

# ROCK FIELD REPORT



株主  
通信

第48期 第3四半期のご報告

2019年5月1日～2020年1月31日



The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

証券コード:2910

## 第48期第3四半期の決算状況

今日、中食・惣菜業界はライフスタイルの変化により市場が拡大する一方で、昨年10月の消費税率引き上げと同時に導入された軽減税率制度の影響により、外食企業をはじめとする多くの企業が消費税率8%に据え置かれた中食市場に参入し、業界の垣根を越えた競争がますます激化しております。また、1月以降、中国で発生した新型コロナウイルスの日本での感染が拡大したことから、百貨店など大型商業施設が多い都心や観光客の多い京都などを中心に、人混みを避け外出を自粛する傾向が強まり、個人消費にブレーキがかかるなど、経営環境は厳しさを増しております。

第3四半期においては、当社にとって一番の繁忙期であるクリスマス・年末年始において、WEBや電話での事前予約の開始日を早め、予約対象商品の拡充を図るなど、お客様の利便性向上に努めてまいりました。昨年12月には、令和への改元により23日が31年ぶりに平日となったことを受け、21日の土曜日から予約商品を受け取れるようにしたことで、分散化が予想されるクリスマス商品の需要に対応いたしました。その結果、12月の売上は前年を上回ることができ、改めて当社の商品・サービスに対するお客様の期待の高さを感じることができました。しかしながら、昨年同様百貨店など商業施設への来店客数の減少や郊外立地の百貨店の閉店、消費税率引き上げ後の生活防衛意識の高まりによる個人消費の節約志向と併せて、慢性的な人手不足を背景とした

人件費・物流費の上昇などの影響により、営業利益は前期を下回る結果となりました。

なお、新型コロナウイルスの影響による来店客数の減少等を踏まえ、2020年4月期の通期連結業績予想を2020年3月2日付にて修正しております。

## 今期の重点施策について

現在は、「既存事業の進化」に向けて、創業から約20年間にわたり当社の事業の柱であったヨーロッパデリカテッセンを現代風にアレンジした料理メニューを強化し、当社の強みであるフレッシュな生野菜のサラダや近年力を入れている加熱野菜のサラダと、料理メニューを組み合わせた食卓提案に取り組んでおります。また、RF1ブランドでは立地などによって店舗をタイプ分けし、曜日や歳時記、商品の価格帯、販売ケース別で品揃えに変化をつけることで、これまで以上に店舗ごとのお客様のニーズに合った商品提案を行えるようにしております。

近年では、自宅や職場などでケータリングを使ってパーティを楽しむ消費者が増えており、コミュニケーションツールとしてのそうざいの可能性を感じております。

食の豊かさが求められる時代において、当社の経営資源を最大限に活用し、他社との差別化を図り、食の新たな価値創造を行っていきたくと考えております。

## “青りんごの精神”で挑戦を

日本社会において、少子高齢化のさらなる

進行や働き方改革の推進、価値観の多様化などによりライフスタイルが変化していくなか、中食の役割はますます重要になってくると思います。そのなかで、当社がさらに成長していくためには、既存の店舗とは異なる販路を拡大することでお客様の利便性を高め、生産性向上を図ることで労働集約型の事業からの変革を起こすことが必要だと考えています。今後も、食の新価値創造の実現に向けて、“希望に満ち溢れた青りんごの精神”で果敢に挑戦してまいります。

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。  
2020年4月

## TOPICS

### 青りんごのオブジェ 安藤忠雄さんの想いに共感

2018年、会長の岩田が当社のファクトリーを設計・デザインされた建築家の安藤忠雄さんから手のひらサイズの「青りんご」のオブジェをいただきました。安藤さんは、近代米国の詩人サミュエル・ウルマンが70代で作った「青春の詩」からこのオブジェを着想され、2019年2月、兵庫県立美術館の「海のデッキ」と呼ばれる屋外スペースに寄贈されました。安藤さんの想いに共感した岩田の依頼で、2019年11月12日、神戸ヘッドオフィスに2つ目となる大きな「青りんご」のオブジェの設置が実現しました。

