



目次	
社長メッセージ	1
事業紹介と概況	3
数字で見るラクト・ジャパン	3
特集：社長インタビュー —変化への対応とビジネスモデルの進化—	4
コミュニケーションのひろば	6
株主メモ	6

A Message from the President

社長メッセージ

ビジネスモデルの進化で新たなラクト・ジャパンを創出

株主の皆さまにおかれましては、日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
新型コロナウイルス感染症の動向は依然として楽観できませんが、国内外の社会・経済活動は、再生に向けて着実に歩みだしたように思われます。コロナ禍という不透明な状況にあっても、ラクト・ジャパンは新規商品の開発や国産乳原料の輸出事業など、ビジネスモデルを進化させるチャレンジを続けてきました。その成果は力強く芽生え始めており、来るアフターコロナに大きな躍進をお見せできるよう、グループ一丸となってさらなる精進を続ける所存です。引き続きのご支援をよろしくお願い申し上げます。



代表取締役社長
みうら もとひさ
三浦 元久



乳製品需要が回復基調に グループ全体の取扱量は安定的に推移

2022年11月期第2四半期連結累計期間（以下、当第2四半期）における国内の乳製品需要は、コロナ禍においても堅調であった家庭用食品向けに加え、大きく減退していた外食・レジャー産業などの業務用食品向けも回復基調に転じました。また、海外では、行動制限や出入国制限の緩和が進む国・地域で乳製品需要の回復が顕著です。「アジア事業」では、これを追い風に販売数量が増加しており、底堅く推移した国内向け販売と合わせ、グループ全体の販売数量が増加しました。加えて、乳製品の国際相場の高騰に伴う販売価格の上昇や円安の進行により、売上高も増加しています。

これらにより、当第2四半期の連結売上高は697億88百万円（前年同四半期比32.6%増）、経常利益は16億65百万円（同17.9%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は12億7百万円（同19.4%増）となりました。



どのような事業環境においても 強みを発揮し、新たな機会をつかむ

以下、事業部門別に当第2四半期を概観します。

「乳原料・チーズ部門」では、国産脱脂粉乳の余剰在庫問題の影響がないチーズの販売が好調でした。また、在庫削減への貢献として国や酪農団体が推進した在庫調整特別対策事業（以下、対策事業）に積極的に参画し、輸入原料の販売減少を国産原

料の販売で補完するとともに、国産乳原料の輸出事業など新たな事業機会を得ることができました。

P.4-5「特集」ご参照

「食肉食材部門」では、行動制限の緩和が要因となり、ベーコンや生ハム・サラミなどの外食向け食肉加工品販売に回復の兆しはあるものの、一方で、ポークの主要調達先である米国企業の労働力不足などにより日本向けの一部商品の生産が遅れ、食肉食材部門の販売数量は減少しました。

「アジア事業」では、乳原料販売部門で現地の食品・飲料メーカー向け販売が底堅く推移し、日本向け乳調製品原料の販売も一部回復。チーズ製造販売部門でも、特にシンガポールやマレーシアで外食向けの業務用原料などの販売が堅調に推移しました。なお、2021年12月より進めていた原材料価格の上昇による販売価格改定はおおむね順調に進捗しています。

「その他の事業」では、新たな成長事業として注力している機能性食品原料が、コロナ禍以降の健康ブームにより順調に推移し、新規のお客さまを含めて取引が拡大しました。▶ P.4-5「特集」ご参照

アフターコロナへの動きが本格化する一方で、ロシアのウクライナ侵攻に伴うエネルギーや農産物の価格上昇など、事業環境の不透明さは継続しています。しかしながら、専門商社としての経験やノウハウ、多様な供給網というラクト・ジャパンの強みは、こうした環境でこそ真価を発揮します。原料の安定供給への貢献だけでなく、業界内のさまざまな課題解決のために私たちの“強み”を発揮する場面が増えており、これらの機会が新たなビジネス、新たな販路につながる可能性を感じています。

