

# 株式会社プラネット

2009年7月期 決算説明会

株式会社プラネット

代表取締役社長 玉生弘昌

2009年9月25日

2009年7月期

決算概要



## 2009年7月期 決算概要

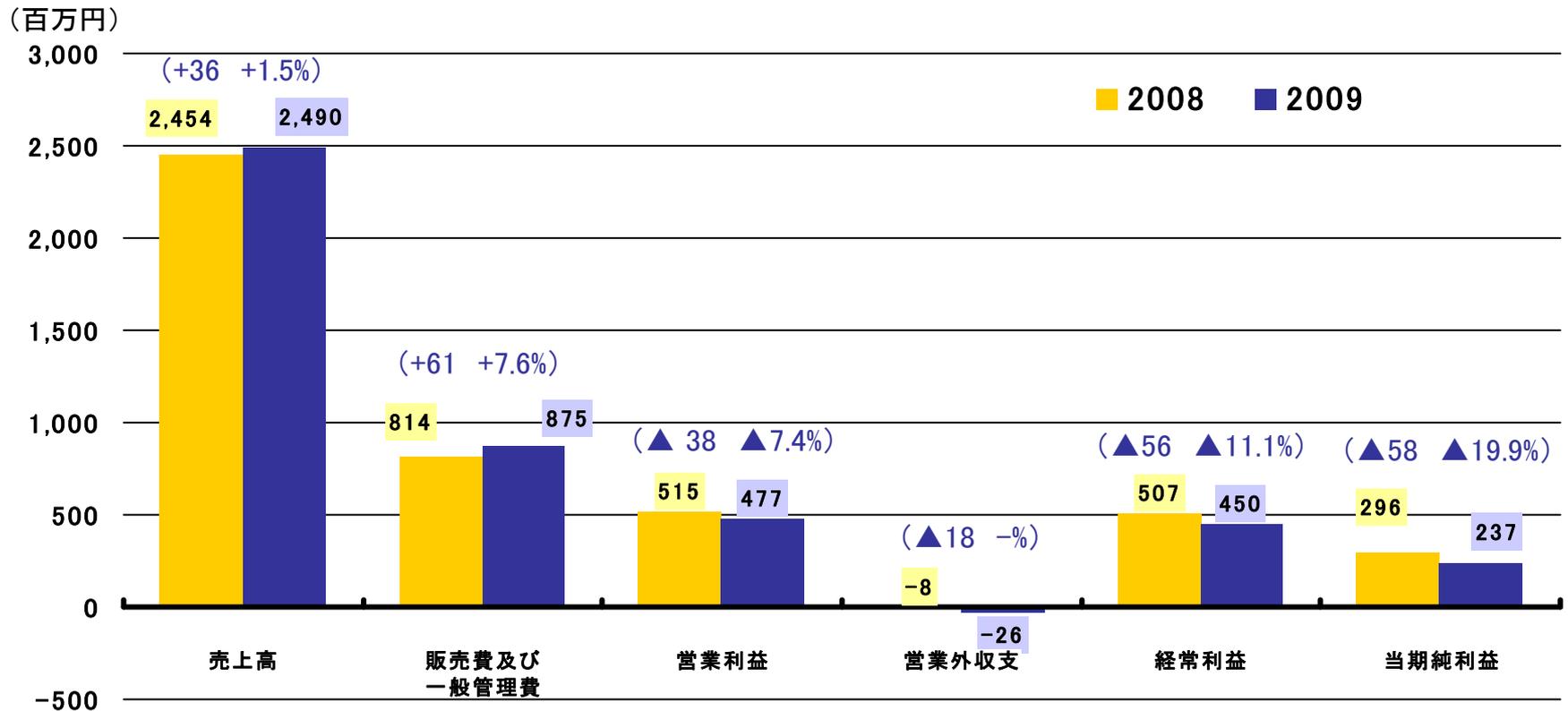
2009年7月期の業績概要	4
経営指標の推移	8
2010年7月期の業績予想	10

## 経営戦略

EDIについて	13
成長戦略(既存分野・新規開拓分野)	14
業界全体を結ぶEDI実現への道筋	22
プラネットの成長曲線	23



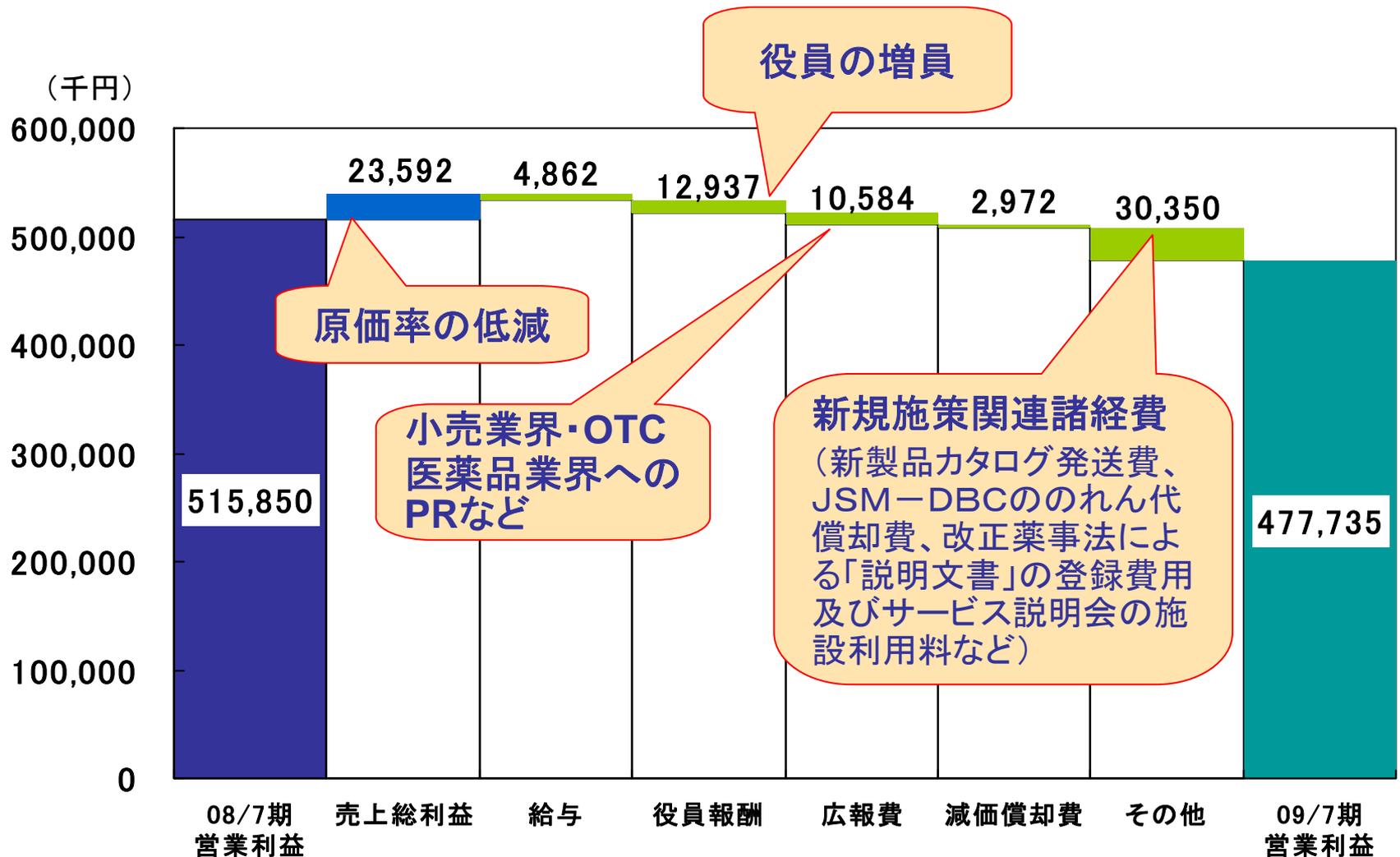
# 2009年7月期の業績概要①



- 消費低迷による化粧品日用品業界の取引量の減少が当社のEDIデータ量の縮減をもたらし、売上計画目標は若干下回ったものの増収となった。
- 小売ネットワークシステム充実及び改正薬事法対応のための先行投資を実施するとともに原価率低減とコスト削減を図り営業利益は計画目標を上回ったが、保有有価証券評価損を計上したため経常利益は計画目標を下回ったことから減益となった。



## 2009年7月期の業績概要②





## 2009年7月期の業績概要③

### 売上高

- EDI事業における通信処理データ量は約12億6,878万レコードを達成し、前年同期比で1.9%増と堅調に推移。
- インターネットEDIサービスの「SMOOTHEDI®」の利用が着実に進む。
- 「SMOOTHEDI®」がB2Bソフトウェアの世界標準認定を業界EDI運営会社として日本で初めて取得(米国Drummond Group Inc.による)。これを受け、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社(以下P&G社)がP&G米国本社のサーバーを経由するかたちで利用を開始。
- 「商品マスタ登録支援サービス」※の流通業による導入が続く。
- 一般消費財の流通関係者向けに「2009年秋冬新製品カタログ」を発行。
- 改正薬事法に対応した「医薬品説明文書DB」サービスのドラッグストアなど小売業による利用が始まる。
- 情報インフラストラクチャーとしての事業継続性を重視した安全化対策を訴求。

※ 当社の商品データベースを活用し、卸売業・小売業の商品マスタや台帳のメンテナンス業務を効率化するサービス



## 2009年7月期の業績概要④

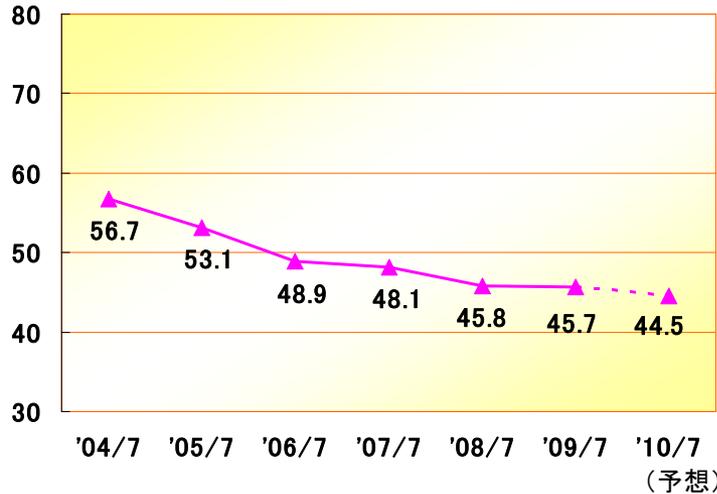
### 利益

- 2005年に更新したハードウェアが安定的に稼働していることで原価率が引き続き低減。
- 「商品マスタ登録支援サービス」、「医薬品説明文書データベースサービス」、「小売EDIサービス」など小売ネットワークシステム充実を図るための販管費、宣伝費等が増加。
- 金融市場の不安定化に伴い発生した保有有価証券評価損を計上。

