



# 2015年11月期 決算説明会

株式会社ラクト・ジャパン

2016年1月21日

1.	会社概要	P. 3
2.	成長戦略	P.15
3.	2015年11月期業績	P.23
4.	2016年11月期業績予想	P.29
5.	参考資料	P.33

# 1

## 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**

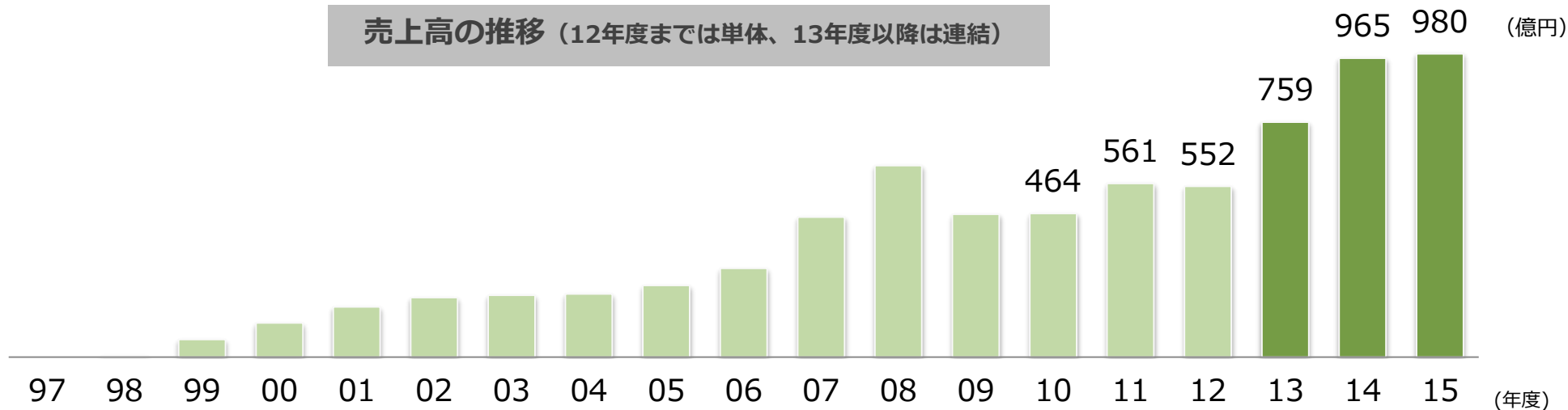
3

**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（12年度までは単体、13年度以降は連結）



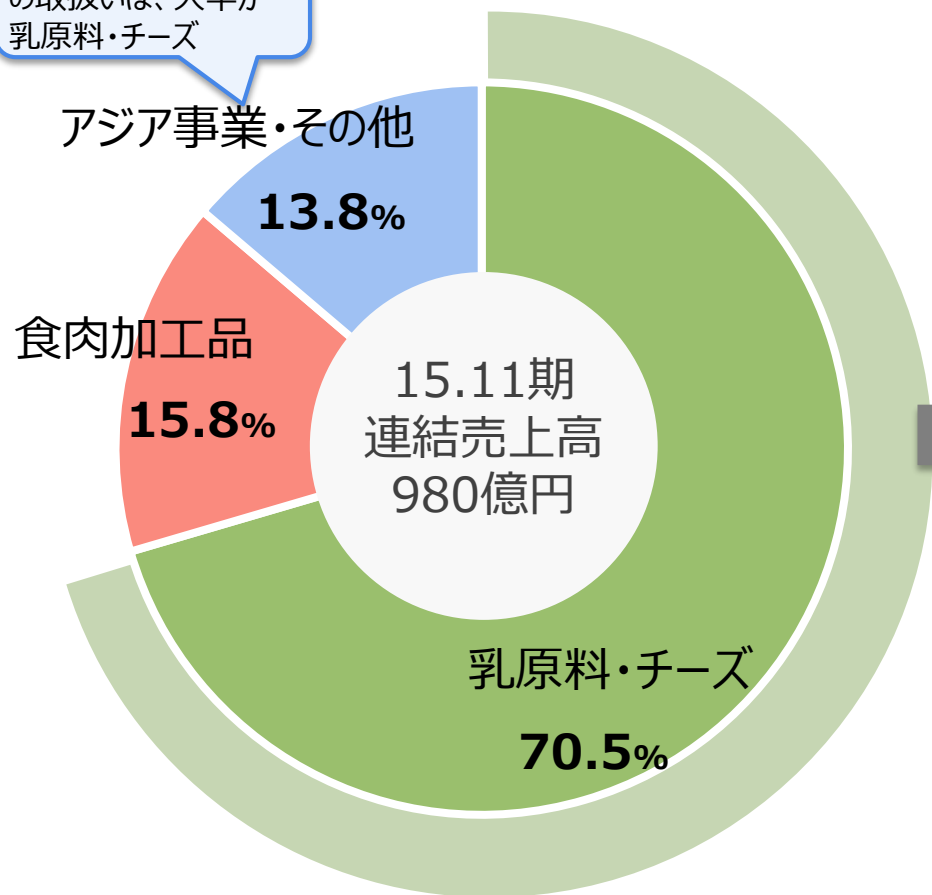
1998年5月：株式会社ラクト・ジャパンを設立、業務を開始

