

2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

2025年11月4日



CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 2 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	18
3.	TOPICS	22
4.	APPENDIX	27

CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 2 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	18
3.	TOPICS	22
4.	APPENDIX	27

売上高

6,251億円

前期比増減

+247億円 (+4.1%)

計画比増減

+31億円 (+0.5%)

営業利益

138億円

前期比増減

△0億円 (△0.6%)

計画比増減

△7億円 (△4.8%)

【前期比】売上高は伸長も、営業利益は前期を下回る

- 帳合の獲得、新規取扱商材の拡充が奏功
- 訪日外国人客数の増加もあり、外出関連商材や健康食品が伸長。気温上昇による夏物商材の伸長
- 売上拡大により売上総利益が増加も、人件費・配送費などの増加により販管費率が前期を上回る

【計画比】売上高は達成も、営業利益は未達成

- 単価上昇（値上げ・高付加価値品の拡売）が計画を上回る
- 売上総利益は、売買差益改善施策が奏功し計画を上回る一方で、販管費は変動費（配送費・庫内人件費）が計画を上回る
- コスト単価上昇に加え、急激な猛暑等により需要変動の波が想定を超え、対応コストの増加により販管費が計画を上回る

売上高、売上総利益が計画を上回るも、
販管費が増加したことで、営業利益では未達成で着地

単位：億円 /（対売比）	2026年3月期 2Q計画	2026年3月期 2Q実績	増減	増減率
売上高	6,220	6,251	+31	+0.5%
売上総利益	462 (7.43)	465 (7.44)	+3 (+0.01)	+0.7%
販管費	316 (5.08)	326 (5.22)	+10 (+0.14)	+3.3%
営業利益	146 (2.35)	138 (2.22)	△7 (△0.13)	△4.8%
経常利益	162 (2.60)	156 (2.50)	△5 (△0.10)	△3.7%
当期純利益	111 (1.78)	111 (1.78)	+0 (0.00)	+0.3%

売上高

- ・ 値上げや、高付加価値商品の拡売などにより、単価上昇が計画を上回る

売上総利益

- ・ 高付加価値品の販売強化などの
売買差益の改善施策が奏功し、
額・率ともに計画を上回る

販管費

- ・ 人件費、配送費増加の影響を受け、
額・率ともに計画を上回る


売上高、売上総利益は拡大するも、販管費の増加により増収減益


単位：億円/（対売比）	2025年3月期 2Q	2026年3月期 2Q	増減	増減率
売上高	6,004	6,251	+247	+4.1%
売上総利益	441 (7.36)	465 (7.44)	+23 (+0.08)	+5.3%
販管費	302 (5.03)	326 (5.22)	+24 (+0.19)	+8.1%
営業利益	139 (2.33)	138 (2.22)	△0 (△0.11)	△0.6%
経常利益	161 (2.69)	156 (2.50)	△5 (△0.19)	△3.6%
当期純利益	118 (1.98)	111 (1.78)	△7 (△0.20)	△6.4%

売上高、売上総利益は拡大するも、販管費の増加により増収減益

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q		
	2025年3月期	2026年3月期	増減	2025年3月期	2026年3月期	増減
売上高	3,029	3,160	+131 [+4.3%]	2,975	3,090	+115 [+3.9%]
売上総利益	223 (7.38)	236 (7.49)	+13 (+0.11)	218 (7.34)	228 (7.39)	+10 (+0.05)
販管費	149 (4.93)	160 (5.08)	+11 (+0.15)	152 (5.14)	165 (5.36)	+12 (+0.22)
営業利益	74 (2.45)	76 (2.41)	+1 (△0.04)	65 (2.20)	62 (2.03)	△2 (△0.17)
経常利益	83 (2.74)	85 (2.70)	+2 (△0.04)	78 (2.65)	70 (2.29)	△7 (△0.36)
当期純利益	60 (2.01)	62 (1.97)	+1 (△0.04)	58 (1.96)	48 (1.58)	△9 (△0.38)

節約志向とコスト上昇が続く中、外出需要や気候要因が市場を下支え

 プラス要因

 マイナス要因

市場環境

消費者マインド



物価上昇に伴う節約志向により、日用品を中心とした販売数量の伸び悩みが継続



値上げや高付加価値商材の拡充などにより販売単価は全カテゴリで上昇

外出・
インバウンド需要



外出需要の継続や訪日外国人客数の増加もあり、
化粧品などの外出関連商材や健康食品（サプリメントなど）が堅調に推移

気候要因



全国的な猛暑のため、制汗剤・殺虫剤など夏物商材が伸長（8月は酷暑で成長が鈍化）



残暑により、9月はカイロなどの冬物商材導入に遅れ

事業運営環境



物価・人件費の上昇により、配送費・庫内人件費など物流費の上昇が継続
（センターフィ率や販管費率の上昇要因）

急激な需要変動の発生（販管費に影響）

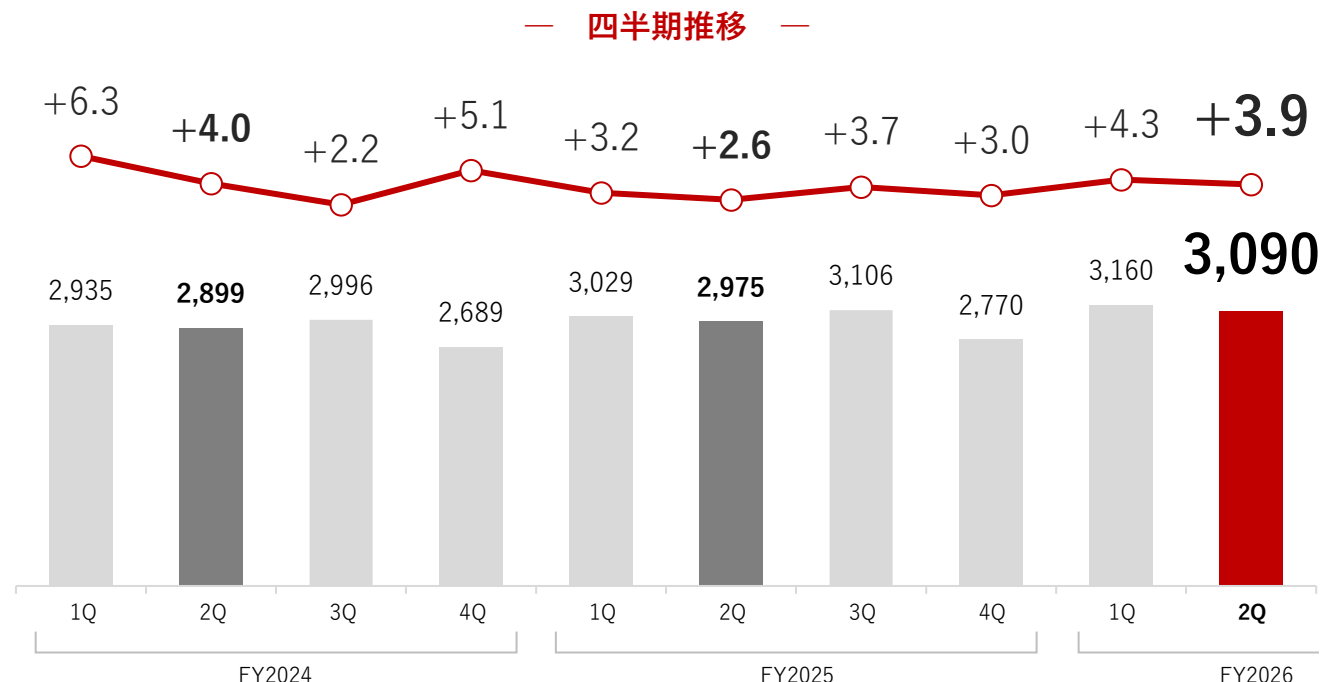
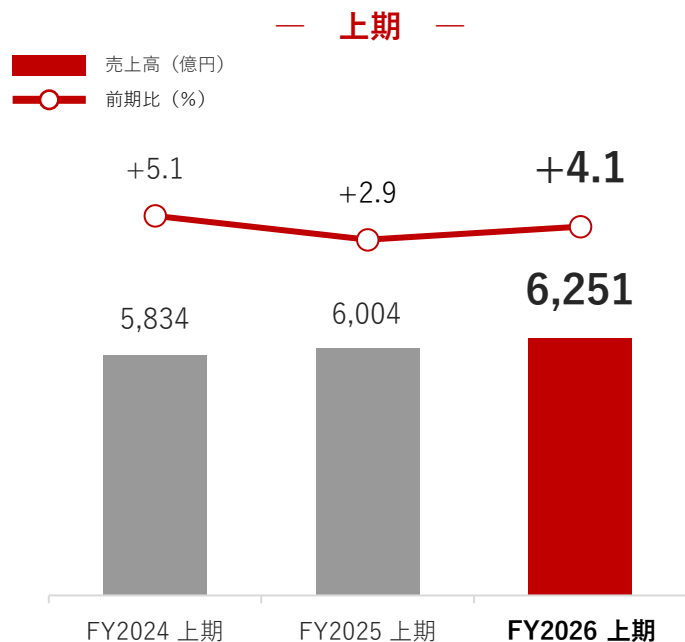
上期

