

PR TIMES

2023年度 第2四半期決算説明資料

株式会社PR TIMES（東証プライム | 3922）

2023年10月12日

第2四半期業績

- 売上高は前年同期比17.1%増、2四半期連続で前四半期の成長率を上回る。
- 広告宣伝費やPR TIMESのリニューアルプロジェクトといった先行投資を吸収、営業利益は前年同期比12.0%増。

上期業績と見通し

- 2023年4月13日に公表した上期業績予想に対して売上高で+ 1.9%、営業利益で+40.5%、当期純利益+44.1%で着地。
- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で49.4%、営業利益で59.4%、順調に推移。

サービス動向

- PR TIMESのプレスリリース件数の成長率（前年同期比14.3%増）が2四半期連続で前四半期よりプラスかつ10%台をキープ。
- PR TIMES STORYは事業計画に対して未達ではあるが、前年同期比5倍超の成長。
- JootoとTayoriは事業計画通りに進捗して高成長を維持。



1

2023年度第2四半期 四半期決算

2

2023年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025

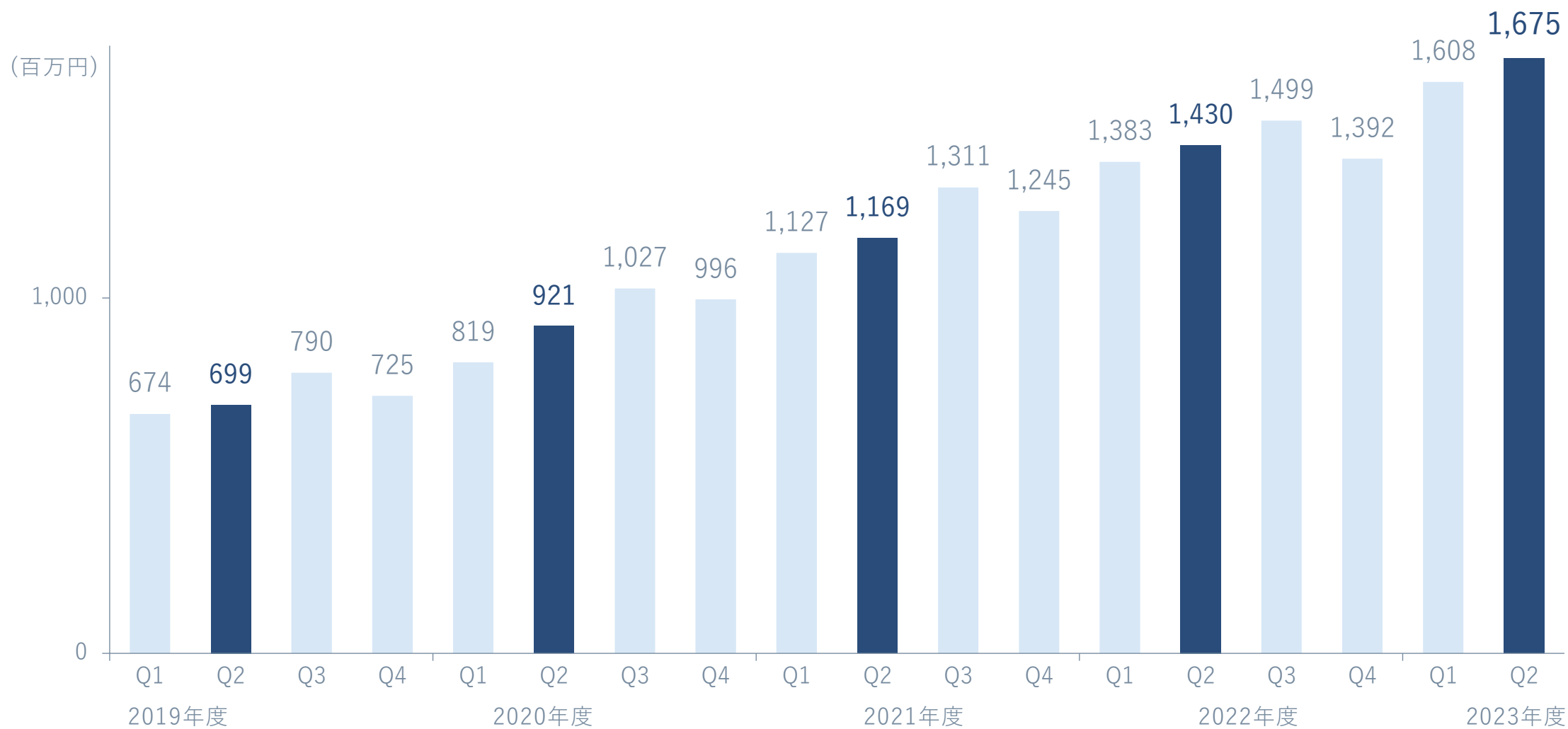
- 2023年4月13日に公表した上期業績予想に対して売上高で+ 1.9%、営業利益で+40.5%、当期純利益+44.1%で着地

(単位：百万円)	2022年度		2023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	2,814	2,891	3,284	116.7%	113.6%	3,221	101.9%
売上総利益	2,497	2,578	2,857	114.4%	110.9%	—	—
(粗利率)	(88.7%)	(89.1%)	(87.0%)	—	—	—	—
販売管理費	1,581	2,303	1,967	124.4%	85.4%	—	—
営業利益	916	274	890	97.2%	324.6%	634	140.5%
(営業利益率)	(32.6%)	(9.5%)	(27.1%)	—	—	(19.7%)	—
経常利益	915	273	890	97.3%	325.7%	615	144.8%
当期純利益	576	200	600	104.2%	299.2%	417	144.1%

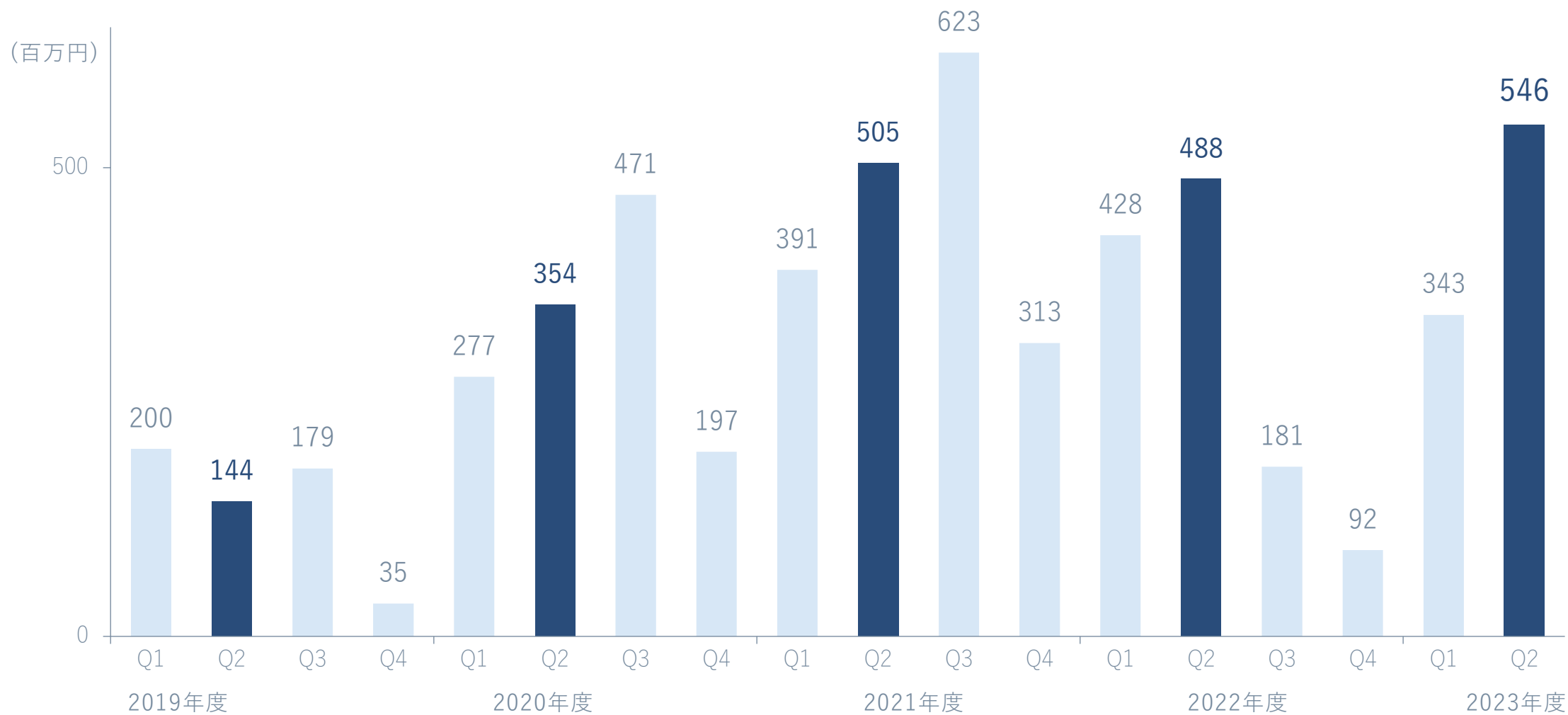
- 売上高16億75百万円（前年同期比117.1%、前四半期比104.1%）、営業利益5億46百万円（前年同期比112.0%、前四半期比159.1%）
- 3月末に買収したグルコースの売上高は86百万円（うち、グループ内取引26百万円）。

