

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 16ページ
- 株主還元 36ページ

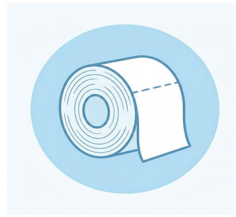
会社概要

質問 ①

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？



洗剤類



トイレットペーパーなどの紙類



歯ブラシなどのオーラルケア

ドラッグストアの取り扱い商品アイテム数

質問 ②

ドラッグストア が取り扱う商品アイテム数は？



質問 ③

日用品を取り扱っている

ドラッグストアやスーパー、コンビニなどの

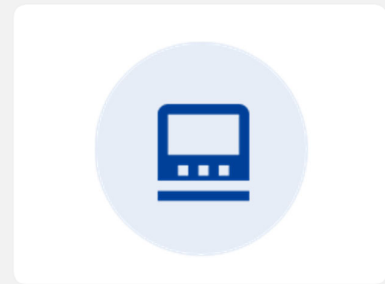
小売業の店舗数はどれくらいあると思いますか？



ドラッグストア



スーパーマーケット



コンビニエンスストア

卸流通

**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

•
•
•

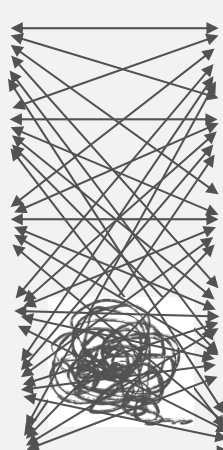
小売業

X社

Y社

Z社

•
•
•



✓ 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

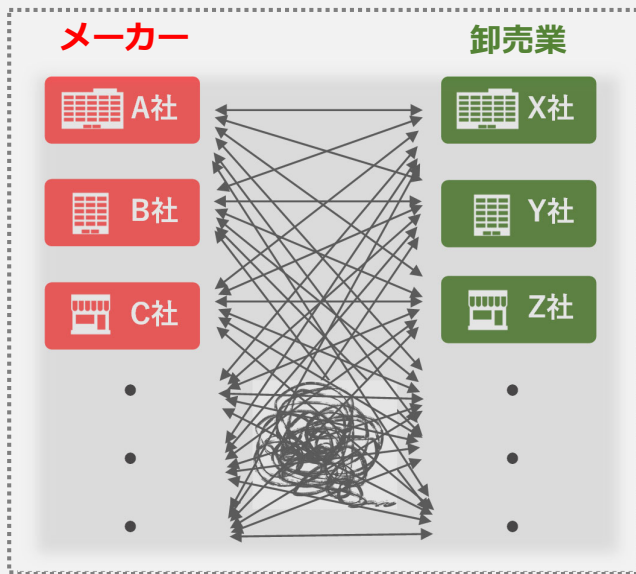
一括配送・発注窓口一本化 ↓ ↑

小売業（多数）

⚠️ 業務量が膨大化し、流通効率が著しく低下

✓ 業務負担の削減と流通スピードの向上を実現

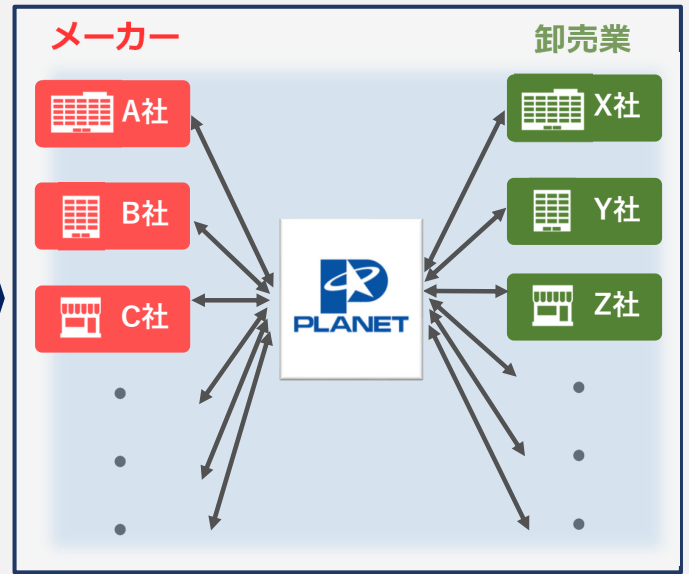
情報流通のとりまとめ効果



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 —



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

事業概要：「つなぐ」ことで、業界全体のDXを推進

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

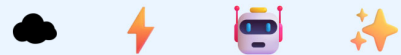
BEFORE：アナログ・個別対応



- ✗ 企業ごとに異なる通信手段・データ形式
- ✗ メール・FAX・紙伝票の手入力作業
- ✗ 重複作業、ミスへの対応、電話確認

人手不足の中での大きな経営リスク

AFTER：当社のEDI（標準化）



- ✓ 業界標準基盤による一括データ連携
- ✓ 入力不要、即時・正確なデータ共有
- ✓ 本業に集中できる圧倒的な生産性向上

業界全体のDXを支える不可欠なインフラ

【業界標準プラットフォーム】

全国1,500社以上のメーカー・卸売業が参加する盤石な実績

【強固なストック型収益】

社会インフラとして不可欠であり、長期的に安定した収益構造を実現

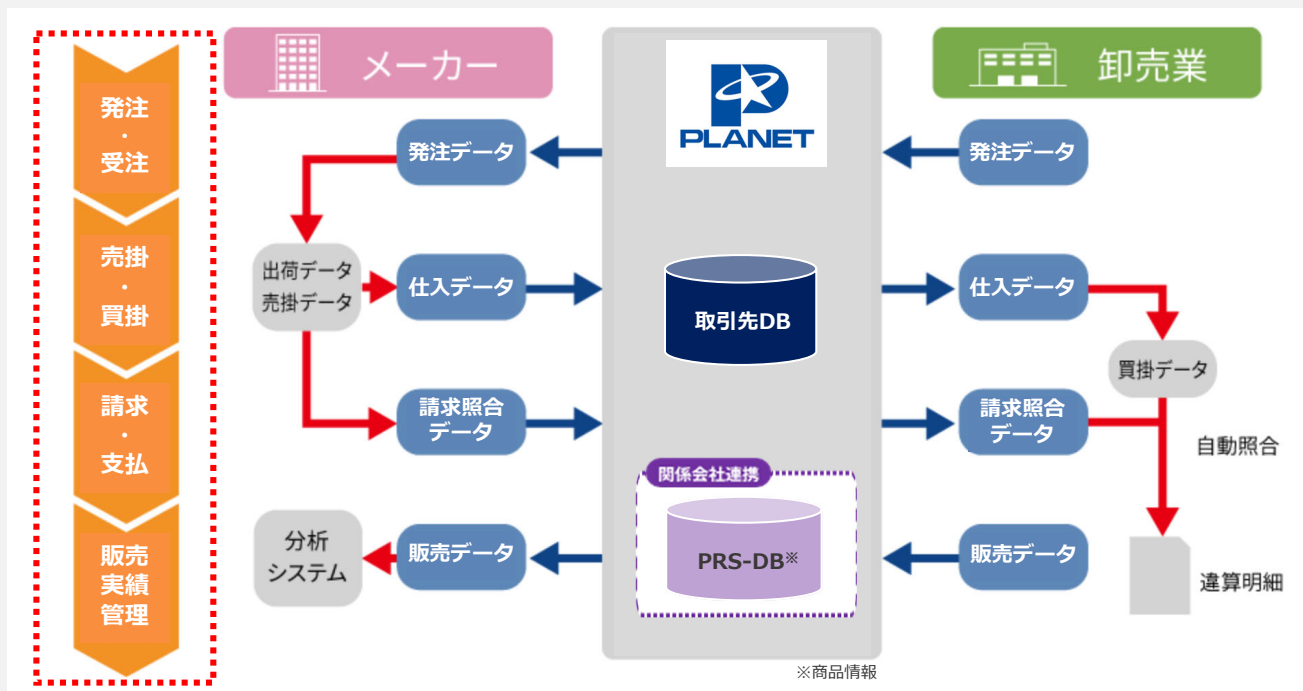
【長年にわたる信頼関係】

これまでの信頼構築により、業界に深く浸透した強固な基盤を確立

| 項目 | 個別EDI（自社構築） | 当社の標準EDI |
|-----------|----------------------------|--------------|
| システム開発コスト | 取引先ごとに発生（大） | 1回の接続でOK（小） |
| 運用・メンテナンス | 自社負担・都度更新 | 当社が一括サポート |
| 業界内のデータ整合 | バラバラな ・フォーマット ・コード体系 | 標準化された高品質データ |

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

■メーカー

計 931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) 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) ドギーマンハヤシ(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) ネスレピュリナペットケア 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 501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)エーランドティ 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 ジャバル(株) 三井物産(株) | 三菱食品(株) (株)森光商店 ラプリー・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 |
|---|-------------------------------------|

