

PR TIMES

2022年度 第2四半期決算説明資料

株式会社PR TIMES（東証プライム | 3922）

2022年10月13日

1

2022年度第2四半期 四半期決算

2

2022年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025（再掲）

- 2022年4月13日に公表した当初の上期業績予想に対して売上高で▲0.3%、営業利益で+35.8%、当期純利益+23.8%で着地
- 2022年9月27日に「業績予想の修正に関するお知らせ」を開示済み

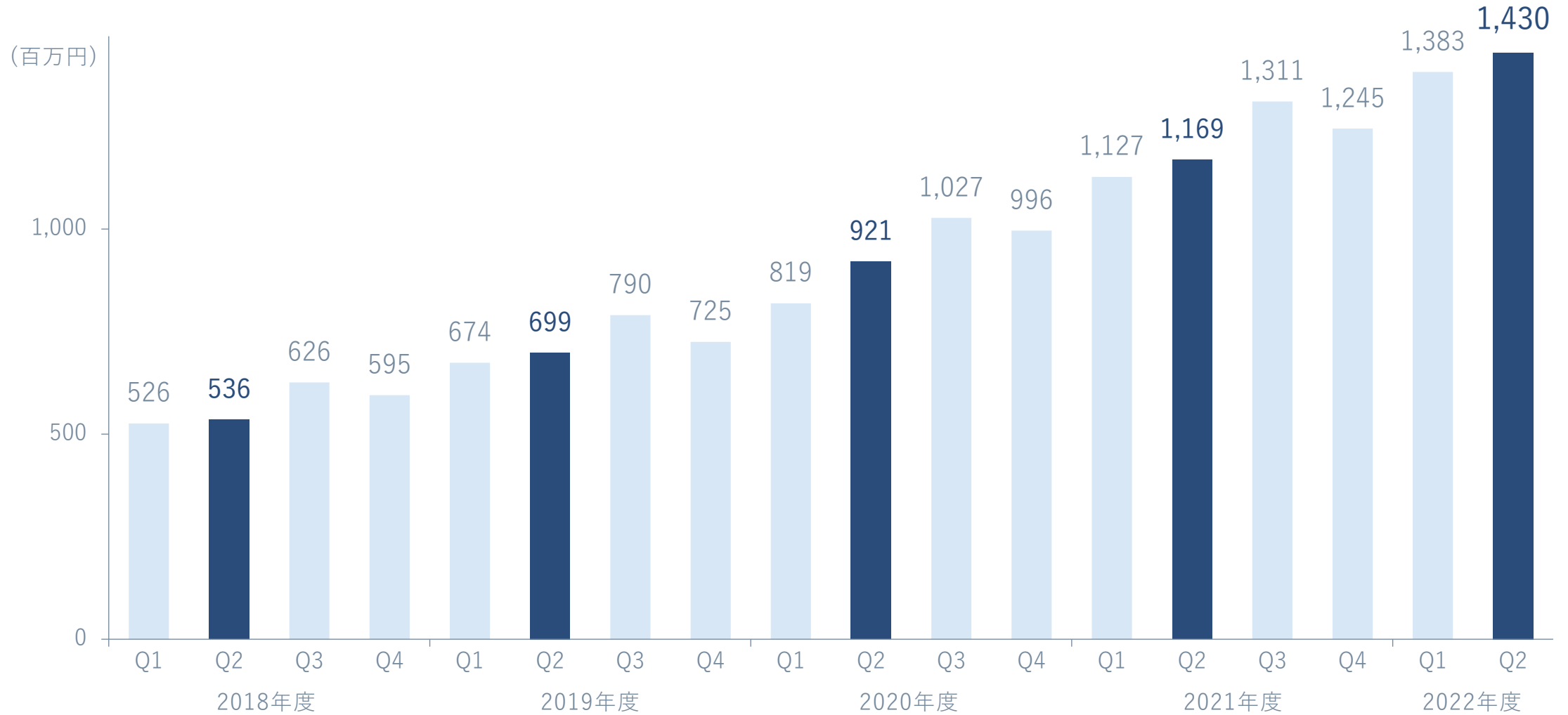
(単位：百万円)	2021年度		2022年度			当初業績予想	
	上期	下期	上期	前年同期比	前半期比	上期	対予想比
売上高	2,296	2,557	2,814	122.5%	110.0%	2,823	99.7%
売上総利益	2,027	2,279	2,497	123.2%	109.6%	—	—
(粗利率)	(88.3%)	(89.1%)	(88.7%)	—	—	—	—
販売管理費	1,130	1,342	1,581	139.8%	117.8%	—	—
営業利益	897	936	916	102.2%	97.8%	675	135.8%
(営業利益率)	(39.1%)	(36.6%)	(32.6%)	—	—	(23.9%)	—
経常利益	895	937	915	102.2%	97.6%	673	136.0%
当期純利益	617	663	576	93.4%	87.0%	466	123.8%

- 売上高が四半期で過去最高を更新、様々な先行投資を吸収して営業利益も高水準をキープ
- 販売管理費に米企業の買収交渉に伴うFA費など65百万円を計上
- 特別損失に投資有価証券評価損49百万円を計上

(単位：百万円)	2021年度			2022年度		前年同期比	前四半期比
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,169	1,311	1,245	1,383	1,430	122.4%	103.4%
売上総利益	1,035	1,173	1,105	1,221	1,275	123.2%	104.5%
(粗利率)	(88.6%)	(89.5%)	(88.8%)	(88.3%)	(89.2%)	—	—
販売管理費	530	550	792	793	787	148.5%	99.3%
営業利益	505	623	313	428	488	96.6%	114.0%
(営業利益率)	(43.2%)	(47.5%)	(25.2%)	(30.9%)	(34.1%)	—	—
経常利益	504	623	314	427	487	96.7%	113.9%
当期純利益	344	426	237	294	282	82.0%	96.1%

