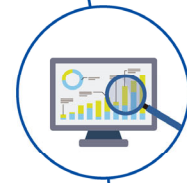


# 決算説明会

2023年7月期（第38期）第2四半期  
（2022年8月1日～2023年1月31日）

株式会社プラネット（証券コード：2391）  
代表取締役社長 坂田 政一  
代表取締役副社長 松本 俊男



## 決算説明会資料 目次

- 会社概要 2ページ
- 決算概要・事業報告 16ページ
- 参考資料 32ページ

# 会社概要

## プロフィール



### |氏名

坂田 政一（さかた まさかず）

### |出身地

神奈川県横浜市

### |生年月日

1959年8月2日

### |略歴

1983年 富士ゼロックス株式会社\* 入社。広報宣伝部長、富士ゼロックスアドバンステクノロジー株式会社代表取締役社長を経て、富士ゼロックス株式会社シニアアドバイザーを務める。

\*) 現 富士フイルムビジネスイノベーション株式会社

2020年 当社 社外取締役役に就任

2022年 より現職



代表取締役会長  
玉生 弘昌



取締役副会長  
田上 正勝



代表取締役社長  
坂田 政一



代表取締役副社長  
松本 俊男

## ＜執行役員＞

執行役員社長	坂田 政一
執行役員副社長 事業推進管轄役員	松本 俊男
執行役員 経営管理管轄役員	川村 渉
執行役員 広報担当役員	山本 浩
執行役員 法務・コンプライアンス担当役員	滝山 重治
執行役員 ネットワーク推進担当役員	上原 英智
執行役員 イノベーション推進担当役員	今村 佳嗣

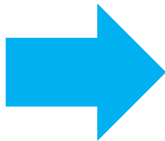
# 会社概要

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 坂田 政一
資本金	4億3,610万円
純資産	52億6,930万円
上場市場	東証スタンダード(証券コード: 2391)
従業員数	46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

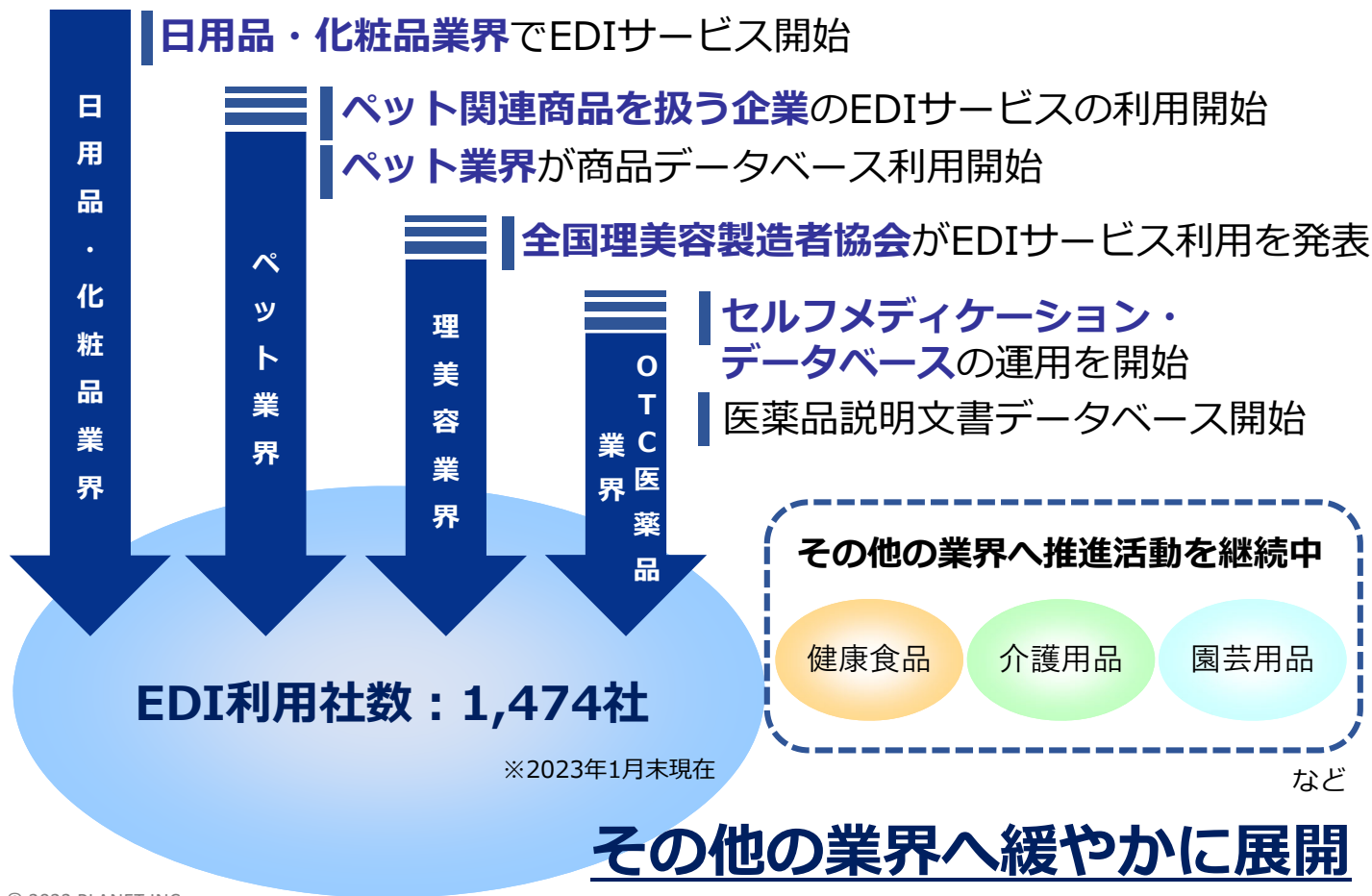
ライオン	十條キンバリー (現 日本製紙クレシア)
ユニ・チャーム	エステー化学 (現 エステー)
資生堂	牛乳石鹸共進社
サンスター	
ジョンソン	



