

プリントネット株式会社 2019年10月期決算説明会

証券コード:7805



Printnet

印刷通販プリントネット



2019年12月16日

1. 会社概要

2. 事業概要

3. 当社の競争優位性

4. 2019年10月期の振り返り

5. 2020年10月期の経営方針及び成長戦略と中期目標

6. 業績詳細

7. Q&A

1

会社概要

社是

「謙虚な心で皆様と共に進む」



運営サイト



2005年10月サービス開始



サービス特化型



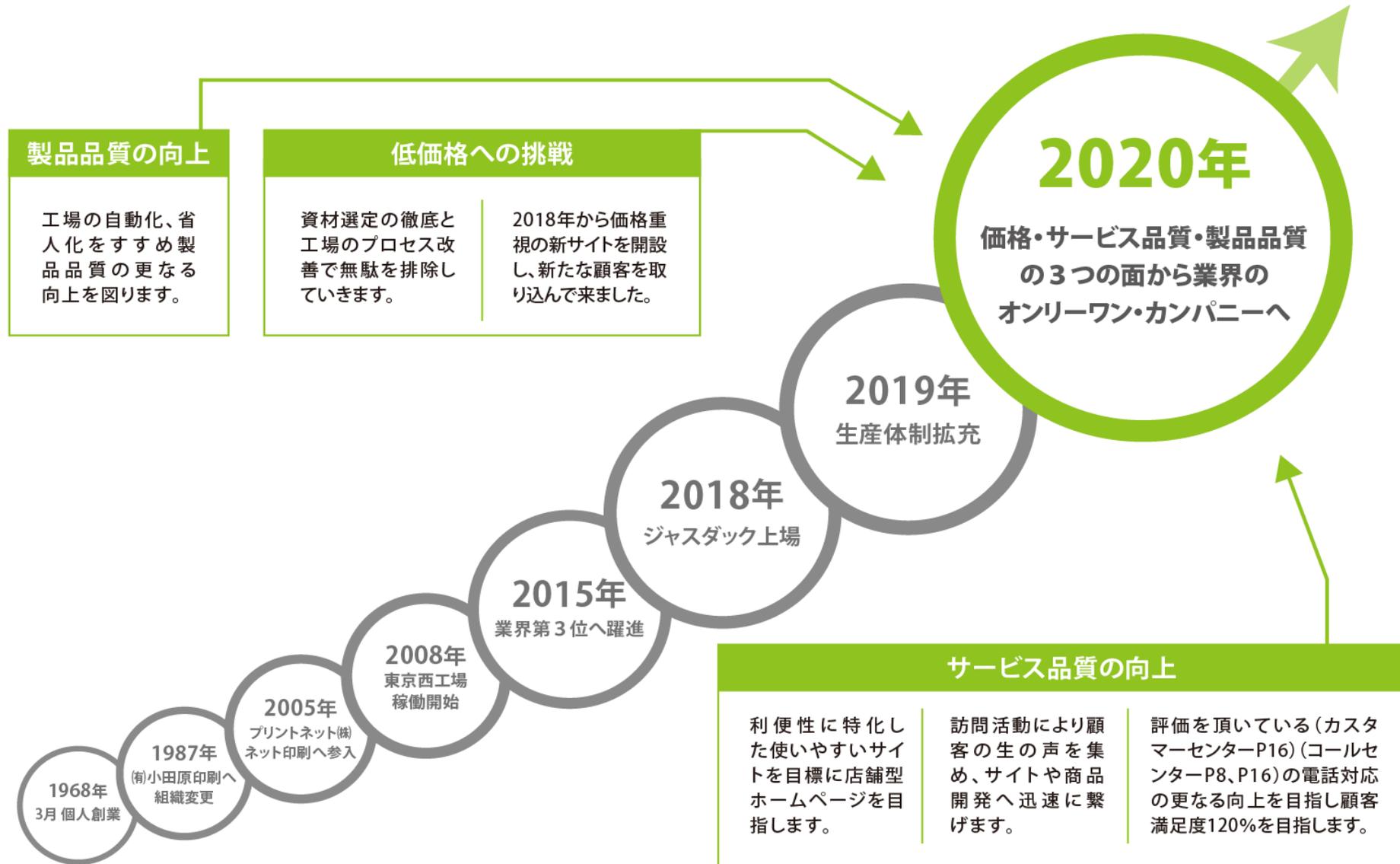
2018年4月サービス開始



価格特化型

特長の異なるサイトを複数運用することで、顧客の選択肢を広げそれぞれのニーズに対応

当社の歴史・沿革

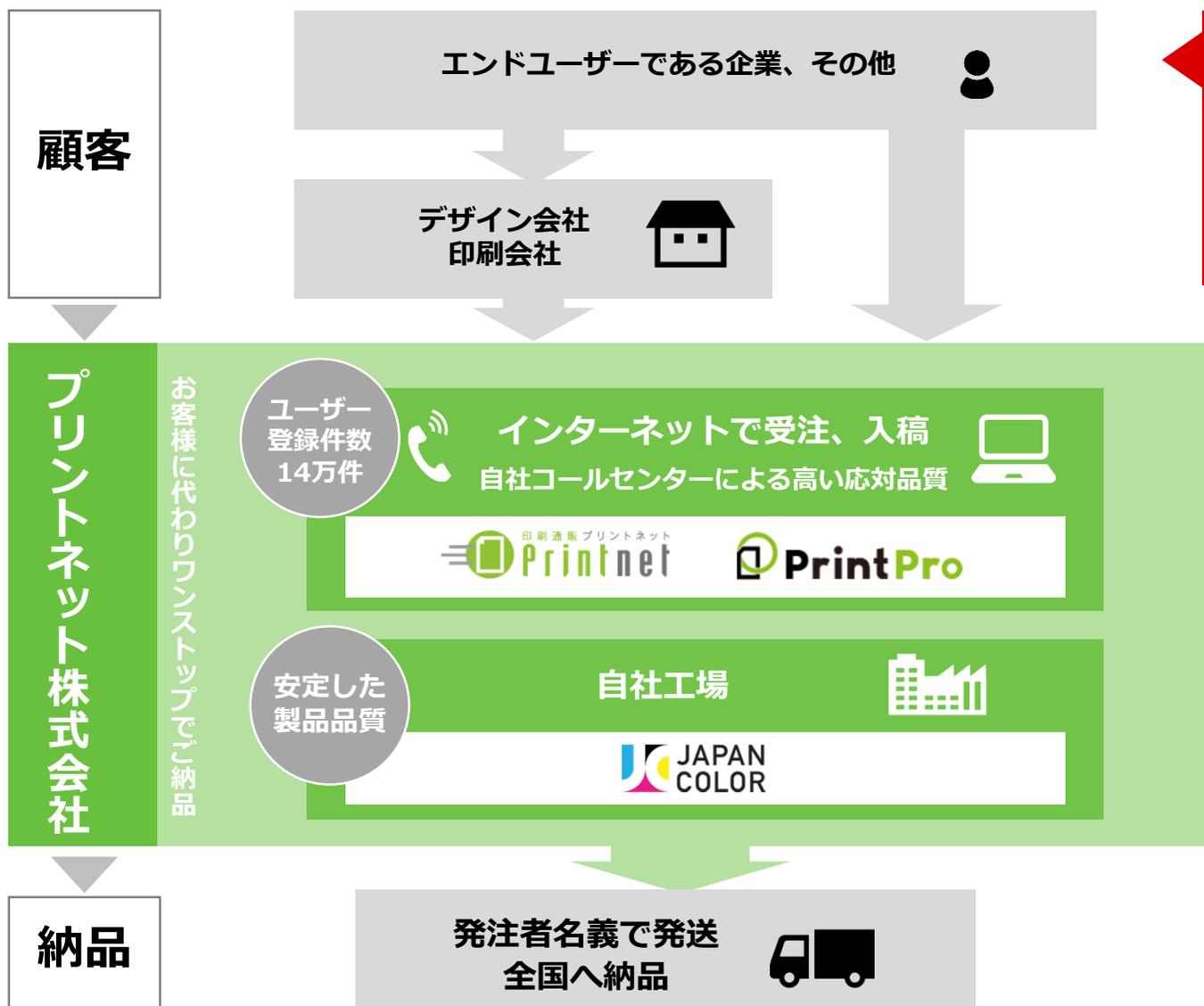


