

日本証券新聞社主催  
個人投資家向けIRセミナー

株式会社プラネット（2391）

株式  
会社 プラネット



## 自己紹介

代表取締役社長 兼 社長執行役員

坂田 政一



- 1983年 富士ゼロックス（株）入社
- 2010年 富士ゼロックスアドバンステクノロジー（株）常務執行役員
- 2011年 同社 取締役常務執行役員
- 2015年 富士ゼロックス情報システム（株）専務執行役員
- 2017年 富士ゼロックスアドバンステクノロジー（株）代表取締役社長
- 2019年 富士ゼロックス（株）シニアアドバイザー
- 2020年 KYB（株）（現カヤバ（株））社外取締役（現任）
- 2020年 当社 社外取締役
- 2021年 ULSグループ（株） 社外取締役（監査等委員）
- 2022年 当社 代表取締役社長 執行役員社長（現任）

## 目 次

|        |         |
|--------|---------|
| ■ 会社概要 | 3 ページ   |
| ■ 決算概要 | 1 6 ページ |
| ■ 株主還元 | 3 3 ページ |

## 会社概要

## 質問

洗剤やトイレットペーパー、  
歯ブラシなどの日用品は  
どこで購入しますか？



# 日用品の購入場所

## 日用品の購入場所のトップは？

当社の意識調査によると、日用品・化粧品の購入場所は「ドラッグストア」が最も多く、「スーパー」、「ネットショップ」と続いた。  
特にトイレットペーパーや歯磨き粉、衣料用洗剤などの日用品の多くが、55%以上の高いシェアでドラッグストアで購入されているという結果に。

(n=4000)

【日用品や化粧品の購入場所（3つまで回答）】

※ 1位 2位 3位

(%)

|               | ドラッグストア | スーパー | ネットショップ | ディスカウントストア | ホームセンター | バラエティストア | 百貨店 | その他 | この商品を購入しない |
|---------------|---------|------|---------|------------|---------|----------|-----|-----|------------|
| ヘアケア製品        | 61.9    | 16.8 | 15.1    | 8.6        | 8.4     | 2.4      | 0.9 | 3.0 | 9.5        |
| 歯磨き粉、歯ブラシ     | 68.6    | 21.6 | 9.3     | 8.6        | 8.4     | 1.5      | 0.5 | 2.4 | 7.2        |
| 衣料用洗剤、柔軟剤     | 58.8    | 22.0 | 9.3     | 9.3        | 13.6    | 1.0      | 0.4 | 2.1 | 15.3       |
| 石鹸類           | 63.0    | 21.2 | 9.1     | 9.3        | 10.3    | 1.6      | 0.7 | 2.0 | 11.4       |
| 食器用洗剤         | 56.4    | 25.5 | 6.4     | 9.3        | 12.6    | 0.8      | 0.5 | 1.8 | 15.4       |
| トイレットペーパー     | 55.4    | 28.2 | 5.6     | 9.5        | 12.7    | 1.1      | 0.4 | 3.5 | 11.8       |
| ティッシュペーパー     | 55.8    | 28.9 | 5.2     | 9.4        | 12.8    | 1.0      | 0.3 | 2.4 | 13.3       |
| 洗顔フォーム、メイク落とし | 47.1    | 10.2 | 13.1    | 5.8        | 4.2     | 2.9      | 2.1 | 3.4 | 29.4       |
| 基礎化粧品         | 41.9    | 8.3  | 18.5    | 4.4        | 3.2     | 4.7      | 3.9 | 5.1 | 30.8       |
| メイク用品         | 36.5    | 6.9  | 15.0    | 3.7        | 2.6     | 4.5      | 4.5 | 3.6 | 41.2       |

株式会社プラネット 意識調査『Fromプラネット』より

### 質問

日用品を取り扱っている  
ドラッグストアやスーパー、  
コンビニエンスストアなどの  
**小売業の店舗数（事業所数）**は  
**どれくらいあると思いますか？**