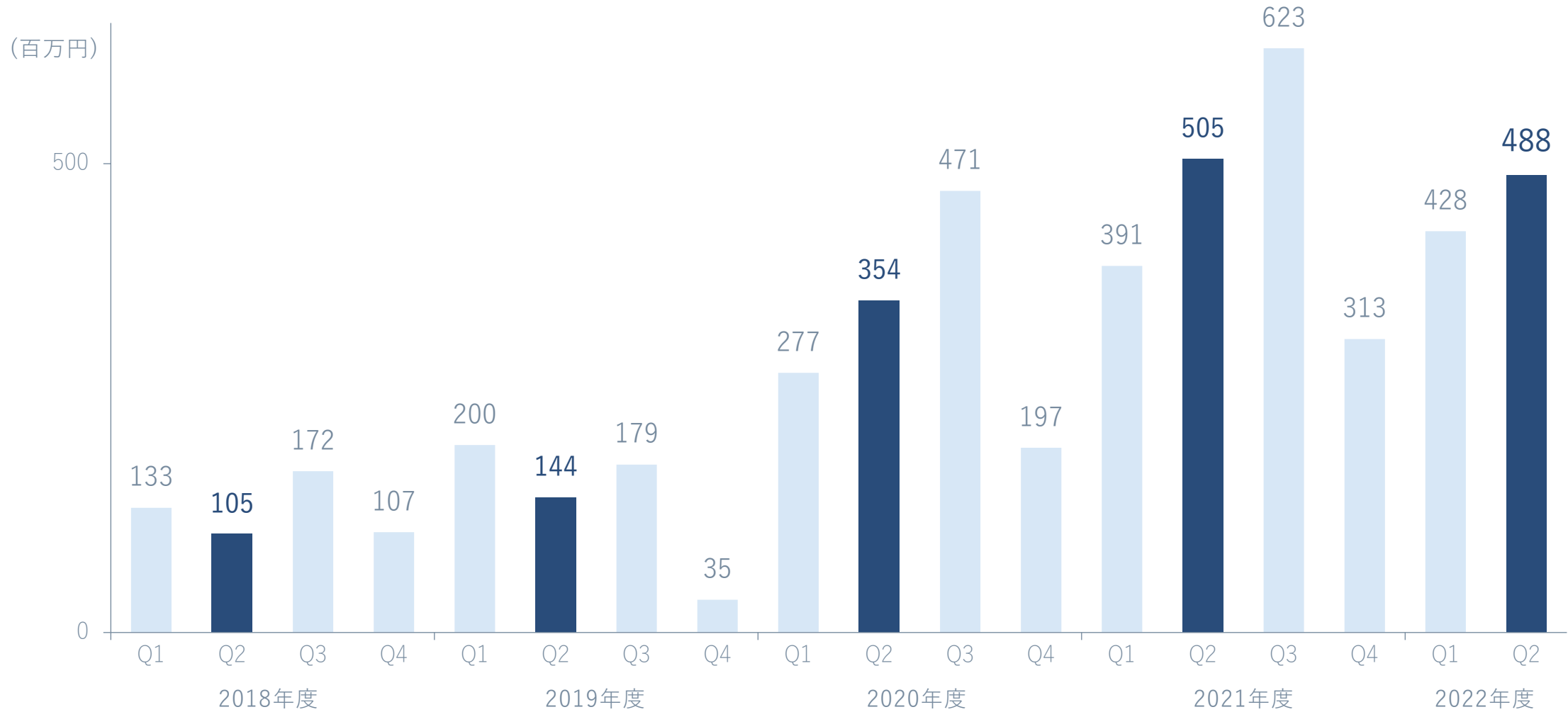
四半期売上高の推移

- 売上高は堅調に推移、2四半期連続で過去最高を更新



四半期営業利益の推移

- 営業利益は高水準をキープ



四半期販管費の内訳と比率

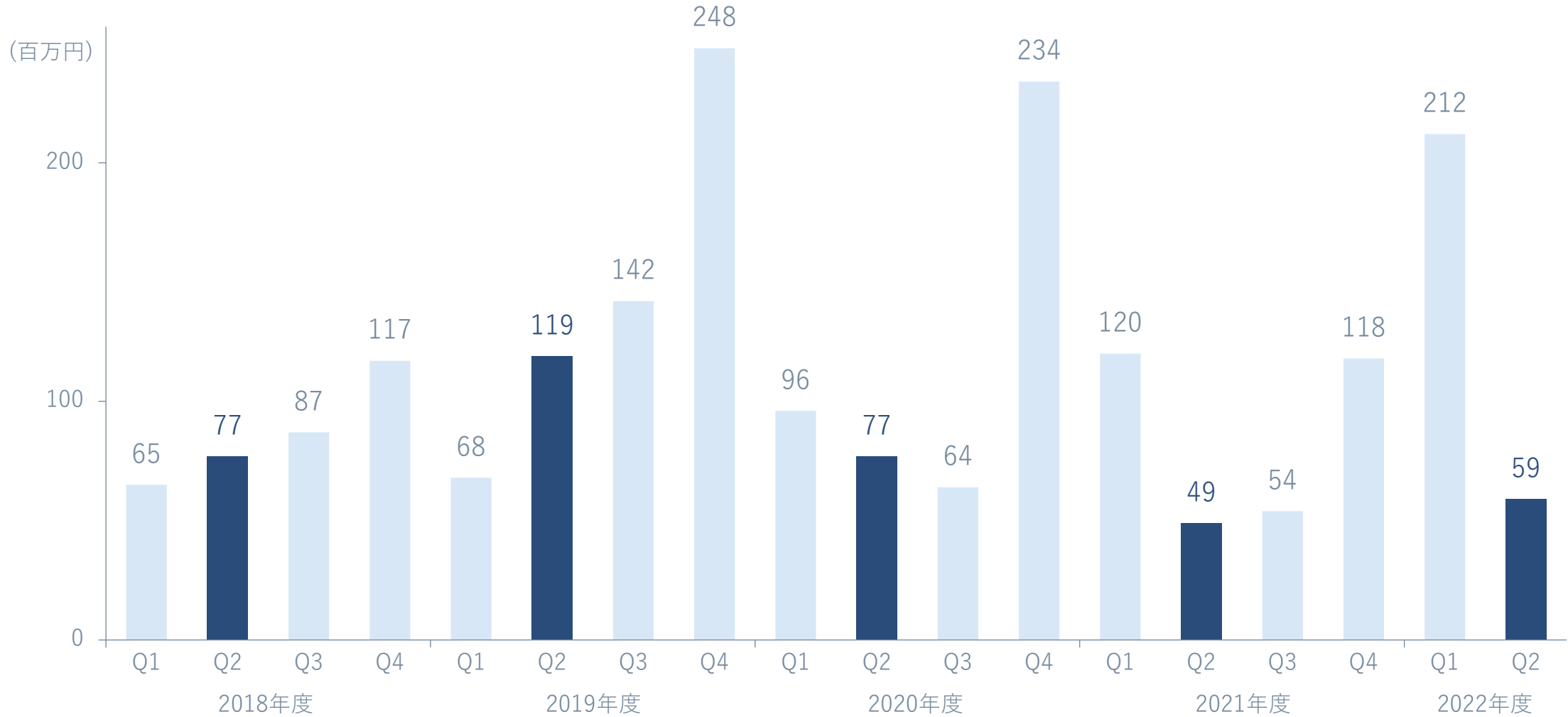
- R&Dが大きく増加して過去最高を更新、PR TIMESのサーバー移行や次期プロダクト開発、MARPHのローンチなど

(単位：百万円)	2021年度						2022年度			
	Q2		Q3		Q4		Q1		Q2	
	金額	対売上高比	金額	対売上高比	金額	対売上高比	金額	対売上高比	金額	対売上高比
売上高	1,169	100.0%	1,311	100.0%	1,245	100.0%	1,383	100.0%	1,430	100.0%
売上原価	133	11.4%	138	10.5%	139	11.2%	161	11.7%	154	10.8%
S&M	286	24.5%	269	20.5%	450	36.1%	494	35.7%	426	29.8%
R&D	152	13.0%	151	11.6%	191	15.4%	172	12.5%	228	16.0%
G&A	91	7.8%	129	9.9%	150	12.1%	126	9.1%	132	9.3%
営業利益	505	43.2%	623	47.5%	313	25.2%	428	30.9%	488	34.1%

注：S&MはSales & Marketingの略、R&DはResearch & Developmentの略、G&AはGeneral & Administrativeの略。各数値について会計監査人の監査及びレビューを受けていません。

四半期広告宣伝費の推移

- 広告宣伝費は計画を下回り、前年同期比で20.8%増に留まる



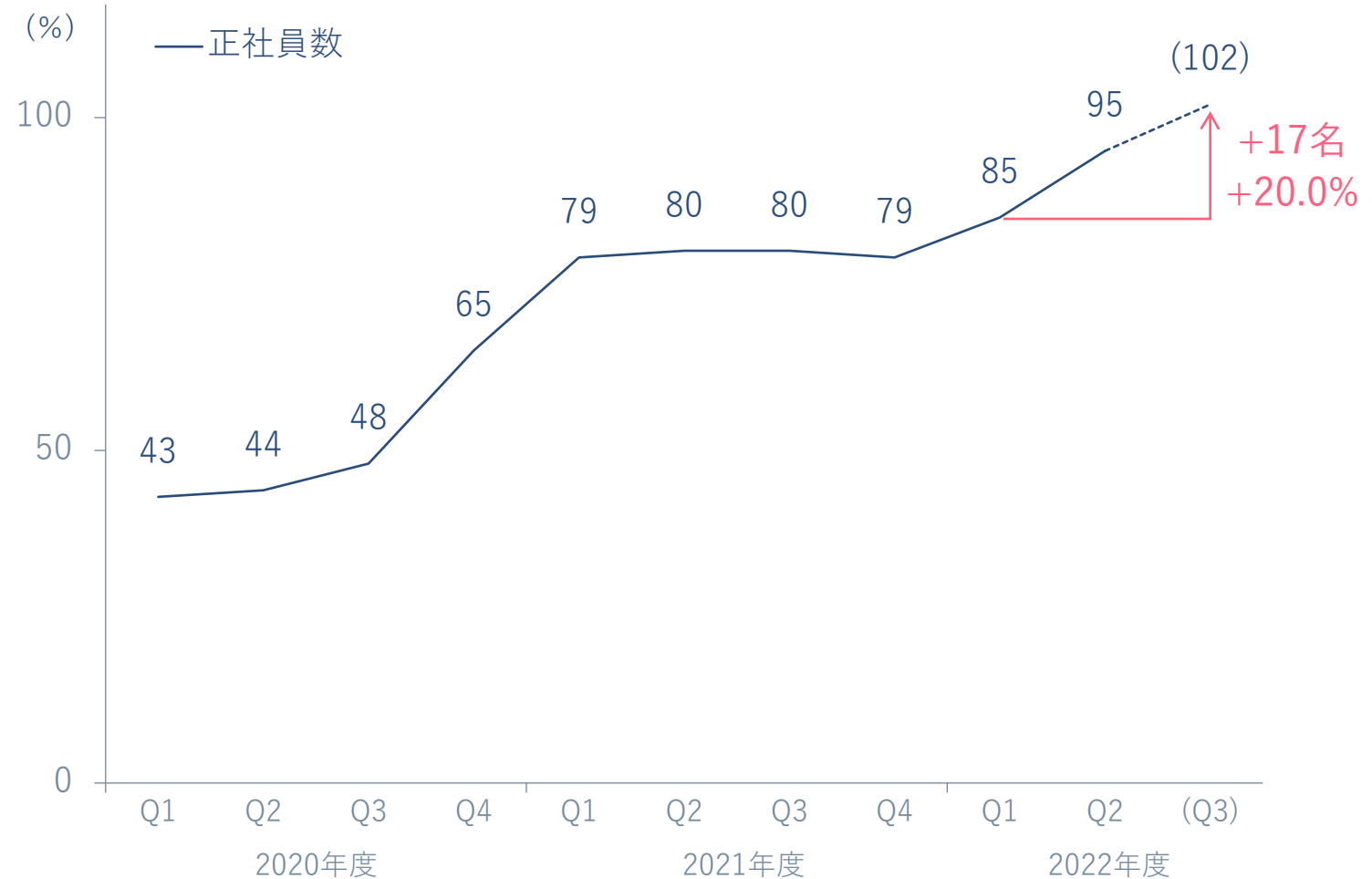
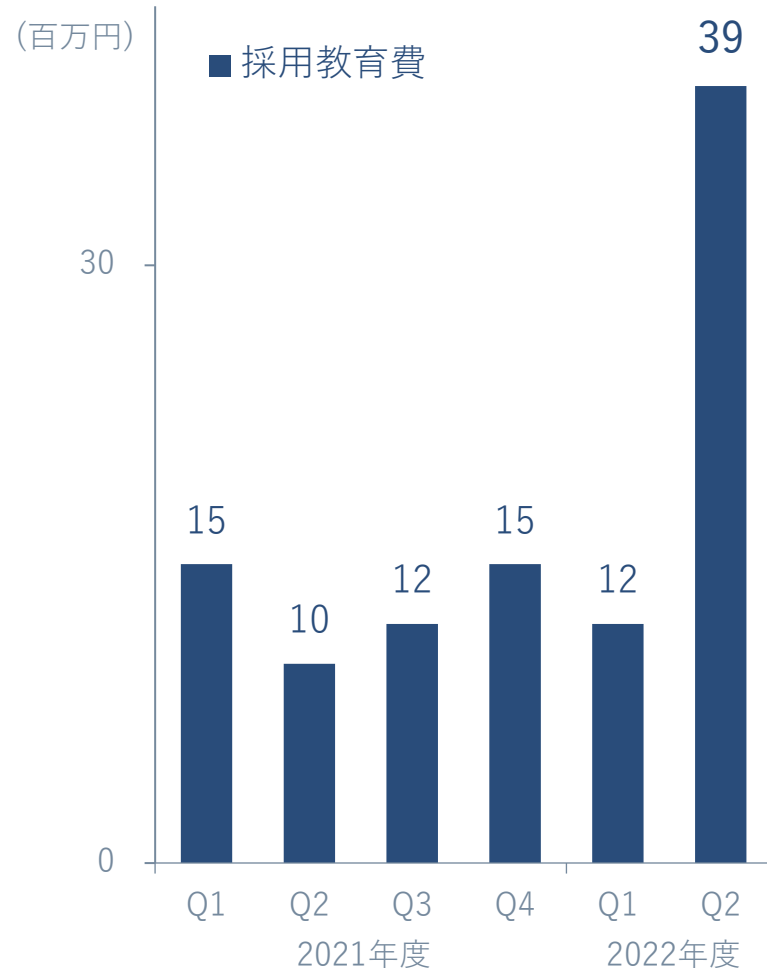
広告宣伝費の内訳

- 通期計画11億90百万円に対して上期実績2億72百万円（上期計画比46.7%、通期進捗率22.9%）
- PR TIMESは西日本8エリア別TV-CMを9月13日から放映開始、今後東日本エリアでも展開予定
- 広告宣伝費は四半期では計画に差異が生じるが、通期では計画通りに実施見込み

(単位：百万円)	計画		実績			上期計画比	通期進捗率	今期残額
	上期	通期	第1四半期	第2四半期	上期			
PR TIMES 他	509	1,025	133	40	173	34.1%	16.9%	851
Jooto	68	107	74	13	87	128.5%	81.4%	20
Tayori	6	57	4	6	11	170.5%	19.6%	46
合計	583	1,190	212	59	272	46.7%	22.9%	917

