

2014年4月期
決算説明資料(連結)

2014年6月12日

株式会社 ロック・フィールド

1. 2014年4月期 決算報告
及び事業計画振り返り
2. 2015年4月期 事業計画

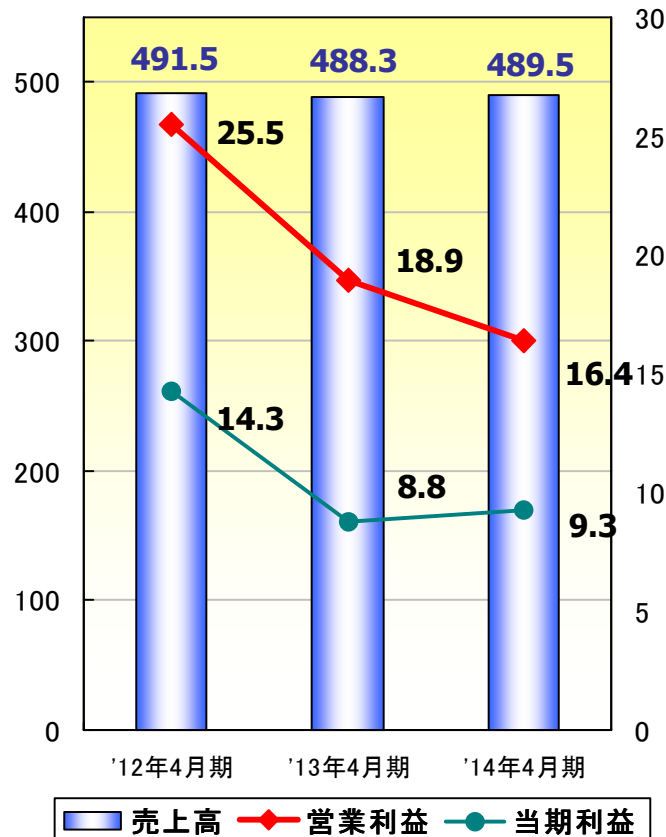
**1. 2014年4月期 決算報告
及び事業計画振り返り**

2014年4月期 決算概要

(売上高)

(営業・当期利益)

(単位:百万円)



	14年4月期		13年4月期		前期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	比率増減
売上高	48,956	—	48,835	—	+121	—
売上原価	20,791	42.5%	20,545	42.1%	+246	+0.4%
販管費	26,523	54.2%	26,395	54.0%	+128	+0.2%
営業利益	1,641	3.3%	1,894	3.9%	-253	-0.6%
経常利益	1,679	3.4%	1,905	3.9%	-226	-0.5%
当期純利益	935	1.9%	881	1.8%	+54	+0.1%

業績推移(3か年) (単位: 億円)

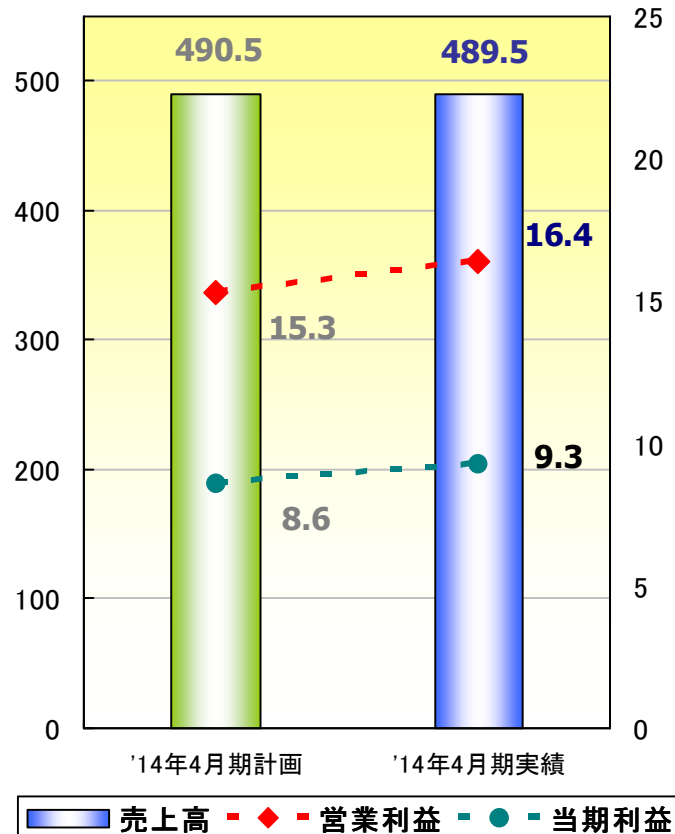
※2012年4月期は単体決算の数字

2014年4月期 実績計画対比

(売上高)

(営業・当期利益)

(単位:百万円)



