

PALTACの価値創造

- 32 マテリアリティ(重要課題)
- 34 価値創造プロセス
- 36 中期経営計画 VISION 2024
- 38 リテールソリューション力の強化
- 50 ロジスティクスソリューション力の強化
- 60 システム機能の強化・デジタル化の推進
- 68 人財・組織の強化
- 74 環境への配慮
- 80 財務資本



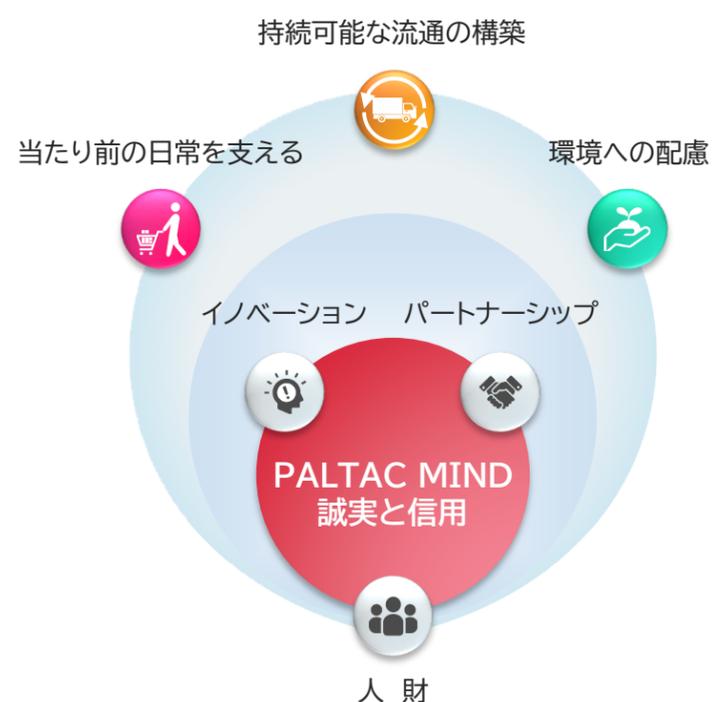
PALTACの持続的成長へのマテリアリティ(重要課題)

マテリアリティの考え方

様々な環境の変化に対応し、社会とともに持続的に成長していくために、当社が優先的に取り組むべき課題をマテリアリティとして特定しました。特定したマテリアリティは、当社の「成長の源泉(解決に取り組むことで当社の強みに磨きがかかり、さらなる成長の機会となり得る課題)」と「社会課題解決への貢献(当社の強みを活かして解決に貢献できる課題)」という大きく2つの観点で分類し、戦略策定や意思決定における重要な要素として位置づけ、事業活動を通じて解決を図っていきます。また、環境の変化を確実に捉え、必要に応じてマテリアリティの見直しを行っていきます。

マテリアリティの特定

新型コロナウイルス感染症の拡大をはじめ、社会環境が多様かつ複雑に変化するなか、中期経営計画(VISION2024)の策定に際して、マテリアリティの見直し・特定を行いました。特定に際しては、自社内での環境分析に加えて、当社の事業が主に国内市場を対象としていることから、「持続可能な開発目標(SDGs)を達成するための具体的施策(国内の施策)」(首相官邸HP公表)などを活用して、様々な角度から検討・分析を行い、当社の事業と関連性の高いものを抽出し、解決すべきマテリアリティを特定しました。中期経営計画においては、重点戦略を着実に遂行することでマテリアリティを解決し、持続的な成長を実現するとともにSDGsの達成に貢献していきます。



環境分析

特に重要な環境変化	当社への影響
少子高齢化	機会 <ul style="list-style-type: none"> 効率的な流通網に対するニーズの上昇 小売業のM&Aに対応できる全国流通網へのニーズの上昇 シニア世代の販売機会の増加 ヘルスケア市場の拡大 生活者ニーズの多様化・複雑化 データ活用の重要度上昇(販売提案・物流改善) 安心・安全な流通網に対するニーズの上昇 SDGs浸透による環境等に配慮した消費の拡大(エシカル消費) EC市場拡大に伴うお取引先様の課題増加 デジタルを活用した柔軟な働き方
労働人口の減少	
深刻化する配送課題	
コロナ・ニューノーマル	脅威 <ul style="list-style-type: none"> 市場縮小による価格競争の激化 小売業のM&Aによるバイイングパワーの拡大 サプライチェーンを支える業務の負担増加(製造・出荷・店舗作業等) 物流費(人件費・配送費単価)の上昇 ドライバー不足による商品の供給不安 外出控えや所得減少による消費の冷え込み 自然災害の増加による物流網の寸断 カーボンプライシングなどによる利益圧迫 デジタル対応への遅れによる競争力の低下
気候変動	
デジタル化	

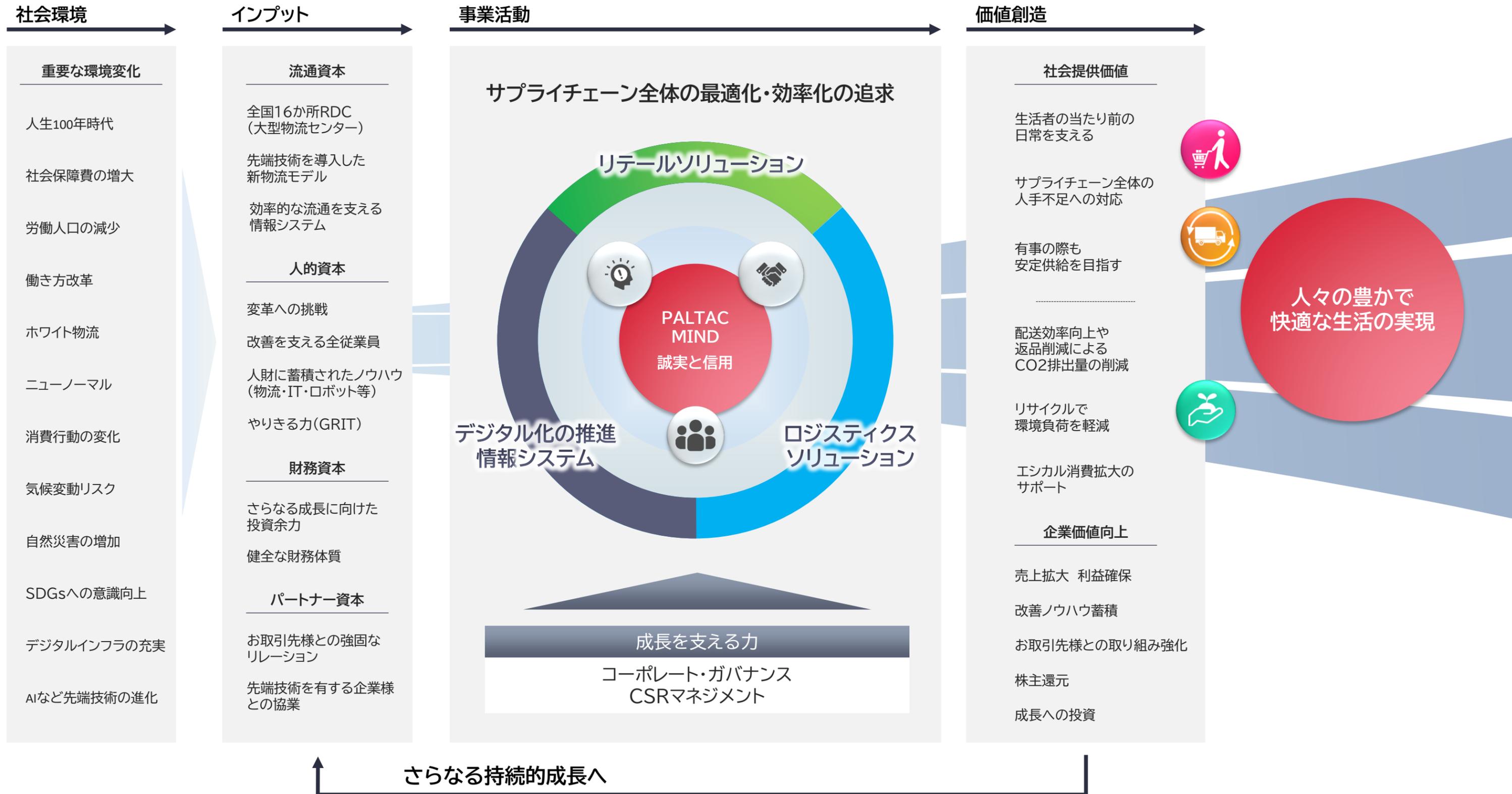
マテリアリティ

	強みを活かして解決すべき課題	解決を通じて自らの強みとすべき課題
マテリアリティ	当り前の日常を支える 持続可能な流通の構築 環境への配慮	イノベーション パートナースhip 人 財
SDGsとの関連	3 すべての人に健康と福祉を 最適化・効率化の取り組みにより、流通における過重労働を排除	5 ジェンダー平等を実現しよう 女性活躍はじめ、ダイバーシティ目線の業務改革を推進
	11 住み続けられるまちづくりを 生活必需品が“いつでも”“お手頃”に手に入る仕組みを維持・継続	8 働きがいも経済成長も 商品を持たない中間流通業にとって一人ひとりの成長が「成長の源泉」
	12 つくる責任 つかう責任 返品削減による廃棄物の発生防止 エシカル消費拡大のサポート	9 産業と技術革新の基盤をつくろう AI・ロボット等の先端技術を積極的に導入し、非連続の生産性向上に挑戦
	13 気候変動に具体的な対策を オペレーションの改善と同期したCO2排出量削減・リサイクルの取り組み	

PALTACの価値創造プロセス

PALTAC VISION 2024

『輝く未来へ』～ サプライチェーンとともに歩む ～



中期経営計画 VISION 2024

現在、業界全体を取り巻く環境は、労働人口の減少に加え、新型コロナウイルス感染症の流行や気候変動に伴う自然災害の増加など急速かつ複雑に変化しています。このような環境下において、人々の生活に欠かせない生活必需品を安定的にお届けする当社が担う使命の重要性はますます高まっていると考えています。

新たに策定したVISION2024では、お取引先様の幅広い課題に対応できる中間流通機能の強化に取り組むとともに、小売業様・メーカー様をはじめとしたステークホルダーの皆様との連携・協働を加速させ、社会のニーズに柔軟に対応することにより、持続的成長を果たしてまいります。

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

サプライチェーン全体の最適化・効率化を通じて

すべてのステークホルダーとともに持続的な成長を目指す



ESGの強化・SDGs達成への貢献

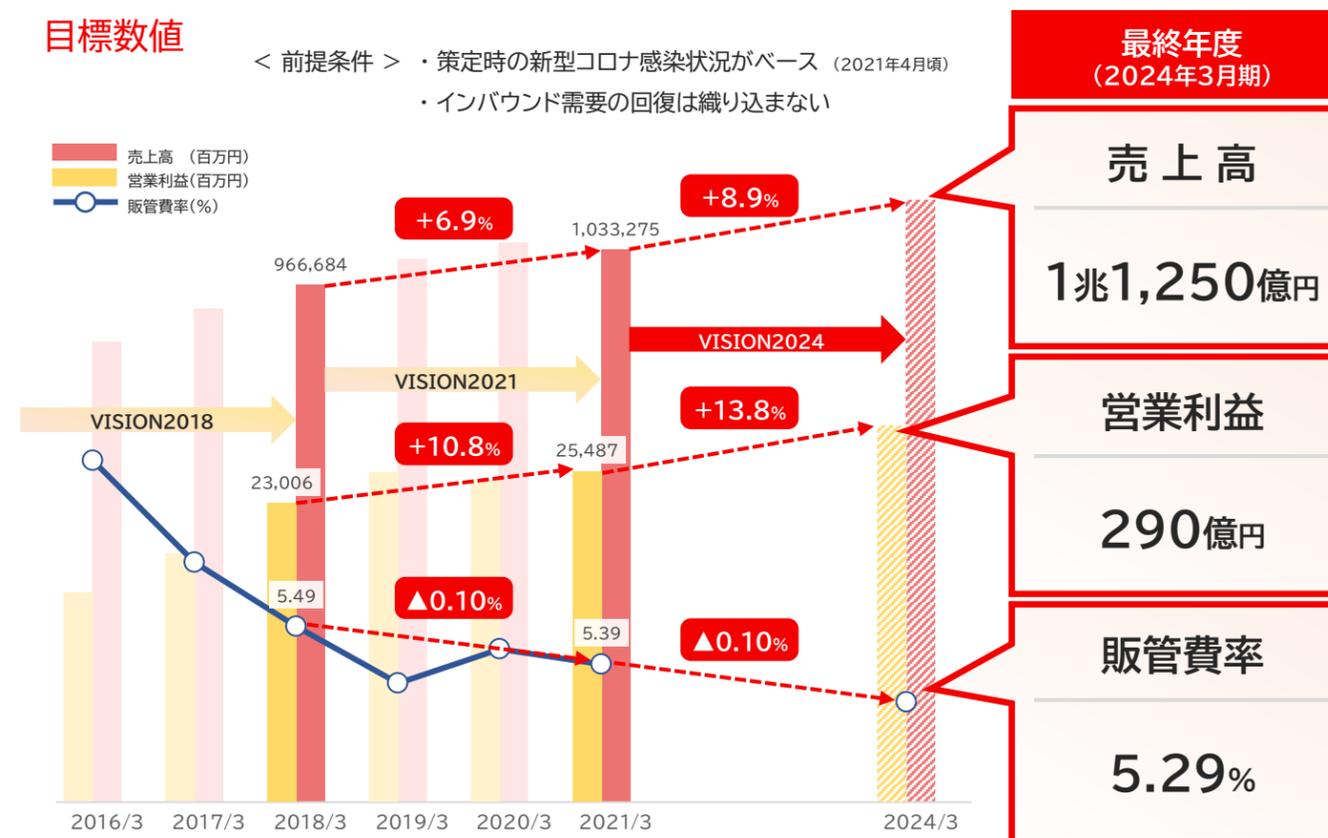
中計の位置づけ



対応すべき課題

労働人口の減少 コロナ・ニューノーマル 配送課題クローズアップ ESG・SDGs

目標数値



01

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



「ニューノーマル」と言われるような、従前の常識が通用しない変化が起こるなか、「商品が生活者にわたる現場（店頭）」を重視し、前回の中期経営計画において機能強化を目的に設置した店舗支援本部・SCM本部・EC事業部をはじめ各部門と営業部門との連携・協働により、マーチャндаイジングや生産性向上など流通全体の幅広い課題に対応できるソリューション力を強化してまいります。

対応すべき
環境の変化

労働人口の減少による店舗作業負担の増加
消費行動・販売チャネルの多様化

価値提供

小売業様の幅広い課題解決をサポート
生活者の当たり前の日常をより豊かに

重点施策

新機能(店舗支援・SCM・EC)の展開強化・MD機能の進化

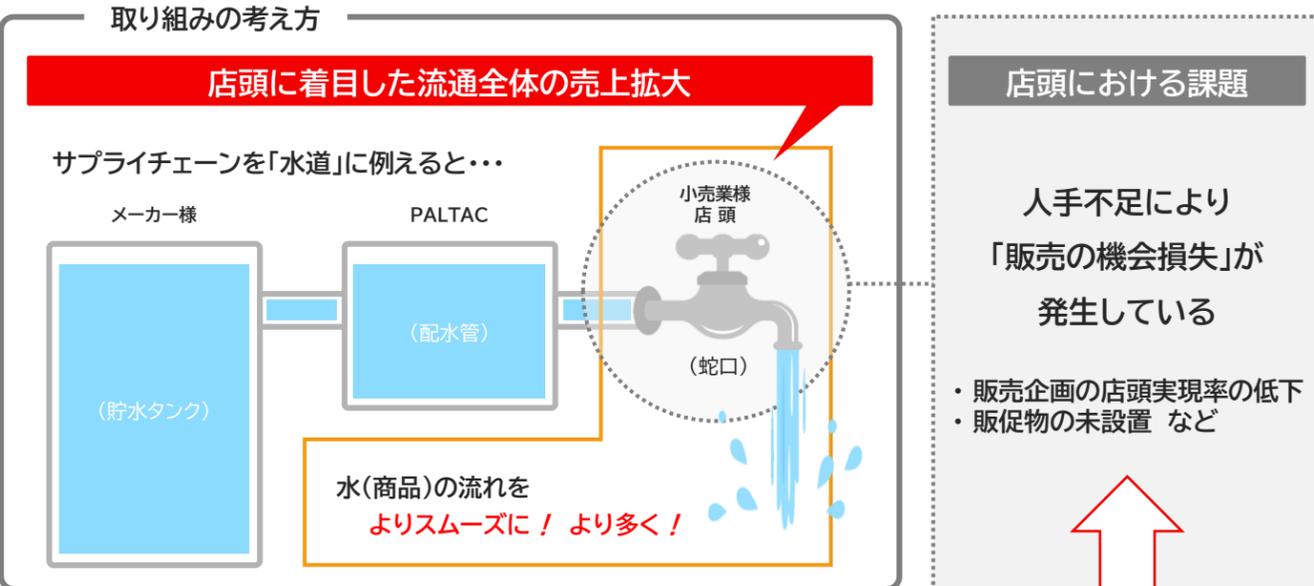
各機能の連携・協働により幅広い課題に対応



店舗支援機能の展開強化

モノが売れる現場(店頭)を起点に「売れる仕組み」を強化
流通全体の「売上拡大」を図る

人手不足の影響により、小売業様の店舗においては販売企画の店頭実現率の低下や販促物の未設置などによる「販売機会の損失」が発生しています。メーカー様が手掛けた商品をより多くの生活者の皆様にお届けするために、私たちは商品が生活者の手にわたる現場(店頭)に着目し人的リソースを配分しています。当社が、約250名からなる店舗支援専門の部署を持ち、スピーディーな店頭実現を可能にする「機動力」と、店舗活動を通じて得た「現場の活きた情報を効果的な商談につなげる逆提案」機能を活かして、小売業様とともに生活者にとって魅力的な店頭の実現に取り組んでいます。人手不足の環境下においても、ビジネスの旬を逃さない仕組みを構築し、流通全体の売上拡大を目指しています。



店頭における課題解決を実現する店舗支援機能の2つの強み

“機動力”

生活者ニーズの変化に対応できるスピーディーな店頭展開が売上拡大のカギ

0.9 日

1,000店舗の販促企画の店頭実現に要する期間

“逆提案”

生活者の動向や売場の変化・改善点等の情報が効果的な商談活動につながる

1,700 件

1日で収集できる現場の活きた情報・気づきの数

活動事例：新商品の早期立ち上げ(CM・WEB販促との連動) 販促物の設置支援 ゼロベースの売場提案 など

「売れる仕組み」をデジタルで強化

2つの強みに加えて、連携・協働による効果的な店頭活動を実現するため、店舗作業の進捗状況や売れ行き情報などを小売業様・メーカー様・当社の3者で共有できる情報連携プラットフォーム「PITシステム」を構築しています。

PITシステムにより、これまで把握しきれなかった詳細な店頭状況(陳列場所・販促物の有無など)をリアルタイムで共有することができ、各店舗の展開状況を踏まえたPOS分析等、より精緻な効果検証が可能となります。精緻な効果検証に基づく販促提案や好事例の水平展開をスピーディーに行うことで、店頭の販売機会の損失を削減し、さらなる売上拡大につなげていきます。

スピーディーかつ効率的な店頭活動を実現



また、PITシステムには当社の店舗支援担当がスマートフォン1つで活動内容の把握や報告・逆提案を行える機能を搭載しているため、効率的かつ働きやすい環境づくりにもつながっています。

■ 店舗支援機能+PITシステムによる販促活動への効果

販促活動の流れ	従来 (営業担当のみ)	現在 (営業担当 + 店舗支援機能 + PITシステム)
商談	企画提案 ⇒ 企画採用後、商品・販促物手配等	企画提案 ⇒ 企画採用後、商品・販促物手配等 ⇒ 店舗巡回計画の策定 (誰が、いつ、どの店舗を巡回するか)
店頭実現	当社営業の店頭確認は 定点訪問の数店舗のみ	計画的な店舗巡回により店頭実現をフォロー (商品一斉展開・販促物の完全設置 等) PITシステムで展開状況をリアルタイムで確認 (店頭状況に対するコメントや画像・動画)
効果検証	各店舗の展開状況が不明瞭なままPOS分析を実施(精度の低い効果検証)	各店舗の展開状況を把握したうえでPOS分析を実施(精度の高い効果検証)
展開状況の確認	販売個数が低い店舗等を訪問し分析結果の要因を特定 ・企画どおりに商品が陳列されていない ・販促物が付いていない 等	(展開状況はリアルタイムで確認済み)
従来の課題	・機会損失が発生 ・精緻な効果検証が困難 ⇒ 打ち手が後手になる	現在の効果 ・計画的な店舗フォローにより機会損失を削減 ・精緻な効果検証による、効果的な販促提案が可能 ⇒ “売れる販促サイクル”をつくる

精度の高い分析結果を活かし、スピーディーかつ効果的な販促提案を実現

ムリ・ムダ・ムラを解消し、流通全体のコストを利益化

世界的に見て、日本の生産性は低いと言われています。同様に流通業界においても、「ムリ・ムダ・ムラ」が存在しており、生産性改善のチャンスがあると考えています。当社のSCM機能は、強みであるデジタル技術に基づくデータ分析、マーチャндаイジングノウハウなどを活用し、店頭を起点に「ムリ・ムダ・ムラ」を見つけ出し、これを解消することで流通全体を視野に「生産性向上」と「コストの利益化」を追求しています。

