

The Mirai Salad Company
ROCK FIELD

2021年4月期 決算説明資料

2021年6月10日

株式会社ロック・フィールド

1. 2021年4月期 業績報告と2022年4月期 計画
2. 2022年4月期 取り組み

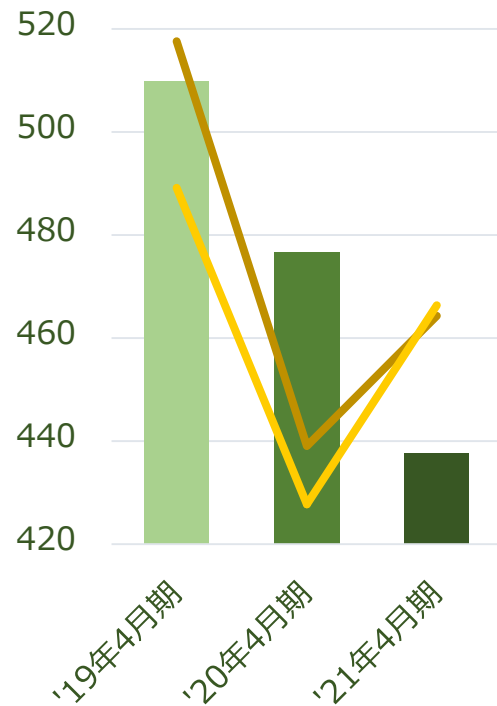
2021年4月期 決算概要

店舗の休業・営業時間短縮等の影響により減収、コスト構造の見直し等の効果により増益

(単位：百万円)

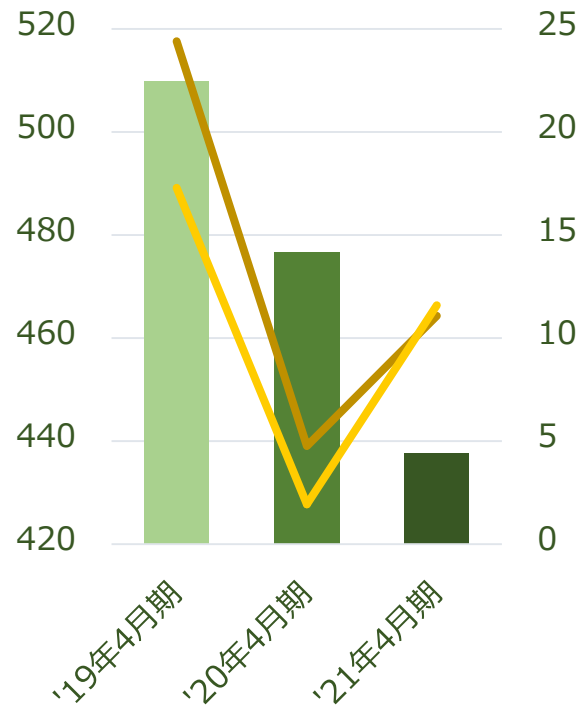
(単位：億円)

【売上高】



(単位：億円)

【営業・当期利益】



■ 売上高
■ 営業利益
■ 当期純利益

	2021年4月期		2020年4月期		前期比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	増減割合
売上高	43,762	—	47,667	—	△3,904	91.8%
売上原価	18,364	42.0%	20,456	42.9%	△2,091	—
販管費	24,289	55.5%	26,735	56.1%	△2,445	—
営業利益	1,107	2.5%	475	1.0%	+632	233.0%
経常利益	1,271	2.9%	591	1.2%	+680	215.1%
当期純利益	1,165	2.7%	193	0.4%	+972	603.1%

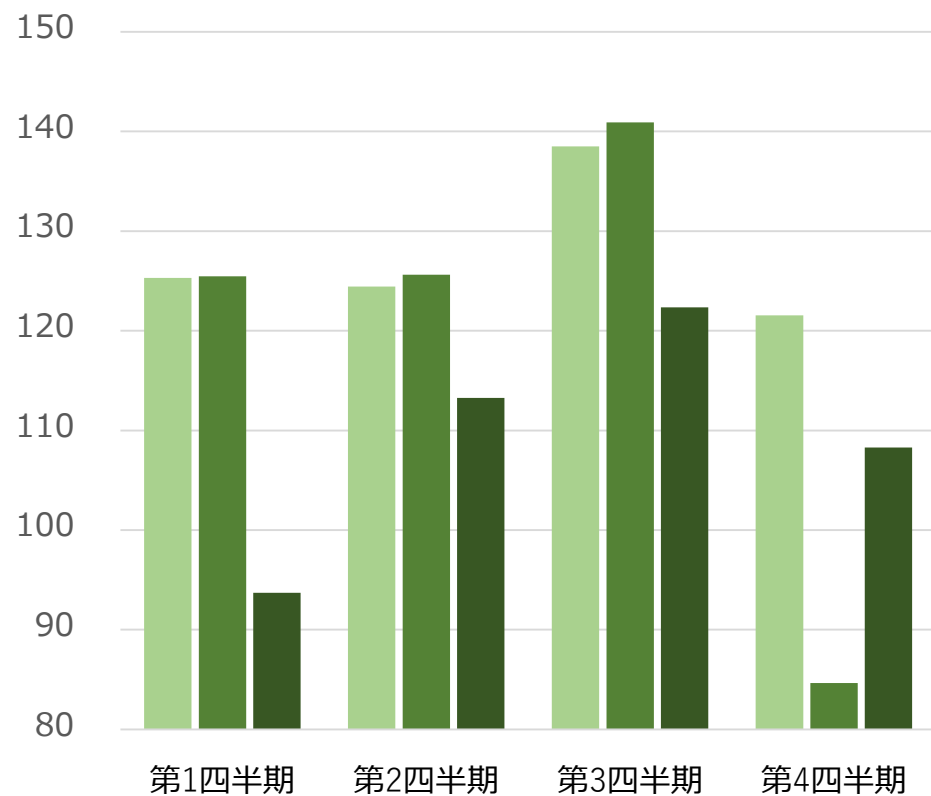
パーセンテージは小数点第2位以下四捨五入、金額は単位以下切り捨てで表示しております

2021年4月期 四半期別売上・営業利益

6月以降、店舗の営業再開にあわせて社内サプライチェーンを通じたコストコントロールを継続

(単位：億円)

【売上高】



■ 2019年4月期 ■ 2020年4月期 ■ 2021年4月期

(単位：億円)

