

プリントネット株式会社

決算説明資料

2026年8月期第1四半期

2026年1月23日



目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期 第1四半期決算報告と通期計画
3. 市況と今後のビジョン

目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期 第1四半期決算報告と通期計画
3. 市況と今後のビジョン

商号

プリントネット株式会社 (東証STD上場:7805)
PRINTNET INC.

設立

1987年7月設立 2008年2月プリントネット株式会社社名変更

事業内容

インターネット印刷通信販売事業

本社所在地

鹿児島県鹿児島市城南町10番7号

資本金

815百万円 (株主数 3,688名) (2025年8月末日現在)

従業員数

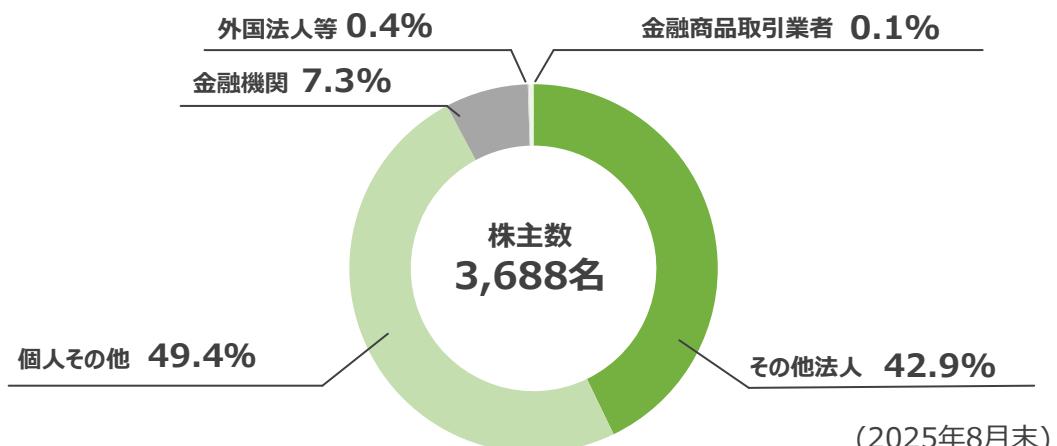
256名 (他パート等61名) (2025年11月末現在)

役員

代表取締役C E O 小田原 洋一 / 取締役C O O 小田原 一誠
社外取締役(監査等委員) 佐藤 清一 / 社外取締役(監査等委員) 大久保 範俊
社外取締役(監査等委員) 上釜 明大

拠点工場

本社・カスタマーセンター (鹿児島県鹿児島市)、東京西第一工場 (山梨県上野原市)
東京西第二工場 (山梨県上野原市)、九州工場 (鹿児島県姶良市)

所有株式数構成

代表取締役 C E O
小田原 洋一

- 1985年9月 当社 入社
- 1987年7月 当社 取締役就任
- 2005年11月 当社 代表取締役社長 就任
- 2025年11月 当社 代表取締役 C E O 就任(現任)

