

決算説明会

2022年7月期（第37期）第2四半期
（2021年8月1日～2022年1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	34ページ
■ 参考資料	53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	50億8,545万円
上場市場	JASDAQスタンダード(証券コード：2391)
従業員数	43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	

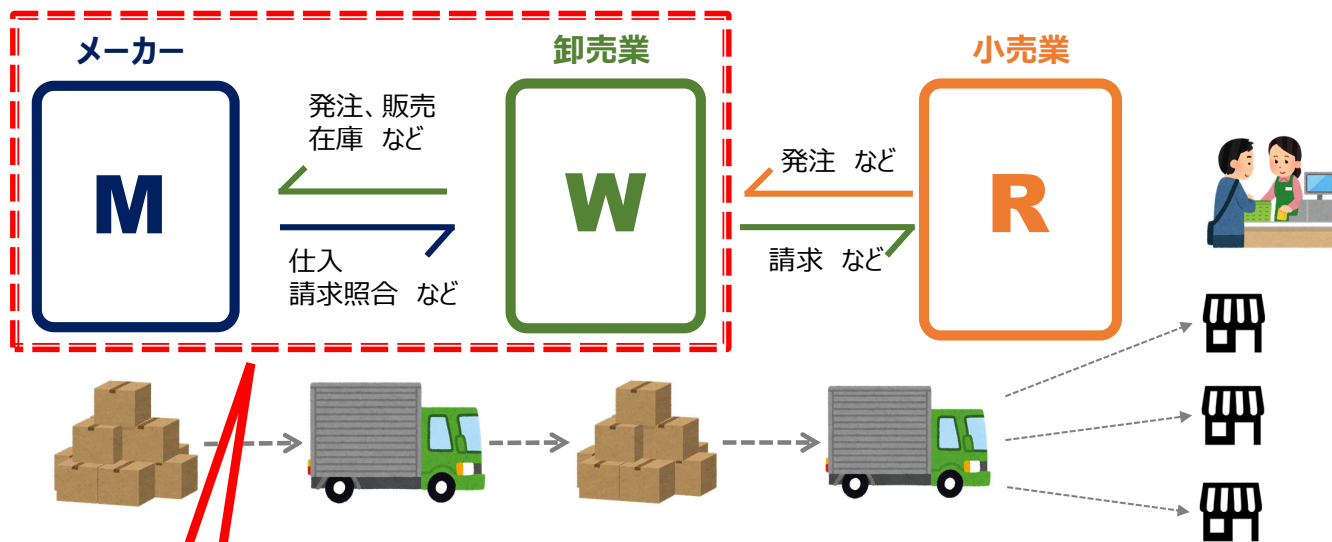


インテックにネットワーク運用と監視業務を委託

インテック

当社の事業について

基幹EDIの概念図



プラネットは、メーカー・卸売業間の流通の効率化を支えています

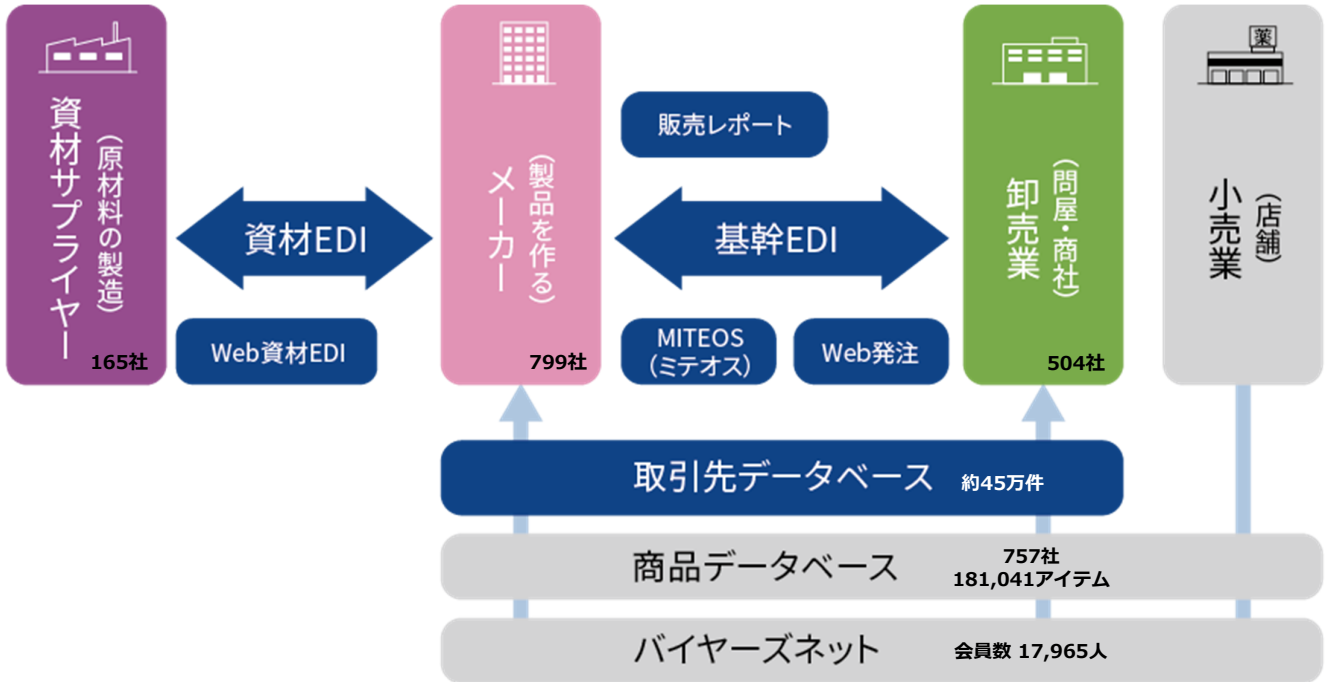


当社の事業について

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



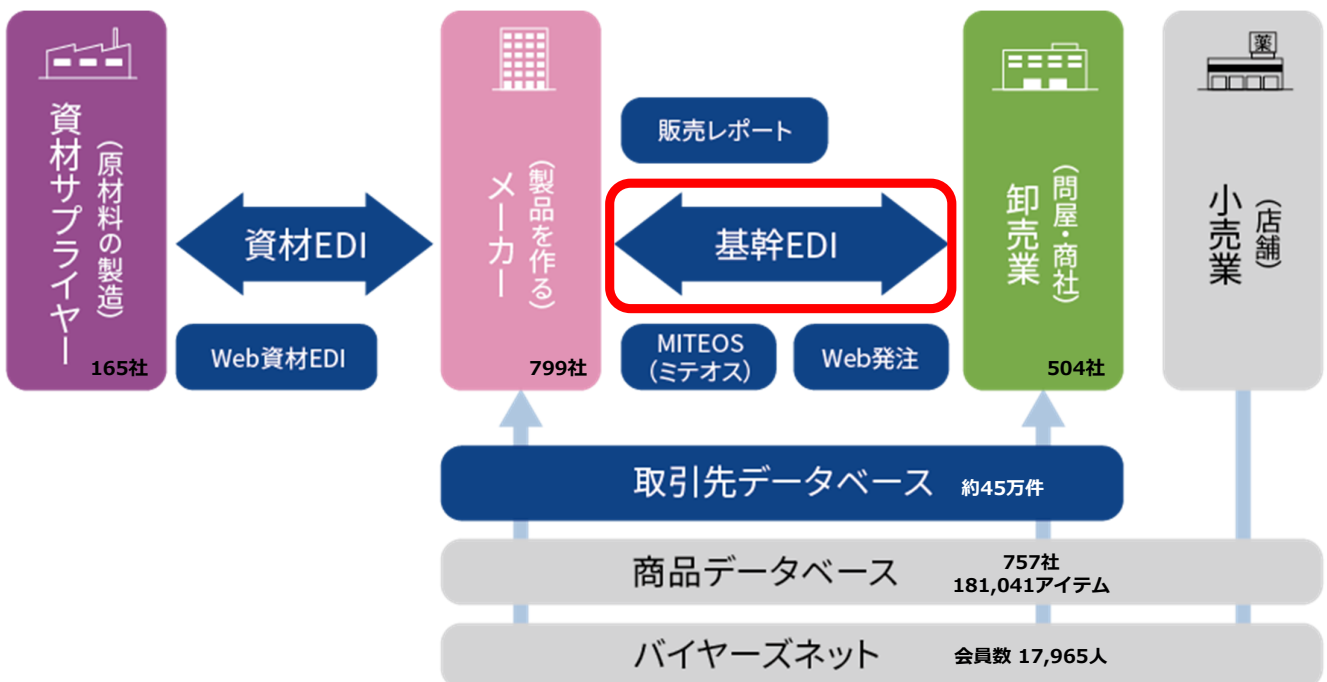
※利用実績は2022年1月末現在

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