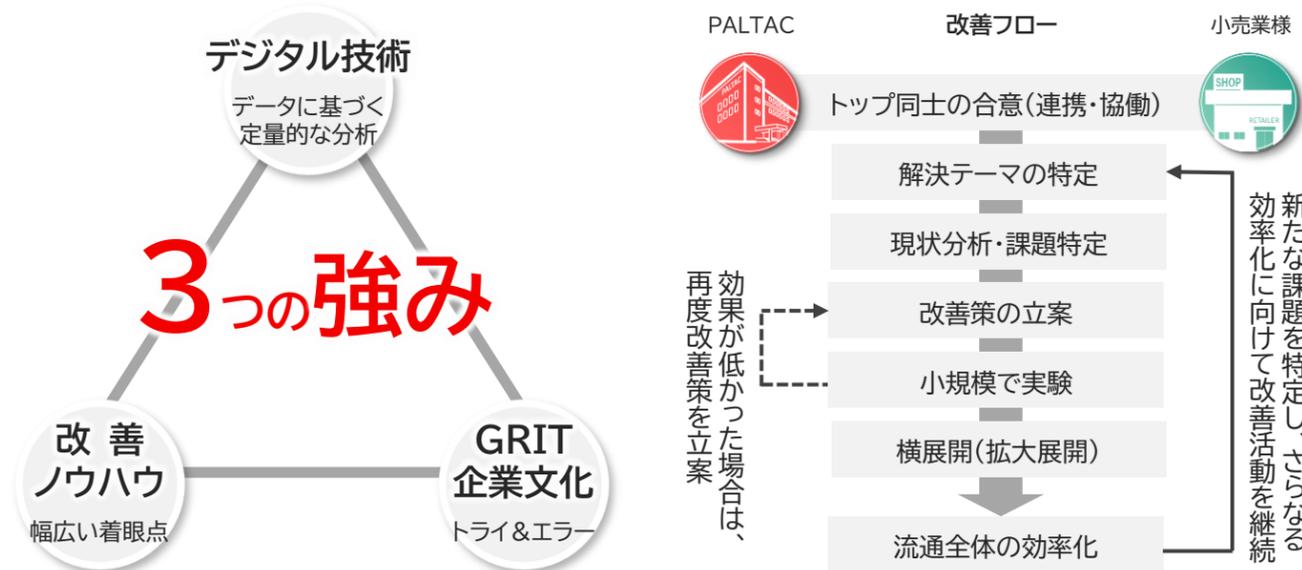
この取り組みは、流通に携わるそれぞれの企業のコスト削減や利益拡大に止まらず、リーズナブルな価格での商品提供やより良い売場づくり・接客による生活者の満足度向上、配送効率化によるCO2削減など、ESGやSDGsにつながる活動となっています。

強みを活かして、効果の最大化を図る

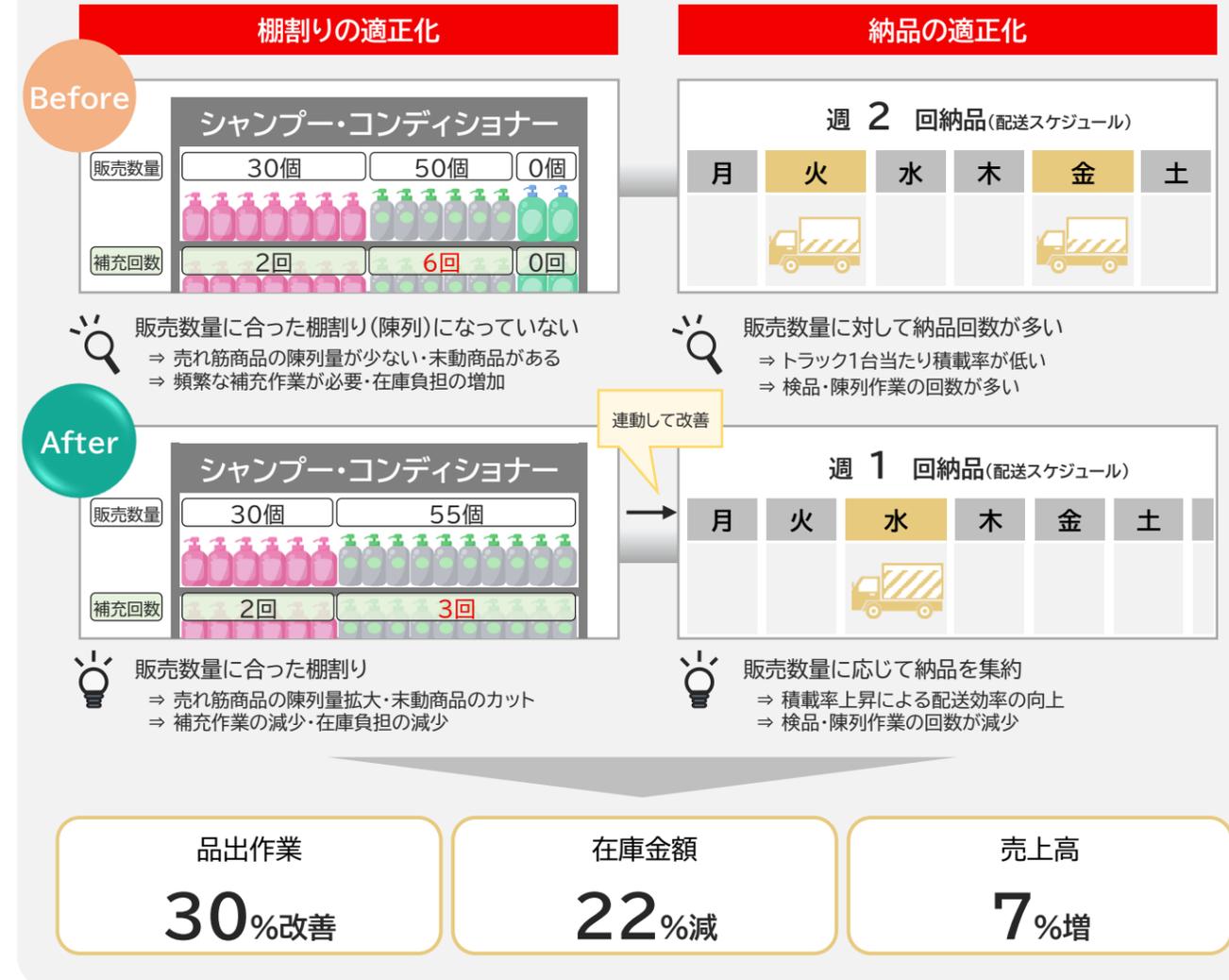
「ムリ・ムダ・ムラ」の解消は、課題の可視化から始まります。まずは、販売・在庫データや店内作業の動画データなど、あらゆる側面からデジタルを駆使して、課題を「見える化」したうえで、仮説・検証を繰り返し無駄な作業を削減していきます。一度の検証で成果が出ない場合もありますが、当社が長年培ってきた生産性向上に対する「改善ノウハウ」や、当社社員に備わる「やりきる力(GRIT)」といった強みを活かして継続的な改善活動に取り組むことで、効果の

最大化を図っています。

現在、当社売上高の45%を占める小売業様との協働取り組みを進めており、好事例も着実に生まれています。取り組みにあたっては、お互いのトップ同士が参画し、前向きな姿勢で、広範囲かつ一歩踏み込んだ取り組みを継続することで、小売業様への利益貢献、そして信頼獲得による取引関係の強化につなげていきます。



店舗における改善取り組みの事例



小売業様の「コスト利益化」を起点に、流通全体の最適化・効率化を推進 三方よしの効果を狙う



ニーズの激変に対応した鮮度の高いMD提案を実現

生活者のニーズが激変する環境下では、前例どおりのMDが通用しなくなっており、効果的なMD提案を行うためには、タイムリーかつ、より多くの情報収集と取捨選択が必要になります。

社内外の連携によって、生活者との接点である店頭の情報や市場全体を見渡したマーケティング情報、そして業界トップの当社が持つ膨大なデータを活かして、生活者のニーズを満たす新たな商品の調達などを行い、鮮度の高いMD提案を実現しています。



エシカル消費の拡大

気候変動による自然災害や海洋汚染など社会課題が深刻化するなか、環境などに配慮された商品への注目が高まっており、メーカー様から市場に投入される環境配慮型商品の数は年々増加傾向にあります。当社は、中間流通を担う立場から、生活者の皆様がこれらの商品を選んで購入する「エシカル消費」の拡大に取り組んでいます。

エシカル消費の拡大には、成分へのこだわりや環境に配慮された製造方法など、商品が持つ付加価値をわかり易く伝える工夫が欠かせません。当社は、これらの商品を単に店頭と並べるだけでなく、デジタル販促ツールの活用や環境にフォーカスした商品展開など、商品の価値が伝わりやすい売場作りに取り組んでいます。エシカル消費の市場規模は、SDGsの浸透などを背景に今後拡大することが予想されます。既存商品の販促強化に加えて、新規商品の取り扱い強化を図り、エシカル消費の拡大を通じて、持続可能な流通サイクルの構築に貢献します。



環境にやさしい商品を集めた売場提案



映像と音声で商品の価値をわかり易く伝える(デジタルPOP)

環境配慮型商品の開発

エシカル消費の拡大に向けた新たな取り組みとして、資源循環を促進する素材・商品開発等を行う企業様と協働で廃棄プラスチックを原材料に使用した環境配慮型商品を開発しました。メーカー様が手掛ける商品に加え、当社自らも商品開発に携わり、積極的に「生活者の皆様が身近に環境貢献を実現できる付加価値の高い商品」の流通拡大に貢献していきます。

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

- ⑤ リサイクル素材
- ⑤ エコマーク認定取得
- ⑤ バージンプラスチックのみで作られたゴミ袋に代えて、本製品を使用いただくことにより廃プラスチック量を削減

詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリリース文書をご参照ください。
2021年10月14日:「プラごみを減らせるゴミ袋」の取り扱い開始に関するお知らせ

サステナブレラ(つかいすてない傘)



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

- ⑤ リサイクル素材
- ⑤ 石突は安全なフラット設計
- ⑤ 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でリサイクルも可能
- ・骨部分は強化プラスチックを使用 壊れにくい仕様

詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリリース文書をご参照ください。
2022年4月27日:つかいすてない傘「サステナブレラ」の取り扱い開始に関するお知らせ

TOPIC

「サステナブレラ」の新商品記者発表会を開催

2022年4月27日、株式会社サエラ、株式会社TBMとともに、サステナブレラの新商品記者発表会を開催しました。ビニール傘は年間約6,000万本、1日当たり約10万本以上廃棄されています。再生材料の活用等により循環型社会を目指すという3社の共通の想いから生まれた「サステナブレラ」の流通拡大を図ることで、ビニール傘の新しいスタンダードの創出に挑戦していきます。

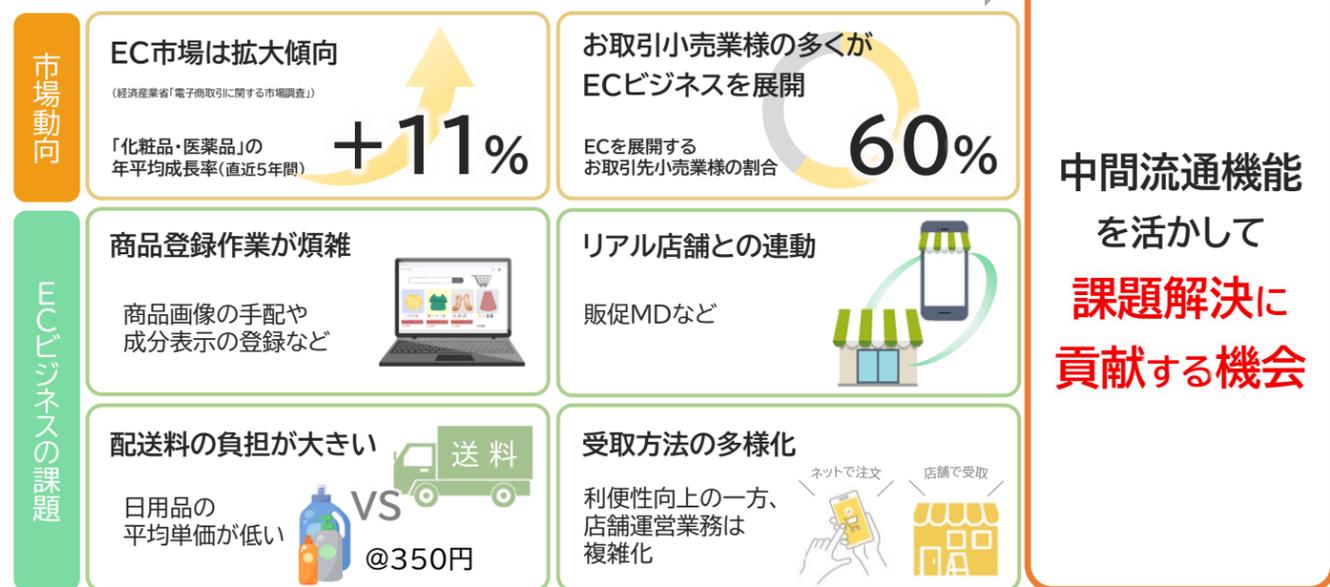


記者発表会の様子(リアル&オンライン同時開催)
左からPALTAC: 山田恭嵩 専務執行役員、
サエラ: 山本健 代表取締役社長、TBM: 山口太一 執行役員CSO

ECに特化した中間流通ならでのサービス提供に挑戦

EC市場の拡大はコロナ禍でさらに加速し、当社の主要なお取引先様においても積極的なECビジネスの展開を進めています。しかし、リアル店舗とは異なる様々な課題が存在しており、小売業様の悩みの1つとなっています。当社は、ECビジネス特有の課題に対して、中間流通機能を解決手段として役立たせたいと考え、専門部署を設置しECに特化したサービス提供に挑戦しています。

■ ECビジネスにおける環境分析



中間流通ならでの4つのサービス提供

お取引先様が抱えるECビジネスにおける課題を解決するため、EC特有の消費行動に関する「情報提供」や「商品・販促企画」に加えて、ECサイト全般の「運営サポート」を行っています。

また、小売業様と協働で課題解決に取り組みやすい組織体制を構築しています。これまでは、1人の担当者がリアル店舗とECを兼任していましたが2021年1月にECの専門部署(EC事業部)を立ち上げ、より高いレベルの課題解決に取り組んでいます。リアルとECの融合(オムニチャネルなど)にも対

応するため、リアル店舗の担当者との連携を図りつつ、生活者の消費ニーズに対応するお取引先様にお役立ちできるよう取り組んでいきます。

情報提供	売れ筋商材や販売の好事例など
商品企画	バンドル品やアウトレット品(廃番品)の提案/EC専売品の開発
販促企画	目的購買のキッカケ作り(サイト内に気づきを与える告知掲載など)
運営サポート	ECサイト運営業務全般の支援活動



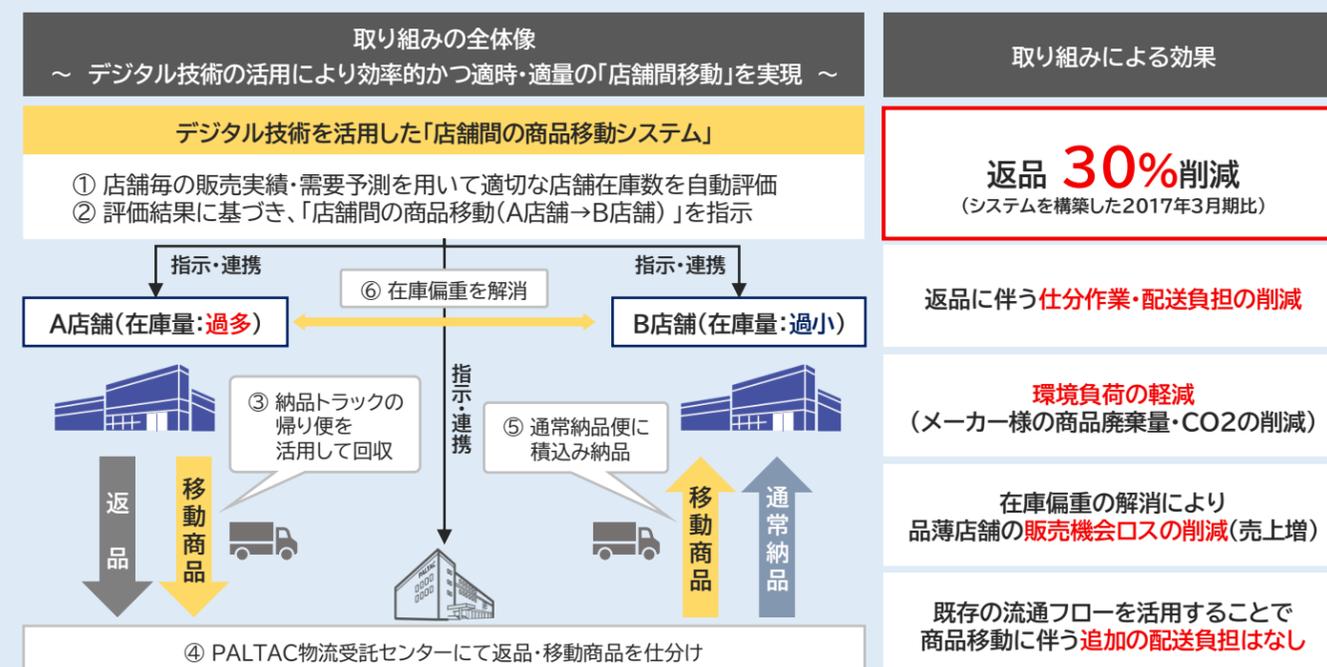
サプライチェーン イノベーション大賞 2022 「優秀賞」を受賞 ～ 返品削減及び在庫偏重解消による販売機会ロスの削減 ～

2022年7月8日、製・配・販連携協議会より、株式会社薬王堂様と協働で実施しました「返品削減及び在庫偏重解消による販売機会ロス削減」の取り組みを評価いただき、「サプライチェーン大賞」の「優秀賞」を受賞しました。

今回の取り組みは、需要予測アルゴリズムなどデジタル技術を活用した「店舗間の商品移動システム」

を共同開発したことで、店舗間の商品移動に要する作業量・時間を大幅に圧縮し、「商品の適時・適量の店舗間移動」による返品及び販売機会ロスの削減を可能にしました。

【本取り組みに関連する主なSDGs】



詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリリース文書をご参照ください。2022年7月11日:「サプライチェーンイノベーション大賞 2022」の受賞に関するお知らせ

過去の「サプライチェーンイノベーション大賞」受賞取り組み



株式会社スギ薬局様・ライオン株式会社様と協働で実施しました「オープンな製・配・販の連携で在庫適正化と返品削減」の取り組みを評価いただきました。

詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリリース文書をご参照ください。2021年7月12日:「サプライチェーンイノベーション大賞 2021」の受賞に関するお知らせ



株式会社薬王堂様、ユニ・チャーム株式会社様と協働で実施しました「キャリアを活用した一貫ユニットロード化」の取り組みを評価いただきました。

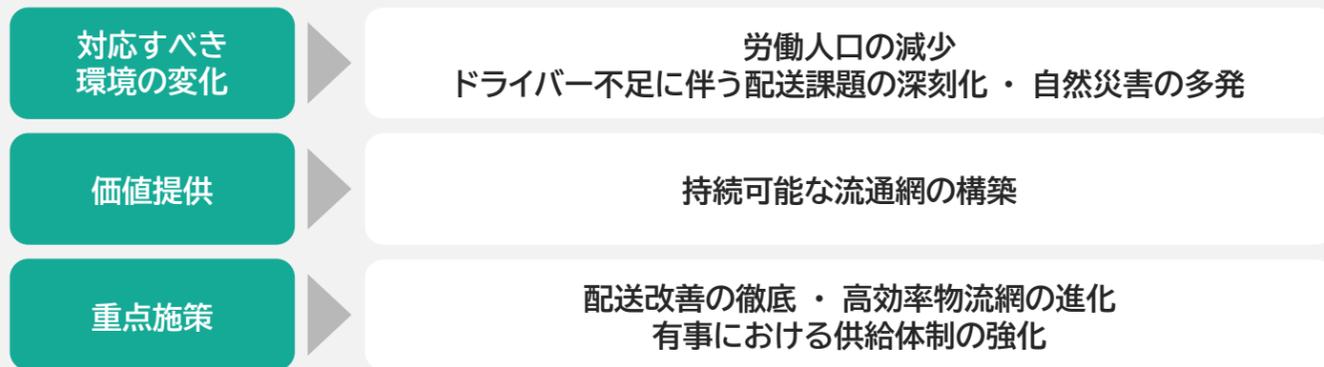
詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリリース文書をご参照ください。2020年7月6日:「サプライチェーンイノベーション大賞 2020」の受賞に関するお知らせ

02

「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



当たり前の日常を支える「安心・安全」を基本に据え、高効率のロジスティクス機能を引き続き強化してまいります。既存センターにおける継続的な改善を進めるとともに、「新物流モデル」を活用した新センター建設により出荷キャパシティ拡大を進めてまいります。同時にホワイト物流など、「配送課題」の解決に向けた取り組みを進めてまいります。



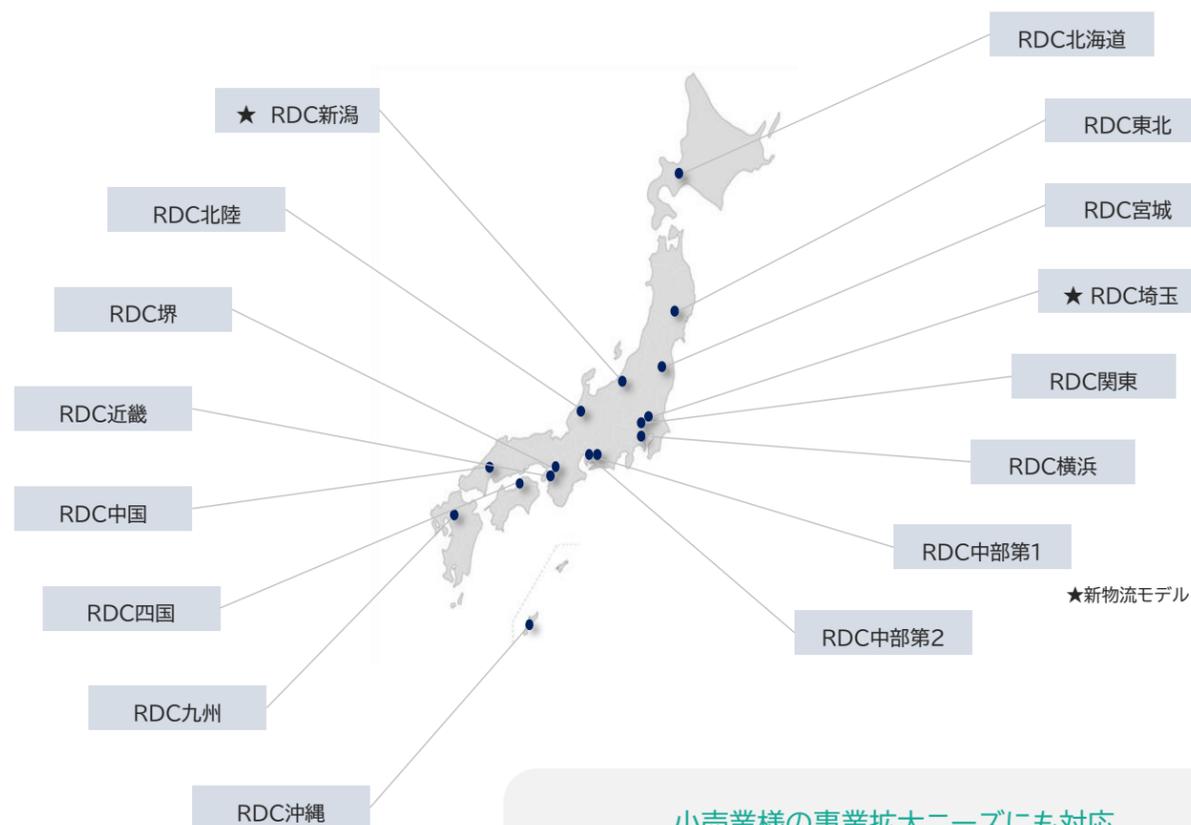
物流インフラのレジリエンスを高める



高効率・大型物流センターを展開

当社は、生活者の皆様のお手元に商品が届くまでのサプライチェーン全体の最適化・効率化を目指しており、センター内の効率化はもとより、当社を活用いただくことで、流通プロセスのムダを排除し、小売業様・メーカー様・配送業者様の生産性向上にも貢献したいと考えています。そのような考えに基づき、RDCの土地・建物を自ら所有し、流通サービスを第一に考えた、建物と庫内の設計を自社ノウハウで実施しています。また、全国16か所に配置したRDC流通網により、どこのエリアにおいても安定した高品質の流通サービスを提供しています。

