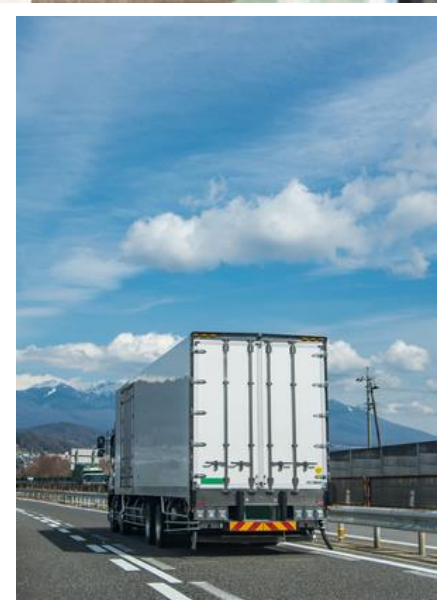
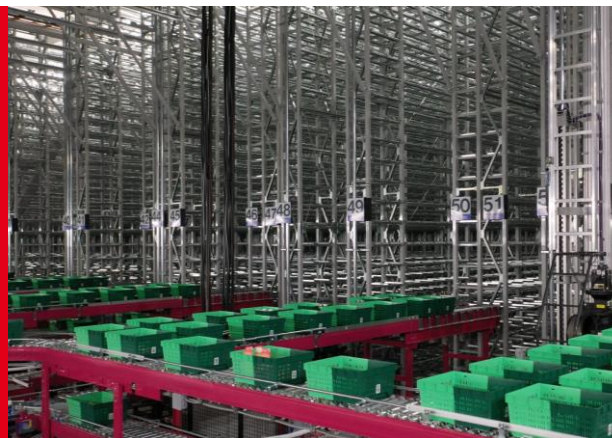


3 価値創造の実践

26 リテール

30 グローバル

32 ロジスティクス



Value Creation Area

リテール

流通プロセスを“可視化”し、新たな価値を創造

少子高齢化に伴う国内人口の減少が進む中、生活者の価値観は多様化しており、市場の活性化には「個」に焦点を当てたこれまで以上に高度なマーケティングが不可欠です。さらに、労働人口の減少が進む中において、商品の製造から販売に至る流通全体の効率化も急務となっています。

私たちはこれまで、「人々の豊かで快適な生活の実現」に貢献するため、生活必需品を幅広く提供するとともに、店舗運営や配送の効率化など、流通のあらゆる課題に対応する多様なソリューションを提供してきました。

今後は、データの活用をさらに推進し、生活者の多様なニーズに対応できる新規商材の取り扱いを拡充します。また、デジタル技術を駆使して既存ソリューションの価値提供能力を向上させ、その過程で得られた情報を統合し、流通プロセスを可視化することで、課題解決に向けた最適なソリューションを提供していきます。