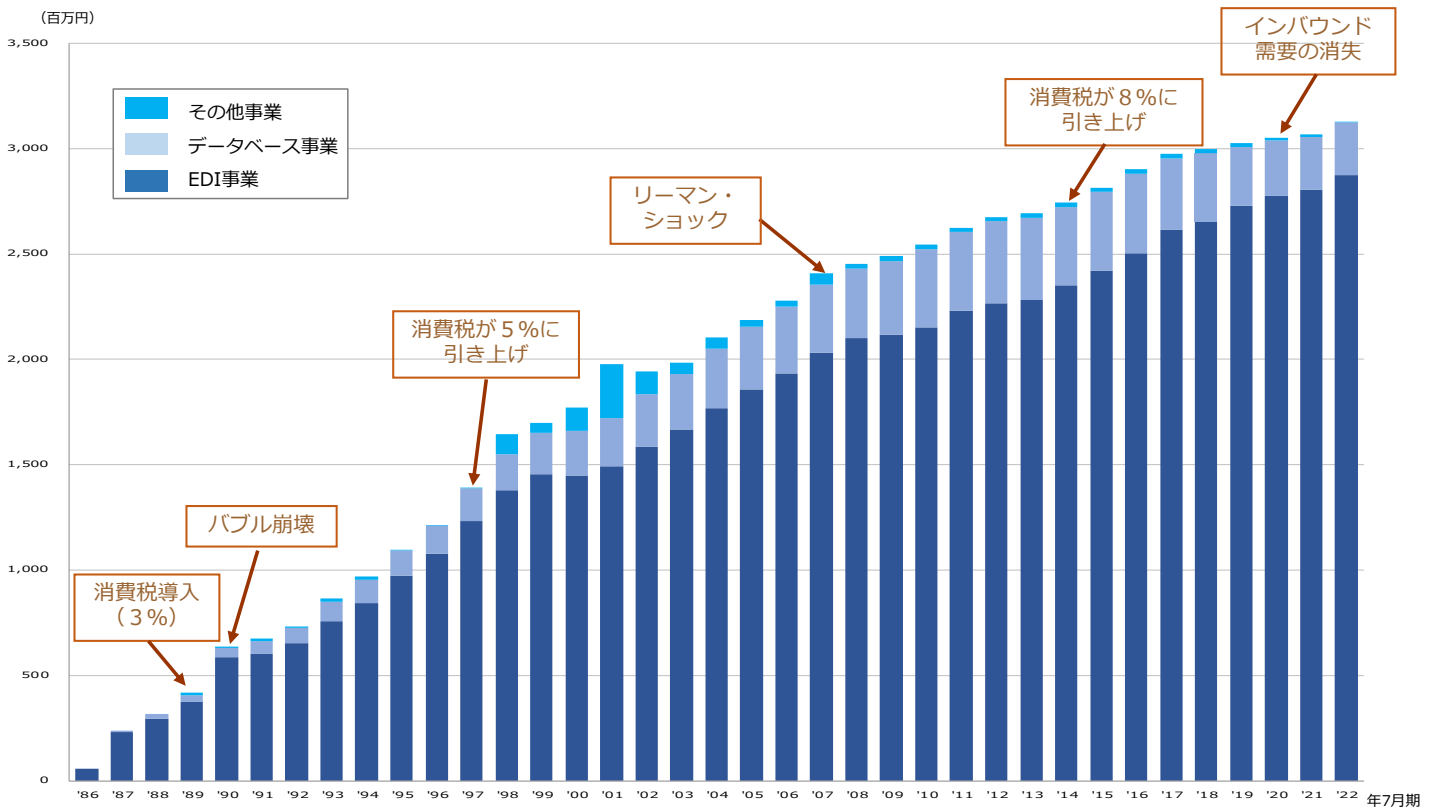
インテック

ネットワーク運用  
と監視業務を委託

## 対象業界へ展開



## 景気動向に左右されにくいビジネスモデル

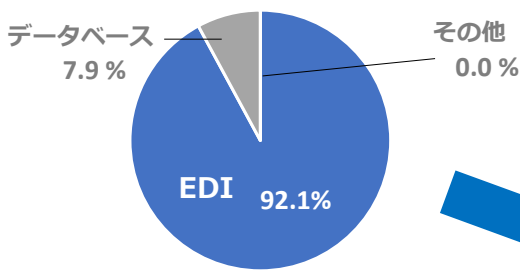


© 2023 PLANET, INC.

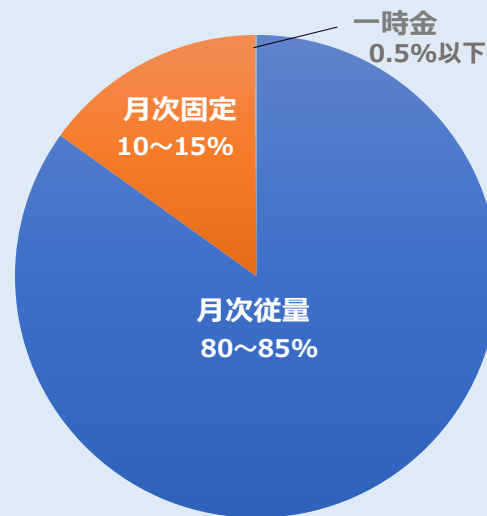
8

## EDI事業の料金構成

現在の事業別売上割合 ※2023年1月末現在



EDI事業の料金構成 ※概算



従量課金サービスを提供



ストック型ビジネス

- 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

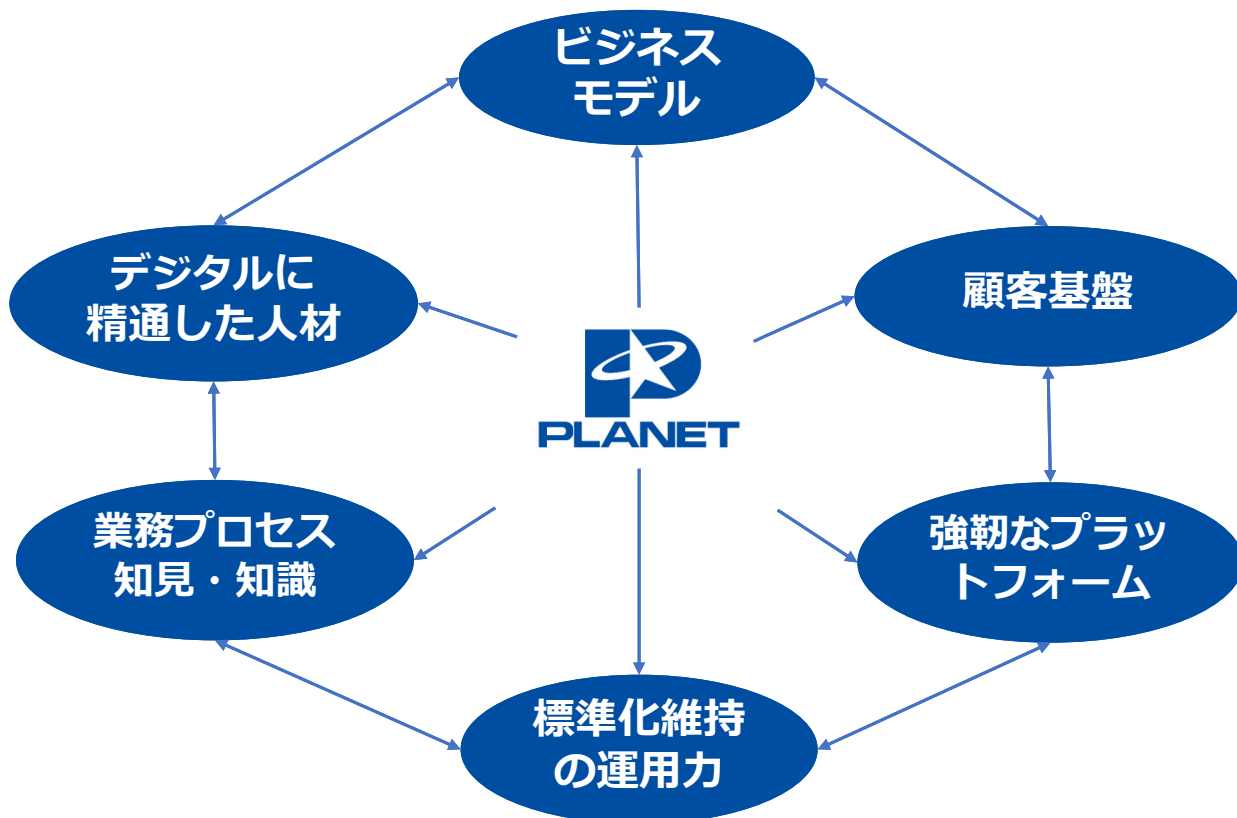
© 2023 PLANET, INC.

9

- 当社事業の現スキームを一丁目一番地とし、ユーザーの生産性向上・業務効率に役立つサービスを継続して提供

- ✓ ユーザーとの良好な関係
- ✓ 提供サービスの拡充
- ✓ システムの安定と利便性

- 未利用メーカーに向け、卸売業に協力いただきながら 拡販活動を継続
- 既存システムやサービスの機能拡充と選択肢の柔軟性を確保
- スピーディーなニーズ対応力を向上