全国16か所に配置したRDC流通網

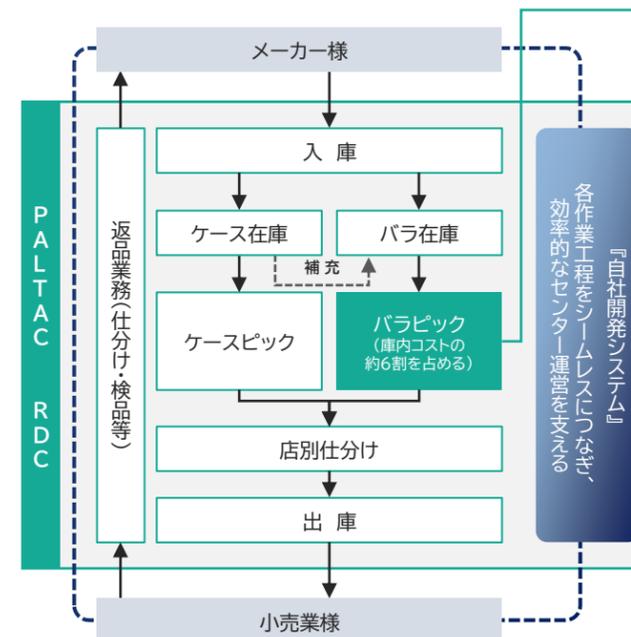


小売業様の事業拡大ニーズにも対応
 全国RDC流通網は、積極的な新規出店やM&Aによる小売業様の急激な商品の取扱量増加・展開エリア拡大にも対応することができます。

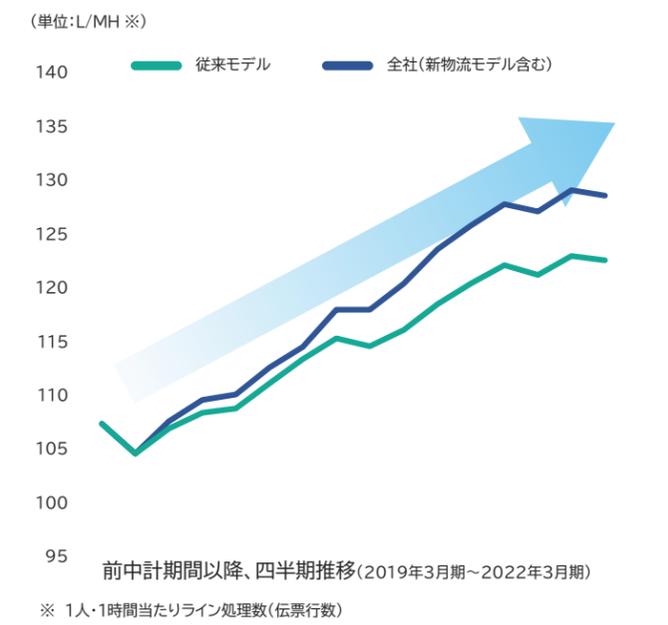
継続した既存センターの改善強化

当社は、物流センターの庫内設計及びマテハンを動かすITシステムを内製化し、複雑な作業工程をシームレスにつなぐことで効率的なセンター運営を実現しています。また、多岐にわたる作業工程に応じたコストや生産性を「見える化」しています。それにより、精緻なデータをもとに作業単位でボトルネックを改善する活動を継続的に進め、センター全体の生産性向上を図っています。さらに、改善提案アンケート等の活用による現場の社員・パート従業員を起点としたボトムアップでの活動を進め、全社一丸となって改善に取り組んでいます。今後におきましても、庫内コストの約6割を占めるバラピックをはじめ、入庫や補充などセンター内作業の改善活動を強化するとともに、社内外の連携・協働を通じた「流通全体を視野に入れた改善」を進め、当社の利益創出力を支える既存センターのさらなる生産性向上に取り組んでいきます。

■ RDC(大型物流センター)の主な作業工程



バラピック生産性



“仕組み”を生み出す力

センター内の効果的な改善活動を支える内製化は、事業環境の変化に合わせて最適なマテハン機器の導入やITシステムの「仕組み」を柔軟に変えることを可能としており、これにより、継続的な生産性の向上を図っています。また、内製化により、ローコストで対応できることに加え、流通業でありながら特許を取得(18件)するなど、ノウハウをさらに蓄積することで、新たな仕組みを生み出す原動力にもなっています。

自社開発を支える人財



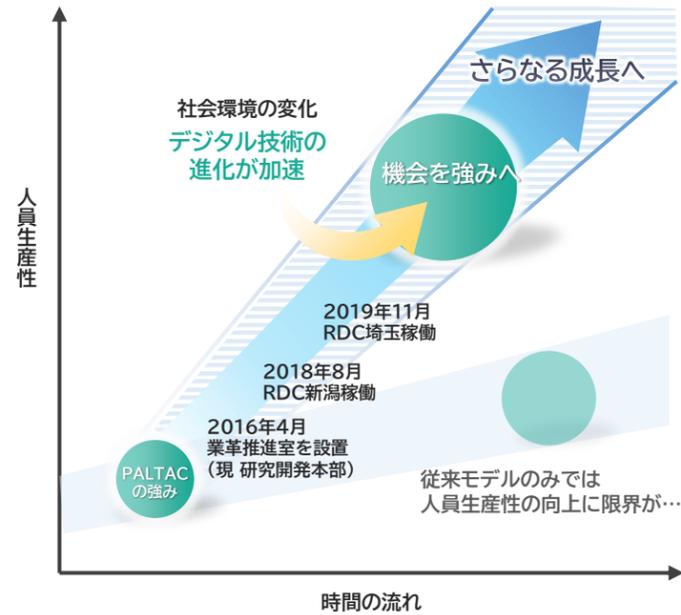
特許取得件数



人員生産性のさらなる向上に挑戦

AIやロボットなどのデジタル技術の進化が加速するなか、当社は、この環境変化を流通効率化によるさらなる成長の機会と捉え、2016年4月に業革推進室(現 研究開発本部)を新設し、先端技術の知見獲得に着手しました。そして、当社がこれまで築き上げてきたローコスト物流のノウハウと先端技術の融合により、飛躍的な生産性向上を図る新物流モデルの確立に挑戦してまいりました。第1弾となる「RDC新潟」が順調に稼働したことに伴い、2019年11月に第2弾となる「RDC埼玉」を稼働させました。RDC埼玉においても、着実に生産性向上を果たし、2020年10月以降は、目標としていたバラピッキング生産性従来比2倍を安定的に実現しています。

今後につきましては、さらなる運用改善に取り組むとともに、新センターの建設を進め、現在10%程度である新モデルの出荷比率を向上させ、高効率物流網の強化を図るとともに、売上成長を支える出荷キャパシティを確保していきます。



RDC埼玉

出荷キャパシティの拡大・新モデルの出荷比率拡大を目指す

中期経営計画 3か年投資計画
(2022年3月期～2024年3月期)

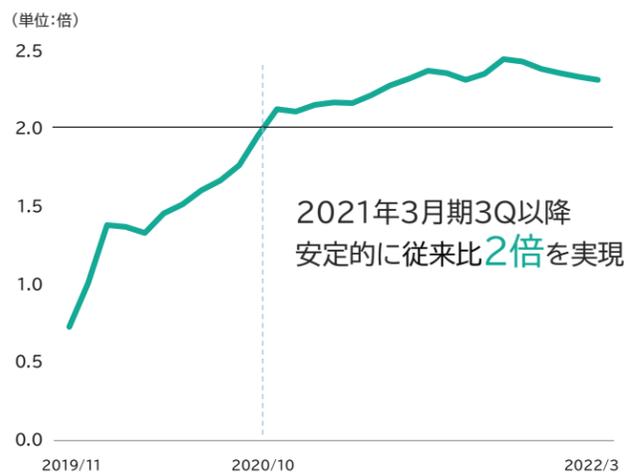
300億円

【投資エリア】

東北・関東・関西・九州

中計期間においては、「栃木物流センター」を2023年2月に稼働予定

RDC埼玉 バラピッキング生産性 従来比



新物流モデル 生産性の向上と人に優しいセンター運営を実現

【バラピッキング】
作業エリアまで自動で流れてきた商品をピッキング
作業割合
歩行 0% : ピック 100%



(従来モデル)
買い物をするように商品の所まで歩いてピッキング
作業割合
歩行 50% : ピック 50%



【自動入庫検品】
パレットに積まれた商品を検品レーンに投入するだけで自動で検品が完了
⇒フォークリフト作業が不要なので安全
⇒レーン搬送中に検品が完了することでドライバーの荷降ろし時間を削減



【ケースピッキングロボット】
マスターレスで商品を判別
⇒煩雑な登録作業が不要



【ケースローディングロボット】
ケースを出荷マテハンに自動で積み付け
⇒重労働からの解放



【ピースピッキングロボット】
難易度の高いピースピッキングの自動化にも挑戦



「栃木物流センター」を建設

当社の最大市場である関東エリアにおける出荷能力の拡大と生産性向上を目的として、株式会社カワチ薬品様の物流を受託する「栃木物流センター」の建設を進めています。

本センターは、新物流モデルを導入しており、既に新物流モデルで稼働している「RDC新潟」「RDC埼玉」で培った運営ノウハウを受託センターに展開していきます。

また、カワチ薬品様の専用センターとして運用することで、カワチ薬品様の店舗立地や配送計画

等に適した効率的な流通を構築するとともに、両社の連携・協働を深化させることで、商品流通網を活かした効率的な資源ごみのリサイクルなど、環境負荷の軽減にも取り組んでいきます。



「栃木物流センター」所在地：栃木県下都賀郡野木町

投資金額 : 233億円 稼働予定 : 2023年2月

配送改善への挑戦

ホワイト物流の推進と配送費上昇への対応を同時に実現

運送業界における労働時間の上限規制を起因とする2024年問題が目前に迫るなか、ホワイト物流の推進など、ドライバー不足に端を発する配送危機への対応が加速しています。生活必需品をお届けする当社にとって、配送費単価の上昇だけではなく、安定した商品供給が継続できなくなる可能性があるなど、配送改善への挑戦は重要な課題であると認識しています。持続可能な流通の構築に向けて、対症療法ではなく原因療法となる流通全体を視野に入れた取り組みを協働で進めていきます。

また、取り組みを進めるに際しては、サプライチェーンのCO2排出量削減効果も狙っています。

■トラック輸送に関する課題は深刻化



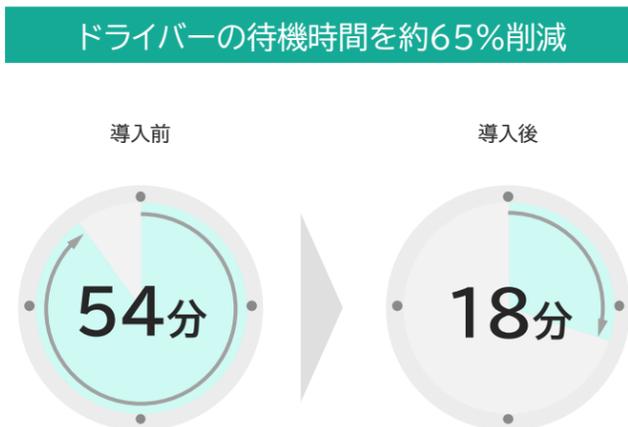
取り組みのポイント：積載効率の向上・空車率の低下・ドライバーの拘束時間の削減など

狙う効果	PALTAC(荷主)	配送業者様	ドライバー様	環境
	配送費コントロール	収益改善	所得の増加 労働環境の改善	CO2排出量の削減

入荷予約システムの活用

2021年3月までに全国主要物流センターに自社開発の入荷予約システムを導入しました。これにより、センター前での順番待ちが解消されたことで、ドライバーの待機時間を約65%削減することができました。また、データ化された入荷予約状況に基づいた計画的な人員の適正配置により、庫内作業の効率化も実現しています。

今後は、入荷予約システムを活用していただける配送業者様の拡大と、運用改善を図り、さらなるホワイト物流の推進と生産性の向上に取り組めます。



配送効率化の取り組み

配送効率化は今に始まった取り組みではありませんが、納品先や物量などの状況は常に変化しており、ある時には最適であった仕組みがいつまでも最適ではなく、柔軟な発想で継続して取り組むことが重要となります。現在は、配送業者様・ドライバー様・荷

主である当社・環境の「全員がメリットを共有できる仕組み」「積極的な情報共有」を合言葉に、全国の現場担当者が参加する配送革新プロジェクトを立ち上げ、配送距離の短縮、空キトラックの活用、共同配送など、様々な取り組みを全社一丸となって進めています。

配送革新に挑戦する現場の声

「連携・協働」と「三方よし」の精神で社会課題の解決に全員で取り組む



九州支社
RDC九州 物流部
デリバリー担当 係長
永淵 徹

Q：現場で感じる配送における問題を教えてください。

やはり一番は「ドライバー不足」です。5年前はそうでもなかったのですが、急なトラック手配が必要になった場合、10社依頼しても1~2社しか回答を得られないのが現状で、毎回苦労しています。また、ドライバーさん1人当たりの運行数も多くなっていて、ドライバーさんの負担は年々大きくなっていると感じています。

Q：プロジェクトを進めるにあたって気を付けているポイントがありますか？

基本理念である「三方よし」の精神を大切にしています。当社だけでなく、小売業様・配送業者様にもメリットが生まれるように心掛けています。仮に、配送業者様から、コスト削減の提案をいただいた場合も小売業様にもメリットがあるのか全体最適を考えて対応をしています。また、改善にあたっては、視野を広く持つことと相手先の考えを正しく認識するため、社内外問わずたくさんの方とコミュニケーションをとることを心掛けています。

Q：プロジェクトの推進を通じてご自身に変化はありましたか？

他支社の改善活動や成功事例を知ることができましたので、視野が広がったように思います。始まった当初は配送コストを下げることにばかりに固執していましたが、「ドライバー不足」という業界の共通課題の解決が重要だと再認識でき、考え方の幅も広がりましたし、取り組みの意識レベルも上がったように思います。

Q：今後の意気込みを教えてください。

「2024年問題」が迫るなか、「三方よし」の精神でドライバーさんの業務負担軽減をテーマに取り組みたいです。現在の契約単価は変えずに、当社の運用を工夫することで、ドライバーさんの業務負担が軽減できないか検証しています。うまくいけば、ドライバーさんの生産性が上がり、結果的に収入増加にもつながらないかと考えています。こういった取り組みを継続することで、より効率的な仕組みを構築し、今度は九州の改善が全国の成功事例になれるよう頑張っていきたいです。

非食品・食品の一括物流に挑戦

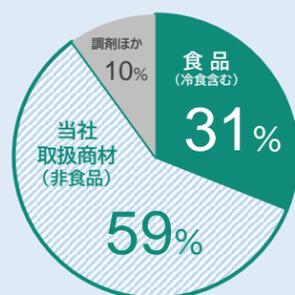
株式会社薬王堂様との協働で、従来別々に行っていた非食品(化粧品・日用品など)と食品の物流を一括で行うことに挑戦しています。

当社売上の約6割を占めるドラッグストアでは、生活者ニーズの高まりから食品の取り扱いを拡大しています。それに伴い、物流効率化に対するお取引先様のニーズも高まっており、非食品と食品の一括物流への挑戦は、当社の物流ノウハウを活かして課題解決に貢献できる大きな機会と捉えています。

一括物流による配送の効率化に加えて、当社が非食品で培ってきた物流ノウハウ(カテゴリ納品※等)を食品に展開することで、従来の領域を超えた流通全体の効率化に挑戦します。

本取り組みを通じて、ドライバー不足への対応やCO2排出量の削減など社会課題の解決に貢献するとともに、食品における物流の特性や、効率的な運営ノウハウなどの知見獲得に努め、新たな事業領域の拡大に挑戦できる基盤強化を図っていきます。

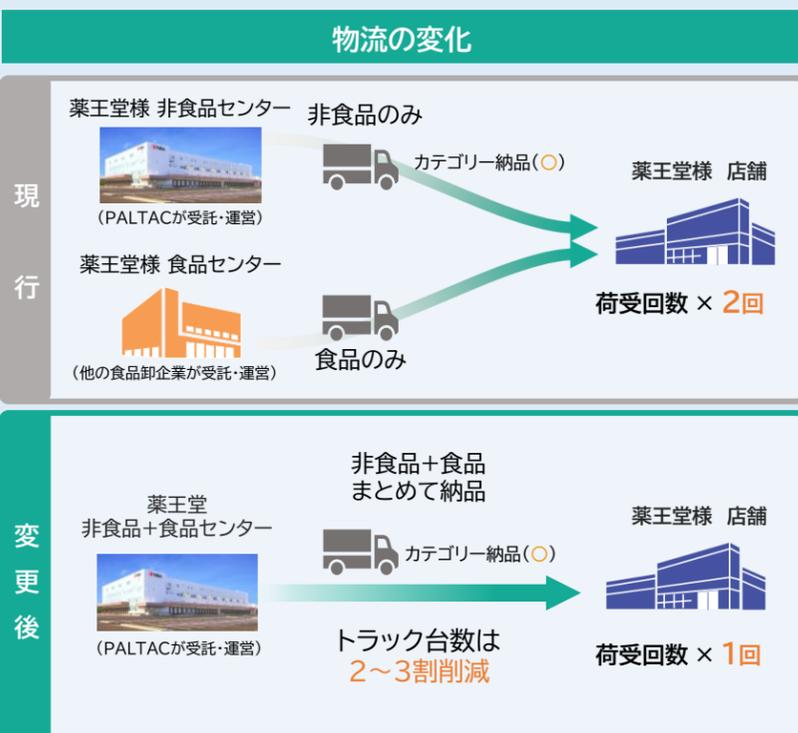
ドラッグストア市場 商品分類別 売上高構成比



出典: 経済産業省 商業動態統計(2021年4月~2022年3月)

「RDC宮城」の出荷能力を拡充して対応
年間出荷能力: 350億円 ⇒ 550億円 投資金額: 40億円
2024年9月本格稼働

物流の対象
南東北エリア・常温食品



期待する効果

店舗作業の負担軽減

- ・ 荷受回数の減少(2回⇒1回)
- ・ カテゴリ納品による陳列作業の効率化

配送費の削減・ホワイト物流の推進

- ・ 配送に要する人員、トラック台数は2~3割削減

環境負荷の軽減

- ・ トラック台数の削減によるCO2排出量の削減

※ カテゴリ納品: 店舗の売場レイアウトに合わせて、カテゴリ毎に商品进行分类して納品すること。商品陳列時の移動距離を削減し、店舗作業の負担軽減につながる。

BCP

有事の際にも安定供給を実現する「安心・安全」の物流基盤を強化

当社は、人々の暮らしになくてはならない「生活必需品」を、どんな時も確実にお届けすることが使命であると考えており、平時はもとより有事の際にも安定的に商品をお届けするため、自然災害をはじめとした様々な課題に対応できる物流基盤の強化を進めています。災害発生時の経験を常にBCPに反映し、設備の強化はもとより、最適な運用を構築することで、日々の暮らしを豊かにする商品が“どんな時でも”“お手頃”に手に入る。そんな当たり前の日常を支える「安定供給」の維持・継続に取り組んでいきます。

BCPを支える機能



免震構造

地震による影響を最小限に抑える構造を採用



非常用自家発電装置

災害時に3日間のセンター稼働が可能



サーバー二重化

有事の際も停止しないシステムを構築



相互出荷体制

一つのセンターが出荷不能に陥っても他のセンターから代替出荷対応が可能

災害発生時の組織体制の構築

震度6弱以上の地震発生などの場合には、直ちに災害状況を把握し必要に応じて、「災害対策本部」を原則として、本社に設置します。

2011年3月の東日本大震災や2021年2月・2022年3月の福島県沖地震発生時にも、地震発生直後に災害対策本部を立ち上げ、被災地域の従業員及びその家族の安否、被災状況の確認を速やかに行うとともに、事業継続に向けた様々な対応を本部が中心となり推進しました。

災害対策マニュアルの整備

あらかじめ被害想定、事前対策、災害時の業務、非常時の組織体制などについて、具体的内容を示したマニュアルを作成し、全従業員に周知徹底しています。



「災害対策整備基本マニュアル」



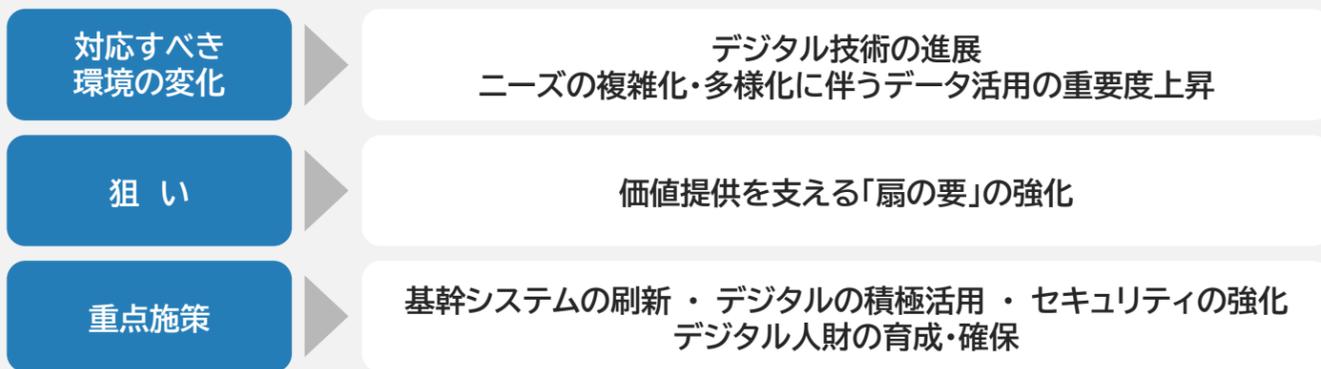
「地震初動マニュアル」



03

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

当社の価値提供の仕組みを支えるシステム機能の強化は、生産性及び対応スピード向上を実現するためには欠かすことができない「扇の要」です。増大するサイバーリスクに対応するためのセキュリティ強化はもとより、基幹システムの刷新やデジタル人財の育成・確保などにより、守りから「攻めのIT」へ転換を進め、急速に変化する現場ニーズに対応してまいります。さらに、業務の効率化や提供価値の向上など、将来のデジタルトランスフォーメーションに向けた体制を強化してまいります。