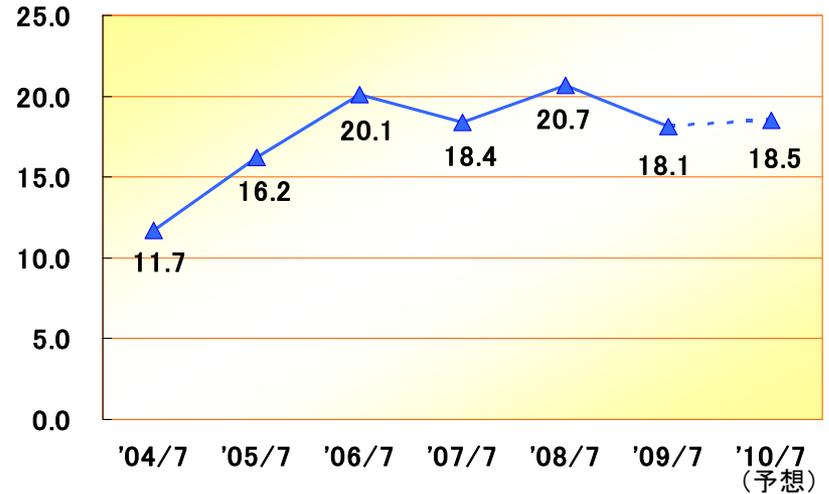


# 経営指標の推移

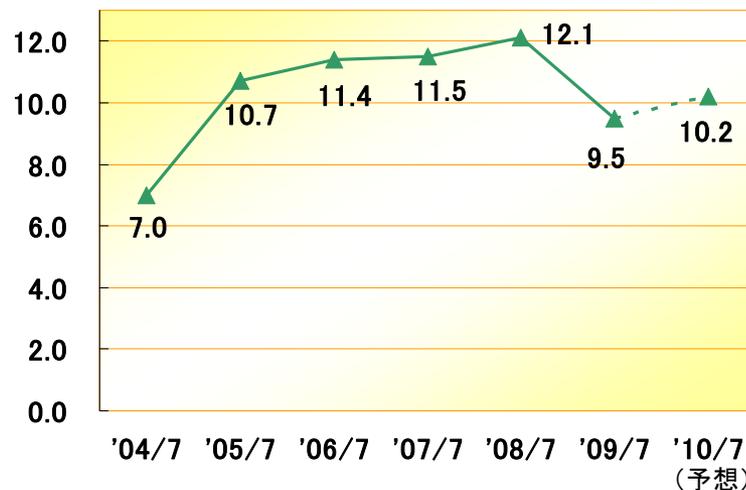
(%) ■ 原価率



(%) ■ 売上高経常利益率



(%) ■ 売上高当期純利益率



(円) ■ 1株当たり配当金/配当性向 (%)



※※平成21年8月1日をもって当社株式を400分割のうえ単元株式数を100株とする単元株制度を採用し、投資単位当たりの金額を従来の4分の1に引き下げた。前期換算8,800円で800円の増配。

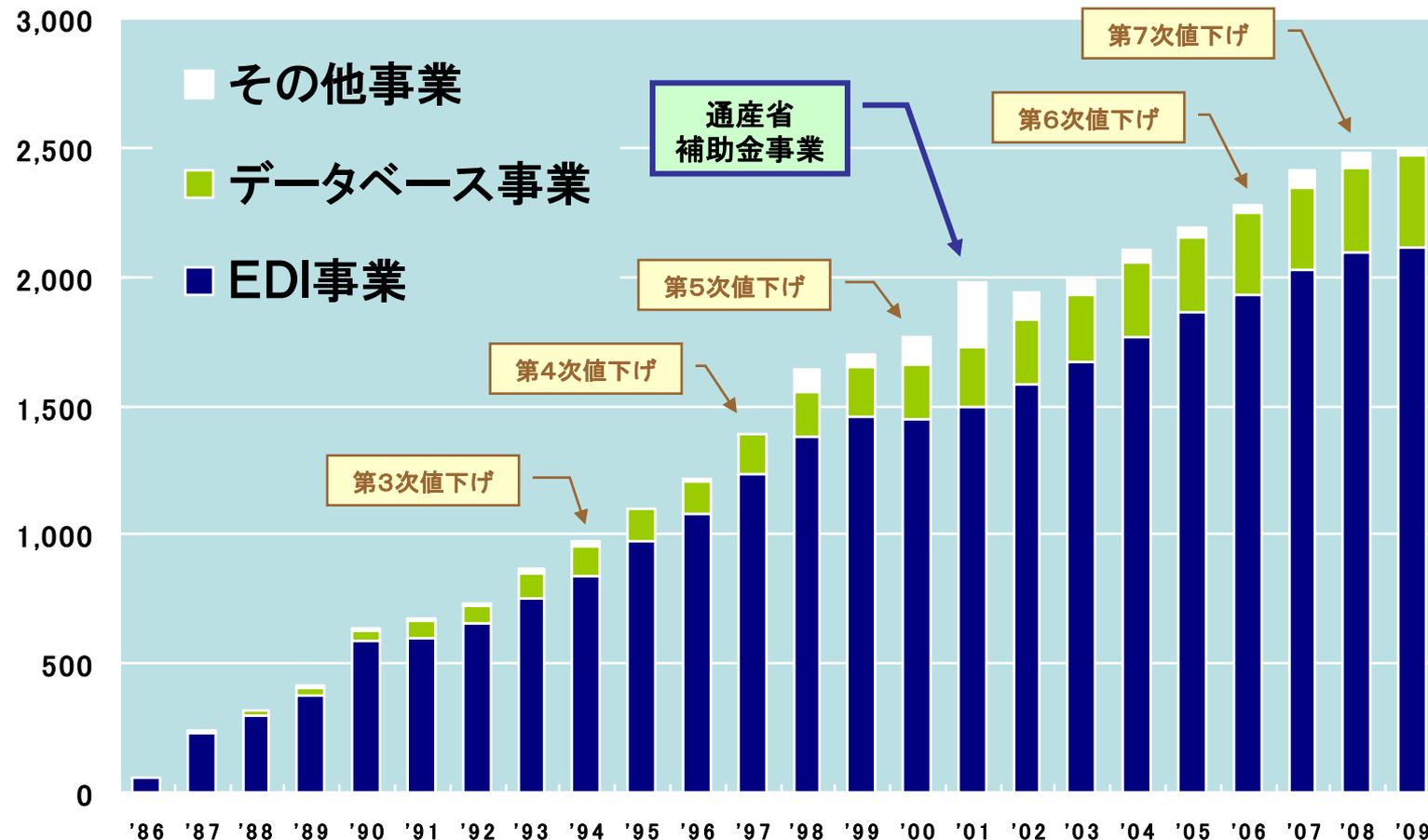


# 参考資料

## 事業別売上高推移

(百万円)

● 利用企業数の増加に伴い過去に7回値下げ





## 2010年7月期の業績予想①

'09/7 実績			'10/7 予想			
	(百万円)	率(%)		(百万円)	率(%)	前年同期比
売上高	2,490	100.0	売上高	2,540	100.0	+2.0%
売上総利益	1,353	54.3	売上総利益	1,410	55.5	+4.2%
営業利益	477	19.2	営業利益	460	18.1	▲3.7%
経常利益	450	18.1	経常利益	470	18.5	+4.3%
当期純利益	237	9.5	当期純利益	260	10.2	+10.2%
1株当たり当期純利益	14,316円69銭	—	1株当たり当期純利益 (分割前換算)	39円21銭 (15,684円00銭)	—	—
1株当たり配当金	8,000円	—	1株当たり配当金 (分割前換算)	22円 (8,800円)	—	—
配当性向	55.9%	—	配当性向	56.1%	—	—



## 2010年7月期の業績予想②

### 業績予想

#### 売上高

- EDIサービスにおける利用企業数と利用率の拡大。
- 小売EDIの普及を促進。
- バイヤーズネットのさらなる育成。
- カスタマーコミュニケーションズ株式会社との協力によるマーケティングネットワーク機能の強化。

#### 営業利益

- 将来を見据え、小売ネットワークシステム充実を図る先行投資。
- 最新技術やBCPを考慮した新システム基盤の構築を開始。

# 經營戰略

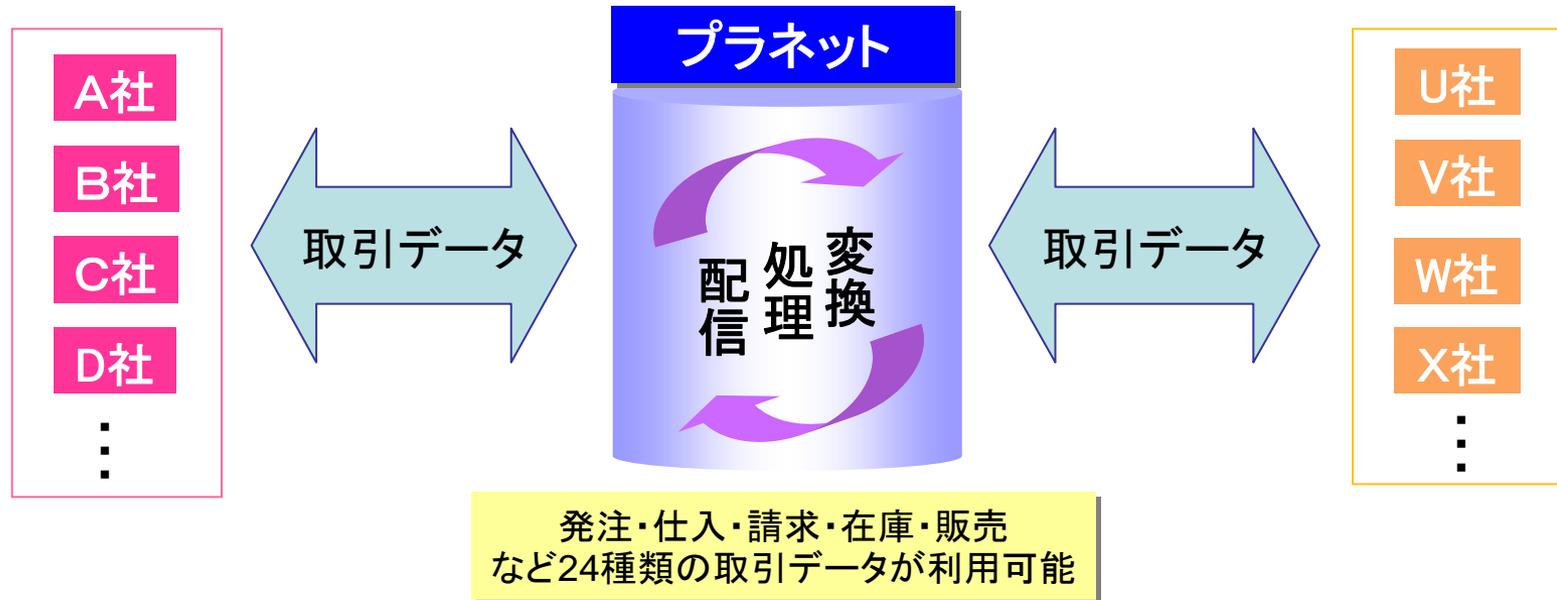
2010年度～中長期的展望



# EDIについて

**EDIとは**・・・複数の企業と取引先の間で、商取引のための各種情報(注文書や請求書等)を、お互いのコンピュータが通信回線(ネットワーク)を介してコンピュータ同士で交換すること。

※(Electronic Data Interchange)電子データ交換の略。



プラネットを介することで、業界内で各社バラバラな仕様で送られていたデータのやり取りがスムーズに



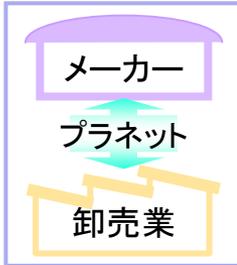
# 成長戦略①【全体構造】

プラネットのEDIサービスの総合的な拡大を目指す

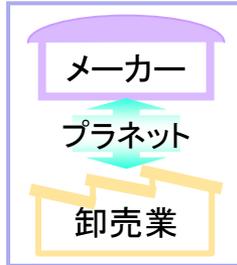
売上高 約24億円（メーカー・卸売業間）

既存分野

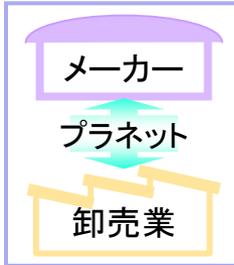
日用品・化粧品



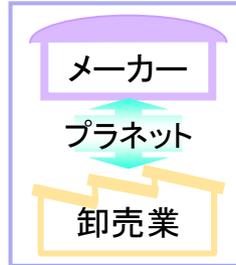
ペット食品・用品



大衆薬



消耗家電



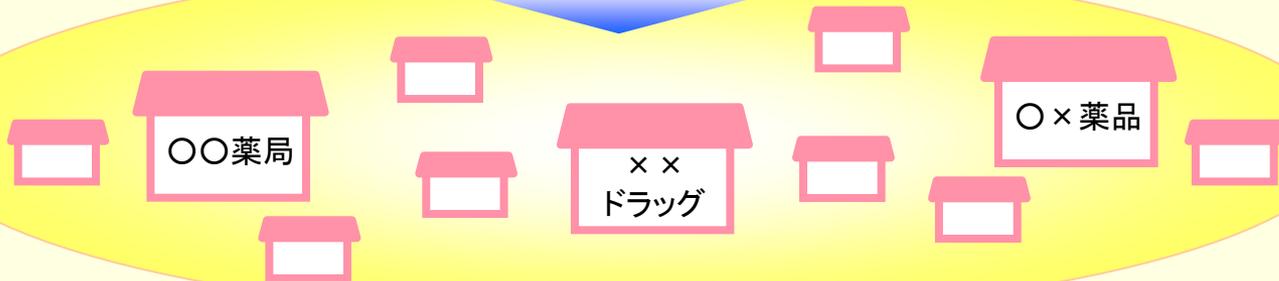
家庭用品



...  
(その他隣接業界)

