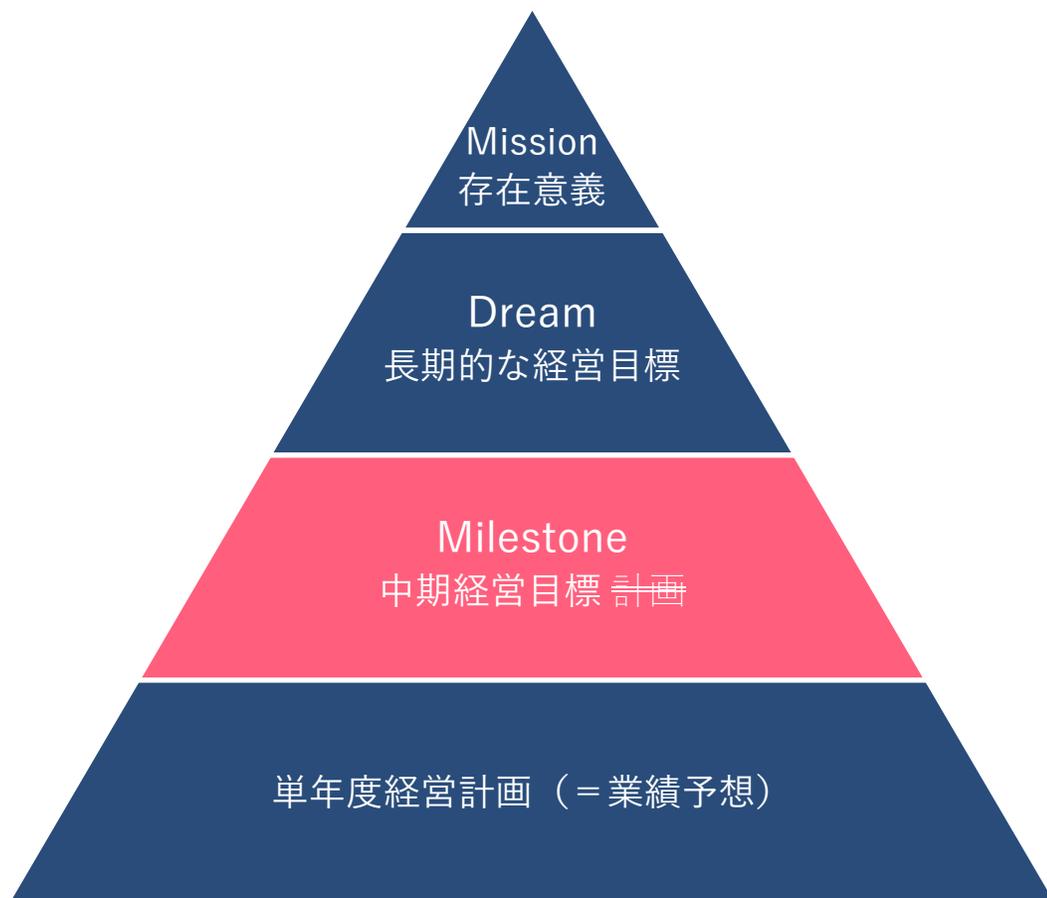


PR TIMES

Milestone 2025 中期経営目標説明資料

2021年4月13日

Milestone 2025は、中期経営計画でなく、中期経営目標である



現状からの積み上げ、今起きている事象や将来予測から考えるのではなく、MissionやDreamの実現に必要な到達点を逆算で設定
事業を通じて、成し遂げたい未来や社会像から、野心的に目標を設定しているため、現時点で達成が見通せる計画が立案できない

Milestoneの達成に向けた具体的な施策と計画を単年度で立案、策定した予算のうちPLを業績予想として開示

業績予想に対して売上高 $\pm 5\%$ 、各利益 $\pm 15\%$ での着地を目指す、短期の業績達成にとらわれずに、中長期的な視点で業務執行する

PR TIMES

01

2020年度中期経営目標 振り返り

02

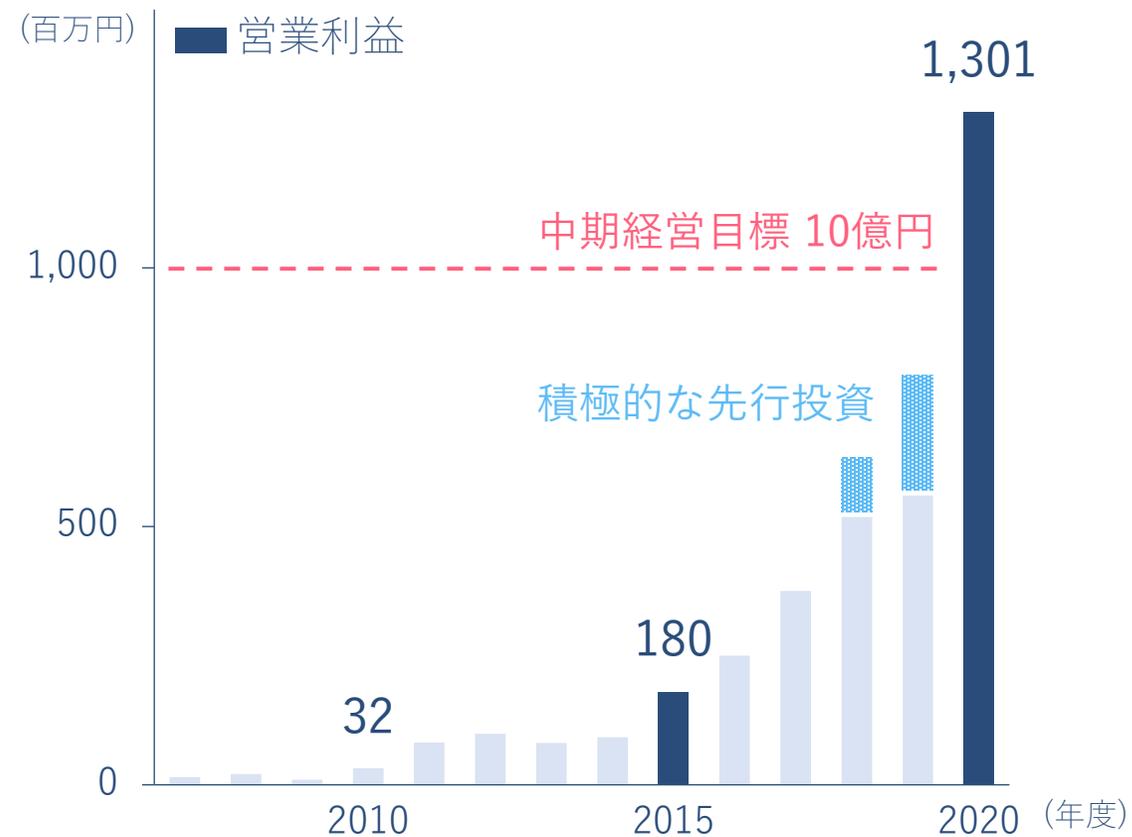
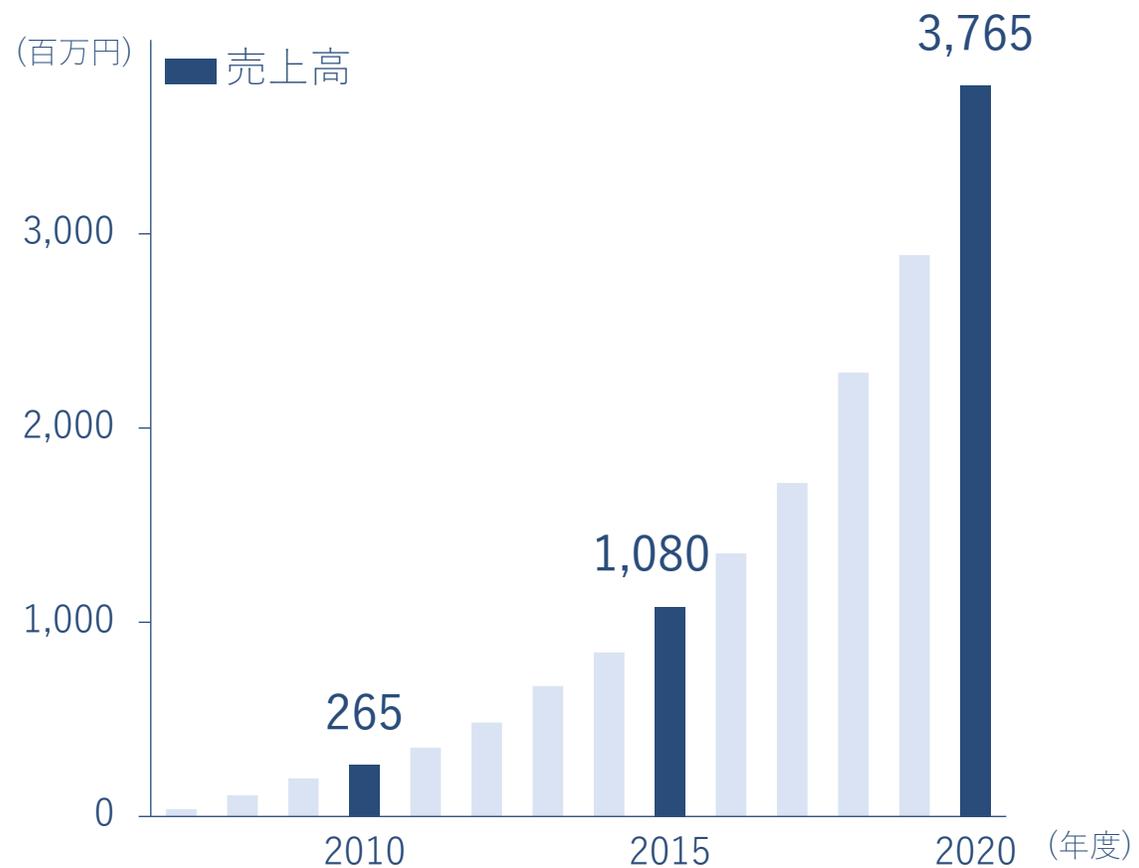
MissionとDream | 実現したい未来や社会像

