

# PR TIMES

2020年度第2四半期 決算説明資料

2020年10月13日

01

# 2020年度第2四半期 四半期決算

02

2020年度第2四半期業績概要と動向

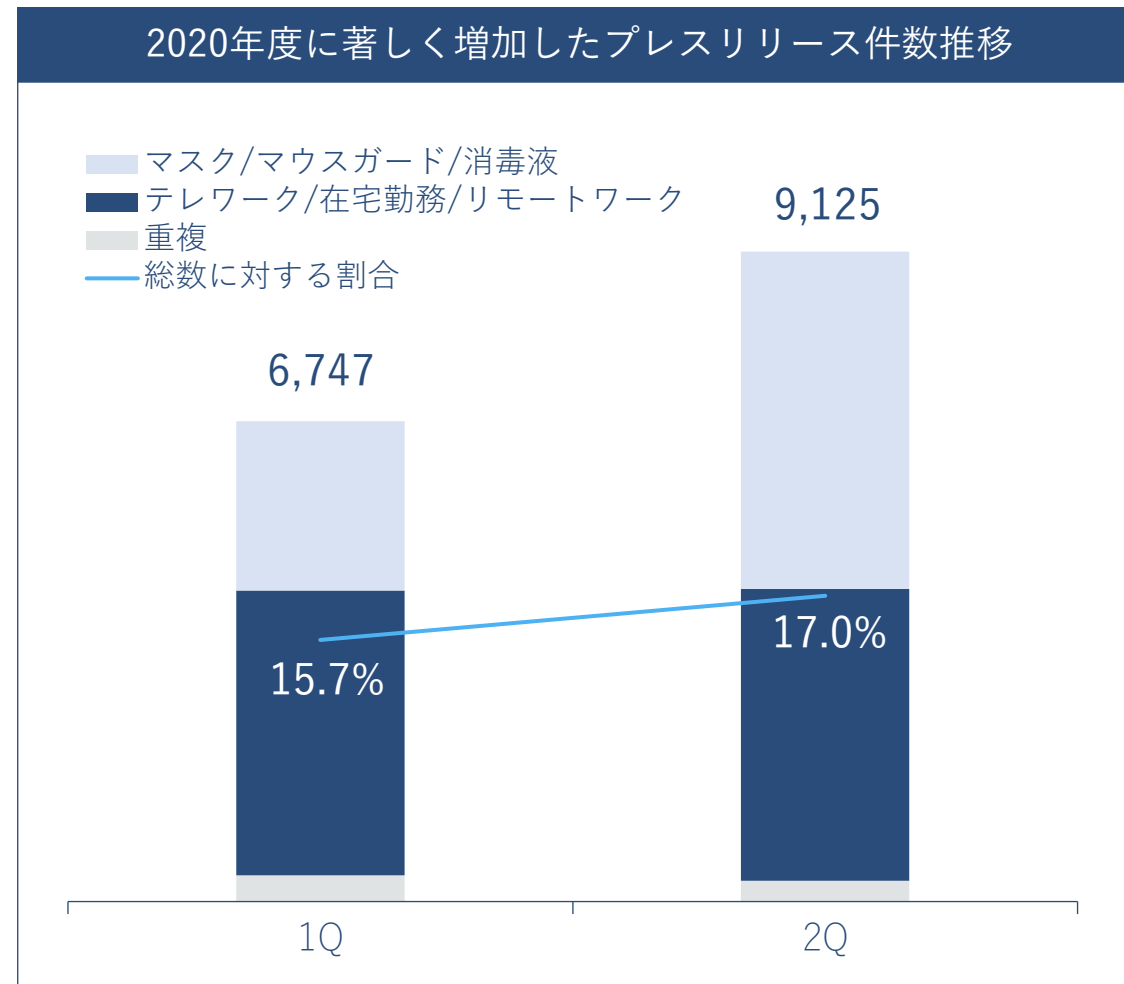
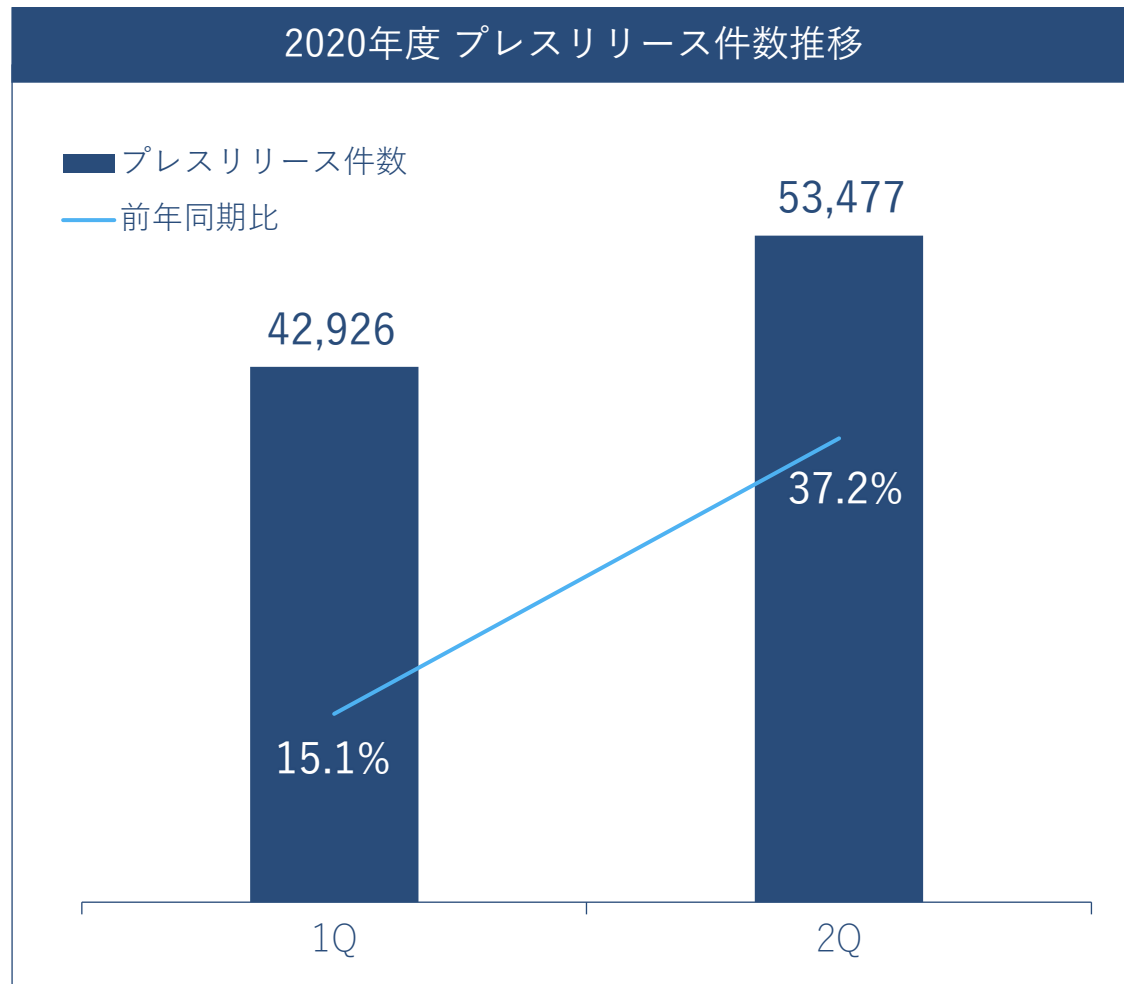
03

シビックスと子会社群

- 売上高及び各利益項目において、上期の過去最高を更新
- 当初想定より緊急事態宣言の発令期間が伸びたものの、上期業績予想を大きく上振れ

(単位：百万円)	2019年度		2020年度		当期業績予想		
	連結 上期	連結 下期	上期	前年同期比	前半期比	上期	対予想比
売上高	1,374	1,516	1,741	126.7%	114.8%	1,515	114.9%
売上総利益	1,166	1,266	1,479	126.8%	116.8%	—	—
(粗利率)	(84.9%)	(83.5%)	(84.9%)	—	—	—	—
販売管理費	821	1,051	847	103.1%	80.6%	—	—
内、広告宣伝費	187	391	173	92.5%	44.4%	—	—
営業利益	345	215	631	183.1%	293.7%	250	252.5%
(営業利益率)	(25.1%)	(14.2%)	(36.3%)	—	—	(16.5%)	—
経常利益	344	215	631	183.3%	293.5%	248	254.5%
当期純利益	163	158	601	369.1%	380.0%	361	166.4%