社是

「謙虚な心で皆様と共に進む」



企業価値の拡大に向けた中期戦略の4本柱

1 成長への設備投資



2 人材育成投資



3 サービス・サポート体制強化



4 ESG対応



2005年

- 印刷通販
自社サイト開設

2008年

- 東京西工場
操業開始

2014年

- 東京西第二工場
操業開始

2018年

- ジャスダック上場
- プリントプロ
サービス開始

2019年

- 九州工場移転

2024年

- プリントネット
ウェアサービス
開始

2025年

- 名古屋証券
取引所
重複上場

2026年

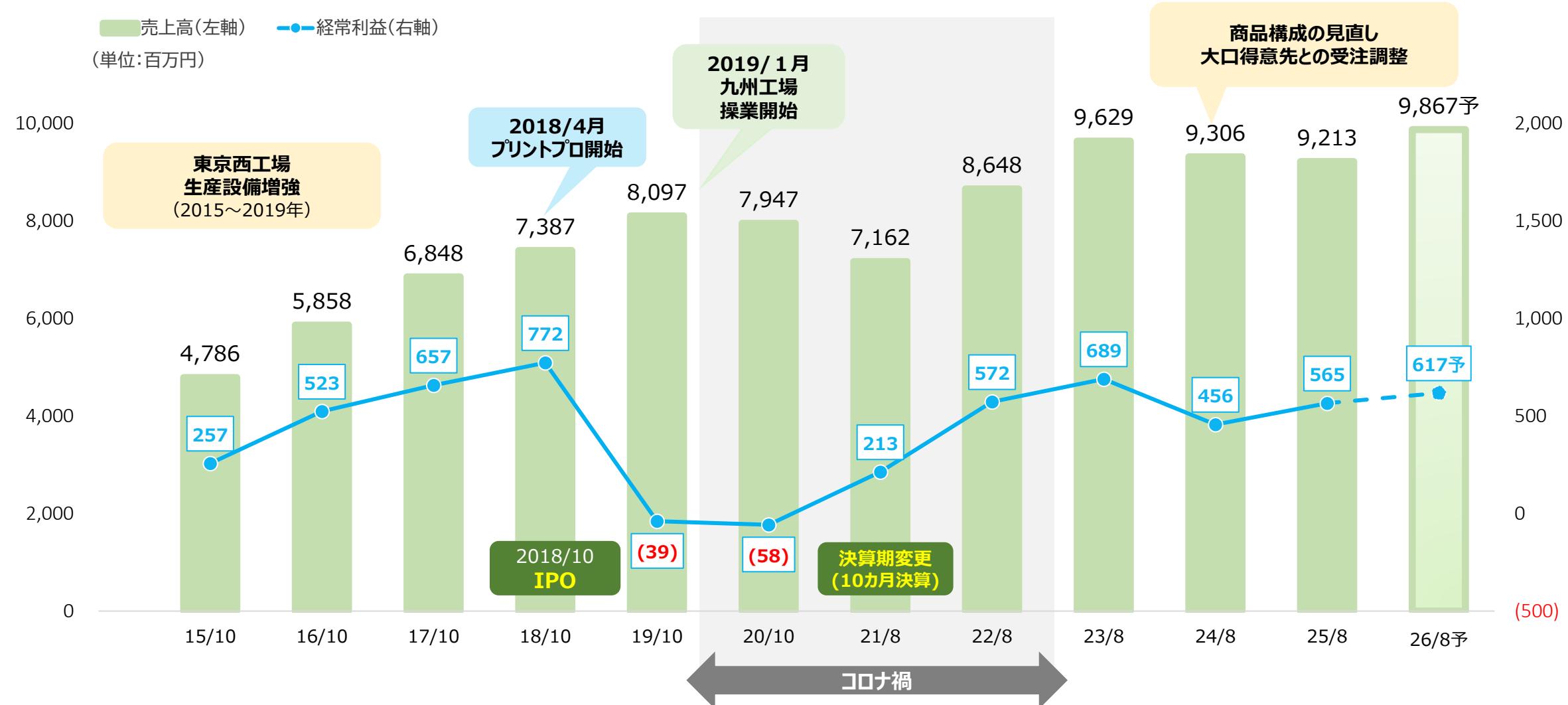
- 九州第二工場
稼働予定

中期経営計画
2030年

- 売上高 122億円
- 営業利益 10億円

過去からの業績推移

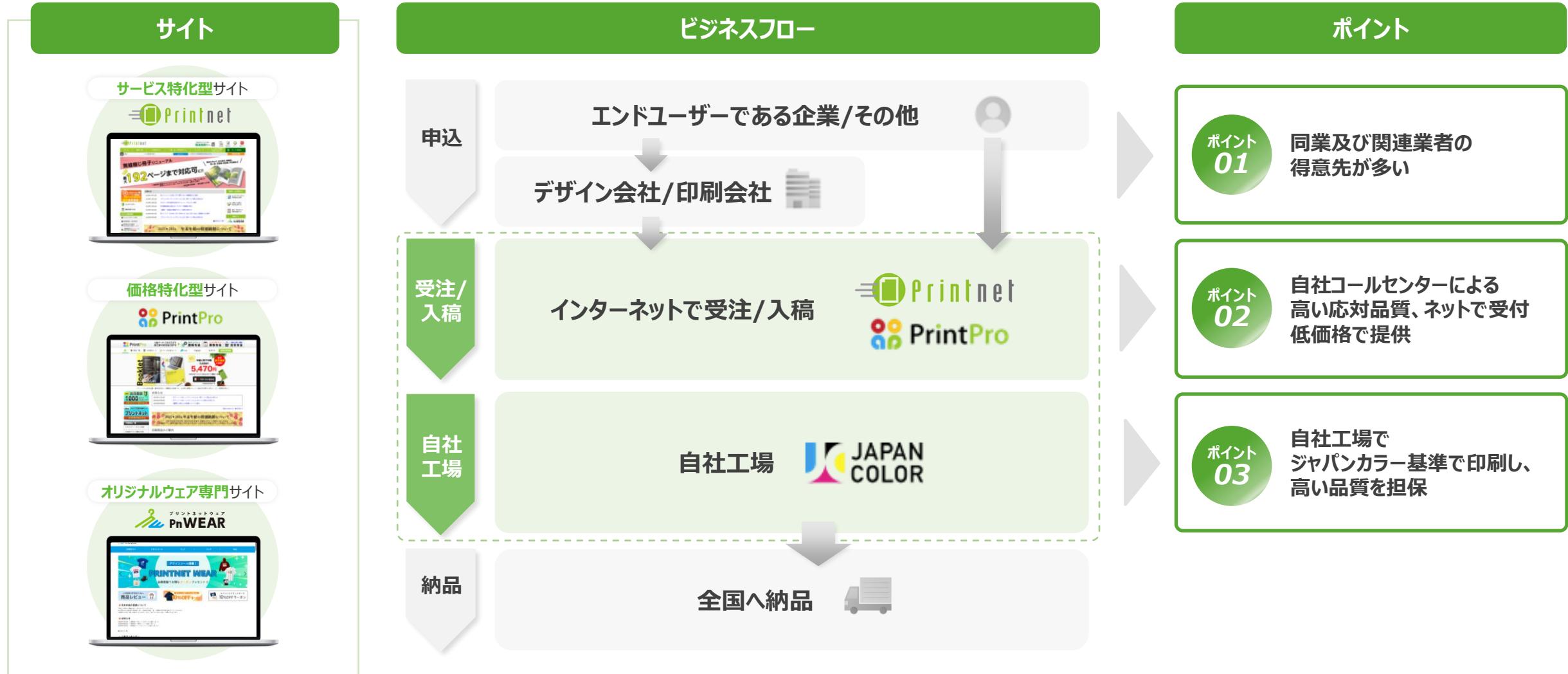
- ・2023年売上高が過去最高を達成、資材高騰の影響を受け、売上高より利益率重視へ方針転換
- ・次期成長を見据え**2026年操業開始に向けた九州第二工場（仮称）増設へ**

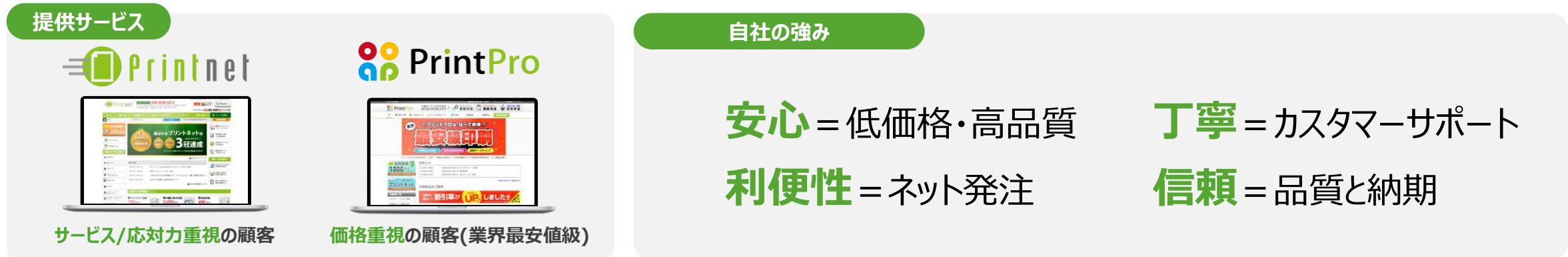


- 従来型の印刷事業と異なり、印刷工程のみに特化することで、高品質の印刷物を低価格で提供している
なお、プリントプロでは⑥、⑦、⑧の工程も完全自動化することで、更に低価格での提供を実現している



- ・インターネットで受注し、日本全国へ納品



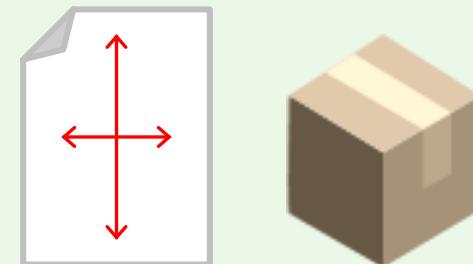


- ・大部数やオプションの追加など価格表にない仕様にも対応
- ・見積フォームで仕様を選択するだけでカンタン見積

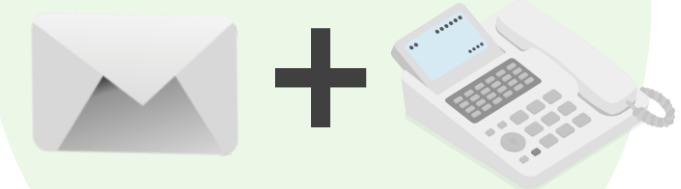
「価格表」にない仕様も
印刷注文できる



紙目指定や梱包方法など、
細かな「要望」に対応できる



「メール」だけでなく、
「電話」でも確認ができる



「お客様に安心感を持っていただく」

印刷物は既製品ではなく、手元に届くまで不安
そこを解消するために、プリントネットでは、カスタマーサポートを重視

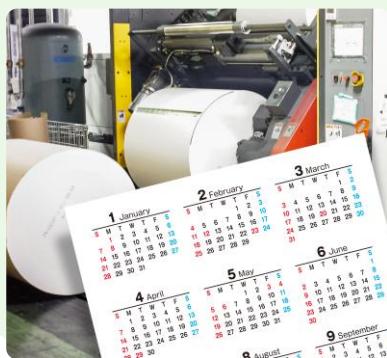
〈プリントネットのカスタマーサポート〉

- 土日祝日でも、電話がつながりやすく、
データに不備があった場合には、お客様に丁寧な説明を実施
- データチェックの対応については、お客様から実際に高評価のお声を頂くことが多く、**サポート力は◎**
- FAQでのキーワード検索で**お客様自身での自己解決につながりやすいツールを導入**
- サイトの画面を共有しながら、注文手続きを説明
(**スムーズに誘導**をすることができ、**お客様へストレスを感じさせない**)



360日24時間工場稼働

年末年始の5日間を除いた
360日24時間稼働で、全国印刷需要に対応



安定した印刷品質

印刷機の徹底したメンテナンスと
数値管理による品質向上に努めております



低コストの実現

最新の設備を導入し、自動化・省人化を
進めることにより、コスト削減・作業効率化に貢献



JAPAN COLOR 認証



*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



目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期 第1四半期決算報告と通期計画
3. 市況と今後のビジョン

- ・売上高は、ほぼ計画通りに推移し、営業利益は前期比+14.9%、当期純利益は前期比+24.3%の増益
- ・採算性の良い受注を優先し、粗利率が25.8%と前期比で0.9ポイント改善
- ・通期計画に対する売上高・利益の進捗率は、ともに順調に推移

