

2009年4月期 第2四半期
決算説明資料(単体)

2008年12月11日

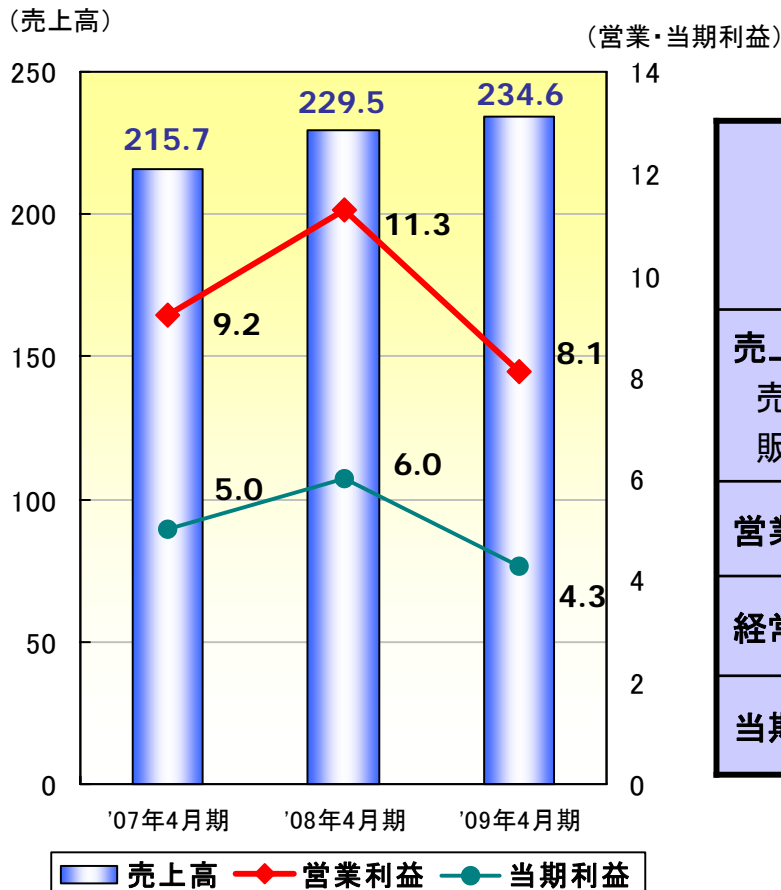
株式会社 ロック・フィールド

1. 2009年4月期第2四半期 決算報告
2. 事業計画振り返りと通期見通し

1. 2009年4月期第2四半期 決算報告

2009年4月期 第2四半期 決算概要

(単位:百万円)



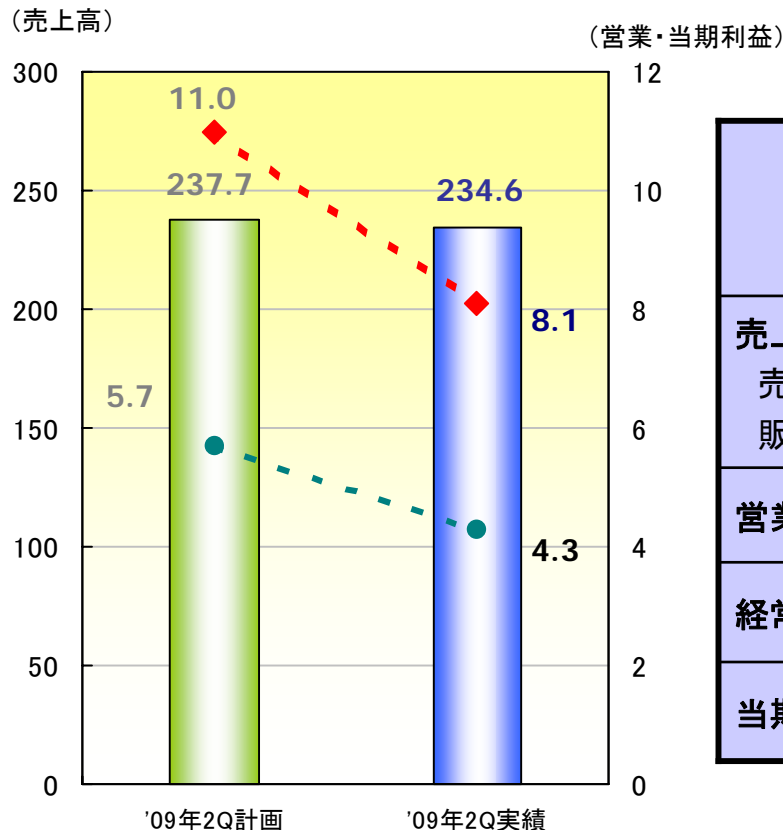
第2Q業績推移(累計・3ヶ年) (単位: 億円)

