

2016年4月期 第2四半期
決算説明資料(連結)

2015年12月7日

株式会社 ロック・フィールド

- 1. 2016年4月期 第2四半期 決算報告**
- 2. 2016年4月期 事業計画の取り組み**

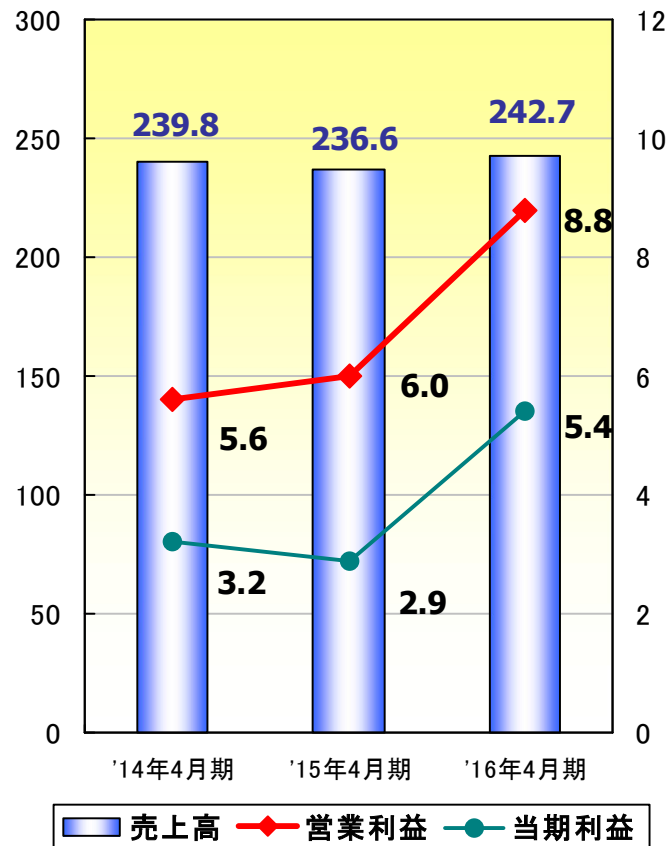
1. 2016年4月期 第2四半期 決算報告

2016年4月期 第2四半期 決算概要

(売上高)

(営業・当期利益)

(単位:百万円)



	16年4月期第2Q		15年4月期第2Q		前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	比率増減
売上高	24,272	—	23,660	—	+612	—
売上原価	10,172	41.9%	10,062	42.5%	+110	-0.6%
販管費	13,211	54.4%	12,993	54.9%	+218	-0.5%
営業利益	888	3.7%	604	2.6%	+284	+1.1%
経常利益	903	3.7%	624	2.6%	+279	+1.1%
当期純利益	543	2.2%	297	1.3%	+246	+0.9%

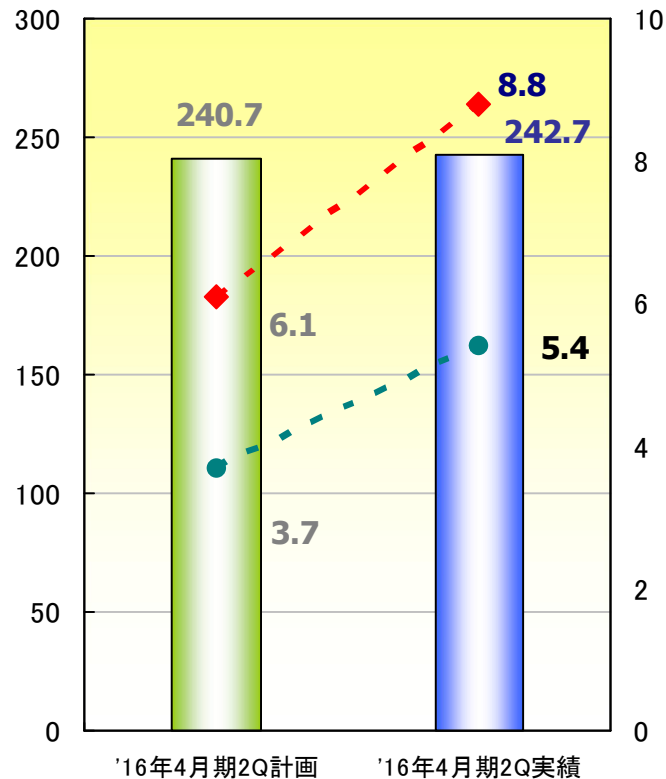
業績推移(3か年) (単位: 億円)

