

2015年4月期
決算説明資料(連結)

2015年6月11日

株式会社 ロック・フィールド

1. 2015年4月期 決算報告
及び事業計画振り返り
2. 2016年4月期 事業計画

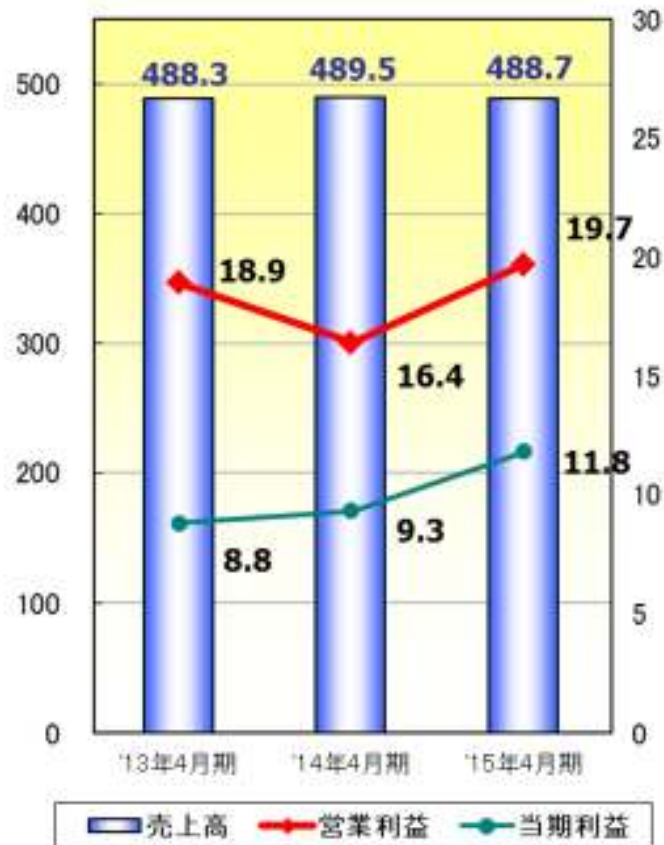
1. 2015年4月期 決算報告 及び事業計画振り返り

2015年4月期 決算概要

(売上高)

(営業・当期利益)

(単位:百万円)



	15年4月期		14年4月期		前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	比率増減
売上高	48,877	—	48,956	—	—79	—
売上原価	20,693	42.4%	20,791	42.4%	—98	±0%
販管費	26,207	53.6%	26,523	54.2%	—316	—0.6%
営業利益	1,976	4.0%	1,641	3.4%	+335	+0.6%
経常利益	2,007	4.1%	1,679	3.4%	+328	+0.7%
当期純利益	1,185	2.4%	935	1.9%	+250	+0.5%

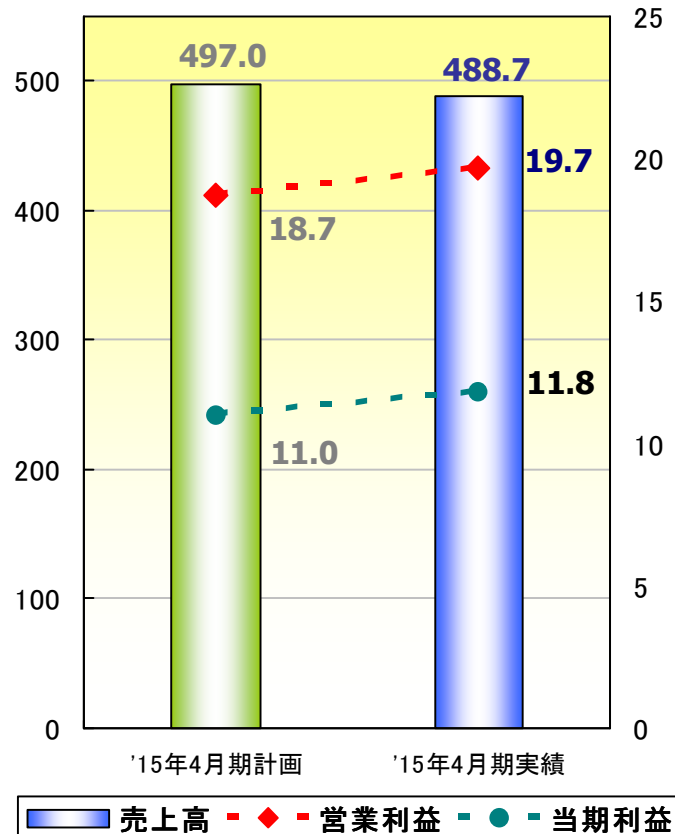
業績推移(3か年) (単位: 億円)

2015年4月期 実績計画対比

(売上高)

(営業・当期利益)

(単位:百万円)