帳合の獲得に加え、付加価値の高い新規商材の拡充、外出需要や健康志向の高まりなど
生活者の購買行動の変化を捉えた販促施策などが奏功し、前期を上回る（YoY+247億 +4.1%）

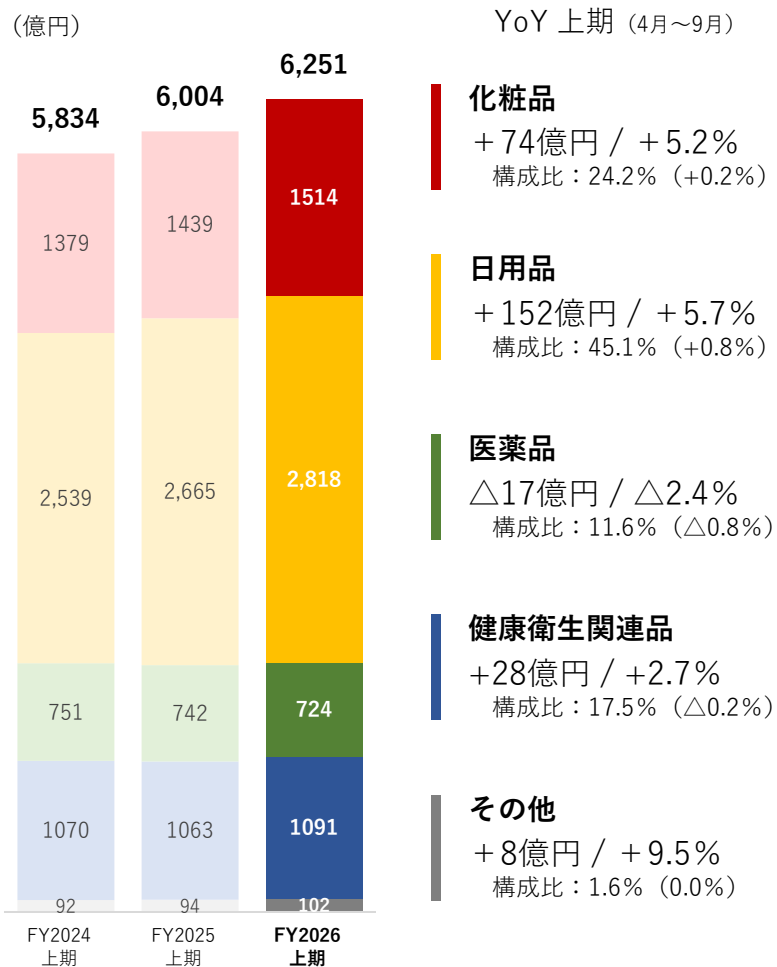
（主な要因）増収：帳合の獲得 / 外出関連商材の伸長 / 健康食品の伸長 / 気温上昇による殺虫剤・シーズン化粧品の需要拡大
/ 新規取扱商材の拡充 / 値上げや高付加価値品の拡売に伴う単価上昇 / 物流受託の取扱量拡大
減収：マスクなど衛生関連商材の需要減少 / 一部医薬品の販売減少 / 残暑による冬物商材の導入減

2Q

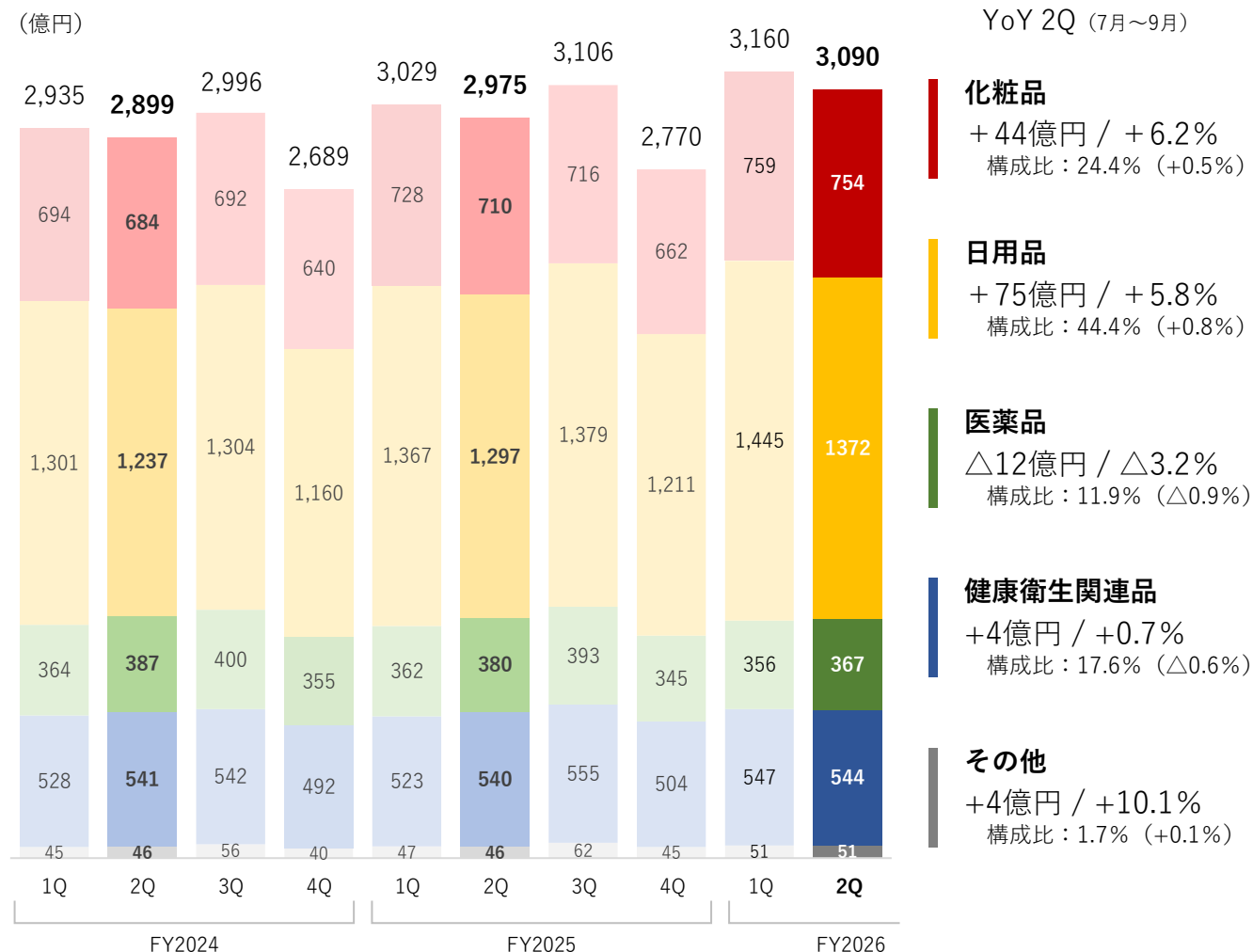
日用品（洗剤・オーラルなど）や猛暑に伴う夏物商材（サンケア・制汗剤など）の好調が全体を押し上げ（YoY+115億円 +3.9%）



