
2022年3月期 決算説明資料



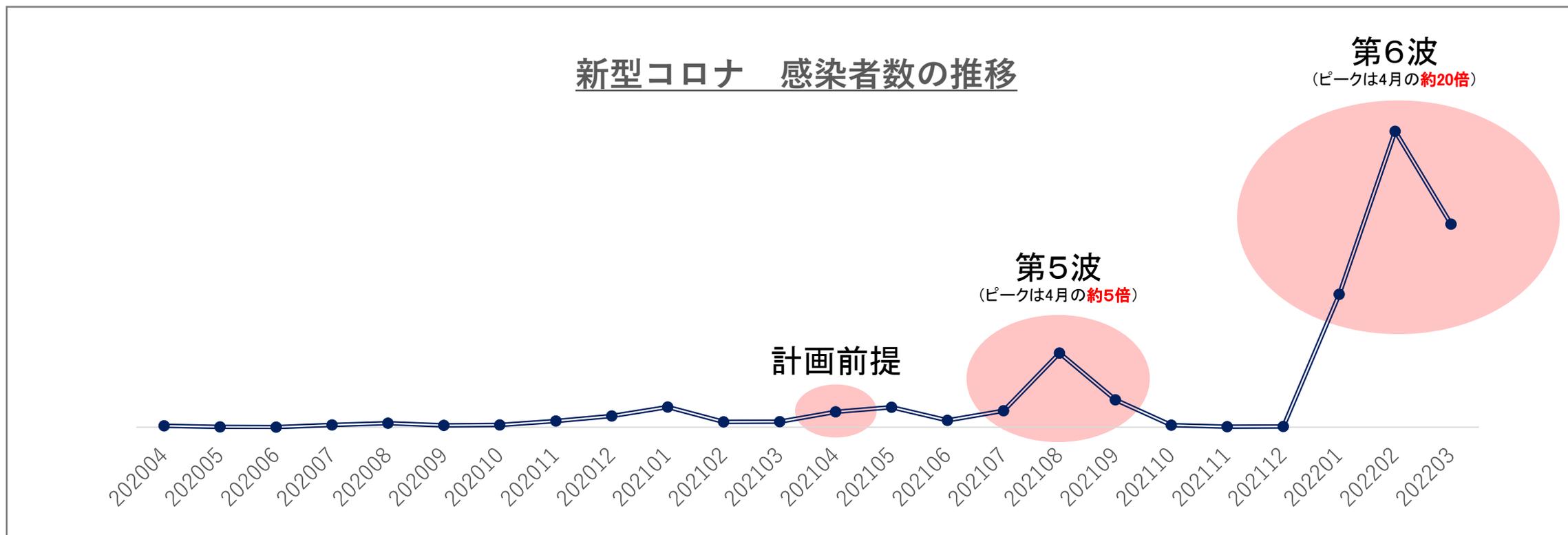
2022年5月11日

2022年3月期 決算概要

感染症拡大など市況の悪化を受け 売上・利益ともに計画を下回る

単位:億円 /(対売比)	2022年3月期 期初計画	2022年3月期 (収益認識に関する会計基準 適用後)	
		差異	コメント
売上高	10,600	10,457	△142 感染症拡大の影響を受け 化粧品・医薬品の販売が想定を下回る
売上総利益	830 (7.83)	817 (7.82)	△12 (△0.01) 比較的粗利率の高い 衛生用品の需要が想定を下回る
販管費	565 (5.33)	558 (5.34)	△6 (+0.01) 売上未達により 固定費吸収効果が減少
営業利益	265 (2.50)	259 (2.48)	△5 (△0.02)
経常利益	290 (2.74)	286 (2.74)	△3 (+0.00) 売上総利益・販管費の改善に取り組むも 売上未達により計画を下回る
当期純利益	200 (1.89)	196 (1.88)	△3 (△0.01)

新型コロナウイルスの感染症拡大状況は
計画前提の2021年4月頃をはるかに上回る水準で推移
⇒ 化粧品・医薬品の回復阻害など、売上を押し下げ



参考データ：厚生労働省HP”国内の発生状況”

売上、営業・経常利益は過去最高を更新

単位:億円 /(対売比)	2021年 3月期	2022年3月期 (収益認識に関する会計基準 適用後)			2022年3月期 (前年同期と同一の会計基準)			基準変更に伴う 影響額
		①	増減	増減率	②	増減	増減率	①-②
売上高	10,332	10,457	+124	+1.2%	10,470	+137	+1.3%	△12
売上総利益	811 (7.85)	817 (7.82)	+5 (△0.03)	+0.7%	817 (7.81)	+5 (△0.04)	+0.7%	+0
販管費	556 (5.39)	558 (5.34)	+1 (△0.05)	+0.3%	558 (5.33)	+1 (△0.06)	+0.3%	-
営業利益	254 (2.47)	259 (2.48)	+4 (+0.01)	+1.7%	259 (2.47)	+4 (+0.00)	+1.6%	+0
経常利益	280 (2.71)	286 (2.74)	+5 (+0.03)	+2.1%	286 (2.73)	+5 (+0.02)	+2.0%	+0
当期純利益	193 (1.87)	196 (1.88)	+3 (+0.01)	+1.7%	196 (1.87)	+3 (+0.00)	+1.6%	+0

※ 2022年3月期 期首より「収益認識に関する会計基準」を適用

今期より「収益認識に関する会計基準」を適用 ⇒ 業績への影響は軽微

【主に返品の計上方法変更によるもの】

変更前：商品が返品されたタイミングで返品を計上 ⇒ 変更後：四半期毎に将来の返品見積額を計上

○ 業績への影響額

単位: 億円					累 計
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	
売 上 高	+33	△52	+40	△34	△12
売 上 総 利 益	+3	△4	+3	△2	+0
営 業 利 益	+3	△4	+3	△2	+0
経 常 利 益	+3	△4	+3	△2	+0
当 期 純 利 益	+2	△2	+3	△2	+0