2

事業概要

ネット印刷のビジネスフロー

インターネットで受注し日本全国へと納品



ポイント①

<案件数割合>
エンドユーザーである企業、その他 印刷・デザイン会社
3 : 7

ポイント②

ネットで受付
自社工場で印刷
高い品質を担保

ポイント③

業界最安水準
プリントプロ

ポイント1

案件の約7割が印刷会社・デザイン会社等のBtoB

ポイント2

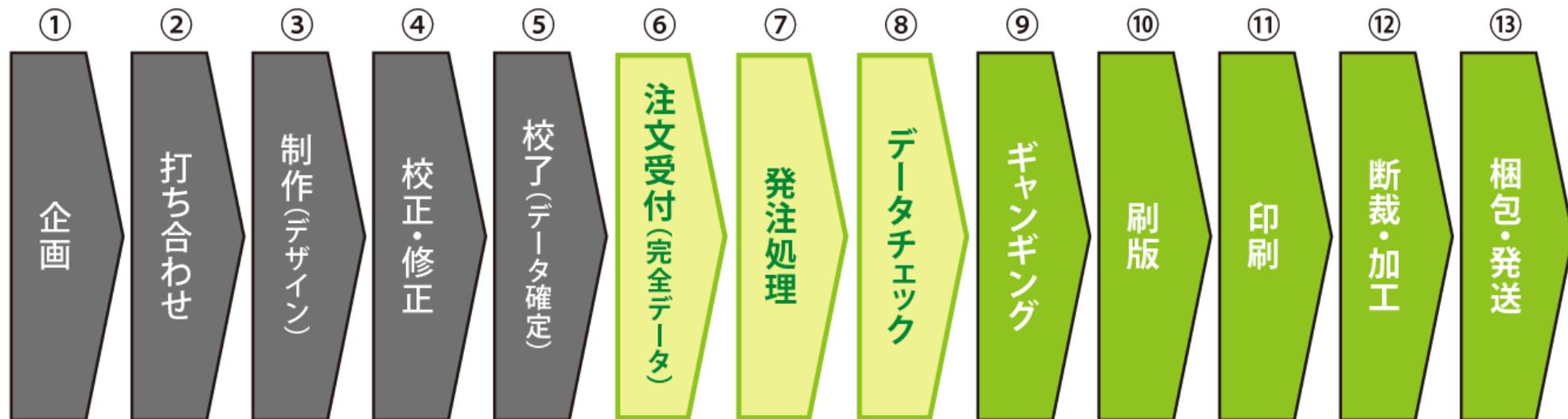
ネットで受付・入稿、自社工場で印刷し高い品質を担保

ポイント3

業界最安水準『プリントプロ』を開設

業務プロセスの違い

従来型の印刷事業と異なり、印刷工程のみに特化することで、高品質の印刷物を低価格で提供している
なお、プリントプロでは⑥、⑦、⑧の工程も完全自動化することで、更に低価格での提供を実現している



