

決算説明会

2022年7月期（第37期）
（2021年8月1日～2022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	2ページ
■ 決算概要	27ページ
■ 事業報告	35ページ
■ 参考資料	55ページ

会社概要

会社概要

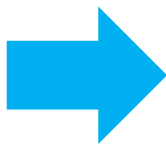


会社名	株式会社プラネット（英文社名：PLANET, INC.）
事業内容	EDI（電子データ交換）基幹プラットフォームの構築・提供・運用
所在地	東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル3階
設立年月日	1985年8月1日
代表者	代表取締役社長 田上 正勝
資本金	4億3,610万円
純資産	51億6,126万円
上場市場	東証スタンダード(証券コード：2391)
従業員数	45名
決算期	7月末

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	エステー化学 (現 エステー)
資生堂	牛乳石鹸共進社
サンスター	
ジョンソン	

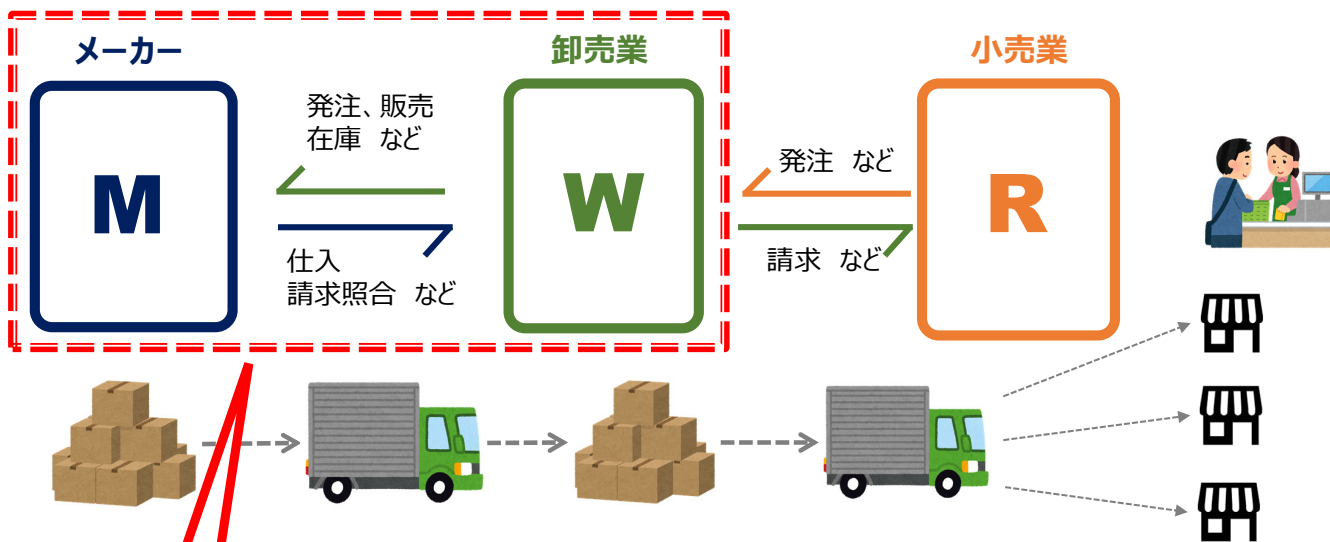


インテック

ネットワーク運用
と監視業務を委託

当社の事業について

基幹EDIの概念図



メーカー・卸売業間の流通の効率化に貢献

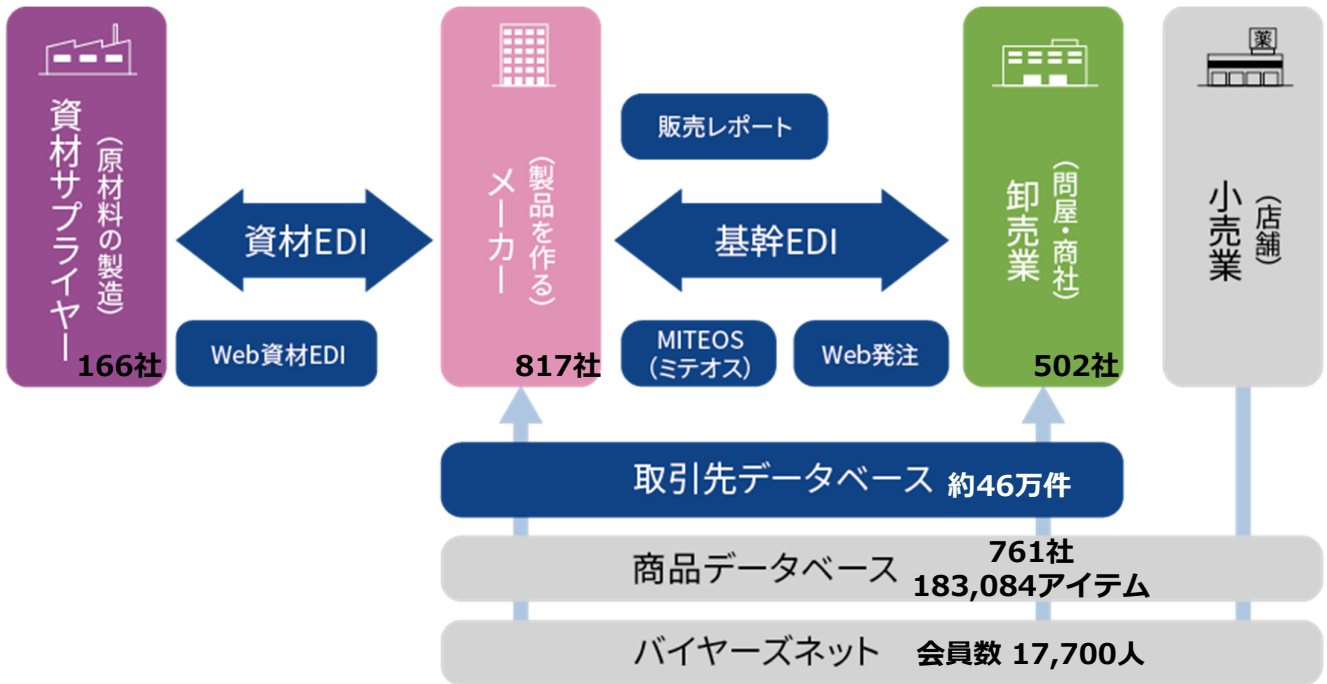


当社の事業について

原料 容器
包装・梱包資材
など

日用品 化粧品 ペットフード ペット用品 OTC医薬品
家庭紙 消耗家電 家庭用品 理美容 介護用品
ベビー用品 衛生用品 健康食品 軽衣料 など

総合小売
ドラッグストア
ホームセンター など



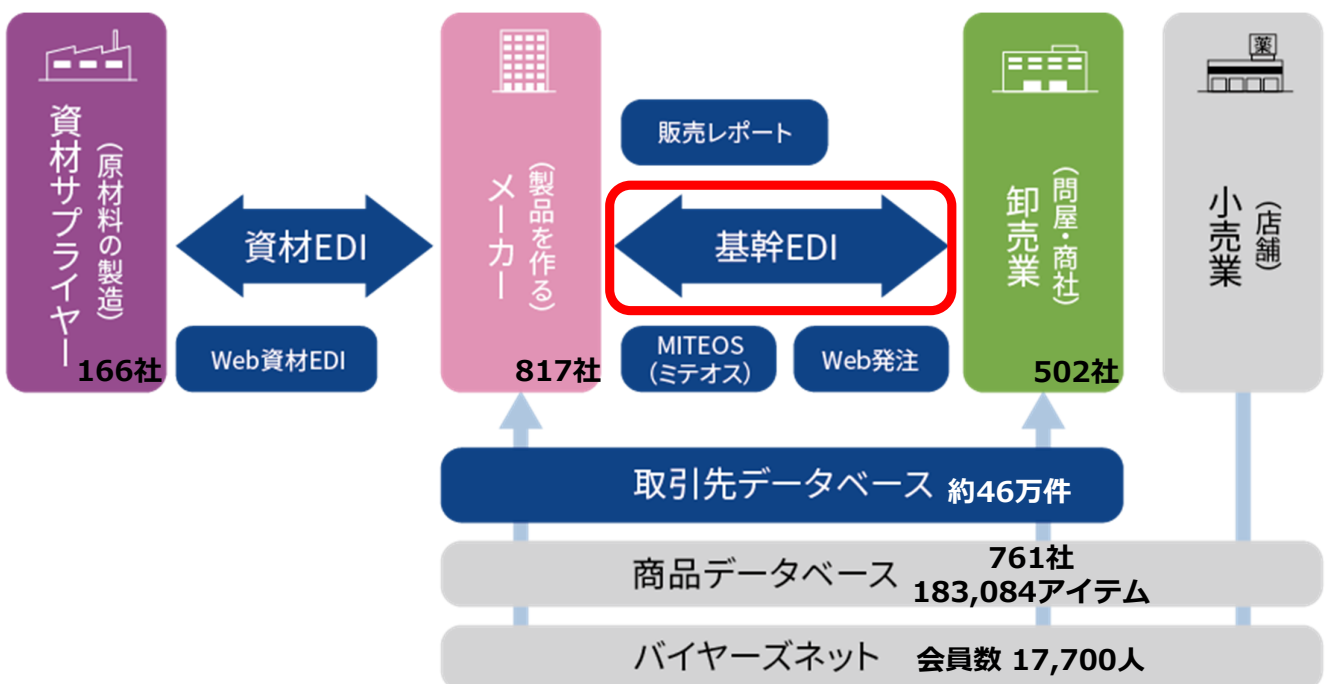
※利用実績は2022年7月末現在

当社の事業について

原料 容器
包装・梱包資材
など

日用品 化粧品 ペットフード ペット用品 OTC医薬品
