

PR TIMES

2020年度第3四半期 決算説明資料

2021年1月12日

01

2020年度第3四半期 四半期決算

02

2020年度第3四半期 サービス動向

03

トピックス&参考情報

2020
**First Half
Corporate
Party**

2020
**First Half
Corporate
Party**

売上高が四半期で初めて10億円を突破、売上高と営業利益は3四半期連続で過去最高を更新

(単位：百万円)	2019年度		2020年度			前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
	連結 3Q	連結 4Q	1Q	2Q	3Q		
売上高	790	725	819	921	1,027	130.0%	111.5%
売上総利益	649	617	700	778	885	136.4%	113.7%
(粗利率)	(82.2%)	(85.0%)	(85.4%)	(84.5%)	(86.2%)	—	—
販売管理費	469	581	422	424	414	88.1%	97.5%
内、広告宣伝費	142	248	96	77	64	45.0%	82.9%
営業利益	179	35	277	354	471	262.3%	133.1%
(営業利益率)	(22.8%)	(4.9%)	(33.9%)	(38.4%)	(45.9%)	—	—
経常利益	180	35	277	354	472	262.1%	133.2%
当期純利益	121	36	381	220	324	266.9%	147.4%

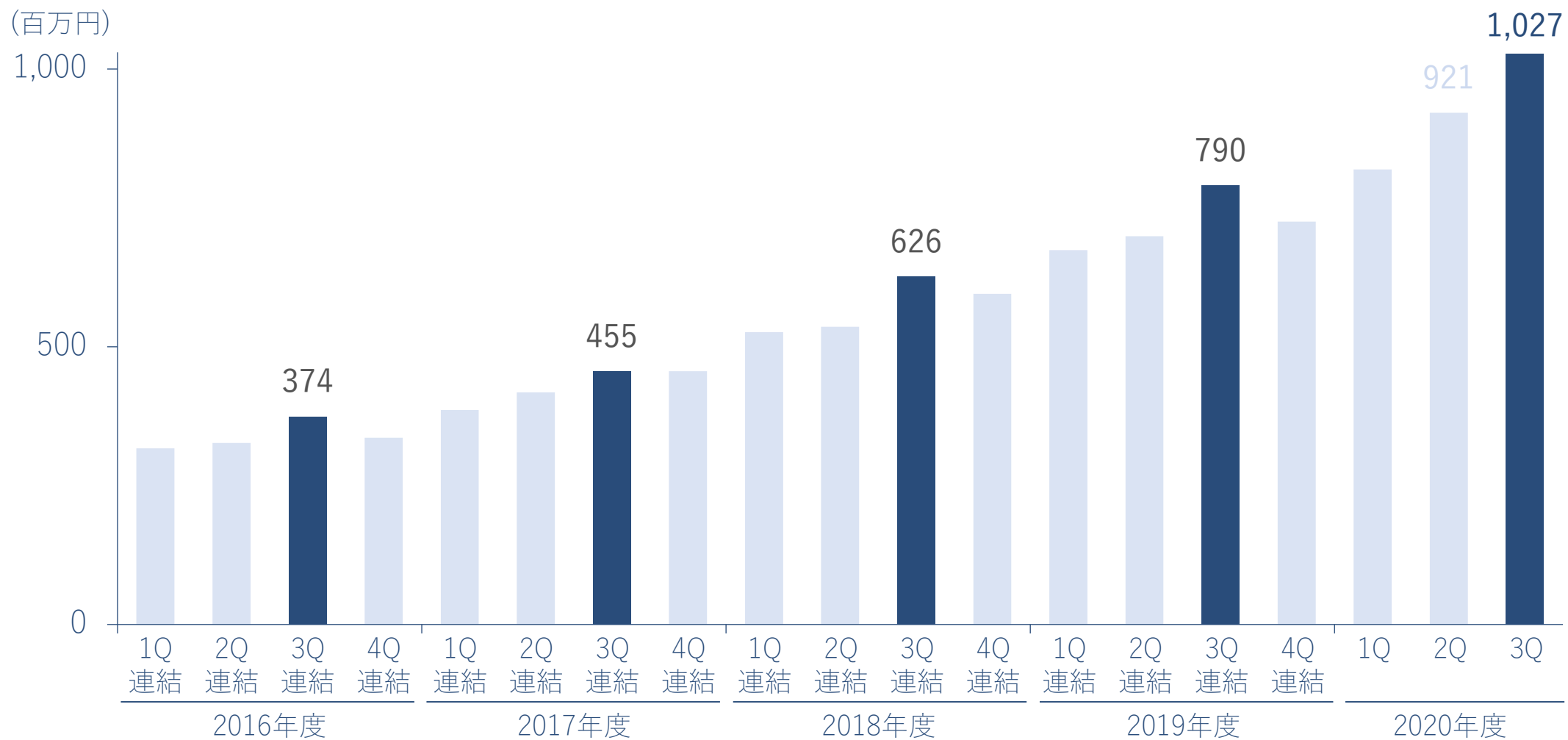
営業利益・経常利益・当期純利益は既に2020年4月14日に公表した業績予想を上振れ

(単位：百万円)	2019年度 連結 3Q累計	2020年度 3Q累計	前年同期比	当期業績予想	
				通期	進捗率
売上高	2,165	2,769	127.9%	3,357	82.5%
売上総利益	1,816	2,365	130.2%	—	—
(粗利率)	(83.9%)	(85.4%)	—	—	—
販売管理費	1,291	1,261	97.7%	—	—
内、広告宣伝費	330	237	72.0%	—	—
営業利益	525	1,103	210.2%	757	145.8%
(営業利益率)	(24.3%)	(39.9%)	—	(22.5%)	—
経常利益	525	1,104	210.3%	753	146.6%
当期純利益	284	926	325.4%	707	131.0%

