

# プリントネット株式会社 2022年8月期決算説明会

証券コード:7805



2022年10月17日

1. 2022年8月期 業績
2. 2023年8月期業績予想及び経営方針
3. 業績詳細
4. Q & A
5. 参考資料

1

# 2022年8月期 業績

# 業績ハイライト

- ◇ 売上高、8,648百万円(前期差 +1,486百万円、業績予想比103%)  
業績予想比+248百万円の上振れ
- ◇ 営業利益、551百万円(前期差 +312百万円、業績予想比128%)  
業績予想比+121百万円の上振れ
- ◇ 経常利益、572百万円(前期差 +359百万円、業績予想比130%)  
業績予想比+132百万円の上振れ
- ◇ 当期純利益、403百万円(前期差 +260百万円、業績予想比134%)  
業績予想比+103百万円の上振れ
- ◇ 新型コロナウイルスの影響を若干受けつつも、  
売上高、営業利益、経常利益、当期純利益のすべてで、業績予想を達成
- ◇ 特に利益面においては、大幅に改善

# 売上高推移

◇ コロナウイルス感染症の影響が減少したこと及び、既存顧客のリピーター率が想定より高かったことにより、増収で着地

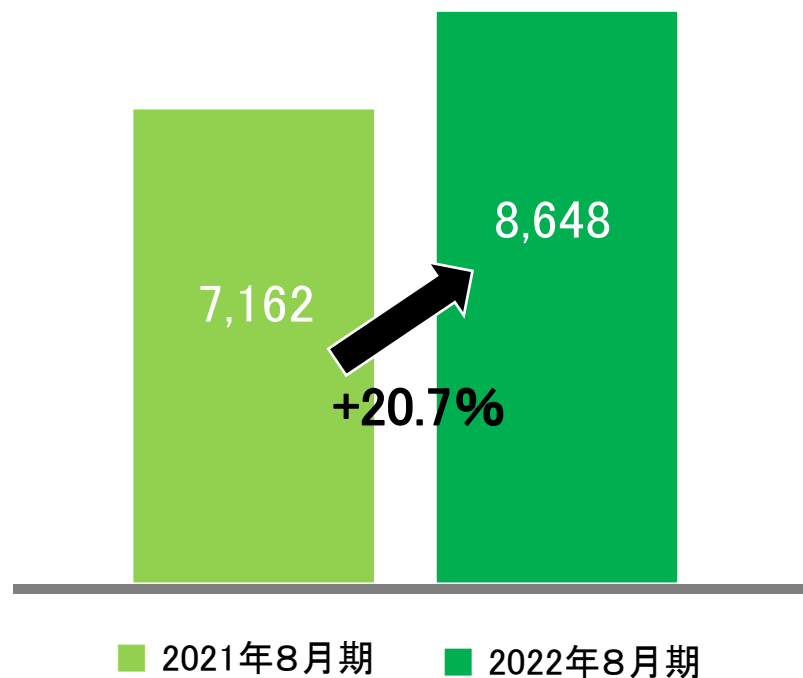
※2021年8月期は2020年11月～2021年8月までの10ヶ月決算となります。

(注1) 2022年8月期の2Qは2021年12月～翌2月で、2021年8月期の2Q(2021年2月～4月)と異なり、繁忙期の3月を含んでいないため、見かけ上は減収となります。

