

株式会社プラネット

2010年7月期 第2四半期

2009年8月1日～2010年1月31日

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3月26日

2010年7月期

第2四半期

2009年8月1日～2010年1月31日

決算概要



2010年7月期 第2四半期決算概要

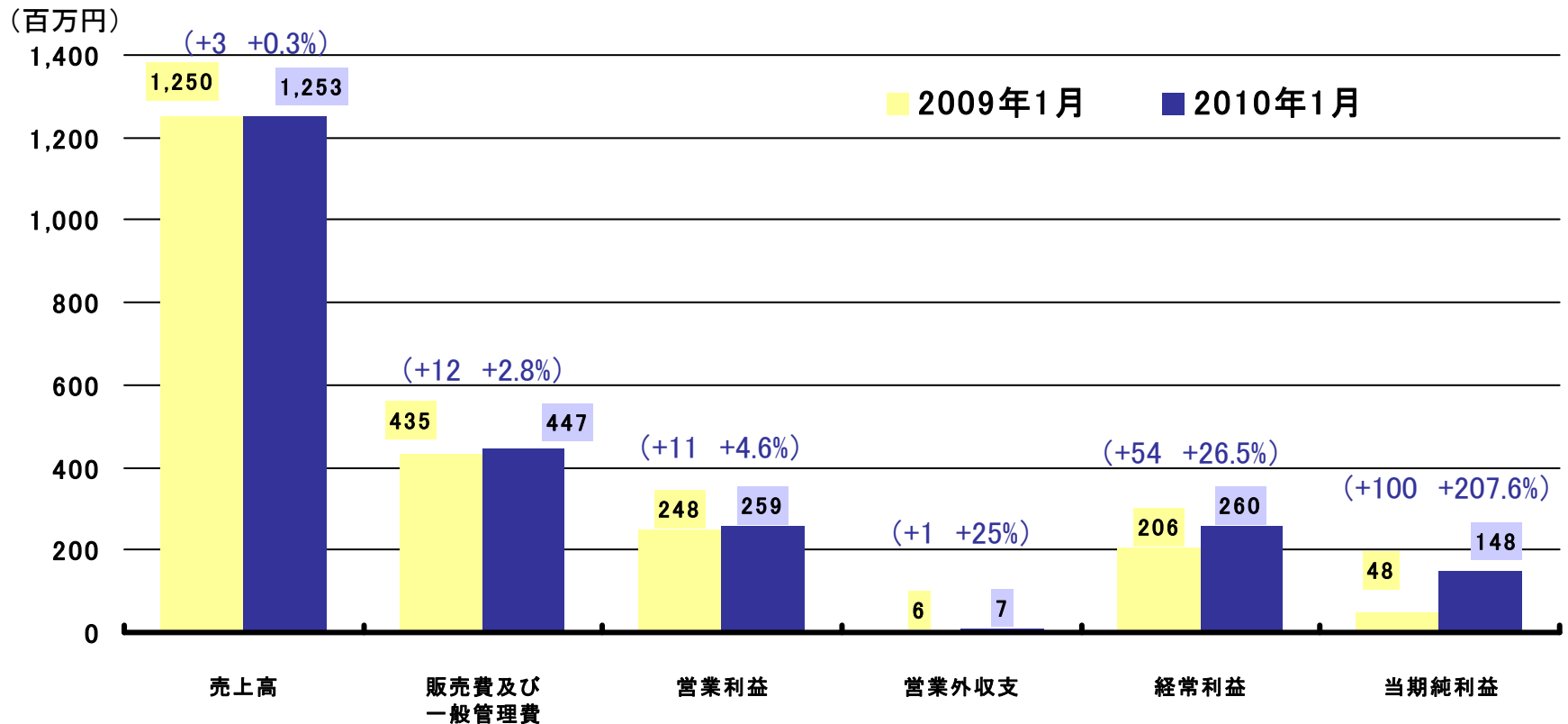
2010年7月期第2四半期の業績概要	4
2010年7月期通期の業績予想	8
経営指標の推移	10

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



2010年7月期第2四半期の業績概要①



- 景気低迷による業界の取引の停滞が当社のEDIデータ量へ影響を与えたが増収を維持した。
- 売上原価率が引き続き低減したことにより営業利益が増加した。前期に計上した保有有価証券評価損が減少したため経常利益が増加した。前期に減損損失等を計上したが当期は計上せず純利益が増加した。



2010年7月期第2四半期の業績概要②

09/7 第2四半期実績			10/7 第2四半期実績		
	(百万円)	率(%)	(百万円)	率(%)	前年同期比
売上高	1,250	100.0	1,253	100.0	0.3%
売上総利益	683	54.7	707	56.4	3.4%
営業利益	248	19.8	259	20.7	4.6%
経常利益	206	16.5	260	20.8	26.5%
四半期純利益	48	3.9	148	11.8	207.6%
1株当たり四半期純利益	2,913円74銭	—	22円41銭	—	—
1株当たり配当金	4,000円	—	11円	—	—
配当性向	137.3%	—	49.1%	—	—



2010年7月期第2四半期の業績概要③

- EDI事業における通信処理データ量は約6億4,681万レコードを達成し、前年同期比で2.9%増と堅調に推移。
- EDIサービスで旧式の通信手順である「J手順」から「全銀TCP/IP」「AS2」通信手順への切替を完了。
- 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・ジャパン株式会社が米国本社のサーバーを経由するかたちで利用を開始。



2010年7月期第2四半期の業績概要④

- 「商品マスタ登録支援サービス」※の利用拡大が続く。
※ 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
- 流通関係者向けに「業界標準新製品カタログ」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、安全化対策をさらに強化。
- 小売EDIのネットワークインフラ構築へ向けた本格的活動が始まる。



2010年7月期の業績予想①

第2四半期 実績			通期 予想		
	(百万円)	率(%)	(百万円)	率(%)	前年同期比
売上高	1,253	100.0	2,540	100.0	2.0%
売上総利益	707	56.4	1,410	55.5	4.2%
営業利益	259	20.7	460	18.1	▲3.7%
経常利益	260	20.8	470	18.5	4.3%
当期(第2四半期)純利益	148	11.8	260	10.2	9.5%
1株当たり当期(第2四半期)純利益	22円41銭	—	39円21銭	—	—
1株当たり配当金	11円	—	22円	—	—
配当性向	49.1%	—	56.1%	—	—



2010年7月期の業績予想②

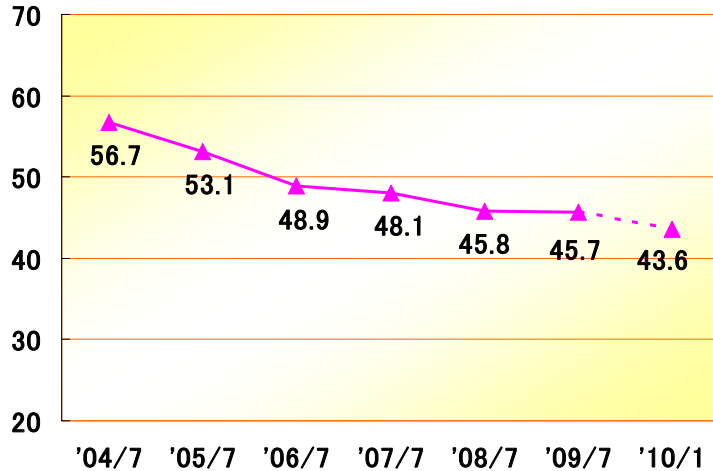
業績予想

- EDIサービスの利用企業数と利用率の拡大。
- 小売EDIの普及促進。
- 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。
- 最新技術やBCPを考慮した新システム基盤の構築を開始。

