



LJ通信 Vol.8

2019年11月期 第2四半期
2018年12月1日～2019年5月31日

株式会社ラクト・ジャパン

目次

- 1 社長メッセージ
- 3 数字で見るラクト・ジャパン
- 3 事業紹介と概況
- 4 特集：ラクト・ジャパンの乳原料事業
- 6 株主の皆さまとのコミュニケーションの広場
- 6 株主メモ

社長メッセージ

世界を舞台に食文化の発展に貢献する

1998年の創立以来、ラクト・ジャパンは海外からの安定的な調達を通じて、国内で拡大する乳製品原料の需給ギャップの解消に貢献してまいりました。現在、当社が輸入乳製品原料の取扱量で国内シェアのトップを占めるまでに成長できたのも、皆さまに当社の社会的役割をご理解いただき、ご支援いただいていることによるものと認識しています。あらためて、厚く御礼申し上げます。

当社は、国内外を舞台に各地の食文化の発展に貢献する“Global Food Professional Company”として、今後も、社会とともに成長・発展を続ける企業を目指してまいります。



代表取締役社長 三浦 元久

当第2四半期を振り返って

2019年11月期第2四半期連結累計期間（以下、当第2四半期）の業績は、売上高は577億12百万円（前年同四半期比2.5%減）、経常利益は12億52百万円（同10.5%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益8億87百万円（同20.5%増）となりました。部門別の状況は以下のとおりです。



乳原料・チーズ

日本国内におけるバター不足の傾向からバター需要は旺盛で、バターの販売が堅調に推移しました。また、TPP11や日欧EPAによる関税の引き下げなどもあり、チーズの販売も堅調でした。一方で、脱脂粉乳の販売は国内需給緩和のため伸び悩むこととなりました。これらの結果、当第2四半期の乳原料・チーズ部門の売上高・販売数量は、前年同四半期比で微減となりました。



食肉加工品

2018年後半から国産豚肉の生産量が増加したことにより、国内需要の一部が輸入品から国産品に置き換わるなど輸入豚肉の販売が軟調に推移しました。当社は、仕入・販売ルートが多様化や新規商品の取り扱いを開始するなど、販売強化に取り組んだものの、販売数量、売上高はともに前年同四半期比でマイナスとなりました。



アジア事業・その他

アジア事業の乳原料販売部門では、アジア市場における乳製品需要の拡大を背景に販売は堅調に推移しました。その結果、販売数量は前年同四半期を上回り、売上高は前年同四半期と同等の水準となりました。

同事業のチーズ製造販売部門では、主要な販売国であるシンガポール、マレーシア、中国、タイにおいて、チーズ需要が拡大しており、チーズ製品の販売が順調に推移しました。その結果、同部門の販売数量・売上高はともに過去最高となりました。以上の結果、当第2四半期のアジア事業・その他の合計売上高は前年同四半期比2.2%増となりました。



既存ビジネスの深掘りと 新規分野の開拓で成長を促進

当社をめぐる事業環境は、アジア諸国で進行する“食の欧米化”、気候変動による畜産への影響、貿易自由化の潮流など、さまざまな要因から急速に変化しています。さらに、乳製品関連商品が食生活に深く浸透することに伴い、お取引先さまから寄せられる原料のニーズも多様化しています。

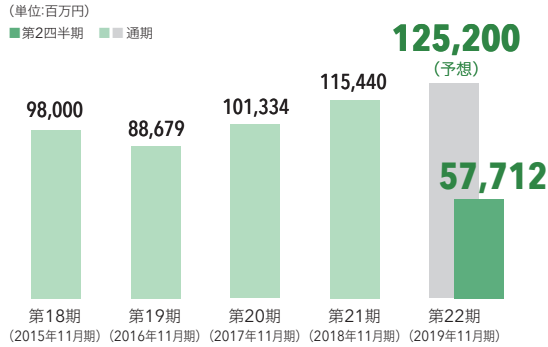
グローバルな調達ネットワークで多彩なサプライヤーを確保していることに加え、食品専門商社として専門知識と経験を蓄積してきた当社にとって、この局面は当社の強みを発揮して差別化を図るチャンスであると捉えています。

これからも当社は、事業を通じた社会価値の提供により持続的な企業価値向上を図るとともに、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションをより一層拡充してまいります。今後も変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