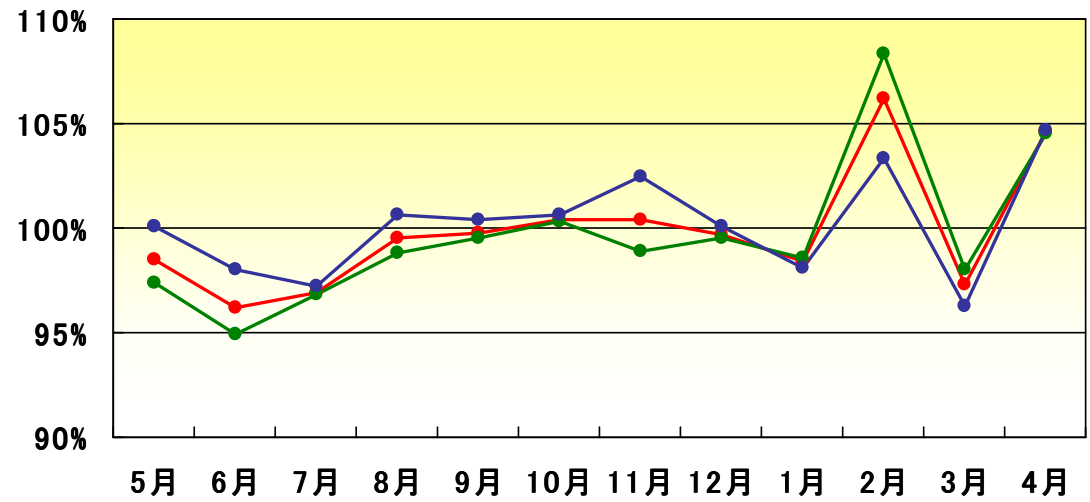


	15年4月期 通期実績		15年4月期 通期計画		計画対比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	達成率
売上高	48,877	—	49,700	—	—823	98.3%
売上原価	20,693	42.4%	21,078	42.4%	—385	—
販管費	26,207	53.6%	26,745	53.8%	—538	—
営業利益	1,976	4.0%	1,877	3.8%	+99	105.2%
経常利益	2,007	4.1%	1,912	3.8%	+95	104.9%
当期純利益	1,185	2.4%	1,108	2.2%	+77	106.9%

実績計画対比 (単位: 億円)

