

2021 年 12 月 16 日

ラクト・ジャパンの「価値創造ストーリー」を公開

株式会社ラクト・ジャパン（代表取締役社長：三浦 元久、本社：東京都中央区）は、このたび「価値創造ストーリー」をまとめましたのでお知らせいたします。

この「価値創造ストーリー」の中では、「Global Food Professional Company ～国内外を舞台に各地の食文化の発展に貢献していく、新しい企業の形を目指していきます～」という経営理念のもと、当社グループが「目指す姿」を実現するために、事業に投下する資本としての当社グループの強み、メガトレンドの変化と取り組むべき課題や施策などについてまとめております。

今後も当社グループは、販売先、仕入先、生活者、乳業・酪農業関係者、株主、従業員など、すべてのステークホルダーの皆様と価値共有をはかるとともに、「価値創造ストーリー」に基づく経営・戦略を推進し、本業を通じた社会貢献と企業価値向上を目指してまいります。

※「価値創造ストーリー」はラクト・ジャパンのコーポレートサイト、サステナビリティサイト、株主・投資家情報サイトの各トップページのバナーからご覧いただけます。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ラクト・ジャパン IR 広報部

Tel: 03-6281-9752

Mail: lj-ir@lacto-japan.com

Lacto Japan Co., Ltd.

株式会社ラクト・ジャパン
価値創造ストーリー



Our Vision

企業理念

**GLOBAL
FOOD PROFESSIONAL
COMPANY**

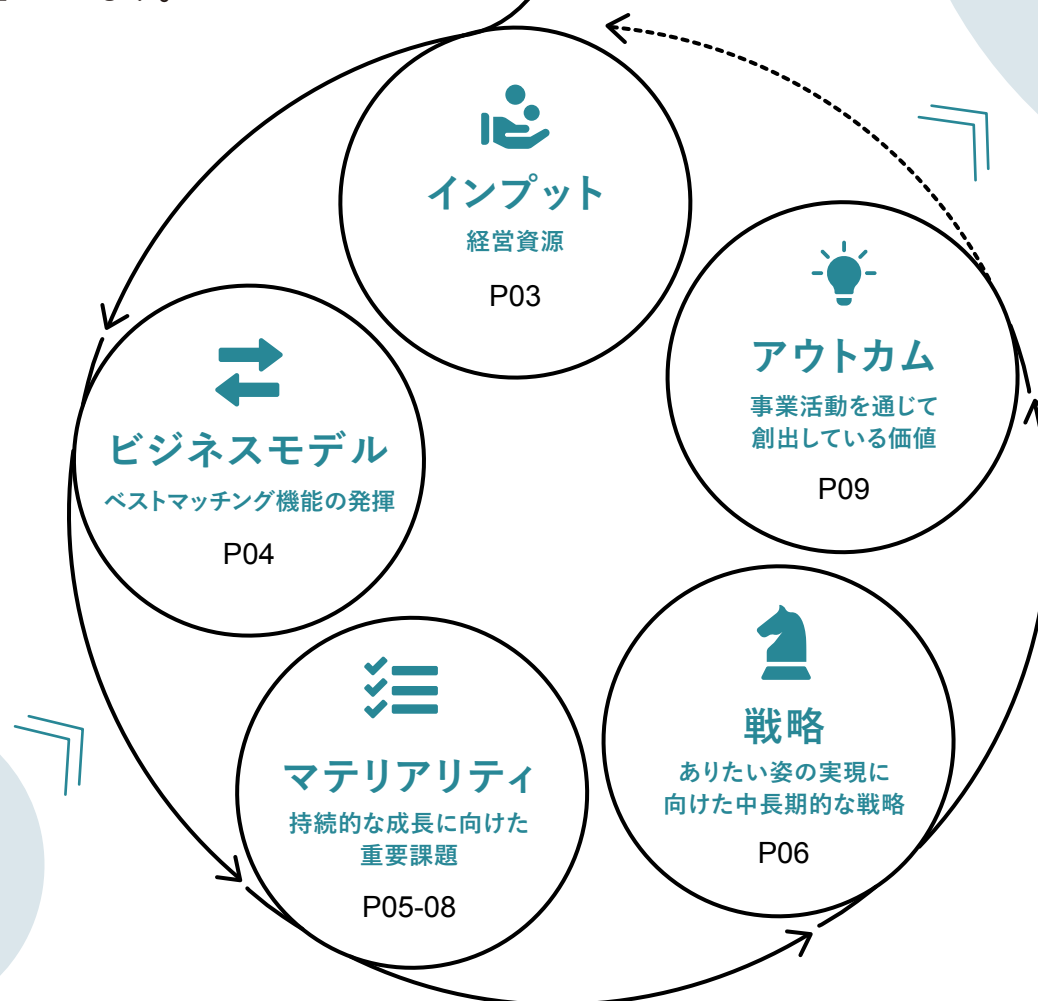
お客様に対して安心、安全な原料を
安定的に供給し、
生活者の皆様の滋養と健康、
そして食の楽しさに貢献することで、
社会とともに成長・発展し続ける企業を
目指します。

