

目次

社長メッセージ	1
ラクト・ジャパンの成長戦略 —中期経営計画—	4
事業紹介と概況	5
数字で見るラクト・ジャパン	5
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

変化の時にこそ発揮するラクト・ジャパンの真価

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。また、新型コロナウイルス感染症により、さまざまな影響を被られた方々に心よりお見舞い申し上げます。

2020年11月期の当社は、多くの企業と同様に、コロナ禍への対応に奔走する1年となりました。

一方で、国内生産だけでは需要に供給が追いつかない乳製品、チーズ、食肉加工品を輸入によって補うという社会的使命の重要性を改めて認識した年でもありました。この使命を果たすためにも、サプライヤーの開拓とさらなるサプライチェーンの強化・多様化を進め、当社の真価をさらに発揮できるよう努めてまいります。

株式会社ラクト・ジャパン
代表取締役社長

三浦元久

社長メッセージ

代表取締役社長
三浦 元久



コロナ禍で外食需要が低迷するも
好調なアジア事業が
国内事業を補う

2020年11月期連結会計年度(以下、当期)において、当社の主力商品である乳原料・チーズの販売は、“巣ごもり消費”による食品需要の高まりを受けて好調に推移しましたが、外食・レジャー産業の低迷の影響を受けることとなりました。当社のもう一つの柱であるアジア事業は、乳原料販売部門、チーズ製造販売部門ともに、各国でロックダウンが実施された中でも、家庭用食品需要と、コロナ禍からいち早く回復した中国の旺盛な需要を取り込んで順調に販売を伸ばし、連結業績に貢献しました。

このほか、通年で円高傾向だったこと、コロナ禍による相場の低迷などを背景に、当期の業績は売上高が1,108億37百万円(前期比5.1%減)、経常利益は27億80百万円(同1.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は20億62百万円(同5.1%増)となりました。

新型コロナウイルス感染症が食品市場にもたらした影響は多岐にわたります。消費者の健康志向がさらに強まったこともその一例です。ヨーグルトの売上が急増したほか、いわゆる善玉菌を含有するプロバイオティクス関連食品は根強い需要に支えられました。当社は取引先である食品メーカーのニーズの変化を的確にとらえ、これらに対応

した乳製品原料の提案・供給を強化してまいります。

新中期経営計画の方向性

当社は、2020年12月より新中期経営計画「NEXT-LJ 2023」を推進しています。初年度の当期については、コロナ禍の影響などから、成長がやや緩やかになると考えていますが、翌期以降の飛躍のための基盤構築期間と捉え、しっかり準備を進めてまいります。

計画の前提となる①健康志向の高まり、②アジア市場の拡大、③貿易自由化の流れに大きな変化はありません。これらを背景に、今後も国内において既存ビジネスの「進化」と次世代ビジネスの構築を進めると同時に、当社の成長エンジンであるアジア事業の拡大を図ります。

次世代ビジネスの構築については、昨年4月に新設した機能性食品原料チーム(事業開発本部)に期待しています。これは、消費者の「健康志向」に着目し、乳原料にとらわれず、機能性を重視した新たな食品原料を取扱う組織として、かねてより準備してきたものです。取扱う候補商材は100種を超えますが、なかでも、当社の得意分野である乳原料のうち、たんぱく質を多く含む商品はスポーツニュートリション向けの原料としてすでに販売成果を挙げており、さらなる拡大が期待できます。今後は、コラーゲンやグルコサミンなどをヘルスケア商品の原料として販売していく予定です。

アジア事業において当社は、十数年をかけてASEANと中国に販売網を整備してきました。まさに今、乳原料を中心に商品の種類も増やし、現地企業との取引が拡大しつつあります。アジア市場の成長は継続しており、今後、インドネシア、ベトナムなど、人口の多い国で成功事例を作っていきたいと考えています。



関心が高まるESGに
積極的に対応

近年、ますます関心が高まっているESGに関しては、特にE(環境)について、取引先である国内の食品メーカーの意識の高まりを強く感じます。環境問題へ先進的な対応を行っている欧州等の大手乳業メーカーの紹介や、トレーサビリティの効いた取引先の推奨などを通じて、社会課題の解決に貢献するとともに、当社の商品ラインナップの付加価値を高める考えです。



