ROCK FIELD

2026年4月期 決算説明資料

2026年6月10日

株式会社ロック・フィールド

目 次

01　2026年4月期　業績と振り返り

02　2027年4月期　計画と取り組み

03　ビジョン2030 実現に向けて

01

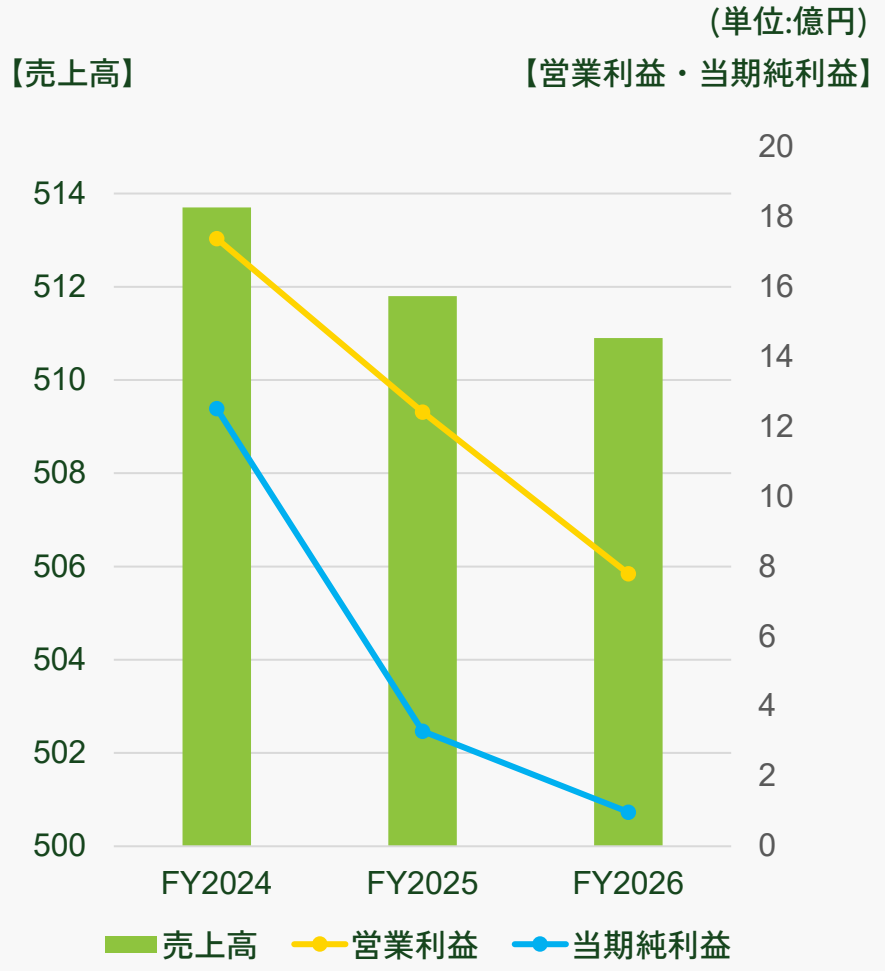
2026年4月期　業績と振り返り

2026年4月期 連結経営成績

売上高 510億96百万円 (前期比 △88百万円)

営業利益 7億80百万円 (前期比 △4億61百万円)

(単位:億円)



(単位:百万円)

	2025年4月期		2026年4月期		前期比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	増減率
売上高	51,184	-	51,096	-	△88	△0.2%
売上原価	21,795	42.6%	21,796	42.7%	+0	-
販管費	28,145	55.0%	28,518	55.8%	+372	-
営業利益	1,242	2.4%	780	1.5%	△461	△37.2%
経常利益	1,301	2.5%	800	1.6%	△500	△38.5%
当期純利益	329	0.6%	98	0.2%	△230	△69.9%

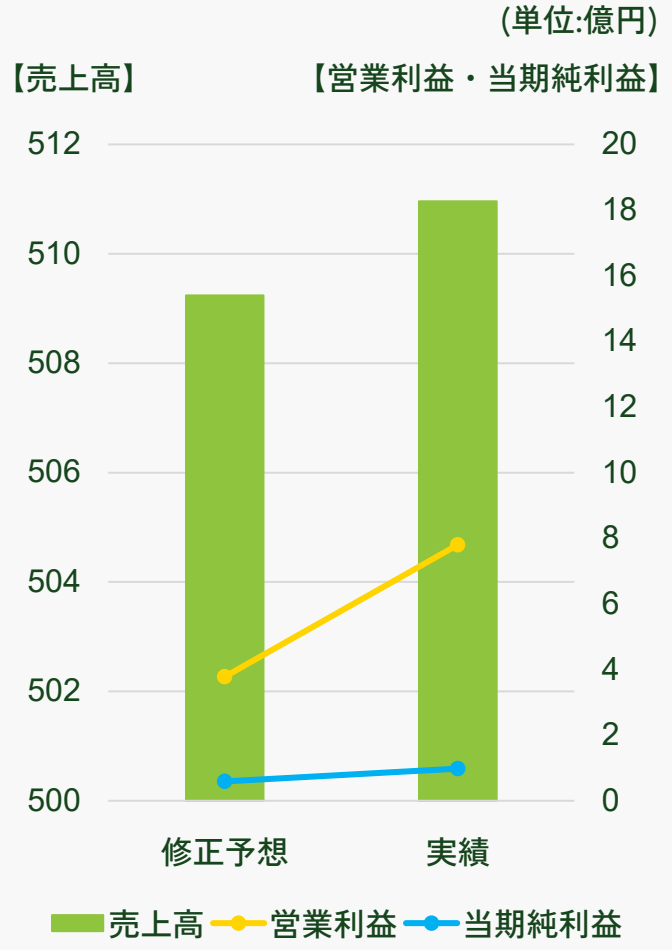
パーセンテージは小数点2位以下四捨五入　金額は単位以下切り捨てで表示しております。

2026年4月期 連結経営成績　修正予想比

○ 売上高：クリスマス・年末商戦は想定を上回った一方、平日の需要が弱含み、週末への需要集中が進行。

○ 営業利益：ポイント制度変更によるポイント引当金の取り崩しにより 2.1億円営業利益が増加。

(単位:億円)



(単位:百万円)

	2026年4月期 修正予想		2026年4月期 実績		修正予想比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	達成率
売上高	50,924	-	51,096	-	+171	100.3%
売上原価	21,818	42.8%	21,796	42.7%	△21	―
販管費	28,726	56.4%	28,518	55.8%	△208	―
人件費	13,461	26.4%	13,482	26.4%	+21	―
経費	15,265	30.0%	15,035	29.4%	△229	―
営業利益	378	0.7%	780	1.5%	+402	206.2%
経常利益	415	0.8%	800	1.6%	+385	192.6%
当期純利益	59	0.1%	98	0.2%	+39	165.4%

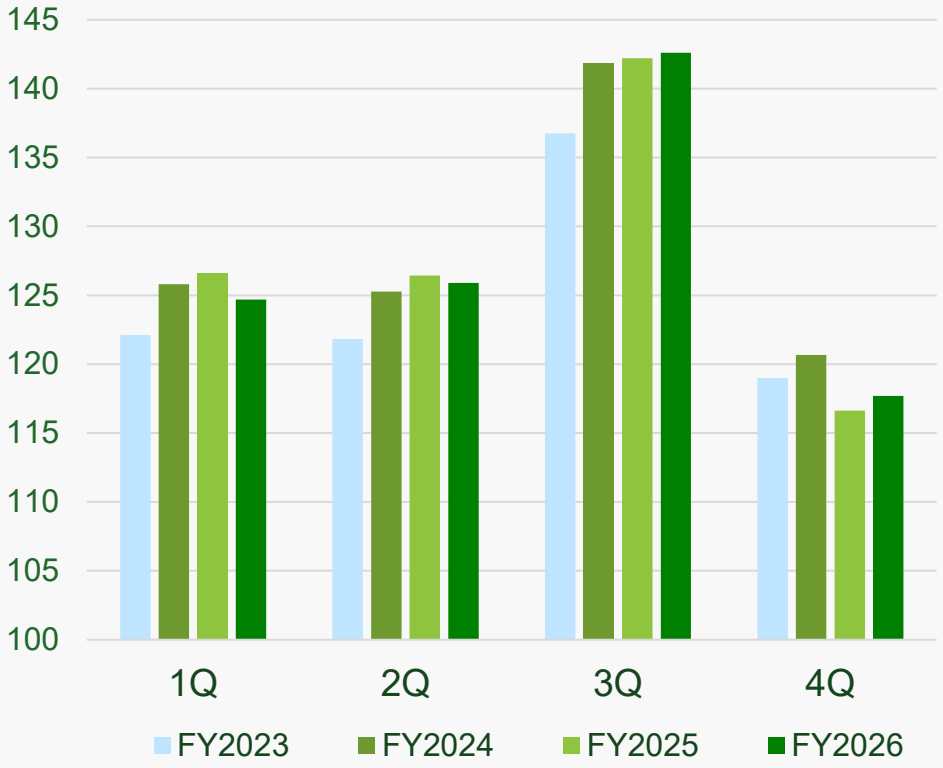
パーセンテージは小数点2位以下四捨五入　金額は単位以下切り捨てで表示しております。

