

事業別戦略

医療用医薬品等卸売事業

医薬品等の安定供給機能を磨き上げるとともに、新しい価値を生み出し社会に貢献します

医療用医薬品等卸売事業では、医療用医薬品をはじめ、医療機器・医療材料・臨床検査試薬など未病から、診断、検査、治療、投薬に至るまで医療に関わる商品を、高機能物流センターALCやFLCなど全国224拠点に及ぶ万全な物流体制により、病院・診療所や調剤薬局など23万軒の医療機関に安定供給しています。また、MR認定試験に合格した社員（AR）は、2,500人を超えました。これは国内大手製薬企業のMR数と比較しても最大規模です。ARは、今後の企業成長を見据えて取り組むPMSやPFM®など新規事業拡大の原動力となっています。



株式会社メディパルホールディングス
取締役副社長 医薬事業担当
長福 恭弘

SWOT分析

- S 強み**
- 高機能な全国流通プラットフォーム（ALC/FLC）
 - さまざまなリスクを想定した事業継続計画（BCP）
 - 専門性を有する人材（AR、DMRなど）
 - 特殊温度帯下での医薬品流通技術
- O 機会**
- 製薬企業のMR数減少
 - 持続可能な社会をめざした動き
 - 高齢化による医療ニーズの増加
 - スペシャルティ医薬品の拡大
 - オンライン診療の拡大
 - 予防・未病領域の市場拡大

- W 課題**
- 生産性の向上
 - 環境対応型の新たな流通最適化モデルの構築
 - トレーサビリティの完全化
 - 公的制度に左右されない収益構造の構築
 - ヘルスケアのデジタルプラットフォーム構築と収益化
 - 地域のヘルスケア課題の解決
- T リスク**
- 労働人口の減少
 - 自然災害の発生
 - 感染症の拡大
 - 医療費抑制策の推進

ビジネスモデル（バリューチェーン）



製薬企業サポート

ARが、その高いスキルを医師や医療従事者の方々とのお話に活かし、治療に有用な情報を提供しています。また、製薬企業からPMS業務を受託しています。さらに、早期の開発が期待されている希少疾病用医薬品等に当社が投資を行い、上市が実現した際は投資に対するリターンを得るとともに、医療機関への販売・流通を優先的に行うビジネスモデルであるPFM®を行っています。

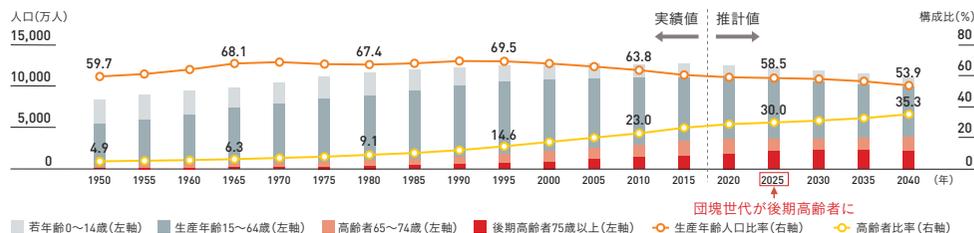
お客様サポート

ALCの機能とノウハウを活用した調剤薬局業務サポートシステム「PRESUS®」や病院内の物流業務サポートシステムである「McHIL®」により、お客様である医療従事者の方々に本来業務に専念していただける時間と環境を提供しています。

事業環境と2023年3月期の振り返り

薬価の引き下げ、新型コロナウイルス感染症の拡大による受診抑制の影響はあったものの、同感染症治療薬の販売が増加したことなどにより、市場は前期と比べ伸長しました。また、医療従事者の業務効率化と新型コロナウイルス感染リスクの軽減を目的に「個口スキャン検品」の導入を進めました。営業面においては、専門知識とスキルを持つARの育成や医療情報ポータルサイト「Clinical Cloud」でのLIVEセミナーの実施など、デジタルを活用した情報提供にも力を入れています。また、専門領域に特化して情報提供・収集活動を行うことを目的に、「RD-MR」「ウィメンズコーディネーター」を設置し、疾患啓発活動にも取り組んでいます。

▶ 事業環境の変化（将来推計人口）



出所：厚生労働省資料参考のうえ、当社作成
2015年までの実績値は総務省統計局「国勢調査」、それ以降の推計値は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（平成29年4月、出生中位・死亡中位推計）