》 環境認識

機会

- ・店舗運営の効率化に対するニーズの高まり
- ・データ活用の重要度向上による流通情報資産の価値向上
- ・生活者ニーズの多様化によるパーソナル消費の拡大

リスク

- ・価値観の多様化に対応する店舗オペレーションの複雑化
- ・物価高騰による個人消費の冷え込み
- ・人口減少に伴う国内経済の縮小及び労働力の減少

》 活かす強み



売れる販促サイクルを実現する仕組み

デジタル技術を活用したスピーディーな店頭実現力と店頭情報を活かした精度の高い効果検証で質の高い販促企画を実現



長年培った生産性向上に向けた「改善ノウハウ」

デジタル技術で店頭情報を定量的に捉え、課題を「可視化」幅広い着眼点で仮説・検証を繰り返し「ムリ・ムダ・ムラ」の解消を追求



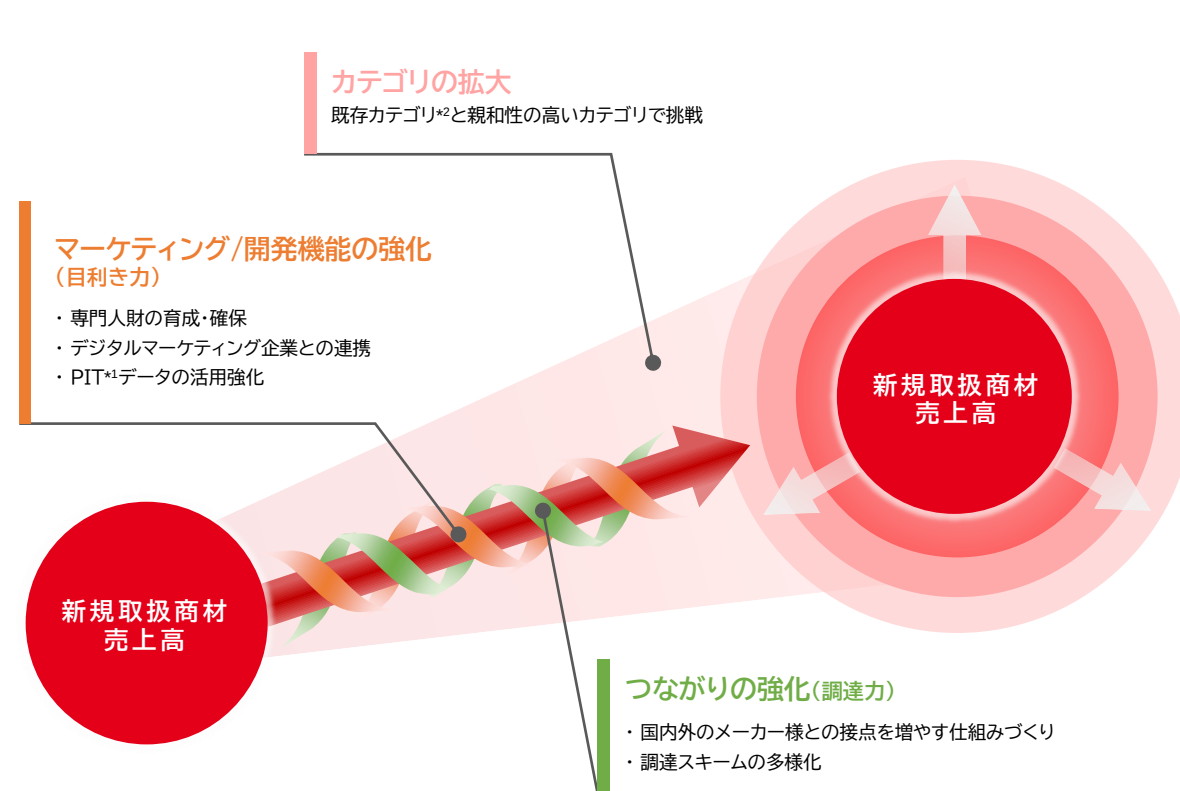
小売業様・メーカー様との「つながり」

1,000以上のメーカー様とのつながりで魅力ある商品を調達
全国の小売業様とのつながりで生活者の皆様に広く商品を提供

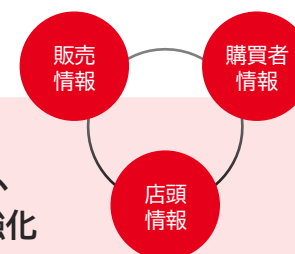
重点戦略.1 既存事業の収益性改善

目利き力と調達力の強化により「生活に彩りを増やす」新規取扱商材を拡充

SNSをはじめとする個人の情報収集機会が増加したことで、生活者は手軽に欲しい情報を集めることができるようになりました。これをきっかけに爆発的な需要が生まれる「バズ消費」や、個人の好みや体質に合わせた商品を選別する「パーソナライズ消費」など、近年の消費トレンドは激しく移り変わっています。当社は、このような消費トレンドの変化に素早く対応するために、新規取扱商材の拡充に注力していきます。的確な市場分析やマーケティング戦略の立案を担う専門人材の育成・確保、SNSプラットフォームを活用した購買行動分析を行うデジタルマーケティング企業との連携、そしてPITシステムに集約された店頭情報のデータを活用することでマーケティング機能を強化し、「目利き力」を高めていきます。また、国内外のメーカー様との新たな「つながり」を創出できる仕組みを構築し、商品調達力を強化していきます。これらの取り組みの下で、既存の取扱いカテゴリと親和性の高いカテゴリで取扱商品の拡充を図り、「生活に彩りを増やす」商品の提供を通じて新たな収益の獲得に繋げていきます。



3つの情報を活かし、マーケティング機能を強化



「販売情報」「購買者情報」「店頭情報」の3つの情報を活かし、マーケティング機能の強化を図っていきます。POS・ID-POS分析を通じた販売情報の分析能力の向上に加え、デジタルマーケティング企業との連携により、SNSプラットフォームを活用した購買者情報の分析を強化していきます。店頭情報については、自社開発の店頭情報共有プラットフォーム「PITシステム」を活用して収集しています。PITシステムは、店頭情報(商品陳列状況・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、販売情報と統合することで各店舗の展開状況を踏まえた精度の高い販売分析を可能としています。これら3つの情報を活かすことで、生活者の多様なニーズを捉えることができるマーケティング機能の強化を図り、新規取扱商材を拡充していきます。

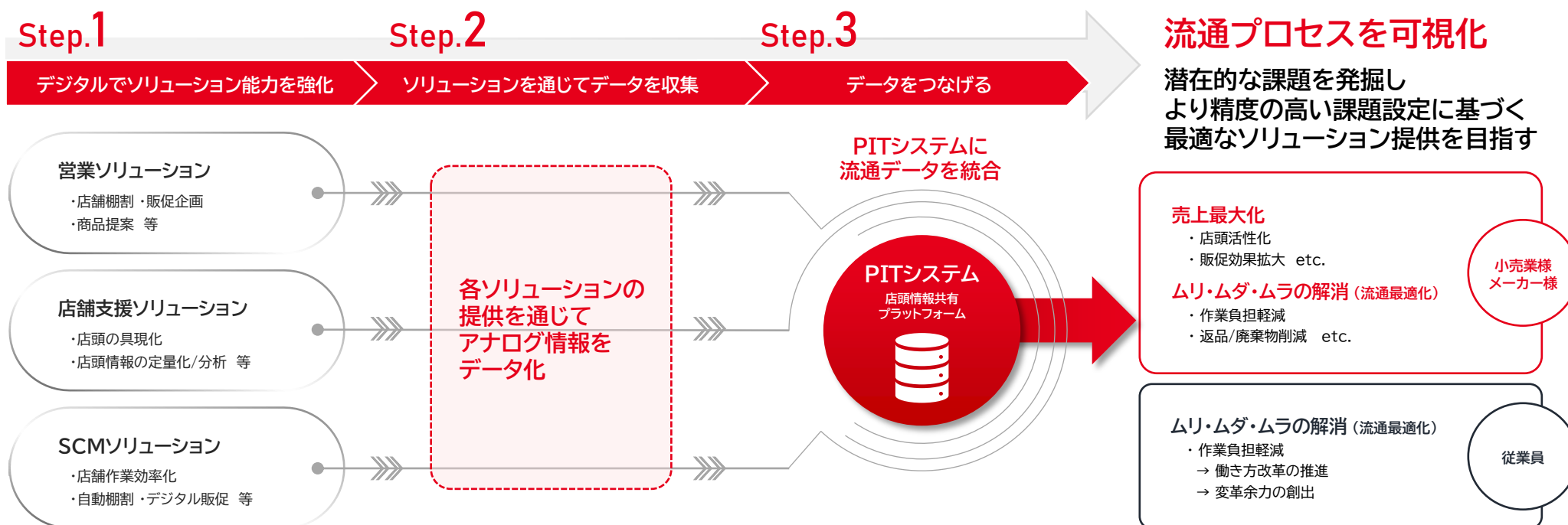
^{*1} PIT: 当社開発の店頭情報共有プラットフォーム ^{*2} 既存カテゴリ: 化粧品・日用品・一般用医薬品・健康衛生関連品

