



ROCK FIELD

2026年4月期 第2四半期（中間期）
決算説明資料



2025年12月5日
株式会社ロック・フィールド

□ 2026年4月期 第2四半期 業績報告

売上高は前期比 △ 2億38百万円 △ 0.9%、営業利益は同 △5億54百万円 △ 86.8%

売上高は計画比 △ 9億22百万円、既存業態のコスト増加を売上高で吸収出来ず

□ 通期業績予想の下方修正

売上高・利益ともに下方修正 営業利益予想は3.7億円 当初予想比 △ 10.3億円

中間配当は1株あたり9円 年間配当は期初予想から変更なし

□ 中期経営計画達成への課題と取り組み

既存業態（百貨店・駅ビル・駅ナカ）

商品ラインの見直しと情報発信の強化/出店戦略の再構築

外販（卸）

キットサラダの拡大 / 冷凍食品「神戸コロッケ」拡大 / 冷凍食品「RFFF」商品ラインの見直し

01

2026年4月期 第2四半期 業績報告

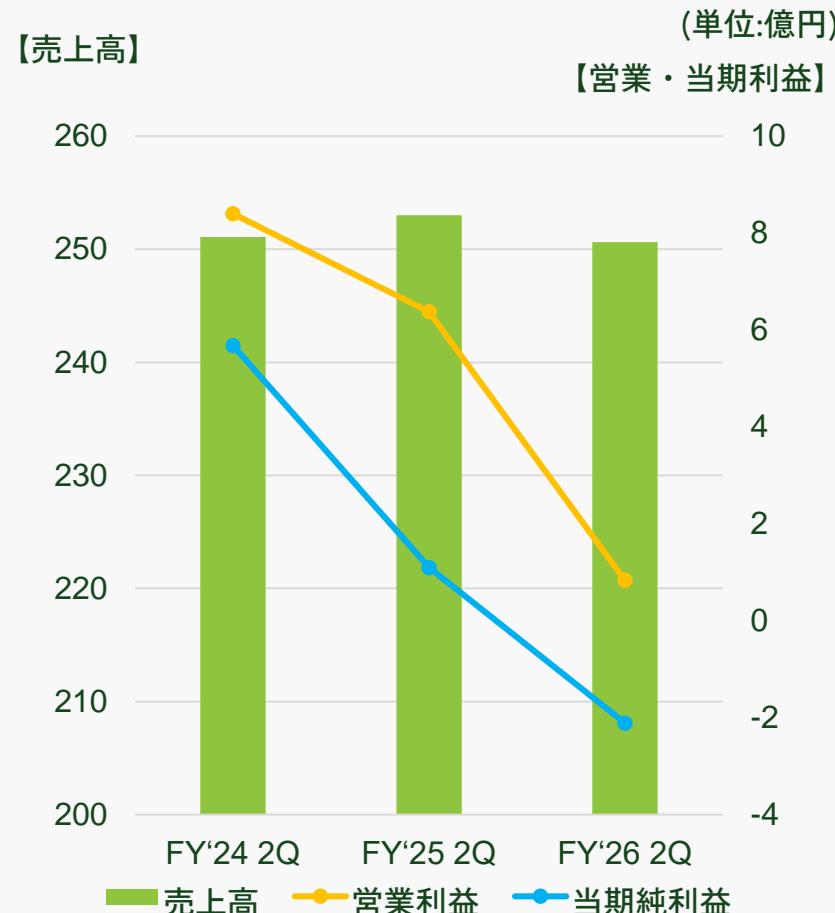
2026年4月期 第2四半期 決算概要

売上高

250億63百万円 (前年同期比 △2億38百万円)

営業利益

84百万円 (前年同期比 △5億54百万円)



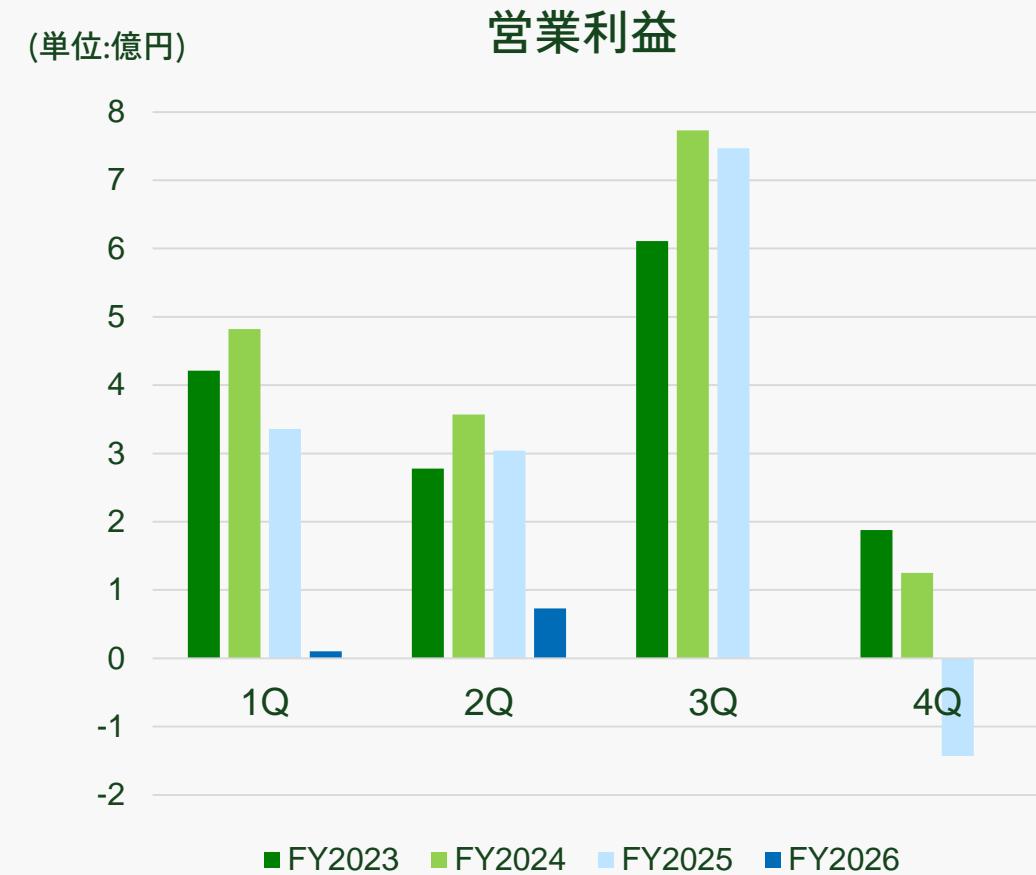
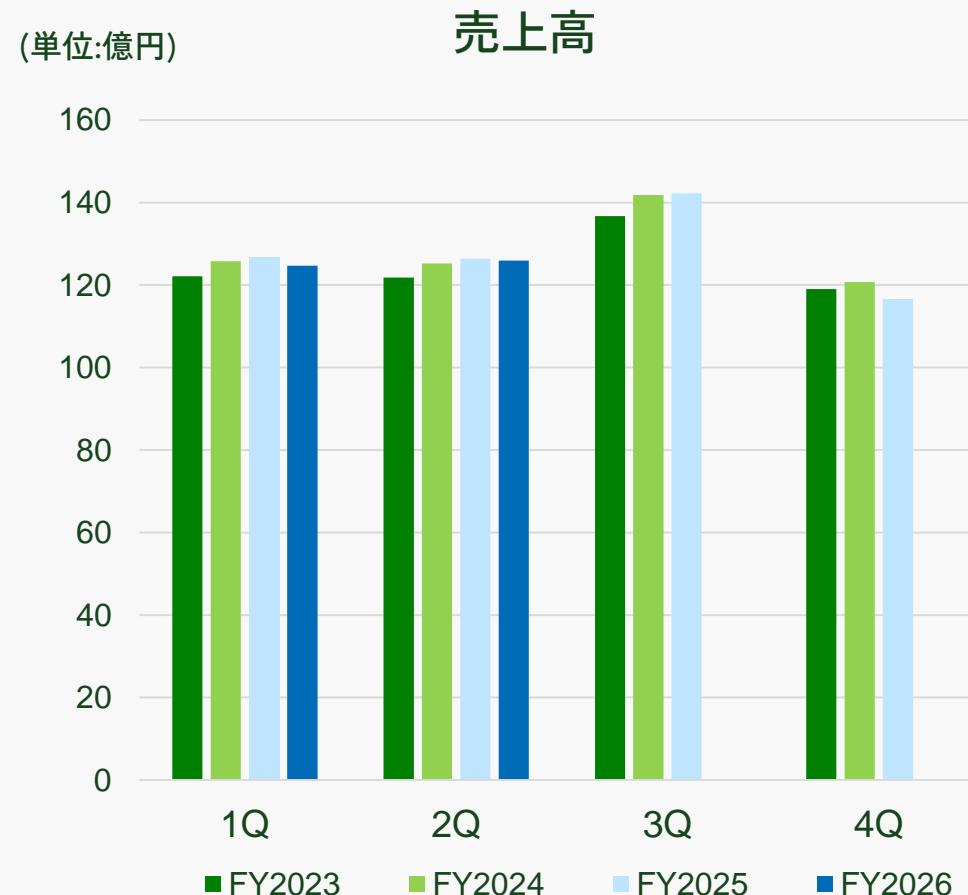
	2025年4月期 第2四半期		2026年4月期 第2四半期		前年同期比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	増減率
売上高	25,301	-	25,063	-	△238	△0.9%
売上原価	10,678	42.2%	10,728	42.8%	+49	-
販管費	13,984	55.3%	14,250	56.9%	+266	-
営業利益	638	2.5%	84	0.3%	△554	△86.8%
経常利益	684	2.7%	109	0.4%	△574	△83.9%
当期純利益	110	0.4%	△100	-	△211	-