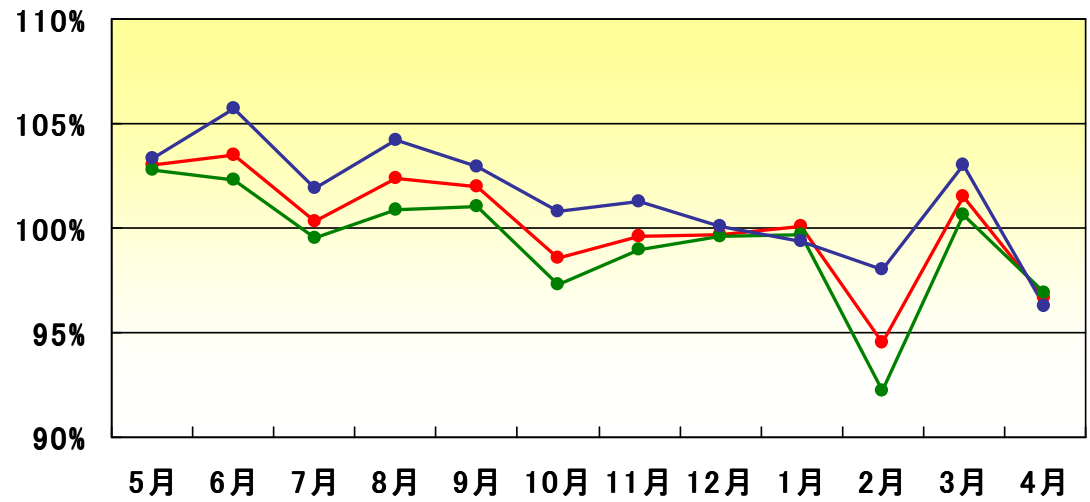
	14年4月期 通期実績		14年4月期 通期計画(※)		計画対比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	比率増減
売上高	48,956	—	49,050	—	—94	—
売上原価	20,791	42.5%	20,865	42.5%	—74	±0%
販管費	26,523	54.2%	26,654	54.4%	—131	—0.2%
営業利益	1,641	3.3%	1,530	3.1%	+111	+0.2%
経常利益	1,679	3.4%	1,560	3.2%	+119	+0.2%
当期純利益	935	1.9%	860	1.8%	+75	+0.1%

※ 計画の数値は第3Qの修正計画発表のもの

業績計画対比 (単位: 億円)

