

# ROCK FIELD

## R E P O R T

第47期 第2四半期のご報告

2018年5月1日～2018年10月31日

The Mirai Salad Company

### ROCK FIELD

証券コード：2910



## 株主の皆様へ

代表取締役会長 岩田 弘三



今日、単身世帯の増加など社会構造の変化やライフスタイルの変化を背景に食の外部化が進み、共働き世帯の増加を背景とする時短需要の高まりを反映し、中食市場は拡大傾向にあるものの、コンビニエンスストアや食品スーパー、ドラッグストアなどで惣菜の販売が強化され、宅配やイートイン併設店舗など惣菜の選択肢が広がり、当社を取り巻く経営環境は厳しさを増しております。

昨年は9月に発生した台風が日本列島を縦断したことにより、例年以上の大きな被害をもたらしました。被災された皆様には心からお見舞いを申し上げます。当社は幸いにも従業員や建物に対する影響はほとんどなかったものの、神戸ファクトリーでは一部の設備や従業員の車が浸水し、静岡ファクトリーでは付近一帯の停電により工場の稼働が停止するなどの被害を受けました。これまで当社は3つのファクトリーで協力・分担して商品を生産し全国の店舗で販売してまいりましたが、今回の停電により一時的に商品供給ができなくなったこともあり、より一層の災害への備えを検討すべきと考えています。この自然災害により鉄道の運休や百貨店・駅ビルの休業が相次ぐなどの影響もあり、第2四半期までの状況を見ると、過去最高の売上・営業利益だった前期と比較すると、それを上回ることができませんでした。

11月・12月には、お客様からのニーズに応じて前期よりも早くからクリスマス・年末年始の予約を開始し、RF1で行っていたインターネットや電話での事前予約をいとはん・融合ブランドにも拡大することで早期受注を可能にし、お客様の利便性向上に努めました。また、量り売りの商品やパックの商品とあわせて、新鮮さと美味しさを保ったまま従来の量り売りやパックの商品よりも1~2日長くお召し上がりいただけ

る商品として、調理後の食材をキット化しご自宅で盛り付けるなど仕上げをしていただくサラダやオードブルの展開を強化いたしました。予約商品は前期を大きく上回るご注文をいただき、多くのお客様にお喜びいただくことができたと感じています。当社をご支持いただいたお客様、株主の皆様へ感謝申し上げます。

今期は野菜の加熱調理技術の強化を図っており、前期に設備投資を行った神戸ヘッドオフィスの創造型開発拠点「クリエイション・ラボ」や静岡ファクトリーの「野菜研究所」などをしっかりと活用し、加熱野菜ならではの魅力を持った新たな商品の開発をより一層加速させ、野菜の新たな楽しみ方の発信を行っていきたく考えています。また、キット化したサラダを「作るを楽しむSALAD」という名称で販売し、ご自宅でいつでも気軽に和えたてのみずみずしいサラダを味わっていただき、自分好みの盛り付けを楽しんでいただく商品として、パーティ向けの華やかなサラダや日常使いしやすい量目のサラダを、店頭だけでなく一部地域ではインターネット販売も開始いたしました。

今後は将来に向けた挑戦として、「The Mirai Salad Company」を標榜する当社の強みを活かした新業態の店舗開発や、インターネット販売などに対応できる高品質な冷凍・冷蔵商品の開発、静岡ファクトリー第4棟の建設に向けた計画など積極的な取り組みを進めてまいります。これまで培ってきた経営資源を活かし、現状を打破し新たなチャレンジをしていくことで、多様化する社会の惣菜へのニーズに応えていきたいと思っております。

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。

# 財務ハイライト

POINT

01

「The Mirai Salad Company」として、「サラダ」を通してそうざいの可能性を追求し、「食と健康」という新たな価値創造に取り組んでまいりました。また、人が集まるお盆や秋の連休を中心に、旬の素材や調理法にこだわった付加価値を高める商品の提案に積極的に取り組みました。

