

# 株式会社プラネット

2010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

2010年9月21日

2010年7月期

決算概要



# 2010年7月期 決算説明会資料 目次

## 2010年7月期 決算概要

2010年7月期の業績概要	4
経営指標の推移	11
2011年7月期の業績予想	14

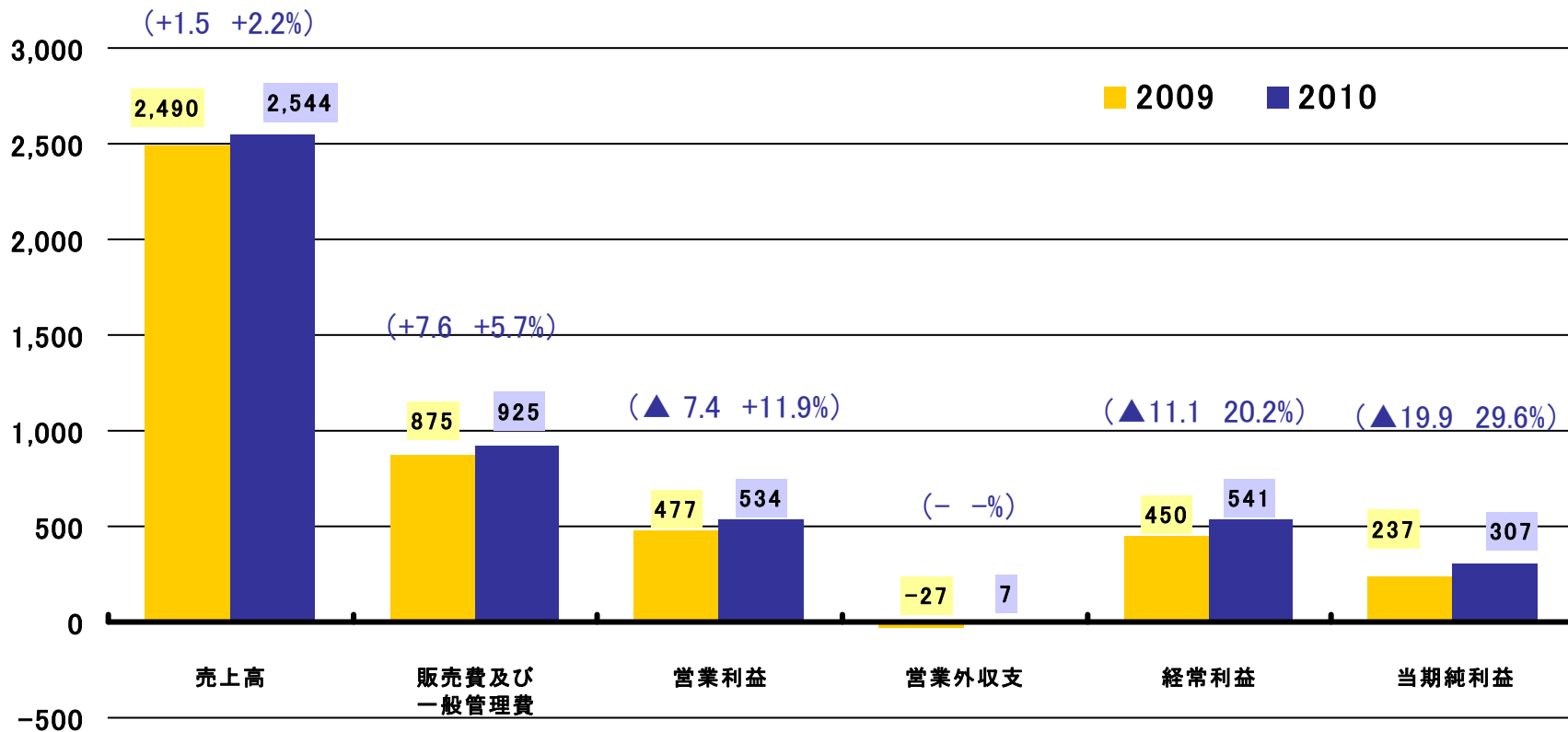
## 経営戦略

EDIについて	19
成長戦略(既存分野・新規開拓分野)	20
プラネットの新しいビジネスモデルの開始	25
プライベートクラウドシステムの導入	26



# 2009年7月期の業績概要①-1

(百万円)





## 2009年7月期の業績概要①-2

- 増収増益。売上、利益ともに計画を上回った。
- 過去最高純利益額を更新した。
- ユーザー数、EDIデータ量が増加したことにより原価率が下がった。
- 旧式のEDI通信方法を廃止したことにより原価率が下がった。
- 金融不安の影響から生じた投資有価証券評価損額が減少した。

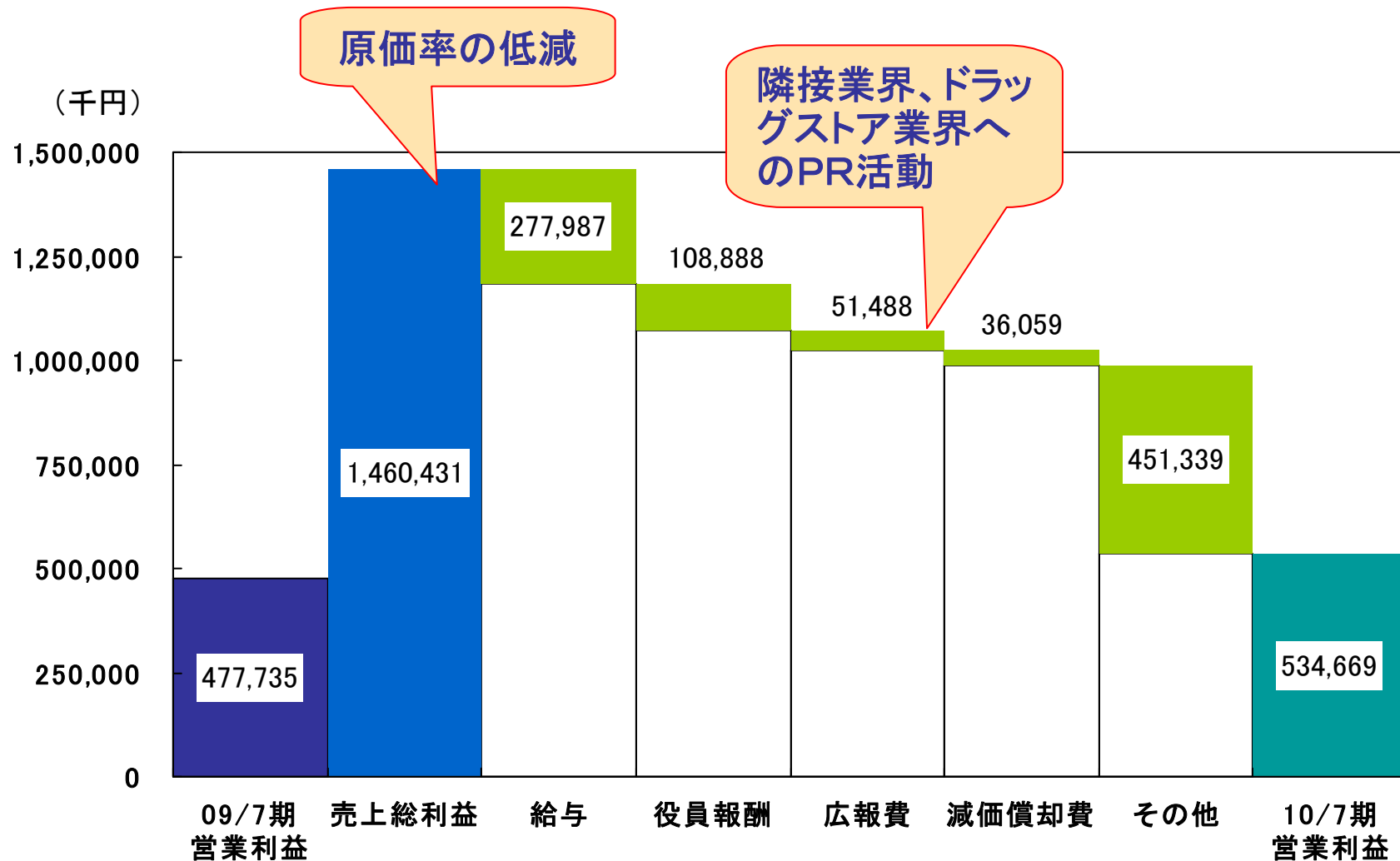


# 2010年7月期の業績ハイライト①

09/7期実績				10/1時点での 10/7期末予想値	10/7期実績		
	(百万円)	率(%)		(百万円)	(百万円)	率(%)	前年 同期比
売上高	<b>2,490</b>	100.0	売上高	<b>2,540</b>	<b>2,544</b>	100.0	+2.2%
売上総利益	<b>1,353</b>	54.3	売上総利益	<b>1,410</b>	<b>1,460</b>	57.4	+7.9%
営業利益	<b>477</b>	19.2	営業利益	<b>460</b>	<b>534</b>	21.0	+11.9%
経常利益	<b>450</b>	18.1	経常利益	<b>470</b>	<b>541</b>	21.3	+20.2%
当期純利益	<b>237</b>	9.5	当期純利益	<b>260</b>	<b>307</b>	12.1	+29.6%
1株当たり 当期純利益	<b>14,316円69銭</b>		1株当たり 当期純利益	<b>39円21銭</b> ( <b>15,684円00銭</b> )	<b>46円37銭</b>		
1株当たり 配当金	<b>8,000円</b>		1株当たり 配当金	<b>22円</b> (前期換算値 <b>8,800円</b> )	<b>27円</b> (前期換算値 <b>10,800円</b> )		
配当性向	<b>55.9%</b>		配当性向	<b>56.1%</b>	<b>58.2%</b>		



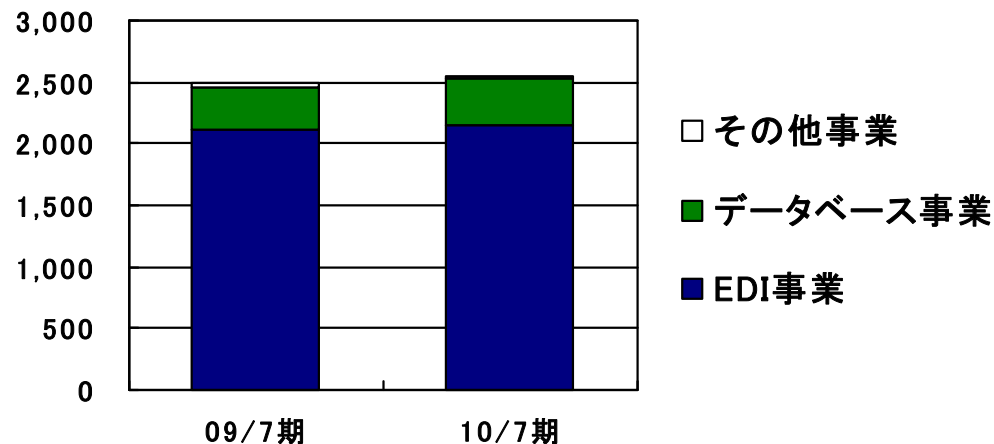
## 2010年7月期の業績概要②





## 2010年7月期の業績ハイライト②

### セグメント別売上高



09/7 期実績			10/7 期実績			
	(百万円)	構成比(%)		(百万円)	構成比(%)	前年同期比
売上高	<b>2,490</b>	100.0	売上高	<b>2,544</b>	100.0	+2.2%
EDI事業	<b>2,116</b>	85.0	EDI事業	<b>2,152</b>	84.6	+1.7%
データベース事業	<b>349</b>	14.0	データベース事業	<b>370</b>	14.5	+6.1%
その他事業	<b>24</b>	1.0	その他事業	<b>22</b>	0.9	-11.2%





## 2010年7月期の業績概要③

### 売上高

#### ■ EDI事業

- EDI事業における通信処理データ量は約13億300万レコードとなり、前期比4%の増加。
- インターネットEDIサービス「SMOOTHEDI®」が着実に普及。

#### ■ データベース事業

- 商品データベース同期化サービス「商品マスタ登録支援システム」のユーザーが増加。
- 流通業向けの「新製品カタログ」を定期的に発行。
- 一般用医薬品販売時の情報提供と相談応需に役立つ「医薬品説明文書サービス」が安定的に稼動。

#### ■ その他事業



## 2010年7月期の業績概要④

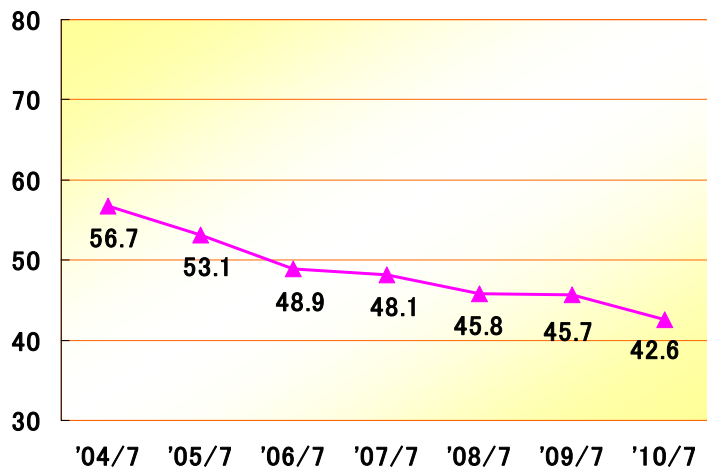
### 利益

- ユーザー数、EDIデータ量が増加したことによる原価率の低減
- 旧式のEDI通信方法(JCA手順)を廃止したことによる原価率の低減
- 事務所移転費用等が発生したが業容を拡大しつつコスト削減に努めた