プラネット

新規開拓分野



ドラッグストア業界(小売業)

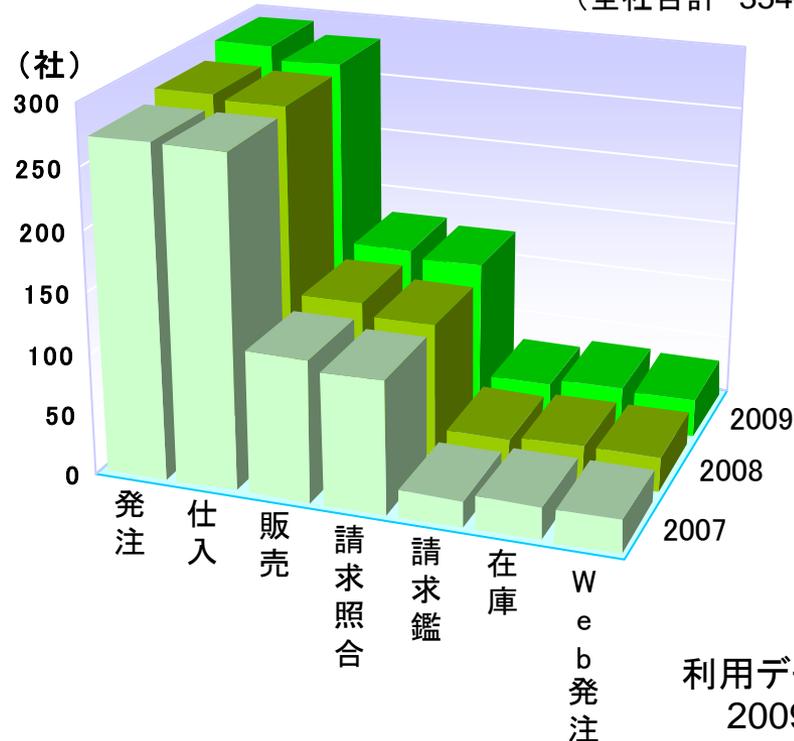


# 既存分野の拡大①【データ種利用拡大】

既存市場にもプラネットの売上拡大余地はまだ残っている。

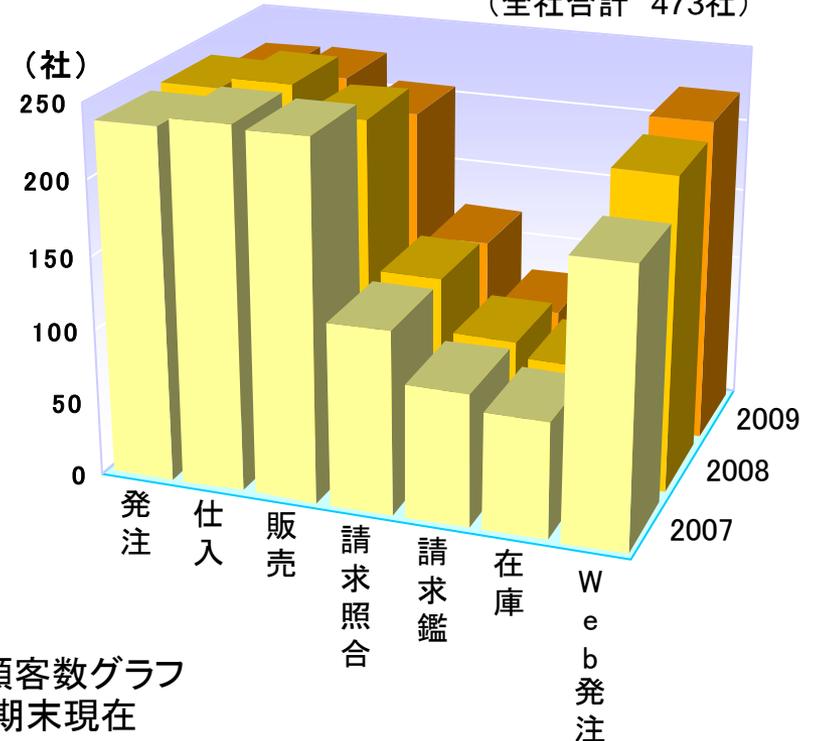
## メーカー

(全社合計 354社)



## 卸売業

(全社合計 473社)



利用データ別顧客数グラフ  
2009年7月期末現在



## 既存分野の拡大②【EDI利用企業数の拡大】



2009年7月 参加企業数 995社<sup>※</sup>

※内訳: メーカー 354社 卸売業 473社 資材サプライヤー 168社

(メーカー数は増加、卸売業はM&A等が活発に行われ減少。利用データ数は増加している。)

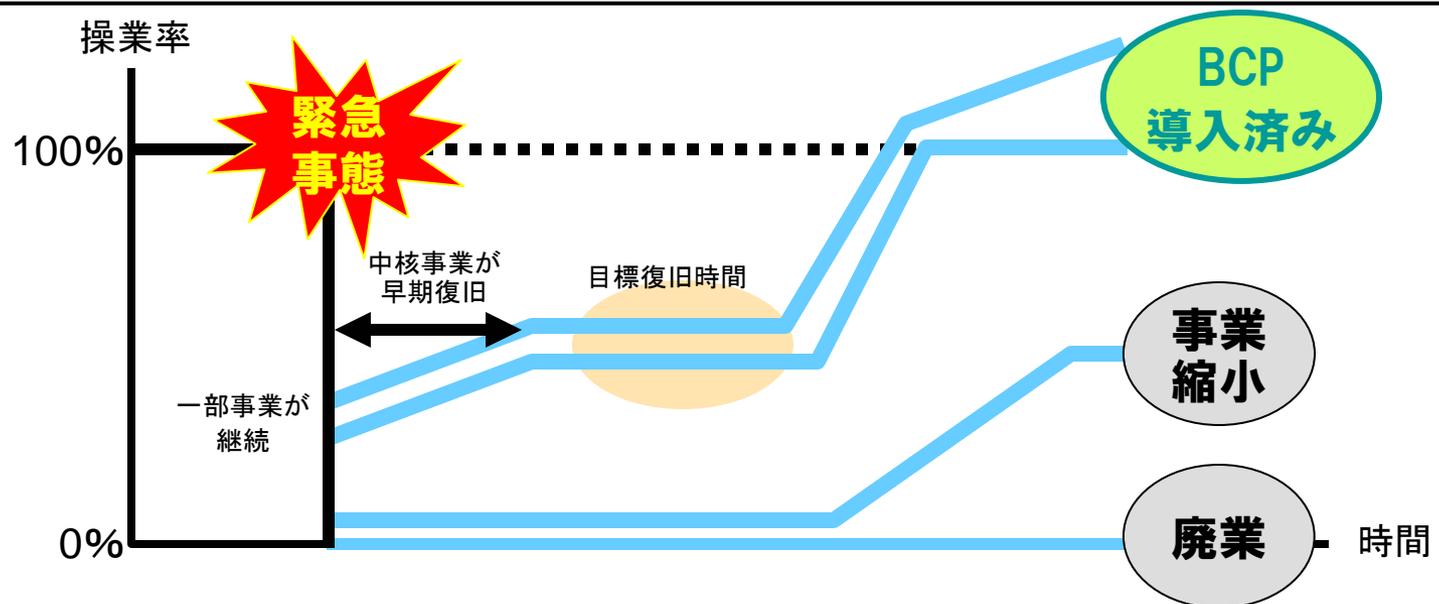
当社の発祥である「日用品・化粧品」業界に流通構造や特性が類似している商品を扱う隣接業界でのEDIサービス利用促進を図ります。



## 既存分野の拡大③【BCP(事業継続計画)とは】

### BCP(事業継続計画)とは・・・

企業が大規模災害などの緊急事態を想定し、事前に事業を継続する方法や手段、および復旧に向けた対策を取り決めておくこと。内閣府と経済産業省が中心となり策定を推進している。



緊急事態に遭遇すると操業率が大きく落ちます。何も行っていない企業では、事業の復旧が大きく遅れて事業の縮小を余儀なくされたり、復旧できずに廃業に追い込まれたりするおそれがあります。

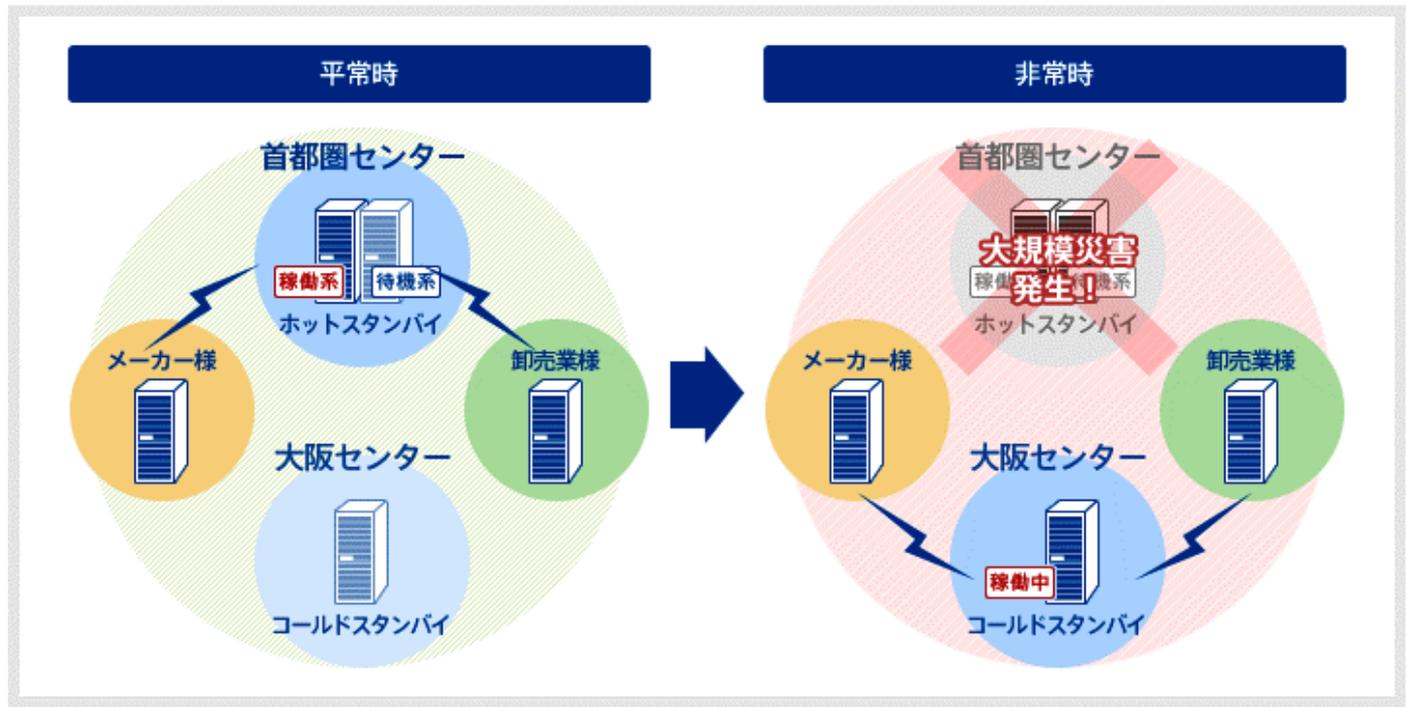
(出展: 中小企業庁のホームページ「中小企業のBCP策定運用指針」より)