※当期業績予想は2020年4月14日発表の数値を使用しています。

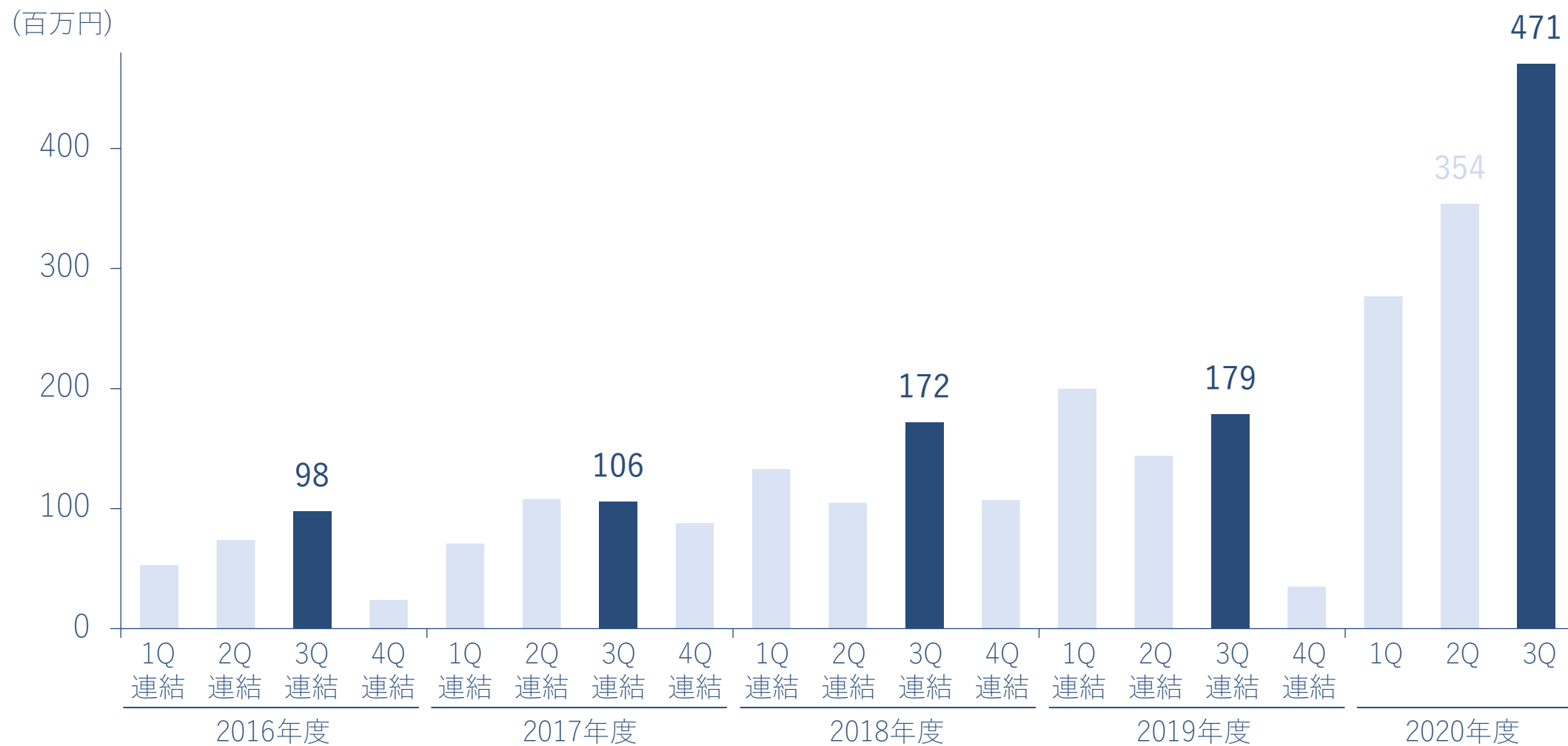
四半期売上高の推移

売上高は1,027百万円と3四半期連続で過去最高を更新



四半期営業利益の推移

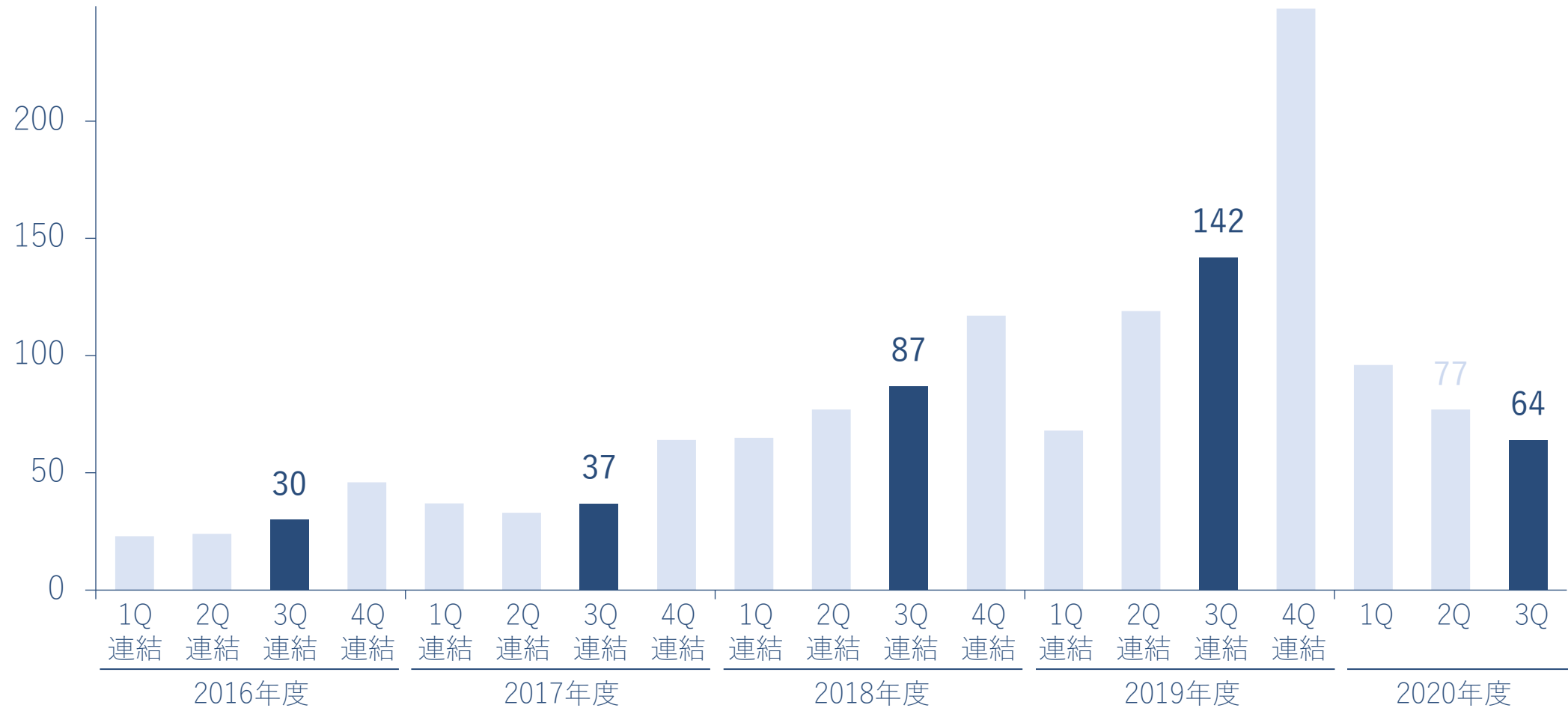
営業利益は471百万円と3四半期連続で過去最高を更新



四半期広告宣伝費の推移

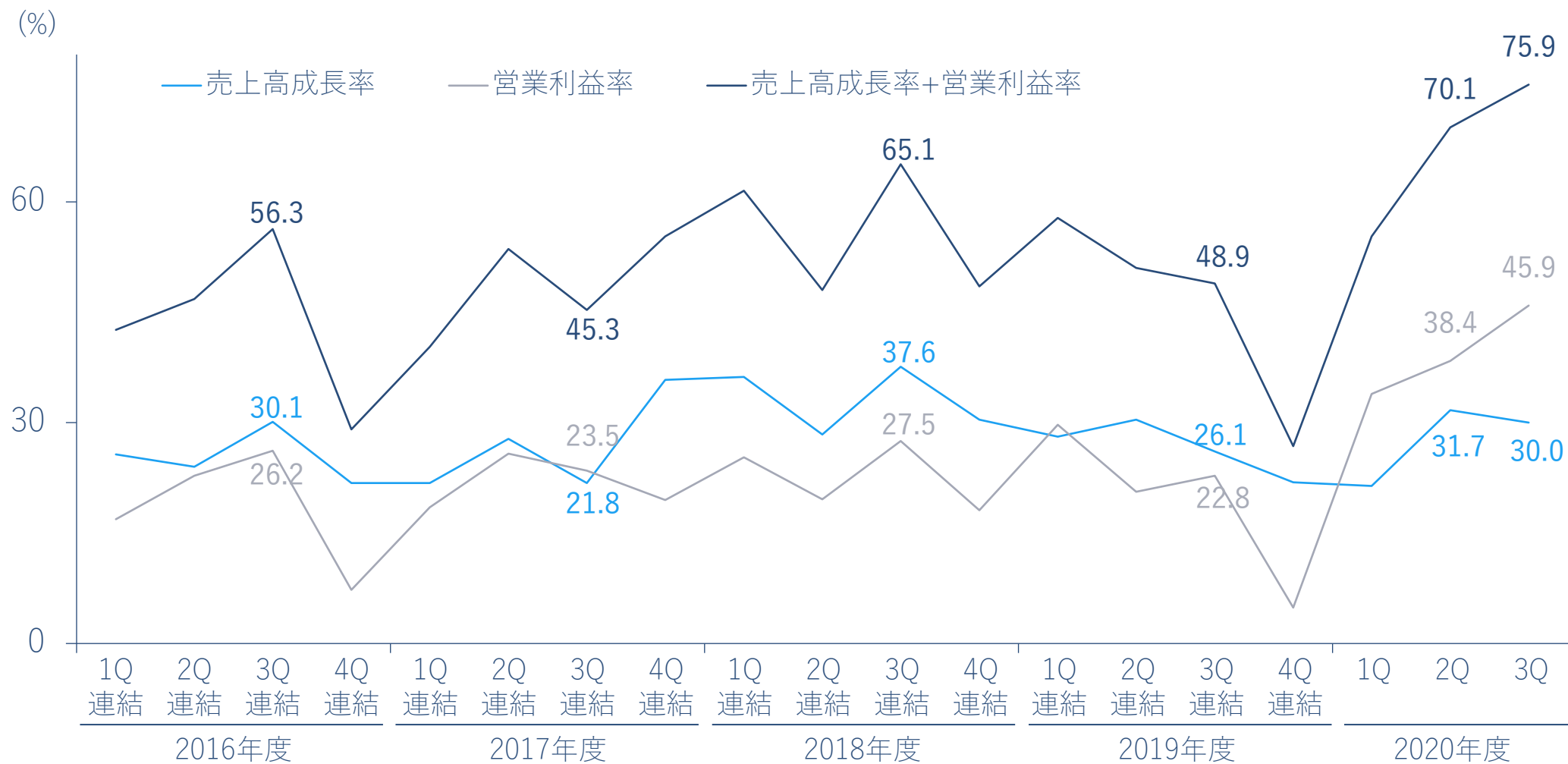
日経新聞への企業広告をきっかけに募集し、集まった「PRの使命」を『広報会議』『Forbes Japan』に広告掲出、広告宣伝への投資は予定通りに進行

