

プリントネット株式会社

決算説明資料

2026年8月期



2026年10月14日

目次

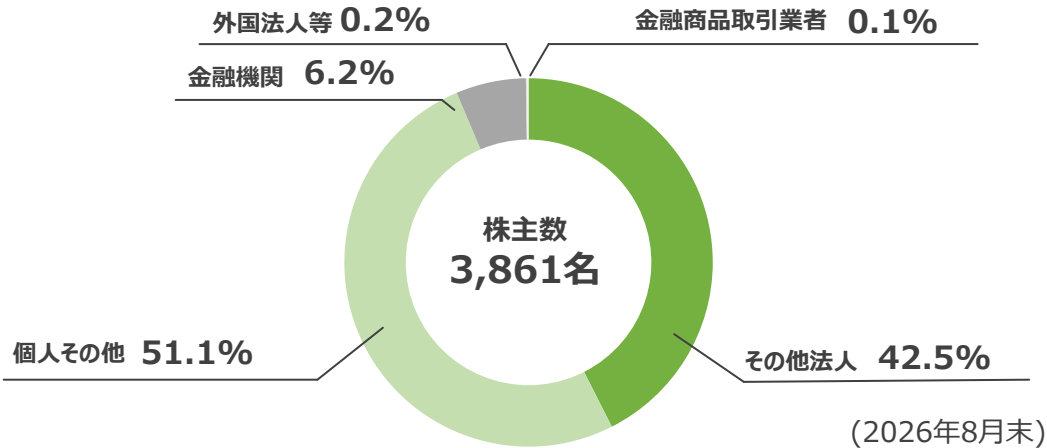
1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期決算報告
並びに2027年8月期計画
3. 今後のビジョン

目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期決算報告
並びに2027年8月期計画
3. 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 3,861名）（2026年8月末日現在）
従業員数	268名（他パート等59名）（2026年8月末日現在）
役員	代表取締役CEO 小田原 洋一 / 取締役COO 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（鹿児島県始良市）

所有株式数
構成



代表取締役CEO
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CEO 就任(現任)