S(社会)では、今後2~3年をめどに評価制度を含めた人事制度の抜本改革を進めます。また、今般のコロナ禍では勤務のあり方にも変化が生まれました。在宅ワークが求められるなか、当社はこれを社内のデジタル化を推進する契機とし、社員へのノートPCやモバイルフォンの支給を進め、最大で在宅比率を80%にまで高めることができる体制を整えました。今後も働き方改革に合致した基盤を作るとともに、社員の健康を守る危機対応にも柔軟に取り組んでまいります。

G(ガバナンス)について、当社は、ここ数年、積極的に充実を図ってきました。これは、創業メンバーの1人である私に課された使命として、ラクト・ジャパンを次世代に託す前に、現代にふさわしい企業のあり方に整えておきたいという想いからです。

その一環として、当社は、去る2月25日に開催した株主総会を経て監査等委員会設置会社に移行いたしました。今後も信頼される企業であり続けるため、透明性を高める取り組みを続けてまいります。

危機の時代だからこそ
長期的視点を持つ

2021年の年頭所感において、私は社員に向けて「『100年企業』を目指そう」と呼びかけました。

長きにわたって存続できる企業は、市場や取引先と継続的なコミュニケーションをとっている、創業の理念を守りつつ時代の変遷にあわせて自己変革を続けている、グローバルに事業を展開しているなどの特長があると聞きます。そして、これらはいずれも当社にも合致するものではないかと感じています。不安定な時代を迎えた今だからこそ、長期的な視点を持って経営にあたりたいと考えています。

新中期経営計画の最終年(2023年)は、当社にとって創業25周年であり、創業期の締めくくりともいえます。この3年間を50周年、100周年に向けた土台作りの時期と位置づけて、目標の達成に全力を尽くしてまいります。

皆さまのご理解とお力添えをよろしくお願い申し上げます。

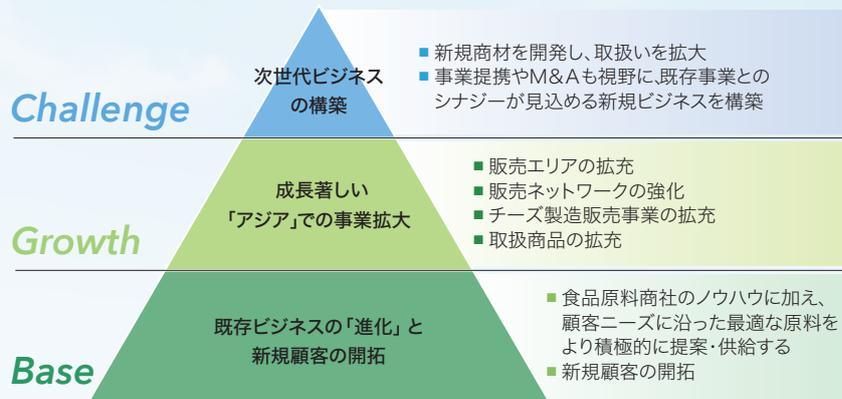


NEXT-LJ 2023

(新中期経営計画)の概要

「NEXT-LJ 2023」基本方針

「Global Food Professional Company」としての地位を確立し、事業を通じて生活者の皆さまに健康と食の楽しさを提供いたします。



基本方針と主な施策

Base :
既存ビジネスの「進化」と新規顧客の開拓

既存ビジネスにおいては、「進化」をテーマに取り組みを進め、さらなるシェア獲得を図ります。新規顧客の開拓については、ニーズがありながら取引がなかった業界、新規商品のニーズが見込まれる業界など、取引先企業の裾野を広げるためのアプローチをこれまで以上に積極化します。

Growth :
成長著しい「アジア」での事業拡大

フィリピン、中国、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナムなどを中心に、販売エリアの拡充を進めます。さらに、販売ネットワークの強化、製造事業の拡充、取扱商品の拡充を通じ、さらなる事業拡大を目指します。