- 5月25日の緊急事態宣言解除に伴い、プレスリリース件数の成長率はコロナ禍以前の水準まで回復
- 「マスク」「消毒液」「テレワーク」といった新型コロナウイルスに起因する内容のプレスリリースが未だ多く、同程度の成長が続くかは不透明な状況

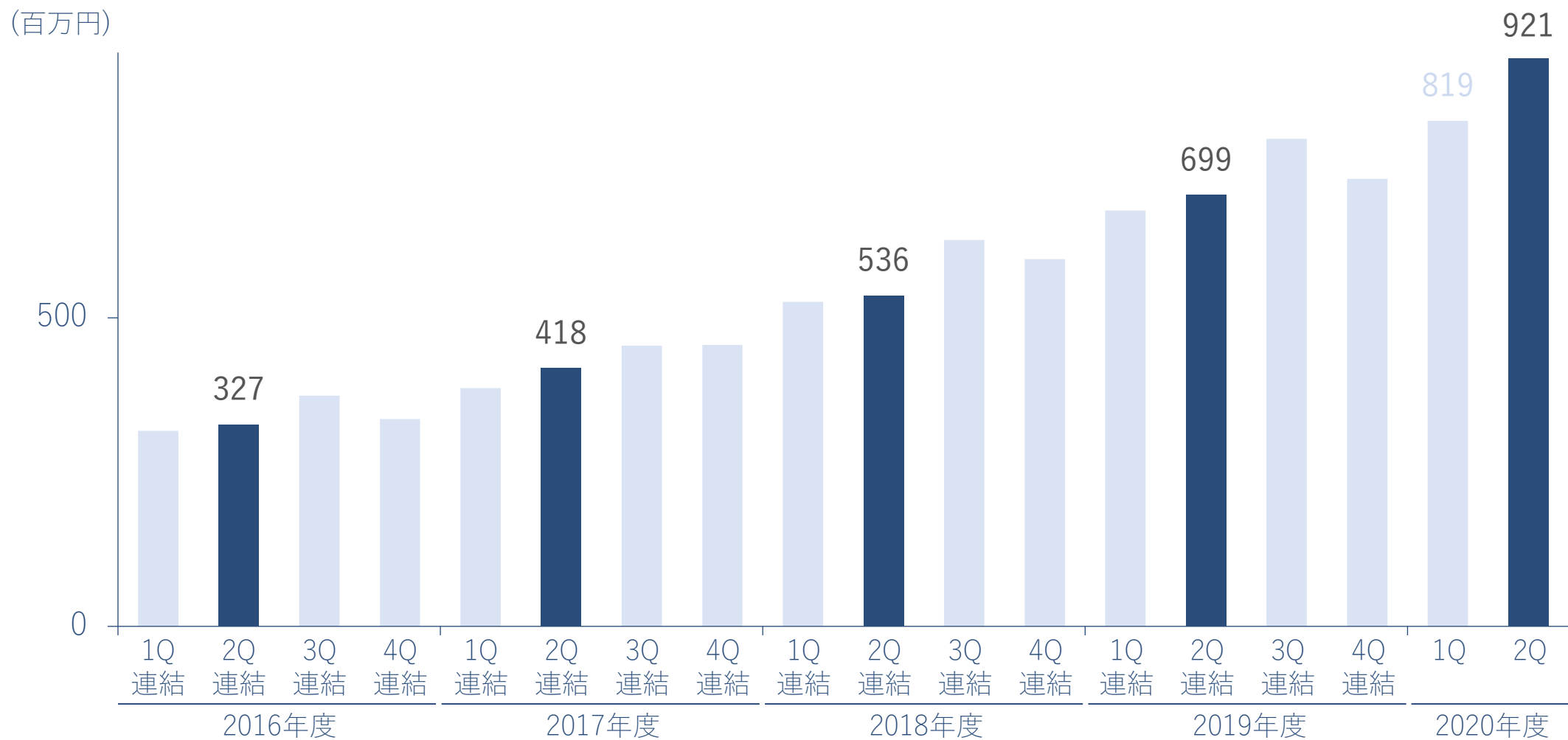


売上高及び営業利益は、2四半期連続で前年同期比、前四半期比で増収増益を達成

(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 2Q	連結 3Q	連結 4Q	1Q	2Q		
売上高	699	790	725	819	921	131.7%	112.5%
売上総利益	592	649	617	700	778	131.4%	111.2%
(粗利率)	(84.7%)	(82.2%)	(85.0%)	(85.4%)	(84.5%)	—	—
販売管理費	448	469	581	422	424	94.7%	100.4%
内、広告宣伝費	119	142	248	96	77	64.8%	80.4%
営業利益	144	179	35	277	354	245.2%	127.7%
(営業利益率)	(20.6%)	(22.8%)	(4.9%)	(33.9%)	(38.4%)	—	—
経常利益	144	180	35	277	354	245.4%	127.7%
当期純利益	27	121	36	381	220	796.4%	57.6%