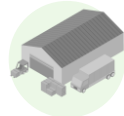
社是

「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



中期経営計画 2030年

- 売上 122億円
- 営業利益 10億円

2026年

- 九州第二工場稼働予定

2025年

- 名古屋証券取引所重複上場

2024年

- プリントネットウェアサービス開始

2019年

- 九州工場移転

2018年

- ジャスダック上場プリントプロサービス開始

2014年

- 東京西第二工場操業

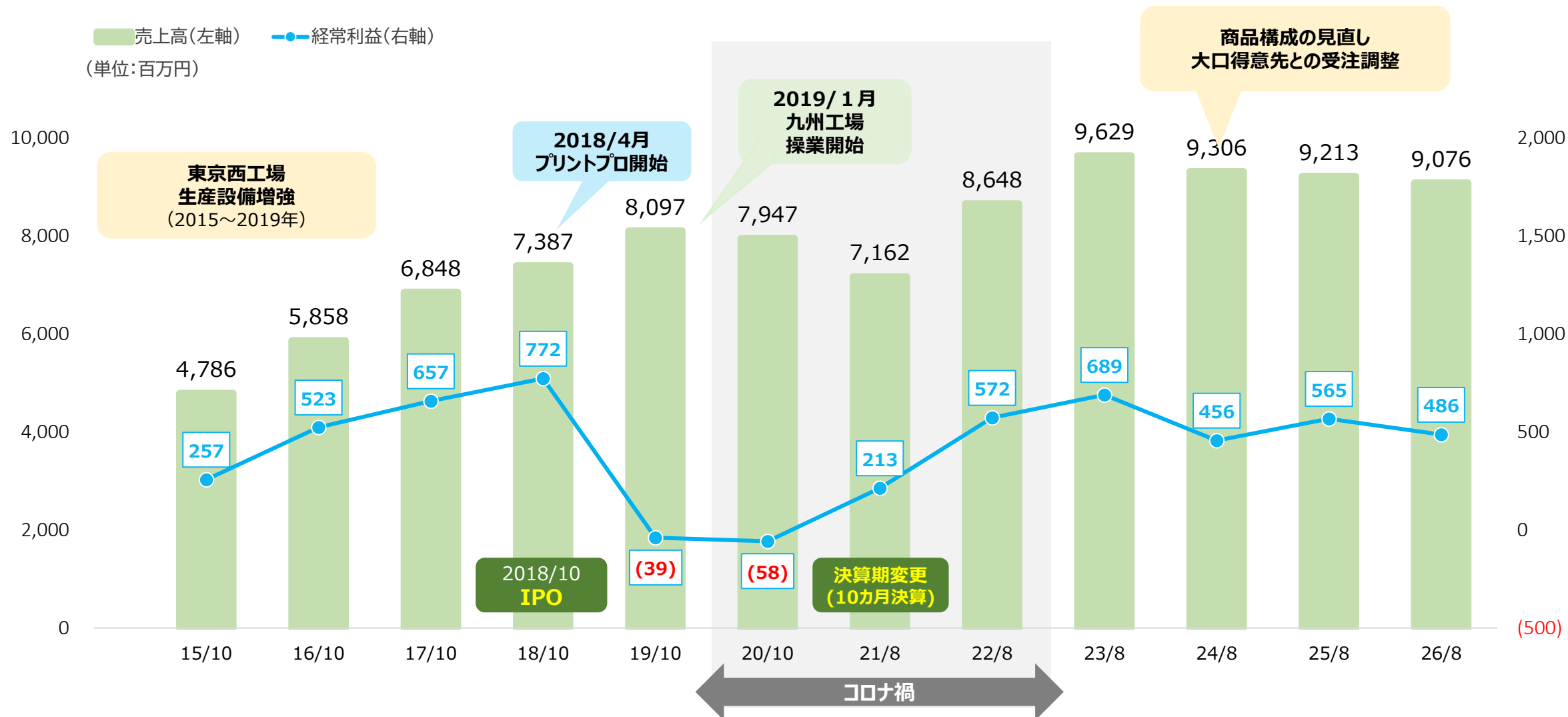
2008年

- 東京西工場操業開始

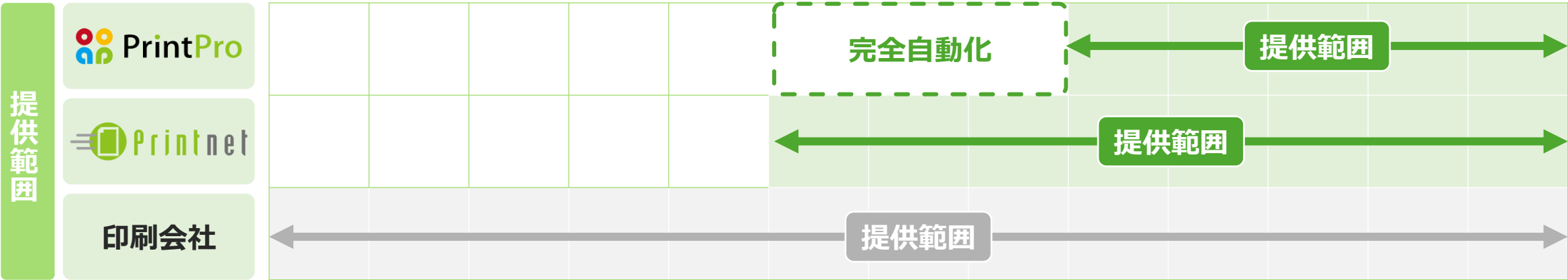
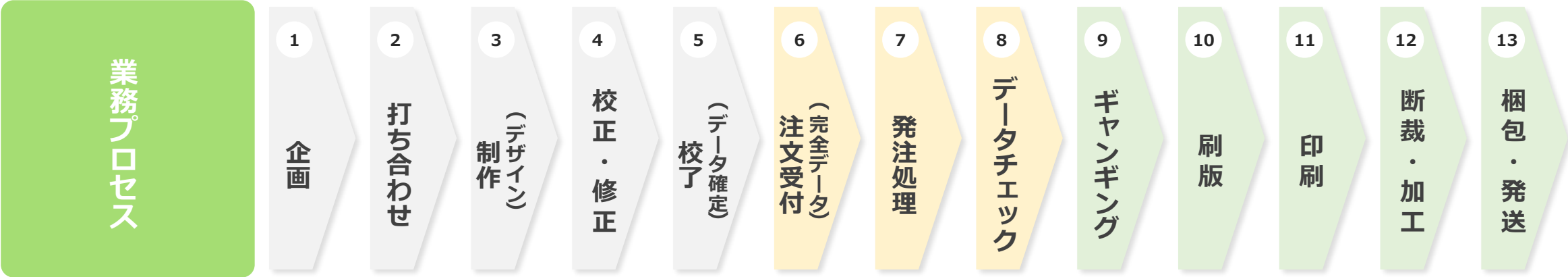
2005年

