



株式会社ラクト・ジャパン
2023年11月期 第2四半期
決算説明会



2023年11月期 第2四半期業績および通期業績予想 P.3

下期の事業環境と今後の取り組み P.15

(参考) 中期経営計画「NEXT-LJ2025」 P.28



2023年11月期 第2四半期業績
および
通期業績予想

第2四半期の着地、前期比増収・減益は期初予想どおり。

売上高は、相場高・円安により予想比でも増収。

経常利益は、アジア・チーズ製造販売事業が予想比で減益。主な要因は、原料チーズ高の影響による粗利率悪化と中国の需要減少による同国向けの販売の低迷。

(単位：百万円)

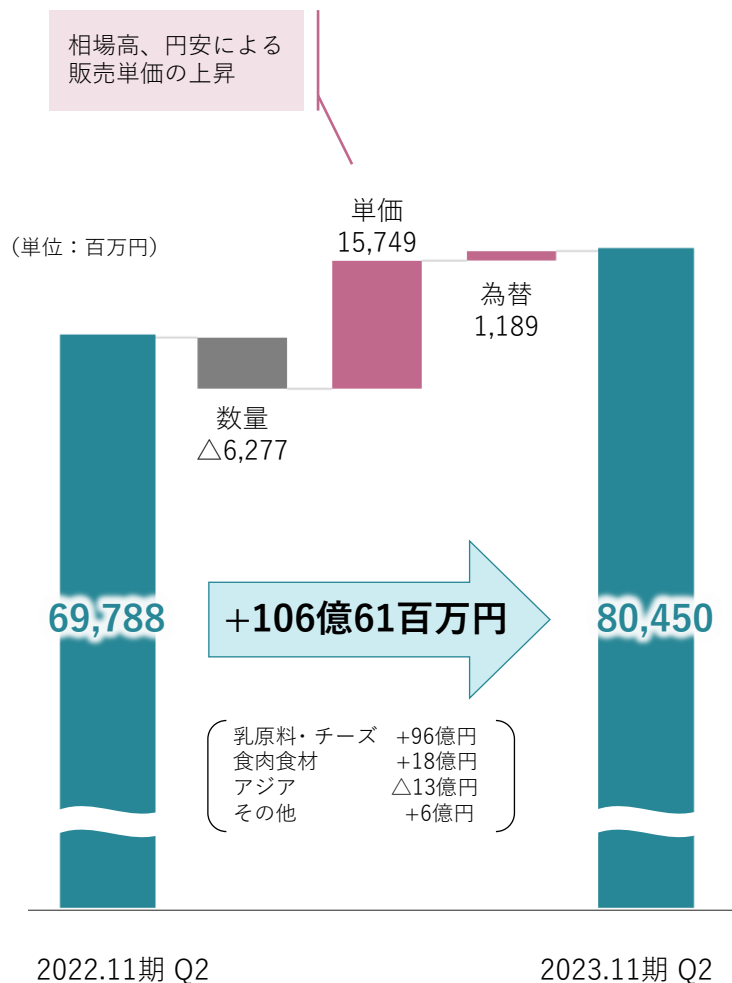
	2022.11期 第2四半期	期初予想	2023.11期 第2四半期		
			実績	前期比 (%)	期初予想比 (%)
売上高	69,788	77,000	80,450	15.3	104.5
経常利益	1,665	1,540	1,344	△19.2	87.3
経常利益率 (%)	2.4	2.0	1.7	—	—
(経常利益に含まれる為替影響額※)	(△41)	—	(△72)	—	—
(為替影響調整後の経常利益)	(1,707)	—	(1,417)	(△17.0)	(92.0)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,207	1,125	922	△23.6	82.0
四半期純利益率 (%)	1.7	1.5	1.1	—	—
1株当たり四半期純利益 (円)	122.38	113.64	93.17		
為替レート (円/USD)	119.55	—	133.82		
為替レート (円/EUR)	132.11	—	144.09		

(注) 財務数値の表示は端数切捨て、増減率は四捨五入しております。

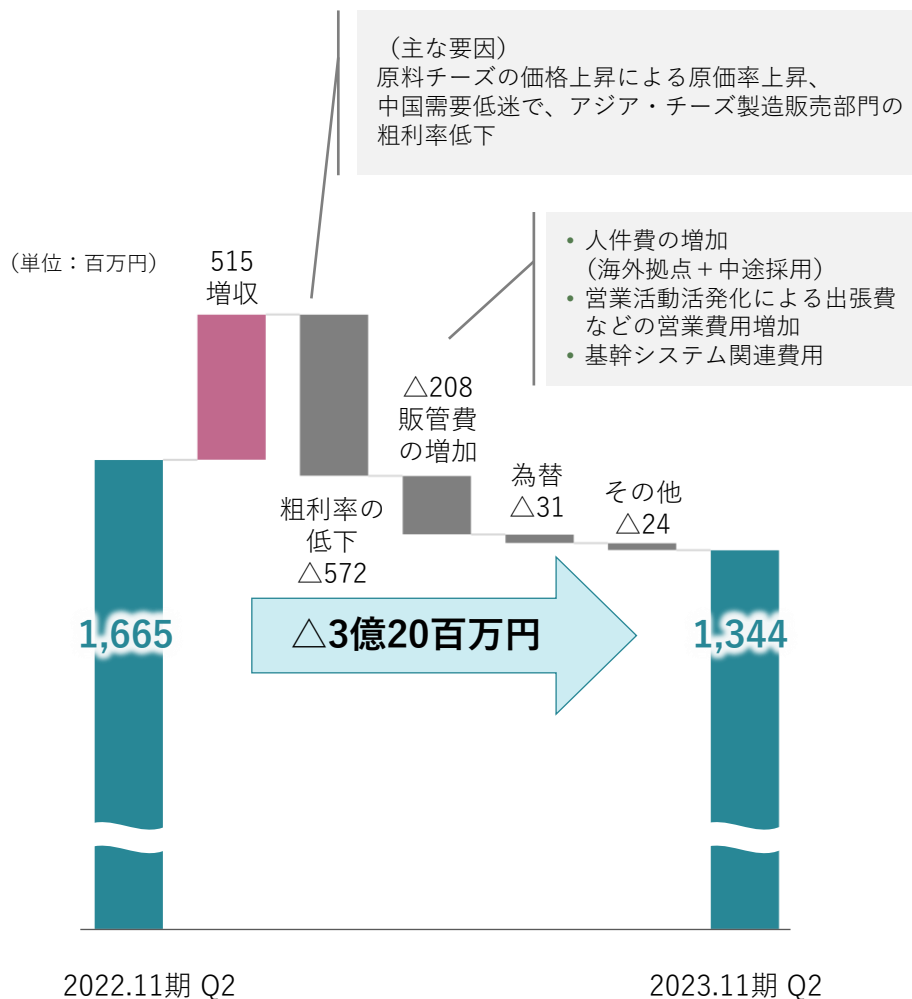
※ 経常利益に含まれる為替影響額：当社は外貨為替会計処理基準における原則法を採用しているため、為替ヘッジの影響が売上原価と営業外損益の両方に計上されます。そのため売上原価と営業外損益両方に対する為替ヘッジの影響額を記載しております。

売上高・経常利益の増減要因

売上高



経常利益



※売上高・経常利益の増減の内訳： 単位以下の端数は四捨五入

(単位：百万円)