2016年4月期 第2四半期 実績計画対比

(売上高)

(営業・当期利益)

(単位:百万円)



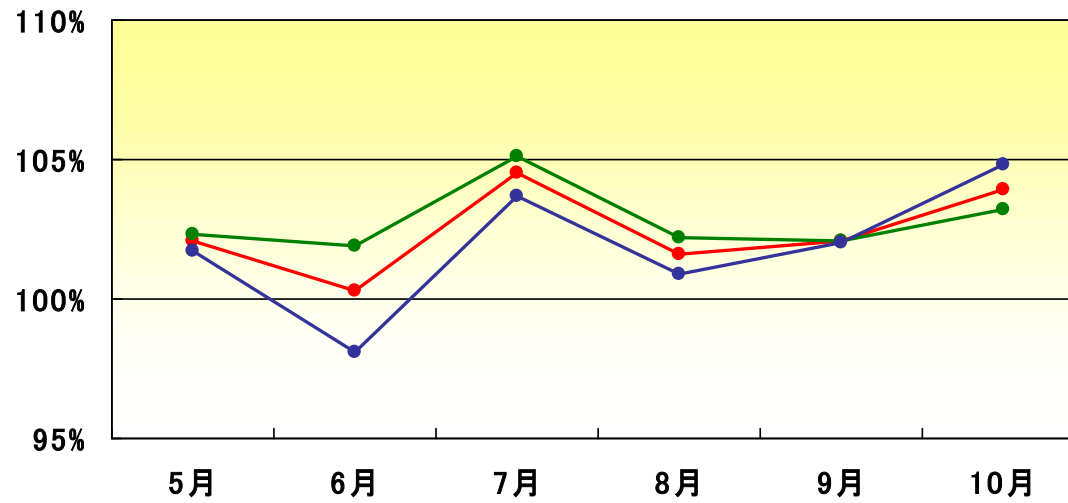
■ 売上高 - ◆ - 営業利益 - ● - 当期利益

	16年4月期 第2Q実績		16年4月期 第2Q計画		計画対比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	達成率
売上高	24,272	—	24,071	—	+201	100.8%
売上原価	10,172	41.9%	10,229	42.5%	-57	—
販管費	13,211	54.4%	13,226	54.9%	-15	—
営業利益	888	3.7%	615	2.6%	+273	144.4%
経常利益	903	3.7%	639	2.7%	+264	141.3%
当期純利益	543	2.2%	379	1.6%	+164	143.3%

業績計画対比 (単位:億円)