重点戦略.2 新たな価値創造に向けた挑戦

流通情報のデジタル化と最適なソリューション提案により店頭の売上最大化と流通のムリ・ムダ・ムラの解消を図る

昨今の流通業界は、国内人口の減少による市場縮小や労働人口の減少、価値観の多様化、物流費をはじめとした運営コストの高騰など、多様な課題が交錯する複雑な事業環境に直面しています。当社はこれまで「営業機能」「店舗支援機能」「SCM機能」を軸としたソリューションを提供し、サプライチェーン全体の最適化・効率化を追求することで、流通業界の発展に貢献してきました。しかし、このような複雑な環境下でさらなる発展を目指すためには、従来の手法だけでなく、流通全体の在り方を変革していく必要があります。

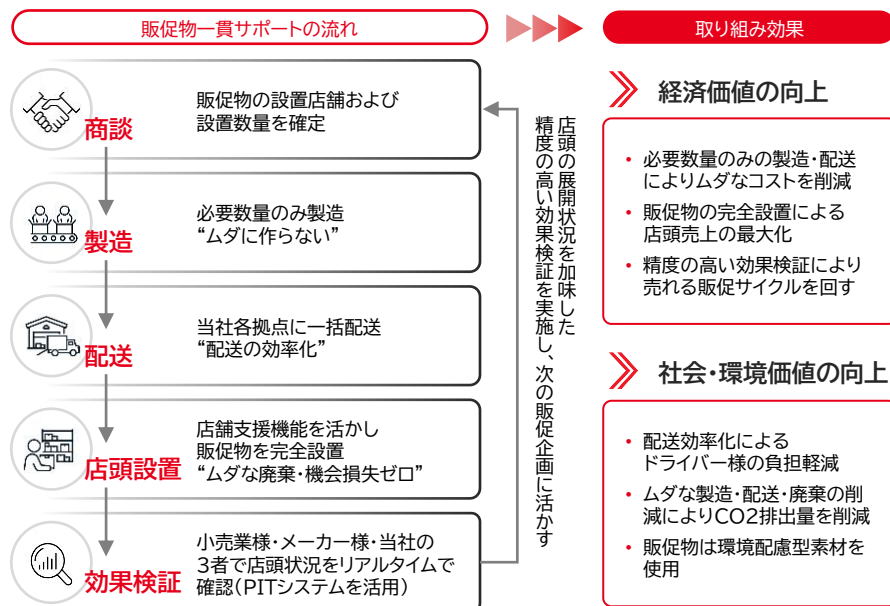
その第一歩として、流通全体に点在するあらゆる情報をデータ化し、つなぎ合わせることに取り組みます。当社はサプライチェーンの中間に位置する中間流通業として、川上から川下に至るあらゆる情報をデータでつなぎ流通プロセスを可視化することで、潜在的な課題を発掘し、最適なソリューションを提供できる仕組みを構築していきます。具体的には、デジタル技術の活用度を向上させ、各機能のソリューション能力を強化します。そして、提供した各ソリューションを通じて得たアナログ情報をデータとして蓄積し、それらのデータを当社の店頭情報共有プラットフォーム「PITシステム」に統合します。これにより、流通プロセスの可視化を通じた潜在的な課題の発掘と、より精度の高い課題設定に基づく最適なソリューションを提供し、店頭の売上最大化や流通のムリ・ムダ・ムラの解消、働き方改革の推進など、さらなるサプライチェーン全体の最適化・効率化に貢献していきます。



重点戦略.2 新たな価値創造に向けた挑戦

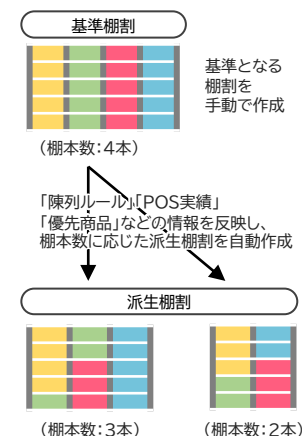
販促をデータでつなぐ「販促物一貫サポート」

「販促物一貫サポート」は、当社が有する店舗支援・SCM機能及び子会社の㈱ハバクリエーションの売場プロモーション機能の連携による販促物（販売促進のための売場什器）の企画・製作、梱包、配送及び店頭設置、その後の効果測定までを一貫して当社が担うサービスです。当業界は、商品のみならず販促物の流通においても多くのムダが存在しており、販売機会の損失や環境負荷を引き起こしています。「販促物一貫サポート」の提供により、販促物の製作段階から小売業様・メーカー様と連携し、販促企画に見合った数量の製造や効率的な配送、そして、店頭状況をリアルタイムで確認できる「PITシステム」を活用した販促物の完全設置と精度の高い効果検証の実現により、販促物の流通におけるムダを排除します。既に複数のお取引先様との取り組み効果が表れており、売上拡大に貢献するとともに社会・環境価値の向上につながる販促活動を実現しています。



デジタル化で作業負担を軽減「自動棚割機能」

小売業様に対する棚割提案活動の効率化を目的に、㈱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。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である一方、店舗毎に異なる条件を考慮しながら作る必要があり、製・配・販全体で負担の大きい作業となっています。本機能で作業の一部を自動化することで、作業時間の約6割（約18,000時間/年間）の削減を目指します。これにより創出したリソースを活用し、魅力的な「売場づくり」の強化とワークライフバランスの向上を図ります。



