

At a Glance

メディパルグループは、「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・食品加工原材料等卸売事業」の3本柱で、収益の多角化を進めています。

セグメント別構成比*

連結売上高

3兆2,111億円

動物用医薬品・
食品加工原材料等卸売事業

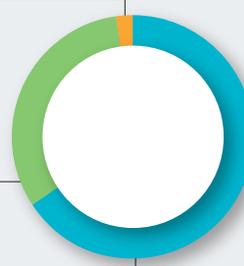
2.1%

化粧品・日用品、
一般用医薬品卸売事業

32.2%

医療用医薬品等
卸売事業

65.8%



連結営業利益

385億円

(売上比:1.2%)

動物用医薬品・
食品加工原材料等卸売事業

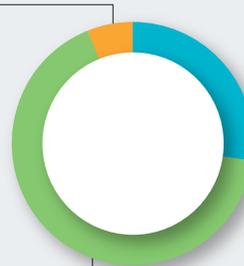
6.0%

化粧品・日用品、
一般用医薬品卸売事業

66.0%

医療用医薬品等
卸売事業

27.3%



連結経常利益

529億円

(売上比:1.6%)

動物用医薬品・
食品加工原材料等卸売事業

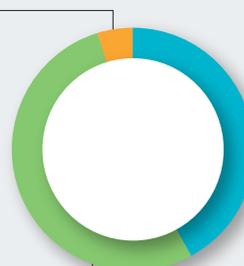
4.5%

化粧品・日用品、
一般用医薬品卸売事業

53.0%

医療用医薬品等
卸売事業

41.9%



*連結消去等を除いて表示しているため、合計は100%になりません。

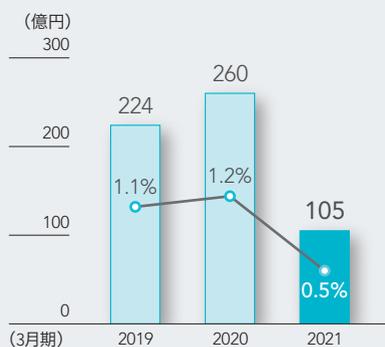
医療用医薬品等卸売事業

□ P.28-31

売上高



営業利益／営業利益率



経常利益／経常利益率



化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業

□ P.32-35

売上高



営業利益／営業利益率



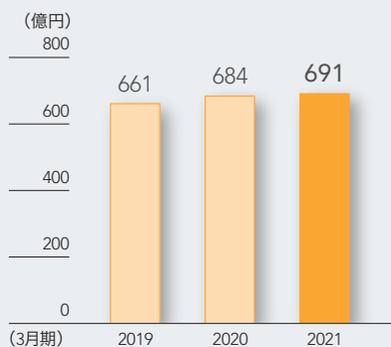
経常利益／経常利益率



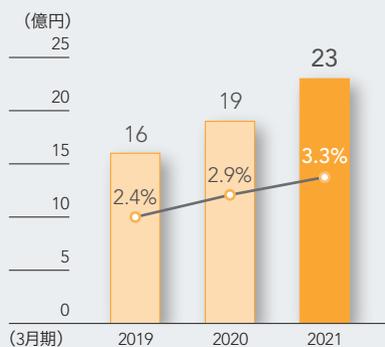