2016年4月期 売上高前年対比（東西別）

全店

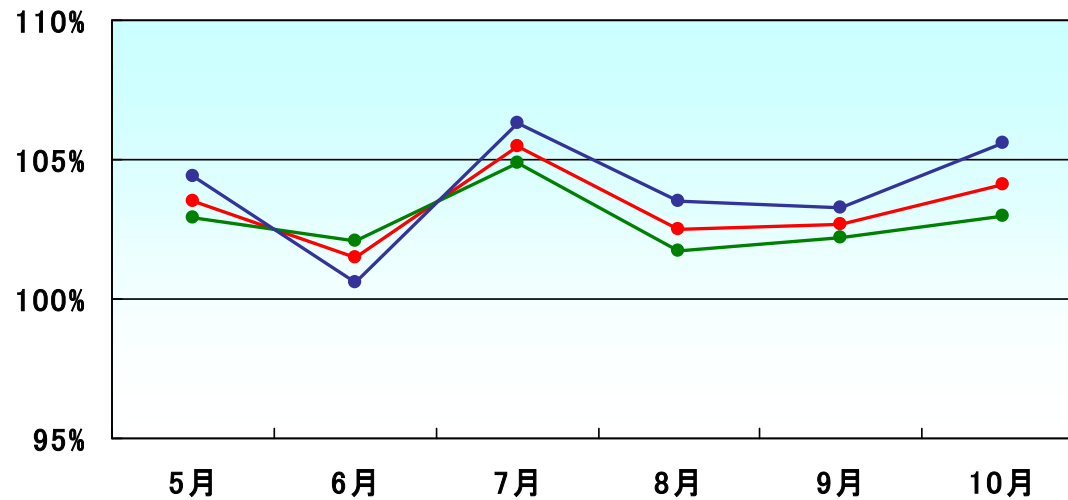


東西合計

東日本

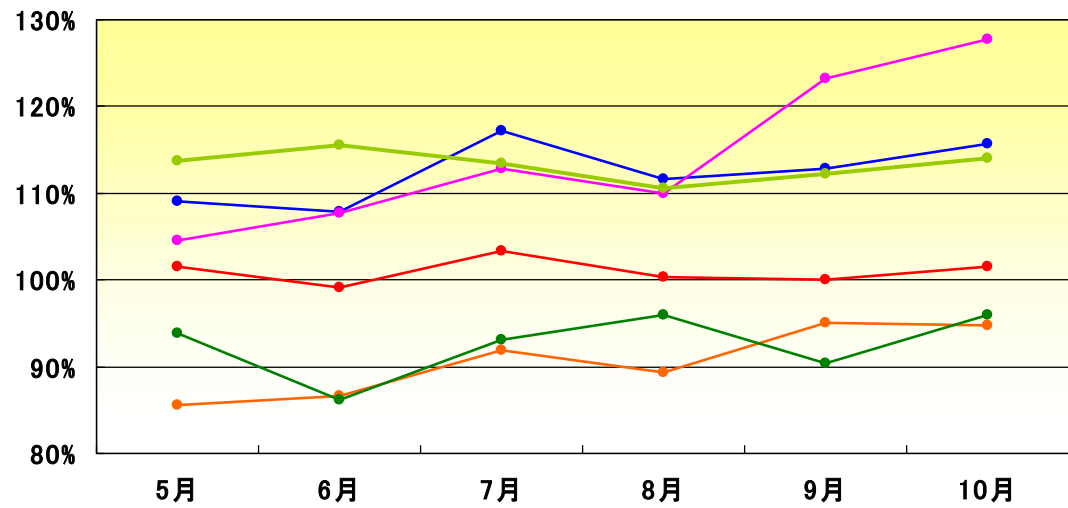
西日本

既存店



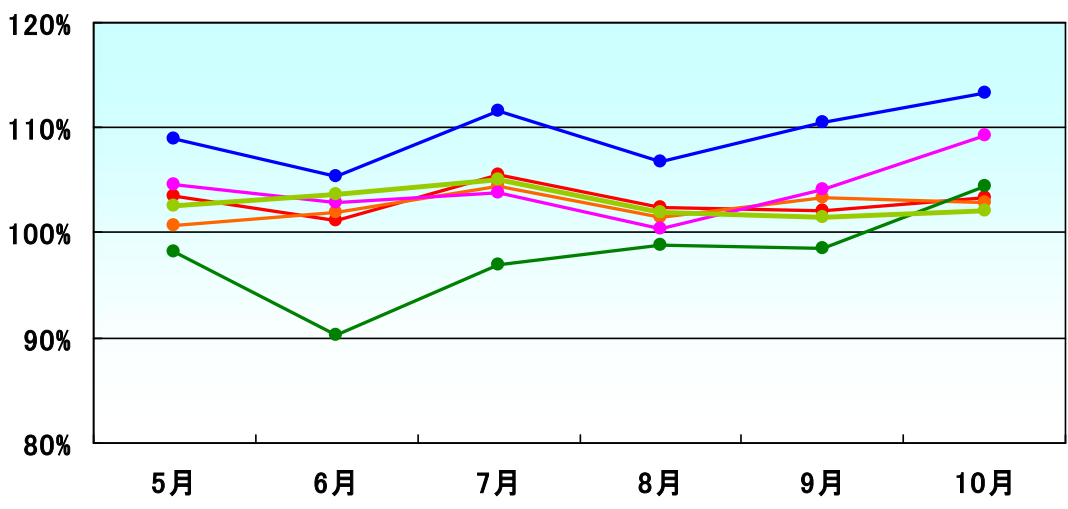
2016年4月期 売上高前年対比（ブランド別）

全店

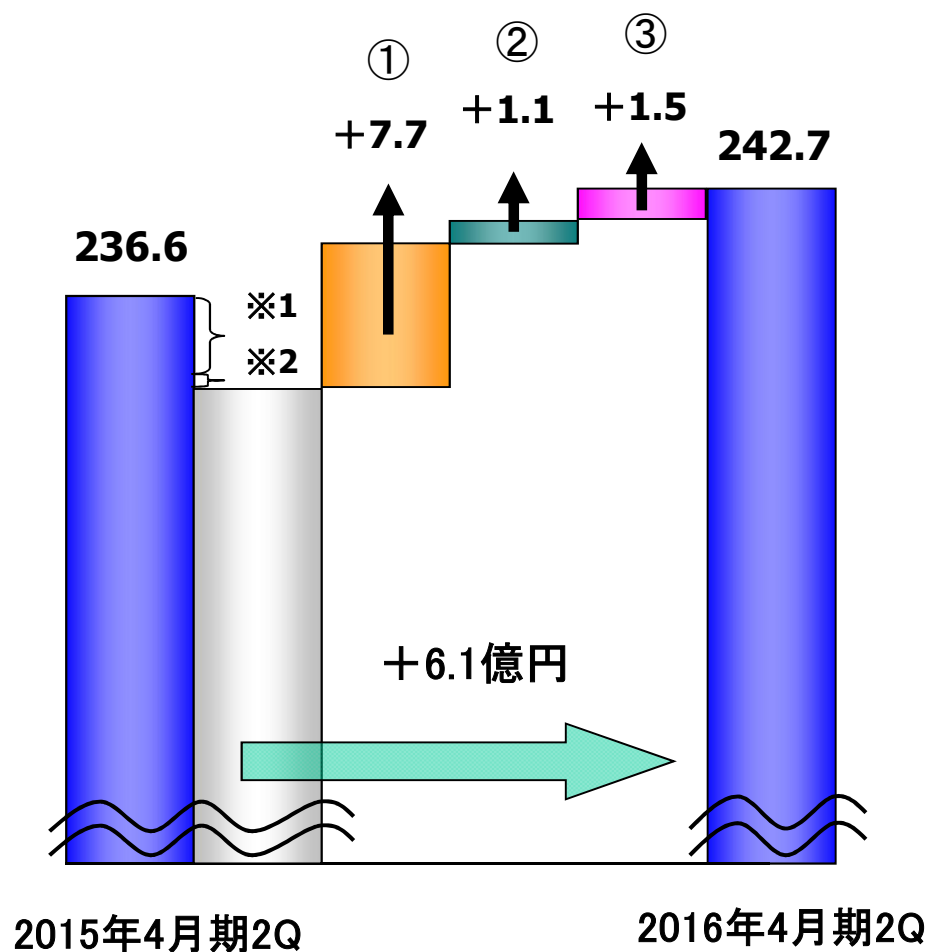


- RF1
- グリーングルメ
- いとはん
- 神戸コロッケ
- ベジテリア
- 融合

既存店



2016年4月期 第2四半期 売上分析



売上増加のポイント

- ① 既存店売上の増加 7.7億円
- ② 2015年4月期出店店舗による売上の増加 1.1億円
- ③ 2016年4月期出店店舗による売上の増加 1.5億円

※1. 2015年4月期中に退店した店舗の売上 3.5億円

※2. 2016年4月期中に退店した店舗の売上 0.7億円

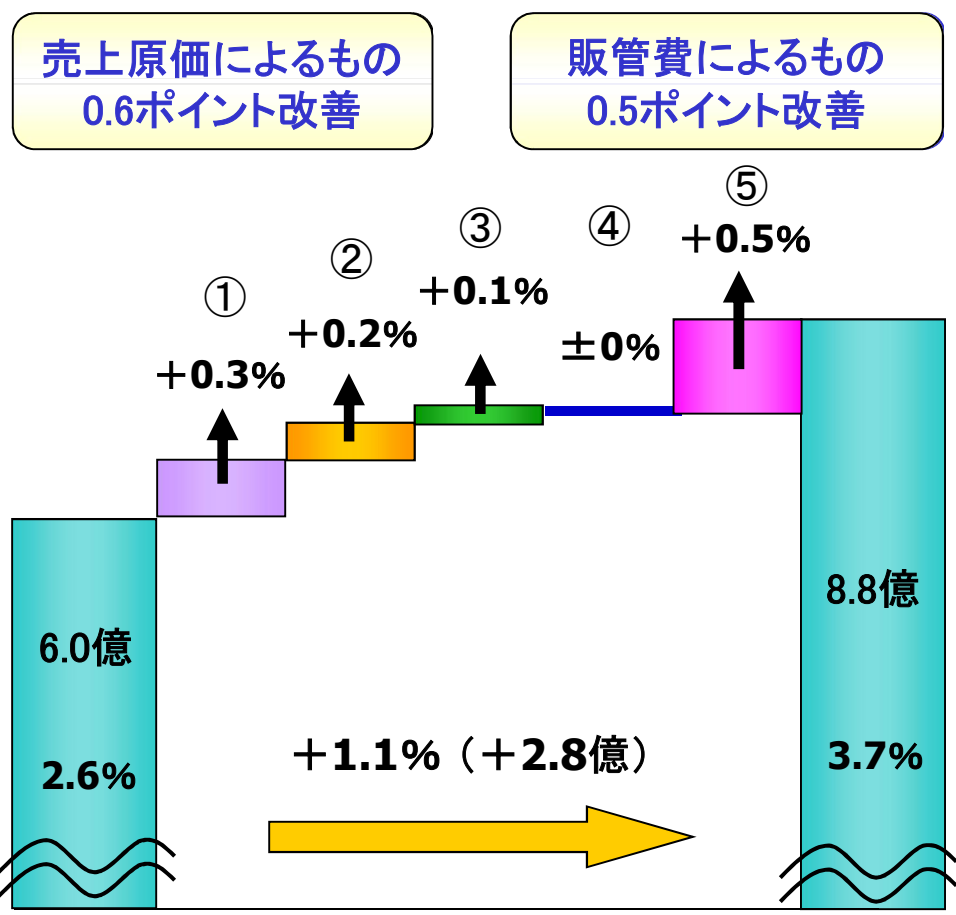
(単位:億円)