AI需要予測で食品ロス削減「自動発注サービス」

営業機能のソリューションのほか、当社のIT部門が開発した店舗運営システムの提供も行っています。

小売業様において食品ロスの削減が課題となる中、AIを活用した需要予測と自動発注システムにより食品ロス削減を目指すサービスを開始しました。本サービスは、AI自動発注の商材毎の得意・不得意を考慮し、不得意分野は従来の発注方式を活用できるハイブリッド運用が可能な仕組みを構築しています。実証実験では食品ロス10%削減を達成しました。今後は、AI自動発注の精度向上に努め、より多くの小売業様にご利用いただくことで、発注業務の効率化と食品ロスの削減に貢献していきます。



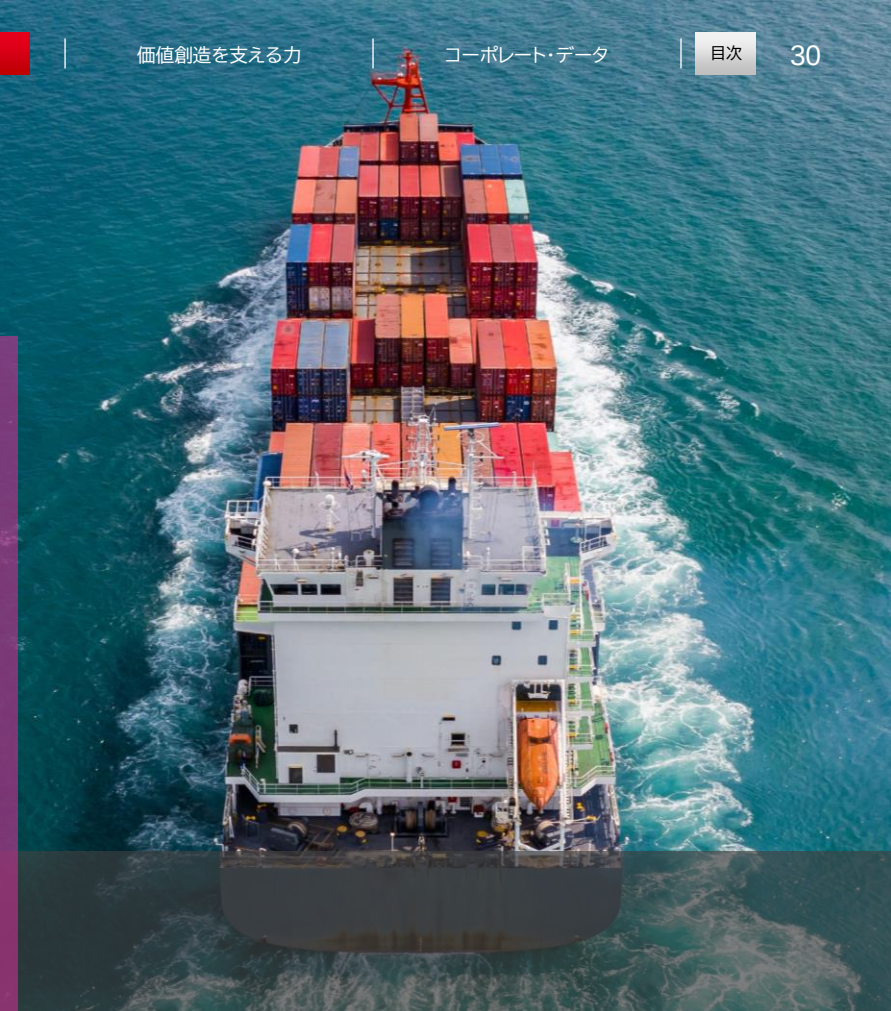
Value Creation Area グローバル

世界の人々の生活に彩りを増やす流通網を構築

国内の人口減少に伴う市場縮小や新興国における著しい経済発展を見据え、海外進出の意欲を強める国内メーカー様・小売業様が増加しています。しかし、商品・販路の確保や現地マーケティング戦略の立案など、海外進出には多くの課題が存在しており、これらの課題に向き合い、海外戦略を成功させることは、国内企業の今後の成長を左右する重要な要素となっています。

当社は、50年を超える貿易取引経験を通じて培った貿易ノウハウや現地代理店様とのつながりを有しています。また、2022年からは新興国に設立した現地法人において、日本で培った流通機能を活かした海外卸売業にも挑戦し、現地における有益な情報の収集力と販売力の強化を図っています。

今後は、これらの強みを活かし、まずはお取引先様の海外進出における課題解決に貢献します。そして、現地法人を含めた当社拠点をハブに、日本製品・海外製品を問わず、人々の生活に彩りを増やす商品がシームレスにつながるグローバルネットワークの構築に挑戦していきます。



