



2017年11月期 第2四半期決算説明会

株式会社ラクト・ジャパン

2017年7月21日

1. 2017年11月期第2四半期業績及び2017年11月期業績予想 P. 2
2. 市場環境と今後の取り組み P. 14
3. (ご参考) 会社概要 P. 24

1

2017年11月期第2四半期業績 及び 2017年11月期予想



■ 連結業績

- 前期比で増収。経常利益、当期純利益もともに増益で着地。期初予想に対しても増収増益を確保。
- 国際乳製品価格や為替相場が堅調に推移する中、各事業とも販売数量増が増益に貢献。

■ 乳原料・チーズ

- ヨーグルト、チョコレート、アイスクリームなどの最終製品の販売が好調な一方、国内の生乳生産量の減少傾向は続いており、国産の乳原料不足を背景に輸入乳原料への需要は拡大、販売数量は増加し、売上も前期比で増収。
- 付加価値の高い乳脂肪原料や仕入コストの低い商品の販売が上期に進んだことから利益は前期を上回った。

■ 食肉加工品

- 物量の減少を見込んでいた米国産チルドポークの販売が堅調に推移したことに加え、カナダ産チルドポークおよび欧州産フローズンポークの販売が拡大し販売数量は増加。売上、利益は前期比で増収増益。

■ アジア事業・その他

- 国際乳製品価格が上昇に転じたことで、当社の仕入れ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、前期に実施したリノベーションが今期は無く、生産量回復。営業力強化が奏功し販売も好調で、前期比増収・増益。

2017年11月期第2四半期連結業績



(百万円)

	16.11期 2Q実績	17.11期2Q					
		実績	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率	期初予想	対実績 差額	達成率
売上高	43,233	46,478	3,245	7.5%	40,711	5,767	114.1%
経常利益	447	1,772	1,325	296.1%	596	1,176	297.3%
売上高経常利益率	1.0%	3.8%			1.4%		
翌期以降計上予定損益	274	▲181					
親会社株主に帰属する 当期純利益	270	1,200	930	344.1%	394	806	304.5%
売上高当期純利益率	0.6%	2.5%			0.9%		
一株利益	55.29円	245.52円		344.1%	80.58円	164.94円	304.6%
為替レート：米ドル ：ユーロ	114.54円 126.97円	113.21円 121.26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

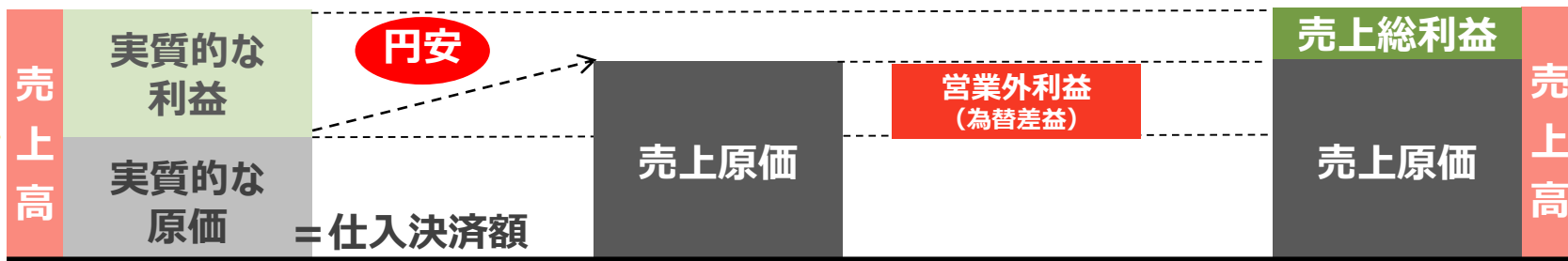
売買取引のイメージ（為替の影響）



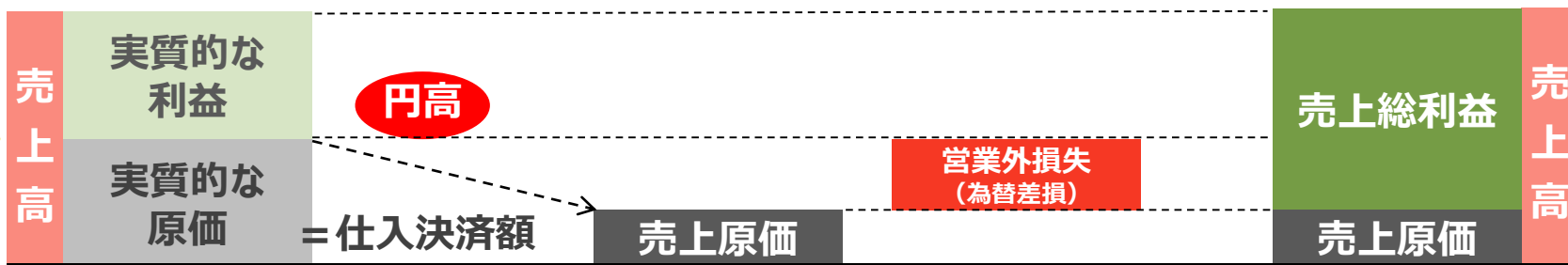
為替レート
変動なし



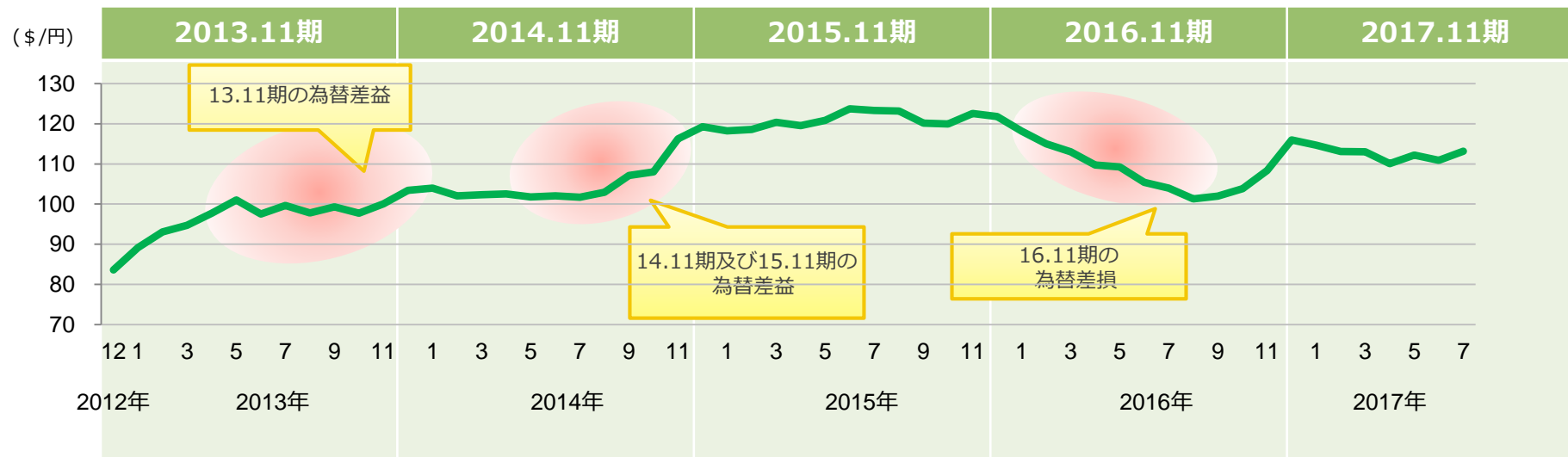
為替レート
円安



為替レート
円高



為替レートの推移（スポットレート東京市場終値）



出所) 日経QUICK

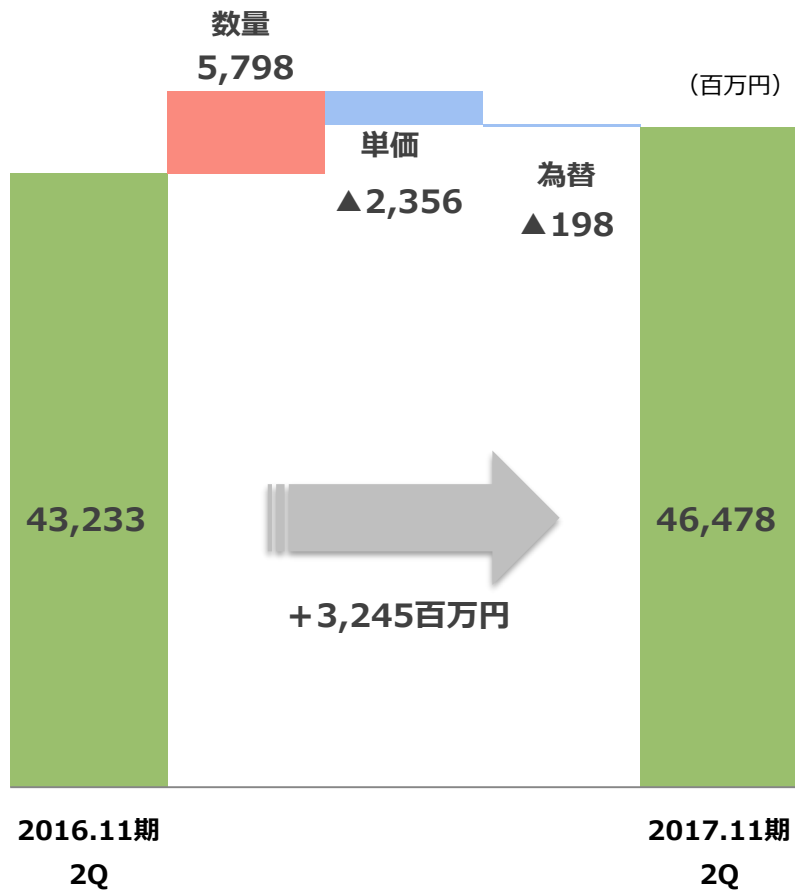
売上高および利益の実績（連結）

(百万円)

