



東証JASDAQ上場

証券コード
2391



PLANET LETTER

第31期の概要

2015年8月1日 → 2016年7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



インバウンド消費増加により需要が拡大するなど業界全体が堅調に推移

当期における日用品・化粧品業界は、前期より続いているインバウンド消費(外国人観光客による消費)による市場活性化の動きが見られ、EDI通信処理データ量は堅調に伸長しました。現状、恩恵を受けて売上を伸ばしたメーカーとそうではないメーカーがはっきりと分かれています。特定の商品を除き、なぜその商品が売れているのか、売れている商品は今後も売れ続けるのか、どうすれば恩恵の波に乗れるのか、明確には分かっていません。これは、メーカー自らが仕掛けていない、コントロールできない状況下で市場が生まれ業績に影響を与えている、つまり、これまでの国内を中心としたマーケティング調査・手法だと対応できない新しいマーケットが生まれているということです。中立な立場で業界の発展を下支える会社として、当社もインバウンド消費の実態解明と国内需要への対策を早急に検討する必要があると考えています。

中長期的展望「プラネット ビジョン2025」の各テーマともに順調な滑り出し

こうした状況下、新たにスタートした中長期的展望「プラネットビジョン2025」のもと、中立的な立場で「企業間取引における業務効率の追求」「企業間におけるコミュニケーションの活性化」「流通における情報活用の推進」「社会に役立つ情報の収集と発信」を行うことで業界と社会に貢献すべく、各施策への取り組みを継続してきました。各取り組みとともに、順調なスタートを切ることができています。

通期業績は、既存取引先を中心にEDI通信処理データ量が想定以上に伸長し、予想値を上回っての着地となりました。2017年7月期は、堅実な成長を志向しながら、将来に向けた先行投資をしっかりと実施していきます。そして、緩やかながらも増収増益基調を維持し、連続増配にこだわっていきます。

すべてのステークホルダーの皆様にも長期にわたり貢献できるよう着実な発展を目指していきますので、引き続き、ご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

(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

「プラネット ビジョン2025」では、業界を活性化し社会に貢献できる発展を遂げるため、4つのテーマを掲げ、プラネットの既存ビジネスの進化の形、新たなビジネスの形を模索する取り組みに挑戦しています。

1 企業間取引における業務効率の追求

EDIユーザーを対象にオンライン化比率の調査を実施しました。総受注数量のうちEDIデータで処理できている割合が90-100%と業務の合理化が最高レベルに達しているメーカーは32%で、68%のメーカーは業務効率化を向上させる余地があるということがわかりました。この調査結果をきっかけとして、お客様の業務の実体を深掘りし、比率の高いメーカーでの取り組みなどの情報を発信しながら、さらに高みを目指していただけるようアプローチしていきます。

また、発注データはほぼEDI処理で自動化できているという卸売業は43%で、かなり高い比率となった一方で、仕入業務における比率は14%と低位にとどまりました。取引メーカー数が非常に多く、仕入データをオンライン対応

できるメーカーがなかなか増えないのが主な原因です。発注データから仕入データを簡単に作成する機能を持つMITEOSを多くのメーカーに普及させることが、卸売業における業務効率向上の強力なサポートになると考えており、改めて卸売業と目標を共有しながら、メーカーへのMITEOS導入を推進していきます。

さらに、今回実施したオンライン比率調査の結果を広く公開し、EDI化のメリットを訴求することで、他業界の方にも業務効率化に意識を向けていただけたらと考えています。

販売データ・販売レポートについても、さらなる使いやすさの追求と提案力アップを行い、より広く利用いただける環境を整えて、利用企業の拡大を進めていきたいと考えています。

2 企業間におけるコミュニケーションの活性化

業界の情報交換の場として「流通の次世代を語る会」をスタートしました。メーカー、卸売業の若手の方々に参加いただき、1社では解決が難しい流通の課題を多岐にわたり整理しているところです。グループディスカッションを通じて、自らの課題として興味を持って取り組んでいるという声も聞かれ始めており、将来の流通のあるべき姿を導き出し、共有する場になることを期待しています。

また、5月には一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会、Reflections General Office株式会社の協力を得て、「インバウンド消費」をテーマにセミナーを開催しました。最近、インバウンドブームは終わるといった記事が見受けられますが、当社ではインバウンドは増え続けるという予測をしており、その裏づけとなる内容を発信する機会としました。世界的に旅行ブームが継続している

