

PR TIMES

2017年度第2四半期決算 説明資料

2017年10月12日

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。

01

2017年度第2四半期 四半期決算

02

2017年度第2四半期 サービス動向

03

トピックス&参考情報

- 売上高8億4百万円、営業利益1億7千9百万円、ともに過去最高を更新
- 売上高及び各利益ともに当初業績予想を上回る

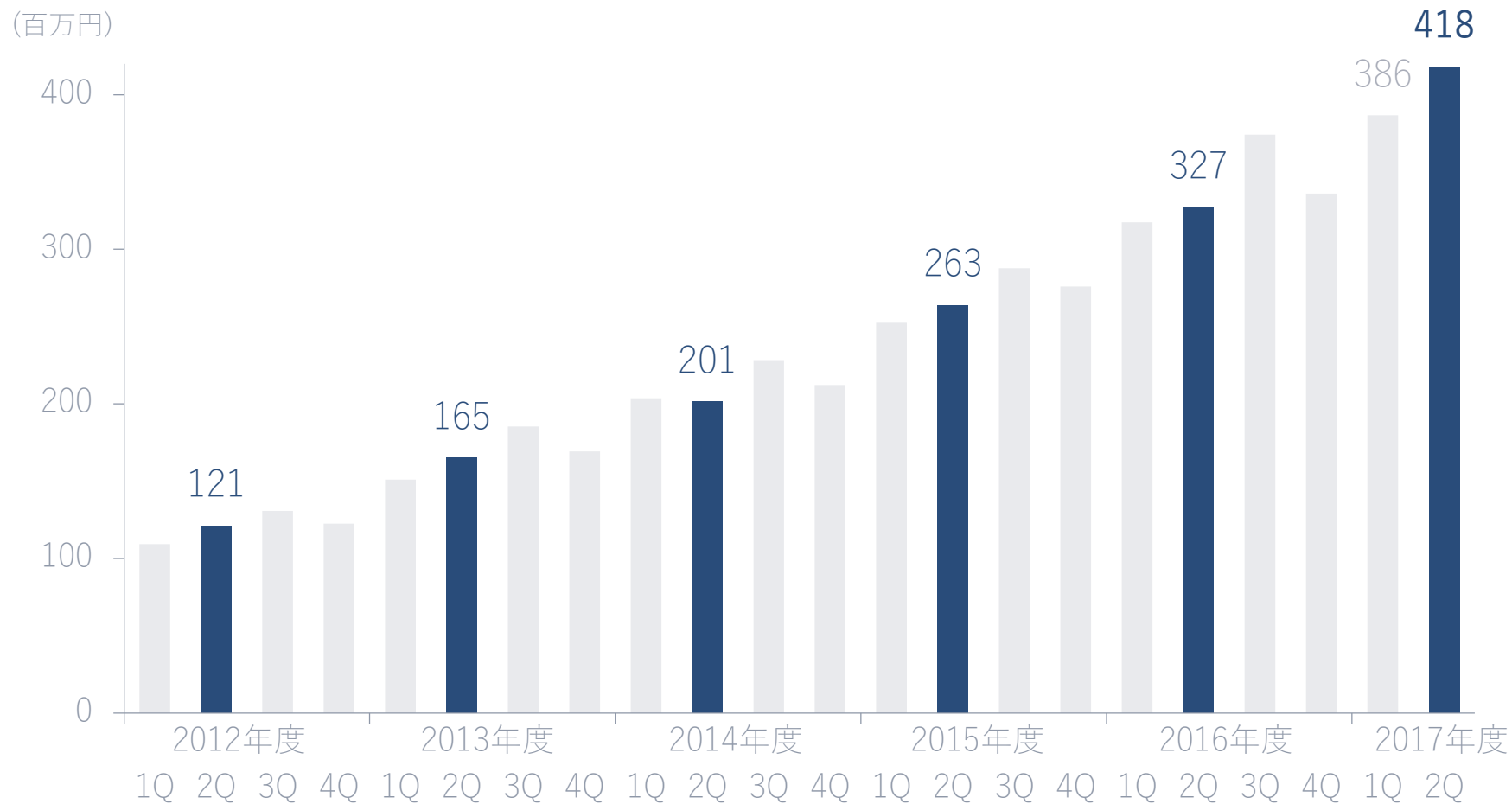
	2016年度		2017年度			当初業績予想	
	上期	下期	上期	前年同期比	前半期比	上期	対予想比
売上高	644	710	804	124.8%	113.2%	794	101.4%
売上総利益	491	551	617	125.8%	112.1%	595	103.8%
(粗利率)	(76.2%)	(77.6%)	(76.7%)	—	—	(75.0%)	—
販売管理費	362	428	437	120.7%	102.2%	438	100.0%
営業利益	128	122	179	140.1%	146.6%	157	114.5%
経常利益	115	122	179	156.1%	146.5%	156	115.1%
当期純利益	76	77	124	163.2%	159.8%	104	119.7%

■ 売上高4億1千8百万円、営業利益1億8百万円、ともに過去最高を更新

	2016年度			2017年度			
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	前年同期比	前四半期比
売上高	327	374	336	386	418	127.8%	108.2%
売上総利益	255	296	254	296	320	125.6%	108.1%
(粗利率)	(78.0%)	(79.3%)	(75.6%)	(76.8%)	(76.7%)	—	—
販売管理費	180	198	229	225	212	117.7%	94.5%
営業利益	74	98	24	71	108	144.9%	150.8%
経常利益	68	98	24	71	108	157.4%	150.9%
当期純利益	45	64	12	49	75	164.3%	151.8%