動物用医薬品・食品加工原材料等卸売事業

□ P.36-37

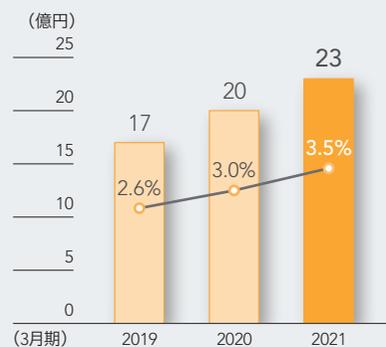
売上高



営業利益／営業利益率



経常利益／経常利益率



事業別戦略



医療用医薬品等卸売事業

事業におけるSDGsの取組み

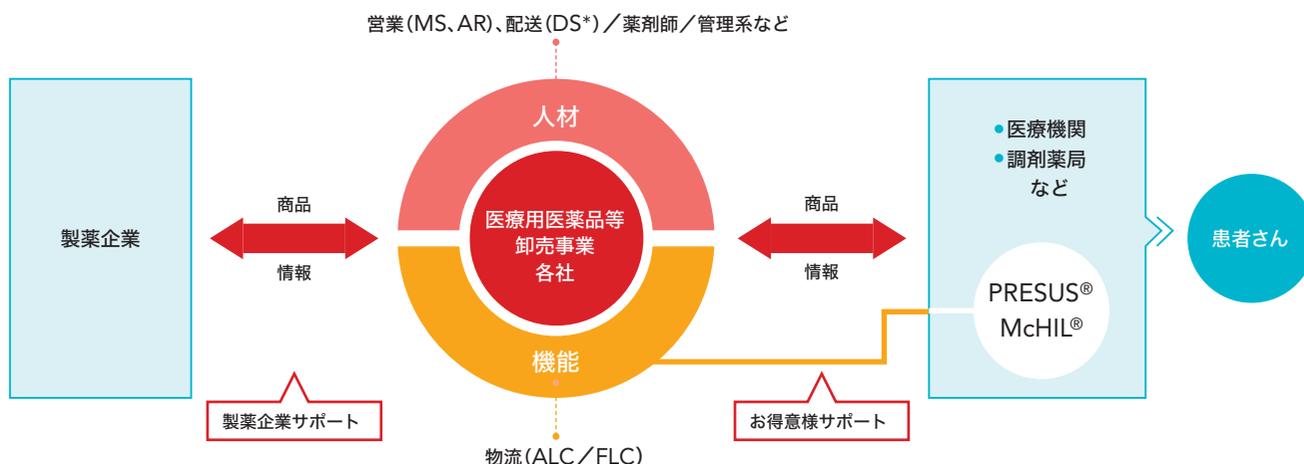


事業概要

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やお得意様に近い場所に設置したFLC*など全国217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従業員（AR）は、2,500名を超えました。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。



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面談に活かし、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など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。

お得意様サポート

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「PREBUS®」や病院内の物流業務サポートシステムである「McHIL®」により、お得意様である医療従事者の方々には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。

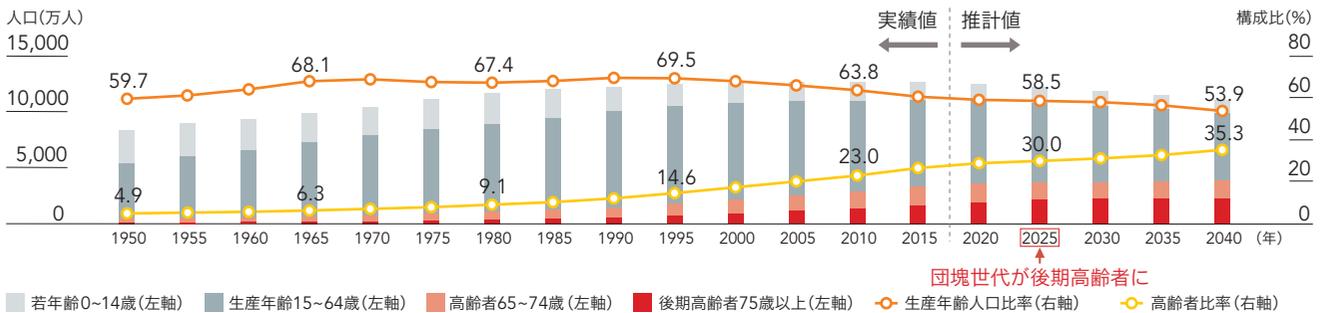
*用語説明は、P.73の用語集をご参照ください。



SWOT分析



■ 事業環境の変化 (将来推計人口)



