



2022年6月9日

各 位

会 社 名 株式会社ロック・フィールド
代 表 者 名 代表取締役社長 古塚 孝志
(コード：2910、プライム)
問 合 せ 先 執行役員管理本部本部長
新部 雅彦
(TEL. 078-435-2811)

「ビジョン2030」および中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、「ビジョン2030」および2023年4月期～2025年4月期の中期経営計画を策定しましたのでお知らせいたします。

記

1. 「ビジョン2030」について

当社は、創業50周年という節目に、あらためてこれまでの歩みを振り返り、社会における存在意義や企業活動の目的を考え、2030年のありたい姿としてビジョンを制定しました。

「ビジョン2030」

食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創する。
SUSTAINABLE FOOD COMPANY

2. 中期経営計画について

中期経営計画では、コロナ禍で加速した生活者の食への価値観の変化や買い方の多様化をチャンスと捉え、“SOZAIビジネス”のさらなる進化に向けて、人財の活躍促進と新たな事業展開の礎をつくることを基本方針とし、その推進のために「商品力・技術力の進化」「新たな顧客接点の拡充」「経営基盤の強化」を3つの基本戦略として設定いたしました。「ビジョン2030」の達成に向けてこれらの戦略を展開することによって、当社グループの持続的な成長と持続可能な食の未来の実現に繋がってまいります。

3. 中期経営目標

2025年4月期 連結財務数値

売上高	523億円
営業利益	32億円
営業利益率	6.2%
ROE	6.7%

(注) 上記の予想数値につきましては、現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があります。

以 上

「ビジョン2030」
中期経営計画
(2023年4月期～2025年4月期)

2022年6月9日
株式会社ロック・フィールド

シンボルマークの新設

シンボルマークの新設



シンボルマークに込めた想い

1972年、神戸元町に創業したロック・フィールドは
神戸の街が持つ進取の精神を範とするように、
新たな食文化の創造に邁進してきました。

円の中に描かれるのは神戸の山と海と空。

何度も昇る朝日と緑の大地は、つねに自然とともにあり、
絶えずフィールドを切り拓いていくチャレンジ精神を
発祥の地から見た景色の中に表現したものです。

このシンボルマークとともにロック・フィールドは
食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創していきます。

シンボルマークの新設

シンボルマーク



コーポレート
ロゴマーク

ロゴタイプ

ROCK FIELD

- I. 「ビジョン2030」
- II. 中期経営計画概要
(2023年4月期～2025年4月期)
- III. 2025年4月期 経営目標

I. 「ビジョン2030」

I. 「ビジョン2030」

① メッセージ

ビジョン2030

食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創する。

SUSTAINABLE FOOD COMPANY

I. 「ビジョン2030」

② ステートメント

神戸元町から始まるロック・フィールドの半世紀に及ぶ歴史。

その中で私たちが作り上げてきたものは、

デリカテッセンやサラダなどの「食」であると同時に、

人々の暮らしを豊かにする「食文化」でもありました。

現状に安住せず、失敗を恐れず、つねに先を展望し、挑戦を続ける。

創業以来、そのような志を持ち続けたからこそ、食の提供に留まらず、

食文化の創造にも貢献できたのだと思います。

そして創業50年という節目に私たちはあらためて未来を展望し、

今後ますます重要となる持続可能な食の豊かさに向けて取り組みます。

たとえば、世界の食文化を惣菜という形に変えて、

お客様にお届けしながら、次世代へと継承していくこと。

たとえば、生産から販売にいたるすべての過程で

環境配慮の取り組みを強化し、持続可能な食の提供を進化させていくこと。

お客様、取引先の皆様、従業員と一体となり、

持続可能な食で、人と地球の未来をつくっていく。

その想いを私たちは次の言葉で宣言します。

「食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創する。

—SUSTAINABLE FOOD COMPANY—

次の50年も、さらにその先の未来も。

暮らしを豊かにする食文化をつくり続けるために、

ロック・フィールドは食の新たな地平を切り拓いていきます。

食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創する。

SUSTAINABLE FOOD COMPANY

ROCK FIELD

I. 「ビジョン2030」

③ ビジョン実現に向けた「5つの約束」

1. 多様な食文化を、次世代へつないでいきます。

私たちは食文化を地域の伝統料理の継承という側面だけでなく、食べ方、モノづくり、食卓コミュニケーションなども含めた全体として捉えています。また、日本だけでなく、欧米、アジアなど世界の食文化を、惣菜という形に変えてお客様にお届けしながら、次世代へと継承していきます。