売上高 1兆470億円

前期比増減：+137億円 増減率：+1.3%

- ・小売業様、メーカー様との連携・協働による取組強化および取引拡大
- ・人流の変化や、新型コロナ感染症に対する意識の変化による需要増減
- ・ニューノーマルにおける生活者ニーズを満たす新規商品の調達を強化
- ・夏物商材は感染者数の増加や大雨の影響もあり低調も、冬物商材(カイロ)は気温低下もあり好調

小売業様・メーカー様との取組強化により市場の成長率を上回る

【市場成長率との比較(2021年4月～2022年3月)】

ドラッグストア市場(当社取扱商材) : +0.7%

当社ドラッグストア業態 : +1.2%

(市場データ出所:経産省「商業動態統計調査」)

※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

売上総利益 817億円 対売上比率
7.81%

前期比増減：+5億円 (対売上比率: $\Delta 0.04\%$)

- ・比較的粗利率の高い衛生用品の需要が前年を下回ったことによる影響
- ・粗利管理、改善を継続
- ・物流効率化による、メーカー様からのフィ獲得増加

販管費 558億円 対売上比率
5.33%

前期比増減：+1億円 (対売上比率: $\Delta 0.06\%$)

- ・ 庫内作業改善の推進 +1億円(+0.00%)
 - ⇒ ワクチン接種等に伴うパート従業員の有給等対応や市場環境の悪化による単位(ライン)当たり受注量減少の影響はあるも継続して改善に取り組み、率上昇を抑制
- ・ 配送改善の推進(中計の重点課題) $\Delta 2$ 億円($\Delta 0.03\%$)
 - ⇒ 配送単価上昇の環境下において、出荷拠点見直しによる配送距離短縮やホワイト物流への対応など改善に取り組む
- ・ 売上増加による固定費率の低下 ($\Delta 0.04\%$)

※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

単位:億円	2021年3月期	2022年3月期	前期比増減
営業外収益	26.7	27.7	+1.0
情報提供料収入 *	17.0	17.5	+0.5
営業外費用	1.0	0.5	△0.4
不動産賃貸費用	0.4	0.3	△0.1
支払利息	0.3	0.0	△0.2

* 小売業様への販売実績を、契約に基づき一部メーカー様へ提供して得た収入で、売上高により変動する傾向あり

特別損益の状況

単位:億円	2021年3月期	2022年3月期	前期比増減
特別利益	5.1	4.4	△0.7
受取保険金 *1	—	3.3	+3.3
投資有価証券売却益 *2	5.0	0.1	△4.9
特別損失	5.9	6.8	+0.9
災害損失関連費用 *3	5.0	6.6	+1.6
固定資産除却損	0.1	0.2	+0.0