(単位：百万円)	2022年度			2023年度		前年同期比	前四半期比
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,430	1,499	1,392	1,608	1,675	117.1%	104.1%
売上総利益	1,275	1,353	1,224	1,407	1,450	113.7%	103.1%
(粗利率)	(89.2%)	(90.3%)	(87.9%)	(87.5%)	(86.6%)	—	—
販売管理費	787	1,171	1,131	1,063	903	114.7%	84.9%
営業利益	488	181	92	343	546	112.0%	159.1%
(営業利益率)	(34.1%)	(12.1%)	(6.6%)	(21.4%)	(32.6%)	—	—
経常利益	487	182	91	343	546	112.2%	159.1%
当期純利益	282	135	65	231	369	130.8%	160.1%

- 売上高は過去最高を更新、堅調に成長基調を継続



- 営業利益は広告宣伝に加えてPR TIMESのリニューアルプロジェクトといった先行投資を吸収し、第2四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

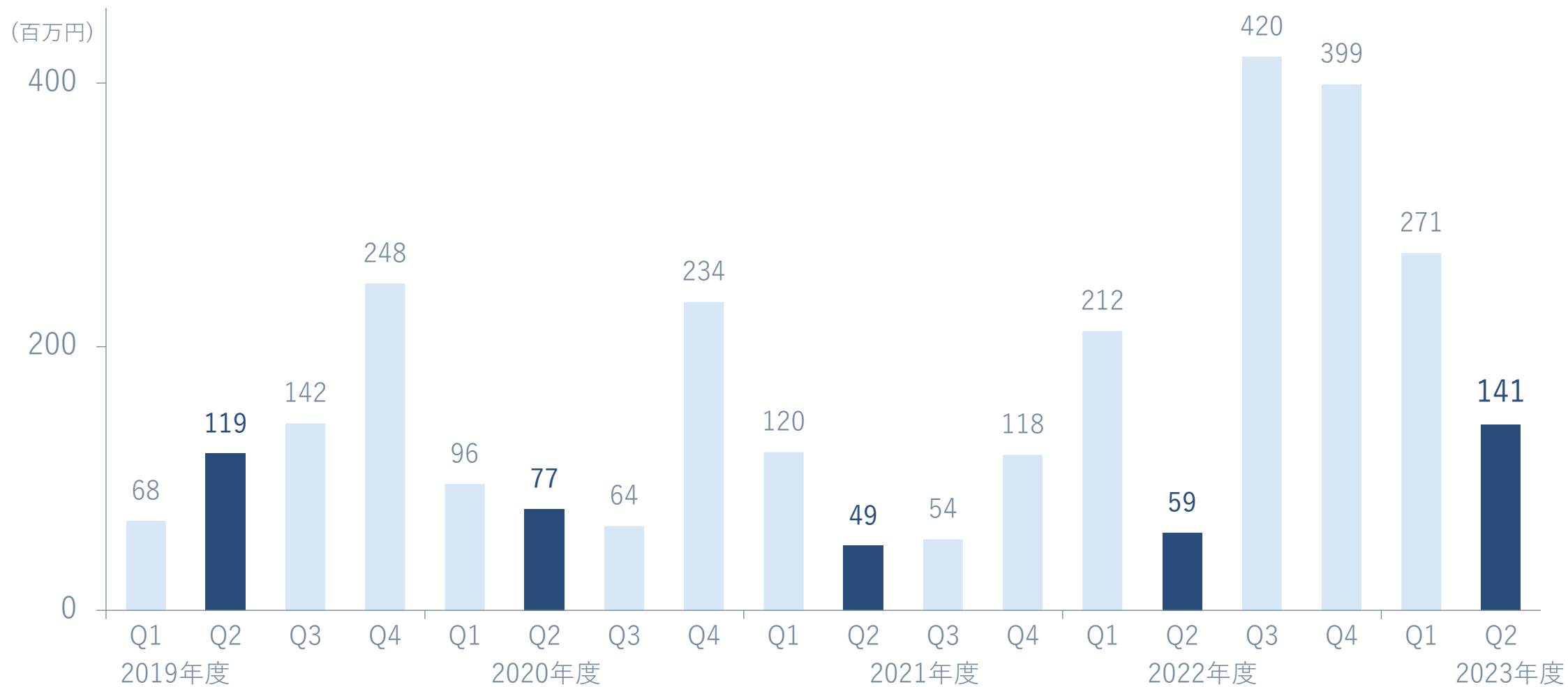
- S&Mは主にPR TIMESのテレビCMや阪神甲子園球場への広告掲載、イベント主催、展示会出展など
- R&Dは社内CRMのシステム改修、PR TIMESのリニューアルプロジェクトの費用が引き続き発生
- G&Aは対売上高比10%未満をキープ

(単位：百万円)	2022年度						2023年度			
	Q2		Q3		Q4		Q1		Q2	
	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	1,430	100.0%	1,499	100.0%	1,392	100.0%	1,608	100.0%	1,675	100.0%
売上原価	154	10.8%	145	9.7%	168	12.1%	201	12.5%	225	13.4%
S&M	426	29.8%	782	52.2%	800	57.5%	659	41.0%	537	32.1%
R&D	228	16.0%	230	15.4%	208	15.0%	246	15.4%	244	14.6%
G&A	132	9.3%	159	10.6%	123	8.9%	157	9.8%	121	7.2%
営業利益	488	34.1%	181	12.1%	92	6.6%	343	21.4%	546	32.6%