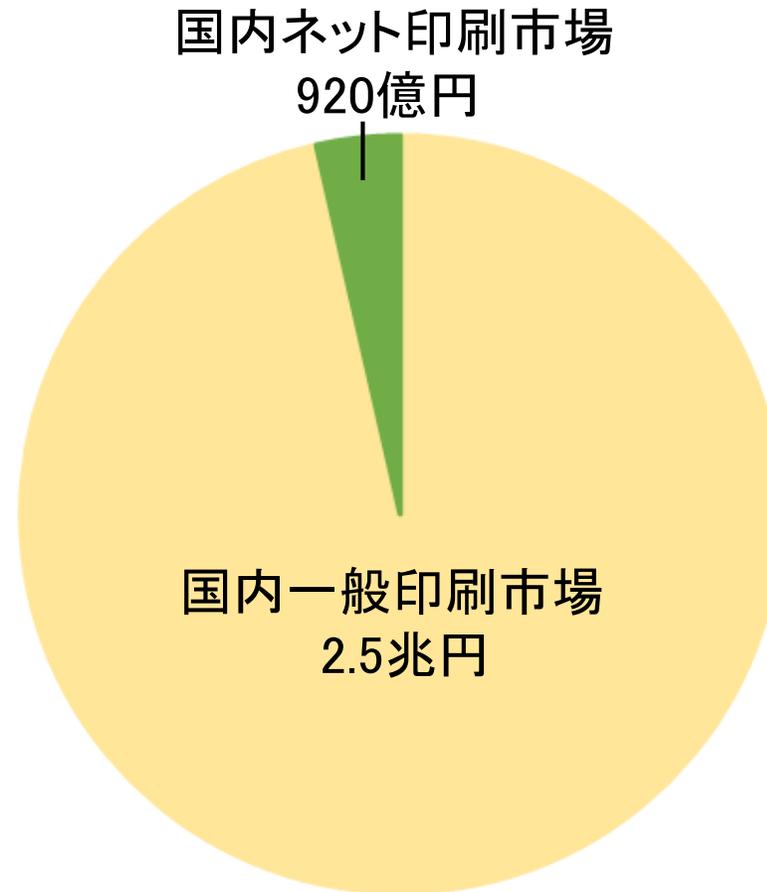
業務プロセスの違い

扱うものは同じ印刷物といえども、今までの印刷会社とネット印刷業は大きく異なる
ネット印刷業は、注文から製造、納品に至るまですべての工程においてコストダウン・効率アップに重点を置くことにより、今までの印刷会社とは比較にならない程の低価格を実現している

一般の印刷会社		ネット印刷会社
営業コストがかかり、その分割高。	価格	WEB上で注文入稿、納品まで完結するため余分な営業コストがかからず割安。
対面での商談・納品が可能範囲に限定されるため、限られた商圈となる。	地域	インターネットを介するため全国規模で集客可能。
見積り交渉、企画・校正の期間を要し、納品までかなりの日数が必要。	納期	完全データ入稿のため交渉に時間がかからず、少部数からでも注文可能。
零細企業の経営が多くを占め、激しい価格競争の中で、淘汰される企業が増え続けている。	競争環境	低価格・短納期・高品質の3要求に応えることが可能な競合数社が確立。

ネット印刷の成長可能性

ネット印刷は1990年代後半に登場し、分業化の進行等により急速に市場が拡大
今後も市場の成長が見込まれ、2018年度には市場規模は920億円を超えると予想されていた
印刷市場の成長性は、EC化の進展により今後も拡大していくことが予測される



3

当社の競争優位性

複数のサイト運用による囲い込み戦略

特徴の異なるサイトを複数運用することで、顧客の選択肢を広げそれぞれのニーズに対応



サービス、応対力重視の顧客をターゲット

- ・オペレーターとすぐに連絡が取りたい
- ・データ作成が不得意
- ・入稿が不安
- ・指定梱包したい
- ・着日を指定したい 等々



価格重視の顧客をターゲット (業界最安値級)

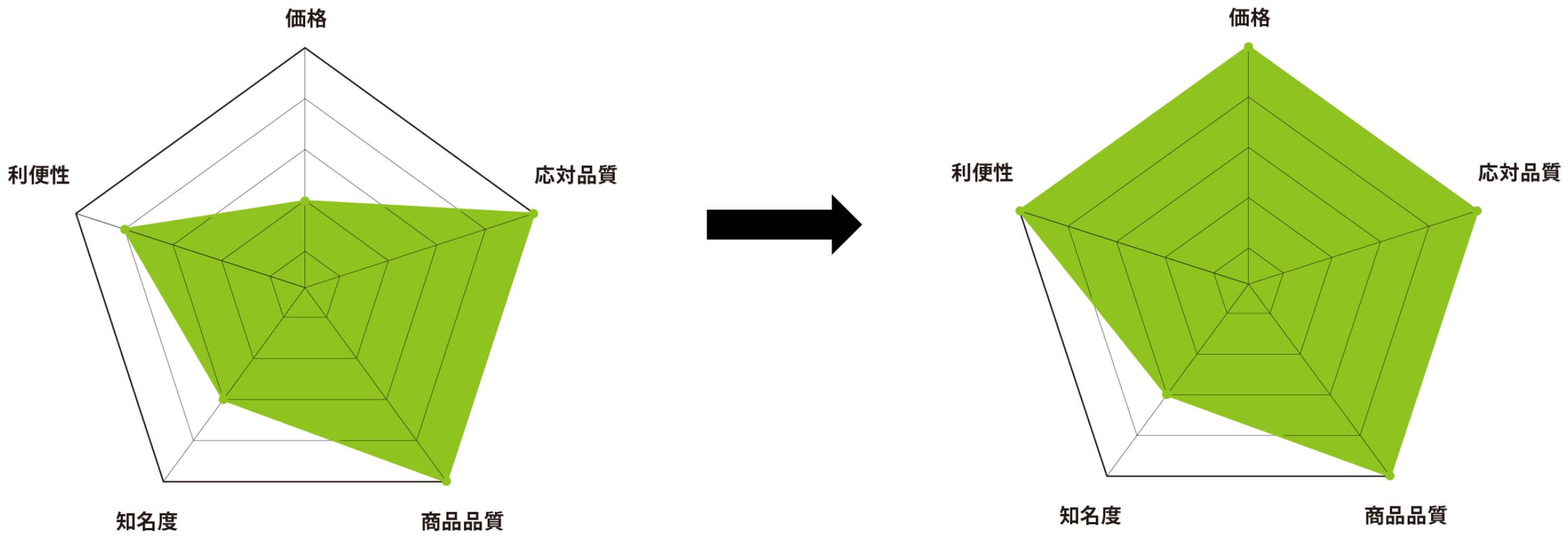
- ・とにかく安く抑えたい
- ・広告費に余裕はないが印刷品質もこだわりたい 等々



顧客によるニーズの違いに幅広く対応可能

複数サイト運用による効果

他社より優れていた品質面を維持し、劣っていた価格面をプリントプロ開設により補うことで優位性を確立



業界トップクラスのサポートセンター

きめ細やかな対応品質

高品質なコールセンターの顧客サポート

お客様の細かな要望や問い合わせに対して、自社コールセンターのスタッフが丁寧に対応
安心してご発注頂ける体制を構築



自社コールセンター
約30名体制

当社

カスタマーセンターへの電話がすぐにつながり、各工程の問い合わせに専任のスタッフが丁寧に回答。納品日の指定や部数の細かな指定など他社ではできないような要望にも対応。

