



東証JASDAQ上場

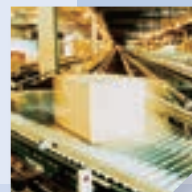
証券コード
2391



PLANET LETTER

第31期第2四半期(累計)の概要

2015年8月1日 → 2016年1月31日



ひろ あまね
広く遍く、消費財流通の情報インフラであり続けます



(写真左)
代表取締役会長 玉生 弘昌

(写真右)
代表取締役社長 田上 正勝

EDI通信処理データ量は堅調に推移

当上期は、猛暑と年末年始の暖冬により季節商品に影響が出たものの、一般的にEDI通信処理データ量は堅調に伸びました。前期に引き続き、特に旺盛な消費意欲をもった訪日外国人による日用品、化粧品、OTC医薬品の購入数量増加が、全体の商品売上の下支えとなったと考えられます。また、比較的高価格帯の商品が売れるようになってきており、国内外の生活者が「日本メーカーの価値ある商品」を買い求める傾向にあると言えます。こうした流れを受け、デフレ経済下で行われてきた過度な価格競争が一旦落ち着き、メーカー、卸売業の業績向上に繋がってきていると見られます。

このような状況下、当社EDI事業は、地道に接続企業の拡大を進め、じわじわと裾野を広げつつあります。営業担当のスキルアップも進んできたため、今後はデータ活用の提案も含め、ユーザー企業の立場に立った導入活動を強化していきます。

データベース事業の主力サービス・商品データベースは、毎年春と秋の新商品情報を小売業・卸売業に速やかに

伝達する役割を担っており、新商品カタログの発行を含めて、当社業務の中でも重要な位置付けになっています。2016年春の新商品とリニューアル商品の商品データベース登録件数は約200社、約3,900アイテムを数えました。コンビニエンスストアの1店舗あたりの取扱商品が約3,000アイテムですので、これは相当な数です。この膨大な数の「画像を含む商品情報」をメーカーの担当者に登録いただくのは大変ですが、流通インフラとして今後も正確な情報をタイムリーにご提供できるよう、運用を継続していきます。

インバウンド需要は今後も拡大の見込み

業界動向に大きな影響を与えているインバウンド消費は急速に増え、2年間で倍増、中国人による消費に限っては1年で倍増という勢いです。中国経済の停滞によって、中国からの観光客が減るのではないかという観測もありますが、当社はそうは見えていません。中国の海外出国者は、ビジネスを含め年間1億3,000万人に上りますが、そのうち訪日者はわずか500万人です。また、ここ数年は、世界

中で旅行ブームが起きており、欧米やアジアの観光地には多くの観光客が押し寄せています。中でもアジアは空前の海外旅行ブームで、今後は船で来日する人も増えると思われることから、訪日外国人の増加傾向はしばらく続く見込んでいます。つまり、日本のインバウンド消費の規模は依然小さく、マーケットの拡大はこれからだ、ということです。今後はより商品の選別が進むと見ており、新たな取り組みが必要な局面に入ってくると思います。

昨年、作成・発表した調査レポート『日用品のインバウンド消費を拡大させる意識と行動』が大きな反響を呼び、先行してインバウンドに取り組んでいる政府や旅行関係の方々との意見交換する機会を得ることができました。インフラ整備を含め、オールジャパンの取り組みが必要とされていることから、関係するプレイヤーが協力しあい、広い視野でインバウンドを捉えられる「インバウンド研究会」をこの春に立ち上げ、活動を深化させていく予定です。

業界の発展とともに長期的な成長を志向

日常生活との関わりが深い消費財は景気の影響を受けにくいことから、弊社の通期の業績についても堅調に推移すると考えています。株主還元については、今後も連続増配を維持したいと考えております。

プラネットは、流通インフラとして創業し、業界発展に寄与しながら成長を遂げてきました。インフラはユーザーのために存在し、ユーザーのために役立ち続けるということが重要です。今後も流通の発展とともに変化に対応しながら、「継続していくこと」が最大の価値であると考えています。そうした考えを踏まえ、10年後の当社の在り方を考える「プラネット ビジョン2025」を策定いたしました。すべてのステークホルダーの皆様にも長期的な貢献ができるよう努力していきたいと考えておりますので、引き続き、ご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