【営業利益】



■ 2019年4月期 ■ 2020年4月期 ■ 2021年4月期

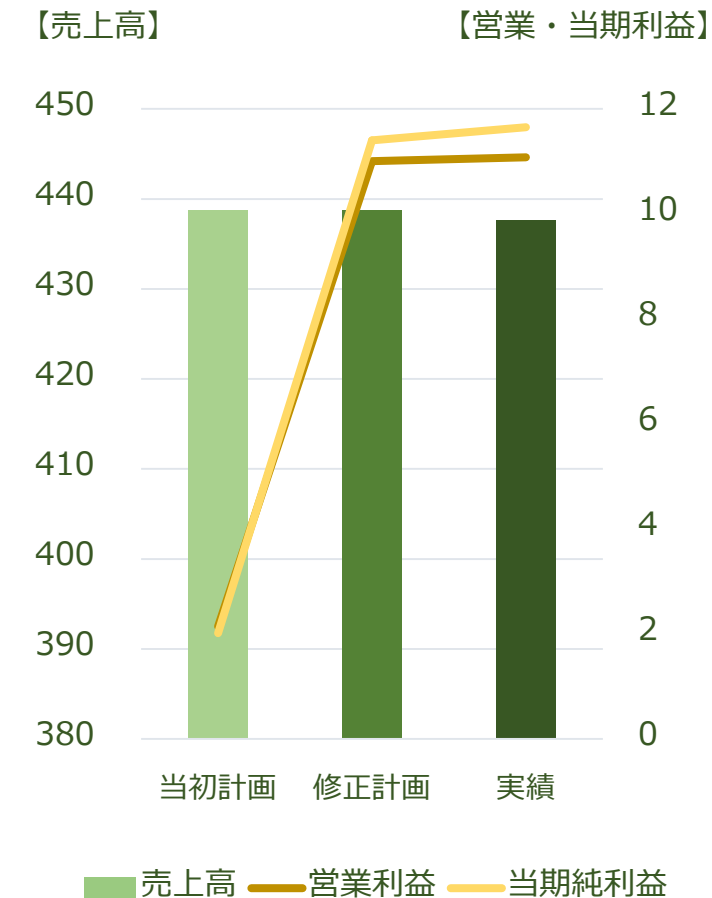
2021年4月期 計画対比

営業時間の短縮を継続する店舗が多く残る中、ほぼ当初計画通りの売上を達成

(単位：億円)

(単位：億円)

(単位：百万円)



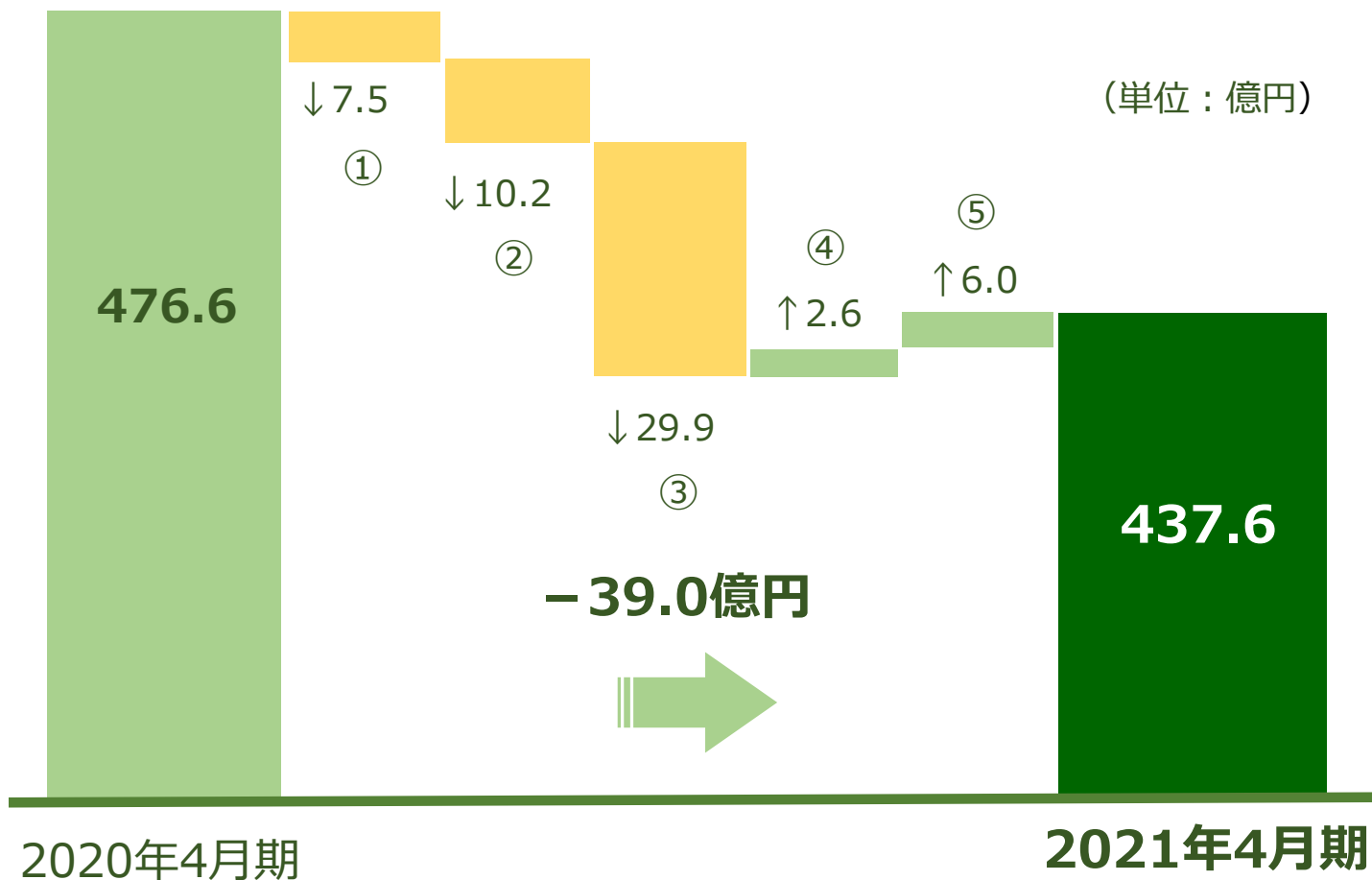
	2021年4月期		2021年4月期計画			
	金額	売上比率	当初計画	計画比	4月修正計画	計画比
売上高	43,762	—	43,870	△108	43,879	△116
売上原価	18,364	42.0%	18,801	△436	18,410	△46
販管費	24,289	55.5%	24,854	△564	24,367	△77
営業利益	1,107	2.5%	214	+893	1,100	+7
経常利益	1,271	2.9%	336	+934	1,263	+7
当期純利益	1,165	2.7%	201	+963	1,139	+25

パーセンテージは小数点第2位以下四捨五入、金額は単位以下切り捨てで表示しております

2021年4月期 売上分析

全店売上昨対 91.8% 既存店売上昨対 93.3%

(単位：億円)

