



2017年11月期 決算説明会

株式会社ラクト・ジャパン

2018年1月19日

1.	2017年11月期業績及び2018年11月期業績予想	P. 3
2.	市場環境と今後の取り組み	P.15
3.	(ご参考) 会社概要	P.29

■ 連結業績

- 2017年11月期は過去最高の売上高、当期純利益を更新。7月修正予想も達成。

■ 新中期経営計画及び2018年11月期予想

- 昨年公表の中期経営計画「NEXT-LJ2019」は初年度で達成。
為替要因を除いても、当社の強みに基づく販売数量拡大等による着実な成長による達成。
- 当初目標値の達成を受け、新中期経営計画「NEXT-LJ2020」として目標値を更新。
ターゲット市場の堅調な推移の中で、更に実力を成長させ、増収増益を目指す。
- 2018年11月期の市場環境は堅調を予想し、着実な成長を目指す。

■ 株主還元

- 2017年11月期は、東証一部銘柄指定に伴う記念配当により、過去最高の38円に増配。
- 2018年11月期は、さらに40円に増配予定。
株主還元については、今後も事業成長への投資や事業基盤の充実を図りつつも、重要政策の一つと位置付け、更なる増配を目指す。

1

2017年11月期業績 及び 2018年11月期予想



2017年11月期連結業績

過去最高の売上高・当期純利益を更新。7月発表の修正予想も達成。

(百万円)

	16.11期 実績	17.11期					
		実績	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率	7月発表 修正予想	対実績 差額	達成率
売上高	88,679	101,334	12,655	+ 14.3%	95,600	5,734	105.9%
経常利益	1,434	2,522	1,088	+ 75.9%	2,020	502	124.8%
売上高経常利益率	1.61%	2.48%			2.11%		
翌期以降計上予定損益	266	▲130					
親会社株主に帰属する 当期純利益	946	1,755	809	+ 85.5%	1,380	375	127.1%
売上高当期純利益率	1.06%	1.73%			1.44%		
一株利益	193.57円	358.96円			282.24円		
為替レート：米ドル ：ユーロ	109.33円 121.18円	112.43円 125.71円					

* 各期末時点において、仕入決済が完了し、為替ヘッジにかかる為替差損益が計上されているものの、販売が翌期以降に行われるため、損益の計上が翌期以降に予定されている取引について「翌期以降計上予定損益」として記載しております。

注) 財務数値の表示は端数切り捨て

■当社は基本的に為替リスクを負わないビジネスモデル。

海外仕入先との外貨建て仕入契約締結と同時に、国内顧客と円貨の販売契約締結。

その際、仕入外貨額に対する為替予約をすることで為替リスクをヘッジしている。

■但し、当社は会計処理基準における原則法を採用しているため、会計上の表示が特徴的。

売上総利益と営業外損益（為替差損益）の表示に影響が常に発生。

決算期末をまたぐ取引（翌期以降に販売）については期間損益の表示にも影響が発生。

【表示の特徴】

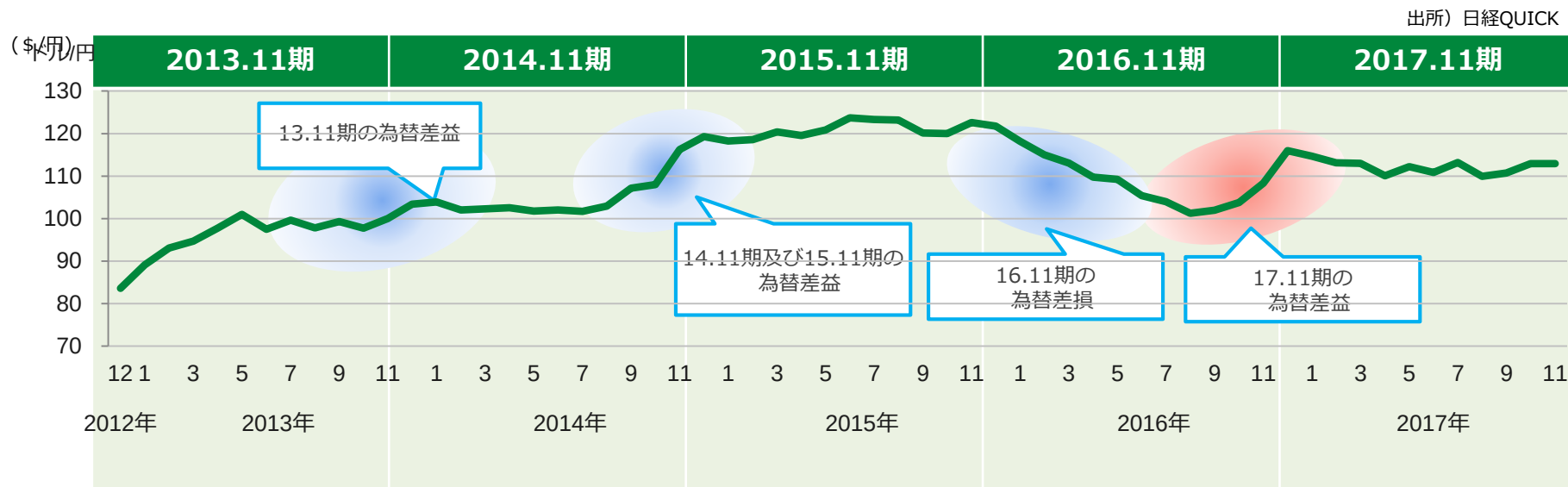
取引の段階に応じて、計上に使用する為替レートが異なるため、取引の途中において、為替差損益が生じる。

