

2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

2026年2月6日



CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 3 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	16
3.	TOPICS	18
4.	APPENDIX	21

CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 3 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	16
3.	TOPICS	18
4.	APPENDIX	21

売上高

9,506億円

前期比増減

+395億円（+4.3%）

営業利益

219億円

前期比増減

△4億円（△2.2%）

【前期比】売上高は伸長も、営業利益は前期を下回る

- 物価上昇に伴う節約志向は継続も、帳合の獲得や付加価値の高い新規取扱商材の拡充などが奏功
- 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。気温差を追い風に季節商材が伸長
- 売上拡大により売上総利益は増加するも、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

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 3Q実績	2026年3月期 3Q実績	増減	増減率
売上高	9,110	9,506	+395	+4.3%
売上総利益	680 (7.47)	714 (7.52)	+34 (+0.05)	+5.0%
販管費	455 (5.00)	494 (5.21)	+39 (+0.21)	+8.6%
営業利益	224 (2.46)	219 (2.31)	△4 (△0.15)	△2.2%
経常利益	254 (2.79)	245 (2.58)	△8 (△0.21)	△3.4%
当期純利益	182 (2.01)	173 (1.82)	△9 (△0.19)	△5.3%

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			3Q		
	2025年3月期	2026年3月期	増減	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%]	3,106	3,255	+148 [+4.8%]
売上総利益	223 (7.38)	236 (7.49)	+13 (+0.11)	218 (7.34)	228 (7.39)	+10 (+0.05)	238 (7.67)	249 (7.65)	+10 (△0.02)
販管費	149 (4.93)	160 (5.08)	+11 (+0.15)	152 (5.14)	165 (5.36)	+12 (+0.22)	153 (4.95)	168 (5.18)	+14 (+0.23)
営業利益	74 (2.45)	76 (2.41)	+1 (△0.04)	65 (2.20)	62 (2.03)	△2 (△0.17)	84 (2.72)	80 (2.47)	△4 (△0.25)
経常利益	83 (2.74)	85 (2.70)	+2 (△0.04)	78 (2.65)	70 (2.29)	△7 (△0.36)	92 (2.97)	89 (2.75)	△2 (△0.22)
四半期純利益	60 (2.01)	62 (1.97)	+1 (△0.04)	58 (1.96)	48 (1.58)	△9 (△0.38)	63 (2.06)	61 (1.90)	△2 (△0.16)

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



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
物価上昇に伴う節約志向により、販売数量の伸び悩みが継続

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



気温低下（10-11月）により、冬物商材（シーズン化粧品など）の初動が好調に推移
（12月は暖冬傾向で、カイロなどが苦戦）

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）

累計

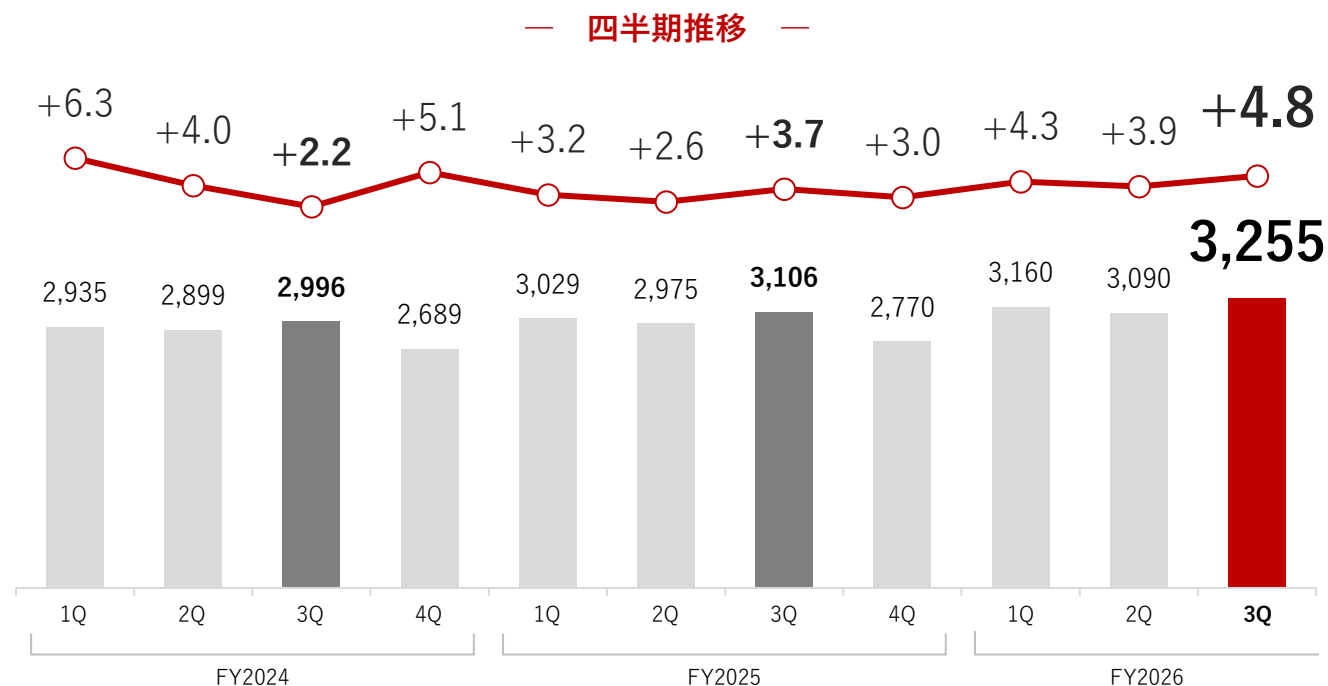
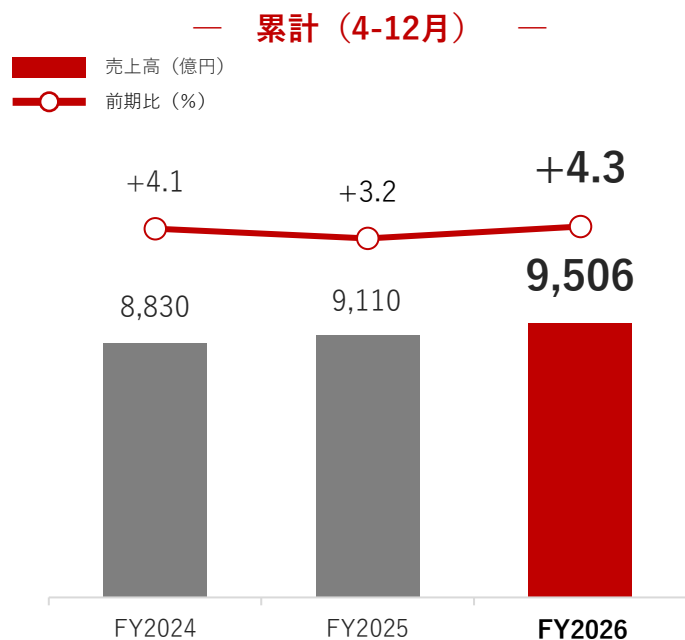
帳合の獲得に加え、付加価値の高い新規商材の拡充、外出需要や健康志向の高まりなど
生活者の購買行動の変化を捉えた販促施策などが奏功し、前期を上回る（YoY+395億 +4.3%）