他社

カスタマーセンターへの電話が中々つながらず、メールでの問い合わせの返信も遅い。納品日の指定や選択できる部数以外での発注ができないなど、細かな要望には応えてくれない。



アンケートモニター提供元:GMO リサーチ株式会社(調査実施:2019年5月)

製品品質へのこだわり

製品品質へのこだわり

全工場でジャパンカラー認証を取得

自社の全工場のオフセット枚葉印刷機でジャパンカラー認証※を取得
お客様が安心してご依頼頂けるよう、高度な印刷品質を安定的にご提供できる体制を構築

※Japan Color認証制度は、ISO国際標準に準拠し、日本のオフセット枚葉印刷における印刷色の標準である「枚葉印刷用ジャパンカラー」(以下、Japan Colorという)に基づいて認証を行うものです。
(一般社団法人日本印刷産業機械工業会 Japan Colorホームページより <http://japancolor.jp/about/about.html>)



当社

印刷品質が安定しており、前回印刷した時と同じ色合いで印刷物ができあがります。
データが同じ場合、同じ色合いで納品されるため、お客様は安心して発注することができます。

他社

印刷品質が安定していない場合、同じデータでも発注ごとに色合いにバラつきが出てしまいます。
お客様が色合いに敏感な場合は品質不良として扱われてしまうリスクがあります。



標準印刷認証
JC-S009104-04
プリントネット株式会社 東京西工場
JC-S010004-04
プリントネット株式会社 九州工場

自社内一貫生産による強み

自社内の最新鋭設備で全て生産しており、お客様とのリアルタイムでの対応及び連絡不備その他のミス発生を大幅に抑える対応が可能
お客様に最大限の「安心」を提供している



4

2019年10月期の振り返り

業績サマリー

	2018年 10月期	2019年 10月期	増減額
売上高	7,387	8,097	710
営業利益	777	△47	△824
経常利益	772	△39	△811
当期純利益	502	2	△500

(単位:百万円)

詳細につきましては、後述の31ページ「6. 業績詳細」以降をご参照ください。

主な設備取得

当社は、2019年10月期に大型な先行投資を実施
生産規模に余力を残している状態であり、売上高拡大による生産ライン圧迫に陥る可能性は極めて低い

導入時期	設備名
2019.1	新九州工場社屋、用地
2019.2	オフセット印刷機(新九州工場)
2019.3	オフセット印刷機(新九州工場)
2019.3	オフセット印刷機(東京西工場)
2019.8	中綴じ機(東京西工場)
2019.8	インクジェット印刷機(東京デジタルセンター)
2019.8	オフセット輪転機(東京西工場)

設備投資額2,425百万円を投資

2019年10月期のトピックス

内的要因

新九州工場取得

建物面積約3倍となる工場へ移転



関西工場取得

技術力の高い人材・設備を確保



事業譲受着手

売上高・会員数ともに増加見込み



※譲受日は2019年11月1日

2019年10月期のトピックス

外的要因

原材料(用紙)高騰

仕入単価約25%増加



運送費高騰

出荷箱単価約10%増加



印刷用紙不足

業界内で深刻な用紙不足



2019年10月期のトピックス

2019年10月期のトピックスまとめ

外的要因による悪影響を大きく受ける1年となった。特に影響を受けたのは、原材料高騰、用紙不足である。原材料高騰の増加率が極めて大きかったが、2020年10月期より交渉・改善の効果がみえてきている。用紙不足のリスクヘッジも整え、ストックスペースを約3倍に拡充した。

また、購買ルートの見直しを図り対応済み

	内的要因	外的要因	備考
11月			
12月			
1月	新九州工場取得	原材料(用紙)高騰	仕入単価約25%増加
		運送費高騰	約10%増加
2月			
3月		用紙不足	業界内で深刻な用紙不足に陥る
4月	関西工場取得(M&A)		
5月			
6月			
7月			
8月			
9月			
10月	事業譲受着手		

5

2020年10月期の経営方針及び 成長戦略と中期目標

売上高拡大の施策

2019年度に実施済

生産キャパ拡大

関西工場、新九州工場の取得や設備増強を積極的に行い、2019年度中に印刷工程の余剰生産キャパシティを約30%まで高めた。
今後、2年間は売り上げの伸びを勘案しても、生産キャパシティに余力がある状態。

2019年度より
引き続き実施

シェア拡大
①

2018年4月より新設した「プリントプロ」が好調な推移
サービスサイト内の動線を再検証し更に向上させる
また、TVCMやウェブ広告等の広告宣伝を強化する
環境の変化を確認し広告手法を常に最適化しCPAを向上させる

2019年度より
引き続き実施

シェア拡大
②

同業他社の事業譲受での市場シェア拡大も視野に入れる
中小規模のネット印刷事業は事業譲渡に前向きな姿勢が目立つ
また、パートナー先の開拓も順調に進行中

2020年度より
実施

マーケティング
強化

異なる部署からメンバーを選抜しマーケティング室を新設
得意領域の異なる選抜メンバーがマーケティングにフォーカスし集客の強化を図る
同時にマーケティングに関する幅広い知識及び深い知見を有する人材も招聘予定

更なる効率化を追求

2019年度に実施済

生産フロー
最適化

当社の旗艦工場である東京西工場で、第一工場、第二工場と分離していたものを第二工場に集約し、作業効率の向上を図る
なお、第一工場のスペースは用紙在庫保管として主活用し用紙不足時のリスクヘッジを図る(在庫量を従来の約3倍まで確保している)

2019年度より
引き続き実施

デジタル促進

デジタル印刷はその技術開発に伴い、年々品質が向上しており、コスト、品質の両面でオフセット印刷にとって替えるものとして、デジタル機を有効活用していく
オフセット機とデジタル機の有効な使い分けにより製造原価率の低減を目指す

2019年度より
引き続き実施

調達力

全社視点での戦略的調達購買力を高め、原材料費の低減を図る

市場拡大戦略

ネット印刷事業は年々拡大され成長しているが、加速度的な成長とは言い難い
前頁までの施策はあくまで開拓市場を当社が先行して拡大していく為の準備
当社が先行者として市場自体を拓げていくことが更なるサクセスストーリーに繋がる

市場開拓・拡大

生産力(Production capacity)

