

WHAT'S PALTAC



統合報告書2020
株式会社PALTAC

目次

PALTACってどんな会社？

- 01 PALTAC MIND
- 04 事業概要
- 06 会長メッセージ
- 08 社長メッセージ
- 12 PALTACの歩み
- 22 財務・非財務ハイライト
- 24 マテリアリティ(重要課題)
- 26 価値創造プロセス

PALTACの価値創造

- 30 価値創造 01 当たり前の日常を支える
- 32 価値創造 02 人手不足への対応
- 38 価値創造 03 安心・安全の供給体制
- 40 価値創造 04 環境への配慮

価値創造を実現する強み(資本)

- 44 流通資本
- 48 人的資本
- 50 財務資本
- 52 パートナー資本
- 53 PALTAC MIND に込められた想い

見直しに関する注意事項

本書において提供される資料並びに情報は、本書の作成時点における予測等を基礎として記載しています。これらの記述のためには、一定の前提(仮定)を使用しています。これらの記述又は前提(仮定)には、将来における既知又は未知のリスク及び不確実性が内在し、将来において不正確であることが判明したり、将来実現しない可能性があります。新しい情報、将来の出来事もしくはその他の事項により、見直し情報に更新もしくは改正が望ましい場合であっても、当社は、それを行う意図を有するものではなく、義務を負うものではありません。

PALTACを支える力

- 56 役員一覧
- 60 コーポレート・ガバナンス
- 66 CSRマネジメント

コーポレート・データ

- 76 財務データ(11カ年推移)
- 78 会社・株式情報

発行にあたって

当社は、120年を超える歴史を積み重ねてきていますが、120年前と現在とを比較すると、社会常識をはじめ交通手段、技術など、全くと言ってよいほど環境が変化しております。環境が変化していく中で、持続的成長を果たしていくには守り受け継ぐべき基本的な理念や企業文化に加え、変化への対応が欠かせないと考えています。

この度、PALTACとして「ステークホルダーの皆様との対話をより充実させる」「自らを鏡で見る」という2つの目的をもって、財務数値に現れない当社の歴史、企業文化、考え方などを取り入れた統合報告書を作成いたしました。

今回の統合報告書作成に際しては、外部のコンサルタントに依頼せず、国際統合報告評議会(IIRC)が提唱する「国際統合報告フレームワーク」や、経済産業省が提唱する「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」などを参照しながら、当社の社員自らの力で作成いたしました。

企業に求められる「ESG」や「SDGs」の観点から自らの歴史や文化、強み・弱みなどを自らの手で汗を流して探し求め、棚卸することには大きな価値があり、この作業も必ずや将来の成長の礎となると信じております。

是非お手に取ってお読みいただくと幸いです。

PALTAC MIND

私たちの源流

誠実と信用

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

私たちが大切にしているもの

私たちは、人とのつながりを大切に、感謝の心を忘れず謙虚な姿勢で行動します
私たちは、常にスピードをもって、新しい発想と技術で変革に挑戦し続けます
私たちは、協働の姿勢をもち、責任ある判断と行動で役割を果たします

コーポレートスローガン

顧客満足の最大化と流通コストの最小化



「PALTAC MIND」は、常に変化する環境の中で、流通という社会インフラを支える企業として価値を提供しつづけるために、PALTACの全従業員が等しくもつ「想い」であり、すべての行動の「原点」となるものです。

PALTACってどんな会社？

- 01 PALTAC MIND
- 04 事業概要
- 06 会長メッセージ
- 08 社長メッセージ
- 12 PALTACの歩み
- 22 財務・非財務ハイライト
- 24 マテリアリティ(重要課題)
- 26 価値創造プロセス



PALTACが大切にしている考え

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

サプライチェーン全体の最適化・効率化



事業概要

私たちPALTACは、シャンプーや衣料用洗剤、風邪薬、マスクなどの「美と健康」に関する生活必需品を取り扱う中間流通業です。メーカー様が手がけた生活必需品を平時はもとより有事の際にも安定的かつ効率的に小売業様へお届けすることが当社の使命です。

販売データや市場動向などの情報分析をもとに、店頭での「品揃え」から商品陳列などの「店舗支援」に至るまで、効率的かつ効果的な情報提供及び販売提案を行う営業機能(ストアソリューション)と、流通過程と店舗作業の効率化を実現する高品質・ローコストの物流機能(ロジスティクスソリューション)、そして、それらの根幹を支える当社独自の情報システムにより、メーカー様から小売業様、ひいては生活者の皆様のお手元に届くまで、サプライチェーン全体の最適化・効率化を目指しています。

中期的には「1兆円、その先へ ~攻めの投資で流通改革に挑戦~」をビジョンに掲げ、サプライチェーン全体の重要な課題である労働人口減少に伴う人手不足への対応に主眼を置き、効率性と出荷キャパシティを兼ね備えた物流センターをはじめ、製・配・販の中間に位置する当社ならではの役割立ち機能を進化させるとともに、お取引先様との相互協力を深化する取組みを進めています。



会長メッセージ

成長の原動力は 120年を経ても変わらぬ想い

代表取締役会長兼CEO
三木田 國夫



私たちの源流「誠実と信用」

当社は、2010年3月18日東京証券取引所市場第一部に再上場してから10年が経過いたしました。上場から日の浅い企業ではございますが、当社の歴史は古く、1898年に大阪船場で「白粉、口紅、石鹼、歯磨粉」などを扱う小間物商として創業し、120年を超える歴史を有しています。

「企業30年説」と言われる中、おかげさまで120年以上の間、事業継続できたのは、小売業様、メーカー様、協力企業様をはじめ、ステークホルダーの皆様にお恵まれたことが第一ですが、創業当初から受け継がれている「誠実と信用」を大切にしてきた結果でもあると考えています。

今回の新型コロナウイルス感染症の流行に際し、紙製品・洗剤などの生活必需品に騒動とも言える特需が発生しましたが、これと同じ状況が1970年代に発生したオイルショック時に見られたことに思い至ります。当時、トイレットペーパーや洗剤などが今回以上に品不足となりました。私は入社数年目の若

い社員でしたが、当社は周囲の風潮に流されず、「誠実と信用」を基に相手先の足元を見ることなく従来どおりの価格と支払い条件で公正なお取引を続けました。周囲の卸からは「儲けるのが下手だな、そんなやり方をしなくても・・・」と言われていましたが、オイルショック後には当社の姿勢が評価され、売上を大きく伸ばす結果となりました。当社の歴史の中でも、オイルショックの際の対応は当社の姿勢や企業文化を象徴していると感じており、社員教育の場においても、私から直接、今の社員に伝えています。

また、長い歴史の中で培ってきた理念や考え方を「PALTAC MIND」として携帯できる冊子にまとめ、いつでも見ることができるようになっています。商売を行う上で迷い、悩んだときに「誠実であるか」、「信用を失うことはないか」を全ての従業員が自分自身に問いかける企業文化を有していることが、これからの当社の成長にも不可欠だと考えています。

PALTACの成長サイクル

当社は、いつの時代も、“欲しい”商品が“いつでも”店頭にあり“お手頃”な価格でお求めいただける「当たり前の日常」のお役に立つことで、事業を継続してまいりました。「当たり前の日常」の継続は、私たちだけでは実現できません。小売業様、メーカー様、配送業者様といったお取引先様や生活者の皆様といったステークホルダーに繁栄していただいて初めて、持続的な成長を果たすことができると考えています。この考え方は「三方よし」の考え方に通じるものがあり、「サプライチェーン全体の最適化・効率化」を事業テーマに20年以上にわたり事業を推進してまいりました。

1998年、PALTACの現在の物流モデルの原点となる、当時としては最新鋭の大型物流センター(RDC※)を近畿と東海2カ所に建設を開始しました。当時の経常利益の2年分を投じた一大事業でしたが、極端に言えば勘と経験の物流からの脱却をはじめ、物流センターの集約や物流の一括加工及びメーカー様から大型トラックによる一括仕入れなどが可能となり、サプライチェーン全体の効率化を大きく進めることができたと考えています。この取組みは物流センターというハード面だけでなく情報システムにおいても大きく改革を進め、当時としては先進

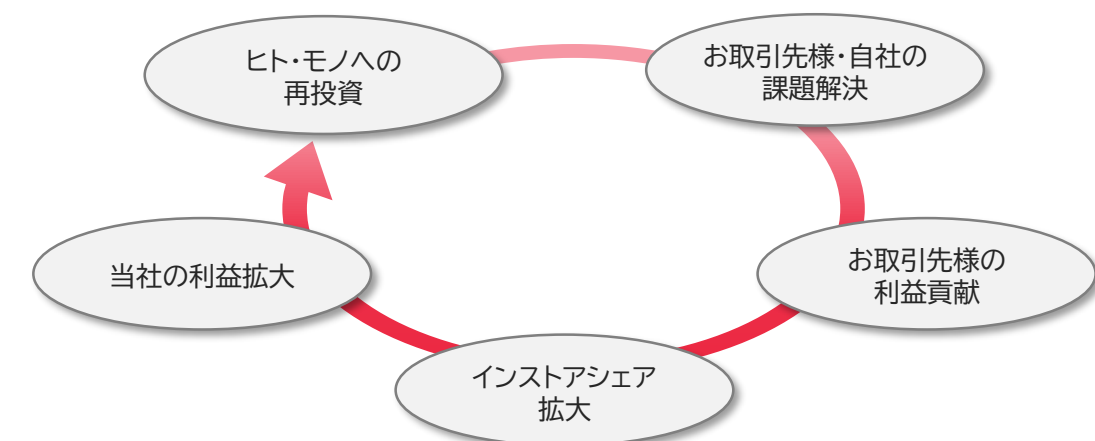
的であったオープン系の情報システムを採用し、ハード・ソフトの両面から生産性の向上に取組み、事業成長の基礎を築けたのではないかと考えています。

時を同じくして、小売業様のナショナルチェーン化が加速してまいりました。これにより、サプライチェーンも徐々に全国化していく中で、全国の有効卸とのM&A(1998年以降35社と統合)や各エリアにおけるRDC建設のための投資を行い、全国規模での流通サービスの拡大と品質向上に努めました。この過程で、お取引先様の課題解決・利益創出に貢献できる機会が増え、結果としてインスタシア・利益の拡大につながってまいりました。そうして拡大した利益を、将来を見据え、本業である卸売事業の基盤強化に向けて再投資してきました。

この繰り返しにより、事業基盤強化、利益拡大、再投資という成長サイクルがうまく回るようになってきました。そして、現在ではサプライチェーン全体の課題であると考えている人手不足への対応に主眼を置き、AIやロボット、センサーなどを活用し、従来の枠を超える仕組みづくりに挑戦しています。

引き続き、事業活動を通じた社会課題の解決による持続的成長に向け、歴史・企業文化の伝承と変化への積極的な対応を続けてまいります。

成長サイクル



※RDC(Regional Distribution Center): 広域をカバーする高効率の大型物流センター。

社長メッセージ

サプライチェーン全体の成長を 実現する「やりきる力」

代表取締役社長兼COO
糟谷 誠一



はじめに

PALTACは、120年以上続く企業であり、同時に人々の生活に欠かすことのできない商品の流通を担う企業です。その重みと企業としての社会的重要性を認識した企業運営が必要と考えています。

私の役割は、中期経営計画・単年度計画などを、社員とともに実行し持続的成長を果たしていくことであり、いわば支配人の役割を担っていると考えています。今一つの役割は、業務を推進していく中で、当社の歴史や企業文化そして当社の存在意義をしっかり若い世代にも受け継いでいくことであると認識しています。

2020年3月期の振り返り

終了いたしました2020年3月期は、天候不順、中国新EC法施行に伴う代購需要の激減、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要による異常な物流波動、そして第4四半期には新型コロナウイルス感染症の拡

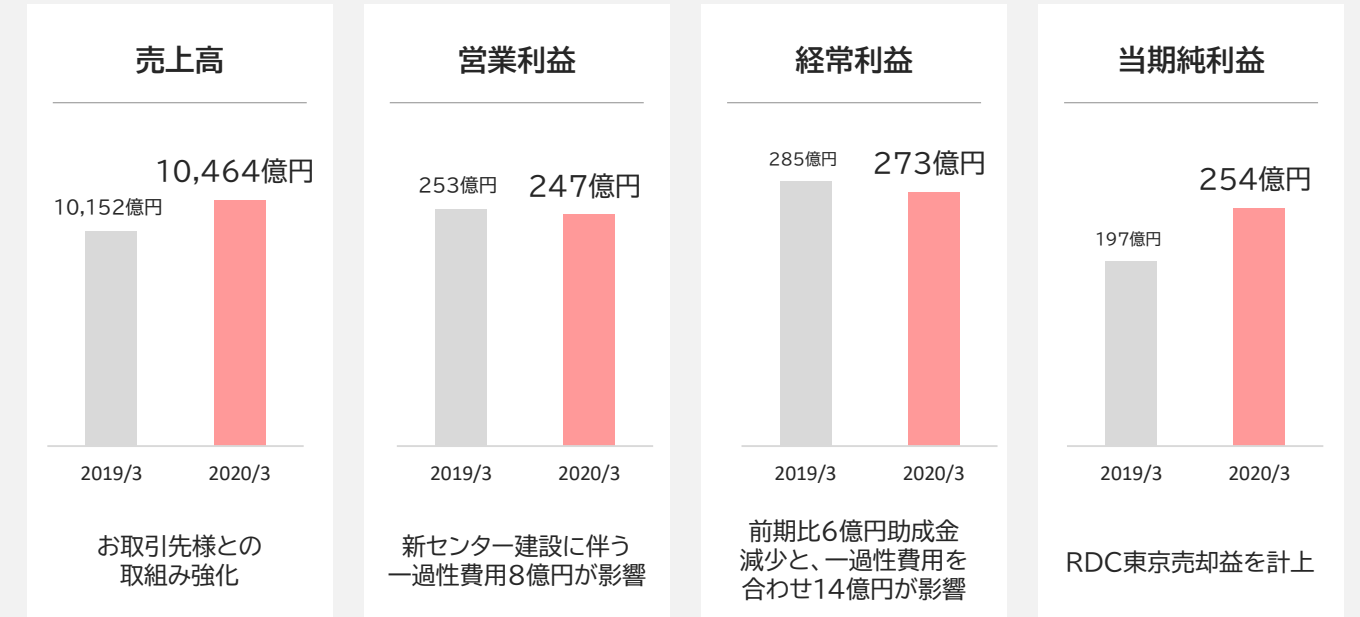
大など、向かい風の強い環境下での事業運営となりました。このような環境の中で、売上高について、過去最高を更新できましたことは、社員の頑張りとして、ステークホルダーの皆様のおかげであると大変感謝しております。

利益面につきましては、営業利益・経常利益段階で減益となりました。この要因は新物流センター建設に伴う一過性費用や、年度毎に変動が大きい官公庁関連の助成金の減少によるものであり、この要因を除くと増益を確保している状況です。

また、中期経営計画の取組みテーマの1つである「新物流モデルの確立」として、当社最大規模かつAI・ロボットなどを取り入れたRDC埼玉を11月に稼働させました。これに伴い、首都圏の物流最適化を進め、遊休資産となったRDC東京を売却し、特別利益を計上、純利益は前期を大きく上回り、過去最高となりました。

2020年3月期 業績ハイライト

売上高は過去最高を更新。利益は営業利益・経常利益ともに特殊要因を除くと増益を確保。



新型コロナウイルスへの対応

当社は、生活必需品や衛生関連品(マスク・消毒液・手洗石鹸など)を多数取り扱っています。新型コロナウイルス感染症の拡大は、まさにPALTAC MINDの中で掲げている「人々の豊かで快適な生活の実現に貢献」できるかどうかを試される機会でした。

まずは、社員の健康と安全を守ることを第一優先に考えました。社員を守ることと企業としての責任を果たすために商品を供給し続けることが全く同じであるからです。マスクや手洗い、消毒などをはじめ「3つの密」を避ける行動のお願いのほか、社員やパート従業員などにマスクを提供するとともに、人が触れる部分の消毒や換気などの徹底を繰り返し発信しました。ありがたいことに各現場においてこれらを徹底してもらうことができ、パート従業員の方々にも厳しい環境の中で出社していただき、事業と商品供給を継続できました。

併せて、不足していたマスクについては、当社の持つ海外調達機能を活かし、かなり早い段階で輸入することができました。これらマスクについては、小売業様に提供するとともに、衛生関連品を製造されているメーカー様にも供給し、製・配・販全体での供給拡大にも取り組みました。



PALTAC VISION 2021

[中期経営計画2019年3月期～2021年3月期]

『 1兆円、その先へ 』 ～攻めの投資で流通改革に挑戦～



数値目標	売上高 1兆470億円	営業利益 250億円	販管費率 5.44%
------	-------------	------------	------------

※2021年3月期は中期経営計画の最終年度となるため、策定当初(2018年5月時点)の数値から2021年3月期の計画数値に変更しております。

中期経営計画の進捗

現在進めている中期経営計画は、さまざまな課題がある中で、人手不足を主要な課題に据えています。これは、人手不足が当社のみならず、小売業様、メーカー様、そして配送業者様なども含めたサプライチェーン全体の課題であると考えているためです。人手不足という課題解決に向け、「利益の再投資」により、AI・ロボットなどの新技術を取り入れた労働生産性を飛躍的に向上させる「新物流モデルの確立」に挑戦しています。当社にとっては「成長サイクルを回転させる」という重要な取り組みです。これらは、RDC新潟(2018年8月稼働)、RDC埼玉(2019年11月稼働)と2カ所の新しいモデルの物流センターを新設し、当初の計画を確実に進めています。

同時に、人手不足はサプライチェーン全体の生産性向上を強く要求していると考えています。この対応として、2019年10月に組織を変更し体制を整えました。

1つ目は、「店舗支援本部」の設置です。小売業様の全国化・チェーン化に伴い、物理的に起こりうること

ではあるのですが、組織が拡大し商談内容の店頭での実現率が低下する傾向にあります。商品が生活者に渡る「売場(買場)」の重要性に焦点を当て、卸も一緒になって取組むことで活性化を図りたいと考えています。店舗支援の担当者は、単に店舗を見て回るのではなく、そこで得た情報や改善のポイントを本部営業の担当者に積極的に提案し商談の質の向上を図っていく、私はこれを「逆提案」と呼んでいます。本部と店舗の連携を強め売れる仕組みを作っていく狙いがあります。

2つ目は「SCM(サプライ・チェーン・マネジメント)本部」の設置です。製・配・販と連携して、まずは非効率な部分を洗い出し、見つかった課題に対しトライ&エラーを繰り返し、改善に導く取り組みです。取り組み企業のトップがこれにかかわることにより、一歩踏み込んだ取組みを目指しており、当社としても、過去20年にわたり蓄積してきたマーチャндаイジングやデータ分析のノウハウをSCM本部に集約し、組織的かつ長期的に取組む方針です。