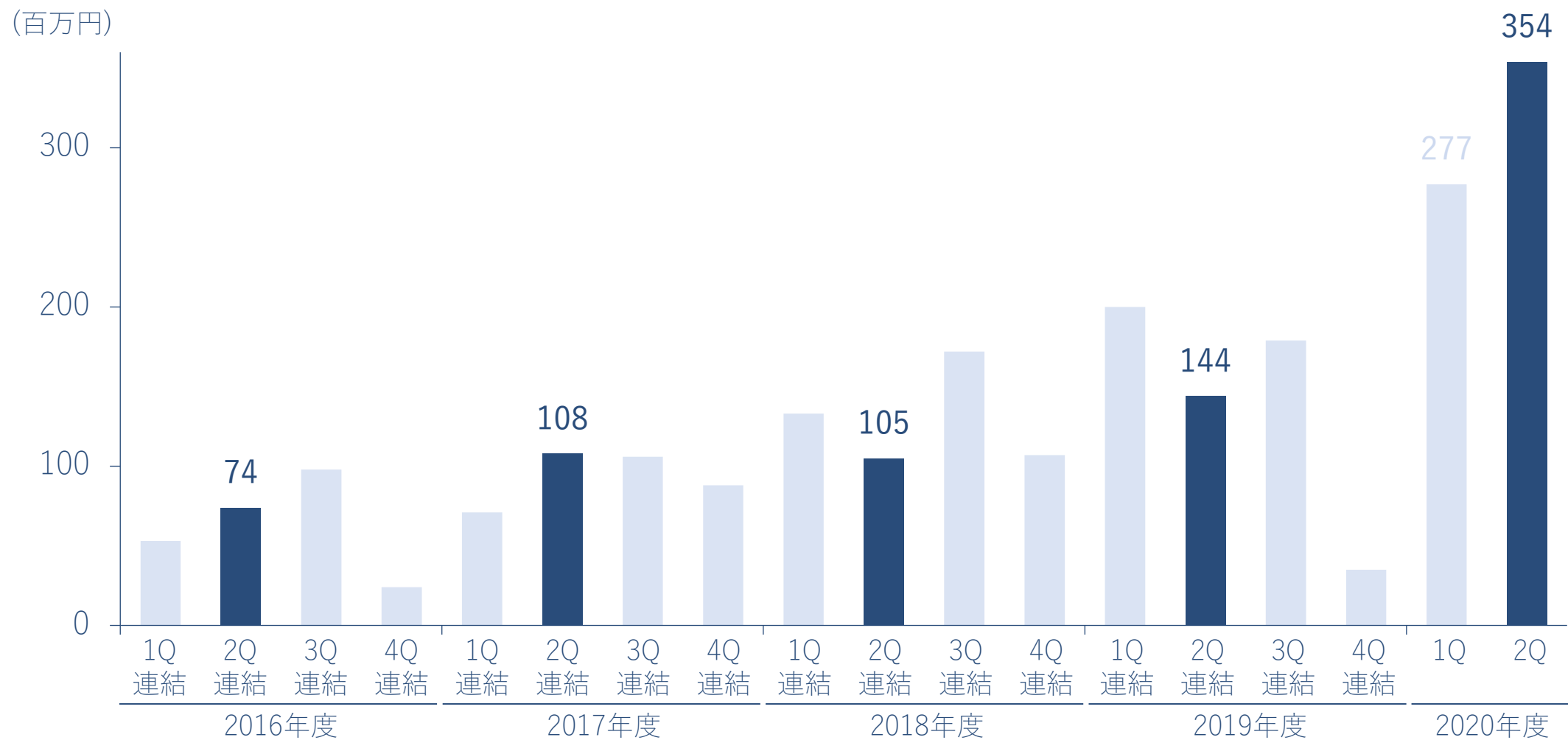
# 四半期売上高の推移

売上高は921百万円と2四半期連続で過去最高を更新



# 四半期営業利益の推移

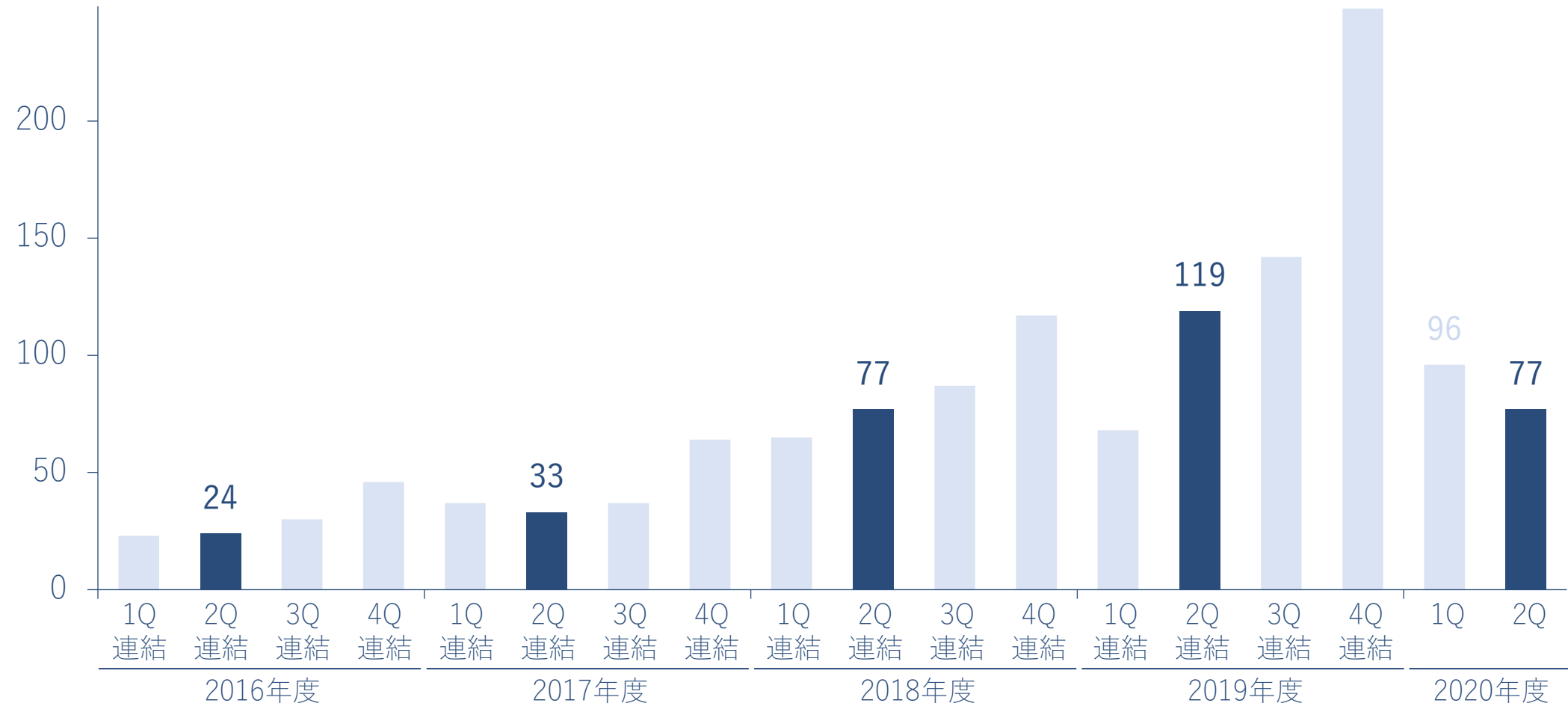
営業利益は354百万円と2四半期連続で過去最高を更新



# 四半期広告宣伝費の推移

日経新聞に全15段二面にわたり企業広告を掲載、広告宣伝への投資は予定通りに進行

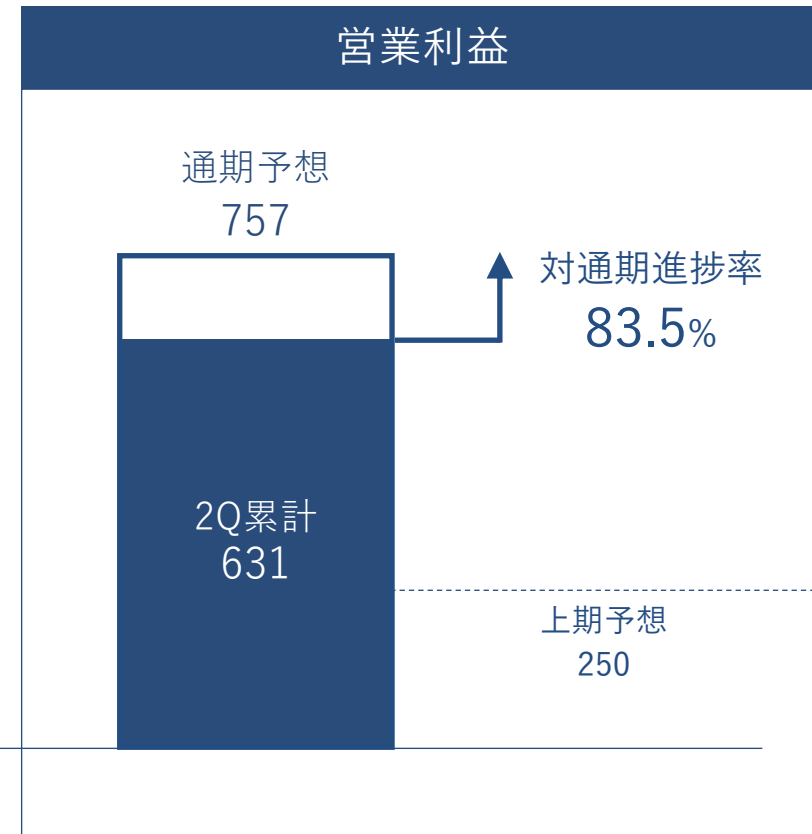
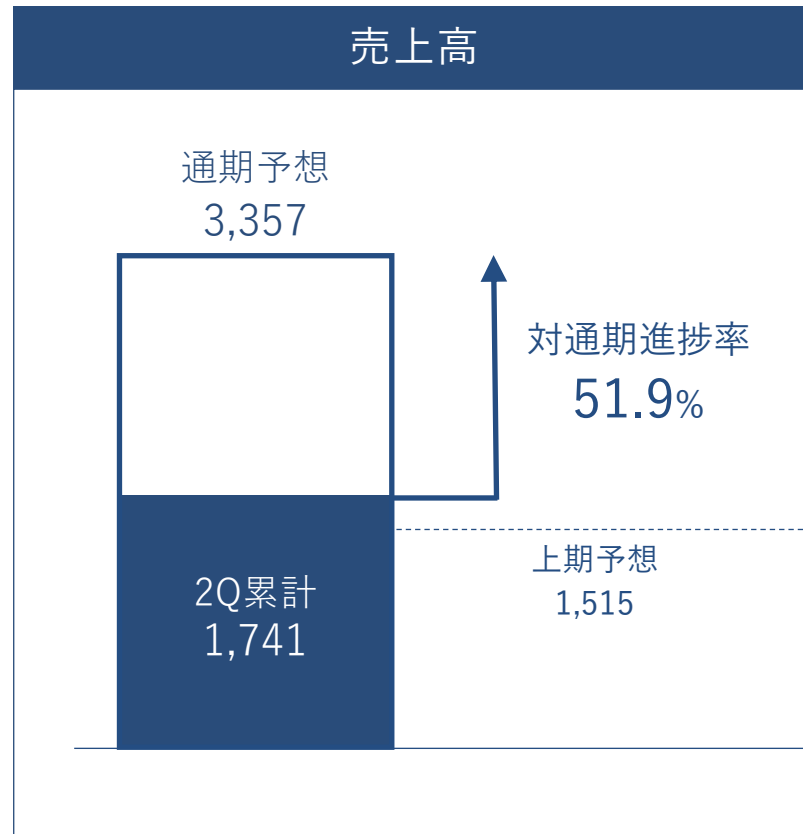
(百万円)







- 進捗率は通期予想に対して売上高で51.9%（前年同期48.1%）、営業利益で83.5%（同54.2%）と順調に進捗
- 通期予想を上回ることが期待される進捗であるものの、新型コロナウイルスに起因するプレスリリースが増えており、下半期も同程度の成長が続くかは不透明なため、通期予想は据え置き