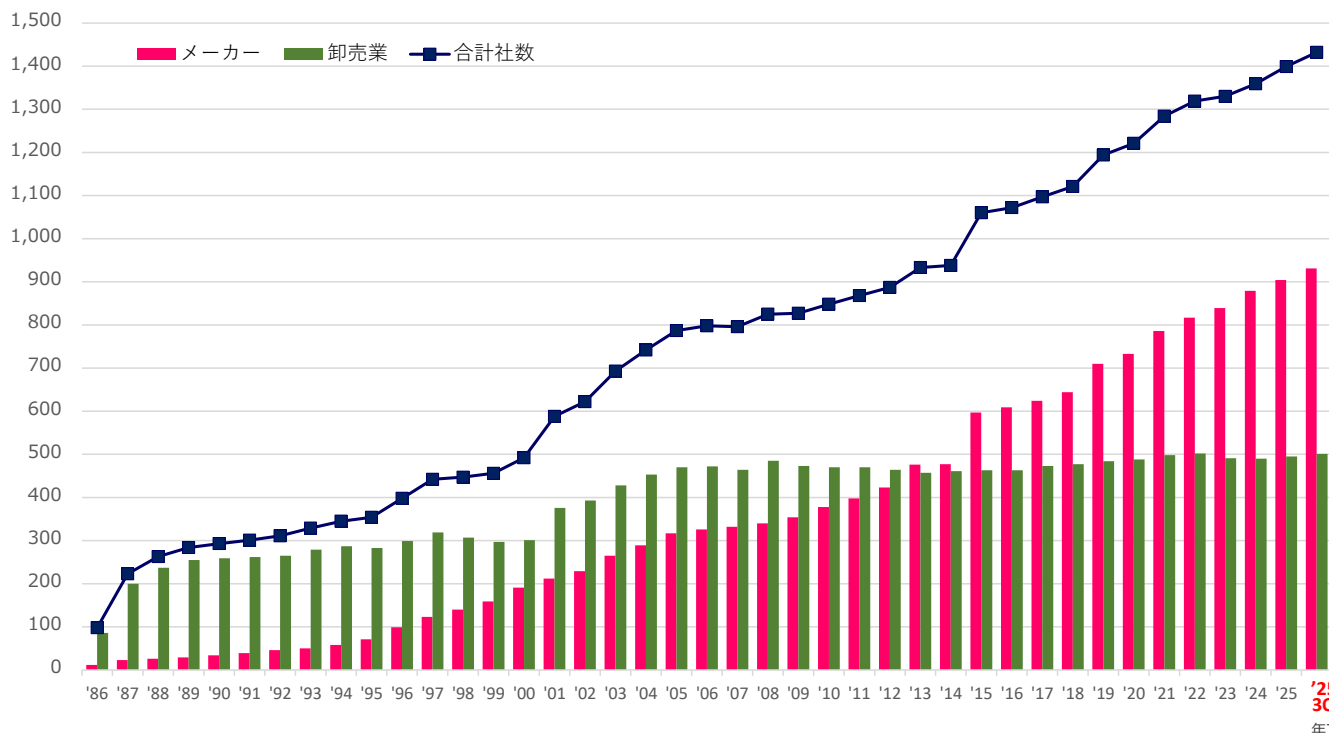
など

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

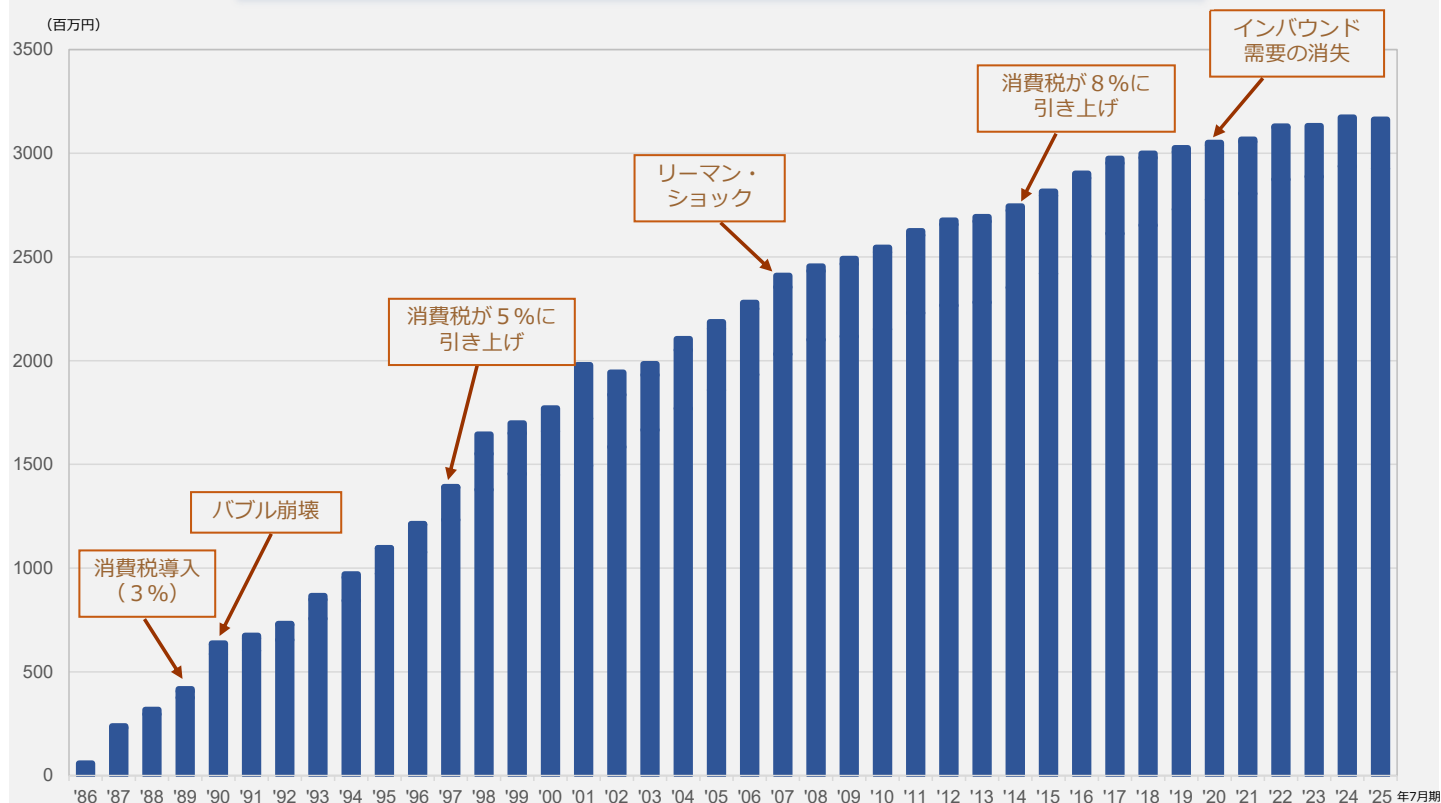
特徴

- **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3四半期累計期間
(2025年8月1日～2026年4月30日)

2026年7月期 第3四半期 業績ハイライト



売上高

2,349 百万円

前年同期比 ▲0.3%

営業利益

422 百万円

前年同期比 ▲1.5%

経常利益

449 百万円

前年同期比 +0.5%

四半期純利益

304 百万円

前年同期比 +0.9%

| (単位：百万円) | 3Q実績 | 前年同期比 | 進捗率 |
|----------|-------|-------|-------|
| 売上高 | 2,349 | ▲0.3% | 73.4% |
| 営業利益 | 422 | ▲1.5% | 73.5% |
| 経常利益 | 449 | +0.5% | 74.9% |
| 四半期純利益 | 304 | +0.9% | 74.3% |

