

PALTACの価値創造

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



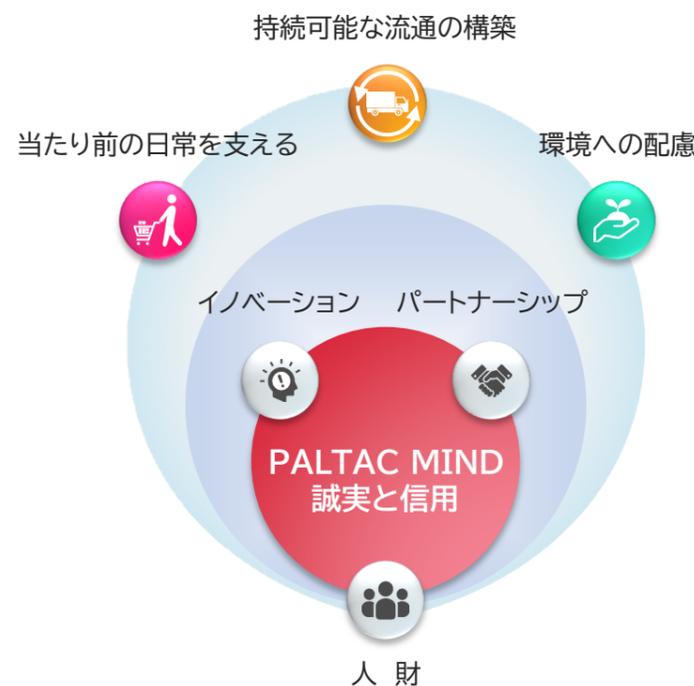
PALTACの持続的成長へのマテリアリティ(重要課題)

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	
脱コロナ	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 需給ひっ迫などによるエネルギー・原材料価格の上昇 物価高騰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	

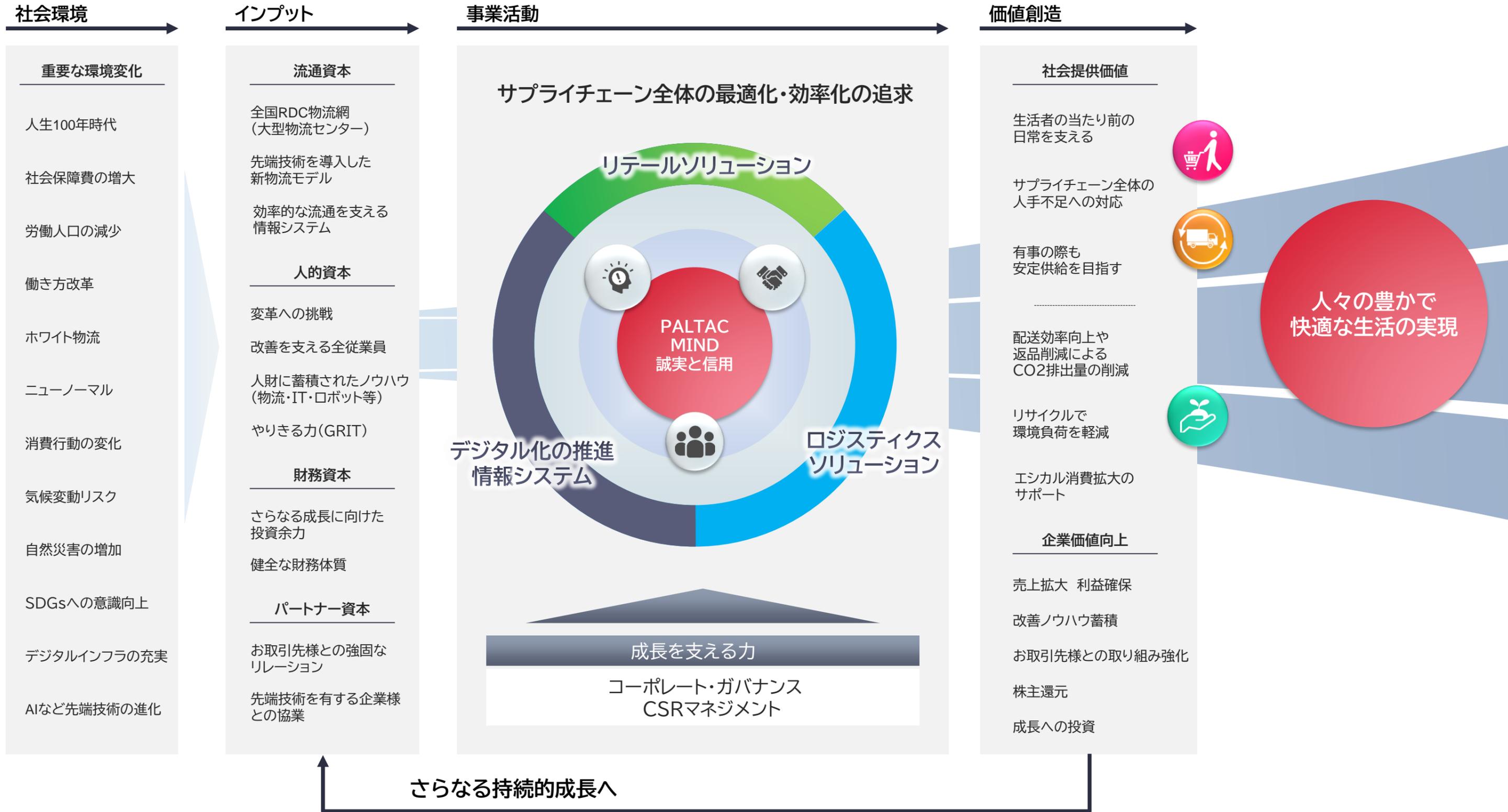
マテリアリティ

	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	当た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 パートナーシップ 人財
SDGsとの関連	3 健康と福祉を最优化・効率化の取り組みにより流通における過重労働を排除 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 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 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排出量の削減・リサイクルの取り組み	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 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」 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

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。

PALTAC VISION 2024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

VISION2024の位置づけ

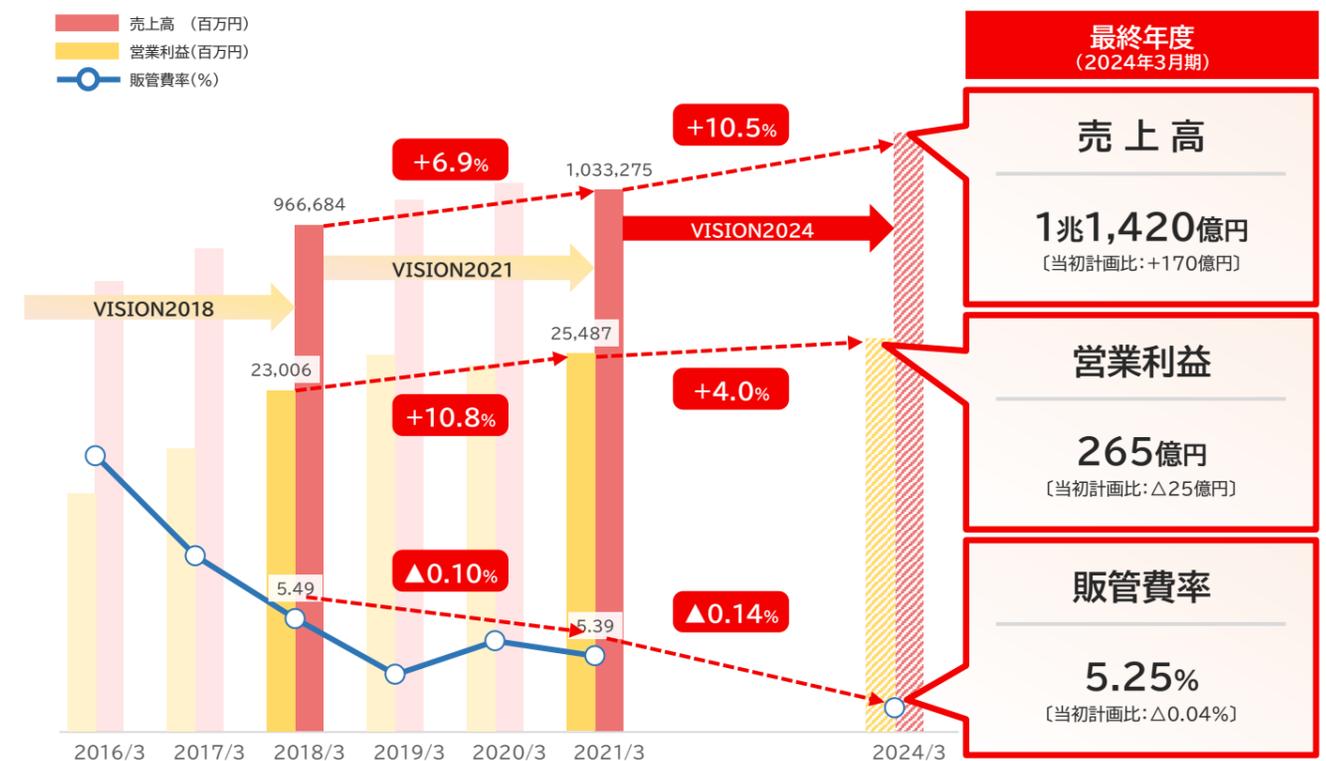


対応すべき課題

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 当初計画数値を修正(2023年5月11日)

原材料及びエネルギー価格の高騰や社会全体で脱コロナに向けた動きが加速するなど、足下の市場環境が当初計画の前提である2021年5月頃から大きく変化したことを踏まえ、目標数値を修正しております。売上高につきましては、脱コロナに伴い化粧品や医薬品等の需要拡大が見込まれ、当社機能を活かして進めてきた帳合獲得の効果が現れやすい環境となったことを踏まえ、当初の目標を引き上げております。利益につきましては、原材料価格高騰などに伴い業界全体の利益が縮小した影響を受け売上総利益率が低下していることや、電気代の上昇・人財への投資拡大による販管費の増加を考慮し、当初の目標数値を引き下げております。

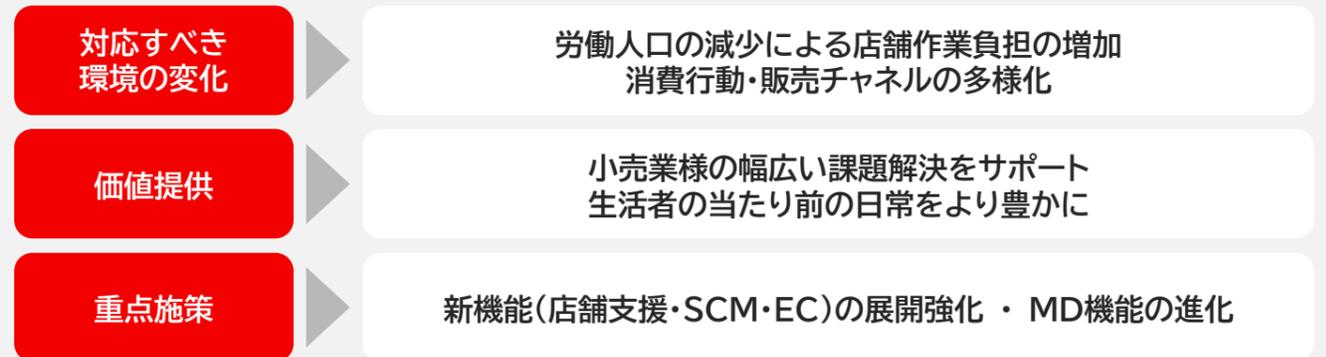




01

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、マーチャンダ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。



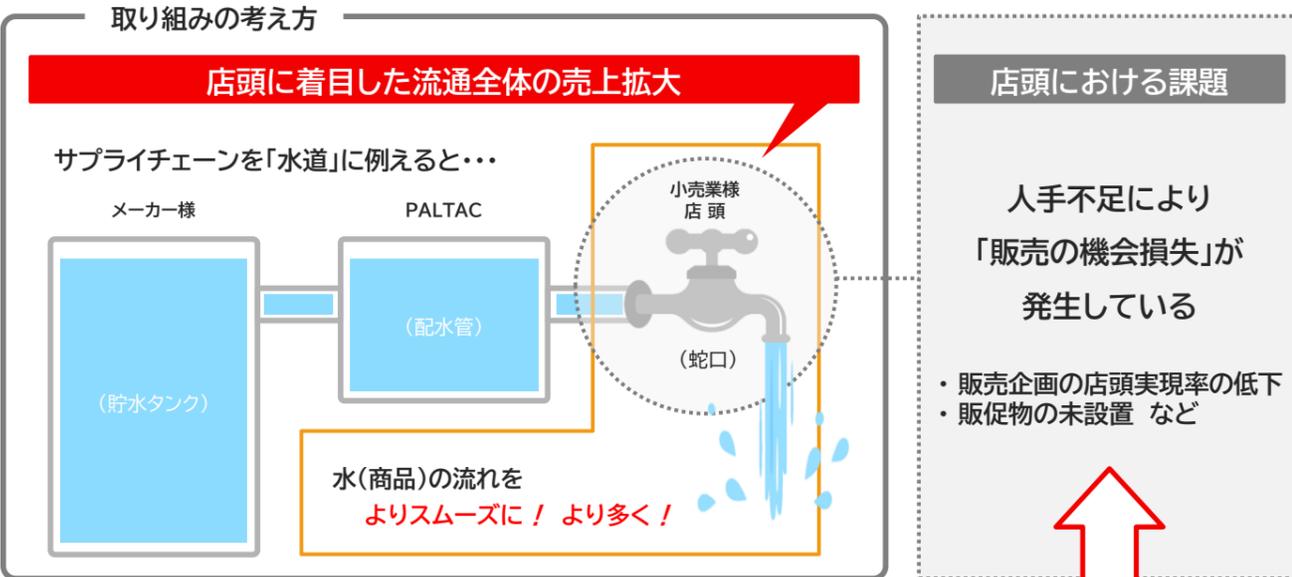
各機能の連携・協働により幅広い課題に対応



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

0.8 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

2,300 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。

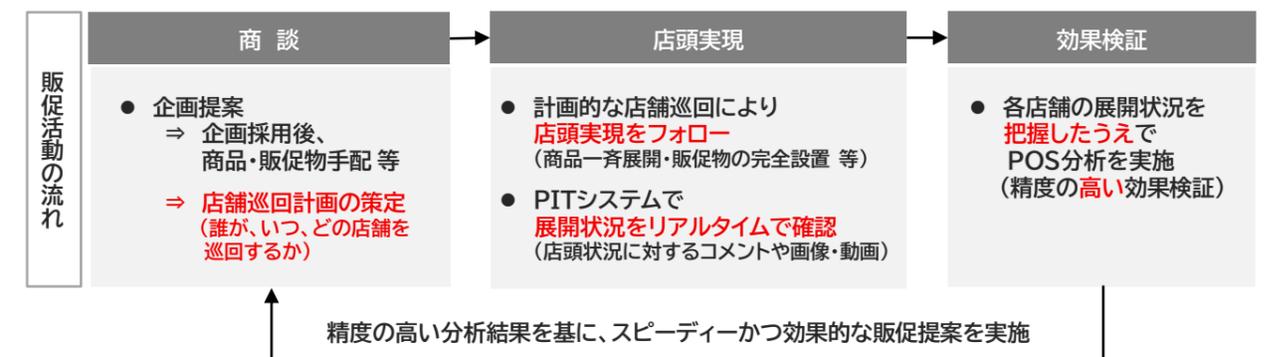
PITシステムにより、これまで把握しきれなかった詳細な店頭状況(売場状況・販促物の有無など)をリアルタイムで共有することができ、各店舗の展開状況を踏まえたPOS分析等、より精緻な効果検証が可能となります。精緻な効果検証に基づく販促提案や好事例の水平展開をスピーディーに行うことで、店頭の販売機会の損失を削減し、さらなる売上拡大につなげていきます。

スピーディーかつ効果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、効率的かつ動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



機動力を活かした店頭展開と精度の高い効果検証により“売れる販促サイクル”をつくる

■ 新機能「アンケート機能」の開発

PITシステムを活用した展開状況の把握に加えて、店頭実態調査を行う「アンケート機能(選択回答式)」を開発しました。販促物の展開場所など店頭状況の調査したい項目を設定し、店舗支援担当者がスマートフォンで回答を行います。各担当者の回答結果を集計することで、店頭状況を定量的に把握することが可能となりました。店頭の画像データに加え、アンケート機能の定量データと従来の販売データのクロス分析による効果検証と販促提案で「売れる仕組み」のさらなる強化に努めています。

店頭調査アンケート

展開状況を確認しアンケートに回答

店頭状況を定量データ化

〇〇化粧品 展開場所調査	総計	
	回答数	構成比
① エンドプロモ	134	6%
② 定番プロモ	271	13%
③ サイドネット	434	21%
④ ハンガー	301	14%
⑤ カゴ・バケツ	10	0%
⑥ 展開なし	945	45%
回答数	2,095	100%
店舗数	1,847	-

定量データの活用により効果検証及び販促提案の質向上を図る

SCM機能の展開強化

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されています。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、マーチャダ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。

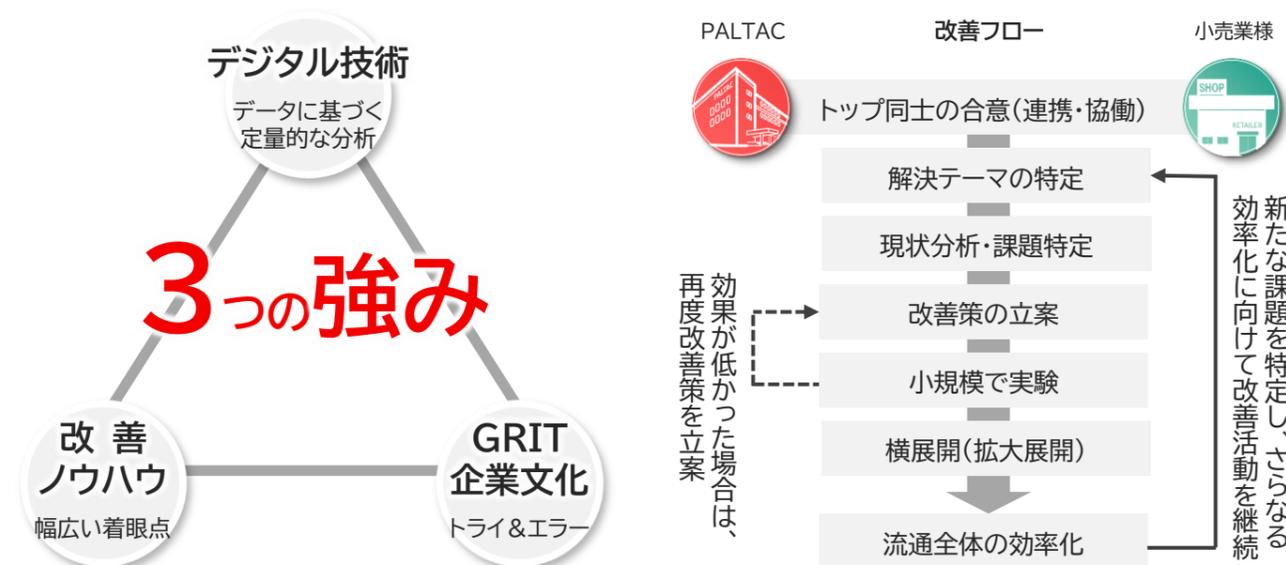
この取り組みは、流通に携わるそれぞれの企業のコスト削減や利益拡大に止まらず、リーズナブルな価格での商品提供やより良い売場づくり・接客による生活者の満足度向上、配送効率化によるCO2削減など、様々な社会課題の解決につながる活動となっています。

