しあわせ、つながる

ピエトロ

2027年3月期　第２四半期
決算説明資料

2026年11月13日（金）

証券コード　2818

https://www.pietro.co.jp/

目次

- **27/3期 第２四半期業績**
  - 全社（連結）
  - セグメント別
  - 全社（連結）営業利益増減
- **27/3期 計画**
  - 全社（連結）
  - カテゴリー別
- **来期に向けて**
  - 黒字化に向けた取り組み

【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。

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

2027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）

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

増収、営業・経常増益（上半期の過去最高売上を更新）

単位：百万円

項目	26/3期 第２四半期	27/3期 第２四半期	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	6,010	6,708	+697	111.6
売上総利益	3,055	3,240	+185	106.1
営業利益	67	93	+25	138.3
経常利益	▲30	22	※1 +52	―
親会社株主に帰属する中間純利益	▲44	▲41	※2 +3	―

※1 前期は新工場投資の借入手数料49　※2 前期の税効果会計の影響等により当期の法人税等が19百万円増加他

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

● 商品事業セグメント

増収減益

売上

国内：特に**ドレッシングが好調**に推移し**増収**
北米：主要ＥＣモールにおいて商品切り替えにより一時的に**減収**

利益

国内：増収も**原材料・資材高騰、減価償却費、移転費用影響**により**減益**
北米：**原価率上昇**に加え、**販促費増**により**損失拡大**

単位：百万円

項目	26/3期 第2四半期	27/3期 第2四半期	前期 増減額	前期比 (%)
国内 売上高	3,412	3,899	+486	113.8
北米 売上高	94	91	▲3	96.8
売上高 合計	**3,507**	**3,991**	**+483**	**113.8**
国内 営業利益	839	737	▲102	87.8
北米 営業利益	▲52	▲76	▲23	-
営業利益 合計	**787**	**660**	**▲126**	**84.0**

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

● 商品カテゴリー別販売額内訳

単位：百万円

販売額	25/3期 2Q累計	26/3期 2Q累計	前期比(%)	前期差	備考
ドレッシング	2,870	3,306	**115.2**	**+435**	和風しょうゆ+262(115%) うま塩+108、プレミアム系+62
パスタ	714	731	102.4	+17	レトルトソース好調+26(110%) 液状ソースは前年拡販の反動減
冷凍食品	285	341	**119.6**	**+56**	パスタ+28(120%)と ドリア・グラタン+10(163%)が牽引
スープ	86	101	**117.1**	**+14**	ＥＣ(自社、大手モール)好調
ﾃﾞﾘｶ･ﾌｰﾄﾞｻｰﾋﾞｽ	108	136	**126.0**	**+28**	業務用供給先拡大
海外	111	118	106.1	+7	北米 ▲3(96.8%)、輸出 +10(159%)
その他	66	65	98.4	▲1	企画品、セット品等
販売額合計	**4,244**	**4,802**	**113.1**	**+557**	※店舗事業セグメントの物販販売額を含む

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

増収増益

売上 **既存店の好調維持**に加え、新店やメディア露出の効果が重なったことで来店顧客数が増加し**増収**

利益 **増収**による増益に加え、前期の不採算店**閉店効果**もあり大幅**増益**

単位：百万円

項目	26/3期 第2四半期	27/3期 第2四半期	前期増減額	前期比（%）
売上高	2,413	2,625	+211	108.8
営業利益	46	183	+138	398.1

