事業報告書

（2003年8月1日～2004年7月31日）

株式会社プラネット

JASDAQ

証券コード：2391

プラネットは、1985年に日用品雑貨化粧品業界のVAN運営会社として発足しました。
以来、ITの進化と歩調を合わせ、システム増強を推進。同時に、メーカー・卸売業間の受発注から決済に至るビジネスフォーマットの標準化ならびに小売業を含めた店舗統一コードの設定に努め、日本のVAN事業をリードする企業に成長しました。
2004年2月24日、おかげさまをもちましてJASDAQ市場に上場を果たしました。
プラネットが日本の流通機構のインフラストラクチャーとして貢献してきたことを、当社のステークホルダーの方々にご理解をいただいた結果であると自負しております。
今後とも、業界におけるキーマンとしての役割を担ってまいる所存です。

財務ハイライト

（百万円）

	2004年通期	2003年通期	増減
売上高	2,106	1,984	122
経常利益	246	260	△14
当期純利益	148	83	64
1株当たり当期純利益（円）	17,777.21	10,331.43	7445.78
総資産	1,580	1,254	325
株主資本	1,111	888	222
株主資本比率（%）	70.3	70.8	△0.5

目　次

●株主・投資家の皆様へ ……1
●特集「プラネットとは？～玉生社長に聞く～」 ……2
●当期の事業概況 ……8
●財務諸表 ……10
●企業情報 ……12
●株式情報 ……13

本資料の記載内容のうち、歴史的事実でないものは将来に関する見通しおよび計画に基づいた予測です。これらの将来予測には、リスクや不確定な要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績などは記載の見通しとは異なる可能性があります。

株主・投資家の皆様へ

株主・投資家の皆様には、平素よりご支援、ご鞭撻を賜り厚く御礼申し上げます。

また、今回当社としては初となる事業報告書を皆様にお届けできることは、積極的な情報公開を旨としております当社にとって大きな喜びであります。

流通ビジネスにおいて価格を左右するのはコストです。いかに効率的に商品を消費者の手許にお届けするか、それが要といっても過言ではないでしょう。長引くデフレ経済下においても、日本の物価は世界的水準から見ると高いといわれています。特にガソリン、高速道路、タクシー、米、ホテルのコーヒーなど「高価な商品」は枚挙にいとまがありません。

翻って、目を日用品雑貨化粧品に転じると、世界的水準から見てほぼ平均値か、むしろ安価なものが少なくないことをご存知でしょうか？

国内では安価な写真フィルムや乾電池が、海外で意外と高額であることをご存知かもしれません。さらに市場に目を向ければ、ティッシュ、洗剤、シャンプー、歯磨といった日用品も世界の平均的価格との比較において、同等もしくは安価といってもいいのです。しかもこれらの生活必需品は、流通業の努力によって日本各地で安定供給されています。

理由は、最初に申し上げた効率性にあります。例えば首都圏で生産された商品自体を、地方の発注者に直接届けるのではなく、通信で情報を受発信し、最寄りの物流センターから迅速に納品する極めて効率的な流通システムが機能しているからです。

このような高度に構築された流通システムがあればこそ、世界的大手企業の製品から地方の特産品に至るまで、多種多様の商品を、細かなニーズに対応しながら、全国の消費者に迅速かつ適正価格で届けることが可能なのです。

当然ながら、このような流通システムを運営するために、高度な情報通信インフラ上において膨大な伝票や情報を、迅速、確実に処理する必要が生まれます。

プラネットは、1985年に日用品雑貨化粧品業界のVAN運営会社として発足し、以来19年、安全、中立、標準化を基本方針として、メーカーや卸売業が効率的な業務を行うための通信サービスを提供し続けてまいりました。

今日、参加メーカー289社、参加卸売業453社に達し、日用品雑貨化粧品業界の流通機構を根底から支える不可欠の流通インフラストラクチャーへと成長いたしました。これからも、流通を通じ、日本の消費経済の利便性向上に貢献していきたいと考えます。

