



2021年1月14日

各 位

会社名 株式会社ラクト・ジャパン
代表者 代表取締役社長 三浦 元久
(コード番号：3139 東証一部)
問合せ先 I R広報部長 石黒 裕子
(TEL. 03-6281-9752)

中期経営計画のローリングに関するお知らせ

当社は、2021年11月期から始まる3か年の中期経営計画として「NEXT-L J 2023」を策定いたしましたので、お知らせいたします。なお、当社では経営環境の変化に柔軟に対応するため、原則として毎期改定を行うローリング方式にて中期経営計画を策定しております。

記

1. 中期経営計画ローリングの背景

当社グループは、乳原料・チーズを主とし、食肉加工品も含めた食品原料・製品を世界各国から輸入販売する企業として「安心、安全な商品」をお届けするとともに、「日本をはじめとする世界の食文化の発展に貢献する」ことをモットーに日々努めております。

2020年11月期は、新型コロナウイルス感染症（以下、感染症）の世界的な流行に伴い、国内市場、アジア市場ともに食品原料需要は用途により強弱が分かれ、当社グループの販売にも影響しました。主要取扱商品である乳原料・チーズと食肉加工品はともに「巣ごもり消費」により家庭で消費される食品向けの原料販売が好調に推移する一方、外食・レジャー産業向けの原料販売は伸び悩みました。供給面においては感染症流行の影響は乳原料・チーズの国際市況の変動をもたらし、また、食肉関連では産地の生産体制に影響を及ぼしたことから、調達面で難しい舵取りを迫られる場面もありました。

このような状況下、当社グループは、世界各国で開拓した幅広いサプライソースを駆使した安定的な原料調達により、食品のサプライチェーン維持に貢献するとともに、販売の拡大に努めてまいりました。その結果、2020年11月期については「NEXT-L J 2022」の初年度計画値は未達だったものの、経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益については過去最高益となりました。

また、施策面では、機能性食品原料など新規商品の取扱い開始、ガバナンス強化を目的とした監査等委員会設置会社への移行方針の決定など、中期経営計画の基本方針に沿って成長のための布石を

打つことができました。

感染症の収束はいまだ見通せず、世界の経済活動に様々な影響を及ぼしておりますが、環境の変化に注視しつつ、アフターコロナを見据えた新たな成長に向けて、新たにローリングした中期経営計画「NEXT-LJ2023」を策定いたしました。

2. 前提条件

中期経営計画の基本方針に大きな変更はございません。ただし、感染症拡大による以下のような事業環境の変化を前提とし、日本市場、アジア市場それぞれにおいて、施策の優先順位や実行方法については適宜見直しを図ってまいります。

<日本市場>

- 消費者の健康志向の高まりによる家庭用乳製品需要の定着
- 健康をキーワードに機能性を高めた食品の開発ニーズの高まり
- 感染症拡大による外食・レジャー業界向け業務用乳製品需要の減少
- 国産乳製品原料在庫の高止まりによる、国家貿易品目（脱脂粉乳・バター）の輸入量の減少
- 感染防止のための行動制限による営業活動への影響

<アジア市場>

- アジア経済の感染症ダメージからの早期回復（欧米、日本と比較して早期の回復）
- アジアにおける食の欧米化の進展
- 販売エリアにおける「Lacto Approach」営業の浸透
- ジャパンプランド食品に対する需要の高まり

※**Lacto Approach**: 日本市場で長年培ってきた顧客ニーズの最適化を目指す営業スタイル。

具体的にはグローバルなサプライネットワークを駆使した情報提供や安定・安心な原料の供給体制、さらにはプロフェッショナル人材による知見・ノウハウの提供による顧客対応など。