### 答え

日本の小売業の事業所数は

**約 88万 事業所※**

## 卸売業は、メーカーと小売業の間に立ち 流通全体の非効率を解消する役割を担っている

### ⚠ 多対多の直接取引モデル

個別のメーカーと小売業の取引により  
煩雑な業務が分散・多発

メーカー

A社

B社

C社

・  
・  
・

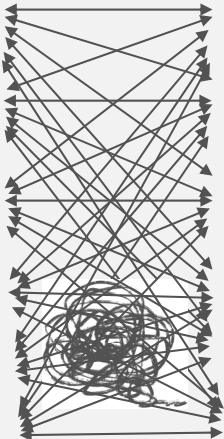
小売業

家 X社

SUPER Y社

24 Z社

・  
・  
・



⚠ 業務量が膨大化し、流通効率が著しく低下

### ✓ 卸売業による最適化モデル

卸売業が窓口となり、煩雑な業務を  
一元的に集約・代行



メーカー（多数）

取引集約



卸売業（流通中継点）

在庫調整 / 物流最適化 / 代金決済 など



一括配送・発注窓口一本化



小売業（多数）

✓ 業務負担の削減と流通スピードの向上を実現

## プラネットの存在意義

### 情報流通のとりまとめ効果

メーカー

A社

B社

C社

・  
・  
・

卸売業

X社

Y社

Z社

・  
・  
・

取引先の増加

システム開発・運用の負担増

### — 業界全体の効率化を促進 —

メーカー

A社

B社

C社

・  
・  
・

卸売業

X社

Y社

Z社

・  
・  
・



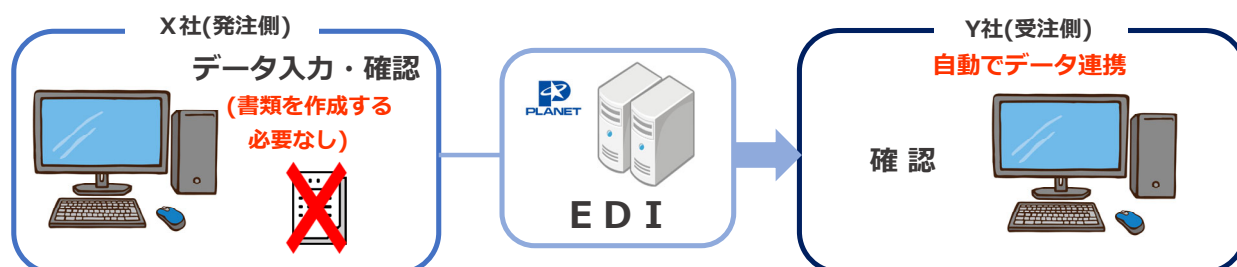
プラネットと接続すれば  
複数の取引先と一つの  
システムでデータ交換が可能

EDIとは：企業同士がコンピュータをネットワークでつなぎ  
伝票や文書を電子データで交換すること

### プラネットを利用しない受発注業務（非効率）

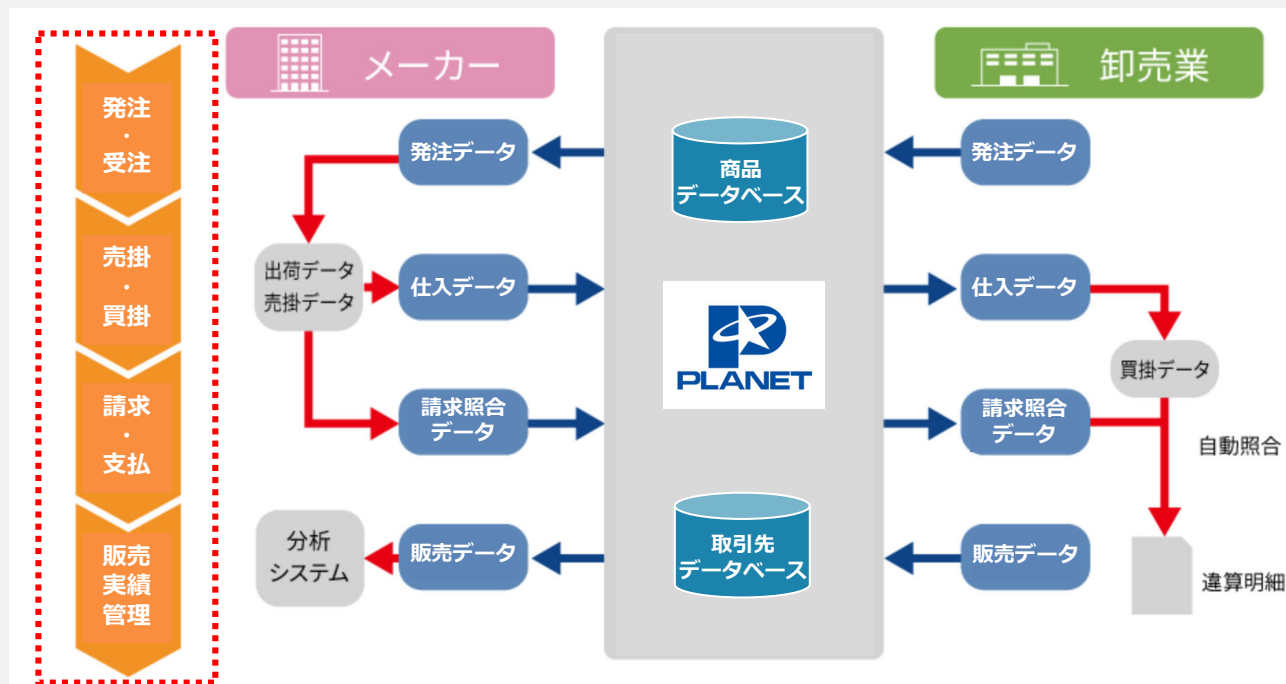


### プラネットのEDIを用いた受発注業務（効率的）



## プラネットのビジネス

### 当社の基幹EDIの特徴



<受注・発注> から <請求・支払> まで  
一連の商取引に関するデータ種を提供

# 基幹EDIサービスの主な利用業界・企業

## ■メーカー 計 917社

### 日用品、化粧品

アース製薬(株)  
エステー(株)  
王子ネピア(株)  
貝印(株)  
花王(株)  
牛乳石鹸共進社(株)  
クラシエホームプロダクツ販売(株)  
コーセー化粧品販売(株)  
小林製薬(株)  
サンスター(株)  
ジョンソン(株)  
大王製紙(株)  
大日本除虫菊(株)  
日本製紙クレシア(株)  
白元アース(株)  
(株)バスクリン  
P & G ジャパン(同)  
(株)ファイントウデイ  
ホーユー(株)  
(株)マンダム  
ユニ・チャーム(株)  
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング(株)  
ライオン(株)  
など

### ペットフード・ペット用品

アース・ペット(株)  
アイシア(株)  
いなばペットフード(株)  
ドギーマンバヤシ(株)  
日本ヒルズ・コルゲート(株)  
日本ペットフード(株)  
ネスレ日本(株) ネスレビュリナペットケア  
ペットライン(株)  
マースジャパンリミテッド  
ユニ・チャーム(株)  
など