DX推進

流通全体の革新的な生産性向上の実現へ

当社はデジタル技術を活用した流通全体の革新的な生産性向上こそが、目指すべきDXであると考えています。その実現に向けて、2022年4月に新たに設置した「DX推進部」を中心に取り組みを進めています。

取り組みにおいては、まずは社内システムの刷新やセキュリティの強化によりDX推進の基礎を構築、そこで生み出したリソースを活かし、モノ・人が「つながる」技術の展開や、社内外のデジタルニーズへの対応など、状況に応じた最適なデジタル化の取り組みを積み重ね、流通全体の革新的な生産性向上の実現に挑戦していきます。

私たちが目指すもの

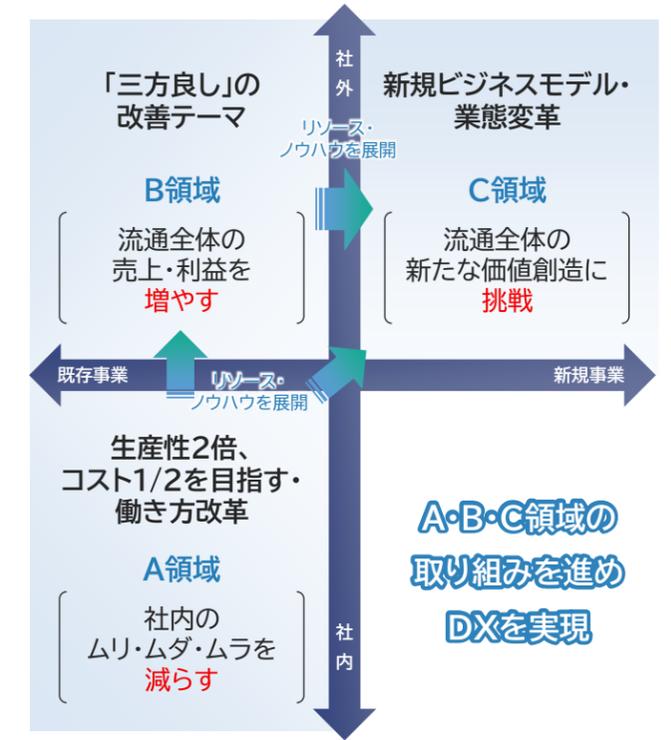
私たちは流通を通じて、お取引先の繁栄と、人々の豊かで快適な生活の実現に貢献します



DX推進の施策

DX実現に向けては、「社内・社外」「既存事業・新規事業」の視点からA・B・Cの3つの領域に分類して進めています。

社内のムリ・ムダ・ムラを減らすA領域では、業務プロセスの変革により、社外へ価値を提供するためのリソース増強を目指しています。KPIとしては、総労働時間や各業務の工数などに着目しています。続いて、既存事業における社外への価値提供を目指すB領域では、現在進行している「PITシステム」や「VANサービス」などが該当します。流通全体の売上・利益を増やしつつ、新たな価値創造につながる課題の抽出、データの蓄積を狙った領域となります。そして、A・Bを通じて得たリソースやノウハウをC領域へ投入することで、流通全体の新たな価値創造に挑戦するサービスにつなげ、生産性の革新を実現していきたいと考えています。

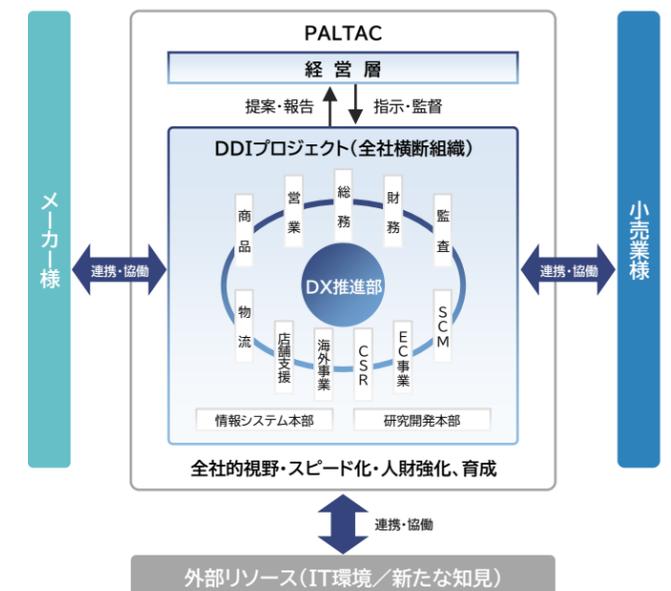


DX推進体制の考え方

デジタル技術を活用した新たな価値創造の実現には、デジタル技術と流通の現場課題を多様な視点・知見・アイデアで「つなぐ」ことが重要となります。そこで、社内公募で集めたメンバーで構成する部門横断型のDX推進組織「DDI※」を構築しました。DDIを中心に部門間の連携を強化し、システム部門の事業活動・現場ニーズに対する理解の促進と、ユーザーである事業部門のデジタルリテラシーやデジタル意識の向上を図ることで最適なデジタル活用を推進していきます。

また、IT環境など外部リソースの有効活用にも努め、DDIを中核に据えた社内外の連携・協働の深化により、「多様な知見獲得」と「取り組みスピードの向上」、そして「提供価値の最大化」を図っていきます。

部門横断でDX推進の中核を担う組織「DDI」を軸に有効なデジタル活用を推進



※ DDI (Digital Dynamics Initiative)の詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリソース文書をご参照ください。 2022年7月28日:DDI始動に関するお知らせ

開発能力・スピードの向上により、加速する現場ニーズの変化に対応

社会の多様化・複雑化にあわせて、システム機能に対する現場ニーズの変化は加速しています。しかし、効率的な仕組みを追求し、幾度となく改修を重ねた当社の基幹システムは、保守などにかかる手間が増大し、現場のニーズに対応しづらくなっています。そこで、開発能力・スピードの向上により、「守りのIT」偏重の状況から脱却し、顧客への価値提供を高める「攻めのIT」へのリソース配分を拡大するため、2020年4月より基幹システム刷新に着手しました。

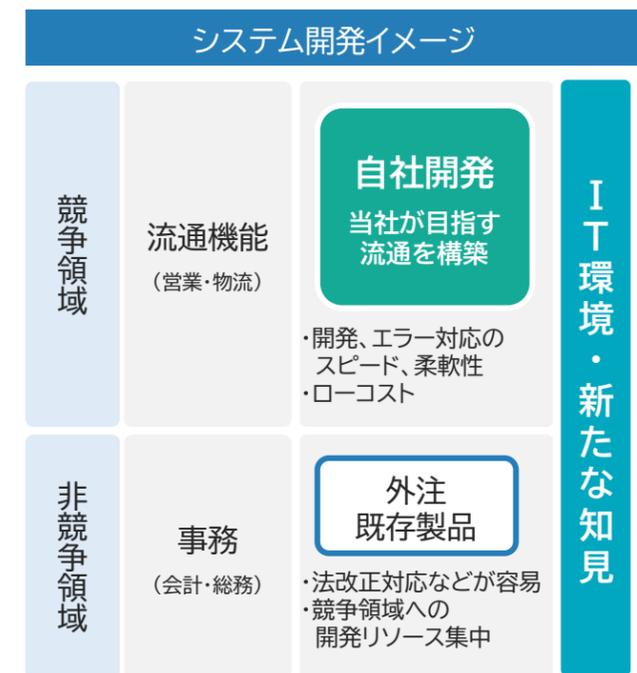
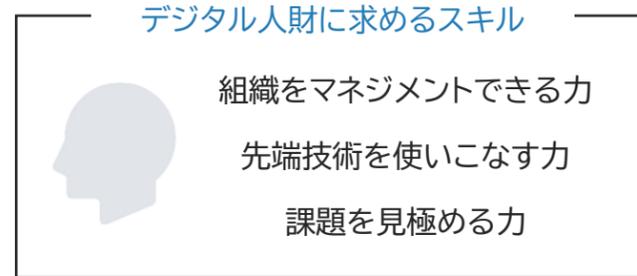
また、基幹システムの刷新と並行して、オープンクラウドへの移行や、より柔軟にデータを活用するためのデータ統廃合も行っています。そして、戦略の実現を支えるデジタル人材の確保においては、既存人材の育成・スキルアップ支援に加えて、キャリアパスの設定など外部から獲得した新たな人材が定着できる体制を整え、積極的な採用を進めています。

強みを生み出す自社開発

当社は営業や物流の効果的な仕組みを支えるシステムは、事業や業務を最も理解している自社で構築する方が有効と考え、外注せずに独自のシステム開発を行ってきました。そして、それが競争優位性につながり、現在までの成長を支えています。

しかし、全てのシステムで自社開発を行っているわけではありません。外注や既存製品にもメリットがあるため、会計などの非競争領域ではそれらを活用し、自社の開発リソースを競争領域に集中しています。

今後においては、外部のIT環境や新たな知見も有効に取り入れつつ、競争優位性を高める自社開発体制をさらに進化させていきます。

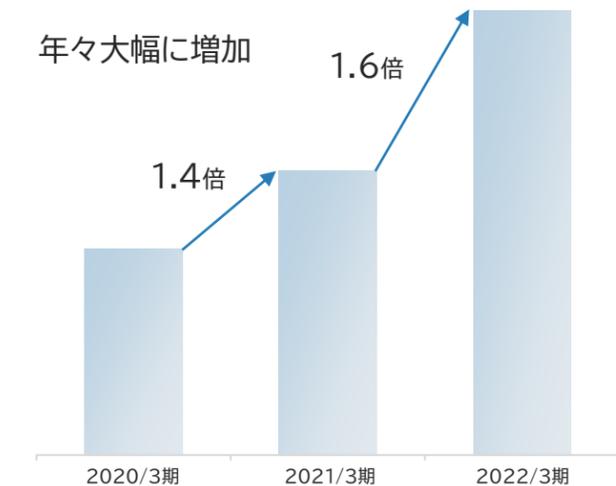


サイバーリスクに対応できるセキュリティを構築

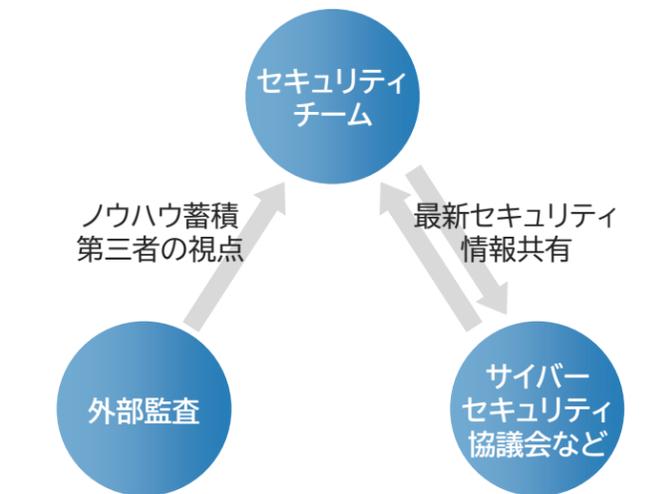
デジタル化の進展に伴いサイバーリスクは増大しており、実際にサイバー攻撃による被害を受け、金銭的な被害だけではなく信用を失墜した企業も少なくありません。当社はデジタル技術を持続的成長に向けた重要なツールとして活用するとともに、生活必需品の中間流通を担う企業として、商品の安定供給に影響を与えかねないサイバーリスクに対応するため、セキュリティの強化に取り組んでいます。

具体的には、サイバーセキュリティの有識者及び有資格者を中心に専門チームを構成し、サイバーセキュリティ協議会などのコミュニティ、第三者による外部監査などとも、連携・協働しつつ、強固なセキュリティを構築しています。また、システムを管理する側だけではなく、使う側に対してもセキュリティ強化の重要性を周知徹底し、会社全体で盤石な体制の構築を図っています。

当社へのサイバー攻撃・侵入アクセス検知数



盤石なセキュリティ体制を構築



「情報管理委員会」を中心としたセキュリティの強化

情報管理を徹底するため、情報管理の基準として「情報セキュリティ・ポリシー」及び「情報管理規則」を制定するとともに、情報管理最高責任者(代表取締役社長)の直轄組織として「情報管理委員会」を設置しています。最高情報セキュリティ責任者(CISO)の指揮の基、各部門から選任した管理者・実務担当者で構成されており、委員会を中心に情報管理

の強化に向けた計画の策定・実行・評価(監査)・改善を繰り返すPDCAを回し、組織的かつ継続的なセキュリティの強化を図っています。

また、セキュリティの強化だけでなく、オンライン研修を定期的実施するなど、情報を取り扱う社員一人ひとりの情報管理に対する意識の向上も図っています。

DX実現に向けたデジタル活用による価値提供

取り組み事例のご紹介

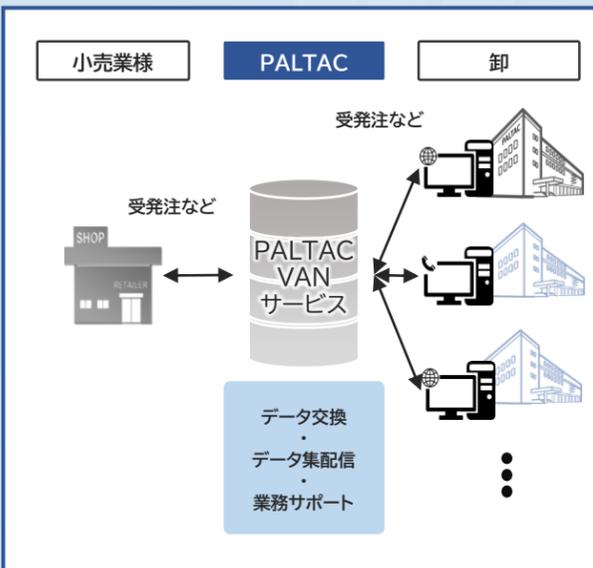
社会環境の変化に対応する効果的なデジタル活用を積み重ね、「流通全体の革新的な生産性向上」実現を目指してまいります。

電子商取引システムである「VANサービス」の提供を開始

小売業界におけるDX推進支援及び、当社のDX推進に向けて、電子商取引システムであるEDI(VAN)サービス「PALTAC VANサービス」の提供を開始しました。

一般的にはITベンダーが担う「VANサービス」を流通に携わる当社が担うことで、「販売」「物流」

に加えて、「データ交換」までも業界内で完結することができ、業界全体のコスト削減に貢献します。今後は、VANサービスをはじめとし、これまでの事業エリアに留まらず、「データ交換」における課題解決にも挑戦し、サプライチェーン全体の最適化・効率化に貢献していきます。



これまでの事業領域「販売」「物流」に加えて「データ交換」における課題解決に貢献

「データ交換」までも業界内で完結
業界全体のコスト削減に貢献

小売業様のIT予算の原資創出や
IT人員のリソース確保など
小売業様のDX推進に向けた課題解決に貢献

取り組みの詳細につきましては、当社ホームページに掲載のリリース文書をご参照ください。
2021年12月16日開示：DX推進に向けた取り組み「VANサービス」提供に関するお知らせ

ヴァーチャル展示会「PALTACフェア2022 勝売繁盛」を開催

当社は、例年2月に全国の小売業様を招待し、当社独自のMD提案や中間流通機能を紹介する展示会を開催しています。展示会では、メーカー様にもブースを出展いただき、具体的な商品提案の機会を設けるなど、お取引先様との取り組み強化を図れる機会となっています。

2022年は、昨年に続きコロナ禍でリアルでの展示会開催が困難であったため、オンラインによるヴァーチャル展示会を開催しました。デジタル技術を活用した展示会により、感染リスクの低減に加えて、移動コストをかけることなく当社独自の提案を行うことができました。

また、リアル開催では実現できない情報量の多さや、長期間(約1か月間)にわたり開催できるというオンラインの特性を活かし、小売業様の気になる箇所や重要箇所については繰り返し時間をかけて説明することができたため、「商品や取り組みの理解が深まった」と高評価を頂きました。

また、ヴァーチャル展示会で得たノウハウを新製品発売時などの商談会に展開し、商品特徴などの情報を充実したご提案を行っています。コロナ禍に対応するために構築したシステムですが、メーカー様と小売業様をデジタルで「つなぐ」重要な販促支援ツールとなっています。

■ PALTACフェア2022



「入荷予約システム」 配送業者様の長時間労働を削減

深刻化する配送問題の解決に向けて、2021年3月までに全国物流センターに自社開発した「入荷予約システム」を導入しました。ドライバーの待機時間を約65%削減するとともに、入荷予約状況のデータを活用することで、庫内の入荷作業における生産性向上も実現しています。

(取り組みの詳細は、P56をご覧ください。)

「PITシステム」 店頭活性化と働きやすい環境づくりを実現

小売業様・メーカー様・当社の3者で店頭における商品の展開状況などをリアルタイムで共有できるPITシステム(店頭情報共有プラットフォーム)を構築しています。店頭情報を基にした、より精緻な販促効果の検証・提案による売上拡大に貢献するとともに、効率的な店舗支援活動を実現しています。

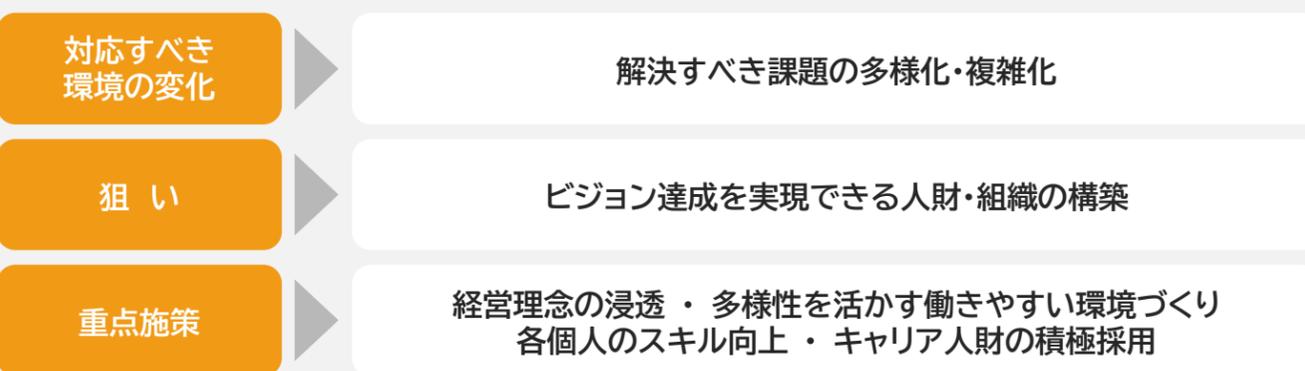
(取り組みの詳細は、P41をご覧ください。)

04

持続的成長の源泉 人財・組織の強化



当社従業員の多様性を活かしながら、経営理念(PALTAC MIND)の浸透を図り、当社の事業戦略を実現できる組織強化を進めてまいります。人財面では、現場力や専門知識などのスキル向上を進め、チャレンジ精神やGRIT(やりきる力)など、従業員に備わっている強みを最大限に引き出す取り組みを進めてまいります。また、組織面では、人財が活躍できるように、デジタル技術を活用するなど、各部門間が連携・協働できる体制を整え、組織として総合力を発揮できる基盤を構築してまいります。



- 01 リテールソリューション力の強化
- 02 ロジスティクスソリューション力の強化
- 03 システム機能の強化・デジタル化の推進
- 04 人財・組織の強化

人財が原動力
となり新たな
価値創造を実現

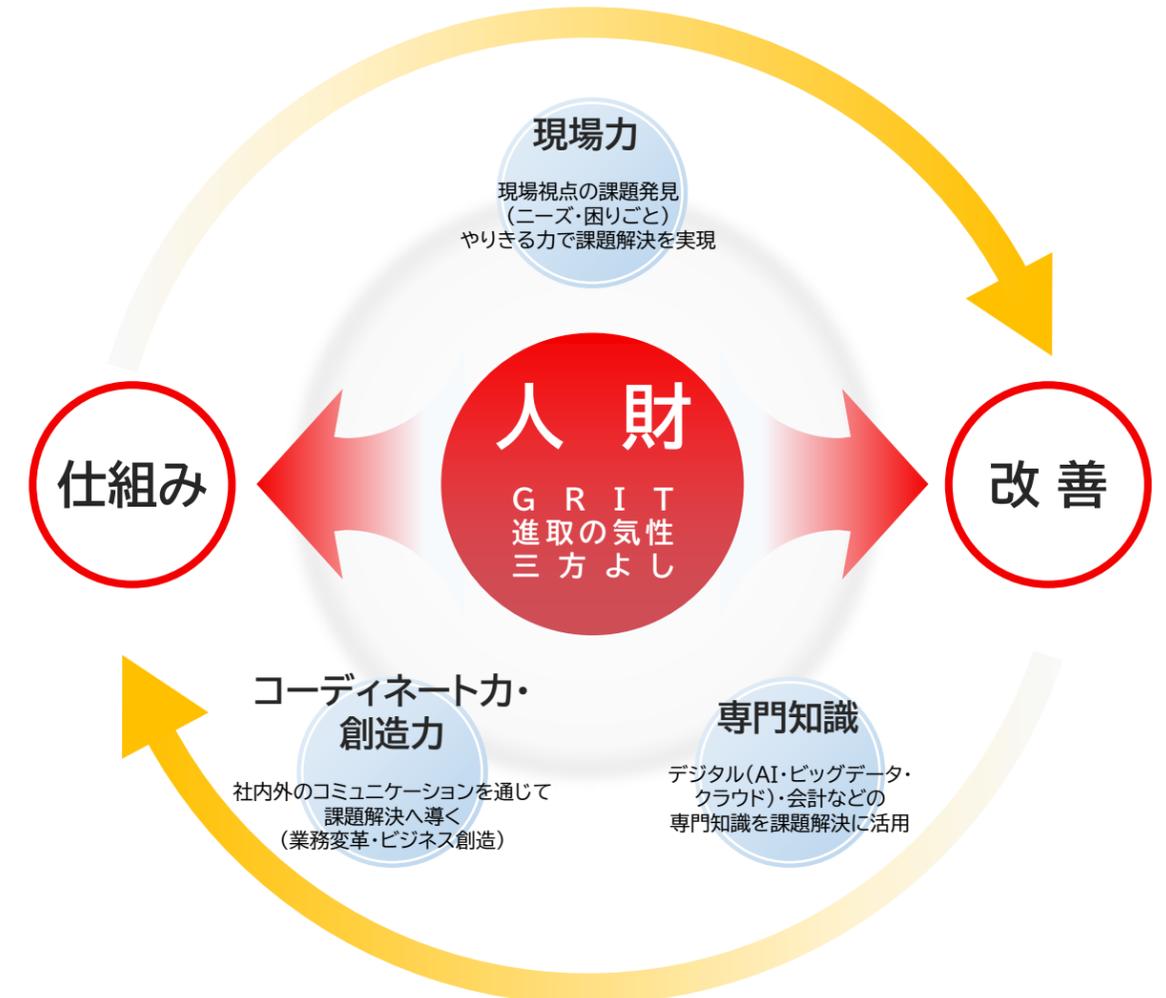
一人ひとりの活躍が流通の新たな価値創造を実現

人財が成長の源泉であるという考えのもと、事業戦略の遂行に必要なスキル・マインドを兼ね備えた人財・組織の構築に取り組んでいます。多様な人財の確保を積極的に行うとともに、HRデータを活用した人財の見える化を図り、目指すべき人財・組織と現状のギャップの把握、対策立案を行い、「柔軟な人事制度」「健康の増進」「継続的な育成」の3つの観点から取り組みを進めています。取り組みを通じて、従業員のエンゲージメント向上を図り、一人ひとりが持つ多様な考え方や強みを発揮できる組織を構築することで流通の新たな価値創造を実現していきます。