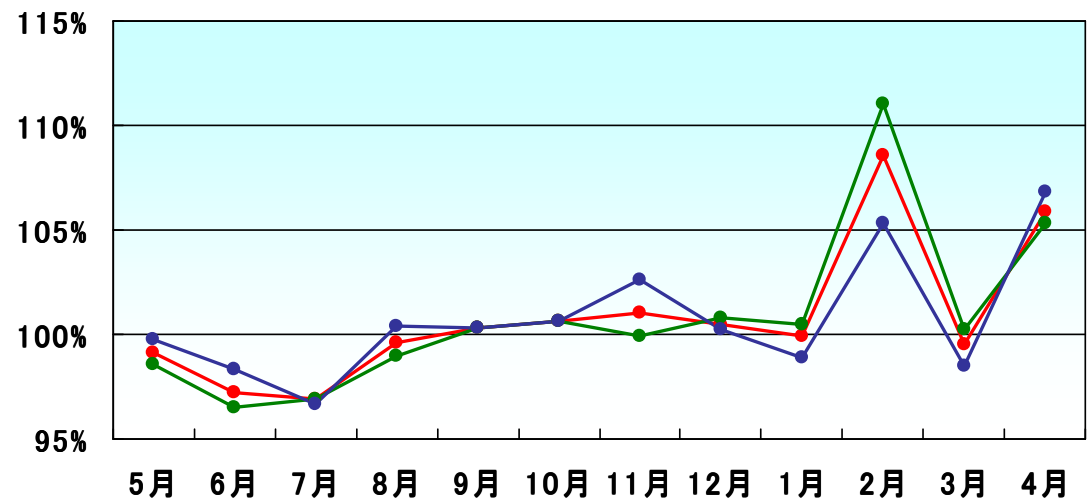
2015年4月期 売上高前年対比（東西別）

全店



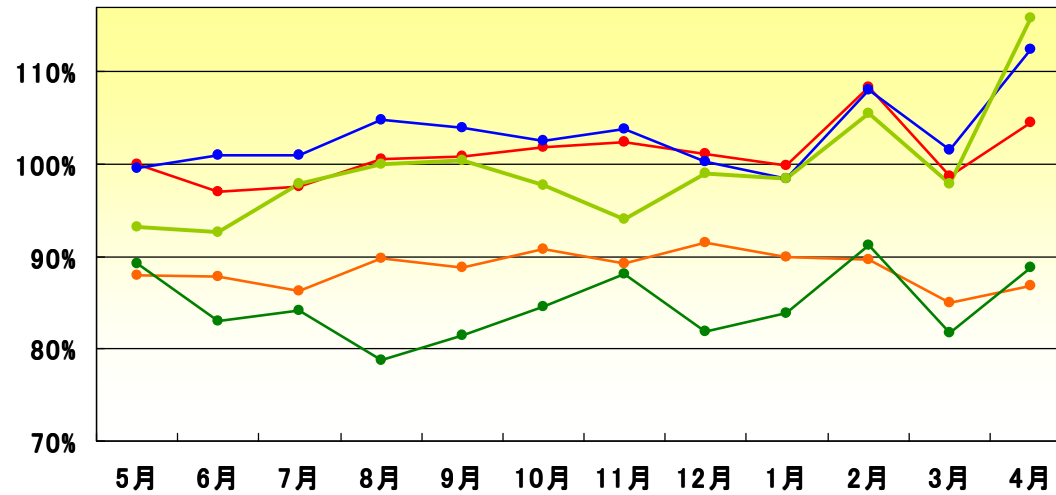
東西合計
東日本
西日本

既存店