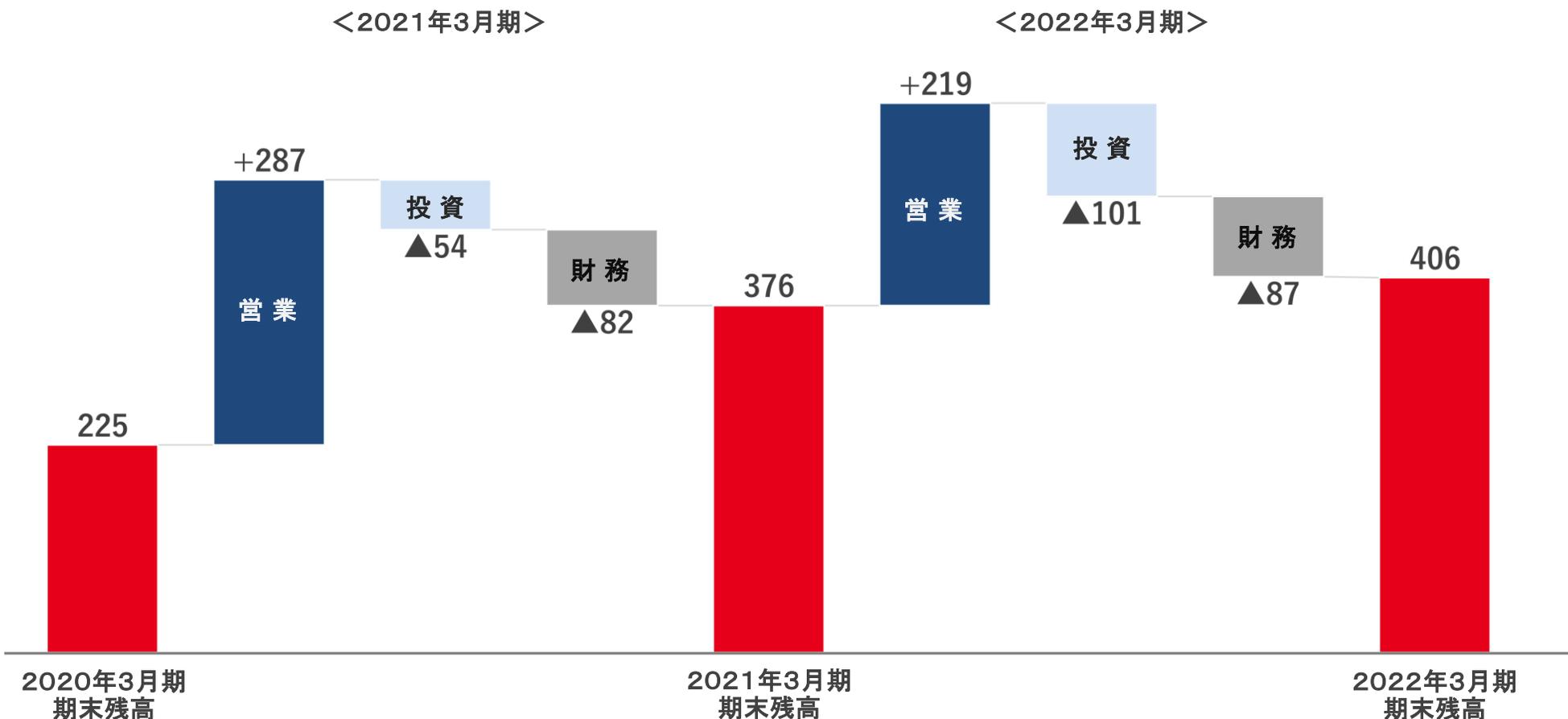
*1:2021年2月に発生した災害に関連した保険金を計上

*2:ガバナンスコード対応により売却推進

*3:災害に伴う損失は軽微

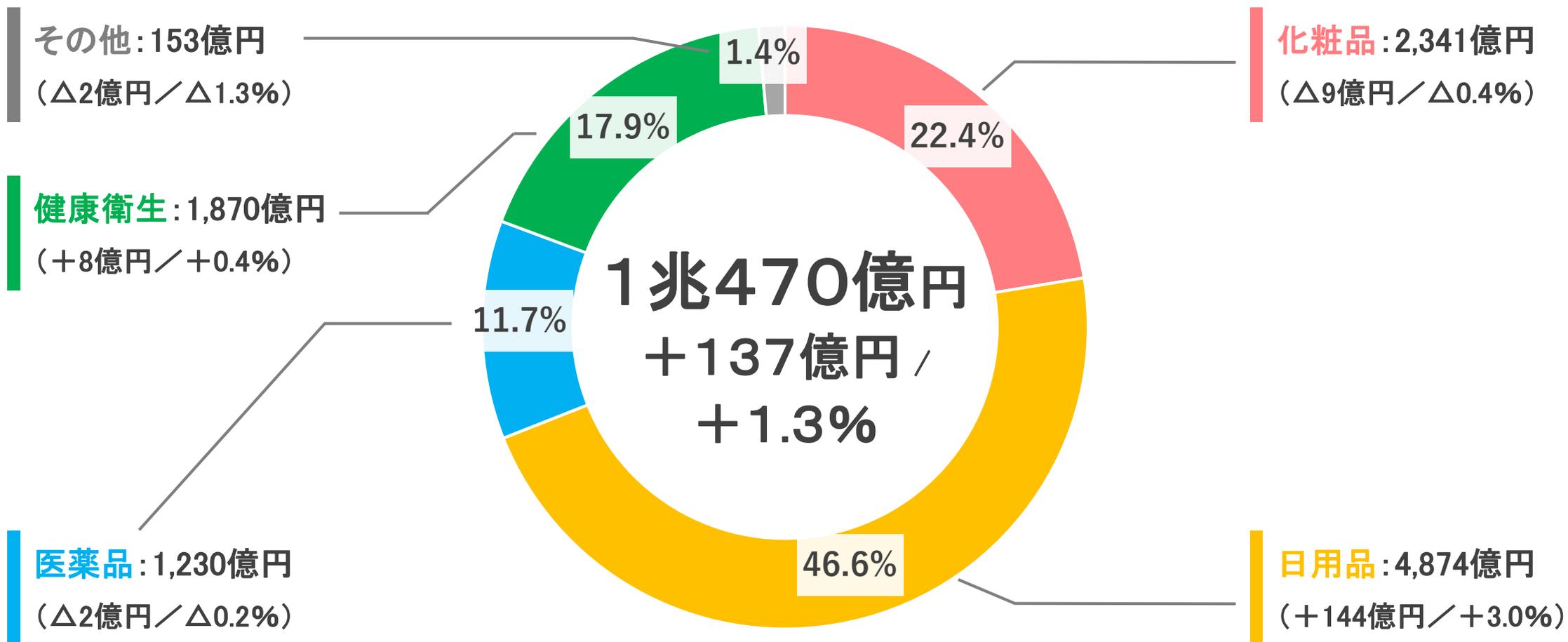
成長に向けた先行投資・株主還元施策を着実に実行

(単位:億円)



商品分類別売上高(第4四半期累計)

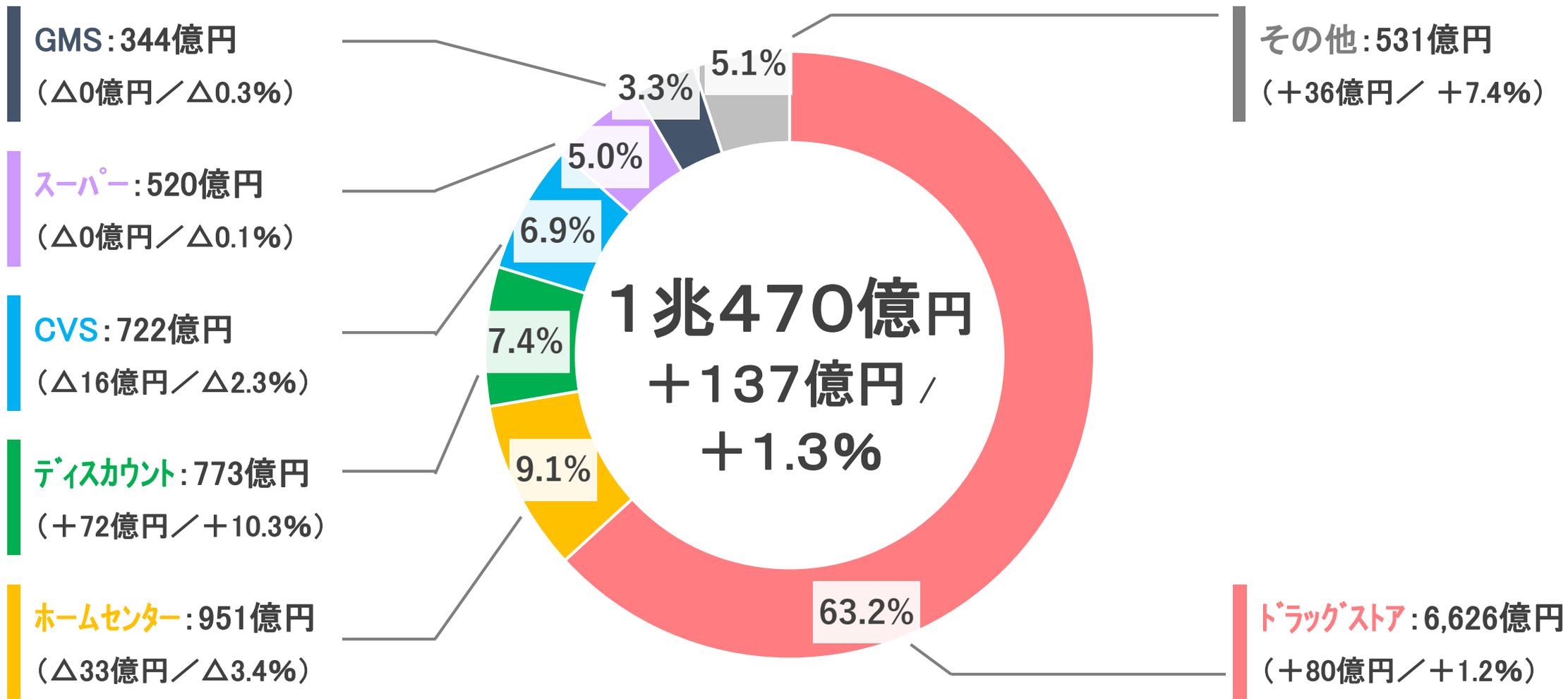
(前期比:増減額/率)