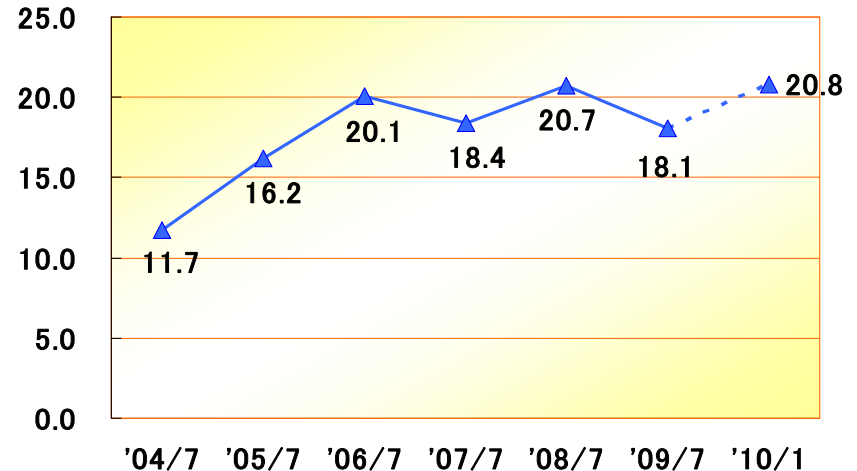


経営指標の推移

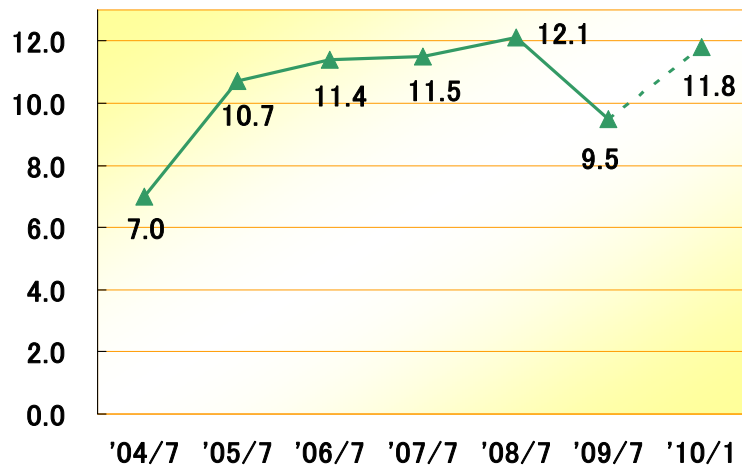
(%) ■ 原価率



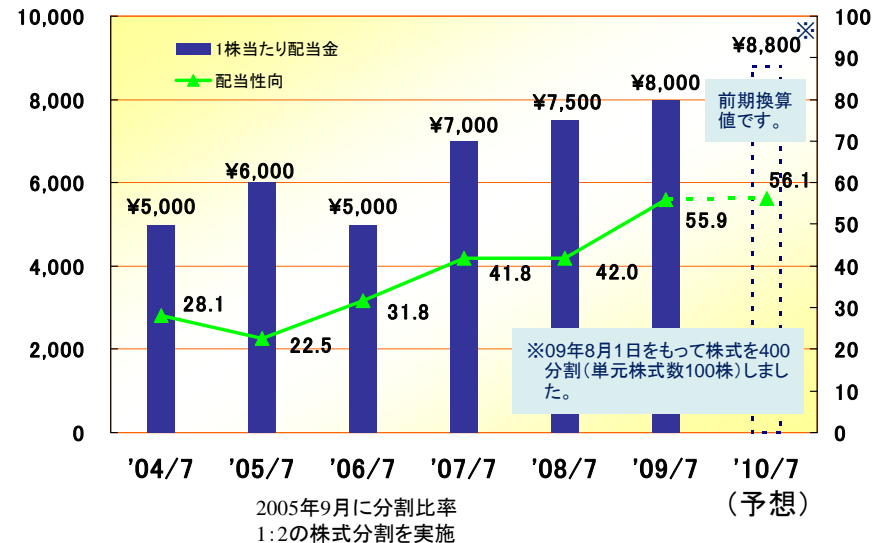
(%) ■ 売上高経常利益率



(%) ■ 売上高当期(第2四半期)純利益率



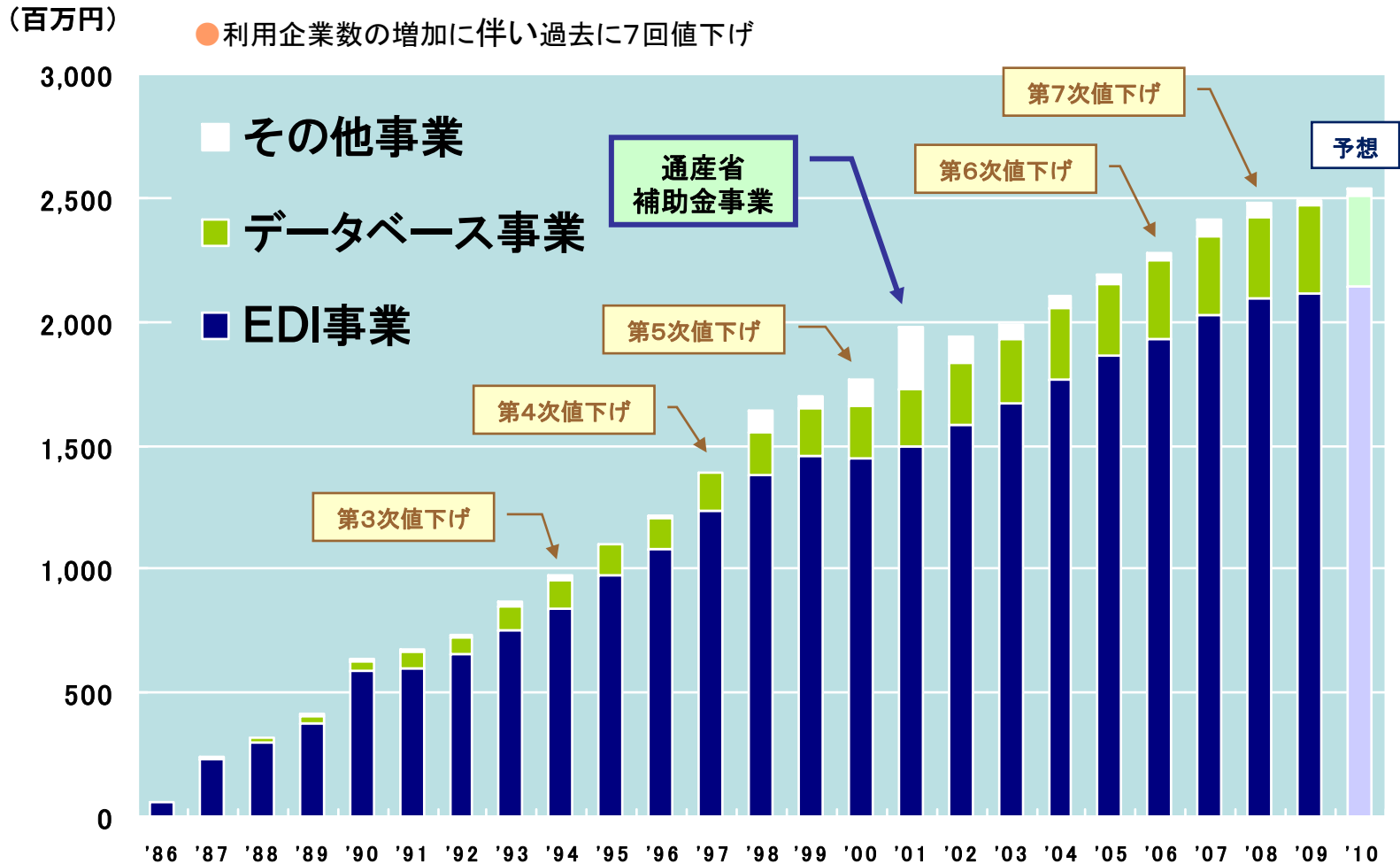
(円) ■ 1株当たり配当金/配当性向





参考資料

事業別売上高推移



經營戰略

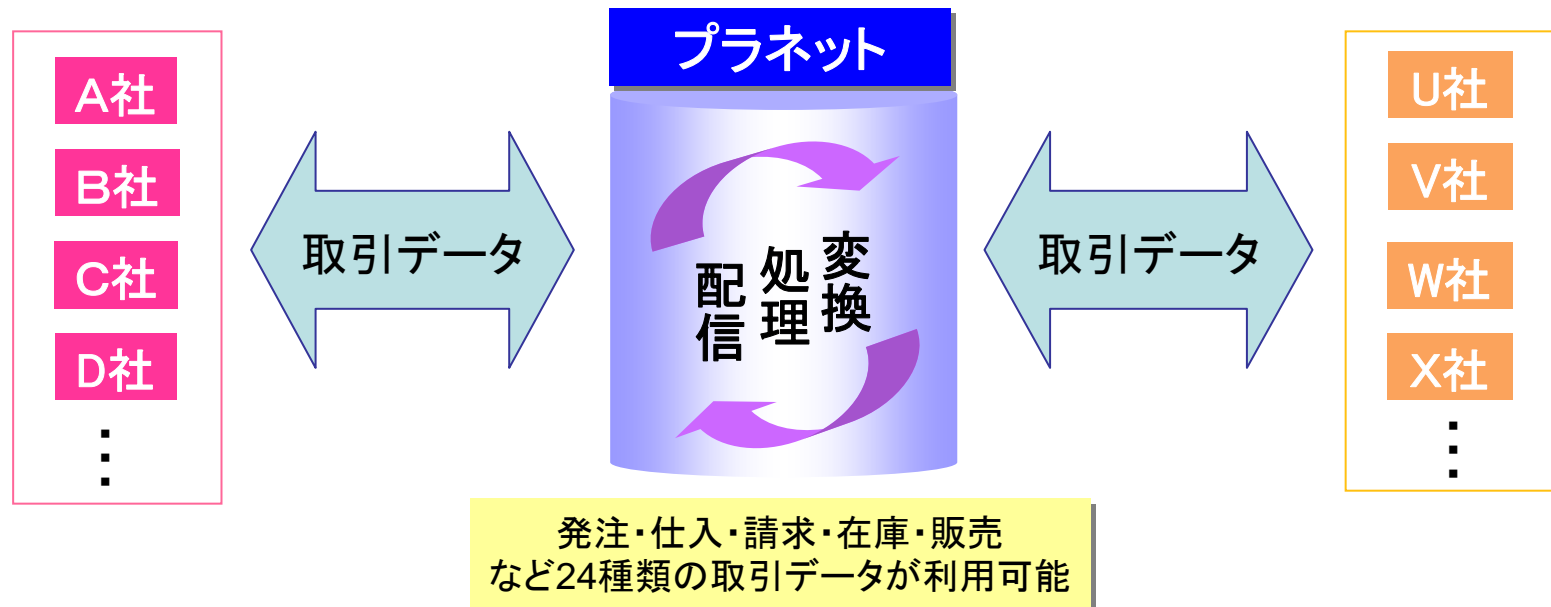
2010年度～中長期的展望



EDIについて

EDIとは・・・複数の企業や団体などの間で、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。



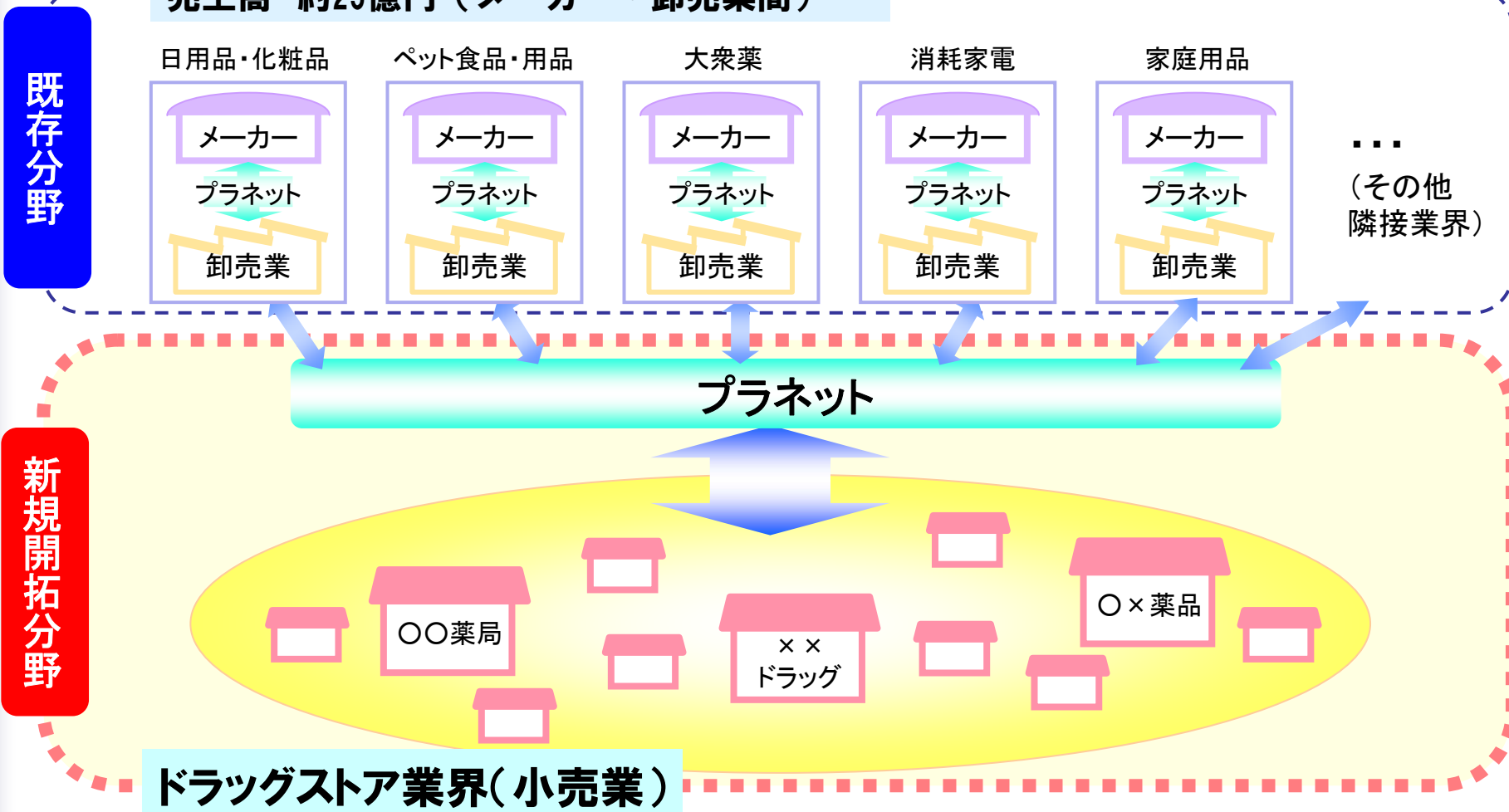
プラネットを介することで、業界内で各社バラバラな仕様で送られていたデータのやり取りがスムーズに



成長戦略【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25億円（メーカー・卸売業間）



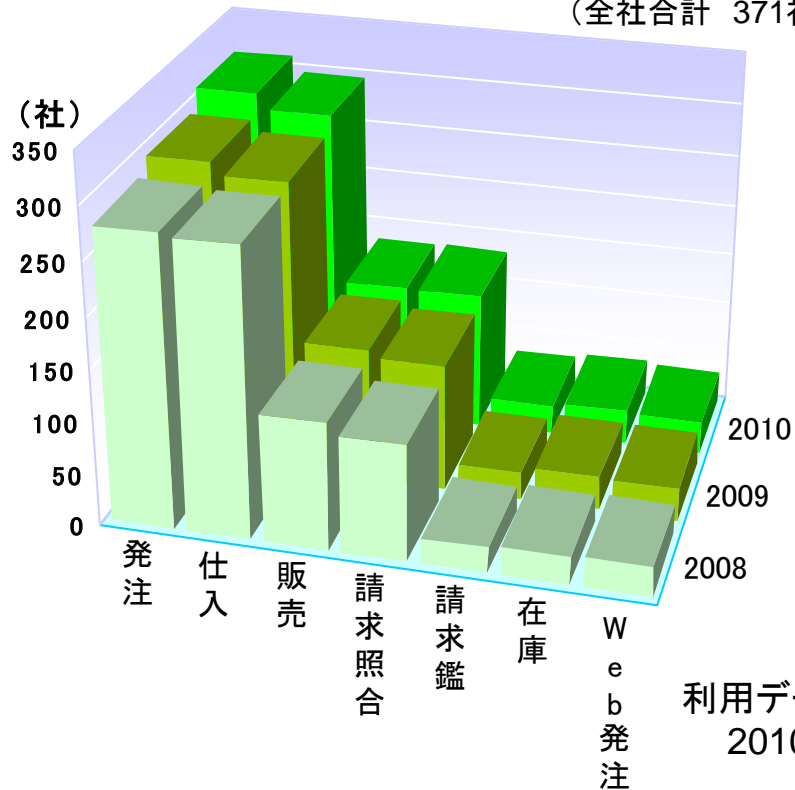


既存分野の拡大①【データ種利用拡大】

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。

