

2026年4月28日
株式会社ロック・フィールド

ロック・フィールド初のチャレンジ！お客様に寄り添う現場の声をカタチに。 「RF1」など6ブランドで、店舗スタッフ考案メニューを期間限定販売！

株式会社ロック・フィールド（本社：兵庫県神戸市、社長：古塚孝志/以下、ロック・フィールド）が展開する惣菜店 RF1（アール・エフ・ワン）、グリーン・グルメ、日本のさらだ いとはん、融合、神戸コロッケ、ベジテリアでは、5月14日（木）より、店舗スタッフが考えたメニュー8品を期間限定で販売します。



現場の声から商品が生まれるまで

日々お客様と直接向き合う店舗スタッフの視点を起点に、「売り場の気づき」「お客様の声」を商品開発へとつなげる社内コンテストを、今年1月に実施しました。ロック・フィールド初の取り組みとなったこのコンテストには、全国の店舗から188件のエントリーが集まり、一次選考として188件すべてを商品開発者が確認。通過した25品が代表取締役社長 古塚孝志と常務取締役 吉井康太郎による最終審査に進みました。

最終審査の結果、社長賞1品、常務賞7品が決定。商品化に向け企画者（店舗スタッフ）と商品開発者が約1か月にわたり打ち合わせを重ね、選りすぐりのメニュー8品が完成しました。

売場のアイデアから生まれた8品の概要 ※価格は税込。画像は全てイメージです。

社長賞1品

<販売ブランド：RF1、グリーン・グルメ>

郷土が育む食 たっぷり野菜と広島菜漬ハンバーグ 880円（1個）



「少しずついろいろなものを楽しみたい」「一品でしっかり満足したい」というニーズに応え、企画者の地元、広島県ならではの食材・広島菜漬の美味しさを生かしたハンバーグ。ソースには、牡蠣だし醤油に、レモン果汁・大根おろし・だし・砂糖を加え、和風仕立てにしました。近年よく耳にする“タイパ”という価値観にも着目し、一品で野菜もお肉も味わえ、主食を足すだけで食事として完結する惣菜“タイパ SOZAI”を目指しました。

常務賞 7 品

メープル香る チキンとさつまいものやみつきサラダ メープルマスタードドレッシング

627 円 (100g)



「さつまいもの魅力をより多くの方に伝えたい」という思いから、さつまいもが主役のサラダを考案しました。また、若い世代にも RF1 のサラダの魅力を届けたいと考え、アメリカで親しまれている「ワッフルチキン」から着想。香ばしく焼き上げたチキンに、ねっとり食感のさつまいも、メープルシロップの甘さ、クリームチーズのコクを加え、やみつきになる味わいに仕上げました。“ザクザク×ねっとり”の食感と、“甘さ×塩味”のバランスにこだわった一品です。

<販売ブランド：RF1>

デーツ入り 酒粕・白みそ・3種チーズのサラダ 白みそレモンマスタードドレッシング

594 円 (100g)



「楽しみながら健康になりたい」というお客様の声をもとに、優しい甘さのデーツを使用。日本の発酵食品である酒粕・白みそと、洋の発酵食品であるチーズを組み合わせたサラダを企画しました。クリームチーズに酒粕や牛乳を合わせたソースを加えることで、コクと香りをプラス。ドレッシングは、白みそをベースにレモン果汁やマスタードを加え、味噌の旨みを活かしながらもすっきりとした甘さに仕上げました。

4種野菜のふっくらじゃこカツ レモンだしソース 395 円 (1個)



魚介類の不漁や価格高騰が続く中でも、「おいしい海の幸を届けたい」という思いから、愛媛県の郷土料理・じゃこ天をヒントにした商品を企画しました。魚介のすり身に、ごぼう・枝豆・玉ねぎ・人参など食感や彩りの良い野菜を合わせ、素材の旨みを活かしたふっくら軽やかなカツに仕上げています。

さらに、淡路島産ちりめんを加えることで、魚の旨みや香りが上品に感じられる味わいに。レモンだしソースでさっぱりとお楽しみいただけます。

<販売ブランド：日本のさらだ いとはん>
河内晩柑のきらきら和え 594 円 (100g)



「ショーケースをもっときらきらと華やかにし、お客様の乙女心やワクワク感をくすぐりたい!」という想いから、旬の果物・河内晩柑を堪能できる和さらだを企画。

果肉をメインに、皮を使ったマーマレードを合わせ、素材をまるごと味わえます。柚子甘酢と合わせた人参、みょうが、こかぶなどの野菜、トマトやぶどうの浅漬けと一緒にお願いします。

ショーケースから食卓まで、華やかさを届ける一品です。

<販売ブランド：融合>

塩豚と根菜のしっとり蒸しサラダ 豆鼓黒酢醤油ダレ 702 円 (1個)



