

PR TIMES

2019年度通期決算 説明資料

2020年4月14日

01

新型コロナウイルス感染拡大の影響

02

2019年度 通期決算

03

2019年度第4四半期 四半期決算

04

2019年度第4四半期 サービス動向

05

2020年度 業績予想

06

トピックス & 参考情報

PR TIMES

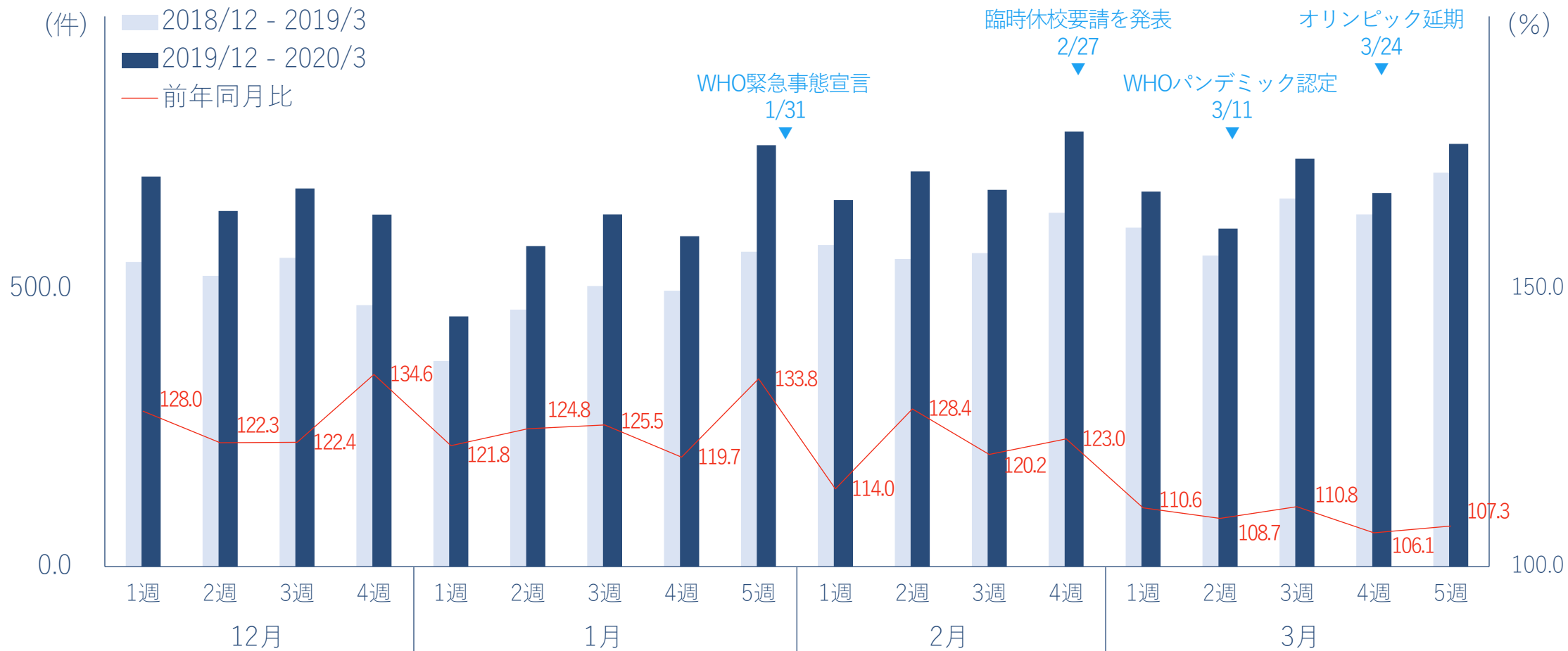


- 2020年2月以降、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で、プレスリリースの機会が減少。3月は前年同月比で10%未満の増加に留まる
- PR TIMESのサイト閲覧数は持続的に高成長を継続

	プレスリリース件数 (平日1日あたり：件)			サイト閲覧数 (万PV/月)			新型コロナウイルスの状況
	2018年度	2019年度	前年同月比	2018年度	2019年度	前年同月比	
12月	527.5	664.0	125.9%	1,614	2,727	169.0%	
1月	496.1	611.9	123.4%	1,404	2,744	195.4%	1/9 新型コロナウイルスを検出 1/23 武漢封鎖 1/28 日本人の感染確認 1/31 WHOが緊急事態宣言
2月	598.5	703.8	117.6%	1,508	2,681	177.8%	2/1 日本で指定感染症に指定 2/17 東京マラソン一般参加中止発表 2/27 3月2日から臨時休校要請を発表
	2019年度	2020年度	前年同月比	2019年度	2020年度	前年同月比	
3月	618.9	678.0	109.6%	1,965	3,429	174.4%	3/11 WHOがパンデミック認定 3/13 アメリカで国家非常事態宣言 3/24 東京オリンピック延期を発表

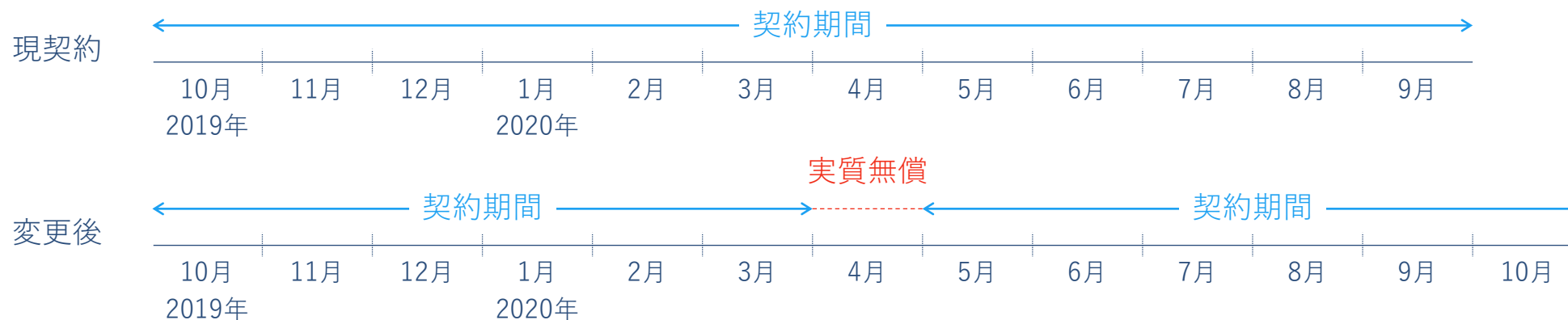
PR TIMES：平日1日あたりのプレスリリース件数の推移

2020年3月以降、プレスリリース件数は週を追うごとに前年同週比で増加率が低下



- 新型コロナウイルスが都市部で感染拡大している事態を受けて、政府は4月7日に7都府県を対象に緊急事態宣言を発令
- ご利用企業様においても、各自治体からの要請に従って臨時休業や時間短縮を迫られるなど日々深刻化
- 長期契約ご利用企業様の中で店舗や施設を臨時休業している場合、休業期間中に休業に関わるプレスリリースしかないのであれば、最大1カ月間の契約期間を延長
- 休業期間中において、休業や再開、休業中の代替サービスなどのプレスリリースは無償で利用提供
- 当延長措置により当社売上高は単月で最大13百万円の減額を見込むが、緊急事態宣言発令期間の延長によりさらに膨らむ可能性がある

具体例：2019年10月1日から年間でご契約の場合



- 新型コロナウイルスの感染リスクの軽減、安全確保の取り組みとして、8割を超えるスタッフが在宅勤務
- PR TIMESのサービスの提供とサポート対応に関して、緊急事態宣言発令期間中の営業時間を短縮

	通常	5/6まで
電話でのサポート	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時	平日 10時～18時 土日祝日 なし
メールとフォームでのサポート	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時
企業登録申請の審査	午前中のお申込み 当日中 午後のお申込み 翌日午前中	午前中のお申込み 翌営業日中 午後のお申込み 翌営業日中
プレスリリースのFAX配信	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時
プレスリリースの審査と転載	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時	平日 9時～19時 土日祝日 10時～17時

2月上旬から、新型コロナウイルスに関連したプレスリリースが徐々に増え始め、いま関連のプレスリリースが配信されない日はほぼありません。多くのメディアが連日のように新型コロナウイルスの話題を報じ、呼応するようにSNSでは情報が飛び交っています。

新型コロナウイルスが都市部で感染拡大している事態を受けて、政府は4月7日に7都府県を対象に緊急事態宣言を発令しました。当社はこの事態の収束に直接何か貢献できるわけではありません。しかしながらPR TIMESは社会的な情報インフラとして大きな役割を担えると信じています。具体的な重点施策は主にふたつあります。

ひとつが、PR TIMESから正確かつ受け手にとって有益な情報が配信されることです。特に、新型コロナウイルス予防に効果的な物質は現在実証されておらず、医薬品以外において特定疾患に対する身体的効果効能を謳うことは薬機法にて禁止されております。そのため、PR TIMESでは新型コロナウイルスの効果効能と紐づけた、もしくは想起される表現を禁止し、厳正に対処しています。

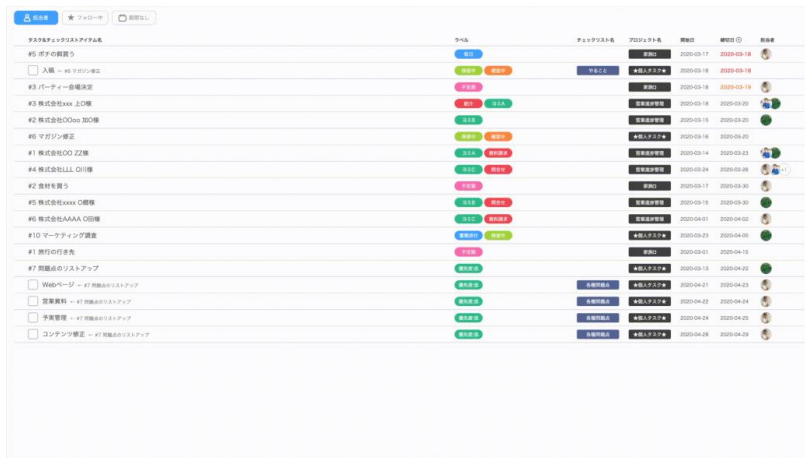
もうひとつが、お客様が伝えたい情報を届けられる存在であり続けることです。人の行動や頑張りの結晶を、その想いを紡いで発表するのが、プレスリリースです。平時ではない今だからこそ、顔を上げて懸命に行動し続ける身近にいるヒーローの情報を、届けられる存在でありたいと考えています。今、それぞれが悩みながらこの難局を乗り越えるべく行動する姿を、見守り、応援する人がいます。その情報を、待っている人がいます。華やかさなどは要りません。わたしたちは今一度事業を通じてひとつひとつの情報を届けていきたい考えです。

- 新型コロナウイルスが国内で感染拡大する中、在宅勤務の導入や移行を進める企業が増加
- テレワークが進む背景に不測の事態への対応だけでなく、働き方の見直しやクラウドツールの普及もある
- JootoとTayoriは無料から使えるビジネス向けクラウドツールとして、在宅勤務が推し進められる中でも業務効率化に寄与できる考え

Jooto

チーム全員が同じ職場にいれば確認しやすいお互いの業務状況が、テレワークでは把握しづらくなる。

Jootoは個人の業務をタスクとしてカンバン方式で管理し、チームで円滑に共有できるクラウドツールである。チームメンバーがどこにいても、タスクの進捗を共有し、適宜適切な業務指示ができる。



Tayori

テレワークにより、会社の固定電話が機能しづらくなったり、社外の方とのコミュニケーションを社内に共有しづらくなったり、組織に蓄積された形式知へアクセスしづらくなったりする。