### OTC医薬品

イチジク製薬(株)  
(株)太田胃散  
大塚製薬(株)  
小林製薬(株)  
第一三共ヘルスケア(株)  
大幸薬品(株)  
大正製薬(株)  
(株)ツムラ  
常盤薬品工業(株)  
久光製薬(株)  
ユースキン製薬(株)  
祐徳薬品工業(株)  
ライオン(株)  
(株)龍角散  
ロート製薬(株)  
など

### 介護用品

王子ネピア(株)  
大王製紙(株)  
日本製紙クレシア(株)  
白十字(株)  
ビジョン タヒラ(株)  
P & G ジャパン(同)  
(株)明治  
ユニ・チャーム(株)  
(株)リブドゥコーポレーション  
など

## ■卸売業 計 503社

### 日用品、化粧品

(株)麻友  
(株)あらた  
イーライフ共和(株)  
(株)井田両国堂  
(株)エーアンドティー  
J-N E T(株)  
J-N E T 中央(株)  
中央物産(株)  
(株)東京堂  
(株)トウディック  
(株)東流社  
(株)ときわ商会  
ハリマ共和物産(株)  
(株)PALTAC  
ビップ(株)  
広島共和物産(株)  
森川産業(株)  
森友通商(株)  
など

### ペットフード・ペット用品

エコトレーディング(株)  
(株)オーシマ小野商事  
グローバルペットケア(株)  
ジャバル(株)  
三井物産(株)  
三菱食品(株)  
(株)森光商店  
ラブリー・ペット商事(株)  
(株)リョーシヨクペットケア  
など

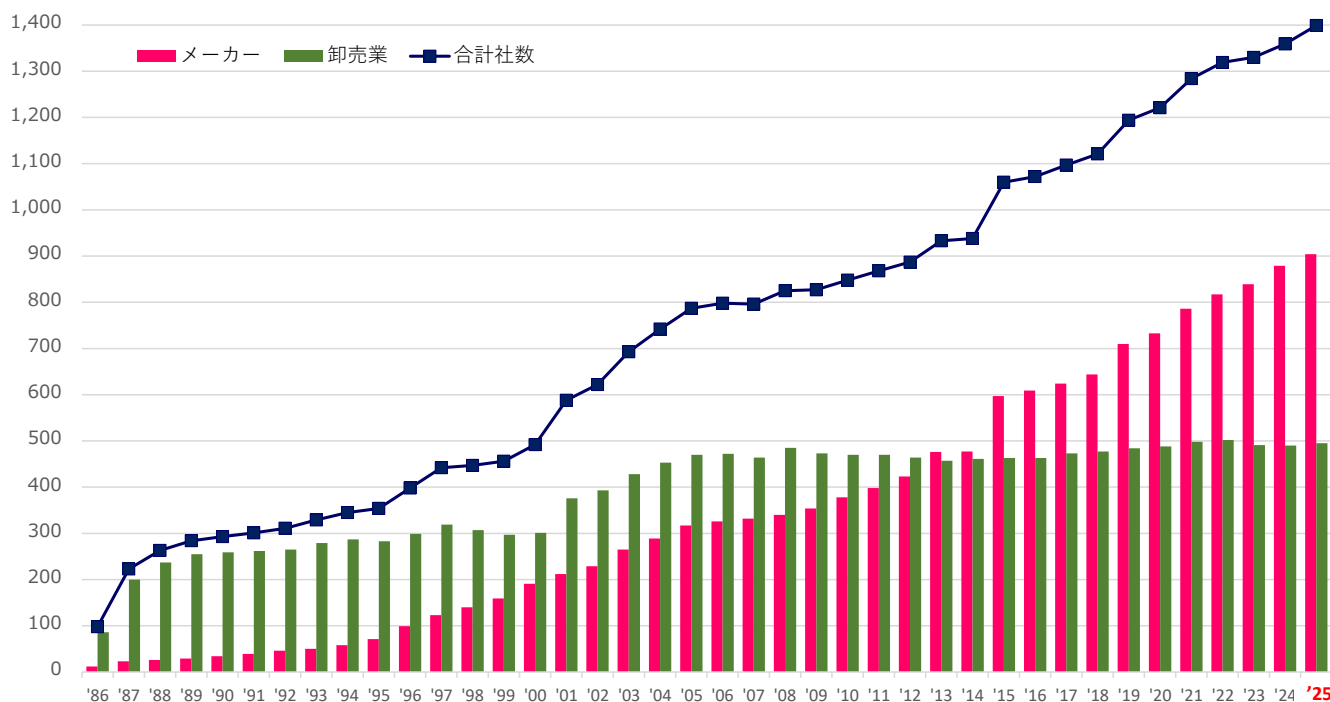
### OTC医薬品

アルフレッサ ヘルスケア(株)  
(株)大木  
(株)ダイコー沖縄  
東邦薬品(株)  
中北薬品(株)  
(株)PALTAC  
(株)リードヘルスケア  
など

### 介護用品

(株)同仁社  
(株)トーカイ  
(株)ムトウ  
など

# 基幹EDIサービス利用メーカー・卸売業社数の推移





## EDI事業の料金構成

- **一時金** : サービス利用開始時に初期費用として請求
- **月次固定** : ネットワーク維持の分担金として毎月請求
- **月次従量** : データ処理の費用として毎月請求