2026年4月期 四半期別売上・営業利益

固定費の上昇が続く中、クリスマス・年末需要による第３四半期の利益に依存する収益構造に陥っている。

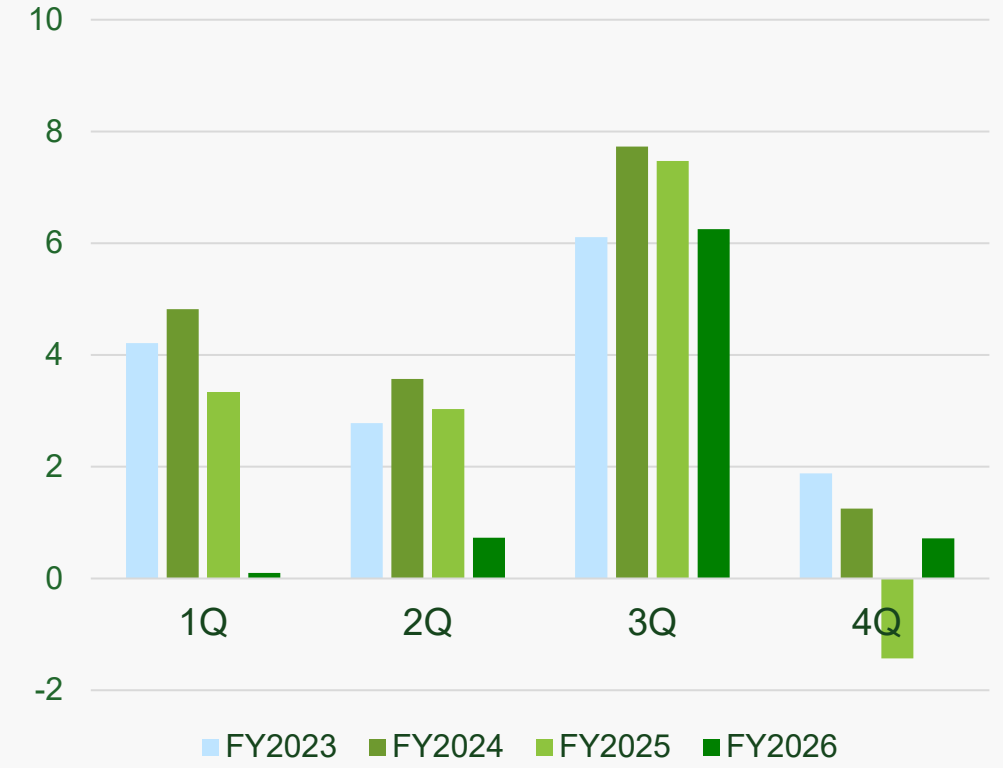
(単位:億円)

売上高



(単位:億円)

営業利益



2026年4月期　業態別売上推移

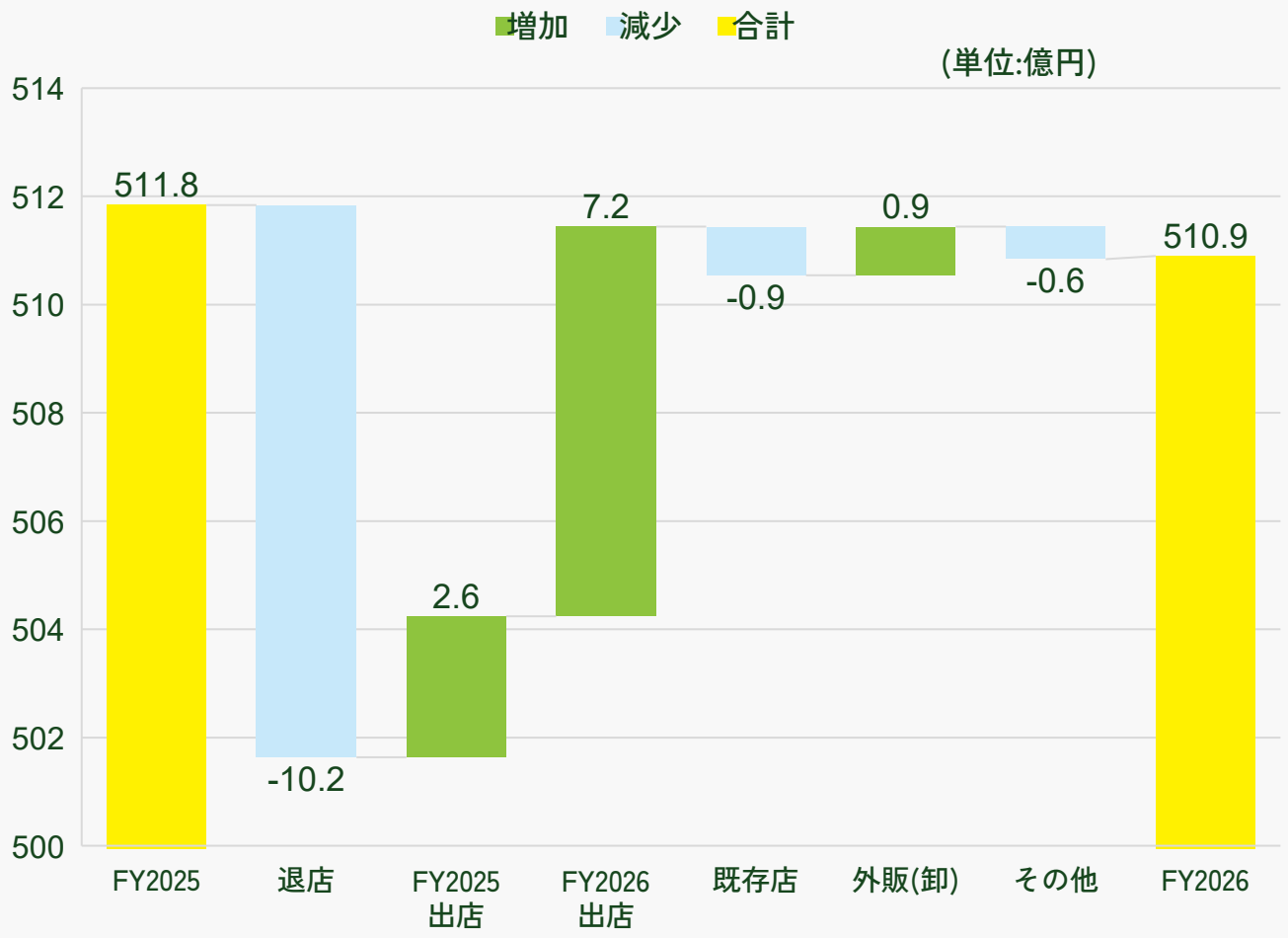
既存店　前年同月比

(単位:%)

	合計	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
RF1	100.5	101.3	99.7	101.4	103.3	98.1	99.2	100.1	100.5	99.8	101.3	100.5	101.0
グリーン・グルメ	98.1	98.5	97.9	97.6	99.9	96.5	97.3	97.2	98.4	96.6	98.3	99.6	98.7
いとはん	99.2	103.0	100.4	102.6	104.0	96.4	96.6	95.1	96.4	98.1	98.7	99.1	100.5
神戸コロッケ	101.1	103.6	101.6	103.9	104.4	99.4	101.7	99.1	99.9	100.4	99.2	101.0	99.9
融合	95.8	99.2	97.6	97.2	100.4	92.7	94.3	90.4	96.3	91.3	97.3	95.7	97.2
ベジテリア	97.2	100.6	101.0	102.3	102.1	91.3	93.2	99.6	96.3	91.9	96.8	93.8	95.1