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

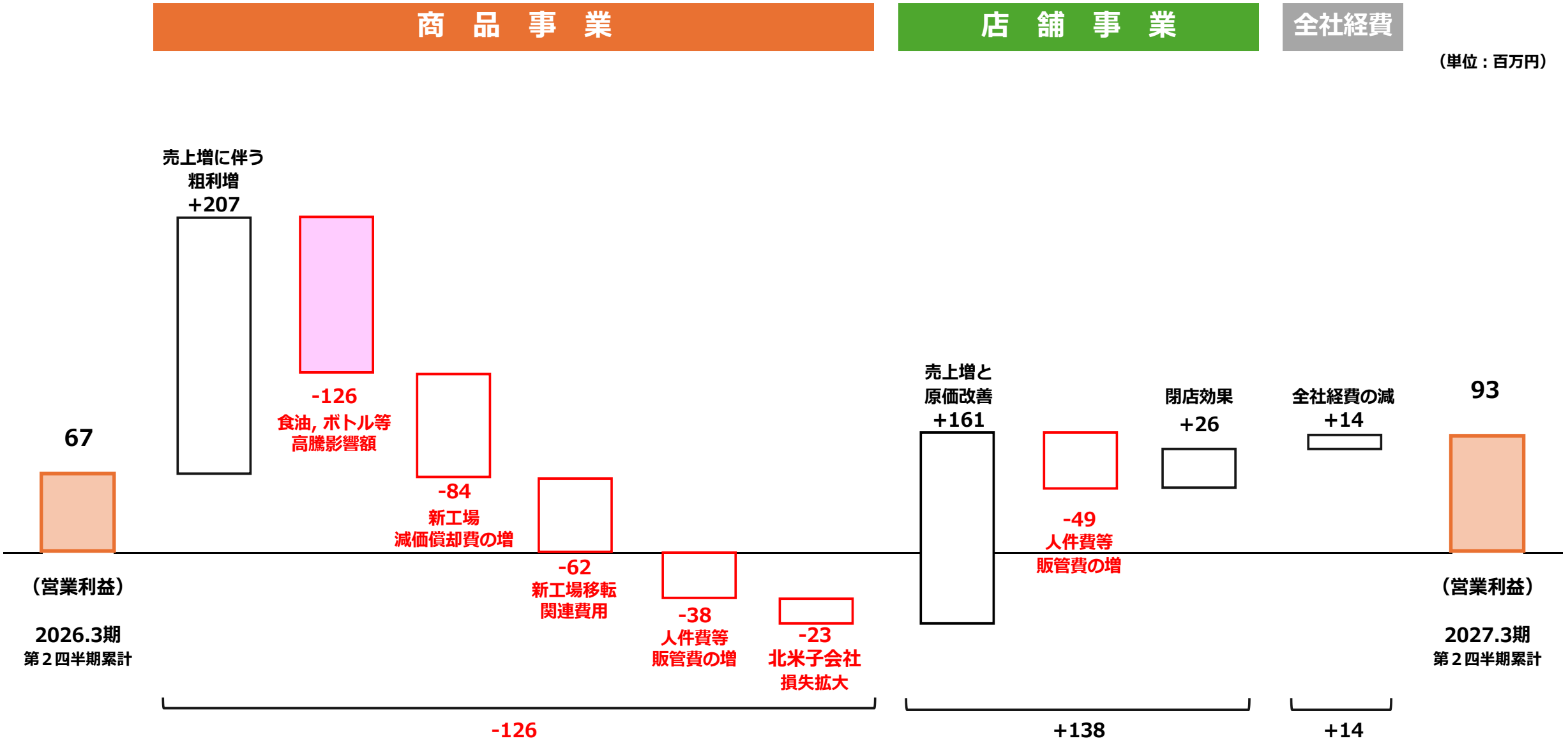
レストランカテゴリー販売額内訳

単位：百万円

販売額	26/3期 2Q累計	27/3期 2Q累計	前期比（%）	前期差	備考
既存	1,961	**2,153**	109.8	+192	顧客数：4.4%増 顧客単価(累)：+81円(1,565円→1,646円)
新店	89	**214**	240.4	+125	26/3期：名取(宮城)、須坂(長野) 27/3期：四條畷(大阪)
閉店	108	22	20.4	▲86	26/3期：豊洲(東京)、MIO大名(福岡) 27/3期：MIO天神地下街(福岡)
ＦＣ (食材・ロイヤリティ等)	238	**237**	99.6	▲1	既存店顧客数：0.5%減（福岡大牟田店閉店、熊本地震による はません店休業影響） 客単価(期)：+59円(1,477円→1,536円)
販売額合計	**2,396**	**2,626**	**109.6**	**+230**	※直販店の物販販売額を含まない