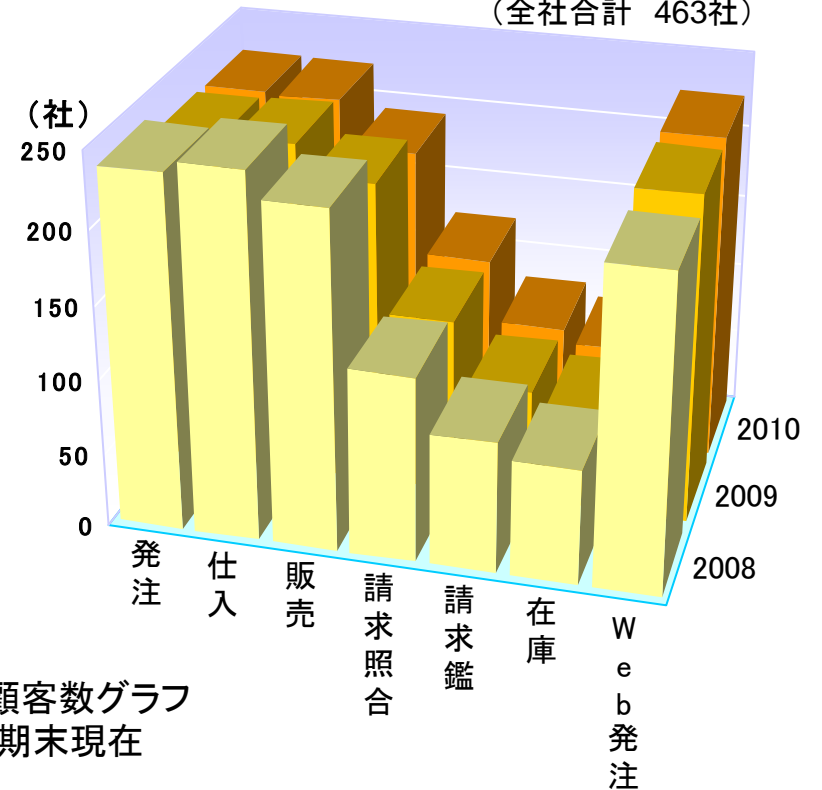
メーカー

(全社合計 371社)



卸売業

(全社合計 463社)



利用データ別顧客数グラフ
2010年1月期末現在

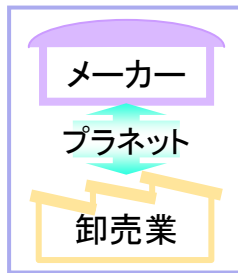


既存分野の拡大②【EDI利用企業数の拡大】

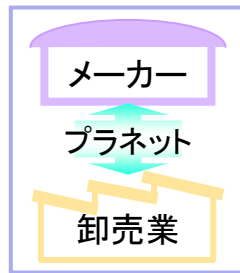
(メーカー・卸売業間)

既存分野

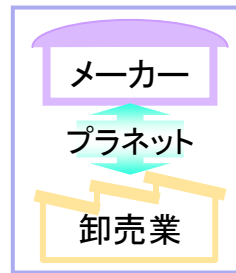
日用品・化粧品



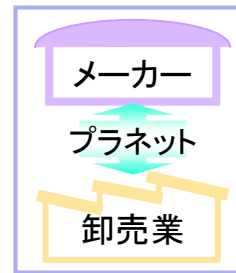
ペット食品・用品



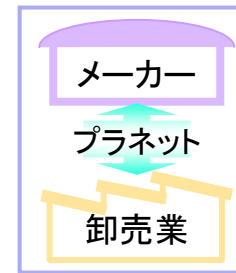
大衆薬



消耗家電



家庭用品



...
(その他隣接業界)

隣接業界へのEDIサービス利用拡大の方向

2010年1月 参加企業数 1004社[※]

※内訳：メーカー 371社 卸売業 463社 資材サプライヤー 170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。)

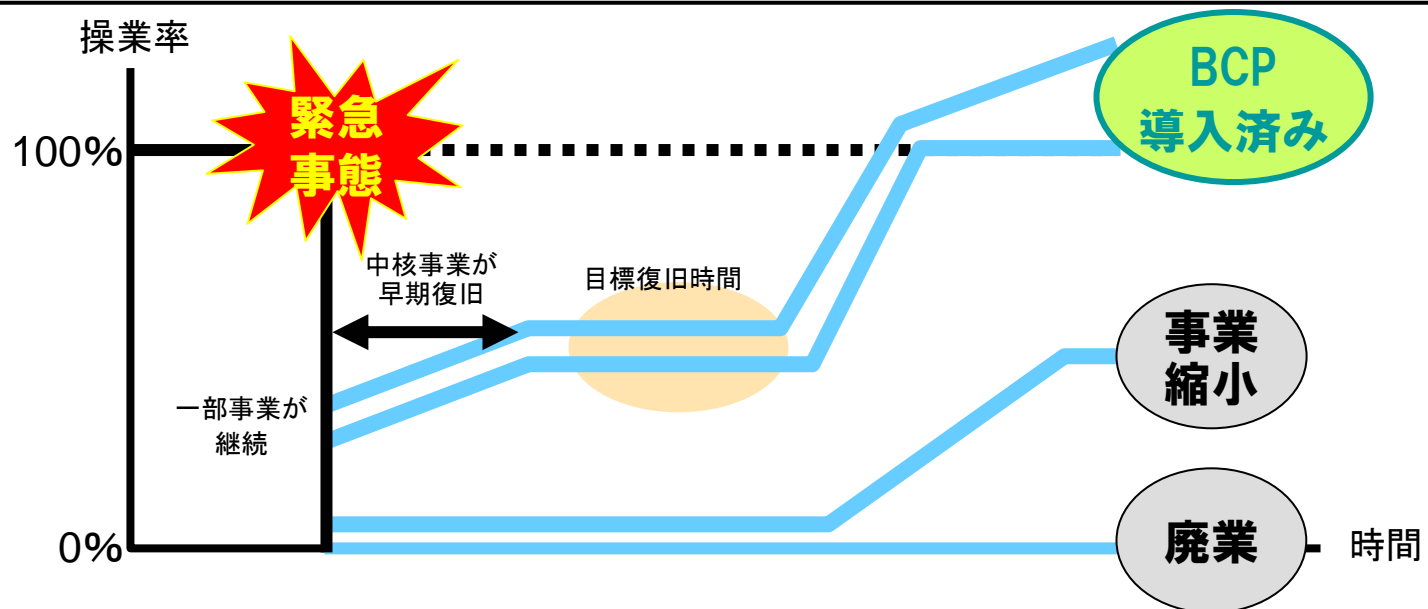
当社の発祥である「日用品・化粧品」業界に流通構造や特性が類似している商品を扱う隣接業界でのEDIサービス利用促進を図ります。



