



ROCK FIELD

R E P O R T

第45期 第3四半期のご報告

平成28年 5月 1日 ~ 平成29年 1月 31日

The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

証券コード：2910

株主の
皆様へ

第45期 第3四半期を振り返って



専務取締役 細見 俊宏

株主の皆様には、日頃より当社の事業活動に格別のご理解、ご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

第45期第3四半期におきましては、当社にとって最大の繁忙期であるクリスマス・年末年始を無事に終えることができ、売上高は385億14百万円(前年同期比101.9%)、営業利益は24億25百万円(前年同期比125.6%)で、売上高・営業利益ともに過去最高の業績を達成することが出来ました。当社のSOZAIを評価しお選び頂いたお客様には、大変感謝をしております。

小売業界におきましては、消費者の価値観、ライフスタイルが激変する中、百貨店を取り巻く環境は依然厳しい状況が続いております。しかし、惣菜ビジネスに対する期待、また当社に対する期待はより大きくなっていると感じております。クリスマス・年末年始の店頭では、大惣菜時代を実感したと同時に、やはりハレの日の百貨店には大きな期待が寄せられていると感じました。

今後も少子・高齢化や就労人口減少は益々加速すると思われませんが、IT化の推進による店舗労働生産性の向上と販売スタッフひとりひとりがやりがいを持ち達成感を得られる職場環境の醸成が重要な課題であると考えており、積極的に取り組んでいるところです。

また、将来を見据え、消費者の購買動向、小売業界の動向をしっかりと見据えた中で、新たな業態開発、イーコマースなども視野に入れ、お客様の期待に応えられる商品・サービスにチャレンジして行きたいと考えております。

株主の皆様におかれましては、当社の事業活動に引き続きご理解いただき、今後も変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

平成29年4月

財務ハイライト

※第41期第3四半期は連結財務諸表を作成していないため、単体決算の数値を記載しています。

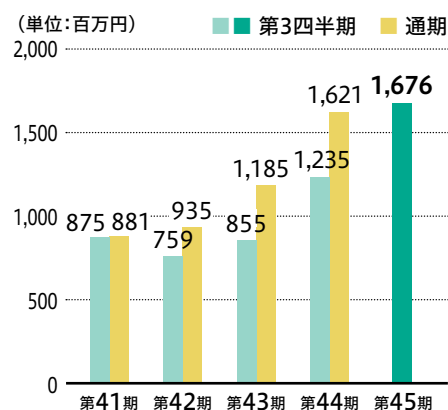
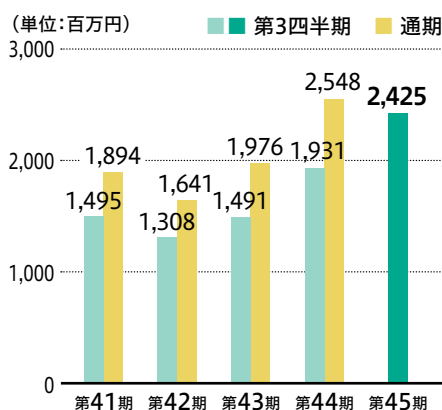
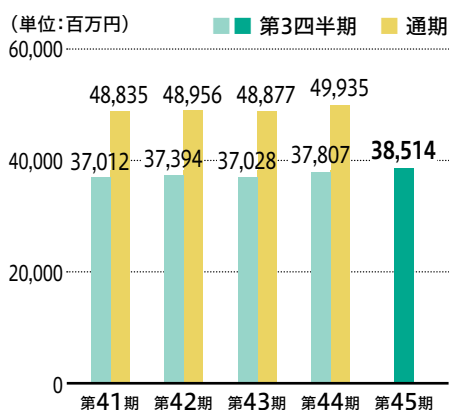
1 繁忙期であるクリスマスや年末年始には、ハレの日のニーズに合致した付加価値の高い商品を品揃えしたことが、好調な売上高に繋がりました。また、事前予約による注文も大きく伸びました。

2 野菜の価格高騰により、引き続きサラダが多くのお客様に支持されました。

売上高 **38,514**百万円
(前年同期比**1.9%**増)

営業利益 **2,425**百万円
(前年同期比**25.6%**増)

親会社株主に
帰属する四半期
(当期) 純利益 **1,676**百万円
(前年同期比**35.7%**増)



キッズニアと共に“食育”に取り組んで10年

キッズニアとの取り組み



株式会社ロック・フィールドは
キッズニア東京、キッズニア甲子園のオフィシャルスポンサーです。

キッズニアとは
エデュテインメント (Edutainment) タウン
※教育 (Education) と娯楽 (Entertainment) の合成語

キッズニアは子ども達が働くことの意味や大切さ、社会のしくみを楽しく学べる場として作られました。私たちはこのコンセプトに深く共感し、2006年東京に、2009年甲子園にスポンサー企業として、パビリオンを出展しています。