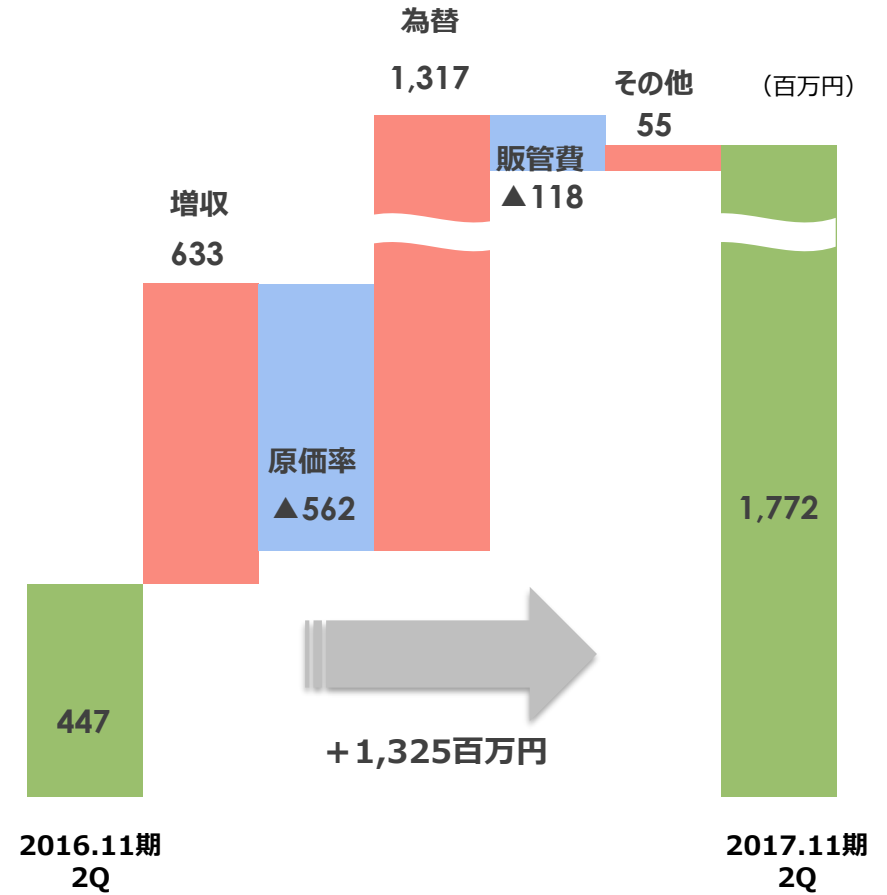
	2013.11期	2014.11期	2015.11期	2016.11期	2017.11期 2Q
売上高	75,942	96,549	98,000	88,679	46,478
売上総利益	3,258	4,258	3,648	6,345	2,859
営業利益	699	1,531	720	3,349	1,262
為替差損益	1,188	638	1,052	▲1,537	705
経常利益	1,669	1,653	1,343	1,434	1,772

売上高・経常利益の増減要因分析

売上高（連結）



経常利益（連結）



事業部門別売上高及び販売数量

(単位：百万円)

【事業部門別売上高】	2016.11期 2Q実績	2017.11期 2Q実績	増減額	売上高の増減要因
乳原料・チーズ	29,827	29,922	95	<ul style="list-style-type: none"> 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好調なため、原料となる輸入乳原料の販売が拡大 チーズにおいては小売、外食などのエンドユーザー向けの取引が新たに開始されるなど販売数量増加
食肉加工品	7,655	8,388	733	<ul style="list-style-type: none"> 安価な外国産豚肉への需要は高く、米国産に加え、カナダ産豚肉の販売が好調
アジア事業・その他	5,750	8,168	2,418	<ul style="list-style-type: none"> 国際乳製品価格が上昇に転じたことで、当社の仕入れ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、前期に実施したリノベーションが今期は無く、生産量は順調に推移

【部門別販売数量】	2016.11期 2Q実績(t)	2017.11期 2Q実績(t)	増減(t)	増減率
乳原料・チーズ	67,973	75,567	7,594	11.1%
食肉加工品	12,937	14,577	1,640	12.6%
アジア事業（乳原料販売）	16,993	23,105	6,112	35.9%
アジア事業（チーズ製造販売）	944	1,175	231	24.4%

乳原料・チーズ



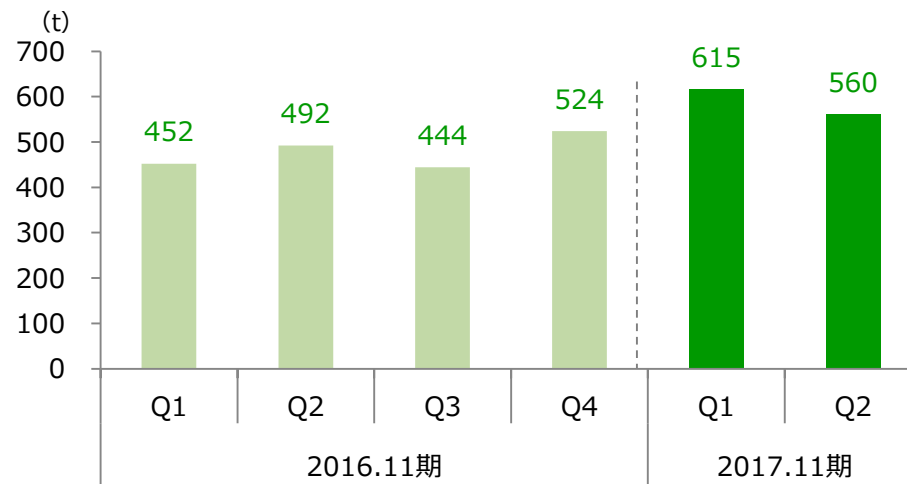
食肉加工品



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 2 Q	増減額
流動資産	35,132	39,851	4,719
受取手形及び売掛金	14,278	15,207	929
棚卸資産	13,101	18,641	5,540
固定資産	2,428	2,438	10
有形固定資産	662	603	▲59
無形固定資産	55	33	▲22
投資・その他の資産	1,710	1,801	91
資産合計	37,561	42,290	4,729
流動負債	12,499	16,243	3,744
有利子負債	4,303	6,751	2,448
固定負債	13,642	13,819	177
有利子負債	12,799	12,933	134
負債合計	26,142	30,063	3,921
純資産	11,419	12,227	808
負債・純資産合計	37,561	42,290	4,729

主な増減要因

【売掛金・棚卸資産の増加】

- ・販売数量の増加および国際乳製品価格の上昇や円安傾向の定着に伴う、仕入、販売価格の上昇

【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

注) 内訳は主要項目のみ記載

(百万円)

	2016.11期 2Q	2017.11期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	1,479	▲3,751	▲5,230
投資活動によるキャッシュフロー	▲153	▲13	140
財務活動によるキャッシュフロー	487	2,410	1,923
現金及び現金同等物の増減額	1,674	▲1,361	
現金及び現金同等物の期末残高	5,706	4,406	

主な増減要因

【営業CFのマイナス】

- ・ 国際乳製品価格の上昇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

【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

2017年11月期 連結業績予想



(百万円)

	2016.11期 実績	2017.11期		
		予想※	増減額	増減率
売上高	88,679	95,600	6,921	7.8 %
経常利益	1,434	2,020	586	40.8 %
翌期以降計上予定損益	266	-		
当期純利益	946	1,380	434	45.8%
一株利益	193.57円	282.24円		45.8%
一株配当	32.0円	33.0円		3.1%
配当性向	16.5%	11.6%		

※2017.11期予想は、2017年7月5日に公表した修正予想値

■ 乳原料・チーズ

- 需給調整の終了に伴い国際乳製品価格の上昇を見込んでいるものの、販売する商品の構成により単価の低い商品の販売が進む（利益率↓）
- 最終製品の好調な販売の一方で国産原料不足による輸入乳原料の需要増（数量↑）

■ 食肉加工品

- 一部販売先における仕入方針の変更に伴う取扱数量の減少（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

- 国際乳製品価格の上昇による価格訴求品への需要増により当社の調達力を生かした商品の販売拡大（単価↑／数量↑）
- タイ子会社の生産拡大により赤字幅縮小（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