※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

販売先業態別売上高(第4四半期累計)

(前期比:増減額/率)



※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

第4四半期(1-3月)の状況

前期比(四半期毎)

単位: 億円 /(対売比)	第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期		
	2021年 3月期	2022年 3月期	増減									
売上高 〔増減率: %〕	2,600	2,663	+62 〔+2.4〕	2,654	2,670	+15 〔+0.6〕	2,669	2,665	△4 〔△0.2〕	2,407	2,470	+63 〔+2.6〕
売上総利益	201 (7.73)	206 (7.76)	+5 (+0.03)	207 (7.80)	208 (7.79)	+1 (△0.01)	209 (7.84)	206 (7.74)	△3 (△0.10)	194 (8.06)	196 (7.94)	+2 (△0.12)
販管費	140 (5.39)	139 (5.25)	△0 (△0.14)	137 (5.18)	140 (5.26)	+3 (+0.08)	140 (5.26)	141 (5.30)	+0 (+0.04)	138 (5.76)	136 (5.54)	△1 (△0.22)
営業利益	60 (2.34)	66 (2.51)	+6 (+0.17)	69 (2.62)	67 (2.53)	△2 (△0.09)	68 (2.58)	65 (2.44)	△3 (△0.14)	55 (2.30)	59 (2.41)	+4 (+0.11)
経常利益	67 (2.59)	74 (2.79)	+7 (+0.20)	75 (2.86)	73 (2.76)	△2 (△0.10)	75 (2.83)	72 (2.72)	△3 (△0.11)	61 (2.57)	65 (2.66)	+3 (+0.09)
当期純利益	46 (1.79)	52 (1.96)	+5 (+0.17)	52 (1.98)	53 (2.00)	+0 (+0.02)	54 (2.06)	49 (1.84)	△5 (△0.22)	39 (1.63)	41 (1.68)	+2 (+0.05)

※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

2月以降は感染急拡大の影響を受ける 原材料価格の高騰等に伴い消費マインドは徐々に悪化

- ⇒ マスク・消毒液など衛生関連商材の前期特需に対する反動減の影響は縮小
生活者ニーズを捉えた高機能マスクは好調に推移
- ⇒ ワクチン接種による副反応対策や感染者数の増加により
解熱鎮痛剤や冷却剤等が伸長
- ⇒ 人流は増加したものの、感染急拡大を受けて
外出に関連した化粧品・医薬品の回復は限定的(メイクアップ・ドリンク剤等)
- ⇒ 気温低下に伴い冬物商材(カイロや保湿化粧品)は需要拡大
一方、春夏物商材は低調に推移

売上高 **2,470億円**

前期比増減：+63億円 増減率：+2.6%

- ・小売業様、メーカー様との連携・協働による取組強化および取引拡大
- ・人流の変化や、新型コロナウイルス感染症に対する意識の変化による需要増減
- ・ニューノーマルにおける生活者ニーズを満たす新規商品の調達を強化
- ・低気温で推移したことにより冬物商材は好調に推移。一方、夏物商材は低調なスタート

売上総利益 **196億円** 対売上比率
7.94%

前期比増減：+2億円 (対売上比率: $\Delta 0.12\%$)

- ・比較的粗利率の高い衛生用品の需要が前年を下回ったことによる影響
- ・取引拡大に向けた戦略的な粗利率の低下
- ・粗利管理、改善効果は継続 ・物流効率化による、メーカー様からのフィ獲得も増加

※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

販管費 **136億円** 対売上比率 **5.54%** **前期比増減：△1億円 (対売上比率:△0.22%)**

・人件費の減少による影響

△2億円(△0.16%)

⇒ 売上拡大による固定費率の低下

⇒ 退職金の一時的な減少 など

・配送改善取組みの推進(中計の重点課題)

△0億円(△0.05%)

⇒ 出荷拠点見直しによる配送距離短縮など

配送単価上昇、ホワイト物流への対応を同時に狙う

※会計基準変更による影響を除外するため、当期数値は前期と同一基準を使用

中間流通プラットフォーム強化に向けた 新たなチャレンジ

業界初 「販促物一貫サポート」を開始

～ 販促物の『企画・製作から配送、設置、効果測定』までを一貫サポート ～

事前商談で販促物の設置店舗及び数量を確定。当社店舗支援部の機動力を活かし100%完全設置。

課題認識

販促物の**30%**が未使用のまま廃棄

製・配・販の連携により

課題解決

- ① **ムダな販促物を作らない**
- ② 販促物を**100%完全設置**
⇒ 製・配・販ともに売上拡大

流通全体の「売れる仕組み」を強化

- ◆ ムダを省いた効果的な販促物の活用
- ◆ POS分析など効果検証の精度向上

環境に配慮した販促活動で SDGsに貢献

- ◆ 必要数のみの製作でムダな廃棄量を削減
- ◆ 環境に優しい素材を使用
- ◆ 一括配送によりCO2排出量も削減

エシカル消費の拡大に向け環境配慮型商品を共同開発

使えば使うほど世界の プラごみを減らせるゴミ袋



- 株式会社TBMと共同開発
(環境配慮型の素材開発や資源循環を促進する事業等を行う企業)
- リサイクル素材を50%以上含有
(廃棄プラスチックからリサイクルされた素材)

「サステナブレラ」 (使い捨てないビニール傘)



