

# PR TIMES

## 2021年度(2022年2月期) 第1四半期 決算説明資料

株式会社PR TIMES (証券コード：3922)

2021年7月14日

1. 2021年度 第1四半期決算
2. 2021年度 第1四半期サービス動向
3. トピックス&参考情報



## 四半期業績ハイライト

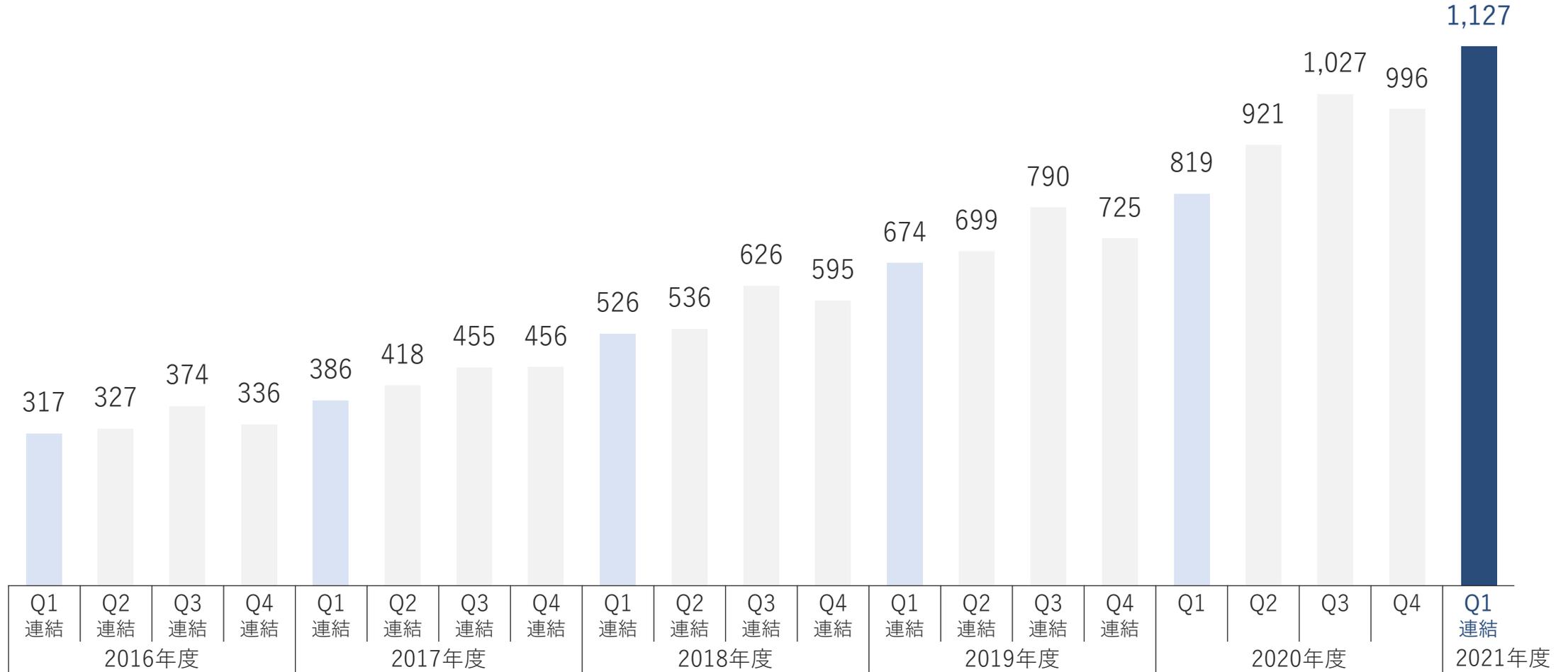
- 売上高成長率37.6%は2016年3月の上場以降、過去最高を記録
- 人件費、サーバーやシステム関連など先行投資の結果として大幅に増加した販売管理費を吸収して営業利益も高い利益率と成長率を実現

(単位：百万円)	Q1 '20	Q2 '20	Q3 '20	Q4 '20	連結 Q1 '21	前年同期比	前四半期比
売上高	819	921	1,027	996	1,127	137.6%	113.1%
売上総利益	700	778	885	859	992	141.7%	115.4%
(粗利率)	(85.4%)	(84.5%)	(86.2%)	(86.2%)	(88.0%)	—	—
販売管理費	422	424	414	662	600	142.0%	90.7%
内、広告宣伝費	96	77	64	234	120	125.3%	51.5%
営業利益	277	354	471	197	391	141.2%	198.4%
(営業利益率)	(33.9%)	(38.4%)	(45.9%)	(19.8%)	(34.7%)	—	—
経常利益	277	354	472	195	391	141.2%	200.6%
当期純利益	381	220	324	117	273	71.5%	233.3%

※当社子会社「株式会社THE BRIDGE」設立により、当年度より再び連結決算に移行

- 過去最高の四半期売上高を更新

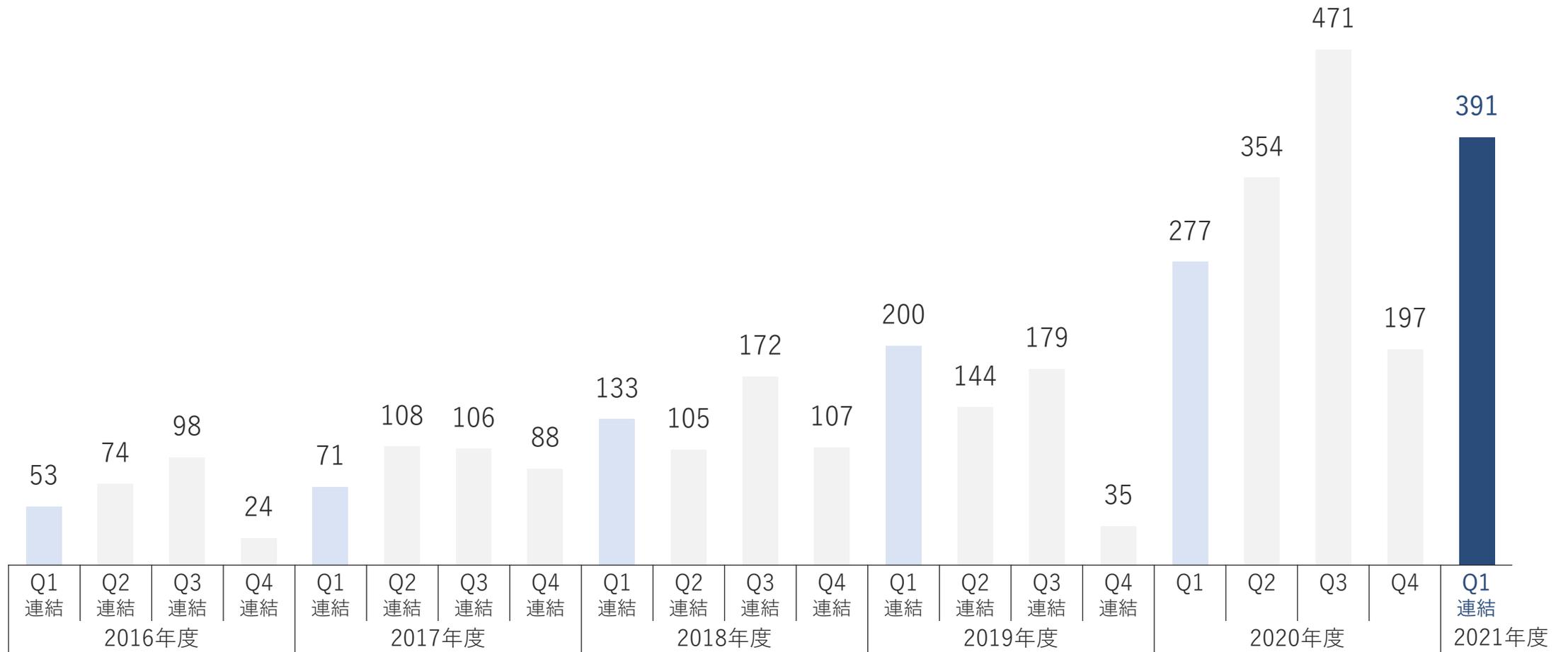
(単位：百万円)