- 「U-NOTE」の事業譲受に係るのれん等33百万円を減損したため、固定資産は前四半期比で88.7%と減少
- 「PR TIMES」の長期契約の一括前払いが増加し、前受収益は前年同期比で132.8%・前四半期比で111.0%とともに増加

(単位：百万円)	連結 2019年8月末	2020年5月末	2020年8月末	前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
流動資産	2,034	1,913	2,363	116.2%	123.6%
内、現預金	1,602	1,367	1,822	113.7%	133.3%
固定資産	336	415	368	109.3%	88.7%
総資産	2,371	2,328	2,732	115.2%	117.3%
流動負債	468	465	650	138.9%	139.7%
内、前受収益	134	160	178	132.8%	111.0%
固定負債	6	7	7	106.3%	89.3%
純資産	1,896	1,854	2,074	109.4%	111.9%

# PR TIMES

01

2020年度第2四半期 四半期決算

02

2020年度第2四半期 サービス動向

03

トピックス&amp;参考情報



# PR TIMES



<https://prtimes.jp>

利用者 KPI (2020年8月末時点)

## 企業

利用企業社数	43,516社
国内上場企業利用率	41.8%(1,596社/3,821社)
プレスリリース件数	18,980本/月(2020.7)
プレスリリース素材	画像 95,164点/月(2020.7) 動画 1,763点/月(2020.7)

## メディア

配信メディアリスト	12,274媒体
メディアユーザー数	18,757名
パートナーメディア	198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 127,541 Twitter 170,615

## 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32件(前年同期比 39.1%増) を記録。

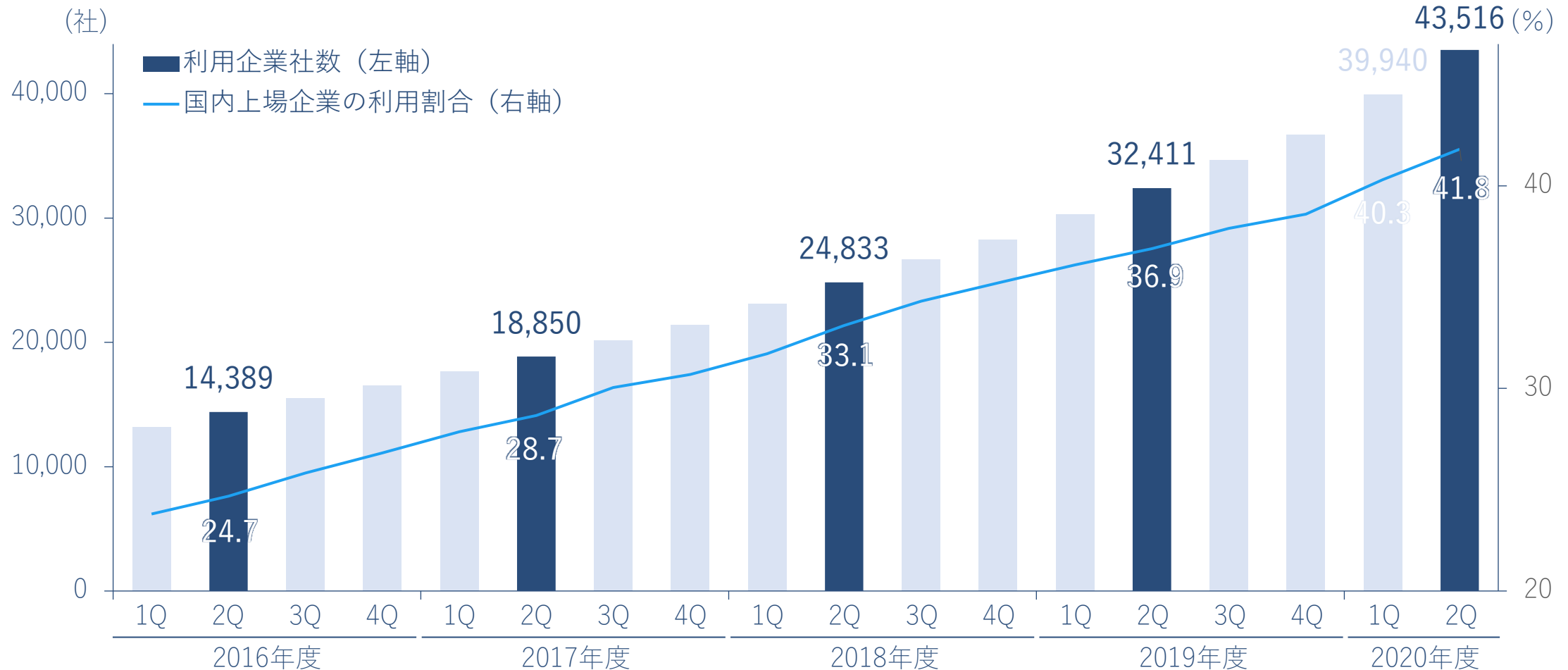
No.	掲載日	媒体名	種類	
1	6月1日	日経MJ	新聞	4 MEETS PROJECT
2	6月1日	日本経済新聞	Web	4 MEETS PROJECT
3	6月1日	日刊ケイザイ	新聞	大阪信用金庫、AI記者
4	6月5日	ニッキン	新聞	平塚信用金庫
5	6月7日	U-NOTE	Web	日本酒PR支援プログラム
6	6月10日	アーバン ライフ メトロ	Web	PR TIMES
7	6月17日	VOIX Japan	Web	PR TIMES LIVEオンライン完結プラン
8	6月17日	@DIME	Web	Tayori
9	6月17日	FMひがしくるめ	ラジオ	社員取材
10	6月18日	MarkeZine	Web	PR TIMES LIVEオンライン完結プラン
11	6月18日	engadget	Web	PR TIMES LIVEオンライン完結プラン
12	6月18日	WORKPORT +	Web	PR TIMES LIVEオンライン完結プラン
13	6月18日	ASCII.jp	Web	PR TIMES LIVEオンライン完結プラン
14	6月19日	SyncAD	Web	PR TIMES LIVEオンライン完結プラン
15	6月20日	企業と広告	雑誌	PR TIMES
16	6月29日	ASCII.jp	Web	4 MEETS PROJECT
17	6月30日	ASCII.jp	Web	観光復興ガイド
18	7月1日	AdGang	Web	観光復興ガイド
19	7月2日	ITmediaマーケティング	Web	観光復興ガイド
20	7月3日	Forbes JAPAN	Web	代表取材

No.	掲載日	媒体名	種類	
21	7月5日	U-NOTE	Web	観光復興ガイド
22	7月6日	CM通信	雑誌	観光復興ガイド
23	7月6日	企業と広告	雑誌	観光復興ガイド
24	7月13日	Screens	Web	役員登壇
25	8月6日	日経クロストレンド	Web	PR TIMES
26	8月6日	東愛知新聞	新聞	代表登壇
27	8月12日	ASCII.jp	Web	Webクリッピング
28	8月24日	ことばと広告	Web	日経新聞広告
29	8月24日	AdverTimes (アドタイ)	Web	日経新聞広告
30	8月24日	AdGang	Web	日経新聞広告
31	8月25日	Voicy「ヤング日経」	ラジオ	日経新聞広告
32	8月27日	CM通信	雑誌	日経新聞広告

(2020年6月～2020年8月、掲載日順)

