２０２７年３月期　２Ｑ決算 決算説明会 質疑応答（2026.11.13）

Ｑ１：　「和風しょうゆドレッシング」が好調に推移した要因について

Ａ１：　創業当時から販売している「和風しょうゆドレッシング」は、店頭配荷率がほぼ100%に達しており、九州・首都圏以外のほとんどの地域でもシェアが伸長しています。エリアマーケティングによるファンの拡大に加え、今年は全国ネットのテレビ番組でもお取り上げられたことで、各地域での商品認知が高まったことも要因と考えています。また従来から店頭配荷率が高かった九州・首都圏でも販売回転率が上昇しています。
　さらに「和風しょうゆドレッシング」の好調が他のドレッシングの売上にも波及しています。レストランでの「おかわりサラダ」の施策など、実際に商品を味わっていただく機会が増えていることも、ドレッシング全体の販売拡大につながっています。

Ｑ２：　消費減税を見据えた店舗事業の対応策について

Ａ２：　消費減税による外食への影響は、一時的にはあるものの、長期化するものではないと考えています。一方で、お客様がお店を選ぶ傾向は今後さらに強まると見ています。そのため、「また来たい」「おいしかった」とお客様に満足していただくことが最も重要だと考えています。一時的な値下げによる集客ではなく、商品やサービスの価値を高め、お客様に選ばれ続けるための取り組みを進めていきたいと考えています。

Ｑ３：　野菜価格の高騰によるドレッシングの売上への影響について

Ａ３：　おかげさまで当社のドレッシングは多くのお客様にご支持をいただいており、野菜価格の高騰がある中でも、売上は現在のところ好調に推移しています。ドレッシング市場全体は厳しい状況にありますが、当社の営業活動は順調に成果につながっています。

Ｑ４：　新工場の稼働と &PARK について

Ａ４：　新工場への移転は８月末に完了し、現在は全商品を新工場で生産しています。大きな問題もなく本格稼働しており、今後は細部の調整を進めながら、さらなる生産効率の向上を目指してまいります。
　&PARK については、多くの方から関心をお寄せいただいており、現在、最終的な企画を進めています。単にものづくりを見ていただくだけでなく、想いやこだわりも伝えられる施設を目指しています。見学コースは全予約制・有料とする予定で、来場された方に十分満足していただける内容を検討しています。また、併設レストランでは、限定メニューや地元・古賀市の食材を活用した特別メニューの提供を予定しています。

Ｑ５：　消費減税実施による影響や課題について

Ａ５：　消費減税によって、今後はメリハリ消費が一層顕著になると考えています。外食を控える動きがある一方で、特別な日の外食や、家庭で少し贅沢な食事を行う需要は引き続きあると見ており、当社のプレミアム商品などのニーズにもつながると考えています。また、レストランにおいても、サービスの質を高めることで付加価値を認めていただけると考えています。
　消費減税の効果は限定的と捉えており、重要なのはお客様から選ばれ続ける商品や店舗づくりを行うことです。今後もプレミアム商品の拡充や品質向上、ブランディング強化、ファンづくりに注力してまいります。

Q６：　海外子会社 PIETRO NORTH AMERICA, INC.による譲受事業（生産工場）の詳細について

A６：　工場の規模は 2,000 ㎡以下と比較的小規模で、パスタソースやスープ、調味料などを製造しています。当社向けには、まずドレッシングの製造を開始する予定です。また、先方の既存商品にも販売実績のあるものがあるため、販売を継続する予定です。また当社のパスタソースは現地での試食でも好評で、アメリカにはない味として販売の可能性を感じており、将来的には「ジャパニーズパスタソース」として商品開発を進めていきたいと考えています。従業員数は 10 名強で、正社員は３～４名、その他はパート従業員で構成されています。

Q７：　海外子会社で製造・販売する商品の開発について

A７：　事業を譲り受ける CUCINA FRESCA, INC のオーナーは元シェフで、工場の運営から商品開発、製造まで幅広く携わっています。今後は同氏を中心に現地での開発を進め、当社の開発部門と連携していく予定です。アメリカの消費者の嗜好を熟知した現地パートナーと協力できることは、大きな強みになると考えています。

Q８：　米国の中間選挙の結果による北米事業への影響について

A８：　現時点では大きな影響はないと考えています。