	2022.11月末	2023.5月末	増減額
流動資産合計	70,067	77,369	7,302
現金及び預金	6,379	8,587	2,207
受取手形及び売掛金	21,065	22,141	1,075
棚卸資産	41,382	45,594	4,211
流動資産その他	1,238	1,047	△191
固定資産合計	3,389	3,437	47
有形固定資産	942	902	△39
無形固定資産	39	51	12
投資その他の資産	2,408	2,482	74
資産合計	73,456	80,806	7,350
買掛金	17,349	15,636	△1,713
有利子負債	31,262	39,838	8,576
負債その他	2,364	1,663	△701
負債合計	50,975	57,137	6,162
純資産合計	22,481	23,669	1,187
負債純資産合計	73,456	80,806	7,350

(財務数値の表示は端数切捨て、内訳は主要項目のみ記載)

主な増減要因

棚卸資産の増加

- 最終商品の値上げの影響により、原料販売の進捗が鈍化（チーズ）
- 北米産ポークの引き合い増加に伴う販売先からの受注増加（食肉食材）
- 前期の商品相場高・円安時に契約した商品の仕入が進んだ影響

有利子負債の増加

- 運転資金の増加に伴う短期借入金と
コマーシャル・ペーパーの増加

(注) 当社の棚卸資産は原則、販売に紐づいており、当社は自社で在庫を抱えるリスクは負っておりません。

(単位 百万円)

	2023.11期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△5,839
投資活動によるキャッシュ・フロー	△227
財務活動によるキャッシュ・フロー	8,133
現金及び現金同等物に係る換算差額	141
現金及び現金同等物の増減額	2,207
現金及び現金同等物の期首残高	5,883
現金及び現金同等物の四半期末残高	8,091

(財務数値の表示は端数切捨て、内訳は主要項目のみ記載)

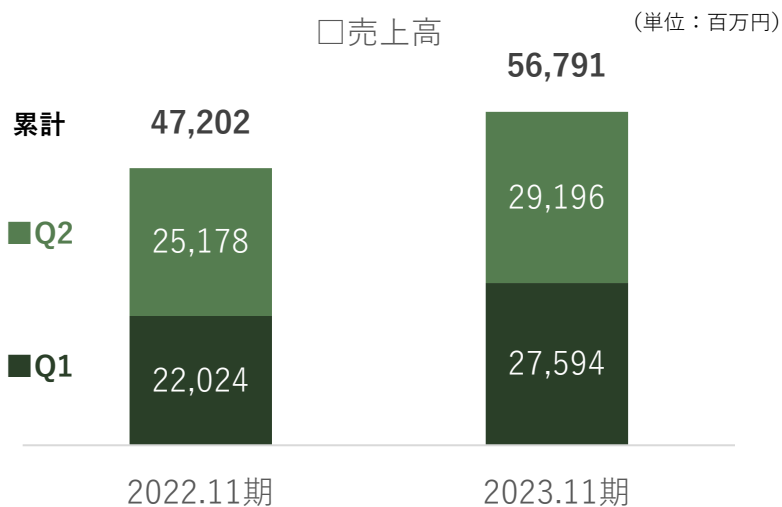
主な増減要因

営業CFの減少

- 運転資本の増加による
- ・ 棚卸資産の増加 (チーズ・食肉)
 - ・ 受注増に伴う売掛金の増加 (食肉)
 - ・ 仕入、販売単価の上昇 (原料高・円安) による棚卸資産および売掛金の増加 (全体)

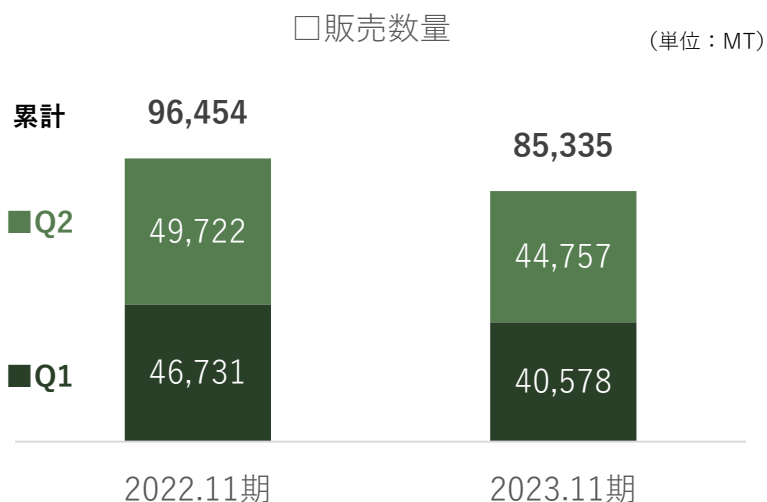
財務CFの増加

運転資金の増加にともなう短期借入金と
コマーシャル・ペーパーの発行などによ
り財務CFは増加



□ 事業環境

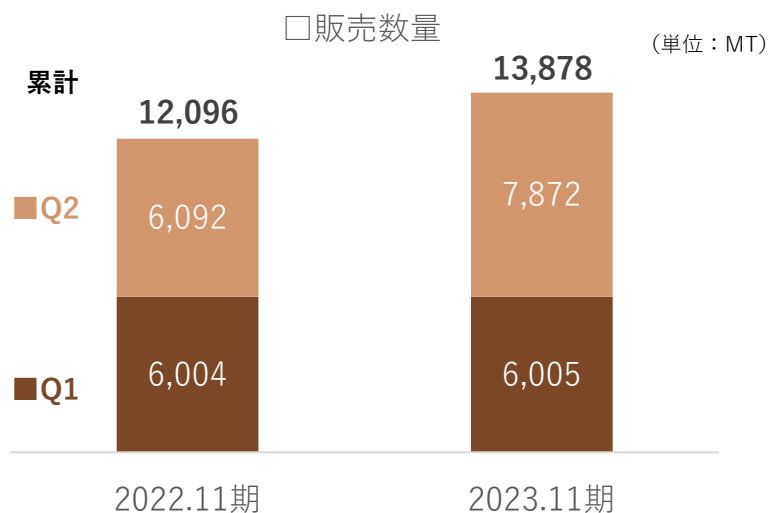
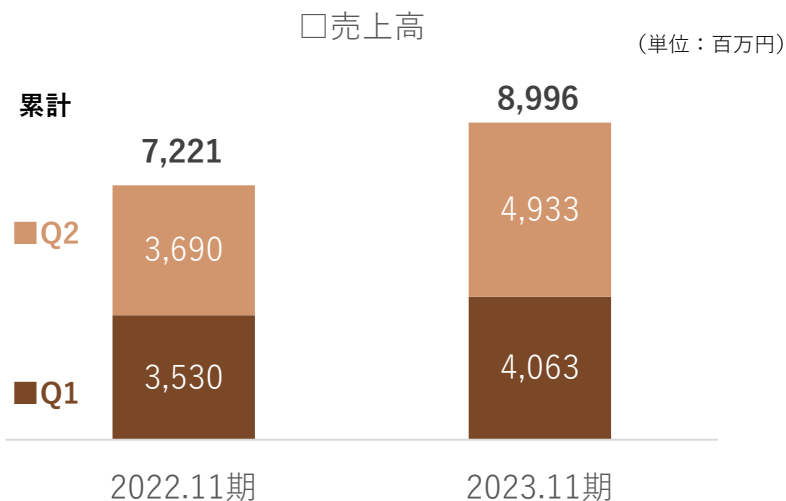
- インバウンド含む人流の回復とともに、外食・レジャー需要が徐々に回復。
- 一方、最終商品の値上げ影響で家庭用需要は減少傾向。
- 国産脱脂粉乳の過剰在庫対策により、脱脂粉乳および粉乳調製品原料の国産への置き換えがさらに進行。
- 対策事業、生乳生産量減少等により脱脂粉乳在庫減少傾向。適正化に向かい進捗。