最終的には当初の為替レートにより計上された売上・売上原価になるので実質的な利益に影響はないが、売上計上前の取引の途中段階においては

- ①売上総利益と営業外損益の表示に影響するほか、
- ②計上が期間をまたがることにより、期間損益に影響する。

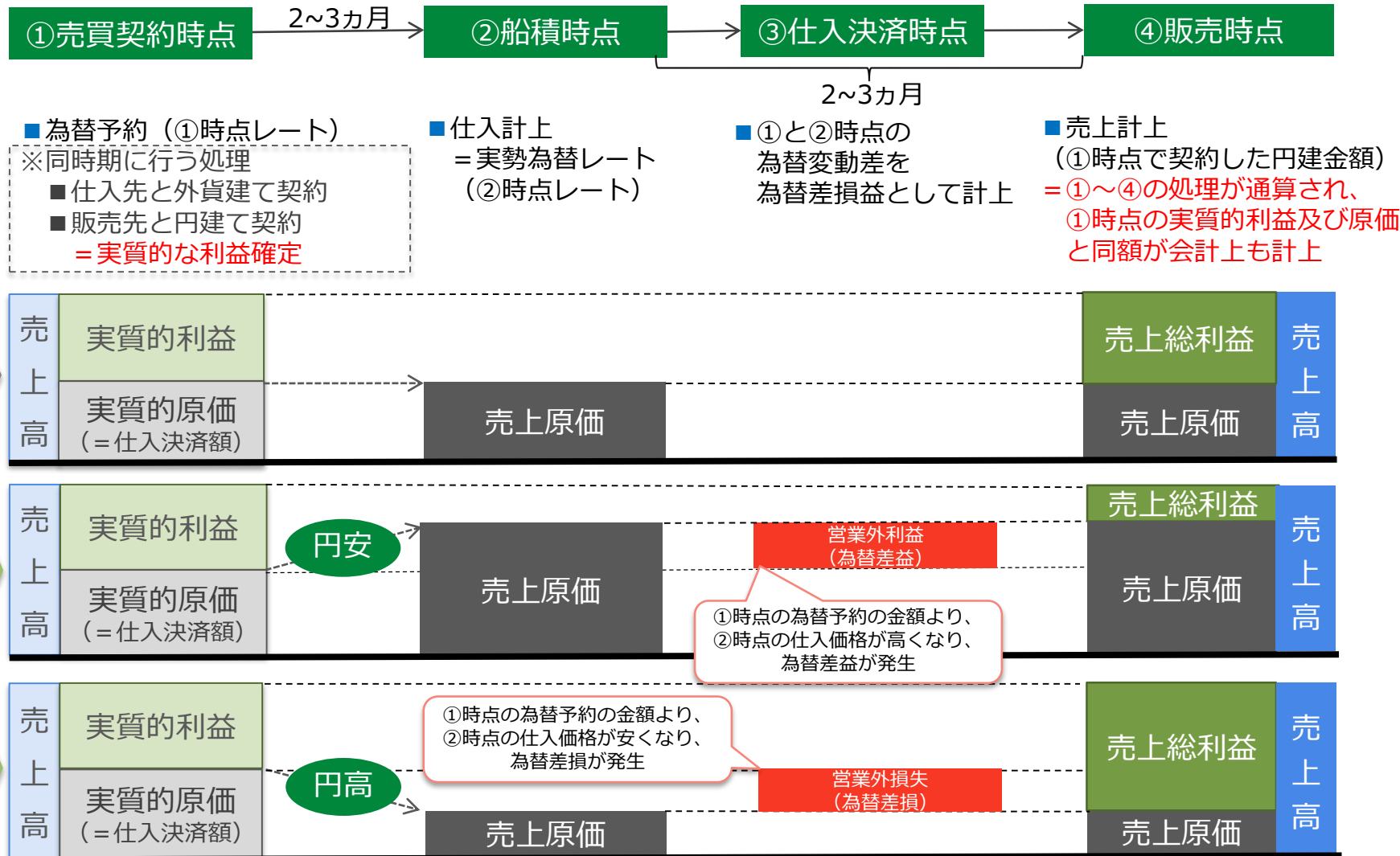
為替差損益について

為替レートの推移（スポットレート東京市場終値）



売買取引のイメージ（為替の影響）

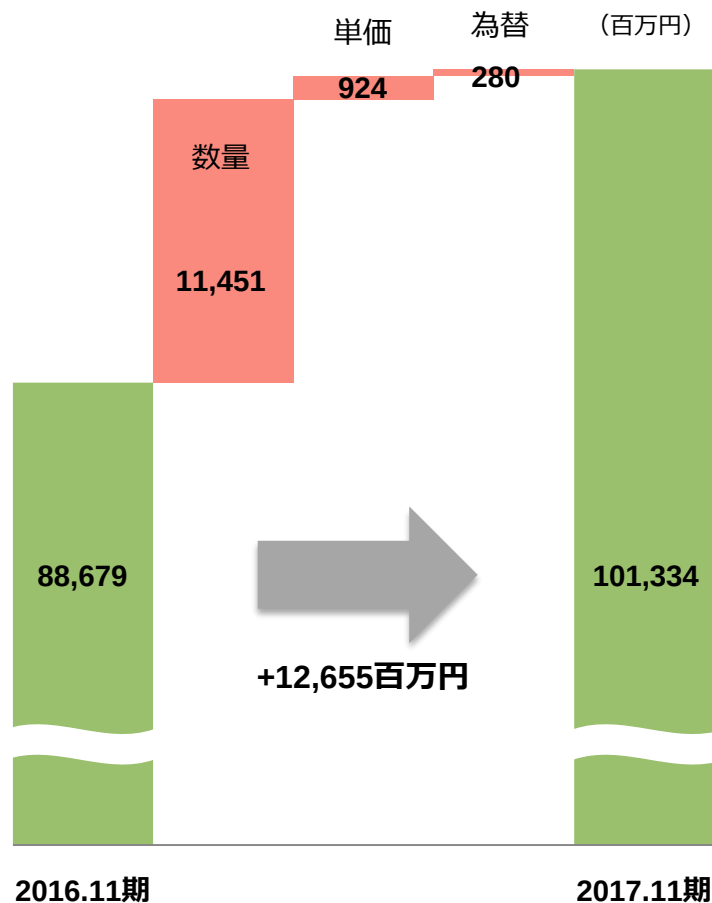
為替レートが変動しても、実質的な利益には影響しない。



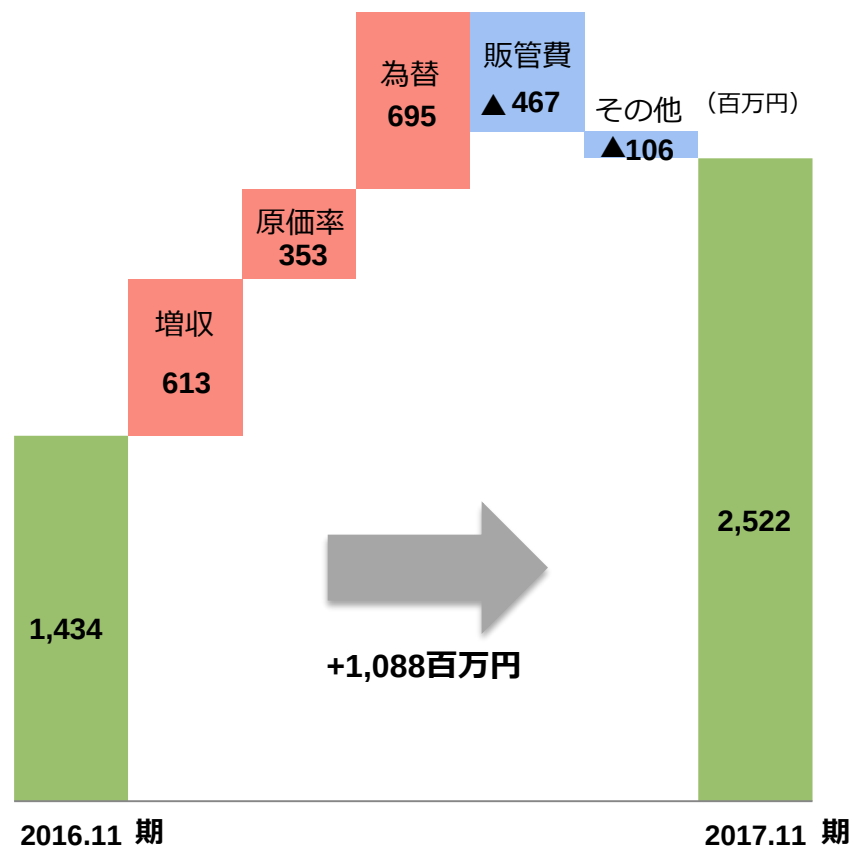
売上高・経常利益の増減要因分析

売上高は数量拡大により増収。経常利益は為替影響を除いても増収による増益。

売上高（連結）



経常利益（連結）



※為替差：経常利益増減における為替要素

事業部門別概況（売上高・販売数量）

乳原料・チーズ及びアジア事業・その他は数量拡大による増収。

事業部門別売上高

（単位：百万円）

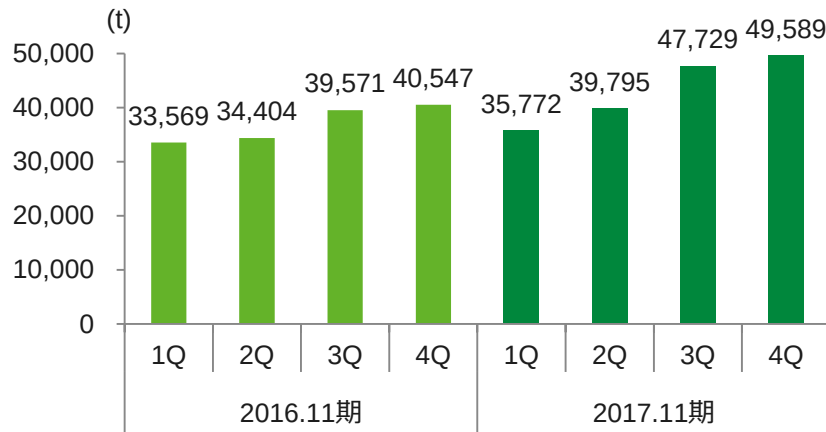
	2016.11期 実績	2017.11期 実績	増減額	事業別概況
乳原料・チーズ	60,543	70,019	9,476	- アイスクリームやチョコレートなどの最終製品の販売が堅調に推移する一方、国内の生乳生産量不足により、原料となる輸入乳原料の販売が拡大 - チーズにおいては日本市場における需要好調及び新規取引の増加などにより販売数量増加
食肉加工品	16,338	15,253	▲1,085	- 大手販売先における仕入方針の変更に伴い数量減 - 仕入・販売ルートの多様化・拡販に努め、計画比では目標達成を果たすも、前年同期比では減少
アジア事業・その他	11,797	16,061	4,264	- 国際乳製品価格が上昇に転じたことで、当社の仕入ネットワークを活用した価格競争力のある商品の販売が好調に推移 - チーズ製造販売部門では、多様な価格帯の商品ラインナップの強化及び生産効率の向上により販売数量増加

（単位：t）

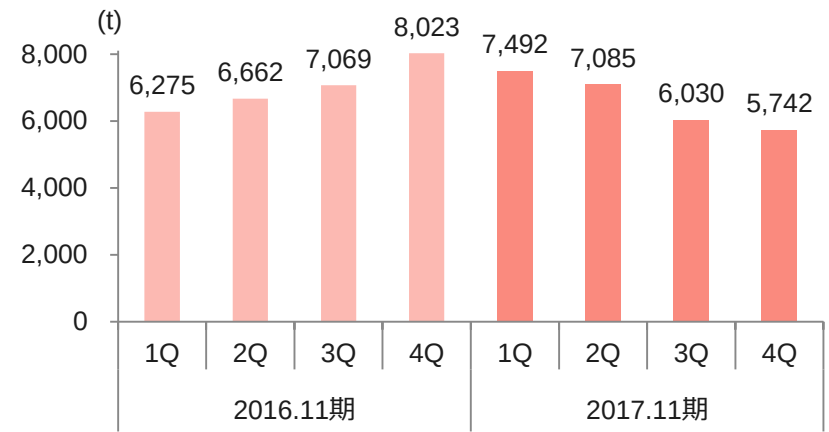
部門別販売数量

	2016.11期 実績	2017.11期 実績	増減	増減率
乳原料・チーズ	148,091	172,885	24,794	+ 16.7%
食肉加工品	28,029	26,349	▲1,680	▲6.0%
アジア事業（乳原料販売）	37,472	45,014	7,542	+ 20.1%
アジア事業（チーズ製造販売）	1,912	2,509	597	+ 31.2%

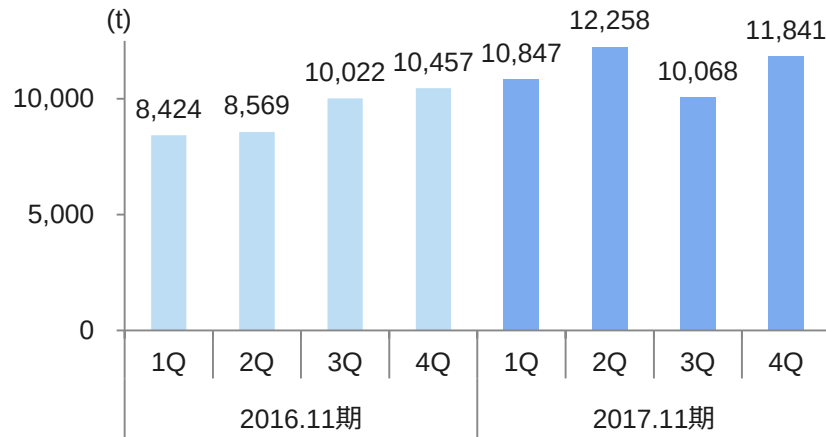
■乳原料・チーズ



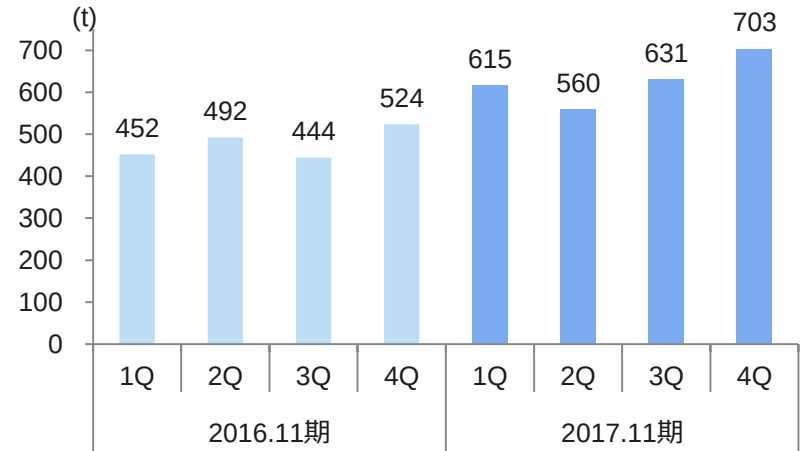
■食肉加工品



■アジア事業（乳原料販売）



■アジア事業（チーズ製造）



(百万円)

	2016.11期	2017.11期	増減額
流動資産	35,132	43,491	8,359
受取手形及び売掛金	14,278	17,198	2,920
棚卸資産	13,101	21,446	8,345
固定資産	2,428	2,413	▲15
有形固定資産	662	559	▲103
無形固定資産	55	20	▲35
投資・その他の資産	1,710	1,833	123
資産合計	37,561	45,905	8,344
流動負債	12,499	20,907	8,408
買掛金	6,890	11,411	4,521
有利子負債	4,303	8,379	4,076
固定負債	13,642	12,212	▲1,430
有利子負債	12,799	11,306	▲1,493
負債合計	26,142	33,120	6,978
純資産	11,419	12,785	1,366
負債・純資産合計	37,561	45,905	8,344

注) 内訳は主要項目のみ記載

主な増減要因

－ 売掛金・棚卸資産の増加

販売数量の増加及び国際乳製品価格の堅調な推移や円安傾向の定着に伴う仕入、販売価格の上昇

－ 買掛金の増加

売上増加による仕入増加

－ 有利子負債(流動負債)の増加

売上増加による運転資金の増加に伴う短期借入金の増加

(百万円)

	2016.11期	2017.11期	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	3,560	▲5,048	▲8,608
投資活動によるキャッシュフロー	4	▲137	141
財務活動によるキャッシュフロー	▲1,655	2,384	4,039
現金及び現金同等物の増減額	1,736	▲2,780	
現金及び現金同等物の期末残高	5,767	2,987	

