

決算説明会

2021年7月期（第36期）
（2020年8月1日～2021年7月31日）

株式会社プラネット
代表取締役社長 田上 正勝



決算説明会資料 目次

■ 会社概要	3ページ
■ 決算概要	12ページ
■ 事業報告	25ページ
■ 参考資料	40ページ

会社概要



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 田上 正勝
資本金	4億3,610万円
純資産	48億3,330万円
上場市場	JASDAQスタンダード(証券コード：2391)
従業員数	44名
決算期	7月末

2021年7月末現在

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、安価」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インフラ（VAN）構築を目指し、通信事業の規制緩和を契機に、同業界の有力メーカー8社とインテックの合意の下、1985年に設立。

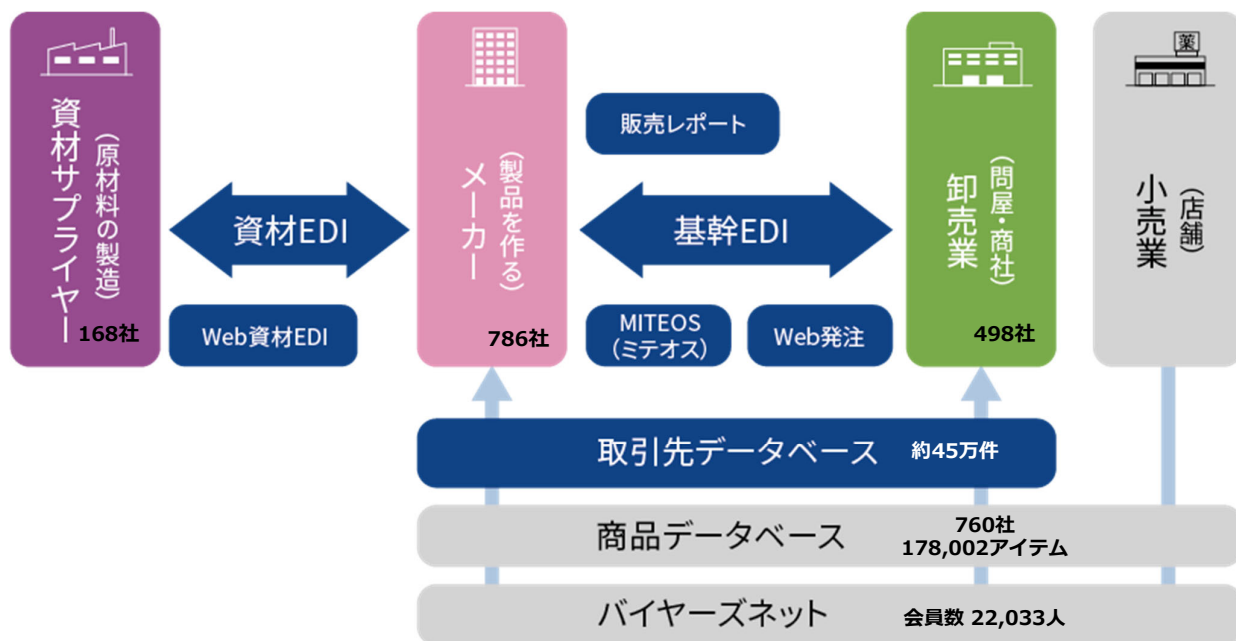
ライオン	十條キンバリー (現 日本製紙クレシア)
ユニ・チャーム	
資生堂	エステー化学 (現 エステー)
サンスター	
ジョンソン	牛乳石鹼共進社



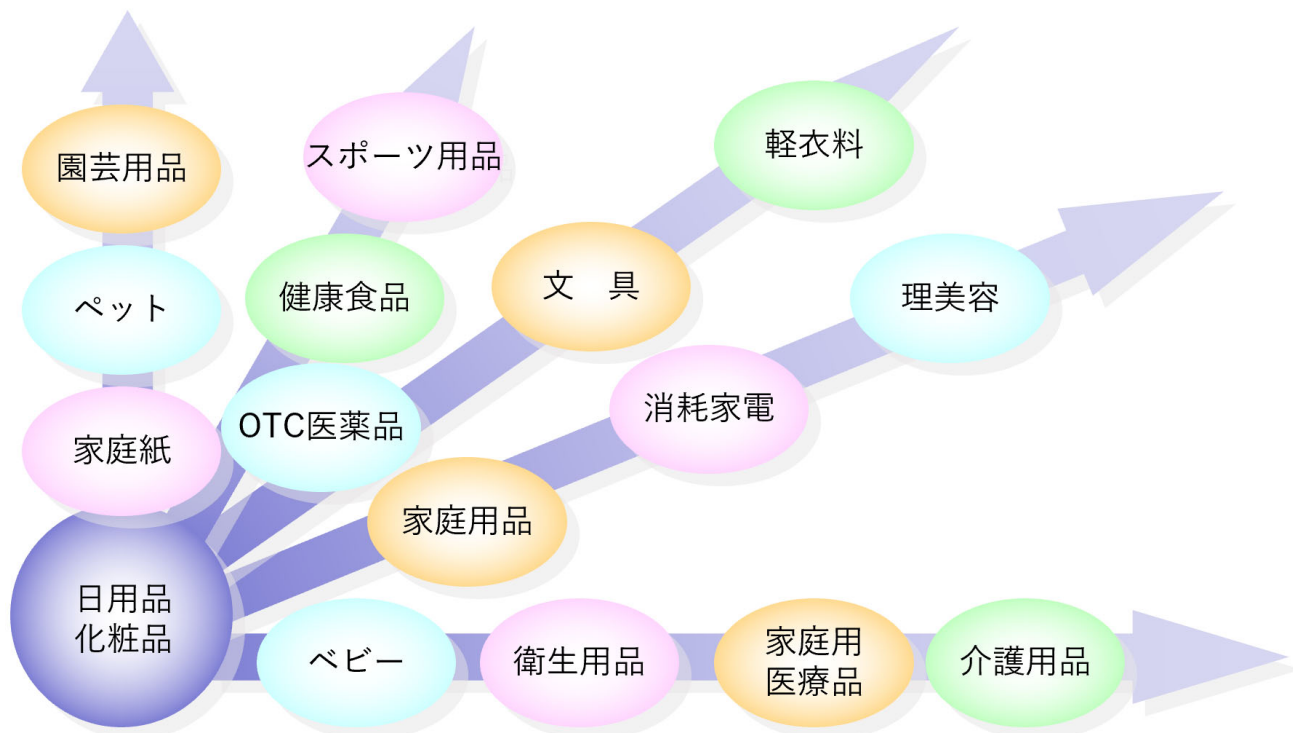
インテックにネットワーク運用と監視業務を委託

インテック

- | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------------------|-------------------------------|
| 原料 容器
包装・梱包資材
など | 日用品
家庭紙
ベビー用品 | 化粧品
消耗家電
衛生用品 | ペットフード
家庭用品
健康食品 | ペット用品
理美容
軽衣料 | OTC医薬品
介護用品
など | 総合小売
ドラッグストア
ホームセンター など |
|------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------------------|-------------------------------|



※利用実績は2021年7月末現在



ゆるやかに、隣接業界へ展開するようすすめています

プラネットは徹底した標準化による情報インフラを展開しています

電気、水道、ガスや電話は標準規格で提供されている社会インフラです。

例えば、電気は電圧、周波数の規格やコンセントの形状が決まっているので、私たちは市販の家電製品をそのまま使うことができます。

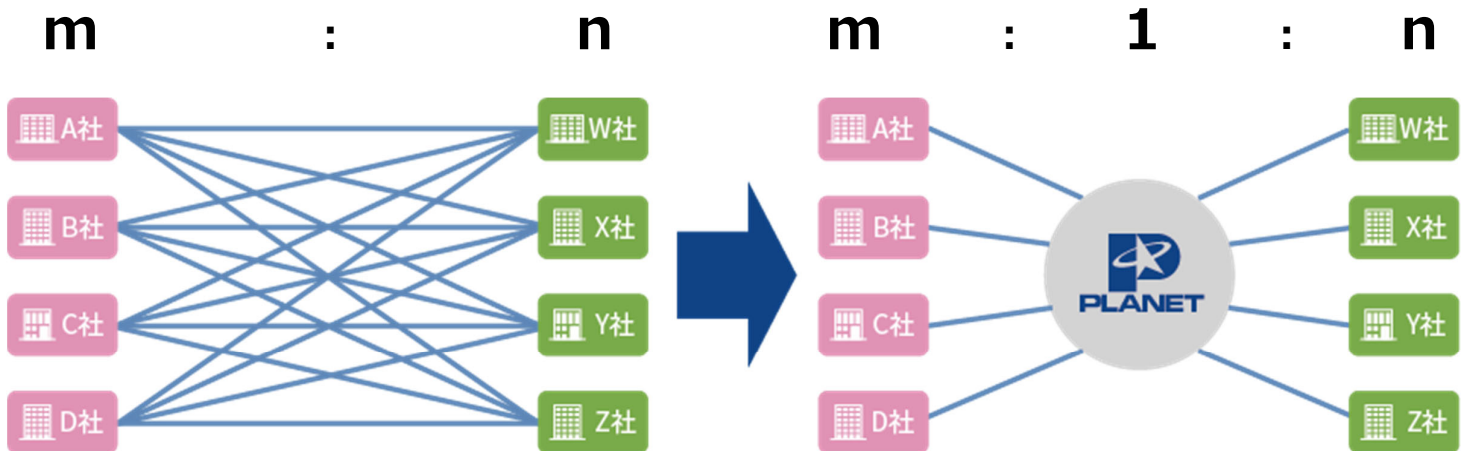




**プラネットは標準化されたサービスによって
流通の効率化と多様性を支えています。**

例えば、プラネットのEDIサービスは、使用する通信手順（プロトコル）、フォーマット、コード、運用ルールを標準化し、それを運用し続けることで、多くの取引企業間における取引データの交換を効率的に行っています。

