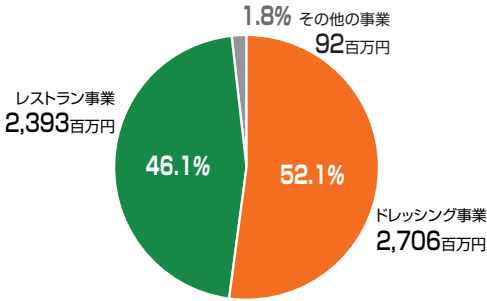


Business Segment Overview

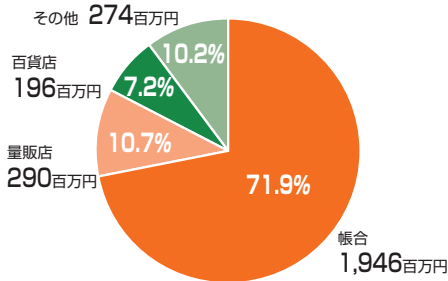
セグメント別の概況



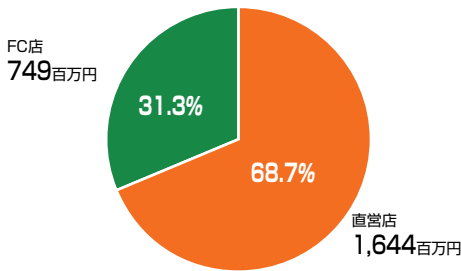
● セグメント別売上構成比 5,192百万円



● ドレッシング事業 販売チャネル別売上構成比 2,706百万円

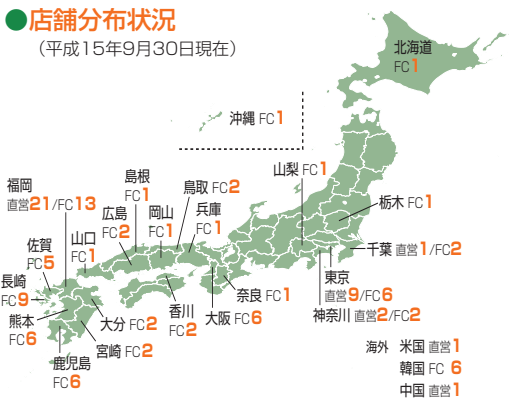


● レストラン事業売上構成比 2,393百万円



● 店舗分布状況

(平成15年9月30日現在)



● ドレッシング事業

ドレッシング事業におきましては、市場競争が一段と激化するなか、首都圏での販売強化、メニューの提案や試食販売等の積極的な販売活動を行いました。平成15年2月に発売した「ノンオイル」シリーズが好調に推移しており、首都圏での売上高も増加いたしました。さらに、平成15年9月には、新製品としてドレッシング「たまねぎフレンチ」とスパドレ「たらこマヨネーズ」「たっぷりトマト」「ジェノベーゼ」の4種類を発売し、同時にスパドレ「ごま醤油ガーリック」をリニューアル発売するなど、一層の収益の向上に努めました。その結果、売上高は27億6百万円(前年同期比1.7%増)、営業利益は製造原価の低減や経費の効率化に努めた結果、9億70百万円(前年同期比27.4%増)となりました。

● レストラン事業

レストラン事業におきましては、企業間競争が激化して、各社とも既存店売上高の長期低落傾向が続いているなか、当社グループは既存店の活性化と収益性の改善に努めました。直営店におきましては、不採算店1店舗を閉店する一方で、新規1店舗の出店及び3店舗のリニューアルを実施し、集客力のアップと売上高の向上に努めました。また、FC店におきましては、新規出店は1店舗に抑え、既存店舗の活性化を図るため、店舗管理の指導強化に努めました。しかしながら、レストラン事業の売上高は23億93百万円(前年同期比2.4%減)にとどまり、販売促進費やミオミオ事業の開発費用等の増加により営業損益は73百万円の損失となりました。

スタイル別の店舗の推移

() 内は、内数で海外店舗数

スタイル	平成15年3月末	増	減	平成15年9月末	
洋 麵 屋	直営店	7 (1)	1 (1)	1	7 (2)
	FC店	62 (5)	1	1	62 (5)
バルコナー	直営店	14	—	—	14
	FC店	14	—	—	14
ミ オ ミ オ	直営店	13	1	—	14
	FC店	4 (1)	—	—	4 (1)
合 計	直営店	34 (1)	2 (1)	1	35 (2)
	FC店	80 (6)	1	1	80 (6)
計	114 (7)	3 (1)	2	115 (8)	

(注) 上海皮艾特罗(シャンハイピエトロ)餐飲有限公司を、平成15年8月に設立いたしました。なお、同社の中間決算日である平成15年6月30日時点では未設立であったため、連結の範囲には含めておりません。

● その他の事業

その他の事業の売上高は、本社ビルのテナント賃料等が92百万円となりました。