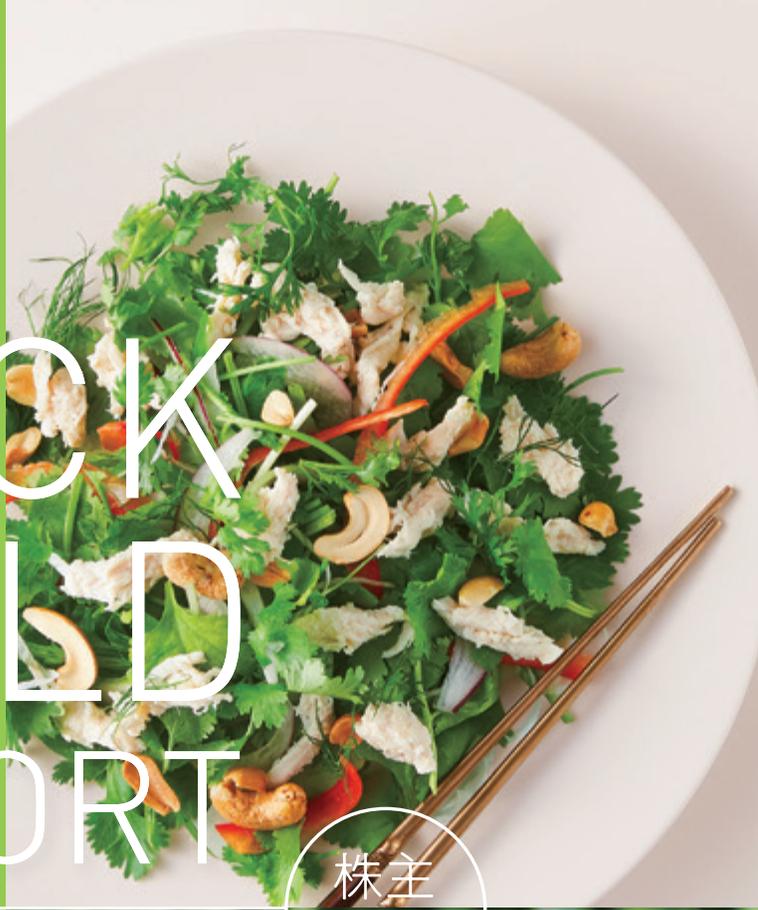


ROCK FIELD REPORT



株主
通信

第48期のご報告

2019年5月1日～2020年4月30日



The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

証券コード:2910

第48期末の決算状況

今期の業績におきましては、大型台風など相次ぐ自然災害や、昨年10月の消費税率引き上げ後の生活防衛意識の高まりにより個人消費の落ち込みが続く中、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の影響により、景気は急速に悪化し、極めて厳しい状況となりました。本年4月以降は日本政府による緊急事態宣言発令の影響により経済活動が大幅に縮小される一方で、中食・惣菜業界では、オンラインショップの利用が増加し、外食企業や飲食店のテイクアウトの拡大、宅配サービスへのビジネスモデルの転換が進むなど、垣根を越えた競争が激化しております。

このような状況の中、当社は、衛生的な製造・販売環境を維持するため、ファクトリーでは日頃から行っている入館時や商品製造時の衛生管理をより一層徹底し、店舗では飛沫防止カバーの設置や量り売り商品のパック販売を行うなど、お客様にとってこれまで以上に安心・安全を感じていただける売場環境づくりを行いました。ベジテリアブランドにおきましては、店頭でお召し上がりいただくジュースなどを販売する特性から飛沫感染の懸念があり、お客様の安全を第一に考えた結果、4月23日から5月13日までの間、自主休業することで感染拡大防止に努めました。

しかしながら、都道府県知事からの営業自粛要請や外出自粛要請に伴う百貨店・駅ビルの一時休業や、食品フロア限定の営業、時短営業の影響で、当社も多くの店舗が休業を

余儀なくされ、店舗の休業に伴い玉川ファクトリーを約1か月間にわたり休業することとなりました。その結果、第48期におきましては、売上・営業利益ともに前期を下回る大幅な減収減益となりました。

