

PLANET LETTER

第35期の概要

2019年8月1日 → 2020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**



安全・中立・標準・安価・持続的な 情報インフラを提供することを使命に 新たな業界貢献・社会貢献につながる サービスの開発、情報発信を目指します。

(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

コロナ禍でも安定的に事業を継続 計画を上回り増収着地となりました

第35期後半は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い4月に緊急事態宣言が発令されたことで、約2カ月間、外出自粛の事態となり、学校は休校、多くの会社が在宅勤務への移行を余儀なくされ、日中夜の飲食や生活必需品の購入が自宅周辺にシフトし、「巣ごもり消費」という生活スタイルが生み出されることとなりました。

当社事業が中心に関わる日用品・化粧品業界においては、メイクアップ化粧品や制汗剤など外出の際に使用される商品の消費が落ち込みを見せた一方で、マスクや

消毒液、ハンドソープなどの感染症予防商品、家庭内で消費する生活必需品の需要が拡大し、業界全体の売り上げは伸びる傾向にありました。しかしながら、急激なニーズの高まりに対応ができず、欠品する商品も見受けられ、それほど大きく伸長しなかったという状況かと思われま。

また、訪日観光客がゼロになり、インバウンド需要は完全に消滅したものの、当社の業績を見るとインバウンド商材の販売減少は想定以下で、中国の法律に則り申請登録したプロバイヤーによる越境ECが機能していたという仮説のもと実態調査を進めています。

日常生活が大きく変わる中、当社は、社員、社員の家族、取引先やお客様の安全に配慮し、緊急事態宣言発令前の3月より全社員を在宅勤務に切り替え、ほとんど出社することなく、現在もリモートワークを続けています。延期になった東京五輪の交通規制に対応する準備を検討していたこと、通勤ストレスの解消、時間の制約が多い子育て世代のストレス軽減等、働き方改革の観点から在宅勤務の有効性を検討していたことが、早い経営判断につながりました。

営業活動においては、全国のお取引先に直接お会いしてお話をするという従来のスタイルから、リモートワークによるWebミーティングが中心となりましたが、お客様側も準備されていたこともあり、「基幹EDIサービス」、「MITEOS」ともに、問題なく営業活動ができています。移動時間や参加人数の制約がなくなり、商談の効率が上がったというプラス効果も見られ、想定以上に機能していることを実感しています。また、障害や大規模な自然災害でも当社のサービスが止まらないよう、2拠点で常に同じ処理を行い、いつでも切り替え可能なネットワーク基盤で運用していますが、先般、在宅勤務をしながら遠隔で定期的な切り替え作業を実施し、問題なく行うことができました。また、顧客満足度向上のため、土日も含めて問い合わせ対応できるようコールセンターやヘルプデスク業務をアウトソーシングするなど、コロナ禍以前からBCPに積極的に取り組んでいたことが、功を奏することとなりました。

結果として、ユーザー数は計画どおりに伸ばすことができ、主にEDI通信処理料と「販売レポートサービス」の利用料の増加などに支えられ、売上高は計画を上回り増収となりました。また、旅費や打ち合わせに関わる費用などの減少ほか、セミナー開催の延期・中止など、予定していた予算の未消化により利益が残り、計画していた減益幅が縮小される結果となりました。

想定外の出来事への備えとあわせ ニューノーマル時代を見据えた インフラ企業としての役割を再認識

コロナ禍で起きている社会の変化は、不可逆的な部分が多く、変化を受け入れて真摯に対応する企業は、新しい社会(ニューノーマル)でも生き残っていく可能性が高くなります。当社も積極的かつ柔軟に対応していきたいと考えています。

足元では、お客様も在宅勤務で仕事ができる環境を望まれていると考え、出社せずとも、FAXや伝票の受け取り、あるいは入力業務が行える「基幹EDIサービス」の提案を改めて積極化しています。特に、「MITEOS」は初期導入が容易なツールとして有効であると考え、コロナ禍におけるメーカーFAX受注業務のオンライン化支援として導入キャンペーンを実施しました。

