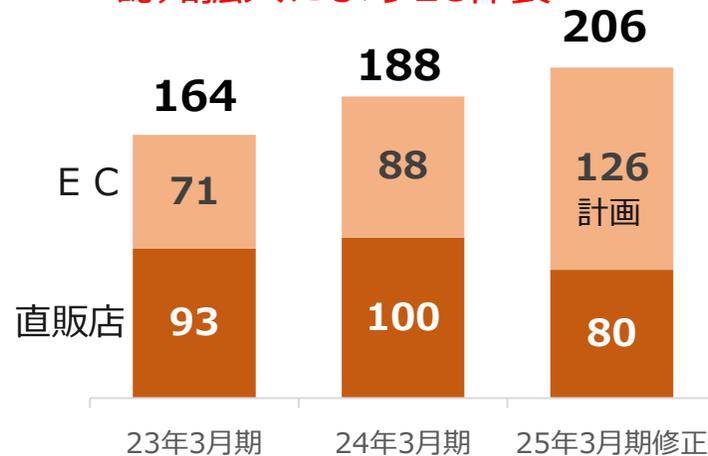
＜ パーソナルギフト市場を深耕 ＞

- ・ 自社チャネル（通販、直販店、レストラン）で販売し商品価値を訴求
- ・ 自社EC、大手ECモールでの拡販を本格化し、ブライダルギフトとしても提案

スープ販売額推移

: 百万円

認知拡大によりEC伸長



季節のスープもラインアップ



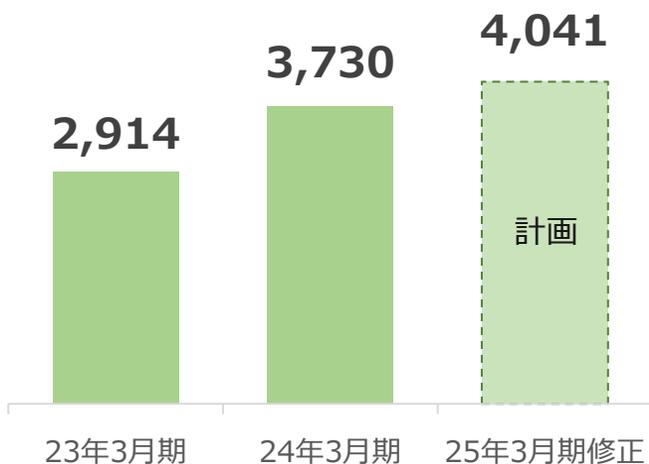
ブライダルギフト例

増収計画 販売額 4,041百万円 前期比 108.4%(+311百万円)

< 顧客満足を追求 >

- ・ 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

レストラン販売額推移 : 百万円



海老とアボカドのバジルクリームソース

顧客単価推移

(年間平均 単位:円)



商品事業を含めたマーケティング拠点として未出店エリアを中心に新店



横浜ワールドポーターズ店

上期 レストラン2店舗を出店

7月4日オープン レストラン 横浜ワールドポーターズ店(横浜市)

9月18日オープン レストラン アミュプラザ長崎店(長崎市)



アミュプラザ長崎店

下期 3月にレストラン1店舗を大阪府内に出店予定

店舗数：2024年3月期 40店 2025年3月期見込 43店

- **中長期の取り組み**
 - ① **新工場プロジェクト**
 - ② **海外事業（北米・輸出）**
 - ③ **デリカ事業の発展**

< 新工場 Pietro Factory Park >

2026年春の工場棟竣工を目指してプロジェクト進行中



※イメージ

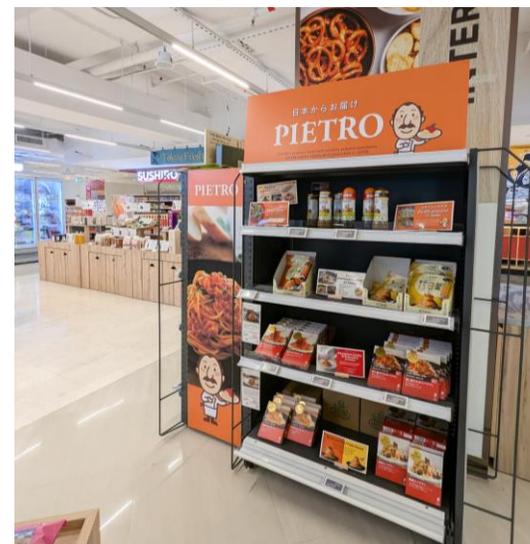
【北米】 大手食品卸／小売への配荷開始
今期は**売上倍増**を計画



北米系流通チェーンの店頭例



【輸出】 アジア諸国を中心に輸出
今期は**売上20百万円**を計画



当社シェフも出演 ライブコマース



【デリカ・フードサービス事業部を新設】

レストラン・クオリティの商品力を武器にソリューションを提供（今期計画2億円）



当社監修のパスタキットの展開例



業務用商材：アネージ・パスタ麺

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>

IR情報サイト

