

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
特集：ラクト・ジャパンのアジア事業	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**食品専門商社として、社会的使命である「食の安定供給」に全力**

株主の皆さまには日頃から当社事業に格別のご高配を賜り、誠にありがとうございます。新型コロナウイルス感染症に罹患された方々の早期の回復をお祈りするとともに、影響を受けられた皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

感染症の世界的流行というかつてない状況に直面し、私たちはいま、「食の安定供給」という当社グループの社会的使命を改めて強く認識しています。国内外のお客さま、サプライヤー等との連携をさらに深めながら、食品専門商社として、さらには乳製品原料販売のリーディングカンパニーとして培ってきた知見を最大限に活かして、皆さまのご期待にお応えしてまいります。

株式会社ラクト・ジャパン
代表取締役社長

三浦元久



代表取締役社長

三浦 元久

好調なアジア事業を背景に 増益を確保

2020年11月期第2四半期連結累計期間（以下、当第2四半期）の売上高は、579億12百万円（前年同期比0.3%増）、経常利益は14億33百万円（同14.5%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は10億40百万円（同17.2%増）となりました。

主力である乳原料・チーズ事業では、新型コロナウイルス感染症の影響により販売数量が伸び悩むこととなりましたが、成長の柱としているアジア事業は堅調に推移し、売上高は前年同期比で増収を確保いたしました。また、経常利益についても利益率の高いアジア事業のチーズ製造販売部門が好調に推移したことなどもあり、前年同期を上回りました。

総合力で変動する 需要に対応

当第2四半期のわが国の食品業界は、政府による緊急事態宣言の発出に伴う営業自粛要請により主に外食向けの需要が落ち込みました。しかしその一



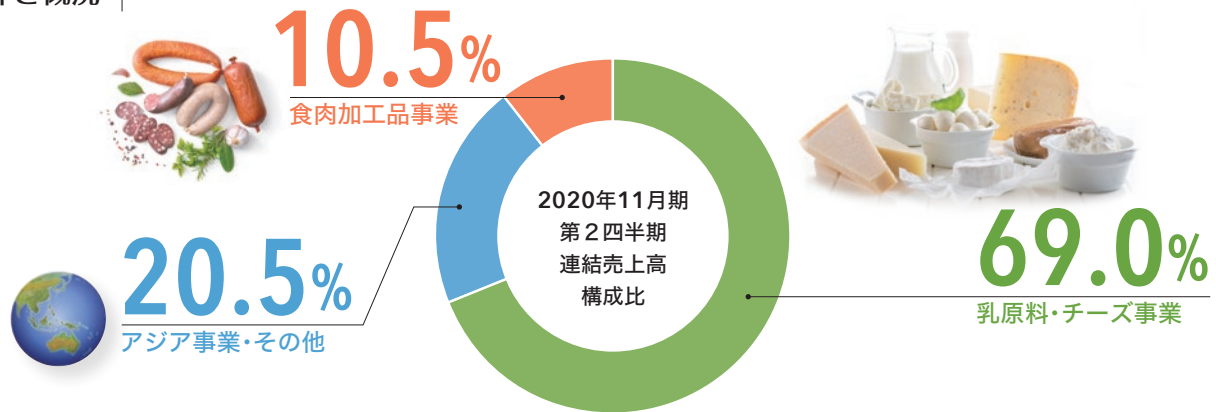
方で、いわゆる“巣ごもり消費”によって内食・中食向けの食材需要が拡大するなど、需要動向は大きく変動しました。

当社グループにおいても、主力の乳原料・チーズ事業で内食向けの乳製品原料販売が、さらには食肉加工品事業でも内食向けのチルドポークやソーセージ原料の販売が好調で、両事業を下支えしました。また、両事業とも、ここ数年取り組んできた新規取引先の開拓でも顕著な成果がありました。

また、当社グループの成長エンジンとして期待するアジア事業は好調でした。特に、外食などのフードサービス向け販売が比較的少ない乳原料販売部門（商社事業）ではコロナ禍の影響は少なく、旺盛な現地企業の需要にしっかり対応することで販売数量を伸ばすことができました。チーズ製造販売部門（メーカー）では、フードサービス向け販売でコロナ禍の影響を受けることとなりましたが、内食向け販売は伸ばしました。足元では中国をはじめ、外出禁止措置が解除された地域での商談は徐々に回復しつつあります。厳しい環境下ではありますが、乳原料販売部門、チーズ製造販売部門とも営業活動の強化を図った地域ではその成果が表れており、さらなる成長への手応えを感じています。