2014年4月期 売上高前年対比（東西別）

全店



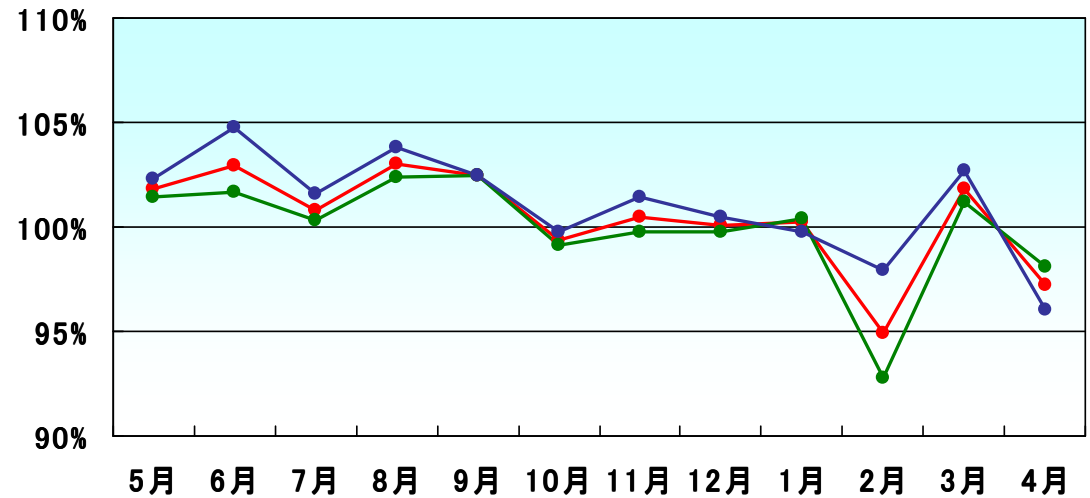
※ 東西合計は
単体ベース

東西合計

東日本

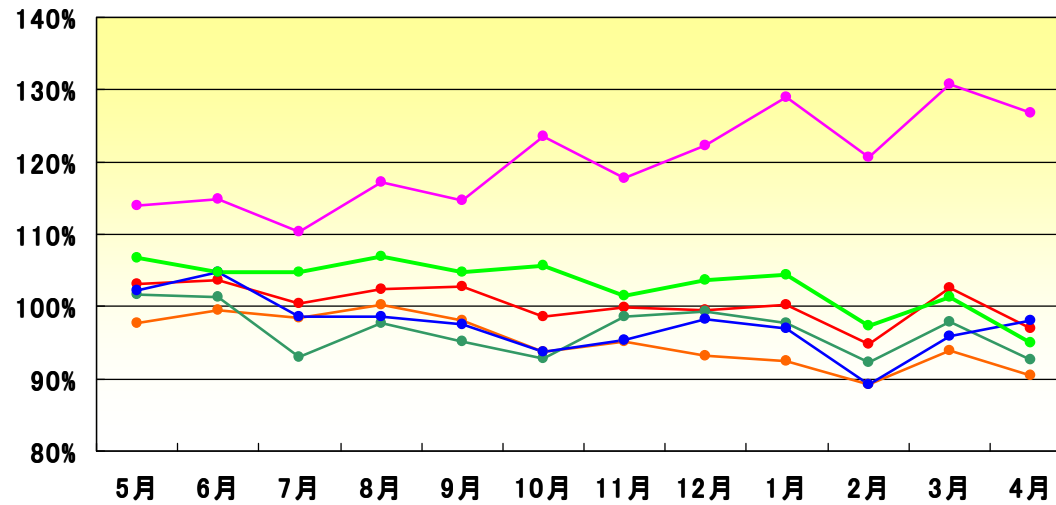
西日本

既存店



2014年4月期 売上高前年対比 (ブランド別)