2. 場を、時間を、心を、自由にする「新しい惣菜」を提案します。

「中食」は単に料理の手間を省くことではありません。惣菜は食事の選択肢を広げ、食べる楽しみを増やします。また、料理の手間を短縮することで家事の負担を減らし、心と時間の余裕を生みます。食卓を囲む時間をより豊かにすることで、暮らしを豊かにすることが私たちの願い。料理をする側と食べる側、その両方を自由にすることを意識し、新しい価値を持つ惣菜をつねに提案していきます。

3. 心と体の健康づくりに貢献します。

社会の高齢化や単身世帯が増加するこれからの時代は、ますます食に「健康」が求められることが予測されます。「健康」を価値観のひとつに掲げてきた私たちだからこそ、その課題に対してできることは多い。私たちは「健康」を身体的に健やかであるだけでなく、日々笑顔でいられることや穏やかに過ごせることなど、心の健やかさも含んだ全てであると捉えています。

I. 「ビジョン2030」

③ ビジョン実現に向けた「5つの約束」

4. 環境に配慮した取り組みを強化します。

食は人間のもっとも基本的な営みであり、生命にとって必要不可欠なものである一方、世界規模の食の流通には環境負荷という課題が含まれていることも事実。私たちは生産から販売まで一貫して行う企業として、原材料の調達からお客様にお届けするまでの過程で、環境配慮のさまざまな取り組みを続けてきました。しかし、その取り組みに終わりはありません。お客様、取引先の皆様、従業員と一体となり、持続可能な食の提供を進化させていきます。

5. 仲間のチャレンジを奨励し、個人と会社が共に成長できる風土をつくります。

私たちの成長の原動力は人財です。「食の可能性を切り拓き、豊かな未来を共創する」ためには従業員ひとりひとりがより広い視野と高い視座、豊かな創造力と感受性を持ってチャレンジしていくことが必要です。私たちは仲間のチャレンジを積極的に応援し、互いに高め合い、連携し合うことで、個人も会社も成長していくことを目指します。