今後の影響については、生活必需品である日用品・化粧品は安定した需要があることは間違いありませんが、この機会に新たな需要が増えて今後も需要が継続するもの、今回需要が増えたがコロナ後には元に戻るもの、この機会に需要が減ってしまい戻らないもの、今回需要が減ってしまったがコロナ後には戻るもの、という需要の変化が起こることが考えられます。また、日用品ではまだまだ少ないものの、EC購入される商品が増えている中で、生活者が今後、どのような購入手段を選ぶようになるかは、慎重に見ていく必要があると思っています。

これからのニューノーマルの時代は、今まで当たり前だった「会社で仕事をして、会社で人と会う」といった会社中心の社会から「生活する場所で仕事をして、ネットで人とつながる」といった人中心の社会になることが想像されます。満員電車での通勤や、長時間に渡って会社という場所に拘束されることなどから解放されることは、肉体的、精神的にもストレスフリーな社会に一步近づくことになります。また、オンラインでも対応できる仕事の仕方に移行することで、結果的に意思決定のスピードアップ、仕事の可視化、教育やコミュニケーションの効率アップなどが進み、遅れていると批判されていた日本企業のIT活用や生産性の改善が一気に進む可能性もあります。これまでネットワークで会社と会社をつなぐサービスを提供してきた当社にとっても、元の社会には戻らない、戻してはいけない、という考えのもと、仕事と仕事、人と人をつなぐようなサービスの提供も視野に入れる必要が出てくると想定しています。

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

これまでは、「効率アップ」の視点からさまざまな提案をすることが多かったのですが、今後は効率が悪くなるリスクを取り除くような支援をすることが多くなると認識しています。すでに日本海側と太平洋側の2拠

点に同じシステムを配備し、EDI運用上の問い合わせ等に応じるヘルプデスクも二重化するなど、お客様の日々の業務を止めることのないよう安全化対策を講じていますが、さらにあらゆる見直しを行っていく必要があると考えています。どのような状況下でもお客様には安定した業界インフラを提供し続けることをお約束する、それこそがプラネットの存在価値であるとの覚えのもと、しっかり体制を進化させつつ、EDIサービスのさらなる拡大に努めていきます。

また、企業間の物流業務において、従来型の効率のよい物流機能の維持が難しくなり、各社単独での対応が困難な状況となっている中で、業界全体で課題解決に取り組む施策が求められています。その一環として、物流の専門家でない当社が「ロジスティクスEDI概要書」を作成し、物流データの交通整理をさせていただけていることは、大変光栄に思います。

基幹EDIサービスを導入する企業は、データ交換によってペーパーレスを実現できますが、そのためには従来の営業スタイルや在庫管理方法の変更も含めた業務改革が必要になります。ですから、サービス開始当初は、多くのメーカー、卸売業にご理解いただくまでに長い時間がかかりました。ロジスティクスEDIも同様に、物流業者の皆様にご理解いただきながら、データを標準化するだけでなく業界全体の物流業務改革のお役に立てるよう、中立的な立場からじっくりと取り組んでいきたいと考えています。



企業間におけるコミュニケーションの活性化

ユーザー会やインバウンド研究会、各種セミナーなどがリアルな場で開催できなくなっている中で、リモートでのミーティングやセミナーの開催を検討しています。コロナ禍で人と会う機会が激減し、他社との接点が全くなっているという話を聞いており、当社としてはこれを解消するために、ネットでコミュニケーションの「場」を提供していきたいと考えています。

流通における情報活用の推進

EDIでは、FAXや伝票がデータ化されて、企業間取引はペーパーレスで行われているものの、各企業においては、受信した伝票データを印刷して保管している状況にあります。印鑑の廃止により、ペーパー保存からデジタル保存へとペーパーレス化が急速に進むと考えら



れます。この伝票のペーパーレス化は当社がお役に立てる領域だと考えており、具体的にサービス化を進めていく計画です。プラネットビジョン2025も折り返し地点を迎える中、それに応える形で情報活用の推進を加速させていきたいと考えています。