新しい価値を創出する企業へ

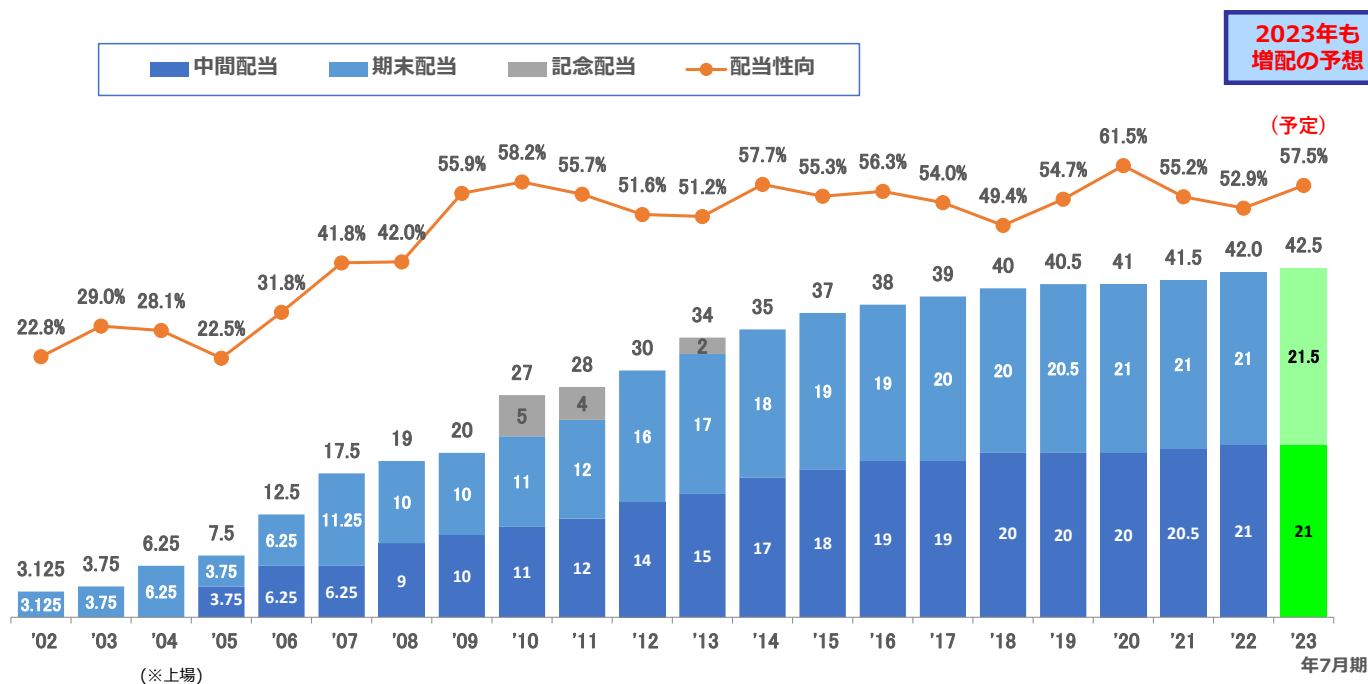
- 持っている **スキーム** や **ノウハウ**、**技術**、**市場** をパーツ分解し、強いパーツ+α、または、パーツの組み換えなどを通し、より強みを発揮できる市場や事業にチャレンジ

**新しい価値を創出する企業へ**  
**新化（新しく進化）**

- ✓ ユーザーの「増力化」に貢献するサービス
- ✓ ユーザーの「サステナビリティ」に資するサービス

## 上場以来 19期連続増配 (予定)

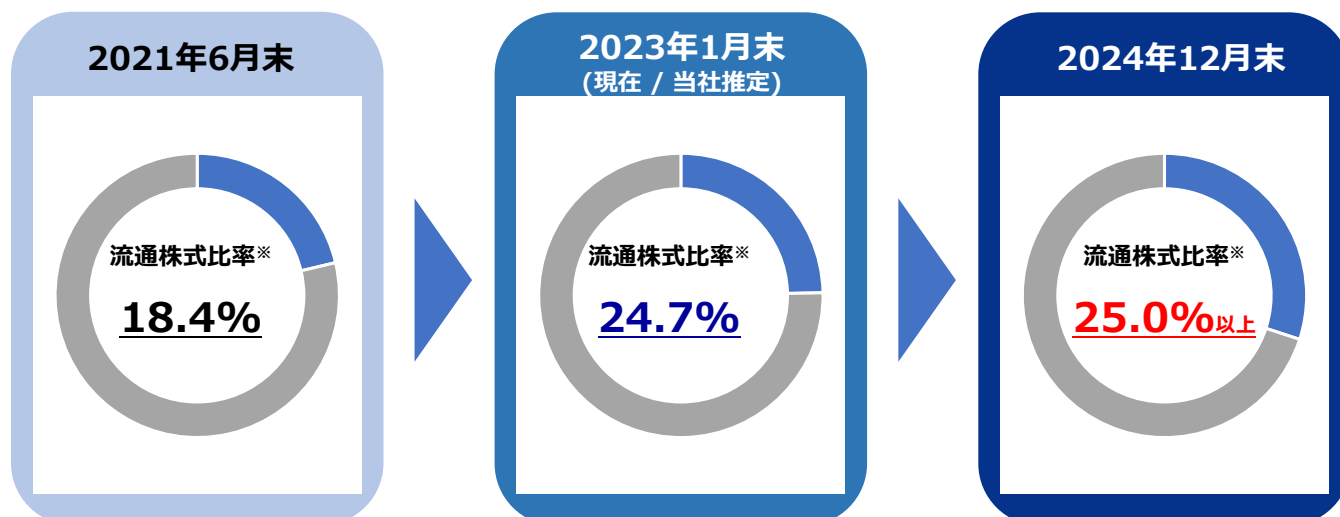
配当性向50%以上を維持



2023年も増配の予想

## 流通株式比率※の見通し (上場維持基準)

- 2024年12月末までに、**安定して流通株式比率※ 25%以上を維持**している状態を目指す



※流通株式数 = 上場株式数 - (上場株式数の10%以上を所有する株主が所有する株式数 + 役員等所有株式数 + 自己株式数 + 役員以外の特別利害関係者が所有する株式数 + 国内の普通銀行、保険会社、事業法人等が所有する株式 + その他東京証券取引所が固定的と認める株式数)

(日本取引所グループホームページより)



# 決算概要・事業報告

2023年7月期 第2四半期累計期間  
(2022年8月1日～2023年1月31日)

## ハイライト



### 2023年度第2四半期実績

先行き不透明な環境下でも、ほぼ計画通り増収、減益

- ▶ 売上高は15億7千4百万円（前期比+1.5%）
- ▶ 一方、営業利益は3年ぶりにトップセミナーならびにユーザー会を会場にて開催した費用などが増加したことにより、減益

### 2023年度通期予想

下半期も引き続き厳しい経営環境が続くと思われるが、業績予想の変更なし

- ▶ コロナの行動制限解除で消費は上向き始めたが、原材料価格や燃料費、物流費の高騰を受け、食品・サービスなどの値上げにより、一般消費者の購買意欲全般が慎重になっている
- ▶ EDI事業について、計画達成に向け足元を注視し、早め早めに手を打っていく

### 株主還元

- ▶ 2023年度の年間配当は42.50円を予想（変更なし）

## 2023年7月期 第2四半期累計期間の業績概要

- 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**+1.5%**と増収で着地
- 売上原価は、「取引先データベース」システムリニューアルに伴う費用などの増加により、営業利益は316百万円（前年同期比 **10.2%減**）
- 売上、利益ともにほぼ計画どおりに推移

単位：百万円	2022年7月期 第2四半期累計期間 (前期実績)	2023年7月期 第2四半期累計期間 (当期実績)	前期比	2023年7月期 第2四半期累計期間 (期首計画)	計画達成率
売上高	1,551	<b>1,574</b>	+1.5%	1,585	-0.6%
営業利益	353	<b>316</b>	-10.2%	300	+5.4%
営業利益率	22.7%	<b>20.1%</b>	-2.6pt	-	-
経常利益	362	<b>326</b>	-9.7%	305	+6.2%
四半期純利益	245	<b>219</b>	-10.7%	210	+4.5%

© 2023 PLANET, INC.