家庭紙 消耗家電 家庭用品 理美容 介護用品
ベビー用品 衛生用品 健康食品 軽衣料 など

総合小売
ドラッグストア
ホームセンター など



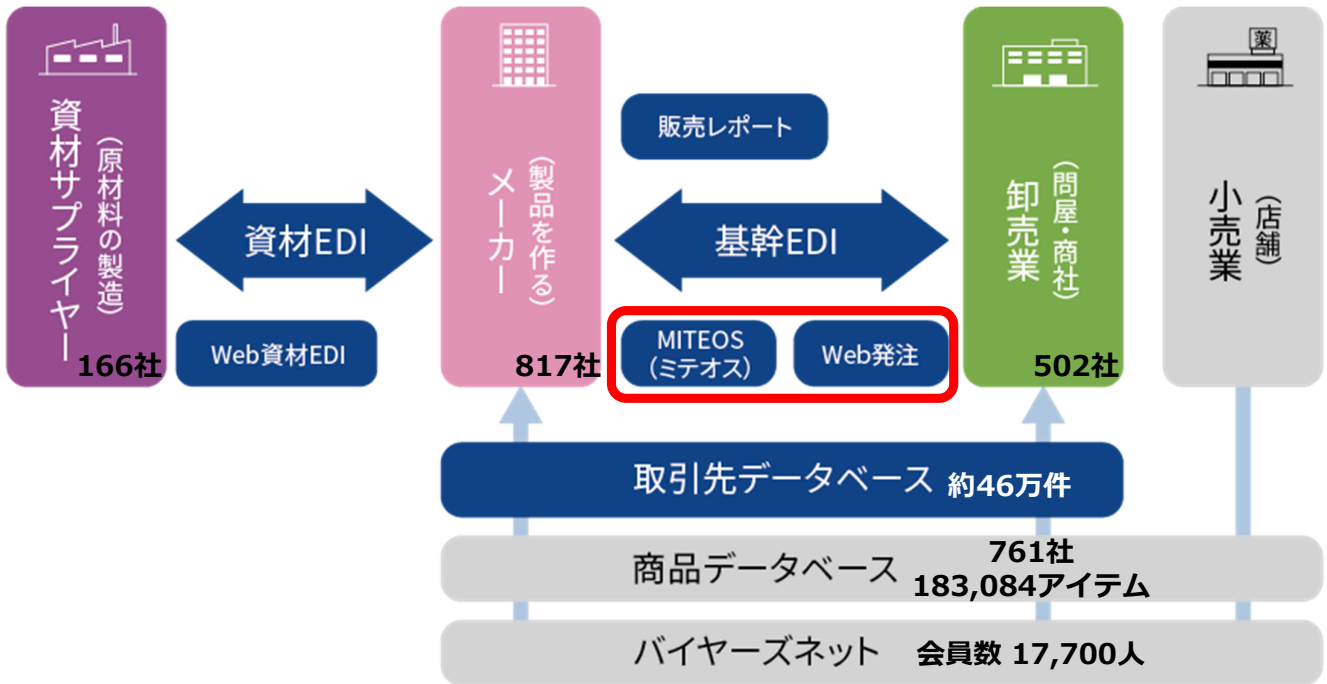
※利用実績は2022年7月末現在

当社の事業について

原料 容器
包装・梱包資材
など

日用品 化粧品 ペットフード ペット用品 OTC医薬品
家庭紙 消耗家電 家庭用品 理美容 介護用品
ベビー用品 衛生用品 健康食品 軽衣料 など

総合小売
ドラッグストア
ホームセンター など



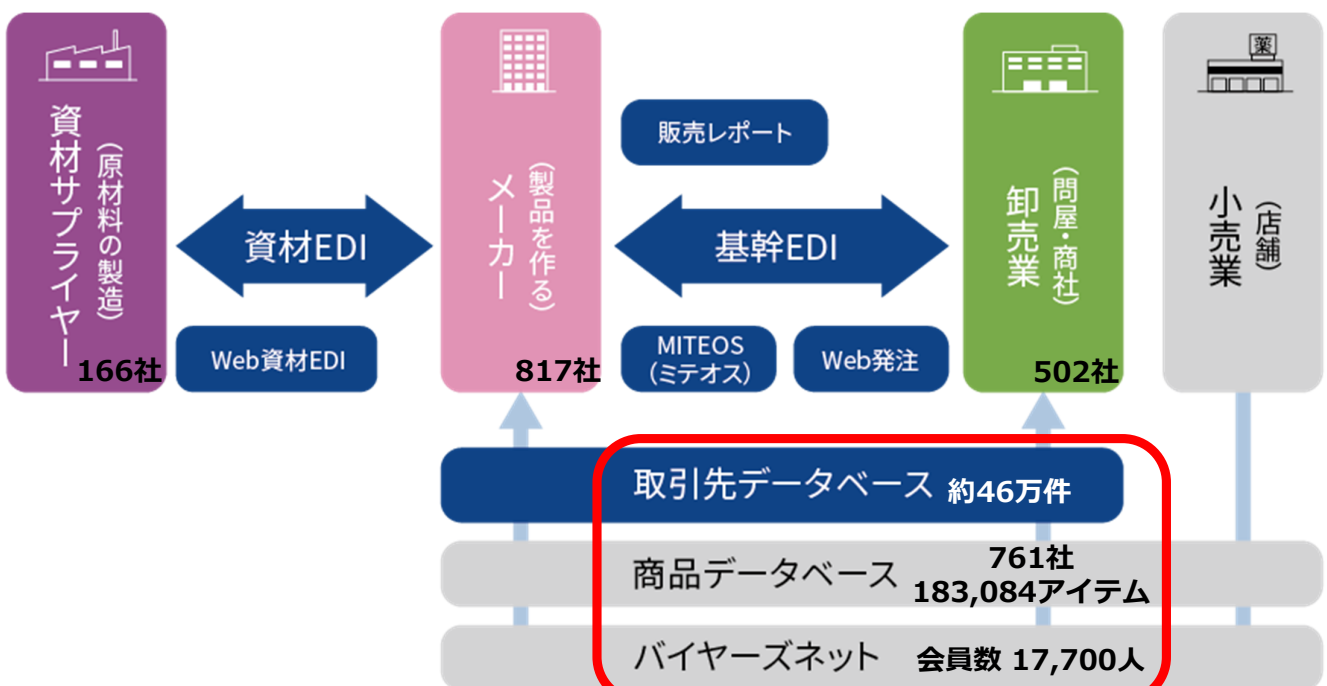
※利用実績は2022年7月末現在

当社の事業について

原料 容器
包装・梱包資材
など

日用品 化粧品 ペットフード ペット用品 OTC医薬品
家庭紙 消耗家電 家庭用品 理美容 介護用品
ベビー用品 衛生用品 健康食品 軽衣料 など

総合小売
ドラッグストア
ホームセンター など



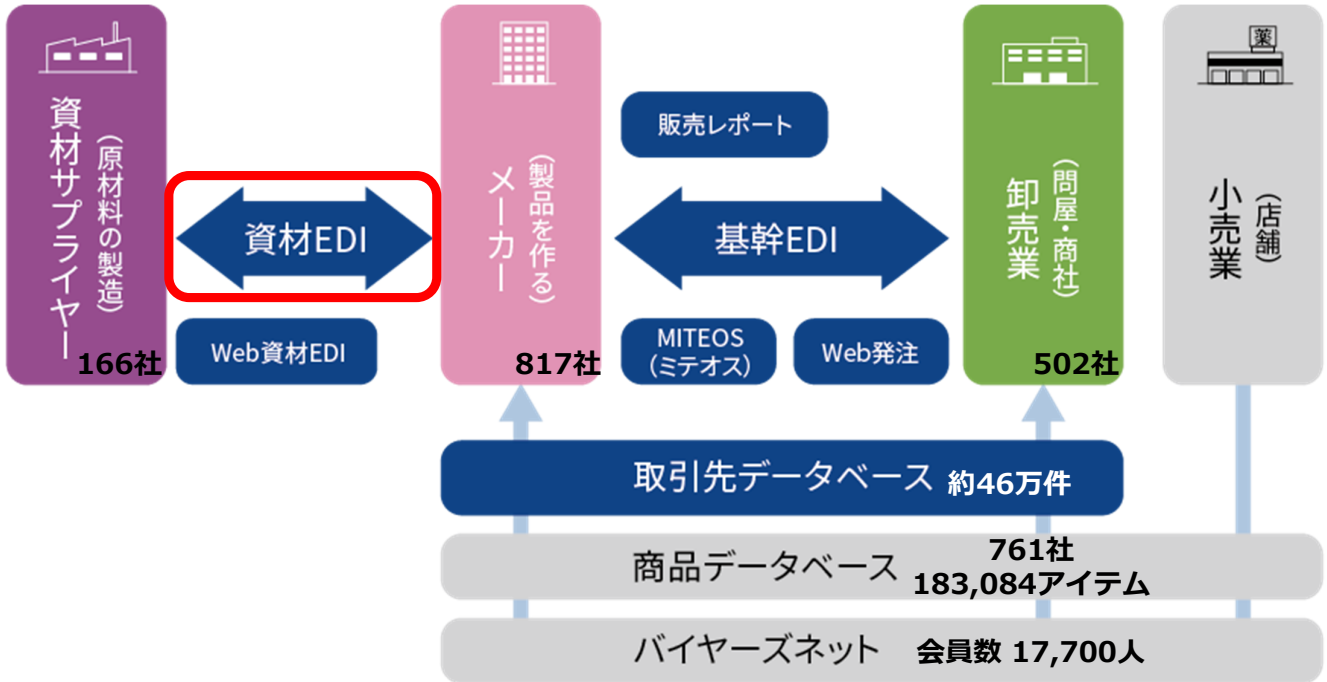
※利用実績は2022年7月末現在

当社の事業について

原料 容器
包装・梱包資材
など

日用品 化粧品 ペットフード ペット用品 OTC医薬品
家庭紙 消耗家電 家庭用品 理美容 介護用品
ベビー用品 衛生用品 健康食品 軽衣料 など

総合小売
ドラッグストア
ホームセンター など



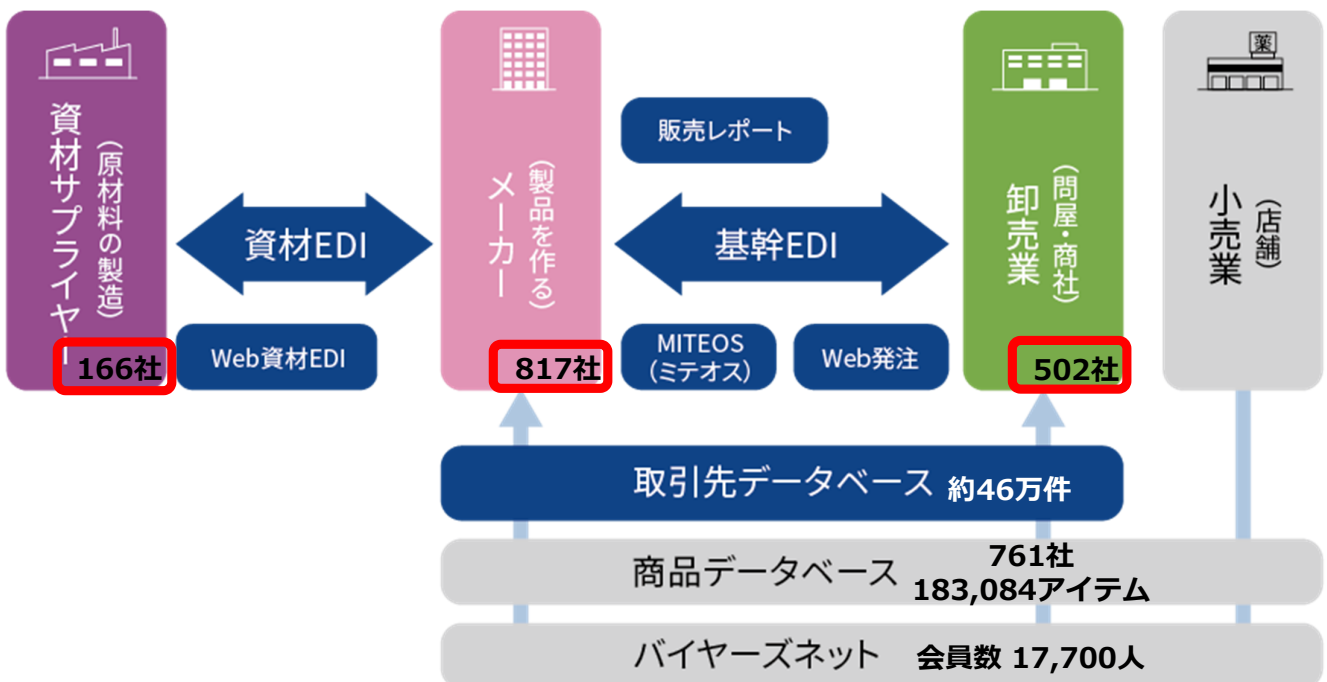
※利用実績は2022年7月末現在

当社の事業について

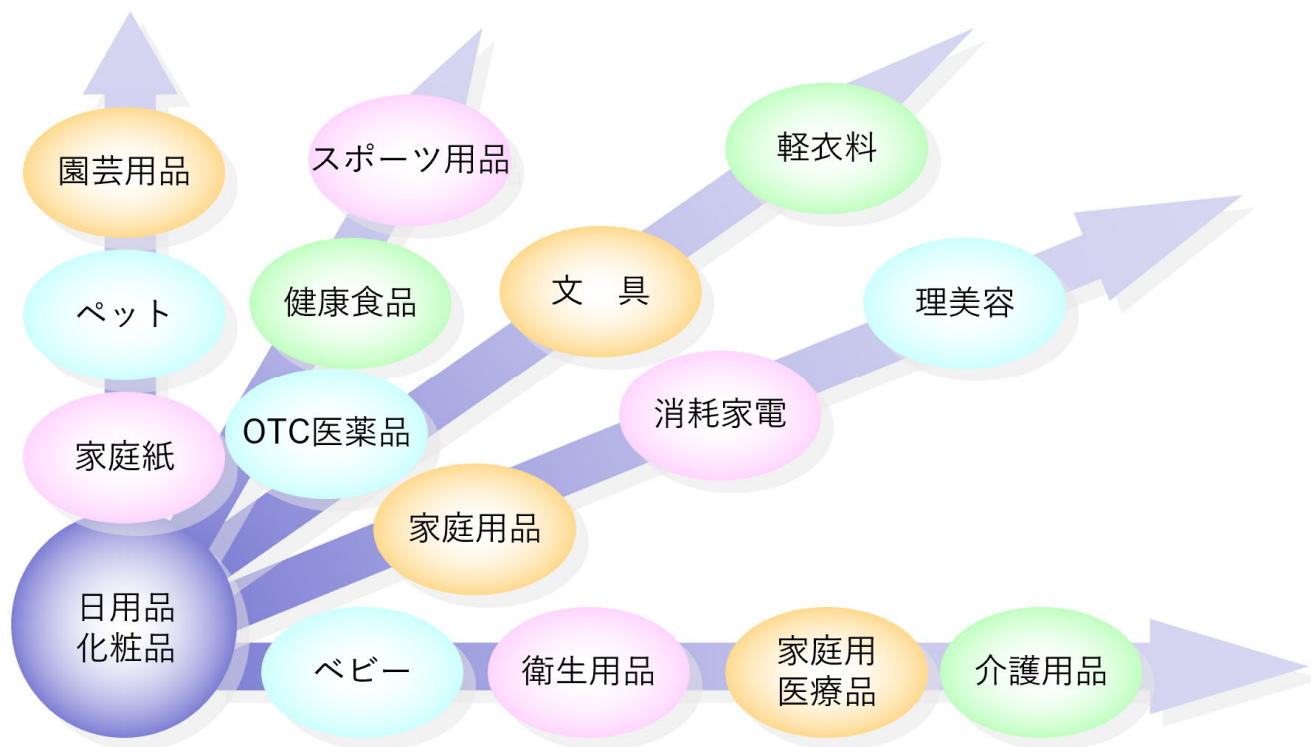
原料 容器
包装・梱包資材
など

日用品 化粧品 ペットフード ペット用品 OTC医薬品
家庭紙 消耗家電 家庭用品 理美容 介護用品
ベビー用品 衛生用品 健康食品 軽衣料 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2022年7月末現在