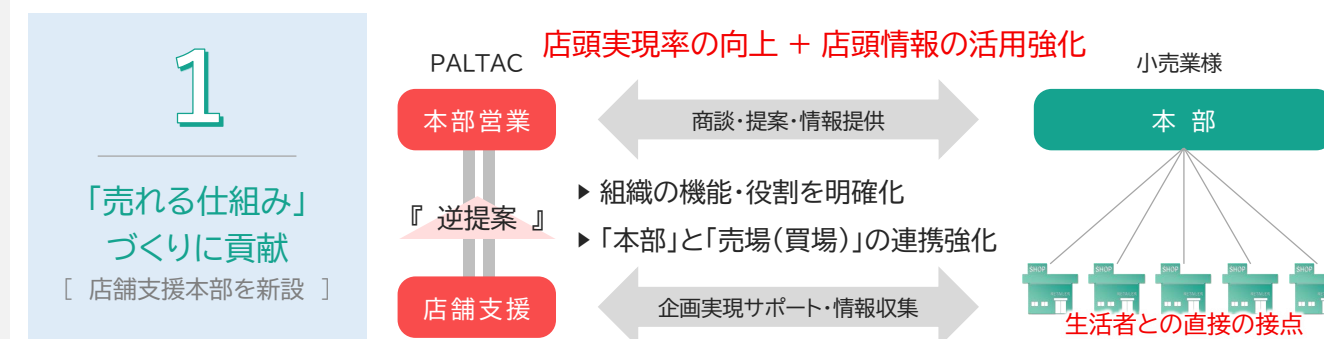
利益の再投資による新物流モデル確立へ

- “人員生産性2倍”と“人に優しい”を同時に実現
- 第1弾 RDC新潟(2018年8月稼働)
- 第2弾 RDC埼玉(2019年11月稼働)

AI・ロボット・センサーを活用



組織と人材を活かしサプライチェーン全体の生産性向上へ



PALTACの将来像

将来像を描いていくことは、非常に概念的な言い方になりますが、歴史という石垣の上に新しい城を築いていくことです。基本の設計図はPALTAC MINDです。そして材料は人財、資産(物流センター、ITシステム、ノウハウ)、資金(利益)などの経営資源です。もう一つ大切なものは変化を感じ取ることと、その変化に対応していくことです。

三木田会長のメッセージの中にあっただように、120年の歴史の中で実際に当社が経験して乗り越え、確立してきた企業文化やPALTACならではの思想があります。現在では「ESG」や「SDGs」という言葉もありますが、それと比較しても十分に通用す

る内容です。

経営資源の面では、どれも必要ではありますが、最も重要なのは人財だと考えています。コロナ禍の際にも助けられましたが、当社社員には「やりきる力(GRIT)」が備わっていると感じています。

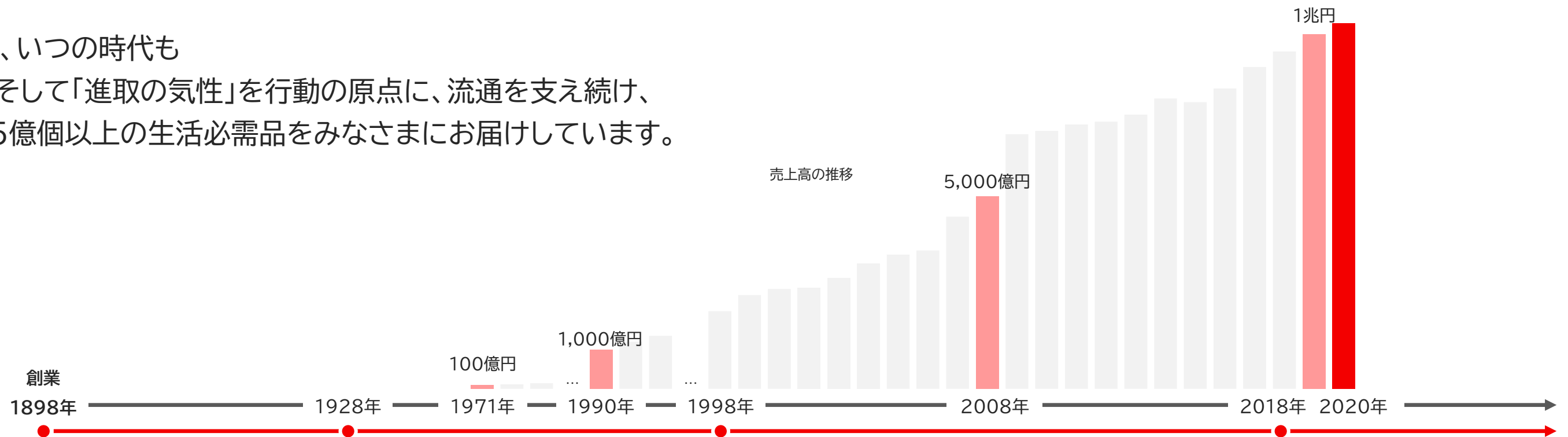
当社事業は、生活に欠かせない商品の流通を担っています。現在持っている経営資源を投入し「サプライチェーン全体の最適化・効率化」を主体的に進めてまいります。詳細は、次頁以降に譲りますが、当社を最大限に活用いただくことが、「人々の豊かで快適な生活の実現」に役立ち、社会全体のプラスに作用する、そのような会社になりたいと考えています。

PALTACの歩み

創業120余年、いつの時代も

「誠実と信用」そして「進取の気性」を行動の原点に、流通を支え続け、
今では年間35億個以上の生活必需品をみなさまにお届けしています。

1兆464億円



社会環境の変化

生活の近代化・西洋化
電話や鉄道などのインフラが充実

資本主義経済の成長
大量生産・大量消費の時代へ

インターネットやモバイルの普及による情報化社会が到来
情報量の増加に伴い、生活者の嗜好はさらに多様化

少子高齢化・人口減少時代
デジタルを活かした変革が急務

創業



1898年:角倉種次郎が大
阪船場の地において小間物
商(化粧品や日用品)を営
む、「おぼこ号角倉支店」を
創業

堅実経営を軸にユニークな
宣伝方法を活用し、顧客か
らの信頼を獲得

業界に先駆けて、月3回の
定休日を制定

個人から組織へ



1948年:代表者を創業家以
外から選任

1951年:株式会社大粧に商
号変更、非同族会社へ

1976年:株式会社パルタック
に商号変更

志を同じくするグループ各社
とともに全国で流通を担う

新生パルタック始動



1998年:物流・情報システムに
強みを持つ株式会社新和と合併

1999年:全国RDC構想の第一
弾として RDC近畿・RDC東海
を開設し、サプライチェーン全体
の最適化・効率化に向けた取組
みを開始



2005年:医薬品卸である
株式会社メディセオHD(現
株式会社メディパルHD)と
経営統合し、一般用医薬品
の取り扱いを開始

2010年:東証1部上場

2015年:株式会社
PALTACに商号変更

1兆円、その先へ



2018年:新中期経営計画
(2019年3月期-2021年
3月期)がスタート、卸の枠
を超えた流通改革に挑戦

RDCに新物流モデルを導入し、生産性向上と働く人
に優しい仕組みを強化した
物流センターへ進化

PALTACの歩み

1898年 創業

大阪船場に産声をあげた「誠実と信用」の歴史

独創的な発想と顧客第一主義

1898年12月1日、角倉種次郎(当社創業者)は、大阪船場で化粧品・小間物商(白粉や口紅などの化粧品や石鹸・歯磨粉などの日用品)を営む、「おぼこ号角倉支店」を開業しました。これがPALTACの創業となり、120余年の歴史はここからスタートしました。小間物商を営む家庭に生まれた種次郎は、幼少期から船場商人の信条「算用・才覚・始末」を教え込まれ、商売の素地を身に付けていきました。

しかし、創業当時は資金が乏しく、商品を十分に揃えることができず前途多難な船出でした。この困難を乗り越えるため、種次郎は徹底した堅実策をとりました。商品の見込み買いは一切せず、小口顧客を相手にした現金売りに専念し、商品と資金の回転率を上げることを最重要視しました。

当時の従業員はわずか3名。商売を軌道に乗せるため、まずはこの小規模な店の知名度を上げることと、顧客サービスの向上を図りました。商品の名前を載せた風刺画のようなイラスト広告の掲載や、種次郎の肖像入り新聞広告や年賀状を考案し、遠方の顧客

やなかなか会えない顧客に対して積極的に自身を売り込むと同時に、ビジネスの関係を越えた親密さをアピールしました。大阪で初めて電柱広告を打ったのも角倉支店でした。顧客サービスの向上については、取扱品目が多い化粧品の一つひとつに対して、品質の良し悪しや使用上の注意を書き添えるようにし、新商品が出ればいち早く紹介しました。こうしたユニークな広告と熱心な顧客サービスが功を奏し、日増しに信用を高め、売上は順調に伸びていきました。また種次郎は、従業員の健康も大切にしており、当時の船場界限では月1回の休日が慣例のところ、独自に月3回の休日制度を導入しました。

本業一筋で取引先との信用を築く

1905年、戦後景気で国内経済は活気づき、化粧品業界も躍進の時代を迎えましたが、同時に競争の激化も招きました。同業者の多くは競争を勝ち抜くため、品質を二の次にして利益追求を優先していました。戦後景気に浮かれて、一獲千金を夢みた新事

創業者
角倉 種次郎



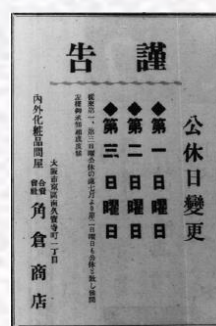
当時の広告



肖像画入りの年賀状



新聞に掲載された
休日変更の広告(月3回)



今に引き継がれる信条



業への投資が盛んになり、本業を顧みず、投機に熱中する者も多くいました。しかし、角倉支店はそのようなことは一切せず、本業一筋で良品を安く売る方針を堅持しました。世間から嘲笑されることもありましたが、種次郎は創業当時の心得のひとつである「事業によって得た利益は、その事業のいっそうの発展のために利用すべきである」という考え方を貫きました。こうした顧客第一主義の「角倉商法」は、自然と顧客の信用を高め、「角倉の商品には間違いがない」といわれるまでになり、売上は着実に伸長し続けていました。また、現金主義をとっていたことから、資金の回転もスムーズに運び、製造元の信用もますます高まりました。製造元から受ける取引の申し込みも増加し、取扱品目は実に3,000種

にも達しました。当時開催された小間物品評会において角倉支店の取扱商品が賞を受賞し、社会的名声を一段と高め、同年12月、種次郎は大阪化粧品同盟会の役員にも推挙されました。

このように、万事において堅実な経営手法は取引先に安心感を与え、角倉支店の商いは着実に成長の一途を歩みました。この堅実主義こそが、角倉支店を今日のPALTACにまで発展させました。また、大阪船場商人の「算用・才覚・始末」の信条は今時代にも引き継がれており、PALTACの価値創造を実現する強み(資本)となっています。

※ABC(Activity Based Costing 活動基準原価計算):業務を活動単位に細かく分類し、コストを管理する手法。正確な利益構造に基づいた事業活動を行う。

1928年 信用築き、全国卸へ

戦後復興を果たし、流通変革に対応

組織経営へ、社員の経営参画

昭和初期に入ると、個人の信用だけで営業できた時代は終わり、組織の信用を重くみる時代へと移り変わり、角倉支店も1918年に合資会社角倉商店、1928年には株式会社角倉商店へと改組し、個人経営からの脱却を図りました。設立当時の出資割合は角倉家8割、社員2割。この頃から社員の資本参画、経営参画がなされており、何事も全員で取組むPALTACの基本的な経営姿勢は、これが原点となっています。

南久宝寺町の初荷風景



戦後復興に向け社員奮闘

株式会社角倉商店は、新体制発足を機に一層の事業繁栄に邁進し、順調に業績を伸ばしていました。しかし、日本が戦争に突き進み、国民生活の窮状が深まるにつれ、派手な化粧は影をひそめ化粧品の消費量は激減しました。そして、1945年大阪大空襲によって大阪は一面焼け野原となり、角倉商店の本社は全焼し、在庫商品すべてが焼失しました。角倉商店に残されたものは、内部の壁が真っ黒に焼けたただれた倉庫を急遽改造した事務所のみとなり、再興の見通しありませんでした。

しかし、そんな中社員の間では「このままでは角倉はだめになる」との危機感が広がり、若手社員が力を合わせ栄光の角倉を再興しようという意識が高まってきました。終業後、若手社員は北浜の喫茶店に集まり、現状打開に向けて熱心な討議を重ね、再興に向けて動き出しました。

戦後の混乱期は、モノ不足を背景にどの会社も必死に商品を買ひ求めようとしていました。そのため闇取引が横行しており、利益を取れるところからは取れるだけ取るという商品の値段があつてないような時代で、通常の5倍の値段でも売れていました。しかし、角倉商店は正価取引を徹底しました。目の前の大きな利益を見送ってでも信用を重んじるというのが角倉精神でした。この対応が、取引先からの信用を築き、後に起きたオイルショックによって再びモノ不足に陥った環境下においても、各メーカーの協力によって商品の入荷は極めて順調に行うことができました。

戦後しばらくして、戦費調達のために引き上げられていた物品税も徐々に引き下がり、統制経済下から解放され自由販売へと戻りました。船場の久宝寺界隈も往年の街並みに戻り、商売も活気づいてきた頃、

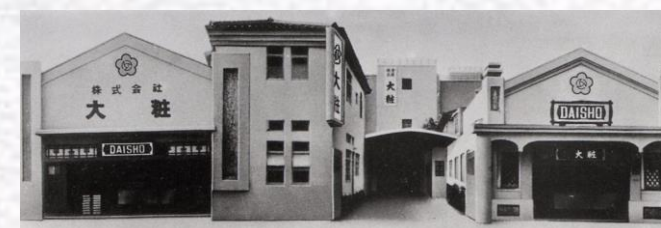
角倉商店の事業立て直しも一段落し、販売網も再編整備され、営業は引き続き販売活動に奮闘しました。

角倉商店の営業は、販売先の店で男手が出払っていると見ると、届けた荷物を開封し商品を取り出し、商品を梱包していた木箱の整理やゴミの処理まで手伝うこともありました。当然、販売先から感謝されました。当時の「店員心得」の中に、「商売とは、単に物の売り買いだけでなく、人の心を動かす力を備えていなければならない。」と書かれており、角倉商店の販路拡充の秘訣は、まさにこの「人の心を動かす力」でした。

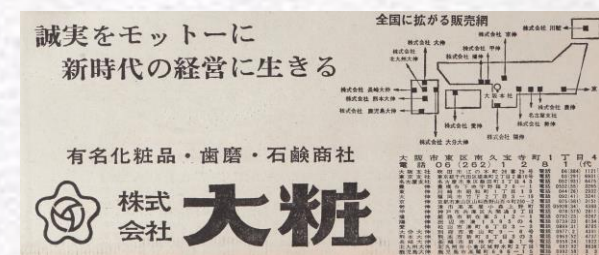
家業から企業へ、「大粧」誕生

1949年、病弱だった創業家の社長が辞任したことを機に、商号を大阪で化粧品を販売するという意味で「大粧」に変更しました。販売先からは創業から53年の永きにわたり馴染んできた「角倉」の名が消えるのは惜しいとの反対もありましたが、あえて「一から出発しよう！」との総意で決し、家業から企業への脱皮を内外に示したものとなり、名実ともに非同族会社となりました。その後、日本経済が復興に向かう中、大粧も東京と名古屋への進出を果たし、大きく成長しました。

「大粧」に商号変更した後の本社



当時の企業広告



流通変革に対応する卸へ、「パルタック」誕生

1950年代に入ると日本は高度経済成長を背景に、大量生産と個人所得増加による大量消費ブームが到来し、流通業界もそれらに対応した形で変革の時代を迎えました。小売業においては、「量販店」や「スーパー」が台頭し、続々と各地に出店されました。大手スーパーの全国化・チェーンストア化による大躍進が進み、これに対応できるかできないかで差がつく大きな変化でした。その頃から、取扱品目も拡大し、全国で対応可能な卸になるべく、同じ志を持った同業卸とのグループ化を進めていきました。

大粧は、コスト管理に長けていたため同業卸からの依頼により、事務作業の効率化をはじめ仕入れ・在庫管理・配送など、多岐にわたる業務の改善支援を行っていました。そのような取り組みもあり、着々と全国にグループ展開を拡大させるとともに組織改革にも着手し経営の合理化を進め、旧来型卸から化粧品と日用品の総合卸への転換を図りました。

そして、1976年、商号を今に続く「パルタック」に変更。「PALTAC」は、Pioneers Alliance of Living-necessaries, Toiletries And Cosmetics(生活必需品、トイレタリー及び化粧品の開拓者連合)の頭文字を組み合わせたもので、「PAL」には「気の合った仲間」という意味合いもあり、全国で流通を担い、志を同じくする大粧グループ各社の同志的連帯感を強めるという想いも込め、新たなスタートを切りました。

当時の新しい社章



1998年 新生パルタック

サプライチェーン全体の最適化・効率化へ

RDC構想スタート 物流・システム再編

1991年、しばらく続いていたバブル経済が崩壊。景気が低迷する中で、卸業界の再編は加速し、規模の拡大に動き出しました。パルタックはこれまで、グループ化の推進など全国流通体制の強化とローコスト経営の実現に向けて、物流・情報システムの改革を進めてきましたが、自社リソースだけでは対応が難しくなってきました。そんな中、当時、物流・情報システムに関して高い評価を得ていた同業卸である(株)新和との合併を決定。パルタックの「全国営業網と品揃えの総合力」と(株)新和の「優れた物流・情報システムの技術」が融合した、新生パルタックが誕生しました。この頃から、サプライチェーン全体の最適化・効率化の取組みを本格化させ、大型で効率的な物流センターを活用した、全国RDC構想がスタートしました。1999年、第一弾となるRDC近畿とRDC東海を開設。以降、積極的な設備投資により、着実に事業基盤強化を推進しています。

RDCには、自動化設備をはじめ、生産性を追求した仕組みが随所に施され、中でも最も革新的であったのは、出荷方法の変更でした。小売業の売場レイアウトに合わせて、従来のメーカー別納品からカテゴリ別納品に変更したことで、当社の出荷作業効率化と、小売業の店舗内の商品陳列作業効率化を同時に実現することができました。2005年には、(株)メディセオHD(現(株)メディパルHD)との経営統合により、化粧品・日用品に加えて一般用医薬品の取り扱いも開始しました。フルラインで一括して商品をお届けできることは、小売業の利便性向上につながり、当社のさらなる成長にもつながりました。

効果的な仕組みを支えるシステム

このRDC構想の推進と同時に、物流センターをはじめ、事業を円滑に運用するための基幹システムも全て刷新を図りました。一般的に物流センターでは、

効率的な仕組みを支える自社開発システム



大型物流センターを効率的に動かす

- ・入荷から出荷までの一連のフローをシームレス化
 - ・精緻な作業予測による人員配置の適正化
 - ・自社開発物流機器による作業効率化
- [特許取得件数:21件(2019年11月末時点)]



改善活動の精度を高めるコストの見える化

入荷から出荷に至るまでの各工程のコストを算出。ボトルネックの発見・改善を繰り返す



営業・仕入部門等のサポートツール開発

デジタルを活用し多種多様な業務の効率と質を向上

設備などのハード面に注目が集まりますが、効率的にセンターを運用するには、実はそれらを動かす「システム」が重要になります。事業や業務を最も理解している自社でシステムを構築する方が有効と考え、外注せずに独自システムを開発し、RDCの生産性を飛躍的に向上させることができました。また、独自システムの構築により、以降のバージョンアップにおけるスピード化とローコスト化につながっています。

物流システム刷新の次に取組んだのが、事業活動におけるコスト分析システム「ABC」の開発でした。2002年に同業卸に先駆けて導入し、従来は困難であった取引先ごとのコスト算出を可能とし、営業利益までの数値の見える化を実現しました。これにより、取引先ごとの課題が具体的に可視化され、効果的な改善提案を行えるようになりました。ABCは、自社の課題発見にも有効で、各業務を分析し課題を見つけ、改善する。このサイクルを繰り返すことで、強みであるコストコントロールの精度を高めてきました。近年、ABCそのものの改良や、業務サポートツールとの組み合わせなどにより、分析の精度はさらに向上しています。