- 印刷通販自社サイト開設

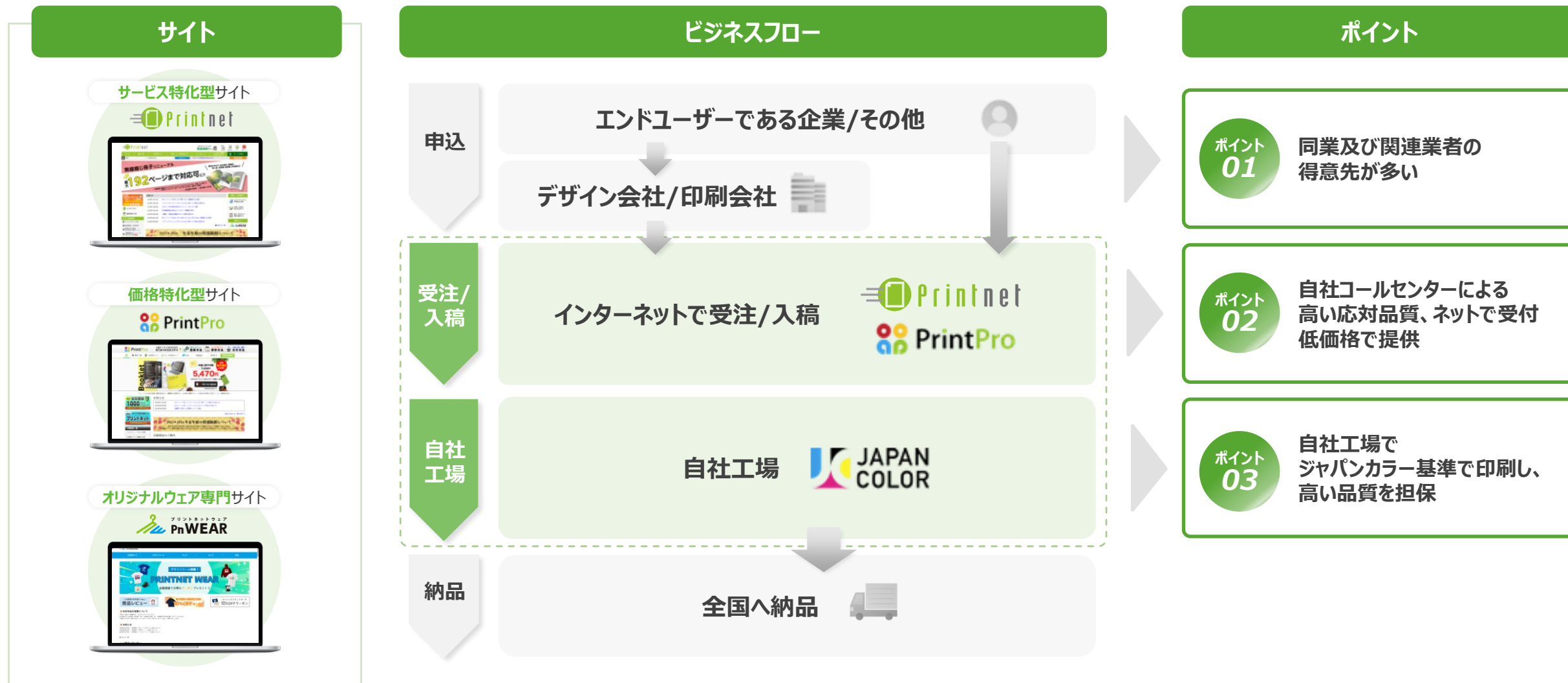
- 2023年売上高が過去最高を達成、資材高騰の影響を受け、売上高より利益率重視へ方向転換
- 次期成長を見据え**2026年操業開始に向けた九州第二工場増設**へ



- 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



提供サービス



サービス/応対力重視の顧客



価格重視の顧客(業界最安値級)

自社の強み

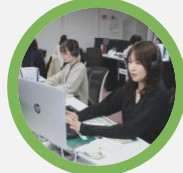
安心 = 低価格・高品質

利便性 = ネット発注

丁寧 = カスタマーサポート

信頼 = 品質と納期

受注～梱包までのフロー



目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期決算報告
並びに2027年8月期計画
3. 今後のビジョン

・売上高が計画比、前年比ともに下回り、結果として営業利益、当期純利益も下回る結果となった

(単位：百万円)	2025年8月期 実績	2026年8月期 期初計画	2026年8月期 実績	増減率 (対前期比)	増減率 (対通期計画)
売上高	9,213	9,867	9,076	▲1.5%	▲8.0%
営業利益	563	620	487	▲13.5%	▲21.5%
経常利益	565	617	486	▲13.9%	▲21.2%
当期純利益	433	373	327	▲24.3%	▲12.2%
1株当たり 当期純利益	89円58銭	77円22銭	67円62銭		

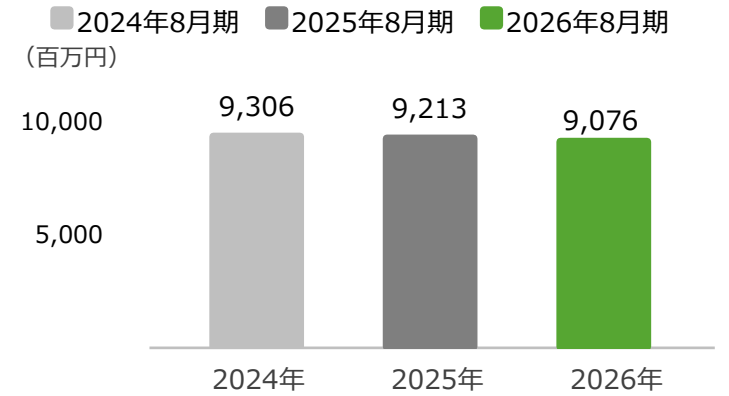
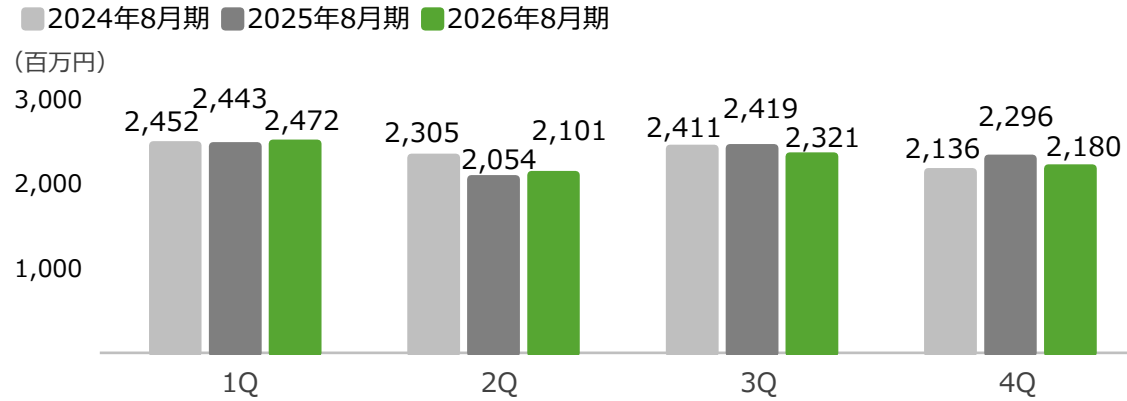
(単位：百万円)	2026年8月期 決算			備考
	実績	前年実績	増減率（%）	
売上高	9,076	9,213	▲1.5%	大口得意先以外印刷売上高 6,475百万円 大口得意先印刷売上高 2,455百万円
売上原価	7,015	7,122	▲1.5%	
売上総利益	2,060	2,091	▲1.5%	
販売費及び一般管理費	1,573	1,527	+3.0%	
営業利益	487	563	▲13.5%	
経常利益	486	565	▲13.9%	
当期純利益	327	433	▲24.3%	