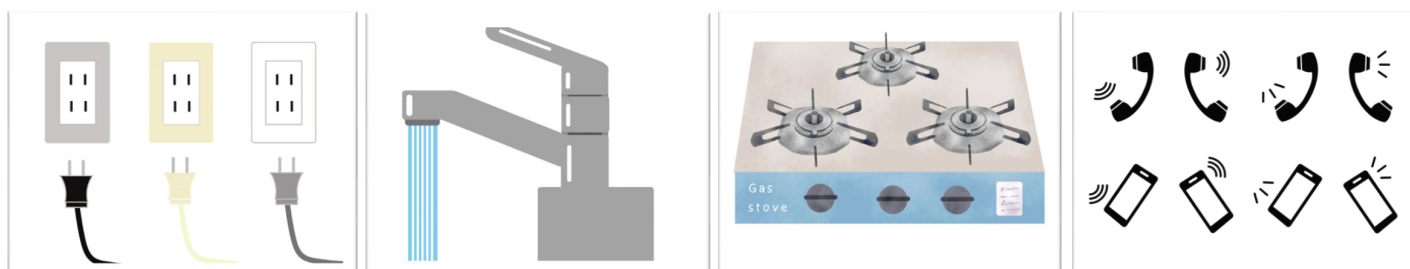
隣接業界へ緩やかに展開

当社が選ばれる理由

- ① 徹底した標準化
- ② 利用企業の多さ
- ③ サービスの安全性と継続性

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

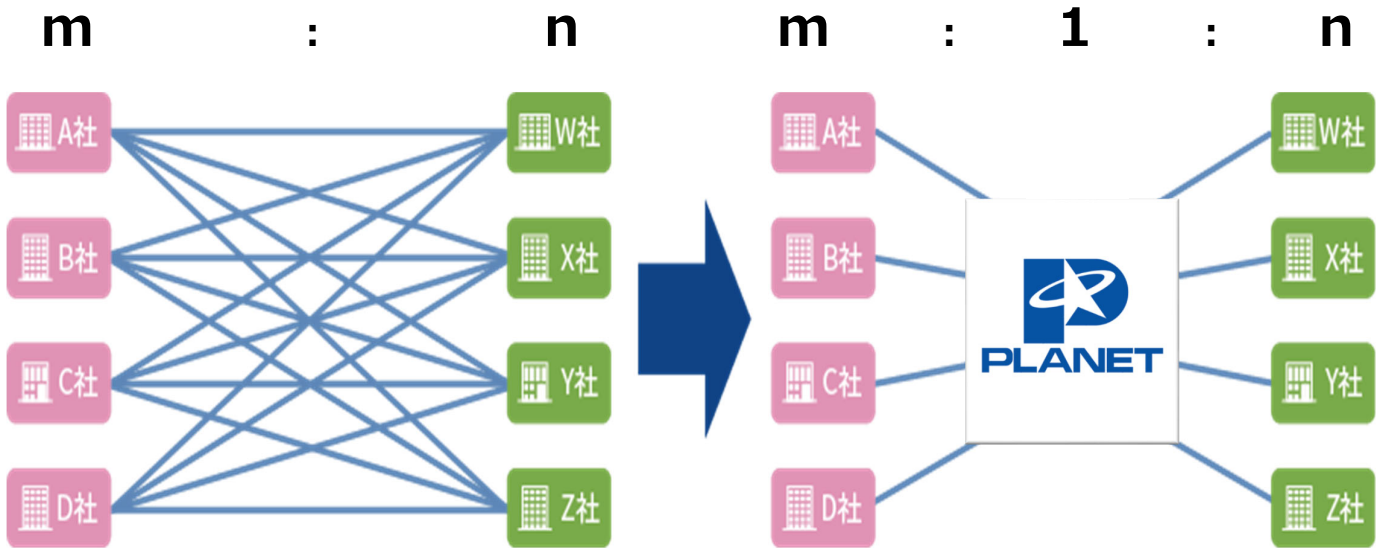
例えば、電気は電圧、周波数の規格や
コンセントの形状が決まっているため、
私たちは市販の家電製品をそのまま使うことが可能



当社の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、多くの企業が取引データの
交換を効率的に行えるよう支えている

標準化されたサービスによって
流通の効率化と多様性に貢献

プラネットの存在意義

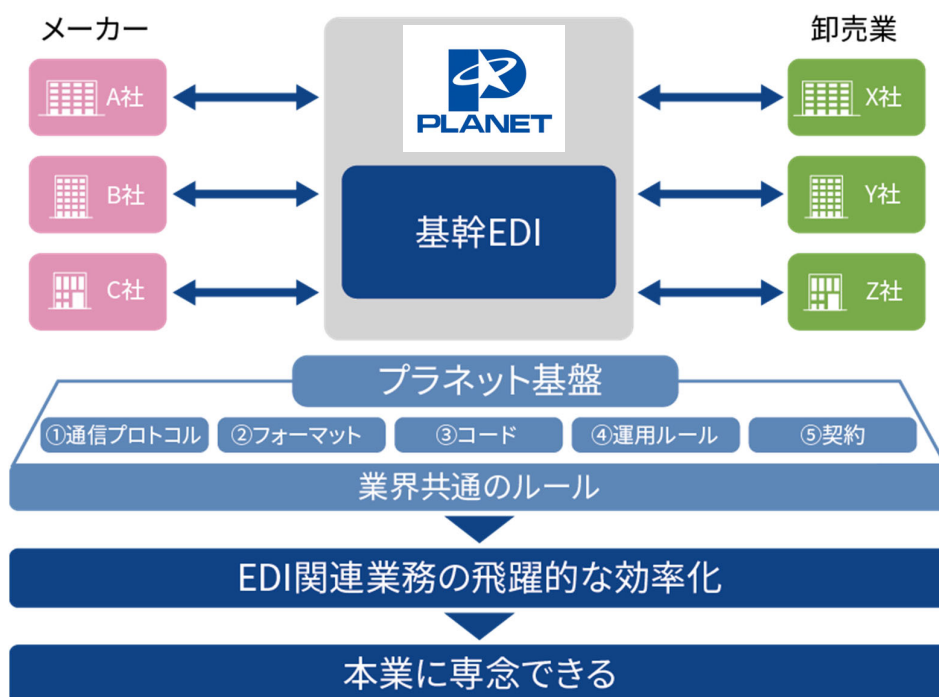


取引先の数 = 接続数

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



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

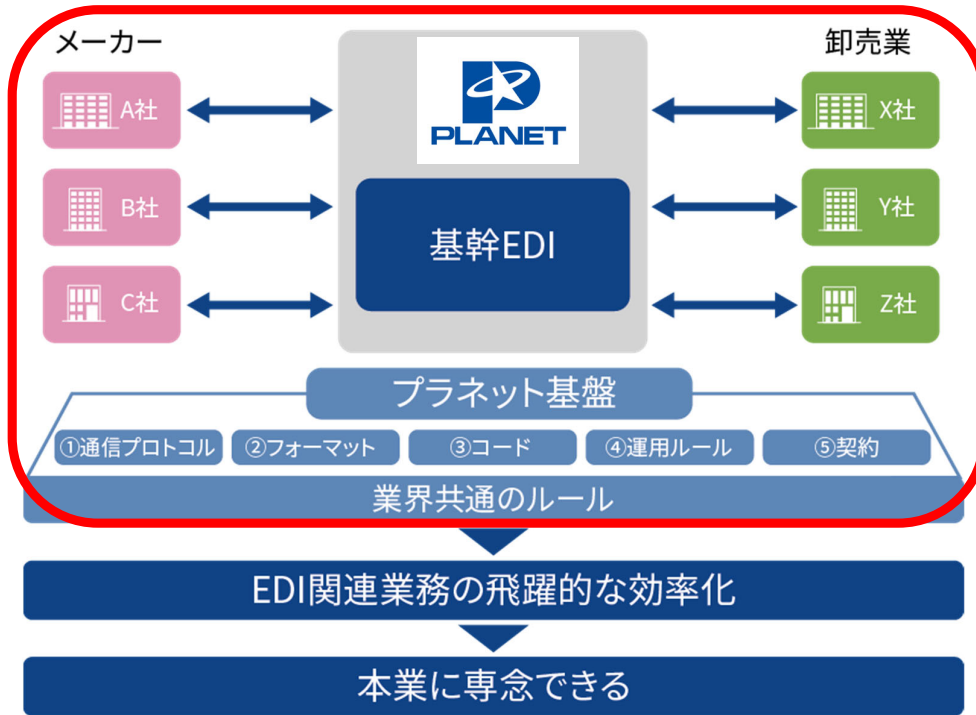
<使いやすさ>

- ・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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開



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

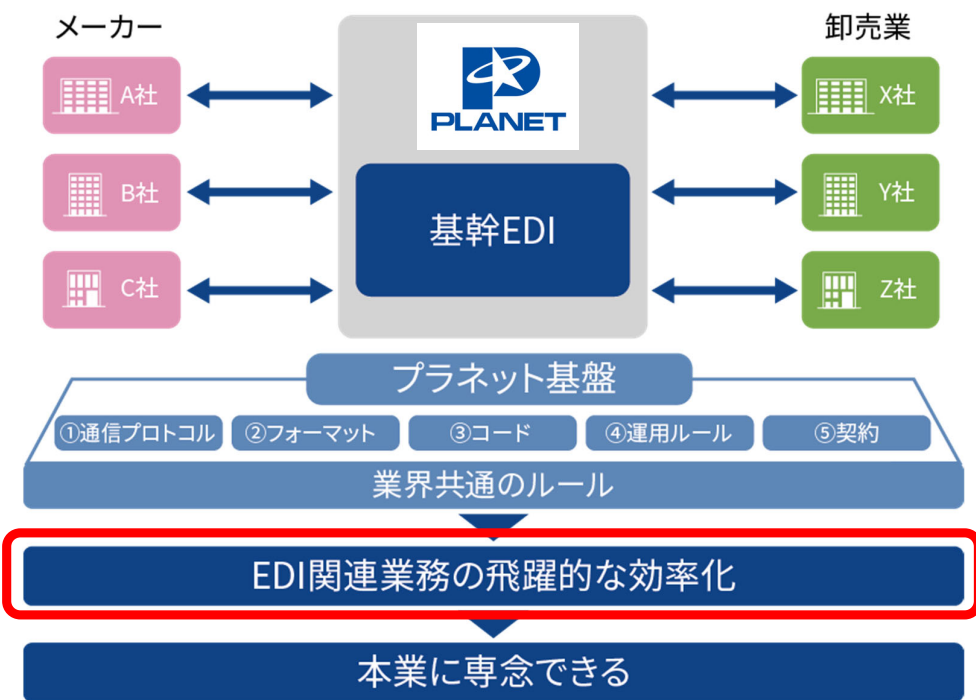
<使いやすさ>

- ・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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開



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

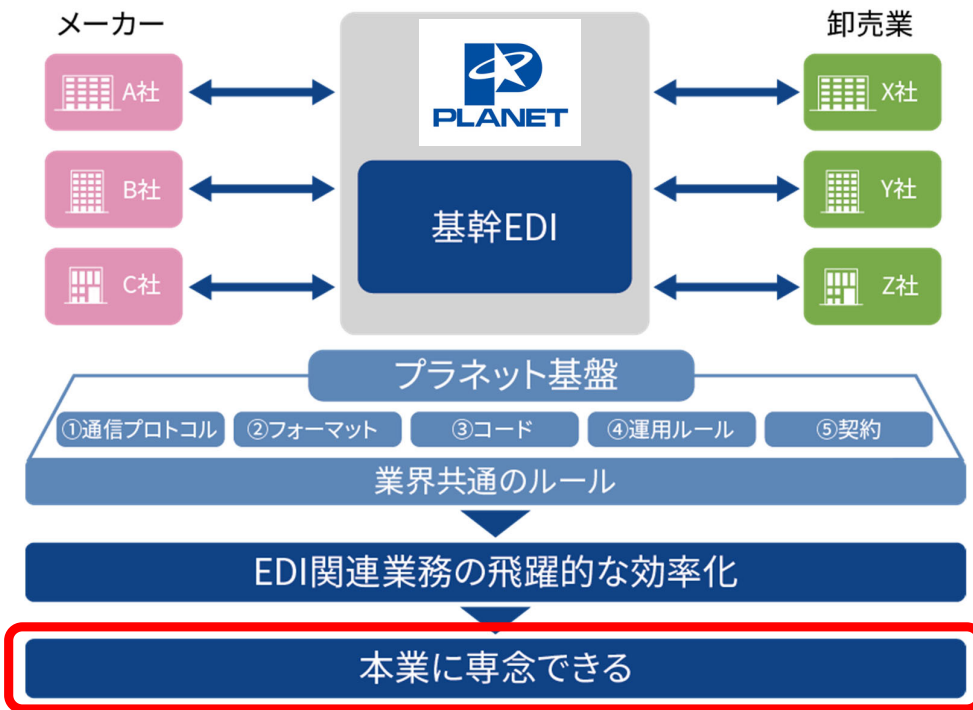
<使いやすさ>

- ・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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開