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

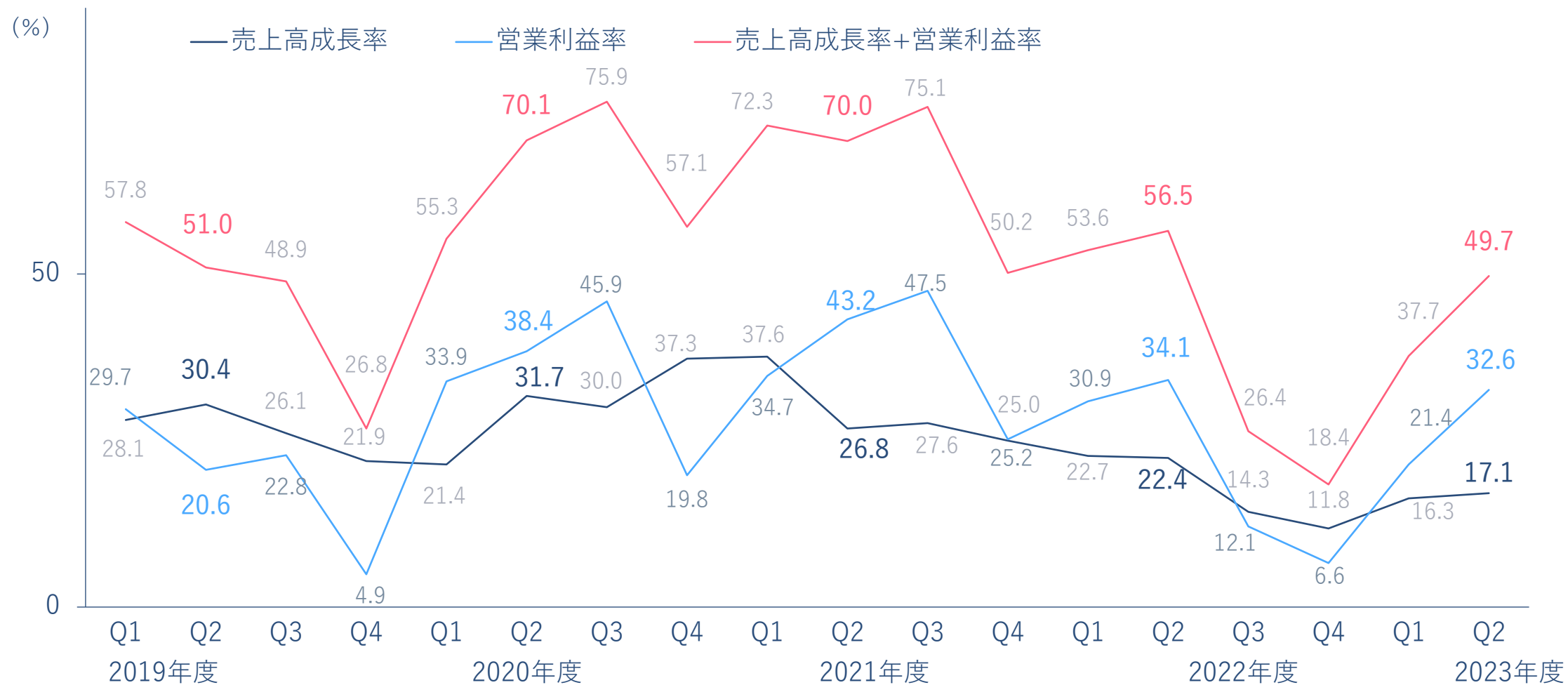
- 広告宣伝費は直近3四半期より抑制、前年同期比136.6%増となる



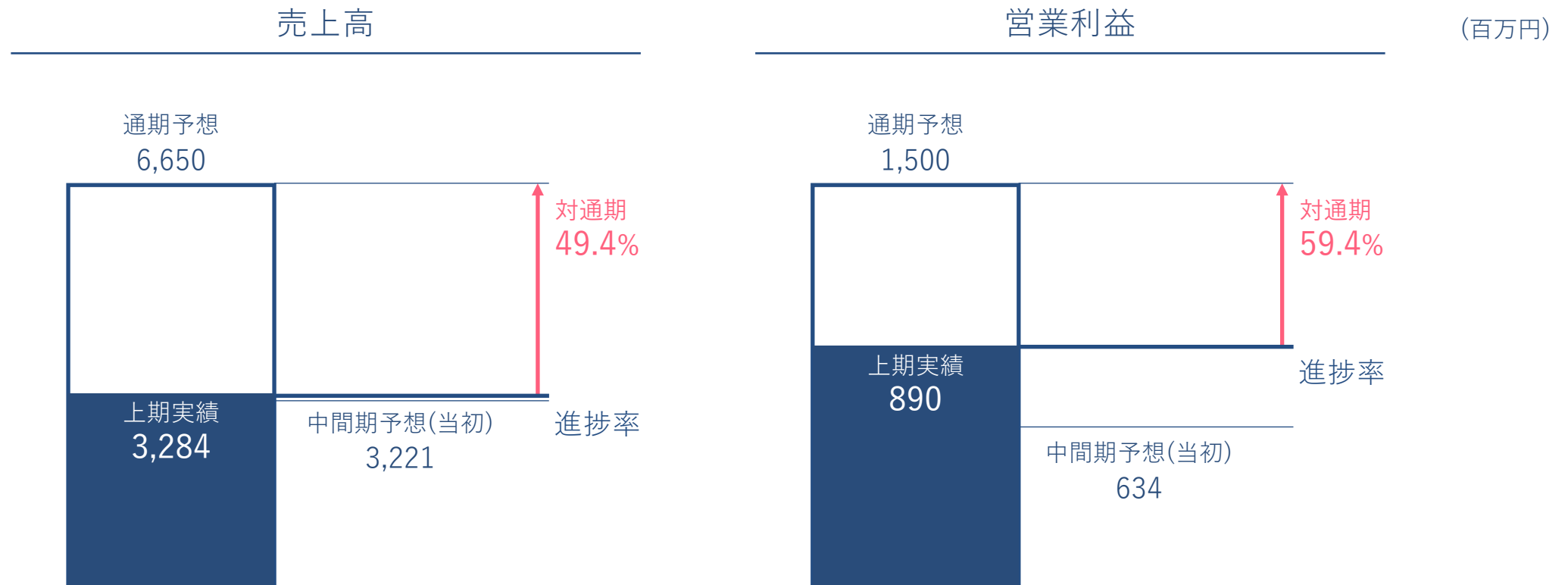
- 通期計画10億円に対して上期実績4億13百万円（上期計画比79.7%、通期進捗率41.4%）

(単位：百万円)	計画		実績		上期	上期計画比	通期進捗率	今期残額
	上期	通期	Q1	Q2				
PR TIMES 他	432	880	196	122	319	73.8%	36.3%	561
Jooto	65	77	61	14	76	115.5%	98.1%	1
Tayori	20	42	13	4	18	88.5%	43.4%	23
合計	519	1,000	271	141	413	79.7%	41.4%	586

- 売上高成長率 + 営業利益率 = 49.7%と前四半期（37.7%）から大幅回復、売上高成長率は前四半期よりプラス
- 引き続き積極的かつ規律ある投資と持続的成長そして利益拡大の実現を目指す



- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で49.4%(前年同期49.3%)、営業利益で59.4%(同77.0%)
- 売上高は前年度と同水準の進捗率、営業利益は前年度より進捗率は低いが、通期予想比は順調に推移



- 「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で増加
- 行使済みの信託型ストックオプションに対する源泉徴収税は、8月に納付を完了

(単位：百万円)	2022年8月末	2023年5月末	2023年8月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	4,441	4,841	5,025	113.1%	103.8%
内、現預金	3,708	3,677	3,871	104.4%	105.3%
固定資産	821	1,087	1,123	136.7%	103.3%
総資産	5,263	5,929	6,149	116.8%	103.7%
流動負債	999	1,263	1,080	108.2%	85.6%
内、契約負債	258	333	326	126.3%	97.9%
固定負債	0	5	5	695.7%	97.2%
純資産	4,263	4,660	5,063	118.8%	108.6%
ROA (※)	27.2%	13.3%	14.1%	—	—
ROE	33.9%	16.4%	17.2%	—	—

(※)：ROA及びROEは、直近12ヶ月の数値を用いて算出

1

2023年度第2四半期 四半期決算

2

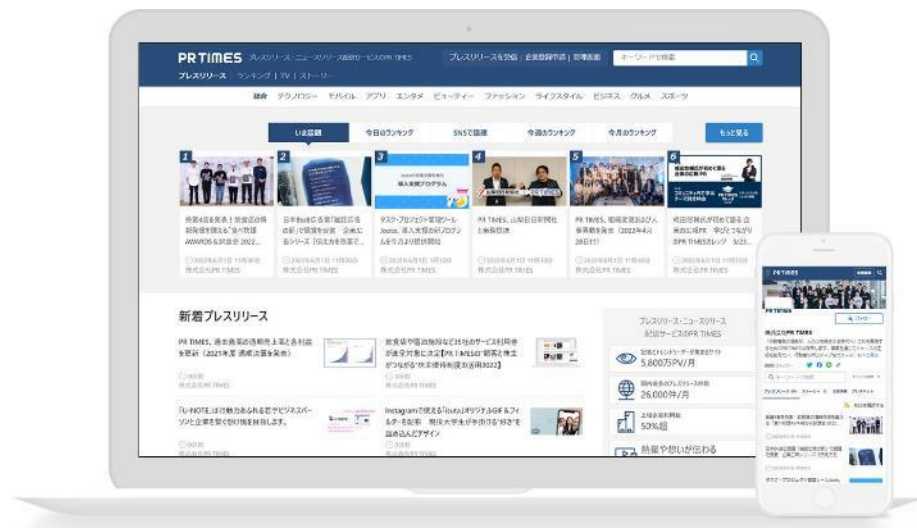
2023年度第2四半期 サービス動向

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	87,316社
国内上場企業利用率	55.6%(2,222社/3,997社)
プレスリリース数	33,801 件/月(2023.03)
プレスリリース素材	画像 182,183点/月(2023.03) 動画 2,840本/月(2022.03)

メディア

配信メディアリスト	10,781媒体
メディアユーザー数	25,953名
パートナーメディア	247媒体

生活者

サイト閲覧数	8,984万 PV/月(2023.08)
SNSアカウント	Facebook 129,327 X (旧Twitter) 457,875
個人ユーザー数	182,792名

- 2023年度第2四半期のパブリシティ数は76媒体 98件（前期比114.0%）と第2四半期で過去最高を更新
- 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の利用価値の高さを実証



TV

1媒体 1件

日本テレビ「カズレーザと学ぶ。」



雑誌

12媒体 14件

iJAMP | 企業と広告 | 広報会議 | Signs&Displays | CM通信 | 週刊ダイヤモンド | 粧業界展望社 | 宣伝会議 | 日経ビジネス電子版 | Forbes JAPAN | ホテルス | 安くて良い株主優待ベストセレクション2023-2024



新聞

23媒体 30件

大阪日日新聞 | 株式新聞 | 神戸新聞 | 佐賀新聞 | The Bunka News | 産経新聞 | CM通信 | 粧業界展望社 | 新文化 | 新聞改造 | 新聞情報 | 新聞通信 | 新聞之新聞 | 新聞報 | 石鹼日用品新報 | 千葉日報 | 通販新聞 | 電波新聞 | 日刊工業新聞 | 日刊自動車新聞 | ニッキン | 日本ネット経済新聞 | 福島民報