— 上期 —



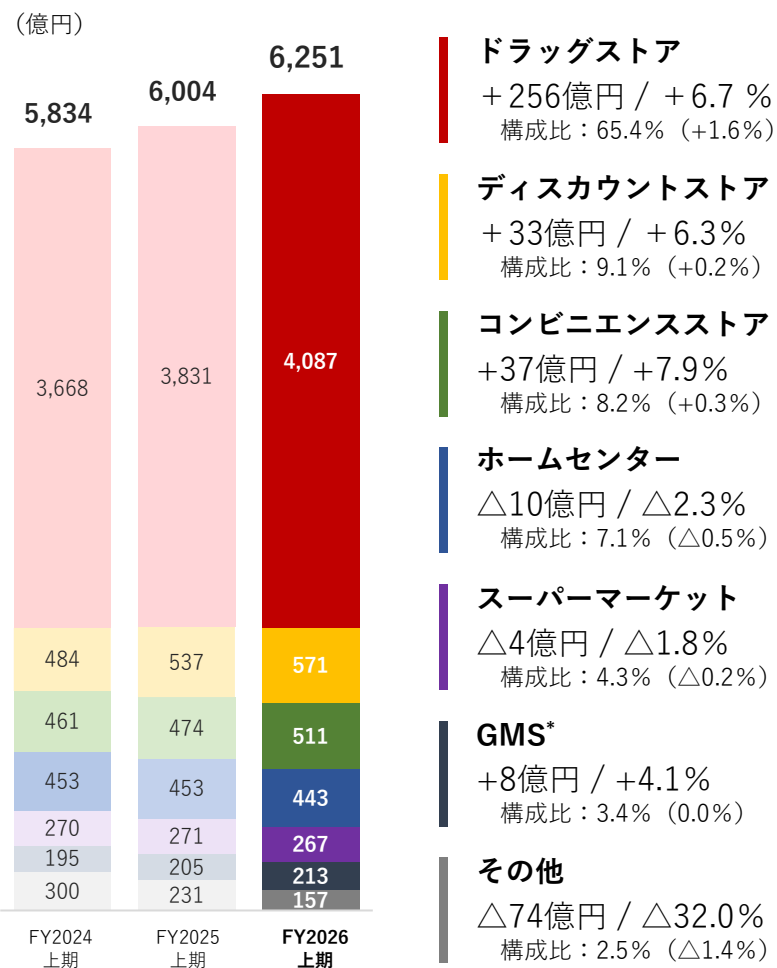
— 四半期推移 —



2026年3月期 第2四半期 販売先業態別売上高

— 上期 —

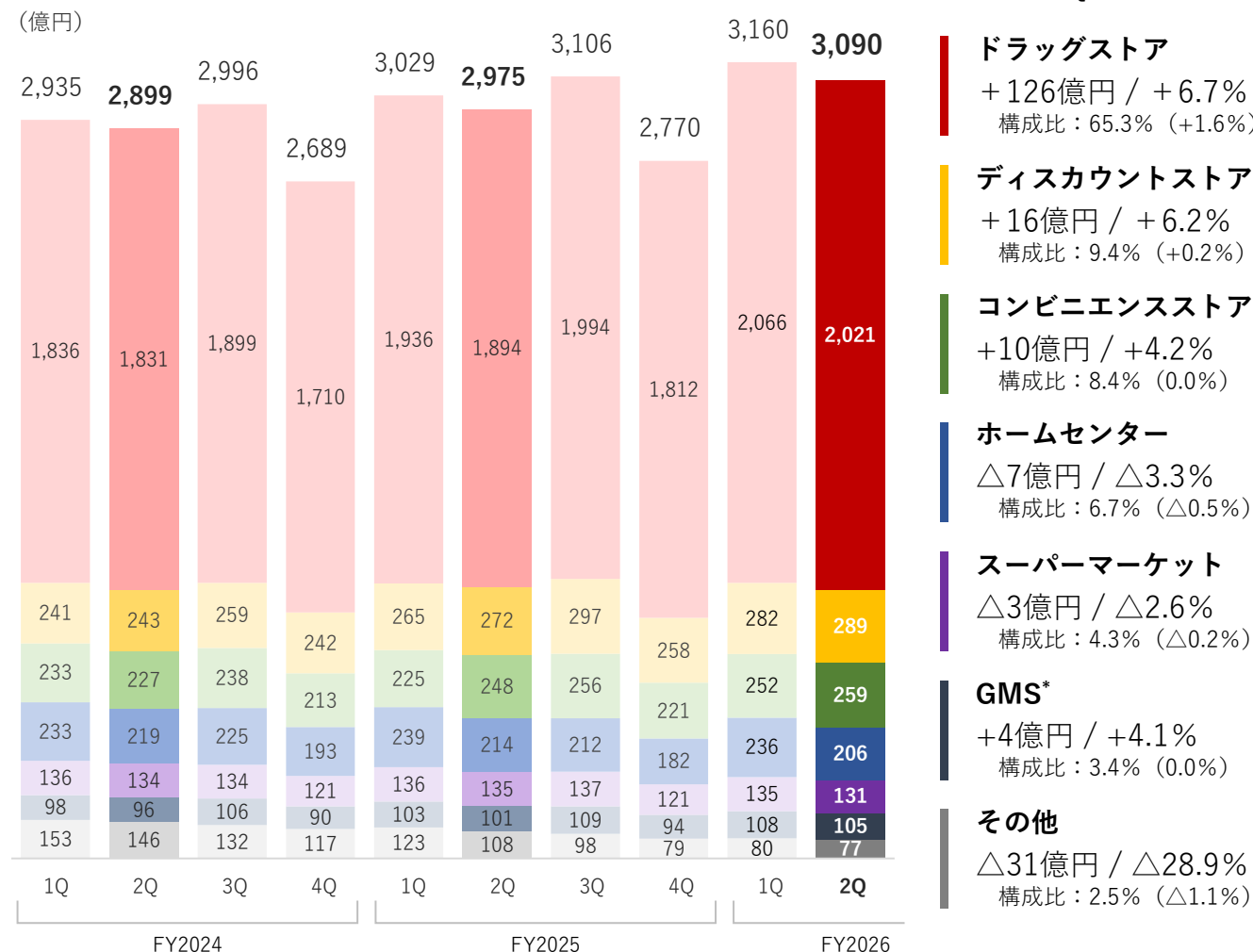
YoY 上期 (4月～9月)



* GMSはゼネラルマーチャンドライジングストアの略

— 四半期推移 —

YoY 2Q (7月～9月)



上期

利益確保が難しい環境下で、売上の拡大と付加価値の高い新規取扱商材の拡充に伴う売買差益の改善などにより、
額・率ともに前期を上回る（YoY+23億円 対売比+0.08%）

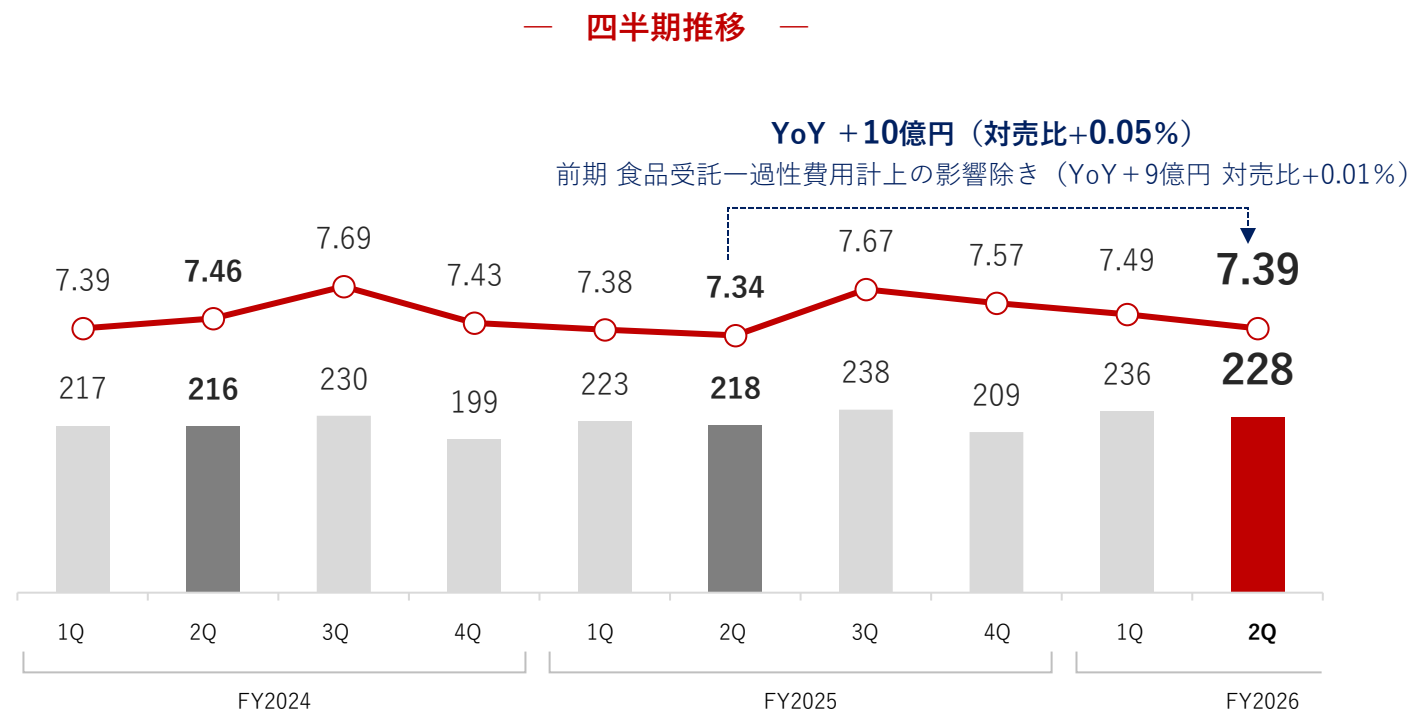
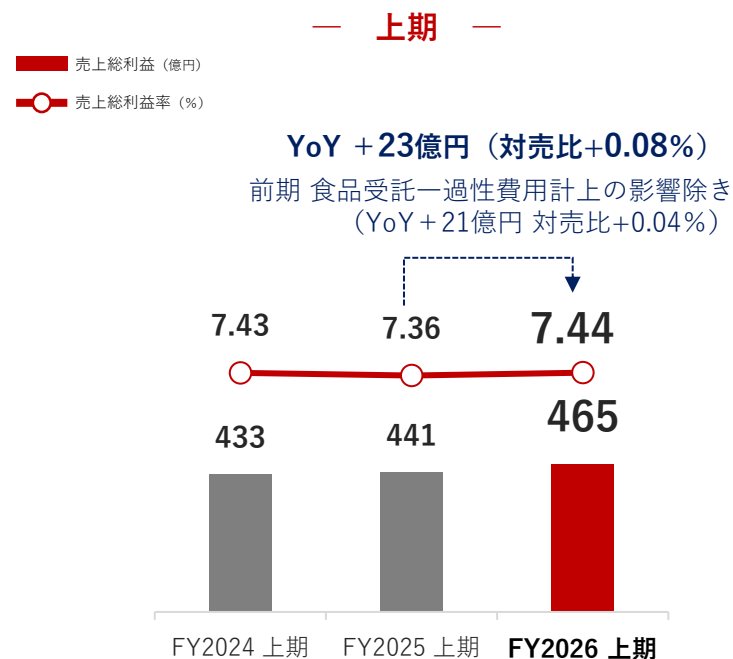
（主な要因）増益：売上拡大に伴う売上総利益額の確保 / 値上げや高付加価値商材の拡売による売買差益の改善 /

