

PR TIMES

2024年度 第3四半期決算説明資料

株式会社PR TIMES（東証プライム | 3922）

2025年1月10日

第3四半期業績

- 売上高は20億93百万円で前年同期比19.0%増、7四半期連続で過去最高を更新。
- 営業利益は6億38百万円で前年同期比2.2%増、4四半期ぶりに過去最高を更新。

業績見通し

- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で73.1%、営業利益で84.0%、順調に推移。
- 2025年度を基準とした業績連動型新株予約権の業績条件が達成される蓋然性が高まったことを受け、第4四半期において株式報酬費用として60百万円から1億円のレンジで追加計上する見通し。しかしながら、順調な業績の進捗とコストコントロールにより、当追加費用は吸収可能であると判断している。

サービス動向

- Jootoの有料利用企業社数は2,475社で、前四半期比2.1%増。平均利用単価は8,995円で、前四半期比11.8%減。
- Tayoriの有料アカウント数は1,348アカウントで、前四半期比7.5%増。平均利用単価は7,832円で、前四半期比4.9%増。

トピックス

- 2016年の上場以来、無配方針を継続してきたが、創業以来初となる配当を2025年2月期の期末配当で実施する見通し。DOE 2%以上を基準とした累進配当の方針。
- 地方情報流通のための提携が全47都道府県をカバーして、2025年度中期経営目標「Milestone 2025」における目標の一つを達成。

2025年度業績予想

- 2024年度第3四半期の決算発表時点で、2025年度の業績予想において営業利益30億円以上を公表する予定へ上方修正（2024年度第2四半期の決算発表時点では営業利益25億円以上を予定）
- Milestone 2025で目標に定めた2025年度の営業利益35億円の達成に向けてグループ一丸となって取り組む。

1

2024年度第3四半期 四半期決算

2

2024年度第3四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025 (更新)

- 売上高20億93百万円（前年同期比119.0%、前四半期比106.4%）、営業利益6億38百万円（前年同期比102.2%、前四半期比134.7%）。

(単位：百万円)	2023年度		2024年度			前年同期比	前四半期比
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,759	1,793	1,925	1,966	2,093	119.0%	106.4%
売上総利益	1,536	1,500	1,630	1,658	1,765	114.9%	106.5%
(粗利率)	(87.3%)	(83.7%)	(84.7%)	(84.3%)	(84.4%)	—	—
販売管理費	911	1,269	1,145	1,184	1,127	123.7%	95.2%
営業利益	624	231	484	473	638	102.2%	134.7%
(営業利益率)	(35.5%)	(12.9%)	(25.2%)	(24.1%)	(30.5%)	—	—
経常利益	600	226	484	470	638	106.4%	135.7%
当期純利益	399	160	320	313	373	93.5%	118.9%