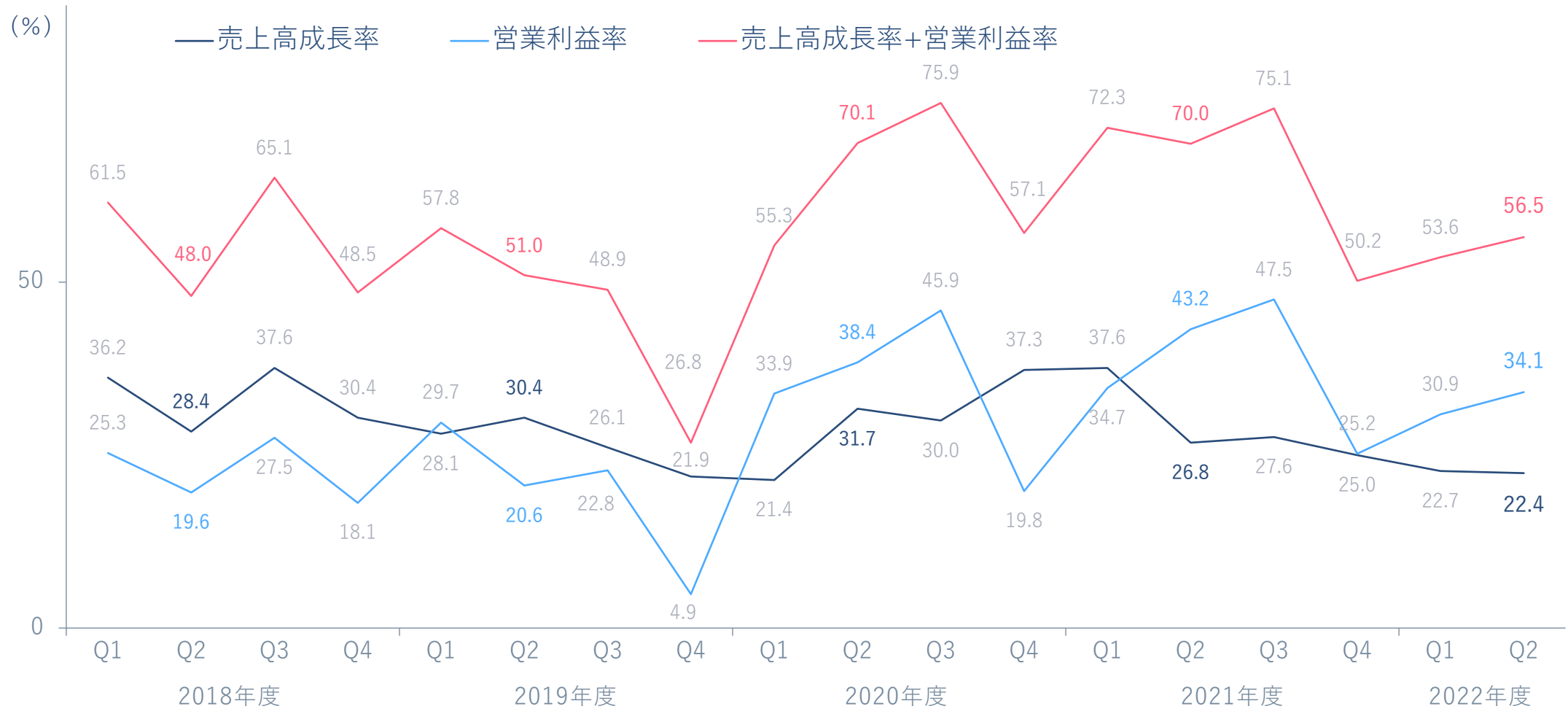
採用教育費と、正社員数の推移

- 2022年度第2四半期の採用教育費は39百万円（計画比225.1%、前年同期比386.2%、前四半期比318.4%）
- 持続的な事業成長の実現には、組織も追隨的かつ持続的に拡充させる必要がある
- 正社員数は前期中に増加できなかったが、2022年11月末に102名（6カ月で17名増、20.0%増）の見通し

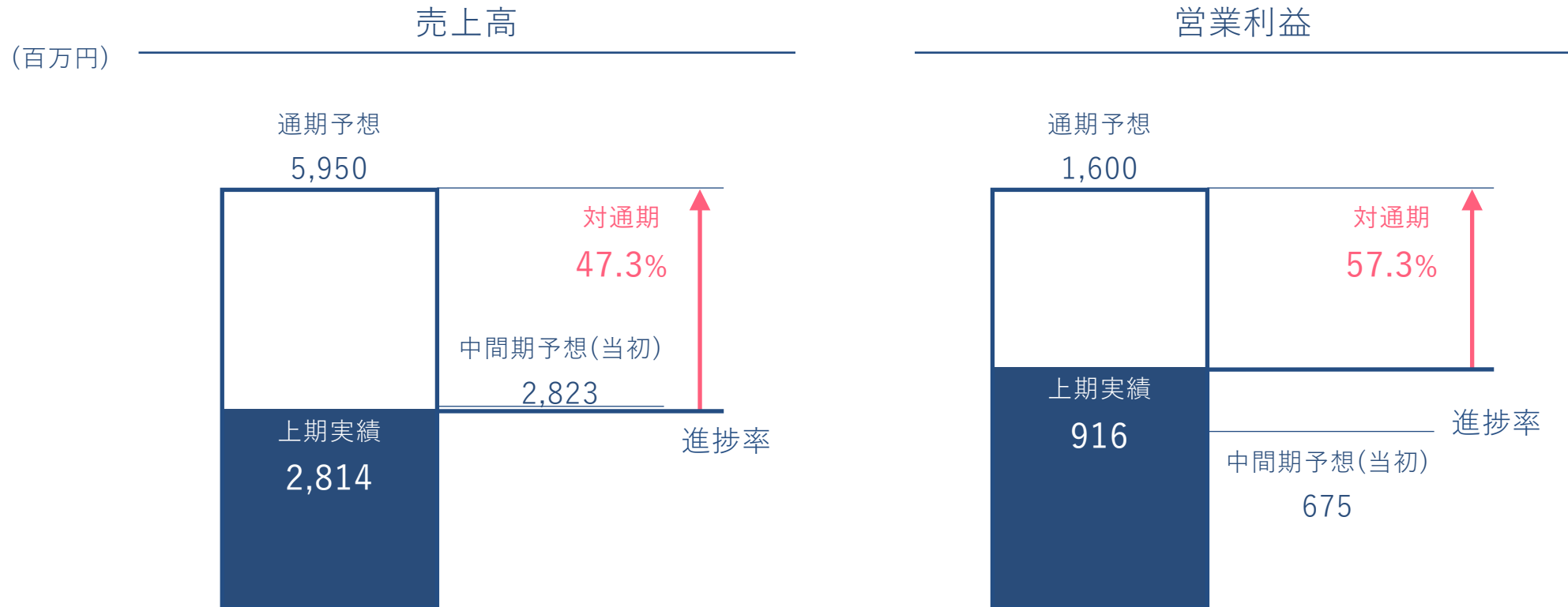


売上高成長率と営業利益率の推移

- 売上高成長率 + 営業利益率 = 56.5%と高水準、積極的かつ規律ある投資と持続的成長そして利益拡大を実現



- 業績予想に対する進捗率は売上高で47.3%(前年同期47.3%)、営業利益で57.3%(同48.9%)
- 売上高は前年度と同水準の進捗、営業利益は前年度より高い進捗率



- 営業CFにより引き続き現預金が増加

(単位：百万円)	2021年8月末	2022年5月末	2022年8月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	3,291	3,986	4,441	134.9%	111.4%
内、現預金	2,723	3,329	3,708	136.2%	111.4%
固定資産	574	826	821	143.1%	99.4%
総資産	3,866	4,813	5,263	136.1%	109.3%
流動負債	814	776	999	122.6%	128.7%
内、契約負債(*1)	231	277	258	111.6%	93.0%
固定負債	3	1	0	20.1%	65.3%
純資産	3,047	4,036	4,263	139.9%	105.6%
ROA(*2)	32.1%	32.2%	27.2%	—	—
ROE	41.4%	38.9%	33.9%	—	—

(*1)：当社は当期初より新収益認識基準を適用したことにより、前受収益は契約負債に変更

(*2)：ROA及びROEは、直近12ヶ月の数値を用いて算出

1

2022年度第2四半期 四半期決算

2

2022年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス&参考情報

4

Road to Milestone2025（再掲）



<https://prtimes.jp>

企業

利用企業社数	72,851社
国内上場企業利用率	51.4%(2,018社/3,923社)
プレスリリース数	31,165 件/月(2022.03)
プレスリリース素材	画像 160,676点/月(2022.03)
	動画 2,840本/月(2022.03)

メディア

配信メディアリスト	11,807媒体
メディアユーザー数	24,208名
パートナーメディア	223媒体

生活者

サイト閲覧数	6,212万PV/月(2022.08)
SNSアカウント	Facebook 126,932
	Twitter 399,598
個人ユーザー数	151,413名

パブリシティ実績

- 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65媒体 86件（前年同期比232.4%）と過去最高を更新



雑誌 10媒体11件

anan | 会社四季報 | 株主手帳 | 月刊食堂 | 広報西ノ島 | 財界 | 週刊ダイヤモンド | 日経クロストrend | 日経ニューメディア | HOTERES



新聞 14媒体 20件

The Bunka News | 粧業界展望 | 食品新聞 | 新聞情報 | 新聞之新聞 | 新聞報 | 中国新聞 | 徳島新聞 | 日用品化粧品新聞 | 日経産業新聞 | 日本証券新聞 | 日本農業新聞 | 文化通信 | 冷食日報