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

全社（連結）営業利益増減



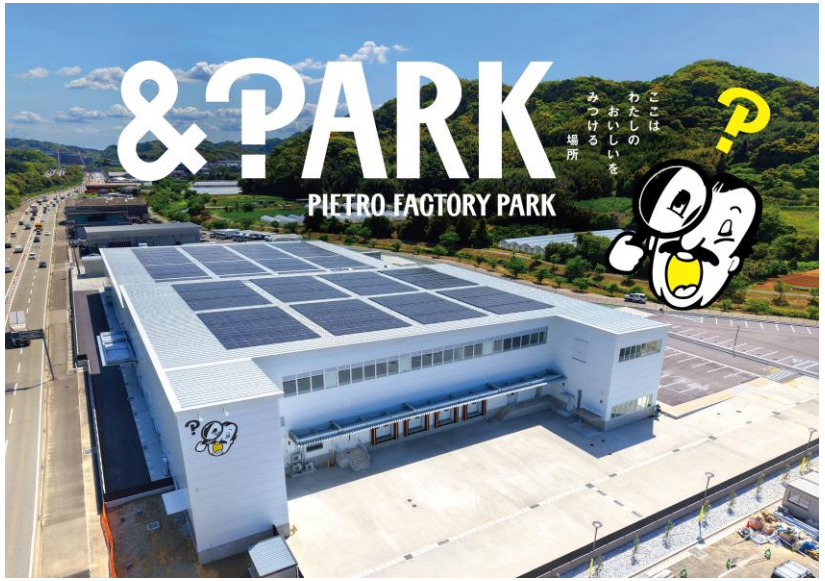
Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

2027年3月期　計画
全社（連結）

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

● 新工場の現況と計画

当初の計画どおり、2026年9月から
新工場での完全稼働を開始



2026年10月より新工場建設の最大の目的である
効率化に向け、本格的な取り組みを開始



＜今後の新工場スケジュール＞

2027年4月9日 ＆PARK フルオープン
（レストラン、一般見学施設）

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

増収減益　売上を上方修正も営業利益据え置き

単位：百万円

項目	27/3期 当初計画	27/3期 今回計画	26/3期 実績	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	12,500	13,000	12,146	+853	107.0
売上総利益	6,117	6,300	6,112	+187	103.1
営業利益	70	70	197	▲127	35.5
経常利益	▲110	※1 ▲110	53	▲163	–
親会社株主に帰属する当期純利益	▲141	▲171	▲32	▲138	–
１株あたり配当（予定）		24円	24円	±0	

※1 経常利益段階：借入利息増

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

連結業績計画　商品事業セグメント

増収減益

国内の売上は引き続き好調
利益では、国内は価格改定および原材料影響などを見込む
北米は新たな生産体制の移行を優先し、来期からの利益改善図る

単位：百万円

項目	26/3期	27/3期 計画	前期 増減額	前期比 (%)
国内 売上高	6,920	7,492	+571	108.3
北米 売上高	173	203	+29	116.8
売上高 合計	**7,094**	**7,695**	**+600**	**108.5**
国内 営業利益	1,662	1,429	▲233	86.0
北米 営業利益	▲125	▲141	▲15	-
営業利益 合計	**1,536**	**1,288**	**▲248**	**83.8**

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

増収増益

既存店、新店ともに好調維持
原価改善策を推進し、さらなる収益性の向上を図る

単位：百万円

項目	26/3期	27/3期 計画	前期 増減額	前期比 (%)
売上高	4,871	5,125	+253	105.2
営業利益	147	314	+166	212.4

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

2027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
⑥デリカ・フードサービス
⑦海外

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

事業計画①　ドレッシング

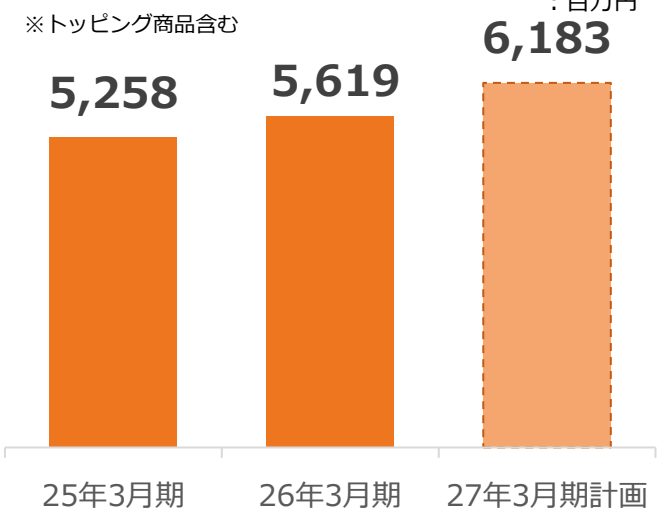
増収計画　販売額 6,183百万円　前期比 110.0%(+563百万円)

