

2391 プラネット

玉生 弘昌 (タマニユウ ヒロマサ)

株式会社プラネット社長

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」を開始

2012 年 7 月期は、着実に事業展開が進み、わずかながら増収増益となった。売上高は 26 億 75 百万円(前期比 1.9%増)、経常利益は 6 億 86 百万円(同 10.5%増)となり、経常利益率は 25.7%と高い数値を実現している。当期純利益は 3 億 85 百万円(同 15.6%増)となった。配当は 1 株当たり 30 円(中間 14 円・期末 16 円、配当性向 51.6%)を予定しており、11 期連続で増配を達成する見込みである。

EDI サービスについては、日用品・化粧品業界からスタートしたが、最近では介護用品、OTC 医薬品などの分野へ展開が進んでおり、当期は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」が稼働を開始したことから、原価率が低下した。新たな取り組みとしては、「世界クラウド EDI サービス」の開始を発表しており、将来に向けた大きな布石になると考えている。また、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向上を図った。

セグメント別売上高の状況として、EDI 事業については、前期比 1.6%増となっており、新規ユーザーが 19 社増加した。データベース事業については、商品マスタ登録支援サービスのユーザーが増加し、前期比 4.2%増となっている。その他事業は前期比 2.4%減となったが、これは前期にシステム開発を受託した影響である。

2013 年 7 月期の売上高は 26 億 50 百万円(前期比 1%減)を見込んでいる。EDI 事業については、データフォーマットを従来の固定長から可変長に切り換えるユーザーが増加することから、減収となる見込みである。また、データベース事業においても、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が減少する。以上から、売上高については慎重に見積もったが、利益は十分に確保できる構造になっているため、安定的な経営を継続することができると考えている。

◆安全・中立・標準・継続がキーワード

当社は、日用品・化粧品業界の共通インフラ構築を目的として、有力メーカー 8 社の合意の下、1985 年に設立された。メーカー・卸売業間の EDI 基幹プラットフォームを構築・提供・運用しており、現在では介護用品や OTC 医薬品業界のユーザーが増加している。

当社サービスのキーワードは、「安全・中立・標準・継続」である。EDI は、受発注、出荷、請求、支払などの取引データを、取引先と双方向で通信・伝送し、コンピュータで自動的に処理する仕組みとなっており、プロトコル、フォーマット、コードなどを標準化する必要があるが、当社の EDI は、通信手順やデータ仕様、コード、運用が標準化されており、データの種類は発注、納品、返品など 24 種類となっている。現在のデータ処理のボリュームは、月間平均で約 1 億 2,000 万レコード※となっており、多くの取引先と効率よくデータ交換を行っている。なお、小売業の EDI については、流通システム開発センターが「流通 BMS」という仕様書を作っている。大手スーパーを中心に展開が始まっており、当社でも対応の準備を進めている。※1 レコードは 128 文字で、およそ伝票 1 行に相当。

日本の小売業と卸売業の間では、30 年ほど EOS が用いられてきた。EOS のフォーマットは固定長であり、プロト

コルはJ手順となっている。J手順は、アナログの電話回線を使う前提で30年以上前に作られた手順である。モデムを使って通信するため、TCP/IPの100分の1以下の速度だが、日本の小売業の多くは、いまだにJ手順を使っている。J手順を使っている限り、最新の世界標準を使うことができないため、当社は、2009年10月にJ手順サービスの提供を終了し、デジタル通信へ完全移行した。これによって、オープン系の高性能サーバをフルに活用できるようになり、原価率の低減につながっている。また、業界インフラとして大規模な通信を行っているため、万が一、停止した場合、業界全体の取引に大きな支障が生じるが、当社は大阪に予備機を設置し、全体をインターネットでつないでいる。

◆非定型業務の効率化を支援

当社のEDIでは、24種類のデータが利用可能となっているが、ユーザーは必ずしもすべて利用しているわけではない。したがって、既存ユーザーの中でも成長余地がある。さらに、異業種への展開も可能である。

商品データベースについては、現在、11万7千を超えるアイテムが登録されており、網羅性が強みとなっている。新製品は、小売業で取り扱いが検討される発売3カ月前の段階でデータベースに登録されており、新製品カタログも提供している。また、商品マスタ登録支援サービスも提供しており、大手卸店、ドラッグストアなどに利用されている。

