

PR TIMES

2022年度 第1四半期決算説明資料

株式会社PR TIMES（東証プライム | 3922）

2022年7月14日

PR TIMES

FY2021 FULL YEAR
CORPORATE PARTY

2022-4-25 MON

2022/04/25
GREAT RESET

1

2022年度第1四半期 四半期決算

2

2022年度第1四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

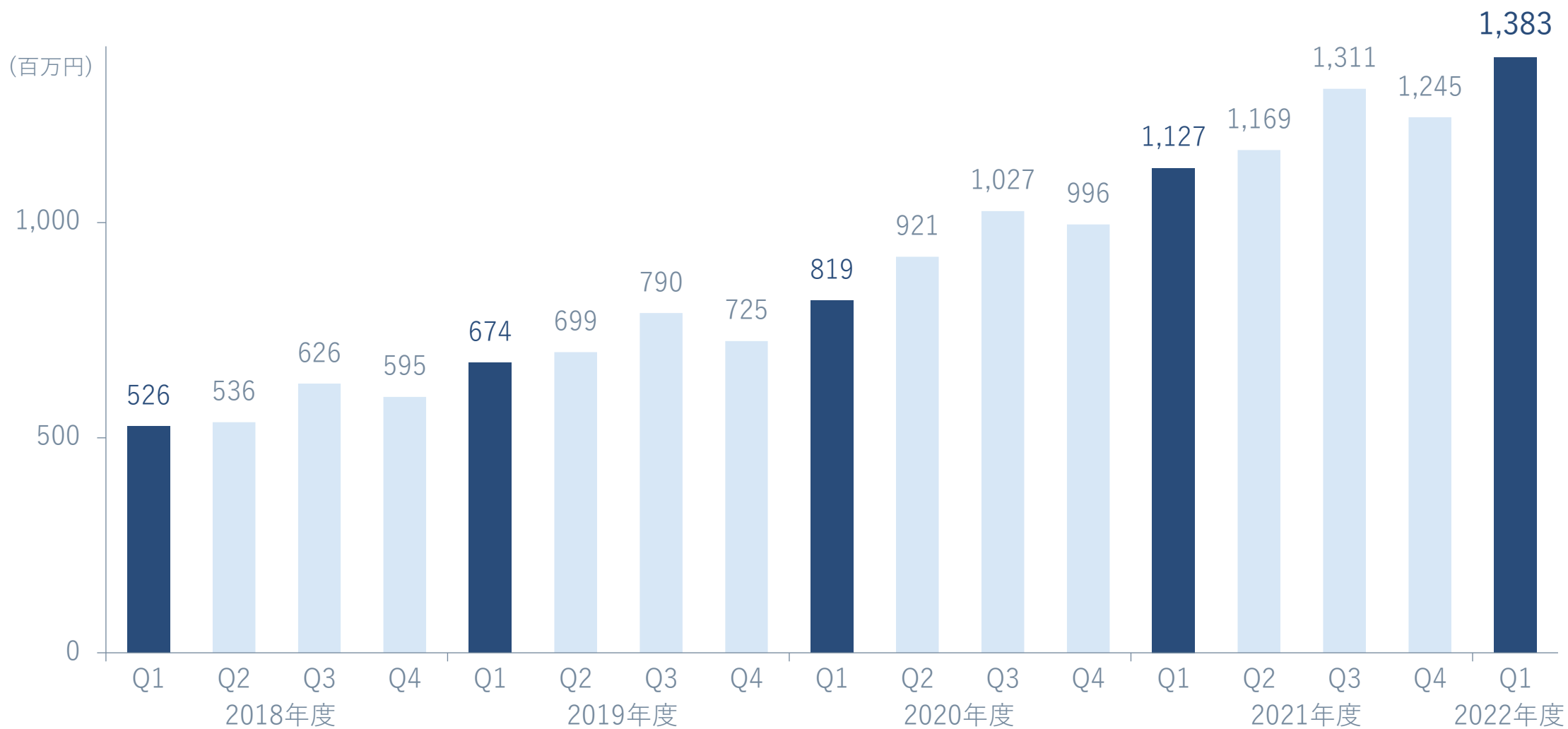
4

Road to Milestone2025

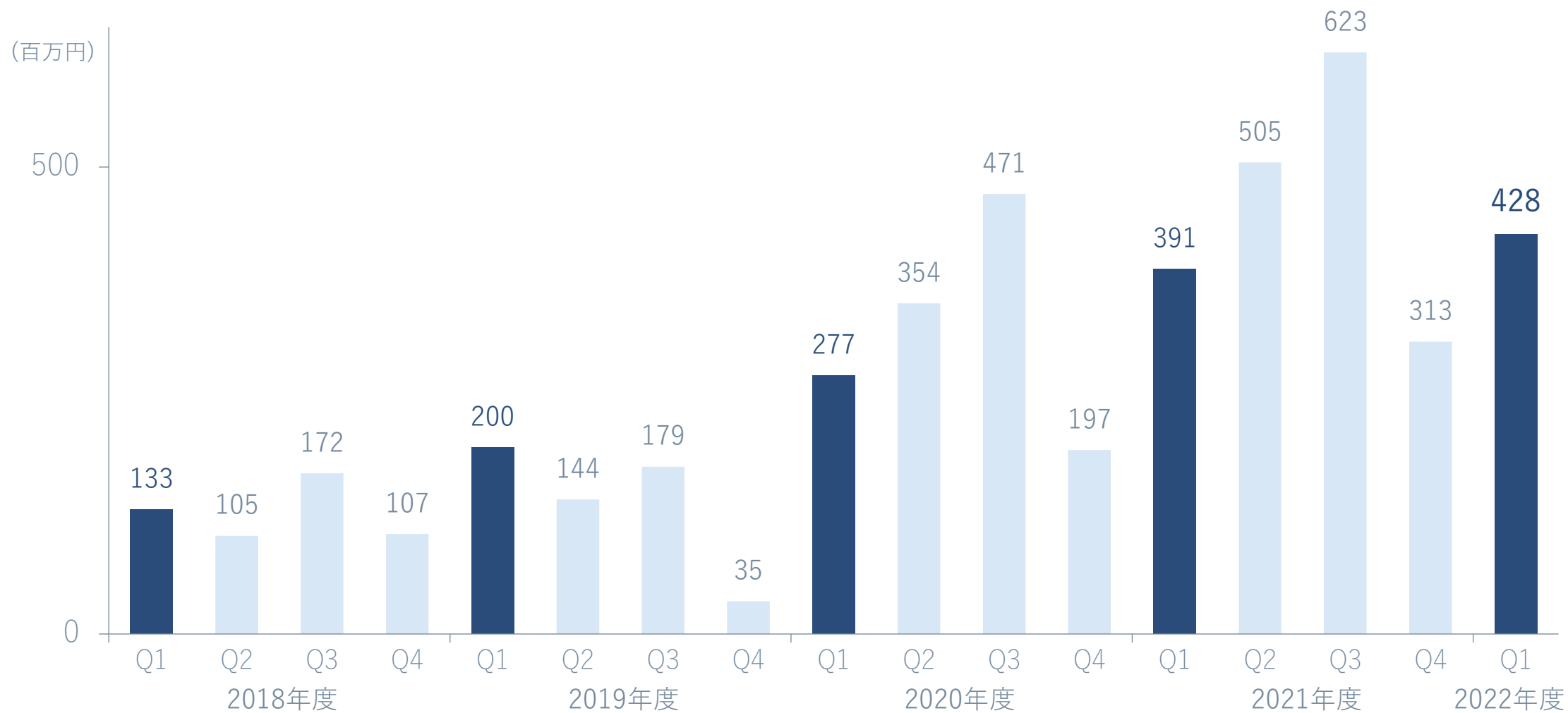
- 売上高13億8千3百万円（前年同期比122.7%、前四半期比111.1%）、営業利益4億2千8百万円（前年同期比109.3%、前四半期比136.5%）

(単位：百万円)	2021年度				2022年度	前年同期比	前四半期比
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,127	1,169	1,311	1,245	1,383	122.7%	111.1%
売上総利益	992	1,035	1,173	1,105	1,221	123.1%	110.5%
(粗利率)	(88.0%)	(88.6%)	(89.5%)	(88.8%)	(88.3%)	—	—
販売管理費	600	530	550	792	793	132.2%	100.1%
営業利益	391	505	623	313	428	109.3%	136.5%
(営業利益率)	(34.7%)	(43.2%)	(47.5%)	(25.2%)	(30.9%)	—	—
経常利益	391	504	623	314	427	109.2%	136.0%
当期純利益	273	344	426	237	294	107.6%	124.0%