# 四半期営業利益の推移

- 第1四半期としては過去最高の四半期営業利益を更新

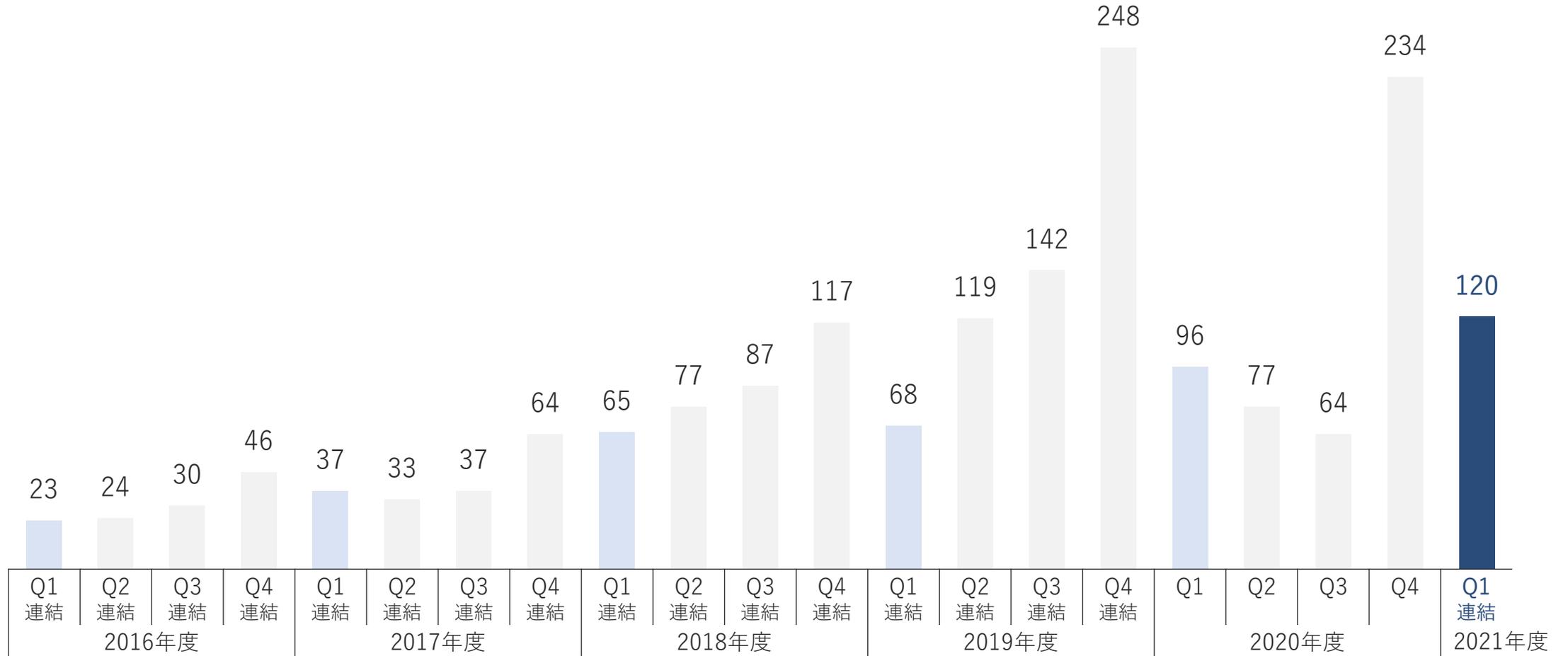
(単位：百万円)



# 四半期広告宣伝費の推移

- 「Jooto」のタクシー広告やAplirl Dreamプロジェクトへの費用投下等により、前年同期比25.3%増

(単位：百万円)

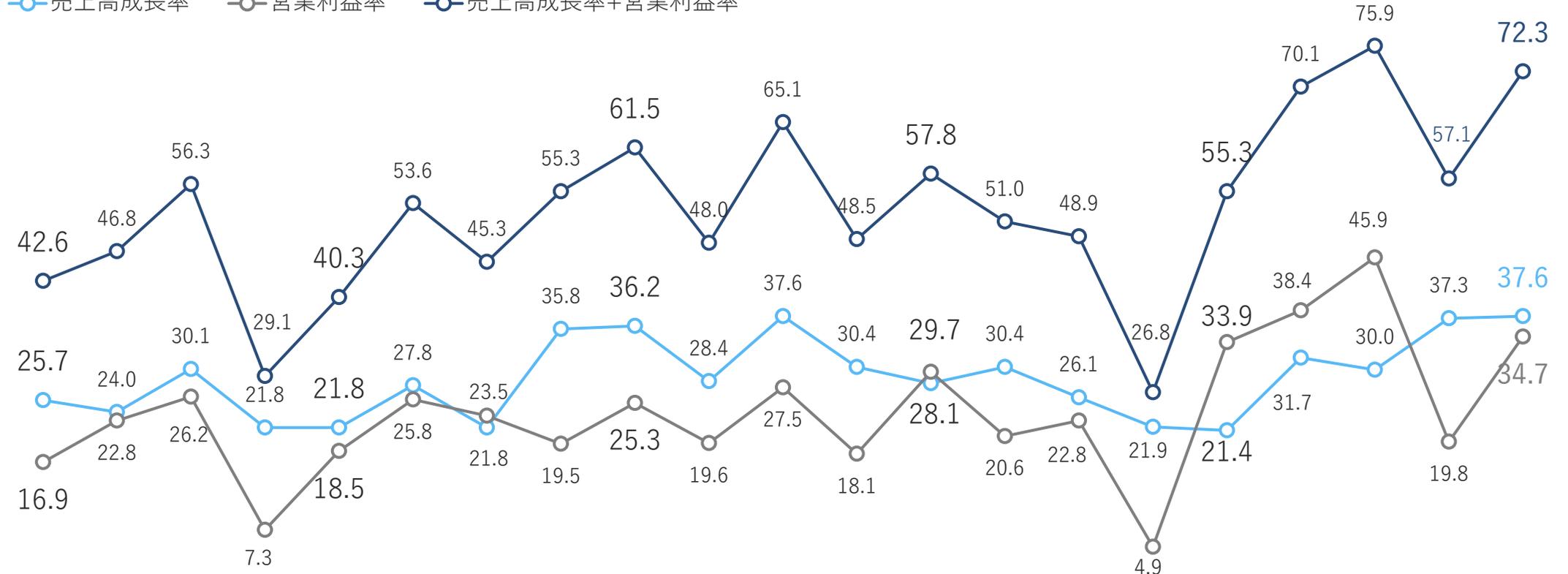


# 売上高成長率と営業利益率の推移

- 売上高成長率は上場後過去最高を記録、4四半期連続で30%超を達成
- 営業利益率34.7%と売上高成長率 + 営業利益率72.3%は、第1四半期として上場後過去最高を更新