強みを活かして、効果の最大化を図る

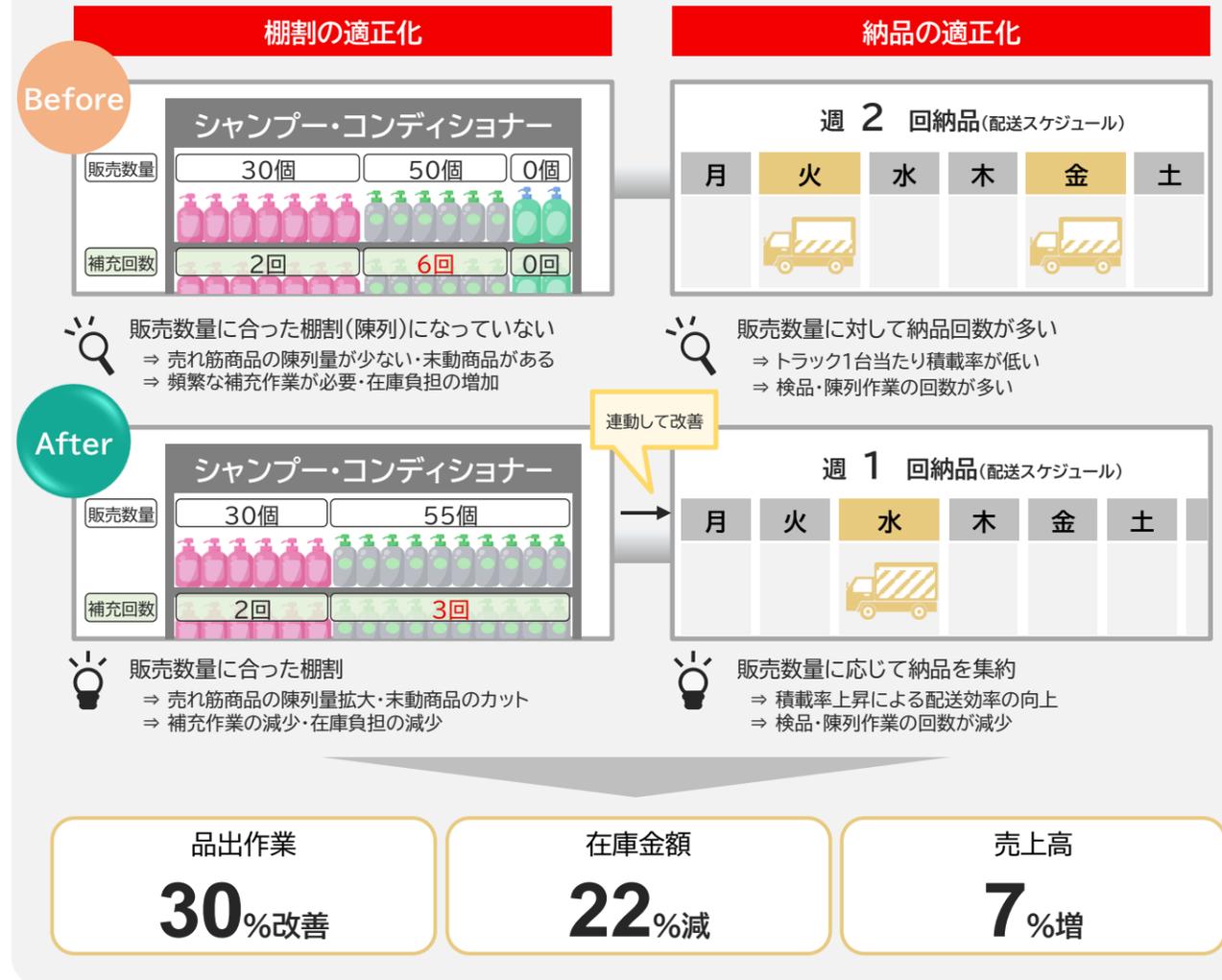
「ムリ・ムダ・ムラ」の解消は、課題の可視化から始まります。まずは、販売・在庫データや店内作業の動画データなど、あらゆる側面からデジタルを駆使して、課題を「見える化」したうえで、仮説・検証を繰り返し無駄な作業を削減していきます。一度の検証で成果が出ない場合もありますが、当社が長年培ってきた生産性向上に対する「改善ノウハウ」や、当社社員に備わる「やりきる力(GRIT)」といった強みを活かして継続的な改善活動に取り組むことで、効果の

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



自動棚割機能を共同開発

小売業様に対する棚割(商品陳列)提案活動の効率化を目的に、棚割マネジメントシステムを手掛ける㈱サイバーリンクス様と協働で「自動棚割機能」を開発しました。買い物客の購買行動やニーズに合わせて「見やすく、選びやすく、手に取りやすい」ように、商品の陳列位置を決める「棚割」は、店舗売上を左右する重要な業務となっています。一方で、店舗毎の立地や顧客・エリアの特性など異なる条件を考慮しながら棚割を行う必要があり、小売業様、メーカー様、卸売

業にとって非常に煩雑で負担が大きい作業となっています。

自動棚割機能の開発により、業務負担の大きい棚割作成の一部を自動化することで、作業時間の約6割を占める年間18,000時間の削減を目指していきます。これにより創出したリソースを商談や販促活動に配分し、効率的かつ魅力的な「売場づくり」を強化するとともにワークライフバランスの向上を目指していきます。

課題認識

製・配・販全体で大きな作業負担が発生
当社においても年間30,000時間を棚割作成に費やしている状況

「自動棚割機能」を活用した棚割作成の流れ



- 棚割作成に伴う作業負担の軽減 “製・配・販全体の効率化に貢献”
- 自動化により創出したリソースを商談や販促活動に配分し、効率的かつ魅力的な「売場づくり」を強化
- 従業員のワークライフバランスの向上

EC機能の展開強化

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。具体的には、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。

ECビジネスにおける環境分析



中間流通機能を活かして課題解決に貢献する機会

デジタル活用による商品登録作業の負担軽減

ECサイトの「運営サポート」においては、商品情報の集約による、登録作業の効率化に取り組んでいます。サイトの運営に際しては、商品の裏面テキストや様々な角度からの画像データなど膨大な情報の収集・登録が必要であり、小売業様それぞれにおいて大変な時間と手間を要していました。そこで当社は、作業負担や登録遅れによる販売機会損失を解消するため、メーカー様との連携により、ECサイトに必要となる商品情報を集約した「汎用型ECマスタ」を

自社開発により構築いたしました。

汎用型ECマスタは、豊富な情報に加えて、様々なフォーマットでの出力や、小売業様マスタとのデータ連携が可能な仕組みとなっており、サイト運営に必要な情報を手間なく一括で取得することができます。これにより、小売業様の商品登録作業における負担が軽減され、ECビジネスにおけるサプライチェーンの効率化につながっています。

ECサイト全般の「運営サポート」 汎用型ECマスタの構築



取り組みによる効果

製・配・販全体の業務負担の軽減
ECサイトに必要な多様な情報を一括で取得可能

MD機能の進化

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。

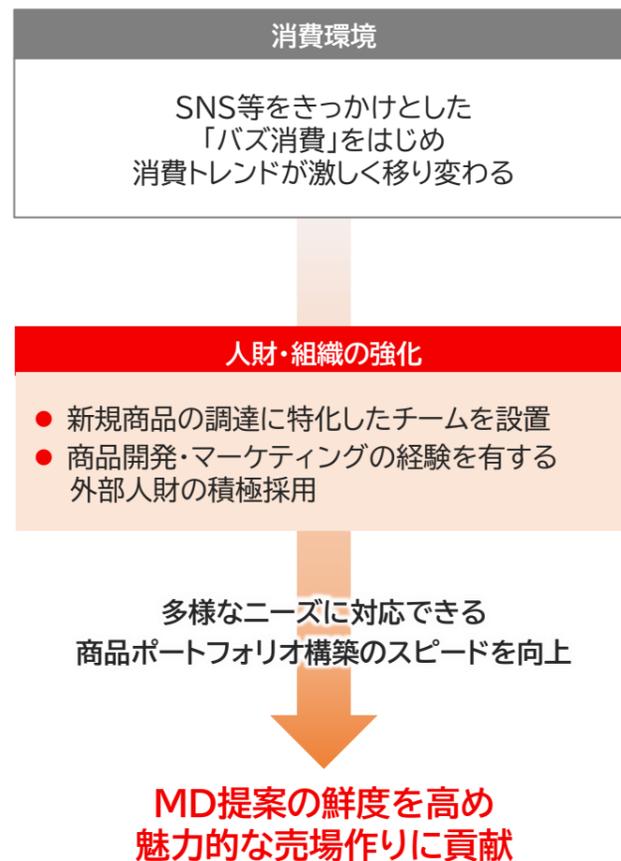


新規商品の取扱強化

SNS等をきっかけに爆発的な需要が生まれる「バズ消費」をはじめ、直感的な消費行動が多くみられるように、近年の消費トレンドは非常に激しく移り変わっています。当社は、これに対応するため、カテゴリー毎の強み・弱みを市場動向と比較し、スコープを定めて、取扱商品におけるポートフォリオを構築することで、既存の取扱商品には存在しない新たな付加価値を持つ商品の取り扱いを強化しています。現在、新規取扱商品の売上構成比は1%を超えており、売上成長ドライバーの一つとなっています。

また、新規商品の取扱強化を更に推し進めるため、2022年12月に新規商品の調達に特化した「新規商品開拓課」を設置するとともに、化粧品や食品などの開発・マーケティングの経験を有する外部人財の採用を強化しています。

人財・組織の強化により、多様なニーズに対応できる商品ポートフォリオ構築のスピードを向上することで、MD提案の鮮度を高め、魅力的な売場作りに貢献していきます。



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います。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。

具体的には、環境にフォーカスした売場提案やデジタル販促ツールの活用など、商品の付加価値が伝わりやすい売場作りに取り組んでいます。また、既存商品の販促強化に加えて、環境配慮型商品の開発にも携わり、エシカル消費の拡大を通じた持続可

能な流通サイクルの構築に貢献していきます。



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やすく伝える(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、当社自らが商品開発に携わり、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)TBM様と共同開発
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

- ① リサイクル素材
- ② エコマーク認定取得
- ③ 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ソ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)TBM様/ (株)サエラ様と共同開発
サエラ様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

- ① リサイクル素材
- ② 石突は安全なフラット設計
- ③ 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ソ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

海外事業の強化

中間流通機能を活かし、お取引先様のグローバルな課題解決に貢献

当社は、日本国内における卸売を主たる事業ドメインとする一方で、かねてより海外事業も展開しています。現在15か国との間で、品質の高い日本製品の輸出、及び日本国内の生活者ニーズに対応した商品の輸入による貿易事業を行っており、お取引先様のグローバルな課題解決に貢献しています。

具体的には、中間流通機能を有する当社が取り纏めて輸出を行うことで、複数メーカー様の商品混載による少量小口での輸出が可能となり、幅広いメーカー様の海外進出をサポートしています。輸入においては、商社を介さず当社が海外の企業様と直接取引を行うことで、流通コストの低減及び迅速な商品調達を実現しています。

当社初となるベトナム現地法人を設立：品質の高い日本製品の流通拡大を促進

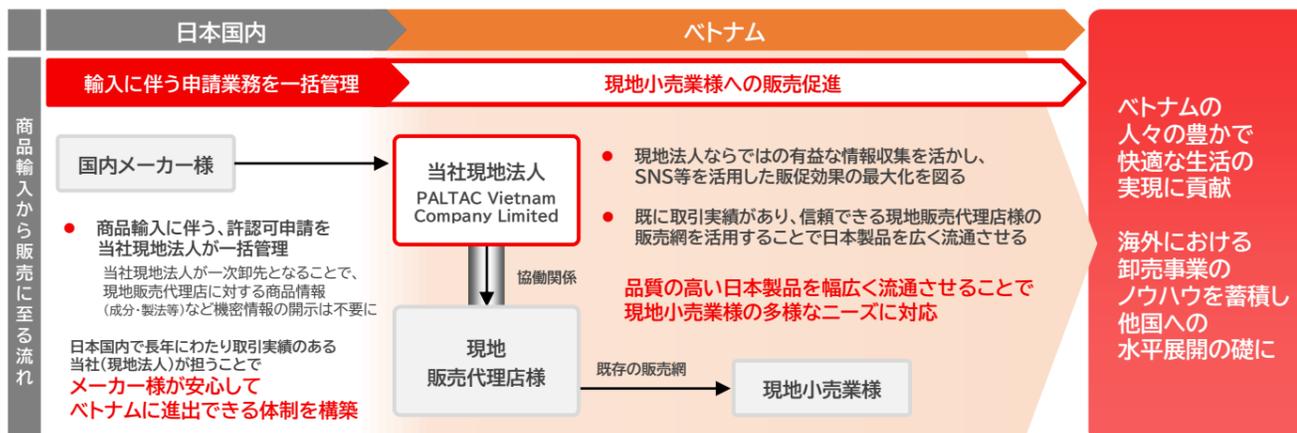
日本の人口減少に伴い国内市場の拡大が難しくなるなか、海外事業の更なる強化を目的に、2022年9月にベトナム社会主義共和国(以下、ベトナム)において現地法人を設立しました。ベトナムは、平均年齢が低く人口も増加傾向にあることから今後の経済成長が見込めることに加え、日本製品の人気も高く、事業拡大が期待できると考えています。一方、日本メーカー様の進出地域としては、現地における許認可情報の管理やマーケティング、販路の確保などの課題もあり、進出の希望はあるものの、香港や台湾に比べ未進出の企業様も多い状況となっています。

そこで、当社が現地法人を設立し、国内で培った流通機能・貿易ノウハウを活用した卸売事業を展開していきます。

具体的には、輸入に際して必要となる、機密情報(商品の成分・製法等)を取り扱う「許認可の申請業務」を担うことで、メーカー様のベトナム進出をサポートします。また、貿易事業により既にお取引があり信頼できる現地販売代理店様の販売網を活用することで、広く商品を流通させるとともに、現地法人ならではの有益な情報収集を活かし、SNS等を活用した販促効果の最大化を図ります。

これらの取り組みを通じて、品質の高い日本製品を広く流通させることで、ベトナムの人々の豊かで快適な生活の実現に貢献するとともに、海外における卸売業としてのノウハウと経験を蓄積することで、ベトナムのみならず他国への水平展開の礎としたいと考えています。

■ 当社現地法人「PALTAC Vietnam Company Limited」の役割



従業員の声

現地法人ならではの価値を追求し
海外事業拡大の礎となる

PALTAC Vietnam Company Limited
代表 鈴木 乾太



Q. 設立当初の思いや意気込みについて、教えてください。

経済成長を続けるベトナム市場へ目を向けるお取引先様へ、当社ならではの価値提供でお役立ちすべく事業を開始しました。当社初の現地法人の代表を務めるということで、責任感を強く持ったと同時に、会社の新しい一歩を踏み出すという高揚感を感じたことを記憶しています。

Q. 設立から現在までを振り返ってみて、手応えはいかがでしょうか？

手応えは十分に感じています。活動を始めてみると、現地特有の商慣習や文化が障壁となり、試行錯誤しながらですが、概ね順調に進んでいます。おかげさまで、お取引メーカー様は大幅に増加し、当社への期待の表れではないかと感じています。現在、徐々に当社商品の流通が始まっています。小売業様から「こんな商品が欲しい」といったご要望をたくさん頂戴するようになってきました。

Q. やりがいを感じる瞬間は？

現地従業員と協力してご提案した商品が売れ、小売業様に喜んでいただけた時です。例えば、日本で当たり前に使われている「油処理剤」は、ベトナムの市場にはあまり流通していないようで、ご提案を通じて小売業様の品揃えの充実に貢献することができました。ベトナムの家庭では使用済み油をそのまま排水してしまうことが多く、政府も環境配慮の面から適切な処理方法の啓蒙活動を行っており、現在のベトナム社会にフィットした商品として小売業様から評価していただきました。

Q. 現地従業員の状況をお聞かせください。

現地従業員の全員が日本企業に勤めた経験があり、ベトナムと日本の両方の文化を知る強みを十分に発揮してもらっています。現地で発生する事務手続きはもちろんのこと、新しく取り扱う商品の目利きや現地の商慣習に合わせた提案内容のブラッシュアップなども行ってもらう、非常に助かっています。

本人たちからは、「日本の便利な商品が、ベトナムの生活や文化にどうフィットするかを考えて提案することが楽しい。」「提案した商品が売れた時は、みんなの暮らしを快適にする役に立てたという充実感がある。」という声を聞いています。

Q. 今後の抱負や挑戦したいことについて教えてください。

現地小売業様からご評価いただいている「品揃え」を更に拡充させるため、新たに「健康食品」の取り扱いを始める準備を進めています。国内トップの「美と健康」に関わる品揃えを存分に活かし、当社にしかできない価値提供に挑戦したいと考えています。それに加え、マーケティングの分野も強化したいと考えています。SNSの活用や実演販売など、現地従業員の感性を活かして、ベトナムの人々の琴線に触れる販促活動に注力していきます。商流機能(どうやって売るか)の強化は、現地小売業様からの信頼を獲得するための重要な要素と認識しています。今後の海外事業拡大の礎となるよう取り組んでいきます。

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に加え、「新物流モデル」を導入した新センターの出荷量拡大及び運用改善を図ってまいります。同時に、ホワイト物流の推進など「配送課題」の解決に向けた取り組みを進めてまいります。

対応すべき
環境の変化

労働人口の減少
ドライバー不足に伴う配送課題の深刻化・自然災害の多発

価値提供

持続可能な流通網の構築

重点施策

配送改善の徹底・高効率物流網の進化
有事における供給体制の強化

物流インフラのレジリエンスを高める



メーカー様



強みを伸ばす

全国規模の
高効率物流網を
強化・拡大

+



社会課題への対応

ホワイト物流
配送改善



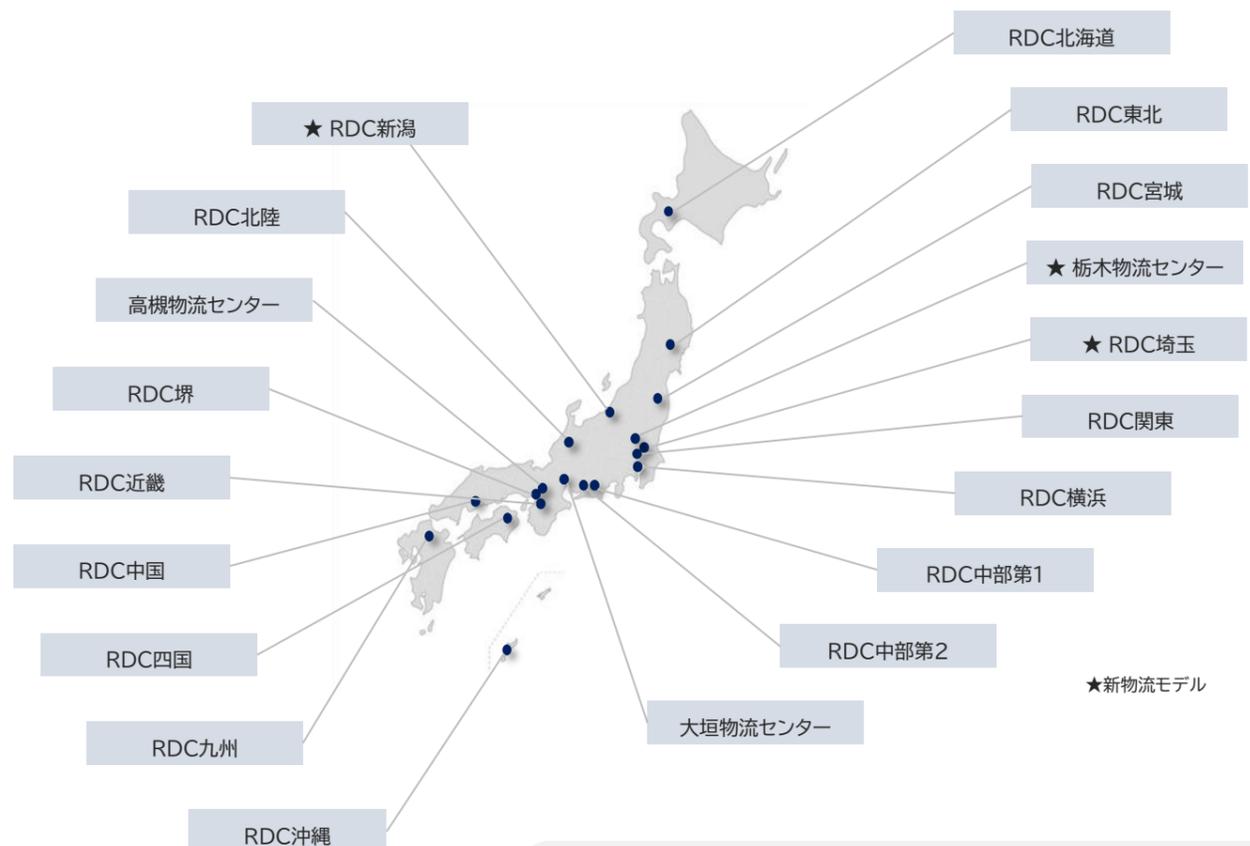
小売業様

ロジスティクスソリューション力の強化を実現する物流基盤

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、物流センターの土地・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、全国に配置した高効率流通網により、ど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。

全国に広がる高効率流通網



小売業様の事業拡大ニーズにも対応

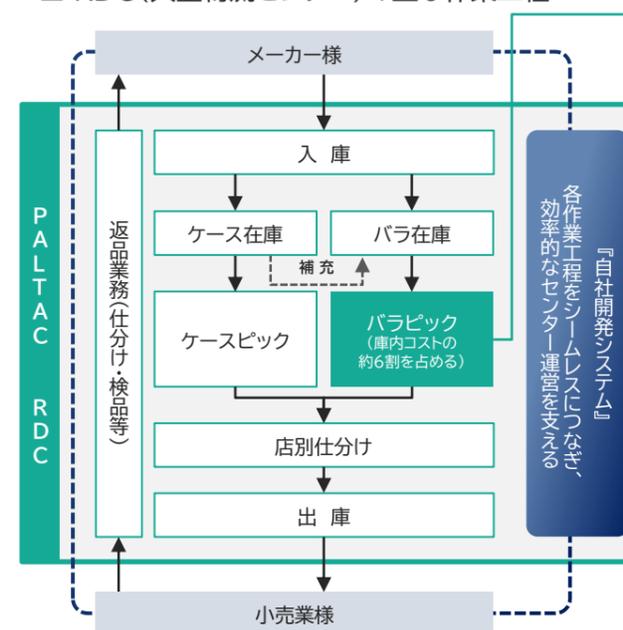
全国高効率流通網は、積極的な新規出店やM&Aによる小売業様の急激な商品の取扱量増加・展開エリア拡大にも対応することができます。