18

## 2023年7月期 第2四半期累計期間の業績概要

### 事業別売上高

#### ■ EDI事業 1,450百万円（対前年同期比**1.7%増**）

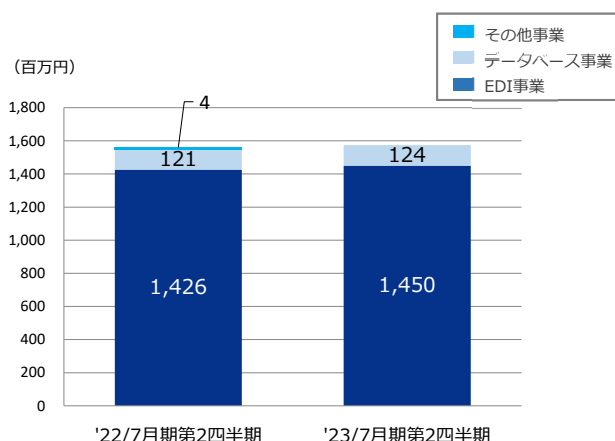
- ・「基幹EDIサービス」「MITEOS」「販売レポートサービス」を拡販

#### ■ データベース事業 124百万円（同**2.6%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 0百万円（対前年同期比**100.0%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



	2022年7月期第2四半期 累計期間の実績		2023年7月期第2四半期 累計期間の実績		
	(百万円)	対売上比(%)	(百万円)	対売上比(%)	前年同期比(%)
売上高	1,551	100.0	1,574	100.0	1.5
EDI事業	1,426	91.9	1,450	92.1	1.7
データベース事業	121	7.8	124	7.9	2.6
その他事業	4	0.3	0	0.0	△100.0

© 2023 PLANET, INC.

19

## 外的要因

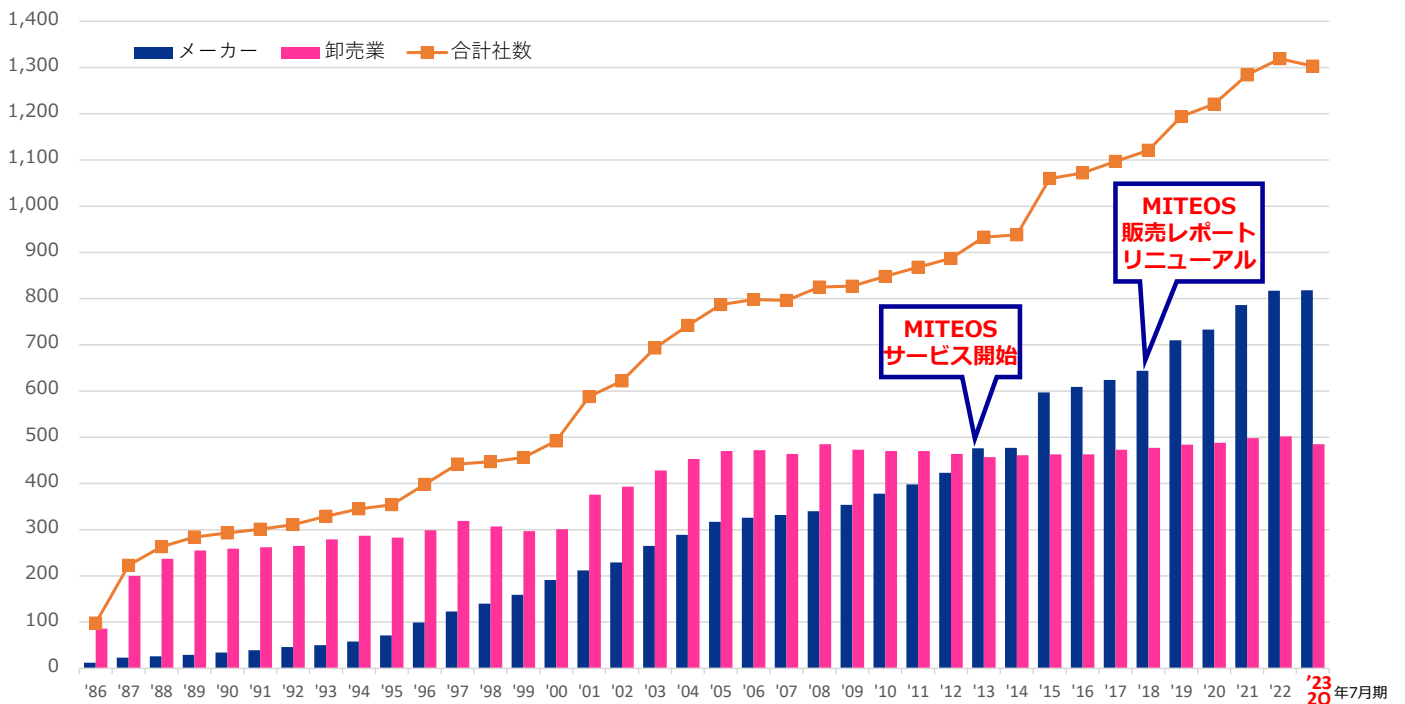
- ▶ 燃料価格や原材料費の高騰による物価上昇から、買い控えや節約など、消費マインドの落ち込みがしばらく続く
- ▶ SDGs意識の高まりを受け、大容量容器へのシフトが加速することによって、発注頻度が減少
- ▶ ドライバーの人材不足や物流コストの増加などの懸念により、納品頻度の見直し

## 内的要因

- ▶ NTTのINSネット（デジタル通信モード）が2024年にサービスを終えることを前提に、当社では1年前倒しで2022年12月末に全銀TCP/IP手順のサポートを終了
  - ▶ かねてよりユーザーに対し案内やセミナーを開催、個別フォローした結果、**98%以上\***のユーザーが手順切替を完了 ※2023年1月末現在

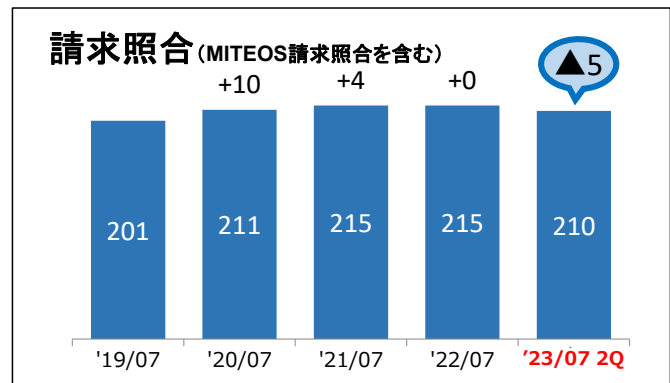
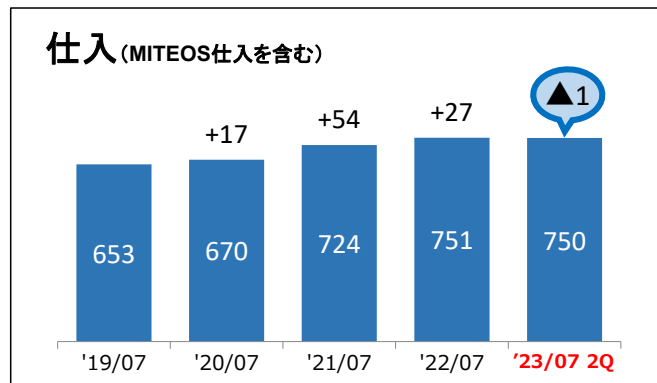
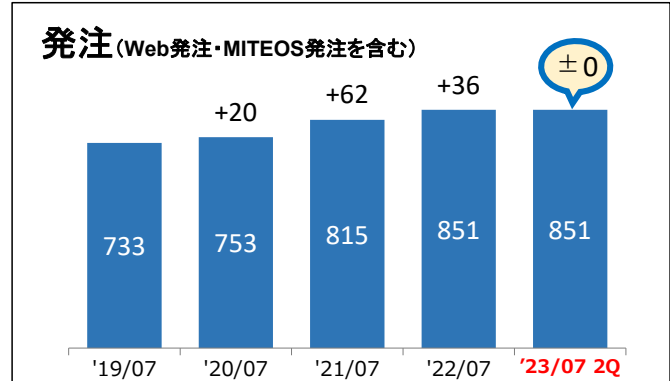
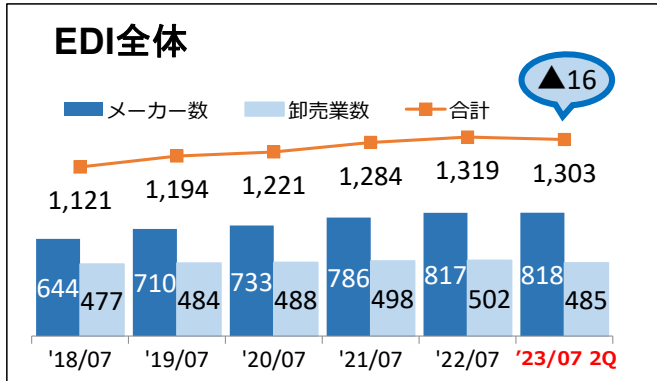
厳しい経営環境が続くと思われるが、  
ユーザーニーズを把握し、成長を目指す