【進捗分析】

業界全体で進む物流効率化の進展や、一部メーカーによるSKU削減といった市場構造の変化に伴い、データ通信量が僅かに減少。

営業利益は、上期に遅延した活動の実施に加え、将来成長に向けた研究開発や資産投資（減価償却費の増加）を計画通り進めた結果、微減。

プラネットのビジネス（B/S概要）

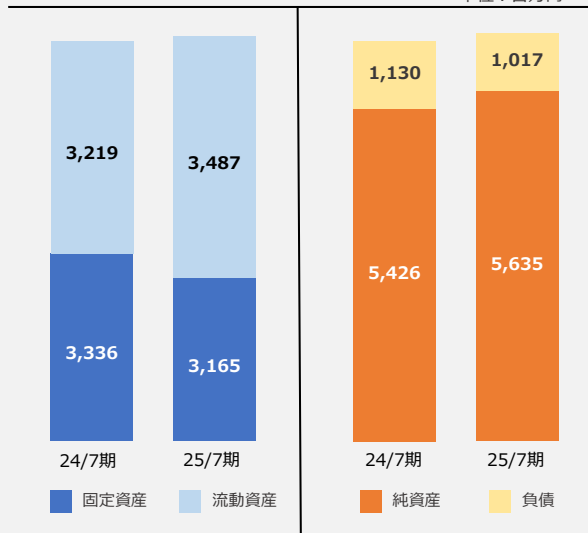
安定した財務基盤を維持

- 無借金経営
- 自己資本比率 84.7%

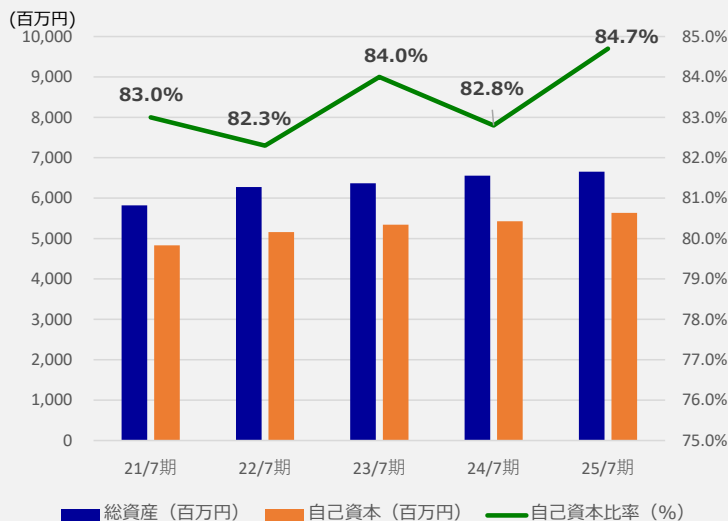
(2025年7月期末時点)

B/S推移

単位：百万円



自己資本比率の推移



【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へリソースを「**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。

注力している活動 4つの成長戦略



① 基幹EDIサービス

隣接業界への横展開とデータの深掘りを進め、既存利用企業を含めた業界全体の効率化に貢献



② ロジスティクスEDI

物流業務の生産性向上に貢献



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)

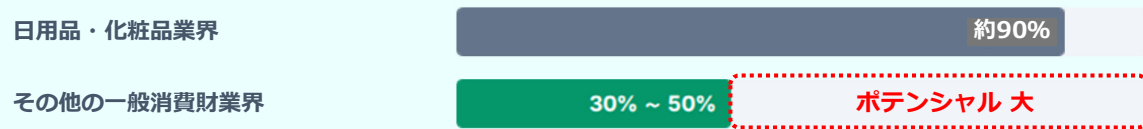
新たなビジネス領域へ挑戦し、持続的な成長とイノベーションを追求

【注力分野】

- 横展開へ**
 日用品・化粧品業界で確立した盤石なモデルを横展開。成長余地のある分野への展開を通じ、持続的な成長基盤を強化。
- ネットワーク効果の最大化（30-50%領域）**
 利用率30-50%の成長フェーズにある業界へ注力。利用企業の裾野を広げ、業界全体の効率向上へ。
- 「伸びしろ」の獲得による長期的な成長の担保**
 市場占有率が低い領域を戦略的に獲得することで、既存市場の成熟を補い、中長期的な企業価値の維持・向上の実現へ。