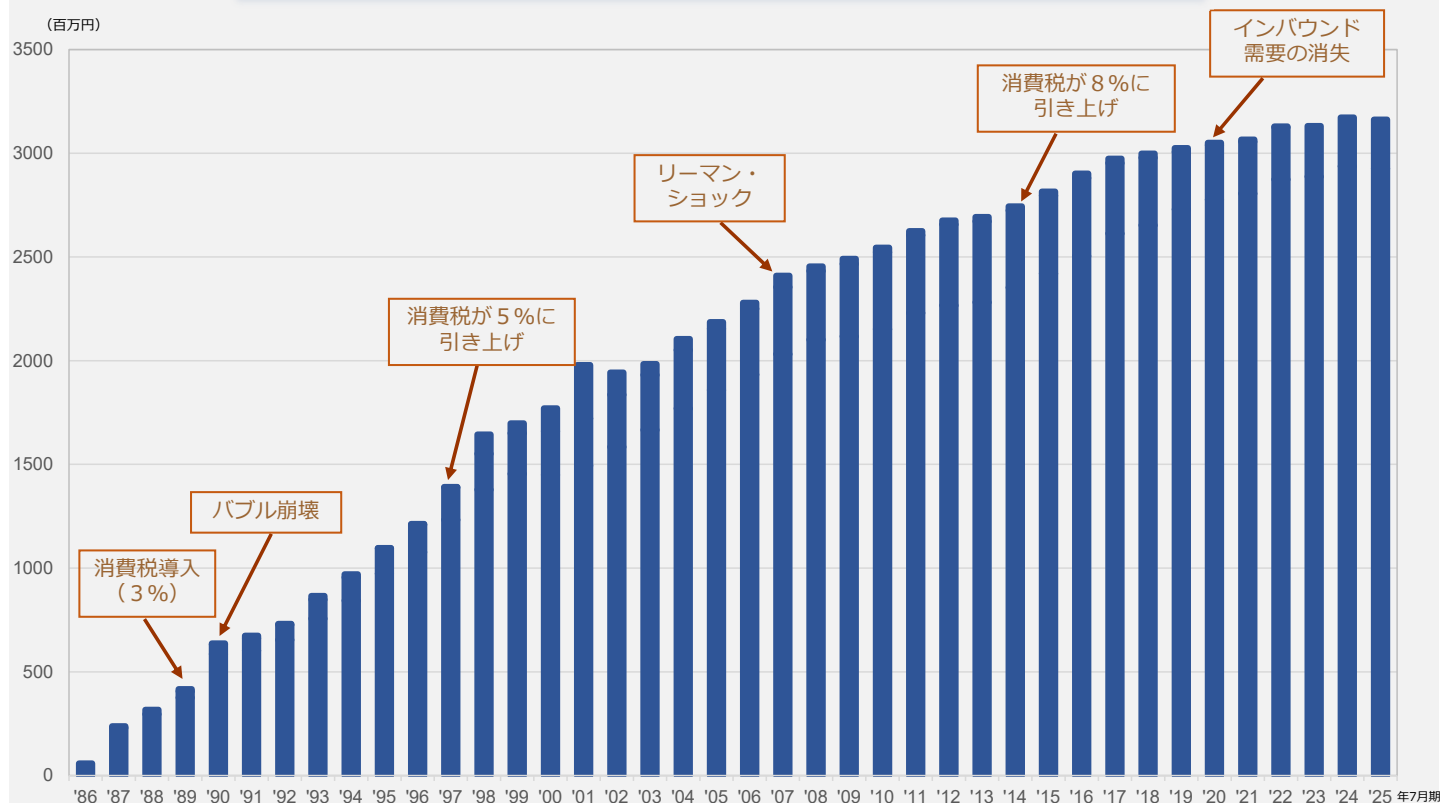
## 特徴

- **インフラサービスであり 継続利用前提**のサービス
- **継続課金サービスであり メインは従量課金**サービス



**ストック型ビジネス**

## 大きな景気変動要因があっても安定した売上を維持





# 決算概要

2026年7月期 第1四半期累計期間  
(2025年8月1日～2025年10月31日)

## 2026年7月期 第1四半期累計期間 業績概要



### POINT

- 継続的な物価上昇を背景とした消費者の生活防衛意識は高く、買い控えや購買点数の抑制といった行動が見受けられた。
- 一部の利用企業に、経営資源の集中を目的とした商品アイテム数削減の動きや、物流効率化を目的とした商品の大容量化の動きなどがみられた。

➡ **新規利用企業の獲得は好調だったものの、一部の既存利用企業のデータ量の減少が僅かに上回った結果、微減収。利益については不要不急の経費の抑制などにより、増益で着地。**

| 【単位：百万円】   | 2026年7月期<br>第1四半期累計期間<br>(当期) | 2025年7月期<br>第1四半期累計期間<br>(前期) | 差異    | 2026年7月期<br>(期首計画値) | 進捗率   |
|------------|-------------------------------|-------------------------------|-------|---------------------|-------|
| 売上高        | 795                           | 807                           | ▲12   | 810                 | 24.8% |
| 営業利益       | 172                           | 128                           | +43   | 163                 | 30.0% |
| 営業利益率      | 21.7%                         | 16.0%                         | +5.7p | 20.1%               | —     |
| 経常利益       | 278                           | 132                           | +42   | 166                 | 29.8% |
| 四半期<br>純利益 | 121                           | 100                           | +20   | 113                 | 29.5% |