直近の状況について

5月以降も緊急事態宣言が延長されたことを受け、百貨店・駅ビルも休業を継続し、新規出店を予定していた店舗の開店日を延期するなどの影響を受けました。その一方で、「STAY AT HOME」の呼びかけに対し、RF1オンラインショップでは、新商品の導入や送料無料キャンペーンを5月末まで延長するなどの対応を行うことで巣ごもり消費の需要を捉え、会員が増加し着実に売上を伸ばし続けています。

新型コロナウイルスの新規感染者数の減少等により5月25日には全国で緊急事態宣言が解除され、6月には全ての当社店舗で営業を再開することができましたが、自粛緩和に伴う第2波・第3波の感染拡大が懸念され、厳しい経営環境は今後も続くものと思われれます。

なお、5月末に竣工を予定していた静岡ファクトリー第4棟につきましては、新型コロナウイルスの影響により、部品調達の遅れと作業員の安全を考慮し、竣工を9月末に延期いたしました。

未来を切り開く大きな変革を

感染リスクの低減を目的とした「新しい生活様式」の実践が推奨されるなど、新型コロナウイルス発生以前の日常を取り戻すことは難しく、今後は生活者のライフスタイルや消費行動、百貨店・駅・駅ビルのあり方が変わっていくことが予想されます。食においても家庭での食事が増えることで、惣菜の価値が見直されるとともに、その求められる価値も変化しながら、中食市場はさらに拡大していくと感じています。

当社は、この現状をチャンスと捉え、既存の店舗においては商品の売り方、予約取り置き・受け取り方法、お客様との接点のあり方などを見直し、ビジネスモデルを進化させてまいります。店舗の販売ケースでは、サラダと料理メニューを組み合わせた品揃えにより食卓提案が伝わりやすい売り場づくりを行うとともに、量り売り商品のパック販売によって接客時間を短縮することで混雑緩和を図るなど、お客様のお買い求めやすさを追求してまいります。オフィス複合型の商業施設への出店においては、朝食・昼食ニーズをターゲットにした新たな業態として、モバイルオーダーサービスを導入しキャッシュレス決済に対応したSalad Meal Serviceの店舗開発も進めております。家庭での喫食機会の増加に伴う日持ちのするミールキットへの需要に対しては、これまで販売していたキット化したサラダに加え、8月よりこだわりのソースを活かした料理メニューのキット商品を新たに販売し、調理の



手間を減らしながらもひと手間かける楽しさを提供できる商品提案を行ってまいります。

同時に、これまで培ってきた経営資源を活用し、メーカー力の強化を図り、新たな事業の確立を目指した冷凍食品の開発・生産能力の拡大に積極的に取り組むことで、EC事業・卸事業の拡大にチャレンジしてまいります。また、機械化・少人化による生産性向上や配送の効率化に加え、抜本的なコスト構造の見直しによる経営体質の強化を図ってまいります。

これら、新たなチャレンジと経営体質強化の両輪で変革を加速させ、ロック・フィールドの未来を切り拓き、ステークホルダーの皆様のご期待に応え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。

2020年7月

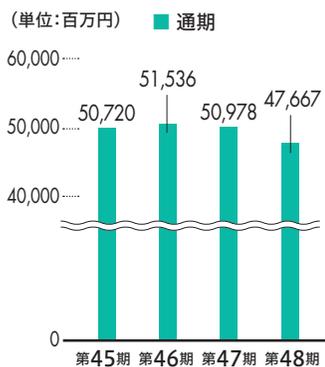
代表取締役社長

古塚 孝志

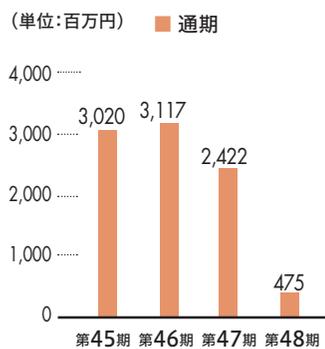
財務ハイライト

●中食・惣菜業界におきましては、ライフスタイルの変化による中食市場の拡大が続く一方、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、オンラインショップの利用増加や、外食企業や飲食店のテイクアウト、宅配サービスへのビジネスモデルの転換が進み、垣根を越えた競争が激化しております。