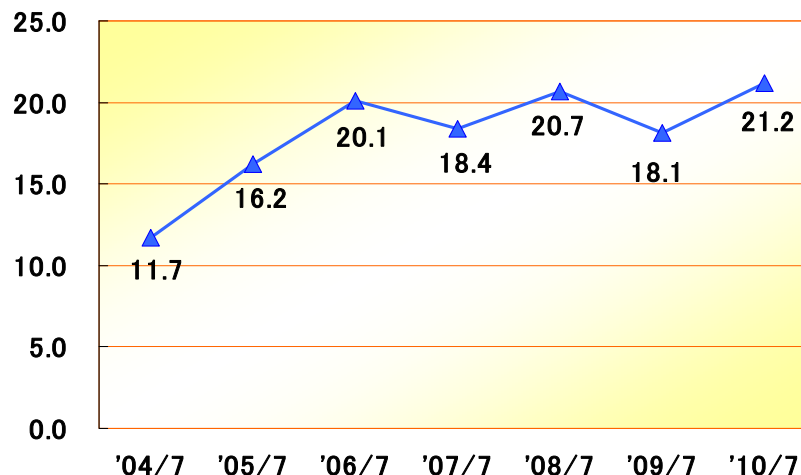


# 経営指標の推移

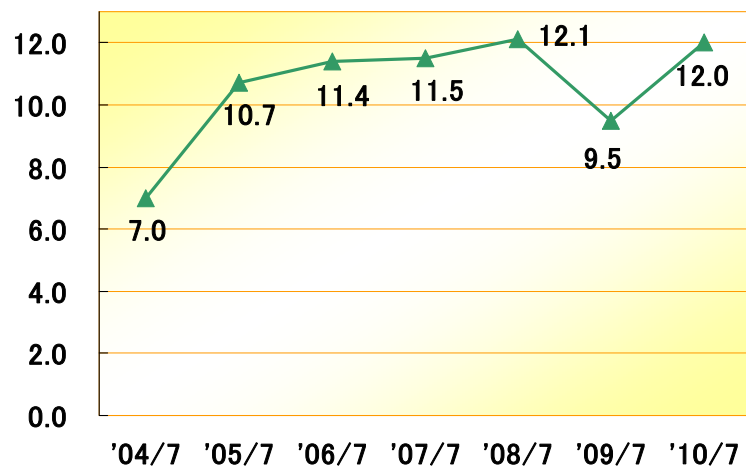
(%) ■ 原価率



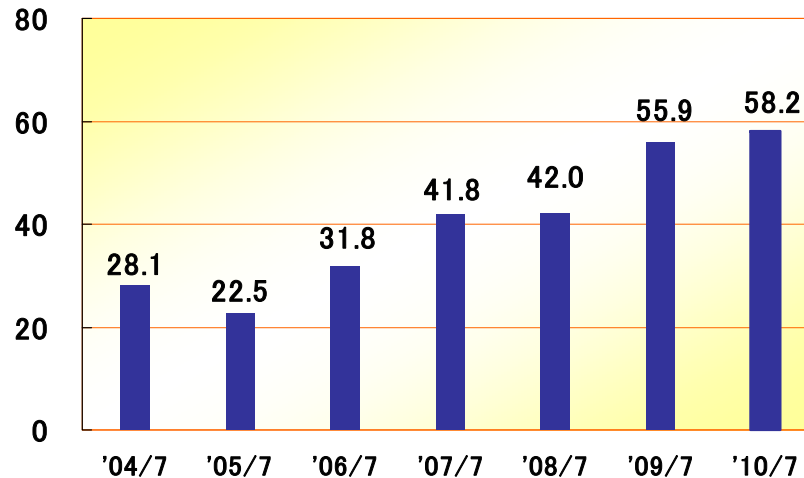
(%) ■ 売上高経常利益率



(%) ■ 売上高当期純利益率



(%) ■ 配当性向





## 株式分割の実施と25周年記念配当

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

※9期連続の増配を予定!

2009年7月期(実績) 8,000円

2010年7月期(予定) 27円(25周年記念配当5円含む)

※前期換算値:10,800円



# 売上高推移

安定的成長

増収・増益・増配

&

値下げ

(百万円)

3,000

2,500

2,000

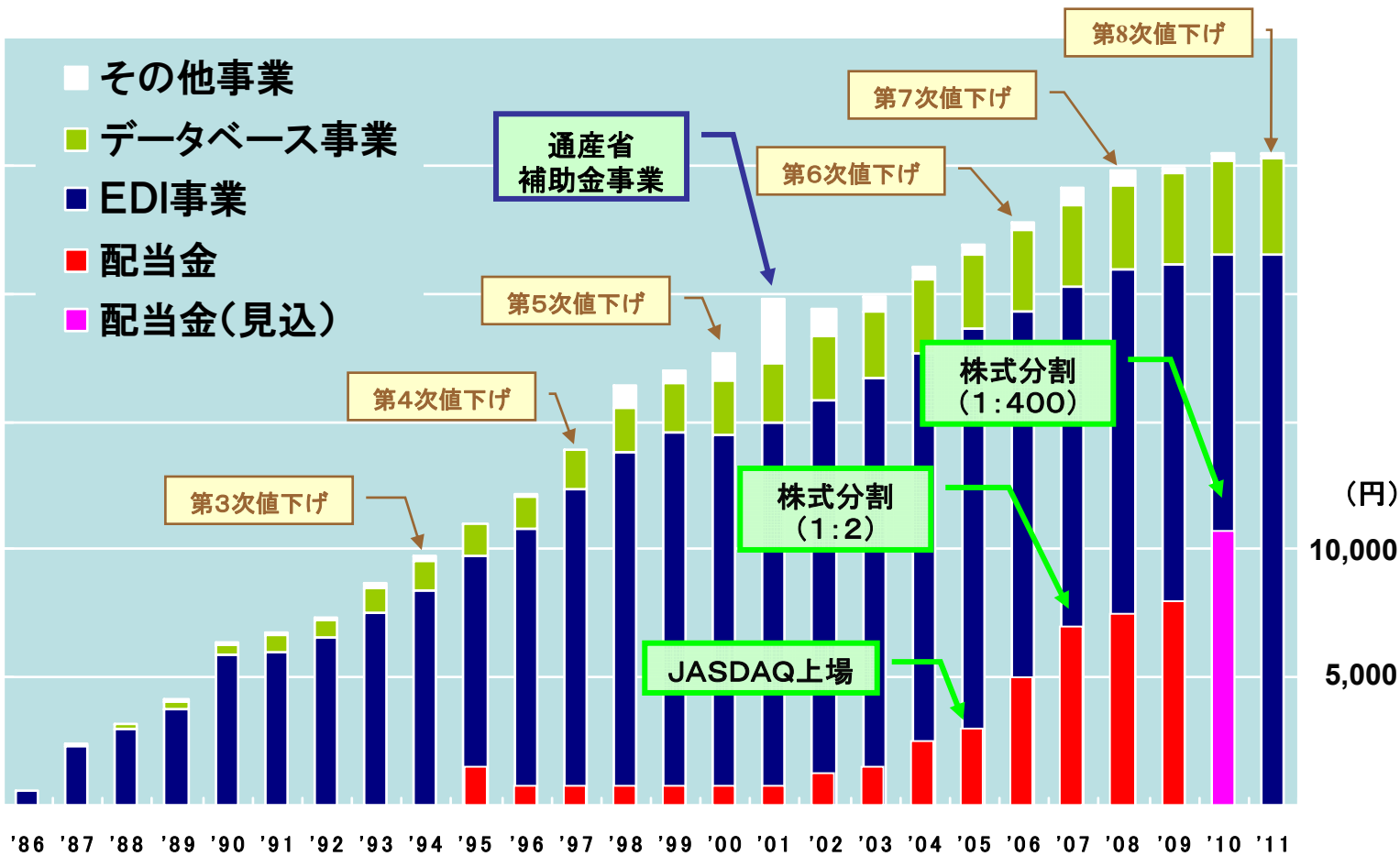
1,500

1,000

500

0

- その他事業
- データベース事業
- EDI事業
- 配当金
- 配当金(見込)



(’08年中間期より事業区分が変更)

(配当金は’09年8月の分割前の基準で換算)



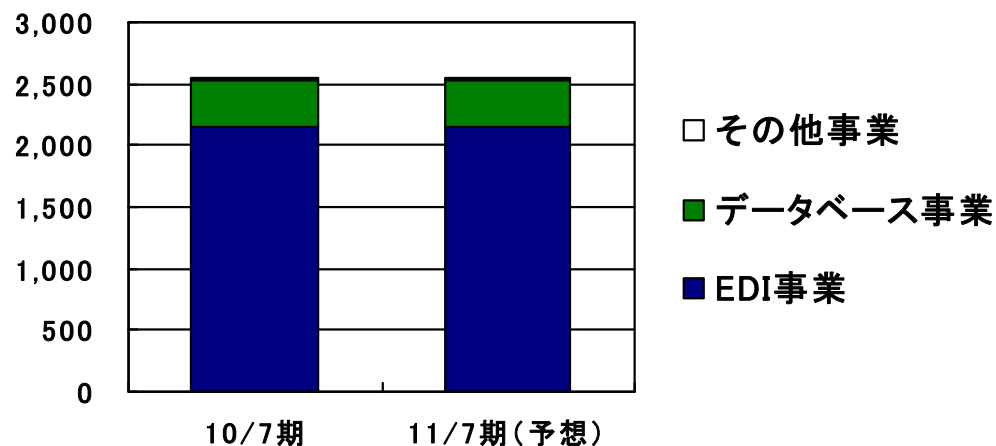
## 2011年7月期の業績予想①

‘10/7 実績			‘11/7 予想			
	(百万円)	率(%)		(百万円)	率(%)	前年同期比
売上高	<b>2,544</b>	100.0	売上高	<b>2,550</b>	100.0	+0.2%
売上総利益	<b>1,460</b>	57.4	売上総利益	<b>1,520</b>	59.6	+4.1%
営業利益	<b>534</b>	21.0	営業利益	<b>530</b>	20.8	-0.9%
経常利益	<b>541</b>	21.3	経常利益	<b>540</b>	21.2	-0.3%
当期純利益	<b>307</b>	12.1	当期純利益	<b>310</b>	12.2	+0.8
1株当たり当期純利益	<b>46円37銭</b>	—	1株当たり当期純利益 (分割前換算)	<b>46円75銭</b>	—	—
1株当たり配当金	<b>27円</b> (記念配当5円含む)	—	1株当たり配当金 (分割前換算)	<b>24円</b>	—	—
配当性向	<b>58.2%</b>	—	配当性向	<b>51.3%</b>	—	—



## 2011年7月期の業績予想②

### セグメント別売上予想



10/7実績			11/7(通期)予想			
	(百万円)	構成比(%)		(百万円)	構成比(%)	前年同期比
売上高	<b>2,544</b>	100.0	売上高	<b>2,550</b>	100.0	+0.2%
EDI事業	<b>2,152</b>	85.6	EDI事業	<b>2,154</b>	84.5	+0.1%
データベース事業	<b>370</b>	13.5	データベース事業	<b>377</b>	14.8	+1.7%
その他事業	<b>22</b>	0.9	その他事業	<b>19</b>	0.7	-12.9%



## 2011年7月期の業績予想③

### 業績予想

#### ■ EDI事業

- EDIによる取引企業数の拡大とデータ種別利用率の向上。
- 日用品化粧品業界以外の業界へのネットワークサービスを展開。
- ドラッグストア業界における流通システム標準化への協力を継続。
- BCP対策を強化。
- プライベート・クラウド環境を採用して新システム基盤を構築。(PE-G6)
- EDIサービス料金値下げ(戦略的に創業以来8回の値下げを実施)

#### ■ データベース事業

- 「商品データベース」のより一層の充実を図っていく。
- 酒類・食品業界の商品データベースとのシステム連携を開始。

#### ■ その他事業

- マーケティングネットワーク「バイヤーズネット」の普及を推進。



# 經營戰略

2011年度～中長期的展望



# 2011年度～中長期的展望

## 成長戦略

### 既存分野の拡大

- 基幹系システムである事務合理化のためのEDIサービスとともに、情報系システムであるマーケティングネットワーク「バイヤーズネット」の普及を推進していく。
  1. データ種利用拡大(EDI利用率の促進)
  2. ドラッグストア業界への働きかけを継続(ユーザー数の増加)
  3. バイヤーズネットサービスの普及
  4. BCP対策の強化

### 将来展望

- プラネットのネットワークを基幹系から情報系へと進化させ、より持続的な成長を目指す。

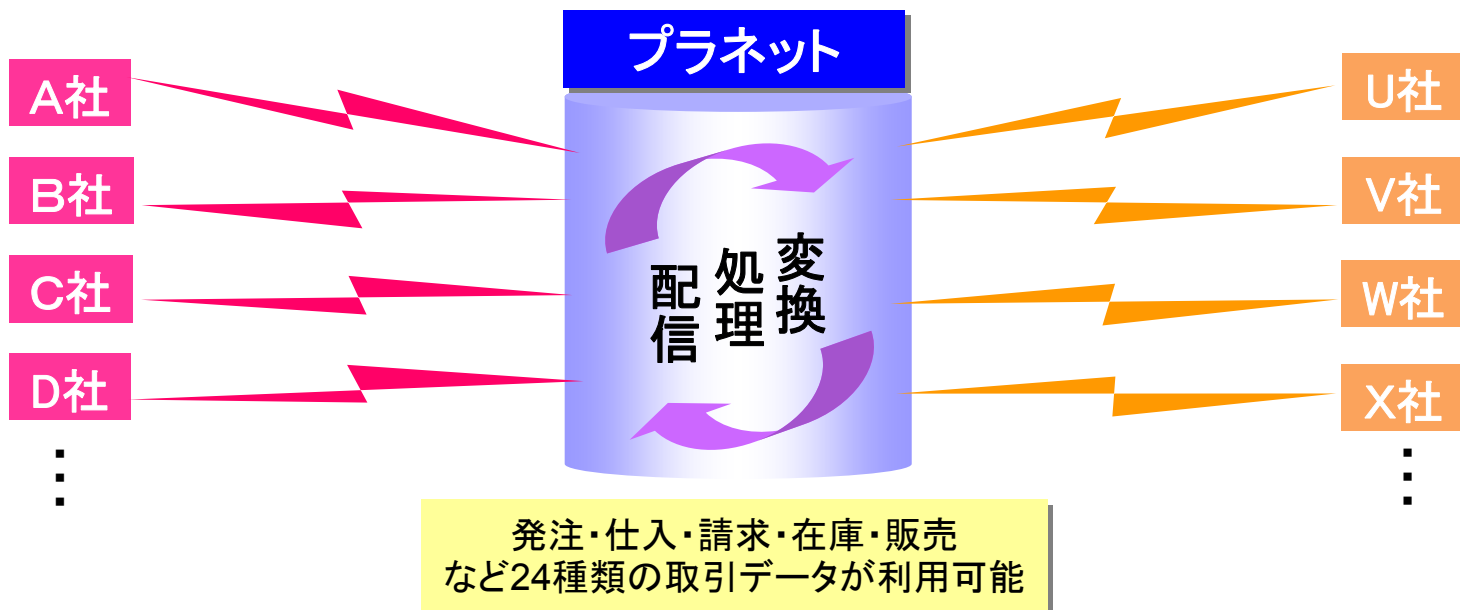
情報系ネットワーク・サービスの強化



# EDIサービスについて

**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(注文書や請求書など)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し合うこと。

