
2023 年 3 月期 決算説明資料



2023 年 5 月 11 日

2023 年 3 月期 決算概要

売上拡大施策により売上は計画を上回る 厳しい業界環境により、利益はほぼ計画どおり

単位：億円 /（対売比）	2023年3月期 計画	2023年3月期 実績	差異	差異率	差異要因
売上高	10,800	11,041	+241	+2.2%	・感染拡大と経済再開（人流増）が同時進行 化粧品、医薬品の需要が拡大
売上総利益	828 (7.67)	823 (7.46)	△4 (△0.21)	△0.5%	・原料、エネルギー価格の高騰 ・業界（製配販）の利益のパイが縮小
販管費	581 (5.38)	579 (5.25)	△1 (△0.13)	△0.3%	・売上拡大に伴う固定費吸収効果 ・生産性向上の追求
営業利益	247 (2.29)	244 (2.22)	△2 (△0.07)	△0.9%	
経常利益	274 (2.54)	274 (2.49)	+0 (△0.05)	+0.1%	・売上総利益率の低下による影響
当期純利益	190 (1.76)	192 (1.74)	+2 (△0.02)	+1.3%	

売上拡大施策が奏功、売上高は過去最高 センター新設の影響（一過性の先行投資）もあり減益

単位：億円 / (対売比)	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	増減	増減率
売上高	10,457	11,041	+584	+5.6%
売上総利益	817 (7.82)	823 (7.46)	+6 (△0.36)	+0.8%
販管費	558 (5.34)	579 (5.25)	+20 (△0.09)	+3.7%
営業利益	259 (2.48)	244 (2.22)	△14 (△0.26)	△5.6%
経常利益	286 (2.74)	274 (2.49)	△11 (△0.25)	△4.2%
当期純利益	196 (1.88)	192 (1.74)	△3 (△0.14)	△2.0%

売上高伸長及び販管费率抑制により 厳しい環境下、前年並みの営業利益額を確保

単位：億円 / (対売比)	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	増減	増減率
売上高	10,457	11,038	+581	+5.6%
売上総利益	817 (7.82)	835 (7.57)	+18 (△0.25)	+2.2%
販管費	558 (5.34)	576 (5.23)	+18 (△0.11)	+3.3%
営業利益	259 (2.48)	258 (2.35)	△0 (△0.13)	△0.1%
経常利益	286 (2.74)	288 (2.61)	+2 (△0.13)	+0.8%
当期純利益	196 (1.88)	206 (1.87)	+10 (△0.01)	+5.2%

*栃木物流センター新設に伴う影響 売上総利益：△11億円 販管費：+2億円 営業利益：△14億円

売上高

1兆1,041億円

前期比増減

+584億円

増減率

+5.6%

売上拡大施策の効果、人流増加に伴う化粧品・医薬品の需要拡大により、過去最高を更新

- ・ 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
- ・ 感染拡大及び人流増加に伴い、コロナ関連商材と外出関連商材の需要がともに拡大（メイクアップ・ドリンク剤・風邪薬・抗原検査キット等）
- ・ 季節商材は外出機会の増加や気候要因が追い風となり夏物・冬物ともに好調に推移

売上総利益

823億円

対売上比率
7.46%

前期比増減

+6億円（対売上比率：△0.36%）

センター新設に伴う一過性費用、業界全体の利益が縮小する厳しい環境の影響を受ける

- ・ 物価上昇に伴う生活者の節約志向や買控えを背景とした低価格志向の高まり
⇒小売業様の特売・チラシ（売上総利益減少要因）の頻度が増加
- ・ 原材料価格高騰等によるメーカー様販促費の減少
- ・ 栃木物流センターの新設に伴う影響（△11億円 人件費・少額資産など）
- ・ 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