1998年11月：シンガポール駐在員事務所を開設

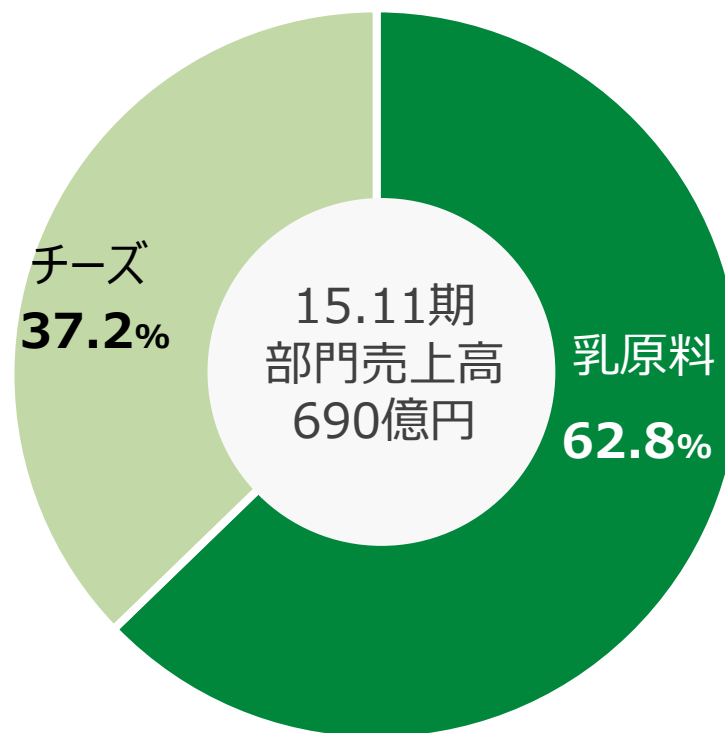
2005年3月：食肉加工品事業に参入  
生ハム・サラミの輸入販売を開始

連結売上高 構成比

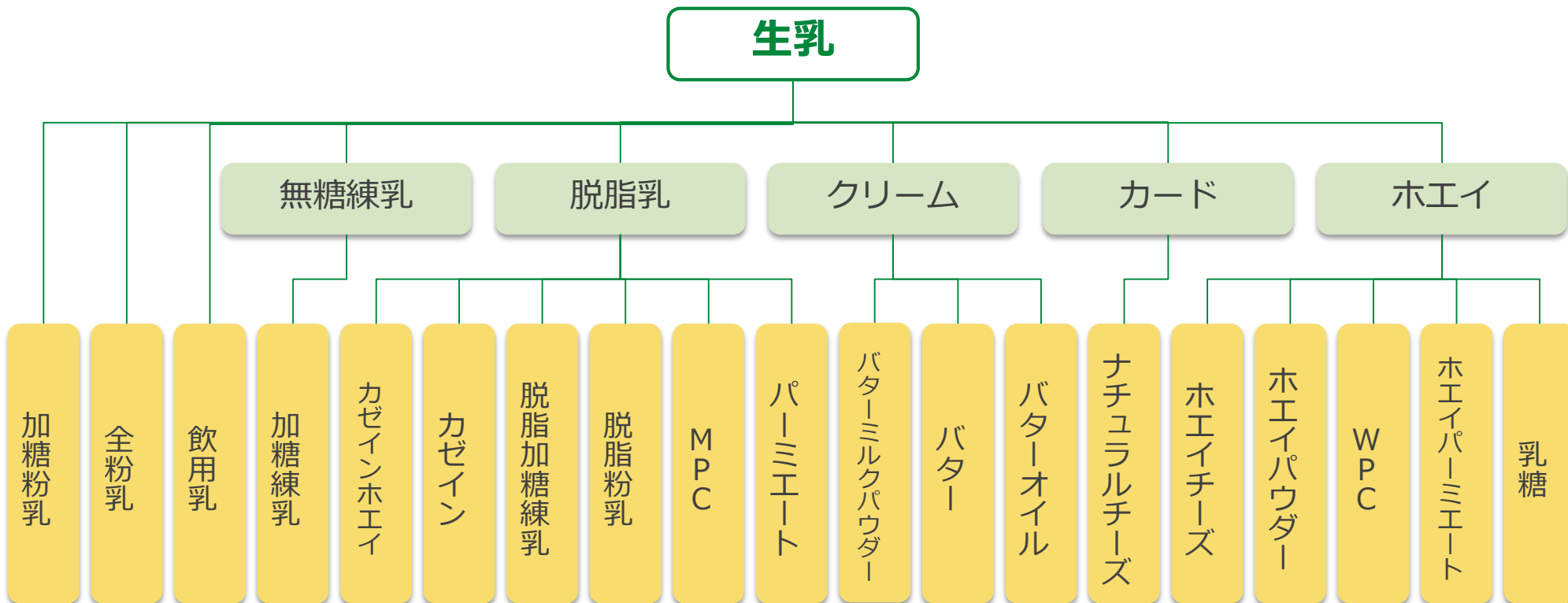
アジア事業・その他の取扱いは、大半が乳原料・チーズ



乳原料・チーズ部門売上高 構成比



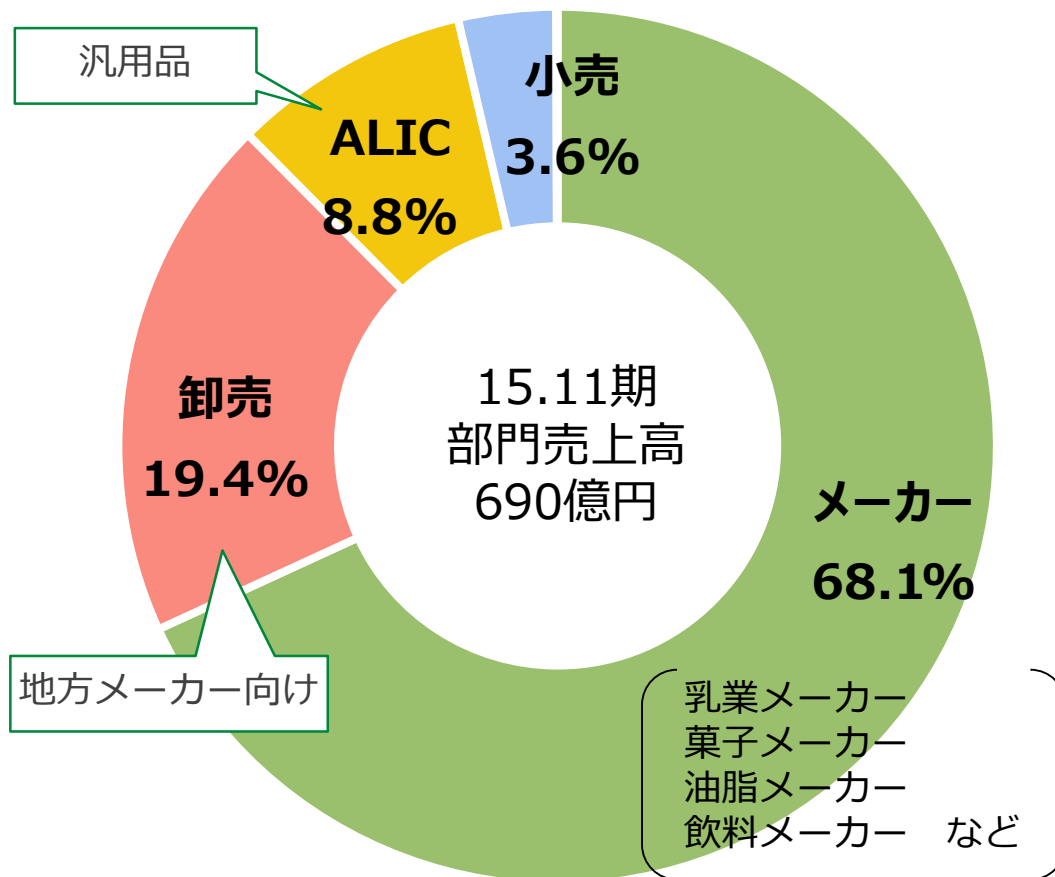
## 約40種類の汎用乳原料に加え、カスタマイズ品500種類超を取扱う



カスタマイズ品（一次加工品） **500**種超

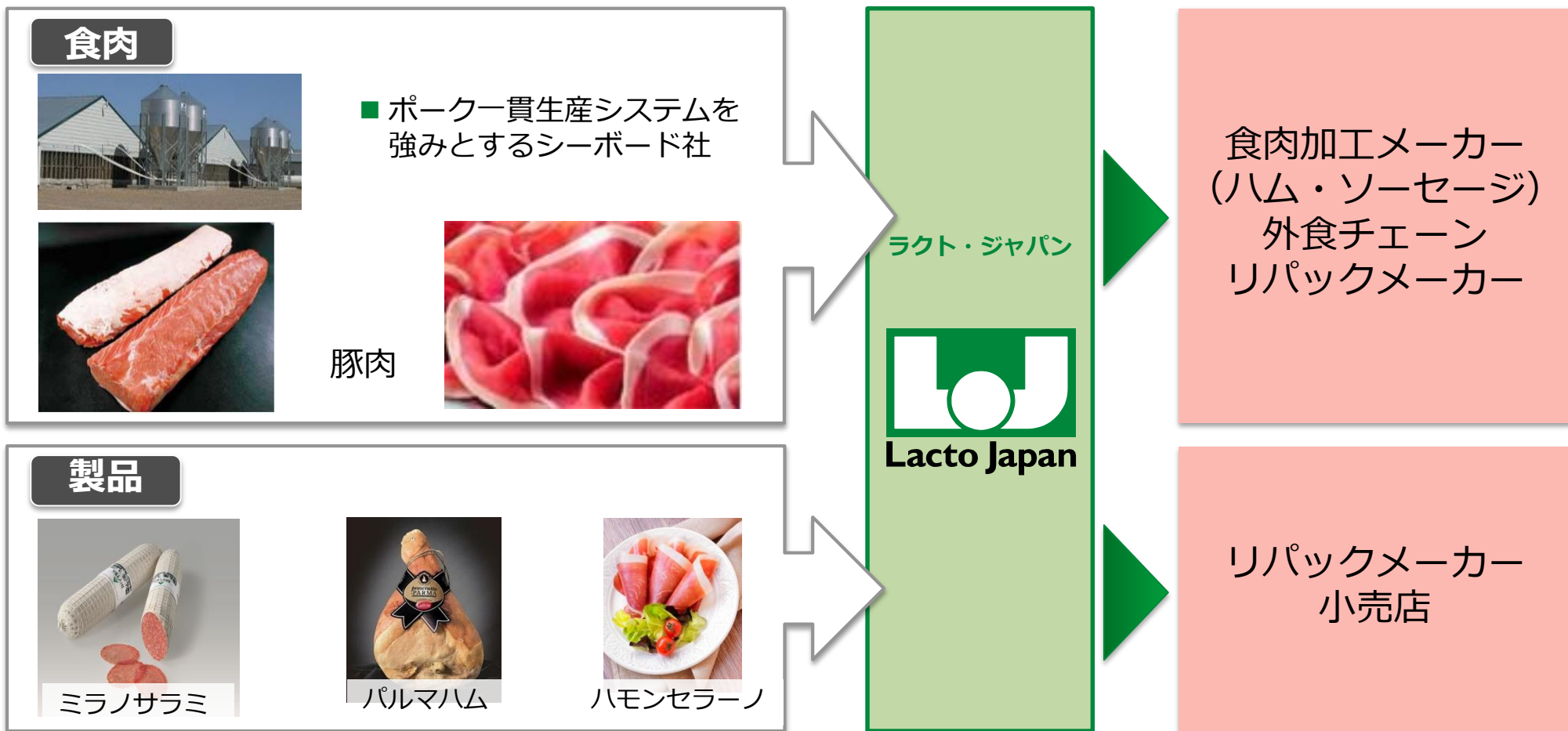