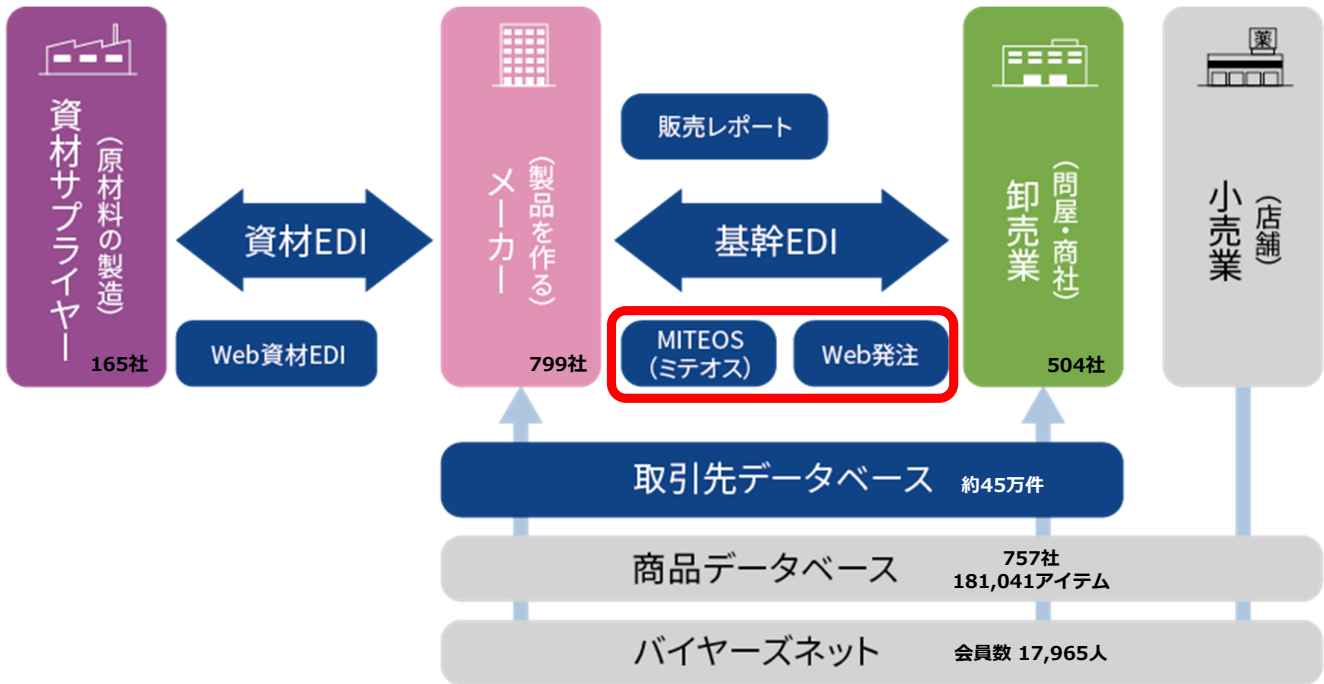
※利用実績は2022年1月末現在

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



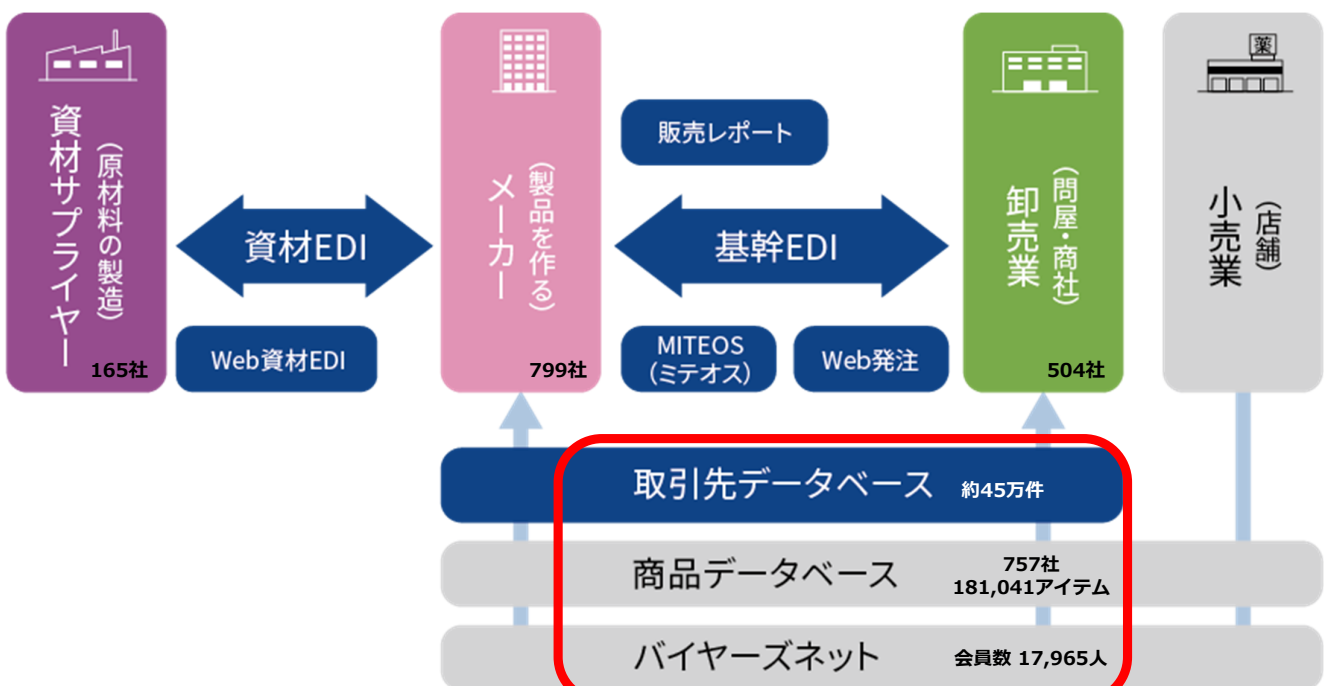
※利用実績は2022年1月末現在

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



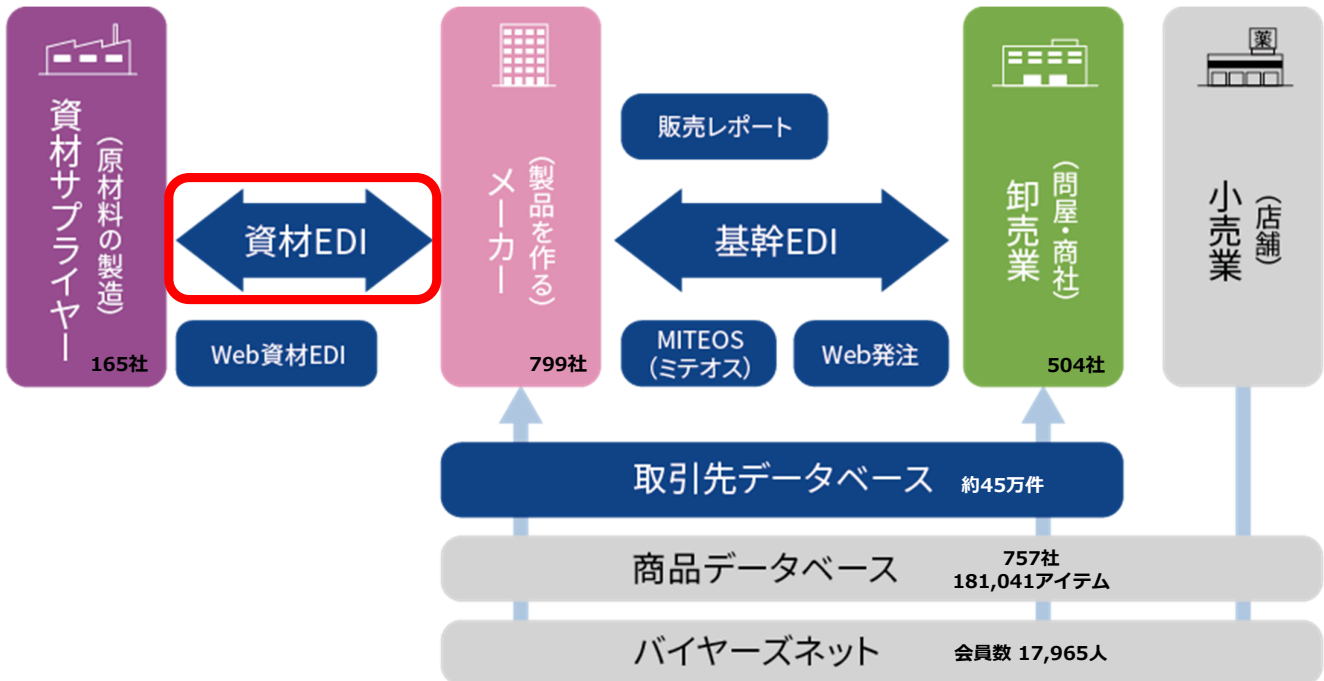
※利用実績は2022年1月末現在

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



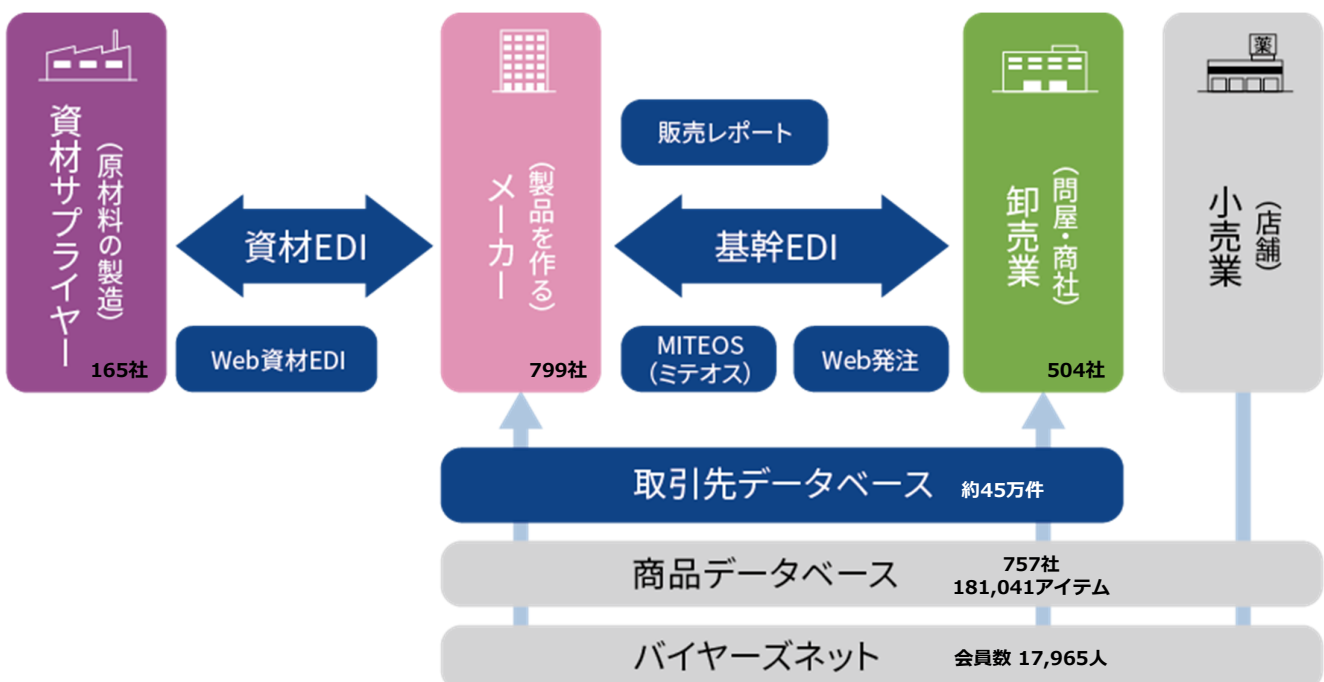
※利用実績は2022年1月末現在

当社の事業について

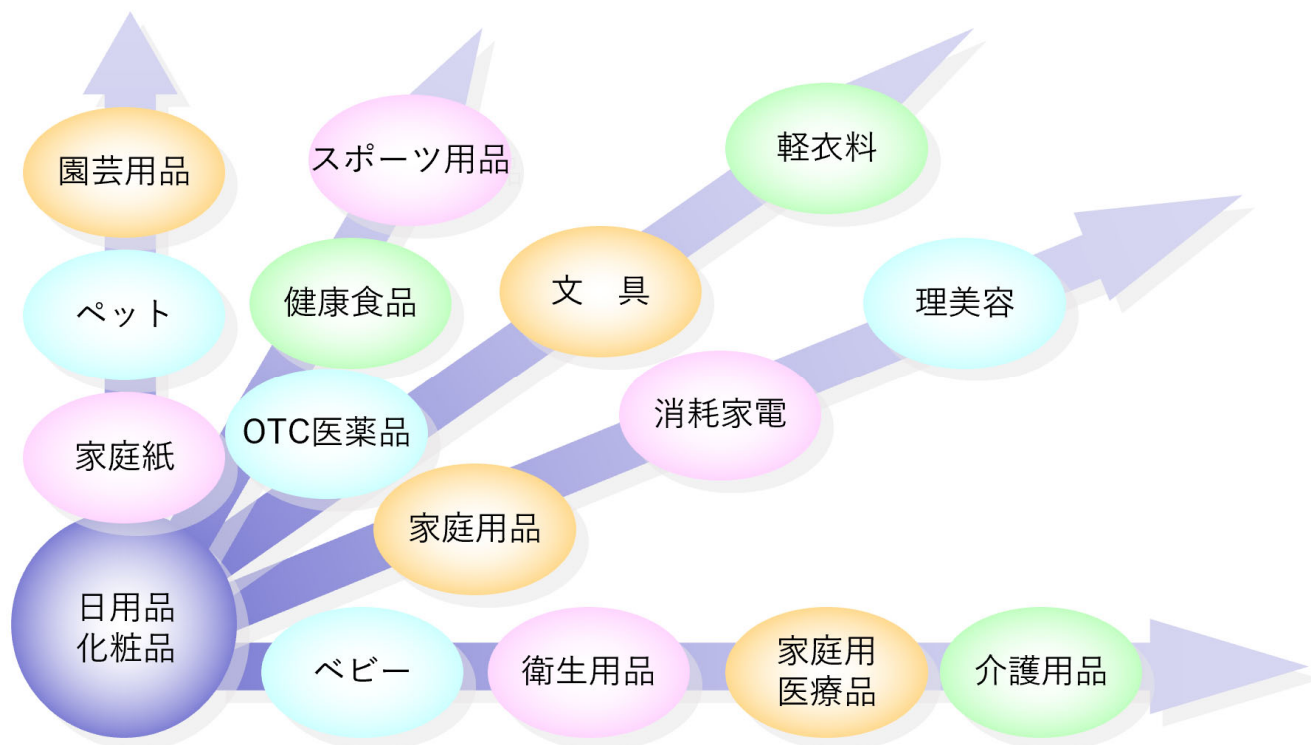
原料 容器
包装・梱包資材
など

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1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