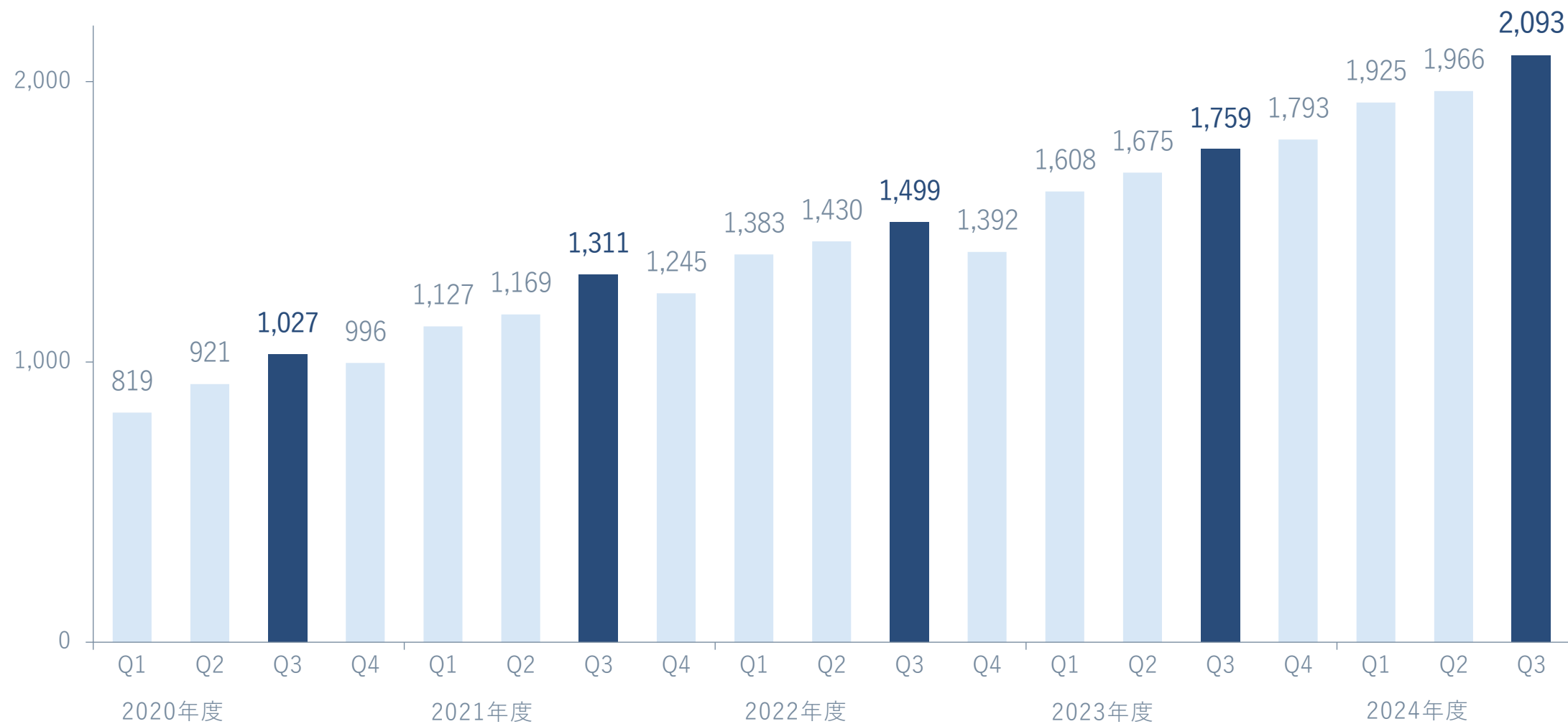
- 前年同期比では増収増益を達成し、通期業績予想に対しても売上高、各利益ともに堅調に進捗。

(単位：百万円)	2023年度 3Q	2024年度 3Q	前年同期比 (YonY)	2024年度 通期予想	対通期予想 進捗率
売上高	5,043	5,985	118.7%	8,189	73.1%
売上総利益 (粗利率)	4,394 (87.1%)	5,054 (84.5%)	115.0% —	— —	— —
販売管理費	2,878	3,457	120.1%	—	—
営業利益 (営業利益率)	1,515 (30.0%)	1,596 (26.7%)	105.4% —	1,900 (23.2%)	84.0% —
経常利益	1,490	1,594	106.9%	1,889	84.4%
当期純利益	1,000	1,008	100.8%	1,276	79.0%

