

ROCK FIELD REPORT

第51期第2四半期のご報告

2022年5月1日～2022年10月31日

株主
通信

ROCK FIELD

証券コード:2910

PICK UP!

サラダが
恋した素材

2月のテーマは

やまいも

RF
SOZAI

縦に長い日本特有の季節の味覚や生産者の熱い思いなど、新しい発見をサラダで届ける「サラダが恋した素材」シリーズ。今回ご紹介するのは、日本でも指折りの冬季寒冷地帯、北海道産の「根張星(ねばりスター)®」。生で食べられることの多い長芋を焼くことで香ばしさをプラスし、生では味わえない香りを引き出しました。ねっとり食感の長芋とコクのあるアボカド、ほろ苦いルッコラを組み合わせ、自社製の昆布だしタレを和え、ほのかにわさび香る醤油ドレッシングでお召し上がりいただく、季節を味わうサラダです。



機械と手作業を組み合わせ、丁寧に収穫

十勝発! 人気急増中のブランド長芋

「根張星®」は、十勝川と利別川がもたらす肥沃な沖積土壌と、夏場に昼夜の寒暖差が大きい地域で育つため、驚くほどの濃厚な旨味と甘みがあります。また、通常の長芋の2倍以上にもなる強い粘りとなめらかな舌ざわりで、大和芋ほど固くなく、長芋ほどサラサラしていないため、様々な調理に向いています。食べていただければ、確実にファンは増えていく!と生産者が自信を持って栽培されている素材です。

※「根張星」は株式会社ワタリの登録商標です。



2023/2/9
~3/8

商品名:長芋「根張星®」とアボカドのサラダ
香るわさび醤油ドレッシング
価格:100g ¥540(税込)

※商品の販売期間は変更される場合がございます。
また、取り扱いの有無や数量は店舗によって異なります。
あらかじめご了承ください。



STAFF VOICE

驚くほどねっとりした長芋です。アボカドとわさび醤油の風味で、癖になる味わいに仕上げました。ぜひ一度お試しください!

開発 明山 計子



この日には、このサラダ!

特別な日に合わせた特別なサラダはいかがですか。
期間限定なのでお見逃しなく!



1/31 「愛菜の日」

※2日間だけの特別商品

「野菜を愛する日」として、野菜の摂取量が少なくなりがち
な1月から2月に、もっと野菜を食べ、健康的な食生活を
送ってもらいたいとの想いから制定された記念日。



冬野菜を味わう カリフラワーのサラダムース



愛菜の日に大切な人と一緒に野菜について話すきっかけ
になる商品を作りたい!という想いで企画開発した、素材
ごとに異なる調理法で冬野菜の美味しさを楽しめる一品。
フレッシュなカリフラワー、揚げて香ばしさをプラスしたれん
こん、ローストして甘みを引き出した人参と黄人参を、カリフ
ラワーで作ったなめらかで優しい味わいの野菜ムースとご
一緒に。オマール海老の風味で旨味をプラスしたジュレと
も好相性で、生粒胡椒の華やかな風味とピリッとした辛み
がカリフラワームースの甘みを引き立てています。



価格:1個 ¥450(税込) 販売期間:2023/1/30・1/31

※商品の販売期間は変更される場合がございます。また、取り扱いの有無や数量は店舗によって異なります。あらかじめご了承ください。

2/14 「バレンタインデー」

「恋人たちの日」として、世界中でカップルが愛を祝う日。
チョコレートを贈る代わりにカカオ風味のサラダを食卓に、
なんて素敵ですね。

カカオ&ナッツ香る 北海道産生ハムとトマトのサラダ いちご&ラズベリーのドレッシング

SOZAI×カカオの組み合わせで、大切な人とのとっておき
の時間におすすめの食卓が華やぐサラダ。しっとり食感の
北海道産生ハムは、サラダと合うさっぱりした豚もも肉を使
用し、塩味と旨みのバランスが良いことが特徴です。トマト
のみずみずしさと酸味、カッテージチーズのコクをプラスし、
トッピングにはカリッと香ばしいカカオニブと3種類のナッツ
に、クランベリー・シナモン・黒胡椒を合わせたやみつきにな
る味わい。ワインとの相性もバッチリです。