1兆円、その先へ

一貫し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る当社が、現在着目しているのは、労働人口減少に伴う人手不足です。2016年からは、「既存の物流ノウハウ」と、「AI・ロボットなどの先端技術」を融合し、従来比2倍の人員生産性と、働く人への優しさを目指した、新物流モデルの研究・開発を開始。従来の卸の枠には捉われない方法で成長にチャレンジしています。

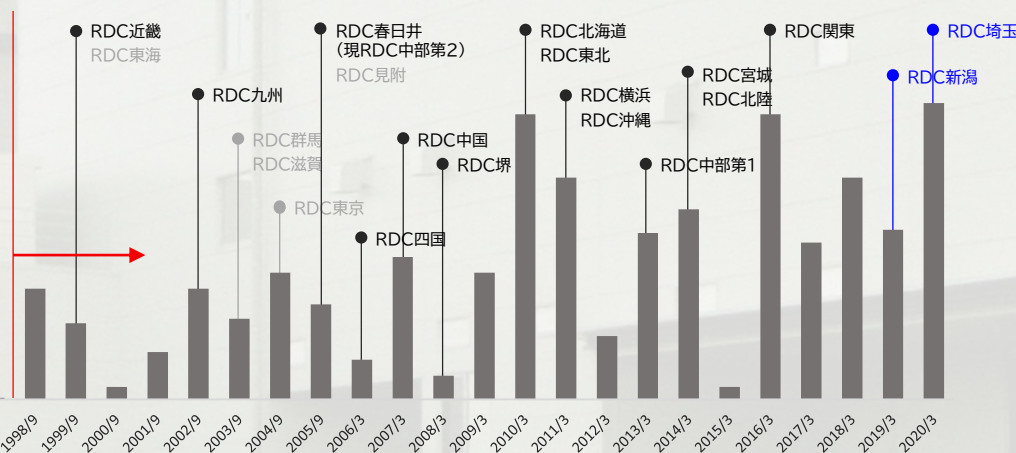
当社は、創業以来、顧客第一主義に徹し、120年間、真摯に事業に取り組む、特にこの20年間はサプライチェーン全体の最適化・効率化を追求し続けてきました。創業時よりビジネスモデルは変わりませんが、時代の変遷とともに変化するニーズを一步早く捉えることで成長を果たしてきました。

今後も、生活必需品を取り扱う中間流通業として、サプライチェーンを構成するパートナーとともに、人々の豊かで快適な生活の実現に向けて、邁進してまいります。

全国RDC物流網を構築



設備投資金額の推移と主要RDCの開設年



～ 通い箱の変遷 ～

商品を梱包する通い箱。その姿も、社会環境の変化とともに流通効率化に適した、また環境に配慮した形に変化しています。

『木箱』



創業当時は商品を木箱に入れて納品していました。1箱の重量は約75kgほどあり、担いで運ぶことができず、移動させるために「コロガス」と言って、箱の角を使ってくりくりと回して動かしていました。



『ダンボール』



1950年頃から、木材資源保護を背景に、木材使用量の少ないダンボールでの出荷に代わっていききました。重量が軽くなったことで梱包や出荷作業の効率も飛躍的に向上しました。一方で、梱包に必要なテープなどの資材購入費や、商品取り出し後の解体作業の手間、そして出荷後は廃棄となっていたためコスト面・環境面ともに課題が残りました。



『折りたたみコンテナ (オリコン)』



大手小売業のチェーンストア化が進んだ1980年頃には、流通の効率化・環境保全へのニーズがさらに高まり、梱包資材が不要で繰り返し使用でき、センター運営の効率化にも役立つオリコンへと形を変えはじめました。チェーンストア化を進める小売業様に続き、卸もオリコン導入を進め、今ではバラ商品のほとんどがオリコンで出荷されています。

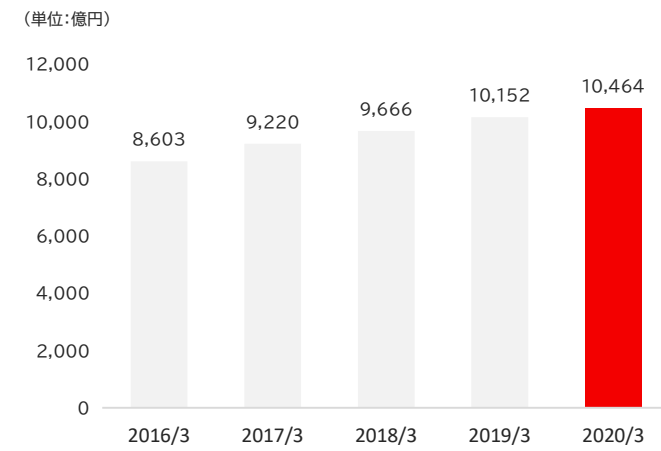


以降、さまざまな改良が重ねられ、現在ではプラスチック使用量が少なく軽くて薄いものや、透過性が高く中身が確認しやすいもの、またビスなどの不純物を含まないリサイクルを前提としたものに進化しています。

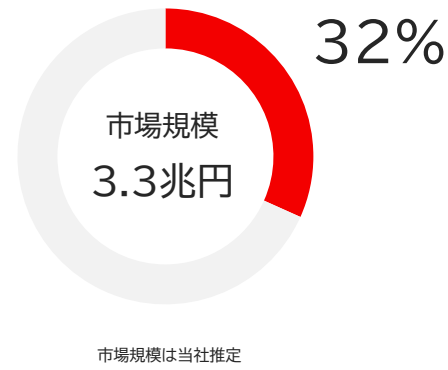


財務・非財務ハイライト

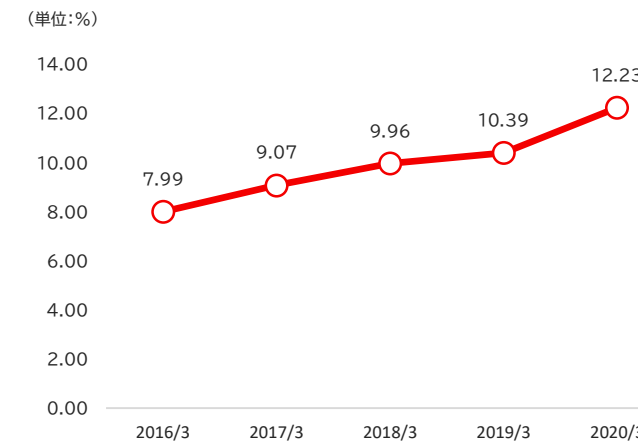
売上高



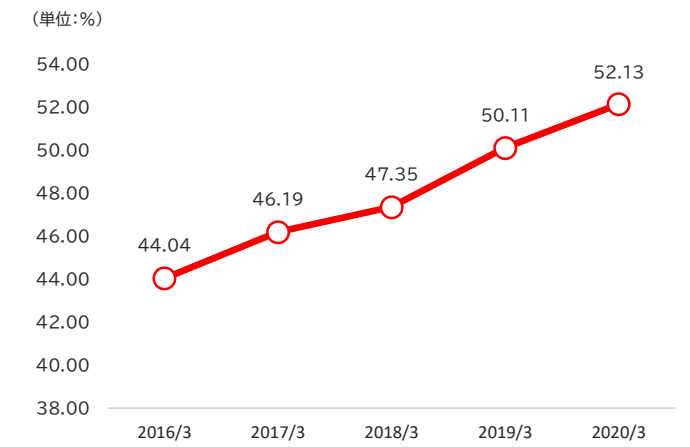
市場シェア



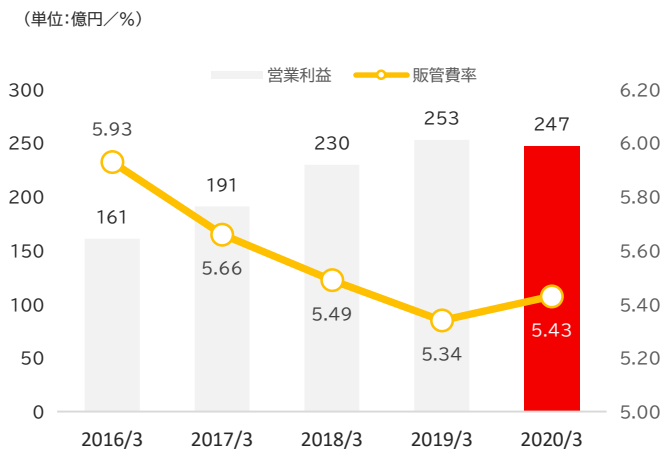
ROE



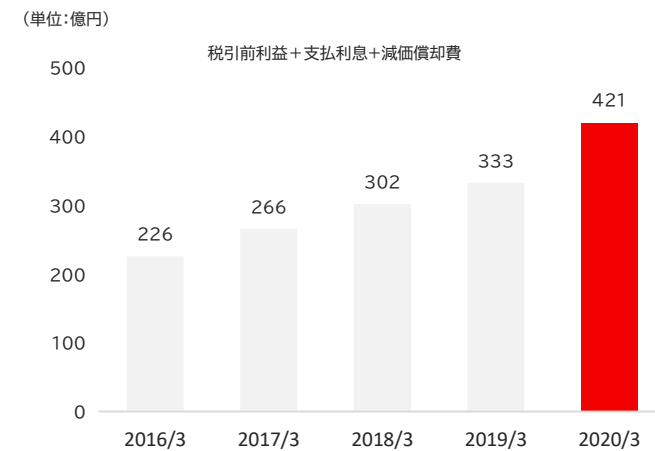
自己資本比率



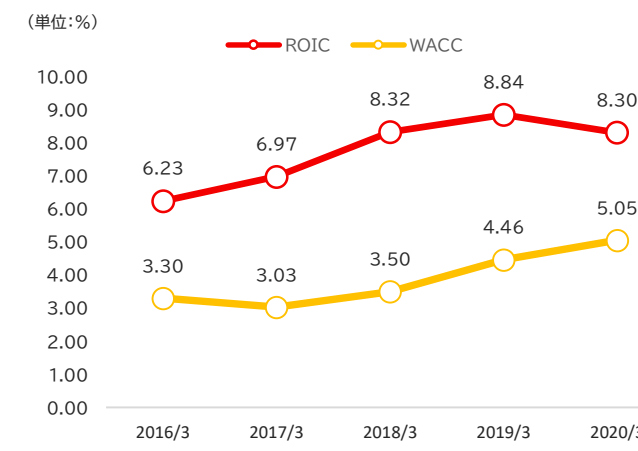
販管費率 / 営業利益



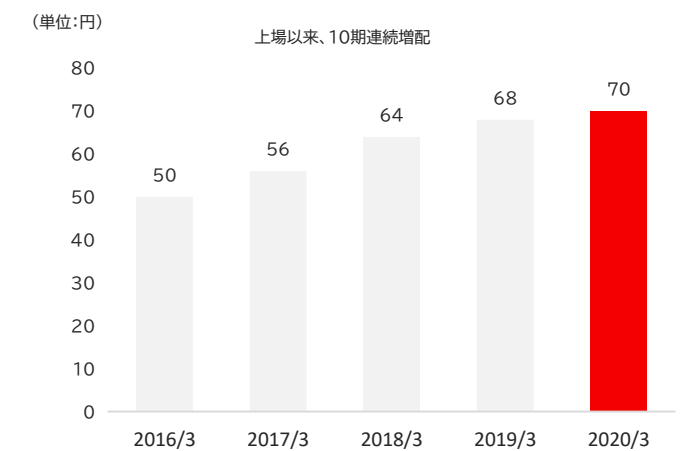
EBITDA



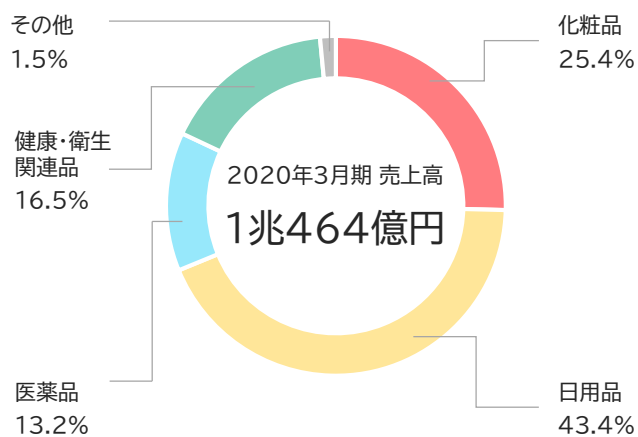
ROIC / WACC



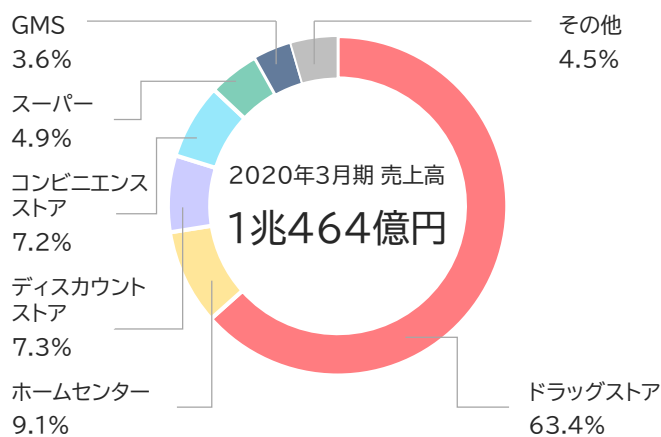
1株当たり年間配当金



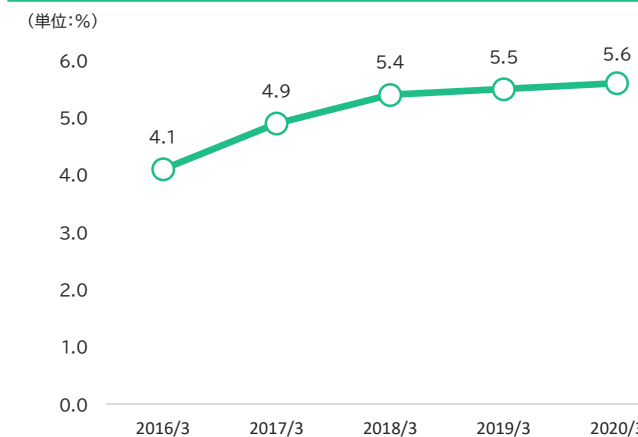
商品分類別売上構成比



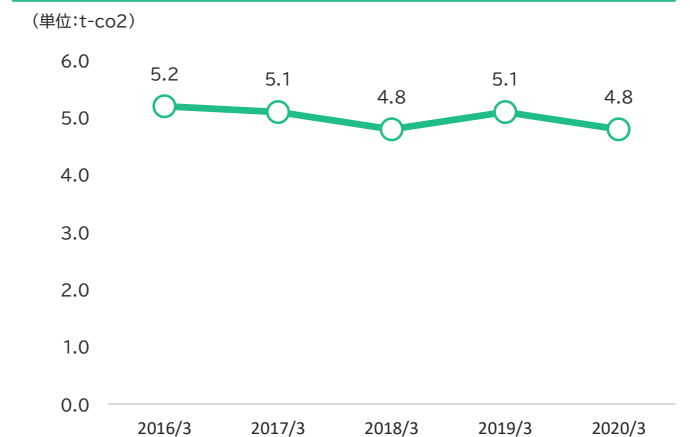
業態分類別売上構成比



女性管理職比率



売上高1億円当たりCO2排出量



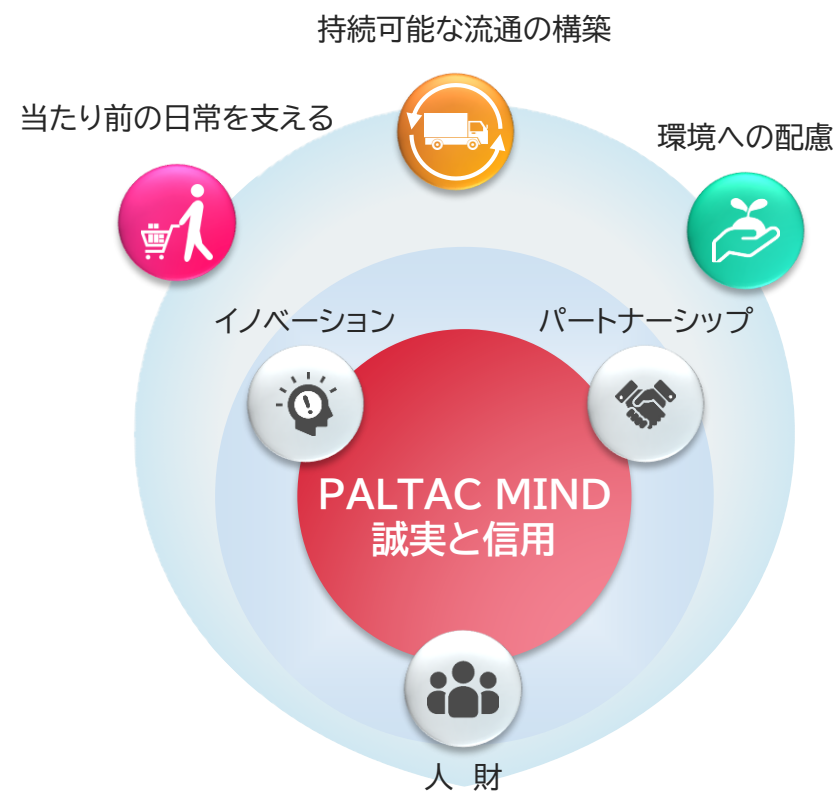
PALTACの持続的成長へのマテリアリティ(重要課題)

マテリアリティの考え方

さまざま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」と「社会課題解決への貢献」という大きく2つの観点で、戦略策定や意思決定のプロセスにおける重要な要素として位置づけ、事業における取り組み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。

マテリアリティへの対応を通じた事業成長とSDGs達成への貢献

マテリアリティの特定に際しては、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)」(首相官邸ホームページ公表)などを活用して、さまざまな角度から検討し、当社を取り巻く環境を洗い出しました。その中から当社の事業と関連性の高いものを抽出し、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は何か(成長の源泉)、当社の強みを活かして解決に貢献できる課題は何か(社会課題解決への貢献)に重点を置いてマテリアリティを特定しました。



「成長の源泉」 自らの強みとすべき課題

マテリアリティ	イノベーション	パートナーシップ	人財
主な内容	・新物流モデルの確立	・お取引先様との協働取り組み ・AI、ロボット等の技術を有する企業との協働	・働きやすい環境作り ・人材育成 ・先端技術と知見を有する人材
SDGs課題を強みへ	<p>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</p> <p>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</p>	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう 女性役員比率を高め、多様な意見を取り入れた経営を推進</p>	

「社会課題」 事業活動・強みを活かして解決すべき課題

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
主な内容	・生活必需品をお届け ・有事の際も安定供給 ・流通コストの最小化	・人手不足への対応 ・出荷能力拡大	・CO2排出量の削減 ・リサイクル社会の実現
SDGs課題に貢献	<p>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</p> <p>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</p>	<p>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</p>	