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。

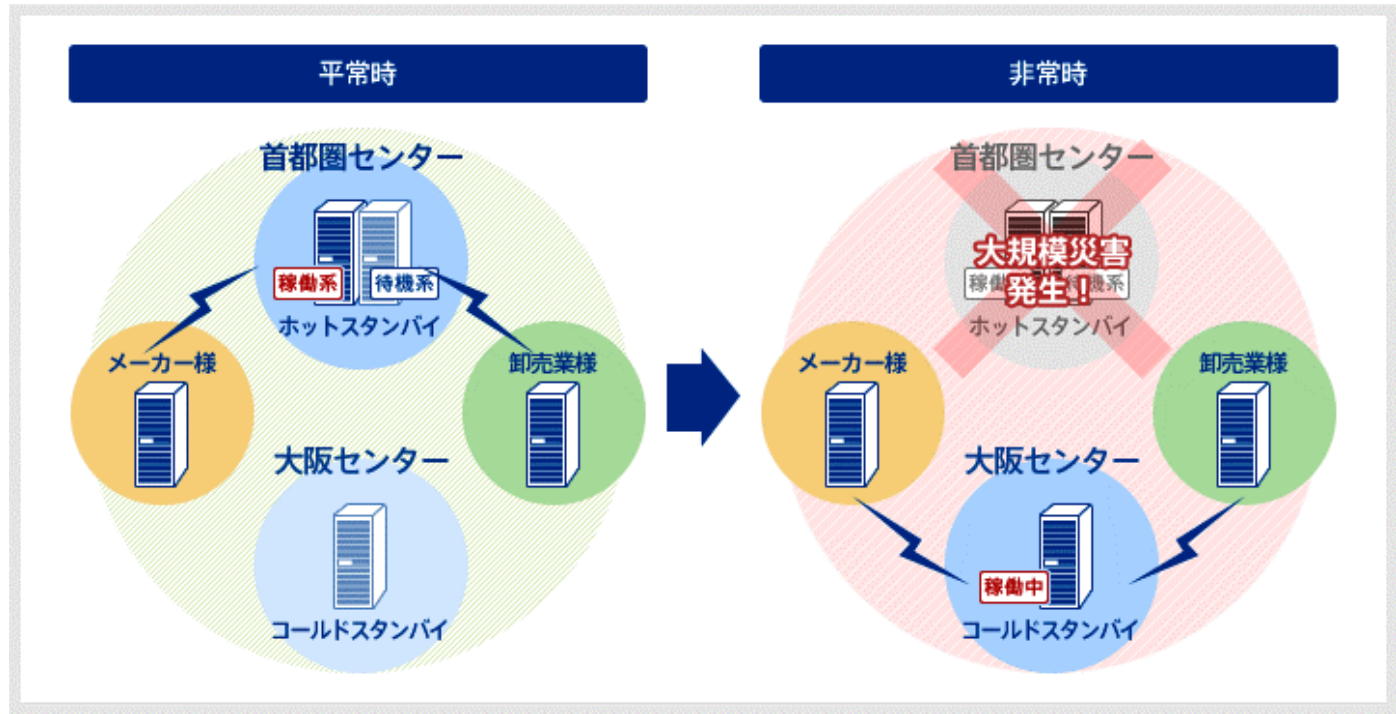
(出展: 中小企業庁のホームページ「中小企業のBCP策定運用指針」より)

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



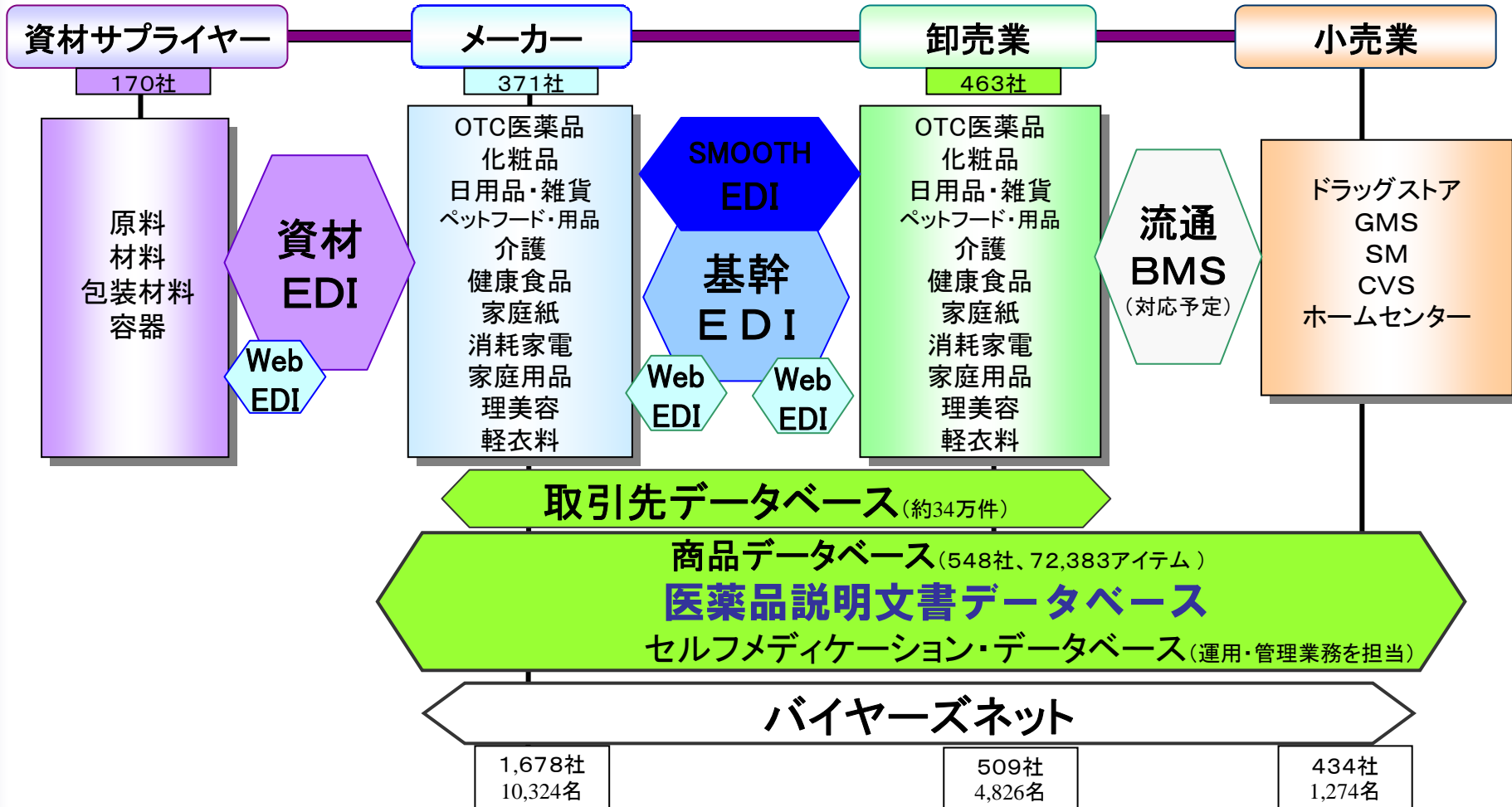
2009年9月9日(水)に障害対応訓練を実施。

43社が訓練当日にバックアップシステムへの接続テストに参加し、
2009年10月9日(金)までのシステム開放期間に17社、合わせて60社がEDI
バックアップシステム接続訓練に参加