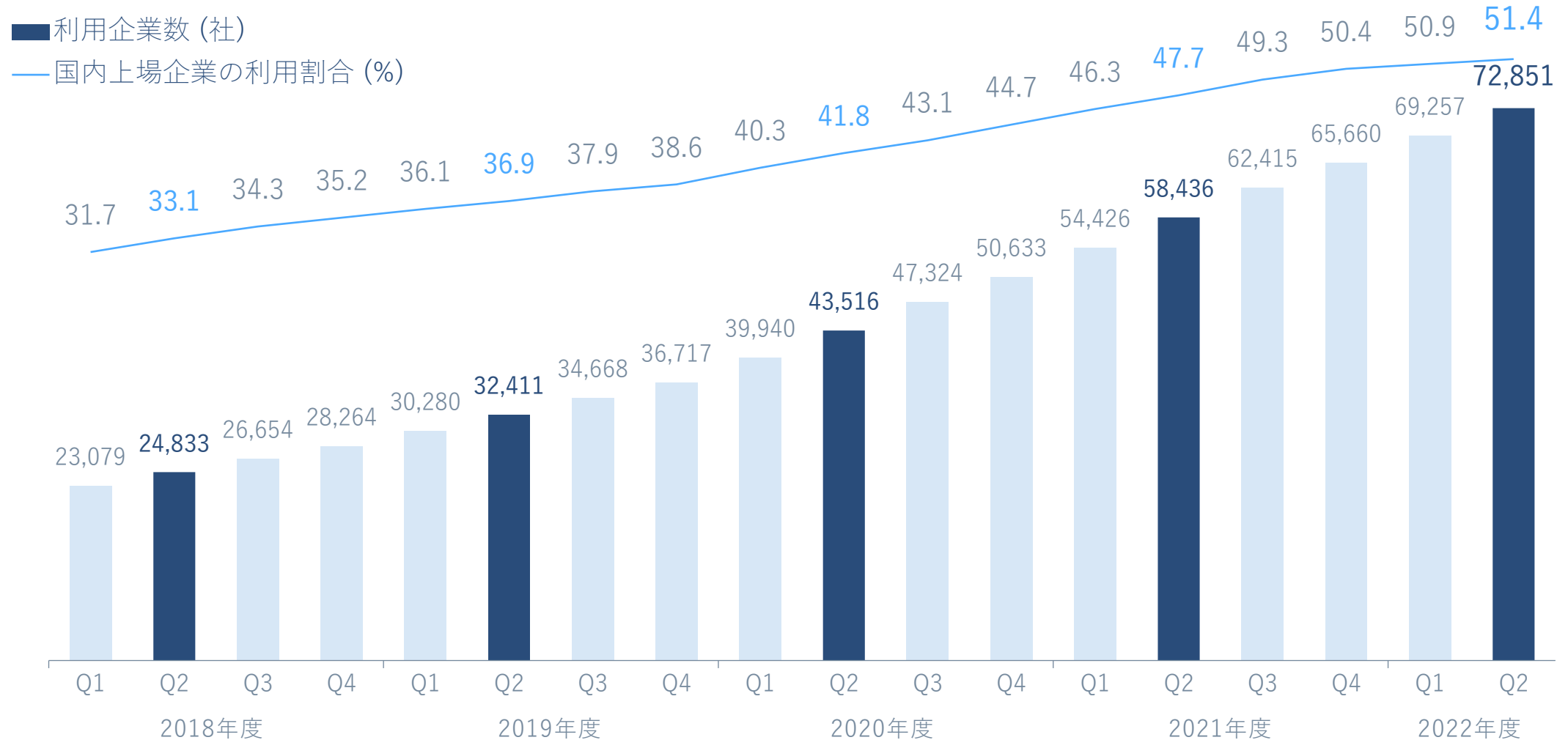
Web 41媒体 55件

EYESCREAM | ITmedia NEWS | ASCII STARTUP | @DIME | AdverTimes (アドタイ) | encore | AMP | Web担当者Forum | KANSAI MAGAZINE | グルメメディアcatch | CodeZine | South65 | サテマガBi Online | GQ JAPAN | JASON RODMAN | ZUU online | Screens | スタディサプリfor SCHOOL | Strainer | DIAMOND SIGNAL | 楽しいニュース.com | TABILISTA | DIMENSION NOTE | TOKYO FRONT LINE | TOKYO HEADLINE | 日経クロステック | 日経クロストrend | 日経電子版 | HIGHSNOBIETY.JP | 美術手帖 | FASHIONSNAPO.COM | BRIDGE | BLAZEVIY | 文化通信 | 文化通信.com | VOIX biz | ミーティア | Musicman | Media Innovation | U-NOTE | ログミーTech

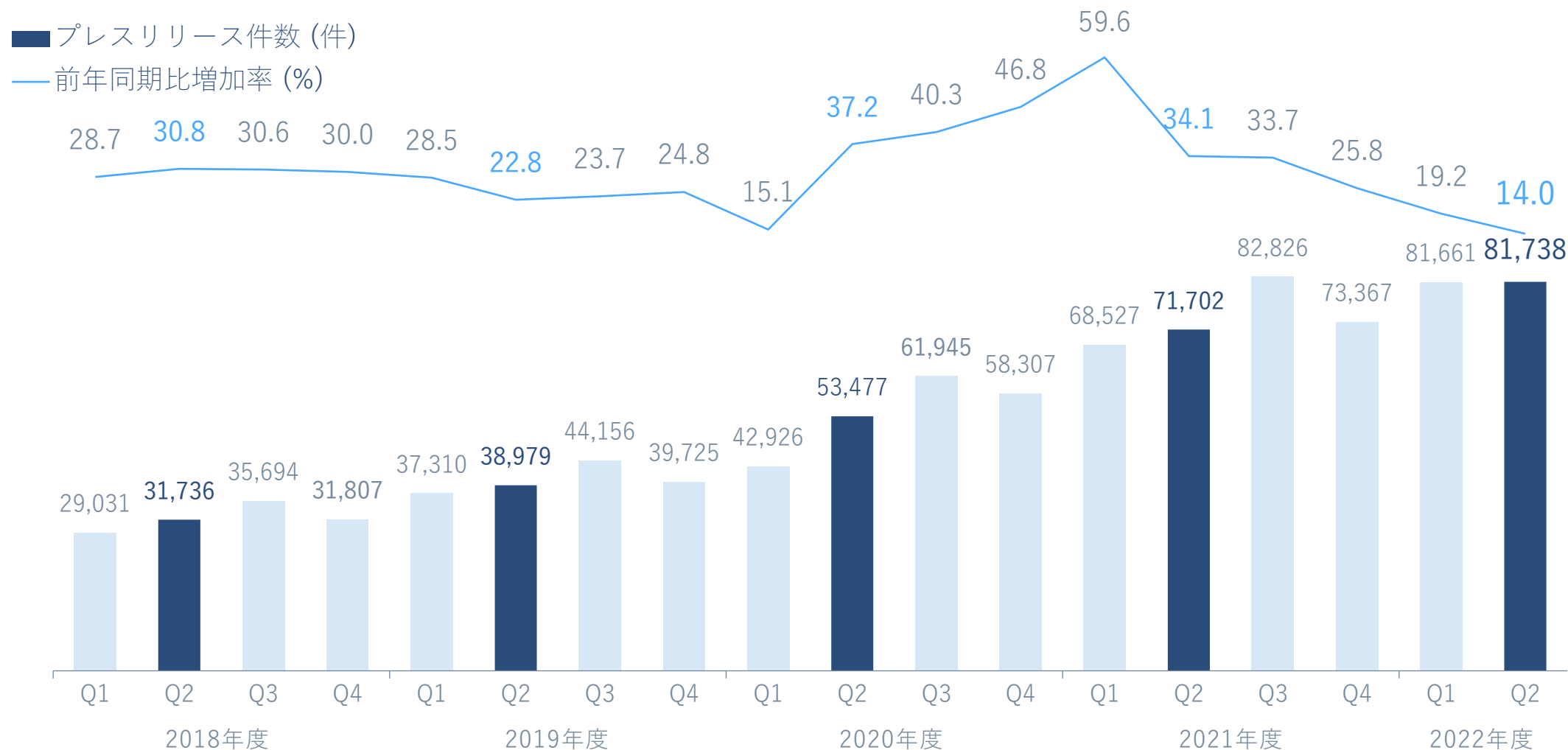
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- 新聞、雑誌から各オンライン版に転載されたパブリシティは省略。
- U-NOTE、BRIDGEは、当社および当社子会社が運営するメディアです。
- 当社の株価が主題のパブリシティは対象外。
- 複数回掲載された媒体を含む。

(2022年6月～2022年8月、掲載日順)

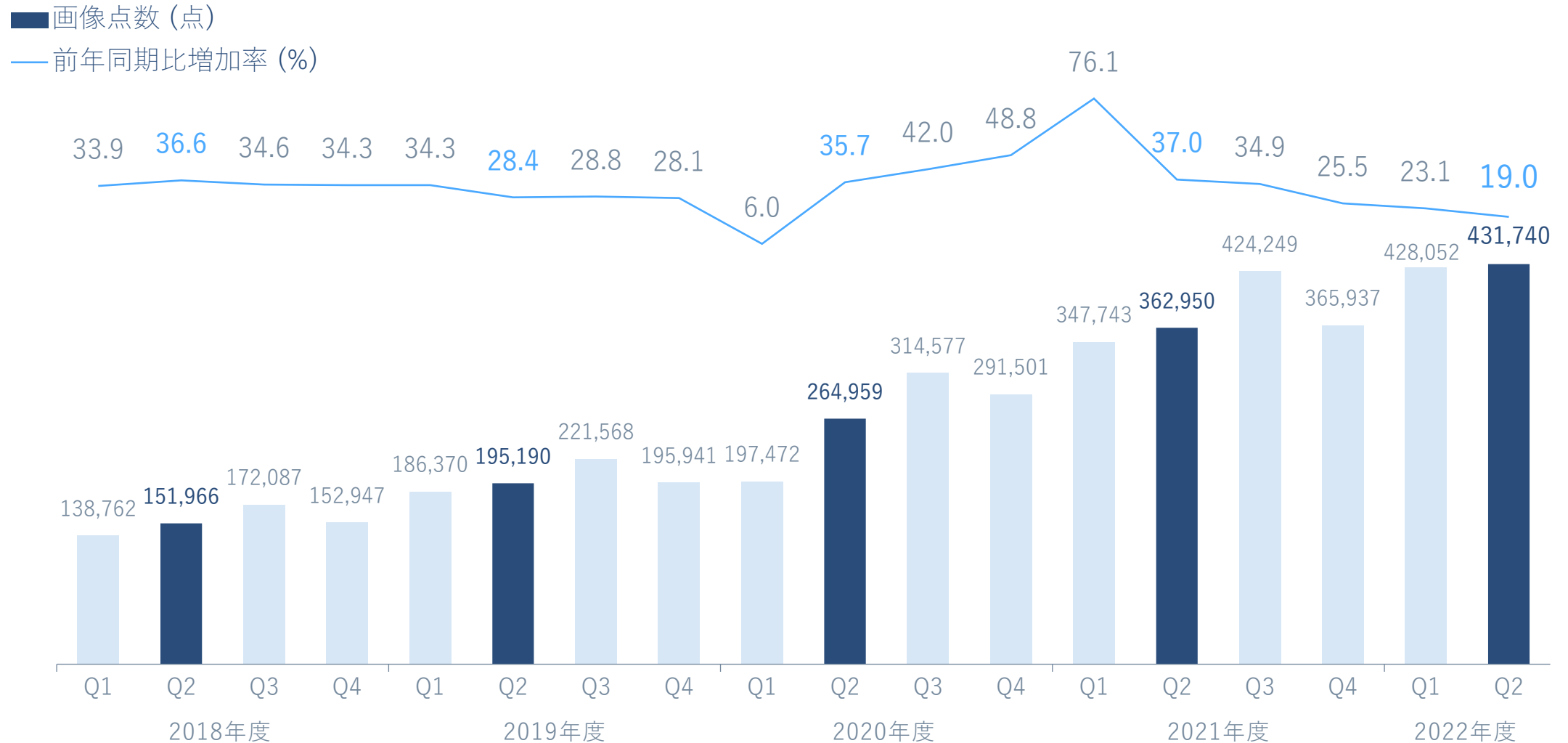
- 利用企業社数が72,851社に到達（前年同期比14,415社増・前四半期比3,594社増）
- 上場企業のうち51.4%（2,018社／3,923社）が利用