■ 主な増減要因

ー 営業CFのマイナス

堅調な国際乳製品価格や円安による仕入単価の上昇に伴う棚卸資産の増加ならびに販売数量の増加による運転資金の増加

ー 財務CFのプラス

営業CFのマイナスを有利子負債の調達で充当

- 当社の強みを堅実に成長させ、着実な増収増益を目指す。
- 株主還元は、増配を継続。今後も事業成長への投資や事業基盤の充実を図りつつも、重要政策の一つと位置付け、更なる増配を目指す。

(百万円)

	2017.11期 実績	2018.11期		
		予想※	増減額	増減率
売上高	101,334	110,300	8,966	+8.9 %
経常利益	2,522	2,600	78	+3.1 %
翌期以降計上予定損益	▲130	-		
当期純利益	1,755	1,800	45	+2.6%
一株利益	358.96円	367.91円		
一株配当	38.0円	40.0円		
配当性向	10.6%	10.9%		

■ 乳原料・チーズ

- 国際乳製品価格の堅調な地合いは変わらないものの、前期ほどの上昇率は見込んでおらず、販売における価格競争の激化を想定（利益率↓）
- 最終製品の堅調な販売の一方で国産生乳生産量不足による輸入乳原料の需要増（数量↑）

■ 食肉加工品

- 前期下期から実施された一部販売先における仕入方針の変更に伴う数量減が今年は年間を通じて影響（数量↓）
- 仕入・販売ルートが多様化・拡販による開拓（数量↑）
- 付加価値の高い商品の取扱い拡充による利益率改善（利益率↑）

■ アジア事業・その他

- 当社グループの調達力に加え、日本で培ったきめ細やかな営業活動による他社との差別化（単価↑／数量↑）
- タイ子会社（チーズ製造）の生産拡大による赤字幅縮小（利益↑）

2

市場環境と今後の取り組み



■成長に向けた取り組み

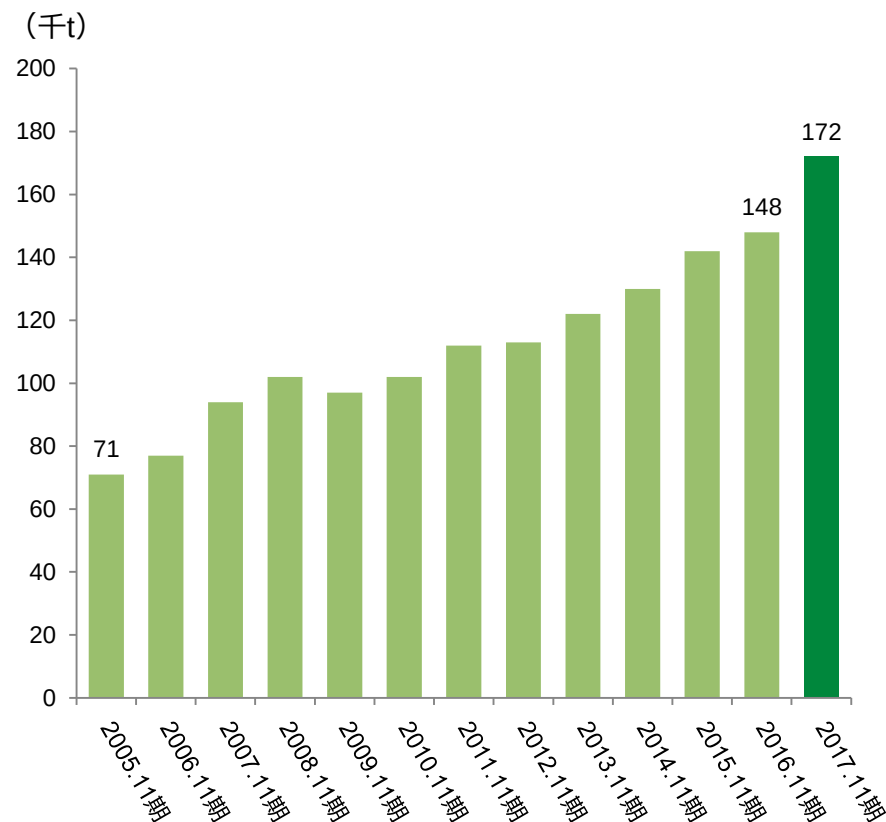
- ニーズが高まる輸入乳原料の確実な供給でビジネスを拡大
(減少する国産乳原料の着実な補完)
- 需要が堅調に推移するアイスクリーム、チョコレート用への乳原料供給の拡大
- 飲料向け調製品の拡販（新規顧客の開拓）
- 海外サプライソースの多様化

■今期の進捗

- 国内の生乳生産不足により輸入乳原料およびチーズの需要が拡大（ALIC入札は入札数量を拡大）
- 新規取引先となる飲料・飼料メーカーや最終ユーザーとしてのコンビニ業界との取引が拡大
- 前期に参入した飼料用乳原料の取扱いが想定以上に伸長

注：ALIC＝農畜産業振興機構

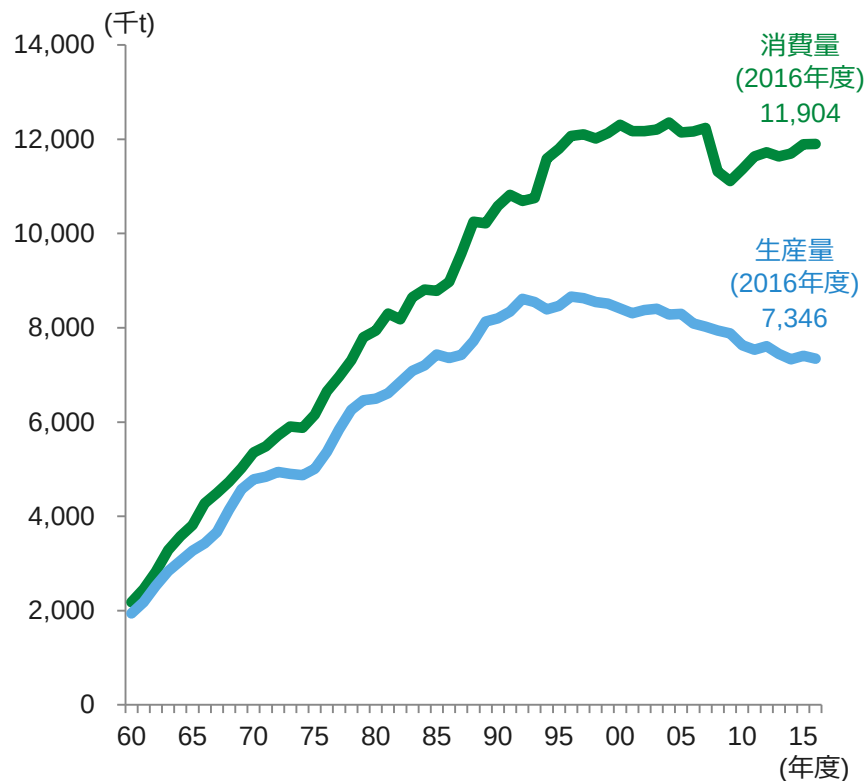
■当社の取扱数量（乳原料・チーズ）



注：データは固形換算

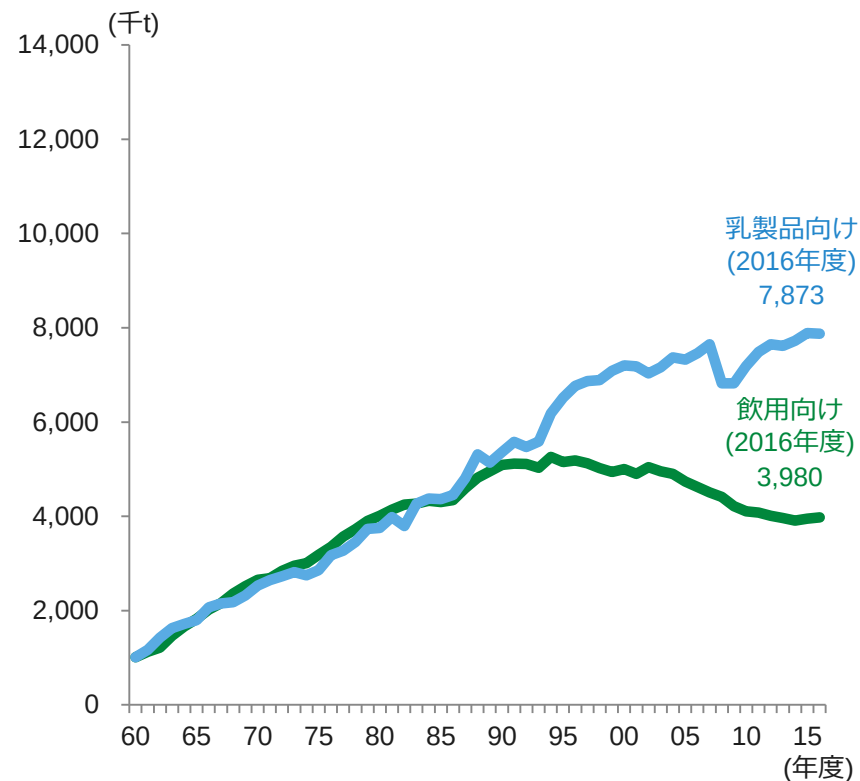
生乳の国内生産量の低下傾向が続くなか、牛乳・乳製品消費量は高水準が続く。
さらに2015年度以降は飲用向けも底打ちし、国内需要はますます旺盛。

■牛乳及び乳製品の国内生産量と消費量



出所：農林水産省「平成28年度食糧需給表」（2016年度は概算値）
注：データは生乳換算

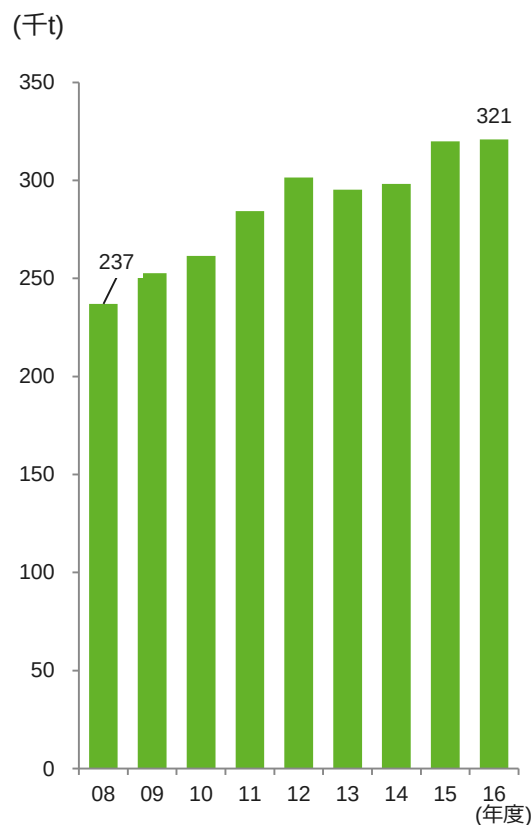
■牛乳および乳製品の国内消費量の内訳



出所：農林水産省「平成28年度食糧需給表」（2016年度は概算値）
注：データは生乳換算

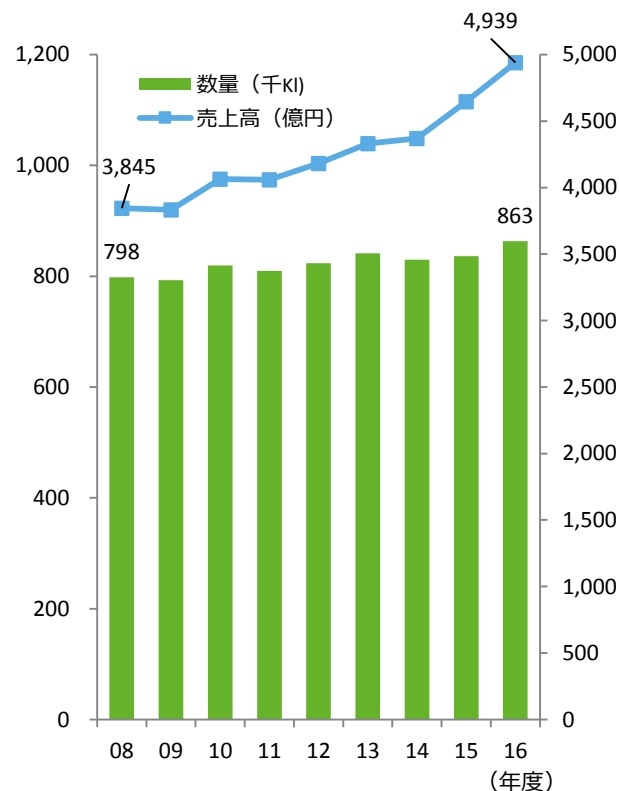
チーズ、アイスクリーム、チョコレートの国内生産・消費は堅調。
これに伴い輸入乳原料需要はますます旺盛。