（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 / 気温低下に伴う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（風邪薬・ドリンク剤など）の販売減少

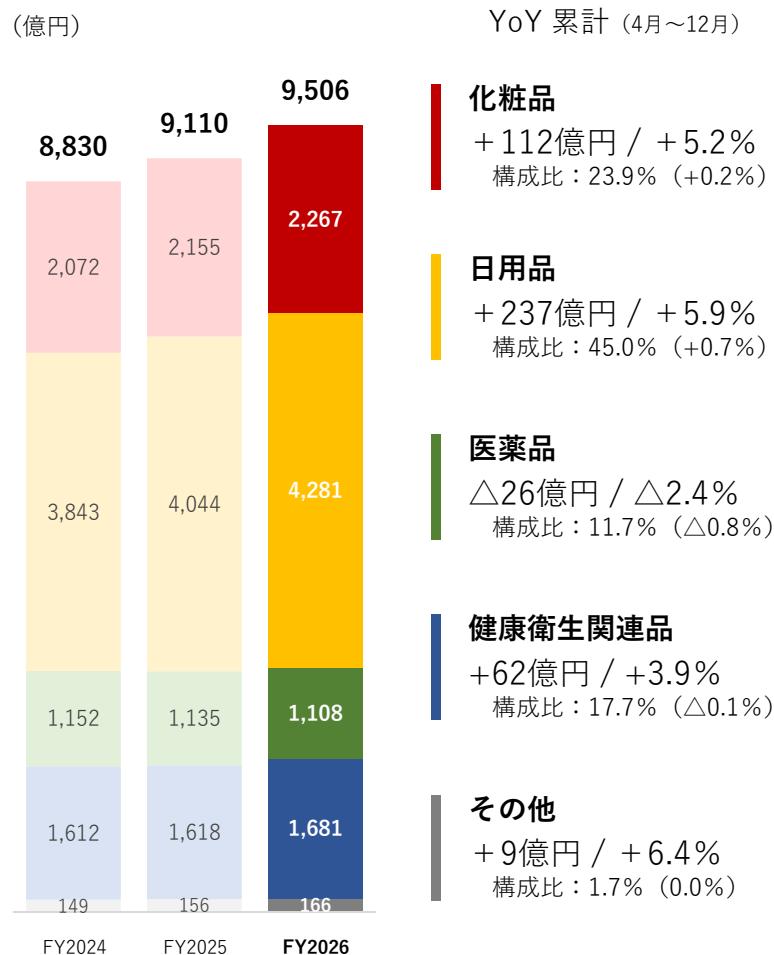
3Q

日用品（玩具・オーラルなど）や気温低下に伴う冬物商品（シーズン化粧品）の好調が全体を押し上げ（YoY+148億円 +4.8%）