- 株式会社TBM/
株式会社サエラと共同開発
(株式会社サエラはリサイクル可能なビニール傘の
開発・販売を通じてエシカル消費の拡大を図る企業)
- リサイクル素材を使用
(廃棄プラスチックからリサイクルされた素材)
- 風に強く、錆びない「長く使える傘」
(オールプラスチック設計)

高効率物流網の強化 「栃木物流センター」を稼働

「栃木物流センター(物流受託)」

年間出荷能力 : 1,200億円
投資金額 : 233億円
所在地 : 栃木県下都賀郡野木町大字友沼字新開
稼働予定時期 : 2023年1月



最大市場である関東エリアにおける
業容拡大と最適化を図る

新物流の運営ノウハウを受託センターへ展開

非食品・食品の一括物流への挑戦

非食品で培った当社流通ノウハウを 食品物流へ展開

株式会社薬王堂様と協働で開始

「RDC宮城」の出荷能力を拡充

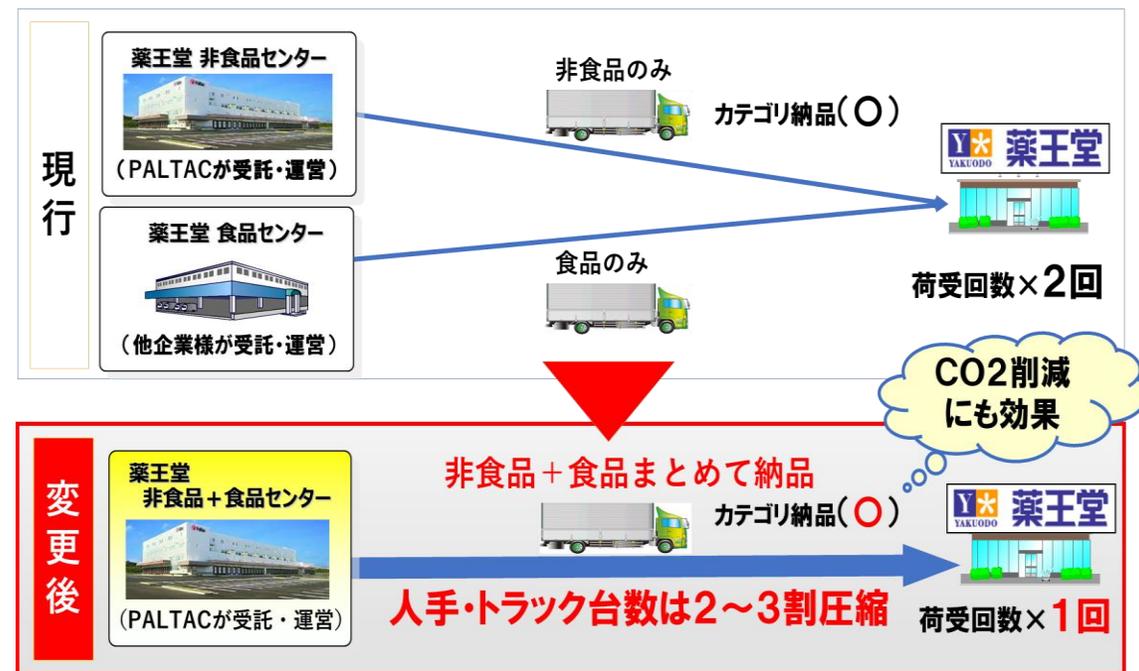
年間出荷能力 : 350億円 ⇒ 550億円

投資金額 : 約40億円

対象物流 : 南東北エリア 常温食品(飲料・菓子等)

開始時期 : 2024年9月

〈本取り組みのイメージ〉



配送効率化・カテゴリー一納品拡大等に協働で取り組み 流通全体のさらなる最適化・効率化を目指す

デジタルを活用した新たな価値提供に挑戦

「VANサービス」を開始 ワンストップサービスを提供

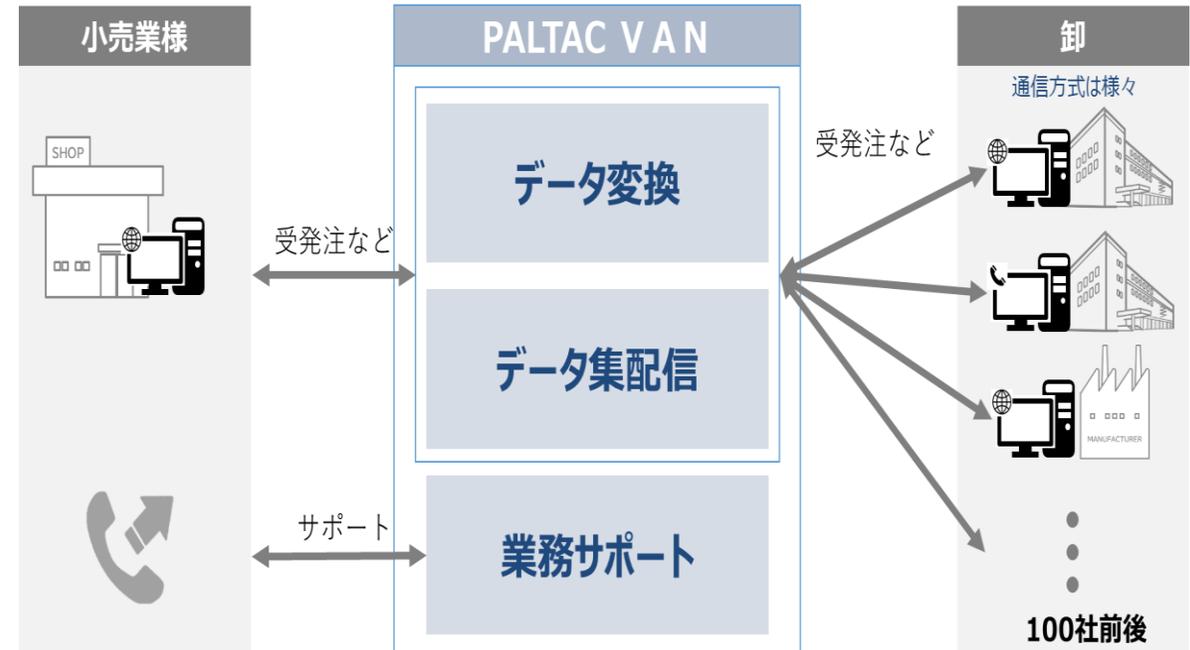
■ 流通に携わる当社がVANサービスを提供することで
物流・販売に加え、データ交換までも業界内で完結