PALTACの価値創造プロセス

PALTAC VISION 2021

『1兆円、その先へ』～攻めの投資で流通改革に挑戦～



さらなる持続的成長へ

PALTACの価値創造

30 価値創造 01 当たり前前の日常を支える

32 価値創造 02 人手不足への対応

38 価値創造 03 安心・安全の供給体制

40 価値創造 04 環境への配慮



価値創造

01 当たり前前の日常を支える

SDGsへの貢献



社会の生活インフラを支える使命を担っています。

年間出荷個数

国民一人当たり

35億個 30個

の商品をお届け。

すべての人々の 様々な日常に密着した 商品を取り扱っています。



化粧品

シャンプー／ヘアカラー
洗顔料／クレンジング剤
化粧水／シートマスク
男性化粧品／制汗剤
リップ／メイク など

日用品

衣料用洗剤／食器用洗剤
歯ブラシ／歯磨き粉／石鹸
ペーパー類／食品用ラップ
カミソリ／フェミニンケア
殺虫剤／カイロ など

一般用医薬品

風邪薬／頭痛薬
皮膚治療薬／ビタミン剤
胃腸薬／生活改善薬
目薬／外用消炎剤 など

健康・衛生関連品

ベビー用品／サプリメント
機能性食品・飲料
マスク／消毒液／介護用品
コンタクトケア用品 など

中間流通機能によるサプライチェーン全体のコスト低減

私たちは、商品を製造するメーカー様と生活者の皆様に商品を販売する小売業様の中間において、さまざまな機能を発揮することで「当たり前前の日常」の実現に貢献しています。社会が目まぐるしく変化する中で、サプライチェーン全体の最適化・効率化を目指し、中間流通業としての機能を高め続けたことで、現在では年間35億個以上の商品の流通に携わっています。ここでは中間流通における基本的な機能によって提供できる価値をご紹介します。

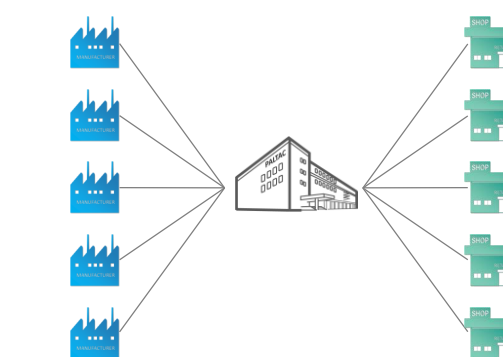
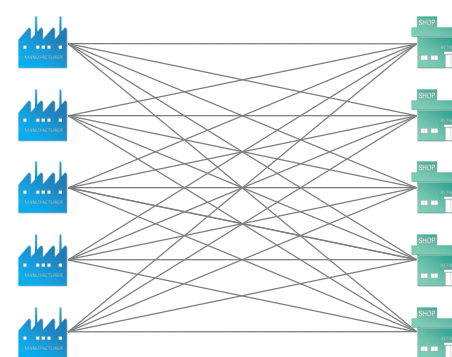
まず、卸がもつ集荷分散機能は、中間地点での取引集約によりサプライチェーン全体のコスト低減を実現し、生活者の皆様に安定した価格で商品をお届けすることに貢献しています。

卸が存在しない流通

取引回数が膨大

卸が存在する流通

取引回数・コスト低減

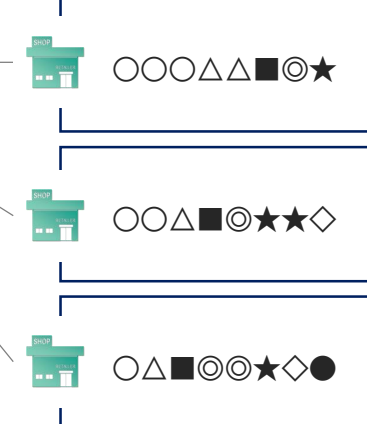
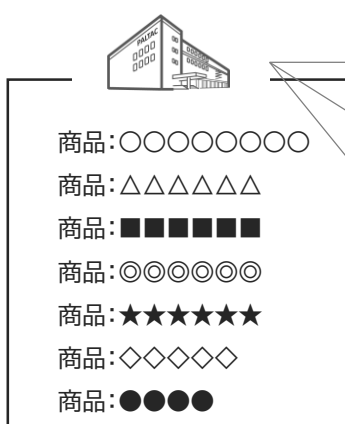


次に在庫機能と高精度の出荷機能です。日本の国土は狭く、小売業様の店舗で在庫を確保するためのスペースには限りがあり、都市部の場合はバックヤードに在庫が置けないことも珍しくありません。そこで当社が在庫機能を担い、「必要な時に、必要な数量を、確実に」お届けすることで、小売業様が店舗で多くの在庫を持つ必要がなくなり、その分さまざまな商品展開が可能となり、買い物における満足度の向上にもつながります。

卸が店舗の在庫機能を担う

1つの商品で多くの在庫を持たなくて良いので、豊富な品揃えが可能

買い物における満足度の向上



・楽しい買い物体験
・欲しい商品が欲しい時に手に入る etc.



流通全体の「ムリ・ムダ・ムラ」を協働で解決し サプライチェーン全体の最適化・効率化を推進

労働人口減少による人手不足は、人件費の上昇によりコストを押し上げるだけでなく、小売業様の店舗において売場づくりや接客の時間が十分に確保できないなどオペレーションにも影響が出ており、企業の成長にとって制約となっています。このような状況の中で成長を続けていくためには、オペレーションの改善などにより、随所に潜む「ムリ・ムダ・ムラ」を排除することで効率性を高め、コストの利益化につなげていくことが求められます。しかし、企業同士がつながって構築されているサプライチェーンにおいては、自社だけでは解決できない「ムリ・ムダ・ムラ」が存在しており、効率化を推進するためには企業同士の協働が必要不可欠となります。

そこで当社は、社内に存在する改善ノウハウを結集させたSCM(サプライ・チェーン・マネジメント)本部を中心に、お取引先様と組織的かつ継続的にさまざまな取組みを進め、サプライチェーン全体の課題である人手不足への対応に努めています。

単独では解決できない「ムリ・ムダ・ムラ」を協働で解決
お互いのトップが参画し踏込んだ取組みへ



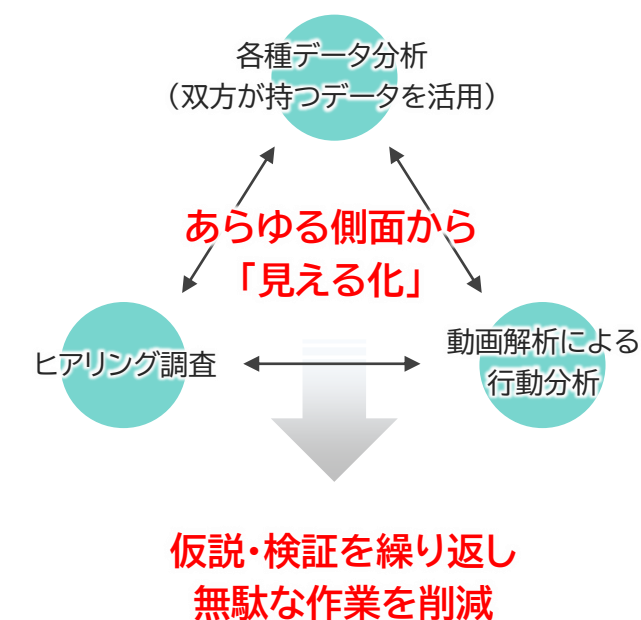
- ▶ 組織化により、ノウハウを集約し持続性を高める
- ▶ データ活用とトライ&エラーを繰り返し改善へ導く

改善効果の
最大化を図る

小売業様との協働による効率化

小売業様との協働の一つとして、店舗内作業と卸から店頭に至る流過程をトータルで効率化に導く取組みを進めています。この取組みは、小売業様のコストを利益化するとともに、売場づくりや接客といった付加価値の高い業務に時間を充てていただくことを目的としており、当社にとっても物流効率化によるコストの利益化につながっています。

「ムリ・ムダ・ムラ」を解決するための第一歩は、問題の可視化から始まります。店舗内作業の場合、店舗現場でのヒアリングに、販売・在庫などの各種データ、さらには店内のビデオカメラの動画データを組み合わせ、あらゆる側面から分析し、小売業様と抽出した課題を共有します。その後、課題解決のための仮説を立て、検証を繰り返すことで無駄な作業を削減していきます。一度の検証で結果が出ない場合もありますので、継続的に取組むことが重要となります。そのため、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組みを継続して実施することにより、効果の最大化に向け取り組んでいます。



「三方よし」の効果を狙う

- ・小売業様の「コストの利益化」に貢献
- ・売場づくりや接客時間を確保
- ・積載率向上などによる配送効率化



メーカー様との協働による効率化

メーカー様とは、サプライチェーンにおける喫緊の課題である配送効率化を中心に、さまざまな物流効率化の取組みを進めています。メーカー様出荷から当社入荷の間に潜む「ムリ・ムダ・ムラ」を発見し、配送業者様のご協力を得ながら、さまざまな仮説・検証を繰り返し、解決を図っているほか、メーカー様・パレット業者様との協働による物流現場における伝票電子化の取組みや、当社の取扱物量やセンター

のキャパシティを活かした、早期発注によるオペレーション円滑化や発注取りまとめによるトラック積載効率向上などの取組みも行っています。



モバイル端末とQRコードを活用し、出荷情報等を電子データとして管理。紙伝票のペーパーレス化。



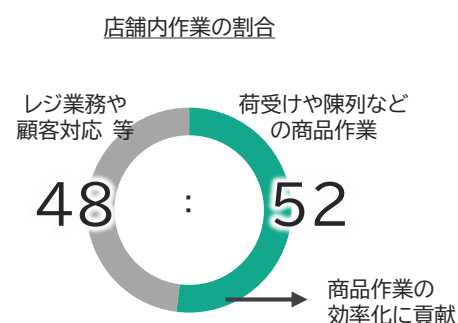
一定量をまとめて発注することでトラックの積載効率向上を図る。入荷トラック

RDCの“仕組み”でお取引先様の作業効率改善に貢献



荷受けから陳列に至るまで店舗内作業を仕組みで効率化

RDCはサプライチェーン全体の最適化・効率化を視野に入れて設計しており、RDC内のオペレーションはもちろん、小売業様の店舗起点で、荷受けから店頭での陳列作業に至るまでを効率化するための仕組みを備えています。RDCの持つ「仕組み」と小売業様との協働による「改善」を掛け合わせて、小売業様の店舗内作業の約半分を占める荷受けや陳列などの商品作業の効率化に貢献してまいります。



店舗内作業の効率化に貢献するRDCの仕組み

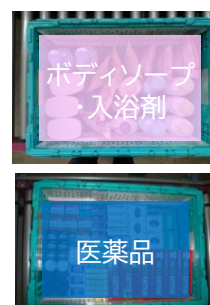
< 納品精度99.999% >



重量検品を搭載した自社開発のピッキングマシンをはじめ、出荷ミスを起こさない「仕組み」によって極めて高い納品精度を実現

検品作業削減

< 陳列しやすい荷姿で出荷 >



カテゴリ毎に商品を梱包 (カテゴリ納品)



- 化粧品
- 入浴剤
- ボディソープ
- シャンプー・コンディショナー
- シャンプー・コンディショナー

店頭での陳列場所が近いオリコンを自動で段積み

オリコンがセットされたキャリーをそのままの荷姿で出荷、店頭での荷降し、陳列時の負担も軽減

陳列作業へスムーズに移行可能
陳列時の歩行距離を最小化 ⇒ 陳列時間の削減



トラックドライバーの長時間労働削減への新たな取り組み

トラックドライバー不足の深刻化によりサプライチェーンにおいてさまざまな影響が出ています。当社は、このような状況を改善するため、「仕組み」や「自動化」を活用して、待ち時間や荷降し時間の短縮など、トラックドライバーの労働環境改善に取り組んでおり、「ホワイト物流」推進運動にも賛同しています。

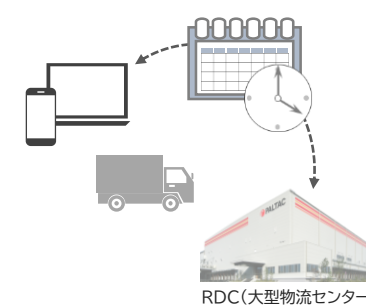


RDC埼玉:ドライバーの長時間労働削減への新たな取り組み

新たな仕組みの構築で
ドライバーの長時間労働削減と
併せ多様な効果を狙う

- トラックドライバーの長時間労働を削減
- センター荷受作業の平準化
- 危険を伴うフォークリフト作業が不要

< ネットで入荷予約 >



物流センターへのトラック着荷時間を事前予約し入荷

待機時間を削減

(順次全国へ展開)

< 自動検品 >



人が行っていた商品の検品作業を自動化

検品待ち時間を削減

< 自動入庫搬送 >



人が行っていた商品の入庫搬送作業を自動化

荷降し待ち時間を削減

入庫



「サプライチェーンイノベーション大賞 2020」の「大賞」を受賞しました。

2020年7月3日(金)、薬王堂様、ユニ・チャーム様、そして配送業者様と協働で実施いたしました

～ 協働取組み ～

ケース商品の積み替え作業を削減する取組みが、「サプライチェーンイノベーション大賞 2020」の「大賞」に選ばれました。

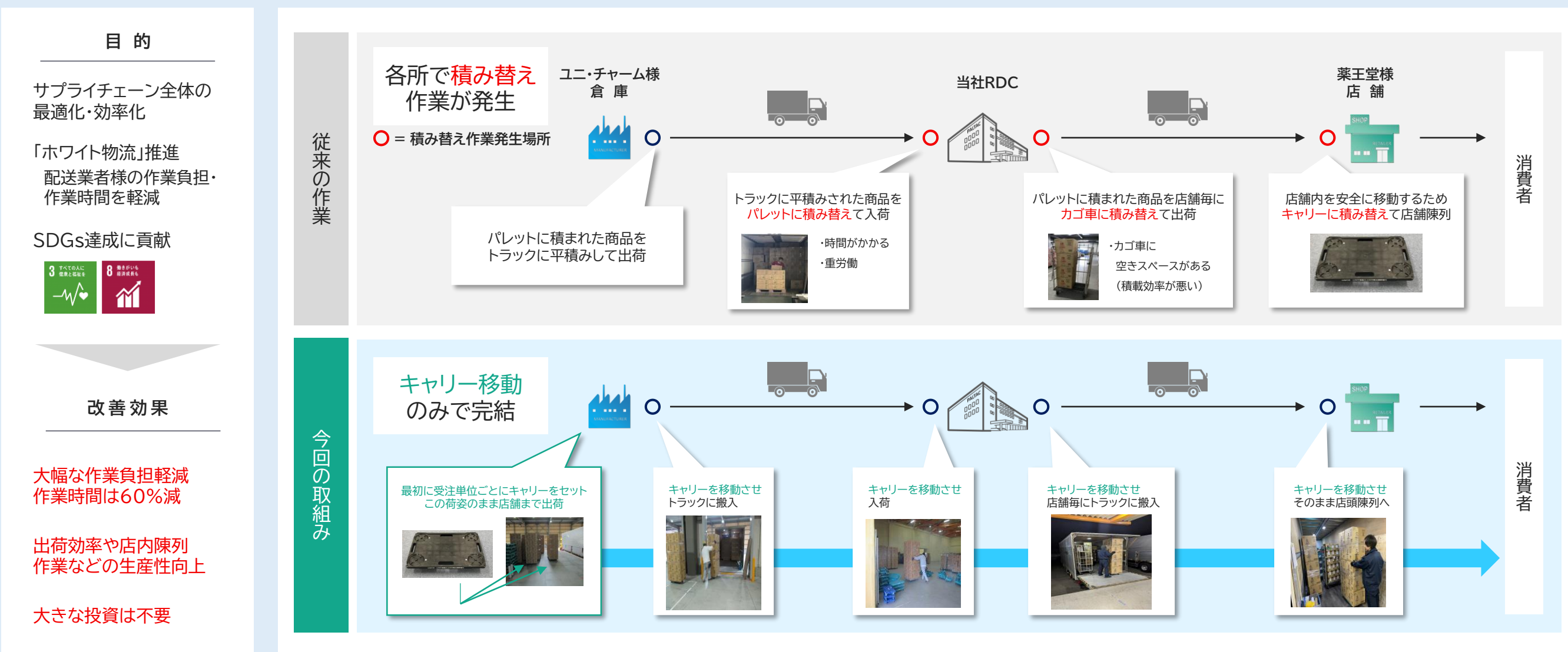
「サプライチェーンイノベーション大賞」は、経済産業省が事務局を務める製・配・販連携協議会※が、国内におけるサプライチェーン全体の最適化に向け、製・配・販各分野の協力の下、優れた取組みを行い業界を牽引した事業者に対しその功績を表彰するものです。

今後につきましても、サプライチェーン全体の協働による課題解決に取り組んでまいります。

※ 製・配・販連携協議会：製造メーカー(製)・卸売業(配)・小売業(販)の協働により、サプライチェーン全体の無駄を無くすとともに、新たな価値を創造する仕組みを構築することで、産業競争力を高め、豊かな国民生活に貢献することを目的に2011年5月に設立された協議会。



※ キャリーを活用した一貫ユニットロード化による生産性向上：当社が小売業様との間で活用しているキャリーをメーカー様出荷段階から活用



※ユニットロード：個々の輸送物を、パレットやコンテナなどの物流機器を使用して、ある単位(ユニット)にまとめた状態で輸送する方式。



社会インフラを支えるという使命を果たすため 有事の際でも安定供給を実現する事業基盤を構築

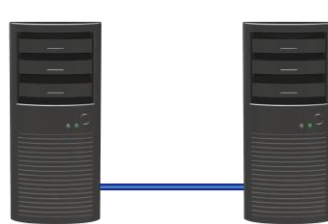
私たちは、人々の暮らしになくてはならない「生活必需品」を、どんなときも確実にお届けすることが使命であると考えており、平時はもとより有事の際にも安定的に商品をお届けするため、自然災害をはじめとしたさまざまな課題に対応できる事業基盤の構築を進めています。

今後も、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。そんな毎日のために、安定供給の維持・継続に取り組んでいきます。

免震構造



サーバー二重化



相互出荷体制



非常用自家発電装置



～ 過去の経験から得たもの ～

近年、日本は大規模な地震や台風など多発する自然災害に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大にも見舞われており、企業におけるBCPの強化はより重要性を増しています。当社においても、災害時の経験やさまざまなリスク想定に基づき、BCPの強化に努めていますが、2011年に発生した東日本大震災における経験はとりわけ大きなものでした。

各地で、倒壊や火災といった甚大な被害が多数発生し、当社も宮城県岩沼市にあったRDC仙台が津波に巻き込まれ、完全に出荷不能となりました。全国RDCの標準化により代替出荷体制の準備ができていたため、近隣センターから出荷を進めましたが、近隣センターも相応の被害を受けていたため、商品をお届けするためにはさまざまな障害をクリアする必要がありました。

中でも大きな障害となったのは、電力供給の中断です。関東地区のRDCは翌日にほぼ通電が再開されましたが、RDC仙台から最も近い、岩手県花巻市にあるRDC東北では4日間停電が続き再開が遅れました。たとえ数日とはいえ出荷機能が一時停止したことを受け、当社はすぐさま約20億円をかけて全国のRDCに非常用自家発電装置を設置し、停電時でも出荷できる体制を整備しました。この結果、2018年に発生した北海道胆振東部地震による計画停電の際には、非常用自家発電装置の稼働により、停電の影響を受けることなく継続して商品をお届けすることができました。

当社は、災害などが発生する都度、表面化した課題解決に取り組むBCP計画の強化を行っておりますが、当社だけではすべての課題に対応でき



(東日本大震災当時の状況 RDC東京)

ねる場面も往々にしてあります。

例えば、センターが無事稼働したとしても、配送の問題をクリアする必要があります。道路の封鎖や通行止めなどにより、配送に普段の何倍も時間がかかり、通常どおりの配送をすることが難しい状況に陥ります。このようなときは、協力を仰ぐと、非常事態の発生や生活必需品を取り扱っている当社の状況を理解してくださる他エリアの配送業者様から支援を得ることができます。トラックとドライバーの方を被災地まで派遣いただき配送を担ってくださることで、現地に不足していた生活必需品をお届けすることができます。この他にも有事の際には、建設業者やマテハンメーカーの方々にも協力をいただき、目の前の課題を一つひとつクリアし、有事の際の商品供給を続けています。一方で当社も、社員の安全に留意しつつ、被災された小売業様の店舗復旧の応援を行い、そこで生活されている方々に商品が届く手助けもさせていただいています。

このように、「誠実と信用」や「三方よし」の精神は、強固なBCPを構築する上でも有効に作用すると考えています。



効率化への取組みを通じて 事業活動により発生する環境負担を軽減

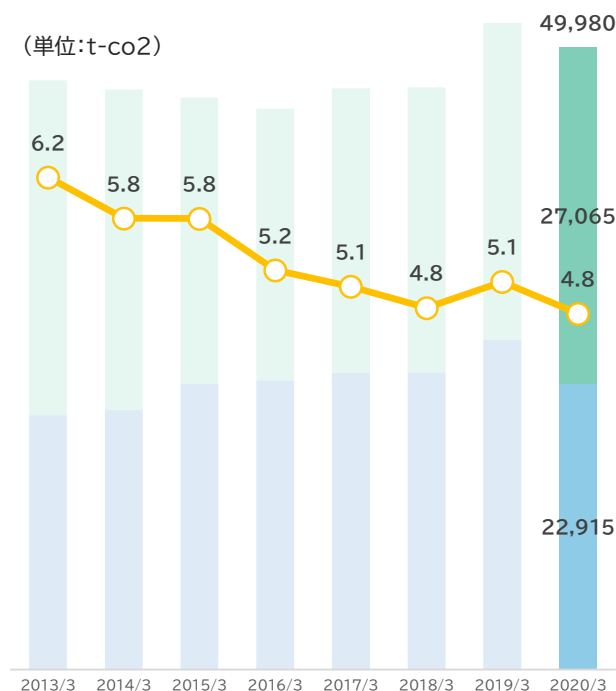
当社は人々の豊かで快適な生活の実現に貢献し、社会とともに歩む企業として、環境保全に取り組んでいます。持続可能な社会を目指して、地球温暖化を防止し、循環型社会を形成していくために、事業活動を通じた温室効果ガスの削減やリサイクルの推進などを行っており、主にトラック輸送時の積載効率向上や配送ルート最適化など、配送効率の向上によるCO2排出量の削減に努めています。

CO2排出量削減の取組み

- ・トラック積載効率の向上
- ・ビッグデータ分析による配送ルート最適化
- ・大型物流センターや事業所の照明をLED化 etc.