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

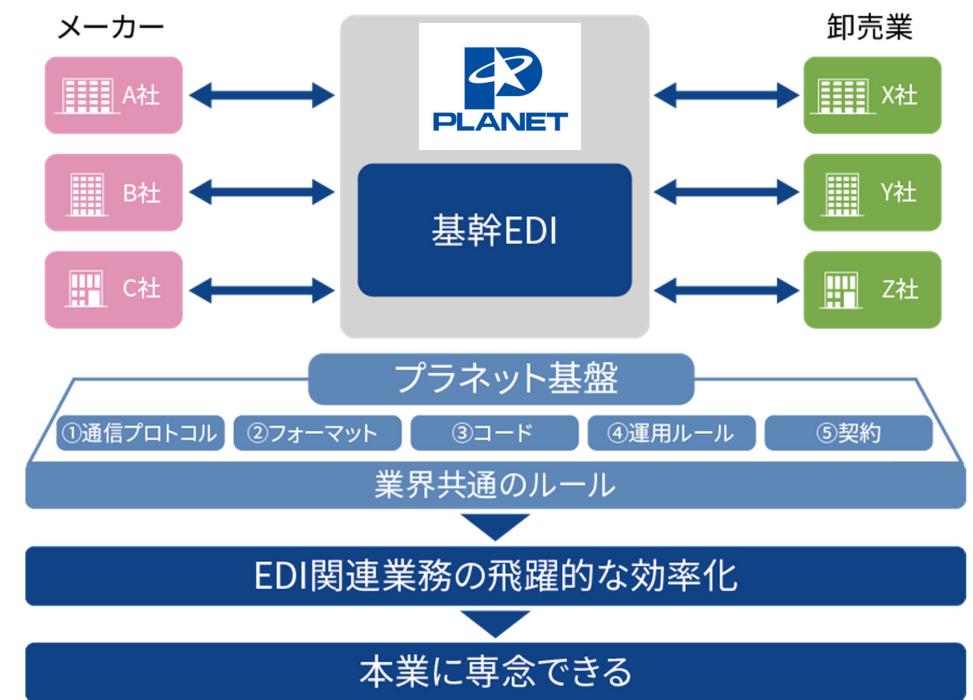
<使いやすさ>

- ・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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開



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

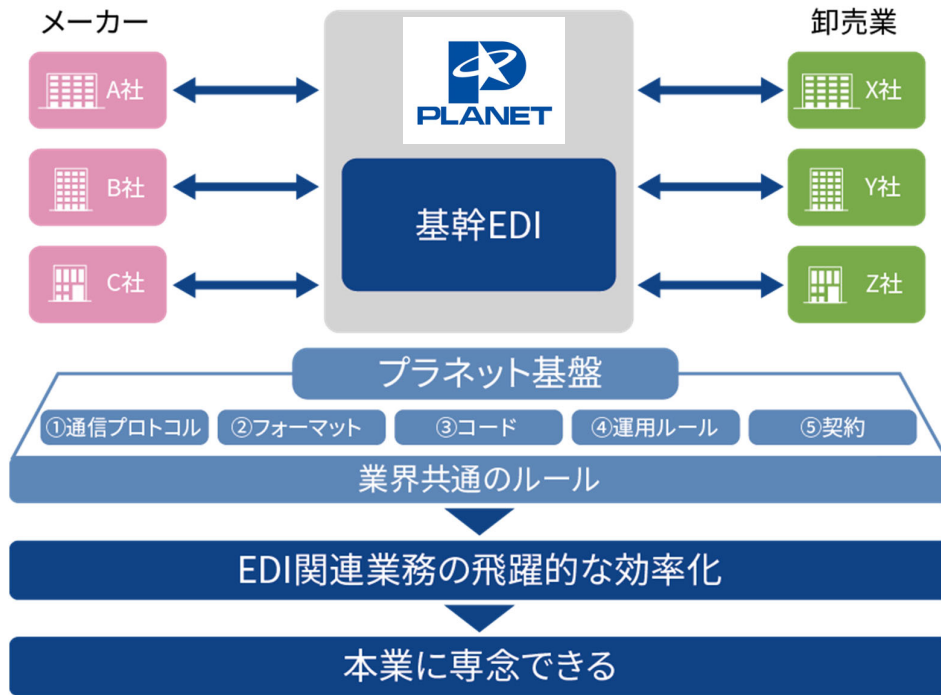
<使いやすさ>

- ・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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開



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

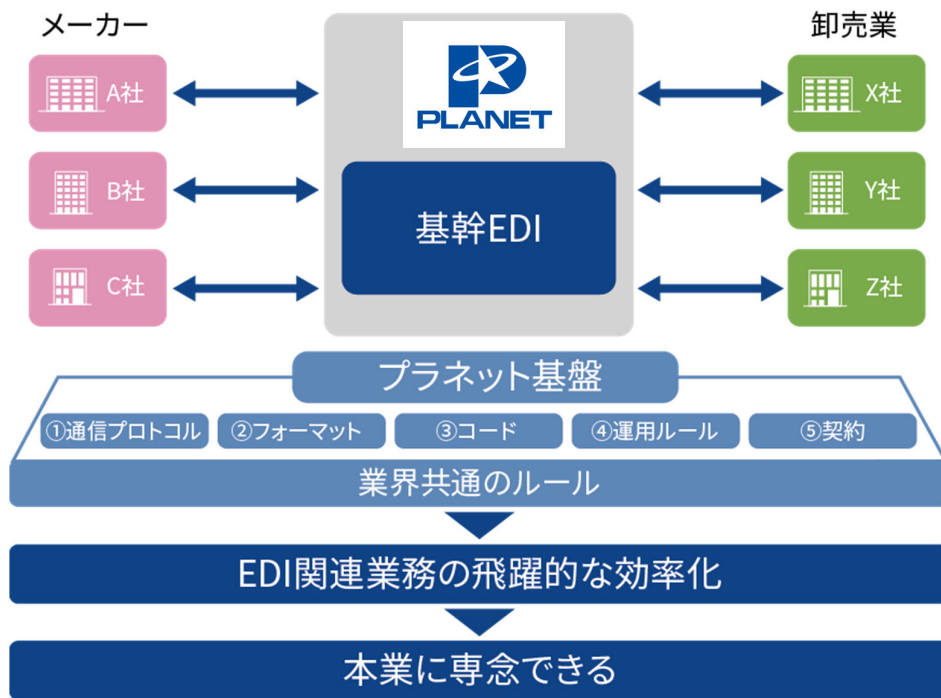
<使いやすさ>

- ・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

徹底した標準化で継続性の高いEDI事業を展開



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>

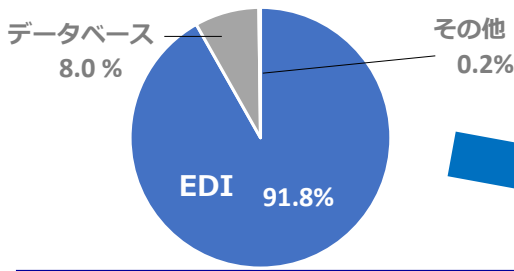
- ・24時間稼働
- ・認証局
- ・コールセンター
- ・導入サポート
- ・取引先コード管理
- ・商品コード管理
- ・データ変換処理

<将来性>

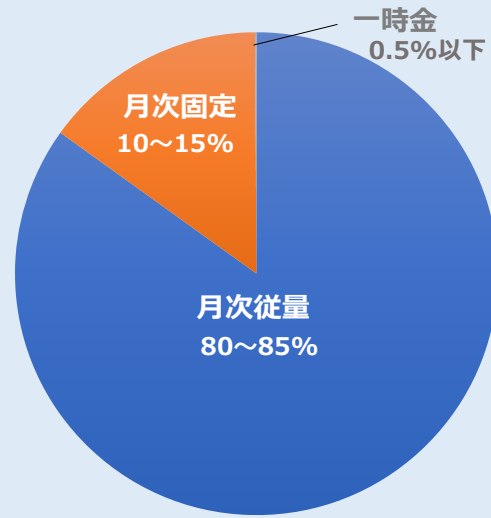
- ・仕様の変更・改善
- ・次世代技術の調査・研究
- ・ニーズの調整・とりまとめ

■ 当社のEDI事業の料金体系

現在の事業別売上割合



EDI事業の売上構成比 ※概算



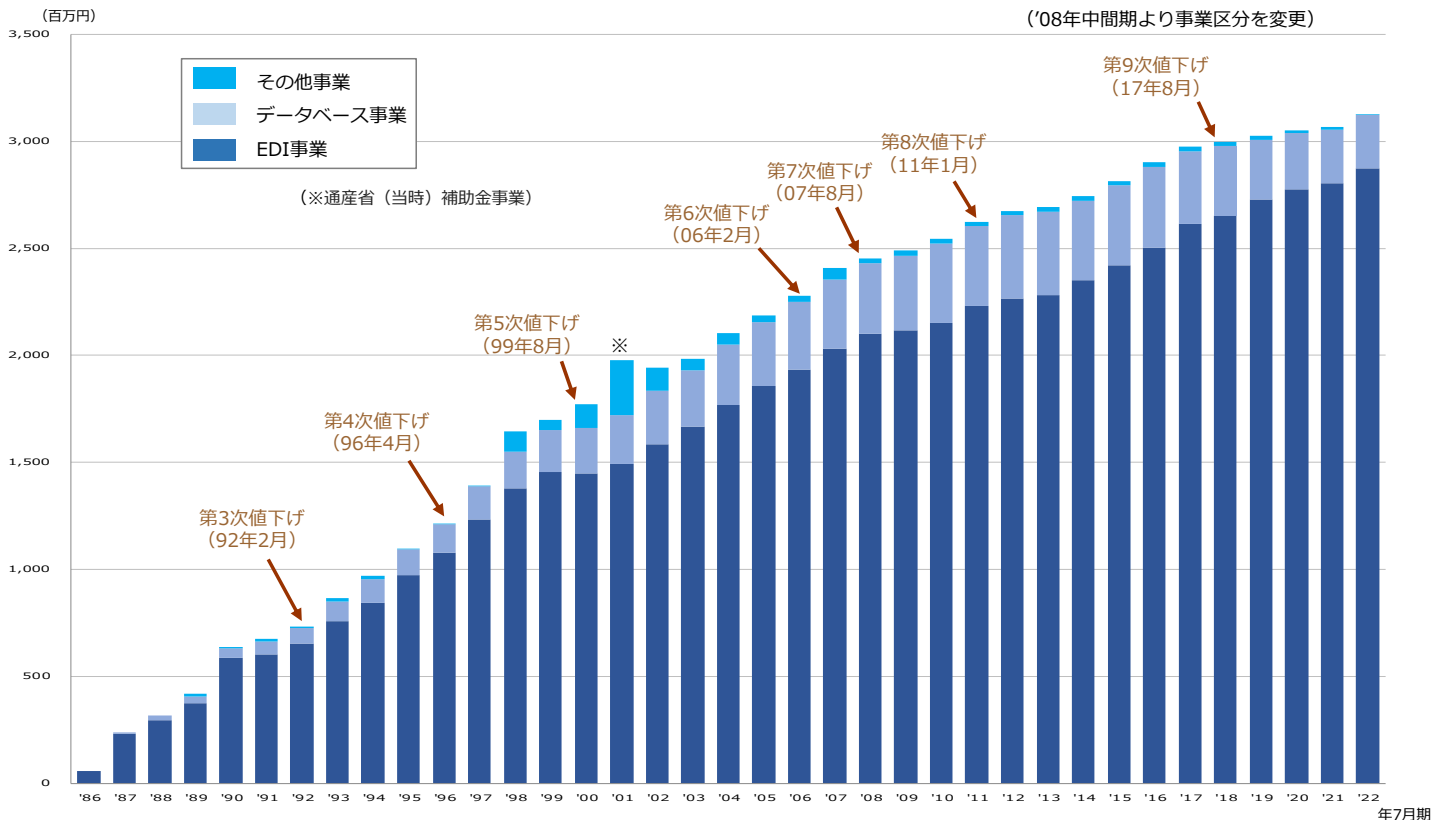
- 企業規模に関係なく同一サービス・同一料金
- 創業当初は月次固定(基本料金)の金額の割合も高く、利用できる企業が限られていた

