
当社の現状と成長戦略

株式会社プラネット
代表取締役社長 玉生弘昌

2012年9月22日(大阪)

2012年9月24日(東京)

資料目次

はじめに	3	成長戦略① EDIサービスの収益構造	19
当社の紹介	4	成長戦略② EDIの深掘り	20
当社サービス一覧と利用実績	5	成長戦略③ 横展開と縦展開	21
当社事業の紹介① EDI事業	6	成長戦略④ マーケティング・ネットワークとしての付加価値向上	22
当社事業の紹介② データベース事業	7	成長戦略⑤ グローバル展開	25
当社事業の紹介③ その他事業	8	安全化対策への取組み① J手順サービスの終了	26
当社の強み① 安定した成長性	9	安全化対策への取組み② センターマシンの入れ替え	27
当社の強み② 株主への利益還元	10	参考資料1. センターマシン入替と原価率	28
当社の強み③ 安定株主が多く、強固な財務基盤	11	参考資料2. 卸売業は中間搾取か？	29
当社の現状 2012年7月期の業績概要	12	参考資料3. インターネットは日用品流通をどう変えるか	30
当社の現状 2012年7月期のセグメント別概況、売上高	15	参考資料4. 新任代表取締役社長のプロフィール	31
当社の現状 2013年7月期の業績予想	16		
当社の現状 経営指標の推移	18		

はじめに

氏名	玉生 弘昌 (たまにゆうひろまさ)
役職名	株式会社プラネット 代表取締役社長 (10/25に代表取締役会長 就任予定)
生年月日	1944年 9月8日
最終学歴	1968年 早稲田大学政治経済学部卒
職歴	1968年 ライオン油脂株式会社 (現在のライオン株式会社) 入社。 マーケティング部、総合管理部、システム開発部にて勤務。 1985年 株式会社プラネット 常務取締役、1993年より現職。
主な役職	一般社団法人流通問題研究協会 会長 株式会社BS朝日 番組審議委員 株式会社アイスタイル 顧問 事業創造大学院大学客員教授 流通科学大学 特別講師 経済産業省「情報技術と経営戦略会議」委員
主な著書	『プラネット式IT起業で成功する方法』(東洋経済新報社) 『なぜ日本企業の情報システムは遅れているのか』(日本能率協会マネジメントセンター)

当社の紹介

一般消費財の流通ネットワークを支える
“インフォメーション・オーガナイザー”

【情報のまとめ役】

企業名 : 株式会社プラネット

会社設立 : 1985年8月1日【7月決算】

代表者 : 代表取締役社長 玉生 弘昌

事業内容 : EDI(電子データ交換)基幹プラットフォームの構築・提供・運用

資本金 : 4億3600万円

純資産 : 24億6700万円

従業員数 : 39名 (2012年7月末現在)

上場市場 : JASDAQスタンダード (証券コード:2391)

「標準となる情報インフラサービスを安全、中立、継続的に提供」

日用品・化粧品業界の流通システムを最適化する業界共通インフラ構築を目指し、通信事業の規制緩和を契機に、同業界の有力メーカー8社の合意の下、1985年に設立。

ライオン

ユニ・チャーム

資生堂

サンスター

ジョンソン

十條キンバリー

(現 日本製紙クレシア)

エステー化学

(現 エステー)

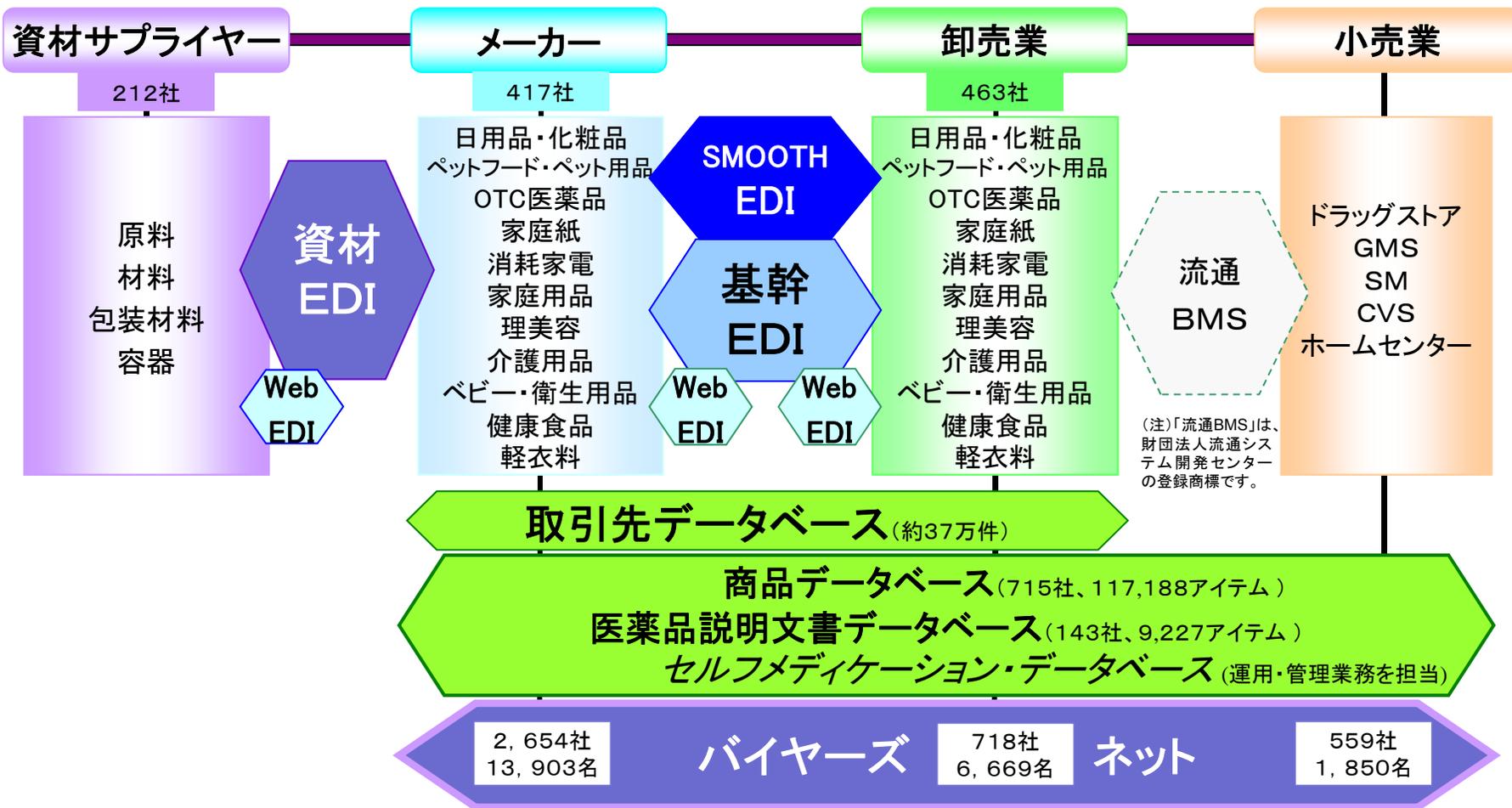
牛乳石鹼共進社

インテック

インテックに
ネットワーク運用と
監視業務を委託

当社サービス一覧と利用実績

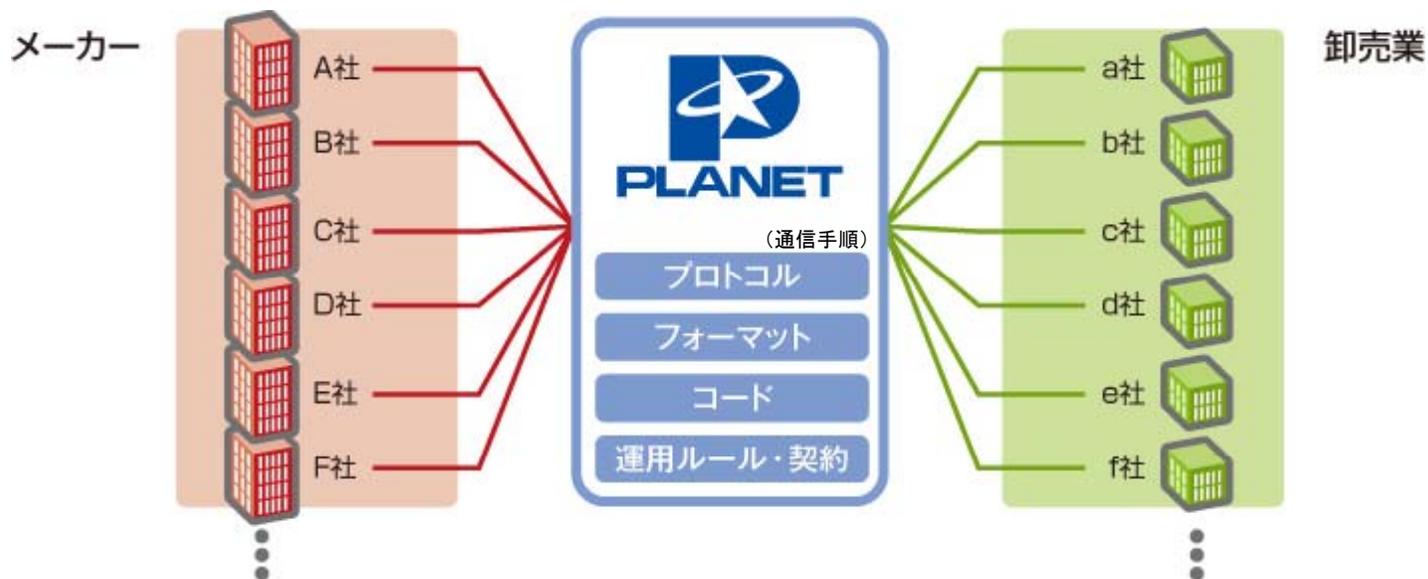
※ご利用実績は2012年7月末現在



当社サービスのキーワード = **安全・中立・標準・継続**

当社事業の紹介① EDI事業

EDIとは： Electronic Data Interchangeの略語で、「電子データ交換」と訳される。
受発注・出荷・請求・支払などの取引データを、取引先との間で双方向で
通信、伝送し、コンピュータで自動的に処理するしくみ。
事前に通信手順やデータ仕様、コード、運用についての取り決めが必要。