(百万円)



売上高成長率と営業利益率の推移

営業利益率は45.9%と2四半期連続で過去最高を更新し、売上高成長率+営業利益率も75.9%と2四半期連続で過去最高を更新

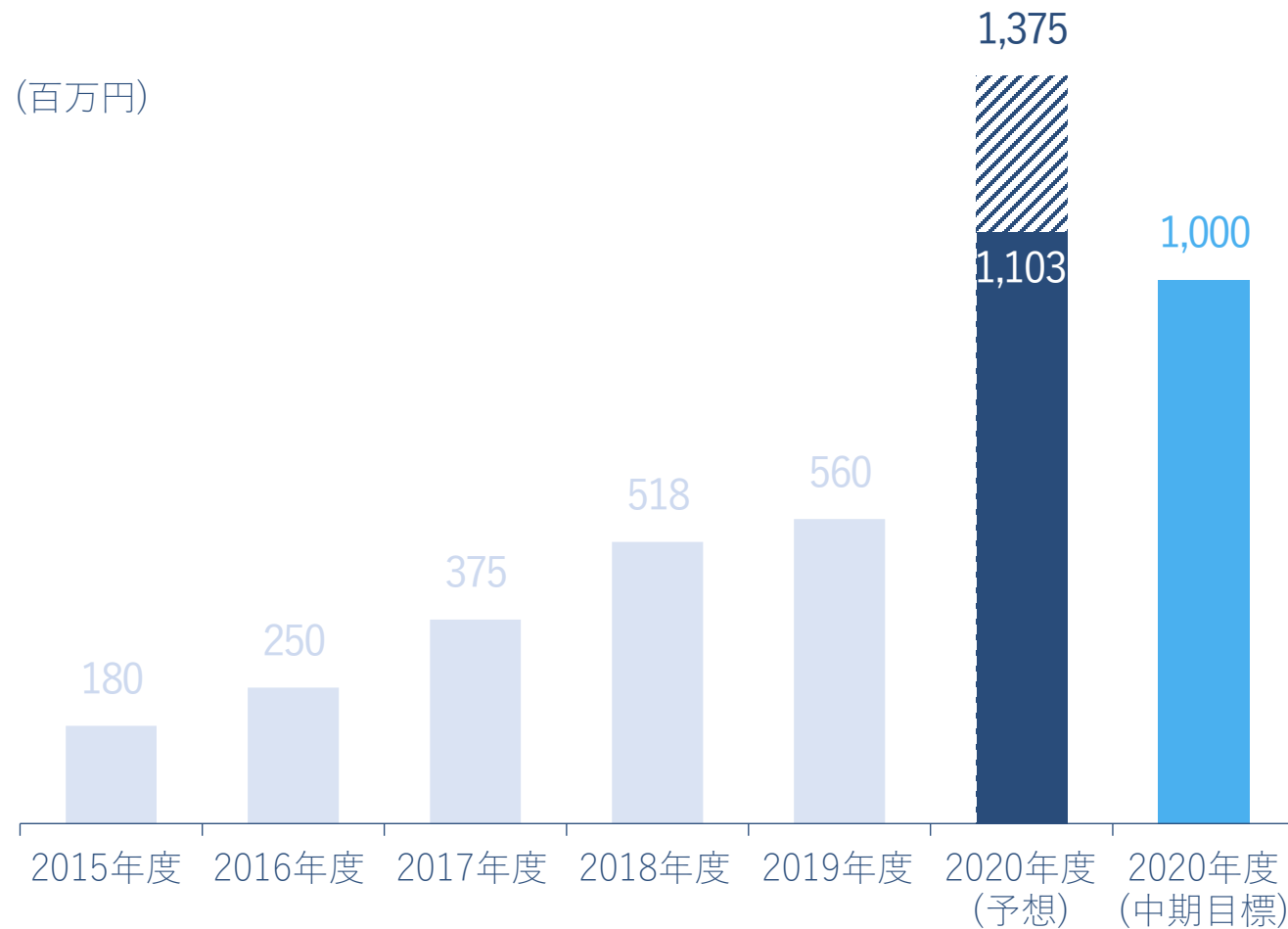


2020年度業績予想の修正

- 業績動向を踏まえ、当期の通期業績予想を上方修正
- 新型コロナウイルス感染症拡大及び緊急事態宣言発令による悪影響が、決算期である2月末までは続くことを想定

(単位：百万円)	前回予想	修正予想	増減額	(実績)	
				2020年度 3Q累計	進捗率
売上高	3,357	3,770	+413	2,769	73.5%
営業利益	757	1,375	+618	1,103	80.2%
経常利益	753	1,375	+622	1,104	80.3%
当期純利益	707	1,085	+378	926	85.3%

- 2016年度に公表した中期業績目標である2020年度 営業利益10億円を達成見込み
- 営業利益10億円が達成されれば、第3回および第4回新株予約権の行使条件が満たされ、合算で最大720,000株(5.4%)希薄化しますが、自己株式416,882株から最大限充当予定



新株予約権行使条件

第3回新株予約権

営業利益	付与割合	付与株式数
10億円	100%	144,000株
9億円	90%	129,600株
8億円	80%	115,200株
7億円	70%	100,800株

第4回新株予約権

営業利益	付与割合	付与株式数
10億円	100%	576,000株
9億円	90%	518,400株
8億円	80%	460,800株
7億円	70%	403,200株

- 利益の増加とともに、現預金も着実に増加
- 株式会社ismの買収により固定資産は前年同期比で133.1%、前四半期比で114.3%と増加

(単位：百万円)	連結 2019年11月末	2020年8月末	2020年11月末	前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
流動資産	2,027	2,363	2,709	133.6%	114.6%
内、現預金	1,483	1,822	2,180	147.0%	119.7%
固定資産	319	368	414	129.7%	112.7%
総資産	2,347	2,732	3,124	133.1%	114.3%
流動負債	469	650	718	153.1%	110.5%
内、前受収益	121	178	167	138.6%	93.9%
固定負債	6	7	6	100.6%	87.9%
純資産	1,871	2,074	2,398	128.2%	115.6%

※当社は2021年2月1日を効力発生日として株式会社ismを吸収合併する予定です。

01 2020年度第3四半期 四半期決算

02 2020年度第3四半期 サービス動向

03 トピックス&参考情報

PR TIMES



<https://prtimes.jp>

利用者

KPI

(2020年11月末時点)

企業

利用企業社数	47,324社
国内上場企業利用率	43.1%(1,652社/3,836社)
プレスリリース件数	21,746本/月(2020.10)
プレスリリース素材	画像 109,702点/月(2020.10) 動画 1,802点/月(2020.11)