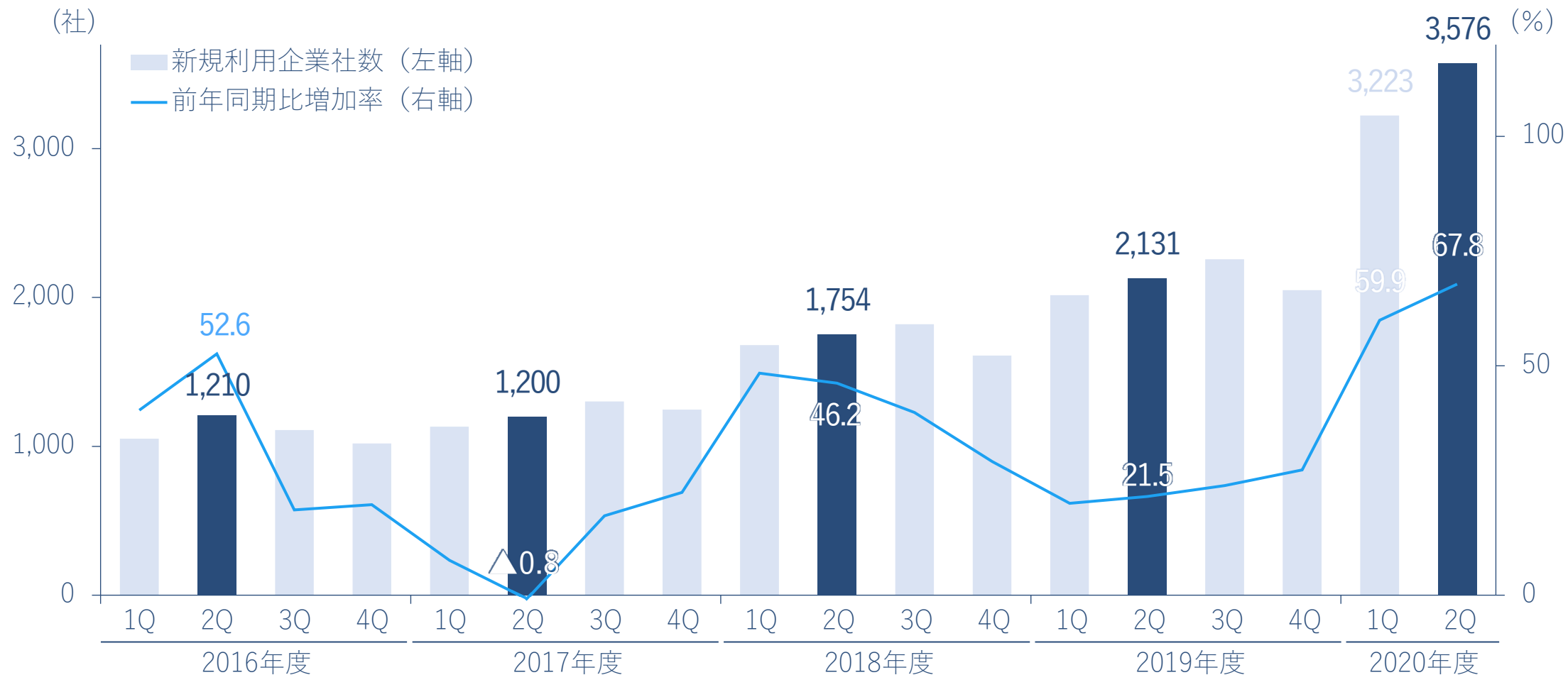
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- U-NOTE、AdGangは当社運営メディアです。それぞれ編集部判断で媒体方針に見合う場合、パブリシティ掲載されます。
- 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。

- 利用企業社数が43,516社に到達（前年同期比11,105社増・前四半期比3,576社増）
- 上場企業のうち41.8%（1,596社／3,821社）が利用



# PR TIMES：新規利用企業社数の推移

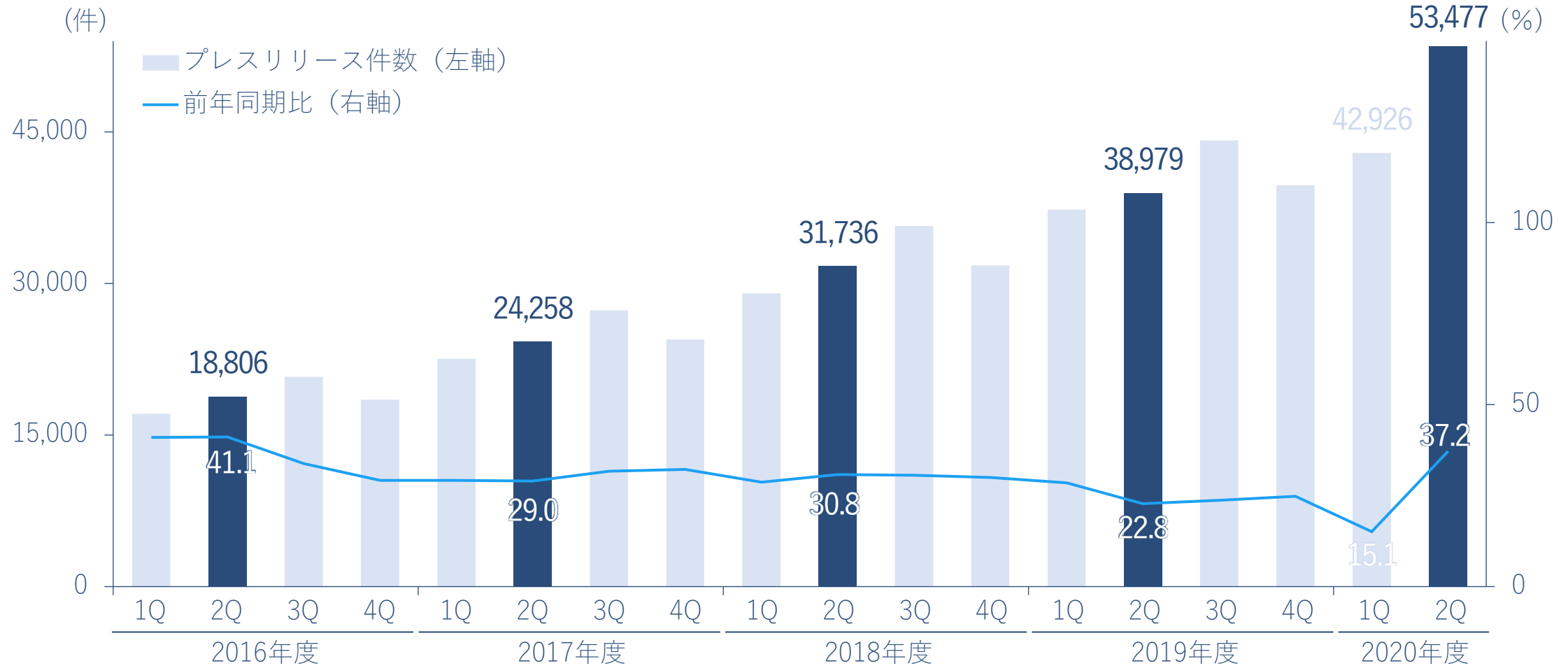
第2四半期の新規利用企業社数は3,576社（前年同期比1,445社増・前四半期比353社増）と2四半期連続で過去最高を更新