# EDIサービス利用メーカー・卸売業社数の推移

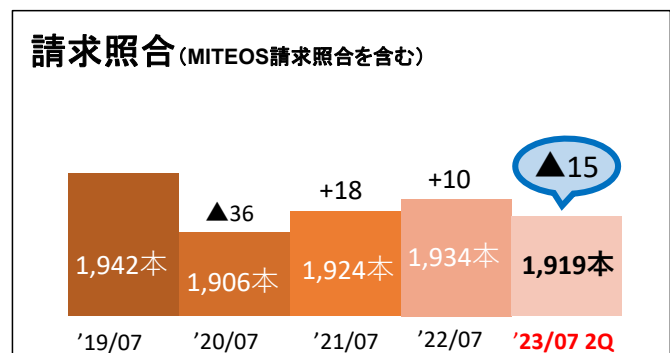
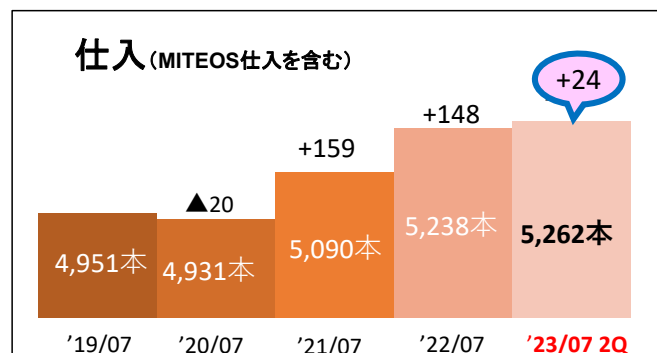
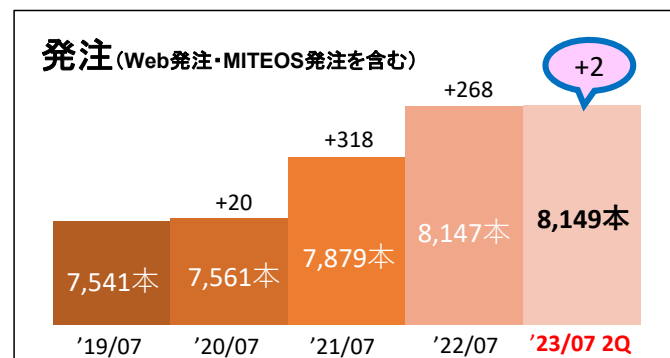
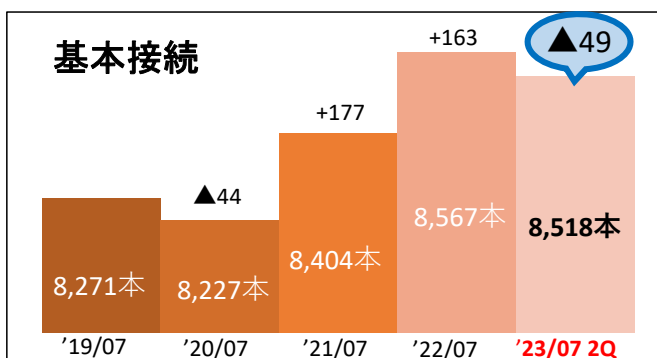


※2023年7月期 第2四半期の社数

## ■主なユーザー数

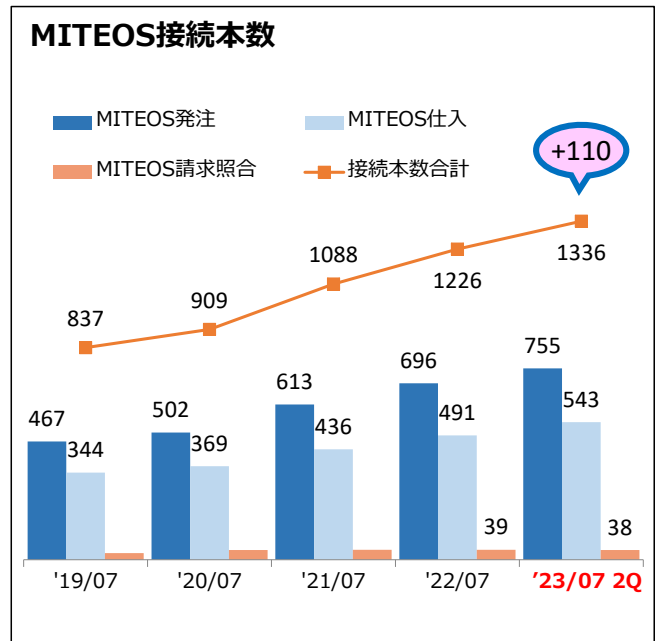
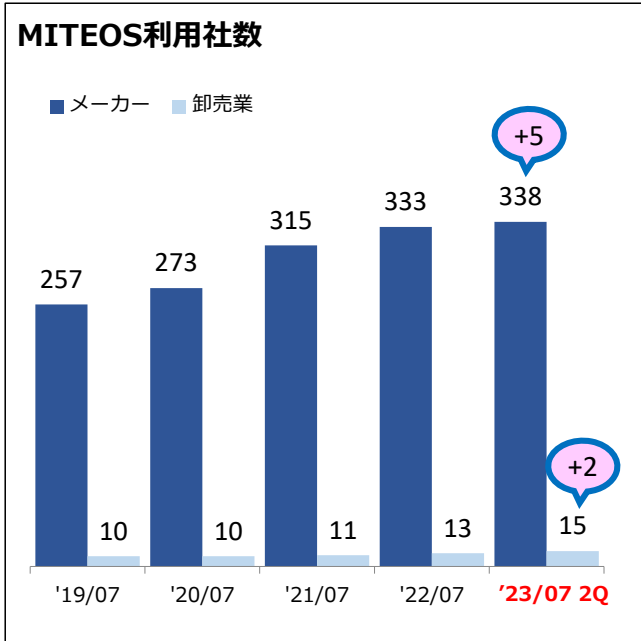


## ■主な接続本数



## MITEOS ~ユーザー・接続本数ともに順調に増加~

### MITEOS

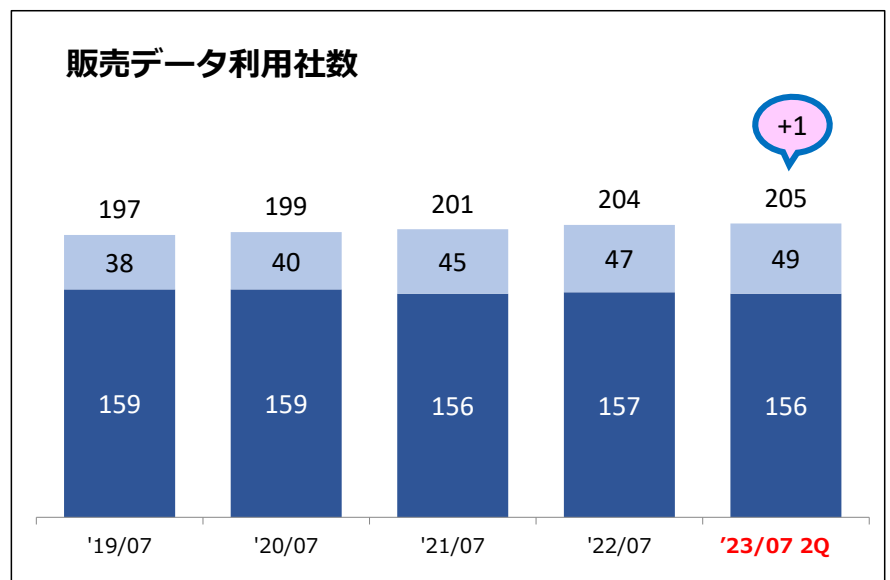
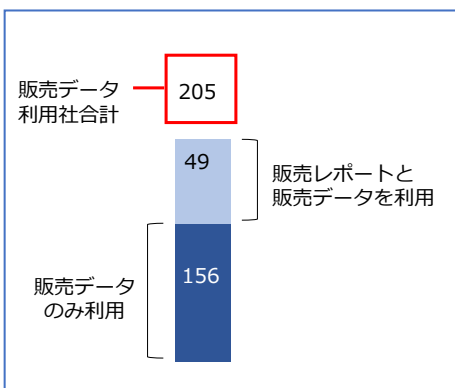