□ 販売動向

- 国産原料への置き換えの影響により、輸入脱脂粉乳および輸入調製品の販売が減少。
- バターおよびチョコレートの原料となる乳糖および調製品の販売が堅調。
- チーズ販売も外食をはじめとした業務用需要が回復したが、値上げ影響で小売り需要が減退したため販売数量は減少。

(注) 売上高、販売数量ともに数値の表示は、小数点以下切捨て。



(注) 売上高、販売数量ともに数値の表示は、小数点以下切捨て。

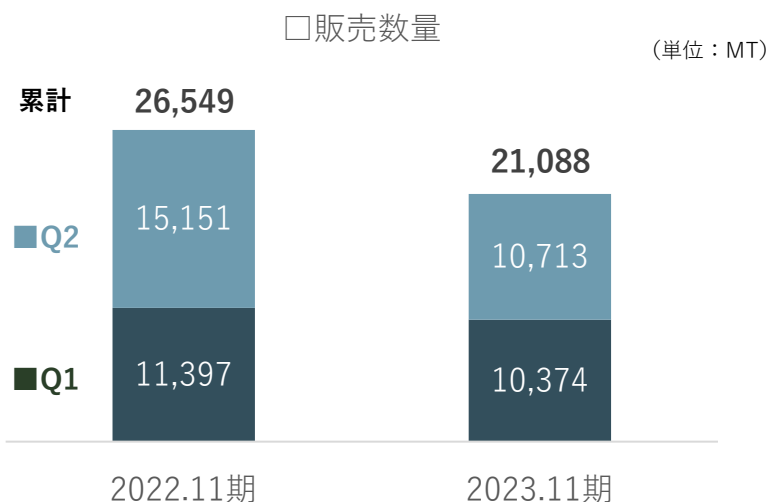
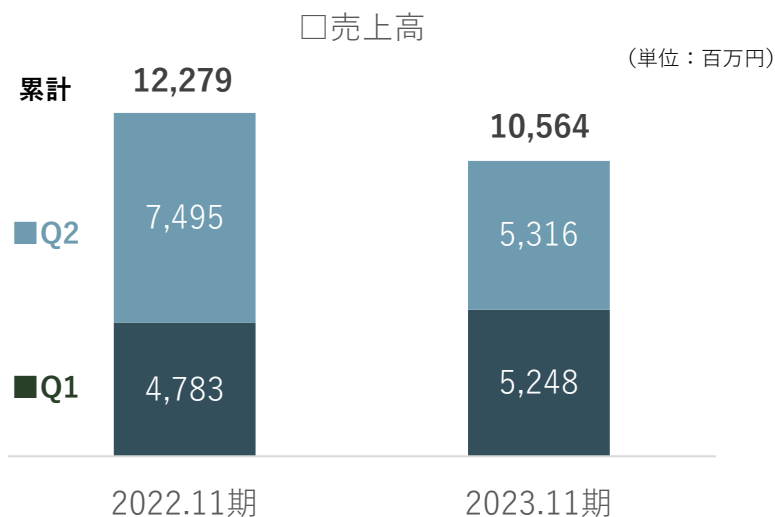
□ 事業環境

- 外食向け需要は回復傾向。ポークは国産の相場が上昇傾向となり輸入品の需要が堅調となった。
- 生産コスト高、ASF（アフリカ豚熱）の影響により欧州産ポークの相場が上昇し、価格優位性のある北米産の引き合いが増加。
- 国内では牛肉などの価格上昇により、鶏肉需要が増加。

□ 販売動向

- チルド・フローズンポークの販売が堅調。欧州産ポークの市場価格が上昇するなか、当社は調達面で強みを持つ北米産のポークの販売を伸ばした。
- コロナ禍以降、労働者不足の影響を受けていた主要サプライヤー（米国）の生産体制は徐々に回復。
- 取扱商品の多様化を目指し、鶏肉や加工食品の販売を強化。

アジア事業（乳原料販売）の概況（上期）



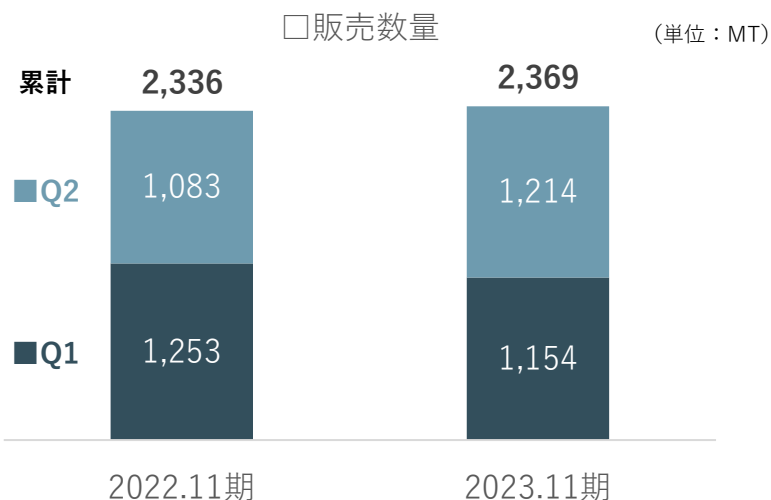
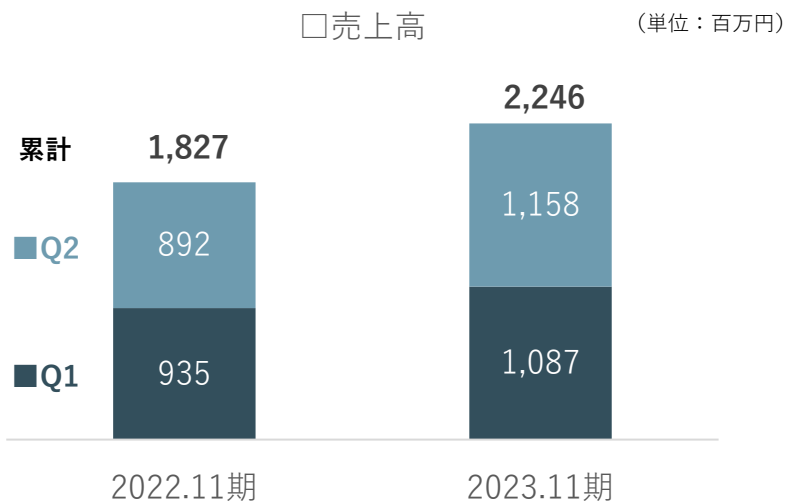
(注) 売上高、販売数量ともに数値の表示は、小数点以下切捨て。