Challenge :
次世代ビジネスの構築

機能性食品原料の取扱いを拡大し、スポーツ、ヘルスケア、美容関連など、新たな業界へ販売を広げる取り組みを加速します。また、中長期的な成長に向けて「新規事業」への参入を引き続き模索してまいります。

持続的成長のための経営基盤の強化

■ 監査等委員会設置会社への移行

2021年2月に、経営体制を監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行し、ガバナンス体制のさらなる強化と意思決定の迅速化を図ります。

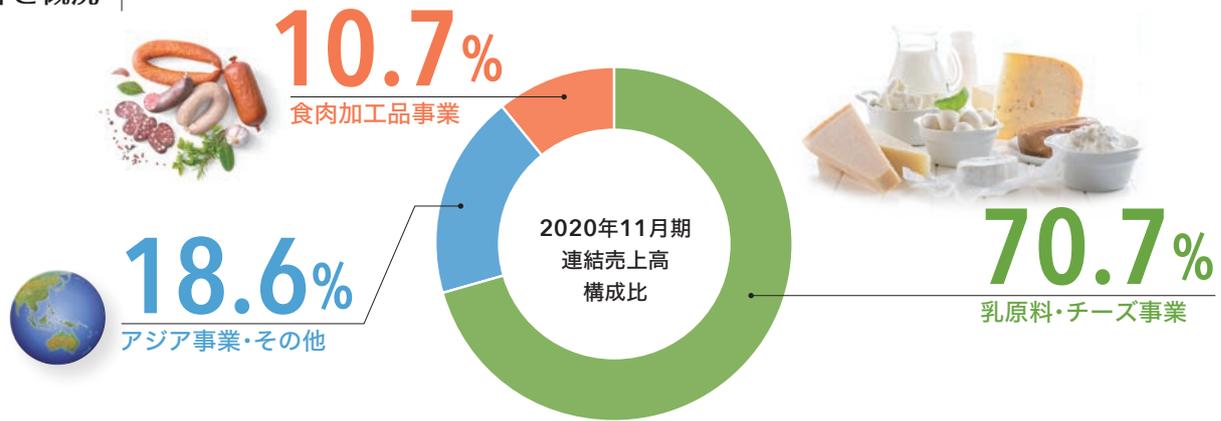
■ サステナブル経営

ESGへの取り組みを加速します。なお、取り組み内容、進捗等につきましてはホームページ等で積極的に情報を公開してまいります。

実績と目標

	2020年11月期 実績	2021年11月期 予想	2023年11月期 目標	2020年11月期からの 増減率
売上高	1,108億円	1,150億円	1,410億円	+27.2%
経常利益	27億円	26億円	35億円	+25.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	20億円	18億円	25億円	+21.2%

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、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	191,575 トン	前期比	6.1%減
売上高	783 億 30 百万円	前期比	8.1%減

食肉加工品事業

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	21,925 トン	前期比	1.8%増
売上高	118 億 95 百万円	前期比	3.1%減

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。

売上高	206 億 11 百万円	前期比	6.8%増
-----	--------------	-----	-------

乳原料販売部門

販売数量	60,159 トン	前期比	0.4%増
売上高	170 億 25 百万円	前期比	6.2%増

チーズ製造販売部門

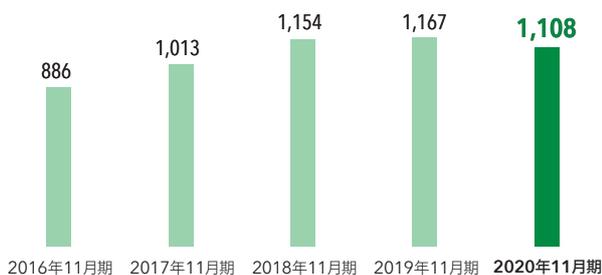
販売数量	4,197 トン	前期比	12.3%増
売上高	28 億 95 百万円	前期比	9.2%増