ビジョン 2025 ここに FOCUS

社会の役立つ情報の収集と発信

旬の情報を業界の中立的な立場で収集・発信

一般消費財の流通における変化を的確に捉え、時代のニーズに合った情報発信とサービス提供に努めています。

どのような情報を収集・発信しているのか

プラネットは創業以来、主に日用品・化粧品の流通に関する調査研究や将来ビジョンの提示をユーザー・業界関係者・有識者とともに進めてきました。また、当社の各種サービスをご利用いただき業務効率化を実現されたお客様の先進事例などを、ホームページ、広報誌、各種イベント、あるいは日々の営業活動を通じて紹介してきました。

近年では、「広く深く」当社サービスをご利用いただくことを目指し、一般消費財の流通全般をテーマに情報の収集・発信を行っています。例えば、一般消費財に対する生活者の関心をより高めるために、消費者調査を中立的な立場でまとめた「Fromプラネット」を月に2回のペースで発信しています。

なぜプラネットが情報の収集・発信をするのか

ユーザー自らが業界発展のために作った情報インフラ会社、それがプラネットです。当社は、お客様の代表として最適な技術とシステムを選び、安く共同利用できるようにしてきました。また、商取引に関わる業界共通の課題とニーズを取りまとめ、個々の企業では解決し難いことも業界各社が協力し解決していく土壌作りと維持に努めてきました。さらに、業界にとって重要だと考えられるテーマについては、お客様から要望をいただかなくても積極的に調査研究を進め、報告書として発行してきました。これらのことは、中立的な立場にあり、業界のために「テクノロジー・標準・パワーバランス」を常にウォッチしている当社だからできることだと考えています。

一方、生活者を意識した「Fromプラネット」の発信は、一般消費財の商品情報に精通しており、ID-POSデータの収集・分析最大手であるカスタマー・コミュニケーションズ株式会社を関係会社を持つ当社ならではの取り組みとなっています。

最近の例

報告書「インターネットは日用品流通をどう変えるか」(2011年～)

インターネットの急速な普及により、一般消費財の流通チャネルにも大きな変化が起きていることから、その現状について把握するため、毎年調査を実施し発表しています。これは、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た結果をまとめたものです。



Fromプラネット(2014年～)

生活者にも日用品・化粧品など一般消費財への関心を高めてもらえるよう、消費者調査を中立的な立場でまとめ、月2回のペースで発行しています。旬のトピックスについて生活者の声を集めたもので、一般消費財の意外な利用シーンなども紹介しており、一般消費財流通の業界の皆様にも有用な情報となります。



報告書「日用品のインバウンド消費を拡大させる意識と行動」(2015年～)

訪日外国人が増加し日本国内での買物需要が拡大していることに着目し、旅行中の消費額と化粧品・トイレタリー・医薬品カテゴリの購入額と購入率が他国・他地域と比べて非常に高い訪日中国人客の日本での買物行動について調査を実施し、その結果を発表しています。



こと、流通業界はインバウンドに関して後発であることを踏まえ、先行してきた観光業界やイベント業界、百貨店業界などの取り組みを学び、積極的に連携することで世界へマーケットを拡大していこうといった姿勢を共有しました。また、「インバウンド研究会」もスタートさせています。

こうした取り組みを通じて、中国における日本製の日用品・化粧品など一般消費財へのニーズが予想以上に高いことがわかってきたので、そのニーズに応えられる環境を整えていくために、当社ができることは何かを模索し、前向きに取り組んでいきたいと考えています。

3 流通における情報活用の推進

経済産業省がサポートする製・配・販連携協議会の商品情報多言語ワーキングに参加しているほか、当社EDIデータの見える化の取り組みとして、最新のクラウド技術や高

速化技術を用いた販売データ・販売レポートと、商品情報および在庫の見える化といった2つのテーマで研究に取り組んでいます。

4 社会に役立つ情報の収集と発信

これまで当社は、流通における中間機能にフォーカスしてビジネスを展開してきました。さらに近年は、消費者に日用品・化粧品など一般消費財への関心を高めてもらえるよう、消費者調査を中立的な立場でまとめた「Fromプラネット」を定期的に発信しています。当社のホームページにも掲載しており、間接的にマーケットを刺激する取り組みとして手応えを感じ始めています。さらに、今年も一般社団法人流通問題研究協会と共同で中国人観光客の意識調査第2弾を実施し、9月に公表しました。