## 大手メーカーから地方メーカー、小売りまで多様な顧客に販売

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

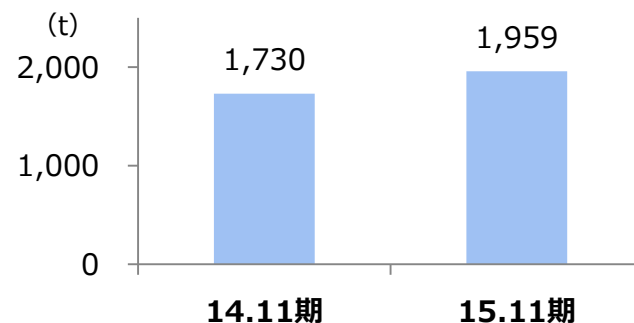
## 豚肉や生ハムをはじめとする食肉加工品の仕入・販売



## 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

### Lacto Asia Pte Ltd. シンガポール工場



チーズの過熱・溶融工程



品質検査工程

### ブランド



シュレッドチーズ

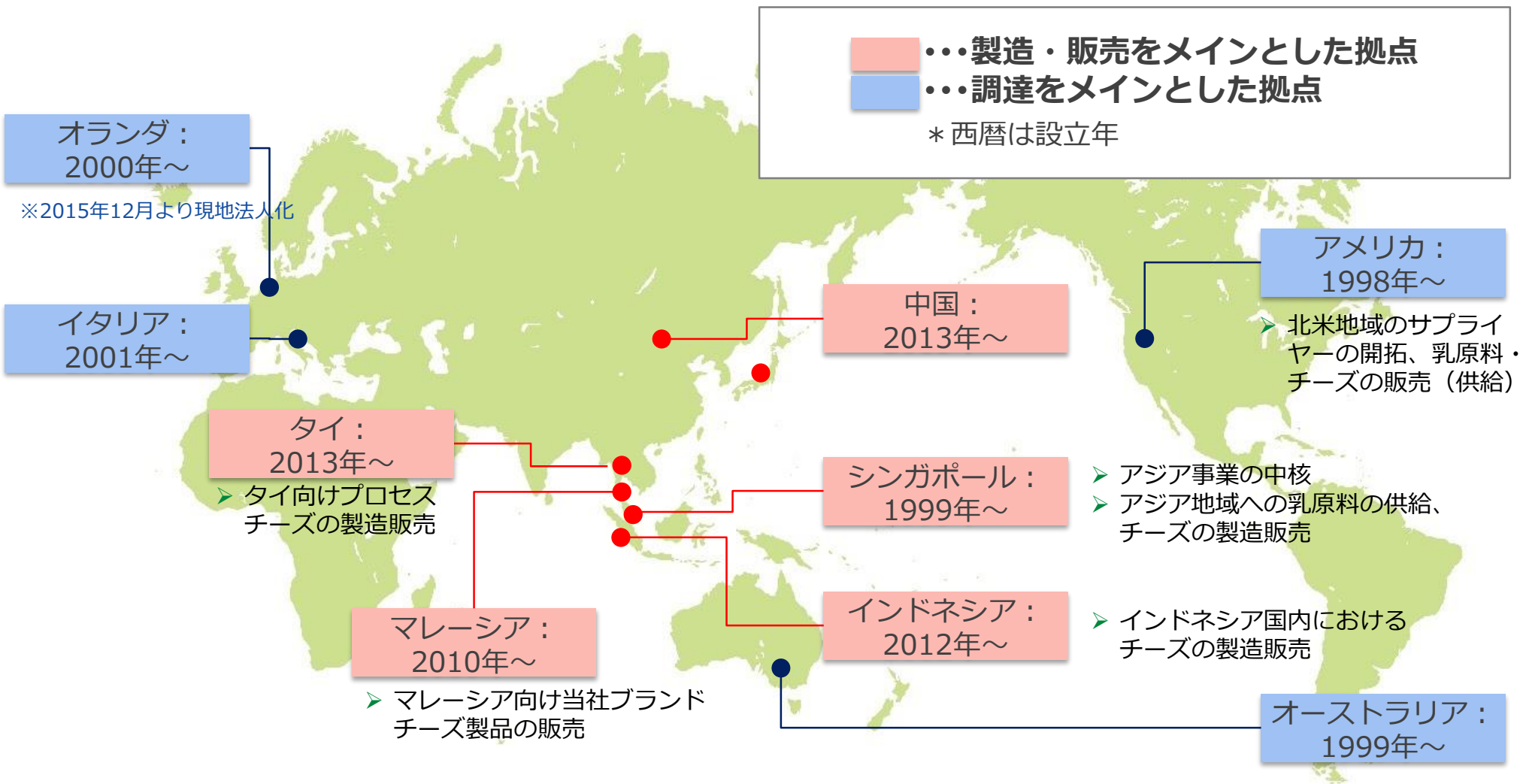


クリームチーズ



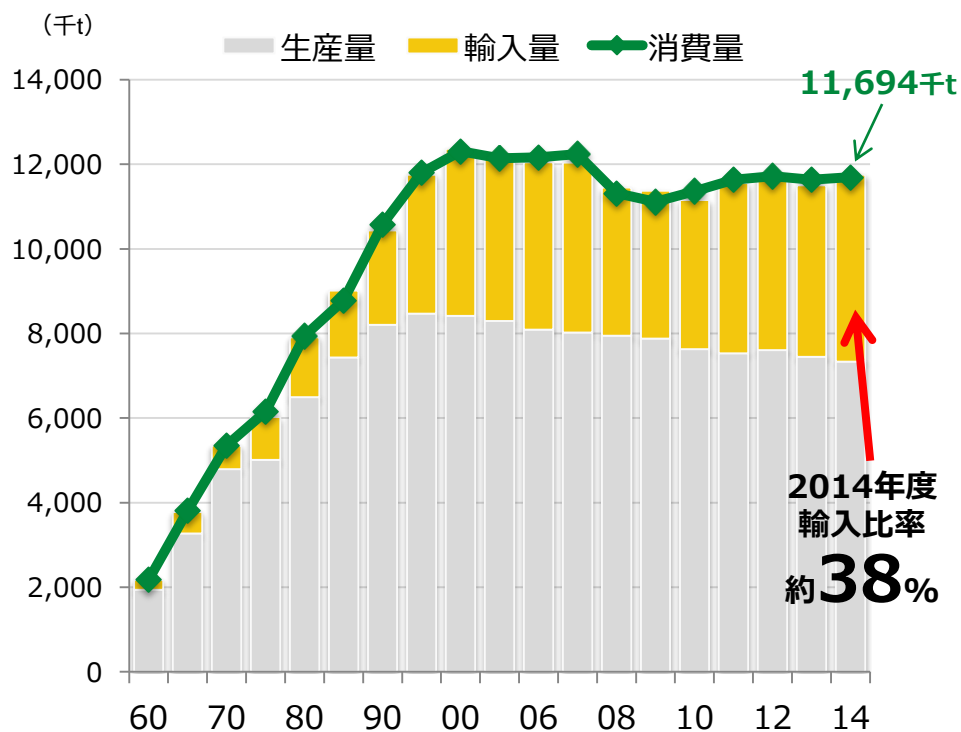
リキッドチーズ