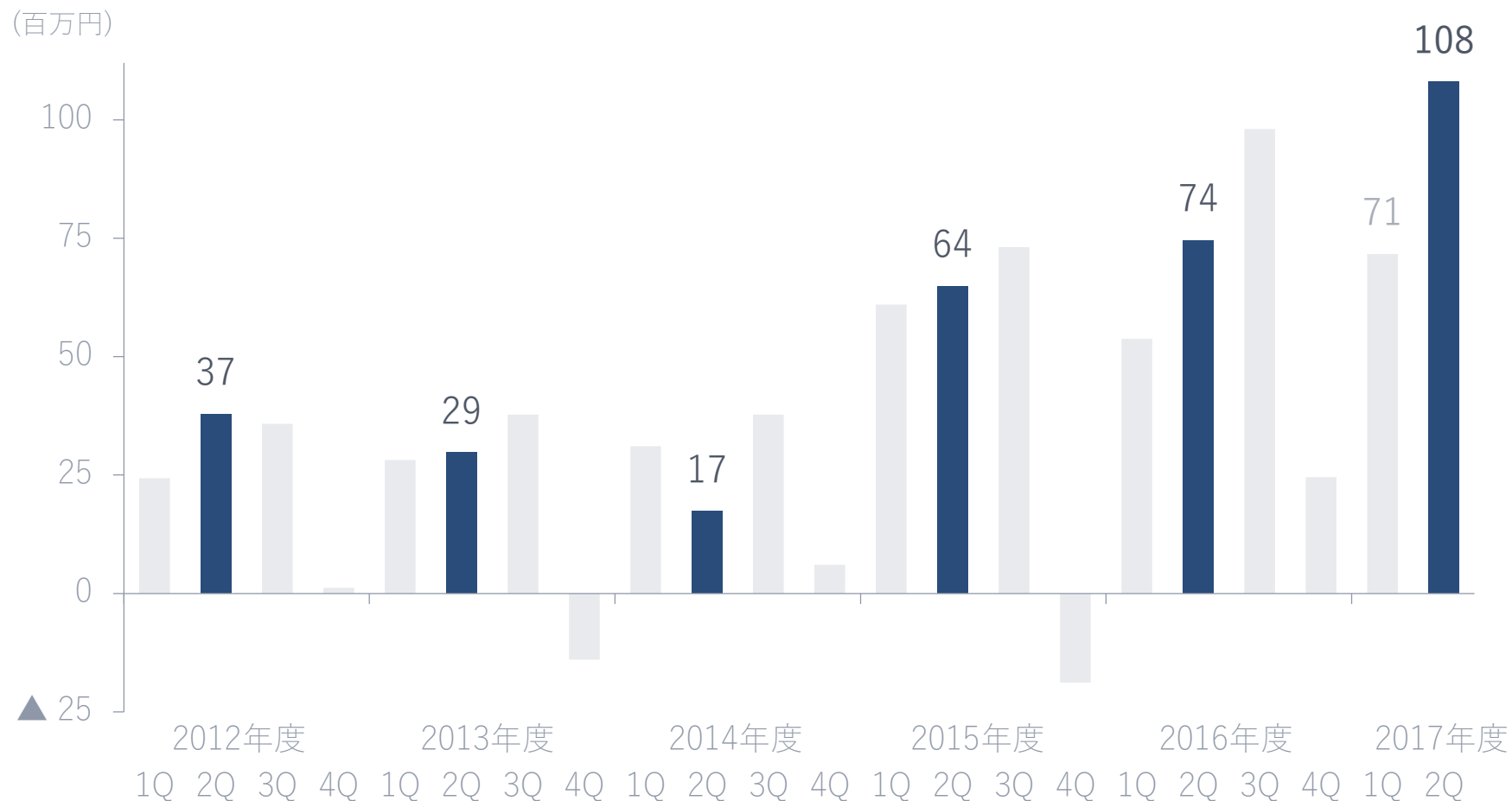
■ 売上高4億1千8百万（前年同期比127.8% 前四半期比108.2%）

■ 堅調な成長基調を継続、売上高は過去最高を更新

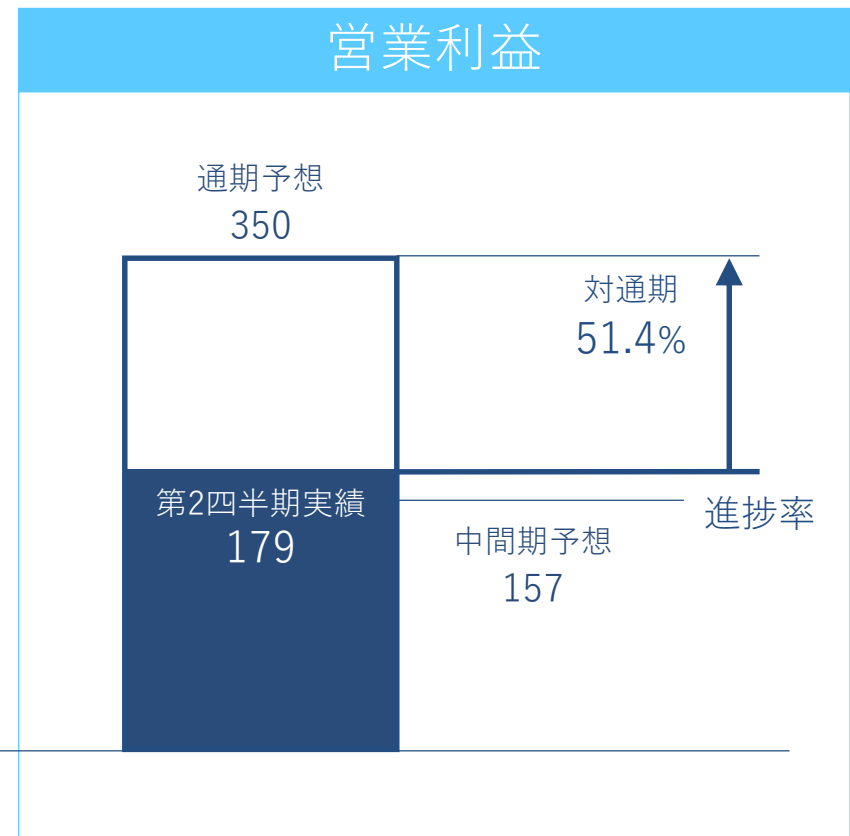
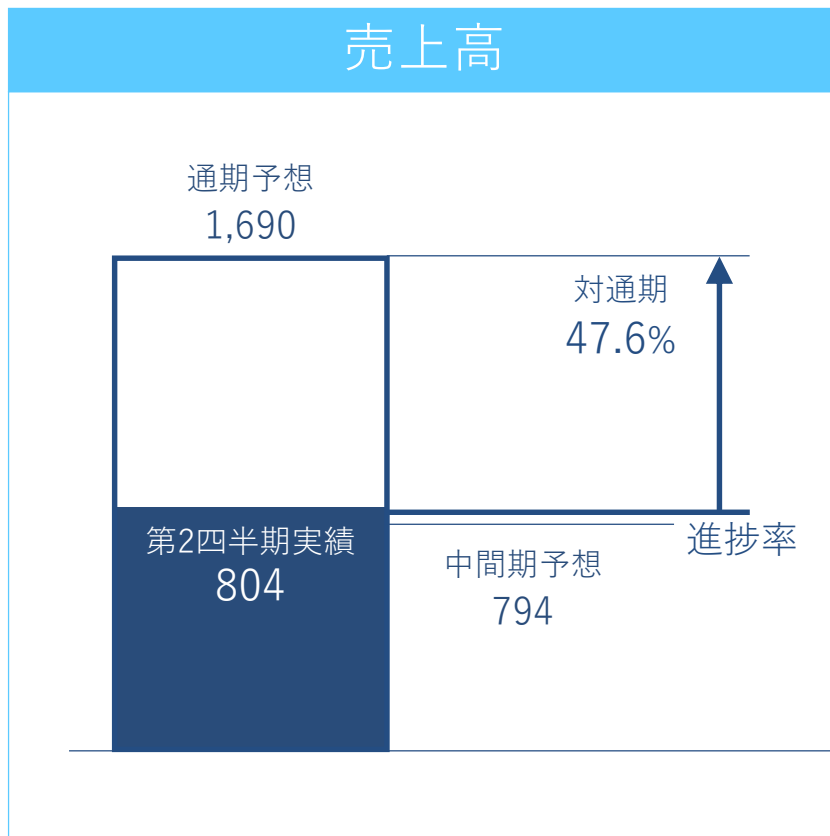