	09年4月期第2Q (累計)		08年4月期第2Q (累計)		前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	比率増減
売上高	23,468	—	22,956	—	+512	—
売上原価	10,356	44.1%	10,021	43.7%	+335	+0.4%
販管費	12,295	52.4%	11,799	51.3%	+496	+1.1%
営業利益	816	3.5%	1,136	5.0%	-320	-1.5%
経常利益	830	3.5%	1,151	5.0%	-321	-1.5%
当期純利益	435	1.9%	603	2.6%	-168	-0.7%

- 売上高は前年対比102.2%となり、増収。
- 営業利益は前年対比71.9%で減益、主に人件費・労務費の上昇、原材料高、原油高による包材費上昇が響く。

2009年4月期 第2四半期 計画対比

(単位:百万円)

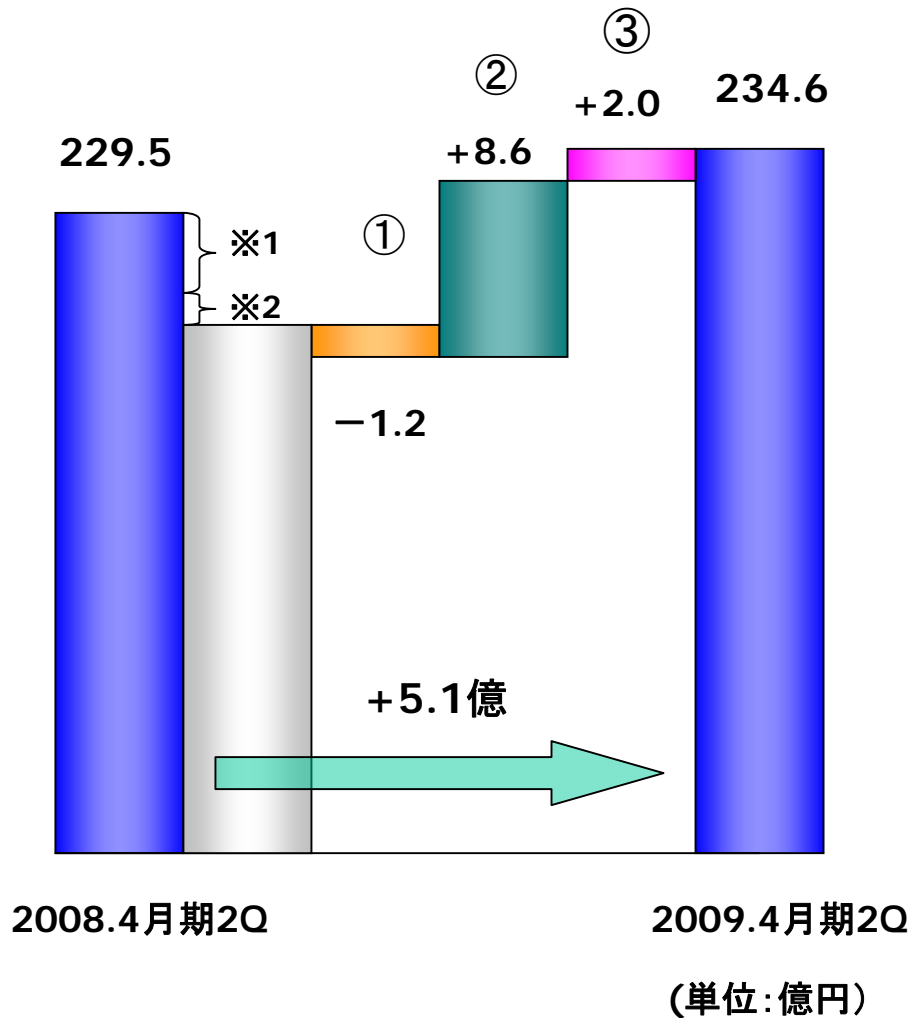


	09年4月期 第2Q実績(累計)		09年4月期 第2Q計画(累計)		計画対比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	比率増減