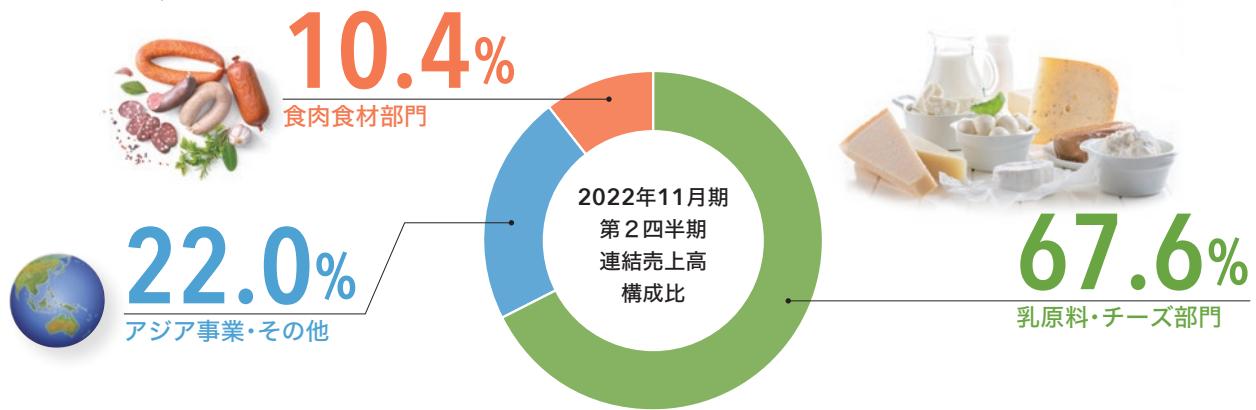
機能性食品原料の事業拡大などの新たな取り組みに注力すると同時に、当社グループの強みをさらに磨き、業界における存在感を一層高めてまいります。