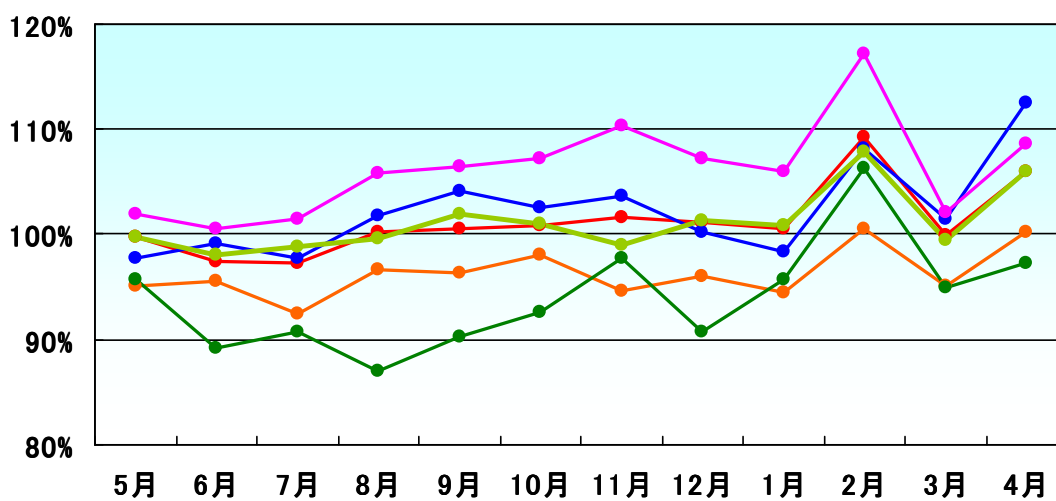
2015年4月期 売上高前年対比 (ブランド別)

全店



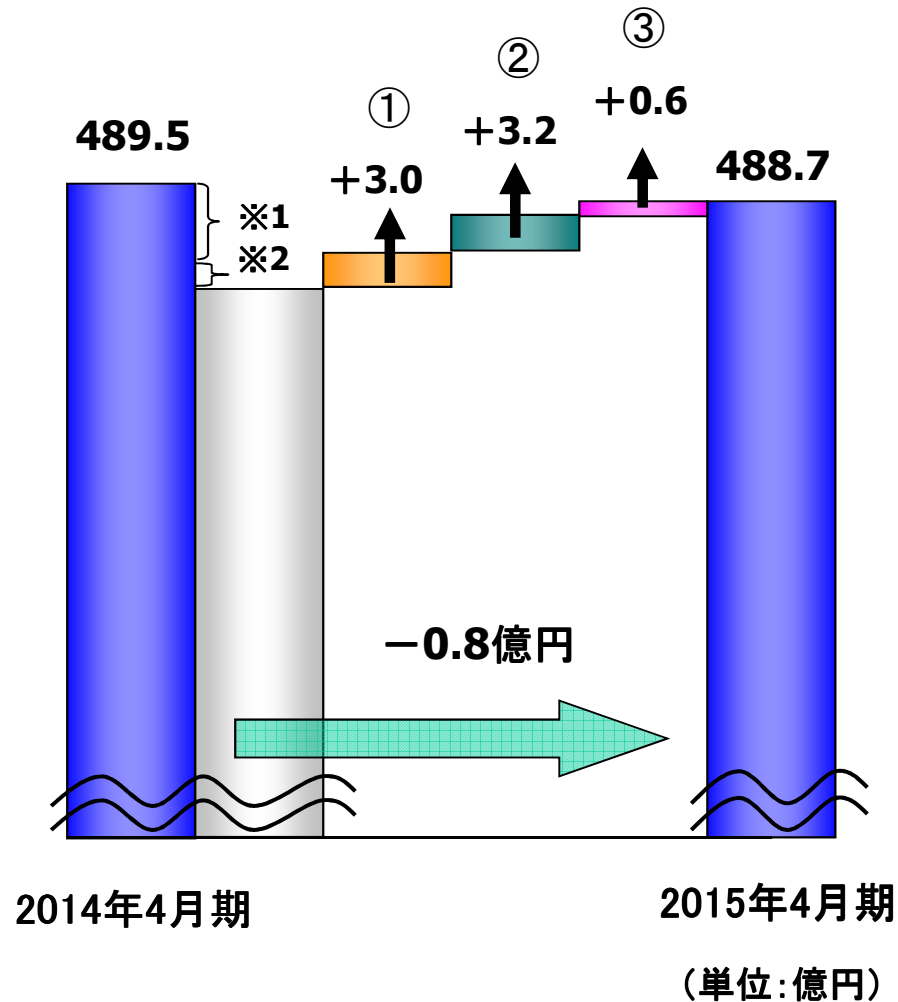
- RF1
- グリーングルメ
- いとはん
- 神戸コロッケ
- ベジテリア
- 融合