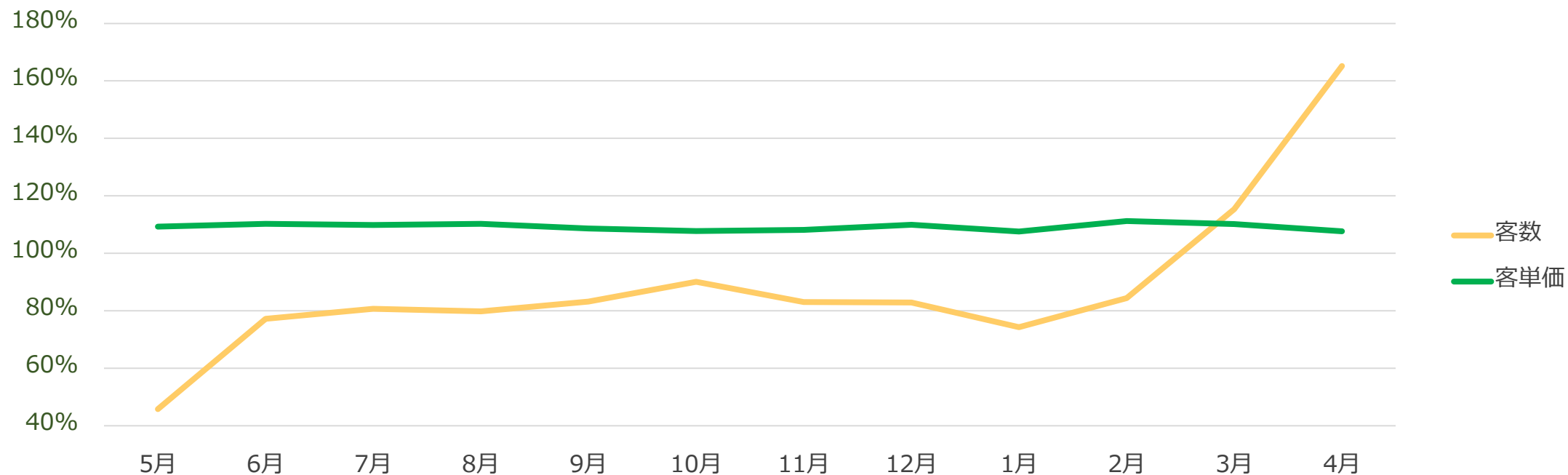


- ① 2020年4月期退店店舗の売上
- 7.5億円
- ② 2021年4月期退店店舗の売上
- 10.2億円
- ③ 既存店の売上
- 29.9億円
- ④ 2020年4月期出店店舗の売上
+ 2.6億円
- ⑤ 2021年4月期出店店舗の売上
+ 6.0億円

2021年4月期 既存店 客数・客単価の推移

来店客数は減少 客単価はサラダと料理メニューの食卓提案等により安定して前期を上回る

既存店 前年同月比



2021年4月期 ブランド別売上推移

既存店 前年同月比

(単位：%)

ブランド	通期	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
RF1	94.1	60.0	86.1	89.8	89.2	92.0	98.3	91.8	93.0	81.9	96.7	130.2	175.0
グリーングルメ	95.1	60.3	88.2	93.3	93.4	95.2	99.2	92.6	96.2	85.9	91.3	120.8	159.3
いとはん	87.4	47.8	81.0	83.8	84.3	83.2	92.3	83.0	84.0	72.0	93.4	137.2	207.0
神戸コロッケ	92.3	60.9	89.8	88.7	85.8	89.0	96.6	88.0	88.9	81.3	94.0	119.9	178.1
ベジテリア	66.0	21.0	57.2	58.0	61.6	63.9	73.4	68.8	63.6	51.5	69.7	109.7	248.6
融合	89.7	48.5	84.0	86.6	83.2	87.9	99.2	83.9	86.3	74.5	93.1	139.1	231.4

2021年4月期 連結損益計算書

(単位：百万円)

	2021年4月期		2020年4月期	
	金額	売上比	金額	売上比
売上高	43,762	—	47,667	—
<売上原価>	18,364	42.0%	20,456	42.9%
原材料費	11,564	26.4%	13,065	27.4%
労務費	4,307	9.8%	4,679	9.8%
その他経費	2,492	5.7%	2,711	5.7%
<販管費>	24,289	55.5%	26,735	56.1%
人件費	11,477	26.2%	12,363	25.9%
その他経費	12,811	29.3%	14,371	30.2%
営業利益	1,107	2.5%	475	1.0%
経常利益	1,271	2.9%	591	1.2%
当期純利益	1,165	2.7%	193	0.4%

年間通してコスト構造見直しの取り組みを継続

- ・ アイテムの集約と定番商品強化による各業務の効率化
- ・ 店舗での品出しコントロールによる廃棄ロスの削減
- ・ 営業時間短縮等に対応した店舗スタッフのマンニング改善
- ・ 店舗リニューアルや販売促進等の内容精査

3Q以降は新たなチャレンジに着手

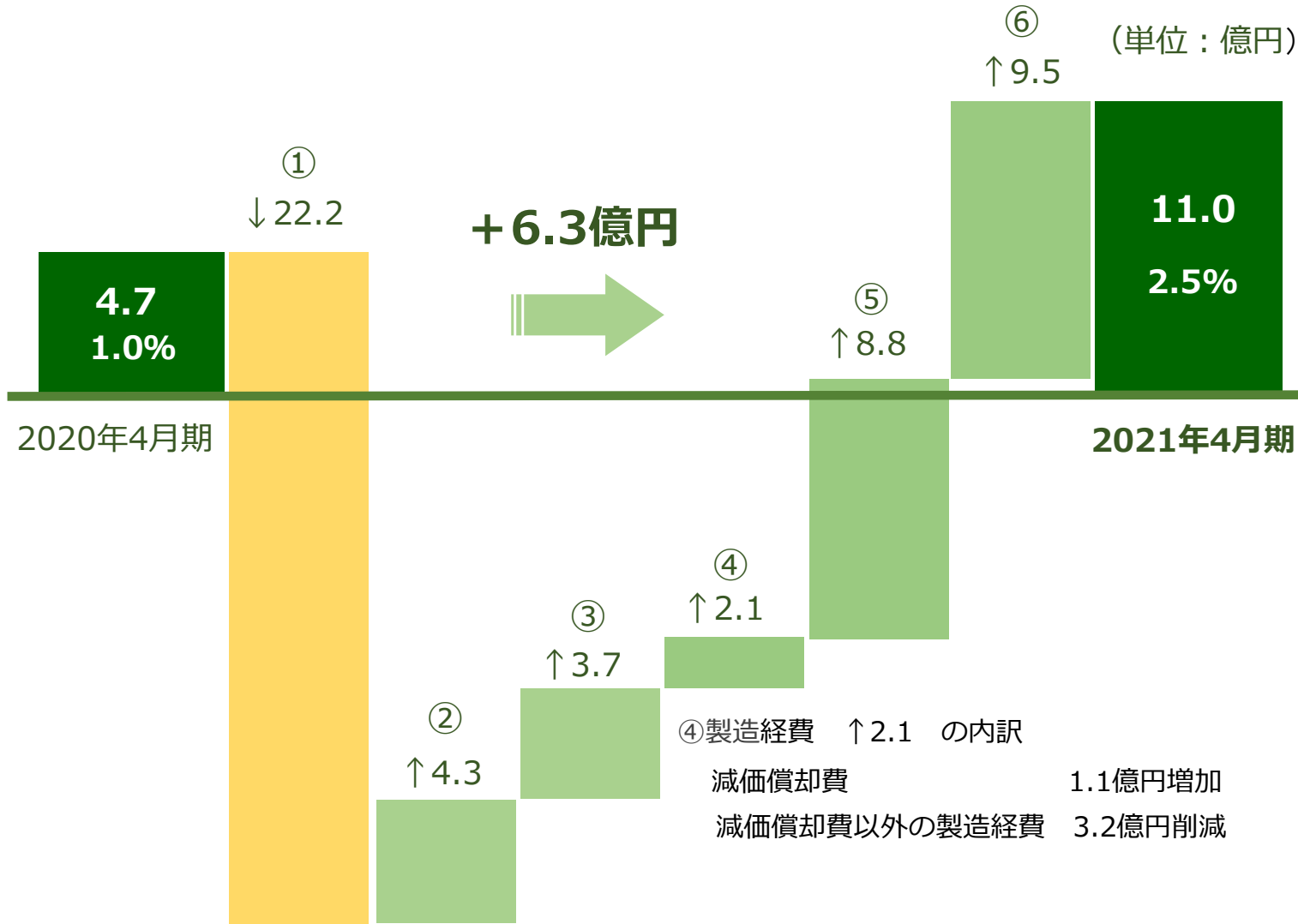
- ・ 静岡ファクトリー第4棟 稼働開始
- ・ 会員サイト『ROCKFIELD MEMBERS』構築
- ・ オンラインショップ・WEB予約サイト リニューアル
- ・ WEB置き置き予約サービス 開始

