

2025年3月期 決算説明資料

2025年5月12日



株式会社 **PALTAC**

(東証プライム:8283)

CONTENTS

1.	2025年 3 月期 決算概要	3
2.	2026年 3 月期 業績予想	18
3.	中期経営計画「PALTAC VISION 2027」の進捗	22
4.	APPENDIX	29

CONTENTS

1.	2025年3月期 決算概要	3
2.	2026年3月期 業績予想	18
3.	中期経営計画「PALTAC VISION 2027」の進捗	22
4.	APPENDIX	29

売上高

1兆1,880億円

前期比増減

+361億円 (+3.1%)

計画比増減

△19億円 (△0.2%)

営業利益

280億円

前期比増減

+8億円 (+3.1%)

計画比増減

+0億円 (+0.0%)

【前期比】売上高・営業利益ともに過去最高を更新

- 外出・インバウンド需要の拡大に加え、取引の拡大、新規商材の取扱強化などの施策が奏功
- 売上拡大に伴う売上総利益の増加に加え、固定費吸収効果により販管費率が低下

【計画比】売上高は未達も営業利益はほぼ計画どおり

- サプリメントを中心とした一部商材の買い控え
- コロナ5類移行後1年経過も衛生関連商材の需要減が継続
- 売上総利益は、売買差益の改善施策が奏功し想定を上回った一方、販管費では人件費・配送費などが想定を上回る

売上高は若干の未達も、売上総利益率の改善により営業利益はほぼ計画どおり

単位：億円 /（対売比）	2025年3月期 計画	2025年3月期 実績	差異	差異率
売上高	11,900	11,880	△19	△0.2%
売上総利益	887 (7.45)	889 (7.49)	+2 (+0.04)	+0.3%
販管費	607 (5.10)	609 (5.13)	+2 (+0.03)	+0.5%
営業利益	280 (2.35)	280 (2.36)	+0 (+0.01)	+0.0%
経常利益	317 (2.66)	316 (2.67)	△0 (+0.01)	△0.0%
当期純利益	220 (1.85)	228 (1.92)	+8 (+0.07)	+3.9%

売上高

- ・ サプリメントを中心とした一部商材の買い控えが発生
- ・ コロナ5類移行後1年経過も、衛生関連品の需要減が継続

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

- ・ 改善取り組みの効果はあるも、人件費や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、営業利益、経常利益は過去最高を更新

売上総利益率は特殊要因（食品物流受託開始に伴う初期費用△2.4億円）を除くと改善

⇒ 売上総利益（初期費用除き）YoY+28億円 対売比+0.01%

単位：億円/（対売比）	2024年3月期	2025年3月期	増減	増減率
売上高	11,519	11,880	+361	+3.1%
売上総利益	863 (7.50)	889 (7.49)	+26 (△0.01)	+3.0%
販管費	591 (5.14)	609 (5.13)	+17 (△0.01)	+3.0%
営業利益	271 (2.36)	280 (2.36)	+8 (0.00)	+3.1%
経常利益	305 (2.65)	316 (2.67)	+11 (+0.02)	+3.7%
当期純利益	206 (1.79)	228 (1.92)	+22 (+0.13)	+10.8%

配送費の単価上昇により販管費率が悪化したものの、売上拡大に加え、
売買差益の改善により売上総利益率が改善したことで、営業利益は前期を上回る

単位：億円 /（対売比）	1Q			2Q			3Q			4Q		
	2024年3月期	2025年3月期	増減	2024年3月期	2025年3月期	増減	2024年3月期	2025年3月期	増減	2024年3月期	2025年3月期	増減
売上高	2,935	3,029	+93 [+3.2%]	2,899	2,975	+76 [+2.6%]	2,996	3,106	+110 [+3.7%]	2,689	2,770	+81 [+3.0%]
売上総利益	217 (7.39)	223 (7.38)	+6 (△0.01)	216 (7.46)	218 (7.34)	+2 (△0.12)	230 (7.69)	238 (7.67)	+7 (△0.02)	199 (7.43)	209 (7.57)	+9 (+0.14)
販管費	147 (5.02)	149 (4.93)	+1 (△0.09)	148 (5.12)	152 (5.14)	+4 (+0.02)	148 (4.96)	153 (4.95)	+5 (△0.01)	147 (5.49)	153 (5.56)	+6 (+0.07)
営業利益	69 (2.38)	74 (2.45)	+4 (+0.07)	67 (2.34)	65 (2.20)	△2 (△0.14)	81 (2.74)	84 (2.72)	+2 (△0.02)	52 (1.94)	55 (2.01)	+3 (+0.07)
経常利益	78 (2.67)	83 (2.74)	+4 (+0.07)	77 (2.68)	78 (2.65)	+1 (△0.03)	90 (3.02)	92 (2.97)	+1 (△0.05)	58 (2.19)	62 (2.26)	+3 (+0.07)
四半期純利益	55 (1.88)	60 (2.01)	+5 (+0.13)	53 (1.85)	58 (1.96)	+4 (+0.11)	62 (2.09)	63 (2.06)	+1 (△0.03)	34 (1.30)	45 (1.65)	+10 (+0.35)

▶ プラス要因
 ▶ マイナス要因

	2024年3月期	2025年3月期			
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
リオープン	外出増加に伴う化粧品・医薬品の需要拡大				リオープンに伴う一時的な需要増が一服
	インバウンド需要拡大（化粧品・医薬品）				リオープンに伴う一時的な需要増が一服
	衛生関連商材の需要減少（マスク・消毒液）				リオープンから1年が経過も、需要減少が継続
感染症				感染症流行に伴う 医薬品・衛生用品の需要拡大	
物価高騰	節約志向（選別消費）の定着 販売数量が減少傾向				食品価格上昇（エンゲル係数上昇）が消費者マインドに影響
	値上げ 及び 高付加価値化による商品単価の上昇				
気 候	冬物商材				
	暖冬による カイロ需要減				気温低下・乾燥により需要増 （カイロ・ボディ保湿など）
	夏物商材				
		高気温で需要増 （殺虫剤・制汗剤など）	残暑で需要増 （殺虫剤・制汗剤など）		気温上昇で需要増 （殺虫剤・制汗剤など）

累計

外出・インバウンド需要の増加、生活者ニーズの多様化に対応した新規商材の拡充など
環境変化を捉えた販売活動に加え、取引の拡大など、売上拡大施策が奏功し前期を上回る (YoY+361億円 +3.1%)

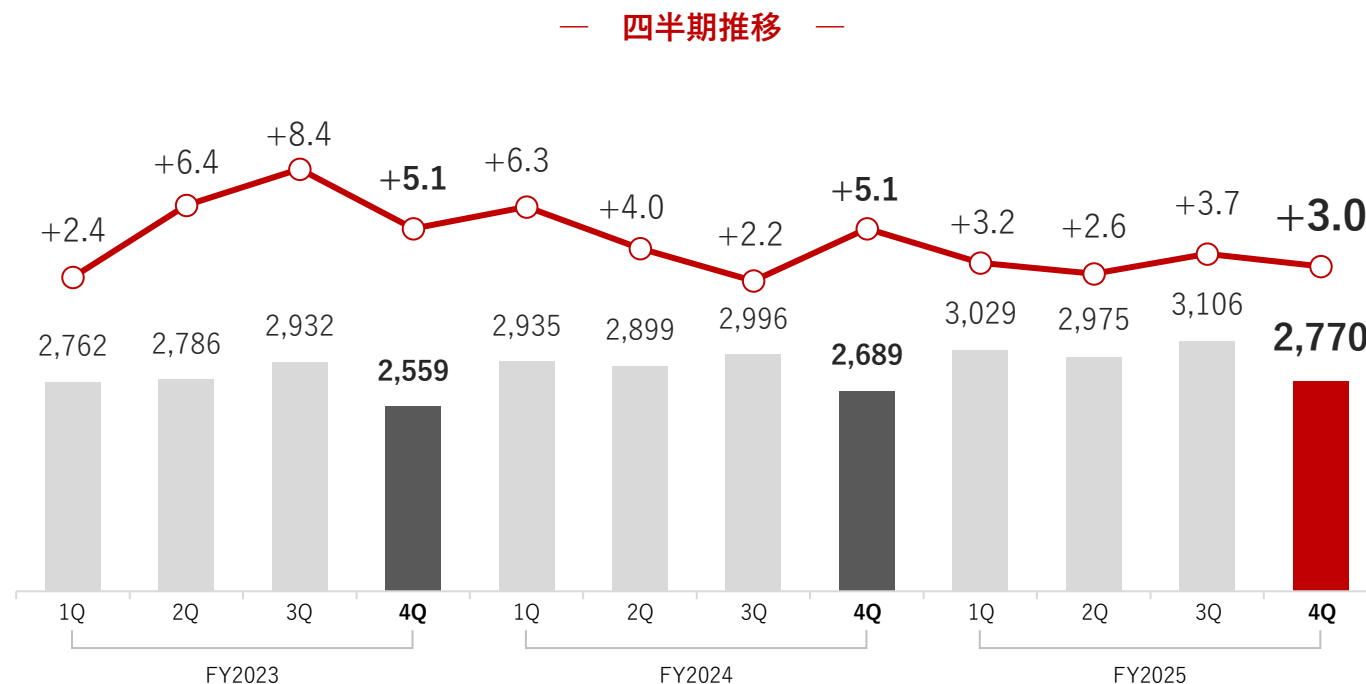
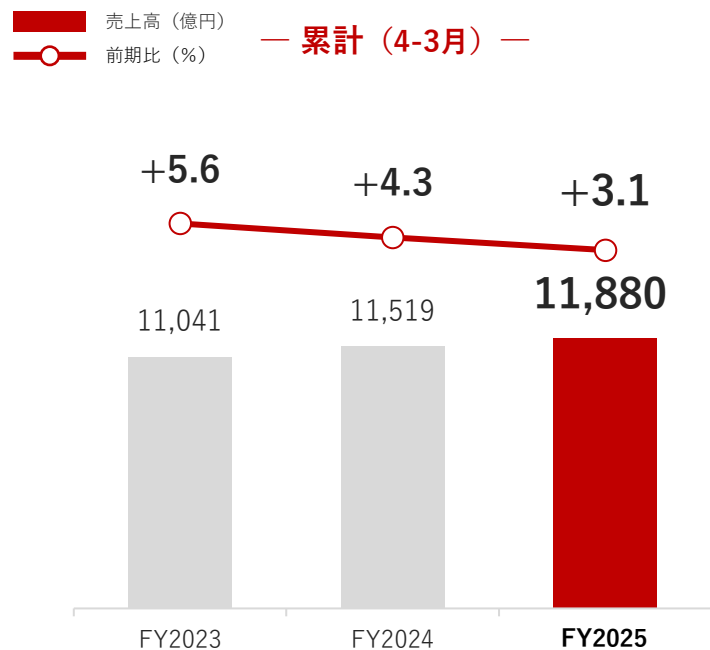
(主な要因) 増収：外出関連商材の需要拡大 / インバウンド需要の拡大 / 猛暑・残暑による殺虫剤やシーズン化粧品の需要拡大 / 新規商材の取扱強化 / 値上げや高付加価値品の拡売に伴う単価上昇