I. 「ビジョン2030」

④ ビジョン2030 「5つの約束」と重点方針

<5つの約束>

1. 多様な食文化を、次世代へつないでいきます。
2. 場を、時間を、心を、自由にする「新しい惣菜」を提案します。

→ 『新しいブランドの創造』

3. 心と体の健康づくりに貢献します。
4. 環境に配慮した取り組みを強化します。

→ 『持続可能な事業プロセスへの進化』

5. 仲間のチャレンジを奨励し、個人と会社が共に成長できる風土をつくります。

→ 『人財の活躍促進』

<重点方針>



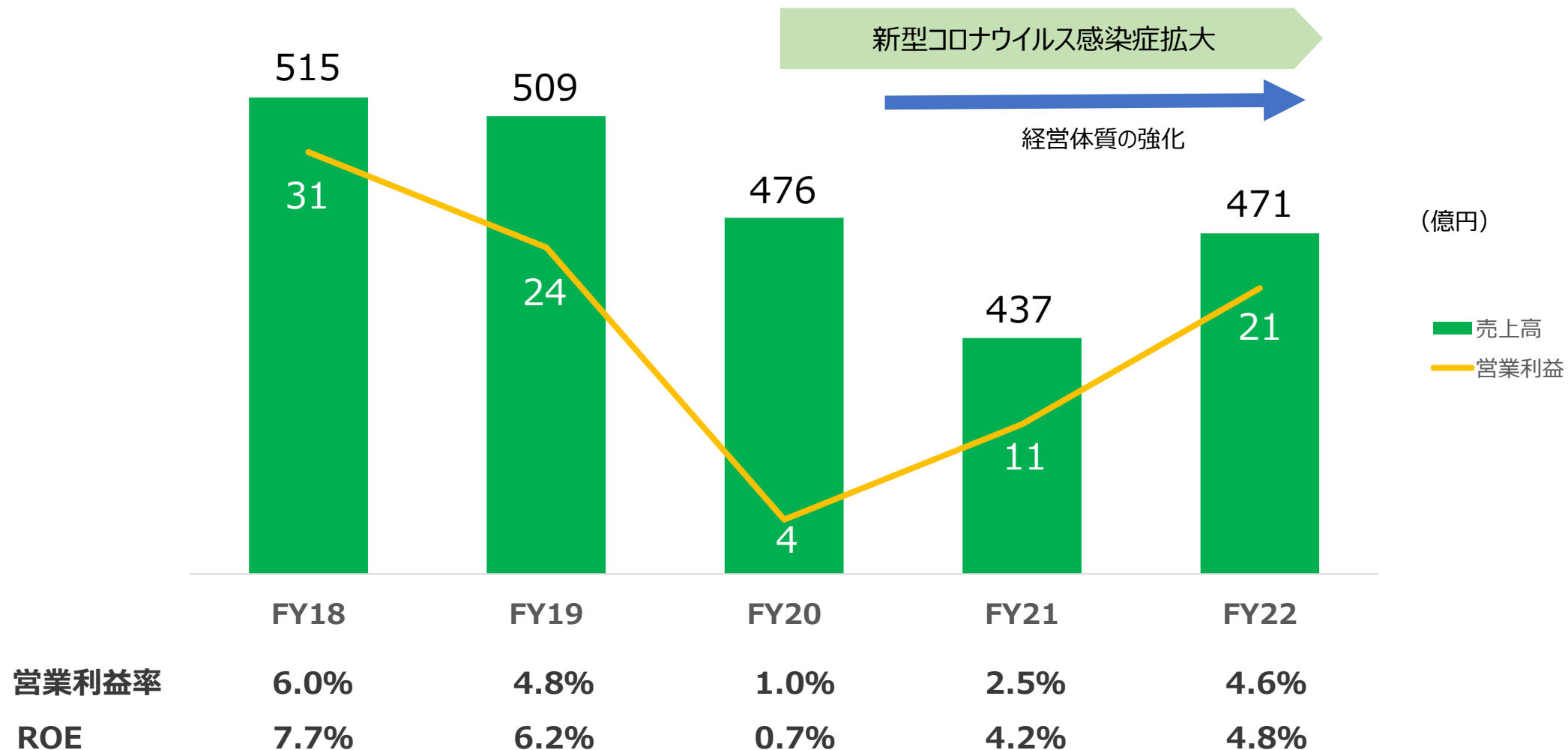
Ⅱ. 中期経営計画概要

(2023年4月期～2025年4月期)