Tayoriはこれらの課題を解決し得るフォームやFAQを簡単に開設できるクラウドツールである。



01

新型コロナウイルス感染拡大の影響

02

2019年度 通期決算

03

2019年度第4四半期 四半期決算

04

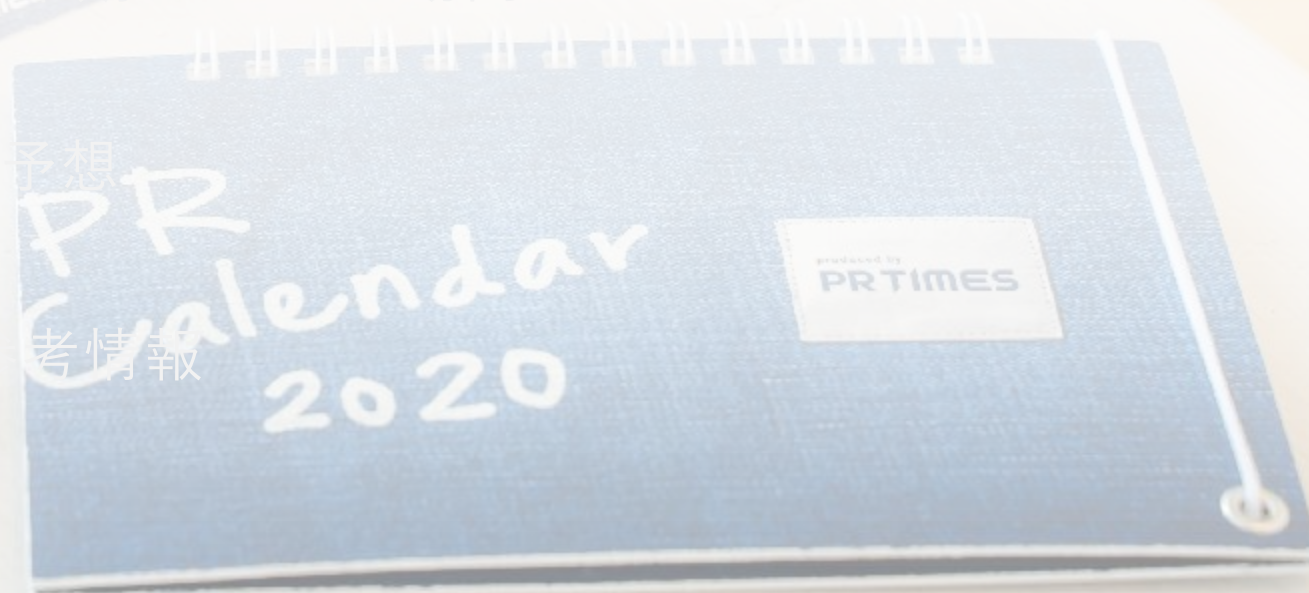
2019年度第4四半期 サービス動向

05

2020年度 業績予想

06

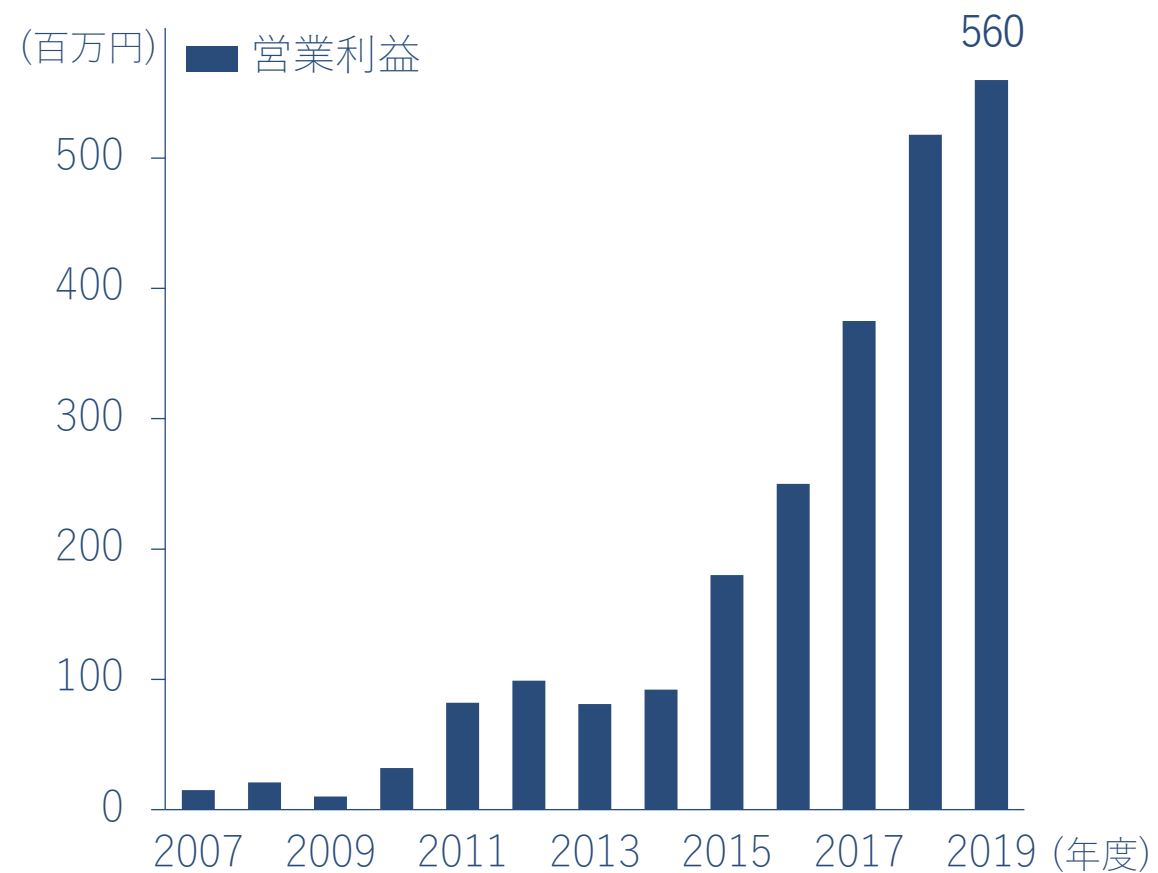
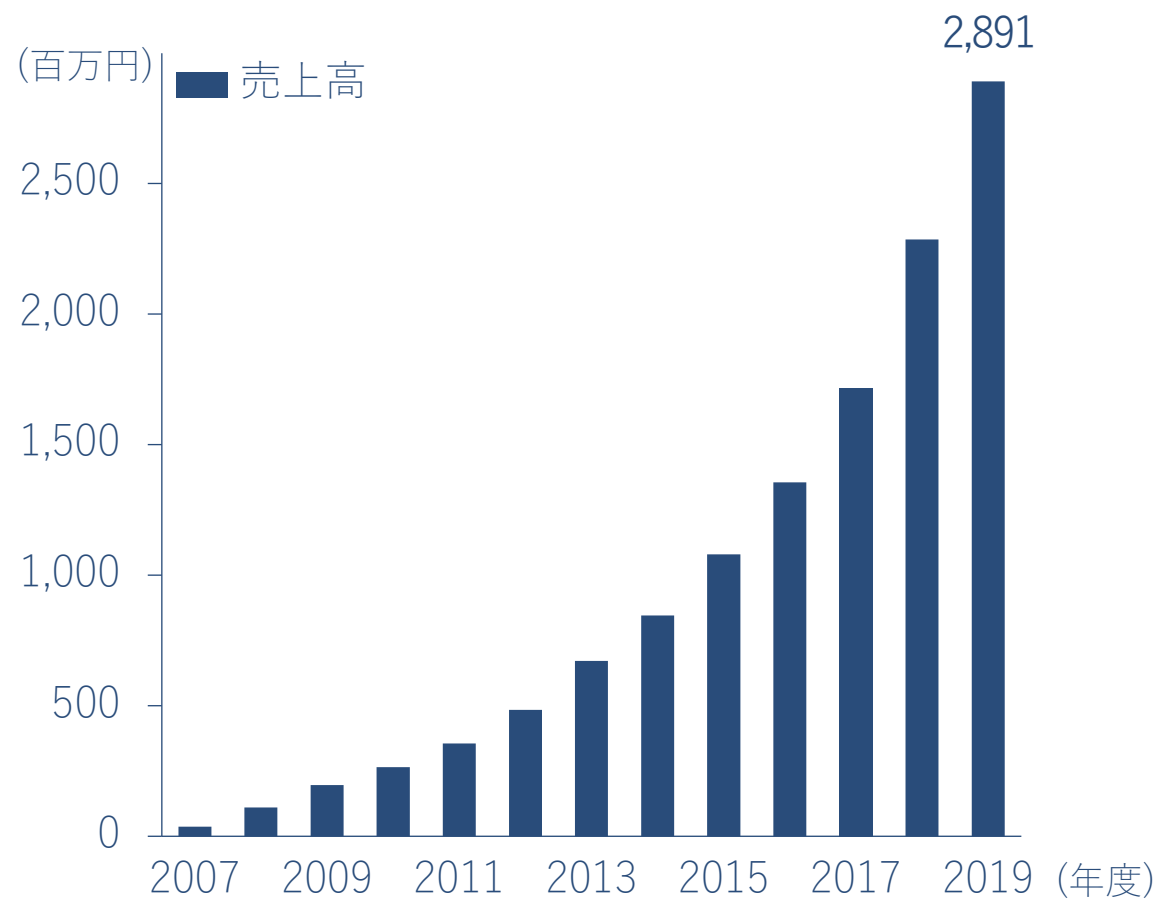
トピックス&参考情報



当期純利益のみ通期予想レンジを下回って着地

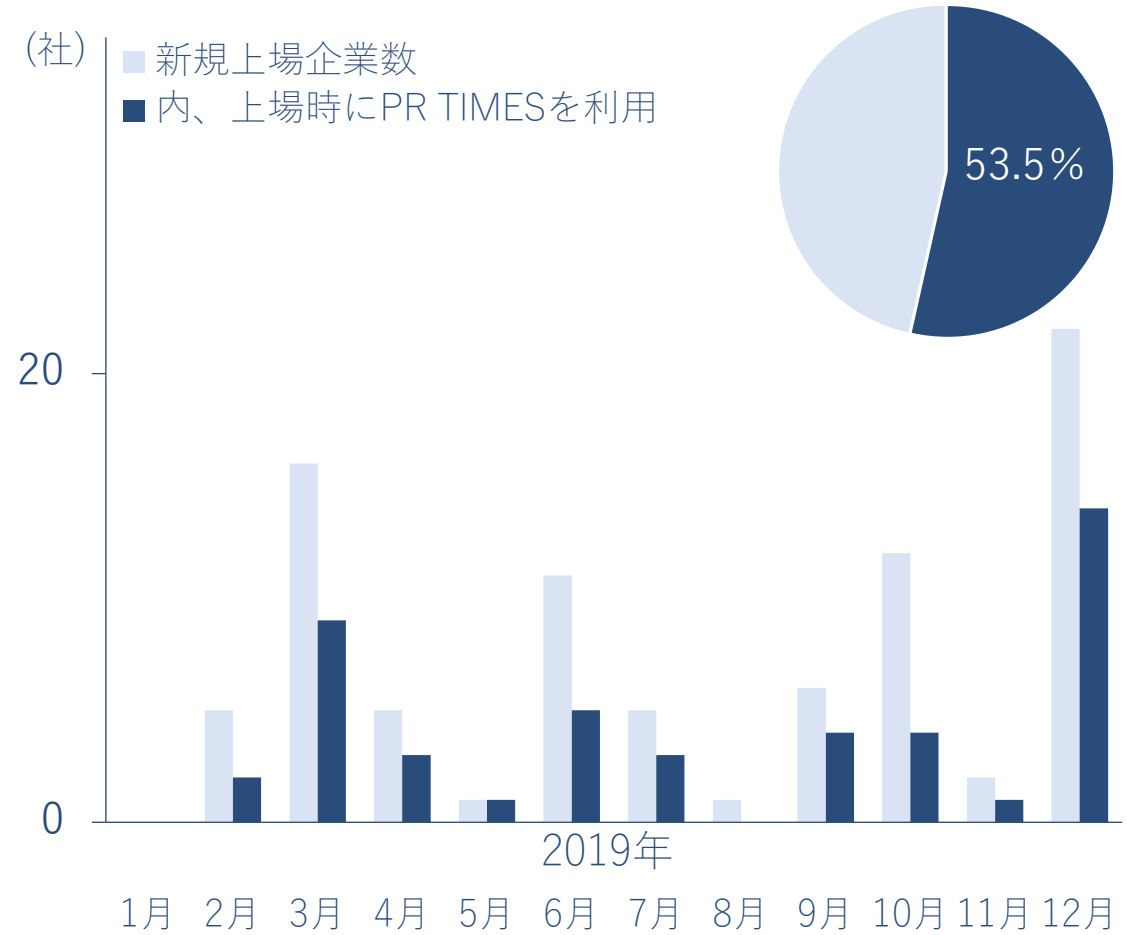
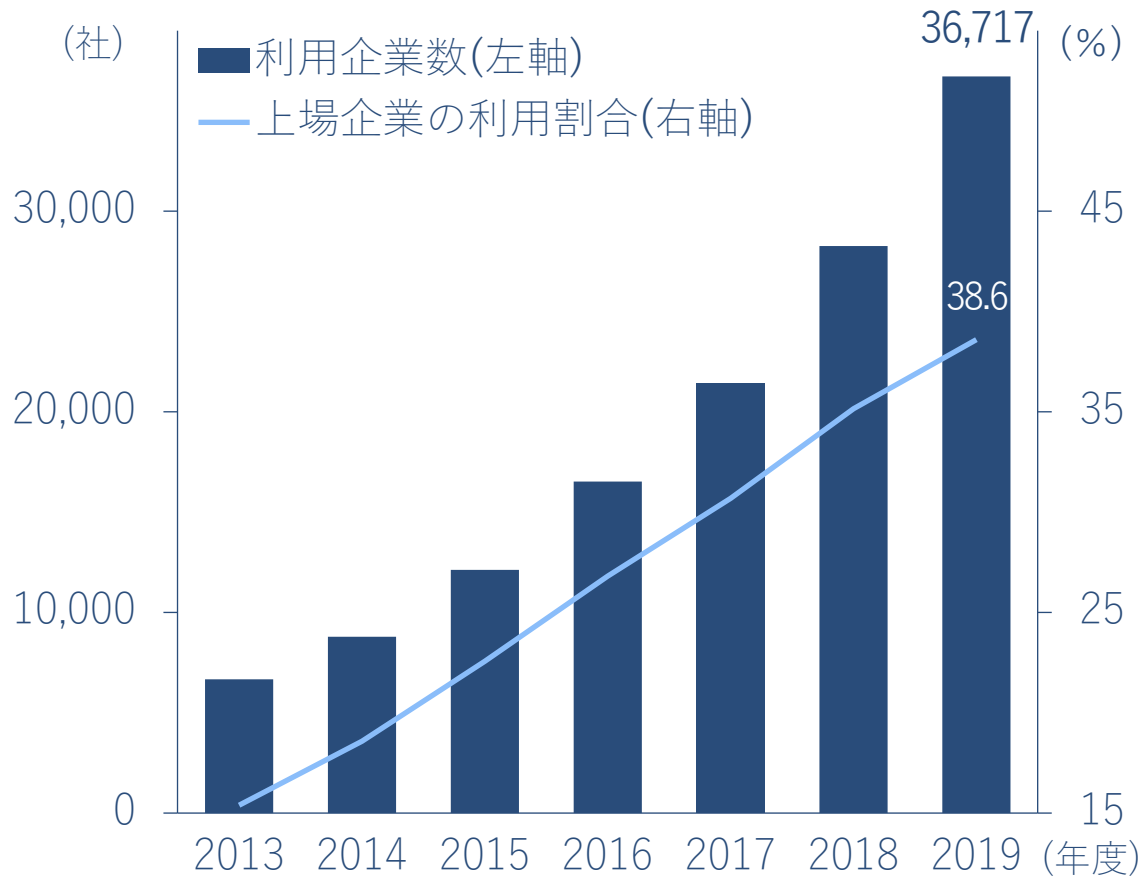
(単位：百万円)	2018年度 通期実績	2019年度 通期実績	前年同期比 (YonY)	2019年度 通期予想	対通期予想 達成率	通期予想 レンジ
売上高	2,286	2,891	126.5%	2,857	+1.2%	±5.0%
売上総利益 (粗利率)	1,863 (81.5%)	2,433 (84.2%)	130.6% —	— —	— —	— —
販売管理費	1,345	1,873	139.2%	—	—	—
営業利益 (営業利益率)	518 (22.7%)	560 (19.4%)	108.1% —	637 —	-12.0% —	±15.0% —
経常利益	494	560	113.4%	630	-11.1%	±15.0%
当期純利益	313	321	102.4%	432	-25.6%	±15.0%
広告宣伝費	347	579	166.8%	550	+5.3%	±15.0%

