http://www.planet-van.co.jp/

2391 プラネット

玉生 弘昌（タマニュウ ヒロマサ）株式会社プラネット代表取締役会長
田上 正勝（タガミ マサカツ） 同 代表取締役社長

安全・中立・標準化・継続をキーワードに

◆2014 年 7 月期（第 29 期）決算概要

社長 田上 正勝

2014 年 7 月期の売上高は 27 億 43 百万円（前期比 1.9%増）、営業利益 6 億 89 百万円（同 0.9%減）、当期純利益 4 億 2 百万円（同 8.6%減）の増収減益となった。EDI 利用顧客のデータ利用率が高まったことにより、増収となったが、販管費が前年度を上回ったため、期初計画通り、営業利益・経常利益ともに減益となった。一株あたり当期純利益は 60 円 69 銭と前期に比べ若干下がった。一株当たり年間配当額は 35 円と 1 円増配とし、それに伴い配当性向は 57.7%に上昇した。昨年は記念配当を出して大幅な増配としたが、本年も前期を上回る配当を実施していく。

◆事業別売上高

EDI 事業は前期比 3.1%増の 23 億 52 百万円（売上構成比 85.7%）、データベース事業は 4.8%減の 3 億 71 百万円（同 13.6%）、その他事業は同 4.7%減の 20 百万（同 0.7%）の売上となった。データベース事業の売上減は、EDI 事業において新しいフォーマットへの切り替えにより、データベースの料金が下がり、EDI サービスの利用拡大を促す料金体系にしているためであり、順調に切り替えが進んでいる。当期の総括としては、13 期連続の増配（予定）、OTC 医薬品、ペットフード・ペット用品等の業界で EDI サービスの利用が進み、通信処理データ量が前年同期比で 3.3%増加したことである。また、EDI 事業においては、基幹 EDI サービスの更なる普及活動に加えて、業界におけるオンライン取引の一層の推進を図るべく、Web 受注－仕入サービス「MITEOS」の普及を継続し、データベース事業においては、生活者を意識した商品詳細情報を登録・活用する「商品データベースプラス」サービスの普及、「取引先データベース」付加価値向上のために立地条件や駐車場・調剤取扱の有無等の店舗属性に関する項目を追加した。その他事業においては、「見える化」サービスに関する研究を継続している。

基幹 EDI の占める売上が非常に大きいが、それを支える Web サービス全体の品揃えによって総合的な価値を高めている点が、ユーザーから高く評価されていると考えている。

◆2015 年 7 月期（第 30 期）通期予想

売上高は 27 億 70 百万円（前期比 1.0%増）、営業利益 6 億円（同 13.0%減）、当期純利益 3 億 75 百万円（同 6.8%減）、配当金 36 円と、前期と同様に増収減益を計画している。EDI サービスの着実な利用拡大を見込んでいる一方、より安全で強固なシステム構築へ向けた投資、および、設立 30 周年記念行事関連の販管費支出が見込まれること、また、期中に EDI データ量を増やすための利用料金の改定を予定していることなどから、減益の計画としている。

事業別売上高予想については、EDI 事業は 23 億 87 百万円（前期比 1.5%増）、データベース事業は、新しいフォーマットへの切り替えが一層進むことに伴う減少により、3 億 60 百万円（同 2.8%減）、その他事業は 22 百万円

本著作物の著作権は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会®に属します。

（同 5.8%増）と見込んでいる。

◆中長期経営戦略について

基本方針には、定型業務の効率化に役立つ既存インフラの拡充（EDI を中心とした業務系サービス全般）、新たな発見を生み出すマーケティングの新インフラの構築（「見える化」サービスの促進）を掲げている。

各事業の方針は、EDI 事業においては、隣接業界の新規ユーザー獲得、ならびに、既存ユーザーの接続本数の拡大を目指す。データベース事業においては、登録メーカー数ならびに登録件数の拡大、次に内容の充実を図る。研究開発については、「見える化」サービスの創出に注力する。ビッグデータから、高速処理・クラウド・モバイルなどのテクノロジーを使って事実データを取り出し、そのデータを当社ユーザーが、市場動向分析、商品開発、物流効率化、さらにはグローバル化や消費者対応オムニチャネルなどに有効活用できる環境を用意することを目指す。今後は、目的に特化したデータ収集を行い、より現実的で有効性のあるサービスに発展させていきたい。

◆プラネットサービスの全体像

当社のサービスはメーカー、卸売業向けが中心であり、最も売上の多い基幹 EDI に加えて、その周辺の Web サービスで裾野を広げている。EDI を支えるデータベースとして、「取引先データベース」、「商品データベース」、「医薬品説明文書データベース」がある。さらに、メーカー・卸売業・小売業間の情報共有を支援するポータルサイト「バイヤーズネット」は、プラネット発行の ID・パスワードを取得することで当社の様々な Web サービスの利用、取引先同士の情報交換が可能となる。基幹 EDI については、2014 年 7 月末現在メーカー477 社、卸売業 461 社との取引があり、メーカーは前期比 6 社増、卸売業は 4 社増となっている。

