

株式会社ラクト・ジャパン
2019年11月期 決算説明会 主な質疑応答（要約）

開催日	2020年1月21日（火）
出席者	代表取締役社長 三浦 元久 取締役 前川 昌之

Q：昨年より国内の脱脂粉乳在庫は過剰な状態が続いている。このような中、売上高は回復傾向にあるようだが、そもそも脱脂粉乳の在庫についてどの程度懸念すべきか。今後のマーケットをどう見ているか。

A：ご指摘の通り、現在、国内の脱脂粉乳の在庫は過剰な状態といえる。過剰在庫の背景のひとつは、脱脂粉乳の用途として大きいヨーグルト需要の一服といわれているが、今後、新商品の発売などがあれば、需要も回復してくるだろうと期待している。また、北海道の生乳生産は増加の見込みがあるものの、都府県において生産の減少傾向が続けば、加工乳や乳飲料用の脱脂粉乳需要が高まり、在庫解消に寄与することも予想される。
当社業績に対しては、大きな影響はないと考えている。

Q：2020年11月期の業績予想においては、アジアのチーズ製造販売事業は、それほど伸びない計画になっている。競争環境も厳しさを増しているという話もあったので、環境も踏まえたアジアのチーズ製造販売事業の現状についてもう少し詳しく説明してほしい。

A：アジアにおけるチーズの製造販売事業は非常に好調で、シンガポールの工場は、生産能力に対してフル稼働の状態が続いている。そこで、今期は生産能力拡大の施策を打つ予定だが、増産体制が整うまでの時間も必要なので2020年11月期の生産としては「前期程度」を見込む。現地における競争環境が厳しくなることは事実だが、依然として需要は拡大しており、当社に対する期待は大きいと考えている。当社はコストのみならず機能性・品質という点で競合に対して優位性があるので引き続き販売を伸ばしていきたい。

Q : 今回、中期計画のなかで既存ビジネスにおいては「深掘り」から「進化」へと目線を変え、新規ビジネスについても「より注力していく」という話があったが、成長を加速させるために何をしていくのか、もう少し具体的に考えを聞かせてほしい。

A : 既存ビジネスについては「進化」という言葉を使った。私が考える「進化」とは、同じお客様、同じ商材であってもさらに間口を広くして、付加価値を付けた商材、ビジネスを展開するということだ。当社は輸入ビジネスを行っているが、相手先によっては当社のグローバルなチェーンを使っただけの輸出ということも考えられるのではないかと思う。また、これまでお取引の無かった業界のお客様への販売や、副原料の提案といったことも考えられる。

Q : シンガポール工場能力拡大という話があったが、時期や規模は？

A : 増産体制が整うのは今年度の後半の見込み。この結果、シンガポール工場の生産能力は 3,000t を目指す。(現状から 3 割強の能力増強を目指す)

Q : 中期計画の目標数値(2022年11月期)の売上高が、昨年発表の中期計画との比較でみると、期待ほど伸びていないようだ。自由貿易が進めば売上が増えそうに思えるが、なぜ減額されているのか。単価の引き下げが大きいということか。

A : ご指摘の通り、売上高については関税低減による単価下落を織り込んで見直しをした。事業自体は全般的に堅調を見込んでおり、数量拡大で利益拡大を目指す。

以上

本資料は、フェアディスクロージャーの観点から、決算説明会の質疑応答をもとに作成しております。内容につきましては、ご理解いただきやすいよう一部で加筆・修正しております。また、その情報の正確性・完全性を担保するものではなく、今後予告なく変更される可能性がありますことをご承知おきください。