

ROCK FIELD

R E P O R T

第46期 第3四半期のご報告

2017年5月1日～2018年1月31日

The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

証券コード：2910

株主の皆様へ

少子化・超高齢社会の進展や女性の社会進出などのライフスタイルの変化に伴い、お惣菜の社会的な役割が多様化し中食・惣菜市场が拡大しているなか、当社は日本の食の未来を考え、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。

第46期第3四半期においては、年間最大の繁忙期であるクリスマスや年末年始を中心にハレの日の食卓を華やかに彩る商品提案がお客様からご支持をいただき、クリスマス限定の特別商品は従来の店頭予約だけでなく今期新たにWEBや電話での予約受注に取り組んだことで、事前予約による注文を大きく伸ばし、売上高の伸長に繋がりました。しかしながら、昨年10月以降の長雨や台風、全国的な気温の低下や降雪を原因とした長期的な野菜価格の高騰により、営業利益に影響を受けることとなりました。

食品スーパーなどでは野菜の値上がりや品薄状態が続いていましたが、このような状況においても、当社は、理念・価値観に共感し二人三脚で歩んできた生産者の方々の多大なるご協力のもと、安定的に野菜を仕入れサラダの供給をすることができています。今後も引き続き生産者の皆様とお互いに良好なコミュニケーションを築くとともに、大切に育てられた素材を使った丁寧な生産を心掛け、素材の良さを活かした商品としてお客様へご提供したいと思っています。

第46期は、主要な取り組みのひとつであるメーカー力強化として、未来に向けた積極的な設備投資を行ってきました。

代表取締役副社長
古塚 孝志



神戸ファクトリーでは生産エリアの増床が4月末に完成を予定しており、ご自宅にストックしていただける日持ちのする料理商品やサラダと合わせてお召上がりいただける本格的な料理メニューの開発強化に対応し、増産することができる生産ラインを構築いたします。静岡ファクトリーでは「野菜研究所（仮称）」を創設し、これまで取り組んできた素材の特徴を活かした最適な調理・加工のレベルをさらに高め、当社の強みである“野菜”のチカラを引き出す方法を追求するとともに、そうざいの製造技術を伝承していく教育の場としても活用していきたいと思っています。これらの設備投資により、サラダと料理をさらに進化させていく基盤が完成いたします。今後は、全社で一丸となって理念・価値観を徹底的に実践し、創造的な仕事を行っていくことで、健康、安心・安全で価値ある商品提案を通じて、お客様からの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、より一層のご支援、ご愛顧、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

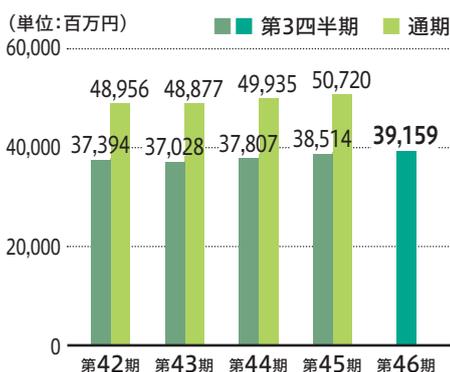
2018年4月

財務ハイライト

繁忙期であるクリスマスや年末年始には、ハレの日に合わせた商品や、素材・調理法にこだわった季節商品の販売強化に取り組みました。新たな取り組みであるWEBや電話での事前予約注文が大きく伸びたことが売上高の伸張に繋がりましたが、野菜の生育不足による価格高騰の長期化が利益を圧迫しました。

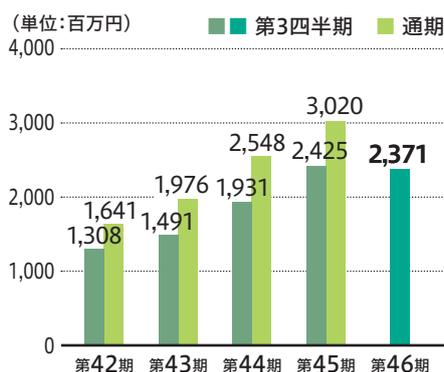
売上高

39,159 百万円
(前年同期比 **1.7%** 増)



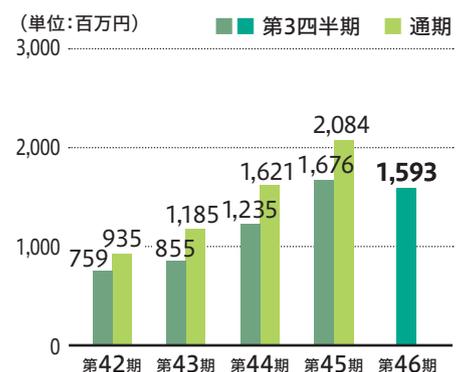
営業利益

2,371 百万円
(前年同期比 **2.2%** 減)



親会社株主に
帰属する四半期
(当期)純利益

1,593 百万円
(前年同期比 **4.9%** 減)