依然として新型コロナウイルス感染症の収束の見通しは立っていませんが、当社グループでは従業員の感染リスク低減に向けた取り組みを実践しつつ、全事業部門の営業活動や販売・製造業務を継続し、全社を挙げて乳製品原料・食肉の安定供給に貢献してまいります。株主の皆さまにおかれましては、引き続き、ご理解とお力添えを賜りたく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	98,294 トン	前年同期比	1.8%減
売上高	399 億 27 百万円	前年同期比	6.4%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	11,453 トン	前年同期比	9.0%増
売上高	61 億 7 百万円	前年同期比	0.0%増

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	118 億 76 百万円	前年同期比	33.0%増
-----	--------------	-------	--------

乳原料販売部門

販売数量	34,921 トン	前年同期比	25.2%増
売上高	101 億 38 百万円	前年同期比	38.8%増

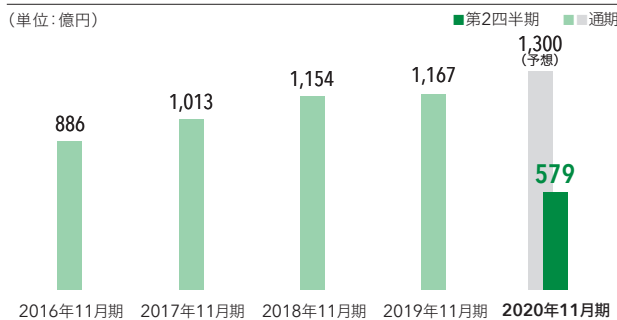
チーズ製造販売部門

販売数量	1,983 トン	前年同期比	9.9%増
売上高	13 億 52 百万円	前年同期比	5.3%増

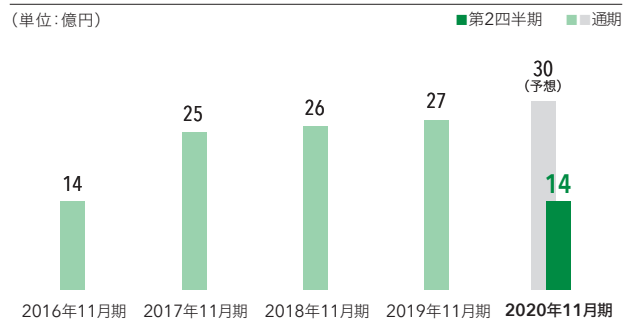
LACTO JAPAN in Numbers

数字で見るラクト・ジャパン

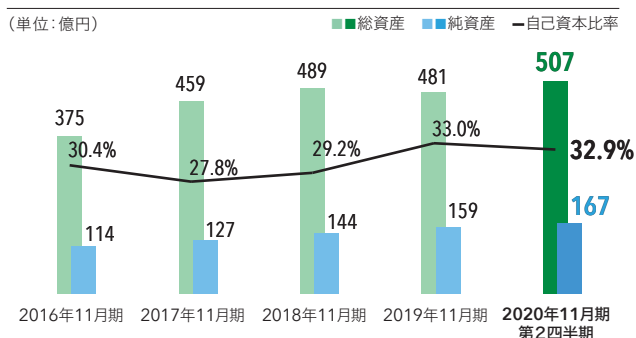
売上高



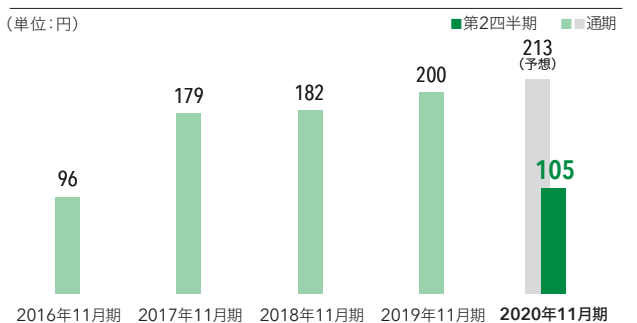
経常利益



総資産・純資産・自己資本比率



1株当たり当期純利益



(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。

ASIAN BUSINESS



株式会社ラクト・ジャパン 上席執行役員 兼
Lacto Asia Pte. Ltd. 社長 小島 新

ラクト・ジャパンのアジア事業

ラクト・ジャパンの設立とほぼ同時に始まったアジア事業は、いまや6か国に拠点を置くまでに拡大しています。当社グループの成長エンジンとして期待が高い同事業を、管掌執行役員である小島がご紹介します。