価値創造の全体像

長期的にありたい姿を見据え、
価値創造に取り組んでいます。

ありたい姿

安心、安全な原料の
安定供給を通じて
生活者の滋養と健康、
食の楽しさに貢献し
社会とともに成長・発展する



メガトレンド・
社会課題
リスク・機会側面
P05



インプット(経営資源)

圧倒的な市場シェアと長年の実績に基づく乳製品のノウハウとグローバルネットワークが私たちの強みです。



人的資本

専門性の高い
従業員

- 乳製品原料・チーズに10年以上携わっている社員は**40人以上**
- 豊富な知識と高い現場力でお客様に信頼される**プロフェッショナル集団**



知的資本

乳製品に関する
ノウハウ

- 日本の乳製品輸入の**黎明期から蓄積されたノウハウ**
- グローバルなサプライヤー、大手食品メーカーと直接コンタクトを取り**現場の最新情報やニーズを把握**



社会関係資本

世界各地の
サプライヤー

- 独立系商社として**世界の主要産地のサプライヤーと取引**
- **欧州、オセアニア、北米**に現地法人を展開し、調達元や供給先と密に連携
- 日本の酪農・畜産業界との**ネットワーク**



製造資本

アジアの
自社工場

- 注力市場のアジアには商社機能に加え**メーカー機能を保有**
- お客様ごとのニーズにきめ細かく応える**商品開発**を実現



ビジネスモデル（ベストマッチング機能の発揮）

社会の要請に応えながら仕入先とお客様を主体的につなぐ
ベストマッチング機能を発揮し、付加価値の高い提案と安定供給を実現します。





マテリアリティ(持続的な成長に向けた重要課題)

事業特性と社会のメガトレンドを踏まえてリスク・機会を認識し
6つのマテリアリティを特定しました。

ビジネスモデル ベストマッチング機能の発揮

マテリアリティ

安心、安全な
食の提供

健康的で豊かな
生活への貢献

持続可能な
酪農・畜産業を
通じた安定供給

気候変動への
適応および
環境負荷の軽減

多様な人材が
誇りをもって
働ける職場作り

ガバナンスの
高度化

メガトレンド・社会課題(リスク・機会側面)

	リスク	機会
健康意識の高まり	機能性食品の需要急拡大で競争激化	取扱商品、販売量の拡大
アジアの経済成長	市場の成熟に伴う競争激化	食の欧米化に伴う需要拡大、購買力向上
国内人口減少・超高齢社会	需要、働き手の減少	ヘルスケアニーズの増加、食のニーズの変化
自由貿易協定の進展	競合の増加	輸入原料の競争力増大
気候変動問題	原料調達の持続可能性	サプライソースの多様化、物流などのエネルギーの効率化
デジタル技術の革新	他業種によるディスラプション	業務効率化によるコスト低減



戦略(ありたい姿の実現に向けた中長期的な戦略)

マテリアリティを踏まえ、中期経営計画を推進します。

マテリアリティ

安心、安全な
食の提供

健康的で豊かな
生活への貢献

持続可能な
酪農・畜産業を
通じた安定供給

気候変動への
適応および
環境負荷の軽減

多様な人材が
誇りをもって
働ける職場作り

ガバナンスの
高度化

中期経営計画

Base

既存ビジネスの
「進化」

ベストマッチングを生み出す
コンサルティング営業

品質・トレーサビリティ
管理体制の構築

調達ルートの
開発・多様化による
安定調達・供給の実現

Growth

成長著しい「アジア」での
事業拡大

チーズ製造事業の拡大
(新たな商品価値の創出)

宗教や多様な食文化に対応した
高付加価値製品の開発

販売エリアの拡充
(乳製品後進国への進出)

Challenge

「次世代ビジネス」の
構築

新たな商材の開発
(アイテムの拡充)

「食品」に関連した新規事業の構築
(川上・川下・ヨコ展開)