創業来13期連続で売上高25%超成長と営業黒字を達成、営業利益は5期連続で過去最高を更新

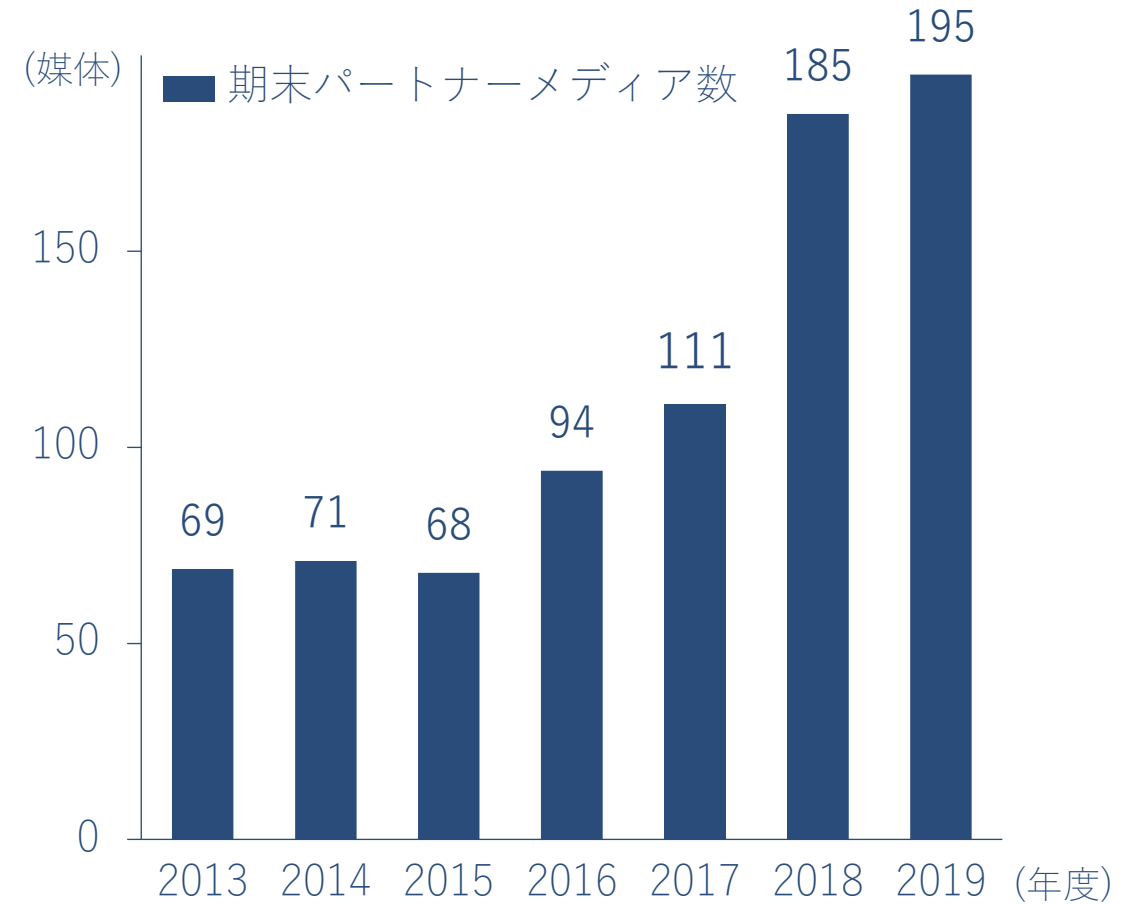
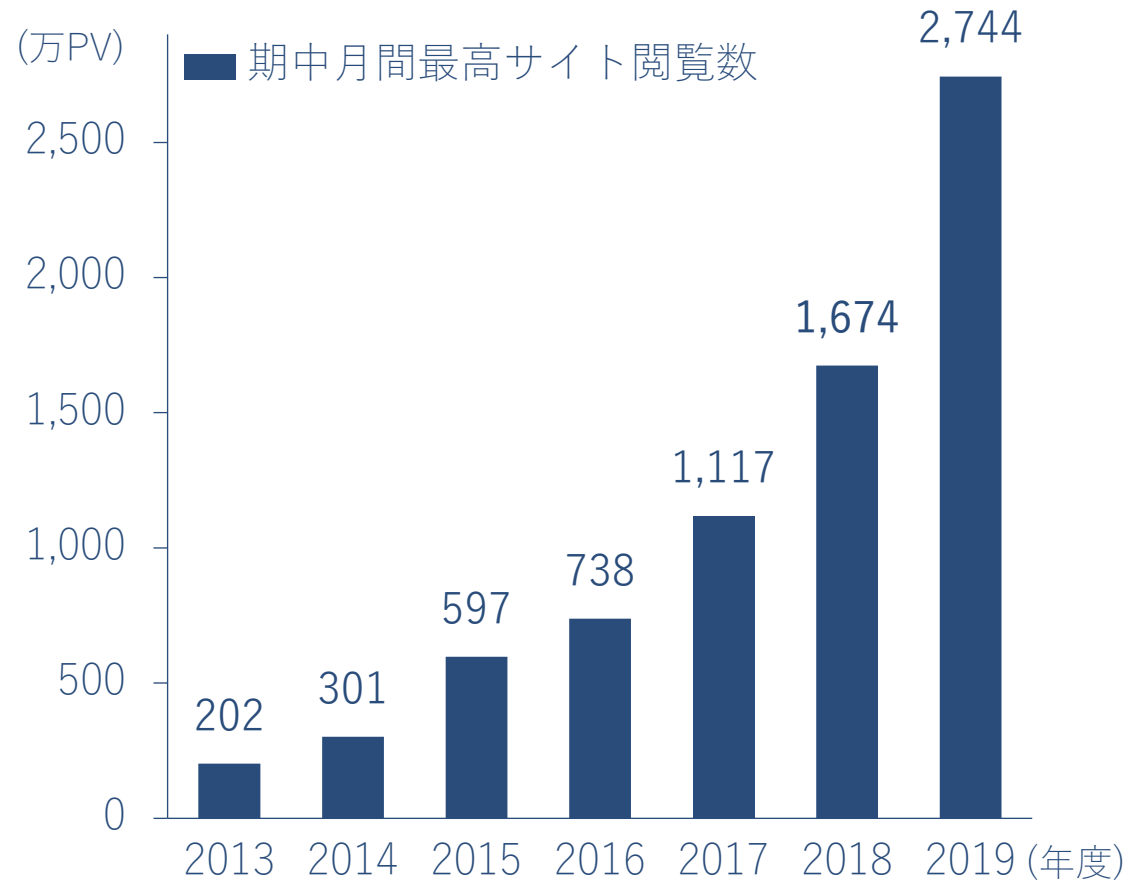


PR TIMES：利用企業社数

- 利用企業社数が3万6千社（前期比8,453社増）、国内上場企業のうち38.6%が利用
- 2019年日本国内に上場した企業の内、53.5%がPR TIMESを利用



PR TIMESのサイト閲覧数は月2,700万PVを突破、プレスリリースを転載するパートナーメディアは195媒体に増加



- PR TIMESの利用価値のひとつはパブリシティの獲得、当社のパブリシティ実績でそれを実証
- パブリシティ数は155件（前期比118.3%）と過去最高を更新



TV 2媒体

NHK、京都テレビ



ラジオ 1媒体

MBSラジオ



雑誌 16媒体

Mac Fan、MONOQLO、Signs&Displays、WEB+DB PRESS、ソトコト、ブレン、企業と広告、近代セールス、月刊BOSS、日経コンピュータ、月刊ベルダ、月刊広報会議、週刊東洋経済、日刊合同通信、日経WOMAN、文具と事務機



新聞 24媒体

CM通信、SOUL of SouldOut、オフィスマガジン、こうりゅう、ビジネス・マシンニュース、企業と広告、経団連タイムス、週刊BCN、住宅新報、新聞報、静岡新聞、中日新聞、電波新聞、東愛知新聞、東日新聞、読売中高生新聞、日刊ヴェリタス、日刊工業新聞、日経MJ、日経産業新聞、日本外食新聞、日本経済新聞、日本事務機新聞、日本文具新聞



Web 56媒体

@IT、About All About、AdverTimes、ASCII.jp、Biz/Zine、BizHint、Campaign Japan、CNET Japan、ECのミカタ、Forbes JAPAN、Goodpatch Blog、HR NOTE、INSIDE、INTERNET Watch、IRORIO、ITmediaNEWS、ITmediaビジネスオンライン、ITmediaマーケティング、IT人材ラボ、JOB STORY、Key Players、Ledge.ai、M relations、MarkeZine、Media Innovation、morebiz、Nicheee!、OMOHARAREAL、PANORA、Phile-Web、SankeiBiz、ScanNetSecurity、Screens、Spincoaster、Tech Crunch、U-NOTE、UNPORTALISM、UX MILK、Venture Navi、Voicy Journal、vsmedia、Web担当者Forum、オフィスのミカタ、ガジェット通信、ネットショップ担当者フォーラム、ビジネス+IT、ベンチャータイムス、マイナビニュース、就活美人、ログミーファイナンス、創業手帳、日経xTECH、日経クロストrend、日本経済新聞、文化通信、文具流通マガジン

- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。
- 複数回掲載された媒体を含む。

(2019年3月～2020年2月、媒体名五十音順)

貸借対照表

(単位：百万円)	2018年度	2019年度	前年同期比	主な要因
流動資産	1,801	1,871	103.9%	
内、現預金	1,393	1,330	95.5%	
固定資産	453	368	81.2%	Jootoの減損98百万円
総資産	2,254	2,239	99.3%	
流動負債	366	569	155.5%	未払金が118百万円
内、前受収益	108	134	123.6%	PR TIMESの長期契約一括前払い
固定負債	3	5	149.9%	
純資産	1,884	1,664	88.3%	