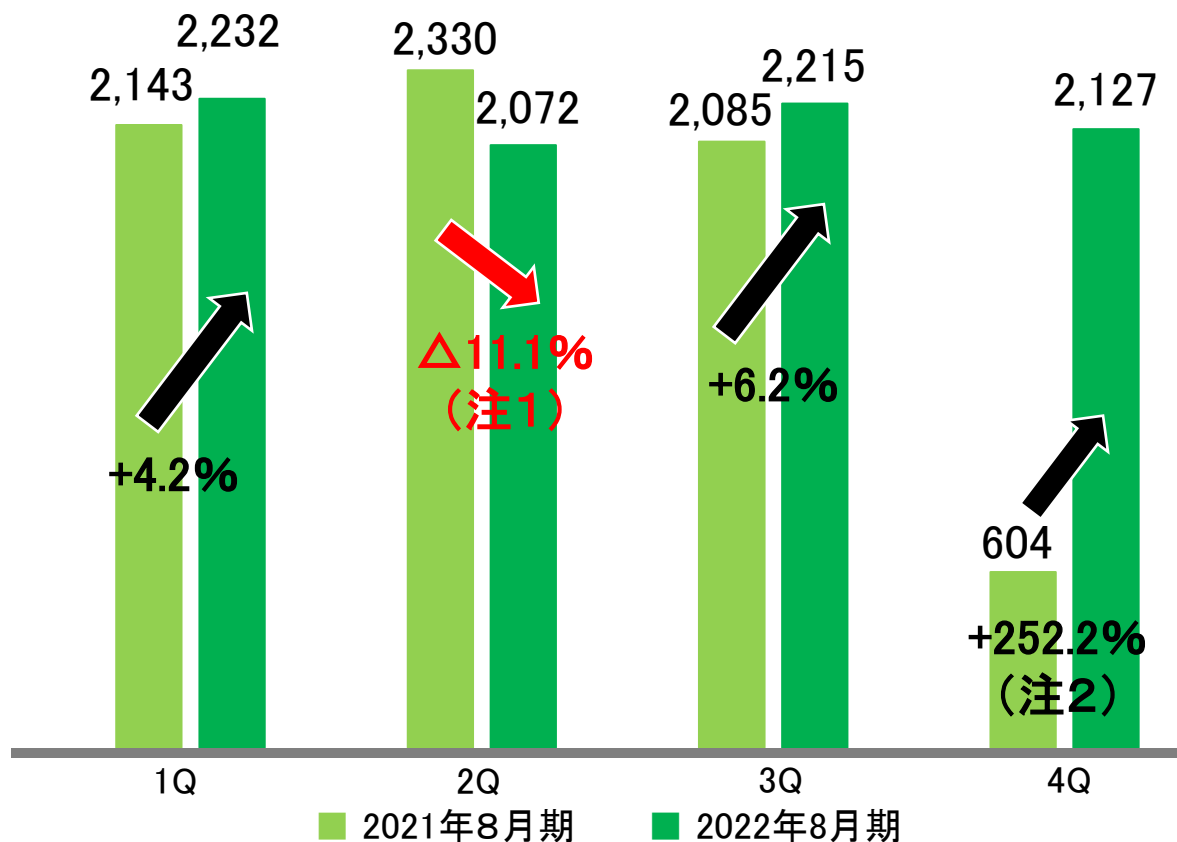
(注2) 2021年8月期の4Qは2021年8月の1ヶ月のみとなります。

## 売上高(通期)

【単位:百万円】



## 売上高(四半期)



# 営業利益推移

◇ 収益構造を見直し、大幅な増益で着地

※2021年8月期は2020年11月～2021年8月までの10ヶ月決算となります。

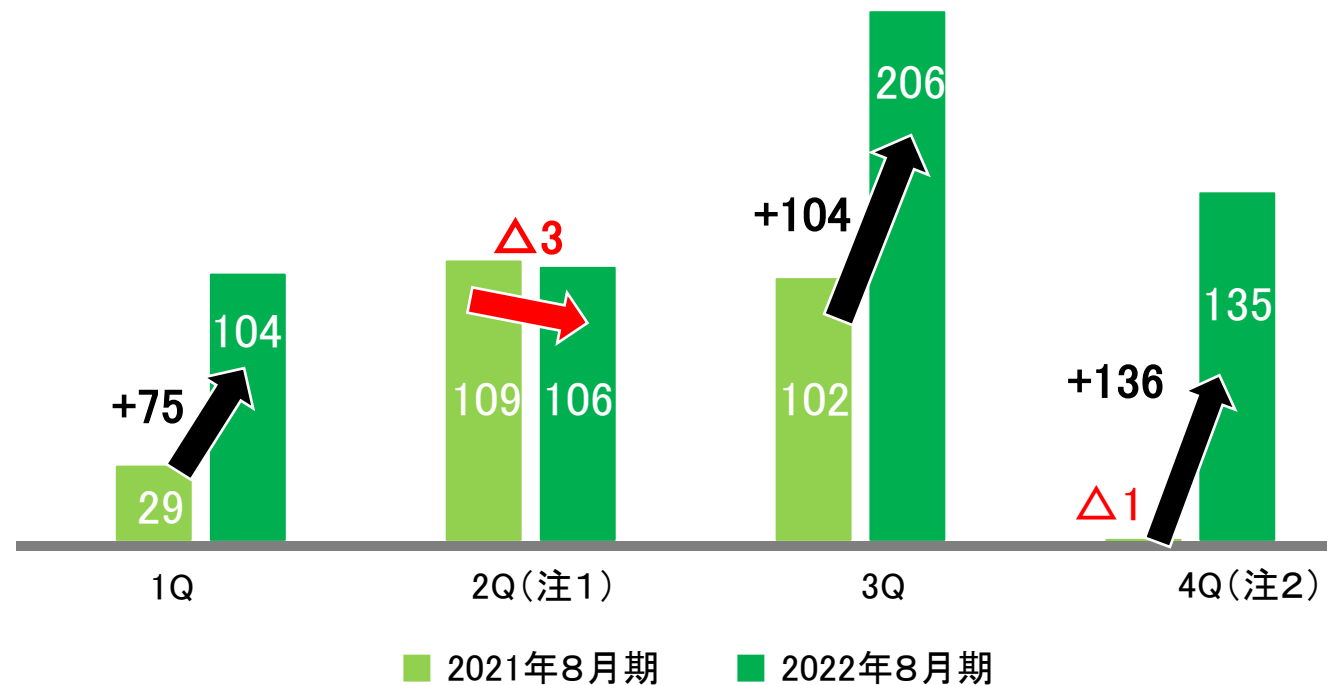
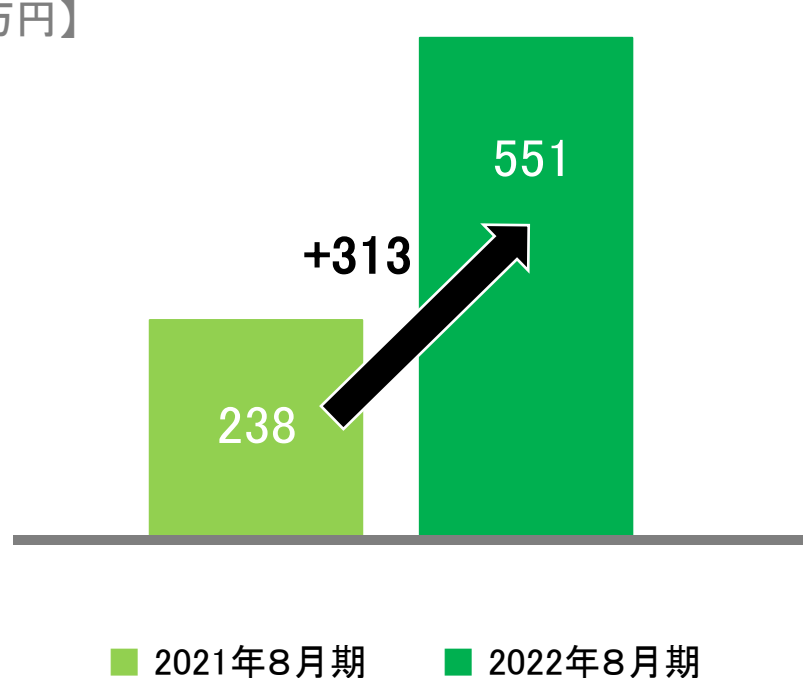
(注1)2022年8月期の2Qは2021年12月～翌2月で、2021年8月期の2Q(2021年2月～4月)と異なり、繁忙期の3月を含んでいないため、見かけ上は減益となります。

