

ROCK FIELD REPORT

第49期第2四半期のご報告

2020年5月1日～2020年10月31日

株主
通信

The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

証券コード:2910



代表取締役社長 古塚 孝志

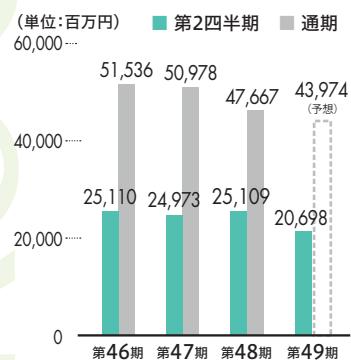
ポテトのオブジェ：静岡ファクトリー第1棟は「神戸コロッケ」で知られる当社の工場として「神戸ポテト工場」の名称で1991年にスタートしました。その当初から私たちを見守ってくれているポテトのオブジェです。

ポストコロナを
見据えて
新たな挑戦を

売上高

20,698百万円

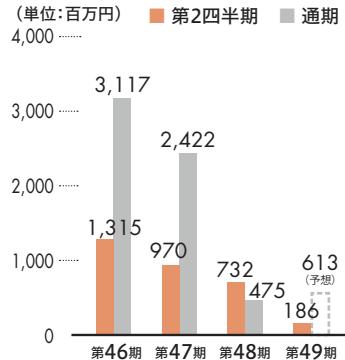
(前年同期比17.6%減) ▼



営業利益

186百万円

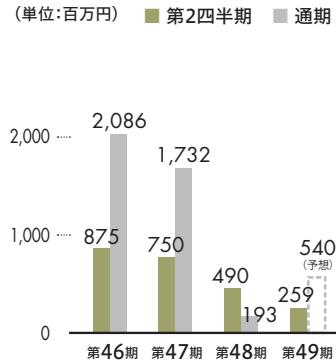
(前年同期比74.6%減) ▼



親会社株主に帰属する
四半期(当期)純利益

259百万円

(前年同期比47.0%減) ▼



第49期第2四半期の決算状況

昨年5月から始まりました第49期は、前期末に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響により景気は著しく悪化し、緊急事態宣言の解除後は感染拡大防止策と経済活動との両立が図られ個人消費は持ち直しつつあるものの、国内の感染者数が再度増加傾向にあるなど未だ感染収束の見通しは立っておらず、経済は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は、新型コロナウイルス感染症の影響による巣ごもり消費によって、外食から内食・中食へ消費行動が大きくシフトし、オンラインショップの利用増加や外食企業・飲食店のテイクアウト及び宅配サービスの利用増加など、消費者による中食の利用形態が多様化し市場が拡大するとともに、業態の垣根を越えた競争が激化しております。

この上期においては、5月は緊急事態宣言を受け百貨店、駅ビルの多くが休業を判断される中で、当社も最大で116店舗の休業を余儀なくされ、大きく売上と利益を落とす結果となりました。当社は、この厳しい時期を変革の機と捉え、経営体質を見直し、しっかりと雇用を守りつつ収益が確保できる基盤づくりに取り組んでまいりました。商品施策については、ご家庭での食事の機会が増えていることを受け、当社の強みであるサラダとともに、創業以来培ってきた調理技術を活かした料理メニューを合わせた商品展開を行うとともに、

オンラインショップにおいても料理メニューを中心に日持ちのする冷蔵・冷凍食品の品揃えの充実を図りました。また、ご家庭では難しい調理技術を活かした日持ちのするミールキットシリーズでは、これまで展開しご支持いただ

きてきた「作るを楽しむ SALAD」に加え、本格的な料理メニューの「作るを楽しむ DELI」を新たに作り揃え、これまでの量り売り商品やパッケージ商品とは異なりご家庭でひと手間を楽しんでいただくという新しい価値を提案しております。



赤城どりのもも肉ソーレモンバジルソース

併せて、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための社内ルールを徹底的に実践するとともに、店舗では混雑回避や飛沫防止対策を実施し、従来は量り売りで販売していたサラダなどをあらかじめパックに美しく盛りつけて販売する新たな方法にチャレンジするなど、従業員の健康管理とお客様の安心・安全の確保に努めてまいりました。