□ 事業環境

- | 人流の回復により現地の乳製品需要は業務用を中心に回復。
- | 国産脱脂粉乳在庫対策の影響により、日本において輸入調製品の需要が減退。（輸入調製品から国産脱脂粉乳への原料置き換えが進んだ）

□ 販売動向

- | 現地の食品メーカー等向けに、日本産脱脂粉乳販売が好調に推移。（過剰在庫対策による日本からの輸出品の販売）
- | 調製品原料の販売が減少。



(注) 売上高、販売数量ともに数値の表示は、小数点以下切捨て。

□ 事業環境

- シンガポールを中心に、外食やベーカリー向けの需要は底堅く推移。
- 中国は経済回復が遅れ食品全般で需要が低迷。その影響がアジア全域に及び、中国向け食品を製造するメーカーの需要が減退。

□ 販売動向

- 中国向け食品を製造するメーカーへの販売が減少。
- 近年、引き合いが増えているナチュラルシュレッドチーズの販売は、主に外食向けで順調に増加。
- 昨年、原料チーズの価格が高騰した影響で、プロセスチーズの利益率が低下。今年に入り相場は下落が続いていることから、下期には、徐々に利益率は改善を見込む。

下期は国産脱脂粉乳在庫の適正化にともなう乳原料の輸入回復に期待。

アジア・チーズ製造販売では、原料チーズの価格下落により徐々に利益率の改善を見込む。

(単位：百万円)

	2022.11期 実績	2023.11期		
		予想	前期比 増減	前期比 (%)
売上高	147,423	160,000	+12,576	+8.5
経常利益	3,134	3,200	+65	+2.1
経常利益率 (%)	2.1	2.0	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,286	2,330	+43	+1.9
当期純利益率 (%)	1.6	1.5	-	-
<hr/>				
1株当たり当期純利益 (円)	231.64	235.03	+3.39	
1株当たり配当金 (円)	中間	0.00	24.00	+24.00
	期末	40.00	24.00	△16.00

事業部門別売上高および販売数量（前年同四半期比）

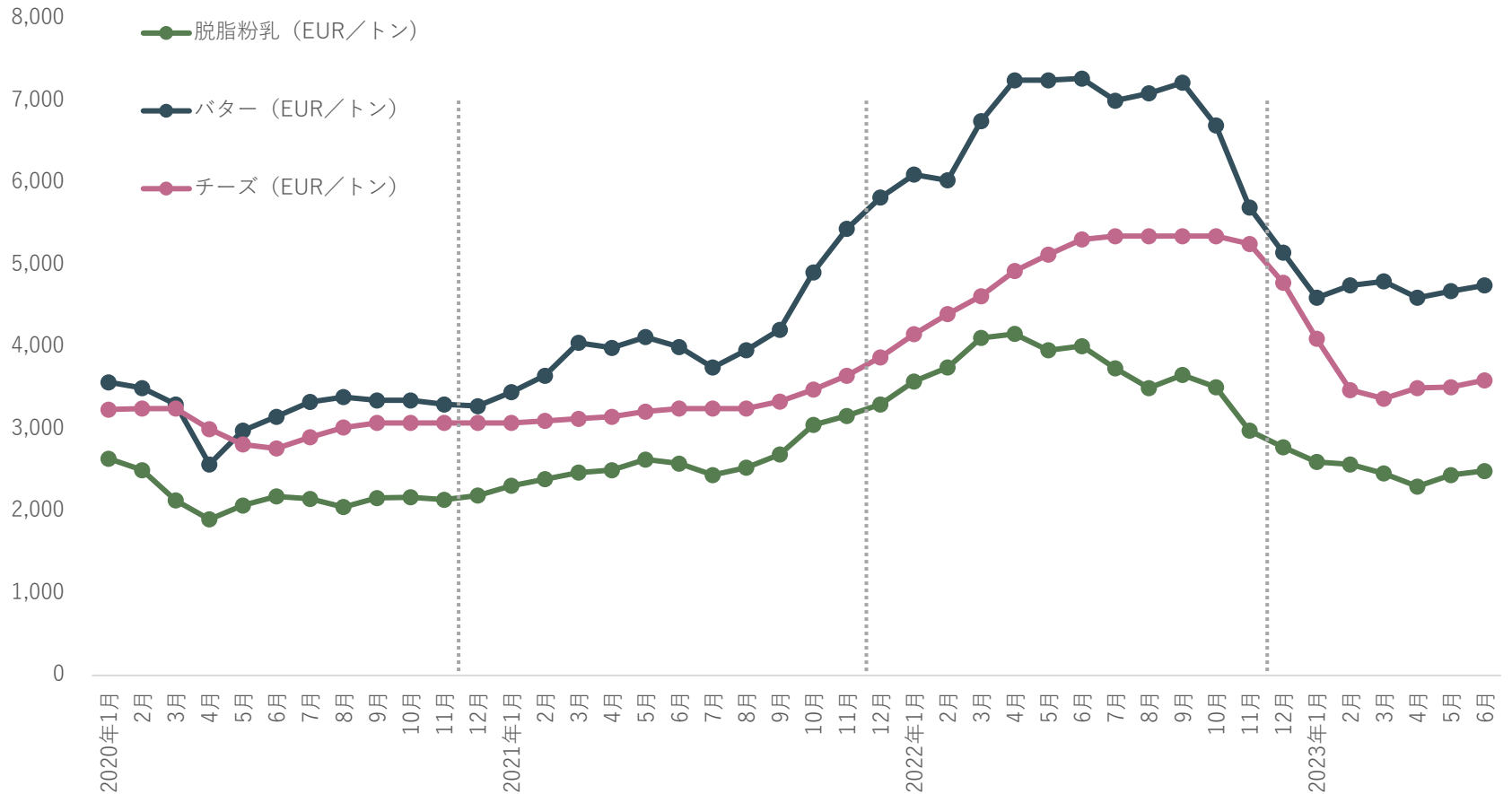
（単位：百万円）

□ 売上高	2022.11期 2Q累計	2023.11期 2Q累計	増減	増減率	通期見通し
乳原料・チーズ部門	47,202	56,791	9,588	20.3%	106,400
食肉食材部門	7,221	8,996	1,775	24.6%	15,200
アジア事業（乳原料販売）	12,279	10,564	△1,714	△14.0%	26,800
アジア事業（チーズ製造販売）	1,827	2,246	419	22.9%	4,600
その他	1,257	1,851	593	47.2%	7,000

（単位：MT）

□ 販売数量	2022.11期 2Q累計	2023.11期 2Q累計	増減	増減率	通期見通し
乳原料・チーズ部門	96,454	85,335	△11,118	△11.5%	172,000
食肉食材部門	12,096	13,878	1,781	14.7%	28,000
アジア事業（乳原料販売）	26,549	21,088	△5,461	△20.6%	56,500
アジア事業（チーズ製造販売）	2,336	2,369	32	1.4%	5,900