既存店



※ 融合は既存店のみを表示

2015年4月期 売上分析



売上増加のポイント

- ① 既存店売上の増加 3.0億円
- ② 2014年4月期出店店舗による売上の増加 3.2億円
- ③ 2015年4月期出店店舗による売上の増加 0.6億円

※1. 2014年4月期中に退店した店舗の売上 5.3億円

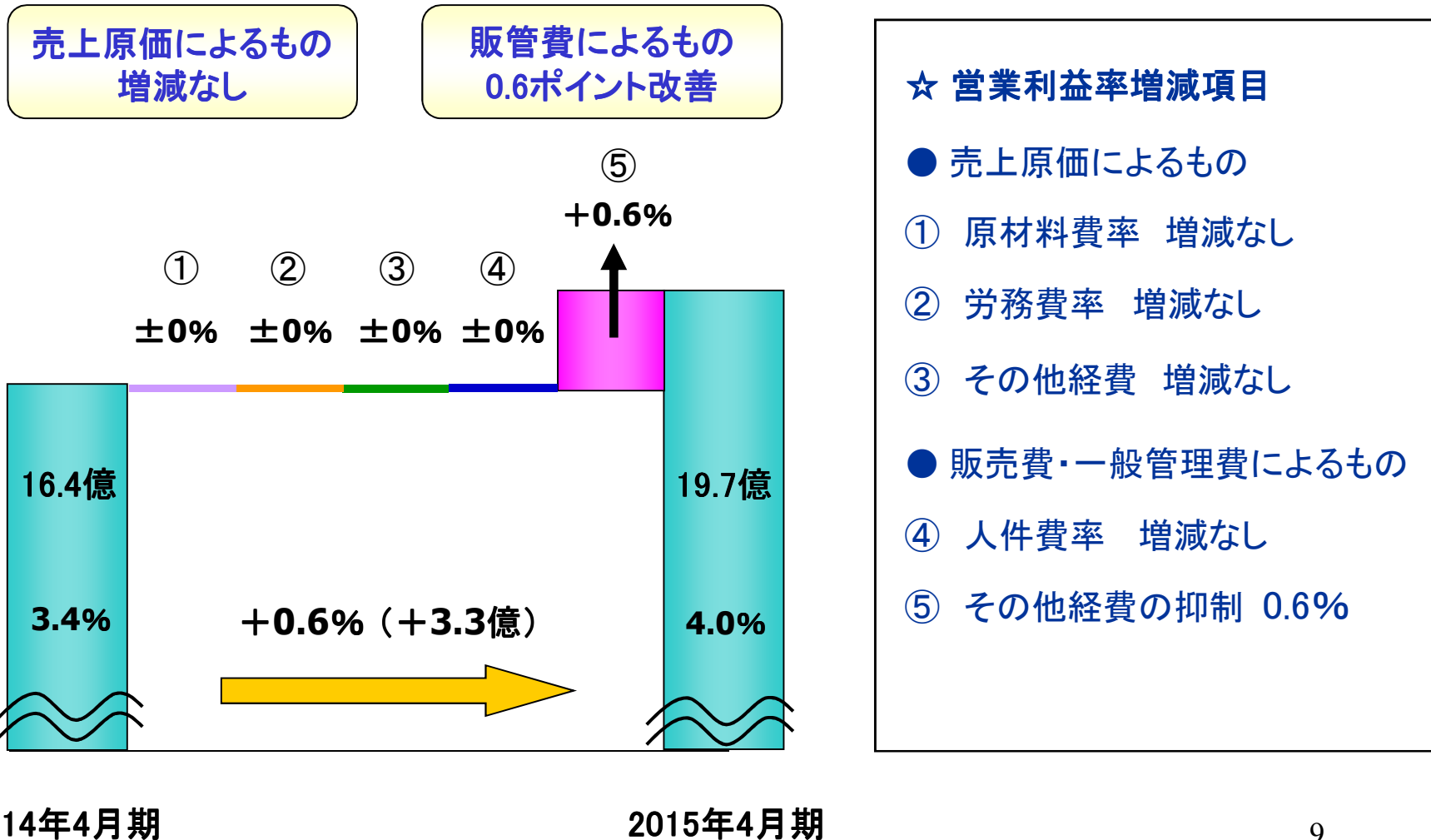
※2. 2015年4月期中に退店した店舗の売上 2.3億円

営業利益の状況（売上原価と販売管理費の内訳）

（単位：百万円）

	2015年4月期			2014年4月期	
	通期実績(累計)		通期計画	通期実績(累計)	
	金額	売上比	売上比	金額	売上比
売上高	48,877	前年対比99.8%	前年対比101.5%	48,956	—
<売上原価>	20,693	42.4%	42.4%	20,791	42.4%
原材料費	13,840	28.3%	28.3%	13,842	28.3%
労務費	4,405	9.0%	9.0%	4,443	9.0%
その他経費	2,448	5.1%	5.1%	2,506	5.1%
<販売費・一般管理費>	26,207	53.6%	53.8%	26,523	54.2%
人件費	11,820	24.2%	24.4%	11,852	24.2%
その他経費	14,387	29.4%	29.4%	14,671	30.0%
営業利益	1,976	4.0%	3.8%	1,641	3.4%

2015年4月期 営業利益分析



ブランド別売上高と売上原価

(単位:百万円)

	2015年4月期			2014年4月期	
	通期実績		前年同期比	通期実績	
	売上高	売上原価	売上原価率	売上原価率	
RF1	34,717	14,749	42.5%	-0.3%	42.8%
グリーングルメ	4,631	2,017	43.6%	+0.6%	43.0%
いとはん	3,582	1,517	42.4%	±0%	42.4%
神戸コロッケ	3,009	1,228	40.8%	-0.2%	41.0%
ベジテリア	1,651	578	35.0%	+0.1%	34.9%
融合	968	428	44.2%	-1.7%	45.9%
その他	317	173	54.7%	-6.1%	60.8%
合計	48,877	20,693	42.4%	±0%	42.4%

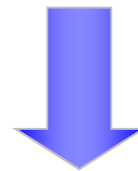
2015年4月期 出店・退店状況

ブランド	期首 ('14.5.1)	出店	退店	業態 変更	店舗 統合	期末 ('15.4.30)
RF1	183	0	2	-7	0	174
グリーングルメ	32	1	0	+7	0	40
いとはん	31	0	0	0	0	31
神戸コロッケ	44	0	1	0	-4	39
ベジテリア	29	0	1	0	-1	27
融合	9	0	0	0	0	9
その他	2	1	0	0	0	3
計	330	2	4	0	-5	323

※ 店舗統合・・・他ブランドと統合してブランド商品販売は継続。

店舗リニューアル状況

期初事業計画で16店舗を予定



通期で25店舗実施

	リニューアル	一部リニューアル	合計
東日本店舗	6	11	17
西日本店舗	6	2	8

※ 一部リニューアル・・・投資額100万円以上で主にショーケース入れ替え等の部分的なリニューアル

2015年4月期 事業計画振り返り

販売力強化策・・・2014年4月期の取り組みの進化

商品開発力強化策・・・戦略的な商品の開発

利益率改善策・・・経費総額低減計画

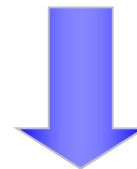
2015年4月期 事業計画振り返り

販売力強化策・・・2014年4月期の取り組みの進化

① 丁寧な販売、積極的な販売の完成度向上

顧客満足向上による来店回数増などで客数増加を目指す

- ・ お客様への丁寧な接客の徹底による満足度の高い売場づくり
- ・ 閉店前まで商品を充実させ、客数を落とさない積極的な販売



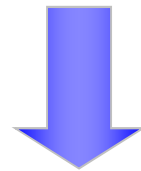
店舗での施策取り組みに努めたが、
特に上半期の消費税増税の影響もあり、
客数増加は達成できず(前期対比 約2%マイナス)

2015年4月期 事業計画振り返り

販売力強化策・・・2014年4月期の取り組みの進化

② 店舗における基本品揃えの進化

高付加価値・高価格商品を店舗タイプ別に品揃えする



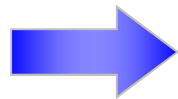
前期よりも高付加価値・高価格商品の品揃えの構成比を高め、
客単価アップを実現(前期対比 約2.5%プラス)