*用語説明は、P.72の用語集をご参照ください。

事業戦略

成長戦略

取組みの進捗状況

<p>新たなグローバルビジネスに挑戦 海外への進出</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● JCRファーマ(株)との連携による新たな事業の展開 ● 中国においては、協業先である国薬ホールディングスとの関係を強化 ● JCRファーマ(株)と、ライソゾーム病の中でも超希少疾病を対象疾患とする4つの新薬候補物質の、日本を除く全世界における事業化に関する独占的交渉権付与に関する覚書を締結
<p>市場拡大・高度化に対応する 予防・未病領域の 事業拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 検査・試薬分野の市場拡大・高度化に対応した最先端の検査機器・試薬などの取扱商品の拡大 ● 予防歯科分野への進出
<p>ヘルスケアのデジタル プラットフォーム構築と収益化の推進 デジタルを活用した ビジネス基盤の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● パートナーとメディパルグループがそれぞれに有する経営資源を組み合わせ、国内トップレベルの新たな事業の創出
<p>新しい物流モデルの構築 持続可能な流通の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● H.U.グループホールディングス(株)との物流合弁会社(株)メディスケットを設立。両社の物流を集約することで、物流機能を向上させるだけでなく、「医療と健康、美」を支える国内最大の検査・診断・治療のヘルスケア物流プラットフォームの構築を加速するとともに、グリーン物流による社会課題の解決など、ヘルスケア業界の新たな価値創造をめざす ● 神栄(株)をはじめとした高度な温度と振動などのモニタリング技術を有するパートナーとともに、新たな医薬品流通最適化モデルを構築 ● お得意様との協議により、在庫量を分析・管理することで受発注・配送回数最適化に取り組む ● AI・ロボット技術を活用した物流システムの高度化により庫内・配送業務を削減
<p>地域のヘルスケア課題を 解決することで社会価値を創造 地域医療における価値共創</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の顧客、医療機関、自治体などが抱えるヘルスケア課題を抽出し、その解決策を提案する地域医療コーディネーターを設置 ● 地域の顧客の課題解決策と取引のある企業の課題解決策を調整し、協業提案を実施 ● 女性特有の疾病に関する予防・診断・治療等の情報を総合的に医療従事者へ提供することを目的に「ウィメンズコーディネーター」を設置し、女性の健康を側面から支援する取組みを開始

▶ 課題認識と今後の方向性

製薬企業から患者さんに至るまでの医薬品サプライチェーンについては、製薬企業連携、取引先連携などにより全体最適化・環境負荷低減に向けた取組みを継続していきます。具体的には、配送回数の削減や個口スキャン検品の導入推進など、お得意様と当社グループ双方の生産性向上を実現する取組みを進めていきます。医療関係者をつなぐコーディネート活動や、顧客支援サービスなど新たな流通価値を創造します。また、医療用医薬品等の安定供給機能を進化させ、医療に貢献していきます。当社連

結対象の子会社である(株)メディスケットへの業務委託を通じ、医薬品・検査資材等の供給と臨床・治験・研究等の検体の集荷を最適化することに加え、医療機器や臨床検査試薬の販売拡大、ARによる情報提供活動や製造販売後調査(PMS)の拡充、流通改善ガイドラインに沿った営業活動に引き続き取り組みつつ、デジタルヘルスケア分野では、当社連結対象の完全子会社である(株)メディセオに新設したデジタル事業本部を中心に収益基盤の強化に努めます。

FOCUS

希少疾病用医薬品の 個人宅への配送の実現に向けた取組み

新型コロナウイルス感染症の感染対策や、重い症状によって通院が困難な患者さんのためにも、オンラインによる診療や服薬指導など、在宅で治療が完結できる医療提供体制の普及・定着が求められています。希少疾病用医薬品においても自己注射の製品開発が進むなど、在宅での治療が可能になる動きがあります。このような変化に対応するため、当社グループは、必要な医薬品等を患者さんの個人宅まで配送する取組みを進めています。

① 宮城県での実証実験

(株)アトルは、宮城県宮崎市の医療機関と患者さんにご協力をいただき、特殊梱包を用いて医療機関で調剤された医薬品を自宅配送するサービスの検証を開始しています。在宅で治療が完結できる環境整備をめざすとともに、新たに生じる課題の把握と解決、さらには希少疾病ごとの潜在的なニーズの探求など、高付加価値の伴った自宅配送スキームの構築をめざしています。