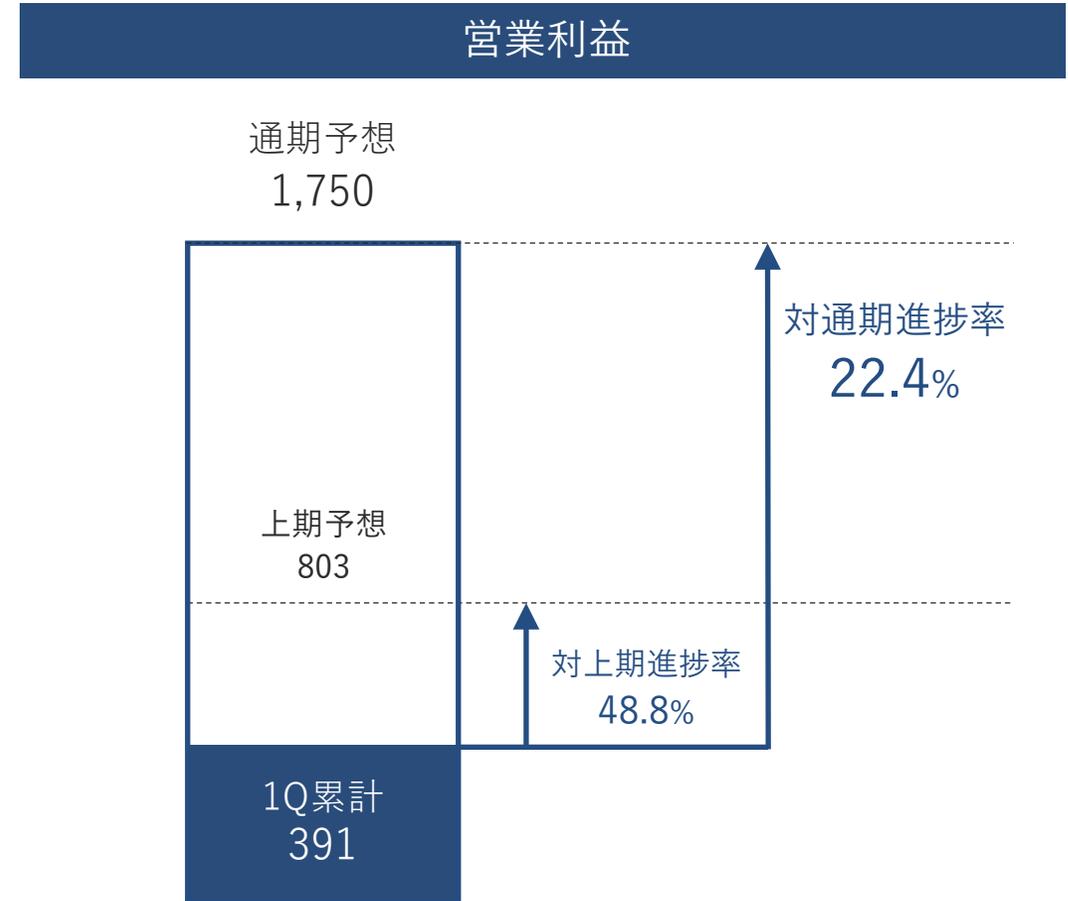
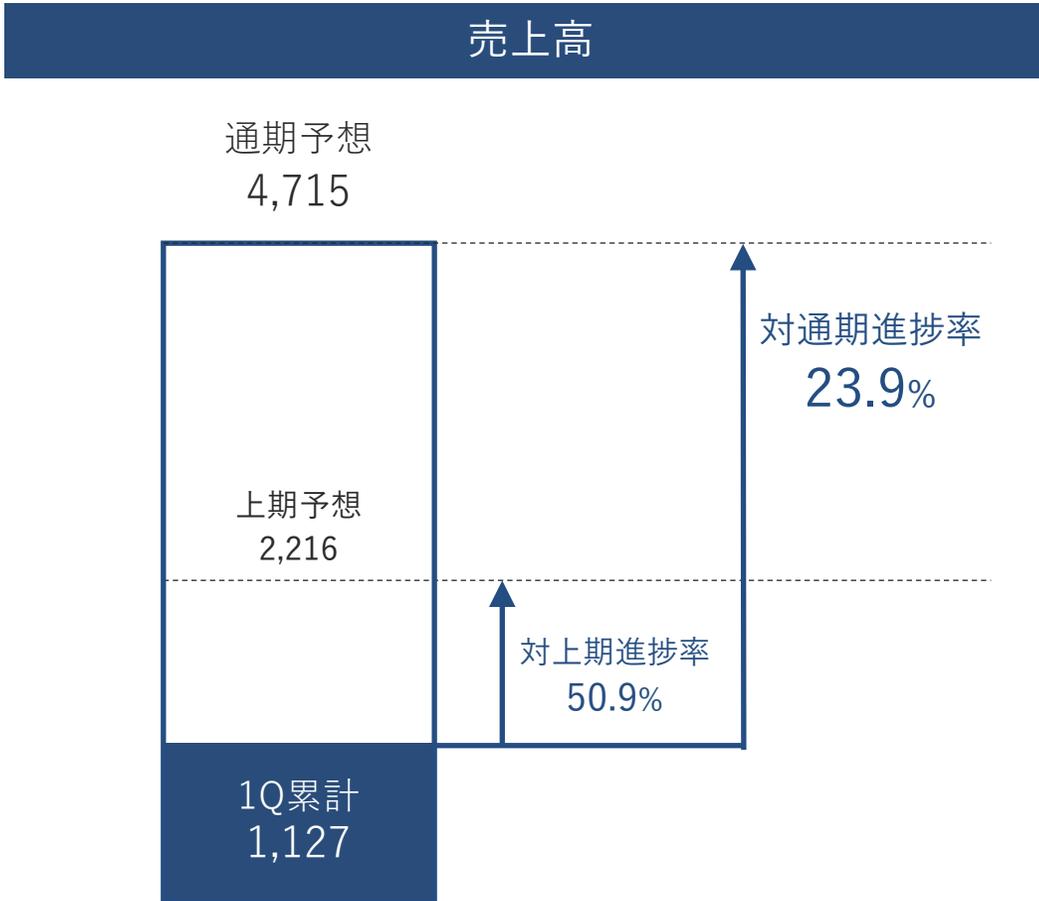
(単位：%)

売上高成長率    営業利益率    売上高成長率+営業利益率



Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	Q4 連結	Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	Q4 連結	Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	Q4 連結	Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	Q4 連結	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1 連結
2016年度				2017年度				2018年度				2019年度				2020年度				2021年度

- 進捗率は通期予想に対して売上高で23.9%（前年同期21.8%）、営業利益で22.4%（同21.3%）、上期予想に対して売上高で50.9%（同47.1%）、営業利益で48.8%（同43.9%）と前年同期の進捗を上回って好調に進捗



## 貸借対照表

- 自己株式取得及びそれに伴う資金移動等により、現預金は前四半期比で大幅減
- 「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及び前四半期比で増加
- ROAは33.3%、ROEは41.4%と高い効率性を実現

(単位：百万円)	連結 2021年5月末	2020年5月末	前年同期比	2021年2月末	前四半期比
流動資産	2,721	1,913	142.2%	3,051	89.2%
内、現預金	1,801	1,367	131.7%	2,531	71.2%
固定資産	564	415	135.9%	406	138.7%
総資産	3,285	2,328	141.1%	3,457	95.0%
流動負債	621	465	133.6%	968	64.2%
内、前受収益	228	160	142.1%	185	123.5%
固定負債	4	7	56.4%	5	83.6%
純資産	2,659	1,854	143.4%	2,484	107.0%
ROA	33.3%	24.8%	—	36.6%	—
ROE	41.4%	30.5%	—	50.3%	—

※ROA及びROEは、直近12ヶ月の数値を用いて算出

1. 2021年度 第1四半期決算
2. 2021年度 第1四半期サービス動向
3. トピックス&参考情報



# PR TIMES



<https://prt看imes.jp>

利用者	KPI	(2021年5月末時点)
企業	利用企業社数	54,426社
	国内上場企業利用率	46.3%(1,790社/3,869社)
	プレスリリース件数	26,072本/月(2021.3)
	プレスリリース素材	画像 134,332点/月(2021.3) 動画 2,388本/月(2021.3)
メディア	配信メディアリスト	11,980媒体
	メディアユーザー数	21,203名
	パートナーメディア	200媒体
メディア生活者	サイト閲覧数	5,354万PV/月(2021.3)
	SNSフォロワー	Facebook 127,951 Twitter 282,155

- 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58件(前年同期比 7.4%増) と四半期過去最高を更新

No.	掲載日	媒体名	種類	内容
1	3月2日	ツギノジダイ	Web	Jooto
2	3月3日	ツギノジダイ	Web	Jooto
3	3月3日	ITmediaビジネスオンライン	Web	PR EDGE
4	3月12日	RTB SQUARE	Web	THE BRIDGE
5	3月12日	CNET Japan	Web	THE BRIDGE
6	3月13日	Media Innovation	Web	BRIDGE
7	3月15日	ASCII	Web	THE BRIDGE
8	3月17日	LikeU	Web	Jooto
9	3月19日	日経マネー	雑誌	顧客と株主をつなぐ施策
10	3月22日	CodeZine	Web	PR TIMES
11	3月23日	学研キッズネット	Web	April Dream
12	3月25日	千葉日報	新聞	千葉日报社
13	3月25日	ASCII	Web	U30奨学金返還サポート制度
14	3月25日	AMP	Web	U30奨学金返還サポート制度
15	3月25日	東愛知新聞	新聞	未来創生アドバイザー
16	3月25日	文化通信	新聞	千葉日报社
17	3月27日	AMP	Web	April Dream
18	3月29日	テレビ朝日「グッド！モーニング」	TV	April Dream
19	3月29日	新聞之新聞	新聞	千葉日报社
20	3月31日	ASCII	Web	Tayori
21	3月31日	Techable	Web	Tayori
22	3月31日	ITmediaビジネスオンライン	Web	PR EDGE
23	3月31日	Techable	Web	Mikke
24	4月1日	東スポ	新聞	April Dream
25	4月1日	佐賀新聞	新聞	April Dream
26	4月1日	music.jp	Web	April Dream
27	4月1日	Musicman	Web	April Dream
28	4月1日	Marketing Native	Web	代表取材
29	4月1日	女性セブン	雑誌	April Dream
30	4月1日	ブレーン	雑誌	April Dream

(2021年3月～2021年5月、掲載日順)

