

第41期 通期決算説明会

(2025年8月1日～2026年7月31日)

株式会社 **フラネット**



目次

■ 決算概要	2 ページ
■ 注力している活動（4つの成長戦略）	5 ページ
■ 第42期 通期業績予想	13 ページ
■ 株主還元	16 ページ

決算概要

第41期（2026年7月期） 通期
(2025年8月1日～2026年7月31日)

第41期の総括



第41期 通期損益計算書（P/L概況）

SKU削減などの影響により、売上高は微減収で着地。

売上高

3,148.9 百万円

前期比：▲0.4% / 概ね計画どおり

営業利益

557.1 百万円

前期比：▲1.2% / 計画進捗：96.9%

当期純利益

412.3 百万円

前期比：+2.9% / 計画進捗：100.6%

第41期 損益計算書（P/L）実績比較

科目（単位：百万円）	第40期実績	第41期実績	前期比(増減率)	第41期計画	計画進捗率
売上高	3,162.0	3,148.9	▲0.4%	3,200.0	98.4%
営業利益	564.0	557.1	▲1.2%	575.0	96.9%
経常利益	592.6	595.5	+0.5%	600.0	99.3%
当期純利益	400.7	412.3	+2.9%	410.0	100.6%
営業利益率	17.8%	17.7%	▲0.1pt	18.0%	—

外部経営環境と当社事業への影響（微減収の背景分析）

① 消費のメリハリ定着

物価上昇で節約・生活防衛意識が定着する一方、スキンケアやペット関連商品など付加価値商品の需要は堅調に推移するなど、二極化が進む。

② SKU削減と製品大容量化

原材料高への対応として、一部のメーカーによるSKUの削減や製品の大容量化が進み、流通全体の取扱品目の集約という傾向が継続。

③ 配送頻度の見直し

物流コスト上昇への対応として、卸売業から小売業への配送頻度削減など、効率重視の運用が定着。



当社事業への影響

- ・SKU削減と配送頻度の減少などの影響により、基幹EDIの総データ量は微減傾向で推移した。
- ・新規メーカーの獲得や販売レポートの拡販で下支えしたものの、データ量の微減が売上高 ▲0.4%の主要因となった。

注力している活動 （4つの成長戦略）

顧客基盤・データ活用

① 基幹EDIサービス

隣接業界への横展開とデータの深掘りを進め、既存利用企業を含めた業界全体の効率化に貢献

主要卸連携 & 販売レポート活用拡大へ →

業務効率化

② ロジスティクスEDI

物流業務の生産性向上に貢献

隣接業界へターゲット拡大 →

返品業務DX

③ 返品ワークフローシステム・サービス

返品業務のデジタル化で、業界の課題解決と生産性向上を実現

エビデンスに基づく能動型提案営業へ →

商品マスタDX・新会社設立

④ 商品情報マスタの一元管理

新たなビジネス領域へ挑戦し、持続的な成長とイノベーションを追求

業界全体のカバー率向上へ →

① 基幹EDIサービス

【注力分野】

横展開へ



日用品・化粧品業界で確立した盤石なモデルを横展開。成長余地のある分野への展開を通じ、持続的な成長基盤を強化。

ネットワーク効果の最大化（30-50%領域）



利用率30-50%の成長フェーズにある業界へ注力。利用企業の裾野を広げ、業界全体の効率向上へ。

「伸びしろ」の獲得による長期的な成長の担保



市場占有率が低い領域を戦略的に獲得することで、既存市場の成熟を補い、中長期的な企業価値の維持・向上の実現へ。

【見込み市場規模】

業界別の利用浸透率と「伸びしろ」の可視化（※前提：卸売業流通）

日用品・化粧品業界

約90%

隣接業界カテゴリ
(OTC医薬品・ペット業界など)

30% ~ 50%

ポテンシャル 大

日用品・化粧品業界以外の隣接業界（OTC医薬品・ペット業界など）への拡販により持続的な成長を確実なものへ

【横展開】隣接業界カテゴリ（OTC医薬品、ペット業界など）

メーカー数

約1.04 倍

【深掘り】販売レポート 利用企業数

約1.16 倍

【横展開】新規獲得・顧客基盤の拡大

- ・主要卸売業紹介スキームの定着：
拡販活動を主要卸売業と連携し、新規メーカーの接続を着実に獲得。
- ・隣接業界カテゴリの成長加速：
隣接業界カテゴリ（OTC医薬品、ペット業界など）のメーカー数が**619社（前期比1.04倍）**と拡大し、顧客基盤のさらなる強化へ。