※(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

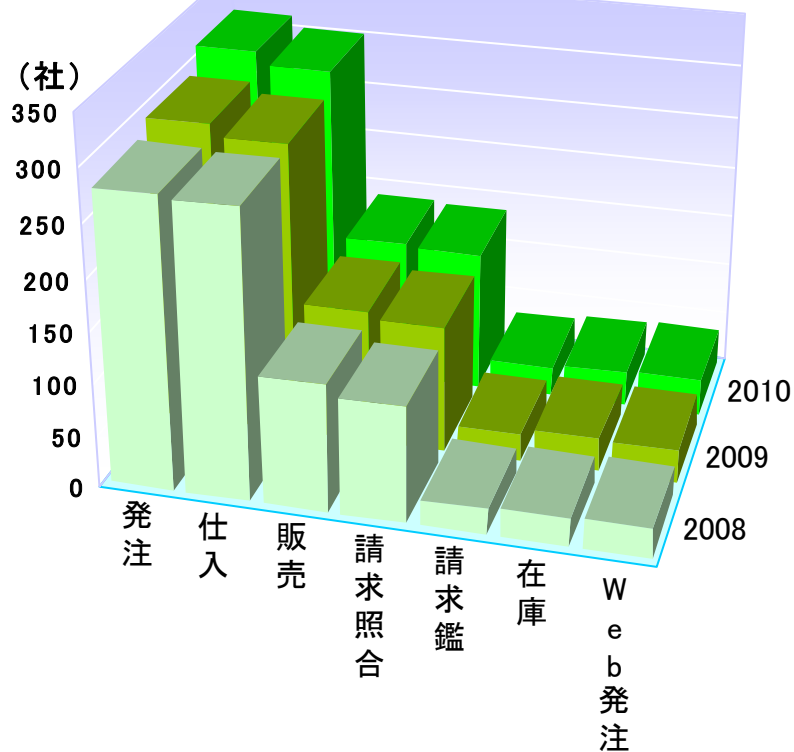


# 既存分野の拡大 1. データ種利用拡大

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。

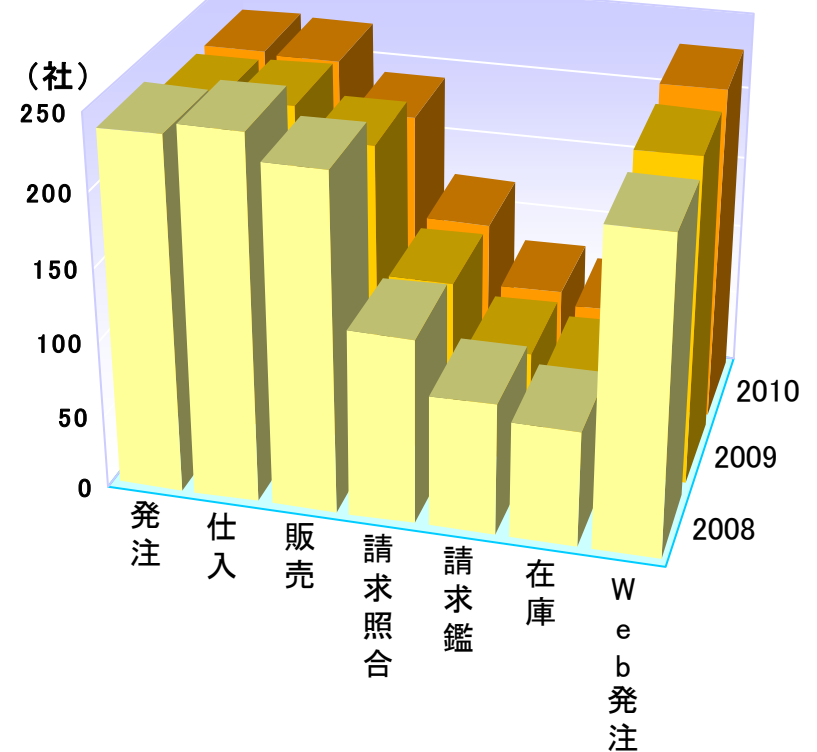
## メーカー

(全社合計377社)



## 卸売業

(全社合計470社)





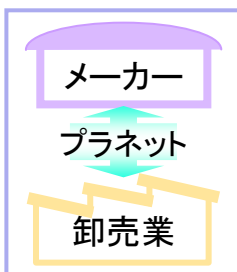
## 既存分野の拡大 2. ドラッグストア業界へ

プラネットのEDIサービスユーザー数拡大を目指す

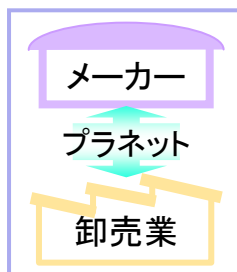
売上高 約25億円（メーカー・卸売業間）

既存分野

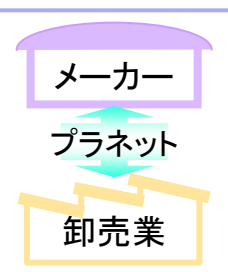
日用品・化粧品



ペットフード・用品



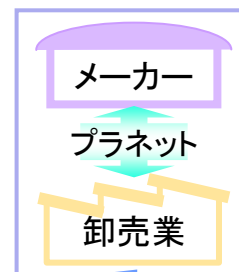
OTC(大衆薬)



消耗家電



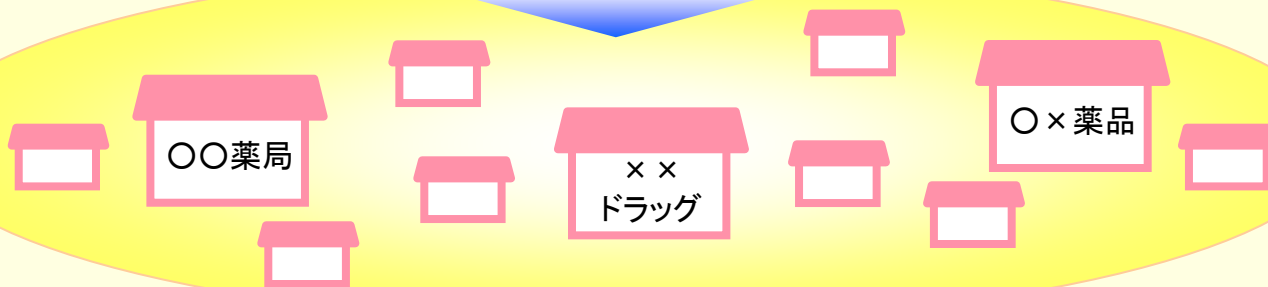
家庭用品



...  
(その他隣接業界)

プラネット

新規開拓分野



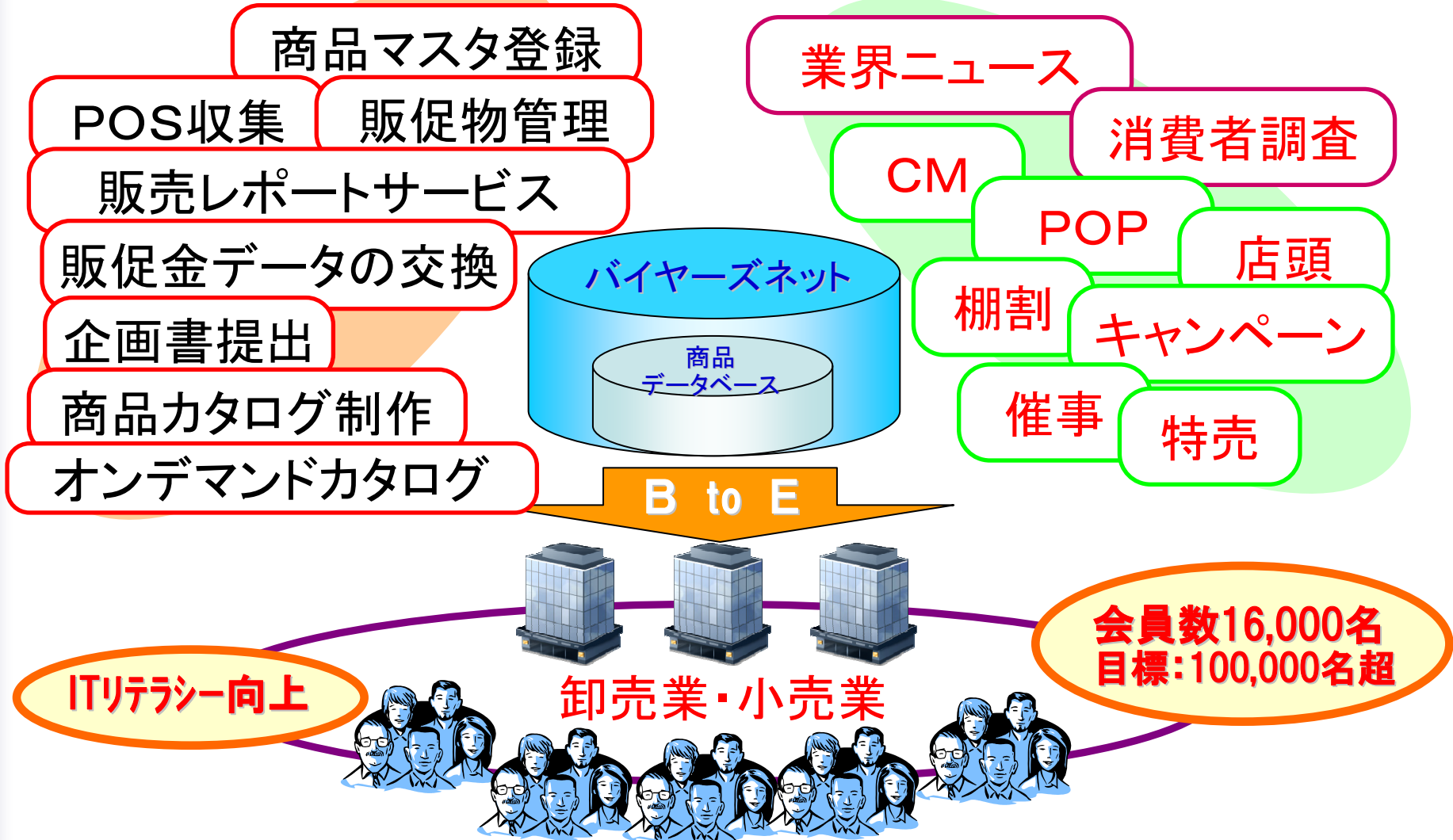
ドラッグストア業界(小売業)