目指す姿

流通全体の最適化・効率化は、高効率な「仕組み」のみでは実現できません。それを効率的に運用し、改善するノウハウがあるからこそ最大限の効果を発揮できます。また、「仕組み」は一度構築すれば終わりではなく、ある時点では最適であったものも、環境の変化に応じて改善の余地が生まれればアップデートや革新が必要となります。そして新たな価値を生み出すのは人の力です。当社では、社会環境が加速度的に変化するなか、自ら進んで新たなチャレンジをする「進取の気性」に富んだ人財が、困難な状況に立ち向かいながらも、最後までやりきる力 GRI Tを発揮し、「改善」と「仕組み」作りのサイクルを継続的に回すことで、時代の変化に応じた最適な流通網の構築に挑戦し続けています。



人財・組織の強化

多様性の確保に向けて

急速かつ複雑な変化に対応する戦略の実行に向けて、多様な人財の確保に取り組んでいます。

デジタル技術など専門スキルを有する人財の積極的な採用を進めるとともに、女性管理職比率の向上に取り組んでいます。

女性管理職比率の向上においては、仕事と家庭を両立する柔軟な働き方を実現できる環境整備に加え、現在約2割に留まる女性従業員比率を向上させるため、積極的な採用を進めています。

	2020/3	2021/3	2022/3
キャリア採用者比率	21.3%	34.0%	38.1%
中途入社管理職比率	68.3%	68.4%	67.9%
女性従業員比率	18.1%	18.3%	19.1%
女性管理職比率	5.6%	5.8%	6.1%
女性新規採用者比率	28.0%	35.8%	30.9%

※ 女性管理職比率の目標値：8.0%(2025年3月期まで)

柔軟な人事制度の構築

従業員一人ひとりが働きがいと意欲をもって業務に取り組む、従業員と会社が相互に成長できることを目指し、仕事と家庭の両立を支援する「育児・介護支援制度」をはじめ多様な人財が活躍できる柔軟な職場環境の整備に努めています。

また、デジタル化の進展など専門人財の活躍が一層重要になる環境変化を踏まえ、2022年6月には、専門人財のモチベーション向上を図り、有するスキルを存分に発揮いただくことを目的に、専門職コースを新設する人事制度の改定を行いました。

今後におきましても、多様な人財の持つ能力を活かせる環境整備を進め、人財・組織の強化を図っていきます。

主な取り組み	
・ 育児・介護支援制度	・ 定年退職年齢の引き上げ(65歳定年)
・ シルバー人材雇用制度(最大70歳まで就労可能)	
・ 在宅勤務・変形労働時間制の導入(2020年12月)	
・ 専門人財の強みを活かす人事制度の改定(2022年6月)	

	2020/3	2021/3	2022/3
育児支援制度利用者数(休業)	31名	31名	34名
育児支援制度利用者数(時短勤務)	52名	51名	46名
育児休業後復職者比率	100%	100%	100%
シルバー人材雇用制度利用者数(65歳以上)	270名	333名	421名

健康増進に向けた取り組み

従業員の健康維持・増進を経営の重要課題と認識し、健康診断の充実や二次検診の受診率向上、メンタルヘルス教育やEAPホットラインなどのメンタルヘルス対策、健康維持・増進に向けた研修などに取り組んでいます。

2022年3月には、「健康経営優良法人2022」に認定されました。引き続き、従業員一人ひとりが自ら

の健康に高い意識を持ち、生き活きと活躍できる環境で働くことが持続的成長の基盤になるとの考えのもと、健康増進に向けた取り組みを深めていきます。



継続的な人財育成

成長の源泉である人財の長期的な成長を支援するため、各ステージに応じた様々な研修を用意しています。個人のニーズに応じて受講できる通信教育や専門性を高める各本部主催の研修を実施し、よりプロフェッショナルな人財への成長を継続的にサポートしています。

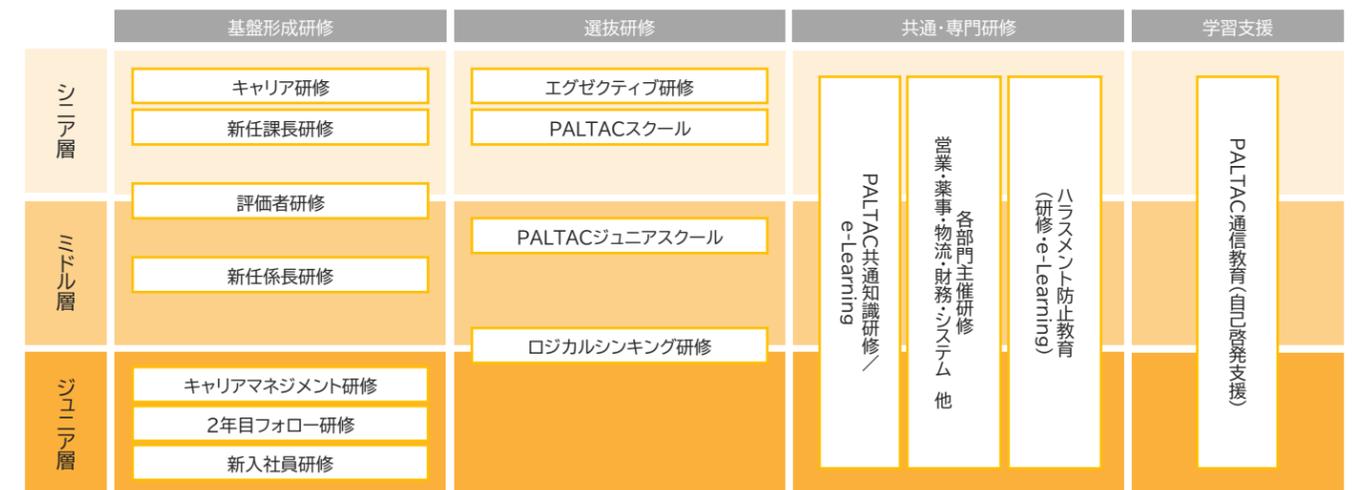
また、事業継続の観点から次世代リーダーの育成は企業の重要課題であると認識しており、経営者が直接次世代の人財に経営の理念や哲学などを伝える研修をはじめ様々な教育制度を構築するとともに、責任と権限を持ったポストで経験を多く積めるよう企業運営を行っています。



(WEB会議システムを活用した研修の様子)



(社内研修「PALTACスクール」の様子)



一人ひとりの着実な取り組みが成長を支える

過去5年間、従業員数は減少していますが、売上高は+8.3%成長しており、従業員1人当たり指標は売上高・営業利益ともに二桁成長となっています。これは、コロナ禍をはじめ厳しい環境下においても、戦略に基づき、従業員一人ひとりが生活者ニーズに合った販促活動や物流効率化に向けた改善活動を着実に進めてきた結果であると考えています。

引き続き、様々な活動の着実な遂行による事業成長を図るとともに、2023年3月期においては、中長期的な環境変化に対応し、さらなる成長ステージを目指すべく、積極的な外部人財の確保を進めていきます。



環境への配慮

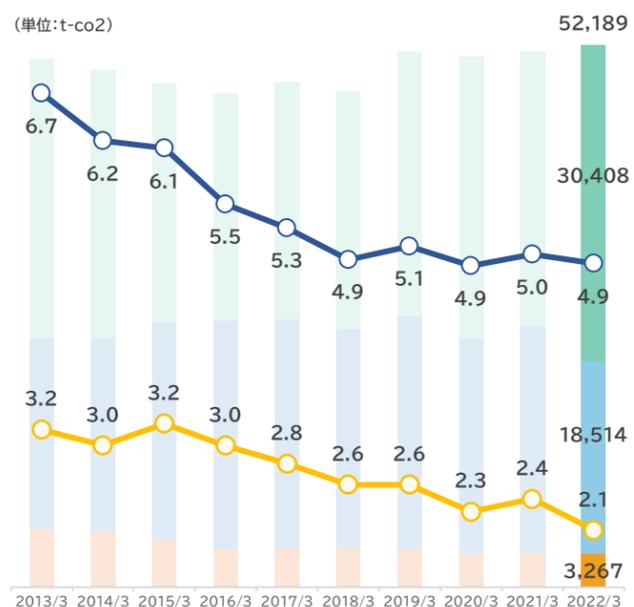
最適化・効率化に向けた取り組みを通じて サステナブルな社会を構築

CO2排出量の削減

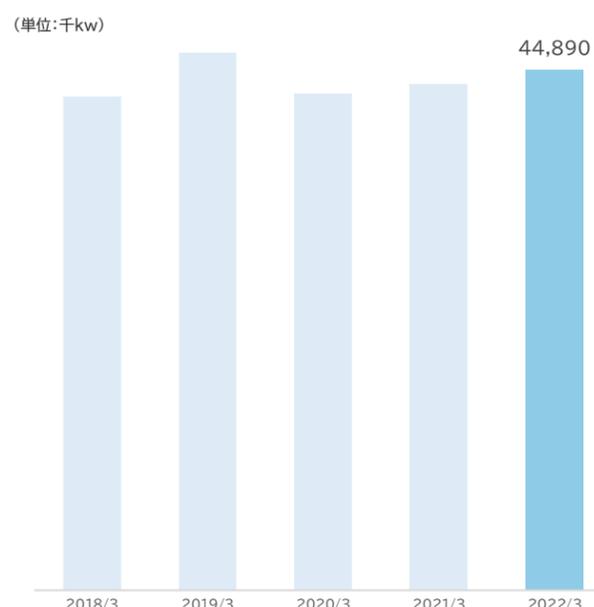
当社は人々の豊かで快適な生活の実現に貢献し、社会とともに歩む企業として、事業活動を通じた温室効果ガスの削減など、持続可能な社会を目指した取り組みを進めています。商品輸送における積載効率の向上や配送ルート最適化など配送効率の向上に取り組み、トラック輸送に伴うCO2排出量の削減や、事業所で使用する照明のLED化など電力使用量の削減に努めています。

CO2排出量

- スコープ1(直接排出)
- スコープ2(間接排出)
- スコープ3(自社を除くサプライチェーンによる排出)
- 売上高1億円当たりCO2排出量(スコープ1+2)
- 売上高1億円当たりCO2排出量(スコープ1+2+3)



電力使用量



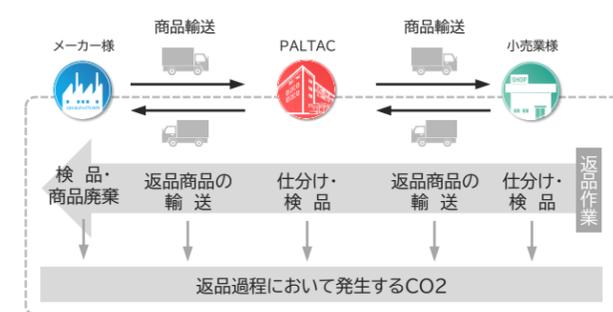
※ CO2排出量の算定範囲
 スコープ1: 自社の燃料使用に伴う排出
 スコープ2: 事業所・RDCの電力使用に伴う排出
 スコープ3: トラック輸送に伴う排出(当社物流センターからの出荷: GHGプロトコル「カテゴリー4」)

返品削減

当社は、持続可能な流通サイクルの構築に向けて、お取引先様と協働で返品削減に取り組んでいます。当業界の商慣習において発生する返品は、仕分けや配送などの追加コストだけでなくCO2排出や商品廃棄といった環境負荷も増加させます。返品は、日本の四季や生活者ニーズの変化に応じた商品をいち早く店頭で展開する過程で発生し、販売機会ロスと表・裏の関係にあります。生活者ニーズを満たす売場を作りつつ(販売機会ロスを発生させない)、返品を削減するためには、流通全体の連携による適正在庫の維持が欠かせません。

当社は、各店舗の販売や在庫状況、季節品であれば気温に応じた販売指数の変化、商品の改廃情報などを小売業様・メーカー様と早期に連携し、過剰在庫を発生させないよう店舗間移動や発注止めなどの施策を適時的確に実行することで返品削減に取り組んでいます。

返品は流通全体のコスト・環境負荷を増大させる



返品は販売機会ロスと表・裏の関係



返品削減は製・配・販で連携した適時的確な施策を
実行し、適正在庫を維持することが重要

環境に優しいオリコンを使用

商品輸送に使用しているオリコンはプラスチック使用量が少なく、破損時にリサイクルしやすいようビスなどの不純物が含まれていないものを使用しています。プラスチックの使用量が少ないオリコンは、作業の負担軽減や配送時のCO2排出量の削減にもつながっています。



オリコン(折りたたみコンテナ)

24%軽量化



- ⇒ プラスチック使用量低減
- ⇒ 作業効率の向上

ビスなどを含まないので
手間なくリサイクル可能



TCFDに沿った情報開示

世界全体で解決すべき課題である気候変動は、生活必需品の流通業界においても、異常気象の激甚化による安定供給への脅威となる等、業界全体で対応すべき重要なテーマであると認識しています。当社は、気候変動をはじめ環境に関する社会課題を持続的成長に向けて解決すべき重要課題の一つとして捉え、中長期戦略に織り交ぜた対応を進めています。

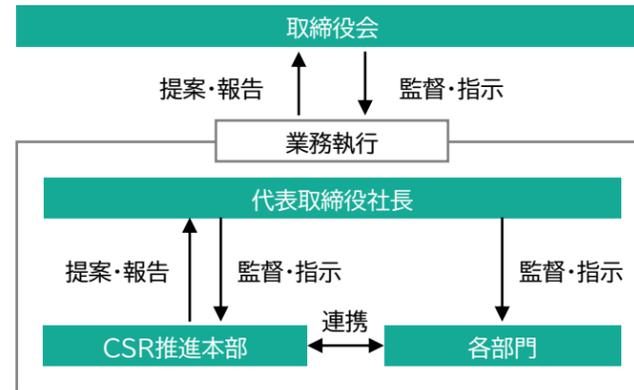
具体的には、当社が果たすべき使命である「サプライチェーン全体の最適化・効率化」を推進するなかで、物流センターの集約や配送効率化によるCO2排出量の削減・事業所のLED化、環境配慮型商品の開発・販売促進など、事業活動を通じて環境負荷の軽減に取り組んでいます。

今後におきましても、これらの取り組みを含め、気候変動への対応を一層強化するとともに、気候変動による事業へのリスク・機会を継続的に把握・評価し、それらへの対応を進めていきます。あわせて、ステークホルダーの皆様との対話を通じて、取り組みレベルの向上や情報開示の充実に努めていきます。

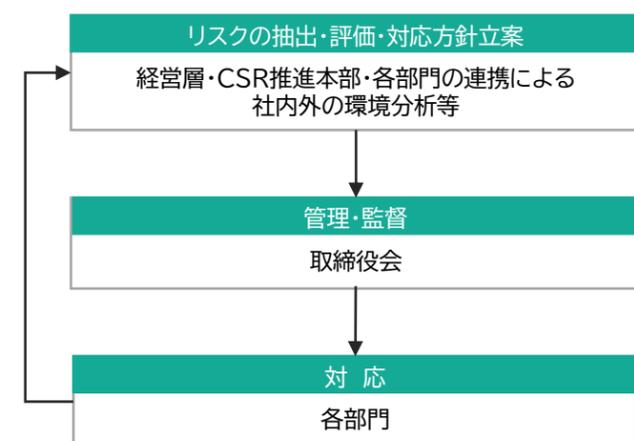
ガバナンス

気候変動への適切な対応に向けて、全社横断的な取り組みを推進するため、代表取締役社長の監督・指示のもと、CSR推進本部が中心となり、各部門と連携し、事業活動に影響を及ぼす気候変動に関するリスク・機会の特定、及びそれらへの対応方針の立案を行っています。これらの結果は、CSR推進本部が定期的に取り締役に報告し、取締役会において当該報告内容に関する管理・監督を行っています。

■ 推進体制



■ リスク管理プロセス



リスク管理

当社では、CSR推進本部が中心となり経営層・各部門と連携して、気候関連リスクを含む、事業運営に影響を及ぼすリスクの抽出・分析、影響度・発生可能性等を基準とした重要性の評価、及び対応方針の立案を行っています。これらの結果は、定期的に取り締役に報告され、取締役会において管理・監督を行っており、上記プロセスを経て特定した重要リスクは、中期経営計画の戦略に織り交ぜて対応を進めています。

戦略

異なるシナリオ(2℃未満、4℃)における事業インパクトを評価するとともに、気候関連リスク・機会に対する自社戦略のレジリエンスを評価することを目的として、国際エネルギー機関(IEA)や、気候変動に関する政府間パネル(IPCC)が公表する複数のシナリオを参照し、2030年時点における気候変動の影響について分析を実施しました。

分析の結果、2℃未満シナリオでは、炭素税等の導入や気候変動対応への取り組み遅延による取引縮小等のリスクが高まる一方で、エシカル商材等の需要拡大が見込まれると認識しました。4℃シナリオでは、主なリスクとして自然災害による供給網への被害が想定されます。しかし、当社は平時より大規模災害等の様々なリスクを想定した実効性のあるBCPを策定しており、その一つとして、センターが被災して出荷不能に陥ったとしても、他のセンターから配送を補完するバックアップ体制を整えています。そのため、2030年時点での自然災害による物理

リスクの影響は大きくないと考えています。

一方で、機会においては、気温上昇に伴う夏物商材や災害対策商材等の需要拡大が見込まれると認識しました。また、いずれのシナリオにおいてもコスト上昇圧力が強まることを見込まれますが、これはリスクである一方、当社が築き上げてきた「強み」であるローコストかつ高効率物流網を活かす機会でもあると考えています。当業界は、店舗における人手不足や配送ドライバー不足への対応など喫緊の課題に直面しており、気候変動以外を要因とするコスト上昇圧力も強まっています。このような環境下においては、いかに効率的な流通の仕組みを構築出来るかが、持続的成長の実現を左右すると考え、「中期経営計画VISION2024」に基づき、中間流通機能の強化及びステークホルダーとの連携・協働を通じて、サプライチェーン全体の最適化・効率化に取り組んでいます。

■ リスクと機会

区分	内容	影響度			
		2℃未満	4℃		
移行	政策・法規制	・炭素税等の導入によるコスト増加	・配送業者のコスト増加による配送単価の上昇	中	小
	評判	・気候変動対応への取り組み遅延による取引縮小		中	小
	物理	慢性	・気温上昇による季節商材(冬物)等の需要減少		小
急性		・気象パターンの変化による原材料費の高騰(仕入原価の上昇)		小~中	小~中
機会	販売機会の増加	・生活者のエシカル消費ニーズの拡大	・災害対策商材の需要増加	小~中	小
		・気温上昇による季節商材(夏物)や熱ストレス対策商材等の需要増加		小	小
	相対的競争力の上昇	・気候変動対策に伴うコスト上昇効果を最小限に抑えるローコスト物流網へのニーズ上昇		小~中	小
		・安定供給を維持する物流基盤へのニーズ上昇(BCP対策及び全国物流網)		小~中	小~中

事業/財務影響度の評価

大:事業戦略への影響または財務的影響が大きいことが想定される
小:事業戦略への影響または財務的影響が小さいことが想定される

中:事業戦略への影響または財務的影響が中程度と想定される

<ご参考>異なるシナリオにおいて想定される世界観

2℃未満シナリオ	炭素税の導入など、脱炭素社会への移行リスク及び機会の影響が大きくなる
4℃シナリオ	自然災害の増加など、物理的なリスク及び機会の影響が大きくなる



指標と目標

今世紀末までの気温上昇2℃未満実現に貢献するため、スコープ1・2について「2030年度に2020年度比50%削減」「2050年度に実質ゼロ」の目標を設定しました。物流センターの電力使用による排出が大半を占めることから、エネルギーを「減らす」「創る」「買う」施策を中心として、目標達成に向けた取り組みを進めています。

削減目標	2030年度:50%削減(2020年度比) 2050年度:実質ゼロ
------	--------------------------------------