減収：コロナ関連商材の需要減少 / サプリメントを中心とした一部商材の買い控え

4Q

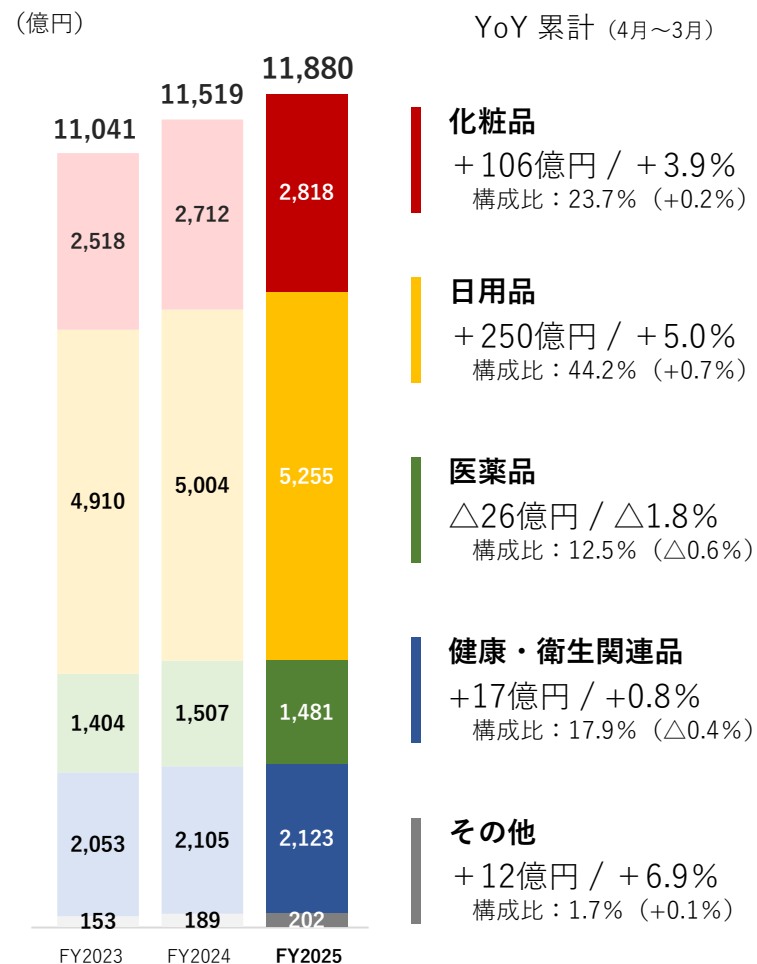
3Qまでのトレンドが継続。需要の変化に対応した販売活動が奏功 (YoY+81億円 +3.0%)