* 大口得意先：代理店契約を締結している取引先

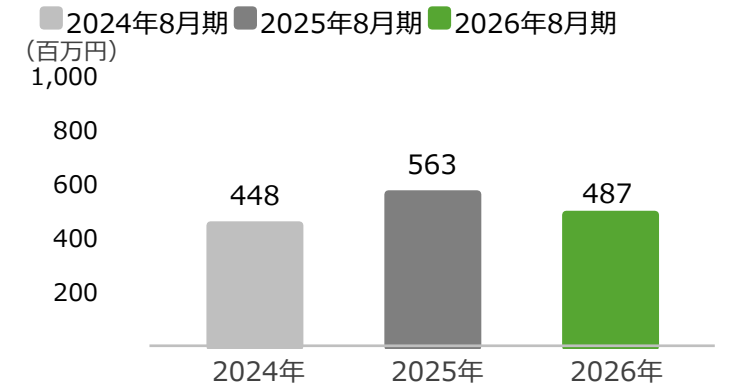
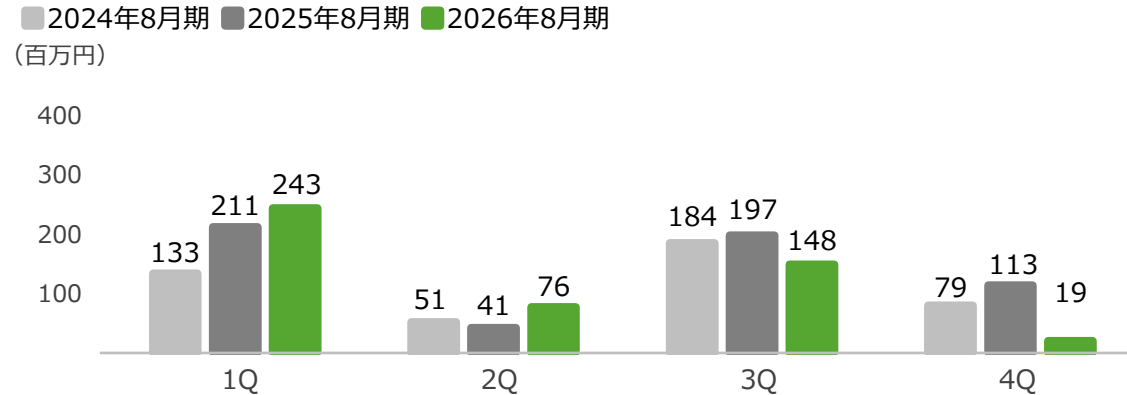
四半期

