

PLANET LETTER

第35期第2四半期(累計)の概要

2019年8月1日 → 2020年1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**



安定した情報インフラを 継続的に提供し続けるとともに、 新たな貢献の形を目指したサービスの 開発にも取り組んでまいります。

(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

伸び率は鈍化ながらもEDI通信処理データ量、 サービス利用ユーザー数ともに着実に増加

当上半期の事業状況は、主にEDI通信処理料と「販売レポートサービス」利用料の増加などに支えられ、売上高は微かながら増収となりました。サービス利用ユーザー数も着実に増加しています。

利益面は期初計画していた通り、減益となりました。消費税軽減税率対応で保留にしていた基幹系システムの改修を実施したこと等に伴い売上原価が増加しましたが、Web発注サービスに対する消費税対応は、計画よりもコストを抑えて改修することができました。また、コールセンター業務のアウトソーシングにより土日の問い合わせ

せを可能にし、サービスレベルを向上させたことや、安全化対策としての2拠点でのシステム運用体制の維持により、業務委託費も前年同期比で増加しています。調査研究も継続しており、「最先端技術の流通への活用」を模索しています。

想定外の出来事にも備えることが必要な時代 インフラを担う企業としての使命を再確認

これまで堅調に伸長していた日用品・化粧品業界も、昨年10月の消費税増税後、全体的に売上の落ち込みが見られます。秋口に相次いだ自然災害の影響も重なり、全体的に需要の回復が遅れているように捉えています。

インバウンド需要の観点からは、中国電子商取引法(中国EC法)規制強化の影響について、昨年10月で一巡すると見込んでいましたが、米中貿易摩擦や香港でのデモ継続などは越境ECの需要回復に水を差す要因となりました。年明けからは、新型コロナウイルス感染症の拡大も加わり、さらに先行きに対する不透明感が増す状況となっています。しかしながら、日本製品への信頼は依然高く、需要はいずれ回復すると考えています。

こうした想定外の出来事の発生頻度が増すなかで、改めて、安定したサービスをいつでも安心して利用いただくことの大切さを再認識しています。昨年の台風19号による大規模な水害が発生した際、埼玉県にある首都圏外郭放

水路が河川の氾濫を抑制して話題になりましたが、こうした普段は気づかれることのないインフラの存在は、発生しうる復旧コストを軽減するだけでなく、人々の幸せな暮らしを担保する社会的な意義が大きいものです。

当社も、大規模災害に備えたインフラの整備を行っており、備えがあることで得られる安心そのものが価値となると考えています。今後もユーザーの皆様が自らの業務に集中できるよう、業界全体で起こっている困りごとの解決も含め、確かな機能を果たすインフラサービスを継続提供することで、業界貢献・社会貢献を果たしていきます。

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

人口動態をはじめとする事業環境の変化、自然災害をはじめとする想定外の事象の発生などにより、“従来通り”が維持できない状況に陥ることが増えるなか、現状の構





造のままでは、業務効率がどんどん悪化する局面を迎えつつあると危惧しています。これまでは、「さらなる効率化」の視点からの提案が多かったのですが、今後は効率が悪くなる可能性を取り除くという視点も重要になってくると考えます。

例えば、昨今、企業間の物流業務では、「労働者人口減少によるドライバー不足」などにより物流コストが高騰し、従来型の効率のよい物流が維持できなくなりつつあります。また、「物流拠点の大型化などに伴う納品時の長時間待機」などの問題も顕在化しています。

こうした各社単独では解決が難しい課題を業界全体で解決していく施策の1つとして、「物流EDI」の検討を行い、「ロジスティクスEDI概要書」を2020年2月に策定しました。メーカー・卸売業・物流事業者の三者間でのデータ活用が進めば、物流の課題解消にもつながり、「持続可能な物流の実現」が期待できると考えています。

また、流通全体における物流量の最適化にAIの活用が期待されるなか、「物流EDI」の構築は情報基盤の環境整備にもなると考えております。今後は「物流EDI」以外にも、効率を落とさせないための新たな業界貢献という観点から、取り組みを積極化させていきます。