➡ 営業外収益 雇用調整助成金 127百万円

➡ 特別利益 静岡ファクトリー第4棟に係る補助金 405百万円

パーセンテージは小数点第2位以下四捨五入、金額は単位以下切り捨てで表示しております

2021年4月期 営業利益分析



- ① 売上高の減少 -22.2億円
- ② 材料費率の改善 +4.3億円
- ③ 労務費 (原価) の削減 +3.7億円
- ④ 製造経費の削減 +2.1億円
- ⑤ 人件費 (販管費) の削減 +8.8億円
- ⑥ その他経費の削減 +9.5億円

2021年4月期 ブランド別の状況

(単位：百万円)

ブランド	2021年4月期				2020年4月期
	売上高	売上原価	売上原価率	前年同期比	売上原価率
RF1	27,572	11,409	41.4%	-1.3%	42.7%
グリーングルメ	8,339	3,607	43.3%	-0.7%	44.0%
いとはん	3,030	1,290	42.6%	-1.5%	44.1%
神戸コロッケ	2,401	953	39.7%	-0.2%	39.9%
融合	897	394	43.9%	-1.0%	44.9%
ベジテリア	784	284	36.2%	+0.9%	35.3%
その他	735	425	57.8%	+0.2%	57.6%
合計	43,762	18,364	42.0%	-0.9%	42.9%

2021年4月期 出店・退店

ブランド	期首 (2020.5.1)	出店	退店	業態 変更	期末 (2021.4.30)
RF1	143	7	6	-2	142
グリーングルメ	62	4	3	+2	65
いとはん	35	1	3	0	33
神戸コロッケ	35	0	1	0	34
ベジテリア	26	0	0	0	26
融合	10	1	1	0	10
その他	3	0	1	0	2
計	314	13	15	0	312

2021年4月期 店舗リニューアル

	2021年4月期 事業計画	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
東日本店舗	6店舗	1店舗	4店舗	1店舗	3店舗	9店舗
西日本店舗	4店舗	0店舗	2店舗	0店舗	1店舗	3店舗
計	10店舗	1店舗	6店舗	1店舗	4店舗	12店舗

2021年4月期 設備投資

設備投資計画 30.3億円 → 実績 27.3億円

販売施策に対応した出店・リニューアル	5.2億円	⇒	4.6億円
合理化・省人化を目的とした生産設備	2.9億円	⇒	1.3億円
増産を目的とした生産設備	0.8億円	⇒	0.3億円
設備の維持・メンテナンス	2.6億円	⇒	2.1億円
静岡ファクトリー第4棟*	18.8億円	⇒	19.0億円

* 静岡ファクトリー第4棟建設に係る総投資額 41.2億円

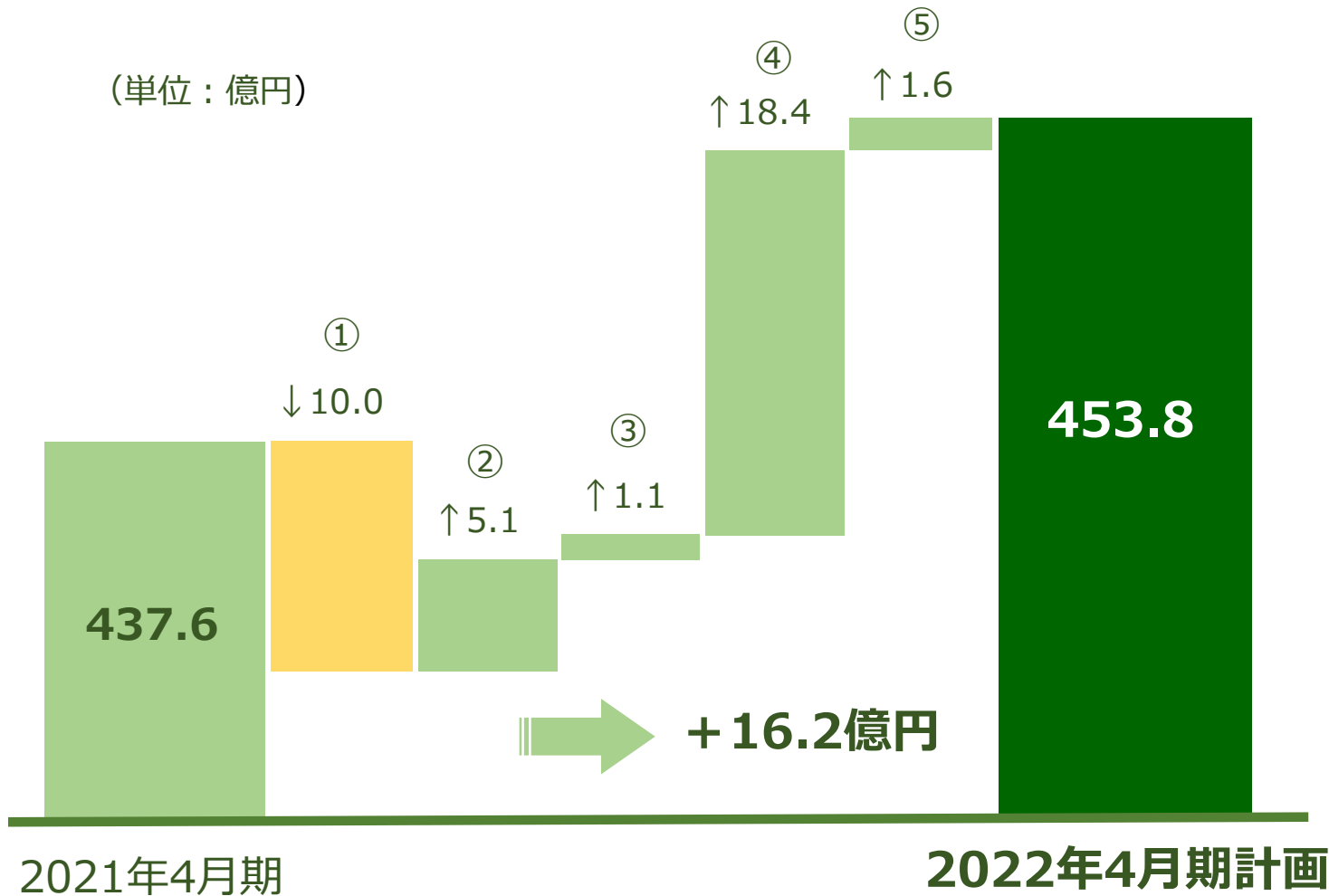
2022年4月期 事業計画

新型コロナウイルスの影響による来店客数の減少は2022年4月期も継続するという仮定をもとに策定

	第2四半期				通期			
	2022年4月期計画		2021年4月期実績		2022年4月期計画		2021年4月期実績	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比
売上高	22,297	–	20,698	–	45,382	–	43,762	–
売上原価	9,425	42.3%	8,692	42.0%	19,291	42.5%	18,364	42.0%
販管費	12,398	55.6%	11,819	57.1%	25,009	55.1%	24,289	55.5%
営業利益	472	2.1%	186	0.9%	1,081	2.4%	1,107	2.5%
経常利益	501	2.3%	335	1.6%	1,120	2.5%	1,271	2.9%
当期純利益	314	1.4%	259	1.3%	711	1.6%	1,165	2.7%