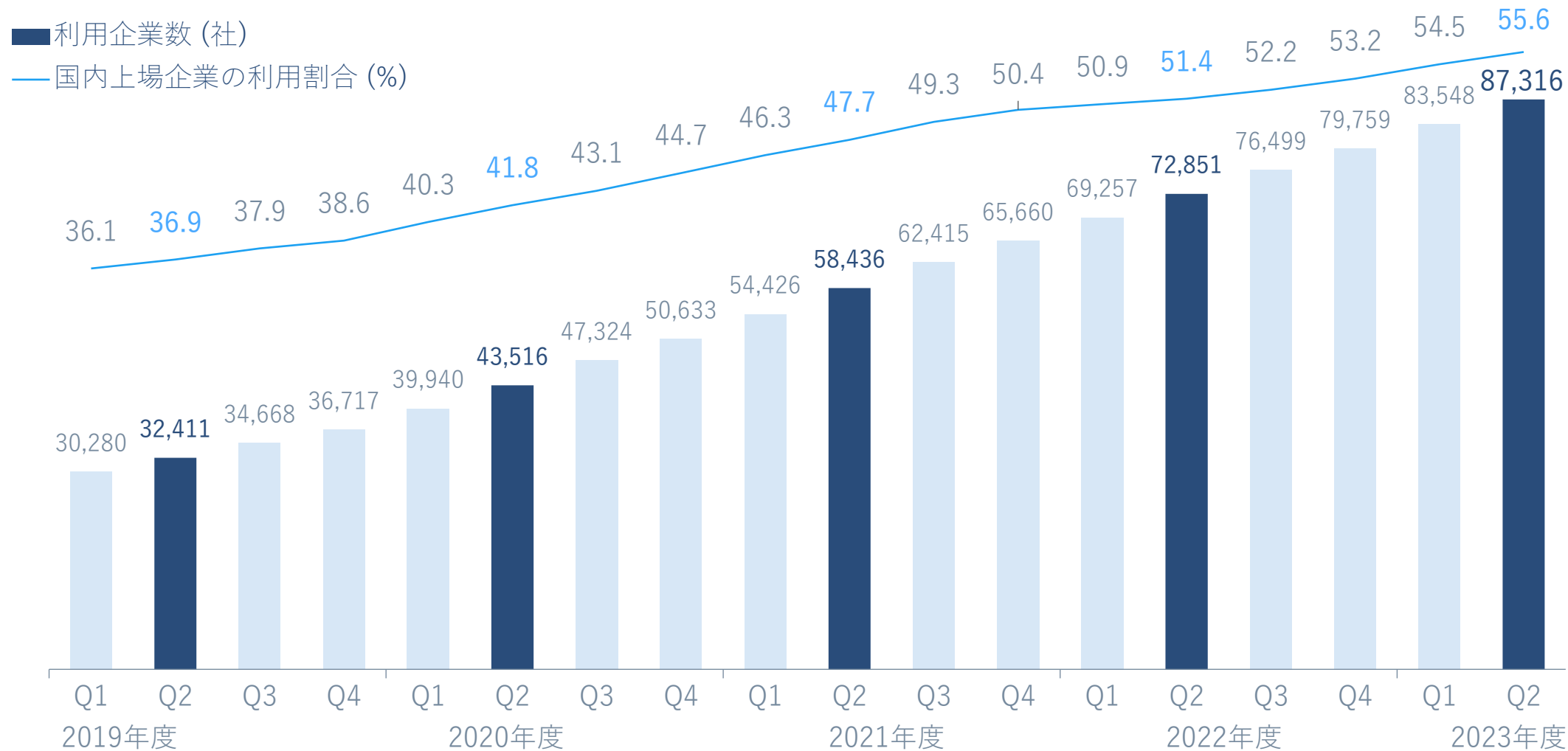
Web

40媒体 53件

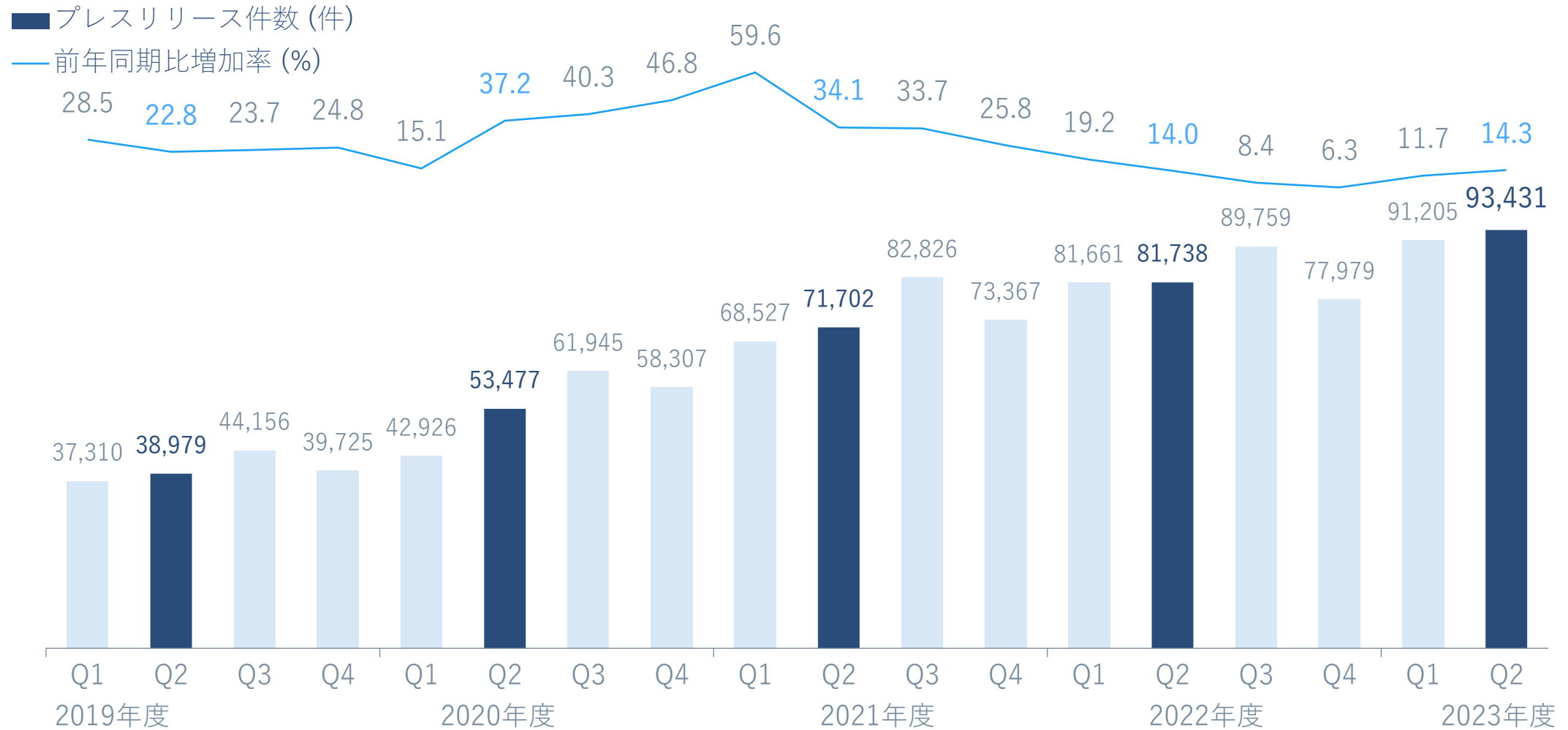
ITmedia News | ASCII STARTUP | @DIME | AdverTimes (アドタイ) | AMP | M&Aマガジン | EnterpriseZine | おかねチップス | おとなの週末web | オフィスのミカタ | コールセンタージャパン | 国際商業 | SIGN NEWS SITE | 産経WE S T | syncAD | CINRA | スローニュース | 楽しいニュース | TeamHackers | 通訳翻訳ジャーナル | DXマガジン | Digital Shift Times | TechFeed | 西宮流 | 日経クロストrend | 日テレNEWS | NiEW | ビジネス+IT | ferret | 福岡のニュース | BRIDGE | ProductZine | 文化通信デジタル | VOIX biz | マイナビウーマン | ミモレ | みんなゆうNet | U-NOTE | LASISA | Workshop MAGAZINE

- 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。
- 新聞、雑誌から各オンライン版に転載されたパブリシティは省略。
- 当社の株価が主題のパブリシティは対象外。

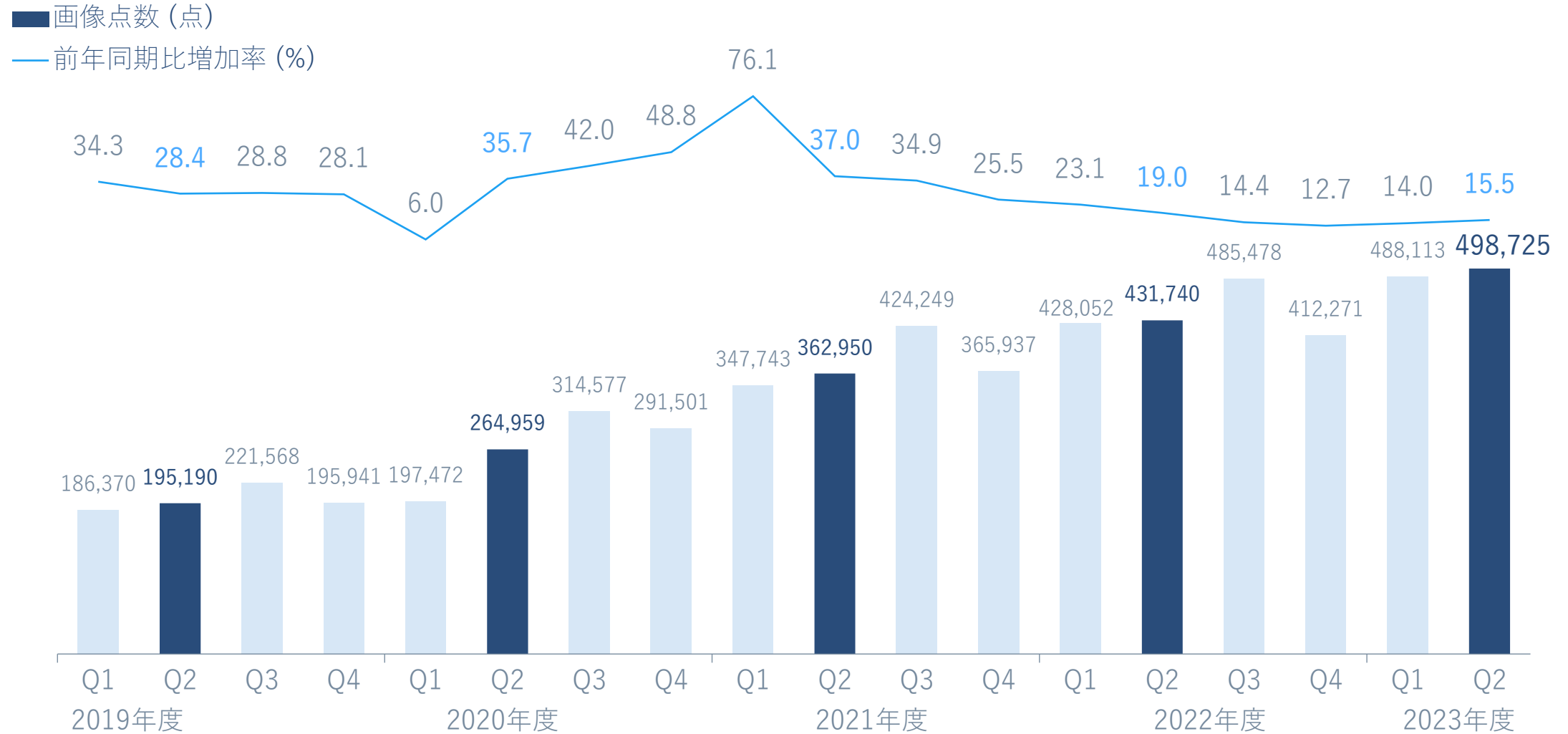
- 利用企業社数が87,316社に到達（前年同期比14,465社増・前四半期比3,768社増）
- 上場企業のうち55.6%（2,222社／3,997社）が利用



