



ROCK FIELD

2025年4月期 第2四半期
決算説明資料

2024年12月9日

株式会社ロック・フィールド



目次

01 2025年4月期 第2四半期 業績報告

02 2025年4月期 取り組み進捗

01

2025年4月期 第2四半期 業績報告

2025年4月期 第2四半期 決算概要

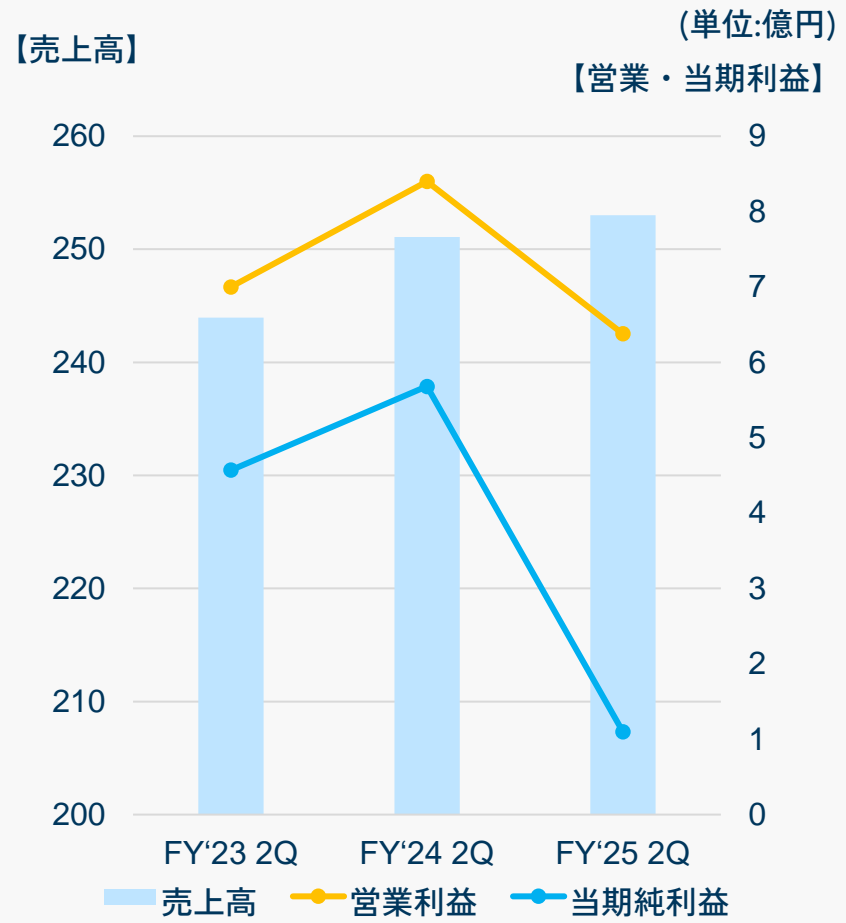
売上高

定番商品の価格改定は一巡、来店客数は維持したものの想定を下回る。

営業利益

主に時給単価引き上げによる人件費の上昇・ポイント引当金等の増加分をリニューアル効果等の売上の増加で吸収できず。

(単位:百万円)



	2025年4月期 第2四半期		2024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	増減割合
売上高	25,301	-	25,107	-	+194	100.8%
売上原価	10,678	42.2%	10,659	42.5%	+18	-
販管費	13,984	55.3%	13,607	54.2%	+377	-
営業利益	638	2.5%	840	3.3%	△201	76.0%
経常利益	684	2.7%	879	3.5%	△194	77.9%
当期純利益	110	0.4%	568	2.3%	△458	19.5%

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

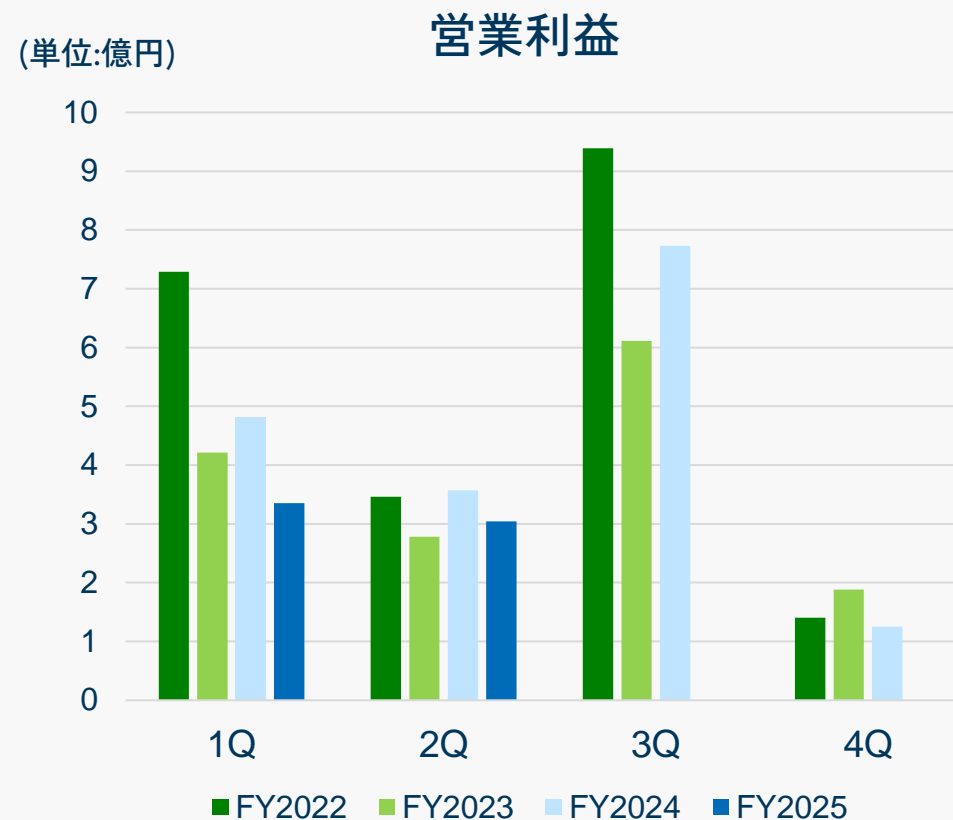
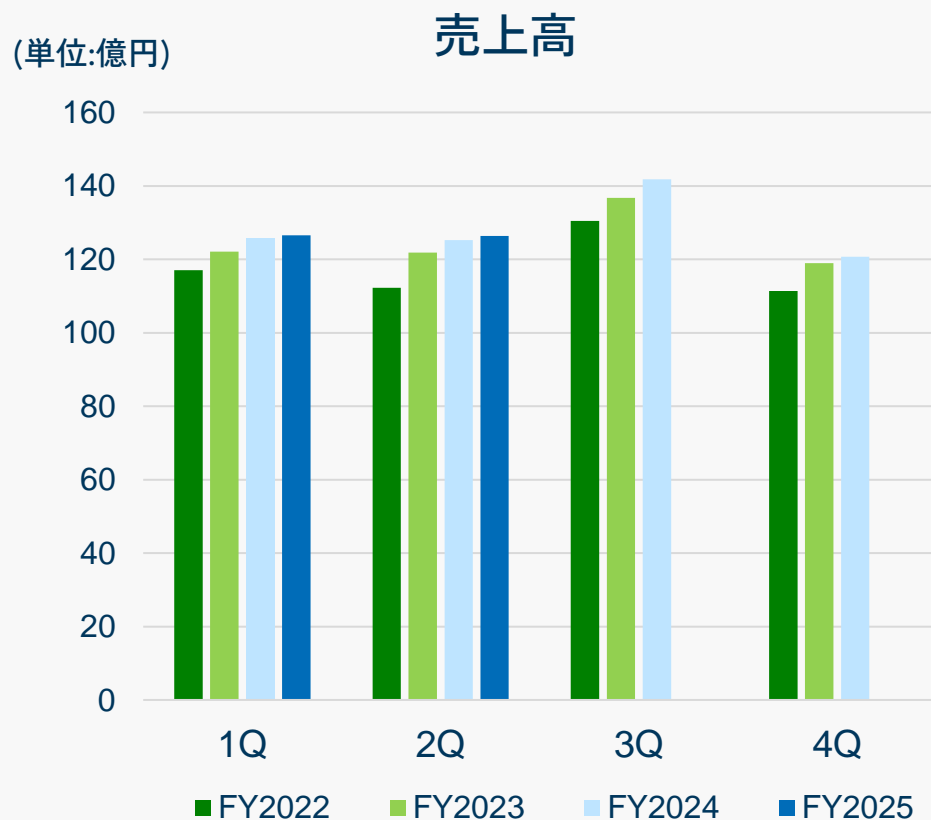
2025年4月期 第2四半期 四半期別売上・営業利益