8月以降には休業店舗は無くなり、地方・郊外店舗の業績は回復してきているものの、東京・大阪などの大都市では店舗への来店客数の減少が続いており、売上高・営業利益ともに前期を下回る結果となりました。一方で、昨年9月9日に発表した業績予想に対し

しては、コロナ禍において固定費の削減等による抜本的なコスト構造の見直しを軸とした経営体質の強化に取り組んだ効果が出た結果、営業利益を黒字転換させることができました。

今期の重点施策について

今期は“有事モード”であるとの位置づけで、上期と下期で大きく2つの考え方に分けており、上期は新型コロナウイルス感染症対策に取り組みつつ経営体質の強化を継続し、下期は50期以降の成長に向けたEC領域の更なる強化やお客様との新たな接点の創出に積極的に取り組んでまいります。

EC領域の強化に関しましては、昨年11月に当社のオンラインショップと会員サイトの予約取り置きサービス等を統合し「ROCK FIELD MEMBERS」として新たにスタートを切り、迎春の特別商品の一部は店頭受け取りだけでなくオンラインショップからの購入により宅配にも対応するなどお客様の利便性向上を図った結果、事前予約を前年よりも多くいただくことができました。オンラインショップでは売上が拡大してきており、これからさらにお客様に喜んでいただける品揃えの強化や、当社の経営資源や技術を活かした冷凍食品の開発について、スピード感をもって進めてまいりたいと思います。

お客様との新たな接点の創出に関しましては、店頭

においてデジタルを活用した予約・ピックアップサービスを提供するなど、お客様により便利にお買い物をしていただけるよう検討してまいります。

時代に合わせた価値提供を

これまで当社は、常に業態を変え、商品を変え、お客様のライフスタイルの変化に対応し進化してきました。かつては時短・簡便さを売りにしてきた惣菜も、改めてその存在価値が認識され、また求められる価値も変わり、期待も大きくなっていると感じています。

当社は、昨年10月8日に、静岡ファクトリー第4棟を竣工し、太陽光発電設備の新設と風力発電設備のリニューアルによって、持続可能な社会の実現に向け、また一步、環境に優しいファクトリーとして前進しました。新しい静岡ファクトリーでは、中食市場の変化・拡大に対応した生産能力増強とキットサラダ増産体制の構築、素材の力を最大限に引き出した競争力のある商品生産の実現などに向けた取り組みを行っており、今後も時代の変化、食の在り方の変化に対し、お客様の食卓にしっかりと寄り添い、家庭の食卓がより豊かになるサポートができるよう社員一丸となってチャレンジしてまいりたいと思います。

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。

2021年1月

RF1 【アール・エフ・ワン】
SOZAI

142 店舗

売上高 **13,014** 百万円
(前年同期比18.3%減) ↓

「サラダでカラダに備えよう。」をテーマに、体調を崩しやすい季節の変わり目に、健康維持に効果があるとされるシールド乳酸菌®などを使用したサラダを提案しました。また、ご自宅で簡単にレストランの味を再現できるミールキットを限定店舗で販売しました。



乳酸菌&オリゴ糖 野菜たっぷりの新じゃがサラダ

Gg 【グリーン・グルメ】
Green gourmet

65 店舗

売上高 **3,924** 百万円
(前年同期比10.4%減) ↓

セレクトショップとして、「RF1」ブランドのサラダを中心に「いとほん」・「融合」ブランドのサラダ・料理の販売強化を行い、お盆やシルバーウィークには、ローストビーフや炙りマグロなどを使った商品を展開し、ご家庭で楽しむ特別な食卓を提案いたしました。



ローストビーフと揚げごぼうのサラダ

絆 【いとほん】
いとほん 日本のおさらだ

33 店舗

売上高 **1,495** 百万円
(前年同期比18.5%減) ↓

調理法によって野菜の魅力を最大限に引き出した「小鉢やさい」メニューを強化し、野菜の新しい価値を提案するとともに、「秋の美味しい組み合わせ」をテーマに、「おだし湯葉と蓮根の和さらだ 胡麻酢風味」など、季節感のある商品の提案を行いました。