# 既存分野の拡大 3. バイヤーズネットサービスの普及

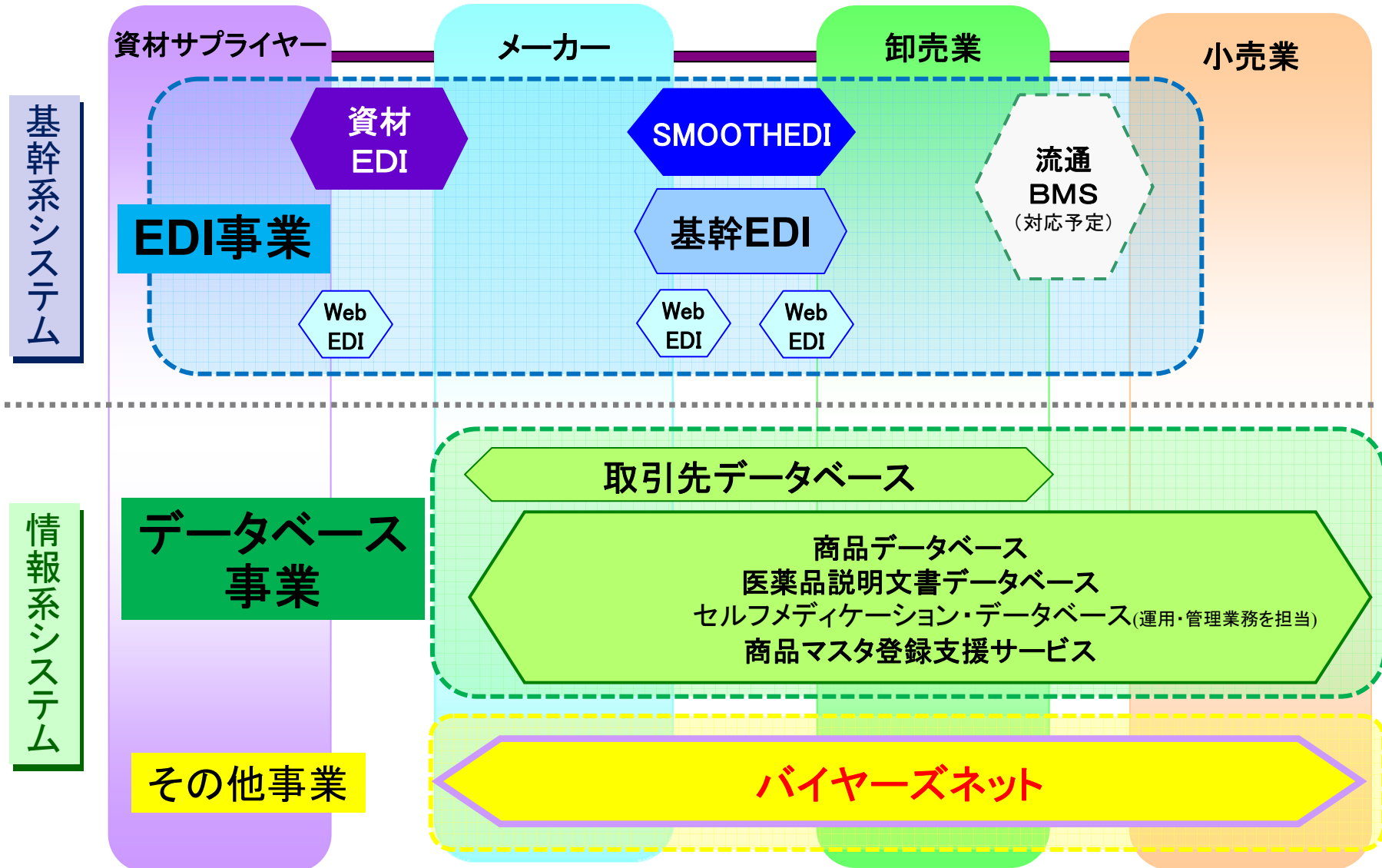
## 業務効率化

## 積極的な情報共有化





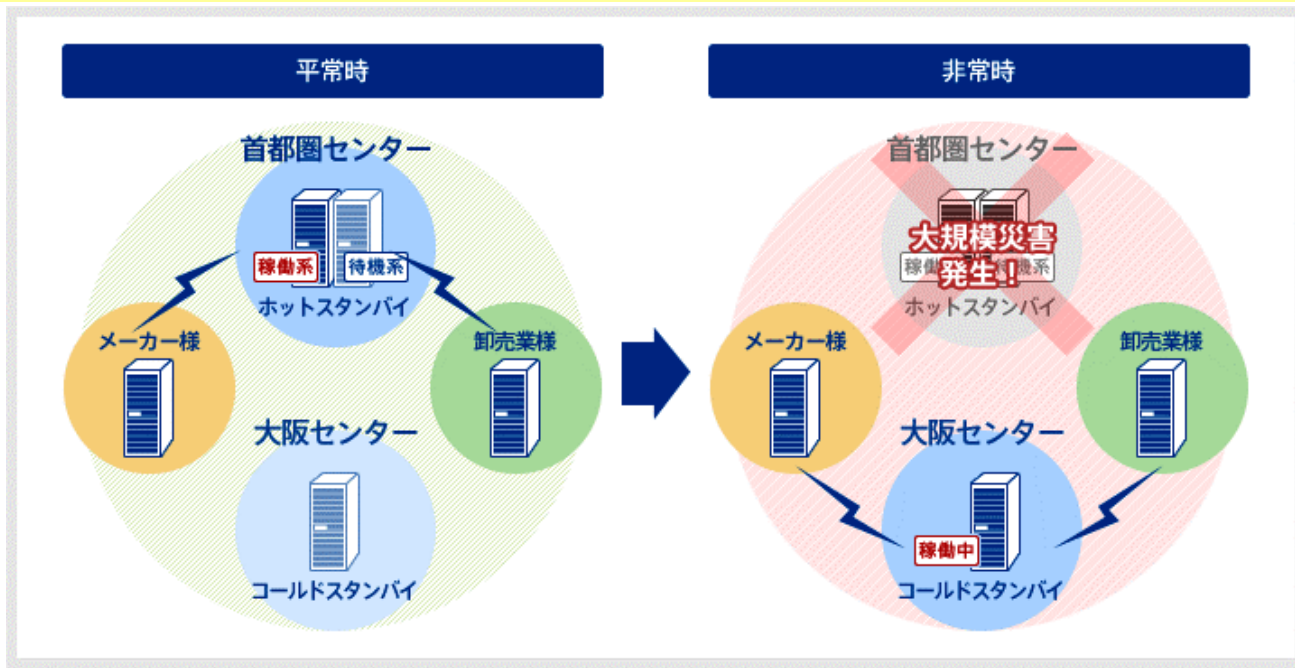
# 既存分野の拡大 3. バイヤーズネットサービスの普及





## 既存分野の拡大 4. BCP対策の強化

プラネットのBCP強化 ⇒ 業界規模でのBCP強化



2010年9月1日(水)、昨年に引き続きプラネットが業界ユーザー様(初日は10社、バックアップシステム開放期間を含めて67社)にご協力いただき、緊急時を想定した実践的な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。





## 将来展望 ネットワーク機能強化による新プラネット①

基幹系システムである事務合理化のためのEDIサービスに加えて、情報系システムであるマーケティングネットワーク「バイヤーズネット」の普及を推進していく

- 商品マスタ登録支援サービスの拡充
- プライベート・クラウド環境を採用した新システム基盤の構築による利便性、堅牢性、セキュリティの強化

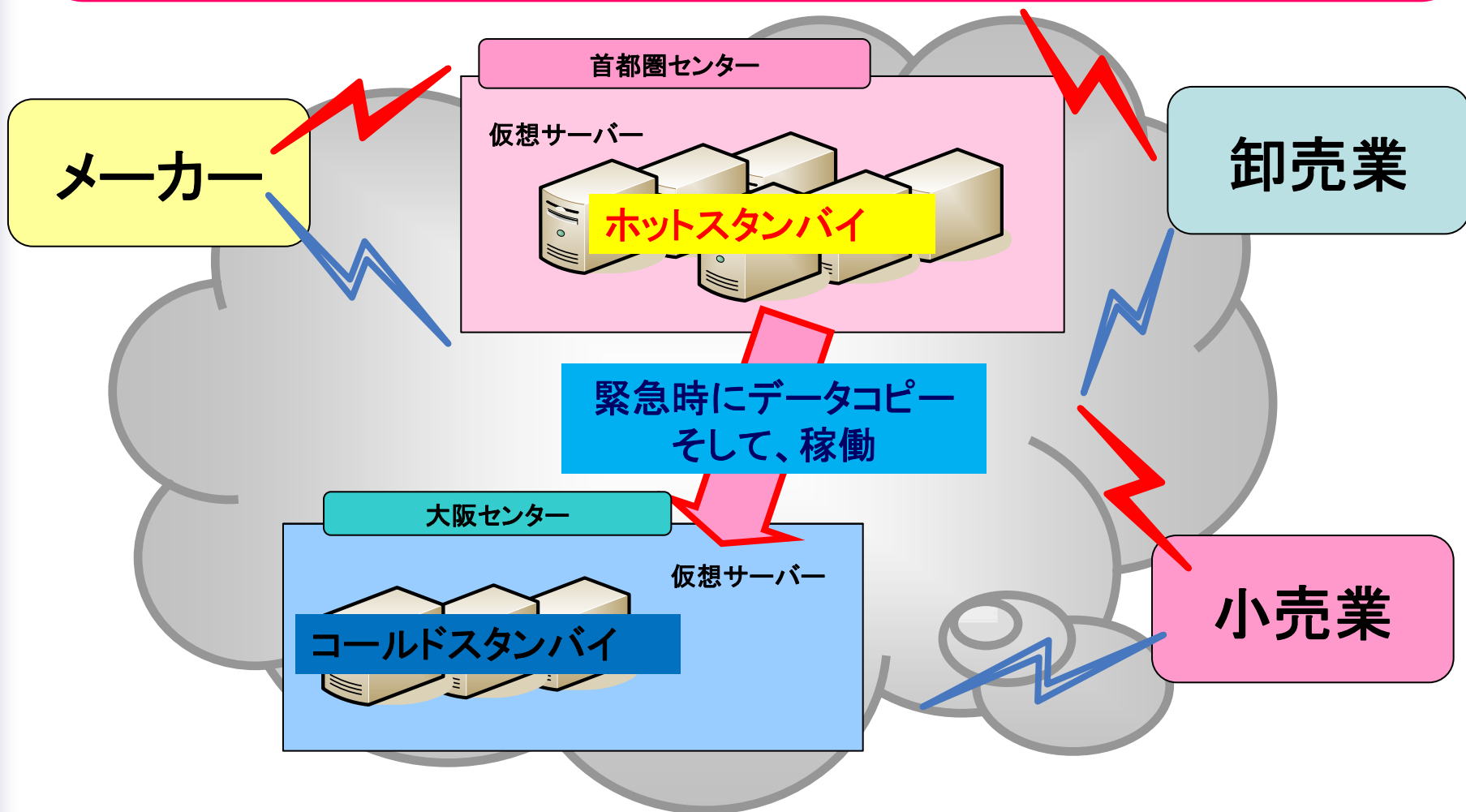
### プラネットの新しいビジネスモデルの開始

#### ■ 課題

- 小売EDIの普及に要する時間
- 非定型業務でバイヤーズネットを活用するためのユーザーリテラシーの向上
- レガシー問題(人的要素・IT環境)



## プライベート・クラウドシステムの導入構築(PE-G6)





# 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](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

1. 会社概要	30
2. 経営の基本方針	31
3. プラネットの歩み	32
4. プラネットの主要サービス体系	33
5. 基幹EDIサービスの進捗状況	34
6. 主要取引先企業	35
7. レガシー問題	36
8. センターマシンの推移	37
9. センターマシン入替と原価率	38
10. フル装備EDI	39
11. J手順(アナログ変換)サービスの提供を終了	40
12. 商品データベース	43
13. バイヤーズネット	45
14. 医薬品説明文書データベース	46
15. CCLによるマーケティング提案	47
16. 業界全体を結ぶEDI実現への道筋	48
17. ドラッグストア業界への拡大	49
18. BCPへの対応	50
19. プラネットの成長曲線	51
20. 25期トピックス	52
21. 卸店は中間搾取か?	53
22. 取引コスト	54



## 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 : 20億56百万円

従業員数 : 36名 (2010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

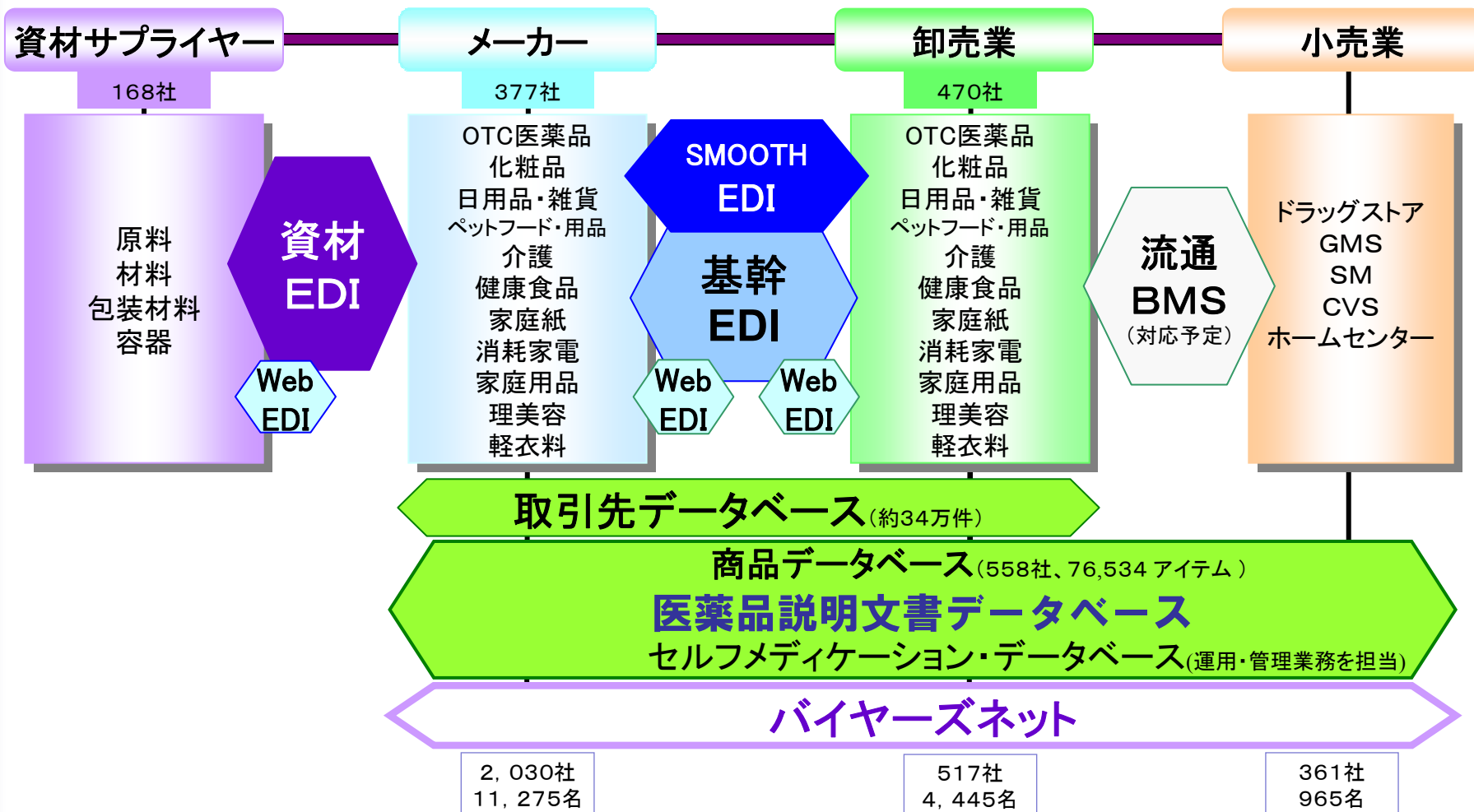
1985. 8	(株)プラネット発足 資本金:240百万円 出資会社(順不同): (株)インテック、ライオン(株)、 ユニ・チャーム(株)、(株)資生堂、サンスター(株)、 ジョンソン(株)、十條キンバリー(株)<現 日本製紙クレシア(株)>、 エステー化学(株)<現 エステー(株)>、牛乳石鹼共進社(株)	2001. 1	Web受発注サービス開始
1986. 2	仕入データ、販売データ稼動開始	8	Web資材EDIサービス開始
10	発注データ、請求照合データ稼動開始	12	シングルポータル「バイヤーズネット®」サービス開始
1987. 2	日経・年間優秀製品賞の「日経流通新聞賞」を受賞	2002. 6	理美容業界がプラネットEDIサービス利用を発表
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	2003. 10	ペット業界が業際統一伝票を導入
1988. 9	FAX受発注システム稼動開始	2004. 2	ジャスダック市場へ株式公開
9	プラネットの広報誌「PLANET van van」第1号を発刊	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
1991. 1	在庫データ稼動開始	2005. 8	インターネットEDIサービス「SMOOTHEDI®」の稼動開始
1992. 4	品切連絡データ稼動開始	10	ファイル振分配信サービス開始
1994. 3	振替データ稼動開始	2006. 2	商品マスタ登録支援サービス開始
1995. 2	「トータルEDI概要書」発行	4	販売レポートサービス開始
2	《100%オンライン受発注構想》発表	7	大規模災害時を想定した障害対応訓練を実施(第一回)
10	全国家庭用品卸商業協同組合ネットワークを受託	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
1996. 4	業際統一伝票導入(新伝送フォーマット切替開始)	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	次期ネットワーク《業界イントラネット構想》発表	7	大規模災害時を想定した障害対応訓練を実施(第二回)
1997. 7	資材EDI稼動開始	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
12	商品データベースサービス稼動開始	8	EDIバックアップシステム稼動開始、EDI接続の切替訓練を 含む障害対応訓練を実施(第三回)
1998. 1	《業界サプライチェーン構想(VOES)》の発表	9	カスタマー・コミュニケーションズ(株)を関連会社化
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	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
2	取引先データベースサービス開始	2009. 1	「2009年春夏新製品カタログ」を発行
1999. 8	基幹EDIサービスダウンサイジング(TCP/IPに対応)	4	医薬品説明文書データベース サービス開始
2000. 4	ペット業界が商品データベース利用開始	10	プラネットEDIの通信手順が全銀TCP/IPおよびAS2へ完全移行