各企業の目標復旧時間等のBCPを共有化しておくことで、緊急時にサプライチェーンを継続・早期復旧できるよう最適な対策を選択することが可能となる。



## 既存分野の拡大③【BCPの具体的対策】

プラネットのBCP強化 ⇒ 業界規模でのBCP強化

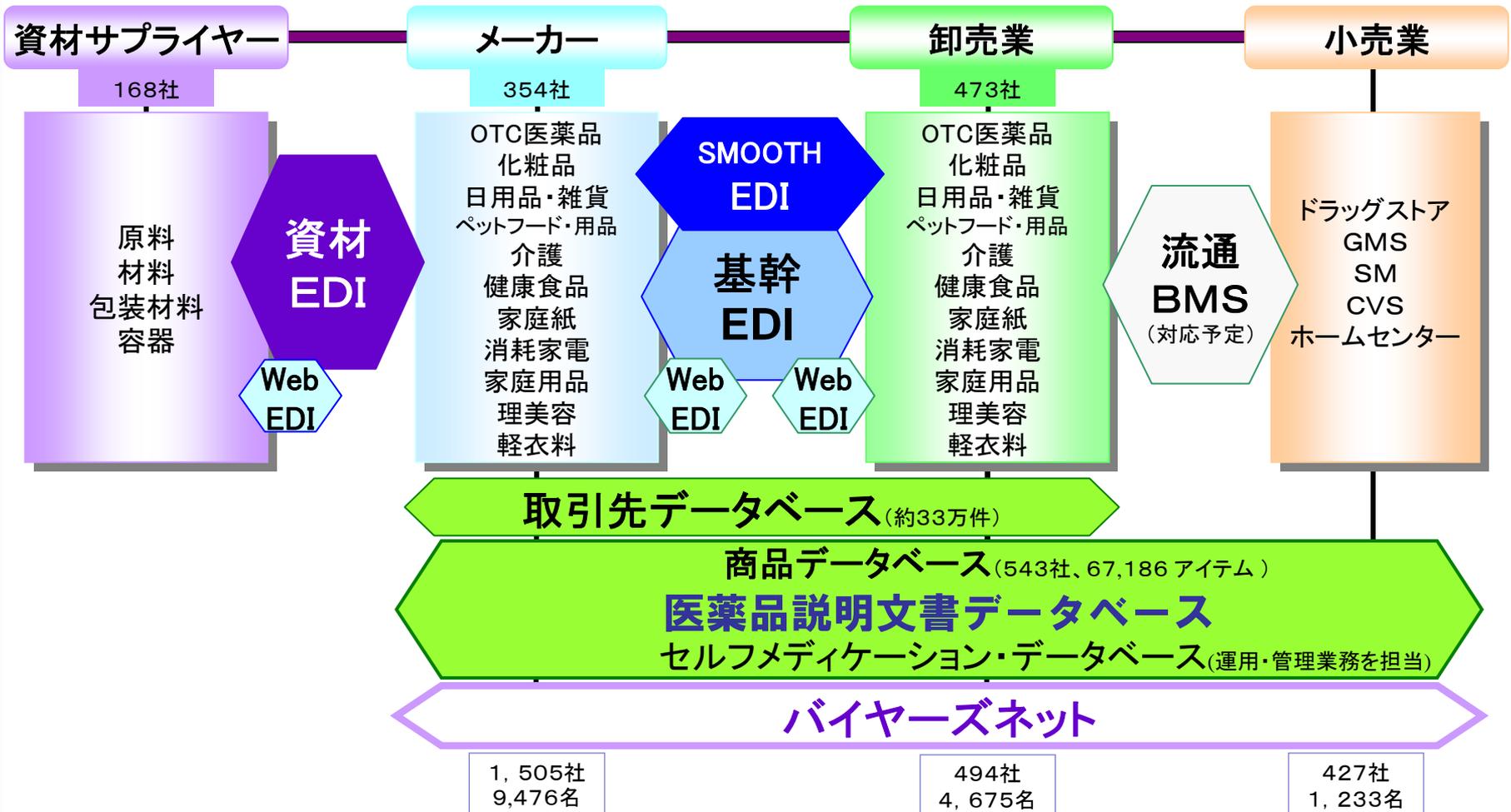


2009年9月9日(水)、昨年に引き続きプラネットが業界ユーザー様46社にご協力いただき、緊急時を想定した障害対応訓練を実施。  
プラネットのEDIサービスの堅固な安全性が確認されると共に業界全体のBCPの普及に貢献しています。



# 新規開拓分野への進出①【ドラッグストア業界EDIの進捗】

※ご利用実績は2009年7月末現在

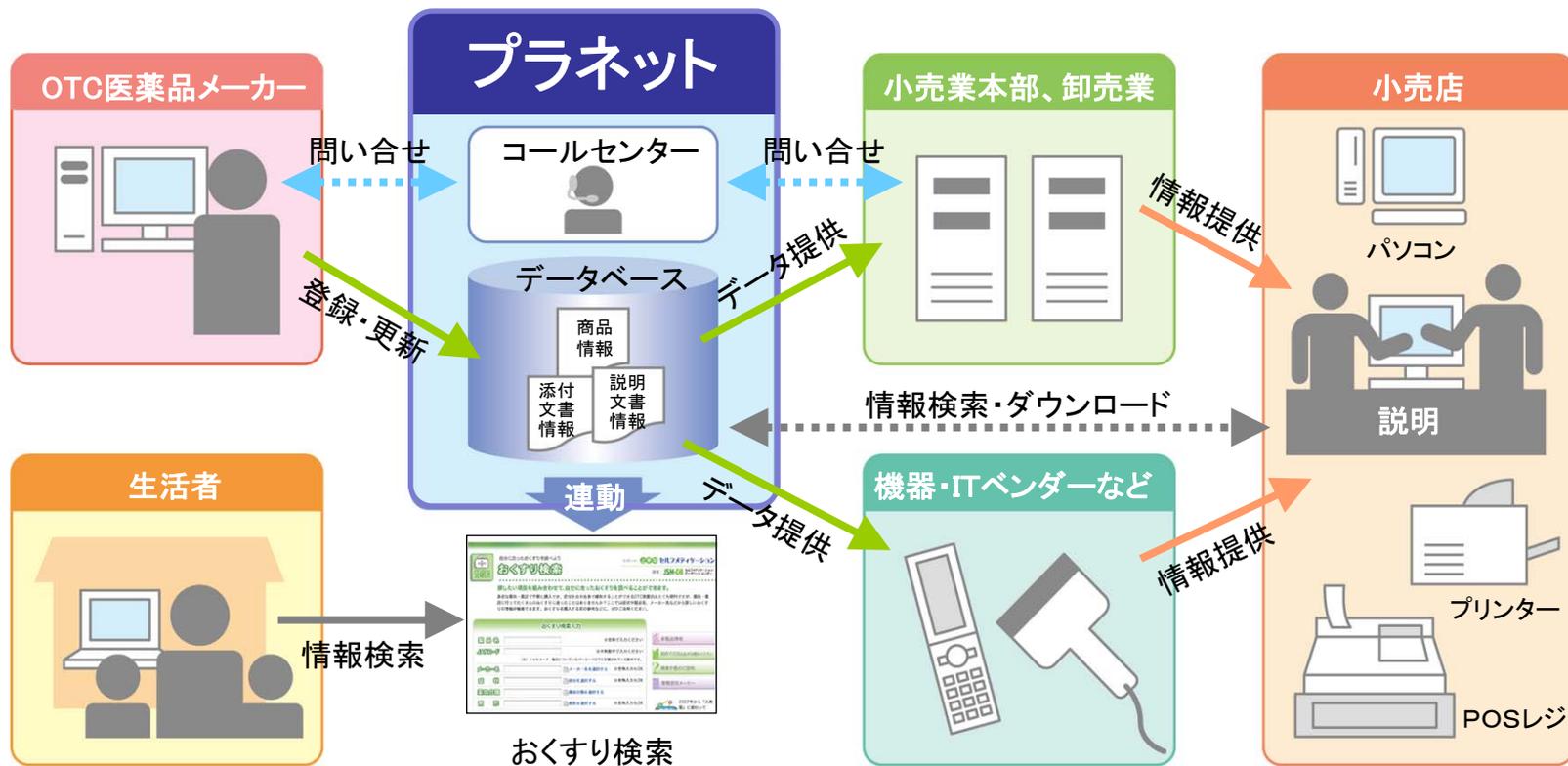


当社サービスのキーワード＝

**安全・中立・標準・継続**



## 新規開拓分野への進出②【医薬品説明文書データベース】



2009年6月1日施行の改正薬事法でOTC医薬品（一般用医薬品）販売時の情報提供が義務化されました。当社が受託した医薬品説明文書データベースは、現在ドラッグストア業界大手各社を初めとした55社の小売業・機器ベンダーで採用されています。今後もこのデータベースをもとに消費者への情報提供を続けていきます。



## 新規開拓分野への進出③【CCLによるマーケティング提案】

2008年10月にプラネットが筆頭株主となったカスタマー・コミュニケーションズ株式会社のマーケティング提案力を活かし、メーカー・卸売業・小売業への販促強化を支援。

### カスタマー・コミュニケーションズ株式会社（CCL）

#### 会社概要

資本金： 728百万円

売上高： 577百万円

純利益： 44百万円（2009年3月31日現在）

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)ジャノメクレディア 大日本印刷(株) 中央物産(株) TIS(株)  
東芝テック(株) (株)トーカン ハリマ共和物産(株) (株)廣屋国分  
(株)マルイチ産商 三菱UFJニコス(株) ヤマエ久野(株) (株)菱食  
(社名：50音順)