おだし湯葉と蓮根の和さらだ 胡麻酢風味

神戸コロッケ 【神戸コロッケ】

35 店舗

売上高 **1,144** 百万円
(前年同期比19.3%減) ↓

定番商品の素材と製法を改めて見直し、旬の新じゃがの香りと風味を引き出すことでさらに美味しく味わえる商品を提案するとともに、2種類の調理法で異なる食感を味わえる「宮崎県産もっちり里芋コロッケ」など、季節限定のコロッケの提案を行いました。



宮崎県産もっちり里芋コロッケ

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

26 店舗

売上高 **385** 百万円
(前年同期比45.2%減) ↓

「きれいなカラダ、飲む野菜。」をテーマに、不足しがちな野菜や果物を手軽に摂れるジュースやスープの提案を行うとともに、「おすすすめツインズ」としてその時期ならではの旬の素材のジュースなど2種類のジュースを一度に味わっていただく提案を行いました。



秋のメンテナンス シトラス&クランベリー×秋の味覚 いちじく

AsiaN Salad 【融合】
Asian Salad

11 店舗

売上高 **413** 百万円
(前年同期比20.0%減) ↓

「アジアの工夫で美味しいケール体験」をテーマに、3種の柔らかケールに干し海老の旨みとごま油の香りを加えた「すごく食べやすいケールのフレッシュナムルサラダ」の提案や、東南アジアの素材を用いて日本の食卓にも合うテイストに仕上げた商品の提案を行いました。



すごく食べやすいケールのフレッシュナムルサラダ

ROCK FIELD X SDGs

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。

06 ≫ 環境 vol.2



人と自然にやさしく

当社は、おいしいSOZAIを生産するためには、そこで働く従業員が健康で、かつ地球環境に配慮し周辺環境と調和することが大切だと考え、静岡ファクトリーと神戸ヘッドオフィス/神戸ファクトリーの竣工当時から、敷地内の緑地整備を積極的に進めてきました。

静岡ファクトリーでは、「自然の樹形を大切にする」といった考えを基本に、地域密着型の工場として緑化の推進に取り組み、従業員の手で木々の世話をしています。また、周辺地域の植生分布をそのまま再現したビオトープは、風力発電によってつくられたエネルギーで動く排水処理施設から出た水を、微生物の力を借りて澄んだ水へと浄化する役割を果たしており、生産時に使用した水はより自然に近い状態で近隣を流れる天竜川へとふたたび還っていきます。

神戸ヘッドオフィス/神戸ファクトリーでは、社屋の設計監理をしていただいている建築家の安藤忠雄さん発案の「オリーブの森計画」により、2009年からオリーブや桜などを植樹し、緑化を進めています。

当社の事業で用いる原材料やエネルギーは、すべて自然の恵みを受けたものです。これらを大切に活用することで、事業活動の意義を高めると考えています。全社員が共有する価値観の一つに「環境」を掲げ、環境に優しいエネルギーの活用、廃棄物削減の取り組みなどを推進しています。

※環境 vol.1は第48期第1四半期のROCK FIELD REPORTに掲載いたしました。



1991年の第1棟竣工時に成長のシンボルとして植えた次郎柿をはじめ、ケヤキやクスノキ、ローズマリーなどの多彩な植栽があり、四季を感じる豊かな自然環境が地域に根付いています。



敷地内にある保育室の子どもたちが安心して遊べるよう農業をほとんど使わず手入れしており、トンボやアオムシなど多くの生き物が暮らす環境になっています。

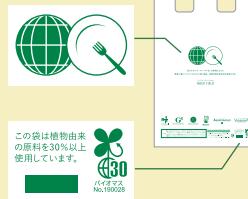
環境負荷の軽減へ

近年、石油から作られるプラスチックがリユース・リサイクルされずに廃棄されることにより、陸地のプラスチックごみが海洋の生態系に影響を及ぼすなど深刻な問題となっています。日本は、一人当たりのプラスチック容器包装の廃棄量が主要な地域・国の中で2番目に多いと言われており、対策として昨年7月からレジ袋の有料化が始まりました。