売上高

節約志向の影響もあり、前年並みに推移。

営業利益

店舗スタッフの時給単価上昇は継続、全社コスト吸収の取り組みが課題。



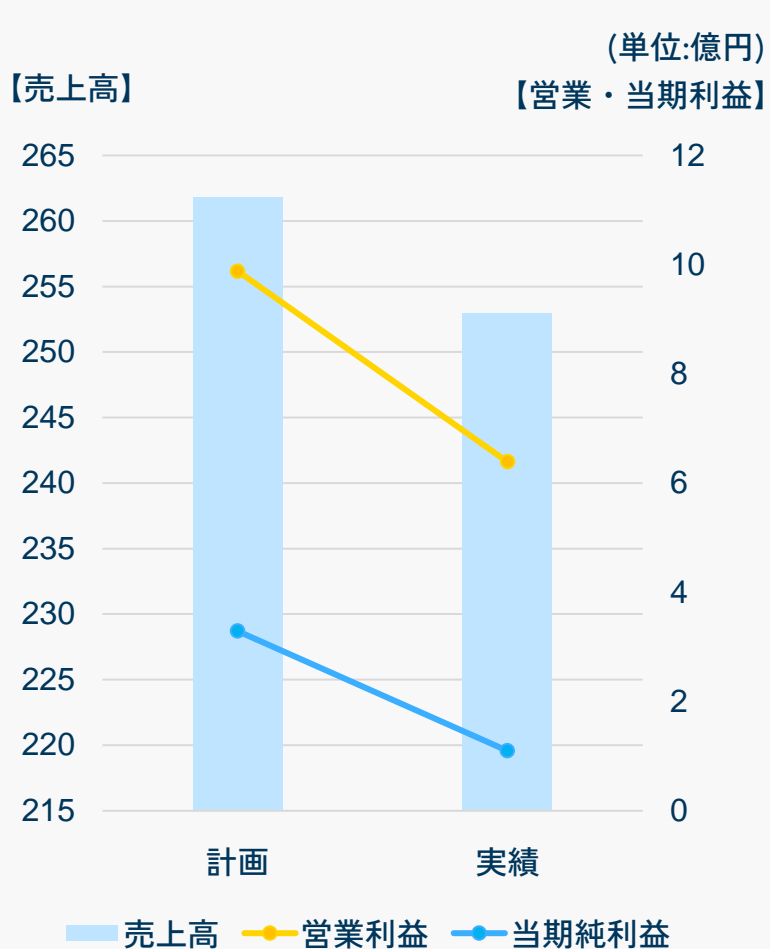
2025年4月期 第2四半期 計画対比

売上高

客単価は計画クリア、来店客数の伸びが計画を下回る。

営業利益

計画した売上の未達により、上昇する固定費を吸収できず。



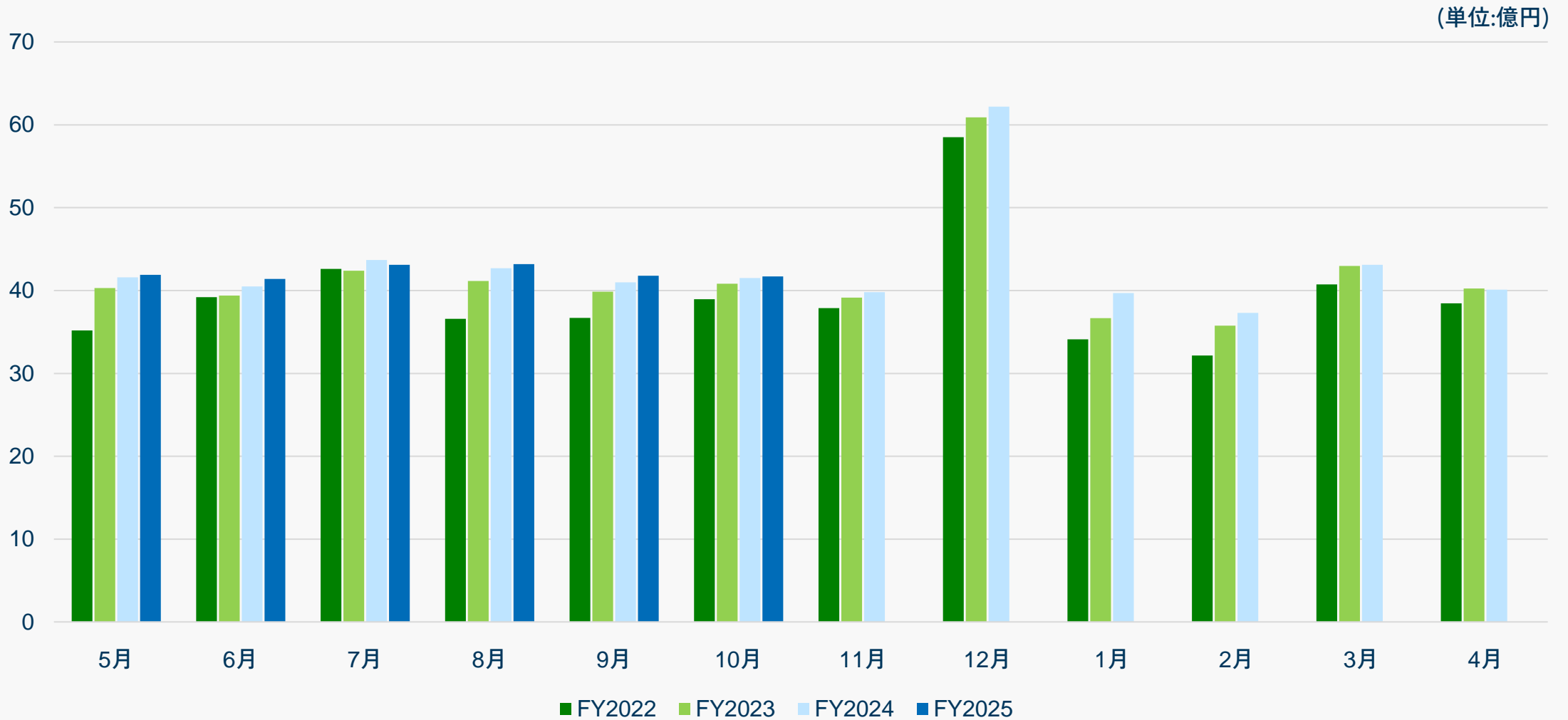
(単位:百万円)

	2025年4月期 第2四半期実績		2025年4月期 第2四半期計画		計画対比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	達成率
売上高	25,301	-	26,183	-	△881	96.6%
売上原価	10,678	42.2%	10,996	42.0%	△318	—