事業内容：FSP※の導入支援

ID付POSデータの収集・分析

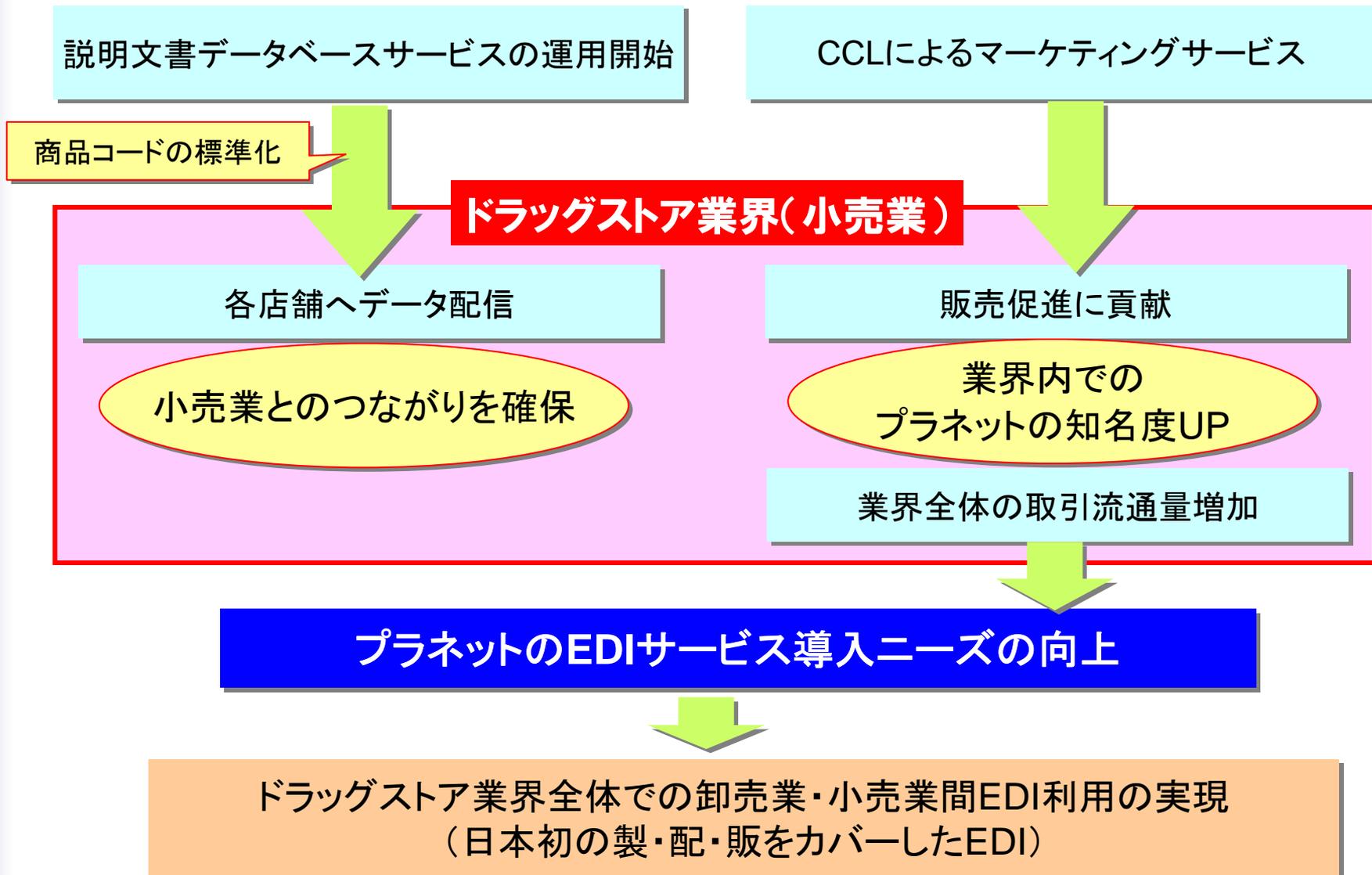
- 得意分野：
- 小売店の顧客ID付POSデータを収集し、独自のデータ分析サービスを通して顧客の購買特性に合わせた販促計画や商品構成を提案
  - 国内最大量の顧客ID付POSデータをもとに、最先端のマーケティング情報や提案による販売促進

目的：● 小売業各社へのマーケティング提案を通して、プラネットの認知度を向上させる。

※ FSP(Frequent Shoppers Program)優良顧客に照準を定めた販促や優待



# 業界全体を結ぶEDI実現への道筋

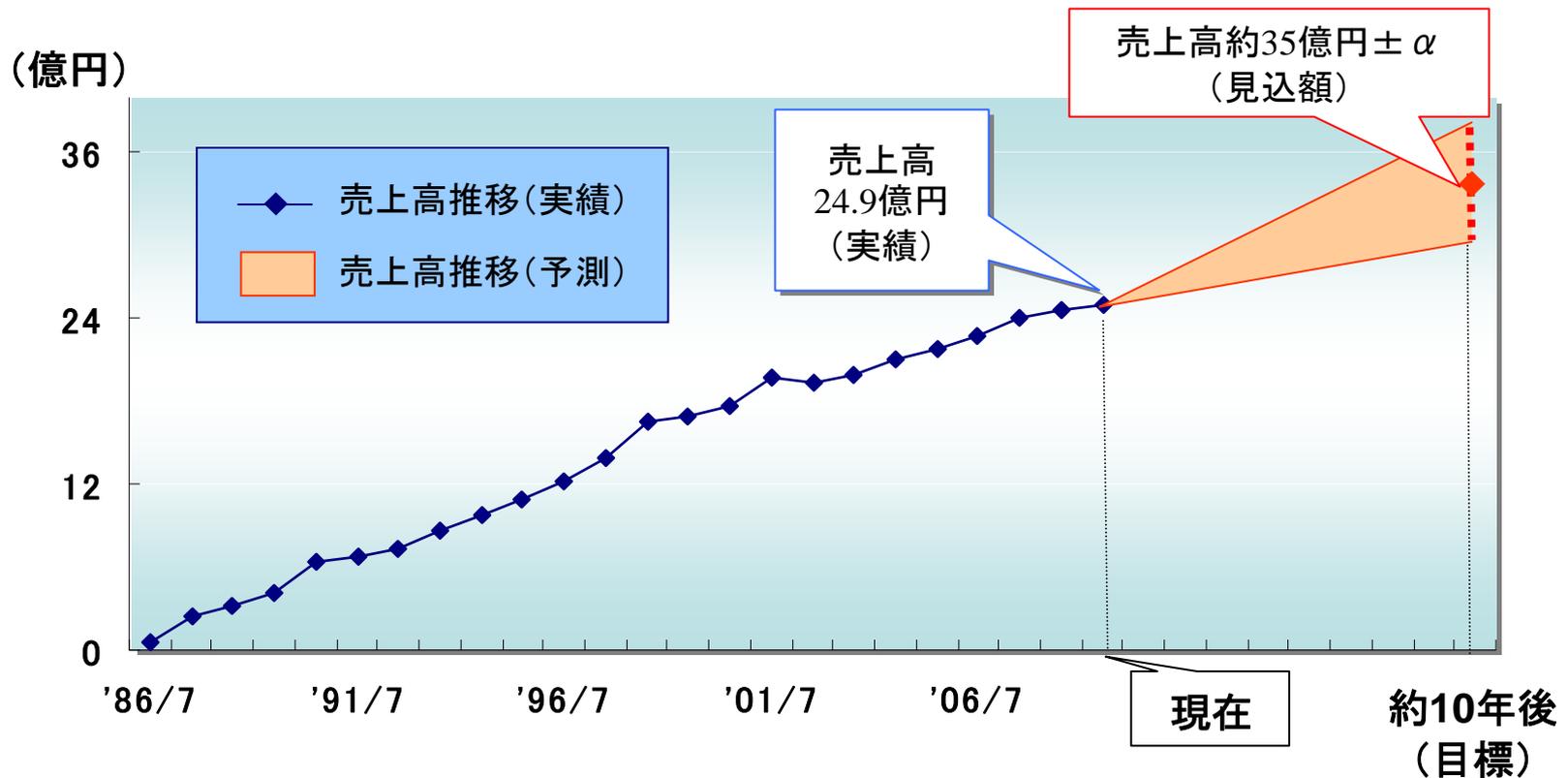




# プラネットの成長曲線

EDI参加企業(顧客)が増えても、  
原価はそれほど増加しないビジネスモデル

● EDIの普及(利用拡大)により、堅実な成長が見込める。





## 株式分割の実施

平成21年8月1日付けで

当社株式を **1:400** の割合で分割を実施

### 目的

- ①株式数の増加、投資価格の引き下げによる流動性の向上
- ②全国の証券取引所の動向(単元株式数(売買単位)を100株へ統一する計画)を考慮

### 1株当たり年間配当金

2009年7月期(実績)	8,000円
2010年7月期(予想)	22円(分割前換算 800円の増配)



お問合せ窓口

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 : 03-5444-0811

FAX : 03-5444-0831

e-mail : [ir@planet-van.co.jp](mailto: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は負いません。

# 參考資料



## 参考資料 目次

会社概要	28
経営の基本方針	29
プラネットの歩み	30
プラネットの主要サービス体系	31
基幹EDIサービスの進捗状況	32
主要取引先企業	33
レガシー問題	34
センターマシンの推移	35
フル装備EDI	36
商品データベース	37
バイヤーズネット	38
卸店は中間搾取か？	39
トピックス	40



## 参考資料①会社概要

### 日用品雑貨化粧品業界を中心に 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

企業名 : **株式会社プラネット**

会社設立 : 1985年8月1日

代表者 : 代表取締役社長 玉生 弘昌  
(たまにゆう ひろまさ)

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

純資産 : 19億1千9百万円

従業員数 : 36名 (2009年7月末現在)

#### 「システムは共同で、競争は店頭で」

日用品雑貨化粧品業界の流通システム最適化のための業界共通のインフラ構築を目的として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



## 参考資料②経営の基本方針

- **プラネット**は、流通機構全体の機能強化を図るため、流通業界を構成する各企業（製配販）が合理的に利用できる情報インフラストラクチャーの構築・運営を通じて業務効率化に貢献し、ひいては国民経済の発展に寄与します。
- **プラネット**は、情報インフラストラクチャー・サービスを提供するにあたり、流通業界を構成する各企業（製配販）の役割を尊重するとともに、公平に便益を享受できるよう配慮します。
- **プラネット**は、ユーザーに安心してご利用頂くために、
  - (1) 安全なサービス
  - (2) 中立的なサービス
  - (3) 標準化されたサービスを継続的に提供します。
- **プラネット**は、ユーザーに最適なサービスを提供するために、
  - (1) 最新情報技術の研究
  - (2) 情報・流通関連の標準の研究
  - (3) 流通業界の構造変化の研究について継続的に努力します。
- **プラネット**は、ユーザーの情報セキュリティ保全を図るために、
  - (1) 情報管理システムの構築
  - (2) 不正なアクセス、破壊工作からの防御
  - (3) 要員のセキュリティ意識の徹底について最大限の努力をします。

（企業理念より）



# 参考資料③プラネットの歩み

1985. 8 (株)プラネット発足 資本金:240百万円  
出資会社(順不同): (株)インテック、ライオン(株)、  
ユニ・チャーム(株)、(株)資生堂、サンスター(株)、  
ジョンソン(株)、十條キンバリー(株)<現 日本製紙クレシア(株)>、  
エステー化学(株)<現 エステー(株)>、牛乳石鹼共進社(株)

1986. 2 仕入データ、販売データ稼働開始  
10 発注データ、請求照合データ稼働開始

1987. 2 日経・年間優秀製品賞の「日経流通新聞賞」を受賞  
6 日本マーケティング協会より  
「流通情報システム優秀賞」を受賞

1988. 9 FAX受発注システム稼働開始  
9 プラネットの広報誌「PLANET van van」第1号を発刊

1991. 1 在庫データ稼働開始

1992. 4 品切連絡データ稼働開始

1994. 3 振替データ稼働開始

1995. 2 「トータルEDI概要書」発行  
2 《100%オンライン受発注構想》発表  
10 全国家庭用品卸商業協同組合ネットワークを受託

1996. 4 業際統一伝票導入(新伝送フォーマット切替開始)  
7 次期ネットワーク《業界イントラネット構想》発表

1997. 7 資材EDI稼働開始  
12 商品データベースサービス稼働開始

1998. 1 《業界サプライチェーン構想(VOES)》の発表  
1 「小売業・卸売業間EDI概要書(WES)初版」を全国化粧品  
日用品卸連合会と協力して発行  
2 取引先データベースサービス開始

1999. 8 基幹EDIサービスダウンサイジング(TCP/IPに対応)

2000. 4 ペット業界が商品データベース利用開始

2001. 1 Web受発注サービス開始  
8 Web資材EDIサービス開始  
12 シングルポータル「バイヤーズネット®」サービス開始

2002. 6 理美容業界がプラネットEDIサービス利用を発表

2003. 10 ペット業界が業際統一伝票を導入

2004. 2 ジャスダック市場へ株式公開  
9 「ISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)適合性評価制度」認証取得

2005. 8 インターネットEDIサービス「SMOOTHEDI®」の稼働開始  
10 ファイル振分配信サービス開始

2006. 2 商品マスタ登録支援サービス開始  
4 販売レポートサービス開始  
5 販促物管理支援システム・サービス 開始  
7 大規模災害時を想定した障害対応訓練を実施(第一回)  
11 書籍「プラネット式 IT起業で成功する方法」、  
小冊子「EDIがわかる本」を発行

2007. 2 情報セキュリティマネジメントシステム国際規格  
「ISO27001」認証を取得  
7 大規模災害時を想定した障害対応訓練を実施(第二回)