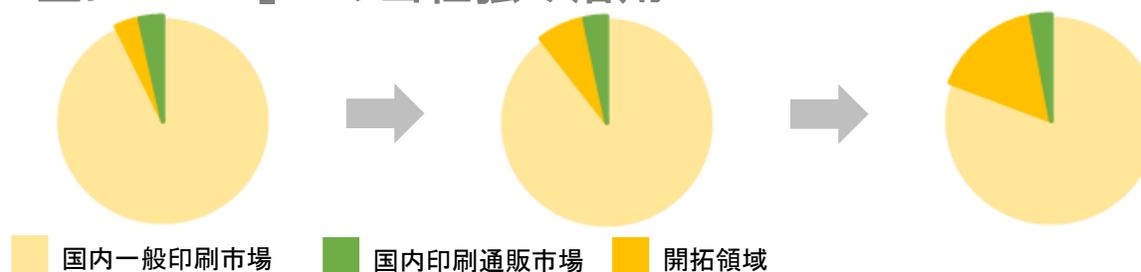
シェア拡大(Increase market share)

マーケティング(marketing)

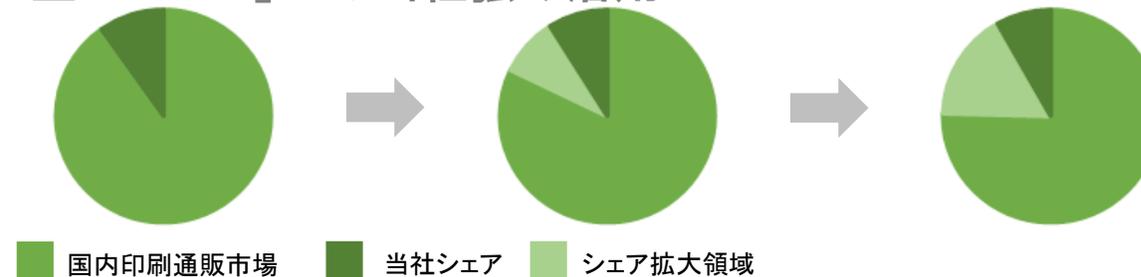
最適化生産(Optimized production)

調達戦略(Procurement strategy)