売上高	23,468	—	23,778	—	-310	—
売上原価	10,356	44.1%	10,407	43.8%	-51	+0.3%
販管費	12,295	52.4%	12,252	51.5%	+43	+0.9%
営業利益	816	3.5%	1,108	4.7%	-292	-1.2%
経常利益	830	3.5%	1,136	4.8%	-306	-1.3%
当期純利益	435	1.9%	573	2.4%	-138	-0.5%

- ▶ 売上高の計画達成率98.7%、
営業利益の計画達成率は73.6%。
- ▶ 売上計画未達により、売上原価・販管費ともに
固定費部分を吸収できなかった。

第2Q業績計画対比 (累計、単位: 億円)

2009年4月期 第2四半期 売上分析

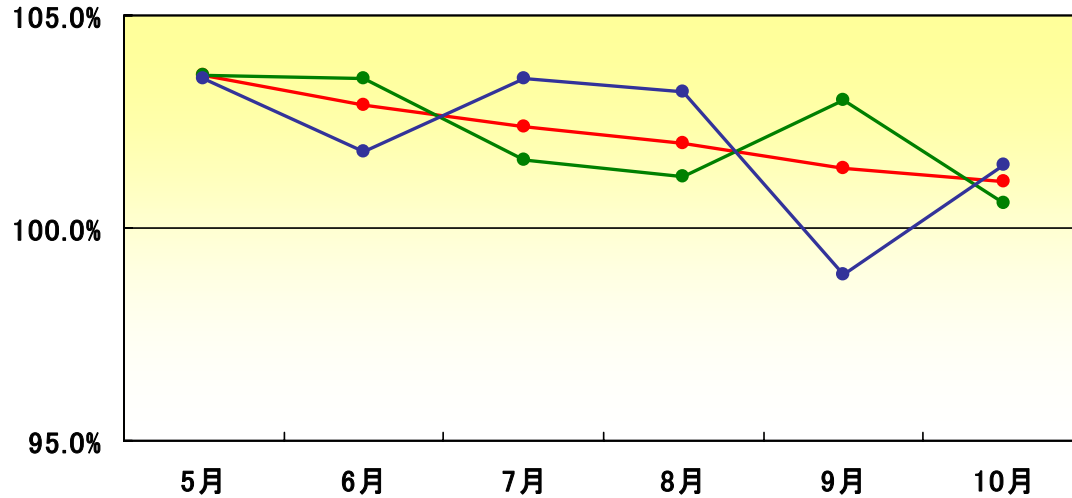


売上増加のポイント

- ① 既存店売上の減少 1.2億円
 - ② 2008年4月期出店店舗による売上の増加 8.6億円
 - ③ 2009年4月期出店店舗の売上 2.0億円
- ※1. 2008年4月期中に退店した店舗の売上 3.6億円
- ※2. 2009年4月期中に退店した店舗の売上 0.7億円