- ⇒ 業界全体のコストを削減
- ⇒ 小売業様のDX推進に貢献

「DX推進部」を設置(2022年4月1日)

- ⇒ 体制整備により取り組みを加速

＜本取り組みのイメージ(VANサービス)＞



社内外の連携・協働により
流通全体の最適化を実現するDXを目指す

ガバナンスの強化及び情報開示の充実

**過半数を独立社外取締役で
構成した新役員体制**

統合報告書2021「WHAT'S PALTAC」が
GPIF「改善度の高い統合報告書」に

2年連続で選定

**多様性・透明性の高い
ガバナンス体制を構築**

現在 社外役員比率 44.4%
(取締役 9名 うち独立社外取締役 4名)

新体制 社外役員比率 54.5%
(取締役 11名 うち独立社外取締役 6名)

(2022年6月22日開催予定の定時株主総会において付議される取締役選任議案が承認可決された後)

ステークホルダーの皆様との
コミュニケーションツールとして
有用性を高めるため
開示情報の充実に
継続して取り組む

WHAT'S
PALTAC



統合報告書2021
株式会社PALTAC

**対話 ⇒ 経営へのフィードバック ⇒ 対話
引き続き、建設的な対話を通じて企業価値向上を目指す**

新たなチャレンジを積み重ね 流通の発展・SDGs達成への貢献を通じて 持続的成長を目指す

中期経営計画（2022年3月期～2024年3月期）

PALTAC VISION 2024

「輝く未来へ」

～ サプライチェーンとともに歩む ～

連携・協働と機能強化により

中間流通プラットフォームとしての真価を発揮

【重点取り組み】

激変する環境に対応する

「リテールソリューション力の強化」

安心・安全・高効率を追求する

「ロジスティクスソリューション力の強化」

価値提供の仕組みを支える

「システム機能の強化・デジタル化の推進」

持続的成長の源泉

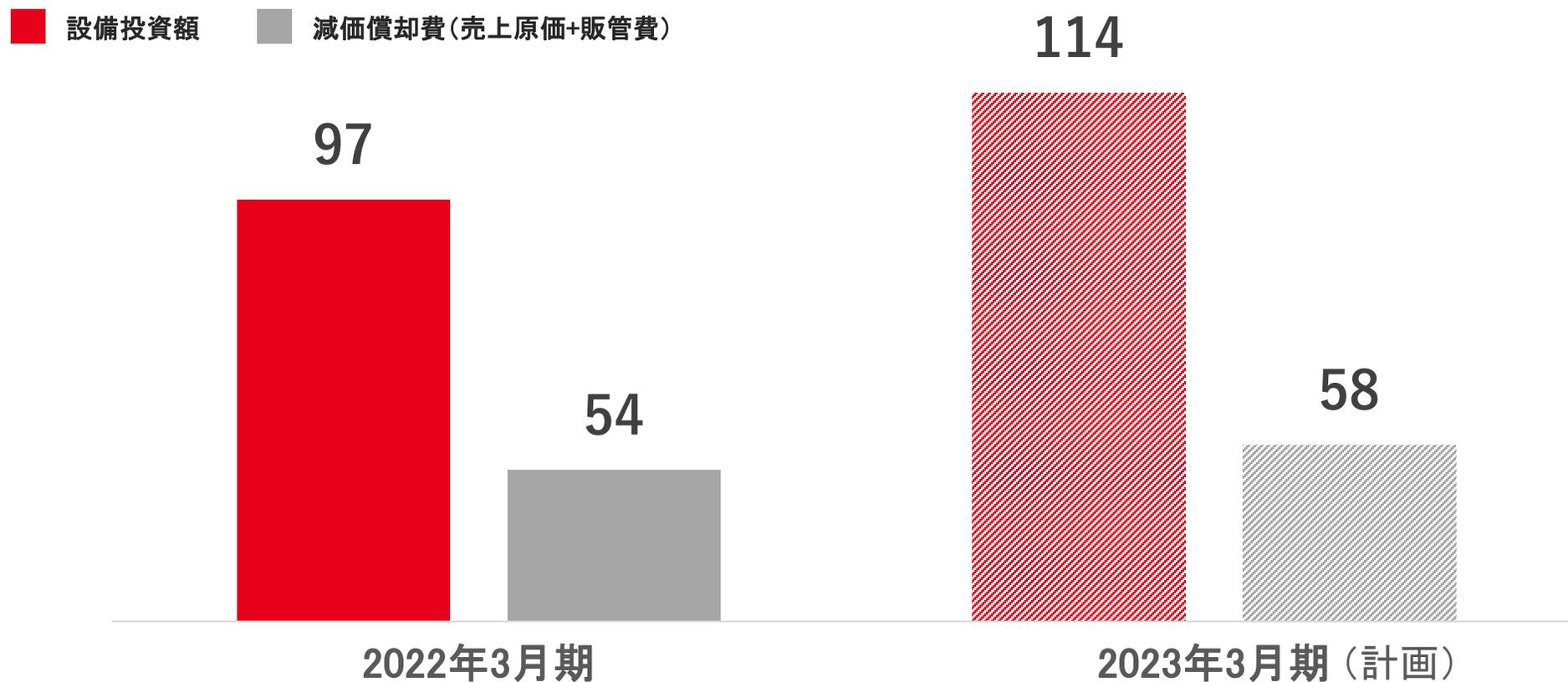
「人財・組織の強化」

ESGの強化・SDGs達成への貢献

2023年3月期 業績予想

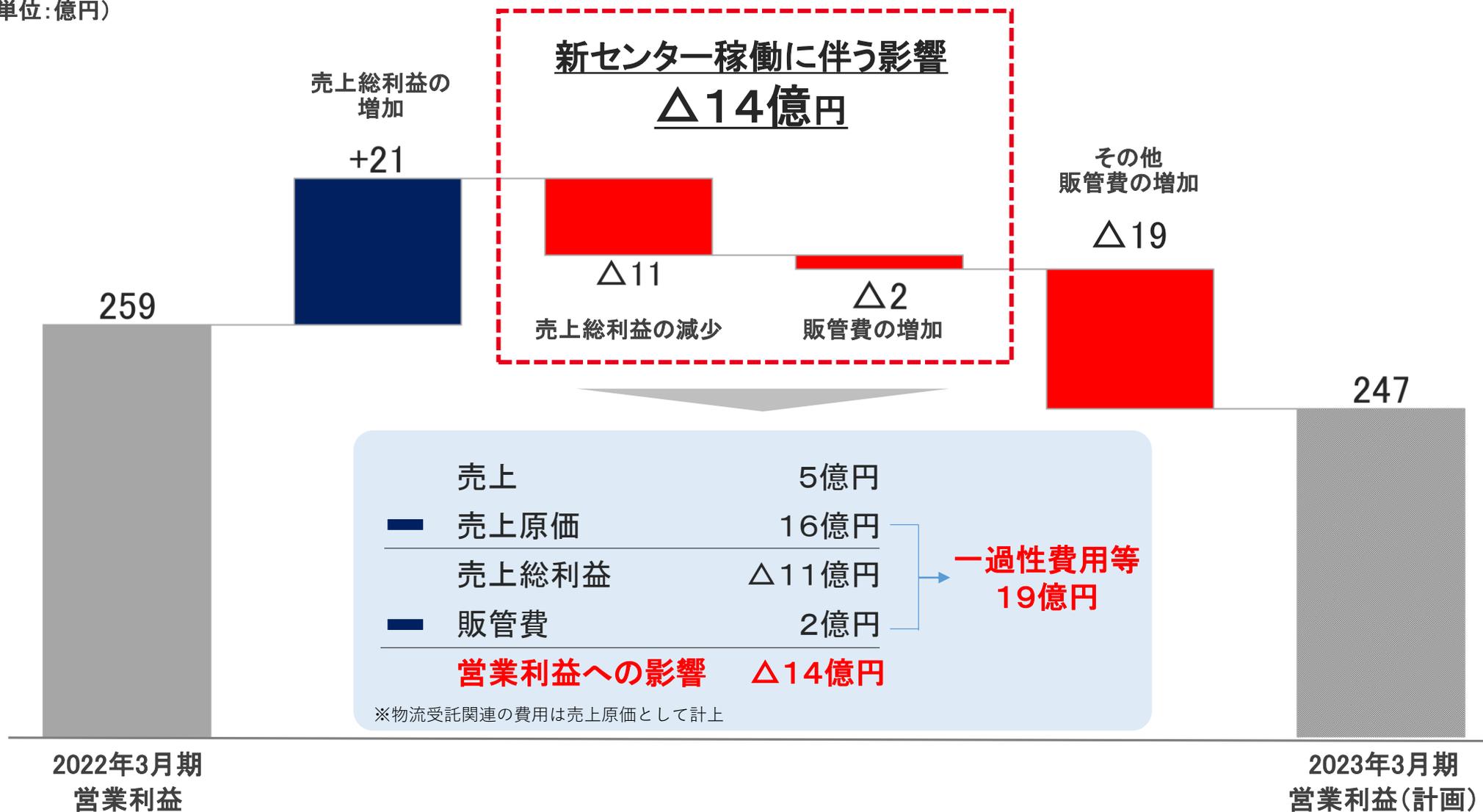
高効率の出荷キャパシティ拡大など 成長に向けた投資を実施

(単位:億円)



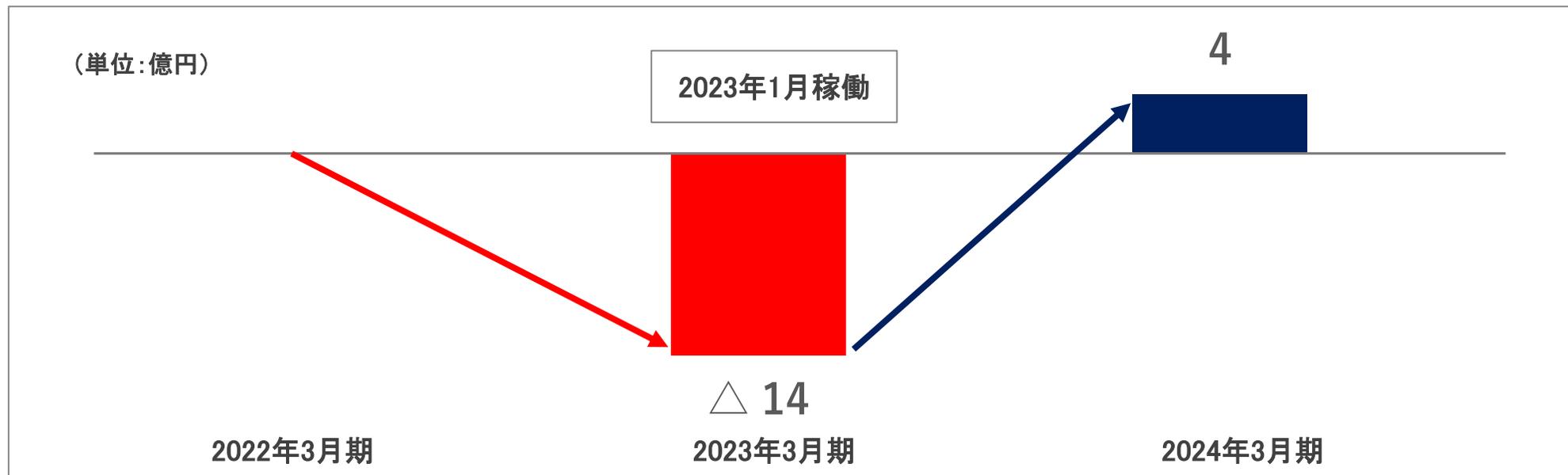
2023年3月期 営業利益見込み(新センター稼働の影響)

(単位:億円)