》 環境認識

機会

- ・ 将来有望な海外マーケットの拡大
- ・ 国内小売業様・メーカー様の海外進出
- ・ 他国のマーケット情報に対するニーズの高まり

リスク

- ・ 他国製品との競争激化に伴う、日本製品の競争力低下
- ・ 人口減少に伴う国内経済の縮小
- ・ 海外製品調達ルートの開拓遅れによる国内競争力の低下

》 活かす強み



国内小売業様・メーカー様とのつながり

国内事業で培った数多くの国内小売業様・メーカー様との取引関係
当社のソリューション提供機会が豊富に存在



貿易ノウハウ

50年以上の貿易取引経験から培った現地代理店様との販売網と
販売ノウハウにより、日本製品を世界に広く流通させることが可能



現地法人から得られる鮮度の高い海外情報

将来有望なASEAN経済圏に現地法人（ベトナム・インドネシア）
を構え、鮮度の高い現地マーケット情報が収集可能

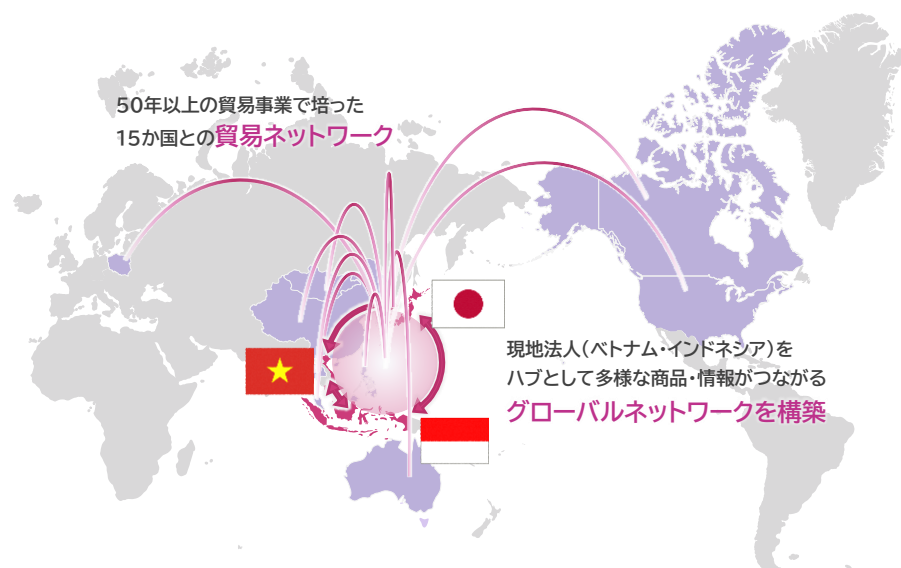
重点戦略.2 新たな価値創造に向けた挑戦

多様なニーズを満たす商品・情報が飛び交うグローバルネットワークの構築

海外事業における新たな価値創造に向けた第一歩として、今後の著しい経済成長が見込まれるベトナムおよびインドネシアに現地法人を設立しました。現地法人ならではの機動力と情報収集力を活かしたサービス提供により、国内メーカー様の海外進出のサポートや現地ニーズに適した品質の高い日本製品の提案で好評を得るなど、着実に現地法人ビジネスのノウハウを獲得しています。

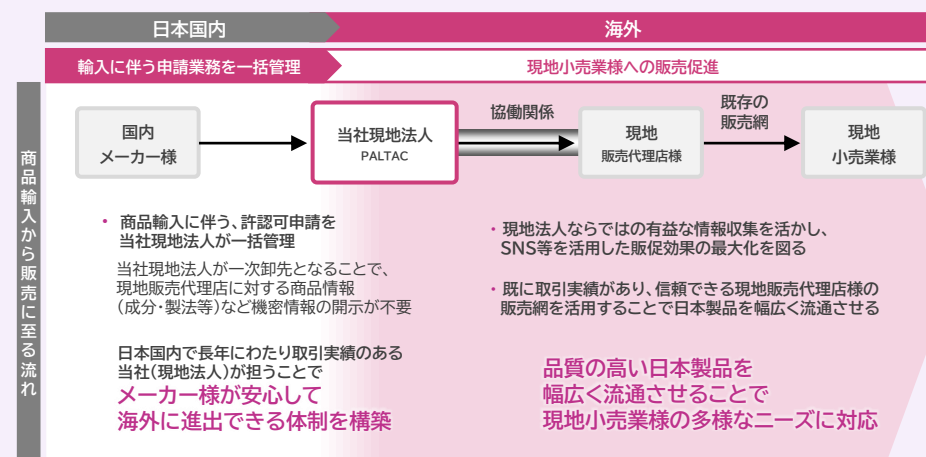
今後は、現地法人の規模拡大に向けた新たな挑戦を進めていきます。これまでの日本製品の販促提案に加え、現地ブランドの開拓に取り組み、現地製品の国境を越えた流通拡大に挑戦します。また、販売網の拡充に向けて、現地有力企業とのM&A・アライアンスを積極的に検討していきます。これらの取り組みにより、現地法人をハブとして魅力的な商品や有益な情報がシームレスにつながるグローバルネットワークの構築に挑戦していきます。

また、ネットワークの構築においては、今後の経済成長が見込まれる近隣諸国での新たな拠点構築に向けた調査も進めていきます。



ネットワークのハブとなる「海外現地法人」

現地法人を設立したベトナムとインドネシアは、若年層が多く人口も増加傾向にあり、今後の経済成長が期待できます。一方で、日本国内のメーカー様としては、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、進出の希望があるものの、ハードルは高い状況です。そこで、当社の現地法人が、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で課題解決を図っていきます。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」を当社グループが直接担うことで、メーカー様の海外進出をサポートします。また、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、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。これらを通じて、品質の高い日本製品を幅広く流通させることで、現地の人々の豊かで快適な生活の実現に貢献していきます。



現地の人々の豊かで快適な生活の実現に貢献
海外における卸売事業のノウハウを蓄積し他国への水平展開の礎に

Value Creation Area

ロジスティクス

持続可能な「当たり前」をミライの日常へ

労働人口の減少や気候変動など、モノが運べなくなるリスクの高まりを受け、日本の物流をめぐる環境は大きく変化しています。持続可能な社会の実現においては、流通のムリ・ムダ・ムラを解消し、「強く」「しなやか」で「高効率」の物流システムを構築することが重要な課題です。

当社は、従来からサプライチェーン全体の最適化・効率化を目指し、全国物流網の整備や先端技術を活用した物流センターの構築などを通じて、中間流通における高効率物流基盤とノウハウを獲得してきました。今後においては、培った強みにイノベーションを起こし、効率性をさらに追及したダントツNo.1の生産性を誇る物流モデルを創出していきます。

これに加えて、新たな物流領域におけるノウハウの獲得、業種や慣行の枠に収まらない協業により、「必要なモノが必要なときに必要なヒトへ届く」持続可能な「当たり前」を、ミライの日常にお届けする物流ネットワークの創造に挑戦していきます。

》 環境認識

機会

- ・ 高効率物流網に対するニーズの高まり
- ・ 物流現場における標準化ニーズの高まり
- ・ 物流シェアリング市場の発達
- ・ 持続可能性の獲得に向けた社会全体の行動変容(返品削減の推進 etc.)