継続した既存センターの改善強化

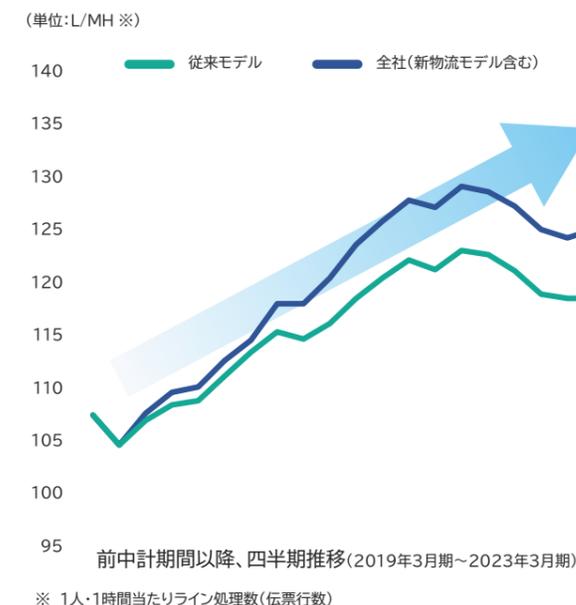
当社は、物流センターの庫内設計及びマテハンを動かすITシステムを内製化し、複雑な作業工程をシームレスにつなぐことで効率的なセンター運営を実現しています。また、多岐にわたる作業工程に応じたコストや生産性を「見える化」しており、精緻なデータを基に作業単位でボトルネックを改善する活動を継続的に進め、センター全体の生産性向上を図っています。さらに、改善提案アンケート等の活用による現場の社員・パート従業員を起点としたボトムアップでの活動を進め、全社一丸となって改善に取り組んでいます。また、センター内の改善活動に加えて、発注単位の最適化など社内外の連携・協働を通じた「流通全体を視野に入れた改善」を進め、当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。

2023年3月期の第1四半期からは、物量の増加に伴い増員を図ったことで、経験の少ないパート従業員・派遣社員の割合が増え、庫内コストの約6割を占めるバラピックの生産性が低下しましたが、ポイントを絞った教育の実施などにより、足元では改善に転じています。

■ 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、特許を取得するなど、ノウハウの蓄積により、新たな仕組みを生み出す原動力にもなっています。これら仕組みを生み出す力の維持・強化においては、キャリアパスや教育プログラムの整備により、デジタル技術等を有する専門人材の採用・育成に注力しています。

自社開発を支える人材

206名

※システム部門 118名
研究開発部門 47名
物流部門 41名
(2023年3月末時点)

特許取得件数

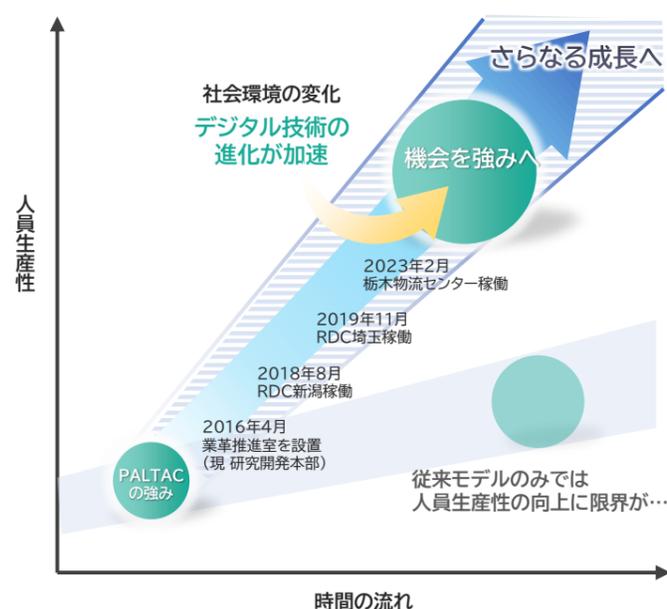
18件

高効率物流網の強化・拡大

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きました。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。

2023年2月には、さらなる効率化を目指し、新たな設備を導入した第3弾となる「栃木物流センター」を稼働させました。今後につきましては、栃木物流センターの安定稼働による出荷量拡大を図るとともに、新物流モデルのさらなる運用改善、センター間の連携によるエリア全体の生産性向上に努め、高効率物流網を強化していきます。



RDC埼玉

中期経営計画 3か年投資額(見込み)
(2022年3月期~2024年3月期)

新物流モデルの
出荷キャパシティを拡大

約**200億円**

【投資エリア】

関東・東北エリア

関東:栃木物流センター 東北:RDC宮城

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

入庫

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

AMR (自律走行搬送ロボット) New

自律走行により、走行ルートの渋滞を回避しながら自動で商品を搬送



- フォークリフト作業が不要なので安全
- 設備の稼働状況に応じて搬送先を選択するため、アイドルタイムが減少し生産性向上に貢献

バラピッキング

新システム
(歩かない・探さない)

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%

リライタブルレーザーシステム New

商品を梱包するオリコンに必要な出荷情報をレーザー方式で印字・消去
オリコン: 折りたたみ式コンテナ



- 非接触で繰り返しラベルの書き換えが可能
- ラベル貼付作業の自動化により作業ミスや環境負荷の低減に貢献

【従来方式】

ラベルシールを手作業で貼付・貼替

ピースピッキングロボット

難度の高いバラピッキングの自動化にも挑戦



- 自動化・省人化に加え、長時間のピッキングが可能

ケースピッキング

AIケースピッキングロボット

マスターレスで様々な形状の商品を判別し自動でピッキング



- 重労働の削減
- 新商品の登録作業やリニューアル品の変更登録作業など煩雑な業務が不要

AIケースローディングロボット

マスタ情報を基に積み付け計算を行い最適な積み方で出荷マテハンに自動で積み付け



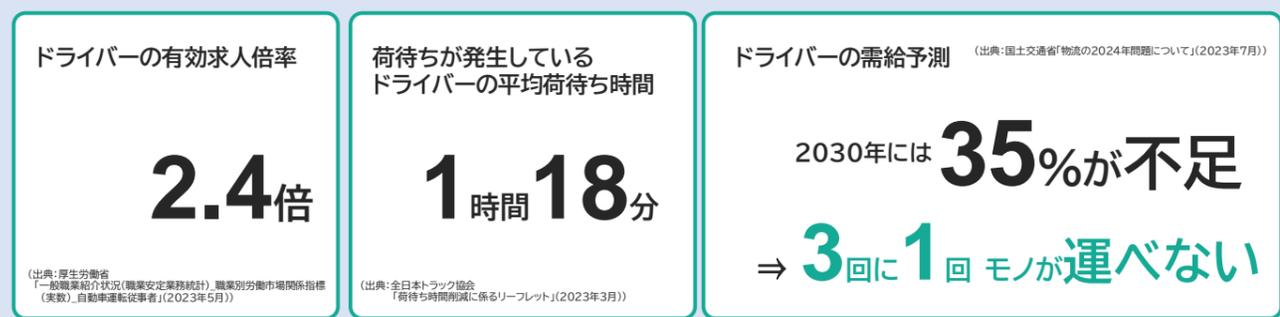
- 重労働の削減
- 積み直し不要で積載効率及び生産性が向上

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を加速しています。生活必需品をお届けする当社にとって、配送改善への挑戦は、安定した商品供給の継続、配送費単価上昇への対応、さらには気候変動対策も含め、重要な課題であると認識しています。当たり前の日常を支える「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。

トラック輸送に関する課題は深刻化

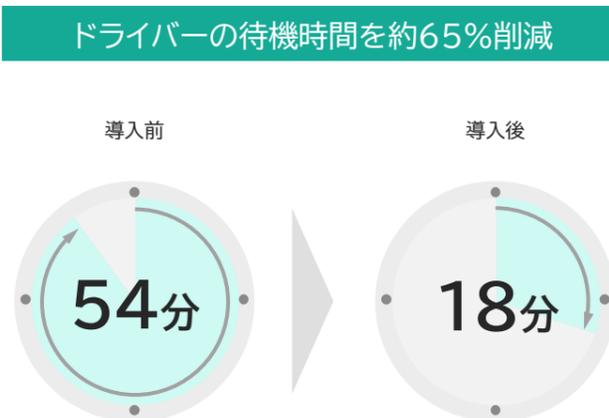


取り組みのポイント：積載効率の向上・空車率の低下・ドライバーの拘束時間の削減など

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

全国主要物流センターに導入した自社開発の入荷予約システムにより、ドライバー様の長時間労働につながる物流センター前での順番待ち(待機時間)を約65%削減しています。加えて、データ化された入荷予約状況に基づき、計画的な人員の適正配置を実施することで、庫内作業の効率化も実現しています。



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、AI配送シミュレーションの活用、空きトラックの活用、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。

佐川急便様と「サステナブル・ロジスティクス連携協定」に向けた基本合意を締結

2023年3月31日、佐川急便様と「サステナブル・ロジスティクス連携協定」に向けた基本合意を締結しました。両社が保有する物流・配送拠点やノウハウに加え、既存配送事業者様を含む配送ネットワークを活かし、物流全体の最適化に挑戦し、物流の2024年問題をはじめ様々な社会課題の解決に努めていきます。

取り組みの狙い

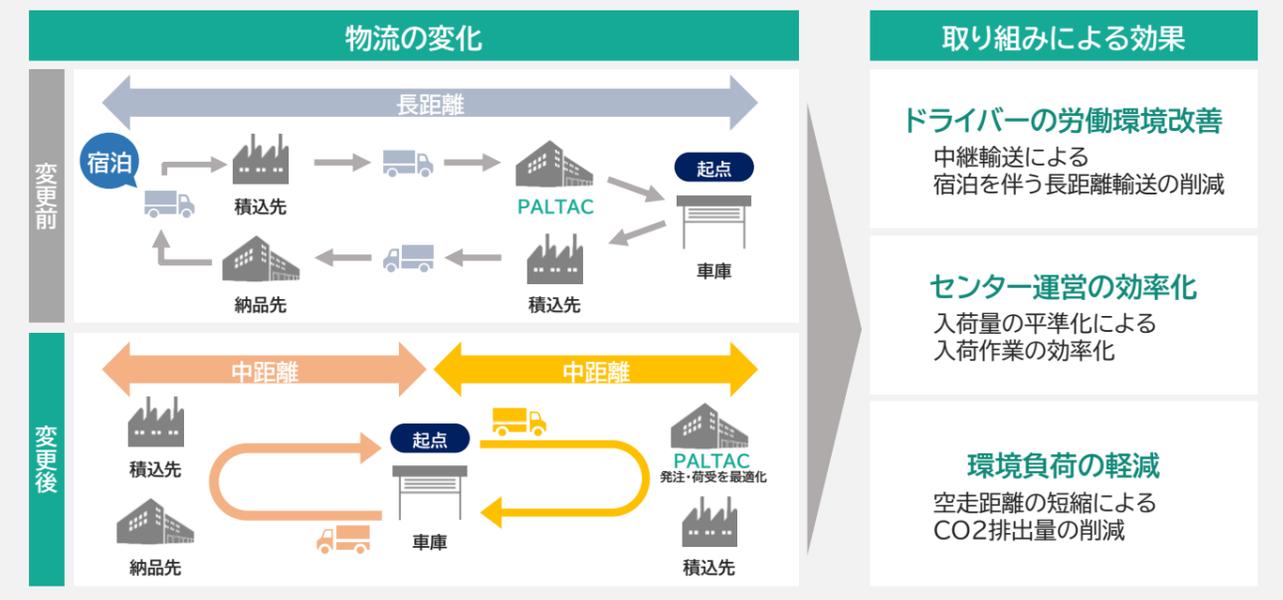
- 物流の2024年問題をはじめドライバー不足への対応
- 災害時も安定供給できる流通体制の構築(BCP強化)
- トラック輸送に伴うCO2排出量の削減

グリーン物流優良事業者表彰にて最高位である国土交通大臣表彰を共同受賞

2022年12月22日、ユニリーバ・ジャパン様、ライオン様、鈴与様と協働で実施しました「中間拠点を起点とした中継輸送」の取り組みが、グリーン物流優良事業者表彰にて最高位である国土交通大臣表彰を受賞しました。

本取り組みでは輸送の起点を輸送間の中間に置いた中継輸送により、配送効率の向上によるCO2

排出量の削減に加え、宿泊を伴う長距離輸送の削減によるドライバーの労働環境改善を実現しました。そのなかで当社は、中継輸送における成功要因の1つであるタイムスケジュール通りの運行を支えるため、中間流通ノウハウを活かした発注ロットや荷受タイミングの最適化を担っています。



非食品・食品の一括物流に挑戦

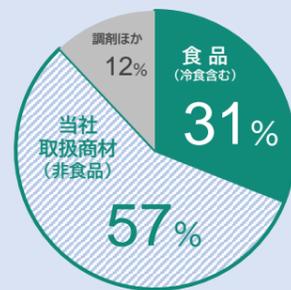
株式会社薬王堂様との協働で、従来別々に行っていた非食品(化粧品・日用品など)と食品の物流を一括で行うことに挑戦しています。

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(カテゴリー納品※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。

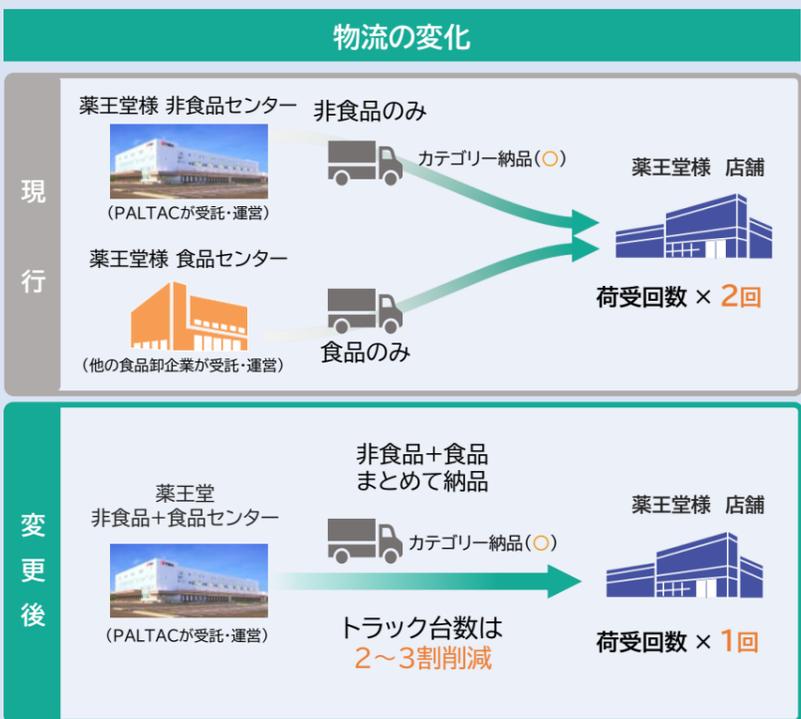
本取り組みを通じて、ドライバー不足への対応やCO2排出量の削減など社会課題の解決に貢献するとともに、食品における物流の特性や、効率的な運営ノウハウなどの知見獲得に努め、新たな事業領域の拡大に挑戦できる基盤強化を図っていきます。

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(2022年4月~2023年3月)

<p>「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</p>	<p>物流の対象 南東北エリア・常温食品</p>
---	------------------------------



※ カテゴリー納品: 店舗の売場レイアウトに合わせて、カテゴリー毎に商品を分類して納品すること。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。

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)
 - カテゴリー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

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

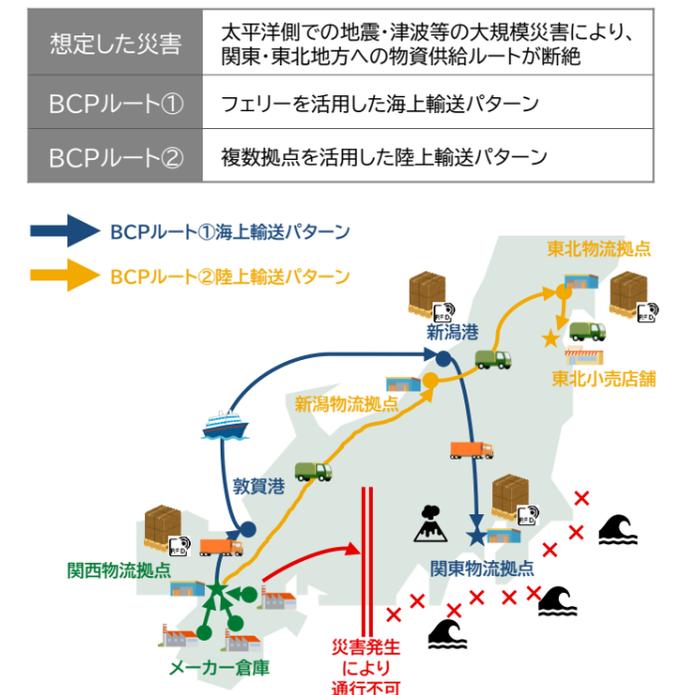
当社は、人々の暮らしになくてはならない「生活必需品」を、どんな時も確実にお届けすることが使命であると考えており、平時はもとより有事の際にも安定的に商品をお届けするため、自然災害をはじめとした様々な課題に対応できる物流基盤の強化を進めています。災害発生時の経験を常にBCPに反映し、設備の強化はもとより、最適な運用を構築することで、日々の暮らしを豊かにする商品が“どんな時でも”“お手頃”に手に入る。そんな当たり前の日常を支える「安定供給」の維持・継続に取り組んでいきます。

BCPを支える機能

<p>免震構造 地震による影響を最小限に抑える構造を採用</p>	<p>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</p>	<p>サーバー二重化 有事の際も停止しないシステムを構築</p>	<p>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</p>
---	---	---	---

大規模災害時を想定した共同配送の実証実験に参画

2023年1月、経済産業省委託事業「令和4年度流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業(IoT技術を活用した流通レジリエンス構築に向けた事例創出)」(委託事業者:三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))において、太平洋側の道路が寸断される大規模災害を想定した被災地への電子タグ(RFID)を活用した共同配送の実証実験に参画しました。電子タグ(RFID)の活用により、生活必需品がいつ・どこにあるかを即時に把握可能であること、また、道路寸断時の迂回路を確認できました。生活必需品を取り扱う企業として、企業間の連携にも取り組みサプライチェーン全体で有事にも耐えうる強固な流通網を構築していきます。