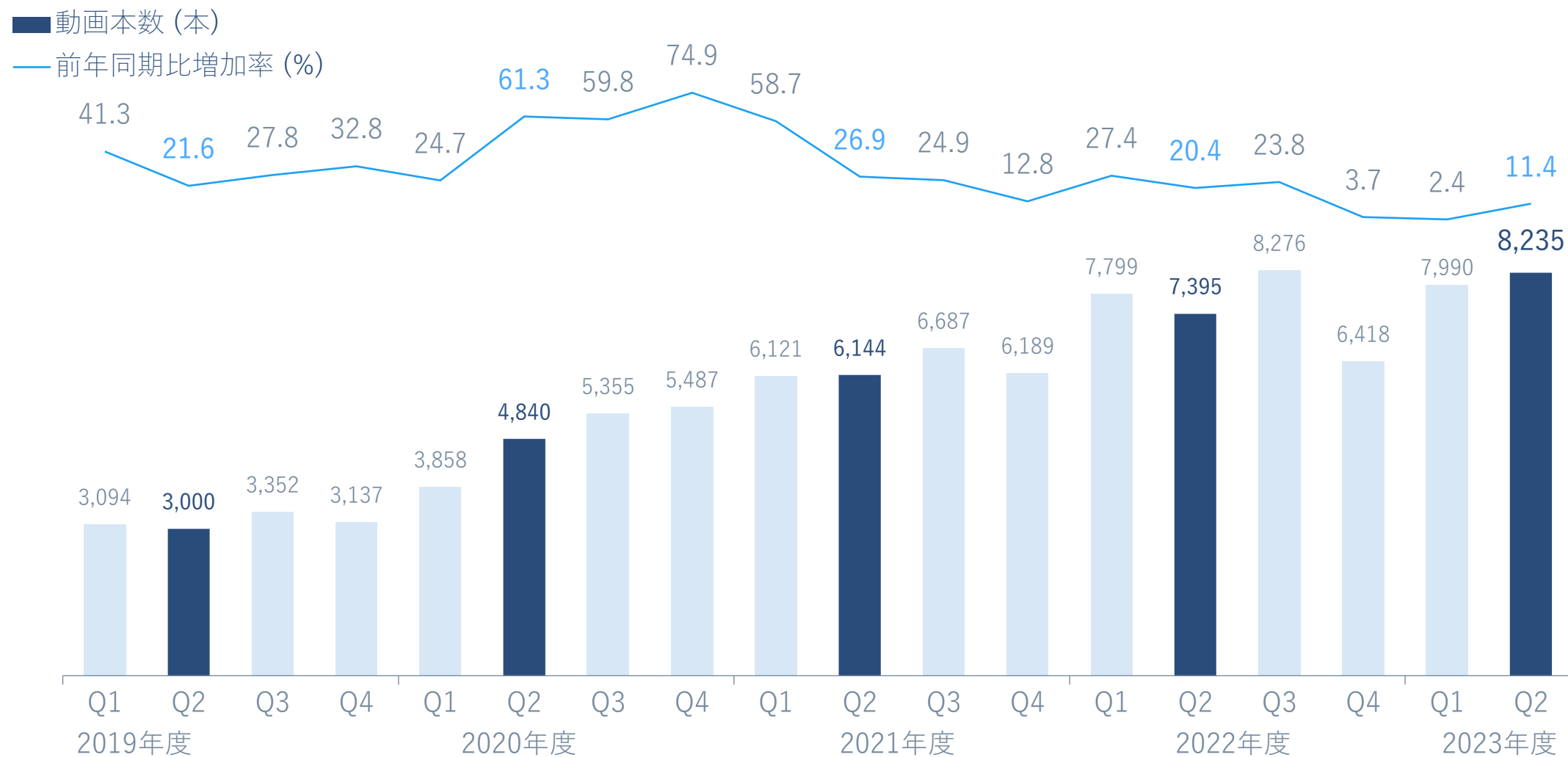
- プレスリリース件数は93,431件（前年同期比14.3%増・前四半期比2.4%増）で過去最高を更新
- プレスリリース件数の成長率が2四半期連続で前四半期よりプラスかつ10%台をキープ



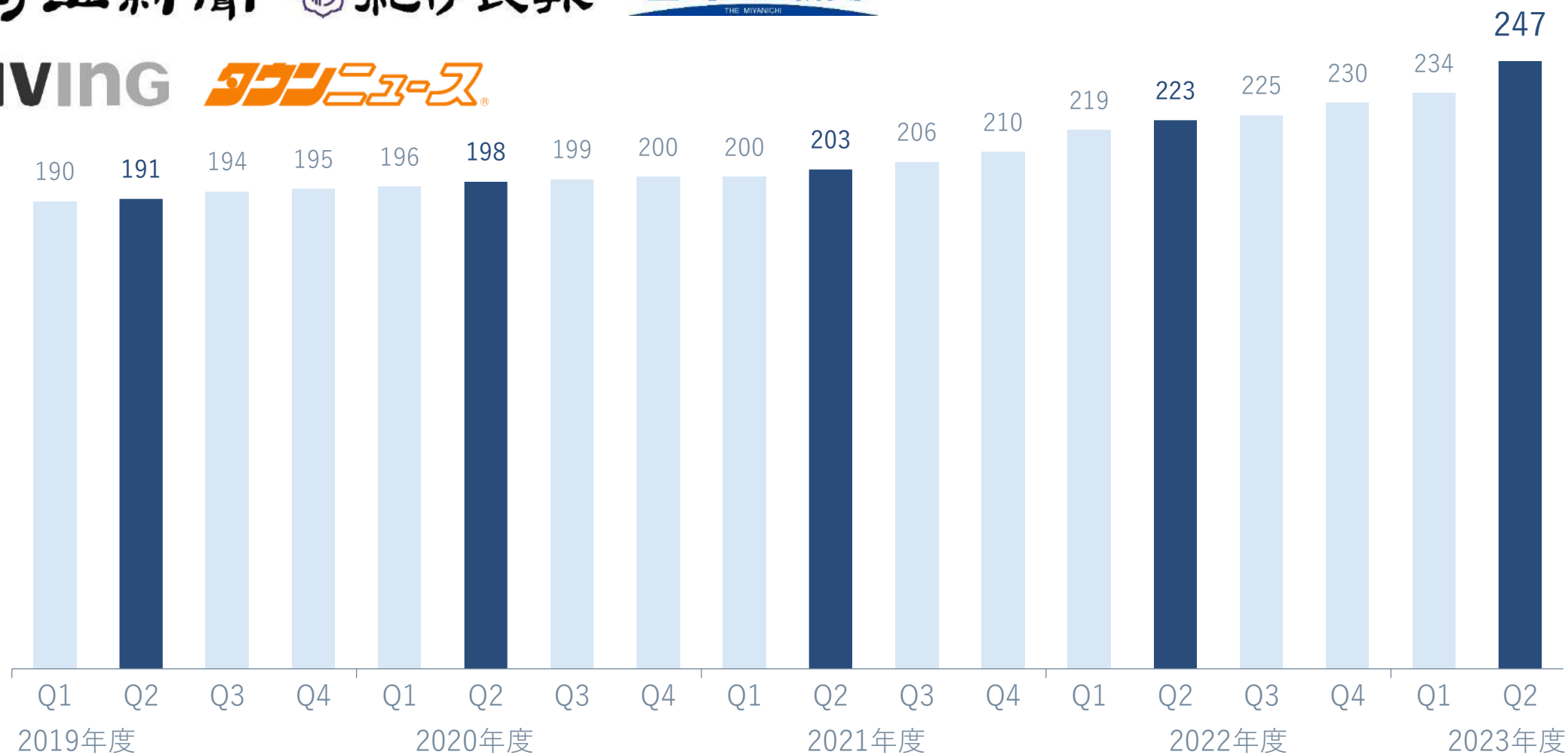
- 画像は498,725点（前年同期比15.5%増・前四半期比2.2%増）で過去最高を更新