2015年4月期 事業計画振り返り

商品開発力強化策・・・戦略的な商品の開発

戦略商品

- ・ 高付加価値なプレミアム商品
- ・ 日持ち可能なキット商品や料理系商品
- ・ 買い合わせ促進のための+1(プラスワン)商品等

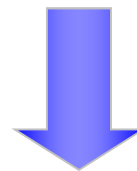


ヒット商品は出せていないが、
季節やシーンに応じた様々な商品をお客様に提案しながら
買い合わせを促進し、客単価アップに貢献

2015年4月期 事業計画振り返り

利益率改善策・・・経費総額低減計画

原価部門、販管費部門全体での経費を精査し、削減へ取り組む



全社での取り組みの結果、前期比で約3億円の削減

- ・ 店舗の効率化・投資の精査による減価償却費低減
- ・ 店舗備品・販促費用・旅費交通費等の見直し

2. 2016年4月期 事業計画

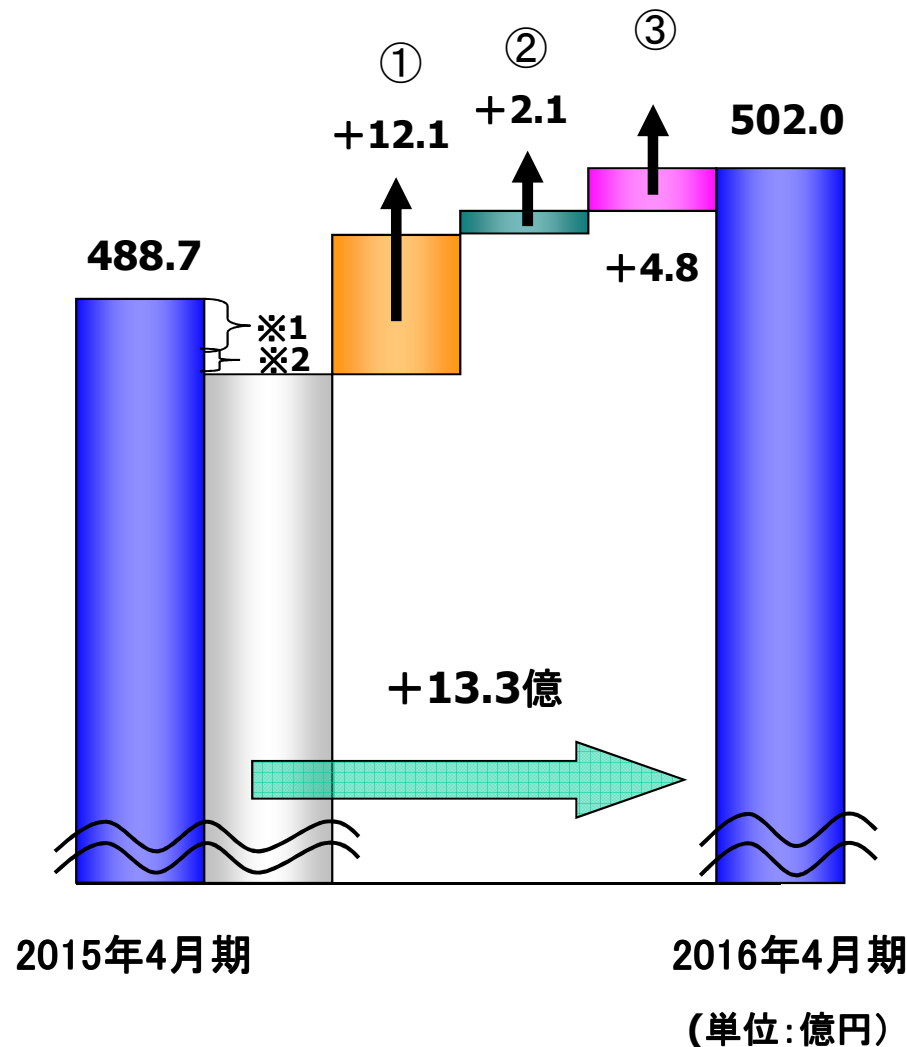
2016年4月期 事業計画

四半期損益計算書(期間累計)

(単位:百万円)

	第1四半期計画		第2四半期計画		第3四半期計画		通期計画	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比
売上高	11,930	—	24,071	—	37,904	—	50,201	—
売上原価	5,043	42.3%	10,229	42.5%	16,027	42.3%	21,173	42.2%
販売費・ 一般管理費	6,653	55.7%	13,226	54.9%	20,276	53.5%	26,877	53.5%
営業利益	233	2.0%	615	2.6%	1,600	4.2%	2,150	4.3%
経常利益	240	2.0%	639	2.7%	1,629	4.3%	2,180	4.4%
当期純利益	137	1.2%	379	1.6%	988	2.6%	1,318	2.6%