(主な要因) 増収：感染症流行に伴う風邪関連薬・衛生関連商材の需要増加 減収：営業日数△1日の影響

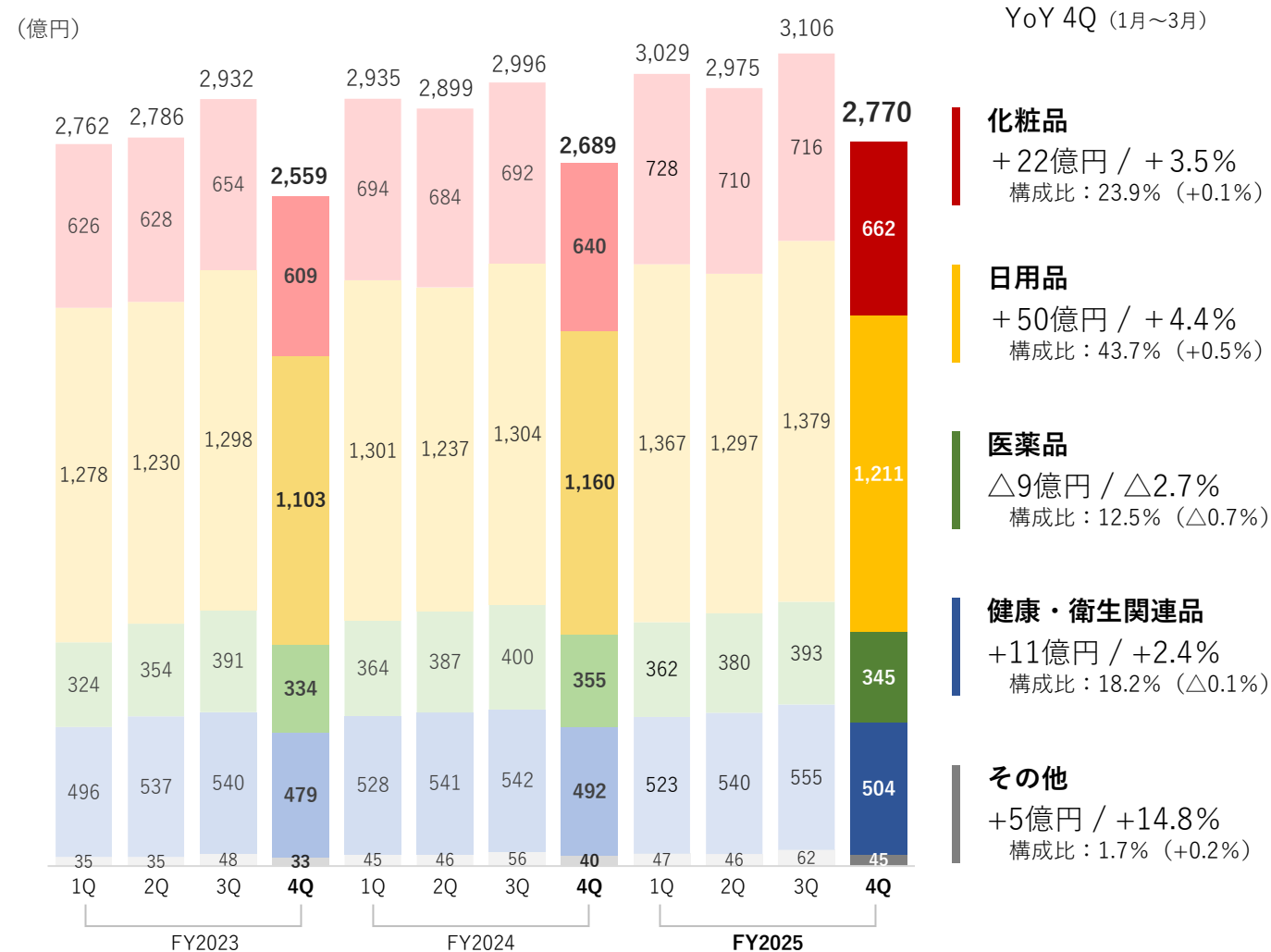


2025年3月期 前期比 商品分類別売上高

— 累計 (4-3月) —

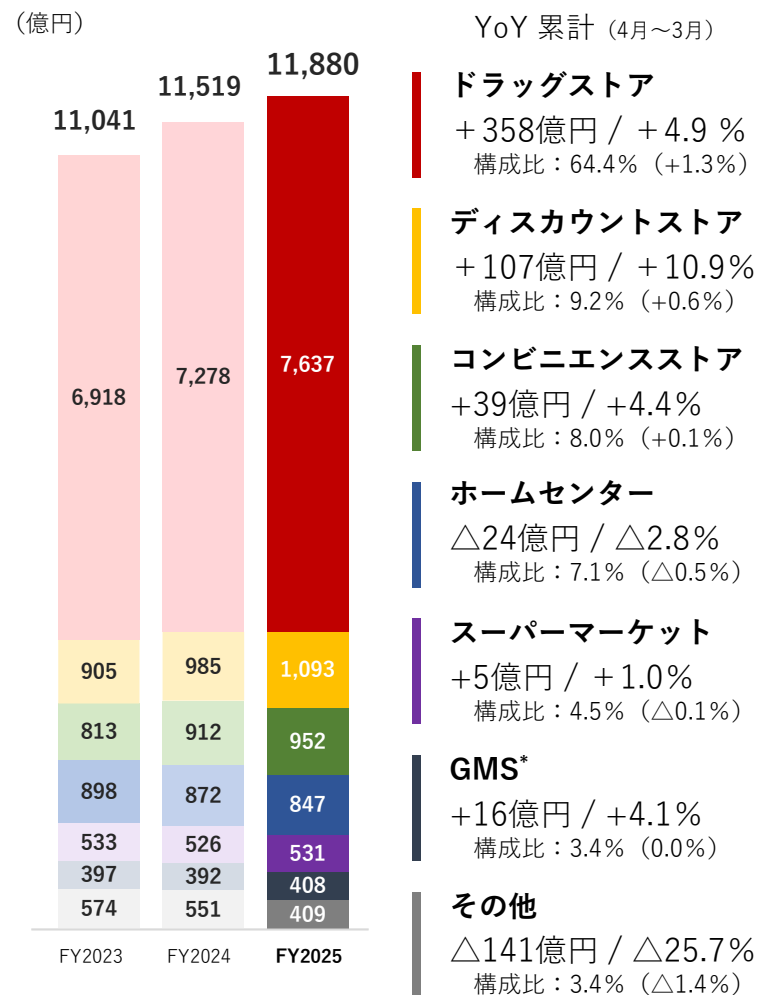


— 四半期推移 —

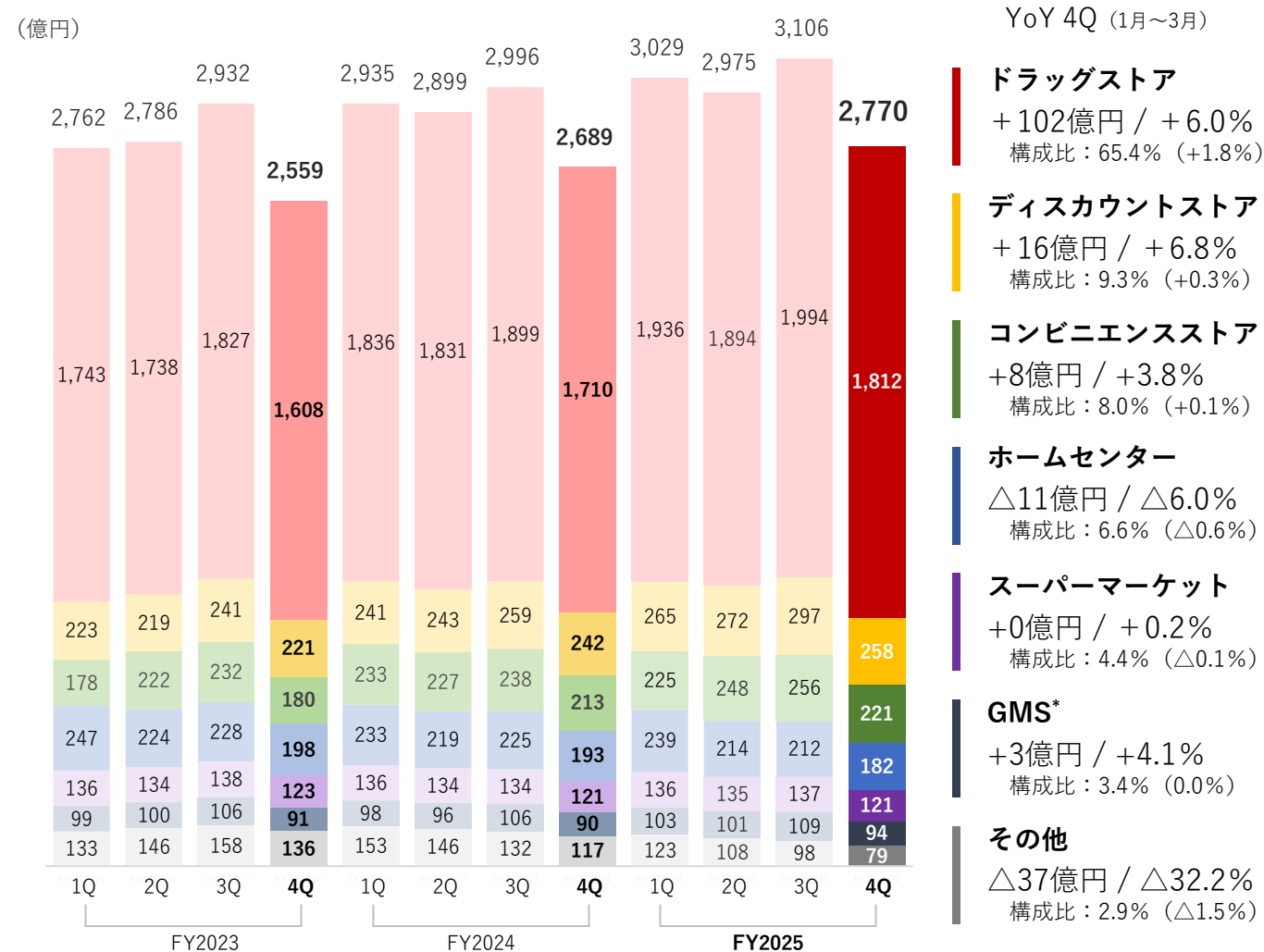


2025年3月期 前期比 販売先業態別売上高

— 累計 (4-3月) —



— 四半期推移 —



* GMSはゼネラルマーチャダイジングストアの略

2025年3月期 前期比 売上総利益

累計

食品物流受託開始に伴う初期費用を除くと率改善（初期費用除き：YoY+28億円 対売上比+0.01%）
⇒利益確保が厳しい環境下も、売買差益の改善・新規商材の強化などにより額・率ともに前期を上回る

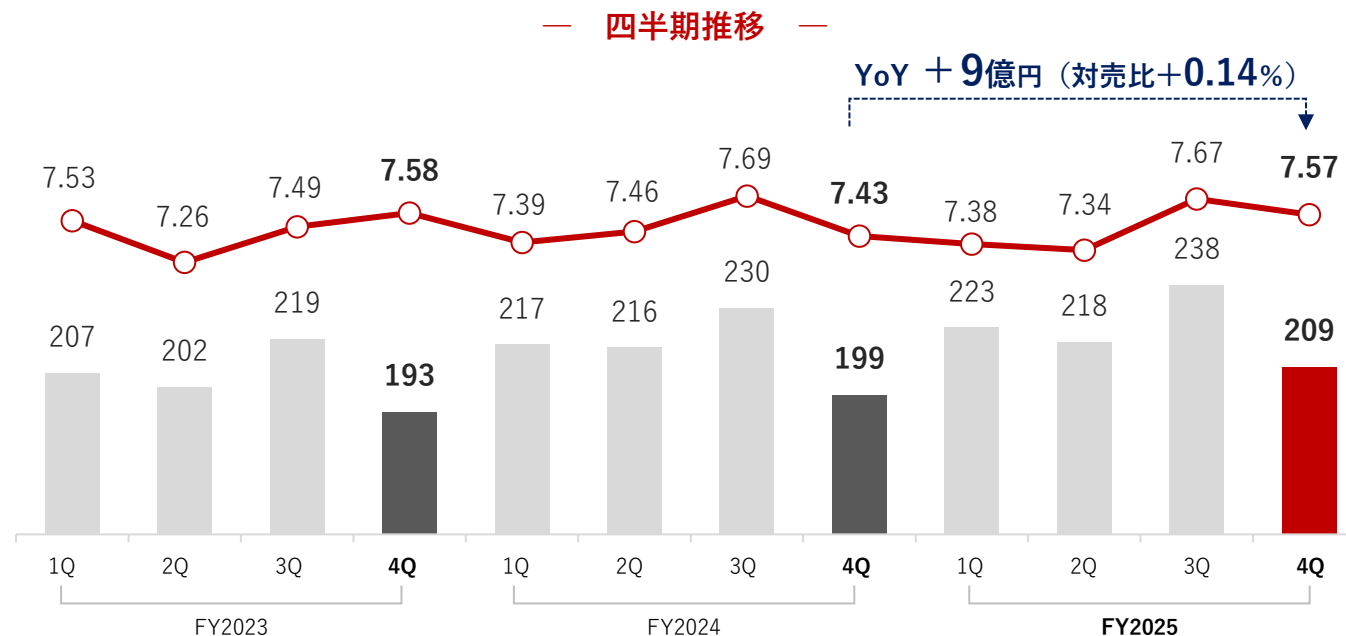
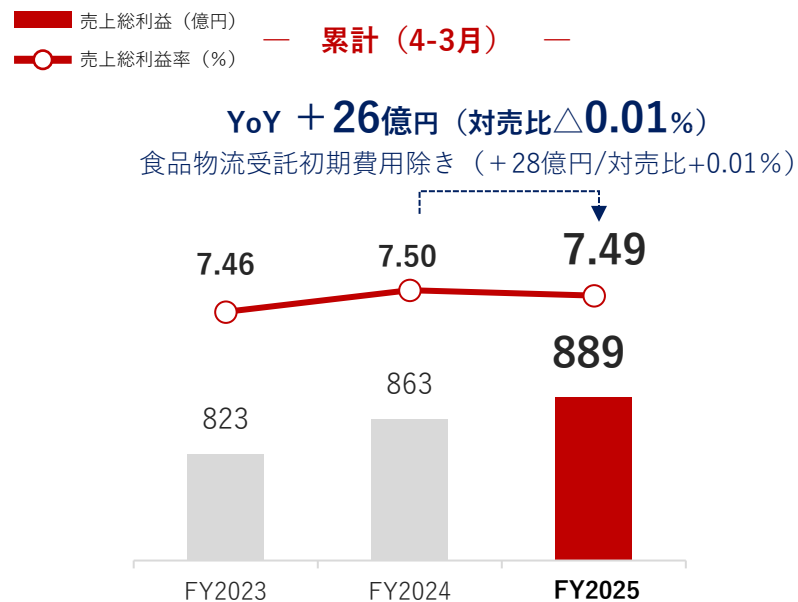
（主な要因）改善：売上拡大に伴う売上総利益額の確保 / 粗利率の高い高付加価値品（新規商材含む）の販売強化