メディア

配信メディアリスト	12,148媒体
メディアユーザー数	19,574名
パートナーメディア	199媒体

メディア/
生活者

サイト閲覧数	5,221万PV/月(2020.5)
SNSアカウント	Facebook 127,626 Twitter 178,079

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

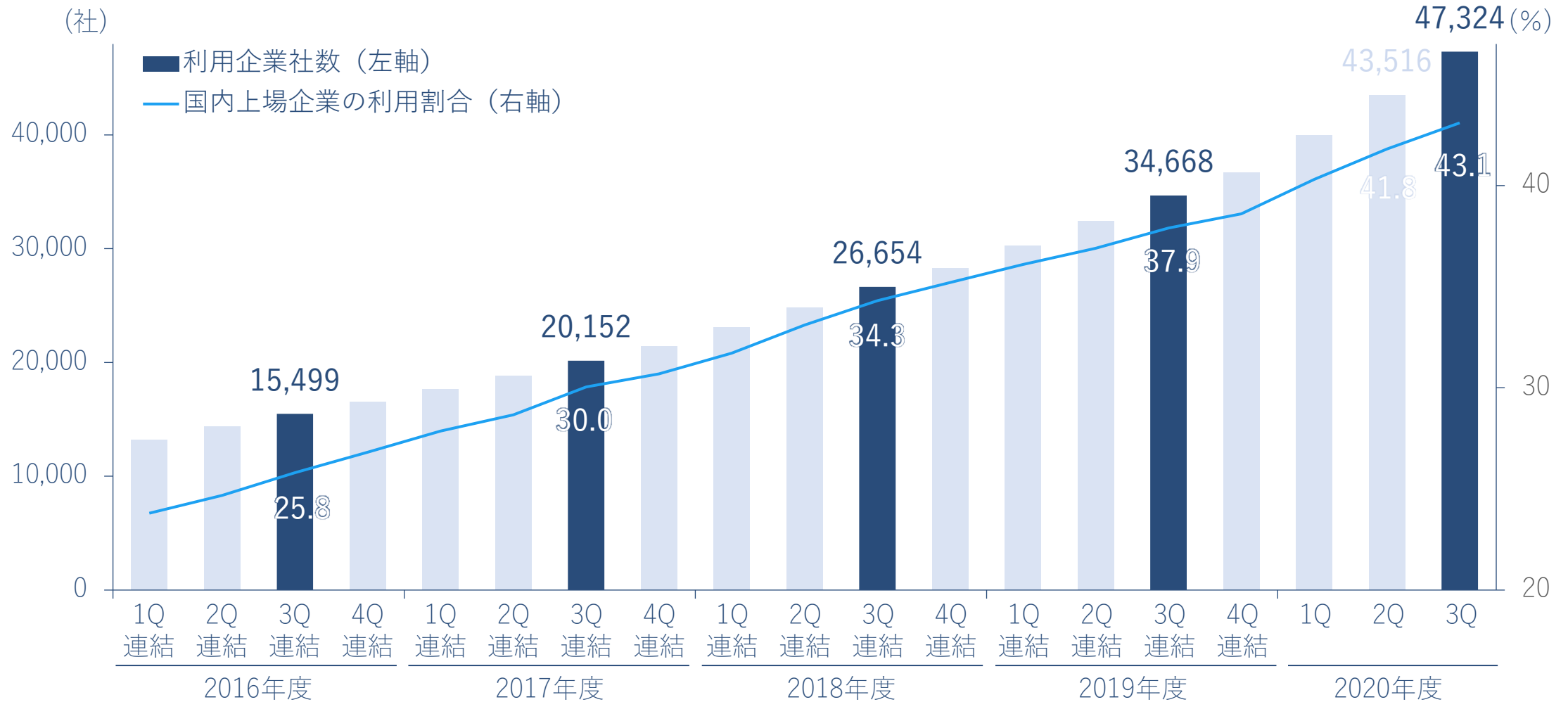
No.	掲載日	媒体名	種類	内容
1	9月1日	BZ空間	雑誌	オフィス、役員取材
2	9月1日	戦略経営者	雑誌	PR TIMES
3	9月11日	日本経済新聞（電子版）	Web	ism
4	9月11日	M&A Times	Web	ism
5	9月11日	M&A Online	Web	ism
6	9月14日	ASCII.jp	Web	ism
7	9月14日	AdGang	Web	観光復興ガイド
8	9月24日	戦略経営者	Web	PR TIMES
9	9月29日	ASCII.jp	Web	PR TIMES STORY
10	9月30日	日本経済新聞（電子版）	Web	APU
11	10月1日	西日本新聞	新聞	APU
12	10月1日	プレーン	雑誌	日経新聞広告
13	10月1日	VOIX biz	Web	APU
14	10月2日	日本経済新聞（福岡）	新聞	APU
15	10月2日	ニッキン	新聞	七十七銀行
16	10月2日	日本経済新聞（電子版）	Web	APU
17	10月4日	教育家庭新聞	Web	APU
18	10月5日	ASCII.jp	Web	APU
19	10月5日	Fukuoka Now	Web	APU
20	10月10日	大分合同新聞	新聞	APU

No.	掲載日	媒体名	種類	内容
21	10月10日	大分合同新聞プレミアムオンラインGate	Web	APU
22	10月13日	RTB SQUARE	Web	業績
23	10月13日	Media Innovation	Web	業績
24	10月14日	日本経済新聞（東京・大阪・名古屋・福岡・札幌）	新聞	APU
25	10月14日	日経産業新聞（東京・大阪）	新聞	APU
26	10月14日	strainer	Web	業績
27	10月14日	日本経済新聞（電子版）	Web	APU
28	10月23日	ferret	Web	代表登壇
29	10月25日	THE WEDDING JOURNAL	新聞	PR TIMES
30	11月3日	日刊ゲンダイ	新聞	業績
31	11月6日	マナミナ	Web	Jooto
32	11月12日	@DIME	Web	Jooto
33	11月13日	沖縄タイムス	新聞	琉球銀行
34	11月13日	全私学新聞	新聞	APU
35	11月13日	DIAMOND SIGNAL	Web	代表インタビュー
36	11月24日	Biz/Zine	Web	代表登壇
37	11月26日	ASCII.jp	Web	ロコの星プロジェクト

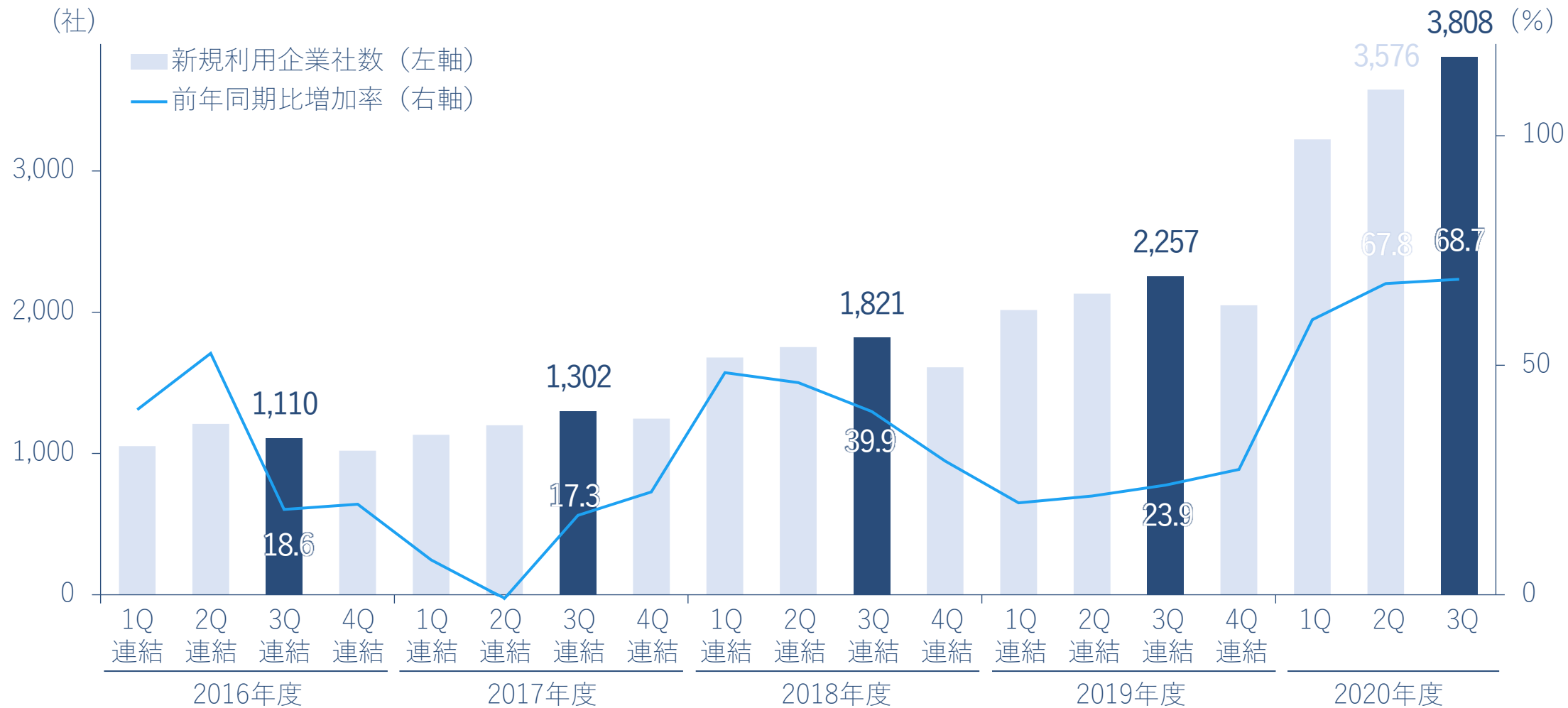
（2020年9月～2020年11月、掲載日順）

- 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。
- AdGangは当社運営メディアです。それぞれ編集部判断で媒体方針に見合う場合、パブリシティ掲載されます。
- 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。

