ピエトロ

## 「しあわせ、つながる」企業へファンベース経営を打ち出す



▲高橋泰行社長

ピエトロは昨年12月に創業40周年を迎えた。 看板商品のドレッシングは製造工程で火を加えない生タイプであることで他社との差別化を図っている。初代・村田邦彦社長が福岡市天神でパスタ専門店「洋麺屋ピエトロ」を創業。その厨房で手作りしたドレッシングが口コミで広まり、1981年レストラン店頭での販売をスタート。レストラン事業の店舗網拡張と食品事業での全国への配荷を進め、業容を拡大し、2002年に東証二部上場、2015年には東証一部指定承認を受けた。

今期計画として、食品事業では内食需要の更な る取り込みを図るべく、ドレッシング各商品の価 値訴求の継続および更なる店頭化、定番の和風 しょうゆシリーズ以外の「まろやかレモン」「焙 煎香りごま」の育成やフライドオニオンの 「PATFUTTE」などオリジナリティのある商品 も提案する。パスタ関連商品では、主要シリーズ の「おうちパスタ」「洋麺屋ピエトロ(レトルト)」 の拡販、「AGNESI (乾麺)」の認知拡大、冷凍パ スタ(「シェフの休日」6品・「洋麺屋ピエトロ」 5品)をはじめとする冷凍食品のライン増設によ る生産力向上と利益率アップを目指す。食品事業 第3の柱と位置づける直販限定のスープブランド 「PIETRO A DAY (ピエトロ ア デイ) | を自社 レストランの物販に加え、食品事業とレストラン 事業のシナジー効果を創出する。また21年度に は、デリカ事業推進室を新設しサラダや野菜メイ ンの惣菜など健康的かつ簡便性の高い商品の提案 を行い、中食市場の開拓に取り組む。

レストラン事業では、既存業態については直営及びFC店ともコロナ収束後を想定し、東海エリアなど未出店エリアを含め、積極的に出店を進める。新業態では都市型中規模店「PASTA & TAPAS PIETRO(パスタ&タパス ピエトロ)」を都内に2店出店。酒肴にもなる小皿料理(タパス)を充実しディナー時間帯の収益力向上、高付加価値メニュー投入による客単価アップを目指す。

一方、製造・物流網整備では更なる業容拡大を進めるべく、2025 年稼働予定の新工場の建設地を現在の工場がある古賀市の別エリアに定め、同市と「立地協定」を締結。ドレッシングやパスタソース、スープなど、製造能力は約2倍となる予定。

海外展開では北米へのドレッシング事業の本格 進出を見据え、7月に米国フロリダ州に100%出 資の海外子会社「PIETRO NORTH AMERICA, INC.」を設立した。この新子会社を拠点とした事 業基盤の構築と東海岸をターゲティングした販売 エリアの拡大、新規顧客の開拓を推し進める。

2018年から SDGs 推進室を設け、環境保全への取り組みを強化している。さらに、2020年に『ファンベース経営』を打ち出し、ファンコミュニケーション室を新設。同時にピエトロファンとの結びつきを強固にするファンサイト「ピエトロファンコミュニティ」を開設。全社員の意見をとりまとめた未来ビジョン「しあわせ、つながる」を掲げ、さらに企業価値を高めていく。