03

Milestone 2025年 | 2025年度中期経営目標



2016年に発表した2020年度中期経営目標である営業利益10億円を達成、少し大きな挑戦ができる状態へ



積極的かつ規律ある投資を実行しつつ、持続的成長と利益拡大のいずれも実現

(単位：百万円)	2015年度 通期実績	2020年度 通期実績	5か年度比	平均成長率 CAGR
売上高	1,080	3,765	348.7%	28.4%
売上総利益 (粗利率)	806 (74.7%)	3,224 (85.6%)	399.7% (114.6%)	31.9% (2.8%)
営業利益 (営業利益率)	180 (16.7%)	1,301 (34.6%)	722.3% (207.2%)	48.5% (15.7%)
経常利益	176	1,299	737.3%	49.1%
当期純利益	114	1,043	912.0%	55.6%

PR TIMESの利用企業社数は5万社を達成、その他の目標は未達だったが次期に向けた成長余地と捉えている

	2015年度実績	2020年度目標	2020年度実績	結果
PR TIMES 利用企業社数	12,127社	50,000社	50,633社	○ - 5年で12,127社から50,633社で目標を達成 - 国内上場企業の利用率は26.5%から44.7%へ増加、増加率を加速できず - 地域地方の提携をゼロから25都道府県で実現
PR TIMES メディア認知活用率	—	100%	24.5% [*]	× - メディアユーザー5,913名から20,307名へ増加し、メディアの認知度も活用度も高くなったが、100%には程遠い - 人工知能と機械学習を活用したプレスリリースのレコメンド機能がβ版に留まる他、機能拡充も進まず
(PR TIMES含む) 運営メディア閲覧数	1-2千万PV/月	1億PV/月	6-7千万PV/月	△ - PR TIMESの閲覧数は月間597万PVから月間5,221万PVへ増加 - isutaやBRIDGEなどニュースメディアの閲覧数合計は5年ではほぼ横ばい、ビジネスモデルもいまだ模索中で収益化に課題
PR TIMES以外 の収益化	ゼロ	5つの事業	ゼロ	× - PRリサーチ社を吸収、WebクリッピングはPR TIMESへ統合予定 - ブログタイムズとconeccは終了、SNS領域で立ち上がりず - JootoとTayoriは「お客様は誰で、何の問題を、どう解決するのか」を知るのに時間を要したが、2020年度後半からGrowthフェーズへ

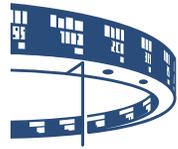
[*] 当社が2020年8月実施、メディア記者/編集/制作412名アンケート調査

No.1 & オンリーワンのプレスリリース配信サービスであることをデータが示す



利用企業社数

累計**50,633**社
累計**302**市町村、**46**都道府県



国内上場企業

上場企業の**44.7%**が利用
2020年マザーズIPO時に**71.4%**



プレスリリース数

最高**21,838**本/月
最高**1,667**本/日



ビジュアル点数

画像**110,506**点/月
動画**2,252**点/月



ネット検索

プレスリリースで**1**位
ニュースリリースで**1**位
PRで**1**位、広報で**4**位



ダイレクターリーチ

サイト閲覧数**5,221**万PV/月
サイト閲覧数**200**万PV+/日



プレスリリース転載

パートナーメディア **200**媒体
月1億PV超**11**サイト



パブリシティ機会

配信先メディア **12,196**媒体
メディアユーザー **20,307**名
メディアサイトとCMS連携**9**媒体
当社パブリシティ**169**件/年