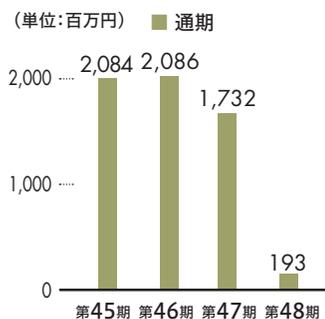
●新型コロナウイルス感染防止を目的とした緊急事態宣言が全国に発令され、都道府県知事による営業自粛要請や外出自粛要請に伴う、百貨店・駅ビルの全館一時休業、食品フロアの限定営業や営業時間短縮などの影響により、経営環境は著しく悪化し、大幅な減収減益となりました。



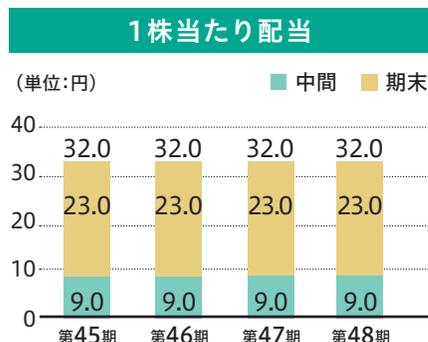
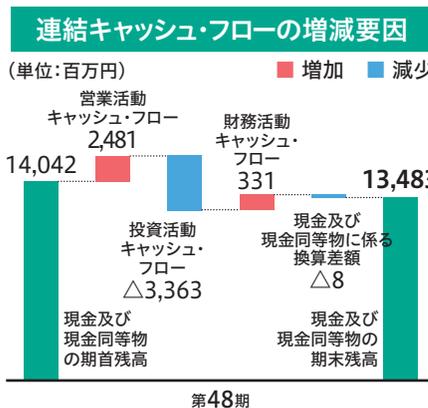
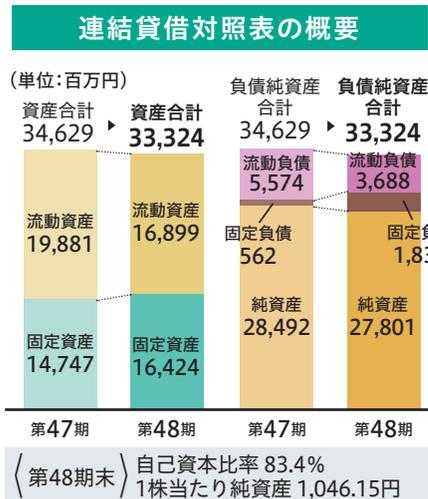
売上高
47,667
百万円
(前期比6.5%減)



営業利益
475
百万円
(前期比80.4%減)



親会社株主に帰属する
当期純利益
193
百万円
(前期比88.8%減)



R1F SOZAI 【アール・エフ・ワン】

143 店舗

売上高 30,299 百万円
(前期比7.7%減)

「野菜は、多才。」をテーマに、素材の旨みを凝縮させるなど、野菜の美味しさを引き出す様々な調理方法で、食卓における新しい野菜の楽しみ方を提案し、クリスマスや年末年始には、予約方法の利便性の向上や事前予約商品の拡充を図りました。

牛肉のグリル 霜降りひらたけのロースト添え

神戸コロッケ 【神戸コロッケ】

35 店舗

売上高 2,702 百万円
(前期比6.3%減)

ブランド創設30周年特別企画として、創設からの想いを繋げる「復刻コロッケ」の提案や、じゃがいもやごぼうなど生産者のこだわりが詰まった季節感のある素材を使用したコロッケの提案を行いました。

黒毛和牛のビーフコロッケ

G Green gourmet 【グリーン・グルメ】

62 店舗

売上高 8,413 百万円
(前期比3.1%減)