＜ 商品価値の訴求を継続 ＞

- 主力フレーバーとプレミアムシリーズに加え、新商品投入により売上拡大に繋げる
- 原材料、資材価格高騰に対処するため2027年1月から価格改定

ドレッシング販売額推移　：百万円

※トッピング商品含む



【主力フレーバー】



和風しょうゆ　グリーン和風しょうゆ　焙煎香りごま　うま塩

【プレミアムシリーズ】　【九州限定】



プレミアムオニオン　プレミアムフレンチ　ゆず

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

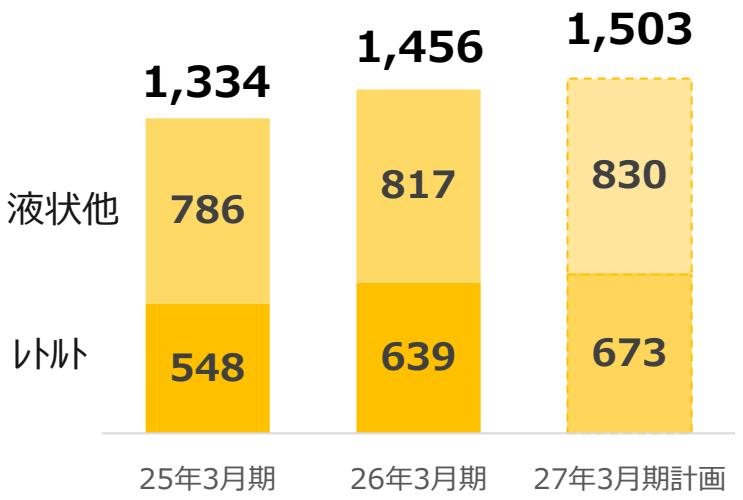
事業計画②　パスタ

増収計画　販売額 1,503百万円　前期比 103.2%(+47百万円)

＜「レストラン生まれ」の味や具材感を訴求して差別化＞

- 好調のレトルトソースはプレミアムラインを拡充し拡販
- 液状ソースはボトル入りと個食タイプをチャネルに合わせて展開

パスタ販売額推移　：百万円



PREMIUM パスタソース
「至福の粒立ち 博多明太子 カルボナーラ」



レトルトパスタソース
「洋麺屋ピエトロ」



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」

当社レストラン使用



プレミアムパスタ乾麺
「ピエトロ AGNESI」

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

事業計画③　冷凍食品

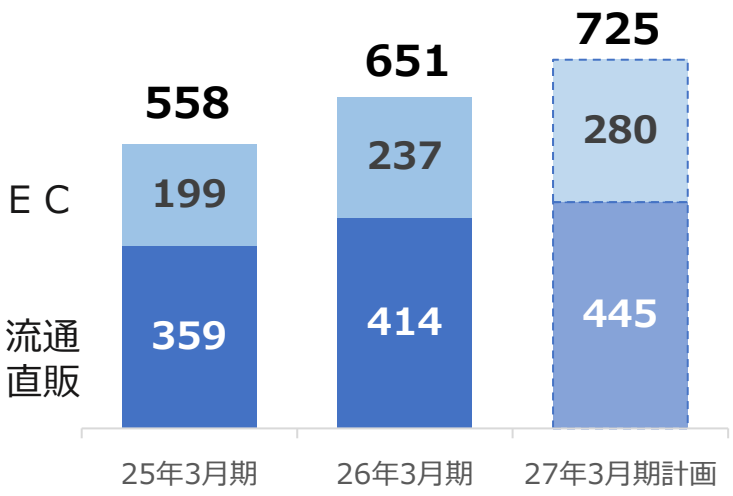
増収計画　販売額 725百万円　前期比 111.3%(+73百万円)

＜ 高付加価値冷凍食品のブランド確立を目指す ＞

・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（高質店と専門店を中心に配荷1,000店超）とＥＣ（自社・大手モール）で拡販