CO2排出量の推移

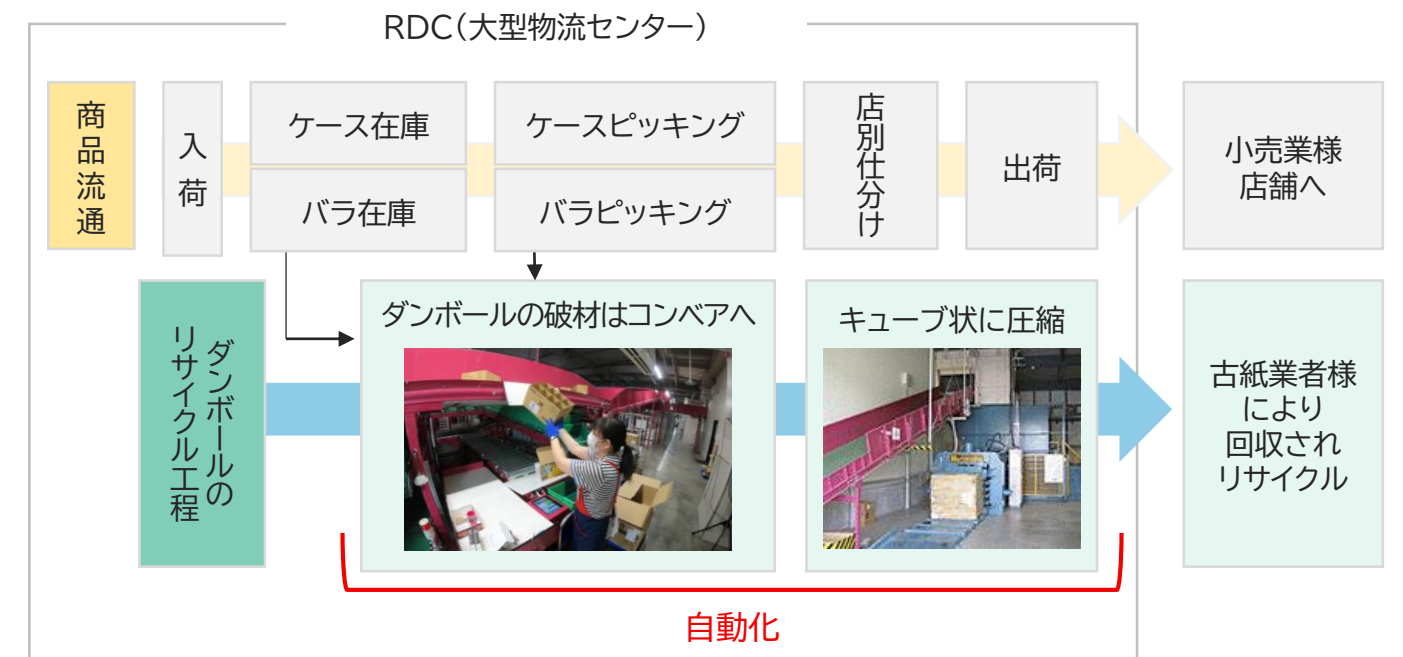
商品輸送時に排出されるCO2排出量
RDC・事業所で使用する電気・ガスから排出されるCO2排出量
売上高1億円あたりCO2排出量(合計)



破材のリサイクル

当社の物流センターでは、メーカー様から仕入れた商品の梱包に使用されていたダンボールの破材が毎日大量に発生しますが、これらを効率的にリサイクルする仕組みをセンター機能の一部として組み込んでいます。発生した破材は、コンベアを通じて自動で1カ所に集約、運びやすいキューブ状に圧縮・結束化し、古紙業者様に回収されます。回収されたダンボールの破材は、トイレトーパーなどのリサイクル紙として甦ります。

RDC(大型物流センター)の機能の一部としてリサイクルする仕組みを構築



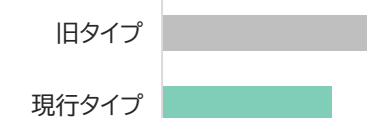
環境に優しいオリコンを使用

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ポリスチレン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。



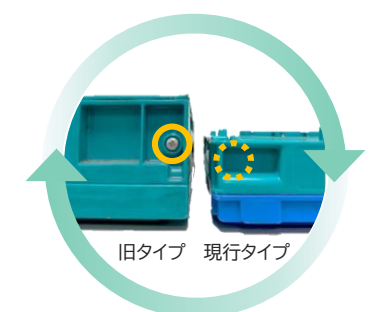
オリコン(折りたたみコンテナ)

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



価値創造を実現する強み(資本)

44 流通資本

48 人的資本

50 財務資本

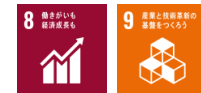
52 パートナー資本

53 PALTAC MIND に込められた想い



流通資本①

SDGs課題を強みへ



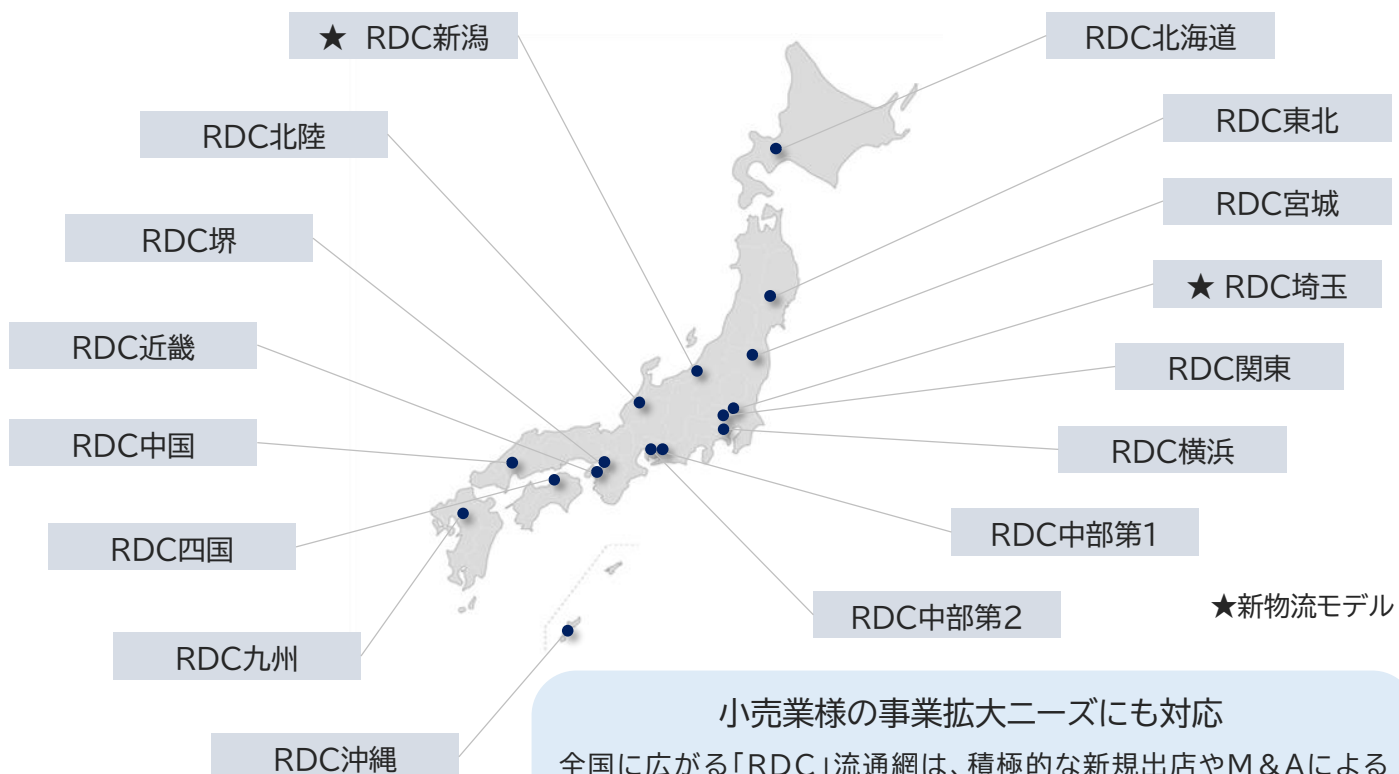
高効率・大型物流センターを展開 サプライチェーン全体の最適化・効率化を実現

「RDC」流通網の基本的な考え方

当社が目指すところは、商品の製造を手掛けるメーカー様から、小売業様を通じて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・効率化です。当社センター内の効率化・コスト削減はもとより、当社を活用いただくことで、流通プロセスのムダがなくなり、メーカー様も小売業様も生産性が向上することを考えています。

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、建物設計と庫内設計を自社ノウハウで実施しています。また、RDCを国内16カ所に設置し全国を網羅した流通網を構築し、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カ所に配置したRDC流通網



小売業様の事業拡大ニーズにも対応
全国に広がる「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取扱量・展開エリア拡大にも対応することができます。

高効率RDCの “仕組み”を 生み出す力



自社開発システム・マテハン機器が効率的な流通の根幹を構築

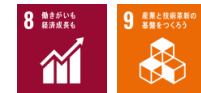
当社は、マテハン機器の配置などの庫内設計及びそれを動かすITシステムはセンター運営の良し悪しを大きく左右する重要なリソースであると考え、これらを内製化しています。そして、日々の業務の中で見えてきた課題を運用だけで改善するには限界があるため、マテハン機器やITシステムの改善などにより仕組みを変えることで、生産性を向上させています。また、内製化して取組むことによって、ローコストで対応できることに加え、流通業でありながら特許を取得(21件)するなど、ノウハウをさらに蓄積し、次の新たな仕組みを生み出す原動力にもなっています。



※システム部門 105名 研究開発部門 32名 物流部門 41名 (2020年3月末時点)

流通資本②

SDGs課題を強みへ



新物流モデルの確立に挑戦

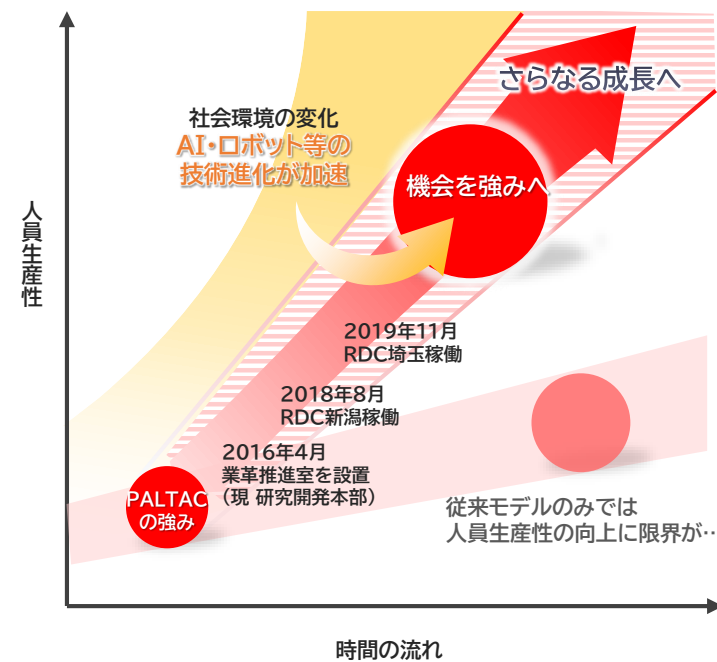
AI・ロボットなどの先端技術を導入

既存ノウハウとAI・ロボットなどの先端技術を融合

現在、AIやロボットなどの研究がさまざまな機関・企業で行われており、関連技術は目覚ましい進化を見せています。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)を新たに設置し、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、新物流モデルの構築に挑戦し、2018年8月には第1弾の「RDC新潟」、2019年11月には第2弾となる「RDC埼玉」を稼働させました。

新物流モデルをうまく運用し、人手不足の環境下においても安定的かつ効率的に商品をお届けし続けることで、持続的な成長につなげていきます。



当社最大規模となる新物流モデル第2弾「RDC埼玉」を稼働

「RDC埼玉」は、新物流モデルを活かした生産性向上により、労働人口減少からくる人手不足に対応するとともに、国内最大市場の首都圏において、「RDC関東」「RDC横浜」との連携による最適出荷体制の構築と、出荷キャパシティの拡大という役割を担います。

2021年3月期においては、配送効率などを考慮して、稼働率を現在の70%から80%まで高める計画であり、運用ノウハウの蓄積と最適出荷に向けた調整を着実に進めています。



出荷能力: 1,200億円/年間
投資金額: 230億円 稼働時期: 2019年11月

“人員生産性2倍”と “人に優しい” 物流を同時に実現



庫内コストの7割を占めるバラピッキングの生産性を2倍に



AI・ロボットなどの先端技術を活用

マスターレスで商品を判別
⇒ 煩雑な登録作業が不要



ケースを出荷マテハンに
自動で積み付け
⇒ 重労働からの解放



難易度の高い
ピースピッキング自動化
にも挑戦



人的資本

SDGs課題を強みへ



商品を持たない卸にとって “人財”こそ成長の源泉

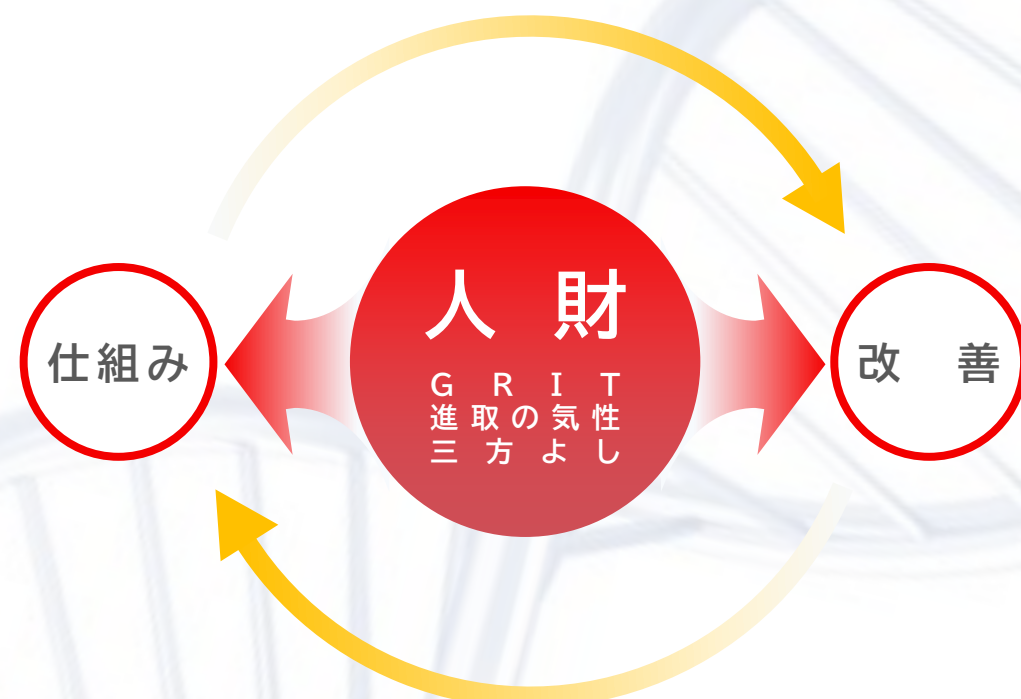
基本的な考え方

当社の事業活動を支える人材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考えています。サプライチェーンの最適化・効率化は一度「仕組み」を構築すれば終わりというものではありません。ある時点では最適であった「仕組み」も、さまざまな環境の変化に応じて改善の余地が出てきます。「仕組み」を運用するノウハウを蓄積し、変化に対応して「改善」を進めることで、初めて最大限の効果を発揮し続けることができます。

そして、「仕組み」を活かすために「改善」を進めるのは人の力です。新たな「仕組み」の構築も、AIやロボットなど先端技術を活かすのも、全て人が想い・考え・挑むことにより成し遂げられるものです。

当社では、社会の環境が加速度的に変化していく中で、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)を発揮することで、流通の新たな価値創造を支えています。

人財が原動力となり流通の新たな価値を創造



全従業員で改善に取り組む組織

当社では改善が必要な課題や取組み効果を「見える化」するためにシステム投資を行い、2002年に導入したABC(活動基準原価計算)をはじめ多様なツールを活用して、PDCAサイクルをまわすことで改善を進めています。そして、自らの業務改善だけではなく、部門を横断したプロジェクトや、お取引先様との協働を通じて、サプライチェーン全体を視野に生産性の向上に取り組んでいます。

また、改善を行うためにはデータだけでは見えてこない課題も捉える必要があります。例えばセンター内の改善においては、現場で作業をしている社員・パート従業員に対して提案アンケートを実施しており、現在までに5,000件を超える改善提案が出ています。内容にかかわらず、一つひとつの提案に対してしっかりと対話を行い、実際に改善を実施することで、改善活動に対するモチベーションの向上にもつながっています。

一人ひとりが改善活動と向き合い、全従業員でボトムアップの改善に取り組むという企業風土は、当社の大きな強みであると考えています。

お取引先様と協働で取組む “流通全体”を視野に入れた改善



- ・店舗作業の効率化(発注方法の最適化等)
- ・商品MDの最適化(在庫の適正化・返品削減等)
- ・配送の効率化(納品方法の最適化等)