悪化：センターフィの増加（センターフィ発生企業の売上増・燃料費高騰等） / 粗利率の高い衛生用品の需要減少

食品物流受託開始に伴う初期費用/物流費高騰による物流受託原価の増加（配送費・人件費など）

4Q

センターフィの増加等が続くなか、売買差益の改善や
売上拡大を軸とした獲得リベートの増加などにより額・率ともに前期を上回る（YoY+9億円 対売比+0.14%）



累計

人財投資や配送費、修繕費の増加により額が増加も、
改善取り組みや固定費吸収効果により販管費率は改善（YoY+17億円 対売比△0.01%）

（主な要因）増加：人財投資（人財確保、賃金引上げ）、2024年問題を背景とする配送費単価の上昇、

自社センターの長寿命化方針に伴う修繕費の増加

改善：増収に伴う固定費吸収効果、配送効率化

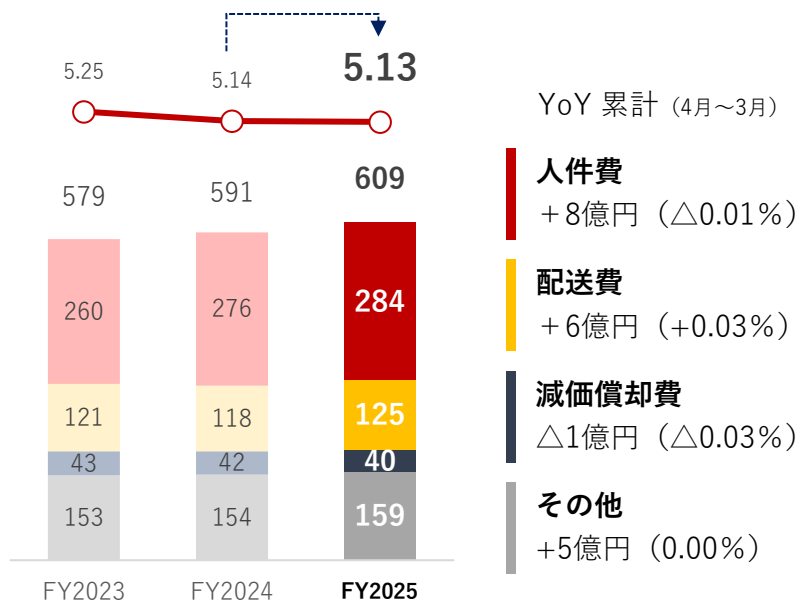
4Q

増収による固定費吸収効果はあるも、配送費の単価上昇により率が悪化（YoY+6億円 対売比+0.07%）

○ 販管費率（%）

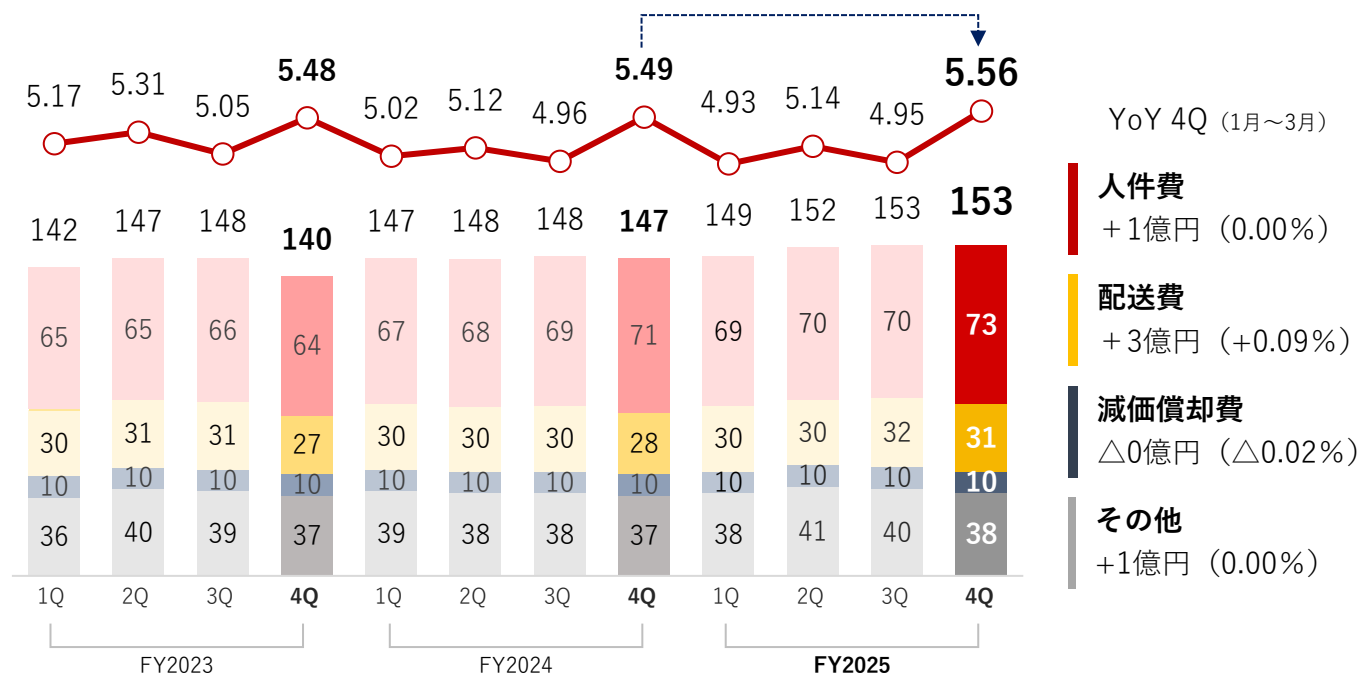
— 累計（4-3月） —

YoY +17億円（対売比△0.01%）



— 四半期推移 —

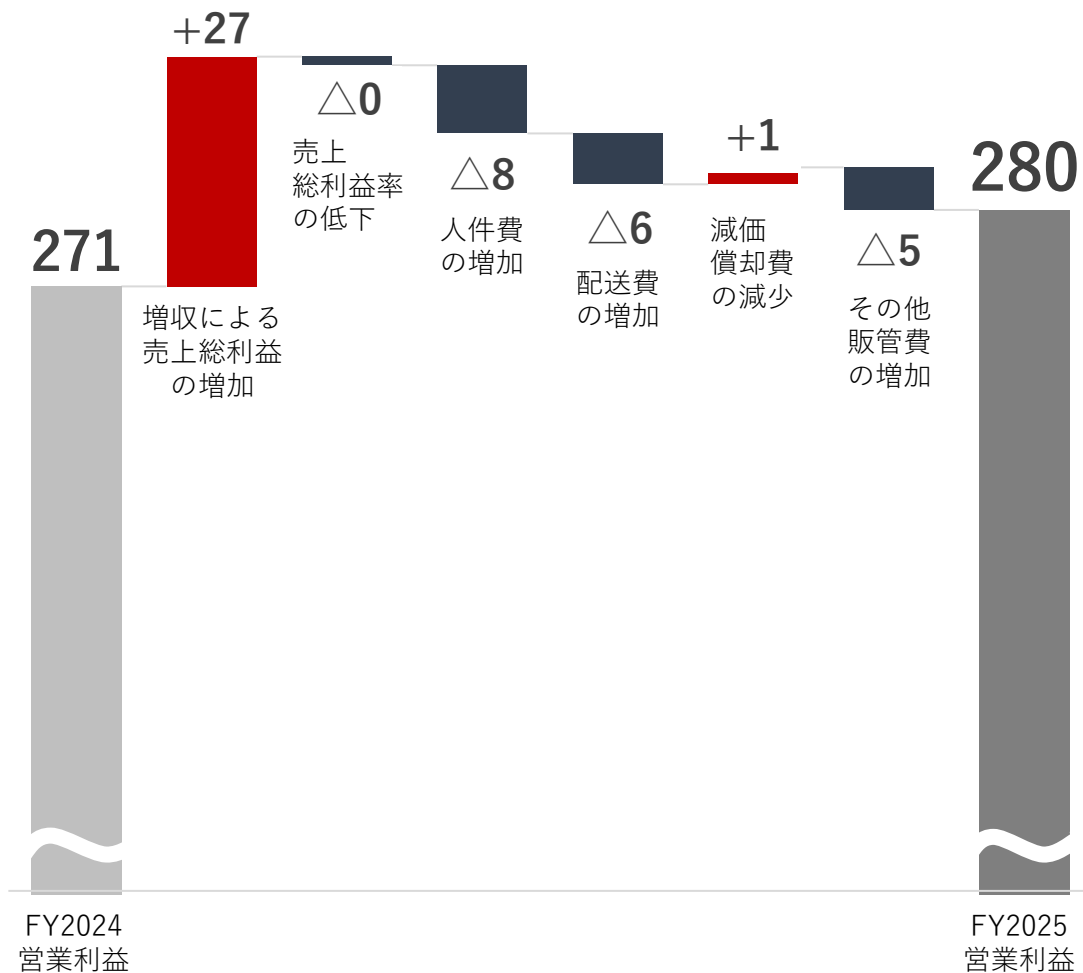
YoY +6億円（対売比+0.07%）