こうした取り組みをさらに加速させるため、ユーザーとの接点を見直し、4月1日付で組織改正を行いました。EDIユーザーに対応するネットワーク推進本部と、データベースやバイヤーズネットのサービスに対応するサー

ビス本部に機能を統合しました。加えて、既存サービスにとらわれず、新しいマーケットに積極的に対応するイノベーション推進室を社長直轄で新設しました。

2017年7月期は、EDI基幹システムを更新して2拠点体制にし、既存事業の土台をしっかりと進化させつつ、WEB系サービスにおけるUI/UX(ユーザー体験を重視したデザイン設計)の研究、インバウンドや越境取引などの研究等に注力していきます。そうして、流通の情報インフラだけでなく、業界研究所のような立場で、業界の発展に寄与する情報を発信する企業としてのイメージを国内外に浸透させながら、さまざまなビジネスチャンスに積極的に取り組み、中長期的成長に向けての下準備を重ねていきたいと考えています。

売上高構成比



EDI事業

86.3%

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

13.0%

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。

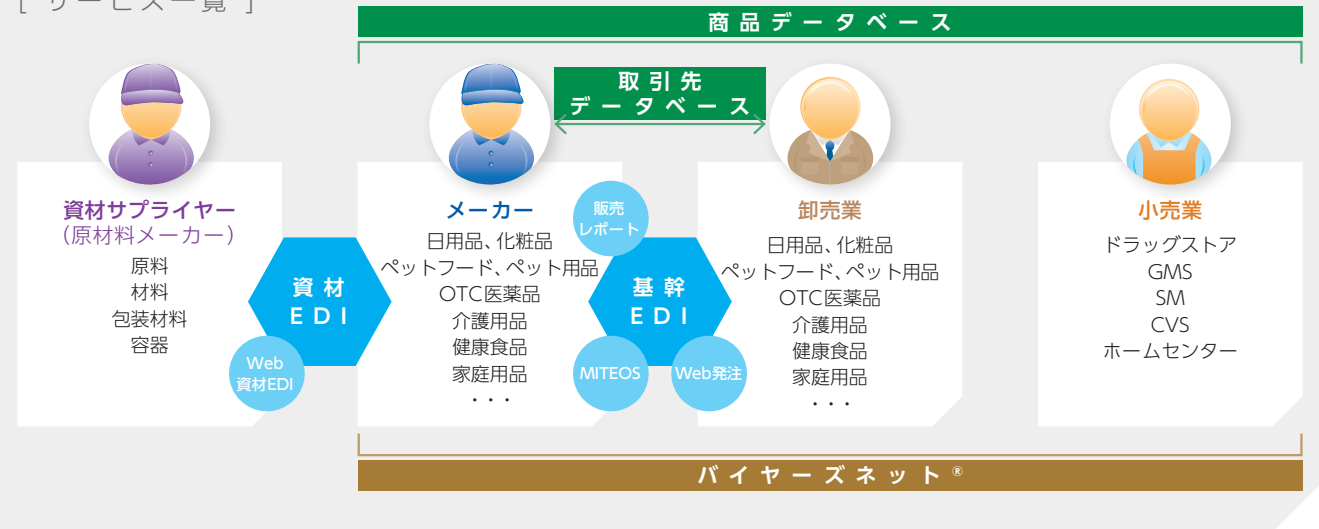
その他事業

0.7%

バイヤーズネット 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。

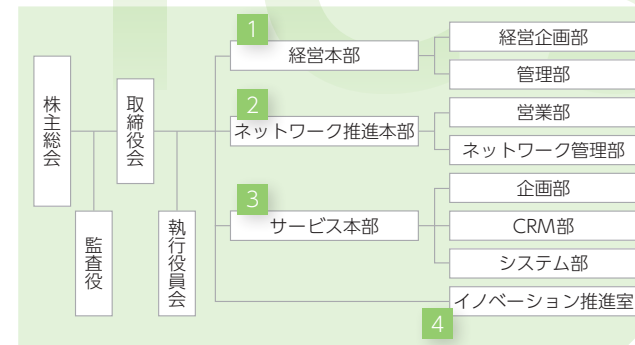
[サービス一覧]



組織改正を実施

昨年掲げた「プラネット ビジョン2025」推進のため、4月1日付で組織改正を行いました。基幹EDIの維持・拡大を図りつつ、将来のニーズを先取りして新しい業界インフラの構築を目指します。