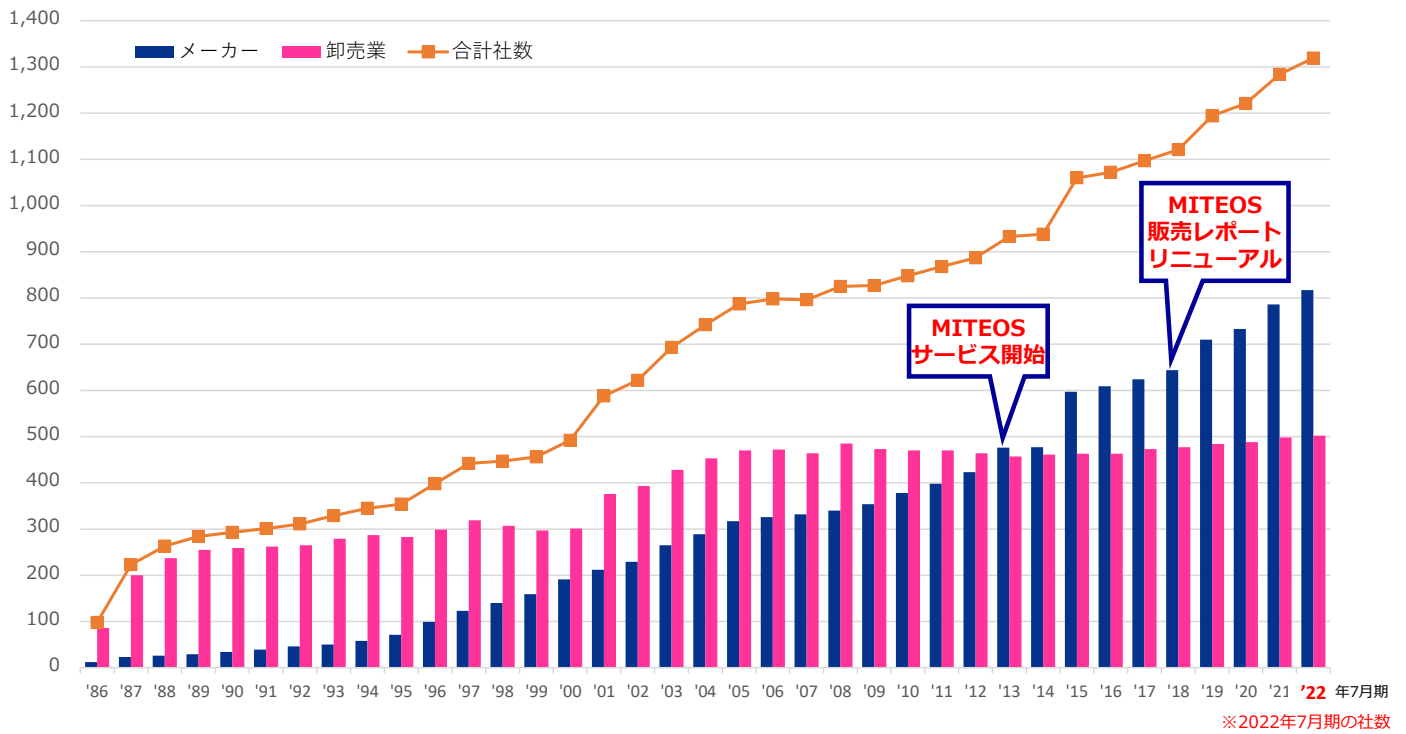
値下げや料金体系を変え、利用のハードルを下げ、ユーザーの裾野拡大とデータ量の増加を促す

安定した売上成長を実現

- 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

安定した売上成長性





決算概要

2022年7月期 (2021年8月1日～2022年7月31日)

業界の状況	<p><新たな生活様式や消費活動></p> <ul style="list-style-type: none">・ 自宅時間増 → 高機能商品購入増 ペット関連商品の需要増・ ワクチン接種後の副反応対策 → 解熱鎮痛薬の特需・ 一部の化粧品・OTC医薬品 → コロナ禍における需要減少の影響が残るものの、行動制限の緩和などにより市場は徐々に回復傾向 <p>先行きが不透明な状況でも盤石な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</p>
当社の対応	業界全体が元気になるよう、中小企業を含めて幅広い企業の業務効率化につながる、EDIの普及活動を継続

2022年7月期 – 業績ハイライト

- 売上高は31億3千万円（前期比+2.1%）
- 営業利益、経常利益ともに微増益
 - ➔ 研究開発費や業務委託費などが増加したものの、全体としては前期並みに費用を抑えることができたため
- 当期純利益は増益
 - ➔ 投資有価証券売却益などを計上したため
- 基幹EDIの利用社数は、メーカー・卸売業ともに増加

2022年7月期の業績概要

- 売上高は「基幹EDI」と「販売レポートサービス」の売上増加に支えられ、前期比+2.1と増収で着地
- 売上原価を前期並みに抑えることができたことにより、営業利益は705百万円（前年同期比 0.0%増）
- 投資有価証券売却益などの計上により、当期純利益は526百万円（前年同期比 5.6%増）

単位：百万円	2021年7月期 (実績)	2022年7月期 (実績)	前期比	2022年7月期 (期首計画)	計画達成率
売上高	3,066	3,130	+2.1%	3,090	+1.3%
営業利益	705	705	+0.0%	675	+4.4%
営業利益率	23.0%	22.5%	-0.5pt	-	-
経常利益	726	732	+0.8%	690	+6.1%
当期純利益	498	526	+5.6%	470	+11.9%

2022年7月期の業績概要

事業別売上高

■ EDI事業 2,874百万円（対前年同期比2.4%増）

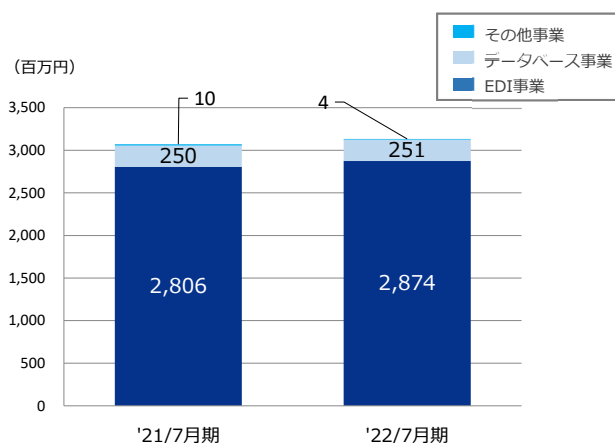
- ・「基幹EDIサービス」「MITEOS」「販売レポートサービス」を拡販

■ データベース事業 251百万円（同0.4%増）

- ・EDIフォーマット切り替え促進のために取引先データベースの一部料金を無料にする施策により減少していた売上が下げ止まり

■ その他事業 4百万円（対前年同期比53.3%減）

- ・バイヤーズネットの一部サービス(バイヤーズルームなど)終了で売上減



	2021年7月期(第36期)実績		2022年7月期(第37期)実績		
	(百万円)	対売上比(%)	(百万円)	対売上比(%)	前年同期比(%)
売上高	3,066	100.0	3,130	100.0	2.1
EDI事業	2,806	91.5	2,874	91.8	2.4
データベース事業	250	8.2	251	8.0	0.4
その他事業	10	0.3	4	0.2	△53.3

通期業績予想

売上高 増加

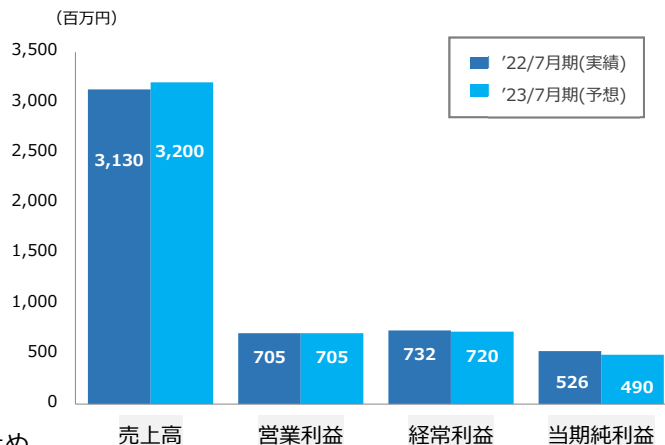
- 業界全体でオンライン取引推進の流れが継続し、「基幹EDI」と「MITEOS」の接続拡大・データ量が増加

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
- 対面での営業活動やイベントの再開を見込む

当期純利益 減益

- 前期(2022年7月期)では投資有価証券売却益を計上していたため

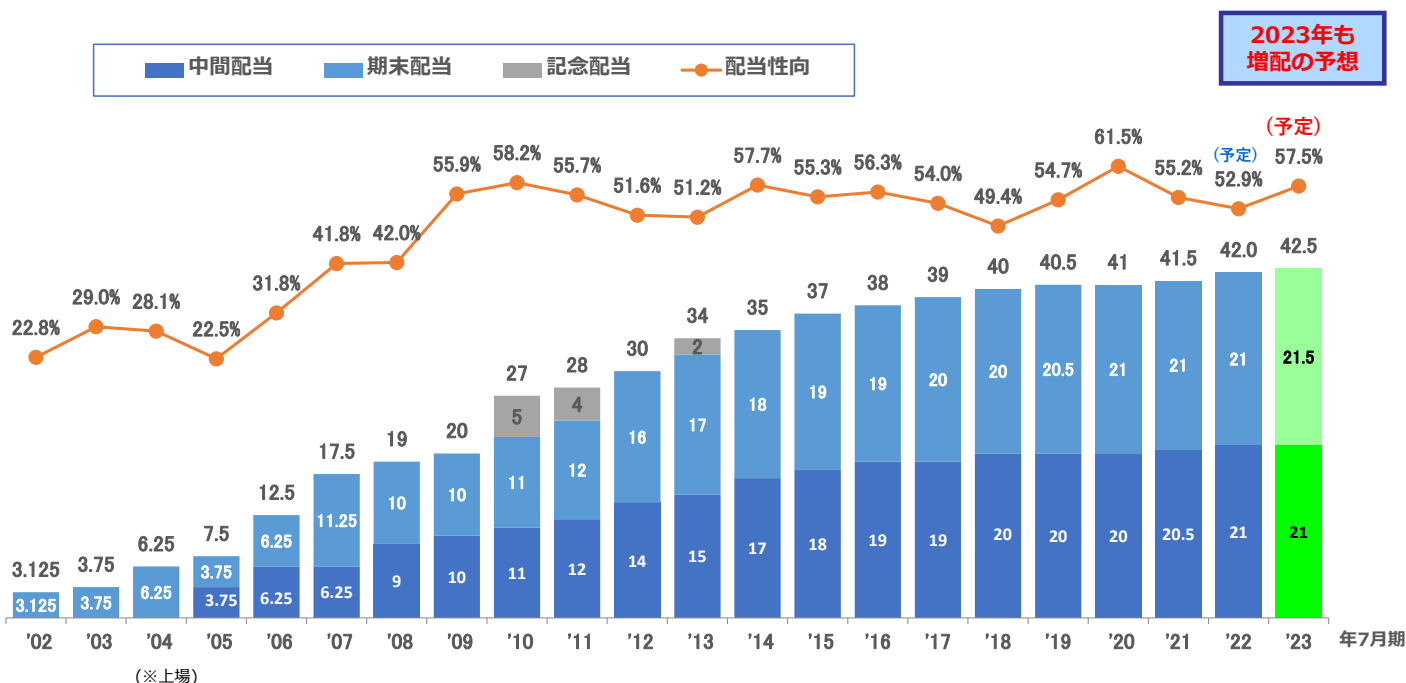


	2022年7月期(第37期)実績		2023年7月期(第38期)予想		
	(百万円)	対売上比(%)	(百万円)	対売上比(%)	前年同期比(%)
売上高	3,130	100.0	3,200	100.0	2.2
営業利益	705	22.5	705	22.0	△0.1
経常利益	732	23.4	720	22.5	△1.7
当期純利益	526	16.8	490	15.3	△6.9

株主への利益還元(配当金推移)

上場以来 19期連続増配 (予定)

配当性向50%~60%を維持



「スタンダード市場」を選択

- 当該市場の「流通株式比率」における上場維持基準を充たしていないことから「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」を公表

<進捗①>

計画書に基づき株式の流動性向上に取り組み中。
(法人大株主に当社株式の一部売却を申し入れ)

【スタンダード市場の主な上場維持基準】

	単元株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)
上場維持基準	400人	2,000単位	10億円	25%
基準適合/ 不適合状況	○	○	○	×
当社の状況 (移行基準日時点)	958人	12,254単位	18億67百万円	18.4%
当社の状況 (2022年1月末時点)	1,116名	14,141単位	20億70百万円	21.3%

<進捗②>

3月と6月の計2回、株式の立会外分売※を実施。

分売株式総数：240,000株

(発行済み株式総数の約3.6%に相当)

分売実施月：2022年3月と6月の計2回

**実施の目的：当社株式の分布状況の改善および
流動性の向上を図るため**

詳しくは、当社IRページ

「株式の立会外分売実施に関するお知らせ」

(<https://www.planet-van.co.jp/ir/>)をご覧ください

※立会外分売とは、売買立会外で、大量の売注文を分売する
売買方法をいい、上場会社の株式分布状況の改善、特に
個人株主の増大を図るための方策として広く利用されている。

参照：日本取引所グループ用語集

事業報告

2022年7月(2021年8月1日～2022年7月31日)

