

4 価値創造を支える力

- 40 DX戦略
- 44 サステナビリティマネジメント
- 45 人財
- 50 環境
- 56 コーポレート・ガバナンス
- 64 コンプライアンス
- 65 人権尊重
- 65 安全対策
- 66 災害対策
- 66 品質管理



DX戦略

デジタル技術の活用による流通全体の「つながり」と「生産性」の革新

私たちは、デジタル技術を活用した流通全体のイノベティブ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。単なる業務のデジタル化にとどまらず、流通の構造そのものを変革することで、持続的な価値創造を実現していくことが、私たちのDXの本質です。

その実現に向けてまずは、デジタル人財の育成、DXガバナンスの強化や組織余力の創出を通じて、DX推進基盤の整備に取り組んでいます。こうして生み出されたリソースを活用し、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を積み重ねることで、流通全体の生産性革新に挑戦していきます。

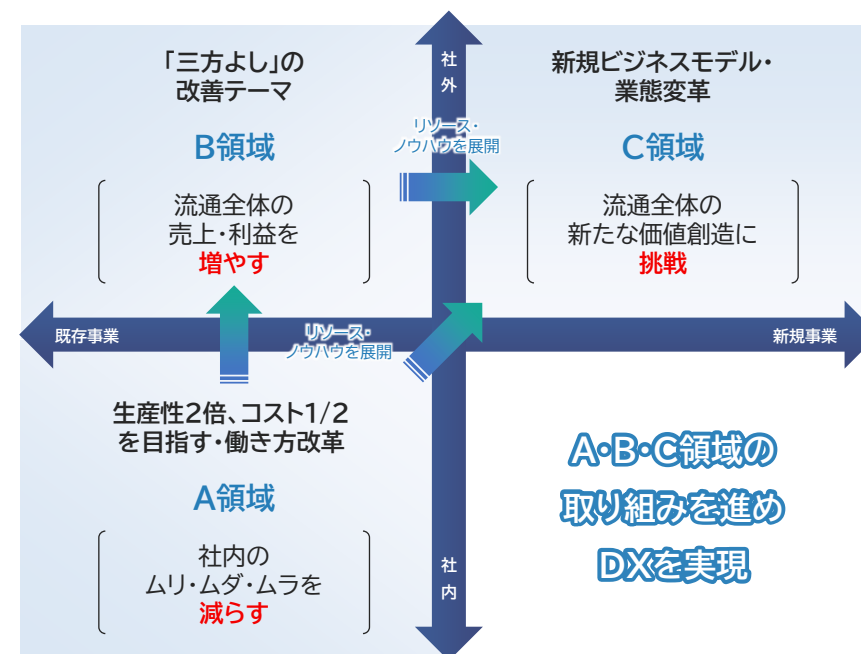
DXの取り組みは、「社内・社外」「既存事業・新規事業」の視点から、A・B・Cの3領域に分類して進めています。A領域では、業務プロセスを変革することで社内のムリ・ムダ・ムラを減らし、社外への価値提供に向けたリソースの創出を目指します。B領域では、既存事業における社外への価値提供を通じて、流通全体の売上・利益の向上を図りつつ、新たな価値創造につながる課題の抽出、データの蓄積を進めています。C領域では、A・B領域で得たリソースやノウハウを投入し、流通全体の新たな価値創造に挑戦するサービスの展開を目指します。

私たちが目指すもの

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



取り組みターゲット 3つの領域



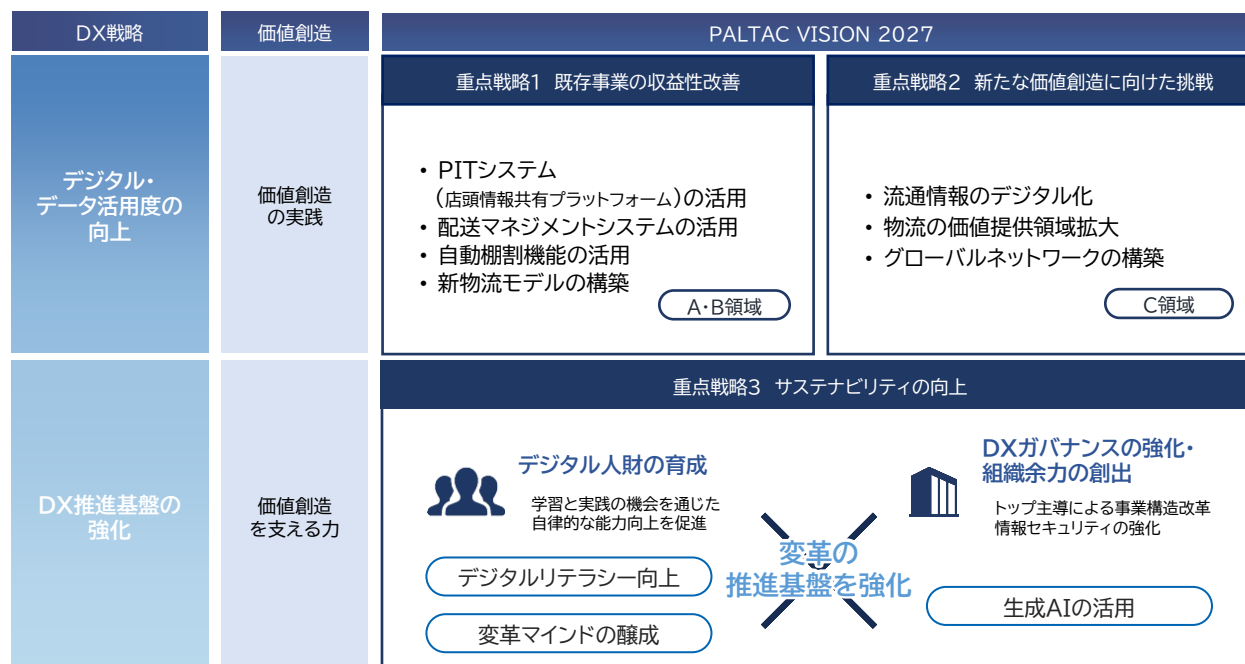
DX戦略

PALTAC VISION 2027におけるDX戦略の位置付け

現中期経営計画は、長期ビジョンを実現するための変革基盤を構築する3年間と位置付けています。変革基盤の構築には、「デジタル・データ活用度の向上」と「DX推進基盤の強化」が欠かせません。

「デジタル・データ活用度の向上」については、流通の中間に位置する当社だからこそ得られる流通のあらゆるデータを収集・管理し、それらを活用することで、多様なニーズに対応できるソリューションを提供するデータドリブンな価値提供を目指します。

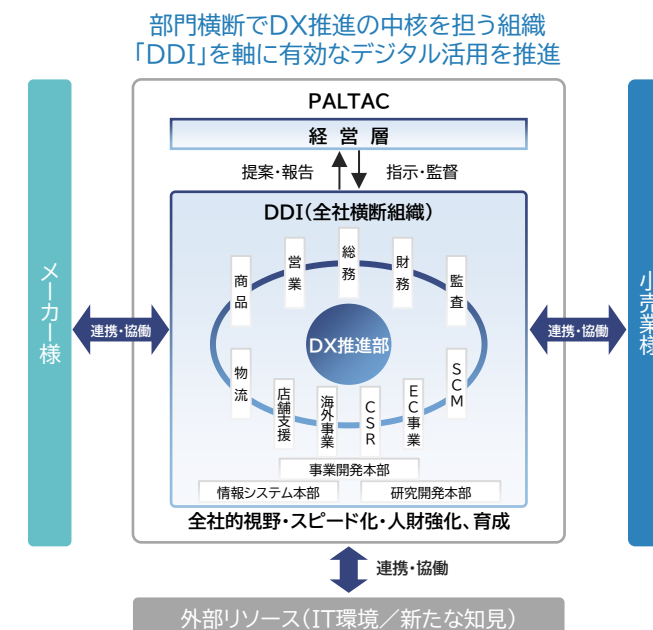
そして、それらの効果的な実現に向けて「DX推進基盤の強化」に注力していきます。具体的には、デジタル人財の育成に向けて、学習と実践の機会の提供により、自律的な能力向上を促進し、新たな価値創造に挑戦する変革人財を育成します。また、情報セキュリティを強化しDX推進に伴うリスク管理を徹底するとともに、トップ主導で事業構造改革を推し進め、デジタル活用による業務の効率化と外部リソースの活用により、当社従業員が付加価値の高い業務に集中できる環境を構築していきます。



DX推進体制

デジタル・データ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、社内の「つながり」を視点に、社内公募で集まったメンバーで構成する部門横断型のDX推進組織「DDI*」を構築しています。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」を図っています。

* DDI(Digital Dynamics Initiative)



DX戦略

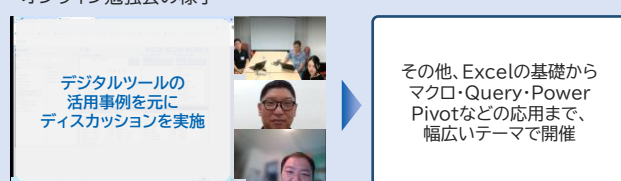
デジタル人材の育成

私たちは、加速度的に進化するデジタル技術、特にAIへの対応が、企業の持続的な成長と競争力の源泉になると考えています。変化の激しい環境下において、社員一人ひとりがデジタルを“自分の道具”としていかに使いこなせるかが、業務や組織の変革、そして新たな価値創造のカギを握ります。この考えのもと、戦略に応じた人材ポートフォリオを構築し、全社員が高いレベルでデジタルを理解・活用できる体制を整えています。

変革マインドの醸成

従業員が自ら変革に挑戦し、デジタルやAIを積極的に活用する意識を育むため、社内コミュニケーションと知識共有の基盤を構築しています。その一環として設けた「DXの広場」は、地理的な距離や職種を超えて従業員が課題を持ち寄り、改善策の共有や相談、知識交換を行うデジタルワークスペースです。ここでの対話や事例共有を通じて、他部門の視点や新しい発想に触れ、自らの業務改善や挑戦への意欲を高めることを促進しています。さらに、醸成されたマインドを行動につなげるため、基礎から実践までを支援する学びの仕組みの充実を図っています。eラーニングによる基礎教育やオンライン勉強会に加え、「DXの広場」で得られた知見や改善事例を「DXポータルサイト」に集約し、形式知化して組織の資産として蓄積・共有。これにより、「視野・視点・視座の拡大」「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」へとつなげています。また、デジタル活用を組織全体に広げる仕組みや、環境を構築するクラウドエンジニア、ビジネスアーキテクトなどの専門人材については、専門教育プログラムやキャリアパスの整備を通じて、継続的なスキル向上を促進しています。

オンライン勉強会の様子



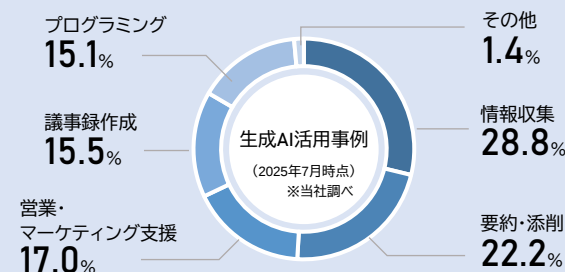
生成AIの活用

生成AIは、業務改善にとどまらず、ビジネスのスピードとスケールを飛躍的に高める可能性を秘めています。従業員一人ひとりが生成AIを“信頼できるパートナー”として活用し、新たな価値を共創できるよう、活用のレベルを高めるための段階的な支援と環境整備を進めています。

AIの活用を前提とした業務プロセスの確立へ

生成AIを効果的に展開するためには、まずは成功事例の作成と共有が重要と考え、イノベーター気質の高い従業員を対象にライセンスを配布しました。加えて、生成AIの利用には様々なリスクが潜むことから、安全な活用を目的に、ライセンスの配布とあわせてAI利用ガイドラインに基づく教育を実施し、情報セキュリティやコンプライアンスの確保を徹底しました。先行利用者による「DXの広場」での対話や事例共有、活用ノウハウの共有が進んだこともあり現在では、約1,000名にライセンスの配布を拡大しています。これにより社内外の情報収集や、市場分析をはじめとする営業の分析活動支援、資料作成支援など、日常業務の効率化と品質向上につながっています。