2025年3月期 前期比 営業利益

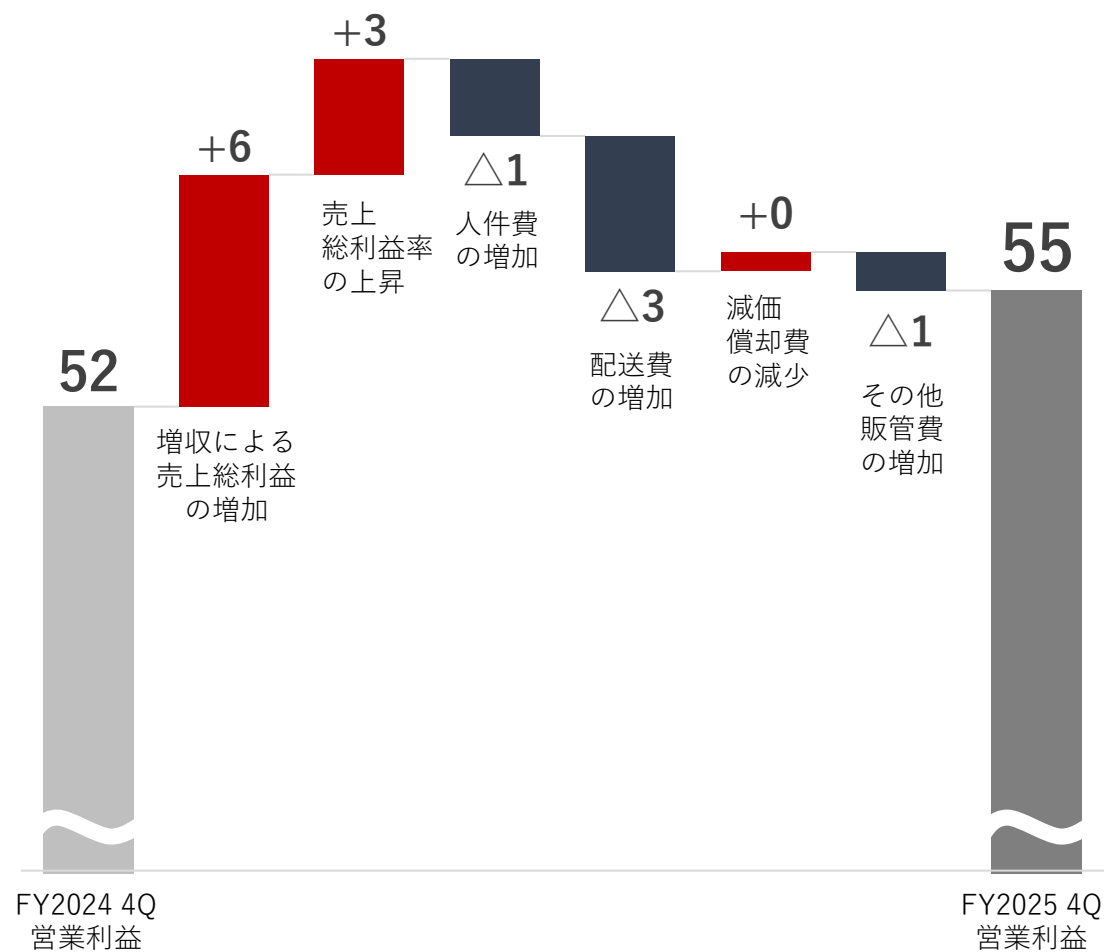
(単位：億円)

— 累計（4-3月） —



(単位：億円)

— 4Q（1-3月） —



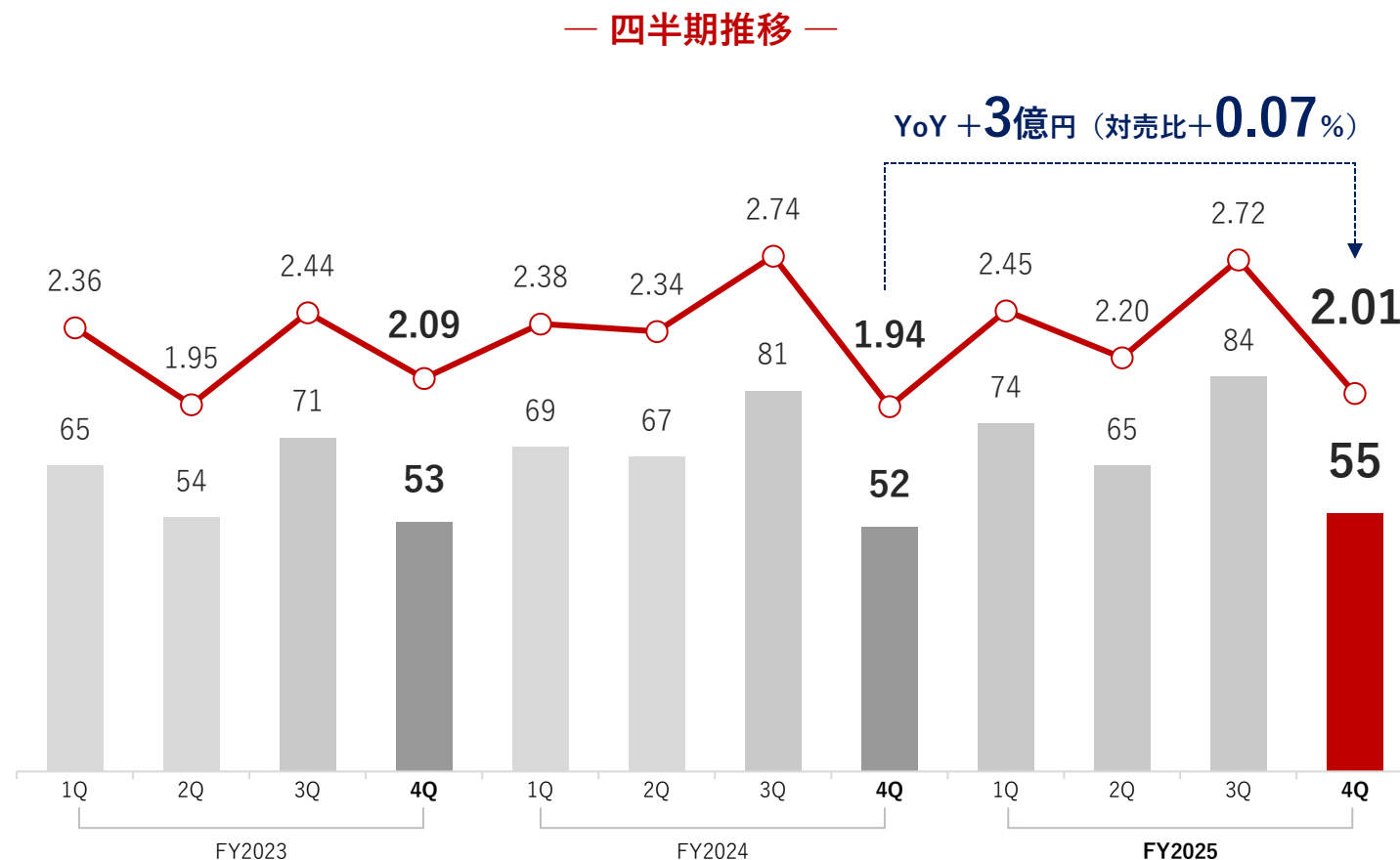
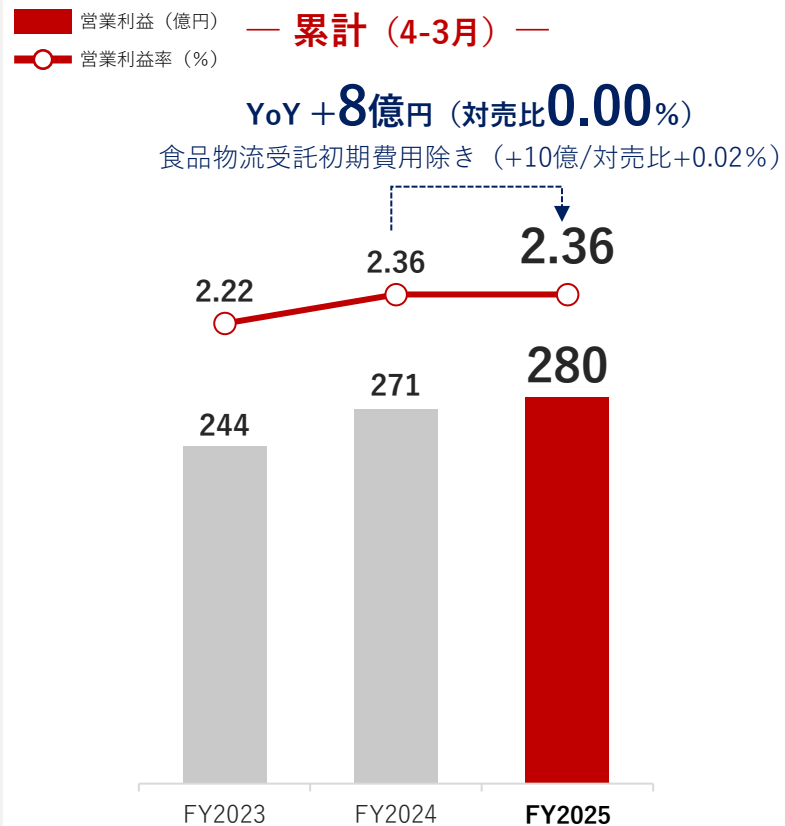
2025年3月期 前期比 営業利益

累計

増収により額が増加、率は前期並みで推移（YoY+8億円 対売比0.00％）

4Q

売上総利益率の改善により、額・率ともに前年を上回る（YoY+3億円 対売比+0.07％）



2025年3月期 前期比 営業外損益／特別損益の状況

単位：億円	2024年3月期	2025年3月期	増減
営業外収益	34.3	38.4	+4.1
情報提供料収入*	18.7	18.6	△0.0
受取配当金	4.4	5.1	+0.6
その他	11.0	14.6	+3.5
営業外費用	0.5	1.6	+1.0
支払利息	0.0	0.0	+0.0
不動産賃貸費用	0.3	1.1	+0.8
その他	0.2	0.4	+0.2
特別利益	1.4	10.2	+8.8
投資有価証券売却益	1.4	10.1	+8.7
特別損失	12.8	0.1	△12.6
災害損失関連費用	6.4	-	△6.4
減損損失	6.3	-	△6.3