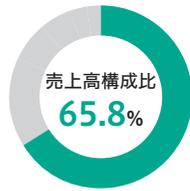
ブランド別売上高概況

第46期第3四半期（連結）



アール・エフ・ワン
157店舗

売上高 **25,771** 百万円
(前年同期比**1.1%**減) ▼



- そうざいを通じて「健康的な食の提案」「美味しさの追求」「新たな価値提案」をキーワードに、「Veges Energy」のメッセージを引き続き発信しました。
- 百貨店の閉店に伴う退店や、RF1からグリーン・グルメへの業態変更による退店による売上高への影響がありました。



焼き野菜のサラダ 旨塩仕立て



Green gourmet

グリーン・グルメ
58店舗

売上高 **6,196** 百万円
(前年同期比**22.3%**増) ▲



- 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・料理の販売強化を継続して行いました。
- 第43期より進めている業態変更の影響により、売上高665百万円がRF1からグリーン・グルメの売上高となりました。



北海道産生ハムとルッコラの華やかサラダ

いとはん



いとはん
日本のさらだ いとはん
31店舗

売上高 **2,701** 百万円
(前年同期比**5.4%**減) ▼



- 「この国の人 この国の食」をテーマに、現代の食卓に新しい美味しさや発見のある和食を提案しました。なかでもホワイトアスパラガスを使用したサラダを訴求したことや、節句ごとに季節商品を強化する「二十四節気販促」を継続したことが、多くのお客様に支持されました。



ホワイトアスパラガスのミモザ和さらだ

神戸コロッケ

神戸コロッケ
36店舗

売上高 **2,184** 百万円
(前年同期比**1.5%**増) ▲



- コロッケを中心とした品揃え強化策として、「神戸開港150年記念コロッケシリーズ」の最終回として「たっぷりビーフ&ポテト」の販売や、寒い時期にあつあつソースで食べるコロッケの訴求を行いました。

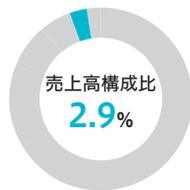


神戸開港コロッケ たっぷりビーフ&ポテト



ベジテリア
26店舗

売上高 **1,149** 百万円
(前年同期比**3.1%**減) ▼



- 「KENKOサポート」をテーマに、毎日続けられるベジテリアを目指し、寒さが厳しくなる時期に免疫力を上げる効果のビタミンA、ビタミンCをたっぷり含んだジュースの提案や、寒さが増す時期に健康的な具たくさんスープの販売強化に取り組みました。

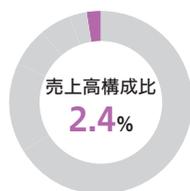


北海道のアロマレッド&はちみつ・ジンジャー



融合
アジアン・サラダ 融合
11店舗

売上高 **915** 百万円
(前年同期比**0.6%**減) ▼



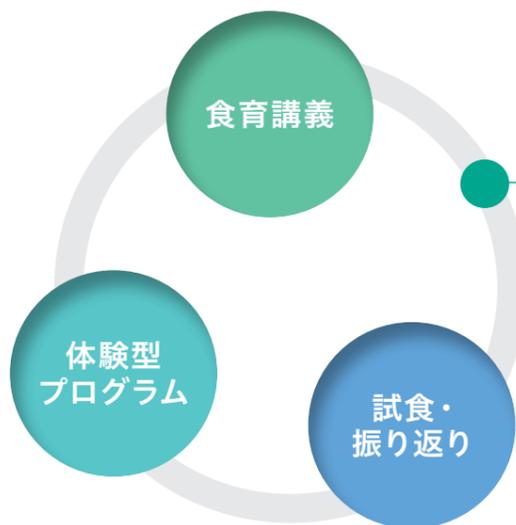
- 12月のパーティーシーンに合わせた買い合わせ提案や、年末年始にアジアの食卓提案を行いました。また、「揚げる、茹でる、焼く、炒める」といった調理法を駆使して素材の美味しさを引き出す商品の訴求を行いました。



北海道産炙り帆立と聖護院大根のサラダ

地元・神戸から

食育の輪を広げよう



当社では、地域貢献・食育の取り組みとして、神戸ヘッドオフィス・ファクトリー近くの甲南小学校で、出張食育授業を行っています。この取り組みは、甲南小学校で行われた当社会長兼社長の岩田の講演会をきっかけに、甲南小学校の理事長から「何か食育の活動をしてほしい」と依頼を受け2007年にスタートし、今年で11年目を迎えます。活動開始当初は、小学校の昼食の時間を利用し、普段お弁当を食べている子ども達に「野菜をおいしく楽しく食べよう」をテーマとした“食育ランチ”を提供していました。2009年からは、昼食時間だけでなく家庭科の授業時間を頂き、学年ごとに異なるテーマで年1回の“出張食育授業”に取り組んでいます。バランスよく食事をとることの大切さなどを学びながら、体験をとおして野菜への興味を持ってもらえるように、子ども達の成長にあわせた参加型プログラムの授業を行っています。今回は、本社のある神戸で長年行ってきた甲南小学校での出張食育授業について、ご紹介します。