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2010年1月末現在

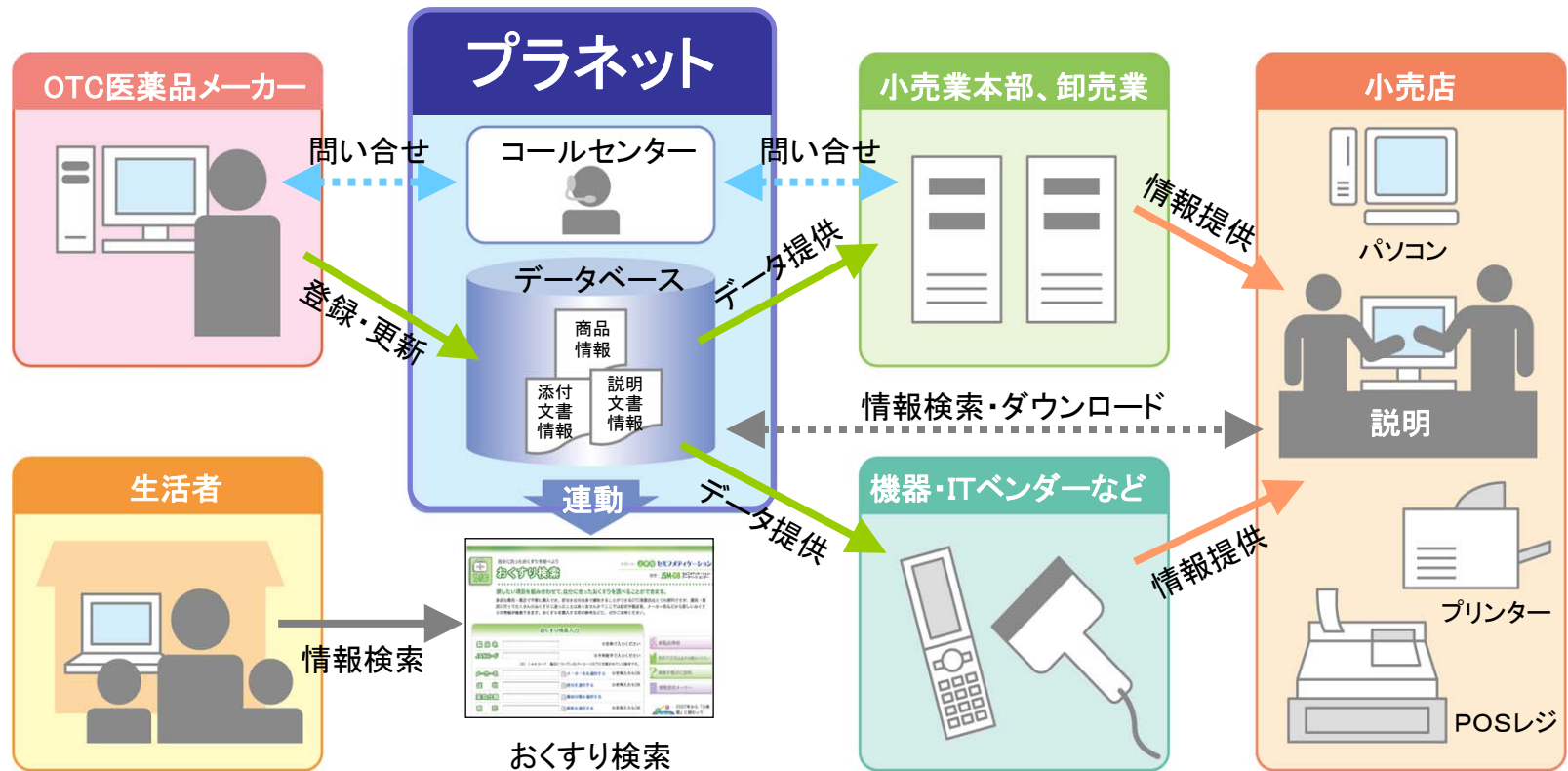


当社サービスのキーワード

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40社の小売業と3団体、ベンダー8社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

説明文書データベースサービスの運用開始

CCLによるマーケティングサービス

商品コードの標準化

ドラッグストア業界(小売業)

各店舗へデータ配信

小売業とのつながりを確保

販売促進に貢献

業界内での
プラネットの知名度UP

業界全体の取引流通量増加

プラネットのEDIサービス導入ニーズの向上

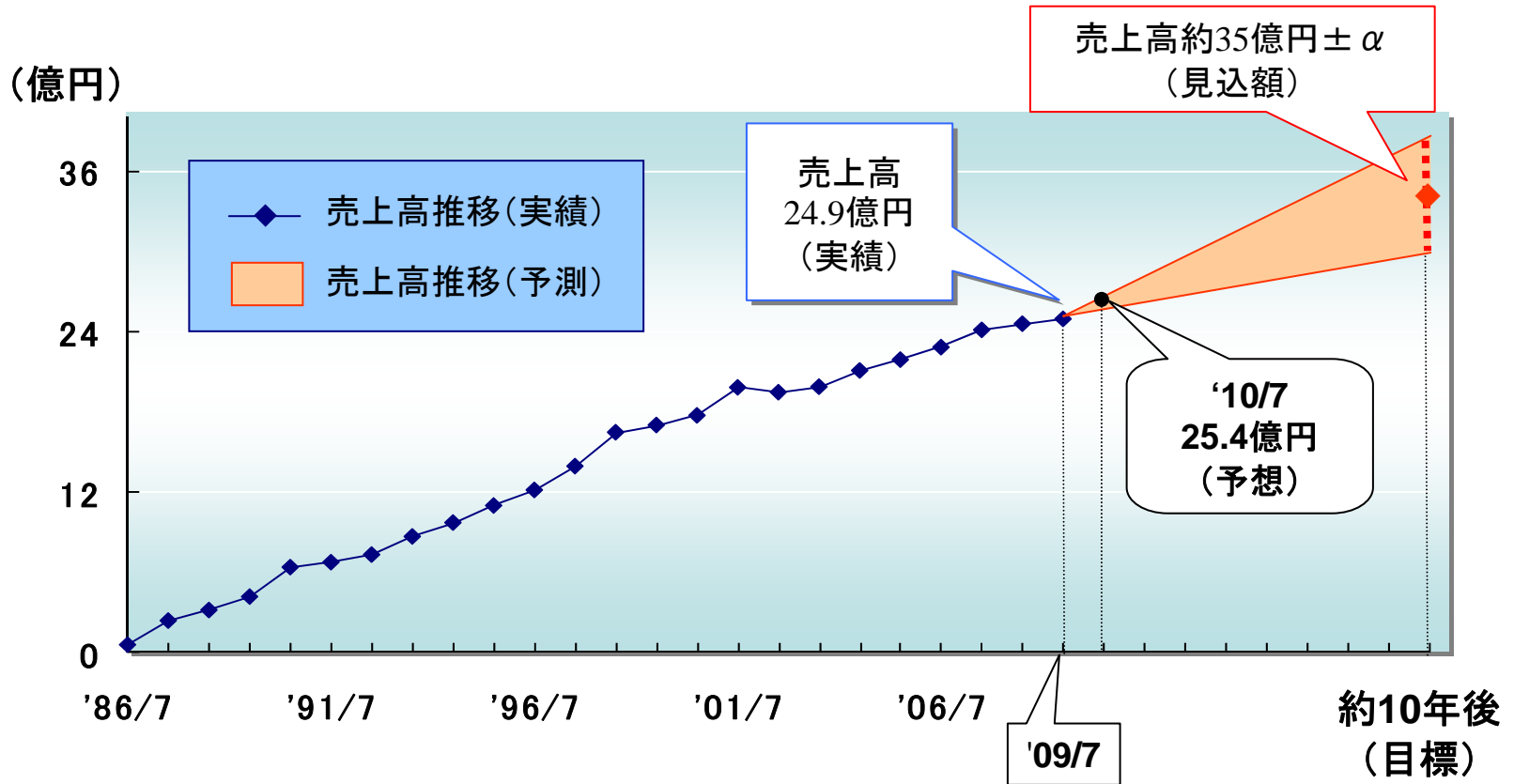
ドラッグストア業界全体での卸売業・小売業間EDI利用の実現
(日本初の製・配・販をカバーしたEDI)



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。





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、投資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。

さらに、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、当社はその正確性や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、ご自身の判断と責任において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	27
経営の基本方針	28
プラネットの歩み	29
プラネットの主要サービス体系	30
基幹EDIサービスの進捗状況	31
主要取引先企業	32
レガシー問題	33
センターマシンの推移	34
フル装備EDI	35
商品データベース	36
バイヤーズネット	37
卸店は中間搾取か？	38
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 : 19億6千7百万円

従業員数 : 36名

(2010年1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カメーカー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企業理念

企業理念

1. **プラネット**は、流通機構全体の機能強化を目指し、流通業界を構成する各企業（製造者・配給者・販売者）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を進め、ひいては国民生活の向上に貢献します。
2. **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（製造者・配給者・販売者）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。
3. **プラネット**は、常に社員の人間性を尊重して社員の創造性の伸張を促し、また、仕事を通じて社員の自己形成を支援します。

役割

- 1 **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。
- 2 **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。
- 3 **プラネット**は、ユーザーの情報機密を守るために、
 - (1) 情報セキュリティ管理体制の構築
 - (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。