公式SNSフォロワー

Facebook **127,803**
Twitter **269,306**

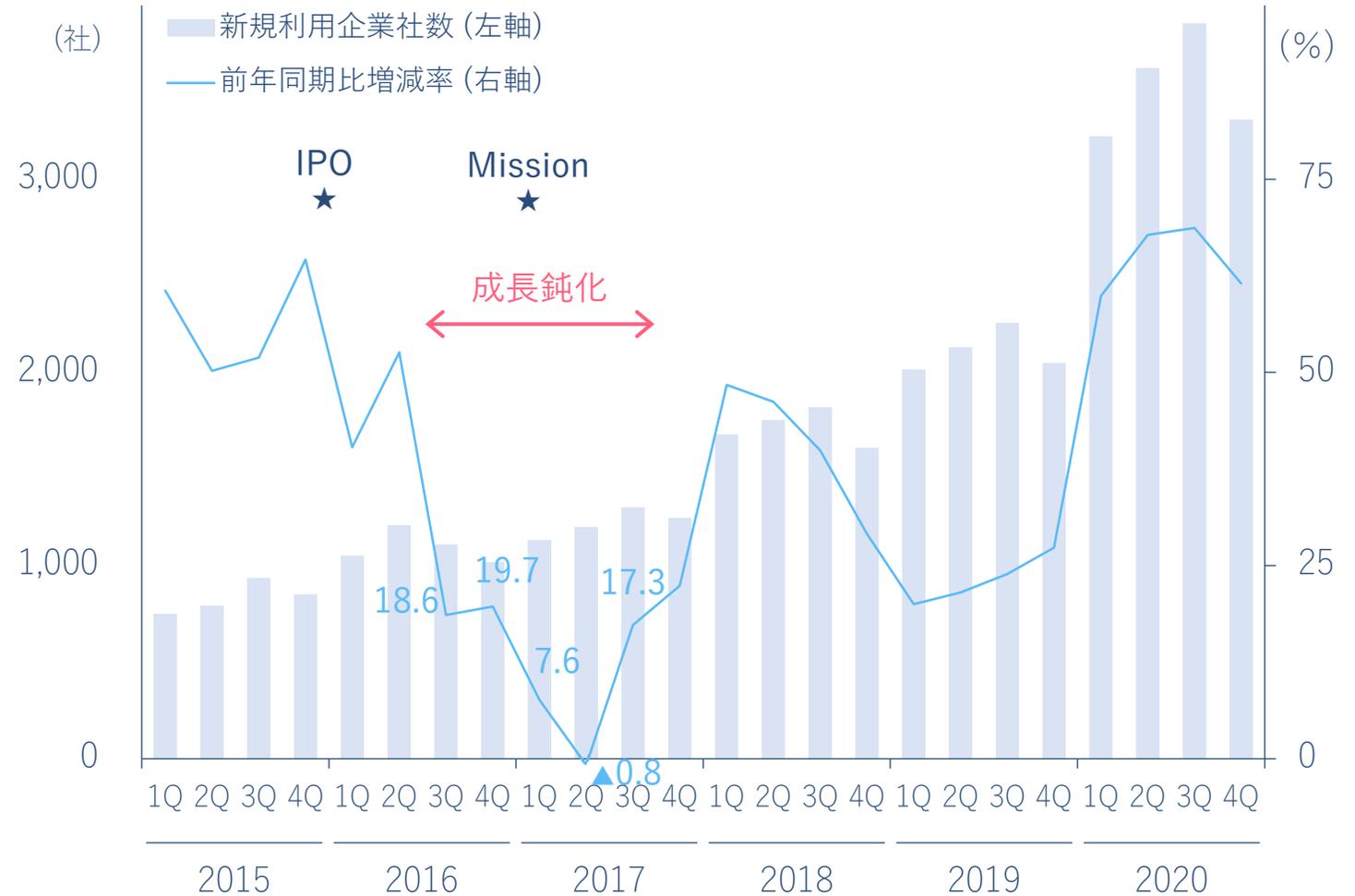


勉強会交流会

自社開催数 **100**回+
参加申込 **5,000**名+

PR TIMESは一本調子で成長を続けたわけではなく、上場後に迎えた成長の踊り場を乗り越え、利用企業社数5万社を達成

- PR TIMESは、サービスの利用拡大が利用価値向上につながる一方で、利用減少が利用価値低下につながる特性を有する。事業成長が一度崩れると、立て直しが難しい。
- 新規利用企業社数が2017年度第2四半期にマイナス成長に陥るほど、成長が鈍化した。しかし、短期間で成長軌道に再び復帰できた。
- 新型コロナウイルスの感染拡大以降、あらゆる産業のあらゆる業務でデジタル化とネット活用が拡大。



01

2026年度中期経営目標 振り返り

02

MissionとDream | 実現したい未来や社会像

03

Milestone 2025 | 2025年度中期経営目標

DIPRIE
DREAM

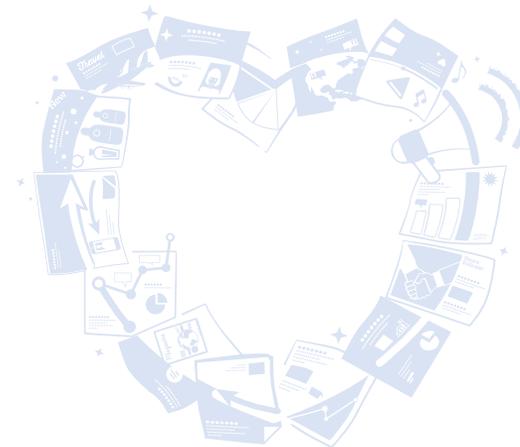
© 711-



行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ。

誰もが自らの行動を公に伝えられ、大切な人に届き、次の行動者が立ち上がる勇気を与える。ポジティブな循環が、ニュースの主役を変えていき、誰もがヒーローになれる社会を実現する。

- PR TIMESを社会的な情報インフラと呼ぶに相応しい存在にする
- PR TIMESを世界で有数のインターネットサービスにする
- PR TIMESを超える事業を生み出す人材が台頭する組織になる



PR (Public Relations) を民主化し、ニュースを民主化していく

PRの力とその可能性を信じ、PRを世の中へ広げ、社会へ根付かせる。

PRとは、企業がプレスリリースやメディアを通じた情報発信により、自らの何かしらを広く知らせる活動に限りません。企業とそこに所属する個人にとって大切な存在との間でなされる、お互いに有意義な関係を築くためのコミュニケーションを起点としたあらゆるプロセスです。社会の声に耳を傾けて、自らを取り巻く環境や社会における自らの存在を把握し、それらに応えるよう行動し、自ら変化した結果を伝えていく絶え間ない実践の積み重ねです。

大切な存在とは、クライアントやユーザー、社員や経営者そして株主、サプライヤーやパートナー、金融機関、地域や国、メディアやオピニオンリーダーなどステークホルダーにとどまりません。想像すればするほど広がります。現時点で顕在化した対象だけでなく、潜在的に可能性がある存在も含まれます。さらには未来から望まれるという視点も加えられます。