(注2)2021年8月期の4Qは2021年8月の1ヶ月のみとなります。

## 営業利益(通期)

## 営業利益(四半期)

【単位:百万円】

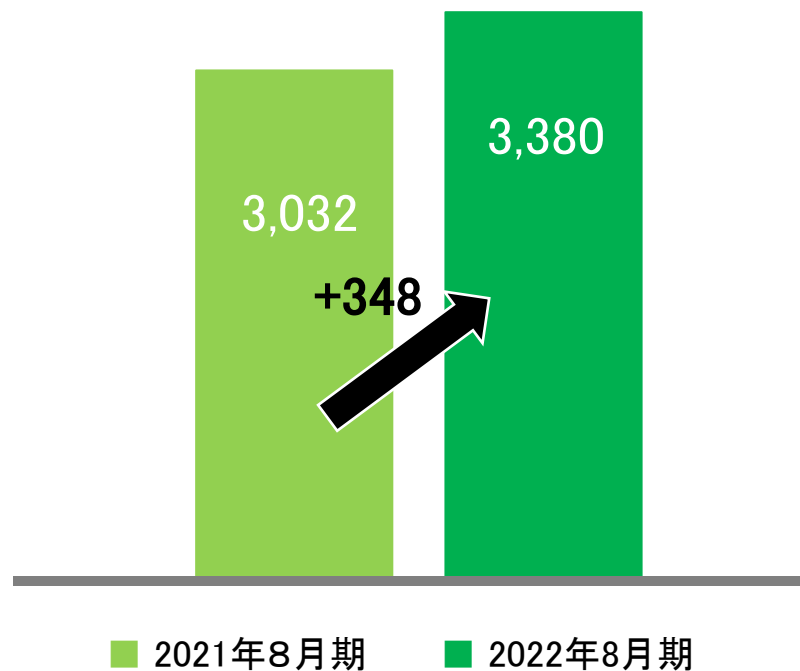


# 財務基盤

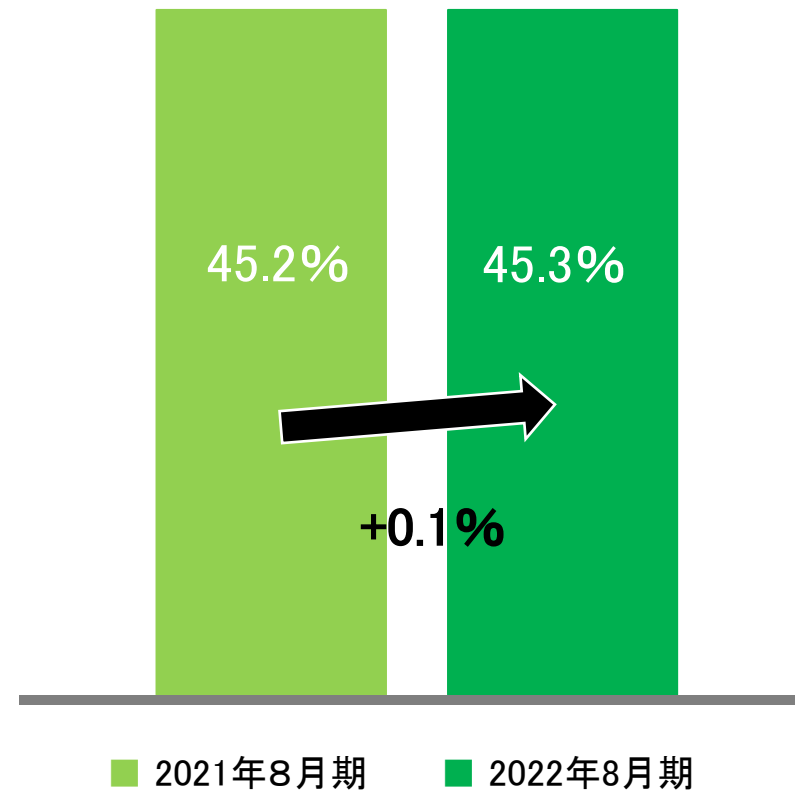
- ◇ 純資産は、利益計上により増加
- ◇ 自己資本比率45.3%と健全な財政状態

## 純資産

【単位:百万円】



## 自己資本比率



2

## 2023年8月期業績予想及び 経営方針



# 2023年8月期 業績見込

2023年8月期の業績見込は、以下のとおり  
成長率増加により増収を見込む

原材料の価格上昇分を売価の価格転嫁でカバーすることにより、営業利益への影響を最小限にとどめる

【単位:百万円】

2022年8月期実績

2023年8月期見込

|       |       |       |
|-------|-------|-------|
| 売上高   | 8,648 | 9,200 |
| 営業利益  | 551   | 500   |
| 経常利益  | 572   | 510   |
| 当期純利益 | 403   | 280   |

## 2023年8月期 方針

新規事業への積極的なチャレンジ  
成長投資は一定増加するものの、更なる増益の確保を目指す

### アップサイドシナリオ

- ・マーケティング施策によるROIが大きく増加
- ・生産コスト改善効果の上振れ
- ・チャレンジによる期待値以上の成果

### ダウンサイドシナリオ

- ・原材料高騰幅が想定より悪化
- ・円安の更なる影響

# Project PN 2026

- ◇ 売上高成長と投下資本利益により事業の位置づけを明確化し、経営資源を適正に配分する  
ポートフォリオマネジメントを進めます
- ◇ 将来のコア事業へのチャレンジとして、経営資源を積極的に配分します

## 既存事業戦略

現在のモデルを活用及び改善を  
続け、収益力の強化を目指す

## 新規事業戦略

将来のコア事業を生み出すよう  
中長期での成長を目指す

# コア事業での目指すべき姿

## 強固な経営基盤

独自のマーケティングによる成長

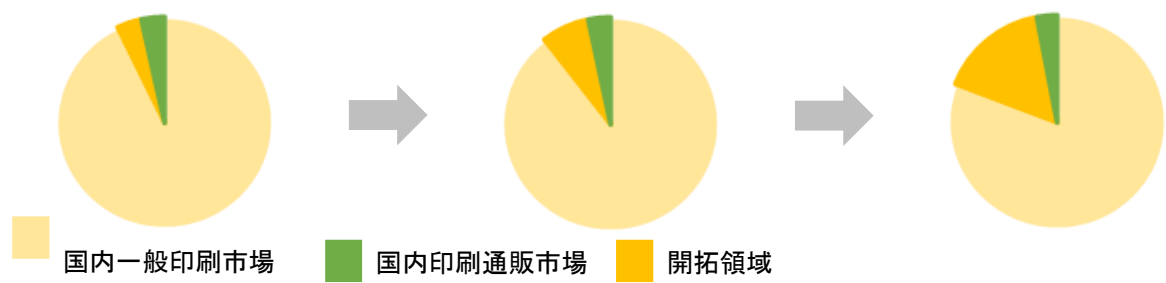
次世代基幹システム

強固な財務基盤

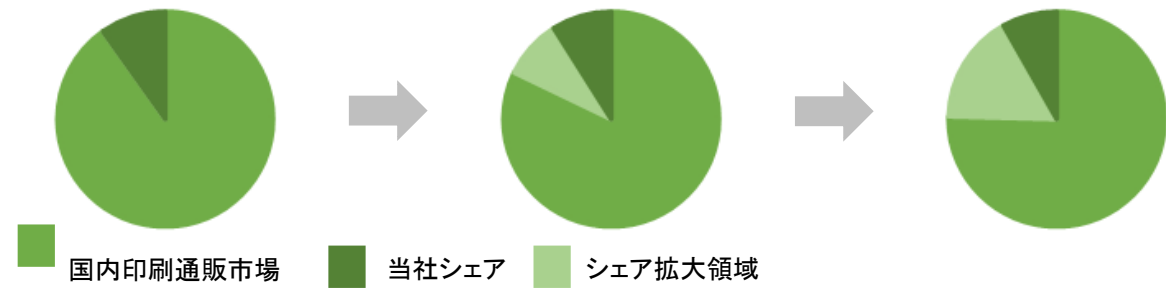
人材基盤

独自の生産自動化

### 印刷一般市場全体に対するシェア拡大



### ネット印刷市場内でのシェア拡大



「これらを融合し継続成長へ」  
「業界のオンリーワン企業へ」

# 株主配当について

キャピタルゲイン  
(株価上昇益)



売上高と営業利益の最大化により、  
長期的にも株価上昇を目指す

インカムゲイン  
(配当金)