■チーズ総消費量（国内）



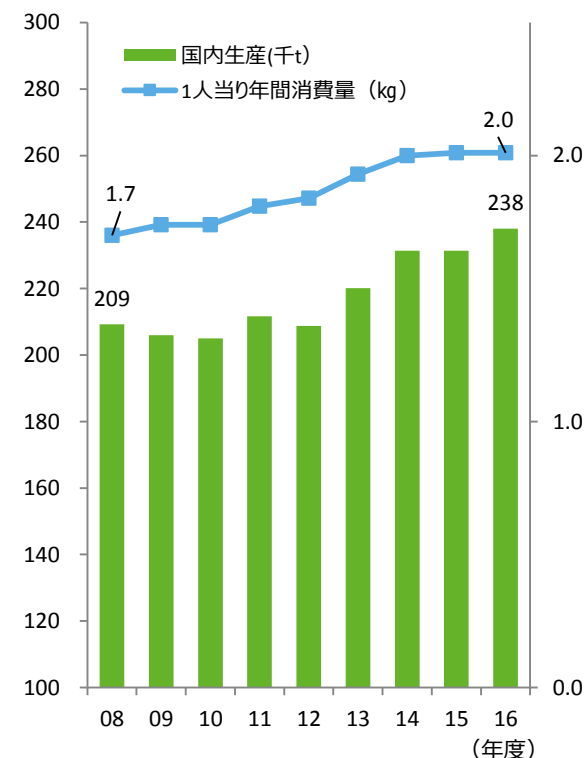
出所：農林水産省「平成28年度チーズの需給表」（2017/7/13公表）

■アイスクリーム類及び氷菓の
販売数量及び売上高



出所：一般社団法人アイスクリーム協会より

■チョコレート製品の国内生産量及び
消費量



出所：日本チョコレート・ココア協会より

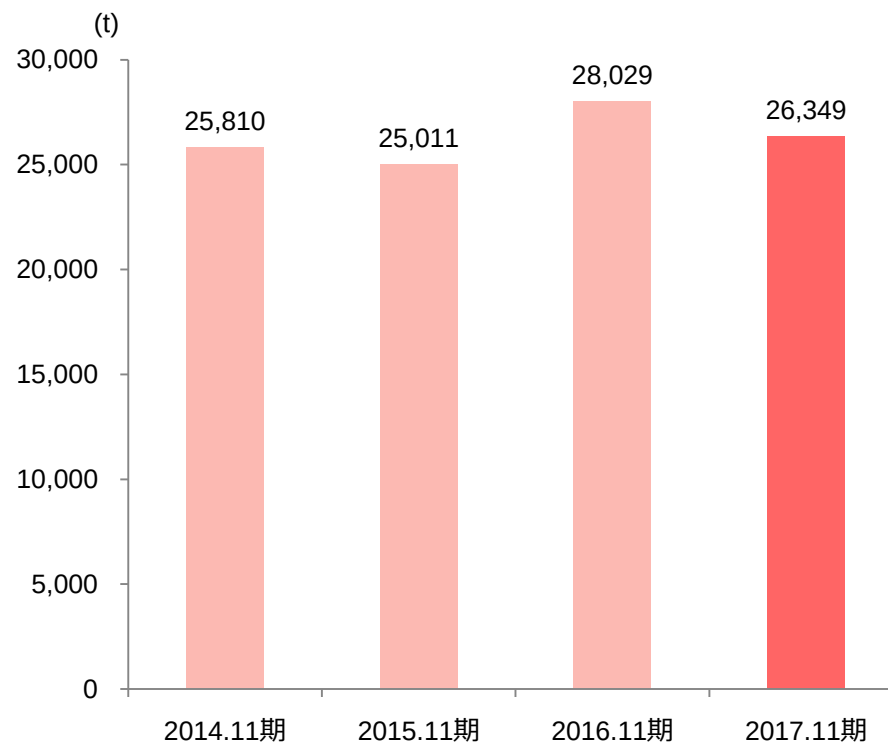
■ 成長に向けた取り組み

- チルド、フローズンポークの販売先の多様化
- サプライソースの多様化
- ブランドポークの開発（輸入ポークの差別化戦略を強化）

■ 今期の進捗

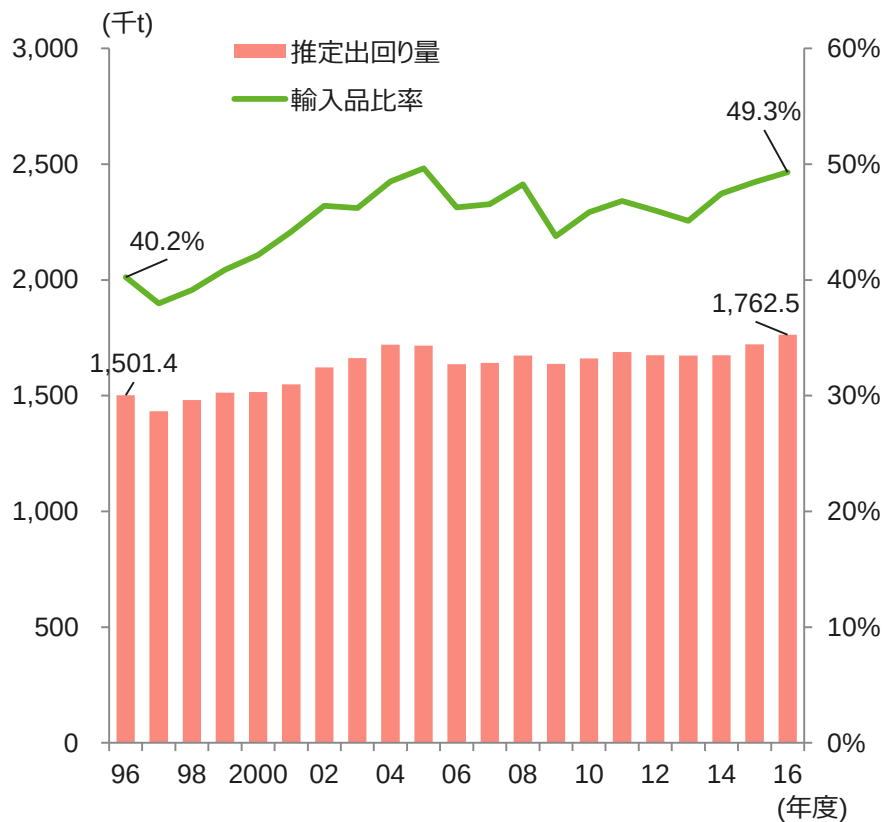
- 国内における外国産豚肉の認知度向上と国産豚の出荷頭数が当初見通しを下回り高値圏で推移したため、外国産豚肉の販売が堅調に推移
- 大手ハム・ソーセージメーカーを中心に販売先を拡大
- 米国産チルドポークを中心にカナダ産チルドポーク、欧州産フローズンポークの取扱いを拡大
- 2017年初よりブランドポークの取引を開始

■ 食肉加工品部門の取扱数量



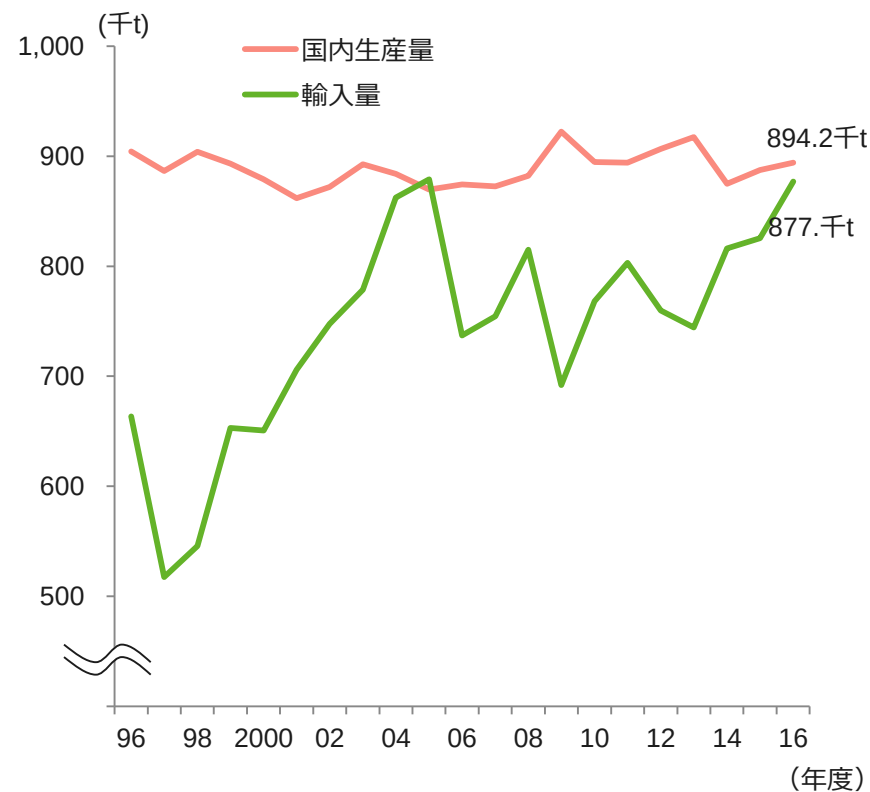
国内需要は堅調。輸入比率は49%に達する。

■ 豚肉の需要（出回り量）と輸入品比率



出所：ALIC 豚肉需給表

■ 豚肉の生産量と輸入量（国内）



出所：ALIC 豚肉需給表

■ 成長に向けた取り組み

- チーズ製造販売事業の強化（小売用アイテムの拡販、価格訴求型市場に対応した低価格商品の開発）
- 商品ラインナップの拡充による「ラクト」ブランドの浸透
- タイ工場の本格稼働で生産量拡大