冷凍食品販売額推移　：百万円





「洋麺屋ピエトロ」
冷凍パスタ
糸ひきモッツァレラ
チーズのトマトソース



「洋麺屋ピエトロ」
冷凍ドリア
なすとミートソースのドリア

NEW　自社EC限定
期間限定



贅を極めた蟹と
蟹みそのトマトソース

NEW　自社EC限定
期間／数量限定



2つのお食事パイ
セット

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

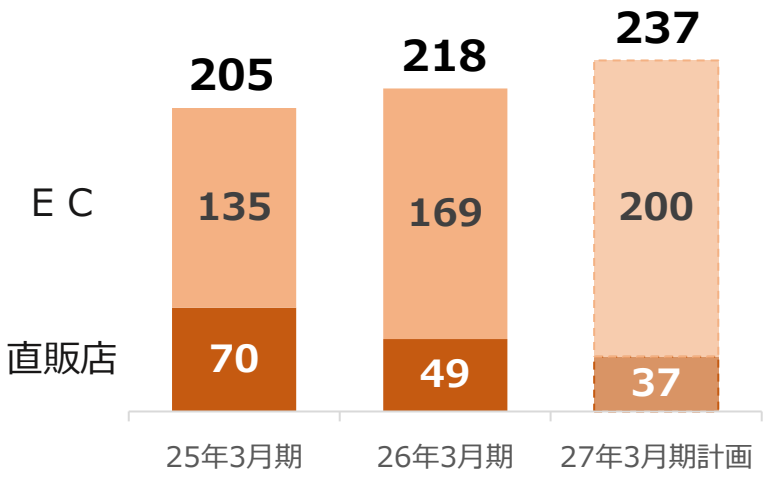
増収計画　販売額 237百万円　前期比 108.9%(+19百万円)

＜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／ＥＣ）の他に大手ＥＣモールとライフスタイルショップや他社とのコラボ販売で拡販

・プチギフトやお土産ニーズに訴求

スープ販売額推移　：百万円





”おめでとう”のスープギフト<5食>



三日月屋様でコラボスープを販売

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

● 事業計画⑤　レストラン

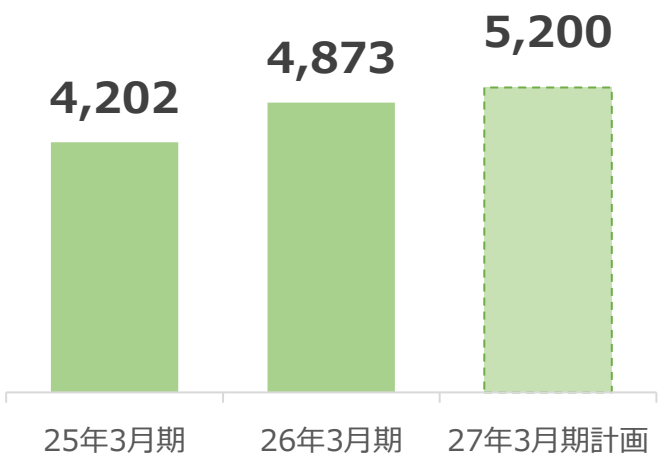
増収計画　販売額 5,200百万円　前期比 106.7%(+327百万円)

＜ 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（店舗の人員体制見直し、研修、待遇改善）を継続

・和のテイストのパスタやサラダで+αの価値を提供

レストラン販売額推移 ：百万円





店舗研修



ピエトロ名物「なす辛」

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

● 事業計画⑤　レストラン

＜ 出店の継続と物販の強化 ＞

- 年２～３店程度の出店戦略を継続
- 店舗でのブランド体験を流通につなげ商品事業とのシナジーを追求
  → リアル店舗を持つ強みを最大限活用：「おかわりサラダ」など
  → 商品の こだわり やお薦めの食べ方等を訴求し店頭物販にも注力