- 動画は8,235本（前年同期比11.4%増・前四半期比3.1%増）で第2四半期としては過去最高を更新

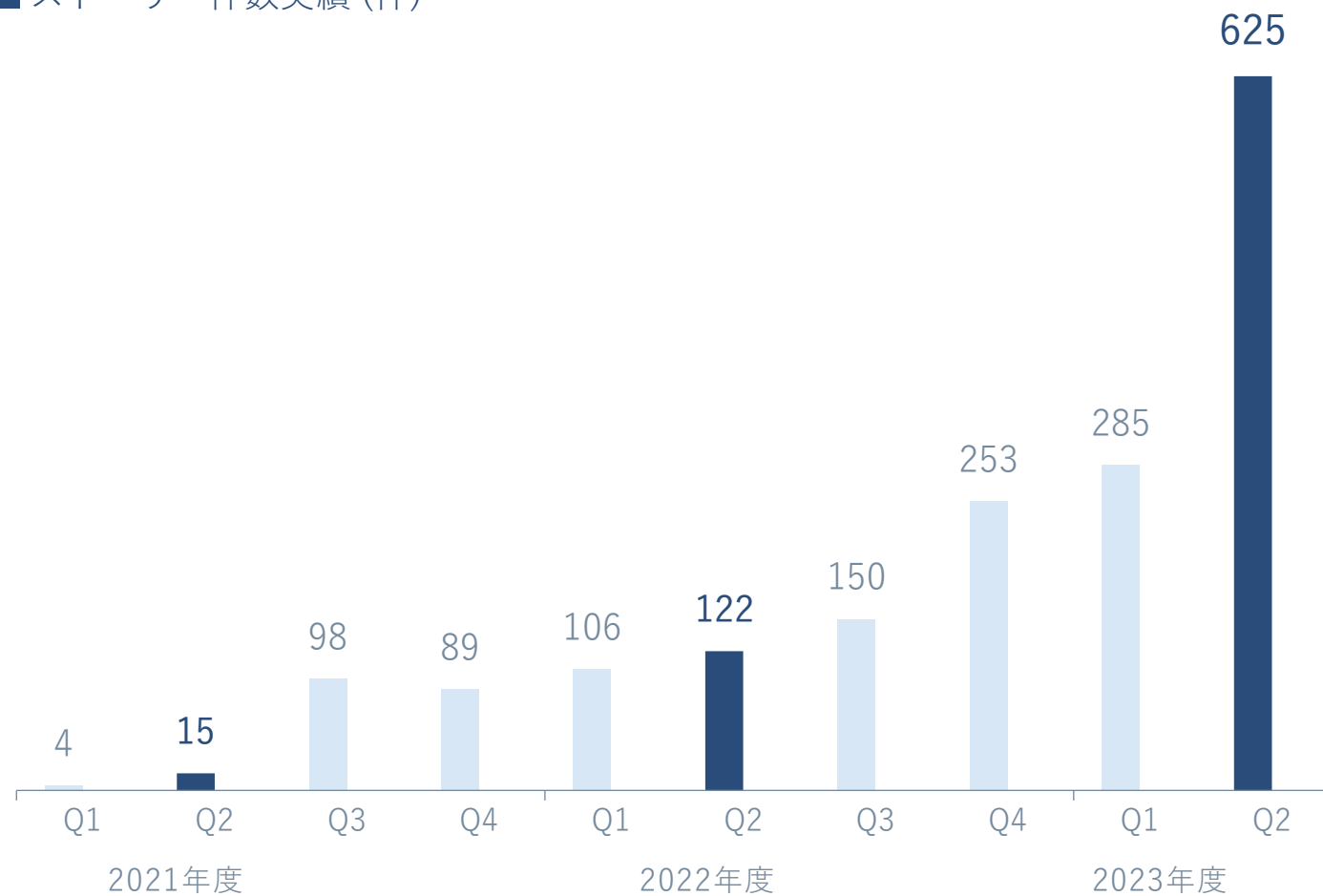


- パートナーメディア数は前四半期から13媒体純増(15媒体増・2媒体減)し、9四半期連続で過去最高を更新

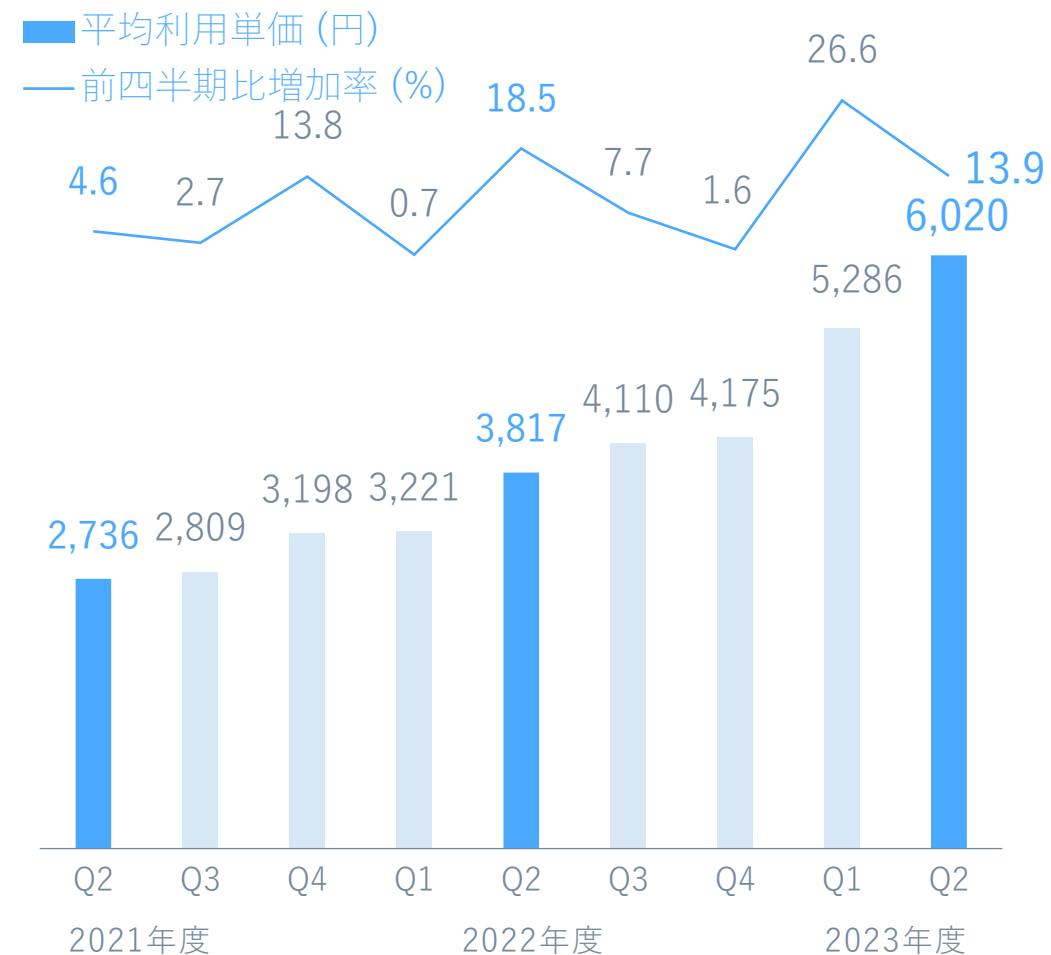
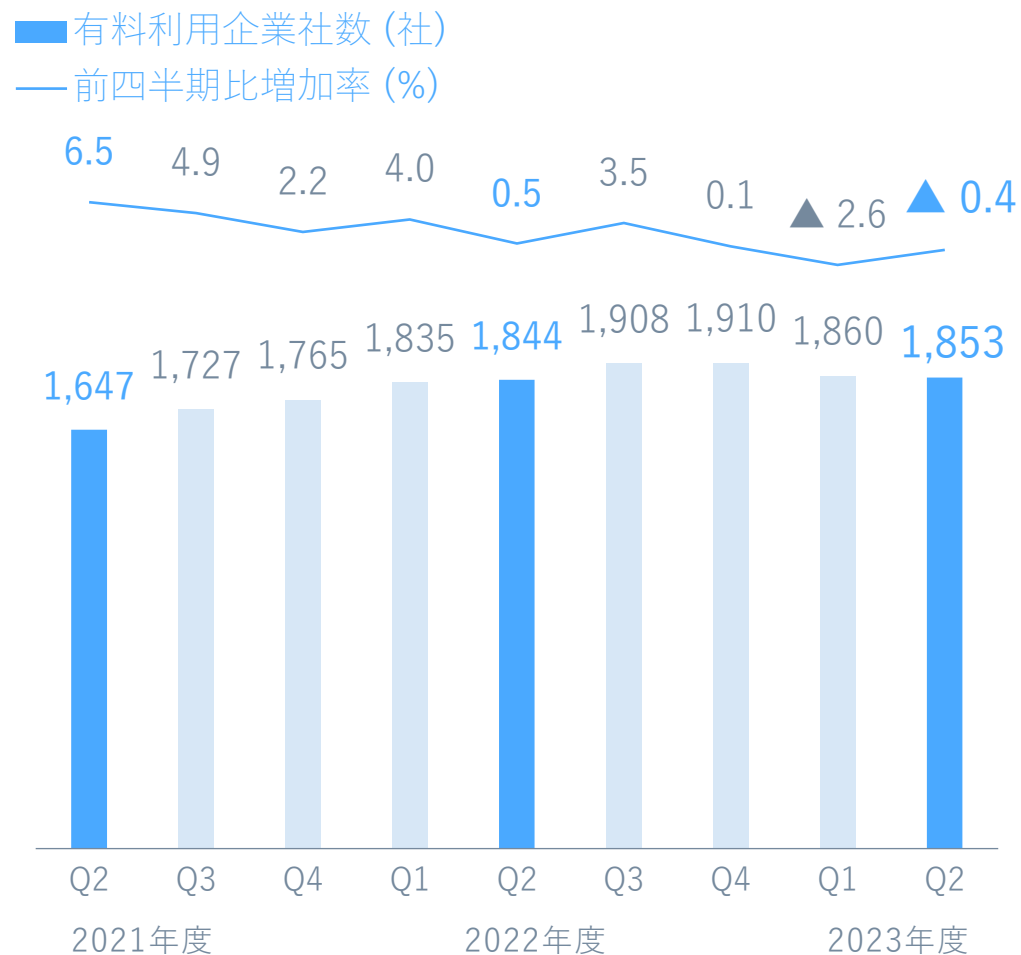


- PR TIMES STORYのストーリー件数は625件（前年同期比412.3%増、前四半期比119.3%増）と計画1,035件に対して未達ではあるが高成長を維持