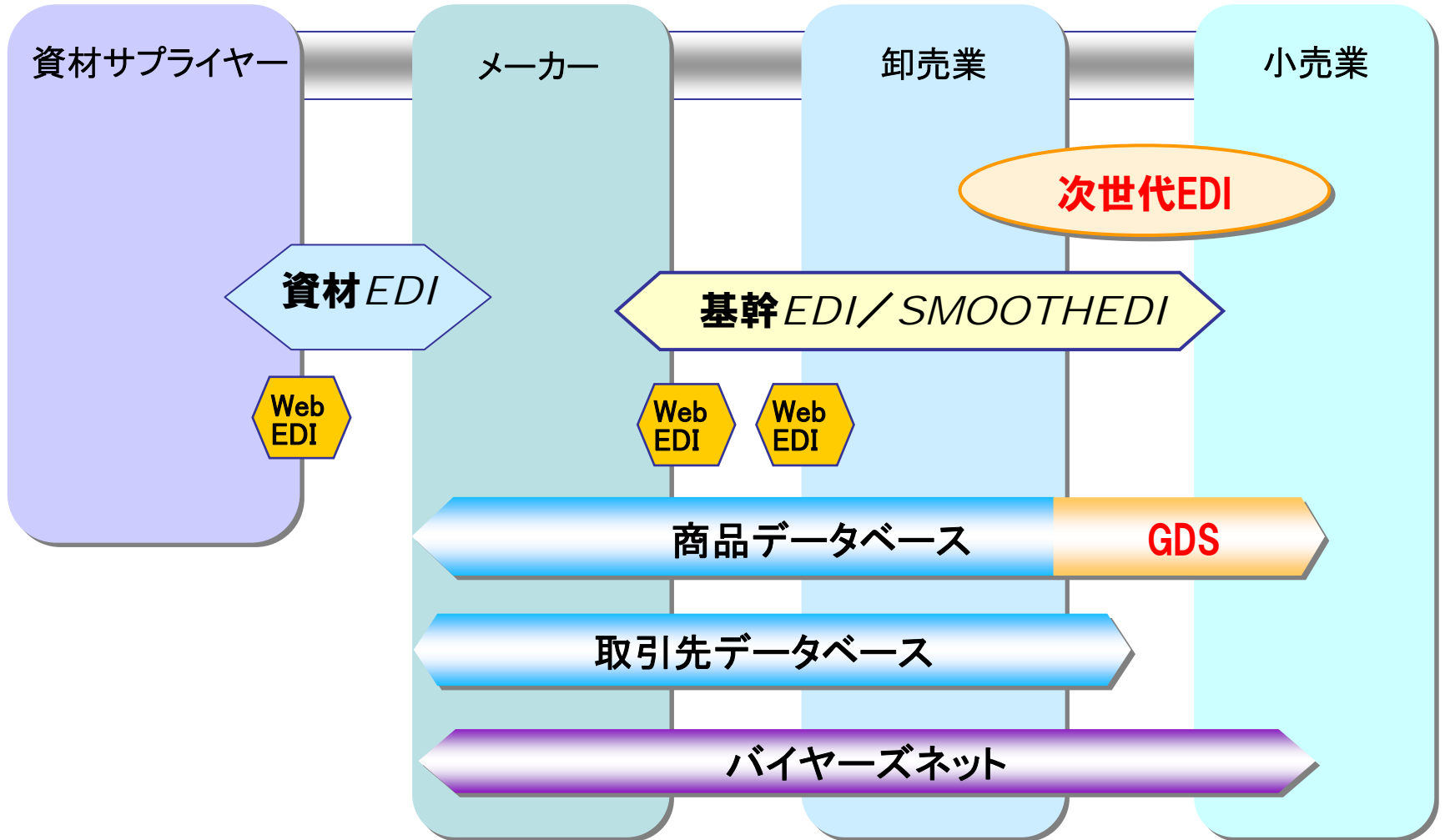


参考資料③プラネットの歩み

- | | | | | | |
|-------|----|--|-------|----|---|
| 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) | 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 |
| 1986. | 2 | 仕入データ、販売データ稼動開始 | 2002. | 6 | 理美容業界がプラネットEDIサービス利用を発表 |
| | 10 | 発注データ、請求照合データ稼動開始 | 2003. | 10 | ペット業界が業際統一伝票を導入 |
| 1987. | 2 | 日経・年間優秀製品賞の「日経流通新聞賞」を受賞 | 2004. | 2 | ジャスダック市場へ株式公開 |
| 1988. | 9 | FAX受発注システム稼動開始 | | 9 | 情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)適合性評価
制度の認証を取得 |
| | 9 | 広報誌「PLANET van van」を創刊 | 2005. | 8 | インターネットEDIサービス「SMOOTHEDI®」稼動開始 |
| 1991. | 1 | 在庫データ稼動開始 | 2006. | 2 | 商品マスタ登録支援サービス開始 |
| 1994. | 3 | 振替データ稼動開始 | | 4 | 販売レポートサービス開始 |
| 1995. | 2 | 「トータルEDI概要書」発行、《100%オンライン受発注構
想》発表 | | 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 |
| | 10 | 全国家庭用品卸商業協同組合ネットワークを受託 | 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 |
| 1996. | 4 | 業際統一伝票導入(新伝送フォーマット切替開始) | 2008. | 10 | セルフメディケーション・データベースの運用を開始 |
| 1997. | 7 | 資材EDI稼動開始 | 2009. | 4 | 医薬品説明文書データベース サービス開始 |
| | 12 | 商品データベースサービス稼動開始 | 2010. | 3 | 事務所を東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラ
スビルに移転 |
| 1998. | 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 | | | |



参考資料④プラネットの主要サービス体系

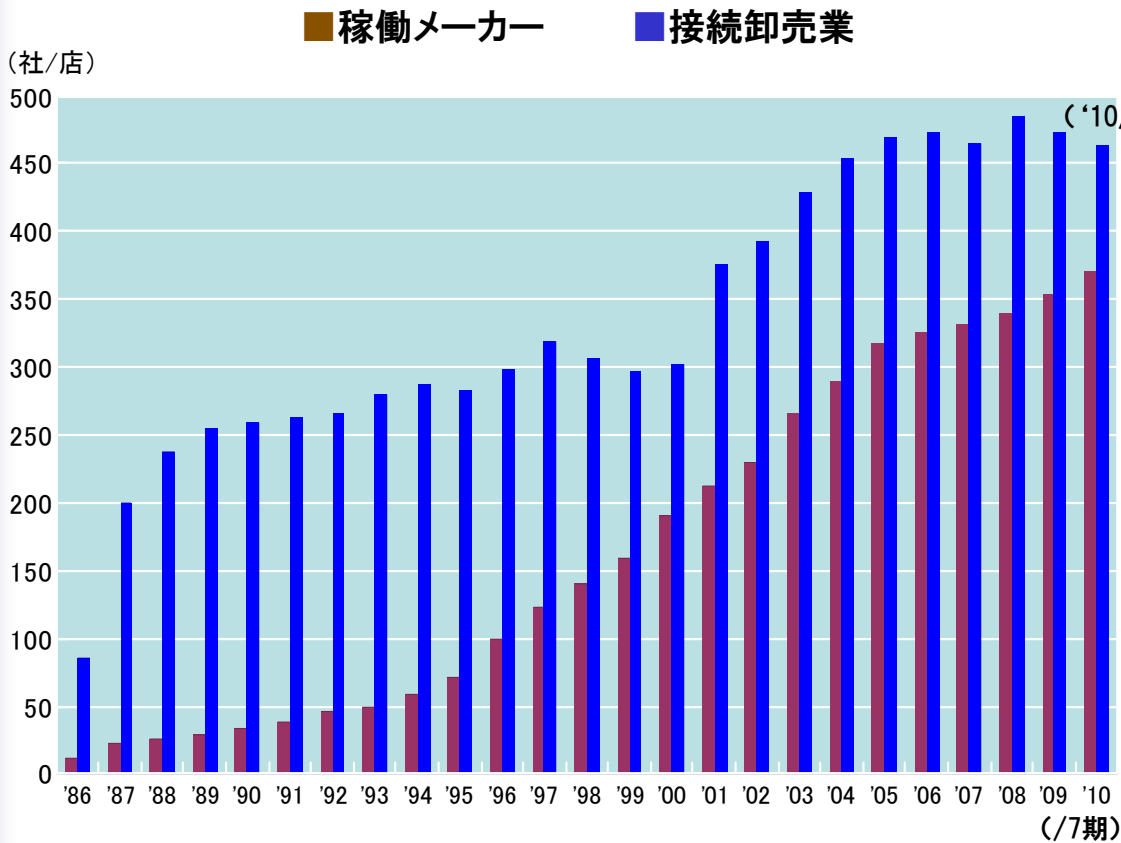


GDS: “Global Data Synchronization”の略。
メーカーと卸売業、小売業の間で商品マスターデータを常に一致させるための国際的な仕組み。

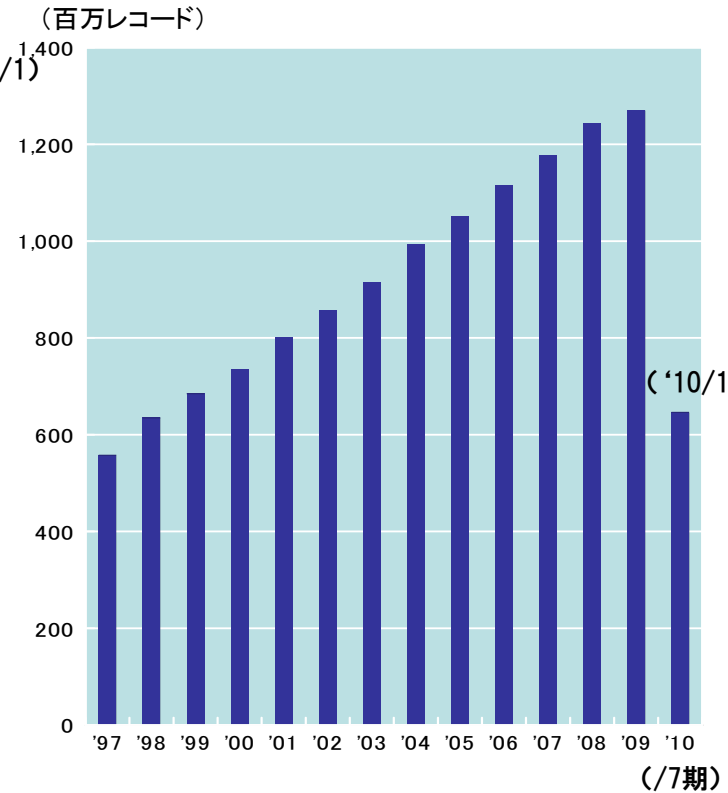


参考資料⑤ 基幹EDIサービスの進捗状況

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1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)	ツムラ ライフサイエンス(株)
(株)エフティ資生堂	日本製紙クレシア(株)
王子ネピア(株)	(株)白元
花王(株)	プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)
牛乳石鹸共進社(株)	ホーユー(株)
クラシエホームプロダクツ販売(株)	(株)マンダム
(株)コーセー	森下仁丹(株)
小林製薬(株)	ユニ・チャーム(株)
サンスター(株)	ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケ
ジョンソン(株)	ティング(株)
大王製紙(株)	ライオン(株)
大日本除虫菊(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)	(株)メニコン
(株)シード	祐徳薬品工業(株)
大幸薬品(株)	(株)龍角散
丹平製薬(株)	ロート製薬(株)

など

ベビー・衛生用品

オカモト(株)	白十字(株)
ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)	ピジョン(株)
テルモ(株)	不二ラテックス(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)ネスレピュリナペットケア
テトラジャパン(株)	はごろもフーズ(株)
ドギーマンハヤシ(株)	ペットライン(株)
日清ペットフード(株)	マース ジャパン リミテッド

など

接続メーカー数:371社

卸売業

(社名は50音順)

化粧品・日用品

(株)麻友	中央物産(株)
アズフィット(株)	(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)	中山福(株)
岡山四国共和(株)	西日本共和(株)
J-NET(株)	ハリマ共和物産(株)
(株)ジェムコ水戸	(株)Paltac
大丸藤井(株)	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)

イワキ(株)	(株)トミタヘルスケア
(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
(株)セルメスタ	(株)琉葉
丹平中田(株)	