(出典：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)

■ 事業環境

日本国内では増大する医療・介護・福祉の社会保障費を抑制することが重要な課題となっています。その一環として、医療提供体制の見直しによる量から質への転換が求められており、予防医療やセルフメディケーションの推進、地域包括ケアシステムの構築など、さまざまな動きが起きてくるものと考えています。

医薬品業界においては、薬価基準制度の改革や後発医薬品の普及拡大などが進められています。これまで原則として2年に1度実施されていた薬価改定が2021年度には中間年

の改定が実施され、今後一段と厳しい事業環境になっていくことが予想されます。

製薬企業の開発はがんや希少疾病を対象とした医薬品、再生医療等製品にシフトしてきており、流通面においても厳格な温度管理を必要とするなど、高度な流通体制が求められています。一方、生活習慣病などのプライマリー分野では、後発医薬品の普及が進み、より一層効率的な流通が必要となってきています。さらには、新型コロナウイルス感染症の拡大を契機として、医療業界においても、オンライン診療を

はじめとしたデジタル技術の普及が加速しています。

これら著しい変化がある中で、本事業では、必要とされる商品を、適時適量に最適な回数で確実にお届けする仕組みを構築し、人々の安全・安心な医療を支える社会インフラとして、有事の際も止まらない盤石な流通の実現に努めて

いるほか、SDGsの観点から、配送回数の見直しなどを行い、CO₂排出量の削減を図っています。加えて、製薬企業から患者さんに至るまでのサプライチェーン全体の最適化・効率化を図るべく、卸機能を最大限に発揮するためのさまざまな取組みを行っています。

事業戦略

2022メディバル中期ビジョン

顧客起点のビジネスモデルの構築

重点戦略

顧客起点のビジネスモデルの構築に向け、3つの重点戦略に取り組んでいます。

1 パートナーシップの構築 新たな枠組みの創造

さまざまな分野の企業・医療機関・自治体との協業、医療・ヘルスケア領域におけるデジタルヘルスケア分野のICT企業への積極的な出資など、当社グループのリアルな医療機関とのネットワークを通じて、新しい地域医療連携の支援などを実現するため、既存の枠組みにとらわれないビジネスモデルを構築していきます。

2 新規事業の拡大 収益基盤の強化

当社独自の取組みであるPFM[®]により、希少疾病医薬品の開発促進と安定供給の実現を図っています。また、新会社を設立することでPMS事業を新たな収益事業に発展させることなどにより、収益基盤の強化に取り組めます。なお、日本最大規模の人数にまで増えたARを新規事業を拡大する原動力と位置づけています。

3 既存事業の革新 顧客課題の解決と生産性の向上

ALCの持つさまざまな機能を最大限に活用し、当社だけでなく顧客のオペレーションを効率化することにより、さらなる生産性向上を図っていきます。また、環境に配慮した物流体制を構築するなど、SDGsに貢献する取組みを進めています。

進捗状況

パートナーシップの構築の取組みとして、デジタルヘルスケア分野では、メディカル・データ・ビジョン（株）と、その子会社である（株）Doctorbookとの協業により、医薬情報ポータルサイト「Clinical Cloud by MEDIPAL」を展開しています。医療従事者の会員の方々に、臨床に関する知見など最新の医療情報を提供し、医療現場のサポートを続けています。また、当社グループは、公益社団法人日本医師会などが推進する「COPD（慢性閉塞性肺疾患）啓発プロジェクト」に参画し、COPDの認知度を高め、患者さんの

早期診断・治療につなげており、当ポータルサイトの活用を通じて新型コロナウイルスとCOPDとの関係についても会員の方々へ情報を提供しています。

既存事業の革新にあたる、物流基盤の強化については、高品質・高機能かつ災害対策を施したALC・FLCの全国展開を進めており、（株）エバルスの「広島ALC」は2020年5月より、（株）メディセオの「札幌ALC」は同年7月より順調に稼働しています。また、厳格な温度管理が必要な再生医療等製品などを安全・安心にお届けするために、超低温