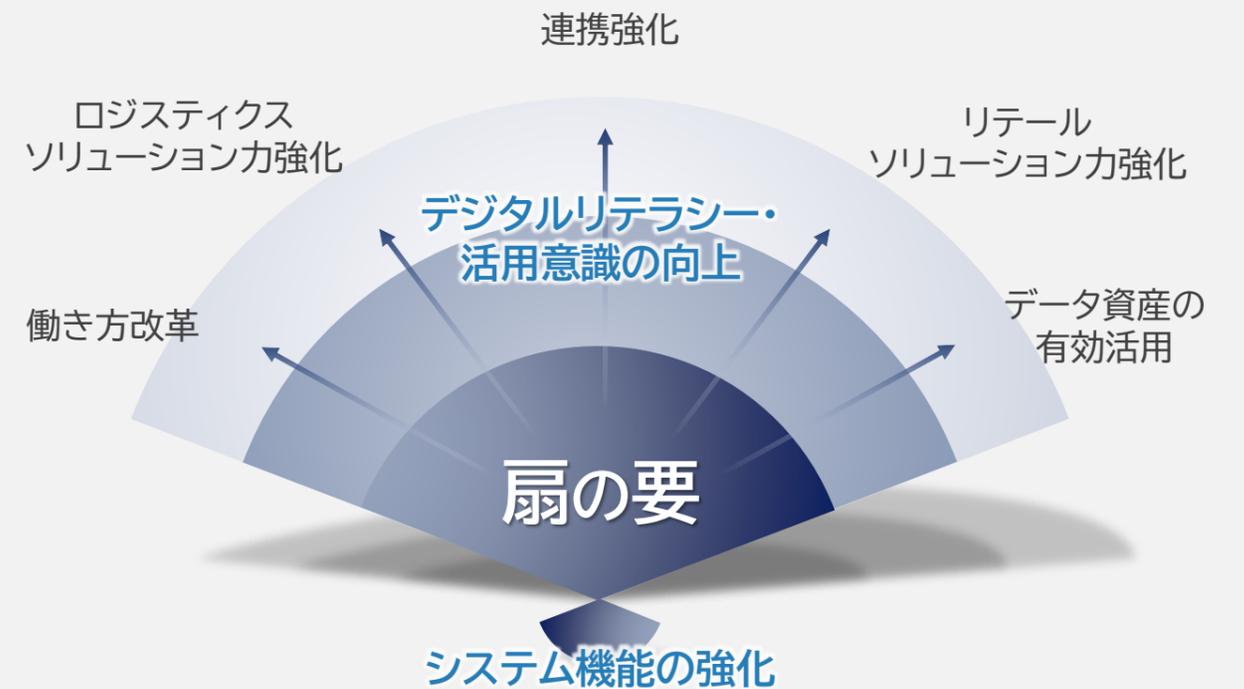
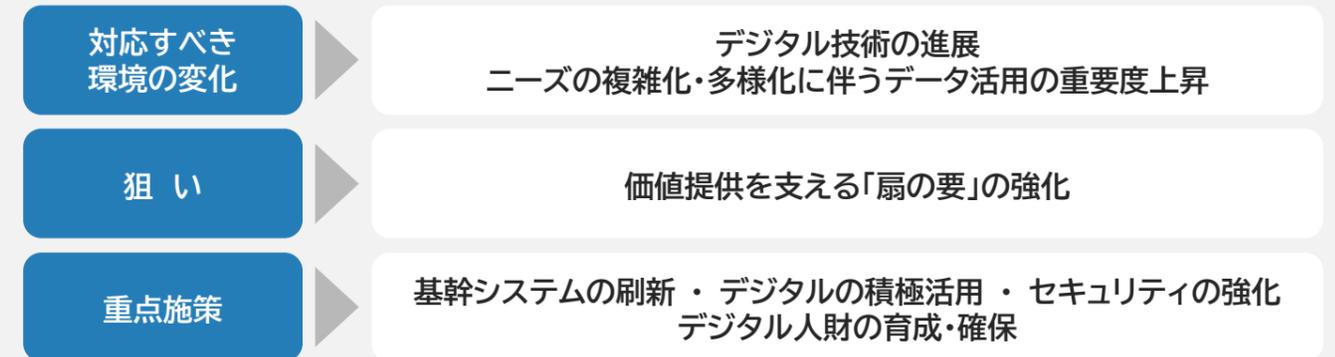




03

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」への転換を進め、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。



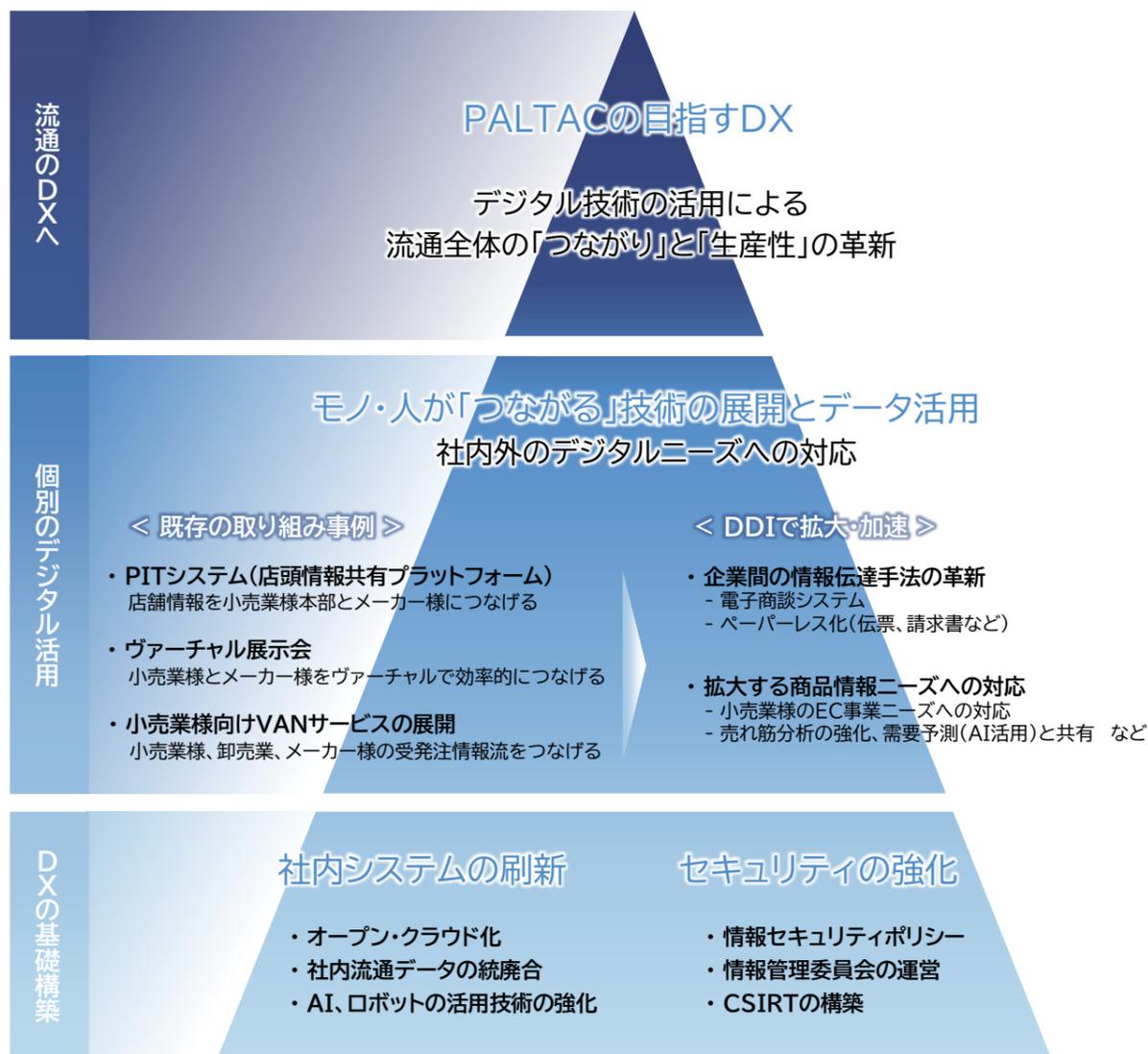
流通全体の革新的な生産性向上の実現へ

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

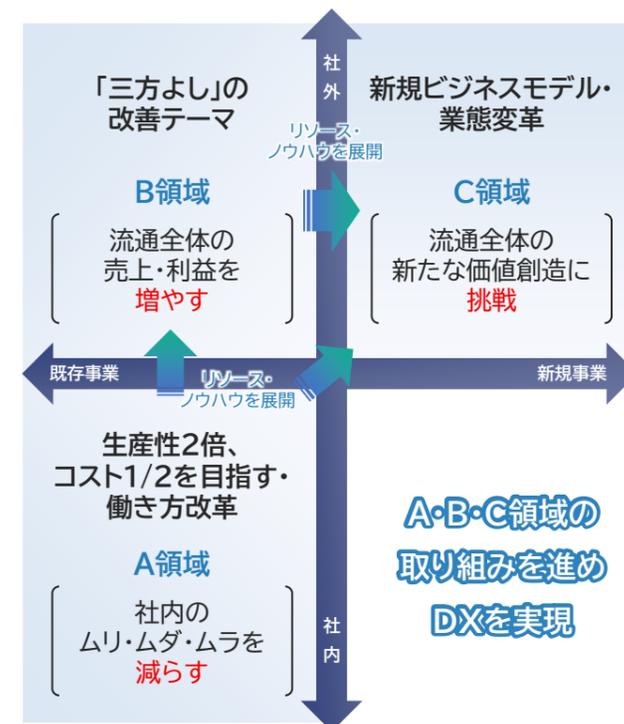


DDI(Digital Dynamics Initiative):社内公募で集めたメンバーで構成する部門横断型のDX推進組織

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。



■ 中期経営計画 VISION2024 の重点戦略に基づくDX推進状況

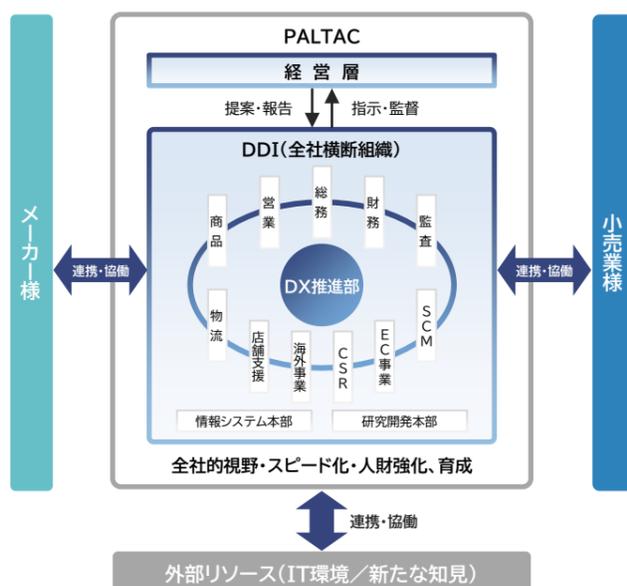
中期経営計画の重点戦略	取り組み内容と進捗	取り組み領域		
		A	B	C
リテールソリューション力の強化	● PITシステム(販促物一貫サポート) 取引企業の拡大フェーズに移行		○	
	● デジタルによる営業業務の革新 業務プロセス見直し、システム改善による工数改善 導入6件	○		
	● 「モノ」の情報の流通革新 商品マスタ情報/薬事許認可情報の情報流を設計中	○	○	○
	● データ活用(ID-POSなど)による営業提案の革新 分析データとシステム構成に関する要求仕様のとりまとめに着手		○	○
ロジスティクスソリューション力の強化	● 栃木物流センターの稼働 入庫/出庫の自動化など改善項目の導入	○	○	
	● 物流EDIの導入 メーカー様の事前出荷通知の実証実験開始	○	○	
システム機能の強化 デジタル化の推進	● 社内システムのクラウド化 基幹システムのクラウド移行完了、分析システムの移行中	○	○	
人財・組織の強化	● 情報システム人財の継続的採用と育成 人材像・スキルマップに沿った育成プログラム開始	○		

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



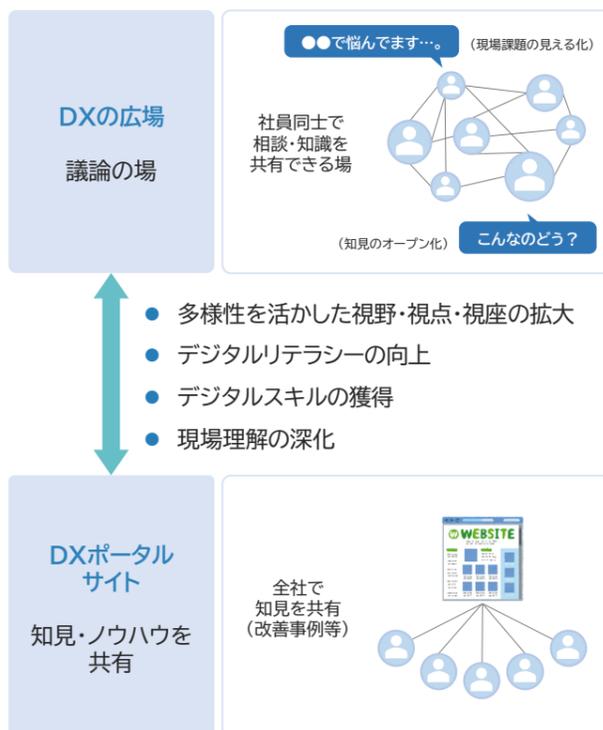
DX推進の「実現力」を支える仕掛け

DX推進を実現するためには、「企画を生み出す力」と「企画を実行する力」の両方を高めていくことが重要と考えています。当社では、DXの企画を部門横断で集まったDDIメンバーが、企画の実行をDDIメンバー・情報システム部門などに属する専門人財・事業の現場で活躍する現場人財が連携して担っています。DX推進の「実現力」を発揮する人財の成長に向けては、様々な施策を実施していますが、重点施策の1つとして地理的な距離や職種を超えて人財をつなぐ「DXの広場」を創設しました。

「DXの広場」は多様な人財の交流や協働を可能とするデジタル・ワーク・スペースであり、社員同士が現場の課題やデジタル活用に関する相談・知識の共有を実施しています。「DXの広場」で議論された内容や改善事例などの情報は「DXポータルサイト」に掲載し、社内に広く発信されます。この仕掛けを通じて、個人が有するデジタルや現場に関する知見やノウハウをオープン化し、組織として蓄積することで、質の高い企画を生み出すための「視野・視点・視座の拡大」、企画を実行するための「デジタルリテラシー

の向上」「デジタルスキルの獲得」「現場理解の深化」を図っています。

デジタルを活用した人財交流の促進



互いを認め合い・支え合う企業文化の醸成

DX推進の「実現力」を支える仕掛けには、もう一つの狙いがあります。「互いを認め合い・支え合う」企業文化の醸成を促すことです。地理的な距離や職種を超えて一人でも多くの人とつながり、お互いの知見やノウハウを持ち寄って、ともに課題を解決し、感謝をしあう、そのような経験を通じて一人ひとりが成長と喜びを感じることが、PALTAC MINDに掲げる「互いを認め合い・支え合う」企業文化の醸成

につながると考えています。

このような仕組みは、「すぐに」そして「簡単に」効果を発現するものではありませんが、活性化に向けた施策を絶えず実施し、粘り強く着実に育て上げ、DXの各プロジェクトによる成果の積み上げと強固な企業文化による中長期での変革につなげていく考えです。

従業員の声

「つながり」が生み出す可能性

中部支社 管理部 岡島 弘之
 中部支社 経理課 板崎 勇樹
 中部支社 受注事務課 赤堀 愛
 中部支社 経理課 松田 彩花



Q. 「DXの広場」「DXポータルサイト」の活用状況はいかがですか？

(岡島)基本的には、投稿を全部見えています。中には内容が難しすぎて途中であきらめたものもありますが、他の人が困っていて、自分が何かできそうであれば返信したいと思って見えています。

(板崎)投稿いただいたPowerPivotの学習資料を活用しています。色々な分析をする際に使い勝手の良いツールを、自分で作ってみたいと思い学習中です。

(松田)見たいと思いつつも、なかなか業務中に見る時間を作れなかったのですが、自身で投稿してからは見る頻度が増えました。10～15分程度、決まった時間を設けて、質問もできるライブ配信のようなものがあたら良いなと思っています。

(赤堀)Excelの使い方など、業務で使えそうなものがあるか見えています。今まで部署や個人のなかに閉じていたテクニックなどが、全国の人に広がる機会ができたのは良かったと思います。

Q. 「DXの広場」に期待することや改善すべき点がありますか？

(岡島)今まで異動を多く経験し、全国たくさんの人と知り合ってきましたが、DXの広場を通じて、まだまだ色々な人とつながるチャンスがあると思うと楽しみです。

(赤堀)同じ職種で横のつながりが増えたと業務に良い影響が出ると思います。そのためにも投稿する人を増やす仕掛けが大事だと思います。

(松田)私が初めて投稿したきっかけは商品アイデア募集の投稿でした。投稿には少し抵抗がありましたが、身近なテーマというのが大きかったです。

(岡島)活性化の鍵は、いかにハードルを下げるかではないでしょうか。例えば、日常で不便に思っていることだけを集めるチャンネルを作ってみるのも良さそうですね。

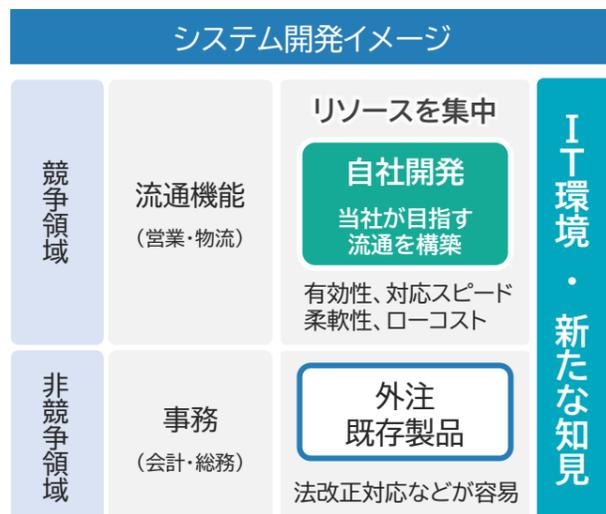
(板崎)それは良いですね。業務が立て込んでいると、投稿よりも活用する側になりたい意識が強くなってしまいますので、「投稿をすれば何かが変わるかも」という期待感を高めるのは効果がありそうです。

システム機能の強化

強みを生み出す自社開発体制を進化させ変化に対応

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事が有効と考えています。そうした考えから、競争領域に開発リソースを集中し、自社独自でシステム開発を行ってきたことで、競争優位性につながる強みを生み出し、現在までの成長を実現してきました。

しかし、外部環境が激しく変化するなか、よりスピーディな対応を実現するためには、自社開発体制をさらに進化させることが必要であると考え、IT基盤の強化、人財の獲得・育成による「攻めのIT」への転換に取り組んでいます。

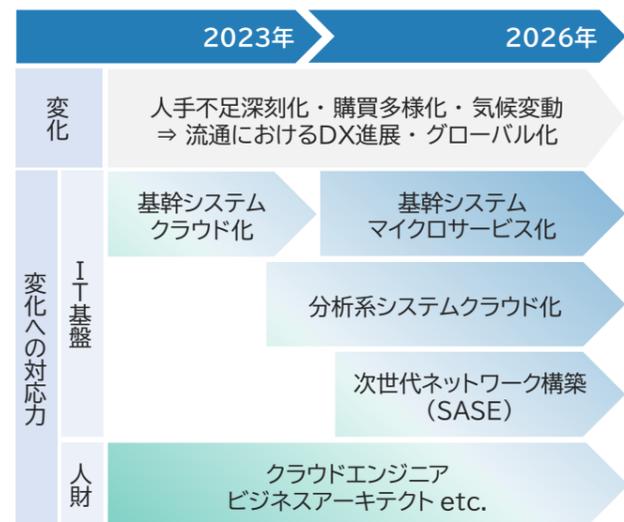


加速する現場ニーズの変化に対応する力

流通におけるDX進展(AI・データ活用、クラウド化など)やお取引先様の海外展開といった外部環境、現場ニーズの変化に対応する力を獲得するために、情報システムのクラウド化と人財の獲得・育成(「攻めのIT」への転換)を進めています。

クラウド化においては、セキュリティやコスト面の効果に加えて、サービスの実装速度向上を狙っています。基幹システムは既に移行が完了しており、現在は、システムの変更速度を高めるマイクロサービス化と分析系システムの移行を進めています。また、外部とのセキュアかつ柔軟な連携を実現する次世代ネットワーク(SASE)の構築も計画しています。

人財面では、業務効率化による人財の再配置に加え、計画的なキャリア採用を実施することで、新たな事業領域への展開に向けた人員を確保しています。さらに、クラウドエンジニアやビジネスアーキテクトといった高度な人財を育てるために、教育プログラムやキャリアパスの整備を進めています。



SASE(Secure Access Service Edge):ネットワークとセキュリティを統合し、クラウドに展開することで社内外からのアクセスを安全かつ最大に活用するための概念

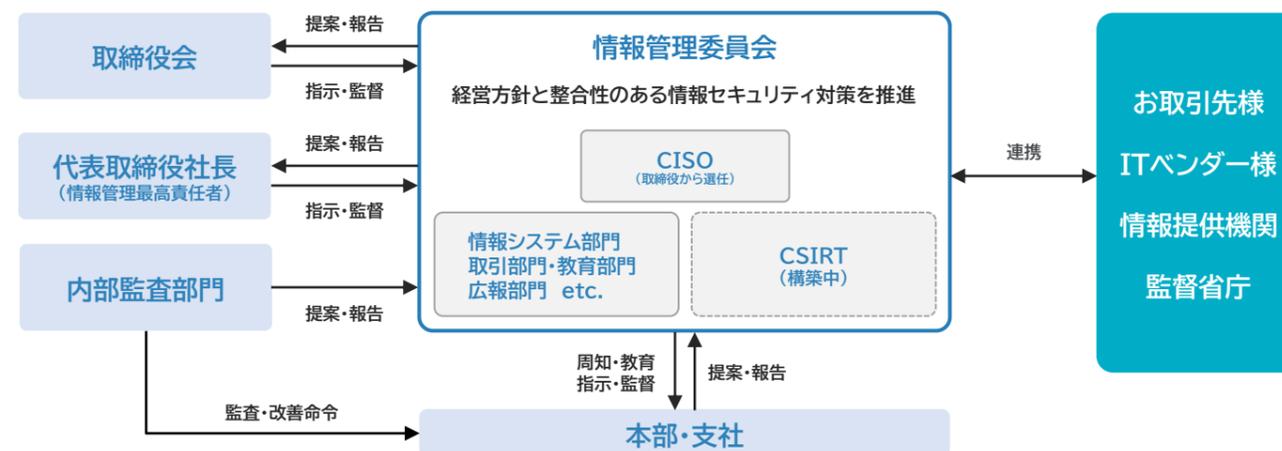
情報セキュリティ体制

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。

当社では、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。委員会は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。