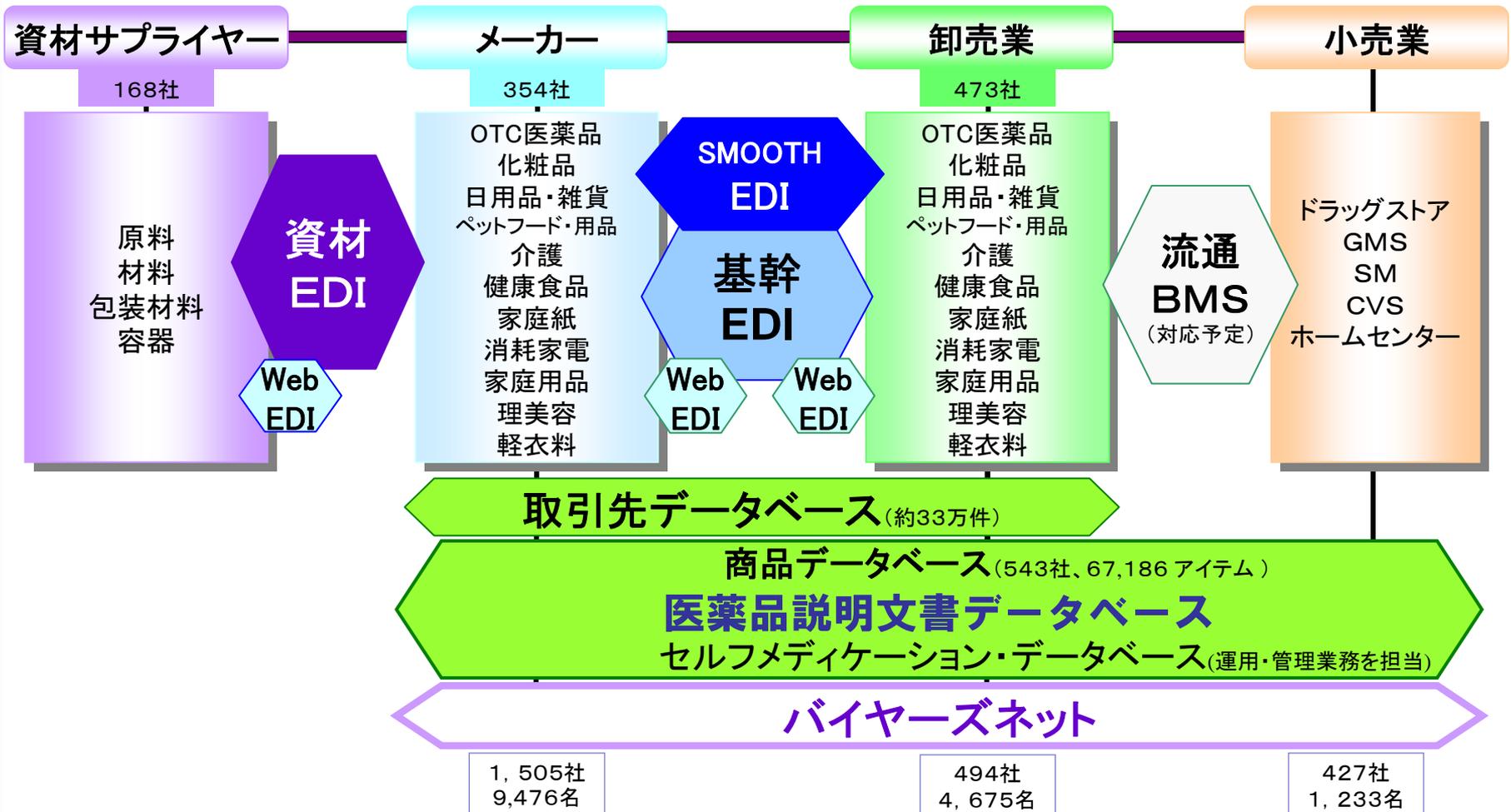
2008. 8 改正薬事法で義務化される医薬品の説明文書データベース  
開発・運用と、2008年10月からのセルフメディケーション・  
データベースセンター運用・管理業務の開始を発表  
8 EDIバックアップシステム稼働開始、EDI接続の切替訓練を  
含む障害対応訓練を実施(第三回)  
9 カスタマー・コミュニケーションズ(株)を関連会社化  
10 セルフメディケーション・データベースの運用・管理を開始

2009. 1 「2009年春夏新製品カタログ」を発行  
4 医薬品説明文書データベース サービス開始  
7 「2009年秋冬新製品カタログ」を発行



# 参考資料④プラネットの主要サービス体系

※ご利用実績は2009年7月末現在



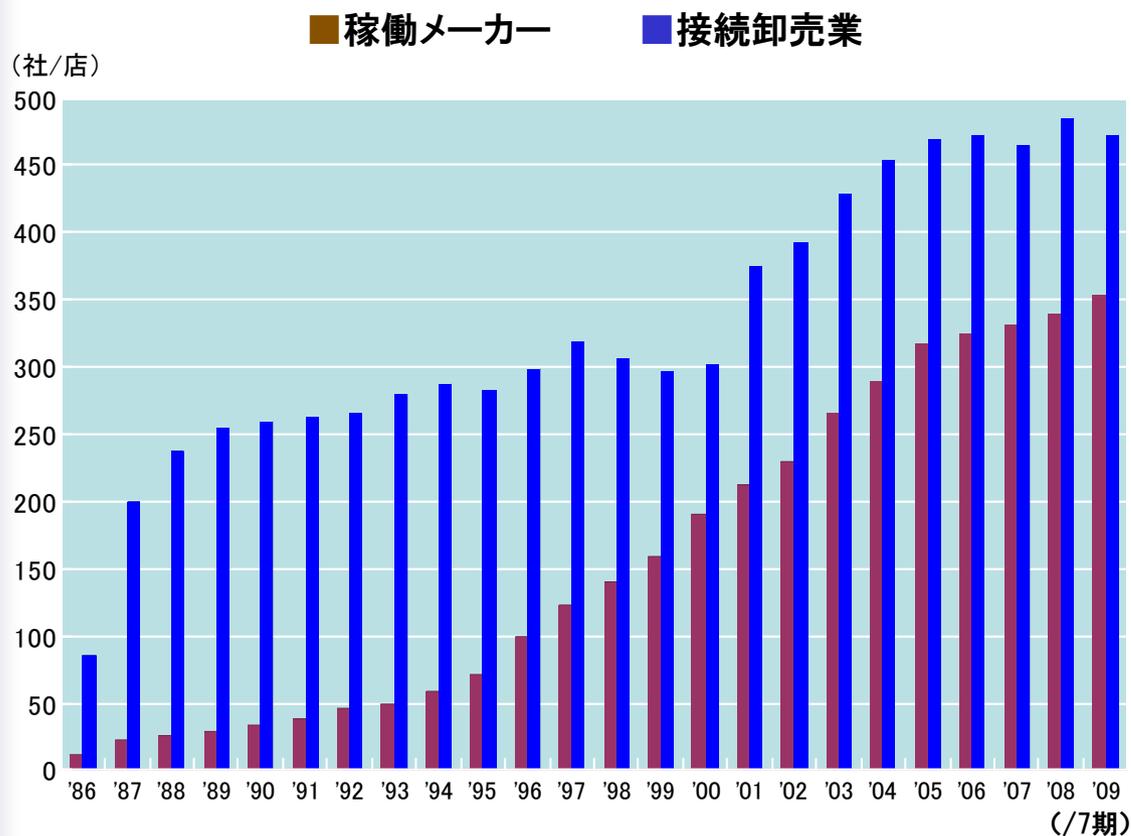
当社サービスのキーワード＝

**安全・中立・標準・継続**

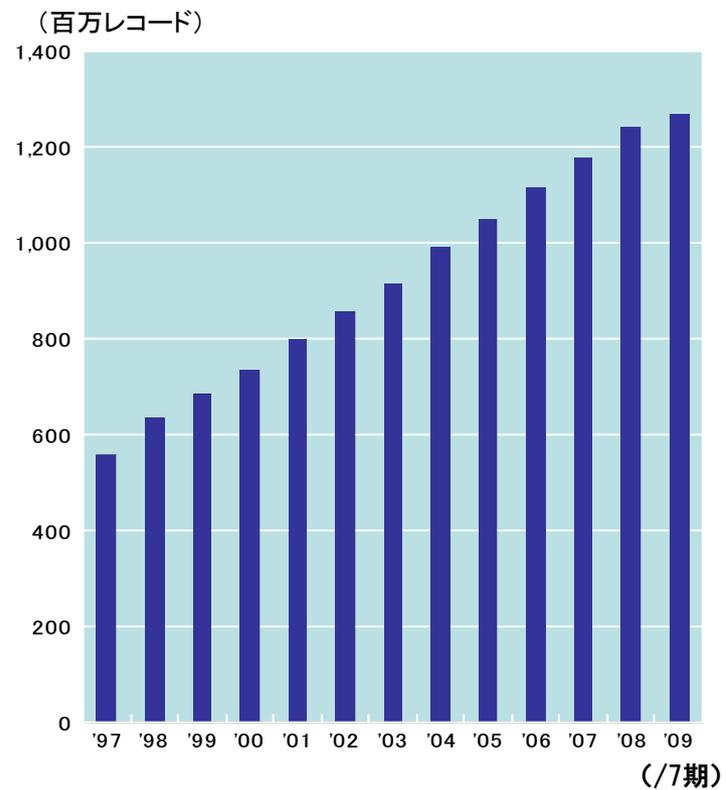


# 参考資料⑤基幹EDIサービスの進捗状況

## 稼働メーカー・接続卸売業数の推移



## 通信処理データ量の推移





# 参考資料⑥主要取引先企業

(2009年7月末現在)

## メーカー

(社名は50音順)

### 化粧品・日用品

エステー(株)	大日本除蟲菊(株)
(株)エフティ資生堂	ツムラライフサイエンス(株)
王子ネピア(株)	日本製紙クレシア(株)
花王(株)	(株)白元
牛乳石鹼共進社(株)	プロクター・アット・キャンブル・ジャパン(株)
クランホームプロダクツ販売(株)	ホーユー(株)
(株)コーセー	(株)マンダム
小林製薬(株)	森下仁丹(株)
サンスター(株)	ユニ・チャーム(株)
ジョンソン(株)	ユニリーバ・ジャパン(株)
大王製紙(株)	ライオン(株)
	など

### OTC医薬品(大衆薬)

アース製薬(株)	常盤薬品工業(株)
イチジク製薬(株)	久光製薬(株)
大塚製薬(株)	(株)メディケアシステムズ
共立薬品工業(株)	ユースキン製薬(株)
杏林製薬(株)	祐徳薬品工業(株)
小林製薬(株)	ライオン(株)
大幸薬品(株)	ロート製薬(株)
丹平製薬(株)	
	など

### ベビー・衛生用品

ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)	白十字(株)
テルモ(株)	ピジョン(株)
ニチバン(株)	和光堂(株)
	など

### ペットフード・用品

アイシア(株)	日本ヒルズ・コルゲート(株)
いなばペットフード(株)	日本ペットフード(株)
ジョンソントレーディング(株)	ネスレペリナペットケア(株)
テトラジャパン(株)	ペットライン(株)
ドギーマンハヤシ(株)	マース ジャパン リミテッド
日清ペットフード(株)	
	など

接続メーカー数:354社

## 卸売業

(社名は50音順)

### 化粧品・日用品

(株)麻友	(株)東京堂
(株)あらた	(株)トウディック
イーライフ共和(株)	(株)東流社
(株)井田両国堂	(株)ときわ商会
伊東秀商事(株)	西日本共和(株)
岡山四国共和(株)	ハリマ共和物産(株)
(株)ジェムコ水戸	(株)Paltac
太陽商事(株)	広島共和物産(株)
中央物産(株)	森友通商(株)
(株)中央ホームズ	
	など