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

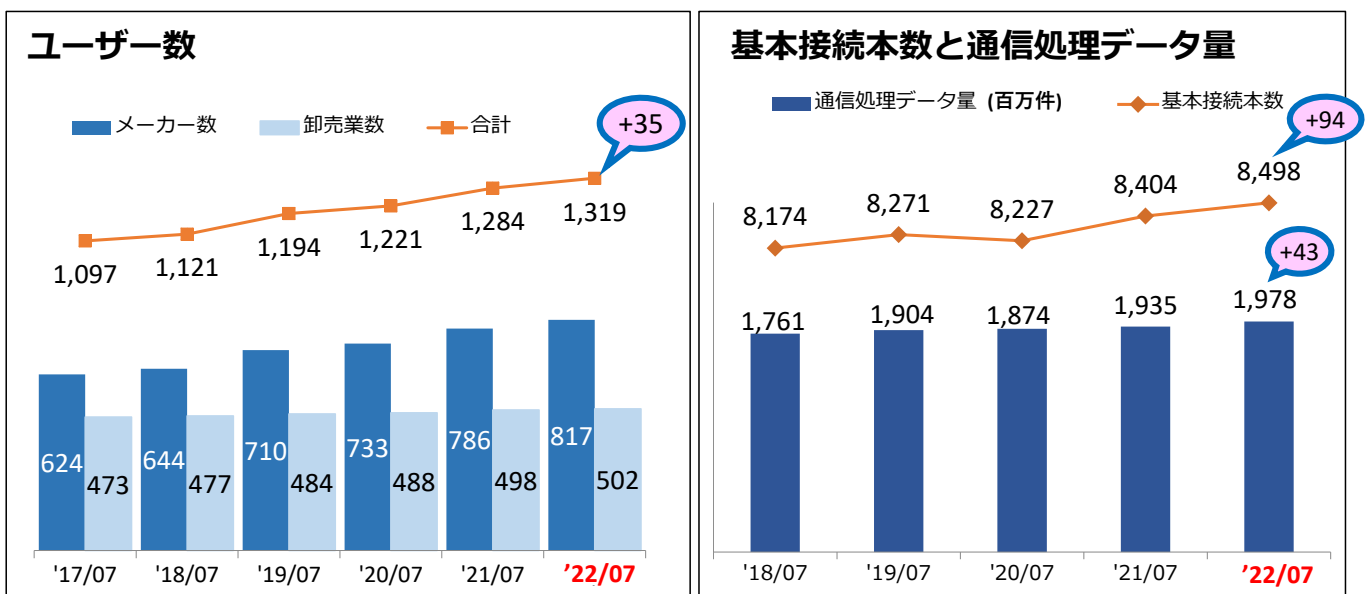
広く遍く ～消費財流通の情報インフラであり続けます～

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

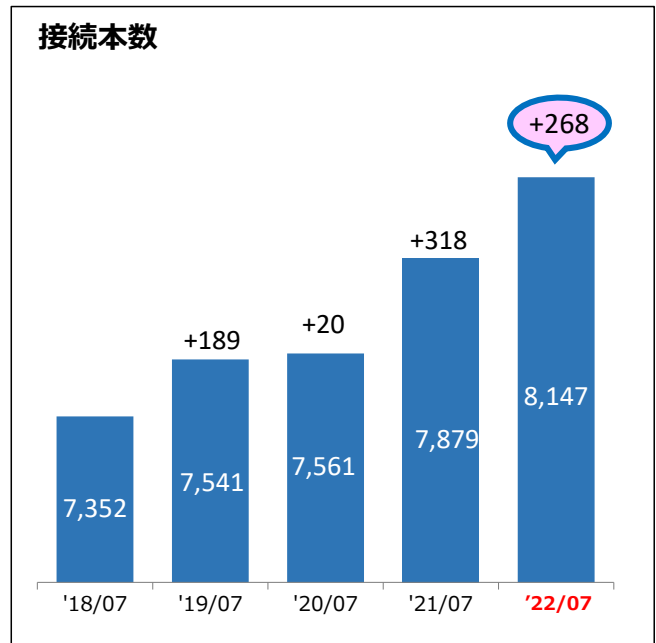
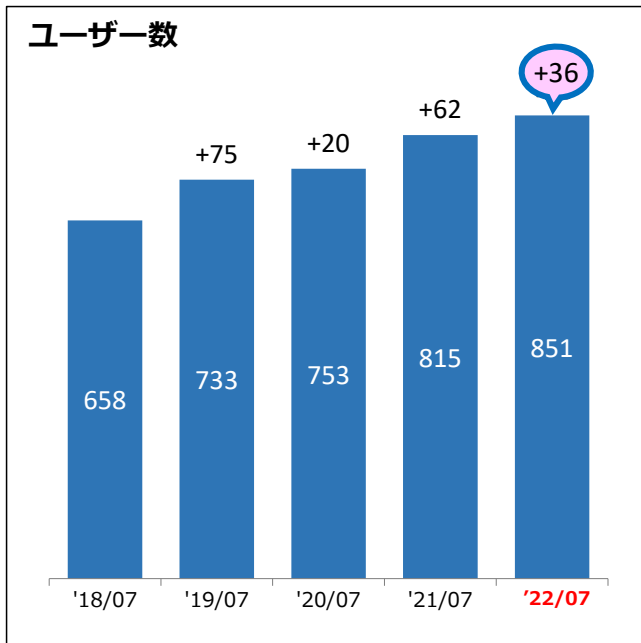
※ EDIを利用するメーカーと卸売業の組合せの社数の合計



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~

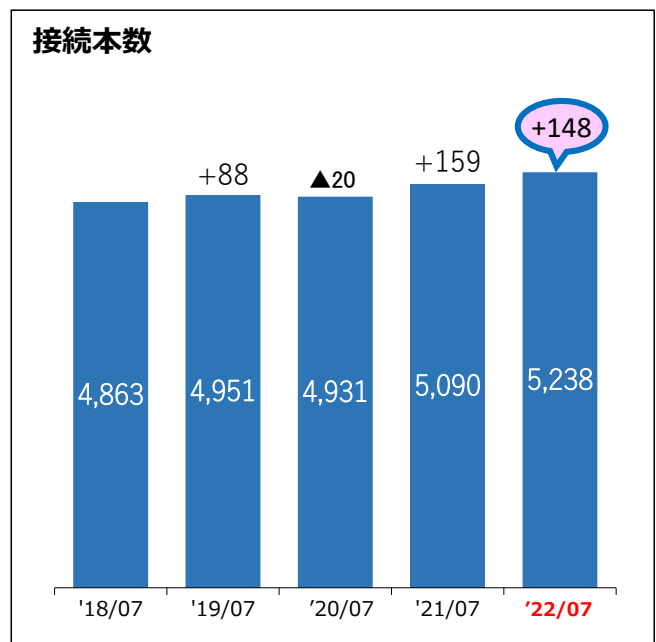
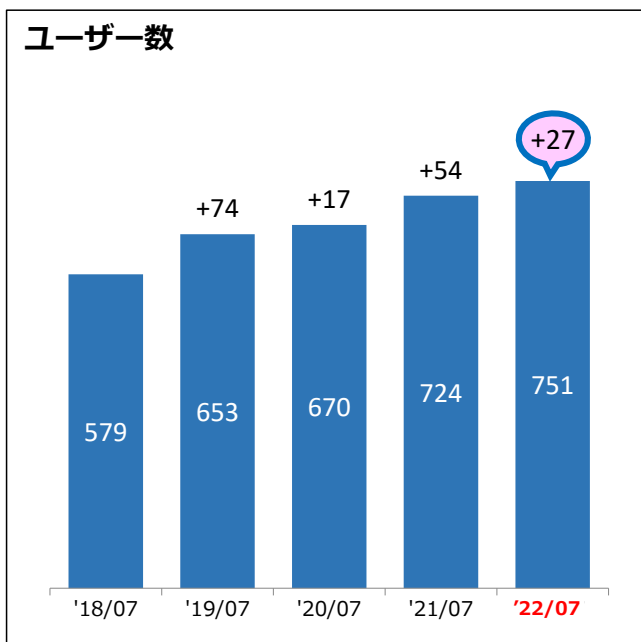
■発注データ



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~

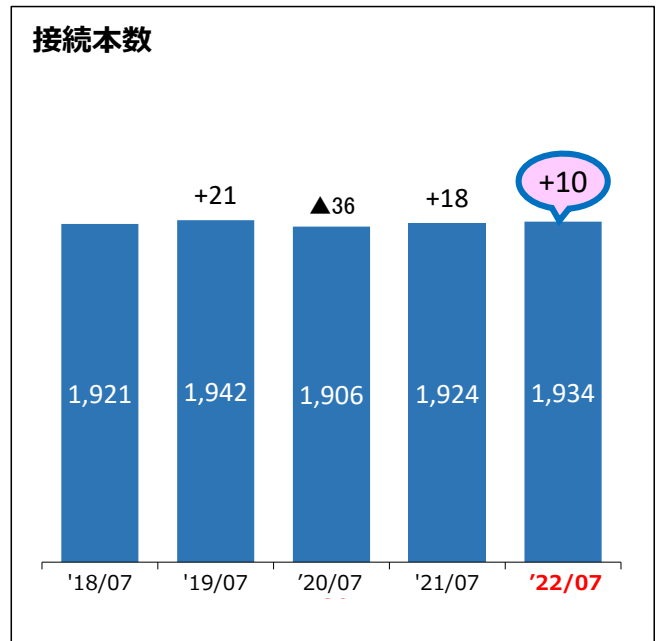
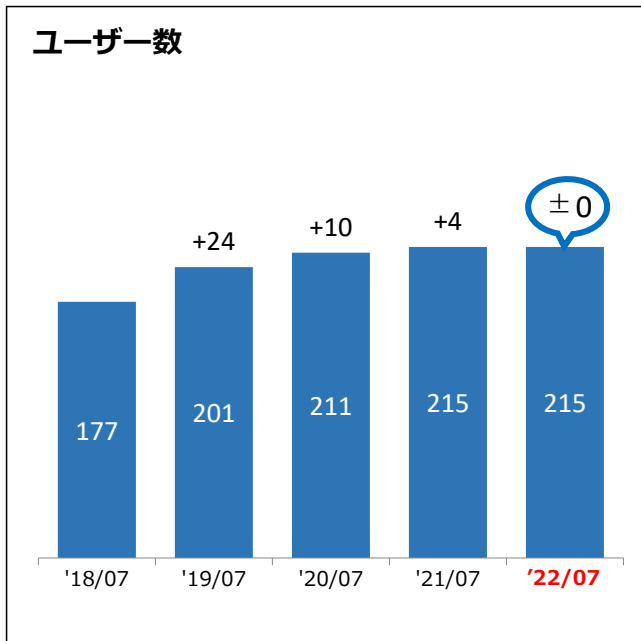
■仕入データ



1. 企業間取引における業務効率の追求

基幹EDI ~接続本数が増加~

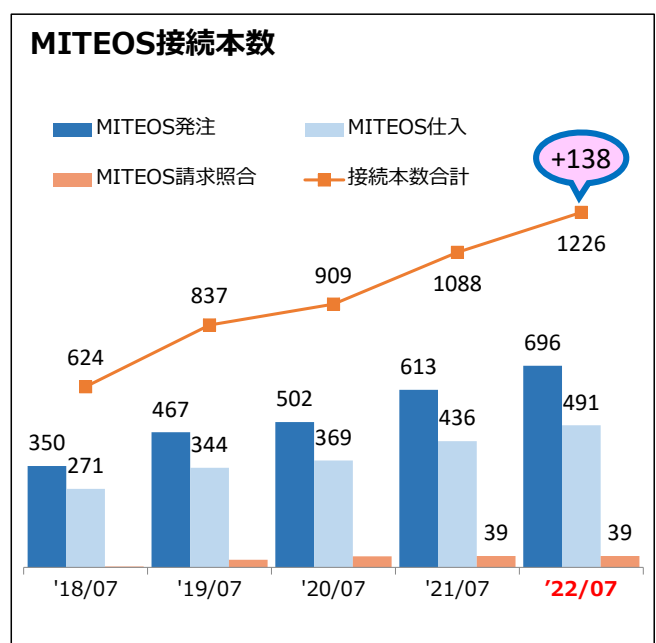
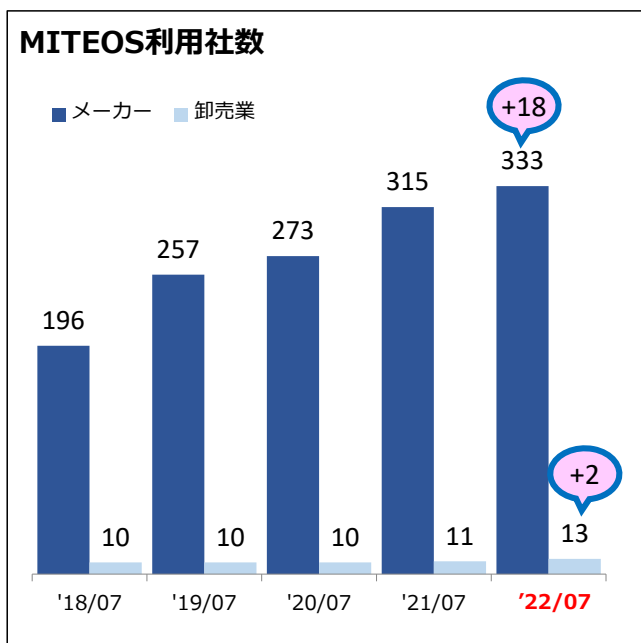
■ 請求照合データ