■ 情報セキュリティ体制



インシデント対応体制(CSIRT)の構築

当社は、平時よりサイバー攻撃の脅威に備えてセキュリティ対策を実施していますが、攻撃の高度化・巧妙化により被害を100%防ぐことが不可能に近いと言われるなか、被害を極小化するための体制が必要と考え、CSIRTの構築を進めています。

CSIRT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構成したセキュリティチームをはじめ関係各部門との連携により、平時のセキュリティ品質向上等とともに、インシデント発生時の被害極小化に努め、当社のセキュリティ強化を担います。

CSIRTの役割	
インシデント発生時	<ul style="list-style-type: none"> 被害の極小化 マルウェア感染等が起きた際迅速な判断・指揮で重大事故への発展を防ぐ
平時	<ul style="list-style-type: none"> セキュリティ品質の管理 インシデント発生の低減を狙う インシデント耐性の強化 訓練等を通じインシデント発生時の適切な判断と対応を磨く

CSIRT:Computer Security Incident Response Team

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、デジタル技術を活用するなど、部門同士が連携・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。

対応すべき
環境の変化

解決すべき課題の多様化・複雑化

狙い

ビジョン達成を実現できる人財・組織の構築

重点施策

経営理念の浸透・多様性を活かす働きやすい環境づくり
個人のスキル向上・キャリア人財の積極採用

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

人財は「成長の源泉」と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一人ひとりが最大限活躍できる組織を構築し、流通の新たな価値創造を実現していきます。急速かつ複雑に変化する環境のなか、人財確保を積極的に進めるとともに、様々な視点から学びの機会を拡げるなど人財の育成を加速させています。加えて、社会の在り方の変化に合わせた柔軟な人事制度の導入や、従業員のエンゲージメント向上による協働・共創関係の深化を通じて、一人ひとりの活躍を促すことで、人財の定着を図っています。

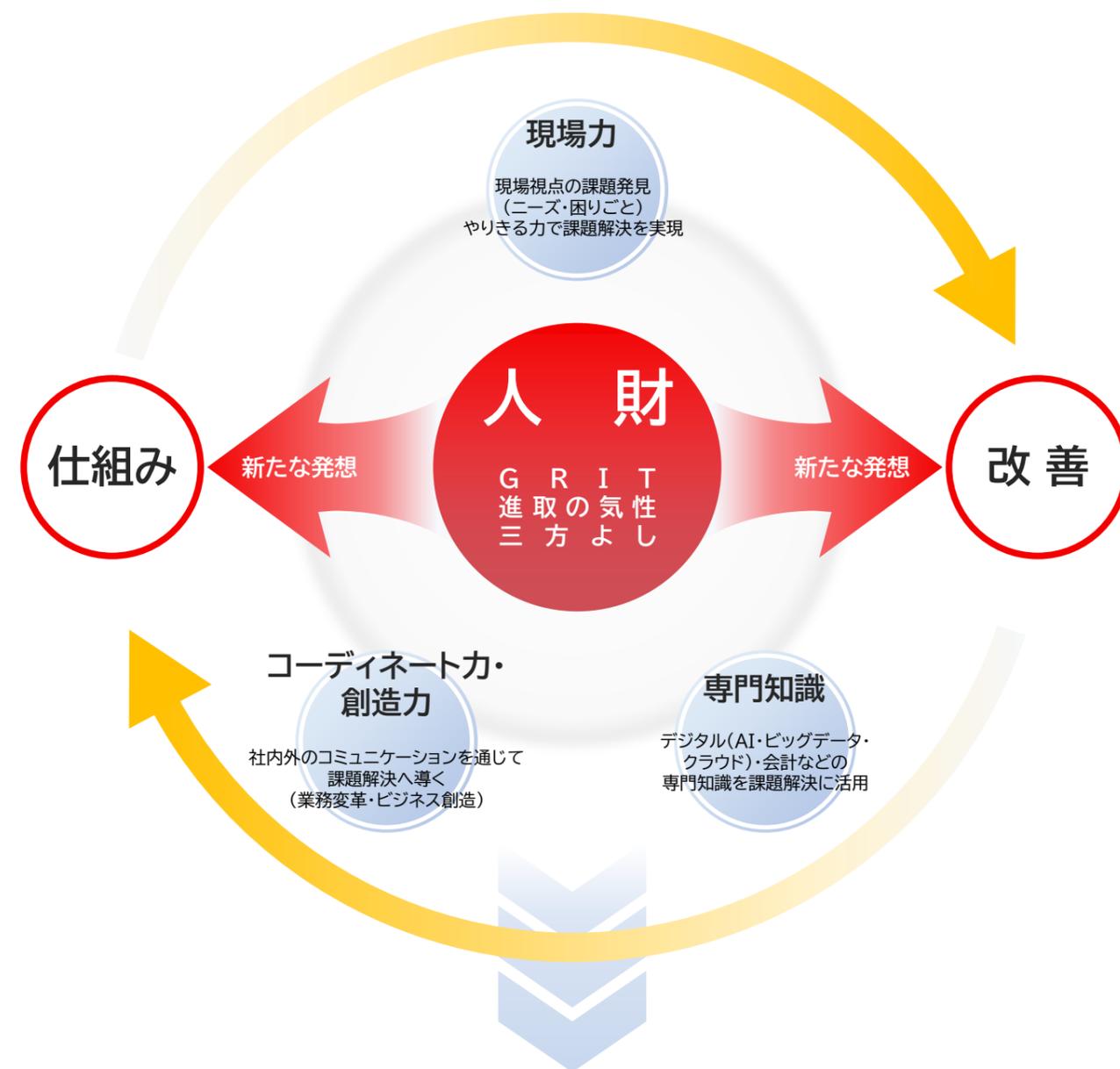
私たちが目指すもの

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



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。加えて、「仕組み」は一度構築すれば終わりではなく、ある時では最適であったものも、環境の変化に応じて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 GRITを発揮し、「改善」と「仕組み」作りのサイクルを回すとともに、そこから生み出された新たな発想を具現化していくことで、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。



流通の新たな価値創造を実現

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て、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。

	2021/3	2022/3	2023/3
キャリア採用者比率	34.0%	38.1%	59.4%
中途入社管理職比率	61.0%	61.8%	65.4%
女性従業員比率	18.3%	19.1%	19.6%
女性管理職比率	4.0%	4.6%	5.9%
女性新規採用者比率	35.8%	30.9%	24.5%

※ 女性管理職比率の目標値：8.0%(2025年3月期まで)

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。加えて、新たに公募型の研修制度を導入し、従業員の主体的な学びの機会を拡大しています。

また、流通の新たな価値創造に不可欠であるデジタル技術の有効活用に向けて、拠点・部署を問わず社員同士が交流し、知識やノウハウ、課題等を共有し得る社内コミュニティ・ポータルサイトを創設し、従業員のデジタルリテラシーの向上を図っています。

事業継続の観点からは、次世代リーダーの育成を企業の重要課題と認識しており、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実施するとともに、責任と権限のある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。



(社内研修の様子)

健康増進に向けた取り組み

人々の生活に欠かすことのできない生活必需品の流通を担う当社にとって、従業員の健康維持・増進は経営における重要課題と認識しており、推進体制を整備したうえで健康増進に向けた取り組みを推進しています。具体的には、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。

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み、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)	

	2021/3	2022/3	2023/3
育児支援制度利用者数(休業)	31名	34名	39名
育児支援制度利用者数(時短勤務)	51名	46名	51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)	333名	421名	514名

多様な人財一人ひとりの活躍の最大化

人財の流動性が高まるなか、多様な人財の「定着」を図るため、継続的な人財育成や柔軟な人事制度の構築などを通じて、従業員エンゲージメントの向上に努めています。現在、従業員エンゲージメントスコアの測定に着手しており、今後、測定結果に基

づいて目標の設定、施策の展開を進め、従業員との協働・共創関係を深化させることで、一人ひとりの活躍を最大化できる組織を構築していきます。

一人ひとりの着実な取り組みが成長を支える

従業員数は近年減少傾向にありますが、2023年3月期末時点の売上高は+8.8%成長しており、従業員1人当たり指標は売上高・営業利益とも拡大しています。これは、戦略に基づき、従業員一人ひとりが事業環境の変化に対応し、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、さらなる成長ステージを目指すべく、流通の新たな価値創造を実現できる多様な人財の確保・育成・定着に努めていきます。

従業員1人当たり指標



※ 2023年3月期は栃木物流センター新設に伴う影響を除く

環境への配慮

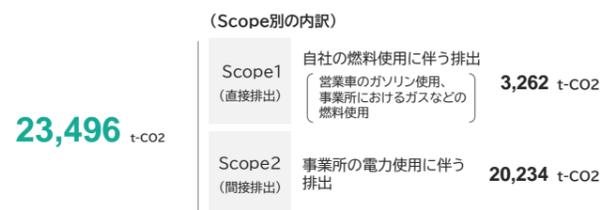
最適化・効率化に向けた取り組みを通じて サステナブルな社会を構築

CO2排出量の削減

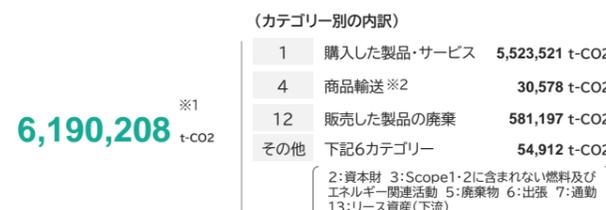
当社は人々の豊かで快適な生活の実現に貢献し、社会とともに歩む企業として、事業活動を通じた環境負荷の軽減など、持続可能な社会を目指した取り組みを進めています。気候変動への対策としては、商品のトラック輸送における積載効率の向上や配送ルート最適化、物流センターのエネルギー使用における省エネ施策の徹底や再生エネルギーの調達などを通じて、CO2排出量の削減を進める考えです。

CO2排出量の状況(2023年3月期)

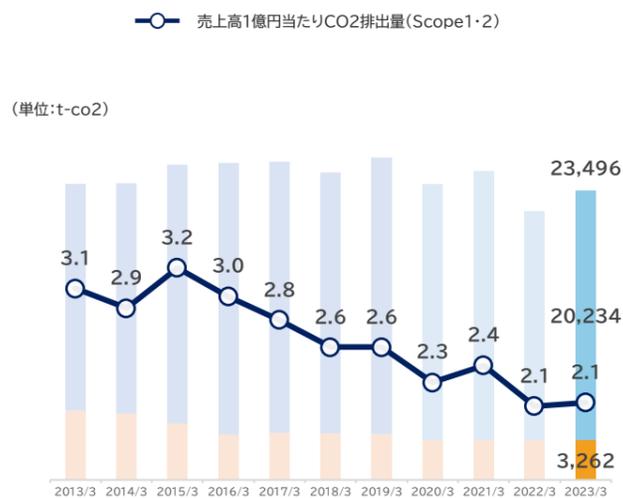
Scope1・2



Scope3



事業活動の改善とCO2削減の関連性が高い カテゴリ4(商品輸送)のCO2排出量



※1 2023年3月期より、Scope3の算定カテゴリを拡大し、上記の9カテゴリを算定しています。算定に際しては、環境省公表のガイドライン(Ver3.3)及び排出原単位データベース(Ver3.3)を参照しています。
※2 カテゴリ4は、当社から小売業者への商品輸送に伴う排出量を算定しています。

Scope1・2の削減に向けた取り組み

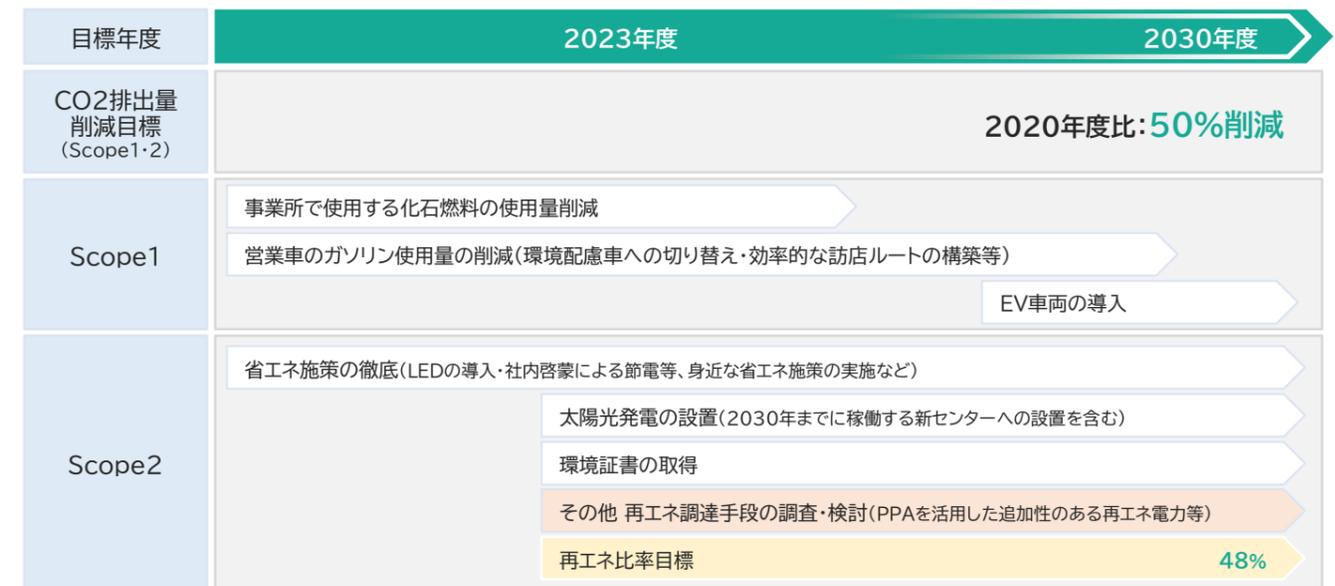
当社は、Scope1・2のCO2排出量を対象に2030年時点で50%削減(2020年度比)、2050年時点のカーボンニュートラルを目標に掲げ、削減の取り組みを推進しています。

Scope1につきましては、事業所で使用する化石燃料の切り替えに加えて、営業車のガソリン使用量を削減するとともに、充電インフラ等の環境整備状況、業務プロセスの見直しなどを総合的に勘案しつつ、EV車両への切り替えを進めていきます。

Scope2におきましては、電力使用量の削減に限界があることから、物流センターへの太陽光発電設備の設置や環境証書の取得を通じて、再生エネルギーの調達を進めていきます。

また、カーボンニュートラルの達成に向けて、現在進行中の施策に加えて、PPAを活用した追加性のある再生エネルギーの調達等、あらゆる手段の検討を継続して行い、技術進化や市場環境の変化に応じた効果的な取り組みを推進していきます。

2030年度の目標達成に向けたロードマップ



Scope3の削減に向けた取り組み

Scope3については、事業活動の改善とCO2削減の関連性が高いカテゴリ4の削減、及び算定範囲の拡大を進めています。

カテゴリ4においては、輸送距離の短縮や積載効率の向上など配送効率化を通じた燃料使用量を減らす施策を進めるとともに、中長期的視点では、技術進化や市場環境の変化に注目しつつ、配送トラックの非化石エネルギーへの転換に向け、配送業者様をはじめとするお取引先様との連携を強化していきます。

その他のカテゴリについては、まずは環境省のガイドラインを使用して排出量の算定を実施しました。今後は、算定精度を高め削減ターゲットを抽出するとともに、削減において不可欠となる、お取引先様と同じ「ものさし」をもつ手法を調査・研究し、その先の連携・削減につなげていきます。

また、連携という観点では、経済産業省が旗振り役となりカーボンニュートラルに向けた取り組みを推進する「GXリーグ」への参画を通じて、幅広い知見の獲得とつながりの拡大を進めていきます。

TCFDに沿った情報開示

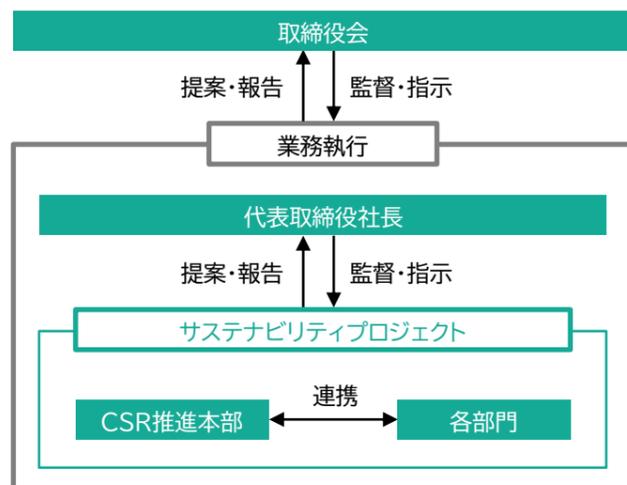
世界全体で解決すべき課題である気候変動は、生活必需品の流通業界においても、異常気象の激甚化による安定供給への脅威となる等、業界全体で対応すべき重要なテーマであると認識しています。当社は、気候変動をはじめ環境に関する社会課題を持続的成長に向けて解決すべき重要課題の一つとして捉え、中長期戦略に織り交ぜた対応を進めています。具体的には、当社が果たすべき使命である「サプライチェーン全体の最適化・効率化」を推進するなかで、配送効率化によるCO2排出量の削減や環境配慮型商品の開発・販売促進など、事業活動を通じた環境負荷の軽減に加え、省エネ施策や再エネ由来電力の調達に向けた取り組みを進めています。

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。併せて、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

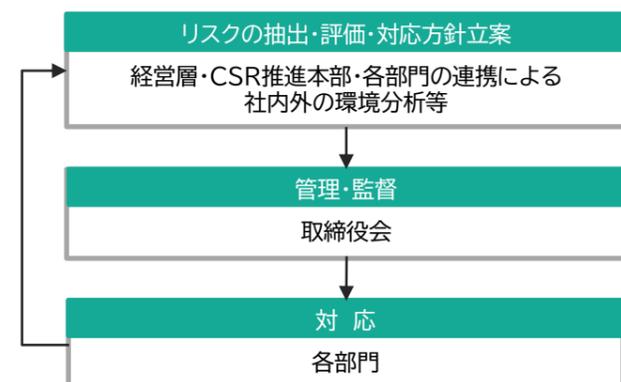
当社では、気候変動への適切な対応に向けて、代表取締役社長の監督・指示のもと、全社横断的な取り組みを推進するサステナビリティプロジェクトにおいて、事業活動に影響を及ぼす気候変動に関するリスク・機会の特定、及びそれらへの対応方針の立案を行っています。これらの結果は、プロジェクトの事務局を担うCSR推進本部が定期的に取締役会に報告し、取締役会において当該報告内容に関する管理・監督を行っています。

■ 推進体制



の戦略に織り交ぜて対応を進めています。

■ リスク管理プロセス



リスク管理

当社では、経営目標の達成に向けて、事業遂行上に存在し得るリスク要因に適切に対応し、企業の社会的責任を果たすことを目的に「リスクマネジメント基本規則」を制定しています。リスク管理体制については、リスク管理の統括部署であるCSR推進本部が中心となり、経営層・各部門と連携し、気候関連リスクなどサステナビリティの観点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。これらのプロセスを経て特定した「重要なリスク」は、定期的に取締役会に報告され、取締役会において管理・監督を行い、中期経営計画

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
・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	
急性		・異常気象の激甚化による供給網への被害(物的・人的)		小	小
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		小～中	小
		・災害対策商材の需要増加		小	小
	相対的競争力の上昇	・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～中	小
		・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°C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°C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°C未満実現に貢献するため、Scope1・2のCO2排出量について「2030年度に2020年度比50%削減」「2050年度に実質ゼロ」の目標を設定しています。Scope1・2においては、物流センターの電力使用による排出が大半を占めていますが、商品出荷を止めることはできないため、電力使用量を大幅に減らせないなかで排出削減を実現する必要があります。再エネを「創る」「買う」施策を中心に目標達成に向けた取り組みを進めていきます。具体的には、太陽光発電システムを設置可能な物流センターの屋上へ順次設置するとともに、環境証書の購入や再エネ電力プランへの切り替えによる再エネ電力の調達を計画しています。2024年3月期からは調達電力に占める再エネ比率の目標値を年度毎に設定し、着実な削減を進めていきます。

併せて、事務所・物流センターにおける節電など省エネ施策を徹底・拡充させ、コスト削減や職場環境の改善も狙った、より効果的な排出量を「減らす」取り組みも進めていきます。