579億円 対売上比率
5.25%

前期比増減

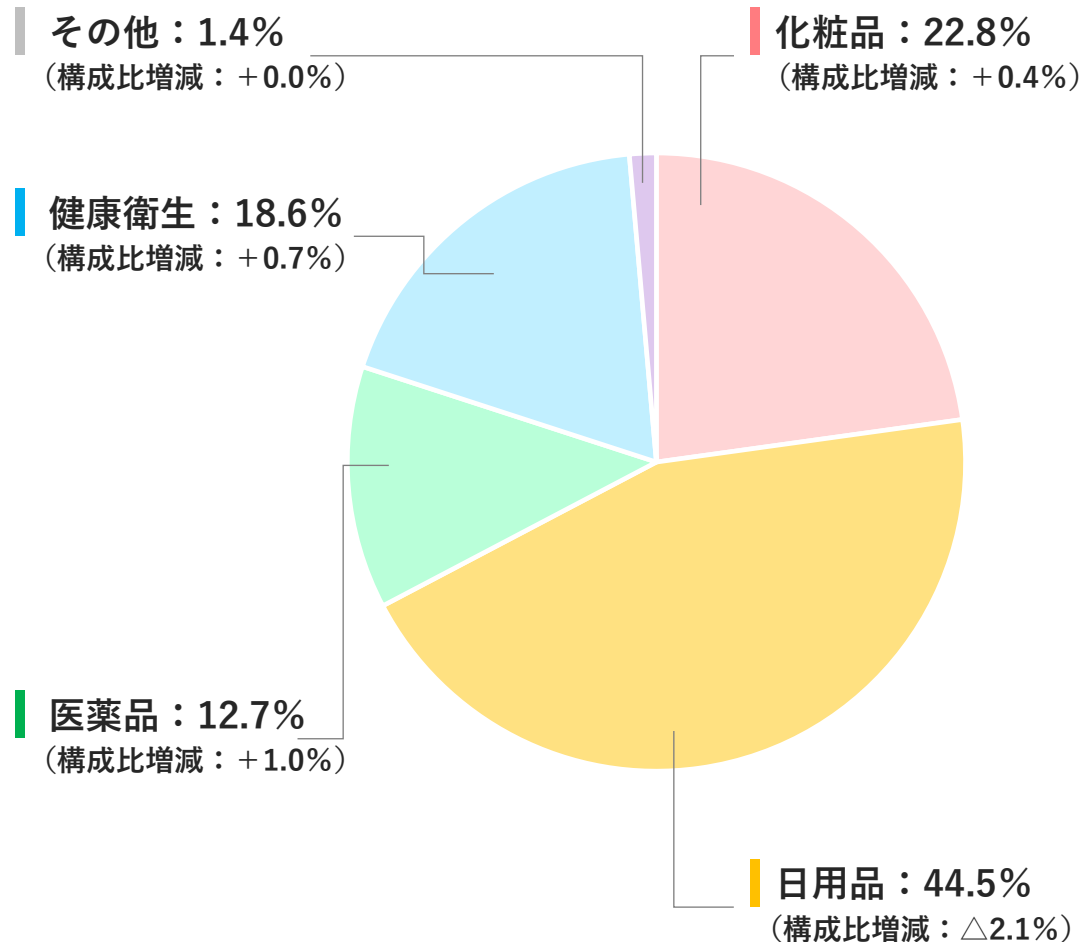
+20億円（対売上比率：△0.09%）

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 +7億円（△0.07%）
 - ⇒ 中長期での成長に向けた人財の確保
 - ⇒ 単位（ライン）あたり受注量の減少や感染症拡大の影響を受け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） +0億円（△0.06%）
 - ⇒ 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
ホワイト物流への対応など改善に取り組む
- 栃木物流センター新設に伴う費用 +2億円（+0.02%）
- 燃料費高騰による電気代の上昇 +2億円（+0.02%）

商品分類別売上高（第4四半期累計）

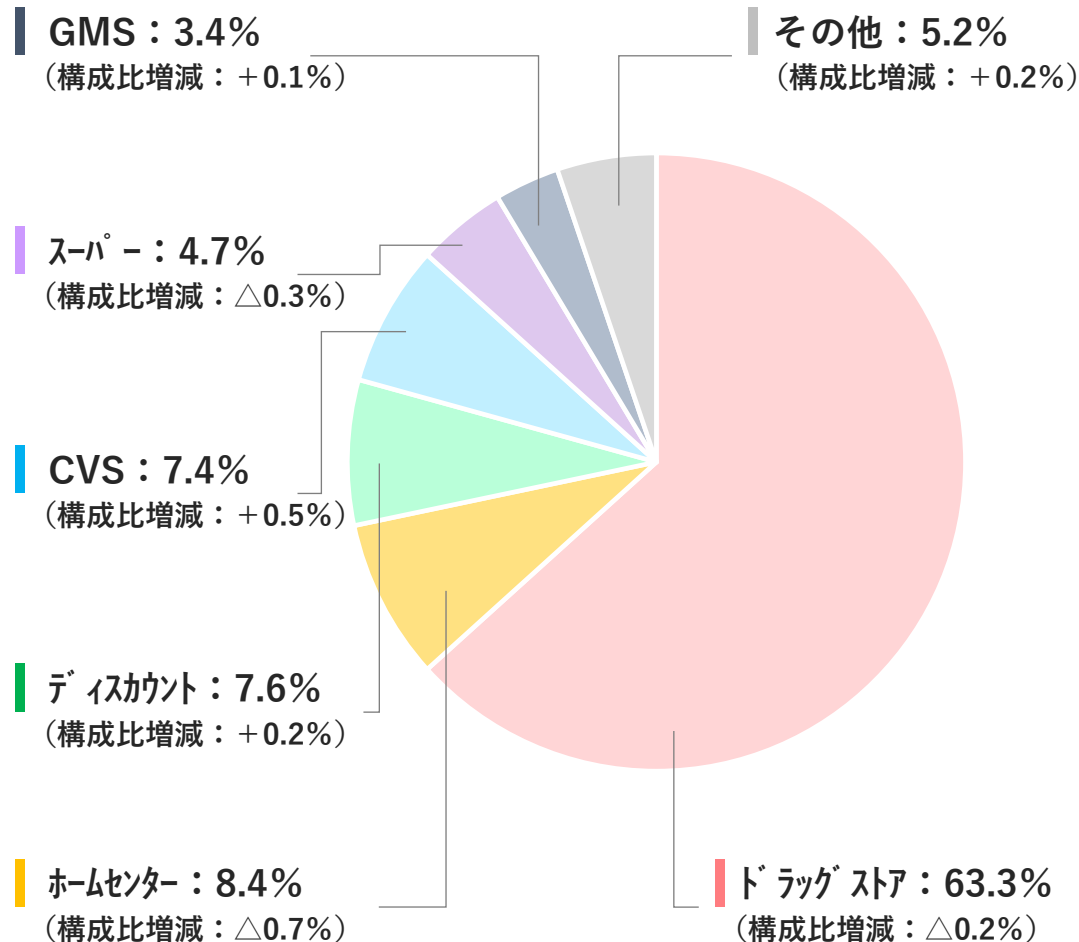
売上構成比



単位：億円	2022年 3月期	2023年 3月期	増減	増減率
売上高	10,457	11,041	+584	+5.6%
化粧品	2,333	2,518	+184	+7.9%
日用品	4,872	4,910	+37	+0.8%
医薬品	1,228	1,404	+176	+14.4%
健康・衛生関連品	1,869	2,053	+184	+9.9%
その他	153	153	+0	+0.3%

販売先業態別売上高（第4四半期累計）

売上構成比



単位：億円	2022年 3月期	2023年 3月期	増減	増減率
売上高	10,457	11,041	+584	+5.6%
ドラッグストア	6,625	6,979	+353	+5.3%
ホームセンター	951	931	△19	△2.1%
ディスカウント	773	839	+65	+8.5%
CVS	722	813	+91	+12.6%
スーパー	520	523	+2	+0.6%
GMS	344	379	+34	+9.9%
その他	518	574	+56	+10.9%

営業外損益の状況

単位：億円	2022年3月期	2023年3月期	増減
営業外収益	27.7	30.1	+2.3
情報提供料収入*	17.5	18.3	+0.7
助成金	0.5	0.9	+0.4
営業外費用	0.5	0.4	△0.1
不動産賃貸費用	0.3	0.3	△0.0