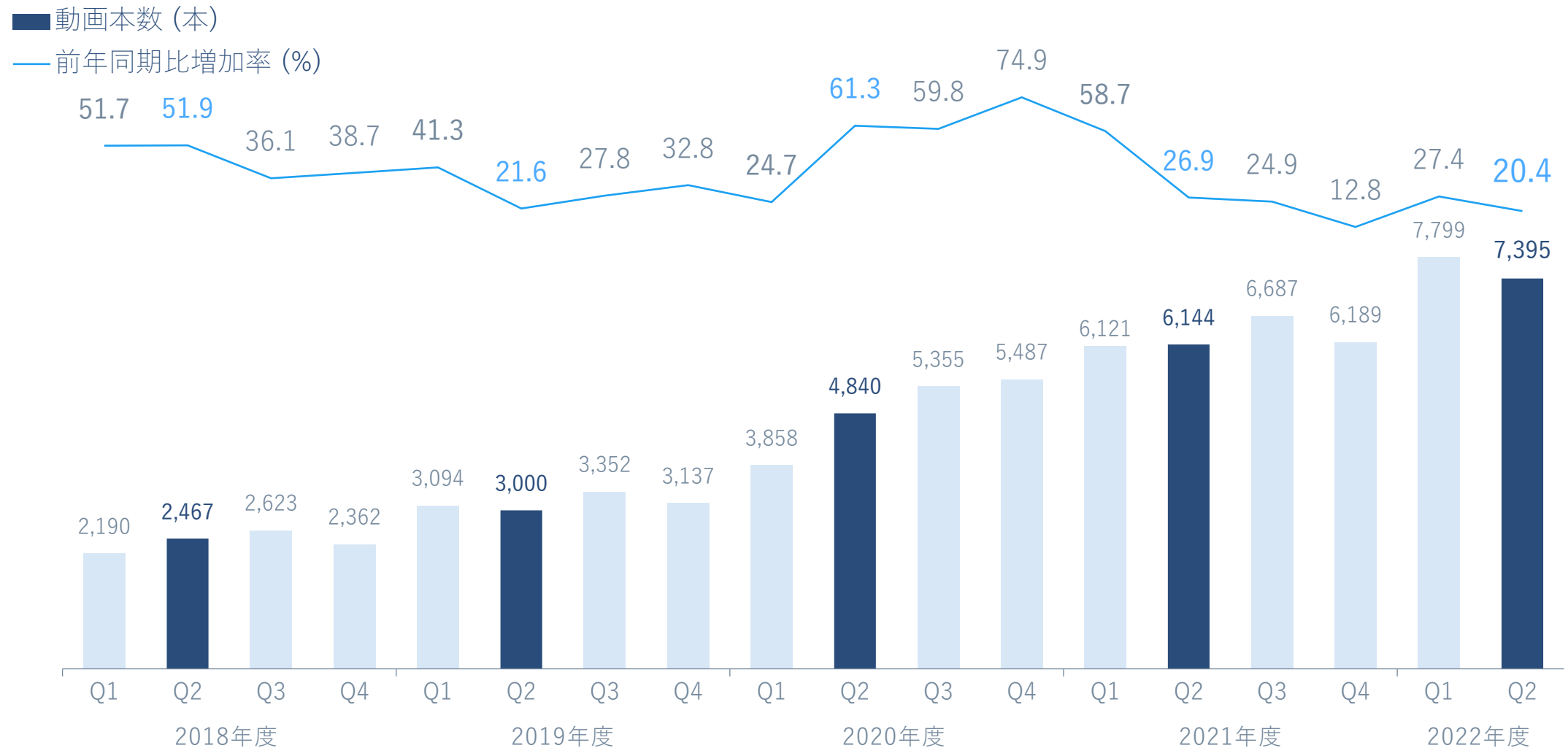
- プレスリリース件数は81,738件（前年同期比14.0%増・前四半期比0.1%増）、2021年度第3四半期に届かず
- プレスリリース利用基準を4月1日に改定した影響により前四半期で5.1%相当のプレスリリースがご利用いただけなくなると2021年度通期決算発表で開示済み



- 画像は431,740点（前年同期比19.0%増・前四半期比0.9%増）



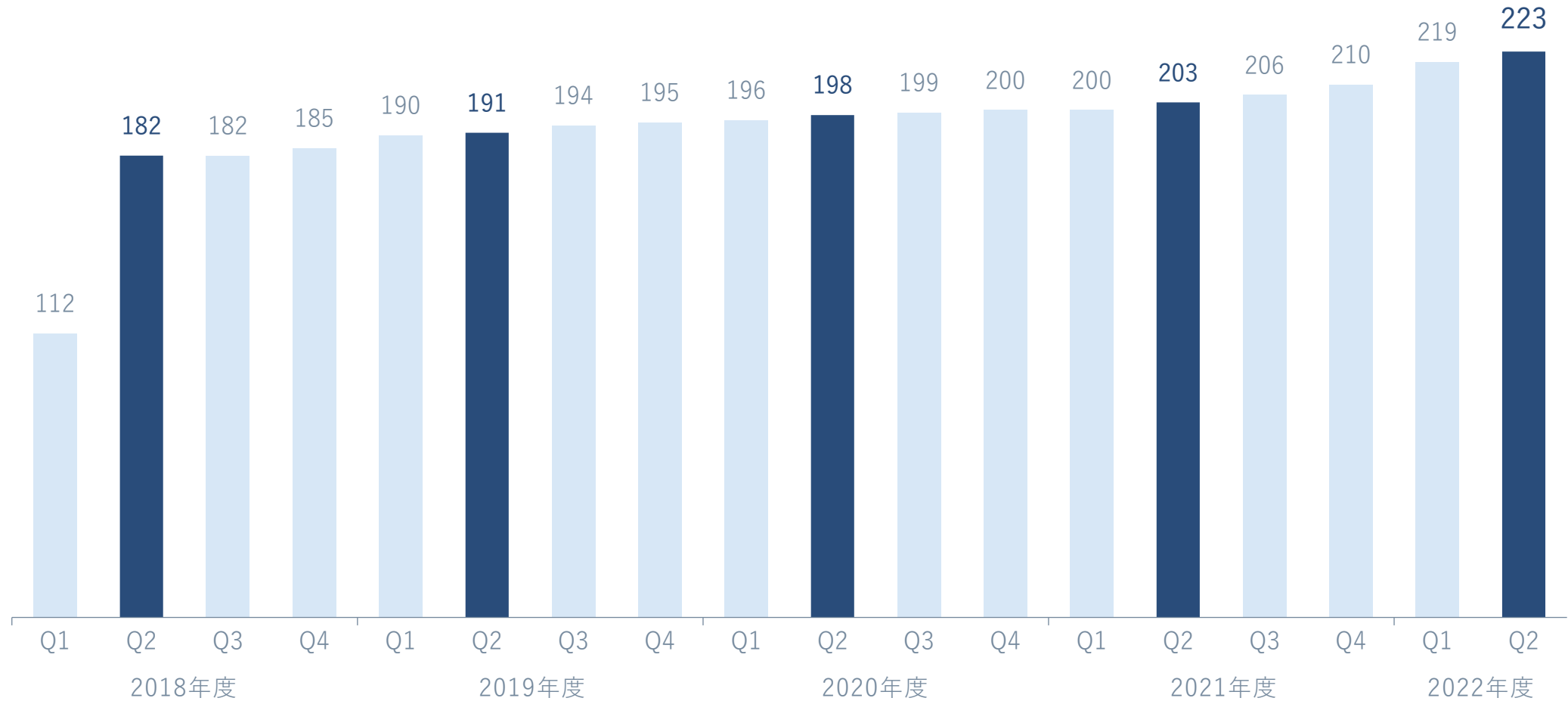
- 動画は7,395本（前年同期比20.4%増・前四半期比5.2%減）



- パートナーメディア数は前四半期から4媒体純増(4媒体増・0媒体減)し、5四半期連続で過去最高を更新

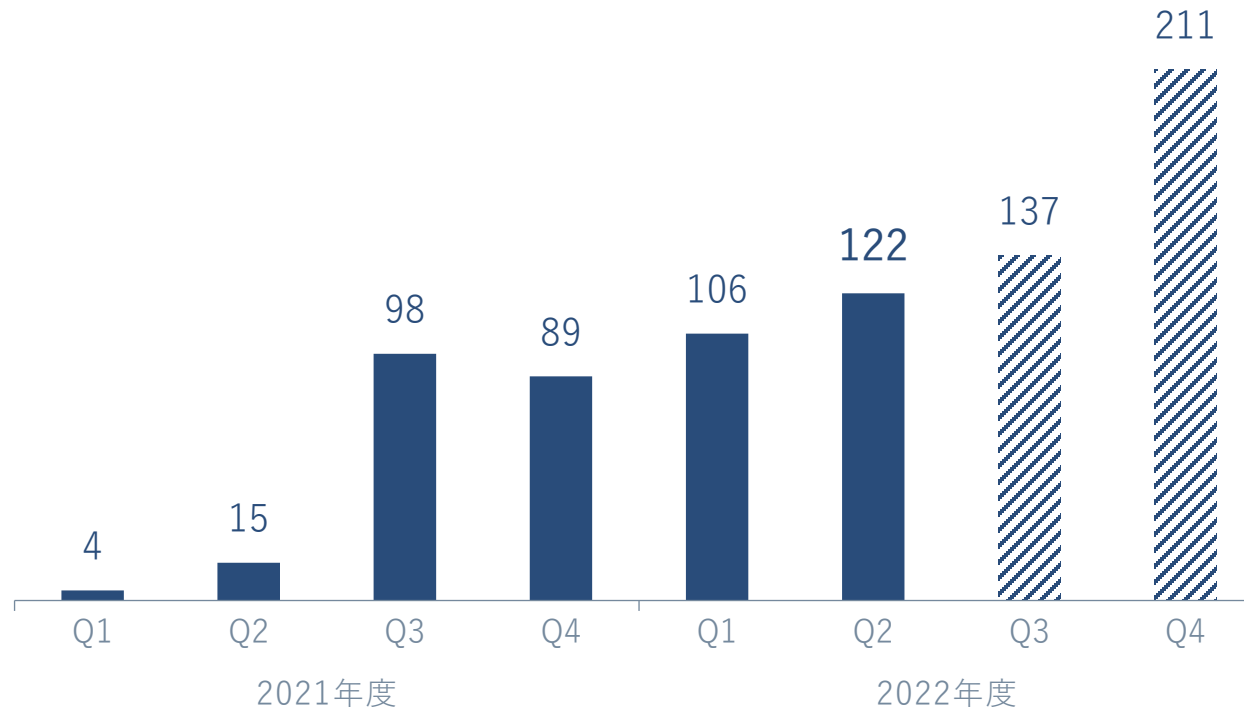


(媒体)