企業間におけるコミュニケーションの活性化

4年半にわたり継続してきた「流通の次世代を語る会」は、ユーザー会での成果報告をもって、好評のうちに活動を終了しました。たくさんの方に参加いただき、ユーザー同士が普段の仕事を離れ、立場を越えた議論を通じて信頼関係を培うコミュニケーションの場を提供できなかったのではないかと感じています。

「インバウンド研究会」と「インバウンドセミナー」は今後も継続していきます。「インバウンドセミナー」は、特に中国人をはじめとしたツーリストが流通に与える影響を具体的に考える機会になったと非常に好評でした。

今は訪日観光客が激減していますが、これからもインバウンド需要が流通の売上の一部を支えていくことに変わりはありませんので、さらに研究を進めていきたいと思えます。

流通における情報活用の推進

このテーマにおける新しい取り組みとして、年2回、カラー冊子にて発行している「新製品カタログ」にメーカーの訴求情報を掲載できるようにしました。すでに小売業の現場で広く利用されている当社のカタログを活用し、開

発コンセプトやターゲット層など新製品のPR情報を効果的に流通に発信する手段としたものです。デジタルとリアルな紙媒体の両方を利用することは、今後の情報活用の取り組みの可能性を広げると考えています。

社会に役立つ情報の収集と発信

生活者調査の「Fromプラネット」と「インバウンド調査レポート」の発行を継続しています。「インバウンド調査レポート」の番外編となる店頭での買い物カゴ調査は、小売店からの継続要請もあり、3年目を迎えることとなりました。

そのほか、情報発信の一環としてユーザー会などで、イノベーション推進部が進めている先端技術の研究報告も行っています。

中国越境流通プラットフォーム事業の活動について

中国合併会社の状況は、取り扱う日本製品は少ないながらも、業務用ルートへの販売で収益を伸ばすなど、引き続き、経営は安定しています。今回の新型コロナウイルスの感染拡大を受けて中国政府は、パンデミックを防止するルールやインフラを一気に作ると思われるので、中国側の状況をこれまで以上によく理解して、事業を進める必要があると考えています。すでに現地で稼働している合併会社からの確かな情報を入手できるので、非常に価値ある布石が打てている状況にあります。タイミングを待ちながら、その時々でのベストな対応をしていきたいと考えています。