- 売上高は過去最高を更新



- 営業利益は第1四半期としては過去最高を更新



四半期販管費の内訳と比率

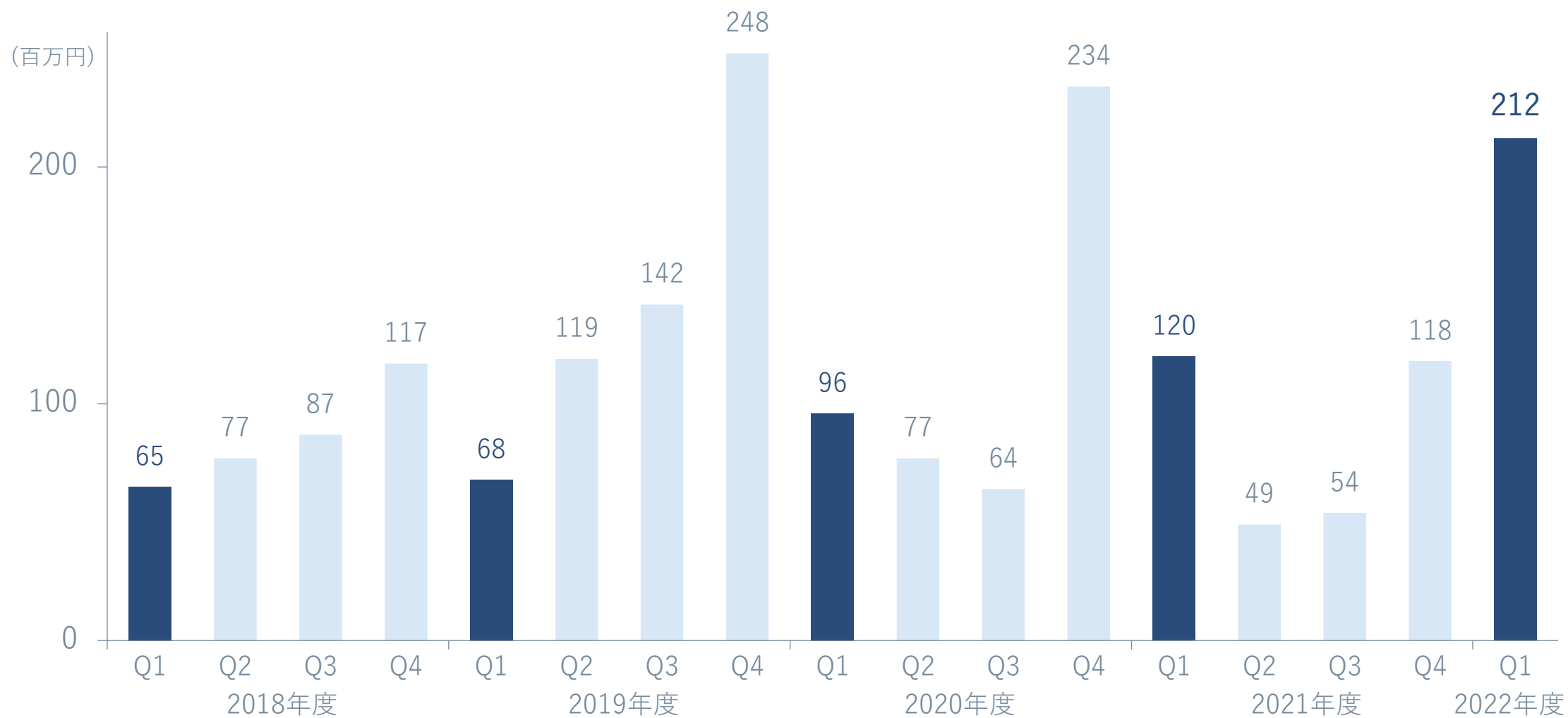
- S&Mの増加は、April DreamやJootoのタクシー広告
- G&Aが前々四半期水準まで減少、前四半期に本社移転費が発生
- R&Dは前四半期から減少

(単位：百万円)	2021年度								2022年度	
	Q1		Q2		Q3		Q4		Q1	
	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	1,127	100.0%	1,169	100.0%	1,311	100.0%	1,245	100.0%	1,383	100.0%
売上原価	135	12.0%	133	11.4%	138	10.5%	139	11.2%	161	11.7%
S&M	324	28.8%	286	24.5%	269	20.5%	450	36.1%	494	35.7%
R&D	159	14.1%	152	13.0%	151	11.6%	191	15.4%	172	12.5%
G&A	116	10.3%	91	7.8%	129	9.9%	150	12.1%	126	9.1%
営業利益	391	34.7%	505	43.2%	623	47.5%	313	25.2%	428	30.9%

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

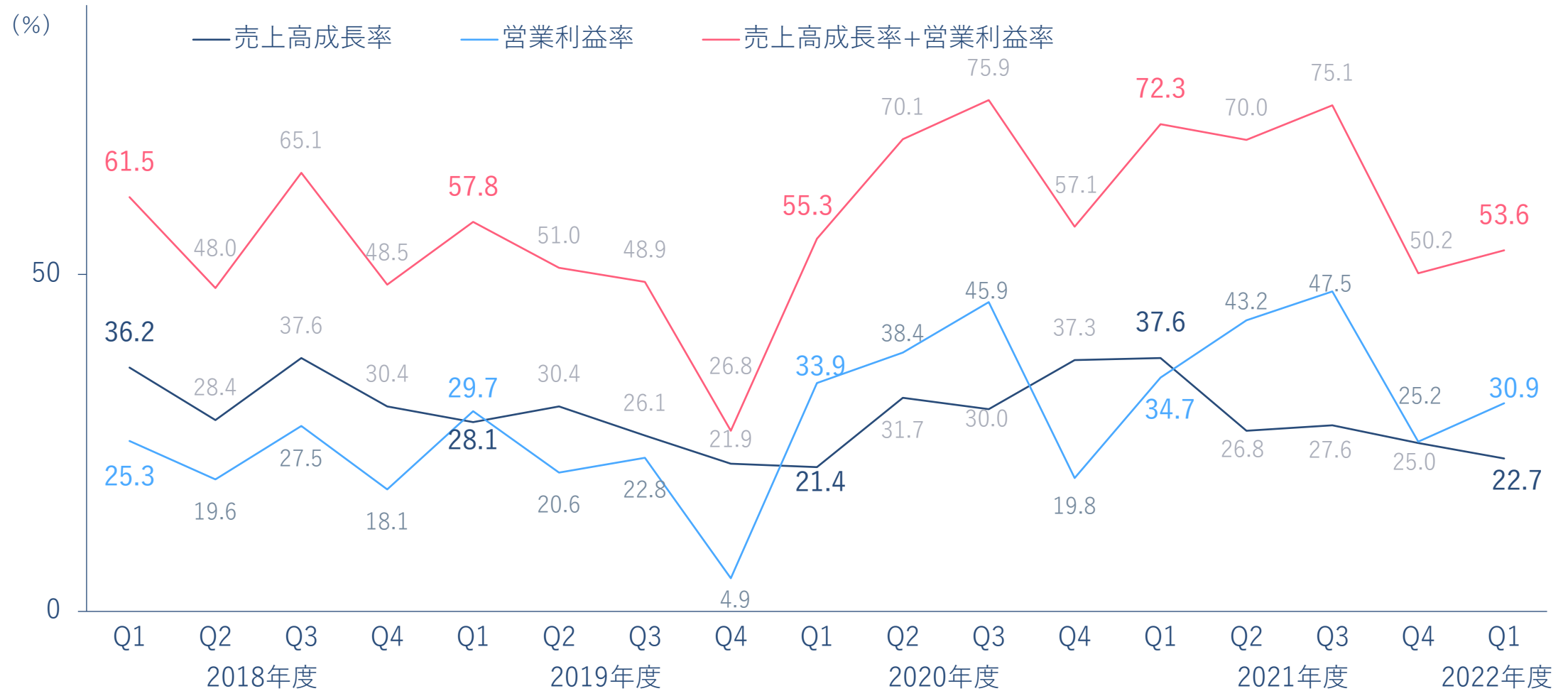
- 広告宣伝費は第1四半期としては過去最高



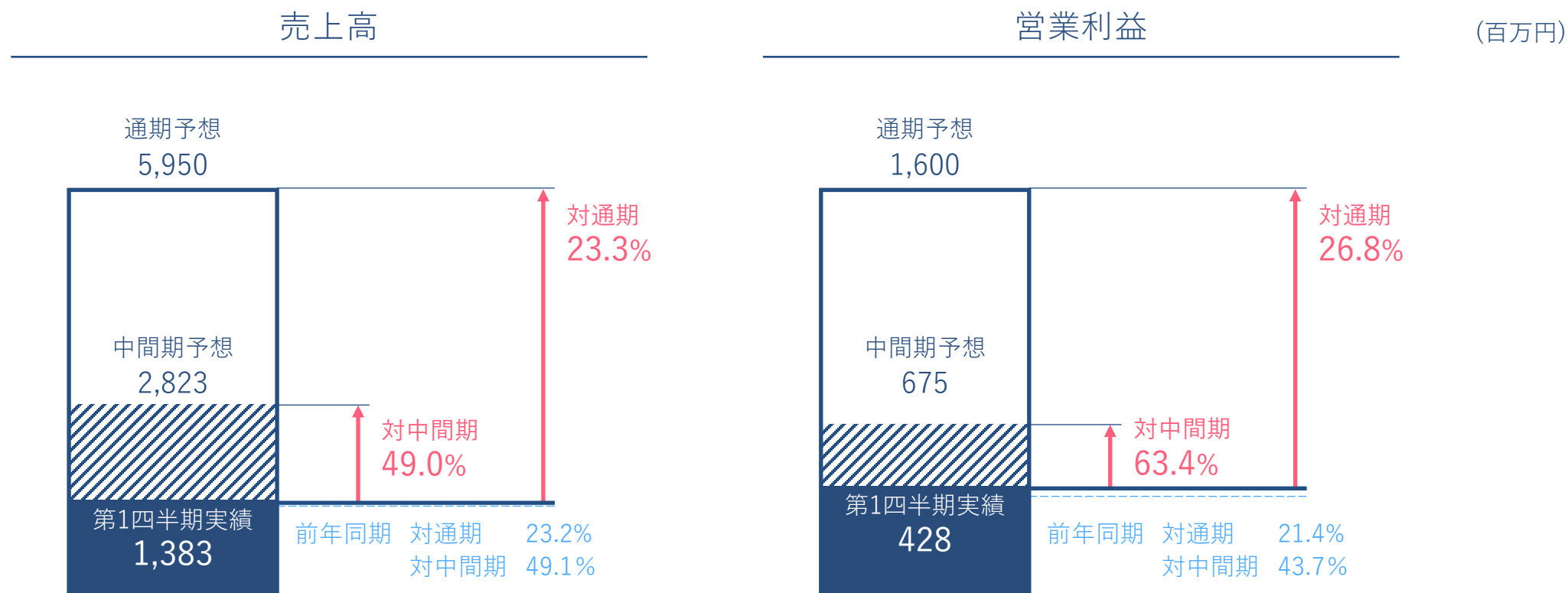
- 通期計画11億90百万円に対して第1四半期実績2億12百万円、通期進捗率は17.9%であるものの想定を若干上回る