印刷一般市場全体に対するシェア拡大
-主に「BtoB」への当社強み活用-



ネット印刷市場内でのシェア拡大
-主に「BtoC」への当社強み活用-



「これらを融合し当社ビジネスへ」
「業界のオンリーワン企業へ」

2020年10月期 業績予想

以上より、2020年10月期の業績予想は以下のとおりとなります。

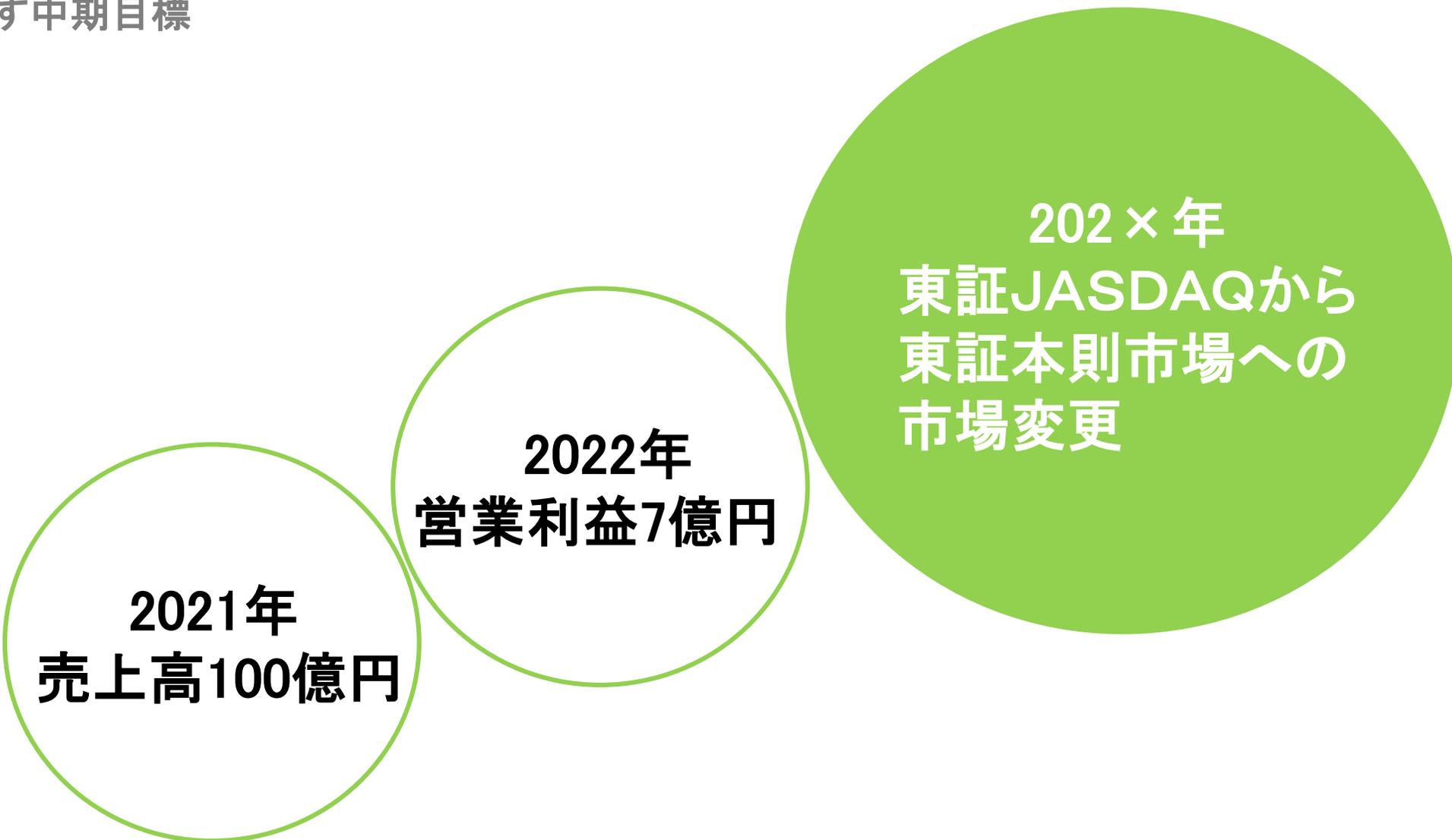
売上高 9,132百万円 ⇒ 前年から1,035百万円の増加

営業利益 45百万円 ⇒ 前年から92百万円の増加

詳細につきましては、後述の31ページ「6. 業績詳細」以降をご参照ください。

中期目標

当社が目指す中期目標



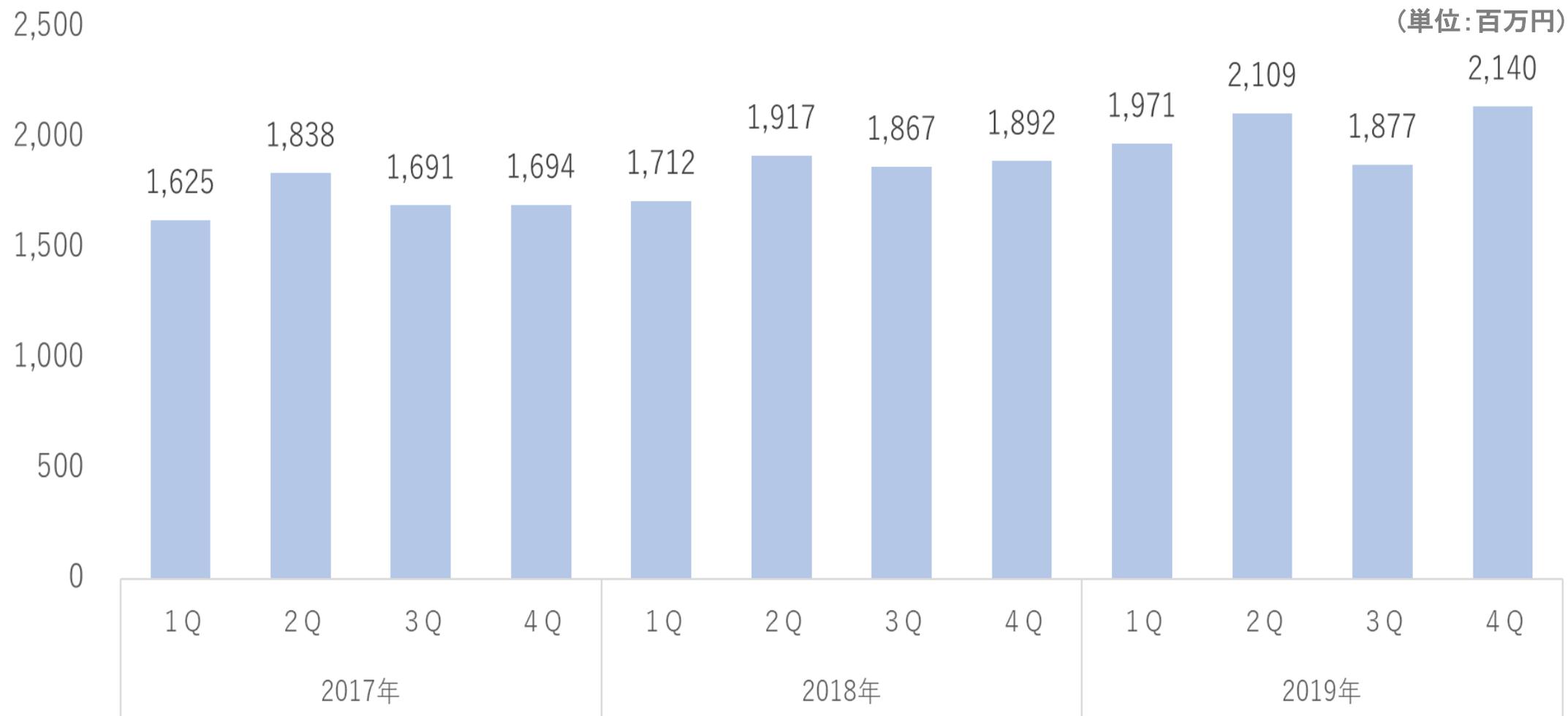
6

業績詳細

売上高 四半期ごとの推移

売上は第4四半期含め着実に増加

2019年度の3Qは業界内で深刻な用紙不足となった影響を受けたものの、4Qで回復

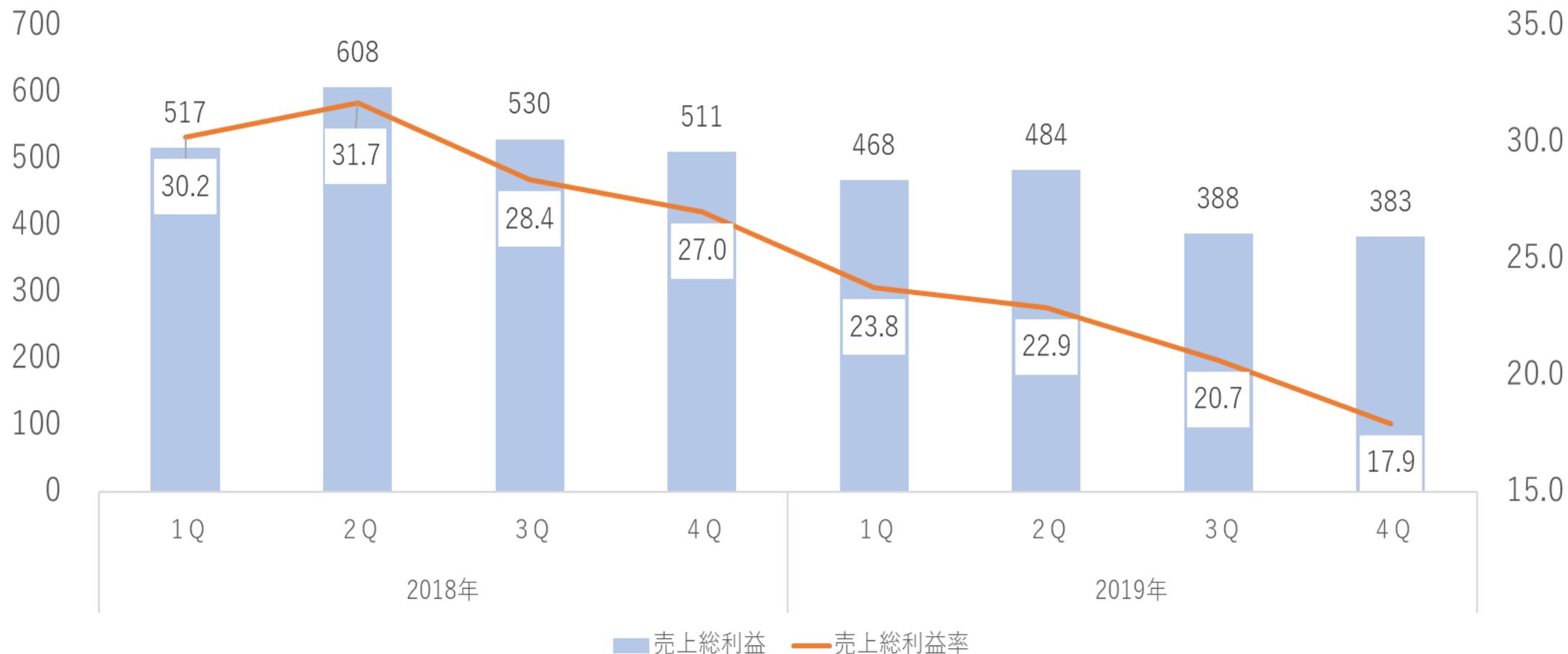


売上総利益 四半期ごとの推移

原材料(印刷用紙)の高騰(約25%)、深刻な用紙不足の影響により売上高低下に伴い売上総利益率は減少

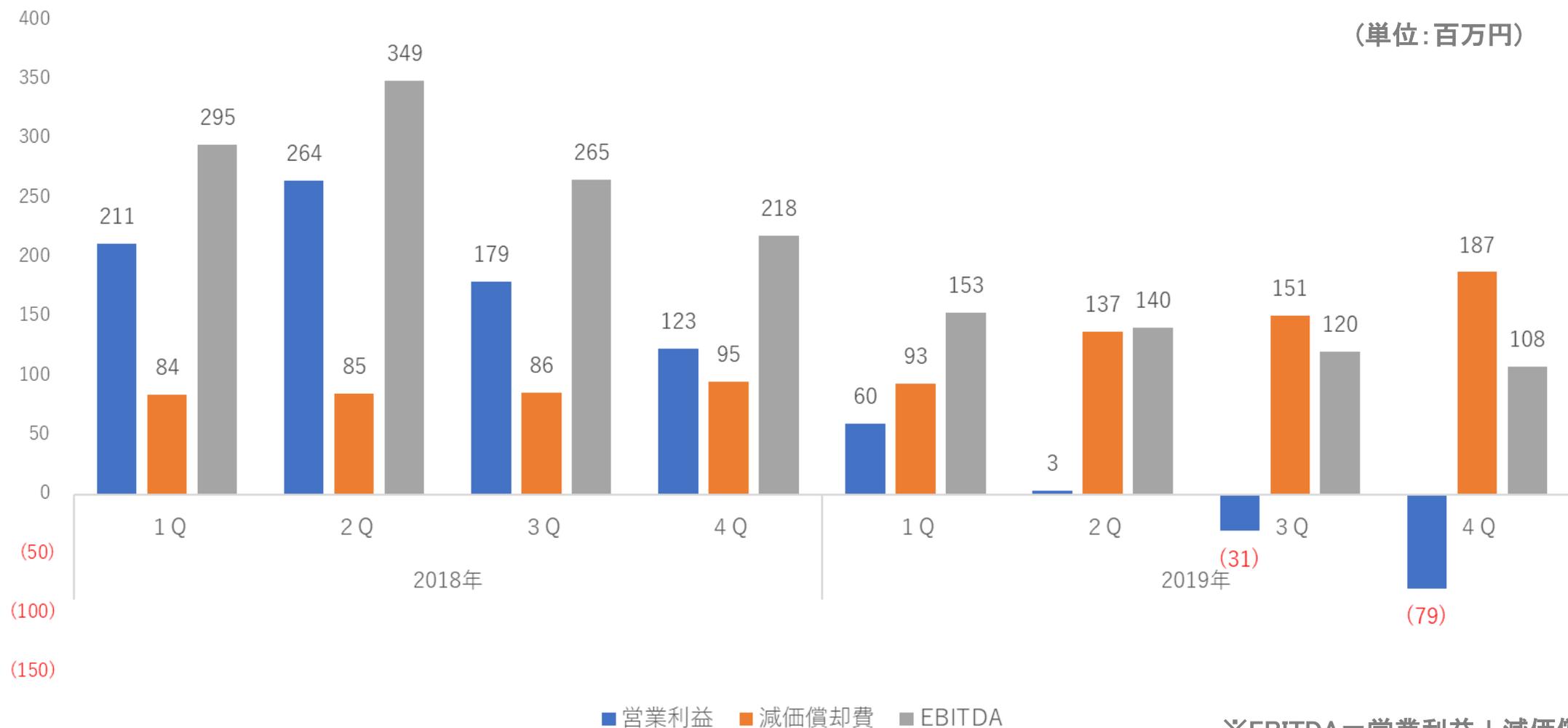
(単位:百万円)

