

## セグメント別の概況

### ◆ 食品事業

Food Business



食品事業におきましては、消費者の低価格志向が高まる一方で、健康志向など品質に対する関心が高まる中、ブランド重視の販売戦略の継続と、健康志向の高品質商品の開発に取り組んだことから、主力ドレッシングを中心に好調に推移いたしました。

商品別では、ピエトロドレッシング、ライトタイプ、グリーン的主力ドレッシングが売上の約8割を占める柱ではありますが、内食への回帰もあり、スパドレやパスタソースなどのパスタ関連商品も堅調な伸びを示しました。

また、日清オイリオグループの健康オイルと厳選した

2種類の塩を使用した2009年の秋の新商品「たまねぎと塩」やコレステロールゼロの油を使った2010年の春の新商品「香り青じそ」など健康志向のドレッシングも順調な伸びを示しました。

利益・コスト面につきましては、売上増加による収益の増加や広告宣伝費などの販売管理費の削減、また、食用油などの原材料価格が低下したことなどにより、大幅に収益改善を図ることができました。

この結果、売上高は前期比5.5%増加の46億7千万円、営業利益は前期比36.6%増加の14億9千8百万円となりました。

### topics トピックス

#### 「ピエトロのスパドレ」全7種類リニューアル新発売！

2010年は、ドレッシングに次ぐ「第2の柱」として、発売から10年になるスパドレを中心とした「パスタ関連商品」の販売を強化してまいります。

そのため、3月に、スパドレの使い方を商品名に反映させて「ゆでたパスタにまぜるだけスパドレ」と変更し、新発売いたしました。パッケージもお皿に盛り付けたパスタを載せることで、使い方をよりわかりやすくいたしました。



### ◆ レストラン事業

Restaurant Business



レストラン事業におきましては、消費者の節約志向により外食業界を取り巻く環境はまだ厳しいものがあります。そのような中で、不採算店の閉鎖と首都圏のFC運営会社の子会社化など、レストラン事業の再構築を実施いたしました。

一方、既存店の活性化策といたしまして、持ち帰りショップ「デリ」の設置など物販の強化、店舗の立地に応じたモーニングの実施、ドッグカフェの設置やペットフードの販売などペット関連サービスの充実を図りました。

また、創業30周年にちなんで、30円サラダのご提供やお食事券30%還元など、お客様に感謝の気持ちをお伝えするキャンペーンを実施いたしました。

以上、いろいろな既存店活性化策を実施いたしました。不採算店の閉鎖の影響もあり、売上高は前期比13.7%減少の34億9千万円となりました。

しかしながら、利益面では不採算店を閉鎖したこと、販促費などの販売管理費の削減を行ったことなどにより、営業損失は前期と比べ6千2百万円改善して、1億8百万円となりました。

#### 店舗推移

	2009年 3月末	増加	減少	子会社化 調整	2010年 3月末
直 営 店	35 (1)	3 (-)	13 (-)	+10	35 (1)
F C 店	48 (1)	— (-)	4 (-)	△10	34 (1)
合 計	83 (2)	3 (-)	17 (-)	—	69 (2)

(注) 1. ( ) 内は内数であり、海外店舗数であります。  
2. 2009年3月末にFC店に計上していた店舗のうち10店舗について、その運営会社を子会社化したことにより、2010年3月末は直営店に計上しております。

### topics トピックス

#### 新グランドメニュースタート！

2010年12月9日に創業30周年を迎えるにあたり、4月23日より福岡市内および近郊を皮切りにグランドメニューをリニューアルいたしました。

創業当時からお客様に長年愛されている人気メニューはもちろん、復刻パスタメニューや厳選した素材を使用したプレミアム感のある贅沢な味わいの「プレミアムパスタ」を新しく投入いたしました。

パスタ専門店としてピエトロの原点を大切に、さらにお客様にご満足いただける内容のメニューを「感謝」の気持ちをこめてお届けいたします。



#### 売上構成比