全店



RF1

神戸コロッケ

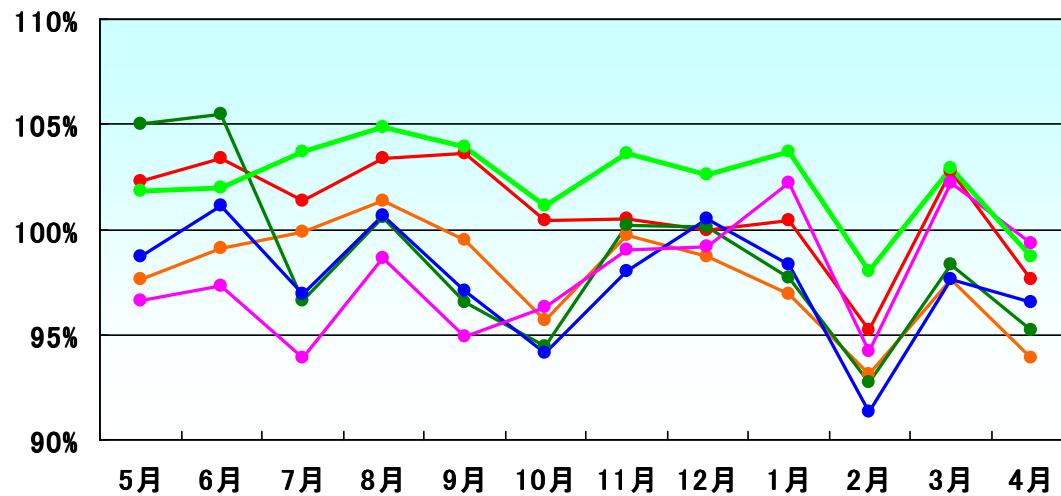
ベジテリア

いとはん

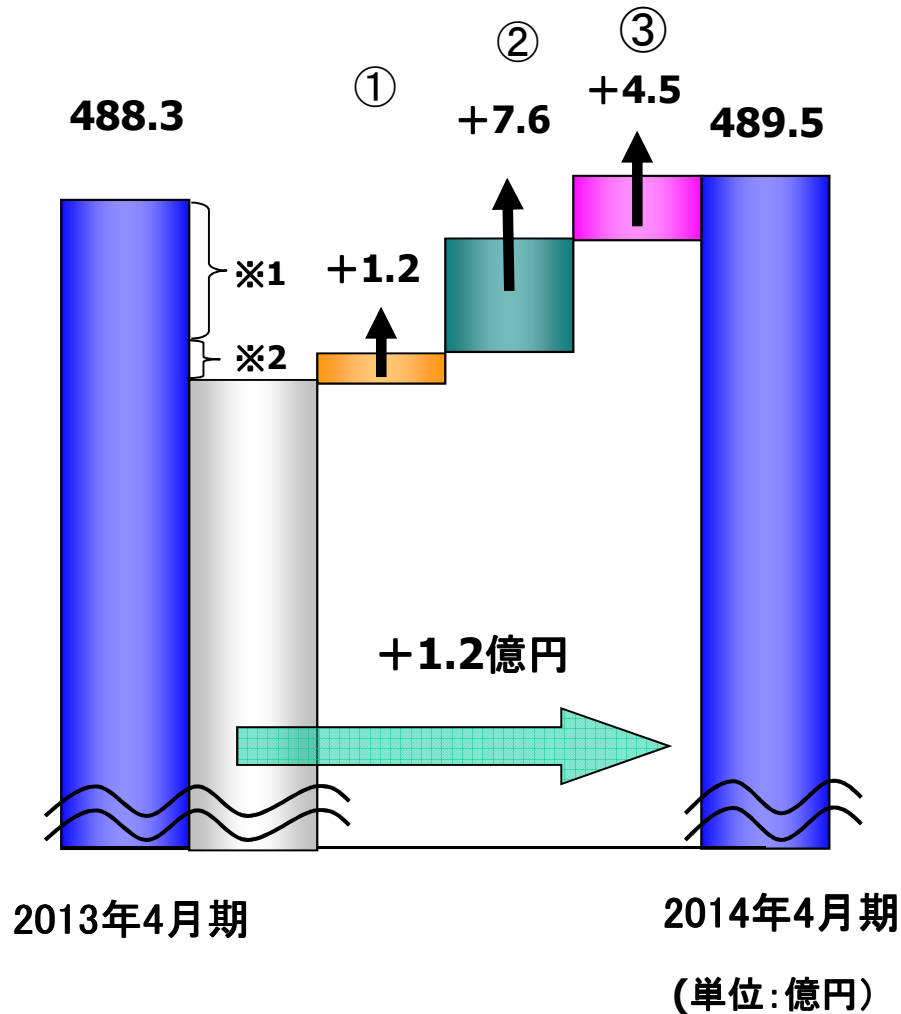
融合

グリーングルメ

既存店



2014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 1.2億円
- ② 2013年4月期出店店舗による売上の増加 7.6億円
- ③ 2014年4月期出店店舗による売上の増加 4.5億円

※1. 2013年4月期中に退店した店舗の売上 9.6億円

※2. 2014年4月期中に退店した店舗の売上 2.5億円

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）

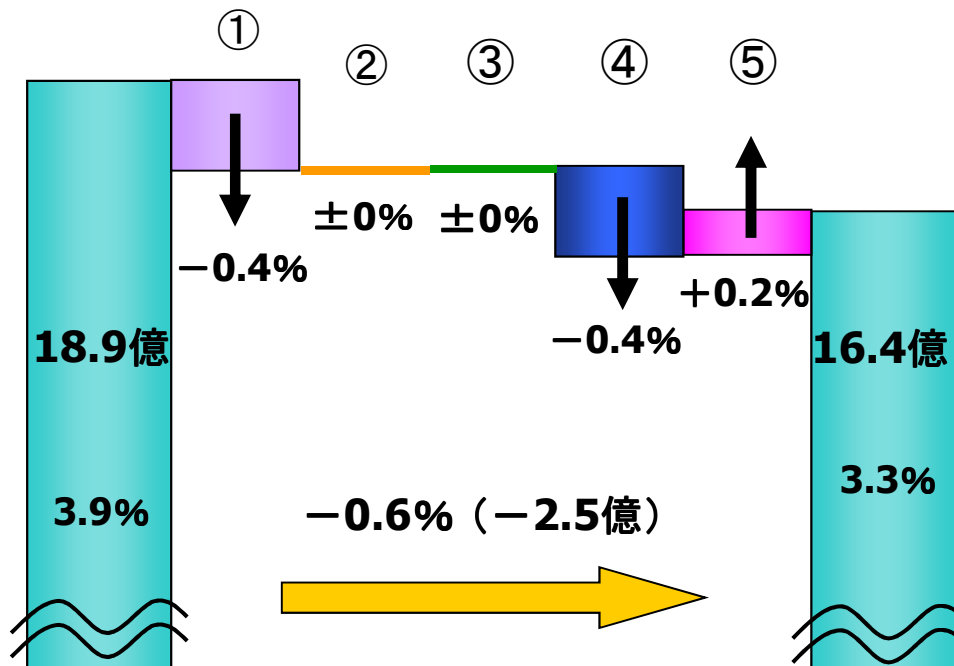
	2014年4月期			2013年4月期	
	通期実績(累計)		通期計画(※)	通期実績(累計)	
	金額	売上比	売上比	金額	売上比
売上高	48,956	前年対比100.2%	前年対比100.4%	48,835	—
<売上原価>	20,791	42.5%	42.5%	20,545	42.1%
原材料費	13,842	28.3%	28.3%	13,609	27.9%
労務費	4,442	9.1%	9.1%	4,439	9.1%
その他経費	2,505	5.1%	5.1%	2,496	5.1%
<販売費・一般管理費>	26,523	54.2%	54.4%	26,395	54.0%
人件費	11,852	24.2%	24.5%	11,655	23.8%
その他経費	14,670	30.0%	29.9%	14,739	30.2%
営業利益	1,641	3.3%	3.1%	1,894	3.9%