LACTO JAPAN in Numbers

数字で見るラクト・ジャパン

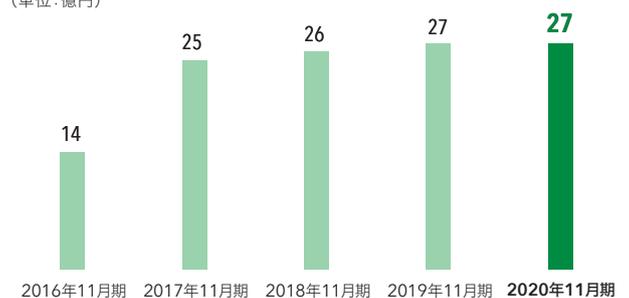
売上高

(単位: 億円)



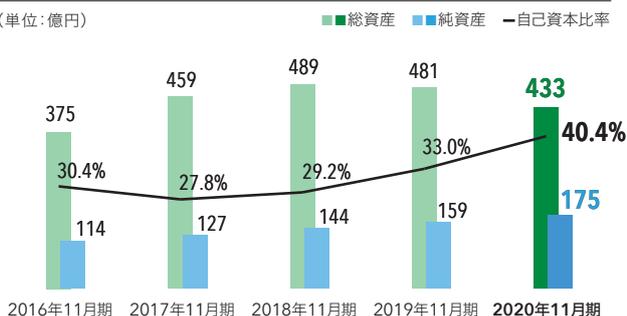
経常利益

(単位: 億円)



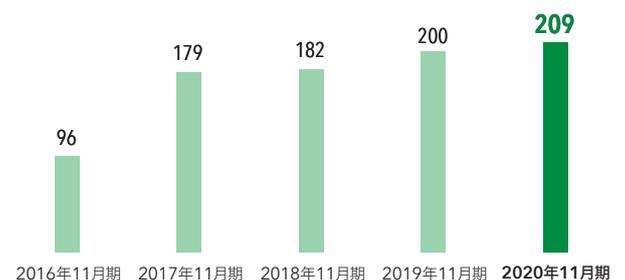
総資産・純資産・自己資本比率

(単位: 億円)



1株当たり当期純利益

(単位: 円)



(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。

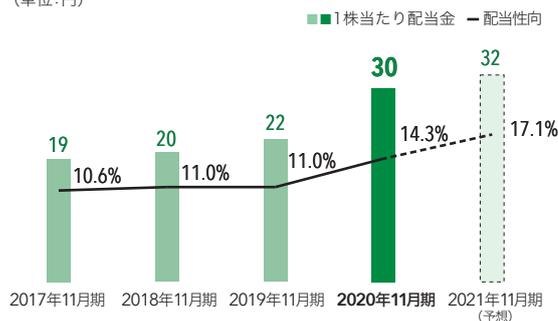
(注)当社は、2019年5月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。1株当たり当期純利益については、当該株式分割の影響を遡及修正した数値を記載しております。

1 株主還元について

当社は、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題と位置づけています。安定的かつ着実な配当を継続することを基本方針とし、配当性向の向上にも取り組んでいます。

一方、当社は、中長期的な成長の実現のために、アジア事業の拡大や、サプライソースのさらなる拡充などの戦略投資と財務体質の強化も同時に進める計画です。

1株当たり配当金・配当性向
(単位:円)



(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株当たり配当金については、当該株式分割の影響を適及修正した数値を記載しております。

2 動画コンテンツの拡充

会社紹介ムービーなど動画コンテンツを充実させています。

Point 1
【会社紹介ムービー】
当社の事業が皆さまの生活や社会にどのような役割を果たしているかをイメージしていただけるよう、新たに作成しました。

常設

Point 2
【個人投資家説明会 動画コンテンツ】
最新(2020年9月開催)の個人投資家説明会の動画を掲載しています。IRライブ러리内の「個人投資家向け説明会資料」からご覧ください。

掲載期間:
2021年3月31日まで

同封しておりますアンケートにご協力いただいた株主さまの中から抽選で、QUOカード1,000円分をプレゼントいたします。(当選者の発表は、QUOカードの発送をもって代えさせていただきます。)

アンケート締切 2021年3月31日



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)ではお取り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。



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

〒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
【株主・投資家情報】 <https://www.lactojapan.com/ir/Top.html>