作業コストを「見える化」 “RDC内”の作業改善



- ・KPI管理の徹底
- ・ボトルネックの発見
- ・各部署連携で改善へ
- ・各種ツール、アンケートを活用

サプライチェーン全体の最適化・効率化

次世代リーダーの育成

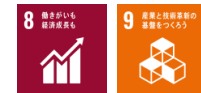
事業継続の観点から次世代リーダーの育成は企業の重要な課題であると認識しています。このため、経営者が直接次世代の人財に経営の理念や哲学などを伝える研修をはじめさまざまな教育制度を構築するとともに、責任と権限を持ったポストで経験を多く積めるよう企業運営を行っています。



(社内研修「PALTACスクール」の様子)

財務資本

SDGs課題を強みへ



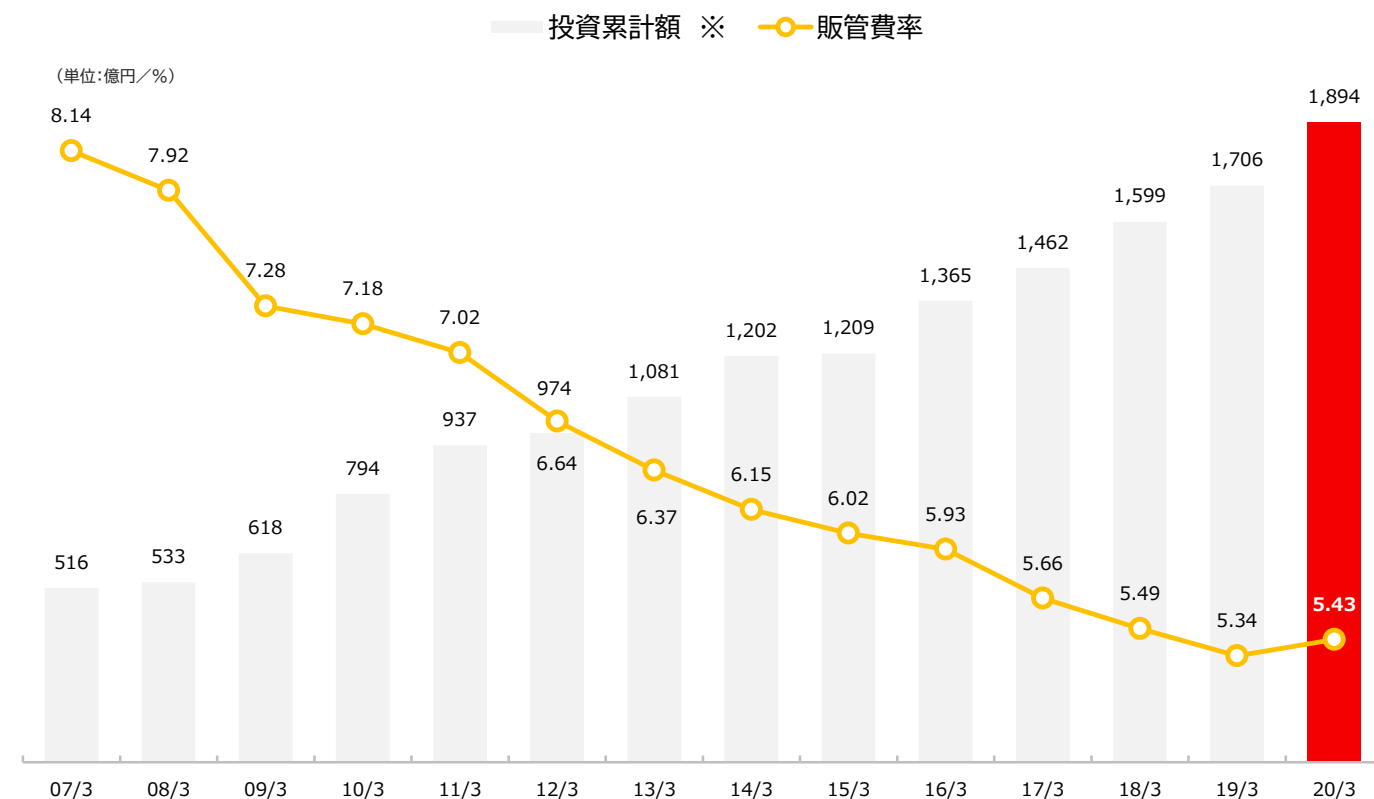
利益を生み出す企業体質

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というサイクルをまわしてきました。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。



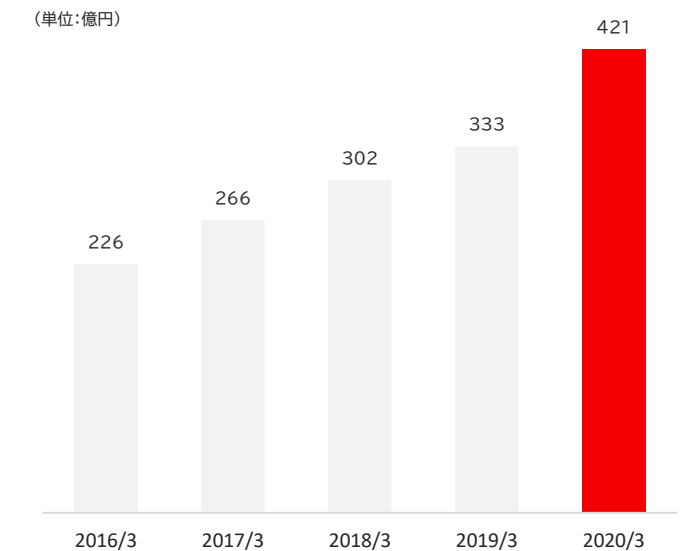
※投資累計額は1998年RDC投資開始後の累積金額です。

卸の枠を超えた挑戦を支える投資余力

労働人口減少からくる中長期的な人手不足は、すでに社会のさまざまな場面で影響が出ており、企業成長の阻害要因にもなっています。この事態に対応するためには、従来から行われてきた改善に加えて、AI・ロボットなどの先端技術を有効に活用していく必要があると考えています。

当社は、過去から培ってきたノウハウに、従来の卸の枠を超えた先端技術を融合させた新物流モデルへの投資により、人手不足という課題の解決に挑戦しています。利益創出力を背景とした投資余力は、それを支える大きな源泉となっています。

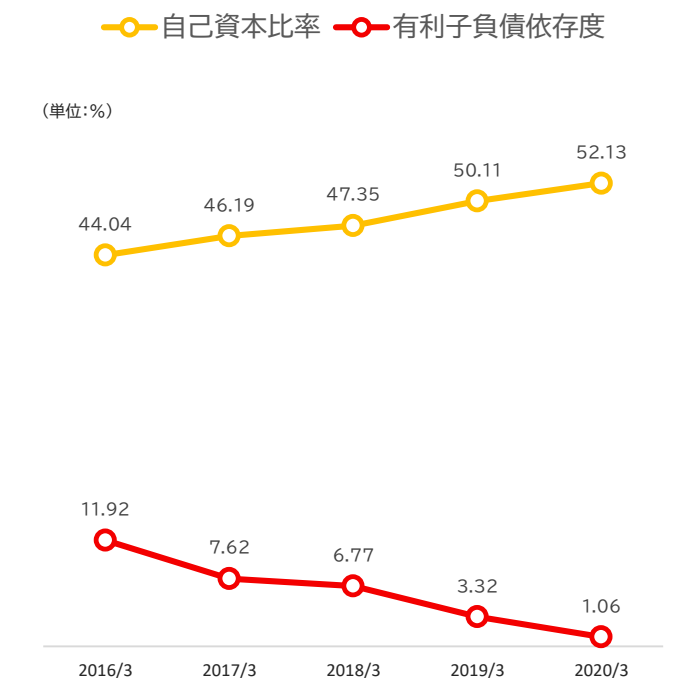
EBITDA(税引前利益+支払利息+減価償却費)



社会インフラを支える企業として財務基盤の安全性を確保

当社は年間35億個、国民一人当たり30個の生活必需品を取り扱い、社会インフラの一翼を担っていると考えています。また、新型コロナウイルス感染症拡大という未曾有の事態が生じたことで、社会インフラを支えることの重要性をより強く認識しました。

いついかなる時でも生活必需品をお届けし続けるという役割を果たすためには、財務面での安定性も重要であると考えています。成長への投資や株主様への還元とのバランスを鑑みて、さまざまな事態に機動的に対応ができるよう、手許現金や借入余力の確保などにより、健全かつ安定した財務基盤を構築しています。





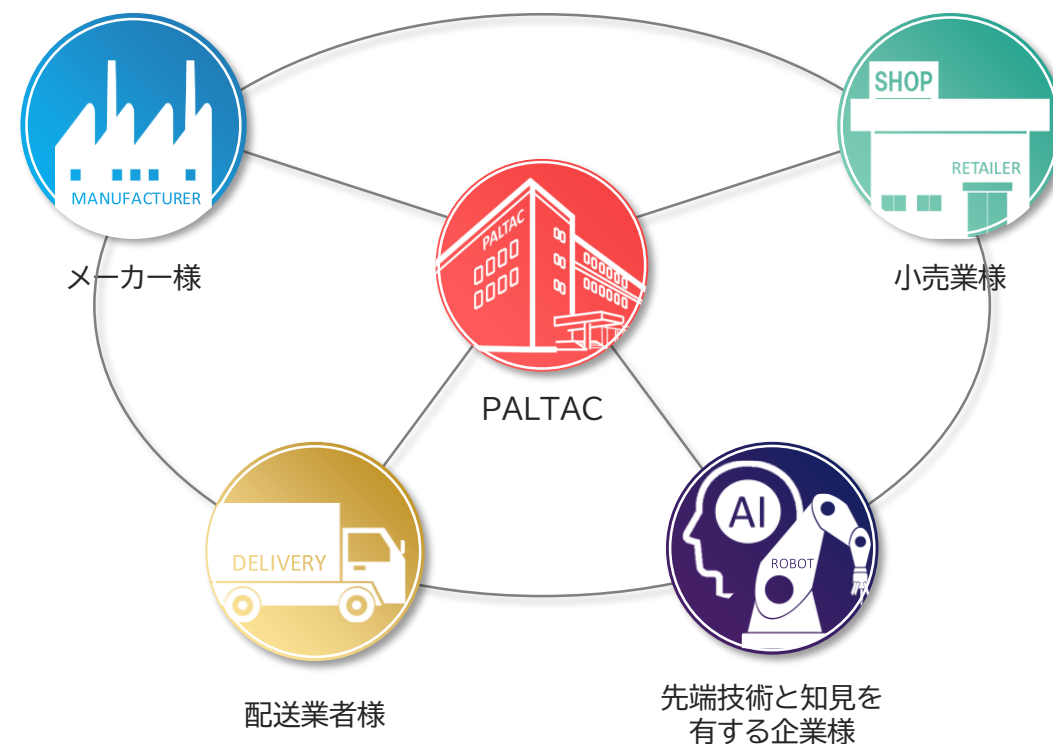
豊かで快適な社会を共に創る

相互協力により実現するサプライチェーン全体の最適化・効率化

目まぐるしく変化を続ける社会環境に対応するには、より良い社会を構築するという共通の目的をもった企業同士が、手を取りあい相互に協力していくことが必要不可欠です。

当社は、生活者の皆様との直接の接点である小売業様、快適な生活に必要な商品を手掛けるメーカー様、製・配・販をつなぐ配送業者様、そして、サプライチェーンの新たな可能性を拓くAI・ロボットなどの先端技術と知見を持つ企業様といった、さまざまなパートナーとの相互協力関係を築き、サプライチェーン全体の最適化・効率化による生活者の皆様の豊かで快適な生活の実現に取り組んでいます。そして、日々のこの取組みが生活者の皆様の負担が重くなる有事の際の対応にもつながっていきます。

パートナーシップの強化



PALTAC MIND に込められた想い

これまでお伝えした当社の強み(資本)は、本報告書の冒頭でお伝えした企業理念「PALTAC MIND」の浸透、そして全従業員一人ひとりがそれを実践してきた積み重ねの結果です。

これからも、「PALTAC MIND」を根底に、流通の新たな価値創造を実現するべく、強みに磨きをかけていきます。

私たちが大切にしているもの

私たちは、人とのつながりを大切に、感謝の心を忘れず謙虚な姿勢で行動します

会社の規模がどれだけ拡大しても、これまで培ってきた「信頼」によるつながりを大切に。常に商売の原点に立ち返って、感謝の気持ちと「お陰さまで」の謙虚な姿勢を持ち続ける。

また、常に相手を敬い、礼儀を重んじる。そのため、従業員のみならず、当社の業務に携わる全ての人へ感謝の心をもって働く。そのような人間性を大切にするという価値観を表しています。

私たちは、常にスピードをもって、新しい発想と技術で変革に挑戦し続けます

これまで、時代の変化にいち早く対応してきた中間流通業としての企業姿勢を継承する。何があっても決して立ち止まらず、常にスピードをもって、会社も従業員も自ら変化し続ける。

また、最新の物流・情報技術に果敢に挑戦する。そのため、自己研鑽や自己成長につながる行動、柔軟かつ新しい発想に対して、賞賛する自由闊達な企業風土を醸成するという価値観を表しています。

私たちは、協働の姿勢をもち、責任ある判断と行動で役割を果たします

会社の目標達成に向け、連携・連動してチームワークを発揮するという“協働”のスタンスを取る。同時に従業員一人ひとりは、課せられた役割に対し自主性をもって、現場で責任ある行動を取る。

また、流通業界に働く人間としての役割を果たす。そのため、三方よしの精神でお取引先との関係を築き、全体最適の視点で業界の発展に貢献するという価値観を表しています。

PALTACを支える力

56 役員一覧

60 コーポレート・ガバナンス

66 CSRマネジメント



役員一覧(2020年6月23日現在)

取締役

○ 取締役会出席回数



代表取締役会長
兼CEO

三木田 國夫 ○ 19回/19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。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。

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)



代表取締役社長
兼COO

榎谷 誠一 ○ 19回/19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、現在は代表取締役社長として経営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。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。

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 (株)メディバルホールディングス取締役(現任)

〔重要な兼職の状況〕
㈱メディバルホールディングス取締役



取締役常務執行役員
経営企画室長

嶋田 政治 <新任>

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、現在は常務執行役員経営企画室長として経営企画・IR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。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。

1990年 4月 東洋信託銀行(株)
(現 三菱UFJ信託銀行(株))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(現任)



社外取締役

余郷 勝利 ○ 19回/19回

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、2011年から当社の社外取締役に務めています。独立した立場から、この豊富な経験及び実績を活かして、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。

1968年 4月 トヨタ自動車販売(株)
(現 トヨタ自動車(株))入社
1996年 6月 同社第5車両部長
1999年 6月 大阪トヨベット(株)常務取締役
2004年 6月 トヨタファイナンス(株)代表取締役副社長
2006年 6月 トヨタ東京カローラ(株)代表取締役社長
2011年 6月 当社社外取締役(現任)



取締役専務執行役員
営業統括本部長

野間 正裕 ○ 19回/19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として営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。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。

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(現任)



取締役専務執行役員
管理担当

森谷 晃佳 ○ 15回/15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。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。

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)



社外取締役

大石 歌織 ○ 19回/19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に務めています。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、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。

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)

〔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



社外取締役

浅田 克己 <新任>

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、生活者目線の組織運営で培った豊富な経験と幅広い見識を有しています。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。

1970年 4月 瀬神戸生活協同組合
(現 生活協同組合コープこうべ)入組
1995年 6月 生活協同組合コープこうべ常任理事
2004年 6月 生活協同組合コープこうべ組合長理事
2011年 6月 日本生活協同組合連合会会長
(2017年6月退任)
2020年 6月 当社社外取締役(現任)

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(株)入社
 2001年 4月 (株)コバシヨウ
 (現 (株)PALTAC)入社
 2003年10月 (株)青瑛(現 (株)PALTAC)
 代表取締役社長
 2006年 6月 (株)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

○ 19回/19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

○ 15回/15回 □ 11回/11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。



1966年 4月 野村證券(株)入社
 1972年 3月 同社海外投資顧問室
 1973年 6月 パンコック・インターナショナル常務取締役
 1986年11月 野村国際(香港)有限公司代表取締役社長
 1990年 6月 野村證券(株)取締役
 1994年 6月 野村ファイナンス(株)常務取締役
 1999年 5月 (株)ユニマツライフ代表取締役社長
 2005年 4月 (株)ユニマツリパティ代表取締役社長
 2008年 7月 同社取締役相談役
 2011年 1月 当社顧問
 2011年 6月 当社社外監査役(現任)

社外監査役

鈴木 秀夫

○ 19回/19回 □ 14回/15回

選任理由

金融関連企業を中心とした数々の企業で代表取締役社長を務めるなど、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。2011年に社外監査役に就任後、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。独立した立場から、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していただけるものと判断しました。



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

○ 19回/19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
 (みずぎ監査法人に改称)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)