プラネットの存在意義

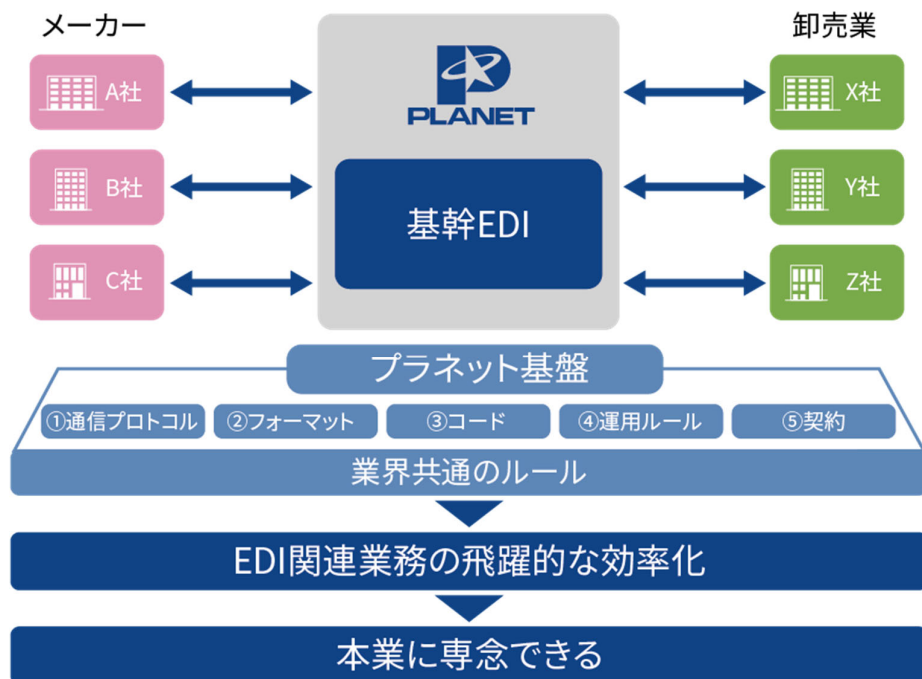


取引先の数 = 接続数

取引先数が増えるほど、
システム開発・運用の負担が大きい

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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開しています



特徴

<安全性・継続性>

- 2拠点分散
- セキュリティ対策
- 障害時の切り分け
- 災害時のデータ保全

<使いやすさ>

- 24時間稼働
- 認証局
- コールセンター
- 導入サポート
- 取引先コード管理
- 商品コード管理
- データ変換処理

<将来性>

- 仕様の変更・改善
- 次世代技術の調査・研究
- ニーズの調整・とりまとめ

決算概要

2021年7月期 (2020年8月1日～2021年7月31日)

業界の状況

<コロナの影響>

- ・インバウンド需要の落ち込み
- ・一部の化粧品やOTC医薬品等における個人消費の低迷

<新たな生活様式や消費活動>

- ・マスクや除菌衛生用品などの感染症対策商品
- ・巣ごもり消費に関連した商品

➡ 需要は引き続き堅調

コロナ禍でも変わらぬメーカーの生産体制、
卸売業の物流システムなどによって支えられている

当社の対応

出社せずに定型業務を自動処理できるEDIのメリットを訴求し、業界全体での業務効率化にも繋がるようEDIの普及活動を継続

2021年7月期 - 業績ハイライト

- 売上高は30億6千6百万円（前期比+0.5%）
- 営業利益、経常利益ともに業績予想より上振れ
 - ➡ ユーザー向けイベントの開催方法変更や対面での営業活動の減少のほか、業務の効率化・在宅勤務の推進などにより、コストを抑えられた結果
- 当期純利益は、前期に特別損失として計上した投資有価証券評価損がなかったことなどにより、計画通りの増益
- 基幹EDIの利用社数は、メーカー・卸売業ともに増加

2021年7月期の業績概要

- 売上高はほぼ計画通りに推移し、前期比+0.5と微増収で着地
- 業務の効率化・在宅勤務の推進などによりコストを抑えられた一方、今後につながる研究開発などを継続して行ったことにより、営業利益705百万円（前年同期比 3.3%減）
- 純利益は計画通り増益

単位：百万円	2020年7月期 (実績)	2021年7月期 (実績)	前期比	2021年7月期 (業績予想)	業績予想比
売上高	3,052	3,066	+0.5%	3,070	-0.1%
営業利益	729	705	-3.3%	645	+9.3%
営業利益率	23.9%	23.0%	-0.9pt	21.0%	+2pt
経常利益	748	726	-2.9%	660	+10%
当期利益	441	498	+12.8%	450	+10.7%

2021年7月期の業績概要

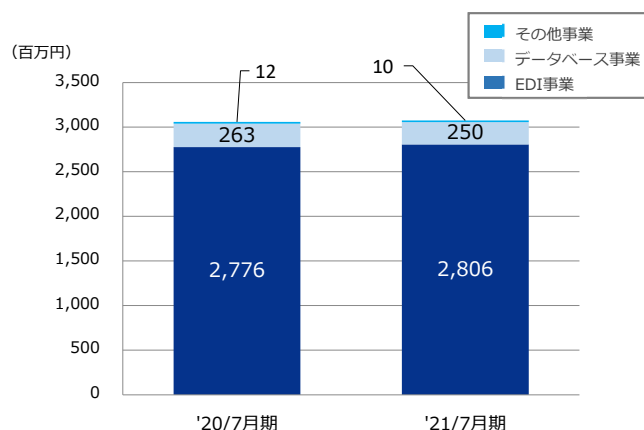
事業別売上高

■ EDI事業 2,806百万円（対前年同期比1.1%増）

- ・メーカー・卸売業間の「基幹EDI」の普及活動を継続
- ・「MITEOS」「販売レポートサービス」の拡販に注力

■ データベース事業 250百万円（同5.2%減）

- ・EDIのTSVフォーマットに切り替えると、取引先データベースの一部の料金が無料になる施策により売上減少



	2020年7月期(第35期)の実績		2021年7月期(第36期)の実績		
	(百万円)	対売上比(%)	(百万円)	対売上比(%)	前年同期比(%)
売上高	3,052	100.0	3,066	100.0	+0.5
EDI事業	2,776	90.9	2,806	91.5	+1.1
データベース事業	263	8.6	250	8.2	△5.2
その他事業	12	0.4	10	0.3	△14.4

■ 新型コロナウイルスについて

- ✓ 上期：新型コロナウイルス感染症の影響で先行き不透明感が継続
- ✓ 下期：withコロナの模索を経て、少しずつ経済活動再開へ

■ 働き方について

- ✓ 環境変化に強い体制づくりを進める
- ✓ コロナ収束後もリモートワークを継続



従業員のライフワークバランスに配慮し、
永く働き続けること、自己実現を
図ることができる環境の確保を目指す

■ サステナビリティについて

- ✓ 標準的技術でサービスやインフラ基盤を強化
- ✓ すべてのユーザーに永続的サービスを提供



- 消費財流通ユーザーの業務効率化を全面支援し続ける
- 社会的課題を解決する

■ DX(デジタルトランスフォーメーション)について

- ✓ EDIでデジタル技術やデータの活用を支援
- ✓ 企業間取引の業務プロセスの変革に貢献



業界全体の取引業務分野のDX実現に貢献

通期業績予想

増収減益の計画

■ 売上高 微増

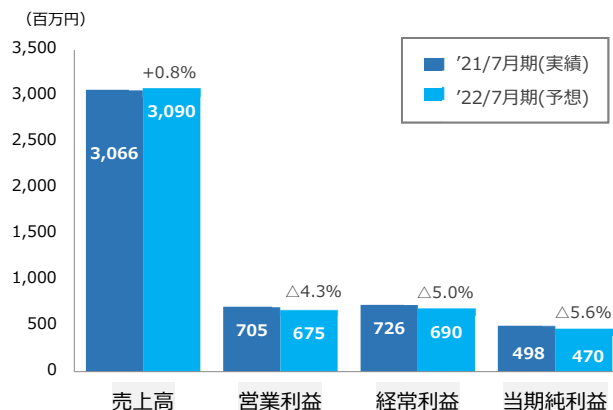
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響は続くと思われる
- ・ コロナ禍により出社せずに定型業務を自動処理できる「EDI」の本来のメリットが再認識され、「基幹EDI」と「MITEOS」が接続拡大