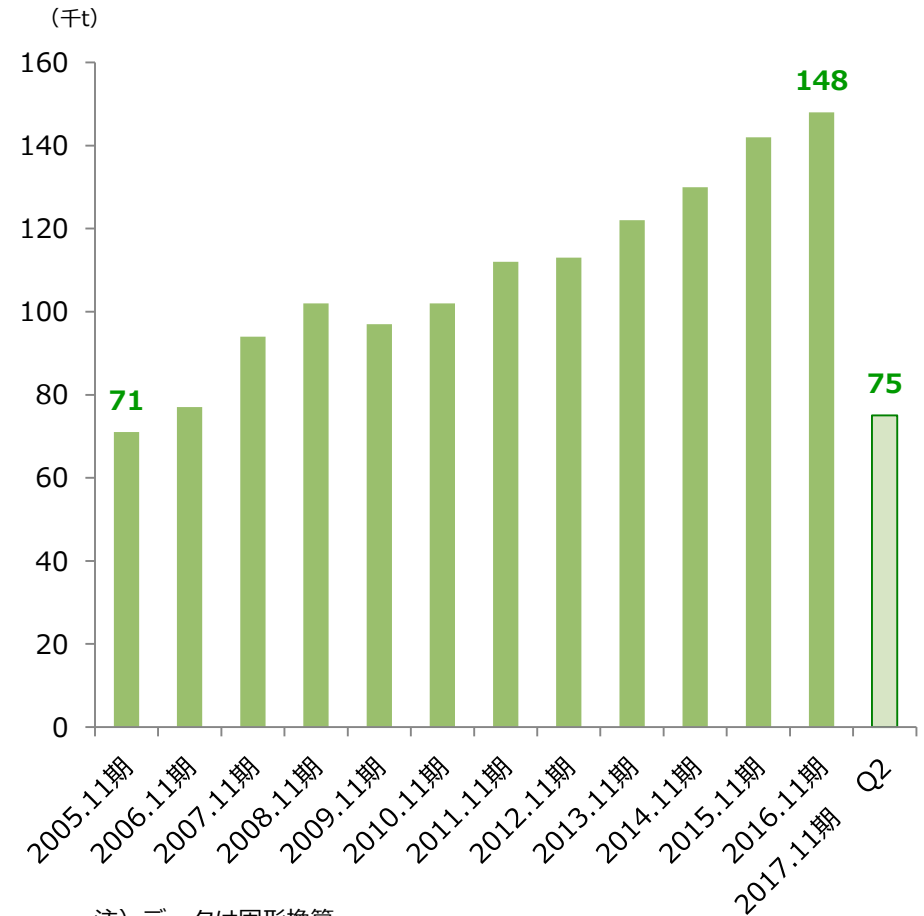
- ニーズが高まる輸入乳原料の確実な供給でビジネスを拡大
(減少する国産乳原料の着実な補完)
- 需要の拡大が続くヨーグルト、アイスクリーム、
チョコレート用乳原料の供給拡大
- 飲料向け調製品の拡販 (新規顧客の開拓)
- 海外サプライソースの多様化

上期の進捗

- 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メーカーとの取引が拡大
- 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

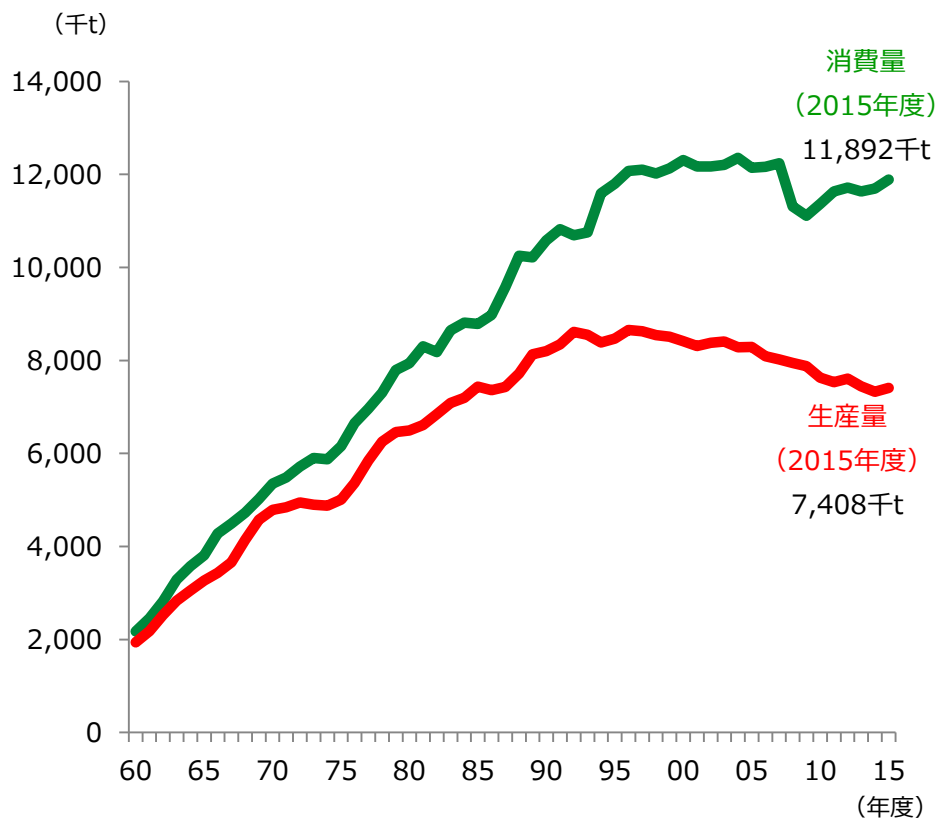
当社の輸入取扱量 (乳原料・チーズ)



注) データは固形換算

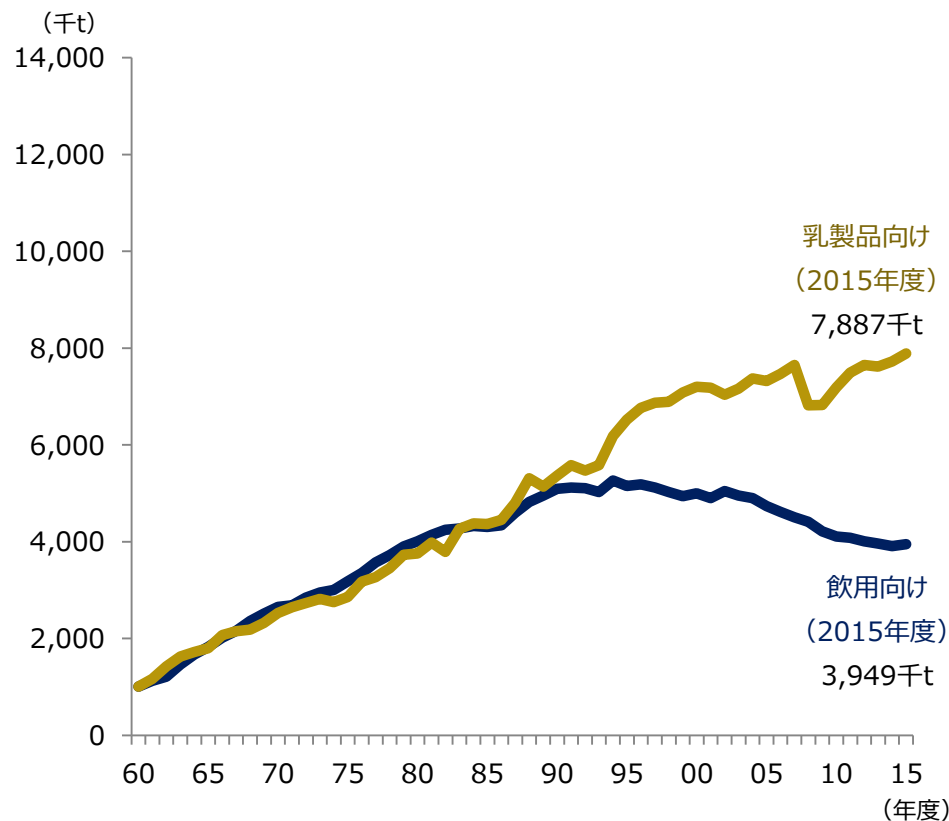
国内生産量の低下傾向が続くなか、牛乳・乳製品消費量は高水準が続く。
さらに2015年度以降は飲用向けも底打ちし、国内需要はますます旺盛。

牛乳及び乳製品の国内生産量と消費量



出所) 農水省「平成26年度食料需給表」(概算値)より
注) データは生乳換算

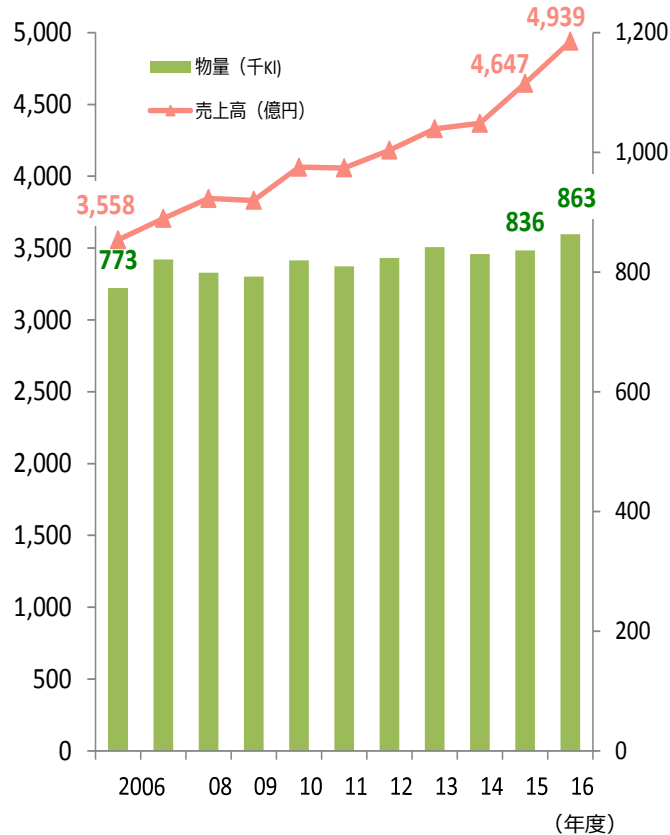
牛乳および乳製品の国内消費の内訳



出所) 農水省「平成26年度食料需給表」(概算値)より
注) データは生乳換算

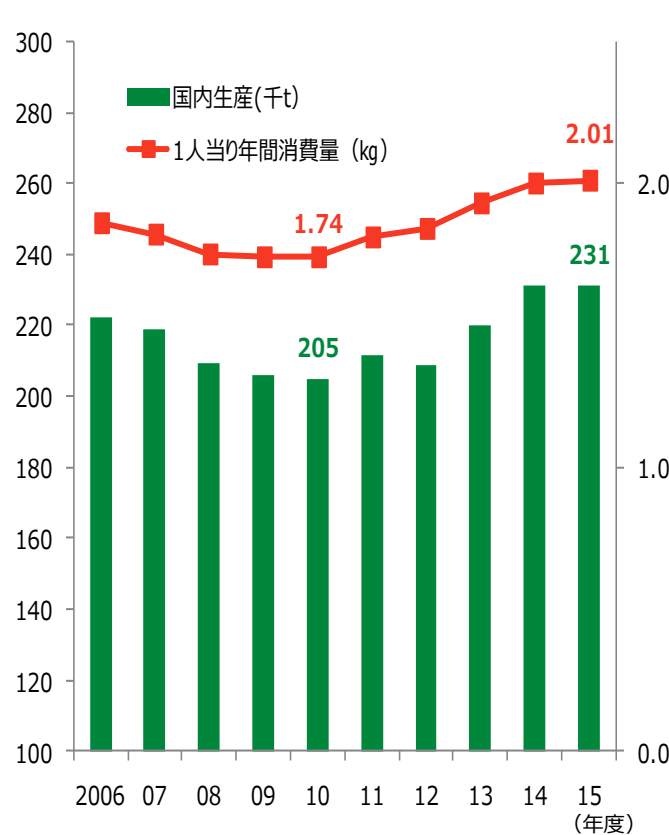
アイスクリーム、チョコレートの国内生産・消費は堅調。 これに伴い輸入乳原料需要はますます旺盛。