プラネット ビジョン2025

ひろ あまね 広く 遍く ~消費財流通の情報インフラであり続けます~

プラネットは中立的な立場で

1 企業間取引における業務効率の追求

- より多くの業界での利用企業数を拡大し、業界全体の効率向上へ
- 中小メーカーも導入しやすいMITEOSでオンライン化比率向上へ
- 販売レポートサービスによる中小メーカーの販売データ利用を促進

2 企業間コミュニケーションの活性化

- 業界が抱える課題と今後のあり方についての情報交換の場づくり
「流通の次世代を語る会」を開始

3 流通における情報活用の推進

- 多言語に対応した商品データベース情報へ
- 業界の新しいインフラづくりを目指す「見える化サービス」

4 社会に役立つ情報の収集と発信

- 旬な情報を業界の中立的な立場で収集・発信
Fromプラネット、調査レポート等

を行うことで業界を元気にし、社会に貢献する会社を目指します。

「業界活性化の先鋒になりたい」

30周年を機に中長期展望「プラネット ビジョン2025」を策定

これからの30年を見据え、今後、プラネットのビジネスをいかに作り上げていくかにあたり、まず10年のビジョンを策定し、業界に公開しました。プラネットが目指す方向性を業界の皆様と共有し、ともに取り組んでいくことで、社会に貢献することを目指します。「業界を元気にすること」が何よりも大切であるという共通認識のもと、4つのテーマを掲げました。このうちの3つは、これまでのプラネットの殻を破るような挑戦的なテーマといたしました。常に一歩先、二歩先を考え、必要とされるサービスを提供できるよう、自らに磨きをかけていきます。そして、受け身になることなく、率先して業界を元気にしていく「業界活性化の先鋒」となることで、長期的な市場活性化を通じて、自らのビジネスを進化・発展させていく所存です。

1 企業間取引における業務効率の追求

1つ目は、現在のビジネスのさらなる進化・発展です。日々の業務を効率化するEDIは、導入前と導入後で、劇的に業務効率が上がるため、導入ただけで満足されてしまうケースも多いのですが、さらなる業務効率化の余地は残っているはず。そこで、ユーザーと一緒に業務の現状分析を実施し、数値で見える「EDI化比率向上」という新しい目標を設定し、さらなる業務効率を追求していただく取り組みを進めていきます。これにより、既存サ

ービスの利用企業数の拡大、MITEOSや販売レポートの提供と並行しながら、よりユーザーの立場に立った提案を通じて、業界全体の業務効率化に寄与することを目指します。まずオンライン比率が高い日用品・化粧品業界から調査を進める予定です。4つ目のテーマ「社会に役立つ情報の収集と発信」とも連動しますが、調査結果は当業界のみならず、他の業界の皆様にも共有し、新たな問題提起につなげていきたいと考えています。

2 企業間コミュニケーションの活性化

流通が抱える課題と今後のあり方の情報交換を行う場として「流通の次世代を語る会」の活動をスタートさせました。日用品・化粧品のメーカー、卸売業14社29名の方に参加いただき、昨年内に2回実施しました。かつて、メーカーと卸は連携が取れていましたが、両者が一緒になって小売業に提案する活動がしにくい構造になってしまったこともあり、近年は対話の場そのものが少なくなる傾向が見られます。また、専門性を追求する仕事が増えた

今、俯瞰して全体最適を模索する役割を担う機能も少なくなっているように感じられます。「流通の次世代を語る会」は、そうした機能を補う場として、参加者の皆様には非常に喜んでいただいています。

例えば、インバウンド対応は、ターゲットが日本在住の日本人ではないので、従来のマーケティングが通用しないことは明らかです。一般常識にとらわれずに広い視野を持って新しい消費モデルを考える必要があります。そ

うした例も含め、今こそやるべきことは何かをあらためて議論いただく場、目先の課題解決ではなく、将来のあるべき姿を考える場を作ることで、業界のコミュニケーションの活性化につなげようという取り組みです。

また今回、軽減税率への対応が必要になりますが、かつでの消費税導入時にはプラネットが業界各社の要望をとりまとめた経緯があり、プラネットがお役に立てる部分も大きいと考えています。生活者にとってどうあるべきかを観点に据え、食品業界とのコミュニケーションも図りながら、業界に貢献していきます。