【見込み市場規模】

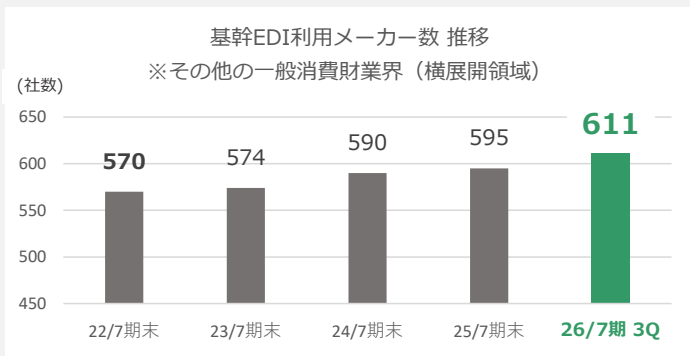
業界別の利用浸透率と「伸びしろ」の可視化 （※前提：卸売業流通）



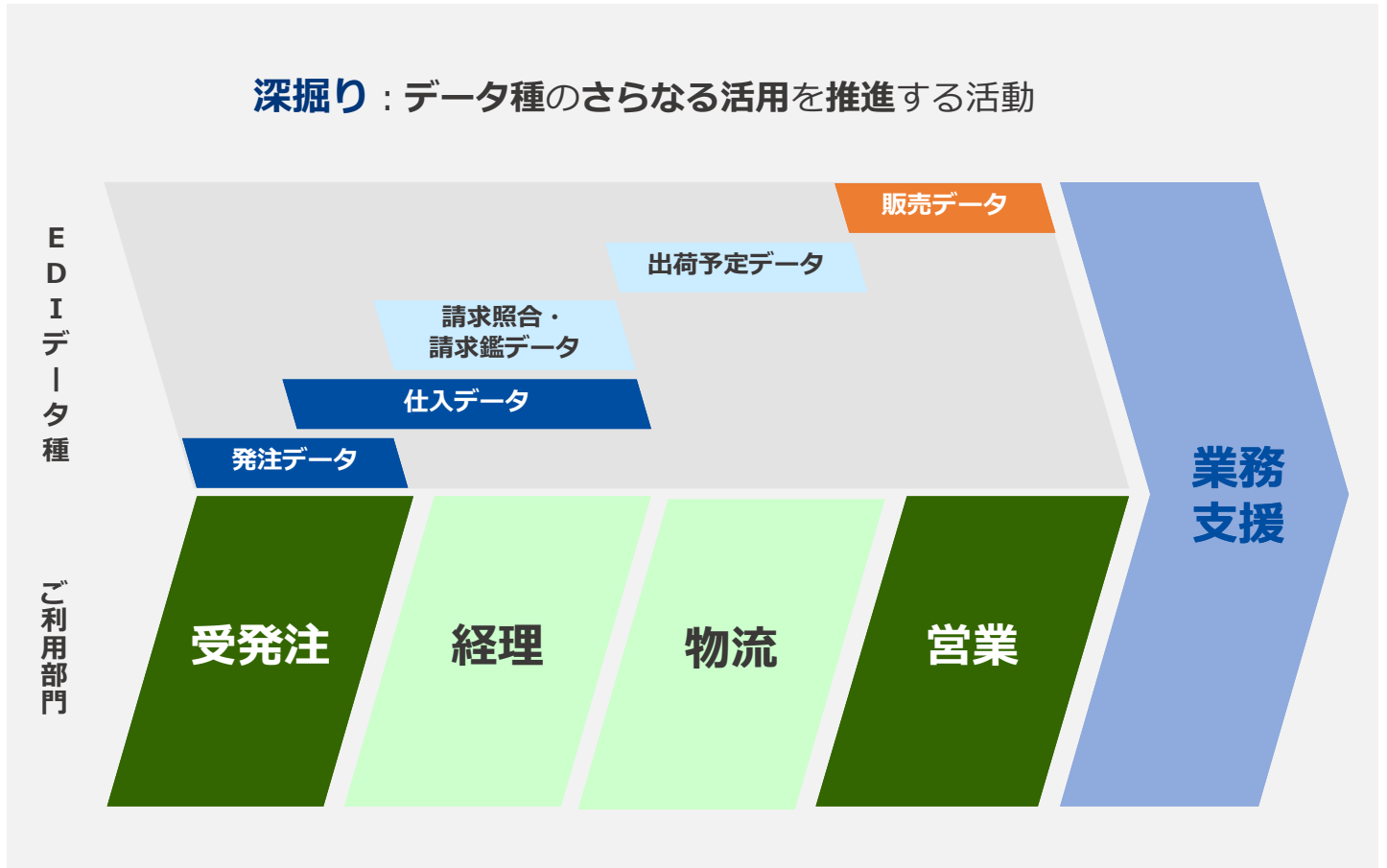
日用品・化粧品業界以外の領域の獲得により
持続的な成長を確実なものへ

日用品・化粧品以外の一般消費財業界における
利用メーカー数の伸長が、全体の成長に寄与。

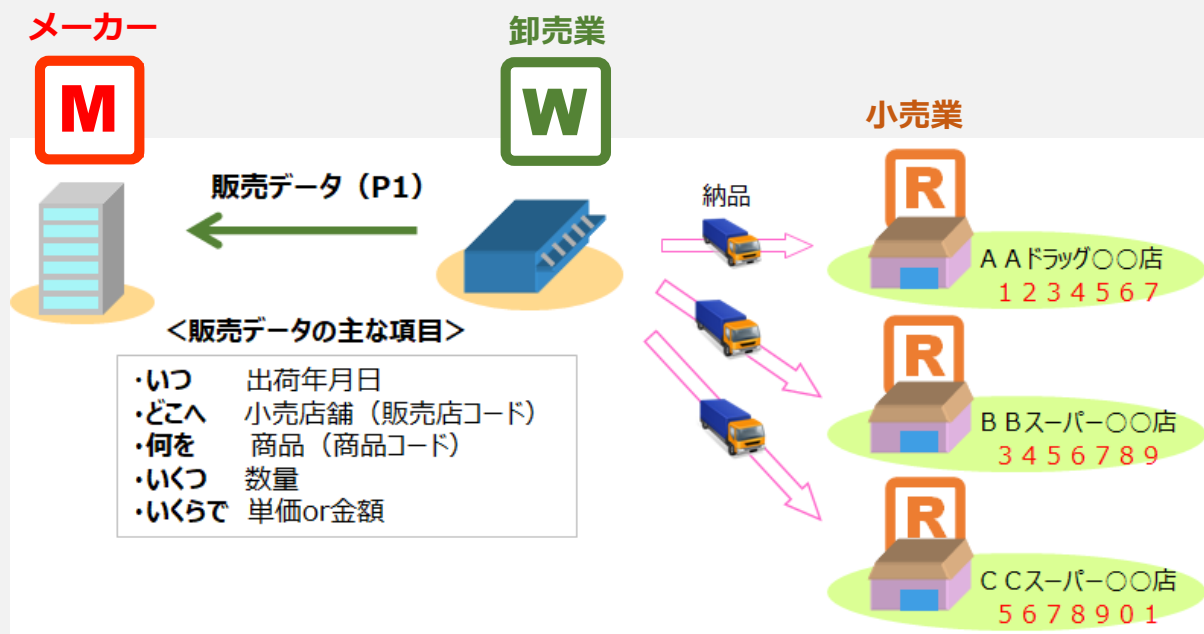
基幹EDI 利用メーカー数
2022/7期末からの成長率
(その他の一般消費財業界)
+7.2%