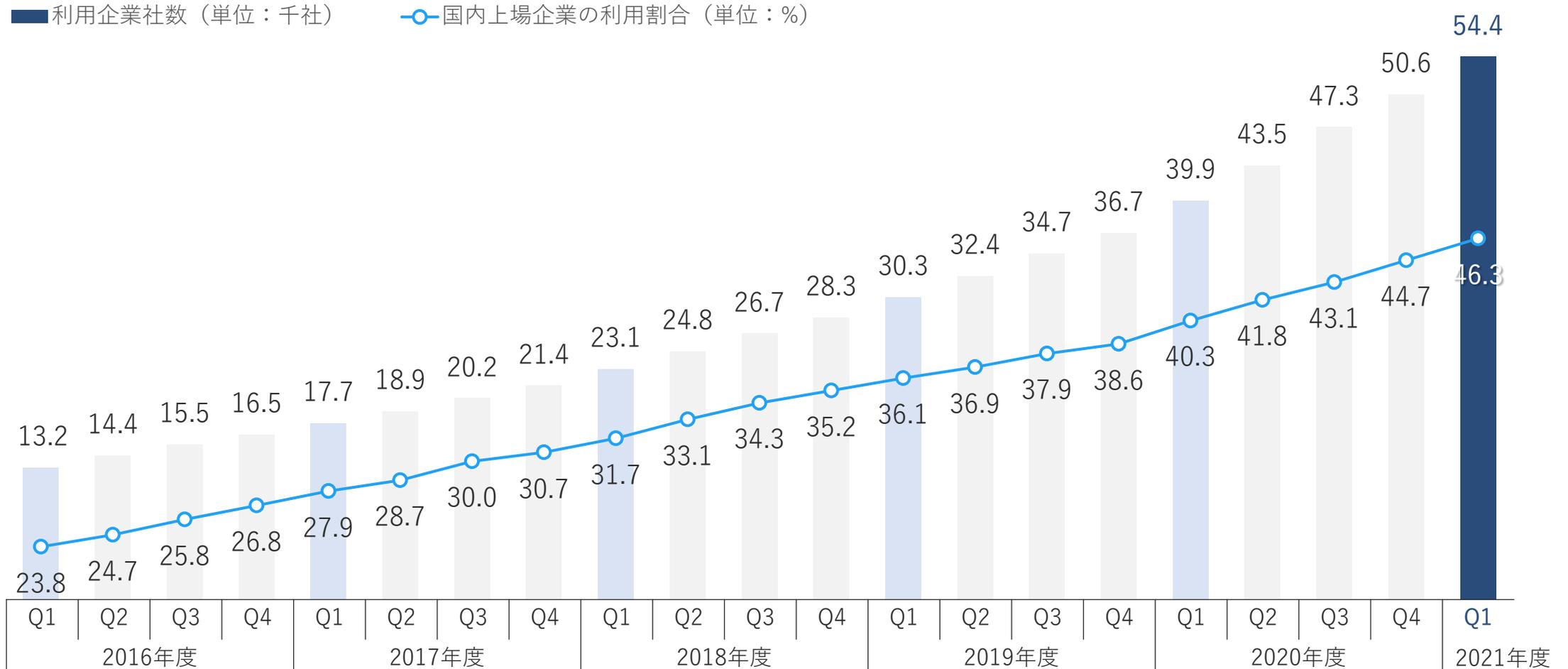
No.	掲載日	媒体名	種類	内容
31	4月7日	AINOW	Web	Jooto
32	4月7日	食品産業新聞社	Web	April Dream
33	4月7日	なめがた日和	Web	社員登壇
34	4月7日	新聞情報	新聞	千葉日报社
35	4月13日	AMP	Web	ファミ通.com
36	4月14日	strainer	Web	業績
37	4月14日	石鹼日用品新報	雑誌	April Dream
38	4月15日	コマーシャルフォト	雑誌	April Dream
39	4月15日	ザウォッチ&ジュエリー トゥデイ	新聞	April Dream
40	4月16日	ASCII	Web	THE BRIDGE
41	4月30日	ferret	Web	Tayori
42	5月1日	企業診断	雑誌	代表取材
43	5月7日	VOIX biz	Web	常陽銀行・足利銀行
44	5月8日	茨城新聞	新聞	常陽銀行・足利銀行
45	5月11日	FASTGROW	Web	組織変更・人事異動
46	5月15日	BtoB コミュニケーション	雑誌	アワード受賞
47	5月17日	日経クロステック	Web	Jooto
48	5月20日	ASCII	Web	個人事業主
49	5月20日	マイナビニュース	Web	個人事業主
50	5月20日	AMP	Web	個人事業主
51	5月20日	QEEE	Web	個人事業主
52	5月20日	WORKPORT+	Web	個人事業主
53	5月21日	VOIX biz	Web	個人事業主
54	5月21日	U-NOTE	Web	個人事業主
55	5月21日	IndieGamesJp.dev	Web	個人事業主
56	5月21日	楽しい株主優待&配当	Web	顧客と株主をつなぐ施策
57	5月24日	日本経済新聞	新聞	業績
58	5月27日	CM通信	雑誌	日本BtoB広告賞

・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。

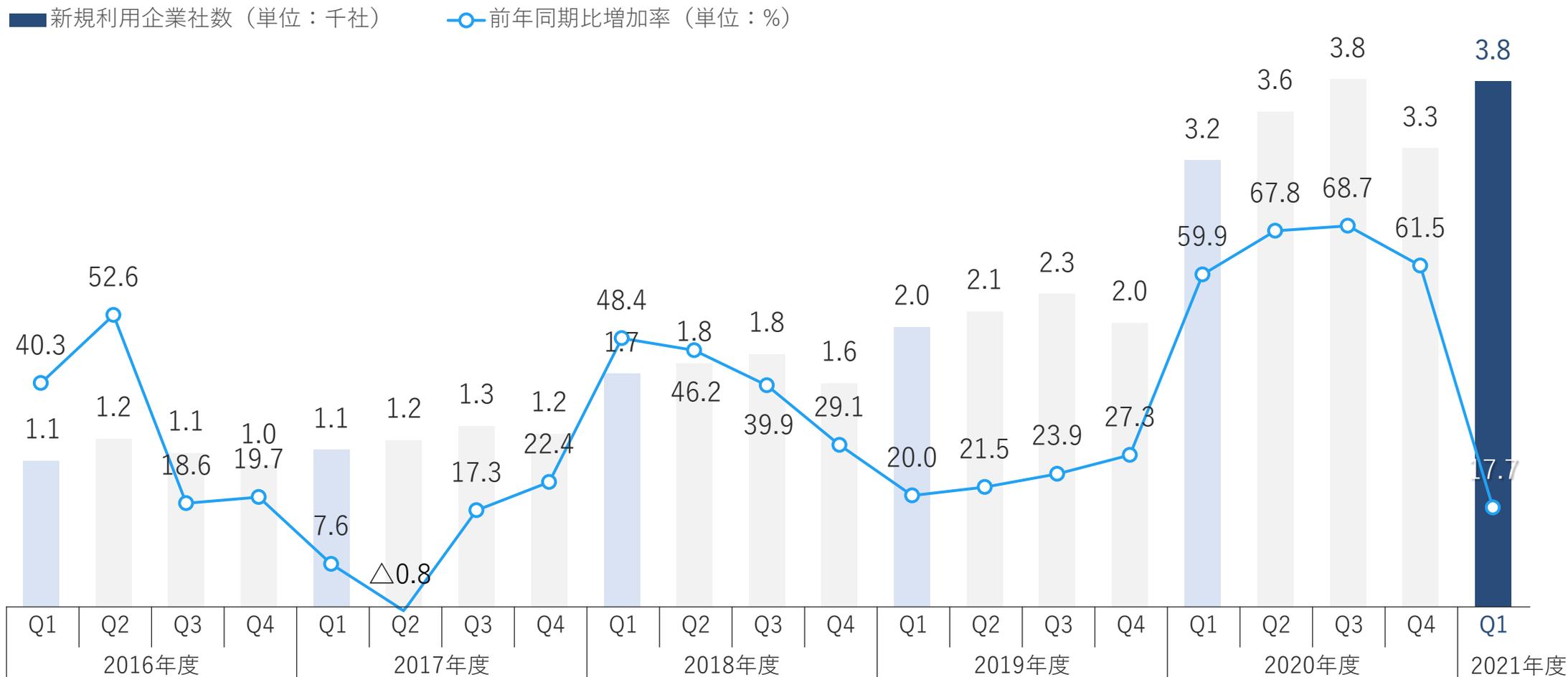
・Techable(3月31日2件掲載)U-NOTE(5月21日掲載)は当社が運営するメディアです。

・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54,426社に到達（前年同期比14,486社増・前四半期比3,793社増）
- 上場企業のうち46.3%（1,790社／3,869社）が利用