## 調達から販売まで、グローバルにネットワークを展開



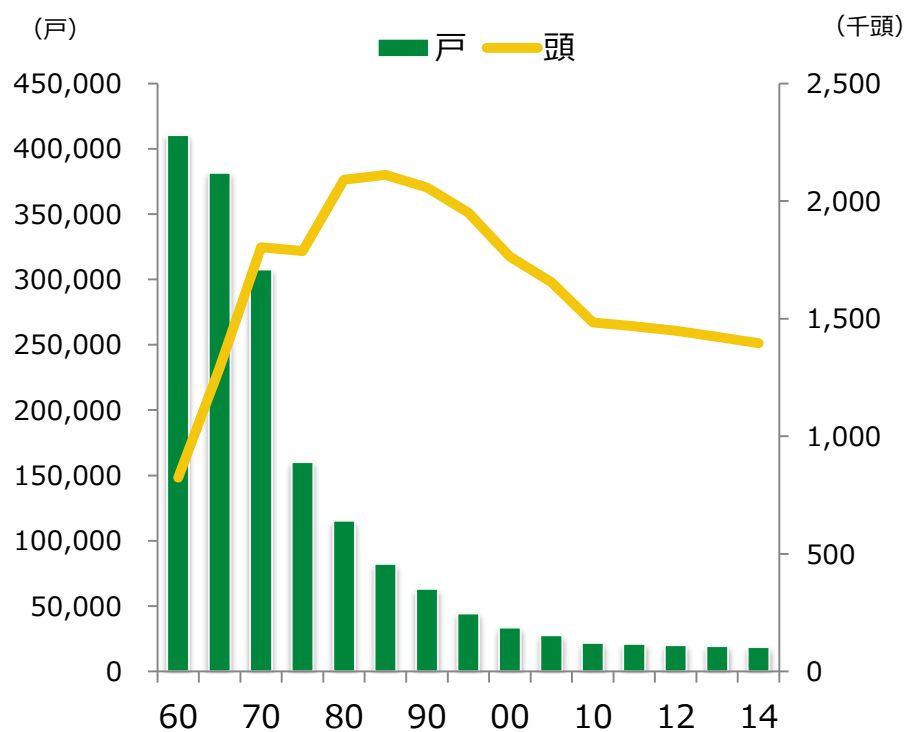
## 乳製品消費量は高位安定 国内酪農業の生産力低下で輸入原料への需要は高まる傾向

### 牛乳・乳製品消費量と国内生産・輸入の状況



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

### 乳用牛飼養戸数・頭数累年統計

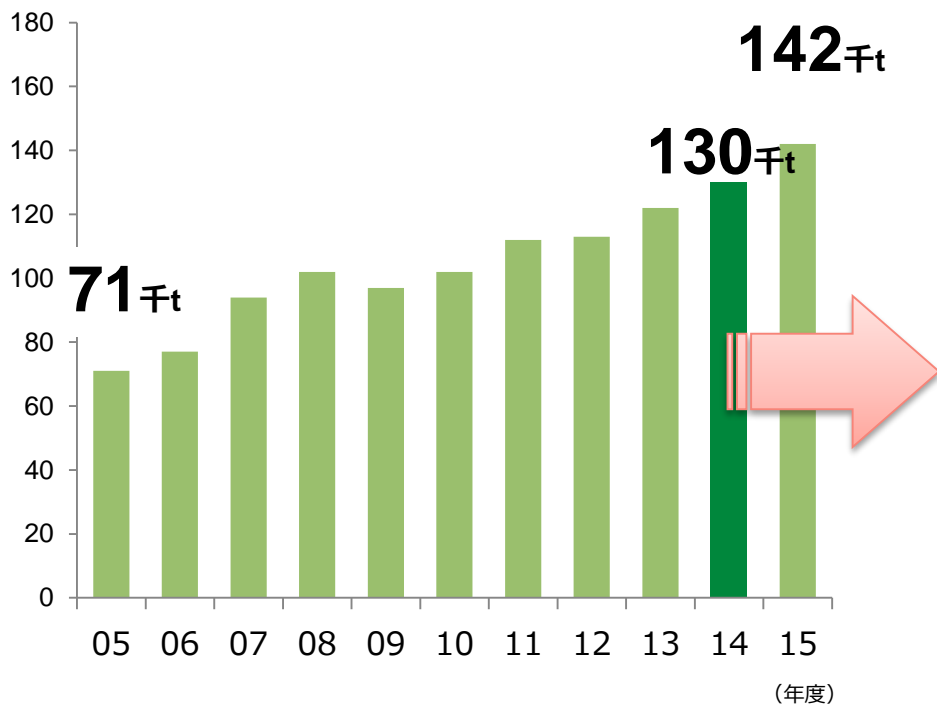


出所) 農水省 畜産統計調査

## 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30%

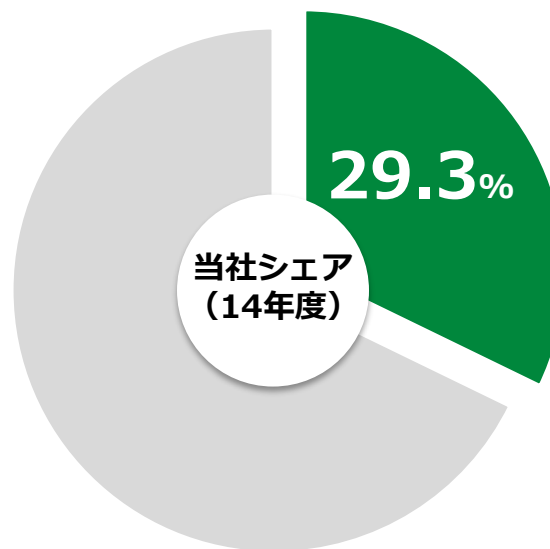
当社の輸入取扱量（乳原料・チーズ）

(単位：千t)