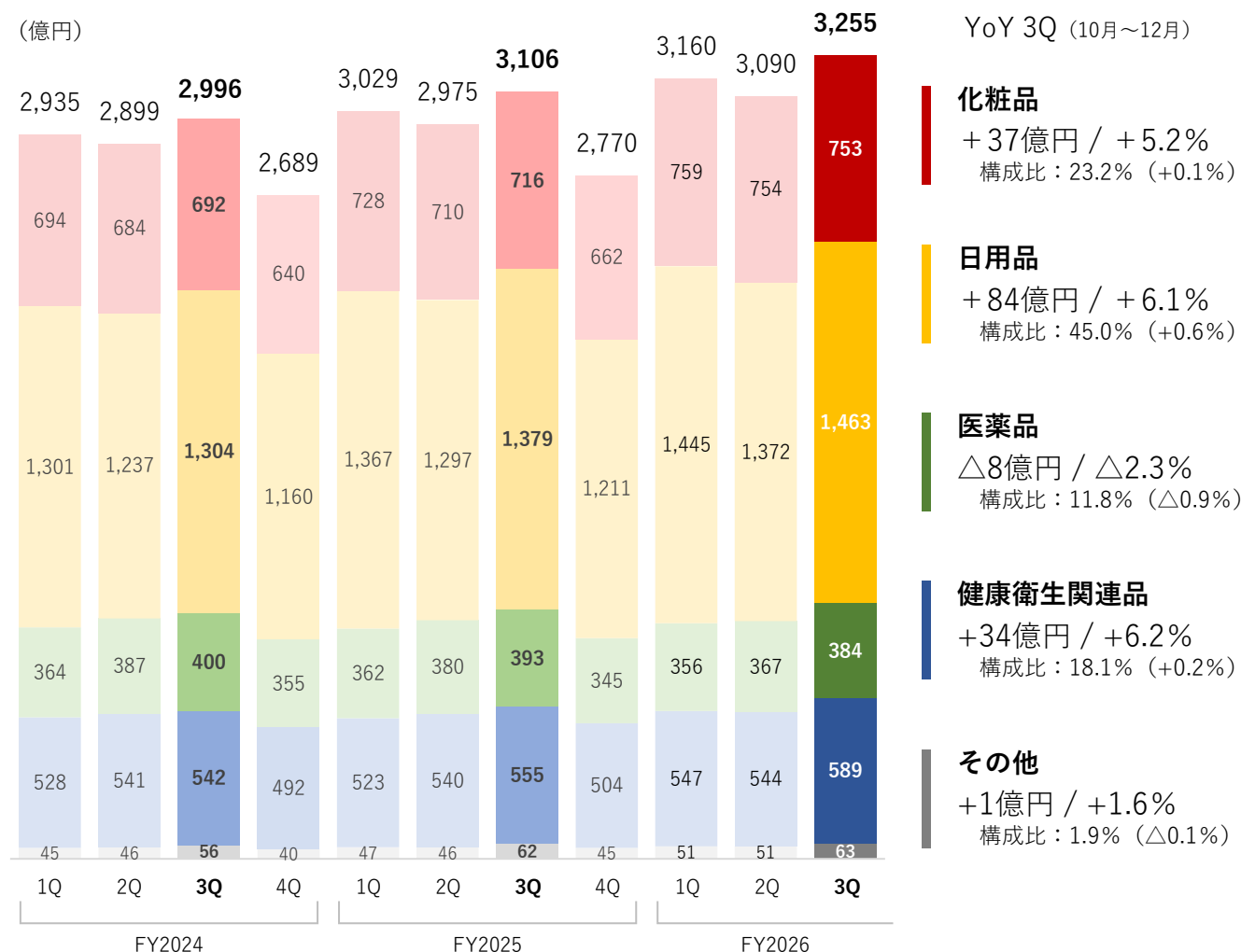


2026年3月期 第3四半期 商品分類別売上高

— 累計 (4-12月) —



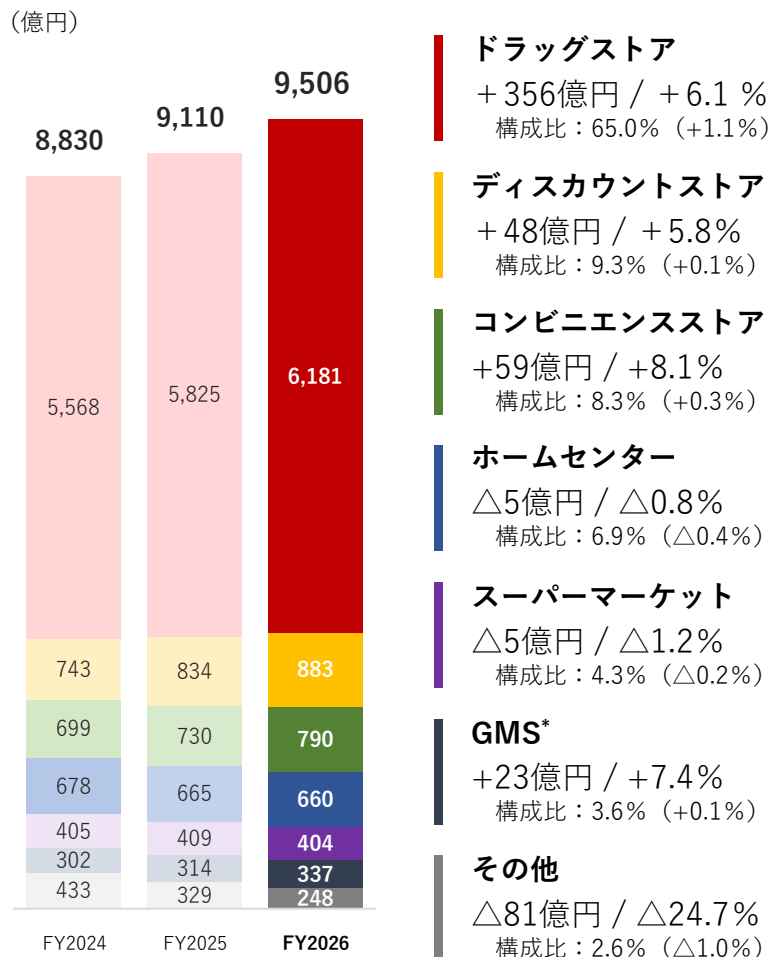
— 四半期推移 —



2026年3月期 第3四半期 販売先業態別売上高

— 累計 (4-12月) —

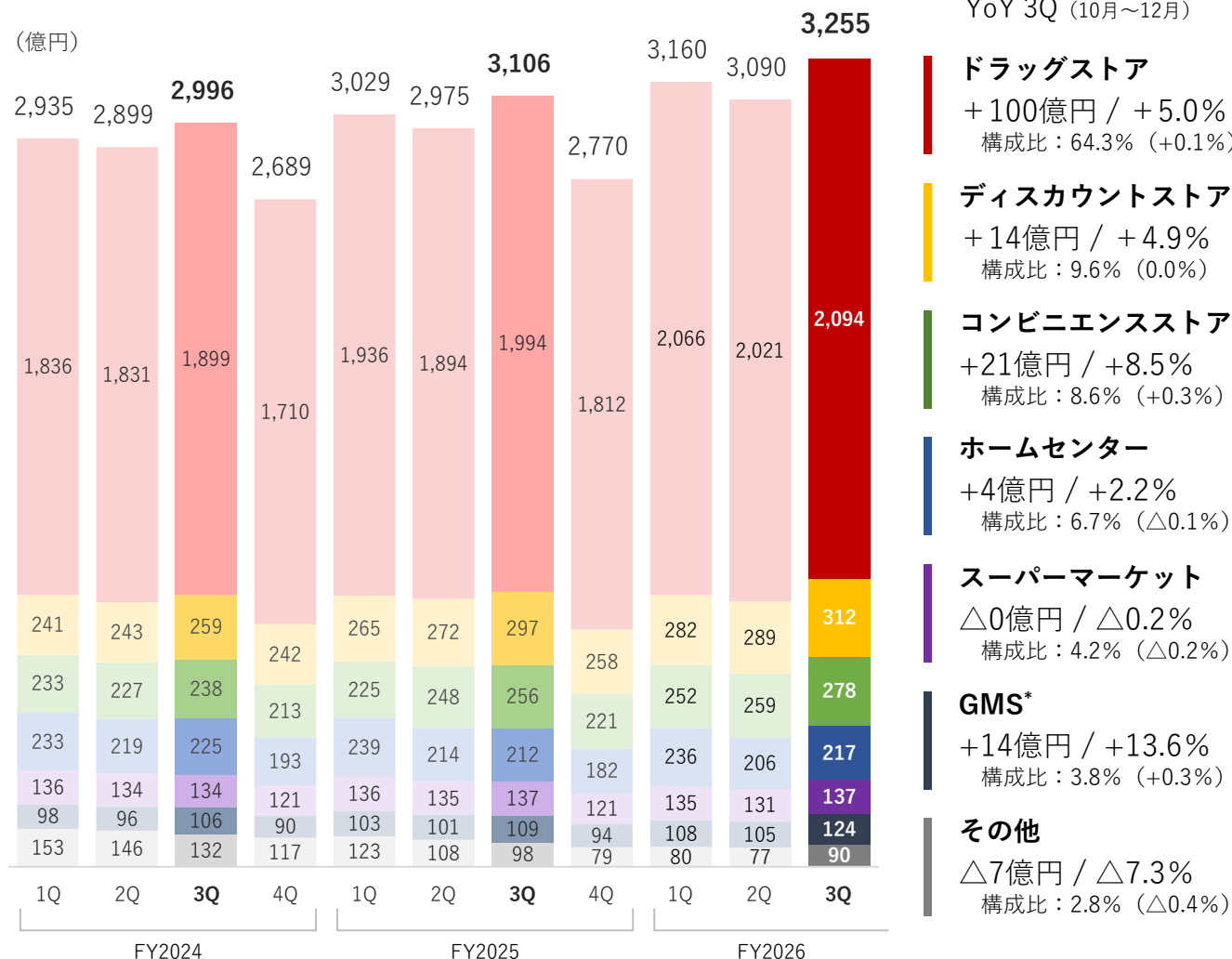
YoY 累計 (4月~12月)