（注）売上高、販売数量ともに数値の表示は端数切捨て。増減率は四捨五入しております。



(注) 脱脂粉乳・バター : オランダ公定価格 (工場前価格) チーズ : ドイツ産エダムチーズ



下期の事業環境と今後の取り組み

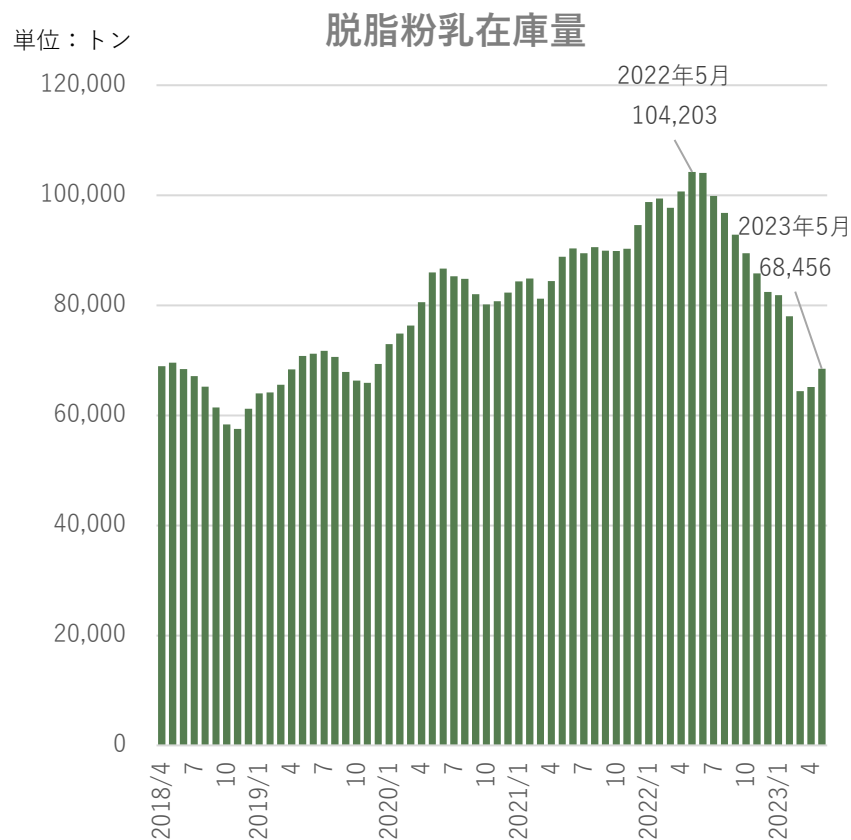
ポジティブ

- 国産脱脂粉乳在庫は適正化に向かう
- 国産のバター、クリーム系の原料は不足気味となり輸入品需要が増加
- 外食・レジャー、インバウンド需要は旺盛
- 国内の乳価値上げにより国産原料の価格が上昇。一方、相場が落ち着いた輸入原料は相対的に価格競争力が回復

ネガティブ

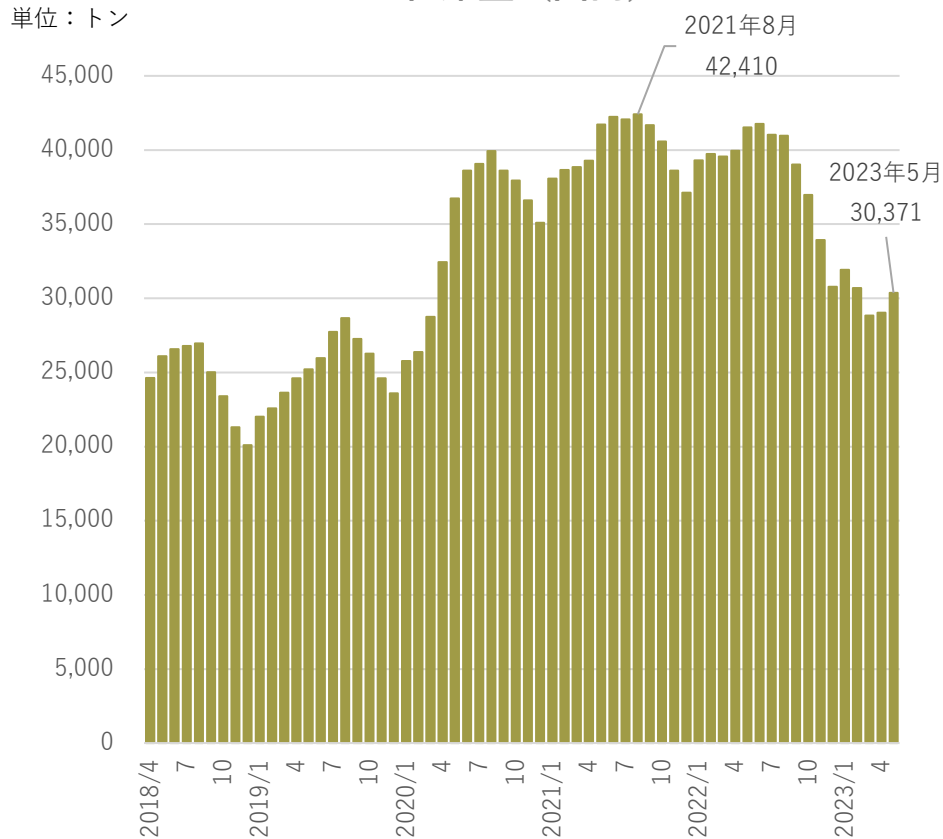
- 国産脱脂粉乳在庫の減少により国産品の国内販売、輸出事業の縮小
- 乳製品価格の値上げによる乳製品の消費減の影響は注視