今後とも、プラネットの経営活動に注目いただき、より一層のご理解を賜りたく、お願い申し上げます。

2004年10月
代表取締役社長
玉生　弘昌

特集「プラネットとは？～玉生社長に聞く～」

株式会社プラネットの玉生社長が、皆様からのご質問にお答えいたします。

Q なぜ、多くのメーカーや卸売業がプラネットのサービスを利用するのでしょうか？

A メーカーが独自に受・発注システムを構築する場合、ハード、ソフトはもちろんのこと、当該システムの管理・運営に関わる人件費などに莫大なコストがかかります。それに対して、プラネット共同利用サービスを利用すると、低コスト、最小の労力で、自社構築システムと同等以上のパフォーマンスが獲得できるからです。

一方、卸売業では事務合理化効果が非常に大きくなります。例えば、発注業務のために終日電話から離れられないという状態を余儀なくされた卸売企業が多数ありました。ファックス送信でもたびたび発生する用紙切れ、不鮮明などのトラブルから、発注作業に極めて多くの時間を費やしていました。しかしながら、プラネットのサービス利用後は、発注専任スタッフが不要になり、さらに代金の支払いも、照合作業のコンピュータ化により不具合の発生率も劇的に減少しました。

下の表をご覧いただくとお分かりのように、日本を代表する消費材メーカーが数多く参加し、プラネット共同利用ネットワークを享受されています。

●プラネットの主要取引先企業（50音順、敬称略）

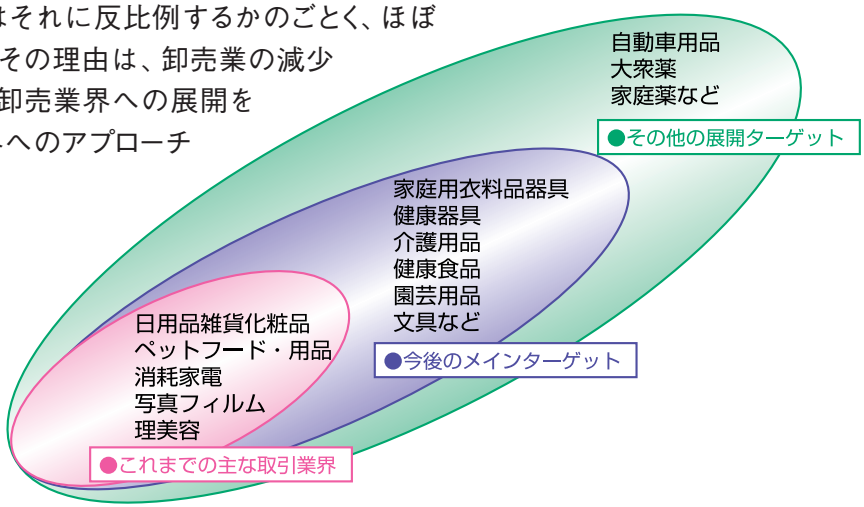
アース製薬	杏林製薬	大日本除蟲菊	バンダイ	マンダム
江崎グリコ	クレシア	ツムラ	P&G	森下仁丹
エステー化学	コーセー	テルモ	久光製薬	ユニ・チャーム
エフティ資生堂	小林製薬	ドギーマンハヤシ	ピジョン	ライオン
オムロン	サンスター	ニッサン石鹸	ファンケル	ロート製薬
貝印	ジョンソン	日本香堂	フマキラー	・・・　など
花王	住友スリーエム	日本食研	ホーユー	合計289社
カネボウ	積水化学工業	日本ペットフード	マスターフーズリミテッド	
牛乳石鹸共進社	ソニーマーケティング	日本リーバ	松下電器産業	
キューピー	大王製紙	白元	マルハペットフード	（2004年7月31日現在）

Q 今後の事業環境をどのように見ていますか？

A 従来の小売業界は、急激な変化の波に繰り返しさらされてきました。小売業の主力業態も、かつては百貨店、その後、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグチェーン、ディスカウンターへと変遷を遂げています。さらに外資の参入もあり、業界に大きな変化が続いていくのは間違いありません。
日用品雑貨化粧品業界の卸売業では、「パルタック」と「あらた」という2大卸売企業が誕生し、集約化が進みました。この2大卸売企業は、業界フルラインの品揃えが可能で、国内全国規模の広域性を持ち、さらに、高精度の物流センターを多数展開しているという優位性を持っています。今後、卸売業のチャネルリーダーとしての地位はますます高まると考えられます。

Q そのような事業環境のなかで、プラネットはどのような成長戦略を企図していますか？特に卸売業界は大型企業の誕生によって、お客様の数が減少するのではないでしょうか？