※ 計画の数値は第3Qの修正計画発表のもの

2014年4月期 営業利益分析

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
0.2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 原材料価格上昇による
原材料比率の増加 0.4%
- 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 人件費率の増加 0.4%
- ⑤ 経費削減による
その他経費率の改善 0.2%

2013年4月期

2014年4月期

ブランド別売上高と売上原価

(単位:百万円)

	2014年4月期			2013年4月期	
	通期実績		前期比	通期実績	
	売上高	売上原価	売上原価率	売上原価率	
RF1	35,252	15,077	42.8%	+0.4%	42.4%
神戸コロッケ	3,394	1,393	41.0%	+0.7%	40.3%
ベジテリア	1,957	683	34.9%	+0.8%	34.1%
いとはん	3,446	1,461	42.4%	-0.2%	42.6%
融合	822	377	45.9%	+0.3%	45.6%
グリーングルメ	3,861	1,662	43.0%	+0.1%	42.9%
その他	222	135	60.8%	+7.0%	53.8%
合計	48,956	20,791	42.5%	+0.4%	42.1%

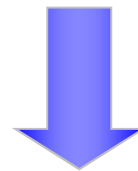
2014年4月期 出店・退店状況

ブランド	期首 ('13.5.1)	出店	退店	業態 変更	店舗 統合	第4Q末 ('14.4.30)
RF1	186	1	2	-2	0	183
神戸コロッケ	51	0	1	0	-6	44
ベジテリア	32	1	2	0	-2	29
いとはん	31	1	1	0	0	31
融合	7	2	0	0	0	9
グリーングルメ	29	3	2	+2	0	32
その他	2	0	0	0	0	2
計	338	8	8	0	-8	330

※ 店舗統合・・・RF1店舗と統合してブランド商品販売は継続。売上の変動もなし。

店舗リニューアル状況

期初事業計画で約30店舗を予定



通期で35店舗実施

	リニューアル	プチリニューアル	合計
東日本店舗	10	6	16
西日本店舗	12	7	19

※ プチリニューアル … 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

2014年4月期 事業計画振り返り

既存店強化策

販売計画・・・2013年4月期の取り組みの継続・進化

商品計画・・・戦略商品の育成

2014年4月期 事業計画振り返り

販売計画・・・2013年4月期の取り組みの継続・進化

- ① 店舗での基本品揃えの精度向上
- ② 積極的な販売の推進
- ③ 丁寧な販売のレベルアップによる顧客満足向上

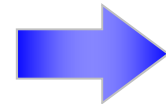
2014年4月期 事業計画振り返り

販売計画 …… 2013年4月期の取り組みの継続・進化

① 店舗での基本品揃えの精度向上

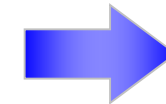
2013年4月期

RF1で店舗タイプ別にバランスよく品揃えを行うための仕組みを構築



2014年4月期
上半期

効率的に販売するための仕組みを進化させ、他ブランドでも展開開始



2014年4月期
下半期

カテゴリー分類の精度を向上させ、売上構成比もアップ

2014年4月期 事業計画振り返り

販売計画・・・2013年4月期の取り組みの継続・進化

② 積極的な販売の推進

来客数の少ない時間帯や
閉店前までしっかり商品を揃える
ことにより、機会ロスを減少



基本品揃えをベースに、積極的に販売する
商品を選別し、より効率的に売上を確保



2014年4月期 事業計画振り返り

販売計画・・・2013年4月期の取り組みの継続・進化

③ 丁寧な販売のレベルアップによる顧客満足向上

接客サービスの向上
丁寧な売り方、綺麗な売場の徹底



2014年4月期 事業計画振り返り

商品計画・・・戦略商品の育成

高付加価値商品やキットサラダ等の導入・育成

高付加価値なプレミアム商品



プレミアムローストビーフサラダ

日持ち可能なキット商品



2014年4月期 事業計画振り返り

商品計画・・・戦略商品の育成

基本品揃えの仕組みは構築できたが、
戦略商品の売上は伸ばせず

高付加価値商品
で一部売上は取れ
たが、ヒット商品が
出るまでには至らず

基本品揃え商品
以外でマーケットに
適した商品を販売
する戦略が不十分

2014年4月期 事業計画振り返り

利益率改善策

原価率低減計画・・・原材料価格上昇への対策

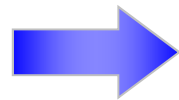
販管費率低減計画・・・店舗その他の生産性向上

2014年4月期 事業計画振り返り

原価率低減計画・・・原材料価格上昇への対策

原材料費

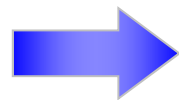
商品の品揃え構成や設計の見直しによる抑制効果は出せたものの、エビ等の水産物を中心とした価格上昇に対応しきれず