(単位：百万円)	通期計画	第1四半期実績	通期進捗率	今期残額
PR TIMES 他	1,025	133	13.0%	891
Jooto	107	74	68.9%	33
Tayori	57	4	8.5%	52
合計	1,190	212	17.9%	977

- 売上高成長率 + 営業利益率 = 53.6%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



- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で23.3%(前年同期23.2%)、営業利益で26.8%(同21.4%)、上期業績予想に対して売上高で49.0%(同49.1%)、営業利益で63.4%(同43.7%)と進捗計画通りに進捗している



- 「PR TIMES」の長期契約の一括前払いが増加し、契約負債は前年同期比及び前四半期比で増加

(単位：百万円)	2021年5月末	2022年2月末	2022年5月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	2,721	3,973	3,986	146.5%	100.3%
内、現預金	1,801	3,344	3,329	184.8%	99.6%
固定資産	564	857	826	146.5%	96.3%
総資産	3,285	4,831	4,813	146.5%	99.6%
流動負債	621	1,089	776	124.9%	71.3%
内、契約負債(*1)	228	208	277	121.5%	133.0%
固定負債	4	1	1	24.6%	62.3%
純資産	2,659	3,740	4,036	151.8%	107.9%
ROA(*2)	33.3%	30.9%	32.2%	—	—
ROE	41.4%	41.2%	38.9%	—	—

(*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1四半期 四半期決算

2

2022年度第1四半期 サービス動向

3

トピックス&参考情報

4

Road to Milestone2025



<https://prtimes.jp>

企業

利用企業社数	69,257社
国内上場企業利用率	50.9%(1,994社/3,920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	11,792媒体
メディアユーザー数	23,697名
パートナーメディア	219媒体

生活者

サイト閲覧数	5,937万PV/月(2022.3)
SNSアカウント	Facebook 128,216
	Twitter 373,624
個人ユーザー数	142,964名

- 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56件(前年同期比 96.6%) を記録、高水準をキープ

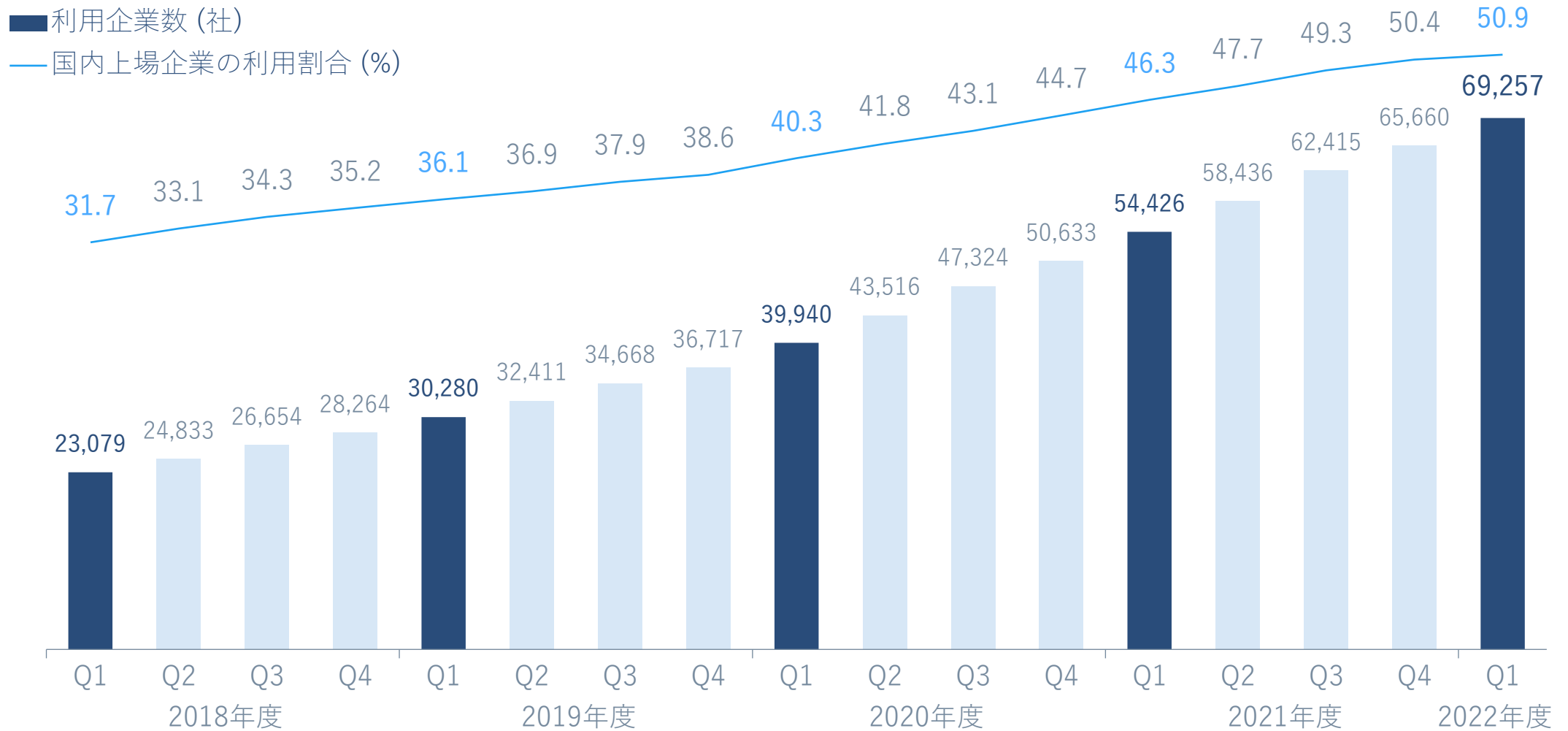
No.	掲載日	媒体名	種類	内容
1	3月1日	ゴゴスマ～GOGO! Smile!～	TV	PR TIMES
2	3月3日	VOIX biz	Web	愛媛新聞社 提携
3	3月3日	愛媛新聞	新聞/Web	愛媛新聞社 提携
4	3月4日	文化通信デジタル	Web	愛媛新聞社 提携
5	3月13日	朝日新聞デジタル	Web	PR TIMES
6	3月14日	週刊愛媛経済レポート	雑誌	愛媛新聞社 提携
7	3月21日	ダイヤモンド・オンライン	Web	コーポレート
8	3月22日	Findy Teams Lab	Web	社員登壇イベント
9	3月24日	新聞之新聞	新聞	愛媛新聞社 提携
10	3月29日	ProductZine	Web	社員登壇イベント
11	3月31日	Univaersal OOH	Web	April Dream
12	3月31日	ENILNO	Web	社員インタビュー
13	3月31日	Nラジ	ラジオ	観光復興ガイド
14	4月1日	レスポンス	Web	April Dream
15	4月1日	ASCII.jp	Web	April Dream
16	4月1日	Yahoo!ニュース	Web	April Dream
17	4月1日	朝日新聞	新聞/Web	April Dream
18	4月2日	朝日新聞	新聞/Web	April Dream
19	4月7日	賢者の投資術	Web	代表インタビュー
20	4月7日	広島経済レポート	雑誌	ひろしま産業振興機構 提携
21	4月8日	みんなのオフィス	Web	オフィス移転
22	4月11日	ENILNO	Web	社員インタビュー
23	4月14日	賢者の投資術	Web	代表インタビュー
24	4月17日	株主手帳	雑誌	業績
25	4月18日	syncAD	Web	PR TIMESカレッジ
26	4月20日	gamebiz	Web	PR TIMES
27	4月21日	賢者の投資術	Web	代表インタビュー
28	4月21日	新聞之新聞	新聞	日刊建設工業新聞 パートナーメディア
29	4月22日	PRESIDENT	雑誌	PR TIMES
30	4月25日	エンジニアtype	Web	役員インタビュー

No.	掲載日	媒体名	種類	内容
31	4月27日	男の隠れ家デジタル	Web	Jooto
32	4月27日	製菓製パン	雑誌	PR TIMES
33	4月27日	新聞情報	新聞	愛媛新聞社 提携
34	4月27日	岐阜新聞	新聞/Web	岐阜新聞社 提携
35	4月28日	Qbook	Web	当社社員インタビュー
36	4月28日	賢者の投資術	Web	代表インタビュー
37	4月30日	新聞情報	新聞	茨城新聞社 提携
38	5月11日	新聞情報	新聞	岐阜新聞社 提携
39	5月12日	文化通信デジタル	Web	茨城新聞社 提携
40	5月12日	文化通信デジタル	Web	岐阜新聞社 提携
41	5月15日	家主と地主	雑誌	PR TIMES
42	5月16日	新聞之新聞	新聞	茨城新聞社/岐阜新聞社 提携
43	5月17日	J-CAST ニュース	Web	プレスリリース基準改定
44	5月17日	株主手帳	雑誌	業績
45	5月18日	AMP	Web	プレスリリース基準改定
46	5月20日	日経マネー	雑誌	株式
47	5月20日	文化通信	雑誌+Web	中日新聞社 提携
48	5月23日	MarkeZine	Web	中日新聞社 提携
49	5月24日	株式新聞	Web	百十四銀行 提携
50	5月25日	新聞情報	新聞	社員インタビュー
51	5月25日	山梨日日新聞	新聞/Web	山梨日日新聞社 提携
52	5月26日	CM通信	雑誌	2022日本BtoB広告賞受賞
53	5月31日	CodeZine	Web	Jooto 導入支援プログラム
54	5月31日	花形文化通信	Web	PR TIMES
55	5月31日	J-CAST ニュース	Web	プレスリリース基準改定
56	5月25日	山梨日日新聞	新聞/Web	プレスリリース基準改定