(単位:%)



減価償却費 EBITDA 四半期毎の推移

2019年度は九州工場の取得、印刷機の導入などの設備投資を行ったため、減価償却費が大幅増加



※EBITDA=営業利益+減価償却費

2019年10月期 業績

売上高は前年同期比+9.6%も、印刷用紙の値上げがあり売上原価の増加大きく、売上総利益は前年割れ

(単位:百万円)

	2019/10	2018/10	増減率	主な内訳(増減)
売上高	8,097	7,387	+9.6	パートナーに対する印刷売上高 3,146百万円(+14.4%) パートナー以外に対する印刷売上高 4,766百万円(+ 6.8%)
売上原価	6,374	5,220	+22.1	材料費 3,198百万円 (+22.9%) 労務費 1,274百万円 (+16.5%) 外注費 655百万円 (△7.2%) 製造経費 1,100百万円 (+64.9%)
売上総利益	1,723	2,167	△20.5	
販売費及び一般管理費	1,770	1,389	+27.5	荷造運賃 875百万円(+38.2%) 広告宣伝費 186百万円(+447.8%)
営業利益	△47	777	—	
営業外収支	7	△5	—	昨年株式交付費用10百万円計上有
経常利益	△39	772	—	
特別損益	71	58	+22.6	
当期純利益	2	502	△99.5	