プラネットEDI：通信手順やデータ仕様、コード、運用が標準化されており、
発注・仕入・請求・在庫・販売など24のデータ種が存在。

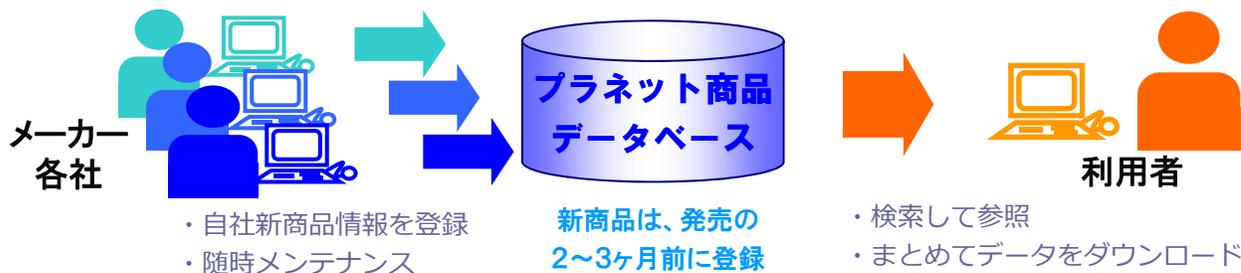
→ 多くの取引先と、効率よくデータ交換を行うことが可能

当社事業の紹介② データベース事業

商品データベース

日用品・化粧品、ペット業界を中心とした消費財やOTC医薬品メーカーから提供される商品データを閲覧・ダウンロードできる、メーカー各社と共同で運営しているサービスです。

データの流れ



トピックス

2010年11月より酒類・加工食品業界のデータベース「FDB」との相互連携開始

網羅性がさらに向上

●登録状況

715社、117,188アイテム
(2012年7月末時点、
前年比7社・11,545アイテム増)

●用途

商品マスタ申請、棚割
(商品陳列のシミュレーション)、
POP・チラシ・企画書制作

●関連サービス

新製品カタログ(2009年より刊行)



『2012年秋冬新製品カタログ』

(2012/7/23発行、110社・1,779アイテムの
新製品を掲載)

Webアプリケーショントップ画面



P C



スマートフォン

当社事業の紹介③ その他事業

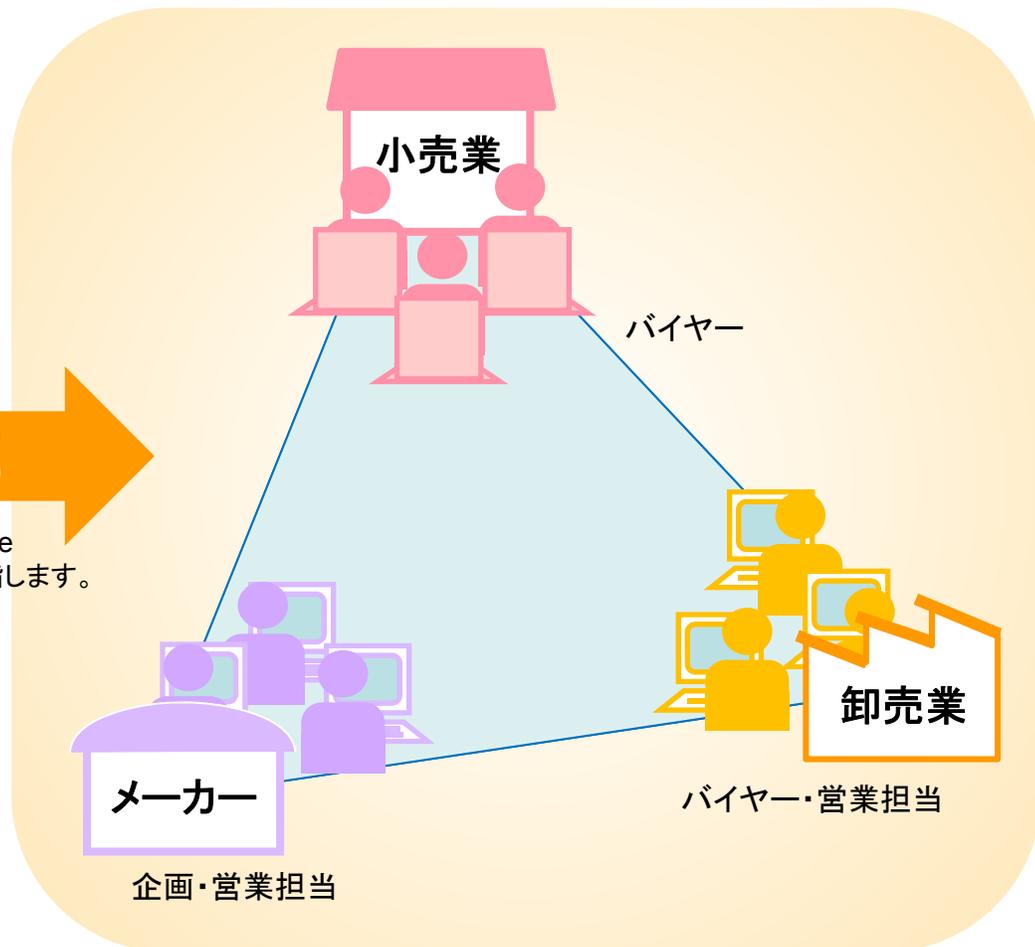
バイヤーズネット[®]