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 3

2026年4月期 第2四半期 四半期別売上・営業利益

売上高前年同期比 第1四半期：98.5% 第2四半期：99.6%

既存店の来店客数は第2四半期累計で前年同期比99.2%、特に週末の来店客数の回復が遅れています。

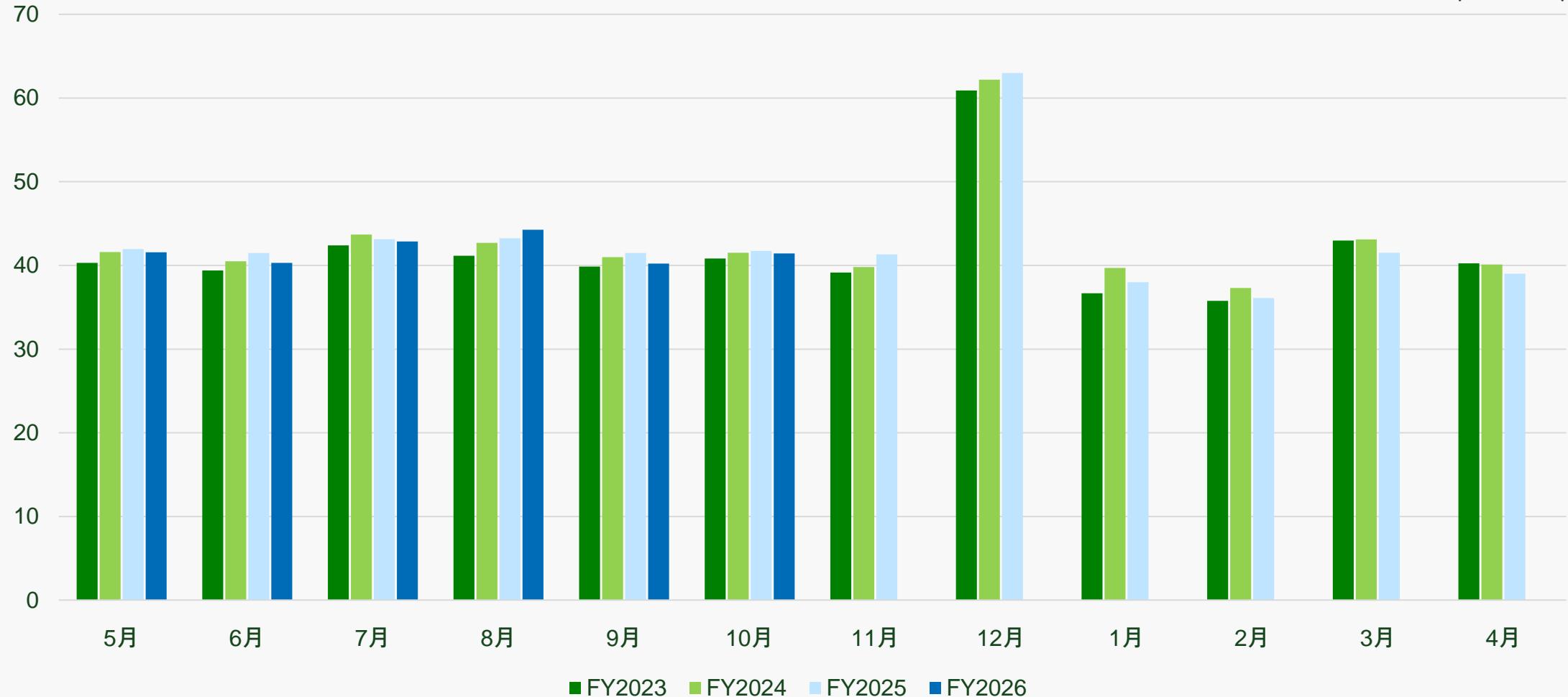


2026年4月期 月別売上推移

前期第4四半期に落ち込んだ来店客数は徐々に持ち直し、8月には前年の売上を上回りました。

しかし9・10月は休日の天候不順が続いたことなどの影響により、前年を下回る結果となりました。

(単位:億円)