- 利用企業社数が47,324社に到達（前年同期比12,656社増・前四半期比3,808社増）
- 上場企業のうち43.1%（1,652社／3,836社）が利用

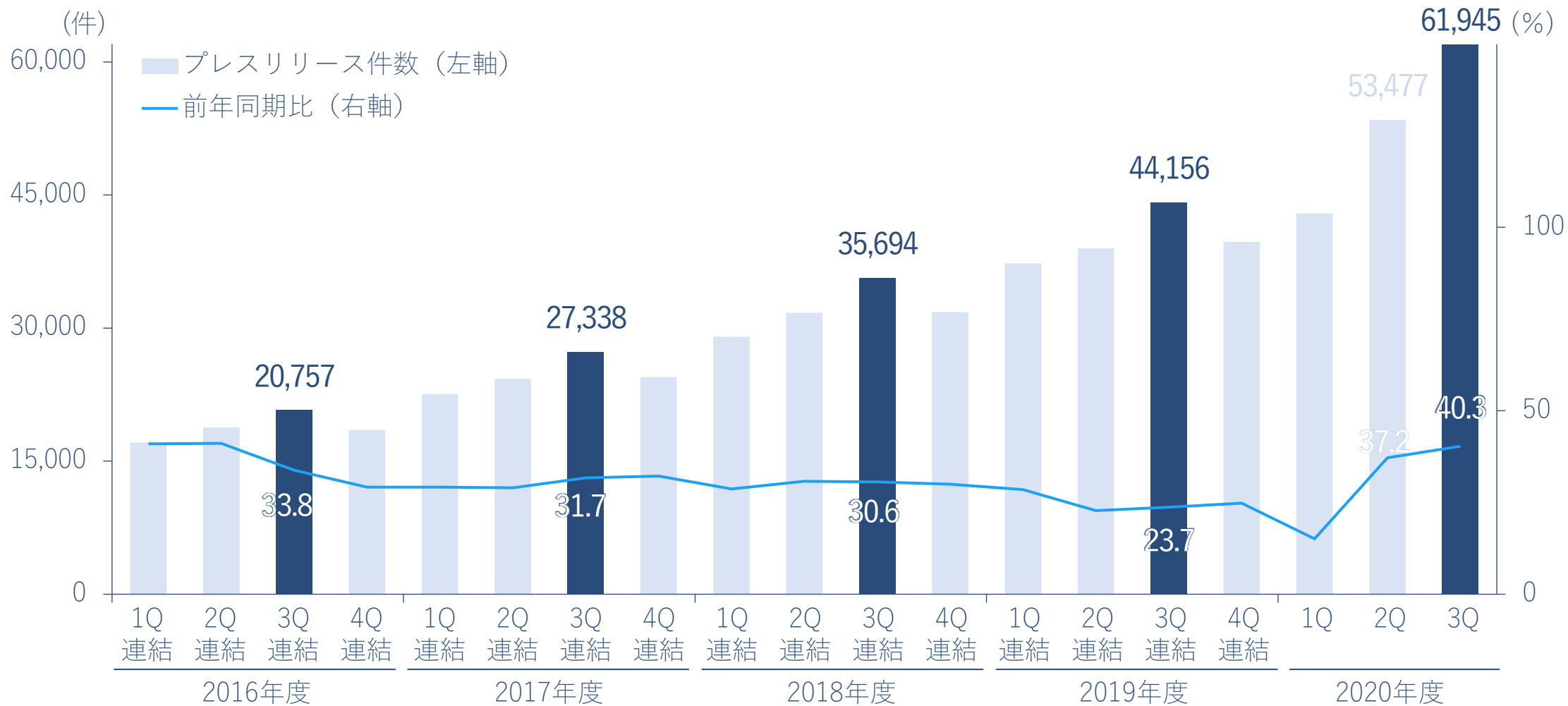


新規利用企業社数は3,808社（前年同期比1,551社増・前四半期比232社増）と3四半期連続で過去最高を更新



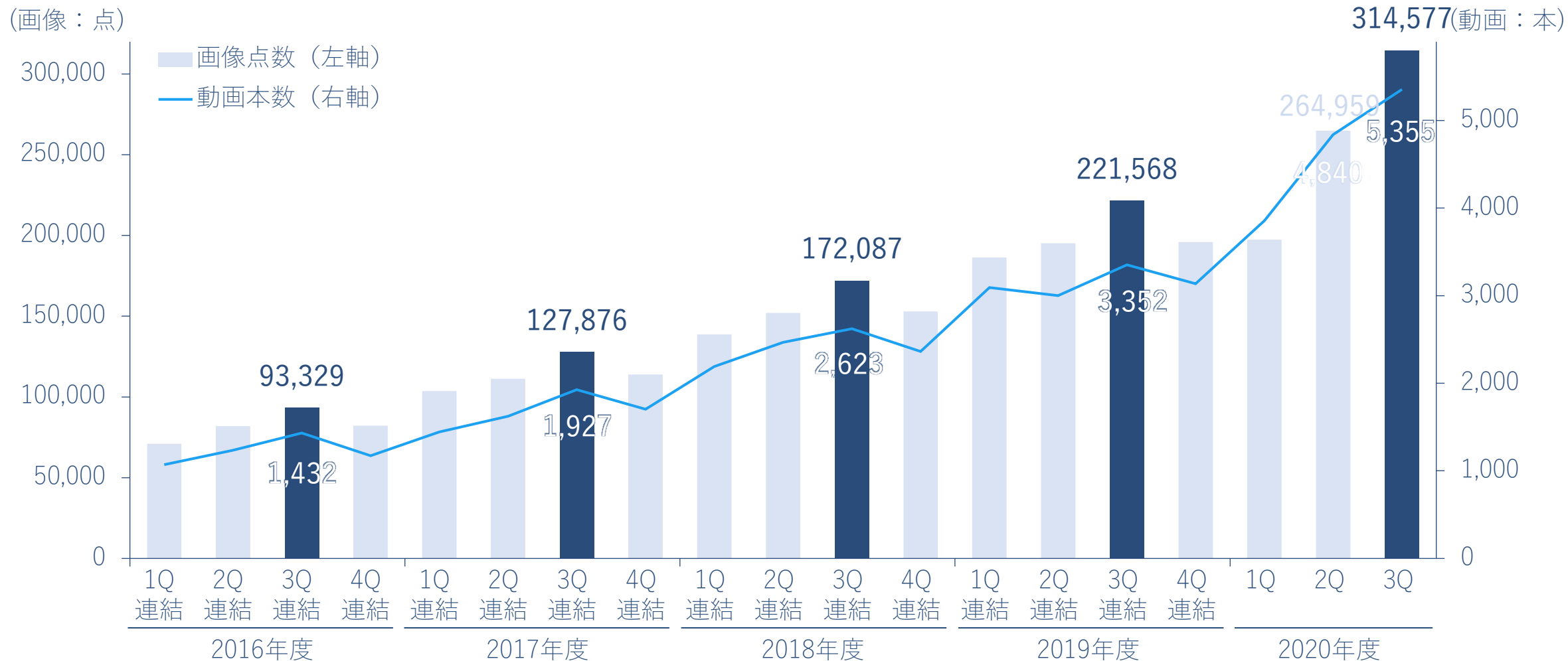
PR TIMES：プレスリリース件数の推移

プレスリリース件数は61,945（前年同期比40.3%増・前四半期比15.8%増）と2四半期連続で過去最高を更新