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 事業の安全性と継続性

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。

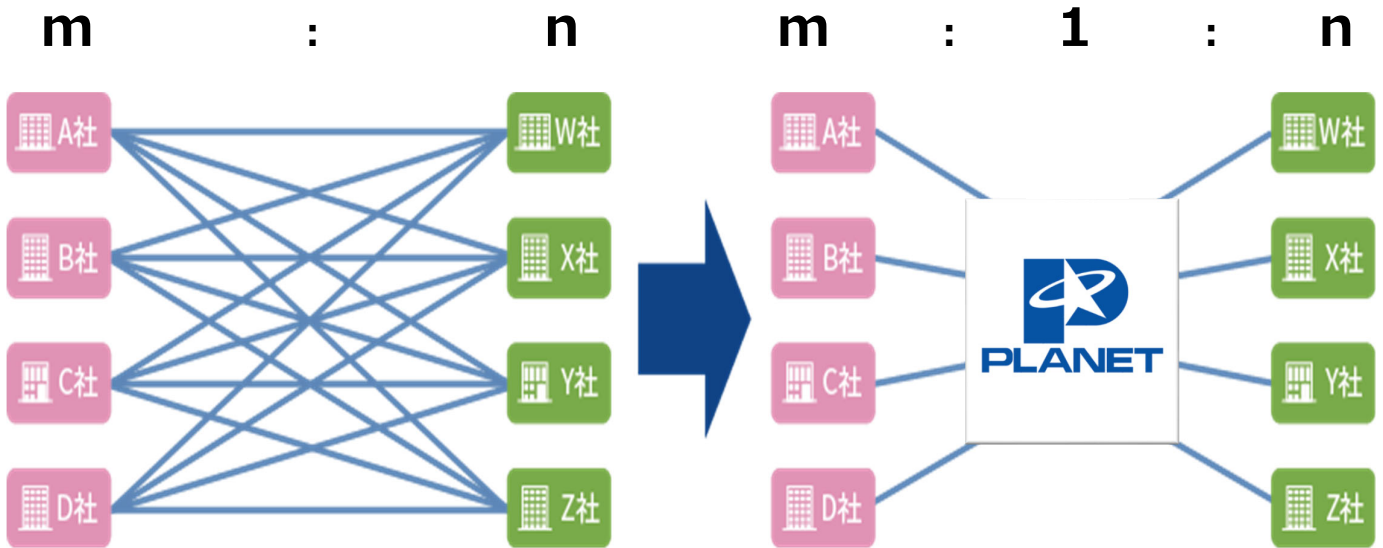
例えば、電気は電圧、周波数の規格やコンセントの形状が決まっているので、私たちは市販の家電製品をそのまま使うことができます。