当社は、環境に配慮した素材を使用するなどの対応により、プラスチック使用量やCO₂排出量の削減を目指し、2030年を目途に店舗で使用すべての包装材を植物由来や認証済みの環境配慮素材への切り替えを予定しており、環境負荷軽減に向けた取り組みを通して、持続可能な社会づくりの実現を推進してまいります。

レジ袋をバイオマスプラスチック製に

全ブランドにおいて、プラスチック製レジ袋を、植物由来の原料を30%配合したバイオマスプラスチック製に切り替えました。レジ袋有料化に伴う辞退率は約80%と、お客様のご協力もあり1か月あたり約7tのプラスチック削減に繋がっています。レジ袋の売上と余剰金については、環境対策等に使用していく予定です。



商品の包装袋を変更

店舗で商品をご購入いただいた際に、レジ袋に入れることで二重になっていた包装を、安全面を考慮したシンプルな重包装でお渡しすることを基本とし、お客様が環境に配慮した持ち帰り方法を積極的に選択しやすい販売を行っています。また、包装に使用する袋には、石灰石から生まれた環境に優しい新素材を導入しました。



FSC® 認証の紙袋に変更

2019年に神戸コロケからスタートしたFSC® 認証の紙袋の使用は、現在では全ブランドで実施し、森林環境の保全に繋がっています。今後は神戸コロケの持ち帰り用の紙箱も、順次切り替えを行う予定です。

※FSC® 認証…適切に管理されたFSC® 認証林およびその他の管理された供給源からの原材料で作られた製品。当社はFSCライセンスナンバー、FSC® N003158を取得しています。



オリジナルエコバックを作成

RF1、グリーン・グルメでは、軽量で耐水性・耐久性に優れた高密度ポリエチレン製の不織布を使用したオリジナルエコバックを販売し、使い捨て買物袋を使わない商品の持ち帰りをサポートしています。また、店舗で「野菜の日(8/31)」などに実施する販促や、オンラインショップのメルマガ会員向けのキャンペーンで、非売品のエコバックのプレゼントを行い、レジ袋を使用しないお買い物をサポートしています。

RF1 保冷バッグ
¥1,540 (税込)
RF1 保冷バッグ (ワイド)
¥1,760 (税込)



ボタニカルインキ®を使用

一部のソースやドレッシングの袋への商品情報の印字には、CO₂削減効果のある植物由来成分を含有し、環境に配慮したボタニカルインキ®を使用しています。

ロック・フィールドが大切にしている 安心・安全の 取り組み

当社の理念である“豊かなライフスタイルの創造に貢献”するため、お客様の健康を考え、安心・安全な食を届けることは、いつの時代も変わらないロック・フィールドの使命です。

当社の強みは、原材料の仕入れから生産、物流、商品の販売まで一貫して自社で行う生販一体のビジネスモデルで、ファクトリーから店舗までチルド温度帯(1~5℃)を保ち、徹底した温度管理ができること。この一連の流れにおいて、生産者からの仕入れや、ファクトリーでの下ごしらえ、徹底した品質管理など、すべての部門が途切れることなく連携して業務を行うことで高い品質を維持しています。



〈衛生的に働く環境の整備や、従業員一人ひとりの高い意識とルールの遵守で、確かな品質の商品をお客様へ〉

購買

日頃から契約栽培をお願いしている全国各地の産地や生産者の方々と一緒に素材の栽培・収穫・保存のより良い方法を考えています。契約栽培の野菜については、栽培記録の確認に加え、適正な農薬使用が行われているか確認するための205項目に及ぶ残留農薬検査を社内で行っています。また、商品名で「〇〇県産素材入り」などの原材料の産地や品種等を表現する場合は、生産者や仕入業者から証明書を取り寄せ、関係部署で内容を確認することで、情報の信頼性を担保しています。

生産

HACCPの考え方に基づき、ファクトリー内のエリアを3つの衛生ゾーンに分けて人やモノの行き来を制限し、衛生環境を保っています。生産現場に入る前には、エアシャワー、粘着テープの付いたローラーで制服についた毛髪はもちろん埃や塵も取り除き、入念な手洗いをします。産地からファクトリーに届いた新鮮な野菜は、人の手と目で丁寧に品質を確認。例えば、レタスなどの葉野菜は、傷みは無いか、虫がいないか、葉を1枚ずつ手作業で丁寧にチェックしています。また、生産の最終工程では、金属検出機やX線異物検出機などの設備を導入し、検査精度の向上に努めています。