注) データは固形換算

輸入乳製品に占める当社取扱いシェア



出所) 農水省「食糧需給表」を参照のラクト・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

## 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)



2

# 成長戦略



成長

永続的に存在する企業  
日本の食文化をアジアへ

【成長戦略2】  
アジア

- アジアの経済成長を  
自社に取り込む
- 市場創造

【成長戦略1】  
国内

- 環境変化への対応
- 国内事業基盤の強化

基盤

## 変化をチャンスと捉え、国内事業基盤の一層の強化を図る

### 環境変化への対応

#### ■国内需給ギャップの拡大

- 高まり続ける“輸入原料の安定確保”の重要性に対応

#### ■貿易自由化（TPP、FTA）対応

- 日本への輸出拡大を望むサプライヤーとの連携強化（TPPを睨んだ新製品開発に着手）
- 海外拠点の拡充

### 国内事業基盤の強化

#### ■更に多様化する顧客ニーズに対応

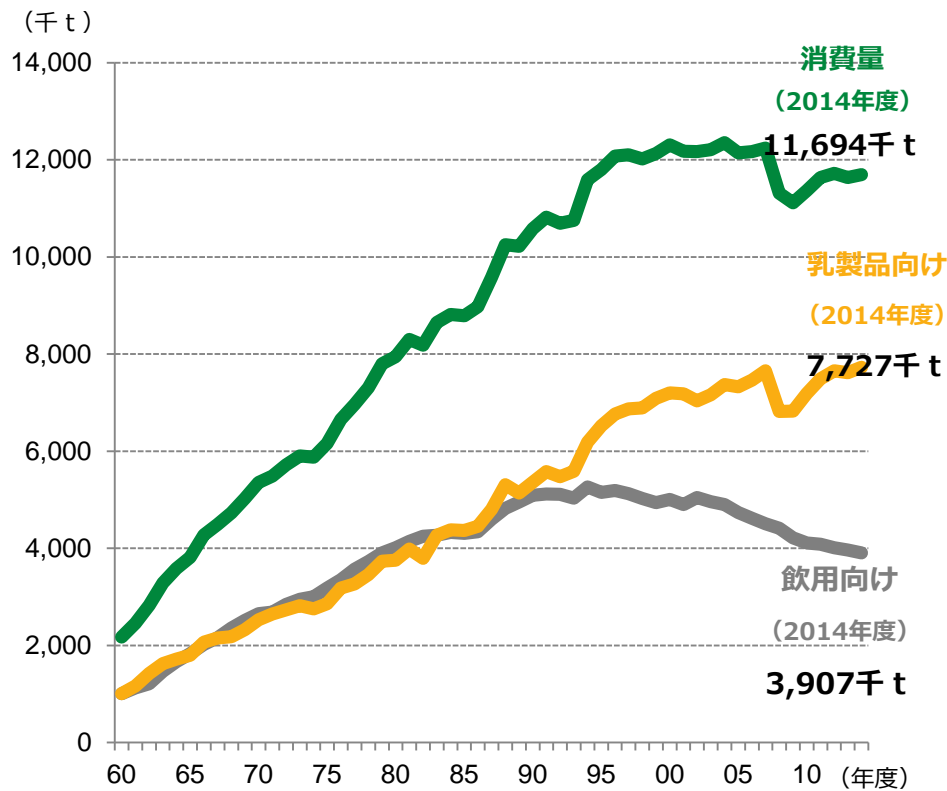
- 日本では調達できない乳原料の提案

#### ■顧客基盤のさらなる拡充

- 取引実績、株式上場による知名度・信頼性向上により、新たな取引先を開拓
    - － 地方食品メーカー
    - － 非乳業メーカー
- （菓子・飲料・油脂・医薬品・飼料関連メーカーなど）

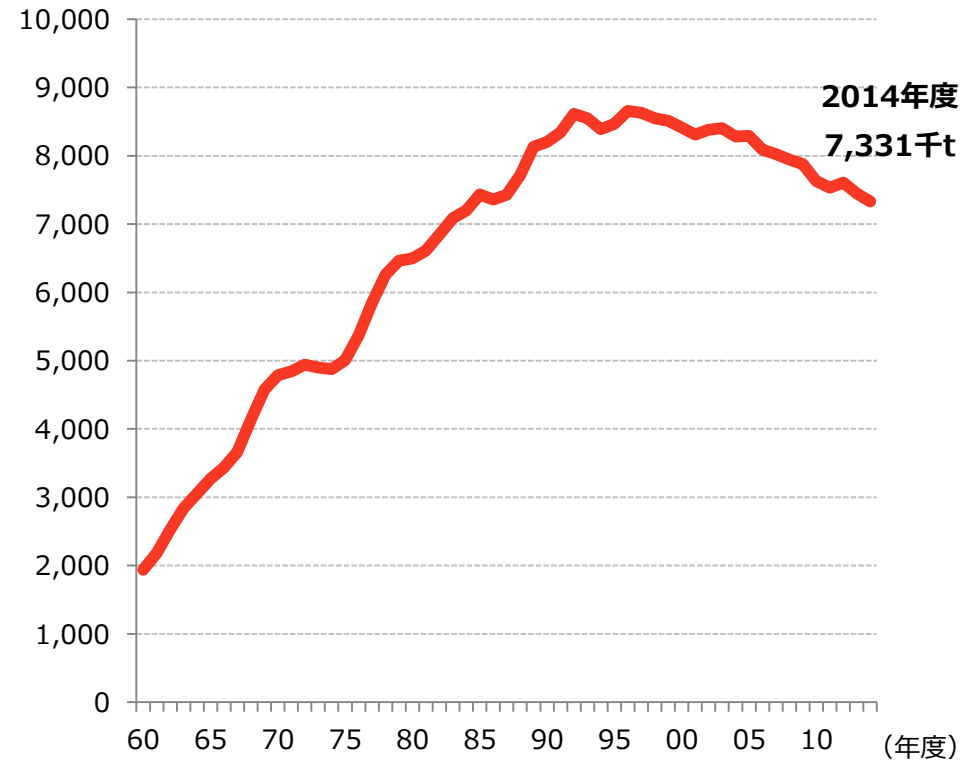
## 牛乳・乳製品消費量は乳製品向けを中心に高水準 一方、国内生産量は低下傾向で輸入原料への需要は旺盛

