

PLANET LETTER

第36期の概要

2020年8月1日 → 2021年7月31日

ひろ あまね
広く遍く、消費財流通の
情報インフラであり続けます



業界全体にわたるテーマに積極的に関わり
 共通課題の整理、中立的な視点での標準化と
 より安心・安全・安価に継続利用できる
 インフラサービスの提供を通じて
 業界発展に寄与する新たな価値創出に努めます。

(写真左)
 代表取締役会長
 玉生 弘昌
 (写真右)
 代表取締役社長
 田上 正勝

業界の環境変化への対応力の高さを再認識
 利用データ量は微増も新規接続数は大幅に増加

2021年春には収束するとの予想が大方だった新型コロナウイルスの感染が再拡大し、当社事業が中心的に関わる一般消費財流通業界の市場環境は前年と大きく変わらず、景気の回復は遅れていると見ています。活動制限が続く中でもメーカー、卸売業ともに感染リスクと闘いながら毎日生活必需品を小売業に届けており、自然災害時の対応も含め、環境変化への対応力の高さに改めて敬意を表します。

当社の事業活動としては、中小メーカー・大手卸売業間のWeb受注一仕入通信サービス「MITEOS (ミテオス)」を

中心にEDI利用者数が大幅に増加しました。出社せずに定型業務を自動処理できるEDI本来のメリットが再認識された結果だと捉えています。コロナ禍でリモートによる営業活動ではありましたが、ユーザーが必要とする機能をしっかり提案できたことが新規接続数の増加につながりました。今後、通常の営業活動を再開した際に、ユーザーニーズを捉えたより詳細な提案ができれば、他のデータ種の利用拡大にもつながるものと考えています。

業績面では、長引く自粛生活の影響から売上成長に若干の鈍化傾向が見られましたが、「巣ごもり消費」が継続し、データ量は微増で推移し、計画どおり増収減益での着地と

なりました。リアルでの活動の再開を予定した販売費及び一般管理費は一部活用できず、その分、営業利益は業績予想比でプラスに転じる形となっています。ユーザー同士の交流の場、直接対面できるユーザー会やセミナーなどの集合イベントは、人の心と心をつなぐ役目もあると考えているので、できるだけ早くリアル開催に戻したいとの想いです。

2022年7月期も引き続き、コロナ収束後の活動再開を見据えながら、しっかり投資を実行し、データベースサービスのリニューアルや調査研究等、今できることを着実に進める計画としており、増収減益予想としています。

コロナ禍での経験を無駄にせず
 新たな働き方を模索
 事業継続を支える安定稼働の徹底をさらに強化

コロナ禍での急激な環境変化に対応してきたこの経験を無駄にしないよう、外的要因に臨機応変に対応できる体制づくりを進めています。

まず、足下で徹底しているリモートワークをコロナ収束後も継続できる制度に変更しました。出社回数に制限を設けず、フルタイムの完全リモートワーク、出社勤務いずれも可能とした点が特徴です。勤務時間も従来の固定制から、4段階でシフトできる体系とし、すでに実現している時間単位での取得が可能な有給休暇と組み合わせることで、働き方の自由度が増すと見込んでいます。こうした取り組みの中で得られたノウハウやアイデアは、今後、業界にも還元していきたいと考えています。

また、どのような環境変化にも耐え、安心・安全を担保できるサービス基盤の強化も継続しています。ネットワーク基盤の拠点分散に加え、ユーザーサポート業務も拠点分散し、アウトソーシングを進めながら可用性を高めることで、安定したEDIサービスの提供を徹底していきます。

業界全体の課題解決に向けた
 新たな取り組みも一歩ずつ着実に進捗

物流業務に関するEDIは、業界の大きな期待を受け、メディアからも注目されていると感じています。「ロジステイクスEDI概要書」に基づき、2020年8月に新データ種である「出荷予定データ※」をリリースするなど、着実に前進

※ 卸売業からの発注に基づき、メーカーの出荷予定情報(システム上の倉庫別引当情報)や事前出荷情報(車両別商品情報、車両情報など)を卸売業に通知するデータ

しています。物流業務に関する各企業の課題解決につながるデータ種を順次リリースし、メーカー、卸売業、物流事業者間での具体的な物流業務の合理化、効率化に取り組んでいく予定です。