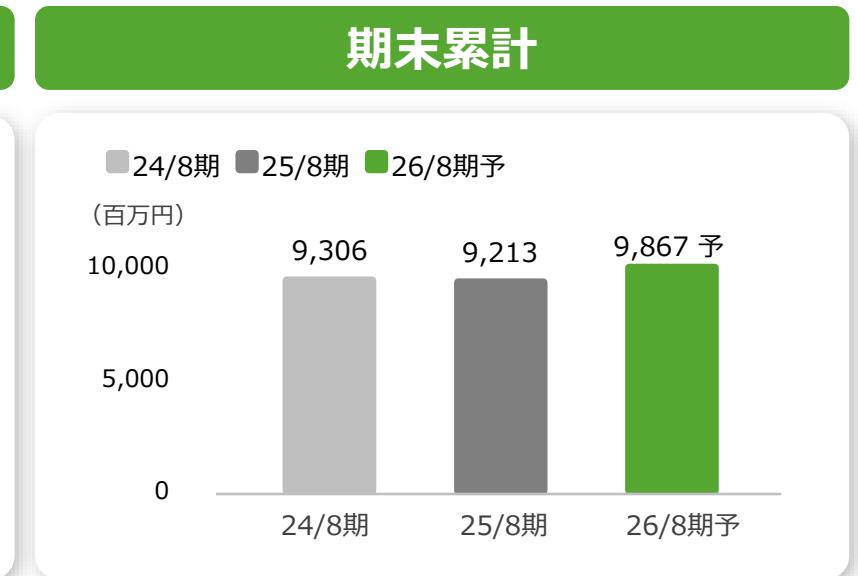
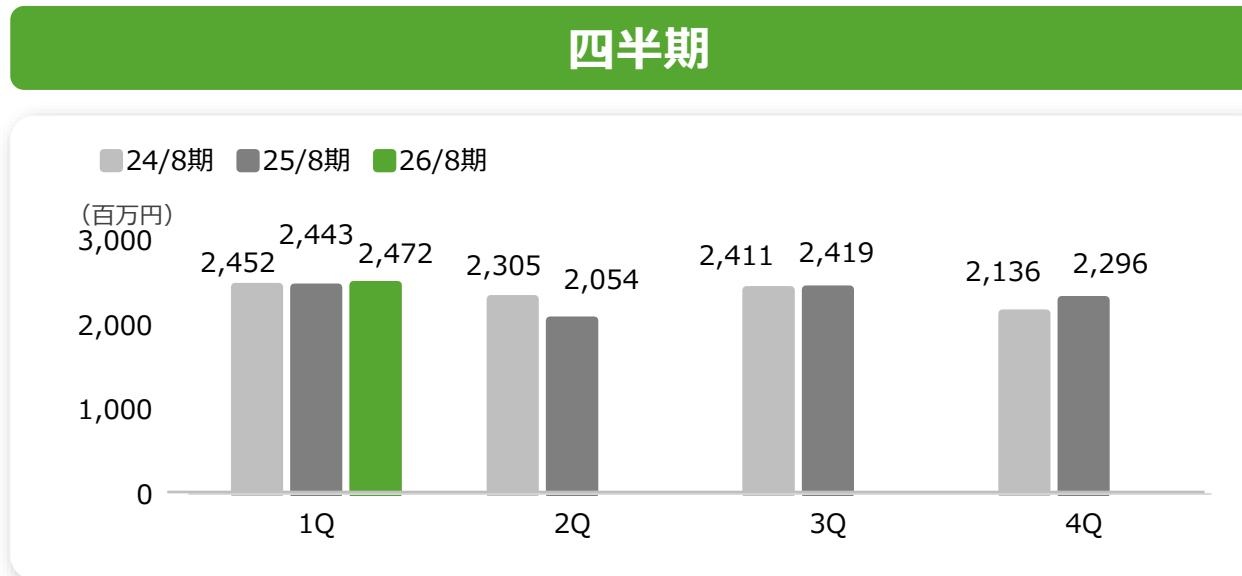
(単位：百万円)	2025年8月期 1Q実績	2026年8月期 1Q実績	2026年8月期 通期計画	増減率 (対前期比)	進捗率 (対通期計画)
売上高	2,443	2,472	9,867	+1.2%	25.1%
営業利益	211	243	620	+14.9%	39.2%
経常利益	212	244	617	+15.0%	39.6%
当期純利益	138	172	373	+24.3%	46.2%
1株当たり 当期純利益	28円71銭	35円66銭	77円22銭	+24.2%	46.2%

(単位：百万円)	2026年8月期 1Q決算			備考
	実績	前年実績	増減率 (%)	
売上高	2,472	2,443	+1.2%	大口得意先以外印刷売上高 1,767百万円 大口得意先印刷売上高 675百万円
売上原価	1,834	1,835	▲0.1%	材料費▲2.6% 労務費+3.4% 製造経費▲2.1%
売上総利益	638	607	+5.0%	粗利率0.9ポイント改善
販売費及び一般管理費	395	396	▲0.2%	
営業利益	243	211	+14.9%	
経常利益	244	212	+15.0%	
当期純利益	172	138	+24.3%	特別利益：保険解約返戻金13百万円

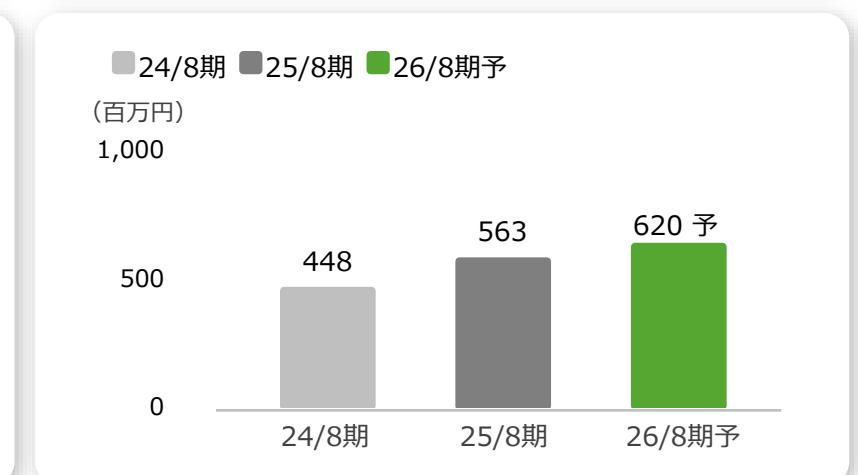
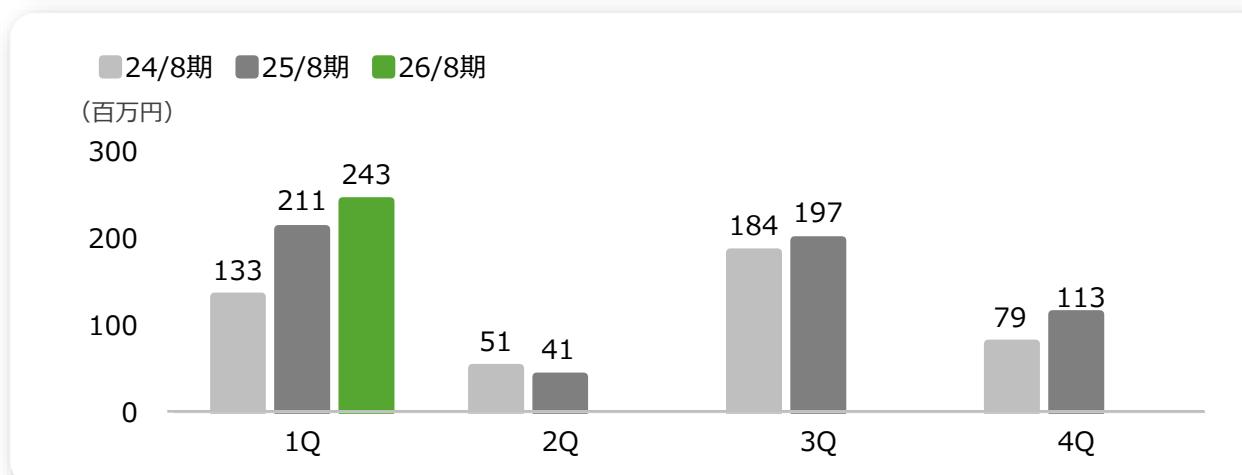
* 大口得意先：代理店契約を締結している取引先