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



サミュエル・ウルマンは「青春の詩」の中で、青春とは人生のある期間ではない、心のありようなのだ、と謳いました。

失敗を恐れることなく困難な現実に向かう挑戦心。どんな逆境にあらうとも、夢をあきらめない心の逞しさ。

身体・知性がいかに年を重ね、成熟しようとも、この内なる若さをさえ失わなければ、人は老いることなく生きられるというのです。

いつまでも輝きを失わない、永遠の青春へ――目指すは甘く実った赤りんごではない、未熟で酸っぱくとも明日への希望に満ち溢れた青りんごの精神です。

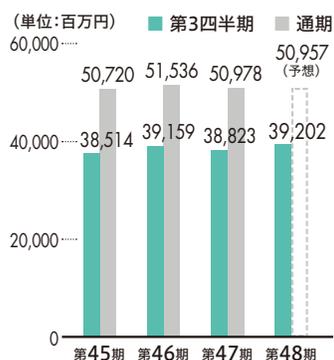
安藤忠雄（建築家）



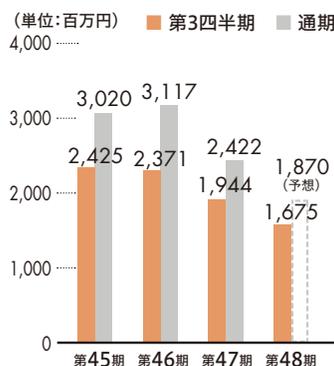
代表取締役社長 古塚 孝志

財務ハイライト

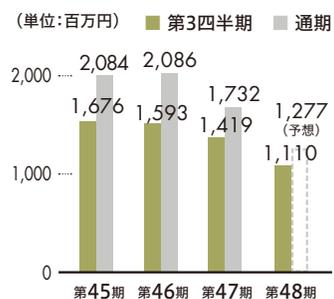
- クリスマスや年末年始には「楽しみましょう、新時代のクリスマス」や「彩りましょう、新時代の迎春」などをテーマに、WEBや電話での事前予約の対象商品の拡充や予約期間の延長などを行い、お客様の利便性向上に努めました。
- 昨年から続く百貨店など商業施設への来店客数の減少や郊外立地の百貨店の閉店、消費税率引き上げ後の生活防衛意識の高まりによる個人消費の節約志向と併せて、慢性的な人手不足を背景とした人件費・物流費の上昇などの影響により、厳しい経営環境が続きました。



**売上高**  
39,202 百万円  
(前年同期比1.0%増) ↑



**営業利益**  
1,675 百万円  
(前年同期比13.8%減) ↓



**親会社株主に帰属する  
四半期(当期)  
純利益**  
1,110 百万円  
(前年同期比21.7%減) ↓

**R1F** 【アール・エフ・ワン】  
SOZAI

148 店舗

売上高 **24,983** 百万円  
(前年同期比0.3%減) ↓

XmasパーティBOX

令和初のクリスマスには、前菜からメイン料理まで、「特別」をお家で気軽に味わうことの出来る「XmasパーティBOX」の事前予約限定の提案を行いました。

**絆** 【日本のさらだ いとはん】  
日本のさらだ

35 店舗

売上高 **2,883** 百万円  
(前年同期比6.5%増) ↑

迎春 福雅

「和で祝う迎春」をテーマに、おせち料理として新春にふさわしい縁起物などを詰め合わせた祝い膳「福雅(ふくみやび)」の提案や、「献立、きまる。和食アレンジ」をテーマに、「いとはん」ブランドの代表的な和さらだや惣菜を使って、和食の美味しさや楽しさの広がりの提案を行いました。

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

26 店舗

売上高 **1,035** 百万円  
(前年同期比7.0%減) ↓

福・いちご(あまおうブレンド)

「冬に負けないカラダ」をテーマに、北海道のアロマレッドやいちごなど旬の素材の美味しさを活かしたジュースの提案や、「食事にプラスがおいしいジュース」をテーマに、ご自宅や職場でのお食事に合わせて飲んでいただける冷蔵保存可能なジュースの提案などを行いました。

**Gg** 【グリーン・グルメ】  
Green gourmet

61 店舗

売上高 **6,811** 百万円  
(前年同期比4.2%増) ↑

香ばしグリル海老とポテトのアーヒージョ風

「RF1」ブランドのサラダを中心とした品揃えに、「いとはん」ブランド、「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、第43期より進めております「RF1」ブランドから「グリーン・グルメ」ブランドへの業態変更の影響などにより、売上高53百万円が「RF1」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。

