

---

# 2024年3月期 第1四半期 決算説明資料

---



2023年7月31日

---

# 2024年3月期 第1四半期 決算概要

---

## 売上拡大施策及び、販管費改善取り組みが奏功し増収増益

単位：億円 / (対売比)	2023年3月期 第1四半期	2024年3月期 第1四半期	増減	増減率
売上高	2,762	2,935	+172	+6.3%
売上総利益	207 (7.53)	217 (7.39)	+9 (△0.14)	+4.3%
販管費	142 (5.17)	147 (5.02)	+4 (△0.15)	+3.1%
営業利益	65 (2.36)	69 (2.38)	+4 (+0.02)	+7.0%
経常利益	73 (2.66)	78 (2.67)	+5 (+0.01)	+6.9%
四半期純利益	50 (1.83)	55 (1.88)	+4 (+0.05)	+9.2%

## 脱コロナの動きが加速し、消費は回復傾向

物価高騰に伴う消費マインドの変化を注視

- ✓ 脱コロナに伴う人流増加に伴い、メイクアップ・ドリンク剤・日焼け止め・飲料など外出関連商材の需要拡大が加速
- ✓ コロナ5類移行に伴い、マスク・消毒液など感染関連商材の需要が減少
- ✓ 物価上昇に伴う生活者の節約志向は継続も、高付加価値商品は堅調  
消費は二極化傾向へ（低価格商品 ⇔ 高付加価値商品）
- ✓ インバウンド商材の動きが徐々に活発化（化粧品・医薬品）

売上高

2,935億円

前期比増減

+172億円

増減率

+6.3%

**コロナ関連商材の需要は減少も、人流増加の追い風を背景に売上拡大施策の効果を発揮**

- 小売業様、メーカー様との連携・協働による取組強化
- 多様化する生活者ニーズを満たす新規商品の調達強化
- コロナ関連商材の需要は減少も、人流増加に伴う外出関連商材の需要が拡大（メイクアップ・ドリンク剤等）
- 天候不順などにより殺虫剤は苦戦も、外出増加の追い風がありシーズン化粧品や飲料などは好調に推移
- インバウンド関連商材の動きは徐々に活発化（化粧品・医薬品）

売上総利益

217億円

対売上比率

7.39%

前期比増減

+9億円（対売上比率：△0.14%）

**原材料費高騰や商品販売構成の変化による影響を受けるも、売上拡大により増益を確保**

- 比較的粗利の高いマスクなどの需要減少の影響
- 原材料価格高騰によるメーカー様販促費の減少
- センターフィの増加（センターフィ発生企業の売上増加・燃料費高騰など）