また、メーカーとバイヤーをつなぐ流通業界のマッチングサービス「THE PRODUCT TIMES (ザ プロダクト タイムズ)」を2021年8月にリリースしました。これは、商品プロモーション情報をよりタイムリーかつ効果的にオンライン提供できるようにする新サービスです。当社は、新製品カタログで培った独自の情報発信ノウハウを生かして新製品に特化した情報をご提供いたします。なお、対面活動が限られる中で、まずはネット上で商品情報を仕入れてリアル商談に臨むというバイヤーの商談スタイルの変化を捉えたサービスであると認識しています。

その他、2023年10月に導入されるインボイス制度(消費税の仕入税額控除の方式)への業界対応の取り組みとして、社内にインボイス検討チームを発足し、当社が事務局を務める全国化粧品日用品卸連合会の情報システム委員会に国税庁の方を招いて最新情報を共有したり、電子イン



ボイス推進協議会(EIPA)に参加し情報収集したりするなど、積極的な活動をしています。並行して、メーカー、卸売業からのヒアリングに基づき、影響する業務の整理と必要になるデータ種を洗い出して資料にまとめ、準備が整い次第業界関係者に公表する予定です。このように、消費税導入時同様、ユーザー負担を軽減する適切な対応を実施していきます。

中期展望「プラネットビジョン2025」

企業間取引における業務効率の追求

EDI接続数の伸長を通じて、業界全体の業務効率向上に貢献できたと考えます。また、当社社員がリモートワーク時でも問題なく、災害対応できるよう訓練を実施しました。課題を洗い出し、当社の災害対応・対策をさらに一歩前進させました。

企業間コミュニケーションの活性化

コロナ禍でインバウンド需要が消滅したことに伴い、越境ECを通じた中国への輸出増が見られますが、より高品質な日本製品を中国にプロモーションする必要性が高まると考え、研究会を立ち上げました。引き続き「安売りにくい日本製品の販売方法」の確立に向けた販売チャネルの合理性や課題を整理し、今秋には成果報告も含め、セミナーにて情報発信していきます。

流通における情報活用の推進

東京オリンピック・パラリンピックの無観客開催の決定、バブル方式による選手や関係者も選手村に完全隔離

となり、準備を進めてきた商品情報の多言語対応アプリ「Mulpi (マルピ)」は活用機会に恵まれず、いったん仕切り直しとなりました。今後は世界各国で進められている商品の情報管理一元化等を視野に入れた情報収集・管理の取り組みに積極的に協力していきます。

社会に役立つ情報の収集と発信

月2回発信している生活者の意識調査「Fromプラネット」の発信も継続中です。マスク、オンライン飲み会、ランニング・ウォーキング等健康関連やペット、アウトドアなどをテーマにコロナ禍での生活の変化を捉えた調査を実施しました。

また、コロナ禍の影響をタイムリーに把握する目的で、中国人の日常生活に関する情報調査を実施しました。さらに、ユーザーからの要望を受け、5年ぶりに中国国内ECの動向調査も実施し、それぞれレポートにまとめました。

URL <https://www.planet-van.co.jp/shiru/research/>

株主の皆様へのメッセージ

コロナ禍が継続する中でも当社事業は揺るがず機能し、社員の対応力により、営業、管理・運営業務もリモートワークで確実に対応できること、想定と異なる状況下でも一定の利益を創出できる企業体質であることを確認できたという点では、大変ためになった1年であったと捉えています。その成果として、連続増収を実現し、連続増配を続けることができました。今後もできる限り、株主の皆様への期待にお応えしていきたいと考えています。



安定した環境下で自由に競争できた時代は終わり、大きな環境変化に対応することが必要な時代になりました。また、SDGs、ESG、DXといったテーマが世界的なトレンドとなる中で、企業の社会貢献、価値共創など、株式会社に求められる価値への意識も変わりつつあり、当社はより活動しやすくなっているという感触もあります。

そうした中で当社は、コーポレート・ガバナンス強化の一環として、当期に法務・コンプライアンス室を設置しました。今後の事業継続、コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスのチェック体制強化につなげていきます。

また引き続き、個社では対応が難しく、業界全体で取り組むべきテーマに積極的に関わり、共通課題の整理、中立的な立場による標準化、指標計測などにも役立ち、より多くの企業が安心・安全に継続して利用できる業界インフラサービスを、安価に実用化できるよう取り組むことで、インフォメーション・オーガナイザーとしての役割を果たしていきたいと考えています。