需要の回復と生乳生産量の減少を背景に、脱脂粉乳の在庫量は適正化に向け減少傾向



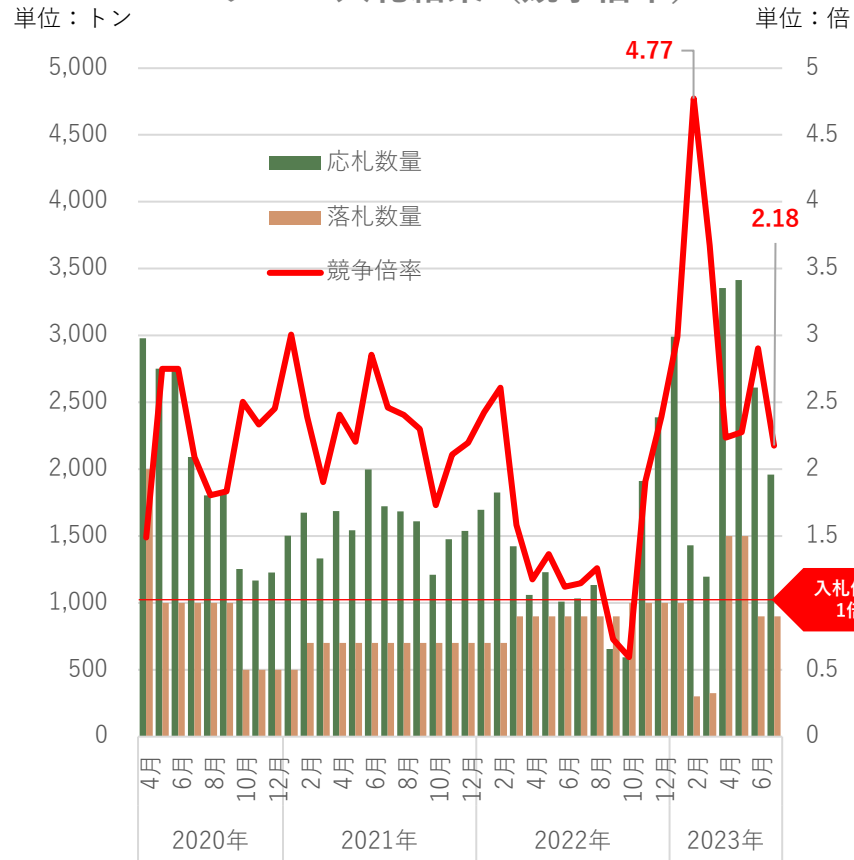
(出所) 農林水産省 統計表「生乳生産量と用途別処理量(全国)」より

バター在庫量（国内）



(出所) 農林水産省 統計表「生乳生産量と用途別処理量（全国）」より

農畜産業振興機構（ALIC）による バターの入札結果（競争倍率）



(出所) 独立行政法人 農畜産業振興機構（ALIC）公表データ
「バターの売買同時入札(SBS方式)結果」
をもとにラクト・ジャパン作成

輸入乳製品需要の本格回復に向けた対応を進める

■ 輸入調製品を中心とした輸入乳原料の販売強化

国産原料からの置き換え促進

■ 需給ひっ迫が見込まれる乳原料の輸入拡大

バター、クリーム系原料の輸入対応、積極提案

■ 取扱商品のアイテム拡大

サプライヤーとの協業により、乳由来で機能性の高い原料を国内ユーザーに紹介

ポジティブ

- ポークの主要サプライヤー（米国）の生産体制は改善。チルド・フローズンポークの供給懸念解消。
- 生産コスト高、ASF（アフリカ豚熱）の影響により、欧州産ポークの供給減少は当面続く見込み。北米産ポークの需要増に期待。

ネガティブ

- 価格上昇を受けた国内の消費鈍化、値上げ抑制のための食肉加工品メーカーによる原料使用量の減少。
- 原料価格の高騰、円安などにより輸入品の価格競争力が低下する懸念もあり。

(参考) 欧州におけるASF (アフリカ豚熱) の発生状況

欧州では2023年もASF発生が続く。

日本への輸入ポーク供給地域は当面限定されることが見込まれる。

【欧州におけるASFの発生状況】

国	区分	2022年度		2023年度	
		件数	最終確認日	件数	最終確認日
ブルガリア	家畜豚	2	22/1/28	-	-
	野生イノシシ	387	22/12/20	71	23/2/3
チェコ	家畜豚	-	-	-	-
	野生イノシシ	1	22/12/2	2	23/1/5
エストニア	家畜豚	-	-	-	-
	野生イノシシ	57	22/12/22	14	23/2/3
ドイツ	家畜豚	3	22/7/2	1*	23/3/1*
	野生イノシシ	1,628	22/12/29	408*	23/3/3*
ギリシャ	家畜豚	-	-	-	-
	野生イノシシ	-	-	2	23/1/26
ハンガリー	家畜豚	-	-	-	-
	野生イノシシ	550	22/12/19	103	23/1/31

国	区分	2022年度		2023年度	
		件数	最終確認日	件数	最終確認日
イタリア	家畜豚	4	22/9/27	1	23/2/3
	野生イノシシ	277	22/12/31	195*	23/3/1*
ラトビア	家畜豚	6	22/8/31	-	-
	野生イノシシ	913	22/12/30	61	23/2/3
リトアニア	家畜豚	16	22/11/7	-	-
	野生イノシシ	302	22/12/20	44	23/2/5
ポーランド	家畜豚	14	22/9/7	-	-
	野生イノシシ	2,152	22/12/30	434	23/2/3
ルーマニア	家畜豚	329	22/12/29	29	23/2/3
	野生イノシシ	465	22/12/28	80	23/2/3
スロバキア	家畜豚	5	22/7/27	-	-
	野生イノシシ	550	22/12/22	103	23/2/3

(出所) 「欧州におけるASF発生状況」 独立行政法人 農畜産業振興機構 より

* 印はALICニュースより更新・追記 (2023/3/16)

北米産ポーク需要の着実な取り込みと、 加工品など取扱商品の多様化をさらに進める

■ チルド・フローズンポークの販売拡大

引き合いも多く、供給量も回復傾向にある北米産ポークの販売拡大

■ 原料サプライヤーおよび加工品製造のパートナーを開拓

メキシコなど南米の豚肉のサプライヤー開拓

国内・海外の食肉加工品メーカーの開拓

■ 取扱商品の多様化促進

鶏肉の取り扱いを拡大

国内の食肉加工工場と協力したOEM製品の販売（ローストビーフ、パンチェッタなど）

食肉加工品の輸入販売（タイ産）

■ 国内の販路拡大

量販店向け取引拡大

ポジティブ

- インフレ物価高の影響はあるものの、現地食品メーカー向けの需要は底堅い（乳原料販売）
- 原料チーズ価格下落により利益率は徐々に改善に向かう（チーズ）
- 外食チェーン向けの新規商売が本格始動（チーズ）

ネガティブ

- 日本における脱脂粉乳在庫の適正化とともに、日本産脱脂粉乳の販売（輸出事業）は減少見込み（乳原料販売）
- 中国の景気低迷の影響を受けた中国向け食品の製造メーカーの販売低迷（チーズ）

乳原料販売は、新規顧客の開拓、既存顧客への提案アイテムの増加に注力
チーズ製造販売は、中国以外の外食需要の着実な取り込みで販売増を目指す

乳原料販売

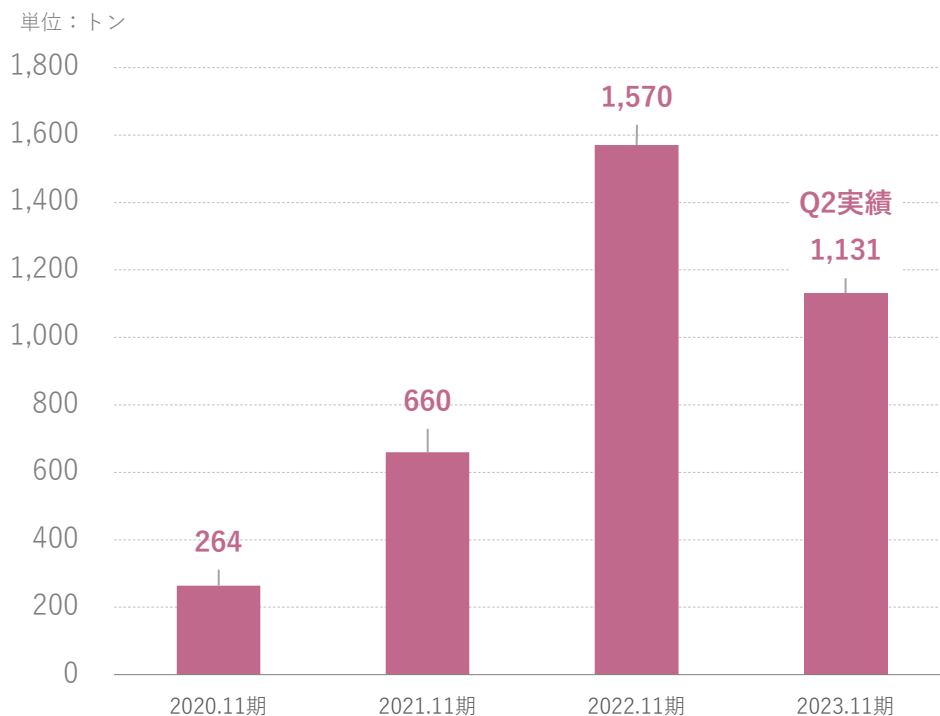
- 販売先への提案アイテムの増加
- 日本産乳製品の販売拡充に向けた取り組み強化

