



目次	
社長メッセージ	1
事業紹介と概況	3
数字で見るラクト・ジャパン	3
ラクト・ジャパンの成長戦略	4
コミュニケーションのひろば	6
株主メモ	6

A message from the President

社長メッセージ**イノベーションにより多様な機能を持つユニークな企業を目指す**

皆さまには日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

ステークホルダーの皆さまのご支援により、ラクト・ジャパンは創立以来順調に事業を拡大し、売上高1,000億円を超える上場企業へと成長しました。しかしながら、私どもは現状に甘んじることなく、さらなる成長を目指して歩みを進めております。当社の企業理念に「国内外を舞台に各地の食文化の発展に貢献していく、新しい企業の形を目指していきます」とあるように、私どもはお客様や社会のニーズに合わせた多様な機能を持つユニークな企業を目指し、イノベーションを起こし奮闘を続けてまいります。

株式会社ラクト・ジャパン
代表取締役社長

三浦元久

過去最高益を更新

2019年11月期連結会計年度(以下、当期)の売上高は、1,167億94百万円(前期比1.2%増)となりました。また、経常利益は27億46百万円(同5.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は19億63百万円(同10.0%増)となり、いずれも前期に続き過去最高を更新いたしました。

この要因の一つが、当社が成長エンジンとして位置づけているアジア事業が乳原料販売部門・チーズ製造販売部門ともに好調に推移したことです。さらに、主力である乳原料・チーズ事業においても、近年注力してきた販路の拡充が奏効し、業績拡大に貢献しました。



代表取締役社長
三浦 元久

さらなる飛躍を支える経営基盤の整備が進捗

当期は、TPP11や日欧EPAが相次いで発効し、自由貿易の新たな枠組みがスタートした年でした。貿易自由化へのお客さまの関心は高く、当社の積極的なプレゼンテーションの成果として新たな案件も生まれました。日米貿易協定が発効(2020年1月)するなど、実質的な貿易自由化がスタートする来期の飛躍に向けて、足場を固めることができたと考えています。

当社は2017年より中期経営計画を公表していますが、好調な事業環境にも支えられ、これまで常に数値目標を達成してきました。中期経営計画は、毎年事業環境の見通しを踏まえ、目標値を更新しています(→詳細はP4-5をご参照)。

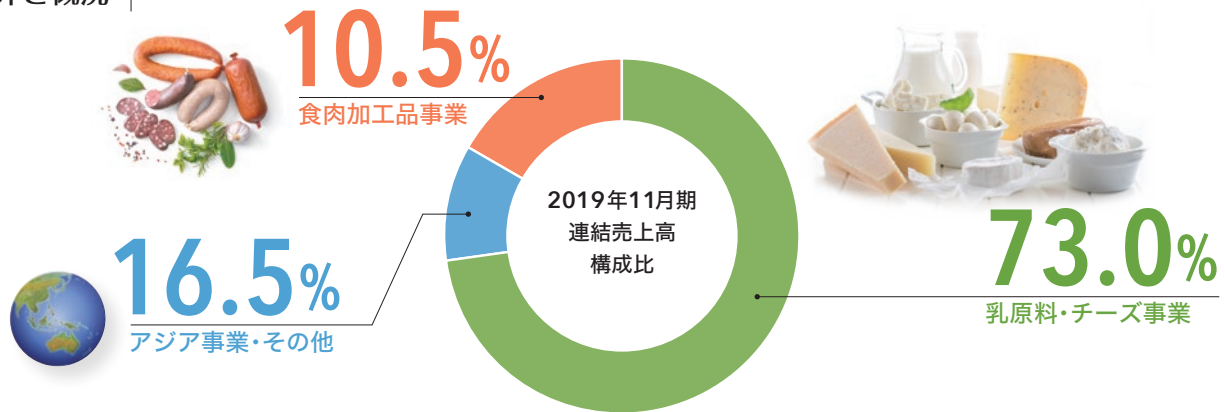
一方で、成長途上にある当社がさらなる高みを目指すに当たって、成長を支える人材の確保・開発、ならびにコーポレート・ガバナンスの充実が喫緊の課題であると認識しています。