原材料費率 前期比+0.4%

労務費

商品アイテム数の削減や生産ラインの整備による工数削減によって上昇を抑制



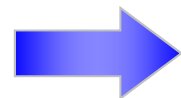
労務費率 前期比±0%

2014年4月期 事業計画振り返り

販管費率低減計画・・・店舗その他の生産性向上

人件費

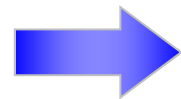
売上の期初計画未達による部分が大きく影響
アルバイトの社会保険加入要請や一部地域での
時給単価アップの影響もあり



人件費率 前期比 +0.4%

経費

全社的に精査を行いながら必要経費をコントロール



その他経費率 前期比 -0.2%

2. 2015年4月期 事業計画

2015年4月期 事業計画

前提となる社会変化

景気の回復による消費の変化

- ハレの日における高価格商品
- 高付加価値な原材料を使用した商品

生活スタイルの変化による消費の変化

- 今日のおそうざいだけでなく、明日以降も召し上がっていただける商品
- パーソナルギフト

2015年4月期 事業計画

社会の変化に対応するために

販売力
商品開発力

の強化へ取り組む

2015年4月期 事業計画

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

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
- ② 店舗における基本品揃えの進化

2015年4月期 事業計画

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

丁寧な接客の徹底やお客様への
価値提案によるサービスの向上

販売効率の精度を高めた
積極的な販売の推進

顧客満足向上による
お客様の来店回数の増加

2015年4月期 事業計画

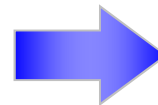
販売力強化策・・・2014年4月期の取り組みの進化

② 店舗における基本品揃えの進化

高付加価値な原材料を使用した商品や高価格商品を育成・販売するための仕組みづくり

2014年4月期

ブランドごとに最適な品揃えの
カテゴリーを分類し、効率的に
販売するための仕組みを構築



2015年4月期

高付加価値商品・高価格商品を
店舗タイプ別に品揃えする

2015年4月期 事業計画

商品開発力強化策・・・戦略的な商品の開発

戦略商品

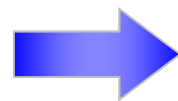
- ・高付加価値なプレミアム商品
- ・日持ち可能なキット商品や料理系商品
- ・買い合わせ促進のための+1(プラスワン)商品等