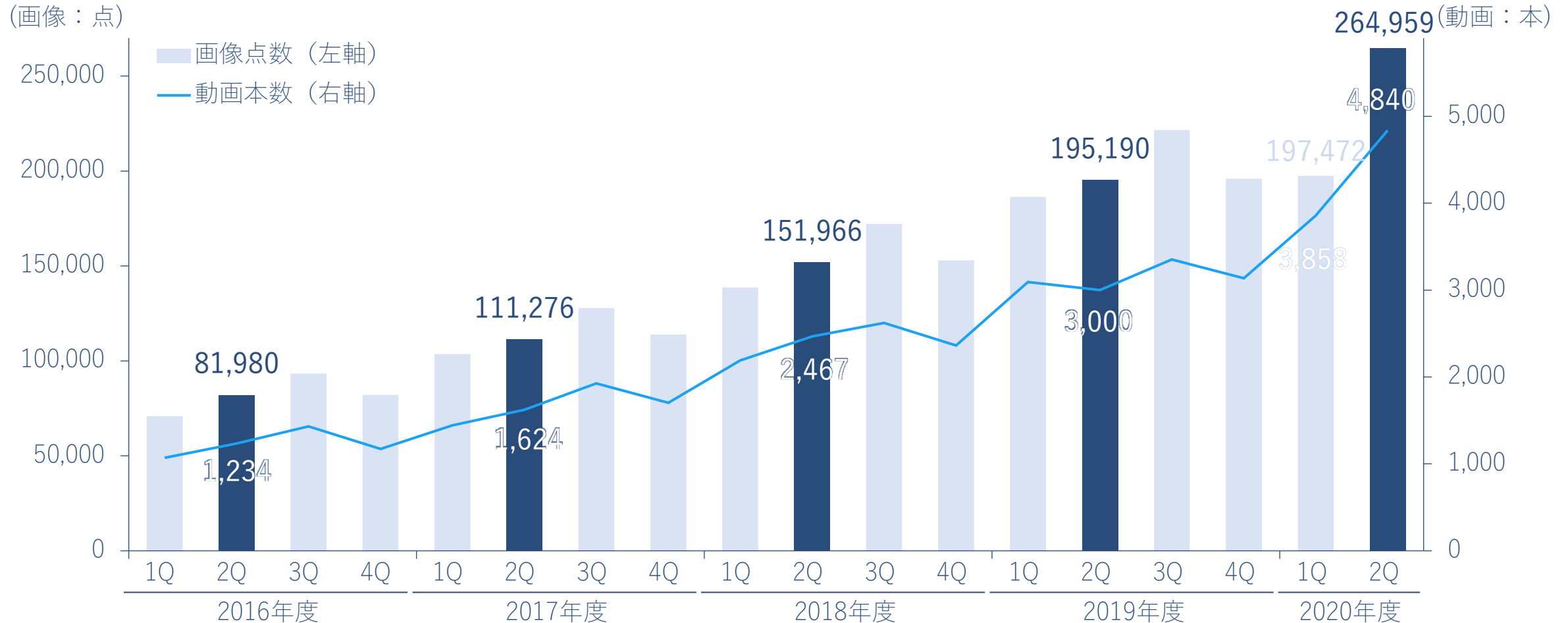
# PR TIMES：プレスリリース件数の推移

プレスリリース件数は53,477（前年同期比37.2%増・前四半期比24.6%増）と過去最高を更新

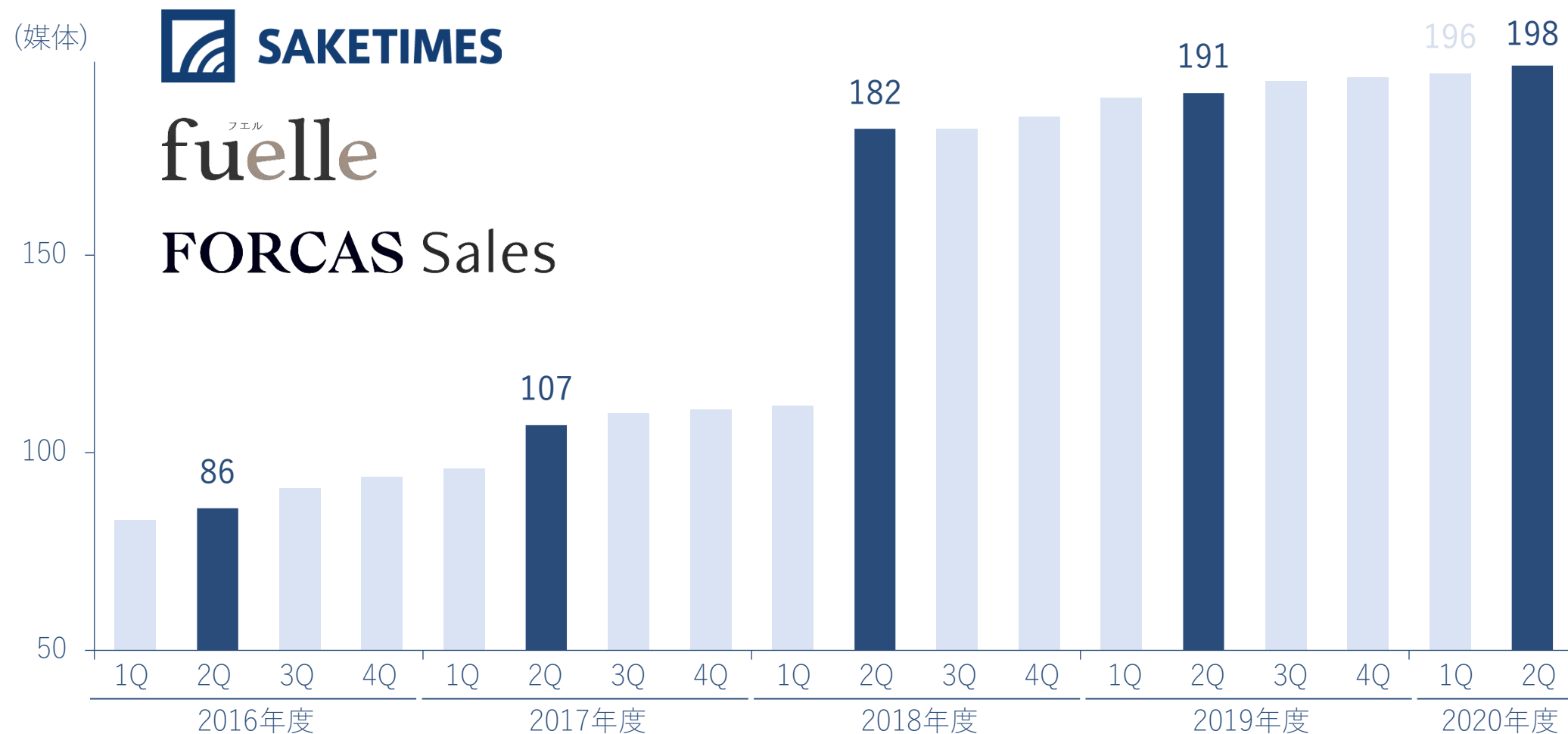


# PR TIMES：プレスリリース素材(画像と動画)の推移

画像は264,959点（前年同期比35.7%増・前四半期比34.2%増）、動画は4,840本（前年同期比61.3%増・前四半期比25.5%増）



パートナーメディア数は前四半期比2媒体純増で198媒体、7四半期連続で過去最高を更新



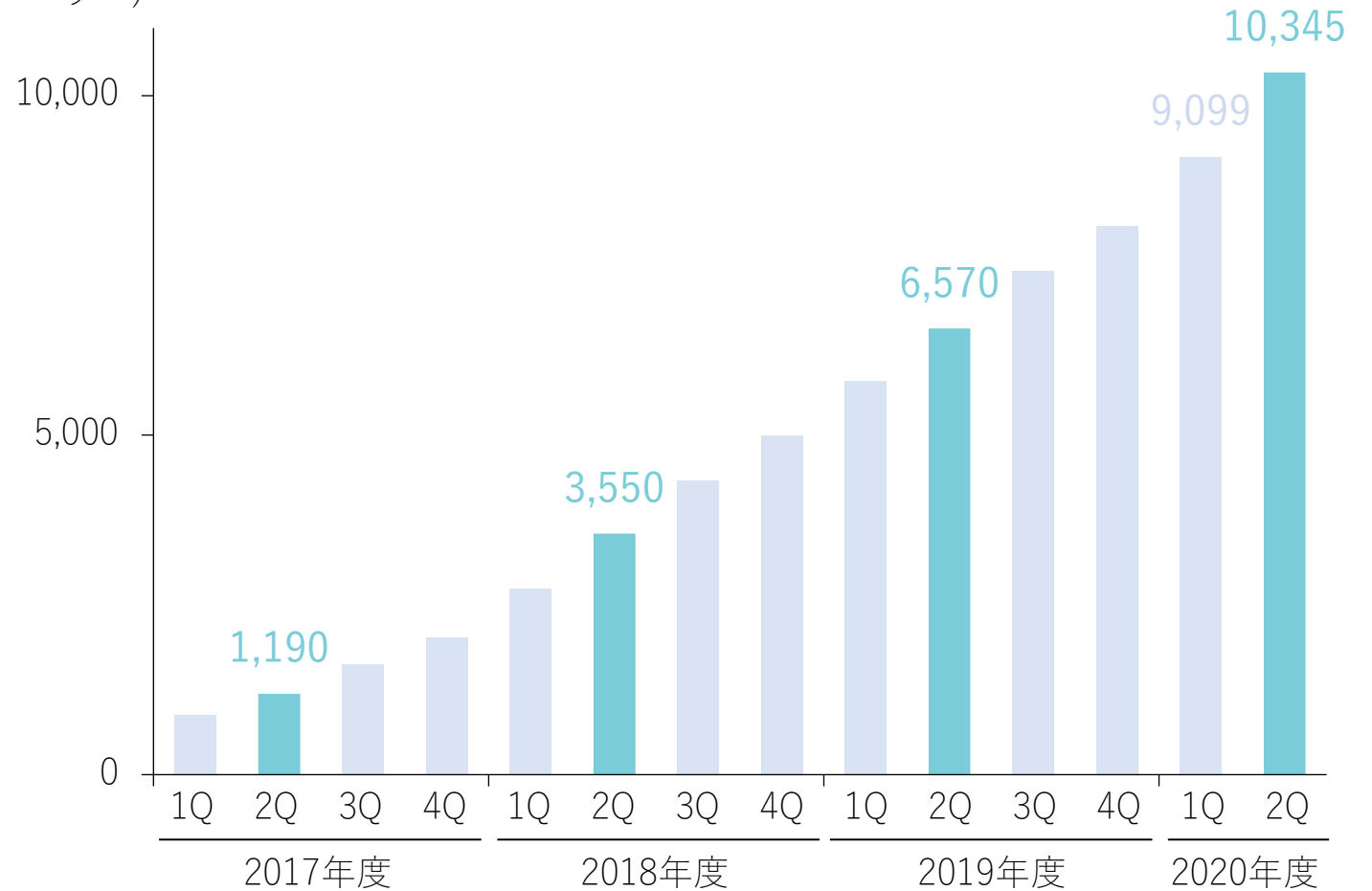
# Webクリッピング：ユーザー数の推移

ユーザー数は10,345名(前年同期比3,775名増 57.5%増、前四半期比1,246名増 13.7%増)