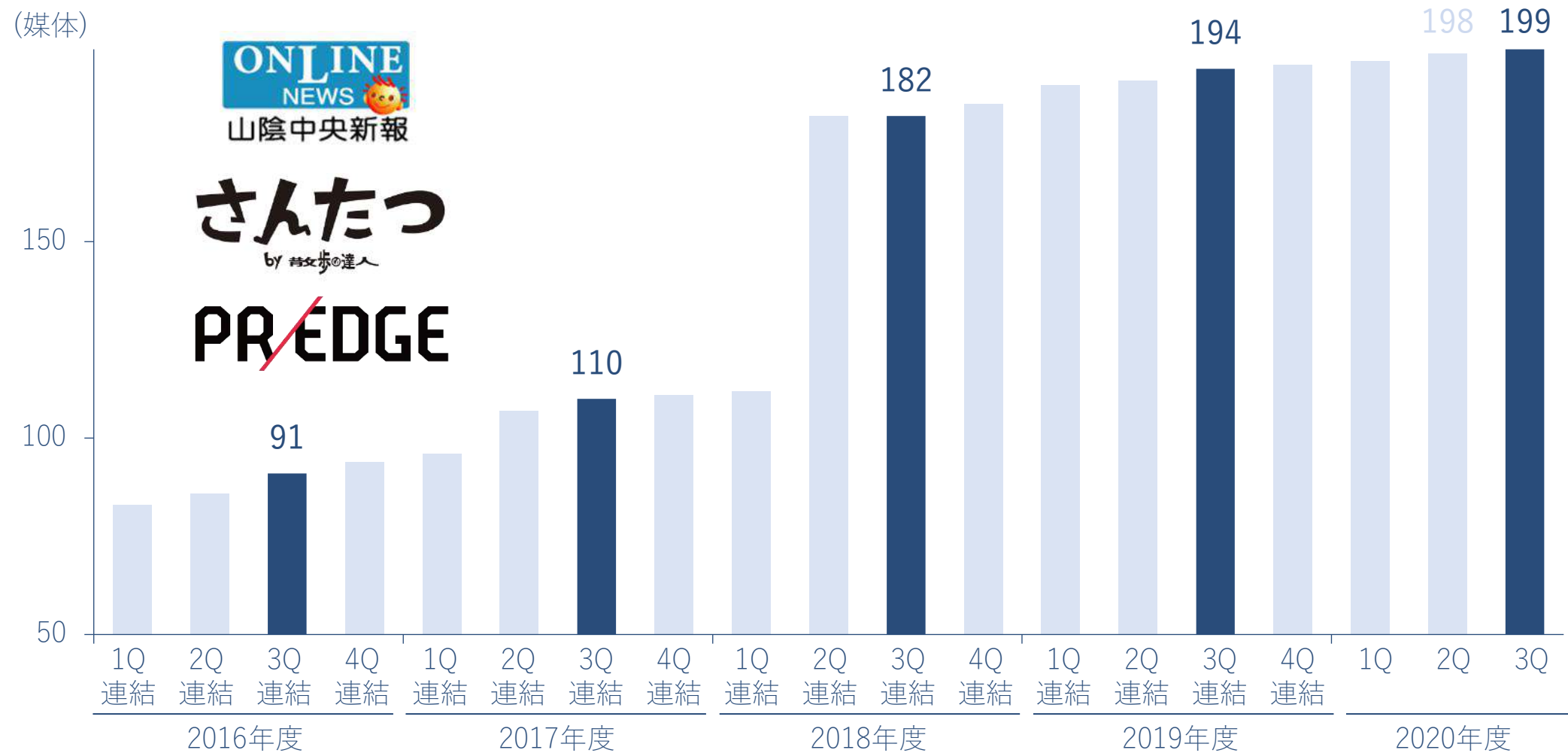


PR TIMES：プレスリリース素材(画像と動画)の推移

画像は314,577点（前年同期比42.0%増・前四半期比18.7%増）、動画は5,355本（前年同期比59.8%増・前四半期比10.6%増）



パートナーメディア数は前四半期比1媒体純増で199媒体、8四半期連続で過去最高を更新



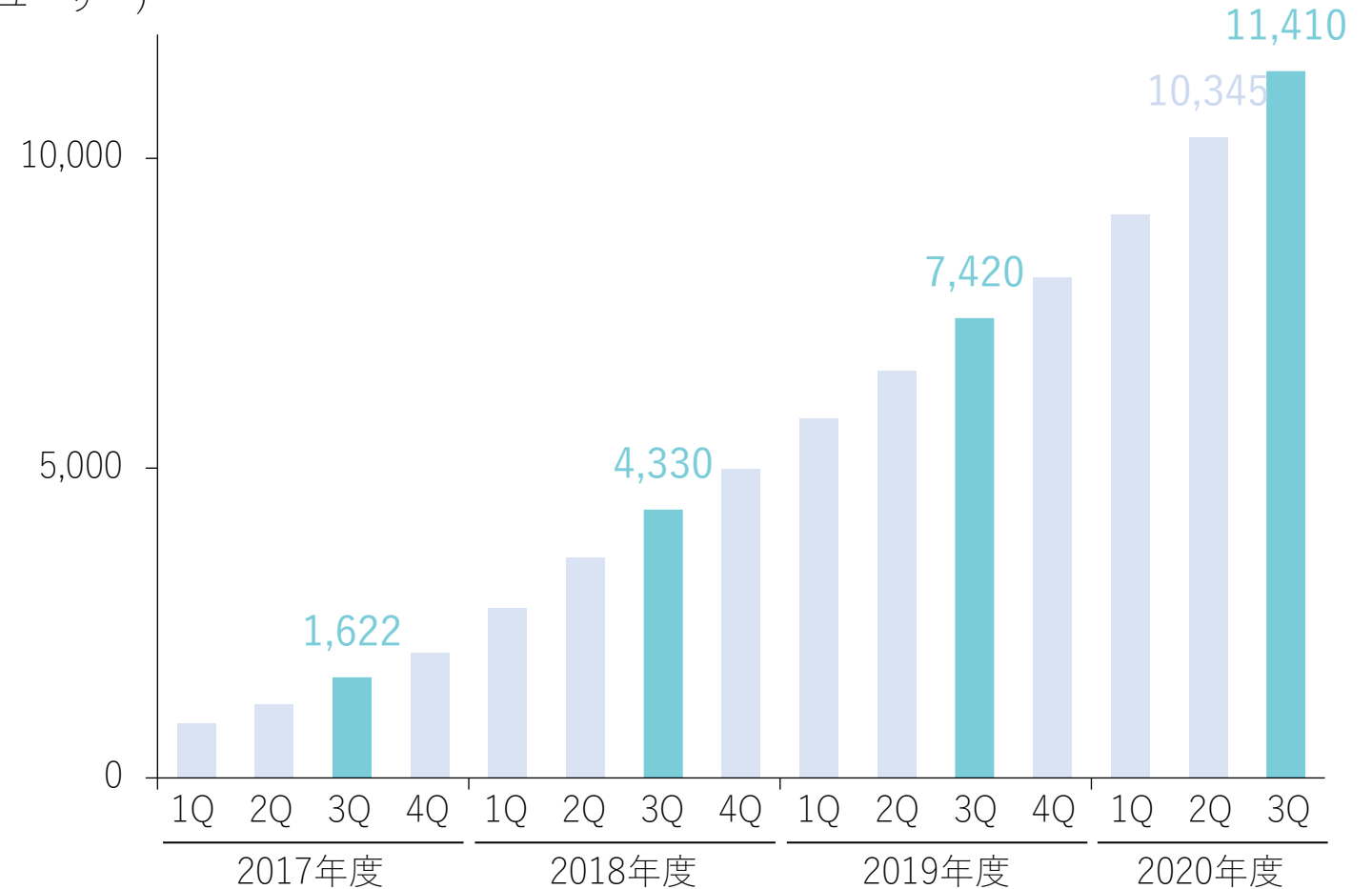
Webクリッピング：ユーザー数の推移

ユーザー数は11,410名(前年同期比3,990名増 53.8%増、前四半期比1,065名増 10.3%増)



<https://webclipping.jp>

(ユーザー)

