

業界インフラとして貢献 新事業の創出も大きな柱に 株式会社プラネット

代表取締役社長 **坂田 政一氏**

プラネットは、日用品・化粧品業界とその周辺業界を支える基幹 EDI サービス（メーカーと卸売業間の受発注などの電子データ交換）を提供し、業界の情報インフラとして大きな存在感を持つ。新たな業界インフラを目指す「ロジスティクス EDI」、「POS データクレンジングサービス」といった、新事業の創出も大きな柱に置く。坂田政一代表取締役社長に取り組みをお聞きした。



— 企業変革に向けて、4月から大きな組織改編を実施されました。坂田社長 激変する時代の中で新たな成長に挑むためには、既存事業（基幹 EDI）の幹を太くするとともに、これまで培ってきた強みを活かした新たな業界インフラの創出が必要不可欠です。

物価上昇による生活防衛意識の高まり、大手ドラッグストアの再編など、日用品・化粧品業界とその周辺業界へも、大きな変化の波が押し寄せ

ています。その中で生き残るには、市場環境の変化に左右されにくい経営体制をより強固にするための企業変革が急務です。

今回の組織再編は、変化する時代に対応した組織の機動力と柔軟性の向上が大きな目的です。執行役員会の下に、「セールス&サービス推進ユニット」、「マーケティング&イノベーションユニット」、「経営管理ユニット」、「法務・コンプライアンス室」を設置。ユニット制を導入する

ことで、それぞれの役割と動きをより明確化していきます。

また企業価値向上に向けた人的資本経営も、企業変革のための大きな軸です。「社内兼業」、「副業」、「在籍型出向」、「留学」など社員が継続的に成長できる制度を整えることで、組織力の向上につなげていきます。企業が成長するための要はまず人であり、変化に迅速に対応し、新たな事業、サービスを生み出すための人材育成にこれまで以上に力を注いでいきます。

— 基盤となる基幹 EDI サービスに加えて、新たな業界インフラを目指す新事業（サービス）の創出も大きな力を注いでおられます。特に「ロジスティクス EDI」は、物流危機が本格化する中、業界が連携して物流効率化を目指すプラットフォームとして、存在感を高めています。

坂田社長 今年4月から物流業での労働時間規制が始まりました。メーカー、卸売業、小売業、物流業それぞれが個々に効率化を進めても限界があり、業界が連携した物流効率化への仕組みづくりが急務です。「ロジスティクス EDI」は、物流

分野で業界が連携するための新たな

仕組みです。これまで基幹 EDI で培ってきたノウハウやリソースを活用し、出荷予定データに加え、入荷検取データを使った物流業務改善と納品伝票レスなどの効率化を進めています。持続可能な物流を実現させるには、業界全体が連携した仕組みづくりが急務ですが、その仕組みを用意するのは業界インフラとしてのプラネットの使命だと強い思いを持ち、期待もいただいております。弊社が得意とする標準化への対応とその維持に関する経験等を最大限に発揮し、業界全体のサステナビリティに貢献していきます。

5月に日用品メーカー14社が、持続可能で生産性の高い物流網構築に向けた「日用品サプライチェーン協議会」を設立しました。プラネットは当協議会をシステム面から支援する役割を担っています。弊社の「ロジスティクス EDI」により、業界における円滑な物流データ共有を推進し、物流効率化につなげていきます。物流問題として解決すべき課題は山積みですが、業界各社と足並みをそろえて着実に前に進んでいきます。

— 「POS データクレンジングサービス」も新たな挑戦です。True Data と業務提携し開発したマーケティング効率化のためのアウトソーシングサービスとして、注目度は高いです。

坂田社長 商品名だけではカテゴリが分からずフォーマット変更にも手間がかかる POS データの整備は、業界にとって活用メリットが大きいサービスです。POS データのフォーマットは小売業ごとに異なり、そのままの状態では分析できないため、データ整形（クレンジング）の作業が不可欠です。膨大なデータを自社でクレンジングすることは、専門知識が必要なうえ多くの手間がかかるため、メーカーにとって大きな

負担になっていましたが、これが一気に解決できます。

自社内に十分なマーケティング人員を持たない中小メーカーをはじめ、当初あまり想定していなかった卸売業での利用も見込んでいます。5月からサービスの本格提供を開始しましたが、データクレンジングの精度の高さに多くの高評価をいただいております。足元の引き合いも多く、今後一気に拡大していく可能性も感じています。

先に説明させていただいた2つのサービスだけではなく、この他にも新たなサービス開発も視野にいらしています。お客様の売上げ増、物流効率化、そしてサステナビリティなど、多くの新サービスの種が、商流、物流の双方に眠っています。業界全体の成長、健全化につながる新サービスの種をあらゆる角度から探している最中です。

EDI サービスでは、20種類以上のデータを保有していますが、活用されていないデータも多く、そのデータ活用の可能性を掘り起こし、お客様の課題解決のソリューション発想で、サービス化につなげていくことを目指しています。点ではなく、面でビジネスを捉えることを考えてお

り、先の2つの新サービスもこの部分を大きく意識しています。業界活性化につながる新たなインフラづくりに挑戦します。

— 最後に、今後のビジョンをお願いします。

「シンカ」を目指し、新たな挑戦を

坂田社長 プラネットは1985年に、有力メーカー8社（ライオン、ユニ・チャーム、資生堂、サンスター、ジョンソン、十條キンバリー株式会社（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）とインテックの出資の下で設立し、来年（25年）に創業40周年を迎えます。

業界の発展とともにプラネットの成長があり、今後も情報インフラとして業界を支え、社会に貢献していくことが大きな使命です。プラネットでは、今後の成長へのキーワードとして「シンカ」を掲げています。「深化」、「伸化」、「新化」、「進化」の全方位で挑んでいく先にこそ、新たな成長の種が生まれます。業界の活性化に貢献するべく、業界インフラとしての挑戦を続けていきます。

（取材・菊池 史）