POINT

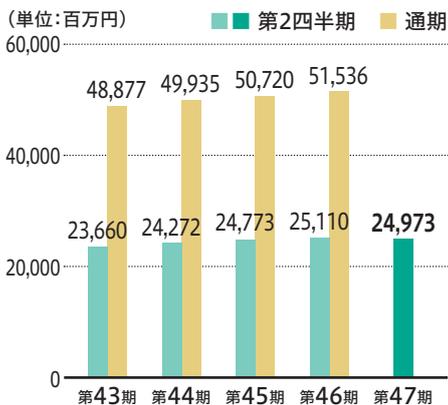
02

9月に発生した台風の影響による百貨店・駅ビルの休業に伴う売上の減少や、停電に伴う静岡ファクトリーの稼働停止による商品の一時的な出荷制限などにより、厳しい状況が続きました。

## 売上高

24,973 百万円

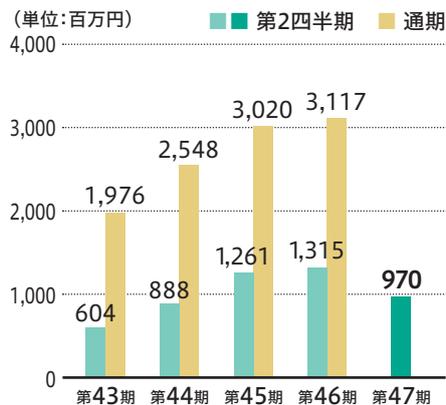
(前年同期比0.5%減)



## 営業利益

970 百万円

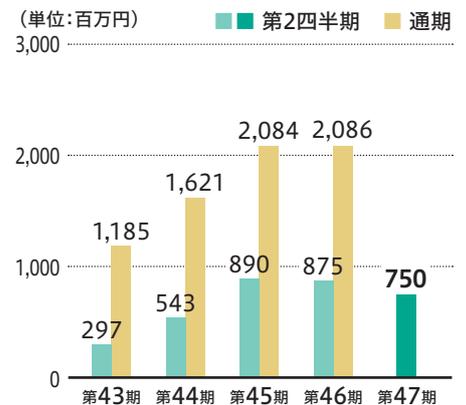
(前年同期比26.2%減)



## 親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益

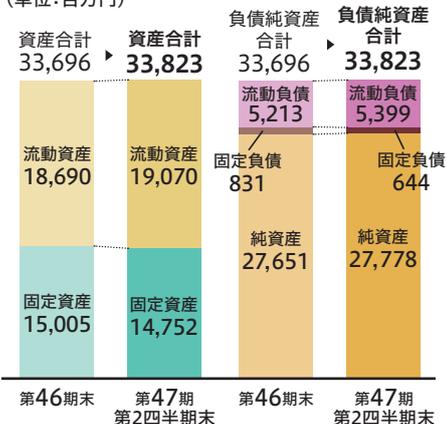
750 百万円

(前年同期比14.2%減)



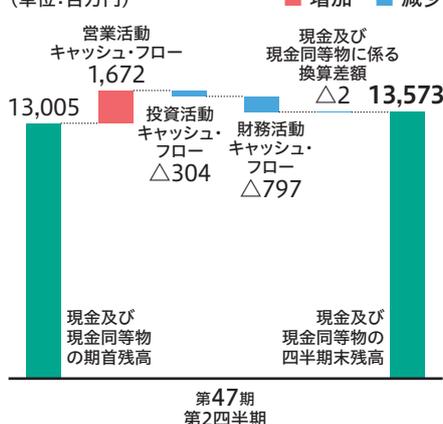
## 連結貸借対照表の概要

(単位:百万円)



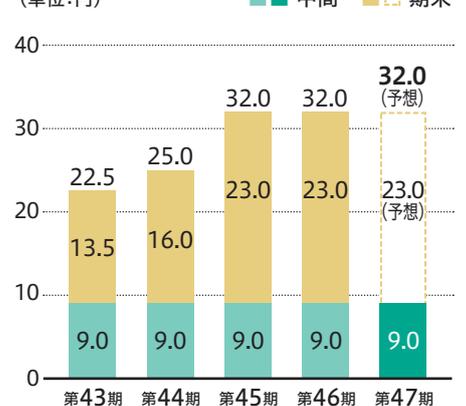
## 連結キャッシュ・フローの増減要因

(単位:百万円)



## 1株当たり配当

(単位:円)



※当社は、2016年5月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。第44期以前の配当額については、当該株式分割を考慮した調整値を記載しております。