アイスクリーム類及び氷菓販売金額の推移



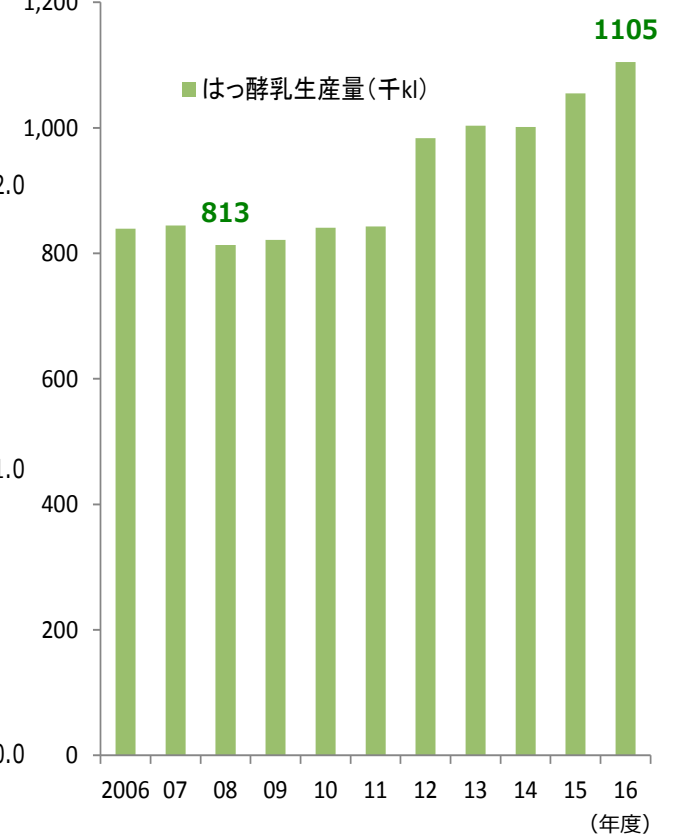
出所) 一般社団法人日本アイスクリーム協会より

チョコレート製品国産・消費推移



出所) 日本チョコレート・ココア協会より
国内生産量・一人当たり消費量は全日本菓子協会の
推定数字による

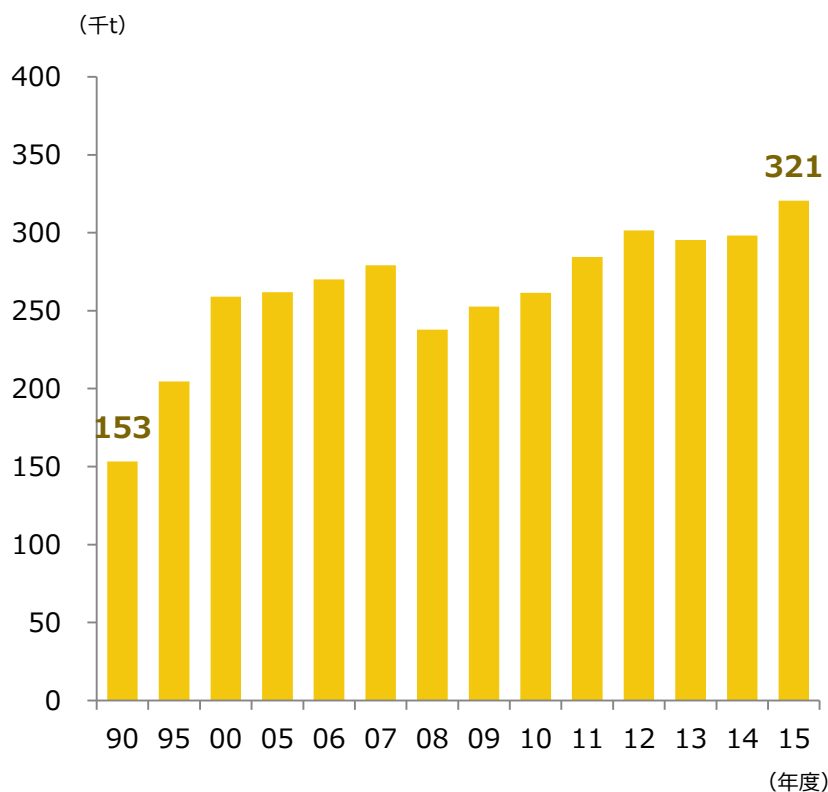
はっ酵乳生産量 (乳業)