01 新型コロナウイルス感染拡大の影響

02 2019年度 通期決算

03 2019年度第4四半期 四半期決算

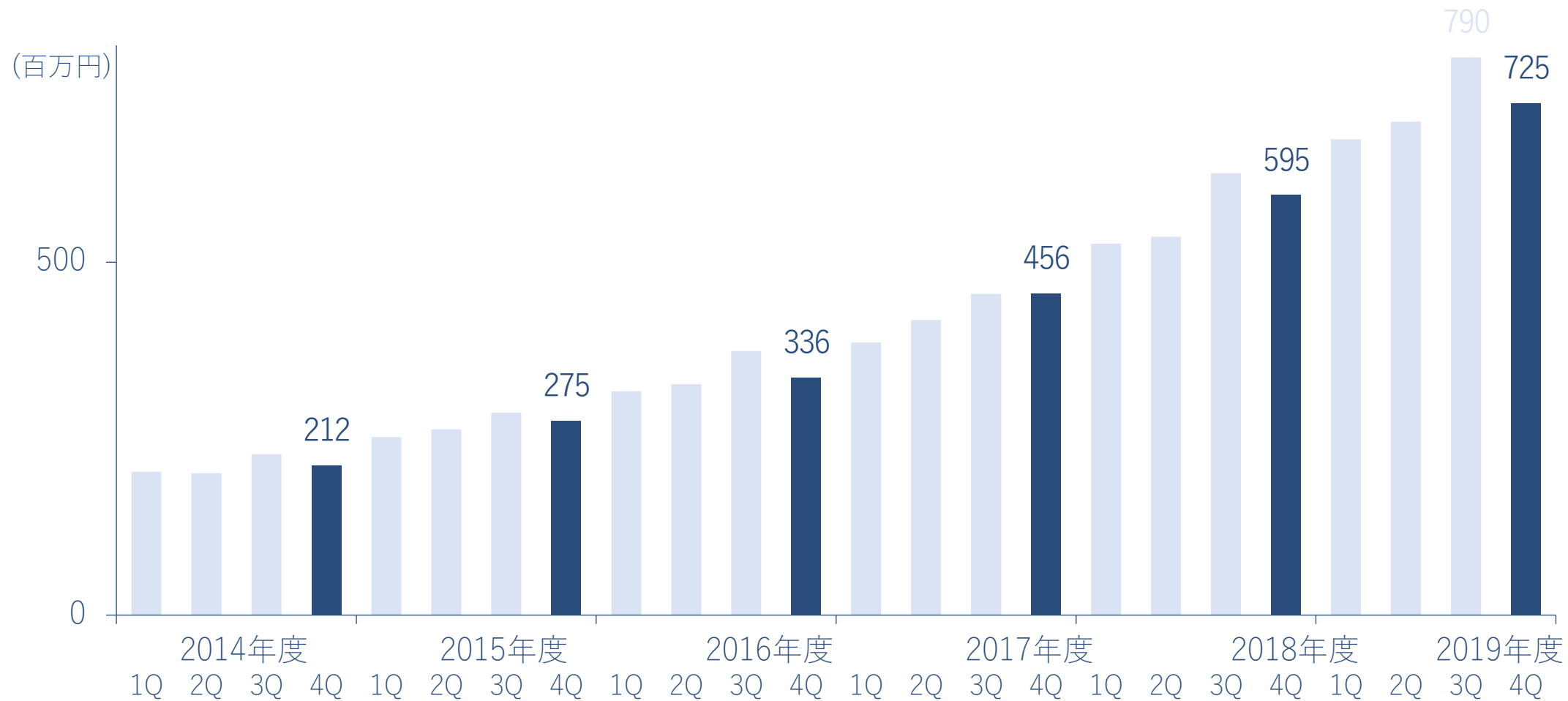
04 2019年度第4四半期 サービス動向

05 2020年度 業績予想

06 トピックス & 参考情報

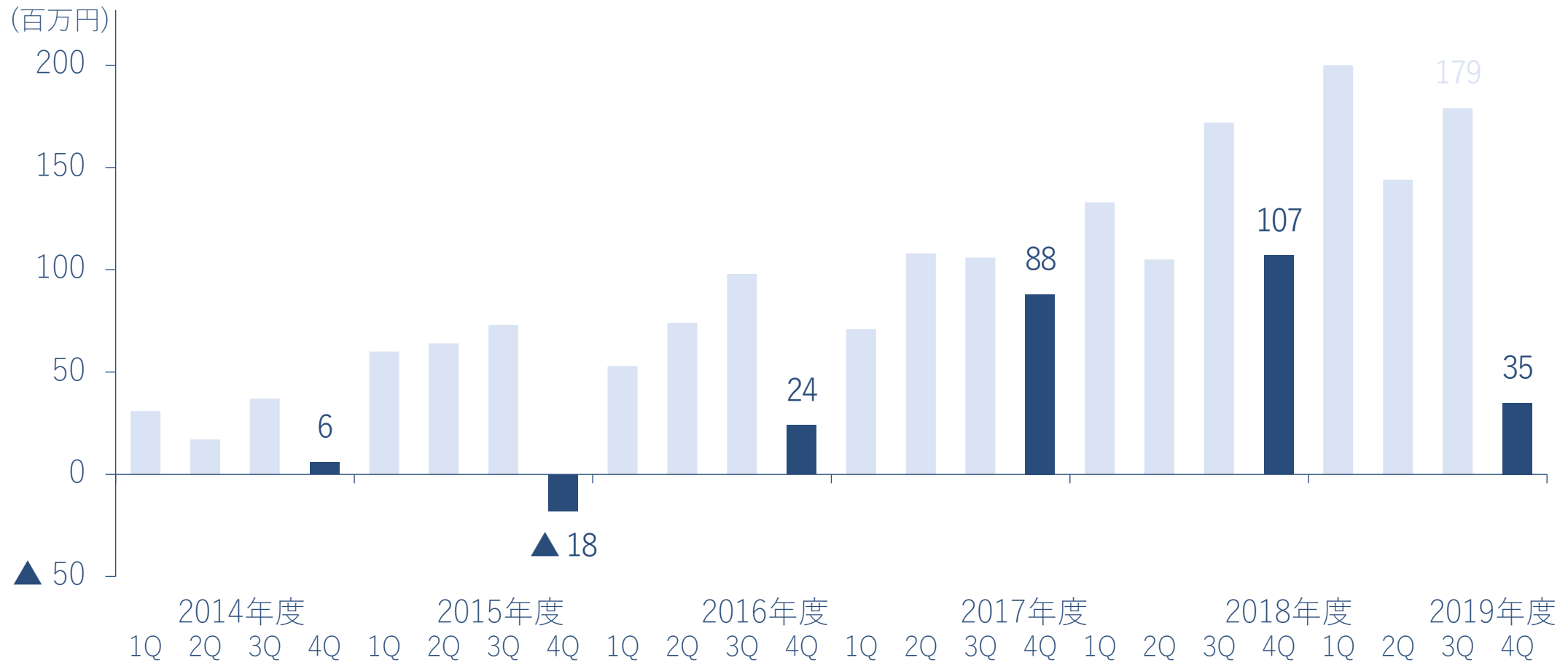
(単位：百万円)	2018年度	2019年度				前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
売上高	595	674	699	790	725	121.9%	91.8%
売上総利益 (粗利率)	490 (82.4%)	573 (85.0%)	592 (84.7%)	649 (82.2%)	617 (85.0%)	—	—
販売管理費	382	373	448	469	581	152.1%	123.9%
営業利益 (営業利益率)	107 (18.1%)	200 (29.7%)	144 (20.6%)	179 (22.8%)	35 (4.9%)	—	—
経常利益	107	200	144	180	35	32.6%	19.5%
当期純利益	53	135	27	121	36	68.4%	30.3%
広告宣伝費	117	68	119	142	248	212.4%	174.7%

売上高7億2千5百万円（前年同期比121.9% 前四半期比91.8%）、第4四半期としては過去最高を更新



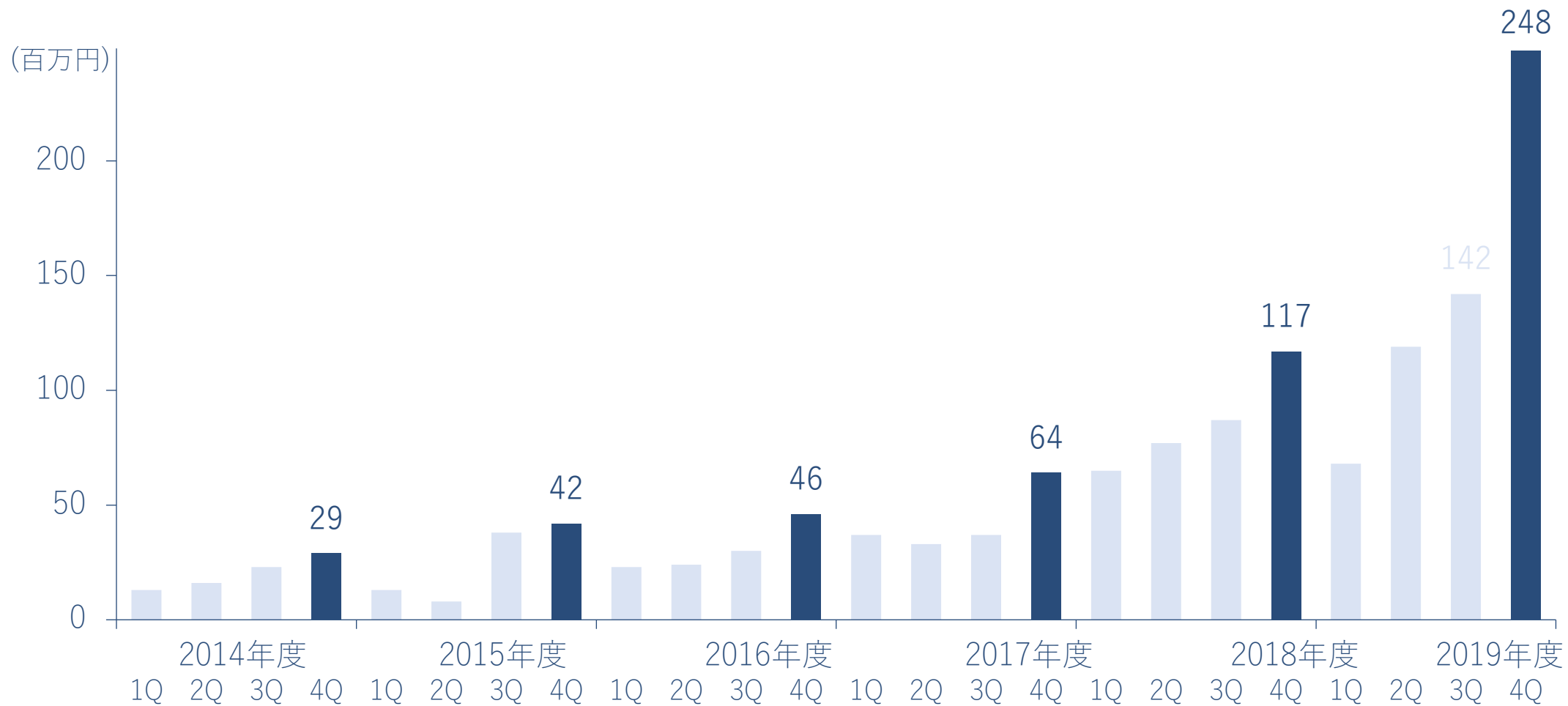
四半期営業利益の推移

営業利益35百万円（前年同期比32.6% 前四半期比19.6%）



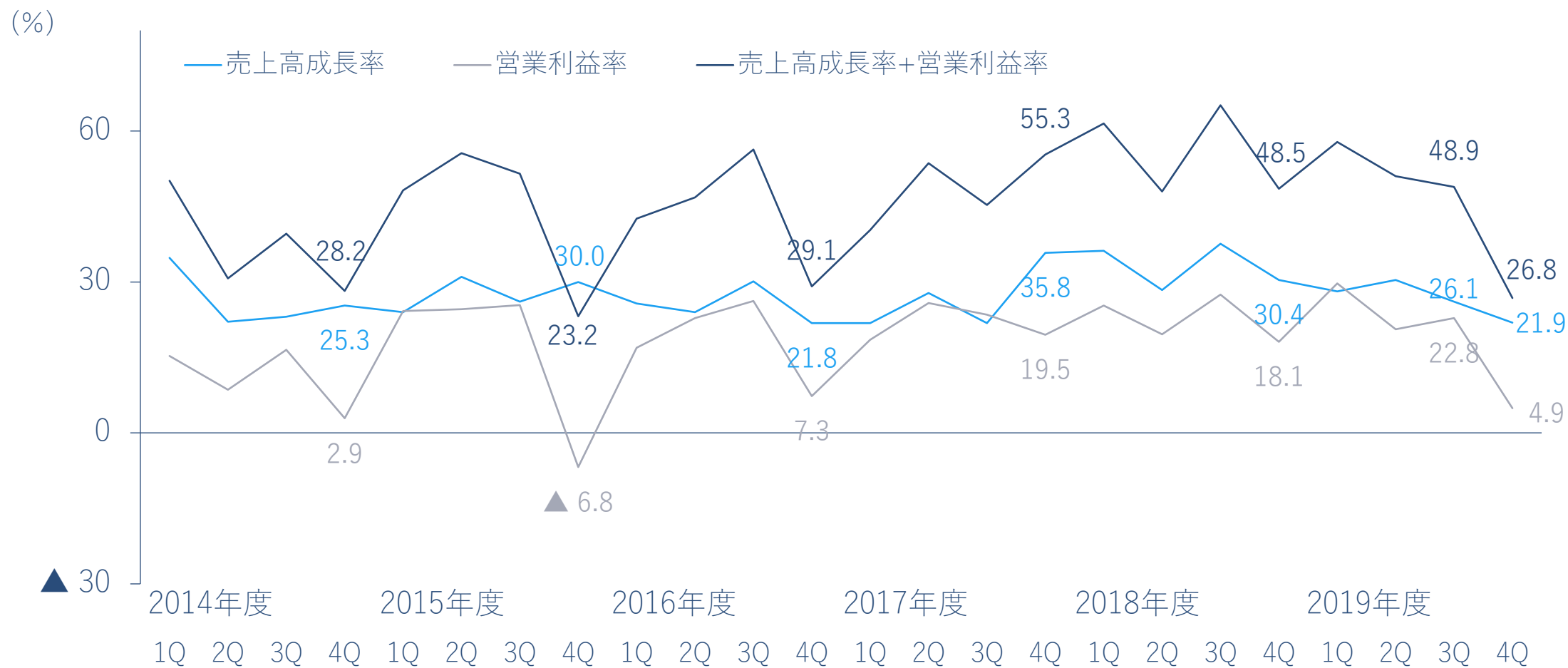
四半期広告宣伝費の推移

- 広告宣伝費は2四半期連続で過去最高を更新、前年同期比112.4%増・前四半期比74.7%増
- 投資機会に見合った事業の成長に至らず



売上高成長率と営業利益率の推移

売上高成長率 + 営業利益率 = 26.8%、四半期営業利益が赤字だった2015年度第4四半期以来の低水準



前受収益が前四半期において9四半期ぶりに減少したが、当四半期で再び増加

(単位：百万円)	2019年 2月末	2019年 11月末	2020年 2月末	前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
流動資産	1,801	2,027	1,871	103.9%	92.3%
内、現預金	1,393	1,483	1,330	95.5%	89.6%
固定資産	453	319	368	81.2%	115.3%
総資産	2,254	2,347	2,239	99.3%	95.4%
流動負債	366	469	569	155.5%	121.2%
内、前受収益	108	121	134	123.6%	111.1%
固定負債	3	6	5	149.9%	92.3%
純資産	1,884	1,871	1,664	88.3%	89.0%