販管費	13,984	55.3%	14,198	54.2%	△214	—
人件費	6,538	25.8%	6,537	25.0%	+0	—
経費	7,445	29.4%	7,660	29.3%	△214	—
営業利益	638	2.5%	987	3.8%	△348	64.7%
経常利益	684	2.7%	1,018	3.9%	△333	67.2%
当期純利益	110	0.4%	329	1.3%	△218	33.6%

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

2025年4月期 月別売上

○ 3連休などの休日の需要は伸びるものの、平日は夕方以降を中心に売上が低迷。



2025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

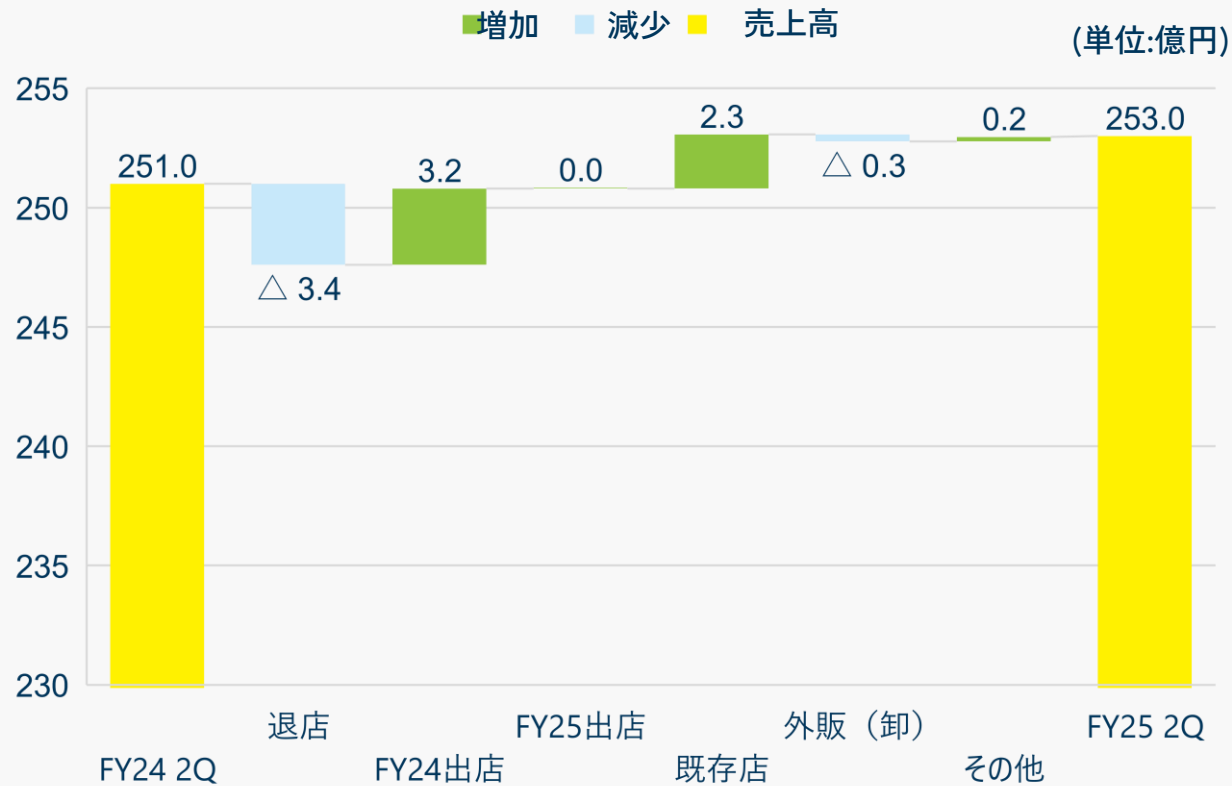
(単位:%)