物流

各ファクトリーで生産された商品の鮮度を維持したまま、店舗まで安全に届けるため、配送センター間を結ぶ幹線トラックは車載温度計で管理しています。配送センター内も全て冷蔵管理され、店舗への配送は、冷蔵車と特殊な保冷コンテナを使用し、全工程でチルド温度帯配送を実現しています。

店舗

スタッフは、黒いヘアネットの着用を義務づけ、入店時や店舗から離れて戻ってきた時にはローラーで異物混入を防止し、手洗い・手指消毒を徹底しています。また、未加熱そうざい用と加熱済みそうざい用で色分けした専用のまな板や包丁等を使い、使用前に調理器具や作業スペースを消毒するなど、衛生を保っています。同時に、生産、物流から繋がる温度管理として、商品を販売する冷蔵ケースや厨房の冷蔵庫・冷凍庫の表示温度が適正温度内であることを、1日3回確認しています。

生産者



品質管理室

商品の衛生管理と情報管理の側面から品質管理を行っています。各ファクトリーに併設された品質管理部門の社員がファクトリーや店舗に出向き、ものづくりの過程で行う細菌検査やファクトリーで毎日行う商品の抜き取り検査、生産現場や店舗の衛生状態を確認するふきとり検査を実施し、衛生面と商品の安全性について厳しくチェックしています。試作段階の商品についても検査を実施し、安全が確認された商品を導入で

きるよう、サポートしています。

また、正確な商品情報をより分かりやすくお客様にお伝えするために、使用原材料やレシピを元に、アレルギー情報や栄養成分値等の表示情報を作成しています。プライスカードやPOP、パンフレット等、お客様が目に見える商品情報全般について、その安全性の担保を行っています。

お客様相談室

お客様からのお問い合わせ対応や、寄せられたご意見・ご指摘等を社内発信し、関係部署と協議しながら、お客様視点で商品やサービスの改善を行い、満足度の高いサービスの実現に活かしています。ホームページ上には、「よくあるお問い合わせ」や「栄養情報検索」を掲載し、お客様の知りたい情報の開示に努めています。

お客様



株主様アンケートを実施しました

昨年4月のROCK FIELD REPORT送付時に、株主の皆様アンケートをお願いした結果、4,281名の方からご回答をいただきました。お忙しい中ご協力いただきました皆様に、心から御礼申し上げます。誌面の都合上、一部でございますが、結果をお知らせいたします。

質問

1

ROCK FIELD REPORTに関する評価をお聞かせください。

掲載項目の数、内容の分かりやすさ、紙面のデザイン、紙面サイズについてお伺いした結果、それぞれ「満足」と「やや満足」の合計で90%以上のご評価をいただきました。

質問

2

当社の株主優待で贈呈したおそうざい券の評価をお聞かせください。

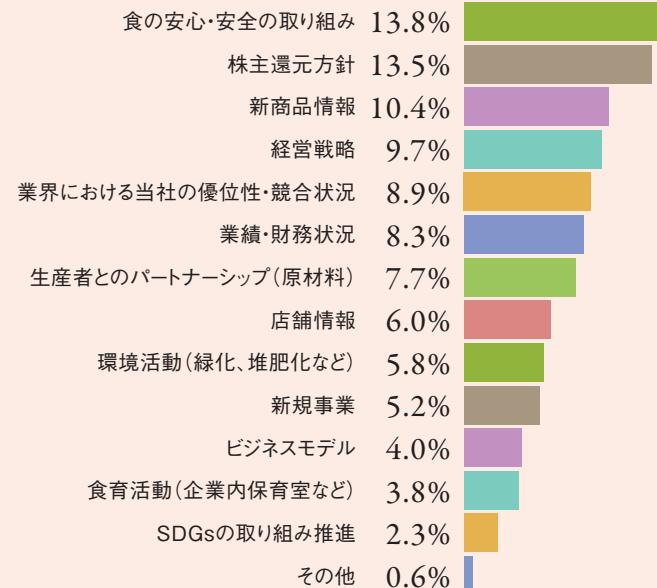
株主優待の内容、4月と10月それぞれの贈呈基準、4月の継続保有に対する増額制度についてお伺いした結果、それぞれ「満足」と「やや満足」の合計で80%前後のご評価をいただきました。