リスク

- ・ ドライバー不足に伴う輸送力の大幅な低下
- ・ 人手不足に伴う物流センター稼働の困難化
- ・ 商材の多様化に伴う物流オペレーションの複雑化
- ・ 資材/人件費高騰による収益性低下
- ・ 自然災害の激甚化によるサプライチェーンの停止
- ・ 化石エネルギーに対する規制の強化

》 活かす強み



仕組みを作るノウハウ

店舗作業を起点にサプライチェーン全体を俯瞰した物流デザイン、センターを効率的に運用するマテハン・ソフトウェアの内製化により、最適化・効率化を推進する仕組みを創出



仕組みを改善するノウハウ

データを活用したプロセスの可視化、蓄積した分析手法・改善施策の組み合わせにより、仕組みを継続的に改善



日本全国に高効率・大型物流センターを展開

高効率・大型物流センターを中心とした全国物流網により、どのエリアにおいても高品質の流通サービスを提供



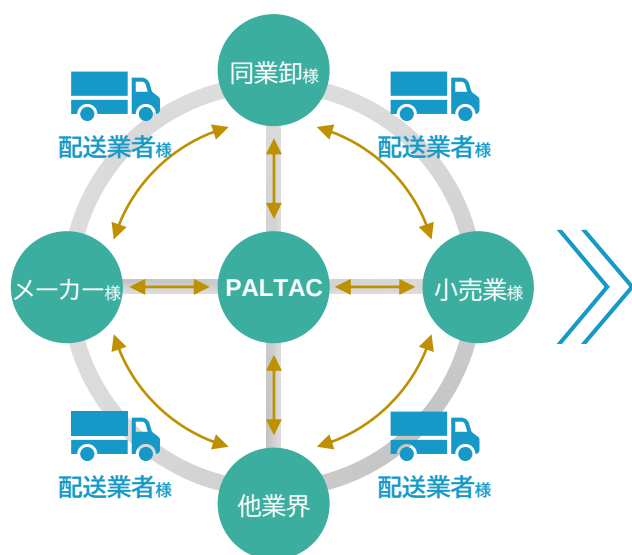
重点戦略.1 既存事業の収益性改善

協働の推進と多角的な改善アプローチによりドライバー不足に対応できる配送網を構築

モノの輸送を取り巻く環境は年々厳しくなっており、2024年4月から自動車運転業務にも適用された時間外労働の上限規制により、トラックドライバーの不足に拍車がかかっています(物流の2024年問題)。それと同時に、需要の超過などにより配送費は確実に上昇していくことが見込まれ、仕組みを抜本的に見直さなければ「モノが届かない・運べない」社会が数年のうちに現実となってしまう可能性があります。

仕組みの見直しにおいては、待ち時間の削減、積載効率の向上、運転時間の短縮、モーダルシフトなどがポイントとなりますが、各企業が単独でできる施策については既に取り組みが進んでおり、今後は商慣行の見直しなども含め、競争や業界の垣根を越えた協働の輪をさらに広げ、施策の効果を高めていくことが必要と考えています。

このようななか、当社は中間流通において培った、仕組みをデザインするノウハウ、データをもとに仕組みを改善するノウハウを活かして協働を推進し、多角的な改善アプローチによりドライバー不足へ対応できる配送網を構築していきます。



改善ポイント	代表的な施策
待ち時間の削減 (荷役・荷待)	- ロジスティクスEDI*の促進 - 入荷予約システム - マテハン標準化
積載率の向上	- 共同配送 - 納品回数の調整 - 発注量の調整 - 納品期限の緩和
運転時間の短縮	中継輸送
モーダルシフト	鉄道や船舶の活用

* EDI(Electronic Data Interchange):
企業間の商取引で発生する発注・納品・請求等の情報を電子データとしてやり取りするシステム

配送マネジメント力の向上

ドライバー不足への対応を進めるうえで重要な視点はドライバー様の労働環境改善です。協働による配送改善を推進するにあたり、まずは配送業者様と「配送管理の可視化」を目的に配送マネジメントシステムの構築を進めています。

配送の数量やコースなど自社で取得できるデータから一歩踏み込み、ドライバー様の業務に係るデータの取得・分析を通じて、配送課題を広く把握することで、取り組みの幅を広げていきます。

配送関連データを結合した 配送マネジメントシステムを構築

PALTACが 保有するデータ

- ・ 配送コース
- ・ 配送日
- ・ 配送数量
- ・ 商品情報 など

配送業者様が 保有するデータ

- ・ 荷積時間
- ・ 休憩時間
- ・ 配送ルート
- ・ トラック情報 など

重点戦略.1 既存事業の収益性改善

輸送工程の見直しによる改善

メーカー様から当社への配送においては、当社から小売業様への配送と比較すると、物量が多く、エリアを跨ぐ(配送距離が長い)配送が多い傾向にあります。この特色をおさえ、メーカー様・配送業者様と協働で輸送工程の見直しを実施し、発注のタイミングや量などを当社(荷受側)でコントロールすることにより、配送距離(運転時間)の短縮や車両台数の削減を進めています。

