

# 営業の概況

## ■ 食品事業

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、店頭での試食販売等による「美味しさ」の企画提案に注力し、主力のドレッシングのみならず、その他の商品の定番化と拡販に努めてまいりました。また、今秋の新商品として“美味しいのに低カロリー”の「ピエトロドレッシンググリーン」を9月に新発売いたしました。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5月から実施いたしました。

この結果、売上高は24億77百万円（前年同期比5.2%減）となり、営業利益は広告宣伝費の重点投入等もあり8億70百万円（前年同期比11.8%減）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、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、販売促進費の効率的な投入と人員配置の見直しによる人件費の効率化を図り、経費の削減に努めてまいりました。

この結果、売上高は23億70百万円（前年同期比7.9%減）となりましたが、営業利益は41百万円（前年同期は46百万円の営業損失）となりました。

なお、平成18年9月末現在の店舗数は次のとおりであります。

単位：店舗

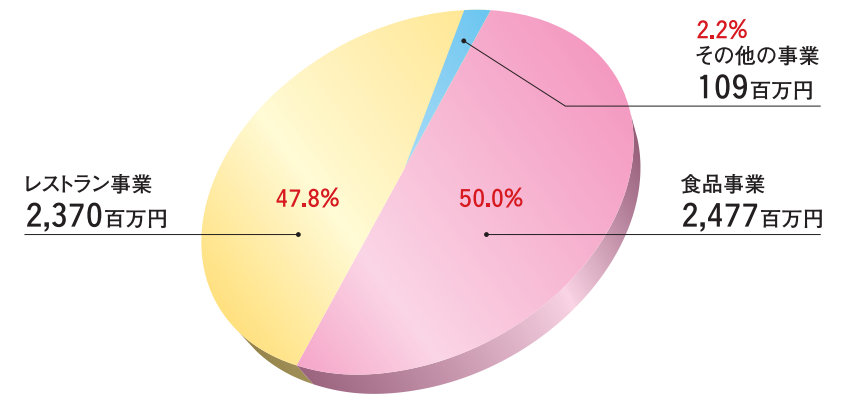
	平成18年3月末現在	増加	減少	平成18年9月末現在
直営店	38 (2)	2 (-)	8 (-)	32 (2)
FC店	70 (6)	5 (2)	6 (1)	69 (7)
合計	108 (8)	7 (2)	14 (1)	101 (9)

※( )内は、内数で海外店舗数であります。

## ■ その他の事業

その他の事業の売上高は、1億9百万円（前年同期比9.9%増）、営業利益は61百万円（前年同期比10.3%増）となりました。

### ● セグメント別売上構成比



### ● 店舗分布状況 (平成18年9月30日現在)