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）

	2016年4月期			2015年4月期	
	第2Q実績(累計)		第2Q計画	第2Q実績(累計)	
	金額	売上比	売上比	金額	売上比
売上高	24,272	前年対比102.6%	前年対比101.7%	23,660	—
<売上原価>	10,172	41.9%	42.5%	10,062	42.5%
原材料費	6,783	27.9%	27.9%	6,670	28.2%
労務費	2,180	9.0%	9.2%	2,176	9.2%
その他経費	1,207	5.0%	5.4%	1,216	5.1%
<販売費・一般管理費>	13,211	54.4%	54.9%	12,993	54.9%
人件費	6,047	24.9%	24.9%	5,898	24.9%
その他経費	7,164	29.5%	30.0%	7,095	30.0%
営業利益	888	3.7%	2.6%	604	2.6%

2016年4月期 第2四半期 営業利益分析



売上原価によるもの
0.6ポイント改善

販管費によるもの
0.5ポイント改善

- ☆ 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 0.3%
 - ② 労務費率の改善 0.2%
 - ③ その他経費率の改善 0.1%
 - 販売費・一般管理費によるもの
 - ④ 人件費率 増減なし
 - ⑤ 売上増によるその他経費率の吸収 0.5%

2015年4月期2Q

2016年4月期2Q

ブランド別売上高と売上原価

(単位:百万円)

	2016年4月期			2015年4月期	
	第2Q実績		前年同期比	第2Q実績	
	売上高	売上原価	売上原価率	売上原価率	
RF1	16,717	7,012	41.9%	—0.9%	42.8%
グリーングルメ	2,713	1,184	43.6%	—0.2%	43.8%
いとはん	1,951	816	41.8%	—0.3%	42.1%
神戸コロッケ	1,352	544	40.2%	—0.8%	41.0%
ベジテリア	797	271	34.0%	—0.8%	34.8%
融合	533	237	44.5%	—0.3%	44.8%
その他	205	105	51.0%	—4.4%	55.4%
合計	24,272	10,172	41.9%	—0.6%	42.5%