* 小売業様への販売実績を、契約に基づき一部メーカー様へ提供して得た収入で、売上高により変動する傾向あり

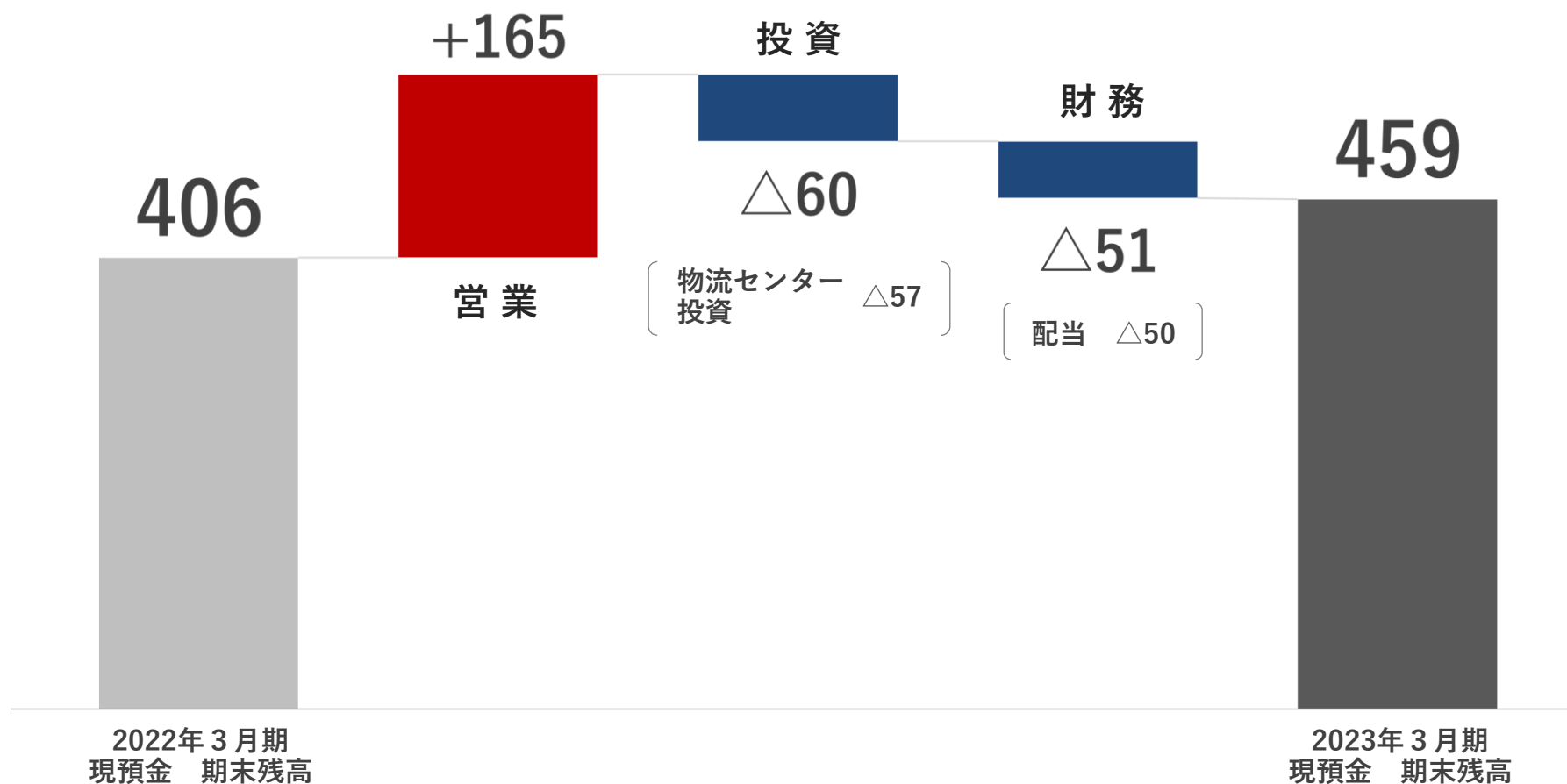
特別損益の状況

単位：億円	2022年3月期	2023年3月期	増減
特別利益	4.4	5.0	+0.6
受取保険金*	3.3	4.9	+1.6
災害損失引当金戻入	0.9	0.0	△0.8
特別損失	6.8	1.0	△5.8
災害損失関連費用	6.6	0.2	△6.4
固定資産除却損	0.2	0.6	+0.3

* 2021年2月及び2022年3月に発生した災害に関連した保険金を計上

成長に向けた先行投資・株主還元施策を着実に実行

(単位：億円)



第4四半期（1-3月）の状況

売上高は前年を上回る センター新設の影響もあり営業利益は減益

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q			4Q		
	2022年3月期	2023年3月期	増減	2022年3月期	2023年3月期	増減	2022年3月期	2023年3月期	増減	2022年3月期	2023年3月期	増減
売上高	2,696	2,762	+65 [+2.4%]	2,618	2,786	+167 [+6.4%]	2,705	2,932	+227 [+8.4%]	2,436	2,559	+123 [+5.1%]
売上総利益	209 (7.78)	207 (7.53)	△1 (△0.25)	203 (7.79)	202 (7.26)	△1 (△0.53)	210 (7.77)	219 (7.49)	+9 (△0.28)	193 (7.95)	193 (7.58)	+0 (△0.37)
販管費	139 (5.18)	142 (5.17)	+3 (△0.01)	140 (5.37)	147 (5.31)	+7 (△0.06)	141 (5.22)	148 (5.05)	+6 (△0.17)	136 (5.61)	140 (5.48)	+3 (△0.13)
営業利益	70 (2.60)	65 (2.36)	△4 (△0.24)	63 (2.42)	54 (1.95)	△8 (△0.47)	68 (2.55)	71 (2.44)	+2 (△0.11)	56 (2.34)	53 (2.09)	△3 (△0.25)
経常利益	77 (2.87)	73 (2.66)	△4 (△0.21)	69 (2.66)	61 (2.20)	△8 (△0.46)	76 (2.82)	79 (2.71)	+3 (△0.11)	63 (2.59)	60 (2.35)	△2 (△0.24)
当期純利益	54 (2.02)	50 (1.83)	△3 (△0.19)	50 (1.93)	42 (1.52)	△8 (△0.41)	52 (1.94)	54 (1.86)	+2 (△0.08)	39 (1.60)	44 (1.76)	+5 (+0.16)