直送仕入による輸送工程の改善



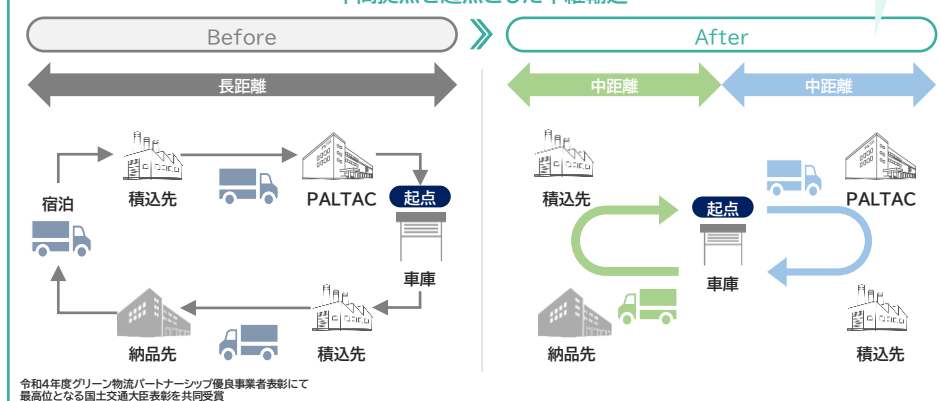
少量多頻度のトラック輸送を、発注調整システムを活用したコントロールにより、メーカー様工場からの直送仕入、トレーラ輸送による一括輸送へ切替
(ユニリーバ・ジャパン様、鈴与株式会社様との協働)

詳細はリリース文書^{*1}をご参照ください。

貸切車両による長距離輸送を、発注ロット・発注曜日・納品時間帯のコントロールにより、中間拠点を起点とした中継輸送へ変更
(ユニリーバ・ジャパン様、ライオン株式会社様、鈴与株式会社様との協働)

詳細はリリース文書^{*2}をご参照ください。

中間拠点を起点とした中継輸送



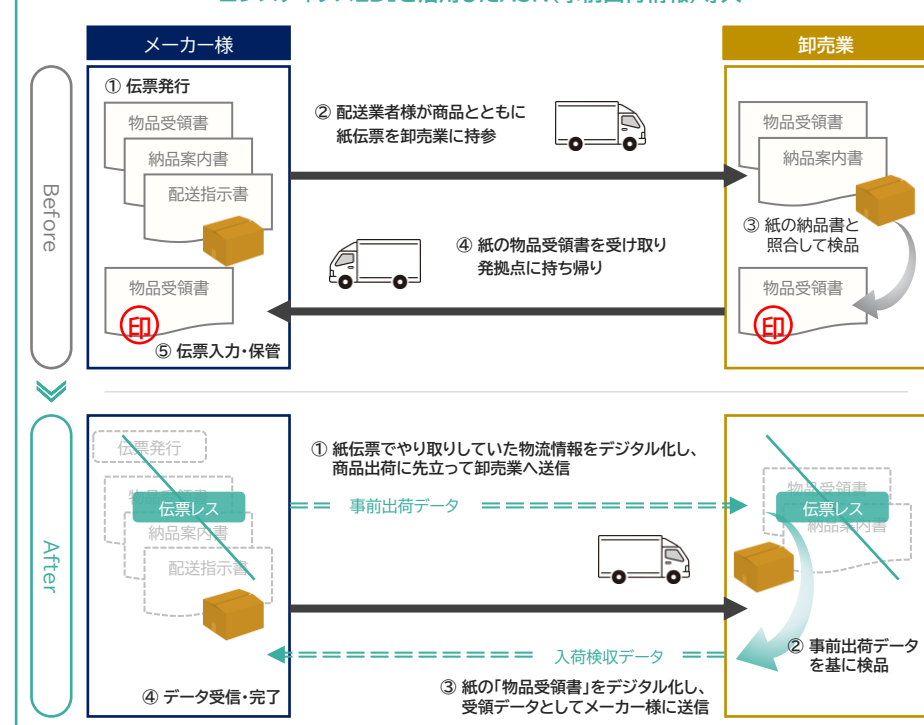
^{*1} 2023年12月19日「グリーン物流優良事業者表彰にて最高位である国土交通大臣表彰 共同受賞」 当社HP IRニュース: <https://www.paltac.co.jp/tomorrow/news.html>
^{*2} 2022年12月23日「グリーン物流優良事業者表彰にて最高位である国土交通大臣表彰 共同受賞」

データの「つながり」による生産性向上

物流現場には、紙を中心としたアナログ業務が多く残っており、デジタル化による生産性向上のチャンスが眠っています。当社は、EDIサービスを提供するプラネット様・メーカー様・同業卸様等と連携して、EDIを活用したメーカー様の出荷情報の事前データ連携(ASN)による商品入荷時の検品作業簡素化や紙伝票の電子化について、業界標準化に向けた取り組みを進めています。出荷情報を事前に、かつデータで「つなぐ」ことで、検品作業の簡素化によるドライバー様の待ち時間削減、紙伝票の電子化による印刷・保管・受け渡し・入力作業の削減など、幅広い効果を生み出すことが可能になります。

詳細はリリース文書^{*3}をご参照ください。

ロジスティクスEDIを活用したASN(事前出荷情報)導入



^{*3} 2023年8月29日「物流デジタル化による業界全体の生産性向上に関するお知らせ」 当社HP IRニュース: <https://www.paltac.co.jp/tomorrow/news.html>

重点戦略.2 新たな価値創造に向けた挑戦

業界をリードする生産性ダントツNo.1の物流モデル

当社は、将来の環境変化に対応し持続的な成長を続けるため、サプライチェーン全体の最適化・効率化を視野に高効率の全国物流網の構築を続けてきました。なかでも、中間流通の物流において特に重要な役割を占める物流センター内のバラピッキングにおいては、1998年のRDC近畿稼働以降、SPIECモデルに改善を重ねることで、より早く・より正確なピッキング作業を実現しました。さらに、2018年以降に新設した物流センターでは、労働人口の減少を見据え、既存のノウハウとAI・ロボティクスなどデジタル技術の融合により開発した、SPIECモデルの2倍の生産性を誇るSPAIDモデルが活躍しています。