2016年4月期 事業計画 ~売上分析~

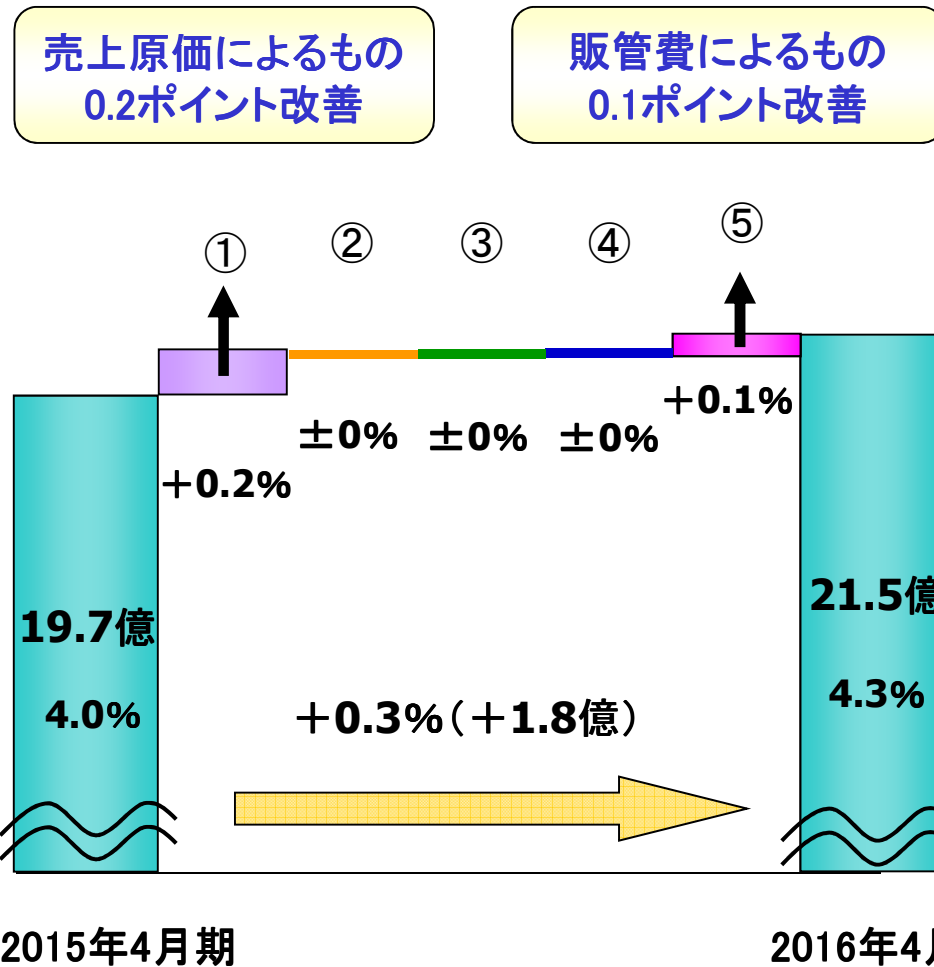


売上増加のポイント

- ① 既存店売上の増加 12.1億円
- ② 2015年4月期出店店舗による売上の増加 2.1億円
- ③ 2016年4月期出店予定店舗の売上 4.8億円

- ※1. 2015年4月期中に退店した店舗の売上 5.0億円
- ※2. 2016年4月期中に退店予定店舗の売上 0.7億円

2016年4月期 事業計画 ～営業利益分析～



☆ 営業利益率増減項目

● 売上原価によるもの

- ① 原材料費率の改善 0.2%
- ② 労務費率 増減なし
- ③ その他経費率 増減なし

● 販売費・一般管理費によるもの

- ④ 人件費率 増減なし
- ⑤ その他経費の抑制 0.1%

2016年4月期 出退店計画

ブランド	期首 (’15.5.1)	上期 出店	上期 退店	第2Q末 (’15.10.31)	下期 出店	下期 退店	期末 (’16.4.30)
RF1	174	0	1	173	2	0	175
グリーングルメ	40	1	0	41	0	0	41
いとはん	31	1	0	32	0	0	32
神戸コロッケ	39	0	0	39	0	0	39
ベジテリア	27	0	0	27	0	0	27
融合	9	2	0	11	0	0	11
その他	3	0	0	3	0	0	3
計	323	4	1	326	2	0	328

※現状で確定している案件のみを記載

2016年4月期 事業計画

1. 商品施策・・・高価格・高付加価値商品、買い合わせ

客単価 前期比3%アップ・原価率改善

① 高価格・高付加価値商品の展開拡大

- ・ 前期に効果の出た高価格・高付加価値商品戦略を推進し、魅力的な商品開発を継続しながら、加重平均単価を上げる
- ・ 価値に見合った適正な価格設定ができる商品開発を行い、原価率の低減を図る

2016年4月期 事業計画

1. 商品施策・・・高価格・高付加価値商品、買い合わせ

客単価 前期比3%アップ・原価率改善

② 買い合わせ施策の推進

- ・ Salad商品のパートナーとなる商品の見直しを行い、お客様への買い合わせ提案を行う
⇒ 料理商品・フライ商品の強化
- ・ 明日以降もお召し上がりいただける商品の開発