* 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 3Q (10月~12月)



累計

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+34億円 対売比+0.05%）

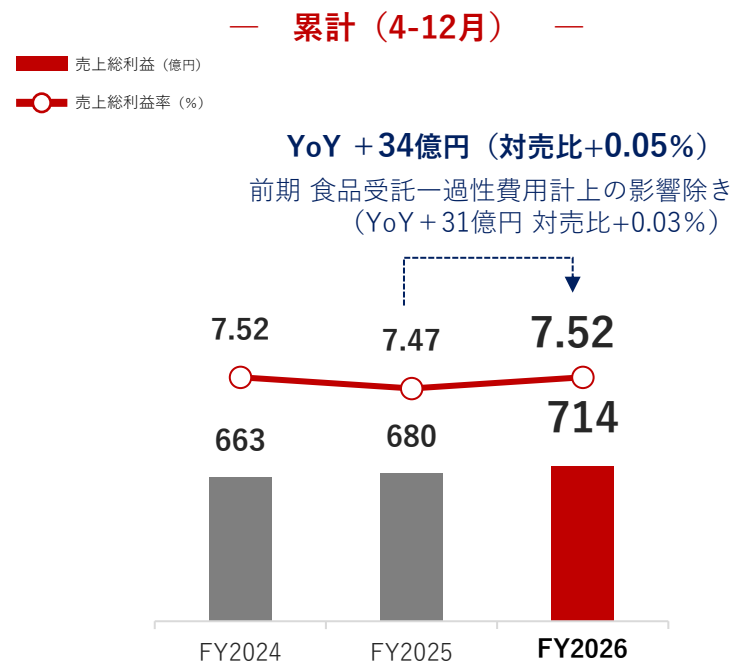
（主な要因）増益：売上拡大に伴う売上総利益額の確保 / 値上げや高付加価値商材の拡売による売買差益の改善 /