② 神奈川県での実証実験

希少疾病であるライソゾーム病は、専門医のいる医療機関が限られており、患者さんは長時間の通院を余儀なくされています。また、歩行障害や寝たきりなどで通院が困難なケースも多く、患者さんやご家族の負担が大きな疾患です。

(株)メディセオは、物流センターから出荷されたライソゾーム病治療薬を厳格な温度管理のもと、患者さん宅まで配送することにより、在宅での酵素補充療法にかかる流通上のリスクの特定・分析・評価、薬剤の品質管理、安全性の検証を行います。

事業別戦略



株式会社PALTAC
代表取締役社長
吉田 拓也

化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業

私たちは流通を通じて、お取引先様の繁栄と、
人々の豊かで快適な生活の実現に貢献します

(株)PALTACは、「美と健康」の領域で生活必需品をお届けする“卸”として、国内No.1の地位を築いています。現在、約1,000社から約50,000種類もの商品を仕入れ、ドラッグストア業態を中心にほぼすべての主要小売業様(約400社)と全国販売網を確立し、サプライチェーン全体の最適化・効率化に努めています。日々の暮らしを豊かにする商品が“どんな時でも”“お手頃”に手に入る、そんな「当たり前」の日常を支えるために、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(株)PALTACの使命であると考えています。

SWOT分析

- 高効率の大型物流センター
- コスト競争力
- キャッシュ・フロー創出力(投資余力)
- 顧客への店舗支援機能
- 情報システムの開発力
- やりきる力(GRIT)を有する人財群
- CO₂排出削減に貢献する
配送効率化・返品削減ノウハウ

S
強み

W
課題

- 小売業の全国化・チェーン化
- SC全体の効率化需要の高まり
- 持続可能な社会をめざした動き
- ニューノーマル
- デジタル化、AI・ロボティクス技術の進展

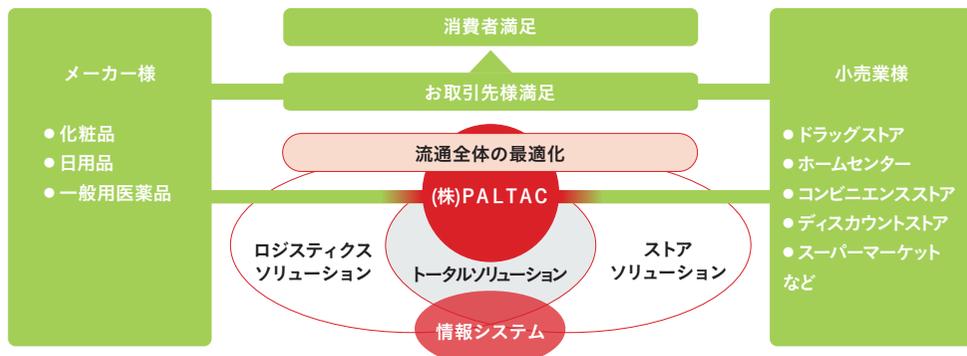
O
機会

T
リスク

- 慢性的な人手不足
- 人件費の上昇
- 配送費など物流費の上昇
- 専門人財のさらなる拡充

- 総人口減少に伴う需要の低下
- 自然災害・感染症の発生
- 物価高騰による消費の冷え込み

ビジネスモデル(バリューチェーン)



ロジスティクスソリューション

全国16か所に、出荷精度99.999%(ファイブナイン)を誇る大型物流センター「RDC」を展開しています。また、荷役の機械化・自動化に適したユニットロードシステム[※]の導入をはじめ徹底した合理化によって、生産から流通、店舗に至るまでのサプライチェーン全体の流通効率化を実現しています。

※ユニットロードシステム：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、輸送・保管などを効率化する仕組み

ストアソリューション

単に商品をお届けするだけでなく、専門スタッフが小売業様の店舗ロケーションやPOS情報などを総合的に分析し、商品構成・棚割り、在庫管理、品目改廃まで、効率的かつ効果的な店頭マーチャンダイジングによる売場の生産性向上をサポートしています。