	累計	5月	6月	7月	8月	9月	10月
RF1	101.0	100.1	101.9	98.3	102.5	102.1	101.5
グリーン・グルメ	100.3	99.9	100.5	98.8	101.5	100.2	100.7
いとはん	103.0	100.5	103.9	98.4	106.6	105.8	103.2
神戸コロッケ	100.4	99.1	100.3	99.7	101.2	102.0	100.4
融合	99.9	99.4	100.3	96.7	101.8	101.2	101.0
ベジテリア	106.4	103.9	111.3	105.2	102.9	110.3	105.8

2025年4月期 第2四半期 売上分析

○ 全社売上昨対 100.8 %

○ 既存店売上昨対 101.0 %

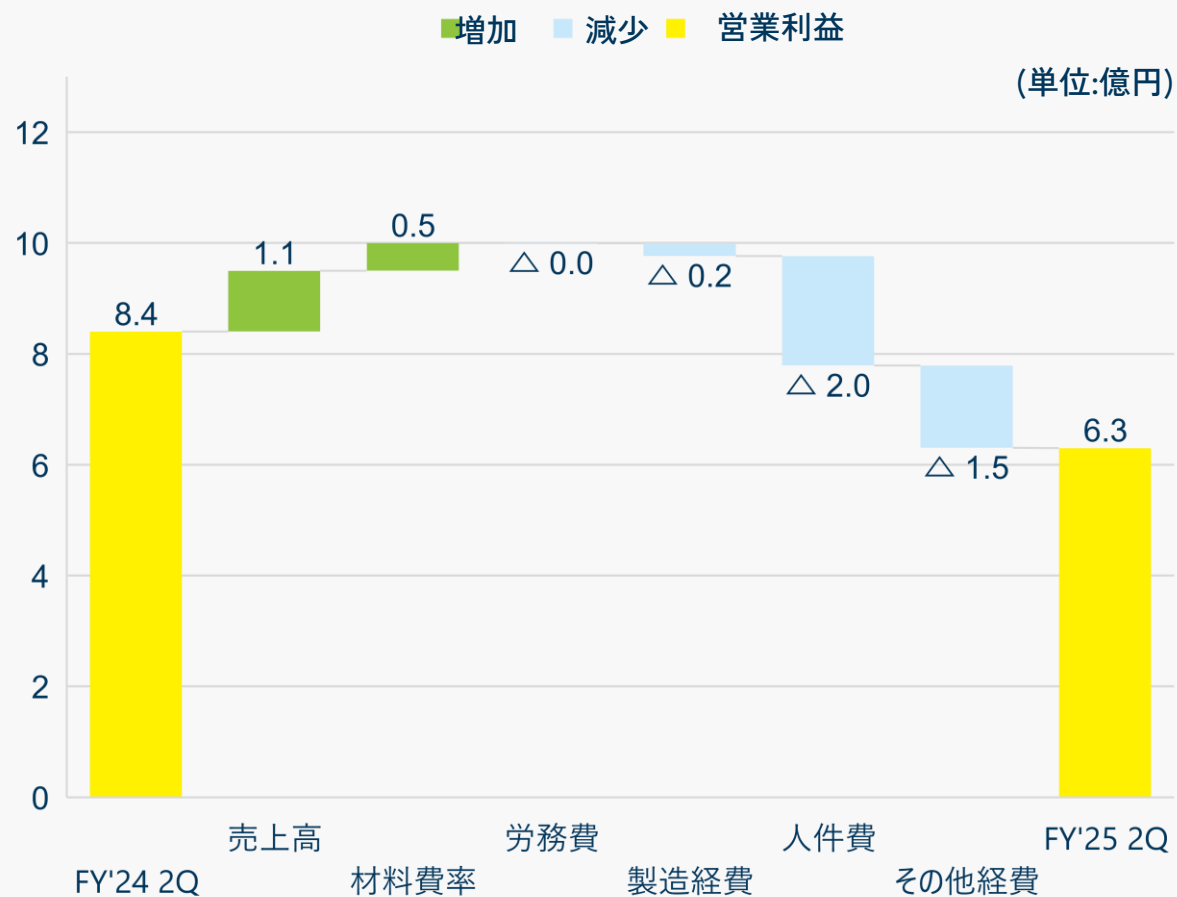


退店の影響	-3.4億円
2024年4月期出店店舗の売上	+3.2億円
2025年4月期出店店舗の売上	+0.0億円
既存店の売上	+2.3億円
外販 (卸) の売上	-0.3億円
その他の売上	+0.2億円