価格:100g ¥627(税込) 販売期間:2023/2/2~2/15





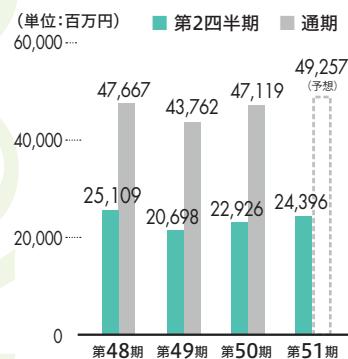
代表取締役社長 吉塚 孝志

食の可能性を
切り拓き、豊かな
未来を共創する

売上高

24,396百万円

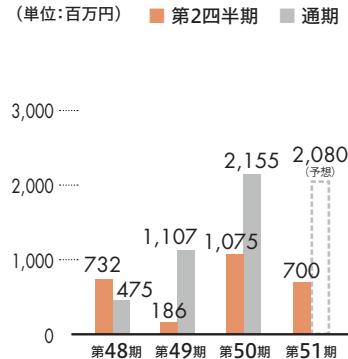
(前年同期比6.4%増) ▲



営業利益

700百万円

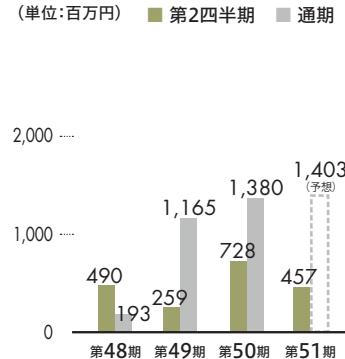
(前年同期比34.9%減) ▼



親会社株主に帰属する
四半期(当期)純利益

457百万円

(前年同期比37.2%減) ▼



第51期第2四半期の決算状況

第51期は新型コロナワクチンの接種率の向上や「withコロナ」の生活様式への移行に伴う人流の回復などにより、経済活動は正常化しつつある一方、長期化しているウクライナ情勢などによる原油価格や穀物価格の高騰、米国の金利上昇による急激な円安進行など、依然として先行き不透明な状況が続いております。

中食・惣菜業界におきましても、原材料価格やエネルギー価格の上昇が影響し、業界全体で価格改定の動きが顕著になるとともに、更なる物価上昇の懸念など先行きへの不安から生活者の節約志向が高まり、厳しい経営環境となっております。

この上期においては、2023年4月期を始期とする3ヶ年の中期経営計画の基本戦略のひとつ「新たな顧客接点の拡充」に基づき、居住地近郊エリアへの出店強化として、2022年5月には「JR神戸駅店」(兵庫県神戸市)に神戸コロッケを、8月には「錦糸町テルミナ店」(東京都墨田区)、9月には「イズミヤ千里丘店」(大阪府吹田市)、10月には「アスティー宮店」(愛知県一宮市)にグリーン・グルメを新規出店いたしました。

オンラインショップにおきましては、2022年9月よりヨーロッパの美食の街の料理をテーマとした「旅するサラダ」シリーズの展開を開始し、9月は「イタリア/シチリア」、10月は「スペイン/サン・セバスチャン」と各地の郷

土料理をRF1ならではのサラダに仕上げた惣菜キットを月替わりで提案いたしました。また、ソムリエがメニューに合わせて選んだワイン付きのサラダセットを数量限定で販売し、好評をいただいております。

コロナ禍からの回復基調により郊外店舗を中心に売上は堅調に推移し、売上高は前期、期初計画ともに上回ることができましたが、想定を超える原材料価格やエネルギー価格の上昇分を価格転嫁や商品設計などによる原価コントロールでも吸収できず、営業利益は減益となりました。



9月の「シチリアを味わうサラダセット」¥3,240(税込)
・イワシコンフィのシチリア風サラダ
・タコとフェネル、オレンジのカルパッチョ
・茄子のカボナータ

サラダセット+ソムリエが選んだイタリアワイン ¥6,696(税込)

ROCK FIELD MEMBERSの 公式アプリをリリースしました

2022年9月26日には、「ロック・フィールドメンバーズ」の公式アプリを開発し、お客様との長期的な関係性構築へ向け、会社の取り組みやブランド・商品に関する情報を発信するとともに、商品購入などでポイントを貯め、貯めたポイントで特別なグッズや商品と交換できるポイントプログラムを開始しました。アプリ利用者のレビューに耳を傾け、より便利で魅力的な機能にアップデートしてまいりますので、是非アプリをご利用の上、ご意見いただければ幸いです。