・今期1Qも採算性重視の受注促進を継続し、前期比で增收（1.2%）・増益（+14.9%）と順調に推移

売上高



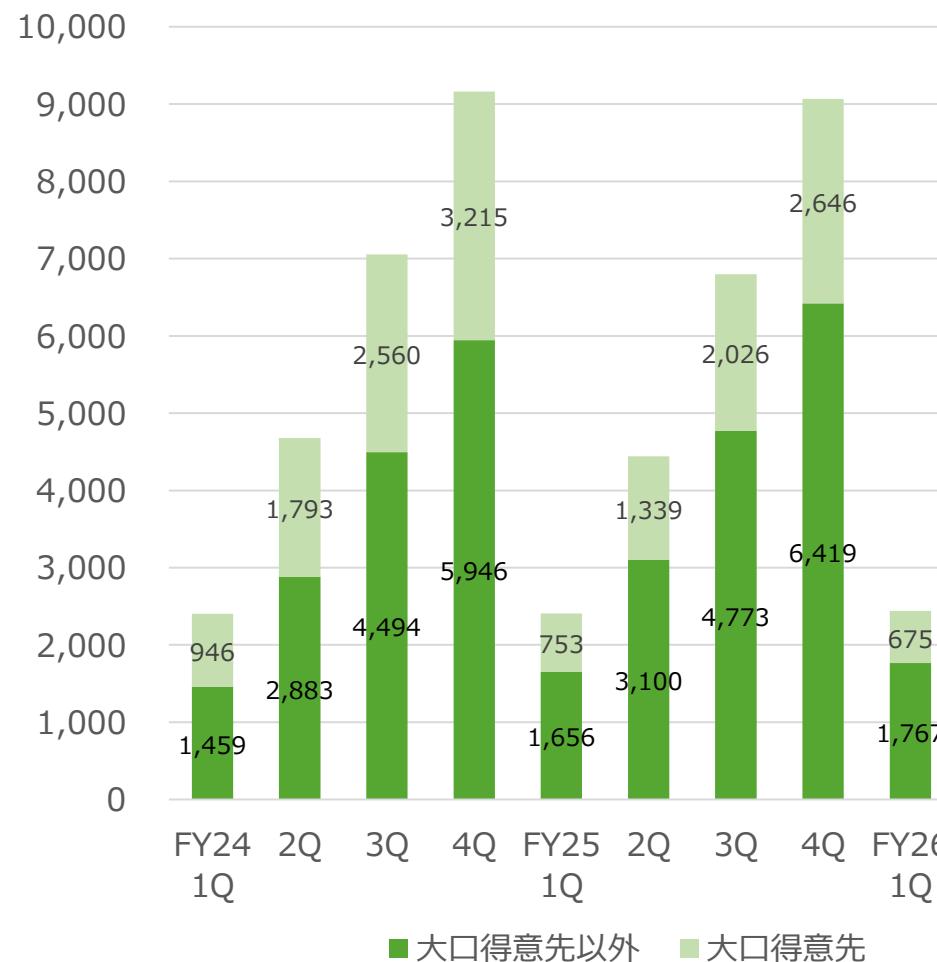
営業利益



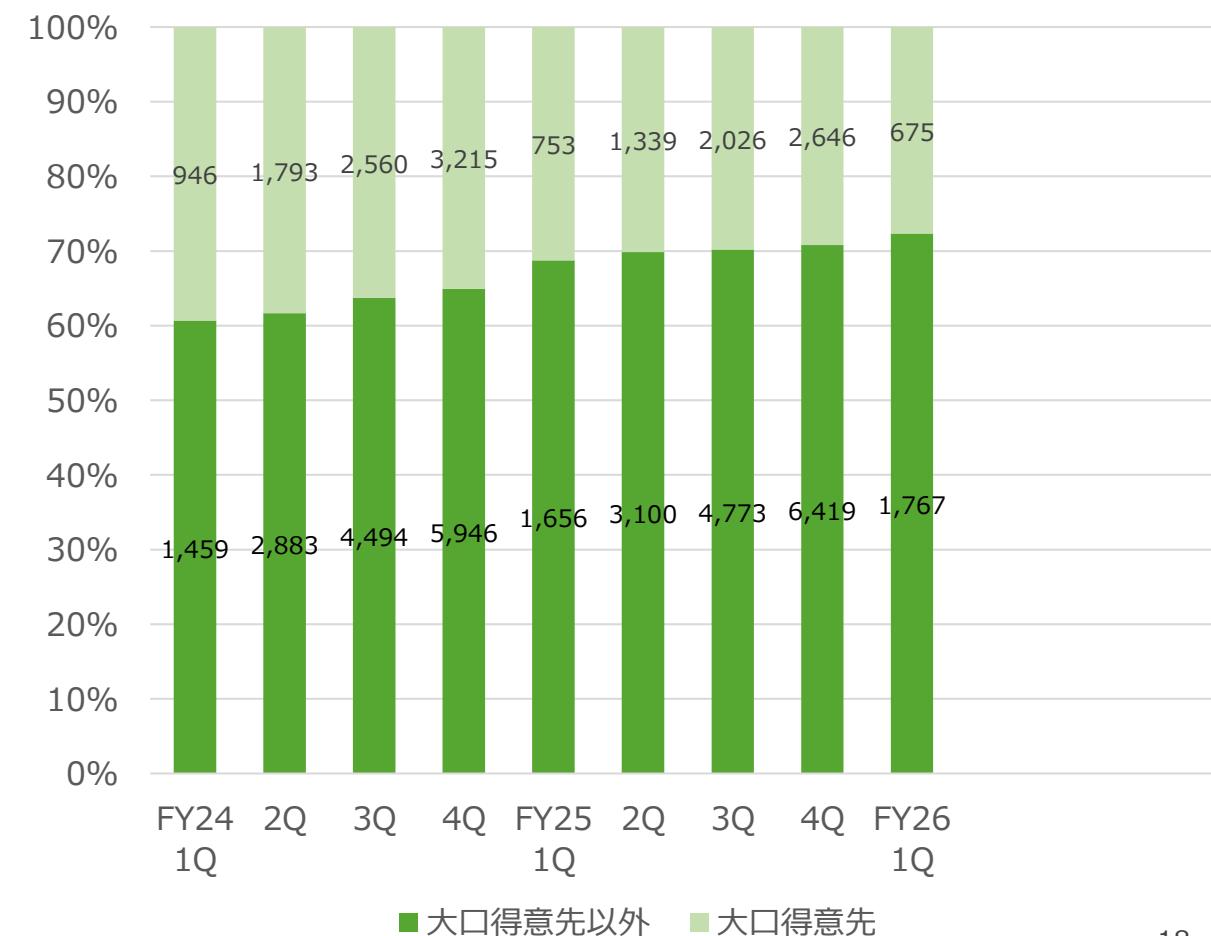
・戦略的大口得意先以外の売上高構成比の向上により、粗利率は通期で前年比0.9ポイント改善

(百万円)