物流受託の取扱量拡大 / 前期 食品物流受託開始に伴う一過性費用計上の影響（+2億円 対売比+0.04%）

減益：センターフィの増加（センターフィ発生企業の売上増・物流費の上昇等）

2Q

売上拡大や売買差益の改善、物流受託の取扱量拡大などにより額・率ともに前期を上回る（YoY+10億円 対売比+0.05%）



上期

人財投資に加え、庫内人件費や配送費の単価上昇に伴う物流費の増加などにより額・率ともに前期を上回る
(YoY+24億円 対売比+0.19%)

(主な要因) 増加：人財投資（人財確保、賃金引上げ） / 人材派遣費率の上昇 / 配送単価の上昇に伴う配送費の増加 /
外部賃借センター稼働に伴う費用計上（賃借料・消耗品費等） 改善：増収に伴う固定費吸収効果

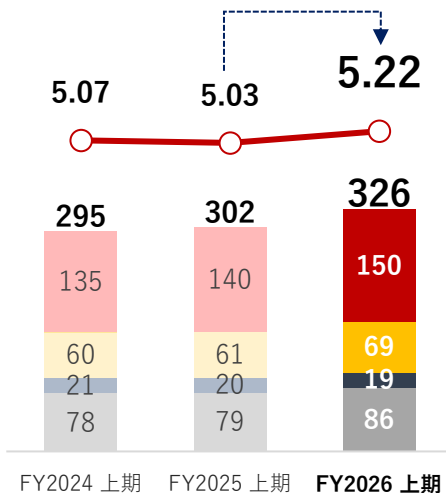
2Q

急激な気温上昇等により、想定以上の需要変動の波を受け、対応コストが増加（配送費・庫内人件費などに影響）
加えて、外部賃借センター稼働およびそれに伴う初期費用計上もあり、額・率ともに前期を上回る
(YoY+12億円 対売比+0.22%)