■ 費用 増加

- ・ 新規サービスの開発や既存サービスのリニューアル
- ・ 通信・システム技術に関する調査研究等

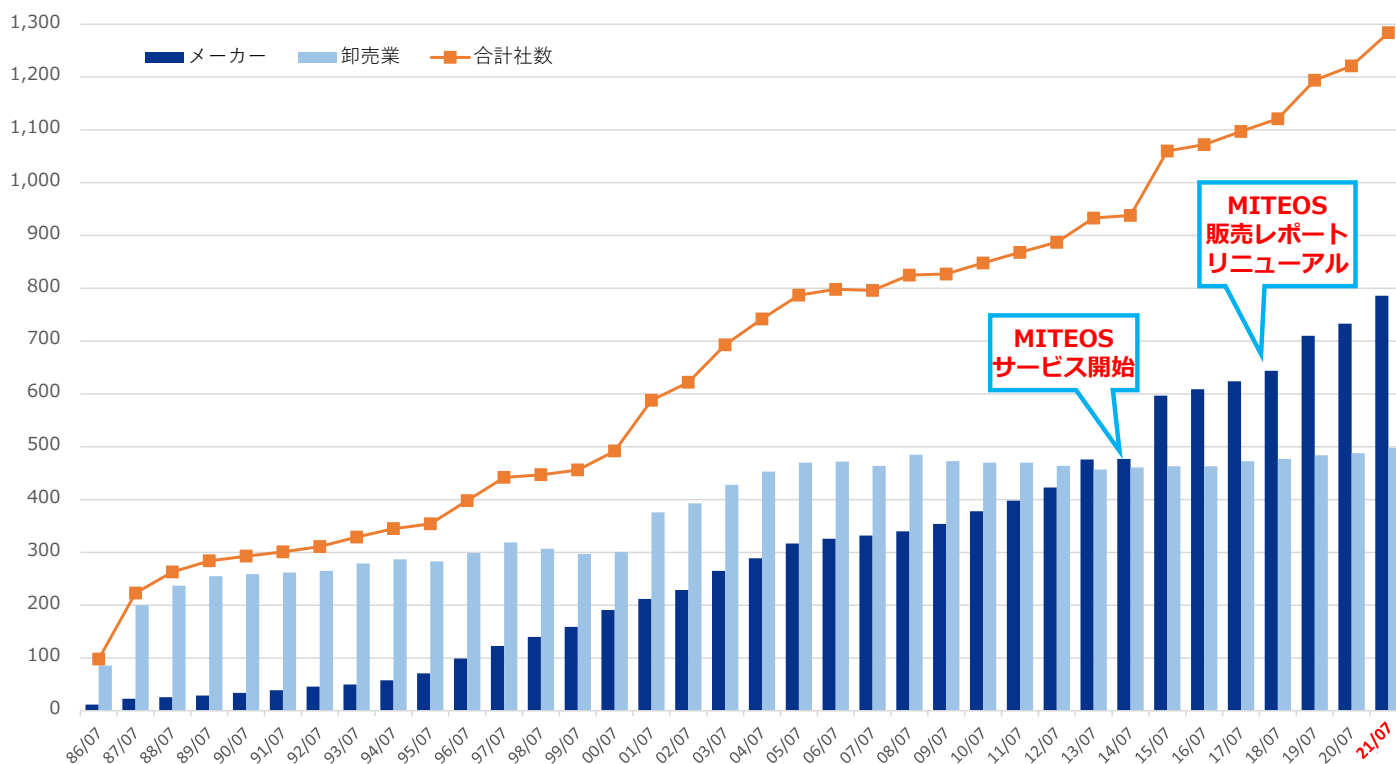
■ 当期純利益 減益

- ・ コロナ収束後の活動再開を見据え、リアルな活動再開を見込み、販売費及び一般管理費を増額

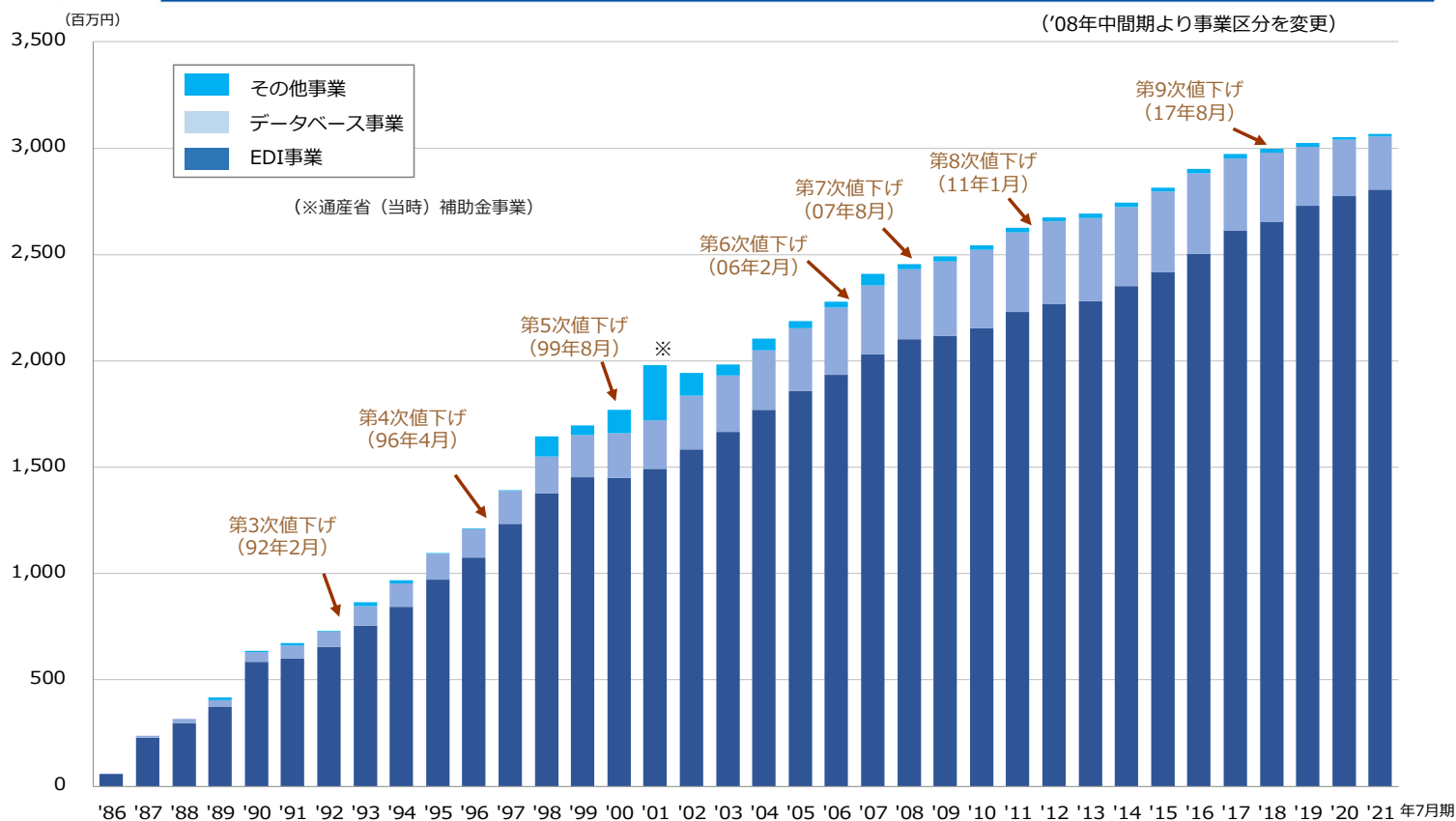


	2021年7月期 (第36期) 実績		2022年7月期 (第37期) 予想		
	(百万円)	対売上比 (%)	(百万円)	対売上比 (%)	前期比 (%)
売上高	3,066	100.0	3,090	100.0	+0.8
営業利益	705	23.0	675	21.8	△4.3
経常利益	726	23.7	690	22.3	△5.0
当期純利益	498	16.2	470	15.2	△5.6