質問

3

当社に関してもっとお知りになりたい情報をお聞かせください。

もっともご興味を持っていたのは、「食の安心・安全の取り組み」でした。その他の結果は、下のグラフをご覧ください。



ご意見・ご要望を受けて取り組んだこと

「食の安心・安全の取り組み」について知りたい

本誌P07～P08に掲載いたしましたので、ぜひご覧ください。

「新商品情報」をもっと知りたい

今期は、裏表紙で商品情報をご紹介します。また、ROCK FIELD MEMBERSの会員様には、メールマガジンで新商品などの情報を随時お届けしています。2021年3月31日までに新規登録いただいた会員様には、オンラインショップでご利用いただける「ご登録感謝クーポン」をプレゼントいたします。ぜひこの機会に、会員登録をお願いいたします。

「株主還元方針」について知りたい

コーポレートサイトの「株主・投資家情報」の「配当金」のページに、配当方針を常時掲載することにいたしました。



CHECK!

その他のご意見

- 株主優待の継続保有の還元率をもっと増やしてもらえると嬉しい！応援していますのでコロナにめげず頑張ってください。
- 株主参加型のイベントをもっと増やしてほしい。
- クリスマスや年末年始の宅配商品を増やしてほしい。新商品を楽しみにしています。
- コロナ後の食生活に、ロック・フィールドの存在がより有意義なものになることを期待しています。

皆様からいただいたご意見は、今後の取り組みに活かしてまいります。

ROCK FIELD

ロック・フィールドメンバーズ
MEMBERS

のご紹介



当社の会員サイトを昨年11月にリニューアルし、「オンラインショップ」「WEB予約」「RF1 Cafe Mail」がひとつになり、より便利にご利用いただけるようになりました。

ロック・フィールド オンラインショップ

素材や調理法にこだわった日持ちのする冷凍・冷蔵の商品を取り揃えており、ご自宅でごゆっくりお買い物をお楽しみいただけます。店頭ではお買い求めいただけない特別商品も期間限定で販売しています。



それでは、おいしい週末を。

5種魚介のブイヤベース&ロメインレタスのサラダ ¥5,940(税込)

店舗受け取り(WEB予約)

店頭にお越しいただく前に、対象商品をあらかじめWEBでご予約の上、ご指定の店舗でお受け取りいただけます。
※現在は迎春やクリスマスなど期間限定商品のみ取り扱っております。

メールマガジン

新商品や会員限定キャンペーン、イベントなどのスペシャルな情報をメールでお届けします。



BRAND NEW!

新メニューのご紹介



100g ¥497(税込)

RF
SOZAI

【アール・エフ・ワン】

あと引く濃厚な甘み さつまいも「蜜郎」のサラダ 蜂蜜入りレモンドレッシング

さつまいもの中でも特に糖度が高い、徳島県・長谷農園のオリジナルブランド「蜜郎」を使ったこの時期だけの旬の味わい。天然の養分が蓄えられた砂地で育て、収穫後に貯蔵庫で約2ヶ月も温度管理をしながら熟成することで、ねっとりとなめらかな食感とあとを引く濃厚な甘さに。“焼く”、“スチームして揚げる”、“薄切りにして揚げる”といった3つの加熱方法で、さらに甘みを引き出し、食感や味わいの違いを生み出しています。

開発者VOICE



生産者の長谷さんと試行錯誤を繰り返し、やっと商品化できました。ドレッシングには、クリーミーなマヨネーズ入りマスカルポーネソースに爽やかな酸味のレモン果汁とほんのりとした甘みの蜂蜜を合わせ、黒胡椒をアクセントに。派手さはありませんが、おいもの美味しさに驚いていただけるメニューになりました。

早瀬達秋

※商品の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。

The Mirai Salad Company

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/>



UD
FONT

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)