「噛む力に関係なく、誰もがおいしく野菜を楽しめるサラダを届けたい」という想いから、あえて“食感を消す”という逆転の発想で企画しました。蒸すことで引き出される素材の美味しさをシンプルに味わえるサラダです。塩漬けてから蒸す、蒸した後に揚げるなど、野菜ごとに調理法を使い分けることで、味わいの広がりを持たせました。まずはそのまま素材の味を楽しみ、二口目からは融合自慢の豆鼓黒酢醤油ダレで召し上がっていただくのがおすすめです。

<販売ブランド：神戸コロッケ>

好きやきコロッケ 君(黄身)ソース 324 円 (1個)



「こってり好きだけれど、重くなりすぎない食事を楽しみたい」というお客様の声に応じて企画しました。お肉の旨みと甘辛い味付けで満足感がありつつ、豆腐入りなのでライトな食べ応えのすき焼きコロッケ。まろやかな黄身ソースをかけて、ご飯のおかずになる味わいです。

すき焼きの「すき」と「好き」、黄身ソースの「黄身」と「君」を掛けこばに。また、コロッケを“揚げる”ことに、大切な想いを相手に届ける（あげる）意味を重ねました。

「君に、好きを届ける（あげる）」、商品名にも遊び心を加えた一品です。

<販売ブランド：ベジテリア>

山椒香る 柑橘スカッシュ 501円（1杯）



初夏から夏にかけて「炭酸系のジュースが飲みたい」「甘すぎず、すっきりした飲み物が欲しい」というニーズから企画しました。

皮付きのレモンを使ったジャムと、山椒を漬け込んだシロップを炭酸で割り、最後に粉山椒をトッピング。

甘すぎない炭酸で後味がすっきりとし、暑い日も爽やかさを感じられる1杯です。

■販売期間 2026年5月14日（木）～6月3日（水）

※一部店舗で掲載商品の取り扱いがない場合があります。また、売り切れの際はご容赦ください。

株式会社ロック・フィールドについて

1972年創業。惣菜を通して「豊かなライフスタイルの創造」に貢献することを企業理念に掲げ、全国の百貨店や駅ビルに「RF1」など7つのショップブランドを303店舗、冷凍食品ブランド「RFFF（ルフフフ）」を展開。「健康、安心・安全、美味しさ、鮮度、サービス、環境」を価値観とし、時代や社会の潜在的なニーズに応えるとともに、次代を見据えた価値のある「惣菜」を生み出しています。

コーポレートサイト <https://www.rockfield.co.jp>



ROCK FIELD

「RF1（アール・エフ・ワン）」について

ロック・フィールドの旗艦ブランド。1992年創設。彩り鮮やかなサラダから手間を惜しまず仕上げた料理まで、食卓をより豊かにする惣菜を提供しています。全国に136店舗を展開。

ブランドサイト：<https://www.rf-one.com/>



「グリーン・グルメ」について

「アール・エフ・ワン」「日本のさらだ いとはん」「神戸コロッケ」「融合」などの商品を取り扱っています。全国に70店舗を展開。

ブランドサイト：<https://www.rockfield.co.jp/brand/greengourmet/>



「日本のさらだ いとはん」について

ロック・フィールドの和惣菜ブランド。2005 年創設。「この国の人、この国の食」をコンセプトに、季節の味を大切にしながら、日本の伝統食材・料理を今日的な惣菜として提案しています。全国に 33 店舗を展開。

ブランドサイト：<https://members.rockfield.co.jp/brand/itohan/>



「融合」について

ロック・フィールドのアジアン惣菜ブランド。2001 年創設。アジア各国の食文化や料理を背景に、日本の食卓で愉しんでいただきたいメニューを取り揃え、刺激的な気分・爽快感・驚きなど、新しい食体験を提案しています。全国に 9 店舗を展開。

ブランドサイト：<https://yugo.rockfield.co.jp/>



「神戸コロッケ」について

素材と製法にこだわったコロッケのブランド。1989 年創設。北海道北見市端野町産の男爵芋など、素材本来のおいしさを引き出したコロッケなどを取り揃えています。全国に 34 店舗を展開。

ブランドサイト：<https://www.rockfield.co.jp/brand/kc/>



「ベジテリア」について

野菜や果物を手軽に摂れるジュースとスープのブランド。2003 年創設。「きれいなカラダ、飲む野菜。」をキーワードに、季節の野菜や果物の持ち味をそのまま生かし、心とカラダの健康と美しさをお手伝いします。全国に 20 店舗を展開。

ブランドサイト：<https://www.rockfield.co.jp/brand/vege/>



※店舗数は全て 2026 年 3 月末現在。