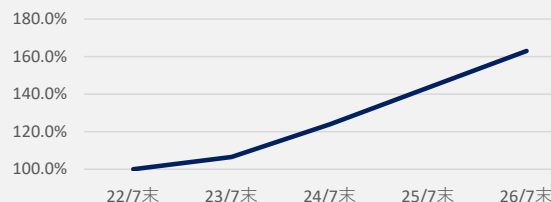
【隣接業界カテゴリ】メーカー数の推移



【データの深掘り】順調な拡販

【第41期 実績】販売レポートの利用の拡大

利用企業数が**約1.16倍**へ増加。
販売レポートの提案推進により、顧客実務での活用が進み、導入社数の順調な拡大につながった。

販売レポート 利用企業数 伸び率の推移
(直近5年間)

第42期以降の注力施策（データ活用の深耕）

重点テーマ①：多様なデータ種の活用提案

【柱1】データ活用の幅を広げ、顧客実務を支える

- ・未利用データ種の活用促進：
受発注データにとどまらず、未利用データ種の活用を提案し、中長期的な利用の拡大を目指す。
- ・在庫最適化などデータ活用提案の推進：
未利用データ種や販売レポートの活用提案を通じ、流通現場における在庫の最適化など、実務課題に応える具体的な解決策の提示へ。

円滑な業務運営を支える情報インフラ



流通現場の業務最適化を支えるデータ活用支援へ

重点テーマ②：

紹介動画を活用したアプローチ

【柱2】紹介動画の活用

サービス理解の促進と関心企業への適切なアプローチ

サービス紹介動画の配信と閲覧状況の把握を組み合わせ、販売レポートなどに関心をお持ちの企業様を能動的に把握し、適切な情報提供を行う仕組みを推進。

- ・動画を通じてサービスの利用メリットや活用イメージを分かりやすく提示
- ・関心度に応じたタイムリーな情報提供により、提案活動の確度を向上

関心の高い企業様へタイムリーに情報をお届けし
提案活動の確度を高める

今後の方向性：データの利活用推進と丁寧な情報提供を通じて、流通現場の業務効率化と安定した取引基盤の維持に貢献

ASNデータ量（対前期）

約1.3 倍

接続本数（対前期）

約1.4 倍

利用企業数（対前期）

約1.2 倍

導入ペースにおける問題

複数の企業間での調整やシステム対応に長期間を要したことで、想定よりも導入ペースの鈍化が生じた。

→ 42期以降は
アプローチを転換

42期以降の注力施策

重点方針 隣接業界へのターゲット拡大

これまで注力してきた日用品・化粧品業界での基盤を活かし、物流効率化のニーズが特に高い業界（ペットフード・用品業界など）へアプローチを広げることによる、着実な利用拡大の推進。

※ 日用品・化粧品業界で培ったEDI接続実績とノウハウを背景に、物流効率化ニーズの高い領域へ集中的にアプローチを展開

③返品ワークフローシステム・サービス

【第41期 実績】 着実な種まきと実証基盤の確立

先行導入企業での安定稼働開始：

先行導入企業の特定拠点にて、多数のメーカーとの運用が安定稼働へ移行。

業界共通課題への対話と意見交換：

業界共通課題の解消に向けた取り組みについて、関係者との意見交換を重ね、現場課題の明確化と理解促進を推進。

現状認識と問題点

・個別すり合わせによるリードタイムの伸長：

取引先ごとの既存運用への配慮から、1社ごとの合意形成や調整に一定の時間を要したこと。

・相手先改修時期への依存とアプローチ：

各社のシステム改修スケジュールに沿った提案を中心としたため、導入検討の速度コントロールに難しさがあったこと。

導入効果を軸とした能動型提案へ転換

拡販するための「横展開の3ステップ戦略」

STEP 1
特定拠点徹底カバー

特定拠点で返品明細のカバー率を高水準まで引き上げ、「返品現場の作業工数の劇的な削減」というエビデンスの獲得へ。

導入効果の創出

STEP 2
ソリューション提案

ターゲット企業の個別の返品実務課題を調査した上で、獲得したエビデンスをテコに、仮説提案型営業の実施へ。

仮説提案型営業

STEP 3
拠点・パートナー横展開

経営層へ直接提案を実施。検討期間を短縮し、導入加速へ。

検討短縮・導入加速

【第41期 実績】

2025年11月に（株）あらた・（株）PALTACとの共同出資により、新会社「（株）PRS」設立（議決権40%保有）。関係者の協力のもと、2026年4月にサービス開始。