売上拡大施策及び販管費率の改善により 営業利益額は前年並みを確保

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q			4Q		
	2022年3月期	2023年3月期	増減	2022年3月期	2023年3月期	増減	2022年3月期	2023年3月期	増減	2022年3月期	2023年3月期	増減
売上高	2,696	2,762	+65 [+2.4%]	2,618	2,786	+167 [+6.4%]	2,705	2,932	+227 [+8.4%]	2,436	2,556	+120 [+4.9%]
売上総利益	209 (7.78)	208 (7.55)	△1 (△0.23)	203 (7.79)	207 (7.43)	+3 (△0.36)	210 (7.77)	223 (7.64)	+13 (△0.13)	193 (7.95)	196 (7.67)	+2 (△0.28)
販管費	139 (5.18)	142 (5.17)	+3 (△0.01)	140 (5.37)	145 (5.23)	+5 (△0.14)	141 (5.22)	147 (5.04)	+6 (△0.18)	136 (5.61)	140 (5.50)	+3 (△0.11)
営業利益	70 (2.60)	65 (2.38)	△4 (△0.22)	63 (2.42)	61 (2.20)	△1 (△0.22)	68 (2.55)	76 (2.60)	+7 (+0.05)	56 (2.34)	55 (2.18)	△1 (△0.16)
経常利益	77 (2.87)	73 (2.68)	△3 (△0.19)	69 (2.66)	68 (2.45)	△1 (△0.21)	76 (2.82)	84 (2.87)	+7 (+0.05)	63 (2.59)	62 (2.44)	△0 (△0.15)
当期純利益	54 (2.02)	51 (1.85)	△3 (△0.17)	50 (1.93)	49 (1.77)	△1 (△0.16)	52 (1.94)	59 (2.02)	+6 (+0.08)	39 (1.60)	47 (1.84)	+7 (+0.24)

* 栃木物流センター新設に伴う影響 第4四半期（1-3月） 売上総利益：△2億円 販管費：△0.2億円 営業利益：△2億円

脱コロナに向けて、人流増加に伴う需要拡大は加速

一方、感染状況の落ち着きや物価高騰に伴う消費動向変化の影響を受ける

- ✓ 行動制限緩和に伴う人流増加により、メイクアップ・ドリンク剤など外出関連商材の需要拡大が加速
- ✓ 感染状況の落ち着きに伴い、マスク・消毒液など感染関連商材の需要が減少
- ✓ 食品含め売価上昇に伴う生活者の低価格志向・買控えが進行
一部商材で値上げ前（年末）に発生した駆け込み需要の反動を受ける
- ✓ 前年より高気温で推移したことに伴い、カイロなど冬物商材の需要は縮小
一方、殺虫剤・制汗剤など夏物商材は好調に推移
- ✓ 花粉の飛散量増加に伴い、目薬・鼻炎薬など花粉関連商材の需要が拡大

売上高

2,559億円

前期比増減

+123億円

増減率

+5.1%

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
- 感染状況の落ち着きに伴いコロナ関連商材の需要は減少も、人流増加に伴い化粧品など外出関連商材が伸長
- 値上げに伴う生活者の低価格志向が進行（値上げ前の買い溜め需要に伴う反動減もあり）
- 前年より高気温で推移したため、冬物商材の需要は減少も、殺虫剤や制汗剤など夏物商材は伸長

売上総利益

193億円

対売上比率

7.58%

前期比増減

+0億円

（対売上比率：△0.37%）

原材料費高騰に伴う厳しい環境が継続したことや、商品販売構成の変化による影響を受ける

- 原材料価格高騰等によるメーカー様販促費の減少
- 栃木物流センターの新設に伴う影響（△2億円 人件費など）
- 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）
- 比較的粗利率の高いマスク等の需要減 ・ 物流機能フィの減少（春夏の商品改廃に伴う旧品の在庫縮小が影響）

販管費

140億円 $\left[\begin{array}{c} \text{対売上比率} \\ 5.48\% \end{array} \right]$

前期比増減

+3億円（対売上比率： $\triangle 0.13\%$ ）

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改善

- 人件費の増加 +0億円（ $\triangle 0.10\%$ ）
 - ⇒ 中長期での成長に向けた人財の確保
 - ⇒ 物量増加への対応として、新規パート従業員の採用強化及び派遣社員を増加させた影響により作業効率は低下も固定費吸収効果により率上昇を抑制
- 配送改善の推進（中計の重点課題） $\triangle 0$ 億円（ $\triangle 0.08\%$ ）
 - ⇒ 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 +0億円（+0.02%）

2024 年 3 月期 業績予想

環境変化を踏まえた施策を着実に実行し計画達成を目指す

	環境認識	当社の取り組み
売上高	<ul style="list-style-type: none"> ● 外出関連商材等の需要拡大は継続 ● インバウンド消費の拡大期待の高まり ● 生活者ニーズの多様化 ● 新型コロナ関連商材の需要が徐々に減少 	<p>環境変化の好機を捉え、売上拡大を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 当社機能を活かした迅速かつ効果的な販促提案 ● 新規メーカー・新規商材の取扱強化 ⇒ <u>需要拡大が見込まれる商材の売上最大化</u> ● 需要減少が見込まれる商材は売れ筋商品への集約や新たな使用シーンの訴求を強化
売上総利益	<ul style="list-style-type: none"> ● 物価高騰に伴う影響は継続 ● 消費の二極化 ⇒ 低価格志向が進行する一方、付加価値の高い商材は受け入れられる 	<p>厳しい環境は継続も、売上拡大で売上総利益額を確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 高粗利・高付加価値商材の販売強化 ● 売上拡大・物流効率化に伴うフィ獲得 ● 単品毎の粗利管理徹底
販管費	<ul style="list-style-type: none"> ● 電気代は高止まりを想定 ● 人手不足の環境は継続 	<p>継続した改善活動により、コスト上昇分の吸収を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 庫内作業の生産性向上の追求 ● 社内外の連携・協働により配送効率化を推進

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%

* 2021年5月12日に開示しております中期経営計画目標数値から変更しております。

計画策定時と異なる市場環境を踏まえ、数値目標を修正

単位：億円 /（対売比）	2021年3月期 実績	2024年3月期 当初計画*	2024年3月期 計画	当初計画との 差異	主な要因
売上高	10,332	11,250	11,420	+170	<ul style="list-style-type: none"> ・お取引先様との取組強化 ・新規取扱商材の拡充
売上総利益	811	885	865	△20	<ul style="list-style-type: none"> ・原材料費、エネルギー価格の高騰 ・物価高騰に伴う低価格志向への対応
	(7.85)	(7.87)	(7.57)	(△0.30)	
販管費	556	595	600	+5	<ul style="list-style-type: none"> ・電気代等の高騰 ・人財への投資 ・固定費吸収効果により率は低下
	(5.39)	(5.29)	(5.25)	(△0.04)	
営業利益	254	290	265	△25	<ul style="list-style-type: none"> ・売上総利益率の低下及び ・販管費の増加による影響
	(2.47)	(2.58)	(2.32)	(△0.26)	