■ 営業利益1億8百万円（前年同期比144.9% 前四半期比150.8%）

■ 営業利益は3四半期ぶりに過去最高を更新



- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で47.6%(前年同期47.6%)、営業利益で51.4%(前年同期51.1%)と順調に進捗



- 長期契約時に一括前払いするご利用企業が増加傾向にあり、前受収益が前年同月比178.5%、前四半期比111.8%とさらに拡大

(単位：百万円)

	2016年8月末	2017年5月末	2017年8月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	1,145	1,317	1,443	126.0%	109.6%
(内、現預金)	971	1,112	1,208	124.4%	108.6%
固定資産	281	256	254	90.7%	99.3%
総資産	1,426	1,574	1,698	119.0%	107.9%
流動負債	199	204	254	127.5%	124.1%
(内、前受収益)	40	65	72	178.5%	111.8%
固定負債	5	3	3	60.8%	90.4%
純資産	1,221	1,365	1,440	117.9%	105.5%

01

2017年度第1四半期 四半期決算

02

2017年度第2四半期 サービス動向

03

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 ニュースでつなぐインターネットサービスへ



利用企業社数	18,850社
国内上場企業利用率	33.0% (1,212社/3,672社)
プレスリリース数	8,262本/月 (2017.3)
配信メディアリスト	12,099媒体
パートナーメディア	107媒体
SNSアカウント	Facebook 125,000 Twitter 52,800

※2017年8月末時点

- PR TIMESの利用価値のひとつはパブリシティ獲得、当社の実績でも実証
- 西日本新聞メディアラボ、つくば市役所との提携を中心に過去最大

	掲載日	媒体名	種類	内容
1	6月1日	月刊広報会議	雑誌	代表取材
2	6月5日	MarkeZine	Web	インバウンド
3	6月6日	Web担当者Forum	Web	インバウンド
4	6月16日	ニッキン	新聞	京都銀行
5	7月7日	マイナビニュース	Web	京都銀行
6	7月25日	Venture Times	Web	西日本新聞
7	7月25日	文化通信	Web	西日本新聞
8	7月25日	文化通信	Web	西日本新聞
9	7月26日	新潟日報	新聞	西日本新聞
10	7月26日	岩手日報	新聞	西日本新聞
11	7月26日	下野新聞	新聞	西日本新聞
12	7月26日	静岡新聞	新聞	西日本新聞
13	7月26日	宮崎日日新聞	新聞	西日本新聞
14	7月26日	沖縄タイムス	Web	西日本新聞
15	7月26日	沖縄タイムス	新聞	西日本新聞
16	7月26日	日経産業新聞	新聞	代表取材
17	7月26日	西日本新聞	新聞	西日本新聞
18	7月26日	qBiz 西日本新聞経済電子版	Web	西日本新聞
19	7月29日	フジサンケイビジネスアイ	新聞	西日本新聞
20	7月29日	新聞情報	新聞	西日本新聞

	掲載日	媒体名	種類	内容
21	8月1日	新聞報	新聞	西日本新聞
22	8月1日	IBS 茨城放送	ラジオ	つくば市役所
23	8月1日	九州ビジネスチャンネル	Web	西日本新聞
24	8月2日	つくばもん	Web	つくば市役所
25	8月2日	茨城新聞	新聞	つくば市役所
26	8月2日	朝日新聞	新聞	つくば市役所
27	8月2日	日本経済新聞電子版	Web	つくば市役所
28	8月2日	日本経済新聞	新聞	つくば市役所
29	8月3日	ASCII.jp	Web	つくば市役所
30	8月8日	東京読売新聞	新聞	つくば市役所
31	8月9日	AdverTimes	Web	つくば市役所
32	8月9日	LiBz Workstyle	Web	社員取材
33	8月17日	IBASHO	Web	社員取材
34	8月22日	月刊BOSS	雑誌	つくば市役所
35	8月30日	ふくおか経済	雑誌	西日本新聞
36	8月30日	”未来を変える”プロジェクト	Web	社員取材

• 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。

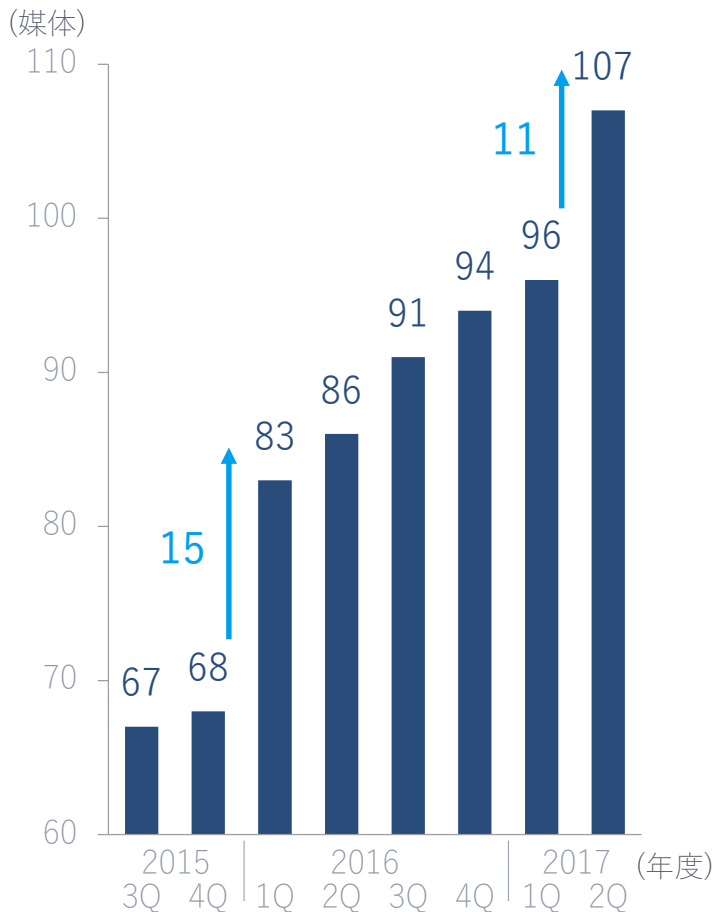
• 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。