# 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2010年7月末現在



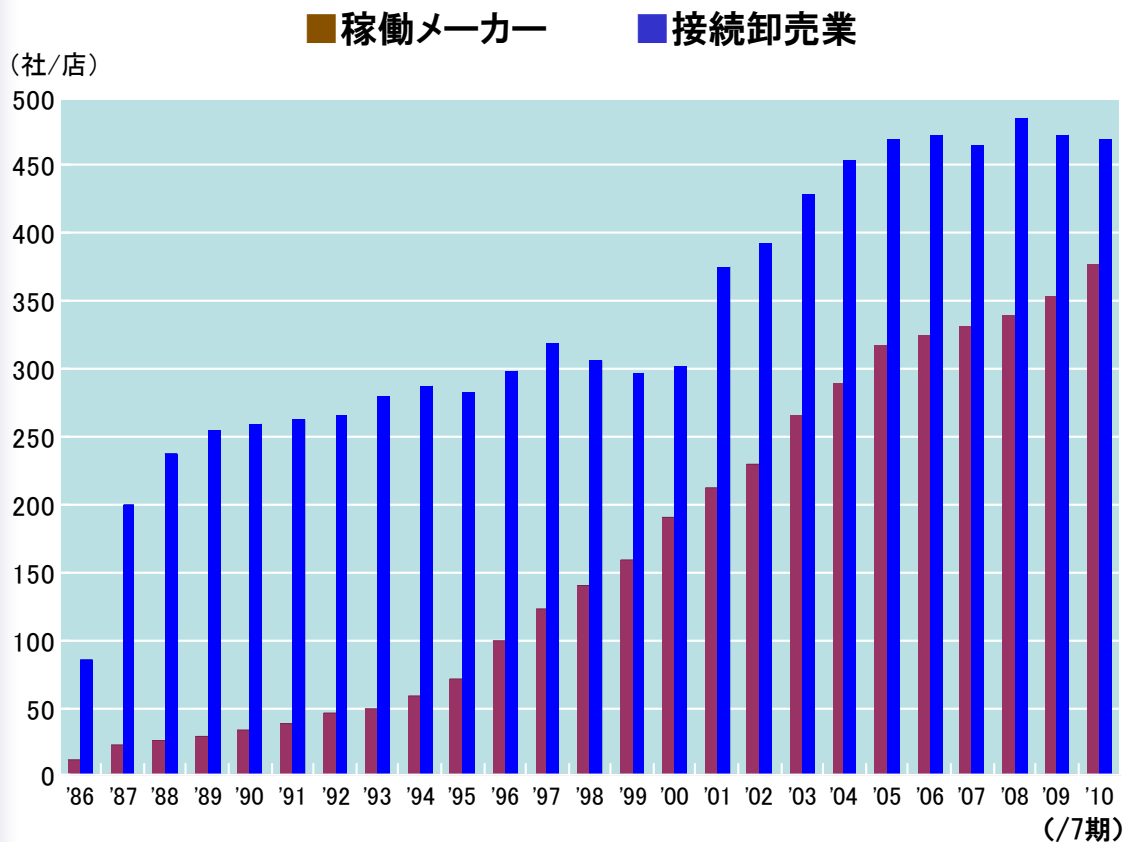
当社サービスのキーワード＝

**安全・中立・標準・継続**

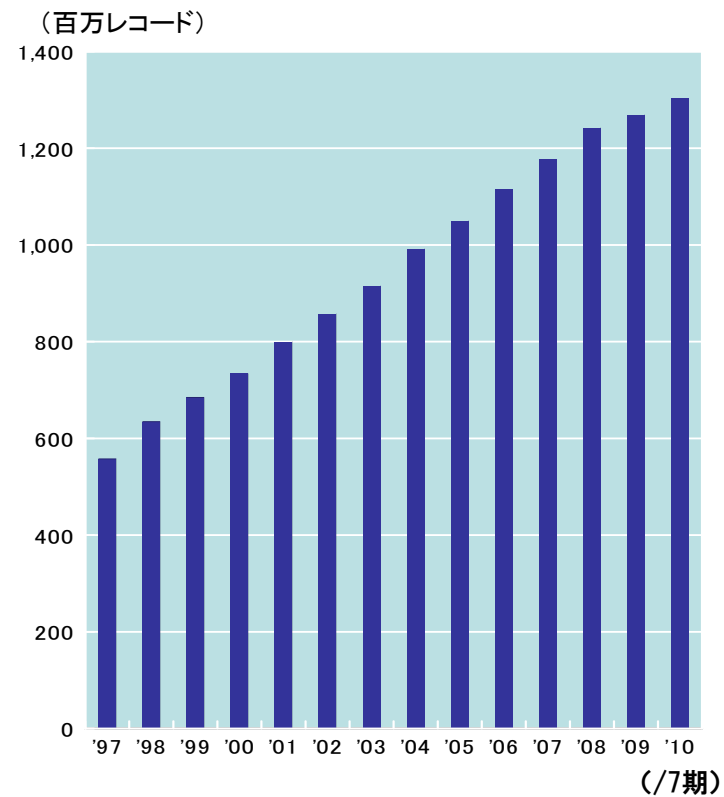


# 参考資料5. 基幹EDIサービスの進捗状況

## 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

(2010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)	大日本除虫菊(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)
クワ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・カスタマーマーケティング(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・ペット用品

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)	ネスレ日本(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: 380社

## 卸売業

(社名は50音順)

### 化粧品・日用品

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

など

### OTC医薬品(大衆薬)

(株)大木	(株)Paltac
(株)健翔	(株)ほくやく
シーエス薬品(株)	(株)リードヘルスケア
丹平中田(株)	(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・ペット用品

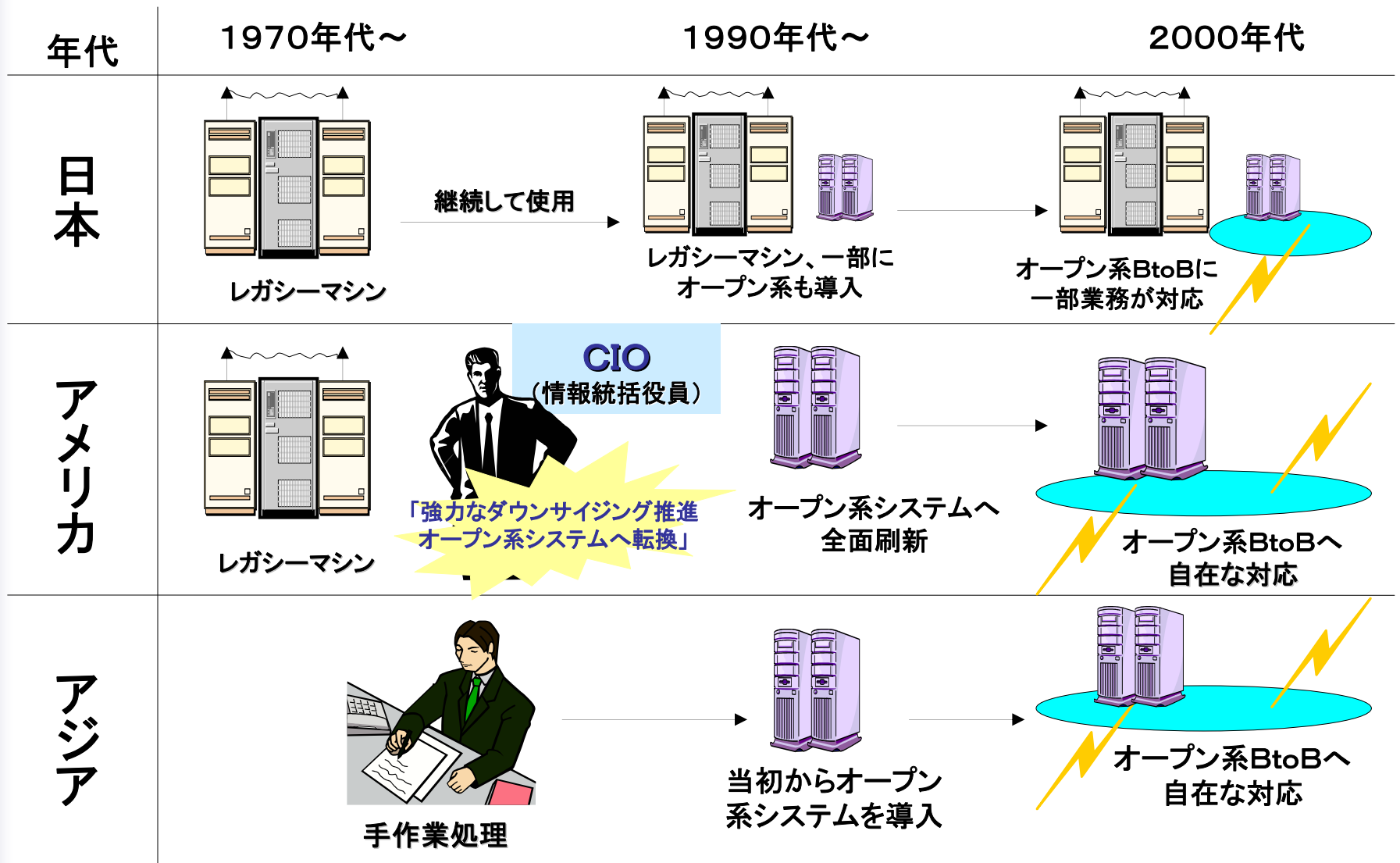
エコートレーディング(株)	(株)マーク産業
(株)オーシマ小野商事	(株)みさと産業
ジャベル(株)	(株)森光商店
トーション(株)	ラブリー・ペット商事(株)
中屋商事(株)	(株)菱食
日本ベネット(株)	