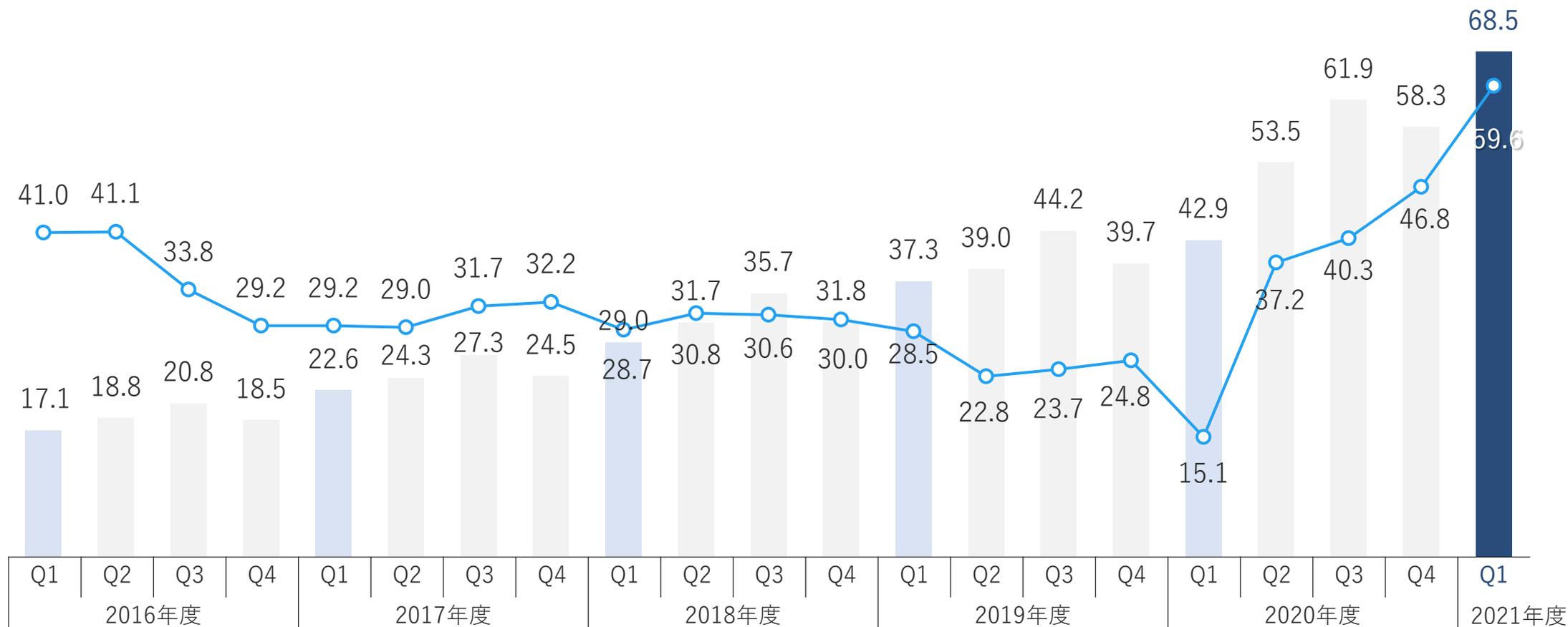


- 新規利用企業社数は3,793社（前年同期比570社増・前四半期比484社増）となり、直近1年間は同水準を継続



- プレスリリース件数は68,527件（前年同期比59.6%増・前四半期比17.5%増）と過去最高を更新
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響で前年同期に成長鈍化した影響もあるが、上場後過去最高の成長率

■ プレスリリース件数（単位：千件）    ● 前年同期比増加率（単位：%）

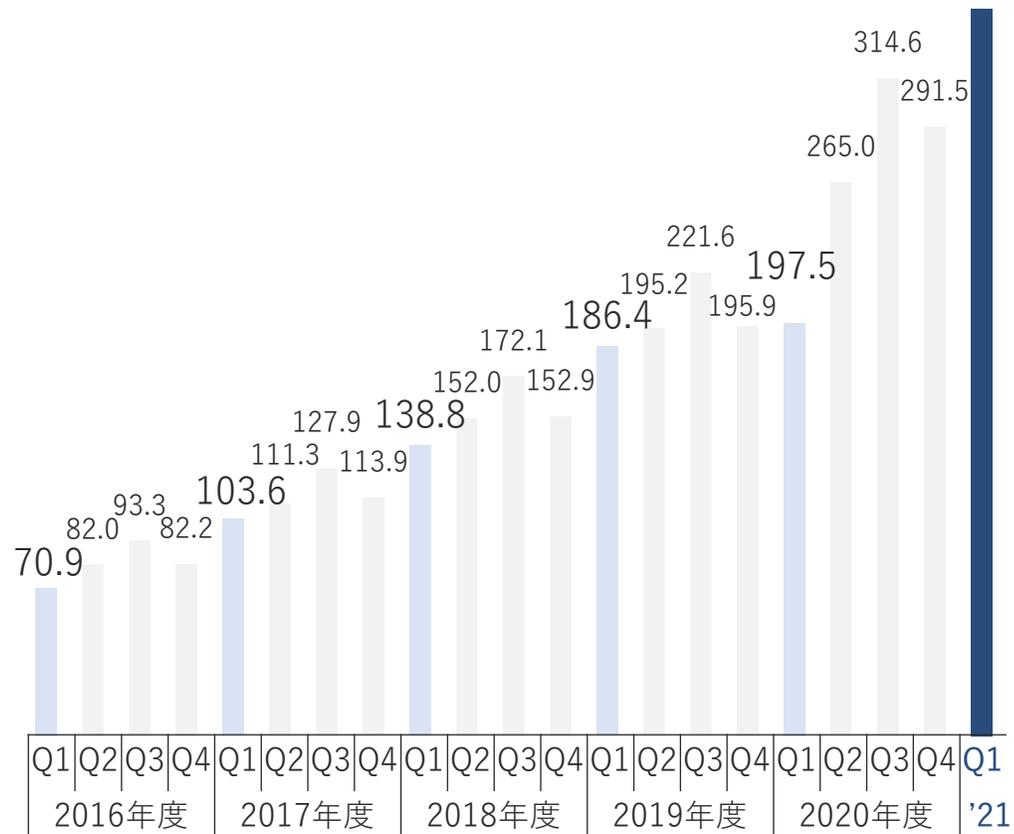


- 画像は347,743点（前年同期比76.1%増・前四半期比19.3%増）、動画は6,121本（前年同期比58.7%増・前四半期比11.6%増）と、いずれも過去最高を更新

画像数

(単位：千点)