2026年4月期 売上分析（昨年対比）

２期連続の減収（2025年４月期　全社売上昨対　99.7%）



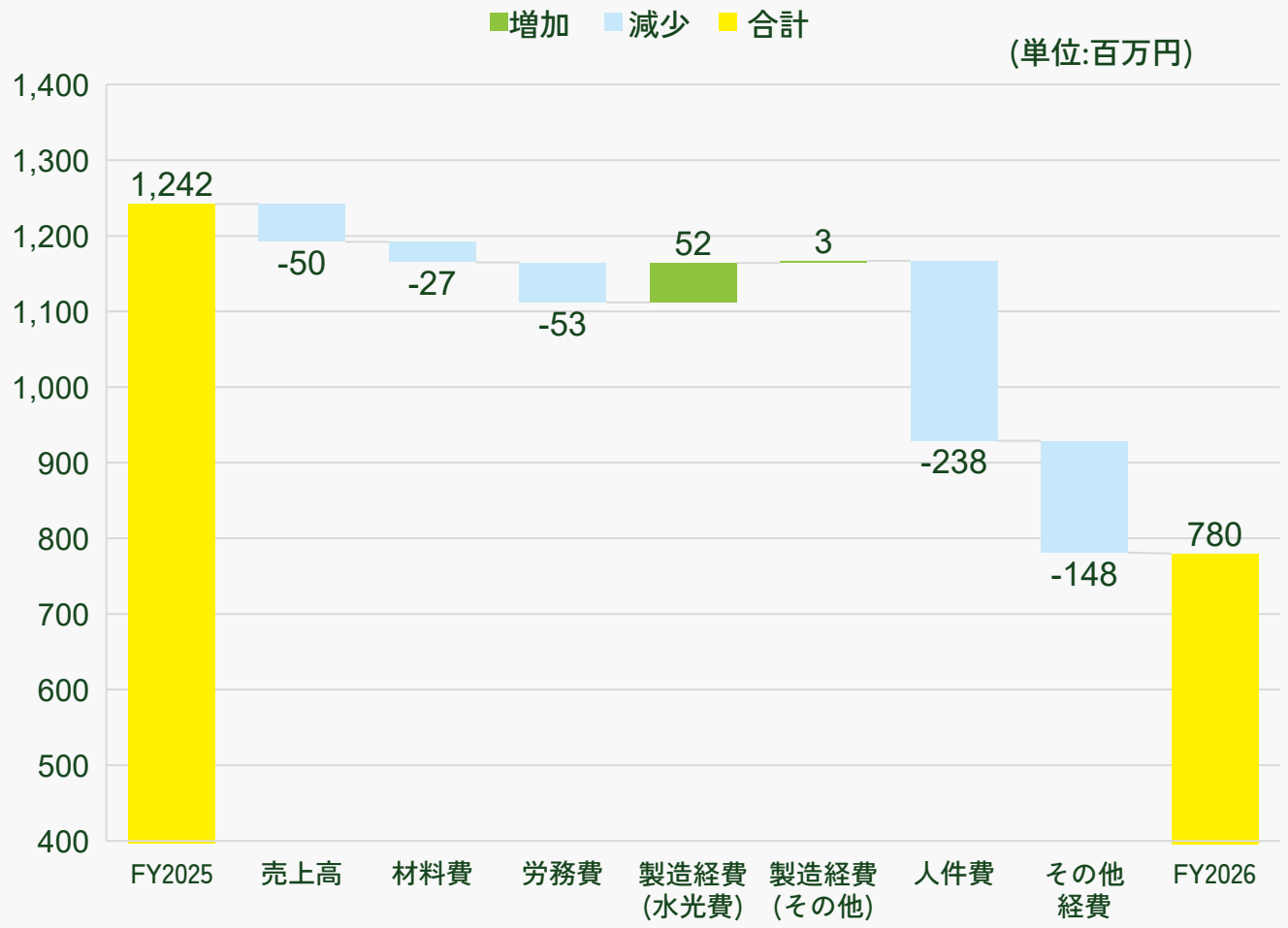
全社売上昨対	99.8%
既存店売上昨対	99.8%

退店の影響	- 10.2億円
2025年4月期出店店舗の売上	+ 2.6億円
2026年4月期出店店舗の売上	+ 7.2億円
既存店の売上	- 0.9億円
外販（卸）の売上	+ 0.9億円
その他の売上	- 0.6億円

「その他」には、岩田（上海）餐飲管理有限公司・ROCK FIELD ONLINE SHOP 等が含まれております。

2026年4月期 営業利益分析（昨年対比）

生産性向上の取り組みだけでは人件費の上昇を吸収することが出来ず、収益構造が悪化している。



営業利益変動要因

売上高の減少による営業利益減少	- 0.5億円
材料費率の上昇による営業利益減少	- 0.2億円
労務費の増加による営業利益減少	- 0.5億円
製造経費の抑制による営業利益増加	+ 0.5億円
人件費の増加による営業利益減少	- 2.3億円
その他経費の増加による営業利益減少	- 1.4億円

2026年4月期 業態別売上高・売上原価

(単位:百万円)

	2026年4月期				2025年4月期	
	売上高	売上原価	売上原価率	原価率増減	売上高	売上原価率
RF1	31,683	13,283	41.9%	+ 0.1pts	31,285	41.8%
グリーン・グルメ	9,751	4,238	43.5%	+ 0.1pts	10,190	43.4%
いとはん	3,613	1,562	43.2%	+ 0.0pts	3,618	43.2%
神戸コロッケ	2,972	1,129	38.0%	+ 0.4pts	2,973	37.6%
融合	889	399	44.9%	+ 0.1pts	926	44.8%
ベジテリア	824	293	35.6%	- 0.0pts	888	35.6%
外販（卸）	833	551	66.1%	- 1.4pts	735	67.5%
その他	528	338	63.9%	- 1.6pts	566	65.5%
合計	51,096	21,796	42.7%	+ 0.1pts	51,184	42.6%

パーセンテージは小数点2位以下四捨五入　金額は単位以下切り捨てで表示しております。

2026年4月期 出店・退店

	期首 （2025.5.1）	出店	退店	業態 変更	期末 （2026.4.30）
RF1	134	5	2	0	137
グリーン・グルメ	69	1	0	0	70
いとはん	33	0	0	0	33
神戸コロッケ	34	1	2	0	33
融合	10	0	1	0	9
ベジテリア	21	0	1	0	20
Umi＆Yama Kitchen	0	1	0	0	1
その他	2	0	0	0	2
合計	303	8	6	0	305

2026年4月期 店舗リニューアル

	2026年4月期 事業計画	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	2026年4月期 実績
東日本店舗	13 店舗	4 店舗	5 店舗	2 店舗	2 店舗	13 店舗
西日本店舗	17 店舗	2 店舗	6 店舗	1 店舗	4 店舗	13 店舗
計	30 店舗	6 店舗	11 店舗	3 店舗	6 店舗	26 店舗

2026年4月期 設備投資

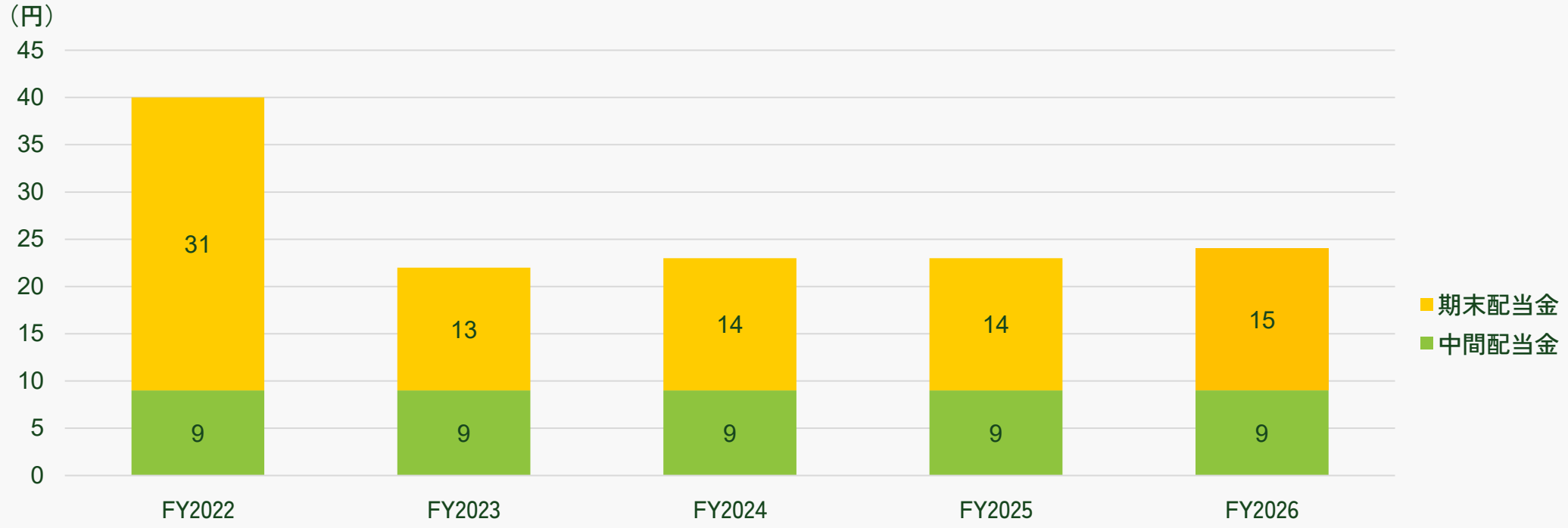
計　画	設備投資	実　績
23.4 億円		20.8 億円
8.4 億円	販売施策に対応した出店・リニューアル 他	5.8 億円
5.7 億円	合理化・省人化を目的とした生産設備　他	6.9 億円
1.9 億円	増産を目的とした生産設備	1.6 億円
7.2 億円	設備の維持・メンテナンス	6.4 億円
0.2 億円	環境投資	0.1 億円

2026年4月期 配当予定

2026年4月期～2028年4月期　中期経営計画期間

配当性向40%以上に加えて累進配当を基本とする配当方針に基づき

2026年4月期の期末配当は15円、年間配当24円を予定しています。



	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
配当性向	77.0%	54.2%	48.0%	182.5%	633.7%