01

新型コロナウイルス感染拡大の影響

02

2019年度 通期決算

03

2019年度第4四半期 四半期決算

04

2019年度第4四半期 サービス動向

05

2020年度 業績予想

06

トピックス & 参考情報

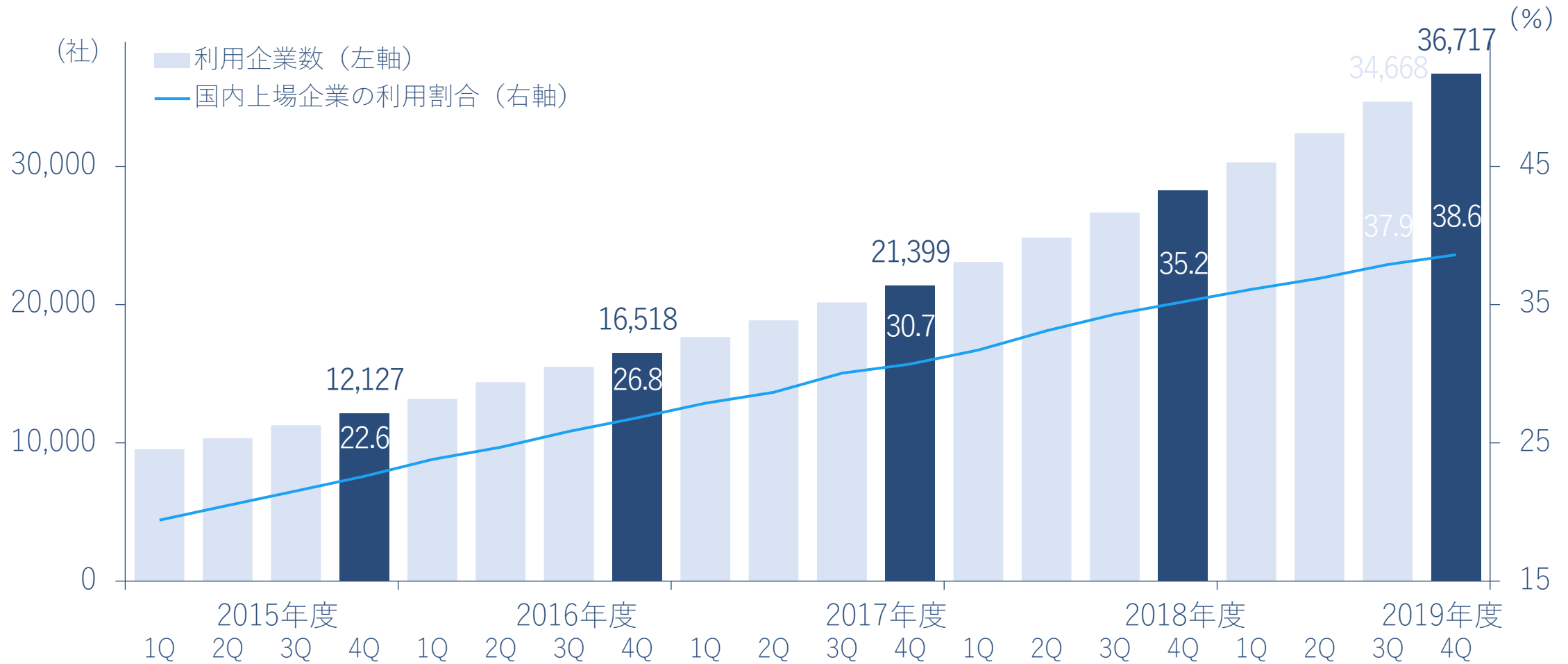
従来のプレスリリースの枠を超え、企業とメディアそして生活者をニュースでつなぐプラットフォームへ



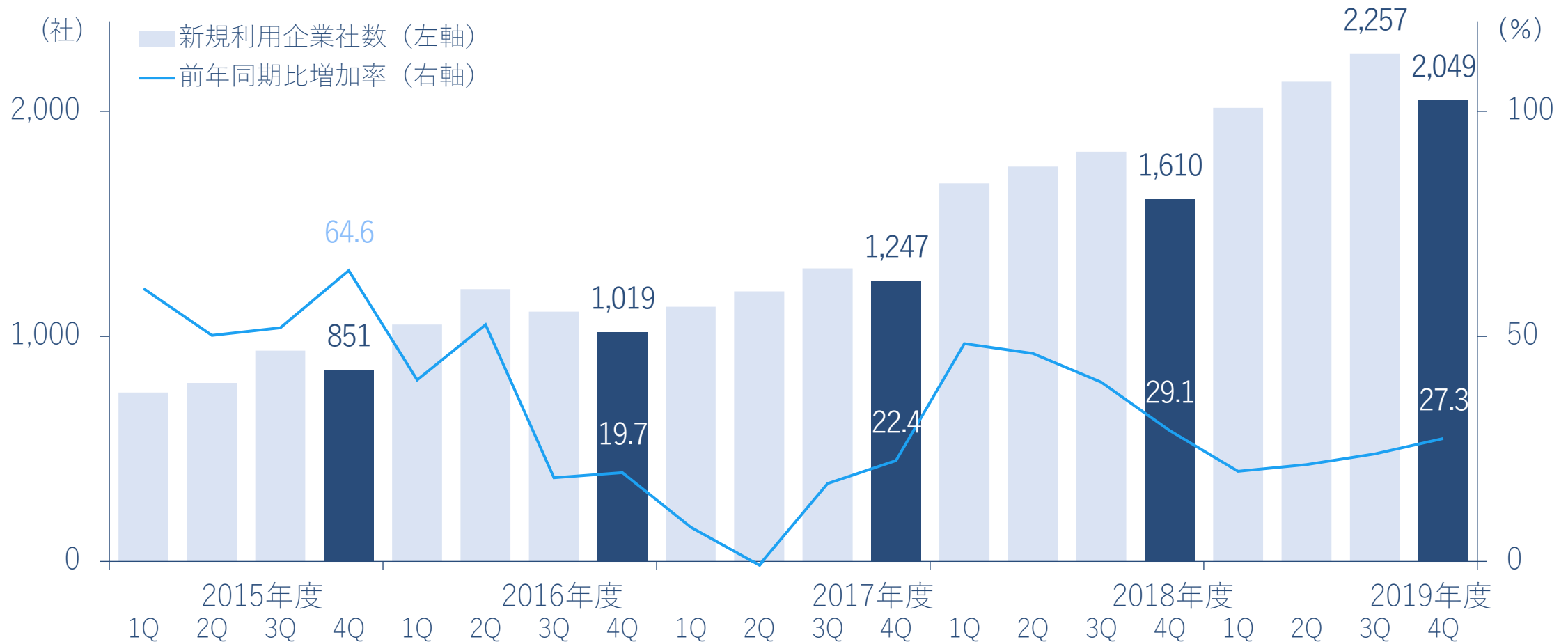
<https://prtimes.jp>

利用企業社数	36,717社
国内上場企業利用率	38.6%(1,470社/3,808社)
プレスリリース数	15,493 本/月(2019.10)
配信メディアリスト	12,485媒体
メディアユーザー数	17,095名
パートナーメディア	195媒体
SNSアカウント	Facebook 125,900 Twitter 114,800

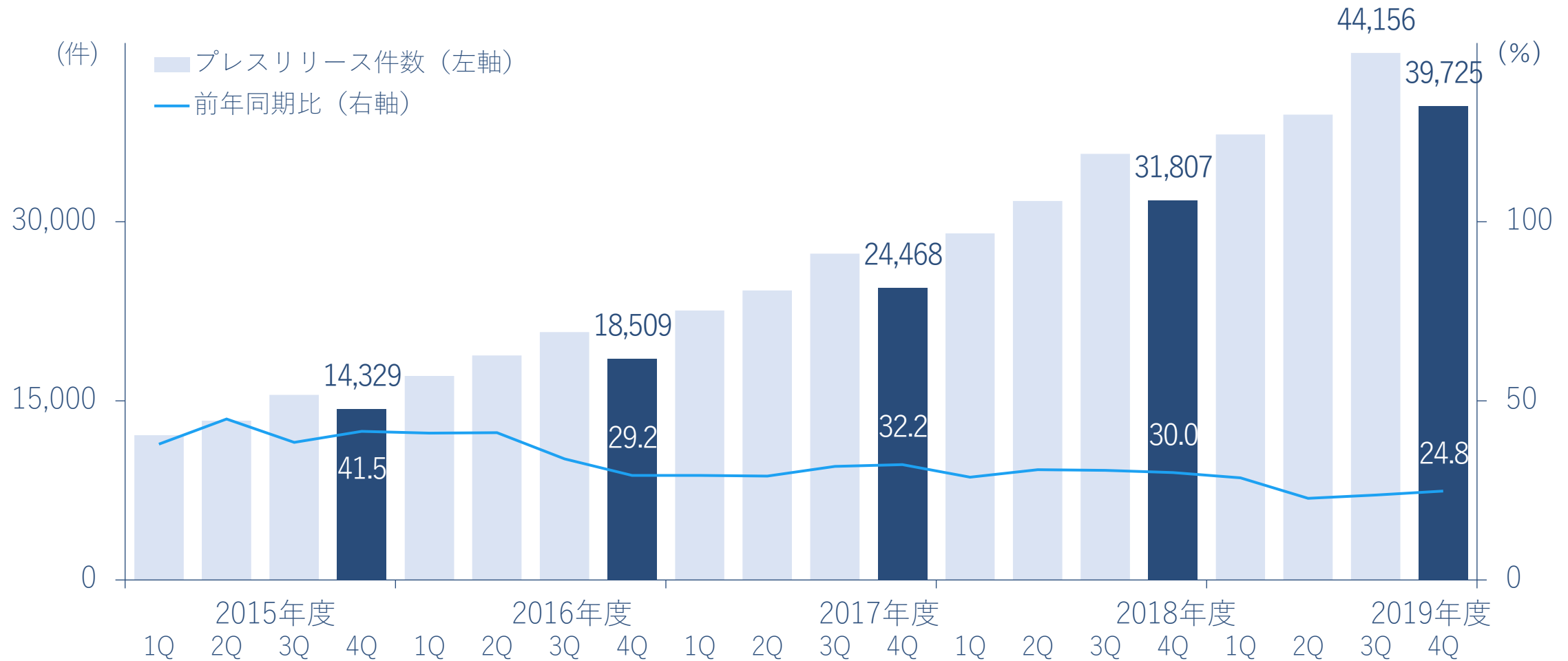
- 利用企業社数が3万6千社を突破(前年同期比8,453社増・前四半期比2,049社増)
- 上場企業のうち38.6%(1,470社/3,808社)が利用