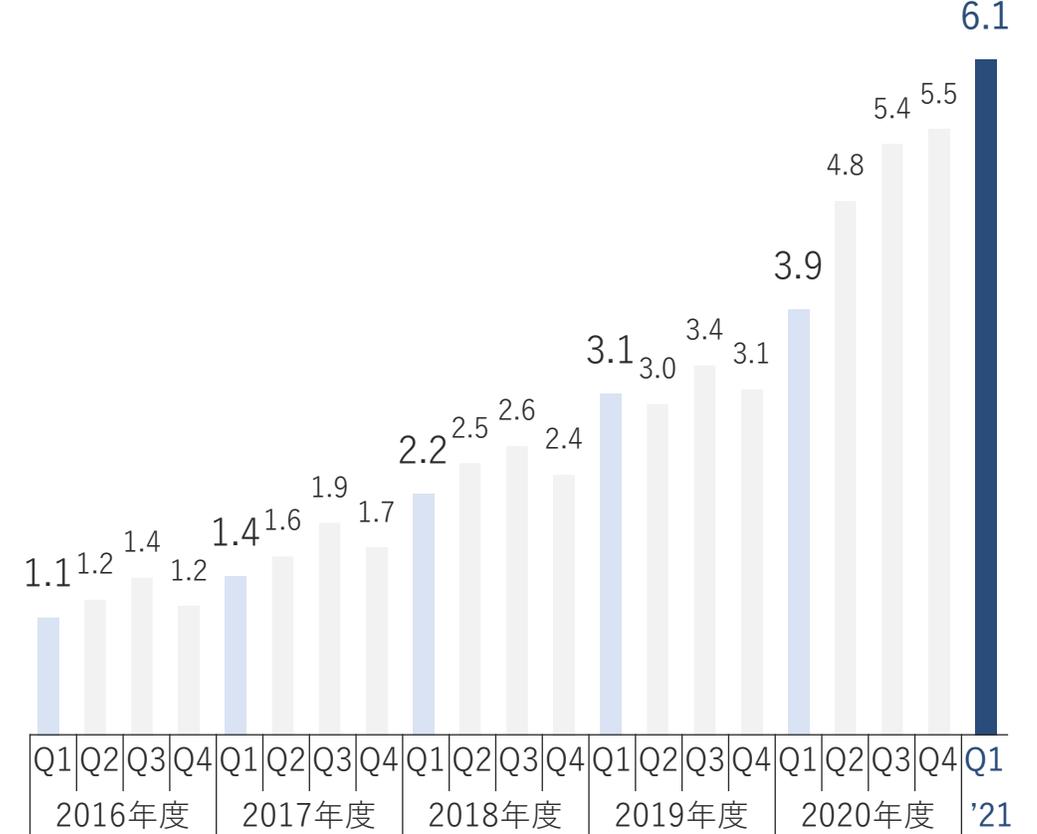
347.7



動画数

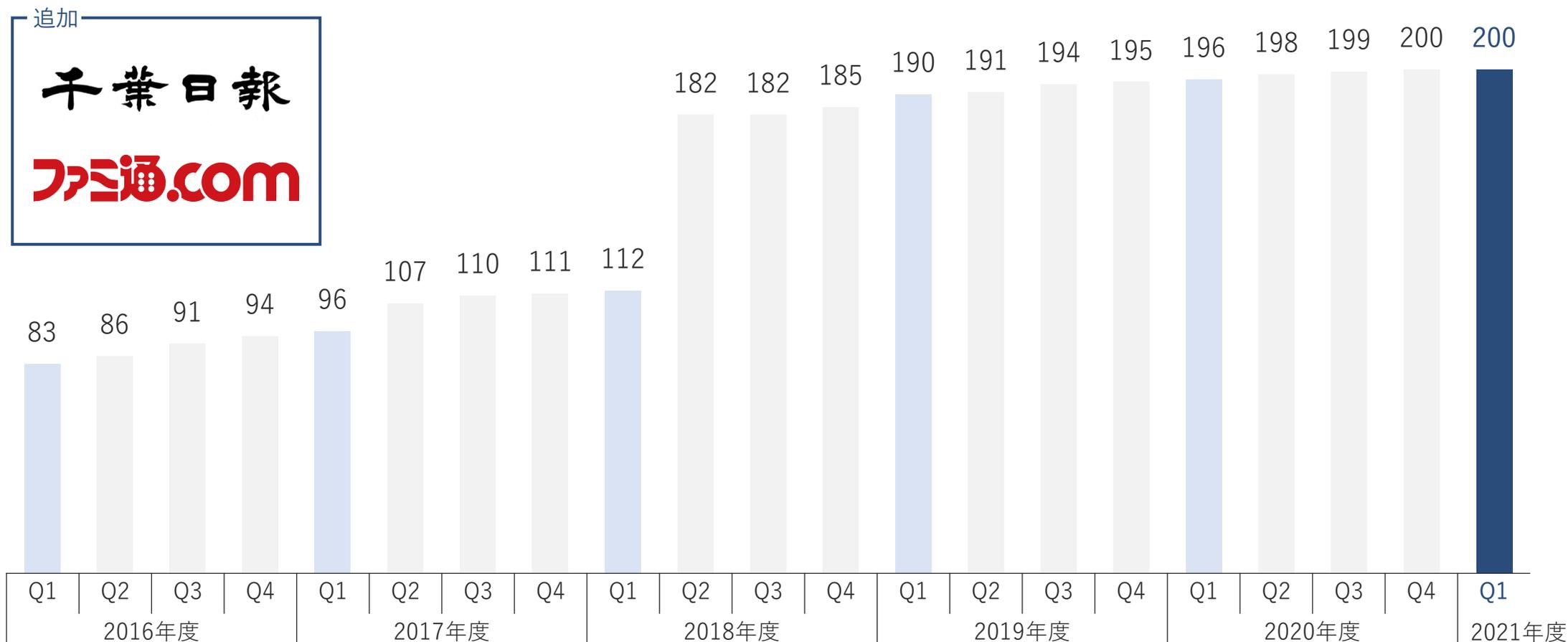
(単位：千本)

6.1



- パートナーメディア数は前四半期から変わらず200媒体(2媒体増・2媒体減)
- 内、編集部が利用するCMSと連携し、当社から報道素材用データを転送しているメディアは9媒体

(単位：媒体)



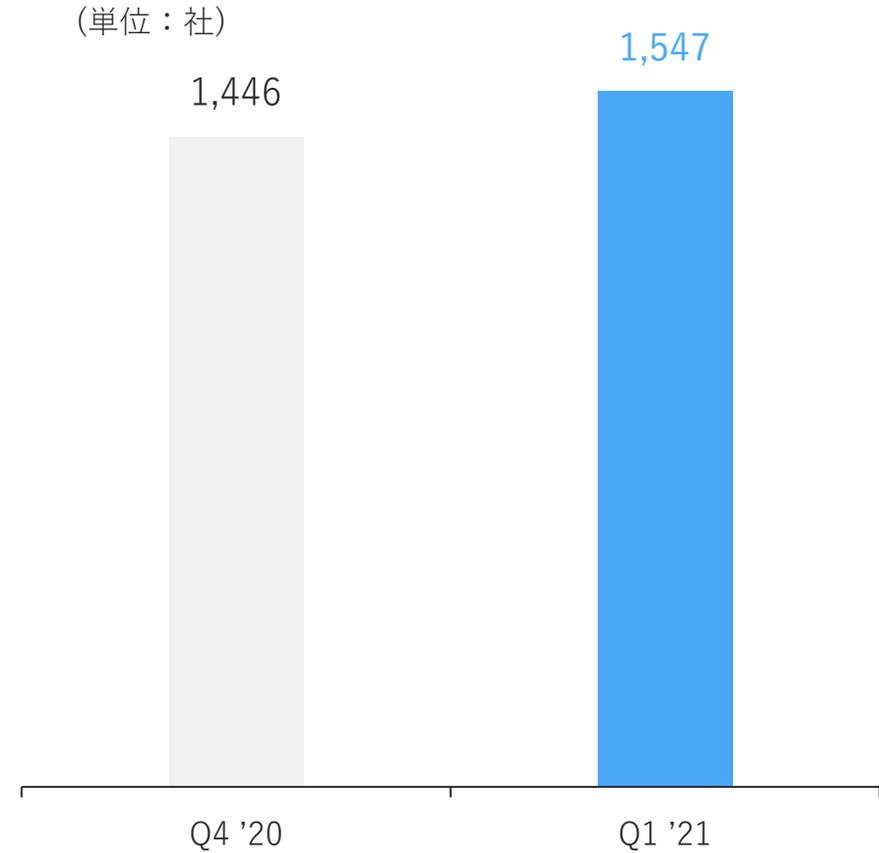
# Jooto | 有料利用企業者数の推移

- 当年度よりKPIをユーザー数から有料利用企業社数に変更
- 有料利用企業社数は1,547社 (前四半期比101社増 7.0%増)



<https://jooto.com>

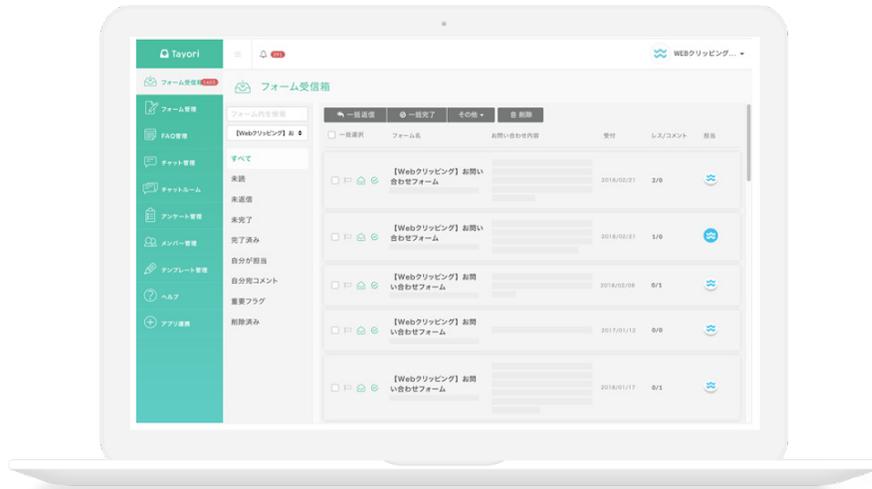
(単位：社)



※2021年4月13日に公表した「Milestone 2025 中期経営目標説明資料」において、2020年度の有料利用企業社数を1,504社と記載しておりましたが、集計が誤っておりました。正しくはグラフに記載のとおり1,446社となります。本訂正により、中期経営目標で掲げている各種目標値に変更はありません。

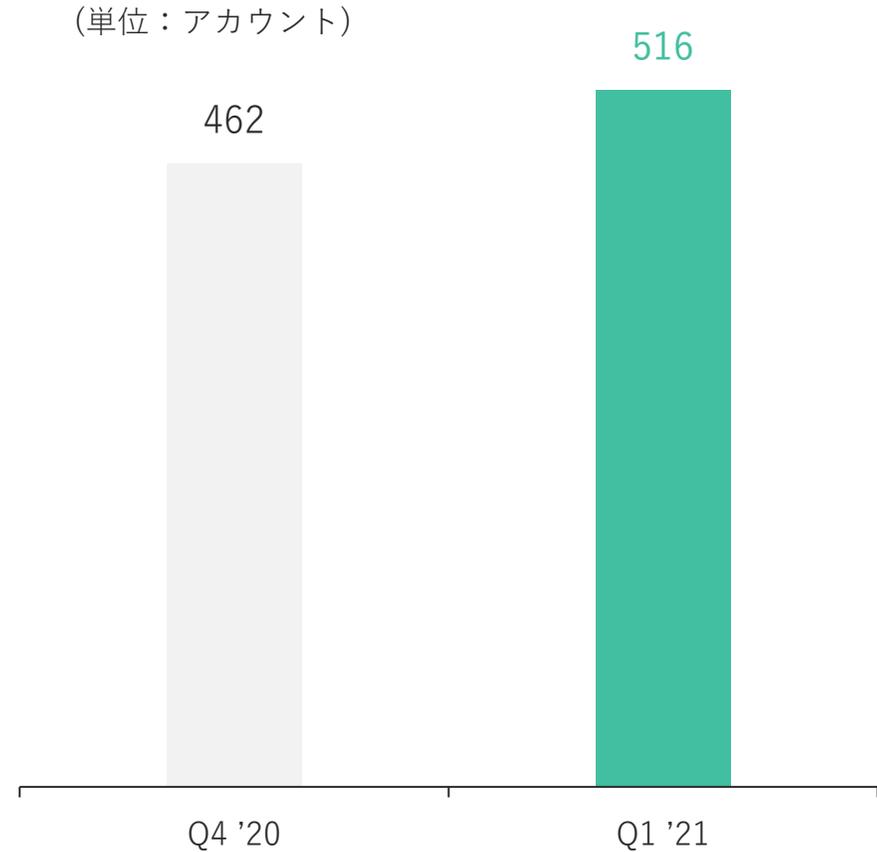
# Tayori | 有料アカウント数の推移

- 当年度よりKPIをアカウント数から有料アカウント数に変更
- 有料アカウント数は516アカウント(前四半期比54アカウント増 11.7%増)