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

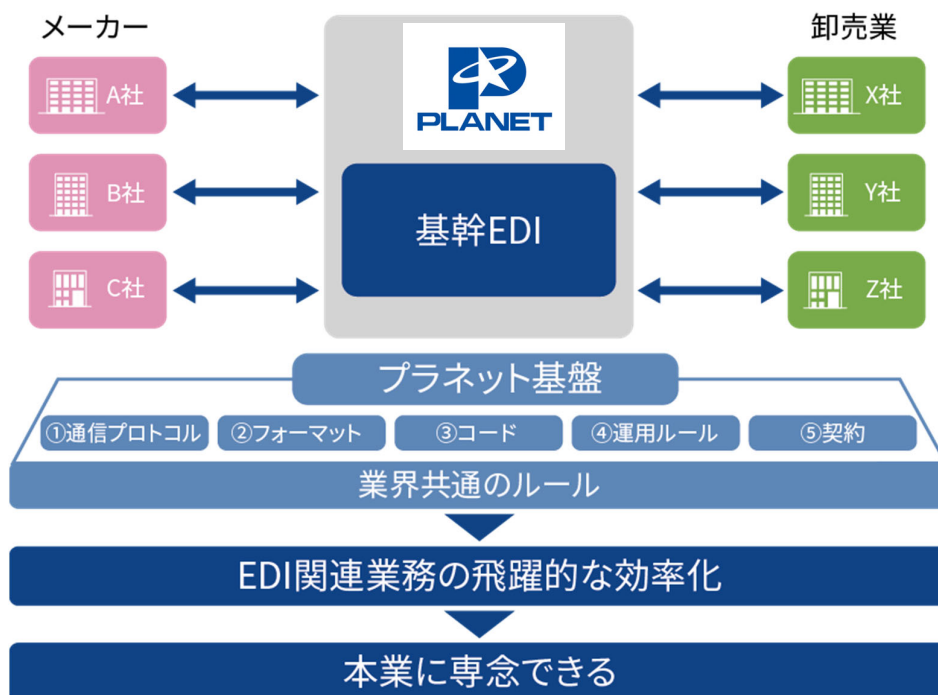


取引先の数 = 接続数

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

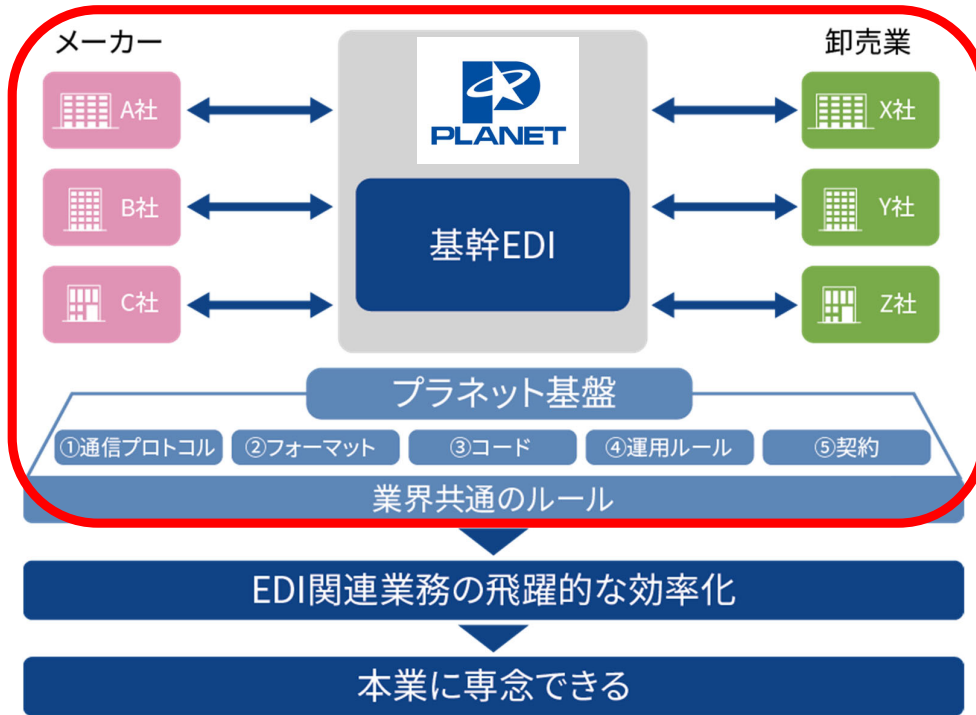
<使いやすさ>

- ・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

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

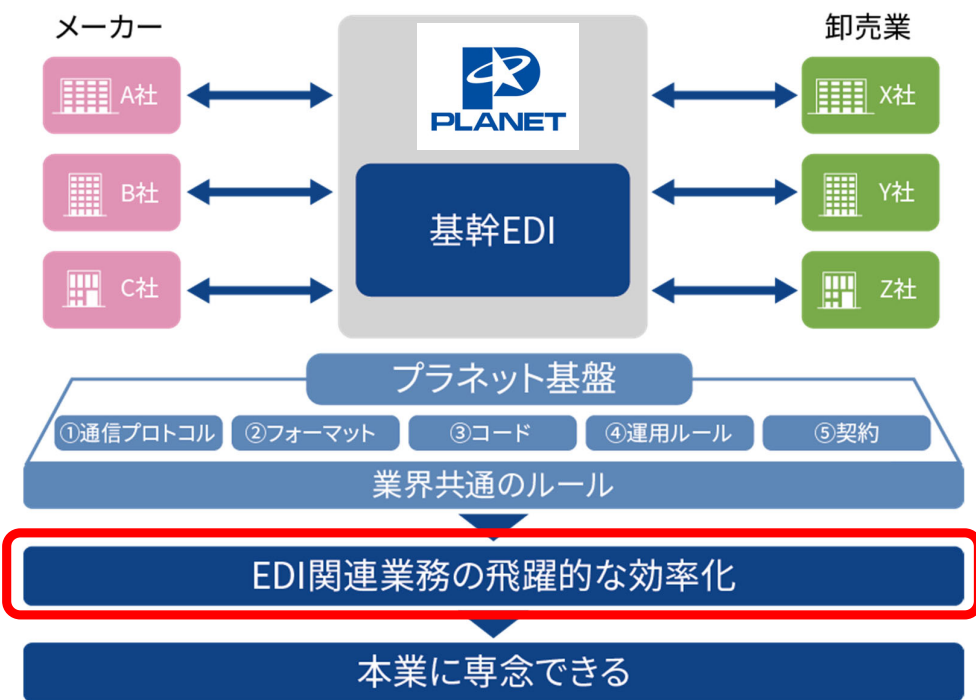
<使いやすさ>

- ・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

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

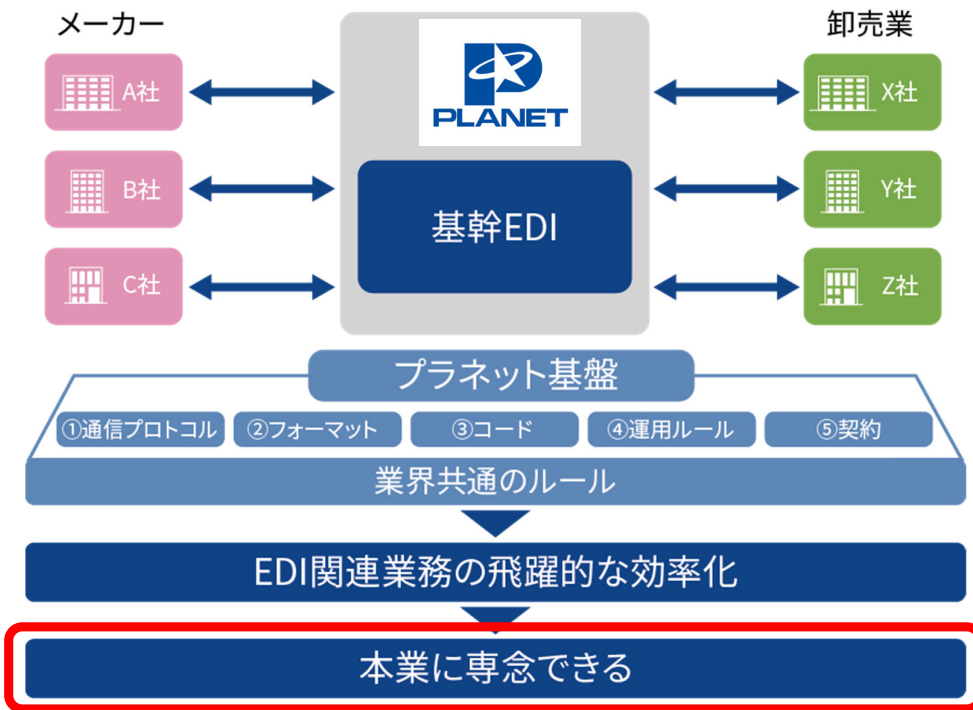
<使いやすさ>

- ・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

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

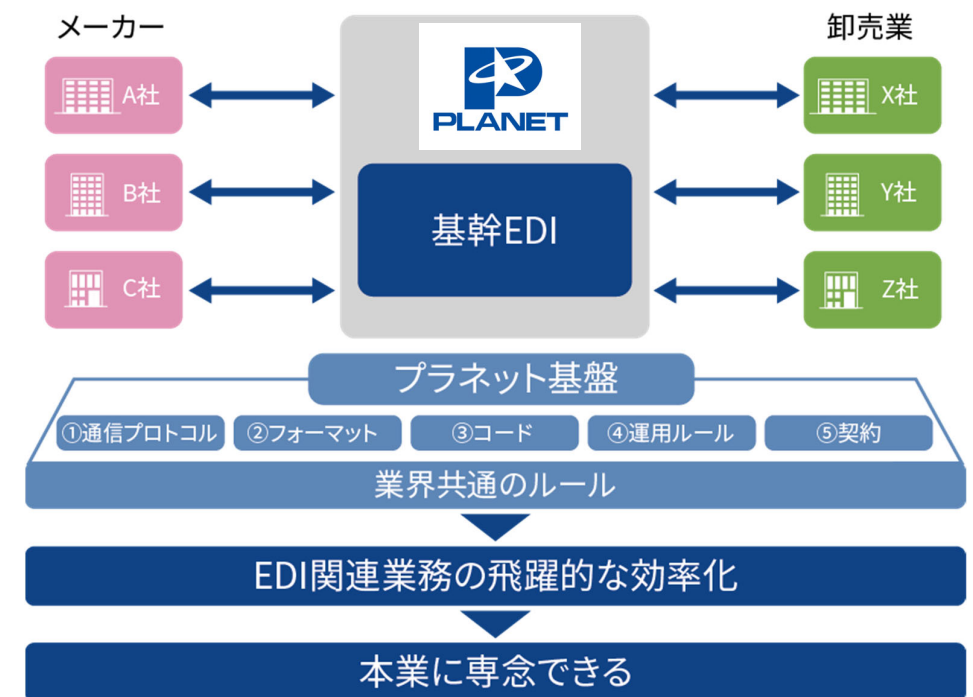
<使いやすさ>

- ・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

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

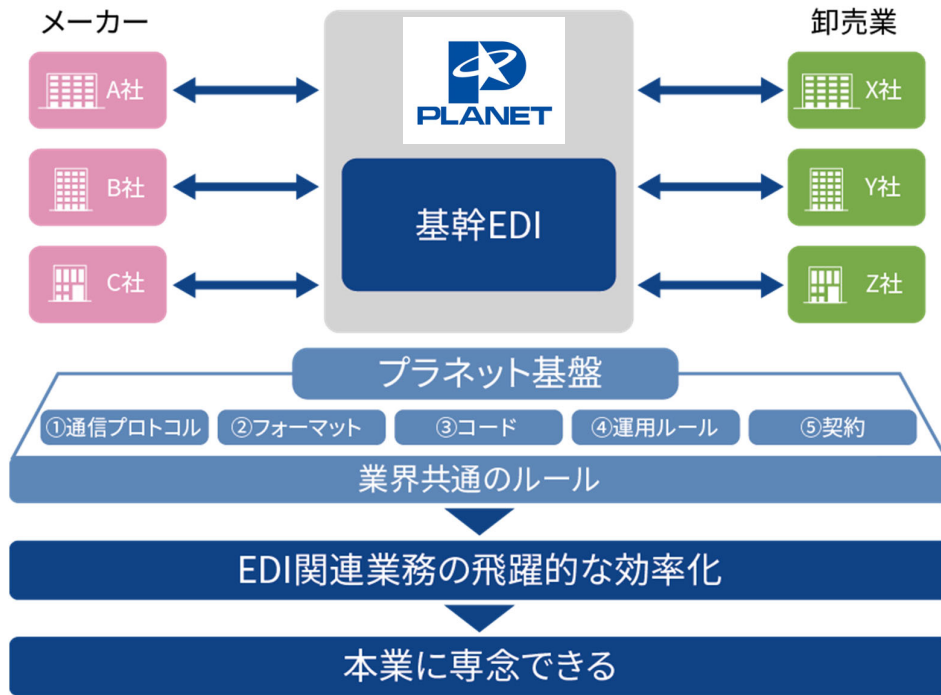
<使いやすさ>

- ・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

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

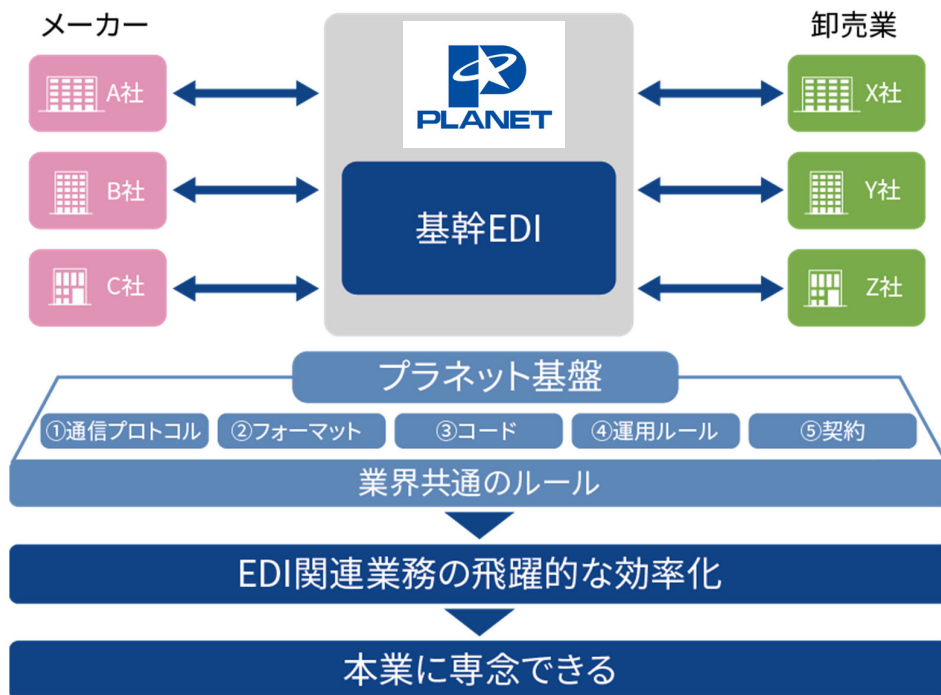
<使いやすさ>

- ・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

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>

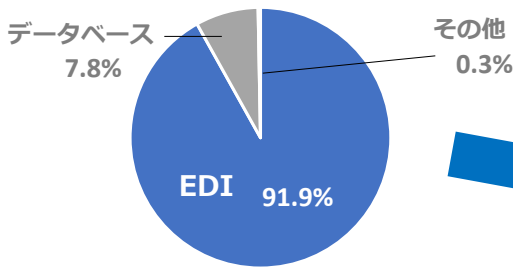
- ・24時間稼働
- ・認証局
- ・コールセンター
- ・導入サポート
- ・取引先コード管理
- ・商品コード管理
- ・データ変換処理

<将来性>

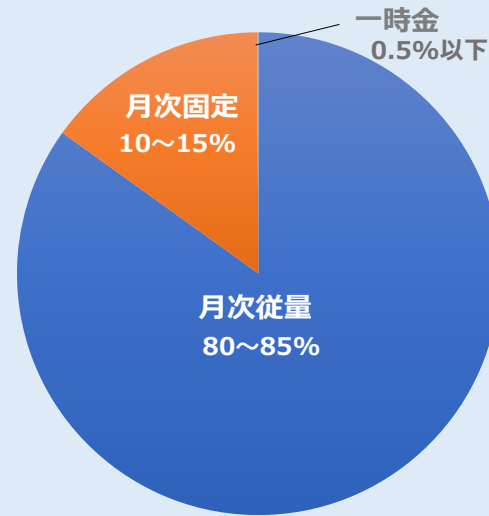
- ・仕様の変更・改善
- ・次世代技術の調査・研究
- ・ニーズの調整・とりまとめ

■ 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



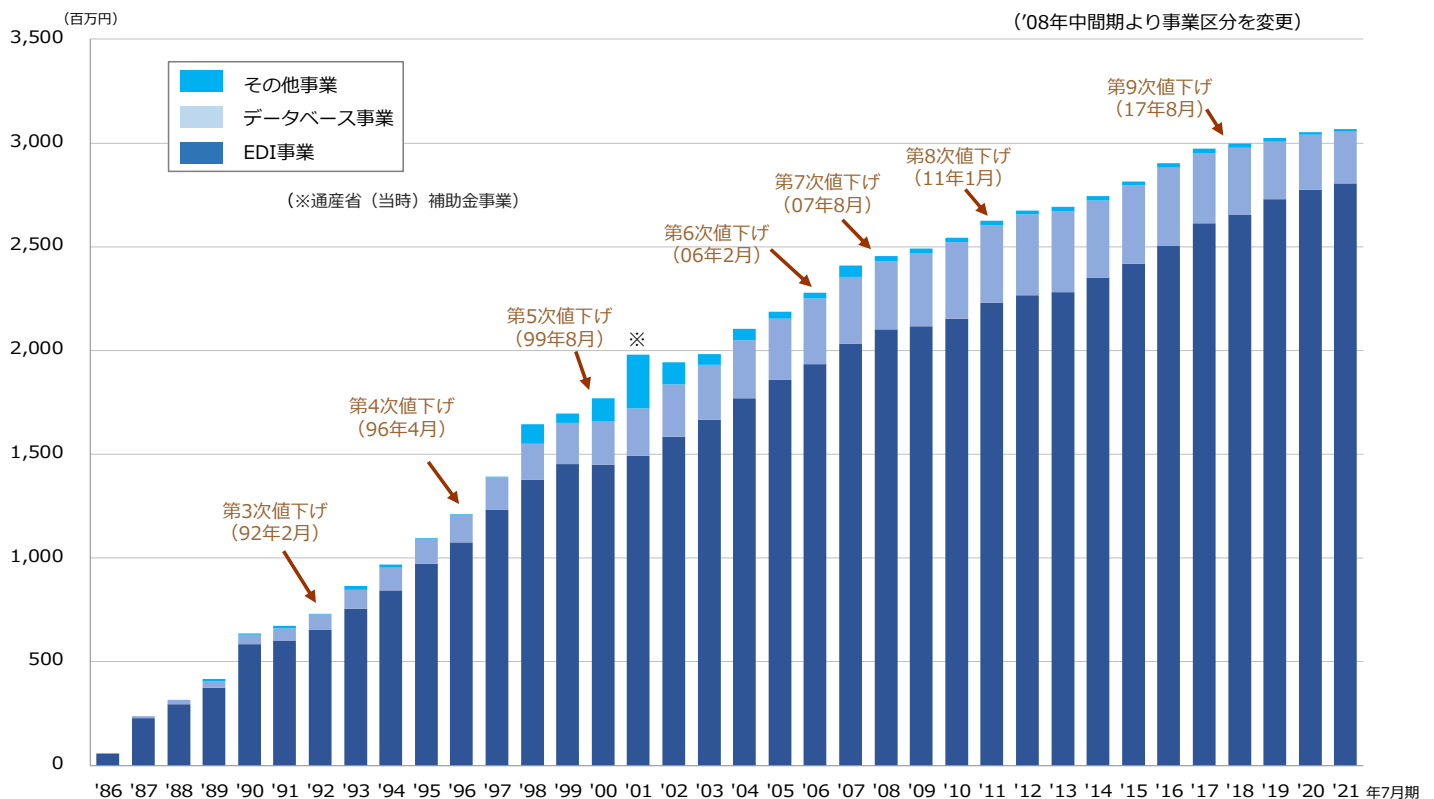
- 企業規模に関係なく同一サービス・同一料金
- 創業当初は月次固定(基本料金)の金額の割合も高く、利用できる企業が限られていた