を含む全温度帯に対応できる物流プラットフォームを構築しています。さらに、顧客向けに、検品時間を大幅に短縮できる「個口スキャン検品」の導入を進めることで、医療従事者の業務効率化と接触機会の減少に伴う新型コロナウイルス感染リスクの軽減に貢献しています。

営業面の強化については、MR認定試験合格者をARとして任命し、高い専門知識とスキルを活かした情報提供活動に取り組んでいます。また、コロナ禍で訪問規制がある中、

医療従事者とオンラインによる面談および勉強会やWeb講演会を実施し、適正な医薬品の情報提供および収集に努めました。

FOCUS

SPLine(株)を中心とした希少疾病用医薬品の流通

近年では、患者数の少ない希少疾病の分野において革新的新薬の開発が進んでいます。その中には、生命に関わる重大な疾患の治療薬が数多くあり、これらの医薬品を安全・安心にお届けする体制を構築することは、私たちの社会的使命であると考えています。

希少疾病用医薬品は、高血圧や糖尿病のような慢性疾患の治療薬とは異なり、高額で厳格な管理が必要なものが多いため、ムダのない効率的な流通体制が求められます。また、厳密な温度管理をしながらトレーサビリティを確保しなくてはならない医薬品もあります。

連結子会社であるSPLine(株)は、当社グループが有する「温度帯管理物流システム」をはじめとした質の高い医薬品流通管理機能や、PFM[®]・AR・PMSを含めた医薬品の流通の企画提案を行い、製薬企業と当社グループ各社をつなぎ、医薬品特性に応じた流通体制を構築しています。全国一律に高品質なサービスを安定的に提供することで、製薬企業や医療機関のニーズに応えています。

また、海外の製薬企業向けに、日本市場に進出し医薬品を販売する際のコーディネートも行っています。

当社グループはSPLine(株)を中心に、治験物流の受託から販売後の安定流通までをトータルでコーディネートし、必要としている患者さんに確実に医薬品をお届けできるよう取り組んでいます。