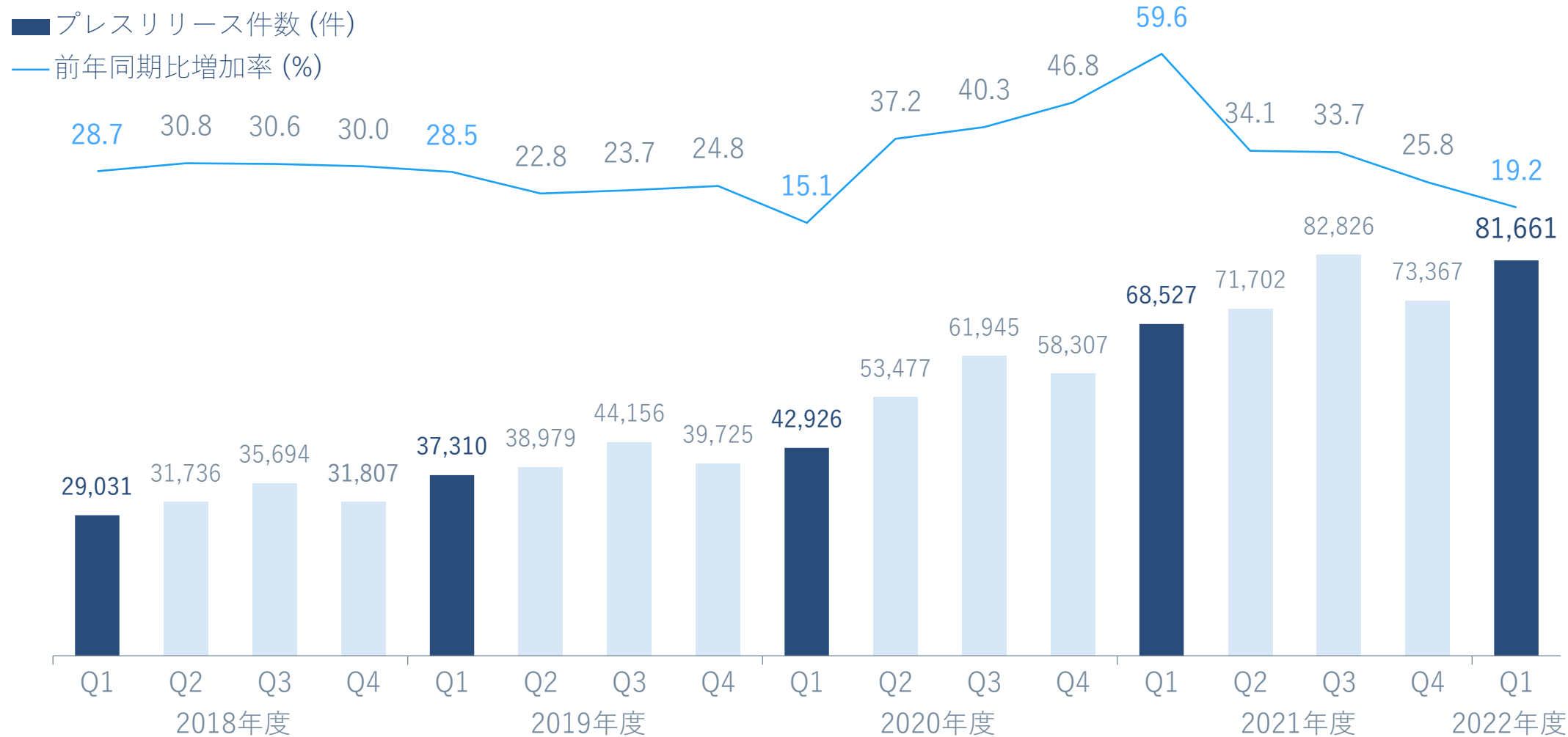
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- Yahoo!ニュース(4月1日掲載)は転載されたパブリシティでなく、個人ライターによる掲載記事のため対象としています。
- 当社の株価を主としたパブリシティは対象外。

(2022年3月～2022年5月、掲載日順)

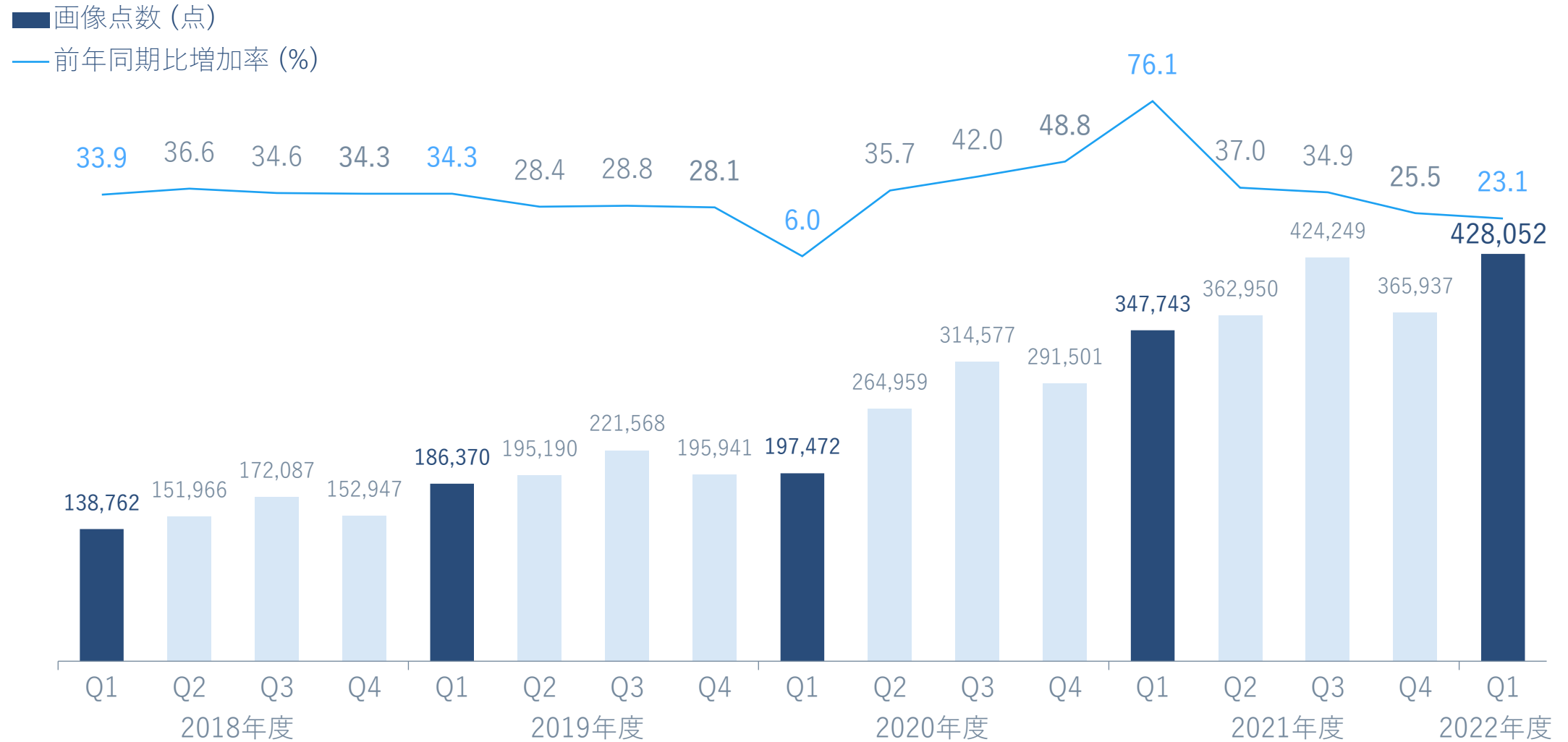
- 利用企業社数が69,257社に到達（前年同期比14,831社増・前四半期比3,597社増）
- 上場企業のうち50.9%（1,994社／3,920社）が利用