■ 販管費（億円）
○ 販管費率（%）

— 上期 —

YoY + 24億円（対売比+0.19%）



YoY 上期（4月～9月）

人件費
+10億円（+0.07%）

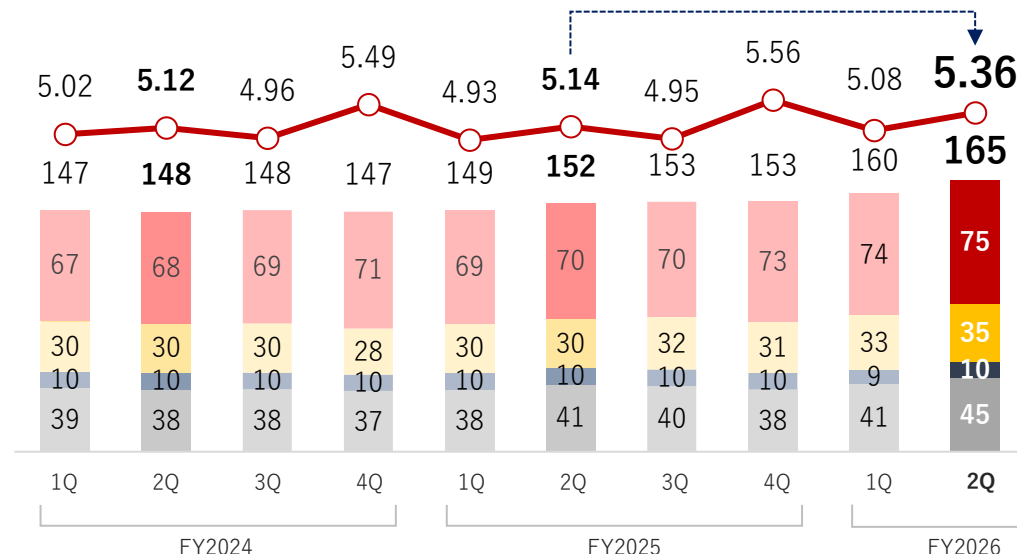
配送費
+7億円（+0.08%）

減価償却費
△0億円（△0.02%）

その他
+7億円（+0.06%）

— 四半期推移 —

YoY + 12億円（対売比+0.22%）



YoY 2Q（7月～9月）

人件費
+4億円（+0.06%）

配送費
+4億円（+0.10%）

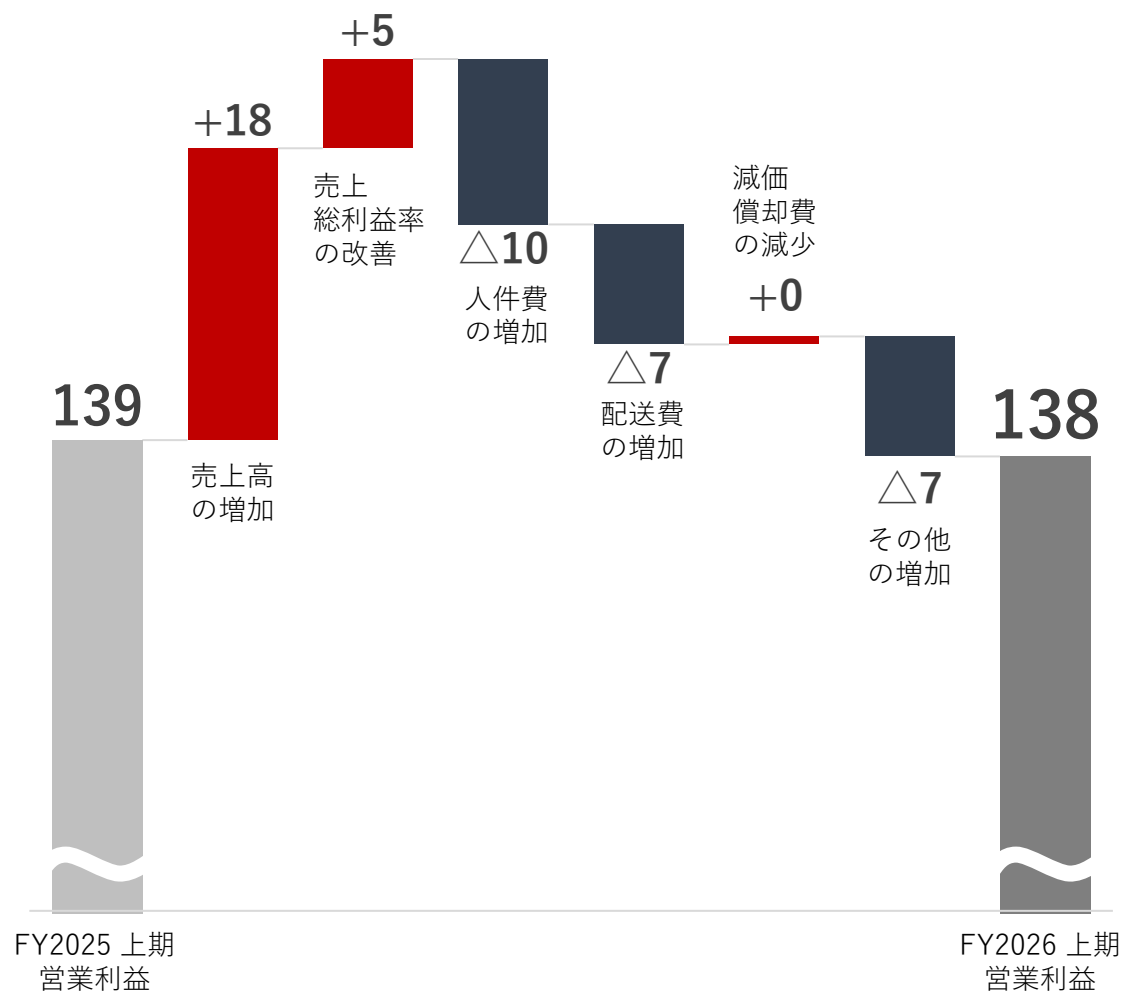
減価償却費
△0億円（△0.02%）

その他
+4億円（+0.08%）

2026年3月期 第2四半期 営業利益

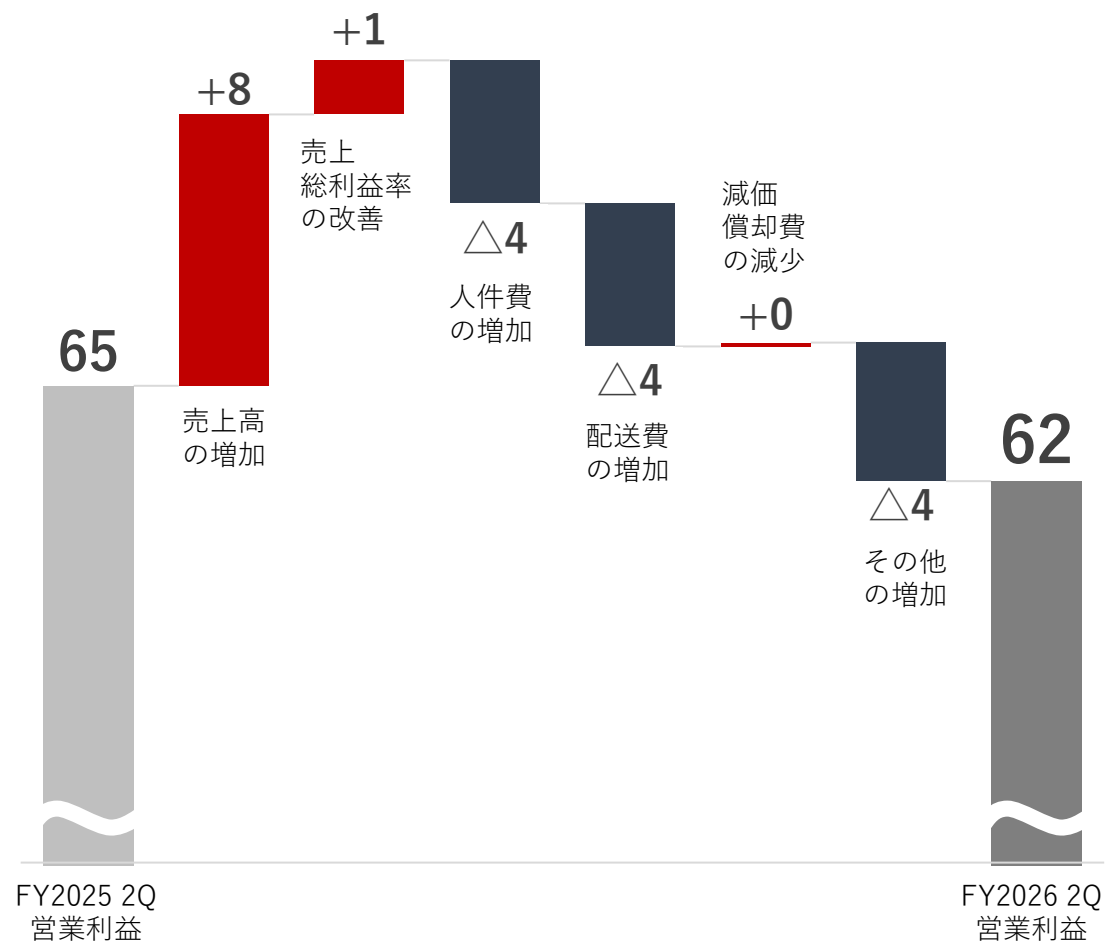
(単位：億円)

— 上期 (4-9月) —

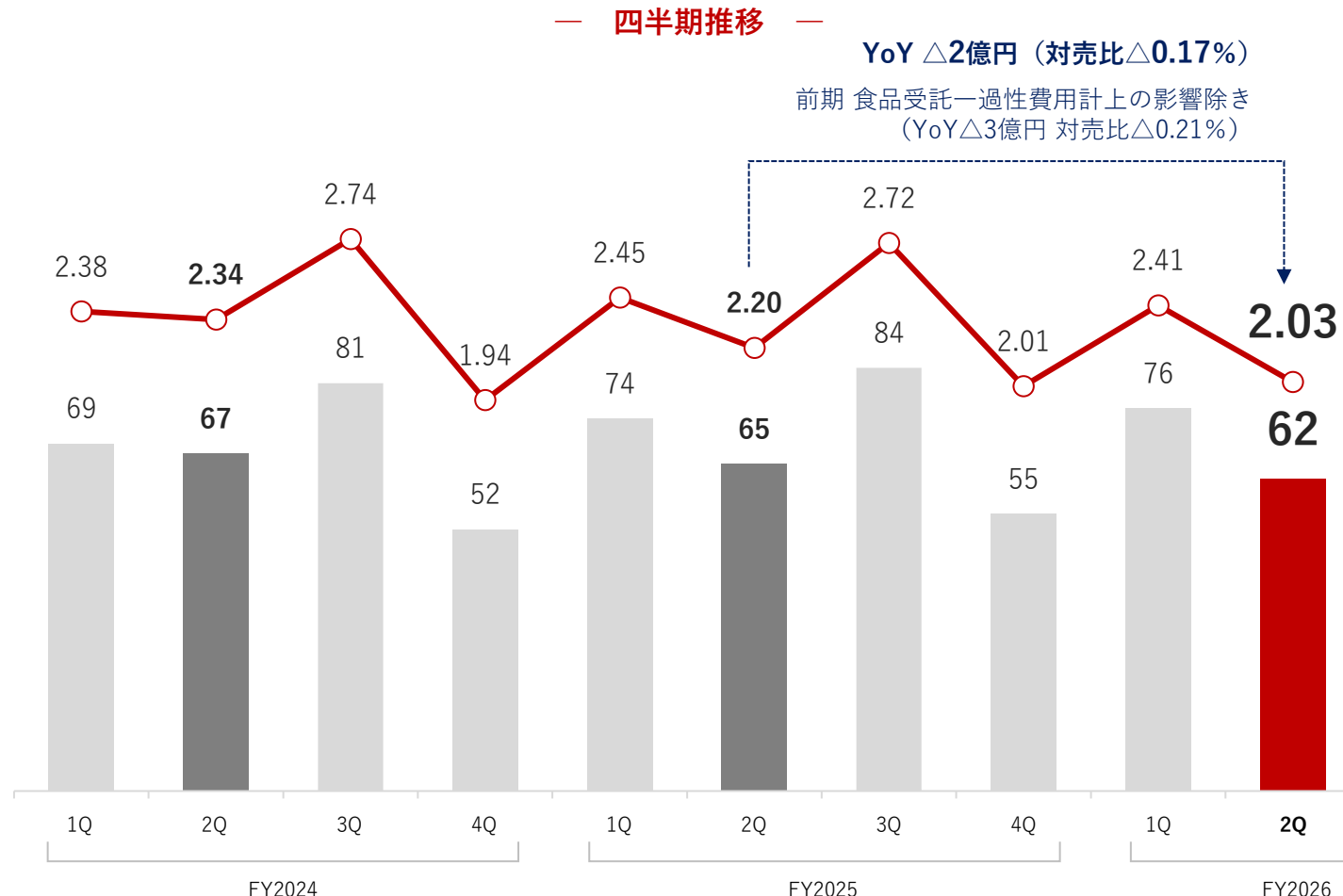
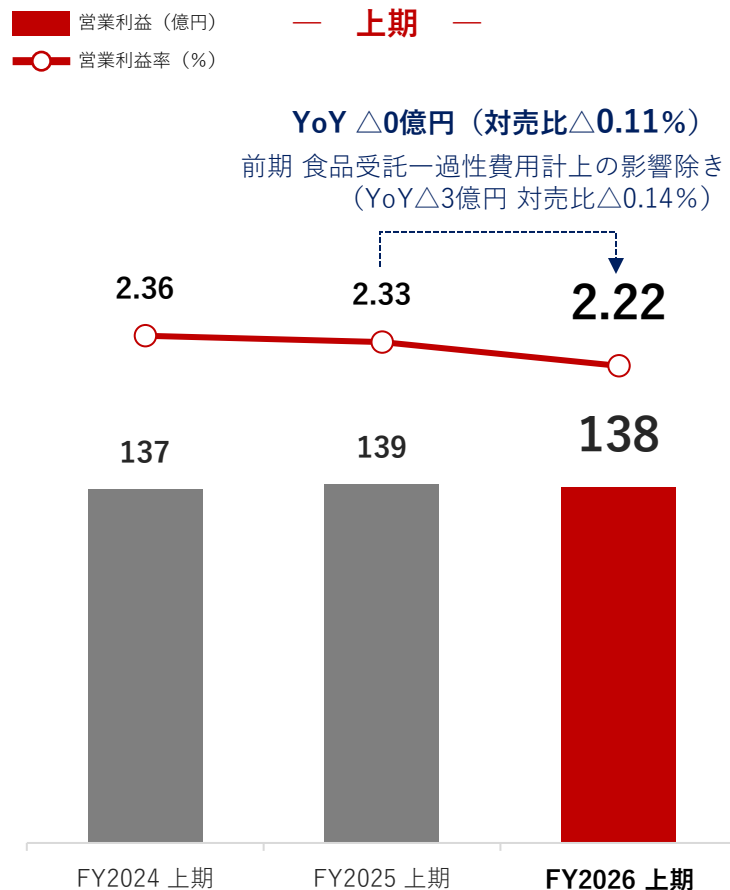