今後は、活用度の高い従業員を「伝道師」として位置づけ、全社の活用レベルをさらに高める中で、個々の業務レベルでの効率化や品質向上にとどまらず、AIの活用を前提とした業務プロセスへの移行を進め、その先の新たな価値創出を目指します。



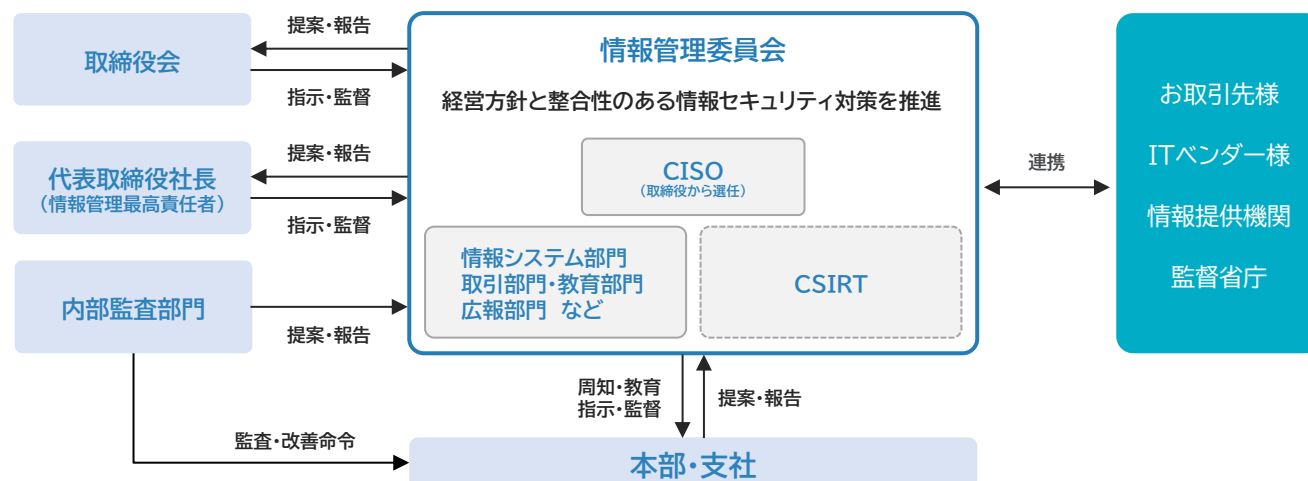
DX戦略

情報セキュリティ体制

社会全体のデジタル化の進展に伴い、セキュリティ上の脅威は増大しており、企業においても、サイバー攻撃などにより操業が停止する被害が増加しています。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積極的に活用するとともに、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情報セキュリティリスクへの対応強化に取り組んでいます。サイバーセキュリティを含む情報セキュリティ体制としては、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。

現在は、前期に発足したCSIRT*を中心に「もしも明日業務が止まったら？」を想定し、インシデント発生時の対応強化に取り組むとともに、サプライチェーンのセキュリティ強化を見据え、デジタルでのつながりを前提として、社外の連携先の拡大に注力しています。インシデント発生時の対応強化については、実際のインシデントを想定した訓練や訓練を通じたマニュアルの整備などに取り組んでいます。

■ 情報セキュリティ体制

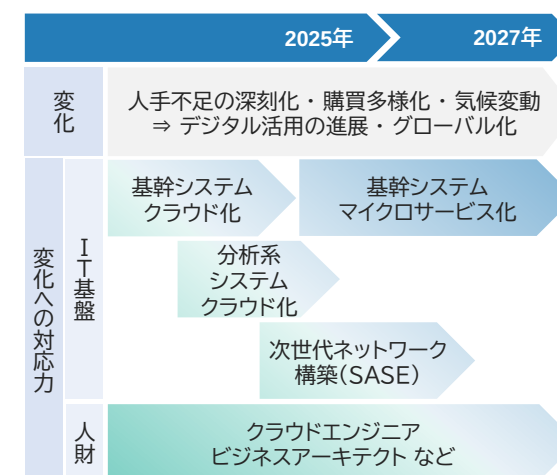


* CSIRT(Computer Security Incident Response Team)

DX推進を支えるIT基盤強化

流通におけるデジタル活用の進展(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、システム基盤の再構築と専門人財の獲得・育成(「攻めのIT」への転換)を進めています。基盤の再構築においては、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。基幹システムと分析系システムのクラウド化は完了しており、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、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)の構築に取り組んでいます。

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確保に取り組んでいます。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を整備し、継続的なスキル向上を促進しています。



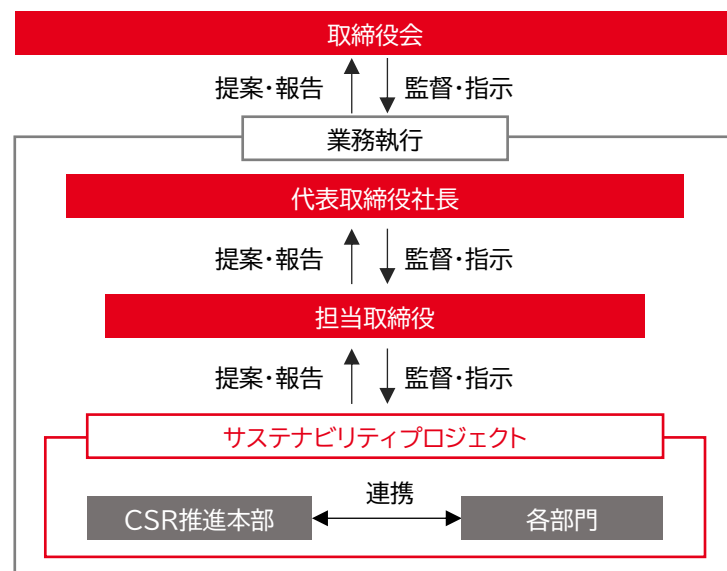
サステナビリティマネジメント

私たちは、いつの時代も「人々の豊かで快適な生活の実現」を目指して、流通の最適化・効率化を通じて社会課題の解決に取り組んできました。そして、社会が目まぐるしく変化を続ける現在、この先のミライにおいても人々の豊かで快適な生活を実現していくためには、流通にさらなるイノベーションを起こすことが必要不可欠だと考えています。私たちは、「誠実と

ガバナンス

気候変動への適切な対応や人的資本の向上といったサステナビリティ課題への対処に向けて、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、事業に影響を及ぼすリスク・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

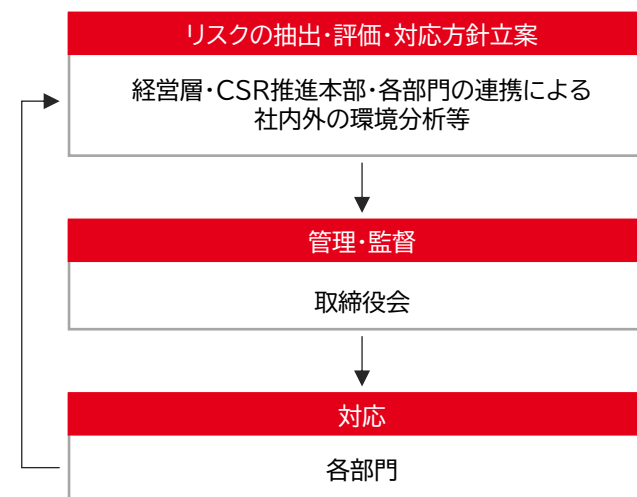


信用」を行動の原点とするサステナビリティ基本方針のもと、これに沿った事業活動を推進しています。そして、PALTACと関わるすべてのみなさまとの「つながり」、創業以来126年以上にわたり築き上げた「つなぐ力」を活かして流通のイノベーションに挑戦し、社会や環境における新たな価値の創造を通じた持続可能な社会の実現に貢献していきます。

リスク管理

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、気候変動や人的資本投資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、定期的に取り締役に報告され、取締役会において管理・監督を行い、中期経営計画の戦略に織り込んで対応を進めています。

■ リスク管理プロセス



人財価値の最大化

当社は、人財こそが価値創造の源泉かつ最も重要な資産であると考えており、長期ビジョンにおいて、多様な人財が互いを尊重し合い、自律・自発の活躍を通じて、個人と会社の成長、ひいては社会の成長を目指しています。ビジョンの実現に向けては、「多様な人財の

戦略

多様な人財の育成・確保については、既存の枠組みに捉われず、新たな流通の形をデザインできる人財や、デジタル技術を最適な形で活用しアイデアを具現化できる人財など、長期ビジョンの実現に向けて必要となる人財のポートフォリオを構築し、ポートフォリオに沿った能力開発プログラムの設計と運用及び柔軟な採用を進めていきます。また、ジョブローテーションの活性化や公募制の部署異動を通じて、新たな学習の機会を提供するとともに、異なる部門という視点での「知と経験のダイバーシティ」にもつなげていく考えです。

活躍を促す環境整備については、自律的なキャリア形成をサポートする制度の整備、タレントマネジメントを活用した人財一人ひとりの特性に応じた最適配置などにより「働きがい」を高めていきます。加えて、性別などの属性を問わず活躍を促すための各種制度の整備や働き方改革、オフィスの快適性向上などにより、多様な価値観を最大限活かせる「働きやすい環境」を構築していきます。

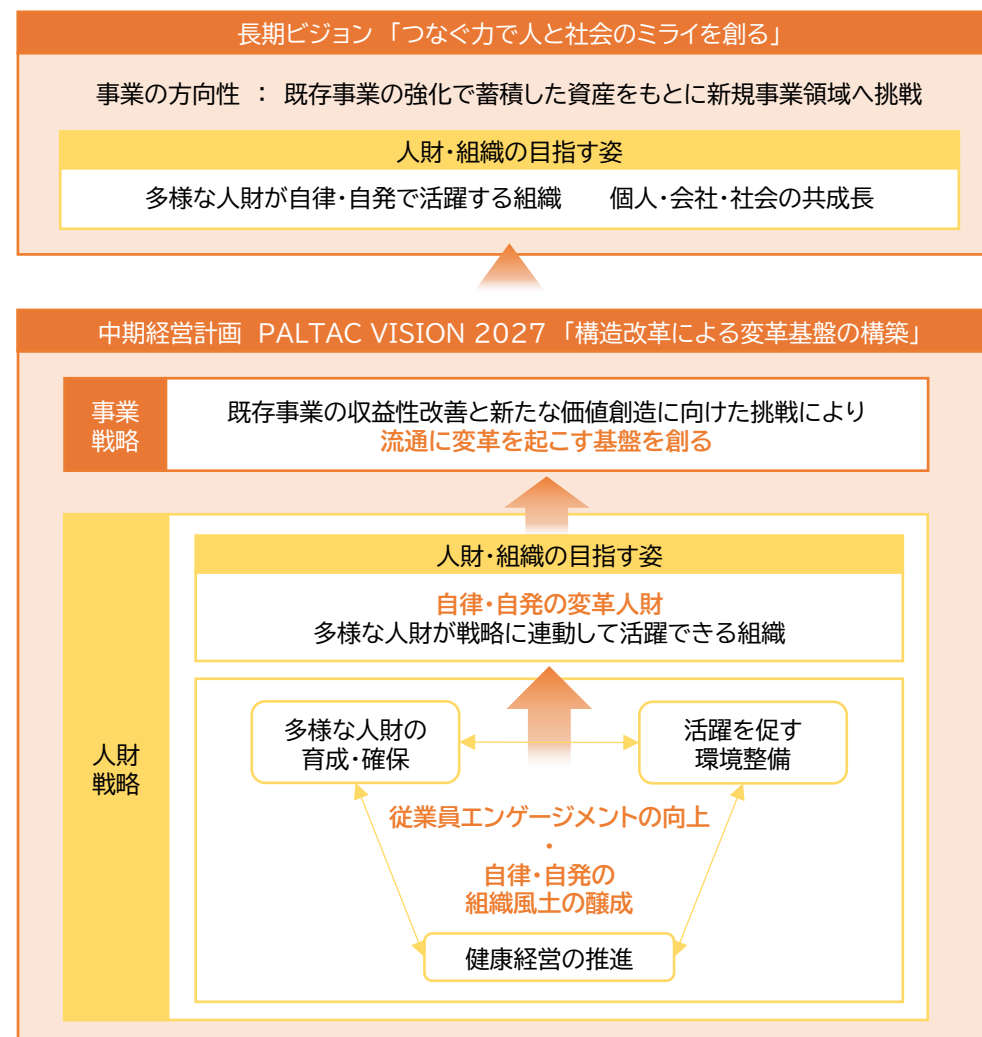
健康経営の推進については、セミナーや研修の充実による一人ひとりの意識向上、心と身体を守る各種サポートの充実、職場の労働安全衛生を守る専門チームの強化などを通じて、すべての取り組みの根幹となる従業員の健康と安全をトータルでケアする体制を強化していきます。