自己資本比率の増加に伴い、  
2021年度より配当を実施  
株主に対する配当額の決定は、  
最重要政策のひとつであると考えている

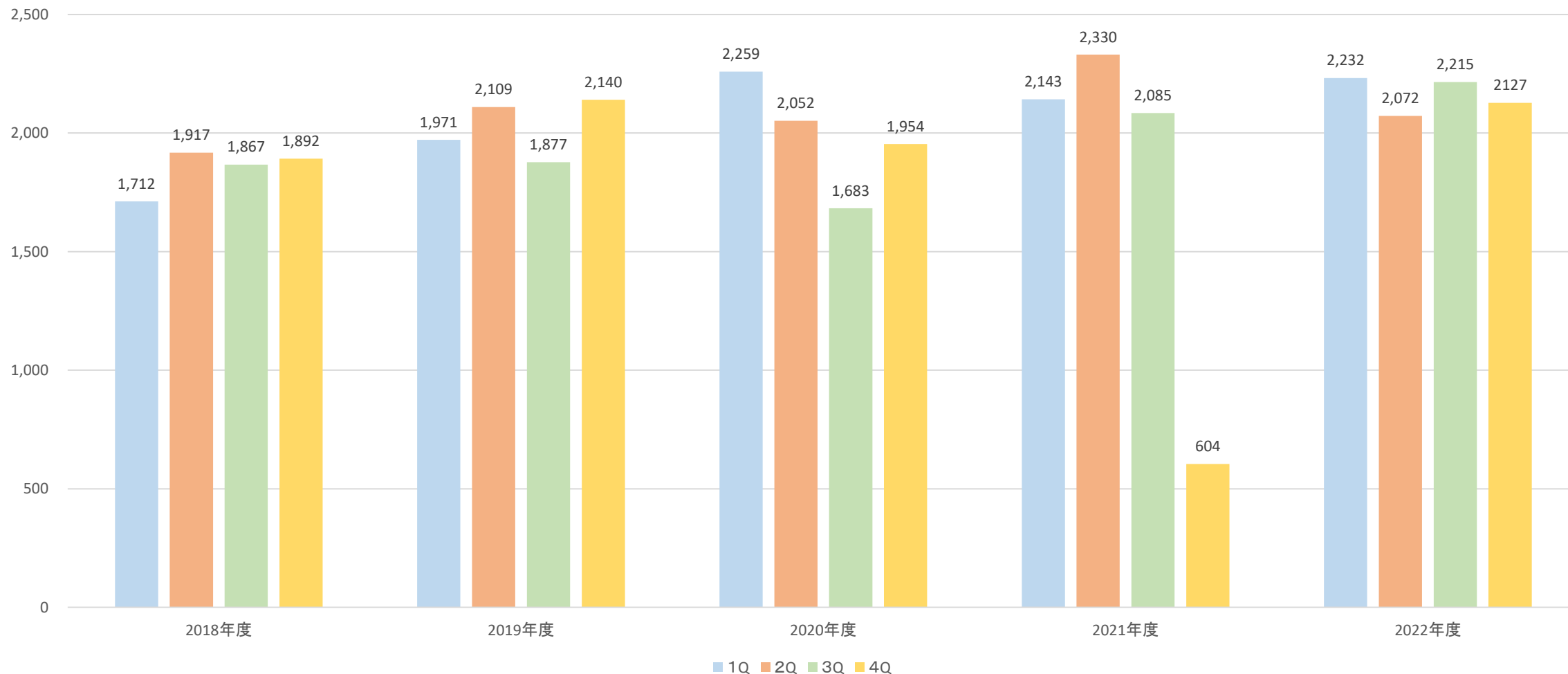
3

## 業績詳細

# 売上高 四半期ごとの推移

2022年度3Qは、3Q会計期間としては過去最高の売上高を計上  
(2021年度の4Qは8月の1ヶ月分のみ)

(単位:百万円)



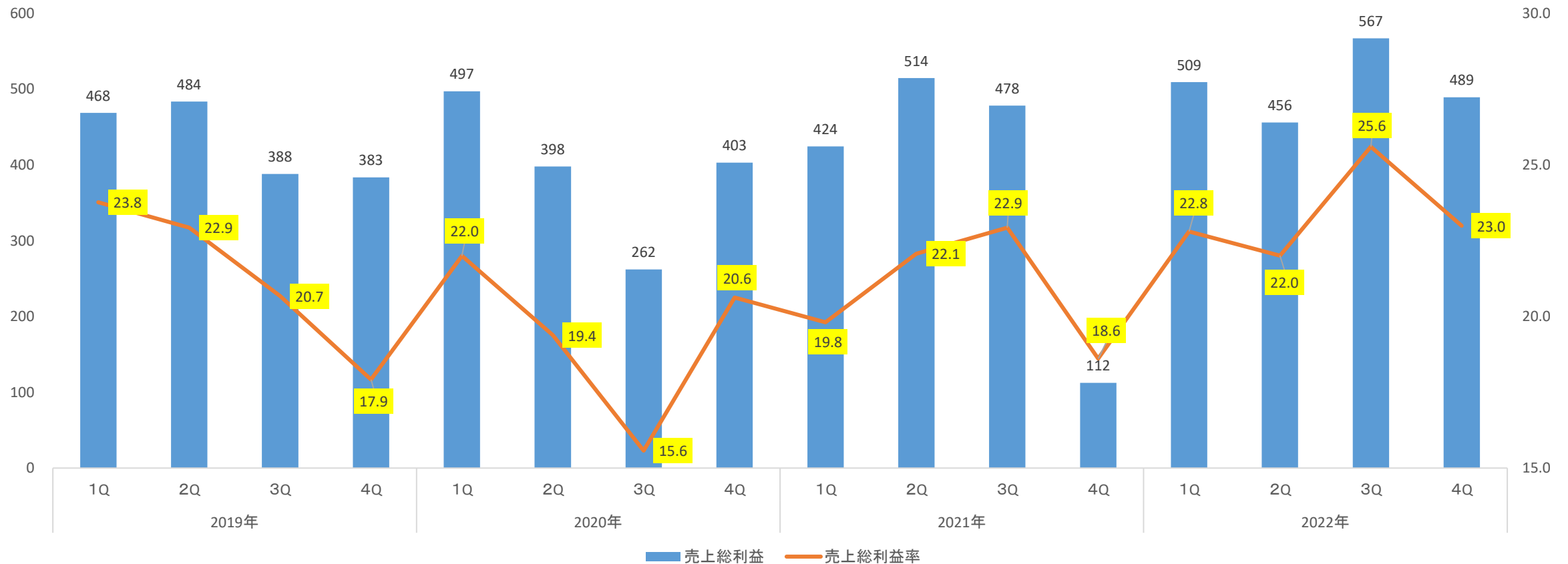
※2018年10月期第1四半期及び第2四半期決算については、監査法人の監査を受けておりません。

# 売上総利益 四半期ごとの推移

売上総利益については、3Q、4Qは会計期間としては売上総利益、売上総利益率ともに前年から改善  
(2021年度の4Qは8月の1ヶ月分のみ)

(単位:百万円)

(単位:%)