* 2021年5月12日開示

数値目標は修正も、取り組みの基本方針に変更はなし 4つの柱を軸とした取り組みを推進

PALTAC VISION 2024 基本方針

「輝く未来へ」

～ サプライチェーンとともに歩む ～

連携・協働と機能強化により

中間流通プラットフォームとしての真価を発揮

サプライチェーン全体の最適化・効率化を通じて
すべてのステークホルダーとともに持続的な成長を目指す

重点取り組み 4つの柱

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

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

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

持続的成長の源泉

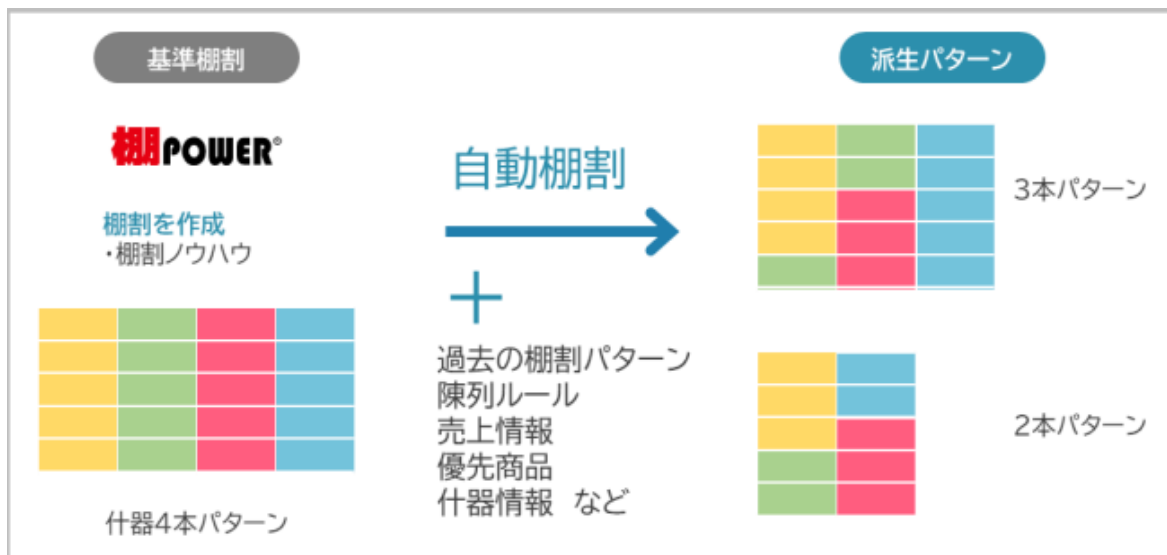
人財・組織の強化

小売店舗の棚割り作成業務の自動化に挑戦

(株)サイバーリンクス様との連携・協働により「自動棚割機能」を開発
作業負担の大きい棚割り業務の自動化により製・配・販全体の生産性向上に貢献

自動棚割りのイメージ

基準棚割を手動で作成後、売上情報や優先商品などを踏まえて、棚本数が異なる派生棚割を自動で作成



棚割作成時間 (年間)

18,000時間の削減を目指す

- ✓ 効率化により創出したリソースを商談、販促活動に配分し効率的かつ魅力的な「売り場づくり」を強化
- ✓ 従業員のワークライフバランスを向上

※ 詳細は当社HP掲載プレスリリース「自動棚割機能」の開発に関する連携・協働のお知らせ(2023年2月1日)をご参照ください。

「栃木物流センター」 2023年2月より稼働 24/3期から利益貢献

新物流モデルを導入した高効率出荷キャパシティの拡大

- ✓ 近隣センターとの連携により、最大市場「関東エリア」におけるお取引先様との取引拡大及び配送効率化を加速
- ✓ 立ち上げフェーズはほぼ完了
今後、安定稼働とのバランスを見つつ出荷量を拡大

2024年3月期 営業利益への影響

前期比 **+18億円** (前期：△14億円 今期：+4億円)

前期に計上した一過性費用が消失



出荷能力：年間1,200億円

投資金額：216億円

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

佐川急便(株)様との連携を開始

- ・両社の物流ノウハウを活用した流通最適化に向けた施策を模索

※ 詳細は当社HP掲載プレスリリース「サステナブル・ロジスティクス連携協定締結に関するお知らせ」(2023年3月31日)をご参照ください。

調達物流のさらなる効率化へ

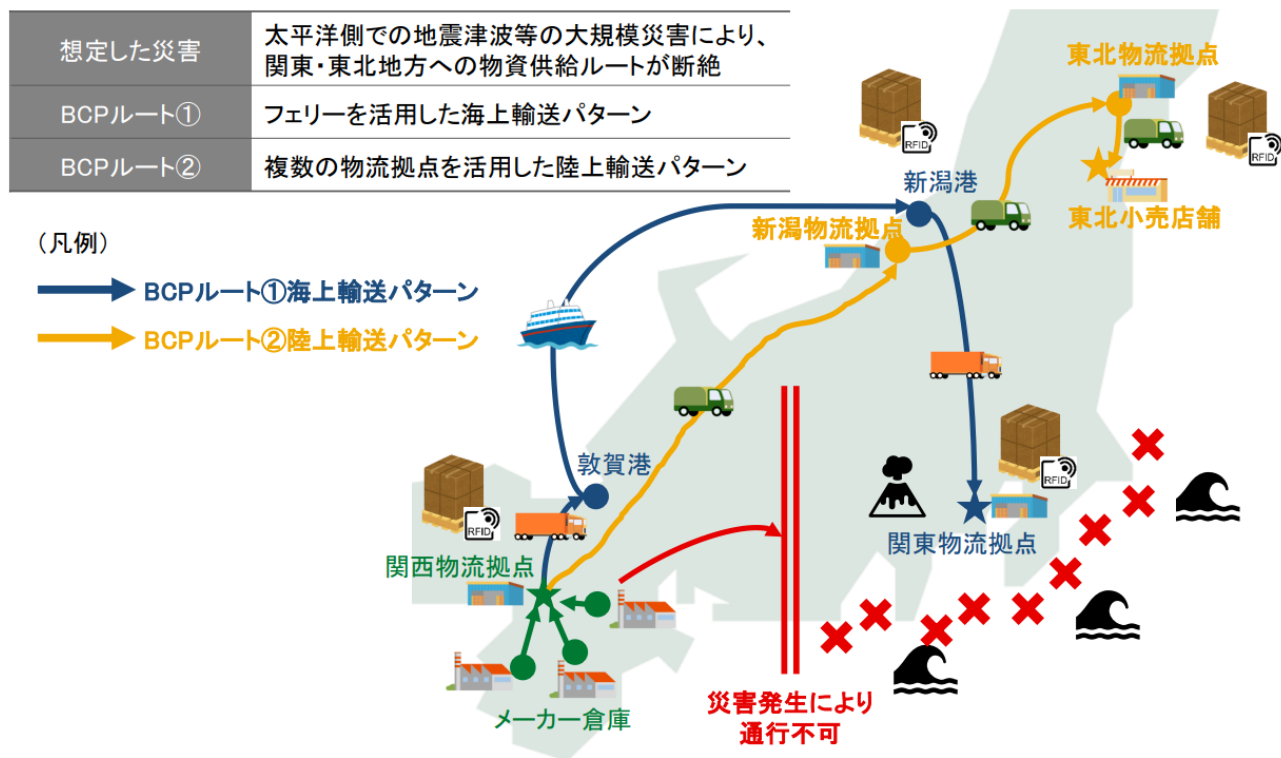
- ・メーカー様との協働取り組み
- ・従来の改善施策にとどまらず視野を広げて対応 (海路の活用など)