FY2022は創業50周年記念配当20円を含む。

2026年4月期 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2025年4月期	2026年4月期	増減	増減要因
流動資産	18,786	18,559	△227	現金及び預金　△441　売掛金　+0 棚卸資産　+151　その他　+62
固定資産	16,521	16,307	△214	有形固定資産　△227　ソフトウェア　△43 その他　+56
資産合計	35,308	34,866	△441	
流動負債	5,526	5,517	△9	買掛金　+95　ポイント引当金　△156 短期リース債務　△12　未払金　△51 未払法人税等　+97　その他　+18
固定負債	872	736	△135	長期借入金　△100　リース債務　△45 その他　+10
負債合計	6,399	6,253	△145	
純資産	28,908	28,612	△295	利益剰余金　△502　自己株式　+13 その他有価証券評価差額金　+194　その他　△1
負債純資産合計	35,308	34,866	△441	

2026年4月期 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2026年4月期	増減要因
現金及び現金同等物の期首残高	13,195	
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,315	税金等調整前当期純利益 492　減価償却費 1,924　運転資金の増加額 △55
		法人税等の支払額 △198　減損損失 249　ポイント引当金の増減 △156　その他 59
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,714	有形固定資産の取得による支出 △1,385　　無形固定資産の取得による支出 △178
		長期前払費用の取得による支出 △85　その他 △64
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,026	借入金の返済 △100　リース債務の返済　△328
		自己株式の取得　△0　配当金の支払額　△597
現金及び現金同等物に係る換算差額	△16	
現金及び現金同等物の増加額	△441	
現金及び現金同等物の期末残高	12,754	

2026年4月期　売上高　当初計画との乖離要因

既存業態（百貨店・駅ビル・駅ナカ）の計画未達が影響。

外販（卸）は概ね計画通りに進捗。

(単位:百万円)

	実績	計画	計画差	(参考)前期
既存業態（百貨店・駅ビル・駅ナカ）	49,848	52,141	△2,293	50,072
外販（卸）	917	824	96	720
ロック・フィールド オンライン	186	284	△98	162
岩田（上海）餐飲管理有限公司	211	300	△88	285
ポイント等調整額	△66	△46	△20	△56
合計	51,096	53,500	△2,404	51,184

2026年4月期　売上高　既存業態の状況

・都心立地の百貨店・駅ナカは週末の客数含め回復傾向
・郊外・地方都市の百貨店、郊外の駅ビルは苦戦継続、
　日常ニーズへの対応が遅れている。

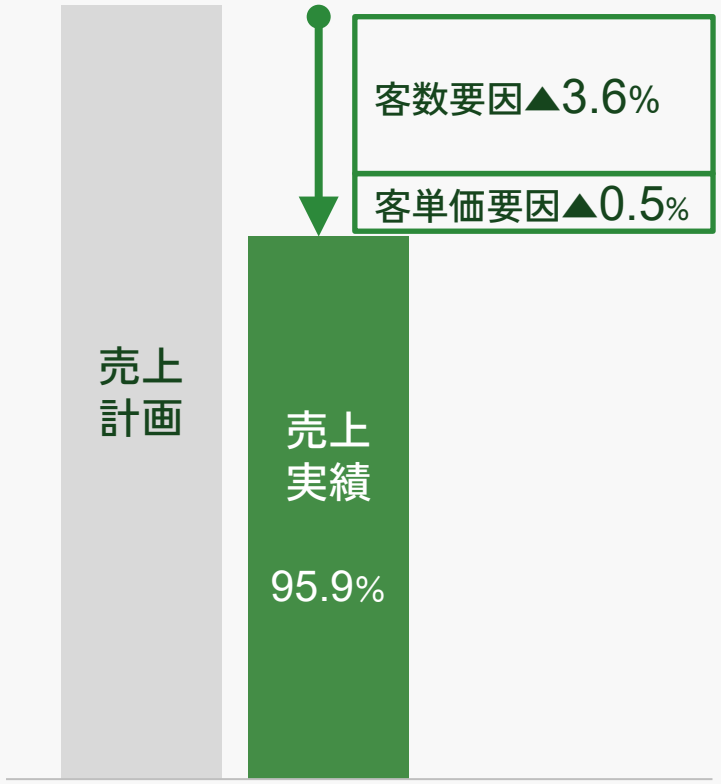
(単位:百万円)

	実績	計画	計画差	(参考)前期
既存業態 （百貨店・駅ビル・駅ナカ）	49,848	52,141	△2,293	50,072

	実績	計画	計画差	既存昨対
RF1	31,400	32,813	△1,430	100.5%
内) 郊外・地方都市百貨店	14,588	15,584	△996	97.0%
内) 都心百貨店・駅ナカ	13,954	14,228	△274	100.9%
グリーン・グルメ	9,208	9,482	△275	98.1%
内) 駅ビル	5,286	5,605	△319	98.6%

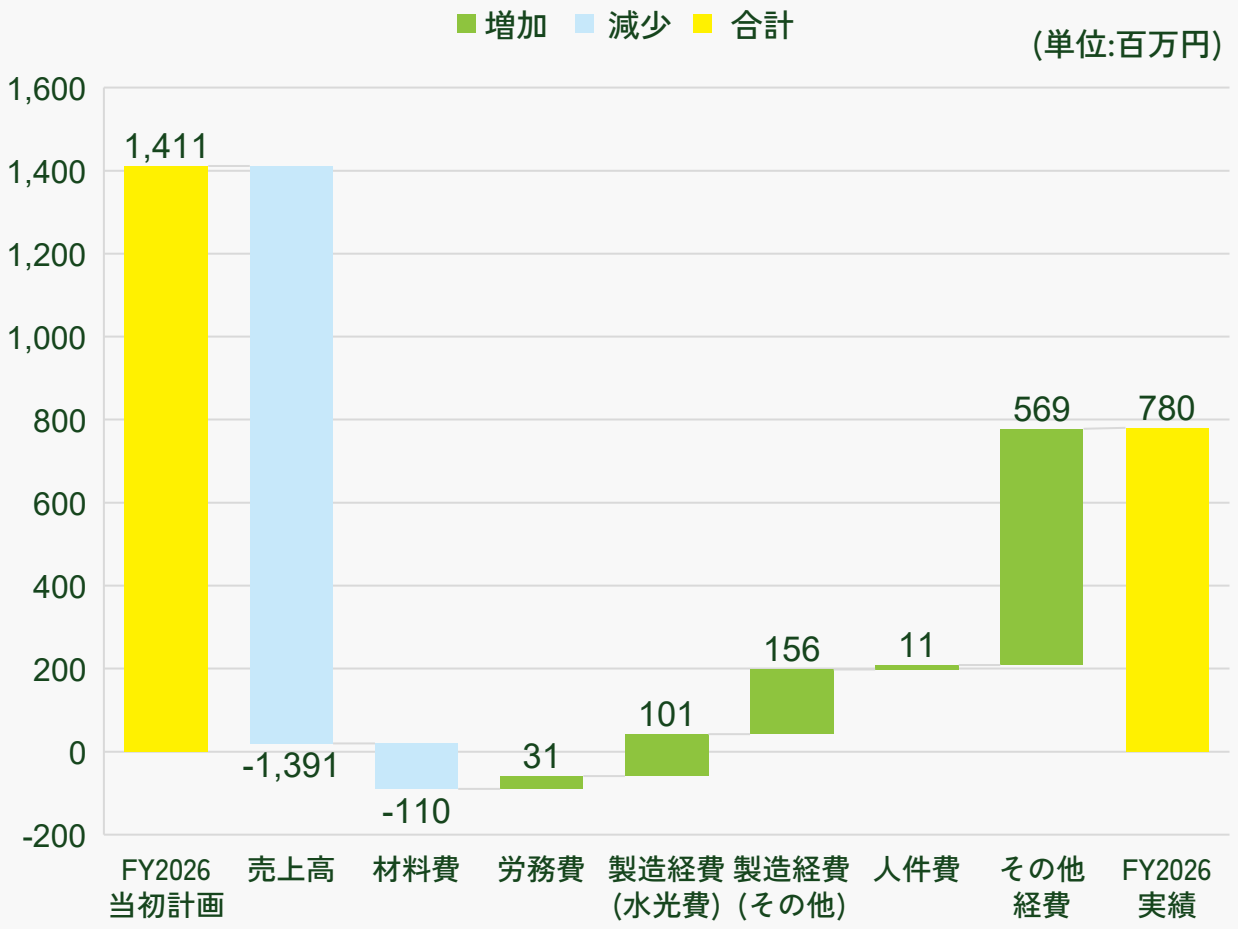
客数・客単価の状況

・来店客数の計画差が大きく影響。
・客単価は前年比プラスも計画未達。



2026年4月期　営業利益　当初計画との乖離要因

当初計画に対し売上高が24億円未達 (△4.5%) となり、経費削減や生産性向上の取り組みだけでは補えず、営業利益を大きく押し下げた。



営業利益変動要因

売上高の未達による営業利益減少	- 13.9億円
材料費率の上昇による営業利益減少	- 1.1億円
労務費の抑制による営業利益増加	+ 0.3億円
製造経費の抑制による営業利益増加	+ 2.5億円
人件費の抑制による営業利益増加	+ 0.1億円
その他経費の抑制による営業利益増加	+ 5.6億円