3 流通における情報活用の推進

現在、経済産業省がサポートする「製・配・販連携協議会」において、インバウンド需要の一層の拡大に向けて「商品情報の多言語化」の検討が進んでいます。当社もこの動きに賛同し、加工食品業界のデータベースとも連携し、日本語データベースを活用した情報の多言語化を進めるお手伝いをしています。経済効果を優先する考えから、新商品も含めてすべて登録され、正しく運用されている既存インフラである2つの民間データベースを用いて進めようという方向でスタートしており、合理的かつ現実性の高い取り組みになると考えています。

継続的な取り組みとしては、企業間取引のデータや

POSデータなどの市場データ、ツイッターやブログなどの消費者データをビッグデータとして集めて、市場動向分析や新商品開発に活用しやすくする「見える化サービス」の研究も進めています。専門家がいないでもデータ分析を可能とするソフトウェアを用いた実験や、大容量のデータを高速かつ安価に処理する実験など、さまざまな活用の軸を立てながら、具体的なテーマをもって実験を進めています。

こうした新たな研究への取り組み成果は、先の「流通の次世代を語る会」の活動と併せて、業界や各企業が抱える課題を解決する手段につなげるべく努めてまいります。

4 社会に役立つ情報の収集と発信

一昨年より、業界を元気にする活動として『Fromプラネット』を発行し、毎月一般メディアに発信しています。消費者へのネットアンケート調査や当社グループ会社のカスタマー・コミュニケーションズによるID-POSの売り上げランキングなどを踏まえた日用品・化粧品に関する旬な情報を、一般の生活者目線によるニュースレターと

して、中立的な立場で発行しています。30号を超えて、徐々に注目されるようになり、Webメディアのみならずテレビなどでも取り上げられるようになってきました。プラネットのホームページからご覧いただけます。今後も消費財の売れ行きに反応が出るような面白い情報を中立的に発信し、業界の活性化につなげていきたいと考えています。

売上高構成比



EDI事業

86.0%

基幹EDI/MITEOS/
資材EDI など

EDIとは、「電子データ交換」を意味する“Electronic Data Interchange”の略で、企業がコンピュータを通じて取引先とデータをやりとりすることです。数多くの取引先と、高精度のデータを、効率よく交換するために不可欠な“標準化”を常に意識し、企業間の確実なデータ交換を実現するサービスをご用意しています。

データベース事業

13.3%

取引先データベース/
商品データベース など

取引先の情報や商品の文字情報・画像、医薬品の添付文書・説明文書の情報を維持・管理し、必要な時に必要なデータをご提供します。また、各企業の商品マスタ登録業務を効率化するサービスもご用意しています。