深掘り：データ種のさらなる活用を推進する活動



■ 販売データ：卸売業が小売業に商品を販売（配荷）した実績をメーカーに毎日通知するデータのこと

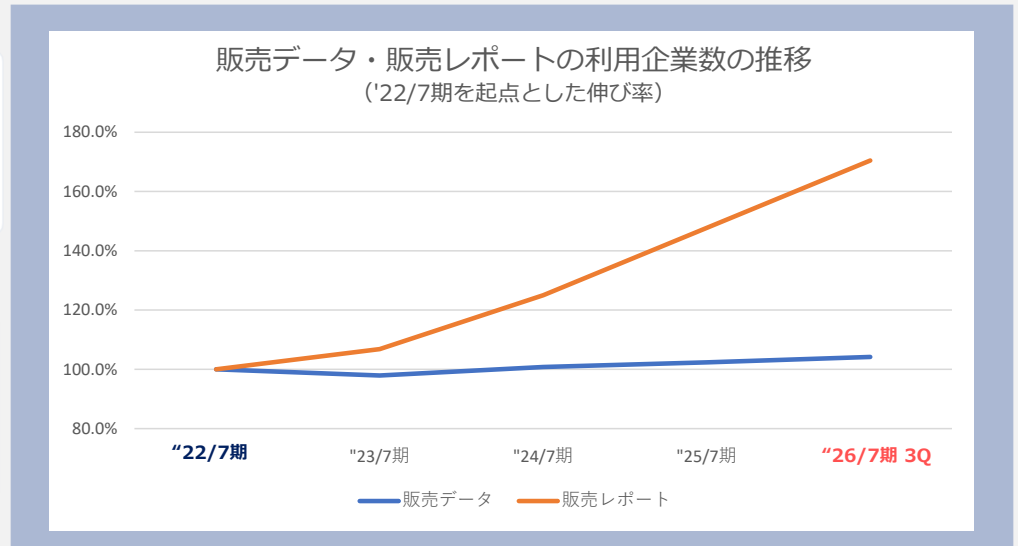


- **販売レポート** : 卸売業からメーカーに送信された「販売データ」を当社が代行受診し、集計・加工した定型帳票や条件抽出したデータをデイリーにWeb上で提供するサービス