2022年4月期 売上計画

(単位：億円)



- ① 退店の影響
-10.0億円
- ② 2021年4月期出店店舗の売上
+5.1億円
- ③ 2022年4月期出店店舗の売上
+1.1億円
- ④ 既存店の売上
+18.4億円
- ⑤ その他(卸・EC)の売上
+1.6億円

2022年4月期 出店・退店計画

ブランド	期首 (2021.5.1)	上期 出店	上期 退店	第2四半期末 (2021.10.31)	下期 出店	下期 退店	期末 (2022.4.30)
RF1	142	1	1	142	0	0	142
グリーングルメ	65	1	1	65	0	0	65
いとはん	33	0	1	32	0	0	32
神戸コロッケ	34	0	0	34	1	0	35
ベジテリア	26	0	1	25	0	0	25
融合	10	0	0	10	0	1	9
その他	2	0	0	2	0	0	2
計	312	2	4	310	1	1	310

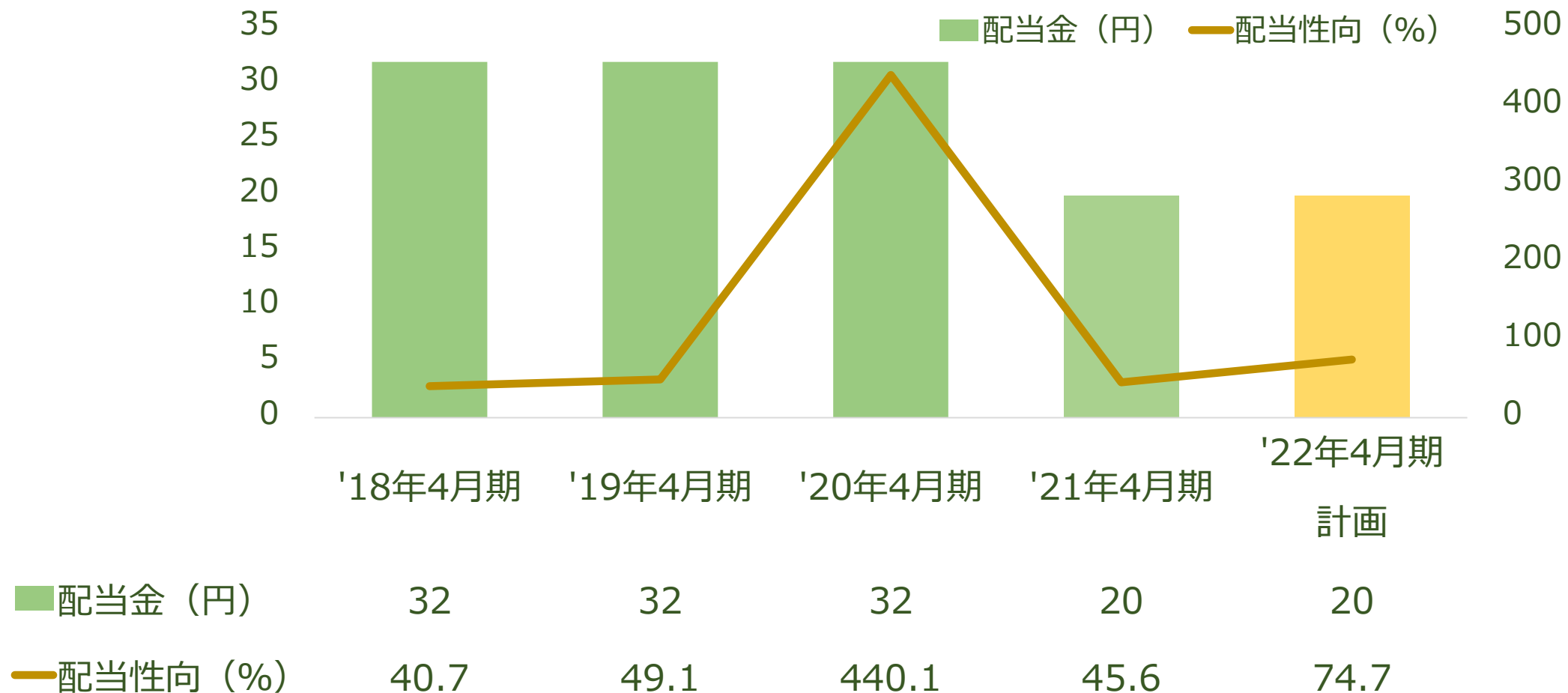
2022年4月期 設備投資計画

設備投資計画 19.2億円

販売施策に対応した出店・リニューアル	7.0億円
合理化・省人化を目的とした生産設備	5.2億円
増産・品質向上を目的とした生産設備	2.5億円
設備の維持・メンテナンス	4.5億円

2022年4月期 配当計画

年間配当20円（中間配当9円 期末配当11円） 配当総額 5.3億円



1. 2021年4月期 業績報告と2022年4月期 計画
2. 2022年4月期 取り組み

取り巻く社会環境変化

食を取り巻く環境変化

食・食卓の変化

- 生活様式、行動範囲の変化
⇒内食へシフトをするも、
料理疲れによる惣菜価値の見直し、惣菜活用機会の拡大

購買行動

- ・より生活圏立地へシフト
- ・まとめ買いのニーズ
- ・より美味しく、高品質、本格志向へ
- ・『ひとてま』の価値
- ・食のパーソナルギフト需要

デジタル化の加速

- ・Webによる食購入機会の増加
- ・キャッシュレス経済の加速
(非接触、クイック性ニーズ)

取り巻く環境変化に対する 2022年4月期取り組み

食を取り巻く環境変化

販売施策

卸 事業の拡大

オンラインショップの強化
ROCK FIELD MEMBERS

WEB予約・取り置き
サービス開始

生活圏立地へのアプローチ
(出店RN、モデル作り)



既存 (百貨店・駅)

立地・チャネルに応じた食卓提案

商品施策

冷凍食品の強化

キットシリーズ
の強化・拡大
(サラダ、デリ)