など

接続卸売業者数: 471社

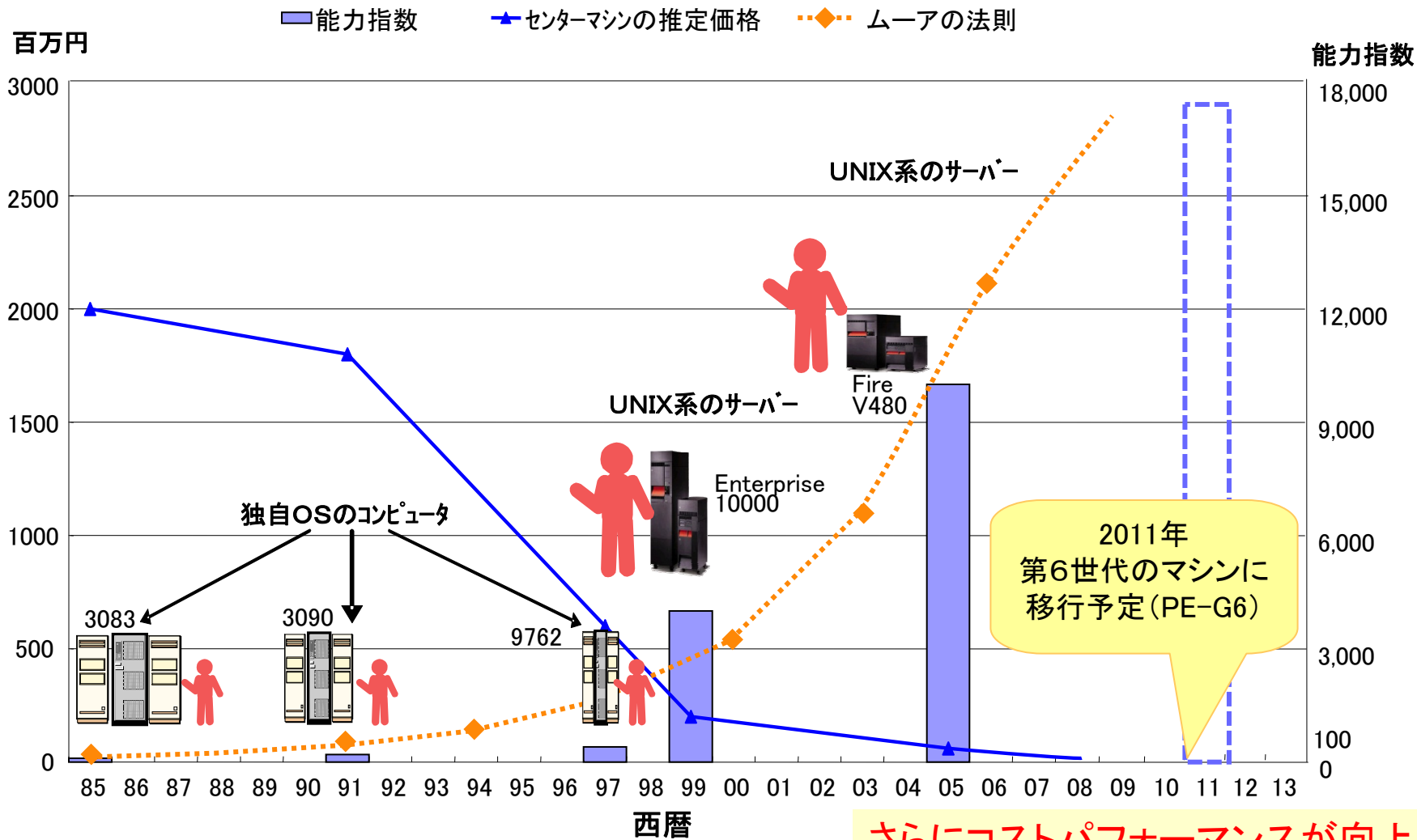


# 参考資料7. レガシー問題



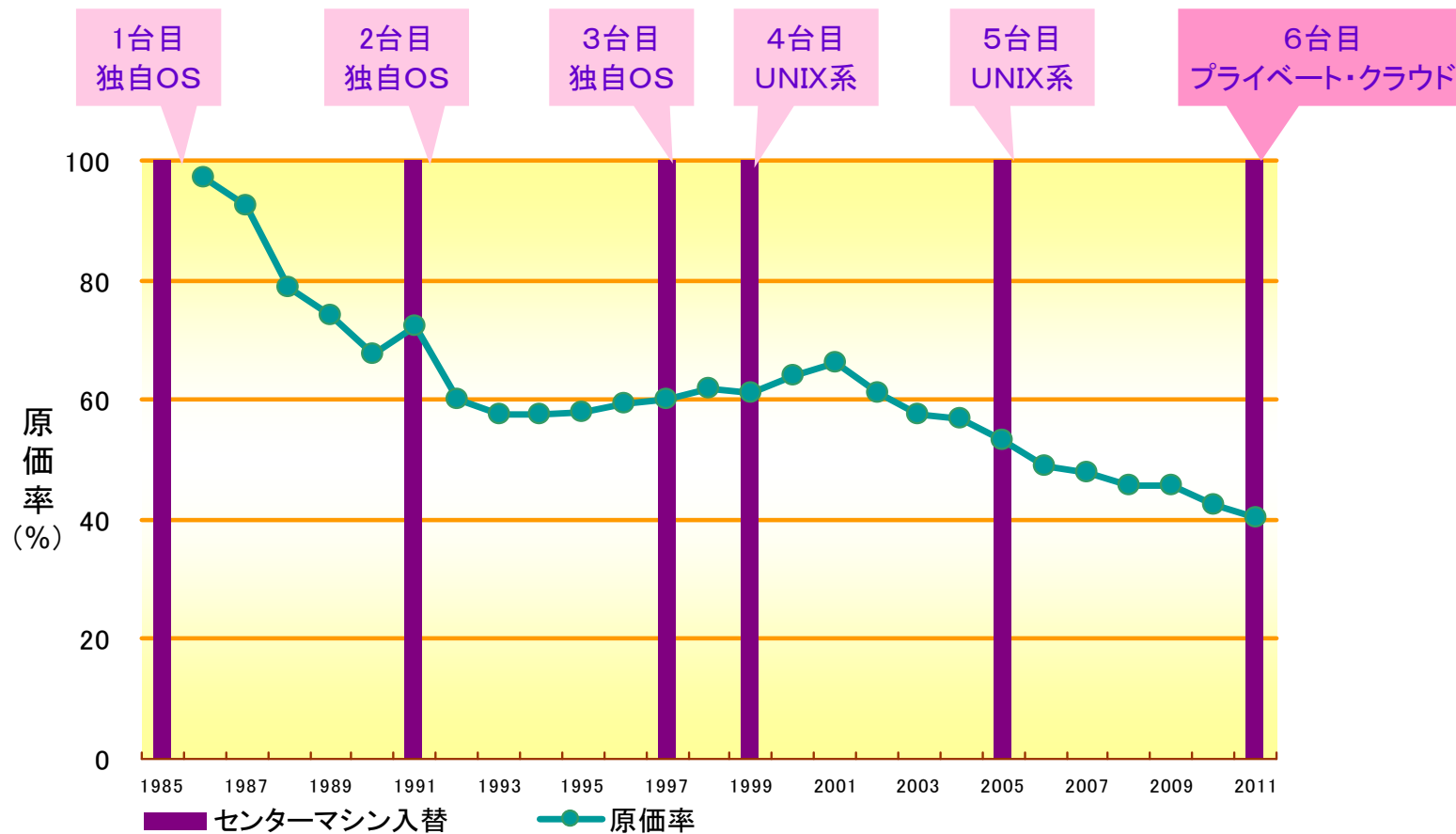


# 参考資料8. センターマシンの推移





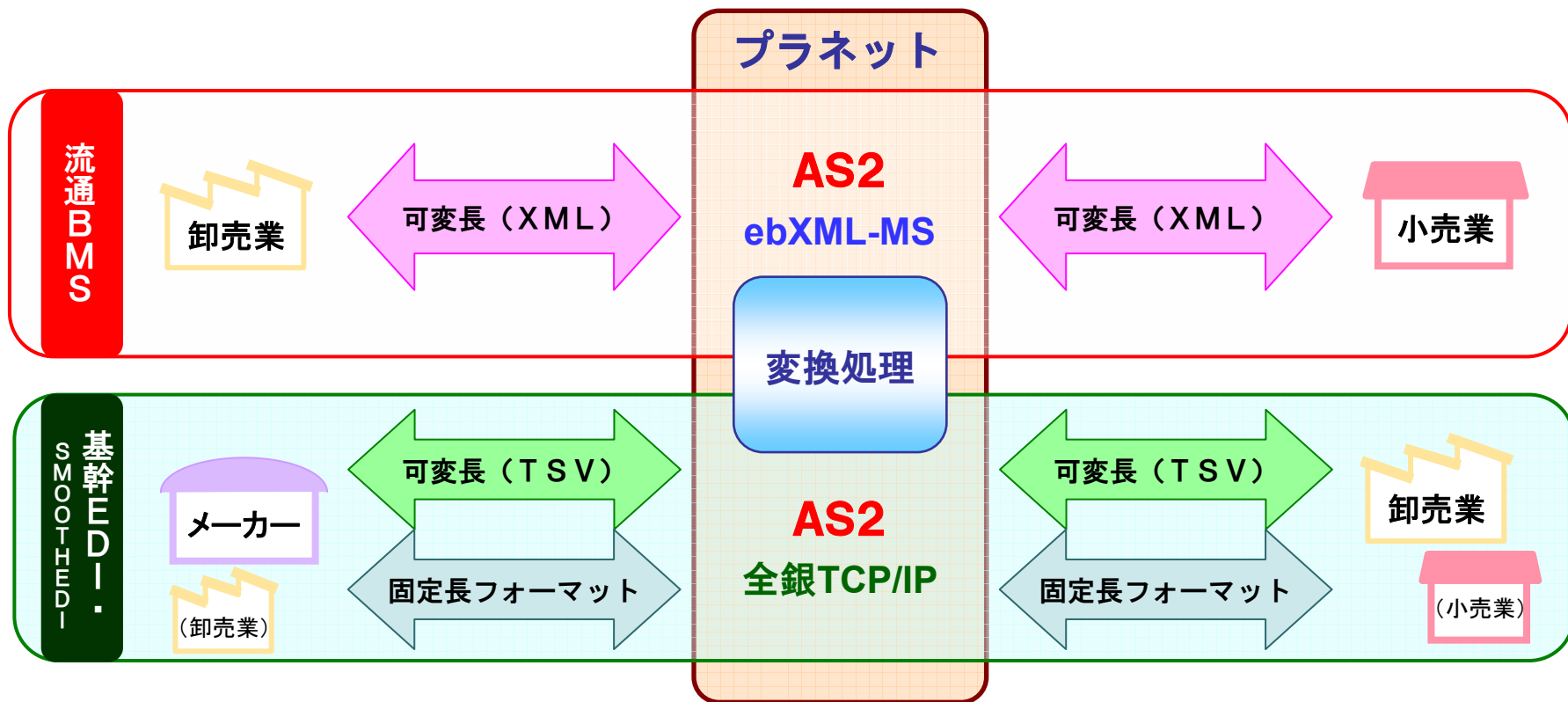
## 参考資料9. センターマシン入替と原価率





# 参考資料10. 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

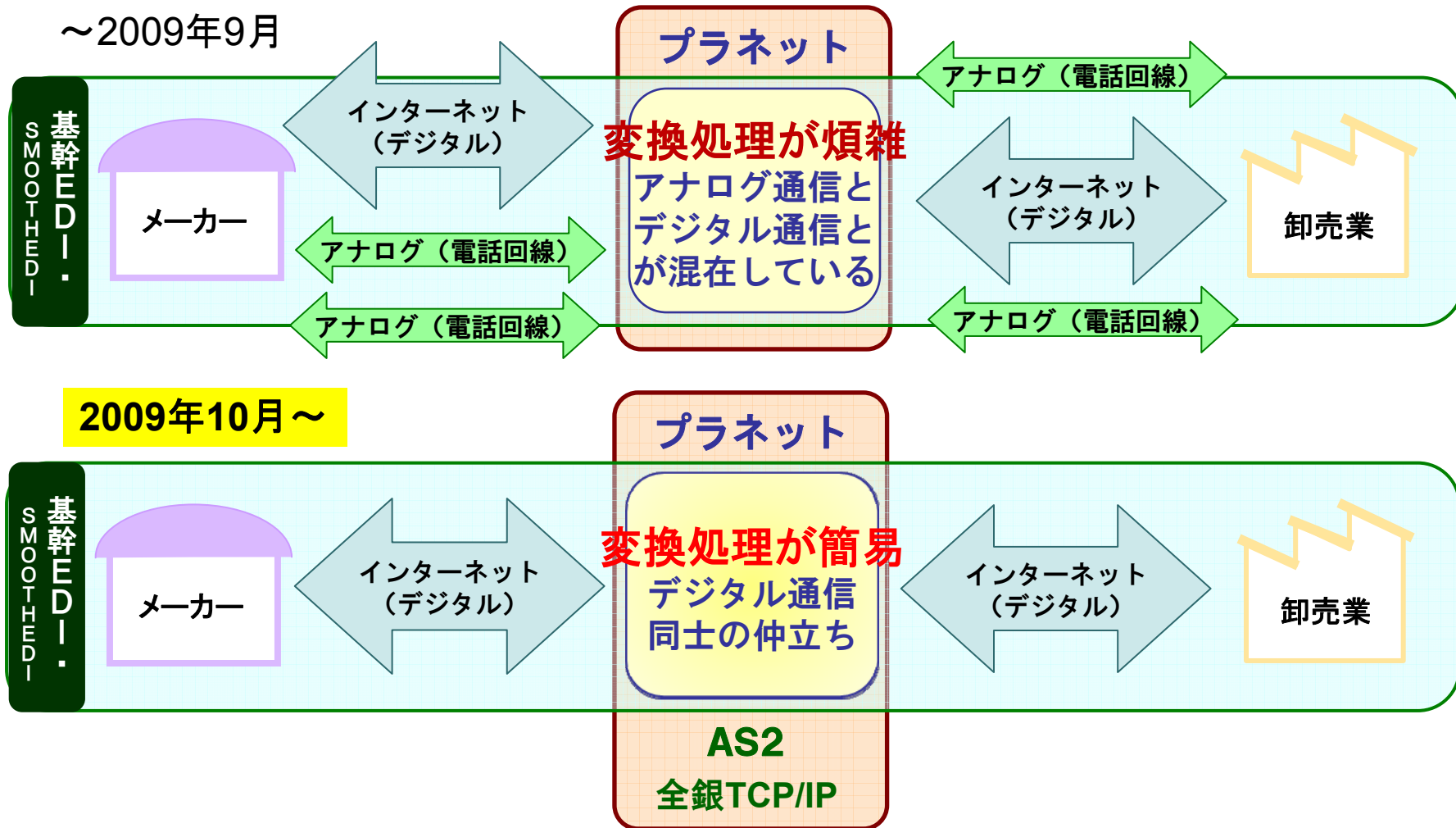


※流通BMS : 次世代EDIの受発注システムのための標準規格

- 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11. J手順(アナログ変換)サービスの提供を終了①







