

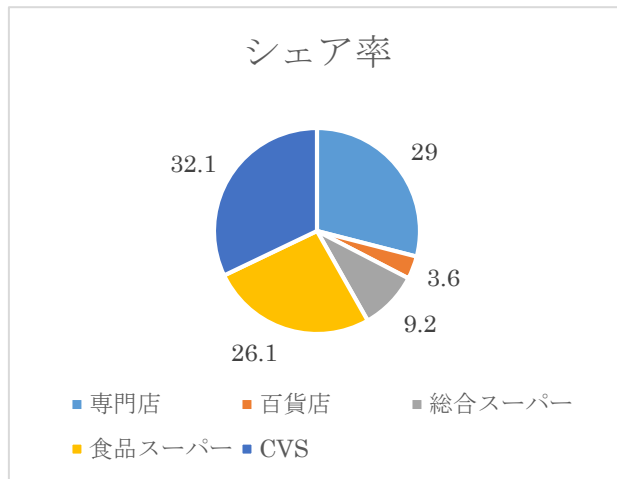
# 株式会社ロック・フィールド

## 未来を先取る

### 中食の製造・販売を代表する企業

株式会社ロック・フィールドは、お惣菜の製造・販売を行う、わが国の中食産業を代表する企業です。現在中食の規模は10.2兆円（2018年）で、ロック・フィールドは特に百貨店で優位に立っています。中食とは、調理済みのお惣菜を店で買い、その商品を家で食べることをいいます。

【2018年版惣菜白書（一般社団法人日本惣菜協会）より】



### 神戸から世界へ

ロック・フィールドを創設した岩田弘三会長は、1965年に神戸南京町に「レストランック」開業後、1970年に欧州視察でデリカテッセンと運命的な出会いをし、日本で将来デリカテッセンの総菜販売は需要が出るにちがいないと、1972年に株式会社ロック・フィールドを創業しました。



百貨店では一時期ギフトを販売していましたが、核家族化や女性の社会進出など日本のライフスタイルが変わってきたことから、「非日常」から「日常」にシフトチェンジするために、ギフトの販売から撤退しました。

1995年の阪神・淡路大震災では、工場が被災しライフラインが停止したため、商品が製造できなくなりましたが、静岡工場に社員を送り仮設で製造するなど、店頭の商品が切れないようにしました。

2012年には上海高島屋にRF1アジア1号店を出店し、その2年後には香港に進出、ほかの国々からも出店の依頼がくるほど人気です。

（大黒涼平、上西凌央、木俣澄香）

## 野菜を使い、物に心をこめる

### 「SOZAI」へのこだわり

#### 安全でおいしいサラダを届けるために

ロック・フィールドでは鮮度が高く、安全なサラダを作ることにこだわりを持っています。そのため、工場では、材料のパーツ化と人の手で作業を行うという工夫をしています。

#### 材料のパーツ化

工場ではサラダの材料を素材ごとに加工し、それをパックにして店舗に送ります。そして、送られてきた材料を、売る時間帯にあわせて店頭で盛り付けるというシステムをとっています。



#### 人の手での作業

キュウリの乱切りや、ジャガイモの芽を取る作業などを機械でなく、あえて人の手で行うことによって、野菜へのダメージを減らし、安全で高い品質を確保しています。

#### こだわりから築き上げる信頼関係

##### 生産者の方との信頼関係

生産ラインでは、運ばれてきた商品を産地ごとに加工しています。これは、もし異物などが野菜に入っていた場合、生産者の方に情報を提供し、それにあった対処をしてもらうためです。さらに、農家の方へ機材や設備の支援をしたり、実際に店舗で素材がどう使われているのかを見てもらったりすることで、生産者の方との信頼関係を高め、品質向上につないでいます。

##### ファンとの信頼関係

中野郁夫参与は、「2割の顧客が8割の利益になっている」とおっしゃっていました。百貨店に多く出店しているのも、デパ地下で高い品質の商品を求めるコアなファンに利用してもらいたいという思いがあるからです。リピーターであるファンの信頼を大切にしながら、事業展開を行っています。