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+0.03%）

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）

3Q

売上拡大により額は増加するも、リベートの増加などにより率は前期を下回る（YoY+10億円 対売比△0.02%）



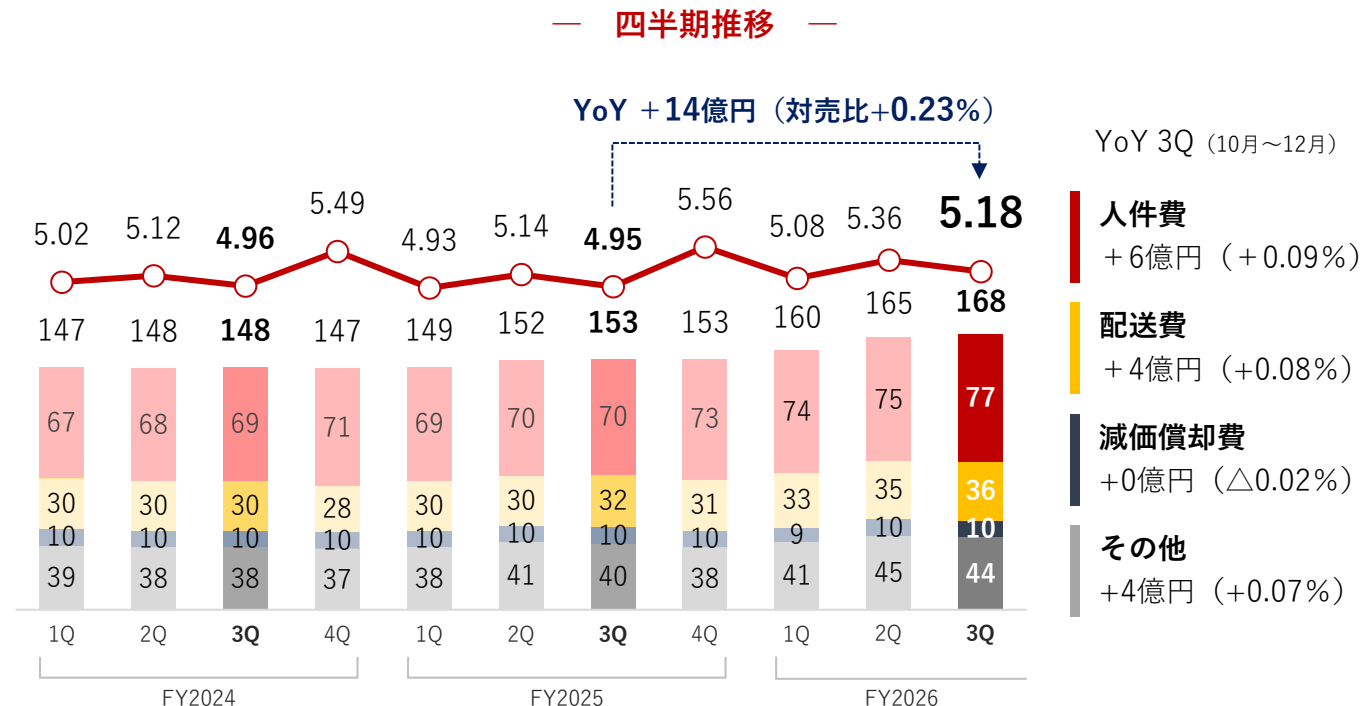
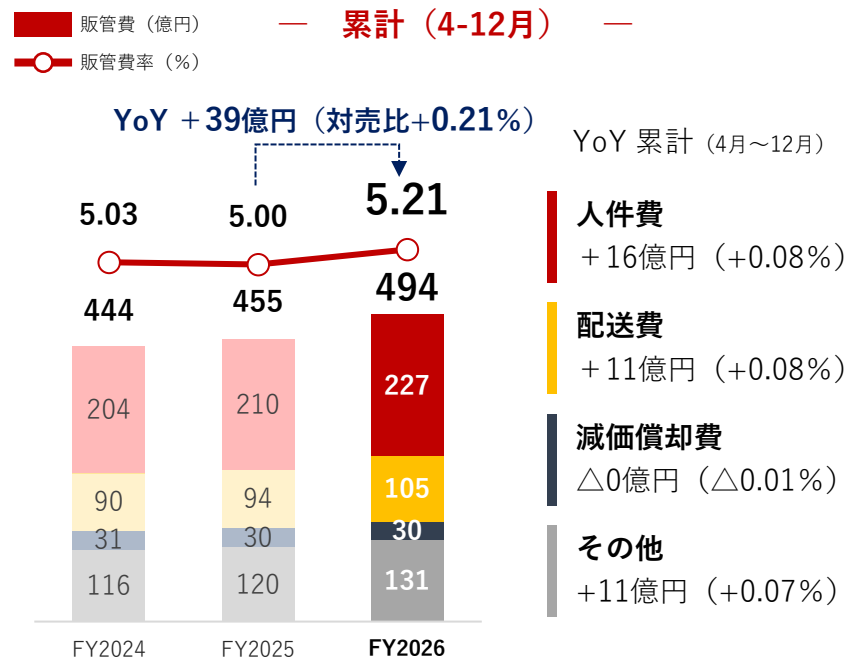
累計

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+39億円 対売比+0.21%)

(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

3Q

物流費増加（配送費・人件費）の継続により額・率ともに前期を上回る（YoY+14億円 対売比+0.23%）
外部賃借センター稼働に伴う費用計上も影響（中長期のキャパシティ確保に向けた対応として費用が先行）