2026年4月期 取り組み　新たな顧客接点の拡充

■ 次世代顧客、新規顧客層との接点作り

○ 商業施設 | Umi＆Yama Kitchen（グランフロント大阪店）

- 若い世代へ向けたカスタム度合いの高いサラダボウルの提供
- イートイン併設、モバイルオーダーなど新たなサービスの提供

○ 軽装備モデル | 神戸コロッケ（新神戸駅）

- キッチンレスのコンパクト型出店、新たなニーズ開拓

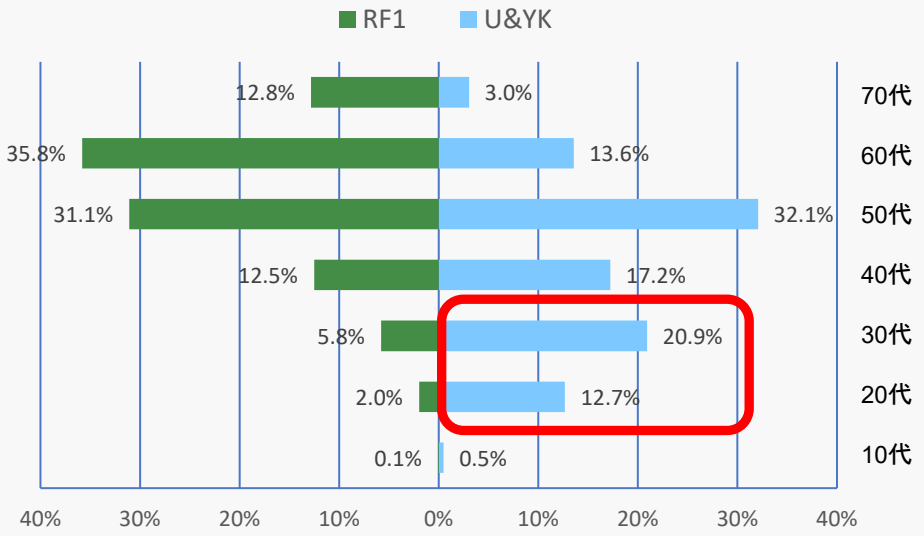


Umi＆Yama Kitchen　1号店
（グランフロント大阪）

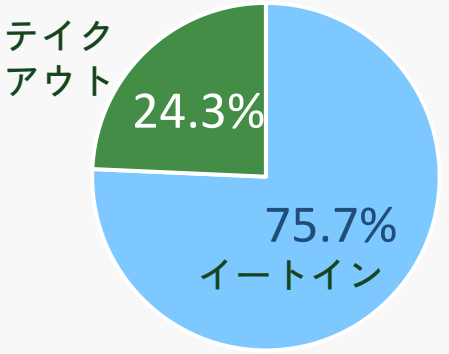


神戸コロッケ
（新神戸駅）

Umi＆Yama Kitchen
年齢層の状況



グランフロント大阪店
イートイン、テイクアウト比率

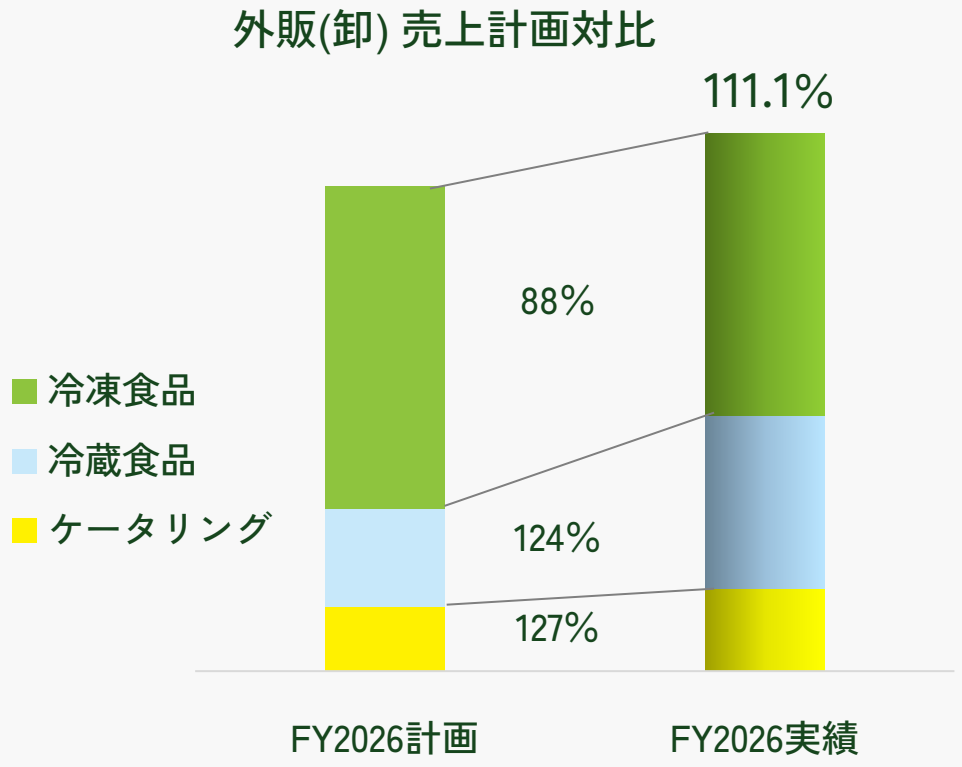


2026年4月期 取り組み　新たな顧客接点の拡充

外販(卸) の状況

○ 外販(卸) 全体の売上は計画比 111.1%

○ 但し、外販(卸)の冷凍食品売上は計画未達



冷凍食品の状況

○ 全体は前年超えも計画未達（計画比 82.3%）

○ チャネル別では小売りが計画、前期比とも未達。

冷凍食品全体

(単位:百万円)

チャネル別売上	FY2026 実績	FY2026 計画	計画比	前期
外販（EC）	288	291	98.9%	251
外販（小売り）	149	208	71.6%	179
オンラインショップ	119	201	59.2%	106
百貨店ギフト	74	70	105.7%	73
直営店その他	30	30	100.0%	25
合計	659	800	82.3%	633

02

2027年4月期　計画と取り組み

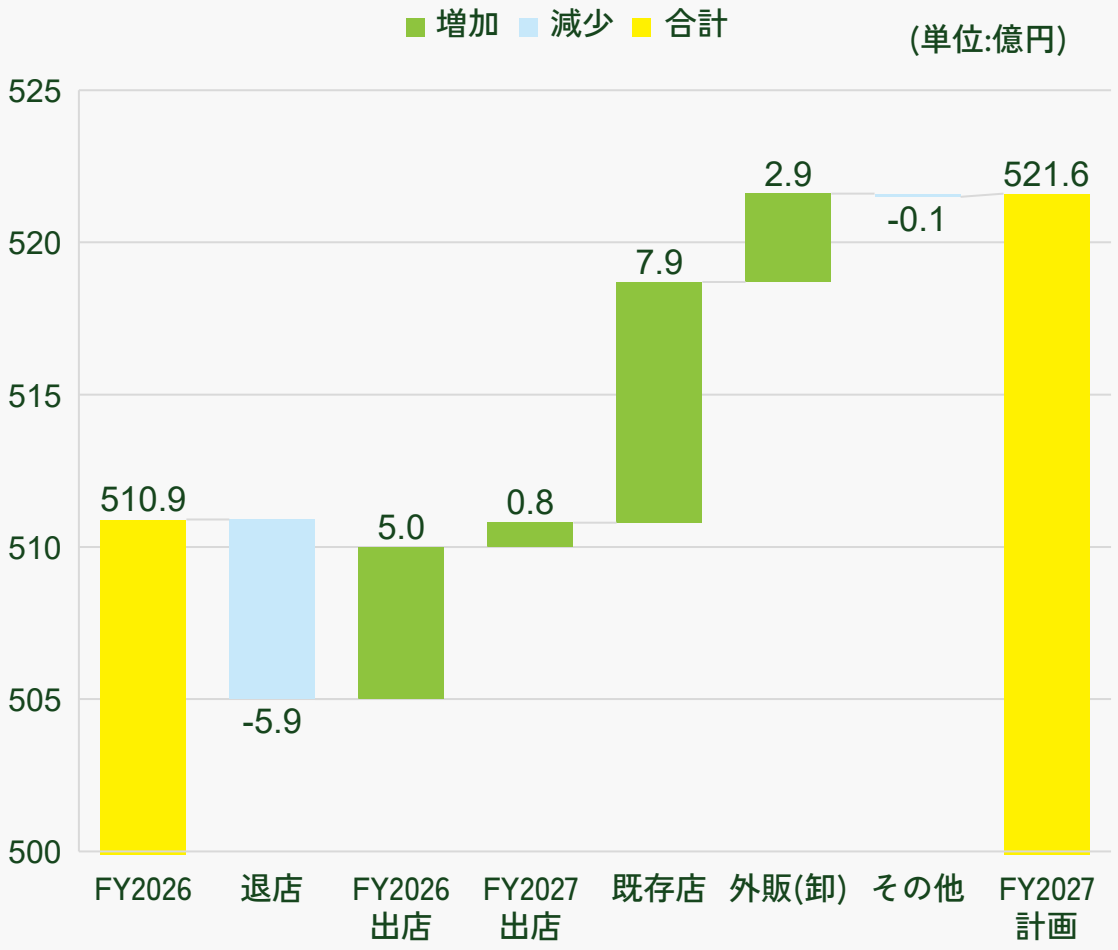
2027年4月期 業績予想

(単位:百万円)