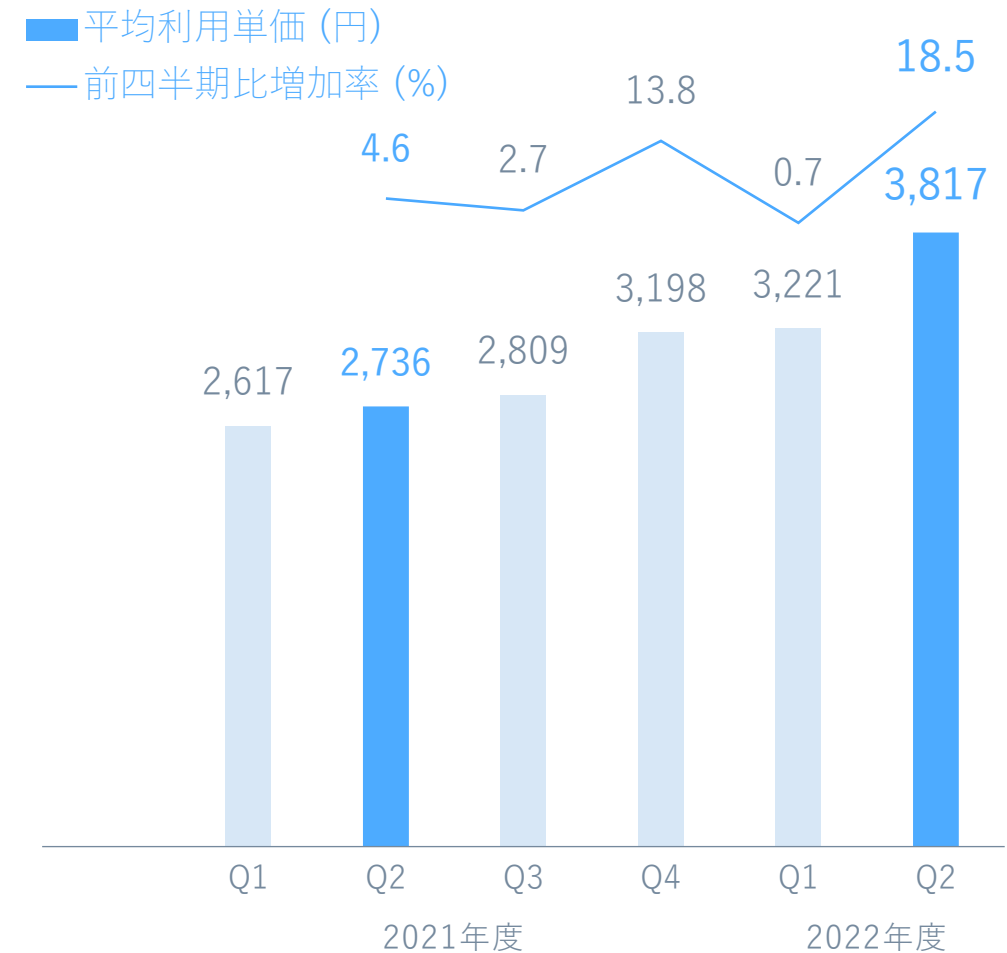
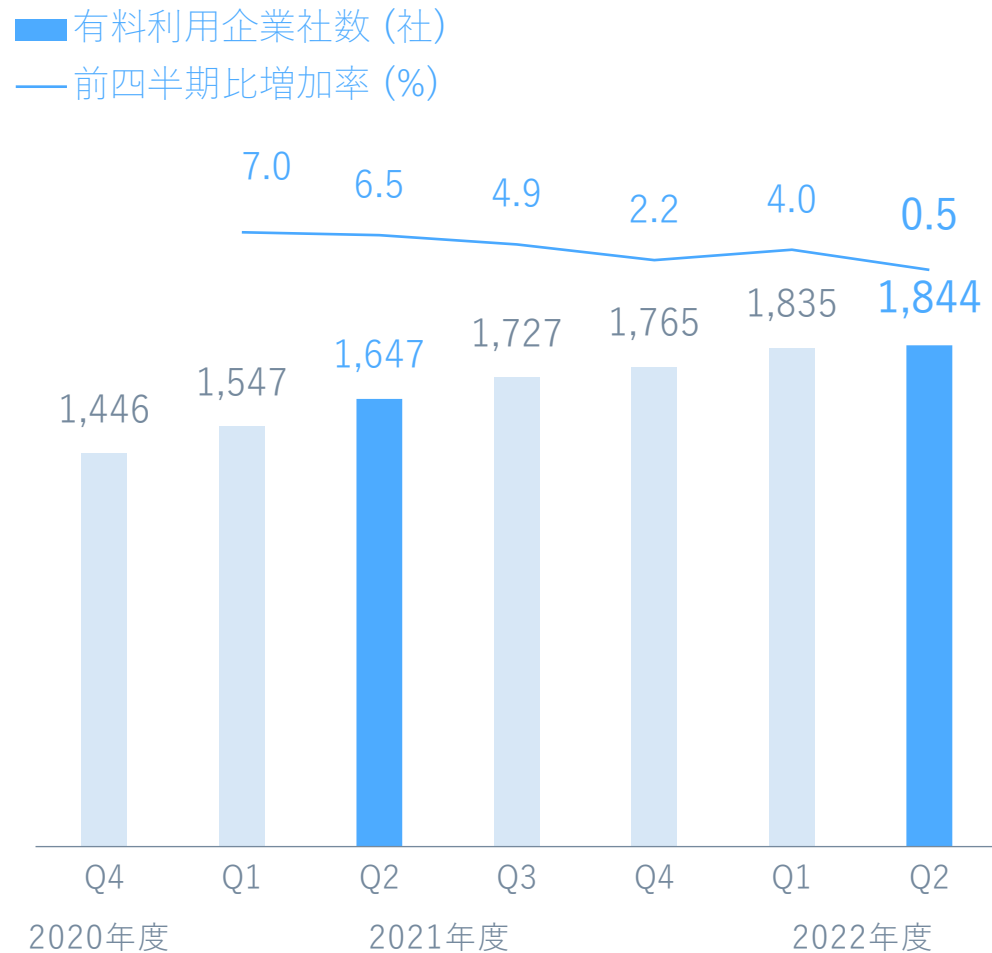


- PR TIMES STORYは2021年7月に有料サービス化、2022年度第2四半期に122件（前四半期比15.1%増）
- 2022年度第4四半期に211件を見込み、2023年度第4四半期には2,978件を計画

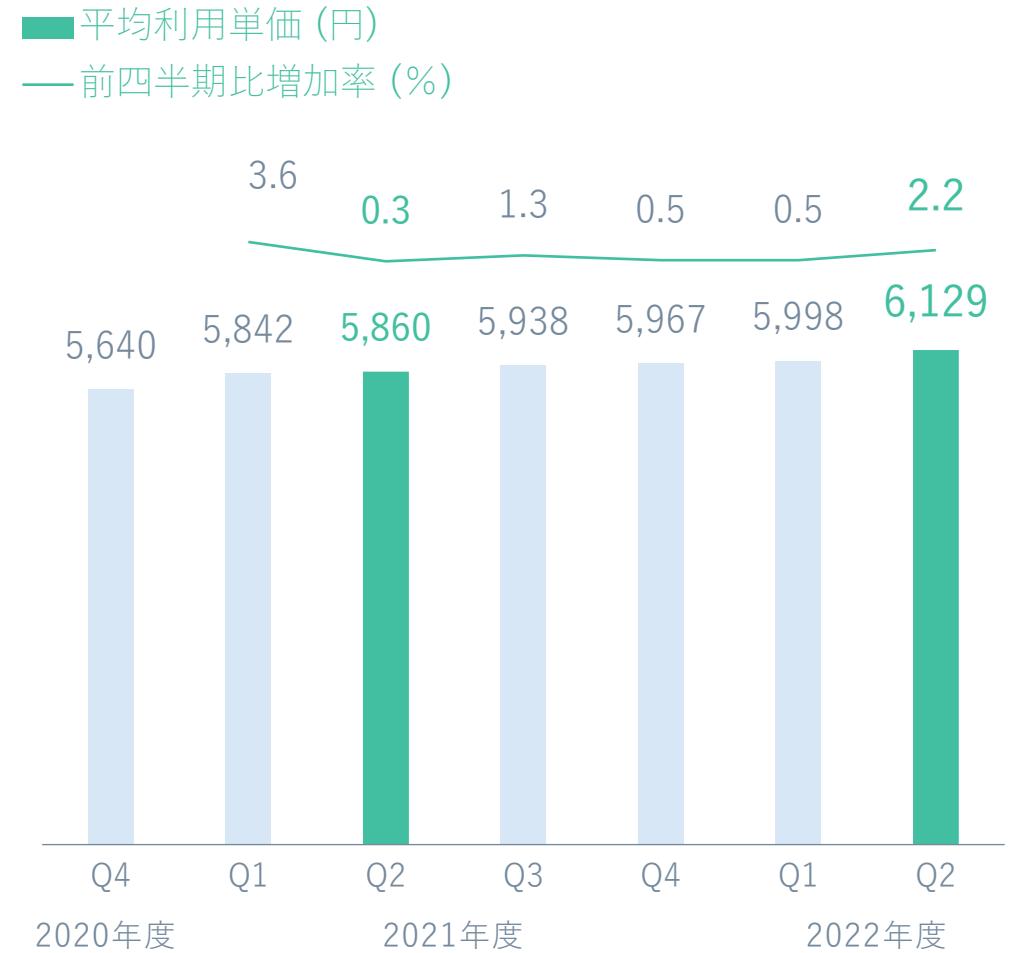
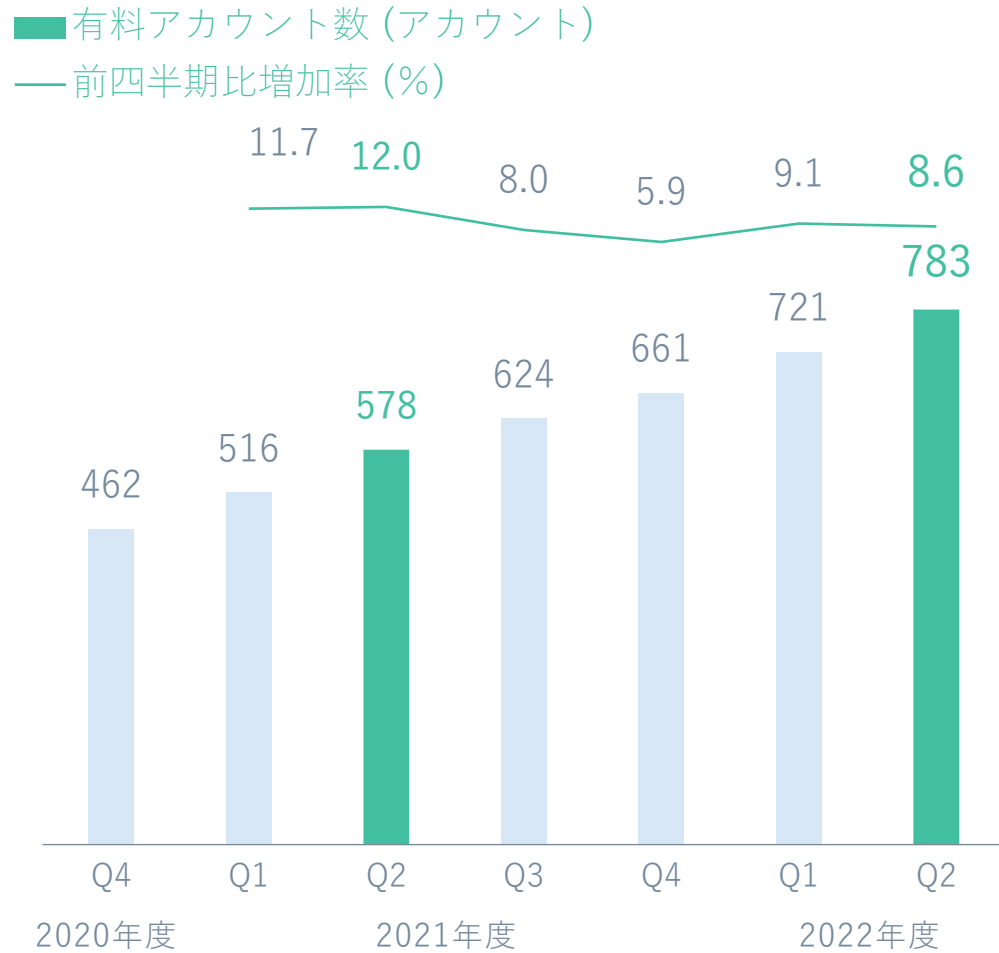
■ ストーリー件数実績 (件)
▨ ストーリー件数計画 (件)