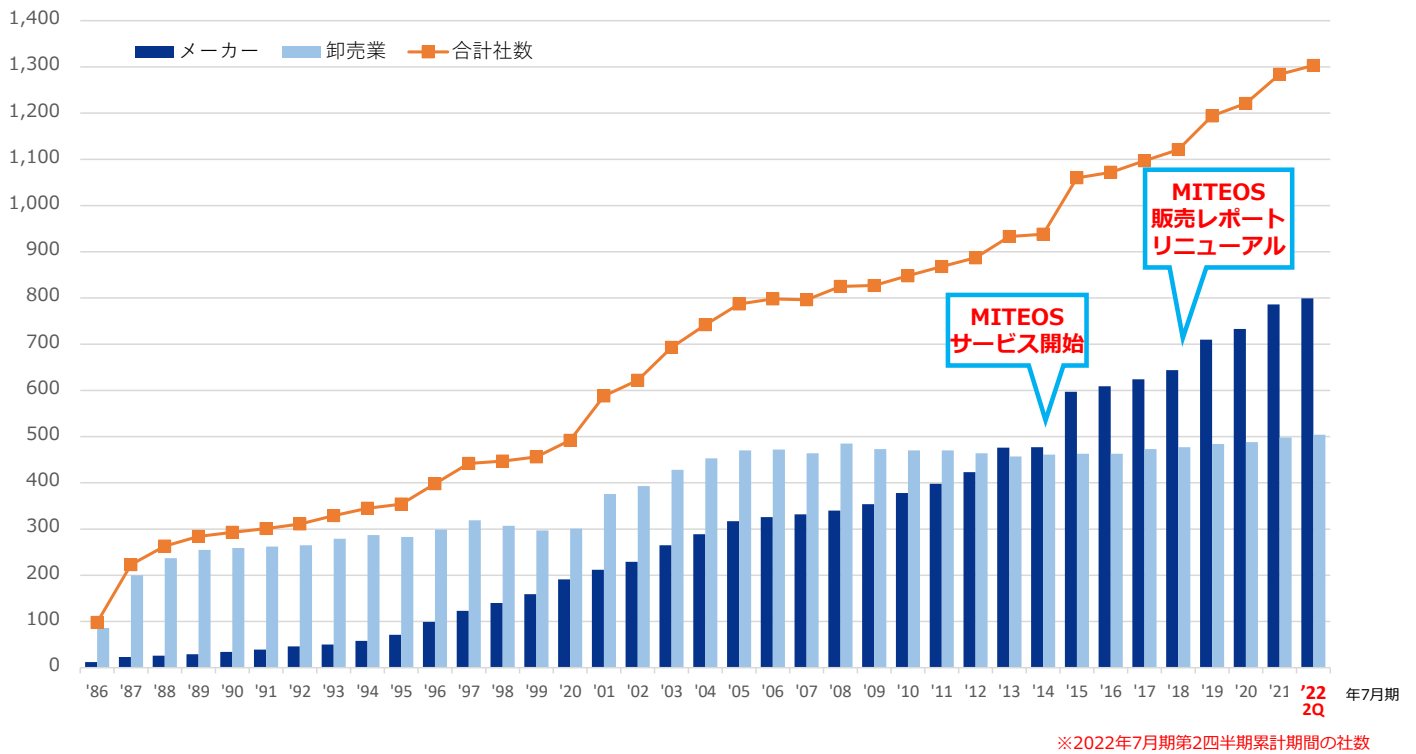


値下げや料金体系を変え、利用のハードルを下げ、ユーザーの裾野拡大とデータ量の増加を実現

- 一時金 : サービス利用開始時に請求
- 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月期第2四半期累計期間
(2021年8月1日～2022年1月31日)

業界の状況

<新たな生活様式や消費活動>

- ・巣ごもり消費が定着 → **需要は引き続き堅調**
- ・買い物回数減・まとめ買い傾向 → 家庭内商品在庫増
- ・自宅時間増 → 高機能商品購入増
- ・ワクチン接種後の副反応対策 → 解熱鎮痛薬の特需
- ・感染者減少で一部の化粧品・OTC医薬品の需要回復（昨年末） → オミクロン株の感染再拡大で再び需要減少

先行きが不透明な状況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

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月期第2四半期累計期間 – 業績ハイライト

- 売上高は15億5千1百万円（前期比+2.0%）
- 営業利益、経常利益ともに計画通り減益
 - ➡ 研究開発費や業務委託費などの増加により、販売費及び一般管理費が増加した結果
- 四半期純利益も計画通り減益
- 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 第2四半期累計期間の業績概要

- 売上高はほぼ計画通りに推移し、前期比+2.0と増収で着地
- 新サービス構築に向けての検証が増えたことで研究開発費が、「IEサポート終了対応」などサービス維持に必要な改修で業務委託費が増えたことにより、営業利益が353百万円（前年同期比 5.6%減）
- 四半期純利益は計画通り減益

単位：百万円	2021年7月期 第2四半期 累計期間の実績	2022年7月期 第2四半期 累計期間の実績	前期比	2022年7月期 (業績予想)	進捗率
売上高	1,521	1,551	+2.0%	3,090	50.2%
営業利益	373	353	-5.6%	675	52.3%
営業利益率	24.6%	22.7%	-1.9pt	-	-
経常利益	384	362	-5.7%	690	52.5%
四半期純利益 (当期純利益)	261	245	-6.1%	470	52.2%

2022年7月期 第2四半期累計期間の業績概要

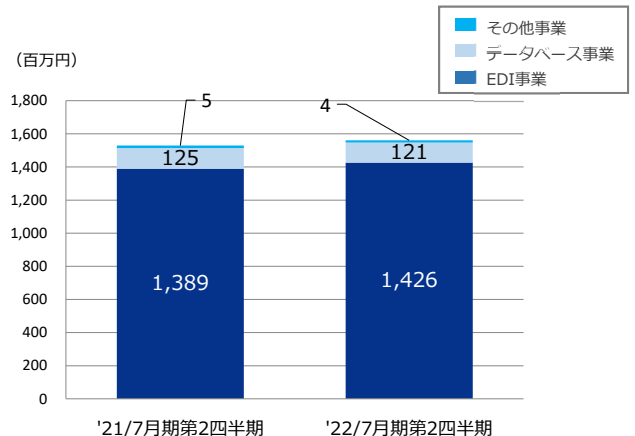
事業別売上高

■ EDI事業 1,426百万円（対前年同期比2.6%増）

- ・メーカー・卸売業間の「基幹EDIサービス」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 121百万円（同3.8%減）

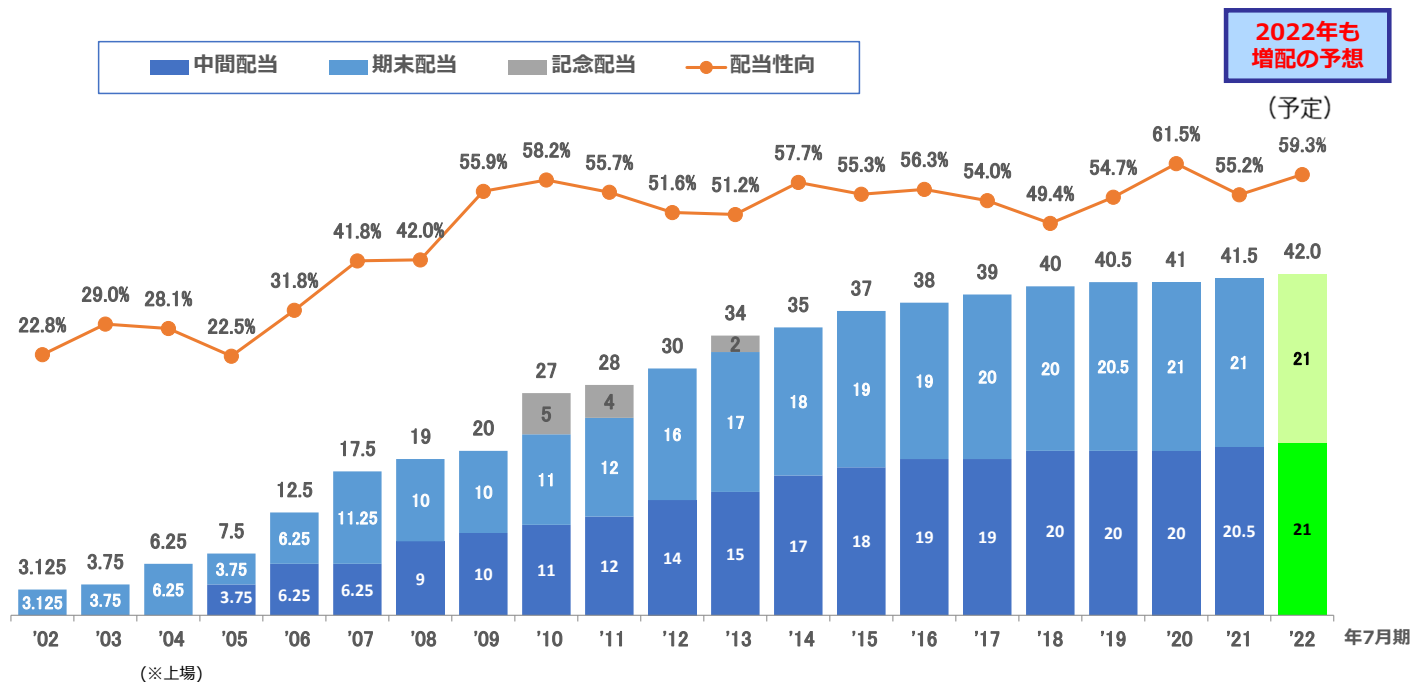
- ・EDIフォーマットをTSV形式に切り替えると、取引先データベースの一部の料金を無料にする施策により売上減少