	第２四半期				通期			
	2027年4月期　計画		2026年4月期　実績		2027年4月期　計画		2026年4月期　実績	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率
売上高	25,542	-	25,063	-	52,160	-	51,096	-
売上原価	10,874	42.6%	10,728	42.8%	22,201	42.6%	21,796	42.7%
販管費	14,491	56.7%	14,250	56.9%	29,427	56.4%	28,518	55.8%
人件費	6,830	26.7%	6,645	26.5%	14,008	26.9%	13,482	26.4%
経費	7,661	30.0%	7,605	30.3%	15,418	29.6%	15,035	29.4%
営業利益	176	0.7%	84	0.3%	531	1.0%	780	1.5%
経常利益	213	0.8%	109	0.4%	582	1.1%	800	1.6%
当期純利益	103	0.4%	△100	-	313	0.6%	98	0.2%

パーセンテージは小数点2位以下四捨五入　金額は単位以下切り捨てで表示しております。

2027年4月期 売上計画



全社売上昨対	102.1%
既存店売上昨対	101.6%

退店の影響	- 5.9億円
2026年4月期出店店舗の売上	+ 5.0億円
2027年4月期出店店舗の売上	+ 0.8億円
既存店の売上	+ 7.9億円
外販（卸）の売上	+ 2.9億円
その他の売上	- 0.1億円

「その他」には、岩田（上海）餐飲管理有限公司・ROCK FIELD ONLINE SHOP 等が含まれております。

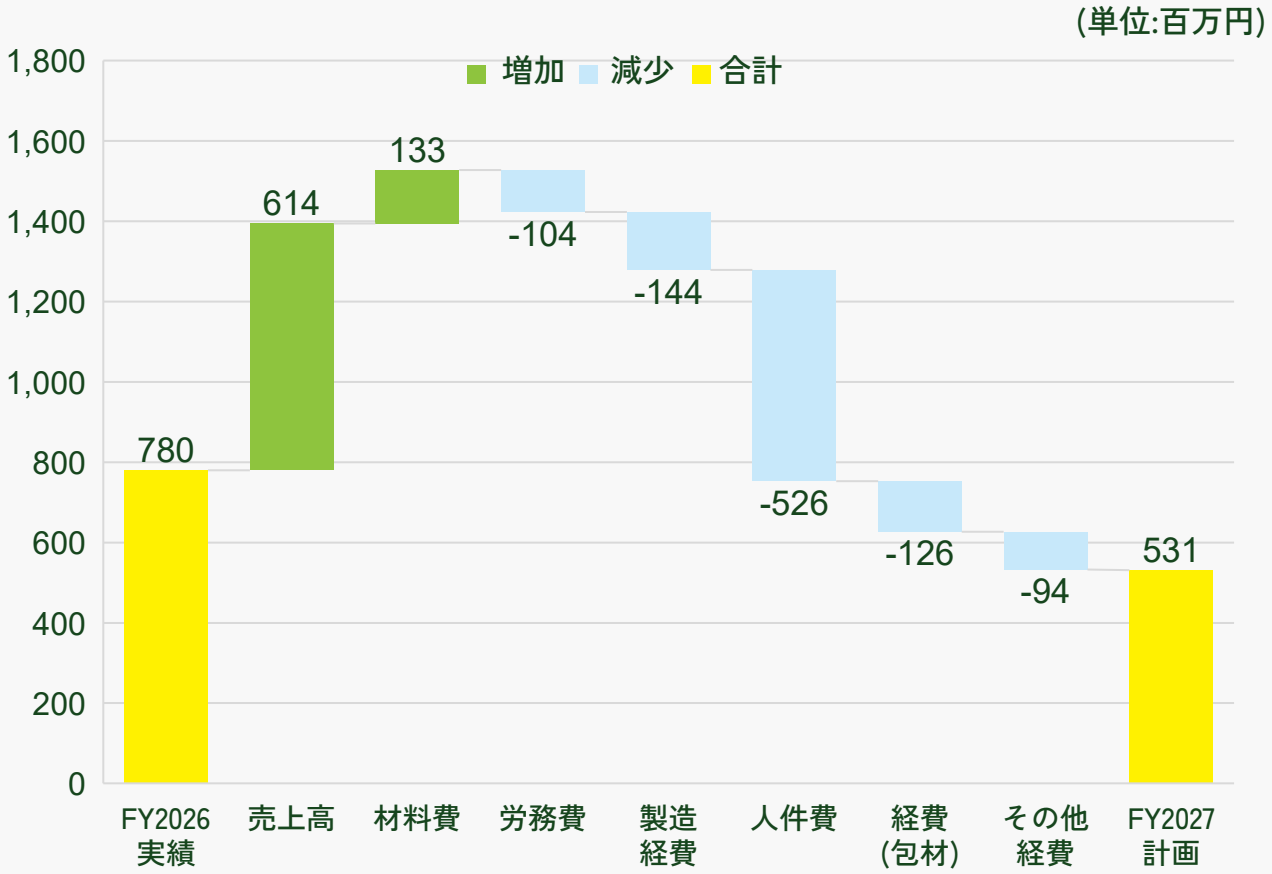
出退店につきましては計画策定時に確定している案件のみを記載しております。

2027年4月期 営業利益計画

○ 将来の成長を支える人財基盤強化に向け、若手社員中心の給与体系見直しを実施。

○ 事業計画には中東情勢の緊迫化により顕在化していた包装資材の単価上昇額1.2億円を反映。

○ 足元の包装資材の単価上昇影響見込み額は3.6億円、集約化や使用量抑制等により吸収を目指す。



営業利益変動要因

売上高の増加による営業利益増加	+ 6.1億円
材料費率の抑制による営業利益増加	+ 1.3億円
労務費の増加による営業利益減少	- 1.0億円
製造経費の増加による営業利益減少	- 1.4億円
人件費の増加による営業利益減少	- 5.2億円
経費（包材）の増加による営業利益減少	- 1.2億円
その他経費の増加による営業利益減少	- 0.9億円

2027年4月期　既存業態の利益率向上

来店客数回復に向けた重点施策｜

サラダを軸とし、商品とコミュニケーションの連動により、毎月来店したくなるきっかけを作る。

商 品
（来る理由づくり）

■ 新商品改廃サイクルの変更
- 2か月毎　→　毎月
- 第一木曜日「新商品の日」

■ “サラダ”を軸に価値強化
- 新カテゴリー開発
- 季節商品の提案

■ 価格帯、価格幅の最適化
- 日常使い強化

店頭・プロモーション
（知る機会づくり）

■ 認知・来店導線の構築
- アプリ / メルマガ / SNS
- 会員共感→デジタル拡散→店頭誘導

■ 毎月の季節テーマ・ストーリー発信
- 商品価値の発信
- 歳時記・イベント

■ 情報発信の統一（デジタル-店頭）
- テーマ起点の売場作り
- 重点商品の明確化
- 比較購買しやすい陳列

目標計画

客数(既存店)
+1%

2027年4月期 新たな市場領域への拡大

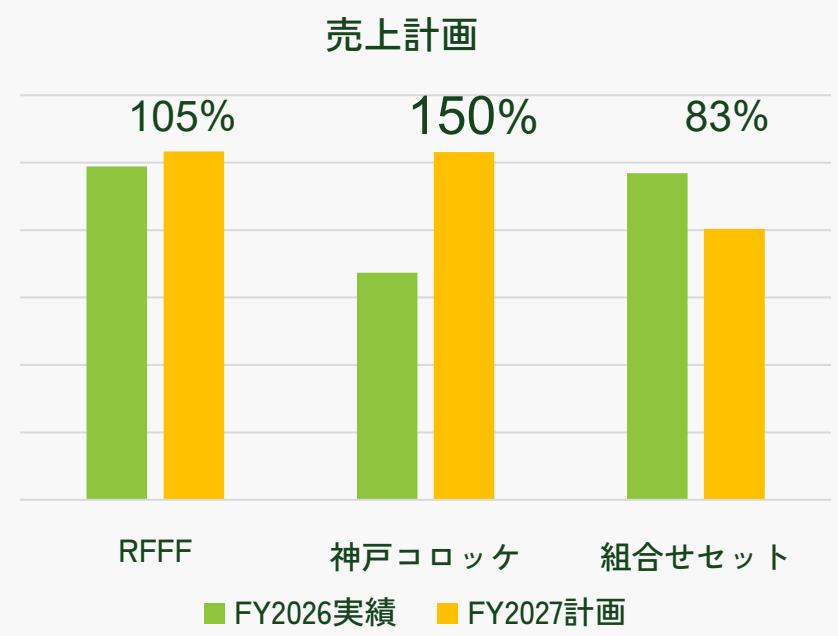
1. 外販(卸)の拡大を継続

冷凍食品

神戸コロッケをコアに規模拡大

- 新商品導入
- 小売店・ＥＣへの展開強化

FY2027 売上計画 ＋10%



冷蔵食品

ＥＣ・小売店向けに、シンプルで日常使いのキットサラダを拡大

FY2027 売上計画 ＋30%





ケータリング

営業活動の強化

（法人、WEB）

▼ケータリングサイト

https://catering.rockfield.co.jp/

FY2027 売上計画 ＋70%





2027年4月期 新たな市場領域への拡大

2. 次世代顧客との接点作りを継続

Umi & Yama Kitchen

新規出店

- 立地特性に応じて複数の店舗タイプを展開
  （テイクアウト型/イートイン併設型）
- 売上規模に依存しない効率化モデルの確立
- 催事出店にも積極的に参加

時間帯別ニーズへの対応

- 数量限定のランチサービス展開
- アイドルタイム向け商品・サービスの導入

SNSを活用した認知獲得、集客施策強化

- インスタグラム、noteを軸に頻度高く更新



■定番メニュー



島豆腐のやさしい沖縄サラダ
石垣の塩と甘酒のドレッシング

■季節メニュー



グリルばってんなすとローストポークのサラダ
天然水トマトのサルサドレッシング

■ランチプレート



■サラダの新しい食べ方提案“ポッケパン”