■ 今期の進捗

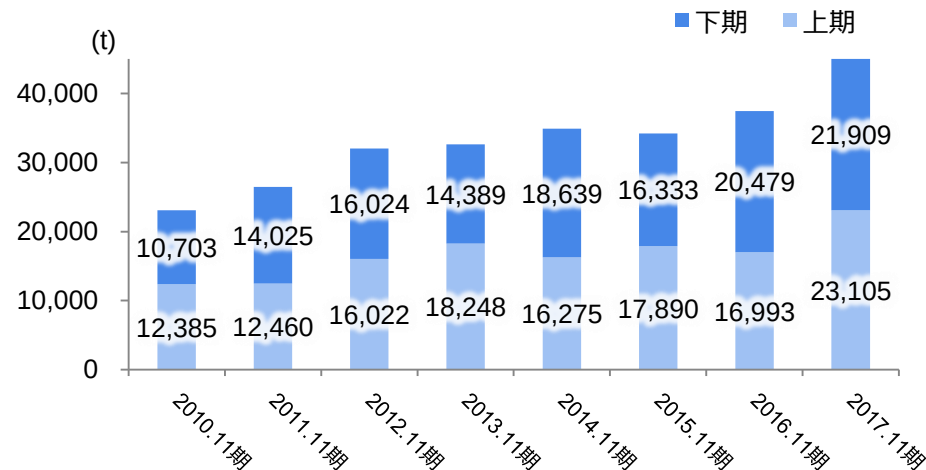
乳原料販売（商社）

- 当社の調達力を武器にして、優良なサプライソースを多くかかえることによって、価格競争力のある商品の調達で優位性を発揮
- 日本で培ったきめ細やかな営業対応によりアジア地域においても取引先からも高評価
- 人員を増強し、アジア地域の営業体制を強化

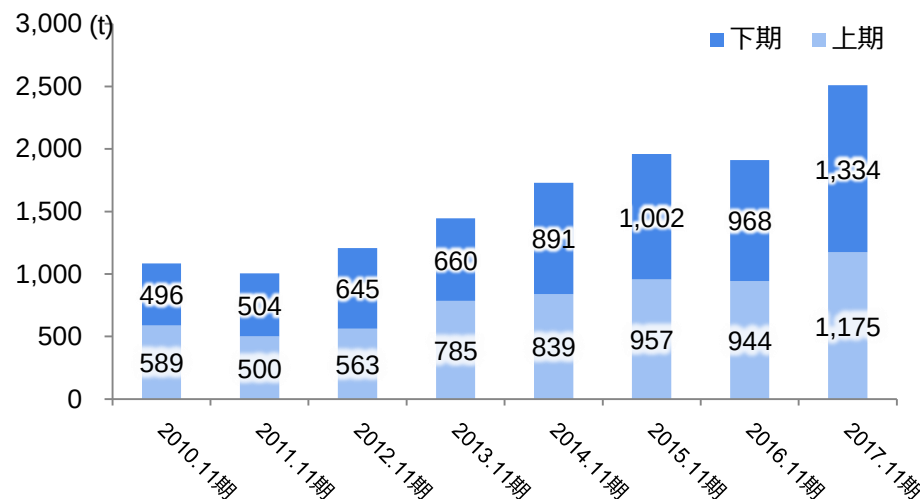
チーズ製造販売（メーカー）

- タイ子会社の生産拡大により操業度向上による赤字縮小
- 現地の価格訴求品への高いニーズに対応するため低価格商品の製造販売開始など商品ラインナップの強化

■ 乳原料販売（数量）

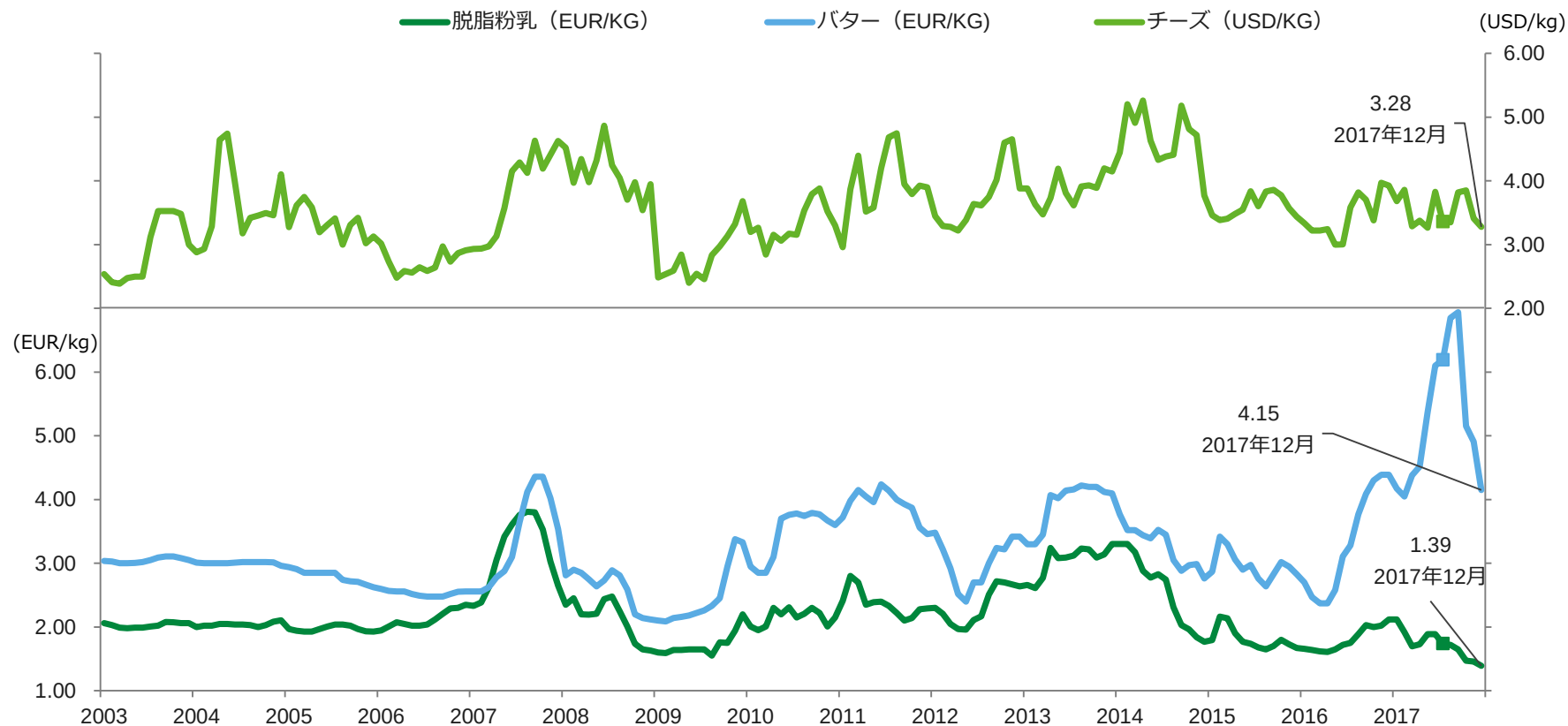


■ チーズ製造販売（数量）



乳原料の国際市況は概ね堅調推移

■国際市況



中期経営計画「NEXT-LJ2019」の目標値を初年度で達成。

(百万円)

	2017年11月期 実績	2019年11月期 当初目標
売上高	101,334	97,140
経常利益	2,522	1,830
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,755	1,310

日本・アジアの需要増などの成長機会を追い風に、
乳製品のプロフェッショナルとして、きめ細やかな顧客対応を実行。

成長市場にポジショニング

- ①**日本市場**：酪農家の減少による輸入乳製品原料への需要増加
- ②**アジア市場**：食文化の変化による需要増加

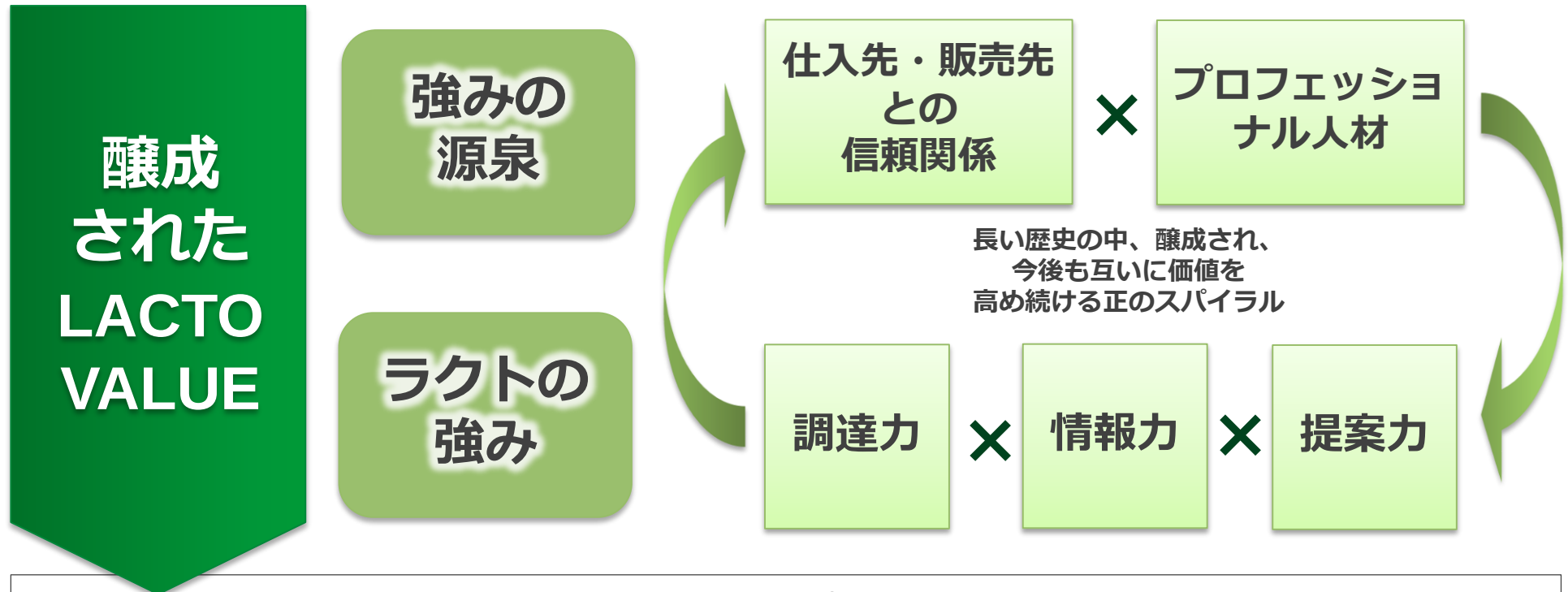
LACTO VALUE

外部環境の変化や新規ニーズなど、
成長機会を先んじて把握した上で、きめ細やかな対応を実行

- ①**顧客ニーズに対応**：きめ細やかな顧客対応、顧客の食品安全ニーズに対応
- ②**相場変動や環境変化に対応**：需要増加に伴う短期的な相場上昇や入札機会の増加に対応
- ③**新規業界における顧客拡大**：過去に種を蒔いた新規業界での新規顧客の結実