2万名を超えるメーカー・卸・小売の担当者が
商談業務の効率化に活用しているサービスです。

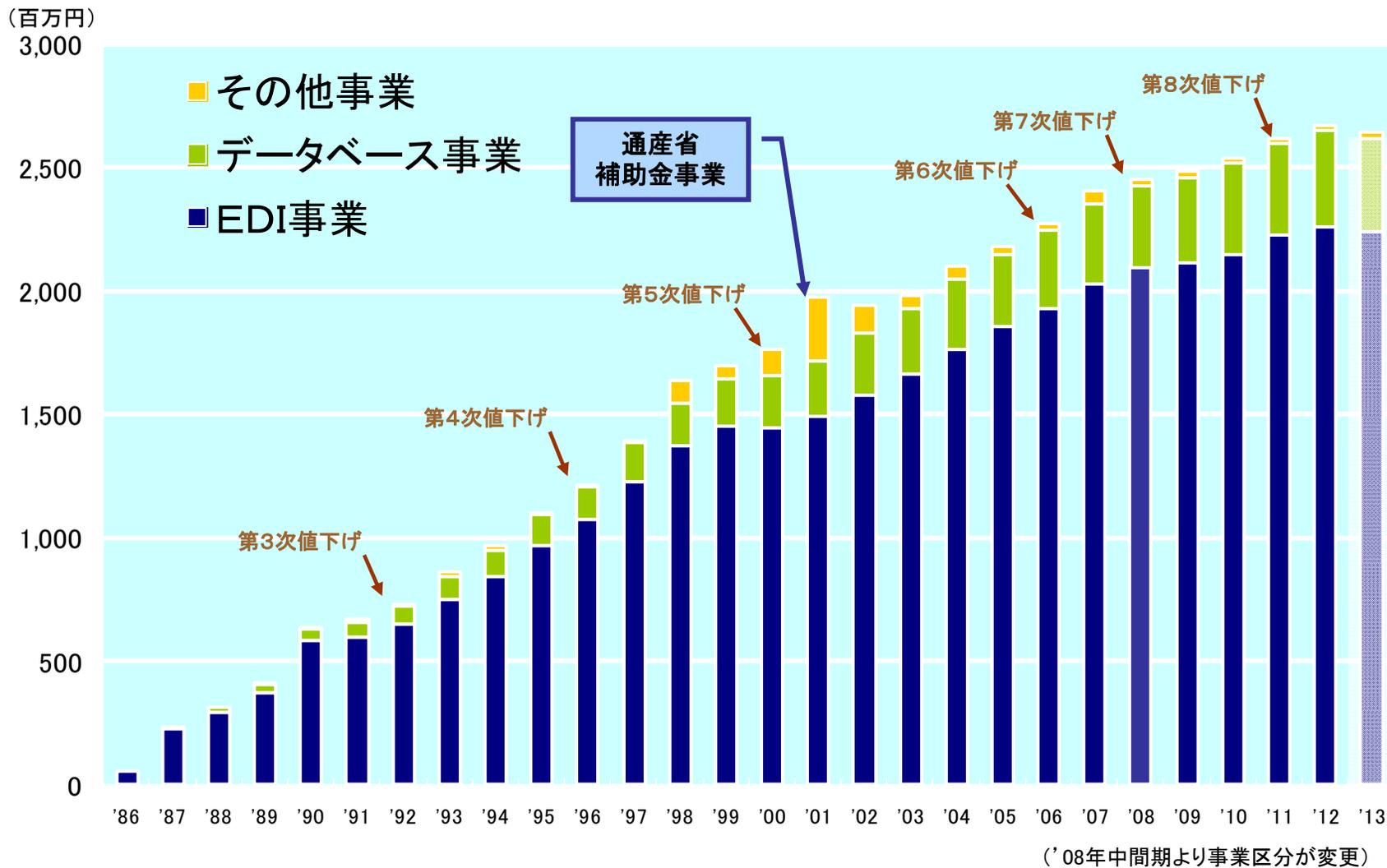


※EはEmployee
(従業員)を指します。

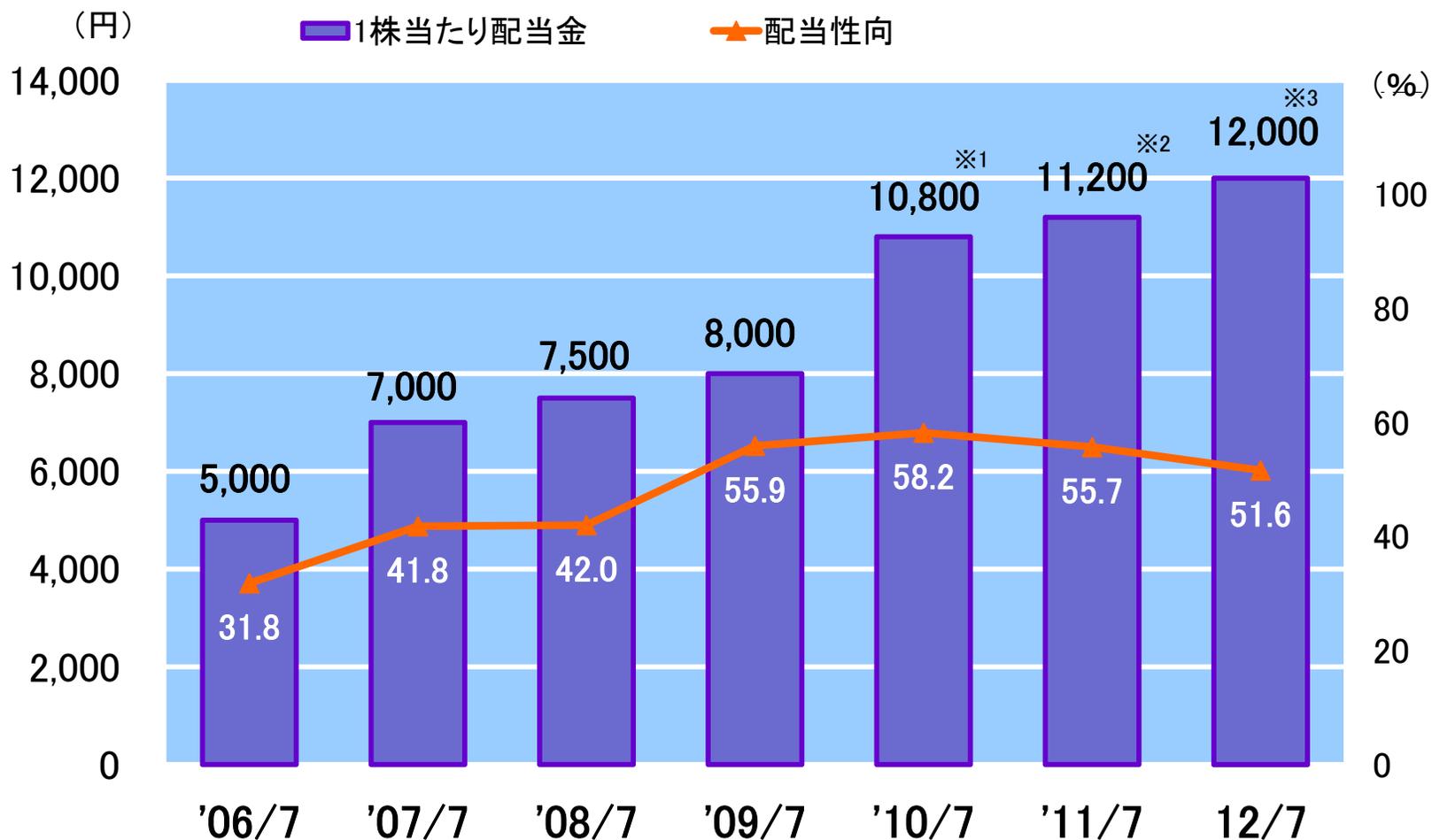
非定型業務の効率化支援
積極的な情報共有化



当社の強み① 安定した成長性



当社の強み② 株主への利益還元 – 配当金推移



(注)'09/8に400分割いたしました

※1 '10/7は27円 (普通配当22円・記念配当5円、分割前換算10,800円)

※2 '11/7は28円 (普通配当24円・記念配当4円、分割前換算11,200円)

※3 '12/7は30円 (普通配当30円・記念配当0円、分割前換算12,000円)

当社の強み③ 安定株主が多く、強固な財務基盤

当社の主な株主 2012年7月末時点

ライオン株式会社

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)

ユニ・チャーム株式会社

株式会社資生堂

サンスター株式会社

ジョンソン株式会社

エステー株式会社

日本製紙クレシア株式会社

牛乳石鹼共進社株式会社

プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社

小林製薬株式会社

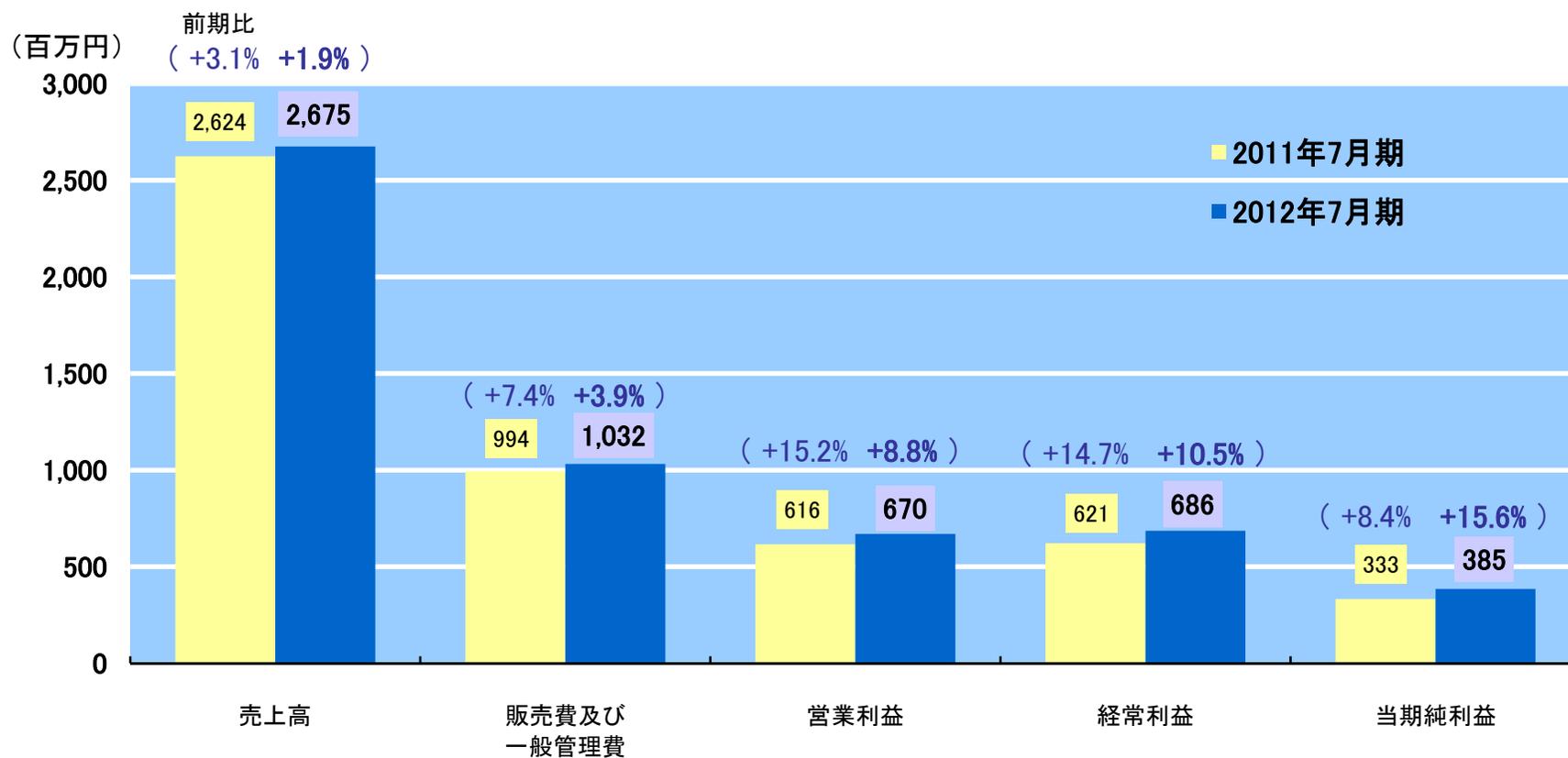
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社