A プラネット設立時と比較して、日用雑貨化粧品の卸売業は急速に減少しました。しかし、プラネットの業績はそれに反比例するかのごとく、ほぼ右肩上がりで伸長してきました。その理由は、卸売業の減少を上回るように、積極的に中小卸売と隣接卸売業界への展開を行ってきたからなのです。今後も、隣接業界へのアプローチを続けてまいります。

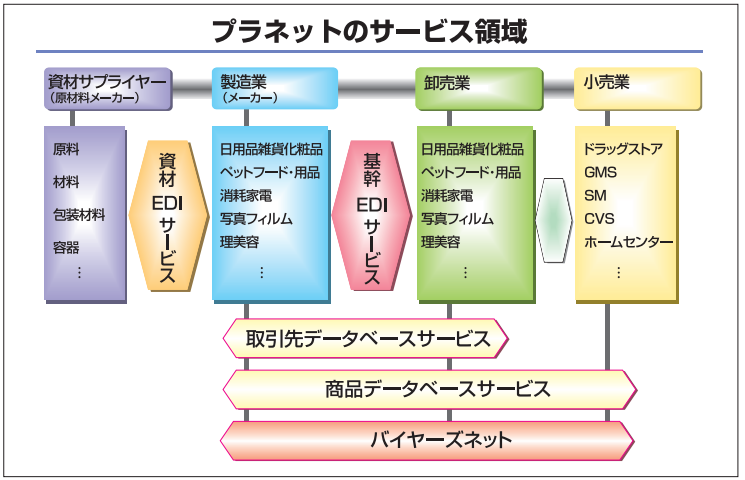


Q 流通システムのインフラストラクチャーとして確固たる基盤を築いていますが、顧客には競合企業が多数含まれており、参加を説得するのは大変だったのでは？

A 業界共同ネットワークで問題となるのは、競合するユーザー同士の機密は守られるのかということです。そこで、実際のデータ処理は一括してインテックに委託し、プラネットはいっさいデータに触れないという構造にしました。これにより、参加企業のセキュリティが完全に保護されることが保証され、ユーザーの理解を得ることができました。
そして、「システムは共同で、競争は店頭で」というキャッチフレーズを掲げて業界に呼びかけたところ、ライオン、ユニ・チャーム、資生堂、サンスター、ジョンソン、クレシア、エステー化学、牛乳石鹸共進社の8メーカーから賛同を得て、最初から業界共同利用のインフラ・ネットワークとして立ち上げることができたのです。

Q プラネットは、具体的にどのように収益をあげているのですか？

A 当社のサービスを一言で言うと「インフォーメーションオーガナイザー」です。日用品雑貨化粧品業界を中心として、その隣接業界を含めた流通機構全体の機能強化を図るため、情報インフラストラクチャーの構築・運営を通じて参加各企業の業務効率化に貢献することを基本としています。具体的には、メーカーと卸売間で送信される多彩なデータ（発注データ、仕入データ、在庫データ、代金回収など18種）の利用促進と管理、運営を行っています。
当社の収益は、主としてメンテナンスと運営に関わる費用としてお支払いいただく、月々のシステム利用料と通信処理料などから構成されています。



Q インターネットをはじめITが急速に進化していますが、プラネットはこうした情報環境の変化にどのように対処していくのですか？

A 従来技術のEDIに加えてWeb-EDIをすでにリリースするなど、インターネット技術を積極的に活用したサービスを展開しています。また、ITは受・発注や請求書発行といった定型業務だけではなく、マーケティングにおける分析・企画・調整など非定型的業務にも広く用いられるようになってきました。そうした背景を受けて、プラネットは「事務合理化ネットワークからマーケティングネットワークへ」というキャッチフレーズを掲げ、今後大きな需要が見込まれている非定型的業務（情報系といわれる分野）への通信サービスとして「バイヤーズネット」を開発しました。カラー画像まで再現可能な商品データベースやセールスプロモーション情報などを、卸売業・小売業に配信する次世代のサービスです。