牛乳及び乳製品の国内消費量



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

牛乳及び乳製品の国内生産量



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

## ヒット商品・時代のニーズとともに、はっ酵乳生産量は拡大



食品として  
一般に普及

食べ方・形状等  
バリエーション増

ヨーグルトデザート流行

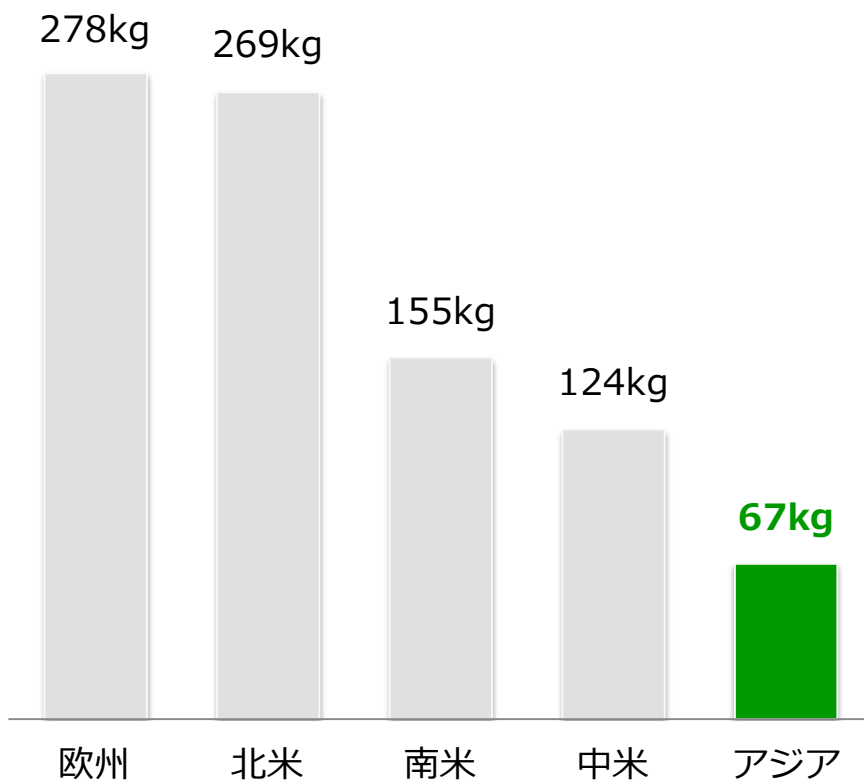
乳酸菌への注目の高まり  
機能性ヨーグルトへの支持拡大



出所) 農水省 牛乳乳製品統計 「はっ酵乳生産量累年統計」より

## アジアの乳製品市場は黎明期、今後の市場拡大余地は大きい 国内企業のほとんどは未進出

世界の年間乳製品消費量 (kg/人、生乳換算)



出所) International Dairy Federation "The World Dairy Situation 2011"

### 年間チーズ摂取量比較

フランス : **25.9**kg/人

ドイツ : **24.3**kg/人

アメリカ : **15.4**kg/人

日本 : **2.3**kg/人

出所) International Dairy Federation "The World Dairy Situation 2014"

## 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



\*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。

## 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

# 3

## 2015年11月期業績



# 2015年11月期 連結業績



(百万円)

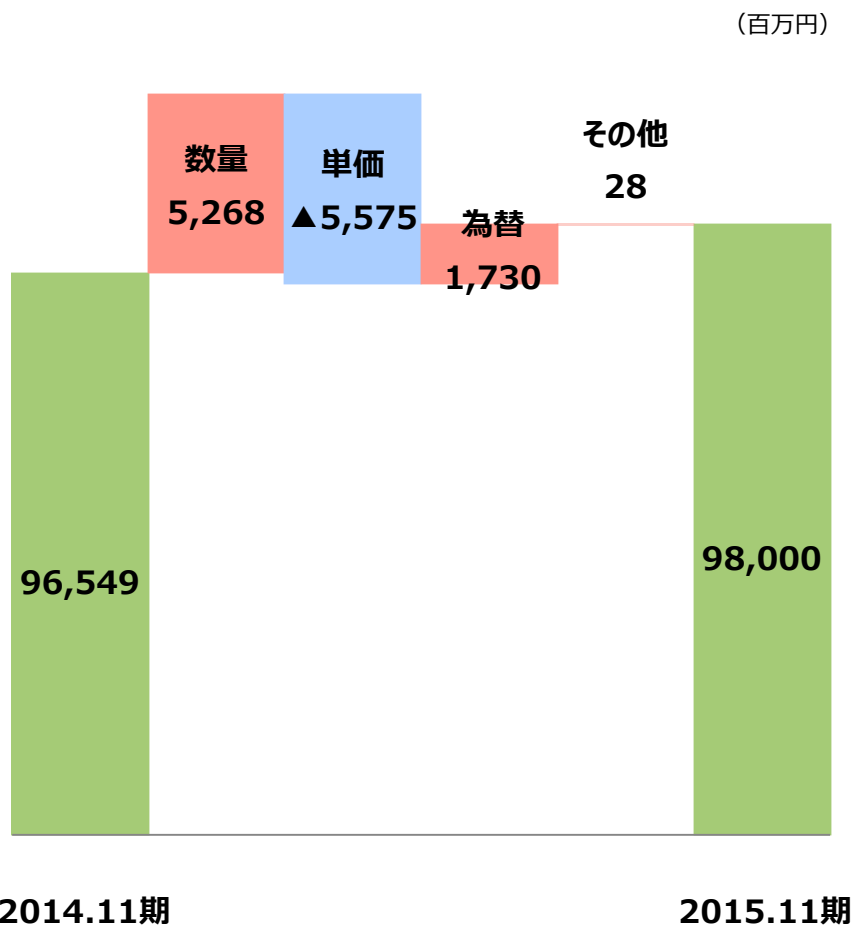
	2014.11期 実績	2015.11期					
		実績	対前期比 増減額	対前期比 増減率	期初予想	対実績 差額	達成率
売上高	96,549	98,000	1,451	1.5%	93,257	4,743	105.1%
営業利益	1,531	720	▲811	▲53.0 %			
経常利益	1,653	1,343	▲310	▲18.8 %	1,174	169	114.4%
当期純利益	988	831	▲157	▲15.9 %	682	149	121.8%
一株利益	255.57円	197.87円		▲22.6 %	164.25円		120.5%
一株配当	30.0円*	30.0円		—	30.0円		—
配当性向	11.7%	15.2%			18.3%		

\* 2014.11期の一株利益及び一株配当については、2015年2月25日付の株式分割を考慮。上記記載金額は前連結会計年度の期首に当該分割が行われたと仮定したものの。

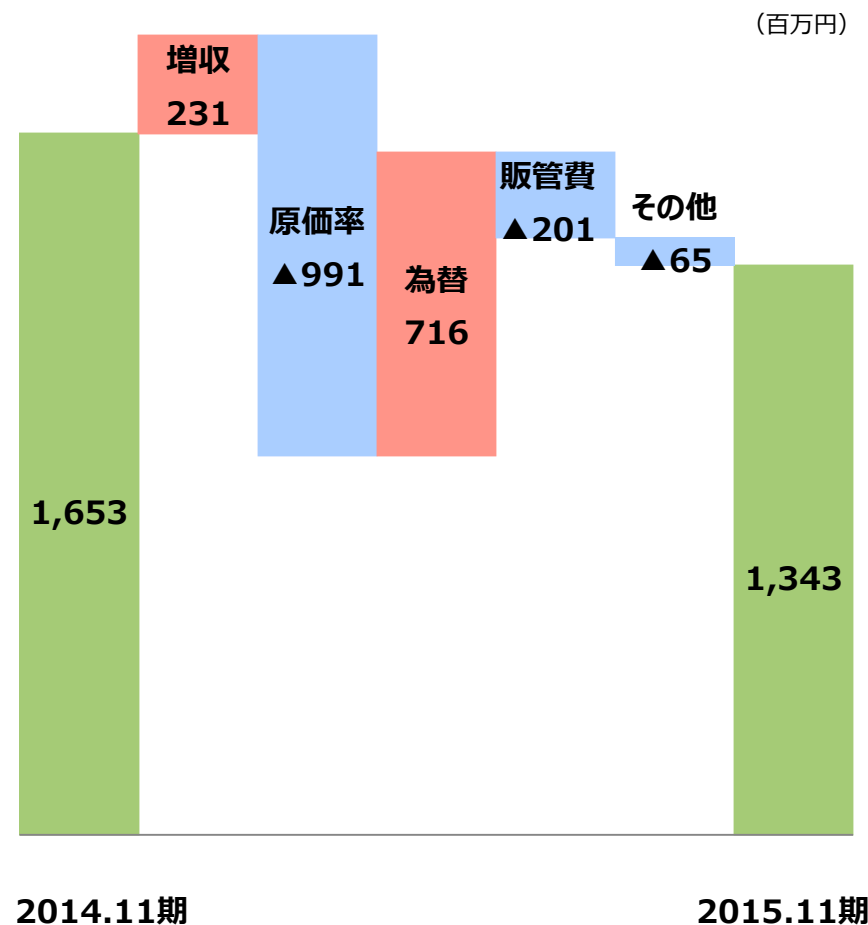
注) 財務数値の表示は端数切り捨て

# 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】	2014.11期 実績	2015.11期 実績	増減額	売上高の増減要因
乳原料・チーズ	63,978	69,048	5,070	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際市況は軟調に推移したものの、既存取引先への販売拡大と、政府入札における高シェア獲得により、販売数量が増加</li> </ul>
食肉加工品	15,672	15,449	▲223	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国西海岸の港湾労働争議及び、豚の疾病（PED）の影響により、販売数量・市況ともに悪化。</li> </ul>
アジア事業・その他	16,898	13,503	▲3,395	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際乳製品価格下落により乳原料販売部門の販売単価が下落</li> <li>チーズ製造販売部門の販売数量が増加</li> </ul>