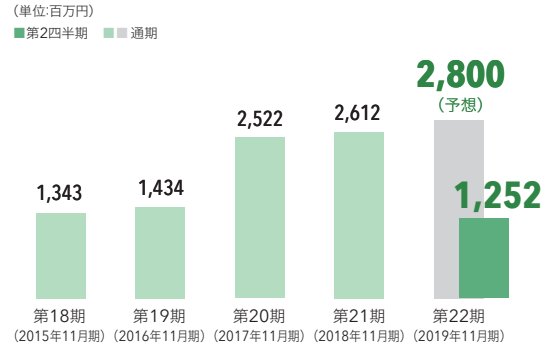
株式会社ラクト・ジャパン
代表取締役社長

三浦元久

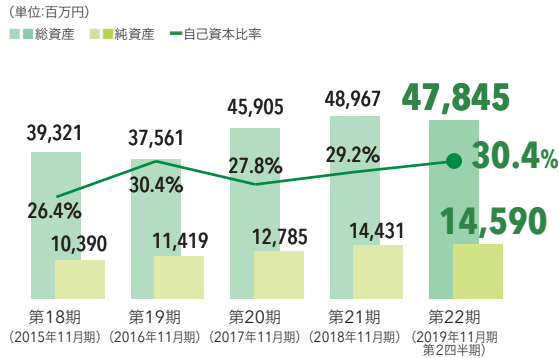
売上高



経常利益

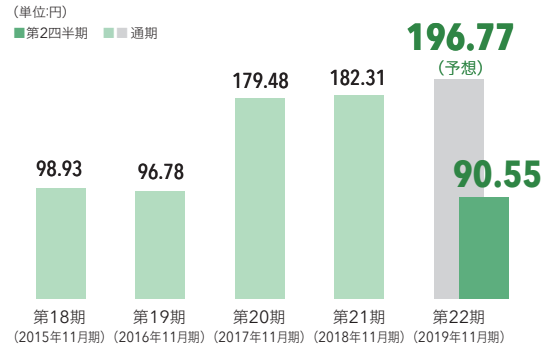


総資産・純資産・自己資本比率



(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号平成30年2月16日)等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2018年11月期末の総資産についても遡及して修正しております。

1株当たり当期純利益



(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。

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、主に日本国内の乳製品メーカーや食品メーカーへ販売しています。

販売数量 | **100,139** トン | 前年同四半期比 **3.9%** 減
売上高 | **426** 億 **75** 百万円 | 前年同四半期比 **2.6%** 減

食肉加工品事業



豚肉や生ハムなどの食肉原料および加工品を海外から仕入れ、国内の食品メーカー、卸・小売店等へ販売しています。

販売数量 | **10,511** トン | 前年同四半期比 **7.5%** 減
売上高 | **61** 億 **4** 百万円 | 前年同四半期比 **7.7%** 減

アジア事業・その他



飛躍的に成長するアジアで、日本で培ったノウハウをもとに高品質な商品・サービスを提供しています。

売上高 | **89** 億 **32** 百万円 | 前年同四半期比 **2.2%** 増

乳原料販売部門

販売数量 | **27,892** トン | 前年同四半期比 **5.5%** 増
売上高 | **73** 億 **3** 百万円 | 前年同四半期比 **0.0%** 増

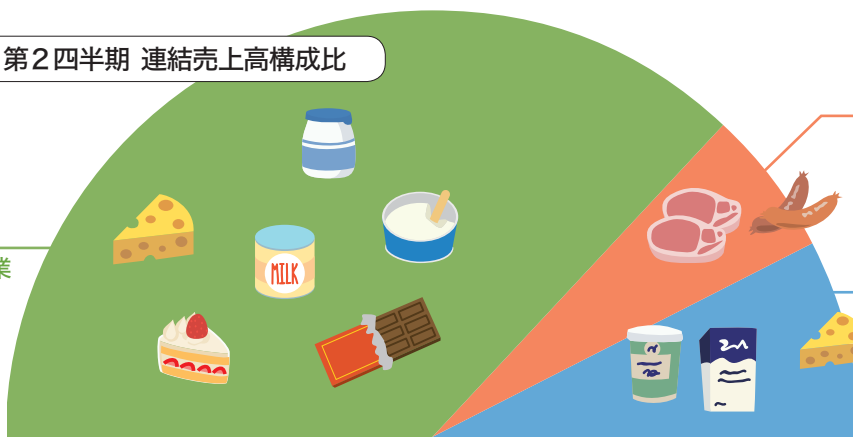
チーズ製造販売部門

販売数量 | **1,804** トン | 前年同四半期比 **39.9%** 増
売上高 | **12** 億 **84** 百万円 | 前年同四半期比 **28.8%** 増

2019年11月期 第2四半期 連結売上高構成比

74%

乳原料・チーズ事業



11%

食肉加工品事業

15%

アジア事業・その他

ラクト・ジャパンの乳原料事業

ラクト・ジャパンの設立から現在に至るまで、チーズとともに当社の中核である乳原料事業。お客さまに信頼をお寄せいただくその理由とさらなる成長を約束する当社の強みを、担当執行役員からご紹介します。