EDIサービス利用メーカー・卸売業社数の推移



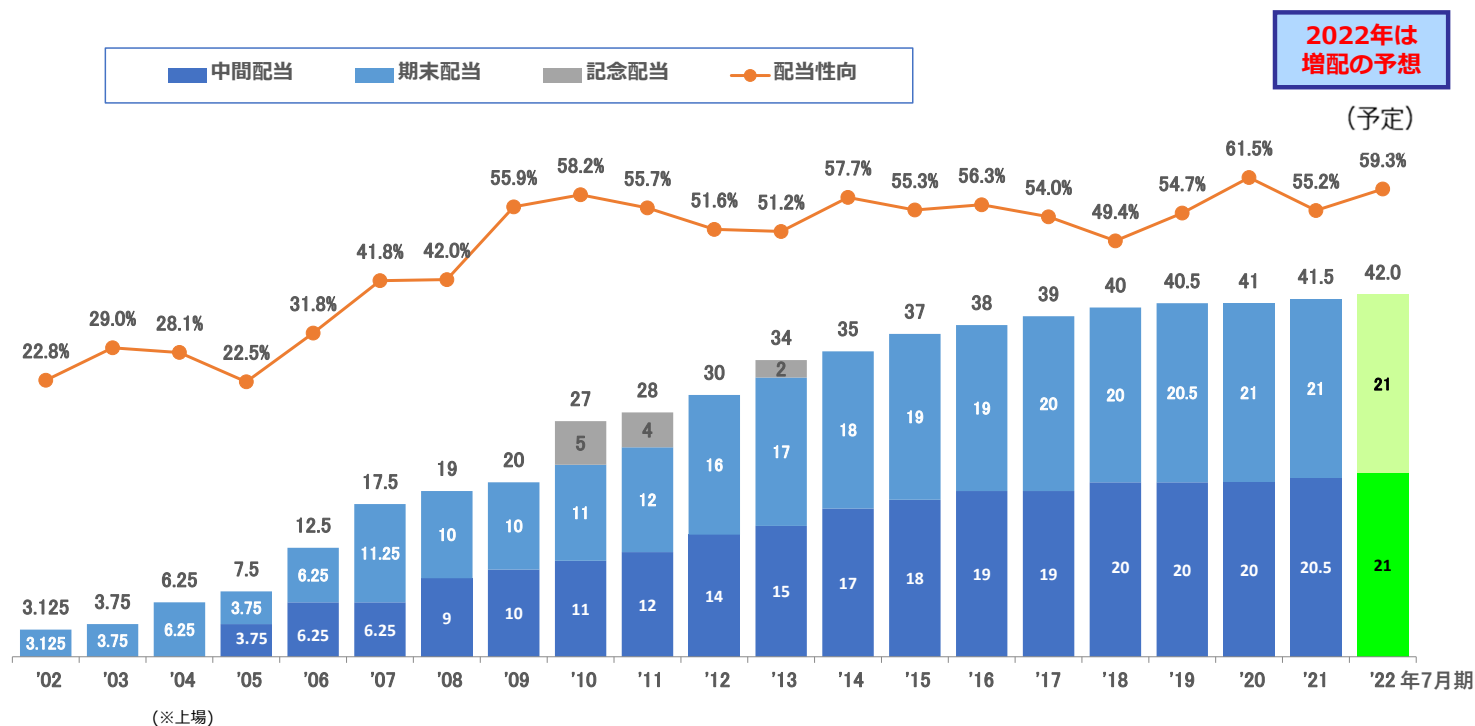
安定した売上成長性



株主への利益還元 (配当金推移)

上場以来 18期連続増配 (予定)

配当性向50%~60%を目指す



事業報告

2021年7月期（2020年8月1日～2021年7月31日）



プラネット ビジョン2025・コーポレートスローガン

プラネットビジョン2025

プラネットは中立的な立場で、

1. 企業間取引における業務効率の追求
2. 企業間におけるコミュニケーションの活性化
3. 流通における情報活用の推進
4. 社会に役立つ情報の収集と発信

を行うことで業界を元気にし、社会に貢献する会社を目指します

コーポレートスローガン

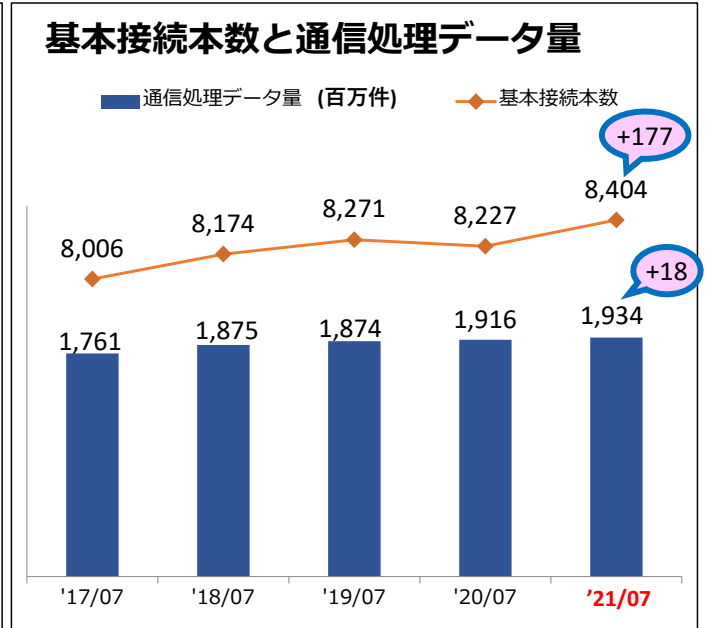
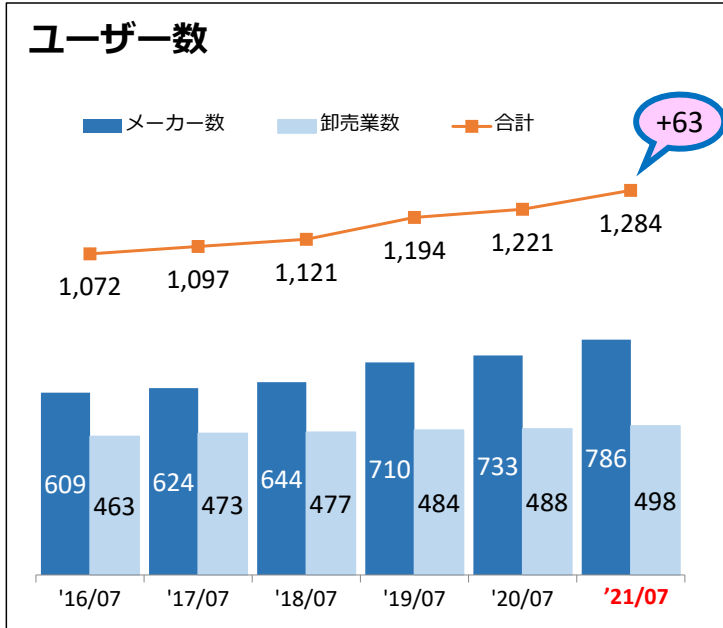
広く遍く ～消費財流通の情報インフラであり続けます～