1. 企業間取引における業務効率の追求

MITEOS ~ユーザー・接続本数ともに順調に増加~

■ MITEOS

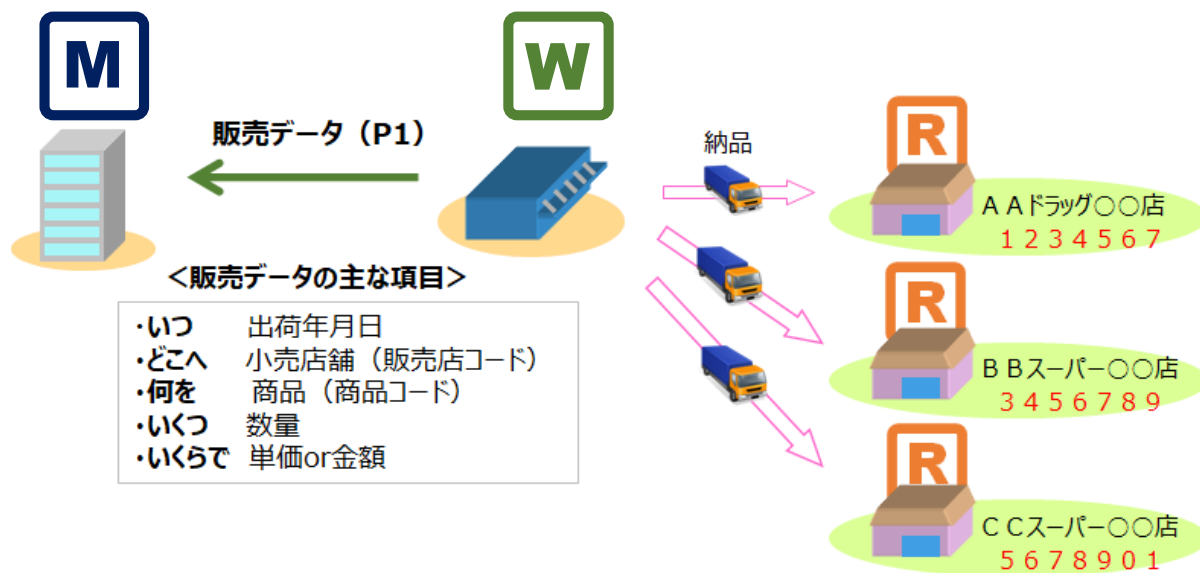


1. 企業間取引における業務効率の追求

販売データの概念図

販売データとは、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

➔ ユーザーであるメーカーのマーケティングに不可欠なデータで売上UPや販促に貢献

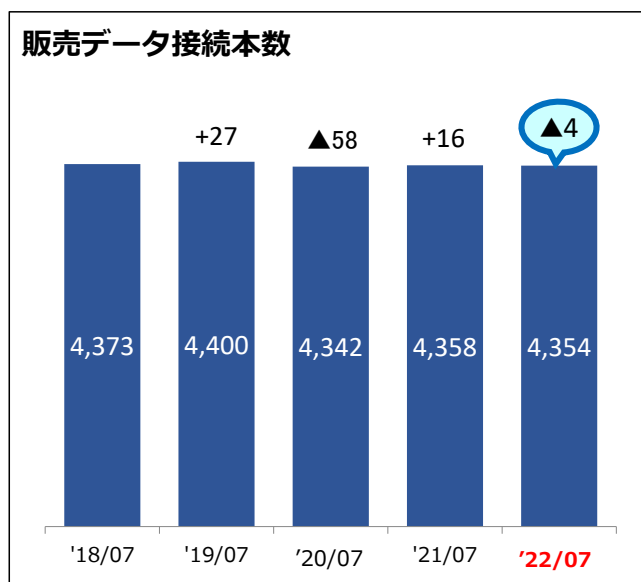
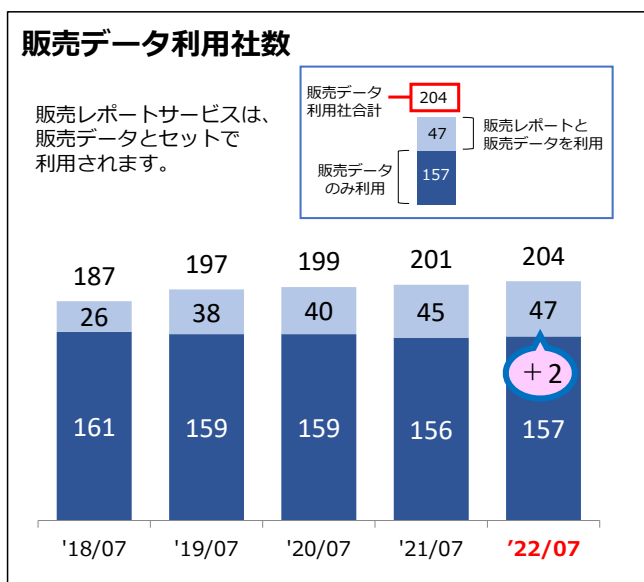


1. 企業間取引における業務効率の追求

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～

■ 販売データの利用社数が増加

接続本数は卸売業の統廃合の影響により微減しているが、データ量は増加しており、売上も順調に伸びている



物流領域の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

【2022年1月】

公益財団法人流通経済研究所とともに
『日用品における物流標準化ガイドライン』
を取りまとめる



- 「出荷予定データ」※¹の提供開始
- 新データ種「入荷検収データ」※²のリリースを目指し準備を進めている

※1 卸売業からの発注にもとづき、メーカーの出荷予定情報(システム上の倉庫別引き当て情報)や事前出荷情報(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 メーカーが納品した商品を卸売業が入荷検品し、その結果をメーカーに返信することができるデータ

- 災害対応訓練を定期的実施

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

- Webサービス基盤のリプレース

安心して継続的にサービスを利用いただけるよう、定期的にリプレースを実施



安全・中立・標準・継続・安価 を重視して
情報インフラを提供することに努める

「Webセミナー」開催

■ 2022年6月 『プラネットEDIセミナー ～インボイス制度への準備事項～』

<プログラム>

1. はじめに
2. ここがポイント！
消費税インボイス制度の実務対応
3. プラネットEDIでのインボイス制度
導入について

■ 2022年8月 『プラネットWebセミナー ～販売データの活用法～』

<プログラム>

1. はじめに
2. 『顧客軸でとらえるID-POSデータ活用』
3. 販売データの活用
～販売実績の見える化が
営業活動の質を高める～

多数のユーザーの方に視聴いただき、ご好評いただきました。

**ユーザーにとって
有益な情報の提供を継続**

- ✓ 法改正についていち早く案内
- ✓ 業界全体レベルでの情報を提供
- ✓ 業務上分からないところは手厚くフォロー

「プラネットユーザー会2022」を開催予定

■ 2022年11月 【会場 + ライブ配信】にて開催予定

※メーカー・卸売業を中心にユーザーへご案内

コロナ禍で2020年、2021年はWeb配信のみ



直接会って話す場の大切さを痛感



今年は【会場+ライブ配信】のハイブリッド開催予定

**ユーザー同士が情報交換できる場を提供し
企業間コミュニケーションの活性化に貢献**

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～

- 2022年秋冬号 10,000部発行（2022年7月）



2009年より13年継続発行 28冊目

- ・掲載カテゴリ : 日用品、化粧品、家庭用品、健康食品、OTC医薬品、ペットフード・ペット用品など(ナショナルブランド製品)
- ・掲載メーカー数 : 82社
- ・掲載アイテム数 : 1,612アイテム(2022年6月以降発売の新製品・リニューアル品1,379アイテム、同年同月移行に廃番となる233アイテム)

3. 流通における情報活用の推進

THE PRODUCT TIMES(ザ プロダクト タイムズ)

- メーカーとバイヤーをつなぐ流通業界のマッチングサービス
ユーザー獲得に向けた普及活動を実施したが、十分なユーザー数を獲得することができなかった



開発した機能を
データベース事業の中で有効活用

- ✓ 最新の製品情報(一部条件あり)をWeb版の新製品カタログに掲載しやすく
- ✓ 「訴求情報の発信機能」と「問い合わせ機能」を利用しやすく

Web版カタログの利便性の向上に繋げる

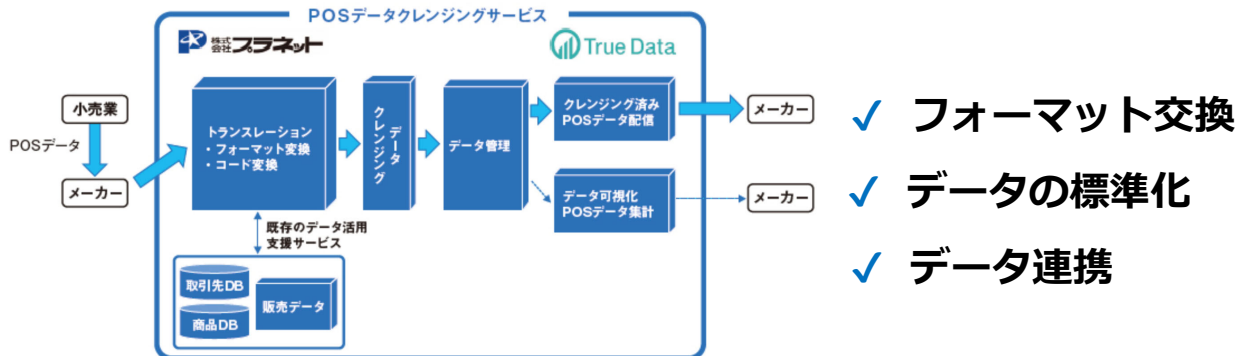
3. 流通における情報活用の推進

POSデータクレンジングサービス

- POSデータを分析に適した形式にすることで、ユーザーが効率的に活用できるサービス

株式会社True Dataと共同で開発中

【POSデータクレンジングサービスの概念図】



流通サプライチェーン全体の
可視化・効率化につながるサービスへ

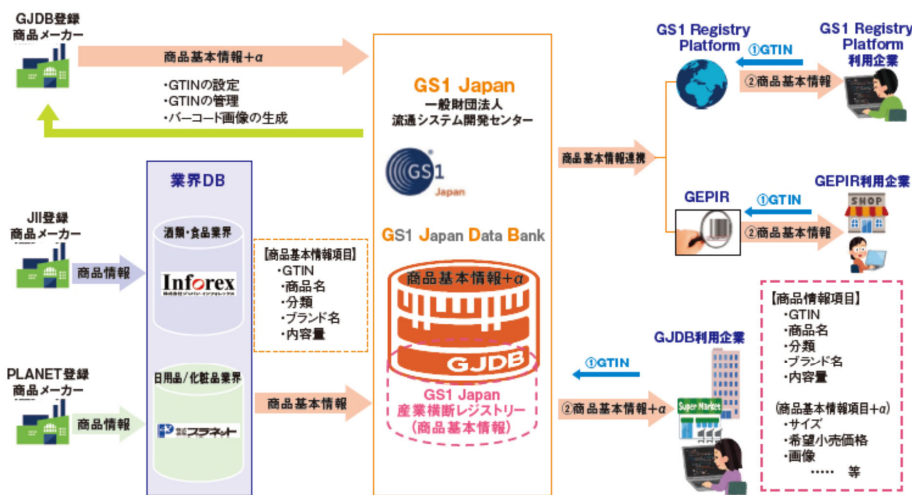
3. 流通における情報活用の推進

産業横断レジストリー(商品情報レジストリー)

- 業界横断で正確な商品情報を提供

GS1 Japan※1、JII※2、プラネットの
3社で取り組みがスタート

【産業横断レジストリー(商品情報レジストリー)概念図】



日本国内の情報流通効率化に貢献

※1 一般財団法人 流通システム開発センター
※2 株式会社ジャパン・インフォレックス

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

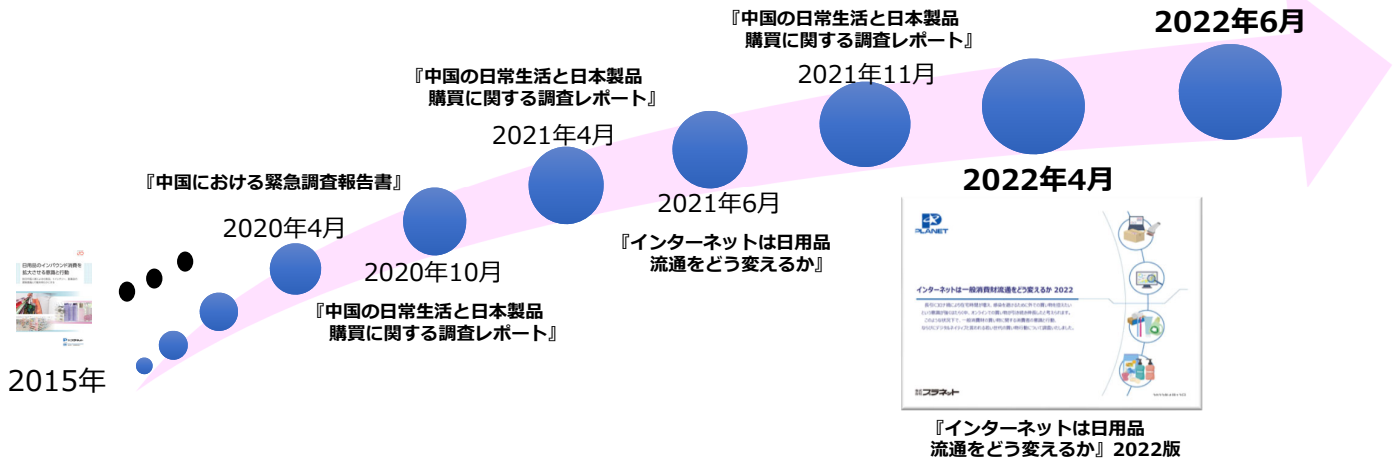
<『インターネットは日用品流通をどう変えるか』2022版>

- コロナ禍における生活の変化
- 一般消費財の買い物に関するインサイト など

<『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』2022版>

- 中国の生活者の日常生活の変化と日本製品の購買に関するインサイト
- 中国の一般生活者のインサイトを新たに追加 など

『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』
2022版



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~

- 2022年2月~2022年7月
調査テーマ トップ10 (当社HP訪問数順)

順位	テーマ
1	メガネ
2	マイボトル(水筒・マグ)
3	お寺・神社
4	日用品・化粧品
5	香水
6	資源とゴミの分別
7	マスク
8	ペット
9	値上げ
10	カラオケ

- 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

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、男性には若年層から浸透中!