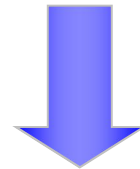
2016年4月期 出店・退店状況

ブランド	期首 (’15.5.1)	出店	退店	業態 変更	店舗 統合	第2Q末 (’15.10.31)
RF1	174	1	1	-2	0	172
グリーングルメ	40	1	0	+2	0	43
いとはん	31	1	0	0	0	32
神戸コロッケ	39	0	0	0	-1	38
ベジテリア	27	0	0	0	0	27
融合	9	2	0	0	0	11
その他	3	0	0	0	0	3
計	323	5	1	0	-1	326

※ 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40店舗を予定



第2四半期で21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	3	8	11
西日本店舗	6	4	10

※ 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

出店・リニューアル店舗



高島屋横浜RF1
(6/17 リニューアル)



高島屋名古屋オーボン・デリ
(10/7 出店)

2016年4月期 通期業績見込

(単位:百万円)

	第2Q実績			第3Q～4Q計画		通期見込	
	金額	売上比	計画 進捗率	金額	売上比	金額	売上比
売上高	24,272	—	48.4%	26,129	—	50,201	—
売上原価	10,172	41.9%	—	10,943	41.9%	21,173	42.2%
販売費・ 一般管理費	13,211	54.4%	—	13,651	52.2%	26,877	53.5%
営業利益	888	3.7%	41.3%	1,534	5.9%	2,150	4.3%
経常利益	903	3.7%	41.4%	1,541	5.9%	2,180	4.4%
当期純利益	543	2.2%	41.2%	938	3.6%	1,318	2.6%

※ 第2四半期の業績達成率は100%を上回ったが、第3四半期の売上・利益の影響額が大きいため、通期見込は期初計画から変更なし

2016年4月期 出店・退店計画

ブランド	期首 ('15.5.1)	第2Q末 ('15.10.31)	下期 出店	下期 退店	業態 変更	店舗 統合	期末 ('16.4.30)
RF1	174	172	1	0	-2	0	171
グリーングルメ	40	43	2	0	+2	0	47
いとはん	31	32	0	0	0	-1	31
神戸コロッケ	39	38	0	0	0	0	38
ベジテリア	27	27	0	0	0	-1	26
融合	9	11	0	0	0	0	11
その他	3	3	0	0	0	0	3
計	323	326	3	0	0	-2	327