1. 企業間取引における業務効率の追求

基幹EDI ~新規ユーザー獲得、接続拡大への取り組みに注力~

- ユーザー数の増加が基本接続本数※や通信処理データ量の増加につながる

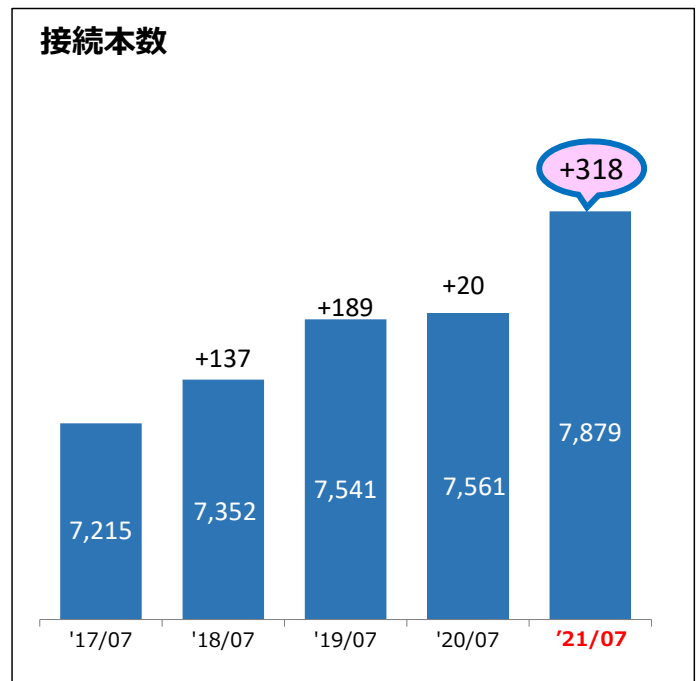
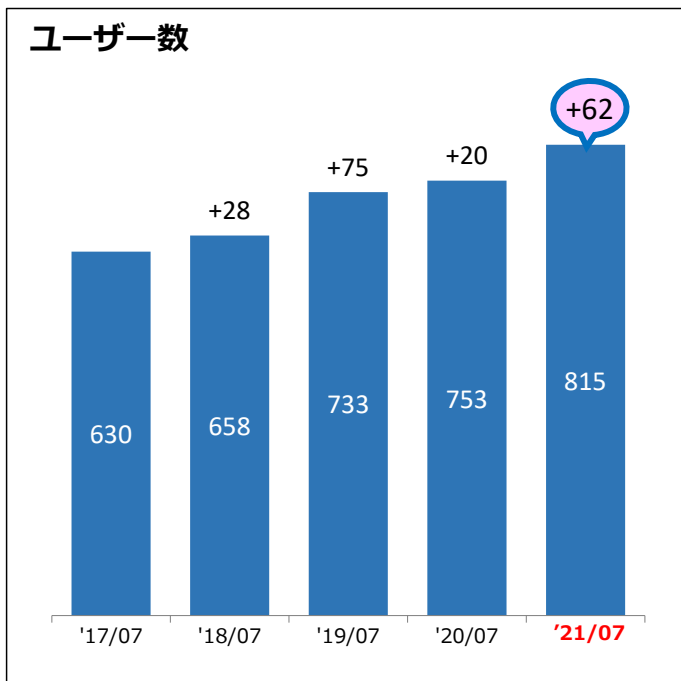
※ EDIを利用するメーカーと卸売業の組合せの社数の合計



1. 企業間取引における業務効率の追求

基幹EDI ~ユーザー数・接続本数が増加~

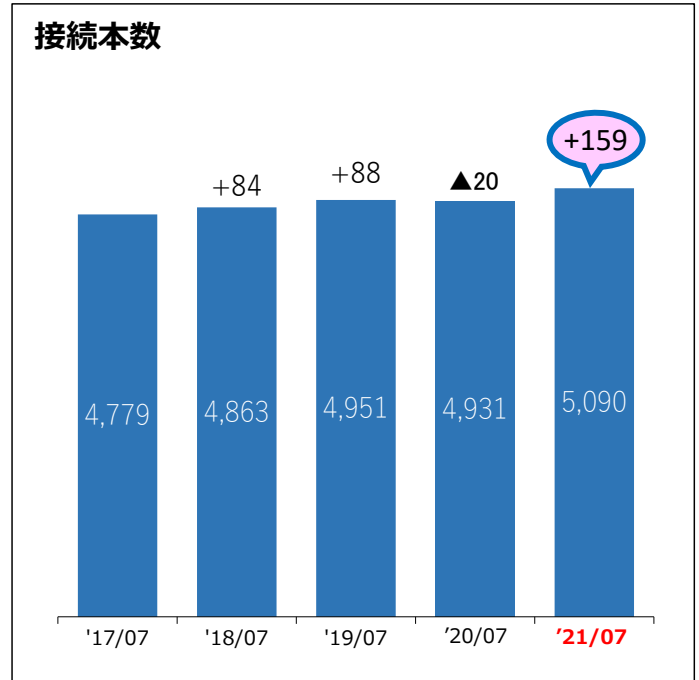
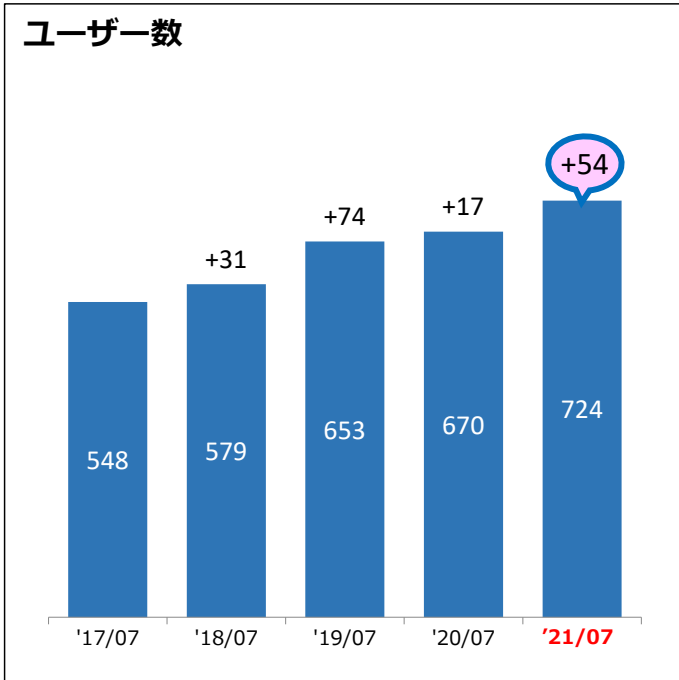
- 発注データ



1. 企業間取引における業務効率の追求

基幹EDI ~ユーザー数・接続本数が増加~

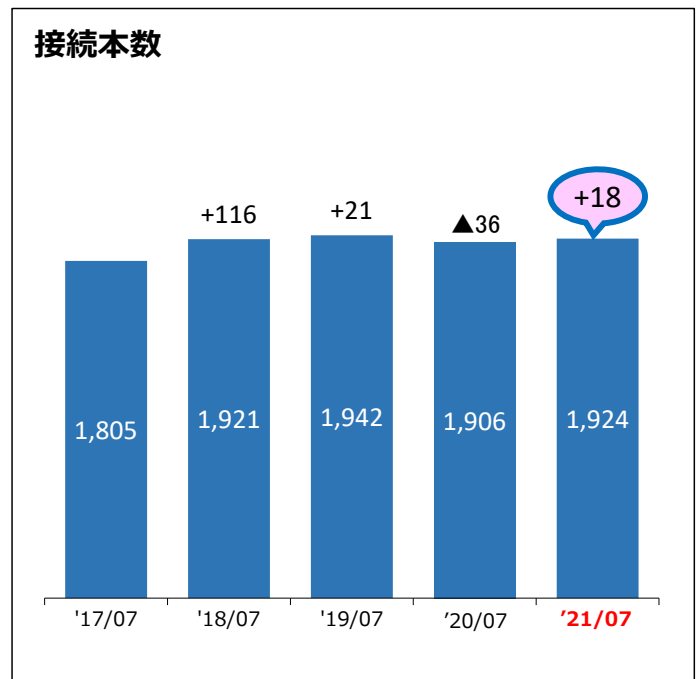
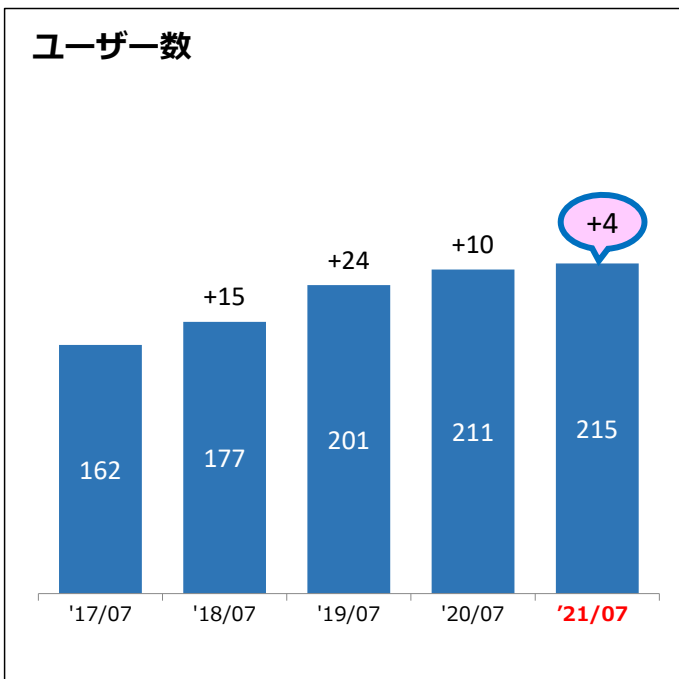
仕入データ