◆EDI およびデータベースの特徴

プラネット EDI は、通信手順・データ仕様、コード、運用を標準化して、メーカーと卸売業の間に入り、データ交換の調整・運用も担う。メーカーや卸売業はプラネットと 1 回接続すれば、その他のプラネット利用取引先との接続は不要となり、将来に向けて合理的・効率的なネットワークを使用でき、さらに多くの取引先と効率よくデータ交換を行うことができる。その結果、プラネット EDI 加入企業は、多くの EDI 利用相手先を増やす意欲が向上する。化粧品や日用品業界からスタートし、ペットフード・ペット用品業界・OTC 医薬品業界大手に拡大、さらにその取引先が加入、というビジネスモデルで発展してきた。基幹 EDI は、コンピュータとコンピュータが直結するデータ交換（M2M）を行っており、一度つなげばコンピュータ同士が自動的にデータ判断・処理を行うため、非常に安定した EDI を実現できることが特徴である。取引先データベースや商品データベースも、プラネットの場合はデータの中のコードがきれいに整備されているため、間に人手を介さずに、毎日、直接データをコンピュータに取り込めることが便利であると、顧客から高い評価を得ている。データベース売上の絶対額は少ないが、構成比としては、取引先データベースが 4 分の 3、商品データベースが 4 分の 1 である。

取引先データベースは、メーカーと卸売業の間でデータ交換をする中で、業界全体の標準取引先コードをあらかじめ設定することで、メーカーに卸売業から小売業への納品実績が標準化されたコードで届き、それによりメーカーは手間をかけずに集計することができる仕組みとなっている。現在およそ 40 万件の標準取引先コードが登録されている。小売業は新店ができるため、その都度プラネットで新しいコードを振って、加入企業全体に取引先データベースを通じて連絡する。また、業界拡大の施策も標準取引先コードの増加要因である。

商品データベースについては、1997 年から開始、業界と連携しながらカテゴリーを増やしてきている。メーカーから新製品登録される都度、卸売業・小売業はいち早く新製品情報をデータベースから取得することができるのが特徴である。業界拡大施策により、登録メーカーは 786 社、登録アイテム数 136,185 アイテムと、ともに増加中である。

本著作物の著作権は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会®に属します。

◆2015 年 7 月期(第 30 期)の方針

EDI 事業においては、販売データ･販売レポートの利用促進を行う。基幹 EDI の売上の中で、販売データの占めるウェイトが非常に高いことから、そのユーザーを増やすことがデータ量の拡大につながると考えている。また、引き続き隣接業界の取り込みと中小企業も利用できる Web 受注－仕入サービス「MITEOS」の推進に注力、EDI 利用のすそ野を広げていき、30 期には同サービスユーザー数 100 社を目標とする。

データベース事業においては、商品データベース、商品データベースプラスの登録促進を図る。研究開発においては、「見える化」サービスの創出、および、商品データベースの多言語対応研究調査を具体的に進めていきたい。本年 10 月より食料品、飲料、医薬品、化粧品などの消耗品が免税対象となる。2020 年にむけて日本国内で外国人消費者が増加することを見越し、商品情報の多言語対応を具体的に検証していく。

◆プラネットの設立 30 周年を迎えて

会長　玉生　弘昌

1985 年に電気通信事業法が施行され、通信が自由化された。当時は VAN がブームであったが、B2B のデータ通信の需要拡大により、放っておくと業界内に端末機があふれる恐れがあった。そこで当社は VAN 運営会社という概念をもって、多数のメーカーと卸売業の間を標準化された統一のシステムで通信できるようにするというサービスを開始した。日用品･化粧品業界の有力メーカー8 社の賛同を得て、端末機 200 台を無償で卸売業に配り、複数の通信を開始したのが 1986 年である。現在では 1,000 社を超える企業に利用されている。今年は 30 年の節目として、論文募集、欧州流通視察ツアー、地区ユーザー会などの啓蒙活動、イベントなどを周年記念事業として行っていく。そのために、利益が若干減少する計画となっているが、利益率自体はなお充分に高い水準を維持している。業界インフラの立場としての当社は、料金の値下げを過去 8 回行ってきた。その結果、ユーザーの信頼を得て、ユーザーが増加した。したがって、価格は下げているにもかかわらず利益率は年々上昇しているという事実からも、IT の世界でのコーディネーターとして時宜を得ていたのではないかと自負している。現在、第 9 回目の値下げを検討しているところである。

なお、国内最大の ID-POS データ量を保有している、カスタマー･コミュニケーションズ株式会社への追加出資を行った。今後のマーケティング戦略に大きく貢献すると考える。

（平成 26 年 9 月 22 日･東京）

＊当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

http://www.planet-van.co.jp/ir/pdf/h26jul_explanatorymeeting.pdf

本著作物の著作権は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会®に属します。