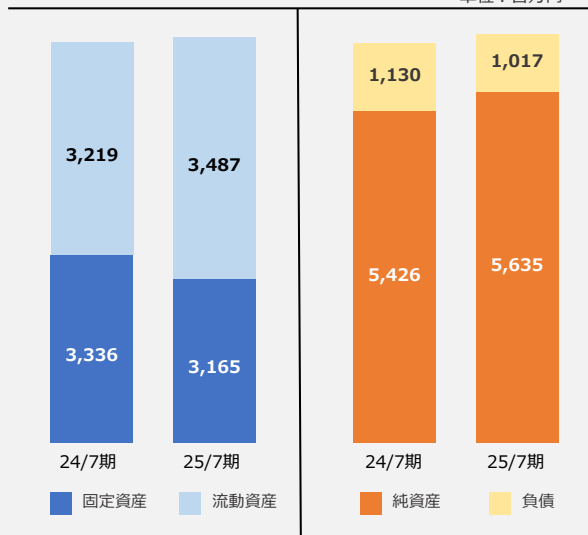
## 安定した財務基盤を維持

- 無借金経営
- 自己資本比率 84.7%

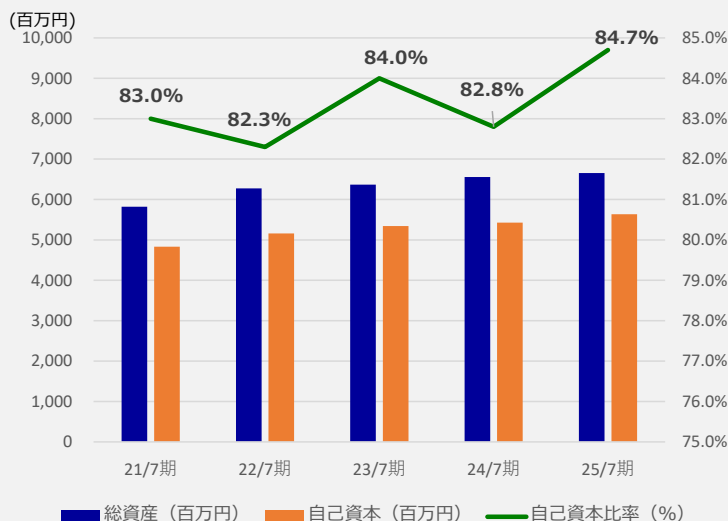
（2025年7月期末時点）

### B/S推移

単位：百万円



### 自己資本比率の推移



## 現状認識と戦略の方向性

### 【強靱な収益基盤】

EDI事業は、業界の情報インフラとして機能するストック型ビジネスであり、安定的な収益を維持。

### 【新たな成長機会】

物流、返品、商品データベースなど、業界の「非効率」を解決する新たなニーズが顕在化。これらは当社の成長機会。

強固な収益基盤を「守り・育てる」と同時に  
未来の成長ドライバーヘリソースを“戦略的に投下”する

### 軸1: 基幹EDIの収益基盤の強化・拡大

#### 役割：安定的な資金創出能力の最大化

強靱な収益基盤を「さらに強化・拡大」し、高収益体質を盤石にし、未来への成長投資を支える原資を最大化する。

### 軸2: 新規サービスを未来の成長として注力

#### 役割：第2、第3の収益柱の確立

基盤事業で創出された資金を集中投下し、新たな事業領域を開拓することで、持続的な成長ドライバーを確立。



## ①基幹EDIサービス

EDI基盤の安定運用と機能強化で業界全体のDXを推進



## ②ロジスティクスEDI

物流連携を最適化し、サプライチェーン全体の効率化に貢献



## ③返品ワークフローシステム・サービス

返品業務のデジタル化で、業界の課題解決と生産性向上を実現



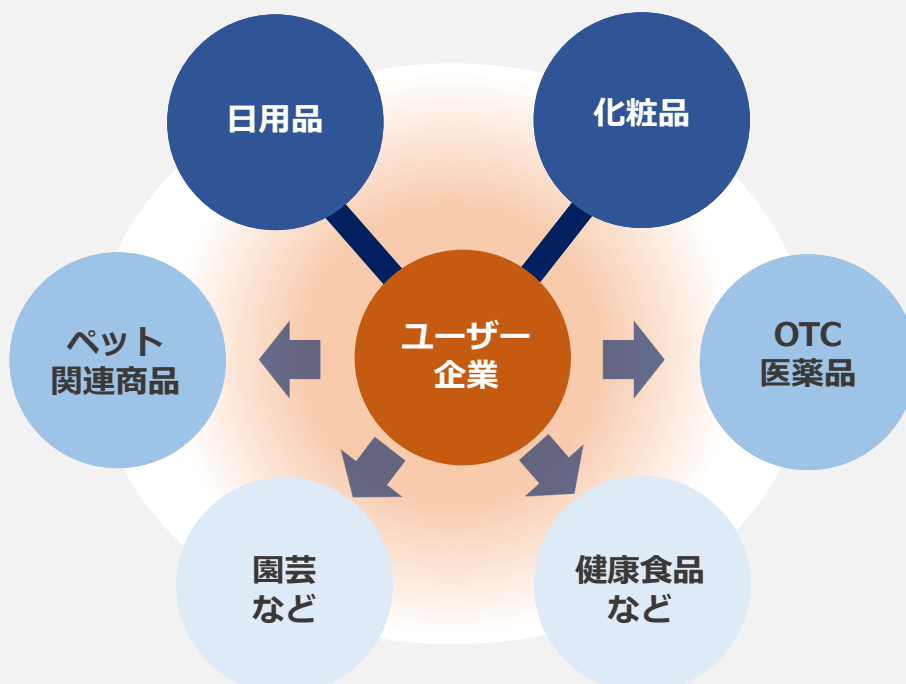
## ④商品情報マスタの一元管理 (新会社設立)