期末累計

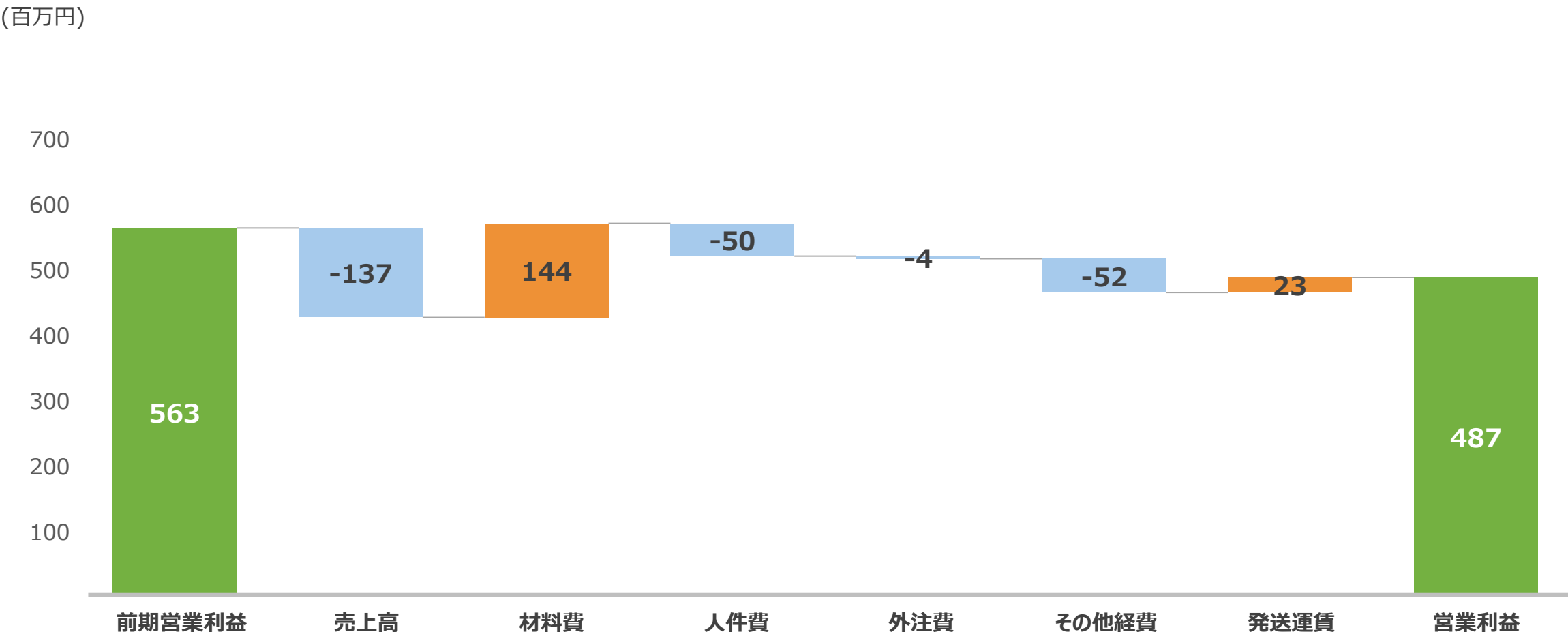
売上高



営業利益



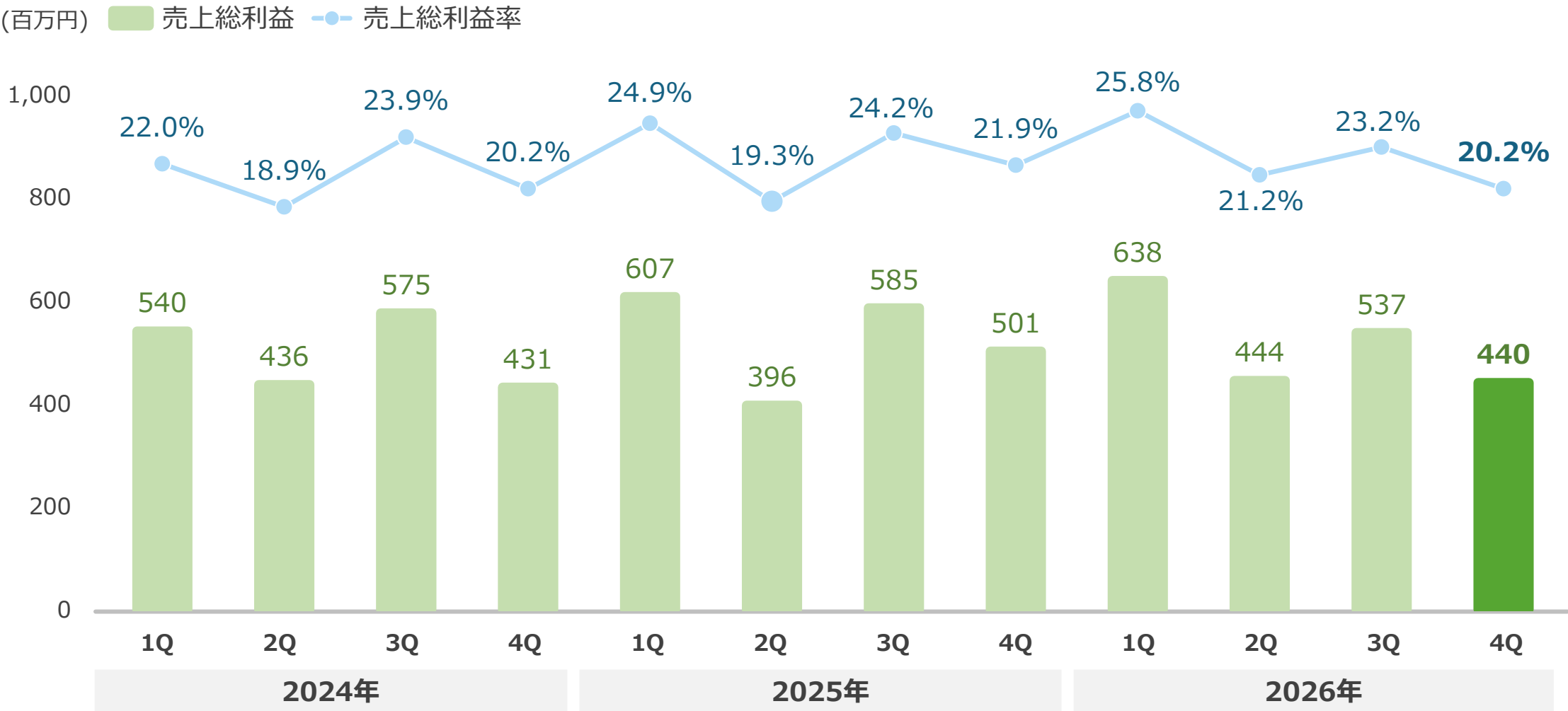
・売上高の減収に加え、材料費の高騰、人件費の増加などにより営業利益は減少(▲76百万円)