2027年4月期 出店・リニューアル計画

1. 出店

2027年4月期は2店舗を計画化

- 都市部の駅・商業施設への出店

新規出店計画

	店舗数	
立地	ブランド	FY2027計画
駅・商業施設	RF1	1
	Umi＆Yama Kitchen	1
	計	2

＋

3つのポイントで計画以上の出店を検討

1. 立地　顧客接点の拡大：売上拡大
2. 人員　簡素化したオペレーション：収益性向上
3. 設備　軽装備モデル：資本効率向上

2. リニューアル

館全体での収益力の向上へ

- 展開区画、展開ブランドの変更、併設による既存店強化等

リニューアル計画

	店舗数	
立地	ブランド	FY2027計画
既存百貨店	RF1	13
	いとはん	2
	神戸コロッケ	1
	融合	1
	ベジテリア	1
駅・商業施設	グリーン・グルメ	1
	計	19

※RF1にはUmi＆Yama Kitchenへの業態変換1店舗含む

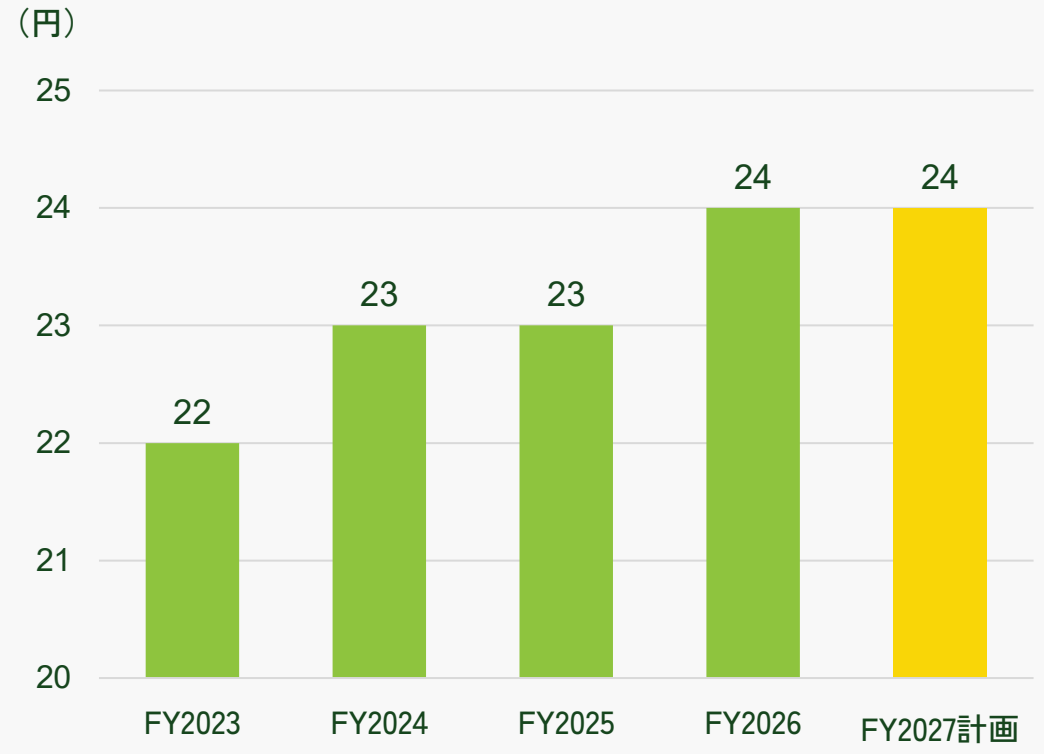
2027年4月期 設備投資及び配当計画

設備投資計画　17.0 億円

販売施策に対応した 出店・リニューアル　他	6.2億円
合理化・省人化を目的とした 生産設備　他	2.0億円
増産を目的とした生産設備	0.7億円
設備の維持・メンテナンス	7.6億円
環境投資	0.5億円

配当方針　今中期経営計画期間は配当性向40%以上に加えて
累進配当を基本方針とし安定的な株主還元を進める

配当計画　2027年４月期は年間配当24円　配当総額6.2億円を計画



	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026	FY2027計画
配当性向	54.2%	48.0%	182.5%	633.7%	200.3%

03 ビジョン2030実現に向けて

ビジョン2030（ロック・フィールドの目指す姿）

既存の惣菜直販事業の枠を超え、「豊かな食」を提供する企業を目指す

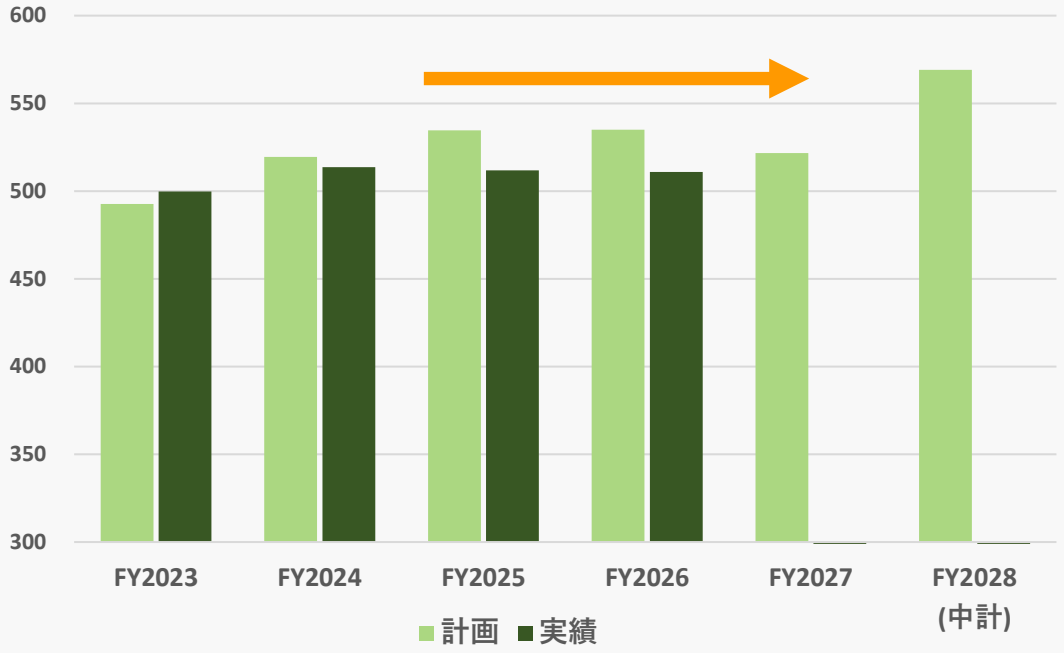


ビジョン2030実現に向けて これまでの反省

○ 変化する外部環境に対し、オペレーションの複雑化を抜本的に変革できていない。

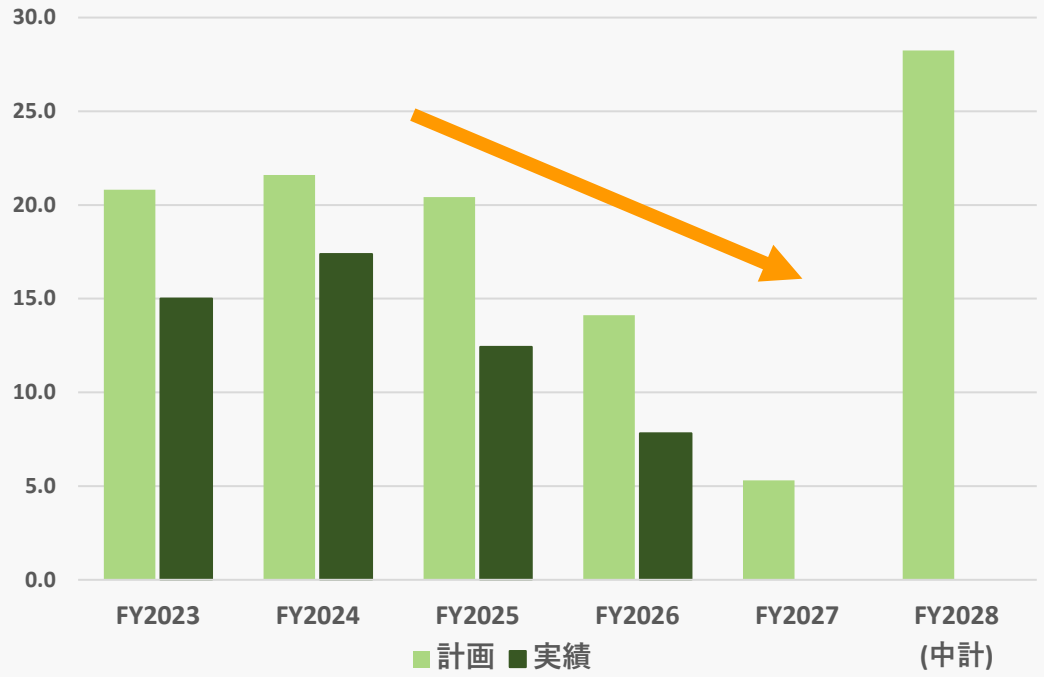
○ 新しい領域への資源配分と育成が不十分なため、想定していた規模の拡大に届いていない。