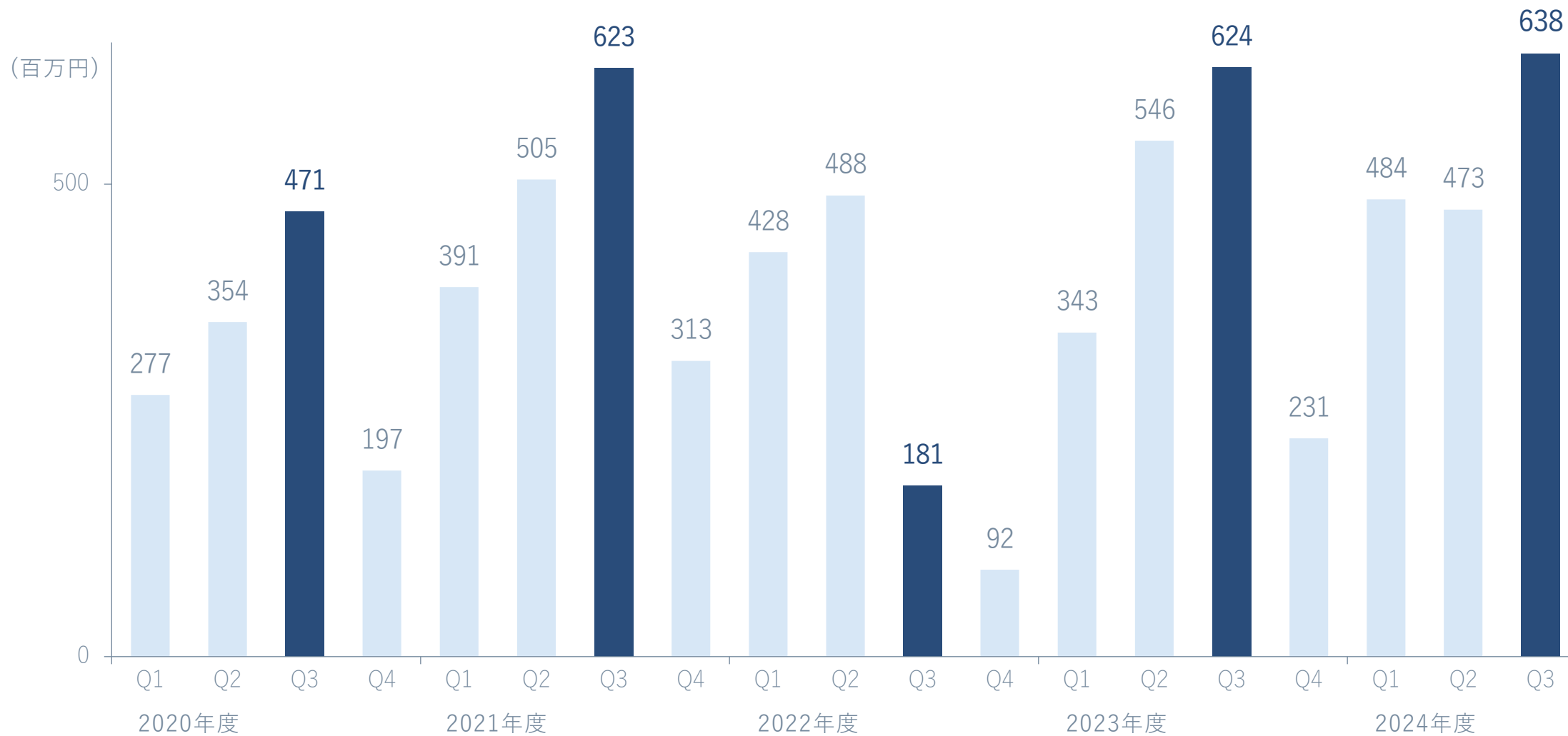
四半期売上高の推移

- 売上高は7四半期連続で過去最高を更新。

(百万円)