チーズ製造販売

- 新商品の市場投入
- シュレッドチーズの拡販
- タイにおける直販ルートでのホテル・レストラン向け販売拡充

依然として需要拡大が続くプロテインを中心に販売
ただし、プロテイン単体でなく、付加価値を高めた処方提案

機能的食品原料の販売数量推移



- スポーツニュートリション向けの販売強化（メーカーにとって差別化商品となる処方提案）
- OEM生産が可能なパートナーと最終製品の開発・製造まで対応

「100°Cのお湯でも固まらない高たんぱくプロテイン原料」を一般食品市場に提案



ホッとPROTEIN
ホッとするひとときに、
お湯で飲むプロテインを。

休日のくつろぎタイムでも、あわただしい朝食の時間でも、ホットミルクやホットコーヒーを飲むように、「手軽に」でも「しっかりと」たんぱく補給ができれば...
*ホッとPROTEIN*はそんなニーズにこたえる、お湯で溶いて飲む新しいタイプの粉末プロテインです。

特長①
ホットでも手軽にプロテインが飲める！

粉末プロテインで一般的なホエイたんぱく質は80°C以上の熱で変性し凝固します。そのため、ホットでプロテインを飲む場合、水で溶いてから電子レンジで温めるなど手間がかかります。
*ホッとPROTEIN*シリーズは、100°Cのお湯に分散するので、温め直す必要もなし。飲むまでのストレスがかりません。

特長②
もちろん、高たんぱく！

*ホッとPROTEIN*の主原料は「MC190」。1食あたり約14gのたんぱくを含んでいるため、スポーツ・プロテインと遜色ない高たんぱくプロテインです。
手軽、だけどしっかりプロテインを摂取できる、それが*ホッとPROTEIN*の特長です。

特長③
さっと分散、だまにならない！

*ホッとPROTEIN*はスプーンステアですぐ分散。お湯を入れたシェイカーで攪拌...なんていう手間はいりません。コーヒーや紅茶を飲むように、手軽にプロテインドリンクを飲めるのです。お湯だけでなく、冷たい水や牛乳にも分散しダマになりにくいため、滑らかな口当たりで飲みやすいのも特長です。



特長① お湯に分散

一般的にたんぱく質は80°C以上の熱で変性し凝固するが、当社開発の新製品は100°Cのお湯でも固まらず分散。

特長② 高たんぱく

高たんぱく原料を配合。

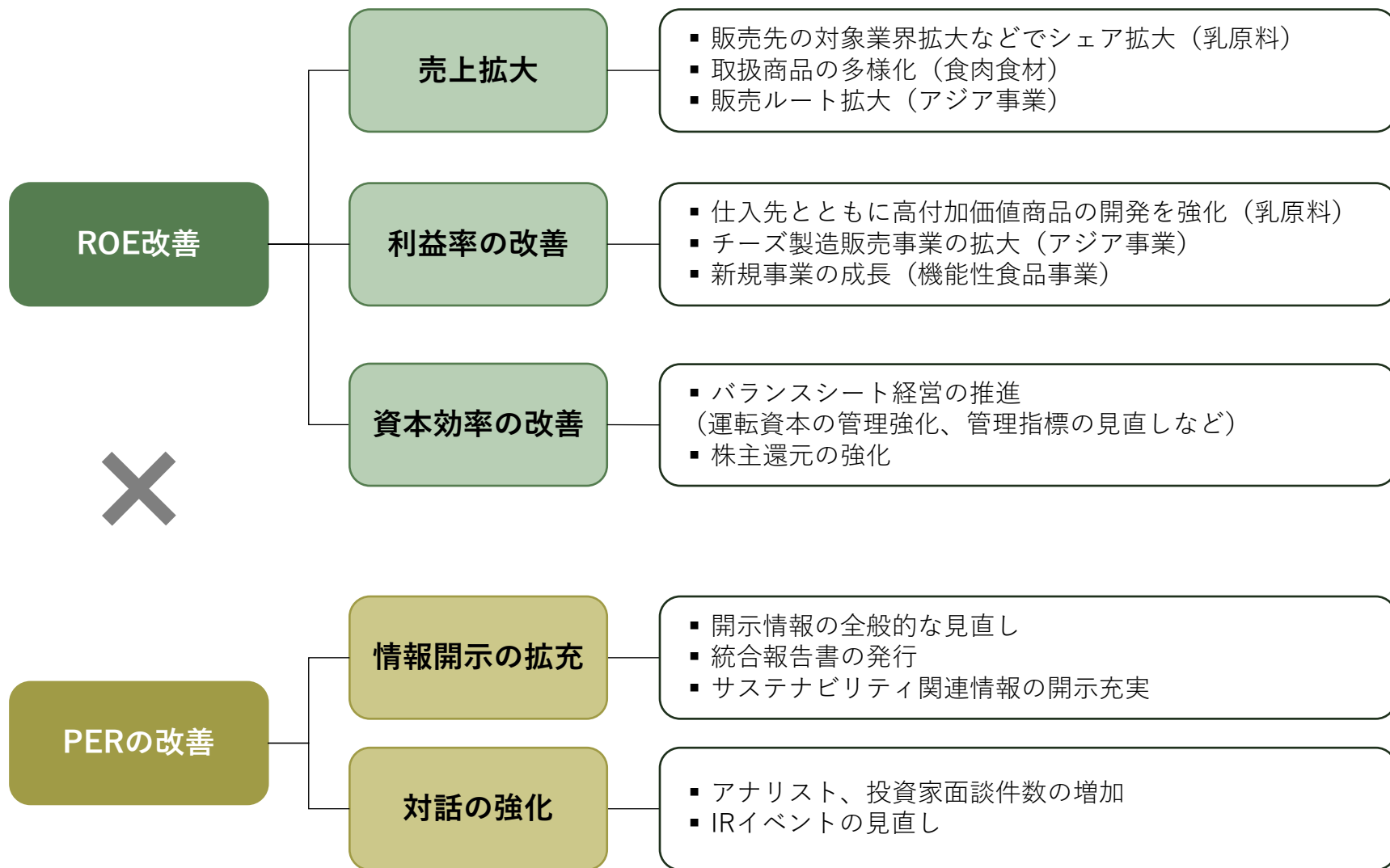
特長③ スプーンステア

スプーンステアですぐ分散。
お湯を入れたシェイカーでの攪拌不要。

特長④ 水や牛乳でも美味しく飲める

冷たい水や牛乳でも分散。風味づけも可能。

ROE向上への取り組みに加えてPERの改善にも注力





中期経営計画「NEXT-LJ 2025」

(2023.11期～2025.11期)

	Base 既存ビジネスの「進化」	Growth アジア事業の拡大	Challenge 次世代ビジネスの構築
事業成長	サプライソースの 多様化による安定供給	チーズ製造販売事業の拡大	機能性食品をはじめとした 新たな商材の開発
	ベストマッチングを生み出す コンサルティング営業	現地営業体制の強化 販売エリアの拡充	製造・加工の 川下分野の拡充
	日本産食材の輸出	宗教や多様な食文化に対応 した高付加価値製品の開発	酪農等の川上分野への関与
	M&A（海外トレーディングハウスの買収、同業他社の買収、事業提携など）		
経営基盤の 強化	持続可能な酪農・畜産業への貢献 気候変動への適応および環境負荷を軽減するビジネス体制の構築		
	人材開発の強化 / ガバナンスの高度化 / 情報システム整備		