(新春佳 住野由樹 荒岡慎之介)

## 安心できる働き方と男女の活躍

### 神戸の「元気の木」、企業内保育室

ロック・フィールドでは2006年4月、神戸ヘッドオフィス・ファクトリーに「元気の木保育室」が開設されました。パートタイムの社員も低料金で子どもを預けられます。そのため、育児休業後に「預け先がなく復職できない」ということがありません。

ロック・フィールドの保育室では、食育を中心にした保育をおこなっており、家では食べなかったプチトマトを子どもが保育室で食べて「おいしかった」と言ってくれるそうです。また、野菜づくりも行っており、自然にふれあう経験もできます。

静岡ファクトリーにも2001年開設の保育室があります。神戸・静岡それぞれの保育室とも長く継続した運営をおこなっており、**安心して仕事と子育てを両立**できます。

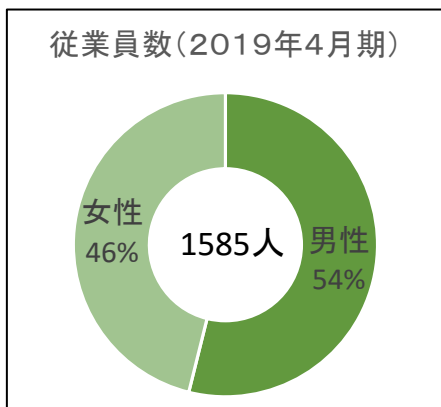


【野菜も植えられた「元気の木保育室」】

### 社員の男女比は半数ずつ、企画部門も同じ

神戸ヘッドオフィス・ファクトリーのオフィスにはフリーアドレス席のフロアがあり、少人数で固まってミーティングをすることも、好きな席で一人仕事をすることも可能です。

同じフロアには食卓をイメージして作られたブースもあり、家庭内のような空間での商品づくりができます。また、社員レストランには、実際のロック・フィールドの商品コーナーが設置されており、社員の視点だけでなく、消費者の視点から商品を考えやすい環境が整えられています。



ロック・フィールドの社員の男女割合は、ほぼ半数ずつとなっており、企画部門も同じです。福利厚生パッケージや単身赴任手当、リフレッシュ休暇など、男女が共に働きやすい環境づくりが進められています。**社員の労働環境を整えることが、商品のクオリティを高める**と話されていました。

(佐々木大介・吉本柊貴・増井絵美・藤崎光里)

## 自分で考え行動するための研修

### 会社の理念・価値観と照らして今の働き方かどうかを考えるための研修

ロック・フィールドでは、「選択と自己責任」の考え方にに基づき、社員自身が将来のキャリアの方向性を考えられるようになることを目指してサポートしています。

1.2年目の基礎習得期には新入社員研修が行われ、3年目以降の業務習得期には選抜型研修、7年目以降の専門性探求期には階層別研修が行われています。このほかにも例えば生産部門では、ベーシック研修、ミドルマネージメント研修、トップマネージメント研修があります。会社の理念・価値観と照らして今の働き方かどうかを社員一人一人に考えてもらう研修を大切にしているそうです。



### 気になる！ロック・フィールドの採用！

生産部門には作業区長、製造技術、生産管理の3職種、営業部門にはストアマネージャー、スーパーバイザー、CSES推進グループ、商品部の4職種。このほかにも、物流、企画、開発、購買等の職種があります。本社は神戸に、工場は神戸、静岡、玉川にあります。

自ら考え行動する社員になるためには、まずは現場を知らなくてはならないと、基本的にキャリアは現場から始まり、この現場での経験を将来の土台とします。個々の志向、適性に合ったステージで力を発揮できるような社員の採用に努めているそうです。研修と同じく、理念・価値観を共有できるかに中心に置いて採用活動をしていることが印象的でした。

(五百井雄貴、白井聡一郎、住田福松、早見竜)