「R1F」ブランドを中心とした品揃えに、「いとほん」「融合」ブランドのサラダ・料理の販売強化を行いました。また、業態変更の影響により、売上高39百万円が「R1F」ブランドから「グリーン・グルメ」ブランドの売上高となりました。

たっぷり海の幸のスペシャルサラダ

VEGETERIA 【ベジテリア】

26 店舗

売上高 1,212 百万円
(前期比16.2%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素材の栄養をしっかりと訴求したジュースの提案と併せて、ご自宅や職場でのお食事に合わせて飲んでいただけるジュースの提案を行いました。

じっくり焼いた 愛媛のみかん

いとほん 【いとほん】

日本のざらだ

35 店舗

売上高 3,457 百万円
(前期比2.2%減)

「カラダよろこぶ あわせ買い」をテーマにした食卓提案や、「旬を、冒険しよう。」をテーマに、その時期だけの特別な味わいの素材を意外な素材と組み合わせることで、美味しく新しい旬の提案を行うとともに、新たに3店舗を出店しました。

播磨灘産 牡蠣の南蛮仕立て

Asian Salad 【融合】

10 店舗

売上高 957 百万円
(前期比13.9%減)

「アジアの風味で野菜を愉しむ」をテーマに、アジア料理特有のスパイスを使用した野菜料理の提案や、「アジアの豊かな米文化をめしあがれ。」をテーマに、東南アジアに広がるお米を使用した商品の提案を行いました。

スープが自慢 鶏のフォー

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。

SDGs (持続可能な開発目標)とは…?

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するため、17の目標と169のターゲットを設定。発展途上国のみならず先進国自身が取り組む普遍的なものであり、日本も積極的に取り組んでいます。



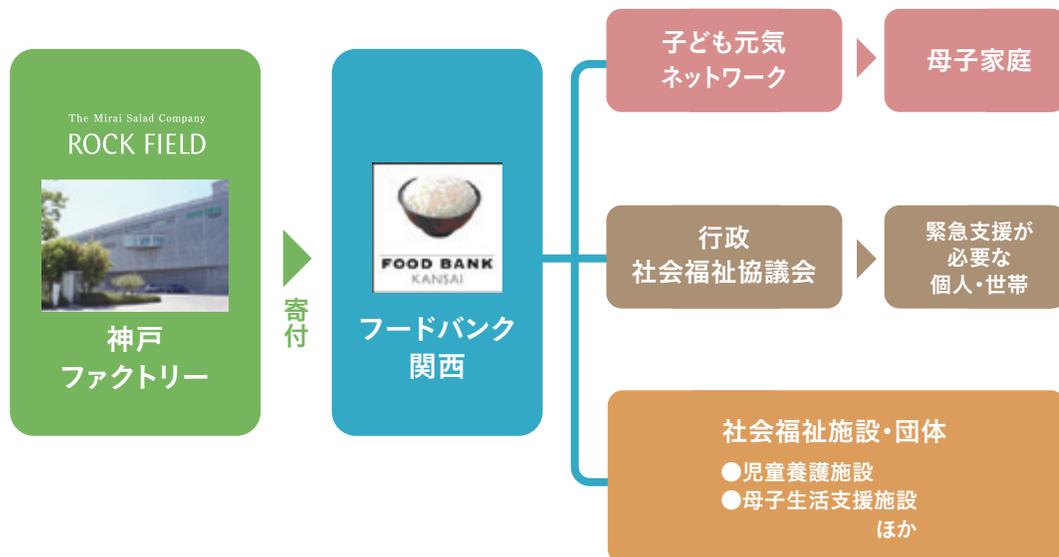
04 » 社会貢献

当社は、食に携わる企業として、食を通じた社会貢献活動や食育活動を通して、医療・福祉の支援、芸術・文化・スポーツの振興、災害被災地の復興支援、本社のある地元・神戸の街の活性化などに協力するための協賛活動を継続して行っています。