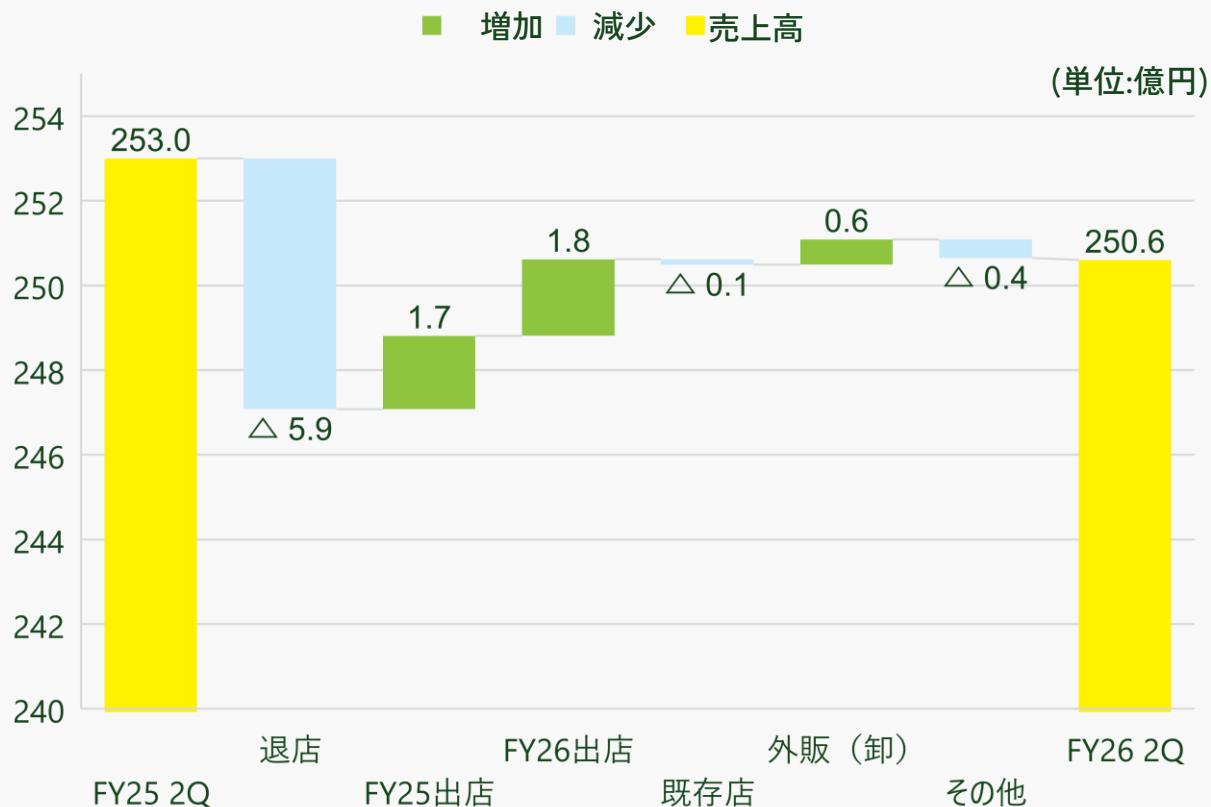




2026年4月期 第2四半期 売上増減

○ 全社売上昨対 99.1 %

○ 既存店売上昨対 99.9 %



退店の影響

- 5.9億円

2025年4月期出店店舗の売上

+ 1.7億円

2026年4月期出店店舗の売上

+ 1.8億円

既存店の売上

- 0.1億円

外販(卸)の売上

+ 0.6億円

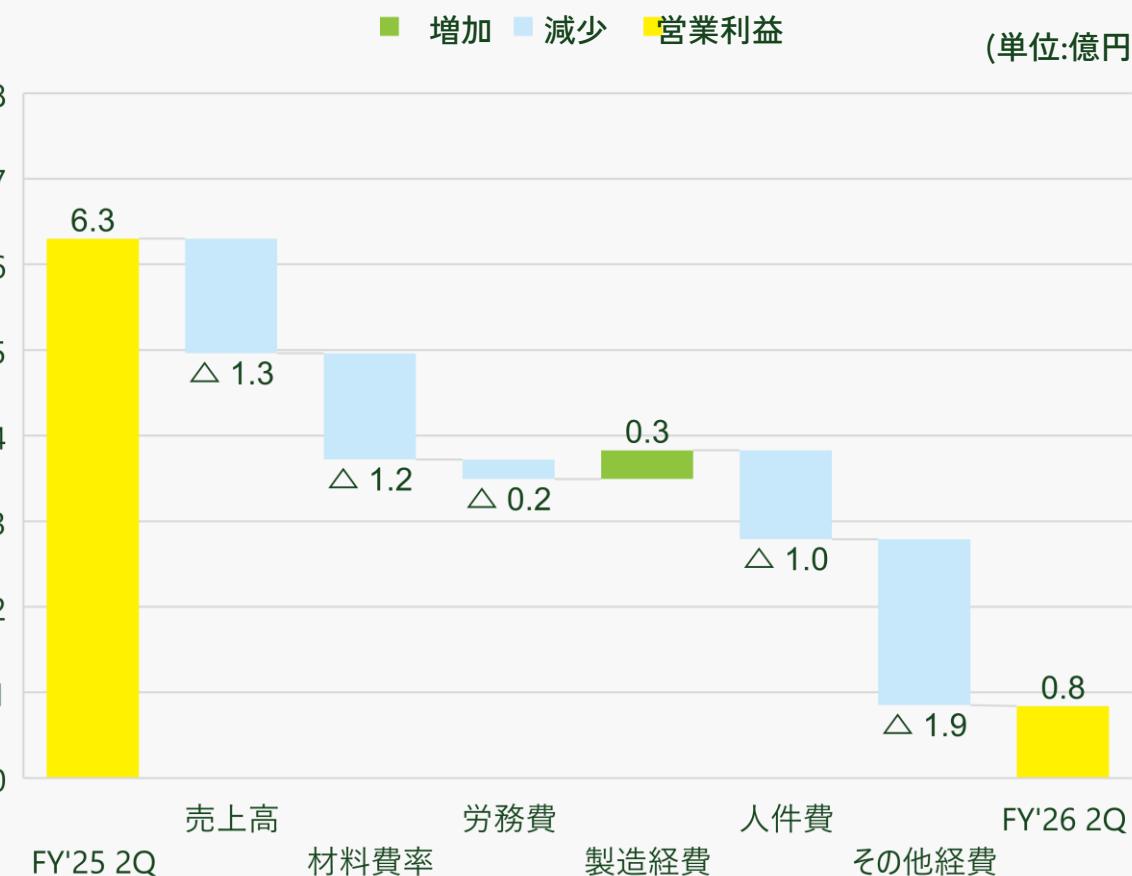
その他の売上

- 0.4億円

「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 第2四半期 営業利益分析（昨年対比）

その他経費の増加は、レジ全店入替に伴う消耗品費 0.3億円、償却費の増加 0.4億円
キャッシュレス決済手数料やシステム保守料の増加に伴う支払手数料の増加 0.6億円などによるものです。