2015年4月期 事業計画

利益率改善策・・・経費総額低減計画

全部門での生産性向上

全社的に精査を行いながら必要経費をコントロール
原価部門、販管費部門全体での経費削減へ
取り組む



削減経費総額 約1.0億円

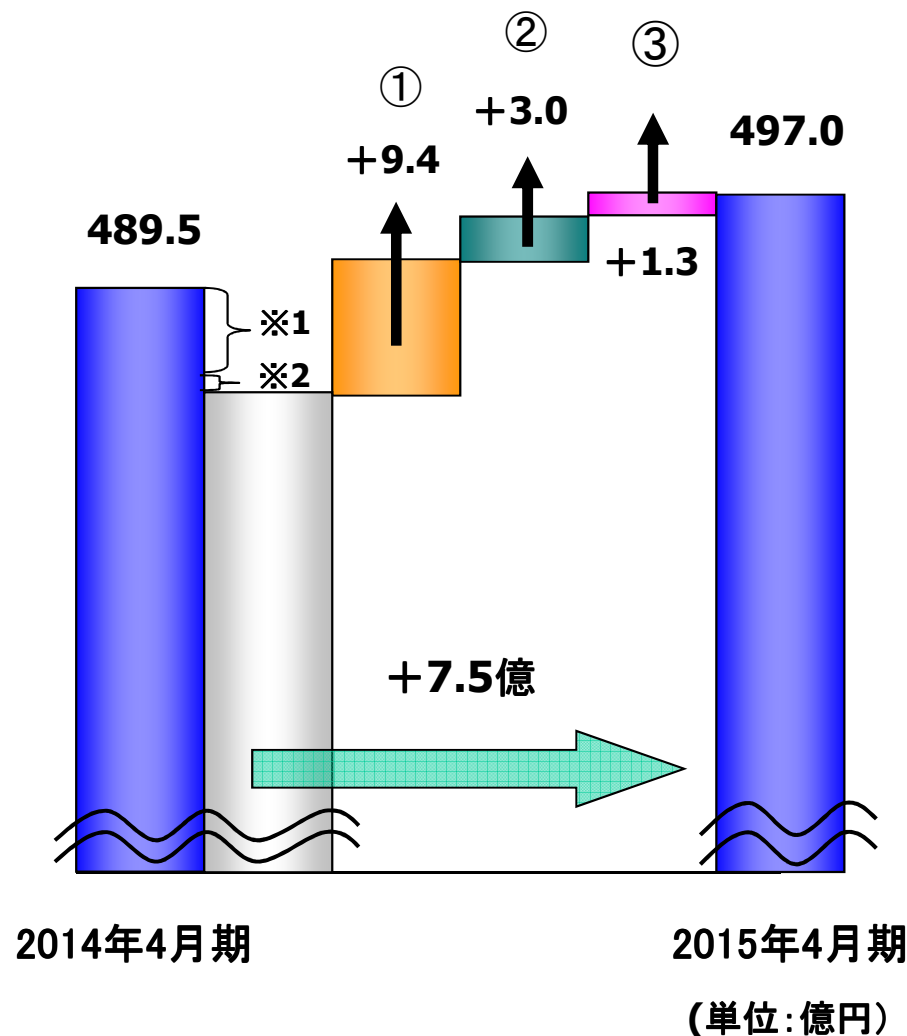
2015年4月期 事業計画

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	11,914	—	24,011	—	37,802	—	49,700	—
売上原価	5,094	42.8%	10,287	42.8%	16,050	42.5%	21,078	42.4%
販売費・ 一般管理費	6,613	55.5%	13,233	55.2%	20,250	53.5%	26,744	53.8%
営業利益	206	1.7%	491	2.0%	1,501	4.0%	1,877	3.8%
経常利益	212	1.8%	514	2.1%	1,533	4.1%	1,912	3.8%
当期純利益	118	1.0%	283	1.2%	891	2.4%	1,108	2.2%

2015年4月期 事業計画 ~売上分析~

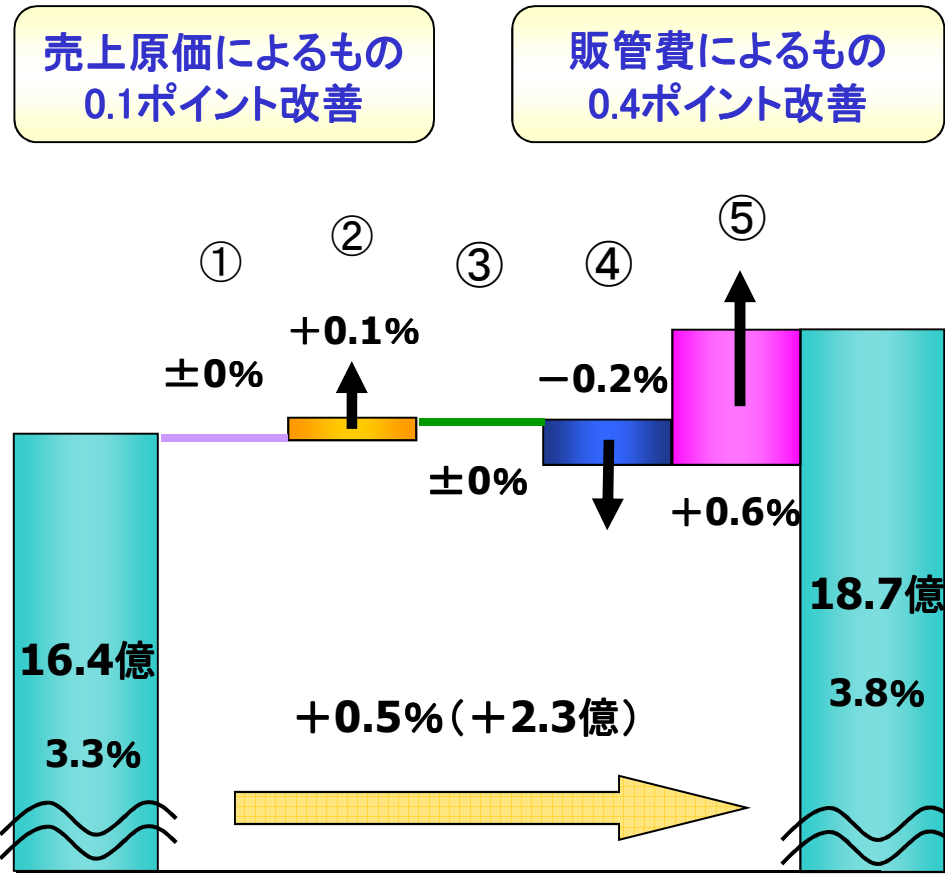


売上増加のポイント

- ① 既存店売上の増加 9.4億円
- ② 2014年4月期出店店舗による売上の増加 3.0億円
- ③ 2015年4月期出店予定店舗の売上 1.3億円

- ※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月期中に退店予定店舗の売上 0.9億円

2015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 増減なし
 - ② 労務費率の抑制 0.1%
 - ③ その他経費 増減なし
 - 販売費・一般管理費によるもの
 - ④ 人件費率の増加 0.2%
 - ⑤ その他経費の抑制 0.6%