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

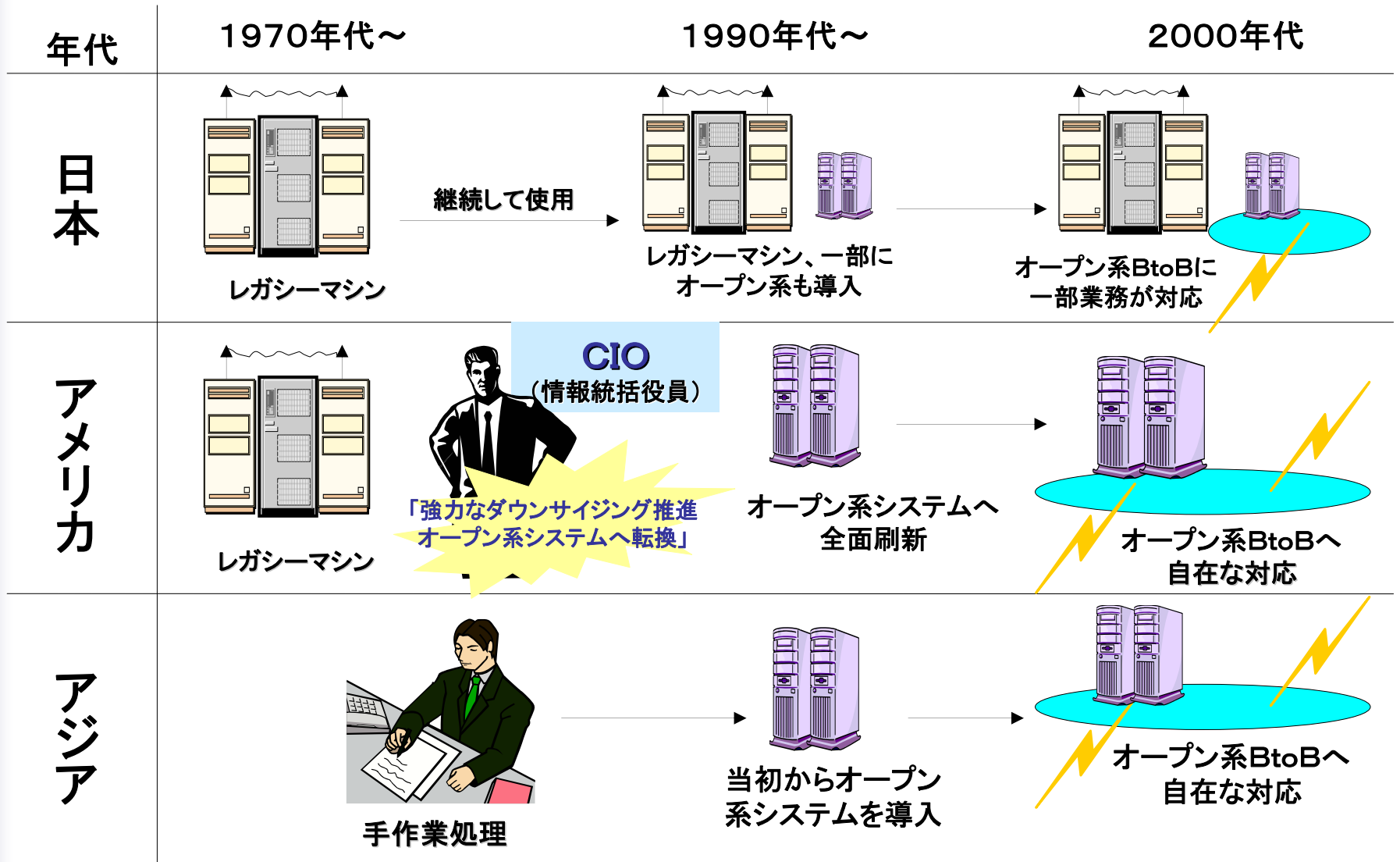
エコートレーディング(株)	(株)マーク産業
(株)小野商事	(株)みさと産業
ジャベル(株)	(株)森光商店
トーション(株)	ラブリー・ペット商事(株)
中屋商事(株)	(株)菱食
日本ベネット(株)	