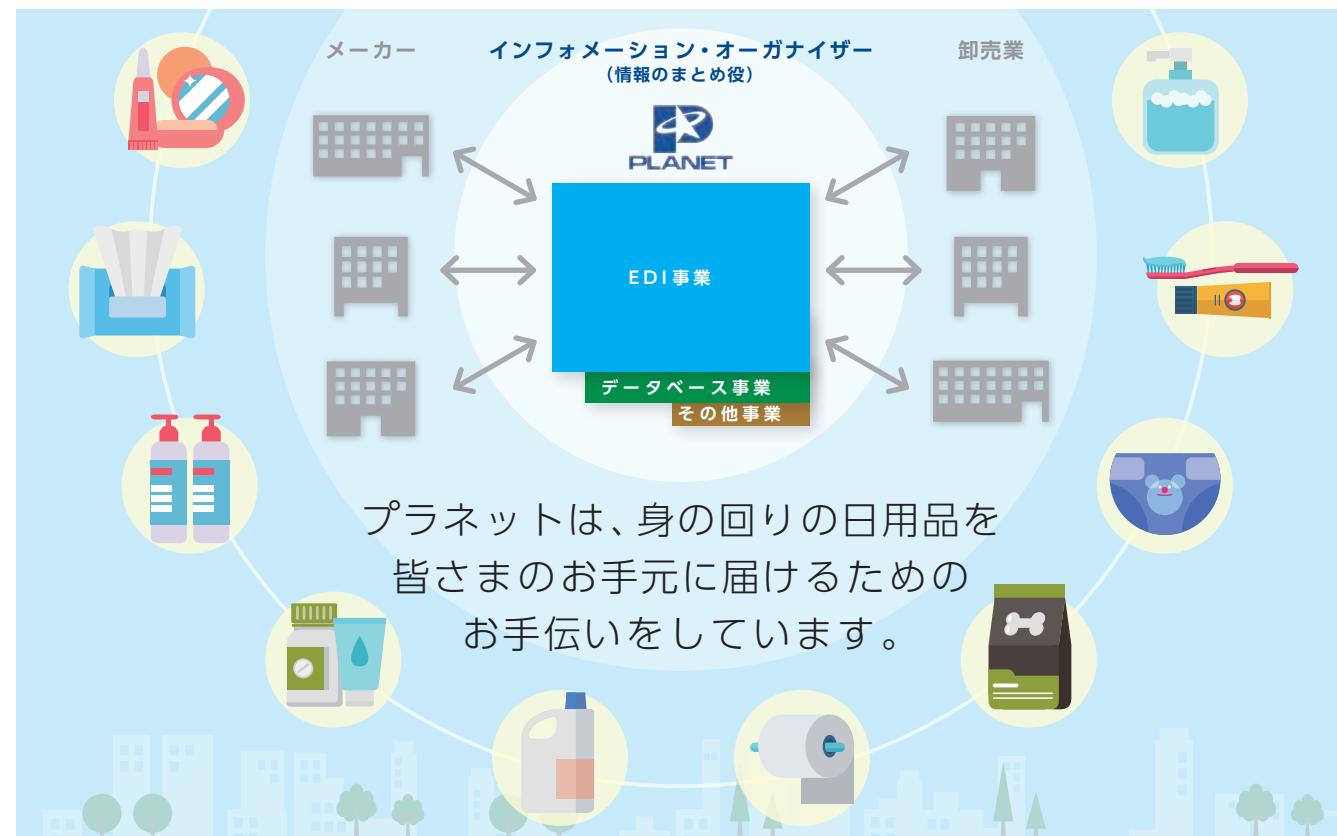
株主の皆様へのメッセージ

自然災害や環境変化への備えなど、多くの課題が浮かび上がるなか、1,300社を超えるユーザーの皆様へ、安定したインフラを継続的に提供するためには、中長期的な視点での投資が重要であると再認識しています。第35期は、消費税増税に、新型コロナウイルスの感染拡大の影響も加わり、試練の年になると見込まれますが、組織改定から2年、組織の動きもよくなってきている今、既存サービスをしっかりと維持・メンテナンスしつつ、新しいサービス創出とマーケット拡大の準備を進めていく1年にすべく取り組んでいます。

通期業績は、微増収減益の計画です。売上のプラス要素が期待しにくい状況にあることは確かですが、上半期は前年同期比では増収減益ながらも、計画に対しては増収増益で着地しました。この流れが維持できれば、連続増配の実施もあきらめる必要はないとの構えでいます。

大きな流れとしては、訪日観光客は増加の一途を辿り、日本国内における一般消費財の購入量は人口減に比例して減少するものではないと見ています。そうしたなかで、どれだけのリスクを見越して準備をしているかが、今度、ますます肝要な世の中になりそうな気がしています。

業界の全体最適に寄与する仕組みや想定外の出来事にも対応できる堅固な流通システムを業界全体として作り上げていくために、当社はその基本をなす基盤整備に努めてまいりますので、引き続きご支援のほどお願い申し上げます。



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。

一般消費財の2020年春夏新製品カタログを発行
～訴求情報を新設～

一般消費財の流通に携わる方々へ2020年春夏の新製品情報をタイムリーにお届けする『2020年春夏新製品カタログ』のWeb版と冊子を2020年1月に発行しました。

今号より、「新製品の訴求情報」ページを巻頭に新設しました。詳細は、裏表紙「もっとくわしく！プラネット 第14回」をご覧ください。

『2020年春夏新製品カタログ』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：94社
- 掲載アイテム数：2,138アイテム(新製品・リニューアル品・廃番品)
※2019年12月以降に発売・廃番となる商品
- 発行部数：13,000部