	2021年7月期第2四半期 累計期間の実績		2022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	1,521	100.0	1,551	100.0	2.0
EDI事業	1,389	91.4	1,426	91.9	2.6
データベース事業	125	8.3	121	7.8	△3.8
その他事業	5.3	0.3	4.3	0.3	△17.5

上場以来 18期連続増配 (予定)

配当性向50%~60%を目指す



2022年も増配の予想

(予定)

東京証券取引所の新市場区分について

「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 (<https://www.planet-van.co.jp/ir/news>) 2021/10/26 公表

<進捗①>

計画書に基づき、当社は法人大株主に対し、当社株式の一部売却を申し入れ、株式の流動性向上に取り組んでいます。

【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>

株式の立会外分売*を実施予定。

分外予定株式数：120,000株

(発行済み株式総数の約1.8%に相当)

分売予定期間：2022/3/24~2022/3/29

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、2022/3/15に公表した

「株式の立会外分売に関するお知らせ」

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

(注)株式市場の急激な変動等により実施が困難となった場合には、中止または延期する可能性があります。

*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月期第2四半期累計期間
(2021年8月1日～2022年1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

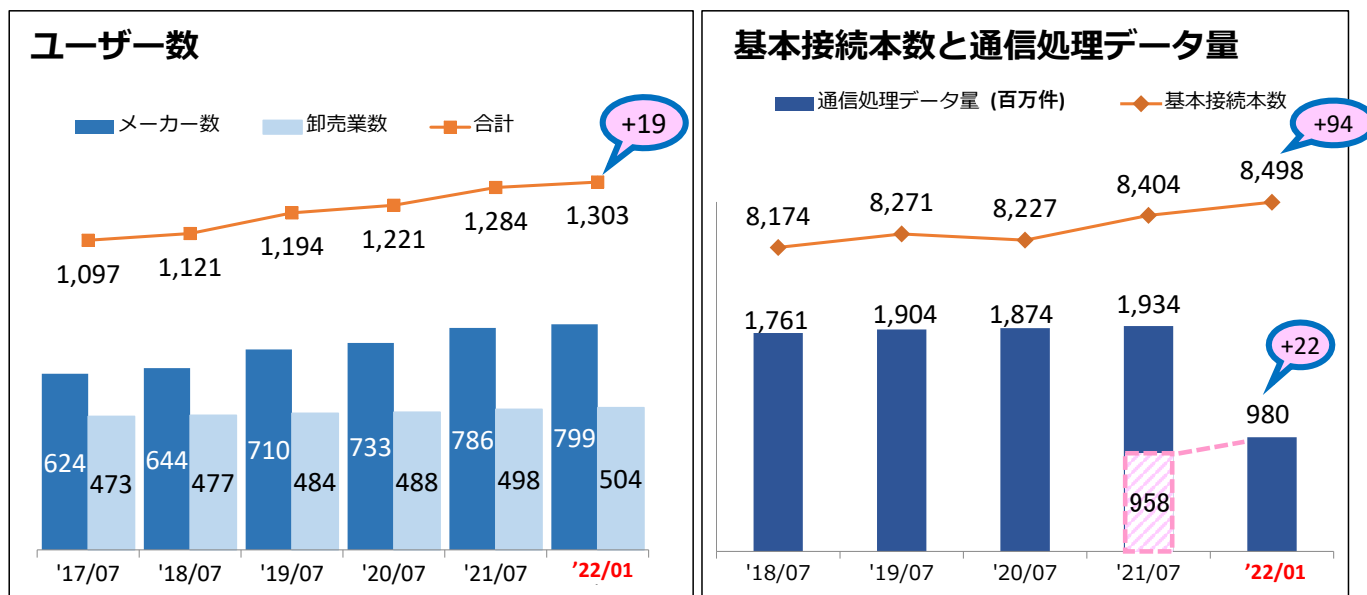
広く遍く ～消費財流通の情報インフラであり続けます～

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

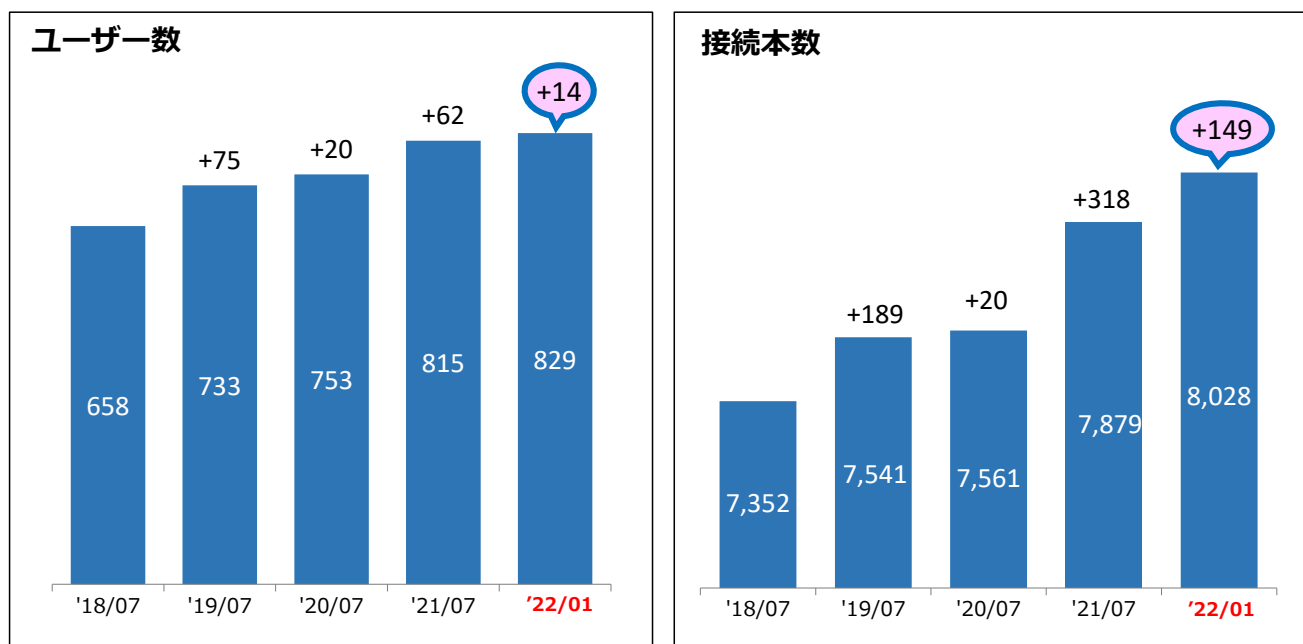
※ EDIを利用するメーカーと卸売業の組合せの社数の合計



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~

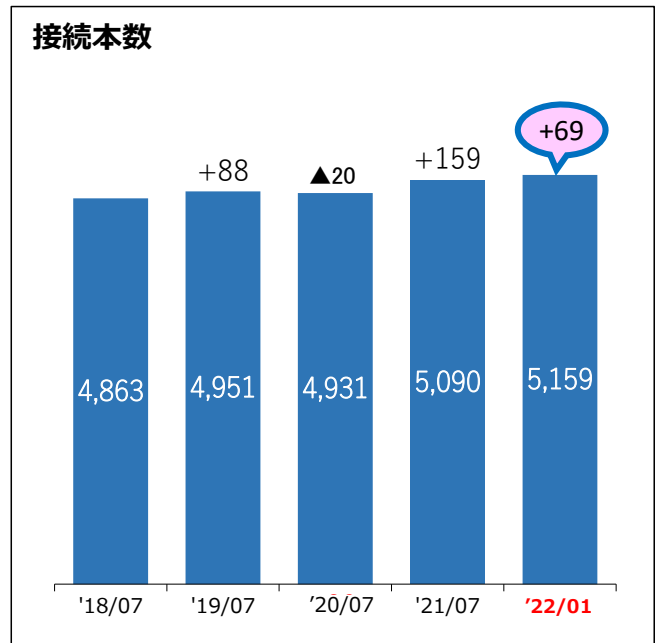
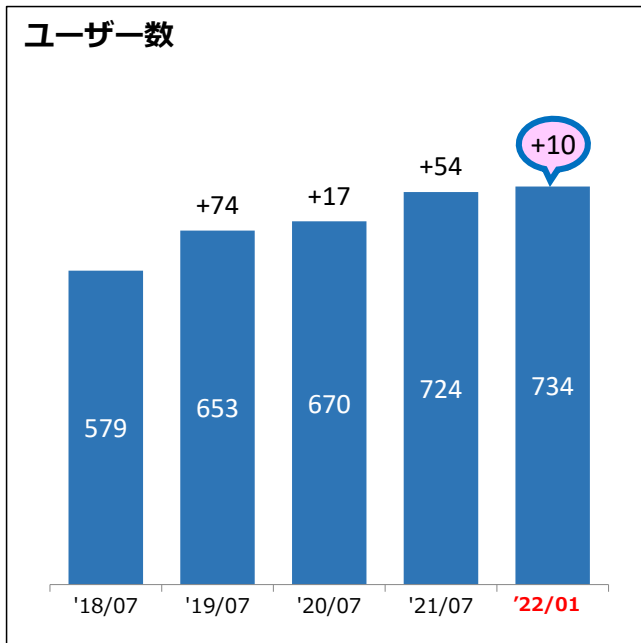
■発注データ



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~

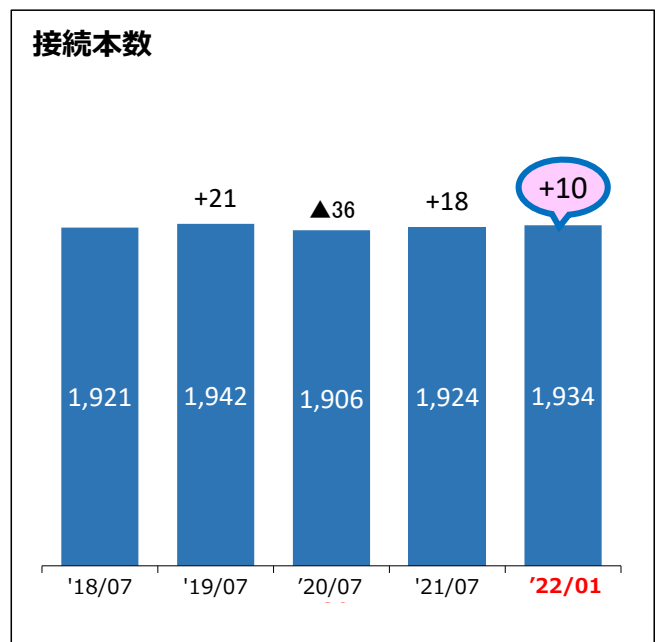
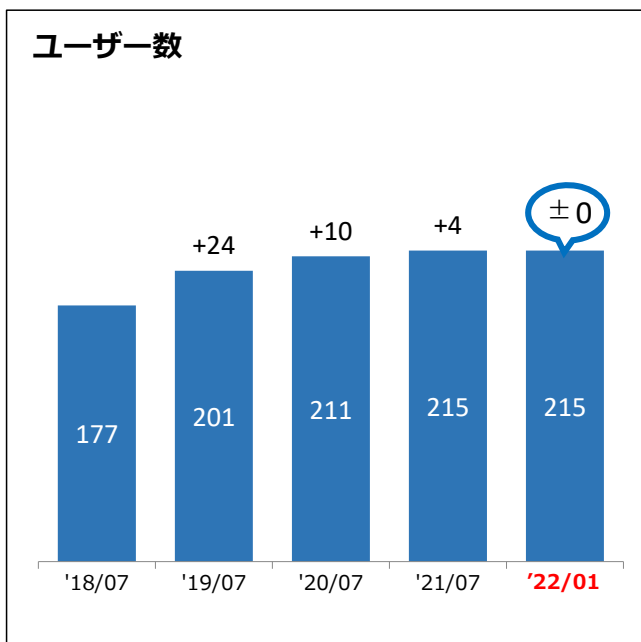
■仕入データ