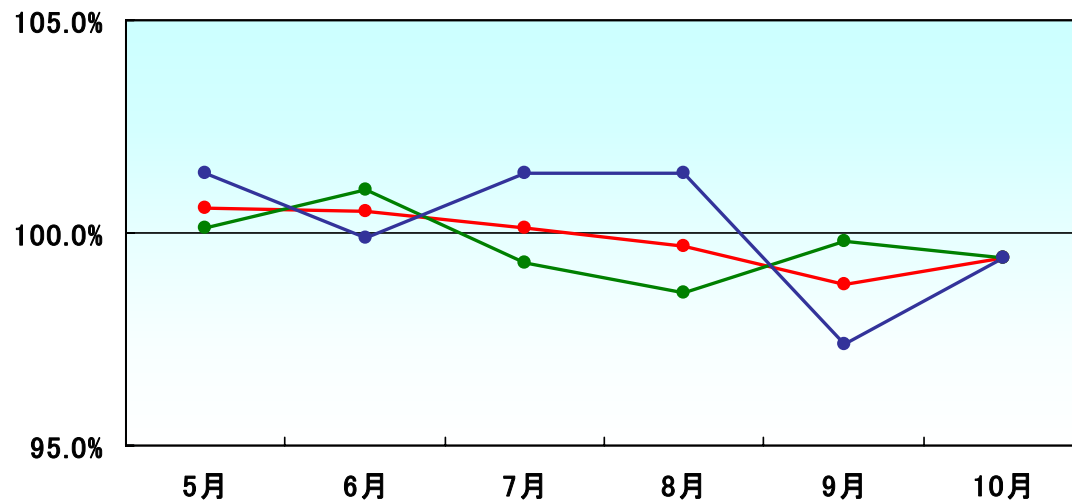
2009年4月期 売上高前年対比（東西別）

全店



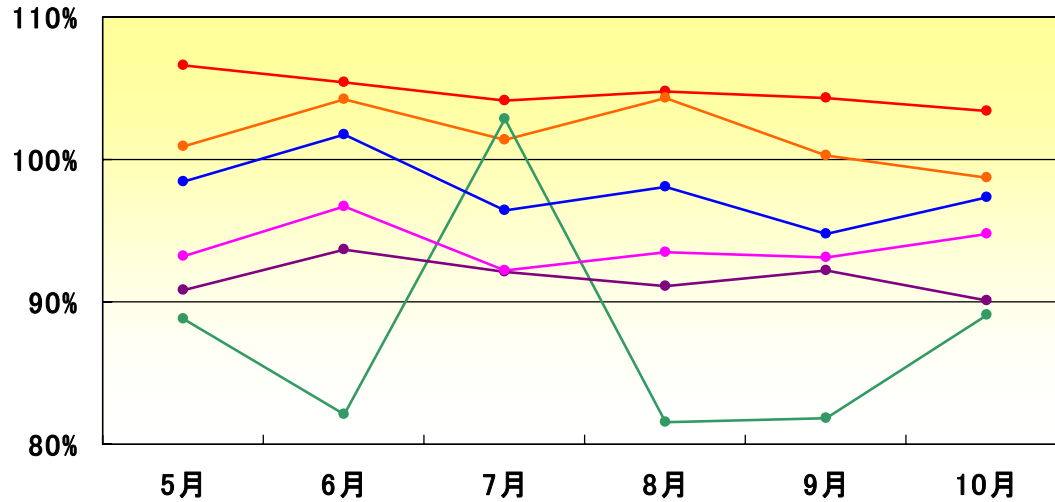
東西合計
 東日本
 西日本

既存店

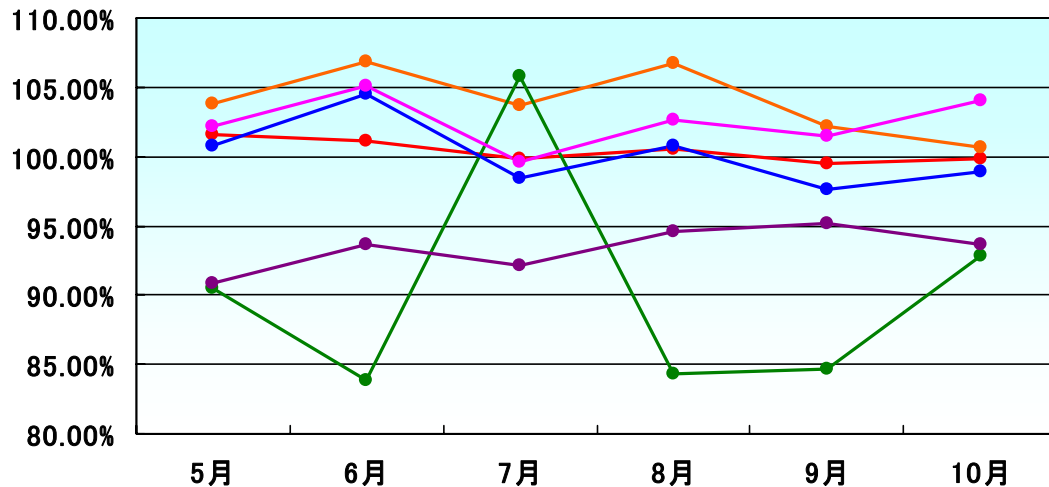


2009年4月期 売上高前年対比 (ブランド別)

全店



既存店



営業利益の状況（売上原価と販売管理費の内訳）

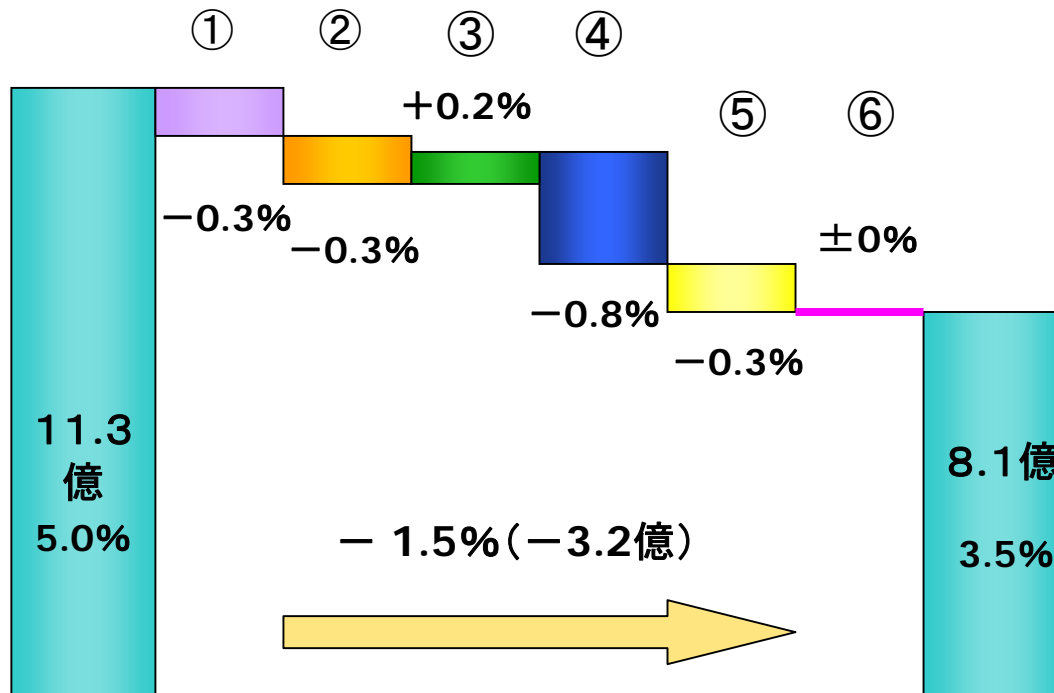
（単位：百万円）

	2009年4月期			2008年4月期	
	第2Q実績		第2Q計画	第2Q実績	
	金額	売上比	売上比	金額	売上比
売上高	23,468	前年対比102.2%	前年対比103.6%	22,956	—
<売上原価>	10,356	44.1%	43.8%	10,021	43.7%
内原材料費	7,011	29.9%	29.6%	6,796	29.6%
内労務費	2,081	8.9%	8.7%	1,984	8.6%
その他経費	1,264	5.3%	5.5%	1,241	5.5%
<販売費・一般管理費>	12,295	52.4%	51.5%	11,799	51.3%
内人件費	5,129	21.9%	21.0%	4,837	21.1%
その他経費	7,166	30.5%	30.5%	6,962	30.2%
営業利益	816	3.5%	4.7%	1,136	5.0%