アジア事業の全体像

◆ 商社とメーカーの2本柱 ◆

アジア6か国に広がる各拠点は、シンガポールで始まったアジア事業の成長に伴って、当社の出資で設置してきたものです*1。同事業に携わる従業員約200名のうち、日本人従業員は10名と、かなり現地化が進んでいるといえます。

アジア事業には商社事業(乳原料販売)とメーカー(チーズ製造販売)が含まれます。主軸となる商社事業は、ラクト・ジャパンと同様、世界各国から調達した乳原料の輸入販売が主なビジネスです。販売先には、①食品メーカー(乳製品、製菓・製パン、飲料メーカーなど)、②フードサービス(レストランチェーン、カフェ等の外食産業)があり、アジア市場のほか、日本市場への調製品(脱脂粉乳やバターの加工品、アイスクリームや飲料の原料となるもの)の輸出も行っています。

商社でありながら、製造部門を併せ持っていることは当社の大きな特徴のひとつです。同部門は、アジアでプロセスチーズを業務用食品の原料に使うことが出来た時代に、ゼロから市場を開拓してきました。乳製品のプロ集団であるラクト・ジャパンの優位性をフルに活かしてオリジナルブランドの業務用チーズを製造販売し、グループ全体の価値向上に寄与しています。

アジア市場における優位性

◆ 日本で培った乳製品の知見を発揮 ◆

アジアでは食の欧米化が進んでおり、今後も乳製品の需要は大きな伸びが予測されています。

こうした環境が追い風となっているのはもちろんですが、当社の着実な成長の背景には、乳原料の主要産地のサプライヤーとの強固なパイプや、

お客さまのニーズに合った乳原料を提案する力など、日本で培った強みがあります。日本企業ならではの迅速で柔軟な対応力も、アジアで高く評価されています。

特にメーカーは、当社が先鞭をつけた優位性もあって、食品メーカー向けのプロセスチーズの販売で5割超のシェアを獲得している市場もあります。当社に追従する現地企業も徐々に増えていますが、当社はオーダーメイドの提案力に加え、東南アジアで公認されたハラール認証*2を取得するなど、20年以上にわたるアジアでのメーカーの経験によって、新規参入企業との差別化を図っています。また、日本のコンビニエンスストア等が食品素材を海外で製造・輸入する動きが、ここ10年で加速していますが、高水準の品質規格に適合できる優位性によって、当社のビジネス機会の拡大に繋がっています。

さらなる成長を見据えた取り組み

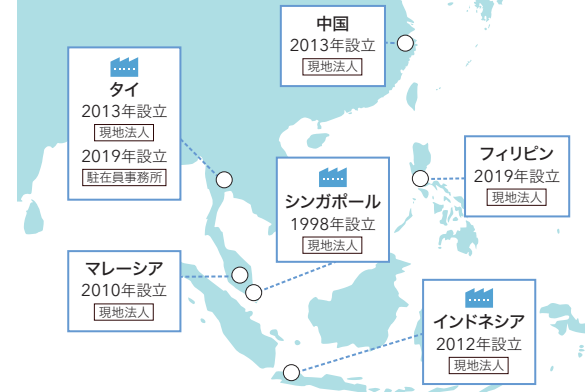
◆ 地域のニーズに真摯に向き合う ◆

アジア諸国では貿易自由化が進んでいるうえ、ビジネスパーソンは英語が堪能なため、商社を通さずに直接、サプライヤーから乳原料を調達する食品メーカーが少なくありません。しかし、サプライヤーには対応が難しい、お客さまの細かなニーズに応える当社のビジネススタイルに触れ、商社を活用するメリットを感じてくださる現地のメーカーも増えてきました。今後も「ラクト流のビジネススタイル」を強みに、ビジネス拡大を目指します。

アジア6か国の各拠点で最も新しいのは、昨年9月に設立したフィリピンです。ここ数年、フィリピン向けのビジネスの成長は著しく、拠点設置で当社のサービスがさらに向上したこともあり、新規

アジアネットワーク

自社工場



の取引が増えています。現在フィリピンで広く浸透しているのは、チーズ含有量の少ない常温のプロセスチーズですが、当社は、冷蔵流通品で、チーズ含有量の多い業務用プロセスチーズを紹介しています。低温物流の確立という課題がありますが、丁寧な啓蒙活動を通して新たな需要創出に取り組んでいきます。