食品で安定した支援を

神戸ヘッドオフィス/神戸ファクトリーでは、2019年に防災食品の更新をした際に、神戸市の「フードバンク関西」へ食品の寄付を行いました。フードバンクとは、まだ食べられるものの不要になった食品を集め、食事に困っている方やそのサポートをする団体に食品を配布する活動です。今、日本では食品の寄付を求める団体や貧困家庭に対する支援の手が足りていないとお話を伺い、食品企業として継続的に協力していきたいと考え、2020年1月からは、毎月1回の定期的な寄付を行っています。商品の試作や製造段階で余った原材料のうち、商品に使用しない肉や魚介類、果物や調味料など、従来は堆肥としていたものを、食品としてフードバンクで有効活用いただくことで、当社にとっては食品ロスの削減にも繋がっています。



技能実習生の受け入れ

当社では、国際貢献と安定的な人材確保を目的に2019年5月から技能実習生を受け入れています。発展途上国などの人々が技術や知識を習得し、自国の経済発展に貢献できる人材の育成を目的とする技能実習制度において、アジア各国の取り組み状況を検討した結果、ミャンマーの考えに共感し、神戸ファクトリーで毎年8名の技能実習生を受け入れ、3年間で当社のそうざいの製造技術と日本語でのコミュニケーションについて指導しています。



製造技術の習熟へ向けて

1日目に素材の下処理から調理、パック詰めまでの全ての作業区での業務を幅広く経験します。その後は本人の希望や適性などをもとに決定した配属先で深く業務を学び製造技術を身につけていきます。生産現場では、OJT担当者が実際に作業をやって見せその場で確認することを繰り返すことで、技能実習生たちは業務の習熟度を向上させ、今では必要不可欠な存在として生産現場で活躍しています。



働きやすい環境をサポート

日本での生活をサポートするため、生産部門の社員が社宅や家具・家電・日用品などの手配をはじめ、定期的な家庭訪問を行うなど、働きやすい環境づくりを行っています。

VOICE

ベジタブル
作業区長
岩城久美子さん



上達が早く、一つ一つの仕事が丁寧で、とても助かっています。控えめな方が多いので、コミュニケーションをしっかりとって、積極的に働けるようになってほしいです。

実習生
ハニ・
トゥンさん



技能実習2年目になり、4月からクッキング作業区に配属されています。最初は難しかったところもありましたが、今では自分一人でカレーやリゾットを作れるようになりました。

異文化交流を楽しんで



業務外でも休憩時間には従業員レストランで同じ作業区のパート従業員と食事をしながら会話をしたり、毎月の面談時に日本文化を伝えたり、ミャンマーの文化を知る交流会を行うなど、お互いにコミュニケーションを図ることを大切にしています。

05 ≫ 従業員サポート

当社の事業において、従業員(社員・パート従業員)は大変重要な“人財”であり、経営を支える柱であると考えています。従業員一人ひとりが十分に能力を発揮し、イキイキと働き続けられるように、人事制度の整備や従業員支援のための施策の実施、教育機会の提供などを行っています。



子育て世代が働きやすい職場に

企業内保育室を設置しています

女性の活躍のために

当社が初めて企業内保育室を設置したのは2001年、静岡ファクトリー第2棟竣工の翌年でした。当時、女性の社会進出がだんだんと進む中、社長の岩田(現会長)は、「そうざいを買に来てくれるお客様の大半は女性で、当社は女性の活躍によって支えられている。女性が子育てをしながら安心して働ける環境を作ってサポートするべきだ」と考え、静岡ファクトリーに「風車の丘保育室」を開設しました。静岡ファクトリーの周辺には大手企業の工場が多く、パート従業員の採用活動に苦労していましたが、保育室の開設後は、自然の多い環境で食育を行う保育室の取り組みが口コミで広がり、当社で働きたいと言ってもらえるようになり、安定した人材確保に繋がっています。



風車の丘保育室



元気の木保育室

静岡での取り組みを神戸でも

静岡ファクトリーで培ってきた保育の取り組みを広げるため、2004年の神戸ヘッドオフィス/神戸ファクトリー竣工時に2つめの企業内保育室の設置を検討しました。当時はまだ待機児童問題が今ほど深刻な状況ではなく、神戸では電車・バス通勤の立地であることもあり、子どもを預けたいというニーズはあまり多くはありませんでしたが、今後ますます女性の活躍が求められる時代になり保育室の重要性が増すことを考え、2006年に「元気の木保育室」を開設しました。