Ⅱ. 中期経営計画概要

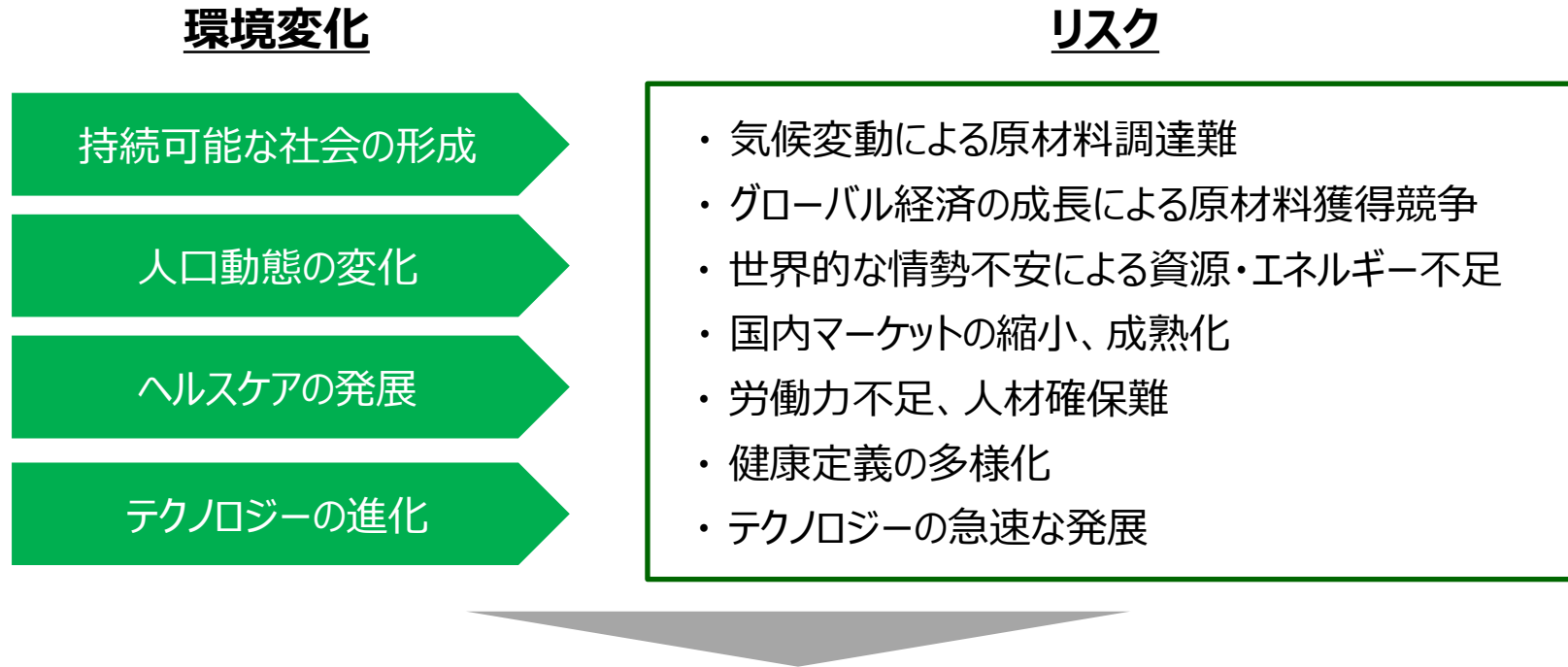
① 売上・利益の推移（2018年4月期～2022年4月期）

2018年4月期に過去最高の売上高・営業利益を達成後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けるが、それを機に経営体制の強化を図り、利益率の改善に努めてきた。



II. 中期経営計画概要

② 環境認識と今後の可能性



当社にとっての今後の可能性

- ◆ 企画開発力を活かした新たなライフスタイル提案
- ◆ 産地・生産者との繋がりを大切にした原材料調達、サステナビリティの取り組み
- ◆ 価値観の多様化による提供機会の拡大
- ◆ テクノロジー活用による新たなビジネスモデル構築や業務改革
- ◆ 従業員が活躍できる土壌づくり

Ⅱ. 中期経営計画概要

③ 基本方針

＜2031年4月期＞
「ビジョン2030」

＜2023年4月期～2025年4月期＞

基本
方針

コロナ禍で加速した生活者の食への価値観の変化や買い方の多様化をチャンスと捉え、SOZAIビジネスのさらなる進化に向け、人財の活躍促進を図り、新たな事業展開の礎をつくります。