持続可能な流通網の構築を目指す

- ✓ 安定供給の継続
- ✓ BCP対策の強化
- ✓ CO2排出量の削減

大規模災害時を想定した共同配送の実証実験に参画

配送業者を含む製・配・販の11社が協働で電子タグ（RFID）を活用した共同配送の有効性を検証
 （経済産業省委託事業：委託事業者 三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社）



災害発生時における商品供給手段を確認

- ✓ 電子タグ活用により、輸送物資がいつ、どこにあるかを即時に把握可能
- ✓ 道路寸断時の迂回路の確認
 （海上輸送ルート・陸上輸送ルート）

※ 詳細は当社HP掲載プレスリリース「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」(2023年3月6日)をご参照ください。

既存流通を活用した効率的なダンボール破材の再資源化

納品トラックの帰り便 + RDC機能（自動集約・圧縮） = 事業化



経済・環境価値を向上

- ✓ **ダンボール破材の取扱量拡大**
23/3期 取扱量 **3倍** (21/3期比)
収入の一部を「緑の募金」に寄付
地球環境保全を推進
- ✓ **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

ダンボール破材の自動集約・圧縮をRDC機能に組み込み



コンベアを通じて一箇所に集約



自動でキューブ状に圧縮

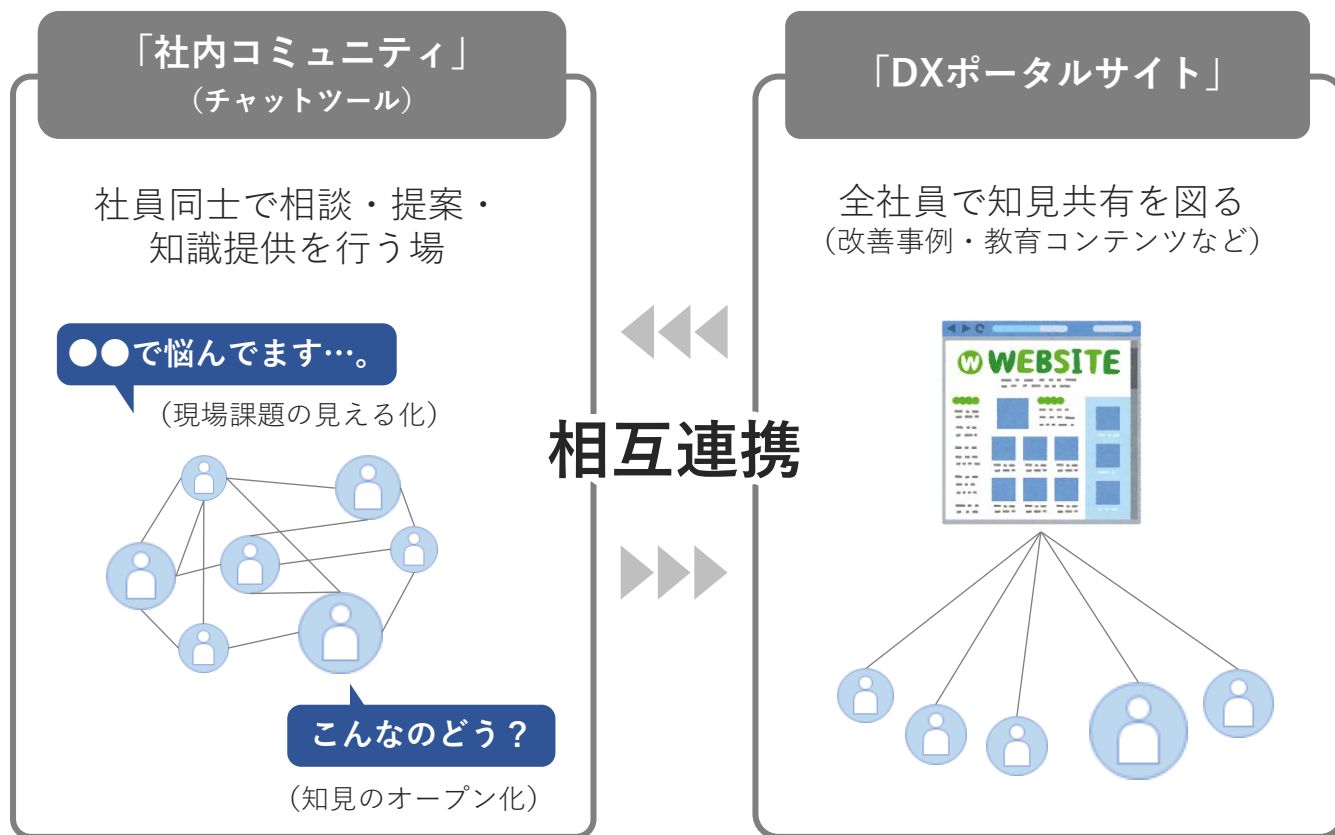