クラシエホームプロダクツ株式会社 など

当社の現状 2012年7月期の業績概要①

2011年7月期 実績			2012年7月期 実績		
	(百万円)	率(%)	(百万円)	率(%)	前年同期比
売上高	2,624	100.0	2,675	100.0	+1.9%
売上総利益	1,610	61.4	1,703	63.7	+5.8%
営業利益	616	23.5	670	25.1	+8.8%
経常利益	621	23.7	686	25.7	+10.5%
当期純利益	333	12.7	385	14.4	+15.6%
1株当たり当期純利益	50円27銭	—	58円10銭	—	—
1株当たり配当金	28円	—	30円	—	—
配当性向	55.7%	—	51.6%	—	—

当社の現状 2012年7月期の業績概要②



- EDIサービス料金の値下げによって、一般用医薬品(OTC医薬品)分野を中心にユーザーのすそ野が着実に広がり、売上・利益ともに過去最高。
- EDI通信処理データ量の増加に伴って、売上原価率が低減。

当社の現状 2012年7月期の業績概要③

- 11期連続の増配達成(予定)。
- OTC医薬品、介護用品、家庭用品などの業界でEDIサービスの利用が広がり、通信処理データ量が増加。
- EDIサービスのデータ処理を行うセンターマシンとして第6世代となる「クラウド型新システム」が稼働を開始。
- 「世界クラウドEDIサービス」の開始を発表。
- 商品マスタ登録支援サービスの利用拡大。
- 新製品カタログWebアプリの機能強化。
- 医薬品説明文書データベースサービスの機能を向上。

当社の現状 2012年7月期のセグメント別概況、売上高

● EDI事業

新規ユーザーが19社増加。

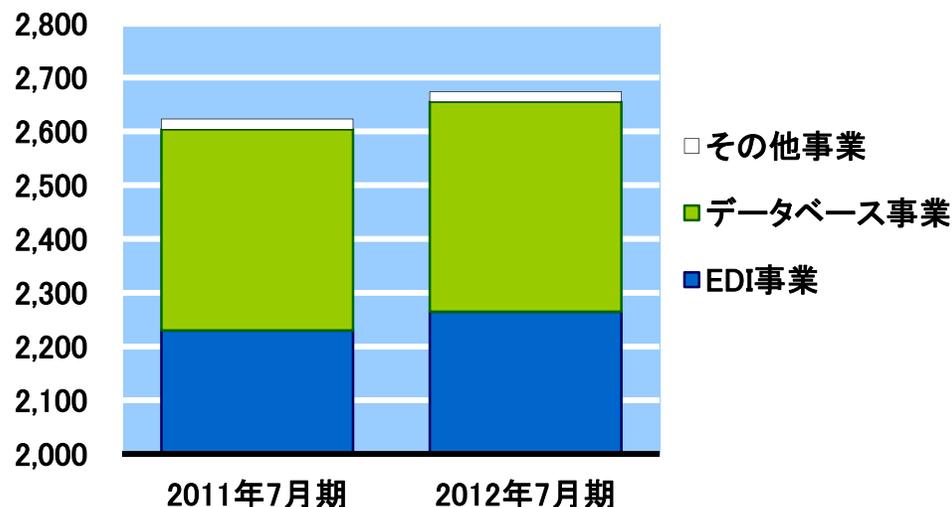
EDI通信処理データ量が前期比 5.0% 増加。

● データベース事業

商品マスタ登録支援サービスのユーザーが増加

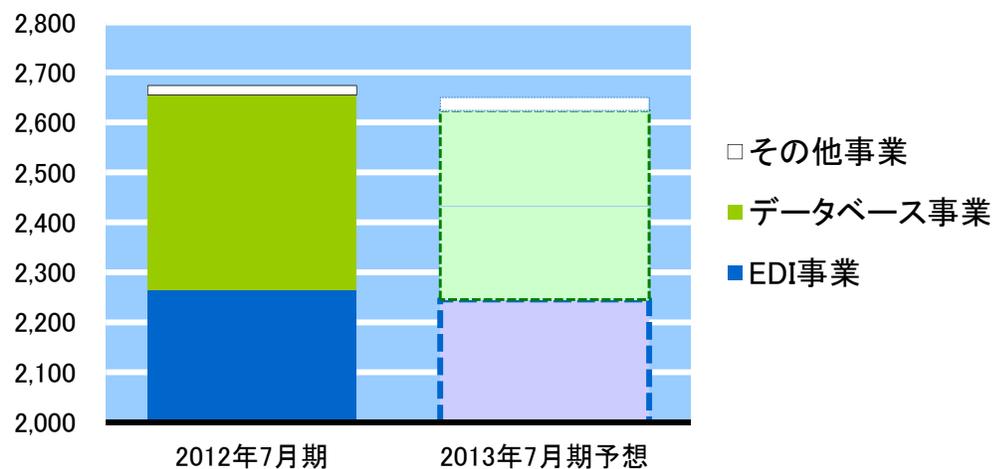
● その他事業

開発一時金が減少



2011年7月期 通期実績			2012年7月期 通期実績			
	(百万円)	構成比(%)		(百万円)	構成比(%)	前年同期比
売上高	2,624	100.0	売上高	2,675	100.0	1.9%
EDI事業	2,230	85.0	EDI事業	2,265	84.7	1.6%
データベース事業	374	14.3	データベース事業	390	14.6	4.2%
その他事業	19	0.7	その他事業	19	0.7	△2.4%

当社の現状 2013年7月期の業績予想

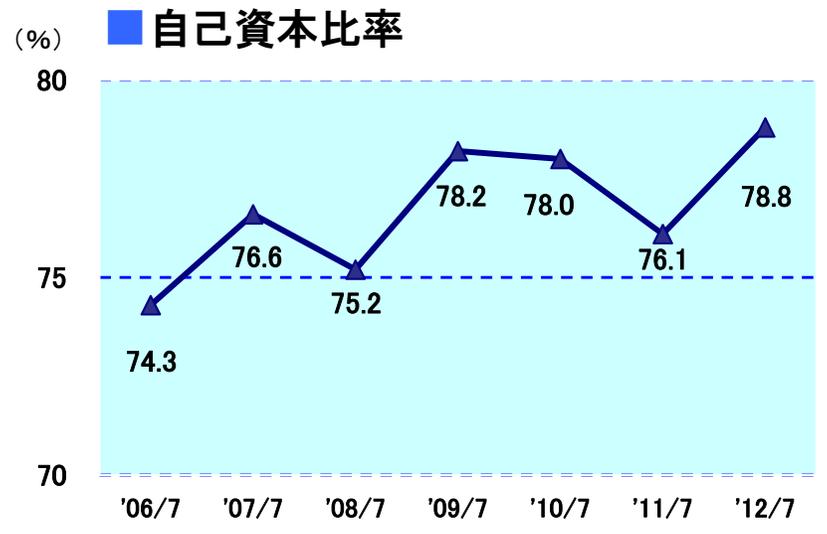
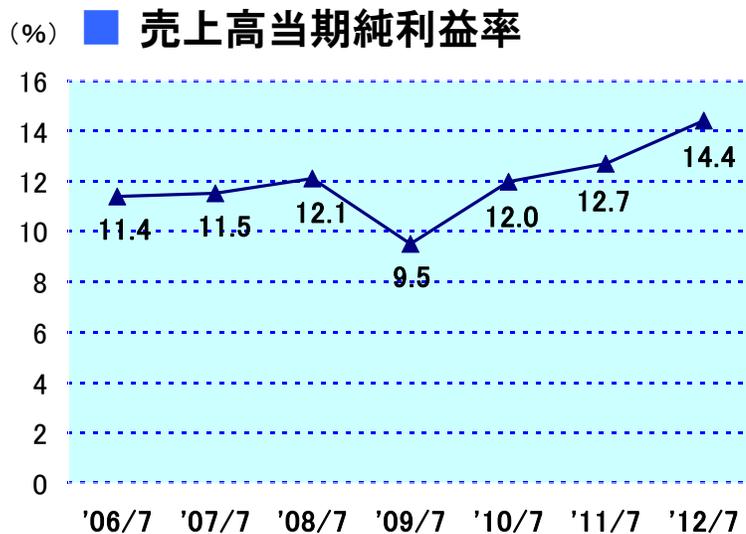
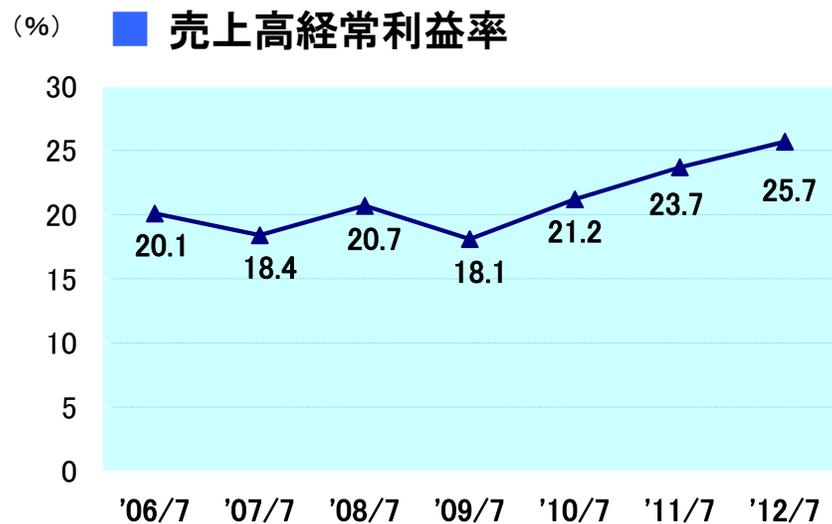
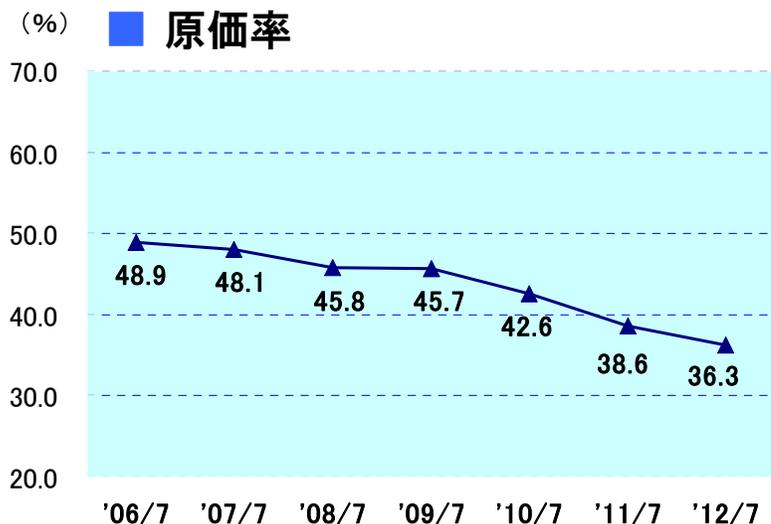