長期的な課題と展望

◆ 世界のラクト・ジャパンになるために ◆

当社の商社事業で最も取扱いが多いのは脱脂粉乳ですが、アジア全体の輸入量(約120万トン)から見ると、そのシェアは約2%にすぎません。ラクト・アジアに着任した当初、商慣習の違いもあって、私は「現地企業とビジネスができるだろうか」と不安を覚えたものでしたが、その後、当社の優位性を評価して下さるお客さまが予想以上に多いことに安堵したことを思い出します。アジアの主要各国・地域での法人設立を含むローカルネットワークの強化を進め、より多くのお客さまにアプローチができれば、まだまだ収益拡大の余地はあるといえます。今後はマネジメントにも関わることができるよう信頼のおける現地スタッフを養成し、強固な組織をつくることで、商社事業での取扱量をさらに伸ばしシェアを拡大していきたいと考えています。

チーズのメーカーにおいても、食材としての提案に加えて、チーズを使った加工食品の開発・提案・製造の積極的な展開や、商社事業とのシナジーを活かすことで、さらなる成長を見込んでいます。ラクト・ジャパンが世界に飛躍するための成長エンジンとして、引き続きアジア事業を強力に推進してまいります。

C O L U M E

ご存じですか？

アジアの食事情

アジア事業が順調な成長を遂げている背景にある、“アジアの食の欧米化”。いったいどんなものなのか、現地の事情を覗いてみましょう。

ラクト・ジャパンが陰の「立役者」。
チーズinソーセージ

アジアで人気の食品に、ソーセージや魚のすり身にチーズを混ぜた「チーズinソーセージ」があります。アジアでは宗教上の理由などからソーセージの原料として淡白な味わいの鶏肉や魚のすり身を使うことが多く、チーズを入れることでコクを増した「チーズinソーセージ」は大変な人気を得て、現地の食生活に浸透しました。

「チーズinソーセージ」に使用するチーズは、加熱すると溶けてしまうナチュラルチーズではなく、耐熱性のあるプロセスチーズが適していますが、これを供給しているのが当社のチーズ製造部門です。日本市場で培ったノウハウを活用し、プロセスチーズを食品の原料としてアジア市場に紹介したのが当社なのです。つまり、ラクト・ジャパンは「チーズinソーセージ」をアジアの人気食品へと導いた陰の「立役者」といえるのです。

お国柄で広がる、乳製品の楽しみ方

東南アジアにおいて、チーズはまだ大衆品とはいえませんが、チーズを使用するファストフードチェーン、洋食レストランチェーンは毎年店舗数を増やしています。日本と同様に韓流ブームが食卓にも及び、チーズダッカルビ(チーズを加えた鶏肉料理)のようにタレの代わりにチーズを焼き肉にからめる食べ方も流行しています。中国では、チーズを使った月餅も登場しています。高級品のイメージは残りつつも、楽しみながら乳製品を味わう習慣も根付き始めているようです。



*1:インドネシアは現地企業との合併

*2:イスラム教の戒律に則って調理・製造された商品であるという認証

コミュニケーションのひろば

前回の LJ 通信に同封させていただいたアンケートに対し、多くの株主の皆さまからご回答をいただきました。ご協力に心より御礼申し上げますとともに、多くお寄せいただいたご質問につきまして、以下のとおりご回答いたします。

今後も株主の皆さまとのさまざまなコミュニケーションの場を設けてまいりますので、引き続きご支援の程、どうぞよろしくお願いたします。



Q ラクト・ジャパンの ESG への取り組みについて教えてください。

A ラクト・ジャングループは、持続可能な社会の実現のために、事業活動を通じて貢献するとともに、グループの持続的な成長を目指す「サステナブル経営」を推進しています。

食に関わる事業を行う当社にとって、ESG への対応は、経営の重要課題であると考えています。特に原料も含めた乳製品の輸入は今や4割を超えるため、供給を担う当社の役割は非常に大きいと認識しています。

そこで当社では乳製品原料輸入および食肉輸入のサプライチェーンの各工程において、安全・安心、省エネルギーを意識した取り組みを実践しています。

また、こうした取り組みの状況は、ホームページ内に新設したサステナビリティサイトにおいて、広く皆さまにご説明しています。ラクト・ジャパンは今後も ESG への取り組みを拡充するとともに、透明性の高い情報開示に努めていきます。



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)

*当社は、2020年9月1日より株主名簿代理人および特別口座の口座管理機関をみずほ信託銀行株式会社から三井住友信託銀行株式会社に変更いたします。

株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関
 三井住友信託銀行株式会社
 同事務取扱場所 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
 電話 0120-782-031 (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お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、左記の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>