人材の確保・開発については、新卒の採用を隔年から毎年実施に切り替えたほか、積極的な中途採用によって優秀な人材の確保に努めています。さらに、当社の最大の強みである「高い専門性」を継承する人材開発を進めてまいります。また、食品の専門商社という社会的責任を担う企業として、コーポレート・ガバナンスの充実を重要度の高い経営課題と位置づけています。当期は、高い透明性の確保と、株主の皆さまと同じ目線で経営に臨むための環境整備として、「指名・報酬諮問委員会の設置」「譲渡制限付株式報酬制度の導入」を実施しました。

ステークホルダーの皆さまから厚い信頼をお寄せいただけるよう、企業価値の向上を実現する施策を適切に重ねてまいります。皆さまにおかれましては、引き続きのご支援をお願い申し上げます。



事業紹介と概況



乳原料・チーズ事業 ➡

海外から安全な乳原料やチーズを仕入れ、日本国内の乳業・菓子などの食品、飲料、飼料メーカー等に販売しています。

販売数量	204,105 トン	前期比	2.9% 増
売上高	852 億 06 百万円	前期比	0.1% 減

食肉加工品事業 ↘

海外から豚肉および生ハム・サラミなどの加工品を仕入れ、国内の食品メーカー、卸売会社等へ販売しています。

販売数量	21,532 トン	前期比	0.3% 減
売上高	122 億 80 百万円	前期比	2.4% 減

アジア事業・その他 ↗

グローバルで調達した乳製品原料をアジア地域で販売するとともに、自社ブランドのチーズの製造販売も行っています。

売上高	193 億 08 百万円	前期比	9.9% 増
-----	--------------	-----	--------

乳原料販売部門

販売数量	59,925 トン	前期比	13.4% 増
売上高	160 億 26 百万円	前期比	9.9% 増

チーズ製造販売部門

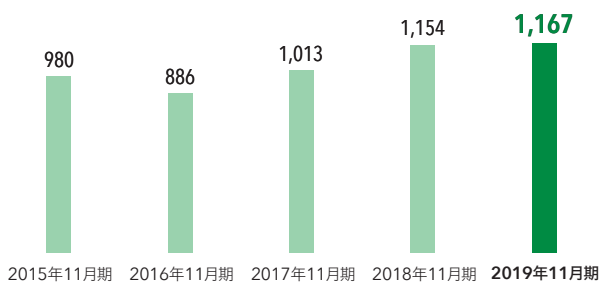
販売数量	3,737 トン	前期比	40.1% 増
売上高	26 億 51 百万円	前期比	25.2% 増

LACTO JAPAN in Numbers

数字で見るラクト・ジャパン

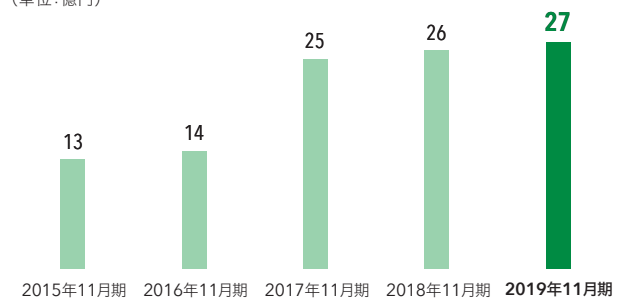
売上高

(単位: 億円)



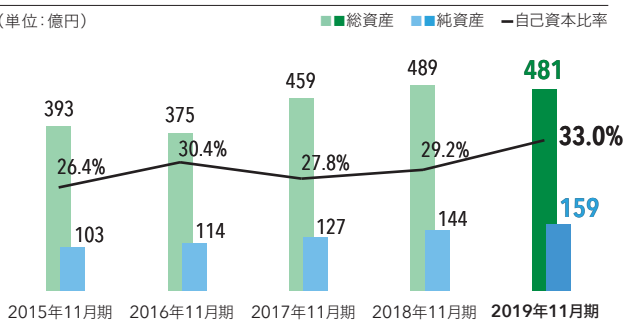
経常利益

(単位: 億円)



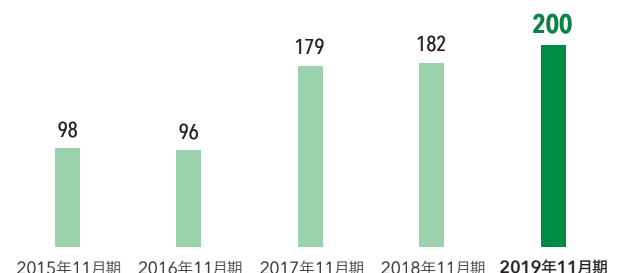
総資産・純資産・自己資本比率

(単位: 億円)