2012年7月期 実績			2013年7月期 予想			
	(百万円)	構成比(%)		(百万円)	構成比(%)	前年同期比
売上高	2,675	100.0	売上高	2,650	100.0	△1.0%
EDI事業	2,265	84.7	EDI事業	2,246	84.7	△0.8%
データベース事業	390	14.6	データベース事業	378	14.3	△3.1%
その他事業	19	0.7	その他事業	26	1.0	34.7%
営業利益	670	—	営業利益	670	—	△0.1%
配当金	30 円	—	配当金	30 円	—	—

当社の現状 2013年7月期のポイント

- 業界EDIの高度利用を促す料金体系のもと、データフォーマット(仕様)が従来の固定長から、先進的で安価な可変長への切り換えが進むため、EDI事業は減収。
- 可変長フォーマットへの切り換えに伴って、取引先データベースのコード管理料も減収。
- バイヤーズネット新サービスの導入推進により、その他事業は増収。

当社の現状 経営指標の推移



成長戦略① EDIサービスの収益構造

発注伝票

○×株式会社

	品番	商品名	個数	単価	合計
1	A-12	シャンプーA	20	300	6,000
2	B-34	リンスB	15	300	4,500
3	C-56	歯ブラシC	50	100	5,000
4	D-78	ハンドソープD	30	250	7,500
5	E-90	石鹸E	20	120	2,400

伝票1行に相当する1レコードの通信料：約1円

【毎月およそ1.2億レコードを通信処理】

事業別売上高



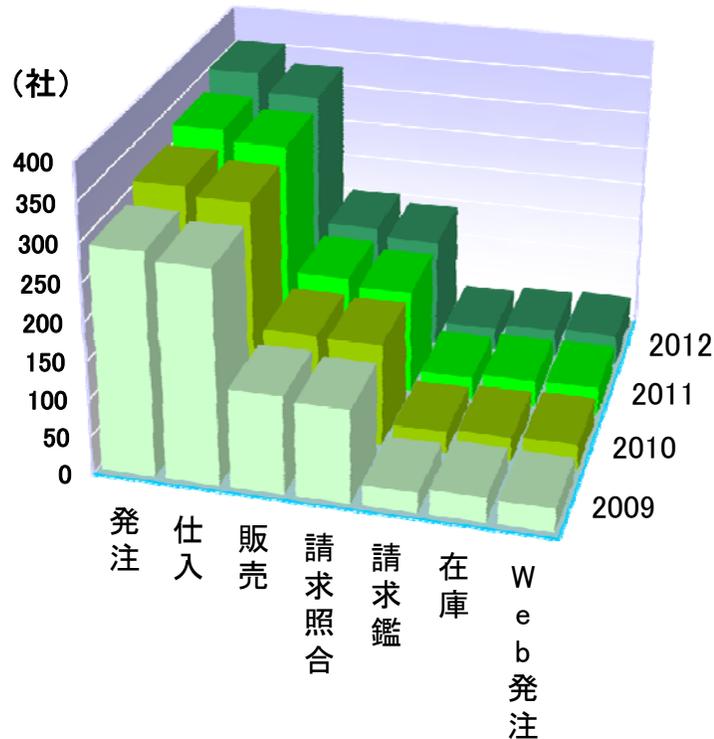
2012年7月期

売上高の8割以上を占める
プラネットの主要サービス

既存ユーザーの更なるデータ種類の利用拡大を推進

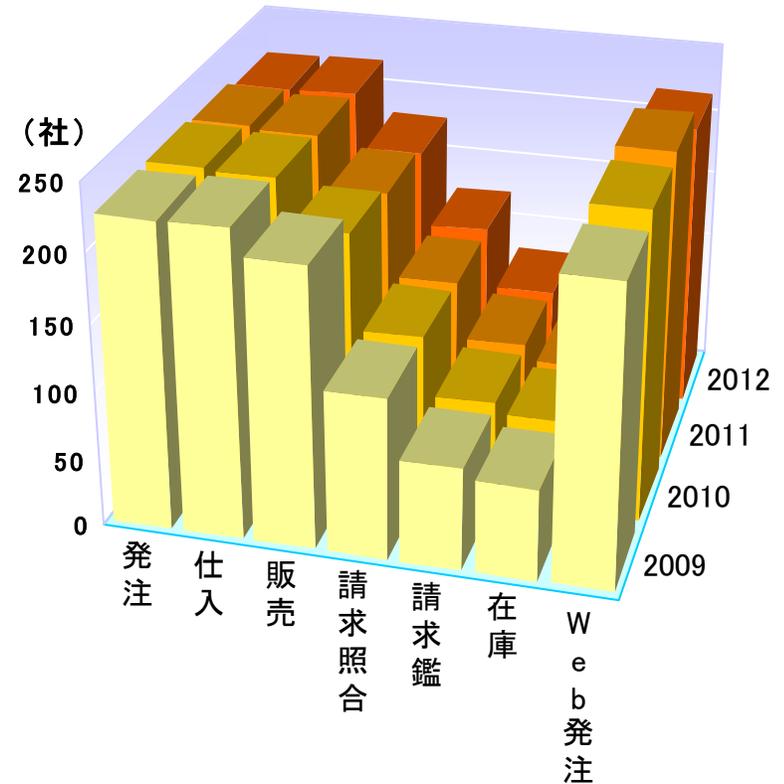
メーカー

(計417社)



卸売業

(計463社)



※基幹EDIでは全24種類のデータが利用可能

成長戦略④ マーケティング・ネットワークとしての付加価値向上

<基幹系>

EDIサービス

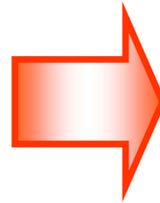
定型業務

手順が一定

- ・ 受注
- ・ 請求書発行
- ・ 給与計算 など

対象：特定の専任担当者

目的：省力化



<情報系>

データベース

バイヤーズネット

非定型業務

手順は様々、試行錯誤が必要

- ・ マーケティング
- ・ 企画
- ・ 分析 など

対象：経営者から一般の社員

目的：問題解決

$$\text{生産性向上} = \frac{\text{産出} \rightarrow (\text{一定})}{\text{投入} \searrow (\text{下げる})}$$

$$\text{生産性向上} = \frac{\text{産出} \nearrow (\text{上げる})}{\text{投入} \rightarrow (\text{一定})}$$