<https://webclipping.jp>

(ユーザー)



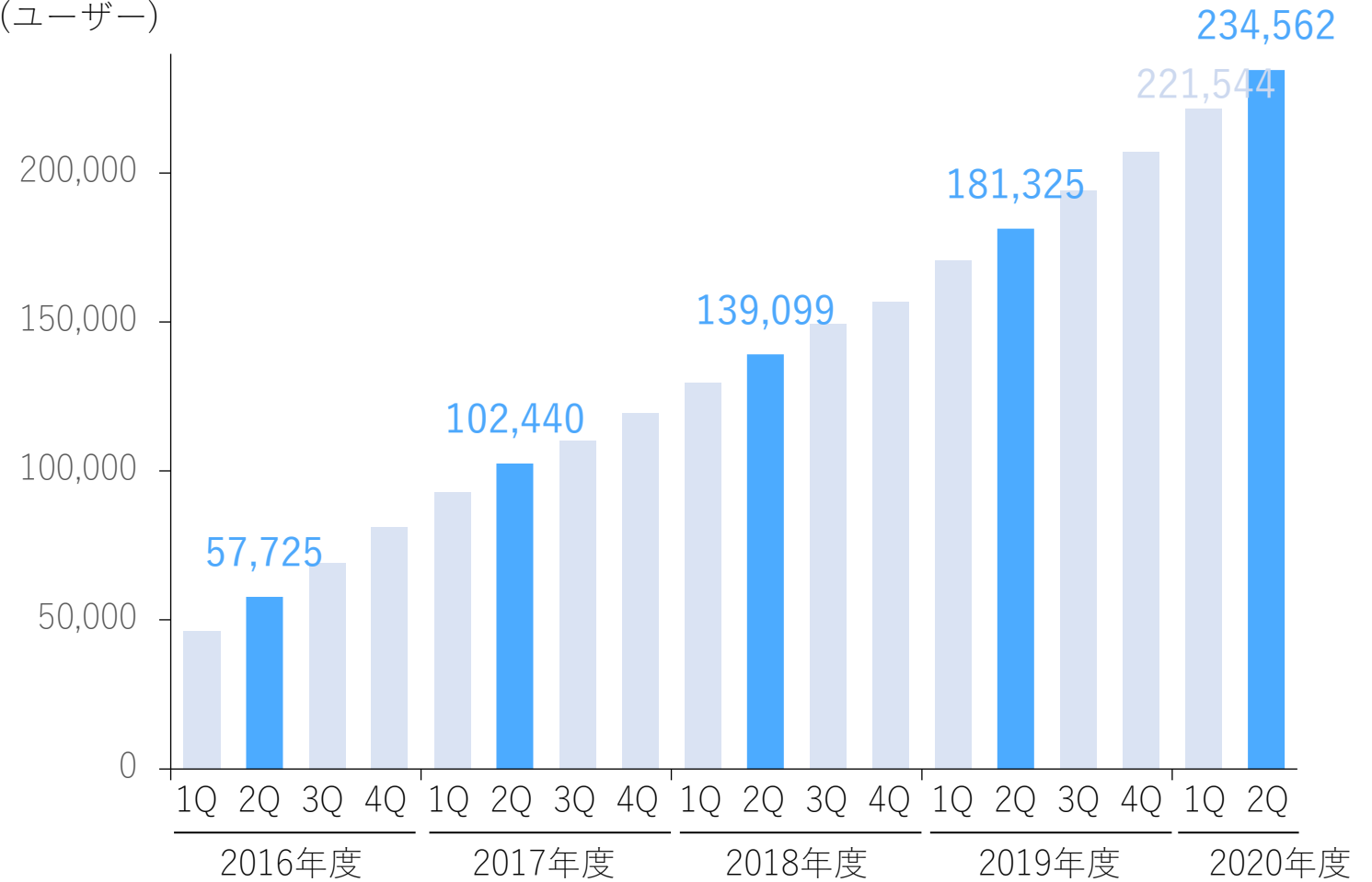
## Jooto : ユーザー数の推移

ユーザー数は234,562名（前年同期比53,237名増 29.4%増、前四半期比13,018名増 5.9%増）




<https://jooto.com>

(ユーザー)