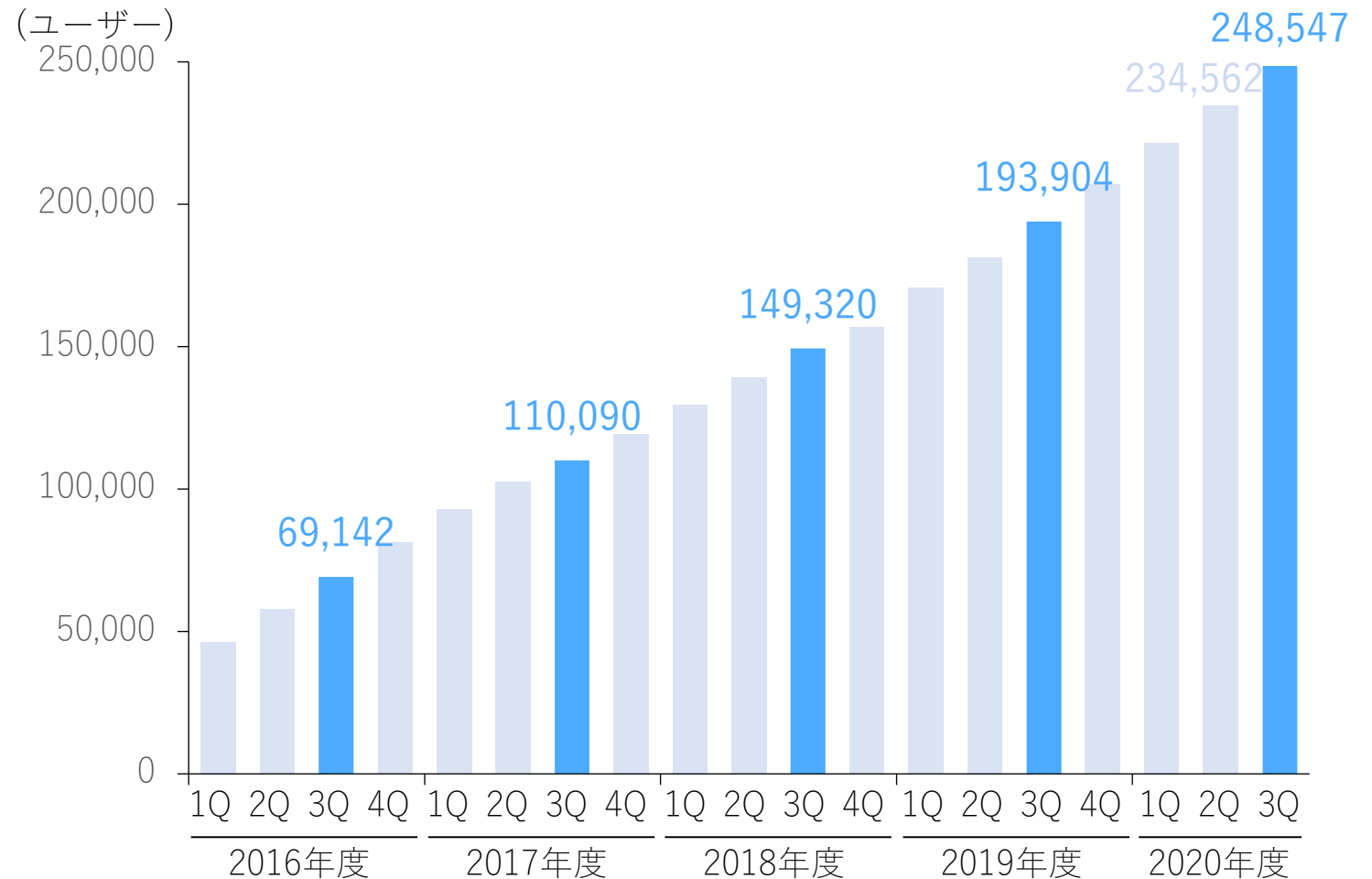


Jooto : ユーザー数の推移

ユーザー数は248,547名（前年同期比54,643名増 28.2%増、前四半期比13,985名増 6.0%増）

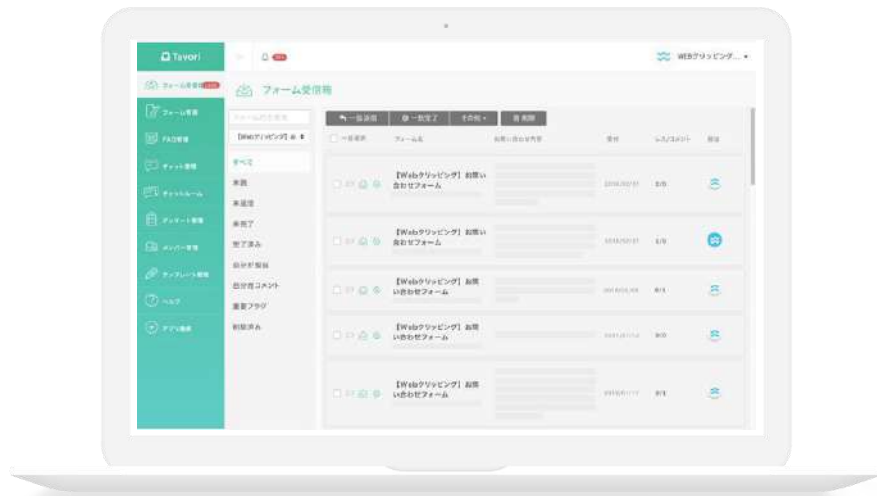



<https://jooto.com>

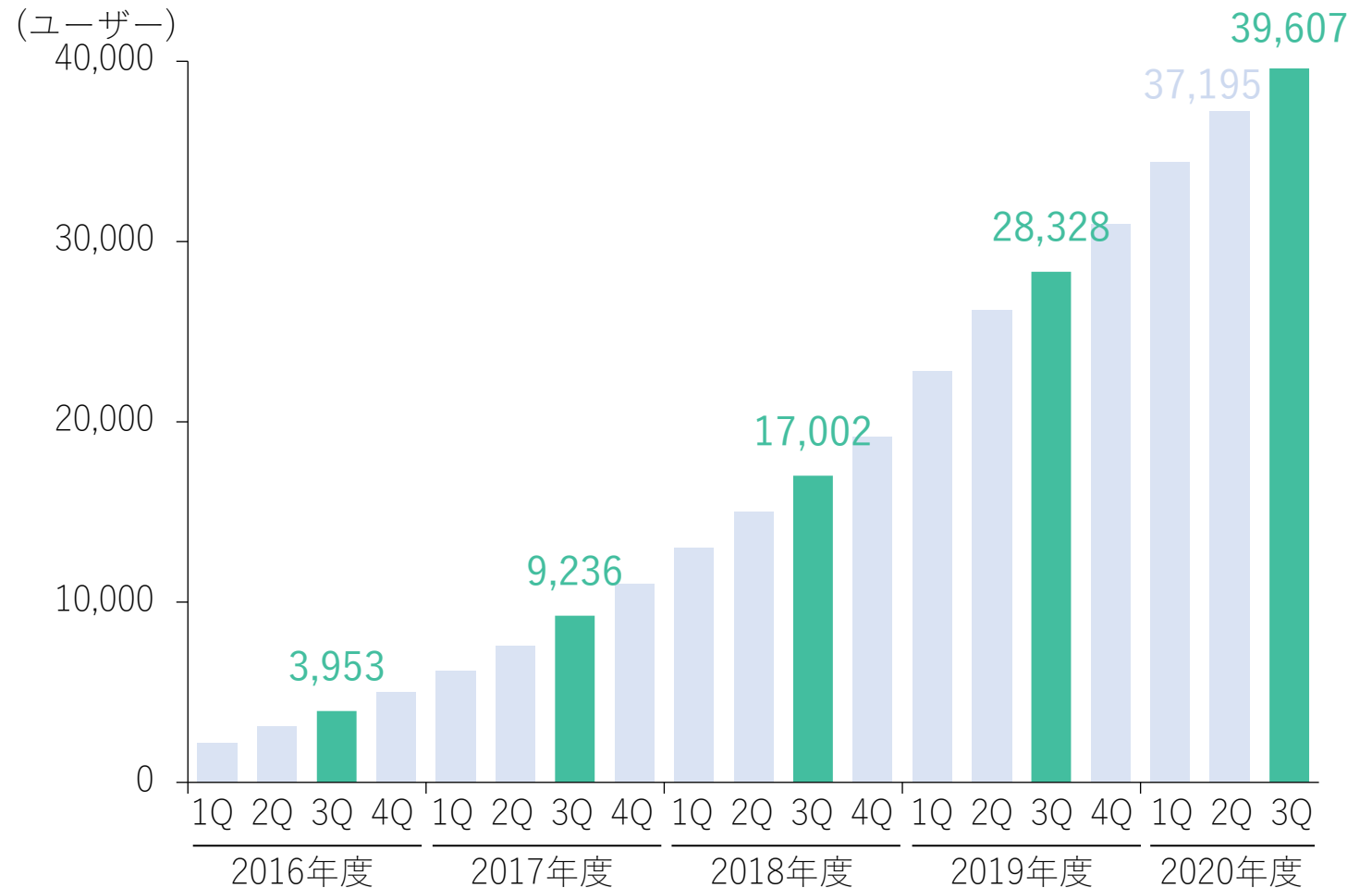


Tayori : ユーザー数の推移

ユーザー数は39,607名（前年同期比11,279名増 39.8%増、前四半期比2,412名増 6.5%増）



<https://tayori.com>





01

2020年度第3四半期 四半期決算

02

2020年度第3四半期 サービス動向

03

トピックス & 参考情報

- 2021年1月7日に緊急事態宣言が再発令され、東京、神奈川、埼玉、千葉を対象に、1月8日から2月7日の期間、午後8時までの営業時間短縮が実施
- 当社として提供できる支援のかたちの一つとして、要請を受けて営業時間を短縮されるお客様に対し、契約の一部無償化および一時停止の特別対応を実施
- 本措置により当社売上高は単月で最大4百万円超の減額を見込む

<対象アカウント>

以下3点をすべて満たすアカウントが対象です。

1. PR TIMESご利用企業様のうち、2021年1月7日に発令された緊急事態宣言を受けた営業時間短縮の要請対象である飲食店等運営の企業・団体様
2. 1の要請をうけ、営業時間を短縮する企業・団体様
3. 下記お申込みフォームより2021年1月31日（日）24時までにお申込みを頂いた企業・団体様