『ロジスティクスEDI概要書』を策定

日用品・化粧品業界の物流課題の解決に貢献するため、同業界関係者の協力を得て、2020年2月に物流分野のEDI概要書を策定しました。これは、同業界のメーカー・卸売業・物流事業者(倉庫事業者・輸配送事業者)間の現状の物流業務を整理し、業界の標準的な情報の流れをまとめたものです。

当業界においても、物流費・人件費の高騰による物流危機への対応が共通の課題となっています。当社は、この概要書に基づいた、物流業務で利用できる標準EDIサービスの開始を目指しています。より多くの企業に標準EDIサービスを提供することで、企業のデータ連携にかかる負担を減らし、物流課題の解決に向けた取り組みが促進されるよう支援してまいります。

財務ハイライト

業績のポイント

- 1 EDI通信処理料と「販売レポートサービス」利用料の増加などにより、売上高は1,514百万円(前年同期比0.2%増)となりました。
- 2 Web発注リニューアルに伴う売上原価の増加、業務委託費や調査研究などの販売費及び一般管理費が増加したことなどにより、営業利益は313百万円(前年同期比14.2%減)となりました。
なお、計画よりも営業利益が上振れした理由は、Web発注の消費税対応にかかるコストを、計画よりも抑えて改修できたことによるものです。
その結果、経常利益は320百万円(前年同期比13.9%減)となり、四半期純利益は214百万円(前年同期比15.3%減)となりました。

売上高

(百万円)



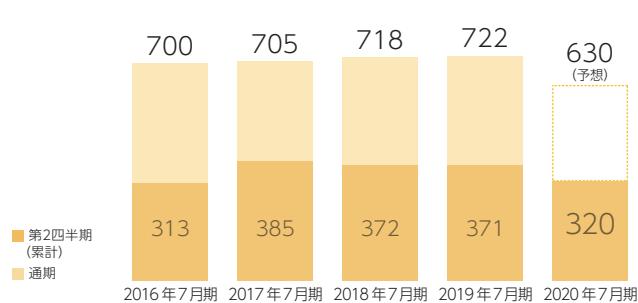
営業利益

(百万円)



経常利益

(百万円)



四半期(当期)純利益

(百万円)



貸借対照表

(単位:百万円)

科目	前期末 2019年7月31日	当第2四半期会計期間末 2020年1月31日
資産の部		
流動資産	2,575	2,476
固定資産	2,814	2,810
有形固定資産	31	28
無形固定資産	570	577
投資その他の資産	2,212	2,204
資産合計	5,389	5,287
負債の部		
流動負債	474	417
固定負債	455	428
負債合計	930	845
純資産の部		
株主資本	3,929	4,007
資本金	436	436
資本剰余金	127	127
利益剰余金	3,367	3,446
自己株式	△1	△1
評価・換算差額等	530	433
純資産合計	4,459	4,441
負債純資産合計	5,389	5,287

損益計算書

(単位:百万円)

科目	前第2四半期累計期間 自2018年8月1日 至2019年1月31日	当第2四半期累計期間 自2019年8月1日 至2020年1月31日
売上高	1,511	1,514
売上原価	517	535
売上総利益	994	979
販売費及び一般管理費	628	666
営業利益	365	313
営業外収益	6	7
経常利益	371	320
特別損失	-	1
税引前四半期純利益	371	319
法人税等	118	104
四半期純利益	253	214

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	前第2四半期累計期間 自2018年8月1日 至2019年1月31日	当第2四半期累計期間 自2019年8月1日 至2020年1月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	373	300
投資活動によるキャッシュ・フロー	△141	△247
財務活動によるキャッシュ・フロー	△132	△136
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	98	△83
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四半期末残高	1,862	1,990

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

(2020年1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	1,048 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	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

- 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。

企業情報

(2020年1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	43名
URL	https://www.planet-van.co.jp/