〔重要な兼職の状況〕
 原公認会計士事務所代表
 日本公認会計士協会近畿会幹事
 ダイバーシティ推進委員会委員長

社外監査役

原 繭子

○ 15回/15回 □ 11回/11回

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。

執行役員

専務執行役員

伊東 宏武

MK担当

常務執行役員

田代 雅彦

監査部長

伊東 章文

MK事業本部長 兼 東京支社 MK事業部長

吉田 拓也

商品本部長 兼 海外事業本部長

関 光彦

店舗支援本部長

藤原 昭彦

総務本部長

西馬 康仁

九州支社長

磯部 良平

東京支社・LC事業本部 管理統括部長

久留宮 伸道

CSR推進本部長

平田 雅史

東京支社長

前田 政士

情報システム本部長

芦原 英生

名古屋支社長

秋山 哲

横浜支社長

中曽根 義裕

東京支社 副支社長

五味 威夫

LC事業本部長

村井 浩

SCM本部長
 兼 (株)バリエーション 代表取締役社長

山田 恭嵩

営業本部長

村尾 直人

営業本部 副本部長

執行役員

中村 克己

財務本部 副本部長

稲葉 英樹

東北支社長

澤田 直樹

北海道支社長

吉田 幸代

LC事業本部 副本部長

三木田 雅和

研究開発本部長

野瀬 賢二

物流本部長

小西 誠

近畿支社長

吉田 浩二

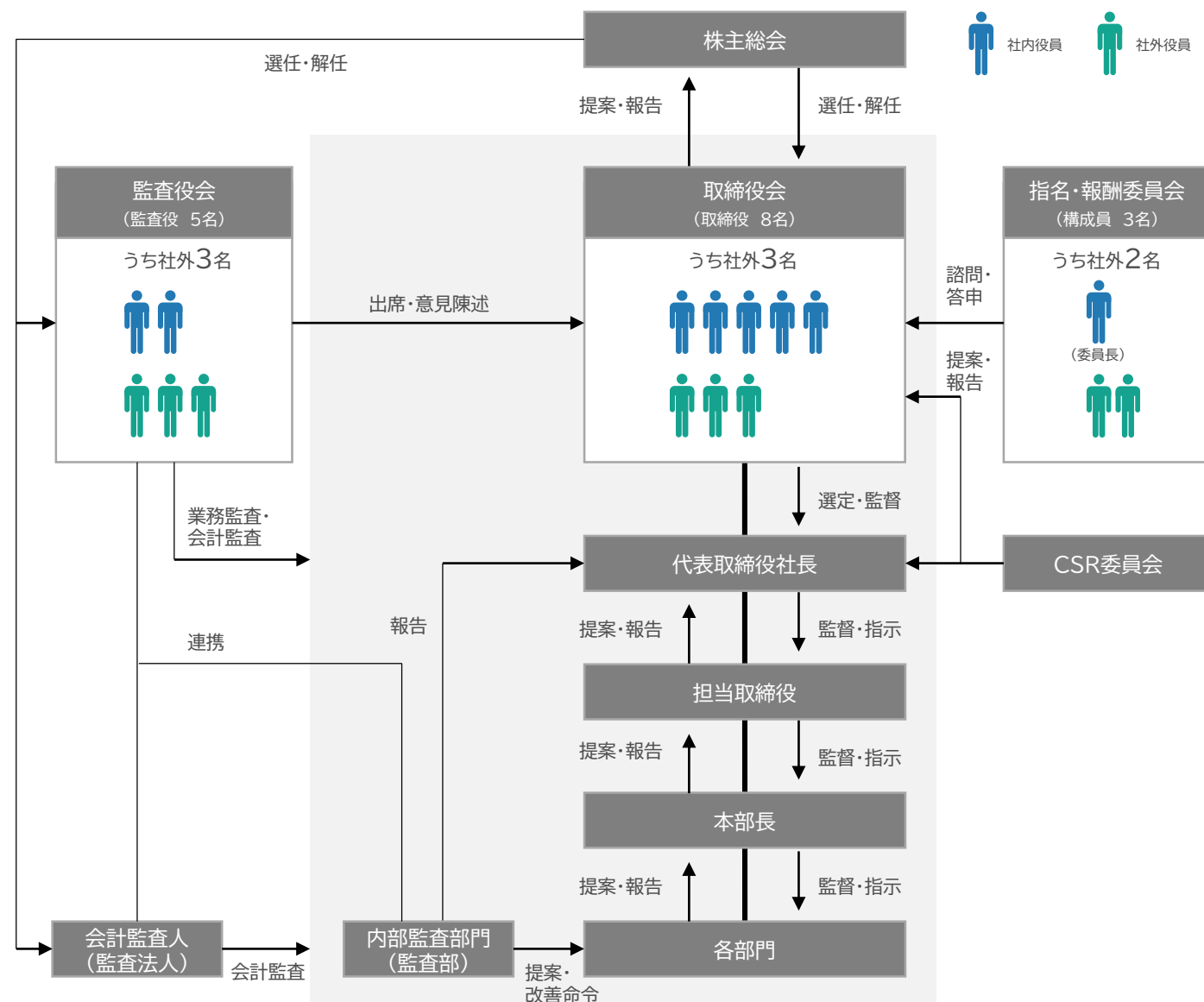
海外事業本部 副本部長

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

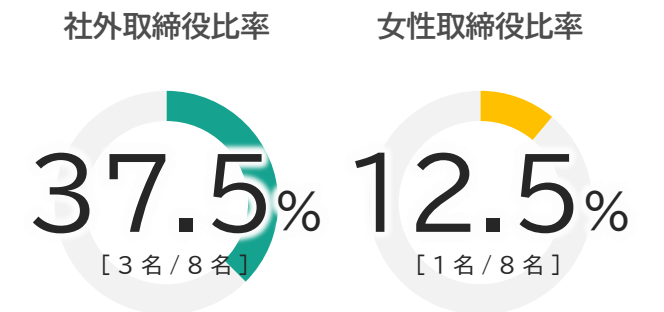
当社は、「美と健康」に関連する生活必需品を取り扱う中間流通業者であり、自社の生産性向上はもとより、サプライチェーン全体の最適化・効率化をステークホルダーとともに推進することで、社会的役割を果たしていきます。また、経営の透明性と健全性を確保できるガバナンス体制の構築並びに適切な情報開示と株主様との対話を通じて、持続的成長を重視した取り組みを行ってまいります。

コーポレート・ガバナンス体制図



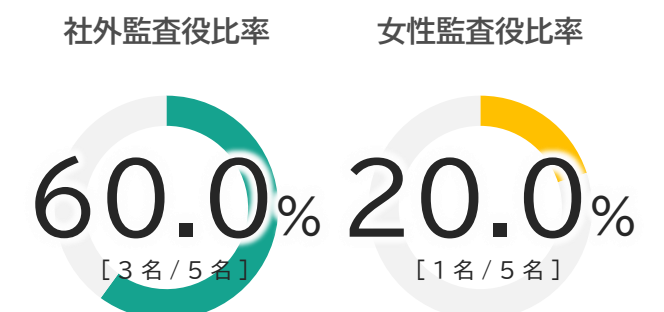
取締役会

取締役会は、社内取締役5名及び社外取締役3名の計8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、また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余郷勝利、社外監査役の小寺陽平の3名で構成しています。

役割としては、社外役員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	余郷 勝利
	社外監査役	小寺 陽平

役員報酬

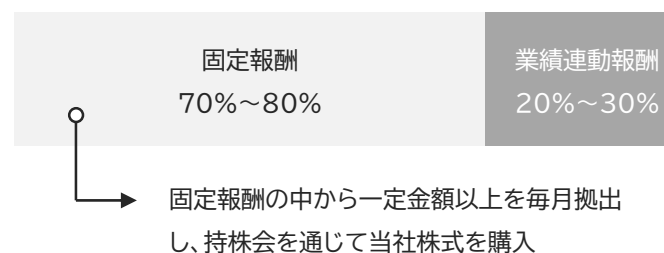
当社は、役員の報酬等の額又は算定方法の決定に関する方針については、経営戦略の達成に向けて、優秀な人材を引き付けるに足りうるインセンティブとするとともに、経営環境の変化や外部の客観的なデータ等考慮し、世間水準及び経営内容、従業員給与とのバランスを勘案した水準としています。取締役の報酬等の内訳につきましては、固定報酬、単年度の業績に連動する賞与及び非金銭報酬で構成されており、中長期業績に連動する報酬は設定していません。固定報酬の金額については、役位・職責などを基に決定しています。賞与については、年間の総報酬の概ね20%~30%を目途に役位が上位の取締役ほどその占める割合が多くなるようにしています。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、2019年1月21日に構成員の過半を社外役員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、固定報酬の中から、役位毎に定めた一定金額以上を毎月拠出し、持株会を通じて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



(2020年3月期)

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)			対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	その他 ※	
取締役 (社外取締役除く)	432	330	90	11	10
監査役 (社外監査役除く)	50	43	7	—	3
社外役員	82	82	—	—	7

※「その他」の内容は、社宅提供等の非金銭報酬として支給しています。

社外取締役／監査役をサポート体制

社外取締役には、議案の事前説明を実施する体制を整備しています。また、非常勤の社外監査役には、取締役会に先立ち監査役会を開催し、常勤監査役から取締役会議案の事前説明及び検討を実施し、取締役会における社外監査役としての監査機能が十分に発揮できるよう対応しています。

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

グループガバナンス

株式会社メディパルホールディングスは、当社議決権の過半を有する親会社です。当社は「化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業」、親会社グループは「医療用医薬品等卸売事業」をそれぞれ主たる事業としており、取扱商品や流通形態等が大きく異なることから、現状は、当社の事業と親会社グループの事業との間に競合関係はなく、当社の自由な営業活動や経営判断に影響を与えるものではありません。また、当社の事業戦略、人事政策等につきましては、全て当社が独立して主体的に検討のうえ、決定しています。

親会社グループとの人的関係につきましては、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。なお、親会社である(株)メディパルホールディングスにおいても、当社の独立性確保は重要であるとの認識です。*

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。

※ 同社のコーポレート・ガバナンス報告書「Iコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方及び資本構成、企業属性その他の基本情報 5.その他コーポレート・ガバナンスに重要な影響を与える特別な事情」に詳細が掲載されています。(https://www.medipal.co.jp/company/governance/)

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。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をお伝えするとともに、双方向のコミュニケーションを通して企業価値の向上に努めていきます。

実施イベント (2020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	175回
個人投資家向け 会社説明会	5回

社外役員メッセージ

社会に真に必要とされる 企業であり続けるために

社外取締役

余郷 勝利



PALTACは、“本業でのもうけを本業に投資する”というスタンスで先行投資を20年以上にわたり継続しています。この過程で得たノウハウを活かした改善活動などさまざまな取組みを積み重ね、流通を担う企業として着実に社会に根差していると感じています。この度の新型コロナウイルス感染症の拡大に際し、当社が社会にとって真に必要な企業であるという認識をさらに強めることとなりました。どのような環境下にあっても、人々の生活に必要な商品を供給しつづける事業活動とそれを支える事業基盤の強化は、SDGsの“持続可能な社会の構築”への貢献に他なりません。

同時に、当社はこれからもその役割をさらに拡大していけると見えています。その最たる理由は、人財と企業文化です。社員一人ひとりが“PALTAC

MIND”をベースに自分に何ができるのかを考え、それを“やりきる”という強い意志を持っていることを、各拠点訪問により社員と交流を重ねるたびに強く感じています。これは、多様な環境の変化に対応するためにも大変重要な要素であり、なかなか真似ができない強みです。長い歴史の中で形成された土台の上で、現経営陣が明確なビジョンを示し、リーダーシップをしっかりと発揮することで、皆が同じ価値観を共有できている証左であると言えるでしょう。私は指名・報酬委員会のメンバーとして経営者の後継育成プロセスにも関わっていますが、経営者に求められるさまざまな素養の中でも、当社の強みであるこの企業風土を維持し、昇華させることができるような人財を公平な立場から見極めていきたいと考えています。

ダイバーシティにより実現する 新たな価値創造

社外取締役

大石 歌織



社会の環境が日々目まぐるしく変化する中で、企業におけるリーガルリスクも複雑化・多様化しています。特に、世界的な広がりを見せている新型コロナウイルス感染症に関連して、世の中の考え方やルールが大きく変わる可能性があり、企業のリスクマネジメントにおいても変化への対応が求められます。ルールが変わる状況には、リスクとともに、その捉え方や視点を変えることで新たなビジネスにつながるチャンスが潜んでいます。そして、チャンスを掴むためには、リスクをすべて排除するのではなく、適切なコントロールの下でリスクを最小化する方法がないかを判断していく必要があり、それを可能にする

のは多様かつ柔軟な発想と法的思考力の一体化ではないかと考えています。

PALTACの取締役会は、取締役の職務執行状況を監査する監査役を交えて、事業に精通した社内役員の方、他業種での豊富な経営経験をお持ちの方、そして会計・法務分野の専門家といった多様なバックグラウンドを有する役員により構成されており、社内外の分け隔てなく活発な議論が行われています。その中において弁護士としての目線、女性としての目線を活かして、ダイバーシティが生み出す当社の新たな価値創造に貢献していくことが私の役割であり責任であると考え経営に携わっています。

ESG・SDGsの視点を持ち 社会とともに成長を

社外監査役

鈴木 秀夫



PALTACは「誠実と信用」という精神のもと120年もの長い歴史の中で培ってきた、ステークホルダーからの“信頼”という大きな強みを持っていると感じています。築城十年落城一日とも言われるとおり、世間を見ると、不祥事などによる信頼喪失による企業価値の棄損や事業存続の危機にさらされる事例も珍しくはありません。私たち社外役員には、このような企業価値の棄損を未然に防ぐ実効性の高いコーポレート・ガバナンスを実現し、持続的な企業価値の向上を支える基盤づくりに貢献するという責務があります。

当社においては、ガバナンスの実効性を確保するために社外役員の積極登用や指名・報酬委員会の設置などの取組みを進めるとともに、十分な情報

提供をはじめ私たちの職務遂行をサポートする体制が構築されており、自由闊達な雰囲気の中で行われる建設的な議論を通じて一定の実効性が担保されていると考えています。

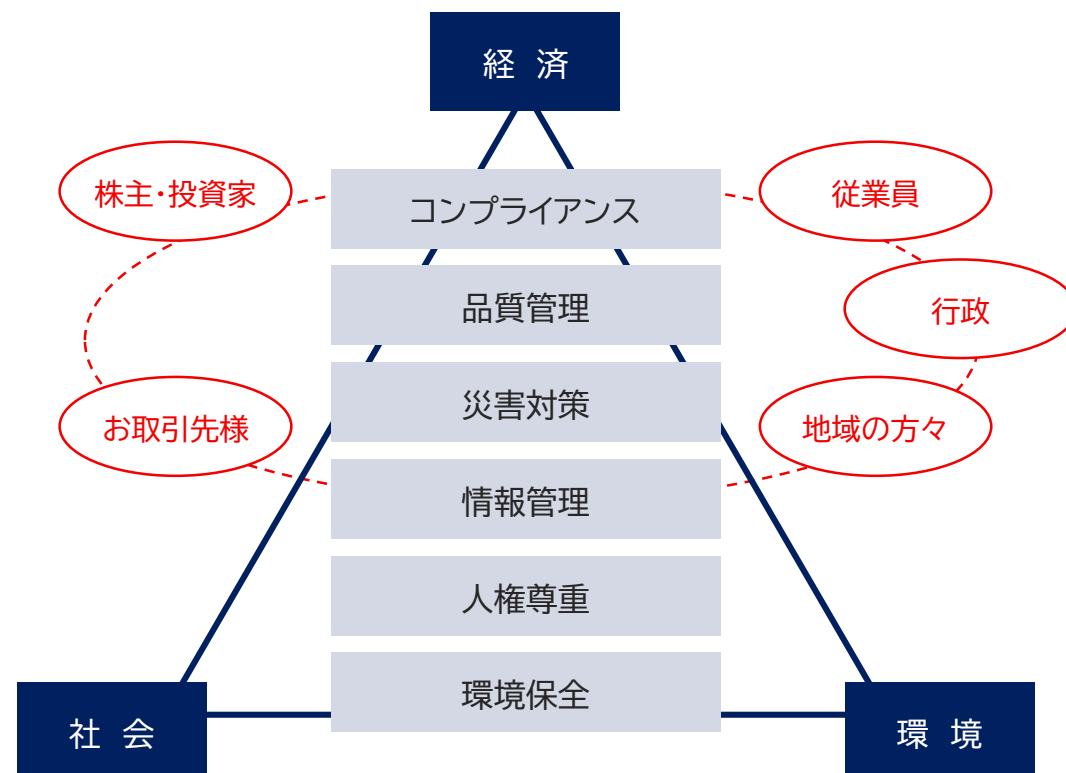
近年、持続的成長の前提となるESG面の取組みや、事業を通じたSDGsへの貢献について、ステークホルダーの関心はさらに高まりを見せています。この動きは“三方よし”の考え方に基づく流通の最適化を通じて社会課題の解決と利益成長を両立して行こうとする当社の考え方としっかりとフィットしていると感じています。現状に満足せずガバナンスの実効性をさらに高めることで、企業価値の向上を支えていけるよう、より一層励んでまいります。

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。

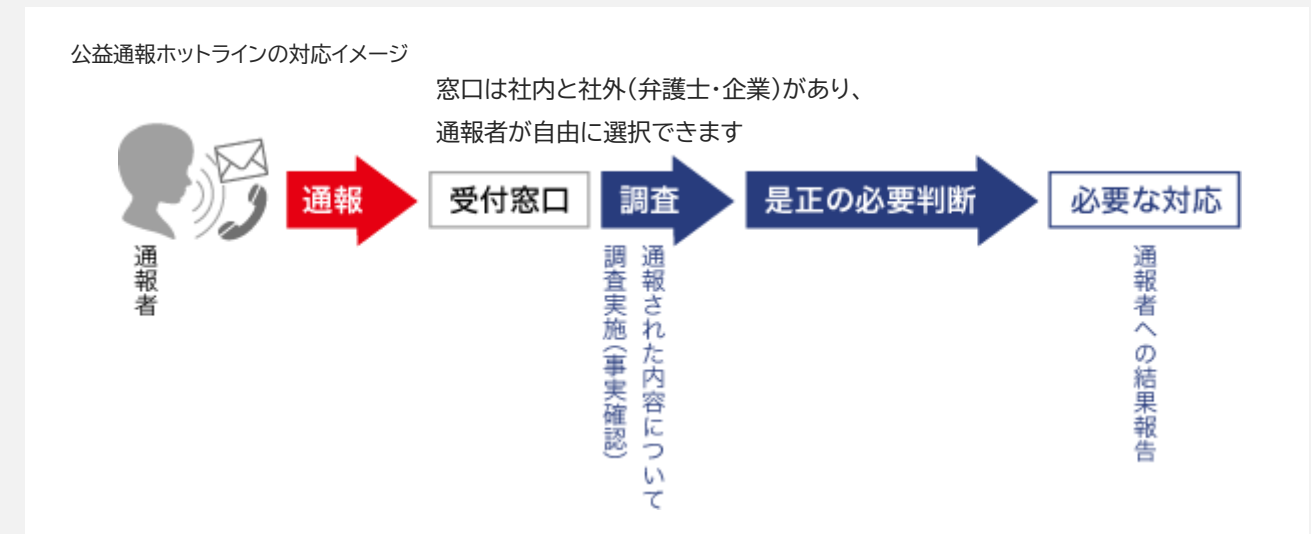


コンプライアンス意識向上の取組み

- ・メディアグループ共通の「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、さまざま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

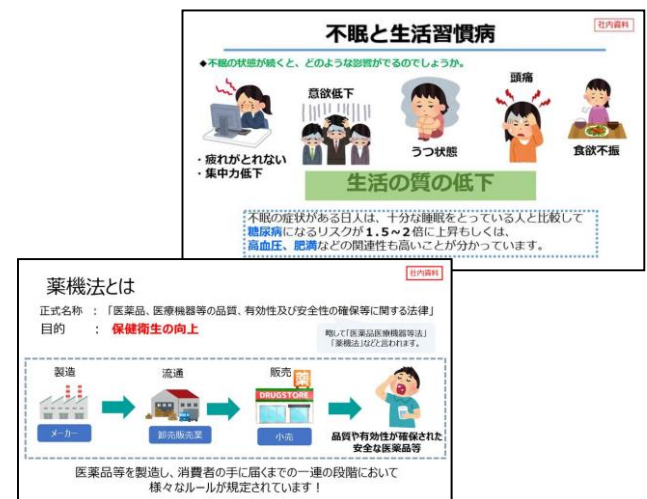
医薬品や医療機器における情報の収集と提供を適切に行うための知識と資質を養うため、営業担当者や薬剤師を対象とした研修を継続的に行っています。営業担当者に向けては、医薬品の有効性のみならず、それらを理解するための病態生理、医薬品医療機器等法をはじめとする各種関連法規などについて、支社薬剤師を通じた研修及び教育を行うとともに、オンライン研修によって個人で学習できる環境を構築しています。

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。

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。

自然災害リスクを想定した物流設備の設置などの取組みについては「価値創造03(P38)」をご参照ください。

災害発生時の組織体制の構築

震度6弱以上の地震発生の場合には、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11日の東日本大震災発生時にも、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、事業継続に向けたさまざまな対応を本部が中心となり推進しました。

情報管理

当社は、お取引先様の個人情報をはじめ、さまざま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。

情報セキュリティ・ポリシーの制定

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」を制定しています。また、情報管理の徹底のために、情報管理最高責任者を頂点に、各部署には管理者、担当者を置く社内体制を構築しています。情報管理は情報を取り扱う社員一人ひとりの意識が最も重要であると考えています。