(2017年6月～2017年8月、掲載日順)

- 防災ガールと日本財団が共催した津波防災プロジェクト「#beORANGE」に広報・PR責任者としてレンタル移籍
- 国際PR協会主催のアワードで環境部門の最優秀賞、The Holmes Report主催のアワードでBRANDING AND IDENTITY部門の最優秀賞を獲得



- 2016年度第1四半期以来5四半期ぶりに、3ヶ月間で10媒体以上と追加提携
- 月間1億PV超11媒体、1千万PV超24媒体含む107媒体にプレスリリースを転載

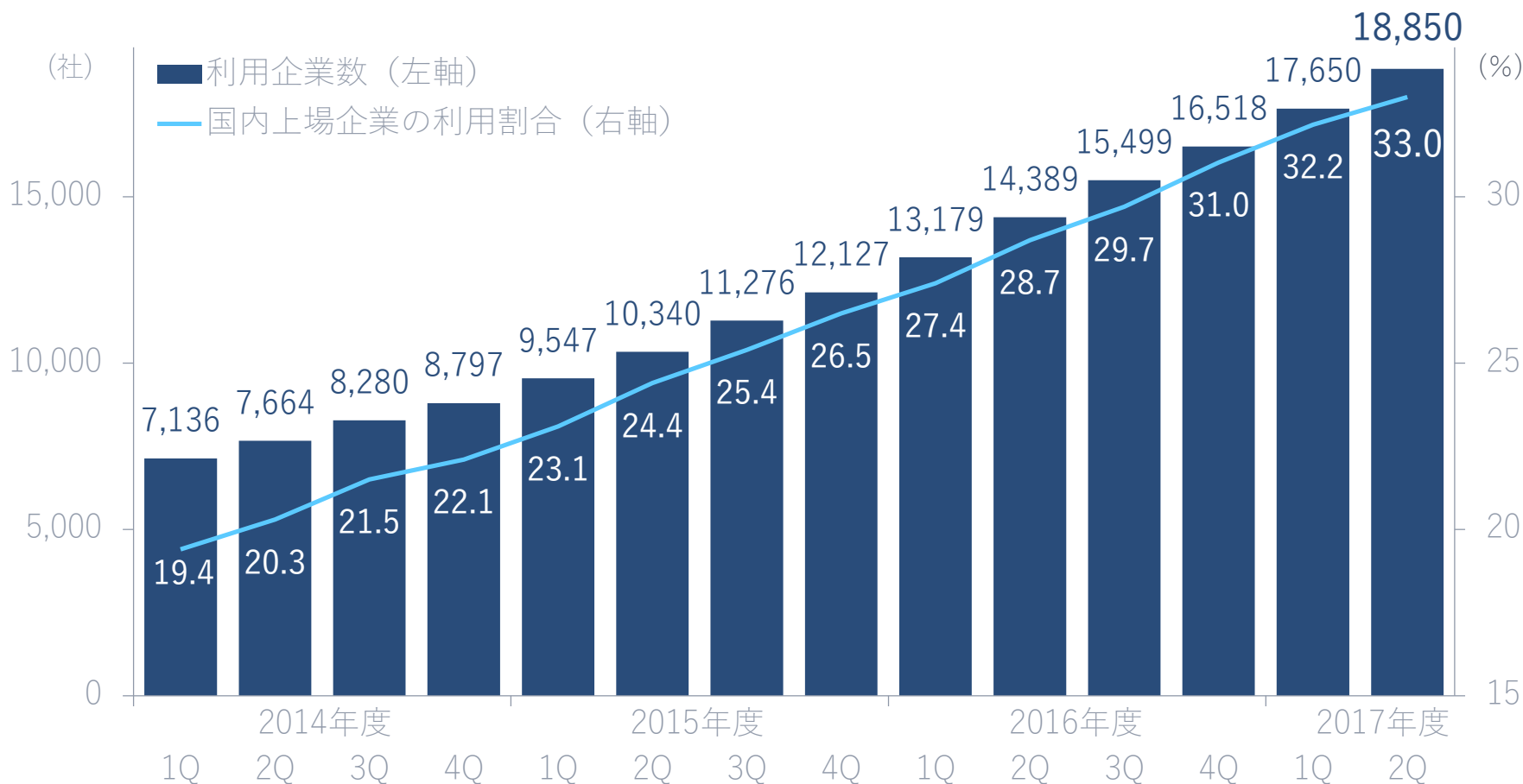


- 潜在的な顧客企業層のニーズを喚起するために、アライアンスを推進
- ホープと京都銀行に続き、西日本新聞メディアラボ、つくば市役所と提携、各地域でマーケティングを展開