出所) 牛乳乳製品統計 (農水省) および
「乳業年鑑」 (日本乳業協会) より

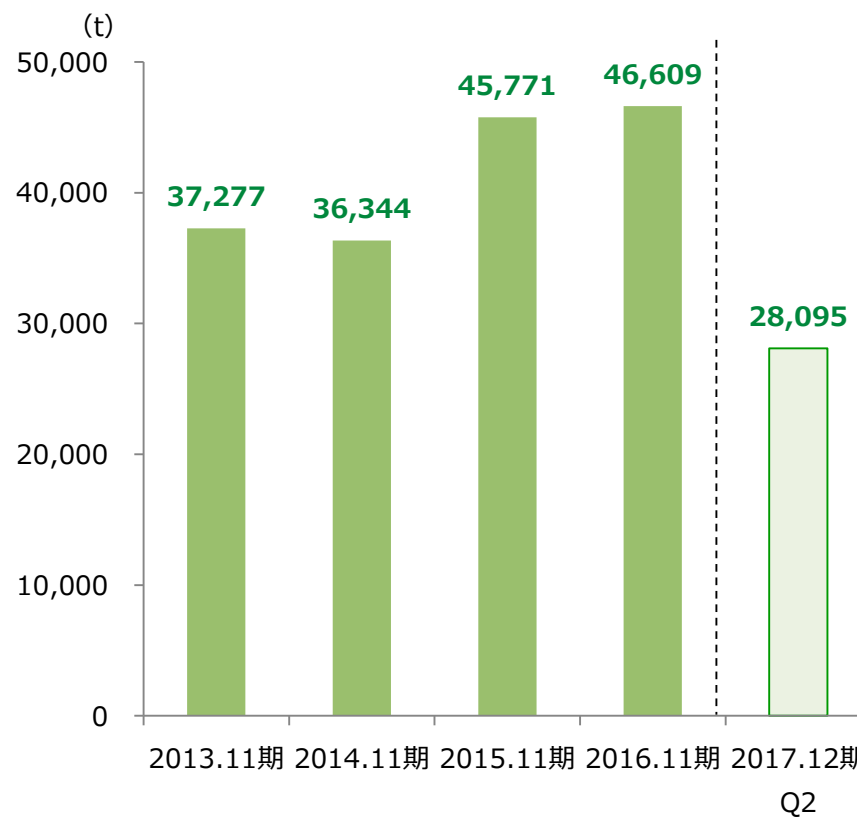
国内消費は堅調。さらなる需要拡大を期待。

チーズ総消費量（国内）



出所) 農水省「平成27年度チーズの需給表」(2016/6/10公表)より

当社の輸入チーズ取扱数量



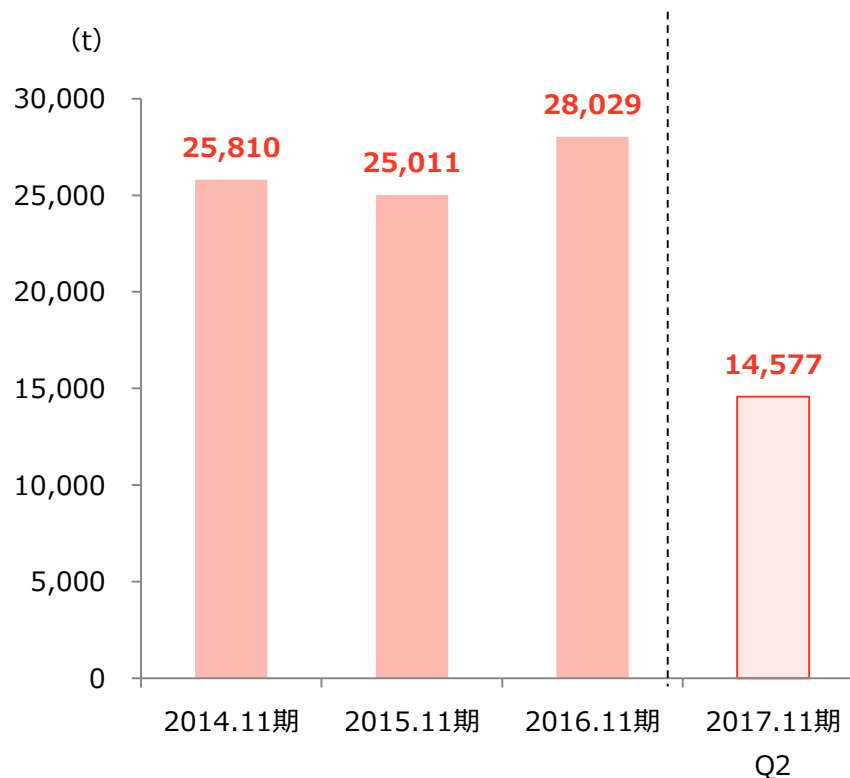
成長に向けた取り組み

- 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）

上期の進捗

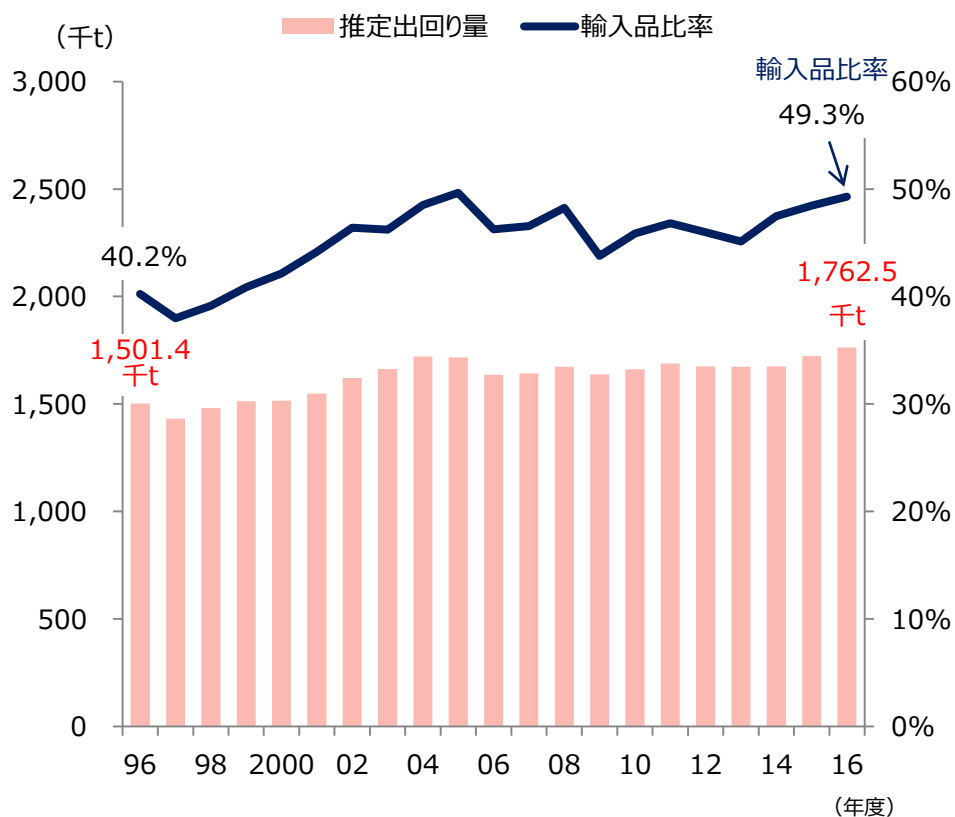
- 大手ハム・ソーセージメーカーを中心に販売先を拡大
- 米国産チルドポークを中心にカナダ産チルドポーク、欧州産フローズンポークの取扱いを拡大
- 2017年初よりブランドポークの取引を開始

食肉加工品部門の取扱数量



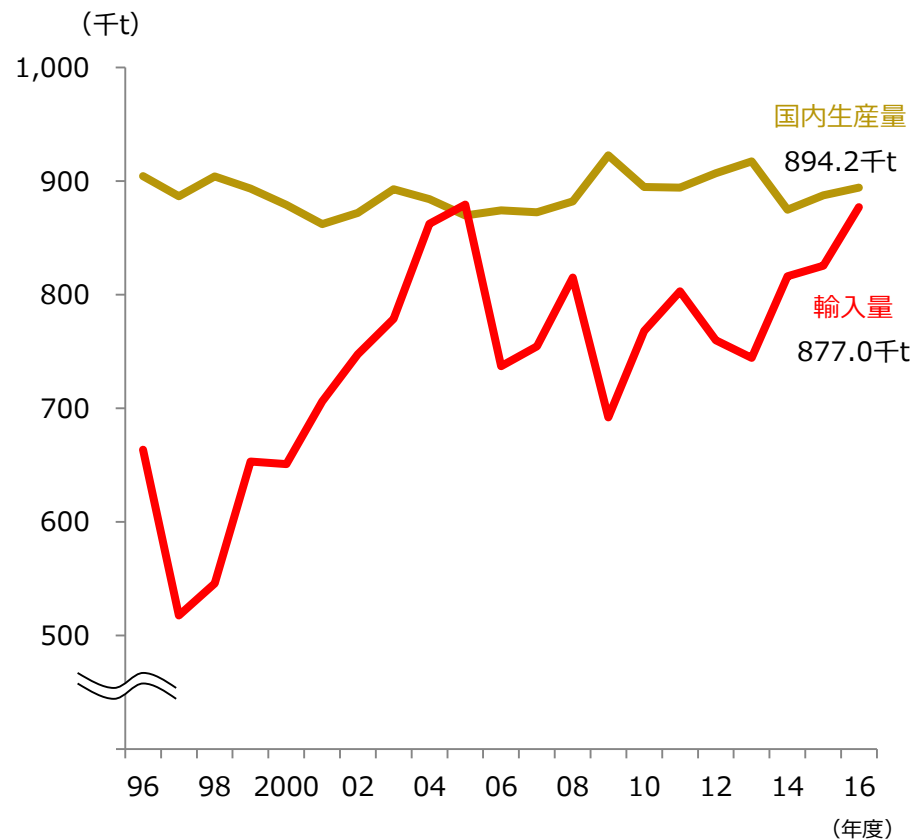
国内需要は堅調。輸入比率は49%に達する。

豚肉の需要（出回り量）と輸入品比率



出所) ALIC 豚肉需給表より

豚肉の生産量と輸入量（国内）



出所) ALIC 豚肉需給表より

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
- 現地法人化したオランダ子会社をベースに、乳製品に加え幅広い食品の取扱いに向けたサプライソースの開拓を本格化

上期の進捗

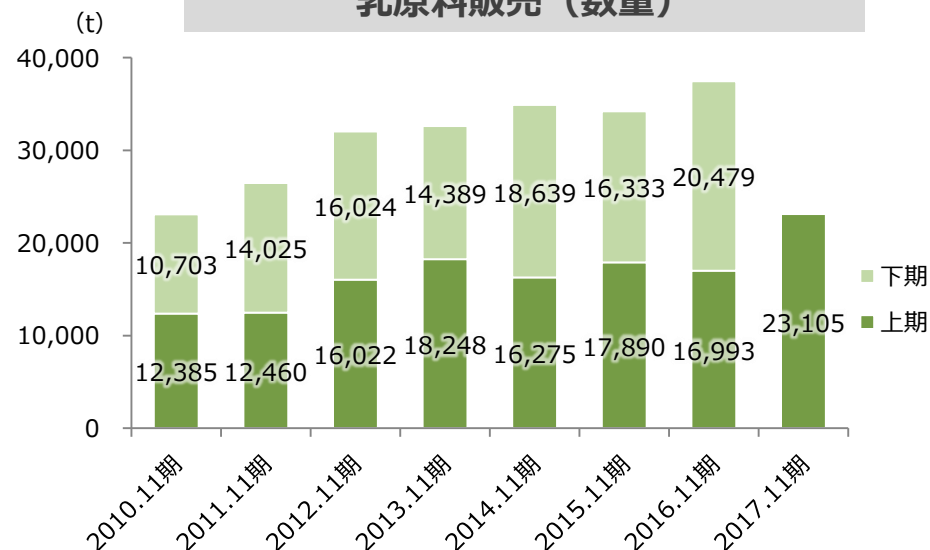
乳原料販売

- 国際乳製品価格の上昇により優良なサプライソースを多くかかえる当社グループには、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対応により取引先からも高評価
- 日本からの駐在員を増やし、アジア地区の営業体制を強化

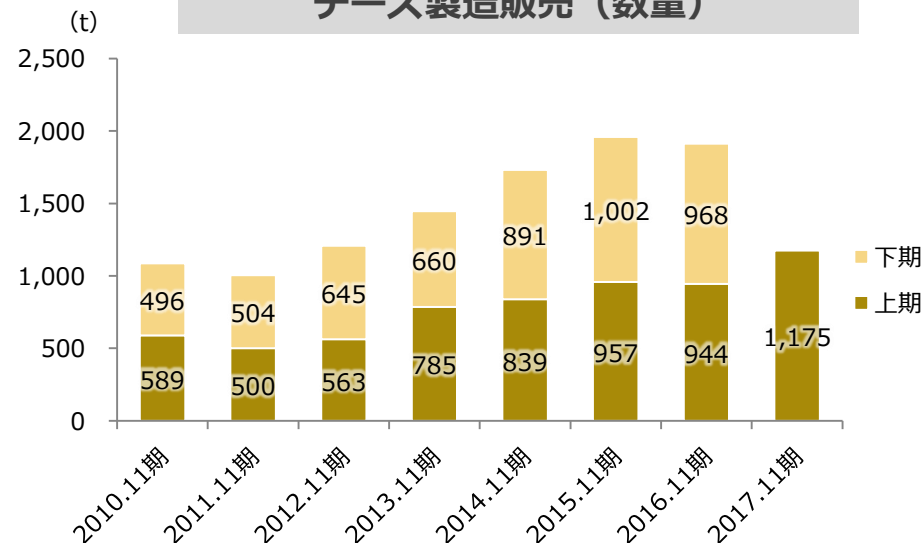
チーズ製造販売

- タイ子会社の生産拡大により赤字縮小（単月黒字）
- 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を開発、製造・販売を開始。