## 参考資料11. J手順(アナログ変換)サービスの提供を終了②

### ●メーカー⇔卸売業の基幹EDI

これまで

電話回線を使用する旧式のアナログ通信方法（**JCA手順**、以下J手順）とインターネット技術を利用した新しい通信方法（**全銀TCP/IP手順**・**AS2手順**）とが混在

09年10月から

◆全銀TCP/IP手順・AS2手順のみへサービスをシフト

- ・プラネットでは予想以上に**原価率の低減効果**が出ました。  
(アナログとデジタルの混在した煩雑なEDI通信を無償で変換処理をしていましたが不要となったため)
- ・今後**ユーザー側はIT化が進みます**。通信スピードが飛躍的に向上し**通信コストが大幅に削減**できます。
- ・プラネットの大規模災害時「EDIバックアップシステム」が使用可能となり**ユーザー企業側のBCP対策**が進みます。



## 参考資料11. J手順(アナログ変換)サービスの提供を終了③

### ▲ 「JCA手順」の問題点について

「JCA手順」（以下J手順）とは1980年代に日本チェーンストア協会（JCA）が制定したEOS（Electronic Ordering System）通信用の手順のことです。EOSは小売業が仕入先へ発注するシステムですが、発注データ1種類のしかも1方向通信でしかなく、EDIとしては初歩的な段階のものであります。

「J手順」は40年前の技術に基づいた仕様でアナログの電話回線を利用することを前提にしているため、世界標準のTCP/IPに比べ1/100以下のスピードしかなく、漢字や画像の送受信には膨大な時間が必要となります。

日本の小売業界ではこの旧式の通信手段が広く使われているのが現状でこの分野での**IT化が進まない大きな要因**となっています。プラネットでは各業界へさらなるIT化を進めていただけるよう環境の整備を推進します。

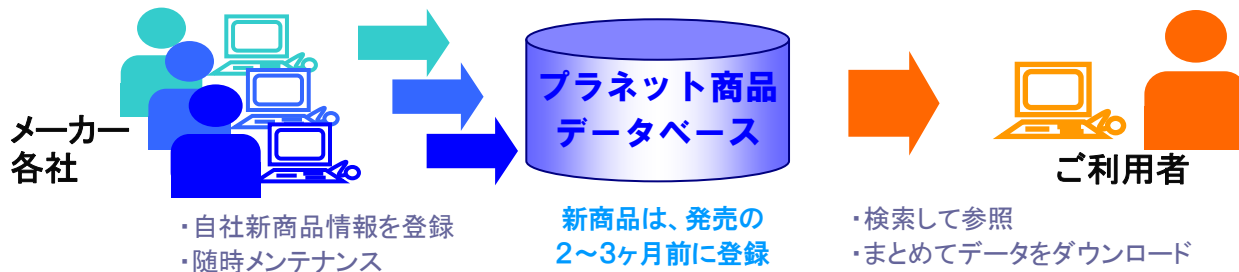
※90%以上の小売業が「J手順」を使い続けていると推定されています。



## 参考資料12. 商品データベース①

化粧品・日用品、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

558社、76,534アイテム  
(2010年7月末時点、  
前年比15社・9,348アイテム増)

#### ●関連サービス

商品マスタ登録支援サービス  
(卸売業16社、小売業5社が導入)



新製品カタログ(2009年より年2回刊行)



『2010年秋冬新製品カタログ』  
(2010/7/22発行、109社・  
1,803アイテムの新製品を掲載)

#### ●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



## 参考資料12. 商品データベース②

網羅

2010年秋  
“FINET FDB”相互連携  
(酒類・加工食品業界DB)

JSM-DB連携

(OTC医薬品業界DB)

登録商品増

鮮度

発売3カ月前に  
登録

登録早期化

活用

新製品カタログ



商品マスタ登録  
支援サービス

品名	規格	単位	価格	在庫	登録日	更新日	登録者
商品A	規格A	単位A	価格A	在庫A	登録日A	更新日A	登録者A
商品B	規格B	単位B	価格B	在庫B	登録日B	更新日B	登録者B



# 参考資料13. 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B2B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** (2010年7月末現在)

- メーカー : 2,030社 11,275名
- 卸売業 : 517社 4,445名
- 小売業 : 361社 965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

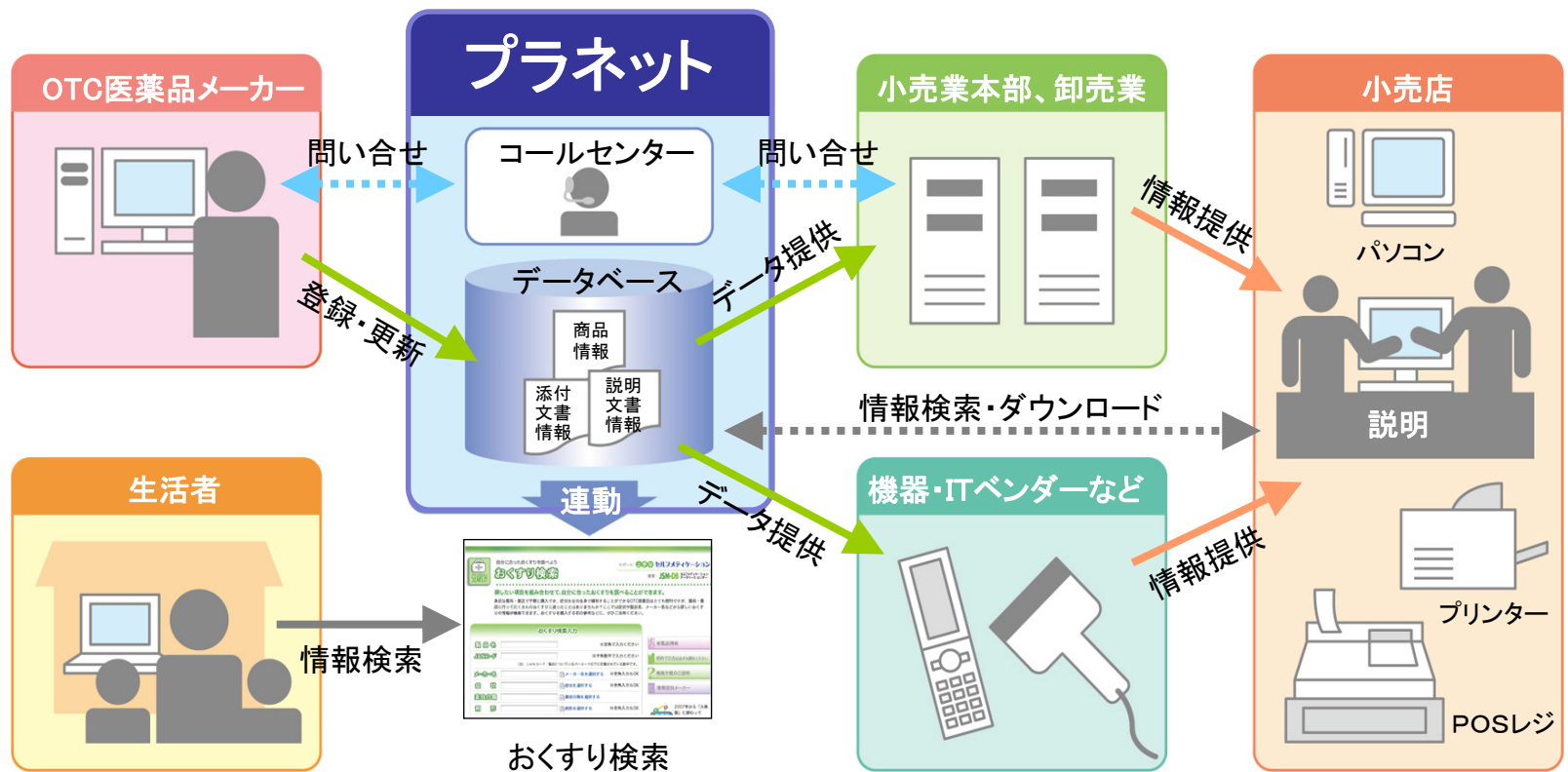
- ・戦略的な企業情報の発信
- ・各社B2Bサイトの共通玄関

## 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14. 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57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。



## 参考資料15. 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： 560百万円

純利益： 81百万円 (2010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)ジャンメクレディア 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

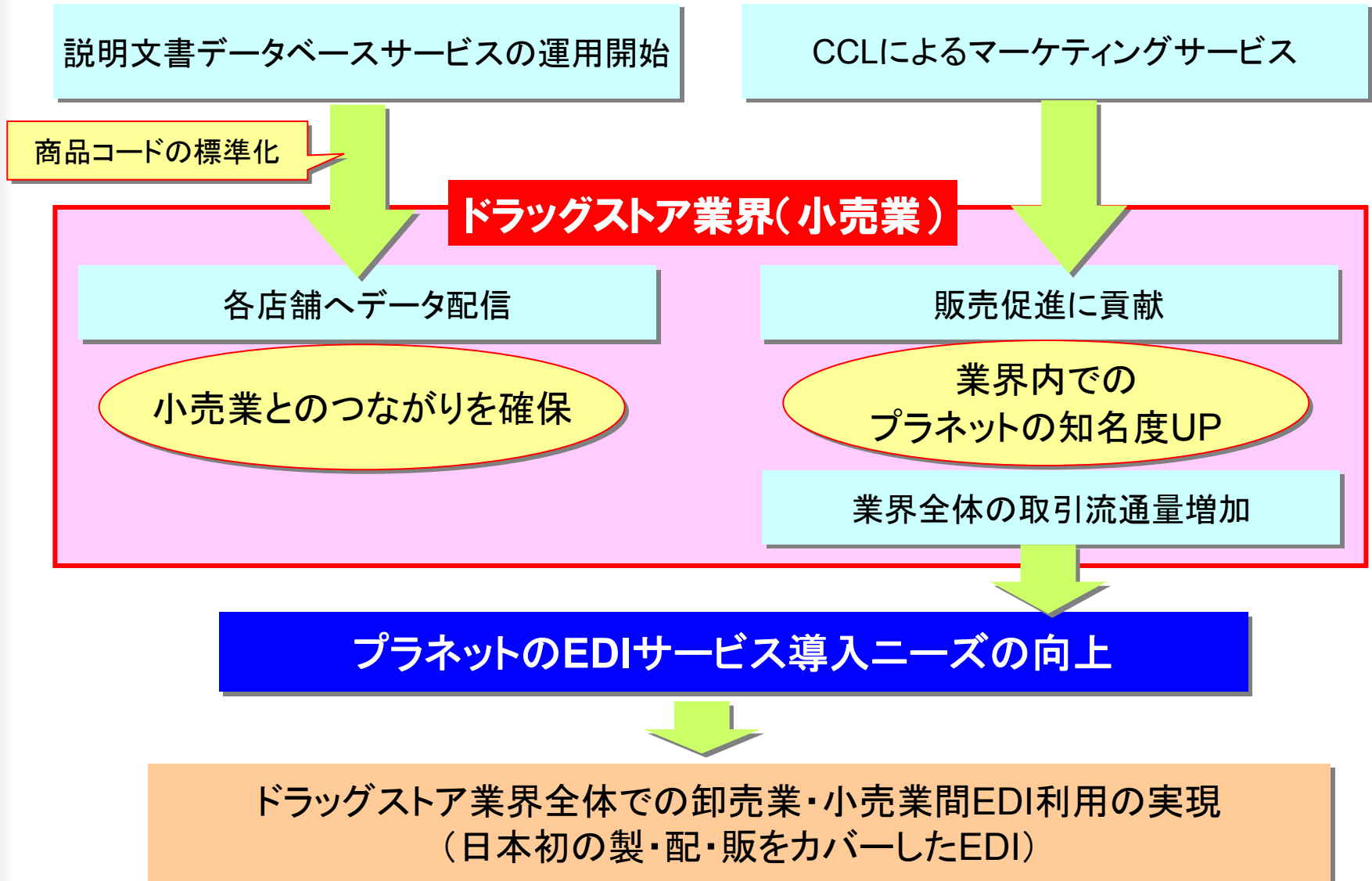
- 得意分野:
- 小売店の顧客ID付POSデータを収集し、独自のデータ分析サービスを通して顧客の購買特性に合わせた販促計画や商品構成を提案
  - 国内最大量の顧客ID付POSデータをもとに、最先端のマーケティング情報や提案による販売促進

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



# 参考資料16. 業界全体を結ぶEDI実現への道筋







# 参考資料17. ドラッグストア業界への拡大

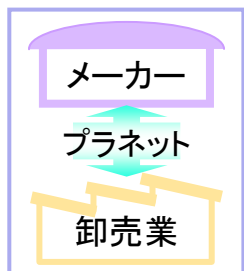
(メーカー・卸売業間)

既存分野

日用品・化粧品



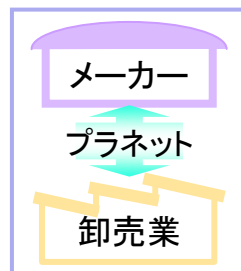
ペットフード・用品



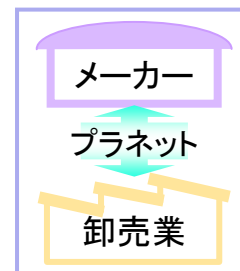
OTC(大衆薬)



消耗家電



家庭用品



...  
(その他隣接業界)

隣接業界へのEDIサービス利用拡大の方向

2010年7月 参加企業数 1015社<sup>※</sup>

※内訳: メーカー 377社 卸売業 470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。)