サステナブルな社会の
実現に資する
ビジネスの構築

● 持続可能な酪農・畜産業への貢献 ● 気候変動への適応および環境負荷を低減するビジネス体制の構築

● 人材開発の強化 ● ガバナンスの高度化



マテリアリティと個別施策

関連するSDGs

安心、安全な食の提供	● 仕入先の選定（監査、視察、サンプル検査） ● 品質管理の徹底（トレーサビリティ、フードディフェンス、温度管理等） ● プロセスチーズ製造システムの強化（ハード・ソフト面からの見直し、従業員の教育）	 
健康的で豊かな生活への貢献	● 滋養と健康に資する乳製品を世界中から調達 ● プラントベースフード原料の充実（ビーガン、乳製品アレルギー等への対応） ● 多様なライフスタイルにマッチした食品・原材料の提案	  
持続可能な酪農・畜産業を通じた安定供給	● サプライソースの多様化（品質、産地特性、価格等） ● ベストマッチング（顧客：最適な原材料の提案・調達 / 取引先：販売機会の提案・新たな需要の創造） ● 酪農家育成（国際的な人材交流の支援、酪農業進出の検討等） ● デジタル化の推進による調達・供給の効率化、省力化	   
気候変動への適応および環境負荷の軽減	● サプライソースの多様化（主に気候変動リスクの分散、環境に配慮した酪農家への優先・支援） ● 温室効果ガスの削減への貢献（酪農・畜産業界との協業、サプライヤーへの情報・サービス提供） ● フードロスの削減（商品寿命長期化への取り組み、適切な賞味期限の設定、廃棄ロスの削減） ● 廃棄物削減（包材見直し） ● 物流の最適化（環境負荷を軽減する物流のベストマッチング） ● 自社の事業所・工場での環境負荷軽減	   
多様な人材が誇りをもって働ける職場作り	● ダイバーシティの推進（女性、現地化・グローバル化、障がい者雇用等） ● 働きやすい環境の整備（育児休暇等の制度、テレワーク等） ● 人材育成の強化（教育・研修の充実化）	   
ガバナンスの高度化	● コーポレートガバナンス（コーポレートガバナンス・コードへの積極的な対応） ● リスクマネジメント（BCP、情報セキュリティ、コンプライアンス） ● 責任あるサプライチェーン管理	  



マテリアリティに対する取り組み事例

Topics 1

乳プロテインを スポーツニュートリション分野に展開

生活者の健康な食生活を支えるため、当社は機能性食品原料に注力しています。特に近年、たんぱく質を多く含む乳プロテインはスポーツニュートリションや健康食品の原料として注目されており、乳由来のプロテインパウダーの輸入販売を拡大しています。



Topics 2

プラントベースフード原料の取扱いを開始

健康や環境保護の観点から「プラントベースフード」が注目されています。日本の食品メーカーでも商品開発のニーズが高く、当社でもサステナビリティ経営の観点から、プラントベースフードの原料の取扱いを開始しました。例えば、プラントベースのミルクやチーズの原料となるオーツやアーモンドの輸入や、ハンバーガーのパテの原料となる植物性代替肉の輸入販売に着手しており、今後も市場動向を見極めながら取扱い商材のバリエーションを増やしていきたいと考えています。





アウトカム（事業活動を通じて創出している価値）



環境負荷の少ない 持続可能な酪農・ 畜産業に向けて協働する

現在、日本の酪農・畜産業は環境負荷や働き手・後継者不足など、さまざまな課題に直面しています。これらの解決に向けた取り組みはラクト・ジャパンが事業を継続・発展させていくうえでも不可欠であり、今後も業界全体と協働していきます。



安心、安全な食材を 安定供給し 豊かな食生活と健康を守る

「食の安心、安全」を守るとはラクト・ジャパンにとってすべての基盤です。長年にわたりデリケートな乳製品を取り扱うなかでグループ全体で調達力を磨き、安定供給を実現してきました。これからも社会のニーズに合わせた食品を供給し続けていきます。



培ったノウハウで アジア地域の乳製品の 普及に貢献する

ラクト・ジャパンは、1998年の創業直後からシンガポールに駐在員事務所を開設し、2003年には自社工場でプロセスチーズの製造も開始しました。以降、食の欧米化が進むアジア市場において地位を確立。現地の細かいニーズに対応する製品を開発し、乳製品の普及に貢献しています。

日々、変わり続ける社会。
そのなかでも変わることがないのは、
乳製品をはじめとした食を通じて
世界中の人たちに
笑顔でいてほしいという願い。

私たちラクト・ジャパンは、
これからの社会の変化に
真摯に向き合い
“乳から新しい未来を”
創造していきたいと考えています。