新たなビジネス領域へ挑戦し、持続的な成長とイノベーションを追求

## ①基幹EDIサービス

**横展開**：日用品・化粧品業界で築いた**共通インフラの強み**を活かし

他の一般消費財分野へ積極的にサービス提供対象を広げる取り組み

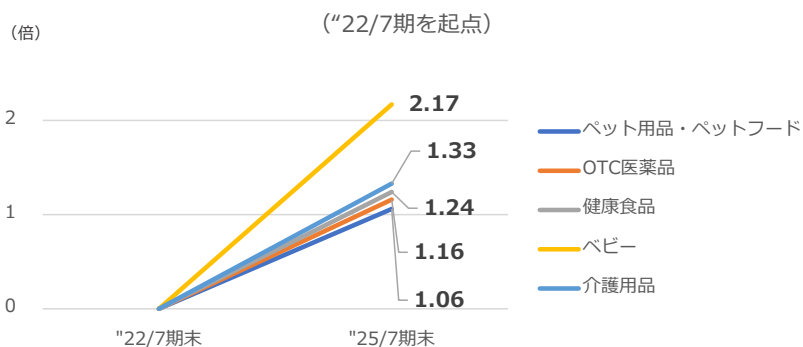


## 横展開

### 横展開を重点的に進めている主な業界

|         |  |
|---------|--|
| 従来の主要業界 | 日用品、化粧品                                  |
| 横展開注力業界 | OTC医薬品、ペット用品・ペットフード、健康食品、園芸、介護用品、消耗家電 など |