指標と目標

目標	指標(2027年3月期)		実績(2025年3月期)
多様な人財が 自律・自発で活躍する 組織の構築	女性管理職比率	8.4%	6.9%
	男性の育児休業取得率	60%	47.9%
	エンゲージメントスコア*	55.0	51.2

*エンゲージメントスコア:株式会社リンクアンドモチベーションの「モチベーションクラウド」により計測

育成・確保」、「活躍を促す環境整備」、「健康経営の推進」に積極的な投資を実行することで、各取り組みの相乗作用を促し、自律・自発の組織風土の醸成と従業員エンゲージメントの向上を図っていきます。



人財価値の最大化

継続的な人財育成

長期ビジョンの実現に向けて、事業戦略遂行に必要なスキルやマインドのアップデート、リスキリングの機会を継続的に提供しています。個人の成長ステージに応じた階層別研修に加え、各本部主催の専門研修、公募型研修制度、多種多様な通信教育などを通じて、従業員が自律的に学び、プロフェッショナルな人財へと成長できる環境を整えています。

研修体系図

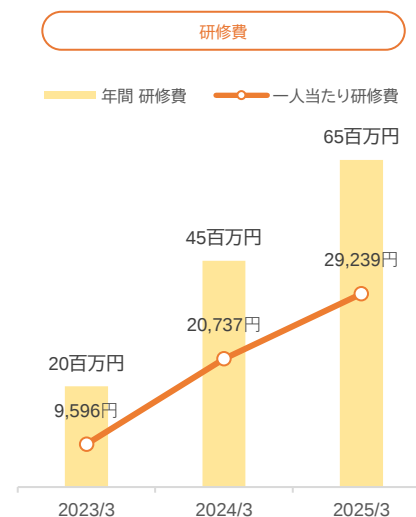
役職	育成テーマ	階層別研修	キャリア形成研修	選抜型研修	共通研修(共通教育)	専門研修	オンライン研修	自己啓発支援
部長・次長 上席 研究員	経営力強化 ◆ 志の醸成 ◆ リーダーシップ強化 ◆ 経営管理能力強化 ◆ 組織運営力強化 ◆ 経営視点強化		新任部長研修 (対象者: 新任部長・次長・上席研究員)					
課長 主任 研究員		360度評価 (評価フィードバック)	新任課長研修 (基礎編・応用編) (対象者: 新任課長・主任研究員)	PALTAC スクール (次世代育成)				
係長 研究員	マネジメント強化 ◆ 人財育成力強化 ◆ 管理能力強化 ◆ リーダーシップ強化 ◆ スキル強化		新任係長研修 (評価者研修・フォロー研修) (対象者: 新任係長・研究員)	PALTAC ジュニア スクール (次世代育成)	各本部主催研修(人事・CS・業務・システム・ストア・ソリューション・ロジステックス) PALTAC 知識・スキル 共通研修 ・ 評価者研修 ・ 共通教育カリキュラムコンテンツ		オンライン研修(メディカルグループ) オンライン研修(グローバル)	PALTAC 通信教育
主任 技師	スキル強化		主任研修	ロジカル シンキング 研修				
一般	土台固め ◆ ビジネススタンス強化	新入社員研修 新入社員フォロー研修 2年目フォロー研修 4年目研修						

2025年3月期は、従業員一人ひとりの主体的な成長を支えるため、「学び」「対話」「キャリア支援」の3つの観点から人財育成の取り組みを強化しました。

学びの促進においては、オンライン学習サービスなどを活用し、ビジネススキルや思考力、マネジメント力などを体系的に学べる仕組みを整えました。自身の関心や課題に応じて柔軟に学習を進められる設計が、自律的な成長の後押しにつながることを期待しています。

対話の促進としては、「1on1研修」を強化しました。上司と部下の定期的な対話を支援することで、キャリア形成や業務上の課題の共有、従業員の意欲や成長ニーズの把握を促し、育成方針の精度向上や適切な人財配置につなげています。また、従業員同士が価値観や課題を率直に語り合う「エンゲージメントワークショップ」も開催し、組織全体の一体感とエンゲージメントの向上を同時に図っています。

さらに、キャリア支援と人財の最適活用に向けて、タレントマネジメントの取り組みを推進しています。保有資格や業務経験の可視化を通じて、個々のスキルや志向に応じたキャリア形成を支援するとともに、公募制による異動なども取り入れたジョブローテーションを積極的に展開することで、部門を越えた「知と経験のダイバーシティ」を促進し、変化に柔軟に対応できる創造性豊かな人財の育成に取り組んでいます。



1on1研修やエンゲージメントワークショップの開催、通信教育の充実により、研修費の総額・一人当たりの研修費ともに増加傾向にあります。

人財価値の最大化

多様な人財の活躍・働きやすい環境整備

イノベーションを創出するためには、多様性を活かした組織運営と、個々の力を最大限に引き出す働きやすい環境づくりの両立が不可欠と考え、この2つが相互に補完し合う施策を展開しています。

多様性の一側面として、女性管理職比率の向上を指標に設定し、短期的には2027年3月期末までに8.4%への引き上げを目標としています。現時点では女性従業員の比率が低いため、一挙に比率を引き上げることは困難ですが、中長期的な目線で着実に取り組みを進めていく方針です。取り組みとしては、採用強化によって裾野の拡大を図るとともに、後述する働きやすい環境づくりを通じて、出産・育児などのライフイベントを迎えても、キャリア形成につながるよう、継続的な経験の蓄積と挑戦の機会を支援しています。また、施策の検討にあたっては、女性管理職や女性社員を対象とした意見共有会などを通じて現場の声を収集し、

課題の抽出と改善につなげています。

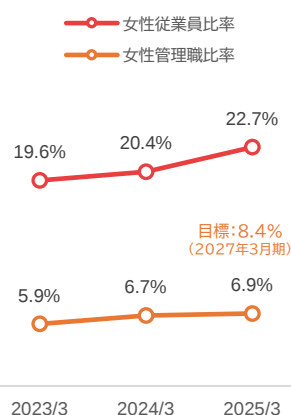
多様性の定義は、異なるバックグラウンドや専門性にも広がっています。AI・データ分析・クラウドなどのデジタル技術に精通した人財をはじめ、幅広い分野でキャリア採用を強化しており、即戦力としての登用を通じて、組織の知見を広げています。さらに、2024年4月にはアルムナイ制度を導入しました。当社をよく知る退職者や内定辞退者(アルムナイ)と再びつながることで、社外で培われた経験や視点を社内に還元いただきたいと考えています。現在、アルムナイネットワークの構築は完了しており、すでにアルムナイの方の活躍も始まっています。

働きやすい環境づくりについては、フレックスタイム制度、時間単位の有給休暇、在宅勤務、育児・介護支援など、柔軟な働き方を支える制度の整備を進めており、性別や職種を問わず、すべての社員が安心して働き続けられる環境づく

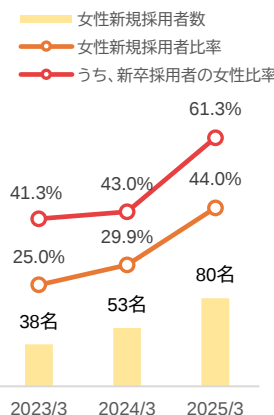
りを推進しています。

その一環として、男性の育児休業取得率の向上にも取り組んでいます。現在47.9%である取得率を、2027年3月期末までに60.0%へ引き上げることを目指し、業務分担の見直しや育児取得者の事例紹介、管理職向けの研修などを通じて、育児休業を取得しやすい職場文化の定着を図っています。男性が育児に積極的に関わることで、家庭内の協力体制が強化されるだけでなく、職場においてもライフイベントに応じた柔軟な働き方への理解が広がります。これにより、チーム内での業務の可視化や協力体制の強化が進み、結果としてエンゲージメントや生産性の向上にもつながると考えています。

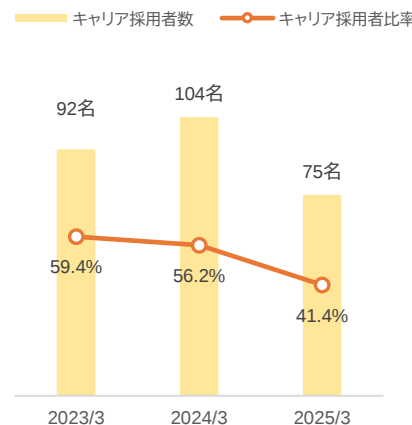
女性従業員・女性管理職比率



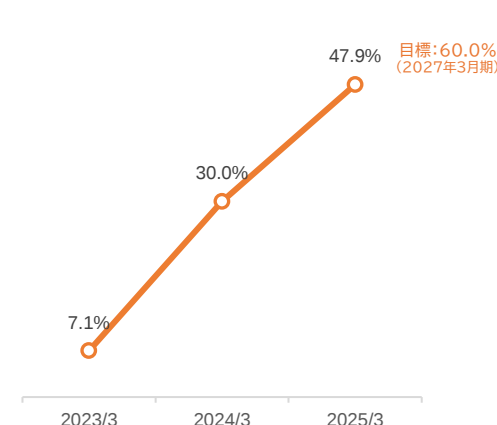
女性従業員 採用者



キャリア人財 採用者



男性育児休業取得率



人財価値の最大化

TOPICS

多様な人財の活躍に向けて、現場の声を起点とした取り組みを推進しています。自律的・自発的に行動できる組織風土の醸成を重要なテーマと位置づけ、女性管理職によるキャリアや働き方に関する課題の共有と、改善に向けた意見交換の場を設けました。さらに、物流現場では、女性ならではの視点を活かした改善提案を進める新たなプロジェクトも始動しています。

女性管理職による対話の場 ～多様性と成長を考える～ 「PALTACなでしこフォーラム」

多様性を尊重し、一人ひとりが自律的に成長する風土づくりの一環として、全国的女性管理職が本社に集い、自らの成長と組織の未来を考える「PALTACなでしこフォーラム」を開催しました。フォーラムでは、「多様性への理解を深めること」「管理職としての悩みや課題の共有と提案」をテーマにディスカッションが行われ、現場で感じる課題に対して制度や環境に関する具体的な提案も多く出されました。例えば、育児休業から復職した従業員の業務量や責任にばらつきがある点について、参加者から課題としての声が上がリ、今後の具体的な検討テーマとして認識されています。現在的女性管理職の声を活かした課題の抽出と取り組みを進め、将来の女性管理職が安心して活躍できる環境を整えていきます。



女性視点の改善プロジェクト ～新しい当たり前を創る～ 「Neo Rosy Project」

物流現場で働く女性従業員が中心となり、職場課題の改善を目指す「Neo Rosy Project」を立ち上げました。本プロジェクトは、性別や立場を問わず、誰もが働きやすい“新しい当たり前”の創造を目的として取り組みを進めています。全国の拠点から集まった15名のメンバーが、「職場環境」「制度」「パート管理」などのテーマごとに課題を共有し、改善提案の検討と発信を行っています。例えば、着心地や作業での動きやすさに加えて、使用後のリサイクルにも着目した、働きやすさとサステナビリティを兼ね備えた制服の導入など、様々な提案が行われています。この活動を通じて、異なる拠点の課題や考え方に触れることで、メンバーの視野も広がっています。