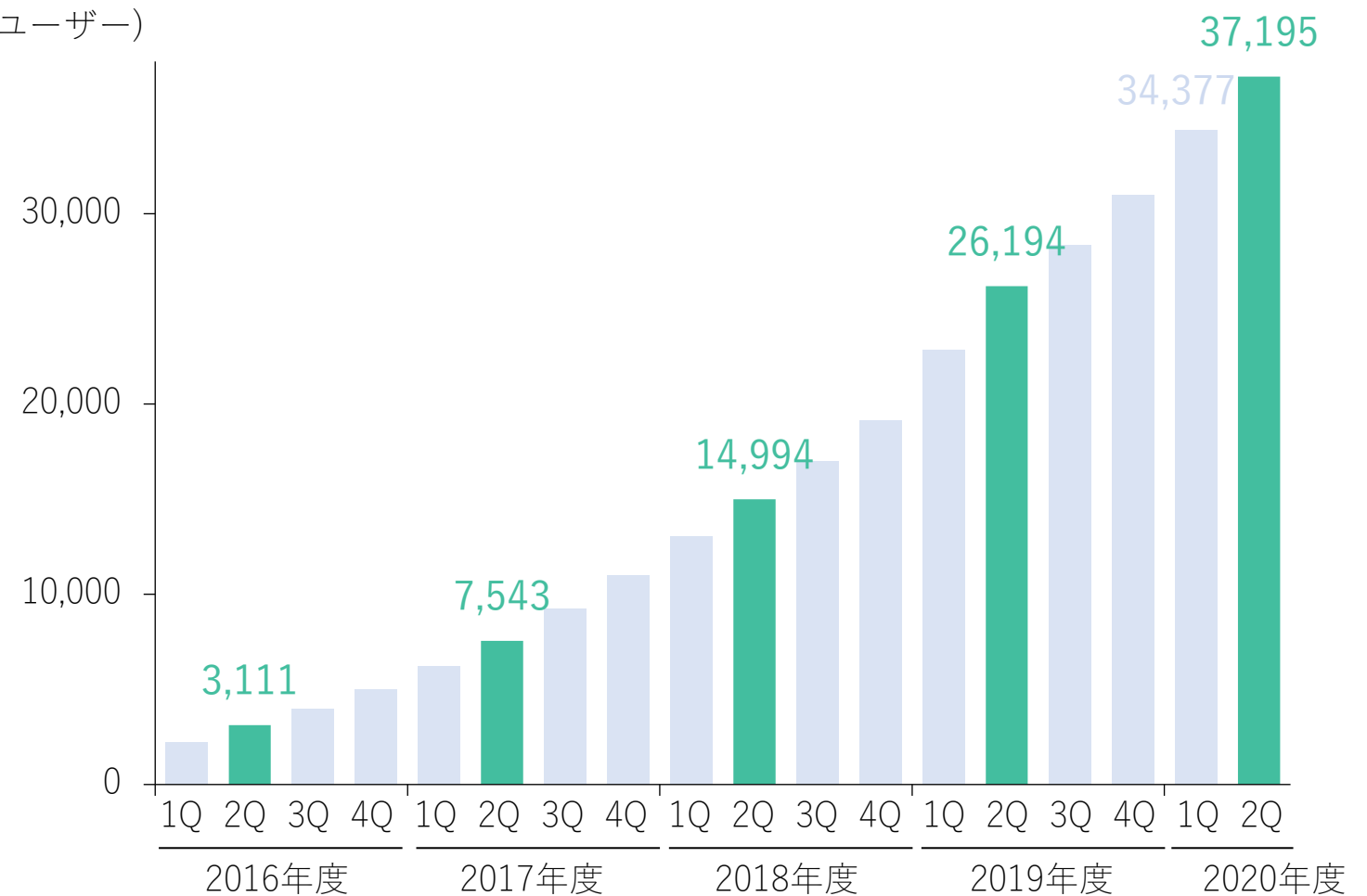
# Tayori : ユーザー数の推移

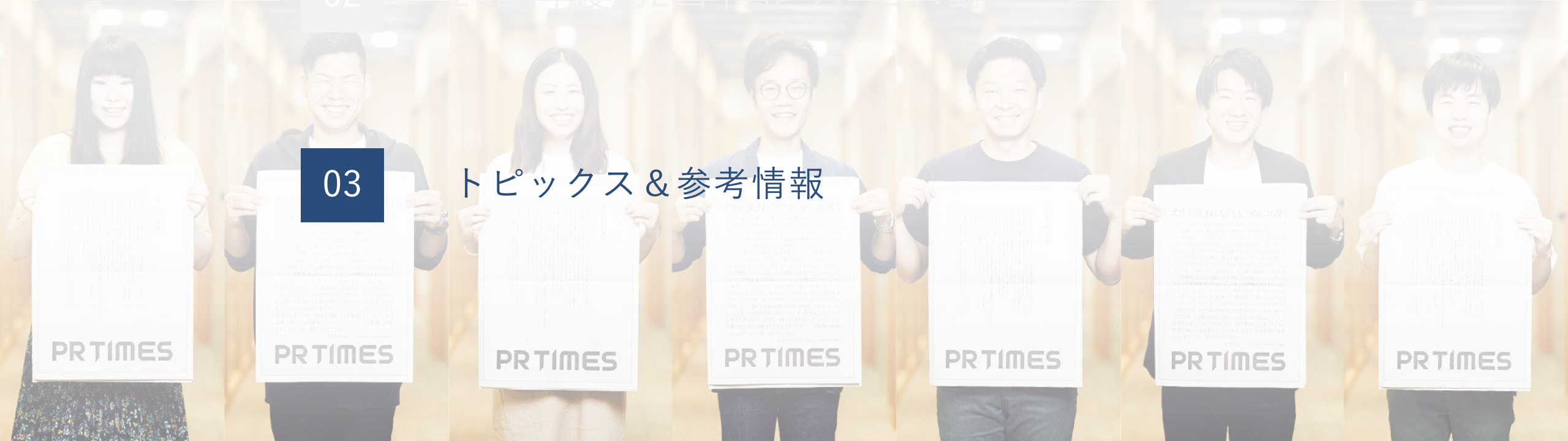
ユーザー数は37,195名（前年同期比11,001名増 42.0%増、前四半期比2,818名増 8.2%増）

(ユーザー)



<https://tayori.com>





- 2020年9月30日、起業部を立ち上げ学生起業を支援するAPUと連携協定を締結
- PRノウハウを伝えるオンライン特別講義の開催、起業学生向け「PR TIMES」初期無料プラン提供、APU自身の「PR TIMES」活用による活動の对外発信を通じて、学生起業をPRで後押しする環境を構築

## 連携施策の概要



### ①現役ビジネスパーソンからPRを学べるオンライン特別講義の開講

月に1回程度、ビジネスの現場で広報やメディアに携わり経験を重ねている方々をゲストに招いて、広報・PRスキル&マインドを身に付けられるオンライン講義を開講します。

### ②APU発の学生起業家へ「PR TIMES」初期無料プランの提供

APU発の学生起業家の方へ、6ヵ月間、毎月1回まで「PR TIMES」でのプレスリリース配信と毎月1回まで「PR TIMES STORY」でのストーリー発信を無料で提供します。

基礎勉強会や個別相談も実施し、効果的に配信いただけるようサポートします。

### ③APUによる活動報告や成果発表を「PR TIMES」を活用し広く発信

APUの活動報告や成果発表を「PR TIMES」を活用して発信していただきます。APUで学びたいと考える学生を増やし、地域社会のステークホルダーとの繋がりを育めるよう、よりオープンな情報発信を目指します。



- 2020年9月に七十七銀行、四国銀行と提携
- 地方情報流通のための提携は計29例に



- 開発秘話や創業ストーリーなど企業・団体内に秘められた背景や裏話を当事者が自ら公式発表できる広報サービス「PR TIMES STORY」の利用料を2020年10月1日から3万円（税別）に
- 「開発秘話」、「創業ストーリー」、「誕生秘話」、「急成長した商品やサービスの裏側」、「コロナ禍における奮闘」に関するストーリーは2020年12月31日まで無料で発信



<https://prtimes.jp/story>

## PR TIMES STORY

利用料金	1件発信3万円（税別）
利用方法	「PR TIMES」にログインして配信管理画面メニュー「ストーリー」からご自身で投稿
提供内容	「PR TIMES」掲載、パートナーメディア転載
パートナーメディア	「Forbes JAPAN」Web版（編集部セレクト掲載） 「フジテレビュー!!」（編集部セレクト掲載） 「STORYS.JP」（全ストーリー掲載） 「antenna*」（全ストーリー掲載）NEW

## コーポレート：株式会社ismを買収

- Webメディア制作や企業PR支援等を行う株式会社ismの全株式を2020年10月1日付で取得、完全子会社化
- 「PR TIMES」ご利用企業様の広報支援やWebマーケティング支援などPRパートナー事業の強化、PR TIMES運営メディアのコンテンツ制作体制の強化、働く女性向けコミュニティとのシナジー効果の最大化へ



### 株式会社ism 会社概要

会社名	株式会社ism
設立日	2017年4月5日
代表取締役	鈴木 碩子
資本金	100万円
従業員数	20名
事業内容	Webおよびリアルコンテンツの制作および運営等
URL	<a href="https://ism-myself.co.jp/">https://ism-myself.co.jp/</a>

2020年8月24日(月)日本経済新聞 全国版朝刊に、PR TIMESが考えたPRへの問いと決意を表す2つの企業広告「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」「PR、14の使命」を、それぞれ全15段同日二面にわたって掲載



## PR、14の使命

1. PRには物語がある。そこにたどり着くまでのプロセスと想いの物語、誰かが誰かに語りたくなる物語がある。
2. PRには平等がある。1人でも発信できる平等、1人でも受けとることができる平等がある。
3. PRには信頼がある。決してウソを発信してはいけないという想いから生まれる信頼がある。
4. PRには貢献がある。規模の大小に関わらず、たとえ誰か1人に対してだったとしても、役に立つ貢献がある。
5. PRには宣伝がある。その商品やサービスをできる限り広く、そして偽りなく伝えていくという宣伝がある。
6. PRには聴く力がある。世の中の誰かが発したその声を、広く聴く力がある。
7. PRには正直さがある。自分たちの都合のよいことだけを伝えるものではない正直さがある。
8. PRには愛がある。商品へ、一緒に働く人へ、情報を受け取る人へ……。いくつもの愛がある。
9. PRには熱がある。文字から行間から言葉から、人の体温やエネルギーを感じられる熱がある。
10. PRには夢がある。情報のひとつ1つに、どうしても叶えたい夢がある。
11. PRには思いやりがある。まだ見ぬ人たちへ、未来へ、想像を巡らし、具体的に考えて情報を発信していくという思いやりがある。
12. PRには行動がある。発信し、広げ、受け取り、変えていく行動がある。
13. PRには覚悟がある。まだ、知られていないその試みを、今、あきらめようとしてしまっているその決意を、世の中を変えるだろうその勇気を物語り、伝え、広げていく覚悟がある。
14. PRには表明がある。自らへの、そして公への意思の表明がある。

## コーポレート：「Q&AでPR TIMESを知る」公開

- 当社コーポレートサイトのIRページ内にある「よくあるご質問」のリニューアルを行い、当社の考え方や経営方針をより濃く反映した「Q&AでPR TIMESを知る」へと変更
- リニューアルに伴い、IRお問い合わせの対応方法も変更



<https://tayori.com/q/ir-qa>

### IRお問い合わせの対応方法の変更

株主・投資家の皆様から頂いたご質問を「Q&AでPR TIMESを知る」に反映させるため、IRへのお問い合わせにつきましては、電話による対応を制限し、文字で記録が残る入力フォームによる対応を中心に行ってまいります。

大変恐れ入りますが、インターネットをご利用できない場合を除き、IRについてのお問い合わせは以下URLのお問い合わせフォームよりお願いいたします。

お問い合わせ

URL：<https://prtimes.co.jp/contact/>

※お問い合わせ内容は「IRについて」をご選択ください。

### ■電話対応方法の変更

適用開始日：2020年10月13日（火）～

IR担当の受付日時：毎週月曜日 12:00～15:00、決算発表の翌日 12:00～15:00

※IR以外の電話対応はこれまでと変更ありません。

## 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。

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