「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

2025年4月期 第2四半期 営業利益分析（昨年対比）

○ ファンポイントプログラムによる広告宣伝費が0.6億円増加（その他経費）。

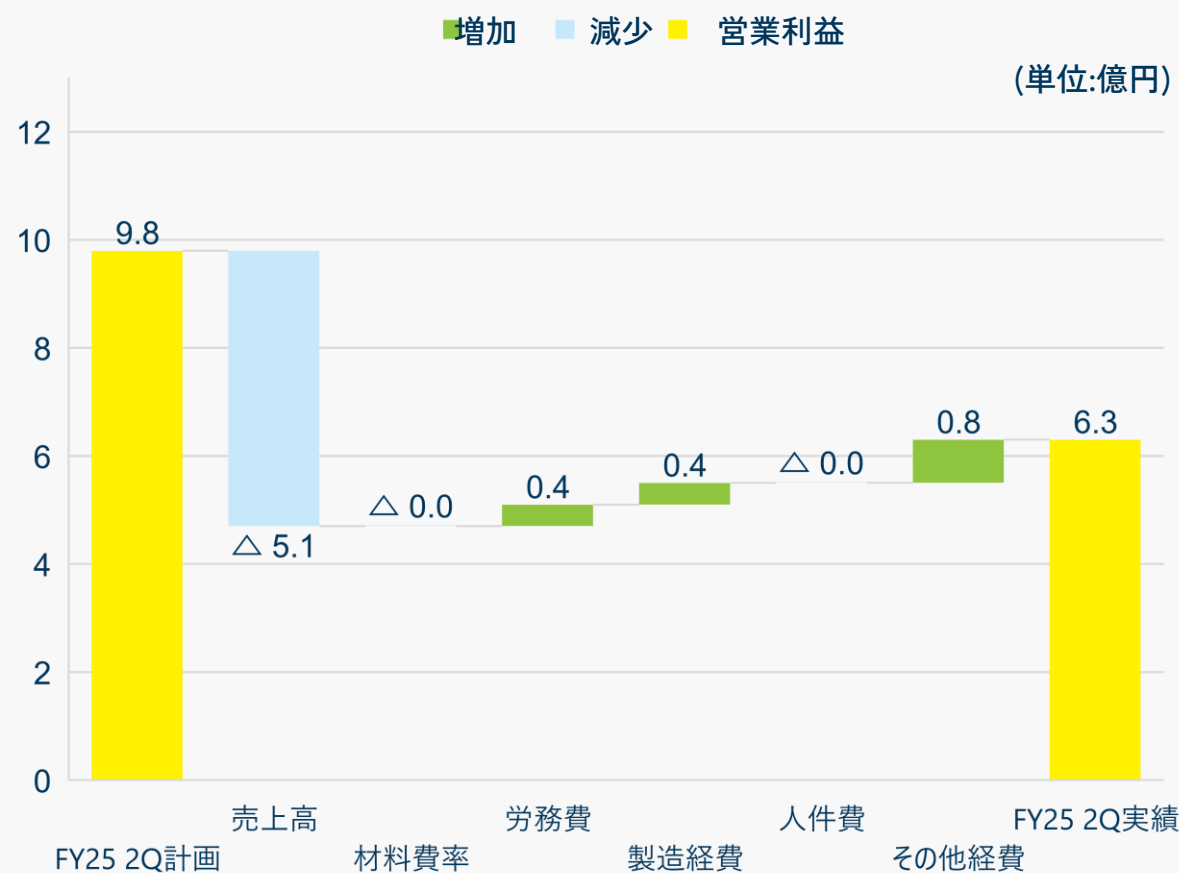


営業利益変動要因

売上高の増加による営業利益増加	+1.1億円
材料費率の低減による営業利益増加	+0.5億円
労務費の増加による営業利益減少	-0.0億円
製造経費の増加による営業利益減少	-0.2億円
人件費の増加による営業利益減少	-2.0億円
その他経費の増加による営業利益減少	-1.5億円

2025年4月期 第2四半期 営業利益分析（計画対比）

- 店舗リニューアルや冷凍食品の販路拡大により売上の伸長を目指すも未達。
- 業務の整理と組織改革による生産性向上の取り組みを継続。



営業利益変動要因

売上高の未達による営業利益減少	-5.1億円
材料費率の上昇による営業利益減少	-0.0億円
労務費の低減による営業利益増加	+0.4億円
製造経費の低減による営業利益増加	+0.4億円
人件費の増加による営業利益減少	-0.0億円
その他経費の低減による営業利益増加	+0.8億円

2025年4月期 第2四半期 業態別売上高・売上原価

(単位:百万円)

	2025年4月期 第2四半期				2024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	15,354	6,361	41.4%	-0.1pt	15,301	41.5%
グリーン・グルメ	5,086	2,193	43.1%	-1.2pt	4,949	44.4%
いとはん	1,828	775	42.4%	-0.4pt	1,812	42.8%
神戸コロッケ	1,468	548	37.3%	-0.2pt	1,469	37.5%
融合	462	207	44.8%	-0.0pt	484	44.8%
ベジテリア	466	164	35.2%	+0.0pt	441	35.1%
外販（卸）	353	242	68.6%	+0.8pt	387	67.8%
その他	281	185	65.8%	+7.2pt	259	58.6%
合計	25,301	10,678	42.2%	-0.3pt	25,107	42.5%

2025年4月期 第2四半期 出店・退店

	期首 (2024.5.1)	出店	退店	業態 変更	第2四半期末 (2024.10.31)	期末見込 (2025.4.30)
RF1	138	0	3	-2	133	134
グリーン・グルメ	72	0	0	0	72	70
いとはん	32	0	0	+1	33	33
神戸コロッケ	36	0	3	+1	34	34
融合	9	1	0	0	10	10
ベジテリア	23	0	1	0	22	21
その他	4	0	0	0	4	4
合計	314	1	7	0	308	306

2025年4月期 第2四半期 店舗リニューアル

	2025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	24 店舗	5 店舗	4 店舗	—	—	9 店舗
西日本店舗	13 店舗	1 店舗	8 店舗	—	—	9 店舗
計	37 店舗	6 店舗	12 店舗	—	—	18 店舗

2025年4月期 通期業績予想の修正

○ 配当予想につきましては6月11日に公表した配当予想に変更はありません。

(単位:百万円)

	今回修正予想		前回発表予想		増減		(参考) 2024年4月期	
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	割合	金額	売上比率
売上高	51,891	-	53,467	-	△1,576	97.1%	51,357	-
売上原価	22,028	42.5%	22,558	42.2%	△530	-	21,712	42.3%
販管費	28,411	54.8%	28,867	54.0%	△455	-	27,906	54.3%
人件費	13,283	25.6%	13,338	24.9%	△54	-	13,015	25.3%
経費	15,127	29.2%	15,529	29.0%	△401	-	14,890	29.0%
営業利益	1,451	2.8%	2,042	3.8%	△590	71.1%	1,738	3.4%
経常利益	1,506	2.9%	2,083	3.9%	△577	72.3%	1,785	3.5%
当期純利益	627	1.2%	1,035	1.9%	△408	60.6%	1,252	2.4%