事業環境と2023年3月期の振り返り

感染状況の落ち着きとともにコロナ関連需要が縮小しつつある一方で、外出機会の増加に伴って、メイクアップや洗顔などの化粧品、ドリンク剤や胃腸薬などの医薬品が好調に推移しました。また、前年に比べ気温が高く推移したこともあり、制汗剤や殺虫剤、花粉関連商材などの春夏季節品も好調に推移しました。このような状況の中、(株)PALTACは当事業年度で2年目となる中期経営計画のもと、お取引先様との連携・協働による「売れる仕組みの強化」や、差し迫る物流の2024年問題やホワイト物流への対応を視野に入れた「配送改善」、組織的に強化したすべての取組みを支える「デジタルの活用」、中長期の成長を担う「人財の積極採用」など、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進めました。



事業戦略

PALTAC VISION 2024 (2022年3月期～2024年3月期)
『輝く未来へ』～サプライチェーンとともに歩む～

重点戦略

中間流通機能をさらに高め、お取引先様をはじめとしたステークホルダーの皆様との連携・協働を加速させ、社会のニーズに柔軟に対応することで持続的成長を果たすため、4つの柱を軸にした取組みを掲げています。

成長戦略

取組みの進捗状況

<p>激変する環境に対応する リテール ソリューション力の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●お取引先様との連携・協働による「売れる仕組みの強化」 ●店頭の活きた情報や業界最大の流通情報を活用した需要変動への迅速な対応や、これまでのメーカー様には取り扱いがなかった商品を含め、市場環境の変化を先読みした新たな品揃え提案
<p>安心・安全・高効率を追求する ロジスティクス ソリューション力の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●「栃木物流センター」において新物流モデルを導入、高効率出荷キャパシティの拡大 ●物流の2024年問題をはじめ、深刻化するドライバー不足に対応するため企業間の連携・協働による新たな改善施策に挑戦 ●大規模災害時を想定した共同配送の実証実験に参画
<p>提供価値の仕組みを支える システム機能の強化・ デジタル化の推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●デジタル活用の知見・ノウハウを組織として蓄積 ●現場課題の「見える化」と解決スピードの向上
<p>持続的成長の源泉 人財・組織の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●DX推進に向けた、全社員のデジタルリテラシー向上 ●サステナビリティの推進 (CO₂削減、人財の投資) ●人財投資など成長投資を継続実施

課題認識と今後の方向性

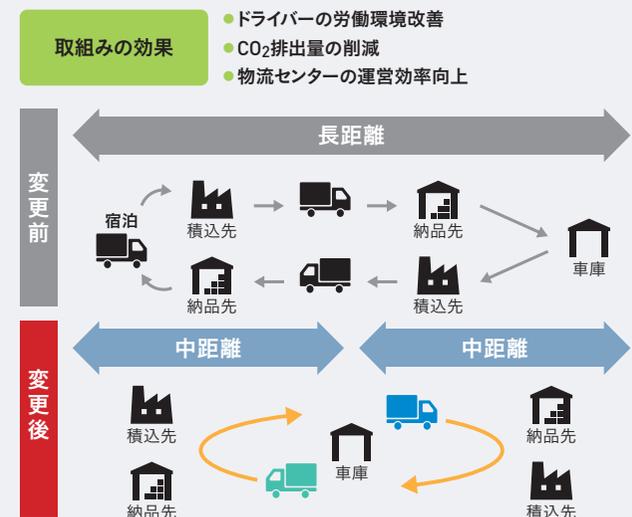
ウィズコロナにおける生活者の意識や行動の変化、各種政策などにより、社会経済活動は正常化に向かうことが期待されます。また、物価上昇による消費マインドへの影響など先行きの不透明な状況は続くものの、各企業の賃上げや訪日外国人の消費増など、明るい材料も出てきています。当社が属する流通業界においては、各所における人手不足はますます深刻化し、中でも輸送能力の低下を招く物流の2024年問題が目前に迫るなど、多様

かつ複雑な課題へのスピードをもった対応が必要な状況から、中間流通業が果たす役割はますます重要になると予想しています。2024年3月期においては、激しい社会変化の波に柔軟に対応するため、人的資本の充実を図りつつ、新たな発想による企業変革に着手するとともに、社内外の連携・協働による、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着実に進めていきます。