医薬品特性に応じた流通体制を構築





化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業

事業におけるSDGsの取組み

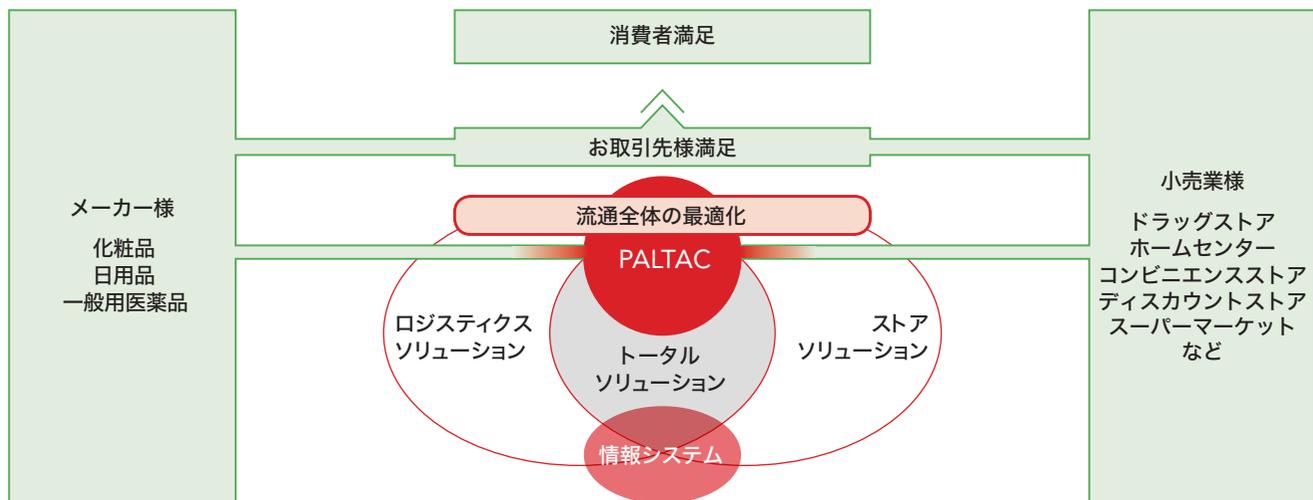


事業概要

化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業では、連結子会社である(株)PALTAC(以下PALTAC)が、「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。

取扱数	取引先	最新鋭 大型物流センター数
総出荷数 年間 35億 個	小売業様 400 社 メーカー様 1,000 社	全国 16 か所

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

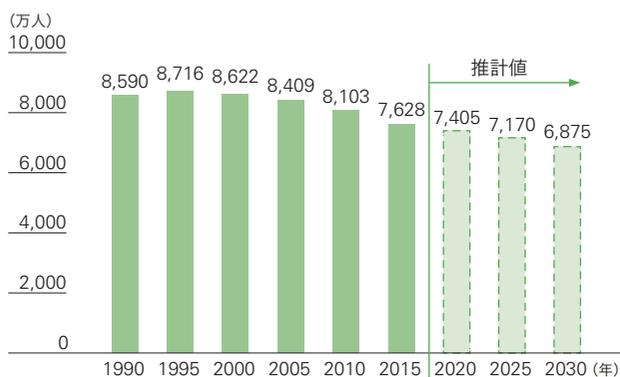
単に商品をお届けするだけでなく、カテゴリーごとの専門スタッフが小売業様の店舗ロケーションやPOS情報などを総合的に分析し、商品構成・棚割り、在庫管理、品目改廃まで、効率のかつ効果的な店頭マーチャンダイジングによる売場の生産性向上をサポートしています。



SWOT分析

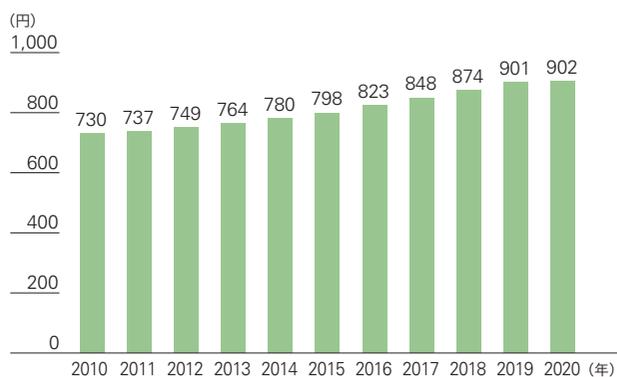


労働人口推移



(出典：総務省統計局資料)

最低賃金推移



(出典：厚生労働省資料)

事業環境と2021年3月期の振り返り

衛生面に対する意識の向上に伴う、マスクや手洗石鹸、消毒液など、衛生関連品の需要は増加したものの、レジャーに伴う外出などの人出が抑制される中で、メイクアップや整髪料などの化粧品の需要が減少している状況にあります。また、外国人観光客の往来再開には依然としてめどがたっておらず、外国人観光客に人気が高かったフェイスマスクなどの、いわゆるインバウンド商材の需要についても、大きく減少した状況が継続しています。2021年3月期は、新モデルの物流センターにおいて、効率的に運用するノウハウの蓄積に努め、年度の後半においては安定して人員生産性2倍を達成しま

した。また、企業間の相互協力による「コストの利益化」や、生活者に商品がわたる現場（店頭）を重視し、商談内容の実現率を向上させるとともに、店頭における情報を活用・フィードバックすることで商談の品質向上を図る「売れる仕組みづくり」について、前期に設置した専門部署を中心に着実に成功事例を積み上げるなど、中長期の成長を見据えた営業体制の整備に努めてきました。また、流通におけるECビジネスの拡大に合わせ、2021年1月にEC事業部を立ち上げ、ECビジネス特有のソリューション強化を図っています。

