

ロック・フィールド会長 岩田 弘三氏

21

「これからライバルはTOYOTA（トヨタ）です」。1999年4月の入社式。私の言葉に会場が一瞬、ざわめきました。TOYOTAとはもちろん、トヨタ自動車のことです。日本の中でもう一つのトヨタさんを経営のベンチマークにするという決意表明でした。

これまでの延長線上の総
菜づくりでいいのだろうか
——。単なる思いつきでは
なく、強い危機感から出た
言葉でした。

当時、百貨店の地下食品売り場がデパ地下の愛称で話題を集め始め、総菜が「日本の食卓」を支える産業になろうとしていました。しかし、新鮮でおいしい総菜を毎日届けられるシステムが、まだまだ確立できていなかった。

～HISTORY～ 暮らしを変えた立役者



総菜工場では、従業員が広い範囲の工程を受け持つ「セル方式」も導入している

総菜生産、日々カイゼン

TOYOTAに学ぶ

ためには、日本のものづくりの大先輩である、トヨタさん学ぶべきだと考えました。「トヨタ流のものづくりを教えてください」。関西生産性本部に紹介していたとき、協力ををお願いしたと

ト・イン・タイム」などを導入し、総菜の鮮度向上につなげようとした。ところが、なかなか思うようにいかない。「キュウリやネギは、ネジやイヤとは勝手が違います」。弱音を吐く社員も出てきました。

「いいや、そんなことはない」。数万点の部品で構成される自動車も、キュウリやレタスで盛りつけるサラダも、ものづくりという意味では同じ。自分たちの力だけで難しければ、専門家に来てもらえばいい。それでもそのヨタさんに相談すると、海年の9月、約20人の社員が出てきた矢嶋勝さんにはまず出向の形で来てもう3泊3日の研修を受けることになりました。

「この自動倉庫は必要ありません」。真っ先に“ダメ出し”されたのが、完成したばかりの自動倉庫でした。約3億円かけた最新設備でしたが、矢嶋さんは「鮮

いふ、担当者の方は「総菜の会社がなんで」と驚いた表情でした。それでもその年、約20人の社員が出てきた矢嶋勝さんにはまず出向の形で来てもう3泊3日の研修を受けることができました。

「この自動倉庫は必要ありません」と研修後に在庫を持たないトヨタの生産方式「ジャス

必要な分を、必要な時に作るという鮮度を最優先にした工程管理に変えることで、工場の課題だった在庫の削減などにつなげました。原材料の仕入れから製造、パーソンにキット化して店舗に届けるまでの各工程のリードタイムを短くし、鮮度管理を向上させました。工場から店舗までを総菜の組み立てラインとすることで、お客様はいつでも新鮮な総菜を購入できます。この仕組みこそが、ロック・フィールドの最大の強みであると言えます。

ロック・フィールド会長 岩田 弘三氏

23

「若田さん、来年から代
表幹事をお願いします」。

20000年の秋ごろである
先輩経営者から突然、神戸
経済同友会代表幹事の打診
が来ました。副代表幹事を務め
ては一流の経営者がたくさん
います。自分に果たして務
まるだろうか……。不安も
ありましたが、これまで培
った知識や経験を生かせれ
ばと考へ、01年4月に代表
幹事に就任しました。

「女性が活躍する『感性都市』へ」と題した提言を02年2月に発表。神戸の産業

女性が能力を発揮できる環境づくりや、女性起業家の輩出が重要だといつもセミナーを盛り込みました。

経済同友会の活動を通じて、大阪や京都の経営者と交流を深めることができたのも大きな財産となりました。堀場製作所会長の堀場厚さんとアートコーポレーション社長の寺田千代乃さ

~HISTORY~

暮らしを変えた立役者



ハリーさんとは欧州視察にも出かけた（左が本人）

地元神戸に恩返し

経済界の活動も熱心に

んには18年7月までロック ければ、現在の仕事をして
・フィールドの社外取締役 いなかつたかもしれない。

を務めていただき、貴重な時折、このように考える機会を頂戴してきました。とがあります。

04年から16年までは、神戸商工会議所の副会頭を務め、何よりも現在のロック・フィールドがあるのは、袖ヶ浦

めました。地元経済界の活動には、地元の神戸に恩返しをしたいという思いで取戻しがあってこそです。お世話をした方々は数えきれま

せん。特にベーカリー「フロインドリーブ」の二代目経営者、ハインリッヒ・フロインドリーブさんは様々な面で指導していただいだ。ハインリッヒさんは「ハリーさん」の愛称で、神戸で活躍する料理人や食品関係の経営者から慕われていました。

「フロインドリーブ」は、パン職人だったハリーさんのお父さんが1924年に創業。NHKの連続テレビ小説「風見鶏」のモデルにもなりました。レストランフックで料理と一緒に提供するパンは名店であるフロインドリーブしかない。日参してパンの提供をお願いし続けていると、ハリーさんから「週に一度は遊びに来なさい」。

ランチタイムが終わった午後、元町から北野坂のお店までオートバイを走らせ、コーヒーを飲みながら料理についての講義を受けました。あるときは、神戸

老舗の「トアロードデリカテツセン」の経営者からスモークサーモンやハムソーセージへの熱い思いを語ってもらいました。地元神戸との関わりでは、19年2月に南京町春節祭実行委員会の委員長を務めました。地元企業の有志と一緒にアートによる地域振興に取り組む「神戸文化マザーポートクラブ」を結成し、神戸ゆかりの芸術家らの支援をしています。

このクラブには、神戸商工会議所の会頭も務めるシスマックスの家次恒会長と長などが参画しています。社長や、UCCホールディングスの上島達司会長、オリバーソースの道満雅彦社長などが参画しています。