ダウンロードはこちらから



「ビジョン2030」の達成へ向けて

当社は、創業以来、理念・価値観を大切にしながら事業を行い、価値観に掲げる「健康」や「環境」などを具現化する継続的な取り組みを行ってきました。第51期上期には、包装袋や惣菜容器の環境対応型素材への見直しなど、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを推進するとともに、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」への賛同とTCFD提言に基づく情報の開示を行いました。これらサステナビリティの取り組みをさらに深化させ、より一層、社会課題の解決と事業の持続的な発展の両立を図るため、2022年8月に「サステナビリティ推進室」を設置しました。

原材料価格の上昇やエネルギー価格の高騰など、厳しい経営環境が続く中ですが、「ビジョン2030」で掲げる「食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創する。SUSTAINABLE FOOD COMPANY」の実現へ向け、全社一丸となって取り組んでまいります。

株主の皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援、ご愛顧、ご協力をお願い申し上げます。

2023年1月

R1 【アール・エフ・ワン】
SOZAI

140
店舗

売上高 **15,044** 百万円
(前年同期比5.7%増) ↑

ブランド創設30周年の特別企画として、8月31日の「野菜の日」には、「30周年のキャラクター『SOZAIさん』を緑の30品目サラダで作ろう!」という新しい企画に取り組み、野菜を食べることの重要性に加え楽しく食べることと感ぜられる美味しさや面白さの提案を行いました。



30周年のキャラクター『SOZAIさん』

Gg 【グリーン・グルメ】
Green gourmet

70
店舗

売上高 **4,877** 百万円
(前年同期比7.9%増) ↑

香ばしくグリルしたとうもろこしと牛肉の希少部位を合わせた「牛いちぼのローストとグリルコーンのサラダ」をはじめ、新じゃが、きのこ、かぼちゃなどの旬の素材を使用したサラダや料理の提案を行うとともに、歳時記に合わせたハレの日の食卓を彩る商品の提案を行いました。



牛いちぼのローストとグリルコーンのサラダ

絆 【いとほん】
日本のさらだ

31
店舗

売上高 **1,736** 百万円
(前年同期比9.8%増) ↑

ココと甘みが美味しく、粒皮が薄くて食べやすい品種を使用した「とうもろこし『恵味』の和さらだ」や、軽く燻製をしたチキンの香りと旨みが滋味深い味わいの無花果の甘味や香りを引き立たせた「無花果と燻製チキンの和さらだ」など、旬の素材を活かした和さらだや料理の提案を行いました。



とうもろこし『恵味』の和さらだ

神戸コロッケ 【神戸コロッケ】

36
店舗

売上高 **1,408** 百万円
(前年同期比17.0%増) ↑

「新じゃが収穫祭」をテーマに、コロッケの美味しさの源であるじゃがいもの産地、北海道北見市端野町との30年来の取り組みを紹介するとともに、新じゃがの甘味や香りをバターのコクで味わうコロッケや、季節素材の食感にこだわったコロッケの提案を行いました。



新じゃがのとろけるバターコロッケ

Asian Salad 【融合】

9
店舗

売上高 **467** 百万円
(前年同期比3.7%減) ↓

「アジアで発見! 秋の美味・旨みの美食」をテーマに、ローストしたきのここと優しい食感の干し豆腐を合わせ、ティムットペッパーの爽やかな香りをアクセントにした和え物「干し豆腐と焼ききのこの中華和え」など、季節素材とアジアテイストを掛け合わせた商品の提案を行いました。



干し豆腐と焼ききのこの中華和え

VEGETERIA 【ベジテリア】
Real vegan, real fresh juice

24
店舗

売上高 **400** 百万円
(前年同期比8.1%増) ↑

1杯分ずつミキサーにかけて緑の野菜のみずみずしさを味わっていただく「野菜好きに贈る 飲むグリーン」や、旬を感じるストレートジュースとして「にっぼんの桃」「葡萄の王様 巨峰」などの商品の提案を行いました。



野菜好きに贈る 飲むグリーン



ロゴと
ブランド名の
由来

TOPICS

ルフフフ RFFF

名前は、「Rock Field Frozen Foods」の頭文字から。RF1で馴染み深いロック・フィールドの美味しさを、冷凍食品でもお楽しみいただけますように、と。「るふふふ」と笑みのこぼれるような音で、ご褒美時間の喜びを表現しました。

本格冷凍食品ブランド「RFFF（ルフフフ）」誕生！

当社は、高品質な冷凍食品ブランド「RFFF（ルフフフ）」を立ち上げ、2022年11月1日から販売を開始しました。50年にわたるチルドの惣菜製造で培ったノウハウを活かして、冷凍に最適なメニューを厳選し、30種以上の商品ラインナップを展開します。