- 有料利用企業社数は1,844社（前四半期比9社増 0.5%増）
- 引き続き利用企業の組織内浸透に注力して、1社あたりの平均利用単価が3,817円（前四半期比18.5%増）と大きく増加



- 有料アカウント数は783アカウント(前四半期比62アカウント増 8.6%増)
- 平均利用単価が6,129円 (前四半期比2.2%増)



1

2022年度第2四半期 四半期決算

2

2022年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025（再掲）

- 沖縄から静岡まで西日本27府県で8エリア別TV-CMを放映
- 沖縄・ブルーシール、福岡・資さんうどん、徳島・グリラス、岡山・青木被服、大阪・パインアメ、京都・京都タワー、愛知・KINTO、静岡・春華堂がCMに出演
- 地元交流イベント「そこで、PRゼミ！」を西日本6都市で順次開催、初回は福岡で10月17日に実施



プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001214.000000112.html>
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001220.000000112.html>

- キメラはメディア向けに、リアルタイムエンゲージメント分析ツール「Chartbeat」、ハンズオン支援「メディアパートナー」、サブスクリプション管理プラットフォーム「AE」を展開
- PR TIMESはキメラと協業して、地方新聞社や出版社との関係深化に向けて取り組む



リアルタイムエンゲージメント分析

国内63メディアの
メディアデータを分析

<https://chartbeat.jp/>

Media Partner

メディア事業のハンズオン支援

新聞社・出版社のDX事業推進と
サブスクリプション事業戦略を支援



メディアサブスクリプション管理

コンテンツ課金の導入を
タグ設置だけで実現

- 7月に中国新聞社、9月に京都新聞社と提携
- 地方情報流通のための提携は地方金融機関35例（27行・8信金）、地方メディア19社、地方自治体等1府2県3市で合計60例、42都道府県に広がる

中国新聞社
STARTUP FUKUOKA CITY
Media Lab 西日本新聞
西日本シティ銀行
佐賀共栄銀行

京都新聞社
滋賀銀行
京都銀行
京都府 広報協議会
大阪信用金庫
山陰合同銀行
中国銀行
山陽新聞社
公益財団法人 ひろしま産業振興機構

77 BANK 七十七銀行
福島銀行
福島民報社
福島民友新聞
福邦銀行
NICO 公益財団法人 公益財団法人 にいがた産業創造機構
北陸銀行

秋田新報
山形新聞社
秋田銀行
北日本銀行
東奥日報
岩手銀行

北海道銀行
群馬銀行
上毛新聞社
足利銀行
常陽銀行
武蔵野銀行
TSUKUBA
横浜信用金庫
千葉日報
千葉銀行
茨城新聞社

山梨日日新聞社
城南信用金庫

名古屋銀行
信濃毎日新聞
静岡新聞 SBS
おたくもうちも 豊橋信用金庫
浜松市
せいじん 静岡信用金庫
浜松いわた信用金庫
三島信用金庫

中日新聞社
OKB 大垣共立銀行
岐阜新聞社
百十四銀行

四国銀行
香川銀行
愛媛銀行
阿波銀行
愛媛新聞社

琉球銀行

- 2022年8月24日にβ版を提供開始、今後機能拡充しながら2023年2月以降に正式版として有料化を計画
- WebクリッピングをPR TIMESへ吸収する計画を2020年度通期決算発表で開示済

Webクリッピング

Webクリッピングで自動で記事を集めて、効果測定してみよう

Webクリッピングとは、設定したキーワードの記事を自動で収集できるサービスです。毎日ニュースや記事を検索する作業を自動化します。PR TIMESの企業向け管理画面上では、ベータ版として一部機能を無料でお試しいただけます。現在、通常版として提供中のWebクリッピングのアカウント開設はこちら

クリップ一覧 対象メディア一覧 リアルタイム通知設定 **クリップ作成 (無料β版)**

オンラインサービス動向調査

オンラインサービス 提供開始人気 サービス オンラインサービス飲食 女性 人気 フード ランチ 人気 フード

総掲載数 **5,023** 前日比 **+24** パブリシティ数 **1,234** パブリシティ転載数 **2,345** リリース原文転載数 **3,456**

集計期間: 2020/01/01~2021/09/27

オンラインサービス動向調査

オンラインサービス 提供開始人気 サービス オンラインサービス飲食 女性 人気 フード ランチ 人気 フード

総掲載数 **5,023** 前日比 **+3** パブリシティ数 **1,234** パブリシティ転載数 **2,345** リリース原文転載数 **3,456**

集計期間: 2020/01/01~2021/09/27

オンラインサービス動向調査

オンラインサービス 提供開始人気 サービス オンラインサービス飲食 女性 人気 フード ランチ 人気 フード

総掲載数 パブリシティ数 パブリシティ転載数 リリース原文転載数

オンラインサービス動向調査

キーワード: オンラインサービス 提供開始人気 サービス オンラインサービス飲食 女性 人気 フード ランチ 人気 フード

除外キーワード: オンラインサービス 提供開始人気 サービス オンラインサービス飲食 女性 人気 フード ランチ 人気 フード

レポート集計期間: 2020/01/01~2020/08/01

絞り込み: パブリシティ パブリシティ転載 リリース原文転載

総掲載数 **100** 前日比 **+3** パブリシティ数 **16** パブリシティ転載数 **24** リリース原文転載数 **45**

取得記事数

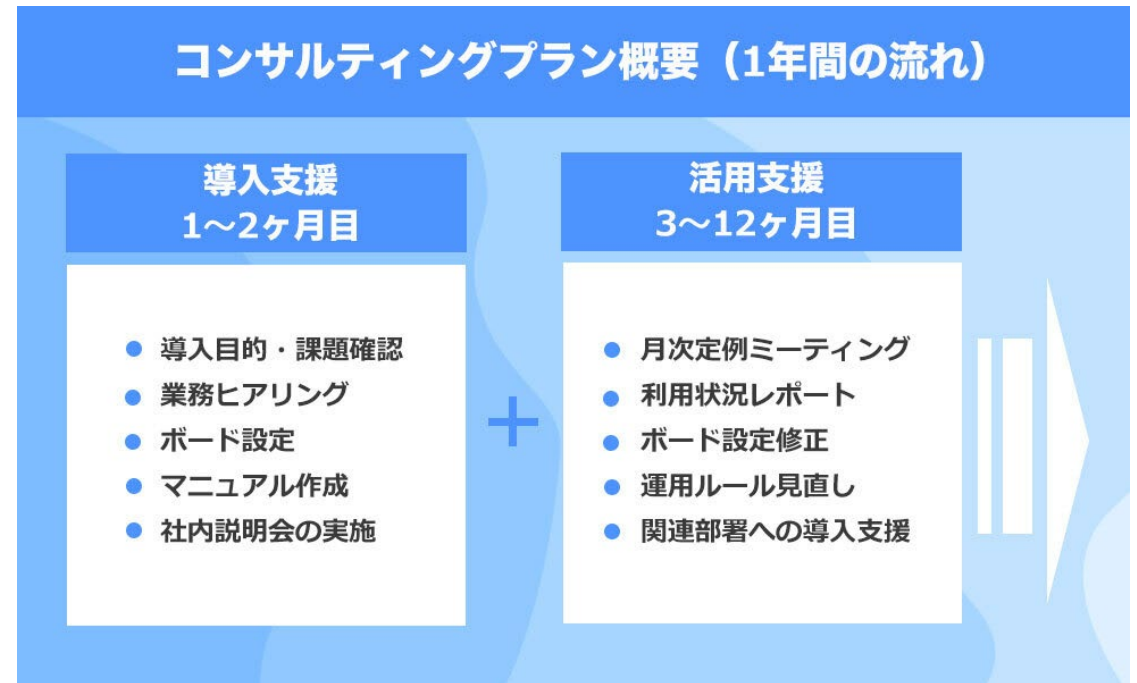
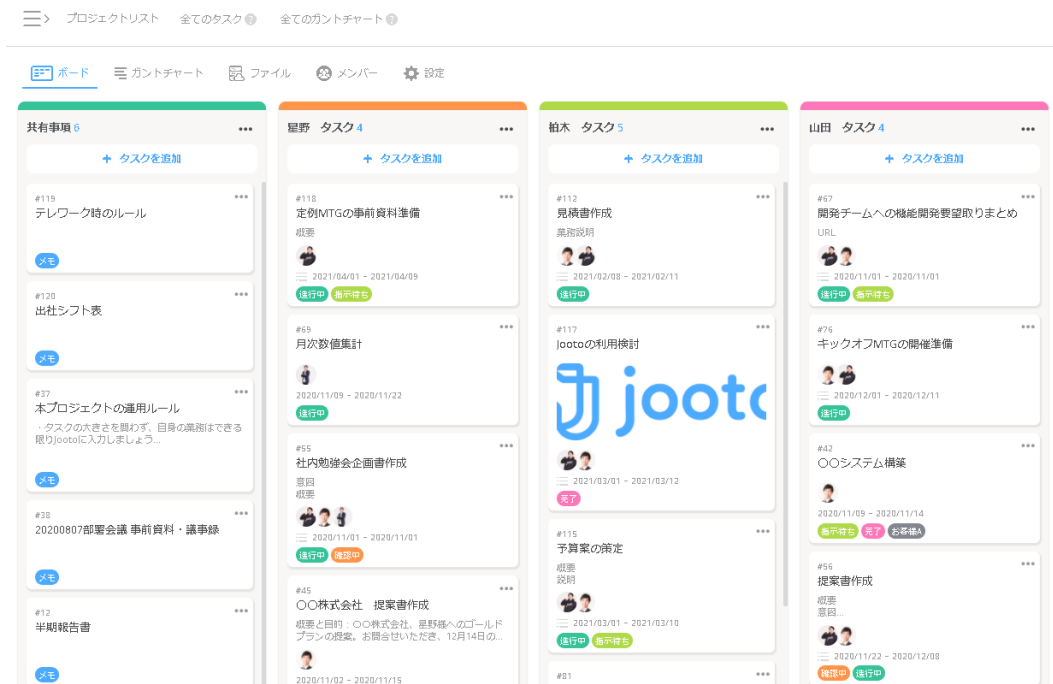
メディアジャンル別比率