1 食育講義

まずはパネルを使って栄養素について勉強します。「黄・緑・赤」の3つの栄養の働きについては、野菜だけではなくいろいろな食べ物をバランスよく食べる食習慣が身につくように、学年別に少しずつ伝え方を工夫し、すべての学年で繰り返し伝えています。低学年の授業では紙芝居などで食における野菜の役割を分かりやすく説明し、高学年では五大栄養素やその働き、「主食」「主菜」「副菜」といったバランスの良い食事の基本などを習得してもらいます。



2 学年ごとのテーマに沿った“体験型プログラム”

テーマに合わせ、野菜の特徴を知る実験や調理実習を行い、目で見て・触れて・学ぶ体験を通して野菜への興味・関心を高めます。知らない食材への子ども達の好奇心は非常に高く、熱心に講義を聞き、主体的に実習に取り組んでくれています。



3 試食・振り返り

そして最後は試食タイム。素材や栄養について学んでからの試食には新たな発見がたくさんあるようです。同じ野菜でも品種の違いを学んだり、自分で一生懸命に調理をすると、子ども達は苦手な野菜も食べてみようと思ってくれます。試食後はみんなで感想を発表し合ったり、子ども達からの質問に先生役の社員が答えたりしながら、食への探究心をさらに引き出します。この体験が日常の食への興味に結びつき、健康的で、楽しく、豊かな食生活に繋がればと思います。



第46期 体験型プログラム

- 1年生 <食への興味・関心をもつ>
果物と野菜でジュースを作ろう
- 2年生 <食べものを知る>
みんなで作ったさつま芋でお芋パーティー
- 3年生 <世界の食文化を知る>
生春巻き作りを体験しよう
- 4年生 <食べものを知る>
旬のおいしい野菜を知ろう(トマト)
- 5年生 <簡単な食事が作れる力をつける>
サラダシェフとかぼちゃのサラダ作り
- 6年生 <食の実践力をつける>
バランスの良い食事を完成させよう



3年生は「世界の食文化を知る」をテーマに、生春巻き作りを体験。ニョクナムやんにく、酢などを使った本格的な「ヌクチャム」というタレも手作りします。講義で教わった作り方にそって、包丁で野菜を切ったり、お湯で具材をゆでたり、タレを混ぜ合わせたりと役割分担をして下準備をします。その後、子ども達はペアになってライスペーパーを2枚重ねた生春巻き作り挑戦。協力して出来上がった特大の生春巻きを見て、子ども達からは歓声が上がっていました。

5年生は「簡単な食事が作れる力をつける」をテーマに、当社のサラダを開発しているシェフと一緒にかぼちゃのサラダを作りました。5種類のかぼちゃ（赤皮かぼちゃ・坊ちゃんかぼちゃ・くりりん・すくなかぼちゃ・雪化粧）を用意し、グループ毎に好きな種類を選んで調理を開始します。固いかぼちゃに悪戦苦闘しながら慎重にカットし、蒸しあげます。マヨネーズとブルーベリーソースも手作りし、盛り付けにもこだわりました。

食育は、食を通して豊かなライフスタイルの創造に貢献するという当社の理念を具現化する取り組みのひとつだと考えています。子ども達の食への興味をはぐくむことによって、食を中心とした健康的な生活習慣を実践していってもらうきっかけとなれるよう、今後も「食と健康」の取り組みを継続していきたいと思ひます。

スポーツ × 食で 神戸を盛り上げよう

ヴィッセル神戸プレミアム・ソシオ・クラブの ケータリングサービス



当社は、地域に根ざした企業とコミュニケーションを図り良好な関係を作り、神戸の街の活性化に貢献したいという考えから、神戸ヘッドオフィス・ファクトリーのある地元・神戸をホームタウンとするJリーグのサッカークラブ「ヴィッセル神戸」のオフィシャルスポンサーを務めています。その取り組みの一環として、ヴィッセル神戸の本拠地であるノエビアスタジアムのプレミアムシートに来院されるお客様向けに、当社商品のケータリングを行っています。

スタジアムのプレミアムシートに来院されるお客様にクオリティの高い食と空間を提供し、J1クラブライフを上質で神戸らしいものにしたいというクラブオーナーのご要望を受け2014年から始まったケータリングは、今年で4年目。通常、店頭では大きなお皿に盛りつけて販売しているサラダやフライ商品ですが、試合を観戦しながらお召し上がりいただけるよう、商品を小さなカップに入れてビュッフェ形式でご提供しています。また、試合の開催時間に合わせてお昼過ぎの試合では少し軽めのメニュー、ナイトゲームの場合はしっかりとお食事ができるメニューとなるようにしています。年間約20試合で行っているケータリングでは、サラダを中心にRF1らしい華やかなテーブルを演出し、ブランド価値の発信に努めており、当社にとっても商品を召し上がるお客様から直接お話を伺うことができる貴重な場となっています。ご来院されたお客様からは「美味しいだけでなく健康的な食事が楽しめて嬉しい」というお声をいただくことができ、プレミアムシートのご来場者数の増加にも繋がっています。

ロック・フィールドは「The Mirai Salad Company」として、今後も健康的で豊かな食の提供を通じて、地域貢献をしていきたいと思っております。



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