DX需要を追い風に、高付加価値サービスの利用が拡大

販売データ
1.04 倍
2022/7期末 対比

販売レポート
1.71 倍
2022/7期末 対比



物流の効率化を実現する「ロジスティクスEDI」の役割

課題



深刻な「荷待ち時間」

- ・ドライバー不足が加速する中、物流現場ではアナログな作業が残存。
- ・目視での検品作業などにより、トラックの待機時間が長期化。

当社の解決策



ロジスティクスEDI

- ・出荷情報を事前にデジタル化（出荷予定（ASN）データ※と）して共有。
- ・「いつ・何が・どれくらい」届かかを到着前に把握でき、受入準備の効率化を可能に。

導入効果



作業時間を短縮

- ・検品作業の効率化により、ドライバーの待機時間を削減。
- ・紙の伝票が不要になり、事務コストやミスの抑制にも寄与。

荷下ろし作業時間
40% 削減
※実証実験の結果

※ 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

- **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。

「出荷予定（ASN）データ」の利用実績が堅調に推移。
物流効率化に資するEDI基盤として業界内での浸透が継続。

接続本数

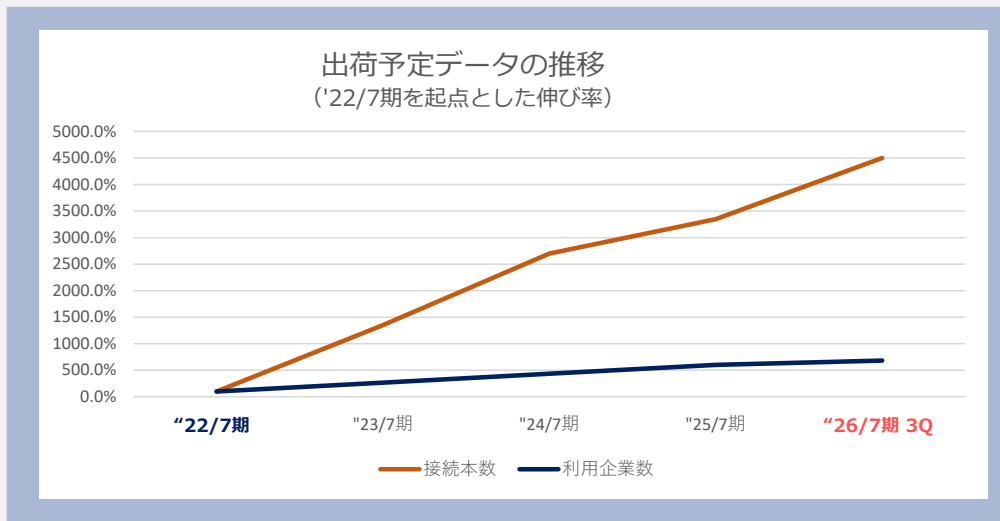
45 倍

2022/7期末 対比

利用企業数

7 倍

2022/7期末 対比



「競争」から「共創」へ：物流インフラの未来



標準化の牽引

業界の中立的なEDI基盤として、メーカー・卸売業・物流事業者が共通で使える「情報の共通言語」を確立します。



エコシステムの拡大

単なるデータ連携にとどまらず、物流事業者との連携を深化。サプライチェーン全体の可視化と高度化を推進します。



持続可能な社会へ

物流を個社の「競争」から、業界全体で守る「共創領域」へ。プラネットフォームとして社会インフラの維持に貢献します。

業界全体の年間返品額（推計）

約 **777**※ 億円 / 年

※製・配・販連携協議会（（公財）流通経済研究所）「2024年度返品実態報告」より

現状の分析

- ・返品調整の多くが依然として電話・FAX・メール等のアナログ手段に依存
- ・深刻な人手不足下において、この「現場の膨大な作業負担」は業界全体の持続可能性に関わる課題