取締役及び監査役

代表取締役会長	玉生 弘昌	取締役(社外)	廣田 光次
代表取締役社長	田上 正勝	取締役(社外)	吉松 徹郎
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

執行役員社長	田上 正勝	執行役員	川村 涉
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

各サービスの利用状況、登録状況

(2020年1月31日現在)

基幹EDI

	メーカー	卸売業
利用社数※	722	485
基幹EDI	485	280
Web発注	56	259
MITEOS	265	10

資材EDI

	メーカー	サプライヤー
利用社数※	4	179
資材EDI	4	22
Web資材EDI	4	167

※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	796	175,575
医薬品説明文書データベース	134	9,028

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	90	879	1,876	736

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

もっとくわしく！
プラネット

第14回

プラネットの 「新製品カタログ」とは？

「新製品カタログ」とは

「新製品カタログ」は、メーカー各社の新製品情報を発売前に収集し、取りまとめた冊子です。新製品や廃番品の情報を提供している業界唯一の製品情報誌として、主に卸売業の発注担当者や小売業のバイヤーの方々にご利用いただいています。かつて業界では、春と秋の棚割変更提案時に、卸売業各社が必要な情報をメーカーから収集し、「新製品カタログ」をそれぞれ制作・発行していました。業界単位で考えると非効率であり、余計なコストがかかるものでした。そこで当社は業界での中立な立場を生かし、共同利用できる「新製品カタログ」を制作しました。卸売業・メーカー各社の協力のもと、2009年から年に2回発行しており、業界の効率化に貢献していると考えています。

「新製品カタログ」の新たな取り組み

「新製品カタログ」は、主にトレンドの把握、棚割商談、お客様対応といったシーンでご利用いただけるよう、基本的な情報をすばやく閲覧できたり、メーカー、カテゴリーごとに必要な商品、情報を探しやすいように、一覧性を重視しています。

発行より好評いただいているカタログの価値をさらに高める方法を求め、バイヤーや発注担当者に調査を行ったところ、約8割の方が「棚

新製品	新製品	新製品	新製品
△△△△薬用クリーム 50g フェイスクリーム	△△△△薬用ジェル 100g 薬用ジェル	△△△△薬用化粧水 180ml 化粧水	△△△△薬用化粧水 180ml リニューアル
2020.3/9	2020.3/9	2020.3/9	2020.3/9

割業務における商品選定のツールとして新製品カタログを活用している』ということが分かりました。また、「いつ、どこで、だれが、どのようなシーンで買う(使う)商品なのか」ということを知りたいと思うバイヤーが多いことも分かりました。実際に「新製品に関するパンフレットがメーカー各社からたくさん送られてくるけれども目を通す時間がなく整理が大変」、「中小規模の小売業には新製品の情報が届かない」といった声も聞かれました。

また、メーカー側からは、「そもそも新製品を魅力的に伝える販促資料を自社で作る時間がない」、「販促資料はあってもバイヤーの方々に来てもらえないので新製品の良さを分かってもらえない機会がない」といった声が聞かれ、新製品をアピールする方法や場所が求められているのではないかと当社は考えました。

このことから、メーカーが新製品の訴求ポイントを全国の卸売業や小売業に伝えられるよう「新製品の訴求情報」ページを「2020年春夏新製品カタログ」の巻頭に新設しました。価格や機能だけではなく、新製品が持つ本質的な価値や可能性を理解し、それを店頭で十分に引き出すための情報として、開発背景、ターゲット、実績、売り場・売り方提案、プロモーション情報などを掲載しています。



訴求情報ページ
(片面掲載イメージ)

今後の取り組み

「新製品の訴求情報」が、メーカー・卸売業・小売業間の情報共有における課題解決の一步として、そして「新製品の魅力に出会える場所づくり」になるよう、情報の充実を図っていきたくと思っています。また、業界としての業務効率化・生産性向上・市場の活性化にも貢献していきたいと考えています。

株式会社 **プラネット**

〒105-0013 東京都港区浜松町1-3-1 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/>