株式会社ラクト・ジャパン
代表取締役社長

三浦元久



事業紹介と概況



乳原料・チーズ部門

海外から安全な乳原料やチーズを仕入れ、日本国内の乳業・菓子などの食品、飲料、飼料メーカー等に販売しています。

販売数量	96,454 トン	前年同四半期比	4.8%増
売上高	472 億 2 百万円	前年同四半期比	27.7%増

食肉食材部門

海外から豚肉および生ハム・サラミなどの加工品を仕入れ、国内の食品メーカー、卸売会社等へ販売しています。

販売数量	12,096 トン	前年同四半期比	3.7%減
売上高	72 億 21 百万円	前年同四半期比	6.7%増

アジア事業・その他

グローバルで調達した乳製品原料をアジア地域で販売するとともに、自社ブランドのチーズの製造販売も行っています。「その他」には、機能性食品原料の販売を含んでいます。

売上高	153 億 64 百万円	前年同四半期比	72.1%増
-----	--------------	---------	--------

乳原料販売部門

販売数量	26,549 トン	前年同四半期比	17.0%増
売上高	122 億 79 百万円	前年同四半期比	80.3%増

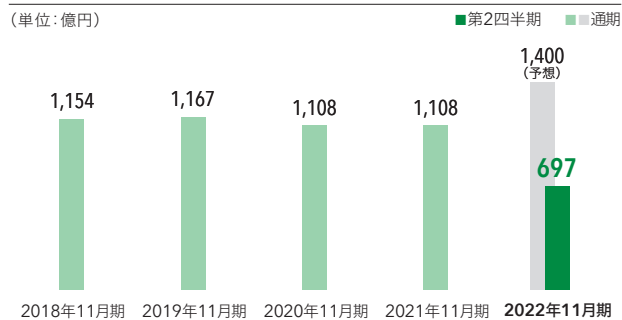
チーズ製造販売部門

販売数量	2,336 トン	前年同四半期比	0.1%増
売上高	18 億 27 百万円	前年同四半期比	8.1%増

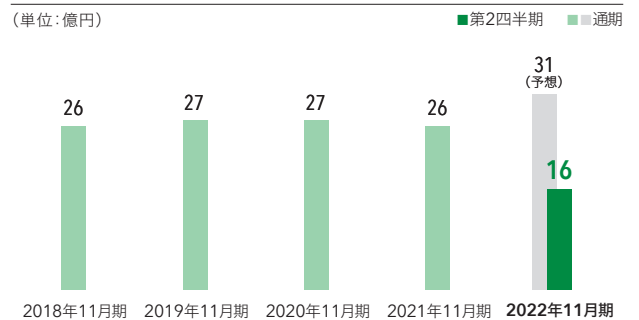
LACTO JAPAN in Numbers

数字で見るラクト・ジャパン

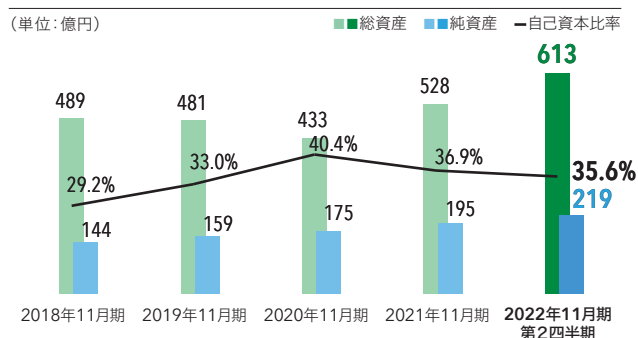
売上高



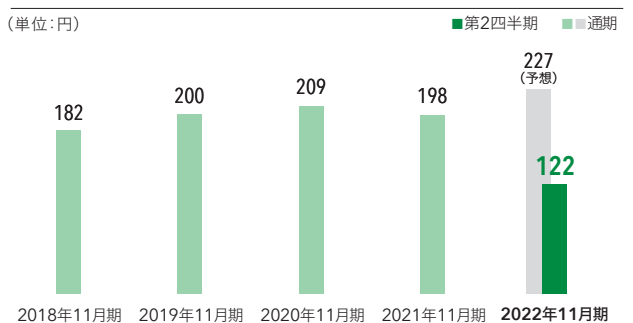
経常利益



総資産・純資産・自己資本比率



1株当たり当期純利益



(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2018年2月16日)等を2019年11月期の期首から適用しており、2018年11月期の総資産についても遡及して修正しております。

(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。

Interview with the President

社長インタビュー



変化への対応とビジネスモデルの進化

今回は、コロナ禍をはじめとする大きな環境変化のなか、当社がいかに対応し、今後、どのように成長軌道を描くのかについて、代表取締役社長 三浦へのインタビューを通じてご説明いたします。

Q1. コロナ禍によって乳製品市場は どのような影響を受けたのでしょうか？

国内の乳製品市場では外食・レジャー産業などの業務用の需要が低迷し、乳製品需要の約7%を占めていたとされるインバウンド需要もほぼ喪失しました。ここ1年は天候不順や食品全般の値上がりによって飲用乳の消費が鈍化しています。プロバイオティクスを中心として好調だったヨーグルトの消費も伸び悩みました。

一方で、史上最高の水準に達した国産脱脂粉乳在庫の調整が喫緊の課題となっています。在庫が積み上がった主因はコロナ禍を背景とした需要の低迷ですが、5~6年前のバター不足を教訓に酪農業界が生産基盤の再構築に取り組んだ結果、北海道において生乳生産が増加し始めたタイミングが重なったことも大きく影響しています。短期間に生産を調整することは難しく、政府や業界団体により行われている対策事業は当初の目算より実施期間が長くなる見込みです。

海外に目を向けると、行動制限が緩和されていくなか、特に東南アジア・中国で乳製品需要が旺盛である半面、主要酪農国の天候不順などで生産量

が減少しています。需給バランスの問題のほか、物流の混乱や飼料・エネルギー価格の上昇など、複合的な要因が重なり国際相場が高騰しています。

Q2. ラクト・ジャパンは事業環境の変化に どう対応しましたか？

当社のビジネスモデルの柱は、国産だけでは足りない乳製品の原料やチーズを輸入し、日本の乳製品市場に安定供給することにあります。国内の乳製品需要の低迷が当社の逆風となったことは否めませんが、一方で、こうした状況下で参画した国産乳原料在庫の対策事業が、輸入事業のマイナスを補うと同時に、私たちのビジネスの可能性を再認識する機会となりました。具体的には、余剰在庫となった国産脱脂粉乳を輸入調製品の代替原料や飼料原料向けに販売したほか、これまで当社があまり取り扱っていなかった国産脱脂粉乳などの乳原料の輸出も実施しました。いずれも業界への貢献として対応したのですが、この新たな取り組みからビジネスの幅を広げる手応えを得ました。

足元では、国産脱脂粉乳在庫の問題や乳製品原料

の国際相場の高騰、円安に伴う内外価格差の縮小などではありますが、日本で消費される乳製品の原料をすべて国産だけで賅うことはできないため、当社のビジネスモデルの基本構造は今後も有効です。新たな取り組みはビジネスモデルの一新ではなく、事業環境の変化に対応するための“進化”のひとつとご理解いただければと思います。

Q3. ビジネスモデルの“進化”にあたって、 特に取り組むべきことは何ですか？

最も大きいチャレンジとなるのは、国産乳原料の輸出でしょう。対策事業では、当社のアジア事業の販売網を駆使して、国産脱脂粉乳の輸出販売を実現しましたが、日本の酪農・乳業界では乳価の価格差や、安定供給が難しいという理由で国産乳原料は輸出に向かないという認識が根強く残っています。

しかし、アジア事業の取引先である現地メーカーからは、以前から「北海道ブランドの食品を販売したい」などの声が聞かれますし、外部環境の変化や相次ぐ自由貿易協定の発効などにより、今後は輸出が生乳需給の調整弁のひとつとなる可能性が大きいと考えています。まだ規模は小さいものの、まずは実績を作り、当社ビジネスモデルの“進化”を目指し、輸出事業にもチャレンジしてまいります。