それを実現できる「LACTO VALUE」とは

歴史をかけて醸成したプロフェッショナルとしての強みをもって、仕入先・販売先に寄り添い続けることで、成長のチャンスを獲得。



変化する成長市場の中で、プロフェッショナルとして顧客に選ばれ続けるよう、さらに強みを磨き、今後も成長の継続を目指す

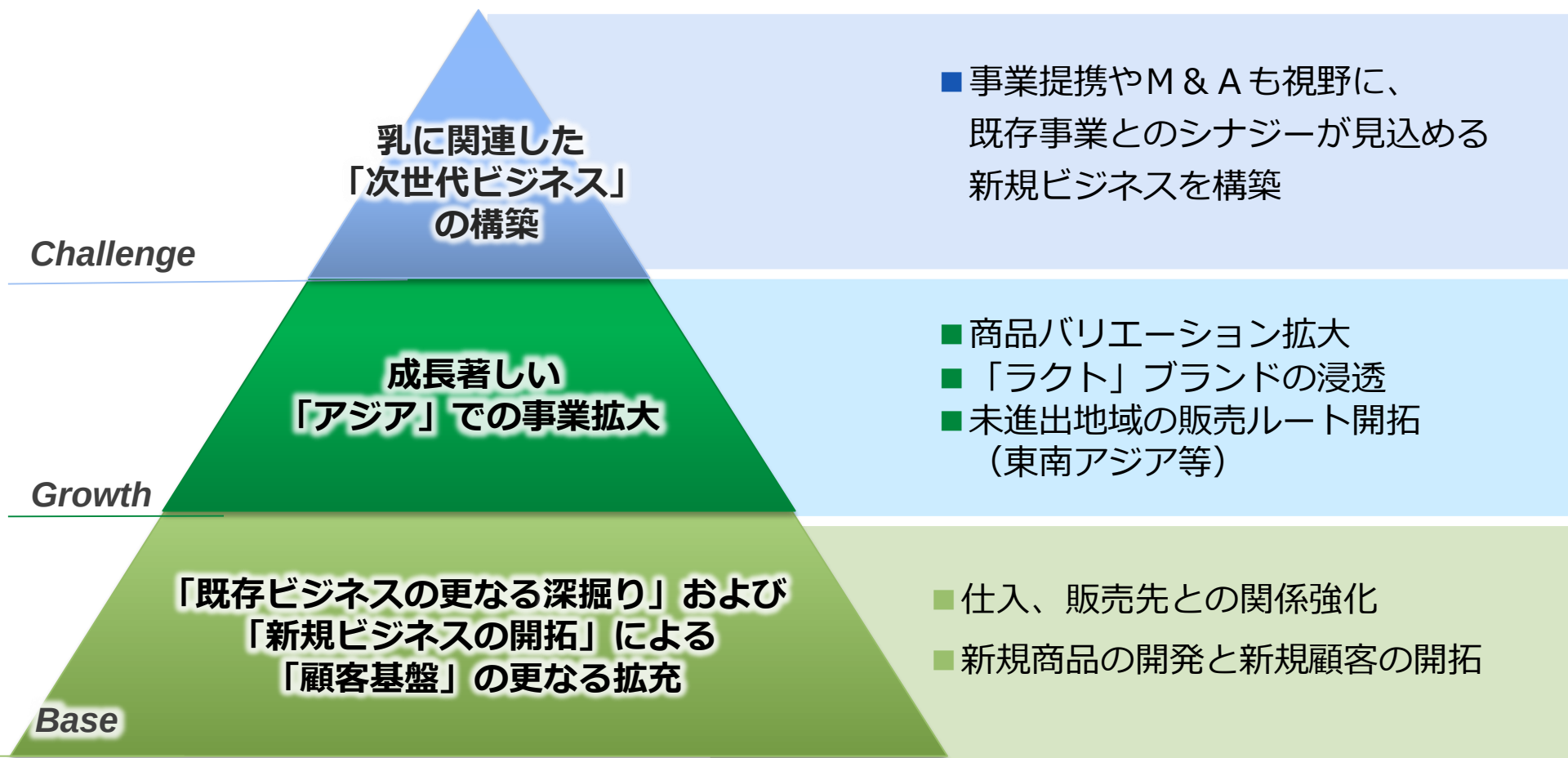
「NEXT-LJ2019」の達成を受け、中期経営計画の目標値を更新。

(百万円)

	2020年11月期 目標
売上高	125,000
経常利益	3,000
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,100

基本方針と主な施策は継続。

Global Food Professional Companyとして、消費者の皆様に健康と食の楽しさを提供



商社・製造事業の両輪により、アジアを新しい収益の柱に

- アジアにおけるチーズ供給拠点を拡充すると共に
- チーズ製造事業を新たな収益の柱に。

日本ブランドへの高い信頼
による顧客拡大

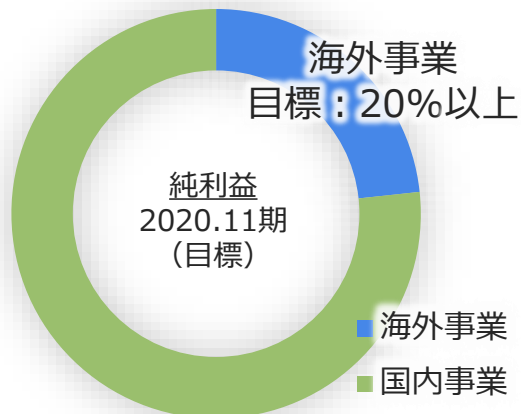
日本ブランドへの高い信頼と、ニーズを的確に把握する
顧客対応力による新規取引拡大