第4四半期の新規利用企業社数は2,049社（前年同期比439社増・前四半期比208社減）

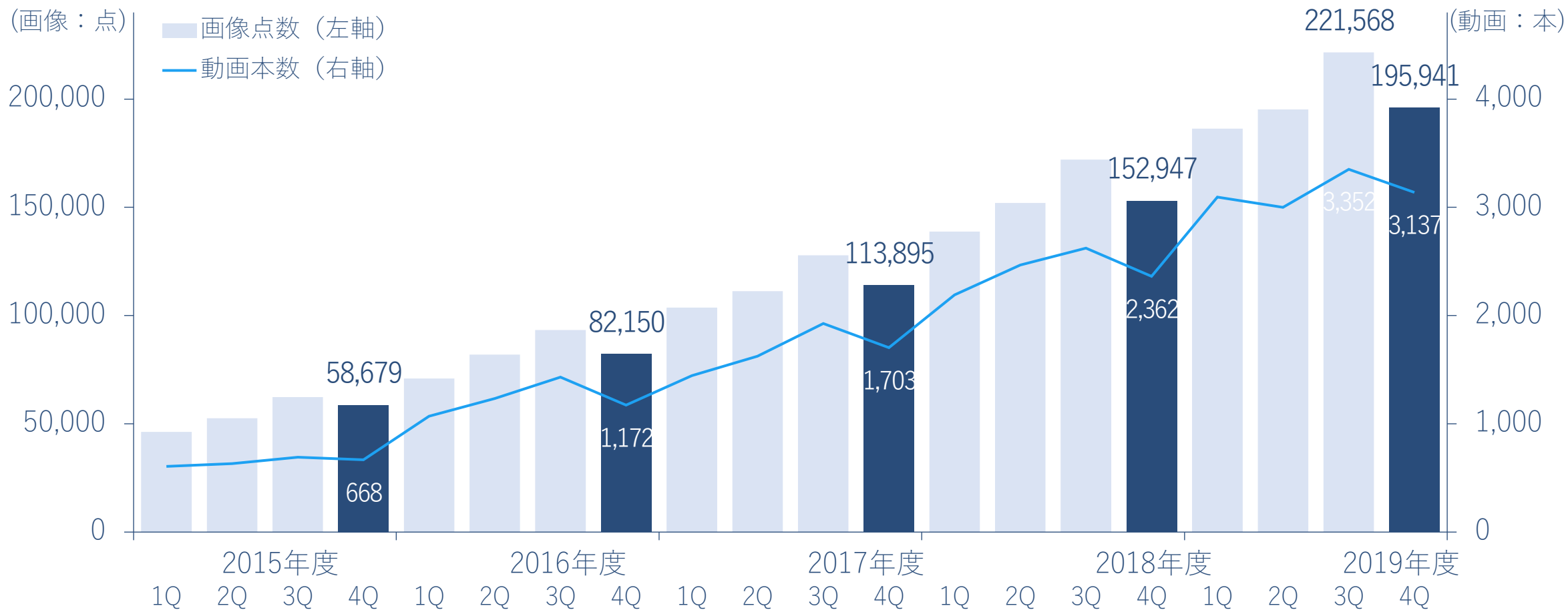


第4四半期は年末年始など季節要因と新型コロナウイルスの影響により、プレスリリースは前年同期比24.8%増・前四半期比10.0%減

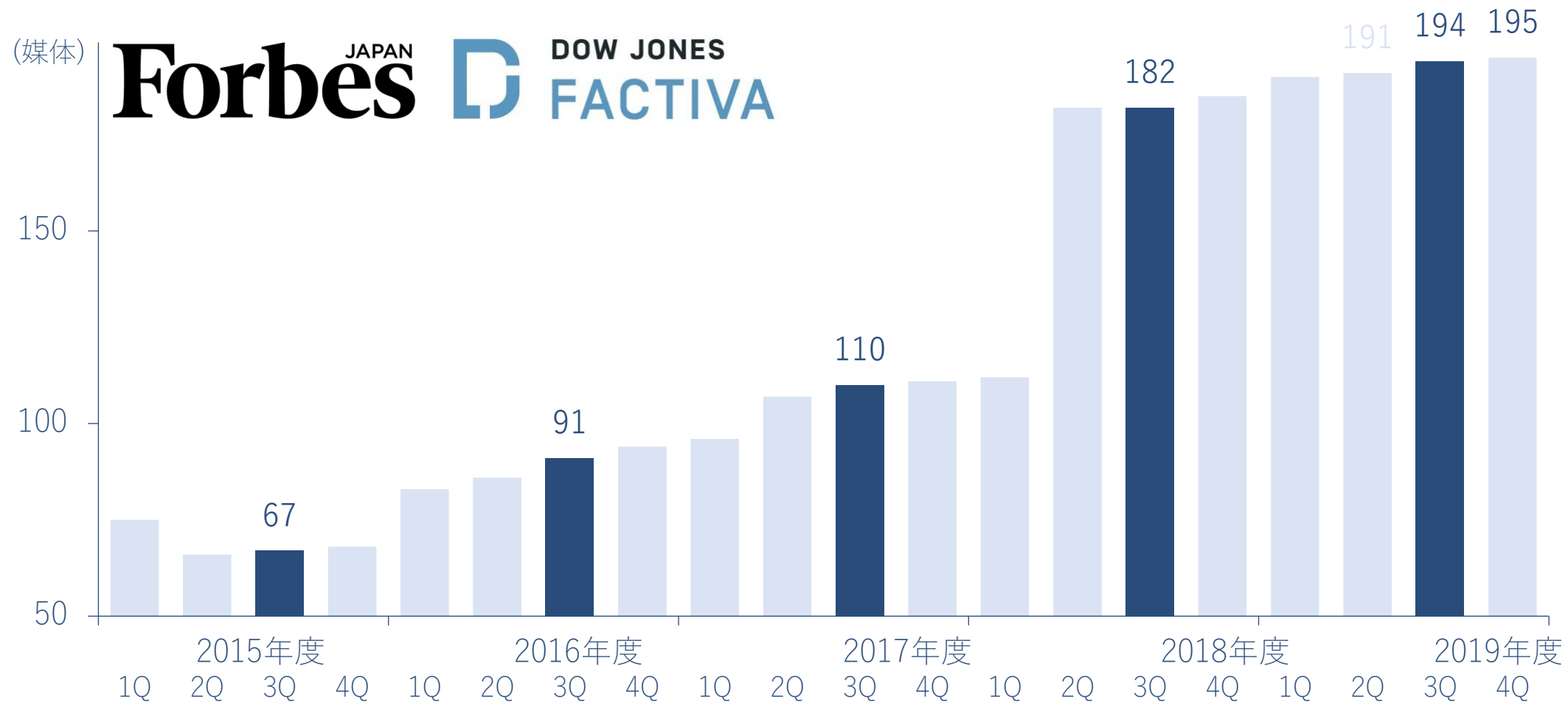


PR TIMES：プレスリリース素材(画像と動画)の推移

画像は195,941点（前年同期比28.1%増・前四半期比11.6%減）、動画は3,137本（前年同期比32.8%増・前四半期比6.4%減）



パートナーメディア数は前四半期比1媒体純増で5四半期連続で過去最高を更新



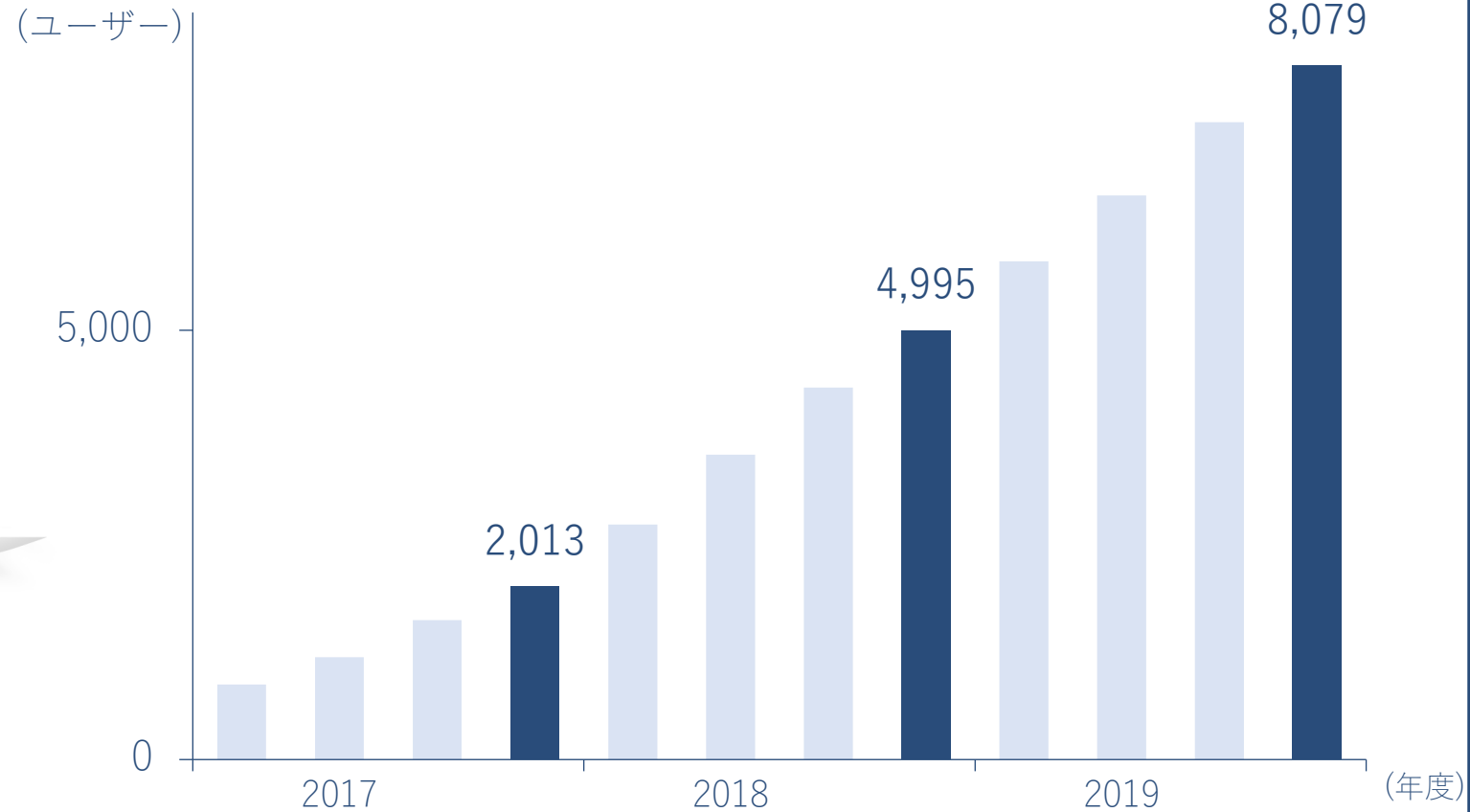
Webクリッピング：ユーザー数の推移

ユーザー数は8,079名(前年同期比3,084増 61.7%増、前四半期比659増 8.9%増)



<https://webclipping.jp>

 Web Clipping

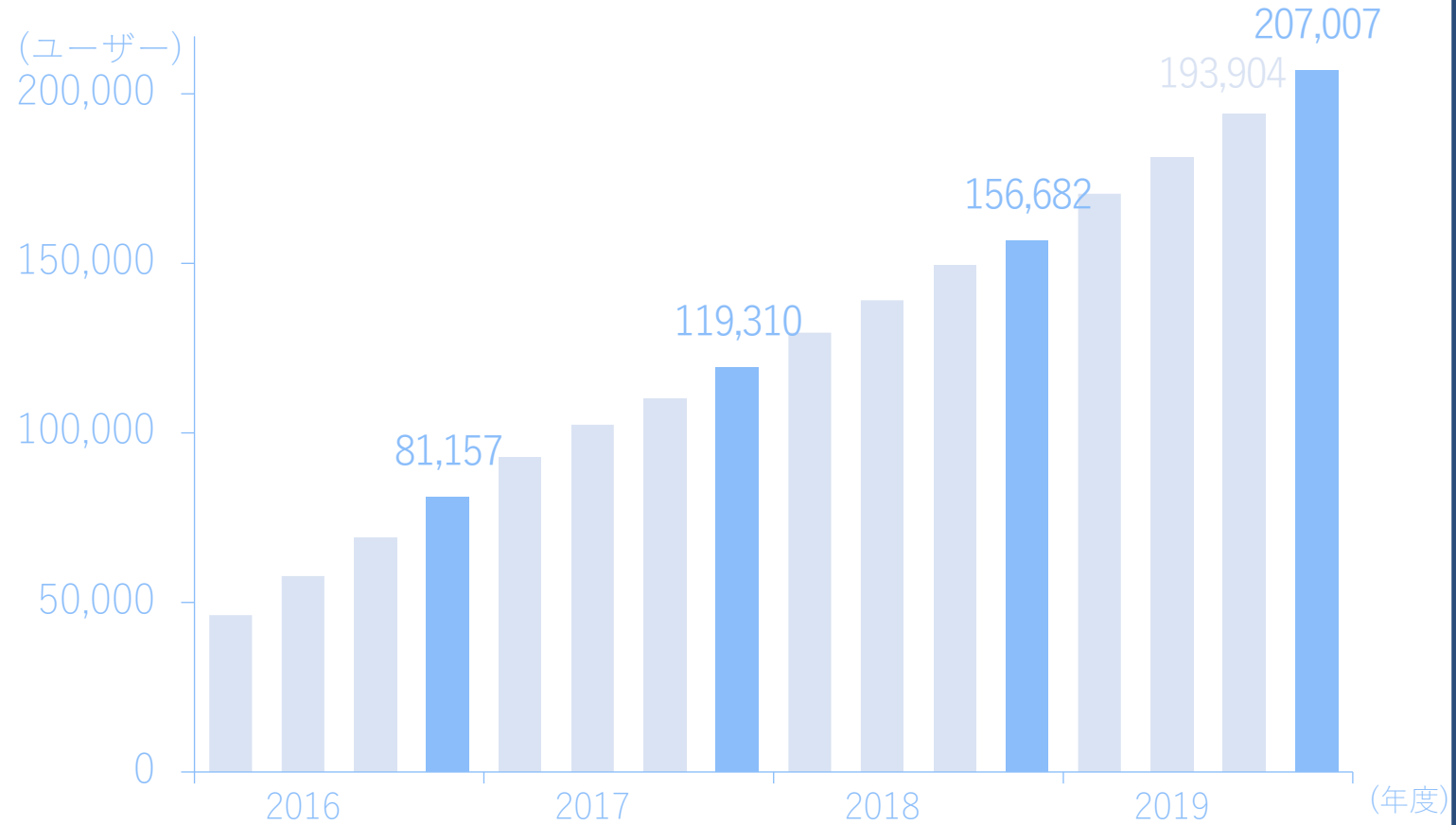


※2020年2月末時点

ユーザー数は20万7千7名 (前年同期比50,325増 32.1%増、前四半期比13,103増 6.8%増)