料理・おかずの拡充

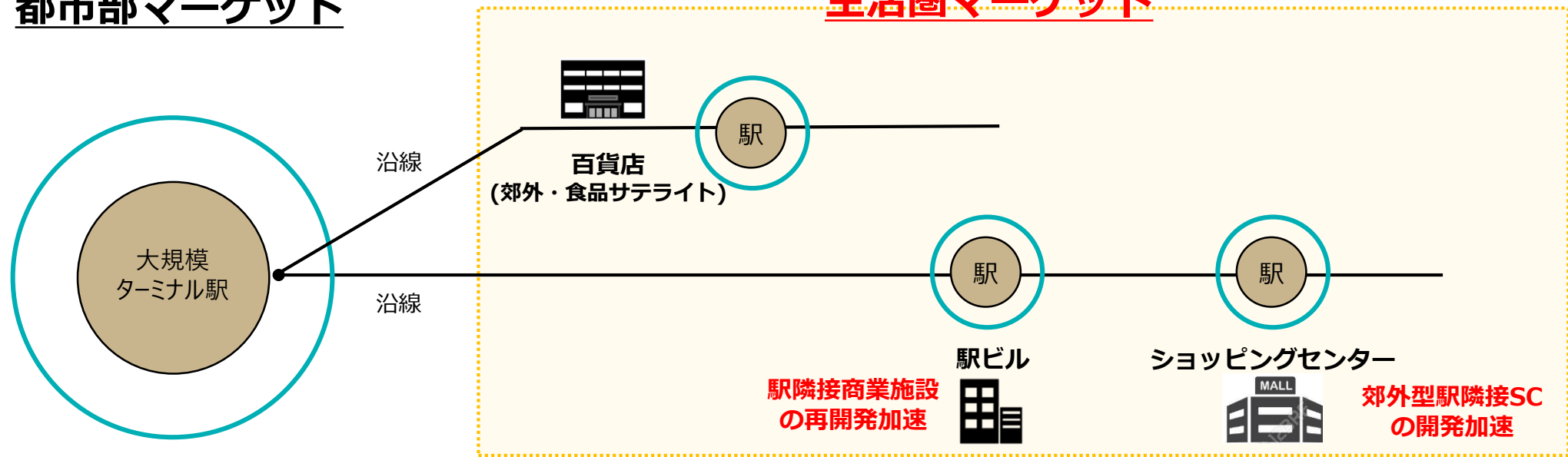


サラダ

販売施策：生活圏立地へのアプローチ（顧客の購買機会を増やす）

都市部マーケット

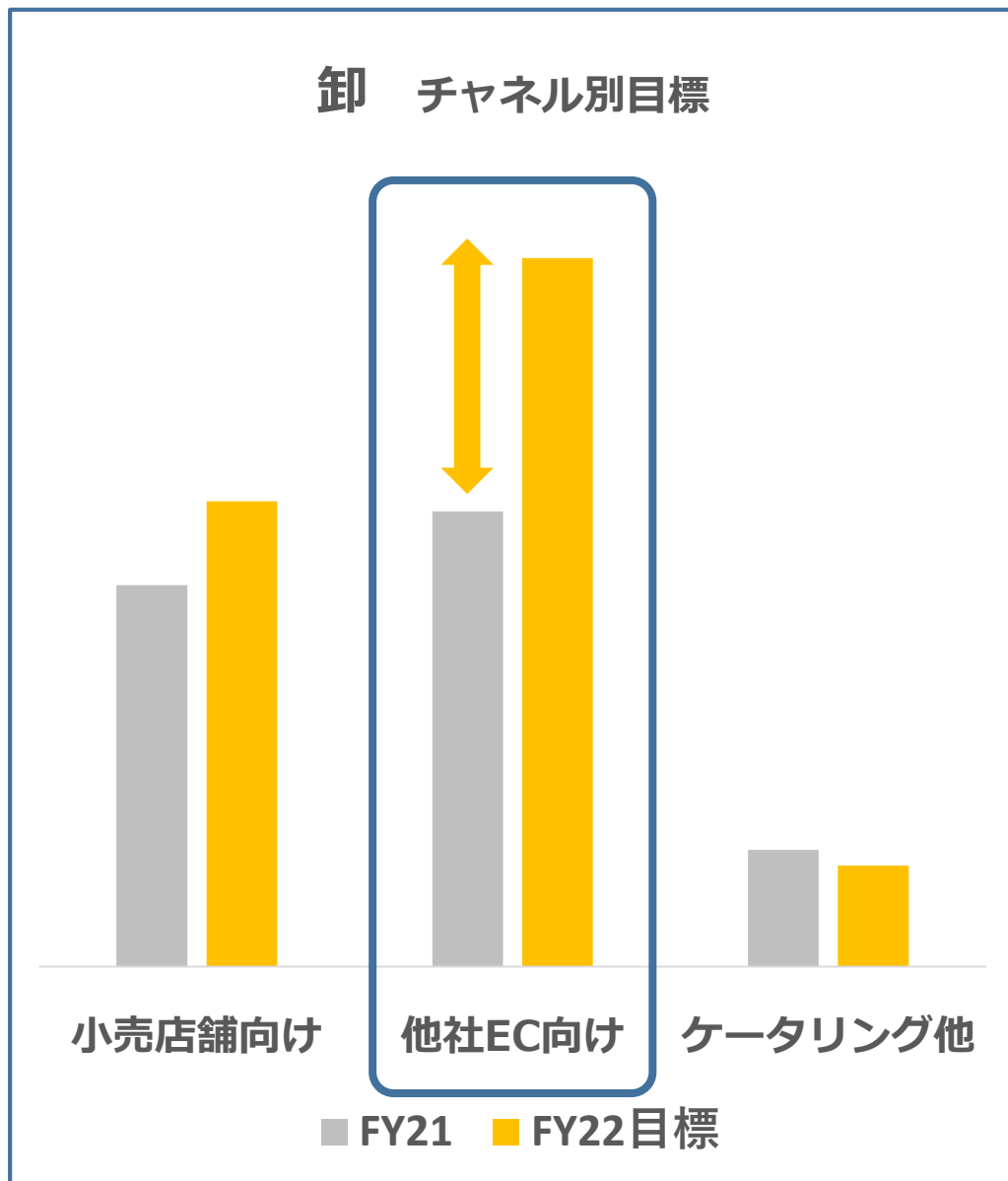
生活圏マーケット



コロナ禍で市場が拡大した『生活圏立地』へアプローチ強化

- ・ 日常的な商品の品揃えの強化
- ・ 出店、新たな業態モデルの模索

販売施策：卸事業の拡大（顧客の購買機会を増やす）



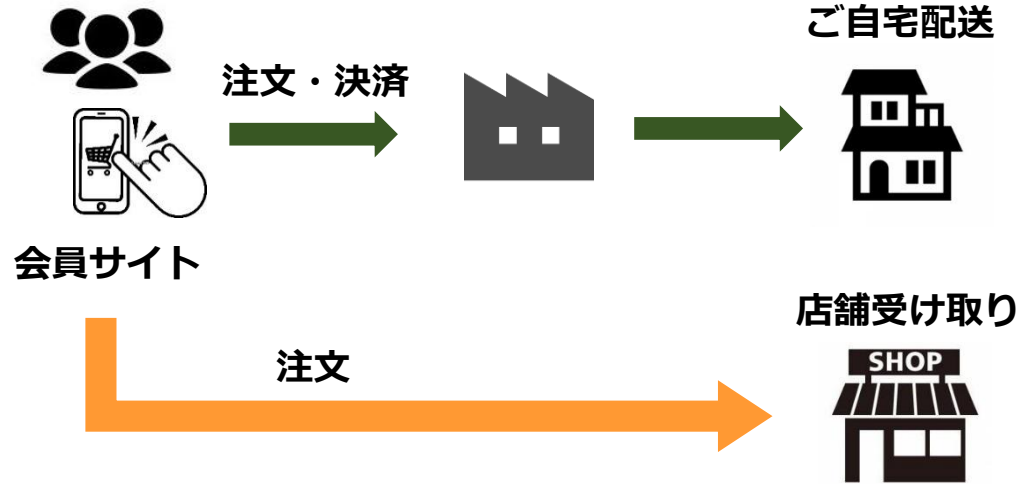
百貨店各社



WEB・カタログギフト等

販売施策：メンバーズ（会員）サイトの強化

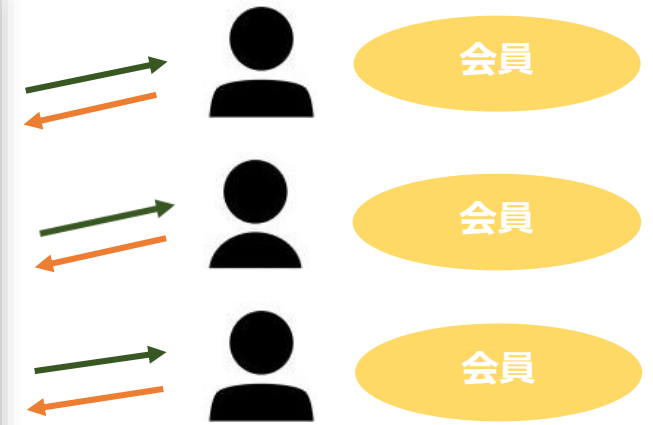
リアル店舗 & EC



20年4月期：お渡し5日前予約〆切でスタート
⇒ オードブルやお弁当の予約が中心

21年4月期：お渡し前日予約〆切への検証
⇒ 通常商品を日常的に予約可能

デジタルコミュニケーション



感想・要望・不満など

会員向け
サービスを拡充

会員個々に合わせた
アプローチ
情報提供の推進

- **店舗向けWEB予約・取り置きサービスの導入**
 - ⇒ WEBサイトのユーザビリティ向上