<https://tayori.com>

(単位：アカウント)



1. 2021年度 第1四半期決算
2. 2021年度 第1四半期サービス動向
3. トピックス&参考情報



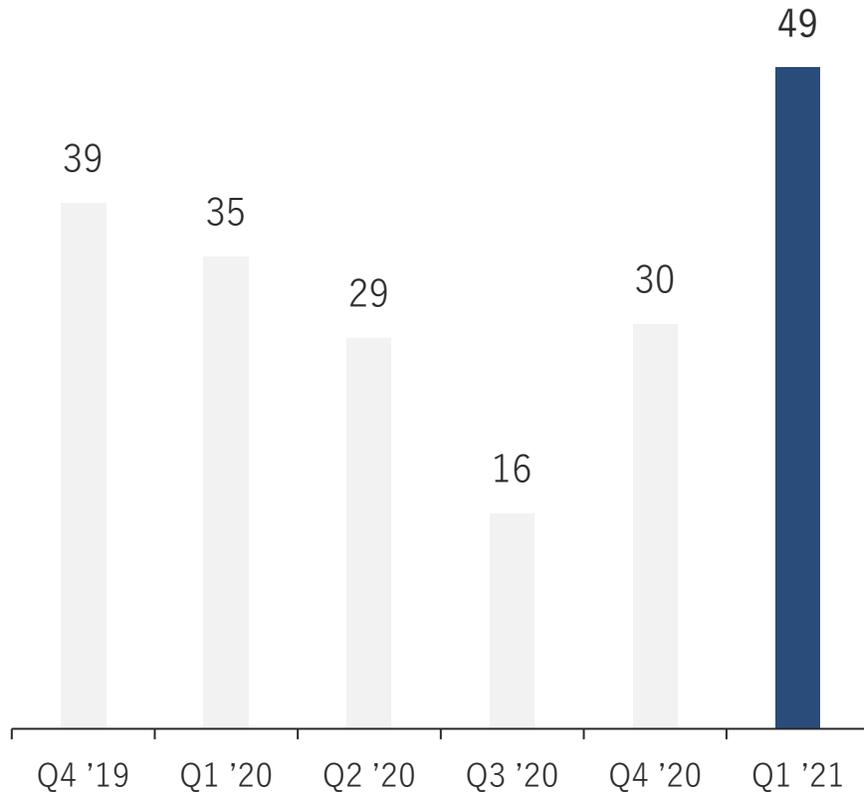
- プレスリリースが発表前の段階にも関わらず、画像とPDFファイルが特定の外部アクセスにより不正に取得
- 不正アクセスへの一時的な対応は完了、再発防止に向けたセキュリティ強化に着手
- 会員企業様との対話状況と7月9-13日の利用が成長率を維持していることから現時点では業績影響はないと判断、事態を厳粛に受け止めて信用の回復に全力で取り組む



事象	期間	2021年5月4日～7月6日
対象	会員企業様13社14アカウントのプレスリリース230件に対して画像素材ファイルzip230点、うち4社プレスリリース28件に対してPDFファイル28点	
経緯	発生認知	会員企業様から発表前の情報がSNSに投稿されていると報告を受けて調査した結果判明
一次対応	アクセスログを解析し、対象会員企業様へご報告とお詫び	
	機能変更（不具合の修正）	①画像素材ファイルは発表後に外部アクセス可能に変更 ②PDFファイルのURLを予測困難なロジックに変更
原因	利用規約における不正行為としてプロバイダに申告	
	7月9日に適時開示とお知らせの掲示、12日に会員企業様へご報告とお詫び	
背景	下書き保存状態のプレスリリースにおいて画像素材ファイルとPDFファイルが外部からのクローリングによってアクセス可能なセキュリティホールが存在する不具合	
再発防止策	サービス開始時点におけるシステム設計でセキュリティ面が考慮されず、事業拡大と環境変化に応じて適宜対応してきたが、当該セキュリティホールが残存した	
	セキュリティホールの存在を迅速に発見できる体制と、機能実装から時間経過している機能についても定期的に見直しをして、更なるセキュリティ強化を行う体制へ強化	

- 「PR TIMES」の利用企業が増えている一方で、今四半期は、企業登録時の審査でお見送りとなった件数が増加
- 事業内容が医療広告ガイドラインや、薬機法や景品表示法などの法令に反しているケースが大半

企業登録審査でのお見送り件数



登録の審査条件

条件1. 反社会的勢力ではないこと

条件2. 企業活動の実在性

条件3. 事業内容が審査基準を満たしていること

以下の場合には企業登録できません。（一部抜粋）

- 医療広告ガイドラインに反する内容である場合
- 薬機法（旧 薬事法）や景品表示法などの法令に反する場合
- 全日本遊技事業協同組合連合会の注意事項にあたる内容の記載がある場合
- 公序良俗に反する、または乱す恐れがあるようなイベントを主催・運営している場合

etc.

- 法人向けに提供してきた「PR TIMES」の配信利用を、個人事業主にも受付を拡大し、個人事業主の新たな活動を公に伝えるプレスリリースの発信を本格開始

## 個人事業主のプレスリリース発信について

料金プラン 従量課金プラン（税抜3万円/1配信）のみ

サービス提供内容  
① 「PR TIMES」サイト上に掲載  
② プレスリリースを最大300媒体のメディアに送付  
③ パートナーメディアへのプレスリリース原文掲載  
※法人と同内容。

パートナーメディア  
130媒体  
（2021年7月14日現在）  
個人発信のプレスリリースは、パートナーメディアより許諾をいただいた130媒体より、15媒体以上を保証して原文掲載されます。  
※掲載先媒体は、事業内容やプレスリリース内容に応じて、メディアにて判断されます。



- 地域の地場産業に資するベンチャー企業や、中堅・中小企業等の創業支援・事業承継を支援する「地方創生ファンド」等を運営するFVCと業務提携契約を締結
- 「地方創生ファンド」等の投資先企業に対し、PR TIMES特別プランの提供とPRセミナーの開催といったPR支援を行い、地方情報流通を促進