<2Q課題>

- ・キャパシティ圧迫
- ・庫内人件費・配送費の負担増加

<打ち手>

- ・外部センターを賃借
- ・小売業様及び社内連携強化による改善活動の推進

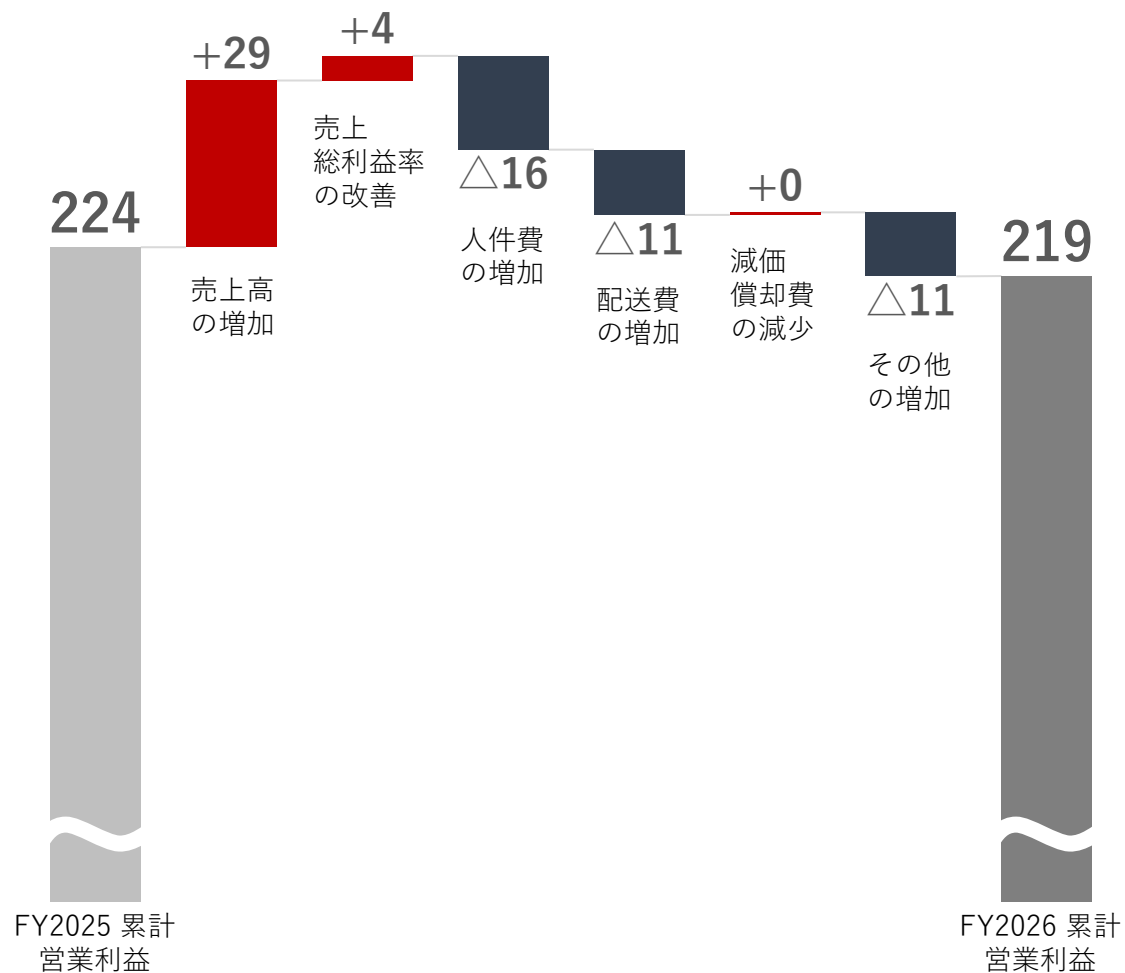
<3Q PL面の状況>

- ・外部センター賃借により費用先行となるも、
庫内作業効率は底打ち（バラライン生産性が2Q比で改善に転じる）
- ・継続的な改善活動により、
作業面で負担の大きいバラ出荷から**ケース出荷への構造転換が進展し改善**
- ・配送面については、
1個当たりの配送単価上昇（YoY+9.3%）が負担となり課題が残る
 - グリーン物流で評価いただいた事例をはじめ、配送改善の取り組みを継続的に実施
 - 共同配送他、外部企業との連携強化を含め、配送効率改善を継続実施

2026年3月期 第3四半期 営業利益

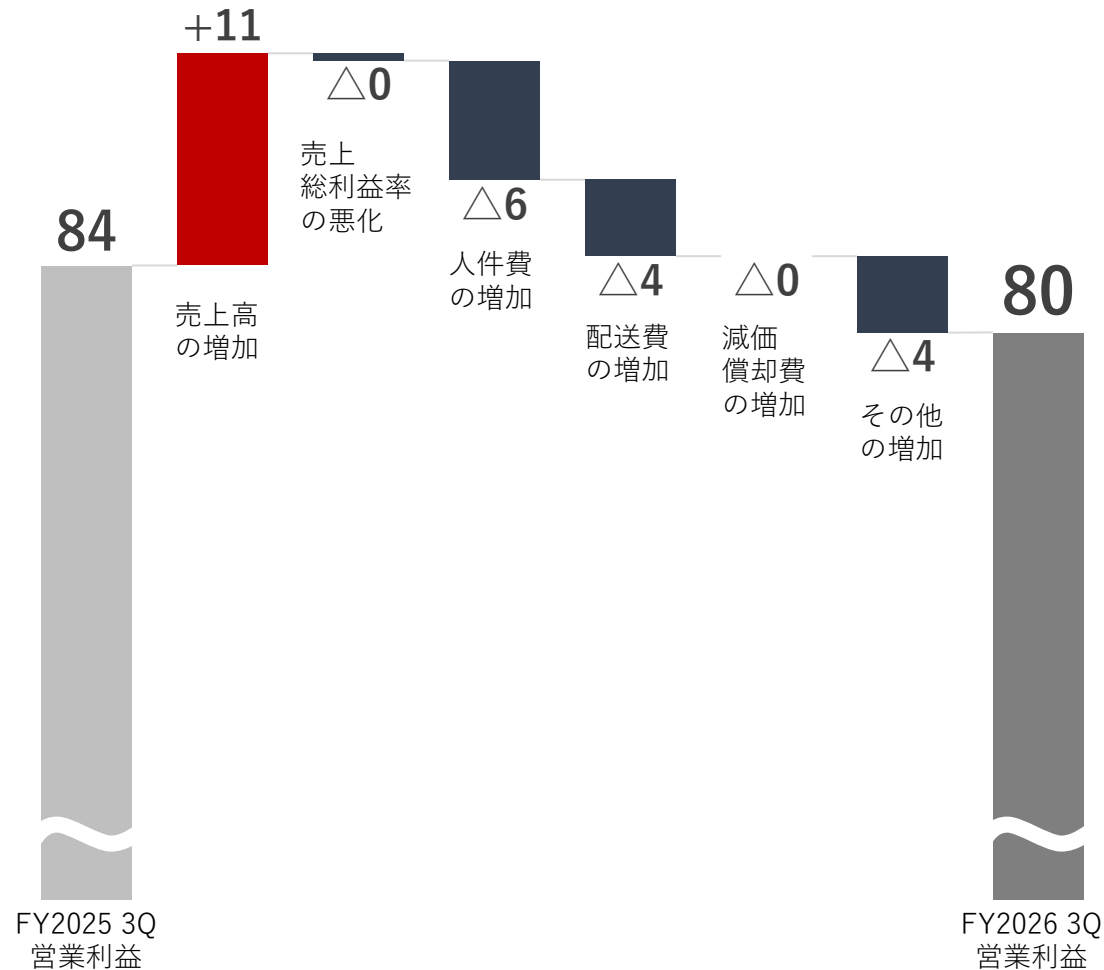
(単位：億円)