2016年4月期 事業計画

2. 設備投資施策

設備投資額 21億円を予定

将来へ向けた積極的な投資を行う

- ・ 店舗の出店・リニューアル・・・約8億円
⇒ 競合店との更なる差別化を図るために、
店舗設備の入れ替えを行う
- ・ 生産設備・・・約9億円
⇒ 効率化・品質向上を行い、生産機能の強化を図る

2016年4月期 リニューアル計画

40店舗を予定

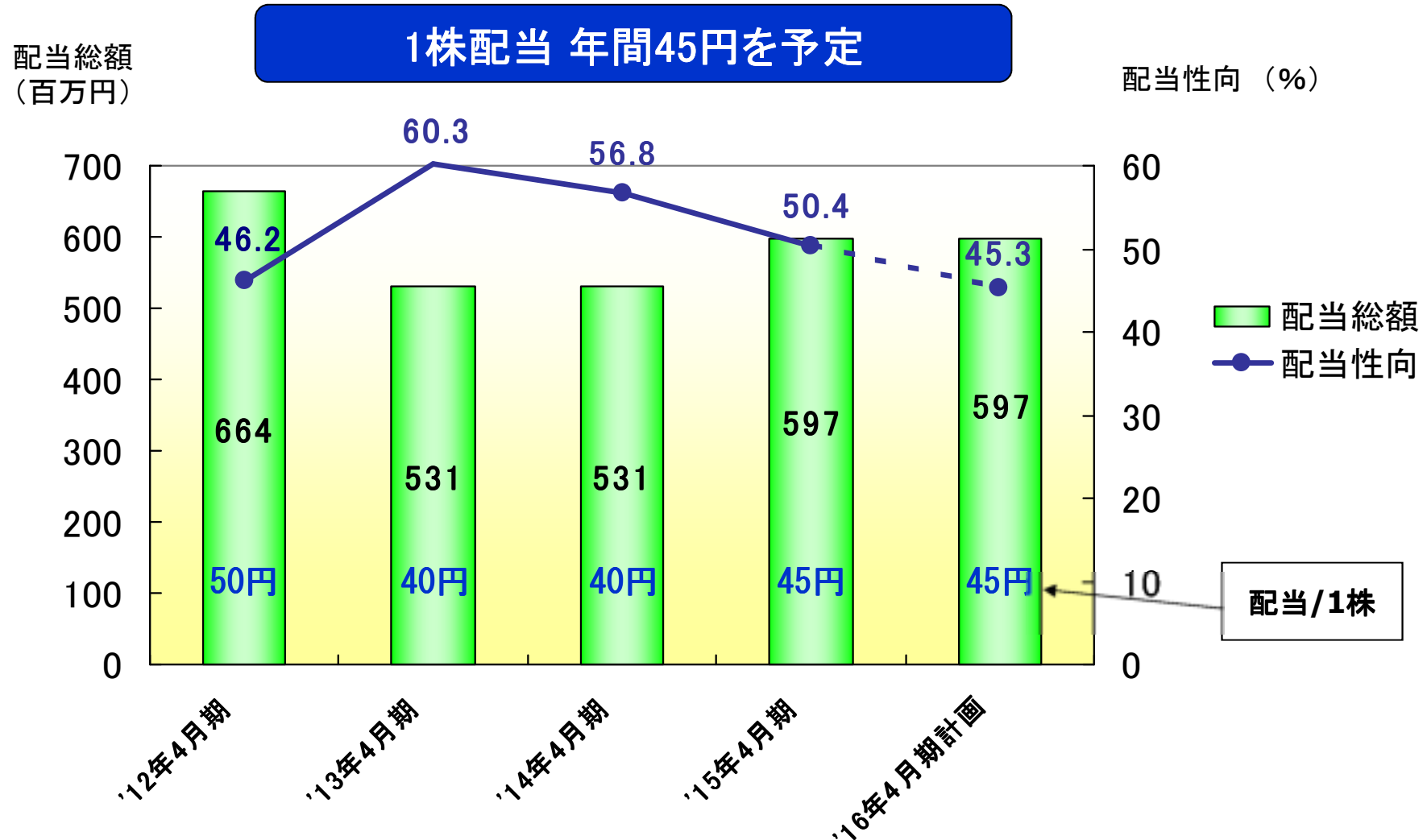
東日本 25店舗

西日本 15店舗



- ・ 百貨店・駅ビルのフロアリニューアル等に伴うもの
（旗艦店での実施・・・高島屋横浜・高島屋名古屋等）
- ・ 販売強化・老朽化に伴う必要な設備の入れ替え

2016年4月期 配当計画



※ 2012年4月期は単体、2013～16年4月期は連結ベースの数字

本件に関するご照会先

株式会社 ロック・フィールド
経理部

〒658-0024 兵庫県神戸市東灘区魚崎浜町15-2

TEL: 078-435-2800

FAX: 078-435-2805

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれておりますが、
こうした記述は一定のリスクと不確実性を内包するものであります。
将来の業績、経営方針・戦略等は、環境等の変化に伴い、
変化・変動があることをご留意ください。