契約メーカー

185 社

大手・中堅企業を中心に導入拡大

登録SKU数

11 万点超

商品マスタ一元化が進展

利用卸売業

44 社

2026年4月より利用開始

商品情報流通の構造改革（1対Nの一元管理モデル）

【従来】N対Nの個別対応

メーカー ↔ 卸売業・小売業

各社個別の形式変換・手修正作業を余儀なくされ、
情報不一致と多大な労力と事務コストが発生する。



【PRSモデル】1対Nの一元管理

メーカー → PRS → 卸・小売業

マスタ情報をPRSへ一括登録。業界標準化を実現。

年間300億円※の事務コスト削減

商品情報の個別入力・画像送受信・不一致による修正対応など、
流通段階ごとの重複作業にかかる事務コスト（推計300億円※/
年）の削減へ。

官民連携・全流通一貫インフラ化

経済産業省「商品情報連携プラットフォーム構想」参画および
GS1 Japan連携を推進。現在小売業とのPoCを進行し、
メーカー・卸・小売の一貫インフラを目指す。

第42期（2027年7月期）

通期業績予想

第42期 通期業績予想（増収・戦略的先行投資計画）

基幹EDIの横展開・データの深掘りと、新規サービスの立ち上げにより売上高は成長軌道への復帰を目指す。将来の再成長に向け先行投資を実施。

売上高

3,195.0 百万円

既存EDIの横展開・データ深掘り +
新規サービス立ち上げにより、増収回復へ

営業利益

485.0 百万円

次世代インフラの研究開発・
新規事業領域へ集中投資

営業利益率

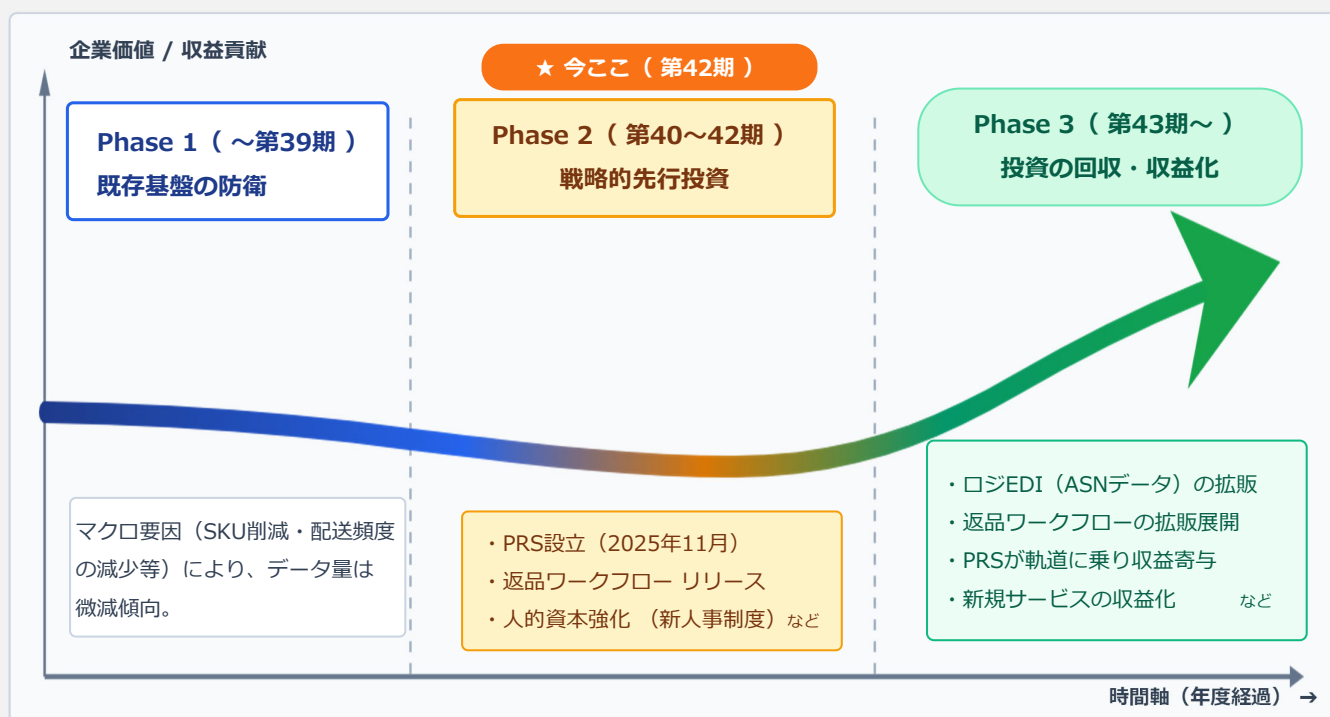
15.2 %