プロジェクト名の由来

「Neo(新しい・復活・リニューアル)」と「Rosy(明るい未来)」を組み合わせ、「新しい明るい未来を創造していく」という想いを込めています。

人財価値の最大化

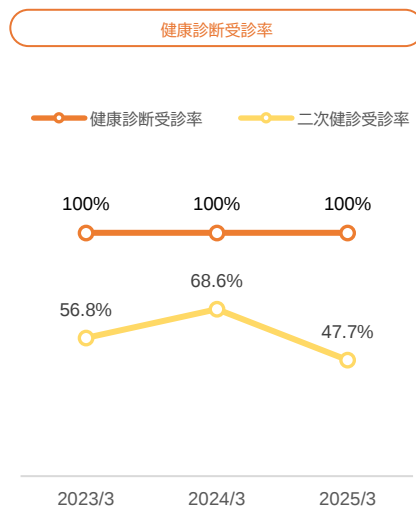
健康経営の推進

従業員一人ひとりが高い健康意識を持ち、長期的に活躍できる環境で働くことが、企業の持続的成長につながるとの考えのもと、健康経営の推進に取り組んでいます。

具体的には、健康セミナーや研修の充実による意識向上、健康診断後の二次健診受診の勧奨、メンタルヘルス教育の実施、EAPホットラインの設置、労働安全衛生を守る専門チームの強化など、心身の健康と安全を包括的に支える体制を整えています。しかしながら、2025年3月期には受診対象者が増加したこともあり、二次健診受診率が低下しました。これに対して、健康情報管理システム*を導入し、従業員が日常的に自身の健康と向き合える環境を整え、従業員の健康意識に対する訴求を一層強化しています。

* 健康情報管理システム

過去の健康診断結果を各自が常確認できる機能や定期的に健康情報を発信する機能を備えた仕組み



エンゲージメント向上に向けた取り組み

多様な人財の「活躍」と「定着」を図るため、継続的な人財育成や活躍を促す環境整備に加えて、相互の理解・信頼に基づく一体感の醸成を通じてエンゲージメントの向上に努めています。2023年8月からは「エンゲージメントサーベイ」の運用を開始し、従業員の主観的な意識や職場環境への感じ方を可視化し、組織ごとの強みや課題に応じた施策展開を進めています。

2025年3月期のエンゲージメントスコアは取り組みがスタートした2024年3月期と比べて、3.1ポイント上昇しました。経営層からの積極的なビジョンの伝達や制度の整備など、会社全体の変化を感じる機会が増加したことがスコアの上昇に寄与したと見ています。一方で、「具体的な変化が身近には感じられない」「業務の変革が追いついていない」といった声もあることから、ワークショップの実施対象者の拡大や現場訪問の実施などのアクションを加速することで、さらなるエンゲージメントの向上を図っています。

エンゲージメントスコア

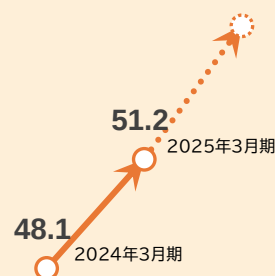
多様な人財の育成・確保

活躍を促す環境整備

健康経営の推進

中期経営計画 最終年度目標
(2027年3月期)

55.0



エンゲージメントスコア:株式会社リンクアンドモチベーションの「モチベーションクラウド」により計測

社内の一体感を醸成する取り組み

エンゲージメントワークショップを通じた価値観の定義とトップメッセージによる社内浸透

経営層向けワークショップでは、「全社で共有すべき価値観とは何か」をテーマに議論を重ね、その定義を策定しました。経営層は、策定された価値観を自ら体現し、組織文化の醸成をリードするために、それぞれが行動指針を定めてコミットメントを表明しています。これらの内容は社内報や各種会議に加え、経営方針説明会にて社長が全社員に直接語りかけるなど、トップメッセージとして社内への浸透を図っています。



さらなる向上に向けて、主に以下の3つの取り組みを推進

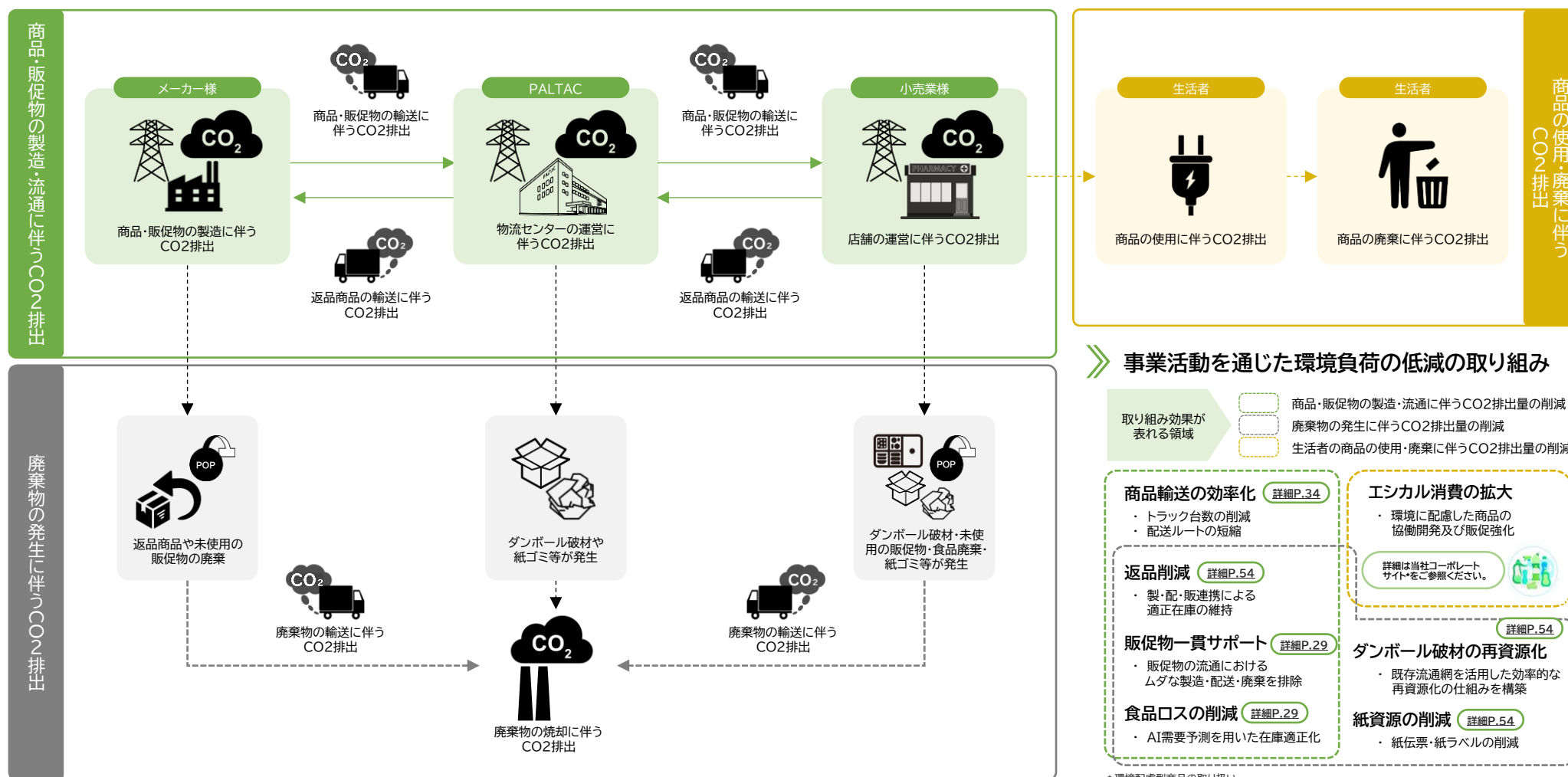
- ① ワークショップの対象をより現場に近い立場で影響力を持つリーダー層へと拡大し、自律・自発を促進
- ② プロジェクト事務局が各支社を訪問し、現場におけるビジョンの言語化と共有の支援
- ③ 制度設計の見直しと運用の改善によるすべての世代が生き活きと働ける環境づくり

環境への配慮

当社は、「美と健康に貢献する企業」として、サプライチェーン全体における環境負荷の低減に取り組んでいます。特に、事業活動との関連性が高い「気候変動への対応」や「資源循環型社会の形成」を重点テーマとして、優先的に推進しています。

また、水資源の保護や生物多様性などの課題についても、事業活動による影響を調査したうえで、必要に応じて対応策の検討・実施とともに、透明性のある情報開示に努めていきます。

サプライチェーンで発生する主な環境負荷



気候変動への対応

当社は、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気候変動への対応を進めています。具体的には、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低減と合わせて、省エネ施策や再エネ由来電力の調達を進めています。また、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るとともに、ステークホルダーのみなさまとの対話を通じて、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。

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、1つのセンターが被災により出荷不能に陥ったとしても、他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的リスクの影響は大きくないと考えています。

一方で、機会については、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が見込まれますが、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りと考えています。

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。当社は、このような環境下において、強みである「物流機能」、中間流通

で培った「つながり」にイノベーションを起こすことで、負担を生まない流通づくりに努め、リスクの低減及び収益機会の獲得を図っていきます。

■ リスクと機会

区 分			内 容	影響度	
				2℃未満	4℃
リスク	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	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 ・災害対策商材の需要増加	小～中	小
			・気温上昇による季節商材(夏物)や熱ストレス対策商材等の需要増加	小	小
	相対的競争力の 上昇		・気候変動対策に伴うコスト上昇効果を最小限に抑えるローコスト物流網へのニーズ上昇	小～中	小
			・安定供給を維持する物流基盤へのニーズ上昇(BCP対策及び全国物流網)	小～中	小～中

【財務影響度の評価方法】 2031年3月期の営業利益に影響を及ぼすと想定される金額の大きさに影響度を大・中・小で評価(2031年3月期の営業利益は2028年3月期以降、毎年3%増加したと仮定)
大:営業利益に10%以上の増減を及ぼすことが想定される(±35億円以上) 約3年間の営業利益増加額に相当
中:営業利益に3%以上の増減を及ぼすことが想定される(±10億円以上) 約1年間の営業利益増加額に相当
小:営業利益に3%未満の増減を及ぼすことが想定される(±10億円未満)

指標と目標

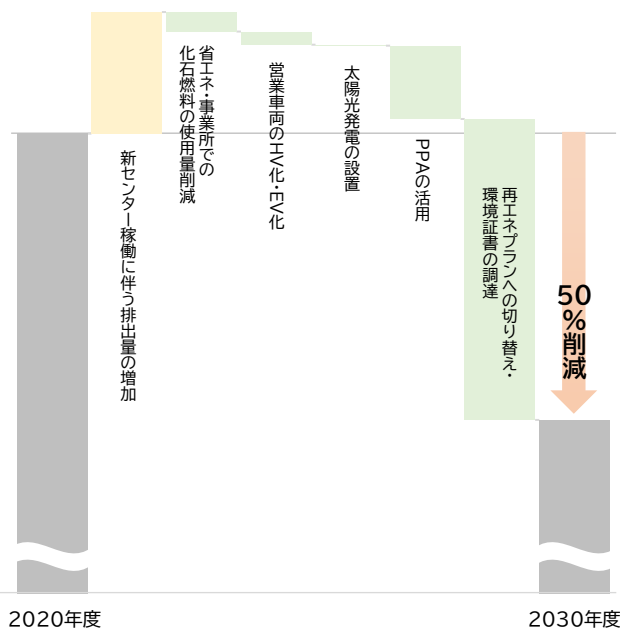
Scope1+2

当社は、今世紀末までの気温上昇2℃未満実現に貢献するため、Scope1・2について「2030年度(2031年3月期)にCO2排出量2020年度(2021年3月期)比50%削減」「2050年度(2051年3月期)にCO2排出量実質ゼロ」の目標を設定しています。目標達成に向けた指標としては、「PALTAC VISION 2027」における重要な非財務目標として「2026年度(2027年3月期)にCO2排出量2020年度(2021年3月期)比28%削減」を設定しています。