Q プラネットの事業の収益性が高いことが認知されると、競合企業の参入が活発化するのでは？

A プラネットの優位性は、その高い実績を踏まえ、流通業界各社から大きな信頼を獲得していることにあります。信頼は一朝一夕には創られないものです。当社が19年にわたり、営々と努力を積み重ねてきたことが、今まさに目に見えない、しかし最も価値の高い資産の一つに結実しています。そのためメーカー、卸売業ともに、取引先に対しプラネットのシステム利用を働きかけていただくケースも多々あります。
収益性が高いと言っても、売上の半分が1.08円という非常に安い単価の通信処理料ですから、参入は容易でないと思います。

Q 経営上のリスク要因はなんですか？

A 高度化されたシステムを管理・運営しているので、システムの安全性と確実性への脅威がリスクと考えています。プラネットは、ユーザーの情報セキュリティ保全を図るために、①より高度化された情報管理システムの構築②不正なアクセス、破壊工作からの防御　③要員のセキュリティ意識の徹底、に関しては全社を挙げて最大限の努力をしてきました。
以前はシステム上のトラブルが発生することもありましたが、UNIXサーバー導入以降トラブルはほとんどなくなり、現在では極めて高い安定性を実現しています。

Q 玉生社長の座右の銘は何でしょうか？

A 「堅忍不抜（けんにんふばつ）」という言葉があります。あきらめず息長くという意味です。私の出身校の校歌にもこの言葉があります。物事に当たるには信念を持ってやりたい。一方で肩肘張らず自然体でいくことも息切れしないためには大切です。私は、変わらぬ信念を持ってあきらめずに取り組んでいけば、必ず結果がついてくると信じています。

「Chain Store Age」
（2004年4月15日号）
㈱ダイヤモンド・フリードマン社

導入企業の声-1

●エステー化学株式会社（東京都新宿区）

●プロフィール

芳香・防虫・除湿剤などのメーカー、ヒヨコマークでおなじみのエステー化学では、従来からプラネットのEDIサービスを活用しているが昨年10月、新たに「バイヤーズネット」に参加し『ヒヨコ情報ネット』を開設した。

■全ての取引先にタイムリーな情報提供を

営業の商談業務の効率化を目的にサイトを開設しました。マンパワーに頼らず、サイトを活用して卸店・小売店さんへ新鮮な情報をタイムリーに提供できれば、機会ロスの削減、商談頻度・密度の改善につながります。

取引先すべてをカバーできるような情報発信は、以前からの懸案事項でした。その頃、バイヤーズネットの検討委員会が発足し、会議に参加してBtoBサイトの有用性を再認識したことから社内検討を開始しました。

■お客様とのリレーション強化のツールとして

開設後は、『ヒヨコ情報ネット』の存在や使い方、メリットを理解してもらうために、ターゲットである卸店・小売店に足を運び、口頭で説明しています。最終的には個々の営業マン対お客様という個別のサイトも展開できる仕掛けを機能させ、お取引先との関係を深めて行きたいと思っています。

BtoBにはいろいろな手法がありますが、バイヤーズネットは、それに挑戦できる場であって欲しいですね。ここで各社各様の手法を自由に展開することでお互いが切磋琢磨し、よりよいサイトになっていくと思います。

導入企業の声-2

●マスターフーズリミテッド（神奈川県川崎市）

●プロフィール

ペットフード類の製造・販売・マーケティング活動などを通じペットケアビジネスで今日トップシェアを誇るマスターフーズリミテッドでは、2001年からプラネットの商品データベースに登録を開始している。

■ ペット業界全体として

ペット業界主要3団体による「商品データベース推進プロジェクト」の働きかけにより、昨年あたりから業界全体で商品データベースを活用していこうとの機運が急速に高まっています。ペット業界全体が商品データベースを使用するようになれば、業務の効率化はおのずと達成されるはず。すでに登録を開始していた当社も、この業界の動きに呼応し、2004年春の新製品から運用の強化に踏み切りました。

■ さらに活用の推進を

運用強化から半年が経過した段階ですが、もともと弊社から棚割り画像を送付して棚割りを行っていたところでは、使用率が上がっていますし、営業マンの作業の軽減や効率化が推進されたほか、商品データベースの利用状況が確認できるため商品情報の提供卸店もすべて把握できるようになるなどのメリットが生まれています。

商品データベースは、より多くの商品情報が集まってこそ価値が高まるもの。業界全体の効率化のために登録を徹底させるべき。中身が充実すれば、メーカー側でも商品ガイドとして活用することができるのではないでしょうか。