1. 企業間取引における業務効率の追求

基幹EDI ~ユーザー数・接続本数が増加~

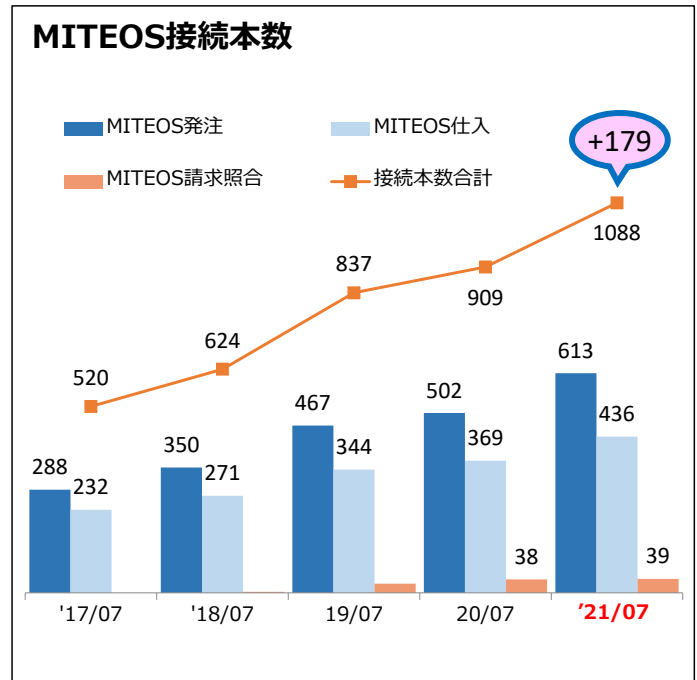
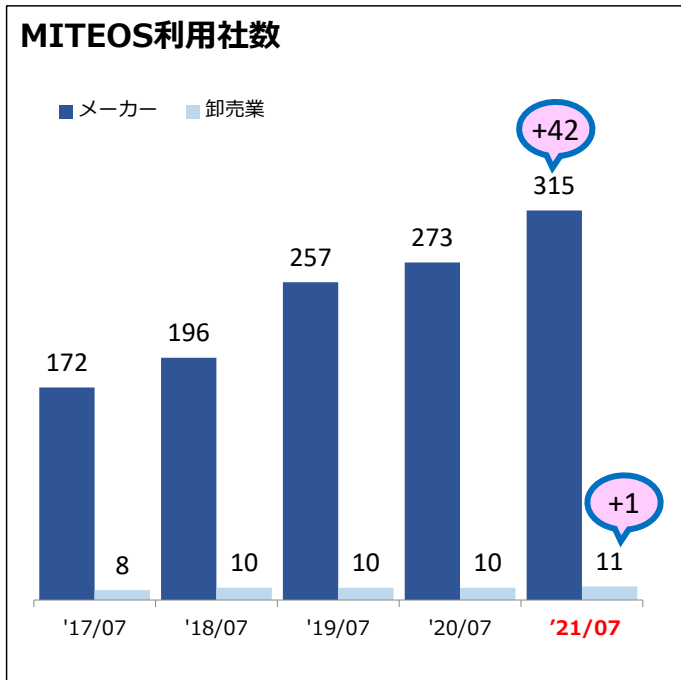
請求照合データ



1. 企業間取引における業務効率の追求

MITEOS ～ユーザーはメーカー300社を突破～

MITEOS



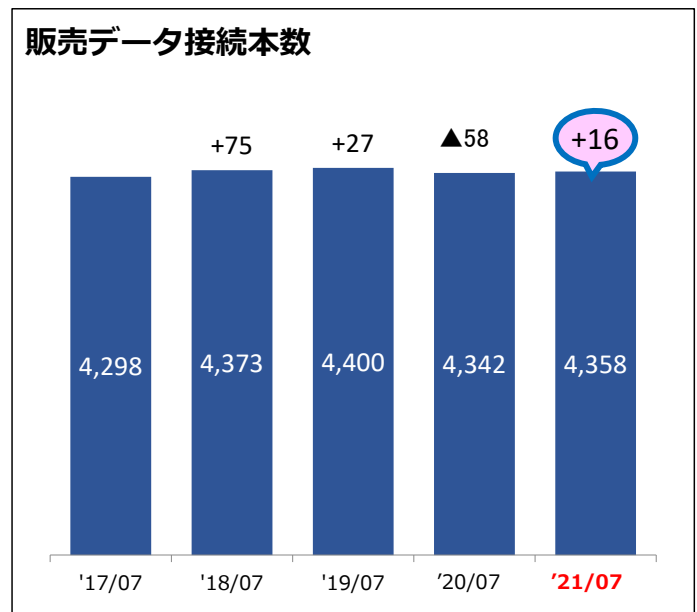
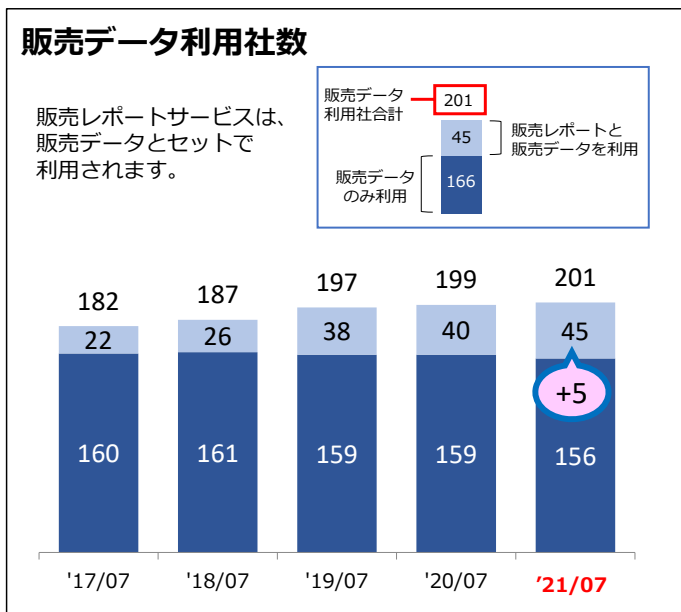
1. 企業間取引における業務効率の追求

販売レポートサービス ～中小規模メーカーの販売データ利用を促進～

■ 販売レポートサービスの利用社数は5社増加、販売データの接続本数も増加

コロナ禍で、ユーザー業務の効率化に直結する発注・仕入・請求照合データの利用が進む

販売レポートサービスの新規導入も少しずつ増え始め、既存ユーザー分の売上も順調に伸びている



1. 企業間取引における業務効率の追求

物流業務に関するEDI

- 標準EDIを一般消費財流通業界の物流業務でも利用いただくことで、物流資源の有効活用、物流業務の効率化への貢献を目指す

<p>新データ種の提供開始</p>	<p>EDIの新しいデータ種である「出荷予定データ※1」を2020年8月に提供開始</p> <p>➡ 大手メーカー、卸売業が利用を開始。 利用拡大の余地は大きいと見込んでおり、普及活動を継続。</p>
<p>概要書を更新</p>	<p>『ロジスティクスEDI概要書Ver.2.0』を2021年1月に発表</p>
<p>今後の取り組み</p>	<p>物流関連のデータ種を順次リリースし、メーカー・卸売業・物流事業者間での具体的な合理化、効率化に資する取り組みを継続</p>

※1 卸売業からの発注に基づき、メーカーの出荷予定情報（システム上の倉庫別引当情報）やASN※2（車両別商品情報、車両情報など）を卸売業に通知するデータ
 ※2 事前出荷案内

1. 企業間取引における業務効率の追求

■ 災害対応訓練を定期的に実施

リスク回避のため運用拠点の分散(2拠点分散)をはかっており、定期的に災害対応訓練を実施しています。

■ 社内にインボイス検討チームを発足

法律・制度改正について最新の情報を収集し、業界全体として必要な対応を見極め、適時適切なサービス提供を通じて業界を支援してまいります。

➡ 適時説明会を開催するなど、情報提供にも努めています。

2. 企業間コミュニケーションの活性化

インバウンド研究会 ～第4期～

■ 中国市場に向けた商品PR研究会

2021年3月から2021年6月にかけて開催

※メーカー 8社参加

<主な目的①>

コロナウイルス収束後に訪日外国人ゲストが戻ってきた際に、日本製品の魅力を効果的にプロモーションするための施策について検証する

<主な目的②>

ECやSNSで世界中のブランドが中国の巨大マーケットでしのぎを削るなか、複数の在日中国人KOC※を招き、中国人目線での商品の評価や中国へ向けたPR方法について直接意見交換することで、今後の製品開発や訴求方法に役立て、日本製品の競争力を高める



※万全の感染対策を施し、開催しました

※ KOCとは、Key Opinion Customer (キー・オピニオン・カスタマー)の略で、自分が体験した商品やサービスに対するレビューをありのままに発信し、口コミを発信する影響力が高い消費者のこと。

3. 流通における情報活用の推進

商品データベース ～新製品カタログを年2回発行～

■ 2021年秋冬号 12,000部発行 (2021年7月)