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。

1 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」

「ニューノーマル」と言われるような、従前の常識が通用しないような変化が流通業界にも起こっています。「商品が生活者にわたる現場（店頭）」を重視し、機能強化を目的に設置した店舗支援本部、SCM本部、EC事業部をはじめ各部門と営業部門との連携・協働により、マーチャングイングや生産性向上など流通全体の幅広い課題に対応できるソリューション力を強化していきます。

2 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」

当たり前の日常を支える「安心・安全」を基本に据え、高効率のロジスティクス機能を引き続き強化していきます。既存センターにおける継続的な改善を進めるとともに「新物流モデル」を活用した新センター建設により出荷キャパシティ拡大を進めていきます。同時にホワイト物流など、「配送課題」の解決に向けた取組みを進めていきます。

3 価値提供の仕組みを支える 「システム機能の強化・デジタル化の推進」

PALTACの価値提供の仕組みを支えるシステム機能の強化は、生産性および対応スピード向上を実現するためには欠かすことができない「扇の要」です。増大するサイバーリスクに対応するためのセキュリティ強化はもとより、基幹システム刷新やデジタル人材の育成・確保などにより、守りから「攻めのIT」へ転換を進め、急速に変化する現場ニーズに対応していきます。さらに業務の効率化や提供価値の向上など、将来のデジタルトランスフォーメーションに向けた体制を強化していきます。

4 持続的成長の源泉 「人財・組織の強化」

PALTAC従業員の多様性を活かしながら、経営理念（PALTAC MIND）の浸透を図り、PALTACの事業戦略を実現できる組織強化を進めていきます。人財面では、現場力や専門知識などのスキル向上を進め、チャレンジ精神やグリット（やりきる力）など、従業員に備わっている強みを最大限に引き出す取組みを進めていきます。また、組織面では、人材が活躍できるよう、デジタル技術を活用するなど、各部門間が連携・協働できる体制を整え、組織として総合力を発揮できる基盤を構築していきます。

FOCUS



サプライチェーンイノベーション大賞 Supply chain Innovation Award 2021

「サプライチェーン イノベーション大賞2021」を受賞 ～サプライチェーン全体の協働による無駄削減の取組み～

(株) PALTACと(株) スギ薬局様、ライオン(株)様の3社協働で実施した「オープンな製・配・販の連携で在庫適正化と返品削減」の取組みを評価いただき「サプライチェーン イノベーション大賞2021」の「大賞」を受賞しました。同賞は、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・販各分野の協力のもとで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。今後においても製・配・販が協働で創意工夫を図り、サプライチェーン全体の無駄をなくすとともに、新たな価値を創造する仕組みを構築していきます。