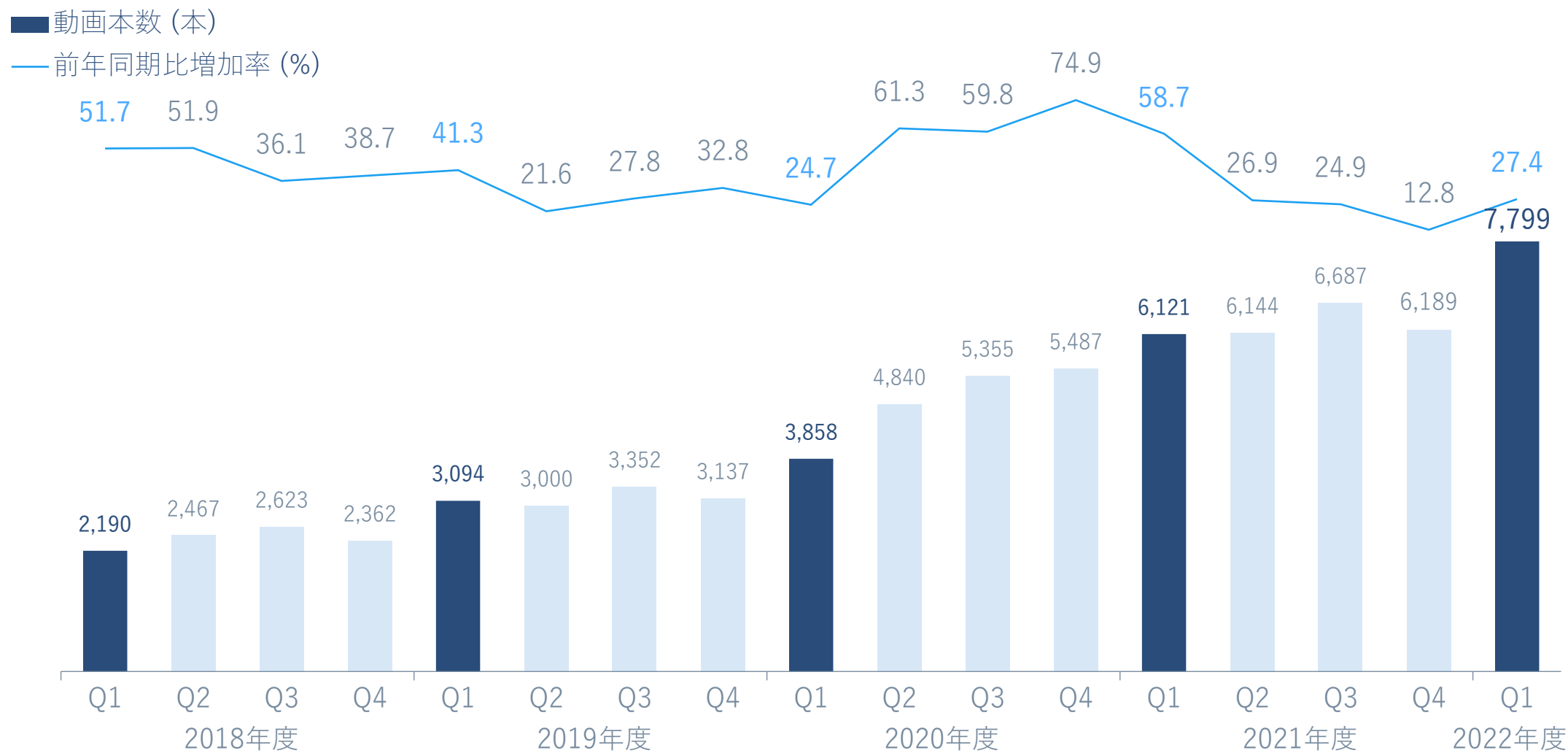
- プレスリリース件数は81,661件（前年同期比19.2%増・前四半期比11.3%増）、2021年度第3四半期を超えず
- プレスリリース利用基準を4月1日に改定した影響により前四半期で5.1%相当のプレスリリースがご利用いただけなくなると前回決算発表で開示済み、翌四半期は全期間影響範囲となる