 - ⇒ 食卓提案の強化、顧客ニーズ対応による品揃えの拡充

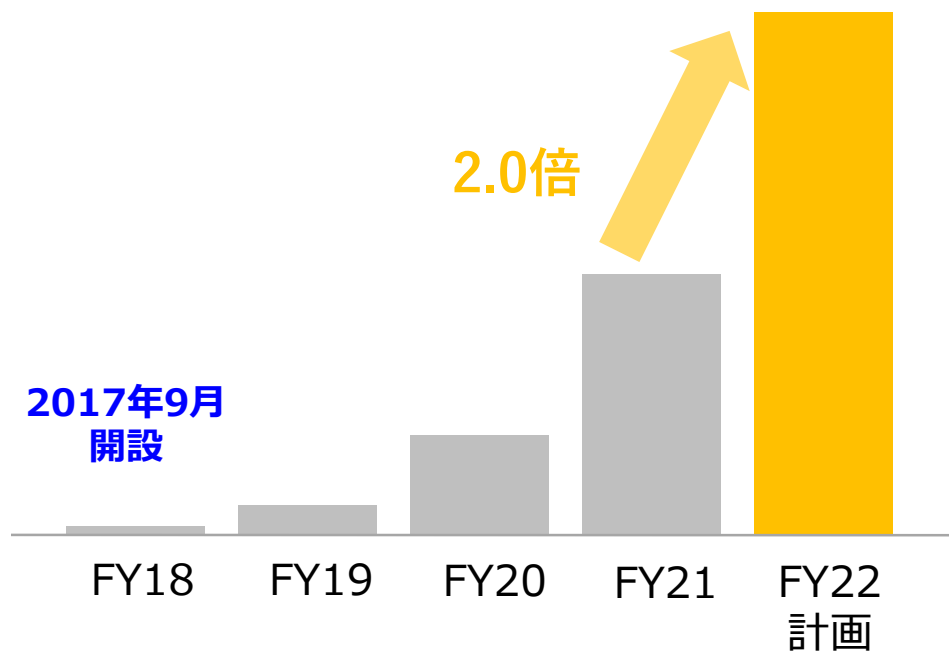
販売施策：メンバーズ（会員）サイトの強化

○ 『ROCK FIELD ONLINE SHOP』の強化

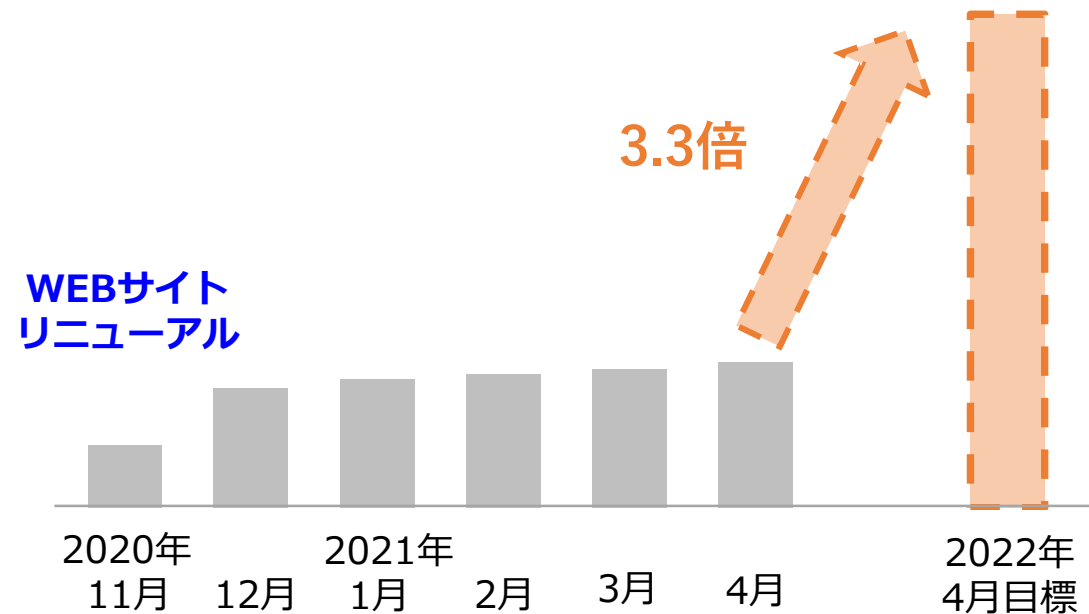
⇒ WEBサイトのユーザビリティ向上

⇒ 食卓提案の強化、顧客ニーズ対応による品揃えの拡充

ONLINE SHOP 売上推移と計画



ROCK FIELD MEMBERS 会員数推移と目標



商品施策：キットシリーズの強化・拡大



キットサラダ



デリキット

2020年8月～
デリキットの展開開始

ご家庭にいながらレストランのような
本格的な味を再現
お客様自身がフライパンを使い仕上げ

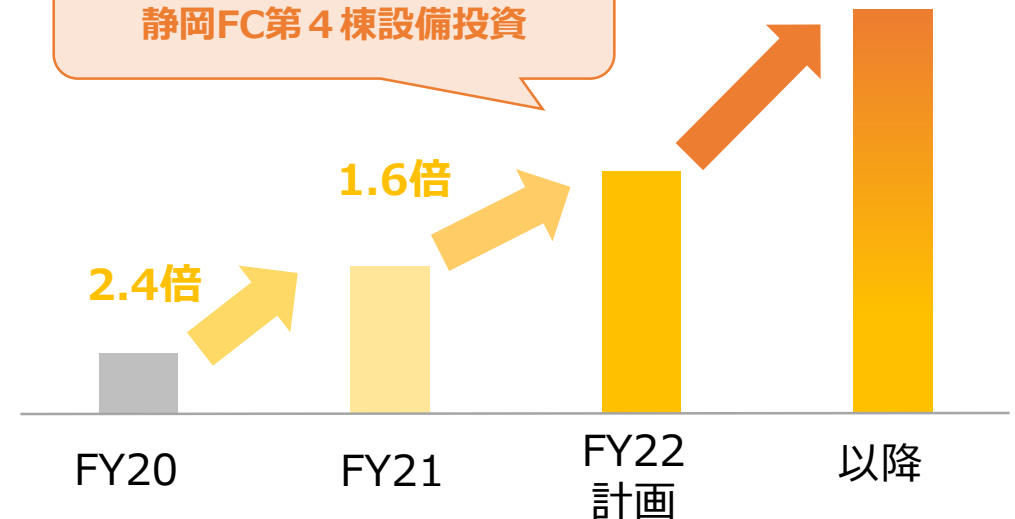
2021年4月
初のオンラインでの
ファンミーティング実施

キットサラダの体験
静岡ファクトリーと中継



キットシリーズの売上推移と計画

生産能力向上ため
静岡FC第4棟設備投資



商品施策：キットシリーズの強化・拡大

下ごしらえ済みのキット



Step1

Step2

Step3



こんな場面で「作る時間」を楽しもう!