課題と目的

課題：店舗における「過剰在庫、返品」
目的：在庫の適正化による返品削減

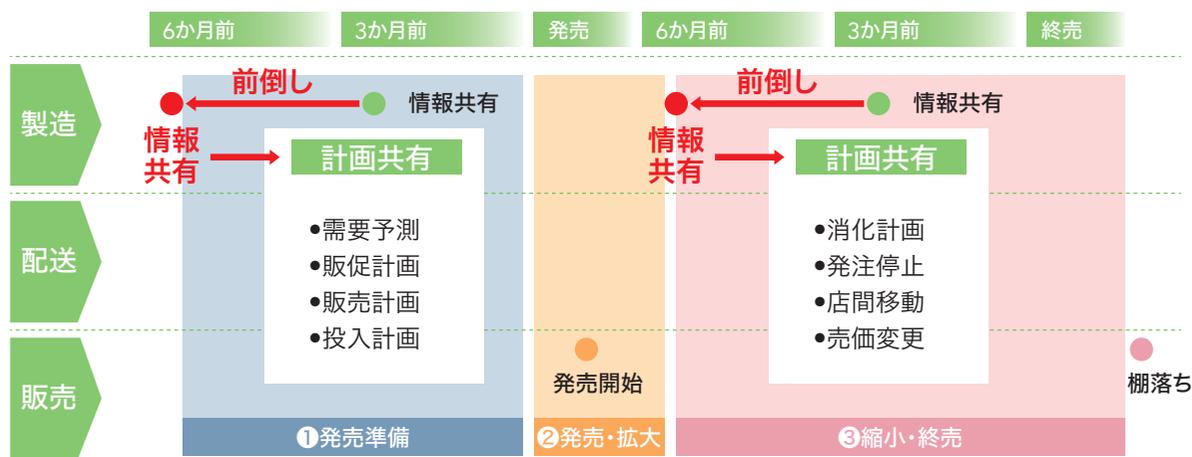
具体的な取組み

「新製品や商品の改廃情報」や「販売促進施策計画」、「店舗別配荷数量」などの情報を早期に共有化し、発売から終売までの店頭オペレーション施策をソリューションモデルとして体系的に開発して実行することで、売上拡大を図りながら在庫適正化・返品削減を実現

効果

3社が企業の枠を超えて「現場主義」「スピーディー」「オープン」な連携体制を通じ、在庫の適正化による返品削減を実現

売上拡大×在庫適正化・返品削減 3つの製配販ソリューションモデル



流通の中間に位置するPALTACは、中間流通ならではの機能を強化するとともに、今回の取組みのような、小売業様・メーカー様をはじめサプライチェーン全体の連携・協働を深化させていきます。流通の過程で存在するムリ・ムダ・ムラなどの課題を顕在化させ、それぞれの課題解決に向けて各企業様とともに取り組み、新たな価値提供に挑戦していきます。これらの取組みを通じて、お取引先の繁栄と人々の豊かで快適な生活の実現とサステナブルな社会の実現をめざしていきます。



動物用医薬品・食品加工原材料等卸売事業

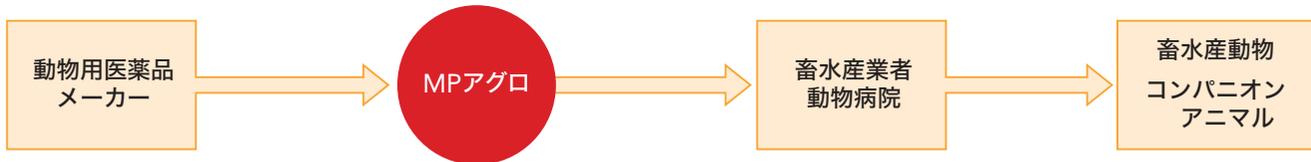


動物用医薬品卸売事業

事業概要

連結子会社のMPアグロ(株)が、全国に営業拠点を持ち、物流センター5か所から畜水産物向けとコンパニオンアニマル向けに動物用医薬品を中心に、飼料添加物、動物用医療機器など多様な商品を安定供給することで、国内トップの販売実績を誇っています。

バリューチェーン



事業環境

畜産向け市場では、広域にわたる鳥インフルエンザなど、家畜伝染病の脅威が予断を許さない状況です。

また、コンパニオンアニマル向け市場では、犬猫の飼育頭

数は減少しているものの、治療薬の進歩などによる長寿化もあって堅調に推移しています。

重点戦略

独自開発の動物病院向けWEB発注情報システム (MPプラス) のさらなる利用拡大、動物薬卸業界初となるPMSの使用成績調査支援業務の推進、専売品の取扱品目の拡大および販売強化と、幅広い取組みを行っています。さらに、自社所有の検査センターでは獣医師などの技術社員を擁し、病理検査・血清抗体検査・細菌検査・遺伝子検査などを

実施しているほか、HACCP[※]推進部門を中心としてコンサルティング機能を充実させるなど、お客様のさまざまなニーズにきめ細かく対応することで、取引拡大をめざしています。

※ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) : 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。

1 独自ブランド戦略による
事業拡大

2 物流機能と営業機能の再構築による
生産性向上

3 人材育成による
情報発信力と組織力の強化

当期の取組みと今後の方針

2021年3月期は、畜産向け市場において広域にわたる鳥インフルエンザ感染の影響もありましたが、コンパニオンアニマル向け市場におけるMPプラスの利用拡大により、堅調に推移しました。また、新型コロナウイルス感染症が拡大する中、衛生管理の徹底や在宅勤務など、事業継続に必要な

対策を講じ、安定供給に努めています。

今後は全国展開の強みを活かした営業を推進するとともに、市場環境の変化を見据え、経営基盤の強化と顧客サービスの充実に努めていきます。

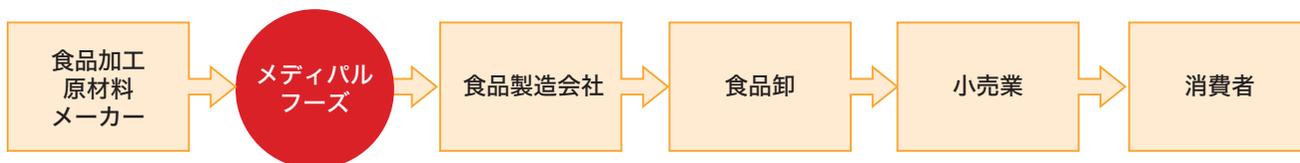


食品加工原材料等卸売事業

事業概要

連結子会社メディパルフーズ(株)が、「食の安全・安心」と「おいしさ」をテーマに、農畜産加工原料、調味料・食品添加物、さらに包装梱包資材や化学工業薬品まで、約14,000品目(2021年3月期販売実績)の品揃えと全国規模の供給体制を確立し、食品製造業者向け総合商社をめざしています。

バリューチェーン



事業環境

食品事業を取り巻く環境は、国内人口の減少、少子高齢化により、食品市場規模の拡大が見込めない一方、食の安全や健康に対する意識の高まり、消費者ニーズの多様化が進んでいます。

また、原材料の高騰や人手不足による労務・物流費の上

昇などにより、今後も厳しい環境が続くことが予想されます。

さらに、新型コロナウイルスの感染拡大によって、外食・観光産業への影響は深刻さを増す一方、外出自粛による内食需要が増加するなど、消費動向の変化が起きています。

重点戦略

日本の食品製造業の製造品出荷額は約36兆円(出典：2020年農林水産省「食品産業動態調査」といわれており、そのうち食品加工原材料の割合は10～30%と考えられています。また、食品添加物市場規模は1兆476億円(出典：2021年1月14日付「食品化学新聞」と推定されています。こうした市場において、メディパルフーズ(株)は、メーカーとの幅広いネットワークにより、市場動向を的確に分析し、

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。加えて、お客様のSQF^{※1}やFSSC22000^{※2}などの国際規格認証取得を支援するなど、提供サービスのさらなる充実を図っています。

※1 SQF (Safe Quality Food)：食品産業の全業種を対象とする、一次生産から輸送・流通までを統合した、食品の安全と品質を確保するための国際的な規定

※2 FSSC22000：ISO 22000をベースに、より確実な食品安全管理を実践するためのマネジメントシステム規格

1 全国の仕入先と顧客を効果的につなぐバリューアップ営業の展開

2 未進出エリアへの展開

3 商品開発機能の強化

当期の取組みと今後の方針

2021年3月期は、新規取引の拡大があったものの、新型コロナウイルス感染症の影響による外食・観光産業の低迷により既存取引の一部が減少し、厳しい状況で推移しました。

今後は全国展開の強みを活かした営業を推進するとともに、市場環境の変化を見据え、経営基盤の強化と顧客サービスの充実に努めていきます。