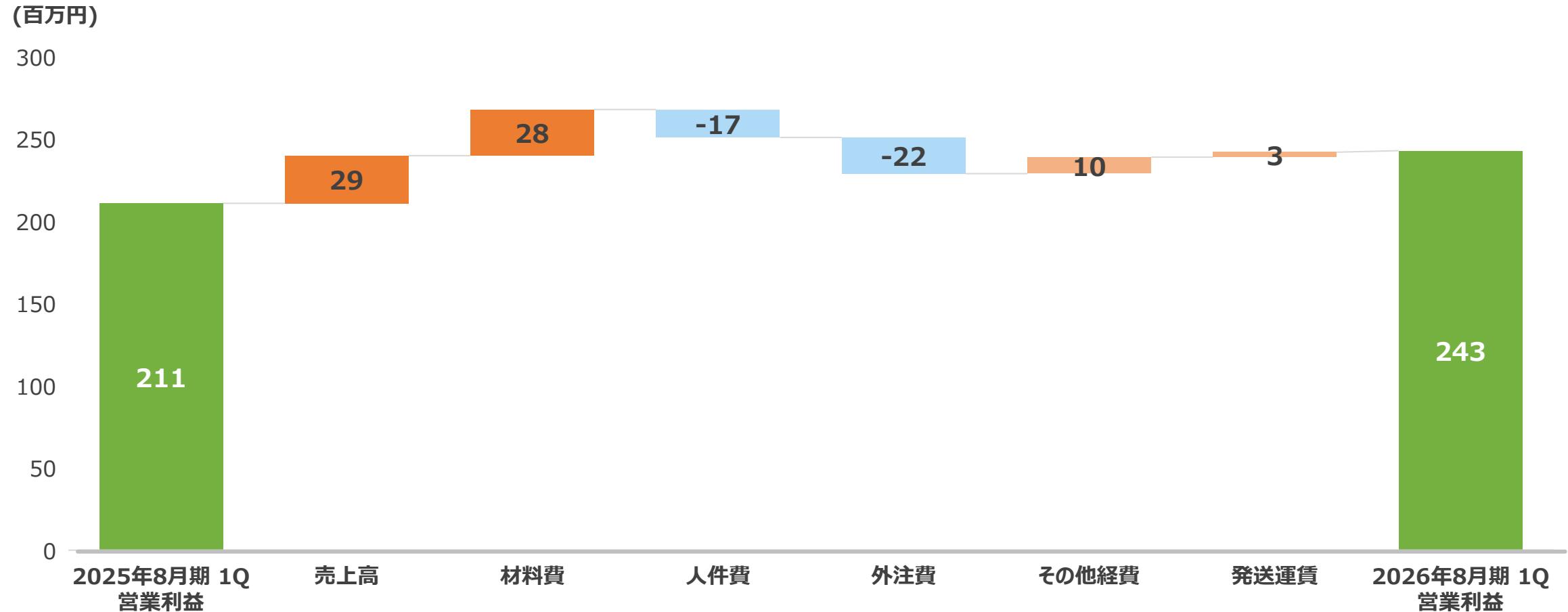
印刷売上高推移（累計）



印刷売上高構成比



- ・29百万円の增收に加え、材料費▲28百万円の削減により、人件費増、外注費増を吸収し、
営業利益は前年比+14.9%（31百万円）の増益となった。



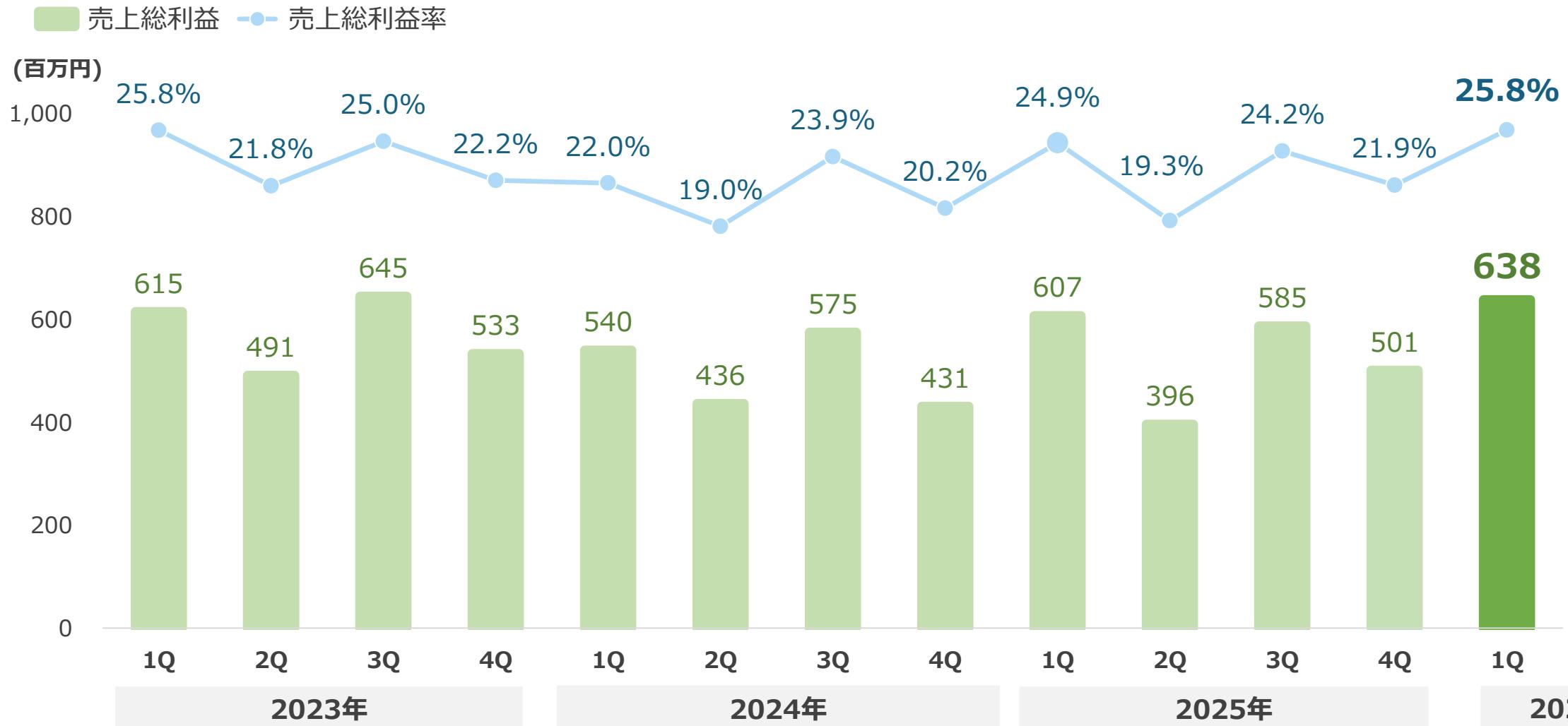
売上高 四半期ごとの推移

- ・大口得意先の売上高が減少（前期比▲78百万円）したものの、大口以外の得意先の売上高が増加（前期比+110百万円）したため、全体では前期比+1.2%の増収となった



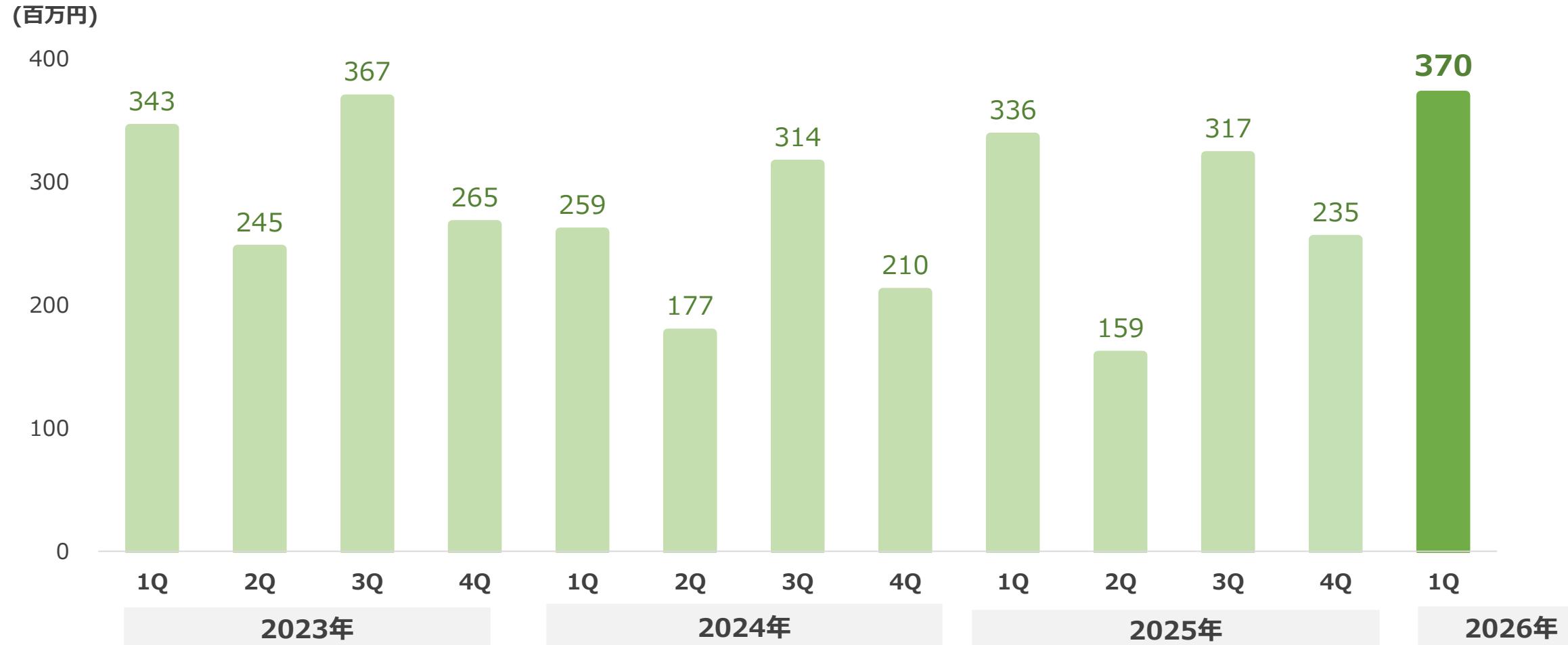
各四半期ごとの売上総利益・売上総利益率推移

・売上高より利益率を重視する方針に転換したため、各四半期の売上総利益率は改善を継続中



各四半期ごとのEBITDA推移

・営業利益増加によりEBITDAも累計で前期比+10.1%の370百万円となった



- ・今期計画は、前期比で7.1%の売上増と、10.2%の営業利益の増益を計画
- ・当期純利益については前期に保険解約返戻金があったため減益となる見通し
- ・粗利率改善の継続推進と、九州第二工場（仮称）の投資を本格開始