Scope3については、商品輸送に伴うCO2排出量(GHGプロトコル:カテゴリー4)の削減に向けて、配送効率化に向けた既存の取り組みを加速するとともに、お取引先様との連携・協働により取り組みの幅を拡大することで、事業活動を通じたCO2排出量の削減を進めていきます。その他のカテゴリーにおいては、当社事業との関連度を考慮したうえで、CO2排出量の算定及び算定精度の向上に努めるとともに、削減可能性の調査・情報収集を行い、順次対応していきます。

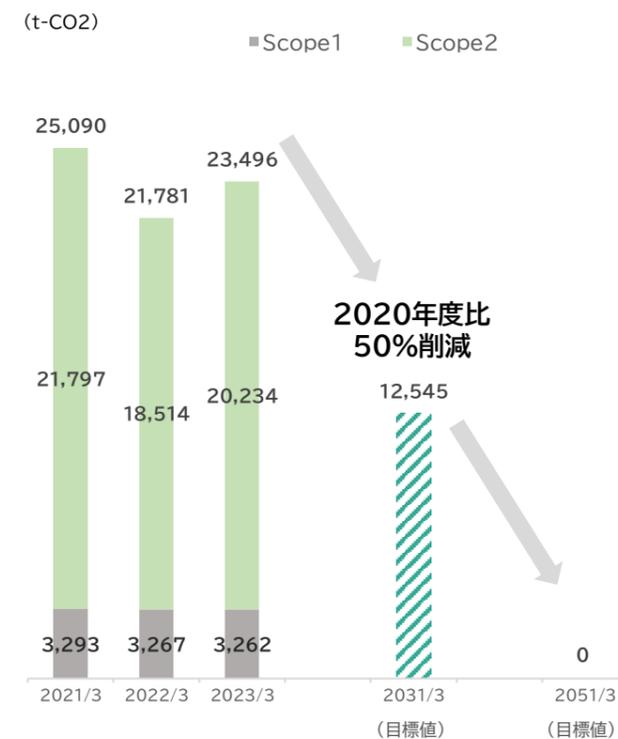
削減目標
2030年度:50%削減(2020年度比)
2050年度:実質ゼロ

CO2排出量削減の具体策

- 「創る」・有事における安全性を考慮しつつ、屋上に太陽光パネルを順次設置
- 「買う」・環境証書の購入や再エネプランへの切り替えにより再エネ電力を調達
- 「減らす」・事務所、センターにおける節電など省エネ施策の徹底・拡充

年度毎に調達電力に占める再エネ比率の目標値を設定し、「創る」「買う」の施策を中心に着実な削減を進める。併せて、省エネ施策の徹底・拡充によりコスト削減・職場環境の改善も狙った効果的な「減らす」施策も進める。

CO2排出量の推移





サプライチェーン イノベーション大賞 2023 「優秀賞」を受賞 ～ 既存の流通網を活用した効率的な資源再生循環型サイクルの構築 ～

2023年7月14日、製・配・販連携協議会より、(株)キリン様、(株)クスリのアオキ様、(株)薬王堂様、(株)ユタカファーマシー様、(株)こんの様、(株)宮崎様、製紙メーカー様と協働で実施しました「既存の流通網を活用した効率的な資源再生」の取り組みを評価いただき、「サプライチェーンイノベーション大賞2023」の「優秀賞」を受賞しました。

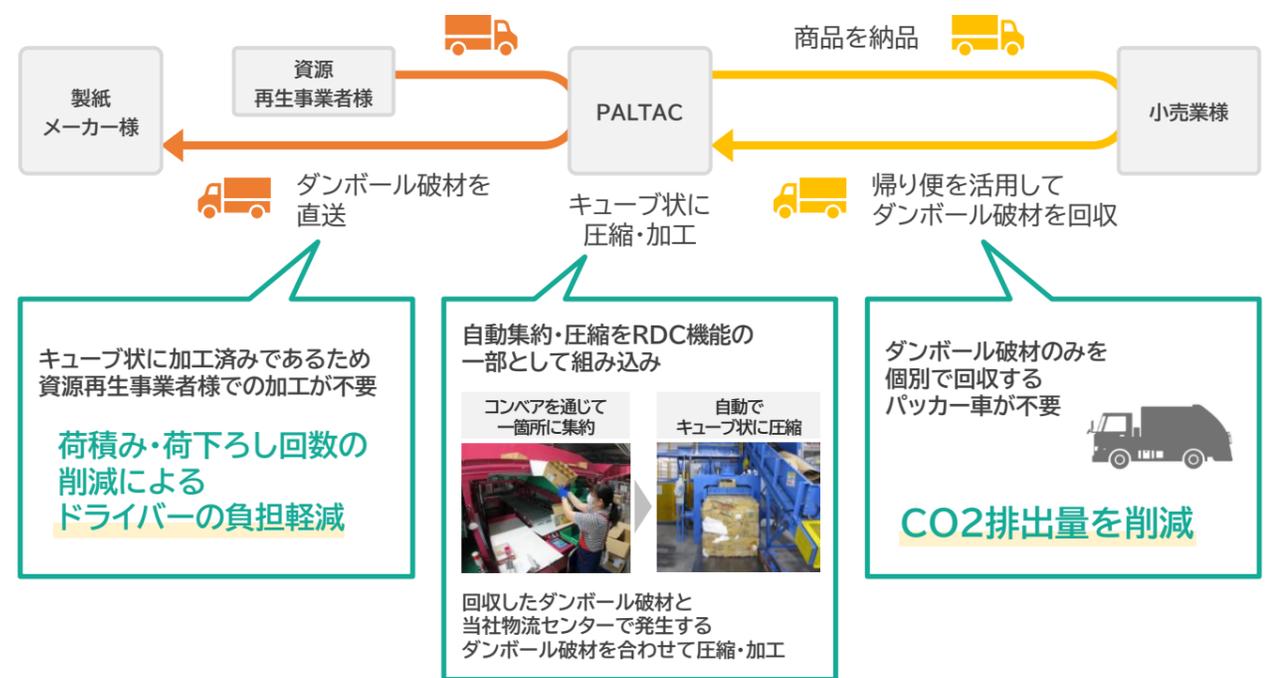
今回の取り組みは、製・配・販のみならず流通に関わる資源再生事業者様との連携・協働のもと、事業活動を通じた既存の流通フローの活用により、ダンボール破材を効率的に再資源化する持続的な「資源再生循環型サイクル」の構築です。

具体的には、当社が商品を納品したトラックの帰り

便を活用して小売業様で発生するダンボール破材を回収することにより、パッカー車を削減するとともに、当社物流センターの「破材自動集約・圧縮機能」と組み合わせることで、資源再生事業者様による圧縮・加工が不要になる仕組みを構築しました。

これにより、ダンボール破材の取扱量拡大に伴うトラックの積載効率向上や、当社から製紙メーカー様へ直送することによる荷積み・荷下ろし回数の削減などダンボール破材の回収・再生における効率化を実現するとともに、流通全体の作業負担の軽減やCO2排出量の削減など、持続可能な社会の構築につながる取り組みであると考えています。

既存の流通フローを活かした効率的なダンボール破材の再資源化



取り組みによる効果

- ダンボール破材の輸送効率化によるCO2排出量の削減、ドライバーの業務負担軽減、資源再生コストの利益化
- 資源再生事業者様と連携し、取り組みにより拡大した収益の一部を森林保全活動を行う「緑の募金」に寄付

当社は、過去に開催された「サプライチェーン イノベーション大賞」においても、流通全体の効率化に向けたお取引先様との取り組みを評価いただいています。過去の評価いただきました取り組みにつきましては、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。

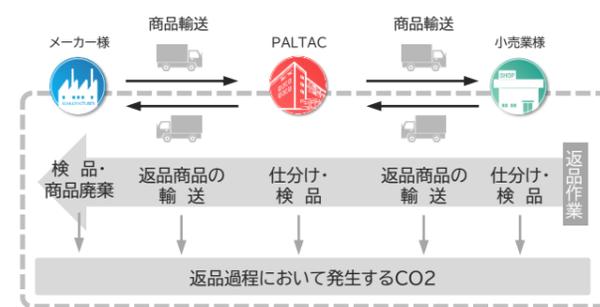
返品削減

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、従来型と比較して約24%軽量化されており、作業負担の軽減や配送時の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)

ビスなどを含まないので手間なくリサイクル可能



旧タイプ 現行タイプ

24%軽量化

また、新たに稼働したセンターにおいては、必要な出荷情報をレーザー方式でオリコンに印字・消去できる「リライタブルレーザーシステム」を導入しています。従来、手作業で貼付・貼替をしていた使い捨てのラベルシールが不要となることで、作業効率の向上と廃棄物の削減につながっています。



リライタブルレーザーシステム

非接触で繰り返しラベルの書き換えが可能

使い捨てラベルシールが不要となり廃棄物の削減に貢献

【従来方式】ラベルシールを手作業で貼付・貼替

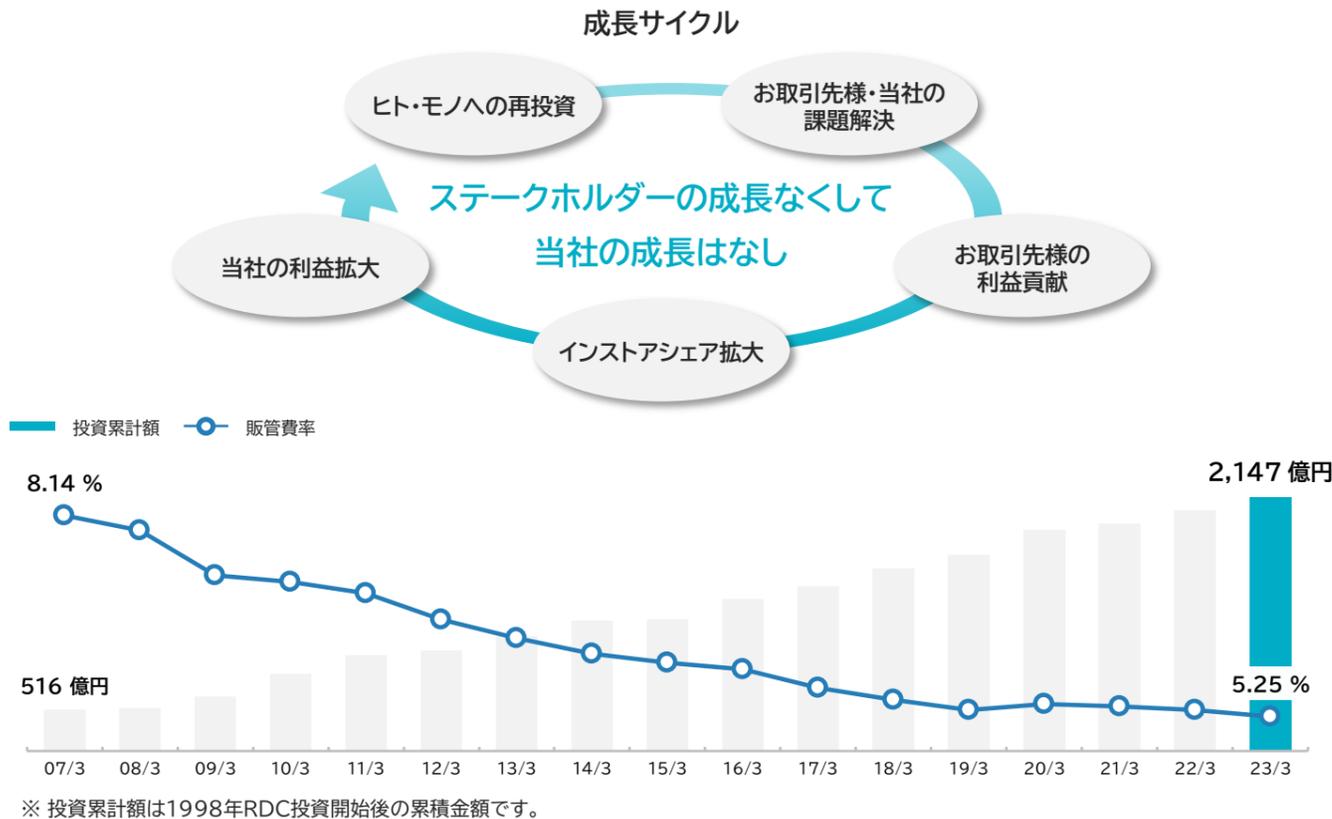
財務資本

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

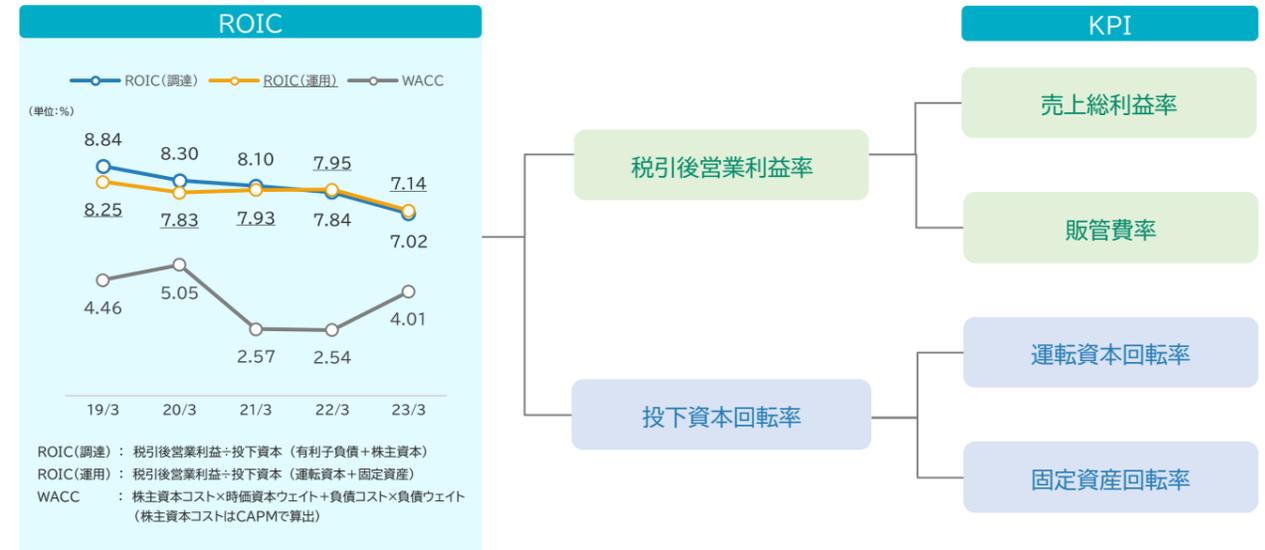
当社は過去20年以上にわたり、サプライチェーン全体の最適化・効率化に向けて、事業で得た利益を積極的に投資し、お取引先様や当社の課題解決につなげ、そこから生み出された利益を再び投資することで、さらなる成長につなげるサイクルを回してきました。高効率の大型物流センターとそれを支えるシステムによる効率的な仕組み、そして全従業員による徹底した改善への取り組みの2つを掛け合わせ販管費率を低減させるという強みはサイクルを経るたびに磨かれ、利益創出力を強化することにつながっています。

今後におきましては、デジタル化の加速や物価高騰など外部環境が激しく変化するなか、仕組みの構築と改善のサイクルを回すとともに新たな発想を生み出し、それを具現化していくことが必要であると考えています。その実現に向け、物流センターやシステムへの投資に加え、成長の源泉である多様な人財への投資を強化していきます。引き続き、サプライチェーン全体の最適化・効率化の追求に向けた積極的な投資を行い、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。

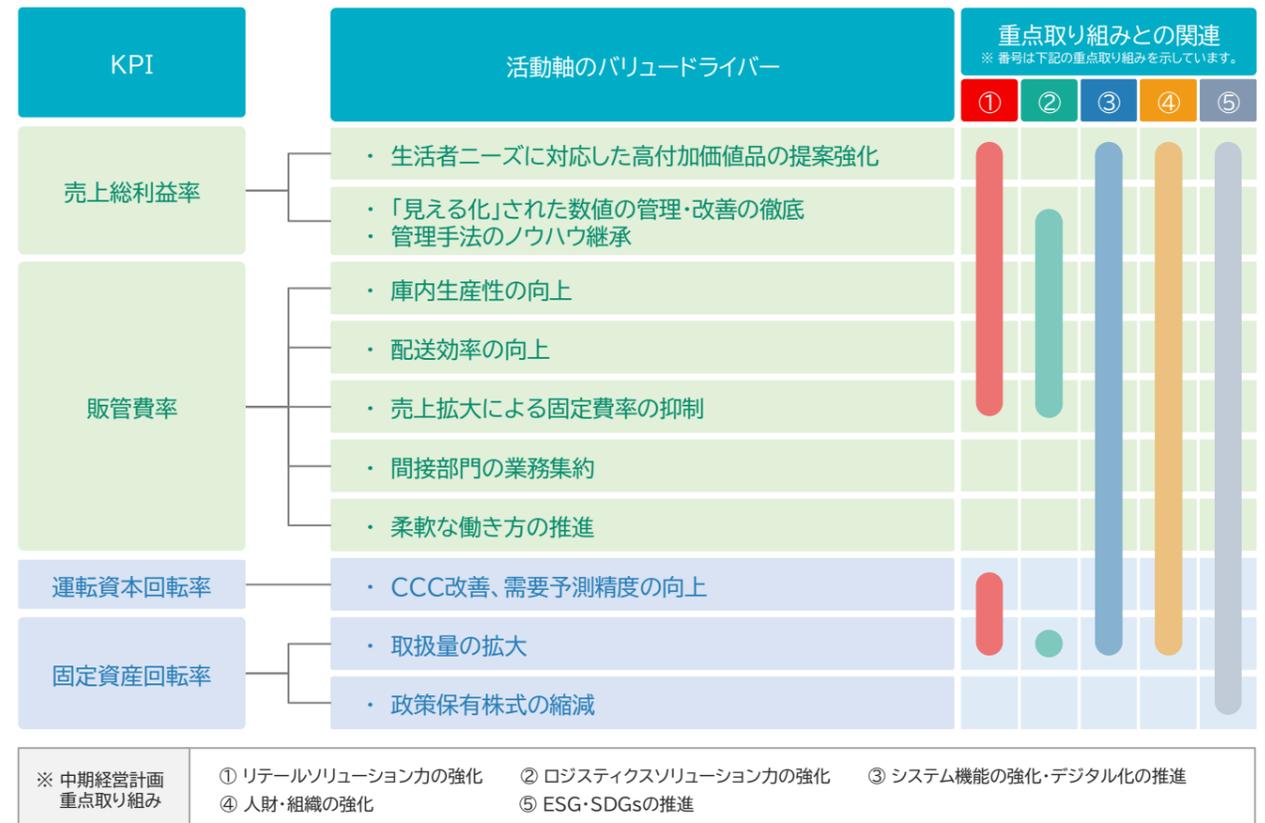


企業価値向上

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



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 (2023年6月23日現在)

取締役

◎ 在任年数

○ 取締役会出席回数

◇ 所有株式数(2023年3月末時点)



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
2019年 6月 ㈱メディバルホールディングス取締役(現任)
2023年 4月 当社取締役副会長
2023年 6月 当社代表取締役会長(現任)

代表取締役会長

糟谷 誠一

◎ 6年

○ 14回/14回

◇ 19,583株

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、2023年4月から取締役副会長を務めており、経営者としての豊富な経験と幅広い見識、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、引き続き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。

〔重要な兼職の状況〕

㈱メディバルホールディングス取締役
※ 2023年6月27日付で任期満了に伴い退任



1995年 4月 ㈱三和銀行(現 ㈱三菱UFJ銀行)入行
2000年 4月 ㈱新和バルタック(現 ㈱PALTAC)入社
2016年 4月 当社執行役員近畿支社長
2019年 4月 当社常務執行役員商品本部長
2020年10月 当社常務執行役員東京支社長
2021年 4月 当社専務執行役員東京支社長
2023年 4月 当社副社長執行役員兼COO
2023年 6月 当社代表取締役社長(現任)

代表取締役社長

吉田 拓也

< 新任 >

◇ 21,467株

選任理由

当社の営業部門及び仕入部門で要職を歴任し、2023年4月から副社長執行役員兼COOとして、経営全般の強化に努めており、豊富な経験と知識を有しています。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。

〔重要な兼職の状況〕

㈱メディバルホールディングス取締役
※ 2023年6月27日付で就任



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
2023年 4月 当社取締役専務執行役員管理担当(現任)

取締役専務執行役員
管理担当

野間 正裕

◎ 5年

○ 14回/14回

◇ 17,028株

選任理由

当社の営業部門及び仕入部門等で要職を歴任し、2018年に取締役に就任後、現在は取締役専務執行役員管理担当として、管理部門全般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、引き続き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。