成長戦略④

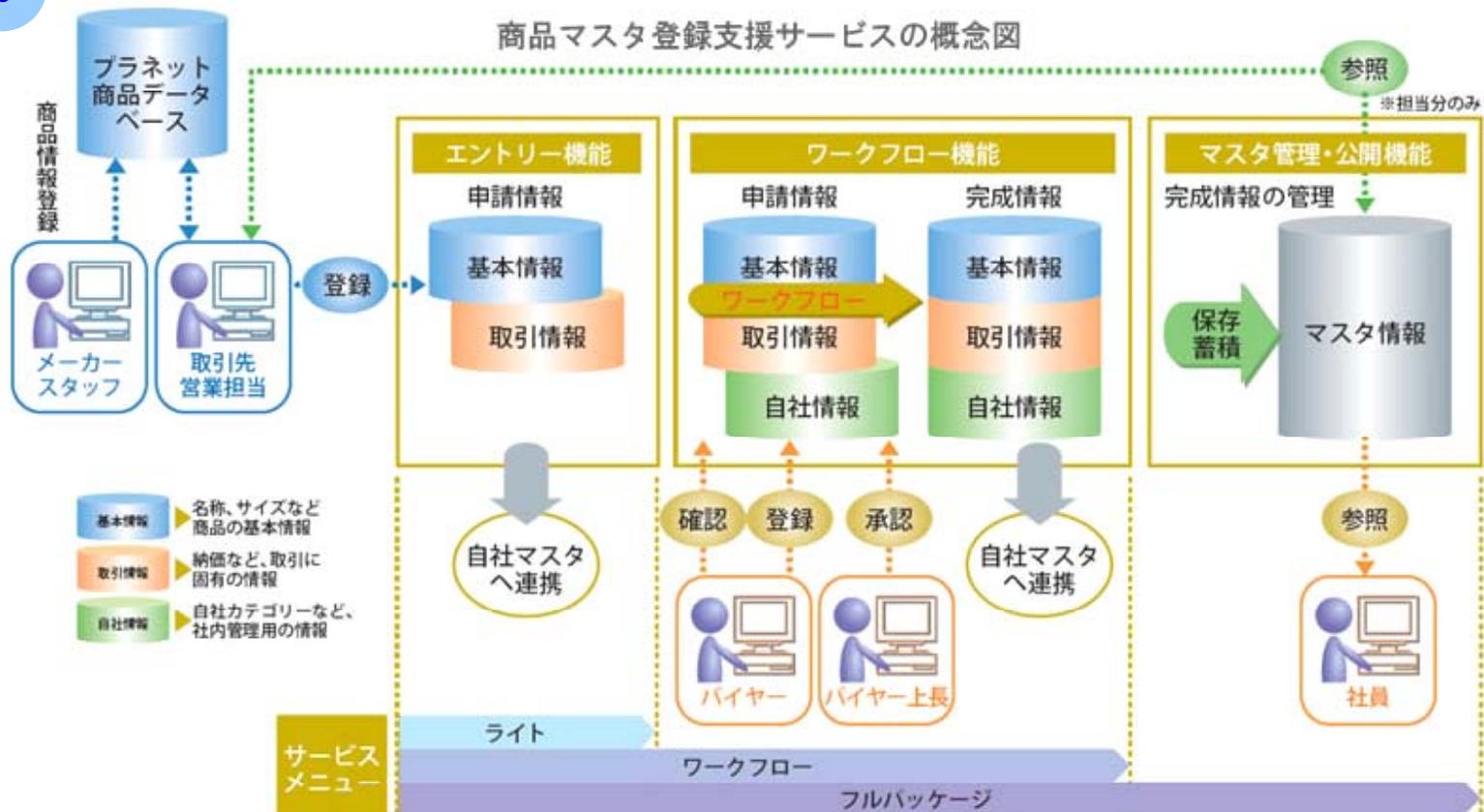
マーケティング・ネットワークとしての付加価値向上

A. 商品マスタ登録支援サービス

特徴

- ・商品データベース活用により、仕入先の登録業務が効率化
- ・商品マスタの精度が向上し、マスタ登録業務がスピードアップ
- ・卸売業16社、小売業6社が活用中

データの流れ



2008年10月にプラネットが筆頭株主となった、小売業の顧客ID付POSデータを収集・分析するマーケティング・サービス・プロバイダー。

2011年1月に同社の協力を得て、バイヤーズネットへ掲載を開始した「ドラッグストア商品購入リピート率ランキング」は、人気コンテンツとして好評連載中。

会社概要

所在地：〒105-0011 東京都港区芝公園2-3-3 寺田ビル6F

URL：<http://www.cust-communications.com>

設立：2000年10月10日

資本金：7億2,800万円

株主構成：	株式会社プラネット	41.1%
	三菱商事株式会社	17.4%

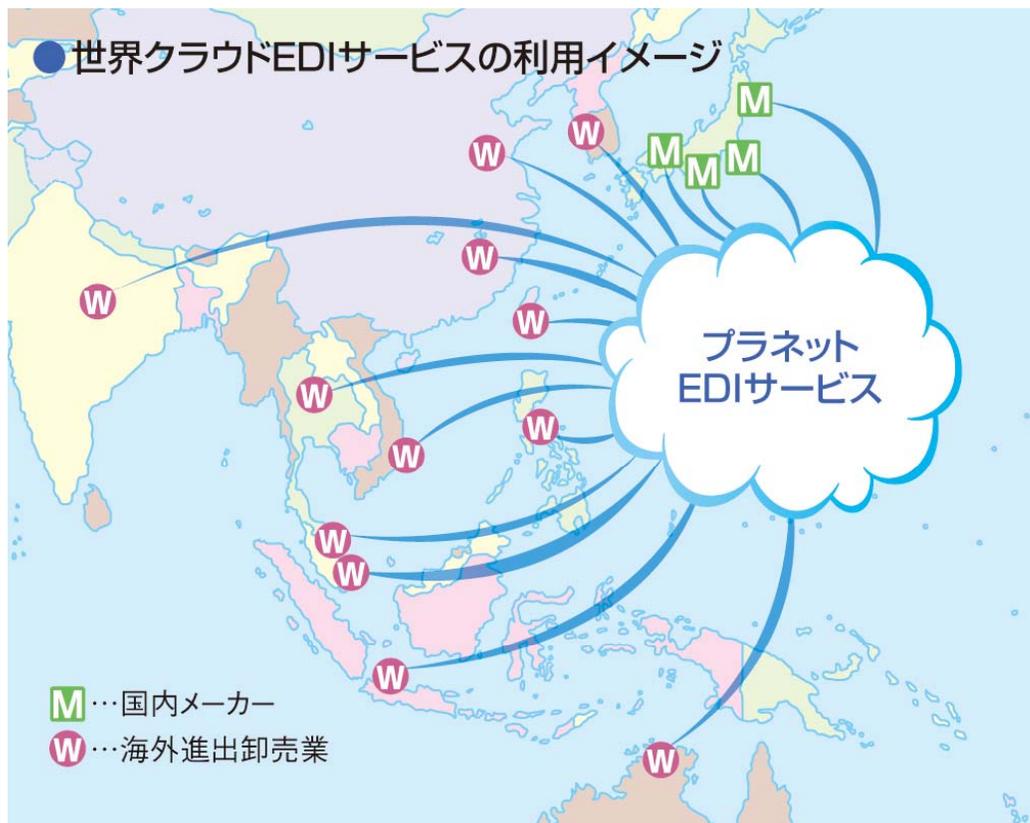
旭食品(株) (株)アルビス (株)加藤産業 カナカン(株) (株)JPS (株)ジャンメクレディア
 大日本印刷(株) 中央物産(株) TIS(株) (株)トーカン 東芝テック(株) ハリマ共和物産(株)
 (株)廣屋国分 (株)マルイチ産商 三菱食品(株) 三菱UFJニコス(株) ヤマエ久野(株)
 (社名:50音順)

事業内容：

- 食品スーパー、ドラッグストア等の小売業に対するASPサービス(ロイヤルティ・マーケティング支援サービス)の提供
- 小売業の顧客ID付POSデータを集計・分析したマーケティングデータを食品・飲料・日雑・薬品メーカーに提供

世界クラウドEDI :

クラウド・コンピューティング技術を採用した、世界中どこからでも利用可能なEDIサービス

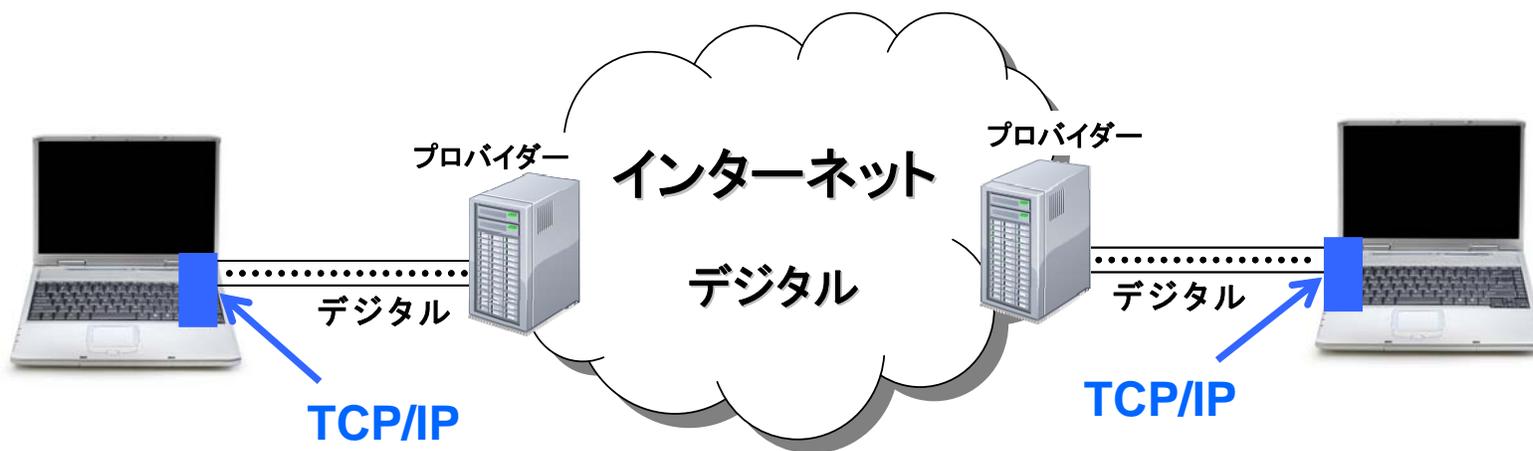
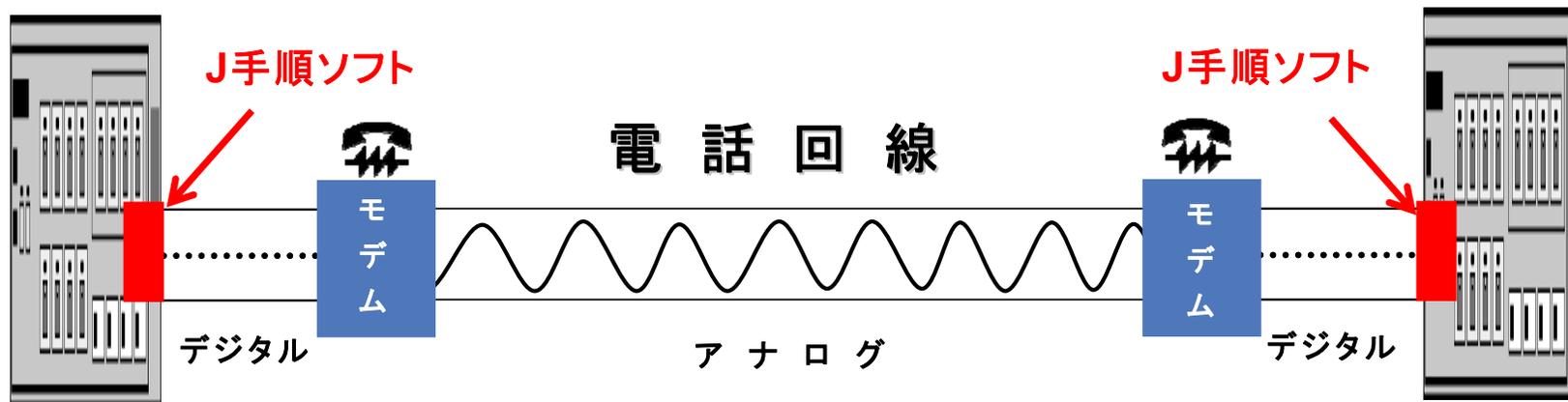