当社の提供価値

- ・アナログ情報をデジタルワークフロー化し、確認作業を自動化
- ・業界標準フォーマットにより、企業を跨ぐ情報の不意一致を解消

返品ワークフローの「デジタル化」により、現場の人的リソースを付加価値の高い業務へシフト

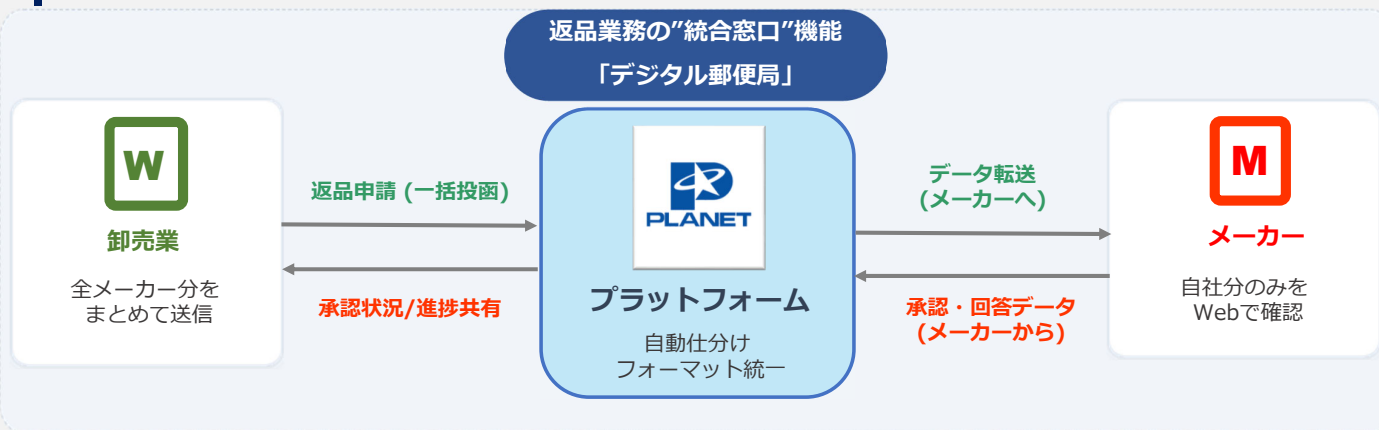
見える（顕在化された）コスト

物流費・廃棄にかかる費用など、目に見える直接的な損失

見えない（膨大な間接）コスト

情報の不一致に伴う再確認作業や、個社別のバラバラな業務対応など、数値化しにくい「人件費・時間」が発生

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」



まとめて投函

卸売業は、多数のメーカーへの返品連絡をシステムへ一括送信するだけ。個別の仕分け作業からの解放。

✓ メリット：業務負荷の大幅軽減

統一フォーマット

バラバラだった送付形式（封筒）を共通化。全員が同じルールでやり取りできるため、確認作業がスムーズに。

✓ メリット：電話・FAXの削減

進捗の見える化

承認状況や対応履歴を「郵便追跡」のように共有。ステータスが見えるため、対応漏れや問い合わせが減少。

✓ メリット：窓口の一本化

商品情報流通の「現状」と「顕在化する非効率」



メーカー（情報の発生源）

発売 2~3ヶ月前に登録

138項目
+ 8画像

- ✓ 自社商品情報の一元管理と認知度向上
- ✓ 営業用提案書・企画書の迅速作成



卸売業・小売業
（情報の利活用者）

棚割・販促システム連携

更新情報の取得

- ✓ 棚割システムへの直接取り込み
- ✓ チラシ・POP・カタログ制作に活用

❗ 業界の深刻な課題：流通過程での商品情報授受プロセスにおける ムリ・ムダ・ムラ の排除

📦 メーカー側の問題（データ提供のボトルネック）

取引先ごとに異なるデータ形式に対応しなければならず、個別対応に伴う現場担当者の多大な工数が発生。

📌 卸売業・小売業側の問題（登録と整合性の高負荷）

新商品の登録・リニューアルのたびに発生する自社マスタへの入力・更新作業負荷が重く、情報の「正確性」を維持するだけでも二重・三重のコストがかかる。

商品情報授受関連作業に費やされている事務コスト（推計）

約 **300**※ 億円 / 年

※経済産業省「商品情報連携標準に関する検討会」による実態調査（年間30万人月）に基づき、一般消費財業界のSKU比率で算出

「商品情報」が支える流通現場のDX

メーカーから提供されるデータが、店頭での販売促進や卸売業の物流オペレーションの起点となっている。



店頭の棚割り シミュレーション

商品の「サイズ情報」と「画像」を活用。売り場の陳列イメージをデジタル上で正確に再現し、販売連略の構築。



チラシ・POP・ 販促物の制作

商品の画像・情報を「高解像度の商品画像」や「商品紹介」に利用。チラシや店頭POP、WEBサイトの制作コストと時間の削減に貢献。



EC・アプリの 商品マスタ登録

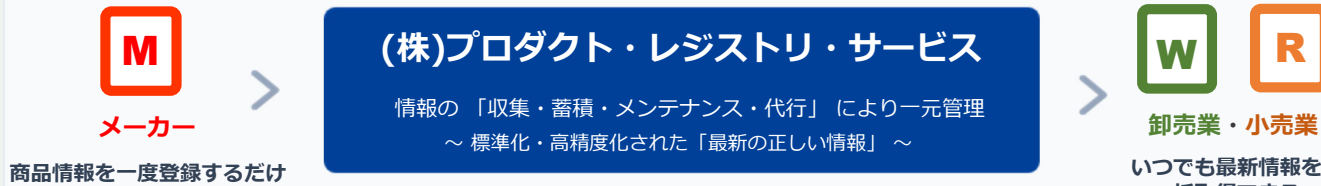
最新で正確な商品情報・画像を「JANコード」と連携。ネットスーパーやアプリへの商品登録を自動化し、情報の不一致を防ぐ。



物流管理・ スペース最適化

商品の「重量」や「外装サイズ」情報を利用。トラックの積載効率向上や、自動倉庫の効率的な稼働に役立つ。

新会社設立による「業界標準データベース（DB）」の構築



新会社の概要（（株）PRS）

| | |