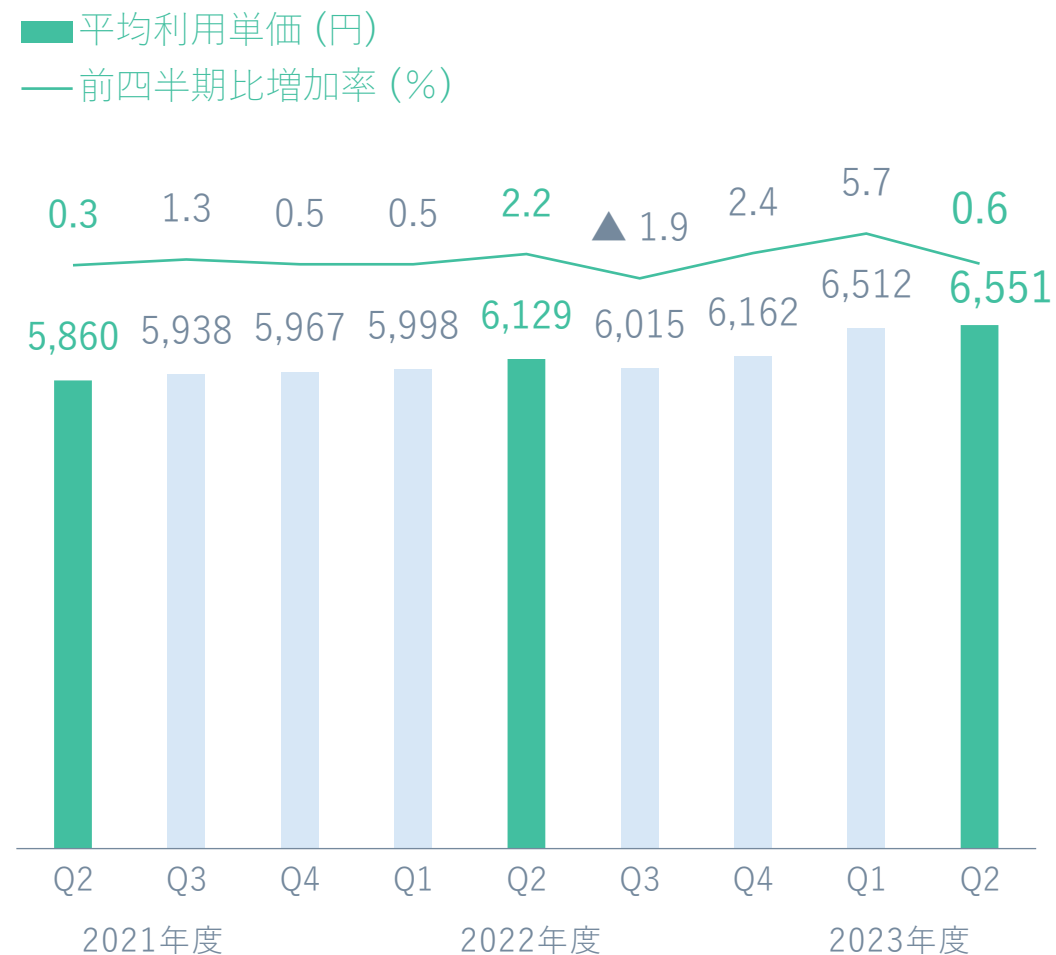
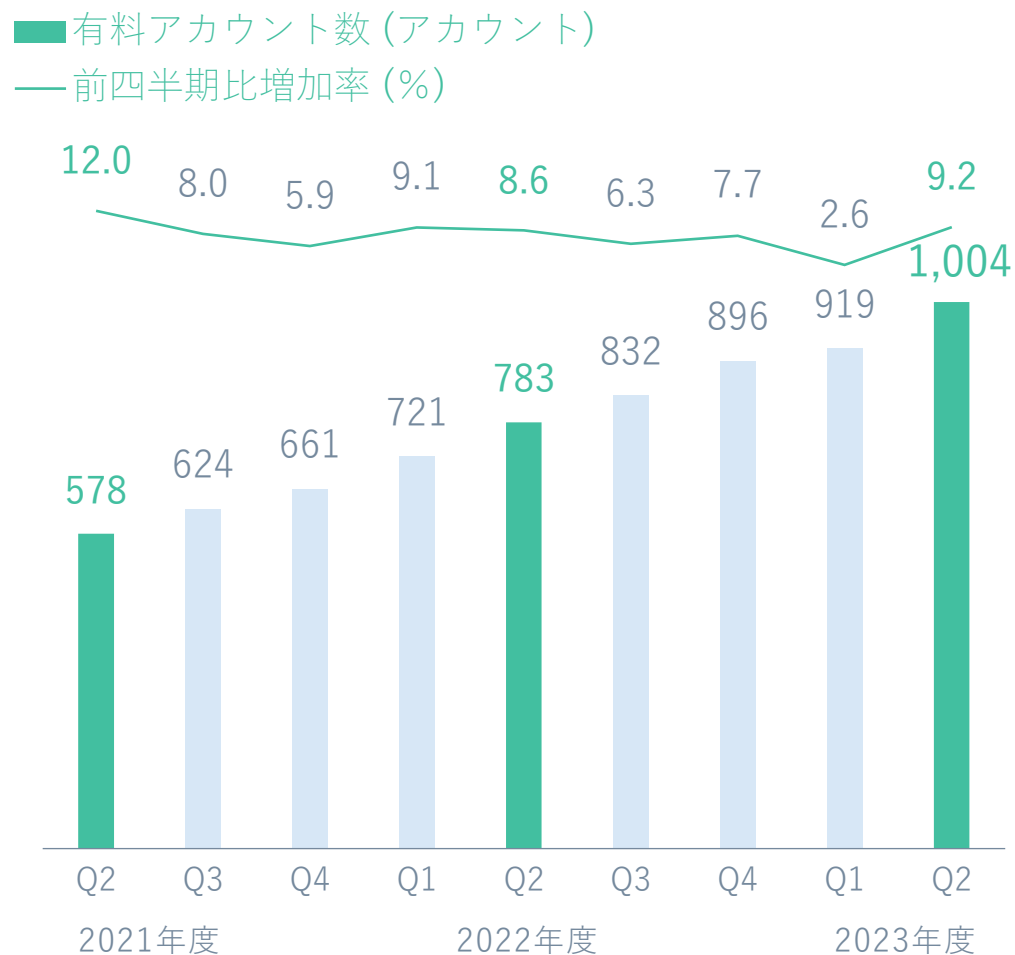
■ ストーリー件数実績 (件)



- 有料利用企業社数は1,853社（前四半期比0.4%減）、平均利用単価が6,020円（前四半期比13.9%増）
- 有料利用企業社数が微減となる一方で平均利用単価が2四半期連続で大幅増



- 有料アカウント数は1,004アカウント(前四半期比9.2%増)、平均利用単価が6,551円(前四半期比0.6%増)
- エンタープライズプランを2月に開始して8月末時点で大企業を中心に17社が契約
- 9月1日よりフリープランの内容を一部変更したことにより、今後、有料アカウントへの切り替えが促進される見込



1

2023年度第2四半期 四半期決算

2

2023年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025



- PR・IRチームと人事本部を合併してPR・HR本部を新設、経営管理本部は総務法務と財務経理の2機能へ
- 社内弁護士を設置、弁護士の専門性を活かしながら法務機能に留まらずに事業成長への貢献を担う
- 営業本部は機能的に並列な3チーム体制、代表による営業本部長兼務を年内で解消する見通し



- 2023年度（2023年8月31日～2024年8月30日）の構成銘柄へ選定、2021年度から3年連続



JPX-NIKKEI Mid Small

- 持続的な売上高成長と営業利益拡大を両立し、資本効率の点でROEを意識しながら、株主還元として中長期で株主総利回り(TSR)を重視。
- 2022年5月から女性取締役を含む過半数の独立社外取締役を選任。
- 2020年度通期の決算短信から英文開示を開始。
- JPX日経中小型株指数の定量的な指標と、定性的な要素を意識した経営を行ってきた。さらに実績を積み重ねながら、経営力を高めて、中期的にJPX日経インデックス400の選定を目指す。

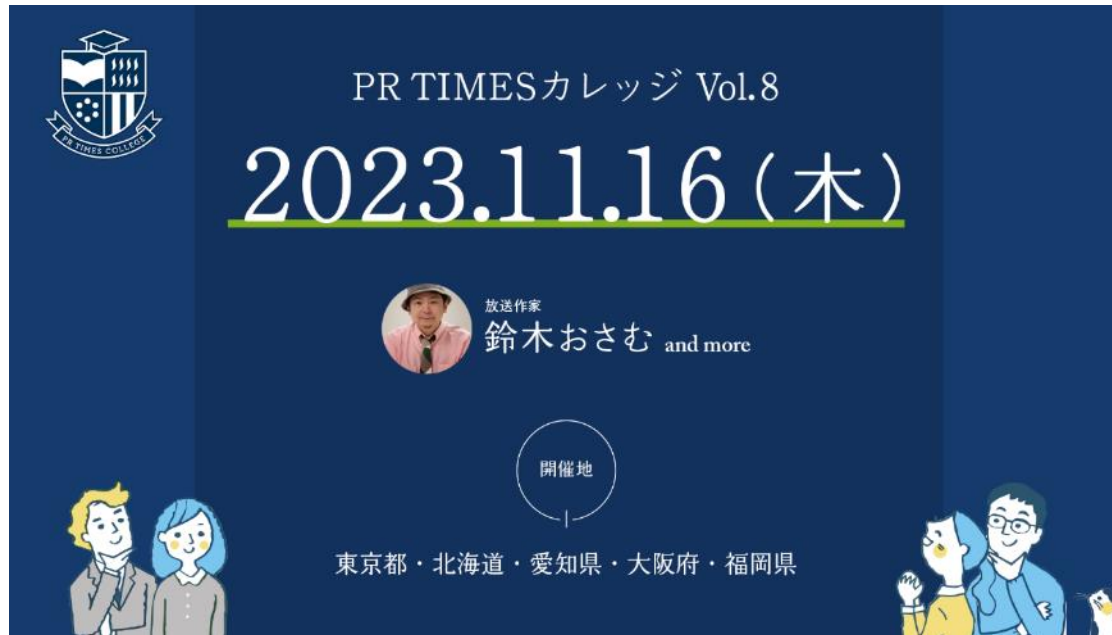
- PR TIMESの成長率向上に向けて営業本部で個の能力向上とクロスファンクショナルチーム化を実施、プレスリリース件数の成長率が2四半期連続で前四半期よりプラスかつ10%台をキープと成果に現れつつある
- 当初予定通りに2023年12月に代表取締役の本部長兼務を解消
- 来年以降に営業本部の組織拡大とカスタマーリレーションズ本部の機能強化へ