(単位：百万円)	2025年8月期 実績	2026年8月期 通期予想	増減率 (対前事業年度)
売上高	9,213	9,867	+7.1%
営業利益	563	620	+10.2%
経常利益	565	617	+9.1%
当期純利益	433	373	▲13.8%
1株当たり 当期純利益	89円58銭	77円22銭	-

- ・株主優待をQUOカードから便利なデジタルギフト®へ変更
- ・今期の配当金に関しては、更なる成長投資を実施する中で前期実績の13円を維持

〈 1株当たりの年間配当金 〉

(円)



〈 株主優待の詳細 〉

株主優待(2025年度)

QUOカードからデジタルギフト®へ変更

保有株数	デジタルギフト	黒豚しゃぶしゃぶ セット約1kg	デジタルギフト	黒豚しゃぶしゃぶ セット約1kg
1,000株以上	(5,000円)	○	(6,000円)	○
500株以上	(2,500円)	-	(3,000円)	-
200株以上	(1,000円)	-	(1,500円)	-
100株以上	(500円)	-	(1,000円)	-

保有期間

(注1) 毎年2月末日及び8月末日の当社株主名簿に同一株主番号で3回以上連続して記載または記録されていることと定めさせていただきます。
 なお、保有期間の判定については、2025年8月末日(基準日)から過去に遡って行います。
 デジタルギフトはQUOカードpayを含みます。

目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期 第1四半期決算報告と通期計画
3. 市況と今後のビジョン

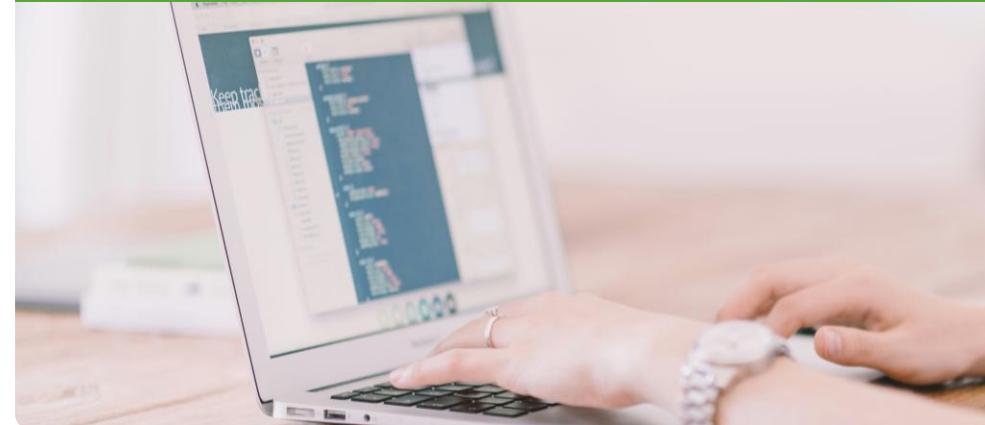
国内の人口減少

(人手不足・市場縮小・事業継承問題)



デジタル化の促進・インフレ

(資材価格の高騰、効率性の追求)



SDGs・ESG

(環境・社会課題への貢献)



地政学リスク/為替・金利変動

(経済的価値創造へのリスク)