## 販売レポートサービス ~中小規模メーカーの販売データ利用を促進~

### ■販売レポートサービスと販売データをセットで利用するユーザーが増加

<凡例>

販売レポートサービスは、販売データとセットで利用されます。



## 3年ぶりにリアル会場でも開催

### ■ 2022年11月

### 【大阪会場、東京会場】 + オンライン配信にて開催

※メーカー・卸売業を中心に大阪・東京会場では151社219名、オンラインでは111社168名が参加  
※ 当日は万全の感染対策を行い開催しました

#### <プログラム>

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. 開会のご挨拶  | 株式会社プラネット 代表取締役会長 玉生 弘昌   |
| 2. 基調講演 『最大の生産性を上げる最高のチーム創り』 ~企業におけるパラダイムシフトの重要性~<br>プロノビア・グループ株式会社 代表取締役 ピョートル・フェリクス・グジバチ 氏 |                           |
| 3. ロジスティクスEDIを活用した物流業務改善のご紹介   | 株式会社プラネット ネットワーク推進本部 森 高宏 |
| 4. 環境変化への対応とTrue Dataとの新しい取り組み   | 株式会社プラネット 企画開発部 橋 正剛      |
| 5. 閉会のご挨拶  | 株式会社プラネット 代表取締役社長 坂田 政一   |



© 2023 PLANET, INC.

26

## 新たな挑戦

### その1 ロジスティクスEDI

#### 「持続可能な物流社会」の実現に向けた取り組み

- 2020年8月  
「出荷予定データ※1」の提供開始
- 2022年11月  
「入荷検収データ※2」の提供開始
- 2023年4月  
「データ連携機能※3」・「データ共有機能※4」  
2つの新たな機能を提供開始予定

※1 メーカーからの事前出荷案内にもとづき、受領した商品情報をメーカーに通知するデータ

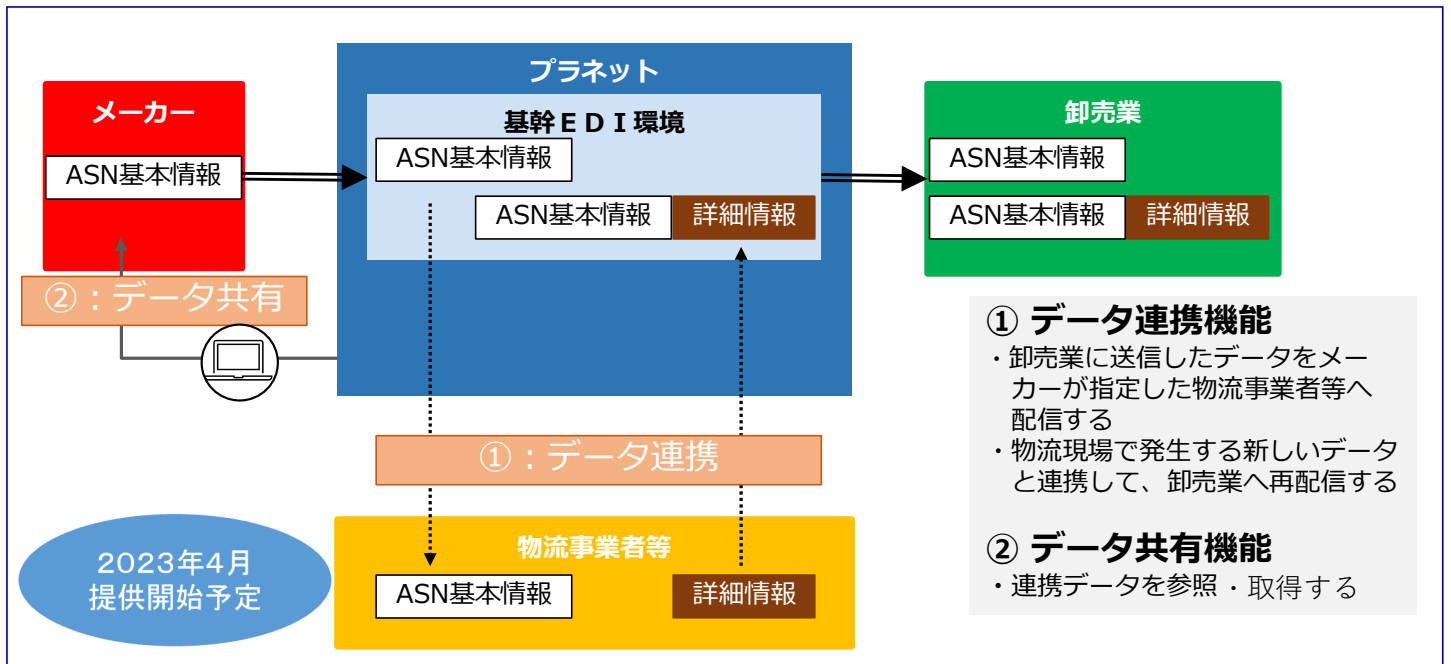
※2 卸売業からの発注にもとづき、メーカーの出荷予定情報や出荷確定情報を卸売業に通知するデータ

※3 メーカーから卸売業に送信したASNの基本データをもとに、物流事業者等が情報を付加する機能

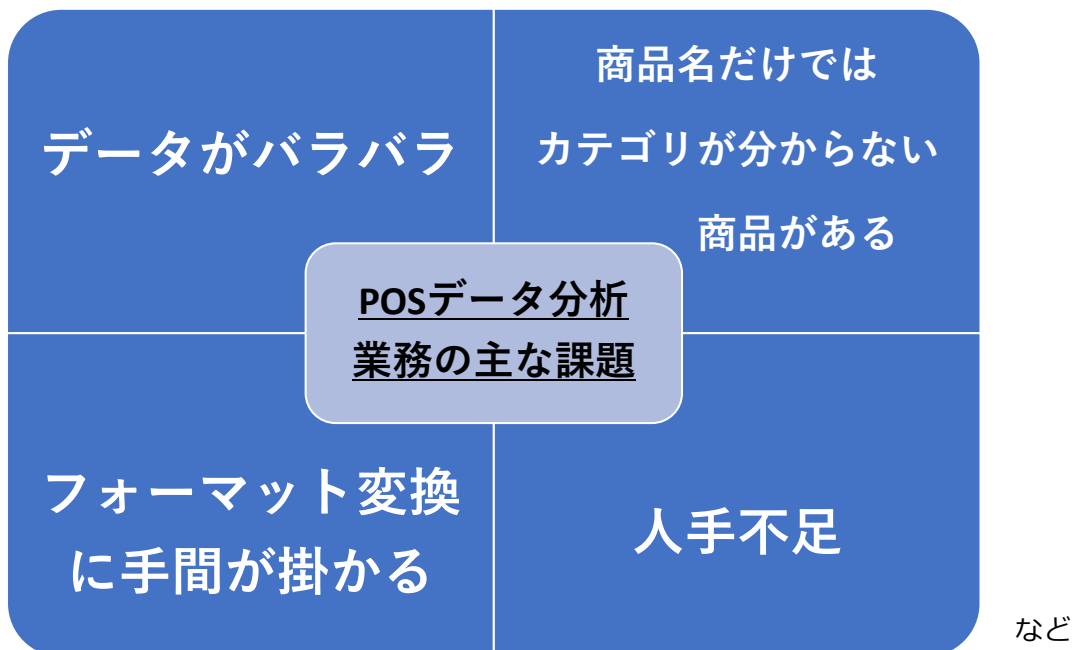
※4 物流事業者等が更新し、卸売業に送信されたデータが、メーカー側でも参照・閲覧できる機能