2019年10月期 第4四半期業績

売上高は前年同期比+13.1%も、印刷用紙の値上げがあり売上原価の増加大きく、売上総利益は前年割れ

(単位:百万円)

	2019/10	2018/10	増減率	主な内訳 (増減)
売上高	2,140	1,892	+13.1	パートナーに対する印刷売上高 862百万円 (+16.8%) パートナー以外に対する印刷売上高 1,263百万円 (+14.5%)
売上原価	1,757	1,380	+30.6	材料費 983百万円 (+49.7%) 労務費 360百万円 (+27.4%) 外注費 58百万円 (△70.6%) 製造経費 348百万円 (+79.7%)
売上総利益	383	511	△25.0	
販売費及び一般管理費	462	388	+17.2	荷造運賃 252百万円(+44.3%) 広告宣伝費 31百万円(+145.9%)
営業利益	△79	123	-	
営業外収支	0	△9	-	昨年株式交付費用10百万円計上有
経常利益	△78	113	-	
特別損益	54	△2	-	固定資産売却益47百万円 保険解約益21百万円 固定資産除却損△13百万円
当期純利益	△22	72	-	

2019年10月期 貸借対照表

(単位:百万円)

	2019.10月期末	2018.10月期末		2019.10月期末	2018.10月期末
流動資産	2,973	3,014	流動負債	2,056	1,628
現金及び預金	1,089	2,002	買掛金	418	411
売掛金及び受取手形	756	614	1年内長期借入金	952	524
固定資産	4,776	3,091	固定負債	2,426	1,212
有形固定資産	4,540	2,844	長期借入金	2,077	899
無形固定資産	12	19	純資産	3,266	3,264
投資その他の資産	224	227	利益剰余金	1,655	1,652
資産合計	7,749	6,106	負債・純資産合計	7,749	6,106

2019年10月期 キャッシュフロー

(単位:百万円)

	2019年 10月期	2018年 10月期	増減額	主な増減要因
営業活動によるCF	△569	905	△1,474	税引前当期純利益の減少△799 棚卸資産の増加 △304
投資活動によるCF	△1,949	△764	△1,184	有形固定資産の取得による支出△1,240 事業譲受による支出△150
財務活動によるCF	1,606	740	866	長期借入による収入 2,400 株式の発行による収入△1,264
現金及び現金同等物の増減額	△912	881	△1,793	
現金及び現金同等物の期首残高	2,002	1,121	881	
現金及び現金同等物の期末残高	1,089	2,002	△912	

2020年10月期 業績予想

(単位:百万円)

	2020年10月期 第2四半期予想	対前年同四半期 増減率	2020年10月期 通期予想	対前年同期 増減率
売上高	4,575	+12.1	9,132	+12.8
営業利益	14	△77.0	45	—
経常利益	17	△73.4	51	—
当期利益	12	△66.4	44	—
1株当たり 当期純利益	2円21銭		8円20銭	



7 Q & A

Q&A

<p>Q1 今期の設備投資の計画はどうなっていますか？</p>	<p>A1 前期導入を予定していた印刷機1台の導入(約350百万円)が今期にずれこんだため、今期の設備投資として計画しております。また、デジタル印刷機1台の導入を検討しております。 他は、主に工場設備において少額の設備投資を見込んでおります。</p>
<p>Q2 前期はパートナー企業からの受注が予想よりも少なかったために減収となった下方修正がありました。今期においてパートナー企業との関係、また、受注の予想はどうなっていますか？</p>	<p>A2 パートナー企業との関係は良好に進んでおります。前期のパートナー企業への印刷売上高は、3,146百万円であり、今期も前期並みの印刷売上高を見込んでおります。</p>
<p>Q3 広告宣伝活動を再開した成果はいかがでしょう？ また、今期以降はどのような施策を行いますか？</p>	<p>A3 前期の新規会員獲得数は、22,784社と前々期の14,323社と比べ59.0%増加しました。 前期はTVCMを中心に行いましたが、今期はWEBを中心とした広告宣伝活動を行う予定です。</p>

Q & A

Q4

前期は、印刷用紙の不足や値上げがあり業績に大きくマイナスの影響があったと聞いていますが、今後印刷用紙の供給不足は起こりますか？

また、用紙不足や値上げに対する対策を検討していますか？

A4

印刷用紙の不足は今後起こりうる可能性はあります。当社と致しましては、従来、国産紙を100%使用してきましたが、今後は輸入紙の割合を50%超にすることで国内紙の需給がひっ迫した場合でも、印刷用紙の仕入れが可能になりました。また、印刷用紙の在庫高を2018年10月期末と比べ約3倍とし、用紙の供給不足に対しての備えを行っております。

値上げについては、仕入管理の強化により仕入れ業者の適切な競争を促すことで、仕入単価の引き下げを見込んでおります。

本資料に関する注意事項

本資料は、当社の企業情報等の提供のために作成されたものであり、当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

当社は、本資料に含まれる情報または意見の公平性、正確性、完全性または正当性について、明示的または黙示的に表明または保証をするものではありませんので、これらに依拠することのないようお願いします。本資料の使用または内容等に関して生じたいかなる損害についても当社は一切の責任を負いません。また、本資料の内容は事前の通知なく大幅に変更されることがあります。

本資料は、本資料の作成時点における業界、市場動向または経済情勢等に基づき作成されたものであり、その後が発生する事象に基づき影響を受ける可能性があります。当社は、それらの情報を最新のものに更新するという義務を有していません。

本資料には、当社の現在の見通し、予想、目標、計画などを含む将来に関する見通しが含まれています。このような将来に関する見通しは、経営陣による将来の業績の保証を表すものではありません。これらの見通しは、将来の予想を議論し、戦略を特定し、経営成績または当社の財務状態の予測を含み、または当社の事業および業界、将来の事業戦略ならびに将来において当社が営業を行う環境に関する当社の現在における予測、想定、見積りおよび予測に基づくその他の将来に関する情報を記載するものです。既知および未知のリスク、不確実性およびその他の要因により、当社の実際の業績は、将来に関する見通しに記載されまたは示唆されるものとは大幅に異なる可能性があります。当社は、これらの将来に関する見通しに記載される予想が正確なものであることを保証することはできません。実際の業績は予想とは大幅に異なる可能性があります。