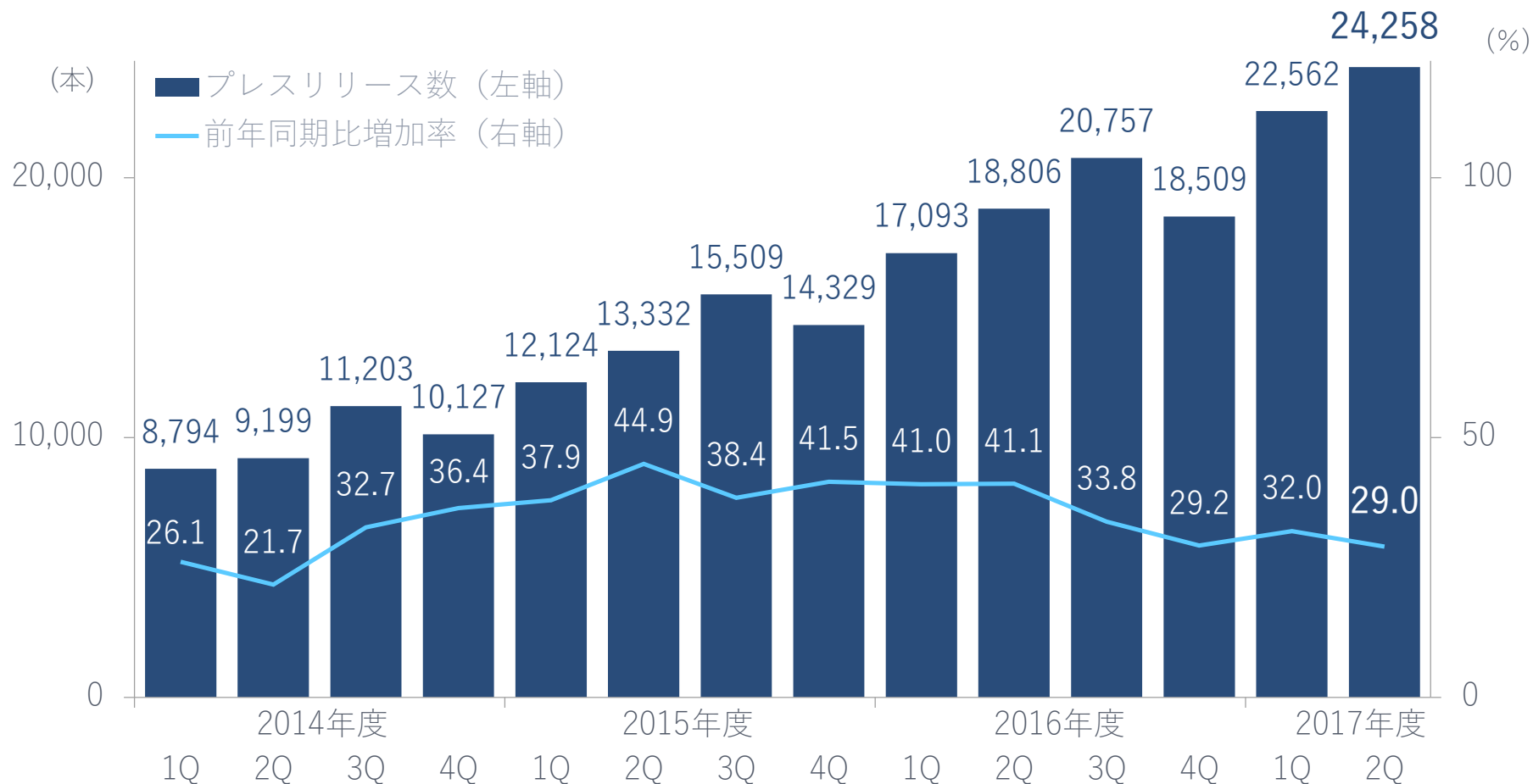
	2016年度 第3四半期	2017年度 第1四半期	2017年度 第2四半期	
業務提携先	HOPE.INC	京都銀行	Media Lab <small>西日本新聞</small>	TSUKUBA
想定ターゲット	全国1,963自治体	京都地域の伝統産業 からベンチャーまで	九州所在企業	つくば市が認定する ベンチャー企業
開始時期	2016年11月	2017年5月	2017年7月	2017年8月
オプション	—	—	プレスリリース原稿 を記者経験者が担当	—
パートナー メディア	行政情報アプリの マチイロ	—	西日本新聞WEB	—
主な実績	239自治体を利用	時期尚早	時期尚早	時期尚早

※2017年8月末時点

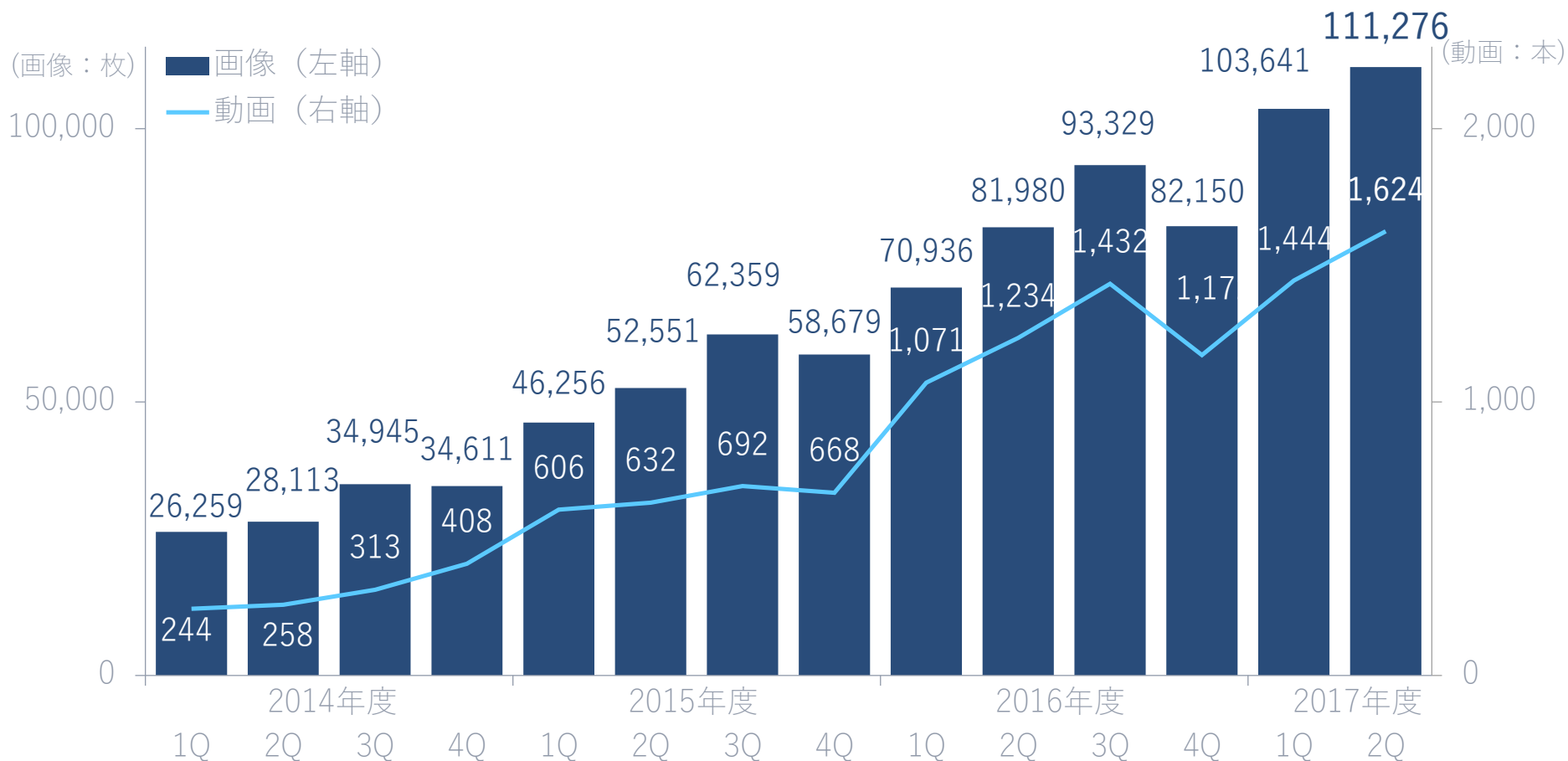
- 利用企業数が1万8千社を突破（前年同期比4,461社増、前四半期比1,200社増）
- 上場企業のうち33.0%（1,212社／3,672社）が利用