営業利益変動要因

売上高の減少による営業利益減少	-1.3億円
材料費率の上昇による営業利益減少	-1.2億円
労務費の増加による営業利益減少	-0.2億円
製造経費の低減による営業利益増加	+0.3億円
人件費の増加による営業利益減少	-1.0億円
その他経費の増加による営業利益減少	-1.9億円



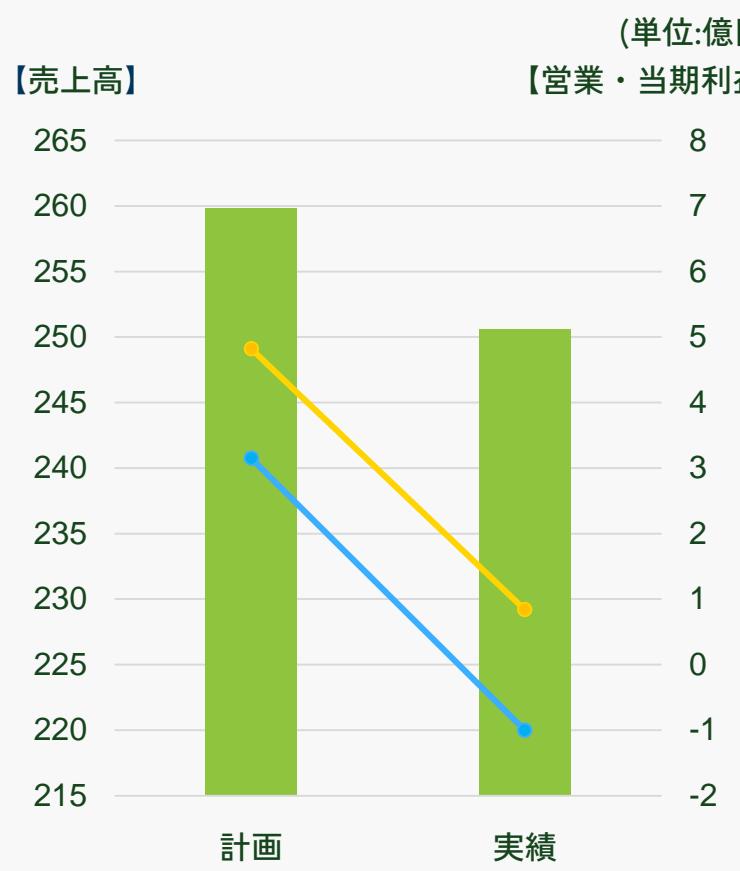
2026年4月期 第2四半期 計画対比

売上高

既存店売上の増加を見込んだものの、主に来店客数の減少により9億22百万円未達となりました。

営業利益

来店客数増加を目的とした計画外のセール施策により原価率が上昇しました。



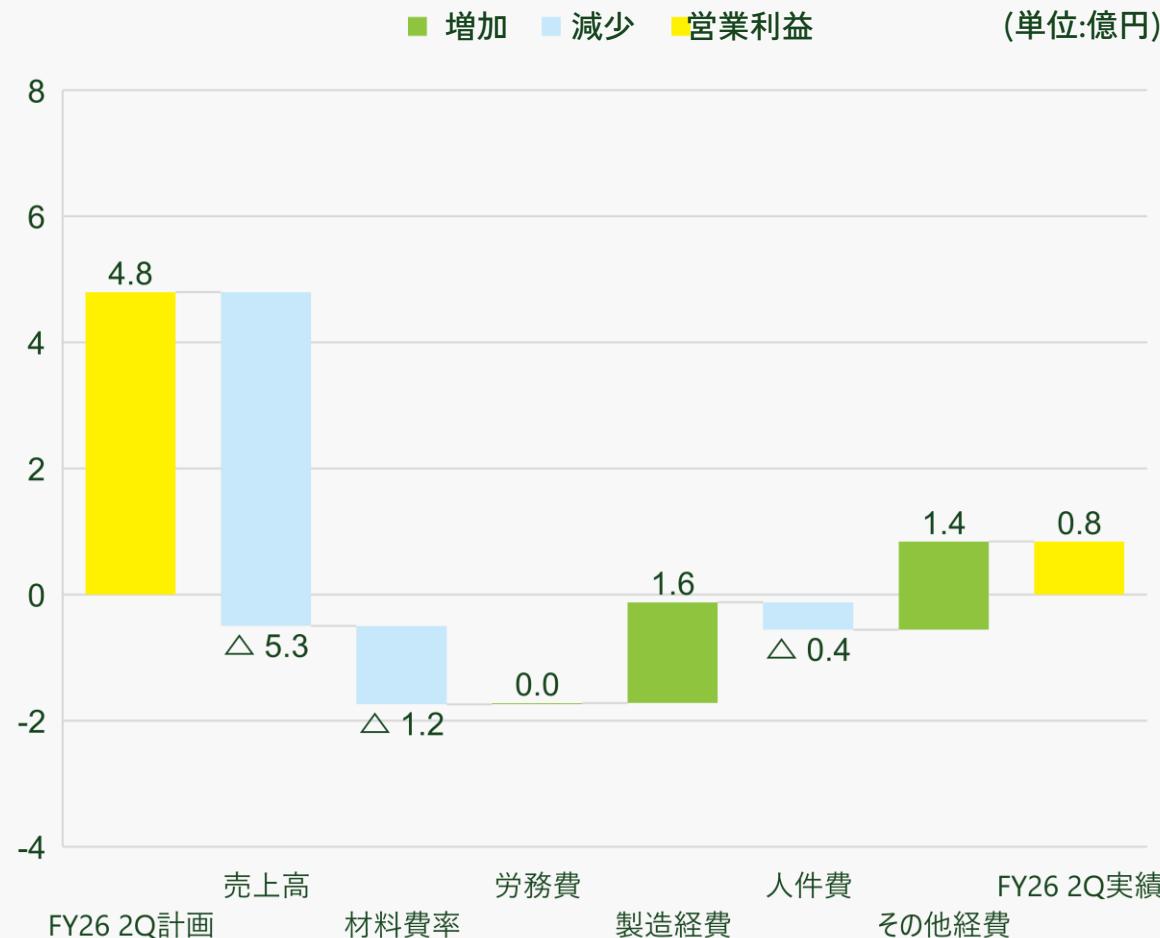
(単位:百万円)