基本
戦略

1. 商品力・技術力の進化

2. 新たな顧客接点の拡充

成長
促進

3. 経営基盤の強化

Ⅱ. 中期経営計画概要

④ 基本戦略の概要

1. 商品力・技術力の進化

2. 新たな顧客接点の拡充

～既存顧客（ファン）に対する購買機会の拡大を図り、LTV向上を図る～

既存ブランドの進化と活用

居住地近郊エリアへの出店強化（30店舗）

ファン顧客づくりと長期的な関係性構築
（ロック・フィールドメンバーズ）

～新たな顧客創造やアプローチの強化～

冷凍食品のブランディング

外販（卸）の本格化

新たな市場領域展開への準備

3. 経営基盤の強化

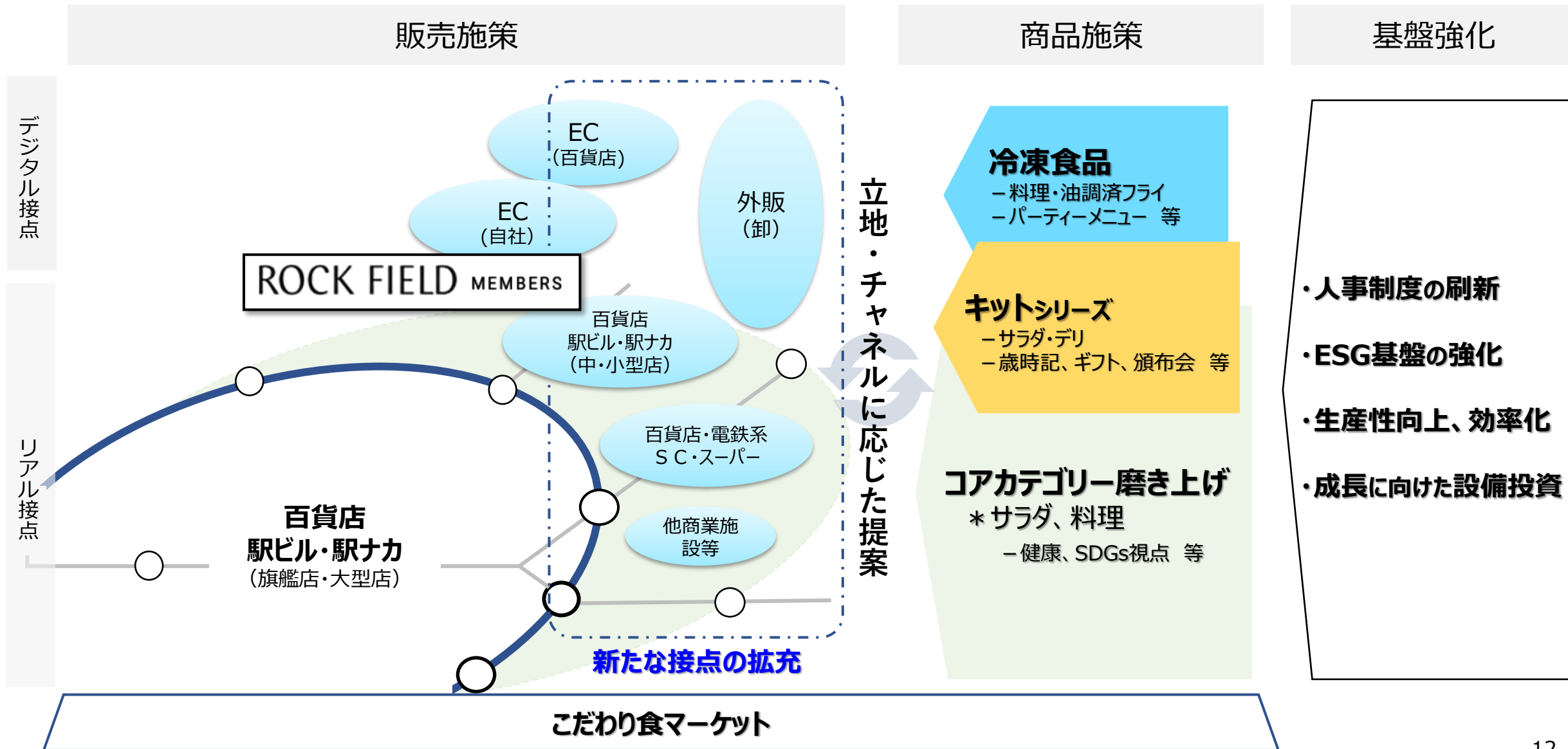
人財の活躍促進（人事制度の刷新、賃金水準の引き上げ4.5億円）