当社の調査研究について

当社は、EDI・商品データベースのグローバル標準、データ交換やデータプラットフォームのテクノロジー、関連法規など、当社事業に直接関わる分野の調査研究だけでなく、新しいテクノロジーやグローバル市場の流通についても調査研究を行っています。今回は以下の2つについてご紹介します。

1 新しいテクノロジーが流通業界にとって どのように役立つかの調査・研究

① テーマ：AI

EDIデータ、気象データなどの取得可能なデータとAIを組み合わせ需要を予測する研究です。データの組合せや学習モデルの改善を繰り返すことで、予測の精度が向上してきました。EDIデータを活用した需要予測が業界レベルで実用化されれば、EDIデータの利用目的が、業務効率化から販売活動やマーケティング活用にも広がる可能性が生まれます。今後は、異常気象や自然災害発生時にも対応できる需要予測の研究にも取り組む計画です。

② テーマ：量子コンピュータ

新技術、量子コンピュータを用いて流通業界の課題を解決するための研究です。具体的には、「業務量に応じた効率的な勤務ソフト」「売上金額最大化に向けた売場づくり」「物流におけるトラック積載や配送ルート最適化」などの課題を解決できる可能性があると考え、その研究に取り組んでいます。

③ テーマ：GPS情報

コロナ禍での人流の数値化等で注目されている携帯端末のGPS情報を、マーケティング活動で活用することを目指した研究です。エリアや店舗における曜日・時間毎の来訪者数、さらには来訪者の属性を当社が情報インフラとして提供できれば、一般消費財業界全体が利用できる、これまでにない新しいマーケティングの指標となる可能性があると考えています。

2 インバウンド、ECなどの市場が 流通業界に与える影響についての調査・研究

これまで発表した、市場に関する調査・研究

[2011年～2016年、2021年]

インターネットは日用品流通をどう変えるか



[2015年～2019年]

日用品のインバウンド消費を拡大させる意識と行動



[2017年]

上海家庭訪問調査レポート



[2020年] 中国における訪日リピーターの 新型コロナウイルスに関する 緊急意識調査

[2020年、2021年]

中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート



2011年～2016年にはインターネット販売について、2015年～2019年まではインバウンド消費について調査するなど、これまで世間の関心度が高いものについて調査を行ってきました。

2020年になると新型コロナウイルス感染症の影響でインバウンド需要が消失してしまいましたが、訪日外国人観光客が戻ってきた時に備え、「中国における訪日リピーターの新型コロナウイルスに関する緊急意識調査」、「中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート」を発表しました。これまでのインバウンド需要は主に中国人観光客の需要によるものであり、今後もその潮流は継続すると想定して、中国に関する情報を発信しています。

ただし、中国人観光客が戻ってきたとしても、以前と同じインバウンド市場にはならない可能性があります。なぜなら、中国では購買チャネルも販促方法も劇的な変化を遂げているからです。そのため、日本に来なければできない体験を創造することが、新たなインバウンド消費の喚起に必要であるという仮説を立てました。

この仮説のもと、当社では「中国市場に向けた商品PR研究会」を立ち上げ、中国人に対する商品PR方法に関する研究会を開始しました。この研究会の目的には、今まで認知されていなかった日本市場の多様なブランドを紹介する機会を作り出すことも含まれています。結果として、この研究会は、参加メーカーから好評を博しました。

いずれの研究も、当社の売上に直結するものではありませんが、ユーザーとともにこうした研究を積み重ねることが、当社へのユーザーの信頼を高め、安定したEDIの売上につながっています。

時流に合った業界内外の情報を収集し、レポートとしてユーザーに提供したり、業界としての同じ課題に対し有志を募り研究会を立ち上げたりなど、これらの活動を通じ、当社はこれからも消費財流通業界へ貢献してまいります。

EDI事業

基幹EDI/MITEOS/
資材EDI など

EDIとは、「電子データ交換」を意味する「Electronic Data Interchange」の略で、企業がコンピュータを通じて取引先とデータをやりとりすることです。数多くの取引先と、高精度のデータを、効率よく交換するために不可欠な「標準化」を常に意識し、企業間の確実なデータ交換を実現するサービスをご用意しています。

データベース事業

取引先データベース/
商品データベース など

取引先の情報やメーカーが登録した商品の文字情報・画像、医薬品の添付文書・説明文書の情報を維持・管理し、必要な時に必要なデータをご提供しています。また、各企業の商品マスタ登録業務を効率化するサービスもご用意しています。