当社の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、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ます。

具体的には、環境配慮型車両への切り替えや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、環境証書の調達や再エネ電力プランへの切り替えにより再エネ電力を調達し、段階的な削減を進めていきます。これらの取り組みにより、2025年3月期のCO2削減量は年度計画を達成しています。

■ 2030年度の削減目標達成に向けたロードマップ



今後の削減に向けて

将来的な需給逼迫や価格高騰が懸念される環境証書への依存を避けるため、より安定的かつ追加性のある電力調達手段の確立を目指しています。まず、自社物流センターでは太陽光発電の設置余地が限られていることから、稼働年数やエリアごとの市場規模の変化を踏まえ、削減効果が高く、導入の優先度が高い拠点からオフサイトPPA(電力購入契約)の活用を検討しています。現時点では、必要削減量のうち約2割はPPAでの削減が可能と見込んでいます。残る削減量については、再エネプランの活用も並行して検討し、市場動向を踏まえながら、最適なエネルギー調達のポートフォリオを構築していきます。

また、Scope1・2の削減に向けた投資資金については、8月4日に公表しました「ESG自己株式取得」において生じるアウトパフォーム相当額も充当していきます。

* 2025年8月4日：自己株式取得に係る事項の決定及び「ESG自己株式取得」に関するお知らせ
当社コーポレートサイト IRニュース: <https://www.paltac.co.jp/news/?p.category=ir>

TOPICS

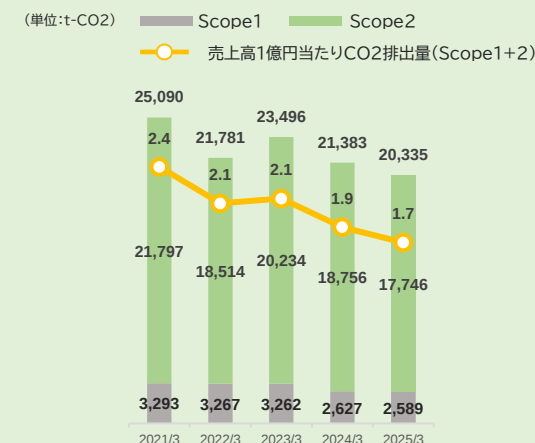
「アジア太平洋地域気候変動リーダー企業2025」に初選定

温室効果ガス削減に向けた取り組みとその実績が評価され、英 Financial Times 誌及び独 Statista 社が共同で実施する国際調査「アジア太平洋地域気候変動リーダー企業2025(Asia-Pacific Climate Leaders2025)」に初めて選定されました。

本調査では、アジア太平洋地域に本社を置く企業のうち、温室効果ガス削減への貢献が優れている上位350社が「気候変動リーダー企業」として選定されます。今回の選定にあたっては、当社が掲げるScope1・2の削減目標に向けた着実な進捗が主な評価ポイントとなったと考えています。

関連情報: Financial Times WEB サイト(英文)

[Asia-Pacific Climate Leaders 2025: the interactive listing](#)



Scope3

Scope3においては、商品輸送に伴うCO2排出量（GHGプロトコル：カテゴリ4）の削減に向けて、配送効率化に関する既存の取り組みを加速させるとともに、お取引先様との連携・協働を通じて取り組みの幅を広げ、事業活動そのものを通じて排出量の削減を図っています。その他のカテゴリについては、当社事業との関連性を踏まえ、CO2排出量の算定及び算定精度の向上に努めるとともに、GXリーグ*での活動などを通じて削減可能性の調査・情報収集を行い、段階的に対応を進めていきます。

* GXリーグ：2050年カーボンニュートラル実現と社会変革を見据えて、GXへの挑戦を行い、現在及び未来社会における持続的な成長実現を目指す企業が同様の取り組みを行う企業群を官・学と共に協働する場）

Scope3 CO2排出量*1

カテゴリ	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
Scope 3 計	6,189,933	6,399,566	6,617,924
1：購入した製品・サービス*2	5,523,521	5,715,331	5,942,301
2：資本財	36,855	5,638	6,543
3：Scope1.2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	7,332	3,993	4,133
4：輸送、配送（上流）*2	30,578	28,855	29,500
5：事業活動から出る廃棄物	460	677	723
6：出張	284	290	296
7：雇用者の通勤	9,571	9,554	9,534
12：販売した製品の廃棄*2	581,197	635,096	624,762
13：リース資産（下流）	135	132	132

排出量の多いカテゴリの削減に向けて

カテゴリ	主な取り組み																												
1：購入した製品・サービス 2025年3月期 CO2排出量 5,942,301 t	商品の製造及び廃棄に伴うCO2排出量の削減に向けては、環境配慮型商品の市場浸透が重要です。容器の軽量化や再生材料の活用など、メーカー様の取り組みが進められており、当社はそれらの商品がより多くの生活者に届くよう、流通面から普及促進に努めています。																												
12：販売した製品の廃棄 2025年3月期 CO2排出量 624,762 t	また一部では、資源循環を促進する素材や商品開発を行うメーカー様と協働し、再生材料を使用した商品の開発にも関わっています。																												
4：輸送、配送（上流） 2025年3月期 CO2排出量 29,500 t	商品輸送に伴うCO2排出量の削減に向けて、輸送距離の短縮や積載効率の向上など、配送効率化による燃料使用量の削減に取り組んでいます。具体的には、配送マネジメントシステムの構築による配送データの可視化や、他企業様との協働配送などを推進しています。 詳細P.34 カテゴリ4（商品輸送）のCO2排出量 売上高1億円当たりCO2排出量（カテゴリ4） （単位：t-CO2） <table><caption>カテゴリ4（商品輸送）のCO2排出量（単位：t-CO2）</caption><thead><tr><th>年度</th><th>売上高1億円当たりCO2排出量（カテゴリ4）</th></tr></thead><tbody><tr><td>2013/3</td><td>3.4</td></tr><tr><td>2014/3</td><td>3.1</td></tr><tr><td>2015/3</td><td>2.9</td></tr><tr><td>2016/3</td><td>2.5</td></tr><tr><td>2017/3</td><td>2.5</td></tr><tr><td>2018/3</td><td>2.4</td></tr><tr><td>2019/3</td><td>2.5</td></tr><tr><td>2020/3</td><td>2.6</td></tr><tr><td>2021/3</td><td>2.6</td></tr><tr><td>2022/3</td><td>2.9</td></tr><tr><td>2023/3</td><td>2.8</td></tr><tr><td>2024/3</td><td>2.5</td></tr><tr><td>2025/3</td><td>2.5</td></tr></tbody></table>	年度	売上高1億円当たりCO2排出量（カテゴリ4）	2013/3	3.4	2014/3	3.1	2015/3	2.9	2016/3	2.5	2017/3	2.5	2018/3	2.4	2019/3	2.5	2020/3	2.6	2021/3	2.6	2022/3	2.9	2023/3	2.8	2024/3	2.5	2025/3	2.5
年度	売上高1億円当たりCO2排出量（カテゴリ4）																												
2013/3	3.4																												
2014/3	3.1																												
2015/3	2.9																												
2016/3	2.5																												
2017/3	2.5																												
2018/3	2.4																												
2019/3	2.5																												
2020/3	2.6																												
2021/3	2.6																												
2022/3	2.9																												
2023/3	2.8																												
2024/3	2.5																												
2025/3	2.5																												

*1 環境省公表の排出原単位データベース（Ver3.5）を参照しています。
*2 カテゴリ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。

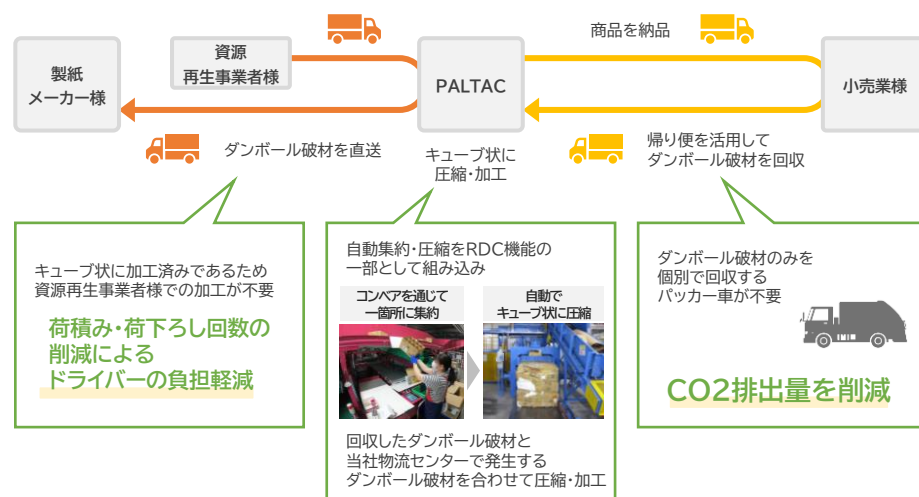
循環型社会の構築

当社は、返品・削減など、廃棄物の発生そのものを抑える取り組みに加え、流通段階で発生するダンボール破材の再資源化など、資源循環にも取り組んでいます。これらの活動を発展させることで、循環型社会の構築に貢献したいと考えています。

ダンボール破材の再資源化

資源再生事業者様との連携・協働のもと、ダンボール破材の効率的な再資源化に向けた仕組みを構築しています。具体的には、商品納品後のトラックの帰り便を活用し、小売業様で発生するダンボール破材を回収。当社物流センターにおける「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回収や圧縮・加工作業を不要としています。さらに、当社から製紙メーカー様へ直接搬送することで、荷積み・荷下ろしの回数を削減し、ダンボール破材の効率的な再資源化と同時に、流通全体の作業負担軽減にもつなげています。

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



資源再生事業者様と連携し、ダンボール破材売却により得た収益の一部を
森林保全活動を行う「緑の募金」に寄付

返品削減

持続可能な流通サイクルの構築に向けて、お取引先様と協働し、返品削減に取り組んでいます。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に加え、CO2排出や商品廃棄といった環境負荷の増加にもつながります。一方で、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迅速に店頭展開する過程で発生し、販売機会ロスとは表裏一体の関係にあります。このため、生活者ニーズを満たす売場を維持しつつ、販売機会ロスを防ぎながら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不可欠です。

当社では、各店舗の販売・在庫状況や、季節品における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共有し、過剰在庫の発生を防ぐために、店舗間移動や発注停止などの施策を適切なタイミングで実施することで、返品削減に努めています。

環境に優しいオリコンを使用

新たに稼働した物流センターでは、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。これにより、従来は手作業で貼付・貼替していた使い捨てのラベルシールが不要となり、作業効率の向上と廃棄物の削減を実現しています。



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



AI需要予測による食品ロスの削減

「AI需要予測による自動発注サービス」の提供により、小売業様の発注作業の効率化に加え、食品ロスを削減しています。 [詳細P.29](#)

これらの取り組みに加え、エシカル消費の拡大に向けて、環境配慮型商品の取り扱いを拡大しています。

(詳細は当社コーポレートサイトをご覧ください。)

*環境配慮型商品の取り扱い
当社コーポレートサイト「循環型社会の構築」:
https://www.paltac.co.jp/sustainability/environment/circulatory_society/



生物多様性への対応

生物多様性は、自然資本の重要な構成要素であり、企業活動に多様な恩恵をもたらしています。当社では、健全な自然環境の維持・保全に向けた取り組みの一環として、TNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)が推奨するLEAPアプローチ^{*1}を参考に、まずは国内の自社事業との関連性の調査を開始しました。調査にあたっては、国際的な評価ツールであるENCORE^{*2}及びIBAT^{*3}を活用しました。ENCOREでは、当社の主要事業である卸売業に関連する産業分類^{*4}が特定の自然資本にどの程度「依存・影響」しているかを確認し、IBATでは国内拠点の周辺環境について、重要生息地や保護地域との「地理的な重複状況」をスクリーニングしました。ENCOREを用いた評価では、事業継続に致命的な依存や自然環境に対して重大な破壊や損失を引き起こす影響は確認されませんでした。一方で、IBATを用いた評価では、一部の拠点が重要生息地や保護地域の半径3km圏内に位置していることが確認されました。当社では、関連する法令や規制を遵守したうえで事業活動を行っています。そのため、今回調査した範囲ではありますが、現時点において生物多様性に直接的かつ重大な影響を及ぼしている可能性は低いものと考えています。今後も、生物多様性を含む自然資本への依存や影響に関する調査を継続し、必要に応じて適切な対応を進めていきます。