プラネットEDIサービスユーザーの卸売業が海外に進出した場合でも、国内メーカーとの取引においては、クラウド型に進化した、プラネットのEDIサービスをそのまま利用できる、というサービス。

現時点ではユーザー企業の姿勢が慎重なため、「世界クラウドEDI」に関心のある卸やメーカーを対象とした勉強会を定期的を開催するなど、普及に向けた活動を展開中。

安全化対策への取組み ① J手順サービスの終了

2009年10月のJ手順サービス提供終了により、
当社EDIサービスはデジタル通信へ完全移行

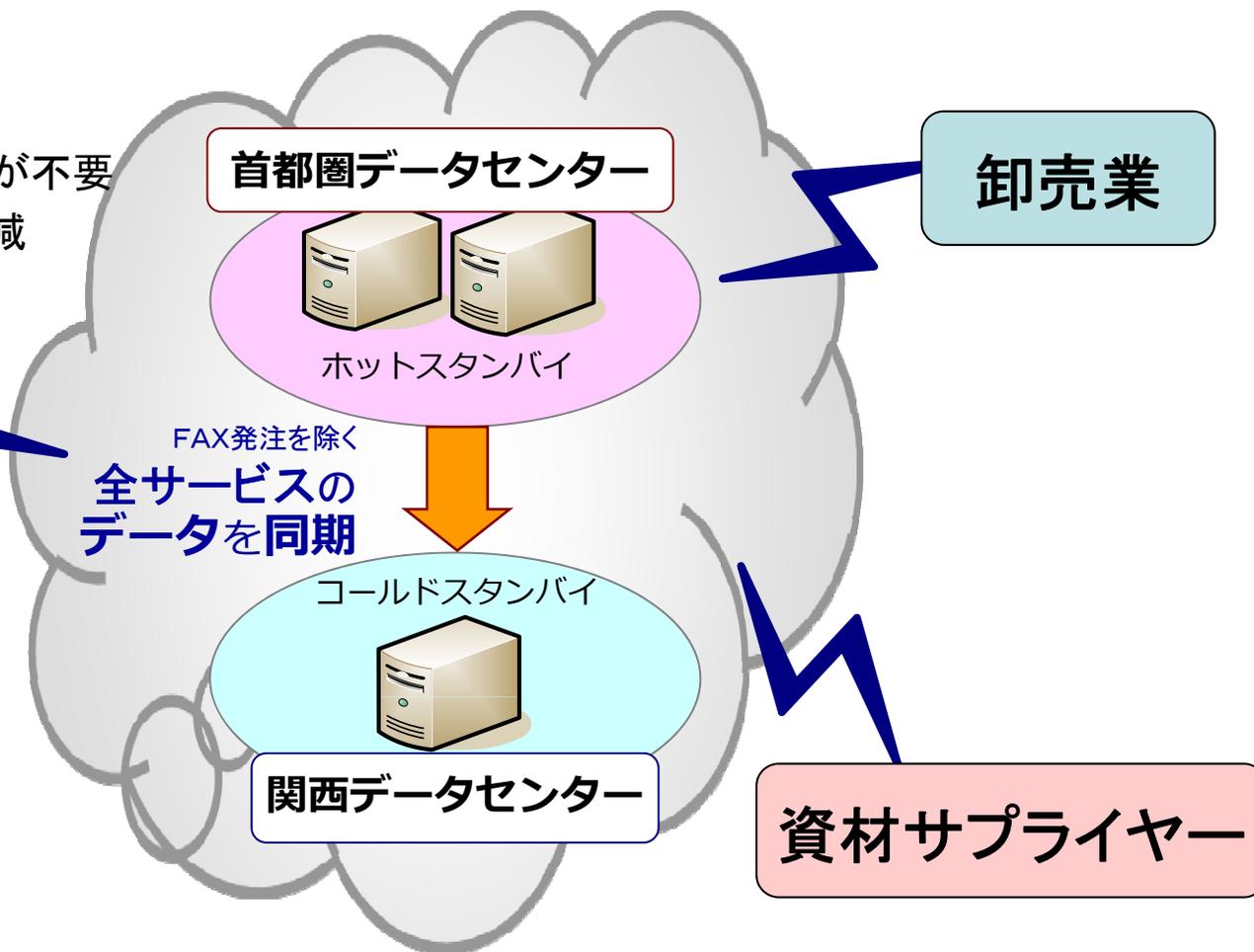


クラウド型新システムへ移行完了 2011.8

特徴

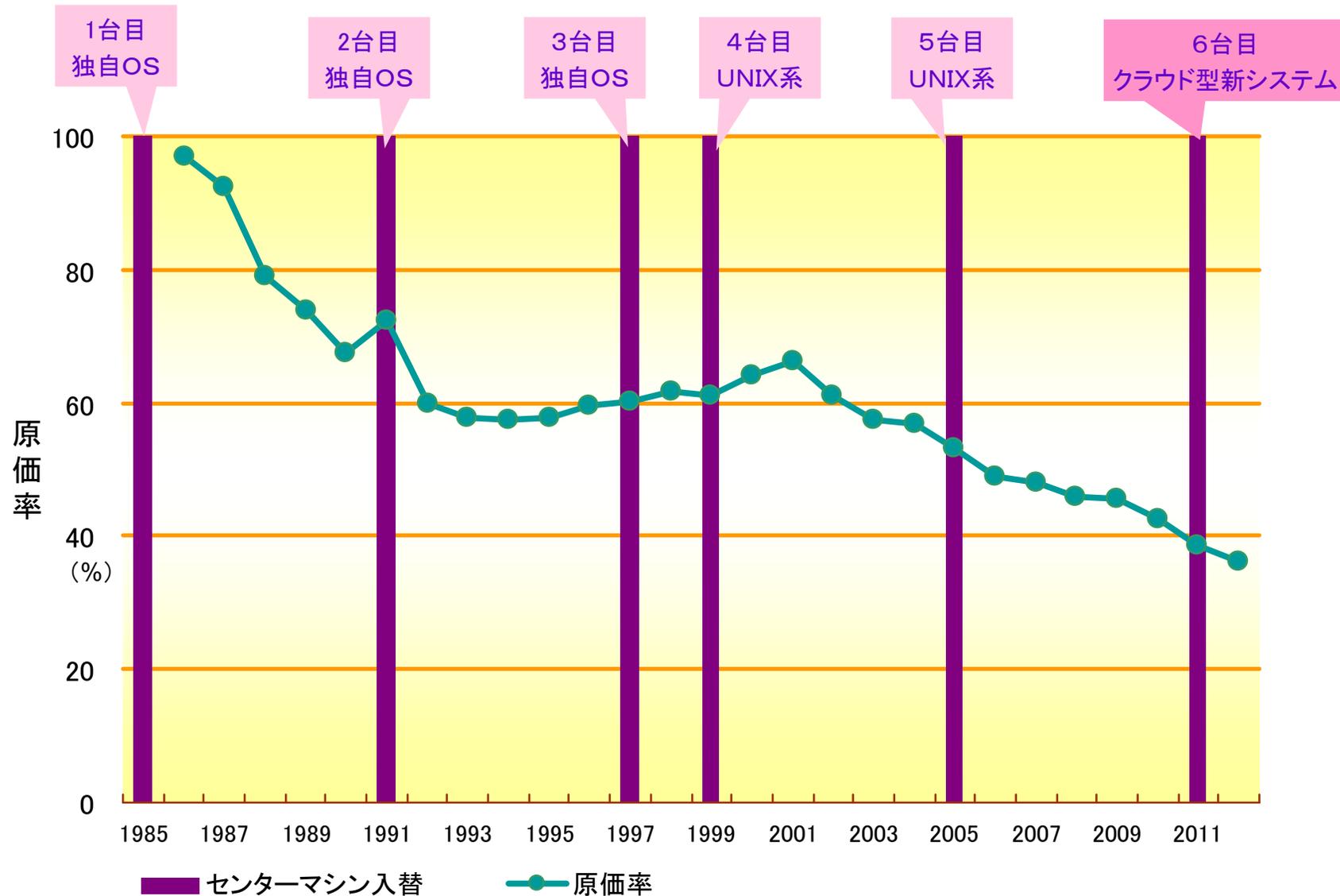
- ・さらなる安全性の向上
- ・非常時のEDI接続先変更が不要
- ・拡張性を高め、コストも削減
- ・世界中から接続可能