〔重要な兼職の状況〕

㈱ユニカフェ社取締役



1990年 4月 東洋信託銀行㈱(現 三菱UFJ信託銀行㈱)入社
2005年 4月 ㈱バルタック(現 ㈱PALTAC)入社
2013年 4月 当社執行役員経営企画本部副本部長
2014年 4月 当社執行役員経営企画室長
2018年 4月 当社常務執行役員経営企画室長
2020年 6月 当社取締役常務執行役員経営企画室長
2021年10月 当社取締役常務執行役員経営企画本部長
2023年 4月 当社取締役専務執行役員経営企画本部長(現任)

取締役専務執行役員
経営企画本部長

嶋田 政治

◎ 3年

○ 14回/14回

◇ 16,073株

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、2020年に取締役に就任後、現在は取締役専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、引き続き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。

〔重要な兼職の状況〕

乾汽船㈱顧問
乾光海運㈱代表取締役
日本管財ホールディングス㈱
社外取締役監査等委員



1993年11月 ㈱新和バルタック(現 ㈱PALTAC)入社
2016年 6月 当社執行役員中国支社長
2020年 4月 当社常務執行役員営業本部長
2021年 4月 当社専務執行役員東日本営業本部長兼
EC事業部長
2023年 4月 当社専務執行役員営業統括本部長兼
海外事業本部長
2023年 6月 当社取締役専務執行役員営業統括本部長兼
海外事業本部長(現任)

取締役専務執行役員
営業統括本部長兼海外事業本部長

山田 恭嵩

< 新任 >

◇ 4,450株

〔戸籍名：山田 晋〕

選任理由

当社の営業部門で要職を歴任し、2023年4月から専務執行役員営業統括本部長兼海外事業本部長として、営業部門及び海外事業部門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。

〔重要な兼職の状況〕

㈱メディバルホールディングス常務取締役
㈱アステック取締役 ㈱MMコーポレーション取締役
㈱ファンフィールド取締役

取締役

左近 祐史

< 新任 >

◇ 1株

選任理由

当社親会社である㈱メディバルホールディングスの管理部門を掌管する常務取締役であり、ガバナンスやサステナビリティ、コンプライアンスの分野において、豊富な経験と幅広い見識を有しています。今後の当社の事業拡大に際して、他社との連携・協働が進むことを想定し、親会社を有する上場企業としての独立性と親会社の適正なグループ・ガバナンスとのバランスの最適化に資するよう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。

PALTACってどんな会社

PALTACの価値創造

PALTACを支える力

コーポレート・データ



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

大石 歌織

◎ 6年

○ 14回/14回

◇ 695株

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。過去に社外役員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いています。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に向け、引き続きこのような役割を果たして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㈱(現 ㈱商船三井)入社
2005年 4月 ㈱レントウエン・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)
2020年 1月 乾光海運㈱代表取締役(現任)
2022年 6月 当社社外取締役(現任)
2023年 4月 日本管財ホールディングス㈱
社外取締役監査等委員(現任)

社外取締役

乾 新悟

◎ 1年

○ 11回/11回

◇ 219株

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、2022年から当社の社外取締役を務めています。この豊富な経験及び実績を活かして、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いています。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に向け、引き続きこのような役割を果たしていただけるものと判断しました。

〔重要な兼職の状況〕

乾汽船㈱顧問
乾光海運㈱代表取締役
日本管財ホールディングス㈱
社外取締役監査等委員



1981年 4月 ミス・ユニバース日本代表選出
1982年 4月 大竹省二写真スタジオ入門
1987年 4月 フリーランスフォトグラファーとして独立
2004年 4月 大阪芸術大学写真学科助教授
2005年 1月 有限会社織作事務所代表(現任)
2006年 4月 大阪芸術大学写真学科教授(現任)
2007年 4月 同校写真学科学科長(現任)
2021年 6月 当社社外取締役(現任)

〔重要な兼職の状況〕

有限会社織作事務所代表(フォトグラファー)
大阪芸術大学写真学科学科長兼教授
公益財団法人日本広告写真家協会業務執行理事
公益財団法人私立大学通信教育協会理事
一般社団法人日本写真著作権協会理事
日本写真芸術学会評議員

社外取締役

織作 峰子

◎ 2年

○ 14回/14回

◇ 477株

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て、特にESGや人財育成の面において、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いています。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に向け、引き続きこのような役割を果たしていただけるものと判断しました。



1979年 4月 トヨタ自動車工業㈱
(現 トヨタ自動車㈱)入社
2011年 1月 トヨタマーケティングジャパン㈱取締役
2015年 6月 ダイハツ工業㈱取締役専務執行役員
2017年 4月 トヨタ東京販売ホールディングス㈱
代表取締役社長
2019年 4月 トヨタモビリティ東京㈱代表取締役副会長
2020年 4月 トヨタモビリティパーツ㈱代表取締役社長
2022年 3月 ㈱ユニカフェ社外取締役(現任)
2022年 6月 当社社外取締役(現任)

〔重要な兼職の状況〕

㈱ユニカフェ社外取締役

社外取締役

吉武 一郎

◎ 1年

○ 11回/11回

◇ 109株

選任理由

日本を代表する自動車製造関連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、2022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を活かして、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いています。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に向け、引き続きこのような役割を果たしていただけるものと判断しました。



1989年 4月 弁護士登録
1989年 4月 三宅・畠澤・山崎法律事務所入所
1991年 4月 尾崎法律事務所入所
2006年11月 服部明人法律事務所代表(現任)
2013年 1月 ㈱萩原材木店代表取締役社長(現任)
2016年 9月 穴吹興産㈱社外監査役(現任)
2018年 6月 雪印メグミルク㈱
社外取締役監査等委員(現任)
2021年 6月 社会福祉法人親善福祉協会理事(現任)
2023年 6月 当社社外取締役(現任)

〔重要な兼職の状況〕

服部明人法律事務所代表
㈱萩原材木店代表取締役社長
穴吹興産㈱社外監査役
雪印メグミルク㈱社外取締役監査等委員
社会福祉法人親善福祉協会理事

社外取締役

服部 明人

< 新任 >

◇ 1株

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、コンプライアンスやガバナンス等の企業法務にも精通しています。この専門知識及び豊富な経験を活かして、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。

役員状況(2023年6月23日現在)

監査役 在任年数 取締役会出席回数 監査役会出席回数 所有株式数(2023年3月末時点)



1982年 4月 小林製薬㈱入社
2001年 4月 ㈱コパシヨウ(現 ㈱PALTAC)入社
2003年10月 ㈱青瑛(現 ㈱PALTAC)代表取締役社長
2006年 6月 ㈱コパシヨウ執行役員
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 11年
 14回/14回 15回/15回
 14,368株

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 4年
 14回/14回 15回/15回
 6,747株

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 11年
 14回/14回 15回/15回
 4,401株

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
2022年 6月 当社社外監査役(現任)

社外監査役 1年
 11回/11回 11回/11回
 109株

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おり、2022年から当社の社外監査役を務めています。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。



1991年10月 太田昭和監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人)入所
1995年 8月 公認会計士登録
2019年 7月 正田公認会計士事務所所長(現任)
2021年 2月 ㈱マルカ社外監査役
2021年 4月 関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科教授(現任)
2021年10月 フルサト・マルカホールディングス㈱社外監査役(現任)
2022年 7月 日本公認会計士協会理事(現任)

〔重要な兼職の状況〕
正田公認会計士事務所所長
関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科教授
フルサト・マルカホールディングス㈱社外監査役
日本公認会計士協会理事

社外監査役 新任
 1株

選任理由

公認会計士としての財務及び会計に関する専門知識と高い見識を有しています。過去に社外役員と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、独立した立場に加え女性の目線から、この専門知識及び見識を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。

PALTACってどんな会社

PALTACの価値創造

PALTACを支える力

コーポレート・データ

執行役員

専務執行役員

森谷 晃佳
関東管理本部長

前田 政士
情報システム本部長

芦原 英生
営業本部長 兼 物流本部長

三木田 雅和
研究開発本部長

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 ㈱HAWAII-ジョー 代表取締役社長

関 光彦
店舗支援本部長

村尾 直人
財務本部長

秋山 哲
横浜支社長

吉田 幸代
総務本部長

小西 誠
東京支社 MK事業本部長

執行役員

磯部 良平
総務本部 副本部長

中村 克己
財務本部 副本部長

稲葉 英樹
LC事業本部 副本部長

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
中部支社長

榊原 志典
近畿支社長

三上 彰
九州支社長

松本 祥平
研究開発本部 副本部長

上村 隆
東京支社長

三上 裕司
東北支社長

村木 博明
CSR推進本部長

吉原 広志
中四国支社長

井上 浩一
商品本部長

役員の状況(2023年6月23日現在)

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 糟谷 誠一	●	●	●				●
代表取締役 吉田 拓也	●	●	●	●			●
取締役 野間 正裕	●	●		●	●		
取締役 嶋田 政治	●		●	●		●	●
取締役 山田 恭嵩 <small>〔戸籍名 山田 晋〕</small>	●	●					●
取締役 左近 祐史	●		●			●	
社外取締役 大石 歌織			●			●	
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	●	●	●				
社外取締役 服部 明人	●				●	●	
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 原口 裕	●		●	●	●		
社外監査役 疋田 鏡子			●	●			

役員報酬

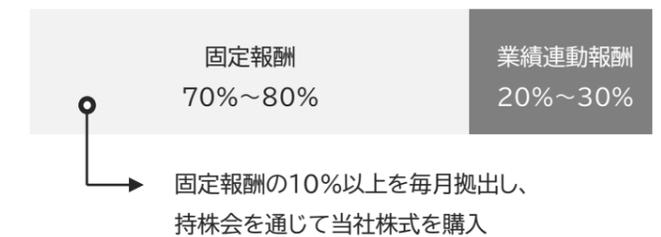
当社は、役員の報酬等の額又は算定方法の決定に関する方針については、経営戦略の達成に向けて、優秀な人財を引き付けるに足るインセンティブとするとともに、経営環境の変化や外部の客観的なデータ等を考慮し、世間水準及び経営内容、従業員給与とのバランスを勘案した水準としています。取締役の報酬等の内訳については、固定報酬、単年度の業績に連動する賞与及び非金銭報酬で構成されており、中長期業績に連動する報酬は設定していません。固定報酬の金額については、役位・職責などを基に決定しています。賞与については、年間の総報酬の概ね20%~30%を目途に役位が上位の取締役ほどその占める割合が多くなるように設定しています。また、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財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



(2023年3月期)

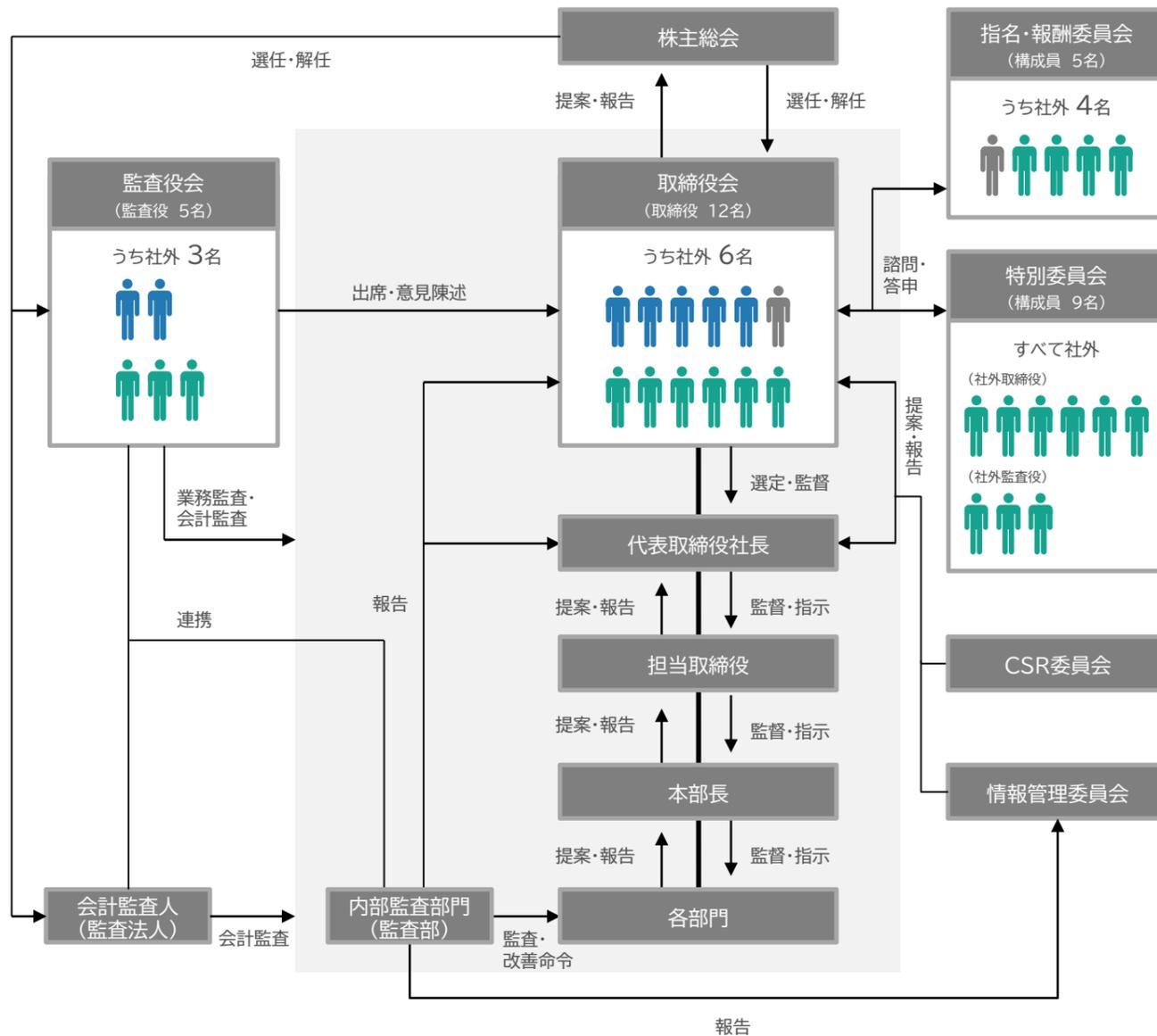
役員区分	対象となる 役員の員数 (名)	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)		
			基本報酬	業績連動報酬等	非金銭報酬等
取締役 (うち社外取締役)	12 (7)	440 (66)	340 (66)	95 (-)	5 (-)
監査役 (うち社外監査役)	6 (4)	89 (36)	89 (36)	- (-)	- (-)
合計 (うち社外役員)	18 (11)	530 (102)	429 (102)	95 (-)	5 (-)

コーポレート・ガバナンス

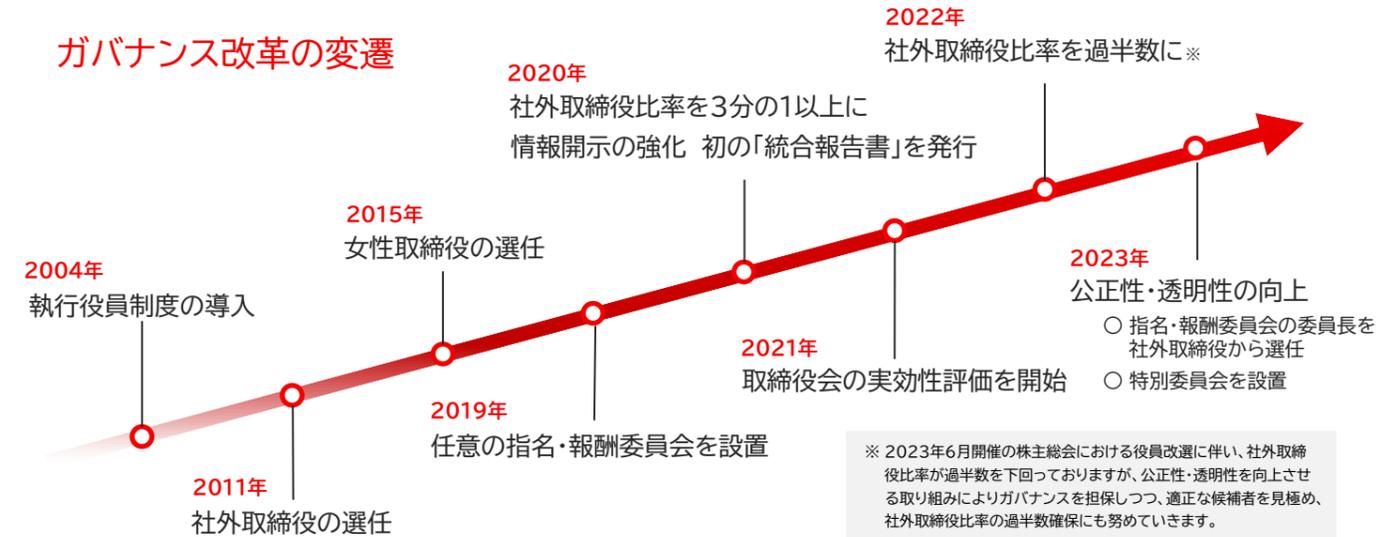
基本的な考え方

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の皆様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いきます。

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6名及び社外取締役6名の計12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。



取締役の平均年齢	60歳	社内役員	: 56歳	社外役員	: 61歳
		役員(親会社)	: 70歳		

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、競争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。



監査役の平均年齢	59歳	社内役員	: 62歳	社外役員	: 58歳
----------	-----	------	-------	------	-------

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独立社外取締役の乾新悟をはじめ取締役の左近祐史、独立社外取締役の大石歌織、吉武一郎及び服部明人の5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きの公正性・公平性及び客観性を高めガバナンスの強化・充実を図ることであり、社外監査役もオブザーバーとして参加しています。

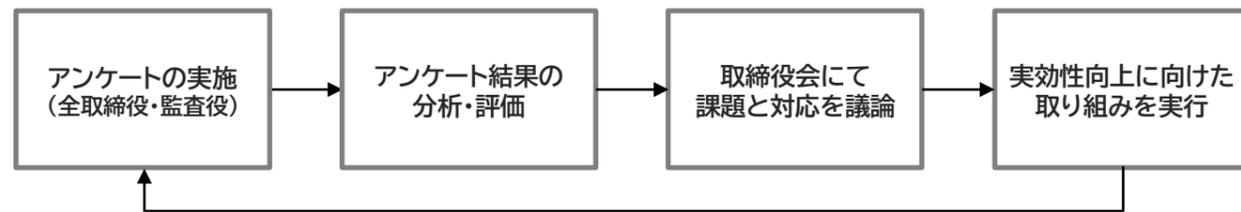
特別委員会

特別委員会は、取締役会の諮問機関として支配株主からの独立性を有する独立社外取締役及び独立社外監査役で構成しています。役割としては、支配株主との取引・行為等の公正性・透明性、客観性を確保することを目的に、支配株主と少数株主の利益が相反する重要な取引・行為について、その必要性・合理性、条件等の妥当性を審議検討し、取締役会へ答申を行います。

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年から年に1回、取締役会の実効性評価を行っています。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、右記の項目のとおりとなっています。

設問ごとに5段階で評価する方式としており、当該項目に関する自由記載欄を設け、「選択式設問25問、記述式設問9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	・ 社外取締役の役割
・ 取締役会の運営	・ 指名・報酬委員会
・ 取締役会の議題	・ 総括
・ 取締役会の支援体制	

2022年10月実施の評価結果の概要

取締役・監査役全員へのアンケートでは、前回課題として挙げた中長期的な成長戦略に関する議論の充実などに関して改善の傾向が見られており、各項目においても適切である旨の回答が高い割合を占めていることから、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、「取締役会の運営」が特に高い評価となりました。業務報告のフォーマット改訂など前回の課題に対応したことで、議論が活性化したことなどが高い評価につながりました。(ご参考:取締役会における社外取締役の発言事例を右に記載)

一方で、さらなる中長期的な成長戦略に関する議論の充実化や、議論活性化に向けた事業の理解促進などについての提言がありました。

引き続き、右頁(上段)に記載のとおり、特定した課題に対する対応策に取り組んでいきます。

取締役会における社外取締役の発言事例

- 経営陣若返りと次期中計への取り組みに関する提言 (バックカスティングの効果的な取り入れ方など)
- 人的資本経営の強化に向けた提言 (経営戦略と合致した人材育成、プライオリティの設定や時系列データによる進捗管理など)
- CO2排出量の削減に向けた提言 (再エネ調達における他社事例の共有など)
- 物価上昇局面における設備投資に関する提言 (メンテナンス高度化による既存物件の長期活用など)

■ 実効性評価から抽出した課題及び対応

2021年10月実施		2022年10月実施	
課題	取り組み	課題	取り組み
● 中長期的な成長戦略に関する議論の充実化	● 取組状況報告用フォーマットを改訂 ● 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、取締役会における有効な議論に向け、付議事項の精査・見直し	● 中長期的な成長戦略に関する議論の充実化 (継続課題)	● 当社事業等の理解促進に向けた勉強会の実施 ● サステナビリティに関する重要課題をテーマとしたフリーディスカッションの実施
● 議論活性化に向けた議案や当社事業の理解促進	● 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 ● 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(CO2排出量削減など)について勉強会を実施	● 議論活性化に向けた議案や当社事業の理解促進 (継続課題)	● 取締役会議案に関する事前説明会の実施 ● 社外役員による支社・本部訪問を通じた現場責任者との対話の機会創出
		● 少数株主保護の強化 (新規課題)	● 指名・報酬委員会の委員長を社外取締役から選任 ● 特別委員会の設置