2014年4月期

2015年4月期

2015年4月期 出退店計画

ブランド	期首 ('14.5.1)	上期 出店	上期 退店	第2Q末 ('14.10.31)	下期 出店	下期 退店	期末 ('15.4.30)
RF1	183	0	1	182	0	1	181
神戸コロッケ	44	0	0	44	0	0	44
ベジテリア	29	0	0	29	0	0	29
いとはん	31	0	0	31	0	0	31
融合	9	0	0	9	0	0	9
グリーングルメ	32	0	0	32	0	0	32
その他	2	1	0	3	0	0	3
計	330	1	1	330	0	1	329

※現状で確定している案件のみを記載

2015年4月期 リニューアル計画

16店舗を予定

東日本 11店舗

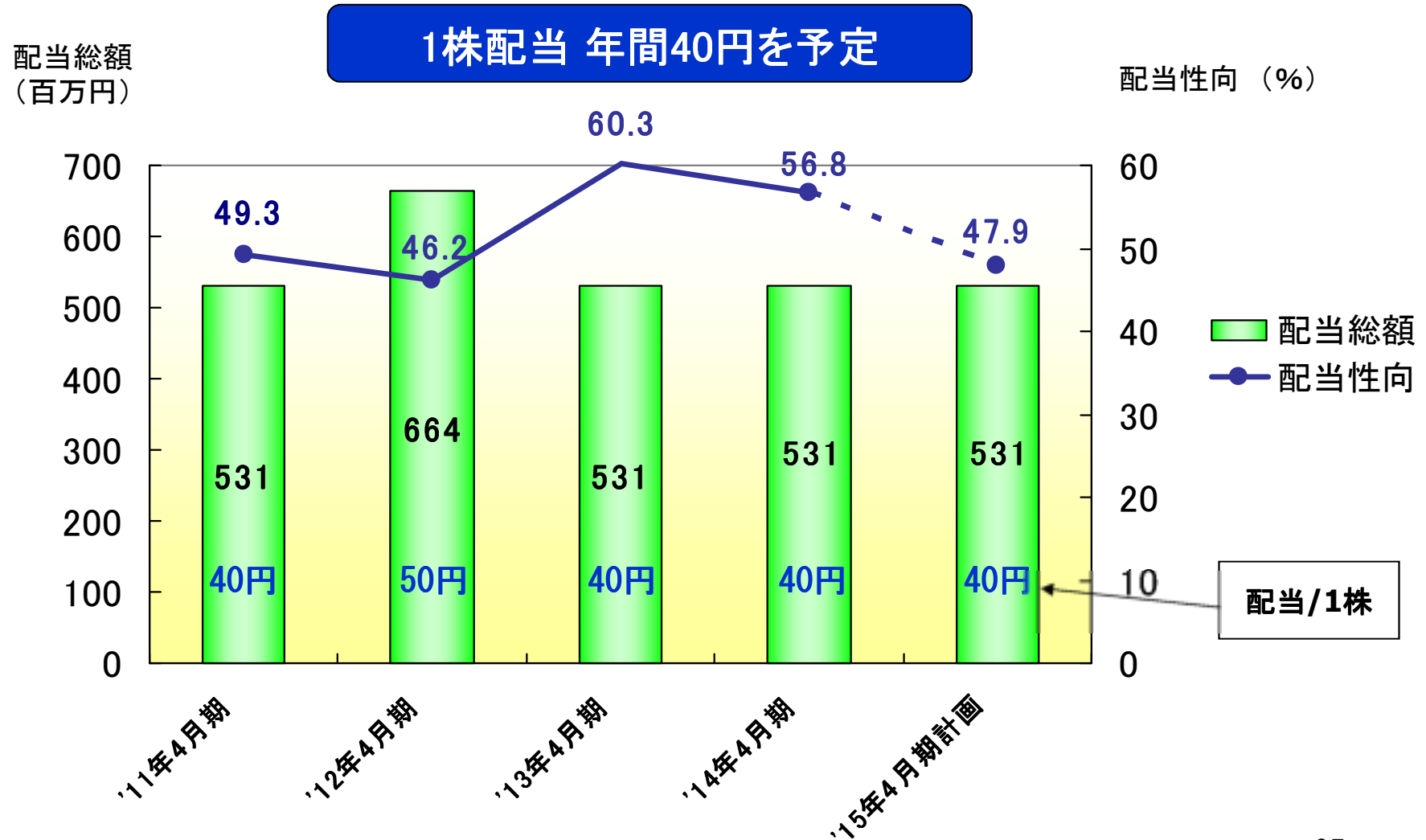
西日本 5店舗



既存店強化

- ・ 販売強化に伴う必要な設備の入れ替え
- ・ 百貨店・駅ビルのフロアリニューアル等に伴うもの

2015年4月期 配当計画



※ 2011~12年4月期は単体、2013~15年4月期は連結の数字

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。