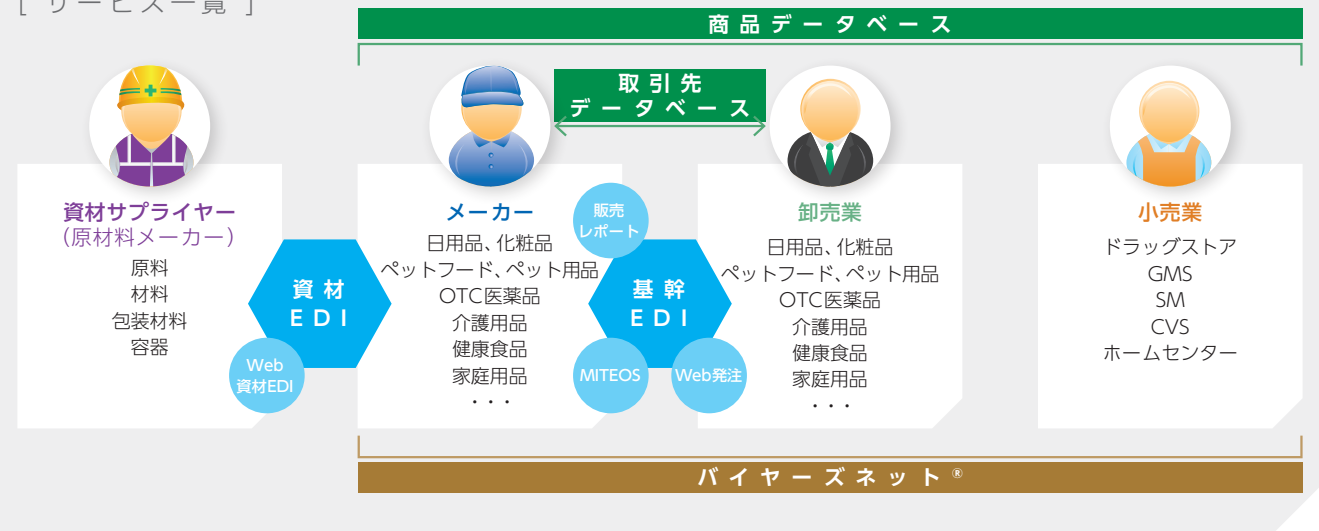
その他事業

0.7%

パイアーズネット など

消費財流通業界内の協業を支援する、インターネット上の情報提供サービスを提供しています。商品情報や業界ニュースなどの情報発信のほか、取引先との効率的な情報共有を実現します。

[サービス一覧]



ビジョン
2025
ここに
FOCUS

企業間取引における業務効率の追求に向けて

導入しやすいMITEOS (ミテオス) で
オンライン化比率向上へ

より多くの企業の業務効率化を目指し、導入も利用も簡単なMITEOSの普及に努めています。

基幹EDIとMITEOSの違いは？

基幹EDIは、メーカー・卸売業間の商取引の基幹となる受発注、出荷・仕入、請求・支払業務などの電子データ交換を確実かつ効率的に行うためのサービスです。導入には、ある程度のシステム投資が必要なため、取引の量や頻度、社内のシステム環境などによっては導入が難しい場合があります。これに対し、MITEOSは、Web上で発注・仕入データの双方向通信が行えるEDIサービスで、パソコンとインターネット環境があれば、現状業務を大きく変更せず簡単に導入できます。

オンライン化比率向上のメリットは？

電話やファックスによる受注をEDIに切り替えることで、メーカーは仕入伝票の確認作業や郵送費を大幅に軽減できます。また、オンラインで取引できるメーカーが増えることで、卸売業も、膨大な事務作業を軽減できます。つまり、EDI参加企業が増えるほど、オンライン化比率は向上し、業界全体の業務効率の向上につながります。

導入事例

アルフレッサ ヘルスケア株式会社
[卸売業]

<http://www.alfresa-hc.com/>

人々の健康といきいきとした生活をサポートする「ヘルスケアコンソーシアム」を目指すアルフレッサグループにおいて、一般用医薬品、健康食品、サプリメント、化粧品などのセルフメディケーション卸売事業を担う企業として、2011年10月に設立。北は北海道から南は沖縄まで、全国卸として地場に根ざし、堅実できめ細やかな事業を展開しています。

メーカー様、当社の双方に大きなメリット。
業界全体で効率化できるよう、ぜひ活用を！

100社強のメーカー様がMITEOSを導入 MITEOSが普及するほどメリットも拡大

2014年末、弊社内でMITEOSの推進を決定。基幹EDI未利用メーカー様を対象に、翌年2月に東京、大阪で導入説明会を実施。3月に操作説明会を行いました。その結果、説明会に参加いただいた約180社のうち118*社がMITEOSを導入されました。

100社を超えるメーカー様とのデータのやり取りですので、多少のトラブルは覚悟していましたが、始めてみると意外なほどスムーズでした。それだけMITEOSが、誰でも使いやすくできている、ということだと思います。

*2016年1月末時点。

MITEOSを導入して実感した一番のメリットは、伝票照合の負荷軽減でした。これまでは紙で受け取った仕入伝票を電卓で集計し、社内の入荷データと照合するという大変な作業でしたが、データの突き合わせで簡単に済むようになりました。