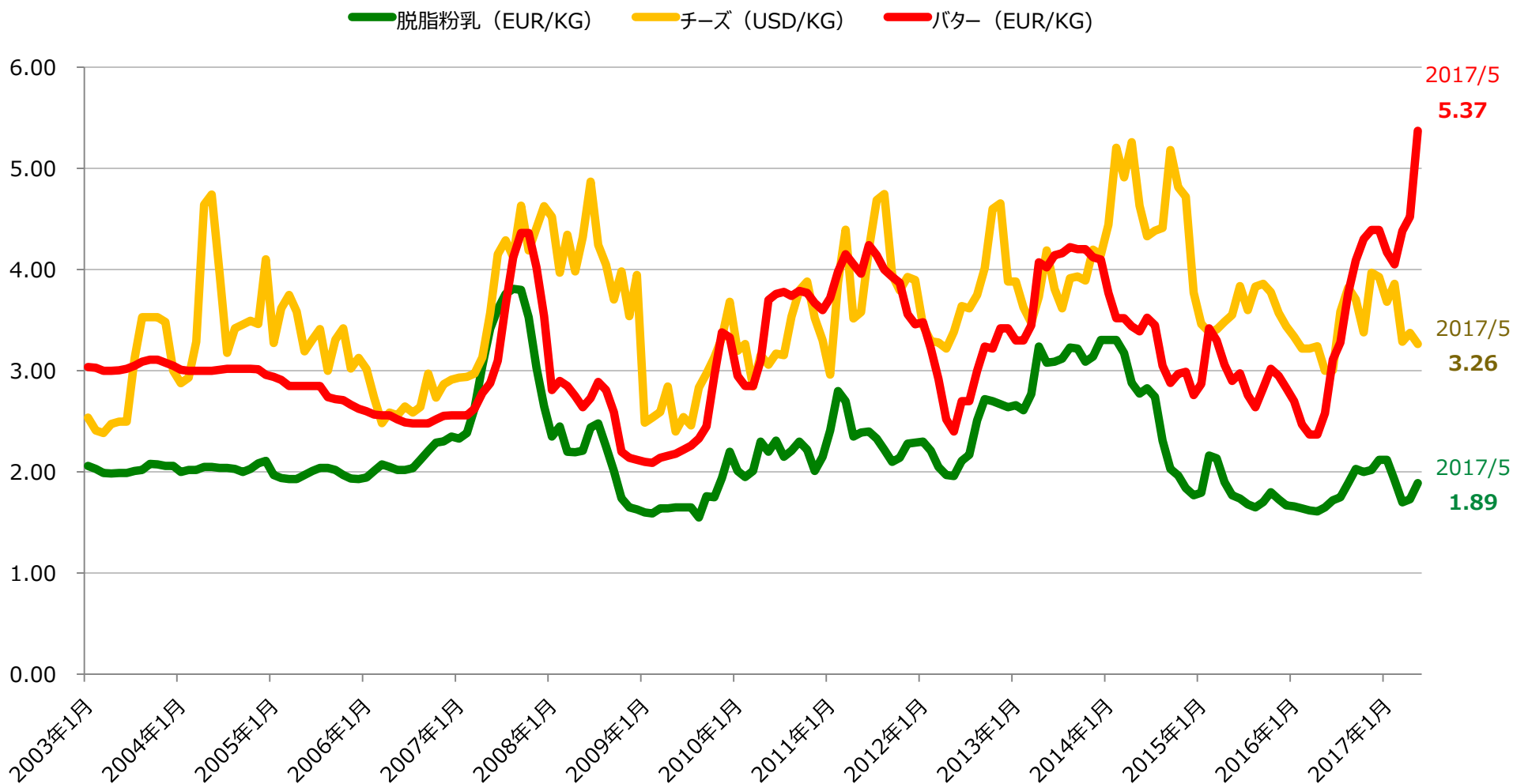
乳原料販売（数量）



チーズ製造販売（数量）

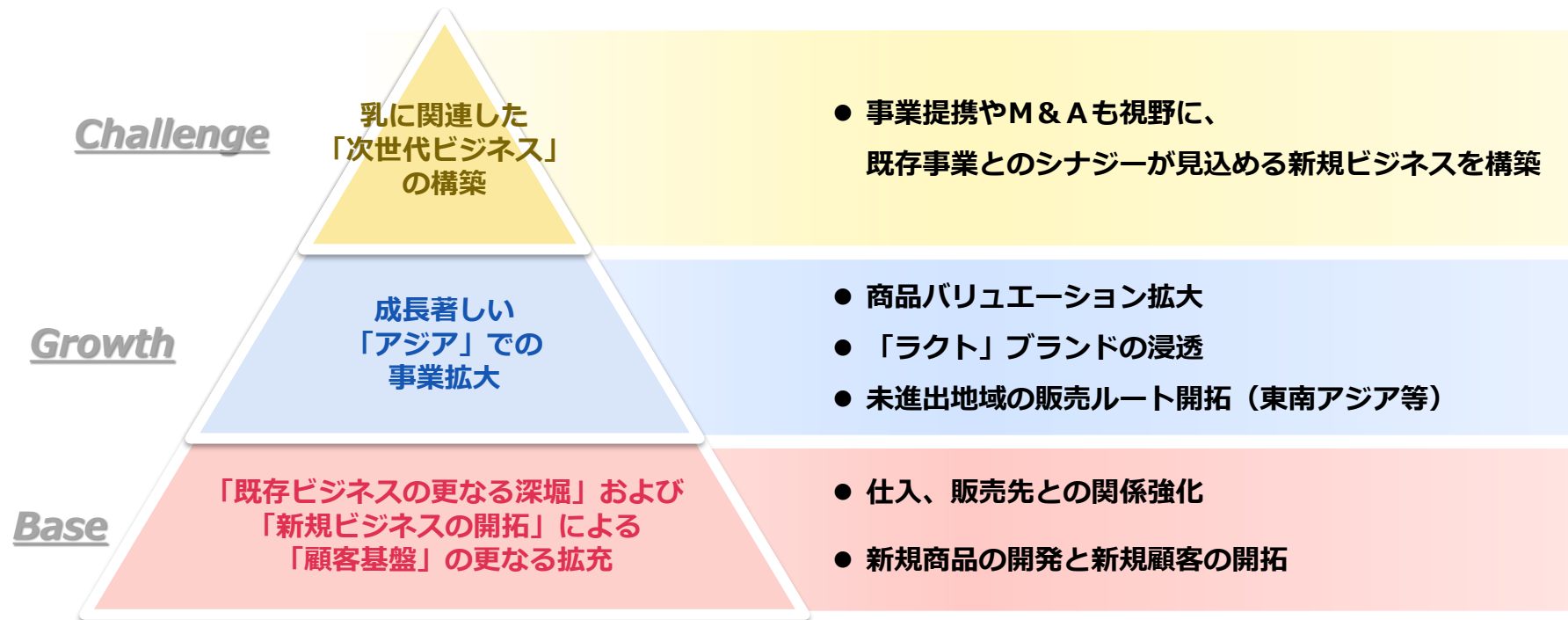


乳原料の国際市況は足もと回復傾向



中期経営計画「NEXT-LJ2019」：基本方針と主な施策

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



	2019年11月期（目標）
売上高	97,140百万円
経常利益	1,830百万円
当期純利益	1,310百万円



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

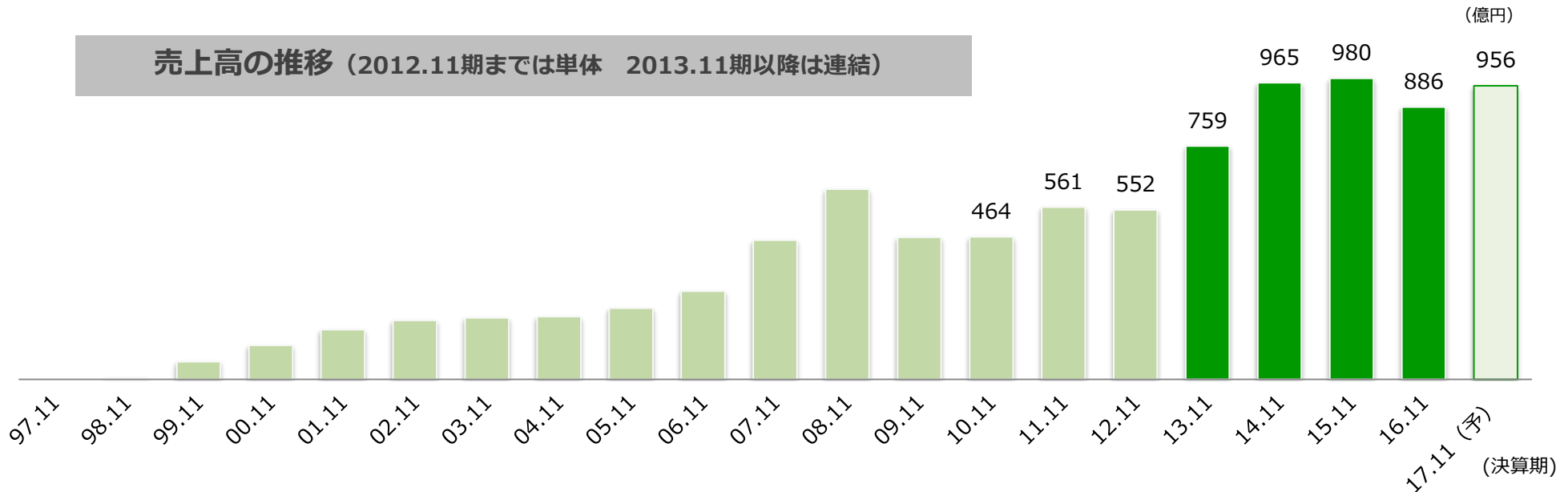
3

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

売上高の推移（2012.11期までは単体 2013.11期以降は連結）



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



- 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

系列に縛られない
戦略的なサプライヤー
245社

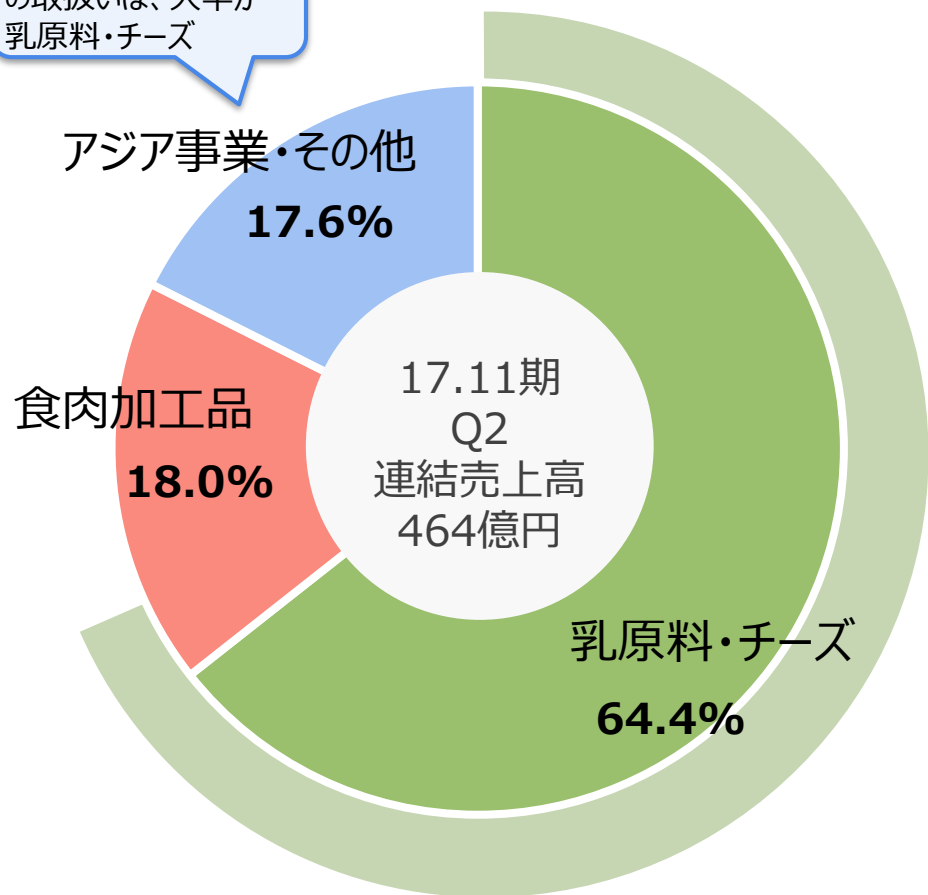


商品開発ニーズの高い
国内ユーザー
(乳業、菓子、油脂、飲料メーカー)