1株当たり当期純利益

(単位: 円)



(注)「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号2018年2月16日)等を2019年11月期の期首から適用しており、2018年11月期の総資産についても遡及して修正しております。

(注)当社は、2019年5月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。1株当たり当期純利益については、当該株式分割の影響を遡及修正した数値を記載しております。

ラクト・ジャパンの成長戦略—中期経営計画—

ラクト・ジャパンでは、2017年から中期経営計画を公表しています。目標期間を3年とし、経営の基本方針(Base、Growth、Challenge)は継続しますが、具体的な取り組みや売上高などの目標値は、計画の進捗や環境変化を踏まえて毎期更新するローリング方式を採用しています。ここでは、前中期経営計画「NEXT-LJ 2021」の進捗と、2020年1月に公表した新中期経営計画「NEXT-LJ 2022」の概要をご説明します。

NEXT-LJ 2021 (前中期経営計画)の成果と課題

基本方針と主な成果

Base:
「既存ビジネスのさらなる深掘り」および「新規ビジネスの開拓」による「顧客基盤」のさらなる拡充

創立以来、当社は乳業界や菓子業界を中心に事業を展開してきましたが、飲料・飼料等、他業界にもその裾野が広がりました。取引業界の広がりは、ここ数年で大きな成果を上げ、業績拡大に寄与しました。

調達面では、各事業部門においてサプライソースの多様化を推進したことにより、お客さまへの提案の幅が広がるとともに、調達の安定性、価格競争力の面でも当社の優位性が増し、既存・新規を問わず取引拡大を後押ししました。

新規ビジネスとしては、食肉加工品事業において、1次加工食材などの取扱いをスタートさせております。

- 主な成果
- 新規顧客の開拓および販路拡大
 - サプライソースの多様化
 - 取扱い商材の増加

Growth:
成長著しい「アジア」での事業拡大

従来は、アジアに進出した日系企業を中心とした取引が主軸でしたが、近年はニーズにマッチした商品の提案と、乳製品原料に関するタイムリーな情報提供などにより、現地企業との取引も拡大しました。取扱いアイテムが増加し、特にバリエーションと機能性を打ち出したチーズ製造販売事業では、各国・地域の市場で“ラクトブランド”の浸透が進みました。

- 主な成果
- 多様なサプライソースの商材提案
 - 事業規模(取引)の拡大
 - シンガポール・タイ両工場の稼働率向上



Challenge:
「次世代ビジネス」の構築

乳に加え、それ以外の新規事業の開拓と構築にも取り組み、卵、飼料など、国内外で商品群を広げた成果が表れ始めました。



継続して取り組む課題(経営基盤の強化)

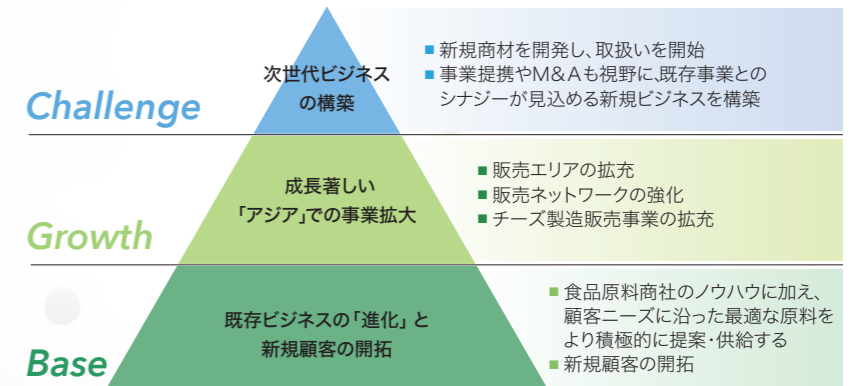
人材開発: 事業規模の急拡大に伴い、新卒採用を隔年から毎年実施に切り替えたほか、積極的な中途採用で優秀な人材の確保に努めています。OJTが基本だった人材開発は、マネジメントクラスの研修を含めて体系化を進めています。

コーポレート・ガバナンス強化: 当期は、「指名・報酬諮問委員会の設置」「譲渡制限付株式報酬の導入」を実施しました。当社は、コーポレート・ガバナンスの充実を重要な経営課題と位置づけております。今後も経営の健全性、透明性を高め、企業価値のさらなる向上に向けてコーポレート・ガバナンス強化に努めてまいります。