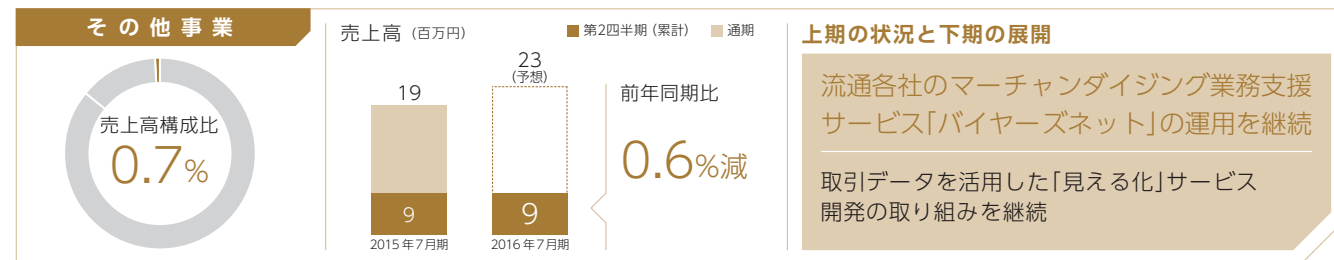
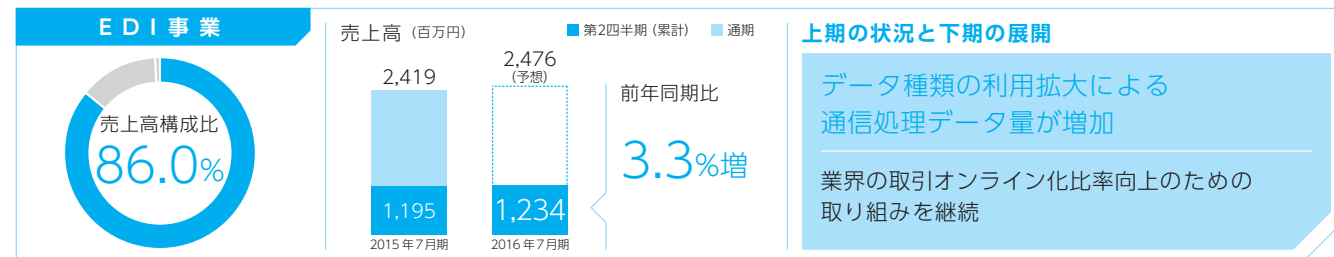
一方メーカー様側は、ファックスだと時間がかかっていた受注データの受け取りが早く確実になり、印字がかすれて読み間違っていたミスもなくなりました。さらに、伝票のペーパーレス化や郵送費の抑制にもつながっています。

基幹EDIは無理だと諦めていたメーカー様が、データ化に容易に取り組みめるようになったのは、本当にありがたいですね。

決算ハイライト

	2016年7月期第2四半期(累計)	2016年7月期(予想)
売上高	1,435百万円(前年同期比 3.1%増)	2,850百万円(前期比 1.2%増)
営業利益	310百万円(前年同期比 6.0%減)	615百万円(前期比 10.0%減)
経常利益	313百万円(前年同期比 17.7%減)	620百万円(前期比 16.4%減)
四半期(当期)純利益	197百万円(前年同期比 18.1%減)	410百万円(前期比 7.6%減)

セグメント情報



貸借対照表

科目	(単位:百万円)	
	前事業年度 2015年7月31日	当第2四半期会計期間 2016年1月31日
資産の部		
流動資産	2,707	2,799
固定資産	1,307	1,529
有形固定資産	42	39
無形固定資産	448	418
投資その他の資産	815	1,071
資産合計	4,014	4,328
負債の部		
流動負債	513	455
固定負債	253	351
負債合計	766	807
純資産の部		
株主資本	3,009	3,080
資本金	436	436
資本剰余金	127	127
利益剰余金	2,447	2,519
自己株式	△1	△1
評価・換算差額等	239	440
純資産合計	3,248	3,520
負債純資産合計	4,014	4,328

