

セグメント別の概況

食品事業

● Food

食品事業におきましては、従来の売上高確保のための販売促進費を多用した営業を改め、ブランド向上策のひとつとして、店頭での試食販売等による「美味しさ」の企画提案に注力するなどにより、主力のドレッシングのみならず、その他の商品の育成にも努めてまいりました。

また、商品開発面では、平成18年秋および平成19年春の新商品として、「ピエトロドレッシンググリーン」と「ノンオイル梅しそ」を発売いたしました。特に、「ピエトロドレッシンググリーン」につきましては、お客様の健康志向の高まりにマッチした商品として大変好評をいただき、売上も順調に増加しております。さらにブランドイメージの向上と認知度拡大のため、新テレビCMシリーズを平成18年5月から実施いたしました。

以上の結果、売上高は45億78百万円(前期比4.2%減)、営業利益は15億6百万円(前期比5.8%減)となりました。



ピエトロドレッシンググリーン

した。ブランド確立のための営業方針変更で前期比減収・減益となりましたが、下半期に入り新しい営業方針が浸透し、ブランドの回復・向上が徐々に果たせ、次期につなげることができました。



ノンオイル梅しそ

レストラン事業

● Restaurant

レストラン事業におきましては、短期間で利益改善が見込めない8店舗の閉店を断行する一方、お客様の健康志向の高まりに応えた“野菜が主役”の新業態レストラン「ピエトロベジエ」を平成18年7月に開店いたしました。

また、既存店におきましては、販売促進費をかけた集客ではなく、お客様を飽きさせない季節メニューの展開と「味・雰囲気・サービス」の揃った店舗運営に努めてまいりました。この結果、既存店売上高も回復基調となってまいりました。

さらに経費面では、販売促進費の抑制に加え、人員配置の効率化による人件費削減に取り組まれました。

一方、FC(フランチャイズ)店におきましては、前期に引き続きロイヤリティの逓減を拡大し、FC店オーナーへの経営支援と出店意欲の向上を図ってまいりました。これらにより新規出店5店舗を果たすことができました。

以上の結果、売上高は46億25百万円(前期比9.4%減)、営業利益は39百万円(前期は1億15百万円の営業損失)となりました。不採算店舗閉店により減収となりましたが、利益面では大きく改善することが出来ました。

店舗推移

(単位:店舗)

	平成18年3月末	増加	減少	平成19年3月末
直営店	38(2)	3(-)	10(-)	31(2)
FC店	70(6)	7(2)	17(5)	60(3)
合計	108(8)	10(2)	27(5)	91(5)

※()内は、内数で海外店舗数



ピエトロベジエ
●所在地/福岡市早良区百道浜1-3-72
ハイアットプラザ内
●電話/092-847-9500

その他の事業

● Other

その他の事業におきましては、本社ビルの賃貸事業の入居者の期中入退居等により、売上高は2億7百万円(前期比5.1%減)、営業利益は1億12百万円(前期比6.6%減)となりました。

売上構成比