■ 当社事業(卸売業)と自然の依存・影響関係(ENCOREを用いた評価)

依存																				影響																
供給サービス		調整・維持サービス														文化的サービス																				
バイオマス供給	水の供給	動物由来のエネルギー	地球規模の気候調整	水量の調整	感覚的影響の調整（騒音以外）	空気の過	土壌の質の調整	土壌と土砂の保持	固形廃棄物の浄化	水の浄化	暴風雨の軽減	洪水の軽減	受粉	苗木の個体数および生息地の維持	地域気候調整	生物学的コントロール	降雨パターンの調整	騒音の抑制	大気および生態系による希釈	精神的・芸術的・象徴的サービス	教育、科学、研究サービス	視覚的・アメニティサービス	レクリエーション・アメニティサービス	外的攪乱（騒音、光など）	淡水利用域	CO ₂ の排出	海底利用域	CO ₂ 以外の大気汚染物質の排出	生物資源の採取	非生物資源の採取	水・土壌への有害汚染物質の排出	水・土壌への有害汚染物質の排出	固形廃棄物の発生と放出	土地利用域	水使用量	外来種の侵入
	L	VL	L				L			L	L				L	VL	VL							L	M	L				L		VL	L	M		
VL : Very Low																				L : Low				M : Medium				H : High				VH : Very High				

^{*1} LEAPアプローチ: 自然関連リスク評価の枠組みで、「Locate 発見(自然との接点)」「Evaluate 診断(依存と影響)」「Assess 評価(リスクと機会)」「Prepare 準備(対応と報告)」の4段階で構成されています。

^{*2} ENCORE(Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure): 国連環境計画世界自然保全モニタリングセンター(UNEP-WCMC)、UNEP FI、Global Canopy からのEncore Partnershipが共同開発したツールで、産業別に自然資本への依存と影響を評価するために用いられます。

^{*3} IBAT(Integrated Biodiversity Assessment Tool): IUCNなどが提供する国際的な生物多様性データベースを統合したツールで、事業拠点が重要生息地や保護地域と地理的に重複しているかを地理的にスクリーニングするために使用されます。

^{*4} 当社事業(卸売業)との関連性が高いと考えられる産業分類として「家庭用品の卸売(Wholesale of household goods)」の評価を参考に、自然への依存及び影響関係を確認しました。

■ 国内拠点における生物多様性への影響評価(IBATを用いたスクリーニング)

拠点数	生物多様性の重要エリア*と近接する拠点数								
	世界自然遺産	ラムサール条約湿地	ユネスコMAB	AZE	IUCN カテゴリー				
					I a	I b	II	III	IV
国内拠点(41拠点)	0	2	0	1	0	0	2	0	20

*生物多様性の重要エリア

- ・世界自然遺産：ユネスコにより登録された、顕著な普遍的価値を持つ自然地域。
- ・ラムサール条約湿地：国際的に重要な湿地として登録された、生物多様性保全上重要な水域。
- ・ユネスコMAB地域：人間と自然の共生を目指す「人間と生物圏計画」に基づくモデル地域。
- ・AZE(Alliance for Zero Extinction)：生物多様性保全上重要な地域(KBAs)であり、絶滅の危機にある種の最後の生息地として特に重要な地点。
- ・IUCN保護地域カテゴリー：
 - I a：厳正自然保護区(科学研究などを目的とし、立ち入りが厳しく制限される)
 - I b：原生自然地域(人為的影響がほとんどない自然地域)
 - II：国立公園(生態系保護とレクリエーションの両立)
 - III：天然記念物(特定の自然的・文化的価値を持つ小規模地域)
 - IV：生息地・種管理地域(特定の種や生息地の保護を目的とした管理地域)

水資源への対応

国内における直接的な事業活動と水資源との関係性の把握に着手しました。水資源の保全の観点では、水関連リスクの評価ツールであるAQUEDUCT^{*}を活用して渇水リスクを調査した結果、当社拠点において、水ストレス地域からの取水は確認されませんでした。生物多様性における水使用の観点では、ENCOREを用いた評価で、当社の主要事業に関連する産業分類における影響は「中程度(Medium)」であることが確認されました。これらの結果から、当社の事業活動における水の利用によって、水資源及び生物多様性に対して重大な影響を及ぼしている可能性は低いと考えられますが、限りある水資源の効率的な利用に努めていきます。

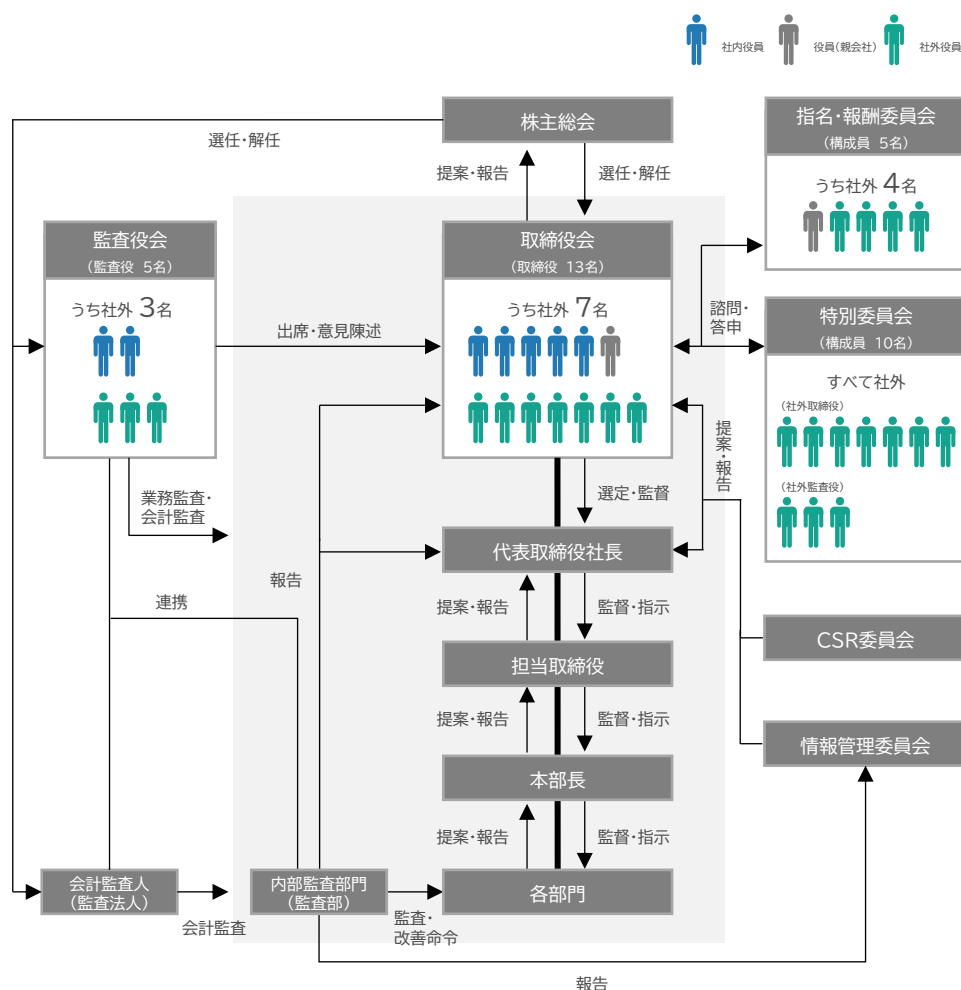
	2025年3月期
水使用量	95,007 m ³

*AQUEDUCT(アクエダクト)：World Resources Institute(世界資源研究所)が提供する水関連リスク評価ツールであり、水ストレス、渇水、洪水、水質などのリスクを地域ごとに定量的に評価することができます。

コーポレート・ガバナンス

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みなさま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ステークホルダーのみなさまとの対話を通じて、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

2004年	執行役員制度の導入									
2011年	独立社外取締役の選任									
2015年	女性取締役の選任									
2019年	任意の指名・報酬委員会の設置									
	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・充実を図っています。									
	〔 構成員：2025年6月20日時点 社外役員比率：80.0% 〕									
	<table><tr><td>委員長</td><td colspan="2">乾 新悟(独立社外取締役)</td></tr><tr><td rowspan="2">委 員</td><td>大石 歌織(独立社外取締役)</td><td>吉武 一郎(独立社外取締役)</td></tr><tr><td>服部 明人(独立社外取締役)</td><td>左近 祐史(取締役)</td></tr></table>			委員長	乾 新悟(独立社外取締役)		委 員	大石 歌織(独立社外取締役)	吉武 一郎(独立社外取締役)	服部 明人(独立社外取締役)
委員長	乾 新悟(独立社外取締役)									
委 員	大石 歌織(独立社外取締役)	吉武 一郎(独立社外取締役)								
	服部 明人(独立社外取締役)	左近 祐史(取締役)								
2020年	社外取締役比率を3分の1以上に									
2021年	取締役会の実効性評価を開始									
2023年	特別委員会の設置									
	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。									
	〔 構成員：2025年6月20日時点 社外役員比率：100.0% 〕									
	<table><tr><td>委員長</td><td>吉武 一郎(独立社外取締役)</td><td>委 員</td><td>全独立社外取締役・監査役</td></tr></table>			委員長	吉武 一郎(独立社外取締役)	委 員	全独立社外取締役・監査役			
委員長	吉武 一郎(独立社外取締役)	委 員	全独立社外取締役・監査役							
2025年	社外取締役比率を過半数に									

役員の状況(2025年6月20日時点)

取締役

- 取締役会出席回数
◇ 所有株式数(2025年3月末時点)

平均年齢：61歳 (社内:58歳 社外:62歳 親会社:72歳)

社外取締役比率: **53.8%** 女性取締役比率: **23.1%**

選任理由及び略歴については、当社コーポレートサイトをご参照ください。

【選任理由】IR情報「株主総会」:<https://www.paltac.co.jp/ir/stockholder/stockholdersmeeting/>

【略歴】企業情報「役員一覧」:<https://www.paltac.co.jp/corporate/officer/>



代表取締役会長

糟谷 誠一

○ 14回/14回
◇ 22,755株



代表取締役社長

吉田 拓也

○ 14回/14回
◇ 22,967株

〔重要な兼職の状況〕
㈱メディバルホールディングス取締役
化粧品・日用品、OTC事業担当



取締役専務執行役員
管理統括本部長

野間 正裕

○ 14回/14回
◇ 18,992株



取締役専務執行役員
経営企画本部長

嶋田 政治

○ 14回/14回
◇ 18,587株



取締役専務執行役員
営業統括本部長

山田 恭嵩

○ 14回/14回
◇ 5,990株



取締役

左近 祐史

○ 14回/14回
◇ 500株

〔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
㈱ファルフィールド取締役



社外取締役

大石 歌織

○ 14回/14回
◇ 989株

〔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
エスリード㈱社外取締役



社外取締役

織作 峰子

○ 13回/14回
◇ 1,036株

〔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科長兼教授
公益社団法人日本広告写真家協会
業務執行理事常務
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

乾 新悟

○ 14回/14回
◇ 769株

〔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
(指名・報酬委員会 委員長)



社外取締役

吉武 一郎

○ 14回/14回
◇ 618株

〔重要な兼職の状況〕
㈱ユニカフェ社外取締役
(特別委員会 委員長)



