

セグメント別の概況

Food Business 食品事業



PIETRO kenkouシリーズ

2014年度 新商品

	商品名
ドレッシング	麹と黒酢オリーブオイル 十六穀とオリーブオイル
スパドレ	海老クリーム
その他調味料	国産たまねぎのフライドオニオン

食品事業におきましては、「野菜嫌いをナオソ。」をテーマに、テレビCMと連動した店頭キャンペーンを実施するなど、商品価値をお客様に伝える、きめ細かな営業活動を展開してまいりました。

商品別では、主力のオレンジキャップが順調な売り上げを示すとともに、カロリーを抑えたグリーンが大きく伸ばしました。また、ヘルシーで豊かな味わいの「オリーブオイル・ドレッシング・シリーズ」と、玉ねぎのおいしさをさらに加えた「生搾りドレッシング・シリーズ」の定着化を図ってまいりました。そのほか、料理の簡便化傾向が強まる中、レトルトタイプのパスタソースも好調に推移しました。さらに、ドレッシングとスパドレの新商品を投入し、売り場拡大を図っております。

通信販売限定商品につきましては、健康への意識の高いお客様へ向けて、低カロリーで塩分を抑えた「PIETRO Kenkou」シリーズを新たに開発し、パスタ5品を発売いたしました。以上の結果、売上高は68億45百万円(前期比1.7%増)、営業利益は22億24百万円(前期比8.2%増)となりました。

※第1四半期連結会計期間より、報告事業の部門を変更しており、「通信販売事業」については、「食品事業」の部門に含めることにいたしました。

前期比較については、前年同期の数値を変更後の事業部門に紐替えた数値で比較しております。

2014年度 通信販売限定新商品

	商品名
パスタソース	4種のチーズの本格カルボナーラ ピエトロ風ナポリタン デミグラスソース仕立て
スープ	国産たまねぎの冷製ホワイトポタージュ 紅いもと生姜のスープ
PIETRO Kenkouシリーズ 冷凍パスタ	牛もも肉の本格ボロネーゼ サーモンの濃厚カルボナーラ トリュフが薫る贅沢ペロンチーノ 4種きのこ葱の和風しょうゆ うにの絶品クリームソース
オリーブオイル	ピエトロオリジナルオリーブオイル
村田厨房直送便	6月便り 9月便り 1月便り

Restaurant Business レストラン事業



ムール貝のアラビアータ



PIETRO DRESSING 岩田屋店



ピエトロドレッシング
KUNIプレミアム
(左)手搾りたまねぎ
(右)能古島レモンとたまねぎ

レストラン事業におきましては、2014年12月にグランドメニューの全面改定を行い、メニューの充実を図りました。特に、健康志向のお客様に向けた「YASA I (野菜)」メニューを充実させて、野菜の味わい、香り、食感、彩りを楽しんでいただけるヘルシーメニューとしてご提供しております。

また、季節のメニューとして、「冷製パスタフェア」や「カルボナーラフェア」などを実施し、ご好評をいただいております。

店舗展開につきましては、2014年4月に「筑紫通り店」をオープン、同年5月に「ソラリア店」をリニューアルオープン、2015年3月には「ミオミオ京セラドーム店」をオープンするなど、立地に応じた魅力ある店舗づくりを行ってまいりました。

また、2014年9月には、プレミアムドレッシングなど、新たに開発した高付加価値商品を取り扱う、新業態「PIETRO DRESSING 岩田屋店」を、百貨店の食料品フロアにオープンいたしました。

以上の結果、サービスの向上を図ってまいりましたが、店舗数の減少などにより、売上高は25億61百万円(前期比5.8%減)、営業損失は95百万円(前期は39百万円の営業損失)となりました。

2014年度 レストランメニュー

	メニュー名
2014年 4月	春のごちそうフェア
4月～ 8月	冷製パスタフェア
9月～11月	秋のカルボナーラフェア
12月	グランドメニュー改定、クリスマスセット
2015年 1月～ 2月	あつあつフェア
3月	春のごちそうフェア

レストラン店舗推移

	(単位:店舗)			
	2014年3月末	増加	減少	2015年3月末
直営店	25(1)	3(—)	2(—)	26(1)
FC店	23(—)	—(—)	2(—)	21(—)
合計	48(1)	3(—)	4(—)	47(1)

注) ()内は内数であり、海外店舗数であります。

売上構成比