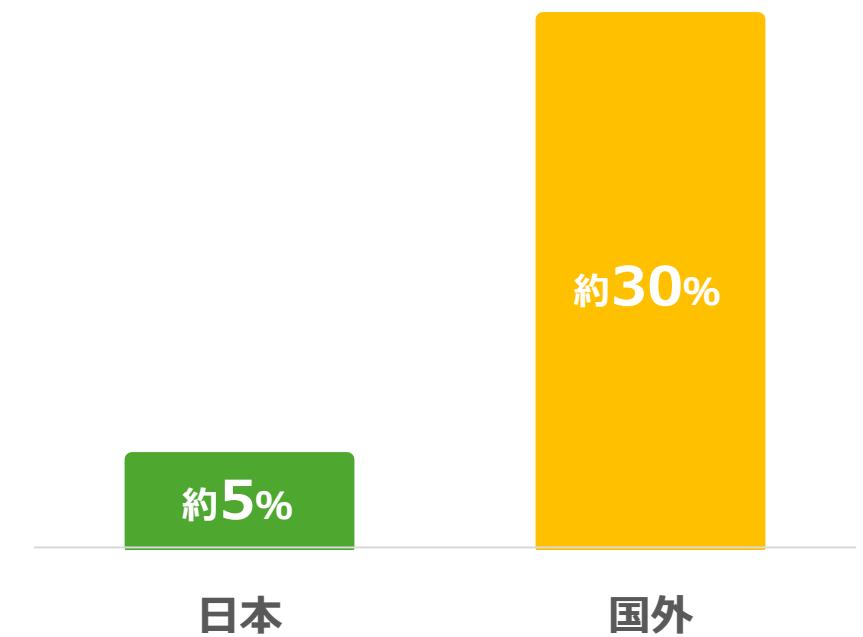
印刷通販市場規模推移



出典

- ・矢野経済研究所『2022年度印刷通販調査』
- ・JAGATE印刷白書2024
- ・各社財務データより、会社作成2025年4月

印刷市場の国内外EC比率

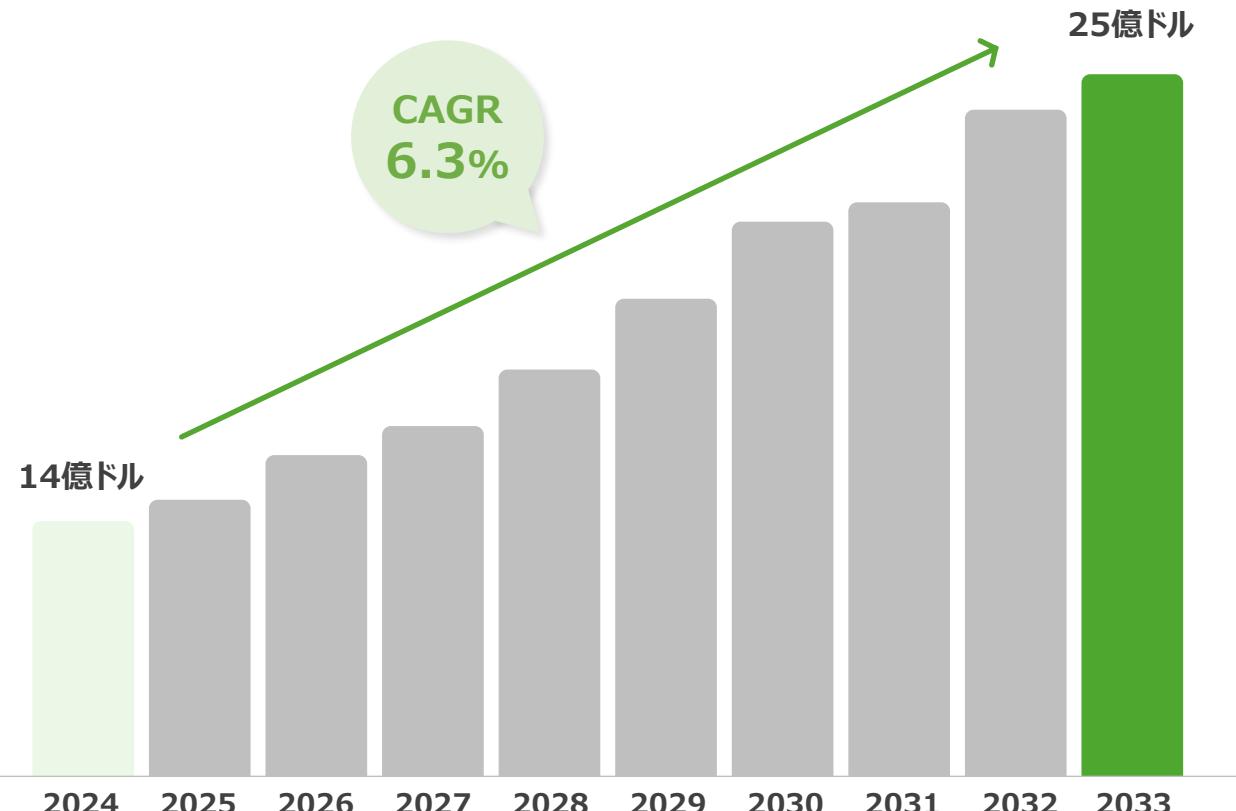


出典

- ・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』

- 調査会社（IMARK）によると、日本のデジタル印刷市場規模は2024年に14億ドル（約2,100億円）で、2025年～2033年までの年平均成長率はCAGR6.3%と予測

〈 日本のデジタル印刷市場 2025-2033 〉



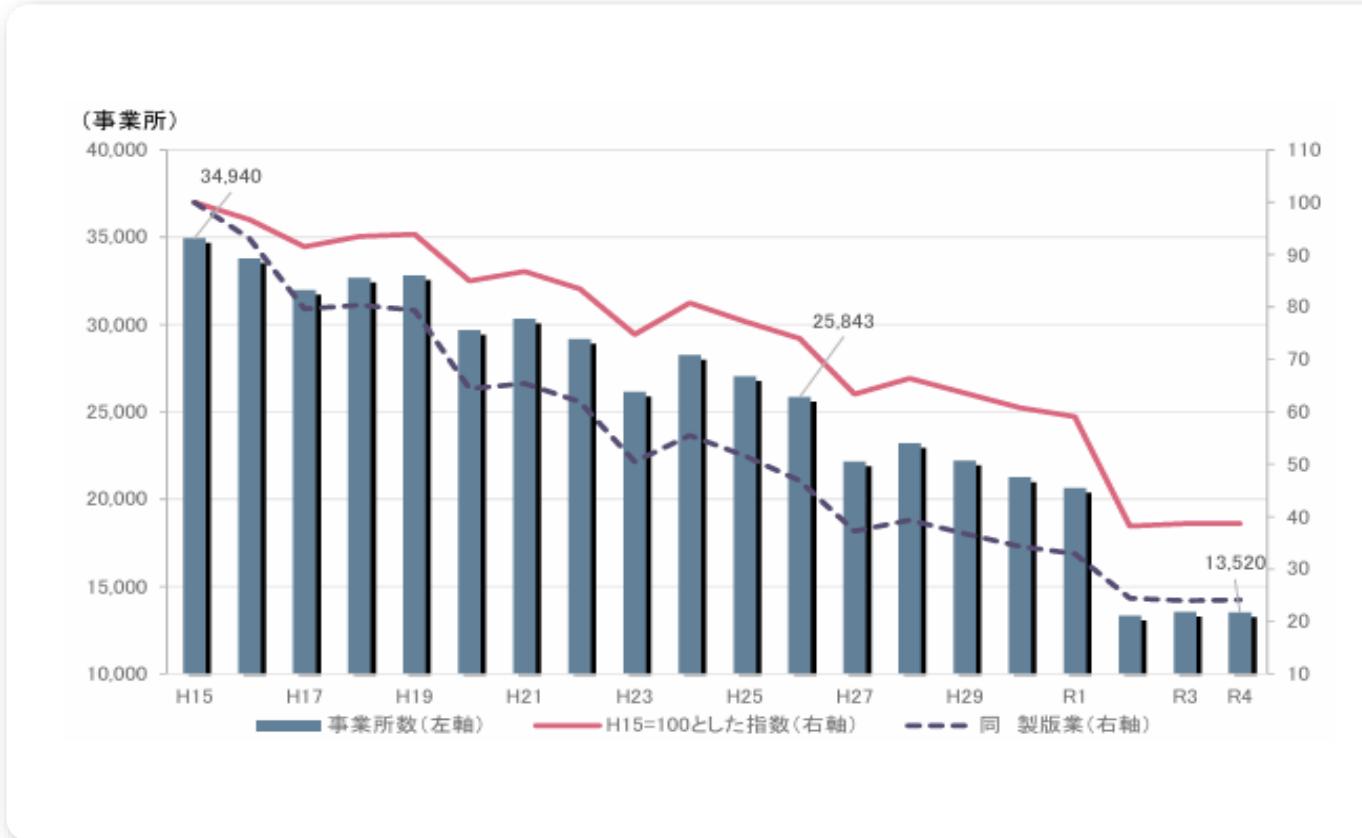
〈 印刷市場の構造変化 〉

- 国内印刷市場では、EC化・デジタル化の進展により、少部数・短納期案件が増加
- 一方で、中小印刷会社では人材・設備面での対応が難しく、製造委託ニーズが拡大
- デジタル印刷の需要拡大は市場全体の変化を示すものであり、当社はその流れを背景に、オフセット印刷を中心にデジタル印刷も含めた一貫生産体制を提供するパートナーとしての役割を強化していく

日本デジタル印刷市場レポートタイプ別（インクジェット、レーザー）、インクタイプ別（水性インク、UV硬化インク、溶剤インク、ラテックスインク、昇華型インク）、用途別（プラスチックフィルム・箔、布、ガラス、紙・書籍、セラミック、その他）、地域別 2025-2033

- ・国内の印刷事業所数は2003年比で約4割に減少
- ・人材不足・設備更新負担を背景に、製造工程を外部委託する傾向が拡大

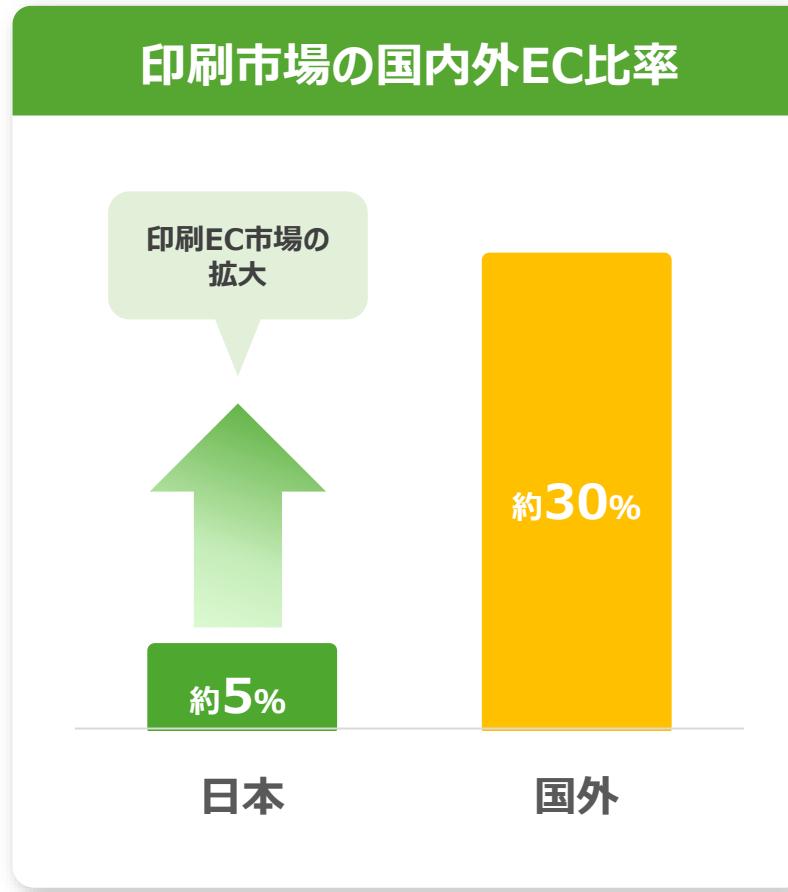
〈印刷産業の事業所数〉



出所：一般社団法人 日本印刷産業連合会「印刷産業Annual Report2025」

- 当社は、全国の印刷会社・広告代理店の生産拠点として機能し、「印刷・加工・出荷」までを一貫して請け負う体制を維持整備
- オフセット印刷を主力に据えつつ、少部数案件にはデジタル設備を柔軟に組み合わせ、効率性と対応力を両立
- このモデルにより、同業者の事業継続・継承を支援し、全国レベルでの生産パートナー網の拡大を図る