- 画像は428,052点（前年同期比23.1%増・前四半期比17.0%増）



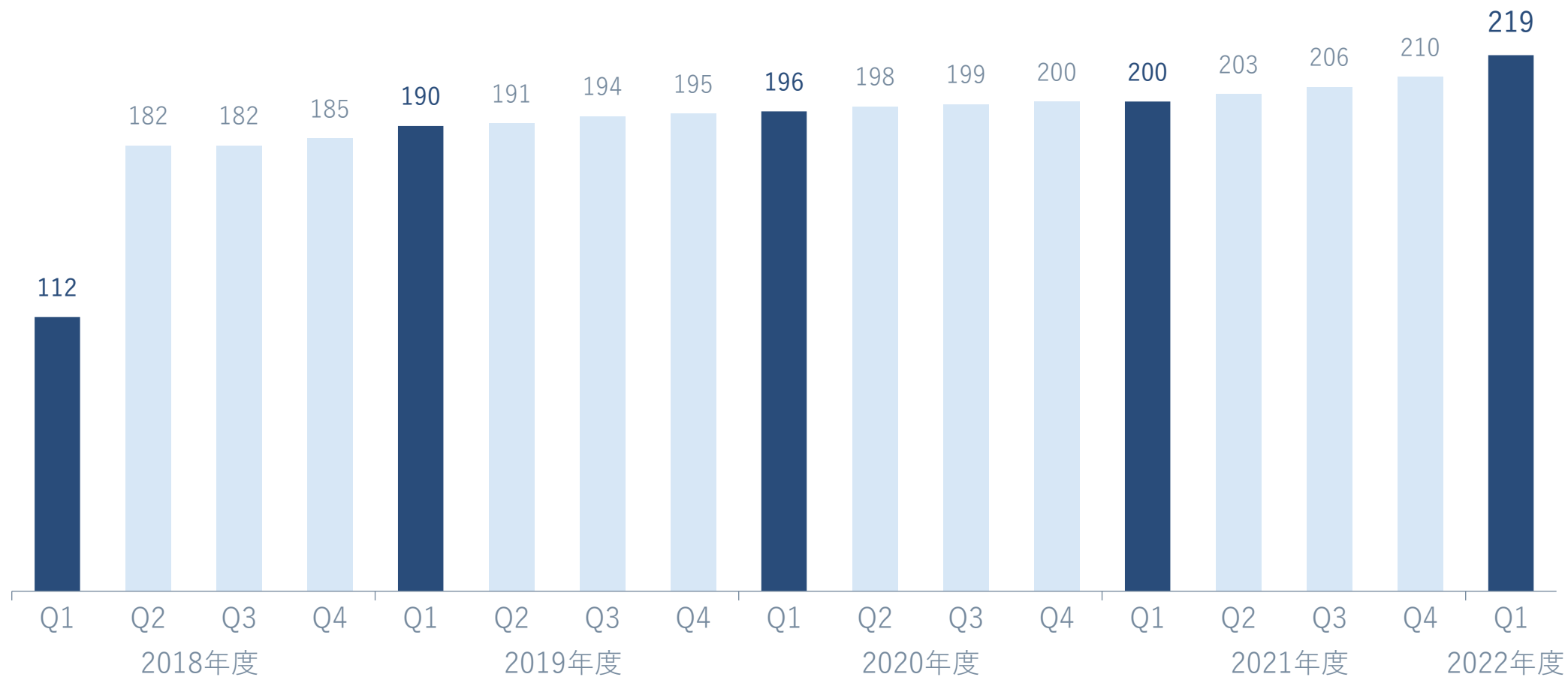
- 動画は7,799本（前年同期比27.4%増・前四半期比26.0%増）



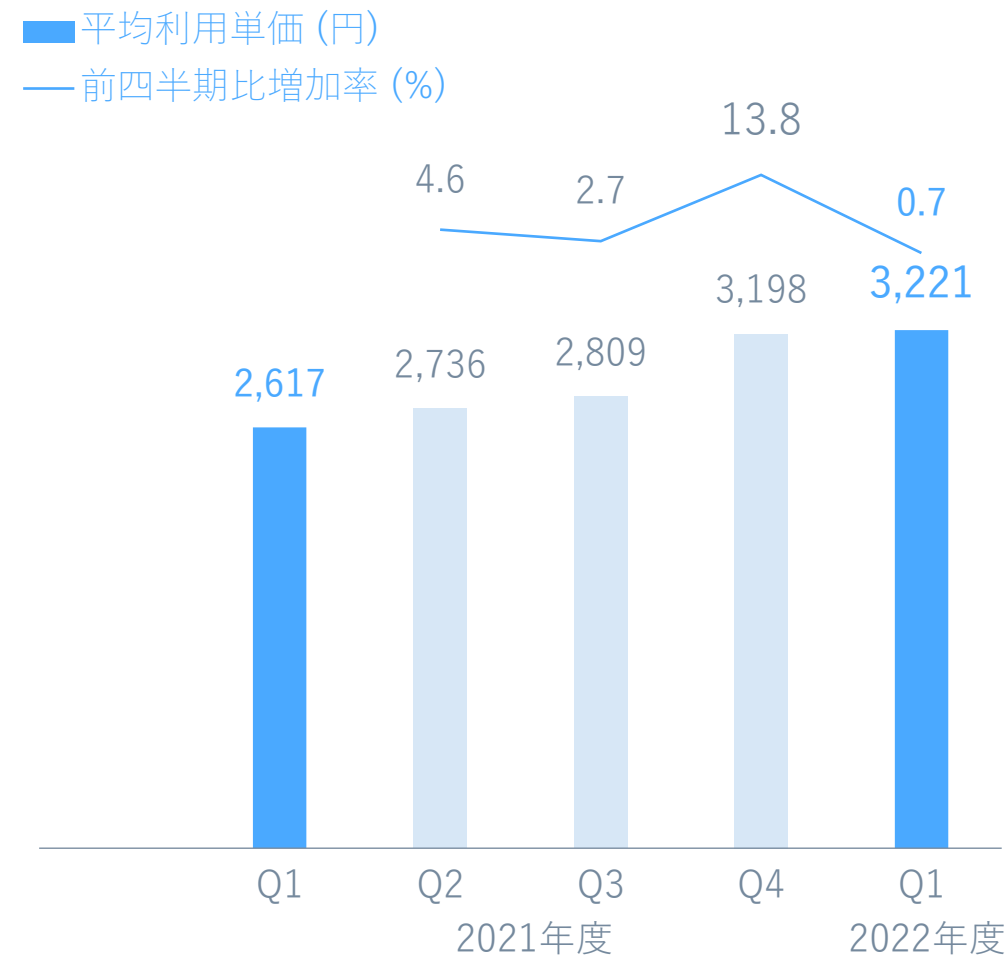
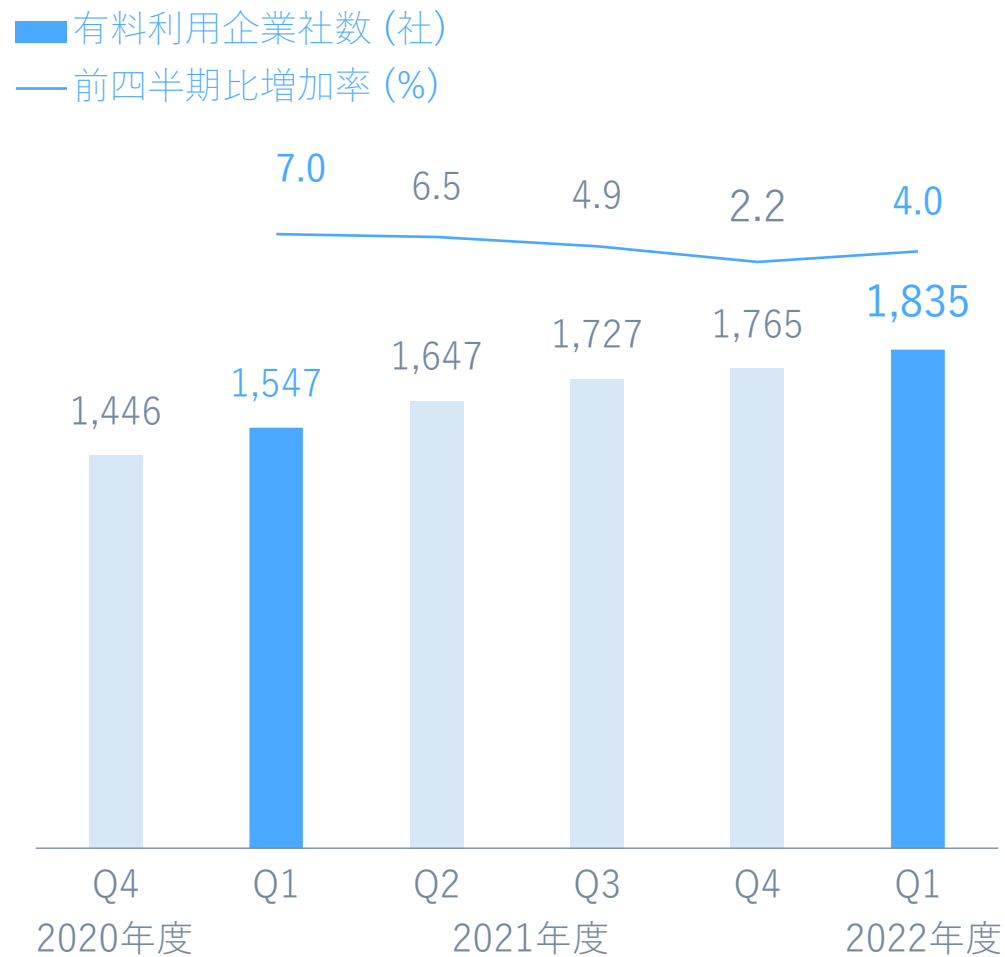
- パートナーメディア数は前四半期から9媒体純増(11媒体増・2媒体減)し、4四半期連続で過去最高を更新



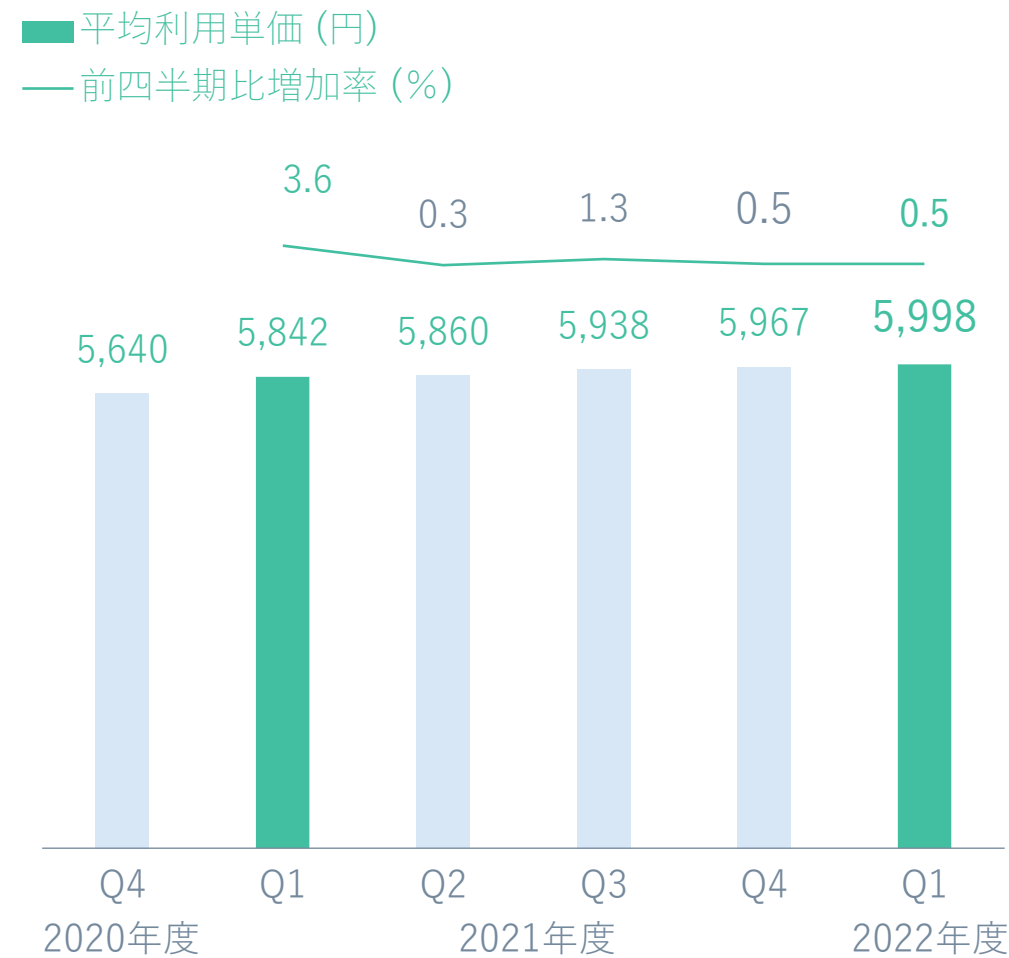
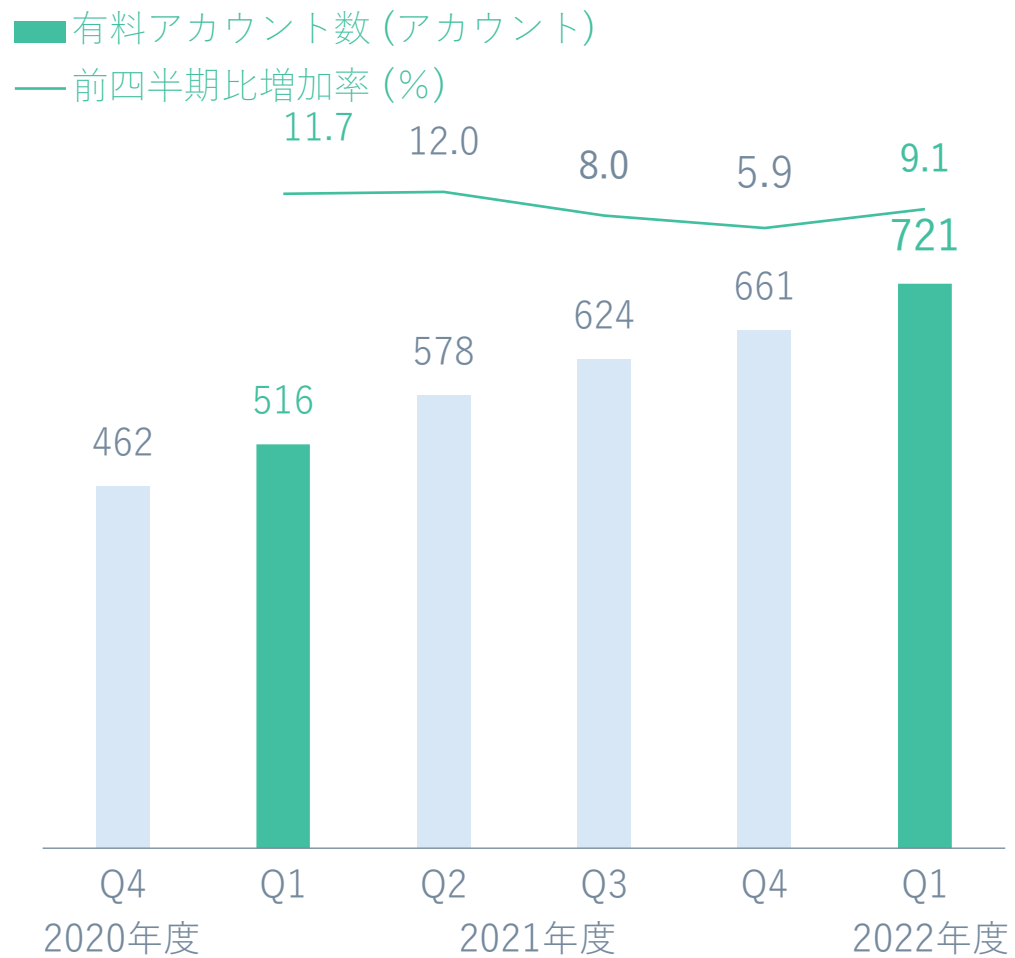
(媒体)