営業利益減少要因

売上原価によるもの
0.4ポイント低下

販管費によるもの
1.1ポイント低下



☆ 営業利益率増減項目

- 売上原価によるもの
 - ① 原材料高による原材料費率の上昇 -0.3%
 - ② 労務費率の上昇 -0.3%
 - ③ その他経費の節減 +0.2%
- 販売費・一般管理費によるもの
 - ④ 人件費率の上昇 -0.8%
 - ⑤ 包材費の上昇 -0.3%
 - ⑥ その他経費増減なし

2008年4月期2Q

2009年4月期2Q

ブランド別売上高と売上原価

(単位:百万円)

	2009年4月期			2008年4月期	
	第2Q実績(累計)		前年同期比	第2Q実績(累計)	
	売上高	売上原価	売上原価率	売上原価率	
RF1	17,420	7,737	44.4%	+0.5%	43.9%
神戸コロッケ	2,058	906	44.0%	-0.1%	44.1%
RF1 Asia, 融合	546	246	45.1%	+0.5%	44.6%
いとはん, 三日坊主	891	382	42.9%	-1.4%	44.3%
地球健康家族 ※	1,338	611	45.7%	+1.3%	44.4%
ベジテリア	1,039	381	36.7%	+0.6%	36.1%
その他	174	88	50.6%	-3.8%	54.4%
合計	23,468	10,356	44.1%	+0.4%	43.7%

※ 地球健康家族に一部“RF+ SELECTION”を含む

出店・退店状況

ブランド	期首 ('08 5.1)	出店	退店	第2Q末 ('08 10.31)
RF1	172	3	0	175
神戸コロッケ	53	0	0	53
ベジテリア	34	0	0	34
地球健康家族	23	0	1	22
RF1 Asia, 融合	8	0	0	8
いとはん, 三日坊主	14	0	0	14
be Organic	3	0	1	2
計	307	3	2	308

出店: アトレ大井町RF1(5月2日)、大和富山RF1(5月1日 買取店より直営店化)

エミオ武蔵境RF1 SELECT(8月29日)

退店: be Organic ミッドランドスクエア店(5月6日)、地球健康家族武蔵境店(7月31日)

新規出店店舗



アトレ大井町 RF1
(5月2日オープン)



エミオ武蔵境 RF1 SELECT
(8月29日オープン)

店舗リニューアル状況

	リニューアル	プチリニューアル	合計
東日本店舗	3	16	19
西日本店舗	1	1	2

リニューアル： 高島屋柏RF1(7月1日)、ウイング高輪ベジテリア(8月25日)
伊勢丹京都RF1(ガストロノミ・9月3日)、三越恵比寿RF1(9月14日)

プチリニューアル： ペリエ稲毛RF1(5月21日)、小田急新百合ヶ丘RF1(5月23日)、
高島屋横浜RF1(5月24日)、伊勢丹府中RF1(5月27日)、
ルミネ荻窪RF1(5月28日)、丸井戸塚RF1(6月4日)、丸井溝口RF1(6月5日)
京王新宿RF1(6月5日)、西武筑波RF1(6月6日)、高島屋柏 神戸コロッケ(7月1日)
高島屋泉北RF1(7月30日)、東急日吉RF1・神戸コロッケ(8月1日)
東武船橋RF1(8月7日)、藤崎仙台RF1・神戸コロッケ(9月3日)
カルミア豊橋RF1(10月1日)
※ 主にショーケース入れ替えだけや一部改装のリニューアル