	2026年4月期 第2四半期計画		2026年4月期 第2四半期実績		計画対比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	増減率
売上高	25,985	-	25,063	-	△922	△3.5%
売上原価	11,010	42.4%	10,728	42.8%	△282	-
販管費	14,492	55.8%	14,250	56.9%	△241	-
人件費	6,596	25.4%	6,645	26.5%	+48	-
経費	7,896	30.4%	7,605	30.3%	△290	-
営業利益	482	1.9%	84	0.3%	△398	△82.6%
経常利益	506	1.9%	109	0.4%	△396	△78.3%
当期純利益	315	1.2%	△100	-	△416	-

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 第2四半期 営業利益分析（計画対比）

現在、中期経営計画で掲げた 既存業態の利益率向上を目的とした事業・コスト構造の改革を進めています。



営業利益変動要因

売上高の未達による営業利益減少 -5.3億円

材料費率の上昇による営業利益減少 -1.2億円

労務費の低減による営業利益増加 +0.0億円

製造経費の低減による営業利益増加 +1.6億円

人件費の増加による営業利益減少 -0.4億円

その他経費の低減による営業利益増加 +1.4億円



2026年4月期 第2四半期 業態別売上推移（既存店）

既存店 前年同月比		(単位:%)					
	累計	5月	6月	7月	8月	9月	10月
RF1	100.7	101.3	99.7	101.4	103.3	98.1	99.2
グリーン・グルメ	98.1	98.5	97.9	97.6	99.9	96.5	97.3
いとはん	100.6	103.0	100.4	102.6	104.0	96.4	96.6
神戸コロッケ	102.5	103.6	101.6	103.9	104.4	99.4	101.7
融合	97.0	99.2	97.6	97.2	100.4	92.7	94.3
ベジテリア	98.6	100.6	101.0	102.3	102.1	91.3	93.2



2026年4月期 第2四半期 業態別売上高・売上原価

(単位:百万円)

	2026年4月期 第2四半期				2025年4月期 第2四半期	
	売上高	売上原価	売上原価率	原価率差	売上高	売上原価率
RF1	15,406	6,469	42.0%	+0.6pt	15,354	41.4%
グリーン・グルメ	4,817	2,116	43.9%	+0.8pt	5,086	43.1%
いとはん	1,830	786	43.0%	+0.6pt	1,828	42.4%
神戸コロッケ	1,449	553	38.2%	+0.9pt	1,468	37.3%
融合	468	213	45.5%	+0.7pt	462	44.8%
ベジテリア	439	156	35.5%	+0.3pt	466	35.2%
外販（卸）	414	279	67.4%	-1.2pt	353	68.6%
その他	237	152	64.2%	-1.6pt	281	65.8%
合計	25,063	10,728	42.8%	+0.6pt	25,301	42.2%



2026年4月期 第2四半期 出店・退店

	期首 (2025.5.1)	出店	退店	業態 変更	第2四半期末 (2025.10.31)	期末見込 (2026.4.30)
RF1	134	3	0	0	137	136
グリーン・グルメ	69	1	0	0	70	70
いとはん	33	0	0	0	33	33
神戸コロッケ	34	1	0	0	35	35
融合	10	0	1	0	9	9
ベジテリア	21	0	0	0	21	21
Umi & Yama Kitchen	0	1	0	0	1	1
その他	2	0	0	0	2	2
合計	303	6	1	0	308	307



2026年4月期 第2四半期 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	計
東日本店舗	13 店舗	4 店舗	5 店舗	—	—	9 店舗
西日本店舗	17 店舗	2 店舗	6 店舗	—	—	8 店舗
計	30 店舗	6 店舗	11 店舗	—	—	17 店舗

02

2026年4月期 通期業績予想の下方修正



2026年4月期 通期業績予想の修正

(単位:百万円)

	当初予測		修正予想		増減		(参考) 2025年4月期	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	増減率	金額	売上比率
売上高	53,500	-	50,924	-	△2,575	△4.8%	51,184	-
売上原価	22,624	42.3%	21,818	42.8%	△805	-	21,795	42.6%
販管費	29,464	55.1%	28,726	56.4%	△737	-	28,145	55.0%
人件費	13,494	25.2%	13,461	26.4%	△33	-	13,244	25.9%
経費	15,969	29.9%	15,265	30.0%	△704	-	14,901	29.1%
営業利益	1,411	2.6%	378	0.7%	△1,032	△73.2%	1,242	2.4%
経常利益	1,446	2.7%	415	0.8%	△1,030	△71.3%	1,301	2.5%
当期純利益	931	1.7%	59	0.1%	△871	△93.6%	329	0.6%



2026年4月期 下半期修正内容

(単位:百万円)

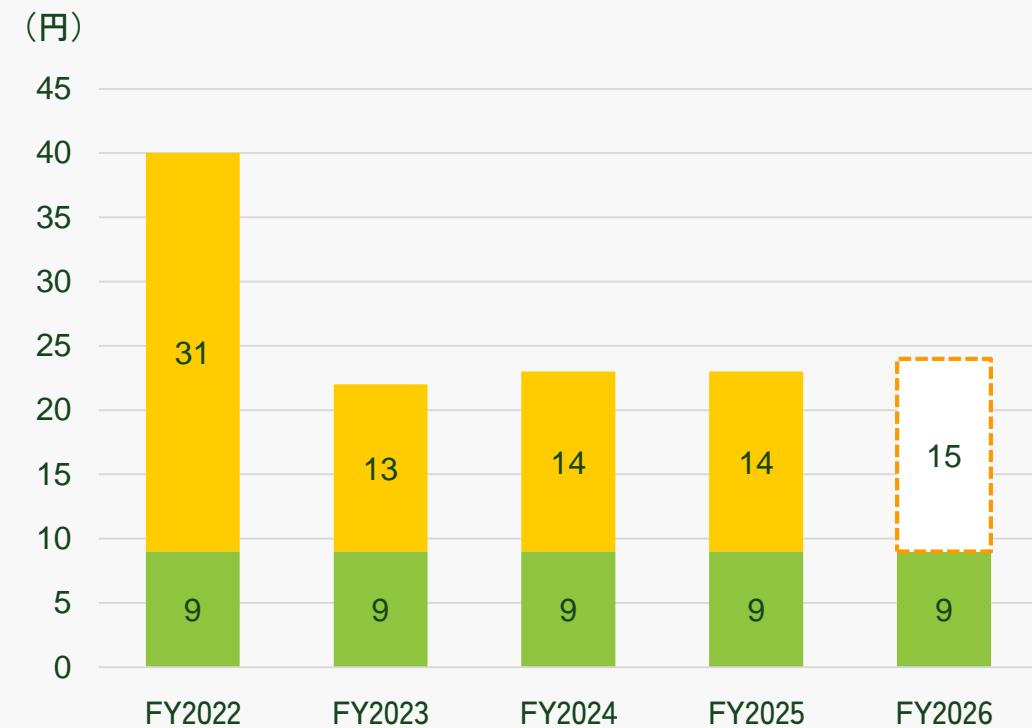
	下半期当初予想		下半期修正予想		増減		(参考) 2025年4月期下半期	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	増減率	金額	売上比率
売上高	27,514	-	25,860	-	△1,653	△6.0%	25,882	-
売上原価	11,613	42.2%	11,090	42.9%	△523	-	11,117	43.0%
販管費	14,971	54.4%	14,475	56.0%	△495	-	14,160	54.7%
人件費	6,898	25.1%	6,816	26.4%	△82	-	6,705	25.9%
経費	8,073	29.3%	7,659	29.6%	△413	-	7,455	28.8%
営業利益	928	3.4%	294	1.1%	△634	△68.3%	604	2.3%
経常利益	940	3.4%	305	1.2%	△634	△67.5%	616	2.4%
当期純利益	615	2.2%	160	0.6%	△455	△74.0%	218	0.8%