2009年より13年継続発行 26冊目

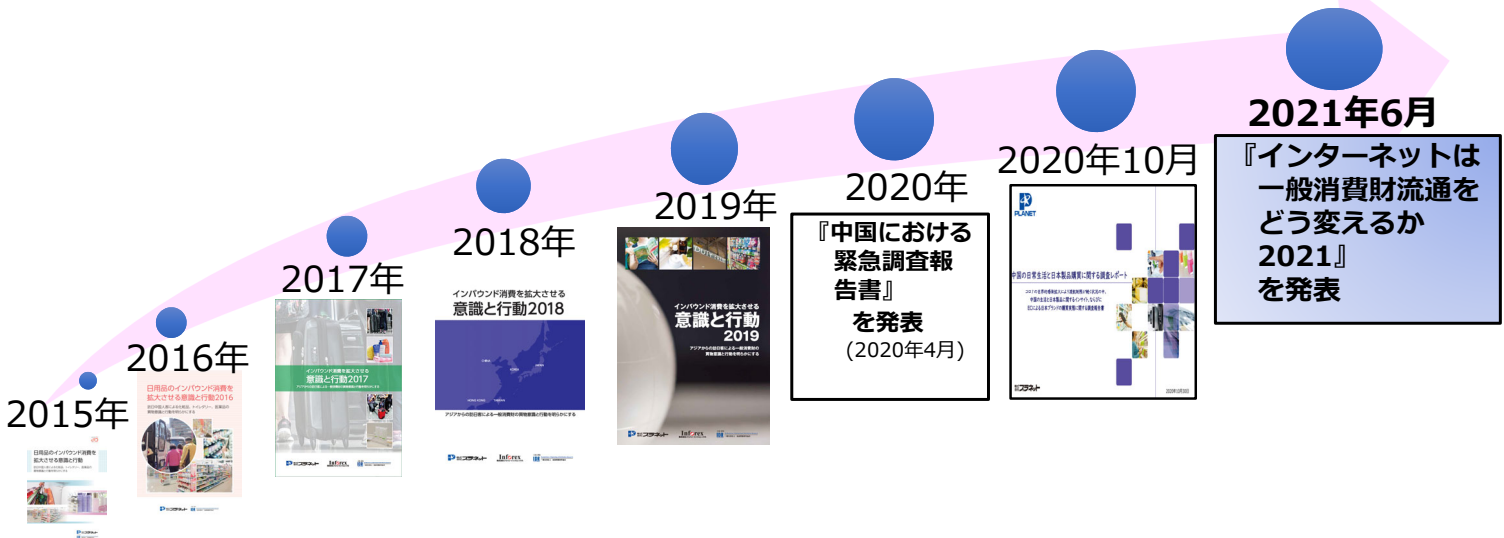


「訴求情報ページ」も掲載中 (※画像はイメージ)

4. 社会に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

- 長引くコロナ禍により、日本国内の人々の日常生活への影響と一般消費財の買い物の変化について調査を実施



4. 社会に役立つ情報の収集と発信

From プラネット ～旬の情報を業界の中立的な立場で収集・月2回発信～

- 2021年2月～2021年7月 調査テーマ トップ10 (当社HP訪問数順)
- 71号 メガネに関する意識調査
- 126号 マイボトル(水筒・マグ)に関する意識調査

順位	テーマ
1	メガネに関する意識調査
2	マイボトル (水筒・マグ)
3	除菌
4	マスク
5	お風呂時間
6	腕時計
7	花や緑のある生活
8	カラオケ
9	入浴
10	お寺・神社

From プラネット Vol.126 <マイボトル(水筒・マグ)に関する意識調査>

女性では約半数が持ち歩くマイボトル。男性にも若年層から浸透中！
～「重い」が From プラネット Vol.71 <メガネに関する意識調査>

国内1,300社超が利用する社長 田上正勝は消費財や調剤に関する意識調査の結果をこ

男性は「メガネ派」、女性はコンタクトと使い分ける「併用派」
～イメチェンにぴったり!? 男性も女性もメガネっ子・メガネ男子にとどまれている～

■ **トレンドに乗って**
外出するとき、飲み物を持ち、空き缶やペットボトルを減らす。マイボトルを推奨する。ふだんマイボトルは特に女性が男性を大きく全年代で半数超。一方、職業別では、「パート・アルバイト」なら男性なら節約効果。何年前からマイボトルを始めたか。男性のほうが女が高くなっています。社会

■ **4人に3人がメガネをかけている**
10月10日は「目の愛護デー」。最近目は守るため、ブルーライト対策用のメガネをかける人も増えている。今回は、メガネに関するアンケートを実施。ふだんメガネをかけているかや、メガネをかける目的・理由、メガネ選びのポイントなどについてまとめた。

■ **表1「ふだんの生活で、メガネ(度数なしメガネ含む)をかけているか」についての回答**

性別	年齢	職業	メガネ派	併用派	コンタクト派	その他
全体	(n=3807)		75.2	62.0		
男性	(n=2101)		77.5	63.3		
女性	(n=1706)		72.9	51.2		
20代	(n=877)		62.1	41.4		
30代	(n=811)		68.2	42.9		
40代	(n=1021)		66.1	46.5		
50代	(n=1200)		78.2	65.9		
60代	(n=908)		84.4	79.1		
70代以上	(n=243)		85.9	86.6		
専業主婦	(n=838)		63.2	55.3		
男性 30代	(n=163)		64.4	49.1		
男性 40代	(n=510)		68.2	52.9		
男性 50代	(n=763)		79.3	70.1		
男性 60代	(n=445)		85.3	81.4		
男性 70代以上	(n=282)		86.5	86.5		
女性 30代	(n=408)		61.2	30.6		
女性 40代	(n=538)		71.5	40.3		
女性 50代	(n=511)		63.6	39.1		
女性 60代	(n=377)		76.4	58.8		
女性 70代以上	(n=210)		81.0	72.4		
職業 70代以上	(n=41)		88.0	87.0		

ユーザーやメディアから、引用に関する問い合わせが増加
 当社の業界内外での認知度向上に貢献

株式会社プラネット
経営本部 経営企画部 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を負いません。

参考資料

経営指標の推移

主なEDIサービス利用企業

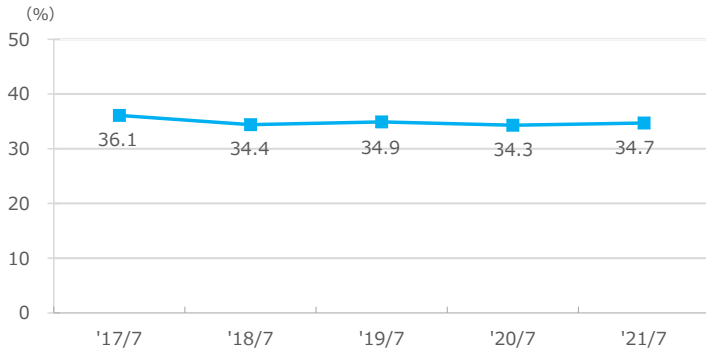
商品データベース

関係会社（株）True Dataの概要

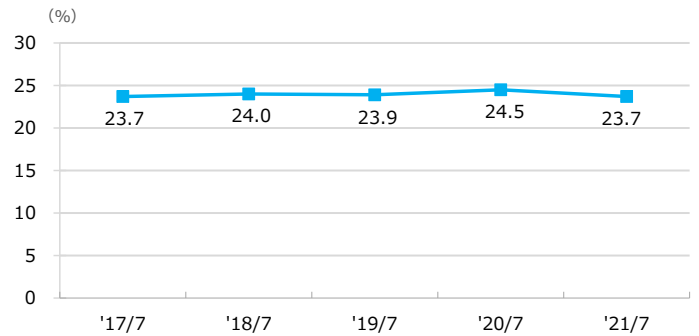
上港EDIチャイナトレーディング

ダブルフロンティア（株）

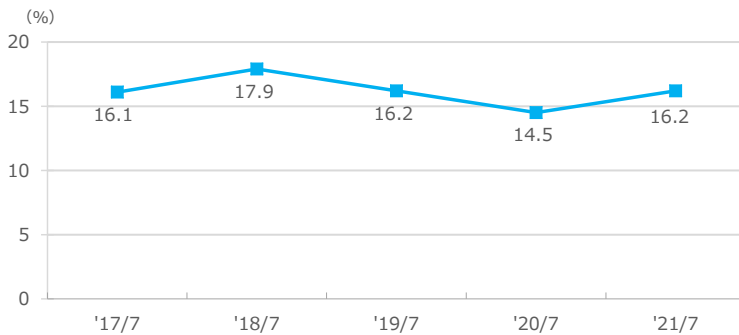
■ 原価率



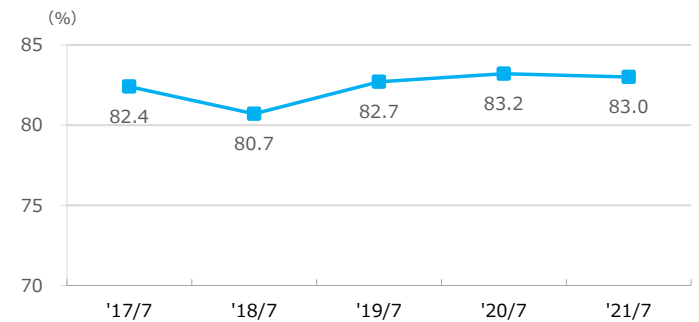
■ 売上高経常利益率



■ 売上高当期純利益率



■ 自己資本比率



■ メーカー

計 786社

日用品、化粧品	
アース製薬(株) エステー(株) (株)ファイントゥデイ資生堂 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) コーセーコスメポート(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)P&Gスクリン P & G ジャパン(有) 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) いなほペットフード(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(株)	P & G ジャパン(有) (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