02

2025年4月期 取り組み進捗

中期経営計画の3つの基本戦略に沿って、重点取り組みを設定

I. 商品力・技術力の進化

○ 既存ブランドの進化と活用

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

○ 冷凍食品のブランディング

新たな顧客創造やアプローチの強化

II. 新たな顧客接点の拡充

○ 居住地近郊エリアへの出店強化

○ 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

○ 外販(卸)の本格化

○ 新たな市場領域展開への準備

III. 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

○ 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

既存ブランドの進化と活用

計画店舗数 **37** 店舗/年

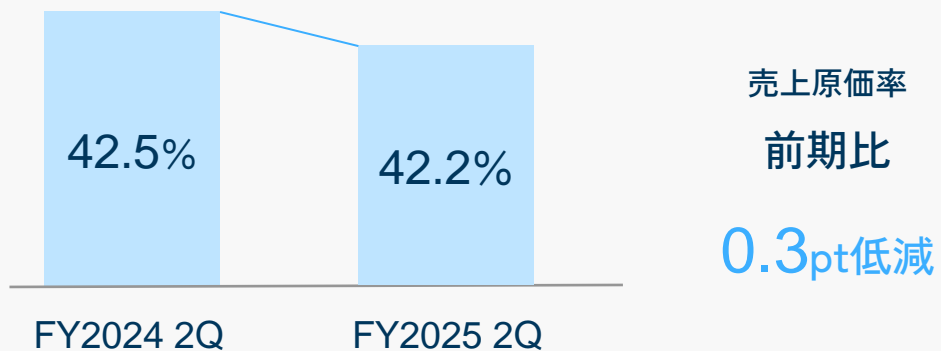
■ 価格戦略の継続実施

○ 価格改定、商品付加価値向上の継続実施

- ・ 原材料費の動向を踏まえた価格改定の実施
- ・ 付加価値の高い商品の継続的な開発

○ 価格帯と原価のバランスを踏まえた品揃え適正化

- ・ 顧客が利用しやすい品揃えを意識し、
価格帯と原価コントロールを踏まえた施策の精度向上



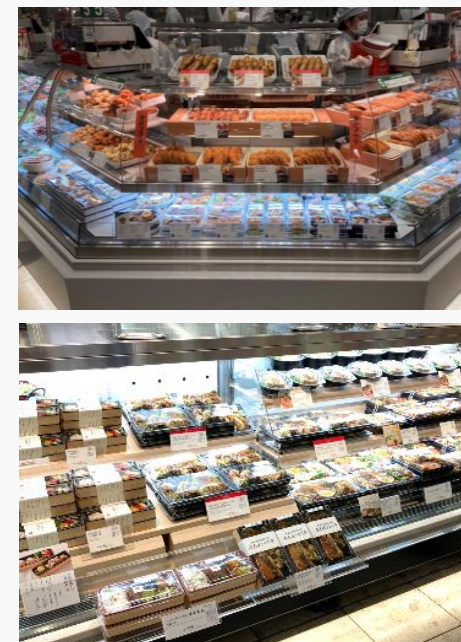
■ 店舗リニューアルによるMD・売り方の改良

リニューアル実施店舗数 **18** 店舗 (上期実績)