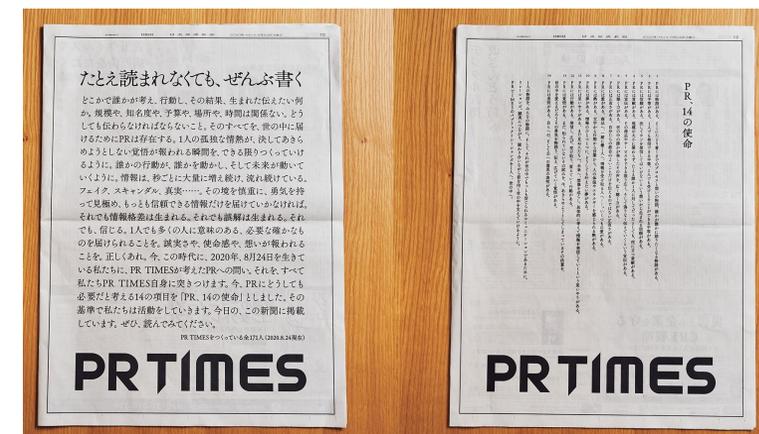
そのような大切な存在に、自社の新たな企業活動を公に伝えるためのコンテンツがプレスリリースです。例えば、新サービスの開始、限定商品の発売、キャンペーンの開始、イベントの開催、プロジェクトの発足、業務提携等、今までに発信していない新しい試みや出来事がプレスリリースの契機となります。万が一、不祥事や不測の事故など事態が発生した場合も、同様にプレスリリースの契機となり得ます。PRにおいても、人間関係と同様に信用の積み重ねが大切であり、都合の悪い情報を隠すのではなく迅速かつ正確に公表する等、誠実で透明性ある情報開示の姿勢こそが、長期に信頼を得られる関係の礎となります。

また、プレスリリースの主語は企業ですが、所属する個人の行動や頑張りの結晶を、その想いを紡いで発表することを推奨いたします。そこには客観的な事実情報の伝達だけでは成し得ない、共感や学びといった豊かな情報価値が付加されます。

<https://prtimes.jp/main/html/kiyaku>



日本経済新聞2021年2月25日朝刊



日本経済新聞2020年8月24日朝刊

01

2020年度中期経営目標 振り返り

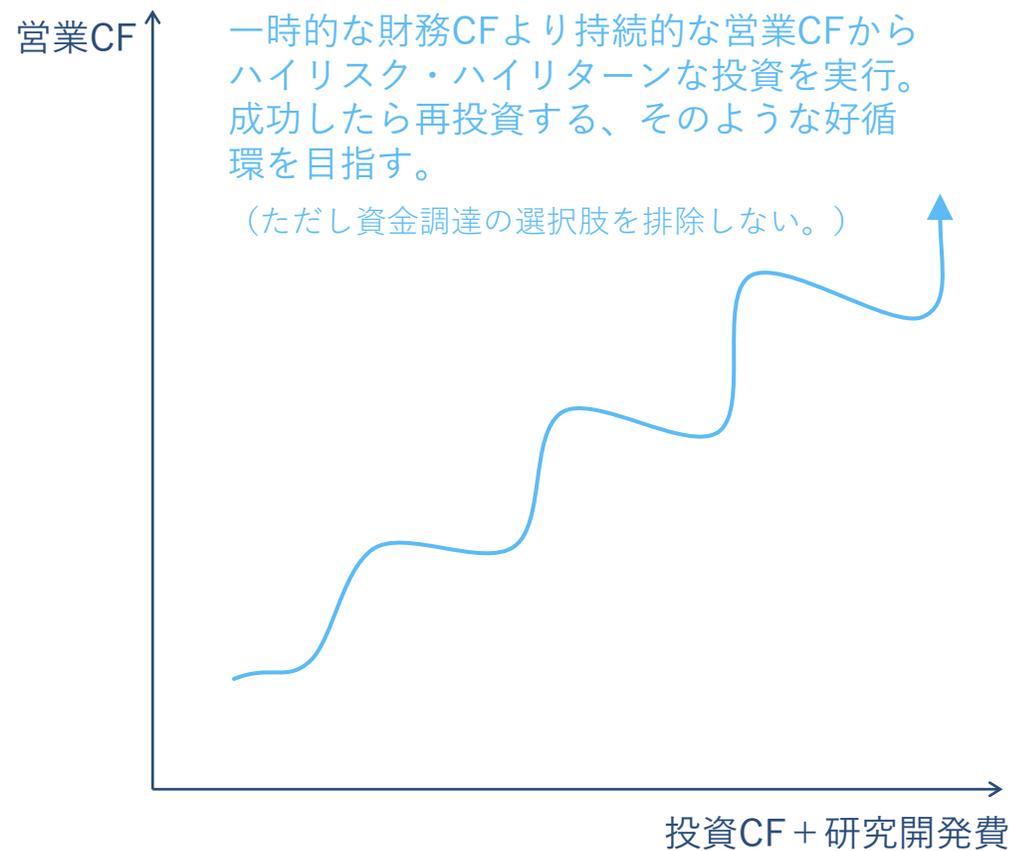
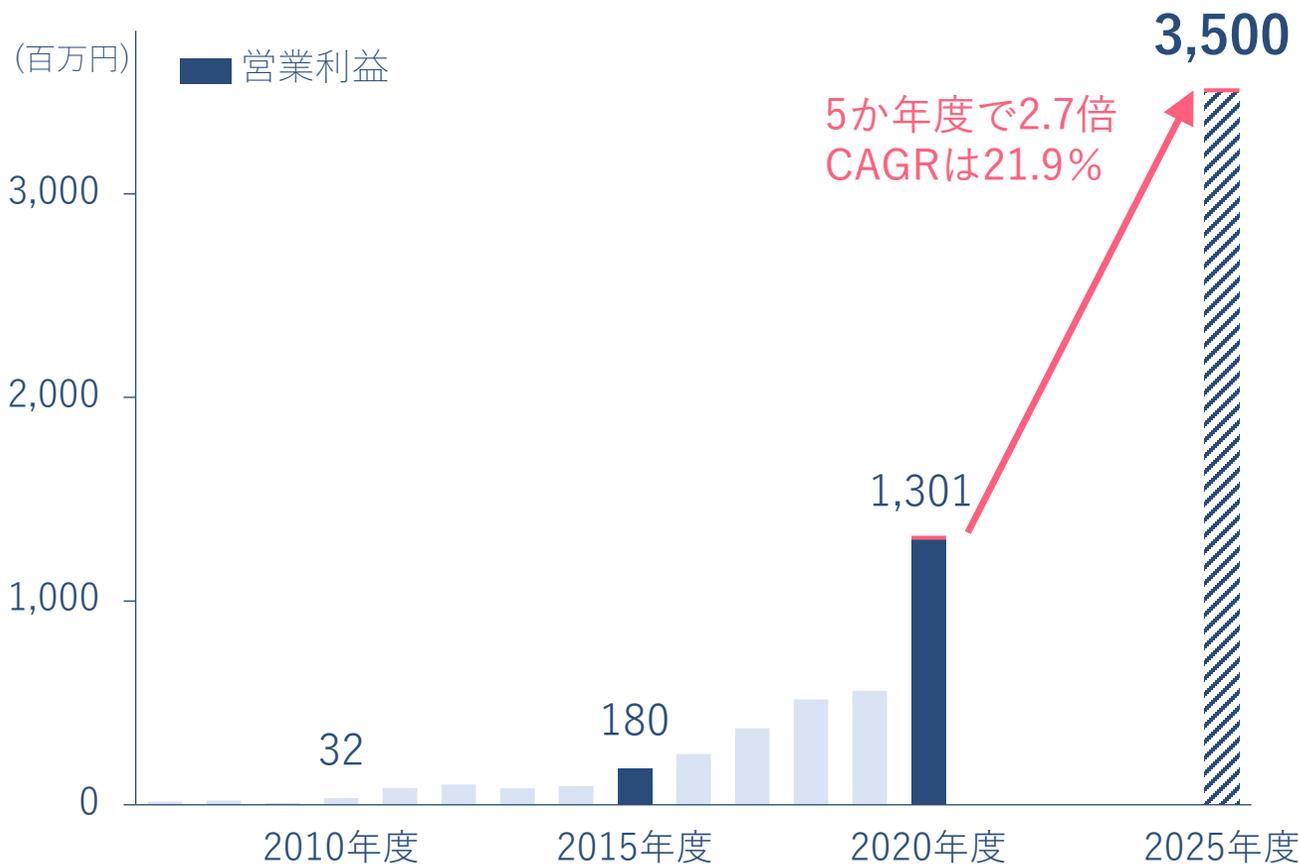
02