- 営業利益は投資を吸収して4四半期ぶりに過去最高を更新。



四半期販管費の内訳と比率

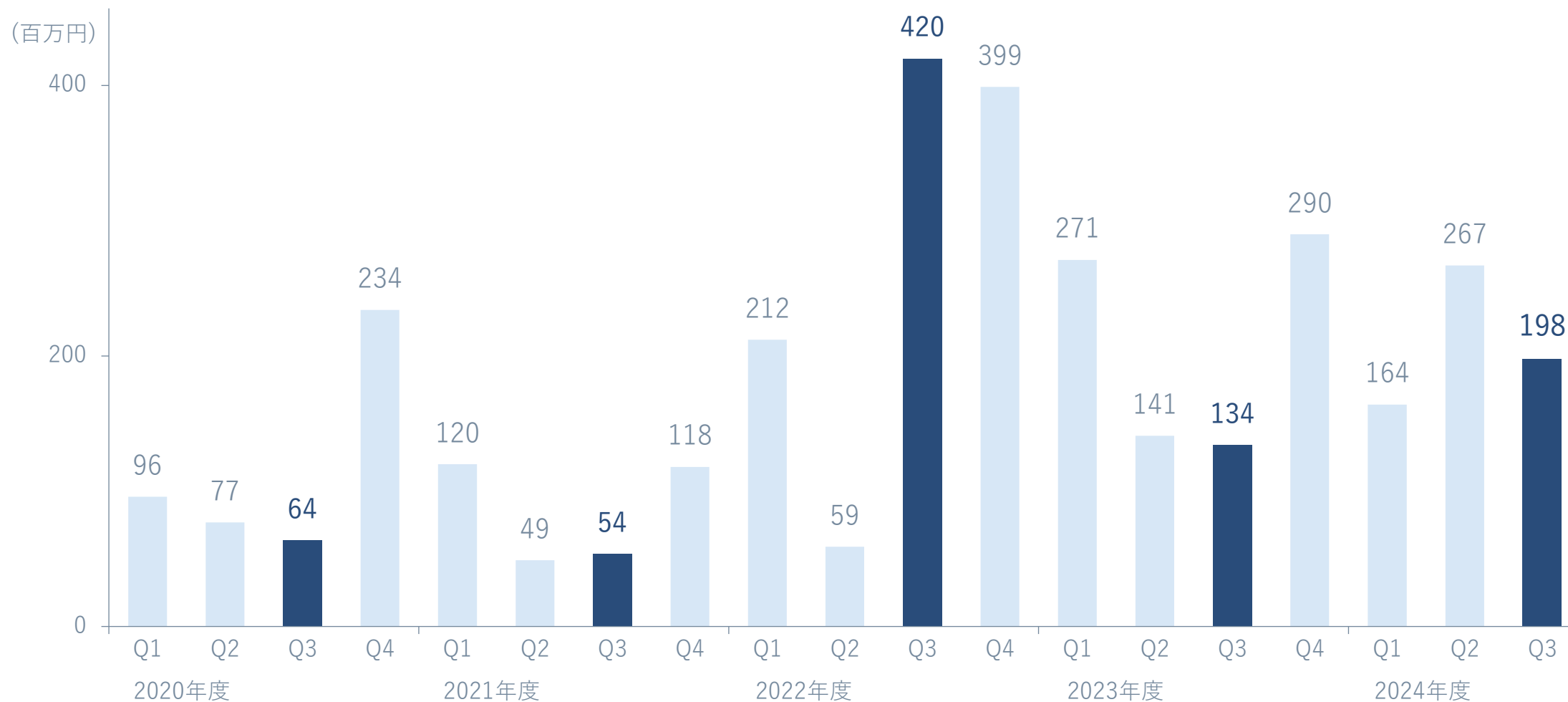
- S&Mでは、PR TIMESにおけるテレビCM放映や複数回の主催イベントを実施するとともに、JootoおよびTayoriにおいて動画広告やイベント出展を展開。
- R&Dでは、PR TIMESのリニューアルプロジェクトに係る費用が引き続き発生。
- G&Aでは、対売上高比10%未満の水準を安定的に維持。

(単位：百万円)	2023年度				2024年度					
	Q3		Q4		Q1		Q2		Q3	
	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	1,759	100.0%	1,793	100.0%	1,925	100.0%	1,966	100.0%	2,093	100.0%
売上原価	223	12.7%	292	16.3%	294	15.3%	308	15.7%	327	15.6%
S&M	520	29.6%	870	48.5%	696	36.2%	747	38.0%	712	34.0%
R&D	266	15.1%	261	14.6%	279	14.5%	283	14.4%	272	13.0%
G&A	124	7.1%	137	7.7%	169	8.8%	154	7.8%	143	6.8%
営業利益	624	35.5%	231	12.9%	484	25.2%	473	24.1%	638	30.5%