— 累計 (4-12月) —

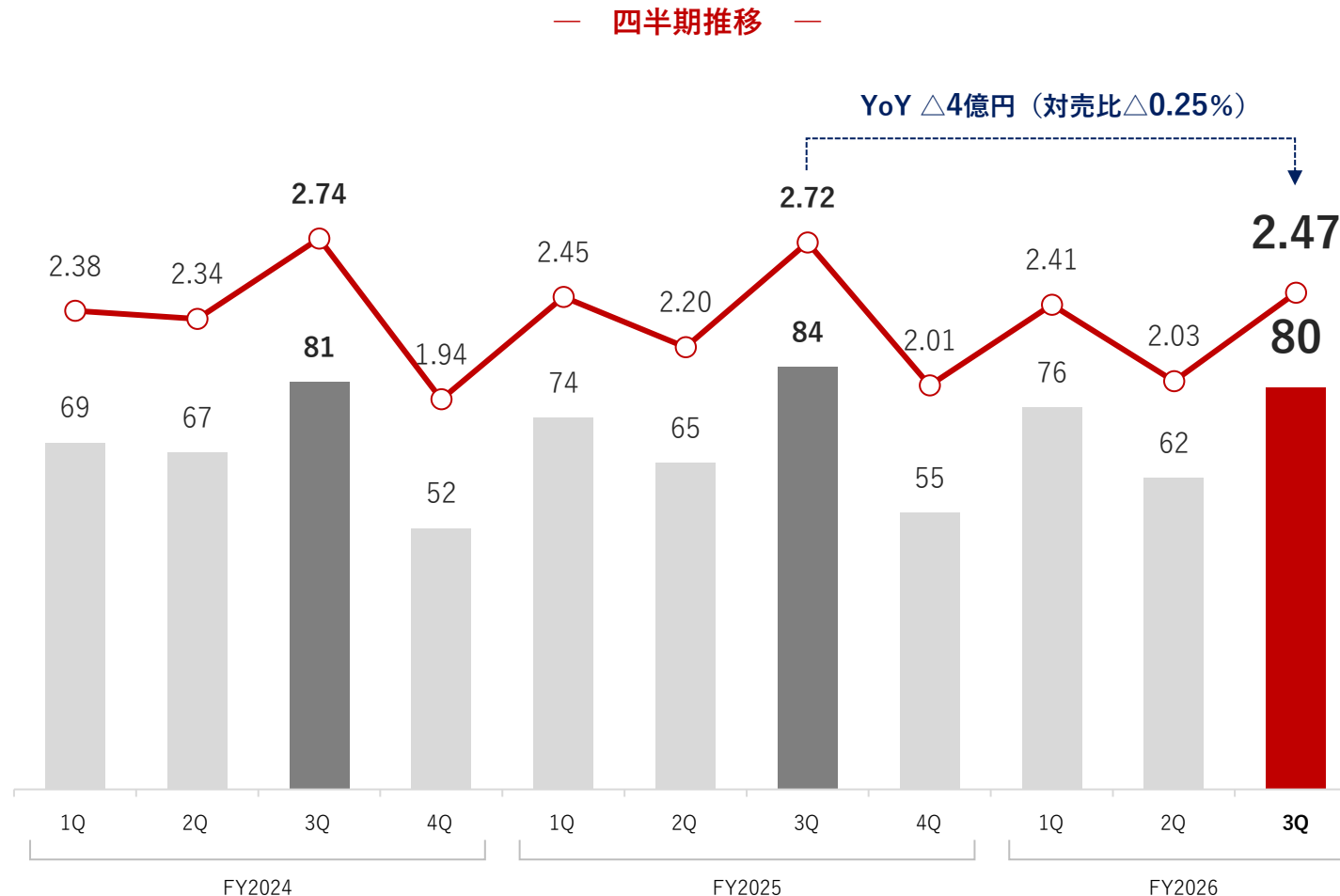
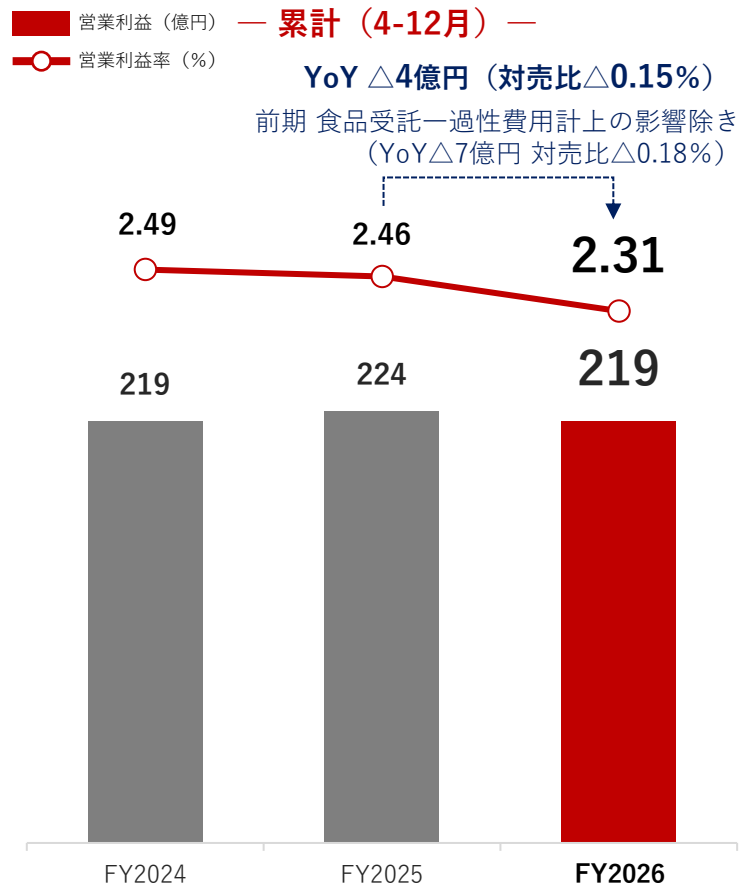


(単位：億円)

— 3Q (10-12月) —



累計・3Q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



CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 3 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	16
3.	TOPICS	18
4.	APPENDIX	21

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が継続
- 利益確保が難しい環境下で、取引の拡大や販管費コントロールに向けた施策を実行