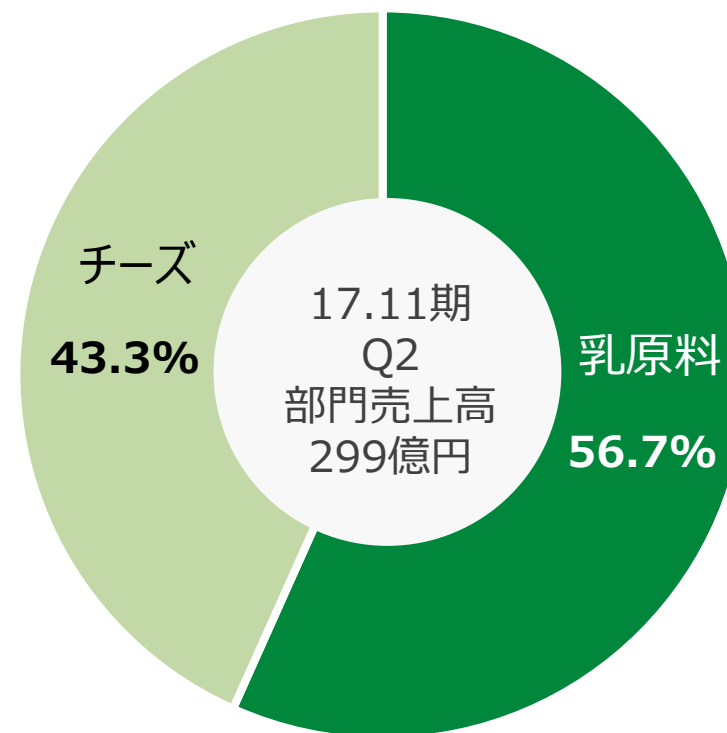


連結売上高 構成比

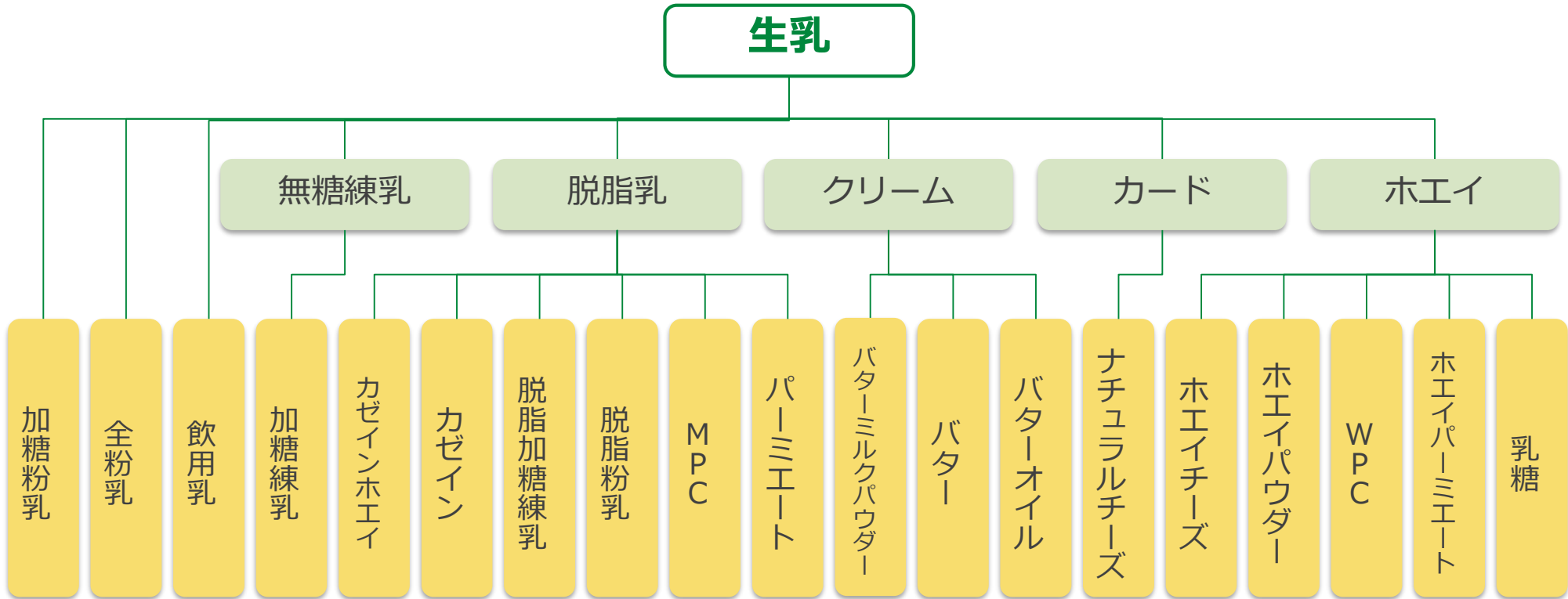
アジア事業・その他の取扱いは、大半が乳原料・チーズ



乳原料・チーズ部門売上高 構成比



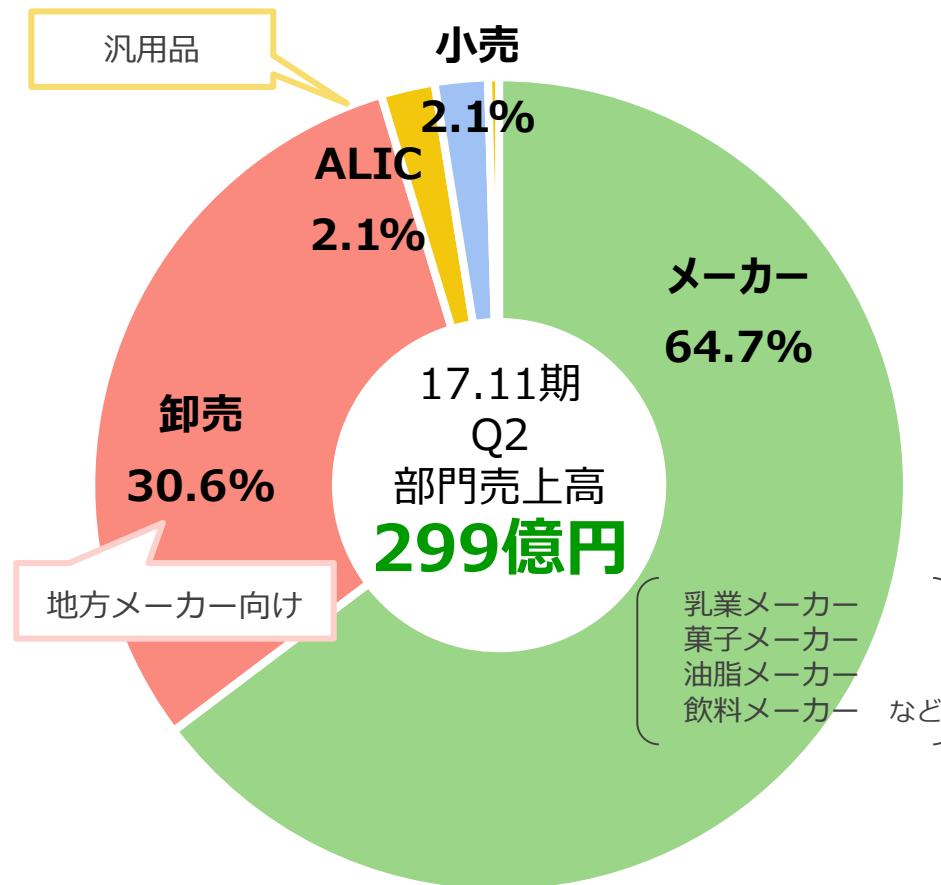
約40種類の汎用乳原料に加え、カスタマイズ品500種類超を取扱う



カスタマイズ品（一次加工品） **500**種超

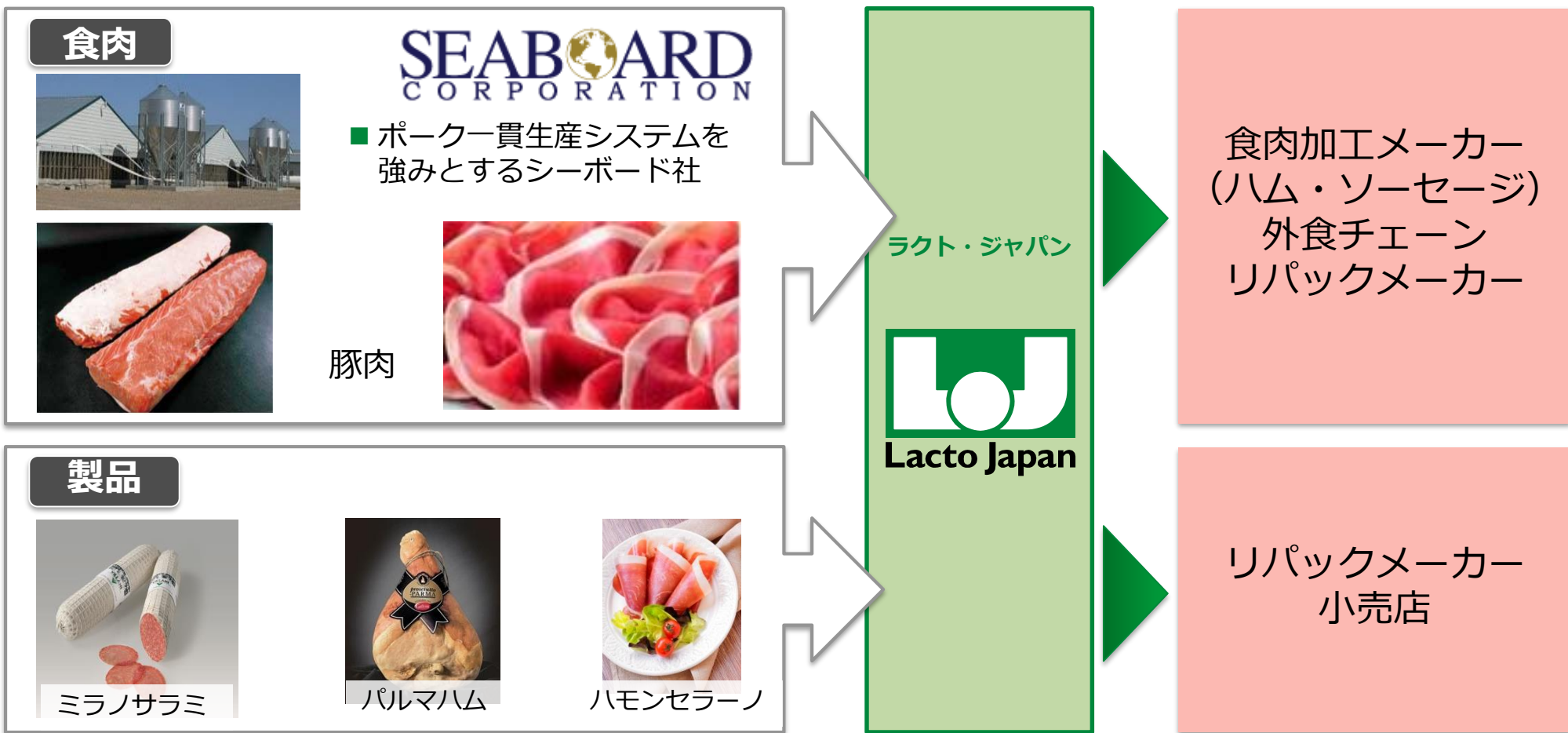
大手メーカーから地方メーカー、小売りまで多様な顧客に販売

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

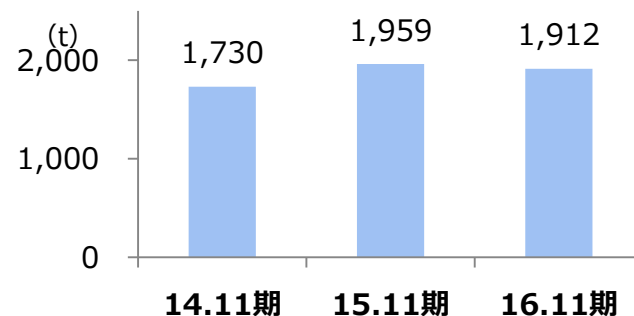
豚肉や生ハムをはじめとする食肉加工品の仕入・販売



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17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）