* 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 **+3.0億円**

(主な増減要因)

- ・ 栃木物流センター建設に伴う土地取得に対する助成金を計上

特別損益

前期比増減 **+21.5億円**

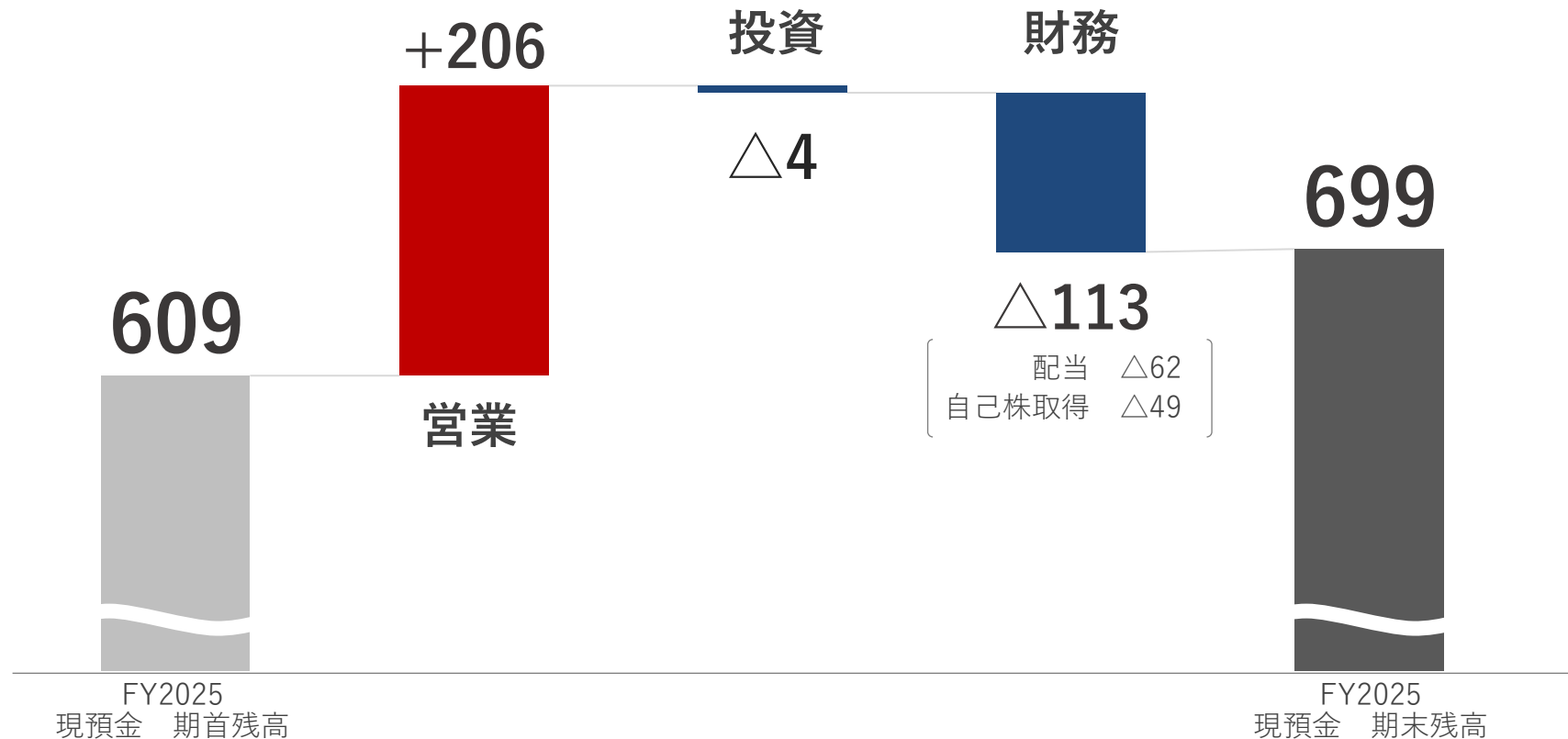
(主な増減要因)

- ・ 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
- ・ 2024年1月に発生した能登半島地震に関する費用及び、九州に所有する土地の減損損失を前期の特別損失に計上

営業CF 業績の拡大により増加

財務CF 中計方針に沿って株主還元施策を着実に実行

（単位：億円）



CONTENTS

1.	2025年3月期 決算概要	3
2.	2026年3月期 業績予想	18
3.	中期経営計画「PALTAC VISION 2027」の進捗	22
4.	APPENDIX	29