RFFFが誕生するまで

当社は、1965年に神戸元町で開いたレストランをルーツとし、「レストランの味をご家庭に」というコンセプトで1972年に創業して以来、半世紀にわたり惣菜を提供してきました。近年、生活スタイルの多様化やコロナ禍による「自宅でちょっと贅沢な食事をしたい」というニーズの高まりから、冷凍食品事業を拡大。お客様の食の「場を、時間を、心を、自由にする『新しい惣菜』」の一環として冷凍食品ブランド「RFFF」を立ち上げました。

手間ひまかけた本物を提供

当社は、ファクトリー（自社の工場）を単なる大量生産の現場ではなく「大きなキッチン」と捉え、これまで培ってきた調理技術をふんだんに活かし、料理の基本の「手間ひま」をかけ、本格・本物を追求し、丁寧なものづくりを大切にしています。その想いを冷凍食品「RFFF」に注ぎ込み、徹底して素材と向き合い、その良さを最大限に活かした調理法を吟味して、鮮度に品質にきびしく、健康、安全すべてに心をくばった一皿を提供します。

ご褒美のようなストックをご家庭に

そのラインナップは、ハンバーグやキッシュ、グラタン、パスタなど心浮き立つ6カテゴリー30アイテム。ロック・フィールド オンラインショップを中心に販売し、メニューは今後も拡大予定です。冷凍庫にストックしておけば、忙しい日も、家族や仲間と集う日も安心。思わず「るふふふ」と笑みがあふれる、そんな「RFFF」を、ぜひ一度ご賞味ください。

お披露目会を行いました



10月13日にメディア・お取引先向けのお披露目会を行いました。社長の古塚から新ブランドを説明し、その後、商品開発者からの商品説明に併せて「RFFF」メニューの試食を提供。参加者の関心は高く、試食の反応も「美味しい」「冷凍とは思えない」といった前向きな意見と今後の展開を期待する声が聞かれました。



価格：1個 ¥702（税込）



グリルハンバーグ 濃厚あめ色玉ねぎソース

時間をかけてじっくりと玉ねぎを炒め、醤油やブイヨンや隠し味を加えて仕上げた「あめ色玉ねぎソース」は、ご家庭ではまねのできない味わい。独自配合の合いびき肉を使用し、ジューシーに仕上げました。丁寧に、香ばしくグリルをきかせた味わいは、まるでプロさながら。



価格：1パック ¥972（税込）



野菜と蒸し鶏のもっちりな玄米ロール

もっちり食感の玄米ごはんを鶏肉や野菜を巻き込んだ、華やかなライスロールです。小松菜、人参などの野菜はナムルにし、ごぼうと春雨の醤油煮、柚子胡椒風味の蒸し鶏、マヨネーズと一緒に巻き込みました。プチおにぎり感覚でそのままパクッとお召上がりいただけます。

「RFFF」はロック・フィールド オンラインショップ等で販売しています。

詳しくはこちら <https://www.rockfield.co.jp/brand/rfff/>



当社は、「豊かなライフスタイルの創造に貢献する」という理念に基づく企業活動がSDGsに繋がるという認識の下、持続可能な社会の実現に向けて積極的に取り組んでいます。

全社で浸透が進むSDGs

当社では2021年5月から本格的にSDGsの取り組みを始動しました。2022年には中期経営計画においてESGの取り組みを発表、人事制度にもSDGsの取り組みを連動させるなど持続可能な社会に向けた考え方の浸透を図ってきました。それに伴い、自発的な取り組みが進んでいます。

中期経営計画にて非財務目標(ESGの取り組み)を発表

当社は、2022年6月8日に創業50周年を迎え、その節目の年に策定した3ヶ年の中期経営計画において、環境(E)の取り組み項目と2024年度、2030年度の数値目標、社会(S)・ガバナンス(G)の取り組み項目を発表しました。また、2022年7月に改定した人事制度において、社員一人ひとりの役割に「サステナビリティ」の項目を追加し、人事評価とSDGsの取り組みを連動させ一層後押しする環境を整えました。SDGs推進リーダーを中心に、社内のSDGsへの理解・浸透が確実に進み、各部門で目標達成に向けた自発的な取り組みを行っています。社内の枠を超えて取引先と連動した活動なども見られるようになってきました。