新センター稼働による営業利益への影響

2023年3月期は一過性費用や稼働時期(1月)により費用先行
⇒ 2024年3月期以降は利益貢献



2023年3月期

売上	5億円	→ 実質1.3か月分 (稼働直後は、緩やかに 物量を増やすため)
売上原価	16億円	
売上総利益	△11億円	→ 一過性費用等 19億円
販管費	2億円	
営業利益への影響		△14億円

2024年3月期

営業利益への影響

+ 4億円 を見込む

新センター稼働に伴い一時的な減益を見込む

単位: 億円 / (対売比)	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	増減	増減率
売上高	10,457	10,800	+342	+3.3 %
売上総利益	817 (7.82)	828 (7.67)	+10 ($\Delta 0.15$)	+1.3 %
販管費	558 (5.34)	581 (5.38)	+22 (+0.04)	+4.1 %
営業利益	259 (2.48)	247 (2.29)	$\Delta 12$ ($\Delta 0.19$)	$\Delta 4.7$ %
経常利益	286 (2.74)	274 (2.54)	$\Delta 12$ ($\Delta 0.20$)	$\Delta 4.3$ %
当期純利益	196 (1.88)	190 (1.76)	$\Delta 6$ ($\Delta 0.12$)	$\Delta 3.3$ %
1株当たり当期純利益(円)	310.34	302.32	$\Delta 8.02$	$\Delta 2.6$ %

中計に基づき、株主還元の充実を図る

2022年3月期 実績

- ・ 年間6円増配
(中間:3円 期末:3円)
- ・ 当社初の自己株式取得実施
(2021年10月29日～12月23日)

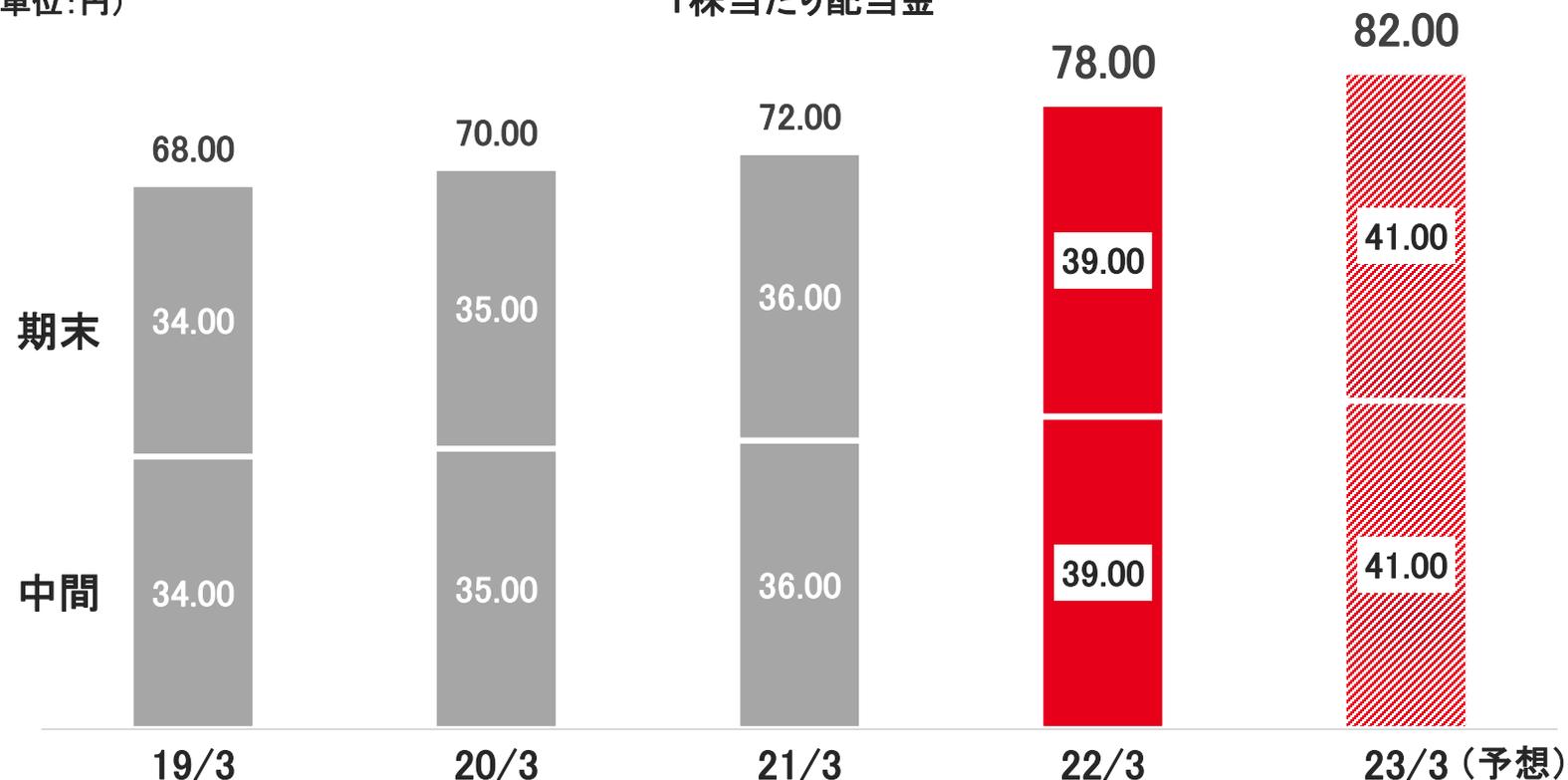
[総還元性向]

42.8%

上場以来、**13期連続増配** (予想含む)

(単位:円)

1株当たり配当金



年間4円
増配予定

将来見通しに関する注意事項

本書において提供される資料並びに情報は、本書の作成時点における予測等を基礎として記載されています。これらの記述のためには、一定の前提(仮定)を使用しています。これらの記述または前提(仮定)には、将来における既知または未知のリスク及び不確実性が内在し、将来において不正確であることが判明したり、将来実現しない可能性があります。

新しい情報、将来の出来事もしくはその他の事項により、見通し情報に更新もしくは改正が望ましい場合であっても、当社は、それを行う意図を有するものではなく、義務を負うものではありません。