当期の事業概況

事業環境および経営成績

当期の日本経済は、堅調な輸出や設備投資の回復に支えられ、景気に回復の兆しが見られたものの、個人消費が伸び悩むなど、引き続き厳しい状況が続きました。日用品雑貨化粧品業界においても、一部企業で業績の回復が見られますが、市況は相変わらずの消費需要の低迷と価格の停滞傾向が続いています。

このような状況下、プラネットは既存ユーザーのEDI利用率向上を進めるとともに、中堅メーカー・中堅卸店への「Web受発注サービス」導入を進め、接続先企業を拡大しました。隣接業種であるペットフードおよびペット用品業界に対しても「基幹EDIサービス」「商品データベースサービス」導入を進め、さらに新規分野である理美容業界のネットワーク構築にも取り組みました。「バイヤーズネット」でも小売業バイヤーとの新たな接続を図りました。

この結果、当事業年度の売上高は21億678万円（前期比6.2%増）、経常利益は2億4,636万円（同5.6%減）、当期純利益は1億4,834万円（同77.9%増）となりました。

事業別の営業概況

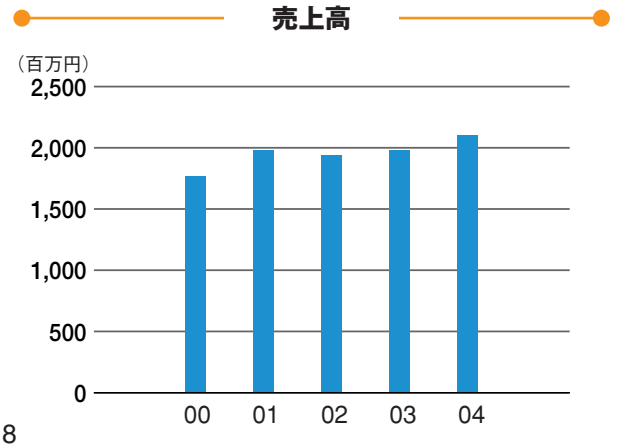
プラネットの事業は、大別すると、EDI事業、データベース事業およびその他事業に分けることができます。

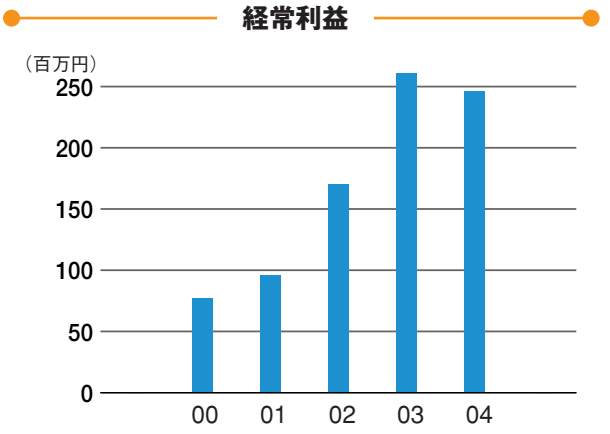
■EDI事業

メーカーと卸売業間のデータ交換を行うEDIサービスを提供する、プラネットの中核事業です。当期は、EDI利用率向上推進やインターネットを利用したWeb-EDIの普及などによる通信処理量の増加に支えられ、売上高は17億6,965万円（前期比6.2%増）となりました。

■データベース事業

全国30万件の小売・卸売業情報をインターネットを介して提供する「取引先データベース」と、メーカーの商品情報を提供する「商品データベース」のサービスを展開しており、当期は、照会件数の順調な伸びにより、売上高は2億8,265万円（前期比6.4%増）となりました。





■その他事業

メーカー・卸売業・小売業間のＭＤ（マーチャンダイジング）業務を支援する「バイヤーズネット」、自社内および自社と取引先とのコミュニケーションツールとしての「電子掲示板」、業界のイベント情報などを交換する「マルチメディアコミュニケーションサービス」などがあります。当期は、不採算に陥っていた「連続自動補充プログラム」を停止する一方、「バイヤーズネット」の展開を進めた結果、売上高は5,447万円（前期比2.0％増）となりました。

