

8 月 31 日“野菜の日”に向けて、“野菜を楽しむ習慣”を提案する ロック・フィールドとカゴメの共同イベント 「野菜の力を、おいしく知る日。」を開催しました

株式会社ロック・フィールド（以下、ロック・フィールド）とカゴメ株式会社（以下、カゴメ）は、2026 年 8 月 1 日（土）、ロック・フィールド東京オフィス（東京都中央区）にて、体験イベント「野菜の力を、おいしく知る日。」を開催しました。

両社は 2025 年 3 月 11 日に業務提携契約を締結し、『野菜と共に創る未来プロジェクト』を立ち上げました。今回はそのプロジェクトの一環として、8 月 31 日の「野菜の日」に向け、野菜の魅力や価値をより身近に感じていただく活動として実施しました。

「野菜を『摂る』から『楽しむ』へ」をテーマに、推定野菜摂取量の測定やサラダづくりの工夫を紹介する展示、ドレッシング試食体験、トークセッションなどを通じて、来場者が野菜との新たな関わり方を発見する機会となりました。

「野菜の日」に向けて、ロック・フィールドとカゴメは、店頭施策や情報発信を通じて、野菜の魅力を伝える活動を継続してまいります。また、両社が推進する『野菜と共に創る未来プロジェクト』を通じて、今後も彩り豊かな食卓づくりと持続可能な食の未来の実現に取り組んでまいります。



イベント概要

イベント名：「野菜の力を、おいしく知る日。」

開催日時：2026年8月1日（土）10:00～16:00

開催場所：ロック・フィールド 東京オフィス 1F（東京都中央区日本橋室町 4-5-1 さくら室町ビル）

参加者：ロック・フィールドメンバーズ会員、& KAGOME メンバー 計 78 名

イベント内容

野菜の魅力をさまざまな角度から楽しめる体験ブースを設置し、イベントの後半にはスペシャルトークセッションを開催しました。

1. 【あなたと野菜の距離を、見てみよう。】

ー「ベジチェック®体験、野菜ジュース試飲ブースー

今の自分と野菜との距離を知っていただくことを目的に、「ベジチェック®」を用いた推定野菜摂取量の測定を体験していただくとともに、1日の野菜摂取目標量や日本人の平均摂取量について紹介し、野菜摂取の重要性について理解を深めていただきました。野菜摂取の手段の一つとして、野菜ジュースの飲み比べも行い、原料や製法による味の違いも楽しんでいただきました。



2. 【サラダができるまでの裏側】

ー「サラダの裏側」展示ー

一皿のサラダができるまでの「想い」をお伝えする展示を行いました。土と向き合う生産者、野菜を見極める購買担当、魅力を引き出す商品企画開発、美味しさをカタチにするファクトリースタッフ、笑顔で手渡す店舗スタッフ、それぞれの仕事を紹介し、いつものサラダを少し違った角度から知っていただく機会となりました。

3. 【緑の30品目サラダのヒミツ。】

ー「サラダの裏側」展示ー

ロック・フィールドの人気商品「緑の30品目サラダ」を題材に、サラダを構成する野菜や素材を食感、彩り、味わい、満足感といった要素ごとに紹介しました。サラダが単なる野菜の集合ではなく、多様な素材の組み合わせによって設計された“一皿”であることを体感いただきました。



4. 【今日、どれかける？】

—ドレッシング体験—

「今日はどれをかける？」をテーマに、今日の気分に合わせてドレッシングや食べてみたいドレッシングを選んで、試食をしていただきました。同じサラダでもドレッシングによって印象が変わることを体験しながら、参加者それぞれが好みの組み合わせを楽しみました。



5. 【あしたのひとくちワークショップ】

参加者にはイベントを通じて感じたことを記入いただき、会場内に展示しました。イベントでの気づきを日常へ持ち帰っていただくきっかけとなりました。



6. 【スペシャルトークセッション】

イベントの最後に、両社によるスペシャルトークセッションを開催しました。ロック・フィールドから購買や商品開発、生産に携わる担当者が登壇し、「サラダのおいしさはどうつくられるのか」をテーマにお話しました。カゴメからは商品開発担当者が登壇し、「ジュースになると、野菜の楽しみ方はどう広がる？」をテーマに、野菜ジュースづくりへのこだわりや暮らしへの取り入れ方についてお話をしました。



来場者の声（一例）

「サラダやジュースなど、野菜を楽しむ色々な方法を知ることができた」

「普段買っているサラダやジュースができるまでにたくさん工夫やストーリーがあることを初めて知った」

「商品開発の人の話を直接聞けてとても興味深かった」

「自分で思っていたよりも野菜が摂れていないことが分かった」

といった声が聞かれました。

【株式会社ロック・フィールド】

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、全国のデパ地下や駅ビルに「RF1」など7つのショップブランドを302店舗（2026年7月末現在）および冷凍食品ブランド「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」の価値観のもと、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。

【カゴメ株式会社】

1899 年創業。「農から食にわたる技術革新をリードし、自然の可能性を共に拓く会社へ」を長期ビジョンに掲げ、トマトケチャップや野菜飲料、調理食品、生鮮野菜、冷凍野菜など、野菜の価値を活かした商品や健康サポート事業を展開。海外では、北米・欧州・豪州・アジアの事業会社が連携し、フードサービス業態や食品製造業向けにトマト加工品を製造・販売。また、環境変化に適応した品種の研究や栽培技術の開発に取り組んでいます。

<報道機関の皆様むけのお問い合わせ先>

株式会社ロック・フィールド 広報室

Tel：078-435-2802 （天野・辻）

カゴメ株式会社 コーポレート企画本部 経営企画室 広報グループ

Tel：03-5623-8503 （北川・岩元）