開設当初は、静岡・神戸ともに園児が2~3名と少なかったものの、現在では静岡で38名、神戸で24名が利用する人気の保育室になっています。

ママ VOICE 1

田んぼではお米を作っている方がいることを知り、皆で料理して食べる楽しさを学んでいます。偏食だった娘がなんでも食べるようになり驚いています。



ママ VOICE 2

自分で育てた野菜を収穫し、料理して食べる経験はすごくいいですね。野菜に興味を持ってたくさん食べてくれるようになりました。



近くの里山でよもぎ摘み(風車の丘保育室)

保育理念は「食育」

「風車の丘保育室」と「元気の木保育室」では、心身ともに健やかな子どもを育てるため、旬の野菜を使ったさまざまな食体験や日本の伝統を取り入れた四季・歳時記に合わせたイベントなどを行っています。また、自然との触れ合いや日々のあそびと生活を通して自主性・創造力・コミュニケーション力を育てています。

食育をベースにのびのび育てる!

1 野菜を育て、収穫する喜びを知る

POINT

保育室では、毎年、季節に合わせて10~15種類の野菜や果物の種や苗を子どもたちと一緒に植えて、菜園作りに取り組んでいます。毎日の水やりは子どもたちのお仕事。太陽の光を浴びてどんどん育つ様子に、どの子も興味津々です。育てた野菜や果物は先生と一緒に子どもたち自身で収穫します。収穫した野菜の香りを嗅いでみたり、どんな形をしているのか観察してみることで、食への興味を育てています。



2 料理することで「食」に興味を

POINT

子どもたちは、先生と一緒に収穫した旬の野菜の調理も体験します。ちぎる、皮をむく、焼く等、子どもたちの年齢に合わせて調理を分担し、みんなで協力して料理を完成させます。人参やピーマンやキュウリが嫌いな子どもたちも、自分で育てた野菜は別格なようで、好き嫌いをなく食べられるようになっており、食べる楽しさや食を通じて季節を楽しむ心を育てています。



3 年齢の垣根を越える異年齢保育

POINT

1歳半頃から6歳までの異なる年齢の子どもが一緒に過ごしています。年齢や発達に合わせた保育活動を取り入れながら、年下の子どもはお兄さんお姉さんに憧れ真似をし、年上の子どもは小さな子どもを気遣い思いやる心を持つなど、共に成長していける環境で保育をしています。



シャルキュトリーの4商品が DLGで金賞受賞



2019年、日本で開催された世界最高レベルの食品品質競技会DLG食品コンテストで、当社のシャルキュトリー商品「ジャンボン・ド・パリ」「ソシソン・ア・ライユ」「パテ・ド・カンパーニュ」「ベーコン・メゾン・スライス」の4つを出品し、その全てが金メダルを受賞。当社シャルキュトリー商品の美味しさと高い品質が、国際的に証明されました。

DLG食品コンテストとは？

100年以上前から開催されているドイツ農業協会主催の食品品質競技会で、食品の品質評価に関して世界で最も歴史があります。外観・内観・食感・風味・味の5つの項目で厳しい審査が行われ、すべて満点の商品だけに金メダルが与えられます。