2026年4月期 配当予想

通期業績予想は下方修正いたしますが、株主還元の安定性を重視する当社の配当方針に基づき、中間配当は年初予想どおり1株当たり9円、期末配当は15円とし、年間24円を予定しています。

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

基準日	1株当たり配当金		
	中間	期末	年間
前回予想 (2025年6月10日公表)	9円	15円	24円
今回予想	—	15円	24円
当期実績	9円	—	—
前期実績 (2025年4月期)	9円	14円	23円



FY2022は創業50周年記念配当20円を含む。

■ 中間配当金 ■ 期末配当金

03

中期経営計画達成への課題と取り組み



2026年4月期 第2四半期 販売の状況

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)前年
既存業態（百貨店・駅ビル・駅ナカ）	24,493	25,368	△875	24,664
外販（卸）	414	386	28	353
ロック・フィールド オンライン	64	99	△35	56
岩田（上海）餐飲管理有限公司	115	158	△43	164
ポイント等調整額	△26	△26	0	64
合計	25,063	25,985	△922	25,301



2026年4月期 第2四半期 販売の状況

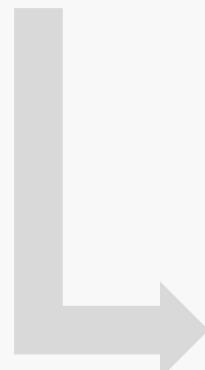
既存業態の売上状況

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、週末の客数回復に遅れ。

(単位:百万円)

	実績	計画	計画差	(参考)前年
既存業態 (百貨店・駅ビル・駅ナカ)	24,493	25,368	△875	24,664



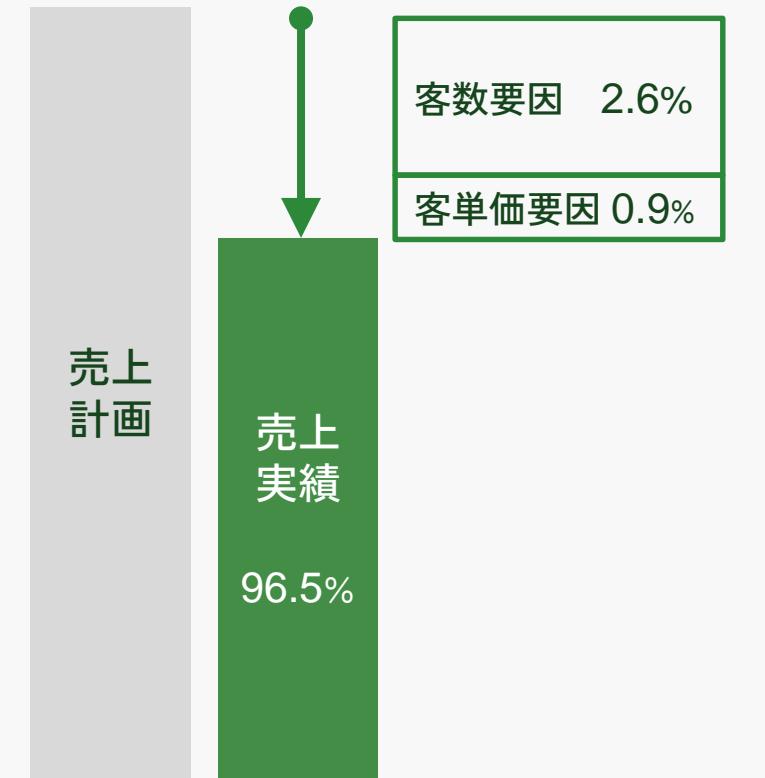
RF1 グリーン・グルメ	実績	計画	計画差	既存昨対
RF1	15,306	15,797	△491	100.6%
内) 郊外・地方都市百貨店	7,159	7,474	△315	98.8%
内) 都心百貨店・駅ナカ	6,797	6,902	△105	103.0%
グリーン・グルメ	4,542	4,722	△180	98.1%
内) 郊外駅ビル	2,685	2,868	△183	97.9%