## その1 ロジスティクスEDI

事前出荷情報を高度化・可視化し、新たな付加価値を創出



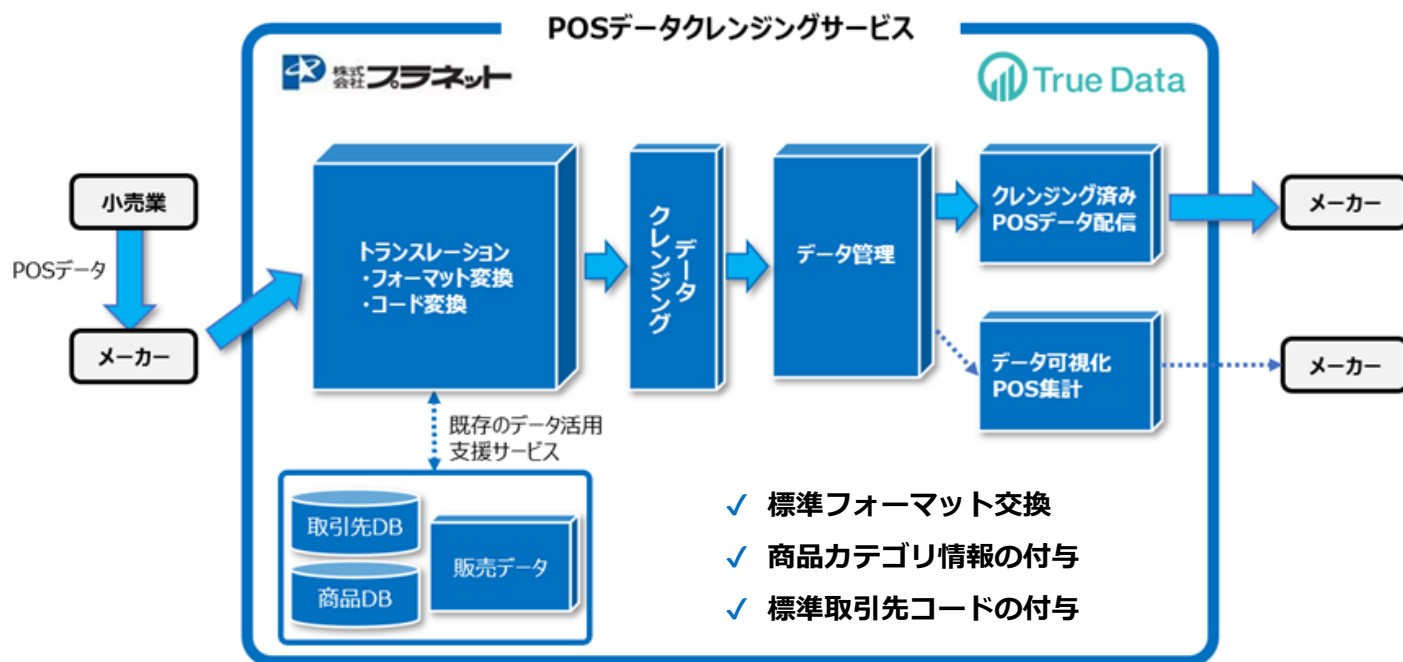
## その2 POSデータクレンジングサービス



**データ整備の必要性を痛感**

その2 POSデータクレンジングサービス

煩雑な業務を省力化し、マーケティング強化にも寄与



© 2023 PLANET,INC.

2023年8月 システム構築完了見込み

30

お問い合わせ窓口

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](mailto: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は負いません。



# 参考資料

当社の事業について  
経営指標の推移  
商品データベース  
旬な情報を発信

## 当社の事業について



### EDI導入のメリットとは

- 商取引業務の手間を削減
  - ➡ ペーパーレス、郵送コスト削減も実現
- 帳票などのやり取りを自動化
  - ➡ 業務スピードが向上
- 伝票の手入力が不要
  - ➡ データの信頼度が向上
- 大量の書類を短時間で処理
  - ➡ 業務効率化が図れる
- タイムラグなく発注が可能
  - ➡ 余剰在庫を抱えるリスクを軽減

## なぜプラネットなのか

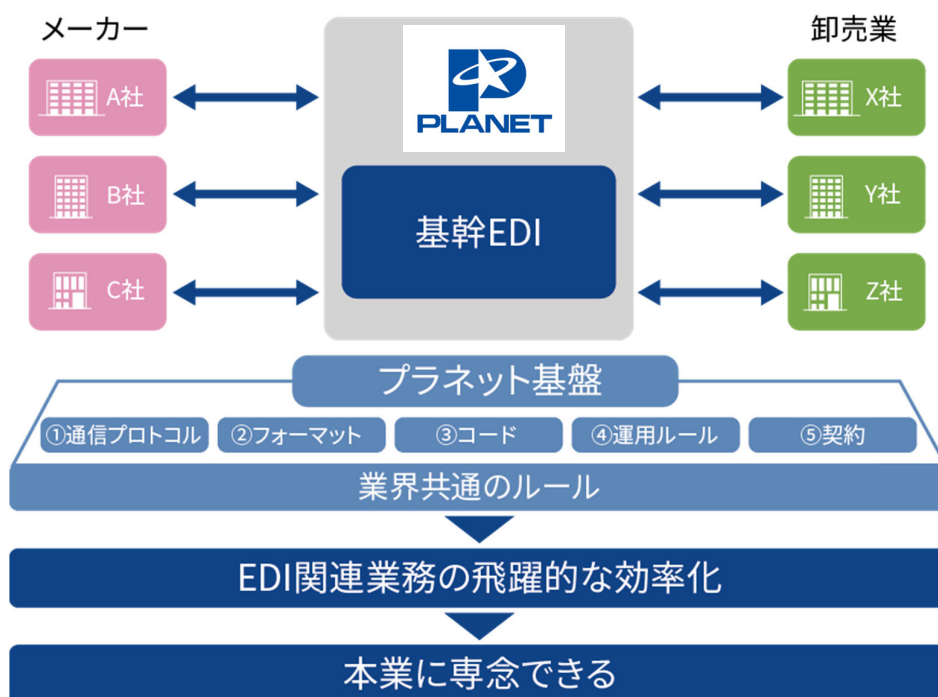
- 標準化を徹底 ➡ 通信手順、フォーマット、コード、運用ルールを標準化
- 利用企業の多さ ➡ 全国1,400社以上が利用
- 継続性 ➡ 万全のセキュリティ対策、ユーザー対応
- 当社が管理するデータベース