第47期 自己資本比率 82.1%  
第2四半期末 1株当たり純資産額 1,045.65円

※「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号平成30年2月16日)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用し表示方法の変更を行いました。この変更に伴い、第46期末の流動資産及び固定資産の額を遡及修正し記載しております。



152  
店舗

## アール・エフ・ワン

売上高 **16,077**百万円  
(前年同期比**2.0%**減) ▼



丈夫な毎日に 海藻とじゃこの香味サラダ

「サラダから、健康をはじめよう。Salad First」の考え方をもとに、「サラダでカラダも充実の秋!」のメッセージを発信し、その一環として「海藻とじゃこの香味サラダ」などの定番商品のブラッシュアップを行い、健康的な食生活の提案を行いました。業態変更の影響により、売上高122百万円がRF1からグリーン・グルメの売上高となりました。



60  
店舗

## グリーン・グルメ

売上高 **4,159**百万円  
(前年同期比**3.6%**増) ▲



ローストビーフと焼きさのこサラダ

セレクトショップとしてRF1のサラダを中心とした品揃えに、いとはん、融合のサラダ・料理の販売強化を行いました。特に8月には「集まればこの味!」をテーマに、各ブランドのハレの日メニューで食卓提案を実施したことで、客単価アップにも繋がりました。

第43期より進めている、RF1からグリーン・グルメへの業態変更による影響がありました。

いとはん



日本のさらだ

31  
店舗

## いとはん 日本のさらだ いとはん

売上高 **1,758**百万円  
(前年同期比**0.7%**増) ▲



無花果と燻製チキンの和さらだ

「カラダよろこぶ あわせ買い」をテーマに、夏の暑い時期に無理なく栄養が摂れる提案や、秋の旬を楽しめる商品の提案を行いました。なかでも無花果、蓬莱柿、なすといった季節感のある素材を使用したサラダや料理の提案を行いました。

## 神戸コロッケ

37  
店舗

### 神戸コロッケ

売上高 **1,416**百万円  
(前年同期比**0.2%**減) ▼



大航海コロッケ スペイン産ポーク&生ハム

産地との絆やじゃがいものこだわりを伝える「秋の新じゃが販促」を実施いたしました。併せて、世界各国で見つけた食材で作る「大航海コロッケシリーズ」も継続して実施いたしました。



26  
店舗

## ベジテリア

売上高 **752**百万円  
(前年同期比**3.3%**減) ▼



高リコピントマト&いちじく

お客様の生活シーンに寄り添ったKENKOサポートをコンセプトに、高リコピントマトやケールとフルーツを組み合わせさせたジュースを販売するなど、不足しがちな栄養を補給する毎日の野菜習慣の提案を行いました。



10  
店舗

## 融合 アジアン・サラダ 融合

売上高 **576**百万円  
(前年同期比**2.7%**減) ▼



真空調理で柔らかく イペリコ豚と茄子のサラダ

アジアンサラダの更なる進化を目的として、夏にはハーブやスパイスを効かせた商品の展開を行い、秋には素材の良さを引き出す調理技術を駆使した「主食のおかずになるサラダ」の提案を行いました。



# 牡蠣フライの こだわり徹底解剖

当社の冬の代表商品である牡蠣フライには多くのこだわりが詰まっており、長年お客様から愛され続けています。今回はロングセラー商品の牡蠣フライの美味しさのヒミツについてご紹介いたします。

ポイント

## 1 産地が育む個性

当社では複数産地から仕入れを行っており、海域や養殖方法によって味や香りが異なる牡蠣の美味しさをお客様にお届けしています。当社が仕入れる4つの産地の中でも、仕入量が多い宮城県産と広島県産の特徴を紹介いたします。



豊かな樹木の養分が流れ込む瀬戸内海は植物性プランクトンが豊富で、狭い水路が多いため潮の干満差が大きい海域です。潮が引いたときは水に浸からない場所に牡蠣がついたイカダを移し、その場所に耐える強い牡蠣だけを残し育てるため、濃厚な味わいが特徴です。



