

ROCK FIELD

R E P O R T

第47期 第1四半期のご報告

2018年 5月 1日 ~ 2018年 7月 31日

The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

証券コード：2910

株主の皆様へ

代表取締役社長 古塚 孝志

Profile

1988年4月に当社入社後、生産部門にて神戸・静岡ファクトリーマネージャー、生産本部長として当社の全てのファクトリー竣工に携わる。2011年に取締役就任後、2014年に代表取締役社長に就任。2016年には市場の競争激化など経営環境の変化を受け、専務取締役として生産・購買・品質保証部門の経営基盤の強化に専念。専務、副社長を経て、2018年7月に代表取締役社長に就任。



このたび、7月26日に神戸ヘッドオフィスにて開催した第46回定時株主総会、取締役会におきまして、代表取締役社長に就任いたしました。就任にあたり、株主の皆様にご挨拶申し上げます。今後は代表取締役会長の岩田がそうざいの新たな市場開拓と商品の企画開発を、私がメーカーとしての生産技術の更なる進化と品質の向上を先導し、二人三脚で経営を担ってまいります。当社の理念のとおり、そうざいを通して豊かなライフスタイルの創造に貢献するべく、全力を尽くす所存でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

第47期第1四半期におきましては、6月に発生した大阪北部地震や7月に発生した西日本豪雨など自然災害に加え、全国各地で観測史上最高気温を更新するなど記録的な猛暑の影響により外出を控える動きもあり、一時的に売上が減少し、また、労働力不足の深刻化と人材の確保・定着等を目的とした人事制度改革による人件費の上昇などにより営業利益についても昨年を下回る結果となりました。当社グループを取り巻く経営環境は、異常気象や中食市場における競合他社の惣菜の販売強化、他業種からの新規参入など、今後も厳しい状況が続くことが予想されますが、当社の持つ経営資源を有効活用し、全社のチカラを結集して競争力の強化を図る必要があると考えております。そのためにも、当社は本年度、人事制度改革により、定年年齢を65歳、定年後再雇用の上限年齢を75歳と段階的に延長し、多様な働き方に対応できる制度を整えました。従業員ひとりひとりが出産・育児や介護などのライフイベントにより生活が変化していくなかでも、やりがいと達成感を持ちつつ安心して働き続けられる環境作りを行うことで、会社に愛着を持って働く従業員が増え人財の活性化につながると考えています。

現在は、バランスの良い健康的な食生活の提案として、

厚生労働省が定める1日あたりの野菜の目安量350gを摂取しやすくするため、加熱調理した野菜を使った商品の品揃え強化に取り組んでいます。静岡ファクトリーに創設した「野菜研究所」では、お客様にお召し上がりいただくまで生野菜のみずみずしさや美しい色合いを保つ調理技術や、野菜の風味や甘みを引き出す加熱方法、今までにない斬新な野菜のカット方法、季節ごとの野菜の状態変化に応じた最適な保管・調理方法など、野菜の美味しさを最大限に引き出すための研究を行っています。また、2017年からスタートしたRF1オンラインショップでは、ハム・ソーセージなどのシャルキュトリーや月替わりの限定商品などギフトにもおすすめの商品や、ご自宅の冷凍庫にストックして手軽にお召し上がりいただける煮込み料理やコロッケなどを取り揃え、少しずつお客様の認知とご支持が高まってきていると感じています。

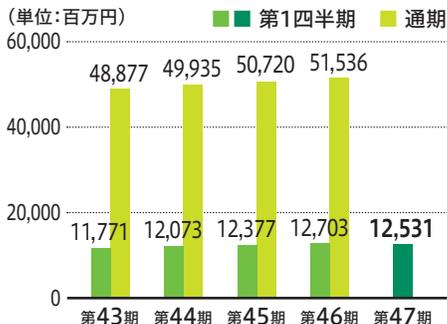
当社はこれまで、日本の新しいそうざいとしてサラダの可能性を広げ、様々なサラダを生み出してきました。ひとくちに“サラダ”と言っても、日常の食卓での副菜としてのサラダ、ローストビーフや魚介をふんだんに使った主菜としてのサラダ、お酒のおつまみとしてのサラダなど、食卓における“サラダ”の役割はそれぞれ異なり、サラダによって合わせる料理も異なります。昨年末に完成した創造型開発拠点「クリエイション・ラボ」を活用し、多様化するニーズに対応した魅力的な品揃えを行うことでお客様にサラダと料理の組み合わせを選ぶ楽しさを感じていただけるよう、企画開発力の更なる強化を図ってまいります。また、店舗にお越しいただくお客様とのコミュニケーションを大切に、高品質な商品の提供を通じて、食の豊かさや楽しさを提供できるよう努めてまいります。