社外取締役

高森 龍臣

○ 13回/14回
◇ 484株



社外取締役

服部 明人

○ 14回/14回
◇ 249株

〔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

伊賀 真理

○ <新任>
◇ 0株

〔重要な兼職の状況〕
㈱マーチ代表取締役
㈱住友倉庫社外取締役
TOYOインボックス㈱社外取締役

役員の状況(2025年6月20日時点)

監査役

○

取締役会出席回数

□

監査役会出席回数

◇

所有株式数(2025年3月末時点)

平均年齢：63歳

(社内:63歳 社外:63歳)

社外監査役比率:60.0%

女性監査役比率:20.0%

選任理由及び略歴については、当社コーポレートサイトをご参照ください。
【選任理由】IR情報「株主総会」:<https://www.paltac.co.jp/ir/stockholder/stockholdersmeeting/>
【略歴】企業情報「役員一覧」:<https://www.paltac.co.jp/corporate/officer/>



常勤監査役
新谷 尚志
○ 14回/14回
□ 14回/14回
◇ 8,255株



常勤監査役
五味 威夫
○ 11回/14回
□ 14回/14回
◇ 9,116株



社外監査役
原口 裕
○ 14回/14回
□ 14回/14回
◇ 384株



社外監査役
疋田 鏡子
○ 14回/14回
□ 14回/14回
◇ 0株
〔重要な兼職の状況〕
疋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㈱
社外取締役監査等委員
日本公認会計士協会理事
青山商事㈱社外監査役



社外監査役
三木 憲明
○ 11回/14回
□ 14回/14回
◇ 116株
〔重要な兼職の状況〕
いぶき法律事務所弁護士
南海プライベートリート投資法人監督役員

執行役員

専務執行役員
森谷 晃佳
東京支社管理部 管掌

専務執行役員
前田 政士
情報システム本部長

専務執行役員
芦原 英生
営業本部長

専務執行役員
三木田 雅和
研究開発本部長

常務執行役員
村井 浩
SCM本部長
兼 ㈱ハバクリエーション
代表取締役社長

常務執行役員
関 光彦
店舗支援本部長

常務執行役員
村尾 直人
財務本部長

常務執行役員
秋山 哲
横浜支社長

常務執行役員
吉田 幸代
総務本部長

常務執行役員
小西 誠
MCC事業本部 管掌

常務執行役員
三上 彰
MCC事業本部長

常務執行役員
上村 隆
九州支社長

常務執行役員
井上 浩一
商品本部長

執行役員
稲葉 英樹
LC事業本部長

執行役員
澤田 直樹
北海道支社長

執行役員
高山 博一
中部支社長

執行役員
榑原 志典
近畿支社長

執行役員
三上 裕司
東北支社長

執行役員
村木 博明
CSR推進本部長

執行役員
吉原 広志
中四国支社長

執行役員
檜山 敦
事業開発本部長

執行役員
松家 忠通
東京支社長

執行役員
城田 佳
海外事業本部長

執行役員
磯部 良平
総務本部 副本部長

執行役員
吉田 浩二
海外事業本部 副本部長

執行役員
松本 祥平
研究開発本部 副本部長

役員の状況(2025年6月20日時点)

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。

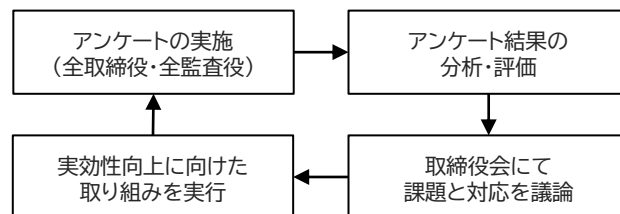
	氏名	地位	年齢	在任年数	企業経営	ESG・サステナビリティ	営業戦略	人財戦略	財務戦略	法務・リスクマネジメント	IT・DX	物流・SCM
取締役	糟谷 誠一	代表取締役会長	62	8	●	●	●			●		●
	吉田 拓也	代表取締役社長	52	2	●	●	●		●		●	●
	野間 正裕	取締役	62	7	●	●		●	●	●		
	嶋田 政治	取締役	57	5	●	●			●	●	●	
	山田 恭嵩	取締役	59	2	●	●	●					●
	左近 祐史	取締役	72	2	●	●				●		
	大石 歌織	独立社外取締役	48	8	●	●				●		
	織作 峰子	独立社外取締役	64	4	●	●		●				
	乾 新悟	独立社外取締役	57	3	●	●						●
	吉武 一郎	独立社外取締役	68	3	●	●						●
	高森 龍臣	独立社外取締役	72	3	●	●	●					
	服部 明人	独立社外取締役	66	2	●	●				●		
	伊賀 真理	独立社外取締役	57	新任	●	●		●				●
監査役	新谷 尚志	常勤監査役	63	6	●	●					●	
	五味 威夫	常勤監査役	63	1	●	●	●					●
	原口 裕	独立社外監査役	71	3	●	●		●	●			
	疋田 鏡子	独立社外監査役	60	2	●	●			●			
	三木 憲明	独立社外監査役	57	1	●	●				●		

スキル項目	選定理由
企業経営	当社を取り巻く環境変化を捉え、持続的な企業価値向上を目指した経営戦略を構築し、機会とリスクを踏まえた適切な意思決定及び監督機能を発揮するために必要な項目として選定しています。
ESG・サステナビリティ	脱炭素社会・資源循環型社会をはじめとする、持続可能な環境・社会に貢献できる企業基盤を長期的な視野で構築し、社会的価値と経済的価値の双方を向上させていくために必要な項目として選定しています。
営業戦略	「美と健康」に関する生活必需品を取り扱う中間流通企業として、環境変化や多様化する顧客ニーズを捉え、必要とされる商品や情報を適時・的確に提供するために必要な項目として選定しています。
人財戦略	人財は価値創造の原動力であるとの認識のもと、多様な人財の育成・確保と活躍を促す環境整備により、エンゲージメント向上を通じて個々が能力を最大限に発揮できる組織風土を醸成するために必要な項目として選定しています。
財務戦略	適時性と正確性を備えた財務情報の把握はもとより、中長期的な観点からの戦略的投資や資本効率の向上、財務健全性など、総合的にバランスの取れた財務基盤構築のために必要な項目として選定しています。
法務・リスクマネジメント	持続的な企業価値向上の基盤となるコーポレート・ガバナンス体制の整備・確立や、適切なリスクマネジメント体制の確立による健全な企業活動の遂行のために必要な項目として選定しています。
IT・DX	ITの積極的活用やDX推進は、当社の有するデータを活用した流通全体の効率化やイノベーションによる新たな価値創造及び価値提供領域拡大のために必要な項目として選定しています。
物流・SCM	サプライチェーン全体の最適化に向けた物流機能の強化、ソリューション機能の強化及びこれらの機能に基づく連携・協働による新たな価値創造及び価値提供領域拡大のために必要な項目として選定しています。

実効性評価

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、下記の項目のとおりとなっています。

設問ごとに5段階で評価する方法としており、当該項目に関する自由記載欄も設けています。

主なアンケート評価項目

- ・ 取締役会の構成
- ・ 取締役会の運営
- ・ 取締役会の議題
- ・ 取締役会の支援体制
- ・ 社外取締役の役割
- ・ 指名・報酬委員会
- ・ 総括

2025年2月実施の評価結果の概要

全体としては、取締役会や指名・報酬委員会において、活発な意見交換が実施されており、取締役会の実効性は確保されていると評価しました。その中で、「取締役会の議論」の内容に関してはまだ改善の余地があると評価しています。議論の内容を業務執行に関する内容から、企業にとって重要性の高い持続的成長に資する中長期的な経営戦略やリスク管理に関する内容へとさらに変化させていく必要性も指摘されています。前期に公表した長期ビジョンや中期経営計画については、取締役会の中で議論を行い策定しました。今後においては、これらビジョン・計画を軸とした具体的取り組み施策や進捗状況について、個別の業務執行案件と連動させながら総合的に意見交換や議論を実施することが必要と考えています。

■ 2025年2月実施の実効性評価アンケートで抽出した課題及び今後の取り組み

課題	取り組み
経営陣の報酬制度の改定(新規課題)	持続的な成長に向けたインセンティブとして機能するよう報酬体系の再構築
中長期的な経営戦略やリスク管理に関する議論の充実(継続課題)	・ 議論のテーマの重心を業務執行案件から中長期的な経営戦略へ移行 ・ 業務執行案件の議論の簡素化(議案の選定・資料の改善)
活性化した議論を維持するための当社事業の理解促進(継続課題)	・ 社外役員と現場責任者との接点の拡大(社内会議出席や対話の機会創出) ・ 重要案件についての事前説明会の充実(日程の早期確保・資料の改善) ・ 社外役員間の情報共有会など、取締役会以外での対話の機会創出(コミュニケーションのさらなる充実)

実効性評価アンケートに記載された具体的なコメント

- ・ 取締役会とは別に市場・業界動向等の勉強会を開催してほしい
- ・ 情報共有を深化させるため、社外役員間でのコミュニケーション機会を増加させてほしい
- ・ 報酬に関する議論は今後の課題である
- ・ SDGsを含む環境課題はさらに研究と議論を深める必要がある

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、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にするとともに、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。

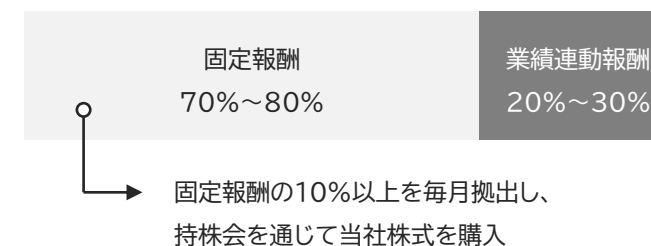
非金銭報酬については、過去の合併等により全国にまたがる優秀な人財を適材適所に配置するために、規則に基づく社宅提供等を実施しています。

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、取締役会の諮問委員会として過半を社外取締役で構成し、社外取締役が議長を務める指名・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、取締役会の個人別報酬等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。

■ 役員持株会を通じた当社株式の購入

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



(2025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 (6)	339 (72)	274 (72)	63 (－)	1 (－)
監査役 (うち社外監査役)	7 (4)	97 (36)	97 (36)	－ (－)	－ (－)
合 計 (うち社外役員)	19 (10)	436 (108)	371 (108)	63 (－)	1 (－)

・上記には、事業年度中に退任した監査役2名が含まれています。

グループガバナンス

当社議決権の過半を有する親会社である株式会社メディパルホールディングスは、「医療と健康、美」の流通で社会に貢献することを目指し、主な事業として「医療用医薬品等卸売事業」、「化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業」、「動物用医薬品・食品加工原材料卸売等関連事業」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、ガバナンス面における当社の事業戦略、人事政策等の経営判断につきましては、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り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内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、上場企業としての独立性と親会社グループのグループガバナンスとのバランスの最適化を図るため、当社代表取締役社長吉田拓也は親会社の取締役を兼務し、また、親会社の常務取締役左近祐史を当社取締役として選任しています。

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り組み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。

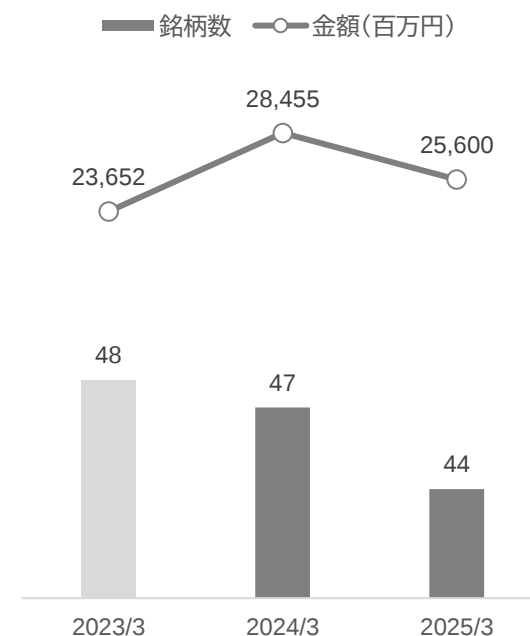
引き続き、このような取り組みを通じて、グループ全体で提供する価値の向上に努めていきます。