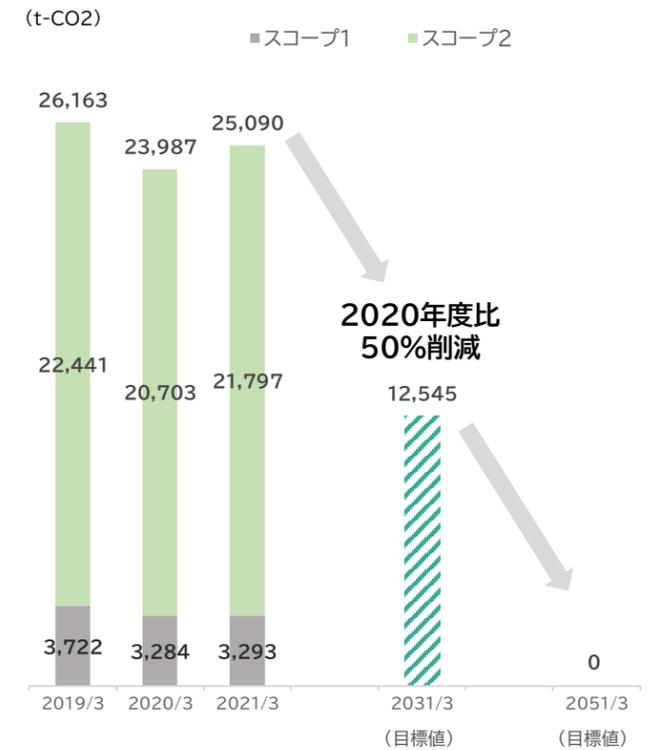
CO2排出量削減の具体策

- 「減らす」・事務所、センターにおける節電
・物流機器の使用電力省エネ化に関する研究、知見獲得
- 「創る」・有事における安全性を考慮しつつ、屋上等への太陽光パネルの設置を検討
- 「買う」・再生由来エネルギー電力の調達

技術進展など市場動向を注視しつつ上記具体策をバランス良く実施し、削減目標の達成を目指す

また、スコープ3については、配送効率化の取り組みを通じて、商品輸送に伴うCO2排出量(GHGプロトコル:カテゴリ4)の削減に努めるとともに、その他カテゴリの算出に向けた調査・情報収集を進め、自社との関連度及び削減可能性を考慮し、順次対応していきます。

CO2排出量の推移





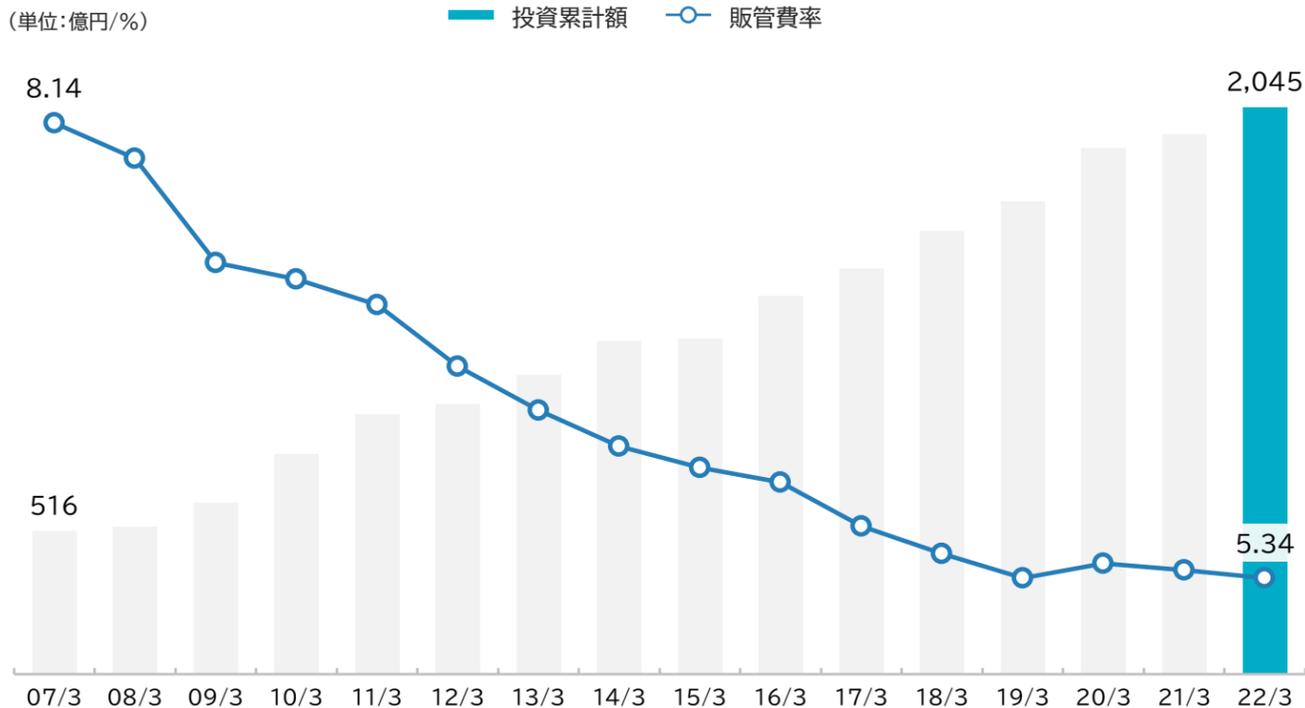
財務資本

利益を生み出す企業体質
成長サイクルを加速させる

生産性向上の追求による利益創出

当社は過去20年以上にわたり、サプライチェーン全体の最適化・効率化に向けて、事業で得た利益を積極的に投資し、そこから生み出された利益を再び投資することで、さらなる成長につなげるサイクルを回してきました。高効率の大型物流センターとそれを支えるシステムによる効率的な仕組み、そして全従業員による徹底した改善への取り組みの2つを掛け合わせ販管費率を低減させるという強みはサイクルを経るたびに磨かれ、利益創出力を強化することにつながっています。

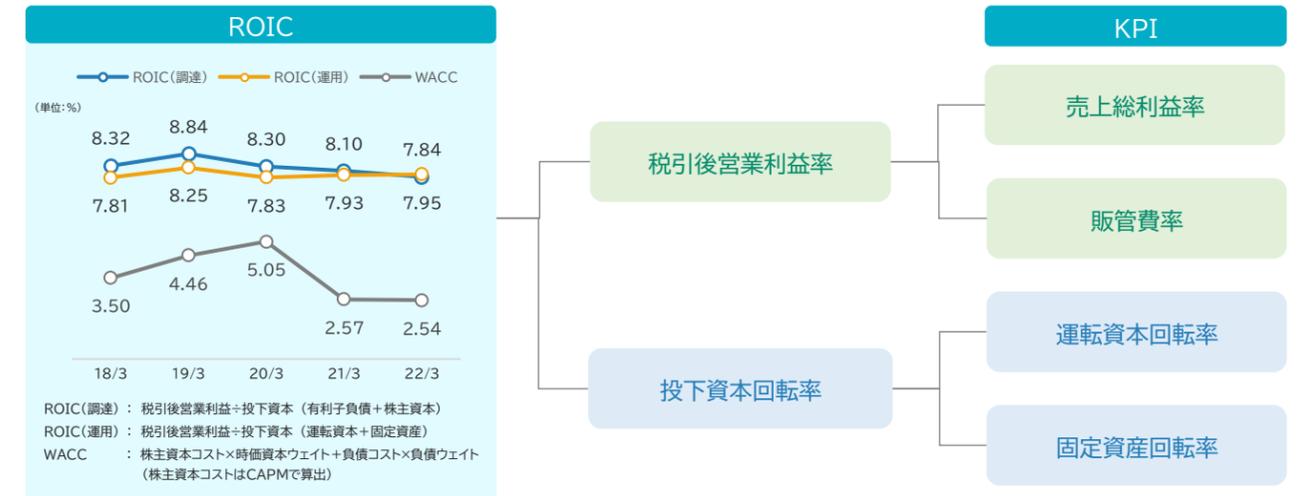
今後においても、サプライチェーン全体の最適化・効率化に向けた積極的な投資と、飽くなき生産性向上の追求によって成長サイクルを加速させ、企業価値の向上に努めていきます。



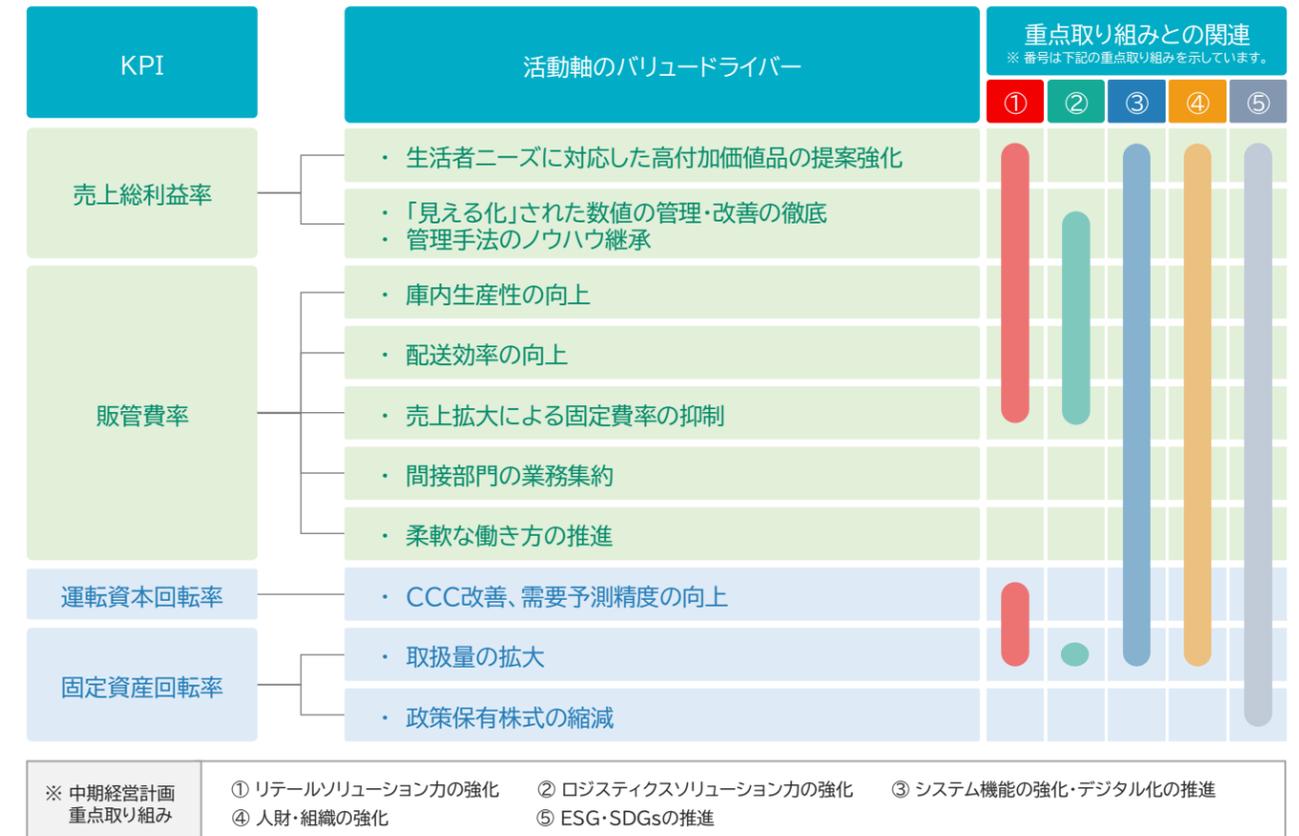
※ 投資累計額は1998年RDC投資開始後の累積金額です。

企業価値向上

当社は、販管費率低減の追求といったP/L視点の改善活動、仕入債務回転日数や在庫回転日数などB/S視点の改善活動をKPI管理のもと徹底しており、投下資本に対する利益率を表すROICはWACCを上回る水準で推移しています。引き続き、サプライチェーン全体の最適化・効率化に向けた取り組みを通じて、利益率向上と同時に資本効率化を図り、持続的な企業価値向上に努めていきます。



ROICを構成するKPIと中期経営計画に基づく取り組みとの関連



※ 中期経営計画重点取り組み
 ① リテールソリューション力の強化
 ② ロジスティクスソリューション力の強化
 ③ システム機能の強化・デジタル化の推進
 ④ 人材・組織の強化
 ⑤ ESG・SDGsの推進

PALTACを支える力

- 84 役員の状況
- 90 コーポレート・ガバナンス
- 96 CSRマネジメント



役員の状況(2022年6月22日現在)

取締役

○ 取締役会出席回数



代表取締役会長
兼CEO

1966年 3月 ㈱大粧(現 ㈱PALTAC)入社
1990年12月 当社取締役営業本部第一営業部長
1995年10月 当社常務取締役営業本部長
1996年12月 当社代表取締役副社長営業本部長
1998年12月 当社代表取締役社長
2005年10月 ㈱メディセオ・バルタックホールディングス(現 ㈱メディバルホールディングス)代表取締役副社長
2008年 6月 同社取締役会長
2009年 6月 同社取締役相談役
2010年 6月 当社代表取締役会長最高経営責任者
2012年 6月 当社代表取締役会長兼CEO(現任)

三木田 國夫

○ 17回/17回

選任理由

当社の営業部門で要職を歴任し、1990年に取締役に就任後、1998年から2010年まで代表取締役社長、2010年から代表取締役会長を務めており、経営者としての豊富な経験と幅広い見識、強いリーダーシップを有しています。当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化など、当社の企業経営において適任であるとともに、この豊富な経験及び実績を活かして、経営全般の監督機能及び意思決定機能において十分な役割を果たすことができると判断しました。



取締役専務執行役員
営業統括本部長兼商品本部長
兼海外事業本部長

1985年 4月 ㈱バルタック(現 ㈱PALTAC)入社
2012年 6月 当社執行役員近畿支社長
2013年 4月 当社常務執行役員近畿支社長
2014年 6月 当社取締役常務執行役員近畿支社長
2016年 6月 当社常務執行役員名古屋支社長
2018年 4月 当社専務執行役員西日本営業本部長兼商品本部長
2018年 6月 当社取締役専務執行役員西日本営業本部長兼商品本部長
2019年 7月 当社取締役専務執行役員北海道支社長
2020年 1月 当社取締役専務執行役員営業統括本部長
2020年10月 当社取締役専務執行役員営業統括本部長兼商品本部長兼海外事業本部長(現任)

野間 正裕

○ 17回/17回

選任理由

当社の営業部門で要職を歴任し、2018年に取締役に就任後、現在は取締役専務執行役員営業統括本部長兼商品本部長として、広く営業部門、仕入部門及び海外事業部門の強化に努めており、経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しています。当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化など、当社の企業経営において適任であるとともに、この豊富な経験及び実績を活かして、経営全般の監督機能及び意思決定機能において十分な役割を果たすことができると判断しました。



取締役常務執行役員
経営企画本部長

嶋田 政治

○ 17回/17回

選任理由

金融・信託業界で培った専門知識を活かして当社の経営企画部門で要職を歴任し、現在は取締役常務執行役員経営企画本部長として経営企画・IR部門の強化に努めており、経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しています。当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化など、当社の企業経営において適任であるとともに、この豊富な経験及び実績を活かして、経営全般の監督機能及び意思決定機能において十分な役割を果たすことができると判断しました。



代表取締役社長
兼COO

1985年 4月 ㈱バルタック(現 ㈱PALTAC)入社
2011年 6月 当社執行役員横浜支社長
2013年 4月 当社常務執行役員横浜支社長
2014年 6月 当社取締役常務執行役員横浜支社長
2016年 6月 当社常務執行役員営業本部長
2017年 6月 当社取締役専務執行役員営業本部長
2018年 4月 当社取締役副社長執行役員営業統括本部長
2018年12月 当社代表取締役社長兼COO営業統括本部長
2019年 4月 当社代表取締役社長兼COO(現任)
2019年 6月 ㈱メディバルホールディングス取締役(現任)

糟谷 誠一

○ 17回/17回

選任理由

当社の営業部門で要職を歴任し、2017年に取締役に就任後、2018年から代表取締役社長を務めており、経営者としての豊富な経験と幅広い見識、高い実行力を有しています。当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化など、当社の企業経営において適任であるとともに、この豊富な経験及び実績を活かして、経営全般の監督機能及び意思決定機能において十分な役割を果たすことができると判断しました。



取締役専務執行役員
管理担当

1981年 8月 ㈱バルタック(現 ㈱PALTAC)入社
2012年 6月 当社執行役員財務本部副本部長
2016年 6月 当社常務執行役員財務本部副本部長
2018年 4月 当社常務執行役員財務本部長
2019年 6月 当社取締役専務執行役員財務本部長
2020年 4月 当社取締役専務執行役員管理担当(現任)

森谷 晃佳

○ 17回/17回

選任理由

当社の財務部門で要職を歴任し、2019年に取締役に就任後、現在は取締役専務執行役員管理担当として管理部門全般の強化に努めており、豊富な経験と幅広い見識を有しています。当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化など、当社の企業経営において適任であるとともに、この豊富な経験及び実績を活かして、経営全般の監督機能及び意思決定機能において十分な役割を果たすことができると判断しました。



社外取締役

大石 歌織

○ 17回/17回

選任理由

弁護士としての専門知識及び豊富な経験を有するとともに、企業法務にも精通しており、2017年から当社の社外取締役を務めています。過去に社外取締役になること以外の方法により会社経営に関与したことはありませんが、専門知識及び豊富な経験を活かし、独立した立場に加え女性の目線から当社の業務執行の監督や意思決定に参画いただけるものと判断しました。



社外取締役 ○ 14回/14回

織作 峰子

選任理由

フォトグラファーや大学教授としての活動に加え、自身の事務所を経営しながら、公益社団法人等の理事などを幅広く務め、環境・社会に関する豊富な見識を有しており、2021年から当社の社外取締役を務めています。この幅広い見識を活かし、特にESGや人材育成の面において、独立した立場に加え女性の目線から当社の業務執行の監督や意思決定に参画いただけるものと判断しました。



社外取締役

吉武 一郎

<新任> ㈱ユニカフェ社外取締役

選任理由

日本を代表する自動車製造関連企業の経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しております。この豊富な経験と幅広い実績を活かし、当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化に向け、独立した立場から当社の業務執行の監督や意思決定に参画いただけるものと判断しました。

2001年10月 弁護士登録
2001年10月 北浜法律事務所入所(現 北浜法律事務所・外国法共同事業)
2013年 1月 同事務所パートナー(現任)
2017年 6月 当社社外取締役(現任)
2020年 6月 東和薬品㈱社外取締役監査等委員(現任)

〔重要な兼職の状況〕
北浜法律事務所・外国法共同事業パートナー
東和薬品㈱社外取締役監査等委員



社外取締役

浅田 克己

○ 17回/17回

選任理由

生活協同組合に入組後、2011年から2017年まで全国の消費者組合組織の会長を務めるなど、生活者目線での組織運営で培った豊富な経験と幅広い見識を有しており、2020年から当社の社外取締役を務めています。この豊富な経験と幅広い実績に加えてESG領域における長期的な視野も踏まえ、独立した立場から当社の業務執行の監督や意思決定に参画いただけるものと判断しました。



社外取締役

乾 新悟

<新任>

選任理由

海運業界を中心としたグローバルな事業領域において経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しております。この豊富な経験及び実績を活かし、当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化に向け、独立した立場から当社の業務執行の監督や意思決定に参画いただけるものと判断しました。

1990年 4月 大阪商船三井船舶㈱入社
1995年 2月 ローレンツェン・ステモコ社(オスロ)入社
1996年 7月 乾汽船㈱入社
2000年 6月 同社取締役営業部長
2001年 6月 同社代表取締役社長
2014年 6月 同社取締役会長
2016年10月 同社顧問(現任)
2017年 6月 日本管財㈱社外取締役監査等委員(現任)
2020年 1月 乾光海運㈱代表取締役(現任)

〔重要な兼職の状況〕
乾汽船㈱顧問
日本管財㈱社外取締役監査等委員
乾光海運㈱代表取締役



社外取締役

高森 龍臣

<新任>

選任理由

日本を代表する化粧品製造企業における経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しております。海外事業を含むこの豊富な経験及び実績を活かし、当社の持続的な企業価値向上の実現並びにガバナンス強化に向け、独立した立場から当社の業務執行の監督や意思決定に参画いただけるものと判断しました。

1975年 4月 ㈱資生堂入社
1995年 4月 ㈱アユーラ取締役営業部長
2007年 4月 ㈱資生堂執行役員中国事業部長
2009年 6月 同社取締役国内化粧品事業
事業戦略・マーケティング領域担当
2010年 4月 同社取締役執行役員常務
国内化粧品事業部長
2012年 4月 同社取締役執行役員常務国内化粧品事業
事業戦略領域担当
(2014年6月退任)

監査役

○ 取締役会出席回数 □ 監査役会出席回数



1982年 4月 小林製薬㈱入社
2001年 4月 ㈱コバシヨウ
(現 ㈱PALTAC)入社
2003年10月 ㈱青瑛(現 ㈱PALTAC)
代表取締役社長
2006年 6月 ㈱コバシヨウ執行役員
2008年 1月 同社取締役
2008年 4月 当社常務執行役員四国支社長
2009年10月 当社常務執行役員経営企画本部長
2010年10月 当社常務執行役員商品本部長
2012年 6月 当社常勤監査役(現任)

常勤監査役

金岡 幸宏 ○ 17回/17回 □ 15回/15回

選任理由

当社の営業部門及び管理部門で要職を務めるなど豊富な経験と実績を有しており、2012年に常勤監査役に就任後、当社経営の適法性・妥当性の確保及び向上に重要な役割を果たしています。この豊富な経験を当社の監査体制の強化に活かすことができると判断しました。



1985年 4月 日本生命保険相互会社入社
2011年 4月 当社情報システム本部長
2012年 6月 当社執行役員情報システム本部長
2013年 4月 当社常務執行役員情報システム本部長
2019年 1月 当社常務執行役員情報システム本部管掌
2019年 6月 当社常勤監査役(現任)

常勤監査役

新谷 尚志 ○ 17回/17回 □ 15回/15回

選任理由

大手保険会社及び当社において情報システム部門で要職を務めるなど豊富な経験と実績を有しており、2019年に常勤監査役に就任後、当社経営の適法性・妥当性の確保及び向上に重要な役割を果たしています。この豊富な経験及び実績を当社の監査体制の強化に活かすことができると判断しました。



2004年10月 弁護士登録
2004年10月 菊池総合法律事務所入所
2005年12月 小寺一矢法律事務所入所(現任)
2012年 6月 当社社外監査役(現任)

〔重要な兼職の状況〕
小寺一矢法律事務所弁護士

社外監査役

小寺 陽平 ○ 16回/17回 □ 15回/15回

選任理由

弁護士としての専門知識及び豊富な経験を有しており、2012年に社外監査役に就任後、当社経営のコンプライアンス体制の構築・維持について重要な役割を果たしています。過去に社外監査役になること以外の方法により会社経営に関与したことはありませんが、独立した立場から、この専門知識と経験を当社の監査体制強化に活かしていただけるものと判断しました。



2002年10月 中央青山監査法人
(みずほ監査法人に改称)入所
2007年 1月 公認会計士登録
2007年 8月 監査法人トーマツ
(現 有限責任監査法人トーマツ)入所
2017年 4月 原公認会計士事務所開設 同代表(現任)
2019年 6月 当社社外監査役(現任)