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

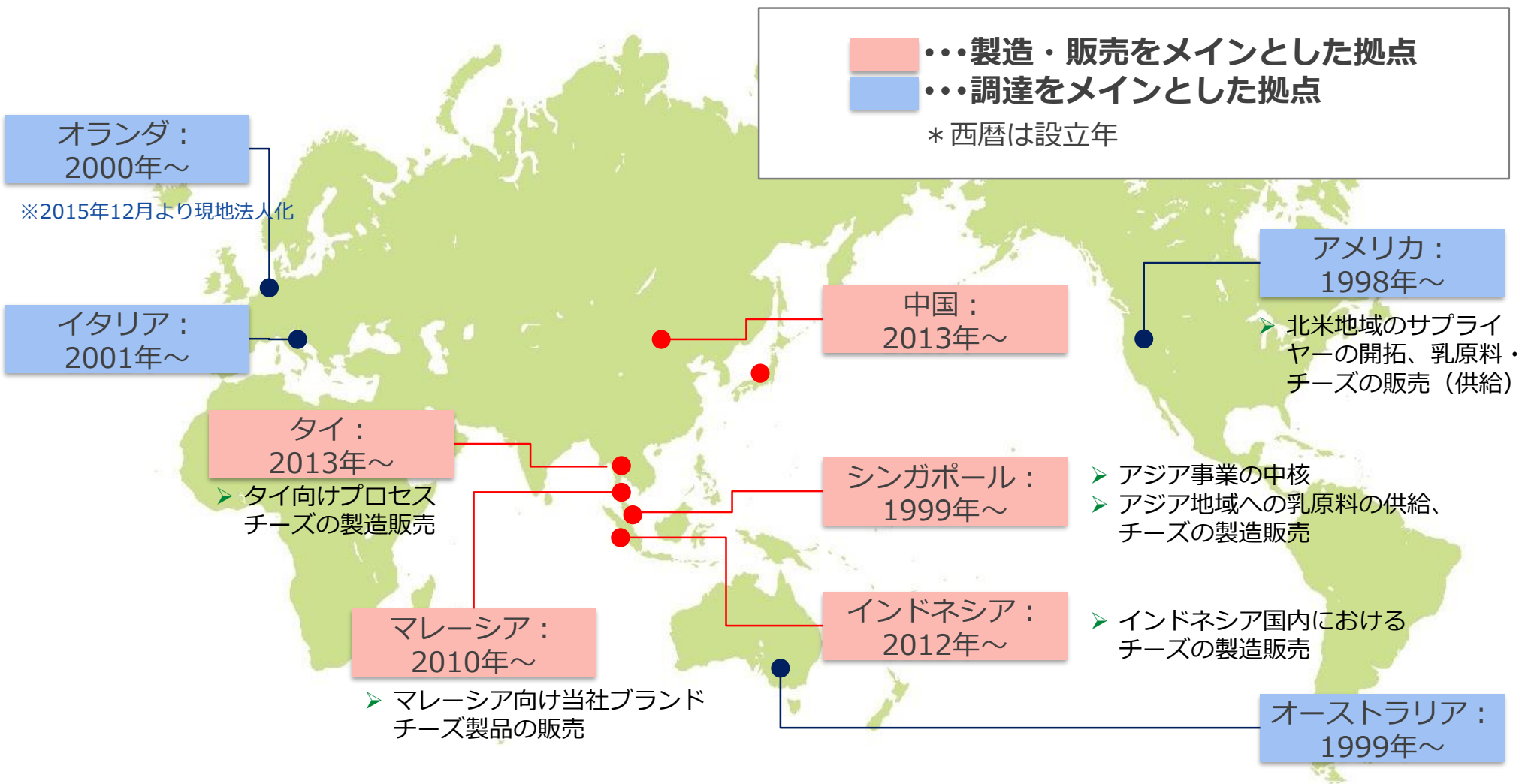


シュレッドチーズ



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

シンガポール：
アジアの生産拠点
1999年～

プロセスチーズの製造
現地メーカーへの販売
(85%はシンガポール外へ輸出)

マレーシア
2010年～

高品質チーズを現地メーカーへ販売

中国
2015年～

現地の日系メーカー等から二次問屋への卸販売

タイ
2015年～

プロセスチーズの製造・シュレッド・販売
今後は乳原料の現地および日系メーカーへの販売も

インドネシア
2015年～

ナチュラルチーズのシュレッド・販売



タイ工場の外観

注) 年号は各拠点における事業の本格稼働年を示す

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)
創業時から10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。