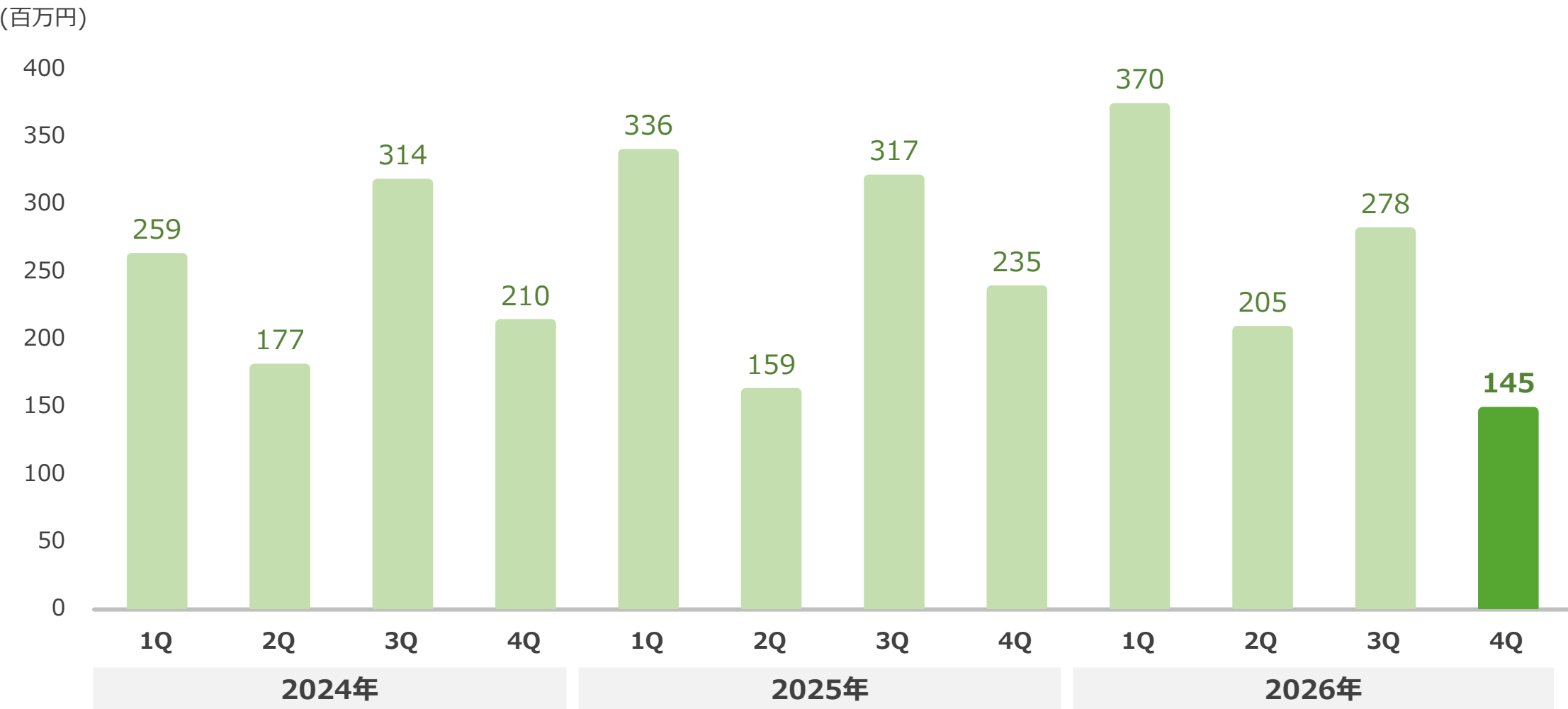


- 大口以外の得意先の売上高6,475百万円（前期比：+55百万円）で増加したものの、大口得意先の売上高2,455百万円（前期比：▲191百万円）となり、全体としても減収となった

(百万円)