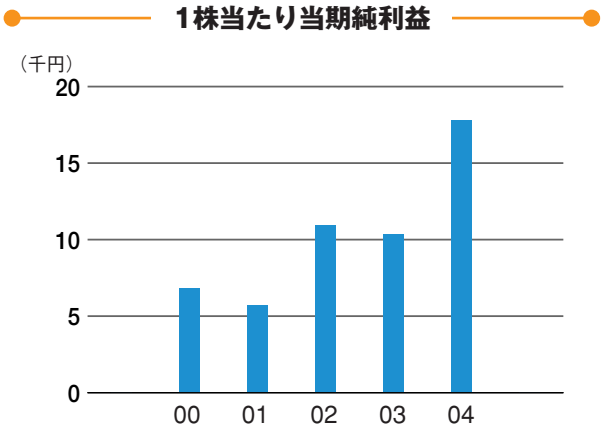
公募増資に係る資金使途計画

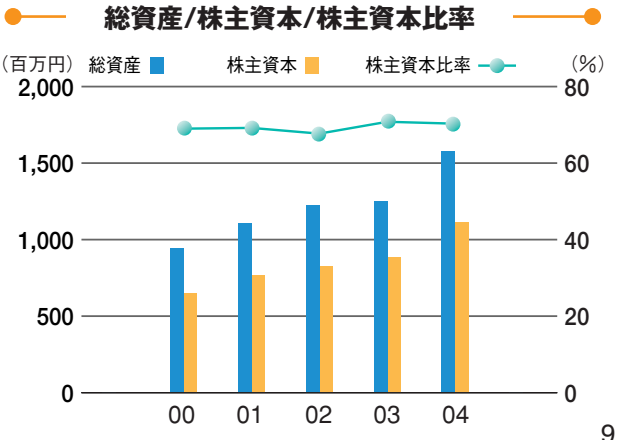
プラネットは2004年2月24日、ジャスダック市場に上場を果たしました。その際の公募増資により調達した手取概算額1億円につきましては、2005年7月期以降の設備投資に充当する計画で、具体的な資金需要が発生するまで普通預金で運用しています。

来期の見通し

今後の見通しとしては、日本経済の回復基調は持続するものの、いままでの厳しい環境を払拭するまでの力強さは期待できないと考えられます。また、消費財の流通業界では、一部の企業で業績の回復を見せているものの、市況は消費需要の低迷と価格の停滞傾向が続くものと思われます。

このような環境のなか、プラネットでは中期的な経営戦略に沿い、新規ユーザーの拡大と既存ユーザーの利用率の拡大、日用品雑貨化粧品以外の隣接業界への展開、基幹系から情報系へのサービスメニューの拡大などの施策を展開していく方針で、その結果として2005年7月期は、売上高21億5,000万円（前期比 2.1％増）、経常利益3億円（同21.8％増）、当期純利益2億円（同34.8％増）を見込んでいます。





財務諸表（単体）

貸借対照表

（単位：千円）

	当　期 2004.7.31現在	前　期 2003.7.31現在
（資産の部）		
流動資産	1,035,746	770,485
現金及び預金	750,792	514,419
売掛金	267,679	245,790
前払費用	3,654	3,747
繰延税金資産	13,722	7,205
その他	697	122
貸倒引当金	△ 800	△ 800
固定資産	544,291	484,053
有形固定資産	7,960	11,267
建物	3,722	4,628
器具及び備品	4,237	6,638
無形固定資産	203,003	265,312
投資その他の資産	333,327	207,473
投資有価証券	243,452	127,325
破産更生債権等	326	1,334
繰延税金資産	47,294	37,418
敷金及び保証金	39,450	39,600
その他	3,130	3,130
貸倒引当金	△ 326	△ 1,334
資産合計	1,580,037	1,254,538

（単位：千円）

	当　期 2004.7.31現在	前　期 2003.7.31現在
（負債の部）		
流動負債	360,401	287,033
買掛金	192,211	182,042
未払金	45,632	49,518
未払費用	9,090	7,877
未払法人税等	82,704	21,721
未払消費税等	10,420	12,445
賞与引当金	13,917	11,475
その他	6,425	1,952
固定負債	108,436	78,837
退職給付引当金	45,782	26,470
役員退職慰労引当金	51,448	41,642
預り保証金	11,205	10,755
負債合計	468,837	365,871
（資本の部）		
資本金	436,100	393,600
資本剰余金	127,240	69,300
利益剰余金	538,795	418,921
その他有価証券評価差額金	9,064	6,846
資本合計	1,111,200	888,667
負債資本合計	1,580,037	1,254,538