- 1 「管理本部」を「経営本部」に改称し、本部全体で経営をサポートする体制を整えました。
- 2 基幹EDIサービスの維持・拡大のため、「ネットワーク推進本部」を新設し、EDIサービスの担当部門を統合しました。
- 3 流通におけるユーザーの情報活用推進のため、「サービス本部」を新設し、EDI以外のサービスの担当部門を統合しました。
- 4 新しいネットワーク活用の可能性を模索するため、社長直轄の研究・デザイン部門である「イノベーション推進室」を新設しました。



プラネットセミナー「環境変化に伴うEDI対応」を開催

5月20日、「環境変化に伴うEDI対応」と題したセミナーを東京都内で開催しました。最初に、「消費税の実務」と題し、税務実務に詳しい田辺直樹氏より軽減税率の仕組みと企業がとるべき対応について解説いただいた後、「軽減税率導入時におけるプラネットEDI対応」、「NTT公衆交換電話網のIP化に伴うプラネットの対応方針」の2つのテーマについて弊社担当者より説明を行いました。今後導入が見込まれる軽減税率や2020年度後半に予定されているNTT公衆交換電話網(PSTN)のサービス提供終了は、EDIの運用に大きな影響を与えることから、EDIサービスご利用各社で実務に携わる約100名の方々のご出席がありました。



プラネットセミナー EDI 検索
<http://www.planet-van.co.jp/vanvan/seminar/111-03.html>

プラネットセミナー「インバウンド消費」を開催、調査報告書も発行

5月26日、「インバウンド消費」と題したセミナーを東京都内で開催しました。インバウンド情勢に詳しい一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 専務理事事務局長の新津研一氏と、中国を舞台にビジネスで活躍されているReflections General Office株式会社 代表取締役 柳瀬真弓氏を講師に迎え、「モノ」から「コト」へ変化する外国人観光客のニーズや、外国人観光客目線でのブランディングやプロモーションの重要性についてお話いただきました。また、9月7日には、調査報告書「日用品のインバウンド消費を拡大させる意識と行動2016」を発行しました。昨年に続く調査から、訪日中国人客の日本製品に対する意識や購買スタイルの変化などについてまとめています。

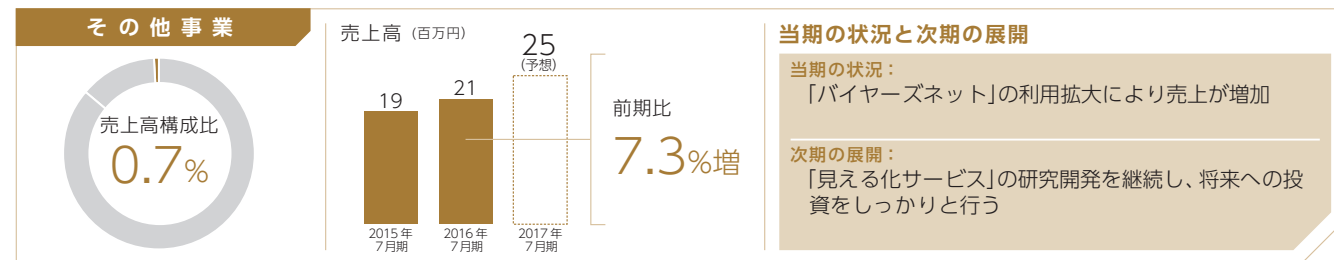
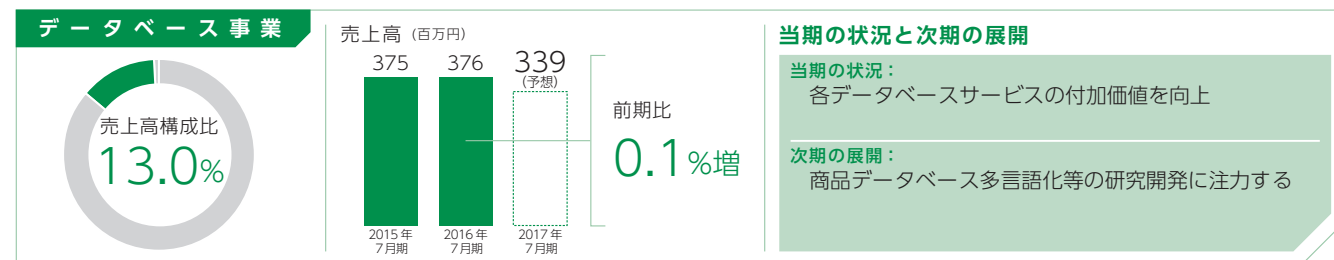
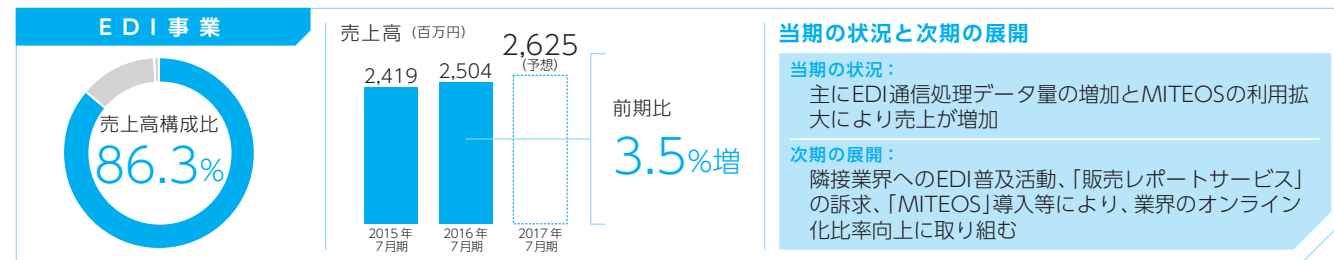