寒流(親潮)と暖流(黒潮)がせめぎ合う海域の中でもリアス式海岸によって複雑な海流を生み出す金華山沖は、塩分濃度が高く牡蠣の養殖には理想的な条件がそろっています。また、落葉樹の多い山々から河川を通して運ばれる栄養や、餌となる植物性プランクトンも豊富で、しっかりと旨みと甘みが余韻となって感じられるのが特徴です。

ポイント

## 2 安心・安全

漁港では、牡蠣殻などの混入がないように、牡蠣を一つひとつ丁寧にむいていきます。産地工場での洗浄は、水に浸かっている時間を極力短くすることで、旨みを失わないようにしています。当社ファクトリーでは、牡蠣の入荷時にはX線異物除去機で牡蠣殻などを取り除き、さらに店舗への出荷前には金属探知機を使用することにより、安心・安全を徹底しています。



ポイント

## 3 美味しさ

冷凍ではない、フレッシュな牡蠣は味や大きさなどの状態が日々変化するため、牡蠣の変化に合わせて常にベストな美味しさを提供できるよう努力を重ねています。牡蠣の旨みをしっかりと閉じ込めるための生地(バター液)は、その年の牡蠣の状態に合わせて配合を調整し、牡蠣を一粒一粒手に取り絡めています。また、当社が仕入れる牡蠣に最適なサクッとした食感の衣は、メーカーと共同開発した専用パン粉を使用しており、時期によって糖度を変えています。



ポイント

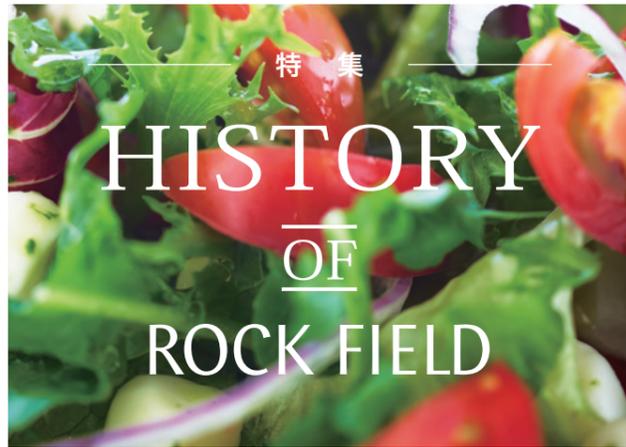
## 4 フレッシュ

牡蠣の旨みは、寒さが深まるにつれて一段と増していきます。9月~11月は「はりの旬」と言い、やや小ぶりですがやさしい香りとうま味が特徴です。12月~2月は「さかりの旬」、3月~4月は「なごりの旬」と言って、旨み成分のグリコーゲンとアミノ酸量がピークに達し、濃く、クリーミーな味わいが楽しめます。フレッシュな牡蠣を使用しているからこそ感じる味わいの変化を、4月までお楽しみいただけます。



“お客様に新鮮で美味しい牡蠣フライを届けたい”

その思いのもと、ロック・フィールドは鮮度や安心・安全、製法へのこだわりを追求し続けています。一粒一粒にこだわりがぎゅっと詰まった牡蠣フライをぜひご賞味ください。



## ギフト文化最盛期と当社の存亡を揺るがした水質汚濁事件

1980年代、当社のギフト商品の主力であった、ハム・ソーセージやスモークサーモン等は、ギフト文化の急速な普及により需要が増大しました。一つひとつ手作りの商品の中でも特にこだわりのハムは、ドイツ式の燻製したハムが主流だった当時では珍しい、フランス式の燻製をしない製法で、しっとりとした食感が人気を集めました。また、単品商品のギフトが定番だった時代に、当社は様々な商品を詰め合わせたギフトを作り、百貨店のお中元・お歳暮ギフトに新たな風を吹き込みました。



フランス風ハム

様々な商品を詰め合わせたギフト

商品をフル操業で生産し、順調に売上を伸ばしていたところ、思わぬ事態が起こりました。1988年2月17日、水質汚濁防止法違反の摘発を受け、神戸ファクトリーに警察の一斉捜査が入りました。原因は繁忙期を過ぎ工場の大掃除の際に、誤って汚泥を排出してしまったことでした。新聞やテレビでは、「グルメ会社が汚水を垂れ流し」と大々的に報道されたことで、それまで培ってきたお客様、取引先との信頼関係をも傷つけてしまいました。法令を遵守し環境を守ることの大切さを痛感したこの出来事は、その後の企業活動に大きな影響を与えました。