記事総数 129件

メディアジャンル	比率
ポータル・プロバイダ	32.4%
ニュース総合	18.5%
ビジネス総合	10.3%
IT総合	5.1%
モノ・トレンド	8.2%
業界ビジネス	6.2%
エンターテインメント	5.0%
その他	11.7%

取付日	掲載種別	タイトル/含数キーワード	サイト/媒体社名	メディアジャンル	広告掲載額
2020/01/01	パブリシティ	Taylorが「クラウド情報管理ツール」にブランドコンセプトを刷新。カスタマーサポートから社内マニュアルまで、情報を蓄積・共有するサービスへ	AFPBB News 株式会社クリエイティブ・リンク	ビジネス総合	33,200円
2020/01/01	パブリシティ	Taylorが「クラウド情報管理ツール」にブランドコンセプトを刷新。カスタマーサポートから	AFPBB News	ビジネス総合	33,200円

- 対象企業は導入費用の最大50%分の補助金を申請可能
- 補助金の対象となる導入後の伴走をセットにしたコンサルティングプランを新設



コーポレート | 監査役人事

- 向川壽人氏は2014年5月に当社社外常勤監査役に就任し、来年の定時株主総会終結をもって任期満了で退任予定
- 高田裕久氏が新任社外常勤監査役候補者に内定、来年の定時株主総会で正式決定見通し
- 田中紀行氏は2014年7月に当社社外監査役に就任して来年の定時株主総会で再任になると任期10年目、監査役会は監査の継続性の観点で弁護士の中田氏の再任を意見表明
- 東証による社外役員の独立性基準には任期要件はないが、今後検討して定める方針

1985年 4月 日本開発銀行（現、日本政策投資銀行） 入行

2001年 4月 新規事業投資株式会社（現、DBJキャピタル株式会社） 投資第2部課長

2003年 5月 米国スタンフォード大学 客員研究員

2004年 6月 日本政策投資銀行 産業・技術部課長

2006年 4月 同行 総合企画部次長

2007年 4月 同行 経営企画部次長

2009年 6月 財団法人日本経済研究所 常務理事事務局長

2012年 6月 日本政策投資銀行 監査室長

2014年12月 日本経済研究所 上席研究主幹

2018年 6月 DBJリアルエステート 常勤監査役就任（2022年6月退任）

2019年 7月 公認会計士登録

2022年11月 高田裕久公認会計士事務所開業（予定）

2023年 5月 PR TIMES 社外常勤監査役（予定）

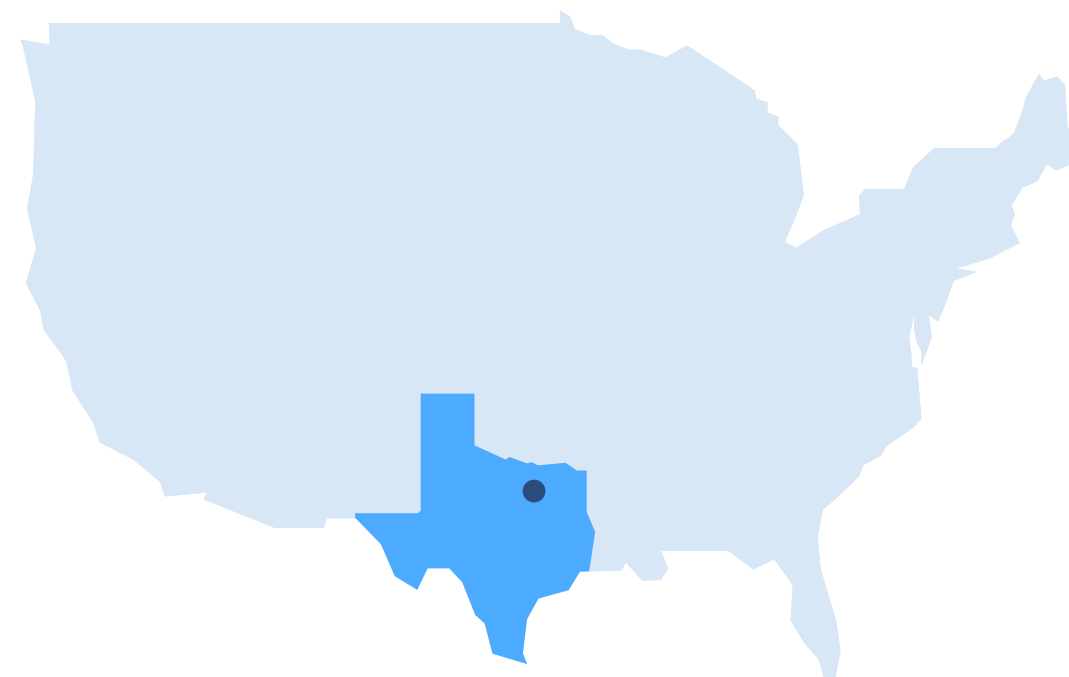


高田裕久氏

コーポレート | 米国子会社の設立

- 米プレスリリース関連企業のM&Aに向けて基本合意書を締結してデューデリジェンスを実施したが、最終契約書の締結には至らずに交渉決裂
- M&AによるPR TIMESの米国進出を引き続き模索、今後機動的に行動できるように米国子会社を設立
- PR TIMESの米国進出を2022年度中に計画とMilestone 2025で開示したが、2023年度以降に延期

商号	PR TIMES Inc.
所在地	米国テキサス州ダラス
代表者	黒須 智博
資本金	10万USドル（予定）
設立年月日	2022年10月（予定）
決算期	12月末日
株主	当社100%
従業員数	未定
事業開始日	未定



- 2022年8月末時点で当社が試算した流動株比率は36.9%、プライム市場維持基準35%以上をキープ
- 東証が2023年2月末を基準日として再判定見通し

(単位：株)	2021年2月末	増減	2022年2月末	増減	2022年8月末	
上場株式数	13,457,200	0	13,457,200	0	13,457,200	100.0%
固定株式数	8,825,853	▲361,699	8,464,154	24,651	8,488,805	63.1%
株式会社ベクトル	7,600,000	▲134,600	7,465,400	0	7,465,400	55.5%
取締役等						
山口拓己	706,000	89,627	795,627	6,046	801,673	6.0%
三島映拓	28,400	85,675	114,075	1,395	115,470	0.9%
役員持株会	18,722	▲3,809	14,913	4,900	19,813	0.1%
自己株式	424,931	▲394,084	30,847	16,762	47,609	0.4%
保険会社	27,200	▲26,800	400	200	600	0.0%
事業法人	20,600	22,292	42,892	▲4,652	38,240	0.3%
流通株式数	4,631,347	361,699	4,993,046	▲24,651	4,968,395	36.9%
流通株比率	34.4%		37.1%		36.9%	

注：保有目的が純投資である旨の保有状況報告書を受領した保険会社を、固定株式数から除外。

PR TIMES

1

2022年度第2四半期 四半期決算

2

2022年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

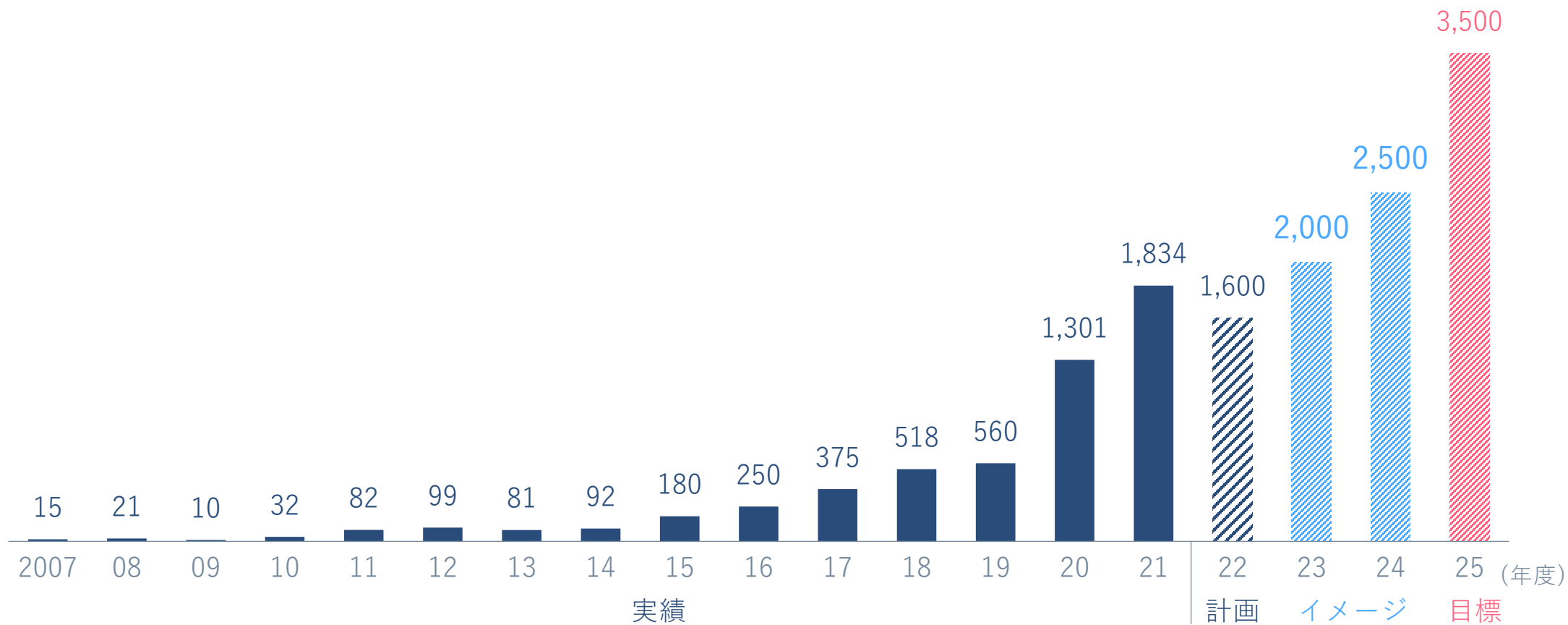
Road to Milestone2025 (再掲)



- 2022年度の営業利益は16億円（前期比87.2%）を計画、投資期と位置づけて9期ぶりに増収減益の見通し
- 2023年度と2024年度も引き続き積極的な投資を実施予定だが、利益拡大も実現する方針
- 営業利益は来期に再び過去最高益を更新し、2025年度の目標 35億円に向けて増益基調をイメージ

営業利益の推移

（単位：百万円）



※2023年度と2024年度の営業利益の推移イメージは同年度の業績予想額を保証するものではありません

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だす。

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。

本資料を公開するとともに説明会を開催しております。アナリストや機関投資家とは、必要に応じて個別面談に応じております。説明会や個別面談の質疑応答では、公表されていない重要な情報を伝達しないように遵守しています。重要な新情報は原則、PR TIMESで最初に公表しております。

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(但し小数点まで表示する場合は小数点第1位未満四捨五入)、%(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。