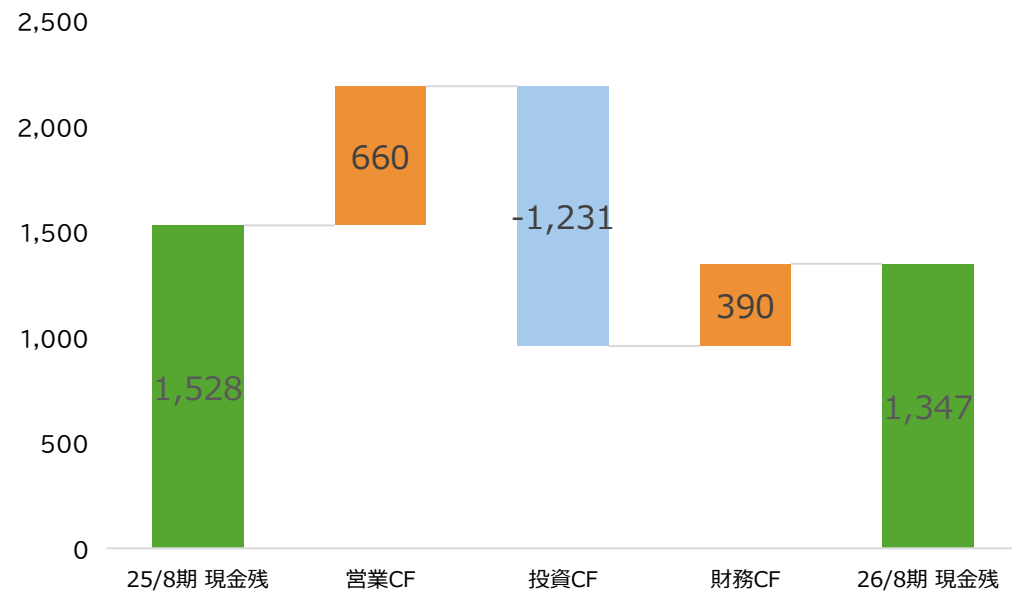




・九州第二工場へ向けた資金などの借入金が増加

(単位：百万円)	2026年8月期	2025年8月期	増減額
流動資産	3,074	3,325	▲250
現預金	1,345	1,526	▲181
受取手形及び売掛金	635	677	▲42
商品および製品仕掛品、原材料及び貯蔵品	861	879	▲18
その他	232	241	▲8
固定資産	4,906	4,162	+743
有形固定資産	4,480	3,740	+740
無形固定資産	158	165	▲6
投資その他の資産	266	257	+9
総資産	7,981	7,488	+493
流動負債	2,960	2,495	+465
買掛金	780	952	▲172
短期借入金、1年以内返済予定の長期借入金	1,544	716	+827
その他	635	825	▲190
固定負債	477	822	▲345
長期借入金	49	421	▲371
その他	427	401	+25
純資産	4,543	4,170	+373
株式資本合計	4,484	4,131	+352
その他包括利益累計等	59	38	+20
負債純資産合計	7,981	7,488	+493
自己資本比率	56.8%	55.6%	+1.2%

(単位：百万円)	2026年8月期	2025年8月期
営業CF	660	1,348
投資CF	▲1,231	▲74
財務CF	390	▲746
現金等残	1,347	1,528



- 売上高については、2026年9月の価格改定などを実施することで+6.4%を見込む
- 営業利益等については、材料費の高騰、人件費の増加に加え、九州第二工場の減価償却費の増加により減益と予想

(単位：百万円)	2026年8月期 実績	2027年8月期 通期予想	増減率 (対前事業年度)
売上高	9,076	9,653	+6.4%
営業利益	487	264	▲45.8%
経常利益	486	248	▲49.0%
当期純利益	327	150	▲54.2%
1株当たり 当期純利益	67円62銭	30円78銭	-

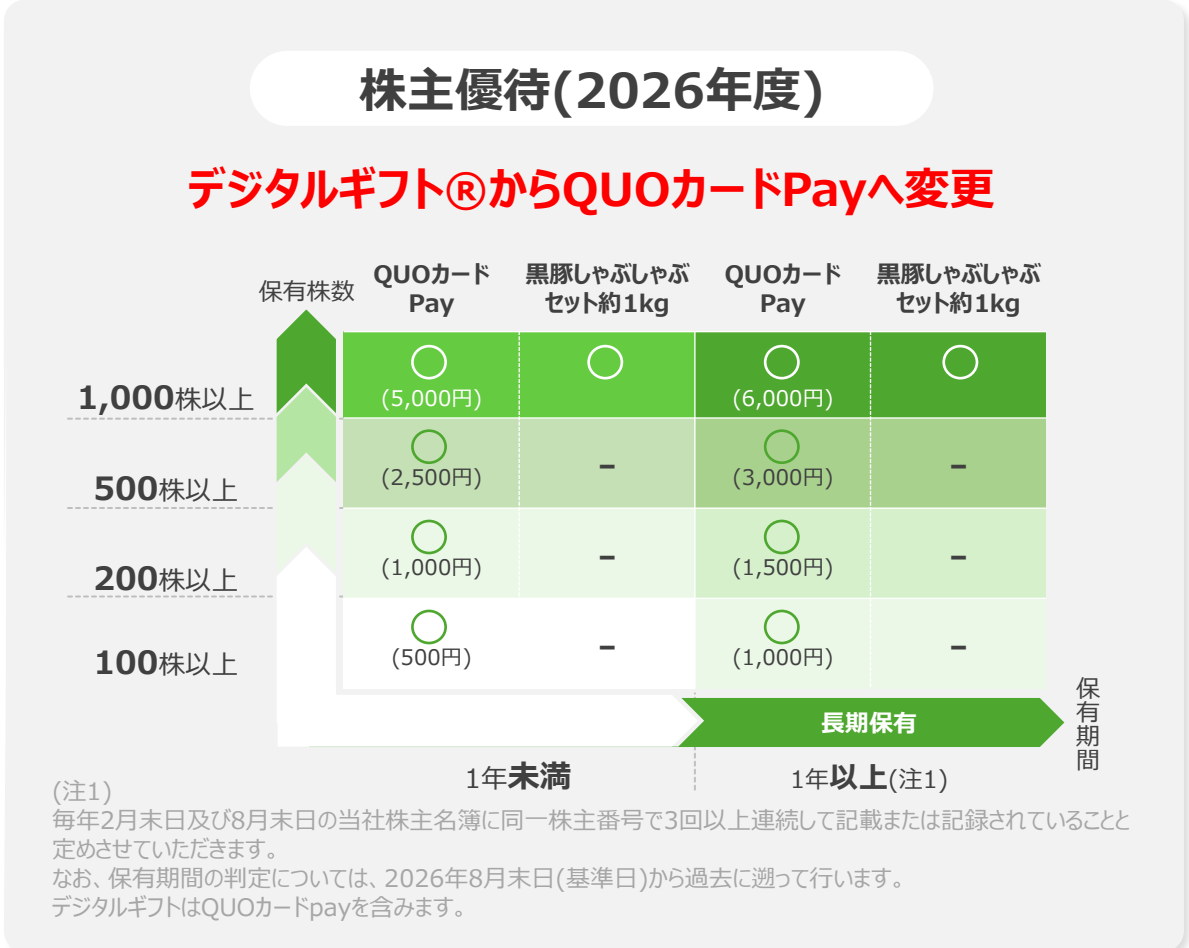
- 株主優待をデジタルギフト®からQUOカードPayへ変更
- 今期の配当金に関しては、更なる成長投資を実施する中で前期実績の13円を維持