**神戸コロケ** 【神戸コロケ】

36 店舗

売上高 **2,194** 百万円  
(前年同期比0.7%増) ↑

創業30周年記念 復刻 肉じゃがコロケ

創業30周年特別企画として「ザ職人技コロケ」をテーマに、創業当時の技が光る「肉じゃがコロケ」や「カレーコロケ」などの復刻コロケの提案や、「今夜はごちそうコロケできめる!!」をテーマに、季節の素材や華やかさを演出する商品の提案を行いました。

**AsiaN Salad** 【アジア・サラダ融合】  
融合

10 店舗

売上高 **804** 百万円  
(前年同期比7.8%減) ↓

1食分の野菜が摂れる トムヤムクン

「ぬくもりが恋しい季節に美味しいアジアです。」をテーマに、温かさが美味しさのポイントになる点心や唐辛子を使った辛みのあるメニューの提案や、「Tasty Asia for You. アジアを愉しむ7日間」をテーマに、この時期にしか食べられない特別感のある商品の提案を行いました。

# 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。

## 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。



## 03 » 一次産業とともに

安心・安全な商品には良い素材が欠かせません。生産から販売までの一貫したプロセスを担うビジネスモデルを持つ当社は、生産者の方々がこだわった良質な原材料を活かした商品を開発し、その価値をお客様に届けています。また、お客様からのお声を生産者とも共有し、ニーズに合わせた価値ある商品と一緒に作り上げることで、一次産業をサポートしていくことができると考えています。



### 日本中に広がるネットワーク

#### 全国の産地・生産者に契約栽培をお願いしています

当社は、理念・価値観を共有していただける全国の産地や生産者の方々に契約栽培をお願いしています。契約栽培によって、生産者はあらかじめ出荷量を見込めるため、市場価格の変動に左右されることなく、より良い野菜の栽培に集中することが出来ます。当社にとっては、不作によって市場では野菜が品薄の場合でも、一定量を仕入れることができ、安定調達に繋がっています。あわせて、購買担当者が定期的に生産者のもとを訪れコミュニケーションをとることで信頼関係を築き、安心・安全で品質の良い野菜を仕入れることができています。

また、契約栽培によって、旬の野菜を市場に出回るよりも一足早くお客様へお届けできるとともに、市場にはあまり出回っていない野菜の栽培を依頼できるなど、競合他社との差別化にも繋がっています。



三野農園にて



※契約栽培をお願いしている主な生産者

### パートナーとして ロック・フィールドができること

#### 品質向上を目指して

静岡県で栽培されるレタス類やルッコラなどの葉物野菜は、朝方収穫された野菜を当日の昼ごろに鮮度を保ったまま当社静岡ファクトリーに納品いただいています。あわせて、収穫後の野菜の鮮度や品質管理を徹底するため、生産者に冷蔵庫を寄贈し温度管理をしていただいています。



#### 悩みに寄り添う

購買担当者が産地訪問を重ねる中で、生産者の悩みを伺うこともあります。北海道の生産者からは、倉庫前の道路に雪が積もるとトラックが通りにくくなり困っているという話を聞き、道路舗装の支援をしました。また、山梨の生産者からは、取引量が増えて冷蔵倉庫前に大型トラックが停めづらいという課題を伺い、駐車スペースを拡張し作業コンテナ等を収納できるよう改装を行うなど、働きやすい環境づくりを支援しています。

#### 勉強会で理解を深める

生産者には、定期的に当社ファクトリーや店舗を視察してもらい、意見交換を行っています。ファクトリーでは実際に生産現場に入り作業を体験し、作業員から直接話を聞くことで、野菜の規格や納品方法の提案をいただくこともあり、お互いの業務改善に繋がっています。また、店舗視察では、納品された野菜が商品となりお客様に届く過程を見もらうことで、当社のこだわりを体感していただいています。



#### 未来へのチャレンジを応援

長年、品質の良いパクチーやケールなどを安定的に供給いただいている生産者には、ビニールハウスを寄贈し、ノウハウを活かしたハーブ類のテスト栽培などにもチャレンジしていただき、市場ではあまり流通しないハーブ類の仕入れにも役立っています。



## 素材の価値を高める、価値を伝える ～北海道の生産者との挑戦～

当社は、生産者とともに素材のさらなる価値向上を追求し、生産者の想いをお客様まで伝えることで、一次産業の発展に貢献していきたいと考えています。今回は、コロッケやサラダに欠かせないじゃがいもについて、約30年間にわたる二人三脚の取り組みをご紹介します。