販管費

147億円 対売上比率  
5.02%

前期比増減

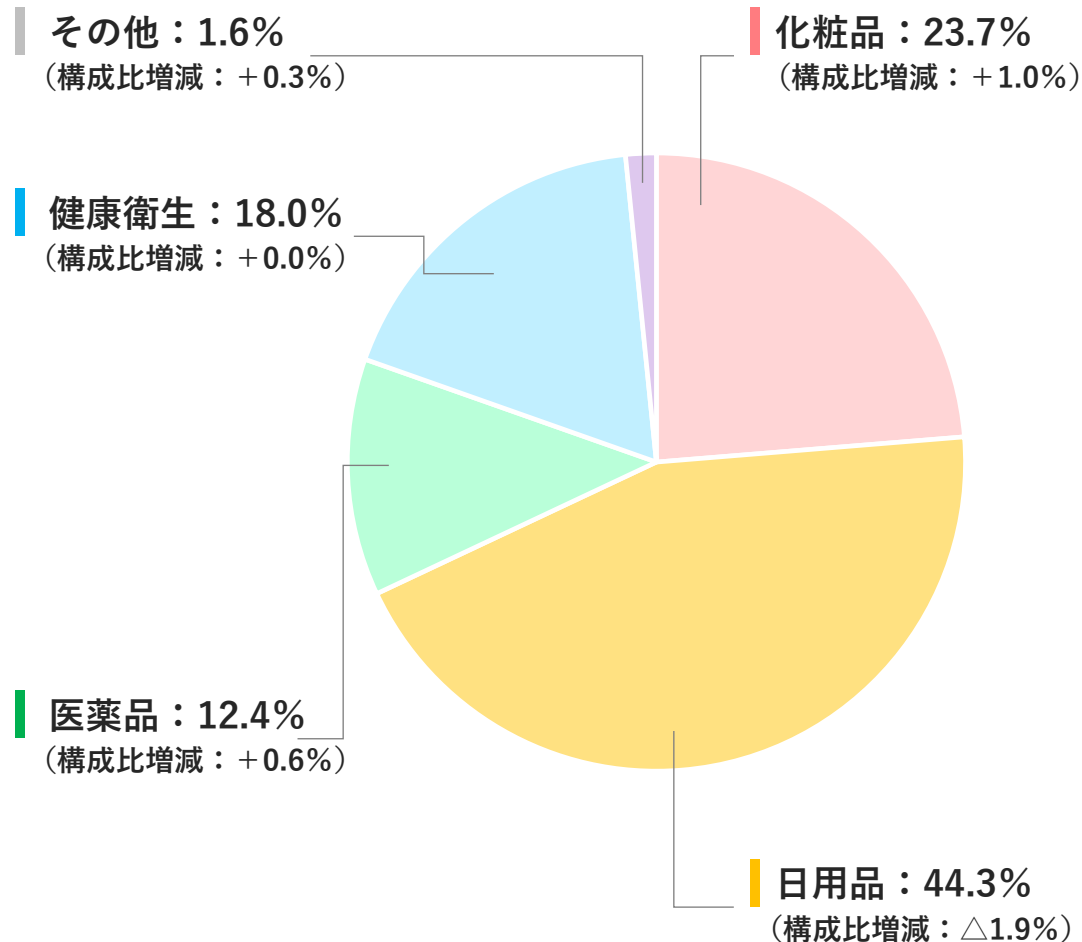
+4億円（対売上比率：△0.15%）

ローコスト物流を活かした売上拡大・改善取り組みにより、販管費率は大幅に改善  
変動費の上昇を抑えつつ固定費吸収効果を発揮

- 人件費の増加 + 1.8億円（△0.08%）
  - ⇒ 中長期での成長に向けた人財への投資（人財の確保、賃金の引上げなど）
  - ⇒ 単位（ライン）あたり受注量の減少や臨時雇用者の新規採用増により作業効率低下も庫内活動全般の改善に取り組み、率上昇を抑制
- 配送改善の推進（中計の重点課題） △0.5億円（△0.08%）
  - ⇒ 配送単価上昇の環境下において、出荷拠点見直しによる配送距離短縮等ホワイト物流への対応など改善に取り組む
- 燃料費高騰による電気代の上昇 + 0.3億円（+0.01%）