アジアにおける
乳製品の市場拡大

食文化の変化により、アジアにおける乳製品市場が堅調
に拡大

製造事業の確立による
事業拡大

利益率の高い製造事業を拡大することにより、中長期的
に新しい収益の柱の構築を目指す



シンガポール工場の写真



タイ工場の外観

3

(ご参考) 会社概要



1

乳原料・チーズの専門商社
フルラインの乳原料を取扱うリーディングカンパニー

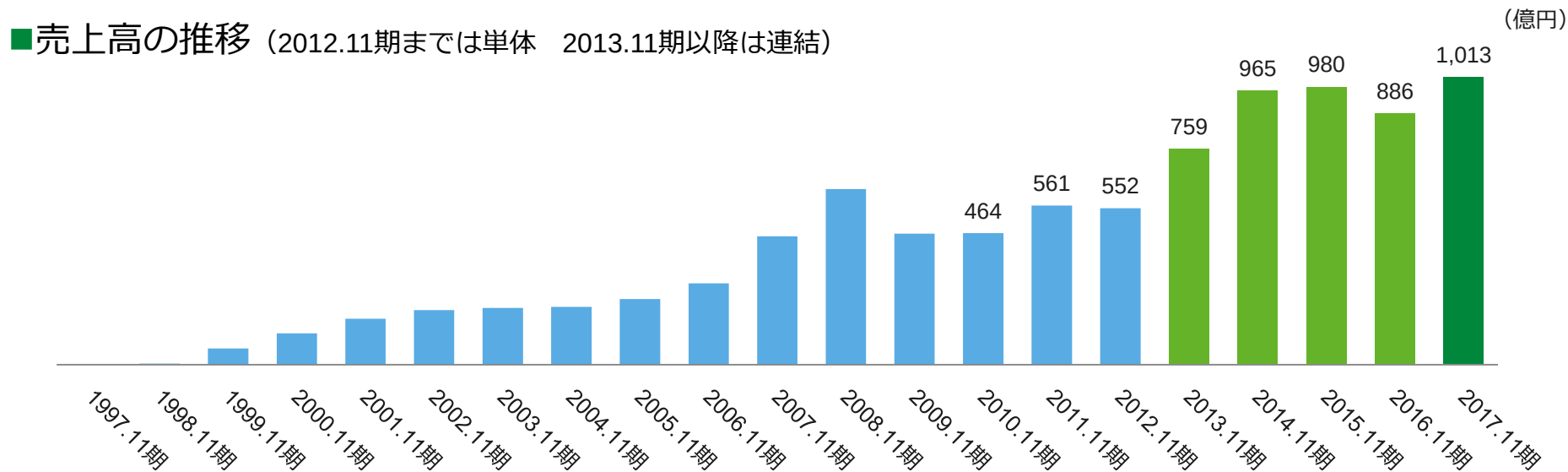
2

国内随一の規模と調達力
独立系専門商社ならではのビジネスモデルにより差別化

3

黎明期にあるアジアの乳製品市場を開拓
一段上のステージへと更なる成長を目指す

乳原料・チーズをベースに業容を拡大しながら着実に成長



1998年5月：株式会社ラクト・ジャパンを設立、業務を開始

1998年11月：シンガポール駐在員事務所を開設

2005年3月：食肉加工品事業に参入
生ハム・サラミの輸入販売を開始

高い専門性に裏打ちされた情報力・提案力・対応力

- ユーザーニーズに対応したカスタマイズ品を共同開発
- 情報力に基づくサプライヤーとの強固なリレーション
- ユーザーニーズに応じて最適なサプライヤーを選定

系列に縛られない
戦略的なサプライヤー
245社



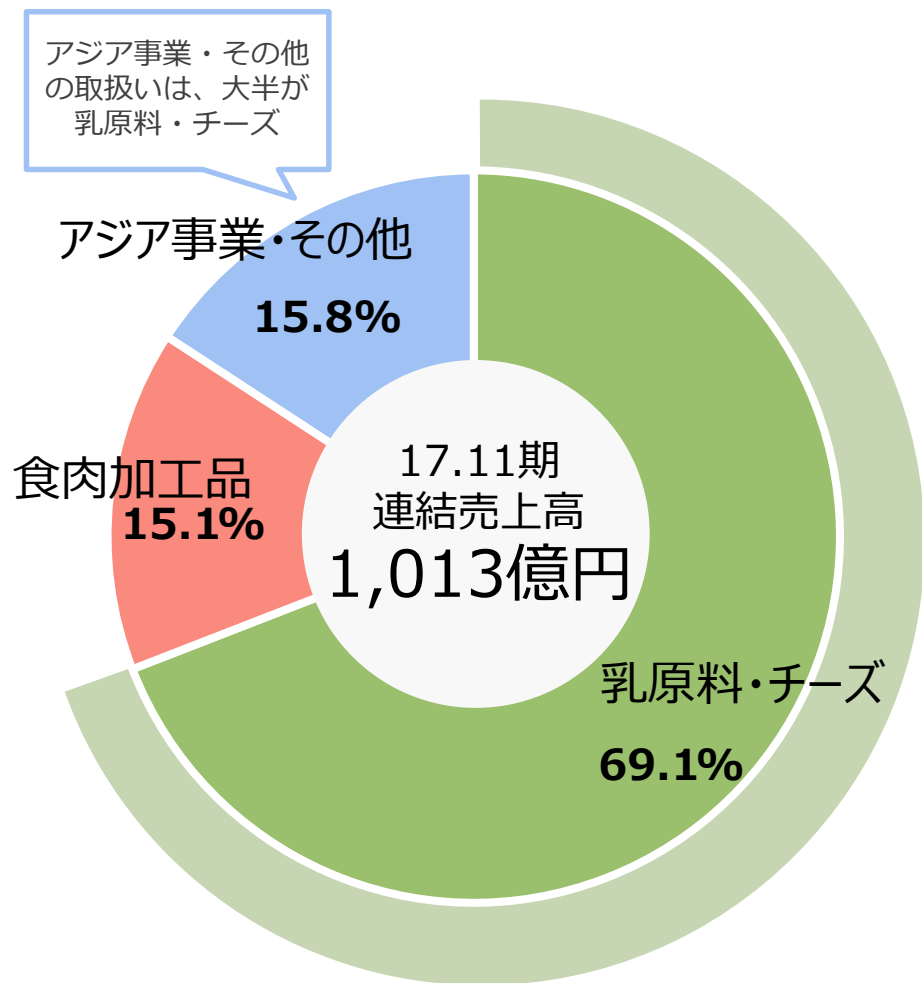
各部門の
専任スタッフ

- 商品開発ニーズに対応したカスタマイズ品を提案
- 海外でしか入手できない多様な乳原料の提案
- 多様な調達先から、必要な原材料を安定供給

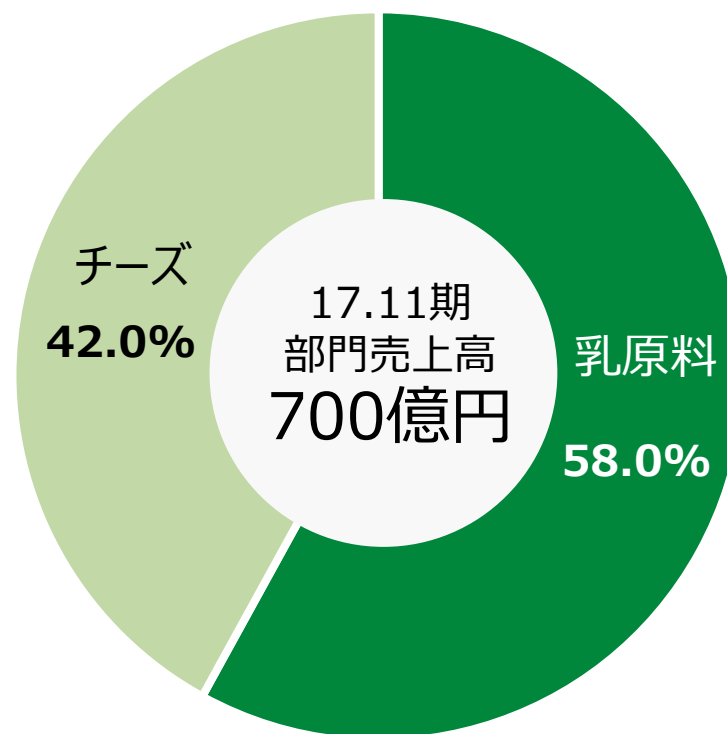
商品開発ニーズの高い
国内ユーザー
(乳業、菓子、油脂、飲料メーカー)