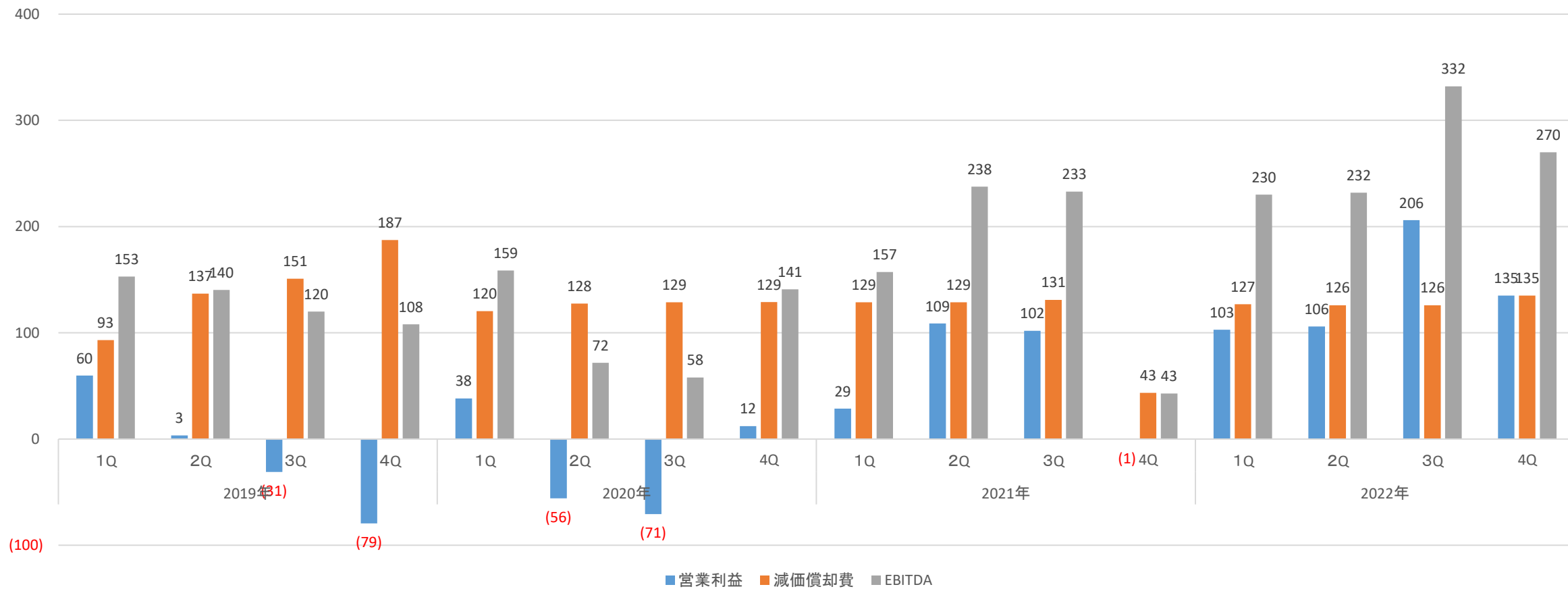




# 減価償却費 EBITDA 四半期毎の推移

2022年度は1Q、3Q、4Qが前年から大幅に改善

(単位:百万円)



※EBITDA=営業利益+減価償却費

# 2022年8月期 業績

(単位:百万円)

|            | 2022/8 | 2021/8 | 主な内訳  |
|------------|--------|--------|---|
| 売上高        | 8,648  | 7,162  | 大口得意先に対する印刷売上高 3,430百万円<br>大口得意先以外に対する印刷売上高 5,160百万円  |
| 売上原価       | 6,625  | 5,632  | 材料費 3,683百万円 労務費 1,271百万円<br>外注費 533百万円 製造経費 1,086百万円 |
| 売上総利益      | 2,023  | 1,529  |   |
| 販売費及び一般管理費 | 1,471  | 1,290  | 荷造運賃 849百万円 広告宣伝費 78百万円                               |
| 営業利益       | 551    | 238    |   |
| 営業外損益      | 20     | △25    |   |
| 経常利益       | 572    | 213    |   |
| 特別損益       | 58     | △4     |   |
| 税引前当期純利益   | 630    | 208    |   |
| 当期純利益      | 403    | 143    |   |

# 2022年8月期 貸借対照表

(単位:百万円)

|             | 2022.8月期末    | 2021.8月期末    |                 | 2022.8月期末    | 2021.8月期末    |
|-------------|--------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|
| <b>流動資産</b> | <b>2,619</b> | <b>2,294</b> | <b>流動負債</b>     | <b>2,438</b> | <b>1,849</b> |
| 現金及び預金      | 1,002        | 1,018        | 買掛金             | 643          | 667          |
| 売掛金及び受取手形   | 694          | 633          | 1年内長期借入金        | 587          | 632          |
| <b>固定資産</b> | <b>4,835</b> | <b>4,408</b> | <b>固定負債</b>     | <b>1,636</b> | <b>1,820</b> |
| 有形固定資産      | 4,384        | 4,006        | 長期借入金           | 1,264        | 1,443        |
| 無形固定資産      | 168          | 119          | <b>純資産</b>      | <b>3,380</b> | <b>3,032</b> |
| 投資その他の資産    | 283          | 283          | 利益剰余金           | 2,050        | 1,696        |
| <b>資産合計</b> | <b>7,455</b> | <b>6,703</b> | <b>負債・純資産合計</b> | <b>7,455</b> | <b>6,703</b> |

# 2022年8月期 キャッシュフロー

※2021年8月期は2020年11月～2021年8月までの10ヶ月決算となります。

(単位:百万円)

|                | 2022年<br>8月期 | 2021年<br>8月期 | 増減額    | 主な内訳                      |
|----------------|--------------|--------------|--------|---------------------------|
| 営業活動によるCF      | 588          | 765          | 177    | 減価償却費+517<br>税引前当期純利益+630 |
| 投資活動によるCF      | △909         | △138         | 771    | 有形固定資産の取得 △886            |
| 財務活動によるCF      | 304          | △1,675       | △1,979 | 長期借入金の返済 △723             |
| 現金及び現金同等物の増減額  | △16          | △1,047       | △1,031 |                           |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 1,018        | 2,066        | 1,048  |                           |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,002        | 1,018        | 16     |                           |

# 2023年8月期 業績予想

(単位:百万円)

|                | 2023年8月期<br>第2四半期予想 | 増減率   | 2023年8月期<br>通期予想 | 増減率   |
|----------------|---------------------|-------|------------------|-------|
| 売上高            | 4,476               | 4.0   | 9,200            | 6.4   |
| 営業利益           | 180                 | △14.3 | 500              | △9.4  |
| 経常利益           | 186                 | △19.8 | 510              | △10.9 |
| 当期利益           | 99                  | △42.7 | 280              | △30.7 |
| 1株当たり<br>当期純利益 | 19.99               | —     | 56.53            | —     |

---

4

Q & A

# Q & A

|  |   |
|--|---|
| <p>Q1<br/>新型コロナウイルス感染症の影響を今期どのように見込んでいるか？</p>                  | <p>A1<br/>新型コロナウイルス感染症の影響は限定的で、今後売上げが大きく落ち込む可能性は低いものとみております。</p>  |
| <p>Q2<br/>今期の材料費はどうなっていくか？<br/>また資源・エネルギー価格の上昇傾向による影響はないか。</p> | <p>A2<br/>2022年8月期の材料費率は、対印刷売上高比42.9%でした。2023年8期の材料費率は、2.5%増の対印刷売上高比45.4%を見込んでおります。</p> <p>なお、資源・エネルギーの価格上昇が当期の業績にあたる影響は大きいと認識しております。</p> |
| <p>Q3<br/>価格転嫁についてはどう考えているか？</p>                               | <p>A3<br/>資源・エネルギーの価格上昇を踏まえ、今期初めより一部商品について価格転嫁を実施しております。</p>  |
| <p>Q4<br/>今期の広告宣伝活動は？</p>                                      | <p>A4<br/>2023年8月期の広告宣伝費については、2022年8月期と比べて約15百万円減少しております。</p> <p>今期の方針としては、従来通り、オンライン広告を中心として、CPAを維持したまま、ROASの向上を目論んでおります。</p>            |