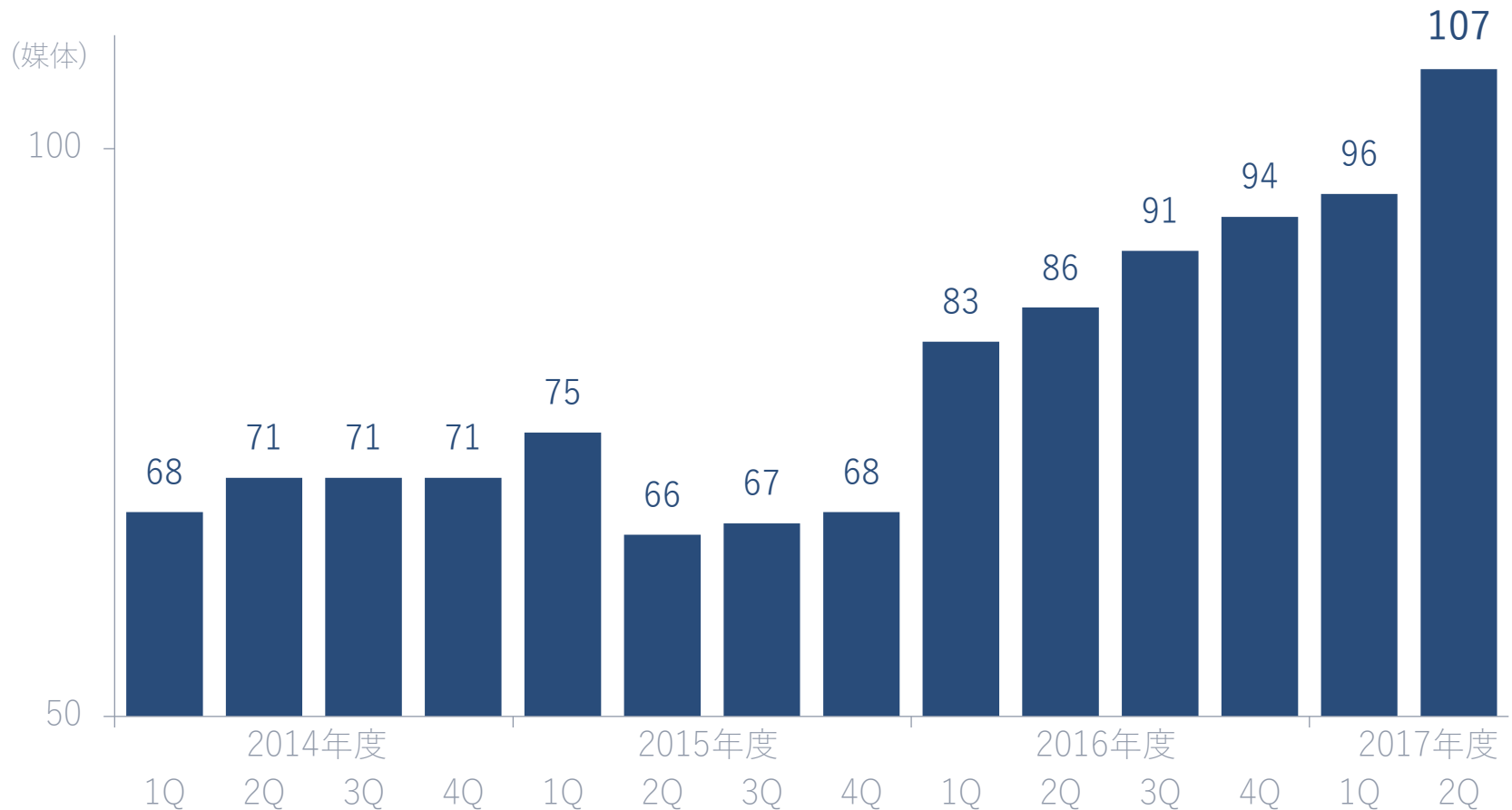
■ プレスリリース数が四半期で過去最高を更新



■ 画像数と動画数の両方で四半期、月次（8月）ともに過去最高を更新



- 女性誌「Mart」と「CLASSY.」のウェブメディア、「music.jpニュース」、「ウレぴあ総研」などがパートナーメディアに加わる。



01

2017年度第1四半期 四半期決算

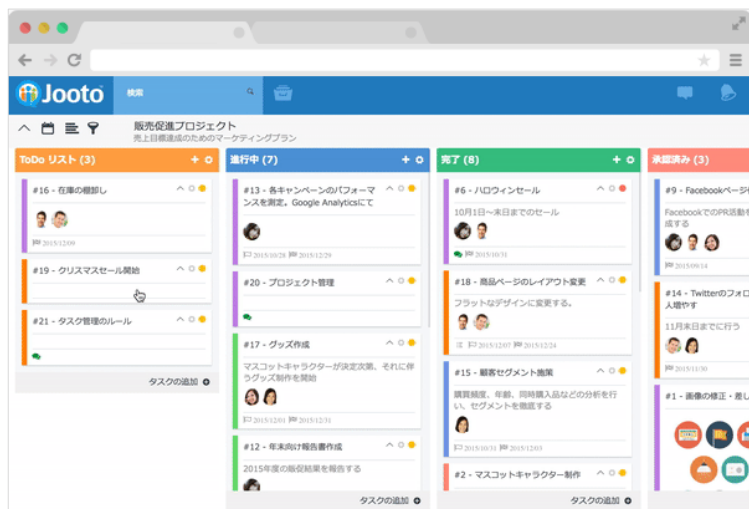
02

2017年度第1四半期 サービス動向

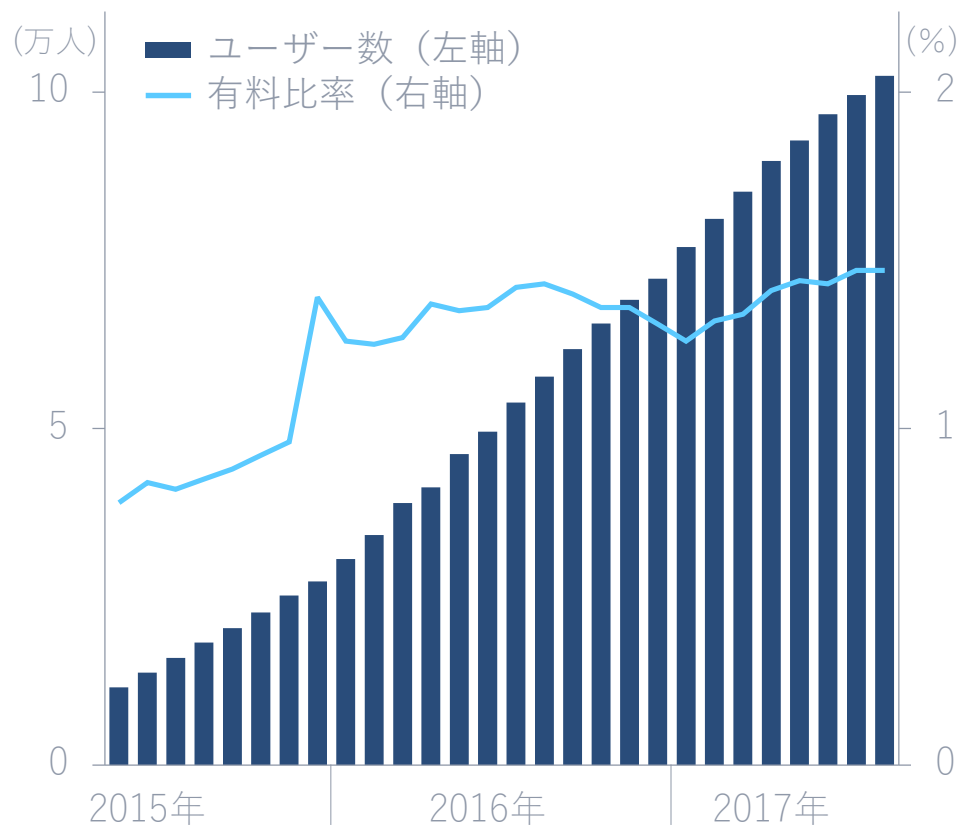
03

トピックス & 参考情報

