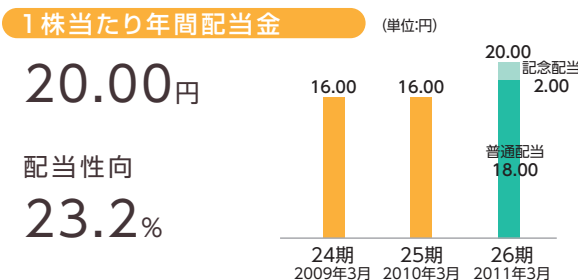
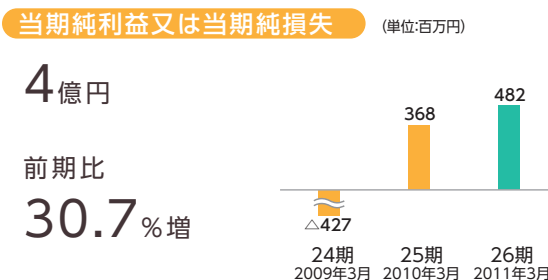
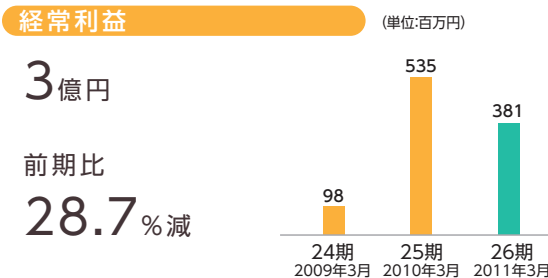
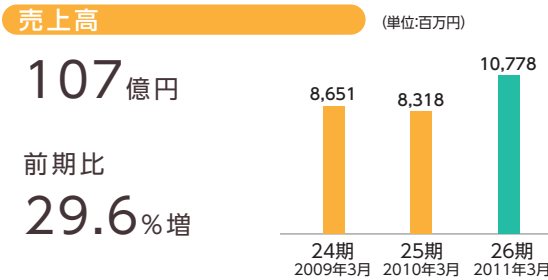


ドレッシングは伝統のレシピで
今も寸胴鍋単位で仕込まれる。



ピエトロのドレッシング工場が「大きな厨房」と呼ばれているのは、一軒のレストランのオープンキッチンから始まったことに由来しています。大量生産とはいえ、基本的なレシピ、作り方はその当時から変わっていないからです。大きなタンクではなくレストラン厨房用の寸胴鍋を使っているのも、厨房で手作りでドレッシングを仕込んでいた味を忠実に再現するためです。一つの寸胴鍋からは、280mlのボトルで約170本分しか作れません。効率を求めるのではなく、「少しずつたくさん」作っているのは、伝統の味を守るために絶対に譲れないこだわりがあるから。こうして「大きな厨房」からは、年間に1,700万本ものドレッシングが作り出されています。



株主の皆様におかれましては、
格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。
ここに当社2011年3月期の
事業の概況についてご報告申し上げます。

●事業の概況

当社グループは、「おいしさ」と「健康」を意識した付加価値の高い商品やサービスのご提供に取り組んでまいりました。また、創業30周年を記念したキャンペーンの展開や情報の発信をとおして、お客様への感謝の気持ちを表すとともに、ブランド価値の一層の向上を図ってまいりました。なお、東日本大震災による被災状況につきましては、一部のレストラン店舗で軽微な損傷を受けたものの、当社グループの財産に重要な影響を及ぼすものではありません。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は、食品事業が堅調な伸びを示すとともに、通信販売事業が大きく伸長したことなどから、107億78百万円(前期比29.6%増)となりました。

利益面では、キャンペーンにかかる販売促進費や広告宣伝費が増加したことなどから、営業利益は4億6百万円(前期比29.1%減)、経常利益は3億81百万円(前期比28.7%減)となりました。

当期純利益は、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額46百万円を特別損失に計上する一方、連結子会社の解散に伴う繰延税金資産3億1百万円の計上などにより、4億82百万円(前期比30.7%増)となりました。

●今後の見通し

食品業界及び外食業界におきましては、雇用環境や所得環境の改善が見られない中で、消費者の節約志向が強まり、企業間では低価格競争が続いております。加えて、2011年3月に発生した東日本大震災の影響により消費マインドが慎重になるなど、厳しい環境の下にあります。また、穀物価格や資源価格の上昇によるコスト面への影

代表取締役社長

村田 邦彦



響が懸念されるなど、予断を許さない状況が続くと思われま

このような状況のもと、当社グループは、皆様のご支援によりまして、2010年12月に創業30周年を迎えることができました。今一度、創業の原点に立ち返り、「お客様への感謝」という経営方針を徹底いたします。また、常に「前よりもおいしく」を考えながら、今まで以上に、お客様に感動していただける商品とサービスをご提供してまいります。

食品事業におきましては、健康志向や安全志向が高まる中、高いクオリティを持つ商品の開発を行うとともに、引き続きブランド戦略を維持しながら、さらなる営業強化を図ってまいります。

通信販売事業におきましては、旬の素材と本物の味にこだわり、手作り感あふれる商品のご提供と、ご家庭での食事をおいしく・楽しくするご提案をしてまいります。

レストラン事業におきましては、パスタ専門店としての新メニューの提案やお客様のニーズにお応えする新業態の開発など、店舗サービスの向上を図ってまいります。

製造部門におきましては、原材料の厳選を進めるとともに、安定的な調達に努めます。また、製造工程での品質管理を一層強化し、「安全」で「安心」な商品作りをしてまいります。

また、2011年4月には、食品事業、通信販売事業、レストラン事業及び製造部門による横断的プロジェクトとして、「営業推進プロジェクトチーム」を結成いたしました。

各事業部門の連携による相乗効果を発揮して、業績の向上に邁進してまいります。

株主の皆様には、引き続き一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。