○ 「RF1」区画への 他ブランド併設展開の 継続的な実施



○ 新型ケースへの入替による 新たな売り方・MD実施



重点取り組み進捗 I. 商品力・技術力の進化

■ 店舗リニューアルによるMD・売り方の改良

○ 「RF1」区画への自社ブランド併設展開の継続的な実施



小田急新百合ヶ丘店



阪神梅田店

重点取り組み進捗 I. 商品力・技術力の進化

■ 店舗リニューアルによるMD・売り方の改良

○ 新型ケースへの入替による新たな売り方・MD実施

ー 立地に合わせた新たなMD・売り方を導入



京阪守口店（郊外店舗）
時間帯別ニーズにあわせ弁当強化



岩田屋福岡店（都心店）
都市型店舗のニーズにあわせたガストロノミの導入

重点取り組み I. 商品力・技術力の進化

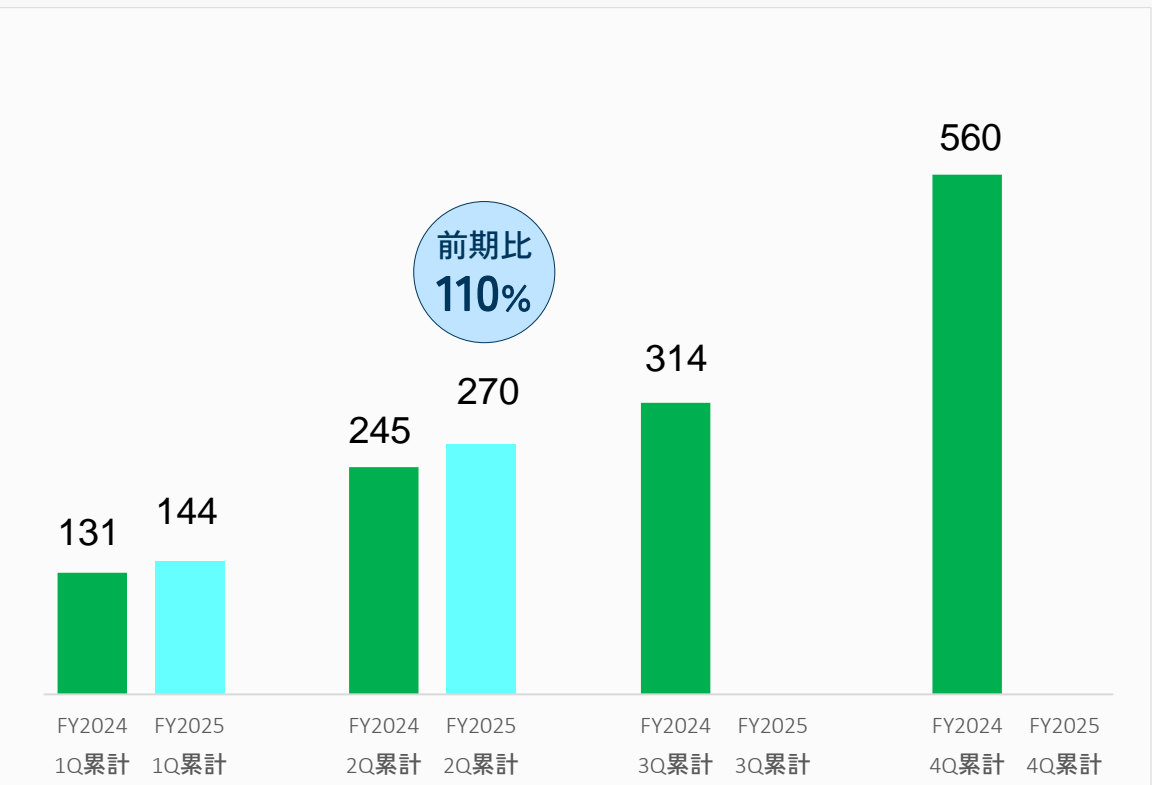
冷凍食品のブランディング

「RFFF(ルフフフ)」 「神戸コロッケ」の販売拡大推進

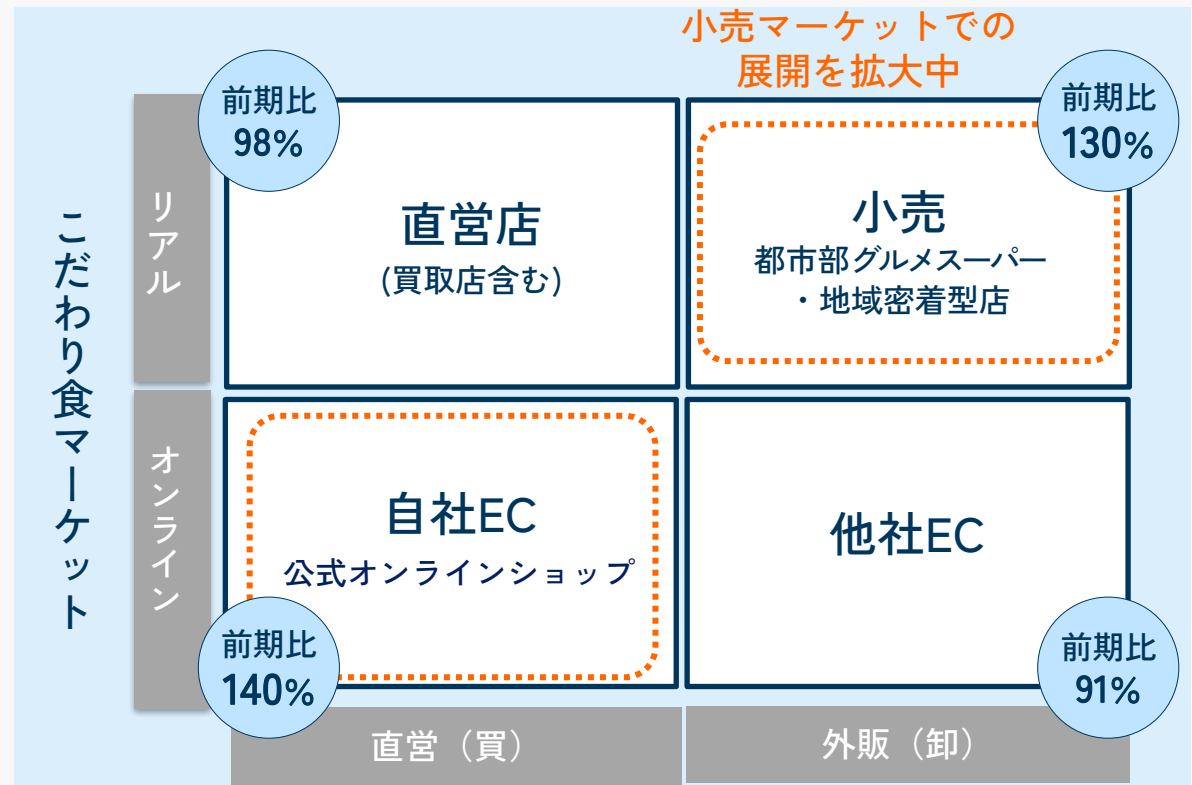
○外販を軸に、立地、客層、チャネル、取引形態、配送網を踏まえた取引を拡大



[売上推移・計画] (単位：百万円)



[チャネル別状況]



重点取り組み進捗 I. 商品力・技術力の進化

冷凍食品のブランディング

■ 「RFFF(ルフフフ)」 「神戸コロッケ」の販売拡大推進

○ 顧客ニーズに合わせた展開で、配荷店舗を拡大

[小売店]



[ロック・フィールドオンラインショップ]



重点取り組み I. 商品力・技術力の進化

冷凍食品のブランディング

■ 「RFFF(ルフフフ)」 「神戸コロッケ」の販売拡大推進



○ 積極的な営業活動に加え、生活者の声を広く・深く汲み取るためのテストマーケティング等の実施

[体験型ストアへの出展]

[メディア向け説明会、展示会出展]