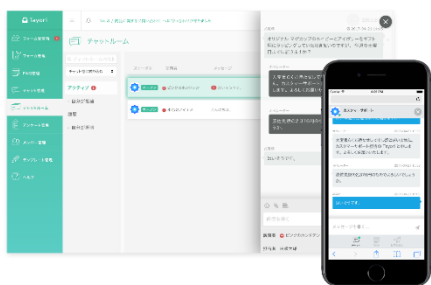
- 2014年6月にローンチしたカンバン方式のタスク・プロジェクト管理ツール
- シンプル機能と直感的に操作できるUIが特徴、ユーザー数は2017年8月に100,000人を突破



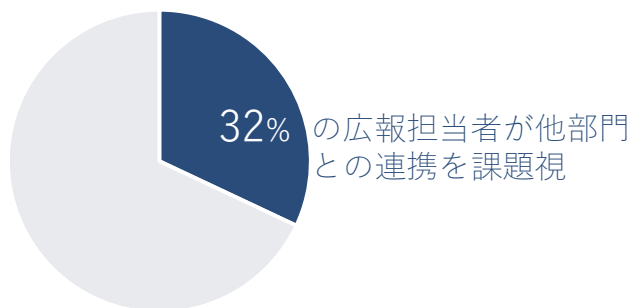
<https://jooto.com>



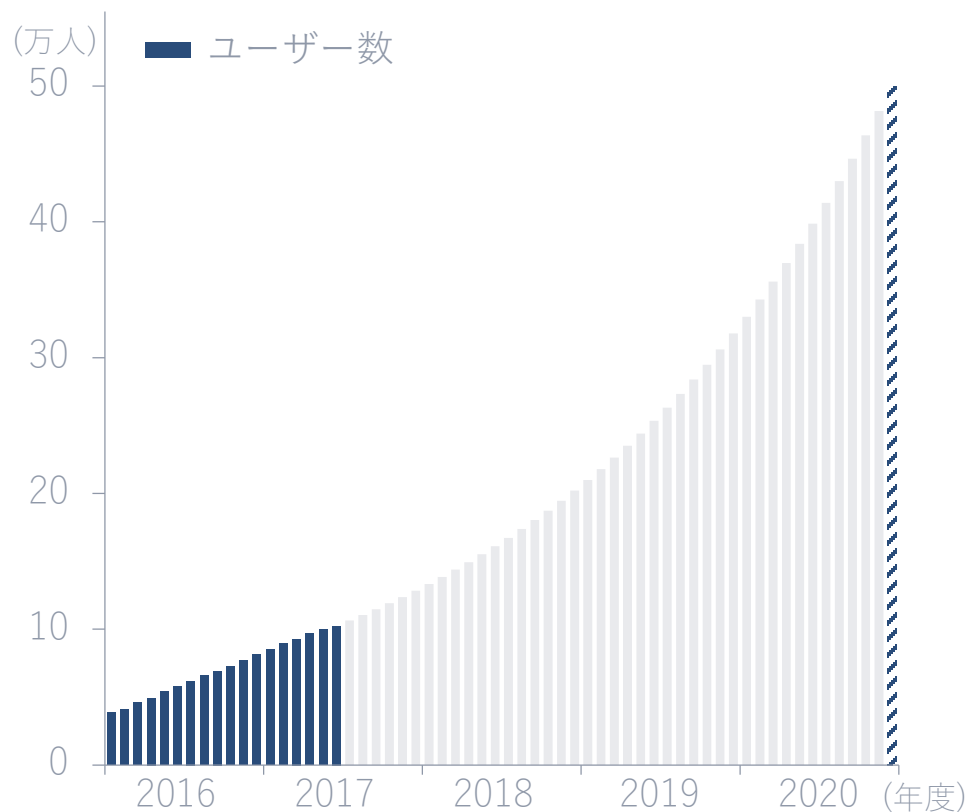
- Skipforward PTE. LTD.からJootoを2017年9月末に事業買収
- 当社事業とのシナジー効果を発揮して成長を加速、中期事業目標は2020年度にユーザー数50万、有料会員率3%