環境(E)取り組み項目	基準年	2024年度 中期経営計画	2030年度 目標
		目標値	
温室効果ガスの排出低減(scope1&2)	2018年度	20%削減	30%削減
店舗 食品ロス発生量		37%削減	50%削減
ファクトリー 食品残渣発生量		12%削減	30%削減
化石燃料由来のプラスチック使用量		25%削減	50%削減

社会(S)・ガバナンス(G)取り組み項目	
お客様の心と体の健康への貢献	全ての従業員がイキイキと活躍、安心して働き続けられる環境づくり
責任あるサプライチェーンの構築	ガバナンスの強化

重点領域

SDGsの目標に対し、当社の企業活動において関係性が深いキーワード

環境 健康 共創

重点課題

- 環境** 地球温暖化、食品ロス、プラスチック問題
- 健康** 超高齢化社会、ワークライフバランス、健康寿命の延伸
- 共創** 地域・コミュニティとの共創
- 経営基盤の強化 ガバナンス、自然災害などへの危機対応

共創 生産者と連携し進む共創

従業員レストランで“もったいない”を解消

香川県オリジナルブランドのアスパラガス「さぬきのめざめ」。太さと長さが特徴で、市場で出回るLサイズの2倍以上の長さに「甘さ」「柔らかさ」「みずみずしさ」の3拍子が揃うことで人気。当社も3年前から商品に採用しています。

しかし、生産者は夏の暑さで細く成長してしまうアスパラガスは出荷できず、捨てるしかないという課題を抱えていました。



細くて出荷できないアスパラガス

話を聞いた購買担当者が廃棄される予定の“もったいない食材”を従業員レストランで提供することを考案。8月31日の「野菜の日」に、神戸ヘッドオフィス／神戸ファクトリーの従業員レストランで、規格外の細いアスパラガスをランチメニューの食材の一つとして提供しました。レストラン入口のメニューボードと卓上POPでは、従業員一人ひとりに身近な問題として捉えてもらえるよう“もったいない食材”を紹介しました。十分美味しいのに規格外だから捨てられてしまう“もったいない食材”を活用することは、持続可能な農業を支えることにも繋がります。



従業員レストランの卓上POP



RF1「香川県産アスパラガス『さぬきのめざめ』のサラダ」

商品化へのチャレンジを開始

これまで加工業者で廃棄されていた「鯛の中落ち」を、いとはんの「鯛味噌と雑穀焼きおにぎりのだし茶漬け」に使用。手作業で丁寧に中骨から身を外し、骨やウロコが混入しないように検品する手間がかかるものの、お取引先のご理解とご協力で、脂の乗った美味しい食材を有効活用することができました。この鯛の中落ちは、“もったいない”シリーズ第2弾として従業員レストランでも提供しました。

今後も産地や生産者と共創して、一次産業の持続的発展と原材料の安定調達の両立に取り組むとともに、責任あるサプライチェーンの構築に取り組んでまいります。



いとはん「鯛味噌と雑穀焼きおにぎりのだし茶漬け」



「融合」ブランドの創設は、2001年1月。“ヨーロッパとアジアの食文化の融合”をテーマとして、中国料理をベースとしたアジア料理にフレンチやイタリアンの発想を活かし、スタイリッシュで健康的な“新感覚そうざい”を提案してきました。2010年からブランドを「アジアン・サラダ融合」と改め、アジア各国の食にインスパイアされたサラダを中心に、個性あふれる商品提案を行っています。



アジアの食を、驚きを持って日本の食卓へ

中国、韓国、タイ、ベトナム、台湾など、アジアの風土が育んだ独自の食材や調理法が、異文化との融合により、驚きを持った味に生まれ変わります。各国のスパイス、ハーブ、調味料を用いた本格的なアジアの食をもっと身近に。やみつきになる味わいの料理や、アジアの食文化・食材と日本の四季の季節素材を掛け合わせたメニューで、日常に新たな刺激を与える食体験をご提案します。「食」から得られる新しい発見をお楽しみください。



ROCK FIELD



発行 株式会社ロック・フィールド

神戸ヘッドオフィス 〒658-0024 神戸市東灘区魚崎浜町15-2
TEL.078-435-2800(代表)

<https://www.rockfield.co.jp/>



見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。

株主名簿管理人、特別口座の口座管理機関／三菱UFJ信託銀行株式会社
連絡先／〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号
三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部
TEL.0120-094-777(通話料無料)