VisionとTeam | 実現した心未来や 映像

03

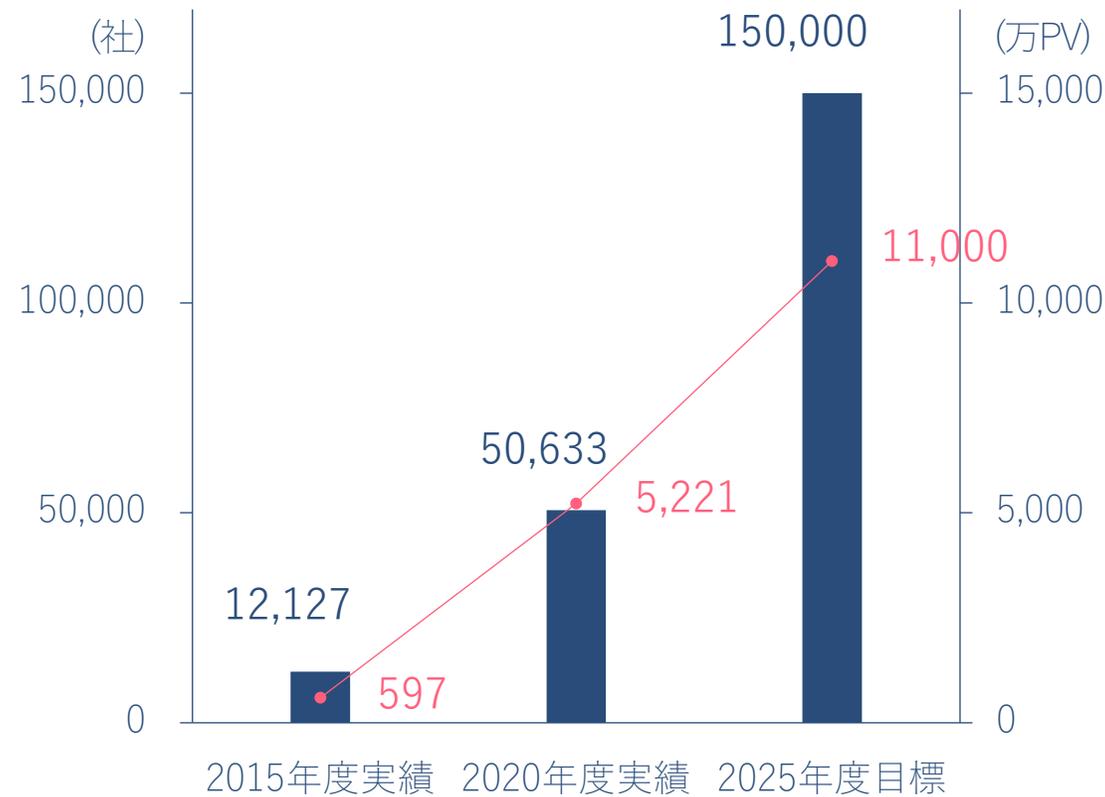
Milestone 2025 | 2025年度中期経営目標

当社は、Mission「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」を実現するために存在する
 しかし道のりは険しく長い、今後も成長の踊り場を迎えることになる
 利益は目的ではなく、持続的な成長を実現するために必要な投資の原資と考える
 さらに次の大きな挑戦を見据えて、2025年度営業利益35億円を生み出せる状態を目指す
 Milestone 2025では、無配を継続する方針



PRの力とその可能性を信じ、世の中へ広げ、根付かせていく覚悟を持って、PR TIMESの利用を日本全地域へ拡大させる
 そのため、PR TIMESのKPIは引き続き利用企業社数として、**2025年度の目標を150,000社に設定**

- 日本の企業数は2015年402万社、2020年360万社、2025年319万社と減少を見込んだとしても[*]、まだ利用率は5%にも達しない
- あらゆる産業あらゆる業務で拡大したデジタル化とネット活用の効果や必要性は、新型コロナウイルス収束後も変更なし
- あらゆるメディアに活用頂けることを目指しながらも、生活者やビジネスパーソンにとって貴重な情報源になる両立性を追求し、**2025年度の目標として1億1,000万PV/月を目指す**



<https://prtimes.jp/>

■ 利用企業社数 ● サイト閲覧数 (右軸)

日本全国各地域で奮闘しながらも世の中にまだ知られていない製品やサービスがある地域住民に愛されてきたモノを、今の時代、その地域を超えて、広く多くの人へ届けたい。そのような社会課題を解決して、地域経済の発展と地域社会の活性化につなげたい。

- 地方金融機関や地方自治体と提携して、広報PRを学ぶ機会とPR TIMESの利用3回分を無料で提供する。デジタル化とネット活用が遅れる地方の地域企業に、販路拡大につながる支援を積み重ねることで、地域経済と地域社会の発展に貢献したい。
- PR TIMESは現在、25都道府県で提携。**2025年度までに47都道府県で提携の実現を目標にする。**
- PR TIMESは企業だけでなく自治体も利用、これまで累計で302市町村がPR TIMESでプレスリリースを配信。**2025年度には年度内に700市町村が利用している状態を目指す。**



社会的な情報インフラを目指して、平時における企業活動だけでなく、あらゆる状況と場面で社会に役立つ存在へ

- 激甚災害もしくは災害救助法の指定された市区町村に対して、災害からの復旧復興の支援としてPR TIMESを最長2年間、無償提供している。本プログラムを利用している自治体は現在、15市町村。自然災害が発生しないことを願いつつも、**2025年度には本プログラムの地方自治体への認知度を100%にして、万が一の時は災害の軽減と復旧復興に貢献する。**
- PR TIMESは2011年3月から地震や台風など自然災害発生時、災害被害救済、復旧復興支援、被害状況周知などに関するプレスリリースを無償提供している。