### おいしいじゃがいもとの出会い

当社で使用する男爵いもは、北海道北見市端野町で契約栽培されています。神戸コロッケブランド創設当初の1990年、コロッケに合う本当においしいじゃがいもを求めて、社長(当時)の岩田や購買担当者が全国各地に足を運んだ結果、じゃがいもの一大産地である北海道の端野町に辿り着きました。でんぶん価が高くホクホクとした食感のおいしい男爵いもには、目に見えない生産者の努力が詰まっています。

## keyword (01) 安心と安全 農薬の使用を減らす



当時は、収穫時に薬剤で茎や葉を枯らしてから、じゃがいもを掘り起こすのが一般的でしたが、おいしだけでなく安心・安全なじゃがいもを目指し、新たに茎葉処理機を使った収穫方法に取り組んでいただきました。収穫前の茎葉処理は大変な手間がかかるものの、残留農薬の心配がなく健康的な土壌が保たれ環境への負荷を減らすことができる取り組みにチャレンジしてほしい、という当社の熱意が通じ、1996年から茎葉処理機を使った収穫が始まりました。この取り組みの普及促進のため、当社からは茎葉処理機を寄贈するなど産地をサポートしました。より安心・安全な男爵いもをお客様に届けたいとの想いで始めた端野町との取り組みは、JA帯広大正にも広がり、メークイン栽培にも使用されています。

## keyword (02)

### 一年中おいしい じゃがいも

#### 雪中備蓄という貯蔵法を用いて

取引開始当初から、端野町の男爵いもを一年中使いたいと考えていましたが、8～9月頃に収穫したじゃがいもは、一般的には5月上旬頃までしか流通しません。そこで出荷が終了する春先から夏まで冷蔵保管するなど試行錯誤を繰り返す中、1994年、JAきたみらいの担当者に春先以降の貯蔵方法を相談し提案いただいたのが、積雪の多い地域に見られる“雪室”を応用する方法でした。情報収集・試験・検討を重ねた結果、雪を詰めたコンテナを積み上げ倉庫の壁を囲うことで、保管に必要な温度と湿度のコントロールが可能となりました。雪中備蓄により品質の良い男爵いもを年間調達できる上、甘みが増し、時期によって味わいの変化を楽しむこともできるようになりました。



雪中備蓄の様子

## keyword (03)

### 価値向上

#### 商品に想いをのせて

ファクトリーでは、生産者が育てたこだわり素材にさらなる価値をプラスし商品を生産しています。じゃがいもの皮むきは最小限にとどめ、おいしさと栄養をできるだけ残し、じゃがいもの状態に合わせて蒸す時間を細かく調整することで、ホクホクとした味わいと食感が楽しめます。また、商品を販売している店頭では、POPやリーフレットで、茎葉処理、雪中備蓄、環境に配慮した専用コンテナなど、産地とのさまざまな取り組みをご紹介します。



## keyword (04)

### 強い絆

#### 台風被害を乗り越えて

長年にわたって築き上げてきた生産者との絆は、有事の際にその強さを発揮します。2016年8月、北海道に観測史上初めて3つの台風が次々に上陸し、当社が男爵いもを供給していた端野町馬鈴薯振興会も被害を受けられました。市場ではじゃがいも製品が品薄になっていた中、『台風被害は本当に大変だった。それでもロック・フィールドには何がなんでも1年間じゃがいもを届けると約束した』という生産者の方々の想いの込められたご協力のおかげで、その年も変わらず商品をお客様にお届けすることができました。当社はこれからも生産者との信頼関係をより強固なものにし、一次産業の価値を高める取り組みを行っていききたいと思っています。

RF1ファンミーティングを開催しました

# ファンベース主義



わたしたちが大切にしていることの一つにファンベースという考え方があります。ファンベースとは、ファンの方々の共感・愛着・信頼を増やし、共に未来の価値を創出していくこと。今回は、そんなファンベースに基づく取り組みの一環として行っているイベント「RF1ファンミーティング2020」をご紹介します。