### OTC医薬品(大衆薬)

(株)大木	(株)Paltac
シーエス薬品(株)	(株)ほくやく
丹平中田(株)	(株)リードヘルスケア
(株)トミタヘルスケア	(株)琉薬
	など

### ベビー・衛生用品

川本産業(株)	ピップフジモト(株)
ピップトウキョウ(株)	森川産業(株)
	など

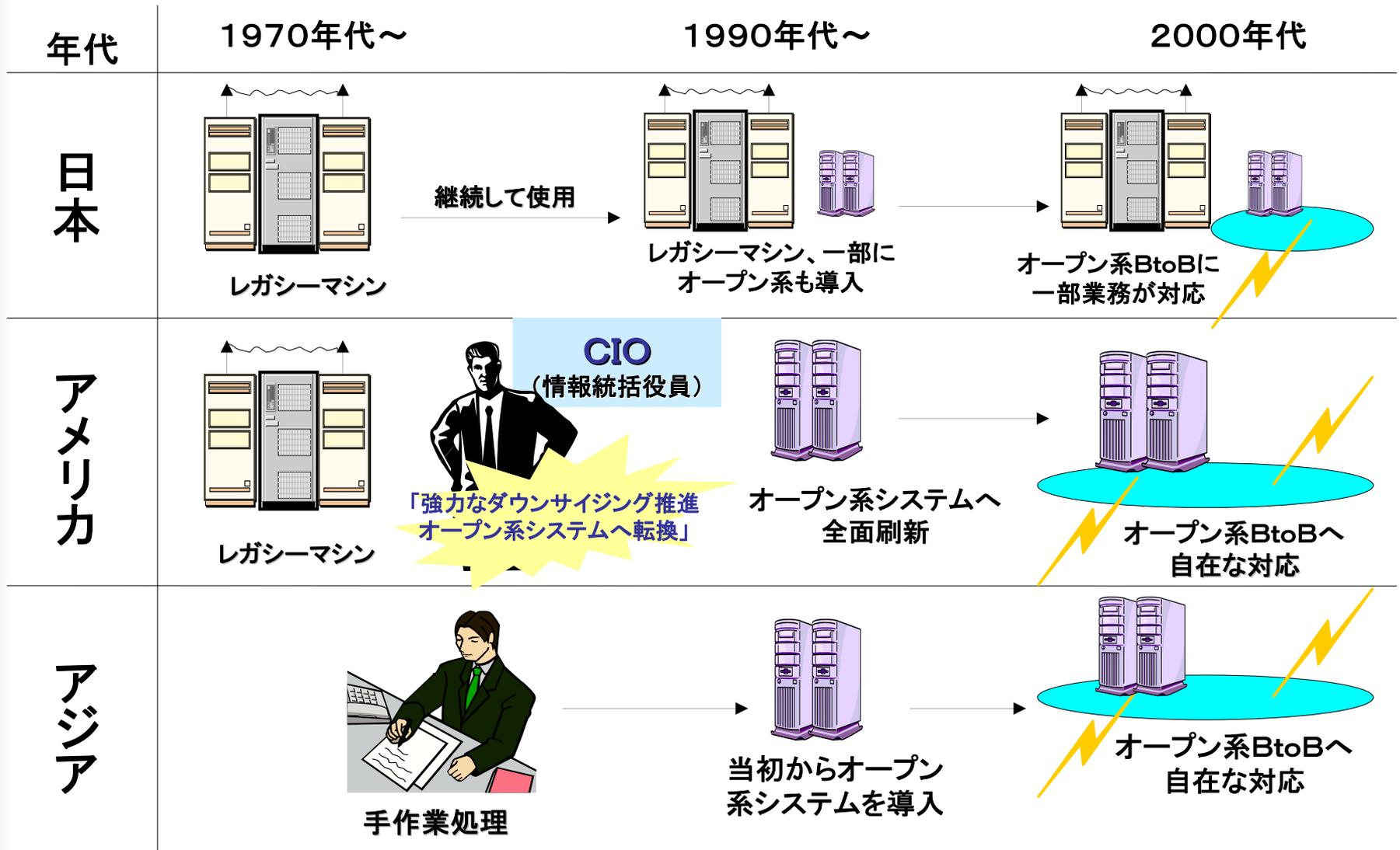
### ペットフード・用品

エコートレーディング(株)	(株)マーク産業
(株)小野商事	(株)みさと産業
ジャベル(株)	(株)森光商店
トーショー(株)	ラブリー・ペット商事(株)
中屋商事(株)	(株)菱食
日本ベネット(株)	
	など

接続卸売業者数:473社

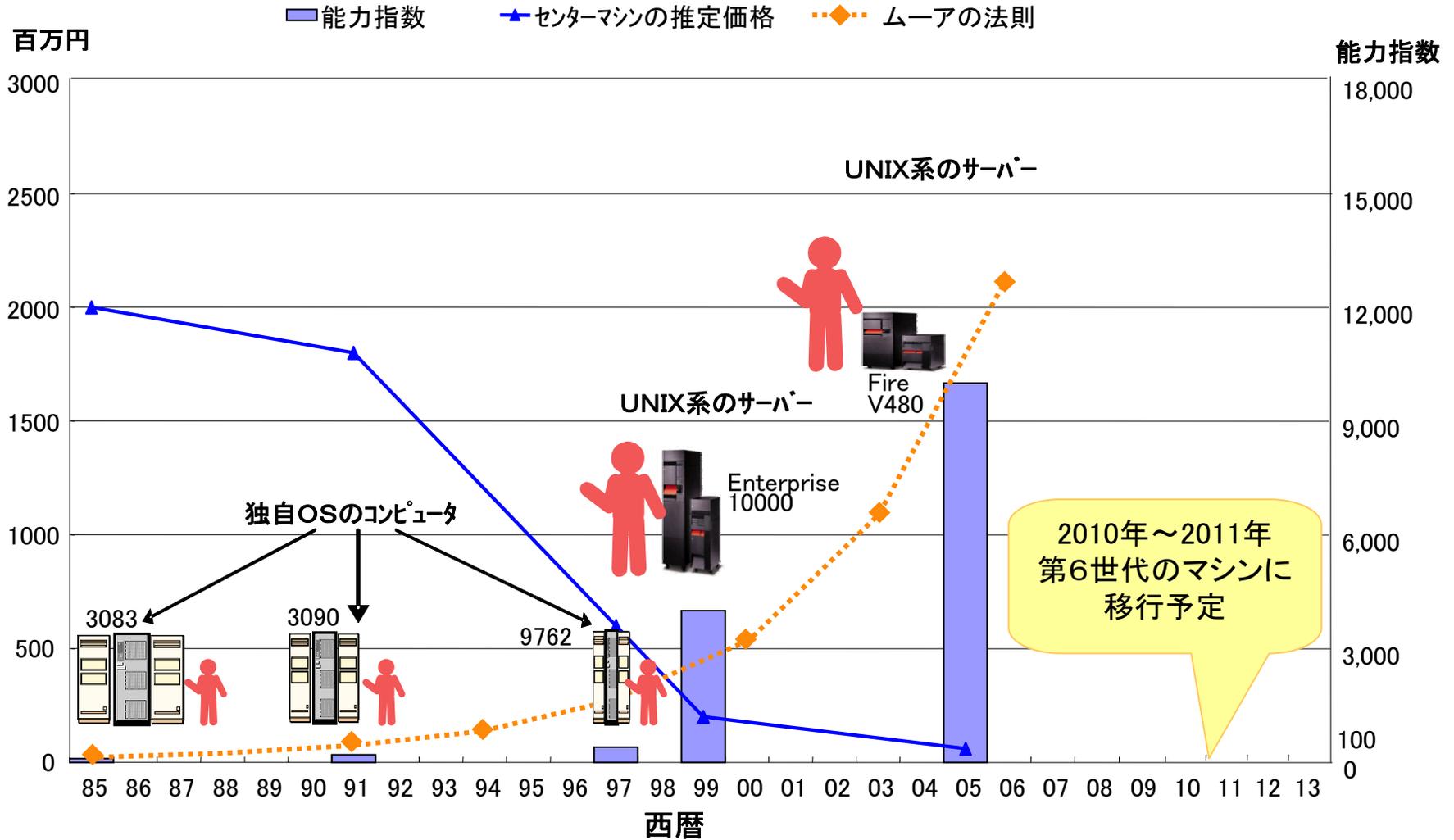


# 参考資料⑦レガシー問題



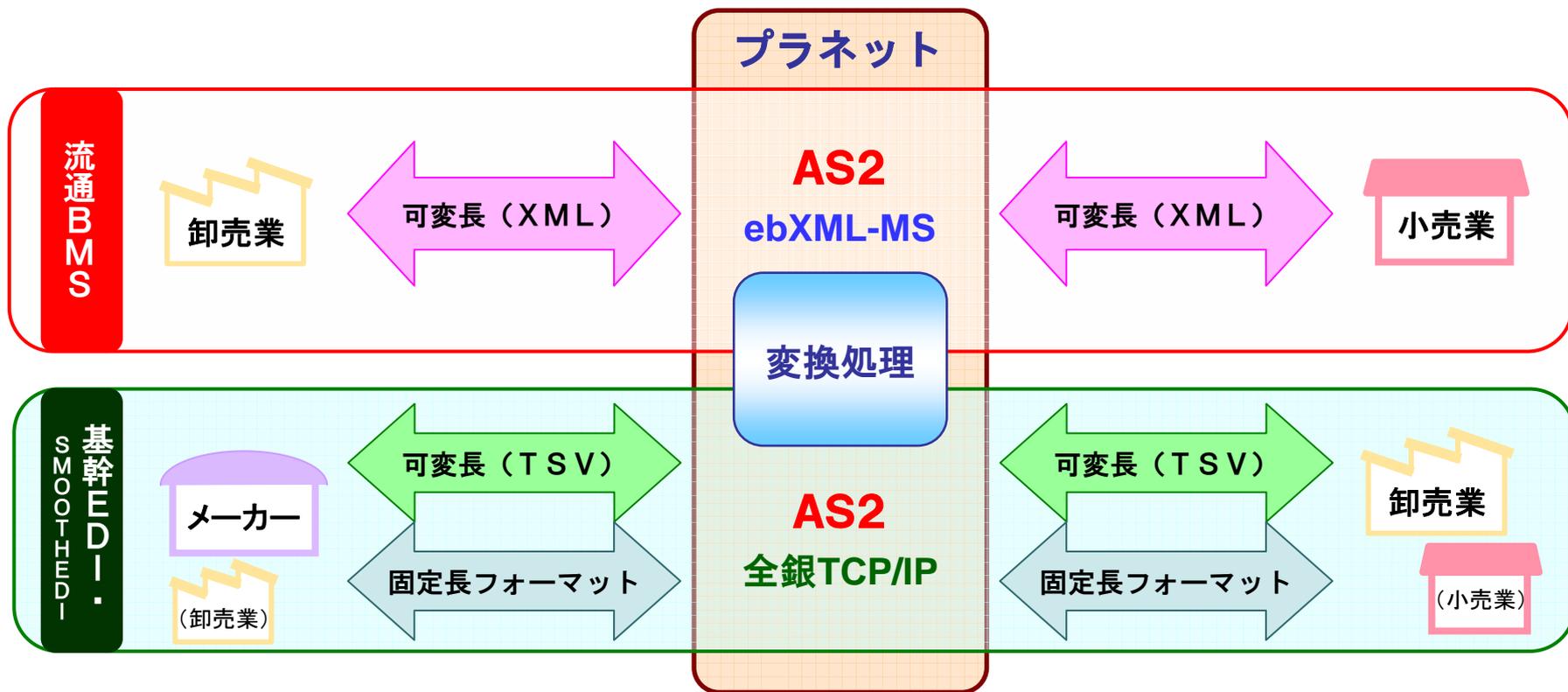


# 参考資料⑧センターマシンの推移





# 参考資料⑨ 流通業の企業間取引に 関わる業務を効率化する フル装備EDI



※流通BMS : 次世代EDIの受発注システムのための標準規格

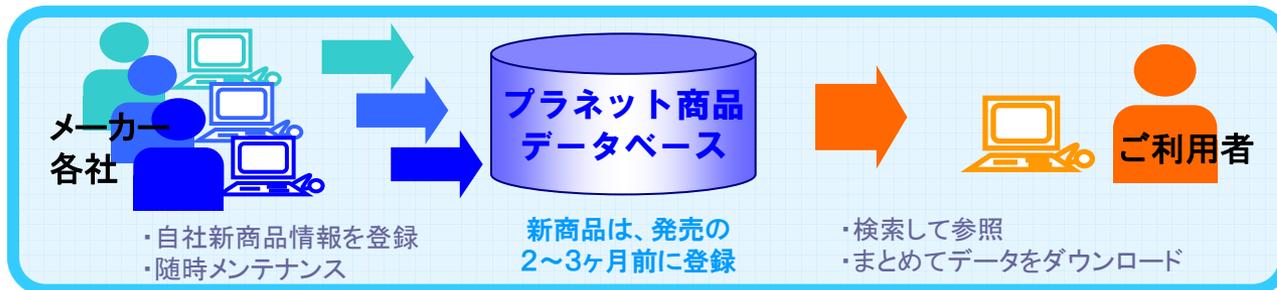
- メーカーと卸売業、さらに小売業までをつなぐEDI
- 通信プロトコル、データフォーマットから商品コードまで標準化を推進
- プラネットが電子証明認証局となり、認証に関わるコストを削減