(単位：億円)

— 2Q (7-9月) —



上期・2Qともに、売上総利益の増加を販管費の増加が上回り額・率ともに前期を下回る



単位：億円	2025年3月期	2026年3月期	増減
営業外収益	22.3	17.3	△4.9
情報提供料収入*	9.3	9.5	+0.1
受取配当金	3.0	3.2	+0.2
助成金収入	5.7	0.1	△5.6
その他	4.2	4.4	+0.2
営業外費用	0.3	0.2	△0.0
支払利息	0.0	0.0	+0.0
不動産賃貸費用	0.1	0.1	△0.0
その他	0.1	0.0	△0.0
特別利益	10.1	4.7	△5.3
投資有価証券売却益	10.1	-	△10.1
災害損失引当金戻入額	0.0	-	△0.0
受取保険金	-	4.7	+4.7
特別損失	0.0	0.0	△0.0
固定資産除却損	0.0	0.0	△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

営業外損益

前期比増減 **△4.9億円**

（主な増減要因）

- ・ 前期に栃木物流センター建設に伴う土地・建物取得に対する助成金を計上

特別損益

前期比増減 **△5.3億円**

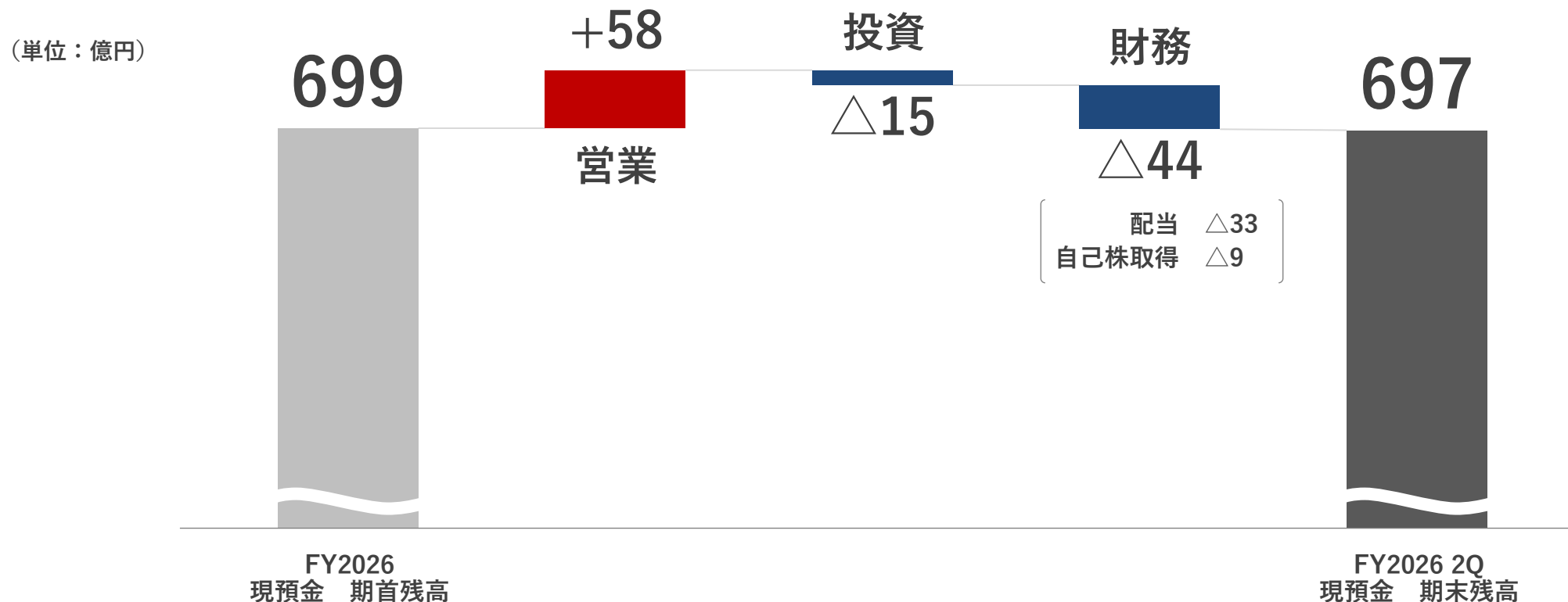
（主な増減要因）

- ・ 前期に政策保有株式の縮減方針に沿った投資有価証券売却に伴う売却益を計上
- ・ 能登半島地震の保険金を計上

営業CF 業績の拡大により増加

投資CF 物流キャパシティ確保のための設備投資を実行

財務CF 中計方針に沿って株主還元施策を着実に実行



CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 2 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	18
3.	TOPICS	22
4.	APPENDIX	27

2026年3月期 業績予想 (期初計画から変更なし)



- 物価上昇に伴う節約志向や人手不足に伴う物流費上昇など、先行き不透明な環境は続くと予想
- 2年目となる中期経営計画「PALTAC VISION 2027」の達成に向け、厳しい環境下においても、着実な売上・利益の拡大を狙う

単位：億円 / (対売比)	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画	増減	増減率
売上高	11,880	12,300	+419	+3.5%
売上総利益	889 (7.49)	928 (7.54)	+38 (+0.05)	+4.3%
販管費	609 (5.13)	638 (5.19)	+28 (+0.06)	+4.6%
営業利益	280 (2.36)	290 (2.36)	+9 (0.00)	+3.5%
経常利益	316 (2.67)	322 (2.62)	+5 (△0.05)	+1.6%
当期純利益	228 (1.92)	220 (1.79)	△8 (△0.13)	△3.8%
1株当たり純利益 (円) *	366.46	356.70	△9.76	△2.7%

※2026年3月期計画は、2025年3月期末発行済株式数を元に計算

売上高

- インフレに伴う単価上昇
- 当社機能を活かした迅速かつ効果的な販促提案強化
- 付加価値の高い新規商材などの販売強化

売上総利益

- 付加価値の高い商材の販売強化
(売買差益の改善)
- センターフィ率等の上昇 (マイナス要因)
(物価高騰・配送費上昇等が影響)