■ 流動資産

主に上場および売上増加により、現金及び預金が前期から2億3,600万円増加しています。この結果、流動資産は前期比2億6,500万円増加し、流動比率は前期末の268%から287%と上昇しています。

■ 資本金・資本剰余金

上場に伴う資本調達額１億円のうち4,200万円を資本金に、5,700万円を資本剰余金に組み入れています。

損益計算書

（単位：千円）

	当　期 2003.8～2004.7	前　期 2002.8～2003.7
売上高	2,106,785	1,984,684
売上原価	1,195,023	1,141,085
売上総利益	911,762	843,599
販売費及び一般管理費	638,462	585,201
営業利益	273,299	258,398
営業外収益	4,642	2,571
営業外費用	31,581	―
経常利益	246,360	260,969
特別利益	129	115
特別損失	4,496	119,083
税引前当期純利益	241,993	142,001
法人税・住民税及び事業税	111,600	61,300
法人税等調整額	△ 17,954	△ 2,691
当期純利益	148,347	83,392
前期繰越利益	101,748	89,728
当期未処分利益	250,095	173,121

■ 売上高

事業別売上高構成比は、EDI事業84.0%、データベース事業13.4%、その他の事業2.6%となっています。

■ 経常利益

当期は、営業外費用としての株式公開費用（3,100万円）計上などにより、経常利益は前期から1,400万円のマイナスとなりました。

キャッシュフロー

（単位：千円）

	当　期 2003.8～2004.7	前　期 2002.8～2003.7
営業活動によるキャッシュ・フロー	344,739	295,400
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 186,332	△ 150,462
財務活動によるキャッシュ・フロー	77,967	△ 18,727
現金及び現金同等物の増加額	236,373	126,210
現金及び現金同等物の期首残高	514,419	388,209
現金及び現金同等物の期末残高	750,792	514,419

■営業活動によるキャッシュ・フロー

主に税引前当期純利益の増加、仕入債務の増加などにより、前期比4,900万円増となりました。

■投資活動によるキャッシュ・フロー

ソフトウェア（7,100万円）・投資有価証券（1億1,500万円）の取得などにより、前期比3,500万円増となりました。

■財務活動によるキャッシュ・フロー

主に株式の発行による収入（1億円）が、配当金の支払による支出（2,200万円）を超過したことにより、前期比9,600万円増となりました。

利益処分

（単位：千円）

	当　期 2003.8～2004.7	前　期 2002.8～2003.7
当期未処分利益	250,095	173,121
利益処分額	90,455	71,373
利益準備金	―	2,900
配当金	41,455	22,473
役員賞与金	9,000	6,000
（うち監査役分）	（820）	（540）
任意積立金	40,000	40,000
次期繰越利益	159,640	101,748

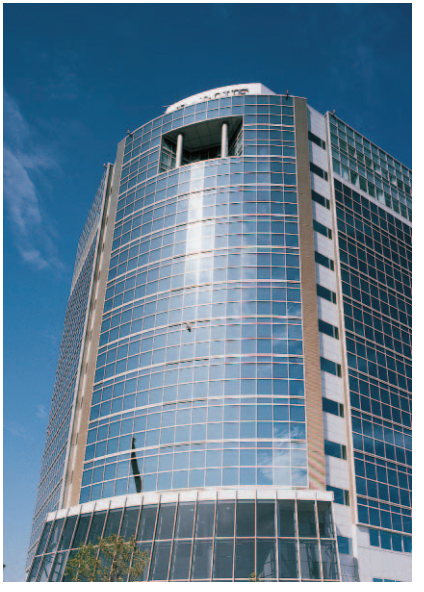
企業情報

■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	東京都港区海岸3−26−1 バーク芝浦
■設立	1985年8月1日
■資本金	4億3,610万円 （2004年 7 月31日現在）
■従業員数	32名 （2004年 7 月31日現在）

■役員 （2004年10月22日現在）

取締役会長	中尾　哲雄
代表取締役社長	玉生　弘昌
取締役副社長	井上　美智男
常務取締役	石橋　光男
取締役	藤重　貞慶
常勤監査役	池井　邦信
監査役	猪熊　幸二