当社物流センター内で発生する破材はコンベアを通じて一箇所に集約

店舗回収分と併せてキューブ状に圧縮（リサイクルしやすい形状）

※ 詳細は当社HP掲載プレスリリース「緑の募金」への寄付に関するお知らせ(2022年12月19日)をご参照ください。

DX推進に向けた、全社員のデジタルリテラシー向上

「社内コミュニティ（チャットツール）」及び「DXポータルサイト」を新設



**デジタル活用の知見・ノウハウを
組織として蓄積（個人から組織へ）**

- ✓ 個人の知見・ノウハウをオープン化
社員同士が教え合う

**現場課題の「見える化」と
解決スピードの向上**

- ✓ デジタルリテラシーの向上と
現場課題への対応を同時に狙う

サステナビリティの推進及び情報開示の充実

CO2排出量の削減

- ✓ 2030年度CO2排出量の半減に向けて再エネ調達を軸に具体策を実施
- ✓ 知見獲得・取組深化を目的にGXリーグ参画企業へ移行

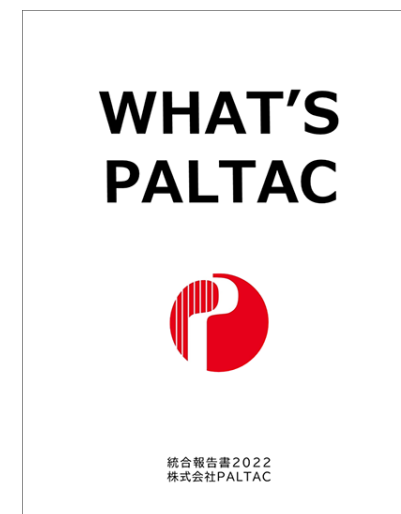
人財への投資を継続

- ✓ 多様な人財が生き生きと働き、個人が有する能力を存分に発揮できる組織へ
 - ・研修機会の拡大
 - ・キャリア採用の強化
 - ・柔軟な人事制度（育児・介護支援、在宅勤務等）
 - ・給与水準引き上げ など

統合報告書2022「WHAT'S PALTAC」が
GPIF「改善度の高い統合報告書」に

3年連続で選定

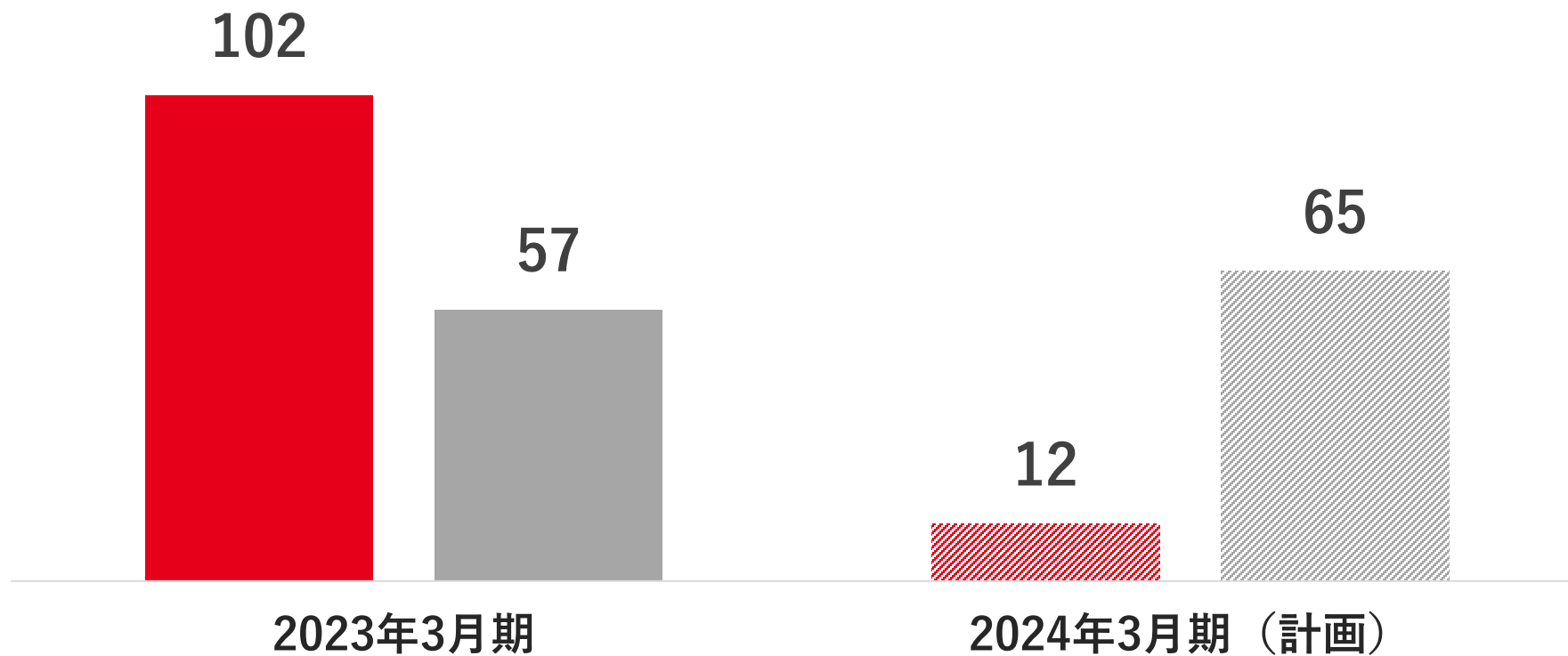
- ✓ ステークホルダーの皆様との建設的な対話を通じて企業価値向上を目指す
- ✓ 開示充実⇔取組充実の好循環へ