株主還元方針

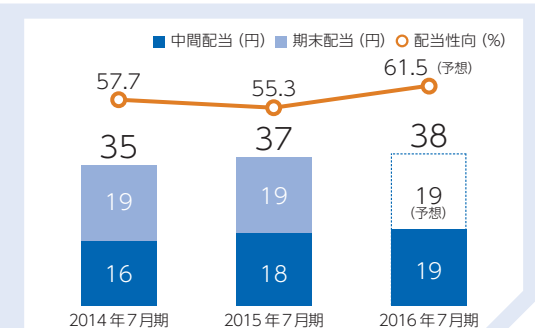
当社は株式公開企業として、株主尊重の意義の重要性を認識し、株主への永続的かつ安定的な利益還元を行うことを経営の最重要課題と考えております。また、企業成長力の強化と経営効率の維持向上を目指すため、及び事業上のリスクに備えるための内部留保の活用と蓄積を勘案しながら、各期の業績を考慮に入れて利益配分を決定することを基本方針としております。今後も、配当性向の維持向上を目指してまいります。

損益計算書

科目	(単位:百万円)	
	前第2四半期累計期間 自2014年8月1日 至2015年1月31日	当第2四半期累計期間 自2015年8月1日 至2016年1月31日
売上高	1,392	1,435
売上原価	507	516
売上総利益	885	918
販売費及び一般管理費	555	608
営業利益	330	310
営業外収益	50	5
営業外費用	-	1
経常利益	380	313
特別利益	8	-
特別損失	1	-
税引前当期純利益	388	313
法人税等	147	116
四半期純利益	241	197

キャッシュ・フロー計算書

科目	(単位:百万円)	
	前第2四半期累計期間 自2014年8月1日 至2015年1月31日	当第2四半期累計期間 自2015年8月1日 至2016年1月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	275	255
投資活動によるキャッシュ・フロー	3	△72
財務活動によるキャッシュ・フロー	△125	△125
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	153	57
現金及び現金同等物の期首残高	1,887	2,235
現金及び現金同等物の四半期末残高	2,041	2,292



株式情報

(2016年1月31日現在)

株式の状況	発行可能株式総数	15,360,000 株
	発行済株式総数	6,632,800 株
株主数	1,072 名	
株主名簿管理人	三菱 UFJ 信託銀行株式会社	
上場取引所	東証 JASDAQ スタンダード (証券コード：2391)	
IR 連絡先	管理本部 経営企画部 TEL：03-5962-0811 e-mail：ir@planet-van.co.jp	
ホームページ URL	http://www.planet-van.co.jp	

大株主

ライオン株式会社	1,066,400 株
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (退職給付信託口・株式会社インテック口)	1,058,400 株
ユニ・チャーム株式会社	300,800 株
株式会社資生堂	300,800 株
サンスター株式会社	300,800 株
ジョンソン株式会社	300,800 株
エステー株式会社	300,800 株
日本製紙クレシア株式会社	300,800 株
牛乳石鹸共進社株式会社	300,800 株
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社	176,000 株
小林製薬株式会社	176,000 株
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社	176,000 株
クラシエホームプロダクツ株式会社	176,000 株

株主メモ

事業年度	8月1日から翌年の7月31日まで	
定時株主総会	10月に開催します。	
基準日	定時株主総会の議決権	7月31日
	期末配当金	7月31日
	中間配当金	1月31日
公告の方法	日本経済新聞 ※決算公告に代えて、貸借対照表、損益計算書はEDINET (金融商品取引法に基づく有価証券報告書の開示書類 に関する電子開示システム)にて開示しております。	
株主名簿管理人 特別口座の 口座管理機関	三菱 UFJ 信託銀行株式会社	
同連絡先	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱 UFJ 信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (フリーダイヤル)	

ご注意

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

企業情報

(2016年1月31日現在)

会社名	株式会社プラネット
英文社名	PLANET, INC.
主な事業内容	EDI基幹プラットフォームの構築・提供・運用
本社	東京都港区浜松町一丁目31番 文化放送メディアプラスビル
設立	1985年8月1日
資本金	4億3,610万円
従業員数	38名
URL	http://www.planet-van.co.jp

取締役及び監査役

代表取締役会長	玉生 弘昌	取締役(社外)	石井 貞行
代表取締役社長	田上 正勝	取締役(社外)	廣田 光次
常務取締役	松本 俊男	常勤監査役	黒岩 昭雄
取締役	牛島 操	監査役(社外)	井上 展成
取締役(社外)	濱 逸夫	監査役(社外)	石垣 禎信