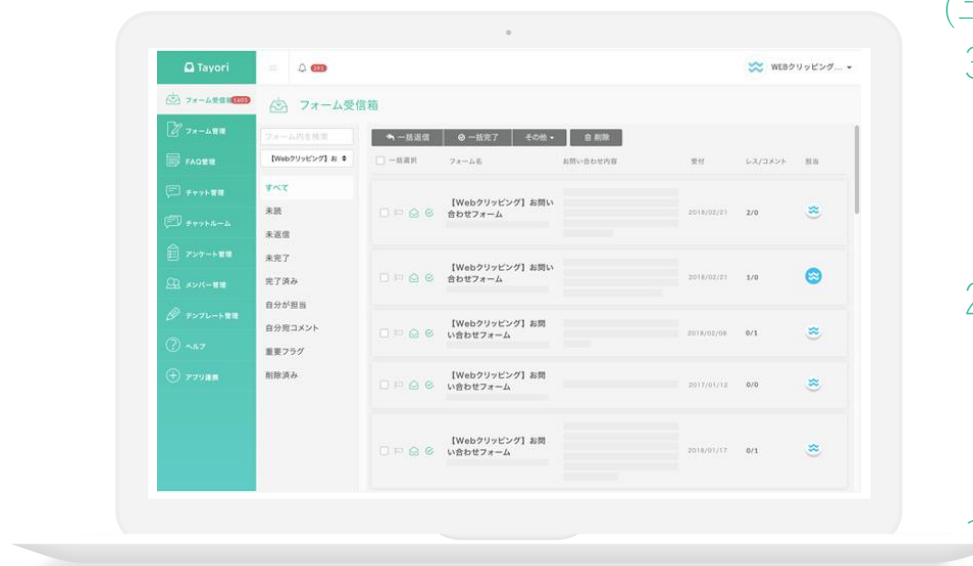
<https://jooto.com>



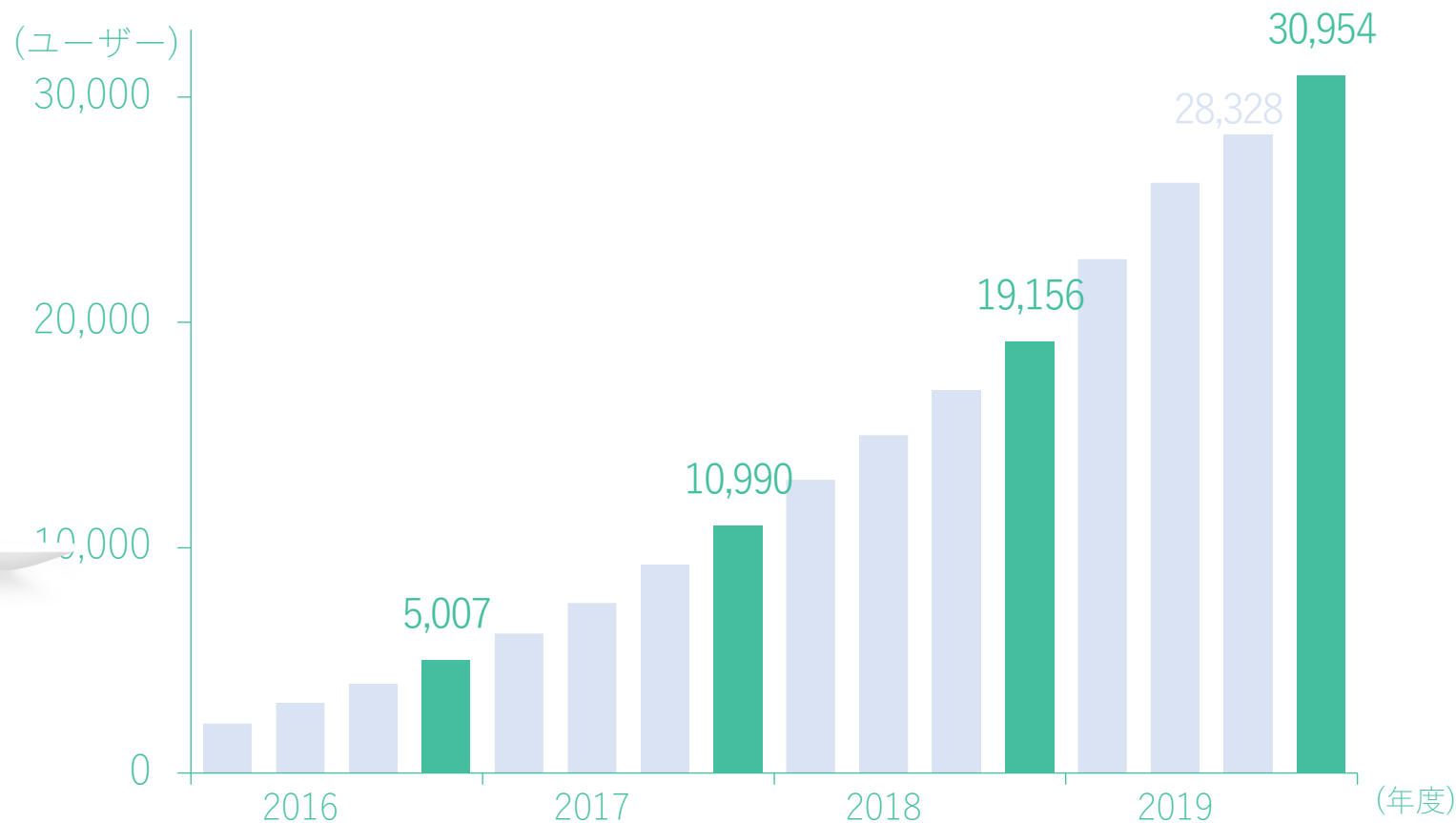
※2020年2月末時点

Tayori : ユーザー数の推移

ユーザー数は3万954アカウント（前年同期比11,798増 61.6%増、前四半期比2,626増 9.3%増）



<https://Tayori.com>



※2020年2月末時点

01

新型コロナウイルス感染拡大の影響

02

2019年度 通期決算

03

19年度 四半期決算

04

19年度 四半期サマ

05

2020年度 業績予想

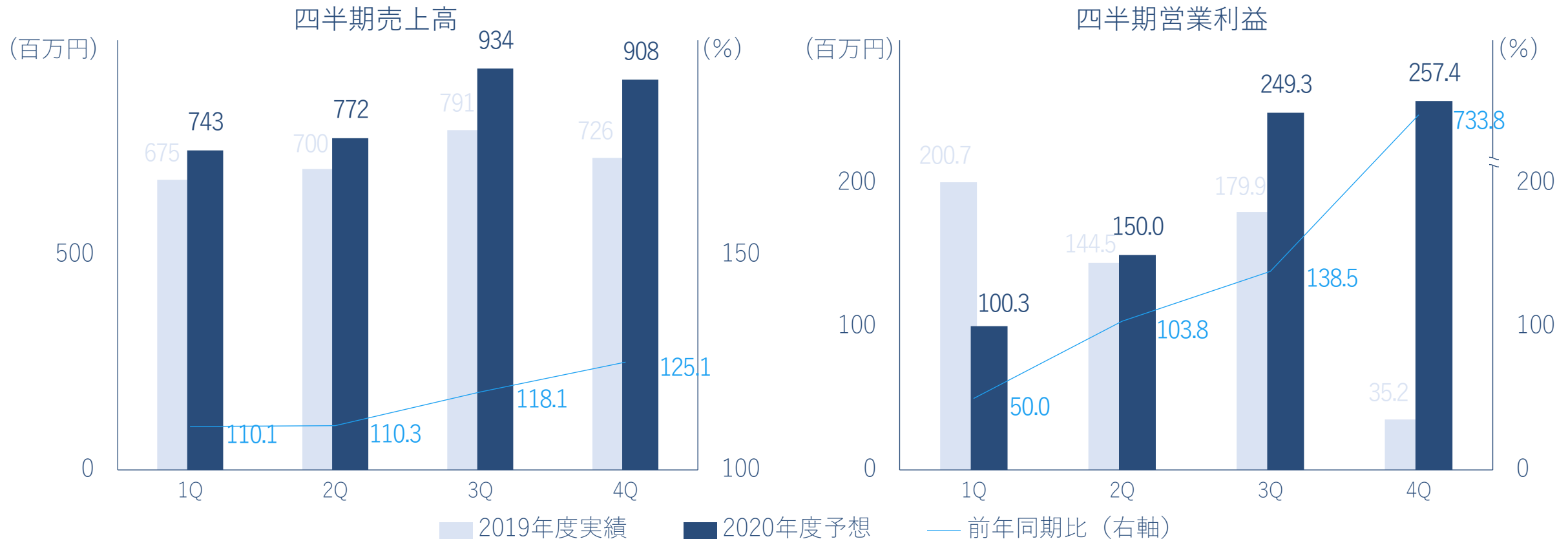
06

トピックス&参考情報

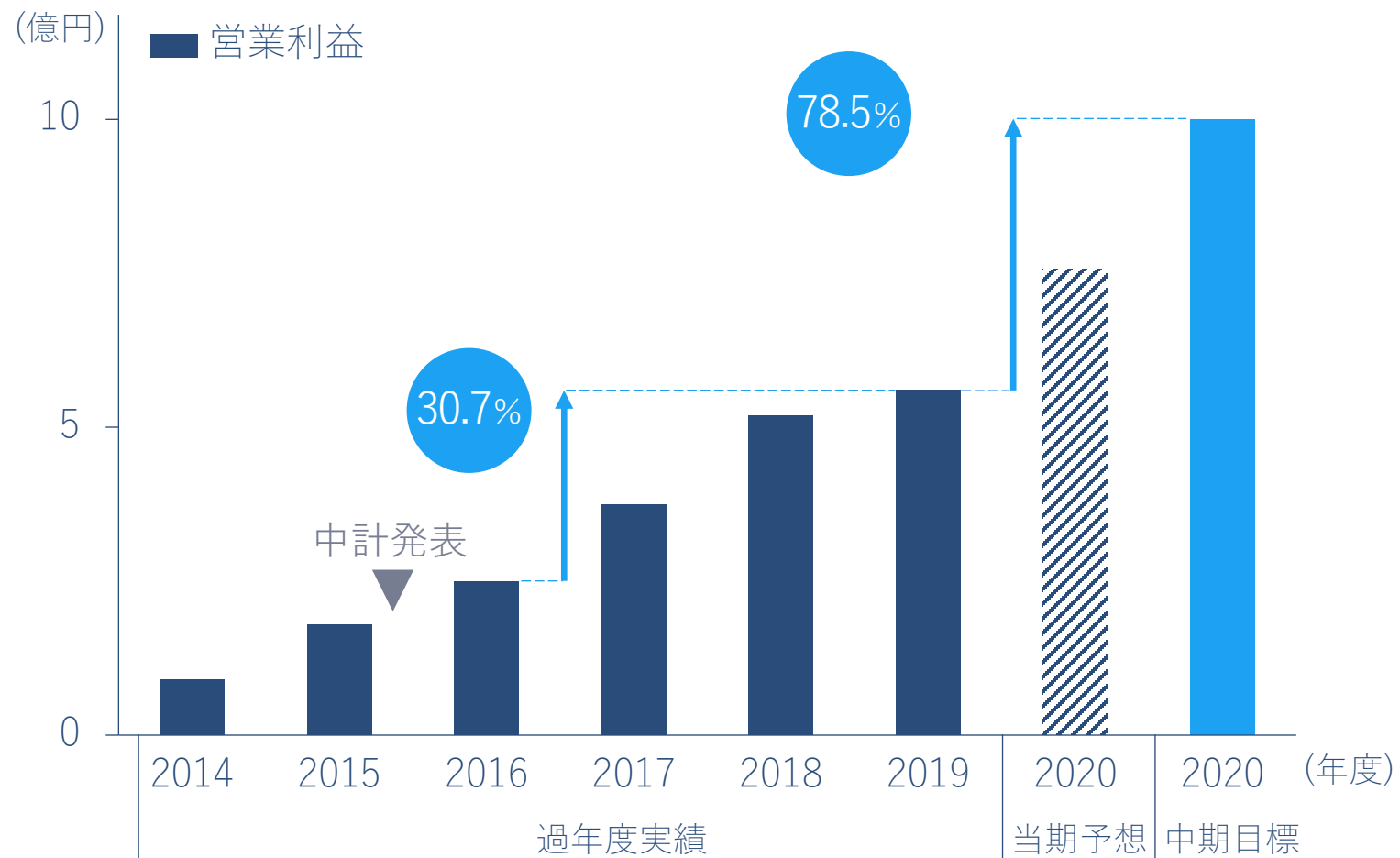
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって、創業来14期連続となる売上高25%超成長と中期目標の営業利益10億円を現時点で視野に入れられず
- 子会社との合併差益1億92百万円を計上見込

(単位：百万円)	2019年度 通期連結予想	2019年度 通期連結実績	2020年度 通期個別予想	前期実績比	前期予想比	予想レンジ
売上高	2,857	2,891	3,357	116.1%	117.5%	± 5.0%
営業利益	637	560	757	135.1%	118.8%	± 15.0%
経常利益	630	560	753	134.4%	119.5%	± 15.0%
当期純利益	432	321	707	219.9%	163.7%	± 15.0%
配当金	0	0	0	—	—	—
広告宣伝費	550	579	498	86.0%	90.5%	± 15.0%

- 新型コロナウイルス感染症の収束時期は予見できないが、緊急事態宣言発令期間を5月6日までとし、当社事業への悪影響が秋口まで続く前提で、業績予想を算出
- 前提条件が崩れた場合、業績予想が大きく下振れる可能性がある
- 短期では業績予想の前提条件より悲観的な仮説をもとに経営判断しつつ、中長期では社会環境の大きな変化への対応が課題



- 営業利益は直近3期間の平均成長率(CAGR)が30.7%、2020年度10億円達成には78.5%成長が必要
- 株主と社員利益還元両立を目指して2017年4月に潜在株式288,000株を発行、貢献度に応じて事後付与可能



業績コミットメント型

決算期	営業利益	付与割合
2019-2020年度	10億円	100%
	9億円	90%
	8億円	80%
	7億円	70%

信託活用ストックオプション型

- ① 将来入社する社員含め全正社員へ付与することで、組織全体の士気や意欲の向上を図る
- ② 事業を創造・変革する人材や経営者人材が台頭する期待と、大きな利益貢献への還元
- ③ 優秀な人材の獲得や、M&Aの交渉力向上の誘因となる効果

01

新型コロナウイルス感染拡大の影響

02

2019年度第4四半期決算

03

2019年度第4四半期 四半期決算

04

2019年度第4四半期決算 ビズ動向

05

2020年度業績予想

06

トピックス & 参考情報

- 4月1日をジョークで笑いを誘うエイプリルフールではなく夢を発信する日にするプロジェクトを発足
- PR TIMESで4月10日に夢を発信するプレスリリースを無料化、230社が参加（エイプリルフールのプレスリリースには2020年は47社、2019年は128社が参加）
- 東京駅・新宿駅・池袋駅に大型ポスター（縦2060mm×横14560mm）の掲出を急遽中止、多数の人が往来する場所で人を立ち止まらせ、人だかりをつくる意図がある施策は不相当だと判断



とりあえず、できないことを言ってみる。
とりあえず、「それムリでしょ」っていうことを言ってみる。
でも、それを「夢だね」と思えたら、
叶えられるかもしれない。

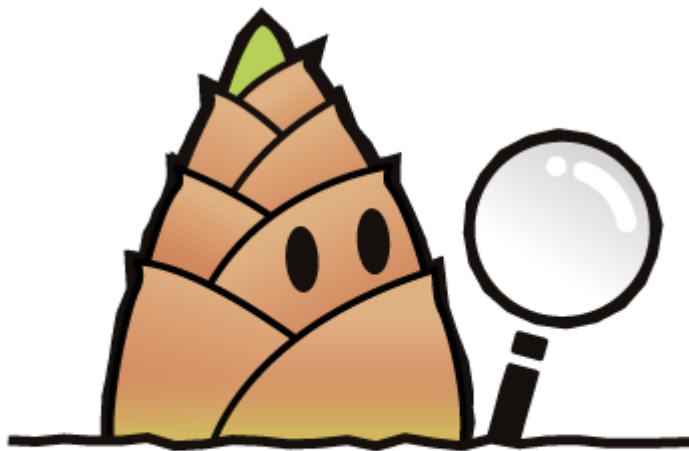
ひょっとしたら、
世界を変えてきたすごいことは、
そんなことから始まっているかもしれない。

ふだんは口に出せないようなバカげたことを、言ってもいい。
ふだんは、人に笑われてしまうような夢物語を、言ってもいい。

それを、どうしたら叶えられるかを、真剣に考えてみる。

4月1日が、そんな日になれますように。

新商品プレスリリースやトレンドワードのデータ提供により、記者の働き方改革にもつなげようという人工知能（AI）活用の試みに協力



みつけーた

プレスリリースの配信サービスサイト「PR TIMES」から対象のリリースを拾い出して記事生成を試みたところ、飲食品は比較的記事化しやすい半面、一つのプレスリリースに複数の商品が記載されているケースなどは記事化が難しい、といった手応えや課題がみえてきました。

19年秋には、かなりの数の商品紹介記事を、紙面掲載記事と遜色ないレベルで書けるようになりました。

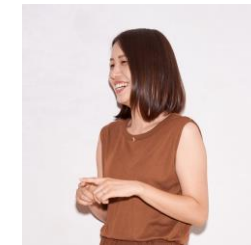
“朝日新聞のAI経済記者「みつけーた」がデビュー”の記事から抜粋
<https://www.asahi.com/articles/ASN3L65M6N3KULFA00M.html>