既存業態 売上計画との乖離要因

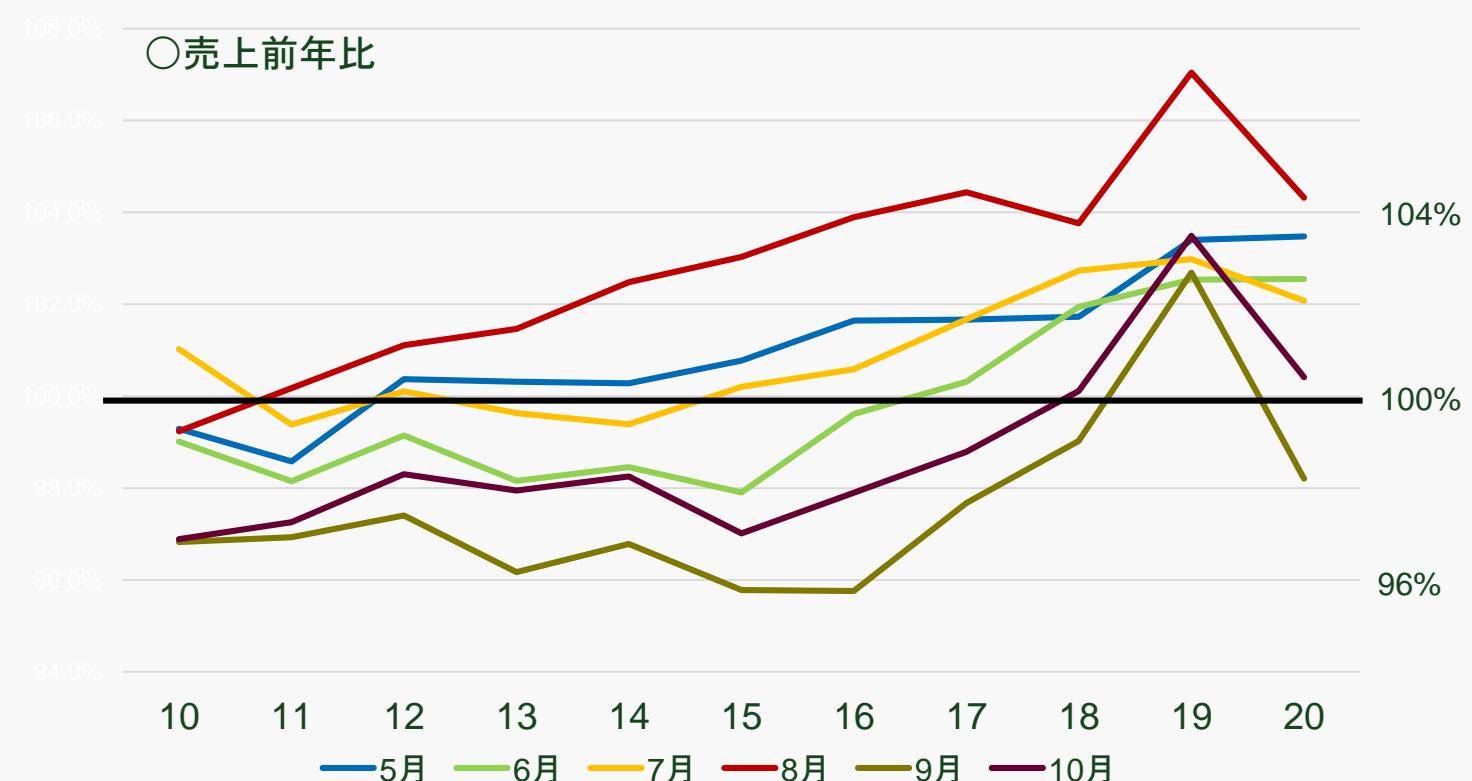
客数・客单価の状況

- ・来店客数の計画差が大きく影響。
- ・客单価は前年比プラスも計画未達。



時間帯別の売上状況

- ・15:00までの来店客数の落ち込みが顕著。特に平日15:00までの売上が低調に推移。
- ・夕方以降は品揃え強化の効果により改善。

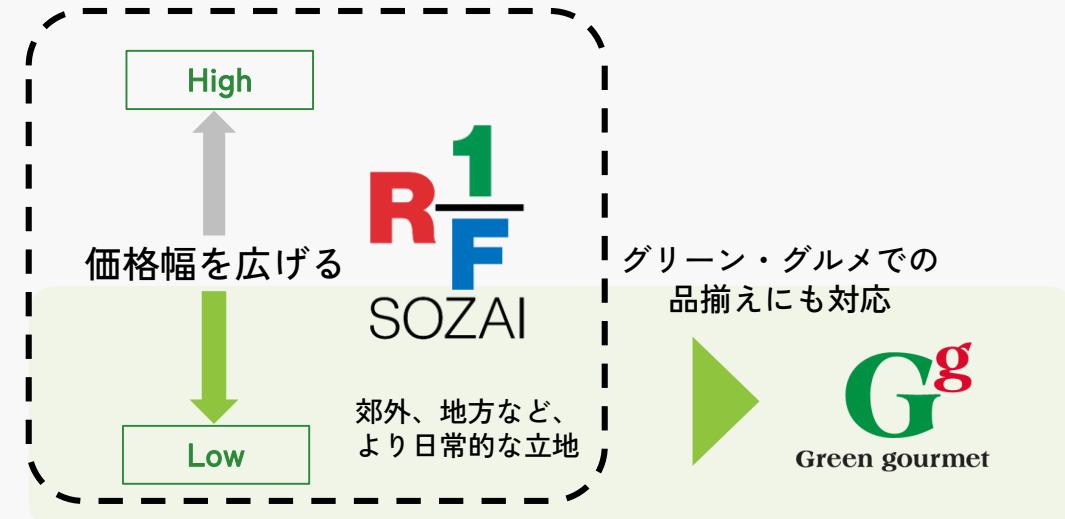


今後の取り組み | 商品ラインの見直しと情報発信の強化

商品

日常使いの価格帯や商品構成の最適化

- ・お求めやすい価格帯のサラダの開発
- ・郊外・地方都市を中心に日常使いができる品揃えをすることで、都心百貨店とのメリハリを持たせる



買い合わせの促進

- ・サラダとの組み合わせを提案

会員

来店頻度向上のための情報発信を強化

- ・特別感のあるサービス・コンテンツを提供





今後の取り組み | 出店戦略の再構築

3つのポイントを押さえた出店を拡大。

立地

顧客接点の拡大：売上拡大

- Umi & Yama Kitchen (次世代顧客)

人員

簡素化したオペレーション：収益性向上

- Umi & Yama Kitchen (サラダボウル専門店)

設備

軽装備モデル：資産効率向上

- 神戸コロッケ (キッチンレス店舗)
- 高コスト、大型出店の抑制

Umi & Yama Kitchen





今後の取り組み | 出店戦略の再構築 ~Umi & Yama Kitchen事例~

10月3日（金）「Umi & Yama Kitchen グランフロント大阪店」1号店オープン

カスタム度の高いサラダボウルの展開

既存商品（スープ・ジュースなど）の組み込みによる利用シーンの拡大

[顧客]

会員データより 20～30代比率：約30%（既存業態：約12%）

イートイン利用比率：約70%（テイクアウト強化が課題）

[オペレーション]

調製・管理工程の簡素化（仕込み作業軽減）

閉店後作業の効率化（キャッシュレス決済比率：約80%）

顧客利便性と効率化の両立（モバイルオーダー導入）



[今後の出店の方向性]