- 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）

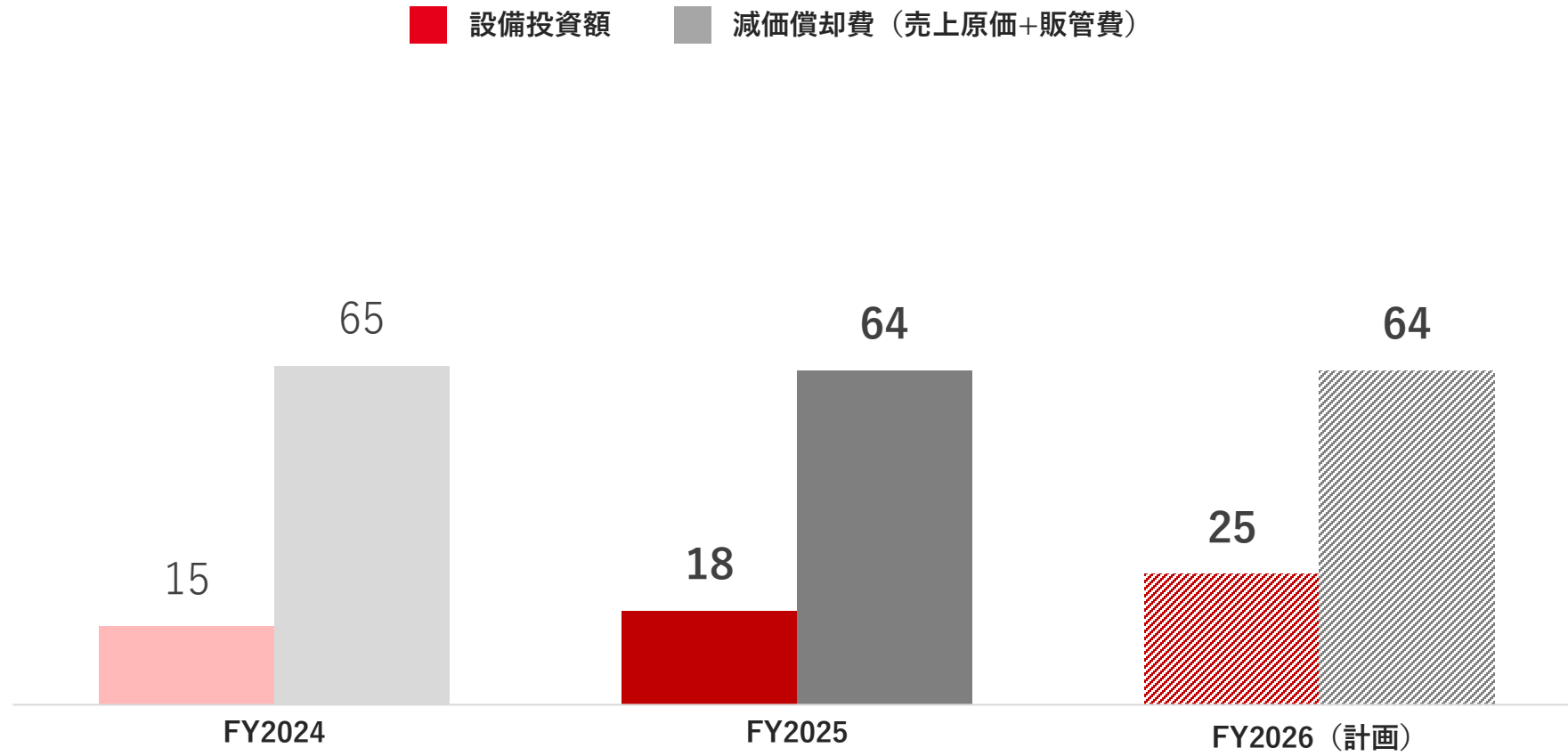
販管費

- 人財投資（人財確保、賃金上昇など）
- 配送費単価の上昇

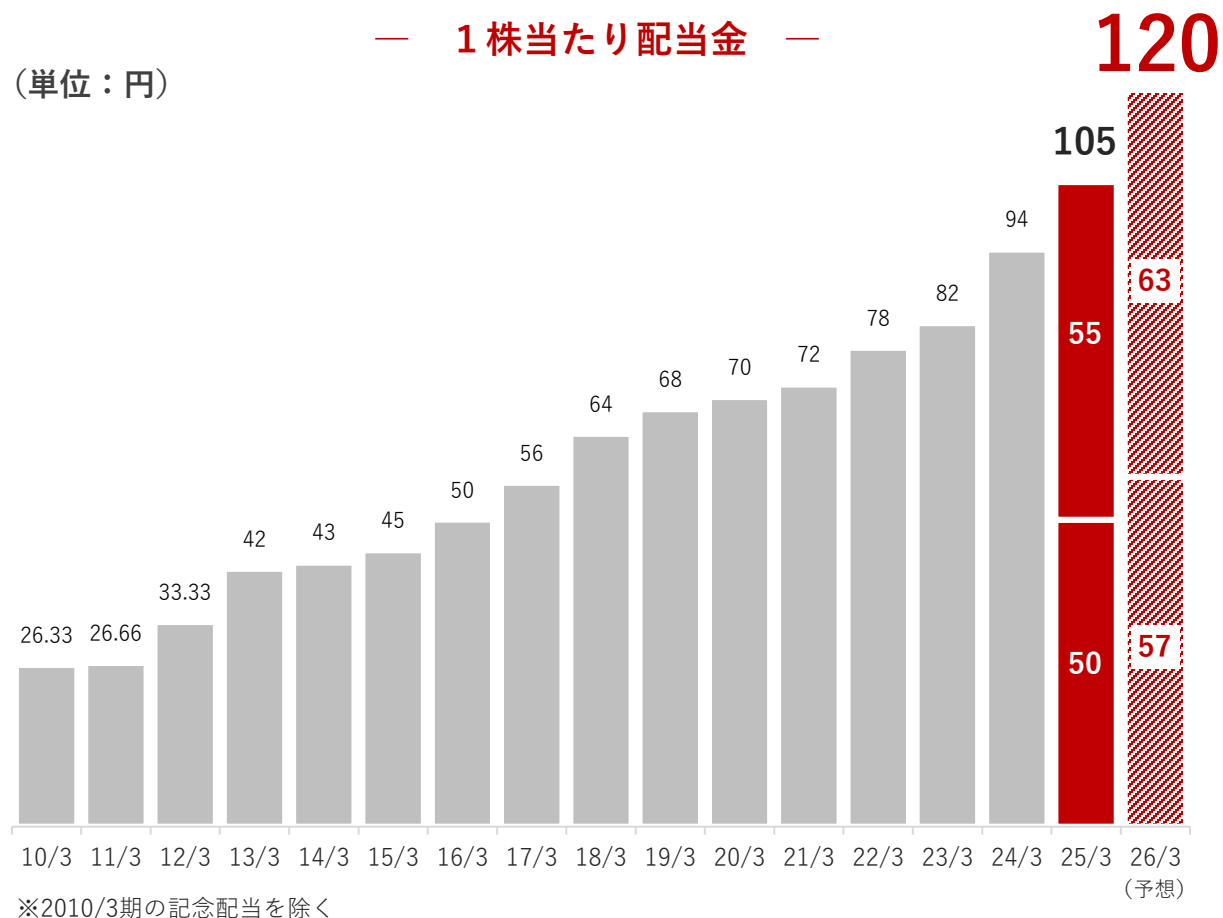
2026年3月期 設備投資額・減価償却費の見込み

- 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に伴い増加となる見込み

(単位：億円)



利益成長以上の増配を継続



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.	2025年3月期 決算概要	3
2.	2026年3月期 業績予想	18
3.	中期経営計画「PALTAC VISION 2027」の進捗	22
4.	APPENDIX	29

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

1.

既存事業の
収益性改善

2.

新たな
価値創造に
向けた挑戦

3.

サステナ
ビリティ
の向上

4.

資本効率を
意識した
経営の実践

財務面、非財務面ともに計画に対して着実に進捗

		FY2024/3 実績	FY2025/3 実績			FY2026/3 計画	FY2027/3 最終年度目標
財務指標	売上高	1兆1,519億円	1兆1,880億円	➡	➡	1兆2,300億円	1兆2,700億円
	営業利益	271億円	280億円			290億円	300億円
	R O E	7.68%	8.08%			資本コストを上回る水準を維持	資本コストを上回る水準を維持
	配当性向	28.6%	28.7%			33.6%	35%以上を目指す
非財務指標	CO2排出量削減率*1	15%削減	17%削減見込			23%削減	28%削減
	多様性	女性管理職比率 6.7% 男性育休取得率 30.0%	女性管理職比率 6.9% 男性育休取得率 47.9%			女性管理職比率 8.0% 男性育休取得率 50.0%	女性管理職比率 8.4% 男性育休取得率 60.0%
	エンゲージメントスコア*2	48.1	51.2			53.0	55.0

*1 CO2削減率：FY2021/3 のScope1+2 排出量に対する削減率 2030年に50%削減を目標

*2 エンゲージメントスコア：(株)リンクアンドモチベーションの「モチベーションクラウド」により計測

既存事業の収益性改善

人件費・配送費など物流費上昇の環境下で、営業利益率を維持（※計画比では+0.01%）
⇒コスト上昇圧力が強い中、多様化する市場ニーズに合った商材の拡充と生産性向上を推進

新規取扱商材の拡充

- 市場ニーズの多様化に合わせ調達面を強化
⇒国内外の新たなメーカー様ともつながり強化
海外（韓国）商材、インナービューティー商材等
- 既存メーカー様との取引も強化しつつ、
新たな販売機会獲得を狙い様々な切り口から
商材を投入予定

【PALTACフェア 流通開発コーナーでの商談の様子】



小売業様とも連携し市場ニーズを捉え商材開発を強化

配送改善の強化

- 数値面では2024年問題の影響を受けるも、
配送効率化に向けた基盤づくりを推進
- 他企業との協働で配送費の上昇緩和を目指す
⇒細やかな効率化施策の積み上げと共同配送に向けた
可能性の追求

取り組み事例

グリーン物流優良事業者表彰
部門賞「物流DX・標準化表彰」を共同受賞
（佐川急便様×薬王堂様×PALTAC）

※詳細URL：<https://ssl4.eir-parts.net/doc/8283/tdnet/2543338/00.pdf>

新たな価値創造に向けた挑戦

中間流通業を軸として、国境や業界の垣根を超えたネットワークを構築
新たな価値創造に向けた基盤固めを進める

グローバルネットワークの構築

- 当社拠点（日本・ベトナム・インドネシア）をハブに国内外の多様な商品・情報をつなぐネットワークの構築に注力

取り組み事例

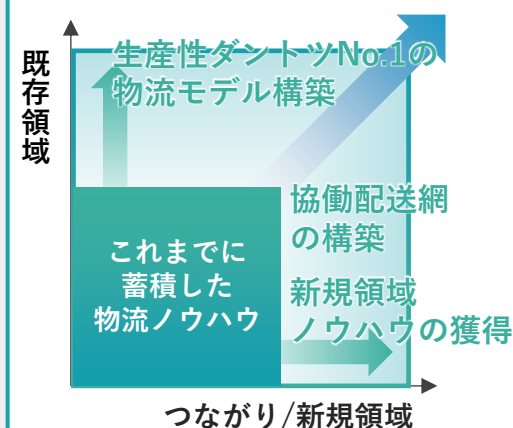


- インドネシア製品を直接モンゴルへ輸出
⇒取引量拡大へ
- インドネシア・ベトナムの現地ブランドを国内展開
⇒2026年3月期に実現

物流の価値提供領域拡大

- 他業種・企業との連携や食品物流による新たなノウハウ蓄積により、新規領域へ拡大

取り組み事例



- 非食品・食品一括物流の開始
(2024年9月～)
- 他業界との協働推進
(佐川急便/三菱食品)

サステナビリティの向上

当社と社会のサステナビリティ実現に向け取り組みを推進

人財価値の最大化

業務改革

優先順位の高い仕事に集中
⇒単純作業の削減

制度改革

社会の変化に合わせた
働きやすい環境づくり
⇒フレックスタイム制を拡充

D&I

人権方針を公表
/女性活躍の推進

取り組み事例

Neo Rosy プロジェクト

物流センター内の職場環境改善の一環として、
男性では気付きにくい女性目線の細やかな視点で改善活動を
推進する取り組み

環境への貢献

・ CO2削減の取り組み

- － 配送距離・トラック台数削減（グリーン物流）
- － 太陽光発電の設置（FDC広島_年間30%削減見込）
- － 社用EV車のテスト運用開始
- － Scope1+2_25/3期_17%削減見込

・ ESG自己株式取得（株数：117万株 総額：49.9億円）

VWAP値をベンチマークに、買付で得た
アウトパフォーマンスを活用しESG投資を実施

環境証書の
購入費用

太陽光システムの
設置費用

などに
充当

資本効率を意識した経営の実践

中期経営計画に沿った還元施策を着実に実行
更なる株主還元の充実を図る

中計最終年度
配当性向35%以上を
目指す

FY2025/3 実績

年間**11円** 増配
(中間：5円増 期末：6円増)

約**50億円**の自己株式取得
(株数：117万株 総額：49.9億円)