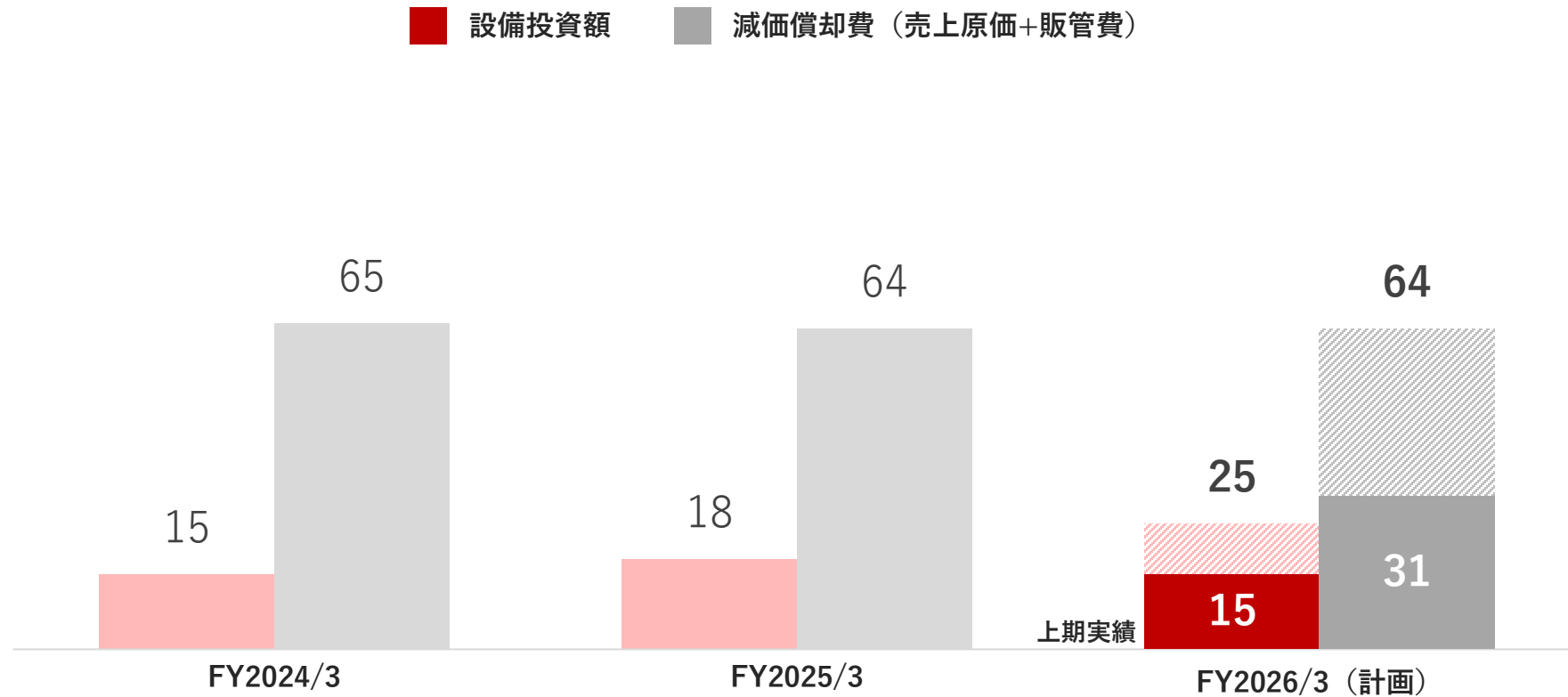
販管費

- 人財投資 (人財確保、賃金上昇など)
- 配送費単価の上昇

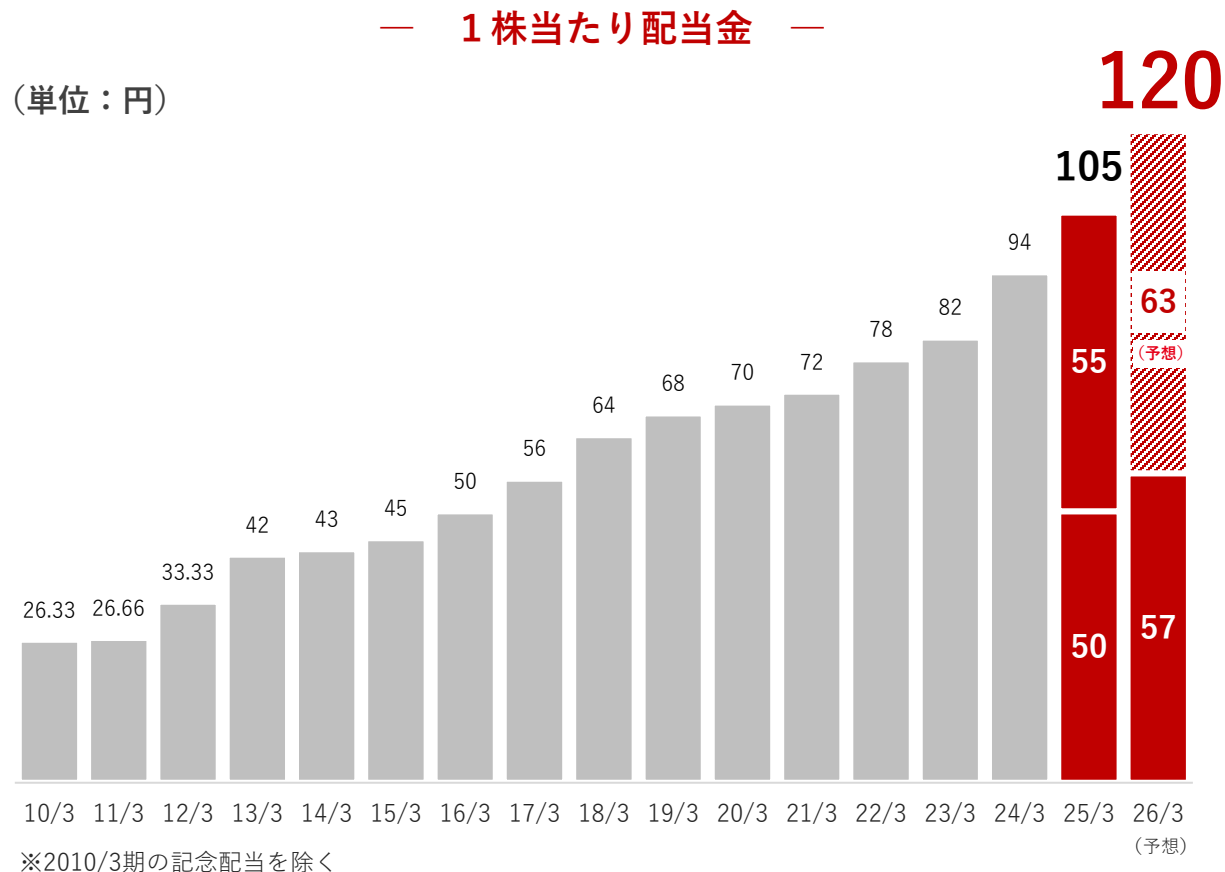
2026年3月期 設備投資額・減価償却費の見込み

- 2026年3月期の設備投資額の見込みは25億円
- 外部賃借センターへの設備投資は計画通りに進捗

(単位：億円)



利益成長を上回る増配を継続



上場以来

16期連続増配 (予想含む)

2025年3月期 **11円増配**

2026年3月期 **15円増配** (予定)

CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 2 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	18
3.	TOPICS	22
4.	APPENDIX	27

要因 (仮説)

- ・ 急激な気温の波 (異常気象など)
- ・ SNSなどによる**トレンドの波** (バズ消費など)
- ・ 消費者に向けた**販促活動の多様化による波**
- ・ **インフレによる買い控え/特売の波**

課題と取組み

◆ キャパシティを圧迫 (効率運用を阻害)

- ・ スロームーブ商品を圧縮し既存センターを最大限活用
- ・ 東京、名古屋、大阪の都市圏におけるキャパシティ確保

◆ 必要かつ十分な人員・トラック手配に課題 (人件費・配送費負担増)

- ・ 小売業様との連携強化による需要予測の精度向上と社内連携制度の刷新
- ・ 外国人、短期アルバイトなど採用面の多様化
- ・ 異業種を含めた他企業との連携による配送改善