「食育」を基本においた取組方針は
ロック・フィールドが培ってきた食についての強みを活かし、子ども達に伝えたいことを「体験」を通して興味や関心を深めてもらうプログラムです。



オープンから2015年6月まではジューススタンドの体験を、同年7月以降、サラダショップにリニューアルし、サラダづくり体験を通した食育プログラムになりました。

「サラダショップ」パビリオン アクティビティ内容

体験は、1回約30分です。
下記は「かぼちゃディップのカリポリサラダ」の場合の子ども達の様子です。

1 着替え



2 ショップ紹介、食育座学



3 手洗い



4 サラダ作成 かぼちゃディップのカリポリサラダの場合



子どもたちの声

- 「普段野菜を食べないけど、これは食べられる」
- 「野菜が美味しい」「食感が良い」「ソースが美味しい」
- 「アーモンドは嫌いだけど、このソースなら食べられる」
- 「マヨネーズが苦手だけど、この豆乳マヨネーズは食べられる」
- 「かぼちゃディップは少しのベーコンでこんなに美味しいなんてすごい」

保護者の声

- 「いつもは野菜を食べないのに、体験をきっかけに野菜を食べてくれて嬉しい」
- 「家では食べない野菜を食べるきっかけになって嬉しい」
- 「また子どもと一緒に作ってみたい」
- 「この豆乳マヨネーズを販売してほしい」

食育年間テーマ

- ☑ バランスよく食べる大切さ
- ☑ 食における「野菜」の役割
- ☑ よく噛むことの大切さ

これらを、体験することで興味や関心を高める

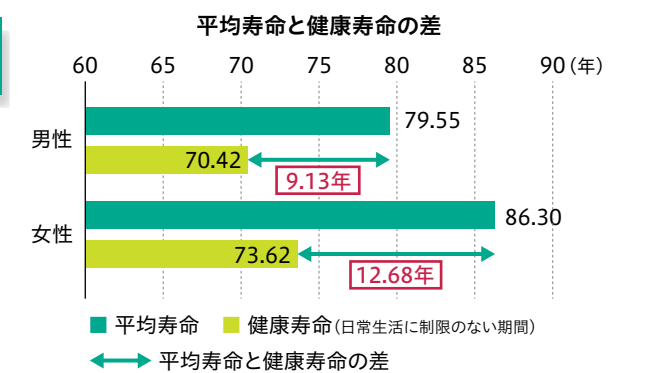


アクティビティで使用する食育ツール

今後の社会課題の解決に向けて

近年の食をめぐる状況の中で、特に問題とされているのが、平均寿命と健康寿命の乖離です。少子高齢化が急速に進む日本において、健康寿命の延伸は、国の重要な課題であり、食育の観点からも積極的な取り組みが必要とされています。

私たちロック・フィールドは、これからも継続して「食育」を通じた社会課題の解決に貢献してまいります。



平均寿命(2010年)は厚生労働省「平成22年完全生命表」より
健康寿命(2010年)は厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究、平成23年度～平成24年度総合研究報告」より

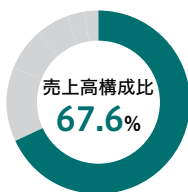
ブランド別売上高概況

第45期第3四半期（連結）



アール・エフ・ワン
165店舗

売上高 **26,065**百万円
(前年同期比**0.2%**減) ▽



- 「食と健康」をテーマに、サラダを中心とした健康的な食生活・食習慣の提案として、ヘルシーマガジンの発行など広く健康情報を発信しました。
- クリスマス・年末年始には、生ハムやローストビーフ、ロブスターといった素材を使用したごちそうメニューを提案しました。
- 1月には、毎年ご好評をいただいている京野菜を使用したサラダを展開しました。



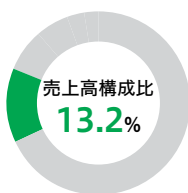
RF1自慢のローストビーフサラダ



Green gourmet

グリーン・グルメ
50店舗

売上高 **5,066**百万円
(前年同期比**17.6%**増) ▽



- RF1ブランドのサラダを中心とした品揃えに、いとはん、融合の商品を導入し継続して買い合わせを強化しました。
- 時間帯に合わせて限定商品の強化販売の取り組みをすることで客数と客単価の増加に繋がりました。
- 第43期より進めていますRF1からグリーン・グルメへの業態変更の影響により、494百万円がRF1からグリーン・グルメの売上高となりました。