ジャンボン・ド・パリ

豚もも肉を時間をかけて熟成させ、旨みを閉じ込めたハム。食感はしっとりなめらか。奥深い味わい。



ソシソン・ア・ライユ

シンプルに肉の旨みを堪能できるガーリックソーセージ。食欲をそそるニンニクの香りとぷりっとした食感が魅力。



パテ・ド・カンパーニュ

豚肉、豚レバーをハーブやスパイスと一緒に焼き上げたフランスの伝統的なパテ。赤ワインに合う濃厚な味わい。



ベーコン・メゾン・スライス

赤身と脂身のバランスが良いバラ肉を手間と時間をかけて熟成・燻製したベーコン。ふくよかな香りが楽しめます。

当社のシャルキュトリー商品の歴史

創業前に社長の岩田(現会長)がヨーロッパで出会ったデリカテッセンを日本で広めようと1977年に立ち上げた「ガストロノミ」ブランドで、主力商品となったのがシャルキュトリー。本格的なシャルキュトリーを作りたいとの想いから、1979年にジルベール・ヴァレー氏を、1981年にはジャンポール・ヴァレー氏を本場フランスから招聘し、約13年にわたりその技術を学びました。ジャンポール・ヴァレー氏は、ヨーロッパ各地のホテルやレストランで幅広い伝統技法を学び、フランス政府から「農事功労章」を授与されたシャルキュトリー職人の一人。当社にとってシャルキュトリーは本物志向を追求するものづくりの原点であり、今も「本物・伝統・手作り」を大切に、昔と変わらぬ本場フランスの製法で作っています。



ジャンポール・ヴァレー氏



CHARCUTERIE

こだわりの製法 ～ジャンボン・ド・パリの場合～

国産黒豚の皮付きもも肉を塊で仕入れ、肉のスペシャリストが丁寧に下処理を行い、ハムに最適な部分を厳選。数種類の香草を混ぜ合わせた、ジャンポール・ヴァレー氏秘伝の調味液に3日間じっくり塩漬けます。成形においては金型を使用せず、繊維の向きを合わせて約6キロの肉の塊をラップで何重にも巻いて、人の手で丸めることで仕上がりの断面がきれいになるようにしています。その後、夕方に蒸気窯に入れて翌朝までゆっくりと蒸してから、1時間ほど常温で放熱。水のシャワーでゆっくりと温度を下げいきます。時間をかけて加熱・冷却を行い、温度管理を徹底することで、しっとりジューシーなハムが出来上がります。

これら伝統的な本場フランスの製法は全てのシャルキュトリー商品に共通しています。



左) 下処理の様子
右) 成形の様子

未来に受け継ぐシャルキュトリー

当社にとって、シャルキュトリーの技術は創業から約20年間にわたり事業の柱として当社の成長を支えた重要な経営資源です。食の豊かさが求められる今の時代に、当社の強みであるサラダと組み合わせた食卓提案を行うことで、豊かなライフスタイルの創造に貢献できるよう、本物志向を追求するDNAと本場フランス仕込みの技術を今後も大切に伝承してまいります。

シャルキュトリーって？

ハム、ソーセージ、サラミ、パテ、テリーヌなどの豚の加工品全般を表す言葉。フランスの伝統的な料理で、ワインのおつまみや土産に欠かせない存在です。

シャルキュトリーのご案内

ご自宅でのオードブルやおつまみに、ひと手間かけてサンドイッチやパスタにと、楽しみ方はいろいろ。また贈り物にもオススメです。ぜひお試しください。



RF1のシャルキュトリーセット
3,046円(税込)

内容:ジャンボン・ド・パリ、ソシソン・ア・ライユ、パテ・ド・カンパーニュ、ベーコン・メゾン・スライス、オリーブ・アンチョビ 各1パック

商品の詳細はこちら



オンラインショップ
OnlineShop

<https://shop.rockfield.jp/>
からご購入できます。



産地との絆

KIZUNA

静岡県



香りが良くてマイルド パクチー

パクチーは暑さや雨に弱く、需要が高まる夏の栽培が困難。生産者の末次さんは、気温に合わせて圃場をベースの静岡から愛知や長野へシフトしたり、ハウス栽培を拡張したりと工夫することで、高品質なパクチーを安定供給してくれています。また、土づくりにこだわり、提携先のアグリサービスジャパンと協働し、静岡ファクトリーの野菜残渣から作る植物堆肥を使用するなど、持続可能な農業の実践を心がけています。同時に「多様化する食文化に対しロック・フィールドとともに新しい特徴的な野菜作りや普及にチャレンジしたい!」との思いから、種苗会社と協働し新品種のテスト栽培にも積極的に取り組んでいます。



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) FAX.078-435-2805

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



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)



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。