社会に役立つ情報の収集と発信

これまで発行している調査レポートに加え、イノベーション推進部で実施してきた量子コンピュータを使った最適化実験なども報告できる段階になってきました。流通の未来の姿がどうなるかはわかりませんが、先端技術を勉強しておくことは大切です。当社は業界ユーザーのために、テクノロジー、標準、パワーバランスを常にウォッチングしており、今後も自ら勉強し、確認した上で、皆様に役立つ情報の発信に努めていきます。

中国越境流通プラットフォーム事業の活動について

中国国内における日本製品へのニーズは根強く、中国合弁会社では、業務用ルートへの販売等で日用品・化粧品以外の日本製品の取り扱いも増え、貿易会社として安定した利益を上げており、黒字経営を継続しています。

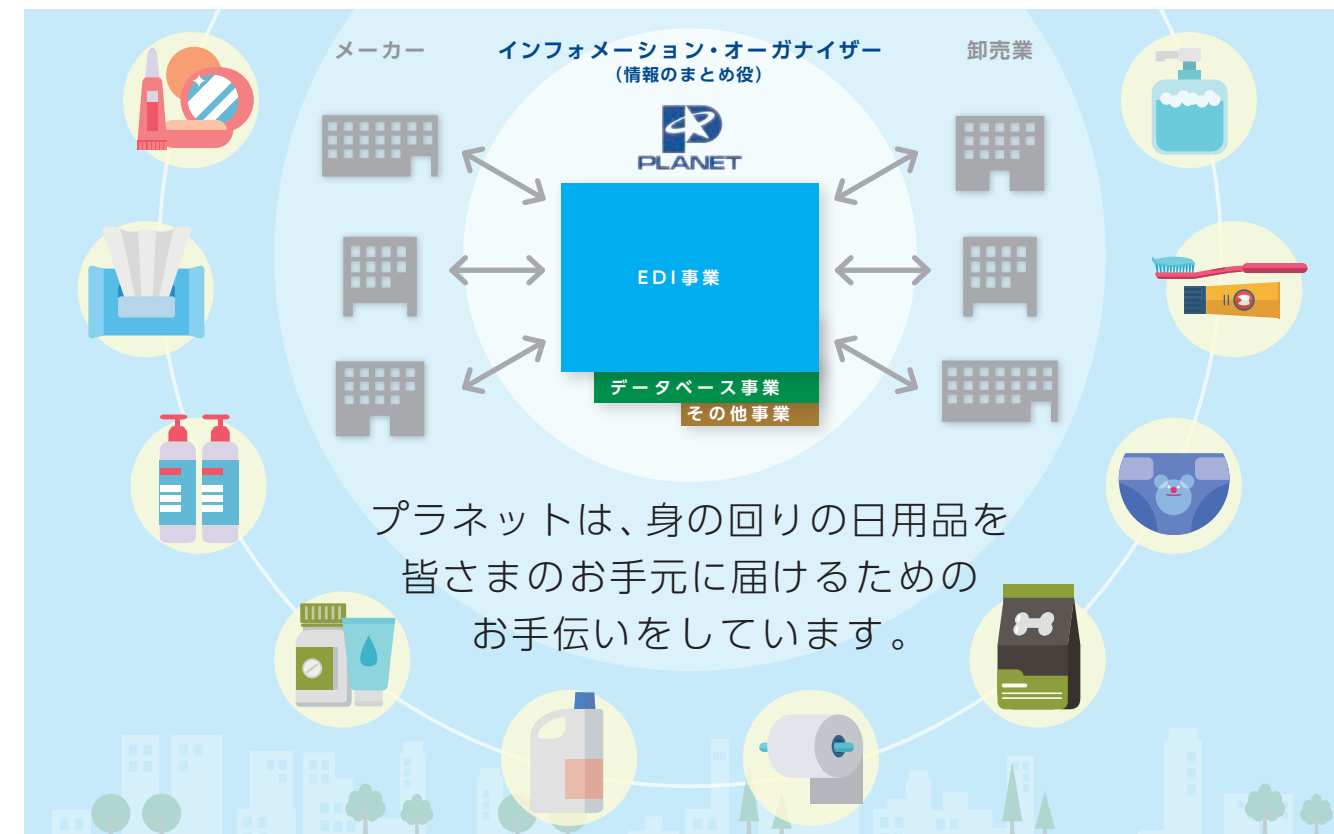
一方で、そもそも参画意図としている日中間のEDIや貿易におけるイノベーション、取引の合理化などはあまり進展していないことも事実です。タイミングを待ちながら、引き続き目的を実現するために必要な検討を進めていきます。