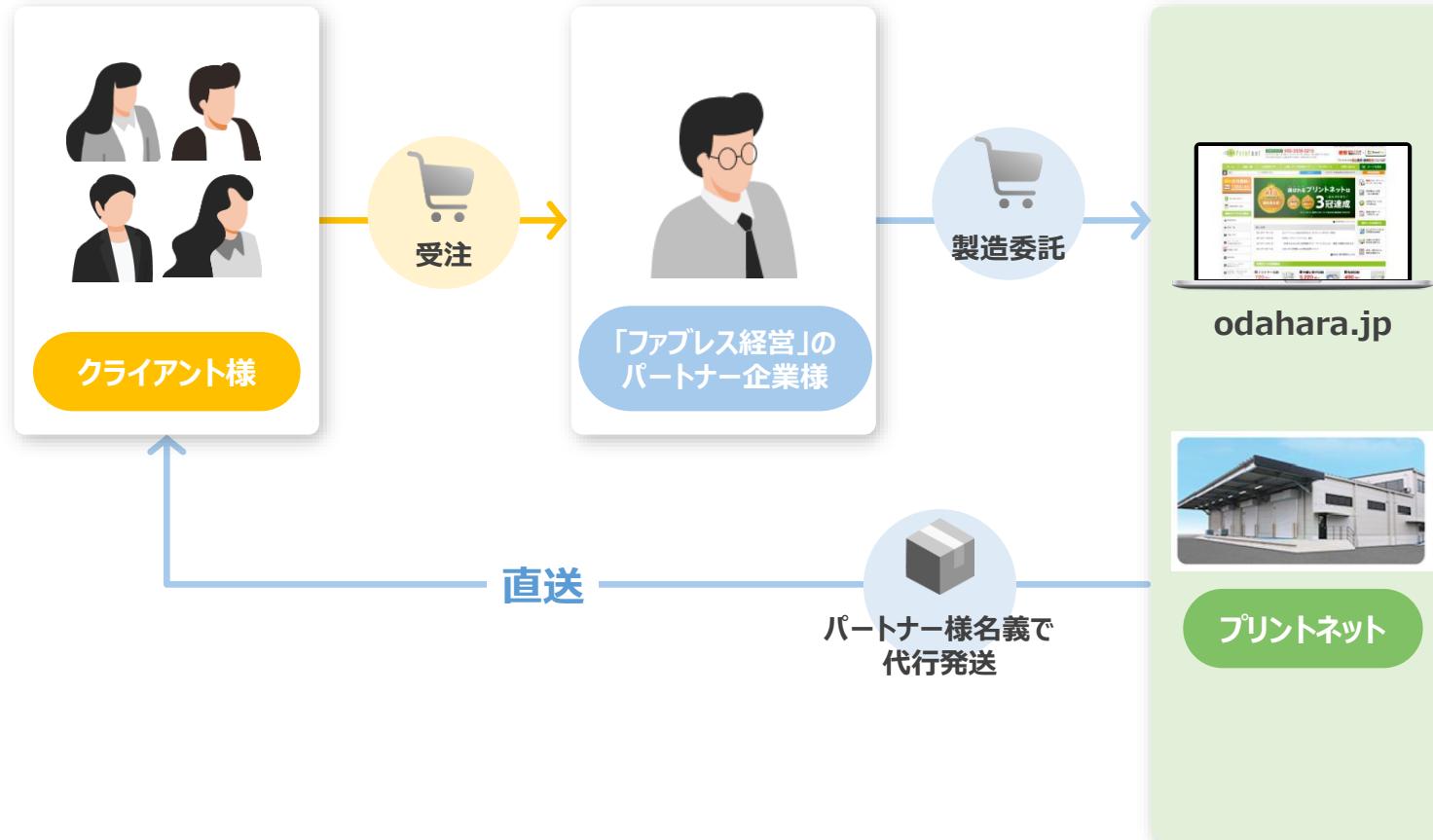
- ・全国の印刷会社・代理店とともに成長する「業界インフラ企業」としての地位を確立



- **生産キャパシティ拡大への投資**
増設・増産によるオフセット印刷ラインの強化を継続し、短納期・高品質ニーズに対応する安定生産基盤を構築
- **ファブレス化支援モデルの展開**
設備投資や人材確保に課題を抱える中小印刷会社に対し、当社が生産工程を担う「製造パートナー」として取引を拡大
- **共存型成長戦略**
同業他社の販売力・地域密着力と、当社の生産力を組み合わせ、業界全体の持続的成長に貢献
- **印刷EC市場の拡大余地**
国内の印刷EC比率は約5%にとどまり、欧米(約30%)と比べて拡大余地が大きい
当社はオフセット印刷を基盤としつつ、オンライン受注体制を強化し、拡大するEC需要を取り込む

- 自社工場を持たない「ファブレス経営」のパートナー企業様とWin-Winの関係性の構築

自社工場を持たない「ファブレス経営」のパートナー企業様が急速に増えています



- パートナー企業様からの製造委託により、プリントネットの**生産キャパシティを活用**していただけます
- パートナー企業様は**自社で設備投資が不要**となり、工場の技術者の人手不足問題から解放される
- パートナー企業様は地元の**営業に専念**でき、間接的にプリントネットを利用していただきつきかけを作る

- ・展示会へ出展することで、全国の印刷業者様、広告代理店様へプリントネットの強みを広く、認知してもらう

〈プリントネットの強み〉

1

ネット印刷の利便性
(データ入稿→納品まで一貫体制)

2

コスト最適化への貢献
(自社設備、地場印刷からの切り替え)

3

品質・納期の安定性
(基準品質で期日に納品される
製造管理の仕組み)

4

充実したサポート体制
(競合他社との差別化)

〈主な出展予定の展示会〉

期間

2026年2月12日(木)・13日(金)

展示会名



2026年2月26日(木)～27日(金)



2026年7月2日(木)・7月3日(金)



- BtoB、BtoC顧客の双方にとって利便性の高いプラットフォーム化を進めていく

- 紙媒体を中心とした印刷サービスの拡充
- 特殊印刷・小型製本など高付加価値商品の開発
- 入稿から納品までの利便性向上
- コミュニティグッズ市場への対応

● 製本可能ページ数を拡大



● 個人が自宅でオリジナルグッズを作れるシートを販売開始



● 自動データチェックサービスがさらに進化し適用商品が拡大



● 推し活グッズ市場をターゲットに小物雑貨商品を拡大



- 需要増に対応した製造キャパの拡大が主目的であるが、先進設備の導入による生産性の向上とコスト削減効果も大きい成長投資

成長投資

投資総額 **35億円**

影響額

〈 製造キャパ 〉



〈 資材コスト 〉

年間約3,000万円
以上の削減を見込む



※2025年12月24日時点

E環境

事業を通じた
環境問題・社会課題への取組み

- CO2削減
(太陽光発電等再生エネの活用)
- 環境にやさしい原材料の促進

S社会

地域社会に
根付いた活動と貢献

- 雇用の創出
- 地域スポーツ、イベントへの協賛

Gガバナンス

ベストプラクティス実現と
管理・監督強化

- 執行と監督の分離
- ステークホルダーとの対話促進

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





本資料は、2026年8月期 1Q決算に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を
勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2025年11月末日現在のデータに基づいて作成されております。
本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し
又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。