執行役員

執行役員社長	田上 正勝	執行役員	山本 浩
執行役員常務	松本 俊男	執行役員	川村 渉
執行役員	牛島 操	執行役員	滝山 重治

監査法人 仰星監査法人

各サービスの利用状況、登録状況

(2016年1月31日現在)

基幹 EDI	(利用社数)	
	メーカー	卸売業
データ種/社数	599	462
発注	389	207
仕入	357	205
販売	169	163
請求照合	157	106
請求鑑	34	68
在庫	42	74
Web発注	53	238
MITEOS	164	7

資材 EDI	(利用社数)	
	サービス名	サプライヤー
資材 EDI	3	192
Web 資材 EDI	3	178

商品、医薬品説明文書データベース登録状況

サービス名	メーカー社数	アイテム数
商品データベース	795	149,607
医薬品説明文書データベース	140	9,584

医薬品説明文書データベースの医薬品分類別説明文書登録状況 (品目数)

要指導	第1類	指定第2類	第2類	第3類
14	96	967	2,061	806

取引先データベース登録数 約 41 万件

もっとくわしく!
プラネット

第7回

プラネットの 調査研究とは?

業界の将来構想の策定や 研究会活動

プラネットは、EDIサービスを提供する傍ら、日用品・化粧品・OTC医薬品など一般消費財流通の動向を的確に捉え、業界の皆様役に役立つ研究と情報発信を行ってきました。

まだ日用品・化粧品業界へのサービス提供が中心だった1994年から1998年までに、3つの構想「トータルEDI構想」「100%オンライン受発注構想」「業界イントラネット構想」を、ユーザー・業界関係者・有識者などと共に検討し発表しました。

その後、1998年から2000年までは、「小売業・卸売業間EDI研究会」「Web受発注システ

ム研究会」「サプライチェーン研究会」などを立ち上げ、業界共通の課題を研究する場として活発な情報交換を行いました。

インターネットが及ぼす流通変化や インバウンド消費の実態調査

インターネットの急速な普及が一般消費財の流通チャネルにもたらす変化を把握するため、2011年より消費者へのアンケートと、企業・団体へのヒアリング調査を実施し、その結果を報告書として発表しています。

さらに今期は、訪日外国人客(インバウンド)の増加に伴い話題となっている「爆買い」の実態を把握するため、訪日中国人客を対象とし

た日本での買物行動について調査を実施し、「日用品のインバウンド消費を拡大させる意識と行動」と題した報告書を発表しました。インバウンド消費は当社のユーザー業界に大きな影響をもたらしつつあり、重点テーマとして取り組んでいます。

プラネットが研究会や 調査を行う理由

こうした調査研究とその成果の発信を通じて、幅広い業界の方々からプラネットへの興味を持っていただき、EDIやデータベースの価値を理解いただく機会を作り出しています。これからも業界共通の課題や関心事に焦点を当て、調査研究を実施していきます。

訪日中国人客の買物意識と行動に関する調査の概要

1. 中国本土でのインターネットによるアンケート調査

33項目についてインターネット上でアンケートを行った。とくに日用品などについて、買いたい物リストの中身や、予定外に買った物などを調査した。9割の人が買いたい物リストを事前に用意している一方、買いたい物リストにない商品も5割以上の人が買っている実態が明らかになった。店頭での非計画購買が「爆買い」を底上げし、次なる人気商品を生み出しているようだ。

2. 上海でのグループインタビュー

中国人コーディネーターによるグループインタビューを実施した。日本製品は品質が良いという声が多く、日本で買ったものはSNSなどにアップして友人に自慢したいという声も聞かれた。

3. 茨城空港での訪日中国人旅行者へのインタビュー

ツアー客が多く、自由な時間が少ないためか、インタビューに答えてくれたのは主に個人旅行者だった。荷物の重量制限をクリアするために、パッケージを捨てて荷物を軽くする姿が見られた。



これらの報告書は、プラネットホームページの「研究会・構想」ページにてご覧いただけます。

ぜひご参照ください。

<http://www.planet-van.co.jp/research/>

株式会社 **プラネット**

〒105-0013 東京都港区浜松町1-3-1 文化放送メディアプラスビル3階

Tel. 03-5962-0811 Fax. 03-6402-8421 URL. <http://www.planet-van.co.jp>