- ✓ 小売業の店舗や卸売業の支店などを示す拠点情報
- ✓ 商品情報

を全ての接続企業に利用いただく

➡ ユーザーが煩雑な変換作業をする必要なく  
データ交換の効率化・自動化を実現可能に

## 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

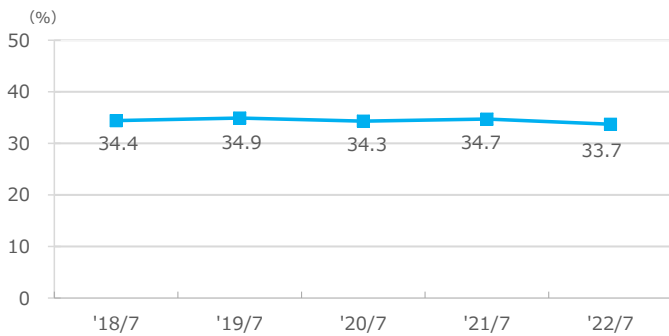
#### <使いやすさ>

- ・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

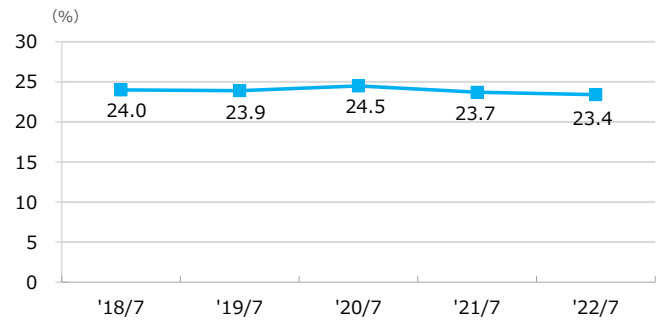
#### <将来性>

- ・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

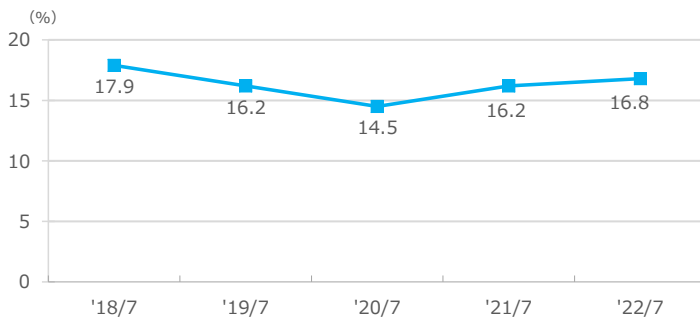
## ■ 原価率



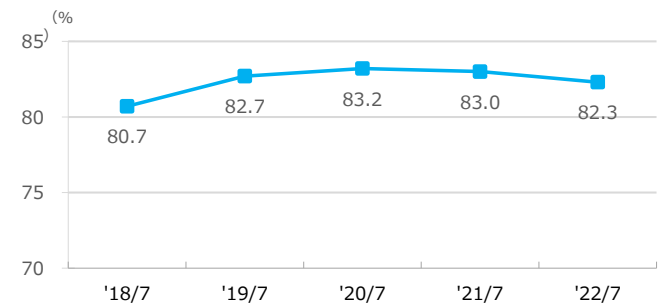
## ■ 売上高経常利益率



## ■ 売上高当期純利益率



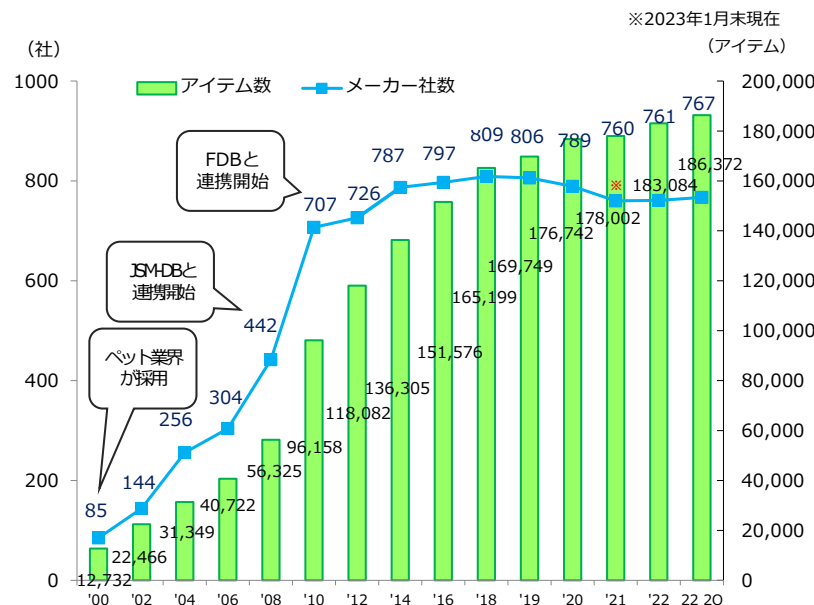
## ■ 自己資本比率



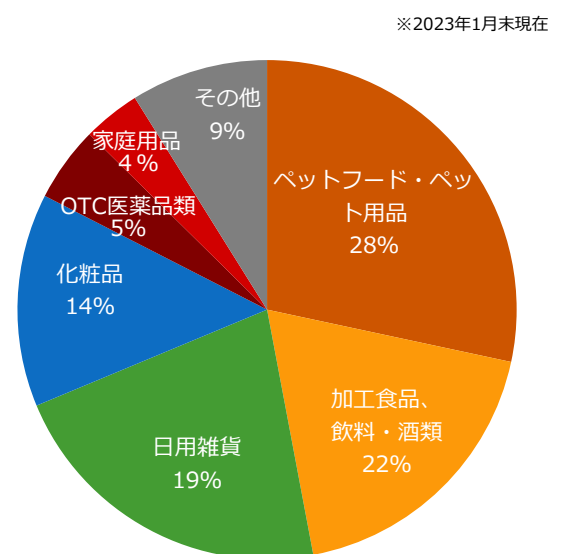
# 商品データベース

## ～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

※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

新製品情報を集約 ～新製品カタログを年2回発行～

■ 2023年春夏号 10,000部発行（2023年1月）



2009年より14年継続発行 29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 : 87社
- ・掲載アイテム数 : 2,162アイテム(2023年1月以降発売の新製品・リニューアル品1,654アイテム、同年同月移行に廃番となる508アイテム)

旬な情報を発信

インバウンド市場の回復を見据えて

「インバウンド消費を拡大させる意識と行動2022」を発行



生活や購買行動の変化を調査  
(2015年から調査を継続中)

今回は中国だけでなく、  
タイ・マレーシア・ベトナム・  
インドネシア・フィリピンの  
6か国・地域で  
アンケート調査を実施

訪日旅行者とこれからのインバウンド観光の変化

「インバウンドセミナー2023」を開催



長かった世界的なパンデミック  
のトンネルの出口がようやく見  
えてきた今、有識者をお招きし、  
業界全体のこれからの方向性と  
必要な活動のヒントを発信

## From プラネット ～業界の中立的な立場で収集・月2回発信～

■ 2022年8月～2023年1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	お寺・神社
3	マイボトル (水筒・マグ)
4	ペット
5	資源とゴミの分別
6	ペット (犬)
7	家飲み・おつまみ
8	カラオケ
9	香水
10	メガネ

- 71号 メガネに関する意識調査
- 90号 お寺・神社に関する意識調査

From プラネット Vol.69 <お寺・神社に関する意識調査>

お寺・神社を最もよく訪ねている職業は「会社役員・経営者」

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～

■ お寺・神社  
お歳参りや縁起な存在になるお寺でも人気です。キートンを行い、お掛けをするか、おはじめに、お参りました。すると、「神社」によく行く。33.4%。合計する社のどちらかには「性年代別では、く計が高なり。」で79.4%。男女どが割合を占め

■ 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」。最近では視を守るため、ブルーライト対策用のメガネをかける人もいます。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、メガネをかける目的、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%、「必要な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「メガネ使用率」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レンズ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レンズと使い分ける「併用派」が多いことがわかります。

性年代別に見ると、男女ともに、年代が上るにつれて「メガネ

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

性別	常に	必要なときだけ	使い分け	計
男性 (n=2027)	33.7%	28.7%	13.3%	75.7%
女性 (n=2521)	22.8%	28.7%	20.8%	72.3%
男性 (n=47)	62.1%	28.7%	9.2%	100%
女性 (n=107)	68.8%	28.7%	2.5%	100%
40代 (n=102)	68.1%	28.7%	3.9%	100%
50代 (n=120)	78.2%	28.4%	3.2%	100%
60代 (n=75)	84.4%	28.4%	3.2%	100%
70代以上 (n=53)	88.0%	28.4%	3.2%	100%
男性 20代 (n=35)	63.2%	28.4%	3.2%	100%
男性 30代 (n=153)	64.4%	28.4%	3.2%	100%
男性 40代 (n=510)	68.6%	28.4%	3.2%	100%
男性 50代 (n=753)	72.3%	28.4%	3.2%	100%
男性 60代 (n=545)	85.3%	28.4%	3.2%	100%
男性 70代以上 (n=210)	88.6%	28.4%	3.2%	100%
女性 20代 (n=99)	61.2%	28.4%	3.2%	100%
女性 30代 (n=258)	71.5%	28.4%	3.2%	100%
女性 40代 (n=511)	63.6%	28.4%	3.2%	100%
女性 50代 (n=479)	76.4%	28.4%	3.2%	100%
女性 60代 (n=210)	81.9%	28.4%	3.2%	100%
女性 70代以上 (n=67)	88.6%	28.4%	3.2%	100%

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