フルーツトマトとモツァレラのジェノバ風サラダ

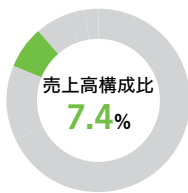
いとはん



日本のさらだ

いとはん
日本のさらだ いとはん
32店舗

売上高 **2,856**百万円
(前年同期比**2.5%**減) ▽



- 「一汁二菜プラス和さらだ」という現代版の一汁三菜の考え方を取り入れた食卓を継続して提案しました。
- 長崎県沖産天然ぶりの菜の花など季節感のある素材を使用した商品を積極的に展開しました。
- 年末年始には和菜で祝う初春の膳をテーマにおせちと祝いサラダのセットやごちそうオードブルなどの商品が好調に推移しました。

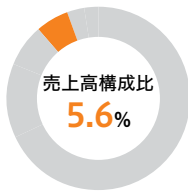


長崎県沖産天然ぶりの甘辛揚げ

神戸コロッケ

神戸コロッケ
37店舗

売上高 **2,153**百万円
(前年同期比**2.3%**増) ▽



- コロッケの新しい食べ方として、冬の寒い時期に合わせて「あつあつソースで食べるコロッケ」を提案しました。
- 冬野菜販促として徳島県産れんこん、下仁田ねぎなど「食と健康」をテーマに旬の素材を使用したコロッケの展開を行いました。



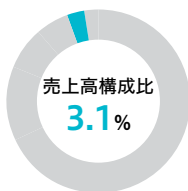
徳島県産もっちりれんこんコロッケ



Real veges, real fresh juice.

ベジテリア
26店舗

売上高 **1,186**百万円
(前年同期比**0.2%**増) ▽



- 「KENKOサービス・野菜習慣」をテーマに、定番の野菜ジュースに生姜やウコン、シールド乳酸菌®を加えた新しいジュースを展開しました。
- 旬素材の販促として冬野菜など野菜のチカラを活かしたジュースの強化に取り組みました。

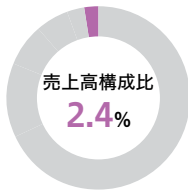


雪にんじん&りんご



融合
アジアン・サラダ 融合
11店舗

売上高 **921**百万円
(前年同期比**8.9%**増) ▽



- アジア料理独特の調味料やスパイス&ハーブを感じるメニューを特集するなど、アジア料理と健康に関する情報発信に継続して取り組みました。
- パクチーやくらげを使用したサラダや定番商品の豚やエビチリなどの料理メニューが好調に推移しました。



とろける豚の濃厚カシス黒酢ソース

× 松蔭高校 「エコサラダ」でコラボレーション

地元神戸の松蔭高校が約10年前から取り組む「BlueEarthProject」(「女子高生が社会を変える」をキャッチフレーズに、神戸の松蔭高校から全国200名の女子高生に広がっている環境啓発活動で、今年は「絶滅の危機にあるサンゴを次世代に残すこと」をテーマにした活動)に、弊社も共感し、企業の地域貢献の一つとして、エコサラダの企画開発・販売を共同で取り組みました。

昨年12月から高校生が「海藻を使ったサラダ」をテーマに商品のアイデアを考え、今年の1月から弊社の企画開発者とアイデア交換を繰り返し、最終的に写真の商品に決定いたしました。



国産海藻たっぷりサラダ ペペロンチーノ風味



販売は、3月2日と3日の2日間、RF1岡本店(神戸市東灘区)で行われ、高校生もプロジェクトのPRと共に、お客様に熱心に販売応援してくれました。

お客様からは・・・

「地球のために海藻を食べた方が良いのね」

「私も松蔭高校卒業なのよ、頑張ってる」

といったお声を頂き、高校生にとっても、弊社にとっても実りの多い取り組みになりました。

開発者や店舗スタッフからは・・・

「私たちの普段の目線では気付かないアイデアがあって非常に新鮮」

「目標をしっかり持って取り組む女子高生パワーに脱帽」

といった感想でした。

今後もこのような地域活動に貢献できる取り組みを行っていきます。

商品のご案内

魚介マリネとシトラスの
爽やかサラダプレート

1パック ¥1,296 (税込)

グリルした魚介に、シトラスとラズベリー入りのホワイトバルサミコドレッシングをかけて、さっぱりと、爽やかな味わいに仕上げました。

京都産筍使用
ローストビーフと焼き野菜の
和さらだ

100g ¥648 (税込)

京都産筍をはじめ、春の野菜にローストビーフを組み合わせたごちそうサラダ。主菜としてもお召し上がりいただけます。