情報セキュリティ教育の実施

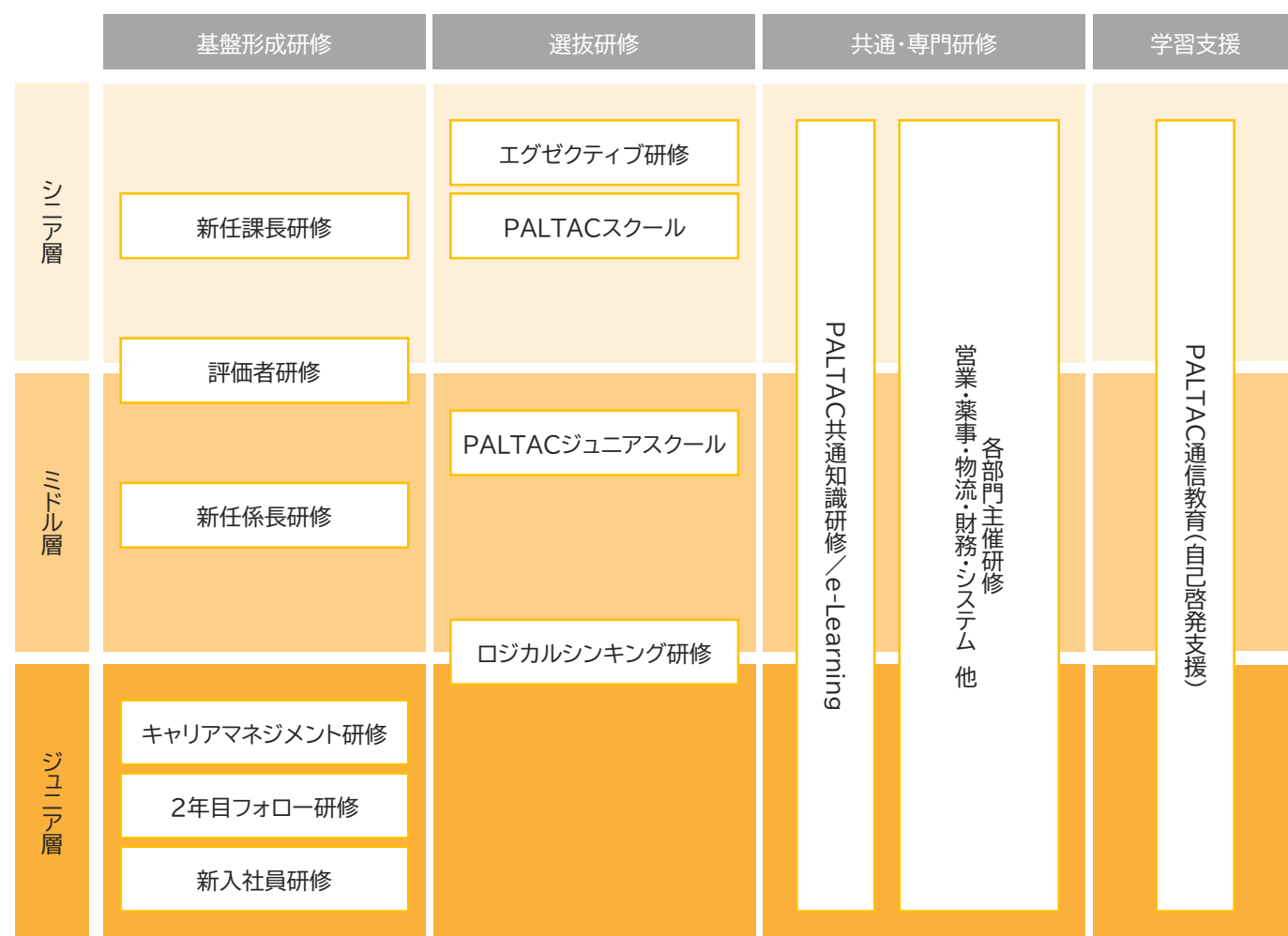
情報管理は情報を取り扱う社員一人ひとりの意識が最も重要であると考えています。そのため、メディアグループ共通の「情報セキュリティ講座」教材を使用したオンライン研修を定期的実施し、情報取り扱いの注意点を全員で唱和する「情報管理の誓い」の定期的な実施及び社内ネットワークでの情報管理の啓発を行っています。

人権尊重

当社の事業活動を支える人材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材教育や、身心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。

人材教育

当社では、会社が永続的に取引先様の繁栄と、人々の豊かで快適な生活の実現に貢献できるよう、重要な経営資源である人材に対して、長期的な成長を支援するというスタンスのもと、それぞれのステージに応じたさまざまな研修を用意しています。また、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での研修も実施し、よりプロフェッショナルな人材に成長していけるよう支援しています。



多様な人財が活躍できる環境づくり

人生100年時代が到来し、仕事と生活とのかかわり方が変化・多様化してきているなか、年金支給年齢の引き上げなど高齢者の就労促進が重要な社会的課題の一つと捉え、当社社員の定年年齢を2019年4月1日をもって60歳から65歳に引き上げる人事制度変更を実施しました。65歳まで安心して働ける職場環境を整えることにより、シニア人材が意欲的に活躍することで、その有する豊富な経験と高いスキルを業務に活かしてもらえると考えています。2014年に制定したシルバー人材雇用制度を活用すれば最大70歳まで活躍してもらえる環境を整備しています。

また、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こと、そしてそれによって生産性を高め相互に成長していくことを目指し、さまざまな環境整備を行っています。仕事と家庭の両立を支援するため、短時間勤務・時差出勤や時間外勤務の免除などの「育児・介護支援制度」を設けています。

今後においても、若年層・シニア層にかかわらず、多様な人財が活躍できる企業基盤を構築していきます。

安心して働ける環境づくり

基本的人権を尊重し、一人ひとりがいきいきと働くことができる組織を築いていくために、職場におけるセクシュアル・ハラスメントやパワー・ハラスメント防止規則の整備、研修・教育の徹底に加えて、通報窓口も設置しています。コンプライアンス違反やハラスメントなどの疑義が発生した場合に備えて、関係者の意見聴取や審議を行うための審査会も設置しています。

また、自分のライフスタイルや価値観を大切にしながら働くことができる職場環境を築くとともに、心

各種制度

- ・65歳定年制(60歳から定年年齢を引き上げ)
- ・シルバー人材雇用制度(70歳まで活躍可能)
- ・育児両立支援制度
産前産後休暇、育児休業、育児期間中の短時間勤務や時間外勤務等の免除
→ 短時間勤務等の勤務時間措置は法律で義務とされている期間を大きく上回って小学6年生まで利用可能
- ・介護両立支援制度
介護に携わる従業員の介護休業、介護に伴う短時間勤務や時間外勤務等の免除
→ 短時間勤務等の勤務時間措置は法律で義務とされている期間を大きく上回って初回利用開始日から3年(または要介護状態が終了するまで)の間で回数を問わず利用可能

身ともに健康で豊かな生活を送るために定期的な健康診断の実施や身体のみならず、社員の心の健康を守るために、EAPホットライン※を設置しています。

※ EAP(Employee Assistance Program 従業員援助プログラム)ホットライン:
仕事上あるいは個人における悩みや不安を専門のカウンセラーに幅広く相談できる窓口です。

環境保全への取組み

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。その他、事業活動を通じた取組みについては「価値創造04(P40)」をご参照ください。

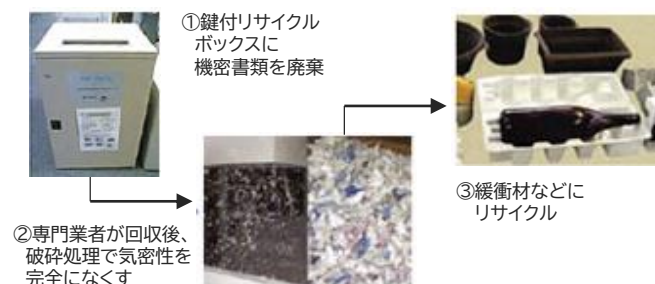
「産業廃棄物マニュアル」を制定

流通企業として、「循環型社会形成推進基本法」をはじめとする関連法の理念に沿い、廃棄物の削減や適正処理を積極的に推進しています。

廃棄物の処理手順などについてまとめた「産業廃棄物マニュアル」を作成し、マニュアルに基づいた廃棄物処理を適法・適正に行っています。

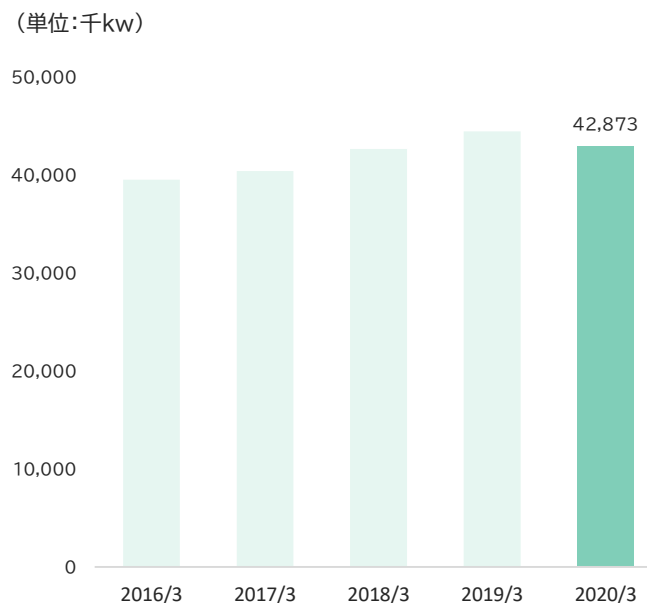
機密書類リサイクルシステムの導入

天然資源の消費を抑制し、環境への負荷を低減する循環型社会の形成に向けて、ダンボールだけでなく、再生紙のリサイクルを容易にするためにシュレッダーを削減し、機密書類リサイクルシステムを導入しています。鍵付きリサイクルボックスに投入された不要機密書類は、専門業者に回収され、緩衝材などに再生されています。



電気エネルギー使用量の削減

事業活動を通じた配送効率向上などの取組みによるCO2排出量の削減のほかに、各事業所及びRDCで使用する電気エネルギーの使用量の削減にも努めています。2019年4月からは、全拠点の蛍光灯を消費電力の小さいLEDに変更したことで、2020年3月期の消費電力を削減することができました。

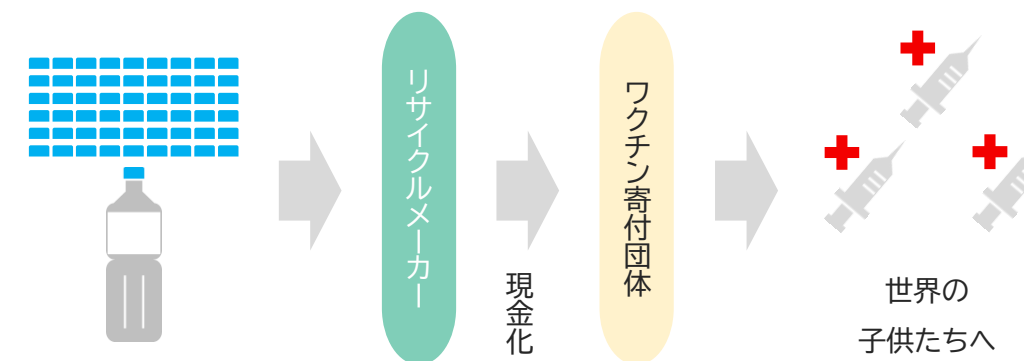


その他の取組み

エコキャップ運動

飲料用ペットボトルのキャップを集めてリサイクルし、海外の子どもたちにワクチンを提供する「エコキャップ運動」に会社単位又は職場単位で参加しています。(2012年4月より)

2020年3月末現在の累計:122万6,355個
(ワクチン 約2,453人分)



AEDの設置

当社では、本社及びRDC(大型物流センター)、物流受託センターなど多くの従業員が働き集まる場所にAED※を設置しています。救命救急の措置が必要な場合を想定して「AED操作講習」を受講しています。

※ AED(Automated External Defibrillator):自動体外式除細動器のこと。心室細動(心臓が細かく震え、全身に血液を送れない状態)を起こした心臓に電気ショックを与えて、正常な状態に戻す医療機器です。



コーポレート・データ

76 財務データ(11カ年推移)

78 会社・株式情報



11年間の主要財務データ

	2010年3月期	2011年3月期	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 ^{※3}	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
経営成績(百万円)											
売上高	739,170	757,557	765,654	785,833	831,899	794,221	860,350	922,095	966,684	1,015,253	1,046,412
売上総利益	81,014	80,121	81,469	82,599	86,440	61,985	67,104	71,348	76,051	79,645	81,527
販売費及び一般管理費	73,035	74,210	72,647	73,398	76,223	47,808	51,003	52,218	53,045	54,246	56,818
営業利益	7,979	5,910	8,821	9,201	10,216	14,177	16,101	19,129	23,006	25,399	24,708
経常利益	12,713	11,487	14,013	14,880	15,779	16,322	18,556	21,573	25,498	28,528	27,316
当期純利益	6,742	3,430	6,159	8,397	9,185	10,267	11,929	14,605	17,453	19,767	25,412
減価償却費	3,927	4,230	4,947	4,860	5,180	4,861	4,985	4,931	4,830	4,493	5,059
設備投資額	17,619	14,259	3,705	10,766	12,056	691	15,583	9,791	13,649	10,700	18,791
財政状態(百万円)											
総資産	286,177	297,850	292,969	302,851	325,189	318,186	351,880	361,363	387,399	393,603	418,756
純資産	104,602	106,057	111,421	125,756	132,427	143,535	154,976	166,921	183,435	197,237	218,297
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	11,713	7,359	6,742	11,792	3,340	23,204	5,226	24,721	24,107	23,565	21,005
投資活動によるキャッシュ・フロー	△17,662	△13,012	△2,198	△9,982	△11,686	365	△19,327	△6,413	△15,830	△9,531	△3,788
財務活動によるキャッシュ・フロー	19,522	△5,233	△1,460	△2,705	1,191	△15,464	10,675	△17,876	△5,142	△17,323	△13,001
フリーキャッシュ・フロー(営業CF+投資CF)	△5,949	△5,653	4,544	1,810	△8,346	23,569	△14,101	18,308	8,277	14,034	17,217
1株当たり指標(円)											
1株当たり当期純利益	221.05	61.42	110.28	144.41	144.54	161.58	187.73	229.84	274.65	311.07	399.90
1株当たり純資産	2,809.19	1,898.86	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
1株当たり配当金	44.50 ^{※1}	40.00	40.00 ^{※2}	42.00	43.00	45.00	50.00	56.00	64.00	68.00	70.00
財務指標(%)											
売上総利益率	10.96	10.58	10.64	10.51	10.39	7.80	7.80	7.74	7.87	7.84	7.79
販売費及び一般管理費率	9.88	9.80	9.49	9.34	9.16	6.02	5.93	5.66	5.49	5.34	5.43
営業利益率	1.08	0.78	1.15	1.17	1.23	1.79	1.87	2.07	2.38	2.50	2.36
自己資本比率	36.6	35.6	38.0	41.5	40.7	45.1	44.0	46.2	47.4	50.1	52.1
ROE(自己資本当期純利益率)	7.14	3.26	5.66	7.08	7.12	7.44	7.99	9.07	9.96	10.39	12.23
ROA(総資産経常利益率)	4.70	3.93	4.74	5.00	5.03	5.07	5.54	6.05	6.81	7.31	6.73
配当性向	20.1	43.4	30.2	29.1	29.7	27.8	26.6	24.4	23.3	21.9	17.5
期末従業員数(人)											
	2,685	2,649	2,288	2,284	2,250	2,202	2,245	2,221	2,217	2,207	2,196

※1 2010年3月期の1株当たり配当金は、上場記念配当金5円を含んでおります。(記念配当金を除く1株当たり配当金は39.50円)

※2 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おります。株式分割に伴う影響を遡及適用した、2012年3月期以前の1株当たり配当金は次のとおりです。[2010年3月期:26.33円(記念配当金を除く)、2011年3月期:26.66円、2012年3月期:33.33円]

※3 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おります。

会社・株式情報

会社情報 (2020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	2,196名 (臨時雇用者:5,051名)
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
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	経営企画室 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 3,280名

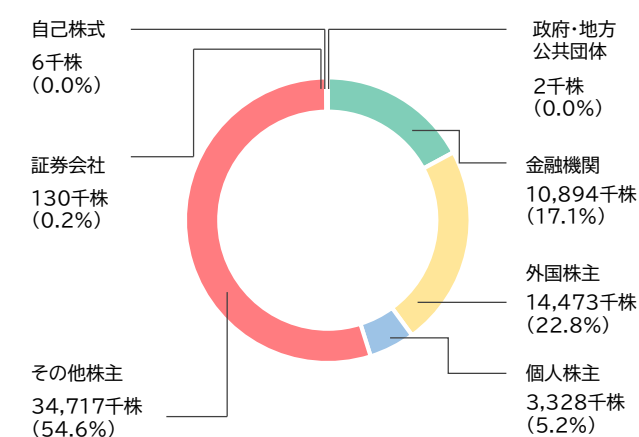
株式情報 (2020年3月31日現在)

大株主の状況

株主名	持株数 (千株)	持株比 率(%)
株式会社メディアバルホールディングス	31,853	50.13
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,551	4.02
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,331	3.67
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	1,679	2.64
JP MORGAN CHASE BANK 385632	1,653	2.60
PALTAC従業員持株会	1,287	2.03
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,162	1.83
THE CHASE MANHATTAN BANK 385036	1,024	1.61
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	804	1.27
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE FIDELITY FUNDS	780	1.23

持株比率は自己株式(6,287株)を控除して計算しております。

所有者別分布状況(持株比率)



インデックスへの採用情報(2020年7月29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

今回が初めての発行となる本報告書では、「WHAT 'S PALTAC」という題名のとおり、生活必需品の中間流通というある意味黒子的な存在である当社が、どういう会社であり、どのようにして価値を創造しているか、より分かりやすくお伝えるために、2つのテーマを軸に制作いたしました。

1つ目は、社会における当社の存在意義をお伝えすることです。度重なる自然災害や感染症の拡大など、当たり前前の生活が脅かされることが続く昨今の環境下において、生活必需品を安定的にお届けする中間流通の重要性は一層高まっております。本報告書では、そもそもの中間流通の役割に加えて、労働人口減少などの解決すべき社会課題を含めた4つのテーマを切り口に、当社の価値創造についてお伝えしております。

2つ目は、価値創造ストーリーを当社の歴史から紐解いてお伝えすることです。創業から120年を超えた現在まで引き継がれる流通に対する「想い」、そしてそれを表す「PALTAC MIND」がどのように実践されてきたのか、過去の具体的なエピソードを交えながら成長の軌跡をお伝えしております。

当社が皆様の生活に密着した企業であり、社会インフラを支えるという使命を担っていること、そして、価値創造ストーリーが歴史に裏打ちされた強み(資本)によって支えられていることを、より分かりやすくお伝えできるよう努めました。当社をご評価いただく判断材料としてご活用いただき、今後の対話をより充実させることができれば幸いです。

制作にあたっては、自社の姿を自分達の手で見直すことの価値は高いと考え、初めての発行ではありましたが、外部のコンサルタントに依頼せず、当社の社員のみで制作に挑戦いたしました。一方で、第三者の目線が入らないため、「自社に都合の良い見方」をしてしまうリスクもあると考え、首相官邸ホームページ公表の「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)」などを活用し、様々な角度から自社の強み・弱み・機会・脅威を分析することで、より客観的な視点で自らを見ることに努めました。普段行っている業務とつながるさまざまな事象を、価値創造ストーリーとして多くの方に分かりやすく伝える内容にまとめ上げるために、構想や表現の練り直しなど何度も試行錯誤を繰り返しましたが、この作業を経て、自分達の行いが生み出す価値をさまざまな角度から認識できたことは大きな経験であり、今後の励みとなりました。

最後になりましたが、本報告書を手にとってくださった読者の皆様はこの場をお借りして御礼申し上げます。引き続き、皆様との対話をより良いものにできますよう努めてまいります。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・ご感想をいただければ幸いです。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。

お届けするのは モノ以上の価値



[編集担当：経営企画室]

取締役常務執行役員 経営企画室長 嶋田 政治

高木 雄介 前田 雅之 田代 尚敬 安川 隆史 清藤 将文