FOCUS

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

2022年12月、「令和4年度(第21回)グリーン物流パートナーシップ優良事業者表彰」にて、最高位となる国土交通大臣表彰を共同受賞しました。本取組みは、MGC ウッドケム(株)、サッポログループ物流(株)、鈴与(株)、南光運輸(株)、富士フィルムロジスティクス(株)、ユニリーバ・ジャパン(株)、ライオン(株)の7社と連携し、物流効率化による長距離中継輸送におけるCO₂排出量削減等の環境負荷低減とドライバーの労働環境改善を実現したことが高く評価されたものです。取組みの背景として、物流業界のドライバーの残業時間の上限が規制される「2024年問題」とCO₂排出量削減という課題があります。これを貸切車両による長距離輸送から中間拠点を経由した中継輸送に変更することで、1台当たりの積載率・実車率の向上、空走距離の短縮を実現。また、入荷作業の平準化も可能となりました。(株)PALTACは今後も生活必需品の安定供給を担う中間流通業者としてお取引先様と連携・協働してサプライチェーン全体で持続可能な流通の構築をめざしていきます。



事業別戦略

動物用医薬品等卸売事業

心の癒しと食の安全・安心に貢献する 全国流通ネットワークの構築をめざします

MPアグロ(株)は、動物用医薬品卸として国内唯一の全国規模の物流ネットワークと営業力を有しており、これらを基盤として畜水産向けとコンパニオンアニマル※1向けの動物用医薬品を中心に、サプリメント製品、飼料添加物、動物用医療機器など多様な商品を供給しています。全国32か所の営業拠点と5か所の物流センター(2023年3月末現在)から動物用医薬品等の販売・卸売の広域卸として商品を安定供給することで、国内トップの販売実績となっています。心の癒しと食の安全・安心に貢献できる企業をめざし、流通機能と営業機能の融合による新たな事業展開を進めています。

※1 コンパニオンアニマル：伴侶動物とも表現され、日常生活の中で人とより密接な関係を保つような動物



MPアグロ株式会社
代表取締役社長
木村 友彦

SWOT分析

- 動物用医薬品卸唯一の全国展開
- 全国5物流センターによる商品の安定供給
- 自社企画品の独占販売
- HACCP※2に基づく総合的な衛生管理

S
強み

W
課題

- 物流費の上昇
- 流通機能とメーカー機能の融合
- 専門知識を有する営業人材の拡充
- 生産性の向上
- デジタル化

O
機会

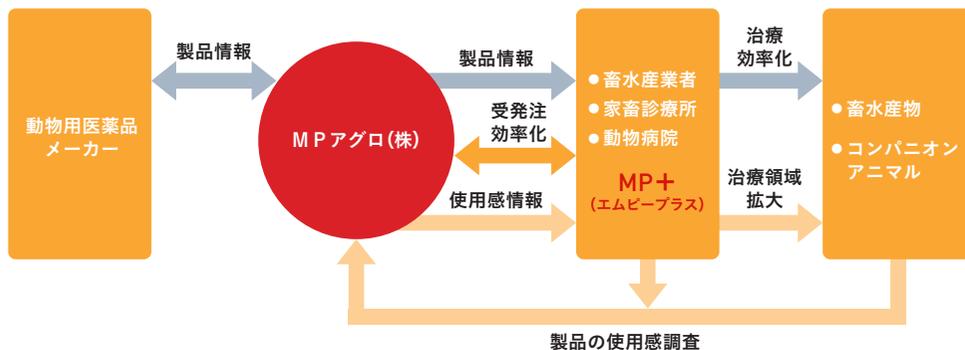
T
リスク

- 未取引地域への参入
- 自社企画品の品目拡大
- お得意様の治療領域の拡充
- 消費者の安全・安心ニーズの高まり

- 他業種の業界参入
- 流通形態の変更
- 人口減少
- 自然災害・感染症の発生

※2 HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point: ハザップ)：食品等事業者が原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、食中毒などの健康被害を引き起こす可能性のある危害要因を科学的根拠に基づき管理する方法

ビジネスモデル(バリューチェーン)



事業環境

動物用医薬品のコンパニオンアニマル向け市場は、動物用治療薬の進歩による長寿化が進む一方、相次ぐ物価の上昇による節約意識の高まりなどにより、横ばいで推移しました。畜水産向け市場は、景気低迷と過去最大の鳥インフルエンザの感染拡大や飼料価格や生産コストの高騰による低価格商材へのシフトや使用中止などにより事業環境は厳しさが増えています。

事業戦略

重点戦略として、「独自ブランド戦略による事業拡大」「物流機能と営業機能の再構築による生産性向上」「人材育成による情報発信力と組織力の強化」に取り組んでいます。

2023年3月期の振り返り

動物用医薬品等卸売事業では、自社企画品の普及・定着や、独自の動物病院向けWEB発注情報システム「MP+(エムビープラス)」の利用拡大、流通機能とマーケティング機能を融合させた新しい営業モデルの取組みを推進したものの、販売はやや低調に推移しました。