執行役員 渡瀬 孝浩

乳原料事業をとりまく環境 ～需要と供給のギャップが拡大

当社の乳原料事業の主な使命は、海外の良質な供給地から乳原料を安定的に輸入して、日本国内の需要と供給のギャップを補うことにあります。食の欧米化に加えて、最近では「機能性ヨーグルト」の健康効果が注目されるなど、乳製品の需要は拡大し、生乳換算で1,216万トン（2017年）*1に達しています。一方で、酪農家の高齢化や離農によって生乳の国内生産量は減少傾向にあり、この16年間でおよそ110万トン*2が減少しました。特に、都府県の減少が大きく、その結果、北海道の生産量に依存することになり、国産生乳の供給を不安定にしています。2018年9月の北海道胆振東部地震では、工場の操業停止や供給ルートの寸断が発生し、乳製品への影響が懸念されたことをご記憶の方も多いでしょう。日本の豊かな食卓と健康的な生活を支える当社の乳原料事業の役割は、今後ますます重要になると考えています。

乳原料のプロフェッショナル ～実績と信頼を礎に提案力を発揮

当社のお客さまは、大手乳業メーカーだけでなく、近年では飲料メーカーや地方の乳業メーカーなどへと裾野が広がっています。これに伴って乳原料の取扱量は堅調に増加し、輸入乳原料の国内シェアは業界トップレベル

を占めています。その背景には東京証券取引所市場第一部への上場効果もありますが、何よりも、設立以来一貫して乳原料のプロフェッショナルとして歩んできた当社の実績を評価いただいているものと自負しています。

現在、当社は約40種類の汎用乳原料（脱脂粉乳やホエイなど）と、約500種類の調製品（カスタマイズ品）を輸入しています。調製品とは、お客さまのご要望に応じて、例えば脱脂粉乳にフレーバーを混ぜるなどした一次加工品のことです。調製品の加工・輸入にあたっては、輸入制度の知識を活用して、何をどのように配合すればどのカテゴリーの関税が適用されるのかなど、輸入コストなどにも配慮します。調製品はお客さまと一体となって作るものですから、その品数の豊富さは、商社とメーカーを超えた密なお付き合いのたまものです。近年では、人手不足から「ひと手間加えれば商品になるものを」という声が寄せられており、調製品の品数はさらに増える可能性があります。お客さまの省力化にも貢献しながら、当社商品の付加価値向上に取り組めます。

豊富なサプライソースを確保 ～お客さまとサプライヤーの橋渡し役として

食品を扱う事業者にとって、「安定供給」は品質確保とともに最も重要な課題です。その点で、当社の豊富なサプライソースは大きな強みのひとつです。これまで当社は、酪農が盛んでありながら人口が少ないため

に輸出が多いオセアニアを主な供給元としてきました。しかし、近年では温暖化に伴う気候変動により牛のエサとなる牧草の生育に影響が生じ、生乳の供給が不安定になることも懸念されるようになりました。そこで当社では、欧州や北米に供給エリアを広げて安定性を高めています。

サプライソースの多様性の利点は、安定供給に限られません。ひとくちに「乳原料」といっても地域ごとに特色が異なるため、お客さまに、より最適なご提案が可能になるのです。

サプライヤーからは、脱脂粉乳などの定番品のほか、「日本にはない新しい乳製品や副産物売りたい」というアプローチもあります。お客さまとサプライヤーとの橋渡し役となり、新商品の開発に貢献することも当社の大切な役割です。このように、既存のサプライヤーとの関係を深めながら、良質で安定的な乳原料の供給を目指し、今後もサプライソースの拡充に努めていきたいと考えています。

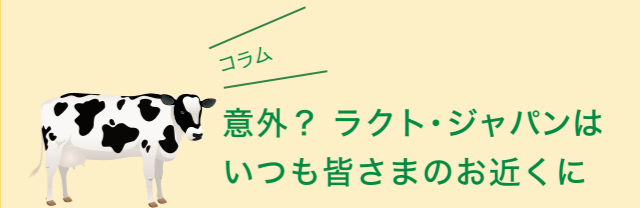
追い風が吹く乳原料事業 ～取扱量シェアの拡大を目指して

乳原料の輸入依存度が高まる中、TPP11*3や日欧EPAの発効といった貿易自由化の潮流は、当社にとって追い風といえます。TPP11では、従来国家貿易品目として輸入量が制限されていたホエイ（チーズの製造過程の副産物）が関税低減により輸入を行うことができるようになり、その恩恵が期待されます。

さらに、日本では同じく国家貿易品目として輸入量が制限されている脱脂粉乳やバターの調達の仕組みとして独立行政法人農畜産業振興機構が実施する入札がありますが、近年国内の生乳生産量の減少傾向を背景に、この入札機会が増加しており、より計画的にビジネスを展開できる環境も整ってきました。