Q4. コロナ禍がポジティブに働いたことは ありますか？

コロナ禍は消費者の健康志向を高めることにつながり、また、「巣ごもりトレーニング」などによりプロテインへの関心が広まりました。2020年に立ち上げた事業開発本部で、「健康」をキーワードに機能性食品原料のビジネスに取り組んできましたが、プロテイン製品の原料(ホエイプロテイン)の取り扱いが飛躍的に増加しました。大豆プロテインを含む今期の取扱量は約4倍になる見込みです。事業開始時の数字が小さいため、約4倍とはいえ発展途上ではありますが、今後の展開に大いに期待しています。

原料販売より利益率が高い、製品開発・販売にもチャレンジしています。機能性食品のサプライヤー



などとも連携し、ビタミン、コラーゲンなどと組み合わせた当社ならではのプロテイン製品の開発に取り組み、市場シェアの獲得を目指します。乳原料取引とチーズの製造販売を軸とするアジア事業においても、取扱商品に機能性食品原料を加える考えです。

Q5. 依然として先行きが不透明な外部環境 にいかに対応しますか？

創業以来、ラクト・ジャパンは常に業界・市場の動向を観察し、風向きに応じて戦略を転換しながら成長を遂げてきました。このDNAを育んだのは、「食のプロフェッショナル」としてさまざまなコーディネーション(調整)を担ってきた経験の積み重ねです。

今年2月には米国で深刻な育児用粉乳の不足が生じ、米国政府が各国に育児用粉乳の供給を要請する事態が発生しました。日本では当社に問い合わせがあり、取引先の協力により、緊急輸出を実現することができました。コロナ禍という未曾有の事態においてビジネスの幅を広げることができたのも、こうした経験を通して養ってきた業界とのネットワークや環境変化の方向性を読む力の賜と自負しています。

当社は主要酪農国の大手サプライヤーと“パートナー”といえる信頼関係を構築しており、昨今の環境変化をふまえても、主要酪農国からの供給が直ちに不安定になることはありません。世界の主要酪農国、地域において酪農適地としてさらに拡大できる余地がある国、地域が限られてきているなどの新たな局面においても機敏な転換力を発揮し、当社のミッションである安定供給を担保してまいります。



「和食」に「牛乳」という組み合わせは、あまりピンとこないという方も多いと思います。実はいま、塩分が多くカルシウムが不足しがちである和食の弱点を補うことができる、「牛乳」を取り入れた「乳和食」が注目されているのです。

「乳和食」は、味噌や醤油などの伝統的な調味料に、コクや旨味、カルシウムなどの栄養素を含む牛乳を組み合わせることで、食材本来の風味や特徴を損なわずに、食塩やだしを減らし、おいしく和食を食べていただく調理法です。たとえば、いつものお味噌汁に、牛乳を合わせるだけで、手軽に減塩と旨味を両立できます。今回は、暑い夏にぴったりな冷や汁の作り方をご紹介します。

皆さまも毎日の食卓に、牛乳をもっとたくさん取り入れてみてはいかがでしょうか。



暑い夏にぴったり
冷や汁

材料(2人分)

- ・ごはん300g(軽茶碗2杯分)
- ・鶏ささみ.....大1本
- ・酒.....大さじ1

- ・牛乳※200ml
- ・和風だしの素(顆粒) 小さじ1
- ・みそ.....大さじ1
- A・白すりごま.....大さじ2

※旨味・コクを出すため成分無調整牛乳使用

- ・みょうが.....2本(千切り)
- ・しょうが.....1片(千切り)
- ・トマト.....1個(1cm角)
- ・きゅうり.....1/2本(薄い輪切り)

作り方

1. 鶏ささみは筋を取り、観音開きにする。酒をかけ、電子レンジ(500W)で1分加熱し、余熱で中まで火を通し、冷ましておく。
2. Aを合わせておく。
3. 冷ましておいた鶏ささみをほぐし、蒸し汁を2に加える。
4. 器にご飯を盛り、鶏ささみと野菜をトッピングする。2をかけ、混ぜながらいただく。(調理時間:15分)



レシピ:料理家・管理栄養士
小山浩子さん



ほかにもさまざまなメニューが一般社団法人Jミルクのサイトで紹介されています。
<https://www.j-milk.jp/nyuwashoku/recipe.html>
出典:一般社団法人Jミルク

Shareholders Information

株主メモ

事業年度	12月1日から翌年11月30日まで
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	三井住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	〒100-8233 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-782-031(フリーダイヤル)

■ 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(三井住友信託銀行)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お手続きにつきましては、三井住友信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記の特別口座の口座管理機関(三井住友信託銀行)にお問合せください。なお、三井住友信託銀行全国各支店にでもお取次ぎいたします。



〒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



より詳細なIR情報は、当社ホームページをご確認ください
【株主・投資家情報】
<https://www.lactojapan.com/ir/Top.html>