課題認識と今後の方向性

2023年5月に新設した開発本部による新たな価値創造により、コンパニオンアニマルの健康維持・増進に寄与するとともに、畜水産物の生産性向上、疾病予防やまん延防止に取り組み、「心の癒しと食の安全・安心」の貢献をめざしていきます。

事業別戦略

食品加工原材料卸売等関連事業

お客様の商品企画、原材料の調達、 製造から流通に至るまでトータルにサポートしています

北海道札幌市に本社を置くメディパルフーズ(株)は、「食の安全・安心」と「おいしさ」をテーマに、全国11か所の拠点のネットワークを活かした提案力、約800社の仕入先と約14,000品目を超える商品ラインアップ、そして約1,200社の顧客の要望に応じてきた豊富な経験を強みに、お客様の製品開発から流通までをトータルでサポートしています。取扱品目は、食品添加物・調味料ならびに各種加工原料や副資材などで、これらの商品を国内各地の食品メーカーに提供しています。また、広域的な営業活動ができる基盤を強みに、全国エリアに製造拠点を展開しているお客様への対応も可能であり、売上規模は200億円超となっています。

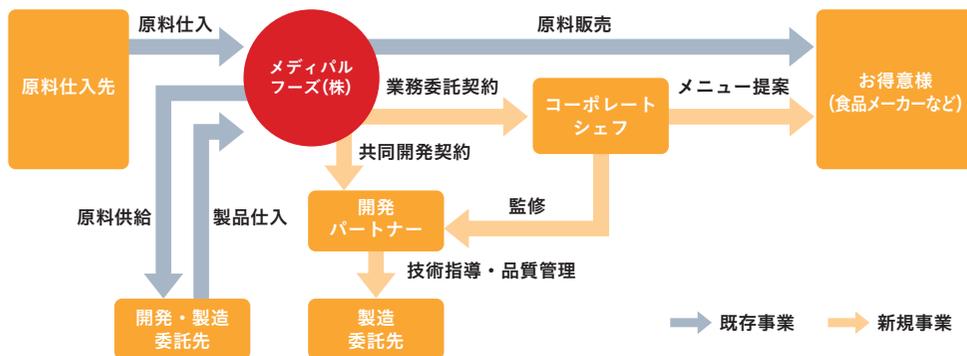


メディパルフーズ株式会社
代表取締役社長
香山 高晴

SWOT分析

S 強み	W 課題
	T リスク
O 機会	● 物流費の上昇 ● 生産性の向上 ● スペシャリティ人材の確保 ● デジタル化
● 国内原料の需要増加 ● 食のニーズの多様化 ● 日本の食材に対する海外需要増加 ● 消費者の環境・健康ニーズの高まり	● 政情不安、異常気象による原料調達難 ● 原料価格の高騰 ● 人口減による需要低下 ● 自然災害・感染症の発生

ビジネスモデル(バリューチェーン)



事業環境

食品加工原材料の市場は、原料高騰や鳥インフルエンザの感染拡大などにより、価格上昇や鶏卵関連製品の供給不足など、引き続き厳しい状況にあります。新型コロナウイルス感染症による行動制限が解除されたことやインバウンドの回復により外食産業の需要は上向き環境下にあります。

事業戦略

メディパルフーズ(株)は、お客様のニーズを捉えた商品を多角的に調達し、食の未来を創造する、食品製造事業者向け総合商社をめざしています。また、単なる流通卸にとどまらず、パートナーと協働で製品開発を行うファブレスメーカーとしての機能も向上させていきます。

2023年3月期の振り返り

全国展開の強みを活かした営業の推進や、商品の調達と提案、商品付加価値を高める新製品の企画開発の推進、お客様の商品企画から流通に至るまでをトータルサポートする取組みなどにより、販売は順調に推移しました。

課題認識と今後の方向性

メディパルフーズ(株)は継続した成長をめざすにあたり、高付加価値商品の開発に取り組み、これまでにボリュームキープA/K、Doミネラル、ピーアップP/Gなどの食品機能や生産性を高める共同開発品を上市させました。また、シナジー創出に向けて、グループ会社と共同開発の推進や商流の活用などを進めていきます。