積極的な先行投資を実行しつつも、
インフラの安定運用と継続開発を支える
健全な利益水準を堅持

第42期 通期業績予想 数値一覧

科目 (単位: 百万円)	第41期 実績	第42期 予想	前期比(増減額)	増減率
売上高	3,148.9	3,195.0	+46.1	+1.5%
営業利益	557.1	485.0	▲72.1	▲13.0%
当期純利益	412.3	355.0	▲57.3	▲13.9%
営業利益率	17.7%	15.2%	—	—

成長モデル：当社が描く持続的成長軌道

既存EDIの安定収益をベースに、第40～42期の先行投資を経て
インフラ × ソリューションプロバイダーへ

第40～42期の先行投資期間を「再成長への転換点」とし、中長期の業績拡大を確実にする

株主還元

株主還元



2026年7月期 配当金（予定）

一株当たり **44.0** 円

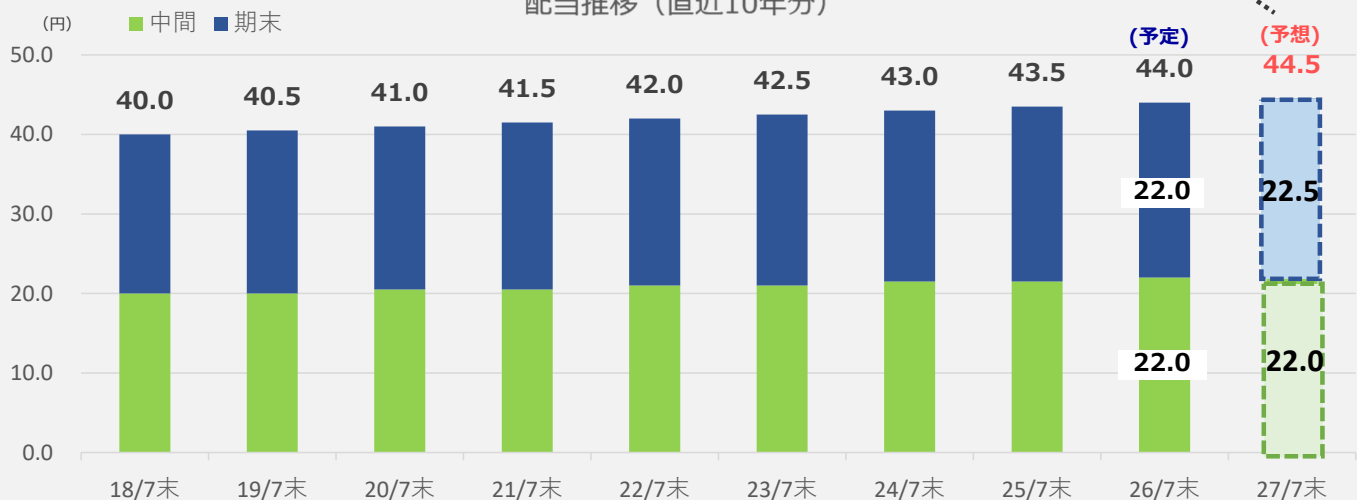
DOE(純資産配当率) **5.2** %

2027年7月期 配当金（予想）

一株当たり **44.5** 円

上場以来 **23期** 連続増配(予想)

配当推移（直近10年分）



データの利活用を促すための「訴求動画」

価値訴求動画

～ つなぎ、ととのえ、ひらく ～

上映時間：約 4 分



動画スタート

これより動画（約4分間）を上映いたします。ぜひご覧ください。

お問い合わせ窓口

株式会社プラネット
経営管理ユニット 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は負いません。