ESG基盤の強化（SDGsの取り組み、ガバナンス強化）

生産性向上・効率化（デジタル活用の推進）

II. 中期経営計画概要

⑤ 基本戦略（全体観イメージ）

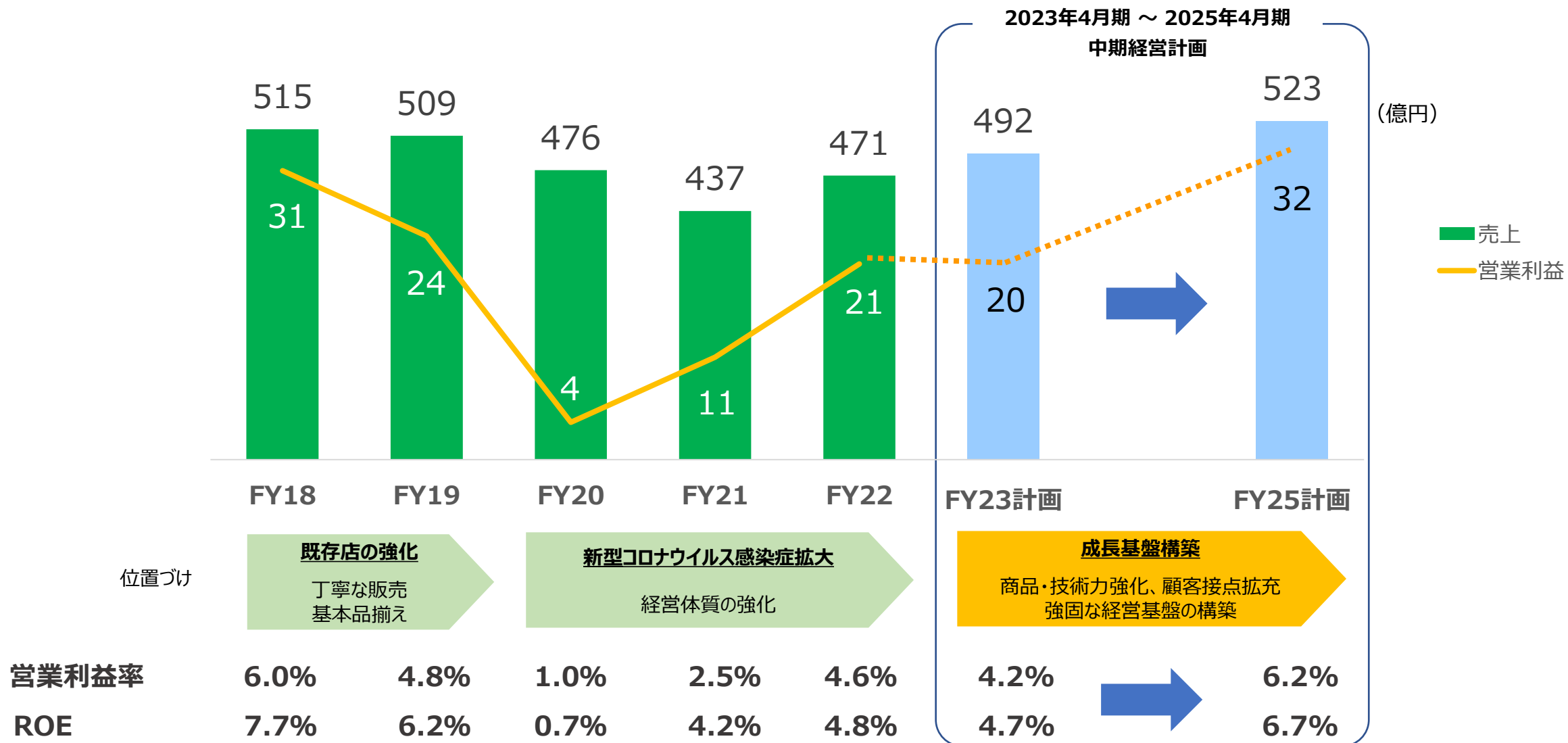


Ⅲ. 2025年4月期 経営目標

Ⅲ. 2025年4月期 経営目標

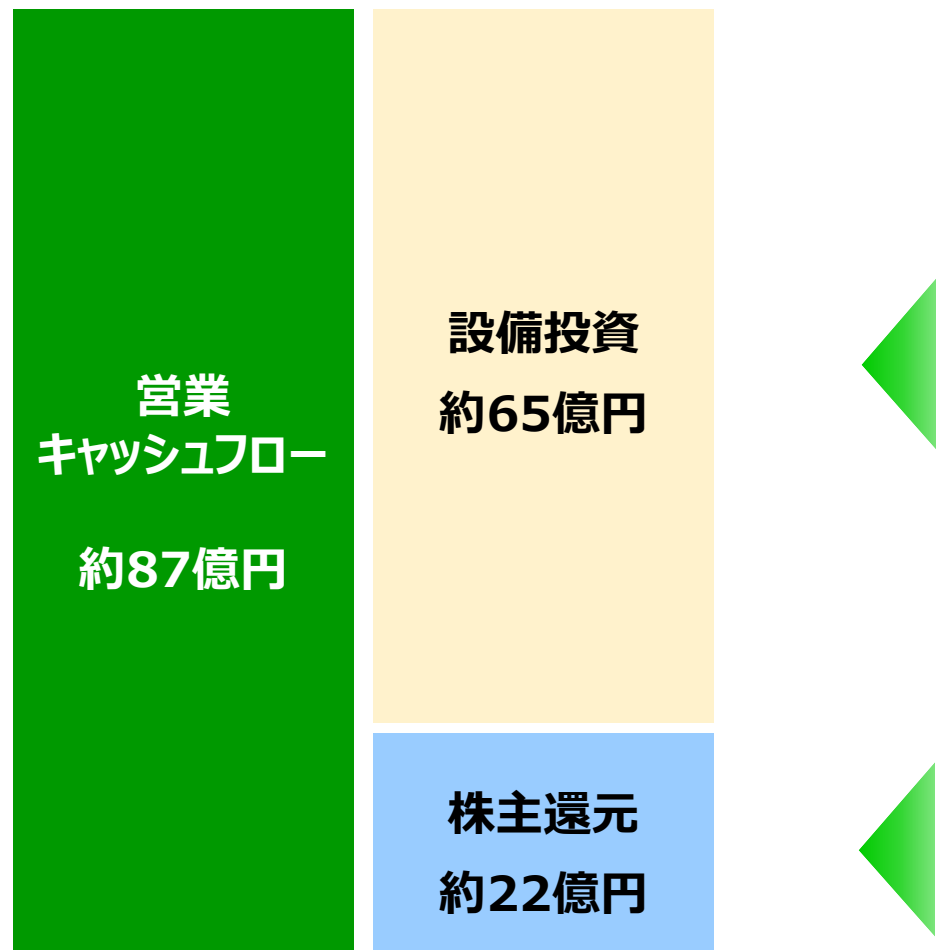
① 中期経営計画の位置づけと経営目標

創業50周年を機に次の時代の継続的成長に向けたチャレンジにより、安定成長の基盤をつくる



Ⅲ. 2025年4月期 経営目標

② 財務目標（3か年キャッシュフロー配分）



成長領域を中心に約65億円の設備投資を実施

内容	金額
新規出店	10億円
店舗リニューアル	18億円
増強・効率化	21億円
更新・維持管理	12億円
環境負荷低減	4億円

配当性向40%以上を目処に
安定的な配当を継続的に実施

Ⅲ. 2025年4月期 経営目標

③ 非財務目標（ESGの取り組み）

環境（E）取り組み項目	基準年	2024年度 中期経営計画	2030年度 目標
		目標値	
温室効果ガスの排出低減 (scope1 & 2)	2018年度	20%削減	30%削減
店舗 食品ロス発生量		37%削減	50%削減
ファクトリー 食品残渣発生量		12%削減	30%削減
化石燃料由来の プラスチック使用量		25%削減	50%削減

社会（S）・ガバナンス（G）取り組み項目	
お客様の心と体の健康への貢献	全ての従業員がイキイキと活躍、 安心して働き続けられる環境づくり
責任あるサプライチェーンの構築	ガバナンスの強化



ROCK FIELD