Future  
Venture  
Capital

×

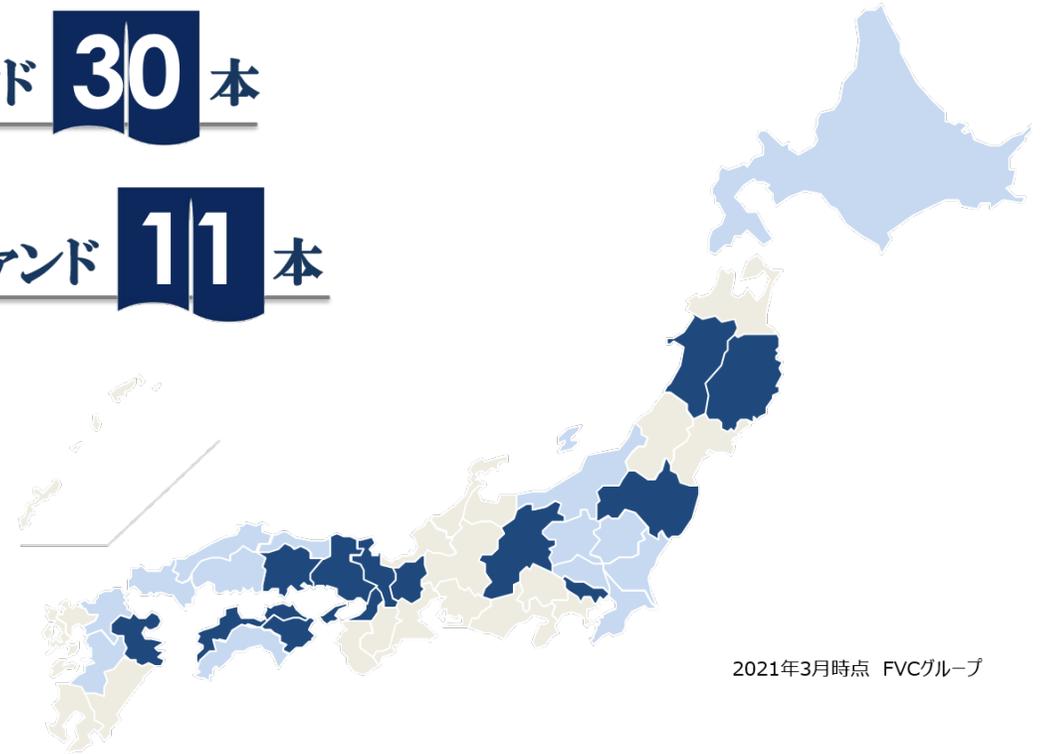
PR TIMES

地方創生ファンド **30** 本

● 主要LP所在地 ● 投資対象エリア

CVC/テーマファンド **11** 本

投資対象エリアに制限なし



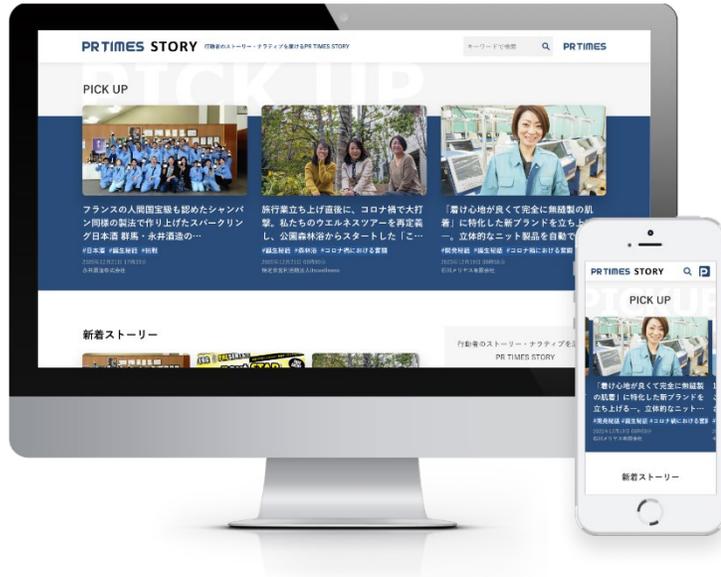
2021年3月時点 FVCグループ

- 2021年3月に千葉日報社、4月に常陽銀行、足利銀行、6月に福島民報社、東奥日報社、福島銀行と提携
- 地方情報流通のための提携は計38例となり、34都道府県で提携を達成（金融機関との提携に限ると28都道府県）



※2021年7月14日時点

- 「PR TIMES STORY」コンテンツのメディア向けメール配信を開始、メディア取材やメディア掲載への可能性をつなげるプッシュ型アプローチが可能に
- 報道関係者向け特記事項、報道関係者向け連絡先、人物プロフィール、商品説明を入力しやすい仕様へとアップデート



## メディアを配信テーマから自動追加

内容に合った配信テーマを選択すると、そのテーマのストーリーを受信したいメディアが自動選択されます。

3つまで配信テーマは選択できます。

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 開発の裏側       | <input type="checkbox"/> 創業エピソード       |
| <input type="checkbox"/> 誕生秘話        | <input type="checkbox"/> プロジェクト・企画の裏側  |
| <input type="checkbox"/> 企業成長の裏側     | <input type="checkbox"/> 事業撤退の裏側       |
| <input type="checkbox"/> ヒットの裏側      | <input type="checkbox"/> V字回復の裏側       |
| <input type="checkbox"/> コロナ禍における奮闘  | <input type="checkbox"/> 働く女性のストーリー    |
| <input type="checkbox"/> ビジネス・企業情報   | <input type="checkbox"/> 総合ニュース        |
| <input type="checkbox"/> IT・DX       | <input type="checkbox"/> フード・ドリンク      |
| <input type="checkbox"/> マーケティング     | <input type="checkbox"/> 女性向けライフスタイル   |
| <input type="checkbox"/> 男性向けライフスタイル | <input type="checkbox"/> ファッション・美容     |
| <input type="checkbox"/> スポーツ        | <input type="checkbox"/> スタートアップ・ベンチャー |

キャンセル

メディアを設定

## プロフィール



小暮 桃子

早稲田大学文学部卒。新卒で広告代理店に入社し、広告提案やイベント運営を経験。その後2016年1月にPR TIMESにジョイン。マーケティング本部 営業戦略グループ（現 営業本部）でセールスをはじめ地域の情報流通活性化に向けたアライアンス促進を経験後、2019年からはカスタマーリレーションズ本部長としてサポート体制の構築やカスタマーサクセスの推進を行う。現在はPR TIMES STORYの責任者およびPMMを兼任し、プロダクトの価値を最大化できるよう奮闘中。



吉田 優

2020年新卒でPR TIMESに入社。営業本部で様々な企業の広報・PRをサポートした経験を生かし、2021年春から「アクティブサポート担当マネージャー」としてより能動的な支援に挑戦。スポーツチーム・団体の広報・PR支援を行う「SPORTS TIMES」の責任者も担当。

## 商品・サービス情報



### PR TIMES 5万社プロジェクト

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「PR TIMES」の利用企業数が、5万社を突破する節目に際し立ち上がったプロジェクトです。5万という数字を積み上げていただいたご利用企業の皆さまに向けて、感謝とお詫びをお届けするために、その想いと、利用企業すべての社名をA1サイズの用紙に記載した一覧を配布し、ご利用企業の皆さまを中心にSNSなどで話題を呼びました。

- メディアユーザーは、新たに映像と写真の素材集を動画ページからダウンロードできるようになり、ニュース素材として使うことが可能に
- 利用企業は記者を招待したイベントを開催することなく、動画でメディアに報道される可能性が増加



- スタートアップに関わる人たちを「変化を楽しむ人」とし、新たなコミュニティプログラムとして起業や転職、協業など、人生に変化を与えたい人や企業に、情報ときっかけを提供するための「参加できるBRIDGE」を月1,500円で提供

## BRIDGE Tokyo Meetup @ Online



## BRIDGE Canvas



<https://thebridge.jp/bridge-members>

- 東京証券取引所より新市場区分の上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果を受領し、流通株式比率のみプライム市場上場維持基準を充たしていないことを確認
- 新市場区分の選択期限となっている12月30日までに、プライム市場上場維持に係る申請ができるように流通株式比率の基準を満たせる見通し

	プライム市場 上場維持基準	経過措置	当社	判定
(1) 株主数	800名以上	800名以上	4,645名	○
(2) 流通株式数	20,000単位以上	10,000単位以上	46,313単位	○
(3) 流通株式時価総額	100億円以上	10億円以上	157億円	○
(4) 流通株式比率	35%以上	5%以上	34.4%	×
(5) 売買代金	1日平均売買代金 0.2億円	月平均売買高 40単位以上	7.4億円	○

- 2021年版は、4,644名の対象株主様のうち2,785名から申込みを受け、9月3日から順次発送開始
- 来年の2022年版は、中長期での保有を促進するため、半年間以上の継続保有を条件に追加
- 機関投資家など企業で保有いただいている株主様や長期で大量に保有いただいている株主様の選択の幅が広がるような商品内容になるよう2022年版を設計中

## 2021年版

### ■対象株主

2021年2月28日時点の株主名簿に記載又は記録された、1単元（100株）以上を保有されている株主様

### ■内容

継続保有年数が3年未満	「PR TIMES」利用企業167社の商品の中から1つ提供
継続保有年数が3年以上	「PR TIMES」利用企業167社の商品の中から2つ提供

### ■申込数

1つ提供対象者(継続保有3年未満)：4,271名のうち2,560名申込

2つ提供対象者(継続保有3年以上)：373名のうち225名申込

## 2022年版

### ■対象株主

2022年2月28日時点の株主名簿に記載又は記録された、1単元（100株）以上を継続して半年以上保有されている株主様

※ 継続して半年以上とは、2021年8月31日及び2022年2月28日のそれぞれの基準日において、株主名簿に同一株主番号で1単元以上（100株）の保有記録が記載又は記録されていることといたします。

### ■内容

2021年版の内容を踏襲しながらも、機関投資家など企業で保有いただいている株主様や、長期で大量に保有いただいている株主様の選択の幅が広がるような商品内容になるよう設計中です。決定次第、お知らせいたします。

- 2021年4月にMSCI ESG格付け評価にてBBを獲得
- ESGの「Social（社会）」への取り組みを拡充しながら、適正な開示と対話を通じて改善を目指す

**MSCI**  
ESG RATINGS



CCC	B	<b>BB</b>	BBB	A	AA	AAA
-----	---	-----------	-----	---	----	-----

As of 2021, PR TIMES, Inc. received an MSCI ESG Rating of BB.

- 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。
- PR TIMESは2011年3月から甚大な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、被害状況周知などのプレスリリースを無償提供。
- PR TIMESは創業2年以内のスタートアップに対して、月1回累計10回利用が無料になるプログラムを実施。累計8,160社が活用。
- PR TIMESは地方金融機関、地方メディア、地方自治体と提携して、デジタル化とネット活用が遅れる地方の地域企業にPR支援を実施。現在の提携は38例、34都道府県。
- PR TIMESはスポーツチームや団体が自らプレスリリースで情報を発信することを支援するプロジェクトを発足。現在、130チーム・団体を支援。
- PR TIMESは人々の生命・健康・安全、人権擁護や人道支援、子どもの衣食住などに関わるNPOやNGOなど119団体に無償でPR支援。

\*THE USE BY PR TIMES, Inc. OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES (“MSCI”) DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF PR TIMES, Inc. BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED ‘AS-IS’ AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

## 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-qa>

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。

# PR TIMES