株主の皆様へのメッセージ

おかげさまで、第35期も増配を継続することができました。引き続き「増収を確保できれば増配する」考えに則り、増配にこだわっていきたいと考えています。

ニューノーマルのスタートの1年になる第36期は、引き続き、戦略投資を実行しつつ、微増収ながらも久しぶりの増収増益計画としています。業界インフラ機能をしっかり果たすことを最優先にし、業界の全体最適への寄与、想定外の出来事にも対応できる業界システムの基盤整備に努め、しっかり足場を固めながら、安定的に事業を継続してまいりますので、引き続きご支援のほどお願い申し上げます。

事業内容



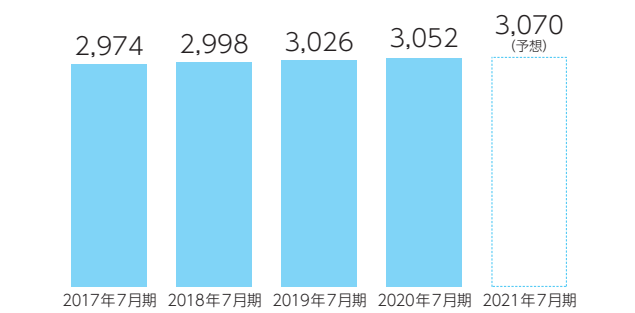
EDI事業	データベース事業	その他事業
基幹EDI／MITEOS／ 資材EDI など	取引先データベース／ 商品データベース など	バイヤーズネット など
EDIとは、「電子データ交換」を意味する「Electronic Data Interchange」の略で、企業がコンピュータを通じて取引先とデータをやりとりすることです。数多くの取引先と、高精度のデータを、効率よく交換するために不可欠な「標準化」を常に意識し、企業間の確実なデータ交換を実現するサービスをご用意しています。	取引先の情報やメーカーが登録した商品の文字情報・画像、医薬品の添付文書・説明文書の情報を維持・管理し、必要な時に必要な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。	メーカー・卸売業・小売業間のマーチャングライジング業務を支援しています。

財務ハイライト

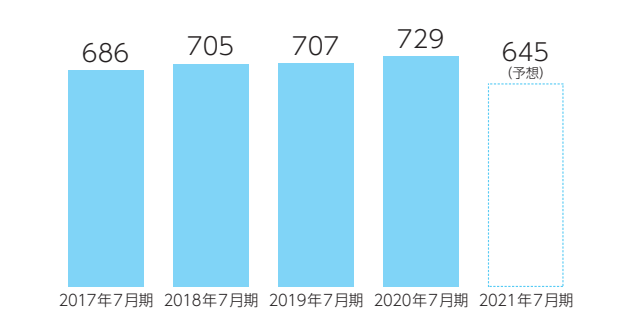
業績のポイント

- 1売上高3,052百万円(前期比0.9%増):
主にEDI通信処理料と「販売レポートサービス」の利用料が増加しました。
- 2売上原価1,048百万円(前期比0.6%減):
Web発注リニューアルに伴う売上原価が増加したものの、全体としては前期並みに抑えることができました。
販売費及び一般管理費1,274百万円(前期比0.9%増):
研究開発費などの増加があった一方、コロナ禍での移動が制限されたことから旅費や打ち合わせに関わる費用などの減少がありました。
- 3当期純利益441百万円(前期比10.0%減):
投資有価証券評価損を特別損失として計上した結果、減少しました。