プラネットセミナー インバウンド 検索
<http://www.planet-van.co.jp/vanvan/seminar/111-01.html>

決算ハイライト

	2016年7月期	2017年7月期(予想)
売上高	2,902百万円 (前期比 3.1%増)	2,990百万円 (前期比 3.0%増)
営業利益	692百万円 (前期比 1.4%増)	710百万円 (前期比 2.5%増)
経常利益	700百万円 (前期比 5.5%減)	720百万円 (前期比 2.8%増)
当期純利益	447百万円 (前期比 0.9%増)	465百万円 (前期比 3.8%増)

セグメント情報



貸借対照表

(単位:百万円)

科目	前事業年度 2015年7月31日	当事業年度 2016年7月31日
資産の部		
流動資産	2,707	2,448
固定資産	1,307	2,028
有形固定資産	42	35
無形固定資産	448	469
投資その他の資産	815	1,523
資産合計	4,014	4,476
負債の部		
流動負債	513	464
固定負債	253	358
負債合計	766	823
純資産の部		
株主資本	3,009	3,205
資本金	436	436
資本剰余金	127	127
利益剰余金	2,447	2,643
自己株式	△1	△1
評価・換算差額等	239	447
純資産合計	3,248	3,653
負債純資産合計	4,014	4,476

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

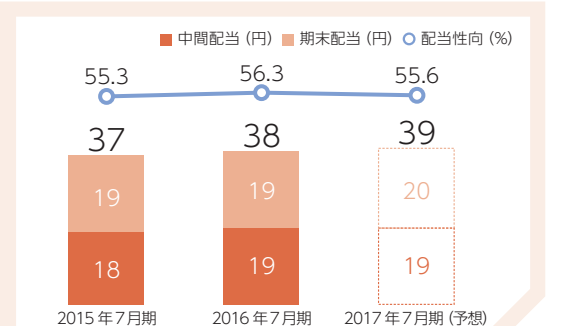
(単位:百万円)

科目	前事業年度 自2014年8月1日 至2015年7月31日	当事業年度 自2015年8月1日 至2016年7月31日
売上高	2,815	2,902
売上原価	1,020	1,021
売上総利益	1,794	1,880
販売費及び一般管理費	1,111	1,187
営業利益	682	692
営業外収益	58	9
営業外費用	-	1
経常利益	741	700
特別利益	8	-
特別損失	1	-
税引前当期純利益	748	700
法人税等	304	252
当期純利益	443	447

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	前事業年度 自2014年8月1日 至2015年7月31日	当事業年度 自2015年8月1日 至2016年7月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	613	603
投資活動によるキャッシュ・フロー	△20	△629
財務活動によるキャッシュ・フロー	△245	△252
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	347	△278
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期末残高	2,235	1,957



株式情報

(2016年7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	1,032 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	経営本部 経営企画部 TEL：03-6432-0482 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7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	39名
URL	http://www.planet-van.co.jp

取締役及び監査役 (2016年10月26日現在)

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

執行役員 (2016年10月26日現在)