—— わが家で! ——



お子様と
サラダづくり!



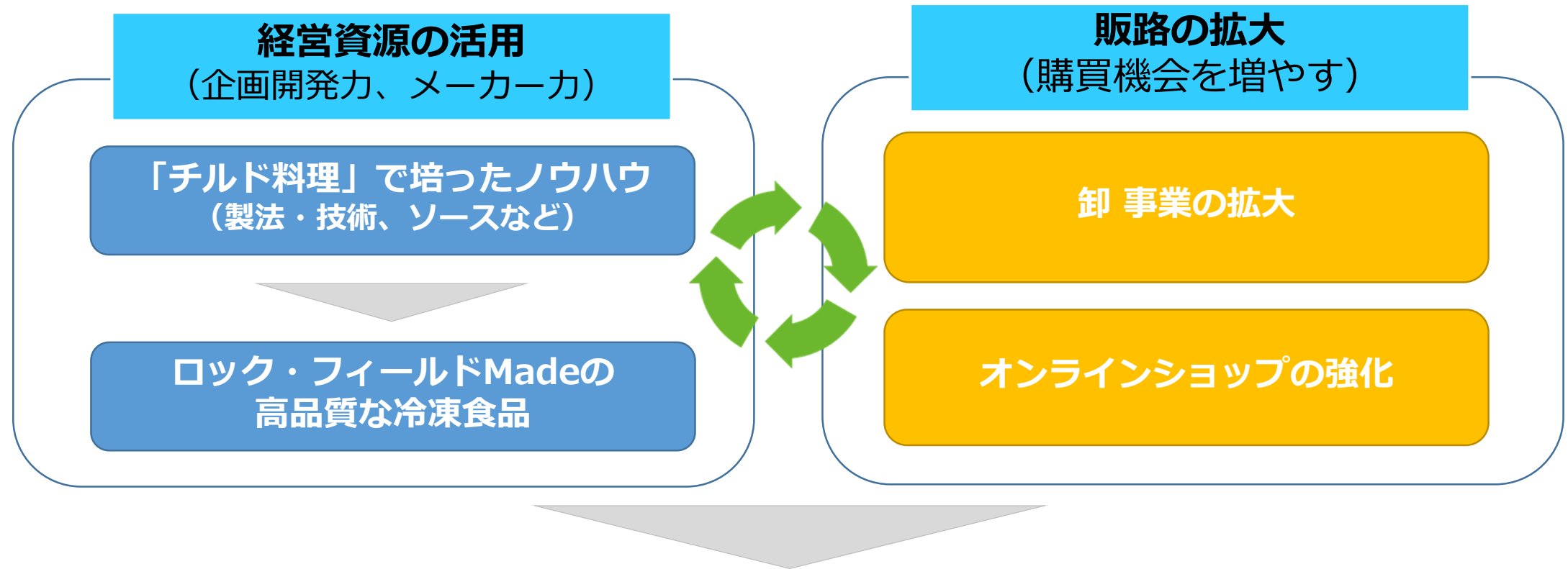
ご自宅での
おもてなしに



朝食や
遅めのランチに



商品施策：冷凍食品の強化

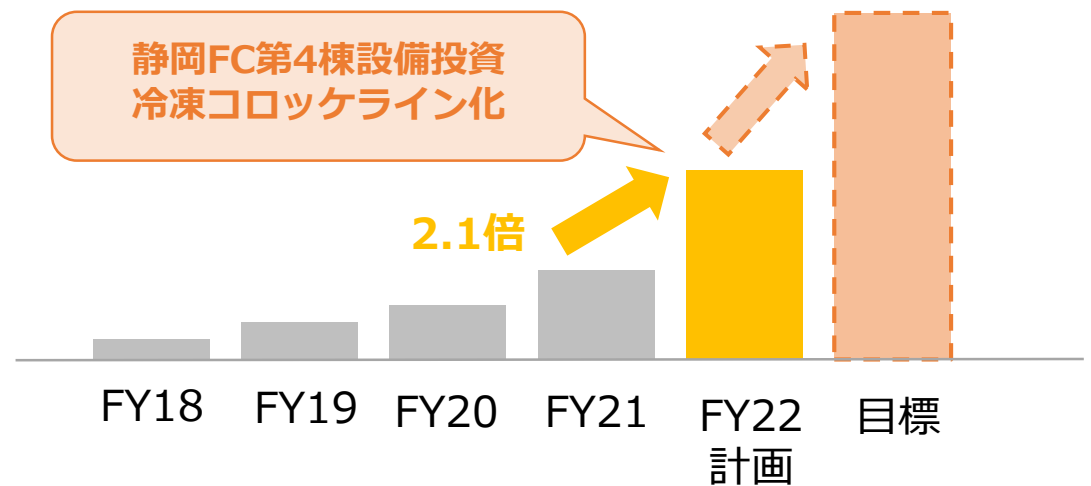


新たな冷凍食品のマーケットを開拓、
ロック・フィールドだからこそ提供できる「食」で感動や驚きをお届け

商品施策：冷凍食品の強化



冷凍食品出荷額推移と計画・目標



環境への取組み：プラスチック削減、フードロス削減

○ プラスチック削減

2030年に向けた店舗包装・資材の環境対応

- ・ お客様にご利用いただくすべての包装・資材について、**植物由来や認証済みの環境配慮素材を使用**する

2022年4月期取り組み

- ・ ベジテリアジュースカップ、フタ、ストローの紙化
- ・ サラダ容器見直し（環境対応＋集約）



○ フードロス削減

- ・ 自動発注による適切な在庫管理
 - ・ 店舗の品出しコントロールによる廃棄ロスの削減
- ※経験の少ないスタッフでも運用可能な仕組みを導入

環境への取組み：再生可能エネルギー設備の増強

○ 再生可能エネルギー設備の増強

- ・ 静岡ファクトリー第四棟竣工に伴い、
風力発電設備の刷新（機能強化）、太陽光発電設備の新設



風力発電機
発電出力
600Kw
(300kW×2基)

太陽光発電
発電出力
138.6Kw

The Mirai Salad Company
ROCK FIELD

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 神戸市東灘区魚崎浜町15-2
TEL : 078-435-2800
E-mail : ir@rockfield.co.jp

本資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通しなどは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいており、その達成を約束する主旨のものではありません。将来の業績等につきましては経営環境の変化等、様々なリスク及び不確定要因により変化・変動がございますことを予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。