2024年3月期の設備投資額は一息も 人財投資（販管費計上）など成長投資を継続実施

（単位：億円）

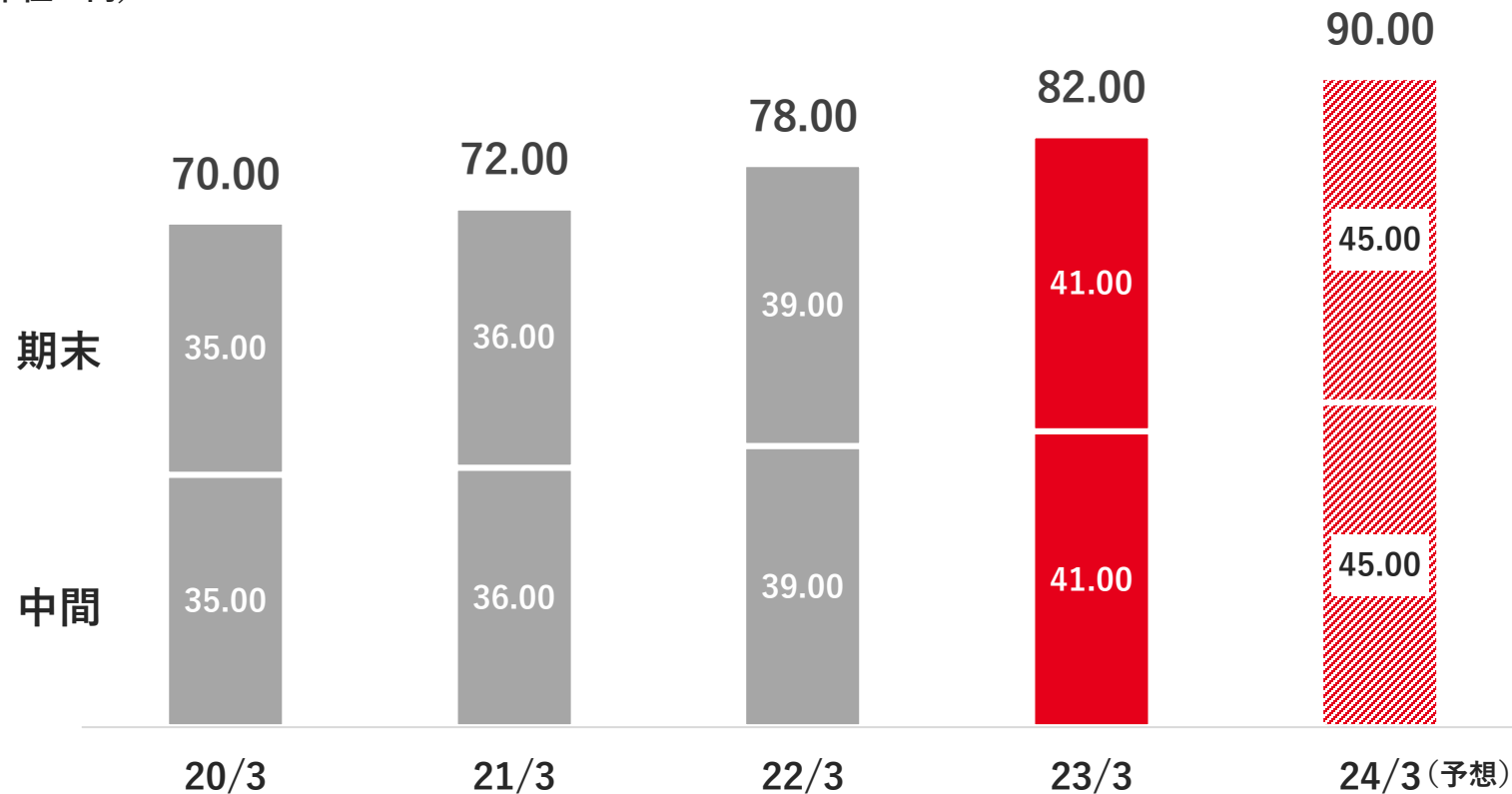
■ 設備投資額 ■ 減価償却費（売上原価+販管費）



増配幅を拡大させ株主還元の充実を図る

1株当たり配当金

(単位：円)



2023年3月期 **4円** 増配
 2024年3月期 **8円** 増配 (予定)

上場以来

14期連続 増配 (予想含む)

中計期間 (3か年) の総還元性向
 : **32.5%**

補足資料

商品分類別売上高（四半期推移）

単位：億円	1Q		2Q		3Q		4Q	
	2023年3月期	前期比	2023年3月期	前期比	2023年3月期	前期比	2023年3月期	前期比
売上高	2,762	+65 [+2.4%]	2,786	+167 [+6.4%]	2,932	+227 [+8.4%]	2,559	+123 [+5.1%]
化粧品	626	+21 [+3.5%]	628	+53 [+9.3%]	654	+48 [+8.0%]	609	+62 [+11.4%]
日用品	1,278	△0 [△0.1%]	1,230	+18 [+1.5%]	1,298	+37 [+3.0%]	1,103	△16 [△1.5%]
医薬品	324	+14 [+4.5%]	354	+30 [+9.5%]	391	+84 [+27.4%]	334	+47 [+16.6%]
健康・衛生関連品	496	+30 [+6.7%]	537	+66 [+14.0%]	540	+58 [+12.1%]	479	+29 [+6.5%]
その他	35	△0 [△0.3%]	35	△0 [△0.5%]	48	△0 [△0.8%]	33	+1 [+3.7%]

販売先業態別売上高（四半期推移）

単位：億円	1Q		2Q		3Q		4Q	
	2023年3月期	前期比	2023年3月期	前期比	2023年3月期	前期比	2023年3月期	前期比
売上高	2,762	+65 [+2.4%]	2,786	+167 [+6.4%]	2,932	+227 [+8.4%]	2,559	+123 [+5.1%]
ドラッグストア	1,757	+44 [+2.6%]	1,751	+87 [+5.2%]	1,845	+143 [+8.4%]	1,625	+78 [+5.1%]
ホームセンター	255	△5 [△2.1%]	232	△6 [△2.7%]	236	△0 [△0.1%]	207	△7 [△3.6%]
ディスカウント	208	+17 [+9.1%]	204	+12 [+6.3%]	220	+23 [+11.8%]	205	+12 [+6.7%]
C V S	178	△5 [△2.8%]	222	+36 [+19.6%]	232	+32 [+16.5%]	180	+27 [+17.6%]
スーパ－	133	+2 [+1.9%]	133	+2 [+2.1%]	138	+5 [+3.8%]	117	△7 [△5.9%]
G M S	94	+7 [+8.4%]	94	+12 [+14.6%]	102	+9 [+10.3%]	87	+5 [+6.4%]
その他	133	+4 [+3.3%]	146	+23 [+19.2%]	158	+13 [+9.5%]	136	+14 [+12.1%]

2024年3月期 業績予想 上期・下期



単位：億円 /（対売比）	上期				下期			
	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	増減	増減率	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	増減	増減率
売上高	5,548	5,770	+221	+4.0%	5,492	5,650	+157	+2.9%
売上総利益	410	431	+20	+5.0%	413	434	+20	+4.9%
	(7.39)	(7.47)	(+0.08)		(7.53)	(7.68)	(+0.15)	
販管費	290	302	+11	+3.9%	288	298	+9	+3.3%
	(5.24)	(5.23)	(△0.01)		(5.25)	(5.27)	(+0.02)	
営業利益	119	129	+9	+7.9%	125	136	+10	+8.7%
	(2.16)	(2.24)	(+0.08)		(2.28)	(2.41)	(+0.13)	
経常利益	134	144	+9	+6.9%	139	151	+11	+8.1%
	(2.43)	(2.50)	(+0.07)		(2.54)	(2.67)	(+0.13)	
当期純利益	92	99	+6	+6.5%	99	104	+4	+4.4%
	(1.67)	(1.72)	(+0.05)		(1.81)	(1.84)	(+0.03)	

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。