3. 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様に健康と食の楽しさを提供いたします。

- 「既存ビジネスの深掘り」および「新規ビジネスの開拓」による「顧客基盤」の更なる拡充
- 成長著しい「アジア」での事業拡大
- 「次世代ビジネス」の構築

4. 重点施策

○「既存ビジネスの深掘り」および「新規顧客の開拓」

・既存顧客とのビジネスの「進化」

既存顧客とのビジネスにおいては「進化」をテーマに取り組みを進めてまいります。「進化」とは、長年培った食品原料商社のノウハウに加え、TPP11や日欧EPA、日米貿易協定といった新たな貿易制度を活用し、原産地・コスト・品質・納期等において顧客ニーズに沿った最適な原料を、より積極的に提案・供給することを意味します。これによりさらなるシェア獲得を図ってまいります。

また、消費者の健康志向の高まりとともに、食品メーカー等でも機能性食品原料に対する需要が拡大することが想定されることから、新規顧客に対しても機能性食品原料等の新商品を積極的に提案してまいります。

・新規顧客の開拓

乳原料ニーズがありながらこれまで取引がなかった業界、機能性食品原料等の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てまいります。

○「アジア」での事業拡大

・販売エリアの拡充

食の欧米化が加速する地域を重点地域に定め、現地の代理店や現地企業との新規取引開始を目指し「Lacto Approach」による営業展開を推進します。なお、重点市場としてはフィリピン、中国、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナム等を想定しております。

・販売ネットワークの強化

既存の販売エリアにおいて、「Lacto Approach」営業を継続・深化することで、各顧客の一供給元から主要供給元へのポジションアップを図ります。

・製造事業の拡充

自社製品の開発をさらに進め、アジアにおけるB to B プロセスチーズメーカーとしてのブランドを確立し、アジア地域において業務用チーズのトップブランドを目指します。

・取扱商品の拡充

アジアの顧客向けに販売する取扱商品のアイテム拡充により、市場の変化・成長に応じた原料販売の拡充を目指します。また、高付加価値商品としてシンガポールなどで高評価を得ている

「日本製乳製品」の輸出による販売増にも取り組んでまいります。

○ 次世代ビジネスの構築

・ 新規商品を開発し、取扱いを開始

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。

・ 既存事業とシナジー効果の高い「新規事業」への参入

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。なお、「新規事業」は当社グループの強みである調達力や営業力を活かし、既存事業とのシナジー効果が見込める分野を基本として検討してまいります。

○ 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月に開催予定の株主総会の決議を経て、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。

5. 数値目標

2023年11月期の数値目標につきましては、コロナ禍の影響による事業環境・前提条件の見直しを踏まえ、昨年公表した中期経営計画「NEXT-LJ2022」の最終年度の売上・利益の目標を1年後ろ倒しといたしました。

	2020年11月期 (実績)	2021年11月期 (予想)	2023年11月期 (目標)
売上高	110,837百万円	115,000百万円	141,000百万円
経常利益	2,780百万円	2,600百万円	3,500百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	2,062百万円	1,850百万円	2,500百万円

6. 想定している中長期的な資金使途

○ アジア事業・チーズ製造販売部門拡大のための資金需要

- ・ 設備の増強（製造ラインの拡充、新工場設置など）

○ 財務体質のさらなる向上

- ・ 事業形態の多様化（商社主体から商社プラスメーカー機能）に備えた自己資本の充実（ターゲットは30%台後半～40%）

○ 新規事業立ち上げのための資金需要

- ・ 現時点で決定している事項はございません。

○ 配当政策

当社の利益配分につきましては、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題と位置づけ、安定配当をベースに更なる配当の増額を目指すことを基本方針としております。一方、当社は企業価値向上のため中長期的な成長を実現すべく、今後、アジア事業のチーズ製造販売部門における設備増強等への投資や新規事業の立ち上げ、それらのための財務体質の強化にも取り組んでまいりたいと考えております。

以上を踏まえ、当社の配当方針につきましては「安定配当・増額配当」を基本とし、2023年11月期には配当性向20%の実現を目指してまいります。

以 上