社外監査役

原 繭子 ○ 17回/17回 □ 15回/15回

(戸籍名 有馬 繭子)

選任理由

公認会計士の資格を有しており、財務及び会計に関する相当程度の知見を有しており、2019年から社外監査役を務めています。過去に社外監査役になること以外の方法により会社経営に関与したことはありませんが、大手監査法人等での豊富な経験と専門知識を、独立した立場に加え女性の目線から、当社の監査体制の強化に活かしていただけるものと判断しました。



1978年 4月 東洋信託銀行㈱
(現 三菱UFJ信託銀行㈱)入社
2006年 6月 同社大阪証券代行部長
2010年 4月 三菱UFJ代行ビジネス㈱常務取締役
2015年11月 ㈱みどり会シニアコンサルタント
(現任)

〔重要な兼職の状況〕
㈱みどり会シニアコンサルタント

社外監査役

原口 裕 <新任>

選任理由

銀行業界における経営者としての豊富な経験及び証券代行分野における総合的なソリューションの提供、株主との対話支援、ガバナンス関連支援等の高い専門知識を有しています。この豊富な経験及び見識を、独立した立場から当社の監査体制の強化に活かしていただけるものと判断しました。

執行役員

専務執行役員

吉田 拓也

東京支社長

山田 恭嵩

東日本営業本部長 兼 EC事業部長

前田 政士

情報システム本部長

芦原 英生

西日本営業本部長

常務執行役員

伊東 章文

MK事業本部長

五味 威夫

LC事業本部長

村井 浩

SCM本部長
兼 ㈱HACU(エー・シー) 代表取締役社長

関 光彦

店舗支援本部長

村尾 直人

営業本部 副本部長

秋山 哲

横浜支社長

三木田 雅和

研究開発本部長

野瀬 賢二

物流本部長

吉田 幸代

総務本部長

執行役員

磯部 良平

東京支社・LC事業本部 管理統括部長

中村 克己

財務本部 副本部長

小西 誠

東京支社 MK事業部長

稲葉 英樹

北陸支社長

吉田 浩二

海外事業本部 副本部長

澤田 直樹

北海道支社長

高山 博一

名古屋支社長

榊原 志典

近畿支社長

取締役及び監査役に求めるスキル

取締役会全体として有する知識・経験・能力のバランス、多様性の確保等を踏まえ、各構成員に特に期待される要件・役割は次のとおりです。なお、当該一覧表は各構成員が有するすべてのスキルを表すものではありません。

	企業経営	業界経験・ 営業戦略	ESG・ サステナビリティ	財務・会計	人事・労務	法務・ コンプライアンス・ リスクマネジメント	物流・SCM・ デジタル テクノロジー
代表取締役 三木田 國夫	●	●	●				
代表取締役 糟谷 誠一	●	●	●				●
取締役 野間 正裕	●	●					●
取締役 森谷 晃佳	●			●	●	●	
取締役 嶋田 政治	●		●	●		●	
社外取締役 大石 歌織			●			●	
社外取締役 浅田 克己	●		●				
社外取締役 織作 峰子	●		●		●		
社外取締役 乾 新悟	●		●				●
社外取締役 吉武 一郎	●		●				●
社外取締役 高森 龍臣	●	●	●				
常勤監査役 金岡 幸宏	●	●			●		
常勤監査役 新谷 尚志	●		●				●
社外監査役 小寺 陽平			●			●	
社外監査役 原 繭子 <small>(戸籍名 有馬 繭子)</small>			●	●			
社外監査役 原口 裕	●		●	●	●		

役員報酬

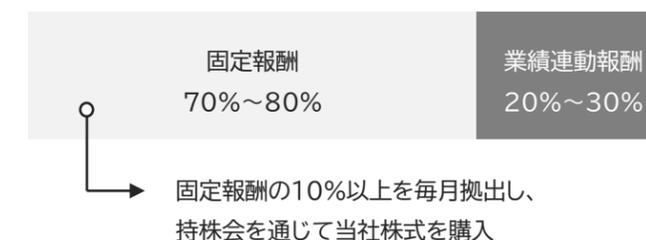
当社は、役員の報酬等の額又は算定方法の決定に関する方針については、経営戦略の達成に向けて、優秀な人材を引き付けるに足るインセンティブとするとともに、経営環境の変化や外部の客観的なデータ等を考慮し、世間水準及び経営内容、従業員給与とのバランスを勘案した水準としています。取締役の報酬等の内訳については、固定報酬、単年度の業績に連動する賞与及び非金銭報酬で構成されており、中長期業績に連動する報酬は設定していません。固定報酬の金額については、役位・職責などを基に決定しています。賞与については、年間の総報酬の概ね20%~30%を目途に役位が上位の取締役ほどその占める割合が多くなるように設定しています。また、賞与の変動について具体的な指標は設定していませんが、企業運営上の重要指標と考えている営業利益、経常利益及び販管費率等の公表した計画との比較並びに前期実績との比較などに加え、担当業務における成果及び企業価値向上に向けた貢献などを総合的に検討し決定しています。

非金銭報酬については、過去の合併等により全国にまたがる優秀な人材を適材適所に配置するために、規則に基づく社宅提供等を実施しています。

また、取締役の報酬等の決定プロセスを明確化することを目的に、構成員の過半を社外取締役とする取締役会の諮問委員会として、指名・報酬委員会を設置しています。固定報酬及び賞与の決定については、取締役会の決議に先立ち指名・報酬委員会において審議したうえで、決定権限を有する取締役会に上程し決議を行っています。

なお、当社は中長期業績に連動する役員報酬等は設定していませんが、固定報酬の10%以上を毎月拠出し、持株会を通じて一定の株数に到達するまで当社株式を購入しています。この株式購入は、株主目線での経営や持続的成長に資するものと判断しています。

役員報酬イメージ



(2022年3月期)

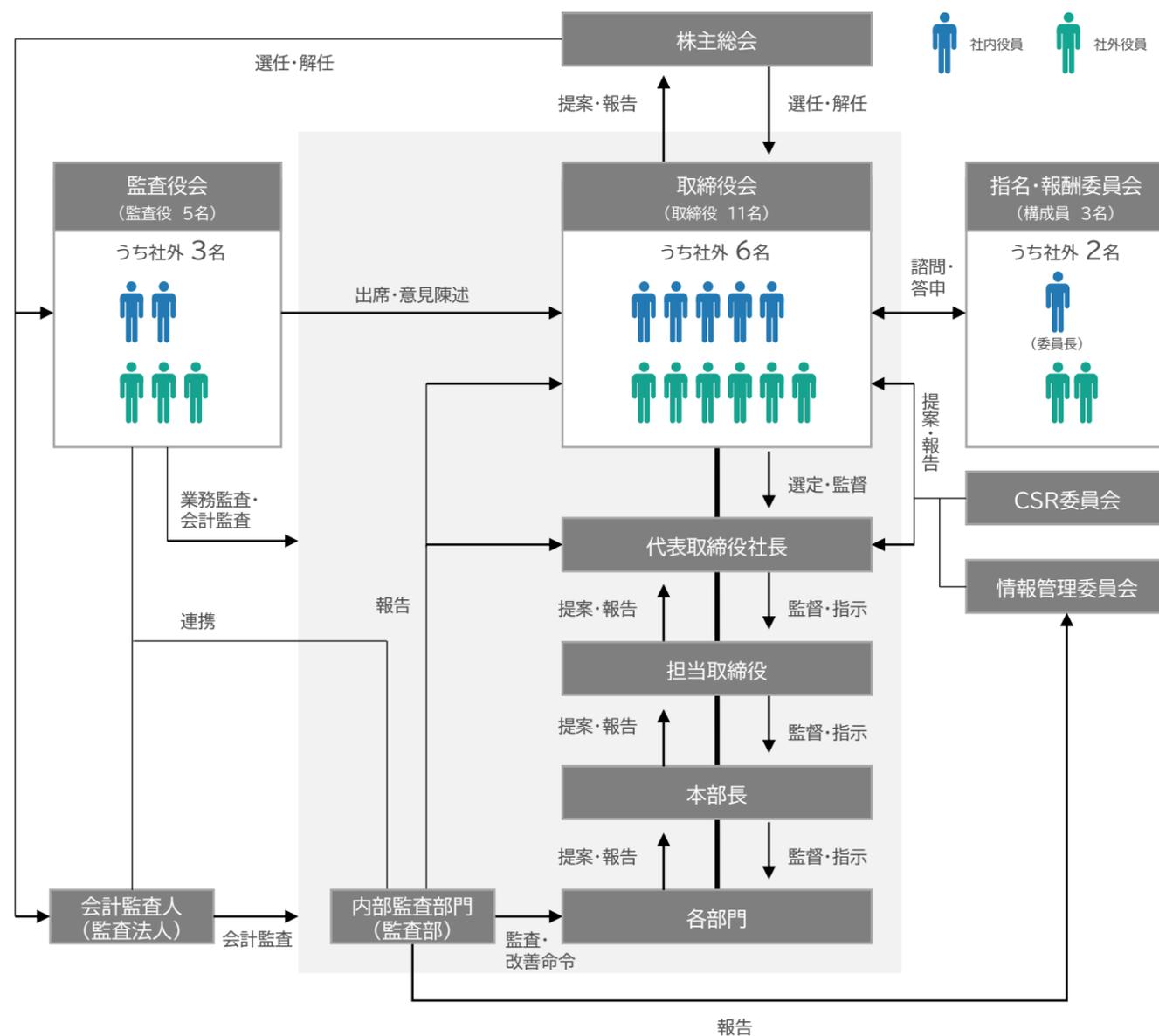
役員区分	対象となる 役員の員数 (名)	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)		
			基本報酬	業績連動報酬等	非金銭報酬等
取締役 (うち社外取締役)	9 (4)	420 (46)	314 (46)	100 (-)	5 (-)
監査役 (うち社外監査役)	5 (3)	87 (37)	87 (37)	- (-)	- (-)
合計 (うち社外役員)	14 (7)	507 (83)	402 (83)	100 (-)	5 (-)

コーポレート・ガバナンス

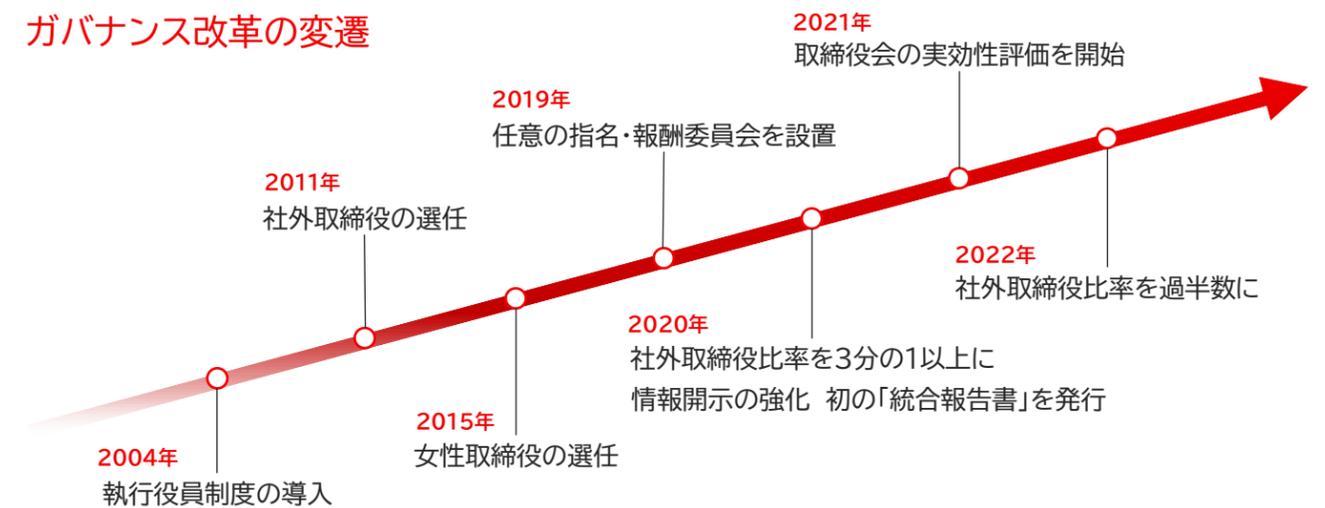
基本的な考え方

当社は、「美と健康」に関連する生活必需品を取り扱う中間流通業者であり、自社の生産性向上はもとより、サプライチェーン全体の最適化・効率化をステークホルダーとともに推進することで、社会的役割を果たしていきます。また、経営の透明性と健全性を確保できるガバナンス体制の構築並びに適切な情報開示と株主様との対話を通じて、持続的成長を重視した取り組みを行ってまいります。

コーポレート・ガバナンス体制図



ガバナンス改革の変遷



取締役会

取締役会は、社内取締役5名及び社外取締役6名の計11名で構成しています。監査役出席のもと、原則毎月1回以上開催し、経営方針や法令で定められた事項、その他経営に関する重要事項を検討及び決定するとともに、業務執行状況の監督機関として位置付けています。

監査役会

監査役会は、社内監査役2名及び社外監査役3名の計5名で構成し、取締役の職務執行状況を監査しています。監査役は取締役会に出席し、経営全般に対する監視機能を発揮するとともに、法令・定款違反、競業取引や利益相反取引等の事実の有無についての監査を実施しています。また、監査役は監査部及び会計監査人と適宜に情報交換を行い、監査の実効性を高めています。



指名・報酬委員会

指名・報酬委員会は、取締役会の諮問機関として委員長である代表取締役社長の糟谷誠一をはじめ社外取締役の浅田克己及び吉武一郎の3名で構成しています。役割としては、社外取締役の適切な関与を得ることで役員等の指名・報酬等に関する手続の公正性・公平性及び客観性を高めガバナンスの強化・充実を図ることを目的としています。

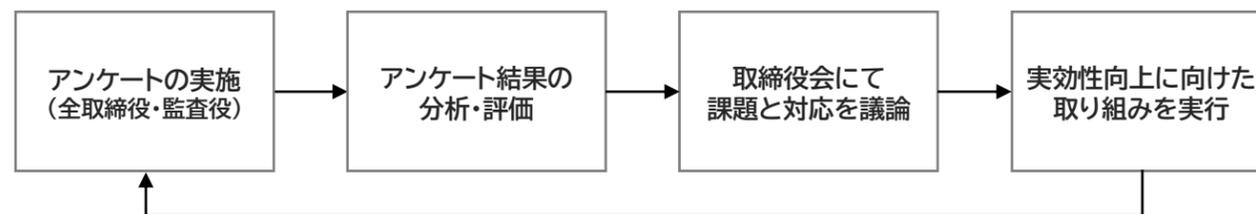
指名・報酬委員会の構成メンバー

	委員長	代表取締役社長	糟谷 誠一
	社外取締役		浅田 克己
	社外取締役		吉武 一郎

取締役会の実効性に関する評価

取締役会の実効性をより一層向上させるため、2021年に初めて取締役会の実効性評価を開始しました。取締役会の実効性評価では、全取締役及び全監査役にアンケートを配付し、そのアンケートを取締役会事務局が回収・集計しています。アンケートの集計結果から分析・評価を行い、取締役会に報告しています。取締役会では、分析・評価結果に基づき、課題及び今後の対応について議論し、取締役会のさらなる実効性向上に向けた取り組みを進めています。

■ 評価プロセス



■ 評価項目

アンケート内容については、右記の項目について「選択式設問20問、記述式設問6問」となっています。

主なアンケート評価項目	
・ 取締役会の構成	・ 取締役会を支える支援体制
・ 取締役会の運営	・ 社外取締役の役割
・ 取締役会の議題	・ 総括

2021年の評価結果の概要

取締役・監査役全員へのアンケートでは、各項目において適切である旨の回答が高い割合を占めており、取締役会全体としての実効性は確保されていると評価しました。

項目別では、「社外取締役の役割」が特に高い評価となっており、取締役会における社外取締役の発言が経営の質向上にプラスの影響を及ぼしていると考えています。(発言事例を右に記載)

一方、中長期的な成長に関する議論の時間確保や、適切なモニタリングを行うための知識習得の機会増加などが必要という課題認識をしました。2022年

3月期におきましては、右頁に記載のとおり、それら課題に対する対応策を実行しました。

取締役会における社外取締役の発言事例

- ・ 設備投資の効果測定における新たな分析観点の提案
- ・ 企業価値向上に向けた積極的なPRの提案
- ・ 規則改訂、アライアンス案件におけるリーガルリスクマネジメント
- ・ 気候変動への対策など、ESGにおける企業運営の在り方に関する情報提供及び提案

実効性評価から抽出した課題及びその対応

■ アンケートの回答内容

「中長期的な成長戦略に関する議論をさらに充実させたい」

課題認識	対応
中期経営計画の取組状況のモニタリングレベルの強化	3か月毎に実施している各本部の業務報告や取組状況報告のフォーマットを改訂。中期経営計画との関連性を高め、持続的成長を視点に議論しやすい環境を整備。 ⇒進捗状況の確認他、活発な議論につなげている。
成長戦略に関する議論の時間確保	決議事項・報告事項のバランスを意識した取締役会運営に加え、取締役会におけるさらなる有効な議論に向け、付議事項の精査・見直しを継続。 ⇒毎年、一定の時期に見直しを行えるよう規則として制定

■ アンケートの回答内容

「議論の活性化に向け、議案や当社事業に対する理解を深めたい」

課題認識	対応
議案の早期提供及び情報伝達コストの低減	議案上程部門と事務局との協働による議案確定と資料作成の早期化。 業界用語、社内固有の用語をまとめた用語集の作成。
社外役員向け勉強会の創設	当社の歴史や理念、強み(物流の仕組み・特徴・将来構想など)、対処すべき課題(カーボンニュートラルなど)について勉強会を実施。
新任社外役員へのサポート	内定後、顧問に就任いただくとともに、オブザーバーとして取締役会に参加いただき役員就任直後から活発な議論が可能となるよう運用。

株主・投資家との対話

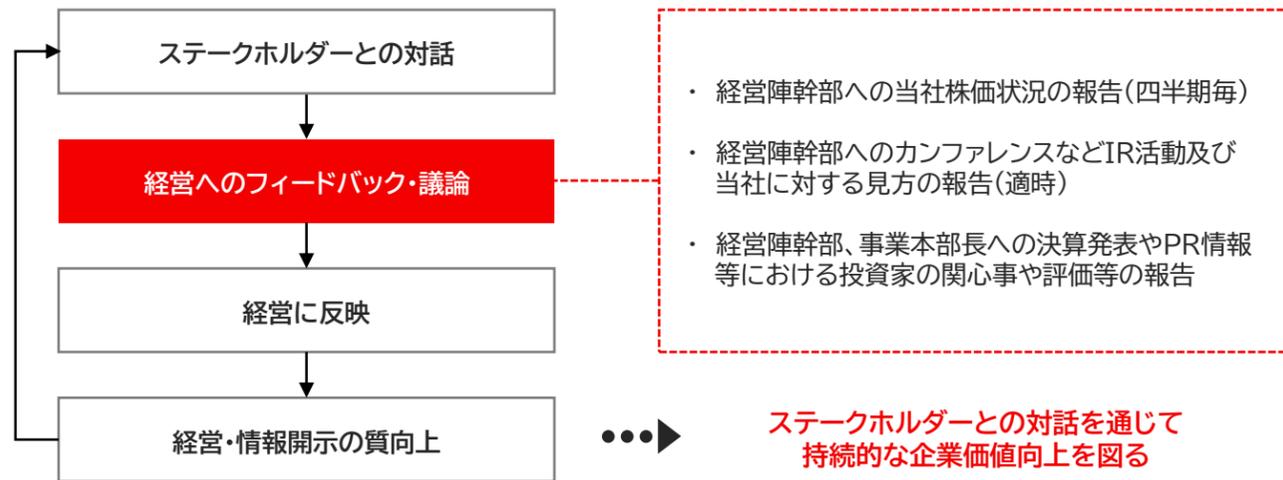
当社は、機関投資家・アナリストをはじめとするステークホルダーとの建設的な対話によって持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、積極的なIR活動を行っています。IR活動を通じて得られた当社に対する投資家の関心事や評価などを経営陣幹部や各事業本部長にフィードバックすることで、より質の高い事業運営・情報開示に努め、また新たな対話に臨むというサイクルを回しています。

また、ウェブサイトによる企業情報の発信や決算説明会、個人投資家説明会などを通じて当社の方針や

戦略などをお伝えし、ステークホルダーの皆様との対話を通じた企業価値の向上に努めていきます。

実施イベント（2022年3月期）	実施回数
機関投資家・アナリスト向け決算説明会	2回
証券会社主催カンファレンス	3回
個別ミーティング	128回

■ ステークホルダーとの対話のサイクル



個人投資家向け会社説明会(オンライン)を開催

2022年7月、個人投資家向け会社説明会をオンラインで開催しました。説明会では、はじめに投資家の皆様に当社の「存在意義」や「強み」をお伝えするため「日常生活に欠かせない当社の社会における役割」や120年以上に亘る成長に至った「流通に対する考え方」を中心に説明し、そのうえで中期経営計画を軸とした成長戦略、関心の高いESG・SDGsや株主還元に関する説明を行いました。引き続き、より多くの投資家の皆様との対話の機会を重ね、さらなる企業価値の向上に努めていきます。



SMBC日興証券主催イベント「WEB IR DAY」に参加
説明者：取締役常務執行役員 経営企画本部長 嶋田政治

グループガバナンス

当社議決権の過半を有する親会社である株式会社メディパルホールディングスは、「医療と健康、美」の流通で社会に貢献することを目指し、主な事業として「医療用医薬品等卸売事業」、「化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業」、「動物用医薬品・食品加工原材料等卸売事業」を営んでいます。

当社は、そのなかで「化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業」を専属的に担っており、他のグループ企業とは取扱商品や流通形態等が大きく異なることから、当社との間に競合関係は存在せず、親会社グループから影響を受けることなく独自に営業活動を行っています。

また、当社の事業戦略、人事政策等の経営判断については、全て当社が独立して主体的に検討のうえ決定しており、当社取締役会の決定が、グループ内の最終決定となっています。

親会社においても、少数株主の権利保護をはじめ当社の独立性確保は重要であると認識しており、「グループ会社基本規程」(適切なグループガバナンスの確保に向け制定された規程)のなかで、当社に対しては「独立性を確保し、独自の資金調達、迅速な意思決定のもと積極的に事業展開を図ることで企業価値を向上させることがグループ経営の観点