安定供給を確保し、ベストマッチングによりシェアアップ 機能性食品は既存顧客への拡販に加え、輸出を本格的に展開

事業区分	事業方針	主要施策	基本方針との関係			
			Base	Growth	Challenge	経営基盤
乳原料 (国内)	安定供給を確保し、市場シェアを拡大する	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライソースの多様化 ● 国産乳原料の販売強化、輸出の拡大 ● プラントベースフードの取扱い拡充 	●		●	●
チーズ (国内)	安定供給を確保し、需要を拡大する	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライソースの多様化 ● 機能性チーズの開発 ● 国産チーズの輸出 	●			●
食肉食材	米国産豚肉の輸入事業からの多角化を進める	<ul style="list-style-type: none"> ● 調達先（原料畜種）の拡大 ● 調達先（加工品・加工食材）、取扱商品の拡大 ● 総菜等の製造・加工への進出 	●		●	●
機能性食品	既存の優良顧客基盤に新商材を提案営業し、次世代ビジネスを創出する	<ul style="list-style-type: none"> ● スポーツニュートリション等の機能性食品の拡販 ● 提携・協業による事業拡大 ● 機能性食品の輸出・三国間貿易 		●	●	●

現地体制の強化、新工場への移転等の積極的な投資 川上・川下分野へ展開し複合型食品企業へ進化

事業区分	事業方針	主要施策	基本方針との関係			
			Base	Growth	Challenge	経営基盤
乳原料 (アジア)	現地体制を強化し、旺盛な市場成長の取込み・シェアアップを図る	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライソースの多様化 ● ナショナルスタッフの育成 ● 現法ガバナンス体制構築 ● 拠点拡充・エリア展開 	●	●		●
チーズ製造 (アジア)	製造能力を拡大し、旺盛な市場成長の取込み・シェアアップを図る	<ul style="list-style-type: none"> ● シンガポールの新工場移転 ● タイ工場機能強化・生産性向上 ● 高付加価値製品の開発 		●		●
製造・加工 (川下分野)	海外での製造品目を増やし、メーカー比率を高める	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康食品、サプリメント製造 ● 小売向け商材の開発・製造 ● 食品メーカーのM&A 			●	●
酪農等 (川上分野)	持続可能な酪農・畜産業への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ● 東南アジアで酪農業への関与 ● 環境に配慮した飼料の販売 			●	●

ローリング方式から期間固定方式に公表形式を変更。

各期の目標を明確化することで、計画の実効性を高め、確実な成長の原動力とすると同時に、株主・投資家の皆さまとの対話を円滑なものにすることを目指した。

項目	2022.11期 (実績)	2023.11期 (予想)	2024.11期 (計画)	2025.11期 (計画)
連結売上高	1,474億円	1,600億円	1,800億円	2,000億円
連結経常利益	31.3億円	32億円	36億円	40億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	22.8億円	23億円	26億円	29億円

項目	2022.11期 (実績)	2025.11期 (計画)
ROE	10.9%	10%以上
配当性向	17.3%	20～25%
連結自己資本比率	30.5%	30～35%

中期的な資金使途

- **設備投資**…現時点ではシンガポール新工場への移転が「NEXT-LJ2025」期間中の最大投資と見込む
 - シンガポール新工場への移転関連投資
 - 既存工場設備の維持・更新関連投資

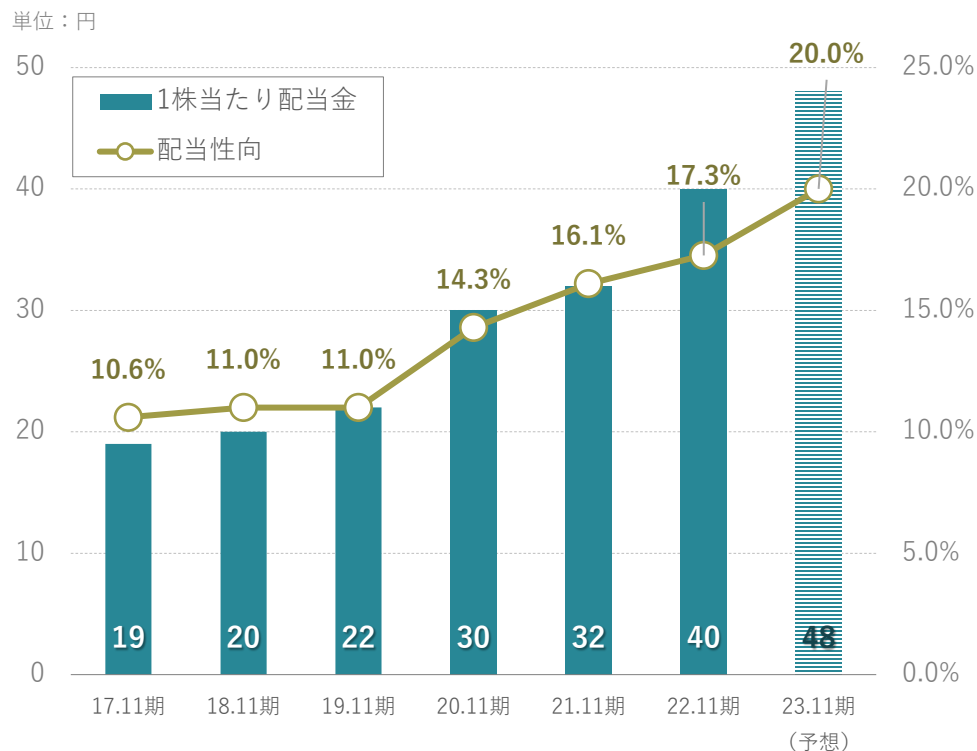
- **事業関連投資**
 - アジアにおける営業力強化（拠点拡充など）
 - 新規事業拡充を目的とした関連投資（商品開発、事業提携、M&Aなど）
 - 事業効率化のための投資（基幹システムの更新など）

- **株主還元**
 - 配当性向の向上
 - 機動的な株主還元（中間配当の実施を開始）

- **財務健全性の維持**
 - 自己資本比率30%超を維持

株主還元策は配当金の増額を基本方針とし、配当性向の向上を目指す

配当金・配当性向の推移



安定配当をベースとした増配

- 中長期的な成長を実現すべく、アジア事業への投資と財務体質の強化を両立させながら、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題と位置付け、安定配当をベースに増配を目指す

配当性向のアップ

- 2023.11期の配当性向は20%を予想、今後はさらなる向上を目指す

(注) 配当額は、2019年5月1日を効力発生日とした株式分割（普通株式1株を2株に分割）を考慮して記載しております

ご清聴ありがとうございました。

ご注意事項

本資料には、当社の戦略や見通しなど将来の業績に関する記述が含まれております。これらは現時点における当社の判断に基づくものであり、リスクや不確実性を含んでおります。経営環境の変化など、さまざまな要因により変更されることがあります。あらかじめご了承ください。