# 商品分類別売上高（第1四半期）

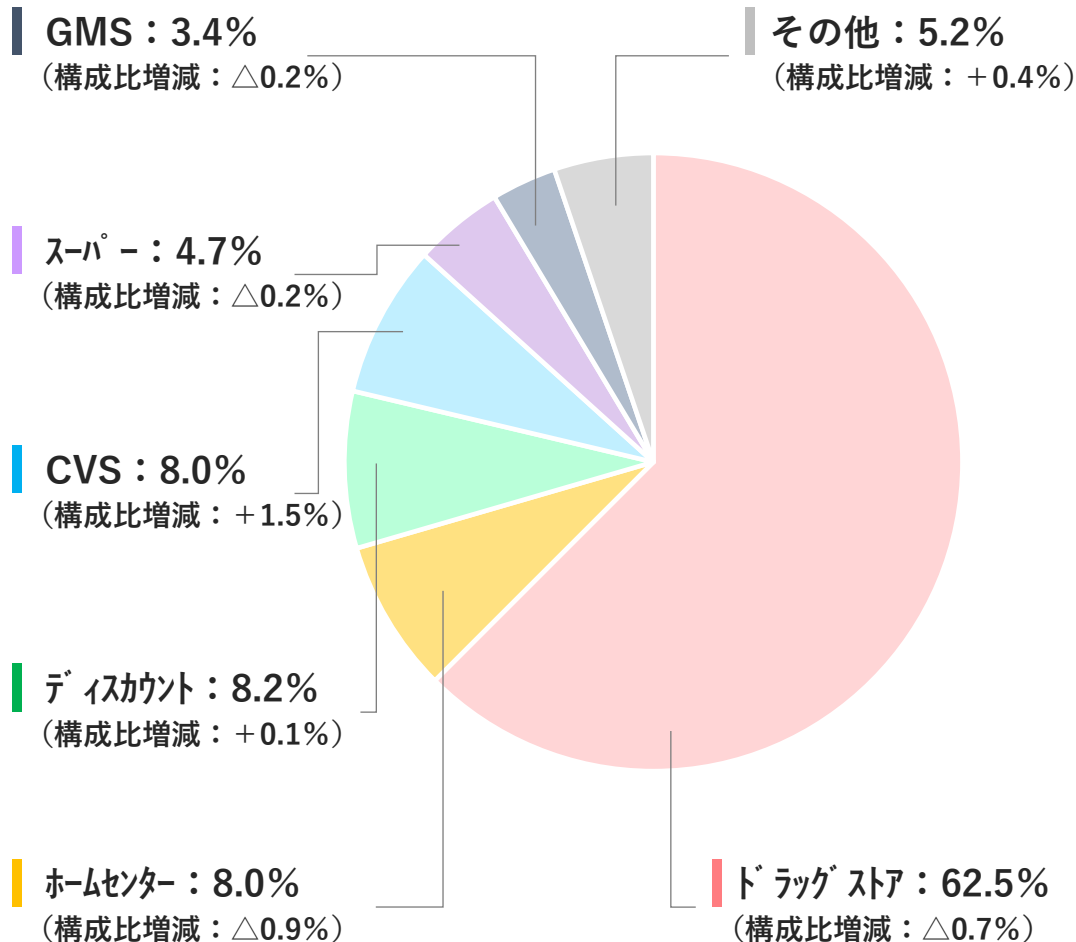
売上構成比



単位：億円	2023年3月期 第1四半期	2024年3月期 第1四半期	増減	増減率
売上高	2,762	2,935	+172	+6.3%
化粧品	626	694	+67	+10.7%
日用品	1,278	1,301	+23	+1.8%
医薬品	324	364	+39	+12.2%
健康・衛生関連品	496	528	+32	+6.6%
その他	35	45	+10	+28.0%

# 販売先業態別売上高（第1四半期）

売上構成比



単位：億円	2023年3月期 第1四半期	2024年3月期 第1四半期	増減	増減率
売上高	2,762	2,935	+172	+6.3%
ドラッグストア	1,743	1,836	+92	+5.3%
ホームセンター	247	233	△13	△5.4%
ディスカウント	223	241	+17	+8.1%
CVS	178	233	+55	+30.8%
スーパー	136	136	+0	+0.6%
GMS	99	98	△0	△0.5%
その他	133	153	+19	+14.8%



## 新たな成長を見据えた海外事業強化 インドネシアへの進出を決定

### 強化方針

### 規模拡大を狙い、日本を起点とした貿易事業から現地化へ

- ・ 現地化により、日本企業海外進出における課題の解決力を高め（許認可管理/販路確保/マーケティング）お取引先様と協働で品質の高い日本製品の流通拡大に貢献
- ・ 海外における卸売業としてのノウハウと経験を着実に蓄積し、段階的に進出先を拡大

第1弾 2022年9月～

ベトナム現地法人の設立



水平展開

「許認可の取得」が着々と進行

⇒ 取引メーカー様の商品流通は増加

取引メーカー様の数は**当初想定を超える**

第2弾 2024年2月～

インドネシア現地法人の設立

ベトナムで得たノウハウと経験を活かし、同様の課題がある**インドネシア市場の開拓に挑戦**

⇒ **日本製品の流通拡大へ**

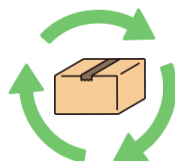
<インドネシアの市場認識>

- ・ 人口増加傾向で若年層が多く、**成長が見込めるマーケット**
- ・ 進出における課題が大きくベトナムよりも**未進出企業が多い**

## サプライチェーンイノベーション大賞 「優秀賞」を受賞



## 段ボール破材を再資源化する持続的な 資源再生型循環サイクルを構築



- ✓ 輸送に伴うCO2排出量の削減
  - ・ダンボール破材を個別回収するパッカー車が不要
  - ・当社で加工後、直接再生工場へ
- ✓ ダンボール破材の取扱量拡大  
収入の一部を「緑の募金」に寄付 / 地球環境保全を推進

## 統合報告書 「WHAT'S PALTAC 2023」を発行

## 投資家様との対話に基づいた 内容の改善と開示情報の充実

### WHAT'S PALTAC



統合報告書2023  
株式会社PALTAC

- 主な更新箇所（追加要素） —
- ✓ 中期経営計画に基づいた取り組みの進捗
  - ✓ 持続的成長に向けた新たな取り組み
  - ✓ サステナビリティ情報の充実

---

# 補足資料

---

前期に計上したセンター新設に伴う一過性費用消失の影響もあり  
増収増益を見込む

単位：億円 / (対売比)	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	増減	増減率
売上高	11,041	11,420	+378	+3.4%
売上総利益	823	865	+41	+5.0%
	(7.46)	(7.57)	(+0.11)	
販管費	579	600	+20	+3.6%
	(5.25)	(5.25)	(+0.00)	
営業利益	244	265	+20	+8.3%
	(2.22)	(2.32)	(+0.10)	
経常利益	274	295	+20	+7.5%
	(2.49)	(2.58)	(+0.10)	
当期純利益	192	203	+10	+5.4%
	(1.74)	(1.78)	(+0.03)	
1株当たり純利益 (円)	306.33	323.01	+16.68	+5.4%

## 将来見通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されています。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。これらの記述または前提（仮定）には、将来における既知また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、見通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。