影響

人手不足のなかで、事業運営の負担増

《キャパシティの圧迫/複雑な運用 ⇒ コスト増》

- 海外商品などの新規商材を積極投入 ⇒ SKU数増
- 限られたキャパシティの中での細やかな運用
- 繁忙⇔閑散差異の拡大に対する運用
- 波動に合わせた人員・トラックの調整

営業と物流が一体と
なって生産性改善に
取り組む

生活必需品卸として供給責任を全うしトータルコストを低減できる体制構築

長期ビジョン

つなぐ力で人と社会のミライを創る

～PALTAC VISION 2027～ 構造改革による変革基盤の構築

4つの重点戦略	2026年3月期 TOPICS	
	1Q	2Q
1 既存事業の収益性改善	<ul style="list-style-type: none"> ・ K-INNERBEAUTY POP-UP イベント開催 ・ (株)あらた様との首都圏における共同配送の開始 ・ (株)T2様自動運転トラックの幹線輸送の実証に参画 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベトナム発ヴィーガンコスメ（Cocoon）の日本展開開始 ・ 物流キャパシティの確保（外部センターの稼働開始）
2 新たな価値創造に向けた挑戦	<ul style="list-style-type: none"> ・ サプライチェーンイノベーション大賞2025 大賞を受賞（非食品・食品一括物流の稼働） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ (株)フェズ様と資本業務提携（サプライチェーンのDX推進） ・ 商品情報の一元管理を目的として新会社の共同設立（株）PALTAC×(株)あらた様×(株)プラネット様
3 サステナビリティの向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ アジア太平洋地域気候変動リーダー企業2025に初選出 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人財価値の最大化に向けた労働環境の改善（現場の熱中症対策の強化など）
4 資本効率を意識した経営の実践	<ul style="list-style-type: none"> ・ ESG自己株式取得の開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ESG自己株式取得の継続

TOPICS ② (中長期的な取り組み) ～中期経営計画の進捗～

新たな価値創造に向けた挑戦

(株)フェズ様と資本業務提携契約を締結

両社の強みを掛け合わせ、サプライチェーンのDXを推進し、顧客への提供価値拡大を狙う
長期ビジョンの実現に向けて、流通プロセスの最適化を目指す

PALTAC

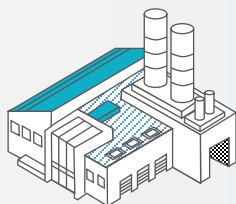
生活必需品の卸売流通の3分の1をカバーする
業界NO.1の流通情報量

(株)フェズ様

国内最大級のリテールデータプラットフォームおよび
高度なデータ分析・活用ノウハウ



メーカー様



情報



商品・配送・販売データ

PALTAC



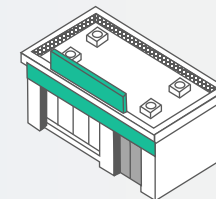
点在する流通データをつなぎ、可視化する

情報



販売・配送・店舗データ

小売業様



新たな価値創造に向けた挑戦

商品情報の一元管理を目的とした新会社の共同設立 (株)PALTAC × (株)あらた様 × (株)プラネット様

**サプライチェーン全体で団結・協調し、商品マスタ管理一元化を推進
商流・物流両面から効率化を図ることで業界全体の発展を目指す**

課題

・商品情報管理の非統一

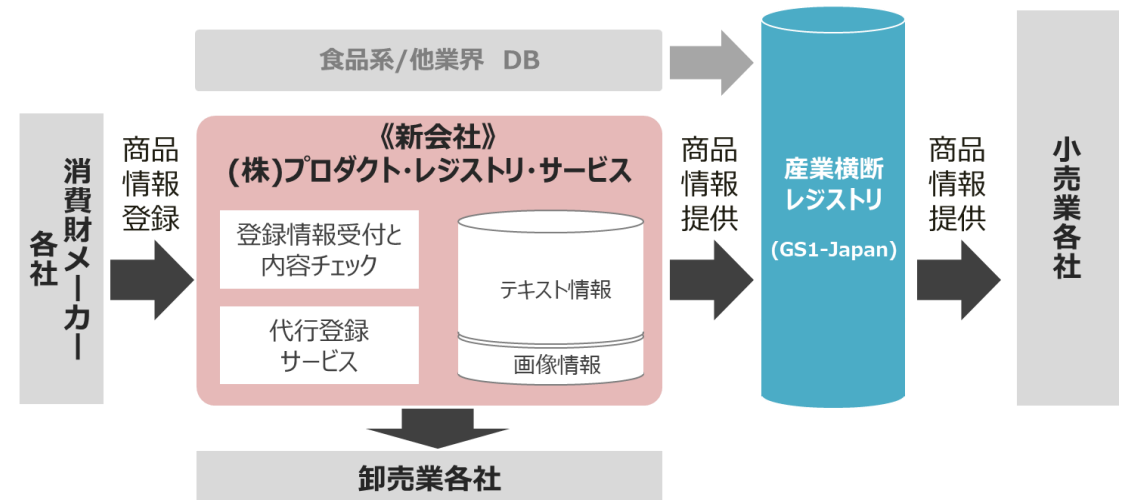
- －管理ルールやフォーマットが統一されていない
- －取引先ごとにデータ加工・登録が必要 (手作業)

・識別コード (JANコード) の一意性欠如

- －配送や在庫管理の効率が悪い
- －確認作業によるコミュニケーションコスト増加

**商品マスタを一元管理することで
業界全体におけるデータ管理のムダを解消する**

《新会社の役割と商品情報フロー》



CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 2 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	18
3.	TOPICS	22
4.	APPENDIX	27

2026年3月期 商品分類別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2026					
	上期	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比
売上高	6,251	+247 [+4.1%]	3,160	+131 [+4.3%]	3,090	+115 [+3.9%]
化粧品	1,514	+74 [+5.2%]	759	+30 [+4.2%]	754	+44 [+6.2%]
日用品	2,818	+152 [+5.7%]	1,445	+77 [+5.7%]	1,372	+75 [+5.8%]
医薬品	724	△17 [△2.4%]	356	△5 [△1.6%]	367	△12 [△3.2%]
健康・衛生関連品	1,091	+28 [+2.7%]	547	+24 [+4.7%]	544	+4 [+0.7%]
その他	102	+8 [+9.5%]	51	+4 [+8.9%]	51	+4 [+10.1%]

2026年3月期 販売先業態別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2026					
	上期	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比
売上高	6,251	+247 [+4.1%]	3,160	+131 [+4.3%]	3,090	+115 [+3.9%]
ドラッグストア	4,087	+256 [+6.7%]	2,066	+130 [+6.7%]	2,021	+126 [+6.7%]
ディスカウントストア	571	+33 [+6.3%]	282	+16 [+6.4%]	289	+16 [+6.2%]
コンビニエンスストア	511	+37 [+7.9%]	252	+27 [+12.1%]	259	+10 [+4.2%]
ホームセンター	443	△10 [△2.3%]	236	△3 [△1.3%]	206	△7 [△3.3%]
スーパーマーケット	267	△4 [△1.8%]	135	△1 [△1.0%]	131	△3 [△2.6%]
GMS *	213	+8 [+4.1%]	108	+4 [+4.1%]	105	+4 [+4.1%]
その他	157	△74 [△32.0%]	80	△42 [△34.8%]	77	△31 [△28.9%]

* GMSはゼネラルマーチャンドアイジングストアの略

単位：億円 /（対売比）	FY2026/3計画								
	通期	対前期		上期	対前期		下期	対前期	
		増減	増減率		増減	増減率		増減	増減率
売上高	12,300	+419	+3.5%	6,220	+215	+3.6%	6,080	+203	+3.5%
売上総利益	928 (7.54)	+38 (+0.05)	+4.3%	462 (7.43)	+20 (+0.07)	+4.6%	466 (7.66)	+17 (+0.04)	+4.0%
販管費	638 (5.19)	+28 (+0.06)	+4.6%	316 (5.08)	+13 (+0.05)	+4.6%	322 (5.30)	+14 (+0.06)	+4.6%
営業利益	290 (2.36)	+9 (0.00)	+3.5%	146 (2.35)	+6 (+0.02)	+4.5%	144 (2.37)	+3 (△0.02)	+2.6%
経常利益	322 (2.62)	+5 (△0.05)	+1.6%	162 (2.60)	+0 (△0.09)	+0.1%	160 (2.63)	+4 (△0.01)	+3.2%
当期純利益	220 (1.79)	△8 (△0.13)	△3.8%	111 (1.78)	△7 (△0.20)	△6.7%	109 (1.79)	△0 (△0.08)	△0.6%

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。