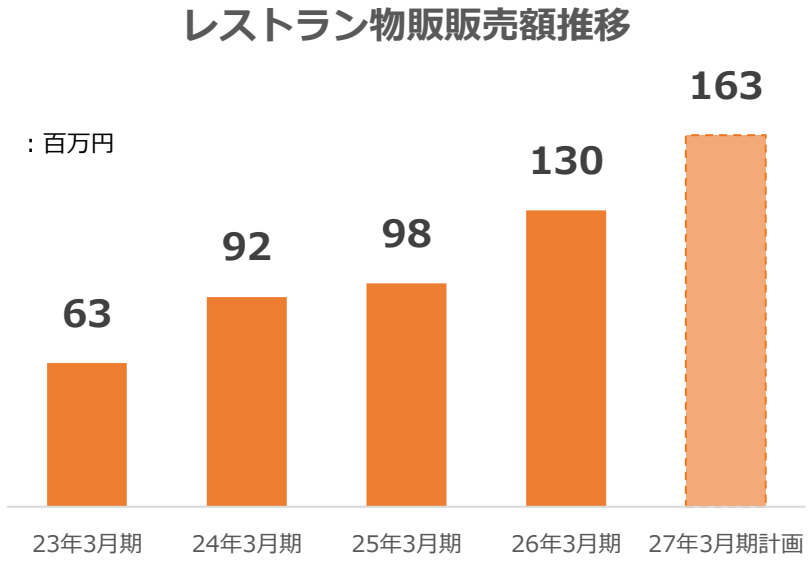


ドレッシングを選べる
おかわりサラダ

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

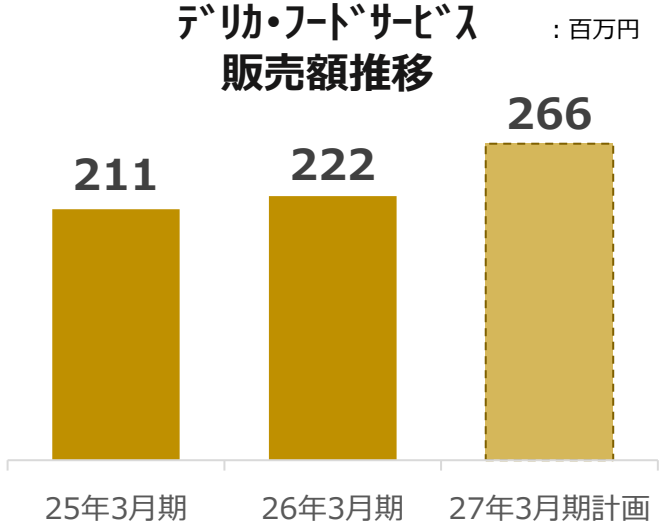


Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

増収計画　販売額 266百万円　前期比 119.9%(+44百万円)

＜ レストラン発の商品群でＢtoＢ事業領域に本格参入 ＞

・人手不足に課題感を持つさまざまな業界（デリカ惣菜、事業給食、ラグジュアリーホテル等）に向けて、レストランクオリティの商品群と調理オペレーションノウハウを組み合わせたソリューションを展開中





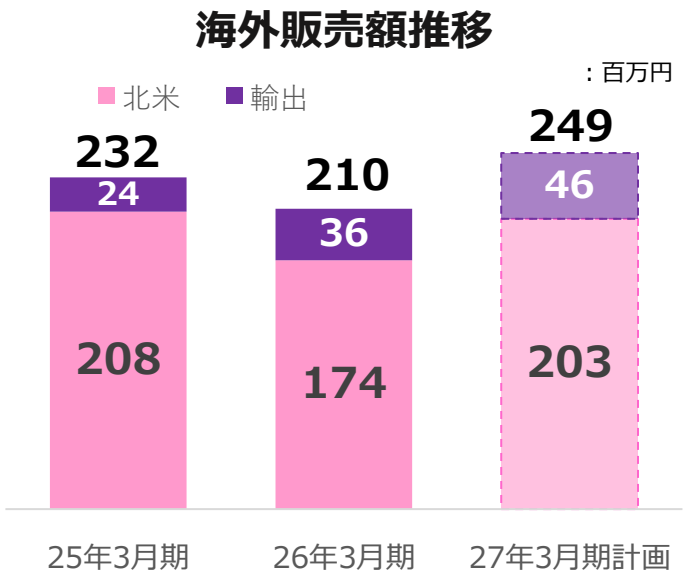
イメージ画像

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

増収計画　販売額 249百万円　前期比 118.7%(+39百万円)

＜ 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：製造工場取得により来期以降の黒字転換を目指す
・輸出：主にアジア諸国向けにパスタソースと冷食を中心に拡販





前期ボトル変更を機に北米ドレッシング拡販中



シンガポール流通店頭例



ライブコマース

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

黒字化に向けた取り組み

1．継続的な売上成長による収益基盤の強化
⇒カテゴリーごとの戦略を推進し、着実な売上拡大を目指す

2．新工場の本格稼働による生産効率の向上
⇒新工場の生産体制を最適化し、原価低減を図る

3．タイムリーな価格改定による適正利益の確保
⇒コスト上昇など、環境変化に即した対応を継続

4．海外子会社の収益改善
⇒製造工場取得による原価改善、商品リニューアルによる販売強化

来期以降の黒字化を見込む

Copyright© PIETRO GROUP. ALL RIGHTS RESERVED.

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　事業推進室長　池田章朗
TEL／092-724-4925　FAX／092-751-4352
E-mail ir@pietro.co.jp　URL https://www.pietro.co.jp

ＩＲ情報サイト