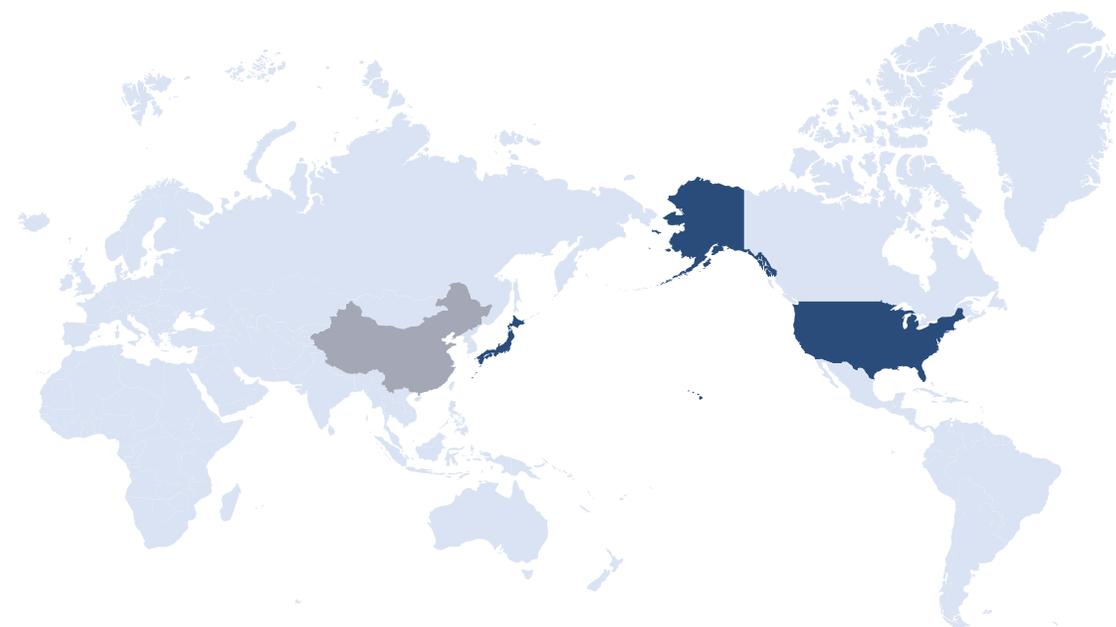


	2020年度 通期実績	2025年度 通期目標	前提条件
日本国内利用企業社数	50,633社	150,000社	日本の企業数は2015年402万社、2020年360万社、2025年319万社と減少見込み[*]
国内上場企業の利用	利用率 44.7% IPO時60.2% (内、マザーズ71.4%)	利用率 70% IPO時80% (内、グロース95%)	2021年から2025年までIPO数が毎年90社前後と想定
地方自治体の利用	累計302市町村46都道府県	年度内利用700市町村47都道府県 災害支援プログラム認知度100%	地方自治体の数は1,724市町村から横ばいで推移する想定
地方地域の業務提携	25都道府県	47都道府県	
サイト閲覧数	5,221万PV/月	1億1,000万PV/月	スマートフォンアプリをローンチした場合、当該アプリの閲覧数も含む
メディア活用率	24.5%	70.0%	当社がn=400超で調査を実施
ビジネスパーソン認知度	サービス理解2.0% 会社認知10.7%	サービス理解10.0% 会社認知50.0%	当社がn=1,000超で調査を実施

PR TIMESを2022年度中に英語圏、特にアメリカを中心に進出させる計画

米プレスリリース市場は、PR Newswire (Cision)、Business Wire (Berkshire Hathaway)、GlobeNewswire (Intrado)の伝統的な大手3社が寡占化

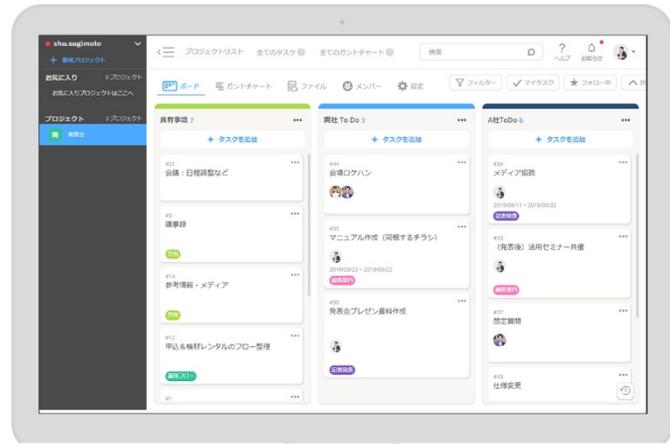
- PR TIMESを中国向けにローカライズして2013年に進出、2014年に撤退。中国でメディアとの関係を十分に築けなかった。結果として、日本のPR TIMES利用企業にも、継続的な利用に至らなかった。
- 2017年に東アジア地域でM&Aを模索するも、基本合意に至らず。当面、東アジア地域への進出を見送る。
- 2022年度中にアメリカ進出を計画。M&Aやアライアンスの対象候補企業をリストアップし、2020年度から交渉を続けている。今後、交渉の状況や結果に応じて、アメリカ子会社を設立して展開することも視野に入れている。