【部門別販売数量】	2014.11期 実績 (t)	2015.11期 実績 (t)	差異 (t)	増減率
乳原料・チーズ	129,810	141,540	11,730	9.0%
食肉加工品	25,809	25,011	▲798	▲3.1%
アジア事業（乳原料販売）	34,914	34,223	▲691	▲2.0%
アジア事業（チーズ製造販売）	1,730	1,959	229	13.2%

# 貸借対照表

(百万円)

	2014.11期	2015.11期	増減額
<b>流動資産</b>	40,139	36,763	▲ 3,376
受取手形及び売掛金	14,941	12,694	▲ 2,247
棚卸資産	19,193	18,496	▲ 697
<b>固定資産</b>	2,382	2,558	176
有形固定資産	715	697	▲ 18
無形固定資産	124	95	▲ 29
投資・その他の資産	1,542	1,765	223
<b>資産合計</b>	<b>42,521</b>	<b>39,321</b>	<b>▲ 3,200</b>
<b>流動負債</b>	25,552	15,099	▲ 10,453
有利子負債	14,083	5,601	▲ 8,482
<b>固定負債</b>	7,836	13,832	5,996
有利子負債	7,092	13,061	5,969
<b>負債合計</b>	<b>33,389</b>	<b>28,931</b>	<b>▲ 4,458</b>
<b>純資産</b>	9,132	10,390	1,258
<b>負債・純資産合計</b>	<b>42,521</b>	<b>39,321</b>	<b>▲ 3,200</b>

## 主な増減要因

### 【売掛金の減少】

- ・2014.11期は決算日が休日であった為、売掛金は通常より増加。(今期は通常営業日)

- ・乳原料価格の低下に伴う販売価格の低下

### 【棚卸資産の減少】

- ・乳原料価格の低下に伴う、仕入価格の低下

### 【有利子負債（流動負債）の減少】

- ・営業CF改善による短期借入金の返済

注) 内訳は主要項目のみ記載

# キャッシュフロー計算書

(百万円)

	2014.11期	2015.11期	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	▲4,062	2,535	6,597
投資活動によるキャッシュフロー	▲541	▲242	299
財務活動によるキャッシュフロー	5,411	▲1,476	▲6,887
現金及び現金同等物の増減額	937	831	▲106
現金及び現金同等物の期末残高	3,200	4,031	831

## 主な増減要因

### 【営業CFのプラス】

- ・売掛金及び棚卸資産等が減少したことに伴う、運転資金の減少

### 【財務CFのマイナス】

- ・営業CFのプラスを有利子負債の返済に充当

注) 現金及び現金同等物の増減額には現金及び現金同等物に係る換算差額が含まれております。  
(2014.11期：129百万円 / 2015.11期：15百万円)

# 4

## 2016年11月期業績予想



# 2016年11月期 連結業績予想

(百万円)

	2015.11期 実績	2016.11期		
		予想	増減額	増減率
売上高	98,000	85,140	▲12,860	▲13.1 %
経常利益	1,343	1,080	▲263	▲19.6 %
当期純利益	831	700	▲131	▲15.8 %
一株利益	197.87円	143.16円		▲27.6 %
一株配当	30.0円	31.0円		3.3%
配当性向	15.2%	21.7%		

## ■ 乳原料・チーズ

- 中国の輸入減少、ロシアへの輸出禁止措置の継続、欧州はじめ主要産地における生産量の増加などから、国際乳原料価格は引き続き軟調を見込む（単価↓）
- 国内生乳生産の増加、輸入原料に対する需要拡大が一服（数量↓）