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。

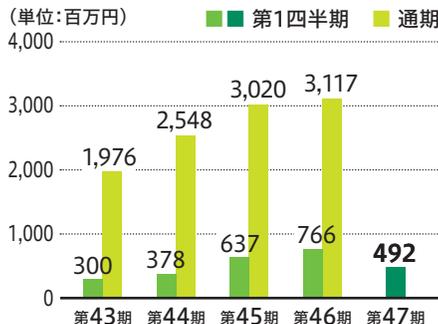
財務ハイライト

「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、ハレの日に合わせた付加価値の高い商品や素材・調理法にこだわった季節商品の販売強化を行いました。6月の大阪北部地震、7月の西日本豪雨、台風、全国的な猛暑などにより、一時的に売上が減少しました。

売上高 **12,531** 百万円
(前年同期比 **1.4%** 減)



営業利益 **492** 百万円
(前年同期比 **35.8%** 減)



親会社株主に
帰属する四半期
(当期)純利益 **326** 百万円
(前年同期比 **36.9%** 減)



ブランド別売上高概況

第47期第1四半期(連結)



アール・エフ・ワン

152
店舗

売上高 **8,099** 百万円
(前年同期比 **1.9%** 減) ↓



足りないカラダに 緑の健康30品目サラダ

サラダを通して健康的な食を提案する「サラダから、健康をはじめよう。Salad First」のメッセージを発信、「緑の30品目サラダ」などの定番商品をブラッシュアップするなど、野菜の栄養や健康的な食べ方の提案を行いました。



グリーン・グルメ

59
店舗

売上高 **2,039** 百万円
(前年同期比 **0.7%** 増) ↑



牛いちぼのローストと霜降りひらたけのサラダ

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。また、第43期より進めております業態変更の影響により、売上高32百万円がRF1からグリーン・グルメの売上高となりました。

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 **880** 百万円
(前年同期比 **4.2%** 減) ↓



北海道産炙りたこと泉水なすの和さらだ

「カラダよろこぶ あわせ買い」をテーマに、紫外線が強くなる時期など季節に必要な栄養素や日本人に不足しがちな栄養素が摂取できる商品の提案や、アスパラガス、とうもろこし、なすといった季節感のある素材を使用したサラダの提案を行いました。

神戸コロッケ

神戸コロッケ

37
店舗

売上高 **713** 百万円
(前年同期比 **0.4%** 減) ↓



大航海コロッケ
フランス産発酵バター&ローストビーフ

「世の中にないコロッケ屋を目指して」をテーマに、コロッケの付加価値を高める商品の展開と、コロッケを中心とした豊かな食卓を提案、併せて、「大航海コロッケシリーズ」として、世界各国で見つけた食材で作る新しいコロッケシリーズの販売を開始しました。



ベジテリア

26
店舗

売上高 **381** 百万円
(前年同期比 **5.6%** 減) ↓



新生姜&ルビーングレープフルーツ

「KENKOサポート」をテーマに、季節ごとに不足しがちな野菜や果物を手軽に摂れるジュースの提案を行いました。ベジテリア15周年記念として、毎月、季節のこだわりスープの販売を開始しました。



融合 アジアン・サラダ 融合

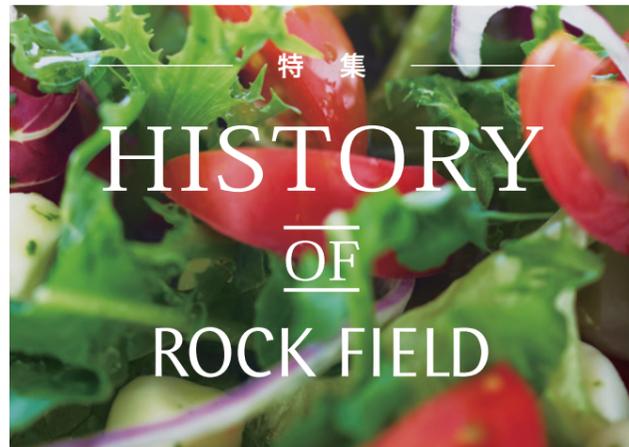
11
店舗

売上高 **303** 百万円
(前年同期比 **0.8%** 減) ↓



夏野菜で涼と香りヤリイカとくらげのサラダ

アジアンサラダの更なる進化を目的に、ココロとカラダが癒される「癒しサラダ」や、素材の良さを引き出す調理技術を駆使した「おかずになるサラダ」の提案を行いました。



HISTORY OF ROCK FIELD

デリカテッセンとの運命的な出会い

当社の前身は、1965年12月に創業者（現会長）の岩田が、神戸・元町の自宅を改装し開業した「レストランフック」という欧風料理のレストランです。当時、神戸港には諸外国の船が停泊しており、レストランフックのお客様だった船員の誘いで船の厨房を見学する機会があった岩田は、各国の様々な料理を学ぶ中で、自分の目で欧米の食文化を見てみたいと思うようになりました。