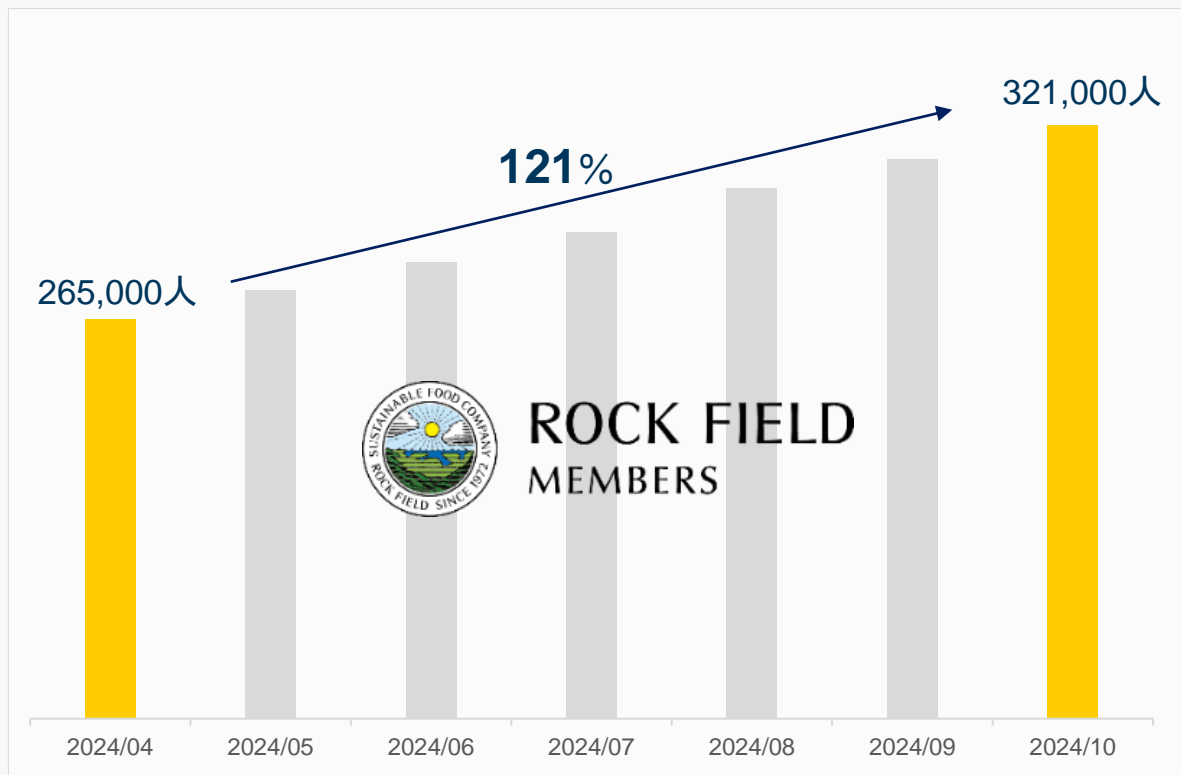
重点取り組み II. 新たな顧客接点の拡充

ファン顧客づくりと長期的な関係性構築

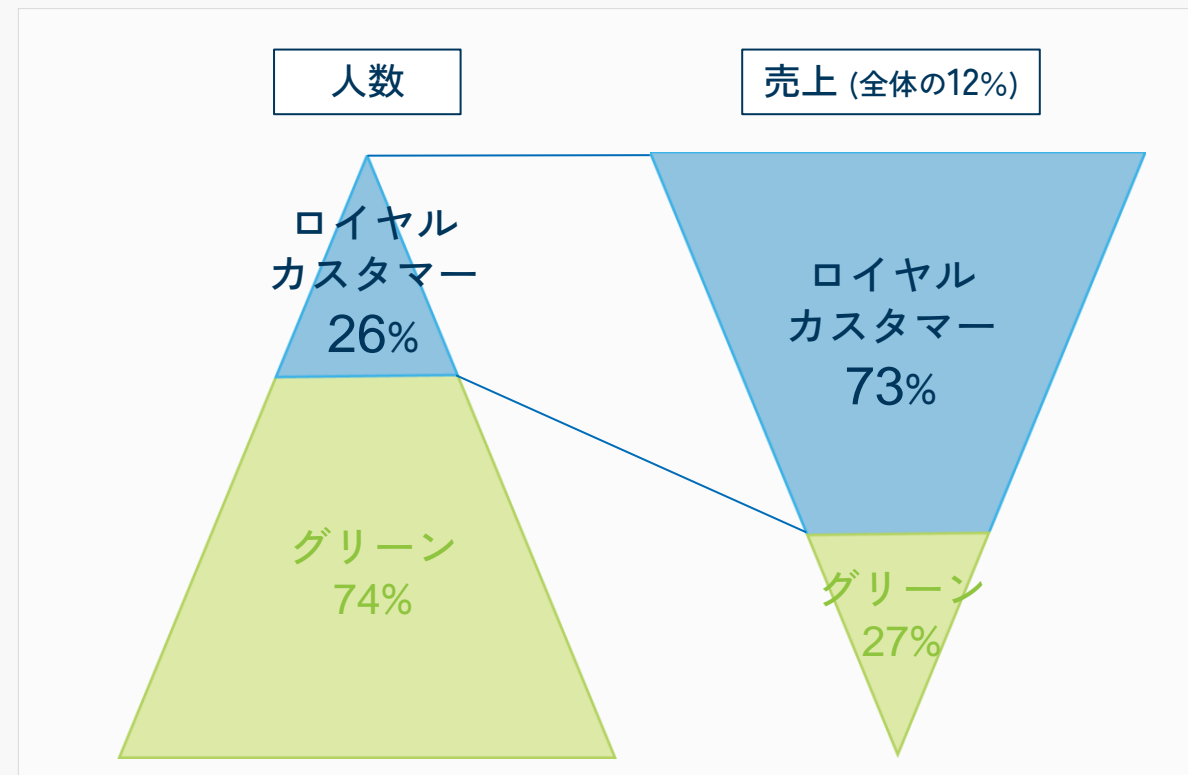
■ ロイヤルカスタマーのLTV向上と拡大（顧客エンゲージメント強化）

[会員数推移]

総会員数：32.1万人 (前期末比 +5.6万人)



[会員の状況]



重点取り組み II. 新たな顧客接点の拡充

ファン顧客づくりと長期的な関係性構築

■ ロイヤルカスタマーのLTV向上と拡大（顧客エンゲージメント強化）

[会員の購買状況]

※2023年11月～2024年10月

[会員全体]

平均客単価
¥1,800
平均購入回数
9回/年

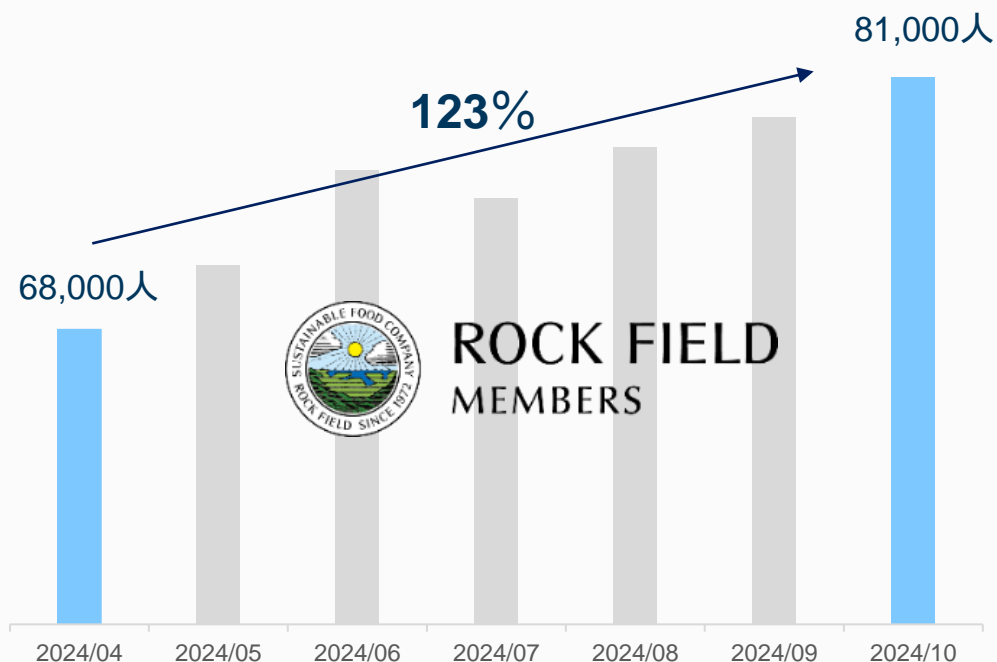


[ロイヤルカスタマー]
構成比率 26%

平均客単価
¥2,000
平均購入回数
29回/年

[ロイヤルカスタマー数推移]

ロイヤルカスタマー数：8.1万人（前期末比 +1.3万人）



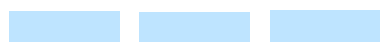
生産性向上・効率化

■ 人件費上昇に対する店舗運営体制の最適化

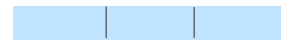
- 更なる顧客満足度向上に向けて店舗のOJT体制を強化
- 販売本部機能のスリム化・スタッフ配置見直しによる店舗支援の強化
- 複数ブランド展開の旗艦店舗を中心に、人員配置・店舗オペレーションを変更

[人員配置・店舗オペレーション変更]

ブランド単位から



フロア単位へ



- 業務の集約
- 柔軟なシフト対応

労働時間の短縮、効率化

スタッフの能力向上



ROCK FIELD

本件に関するご照会先

株式会社ロック・フィールド 経理部

〒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・変動がございませぬ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。