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 涉
執行役員	山崎 哲哉	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7月31日現在)

基幹 EDI	(利用社数)	
	メーカー	卸売業
基幹 EDI 全体	609	463
発注	396	208
仕入	367	206
販売	175	163
請求照合	159	107
請求鑑	35	69
在庫	42	74
Web発注	54	239
MITEOS	164	8

資材 EDI	(利用社数)	
サービス名	メーカー	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

	メーカー社数	アイテム数
商品データベース	797	151,576
医薬品説明文書データベース	139	9,566

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
12	101	968	2,023	803

取引先データベース登録状況

取引先データベース	件数
取引先データベース	約42万

もっとくわしく!
プラネット

第8回

プラネットの オンライン化比率とは?

オンライン化前の 受発注業務

当社が1985年8月に発足した当初、商品の受発注は、その多くが電話やFAX、あるいはセールス受注によるものでした。担当者同士のやりとりになるため、注文の聞き違いや伝票への記入ミスなどが起きやすく、伝票のチェック作業や発送作業にも多くの人手、時間、コストがかかっていました。

プラネットの 「100%オンライン受発注構想」

当社は早くから、日用品・化粧品業界のこうした受発注業務の効率化・円滑化を志向し、販

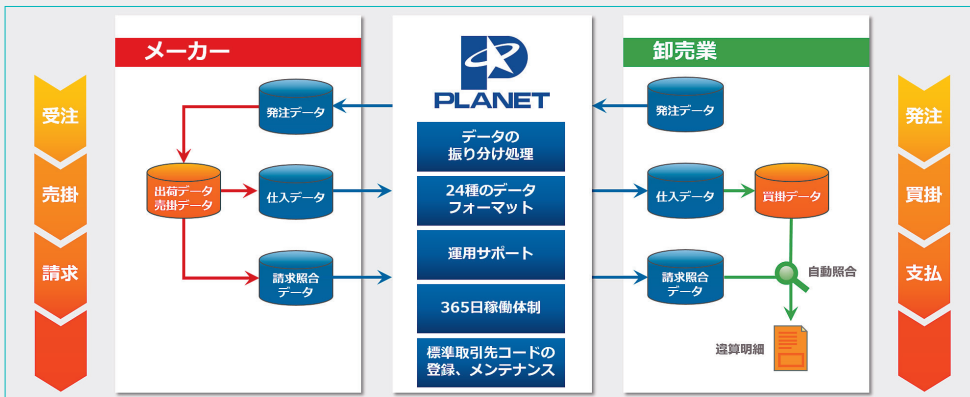
売データ、仕入データ、発注データ、請求照合データなど商取引に必要なEDIデータの利用を推奨してきました。利用企業の規模に応じた様々なサービスを提供したり、「トータルEDI概要書」を発行し100%オンライン受発注構想を掲げてEDIによる業務効率化について知っていただく活動を継続したりすることにより、徐々に、利用企業の「オンライン化比率」が向上してきました。オンライン化比率とは、メーカー・卸売業間の受発注、売掛・買掛、請求・支払などの各取引業務のうち、EDIデータで処理できている割合です。オンライン化比率が上がるほど業務効率化が進むと言えます。そして、EDIを利用する企業が増えるほど、業界全体の業務効率化・業務コスト削減が進むのです。

さらなるオンライン化比率 向上をめざして

当社は、EDI利用企業数の拡大とオンライン化比率の向上を通じて、業界全体の業務効率向上を推進しています。今年、オンライン化の実態を見える数値として捉え、その結果を業界で共有しさらなる業務効率化を図ることを目的に、プラネットEDI利用企業を対象とした調査を行いました。その結果、オンライン化比率が9割を超える企業の割合は、日用品・化粧品メーカーの場合、受注業務では32%、売掛業務では45%、同様に日用品・化粧品卸売業の場合、発注業務では43%、買掛業務では14%となり、オンライン化の余地が十分にあることがわかりました。

これら比率をさらに高めるべく、メーカーがWebで受注し卸売業が仕入伝票をデータで返せるしくみのMITEOSの利用企業拡大に注力しています。

引き続き、業界の皆様と一緒に、業務やシステムの現状把握・分析を実施し、EDIをもっと上手く使いこなしていただけるよう提案を行ってまいります。



株式会社 **プラネット**

〒105-0013 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
Tel. 03-5962-0811 Fax. 03-6402-8421 URL. <http://www.planet-van.co.jp>