からも望ましい」と明記しており、併せて当社事業にかかわる意思決定については当社の取締役会がグループの中での最終意思決定機関である旨が明確になっています。

親会社グループとの人的関係については、当社役員について親会社グループからの受け入れはありませんが、適切なグループガバナンス維持のため、当社の取締役1名が親会社の取締役を兼務しています。

以上により、親会社グループからの一定の独立性は確保されているものと認識しています。

一方、流通を通じて社会に貢献するという目標は共通しており、その達成に向けて、お互いが保有する流通ノウハウやサステナビリティ課題の解決に向けた取組事例の共有などグループ全体で有するリソースの有効活用に取り組んでいます。

また、当社のお取引先様のうち、調剤事業を展開されている小売業様におかれましては、メディパルグループ全体でのサポートが可能となり、より強固な信頼関係の構築につながっていると考えています。

引き続き、このような取り組みを通じて、グループ全体で提供する価値の向上に努めていきます。

政策保有株式の考え方

当社は、持続的成長に向けて、取引先との長期的・安定的な関係の構築・強化による取引深耕・拡大を目的として政策保有株式を保有しています。政策保有株式については、中長期的視点を用いつつ当社成長に資するかどうかを判断基準として、縮減していく方針です。この方針に沿って毎年1回取締役会において判断を行っています。具体的には、次の要件

を基に個別銘柄ごとに検証しています。

保有株式の評価基準

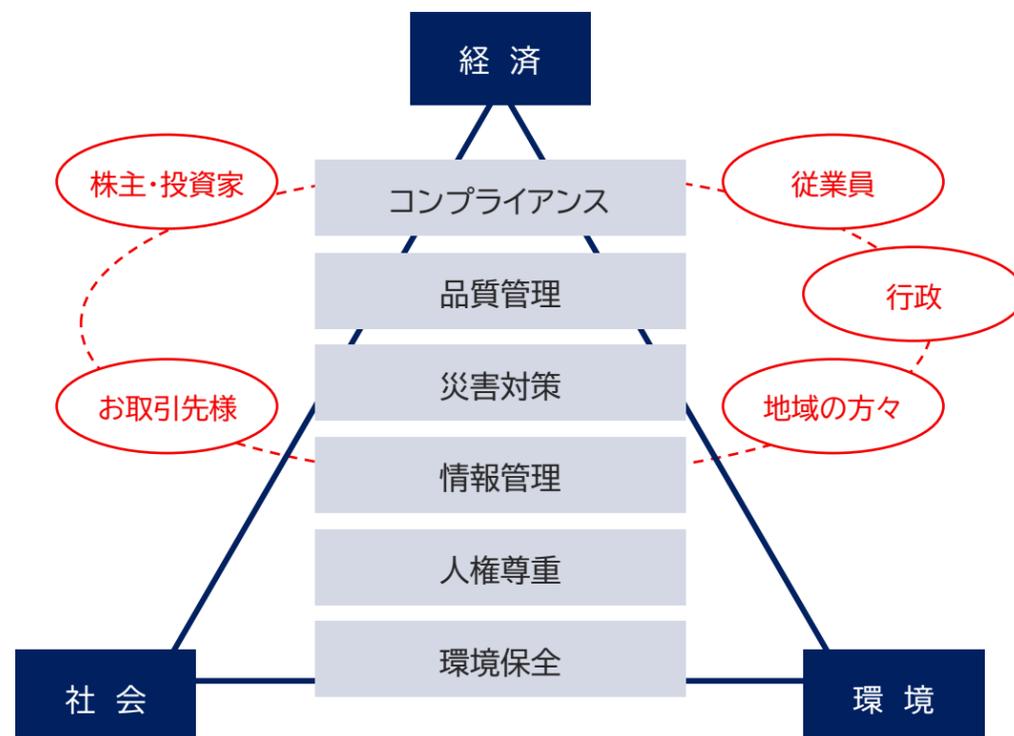
- ・保有目的が適切かどうか
- ・当社資本コストやリスクを上回る利益(取引による利益額と配当による利益額の合計額)や便益が得られている又は得られる見込みがあるか

CSRマネジメント



基本的な考え方

当社の使命は、いついかなる時でも生活必需品を確実にお届けすることです。この使命を永続的に果たしていくために、持続可能性などの観点からコンプライアンス、品質管理、災害対策、情報管理、人権尊重、環境保全の6つのカテゴリーを設け、徹底したリスク管理による盤石な企業体制のもと、社会とともに歩む企業としてマテリアリティの解決に取り組んでいます。



コンプライアンス

ステークホルダーの皆様から信頼され永続的に発展する企業であるために、一人ひとりが、法令の遵守はもちろんのこと、社会におけるルールやマナーを守り、高い倫理観を持って行動することが重要であると考えています。そのため、当社では一人ひとりがコンプライアンスの重要性について理解を深められるよう啓発活動や社員教育を継続して行っています。

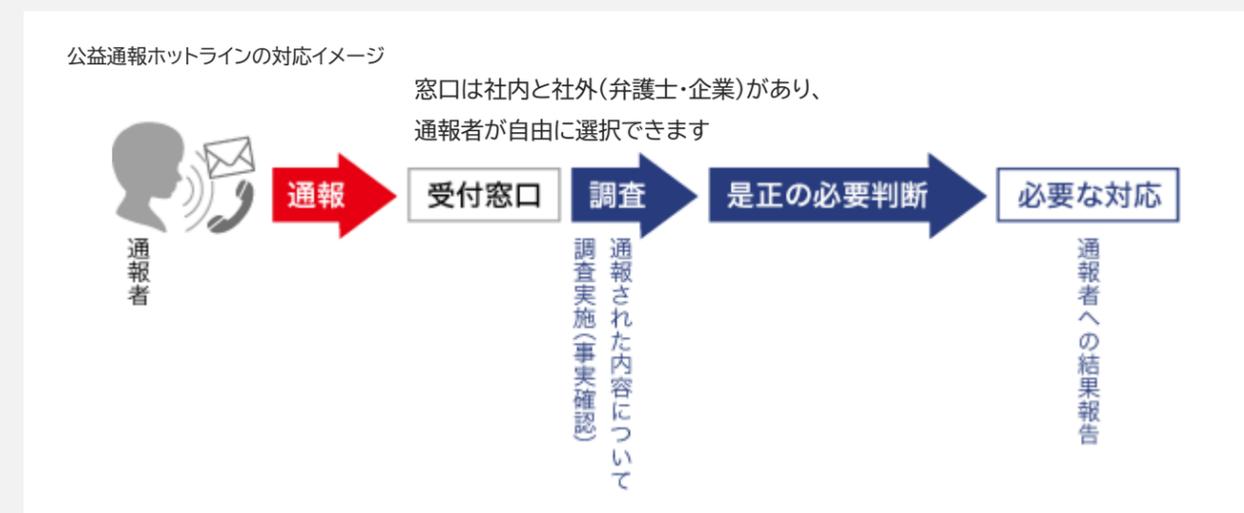


コンプライアンス意識向上の取り組み

- ・メディカルグループ共通の「CSR研修」教材を使用した定期的なオンライン研修
- ・コンプライアンス上の問題事例を紹介した「CSR通信」を社内ネット掲示板に掲載
- ・集合研修
 - 新入社員研修におけるコンプライアンス教育
 - インサイダー取引防止に関する教育
 - 飲酒運転撲滅のための教育
 - 個人情報保護に関する教育

様々な相談窓口の設置

会社内部の問題をより早く発見し、解決するため、「公益通報ホットライン」を設置しています。通報の受付窓口は社内に1つ、社外に2つ設け、より相談しやすい環境を整えています。また、「公益通報ホットライン」の他に、従業員の抱える悩みや不安などを相談できる窓口も社外に設けており、様々な問題の解決に向けた体制を整えています。



品質管理

当社は、化粧品・日用品、一般用医薬品など、数多くの商品を取り扱っています。医薬品をはじめとした「生命関連商品」については「品質、有効性、安全性」を確保する薬事管理を行い、安心してご使用いただける商品をお届けすることが社会的使命です。そのためにメーカー様から小売業様のお手元に届くまで、品質管理の徹底に努めています。

日付管理

当社では、取り扱っている医薬品、医薬部外品、健康食品などの使用期限や賞味期限がある商品については、基本的に入荷時に期限の確認を行い、データとして登録し、システムによる日付管理を行っています。

商品出荷は原則先入先出で行い、社内で定めた出荷期限(自主設定日数)が迫っているものをコンピュータで日々確認し、出荷期限が迫っている商品については出荷商品から除外する処理を行い、小売業様に安心して販売していただけるように日付・品質管理を行っています。

薬事継続研修

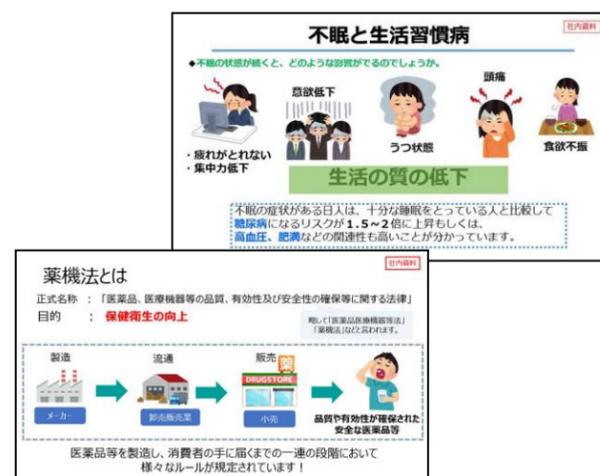
医薬品や医療機器における情報の収集と提供を適切に行うための知識と資質を養うため、営業担当者や薬剤師を対象とした研修を継続的に行っています。営業担当者に向けては、医薬品の有効性のみならず、それらを理解するための病態生理、医薬品医療機器等法をはじめとする各種関連法規などについて、支社薬剤師を通じた研修及び教育を行うとともに、オンライン研修によって個人で学習できる環境を構築しています。

また、薬剤師に向けては、専門的かつ学術的資料による啓発及び情報共有を目的とした研修を実施しています。

JGSPを基にした品質管理

一般用医薬品の保管及び流通上の品質管理については、JGSP(一般薬版)※を基本として行っています。物流関連業務や管理薬剤師業務などの各種マニュアルを作成し、それに基づいた適切な保管体制や流通体制の構築に注力しています。

※ JGSP(Japanese Good Supplying Practice)：JGSP(一般薬版)は一般用医薬品の供給と品質管理に関する実践規範。薬事関連法規をもとに日本医薬品卸業連合会が策定した医薬品卸売業界の自主規範です。



(薬事継続研修テキスト)

災害対策

当社が取り扱う商材は、いずれも人々の健やかな暮らしに欠かすことのできないものです。これらの商品を安定的に供給することが当社の社会的使命であると考えています。この使命のもと、たとえ大規模災害や疫病によるパンデミックが起きたとしても、商品の安定供給に支障をきたさないよう、当社では事業継続計画(BCP)を策定し、社会インフラ企業としての役割を果たしていきます。

具体的な取り組みについてはP.59をご参照ください。

情報管理

当社はお取引先様の個人情報をはじめ、様々な情報を保有しています。これらの情報を管理し保全するために、ウイルス対策、不正アクセス対策、モバイルパソコンのデータ暗号化など、情報の保全及び漏洩についてのセキュリティ対策を実施しています。また「情報管理委員会」を中心に、「情報管理規則」の制定や従業員に対する情報セキュリティ教育を実施し、情報管理の徹底を図っています。

具体的な取り組みについてはP.65をご参照ください。

人権尊重

当社の事業活動を支える人財は重要な財産であり、持続的な企業価値向上の原動力であるという考えのもと、従業員一人ひとりの成長ステージに沿った人財教育や、心身ともに健康で安心して働ける職場環境づくり、そして、多様な人財が有するそれぞれの能力を十分に発揮できる環境づくりに取り組んでいます。

具体的な取り組みについてはP.72をご参照ください。

環境保全

当社は人々の豊かで快適な生活の実現に貢献し、社会とともに歩む企業として、環境保全に取り組んでいます。持続可能な社会を目指して、地球温暖化を防止し、循環型社会を形成していくために、温室効果ガスの削減やリサイクルの推進などを行っています。

具体的な取り組みについてはP.74をご参照ください。

コーポレート・データ

102 財務データ(11か年推移)

104 ESGデータ(3か年推移)

105 会社・株式情報

106 編集後記



11年間の主要財務データ

	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期 ^{※2}	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期 ^{※3}
経営成績(百万円)											
売上高	765,654	785,833	831,899	794,221	860,350	922,095	966,684	1,015,253	1,046,412	1,033,275	1,045,735
売上総利益	81,469	82,599	86,440	61,985	67,104	71,348	76,051	79,645	81,527	81,162	81,759
販売費及び一般管理費	72,647	73,398	76,223	47,808	51,003	52,218	53,045	54,246	56,818	55,674	55,838
営業利益	8,821	9,201	10,216	14,177	16,101	19,129	23,006	25,399	24,708	25,487	25,921
経常利益	14,013	14,880	15,779	16,322	18,556	21,573	25,498	28,528	27,316	28,053	28,637
当期純利益	6,159	8,397	9,185	10,267	11,929	14,605	17,453	19,767	25,412	19,317	19,639
減価償却費	4,947	4,860	5,180	4,861	4,985	4,931	4,830	4,493	5,059	5,650	5,486
設備投資額	3,705	10,766	12,056	691	15,583	9,791	13,649	10,700	18,791	5,352	9,726
財政状態(百万円)											
総資産	292,969	302,851	325,189	318,186	351,880	361,363	387,399	393,603	418,756	435,501	448,877
純資産	111,421	125,756	132,427	143,535	154,976	166,921	183,435	197,237	218,297	235,428	243,741
キャッシュ・フロー(百万円)											
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,742	11,792	3,340	23,204	5,226	24,721	24,107	23,565	21,005	28,745	21,949
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,198	△9,982	△11,686	365	△19,327	△6,413	△15,830	△9,531	△3,788	△5,471	△10,170
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,460	△2,705	1,191	△15,464	10,675	△17,876	△5,142	△17,323	△13,001	△8,225	△8,731
フリーキャッシュ・フロー(営業CF+投資CF)	4,544	1,810	△8,346	23,569	△14,101	18,308	8,277	14,034	17,217	23,274	11,779
1株当たり指標(円)											
1株当たり当期純利益	110.28	144.41	144.54	161.58	187.73	229.84	274.65	311.07	399.90	303.98	310.34
1株当たり純資産	1,994.96	1,978.85	2,083.86	2,258.71	2,438.74	2,626.72	2,886.59	3,103.80	3,435.20	3,704.78	3,878.33
1株当たり配当金	40.00 ^{※1}	42.00	43.00	45.00	50.00	56.00	64.00	68.00	70.00	72.00	78.00
財務指標(%)											
売上総利益率	10.64	10.51	10.39	7.80	7.80	7.74	7.87	7.84	7.79	7.85	7.82
販売費及び一般管理費率	9.49	9.34	9.16	6.02	5.93	5.66	5.49	5.34	5.43	5.39	5.34
営業利益率	1.15	1.17	1.23	1.79	1.87	2.07	2.38	2.50	2.36	2.47	2.48
自己資本比率	38.0	41.5	40.7	45.1	44.0	46.2	47.4	50.1	52.1	54.1	54.3
ROE(自己資本当期純利益率)	5.66	7.08	7.12	7.44	7.99	9.07	9.96	10.39	12.23	8.51	8.20
ROA(総資産経常利益率)	4.74	5.00	5.03	5.07	5.54	6.05	6.81	7.31	6.73	6.57	6.48
配当性向	30.2	29.1	29.7	27.8	26.6	24.4	23.3	21.9	17.5	23.7	25.1
期末従業員数(人)											
期末従業員数	2,288	2,284	2,250	2,202	2,245	2,221	2,217	2,207	2,196	2,169	2,168

※1 2012年1月1日付で株式1株につき1.5株の株式分割を行っています。株式分割に伴う影響を遡及適用した、2012年3月期の1株当たり配当金は次のとおりです。[2012年3月期:33.33円]

※2 2016年3月期より会計方針を変更しており、2015年3月期の数値については、遡及適用後の数値となっています。

※3 2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、2022年3月期の数値については、適用後の数値となっています。

ESGデータ

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
環境			
CO2排出量(t-CO2) ※	51,052t-CO2	51,627t-CO2	52,189t-CO2
スコープ1	3,284t-CO2	3,293t-CO2	3,267t-CO2
スコープ2	20,703t-CO2	21,797t-CO2	18,514t-CO2
スコープ3	27,065t-CO2	26,537t-CO2	30,408t-CO2
売上高1億円当たりCO2排出量(スコープ1+2)	2.3t-CO2	2.4t-CO2	2.1t-CO2
売上高1億円当たりCO2排出量(スコープ1+2+3)	4.9t-CO2	5.0t-CO2	4.9t-CO2
電力使用量(千kwh)	42,872千kwh	43,665千kwh	44,890千kwh
<small>※ CO2排出量の算定範囲 スコープ1:自社の燃料使用に伴う排出 スコープ2:事業所・RDCの電力使用に伴う排出 スコープ3:トラック輸送に伴う排出(当社物流センターからの出荷:GHGプロトコル「カテゴリー4」)</small>			
社会			
従業員数	2,196名	2,169名	2,168名
平均年齢	45.9歳	46.3歳	46.3歳
平均勤続年数	19.0年	19.5年	19.6年
女性従業員比率	18.1%	18.3%	19.1%
女性管理職比率	5.6%	5.8%	6.1%
女性新規採用者比率	28.0%	35.8%	30.9%
中途入社管理職比率	68.3%	68.4%	67.9%
キャリア採用者比率	21.3%	34.0%	38.1%
育児支援制度利用者数(休業)	31名	31名	34名
育児支援制度利用者数(時短勤務)	52名	51名	46名
育児休業後の復職者比率	100.0%	100.0%	100.0%
シルバー人材雇用制度利用者数	270名	333名	421名
有給休暇取得率	56.3%	55.9%	58.4%
ガバナンス			
取締役	9名	8名	9名
社外取締役比率	33.3%	37.5%	44.4%
女性取締役比率	11.1%	12.5%	22.2%
監査役	6名	5名	5名
社外監査役比率	66.7%	60.0%	60.0%
女性監査役比率	16.7%	20.0%	20.0%
女性役員比率(取締役・監査役)	13.3%	15.4%	21.4%

会社・株式情報

会社情報(2022年3月31日現在)

商号	株式会社PALTAC
本社所在地	〒540-0029 大阪市中央区本町橋2番46号 Tel:06-4793-1050
創業	1898年
設立	1928年
資本金	158億69百万円
従業員数	2,168名 (臨時雇用者:4,794名)
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	8283
単元株式数	100株
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
定時株主総会	毎年6月開催
お問い合わせ先	経営企画本部 Tel:06-4793-1090
株式の状況	発行可能株式総数 180,000,000株 発行済株式総数 63,553,485株 株主数 3,173名

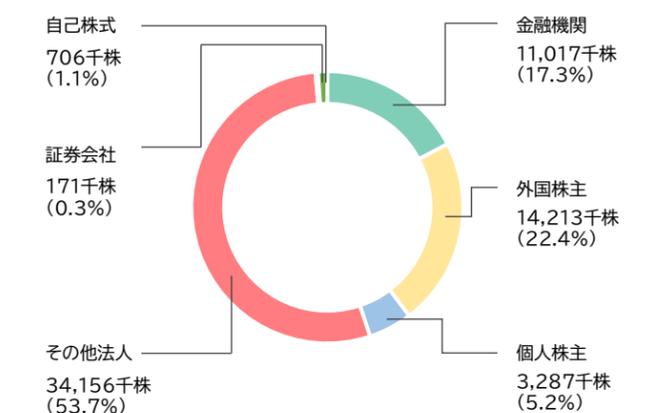
株式情報(2022年3月31日現在)

大株主の状況

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社メディアパルホールディングス	31,853	50.68
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,845	10.89
JP MORGAN CHASE BANK 385632	1,959	3.12
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,623	2.58
PALTAC従業員持株会	1,275	2.03
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	1,082	1.72
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	993	1.58
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE MONDRIAN INTERNATIONAL SMALL CAP EQUITY FUND. L. P.	943	1.50
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE FIDELITY FUNDS	888	1.41
野村信託銀行株式会社(投信口)	632	1.01

持株比率は自己株式(706,549株)を控除して計算しています。

所有者別分布状況(持株比率)



インデックスへの採用情報(2022年7月28日現在)

当社は、「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成される株価指数「JPX日経インデックス400」に2018年度から選定されています。



編集後記

統合報告書「WHAT'S PALTAC 2022」をお読みいただき、ありがとうございます。本年も多数の皆様のご協力を得て本書の発行に至ることができましたことを改めて感謝申し上げます。

今回の報告書は、主に以下の2点に主眼を置いて制作いたしました。

1つ目は、2024年3月期を最終年度とする3か年の中期経営計画「輝く未来へ ～サプライチェーンとともに歩む～」の進捗状況をお伝えすることです。そのなかでも、業界初の「販促物一貫サポート」や「非食品・食品の一括物流」をはじめ流通全体の最適化、ひいては当社の中長期的な成長を見据えた新たな挑戦の説明に注力しております。具体的な事例や期待する効果等を用いて、「わかりやすさ」「伝わりやすさ」の追求に腐心いたしました。当社が実行している取り組みの価値や、創業以来120年以上にわたる歴史に裏打ちされた強みを新たな挑戦においてどのように活かしているかが、本書を通じてお読みいただいた皆様に伝わることを願っております。

2つ目は、ステークホルダーの皆様から頂いた前回の統合報告書に対するご意見・ご感想をしっかりと反映することです。そのなかでも今回は、特にご要望の多かった「ガバナンス」「人財」に関する情報開示の充実と、当社の価値創造ストーリーをより伝わりやすくするために、各項目と全体の中長期戦略との「つながり」を意識して表現するように努めました。

[編集担当：経営企画本部]

取締役常務執行役員 経営企画本部長 嶋田 政治

高木 雄介 山本 訓稔 前田 雅之 田代 尚敬 清藤 将文 木村 和暉 橋本 知周

統合報告書は本年で3回目の発行となります。今後におきましても、当社をご評価いただく判断材料として有用な報告書とするため、情報開示の充実に努めてまいります。

最後に、今回も当社ホームページにアンケートを用意しておりますので、ご意見・ご感想をいただけますと幸いです。

頂いたご意見・ご感想をもとに、引き続き、皆様との対話をより良いものにできますよう、報告書の改善に努めてまいります。

これからも一層のご支援・ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

お届けするのは モノ以上の価値



No.003

私たちは流通を通じて、お取引先の繁栄と、
人々の豊かで快適な生活の実現に貢献します