欧洲の視察旅行にも連れていってもらいました。欧洲に向かう途中、機内食を運ぶ工場からお店に効率的に運べるワゴンをヒントにして、菜を運ぶ輸送器具を思つてきました。

ロック・フィールド会長 岩田 弘三氏

「これからは駅の時代で

JR新宿駅の駅ナカなどにも出店しています。

駅ビル立地の

重要です。好評だった新浦安での売り上げを見て、駅ビルはデパ地下と並んで、「中食」の需要を開拓できました。2011年に撤退

京駅ビル開発(現アトレ) 1999年 東京

から、駅ビルへの出店のお誘いを受けました。候補地として提案されたのが、JR京葉線の新浦安駅。実は

新浦安の新浦安駅 実は
名前を聞いても、新浦安が
どこにあるのか知りません

「社員も一本本当に売れるかどうか」と半信半疑。しかし東京駅ビル開発の当時の社長の熱意はすごかつた。とにかく熱心に口説かれました。

駅ビル「アトレ新浦安」(千葉県浦安市)を視察してみると、出店候補の場所は商

た。改札口などがある駅コンコースは2階。駅の乗降客は1階まで下りるのに階段を使っていました。「……では改札から出てきたお客様さんが、お店までわざわざ来てくれないので」。駅ビル関係者と相談し、新しく1階と駅コンコースを

～HISTORY～ 暮らしを変えた立役者



社会の変化受け立地模索

駅ビルに出店

つなぐエスカレーターが設置されました。ビルの事業者にとつても、それまでの飲食店や衣料品

99年11月、アトレ新浦安の改装オープンに合わせて、総菜店「RF1(アーフィーワン)」を出店しました。このお店が、ロスはライフスタイルの変化を機敏にとらえることが店だけでなく、総菜店が新しいカテゴリーとして注目を集め始めました。

の家庭料理を数多くそろえました。中食市場は、女性の社会進出や共働き世帯の増加を受けて拡大してきました。デパ地下や駅ビル、駅ナカへの出店は、こうした社会の変化に対応したものでした。そして、これから日本での立地、どのような総菜が求められるのか。模索の日が続きます。

コンセプトは「地域の台所」。店内で煮炊きをして出来たての総菜を販売し、栄養のバランスがとれたメニューは主婦の方々に重宝されました。

地球健康家族は首都圏や関西で約70店まで店舗網を

重要です。好評だった新浦安での売り上げを見て、駅ビルはデパ地下と並んで、「中食」の需要を開拓できる新しい立地だと判断。恵比寿や荻窪などの駅ビルにも出店し、大宮や新宿など駅構内の「駅ナカ」にも店舗網を広げました。

総菜店の立地や業態開発は、試行錯誤の連続であります。

1994年に1号店を出した「そうぎいや地球健康家族」は、住宅街のマーケットを狙った総菜店でした。それまで手薄だった路面店の業態を確立することを目指して、肉じゃがなど

売。19年2月には、伊勢丹新宿本店（東京・新宿）にも出店し、好評です。

これまで、価格設定の甘さなどもあり、苦戦を強いられました。2011年に撤退しましたが、今でもお客様から「地球健康家族の総菜はおいしかった。なくなつたのが残念」との声が寄せられます。あと少し辛抱していれば……。時折、そう思つこともあります。

一方で05年にデパ地下で出店を始めた和総菜の「いとほん」は順調に店舗数を増やしています。「この国の人々、この国の中食」のコンセプトを掲げ、店頭でも日本ならではの四季の移り変わりを感じられる総菜を販売しました。立地選定や品広げました。

ロック・フィールド会長 岩田 弘三氏

㉙



次世代の総菜を目指し日々、新しい
サラダ・総菜開発に取り組んでいる

「食は幸せ」届けたい

サラダ・総菜たゆまぬ進化

ロック・フィールドに99人の新入社員が入りました。4月1日午前、神戸ヘッドオフィス（神戸市）で開いた入社式。私の講話中に新元号が「令和」に決まりたという一報が入りました。「新時代が始まる年の入社、心よりおめでとう」。彼ら彼らの真摯なまなざしを見ていたら、自分までフレッシュな気持ちになつて奮い立ちました。

神戸で開いた欧風料理店から始まったロック・フィールドは現在、「RF1（アール・エフ・ワン）」など全国約320の総菜店を開ける規模に成長しました。サラダを中心の「RF1」や和総菜の「いとほん」、「神戸コロッケ」…。総菜やサラダなどの「中食」を通して、日本の食卓に貢献してきました。

2022年6月には創業50周年を迎えます。少子高齢化に加えて、単身や二人世帯も増えています。多様

な日本人の食生活を支えるため、やるべき使命はたくさんあります。そのひとつが、日本社会を支える新しい総菜やサラダです。ます。

サラダといえば、生の葉和食にどしまらず、欧米物野菜を使った商品が多く

サラダといえ、煮たり、蒸したりし

菜に積極的に採り入れてき

た。お母との時間を持つてました」。あるとき、女性社員から総菜にまつわる思い出

うことで、より栄養価が高く、食べやすくな

り、野菜の新しいおいしさを伝え

ることがで

きるはず。

静岡ファクトリー（静

岡県磐田市）に「野

菜研究室」、

神戸ヘッド

オフィスに「クリエイショ

ン・ラボ」を設けて、野菜

フィスの敷地内に、サラダ

をテーマにした「ミュージア

ム」の建設を検討していま

す。お客様も来館できる

ようにして、サラダの魅力

を発信していきます。

「総菜のおかげで忙しか