- イメージするのは、使えば使うほど“自分のもの”になっていく「教科書」のようなメディア。未経験からスタートする時にも、様々な経験の上で更なる挑戦を志向する時にも、知りたいことが理解できることで広報の楽しさが一層育まれ、次の一歩が踏み出せる、そのようなWebメディアを目指す。
- 編集部は、PR TIMES社員に加え、現役の広報担当者、広報コミュニティの主催者、メディア記者、経営者、メディア運営のプロフェッショナルと、それぞれ専門性が異なる社内外のメンバーによって構成。



<https://prtimes.jp/magazine>

MAGAZINE編集部



PR TIMES 執行役員 兼 社長室長
名越 里美

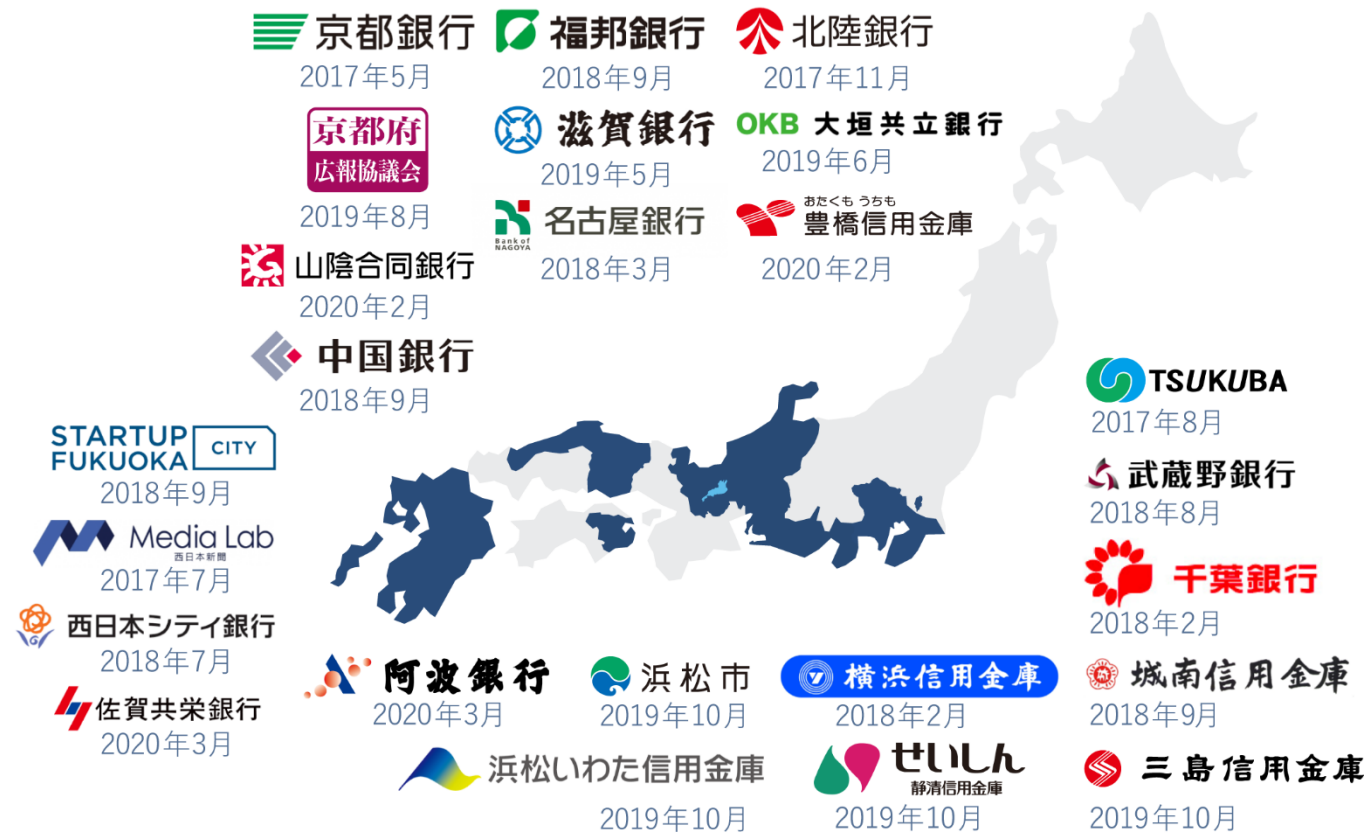


ism CEO
鈴木 碩子



#PRLT 代表
岡 陽香

- 2020年2、3月に豊橋信用金庫、山陰合同銀行、阿波銀行、佐賀共栄銀行と提携
- 地方情報流通のための提携は計24例に



- 実際にプレスリリース配信サービス「PR TIMES」をご利用いただいているお客様の声を形に
- タクシー広告への出稿と、PR TIMES 1社提供のTV番組「行動者たち」（テレビ東京／BSテレビ東京）にて2月末までオンエア



「伝えたいことを、届けたい人へ ～ある会社～」 篇



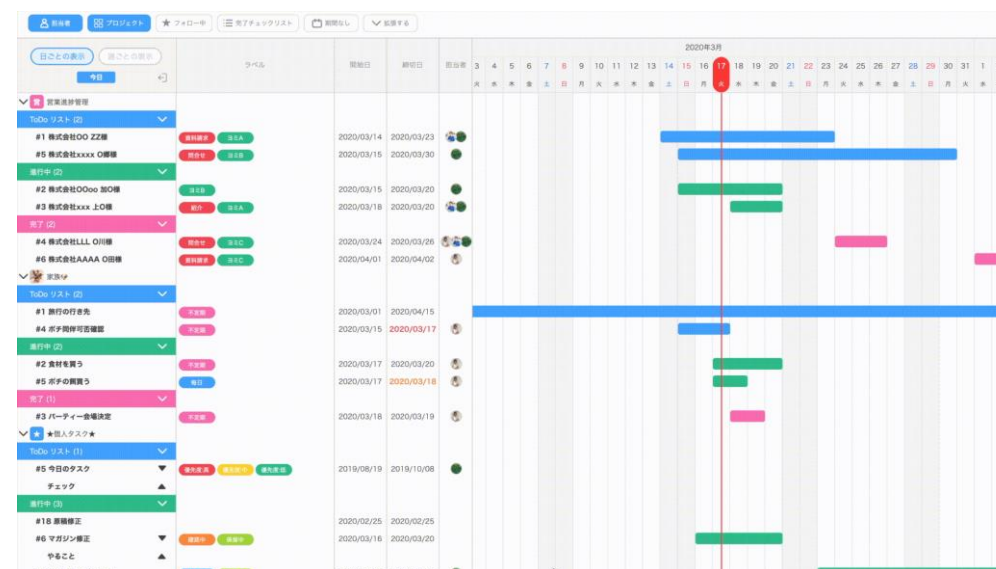
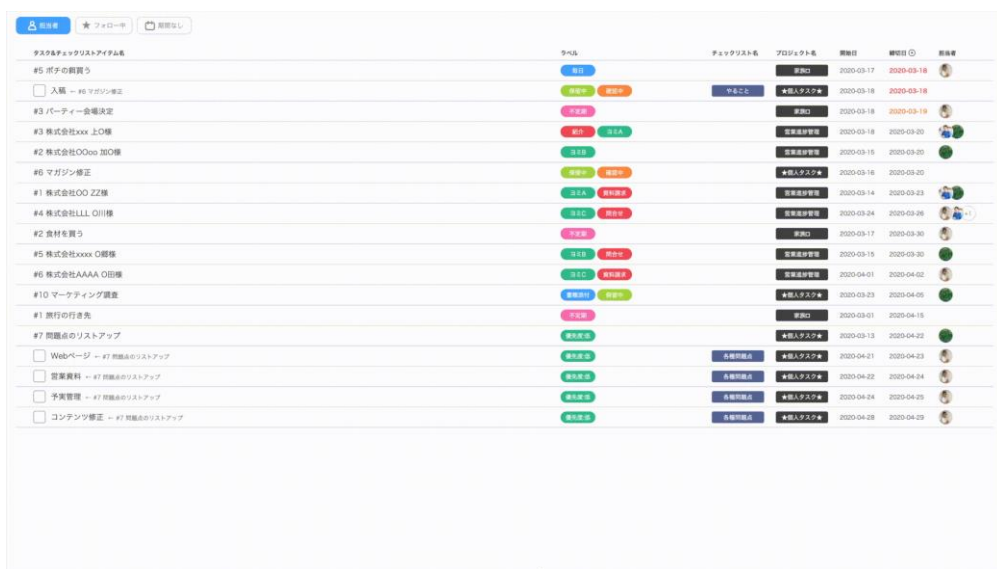
株式会社ライトアップ 代表取締役社長 白石崇氏が出演

- 新型コロナウイルスの影響でイベント開催できない状況下、オンライン開催を検討する企業が増えている
- 一方で、一般公開するオンライン会見の経験がなくオンライン開催を足踏みするケースがある
- PR TIMES LIVEはこれまで誰でも視聴できる方式のみだったが、メディア限定公開するプランを追加

サービス内容	<ul style="list-style-type: none">• メディア限定公開型ライブ配信• メディアユーザーへの事前案内• ダイジェスト動画の制作、公開 公開可能な場合、5万回再生保証• 報道用素材制作：スチール素材• 報道用素材制作：未編集映像• 報道用素材制作：文字起こし
想定視聴者	<ul style="list-style-type: none">• 事前案内のメディアユーザー• クライアントから案内したメディア関係者
料金	80万円（税別）



- Jootoを活用するユーザー1,974名のアンケート調査によると、79.6%が複数のプロジェクトに参加
- プロジェクトを横断して一斉に表示する機能を新たに追加、リスト表示でもガントチャートでも利用可能



- 事あるごとに質問を繰り返す部長と、情報伝達や報連相にITを活用した若手メンバーとのやりとりを通じて、仕事を滞らせてしまう一幕をコミカルに表現
- タクシー広告への出稿と、PR TIMES 1社提供のTV番組「行動者たち」（テレビ東京/BSテレビ東京）にて3月末までオンエア



Jooto CM「部長が持ってます！」篇



Jooto CM「Jooto使ってます！」篇

コーポレート：サテライトオフィスの開設

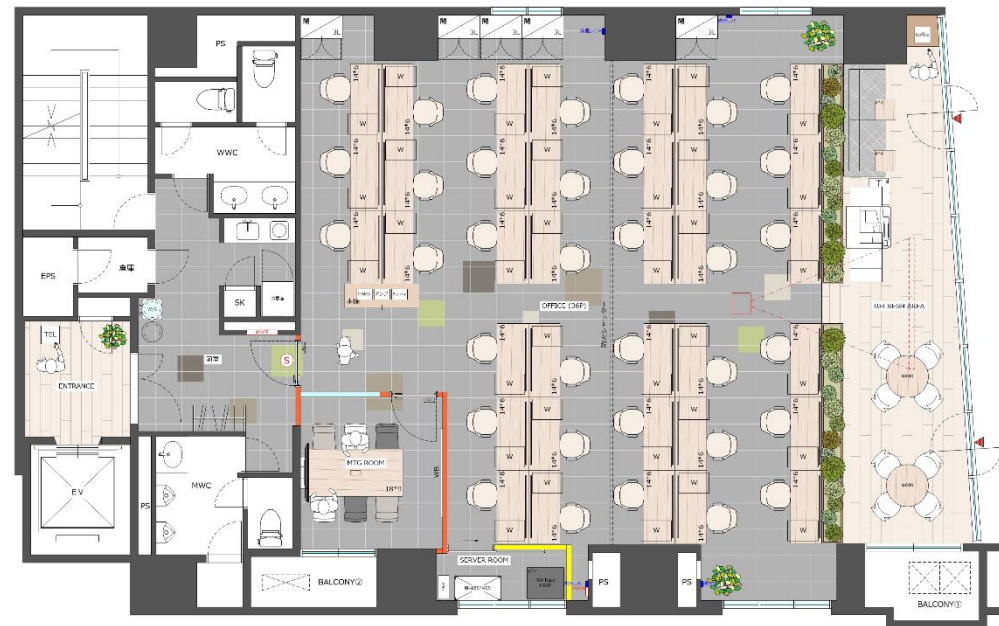
- 組織拡大にともない、本社オフィス近隣にサテライトオフィスを開設
- 本社オフィスと同一ビルの別フロアに増床を検討しましたが、費用対効果の観点で近隣を選択
- コスト増は単年度あたり20百万円以下を見込む

住所 東京都港区南青山2-23-8 外苑ビル 3階

坪数 55.58坪

開設日 2020年4月1日

連絡先 電話番号、FAX番号ともに変更なし



行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

インターネットが人の生活に入りこみ始めて四半世紀。
一人ひとりが情報を編集・発信できるようになった。
そして、テクノロジーによってかき集められた情報が無造作に拡散されることも増え続けている。
本当に必要な情報や本当に触れたい感情や思いに出会う確率は、
残念ながら、総じて減ってきている。

揺るぎない真実は、何を言ったかではなく、何をしたか。
その行動は嘘をつかない。

ゆえに、行動者の情報価値が高まっていくことに、インターネットやテクノロジーの力が発揮されることに意味がある。
頑張りに直結した情報が、最も確かで人の心を揺さぶる潮流を生み出す。
スポーツでも芸術でも、政治でも経済でも、そして、仕事でも家庭でも。
それが、大きいことでも、小さいことでも。

行動者発の情報の質と流通速度が上がっていくことで、それが世の中の情報のメインストリームになれる。
そこから生まれる物語が、思いが、
一人ひとりの、そして、世の中の心を揺さぶっていく。
ポジティブなエネルギーが循環していく。
そのプラットフォームになることが私たちの使命です。

本資料の端数処理につきましては、百万円単位未満の表示は切り捨て、%(パーセント)の表示は小数点第1位未満四捨五入を原則としております。

本資料に記載した意見や予測は、資料作成現時点における当社の見解であり、その情報の正確性を保証するものではありません。

実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があることをご了承願います。

PR TIMES