From プラネット Vol.71 <メガネに関する意識調査>

男性は「メガネ派」、女性は「コンタクトと使い分けの併用派」
~イメチェンにぴったり!? 男性も女性もメガネっ子・メガネ男子とときを過ごしている~

■ トレンドに乗って
国内1,200社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット(所在地:東京都港区、代表取締役社長:田上正樹)は、日用品にまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第71号として、メガネに関する意識調査の結果をご紹介します。バックナンバー: https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html

■ 4人に3人がメガネをかけている
10月16日は「目の愛護デー」。最近では目を守るため、ブルーライト対策用のメガネをかける人も増えています。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ました。

まずは、ふだんメガネをかけているかどうかを聞きました(表1)。すると、「常にメガネをかけている」33.7%、「必要ときだけメガネをかける」28.7%、「メガネとコンタクトを使い分けしている」13.3%、この3つを合わせた「メガネ利用率」計は75.7%となり、4人に3人が日常的にメガネをかけていることがわかりました。

男女別に見ると、男性では「常にメガネをかけている」が40.8%であるのに対し、女性では22.8%と男性の半分近く。一方で、「メガネとコンタクトを使い分けしている」は、男性の8.4%に対し、女性では2倍以上の20.8%。男性にはメガネのみを使用する「メガネ派」が多く、女性は、シーンによってコンタクトと使い分けする「併用派」が多いことがわかります。

性別・年代別に見ると、男女ともに、年代が下るにつれて「メガネ使

表1「ふだんの生活で、メガネ(度数なしも含む)をかけているか」についての調査

性別	常に	必要時	併用	しない	合計
男性 (n=2807)	33.7%	28.7%	13.3%	24.3%	75.7%
女性 (n=3311)	22.8%	20.8%	20.8%	35.6%	64.4%
男性 (n=1508)	40.8%	28.4%	13.3%	17.5%	89.9%
女性 (n=401)	13.3%	20.8%	20.8%	45.1%	54.9%
男性 (n=1200)	28.4%	28.4%	13.3%	30.0%	70.1%
女性 (n=753)	13.3%	20.8%	20.8%	45.1%	54.9%
男性 (n=1343)	33.7%	28.7%	13.3%	24.3%	75.7%
女性 (n=1468)	22.8%	20.8%	20.8%	35.6%	64.4%
男性 (n=110)	40.8%	28.4%	13.3%	17.5%	89.9%
女性 (n=763)	13.3%	20.8%	20.8%	45.1%	54.9%
男性 (n=245)	33.7%	28.7%	13.3%	24.3%	75.7%
女性 (n=252)	22.8%	20.8%	20.8%	35.6%	64.4%
男性 (n=49)	40.8%	28.4%	13.3%	17.5%	89.9%
女性 (n=23)	13.3%	20.8%	20.8%	45.1%	54.9%
男性 (n=11)	40.8%	28.4%	13.3%	17.5%	89.9%
女性 (n=47)	13.3%	20.8%	20.8%	45.1%	54.9%
男性 (n=210)	33.7%	28.7%	13.3%	24.3%	75.7%
女性 (n=11)	22.8%	20.8%	20.8%	35.6%	64.4%

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が向上

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

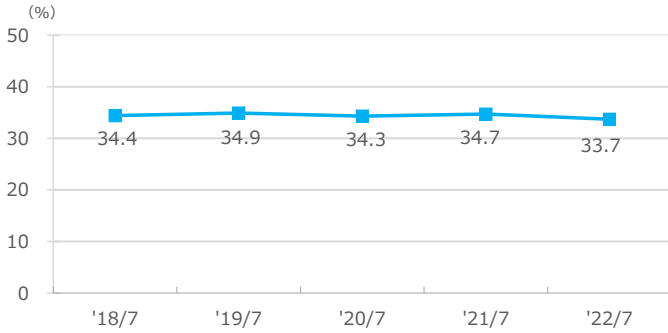
経営指標の推移

主なEDIサービス利用企業

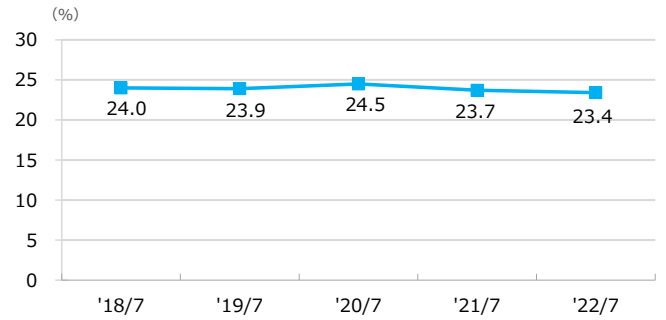
商品データベース

関係会社（株）True Dataの概要

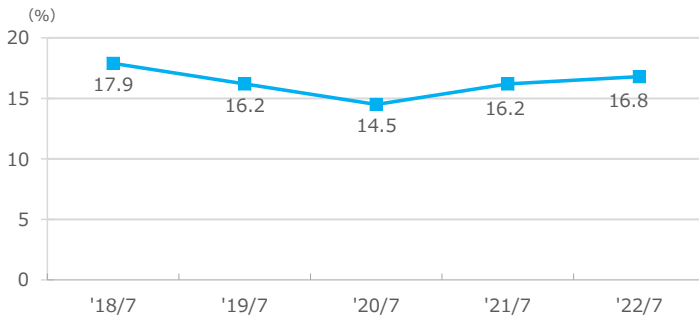
■ 原価率



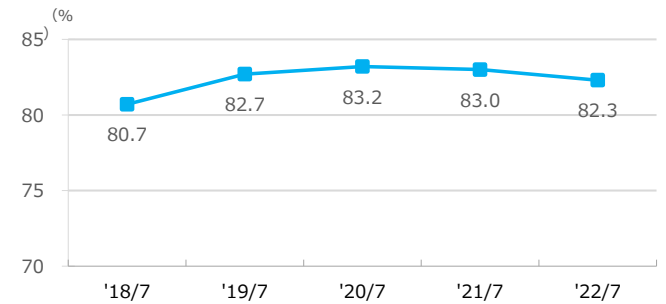
■ 売上高経常利益率



■ 売上高当期純利益率



■ 自己資本比率



主なEDIサービス利用企業

■ メーカー

計 817社

日用品、化粧品

アース製薬(株)	大日本除虫菊(株)
エステー(株)	日本製紙クレシア(株)
王子ネピア(株)	白元アース(株)
貝印(株)	(株)バスクリン
花王(株)	P & G ジャパン(同)
牛乳石鹸共進社(株)	(株)フアイントゥデイ資生堂
クラシエホームプロダクツ販売(株)	ホーユー(株)
コーセー・コスメポート(株)	(株)マンダム
小林製薬(株)	ユニ・チャーム(株)
サンスター(株)	ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング(株)
ジョンソン(株)	ライオン(株)
大王製紙(株)	など

ペットフード・ペット用品

アース・ペット(株)	日本ペットフード(株)
アイシア(株)	ネスレ日本(株) ネスレビュリナペットケア
いなばペットフード(株)	ペットライン(株)
ドギーマン/ハヤシ(株)	マースジャパンリミテッド
日本ヒルズ・コルゲート(株)	ユニ・チャーム(株)
	など

OTC医薬品

イチジク製薬(株)	(株)ツムラ
(株)太田胃散	常盤薬品工業(株)
大塚製薬(株)	久光製薬(株)
小林製薬(株)	ユースキン製薬(株)
第一三共ヘルスケア(株)	祐徳薬品工業(株)
大幸薬品(株)	ライオン(株)
大正製薬(株)	(株)龍角散
	ロート製薬(株)
	など

介護用品

王子ネピア(株)	P & G ジャパン(同)
大王製紙(株)	(株)明治
日本製紙クレシア(株)	ユニ・チャーム(株)
白十字(株)	(株)リブドゥコーポレーション
ビジョン(株)	など

■ 卸売業

計 502社

日用品、化粧品

(株)麻友	(株)東京堂
(株)あらた	(株)トゥディック
イーライフ共和(株)	(株)東流社
(株)井田両国堂	(株)ときわ商会
(株)エーアンドティ	ハリマ共和物産(株)
J-N E T(株)	(株)PALTAC
J-N E T中央(株)	広島共和物産(株)
中央物産(株)	森友通商(株)
	など

ペットフード・ペット用品

エコートレーディング(株)	三菱食品(株)
(株)オーシマ小野商事	(株)森光商店
グローバルペットケア(株)	ラフリー・ペット商事(株)
ジャベル(株)	(株)リョーシヨクペットケア
三井食品(株)	など

OTC医薬品

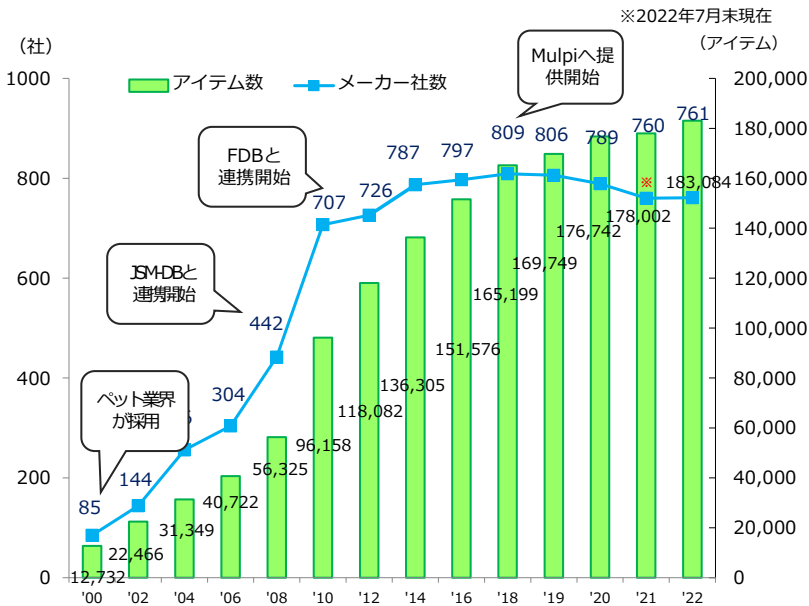
アルフレッサヘルスケア(株)	(株)ダイコー沖縄
イワキ(株)	東邦薬品(株)
(株)大木	中北薬品(株)
	(株)PALTAC
	(株)リードヘルスケア
	など

介護用品

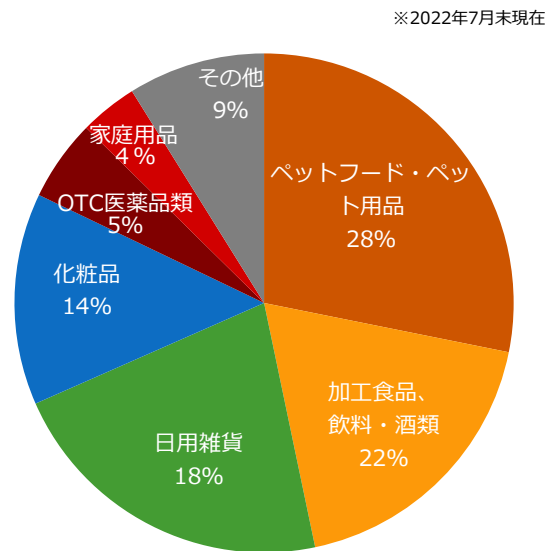
(株)同仁社	日本エンゼル(株)
(株)トーカイ	(株)ムトウ
	など

～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

関係会社 株式会社True Dataの概要



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：1,346,631,000円（2022年6月30日現在）

代表者：代表取締役社長 米倉 裕之（よねくら ひろゆき）

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。

2021年12月16日 現在の東証グロース(証券コード：4416)に上場
 サービス・決算についての詳細は、<https://www.truedata.co.jp/>をご覧ください