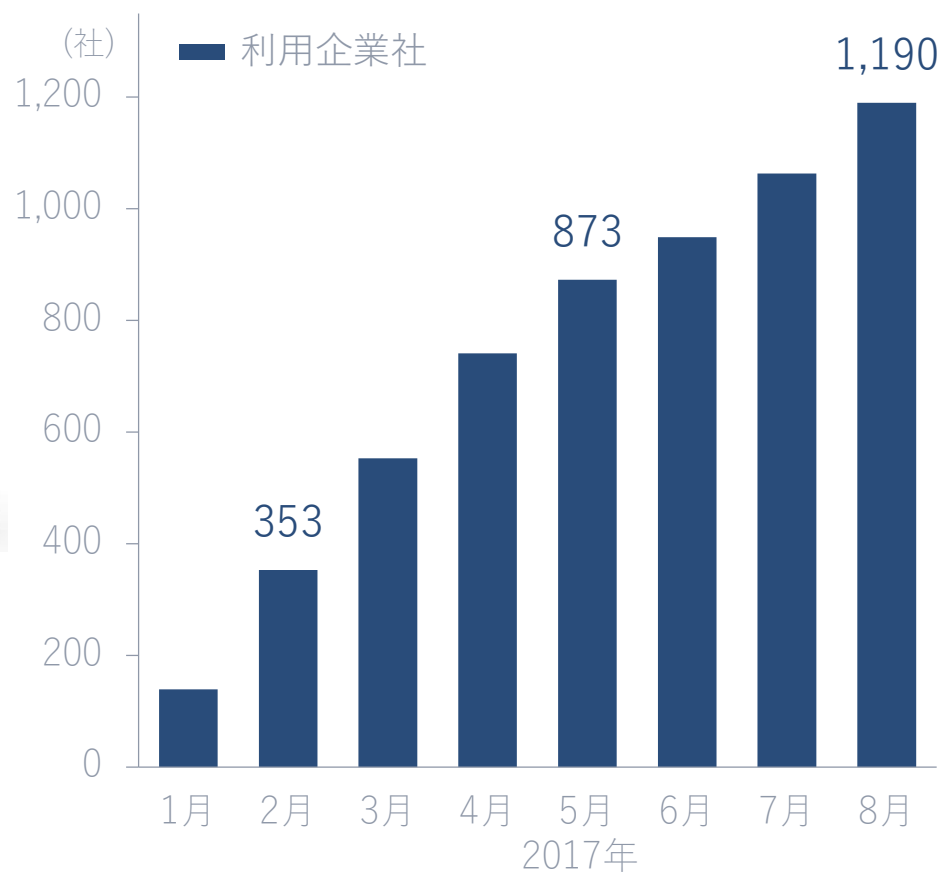
① Tayoriと相互連携



② PR TIMESの顧客課題を解決



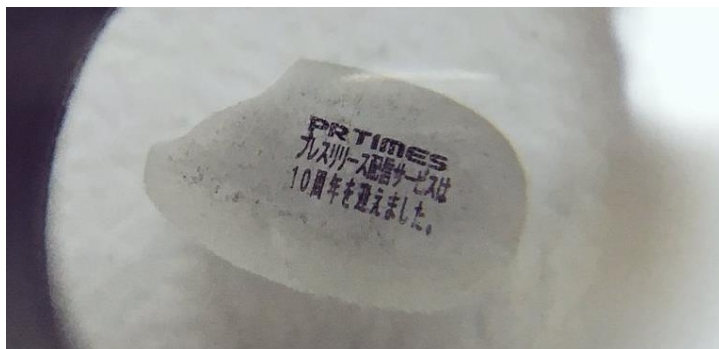
- Webクリッピングサービスの利用企業数が1,190社、前四半期比317社増
- 2017年9月1日に株式会社PRリサーチの代表に樋口裕輔が就任



- 事業開始10周年を記念して「世界最小のプレスリリース」を2017年10月10日に公開、今年4月に提携したリンカーズの仲介で板垣金属と共同製作
- 板垣金属のような極めて高い技術を有した企業が規模や産業によらずに、PR TIMESを活用頂ける未来に向けて



板垣金属株式会社（新潟県・三条市）



想いをこめた「お米」がプレスリリース



当社エントランスで一般公開（12/8まで）

1. 行動者宣言

「やりたいと思っていました」「やるつもりで計画していました」という慎重さには価値がないことが多い。思い立ったらすぐに試行錯誤する。自ら考え、周囲にも相談し、また前に進む。自らが機会を追求する行動者であることで、関わる人との波長を生み出していこう。行動が積み重ねられ、振り返れば形のないものが形になり、答えのないものに道筋が生まれる。

4. 当事者宣言

「誰かがやる」ではなく、「自分がやる」という意識で仕事に向き合う。そのほうがカッコいい。自らが動くことで期待値を超える機会が増えていく。仕事が楽しくなる機会も増えていく。やらない理由やできない理由を、誰かや何かに求めたりはしない。そんな当事者意識の高い人からプラスの空気が生まれ、周囲からの尊敬の念も救いの手も自然と集まるものだ。

7. 「見えることの先」にあることを慮る

「見えることの先」にあることに、目を向け、耳をすまし、想いを注ぐ。大切なものは目には見えない。見えることの先にあること、その裏にある意味や想いを感じることで、本質が見える。生まれるやり取りの質が上がる。スピードも精度も迫力も増していく。自分が受け取る情報に意味が生まれ、発する情報に命が宿る秘密である。

2. 挑戦者宣言

常識にとらわれない。既成概念に縛られない。失敗を恐れない。未経験に臆さない。創業から常にその精神で果敢に挑戦してきたからこそ、顧客・メディア・ユーザーから支持されるサービスを作ることができてきた。挑戦の主体者になる。もしくは、挑戦の積極的協力者になる。個人としても組織としても挑戦を継続していかない限り、サービスに未来はない。未来に想いを馳せたければ、挑戦あるのみ。

5. 夢中者宣言

プロフェッショナルな人は、自分自身が頑張る意味を誰かに言ってほしいとは思わない。自らが意味を見つけ自らがそこに向かう。だから夢中になれる。そういう思考から生まれた行動の積み重ねは、必ず成果をもたらす。夢中になれば、大概のことは成し遂げられる。夢中になれる人が夢を形にすることができる。

8. 「間」にあることを慮る

「間」にあることに、目を向け、耳をすまし、想いを注ぐ。お客様とメディアの間、お客様と消費者の間、メディアと消費者の間。そして、それらすべてを取り巻くステークホルダーとの間。そこにある関係性を良いものにしていくことが私たちの仕事。その間に生まれることに想像力を働かせることで、状況の問題点と解決策の芽を感じることがきる。しなやかな人、しなやかな組織であり続けるための秘密である。

3. 成長者宣言

顧客から学び、ユーザーから学ぶ。先輩から学び、同僚から学ぶ。教えることから学び、そして、失敗することから学ぶ。一人ひとりの学びが積み重ねられ、個人は成長していく。そして、時には悩み、時にはもがき、必死に前に進む。その過程でさらに成長する。一人ひとりの成長が継続され、組織は強くなっていく。そして、やがてどこまでも航海できる船になる。

6. マーケッター宣言

世の中の空気を感じ漂う感情を読み取れるように。流れる情報、人の動き、そして、そこから生まれる感情に常にアンテナを立てよう。その営みによってセンスが磨かれていく。行動者発の情報をどのように表現すれば、世の中に伝播されやすくなるかをイメージすることができ。行動者発の情報に翼をさすけることができる。マーケッターになろう。

9. 「自分と相手の間」に生まれる感情を慮る

自分と相手の間に生まれる感情をポジティブにしていく。自分と相手の間に生まれる感情と関係性をポジティブにしていく工夫とセルフコントロールを。人間が人間たる所以である。目線が高い人は、周囲が励まされる行動を起こすための労をいとわない。すると世界は面白いほど上手く回り始める。ポジティブオーラを身にまとう人と組織の秘密である。

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