実効性評価アンケートに記載された具体的なコメント例

- 業界等に関する理解を深めるための勉強会を定期的実施されたのは、大変有意義だったと思う。
- 取締役会の資料準備、情報提供、スケジュール等、その支援は適切に行われており、円滑に運営されていると思う。
- 前回アンケート実施以降、専門用語に解説が加えられた資料に改善されており、議論活性化につながっていると思う。今後は決裁案件以外に集中討議が必要なテーマ(CO2削減や人的資本経営など)を設ける運営も検討して欲しい。
- 物流センターの見学会を実施いただいたことで、事業理解の促進につながった。今後は、さらに第一線の動きを知るために、各支社・本部の責任者の皆様との対話の機会を設定いただきたい。

■ 実効性向上に向けた社外役員への支援体制

当社では、社外取締役に内定後、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しています。また、当社事業の理解促進を図るため、当業界及び当社固有の用語に関する用語集を作成し提供しています。その他、物流センターの見学会を実施し、現場社員との対話の機会を創出することで事業の現場に対する理解を深めていただく取り組みを行っています。

中長期の成長戦略に関する議論活性化に向けては、実効性評価の結果も踏まえ、当業界の市場環境の状況やサステナビリティ(人的資本・CO2排出量の削減)の推進など決裁案件以外をテーマに議論する機会を定期的に設けています。

引き続き、社外役員への支援体制を強化し、取締役会のさらなる実効性向上に努めていきます。

株主・投資家との対話

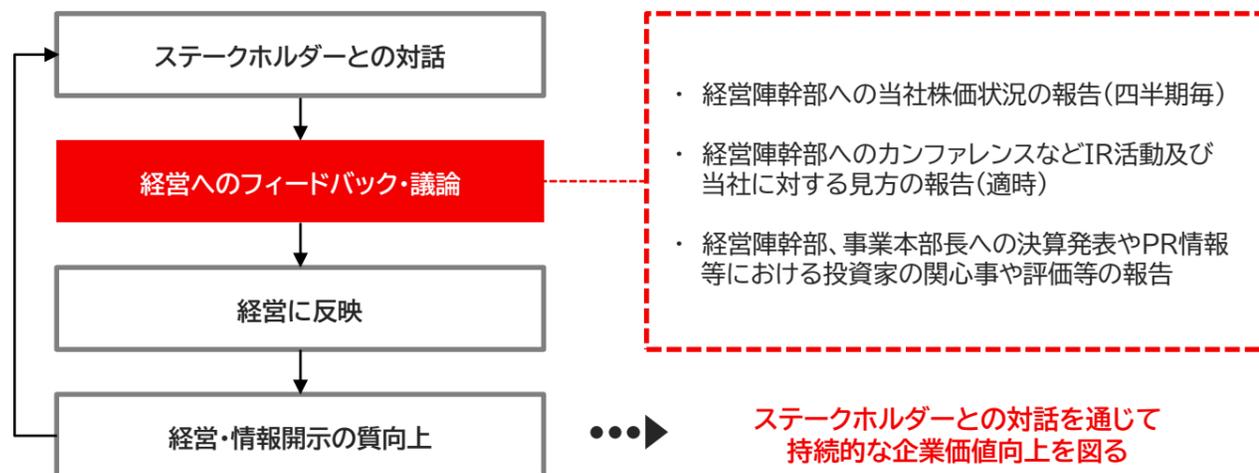
当社は、機関投資家・アナリストをはじめとするステークホルダーとの建設的な対話によって持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、積極的なIR活動を行っています。IR活動を通じて得られた当社に対する投資家の関心事や評価などを経営陣幹部や各事業本部長にフィードバックすることで、より質の高い事業運営・情報開示に努め、また新たな対話に臨むというサイクルを回しています。

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。

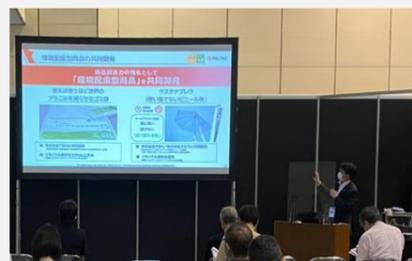
実施イベント（2023年3月期）	実施回数
機関投資家・アナリスト向け決算説明会	2回
証券会社主催カンファレンス	3回
個別ミーティング	135回

■ ステークホルダーとの対話のサイクル



「資産運用EXPO 関西」に初出展

2022年9月2日～4日にインテックス大阪で開催された「資産運用EXPO 関西」に初出展しました。コロナ禍で投資家の皆様と対面でお話しをする機会が少なくなりましたが、イベントを通じて多くの投資家の皆様にお会いできる貴重な機会となりました。当社ブースや会場内で開催されたセミナーでは、ご来場いただいた投資家の皆様に当社の事業概要や強み、取り組みなどについてご説明することができました。今後も、より多くの投資家の皆様と対話を重ね、さらなる企業価値の向上に努めていきます。



「資産運用EXPO 関西」セミナー開催時の様子
説明者：取締役専務執行役員 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㈱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・食品加工原材料卸売等関連事業」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、当社役員について適切なグループガバナンスの観点から親会社グループより取締役1名を受け入れるとともに、当社の独立性を維持するため取締役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相応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、中長期的視点をう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

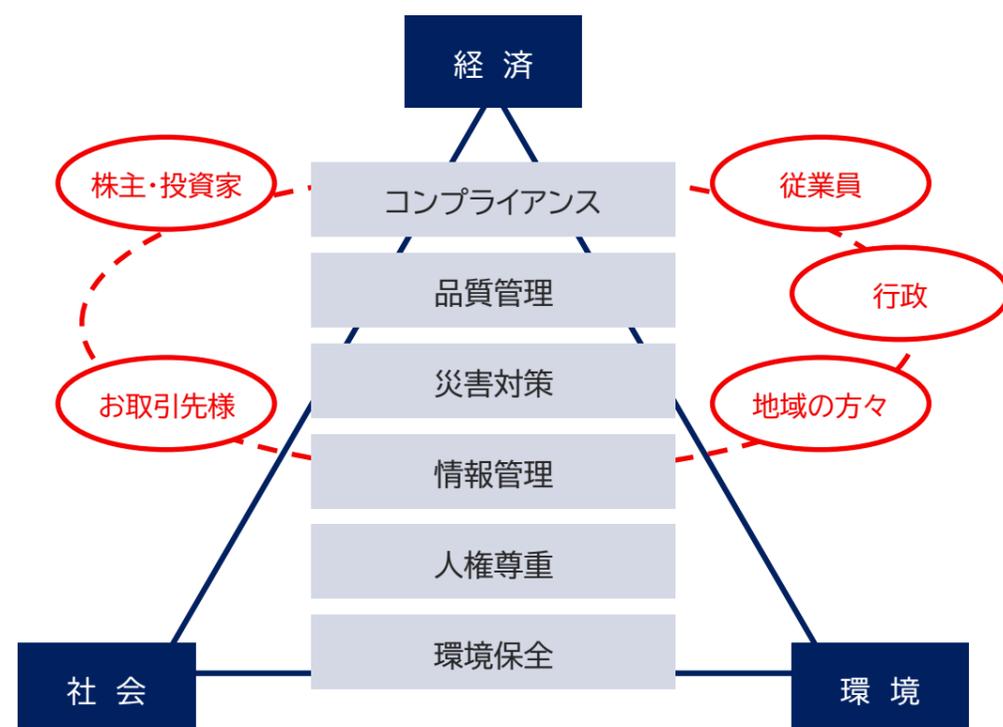
- ・保有目的が適切かどうか
- ・当社資本コストやリスクを上回る利益(取引による利益額と配当による利益額の合計額)や便益が得られている又は得られる見込みがあるか

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。

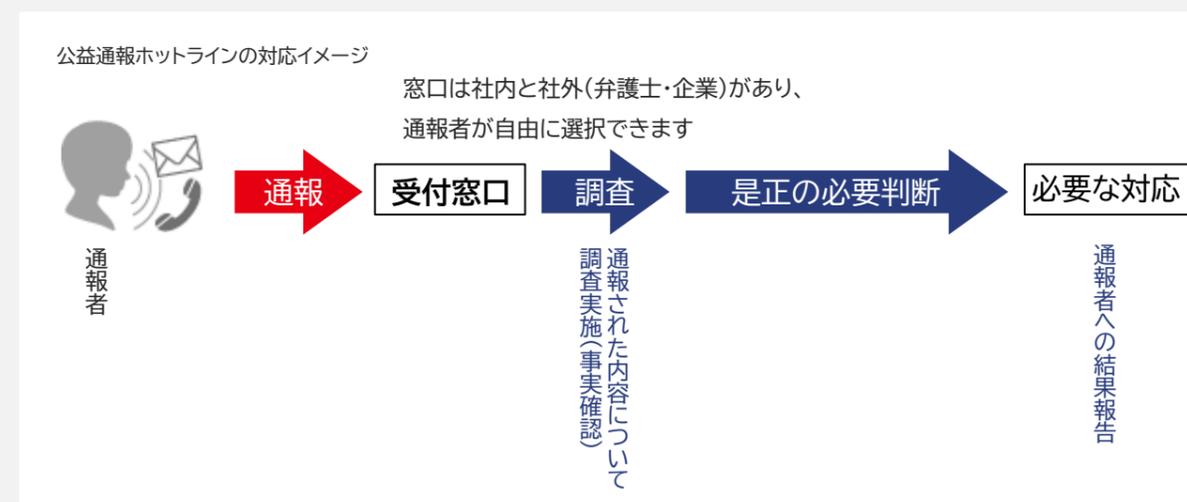


コンプライアンス意識向上の取り組み

- ・メディパルグループ共通の「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システムで日々確認し、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。

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

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。

災害対策

具体的な取り組みについてはP.57をご参照ください。

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。

情報管理

具体的な取り組みについてはP.65をご参照ください。

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。

人権尊重

具体的な取り組みについてはP.70をご参照ください。

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。

環境保全

具体的な取り組みについてはP.72をご参照ください。

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、CO2排出量の削減やリサイクルの推進などを行っています。



「コスメバンク プロジェクト」にパートナー企業として参画

本プロジェクトは「女性と地球にスマイルを」を合言葉に、リニューアルに伴う旧仕様品や未開封の店頭返品など、品質には問題がないものの再販売が難しい良品を企業から募り、経済的困難を抱える女性に無料配布することで、女性と企業、そして地球環境という社会全体の課題解決を目指す活動です。

当社は化粧品を取り扱う中間流通業者として、お取引するメーカー様にご支援いただく活動を進めています。

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)

106 会社・株式情報

107 編集後記



11年間の主要財務データ

	※1										※2
	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	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	2023年3月期
経営成績(百万円)											
売上高	785,833	831,899	794,221	860,350	922,095	966,684	1,015,253	1,046,412	1,033,275	1,045,735	1,104,152
売上総利益	82,599	86,440	61,985	67,104	71,348	76,051	79,645	81,527	81,162	81,759	82,395
販売費及び一般管理費	73,398	76,223	47,808	51,003	52,218	53,045	54,246	56,818	55,674	55,838	57,923
営業利益	9,201	10,216	14,177	16,101	19,129	23,006	25,399	24,708	25,487	25,921	24,472
経常利益	14,880	15,779	16,322	18,556	21,573	25,498	28,528	27,316	28,053	28,637	27,440
当期純利益	8,397	9,185	10,267	11,929	14,605	17,453	19,767	25,412	19,317	19,639	19,251
減価償却費	4,860	5,180	4,861	4,985	4,931	4,830	4,493	5,059	5,650	5,486	5,750
設備投資額	10,766	12,056	691	15,583	9,791	13,649	10,700	18,791	5,352	9,726	10,215
財政状態(百万円)											
総資産	302,851	325,189	318,186	351,880	361,363	387,399	393,603	418,756	435,501	448,877	476,936
純資産	125,756	132,427	143,535	154,976	166,921	183,435	197,237	218,297	235,428	243,741	259,700
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	11,792	3,340	23,204	5,226	24,721	24,107	23,565	21,005	28,745	21,949	16,594
投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,982	△11,686	365	△19,327	△6,413	△15,830	△9,531	△3,788	△5,471	△10,170	△6,093
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,705	1,191	△15,464	10,675	△17,876	△5,142	△17,323	△13,001	△8,225	△8,731	△5,177
フリーキャッシュ・フロー(営業CF+投資CF)	1,810	△8,346	23,569	△14,101	18,308	8,277	14,034	17,217	23,274	11,779	10,501
1株当たり指標(円)											
1株当たり当期純利益	144.41	144.54	161.58	187.73	229.84	274.65	311.07	399.90	303.98	310.34	306.33
1株当たり純資産	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	4,132.28
1株当たり配当金	42.00	43.00	45.00	50.00	56.00	64.00	68.00	70.00	72.00	78.00	82.00
財務指標(%)											
売上総利益率	10.51	10.39	7.80	7.80	7.74	7.87	7.84	7.79	7.85	7.82	7.46
販売費及び一般管理費率	9.34	9.16	6.02	5.93	5.66	5.49	5.34	5.43	5.39	5.34	5.25
営業利益率	1.17	1.23	1.79	1.87	2.07	2.38	2.50	2.36	2.47	2.48	2.22
自己資本比率	41.5	40.7	45.1	44.0	46.2	47.4	50.1	52.1	54.1	54.3	54.5
ROE(自己資本当期純利益率)	7.08	7.12	7.44	7.99	9.07	9.96	10.39	12.23	8.51	8.20	7.65
ROA(総資産経常利益率)	5.00	5.03	5.07	5.54	6.05	6.81	7.31	6.73	6.57	6.48	5.93
配当性向	29.1	29.7	27.8	26.6	24.4	23.3	21.9	17.5	23.7	25.1	26.8
期末従業員数(人)											
期末従業員数	2,284	2,250	2,202	2,245	2,221	2,217	2,207	2,196	2,169	2,168	2,187

※1 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。
 ※2 2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しています。

ESGデータ

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
環境			
CO2排出量 Scope1・2・3 計	51,627t-CO2	52,189t-CO2	6,213,704t-CO2
Scope1・2 計	25,090t-CO2	21,781t-CO2	23,496t-CO2
Scope 1	3,293t-CO2	3,267t-CO2	3,262t-CO2
Scope 2	21,797t-CO2	18,514t-CO2	20,234t-CO2
Scope 3 ※1	26,537t-CO2	30,408t-CO2	6,190,208t-CO2
カテゴリー 1 : 購入した製品・サービス	—	—	5,523,521t-CO2
2 : 資本財	—	—	36,855t-CO2
3 : Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	—	—	7,332t-CO2
4 : 輸送、配送(上流) ※2	26,537t-CO2	30,408t-CO2	30,578t-CO2
5 : 事業活動から出る廃棄物	—	—	735t-CO2
6 : 出張	—	—	284t-CO2
7 : 雇用者の通勤	—	—	9,571t-CO2
12 : 販売した製品の廃棄	—	—	581,197t-CO2
13 : リース資産(下流)	—	—	135t-CO2
売上高1億円当たりCO2排出量(Scope1・2)	2.4t-CO2	2.1t-CO2	2.1t-CO2
売上高1億円当たりCO2排出量(Scope3 カテゴリー4「輸送、配送(上流)」)	2.6t-CO2	2.9t-CO2	2.8t-CO2
電力使用量(千kWh)	43,665千kWh	44,890千kWh	46,627千kWh

※1 2023年3月期より、Scope3の算定カテゴリーを拡大し、上記の9カテゴリーを算定しています。算定に際しては、環境省公表のガイドライン(Ver3.3)及び排出原単位データベース(Ver3.3)を参照しています。

※2 カテゴリー4は、当社から小売業様への商品輸送に伴う排出量を算定しています。

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
社会			
従業員数	2,169名	2,168名	2,187名
平均年齢	46.3歳	46.3歳	46.1歳
平均勤続年数	19.5年	19.6年	19.3年
女性従業員比率	18.3%	19.1%	19.6%
女性管理職比率	4.0%	4.6%	5.9%
女性新規採用者比率	35.8%	30.9%	24.5%
中途入社管理職比率	61.0%	61.8%	65.4%
キャリア採用者比率	34.0%	38.1%	59.4%
育児支援制度利用者数(休業)	31名	34名	39名
育児支援制度利用者数(時短勤務)	51名	46名	51名
育児休業後の復職者比率	100.0%	100.0%	100.0%
男性の育児休業取得率	0.0%	2.9%	7.1%
シルバー人材雇用制度利用者数	333名	421名	514名
有給休暇取得率	55.9%	58.4%	64.5%
障がい者雇用率	2.5%	2.6%	2.7%
男女間賃金格差(全従業員)	45.1%	44.0%	45.9%
うち 正規社員	66.1%	65.8%	68.5%
うち 非正規社員	86.3%	85.7%	88.2%
従業員持株会加入比率	96.5%	96.1%	95.8%
ガバナンス			
取締役	8名	9名	11名
社外取締役比率	37.5%	44.4%	54.5%
女性取締役比率	12.5%	22.2%	18.2%
監査役	5名	5名	5名
社外監査役比率	60.0%	60.0%	60.0%
女性監査役比率	20.0%	20.0%	20.0%
女性役員比率(取締役・監査役)	15.4%	21.4%	18.8%

会社・株式情報

会社情報(2023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	2,187名 (臨時雇用者:5,046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 3,060名

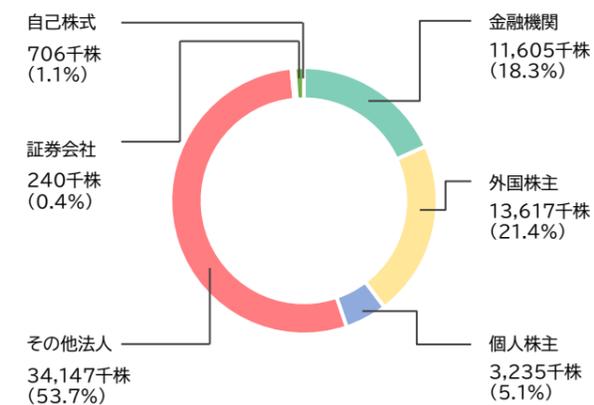
株式情報(2023年3月31日現在)

大株主の状況

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社メディバ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)	7,106	11.31
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,991	3.17
JP MORGAN CHASE BANK 385632	1,451	2.31
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	1,343	2.14
PALTAC従業員持株会	1,295	2.06
BBH FOR FIDELITY LOW-PRICED STOCK FUND (PRINCIPAL ALL SECTOR SUBPORTFOLIO)	834	1.33
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE FIDELITY FUNDS	786	1.25
野村信託銀行株式会社(投信口)	772	1.23
J.P. MORGAN BANK LUXEMBOURG S.A. 381572	620	0.99

持株比率は自己株式(706,698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(2023年7月31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

No.004

統合報告書「WHAT'S PALTAC 2023」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を発行することができましたことを改めて感謝申し上げます。

本書では、2024年3月期を最終年度とする中期経営計画「PALTAC VISION 2024」の進捗状況と、日増しに関心度が高まるサステナビリティについて、図説などを用いて分かりやすくお伝えすることを念頭に製作いたしました。

中期経営計画(以下、中計)の進捗状況については、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の進化や新たな挑戦について、中計の各重点戦略の考え方との「つながり」が伝わるよう表現の工夫に努めました。

サステナビリティについては、気候変動への対応や人財・組織の強化を中心に情報の充実を図りました。気候変動への対応では、新たに取り組んだScope3の算定項目拡大などCO2削減に向けた進展を踏まえて、開示情報を拡充しております。人財・組織の強化では、人財は「成長の源泉」という考えのもと、当社が人財・組織を起点にどのように価値を生み出そうとしているかをお伝えしたいと考え、関連部門との連携を通じて、中計の重点戦略に基づく各取り組みにおける人的要素の記載の充実にも努めました。加えて、

取り組みを支えるガバナンスの強化についても、当社の現状や課題がより伝わるよう事例を交えた表現を追加するなど、開示の充実を図っています。

そしてトップメッセージでは、本年6月からスタートしました新経営体制について、その目的や想いをトップの言葉で語って頂きました。取り組みの具体的なご説明と併せてお読みいただくことで、今後の当社の挑戦をご理解いただく一助になるものと考えております。

統合報告書は本年で4回目の発行となります。発行を重ねるにつれて、報告書をきっかけとしたステークホルダーの皆様との対話の機会も着実に増加しております。今後におきましても、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションをさらに深めるために、情報開示の充実にも努めてまいります。

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、よろしくごお願い申し上げます。

[編集担当：経営企画本部]

取締役専務執行役員 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 大橋 崇史 清藤 将文 木村 和暉 橋本 知周