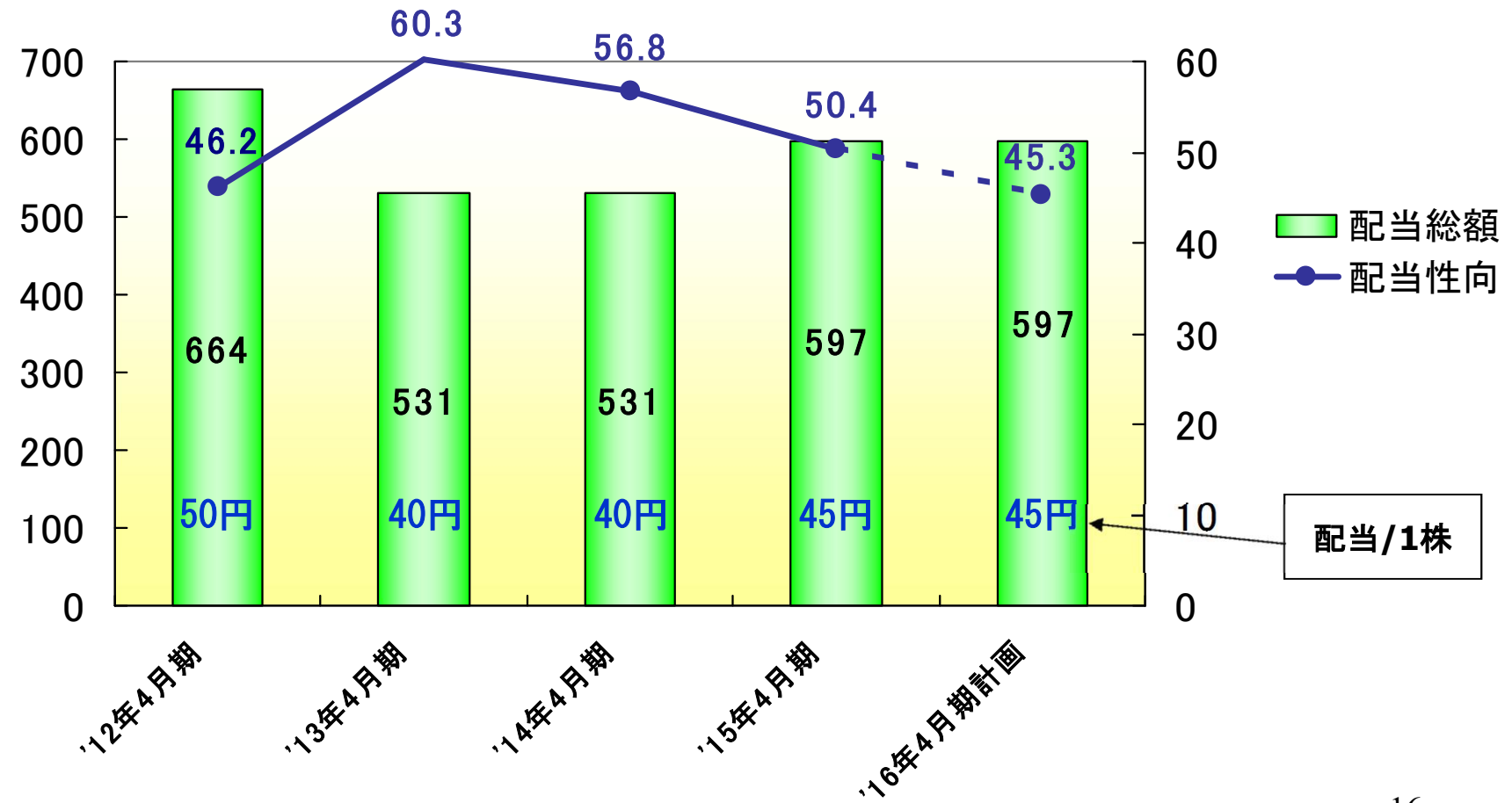
※ 現状で確定している案件のみを記載

2016年4月期 配当計画

1株配当 年間45円を予定

配当総額
(百万円)

配当性向 (%)



※ 2012年4月期は単体、2013~16年4月期は連結ベースの数字

2. 2016年4月期 事業計画の取り組み

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

1. 商品施策 … 高価格・高付加価値商品、買い合わせ

新しい料理商品の展開



高島屋横浜RF1



高島屋名古屋オーボン・デリ

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

お客様のニーズに応じたパック商品の開発と新たな売り方の取り組み



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

新しいパック商品の展開



今日のあなたに合うものを。
より健康のことを考えたサラダです。

カラダにできること。サラダにできること。

健康を気づかっている方へ。美容を心がけたい方へ。
カロリーを気にしている方へ。栄養不足が気になる方へ。
サラダだからできることがまだまだあります。
野菜や素材の栄養や特性を美味しさに変えて、
もっとカラダがよくなるサラダへ。
ひとパックで食事の役割を果たすサラダから、足りない栄養を
手軽にチャージできる一品までさまざまなパックサラダを揃えました。
カラダが求める健康への思い。
美味しく楽しくサポートしていきたい「KaRaDa SALAD」です。



ほしいサラダは、カラダがいちばん知っている。



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

買い合わせ商品の開発



※弊社 RF1、グリーン・グルメ店舗でのみ販売

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

- ・ 店舗の出店・リニューアル
⇒ 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
⇒ 効率化・品質向上を行い、生産機能の強化を図る



2Q時点での設備投資実績 8億円

店舗の出店・リニューアル 4.4億円、
生産設備 2.0億円、その他 1.6億円

2016年4月期 事業計画

2. 設備投資施策

大型百貨店での出店・リニューアル



高島屋横浜いとはん
(6/17 出店)



高島屋名古屋RF1
(6/30 リニューアル)

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。