【お申込みフォーム】

<https://tayori.com/f/20210107-support>

<実施内容>

1. 従量課金プラン契約中のアカウントに対し、1月8日～2月7日の期間中に配信される、営業縮小中の代替サービスなど営業時間短縮対応に伴うプレスリリースを、2件まで無料提供します。
2. 年間契約プラン、半年契約プラン、チケットプラン契約中のアカウントについて、1月1日～1月31日開始分のご契約を一時停止の上、後日プランを再開します。また、当該期間に配信された時間短縮営業対応に伴うプレスリリースを無料提供します。

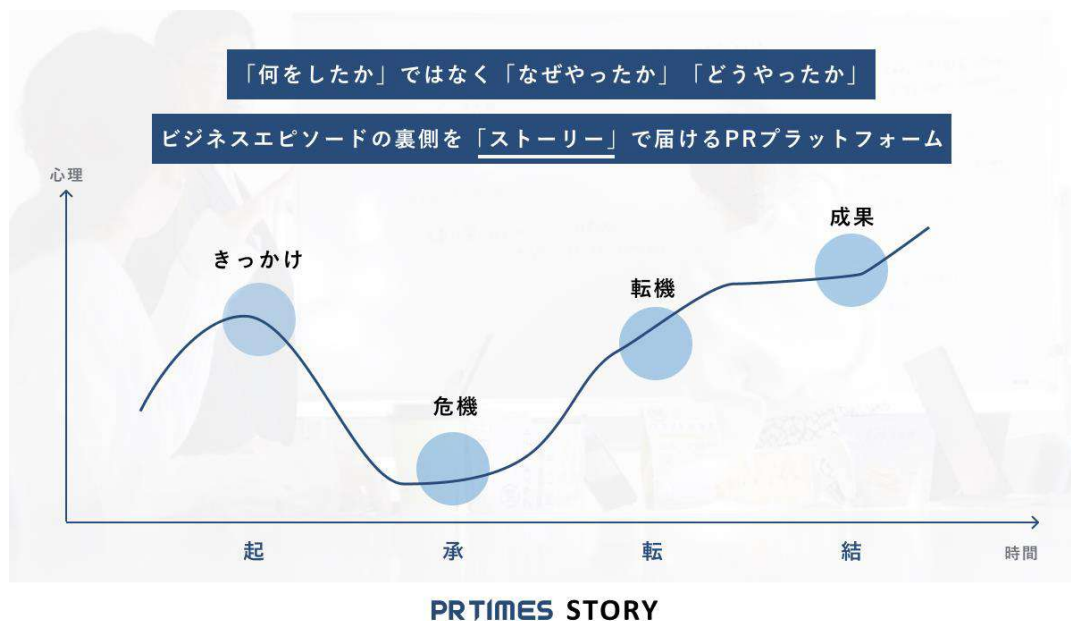
※営業時間短縮対応と関係のない、別内容を主旨とするプレスリリースは対象外とさせていただきます。

- 2020年11月に琉球銀行、12月に岩手銀行と提携
- 地方情報流通のための提携は計31例に



- 「PR TIMES STORY」のサービス開始から約半年間のナレッジをまとめた「ストーリーコンテンツガイド」を公開し、ストーリー配信による成功体験をサポート
- 特定のテーマの発信を無料とする「ストーリー発信プロジェクト」を2021年1月1日から2021年6月30日まで継続

「ストーリーコンテンツガイド」



https://prtimes.jp/common/file/story_contentsguide.pdf

無料対象ストーリーテーマ

- 「開発の裏側」#開発の裏側
- 「創業時の苦労や現在に至るきっかけとなった出来事のエピソード」#創業エピソード
- 「サービスの誕生秘話」#誕生秘話
- 「大きな挑戦となったプロジェクトや企画の裏側」#プロジェクトの裏側 or #企画の裏側
- 「資金調達や事業譲受、IPOなど企業としての大きな転機の裏側」#企業成長の裏側
- 「事業として大きな決断となる事業撤退の裏側」#事業撤退の裏側
- 「急成長や大ヒットした商品・サービスの裏側」#ヒットの裏側
- 「失敗や挫折を経てV字回復を果たした商品・サービスの裏側」#V字回復の裏側
- 「コロナ禍における奮闘」#コロナ禍における奮闘

※上記9つのテーマに限り、月3件まで無料提供（2021年6月30日発信分まで）

Jooto : TV-CMを再開

2021年1月4日よりTV-CMを再開、2月からタクシーでも放映予定



Jooto CM「部長が持ってます！」篇



Jooto CM「Jooto使ってます！」篇

Tayori : Tayoriブログがサイトを一新

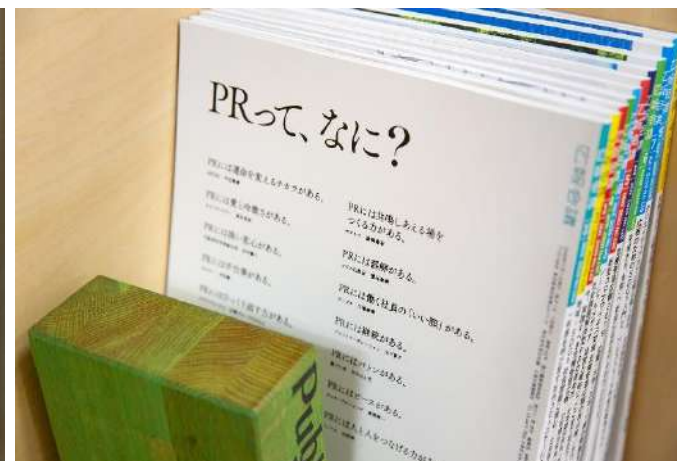
- 「Tayori」のオウンドメディア「Tayoriブログ」を一新。レイアウト全体を一新したことに加え、検索機能や記事ランキングの追加、カテゴリー一覧の表記など、訪問者が得たい情報へのアクセスを容易に
- 「Tayori」についても、ユーザーの方から頂いた機能改善や機能追加のご要望をユーザー目線で検討し、随時アップデート。12月には利用アカウント数が4万を突破



<https://tayori.com/blog/>

コーポレート：「PR、415の使命」を発刊

- 「あなたが考える、PRの使命」に応募いただいた401件のエントリーと、PR TIMESによる「PR、14の使命」とを、すべて収録した書籍「PR、415の使命」を発刊
- セレクトされた「PRの使命」を『広報会議』『Forbes Japan』に広告掲出



2021年の年頭所感として、これからの5年間に取り組む3つの挑戦を宣言

1. 「PR TIMES」を社会的な情報インフラに
2. 「PR TIMES」をグローバルサービスに
3. それを超える事業を生み出す組織に



ミッション「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」の実現に向けて、社員一同で邁進してまいります。

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想いに出会う確率は、
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、想いが、

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。

よくあるご質問

Q.足元の業況について教えてください。

A.公開前の決算に係る情報については言及を差し控えさせていただいております。次回の決算発表までお待ちください。

Q.第4四半期に広告宣伝費が増えるのはなぜですか。

A.当社の戦略に関わる情報のため、言及を差し控えさせていただいております。

Q.季節性による業績の変動はありますか？

A.第4四半期は年末年始や2月を含み、営業日数が少ないため、前四半期比で減少する傾向にあります。

Q.「PR TIMES」の解約率を教えてください。

A.「PR TIMES」の基本料金は従量課金プランと定額プランで構成されており、いわゆるサブスクリプションモデルではありません。そのため、解約率という概念もありません。

Q.売上高に占める従量課金プランと定額プランの割合はどうなっていますか？

A.「PR TIMES」の現在の最重要指標は利用企業社数であり、営業部門も経営陣も料金プランごとの配信数または利用企業社数を重要指標としておらず、そのため売上高に占める割合についても開示していません。

Q.「Webクリッピング」「Jooto」「Tayori」の収益状況を教えてください。

A.いずれのサービスもユーザー数は伸びているものの、有料課金率は極めて低いため、現時点では個別サービスごとに業績は公開していません。「PR TIMES」に続く第2、第3の収益の柱となれるよう、今後も規律をもって投資を推し進めてまいります。

※当社のIRでは、公開前及び戦略に関わる情報については、言及を差し控えさせていただいております。

公開可能な情報は、適宜「PR TIMES」内に掲載してまいりますので、ぜひそちらをご覧ください。

「Q&A」でPR TIMESを知る
<https://tayori.com/q/ir-ga>

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