- 2023年12月のPR TIMES管理画面内プレスリリースエディター機能の刷新に向けて進行中
- 同月に会員登録不要のプレスリリースエディター「PR Editor」を無料公開予定
- 2024年春頃までにメディアリストを含むUIの全面リニューアルを予定



- 2023年11月16日に東京400名、札幌・名古屋・大阪・福岡各150名計1,000名無料ご招待
- 放送作家 鈴木おさむ氏、映像ディレクター高橋弘樹氏、ファミリーマート橋本剛氏と山岡美奈子氏が登壇
- 会場ごとにメディアゲストとの交流会、東京は日経ビジネス 編集長、札幌はプレジデントオンライン 編集長、名古屋は共同通信社 編集委員、大阪はダイヤモンド社 ビジネスメディア局長、福岡はASCII STARTUP 副編集長が参加



テーマ：企画のプロたちが伝える広報PRで企画はどう生きるか

14:55- オープニング

15:00- 鈴木おさむ氏 世の中に「刺さる」方法

16:00- 高橋弘樹氏「企画を立てるのが楽しくなる、企画のキレが変わる」5カ条

17:00- 休憩

17:15- ファミリーマート橋本剛氏×山岡美奈子氏 トークセッション「毎週100超の新商品を生む」ヒットメーカーファミマの企画

18:15- 休憩

18:30- 交流会（会場ごとにメディアゲスト登壇）

- 2023年7月に近畿経済産業局、8月に宮崎日日新聞社、タウンニュース社、9月に琉球新報社、伊予銀行と提携
- 地方情報流通のための提携は地方金融機関40例（32行・8信金）、地方メディア29社、地方自治体等1府2県4市、中央省庁1省で合計77例、44都道府県に広がる

The image displays a map of Japan with various logos of partner organizations placed around it, categorized by region. The logos include:

- Top Left (Kansai Region):** 経済産業省 近畿経済産業局, 紀伊民報, 神戸新聞社, 鳥取銀行, 中国新聞社, STARTUP FUKUOKA CITY, Media Lab 西日本新聞, 西日本シティ銀行, 佐賀共栄銀行, 大分合同新聞, 宮崎日日新聞.
- Top Center (Kyushu Region):** 京都新聞社, 滋賀銀行, 京都銀行, 京都府 広報協議会, 大阪信用金庫, 山陰合同銀行, 中国銀行, 山陽新聞社, ひろしま産業振興機構.
- Top Right (Tohoku Region):** 仙台市, 秋田新報, 七十七銀行, 山形新聞社, 秋田銀行, 北日本銀行, 東奥日報, 岩手銀行.
- Center (Hokkaido Region):** 北海道銀行, 青森銀行, 群馬銀行, 上毛新聞社, 足利銀行, 常陽銀行, 下野新聞社, 武蔵野銀行, TSUKUBA, 千葉興業銀行, 横浜信用金庫, 千葉日報, 山梨中央銀行, TRIbank Hiratsuka 平塚信用金庫, 千葉銀行, 山梨日日新聞社, 城南信用金庫, 茨城新聞社.
- Bottom Left (Chugoku Region):** 琉球銀行, 琉球新報.
- Bottom Center (Chugoku Region):** 伊予銀行, 四国銀行, 香川銀行, 愛媛銀行, 阿波銀行.
- Bottom Right (Chugoku Region):** 名古屋銀行, 信濃毎日新聞, 静岡新聞 SBS, 豊橋信用金庫, 浜松市, せいしん 静岡信用金庫, 浜松いわた信用金庫, 三島信用金庫, 中日新聞社, OKB 大垣共立銀行, 百十四銀行, 岐阜新聞社, 愛媛新聞社, 徳島新聞社.

- プロジェクトや商品開発の裏に隠された行動者の奮闘についてのインタビュー映像を軸とした動画をPR TIMES STORYとPR TIMES TVで配信
- 構成作成、撮影・編集、文字起こし原稿と併せた配信まで一気通貫で提供



PR TIMES TV内 STORY動画 <https://prtimes.jp/tv/story>

納品物 STORY動画（5分～7分程度）と白素材

ストーリー文字原稿

スチール写真

配信 PR TIMES STORY

PR TIMES TV

公式SNS（X：旧Twitter、Facebook、YouTube）

- 2023年度グッドデザイン賞を業務用システム・サービスカテゴリにおいて受賞、誰もが専門知識なくシンプルに使いこなせるデザインが評価



- スタータープランおよびプロフェッショナルプランの利用料金を2023年11月1日より改定
- 管理画面の利便性向上や外部連携など機能アップデートを計画

プラン	旧料金	新料金
スターター	月額3,400円	月額3,800円
プロフェッショナル	月額7,400円	月額9,400円

※エンタープライズは料金据え置き、初期50,000円・月額25,400円

追加機能の内容	
実施済	フォームのreCAPTCHA設定 Googleタグマネージャーとの連携 noindexタグの設定変更
今期計画	ログイン通知とアクセス履歴の表示 ユーザーロールとアクセス権限 フォーム受信箱の利便性向上 フォームとFAQの検索性向上 管理画面のスマホとタブレット対応 Jooto、Teams、Timerexとの連携

It's You

PRTIMES

1

2023年度第2四半期 四半期決算

2

2023年度第2四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

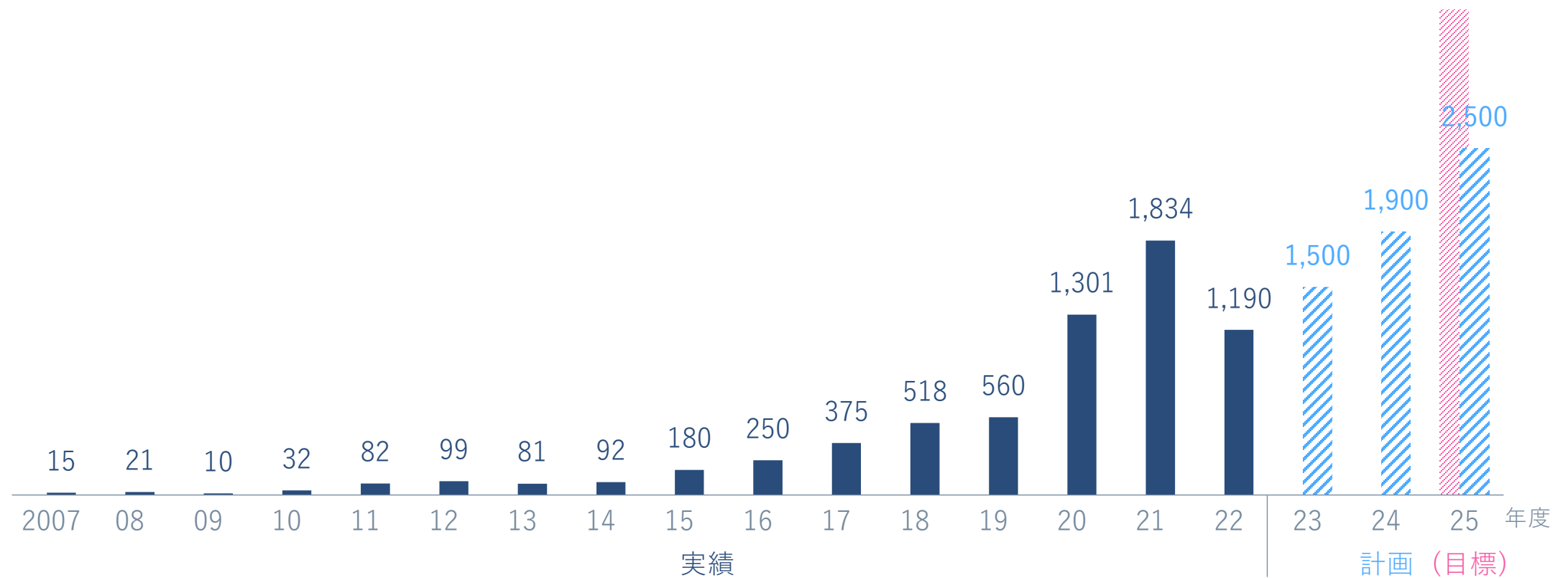
Road to Milestone2025

- 次の大きな挑戦を見据えて2025年度の営業利益目標35億円を目指すと同時に、営業利益25億円を実現する堅実な計画を実行する
- 2023年度第2四半期末時点で、2024年度は営業利益19億円を計画できる見通し
- 攻めと守りのバランス経営で持続的な成長を実現する

営業利益の推移

単位：百万円

(3,500)



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だす。
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。

本資料を公開するとともに説明会を開催しております。アナリストや機関投資家とは、必要に応じて個別面談に応じております。説明会や個別面談の質疑応答では、公表されていない重要な情報を伝達しないように遵守しています。重要な新情報は原則、PR TIMESで最初に公表しております。

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。