2. 事業計画振り返りと通期見通し

上半期の主な取り組み

RF1・・・アクションケース入れ替えによる売り方の改革

上半期では17店舗で入れ替え



東武船橋 RF1



上半期の主な取り組み

RF1・・・料理系商品強化

料理系商品をメインにした店舗展開（伊勢丹京都RF1ガストロノミ 9/3オープン）



ロールキャベツ・ハンバーグ



ラザニア・グラタン

上半期の主な取り組み

神戸コロッケ・・・本来のポテト系コロッケ商品の強化



既存店売上回復（既存店前年対比は第2四半期累計で104.0%。
2008年4月期の第2四半期では前年対比98.7%）



ビストロコロッケの展開により、
ポテト系商品のラインナップ拡大



じゃがいものこだわりを伝える販促を
重点的に行い、ポテト系商品の売上拡大

上半期の主な取り組み

ベジテリア・・・野菜系ジュースの強化

野菜系ジュースの販売を強化し、ブランドの強みを生かす

⇒ 消費低迷の影響、高価格帯ジュースの買い控えにより、
売上は苦戦。



赤の野菜バランス20品目



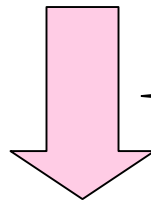
6野菜のキャロット

上半期の主な取り組み

商品アイテム数削減(全社効率化)

★ 第6次中期経営計画目標 ⇒ 25%削減

商品アイテム数 約750 (中期経営計画策定時)



約22%削減達成

商品アイテム数 約585 (第2四半期末時点)

上半期の主な取り組み

商品戦略(価格政策)

厳しい原材料高の中、売価転嫁はせず

定番商品(構成50%)

価格は据え置き

新規/改廃商品
(構成50%)

適正価格を設定

★ オープンケース商品対策・・・売価を上げずに原価率を下げた結果、お客様に評価されず売上減少。

下半期の取り組み

上半期の課題を踏まえ、中期経営計画を推進していく

- ◆ 既存ブランド(RF1・神戸コロッケ・ベジテリア)の強化

RF1・・・店舗立地別MDの精度向上、売り方の変革
サラダ系・料理系商品の強化

神戸コロッケ・・・ポテト系商品を強化し、現状の好調を
維持していく

ベジテリア・・・ジュース&スープ&フード業態の確立
野菜系商品の強化

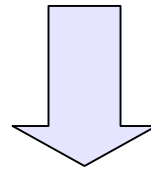
下半期の取り組み

上半期の課題を踏まえ、中期経営計画を推進していく

- ◆ 商品政策
オープンケース商品に関して、お客様に評価される商品の開発・提案を行う。
- ◆ 全社効率化
アイテム数削減により、全部門での工数削減を図る。
物流の商品事前移動システムの稼働により、
物流コストの削減を図る。