|------------|---|
| 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 | 2025年11月（事業開始：2026年4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 |
| 大株主及び持ち分比率 | 株式会社プラネット（40%） 株式会社あらた（30%） 株式会社PALTAC（30%） |

多様な情報を一元管理する「統合ハブ」

- ✓ **正確性・信頼性の担保**
メンテナンスを行い、正確な属性データを提供
- ☰ **網羅的な業界標準インフラ**
メーカーから直接集約された多様な情報を、業界標準のDBとして網羅
- 🔗 **一気通貫のデータ連携**
上流から下流まで「スムーズ」な連携により、流通全体の生産性を最大化

Vision：メーカーから小売業まで一気通貫の連携で生産性向上を最大化



株式会社 プロダクト・レジストリ・サービス

業界標準の確立



データベースの網羅性を高め、デファクトスタンダードとしての地位を確立。

高度な情報活用



AI需要予測やロボット物流を支える、正確な属性データの提供へ。

流通全体の整流化



情報の「滞留」を解消し、メーカーから消費者まで最も効率的な流れの創造へ。

今後の展望： サプライチェーン全体の生産性を最大化する「共通インフラ」へ

株主還元

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 %

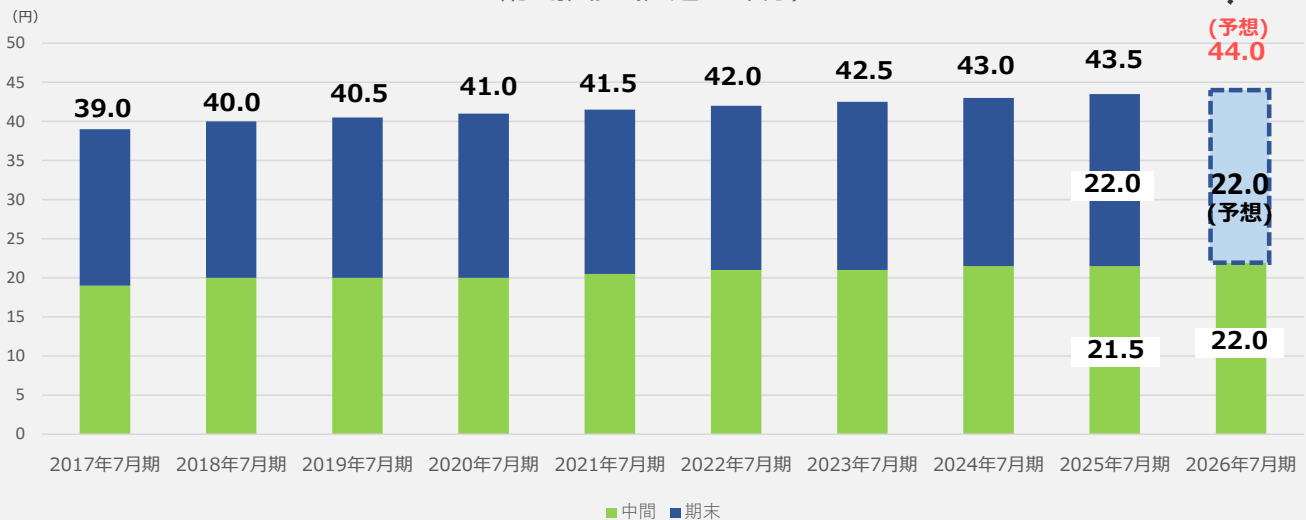
2026年7月期 配当金 (予想)

一株当たり

44.0 円

上場以来 **22期** 連続増配(予定)

配当推移 (直近10年分)



▶ 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 | 1,176円 (6/11 終値) | |
| 1単元(100株)投資金額 | 1,176円×100株=117,600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

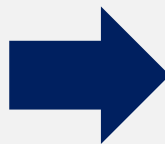
参考資料

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

会社概要

| | |
|-------|------------------------------------|
| 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 | 53億1,461万円 |
| 上場市場 | 東証スタンダード (証券コード: 2391) |
| 従業員数 | 47名 |
| 決算期 | 7月末 |

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

2026年4月末現在

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

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、信頼できるとさ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きます。また、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。