## RF1ファンミーティング2020

in 神戸ヘッドオフィス

密着



03

## おたのしみメニュー体験

“サラダBOX”を全員で一斉に開けるワクワク感から試食会がスタート。RF1の企画担当者から商品の説明を聞きながら、旬の京野菜をテーマにしたサラダなどをお召し上がりいただきました。今日だけの特別メニュー“シェフのスペシャリティ”は、牛ほほ肉のギャージュ、レモンリゾットです。メインの牛ほほ肉のギャージュは、ハンガリーの家庭料理をアレンジしたもので、シェフから「今まで食べたことのないものを提供したいという想いから作った」ことをご説明。4時間煮込んで仕上げた一品に、参加者の方からは「どうしてこんなに柔らかいの!？」と、驚きのお声をいただきました。



サラダBOX



シェフのスペシャリティ

01

## 自己紹介

まずはグループに分かれ、参加者の皆様とスタッフそれぞれがニックネームを交えて、自己紹介をしました。

02

## RF1のこだわりご紹介

社長から会社説明、ものづくりのこだわりをお話した後に、ファクトリーでの製造工程の映像をご覧いただきました。



## RF1ファンミーティング2020とは?

テーマは「一番RF1に近づける日」。この日は「ファンの皆様がRF1にもっとも近づける日」であると同時に、「わたしたちがファンの皆様にもっとも近づける日」でもあります。2回目となる今年は、神戸ヘッドオフィス、東京オフィスの2か所で開催。有料のイベントにも関わらずロック・フィールドメンバーズの会員の皆様から多くのご応募をいただき、抽選でご招待しました。

ロック・フィールドメンバーズに入ろう

WEB予約トリオキサービスが利用できる会員組織。メールマガジンの配信やお得なキャンペーンなどのお知らせも♪



お申し込みはこちら

<http://www.rf-one.com/rfmembers/>

04

## ファン会議

参加者の皆様に「大好きな商品について」の想いを語っていただきました。RF1の商品の中で、各自が一番好きな商品を選んでグループで意見交換を行い、スタッフも会話に参加し、まさに、「一番RF1に近づける日」というテーマにピッタリの時間となりました。



牛肉のグリルは、自分だけのお楽しみ。子どもに隠れて、晩酌のお供に。

仕事と子育ての両立が出来たのは、RF1のおかげです。

一番好きな商品は「30品目のサラダセット」。自分へのご褒美にいつも購入しています。

ありましたお土産も

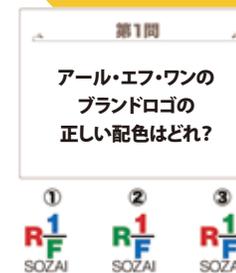


- 作るを楽しむSALAD ローストビーフと揚げごぼうの旨みサラダ
- BISTRO 365 ブイヨンの旨み 野菜のポトフ
- RF1 保冷バッグ

05

## チーム対抗イベント

グループで知恵を絞ったクイズ大会や、サラダの計量体験「100gピットリチャレンジ」などもあり、大いに盛り上がりました。楽しみながらRF1のことを知っていただき、優勝チームにはおそうぎ券のプレゼントもありました。



※クイズの答えはブランド別売上高概況の3ページをご覧ください。



## 参加者の皆様から

VOICE

ファン交流ではクイズで熱くなり、大好きなサラダの開発者さんともお話しすることができて本当に盛りだくさんの一日でした。

とても素敵なテーブルコーディネートで心をつかれ、前菜が運ばれてきたときはこれまた箱をオープンしないとわからないという宝箱を開けるようなドキドキ感の演出……さすがです!

## スタッフから

お客様との会話や笑顔を通して、日々の業務のやりがいに繋がりました。自分たちの考えた商品がお客様の手に届いた後の様子を聞いたことで、今後さらに商品の完成度やブランド価値を高めるために努力しようと思いました。

産地との絆 — KIZUNA — 熊本県



生でも甘い  
塩たまねぎ

塩やにがりなどを玉ねぎの葉に散布する独自の栽培方法で育った、子出藤農園オリジナルブランドの「塩たまちゃん」。ミネラル豊富で栄養たっぷり。えぐみが少ないので、生のままサラダにするのがおすすめです。玉ねぎの成長に適した土壌作りや苗場から畑への定植、収穫・出荷まで分量の多い塩たまねぎが傷つかないように、すべてが手作業。約210万本も植えるという広大な玉ねぎ畑ですが、安心・安全のため草取りに除草剤も一切使用していません。「特に草取りは数ヶ月かかりとても大変ですが、手作業一つひとつがおいしさに繋がれば」と子出藤さん。労を惜しまない作業が至極の玉ねぎを生み出します。



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)



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。