など

接続卸売業者数:463社

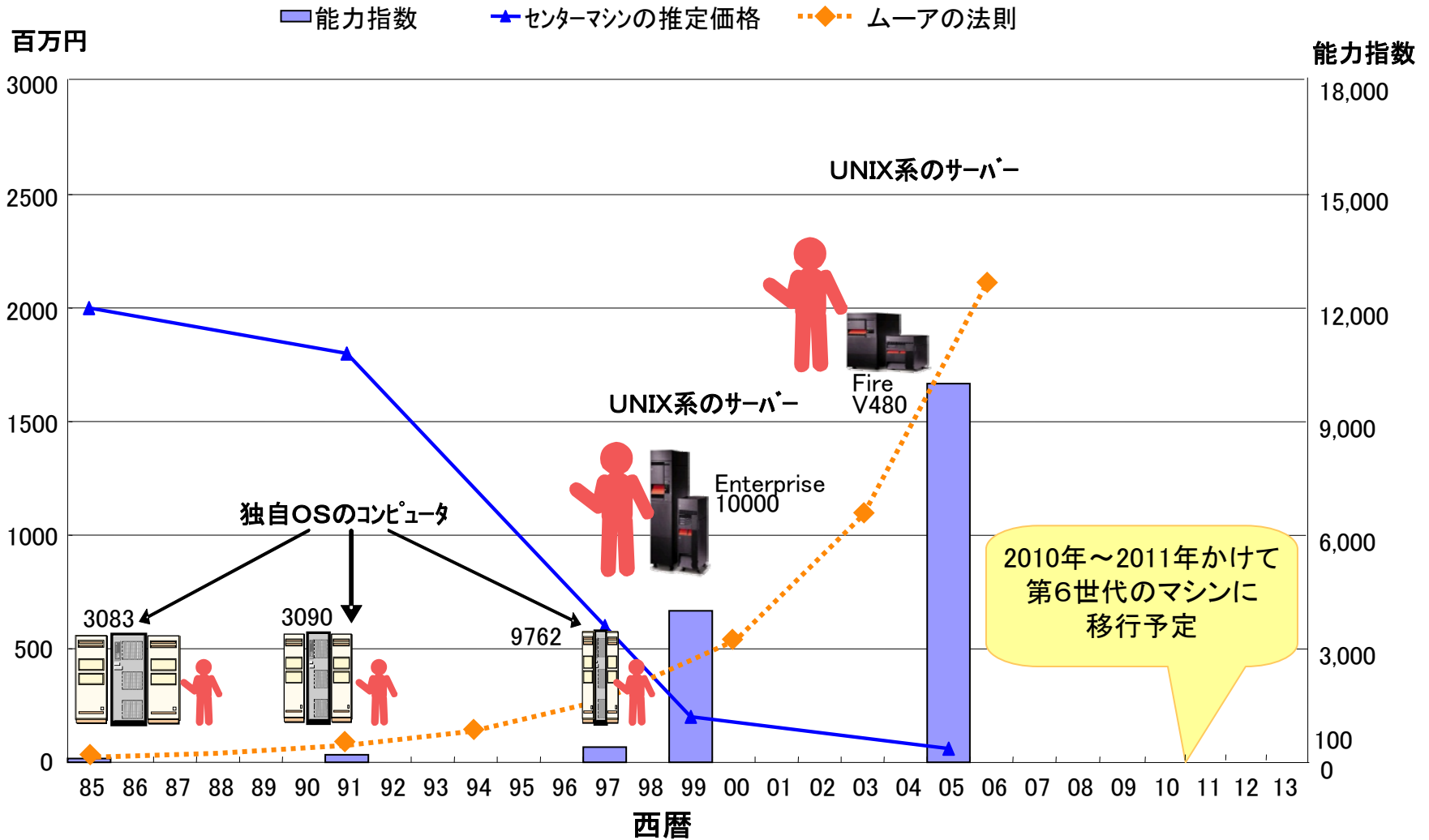


参考資料⑦レガシー問題



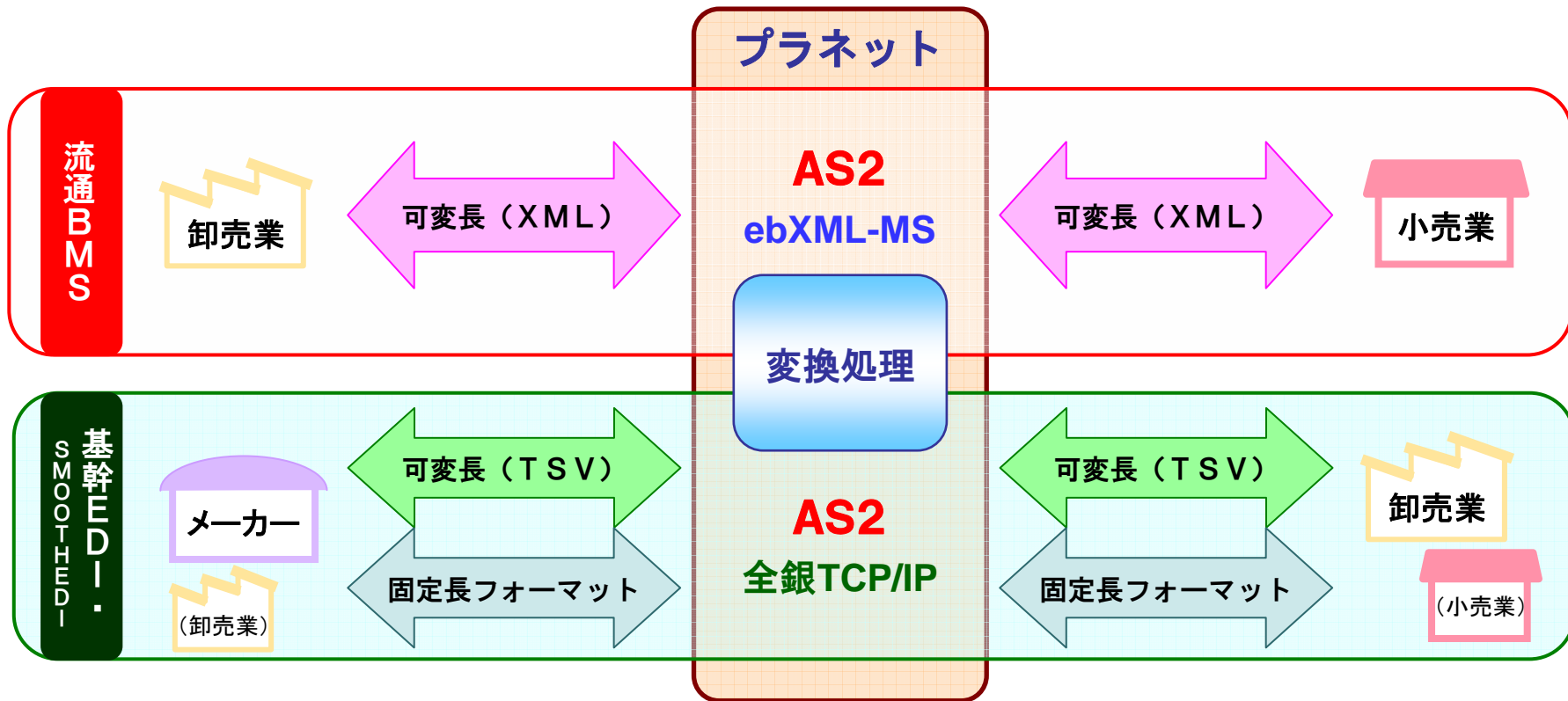


参考資料⑧センターマシンの推移





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

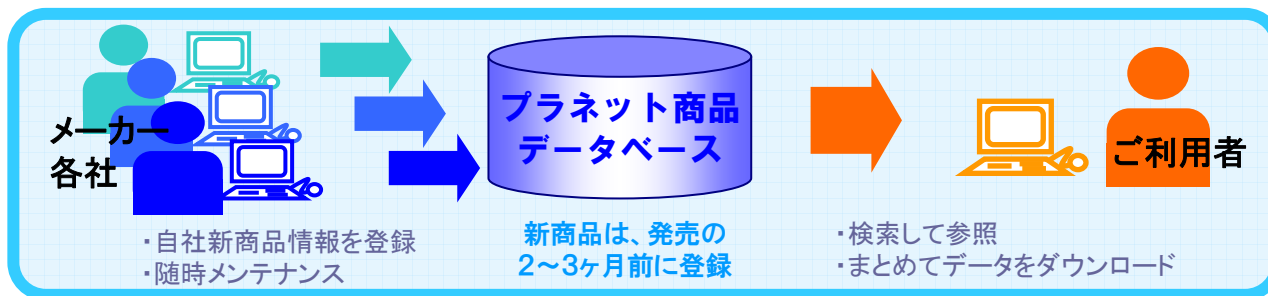
- メーカーと卸売業、さらに小売業までをつなぐEDI
- 通信プロトコル、データフォーマットから商品コードまで標準化を推進
- プラネットが電子証明認証局となり、認証に関わるコストを削減



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

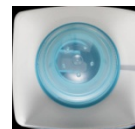
商品の文字情報と画像データが登録されています。

全角商品名 (25)	トップNANOX (ナノックス) 500g		
共通商品コード	JAN 49795356	外箱ITFコード	14900000795353
半角商品名 (25)	トップNANOX 納タイ 500G	外箱単品入数	12個
半角商品名 (14)	ナックス	外箱サイズ	幅347mm × 高さ187mm × 奥行245mm
JICFS分類	212701 衣料用合成洗剤	外箱重量	0.58kg
業界カテゴリ分類	21270102 液体衣料用洗剤	商品特徴 (200)	独自の洗浄成分MEE配合で、「汚れをナノレベルにまで分解して落とす、ナノ洗浄による高い洗浄力」と「使用量半分」を実現した超コンパクト液体洗剤。泡立ちが少なく、すすぎ1回のお洗濯も可能です。
メーカー	4903301 ライオン		
単品内容量	500ml		
単品サイズ	幅84mm × 高さ167mm × 奥行78mm		
単品重量	0.58kg	商品特徴 (25)	「高洗浄力」と「使用量半分」の超コンパクト液体洗剤
希望小売価格	オープン		
メーカー出荷可能日	2010/1/15		

▲文字情報の一部

●登録状況

548社72,383アイテム (2010年1月末時点)



▲棚割画像



▲高精細画像

(データ協力:ライオン株式会社)

●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
(2010年1月末現在)

- メーカー : 1,673社 10,324名
- 卸売業 : 509社 4,826名
- 小売業 : 434社 1,274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

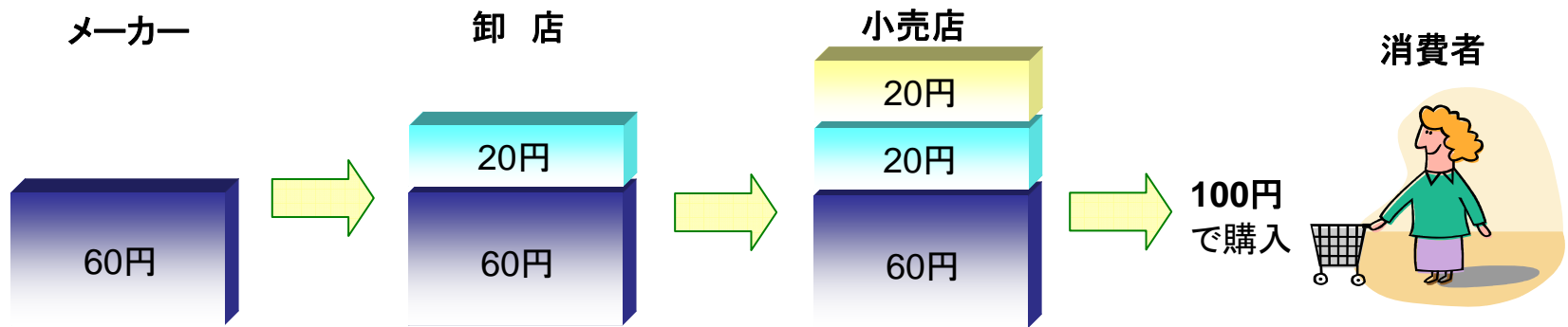
- ・戦略的な企業情報の発信
- ・各社B2Bサイトの共通玄関

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

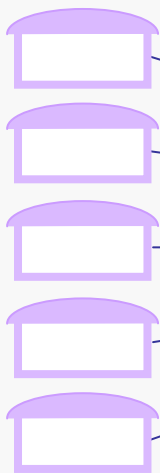


参考資料⑫ 卸店は中間搾取か？



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」

メーカー



集荷
(多くのメーカーから
まとめて)

直接取引のコスト a 円 (500円)

大口取引のコスト x 円
(100,000円)

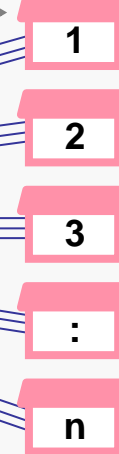
卸店

まとめ取引の
コスト b 円 (100円)

配荷
(多くの商品を
まとめて)

小売店

店数: n (1,000軒)



$$\text{直接取引総コスト} = an$$

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

$$\text{卸流通コスト} = x + bn$$

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

↓ どちらが安いかな？

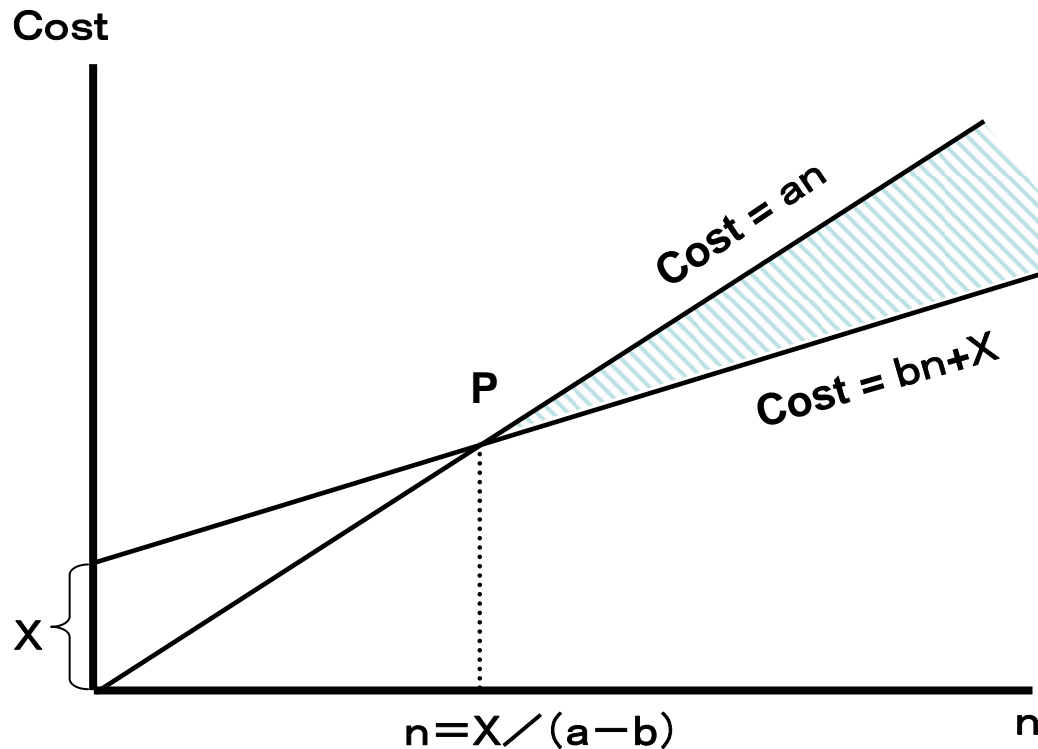
$$an > x + bn$$

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



参考資料⑫-1 卸店は中間搾取か？

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



参考資料⑬ 25期トピックス

- 2009. 8: 日用品・化粧品業界の2009年秋冬版「業界標準カタログ」を発行(全101社、新商品1,540アイテム収録)
P&G(米国本社)が当社インターネットEDIを利用開始
- 2009. 9: ライオンなど大手含む60社が当社主催のBCP訓練に参加
- 2009.10: 当社EDIで旧式通信手順が終了し「全銀TCP/IP」「AS2」通信手順へ完全に移行
- 2010. 1: 日用品・化粧品業界の2010年春夏版「業界標準カタログ」を発行(全108社、新商品2,073アイテム収録)
第8回「ハイ・サービス日本300選」を受賞(EDIを流通業界のインフラにしたことが評価理由)
- 2010. 3: 本社移転(東京都港区浜松町)
第10回JAPANドラッグストアショーに出展し「流通システム標準化」を解説