貿易自由化は競争相手の出現にもつながりますが、乳原料事業は専門性の高い知識とノウハウが必要な世界であり、また、お客さまやサプライヤーとメリットを分け合う「フィフティ・フィフティ」の取引姿勢で信頼関係を築いてきた当社の実績は、一朝一夕に他社が追従できるものではありません。

今後も乳原料のプロフェッショナルとしての信頼を深め、さらなる事業拡大を目指してまいります。



今回は、株主の皆さまから特にお問合せが多い、当社が輸入する「乳原料」と「最終商品」の関係について、Q&A形式でお答えします。

Q.ラクト・ジャパンが輸入する「乳原料」は、牛乳とは違うのですか？

A.日本の定義では、成分を調整していない生乳(搾ったままの牛乳)、または、その脂肪分のみを調整した製品が「牛乳」と呼ばれます。高関税に加え、消費期間の制約などから日本の品質基準を満たす形で生乳を輸入することが非常に困難なことなどから、当社では生乳をバターや脱脂粉乳など、消費期限の長い固形や粉末に形を変えて輸入しています。これらは、国内の食品メーカーなどによりヨーグルトやアイスクリームなどの原料として使用されています。

Q.ラクト・ジャパンの商品はどこで購入できますか？

A.商品に「ラクト・ジャパン」の名前が記されることはほとんどありませんが、当社が輸入している乳原料を使用した商品を、さまざまな形で皆さまの口にされていると思います。例えば、コンビニエンスストアやスーパーなどで販売されているヨーグルトやアイスクリームなどの乳製品をはじめ、チョコレート、ビスケットなどの菓子類、缶コーヒーなどの飲料、育児用粉乳などです。飲食店でも、カフェ・ラテ用のミルク、パンやマーガリンなどに使われています。意外なところでは、筋力トレーニングをしている方などに愛用されているプロテインにも、当社が輸入したホエイやカゼインが用いられています。

*1 出典：農林水産省「平成29年度食料需給表」
*2 出典：農林水産省「牛乳乳製品統計調査」
*3 日本やオーストラリアなど環太平洋パートナーシップ協定に参加する11カ国による経済連携協定。2018年12月30日に発効



株主の皆さまとのコミュニケーションの広場

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。

Q. アジアでの
事業展開について
教えてください

A. シンガポールの現地法人を中核企業として、マレーシア、タイ、インドネシア、中国に展開、また、2019年10月にフィリピン進出も予定しており、さらなる事業の拡充を図ってまいります。

具体的な事業としては、商社事業とメーカー事業の2本柱となっています。商社事業では、長年日本で培った食品原料商社としてのノウハウを活かし、原料の供給や情報提供、品質管理などのサービス提供を行い、メーカー事業では、いまだ黎明期にあるアジアチーズ市場において B to B 企業として多様な顧客ニーズへの対応やチーズを使用した商品を開発し、そのレシピとともに販売を行うなどユニークな存在として、近年、アジア市場において「ラクト・ブランド」として認知度が高まっています。

Q. 食の安全について、
どのような取り組み
をされていますか

A. 「品質統括運営室」という専門組織を設置し、衛生面や品質管理を徹底しています。この組織は、日本の食品衛生法をはじめとする法規制への対応だけでなく、食の安全に関するコンプライアンスの徹底を行うほか、海外の乳業メーカーや酪農家の視察なども定期的に行っています。今後も引き続き、安心・安全な商品の供給に努めてまいります。

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いたします。

株主優待品決定のお知らせ

株主優待の拡充につきまして、株主の皆さまのご要望を踏まえ、株主優待品を決定いたしました。下記の5品からご希望の品1点をお選びいただけます。

なお、株主優待品は、継続保有期間3年以上の株主さまを対象としております。継続保有期間3年未満の株主さまには、従来どおり1,000円分のQUOカードを贈呈いたします。

◆十勝
白い牧場アイス
12個



◆MILK'ORO
ヨーグルト
3本ギフト



◆町村農場
バター・
クリームチーズセット



◆TOKACHI PRIDE
ラクレットチーズ
3個セット



◆ヨーロッパ
チーズセット



詳細は、当社Webサイトをご参照ください。

【株主・投資家情報】> IR ニュース > 2019年4月18日ニュースリリース「株主優待品の内容決定に関するお知らせ」

株主メモ

事業年度 12月1日から翌年11月30日まで
定時株主総会 毎事業年度終了後3ヵ月以内
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)
公告方法 電子公告により行います。ただし電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行います。
公告掲載URL <http://www.lactojapan.com>

■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Webサイトをご確認ください

〒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
<http://www.lactojapan.com>