## 〈挑戦と変化の歴史〉

# 新たな価値を提案するそうざいの発展

1980年代の日本は、女性の社会進出が徐々に進展し、食の外食化が進んでいました。また、バブル景気の影響で、お中元・お歳暮ギフト文化が最盛期を迎え、食品業界でも高級食品への需要が高まりました。この時代の流れが後押しとなり、ロック・フィールドは大きく成長することとなります。今回は第2回として、ロック・フィールドの成長期についてご紹介いたします。



「神戸コロッケ」元町本店

神戸コロッケ

## こだわりの詰まった「神戸コロッケ」の大ヒットと大阪証券取引所への上場

1979年に「ガストロノミ」ブランドを百貨店に出店してから10年で、当社の売上高が約7倍に急成長をとげる中、新ブランド「神戸コロッケ」が1989年に誕生しました。冷凍食品やレトルト食品が市場に多く出回り、食の工業化が進んでいた当時、現会長の岩田は、冷凍コロッケメーカーの工場見学に行ったときに、原料のじゃがいもが食品の保管場所とは思えない倉庫に山積みになっている光景を目の当たりにしました。「こういう時代にこそ世の中に手づくりの本当に美味しいコロッケが必要ではないか。便利さよりも、美味しさ・品質に次の時代のニーズがある。」と確信した岩田は、素材と手づくりこだわった「神戸コロッケ」の開発に乗り出しました。社内からは「高級デリカテッセンを販売する当社が、コロッケ屋をやるなんて。」と反対の声が続出しましたが、予想に反し、「神戸コロッケ」は大成功を収めます。要因は、市場に出回っているコロッケとは一線を画した驚くほどの美味しさに加え、パッケージや店舗デザイン、イメージキャラクターの招き猫など、コロッケの固定概

念を大きく変える世界観でした。

日常的なそうざいであるコロッケを手土産としてお使いいただけるレベルに高めることで、お客様にそうざいの新たな価値を提案することができました。「神戸コロッケ」の爆発的な大ヒットにより会社の知名度が上がり、1991年の大阪証券取引所への上場の大きな原動力となりました。

## 静岡ファクトリー第1棟竣工

持ち帰りそうざいが普及し始めたことをうけて、主要なマーケットである首都圏へ商品を安定供給するため、静岡県に新たなファクトリーの建設を始めました。新ファクトリーの構想では、より美味しく、鮮度や品質の高いそうざいを作るべく神戸ファクトリーの生産ラインや設備を参考にするのではなく、衛生管理や原材料管理、冷却設備など全てにおいて、今までとはレベルの違う工場を建設することにしました。あわせて、食品機械メーカーにある最新設備を導入し、メーカーにないものはオーダーして作ってもらうなど、土地や建物も含めた工場建設に係る総投資額は当時の売上の半分に匹敵するほどの金額でした。素材の鮮度・品質を格段に向上させ、生産能力の大幅な増強を図ったこのファクトリーの竣工は、その後のブランド展開、日本各地への出店を支えることとなりました。



静岡ファクトリー第1棟竣工

## 〔成長期〕

1982年  
ハム・ソーセージ類の増産を目的として神戸ファクトリー第2工場竣工

1985年  
“レストランの料理をお届けします”「ごちそう宅急便」カタログ販売開始

1985年  
スモークサーモン等の生産能力を増強するため神戸ファクトリー第3工場増設

1987年  
首都圏の商品供給拠点として玉川ファクトリー開設

1988年  
ギフト文化最盛期と当社の存亡を揺るがした水質汚濁事件

1989年  
「神戸コロッケ」誕生  
神戸元町に第1号店出店

1989年  
大阪証券取引所新二部に上場

1991年  
静岡ファクトリー第1棟竣工

## 次回予告

日本経済の成長とともに、1980年代に当社は大きく発展し、また、「神戸コロッケ」が一世代を風靡したことで、日々のそうざいに新たな価値を提供することができました。今回は、持ち帰りそうざいへの需要が徐々に高まりつつある中で迎えた変革と当社を代表する「RF1」ブランドの創設についてお伝えします。