「バイヤーズネット」は、マーケティングなど非定型業務の効率化を支援するもので、新製品のデータベースがコアコンテンツとなっている。約定書の管理やキャンペーン情報の発信、POPの提供などが可能となっており、現在、小売業・卸売業・メーカーの2万2千名以上の方に利用されている。なお、システムが若干古くなってきているため、今期は「バイヤーズネット」の改善を進め、2014年7月期にはリリースしたいと考えている。

企業の業務には、定型業務と非定型業務がある。定型業務は、受注、出荷、請求書発行、給与計算など、手順が一定、結果が一定の業務であり、当社は、EDIサービスで省力化・迅速化・ミスの防止といったシステムメリットを実現してきた。ただし、企業の業務の8~9割は非定型業務である。従来、非定型業務はコンピュータに不向きであったが、パソコン・インターネットが浸透したことによって、IT化が進んできた。パソコンは対話的処理が可能であるため、問題解決の道具となり、非定型業務の生産性を飛躍的に向上させることができる。

当社では、こうした非定型業務のインフラとして「バイヤーズネット」を提供しているが、使いこなす技術が必要となるため、リテラシーが醸成されるのを待たなければならない。また、会員数を増加させるためには、コンテンツの充実を図る必要があるが、2011年1月より、カスタマー・コミュニケーションズ(株)の協力を得て、「ドラッグストア商品購入リピート率ランキング」の掲載を開始した。化粧品の口コミサイト「@cosme」を展開する(株)アイスタイルも戦略パートナーとなっており、今後は情報の層を厚くしていきたいと考えている。

カスタマー・コミュニケーションズ(株)は三菱商事(株)が設立した会社だが、2008年10月に筆頭株主となった。日本で最も多くのID付きPOSデータを持っているが、これは究極的なマーケティング展開に必要な基本情報であり、分析して提供することで、小売業のFSP(フリークエント・ショッパーズ・プログラム)展開を支援することができる。こうしたデータは、将来的に「バイヤーズネット」の重要な情報になると考えている。

◆質 疑 応 答◆

EDI事業の通信処理データ量について、今期の見通しを伺いたい。

1.5%の伸びを前提として業績予想を策定した。

固定長から可変長への切り換えは、どの程度進んでいるのか。

現時点で可変長を使っている企業は数十社となっており、今期中にさらに数社が可変長に切り換わると見ている。基幹システムのプログラムを大幅に変更する必要があり、システム投資が必要となるため、急激に切り換えが進むことはないと予想している。

固定長から可変長への切り替えが売上高に与える影響を教えてください。また、この影響はどの程度続くのか。

データ種類の組み合わせや利用方法によって異なるが、利用料は 2 割程度低下する。1～2 年は業績に影響が出るが、一方で原価も下がるため、安定的な経営は可能だと考えている。なお、利用料については、これまで 8 回の値下げを実施しているが、値下げによってインフラとしての信用を得て、新たな顧客が増えている。また、慎重に計算した上で値下げを実施しているため、高い利益率を維持している。高い利益率の背景には、ハードウェアの劇的な価格低下がある。センターマシンを入れ替えることでメリットを享受してきており、現在、第 7 世代の研究を進めている。

IT システムではビッグデータがキーワードとなっているが、これをどのように捉えているのか。

カスタマー・コミュニケーションズ(株)にはビッグデータがあるが、当社の場合、ユーザーがすべてライバル会社となっているため、データ通信を斡旋するだけで、データを見ないことを約束している。したがって、当社にビッグデータはないが、ビッグデータをカスタマー・コミュニケーションズ(株)に預けて分析するユーザーが増える可能性はある。

田上常務を次期の代表取締役社長に指名した理由を教えてください。

当社は、ライオンやユニ・チャームなどの出資によって設立されており、当初はこうした企業出身の人材が会社を運営していたが、中立的な構造にすべきだと考え、田上を指名した。10 月 25 日の株主総会で正式に決定する。

「世界クラウド EDI」は、すでに展開を開始しているのか。

世界的な標準を使っているユーザーであれば、海外に進出しても当社の EDI サービスを利用できることを知ってもらうために、「世界クラウド EDI」を立ち上げた。現在、東南アジアへの進出を検討している卸売業にアピールしているが、まだ利用開始には至っていないため、卸売業を集めて勉強会を開催している。

(平成 24 年 9 月 21 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

http://www.planet-van.co.jp/ir/pdf/h24jul_explanatorymeeting.pdf