# Q & A

Q5

3月より開始した自己株式の取得について、8月末までの6か月で進捗率が18%程度なのはなぜか？

A5

自己株式の取得については、出来高の10%程度を取得の目安とすること、取得価格がvwap(売買高加重平均価格)と乖離しないこと等の制約をもって行っております。



5

## 參考資料

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



サービス特化型サイト



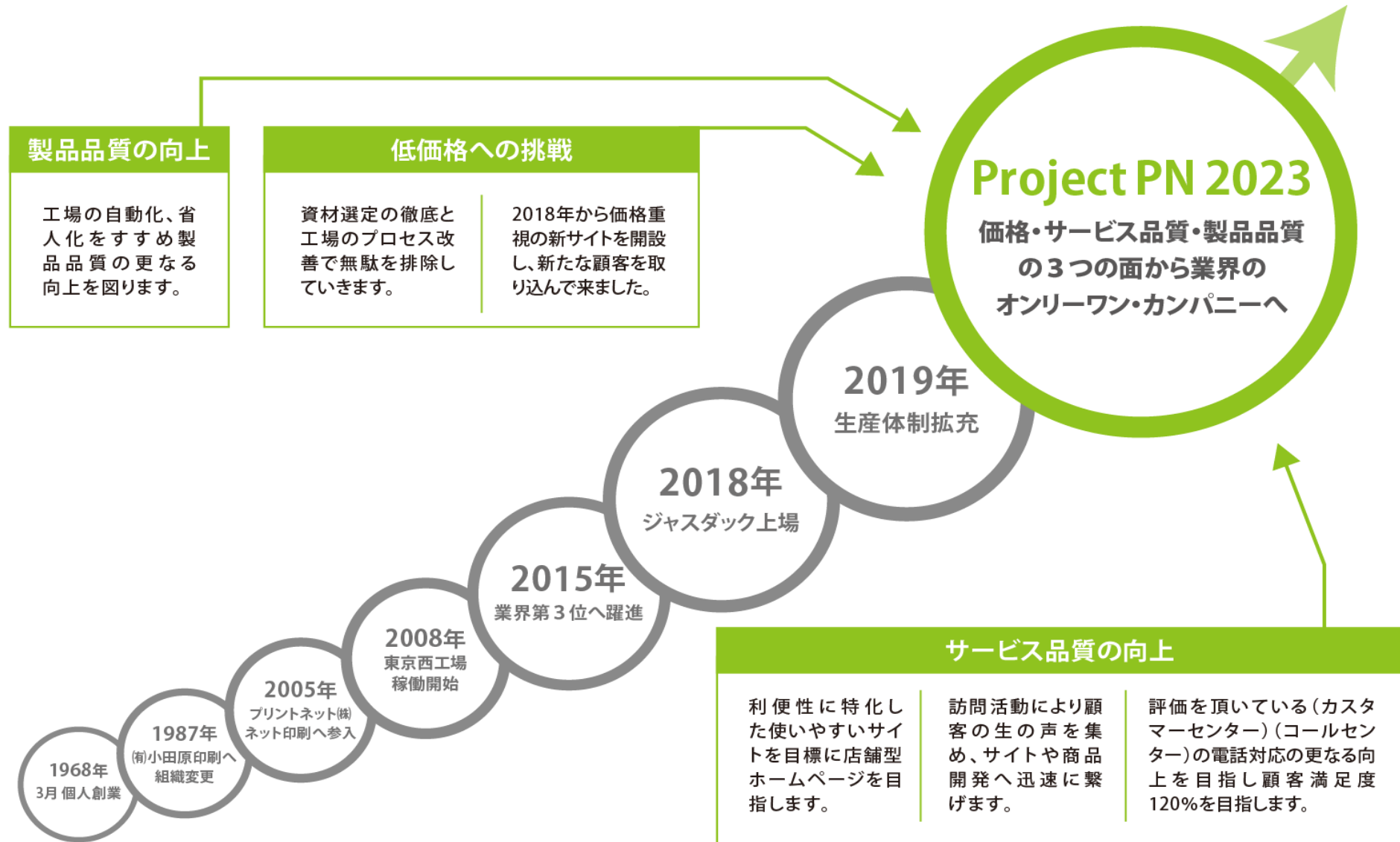
2018年4月サービス開始



価格特化型サイト

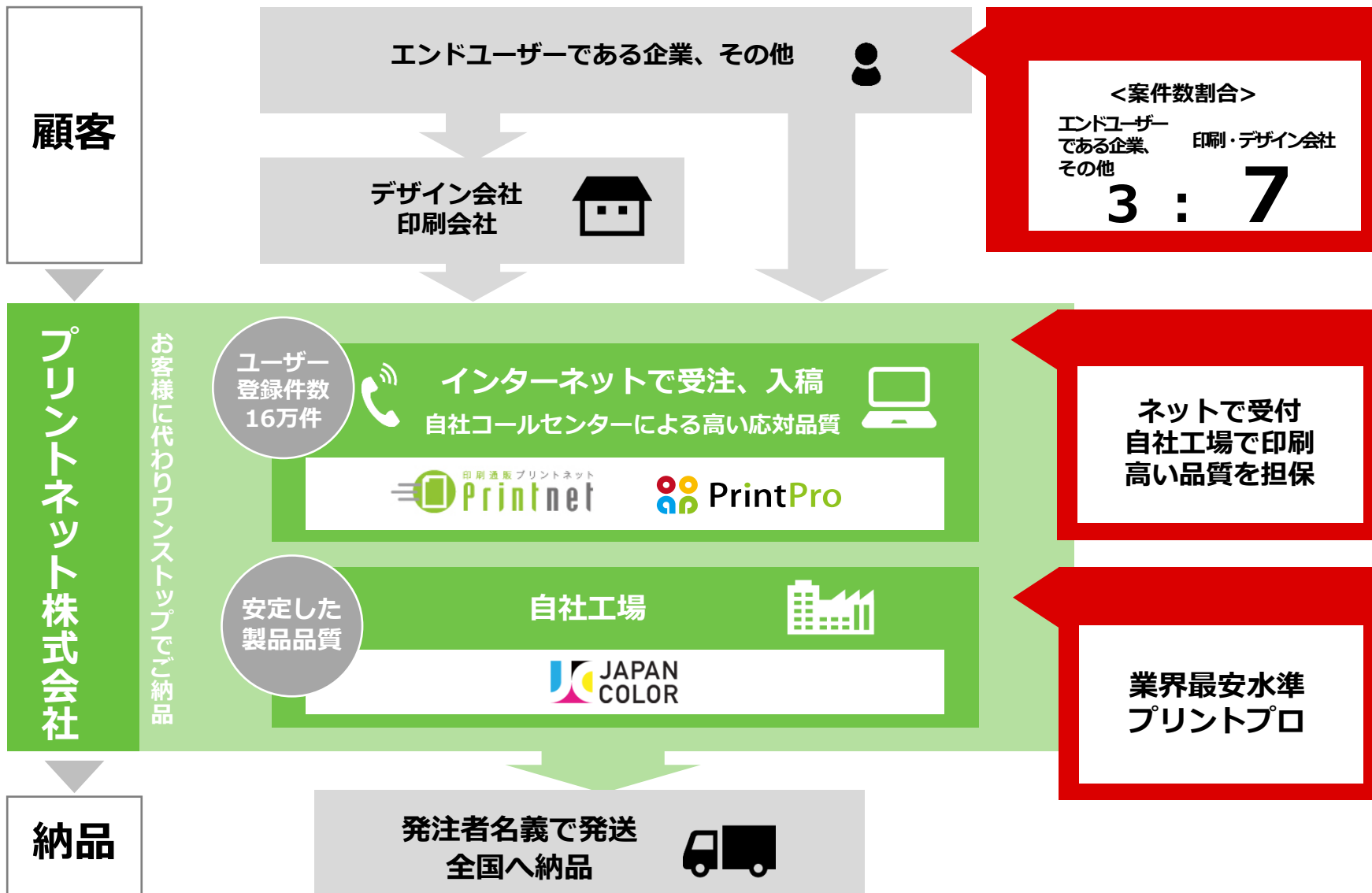
特長の異なるサイトを複数運用することで、顧客の選択肢を広げそれぞれのニーズに対応