#### 横展開注力業界の新規利用社数の伸び率



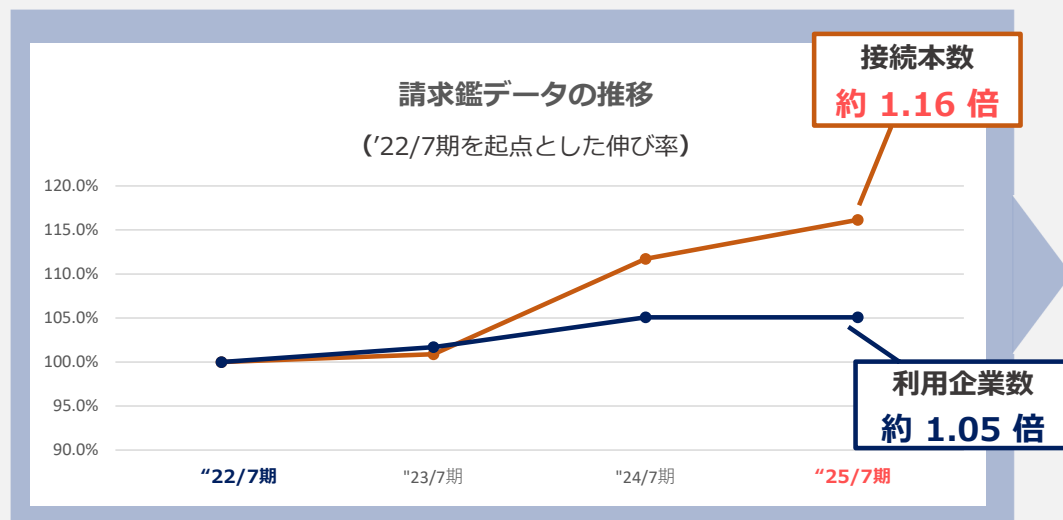
重点的に取り組んだ結果  
徐々に広がっている

## 深掘り：未利用のEDIデータ種の利用を推進する取り組み



## 深掘り

- 請求鑑データ： メーカーが卸売業に代金を請求する際、請求期間や請求金額合計、消費税率や消費税額などの情報を通知するデータ



注力した結果  
順調に  
伸びている

# ②ロジスティクスEDI

## 業界共通の物流クライシス

### ⚠ 物流コストの高騰

ドライバー不足や燃料費が経営を圧迫

### ⚠ 安定供給への懸念

物流停滞は、生活必需品の安定供給を脅かす

### ⚠ 非効率な旧来業務

紙の伝票や人手頼りの検品が現場の生産性を低下

## ロジスティクスEDIによる データ連携効果

### 📊 コスト抑制と現場効率化

出荷予定 (ASN) データ※1の活用で、納品書のペーパレス化と荷受けの事前準備が可能に

### 📄 伝票レス・手入力作業の削減

紙の伝票が不要。ロット番号※2などの情報も事前に入手でき、煩雑な検品作業を大幅に削減

### 🚚 待機時間短縮と持続可能な物流

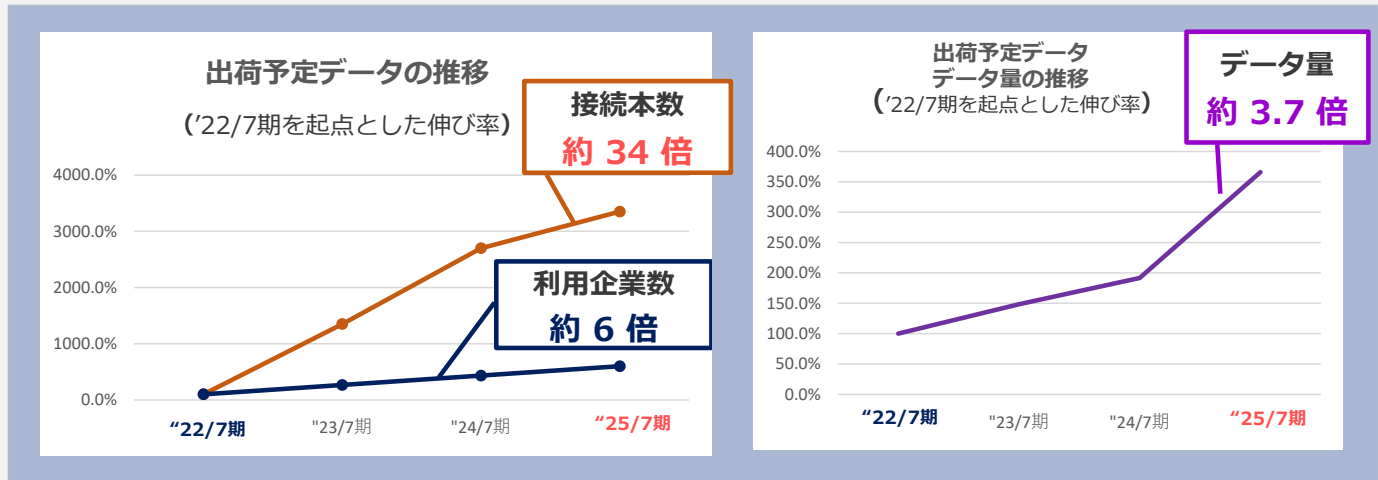
荷受け準備の効率化でトラックの待機時間を短縮

※1 出荷予定 (ASN) データ：卸売業からの発注にもとづき、メーカーの出荷予定情報や出荷確定情報を卸売業に通知するデータ

※2 ロット番号：製品の生産単位ごとに付けられている番号。同一製品を識別・追跡するために使用されている。

- **出荷予定（ASN）データ**：卸売業からの発注にもとづき、メーカーの出荷予定情報や出荷確定情報を卸売業に通知するデータ。  
車両単位やパレット単位などの商品積載情報や、賞味期限情報を事前に伝えることが可能。

### 卸売業の倉庫で発生している業務を効率化



利用企業、接続本数、データ量すべて着実に増加

### データ連携が創る未来の物流



【実績】

**40%の時間削減**

出荷予定（ASN）データ※を活用した実証実験により、荷下ろし作業時間を40%削減したとの結果が出ている。



【将来】

**さらなる効率化へ**

物流事業者との連携を深め、トラック待機時間のさらなる短縮を目指す。



【ビジョン】

**業界の「共創」へ**

物流を「競争領域」から「共創領域」へ。  
当社が得意とする標準化と維持能力を発揮し、業界全体のサステナビリティに貢献へ。

### ③返品ワークフローシステム・サービス

メーカーと卸売業をつなぐ「業界共有のデータ・プラットフォーム」



© 2025 PLANET,INC.

※注：本システムの提供によって、当社が卸売業による返品の実施を推進・推奨するものではありません 28

### ④商品情報マスタの一元管理（新会社設立）

新会社「（株）プロダクト・レジストリ・サービス」を設立し、  
商品データベースを【新たな業界共通基盤】として進化へ

#### 新会社が実現すること（役割と価値）



##### 商品情報マスタの一元管理

高精度で標準化された「最新の正しい情報」を業界  
全体で共有へ



##### メーカーの負担を大幅削減

メーカーは新会社へ一度登録するだけで、各社への  
個別対応が不要に



##### 卸売業・小売業の業務を自動化

各社で行っていた煩雑なマスタ登録やメンテナンス  
が不要に

#### 新会社の概要

|                |  |
|----------------|--|
| 商 号            | 株式会社プロダクト・レジストリ・サービス                                 |
| 本社所在地          | 東京都千代田区  |
| 設立年月日          | 2025年11月   |
| 代表取締役          | 松本 俊男 ((株)プラネット 代表取締役副社長)                            |
| 資本金            | 1 億円   |
| 大株主及び<br>持ち分比率 | 株式会社プラネット (40%)<br>株式会社あらた (30%)<br>株式会社PALTAC (30%) |
| 事業開始日<br>(予定)  | 2026年 4月   |
| 決算期            | 4 月末   |

© 2025 PLANET,INC.

29



### 流通業界の「商品情報」に関する本質的な課題



#### メーカー 届かない情報

- ⚠ **個別の伝達が限界**：新商品やリニューアルの情報を、膨大な数の小売業すべてに個別に伝えるのは不可能。
- ⚠ **データ形式の不統一**：取引先ごとに求められる情報形式が異なり、同じ商品情報でもデータの作成・加工に多大な工数がかかる。
- ⚠ **タイムリーな伝達が困難**：常時発生する情報をリアルタイムに全社へ届けることができず、販売機会の損失にもつながる。



#### 小売業・卸売業 揃わない情報

- ⚠ **情報がバラバラ**：メーカーから膨大な情報が異なる形式・タイミングで届くため、情報収集と確認作業が煩雑。
- ⚠ **手作業でのメンテナンス**：受け取った膨大な情報を自社のマスタに登録・更新する作業が手作業で発生し、業務を圧迫。
- ⚠ **情報の不正確さ**：どの情報が「最新の正しい情報」が分からず、誤った情報のまま流通してしまうリスクを抱えている。