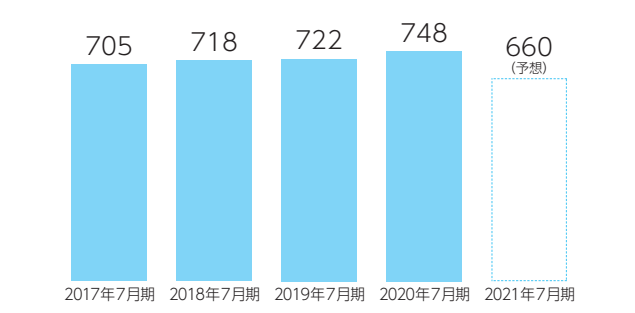
売上高 (百万円)



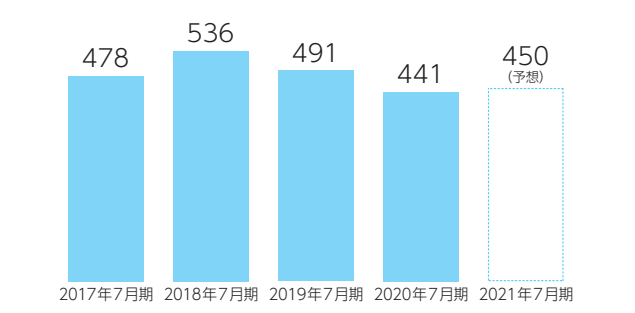
営業利益 (百万円)



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 2019年7月31日	当事業年度 2020年7月31日
資産の部		
流動資産	2,575	2,777
固定資産	2,814	2,536
有形固定資産	31	25
無形固定資産	570	509
投資その他の資産	2,212	2,001
資産合計	5,389	5,314
負債の部		
流動負債	474	482
固定負債	455	409
負債合計	930	892
純資産の部		
株主資本	3,929	4,102
資本金	436	436
資本剰余金	127	127
利益剰余金	3,367	3,541
自己株式	△ 1	△ 1
評価・換算差額等	530	319
純資産合計	4,459	4,421
負債純資産合計	5,389	5,314

株主還元方針

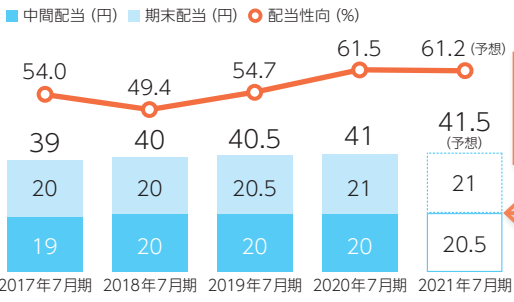
当社は株式公開企業として、株主尊重の意義の重要性を認識し、株主への永続的かつ安定的な利益還元を行うことを経営の最重要課題と考えております。また、企業成長力の強化と経営効率の維持向上を目指すため、及び事業上のリスクに備えるための内部留保の活用と蓄積を勘案しながら、各期の業績を考慮に入れて利益配分を決定することを基本方針としております。今後も、配当性向の維持向上を目指してまいります。

損益計算書

(単位:百万円)		
科 目	前事業年度 自 2018年8月 1日 至 2019年7月31日	当事業年度 自 2019年8月 1日 至 2020年7月31日
売上高	3,026	3,052
売上原価	1,054	1,048
売上総利益	1,971	2,004
販売費及び一般管理費	1,263	1,274
営業利益	707	729
営業外収益	15	19
経常利益	722	748
特別損失	-	101
税引前当期純利益	722	647
法人税等	231	205
当期純利益	491	441

キャッシュ・フロー計算書

科 目	前事業年度 自 2018年8月 1日 至 2019年7月31日	当事業年度 自 2019年8月 1日 至 2020年7月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	771	721
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 195	△ 292
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 265	△ 268
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	310	161
現金及び現金同等物の期首残高	1,763	2,074
現金及び現金同等物の期末残高	2,074	2,235