メーカー



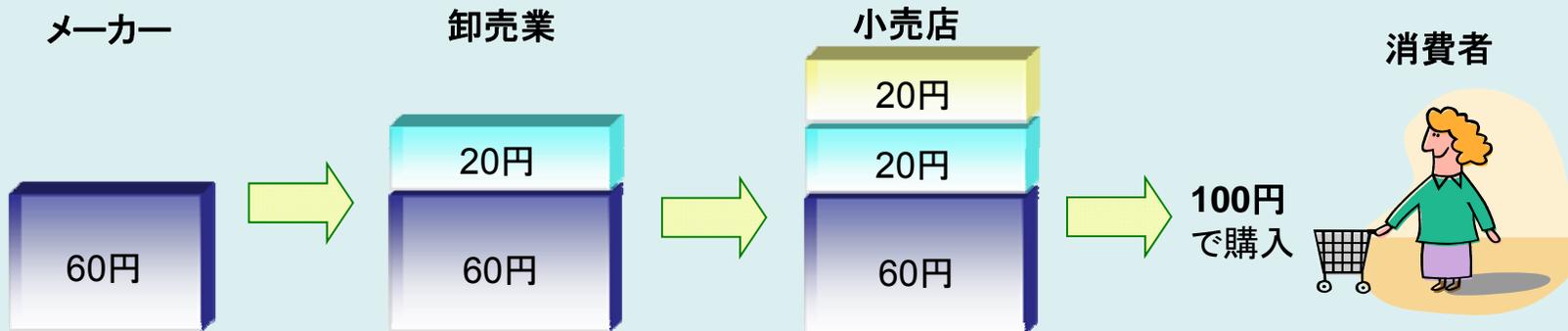
資材サプライヤー

参考資料1. センターマシン入替と原価率



参考資料2. 卸売業は中間搾取か？

一般的イメージ

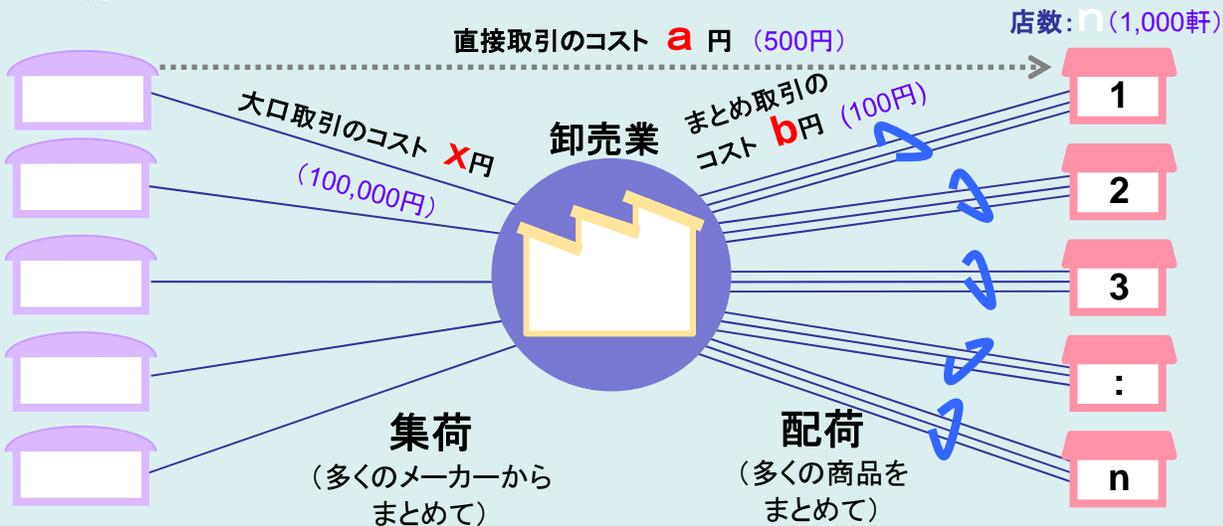


実態

卸売業は、多数のメーカーと多数の小売店を結ぶ「中間結接点」

メーカー

小売店



$$\text{直接取引総コスト} = an$$

$$= 500 \times 1,000 = 500 \text{ 千円}$$

$$\text{卸流通コスト} = x + bn$$

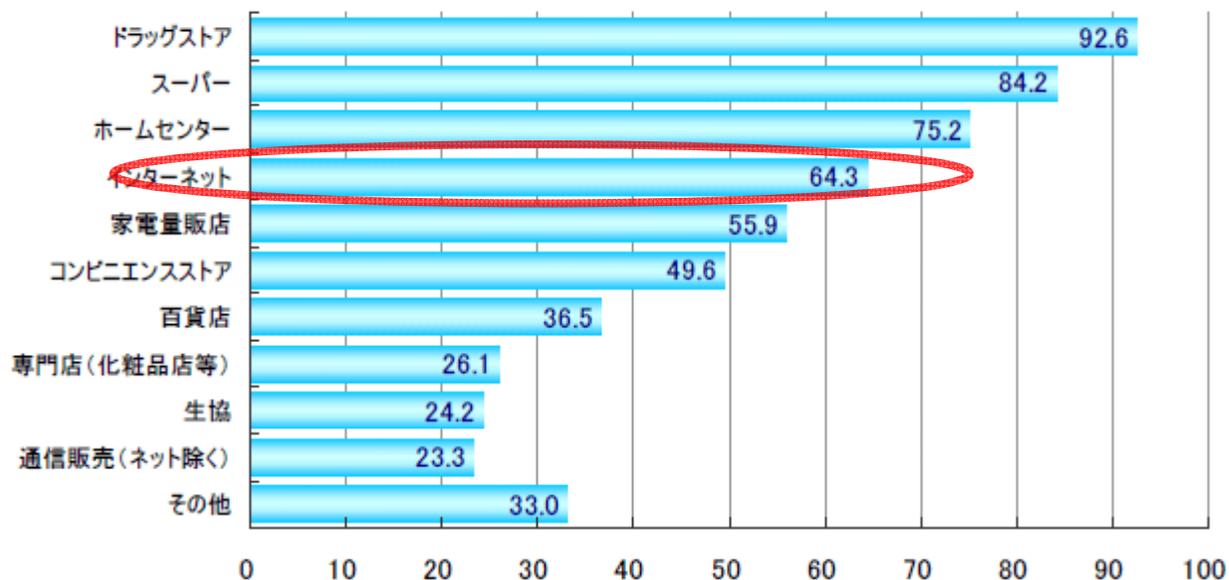
$$= 100 \text{ 千円} + (100 \times 1,000) = 200 \text{ 千円}$$

どちらが安いかな？

$$an > x + bn$$

$$a - b > \frac{x}{n}$$

参考資料3. インターネットは日用品流通をどう変えるか



- 日用品購入状況に関する
消費者インターネット調査の概要
- ・対象地域 : 全国
 - ・対象者 : 一般インターネットユーザー
(20~69歳の男女)
 - ・有効回答数 : 8,566名
 - ・実施期間 : 2011年8月4日~8月11日
 - ・調査機関 : ネットリサーチ「DIMSDRIVE」
(インターワイヤード株式会社が運営)

「普段の日用品購入先」第4位に「インターネット」

回答者全体のうち、「インターネット」を挙げた回答者は64.3%(女性72.7%、男性57.0%)

↓
2011年5月発表の総務省「平成22年通信利用動向調査の結果」のインターネット人口普及率78.2%を勘案すると、
日本人の半数以上が、日用品をインターネットで日常的に購入
(78.2% × 64.3% = 50.28%)

(注) 調査結果の詳細はプラネットホームページ上の報告書 http://www.planet-van.co.jp/news/pdf/20111212_report.pdf にてご覧いただけます。

参考資料4. 新任代表取締役社長のプロフィール

経営体制の強化・充実を図るため、
代表取締役が異動します

- ・ 新役職名：代表取締役社長（10月25日就任予定）
- ・ 氏 名：田上 正勝（たがみ まさかつ）
- ・ 出身地：兵庫県豊岡市
- ・ 生年月日：1964（昭和39）年 3月9日
- ・ 最終学歴：1988（昭和63）年 関西大学 法学部卒
- ・ 職 歴：システムコンサルティング企業を経て、
1993年に（株）プラネット入社。
システム管理部、営業推進部を経て、ネットワーク企画部で16年、
企画開発業務に従事。
常務取締役 執行役員常務（現任）



ご清聴ありがとうございました。

IR担当窓口

株式会社プラネット
経営企画室

TEL : 03-5962-0811

FAX : 03-6402-8421

e-mail : ir@planet-van.co.jp

URL : <http://www.planet-van.co.jp>

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。