⚠ **業界全体で「情報の非効率」が慢性化し、生産性向上のボトルネックに**

### 更なる飛躍へのステップ



#### これまでの貢献 (1997年～)

- ✓ 当社は1997年より今現在、「商品データベース」を運営。
- ✓ 流通業界の業務効率化に大きく貢献してきた



#### 次のステージ

- ➔ 現在の商品情報のカバー率は約60%。これを100%に近づけ、業界DXの完結へ。
- ➔ 各社に残る「個別の情報収集業務」を解消し、業界全体の生産性を最大化へ。



この「カバー率」の飛躍的向上が、業界全体のDXを完結させサプライチェーン全体の生産性を最大化する鍵となる

### 新会社が実現する「業界標準データベース」の仕組み



新会社が「業界共通のインフラ」として機能し  
これまでの非効率を解消、業界全体の生産性を最大化へ

# 株主還元

2025年7月期 配当金

一株当たり

**43.5** 円

DOE(純資産配当率)

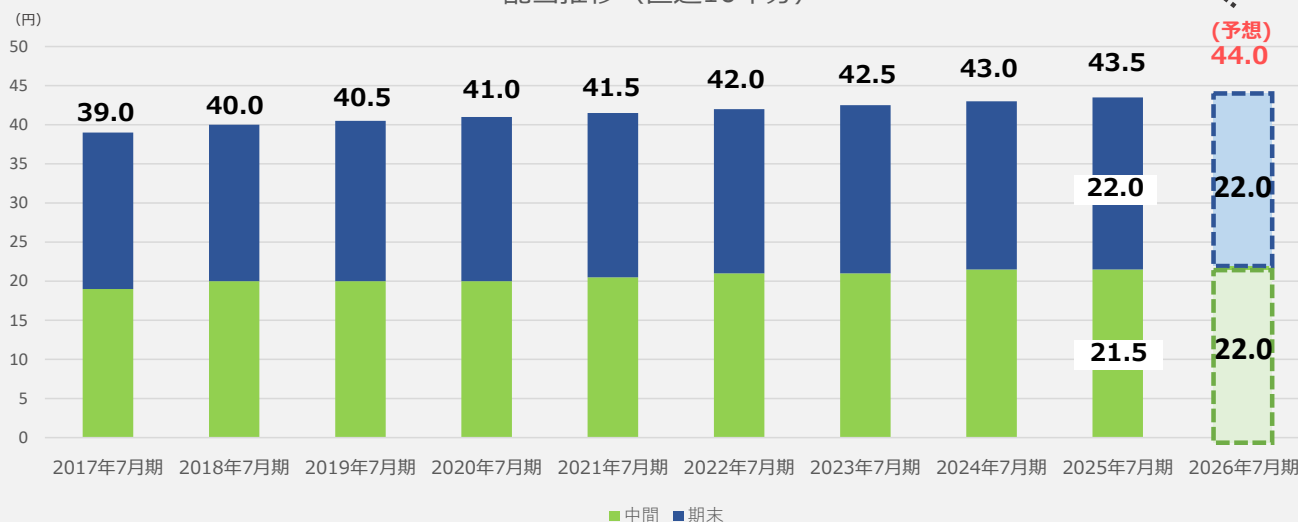
**5.2** %

2026年7月期 配当金 (予想)

一株当たり

**44.0** 円上場以来 **22期** 連続増配(予想)

配当推移 (直近10年分)



© 2025 PLANET, INC.

34

## 株主還元シミュレーション

1株当たり年間配当額

 中間 : 22.0円  
 期末 : 22.0円
年間合計 **44.00円**

(2026年度予定)

単元株

**100株**

株価

**1,253円** (12/4 終値)

1単元(100株)投資金額

**1,253円 × 100株 = 125,300円**

1単元(100株)当たりの配当額

 中間 : 2,200円  
 期末 : 2,200円
年間合計 **4,400円**

(2026年度予定)

※ご購入の際に必要な証券会社売買手数料等は含んでおりません。

※株式ご購入の際の手数料等については、お取引されている証券会社へお問い合わせください。

### 長期的な企業価値向上、安定的な配当を目指す

© 2025 PLANET, INC.

35

## 参考資料

## 設立経緯

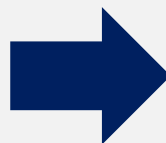


### 一般消費財の情報インフラサービスを 「安全、中立、標準、継続」に提供

日用品・化粧品業界の流通システムを最適化する業界共通の  
ネットワークインフラを目指し、通信事業の規制緩和を契機に  
同業界の有力メーカー 8 社とインテックの出資の下、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)  
牛乳石鹸共進社



インテック  
(TISインテックグループ)

ネットワーク運用  
と監視業務を委託

|       |                                    |
|-------|------------------------------------|
| 会社名   | 株式会社プラネット (英文社名: PLANET, INC.)     |
| 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 |
| 所在地   | 東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル3階       |
| 設立年月日 | 1985年8月1日                          |
| 代表者   | 代表取締役社長 坂田 政一                      |
| 資本金   | 4億3,610万円                          |
| 純資産   | 56億4,818万円                         |
| 上場市場  | 東証スタンダード (証券コード: 2391)             |
| 従業員数  | 46名                                |
| 決算期   | 7月末                                |

※EDI (Electronic Data Interchange、電子データ交換)

2025年10月末現在

## お問い合わせ窓口

株式会社プラネット  
経営管理ユニット IR担当

e-mail : [ir@planet-van.co.jp](mailto:ir@planet-van.co.jp)

URL : <https://www.planet-van.co.jp/ir/>

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。