株式情報

(2020年7月31日現在)

株式の状況	発行可能株式総数 発行済株式総数	15,360,000 株 6,632,800 株
株主数	2,669 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

企業情報

(2020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（2020年10月20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
常務取締役	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(社外)	濱 逸夫	監査役(社外)	鎌田 竜彦
取締役(社外)	北岡 隆之	補欠監査役	藤田 裕
執行役員（2020年10月20日現在）			
執行役員社長	田上 正勝	執行役員	川村 渉
執行役員常務	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	山本 浩	執行役員	今村 佳嗣
監査法人 仰星監査法人			

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 期末配当金 中間配当金	7月31日 7月31日 1月31日	
公告の方法	日本経済新聞 ※決算公告に代えて、貸借対照表、損益計算書はEDINET（金融商品取引法に基づく有価証券報告書の開示書類に関する電子開示システム）にて開示しております。		
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

1. 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。

2. 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。

3. 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。

各サービスの利用状況、登録状況

基幹 EDI

	メーカー	卸売業
利用社数※	733	488
基幹 EDI	487	283
Web発注	55	259
MITEOS	273	10

資材 EDI

	メーカー	サプライヤー
利用社数※	4	173
資材 EDI	4	22
Web 資材 EDI	4	161

※ 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	789	176,742
医薬品説明文書データベース	134	9,049

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	91	868	1,870	726

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 43 万

— 新型コロナウイルス感染症に対する当社の取り組み —

このたびの新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様には謹んでお見舞い申し上げますとともに、罹患された皆様の早期回復と感染の早期終息を心よりお祈り申し上げます。

当社は新型コロナウイルス感染症の拡大防止の一環として2020年3月から順次在宅勤務体制へと移行し、2020年10月現在、原則在宅勤務体制を敷いております。出社が必要となる最小限の社員のみが時差出勤などの対策を講じたうえで出社しています。

営業活動はWebでのオンライン会議を中心に、直接折衝をご希望のユーザー様へは個別に訪問しております。コロナ禍ではありますが、様々な手段でユーザー様との折衝を実施し、ユーザー拡大に向けた活動を継続しております。

当社は今後も社員、社員の家族の安全を第一に、そして取引先の皆様の安全にも配慮し、必要な対策を講じて感染拡大防止に努めるとともに、新型コロナウイルス感染症と共存していくことを踏まえ、在宅勤務を中心とする勤務体制を継続し、新しい働き方へシフトしてまいります。

『中国における緊急調査報告書』を発表

訪日外国人客が2019年まで過去最多を更新し続けていましたが、2020年に入り新型コロナウイルスの感染拡大により、インバウンド市場は一転し大きな影響を受けています。当社は2015年から『訪日外国人客の買物意識と行動に関する調査』を発表しておりますが、コロナ禍において訪日外国人客の多くを占めている中国のリピーターがどのようにして日本に関する情報収集や日本製品の購入を行い、またコロナ終息後の訪日についてどんな考えを持っているか、「コロナ後」のインバウンド市場を見据

え中国訪日リピーターへの意識調査を実施しました。

調査の結果からは、健康に対する意識の高まりとともに、品質の良い日本の医薬品などへの興味が高まっていることが分かりました。また、渡航制限が解除され、安全が確認できれば、86%もの人が日本を訪問したい意向を持っているようです。いつの日かまた多くの中国人ゲストが日本を訪れることは間違いないでしょう。その時には訪日中の行動は変わっているはずですので、日本と日本製品の魅力を新しい形で発

『訪日リピーターの 新型コロナウイルス感染拡大に 関する意識調査』の調査概要

調査方法：中国主要都市での
インターネットによる
アンケート調査

調査期間：2020年3月23～25日

調査対象：訪日経験3回以上、
かつ1年以内に訪日した
20～25歳の男女

信することが大切になりそうです。

この報告書が「コロナ後」の日用品・化粧品業界の市場動向を予測する一助になることを願い発表しました。当社では今後も業界の発展に繋がる調査を行っていきたいと考えております。