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

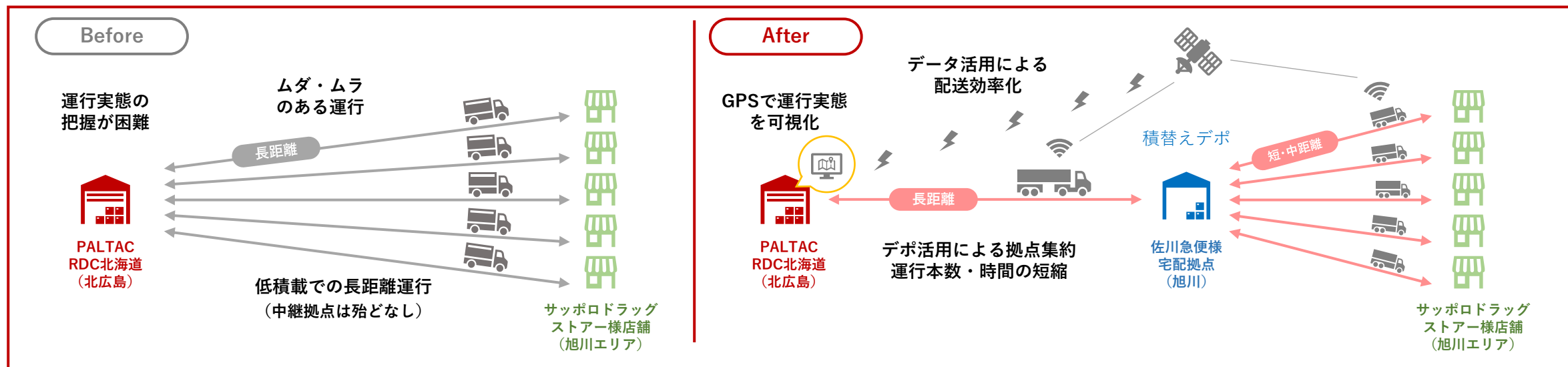
CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 3 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	16
3.	TOPICS	18
4.	APPENDIX	21

令和7年度 グリーン物流優良事業者表彰において最高位である「国土交通大臣表彰」を共同受賞

共同受賞企業：(株)PALTAC×(株)サッポロドラッグストア様×佐川急便(株)様

北海道における中継拠点（佐川急便様宅配拠点）の活用による長距離輸送本数の削減



上記取り組みを、佐川急便様の宅配拠点活用により5エリア（旭川・帯広・釧路・北見・函館）で実施

トラック長距離輸送の本数/運行時間を削減
可視化した配送データの蓄積
データ活用によるルートやトラック台数の最適化

年間削減効果

- ・CO2削減量 404.5t-CO2（18.9％）削減
- ・トラック走行距離 643.4千km（25.7％）短縮
- ・トラック走行時間 12.2千時間（22.5％）短縮

詳細は当社HP掲載のリリース文書をご覧ください（<https://www.paltac.co.jp/news/>）
「2025年12月24日：グリーン物流優良事業者表彰において最高位である「国土交通大臣表彰」を共同受賞」

物流ユニフォームの刷新と再資源化

人財価値の最大化に向け、現場主導で進む職場改善プロジェクト*の多様な視点を反映し実現* 職場改善プロジェクト
「Neo Rosy Project」

物流現場で働く女性従業員が中心となって、職場課題の改善を目指す取り組み。
女性の視点を活かし、全従業員が働きやすい環境づくりを推進。

▼ 現場の女性社員の視点から生まれたアイデア

機能性・快適性を重視したユニフォームの刷新 —————> 使用済みユニフォームの再資源化にも貢献
(AITOZ製ユニフォーム導入)



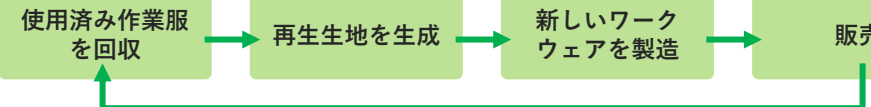
プロジェクトメンバーによる
現場のリアルなニーズを反映

- ・通気性
- ・着心地
- ・ポケットの使い勝手 など

AITOZ様が参画するリサイクル事業

「AITOZ/BRING UNIFORM™」を通じて再資源化

AITOZ/BRING UNIFORM™の事業内容（株式会社JEPLAN様が運営・企画）



CONTENTS

1.	2026年 3 月期 第 3 四半期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	16
3.	TOPICS	18
4.	APPENDIX	21

2026年3月期 商品分類別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2026							
	累計	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比	3Q	前期比
売上高	9,506	+395 [+4.3%]	3,160	+131 [+4.3%]	3,090	+115 [+3.9%]	3,255	+148 [+4.8%]
化粧品	2,267	+112 [+5.2%]	759	+30 [+4.2%]	754	+44 [+6.2%]	753	+37 [+5.2%]
日用品	4,281	+237 [+5.9%]	1,445	+77 [+5.7%]	1,372	+75 [+5.8%]	1,463	+84 [+6.1%]
医薬品	1,108	△26 [△2.4%]	356	△5 [△1.6%]	367	△12 [△3.2%]	384	△8 [△2.3%]
健康・衛生関連品	1,681	+62 [+3.9%]	547	+24 [+4.7%]	544	+4 [+0.7%]	589	+34 [+6.2%]
その他	166	+9 [+6.4%]	51	+4 [+8.9%]	51	+4 [+10.1%]	63	+1 [+1.6%]

2026年3月期 販売先業態別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2026							
	累計	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比	3Q	前期比
売上高	9,506	+395 [+4.3%]	3,160	+131 [+4.3%]	3,090	+115 [+3.9%]	3,255	+148 [+4.8%]
ドラッグストア	6,181	+356 [+6.1%]	2,066	+130 [+6.7%]	2,021	+126 [+6.7%]	2,094	+100 [+5.0%]
ディスカウントストア	883	+48 [+5.8%]	282	+16 [+6.4%]	289	+16 [+6.2%]	312	+14 [+4.9%]
コンビニエンスストア	790	+59 [+8.1%]	252	+27 [+12.1%]	259	+10 [+4.2%]	278	+21 [+8.5%]
ホームセンター	660	△5 [△0.8%]	236	△3 [△1.3%]	206	△7 [△3.3%]	217	+4 [+2.2%]
スーパーマーケット	404	△5 [△1.2%]	135	△1 [△1.0%]	131	△3 [△2.6%]	137	△0 [△0.2%]
GMS *	337	+23 [+7.4%]	108	+4 [+4.1%]	105	+4 [+4.1%]	124	+14 [+13.6%]
その他	248	△81 [△24.7%]	80	△42 [△34.8%]	77	△31 [△28.9%]	90	△7 [△7.3%]

* GMSはゼネラルマーチャンダ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。