- 有料利用企業社数は1,835社（前四半期比70社増 4.0%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3,221円（前四半期比0.7%増）と高水準をキープ



- 有料アカウント数は721アカウント(前四半期比60アカウント増 9.1%増)
- 平均利用単価が5,998円 (前四半期比0.5%増)



1

2022年度第1四半期 四半期決算

2

2022年度第1四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報






4

Road to Milestone2025

- 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前回決算発表で開示済み
- 利用基準の再改定を5月16日に開示、①調査方法の明示・②情報の鮮度基準・③調査結果の記載・④No.1表示を厳格化
- 6月16日施行の本再改定によるプレスリリース件数への影響は軽微（1%未満）

ポイント	概要
① 調査方法の明示	年月日の記載を推奨、年月は必須
調査期間	
調査機関	自社調査、もしくは委託先社名
調査対象	母集団、調査対象、抽出条件など
有効回答数	対人調査では人数、データ等であれば件数
調査手段	インターネット・郵送・電話など
② 情報の鮮度基準	原則、調査期間の終了日から6か月以内であること
③ 調査結果の記載	プレスリリースは調査結果を説明せずに、調査結果を詳細に記載した他のサイトへ誘導するような場合は利用を遠慮いただく
④ No.1表示	①を満たす方法で調査を行い、客観性と中立性を示す根拠を示している場合に限る

- NPOなどの非営利団体を対象にPR TIMESを無料でご利用いただける「PR TIMES非営利団体サポートプロジェクト」を2012年4月に開始、2022年7月時点で214団体を支援するまで拡大
- 団体の活動内容と設立年数の範囲を拡大、さらに国際協力NGOセンター（JANIC）と業務提携してJANICに加盟する国際協力分野の活動に取り組むNGO（現在93団体）に対して支援

条件	内容	参加団体例
設立年数	設立5年以上 期間無制限 設立5年未満 1年間	
活動内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人々の生命・健康・安全にかかわる問題に取り組む団体。 2. 基本的人権の保護や尊重にかかわる活動を行う団体。 3. 環境問題や動植物の保護・保全に取り組む団体。 4. 経済的困窮や孤立の原因となる環境・条件下にいる人々に対し、生活支援から自立、社会参加まで達成するための機会や知識を非営利的に提供する団体。それを対外的に発信し、積極的な受け入れや課題の啓発にも努める団体。 5. 上記1～5の活動を行う団体を、財政的、技術的に支援し、またネットワークの形成を行うことで、活動を継続・発展させるために貢献している団体。 	   

- 会員登録数150万人が利用する音声プラットフォームVoicyに出資
- 企業情報が音声を通じて生活者へ伝わる状態を目指し、情報発信と情報活用における相互の連携を強化

voicy の実績

会員登録者数

 前年比**2倍**
約**150万人**

チャンネル数

 **1,600**
チャンネル超

流通総額の伸び率

 前年比
約**4倍**

取扱企業数

 スポンサー・タイアップ・
VoicyBiz
174社

メディアチャンネル数

 テレビ・新聞・
雑誌・Webなど
72
チャンネル

聴取維持率

 平均聴取
維持率
80%超



<https://voicy.jp/>

- サービス開始当初からPR TIMESに個人ユーザーの登録機能あり
- 2015年1月にフォロワーとフォロー機能を開始、2022年5月に個人ユーザーとフォロワーを個人ユーザーに統合
- 個人ユーザー数142,964名、メディアユーザー数23,697名、そのうちフォロー機能利用者数は90,520名

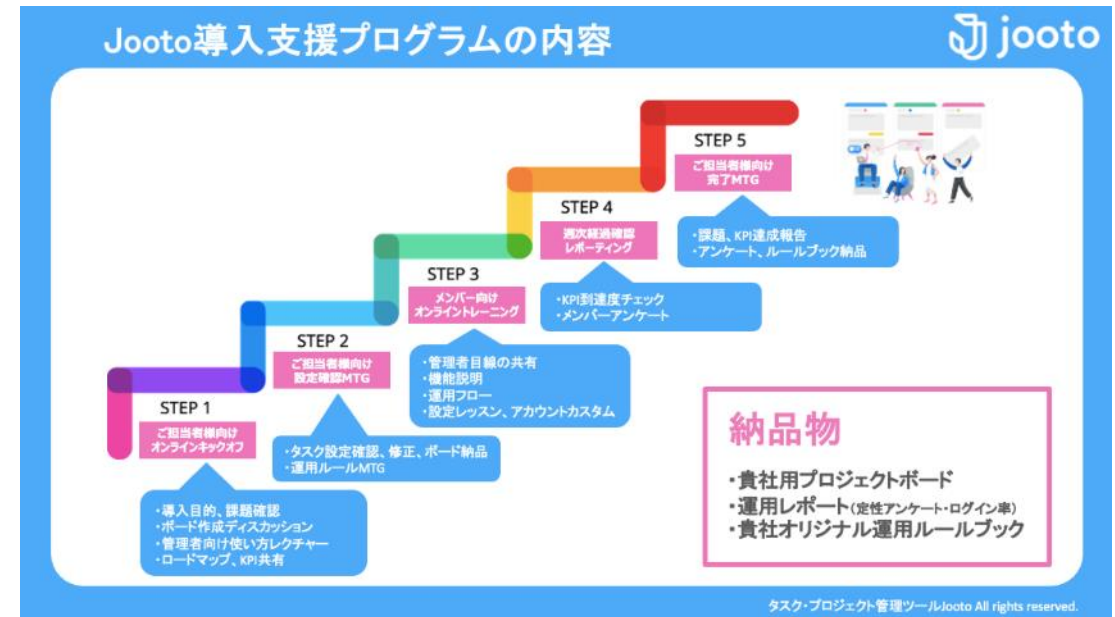
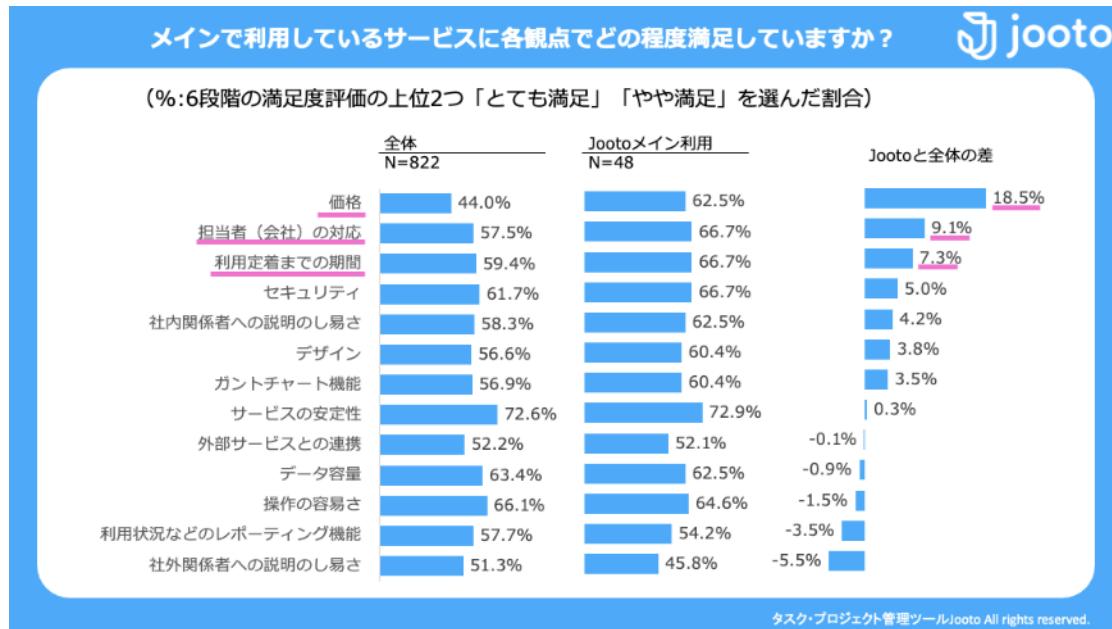
PR TIMESフォロワー数ランキング

会社名	フォロワー数	会社名	フォロワー数
1 株式会社PR TIMES	6,418	11 株式会社朝日新聞社	1,569
2 LINE株式会社	4,852	12 株式会社エフエム東京	1,521
3 アマゾンジャパン合同会社	4,380	13 GMOインターネットグループ	1,422
4 株式会社KADOKAWA	2,512	14 株式会社エイチ・アイ・エス	1,418
5 株式会社資生堂	2,347	15 株式会社丸井グループ	1,318
6 合同会社DMM.com	2,310	16 株式会社CHIMNEY TOWN	1,239
7 チームラボ株式会社	2,289	17 株式会社ジェイティービー	1,177
8 株式会社講談社	2,024	18 株式会社キッズライン	962
9 ハワイ州観光局	1,884	19 公益財団法人 横浜市芸術文化振興財団	957
10 株式会社WOWOW	1,600	20 株式会社フローフシ	903