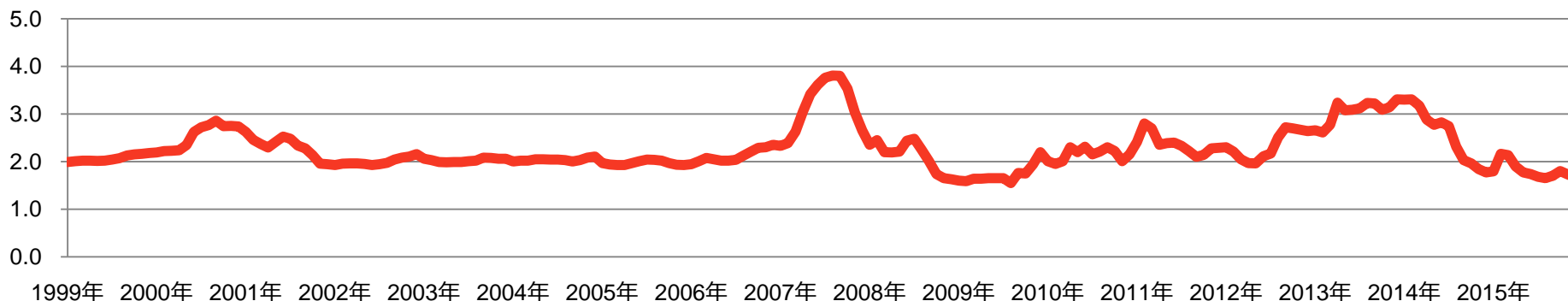
## ■ 食肉加工品

- 前年度までに発生した豚の疾病（PED）及び米国西海岸における港湾労働争議問題後の反動で需給に緩み。国内豚肉市況回復に遅れ。（単価↓／数量→）

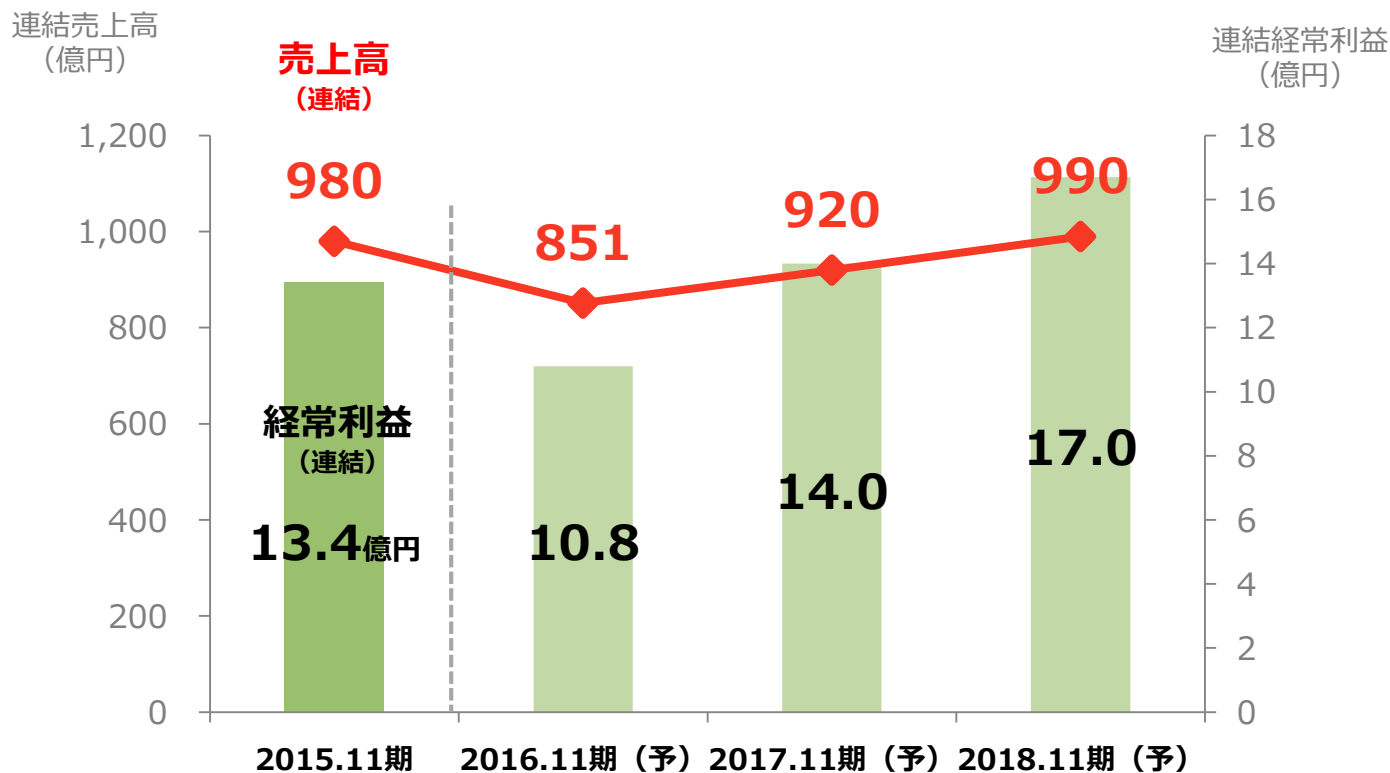
## ■ アジア事業・その他

- タイ工場の稼働率向上によりチーズ製造販売部門の販売数量増を見込む（数量↑／利益率↑）

乳原料の国際市況（脱脂粉乳：オランダ公定価格 EUR/kg・工場前価格）



# 中期の経営目標（売上高・経常利益）



国内における取引拡大  
(新規顧客の開拓、既存顧客の深掘り)

アジア生産拠点の黒字化  
連結経常利益に寄与

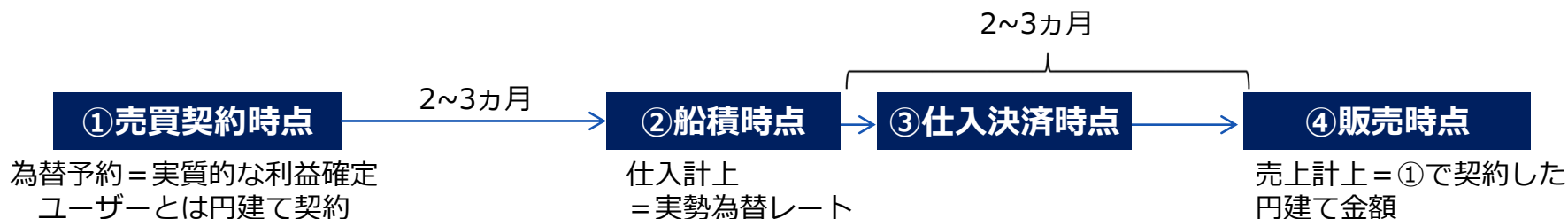
アジア地域での  
新規ビジネスの拡大

# 5

## 参考資料



# 売買取引のイメージ



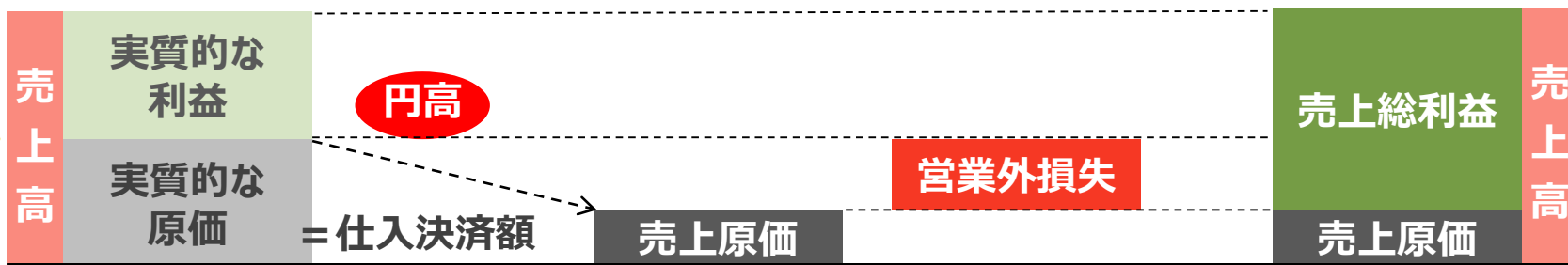
為替レート  
変動なし



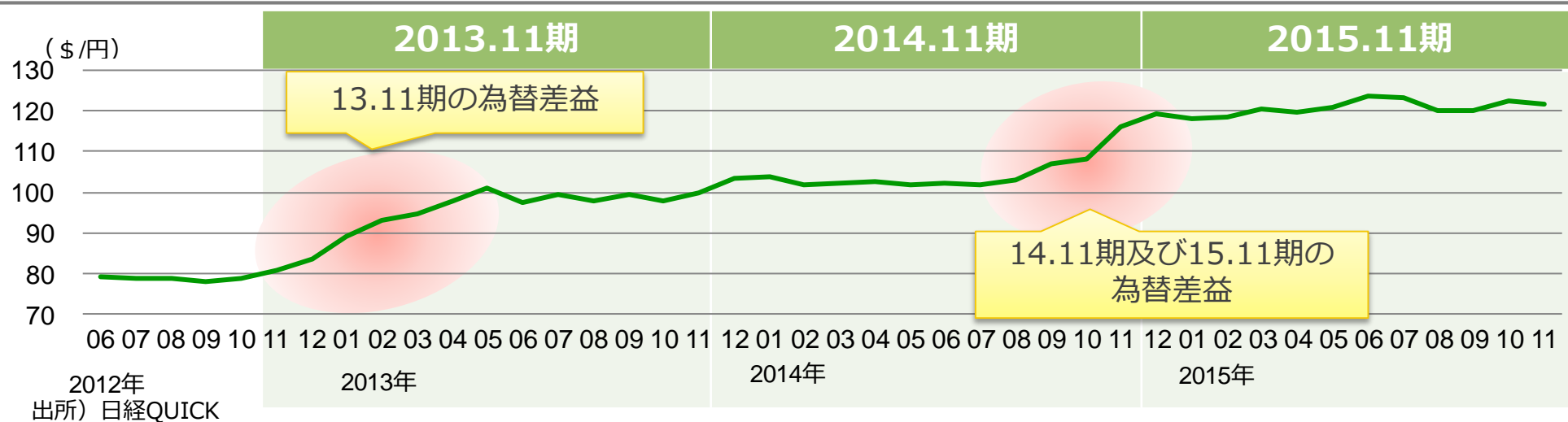
為替レート  
円安



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）



## 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
売上高	75,942	96,549	98,000
売上総利益	3,258	4,258	3,648
営業利益	699	1,531	720
<b>為替差益</b>	1,188	638	1,052
経常利益	1,669	1,653	1,343

# 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。