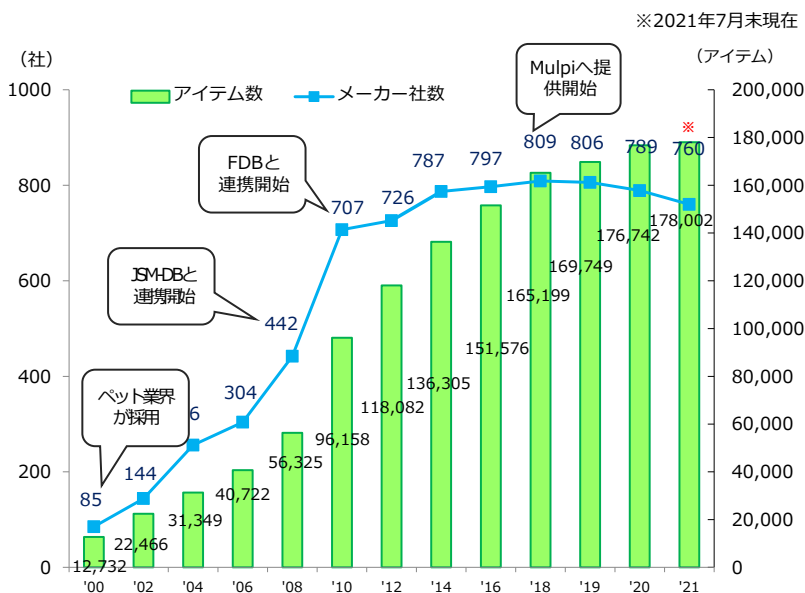
計 498社

日用品、化粧品	
(株)麻友 (株)あらた イーライフ共和(株) (株)井田商国堂 (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)トゥディック (株)東流社 (株)ときわ商会 ハリマ共和物産(株) (株)PALTAC 広島共和物産(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) ジャベル(株) 三井食品(株)	三益食品(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) イワキ(株) (株)大木	(株)ダイコー沖縄 東邦薬品(株) 中北薬品(株) (株)PALTAC (株)リートヘルスケア
など	
介護用品	
(株)同仁社 (株)トーカイ	日本エンゼル(株) (株)ムトフ
など	

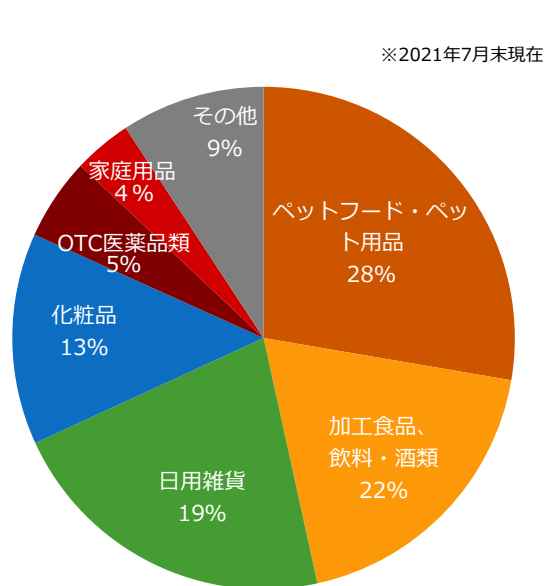
※2021年7月末現在 社名は50音順

～メーカー登録で信頼できる商品情報を提供～

登録メーカー・アイテム数の推移



商品カテゴリ毎の登録内訳



JSM-DB : セルフメディケーション・データベースセンターが運営するOTC医薬品のデータベース
 FDB : 株式会社ジャパン・インフォレックスが運営する酒類・加工食品のデータベース
 Mulpi : 一般財団法人 流通システム開発センターが提供する多言語商品情報提供サービス

※長年データ更新のないメーカーの状況を確認し、メンテナンスの継続ができない企業の登録を削除したため、メーカー数が大幅に減少

関係会社 株式会社True Dataの概要



True Data

所在地：東京都港区芝大門1-10-11 芝大門センタービル 4階

URL : <https://www.truedata.co.jp/>

設立：2000年10月10日

資本金：11億6,051万円

代表者：代表取締役社長 米倉 裕之 (よねくら ひろゆき)

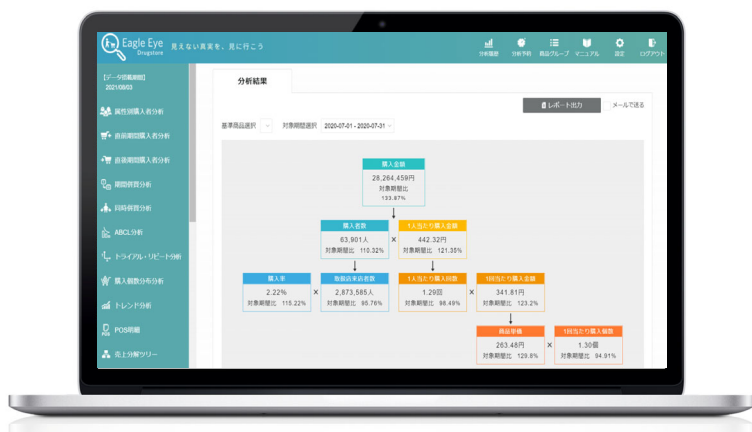
主要株主：

(株)プラネット、(株)INCJ、(株)デジタルガレージ、AGB Nielsen Media Research B.V.、
 第一生命保険(株)、(株)タケオホールディングス、(株)ドコモ・インサイトマーケティング、
 (株)博報堂、(株)博報堂プロダクツ、(株)インテック

事業内容：

国内最大規模の購買情報を扱うビッグデータプラットフォーム。POS/ID-POSをはじめとしたデータ分析のほか、小売業、消費財メーカー向け購買行動分析ソリューションなどの開発・提供、データマーケティング支援。

株式会社True Data の イーグルアイ



■リアル消費を見抜く購買行動分析ツール

「イーグルアイ」は、日本最大級・年間6,000万人規模のアクティブ会員の消費者購買情報データベース「True Data」と連動し、全国のドラッグストア・スーパーマーケットにおける消費者の購買行動（ID-POS）を手軽に分析できる、消費財メーカー向けツールです。

「属性別購入者分析」、「同時併買分析」、「トライアル率／リピート率」など、顧客軸の購買行動を表す多彩な分析を組み合わせ、さまざまな切り口から自社・他社製品を詳しく把握できます。

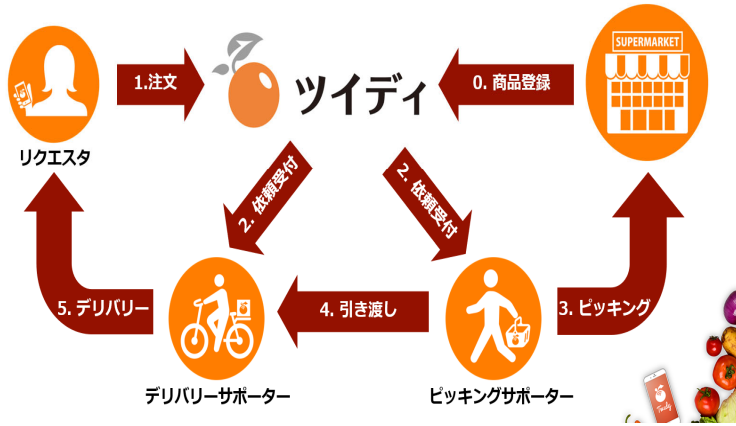
上港EDIチャイナトレーディング

日中間の流通イノベーションの実現に向けた取り組み

- 設立から4年
- 貿易事業は単年黒字
- 中国国営企業向けの業務ルート販売などニッチなビジネスを通じて、引き続き、企業としての基礎固めをしている
- マスクや消毒液など感染症予防関連商品も取り扱っている

買い物代行サービス「Twidy」

サービスの流れ



当社は、ダブルフロンティアの「買い物弱者問題」の解決を目指したサービス「Twidy」が一般消費財市場の活性化と社会貢献に繋がると考え、2018年に出資しました。