# 参考資料⑩ 商品データベース

化粧品・日用品、ペット業界を中心とした消費財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運営しているサービスです。

## ●データの流れ



## ●登録情報

商品の文字情報と画像データが登録されています。

全角商品名 (25)	自動でシュパッと消臭プラグ本体Pフローラル41ml		
共通商品コード	JAN 4901070119257	外箱ITFコード	14901070119254
半角商品名 (25)	シュパッ トフ ラウ ー Pフ ローラル41ML	外箱単品入数	10個
半角商品名 (14)	シュパッ トフ Pフ ローラル	外箱サイズ	幅318mm × 高さ194mm × 奥行178mm
J1CFS分類	213103	外箱重量	0.33kg
業界カテゴリ分類	21310302 室内用芳香消臭剤	商品特徴 (200)	時間がくるたび、香り新鮮ミスト!! 約1400回のミストが一定間隔で噴射し、消臭芳香効果が広がります。使い始めから終わりまで消臭効果とフレッシュな香りが持続します。効果は60日間持続します(60日モードの場合)。玄関・リビング・トイレなどに最適です。経済的なつけかえ式です。いつでも新鮮な香りで心地よい空間が実感できる「電池式自動消臭芳香スプレー」
メーカー	4901070 エステー		
単品内容量	41ml		
単品サイズ	幅78mm × 高さ170mm × 奥行60mm		
単品重量	0.33kg		
希望小売価格	1300円(税抜)	商品特徴 (25)	時間がくるたび、香り新鮮ミスト!!
メーカー出荷可能日	2009/9/14		

▲文字情報の一部

## ●登録状況

543社67,186アイテム (2009年7月末時点)



▲棚割画像



▲高精細画像

(データ協力: エステー株式会社)

## ●用途

商品マスタ申請、棚割※提案、チラシ・企画書制作

※店頭での商品陳列のシミュレーション



# 参考資料⑪ バイヤーズネット

マーケティングなどの非定型業務の効率化を目指して2001年12月からスタートしたBtoBサイト「バイヤーズネット」は、4つの基本サービスから構成されています。

バイヤーズネット会員数 (2009年7月末現在)	● メーカー	: 1,505社	9,476名
	● 卸売業	: 494社	4,657名
	● 小売業	: 427社	1,233名

## 商品の検索

メーカー登録の公式な商品  
情報を検索・ダウンロード

## トレンド市場

- ・メディア情報、消費者調査
- ・歳時情報

## ビジネスナビゲータ

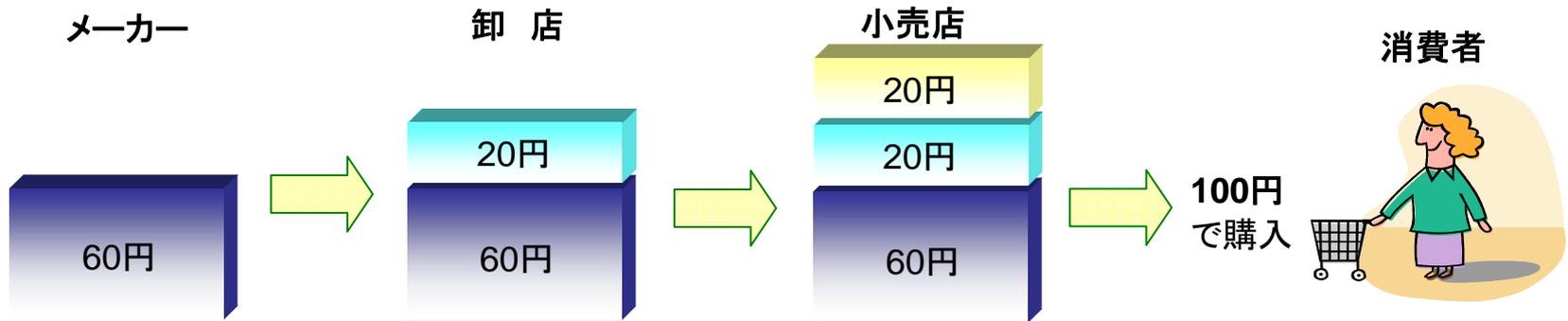
- ・戦略的な企業情報の発信
- ・各社B2Bサイトの共通玄関

## バイヤーズルーム

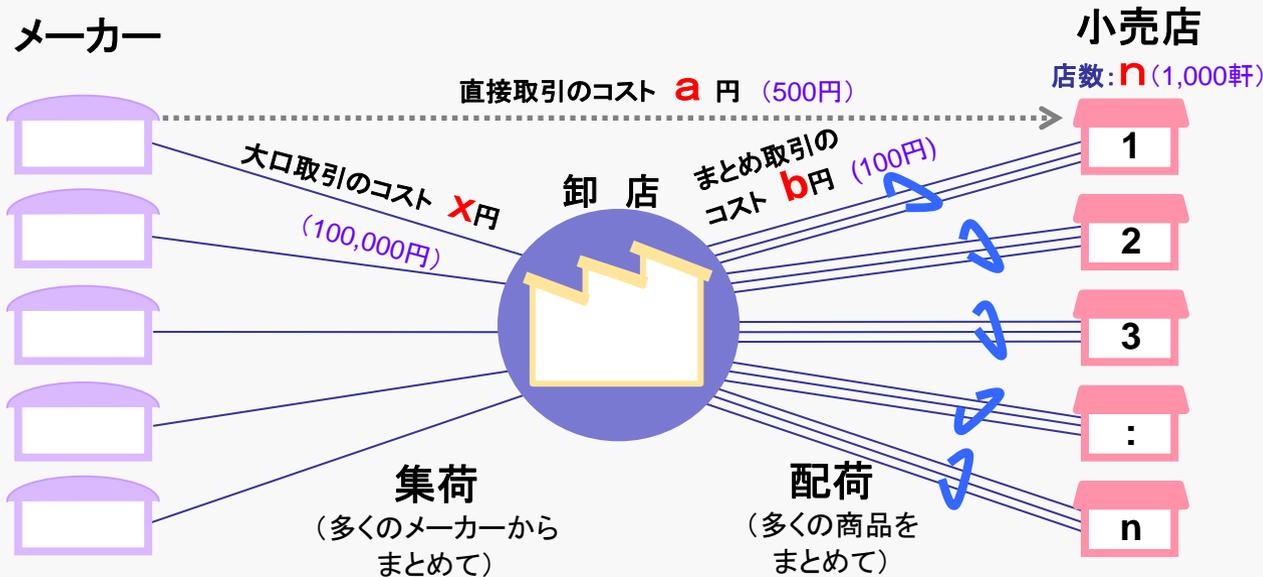
- ・バイヤー専用Webページ内で  
情報を共有
- ・商談資料の整理と履歴管理



# 参考資料⑫ 卸店は中間搾取か？



卸店は、多数のメーカーと多数の小売店を結ぶ「中間結接点」



直接取引総コスト =  $an$   
 $= 500 \times 1,000 = 500$  千円

卸流通コスト =  $x + bn$   
 $= 100$  千円 +  $(100 \times 1,000) = 200$  千円

どちらが安い？

$an > x + bn$   
 $a - b > \frac{x}{n}$



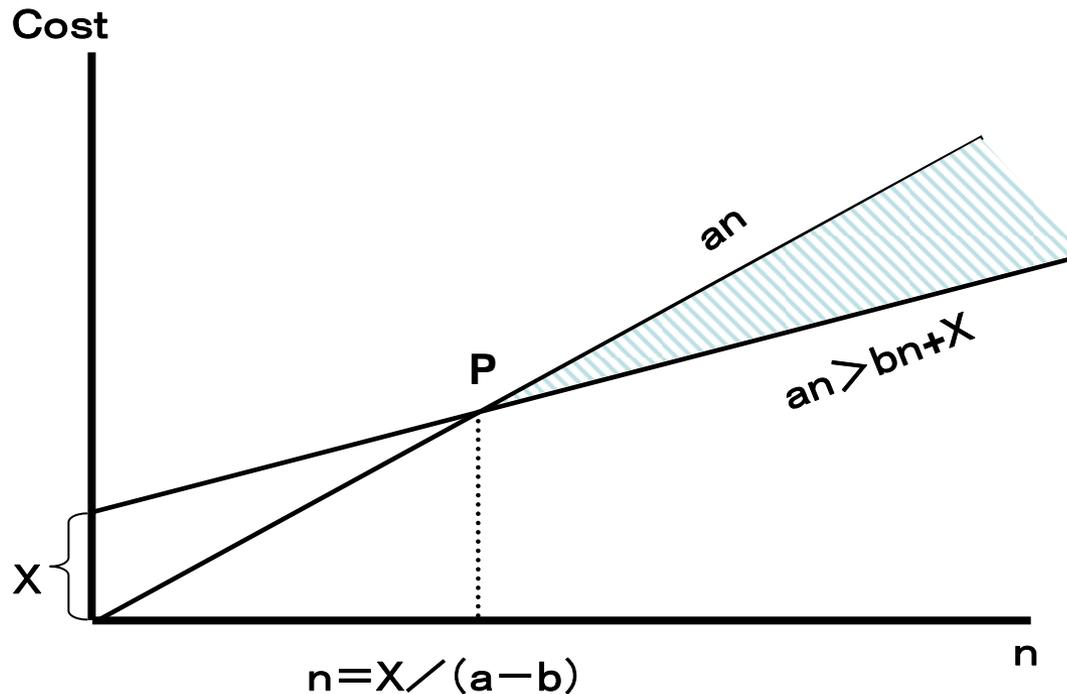
## 参考資料⑬ 24期トピックス

- 2008. 8: EDIバックアップシステム切替訓練を実施
- 2008. 9: カスタマー・コミュニケーションズ(株)を関連会社化
- 2008.10: OTC医薬品の商品情報の収集・管理・提供を行う「セルフメディケーション・データベースセンター」の運用・管理業務を引継ぎ
- 2009. 1: 「2009年春夏新製品カタログ」を発行、オンデマンドカタログ作成機能の提供を開始
- 2009. 3: 第9回JAPANドラッグストアショーで医薬品説明文書データベース・小売業EDIについて講演・展示
- 2009. 4: 医薬品説明文書データベースの稼動開始
- 2009. 7: 「2009年秋冬新製品カタログ」を発行



## 添付資料

直取費用総額 $an$ と共同配送費用総額 $bn+X$ のグラフは、 $n$ が多ければ右肩上がり増加する。  
2線は、 $a > b$ であれば、 $p$ 点で交わる。  
 $p$ 点は $n = X / (a - b)$ で、  
配送先軒数 $n$ が $X / (a - b)$ 以上であれば、成立する。  
メーカーとの取引コスト $X$ を直取費用 $a$ と共同配送費用 $b$ との差額で割り算した値を超える配送先小売業があれば、成立する。



仮に、  
 $a=500$   
 $b=100$   
 $X=100,000$   
とすれば

$P$ 点の $n$ は250