サステナブル経営: 乳原料の主要な調達先であるオセアニアでの深刻な干ばつ被害など、気候変動によるリスクを認識しています。リスクを回避し安定的に乳原料を調達できるよう引き続き、より多く、多様なサプライソースの確保に努めてまいります。

「NEXT-LJ 2022」基本方針

既存顧客のビジネスの「進化」と、ラクト・グループの次世代を担う新規ビジネスの構築。



NEXT-LJ 2022 (新中期経営計画)の概要

事業環境の見通し

- 国産の乳製品原料不足が継続
- 内外価格差の拡大による輸入原料の浸透
- 新しい乳製品原料の開発の進行(加工の高度化、機能性追求)
- アジア乳製品市場のさらなる拡大

基本方針と主な施策

Base:
既存ビジネスの「進化」と新規顧客の開拓

当社が得意とする提案型営業のDNAを改めて社内に徹底し、「深掘り」を超えた「進化」に繋がります。既存のお客さまにさらに多くの物量販売するだけでなく、全く新たな視点・発想からサービスの開発・提案を行い、従来とは異なる業界、お客さまにまでその裾野を広げます。

Growth:
成長著しい「アジア」での事業拡大

フィリピンに新設(2019年9月)した現地法人が販売拠点として加わり、アジア事業の拡大を加速します。チーズ製造販売事業の成功体験を生かして、アジアにおけるサプライチェーンのさらなる充実と、取扱商品の多様化に取り組んでまいります。

Challenge:
次世代ビジネスの構築

「ヘルスケア」「機能性」をキーワードに、新たな商品の開発、取扱いを進め、次世代につながるビジネスに育てていきたいと考えています。新ビジネス構築に際しては、事業提携やM&Aも含めて拡大の機会も探ります。

実績と目標

	2019年11月期 実績	2020年11月期 予想	2022年11月期 目標	2019年11月期からの 増減率
売上高	1,167億円	1,300億円	1,410億円	+20.7%
経常利益	27億円	30億円	35億円	+27.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	19億円	21億円	25億円	+27.4%

1 当期の株主還元について

当社の利益配分につきましては、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題と位置づけ、安定的かつ着実な配当を継続することを基本方針としております。一方、当社は企業価値向上のため中長期的な成長を実現すべく、アジア・チーズ製造販売事業の拡大に伴う設備増強や、サプライソース確保にむけた取り組みに関する投資を検討しており、それらのための財務体質の強化にも取り組んでまいりたいと考えております。当社の配当につきましては、当面は「安定配当・増額配当」を基本としながら、スピード感をもって配当性向を高めてまいりたいと存じます。

1株当たり配当金
(単位:円)



*当社は2019年5月1日付で1株につき2株の割合で株式分割を行っております。1株当たり配当金については、当該株式分割の影響を適及修正した数値を記載しております。

2 「株主・投資家情報」の改訂

最新の決算情報を見やすくしました！

Point 1
【最新の決算のポイント】
最新の決算について解説しています
更新: 決算発表日

Point 2
【最新決算資料】
最新の決算短信、および決算説明会資料に簡単にアクセスできます
更新: 決算発表日 / 決算説明会後

Point 3
【業績・財務】
更新: 決算発表日

アンケートにご協力いただいた株主さまの中から抽選でQUOカード1,000円分をプレゼントいたします。(当選者の発表は、QUOカードの発送をもって代えさせていただきます。)



Shareholders Information

株主メモ

事業年度 12月1日から翌年11月30日まで
 基準日 11月30日 そのほか必要がある場合は、あらかじめ公示いたします。
 単元株式数 100株
 株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関
 みずほ信託銀行株式会社
 同事務取扱場所 〒103-8670 東京都中央区八重洲一丁目2番1号
 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
 電話 0120-288-324 (フリーダイヤル)

- 株券電子化に伴い、株主さまの住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(みずほ信託銀行)ではお取扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、みずほ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(みずほ信託銀行)にお問合せください。なお、みずほ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。



より詳細なIR情報は、当社ホームページをご確認ください

〒103-0027 東京都中央区日本橋二丁目11番2号 太陽生命日本橋ビル22F TEL:0570-055-369
<https://www.lactojapan.com>