# 当社の歴史・沿革



# 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納品



## ポイント1

案件の約7割が印刷ノウハウのある企業

## ポイント2

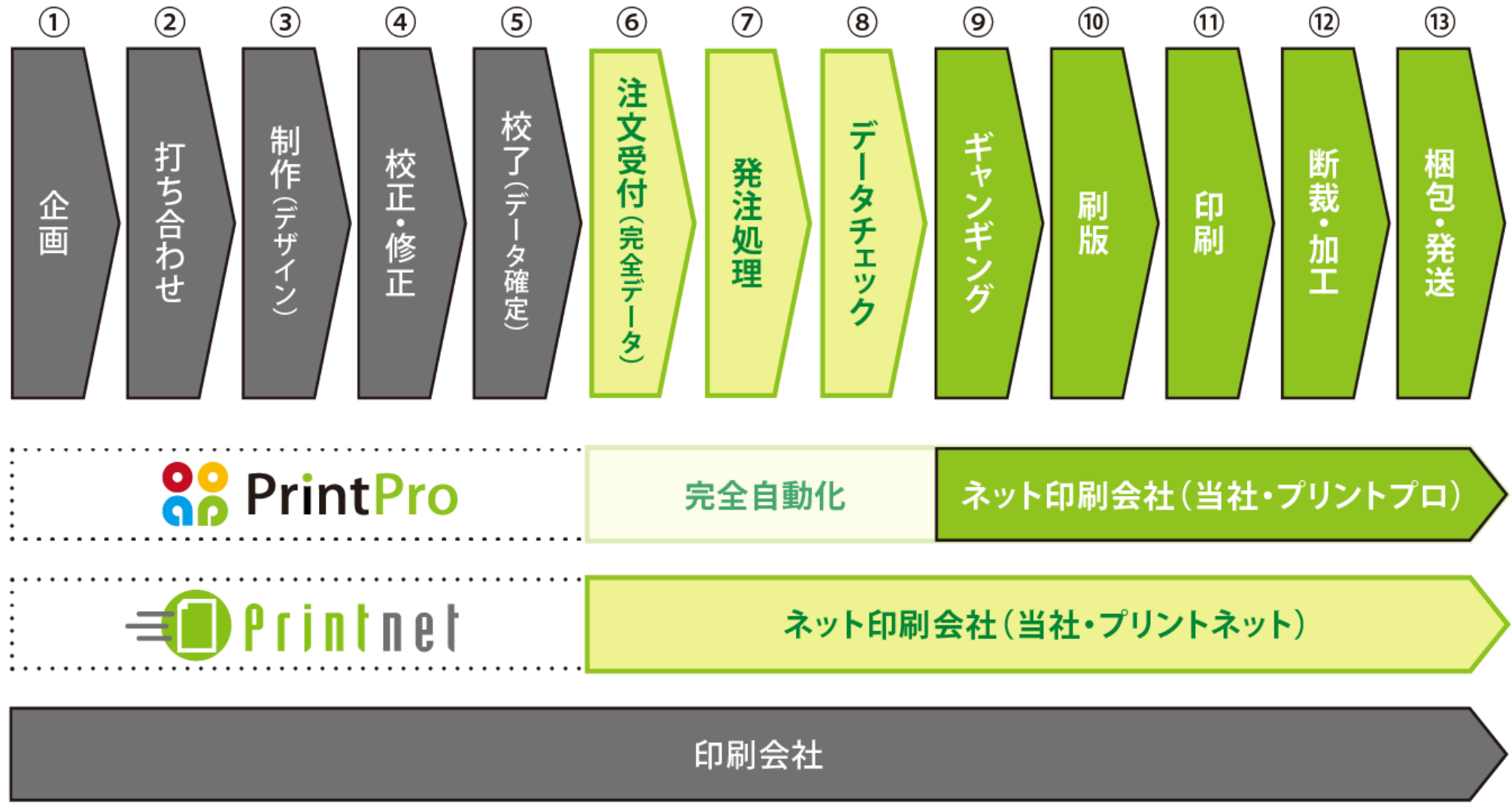
ネットで受付・入稿、自社工場で印刷し高い品質を担保

## ポイント3

業界最安水準『プリントプロ』を開設

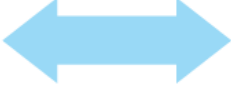
# 業務プロセスの違い

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



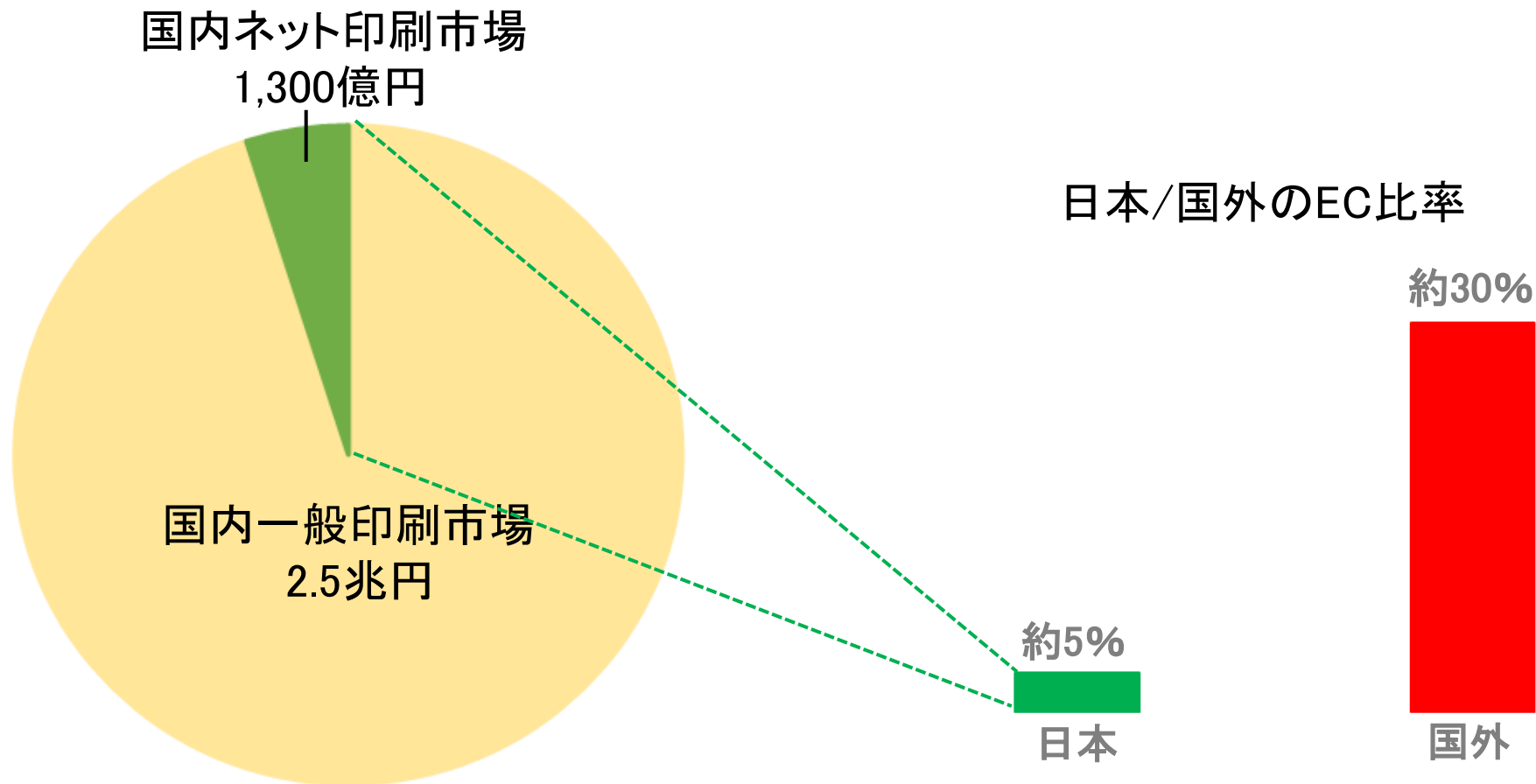
# 業務プロセスの違い

扱うものは同じ印刷物といえども、従来型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、従来型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

| 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。                          | <b>価格</b>   | 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。         | <b>地域</b>   | 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。          | <b>納期</b>   | 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。 | <b>競争環境</b>   | 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  
2019年、ネット通販の推定市場規模は初の1,300億円となった  
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