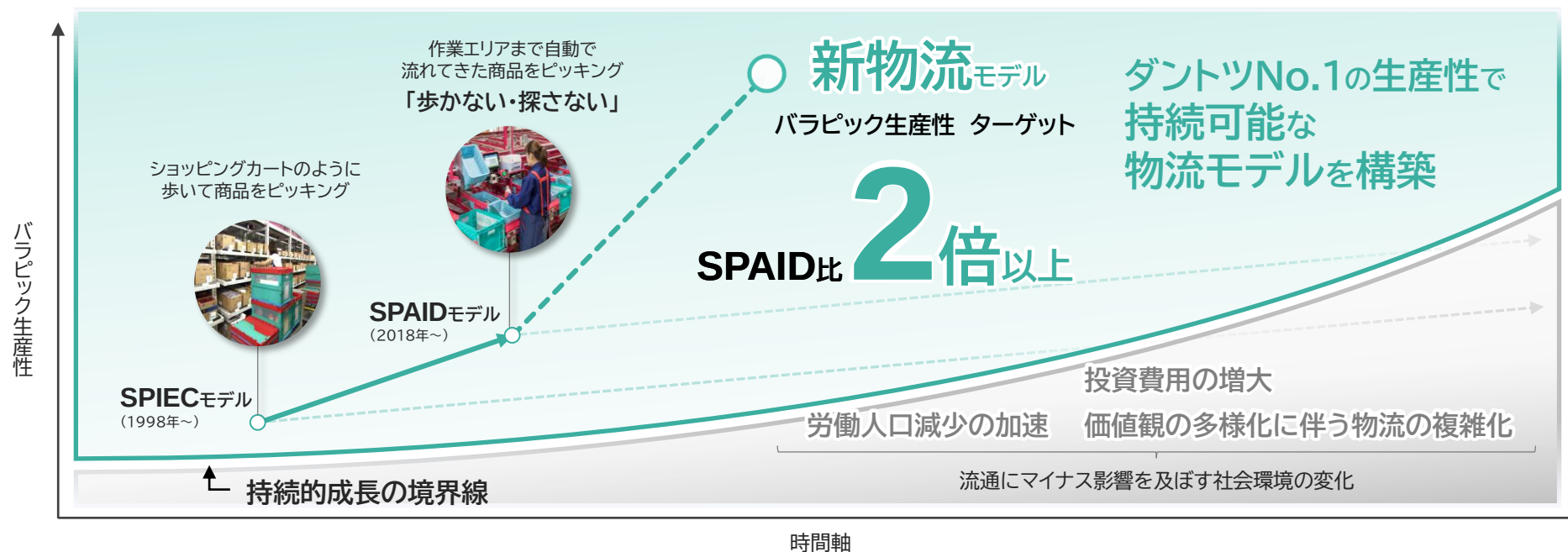
しかし、労働人口の減少に加えて、資材価格の高騰による投資費用の増大や価値観の多様化に伴う物流オペレーションの複雑化など、流通にとってより厳しい環境の変化に対応していくためには、さらなる生産性の向上が必要となります。

そこで当社は、200名を超える「仕組みを生み出す」専門人財の力とこれまで培ったノウハウを源に、SPAIDモデルのさらに2倍の生産性をターゲットとする、物流センターオペレーションのイノベーションに挑戦します。これにより、未来の流通を、そして当社の持続的成長を支える「生産性ダントツNo.1」の物流モデルを構築していきたいと考えています。

物流モデルの変遷と今後のターゲット

バラピッキング:単品(バラ)単位で商品をピッキングすること(物流センターにおける作業の約6割を占める)

中間流通の物流では、メーカー様からケース単位で入荷した商品を在庫し、小売業様の発注に応じてバラ単位の商品をカテゴリ毎にまとめ、より早く・より正確に出荷することで、店頭の豊富な品揃えを支えています。



重点戦略.2 新たな価値創造に向けた挑戦

ダントツNo.1の生産性、ノウハウ・つながりの増強により物流ソリューションの価値提供領域を拡大

今後、労働人口減少は加速し、トラックドライバー様のみならず物流のあらゆるプロセスで人手不足の深刻化が想定されます。その一方で、価値観の多様化に伴い、サービスや商品のパーソナル化が進むことで「多品種・少量生産・少量販売」が増加し、物流のオペレーションはより複雑になっていく可能性があります。

このようななかでも、「必要なモノを必要なときに必要なヒトへ届けつづける」ためには、未だかつてない圧倒的な生産性を備えた物流ネットワークが必要になると考えています。

そこで当社は、物流ネットワークにおける「なくてはならない存在」になるため、過去から徹底的に効率を追求してきた物流センターの生産性を、ダントツNo.1に高める新物流モデルの開発を進めていきます。これにより培ったノウハウや生み出したキャパシティに加え、食品物流など新規領域におけるノウハウの蓄積、競争や業界の壁を越えた配送網の構築を進めることで、カテゴリや業種の壁を超えて物流の価値提供領域を拡大していきたいと考えています。

物流ソリューションの価値提供領域

生産性
ダントツNo.1の
物流モデル構築

既存領域のノウハウ

これまでに
蓄積した
物流ノウハウ

価値提供領域の さらなる拡大へ

協働配送網の構築
食品物流ノウハウの獲得

2024年9月：RDC宮城 食品物流スタート

つながり/新規領域のノウハウ

非食品・食品の一括物流

株式会社薬王堂様との協働で、非食品（化粧品・日用品など当社取扱カテゴリ）と食品の一括物流に挑戦しています。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。非食品と食品の一括物流により、配送の効率化に加えて、カテゴリ納品等の当社ノウハウを食品に展開し、店舗における陳列作業の効率化を図っていきます。また、取り組みを通じて、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、物流の価値提供領域の拡大につなげていきます。