「ペック」外観

岩田が欧州視察で訪れたイタリアのデリカテッセン「ペック」店内

1970年11月、単身で欧州視察へ向かった岩田は、言葉の壁に臆することなく身振り手振りで現地レストランのスタッフに頼み込み、厨房を見学し、店内で一流の接客サービスを学びました。ドイツ、イタリア、フランスを巡り、各国の豊かな食文化に触れる中で、特に岩田の心を惹きつけたのは、その土地の伝統料理を取り揃えたデリカテッセンの店が市民生活に溶け込み、人々が次々に商品を買っていき姿でした。デリカテッセンの文化に興味を持った岩田は、宿泊していたホテルにスモークサーモンや豚肉のパテなど本格的な料理を買込みワインとともに味わったときに、レストランの味にも引けを取らない美味しさと何とも言えぬ満足感で、膝がガクガク震えるほどの感動を覚えました。日本にはまだない豊かなライ

〈挑戦と変化の歴史〉

時代の一步先を行く持ち帰りそうざいの可能性

当社が創業した1970年代の日本は、アメリカやヨーロッパのライフスタイルへのあこがれが色濃く反映された時代でした。今では当たり前になった中食の文化はまだ受け入れられてはおらず、「そうざいは家で作るもの」と認識されていました。そのような社会環境の中で、なぜ当社がそうざいの道に進んだのか、どのようにして日本にそうざい文化を根付かせてきたのか、ロック・フィールドの軌跡を全4回に分けてご紹介いたします。



フスタイルに感銘を受け、欧米のデリカテッセンの美味しさは日本でも必ず受け入れられると確信しました。

ロック・フィールド設立と百貨店への出店

欧州視察を終えた岩田は、当時レストランフックへよく通われていた大丸神戸店の食品売り場の幹部に、欧米のデリカテッセンの魅力を熱く語っていたところ、百貨店への出店の打診をいただきました。これをきっかけに、1972年6月、デリカテッセンの製造販売を目的とする株式会社ロック・フィールドを設立し、エスカルゴやビーフシチュー、ハンバーグなどを販売するデリカテッセン第1号店「レストランフック」を出店しました。“レストランの味をご家庭に”というコンセプトのデリカテッセンは強烈なインパクトがあったものの、売れるものは日常的になじみのある商品がほとんどで、売上は芳しくありませんでした。しかし、新商品の発売を積極的に行ううちに何度も足を運んでくださるお客様が増え、関西圏の他の百貨店からも次々に出店依頼をいただくようになりました。



デリカテッセン第1号店「レストランフック」大丸神戸店

「ガストロノミ」出店と首都圏進出

1977年3月、フランス語で美食家を意味する本格的なデリカテッセンブランド「ガストロノミ」を神戸・北野の商業施設、北野ローズガーデンに出店しました。日常使いのそうざいが人気だったレストランフックが順調に売

上を伸ばしていたものの、岩田が本当に日本に作りたかったのは、ヨーロッパスタイルの本格的なデリカテッセンの店でした。



「ガストロノミ」高島屋京都店

「ガストロノミ」の商品の数々

ガストロノミは、岩田が欧州視察で目にしたデリカテッセンの店舗の雰囲気そのままに、ヨーロッパの食文化を体現したパテやテリーヌ、ワイン、チーズ等を品揃えたことで、多くの百貨店の食品担当幹部が視察に訪れました。そして1979年、高島屋京都店に初めて「ガストロノミ」ブランドでの百貨店出店を果たすと同時に首都圏への出店の依頼が舞い込みました。当時、製造拠点が神戸のみだった当社にとって、首都圏進出はその後の事業戦略を大きく左右するほどの挑戦でした。失敗の許されないこの挑戦に、全社を挙げた決意の体制で臨み、1980年3月、首都圏進出第1号店の高島屋横浜店がオープンしました。京阪神の大型店の約2倍の量の商品を持ち込み挑んだオープン初日には、開店と同時に商品が飛ぶように売れ、2日分と見込んで用意した商品は当日の午後3時頃には売り切れる大盛況でした。当時、京阪神での1店舗の売上が1日20~30万円のところ、高島屋横浜店では1日で100万円もの売上があり、首都圏のマーケットの大きさとお客様からの熱烈な支持を実感しました。その後、高島屋日本橋店・玉川店へ次々と出店し、この首都圏進出は当社の事業展開を加速させる大きなきっかけとなりました。