■監査法人　明和監査法人



バーク芝浦 12階

株式情報 2004年 7 月31日現在

■株式の状況

会社が発行する株式の総数	19,200株
発行済の株式の総数	8,291株

■大株主

株式会社インテック	1,323.3株
ライオン株式会社	1,323.3株
ユニ・チャーム株式会社	376.2株
株式会社資生堂	376.2株
サンスター株式会社	376.2株
ジョンソン株式会社	376.2株
エステー化学株式会社	376.2株
株式会社クレシア	376.2株
牛乳石鹸共進社株式会社	376.2株

■株主数　618名

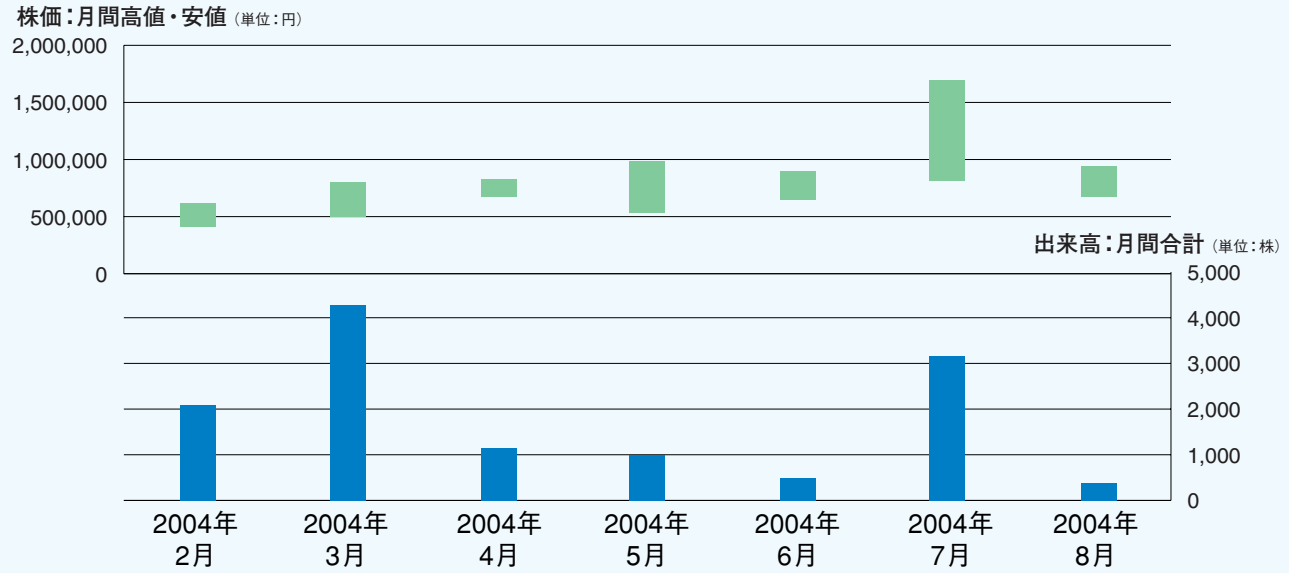
■名義書換代理人　三菱信託銀行株式会社

■上場取引所　JASDAQ（証券コード：2391）

●IR連絡先　社長室／TEL 03-5444-0811
e-mail　sc@planet-van.co.jp

●URL　http://www.planet-van.co.jp

■株価、出来高



株主メモ

決算期	：7月31日
定時株主総会	：毎年10月に開催
株主確定基準日	：毎年7月31日 その他必要があるときは、あらかじめ公告いたします。
公告掲載新聞	：日本経済新聞 ただし、決算公告に代えて、貸借対照表を当社のホームページ（**http://www.planet-van.co.jp/ir/pn.html**）に掲載しております。
名義書換代理人	：東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱信託銀行株式会社
同事務取扱場所	：東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱信託銀行株式会社　証券代行部
同連絡先	：〒171-8508　東京都豊島区西池袋一丁目7番7号 三菱信託銀行株式会社　証券代行部 電話 0120-707-696（フリーダイヤル）
同取次所	：三菱信託銀行株式会社　全国各支店

Waterless Printing. Naturally.
PRINTED WITH SOY INK
Trademark of American Soybean Association
R100 古紙配合率100%再生紙を使用しています
この事業報告書は、古紙配合率100%の再生紙、VOC（揮発性有機化合物）発生を低減する植物性大豆油インキ、廃液を出さない水なし印刷を採用しています。