その他事業

バイヤーズネット など

メーカー・卸売業・小売業間のマーチャンダイジング業務を支援しています。

トピックス

一般消費財の『2021年秋冬 新製品カタログ』を発行

一般消費財の流通に携わる方々へ新製品情報をタイムリーにお届けする、「2021年秋冬 新製品カタログ」(Web版・冊子)を2021年7月に発行しました。今号で26冊目となりました。

『2021年秋冬 新製品カタログ』概要

掲載カテゴリ：日用品、化粧品、家庭用品、食品、医薬品、ペットフード・ペット用品など
(ナショナルブランド製品)

掲載メーカー数：80社

掲載アイテム数：1,683アイテム(新製品・リニューアル品・廃番品)
※2021年7月以降に発売・廃番となる商品

発行部数：12,000部



(2021年7月31日現在)

会社名	株式会社プラネット
英文社名	PLANET, INC.
主な事業内容	EDI基幹プラットフォームの構築・提供・運用
本社	東京都港区浜松町一丁目 31 番 文化放送メディアプラスビル
設立	1985年8月1日
資本金	4億3,610万円
従業員数	44名
URL	https://www.planet-van.co.jp/

取締役及び監査役 (2021年10月26日現在)

代表取締役会長	玉生 弘昌	取締役(社外)	吉松 徹郎
代表取締役社長	田上 正勝	取締役(社外)	坂田 政一
専務取締役	松本 俊男	常勤監査役	黒岩 昭雄
取締役	山崎 哲哉	監査役(社外)	岩成 真一
取締役	川村 渉	監査役(社外)	鎌田 竜彦
取締役(社外)	掬川 正純	補欠監査役	藤田 裕
取締役(社外)	北岡 隆之		

執行役員 (2021年10月26日現在)

執行役員社長	田上 正勝	執行役員	山本 浩
執行役員専務	松本 俊男	執行役員	滝山 重治
執行役員	山崎 哲哉	執行役員	上原 英智
執行役員	川村 渉	執行役員	今村 佳嗣

監査法人 仰星監査法人

各サービスの利用状況、登録状況

(2021年7月31日現在)

基幹EDI

	メーカー	卸売業
利用社数※	786	498
基幹EDI	504	282
Web発注	54	271
MITEOS	315	11

資材EDI

	メーカー	サプライヤー
利用社数※	4	168
資材EDI	4	22
Web 資材EDI	4	156

※1社が複数のサービスを利用する場合があるため、利用社数と内訳の計は一致しません。

商品、医薬品説明文書データベース登録状況

	メーカー社数	アイテム数
商品データベース	760	178,002
医薬品説明文書データベース	133	9,138

医薬品説明文書データベースの
医薬品分類別説明文書登録状況

(品目数)

要指導	第1類	指定第2類	第2類	第3類
9	80	824	1,833	712

取引先データベース登録状況

	件数
取引先データベース	約45万

財務ハイライト

業績のポイント

- 売上高3,066百万円(前期比0.5%増)：**
主に「基幹EDI」と「販売レポートサービス」の売上増加に支えられ、わずかながら増加しました。
- 売上原価1,063百万円(前期比1.4%増)：**
運用業務のアウトソーシングに伴う費用などが増加しました。
販売費及び一般管理費1,298百万円(前期比1.9%増)：
研究開発費や業務委託費などが増加しました。
- 当期純利益498百万円(前期比12.8%増)：**
前期に特別損失として計上した投資有価証券評価損がなかったことなどにより、増加しました。

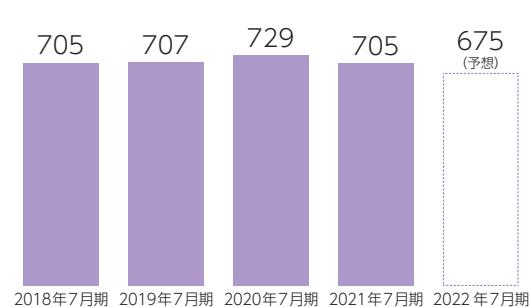
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



経常利益

(百万円)



当期純利益

(百万円)



貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前事業年度 2020年7月31日	当事業年度 2021年7月31日
資産の部		
流動資産	2,777	3,039
固定資産	2,536	2,780
有形固定資産	25	17
無形固定資産	509	472
投資その他の資産	2,001	2,290
資産合計	5,314	5,819
負債の部		
流動負債	482	502
固定負債	409	484
負債合計	892	986
純資産の部		
株主資本	4,102	4,325
資本金	436	436
資本剰余金	127	127
利益剰余金	3,541	3,763
自己株式	△ 1	△ 1
評価・換算差額等	319	507
純資産合計	4,421	4,833
負債純資産合計	5,314	5,819

損益計算書

(単位：百万円)

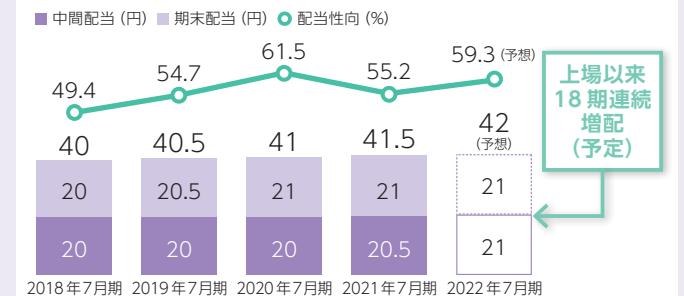
科目	前事業年度 自 2019年8月 1日 至 2020年7月31日	当事業年度 自 2020年8月 1日 至 2021年7月31日
売上高	3,052	3,066
売上原価	1,048	1,063
売上総利益	2,004	2,003
販売費及び一般管理費	1,274	1,298
営業利益	729	705
営業外収益	19	21
経常利益	748	726
特別損失	101	4
税引前当期純利益	647	722
法人税等	205	224
当期純利益	441	498

キャッシュ・フロー計算書

科目	前事業年度 自 2019年8月 1日 至 2020年7月31日	当事業年度 自 2020年8月 1日 至 2021年7月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	721	779
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 292	△ 243
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 268	△ 275
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	161	261
現金及び現金同等物の期首残高	2,074	2,235
現金及び現金同等物の期末残高	2,235	2,496

株主還元方針

当社は株式公開企業として、株主尊重の意義の重要性を認識し、株主への永続的かつ安定的な利益還元を行うことを経営の最重要課題と考えております。また、企業成長力の強化と経営効率の維持向上を目指すため、及び事業上のリスクに備えるための内部留保の活用と蓄積を勘案しながら、各期の業績を考慮に入れて利益配分を決定することを基本方針としております。今後も、配当性向の維持向上を目指してまいります。



株式情報

(2021年7月31日現在)

株式の状況 発行可能株式総数 15,360,000 株
発行済株式総数 6,632,800 株

株主数(単元未満株主含む) 3,887 名

株主名簿管理人 三菱 UFJ 信託銀行株式会社

上場取引所 東証 JASDAQ スタンダード
(証券コード：2391)

IR 連絡先 経営本部 経営企画部
TEL：03-5962-0811
e-mail：ir@planet-van.co.jp

URL (投資家向け) <https://www.planet-van.co.jp/ir/>

大株主

ライオン株式会社	1,066,400 株
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (退職給付信託口・株式会社インテック口)	1,058,400 株
ユニ・チャーム株式会社	300,800 株
株式会社資生堂	300,800 株
サンスター株式会社	300,800 株
ジョンソン株式会社	300,800 株
エステー株式会社	300,800 株
日本製紙クレシア株式会社	300,800 株
牛乳石鹸共進社株式会社	300,800 株
個人株主	182,000 株

株主メモ

事業年度	8月1日から翌年の7月31日まで	
定時株主総会	10月下旬	
基準日	定時株主総会の議決権	7月31日
	期末配当金	7月31日
	中間配当金	1月31日
公告の方法	電子公告(当社ホームページへの掲載) https://www.planet-van.co.jp/ir/ ※ただし、やむを得ない事由により電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法とします。	
株主名簿管理人 特別口座の 口座管理機関	三菱 UFJ 信託銀行株式会社	
同連絡先	三菱 UFJ 信託銀行株式会社 証券代行部 東京都府中市日鋼町1-1 電話 0120-232-711 (通話料無料) 郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱 UFJ 信託銀行株式会社 証券代行部	

ご注意

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

株式会社 **フ ラ ネ ッ ト**

〒105-0013 東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル3階
Tel. 03-5962-0811 Fax. 03-6402-8421 URL. <https://www.planet-van.co.jp/>