第１フェーズ以降 売上計画と実績の推移



第1フェーズ　第２フェーズ

第１フェーズ以降 営業利益計画と実績の推移



第1フェーズ　第２フェーズ

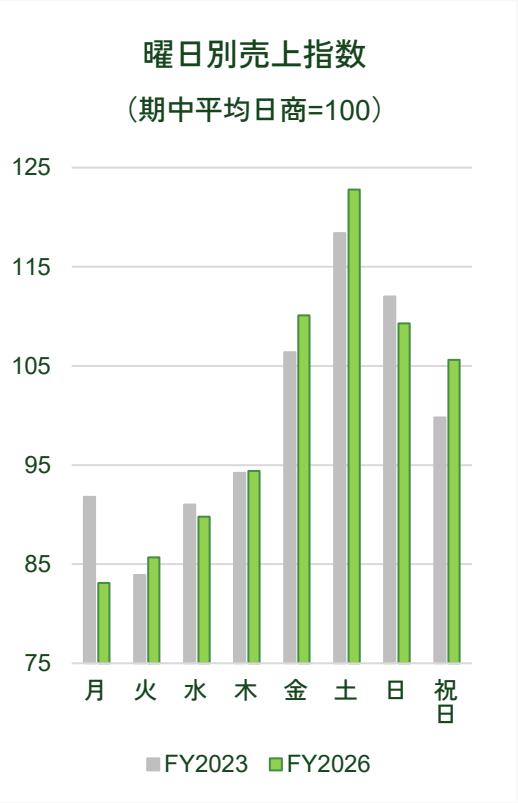
中期経営計画　進捗サマリー

戦略テーマ	
1 既存業態の利益率向上 成長へ繋げる改革	○ 需要構造変化への対応の遅れが利益率悪化を招いている
2 新たな市場領域への拡大 未来へのチャレンジ	○ 新たな取り組み（外販・卸）が利益改善につながっていない
3 人財の活躍促進	○ 惣菜 → 食 へのマインドの変革 及び ビジョン２０３０実現に向けた人財ポートフォリオ構築が遅れている

2027年4月期の経営課題

1．需要構造の変化により平日/週末の売上乖離が拡大

- デリバリーや冷凍食品の普及により、日常の食利用シーンが多様化
- 当社の店舗利用は「週末の少し良い食事」への用途に偏りつつある



2．需要変動の拡大が固定費型オペレーションの収益性に影響

- 利用シーンが多様化する中、従来型の売場・商品・供給が中心となっている
- 店舗設備投資額の上昇、オペレーションの複雑化等により、資本効率が悪化している
- ファクトリーの設備・供給能力を十分に活用できていない

3．新たな取り組み（外販・卸）が利益改善につながっていない

- 既存事業の延長線上で事業運営を行い、新たな事業基盤構築に必要な投資が不十分

これからの方向性

日常接点を高めることによるファクトリー稼働の向上

中食の本質的な提供価値を捉え直し、平日に選ばれる理由を
商品・サービスレベルで再構築する

メーカー機能を活かしたBtoBビジネスの開拓

「原材料調達から食品加工」を価値として再定義した事業を開拓する

既存事業に最適化された人財ポートフォリオの再構築

持続的成長に向け、機能・組織能力を再構築する
既存事業の運営力に加え、事業変革を推進できる人財基盤へ転換する

経営課題解決に向けた動き

組織の再構築　2026年5月～

□　意思決定の迅速化と戦略実行力の強化を図るため、経営企画本部を社長直轄組織へ改編

□　資本市場との対話を経営戦略へより迅速に反映するため、IR機能を経営企画本部に配置

□　人的資本を中長期的な企業価値向上へつなげるため、人事本部を新設

岩田(上海) 解散決定　2026年5月19日開示

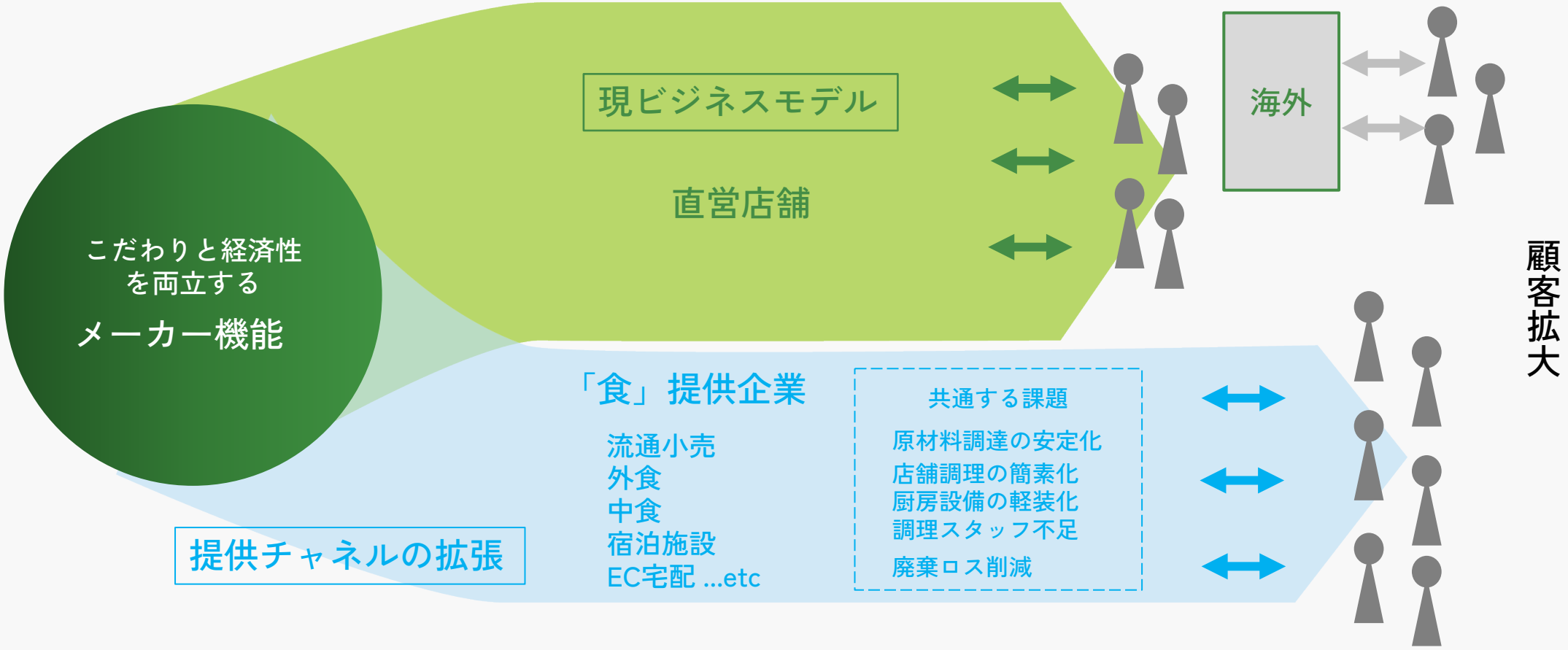
連結子会社である岩田(上海)食品有限公司は、2012年8月の設立以来、中国・上海市において惣菜の製造・販売事業を展開してまいりました。

しかしながら、コロナ禍以降の消費低迷や競争環境の激化を背景に売上低迷が長期化しており、収益改善に向けた各種施策を実施してまいりましたが、事業環境の改善を見通すことが難しい状況が続いております。

このような状況を踏まえ、当社グループの経営資源を国内事業および今後の成長領域へ重点的に配分することが企業価値向上につながると判断し、岩田（上海）食品有限公司を解散および清算することを決定いたしました。

2027年4月期の経営課題

資本収益性の向上と成長への道筋を示すため、
長期のあるべき事業ポートフォリオについて議論を開始する。



ROCK FIELD

本件に関するご照会先

株式会社ロック・フィールド　経営企画部
〒658-0024　神戸市東灘区魚崎浜町15－2
TEL:078-435-2802　mail:ir@rockfield.co.jp

本資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通しなどは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいており、その達成を約束する主旨のものではありません。将来の業績等につきましては経営環境の変化等、様々なリスク及び不確定要因により変化･変動がございますことを予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。