〈 1株当たりの年間配当金 〉

(円)



〈 株主優待の詳細 〉



目次

1. 当社概要と事業内容
2. 2026年8月期決算報告
並びに2027年8月期計画
3. 今後のビジョン

- 単価向上、そして非EC層の対面獲得により、自社ECへの注文流入を立体的に最大化

設備増強

● 受託キャパの飛躍的拡大

- EC受注増をさばく安定生産基盤
- 大型オフセット機/自動搬送投資の促進
- 自動化による製造原価低減

大量/短納期を低コストで完遂

高付加価値化

● 商品拡充と顧客単価向上

- 既存顧客へのクロスセル展開
- トレカ/アクリル/アパレル拡充
- 小ロット～特殊加工への即応体制
- EC利用者のLTV（生涯価値）向上

客単価と粗利率を大幅引き上げ

オフライン開拓

● 対面創注とECへの接続

- 展示会出展で大口/IP層を開拓
- 「相談窓口」で企画段階から伴走
- ファブレス化層の特殊仕様ニーズを獲得
- 定期リピート案件を自社ECへ誘導

web未開拓層をEC受注へ転換

- 受け入れ余力の拡張（供給サイド）と、高付加価値商品の拡充（需要サイド）を同時に推進

1 設備増強によるEC受注上限の引き上げ

ECサイトの受注増を直接支える生産基盤

注文増に即座に応える大型オフセット印刷機と
自動後加工ラインの増強

九州第二工場の活用と印刷機増設

拡張余地を活用し、
大ロット/超短納期の案件も社内一貫でこなす体制を完成

自動化によるコスト競争力と高粗利の確立

工程間自動搬送により製造原価を低減し、
激しい価格競争下でも高い利益率を維持

「受注があっても刷れない」上限ボトルネックを完全解消

2 高付加価値商品による顧客単価（LTV）向上

既存ECユーザーへのクロスセル展開

印刷発注する既存顧客へ、
高粗利なノベルティや物販用グッズを提案

エンタメ・グッズ商材のECラインナップ化

トレーディングカード、アクリルスタンド、アパレルなど
急成長市場向け商品を強化

小ロット×高度特殊加工の拡充

UVインクジェット/3層印刷などの高付加価値商品の拡充

単なる「安さ」から「選ばれる総合グッズ/印刷EC」へ進化

- webの手続きだけでは発注できない顧客を対面で獲得し、自社ECへ誘導



・4つの推進軸で持続的かつ強固な成長を実現

1 低EC化率市場でのポジション確保

日本の一般地場印刷市場からのEC移行の流れを確実に捉え、
自社ECサイトの会員数・受注件数を拡大

2 生産キャパ拡張（設備増強）による強固な受託基盤

九州第二工場や最新設備の導入で、
ECからの大量・短納期注文を低コストでさばく体制を強化

3 高付加価値商品（トレカ・アクリル等）のEC展開

既存EC顧客へ高粗利グッズをクロスセルし、
注文平均単価と粗利率のダブル向上を達成

4 オフライン伴走開拓による非EC層の創注

相談窓口や展示会を通じてWeb未対応層を開拓し、
案件を継続的な自社EC注文へと育成

「ネット印刷プラットフォーム」×「自社生産インフラ」の強みを活かし、持続的な企業価値向上を推進



本資料は、2026年8月期期末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2026年8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。