規模に依存しない効率的モデルによる出店機会の確保

物件情報の先行収集と交渉による立地優位性の確保

既存物流網を活用した効率的なエリア展開

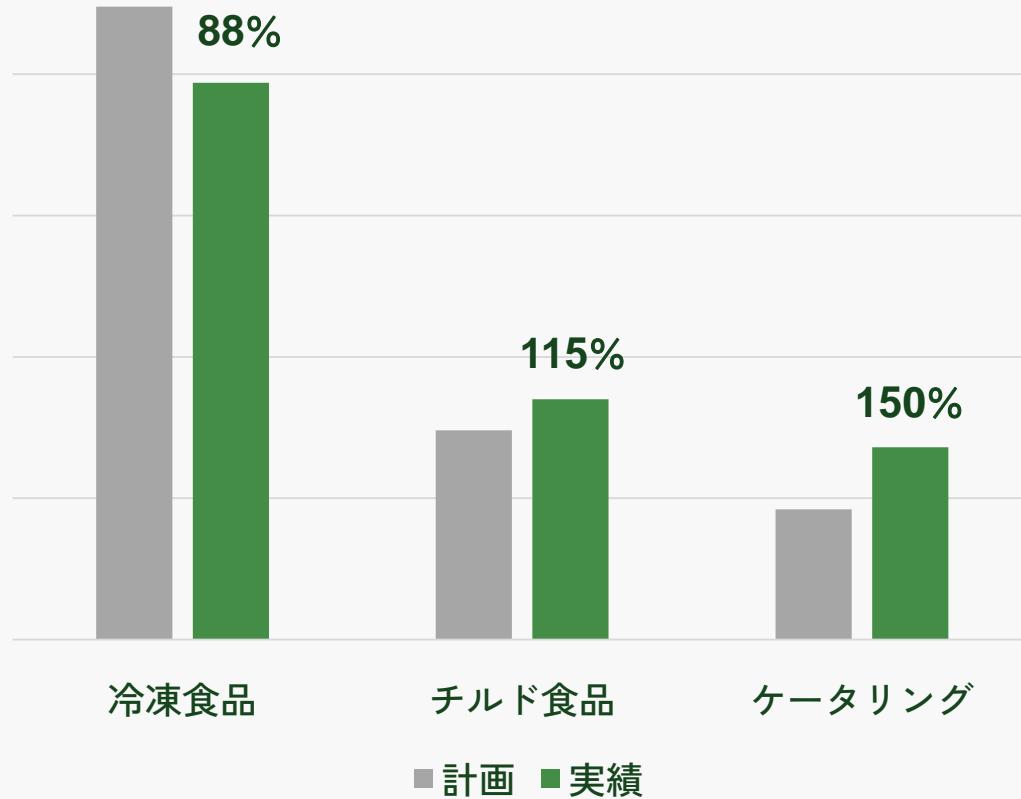
**Umi & Yama
Kitchen**



外販（卸）の状況と取り組み

外販（卸）合計は計画対比107%
但し、冷凍食品は計画未達。

○ 売上内訳



キットサラダの拡大

現在、ECや小売店から要望を頂き拡大に向けて推進中

+1日 冷蔵
★★★★☆(0)
アール・エフ・ワン グリル海老ときのこのサラダ 2人前 約195g
2人前 (¥540 /人前)
¥1,080 税込 ¥1,167
[カートに追加する](#)

+1日 冷蔵
★★★★☆(0)
アール・エフ・ワン ロースト冬野菜のシーザーサラダ 2人前 約…
2人前 (¥499 /人前)
¥998 税込 ¥1,078
[カートに追加する](#)



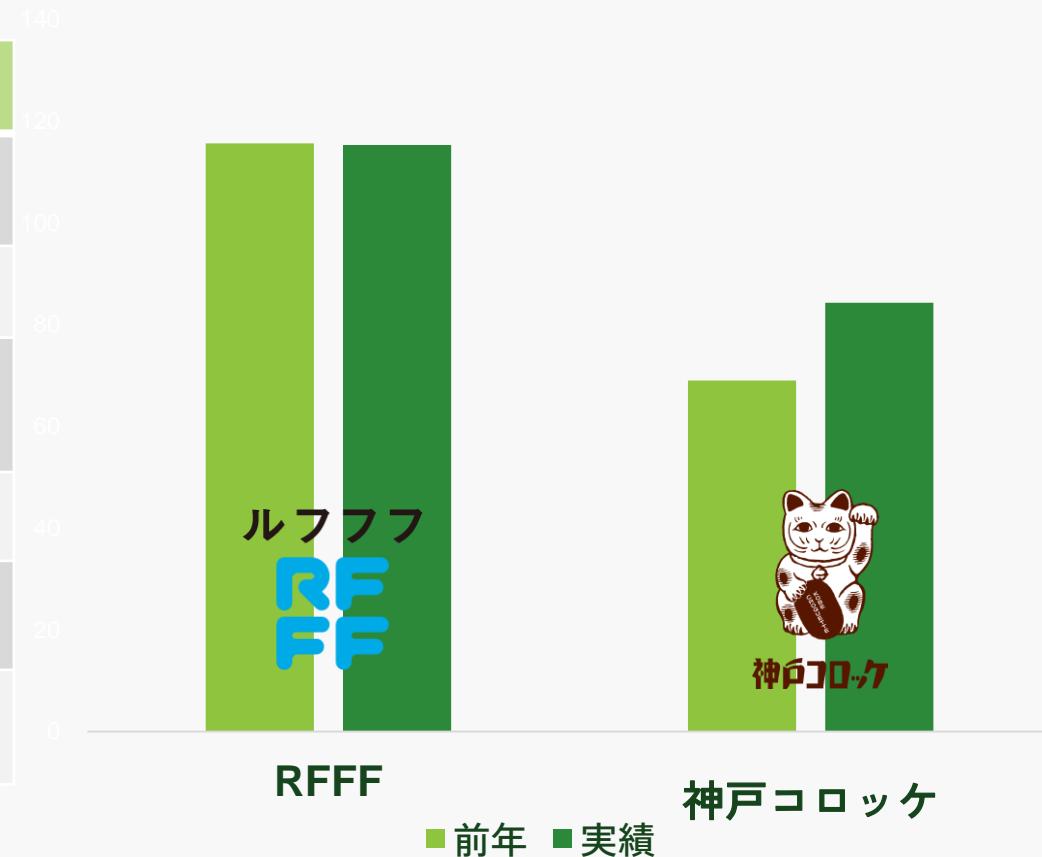
冷凍食品の状況

前年は上回るも第2四半期の計画には届かず（計画比 87.6%）外販（小売り）は苦戦。
 「RFFF」は配荷店舗が伸び悩み、「神戸コロッケ」は好調。

○ チャネル別 売上状況

	実績	計画差	(参考)前年
外販（EC）	149	16	107
外販（小売り）	73	△25	94
ロック・フィールド オンライン	49	△30	44
百貨店ギフト	25	△4	25
直営店その他	15	0	11
合計	311	△44	280

○ ブランド別 売上状況





冷凍食品拡大の取り組み

神戸コロッケ

小売店への営業を拡大



神戸コロッケ



シンプルじゃがいも
コロッケ



旨味に感動
ビーフコロッケ



とうもろこしの
チクリームコロッケ

RFFF

商品ラインの見直し

ルフフフ
RFF



ぷりぷり
プチ海老カツ



ドフィノア
じゃがいもグラタン



まろやか
海老グラタン

+



より日常的なニーズ沿った
ワンプレート料理を新規開発



ROCK FIELD

本件に関するご照会先

株式会社ロック・フィールド 広報ＩＲ室

〒658-0024 神戸市東灘区魚崎浜町15-2

TEL:078-435-2800 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・変動がございまする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。