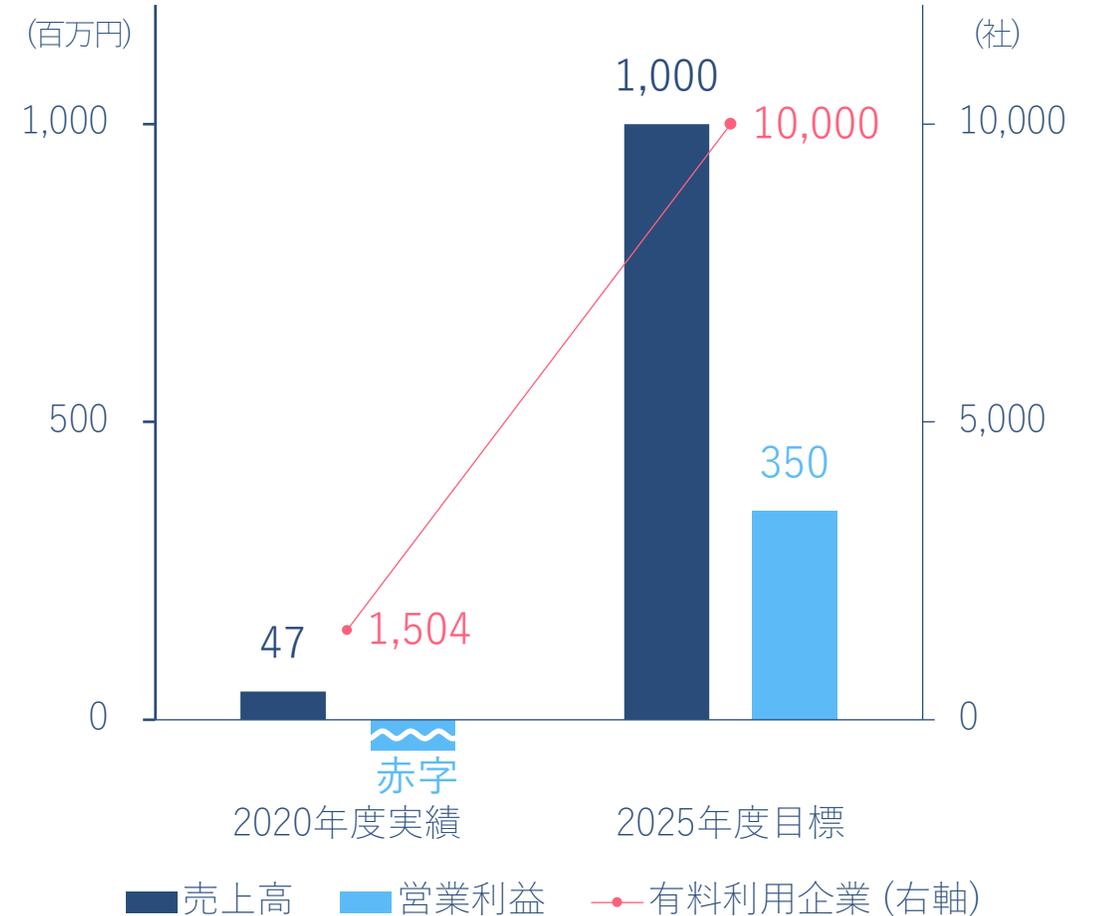
タスク・プロジェクト管理から、業務改善・生産性向上へ挑戦

KPIをユーザー数から有料社数へ変更し、2025年度の目標を有料利用企業社数10,000社、営業利益3.5億円に設定

- 2021年2月度単月売上高は4,683千円（前年同月比55.8%増）
- 組織／チームで活用が進む業界と業種を選定し、利用シーンと利用方法を絞ったマーケティングと開発を強化
- 運用／効果を最大限高めるために、顧客接点における顧客体験を組織体制を含め大幅に刷新予定



<https://www.jooto.com/>

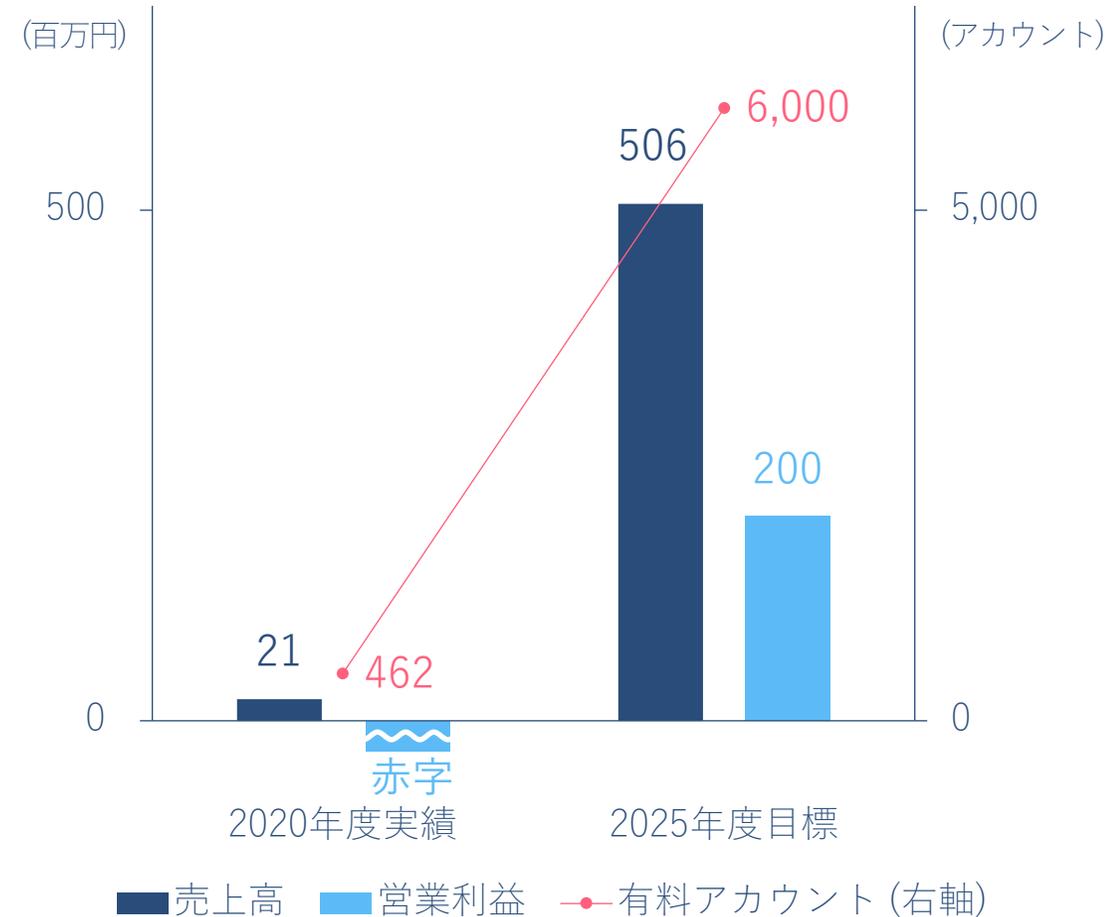


「カスタマーサポートツール」から様々な職種や部署でも使われる「クラウド情報整理ツール」へコンセプト刷新
 KPIをユーザー数から有料アカウント数へ変更し、**2025年度の目標を有料アカウント6,000、営業利益2億円に設定**

- 2021年2月度単月売上高は2,605千円（前年同月比140.8%増）
- 「会社のすべての情報は、財産になる。」というコンセプトの下、カスタマーサポートツールとしての機能はそのままに営業、人事など、さまざまな部署で、情報整理や情報の活用法に課題を感じている人に向けてサービスへ
- 「クラウド情報整理ツール」として認知拡大に向けたマーケティングとセールスの強化、更なる使いやすさや利便性を求めたプロダクトのリニューアルを予定