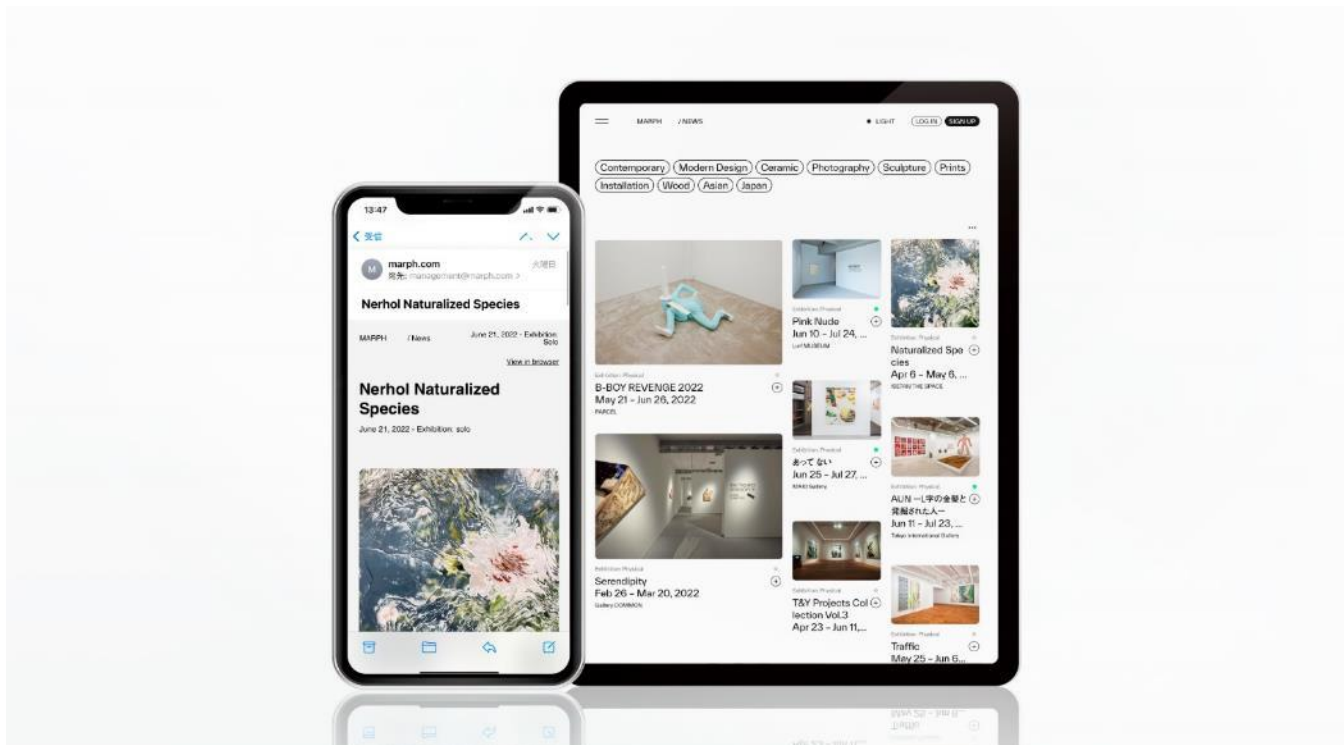
- 3月に愛媛新聞社、4月に北日本銀行、茨城新聞社、岐阜新聞社、5月に中日新聞社、百十四銀行、山梨日日新聞社と提携
- 地方情報流通のための提携は地方金融機関35例（27行・8信金）、地方メディア17社、地方自治体等1府2県3市で合計58例、42都道府県に広がる



- Jootoは価格・担当者の対応・利用定着までの期間の3点が特に高く評価されている、組織への定着を支援するプログラムを開始
- ハンズオンで導入コンサルティングを行うだけでなく、プログラム終了後に自走できるようにプロジェクトボードと運用ルールブックを納品
- 料金は20万円～

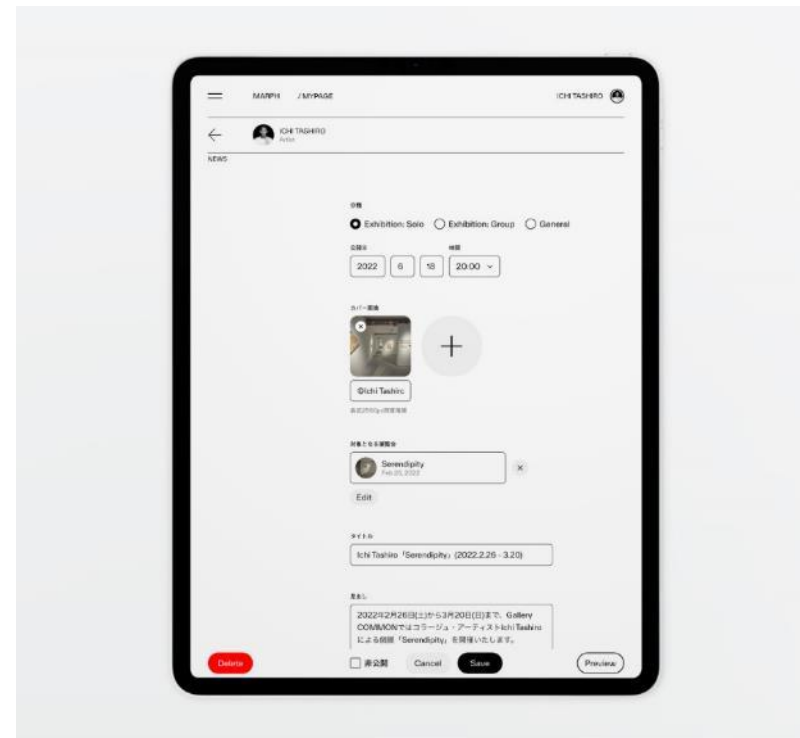


- アートに特化したオンラインPRプラットフォーム「MARPH (マープ)」のβ版を6月29日にローンチ
- 30人超のアーティストとギャラリーが現時点で参加、第一弾の情報発信は山口歴氏の新作発表情報
- 世界のアートメディアに日本のアートシーンを届けるためにもグローバル展開を目指す



Smartphone(Left):©Nerhol Tablet(Right):©Taku Obata/©Ichi Tashiro/©Yu Nagaba/©Nerhol/©Shiori Tono/©Yuto Nemoto/©Nanae Mitobe/©Yusuke Hanai/©Keisuke Tada

<https://marph.com/>



©Ichi Tashiro/ Courtesy Gallery COMMON, Tokyo / Photo: Yosuke Torii

1

2022年度第1四半期 四半期決算

2

2022年度第1四半期 サービス動向

3

トピックス&参考情報

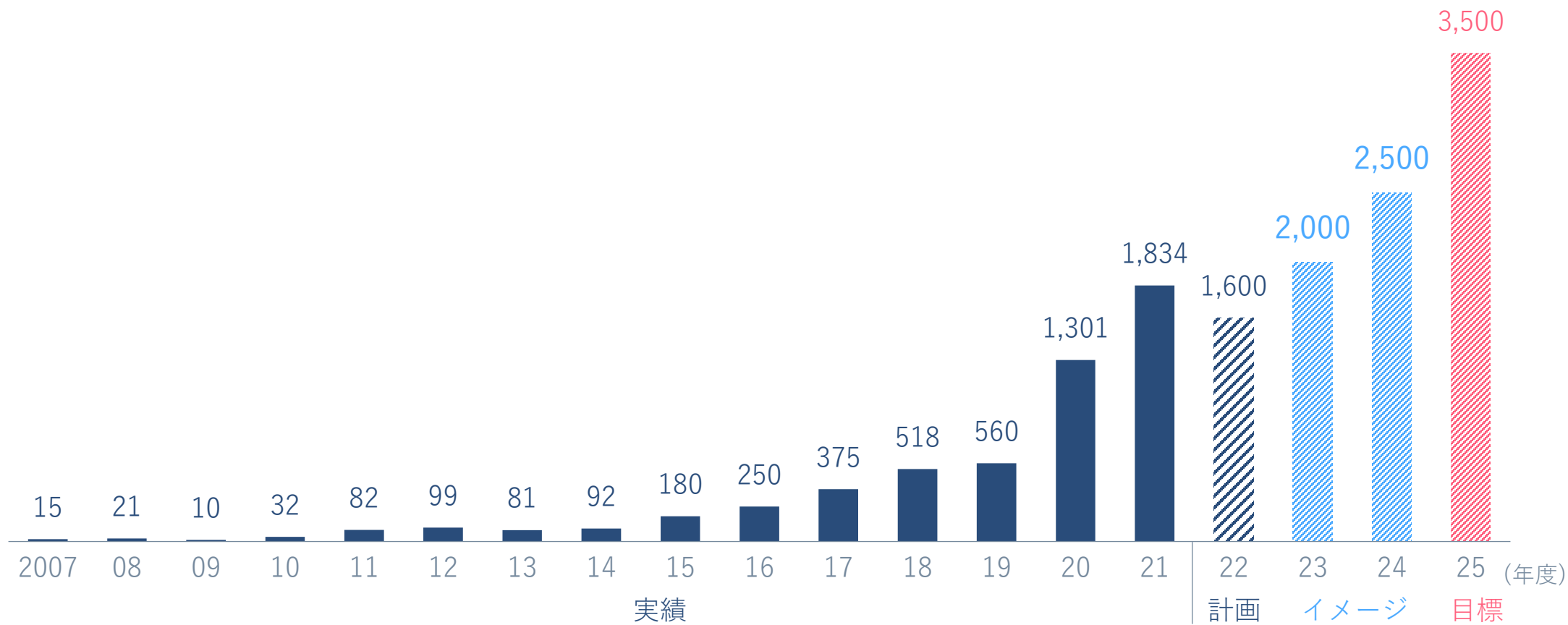
4

Road to Milestone2025

- 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(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