1. 企業間取引における業務効率の追求

基幹EDI ~接続本数が増加~

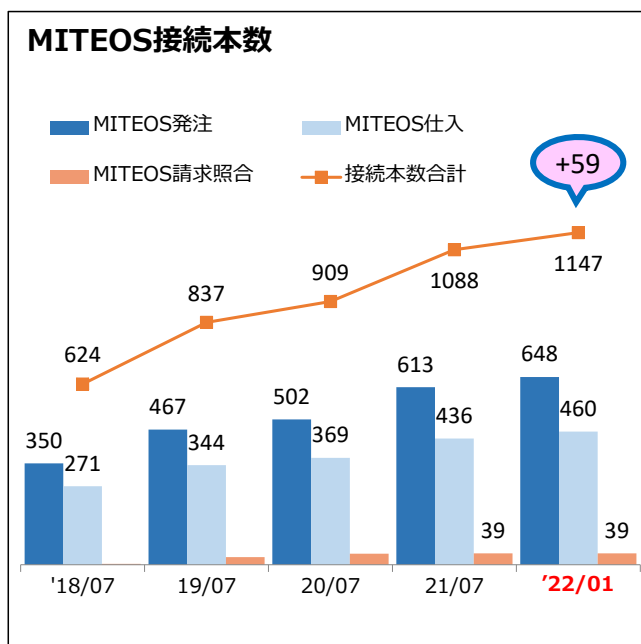
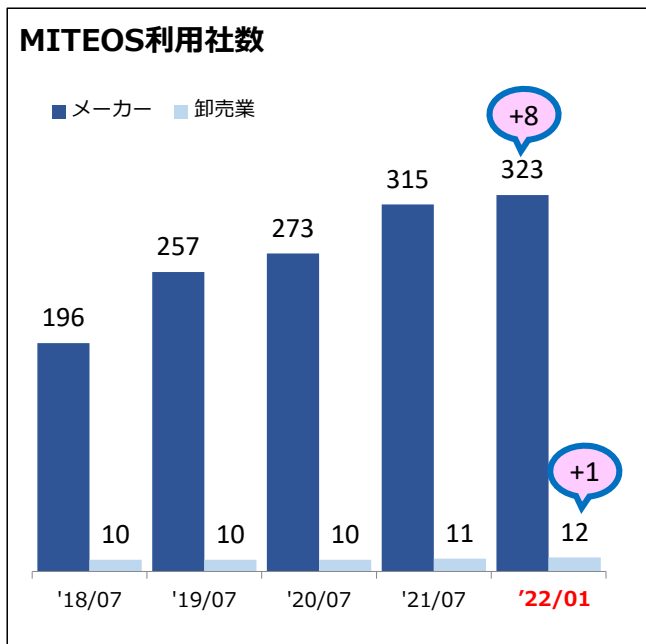
■請求照合データ



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

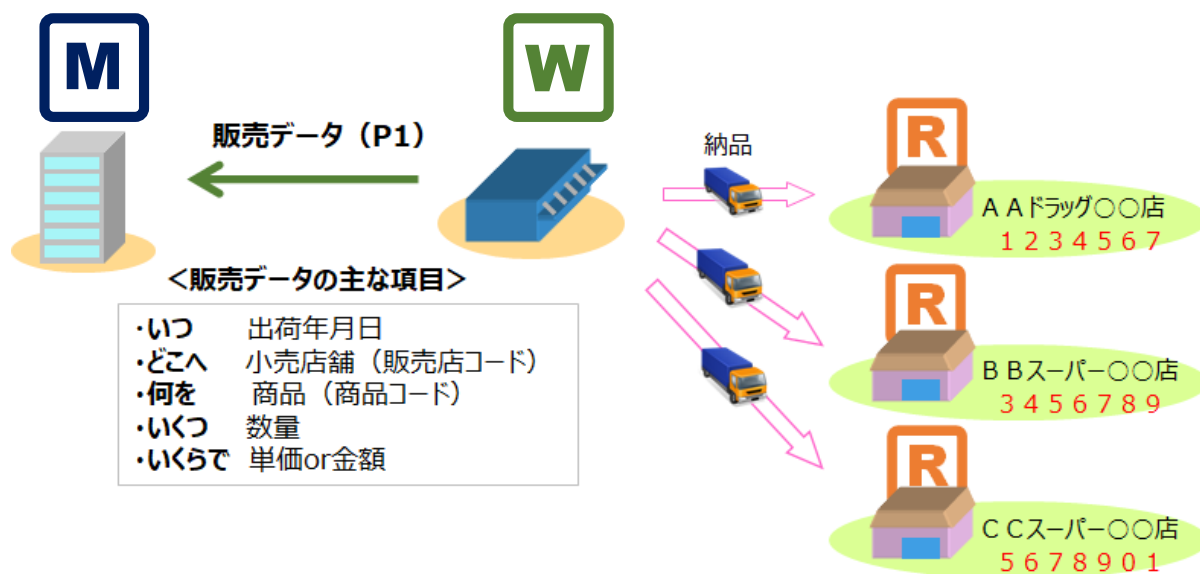


1. 企業間取引における業務効率の追求

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

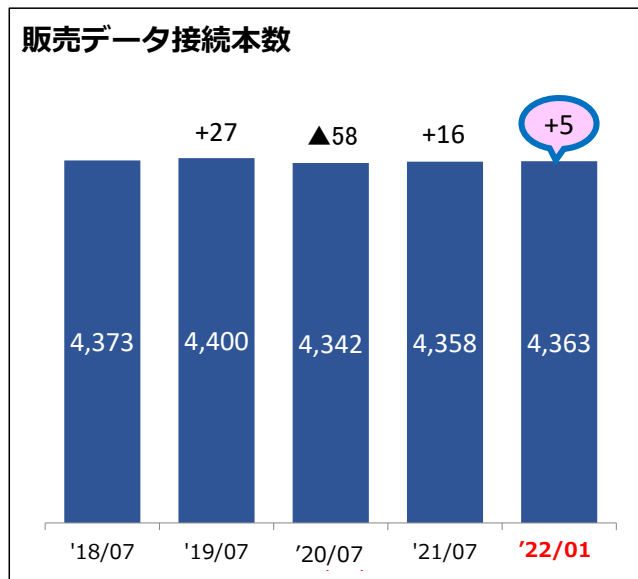
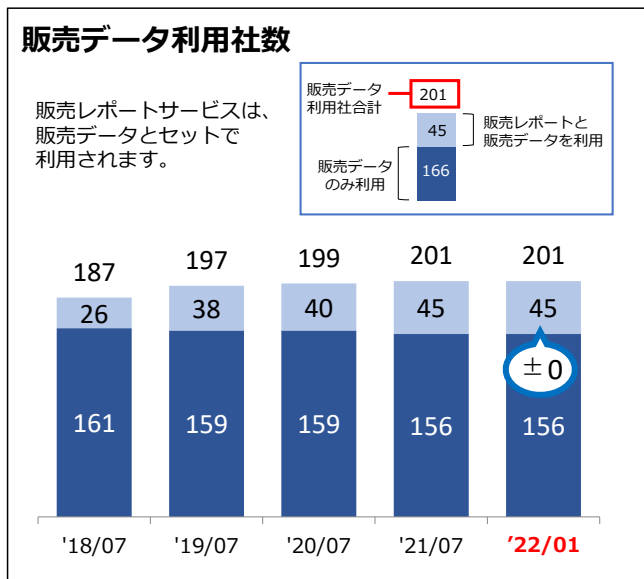
➔ ユーザーであるメーカーのマーケティングに不可欠なデータで売上UPや販促に貢献



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～

■ 販売データの接続本数が増加

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
販売データのデータ量が増加し、売上も順調に伸びている



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

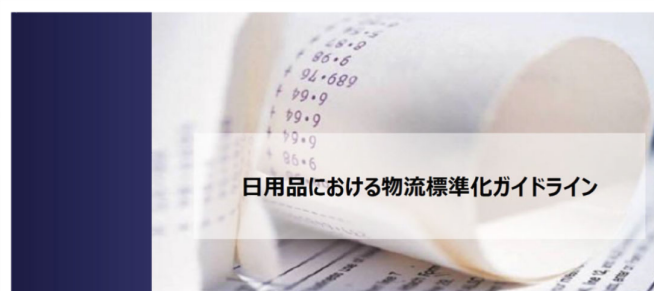
【2022年1月】

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

システム対応だけでなく
外装表示や荷姿の標準化も必要



基本的なガイドライン
としてまとめる



2022年1月
日用品物流標準化ワーキンググループ
事務局：公益財団法人流通経済研究所、株式会社プラネット

「電子帳簿保存法改正 Webセミナー」開催

- 2021年9月7日、ユーザー向けにオンラインで開催

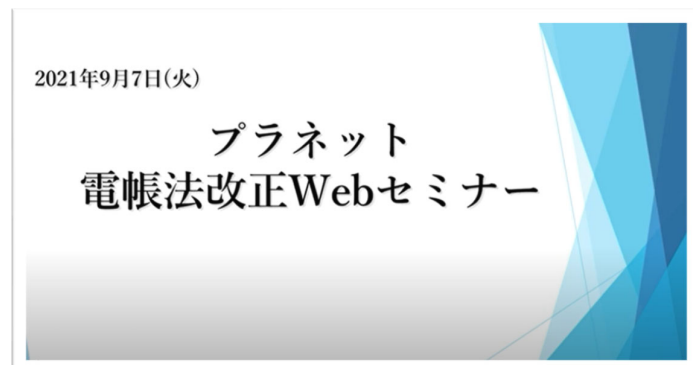
※101社・151名が参加

<主な内容①>

法改正の概要について

<主な内容②>

EDI取引データ保存の
対応方法について



※セミナーの内容を要約したものをホームページに掲載しています。

(https://www.planet-van.co.jp/shiru/event_seminar/20211012)

多数の方にご覧いただき、ユーザーだけでなく、幅広く情報提供することができました。

当社は引き続き、ユーザーにとって
必要な情報を積極的に発信します

電子帳簿保存法改正とEDIデータ

- 当社のEDIデータはタブ区切り(TSV)形式の
テキストデータとしてダウンロード可能

<タブ区切り(TSV)形式のテキストデータとは？>

タブで各項目を区切った**テキストデータ**のこと

(例) ●●ドラッグ▲▲店□2022/3/16□50,000



Excelの形式で保存することができ、このデータには
取引先・取引年月日・取引金額などの情報が含まれています。

当社のEDIデータはそのまま保存するだけで
電子帳簿保存法改正にも対応可能

2. 企業間コミュニケーションの活性化

「プラネットユーザー会2021 Webセミナー」開催

■ 2021年11月18日、ユーザー向けにオンラインで開催

※メーカー・卸売業を中心に 331名が参加

<プログラム>

1. 開会のご挨拶 株式会社プラネット 代表取締役社長 田上 正勝
2. 基調講演 『売上3000億企業のデジタル革命への挑戦』 ～コープDX奮闘記～
生活協同組合コープさっぽろCIO、ロケスタ株式会社代表取締役 長谷川 秀樹氏
3. トークセッション「持続可能な社会のために一般消費財業界ができること」
大阪大学招へい准教授、一般社団法人DeruQui発起人・理事、株式会社ソシオラボ代表取締役 中川 郁夫氏/
株式会社マックスドナ代表取締役、ETHICAL TIME代表、SDGs ACTION代表 村上 彩子氏/
外務省職員、一般社団法人持続可能性社会推進機構参与、絵本作家 原 琴乃氏
4. 「プラネットからのご報告」 株式会社プラネット 営業部 今井 正宏



© 2022 PLANET, INC.