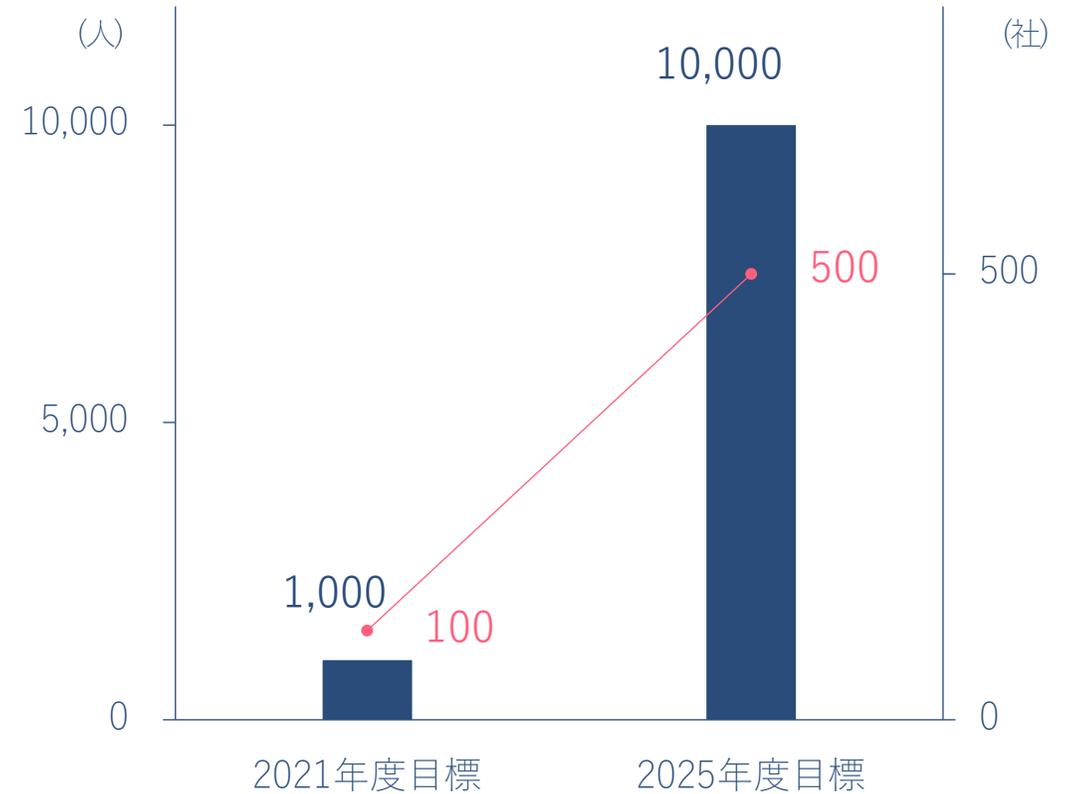


<https://tayori.com/>



スタートアップ・メディアから「変化を楽しむ人・企業」が新しいアイデアと出会うプラットフォームへ
 2025年度末までに有料アカウント1万件、有望なグローバル・スタートアップ登録社数500社

- 2016年度に開催したスタートアップイベント「THE BRIDGE Fes」は100社・1006名が参加
- 2021年度からメンバーシップを開始、秋に100社・1000名を集めるオンラインとオフラインのハイブリッド型の見本市を開催
- 検証した体験を元に、法人・個人がスタートアップと繋がるプラットフォーム開発に着手予定



■ 有料アカウント数 ● 登録社数(右軸)



<https://thebridge.jp/>

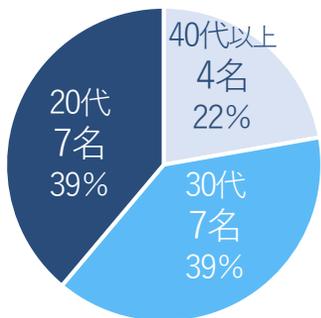
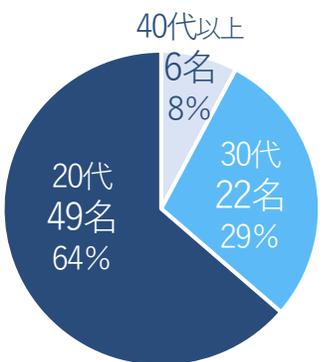
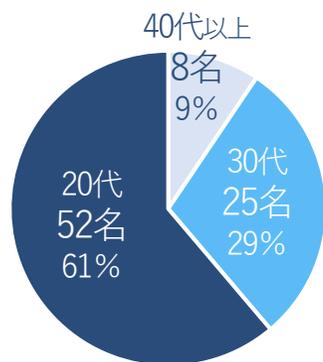
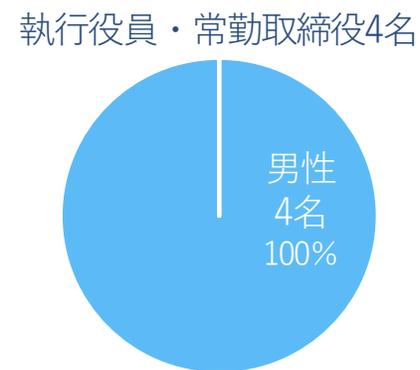
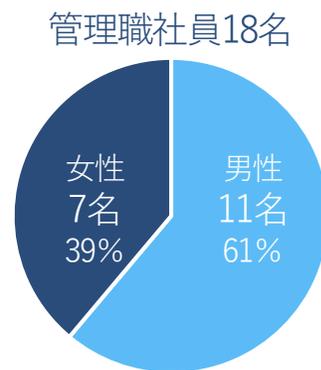
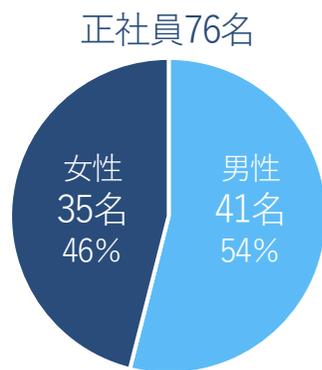
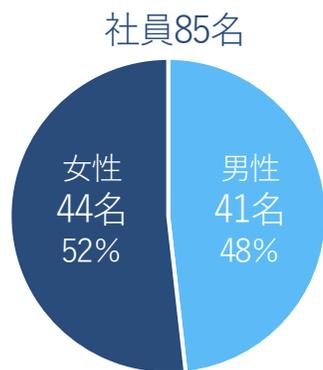
社会に対して新たな価値を創出し、持続的な収益拡大を実現しうる事業を丸ごと担える経営者人材の台頭
長期的に企業理念を追求しながらも、組織を硬直化させずに自己革新し続ける

- 属人的な経営からチーム経営への転換を試行中
- 経営メンバーに金子達哉が加わって4名になったが、早期に6名にして、更に8名体制を目指したい
- 2017年に三島映拓が常勤取締役役に就任、現2名体制を確立
- 常勤取締役1名の交代推進を仕組化へ



性別や年齢そして国籍といった属性の多様化に加えて、異なる能力や技術そして経験に対してリスペクトしながら組織として共通の目的と価値観を大切にし、成長の原動力となる組織的能力につなげていく

次期取締役と監査役にそれぞれ女性1名以上を選任し、取締役・監査役の女性比率25%以上を目指す



持続的な企業価値向上を実現するため、①ステークホルダーとしてのANDが多い、②ステークホルダーとしての関係性が長い、③事業や組織への成長の貢献が大きいといった3つの要件を兼ね備えた株主を増やす方針を掲げている

社員が会社の代表者として行動する本物のオーナーシップを醸成したい。事業の担い手である社員が株主になる機会をつくり、中長期で企業価値が飛躍的に向上した場合、社員が株主として利益を享受できる報酬体系を実現する。



ストックオプション制度

発行付与時期	付与対象[*1]	株数[*2]	業績条件
上場前付与済	全社員39名	350,000株	東京証券取引所上場
2017年発行 2021年6月付与	全正社員 2021年6月確定	576,000株	2020年度営利10億円 営利下限7億円付与70%
2021年発行 2027年6月付与	全正社員 2027年6月確定	96,000株	2025年度営利35億円 営利下限28億円付与50%

[*1]社員には代表を除く常勤取締役を含む、[*2]株式分割考慮後の株数

従業員持株会の奨励金

- 従業員持株会の奨励金は月1万円以下の拠出に対して50%、月1万円超の部分に対しては10%
- たとえば、社員の拠出額が1万5千円の場合は $10,000 \times 50\% + 5,000 \times 10\% = 5,500$ 円を奨励金として会社が追加負担

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