1982年

1985年

1987年

1988年

1989年

1991年

# 神戸コロッケ発祥の地で 南京町生誕150年記念事業に出店

2018年10月13日・14日に南京町生誕150年記念事業の一環で、南京町がプロデュースする食のイベント「KOBE満福キッチン」が開催されました。神戸で150年の歴史を積み重ねてきた旧居留地で、獅子舞演舞などのステージや、神戸市内の中華料理店やホテルなどの名店の味を楽しむ2日間限りの食の祭典は、天候に恵まれ多くのお客様でにぎわっていました。当社からは神戸コロッケを出店し、このイベントのために開発した新商品「**まねき**招喜バーガー」は、神戸コロッケで人気の黒毛和牛のビーフコロッケや海老と帆立のカツなどを使った食べ歩きしやすい商品ということもあり、長蛇の列ができるほどの人気を集めました。

2019年2月に開催予定の南京町春節祭では、会長の岩田が実行委員会の委員長を務め、当社も企画から参画しており、引き続き地元神戸のまちを一緒に盛り上げていきたいと思っております。



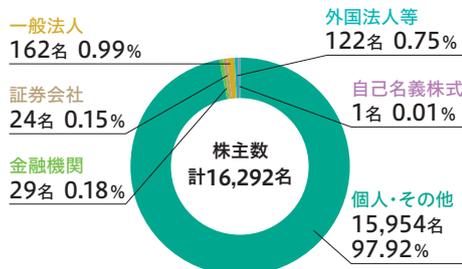
招喜バーガー

## 株式の状況

(2018年10月31日現在)

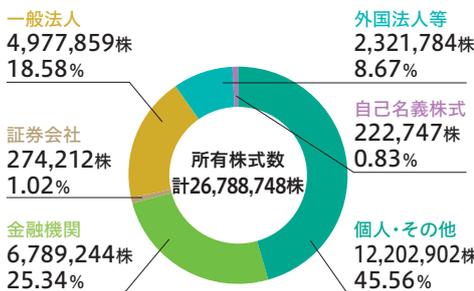
発行可能株式総数 ..... 40,000,000株  
 発行済株式の総数 ..... 26,788,748株  
 単元株式数 ..... 100株  
 株主数 ..... 16,292名

### 所有者別分布状況



## 大株主

株主名	持株数(株)
株式会社岩田	2,300,000
明治安田生命保険相互会社	1,312,600
ロック・フィールド取引先持株会	1,300,680
株式会社四国銀行	1,242,920
岩田弘三	784,200
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	595,500
ロック・フィールド社員持株会	544,294
三菱UFJリース株式会社	482,064
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	456,781
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口5)	421,200



## 株主メモ

事業年度 毎年5月1日から翌年4月30日まで  
 定時株主総会 7月  
 剰余金の配当基準日 期末 4月30日 中間 10月31日  
 株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社  
 特別口座の口座管理機関  
 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  
 電話(通話料無料)0120-094-777  
 上場証券取引所 東京証券取引所  
 公告方法 電子公告 (<http://www.rockfield.co.jp/>) ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることが出来ない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

住所、氏名のご変更、単元未満株式の買取請求・買増請求等のお手続に関するお問い合わせ、お手続に必要な書類のご請求等は、お取引の証券会社までご連絡ください。また、特別口座で管理されている株式に関するお問い合わせ等は上記株主名簿管理人(特別口座管理機関を兼任しております) 連絡先までご連絡ください。

## 会社情報

(2018年10月31日現在)

### 会社概要

社名 株式会社ロック・フィールド  
 設立 1972年6月8日  
 神戸 〒658-0024  
 ヘッドオフィス 神戸市東灘区魚崎浜町15-2  
 TEL.078-435-2800(代表)  
 FAX.078-435-2805

資本金 55億44百万円  
 従業員数 1,526名  
 子会社 岩田(上海)餐飲管理有限公司  
 株式会社コウベデリカテッセン

### 役員

代表取締役会長	岩田 弘三	社外取締役	中野 勘治
代表取締役社長	古塚 孝志	社外取締役	門上 武司
専務取締役	細見 俊宏	常勤監査役	岡 吾郎
常務取締役	伊澤 修	社外監査役	奥田 実
取締役	遠藤 宏	社外監査役	石村 孝男