出典  
・ 矢野経済研究所 『2013年版印刷通販市場の展望と戦略』  
・ 矢野経済研究所 『印刷企業の徹底分析2016年度版』  
・ 公益社団法人 日本印刷技術協会 『印刷白書2020』



# 複数のサイト運用による囲い込み戦略

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



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

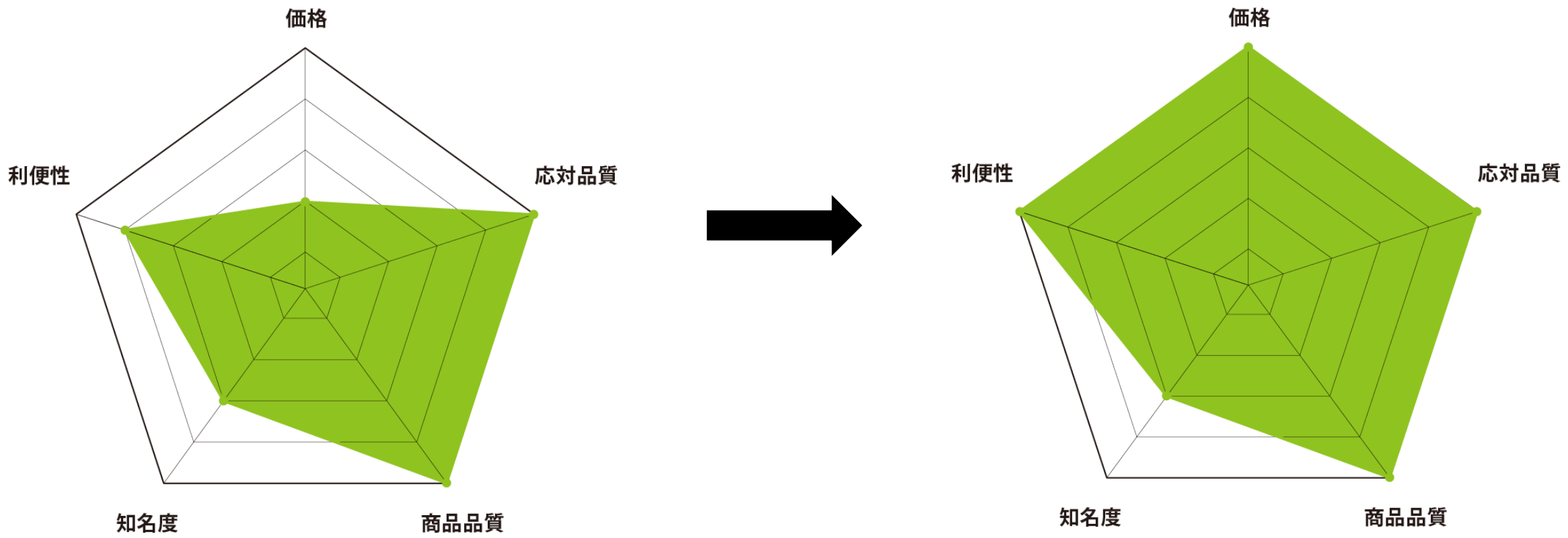
価格重視の顧客をターゲット (業界最安値級)

- ・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



# 独自のマーケティング

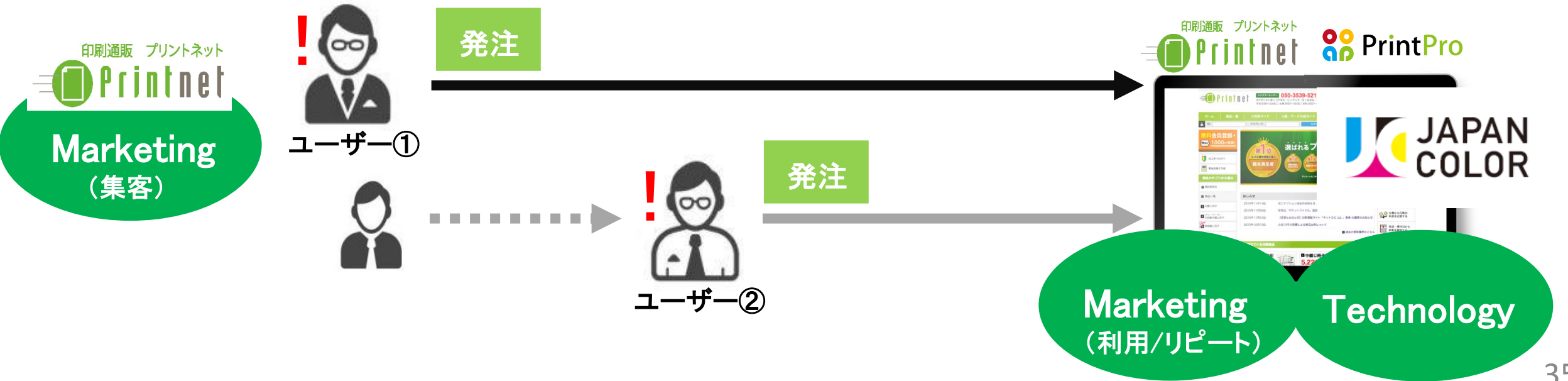
## PNマーケティング

「Net機能をフル活用し、お客様に興味を与え、ご注文を頂き、その評価(サービスや品質に対する結果)でリピーターとなって頂く」このサイクルを継続及び発展させる事で、お客様と共に成長していく

## PN-Core

- ・Net Sales
- ・マーケットバランス:PN&PP、toB & toC、パートナー、etc...
- ・全工場取得のJapan Color

PN-Coreを更に強化していく事で、PN独自のマーケティングを確立し、お客様と共に、継続成長できる基盤作りを目指す



# 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

コール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

コール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

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



# 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。