2009年4月期 出退店計画

		上半期	下半期	計
期初計画	出店	5	3	8
	退店	3	3	6



		上半期実績	下半期	計
12月8日 時点計画	出店	3	8	11
	退店	2	0	2

※伊勢丹京都RF1(ガスロノミ)は、期初では出店でカウントしていたが、RF1の品群扱いとなったため、RF1のリニューアルとしてカウント

2009年4月期 通期業績見通し

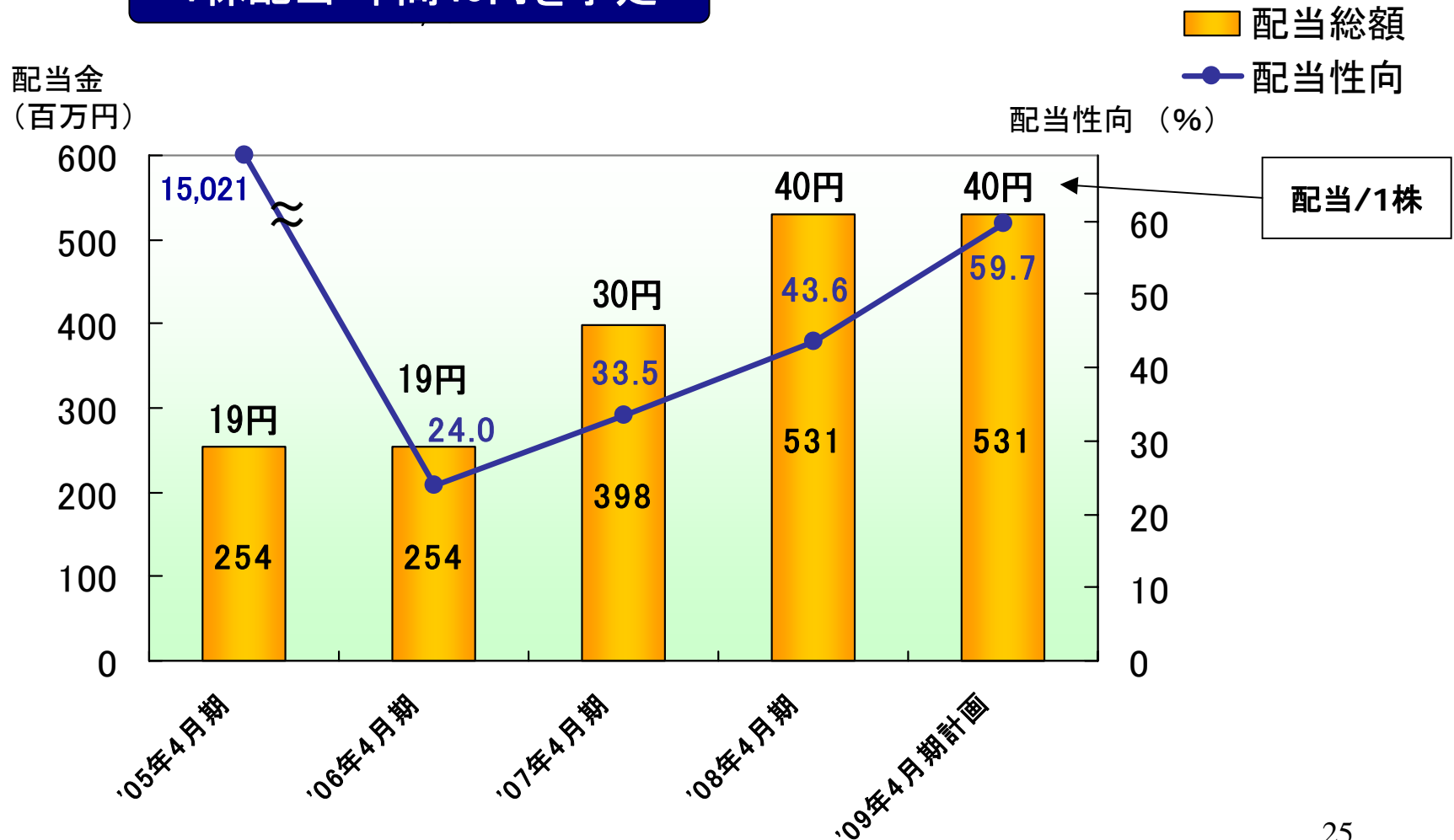
四半期損益計算書(期間累計)

(単位:百万円)

	第1四半期実績		第2四半期実績		第3四半期		通期	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比
売上高	11,721	—	23,468	—	36,066	—	47,886	—
売上原価	5,167	44.1%	10,356	44.1%	15,853	44.0%	21,080	44.0%
販売費・ 一般管理費	6,171	52.6%	12,295	52.4%	18,725	51.9%	24,943	52.1%
営業利益	383	3.3%	816	3.5%	1,487	4.1%	1,863	3.9%
経常利益	392	3.3%	830	3.5%	1,510	4.2%	1,898	4.0%
当期純利益	199	1.7%	435	1.9%	795	2.2%	930	1.9%

2009年4月期 配当計画

1株配当 年間40円を予定



本件に関するご照会先

株式会社 ロック・フィールド 経理グループ

〒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。