政策保有株式の考え方

当社は、持続的成長に向けて、お取引先様との長期的・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

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

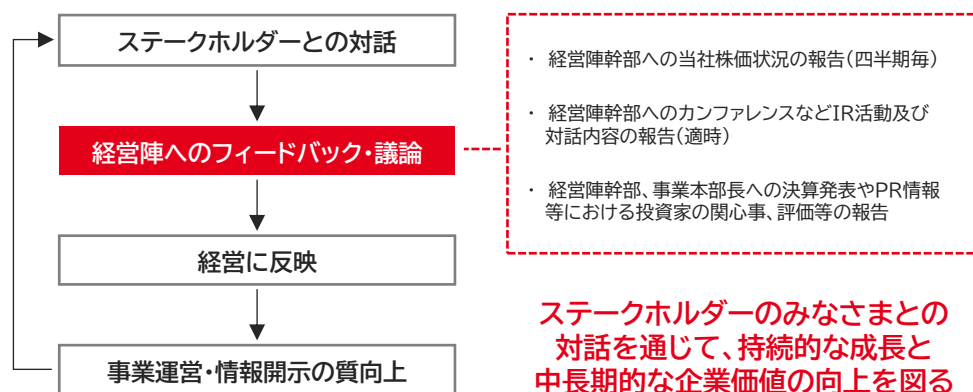


株主・投資家との対話

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のみなさま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、コーポレートサイトによる企業情報の発信をはじめ、決算説明会の開催や、個人投資家向けイベントへの出展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みなさまとの対話を通じた企業価値の向上に努めています。

■ ステークホルダーとの対話のサイクル



■ 実施イベント

2025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
個別ミーティング	160回

個人投資家向け「資産運用EXPO 関西」に3年連続で出展

2024年9月6日～8日にインテックス大阪で開催された「資産運用EXPO 関西」に出展しました。新NISA制度の浸透を背景に、400名を超える多くの個人投資家のみなさまと直接対話することができました。当社ブースや会場内で開催されたセミナーでは、ご来場いただいた個人投資家のみなさまに当社の事業概要や強み、成長に向けた取り組みなどについてご説明しました。対話を通じていただいた貴重なご意見は、IR施策はもとよりコーポレートサイトのコンテンツ充実などにも繋がっています。



「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

コーポレートサイト*をリニューアルし投資家向け情報を充実

コーポレートサイトを単なる情報提供の場ではなく、ステークホルダーのみなさまとの対話を促進し「つながり」を深める場と位置づけ、2025年3月に全面リニューアルを実施しました。今回のリニューアルでは、多様な情報にスムーズにアクセスできるよう視認性やユーザビリティを高めるデザインへの刷新、異なるニーズに応じた複数の窓口の設置、多言語対応などによりステークホルダーのみなさまとのつながりを深める工夫を凝らしました。今後も、当社のビジョンやビジネスを分かりやすくお伝えするコンテンツを拡充していきますので、是非、コーポレートサイトへお越しください。



* 当社コーポレートサイト： <https://www.paltac.co.jp/>

コンプライアンス

ステークホルダーのみならずから信頼され持続的に発展する企業であるために、従業員一人ひとりが法令遵守を徹底するだけでなく、社会におけるマナーやルールを守り、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

オンライン研修

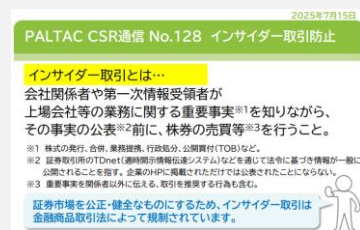
メディパルグループ共通の「CSR研修」教材を使用し定期的なオンライン研修を実施しています。



メディパルグループ共通「CSR研修」

CSR通信

コンプライアンス上の問題事例を紹介した「CSR通信」を社内ポータルに掲載し、コンプライアンスの重要性について啓発活動を進めています。



「CSR通信」の一例:インサイダー取引の防止

集合研修

新入社員研修におけるコンプライアンス研修をはじめ、インサイダー取引防止に関する研修や個人情報保護に関する研修など対面での集合研修も実施しています。



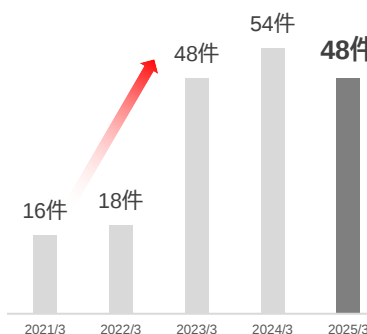
新入社員研修「コンプライアンス研修」

ホットライン・相談窓口の設置

当社は、誰もが安心して働ける環境の構築を目指し、法令違反や不正、ハラスメントをはじめとする人権に関する問題など、社会的信頼を損なう行為の未然防止だけでなく、従業員の人間関係など様々な悩みに対応するために、複数の相談窓口を設置しています。相談窓口は社内に1か所、社外に2か所設けており、いずれも相談者のプライバシーを厳守し、報復防止を徹底することで、安心して利用できる体制を整えています。相談を受けた際には、事実関係の綿密な調査を行い、不正行為やハラスメント行為などコンプライアンス上の問題が確認された場合には、対象者への指導など適切な是正措置を講じています。

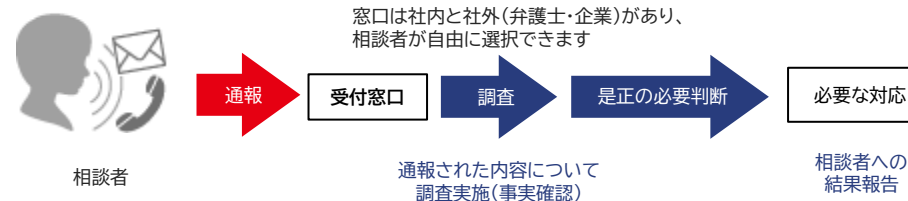
今後も、相談窓口の認知度及び理解度の向上を図るため、更なる周知活動を推進し進め、軽微な事象であっても気軽に相談できる環境を構築し健全な企業運営に努めていきます。

過去5年間の相談件数



2022年以降、社内ポスターの掲示やイントラネット、CSR通信などを通じた周知活動を継続的に強化しました。その結果、相談件数は増加しており、相談窓口が適切に機能していると認識しています。

ホットライン・相談窓口の対応イメージ



人権尊重

すべての人が生まれながらにして持つ基本的権利である人権の尊重は、企業が果たすべき重要な社会的責任であり、当社が持続的成長を果たしていくうえでも必要不可欠と考えています。この考えに基づき、当社は2025年3月に「PALTAC人権方針」を策定しました。現在、本方針に沿って社内規定の整備のほか、ホットライン・相談窓口の運用改善など社内環境の整備に取り組んでいます。

さらに今後は、人権への負の影響を特定・予防・軽減する人権デュー・ディリジェンスにも展開することで、従業員一人ひとりのもとより、サプライチェーン全体において人権が尊重される事業活動に努めていきます。

PALTAC人権方針

1. 人権尊重へのコミットメント
2. 国際規範の支持・尊重
3. 適用範囲
4. 人権に関するガバナンス・管理体制
5. 人権デュー・ディリジェンス
6. 人権に関する重点課題
7. 是正・救済
8. 対話・協議
9. 教育と浸透
10. 方針の公開・情報開示

当社コーポレートサイト 人権の尊重：
https://www.paltac.co.jp/sustainability/social/human_rights/

「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。

本取り組みは、経済的困難を抱える女性が自らの尊厳を保ち、社会とのつながりを持ちながら自分らしく生きることを支援するものであり、人権尊重の理念に深く根ざしています。



安全対策

当社は、会社と従業員が安全の重要性を正しく理解し、関係法令の遵守と安全性の維持・向上を推進することで、企業の社会的責任を果たすとともに、持続可能な成長基盤の構築に取り組んでいます。

過去3年間の労働災害件数は増加傾向にありますが、当社敷地内の転倒などによる軽微な業務災害の増加が要因です。幸いにも、死亡事故などの重大な災害は発生していませんが、労働災害件数が増加傾向にあるという事実を重要な課題と認識し、再発防止に向け、様々な対策に取り組んでいます。

具体的には、安全ポスターの掲示や無事故拠点の表彰といった啓発活動に加え、物流センター内における日々の安全パトロール、年2回の全拠点巡視、安全管理マニュアルの改訂などの予防活動に取り組んでいます。加えて、近年の猛暑に対応するため、空調服やスポットクーラーの設置など、拠点の環境に応じた熱中症対策を実施しています。2025年6月の法令による熱中症対策の義務化以降は、WBGT（暑さ指数）測定器の設置や、熱中症対応フローの掲示、対策キットの常備など、対応を一層強化しています。

今後も、労働災害件数の削減に向けて、安全対策マニュアルの継続的な改訂、安全啓発活動の充実、教育・研修の質の向上に一層注力していきます。

主な安全対策

- ・安全パトロール(日次)
- ・安全衛生委員会(毎月)
- ・安全講習/テスト(年2回)
- ・全国安全推進者会議(年2回)
- ・全拠点巡視(年2回)
- ・安全ポスターの掲示
- ・安全カレンダーの掲示
(過去3年間の事故を月別で掲載)
- ・無事故拠点表彰

労働災害件数	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期
合計*	83件	84件	91件
通勤災害	18件	15件	20件
業務災害	65件	69件	71件
うち 物流センター内	59件	58件	60件
死亡事故	0件	0件	0件

* 労働災害種別：通勤災害 / 業務災害



無事故拠点表彰を受賞したRDC沖縄の従業員の皆さん

災害対策

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BCPI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“必要な時”に“適正な価格”で手に入る。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ます。

「安定供給」を支える仕組み

免震・耐震構造
(※免震は一部拠点のみ)



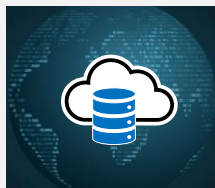
地震による影響を
最小限に抑える
構造を採用

非常用
自家発電装置



災害時に3日間の
センター稼働が可能

サーバーのクラウド化



有事の際も停止しない
システムを構築

相互出荷体制



一つのセンターが
出荷不能に陥っても
他のセンターから
代替出荷対応が可能

災害発生時を想定した組織体制の構築

地震など大規模災害が発生した場合には、災害状況を直ちに把握し必要に応じて、「災害対策本部」を本社に設置する体制を構築しています。2023年には、経済産業省の委託する大規模災害の発生時を想定した共同配送の実証実験に参画*するなど、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耐えうる強固な流通網の構築にも挑戦しています。

2024年1月の能登半島地震発生時も、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、本部を中心に各支社が連携し、代替出荷など事業継続に向けた様々な対応を推進しました。

* 2023年3月6日：大規模災害時を想定した共同配送の実証実験に関するお知らせ
当社コーポレートサイト IRニュース：https://www.paltac.co.jp/news/?p_category=ir

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、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、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、先入先出方式を採用し、システムで日々確認を行っています。品質保持の観点から出荷期限が迫っている商品については、社内基準及び法令に則り適切な処理を行い、小売業様に安心して販売していただけるよう日付・品質管理を徹底しています。

物流情報デジタル化による 日付管理の徹底と作業効率化

複数のメーカー様と当社間の物流情報のデジタル化を進めており、メーカー様から受信するASNデータ(事前出荷情報)に付加された期限情報を自動反映することで、入荷時の期限管理品の日付入力作業を削減しています。

・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
当社コーポレートサイト IRニュース：https://www.paltac.co.jp/news/?p_category=ir

JGSP・GDPガイドライン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)*1やGDPガイドライン*2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。

*1 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売業連合会が策定した医薬品卸売業界の自主規範です。

*2 GDP(Good Distribution Practice)ガイドライン：メーカーによって製造された医薬品の流通過程における品質を保持したまま、適切に保管・輸送・供給するための手順や管理体制を定めた厚労省による卸売販売業者向けのガイドラインです。

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、営業担当者や物流担当者、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、物流担当者に向けては、庫内における適切な商品の管理/運用などについて、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。