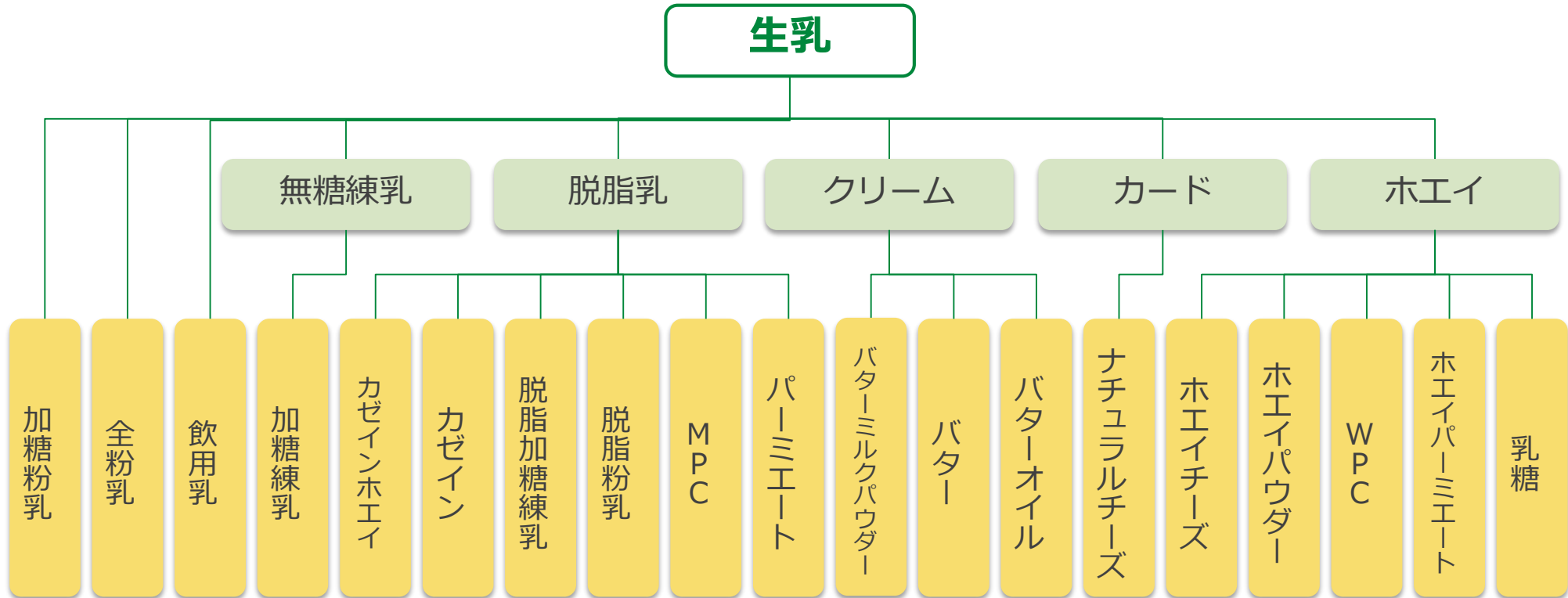
連結売上高 構成比



乳原料・チーズ部門売上高 構成比



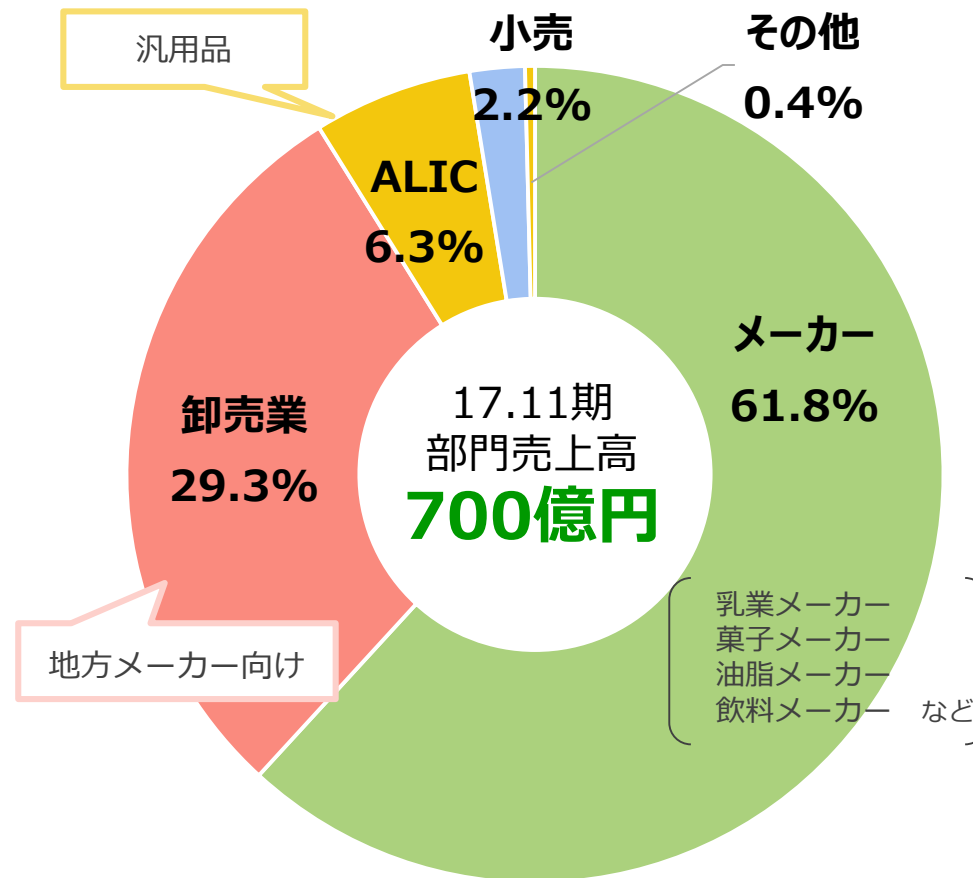
約40種類の汎用乳原料に加え、カスタマイズ品500種類超を取扱う



カスタマイズ品（一次加工品） **500**種類超

大手メーカーから地方メーカー、小売りまで多様な顧客に販売

顧客業種別売上高構成比（乳原料・チーズ部門）



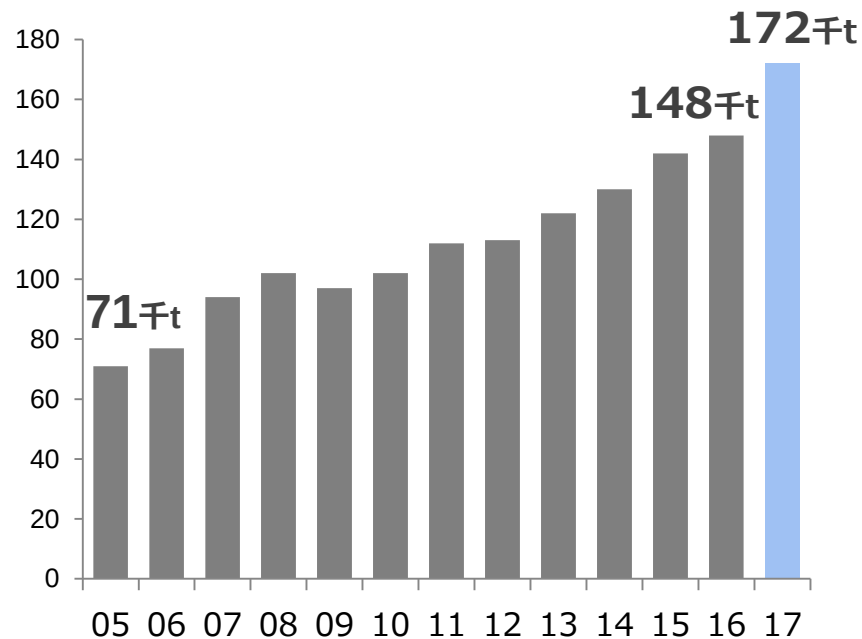
注) ALIC = 農畜産業振興機構

国内最大規模の乳製品商社

乳原料・チーズの取扱量はこの10年で倍増、輸入シェアは約32.5%に伸張

当社の輸入取扱量（乳原料・チーズ）

（単位：千t）

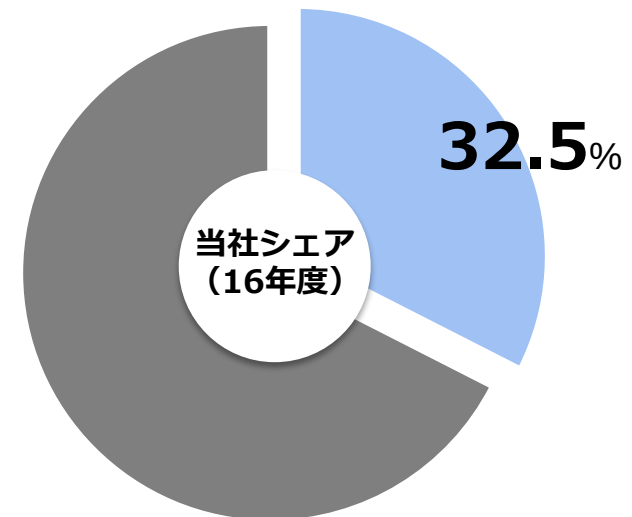


注）データは固形換算

（年度）

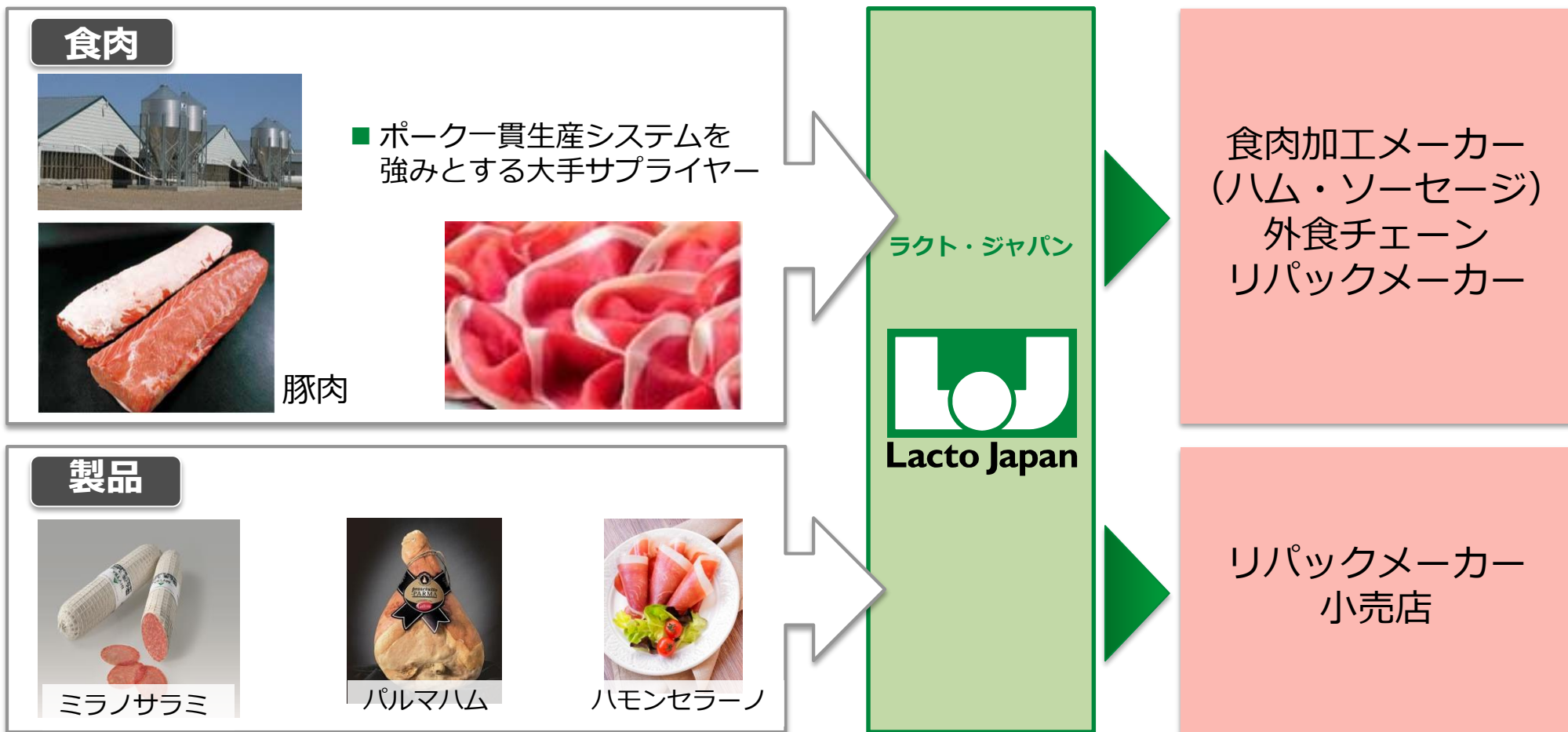
輸入乳製品に占める当社取扱いシェア

総輸入量 : 455千t (2016年度)
当 社 : 148千t (2016年度)



出所）農水省「食糧需給表」を参照のうえラクト・ジャパン作成
輸入総量を固形換算し（係数0.1）シェアを計算

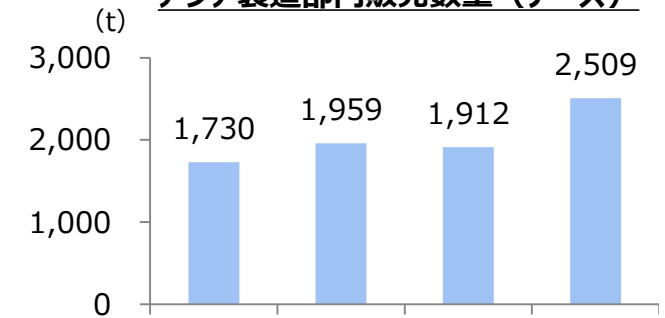
■ 豚肉や生ハムをはじめとする食肉加工品の仕入・販売



シンガポールを製造拠点に、アジア地域に食材としてチーズの供給も

- 創立時から18年の実績
- アジアに進出する日系メーカーには“日本品質”の乳原料・チーズを提供

アジア製造部門販売数量（チーズ）



14.11期 15.11期 16.11期 17.11期

注) グラフ数値はプロセスチーズとナチュラルチーズの合計
2016.11期はシンガポール工場のリノベーションによる一時生産減少影響あり

Lacto Asia Pte Ltd. シンガポール工場



チーズの加熱・溶融工程



品質検査工程

ブランド

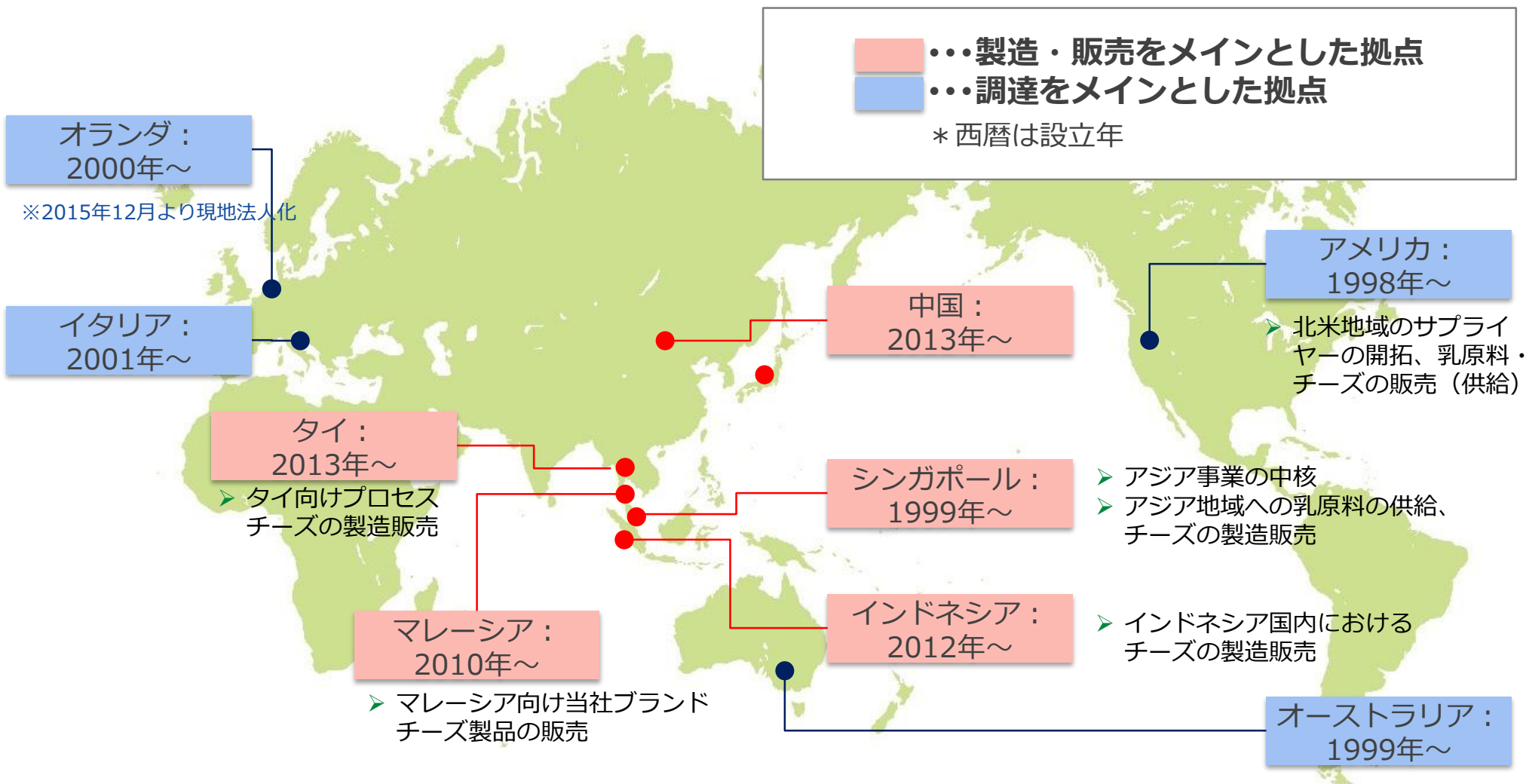


シュレッドチーズ



小売用デザートチーズ

調達から販売まで、グローバルにネットワークを展開



シンガポールを製造拠点に、アジア地域でチーズを供給

拠点の拡充と生産体制の強化



注：年号は各拠点における事業の本格稼働年

■日本の食文化の輸出により、アジアの乳原料・チーズ市場を創造

ユニークなアプリの提案

日本の食文化をベースとした
食べ方の提案

高い品質

AVA評価^(注)
12年連続「A」

アジアでの成長の基盤

ハラール認証取得



* AVA（＝シンガポールの農食品・獣医局）が年に一度監査し、ISO、HACCPに基づいた食品の衛生・安全管理が徹底されている会社に対して認定するもの。食品だけでなく、製造施設も監査の対象となる。

ご清聴ありがとうございました。

【ご注意事項】

- 本資料には、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います。経営環境の変化など様々な要因により、変更されることがあります。