※ 当日のオンライン配信の様子(当社の会議室にて)

46

2. 企業間コミュニケーションの活性化

「インバウンド Webセミナー」開催

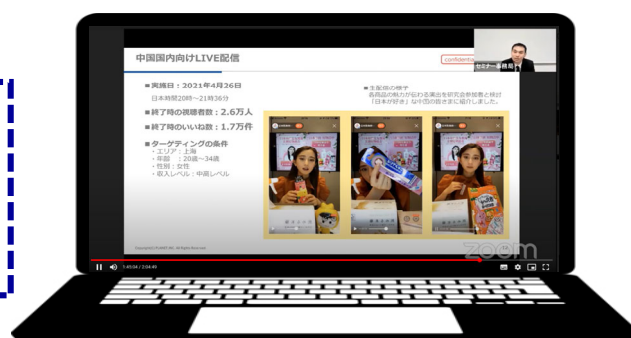
■ テーマ：Afterコロナ インバウンド復活のヒント

<プログラム>

1. 日本のインバウンド観光復活の道筋 / 日本政府観光局 蔵持理事
2. 「中国製ブランド(国貨)」支持率向上の背景 / Reflections General Office 柳瀬代表
～2021年の中国・台湾女性のトレンド意識と購買パターンを分析する～
3. 「中国市場へ向けた商品PR研究会」成果発表 / プラネット
～コロナ禍でもできる中国向けPR術～
4. ミニパネルディスカッション
ジャパンショッピングツーリズム協会 新津代表/日本政府観光局 蔵持理事/Reflections General Office 柳瀬代表

<主な内容>

Afterコロナを見据え、しっかりとデータを基に事実を捉えることの重要性を共有。変化に対応したサービスや商品を開発してもらうためのヒントを発信。



© 2022 PLANET, INC.

47

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年春夏号 12,000部発行（2022年1月）



2009年より13年継続発行 27冊目



「訴求情報ページ」も掲載中（※画像はイメージ）

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

<目的>

コロナ禍において、商品を紹介する機会を失っているメーカーと商品の詳細情報を確認しづらい卸売業・小売業間の

- ✓ 情報連携の確立
 - ✓ コミュニケーション強化
- を支援すること



企業間のDX(デジタルトランスフォーメーション)の取り組みのひとつとなるよう推進

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

- 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
- 中国における日本製品のロイヤリティ
- 新しいトレンド「国潮」に関して中国若者の意識と行動

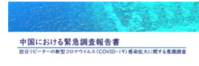
『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』



『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』



『中国における緊急調査報告書』



2015年

2018年

2019年

2020年4月

2020年10月

2021年4月

2021年6月

2021年11月

『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』

『インターネットは日用品流通をどう変えるか』

4. 社会に役立つ情報の収集と発信

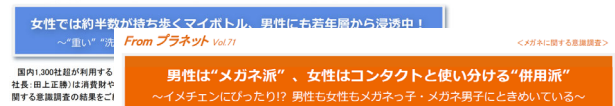
From プラネット ~旬の情報を業界の中立的な立場で収集・月2回発信~

- 2021年8月~2022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	マイボトル (水筒・マグ)
3	マスク
4	お寺・神社
5	マスク
6	マイバッグ・エコバッグ
7	除菌
8	花や緑のある生活
9	カラオケ
10	腕時計

- 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



■ **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」。最近仕事を守るため、ブルーライト対策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、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。

■ **1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」。最近仕事を守るため、ブルーライト対策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、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、年代につれて「メガネ派」

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	年齢	常に	必要時	使い分け	しない
男性	10代	11.2%	18.2%	11.4%	59.2%
男性	20代	13.1%	20.1%	12.4%	54.4%
男性	30代	15.0%	22.0%	14.0%	49.0%
男性	40代	16.9%	24.0%	16.0%	43.1%
男性	50代	18.8%	26.0%	18.0%	37.2%
男性	60代	20.7%	28.0%	20.0%	31.3%
男性	70代	22.6%	30.0%	22.0%	25.4%
男性	80代	24.5%	32.0%	24.0%	19.5%
男性	90代	26.4%	34.0%	26.0%	13.6%
女性	10代	5.1%	8.1%	5.1%	81.7%
女性	20代	7.1%	10.1%	7.1%	75.7%
女性	30代	9.1%	12.1%	9.1%	69.7%
女性	40代	11.1%	14.1%	11.1%	63.7%
女性	50代	13.1%	16.1%	13.1%	57.7%
女性	60代	15.1%	18.1%	15.1%	51.7%
女性	70代	17.1%	20.1%	17.1%	45.7%
女性	80代	19.1%	22.1%	19.1%	39.7%
女性	90代	21.1%	24.1%	21.1%	33.7%

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

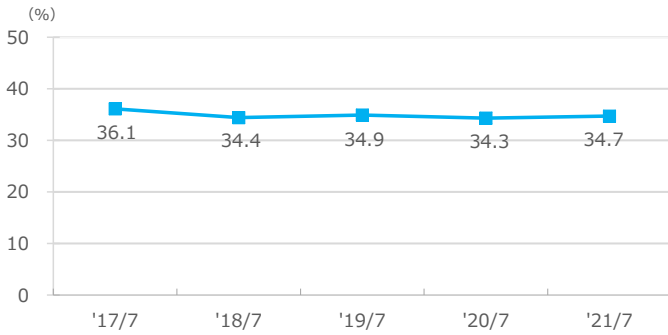
経営指標の推移

主なEDIサービス利用企業

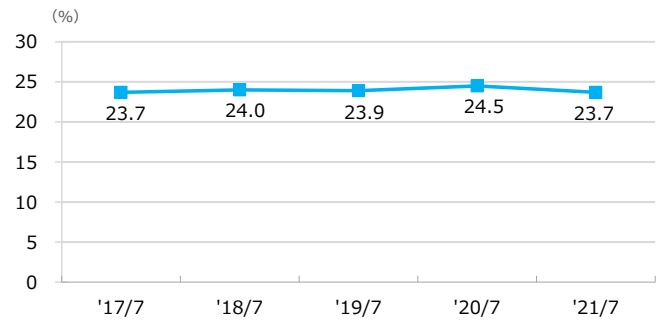
商品データベース

関係会社（株）True Dataの概要

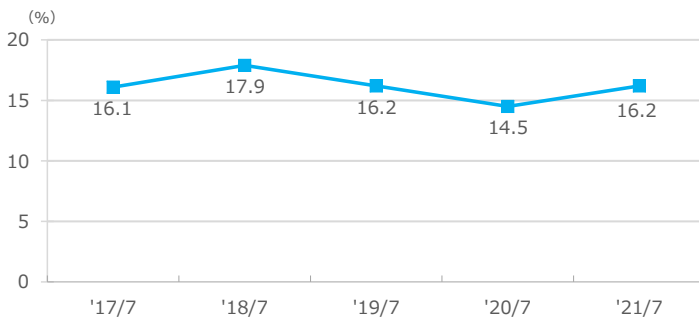
■ 原価率



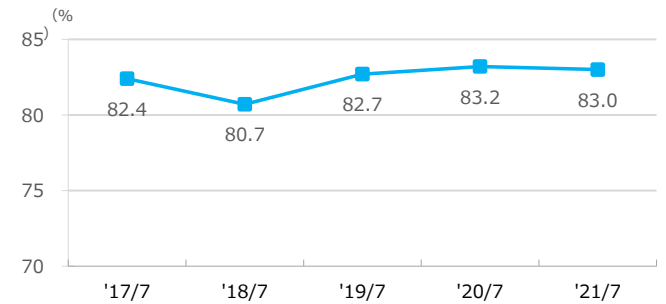
■ 売上高経常利益率



■ 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 799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 504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

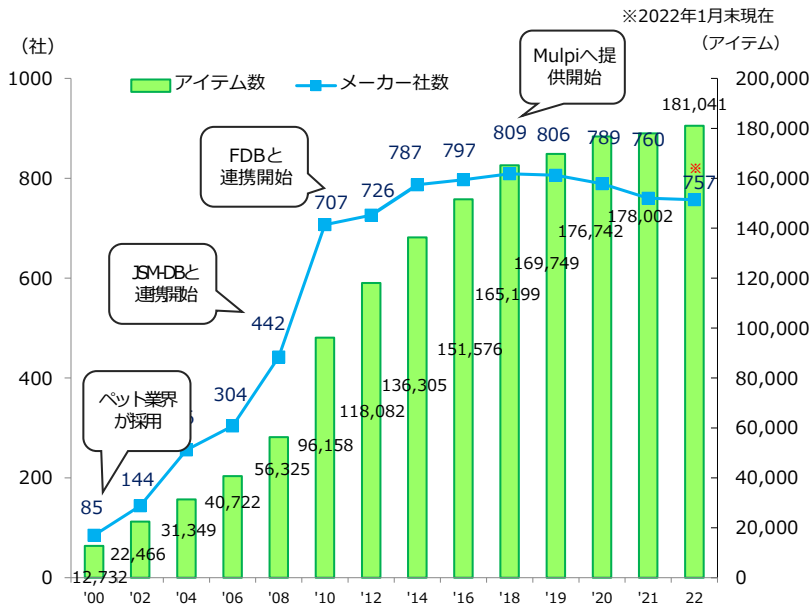
アルフレッサヘルスケア(株)	(株)ダイコー沖縄
イワキ(株)	東邦薬品(株)
(株)大木	中北薬品(株)
	(株)PALTAC
	(株)リードヘルスケア
	など

介護用品

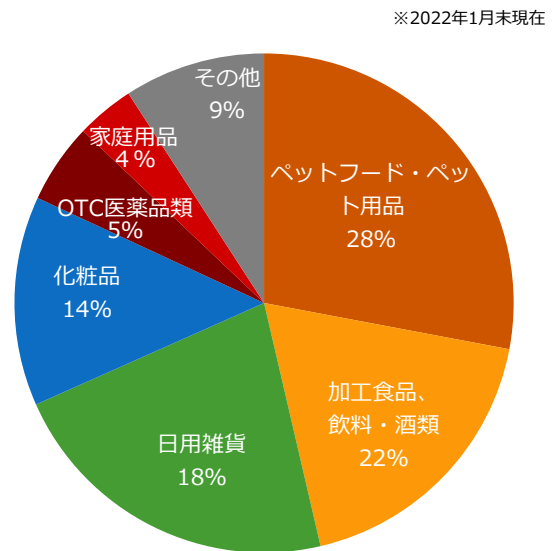
(株)同仁社	日本エンゼル(株)
(株)トーカイ	(株)ムトウ
	など

～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：1,345,546,500円（2021年12月31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 東証マザーズ(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