総還元性向**50.4%**

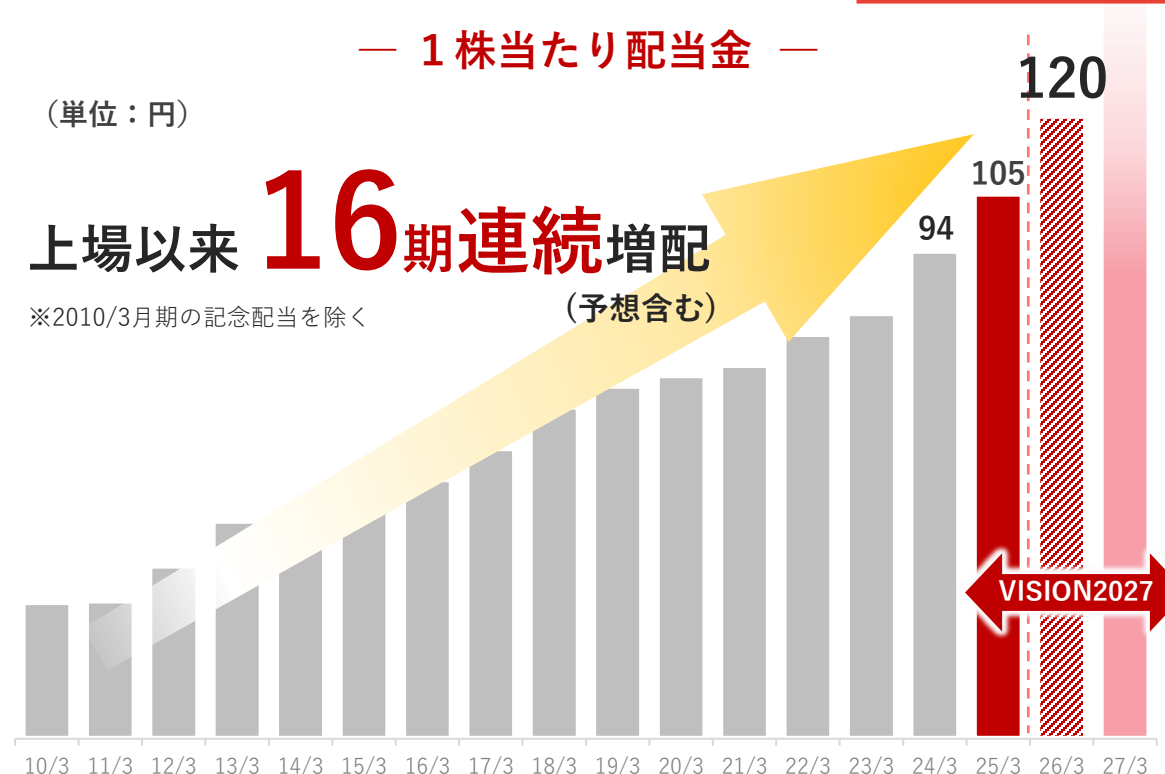
— 1株当たり配当金 —

(単位：円)

上場以来 **16期連続増配**

※2010/3月期の記念配当を除く

(予想含む)

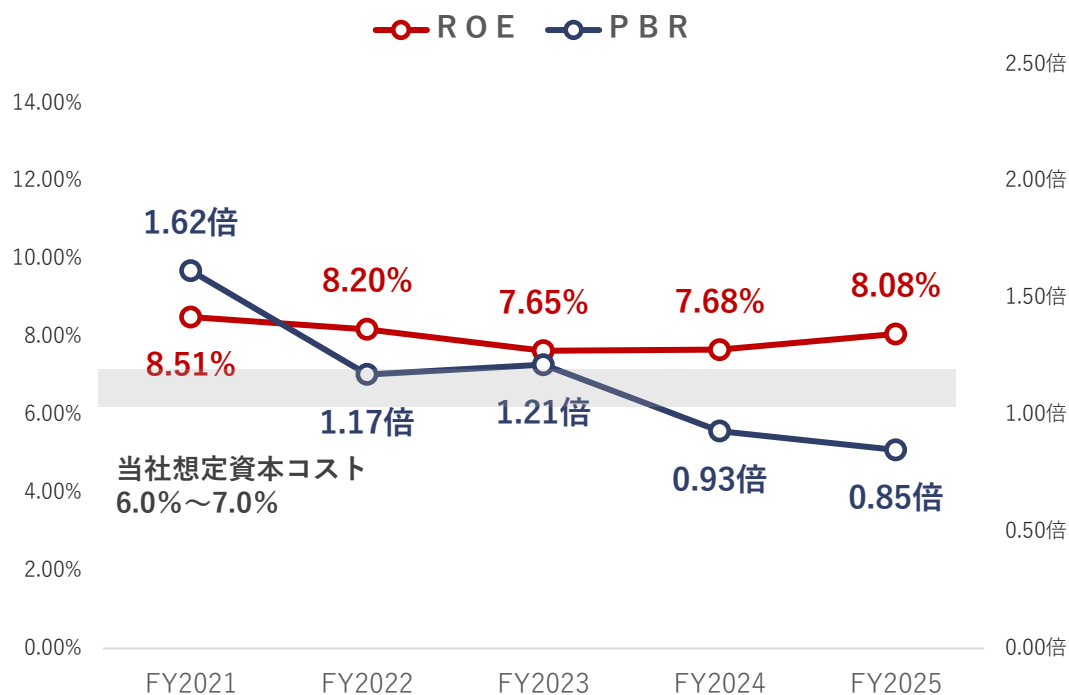


CONTENTS

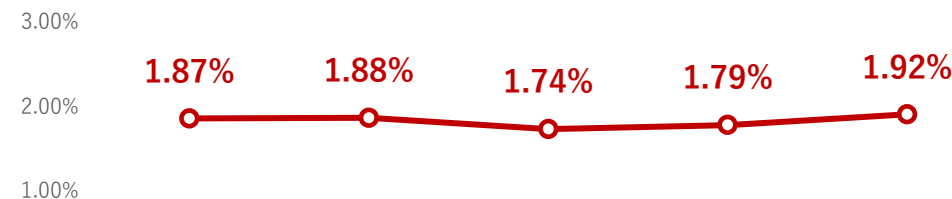
1.	2025年3月期 決算概要	3
2.	2026年3月期 業績予想	18
3.	中期経営計画「PALTAC VISION 2027」の進捗	22
4.	APPENDIX	29

ROEは資本コストを上回る水準で維持
長期ビジョン目標（ROE 9～10％）の達成に向け、更なる改善を図る

資本収益性と市場評価



当期純利益率



総資産回転率



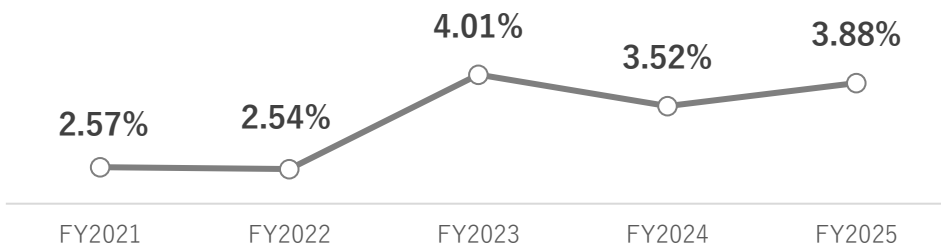
財務レバレッジ



当社の資本コスト

CAPMより算出

5 か年平均：**3.30%**



リスクフリーレート

10年国債利回り

+

ベータ(β): 感応度

日経平均と当社株価
推移の回帰係数(3年)

×

リスク・プレミアム

東証プライム市場全銘柄
平均益回り(PERの逆数)から
リスクフリーレートを減算

市場期待水準

- 当社PER (2025年3月末時点)

10.9倍 $\Rightarrow$ **9.17%** (PERの逆数)

- Russell/Nomura Large(除く金融)

2025年度PER (当社予想EPS成長率を調整後)

※当社をカバーしているアナリストがベンチマークとして使用

13.5倍 $\Rightarrow$ **7.41%** (PERの逆数)

上記より、当社の株主資本コストは **6.0% ~ 7.0%** と想定

2025年3月期 商品分類別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2025/3									
	通期	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比	3Q	前期比	4Q	前期比
売上高	11,880	+361 [+3.1%]	3,029	+93 [+3.2%]	2,975	+76 [+2.6%]	3,106	+110 [+3.7%]	2,770	+81 [+3.0%]
化粧品	2,818	+106 [+3.9%]	728	+34 [+4.9%]	710	+25 [+3.8%]	716	+23 [+3.4%]	662	+22 [+3.5%]
日用品	5,255	+250 [+5.0%]	1,367	+66 [+5.1%]	1,297	+59 [+4.8%]	1,379	+74 [+5.7%]	1,211	+50 [+4.4%]
医薬品	1,481	△26 [△1.8%]	362	△2 [△0.6%]	380	△7 [△1.9%]	393	△6 [△1.7%]	345	△9 [△2.7%]
健康・衛生関連品	2,123	+17 [+0.8%]	523	△5 [△1.0%]	540	△1 [△0.4%]	555	+13 [+2.4%]	504	+11 [+2.4%]
その他	202	+12 [+6.9%]	47	+1 [+2.5%]	46	△0 [△0.0%]	62	+5 [+10.5%]	45	+5 [+14.8%]

2025年3月期 販売先業態別売上高（四半期推移）

単位：億円	FY2025/3									
	通期	前期比	1Q	前期比	2Q	前期比	3Q	前期比	4Q	前期比
売上高	11,880	+361 [+3.1%]	3,029	+93 [+3.2%]	2,975	+76 [+2.6%]	3,106	+110 [+3.7%]	2,770	+81 [+3.0%]
ドラッグストア	7,637	+358 [+4.9%]	1,936	+99 [+5.4%]	1,894	+63 [+3.5%]	1,994	+94 [+5.0%]	1,812	+102 [+6.0%]
ディスカウントストア	1,093	+107 [+10.9%]	265	+23 [+9.9%]	272	+29 [+12.0%]	297	+37 [+14.6%]	258	+16 [+6.8%]
コンビニエンスストア	952	+39 [+4.4%]	225	△8 [△3.7%]	248	+21 [+9.6%]	256	+18 [+7.8%]	221	+8 [+3.8%]
ホームセンター	847	△24 [△2.8%]	239	+5 [+2.3%]	214	△5 [△2.5%]	212	△12 [△5.6%]	182	△11 [△6.0%]
スーパーマーケット	531	+5 [+1.0%]	136	△0 [△0.2%]	135	+1 [+0.9%]	137	+3 [+2.9%]	121	+0 [+0.2%]
GMS *	408	+16 [+4.1%]	103	+4 [+4.9%]	101	+4 [+5.0%]	109	+2 [+2.5%]	94	+3 [+4.1%]
その他	409	△141 [△25.7%]	123	△30 [△19.8%]	108	△38 [△26.2%]	98	△34 [△26.2%]	79	△37 [△32.2%]

* 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。