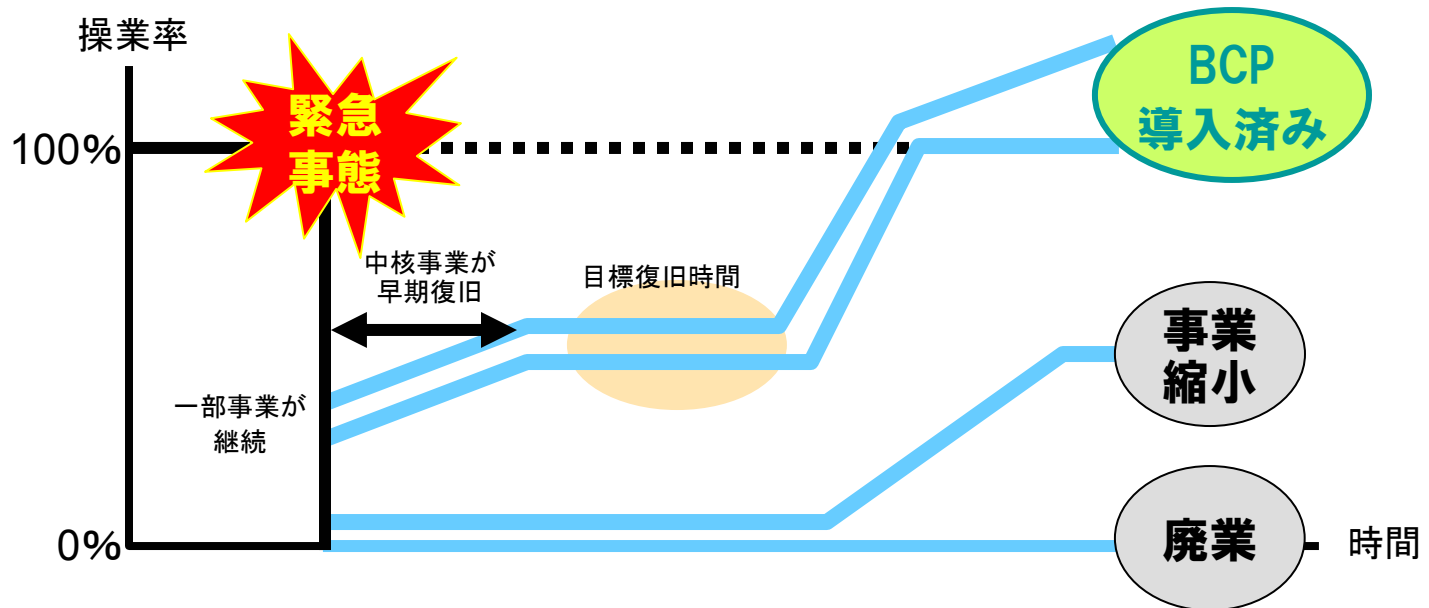
当社の発祥である「日用品・化粧品」業界に流通構造や特性が類似している商品を扱う隣接業界でのEDIサービス利用促進を図ります。



## 参考資料18. BCPへの対応

### 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。



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)

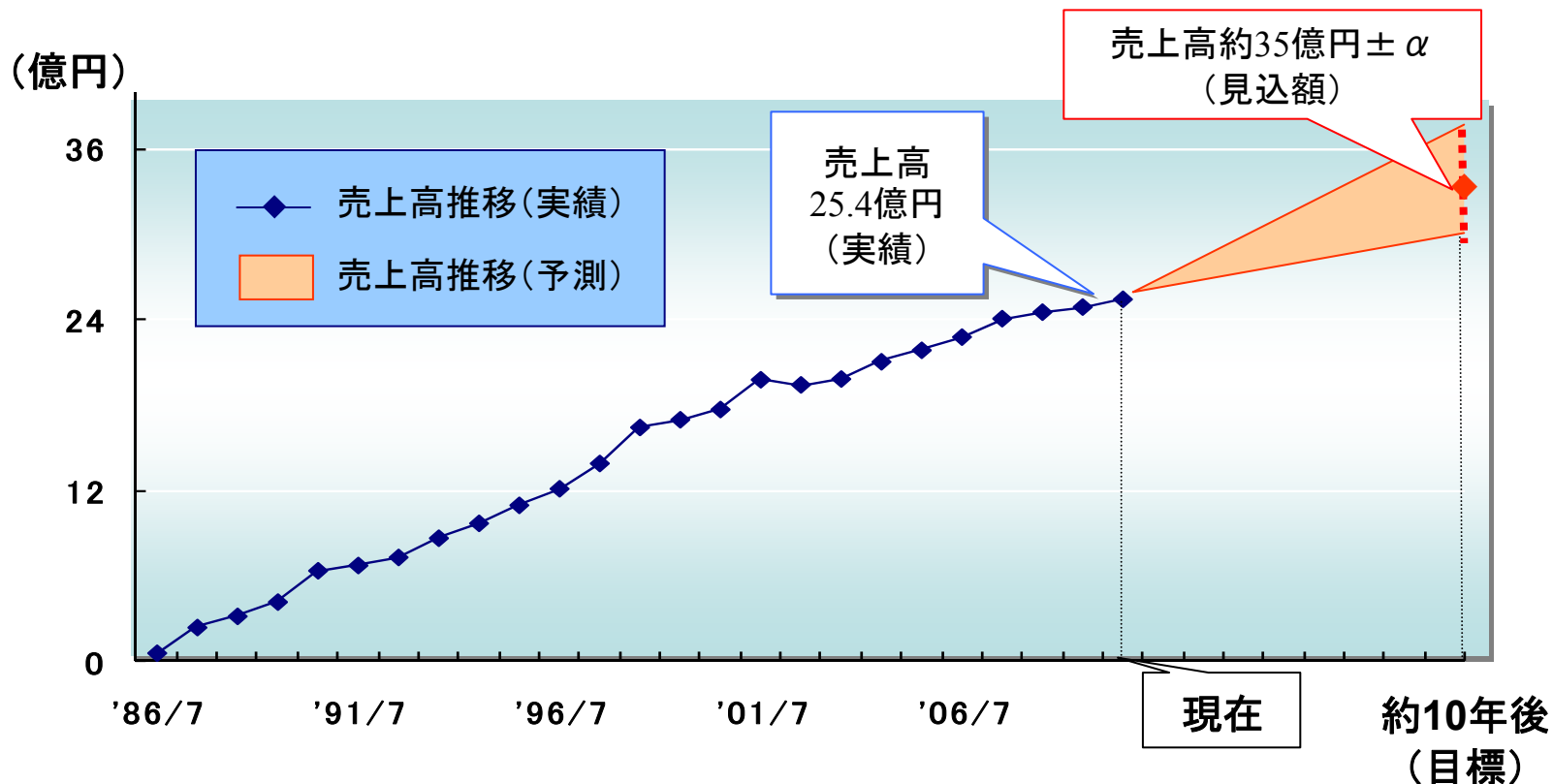
各企業の目標復旧時間等のBCPを共有化しておくことで、緊急時にサプライチェーンを継続・早期復旧できるよう最適な対策を選択することが可能となる。



## 参考資料19. 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。



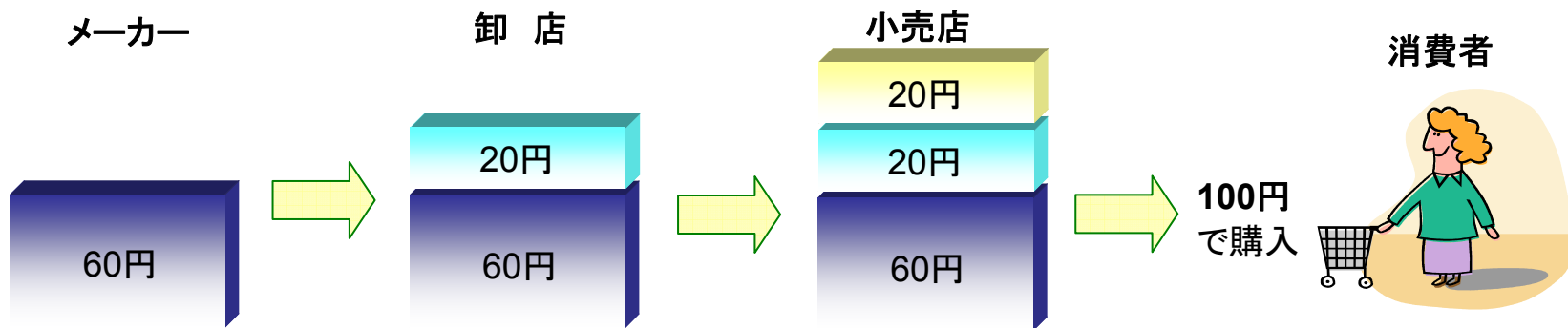


## 参考資料20. 25期トピックス

- 2009. 8: 株式分割を実施
- 8: P&G米国本社サーバーにてSMOOTHEDI® 利用開始
- 10: ユーザー60社の参加を得てEDI障害対応訓練を実施
- 10: プラネットEDIの通信手順が全銀TCP/IPおよびAS2へ完全移行、旧式のJ手順への対応を終了
- 2010. 2: 第10回JAPANドラッグストアショーで標準EDI(流通BMS)、医薬品説明文書データベースについて講演・展示
- 3: 酒類・加工食品業界の商品データベースとの相互連携に合意
- 7: 「2010年秋冬新製品カタログ」を発行

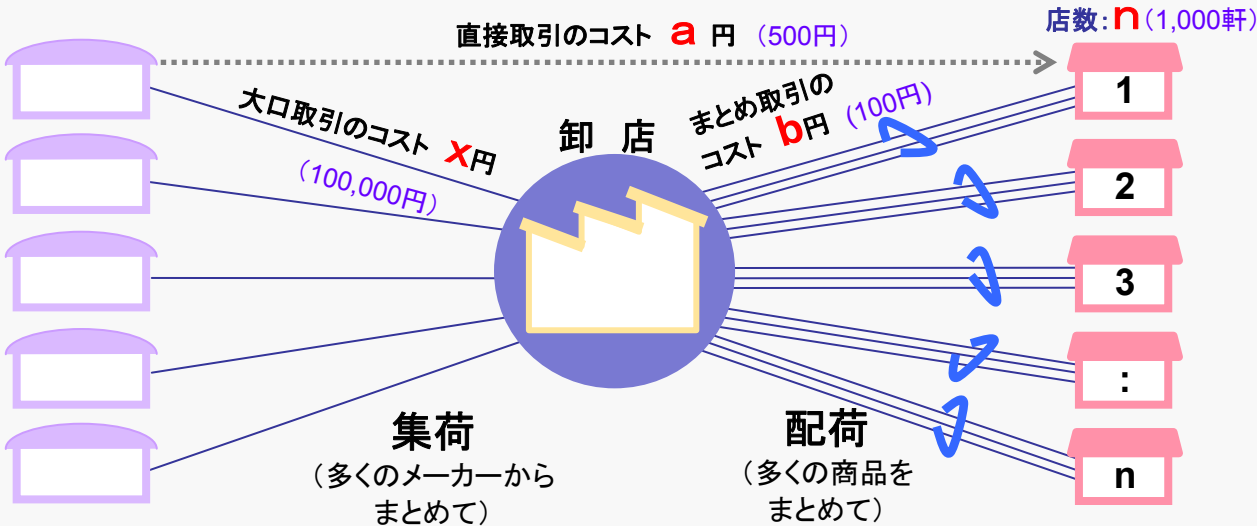


# 参考資料21. 卸店は中間搾取か？



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」

メーカー



$$\text{直接取引総コスト} = an$$

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

$$\text{卸流通コスト} = x + bn$$

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

どちらが安い？

$$an > x + bn$$

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



## 参考資料22. 取引コスト

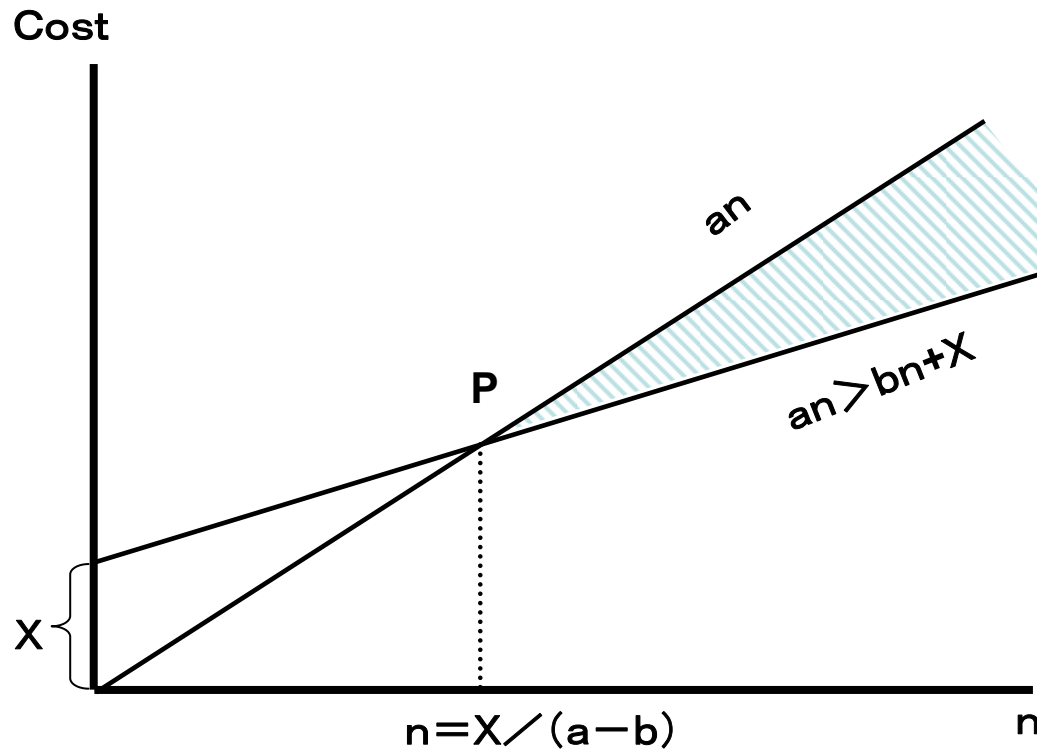
直取費用総額 $an$ と共同配送費用総額 $bn+X$ のグラフは、 $n$ が多ければ右肩上がりに増加する。

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