[創成期]

1965年
当社創業者の岩田が25歳の時神戸南京町に「レストランフック」開業
神戸ビーフのステーキやハンバーグが評判を呼ぶ

1970年
欧州視察でデリカテッセンとの運命的な出会い
日本でのデリカテッセン起業を決意

1972年
ロック・フィールド設立
デリカテッセン第1号店「レストランフック」出店
神戸元町の栄町にキッチン(工場)竣工

1973年
伊丹工場を竣工

1977年
「ガストロノミ」出店
神戸北野に「ガストロノミ」第1号店出店(安藤忠雄氏が神戸北野に設計した商業施設「ローズガーデン」に出店)

1978年
「ガストロノミ」御影店出店(御影ガーデンシティー)

1979年
神戸元町に工場を竣工

1980年
「ガストロノミ」首都圏進出
「ガストロノミ」高島屋横浜店出店(首都圏第1号店)
神戸市東灘区に神戸ファクトリー第1工場を竣工

次回予告

岩田が欧州視察であこがれを持ったヨーロッパの豊かな食文化が、高度成長期の日本で徐々に受け入れられ、首都圏進出、社業の発展につながりました。今回は、1980年代以降、飛躍的に拡大したギフト文化を受けた成長と、その中で起こった当社の存亡を揺るがすほどの大事件についてお伝えします。

安心・安全の想いが築いた 生産者との信頼関係



2018年6月16日、「帯广大正農業協同組合」様が創立70周年を迎えるにあたり、記念式典が開催され、当社も取引先としてご招待いただきました。記念式典では、当社が長年にわたって帯广大正のメイクイン・大根・長芋などの野菜を、サラダを中心に使用し市場に広めたことが、地域の農業振興・経済発展に寄与したと評価され、そうざいメーカーとして唯一の感謝状をいただきました。

帯广大正農業協同組合様との取引は、1991年に始まり、今年で28年目を迎えます。1991年、じゃがいもの鮮度の維持・向上を目指し、自社工場内で土の付いたじゃがいもを下処理できる環境を整えた静岡ファクトリー第1棟が完成しました。じゃがいもの皮むきや芽取りをイチから手作業で行う食品工場を創設したことで、社内では「もっと美味しい素材を探そう!」という想いが強まっていました。一方、帯广大正農業協同組合様では、他の地域と差別化したじゃがいもの栽培を検討されておりました。素材に対する安心・安全への想いに共感していただき始まったのが、当社が推進していた、可能な限り薬剤を軽減し環境に配慮した栽培方法の1つである「リーフチョッパーによる茎葉処理」です。従来は、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、薬剤を軽減する為の機械による茎葉処理は時間も労力もかかります。しかし、安心・安全な素材で今よりもっと美味しい、高品質なそうざいを作りたいという当社の強い想いに対して、帯广大正農業協同組合様では69台もの茎葉処理機を

一挙に導入し、生産者全員が一丸となって安心・安全なじゃがいもの生産に取り組んでいただくことになりました。

28年間の生産者との二人三脚の取り組みが、現在の信頼関係につながっています。当社では自社で素材からサラダやコロッケなどを製造加工しており、9月から翌年5月までの間、メイクインの安定供給をしていただけていることで、美味しいそうざいをお客様にお届けできると考えています。会長の岩田は、生産者の方々への感謝を伝えるため、じゃがいもの収穫時期に北海道の産地を訪れ収穫状況などの情報交換を行い、生産者の方々には、当社のファクトリーや店舗を視察し、自らが育てたじゃがいもがそうざいとなるまでの製造工程や、素材へのこだわりを前面に出した店頭での販売促進や販売をご覧いただく取り組みを毎年継続しており、このことが長年の信頼関係に繋がっています。

当社はこれからも生産者の方々との強固な信頼関係を保ち、お客様に安心・安全で素材の美味しさを活かしたそうざいをお届けしてまいります。



発 行 株式会社ロック・フィールド
 神 戸 〒658-0024 神戸市東灘区魚崎浜町15-2
 ヘッドオフィス TEL.078-435-2800(代表)
 FAX.078-435-2805

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