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。

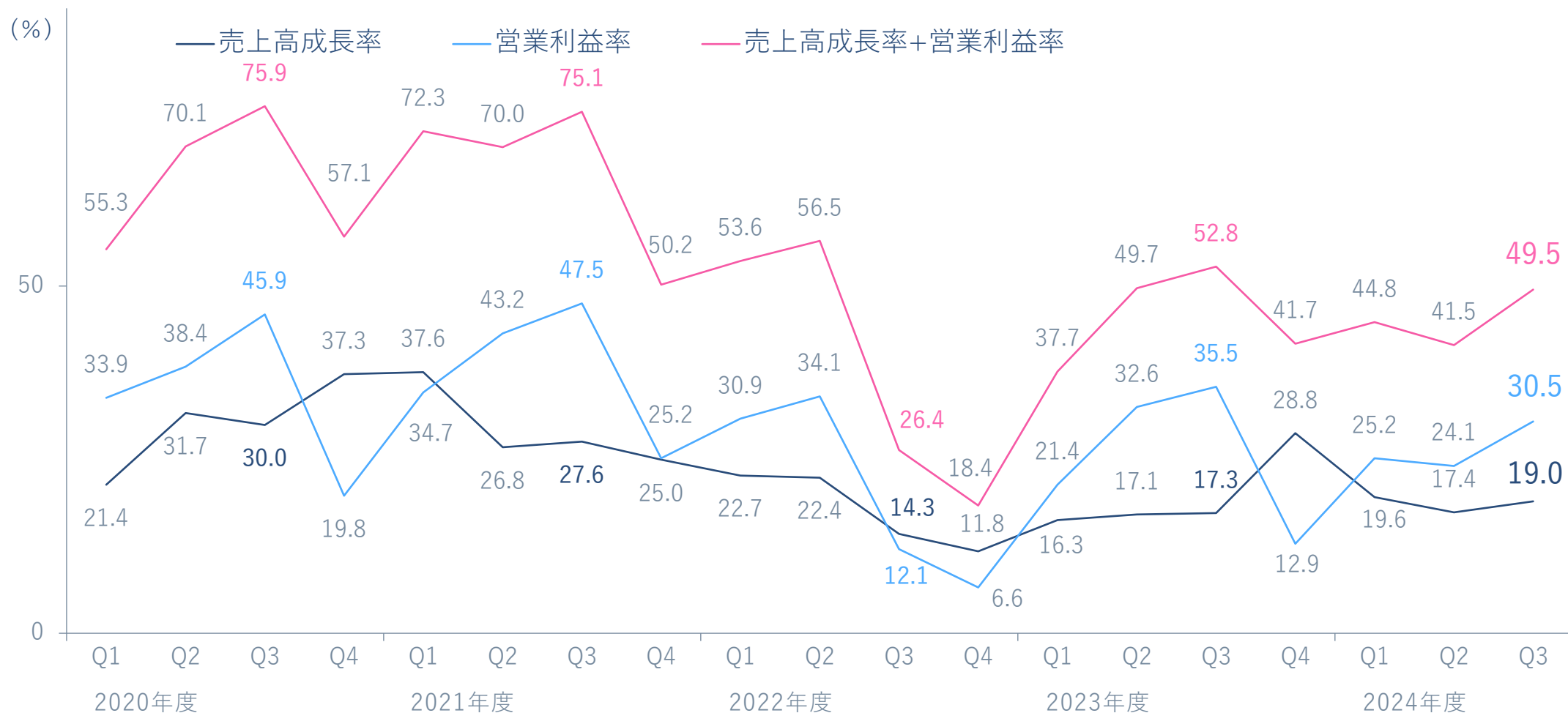
四半期広告宣伝費の推移

- 広告宣伝費は1億9千8百万円、前年同期比147.4%。

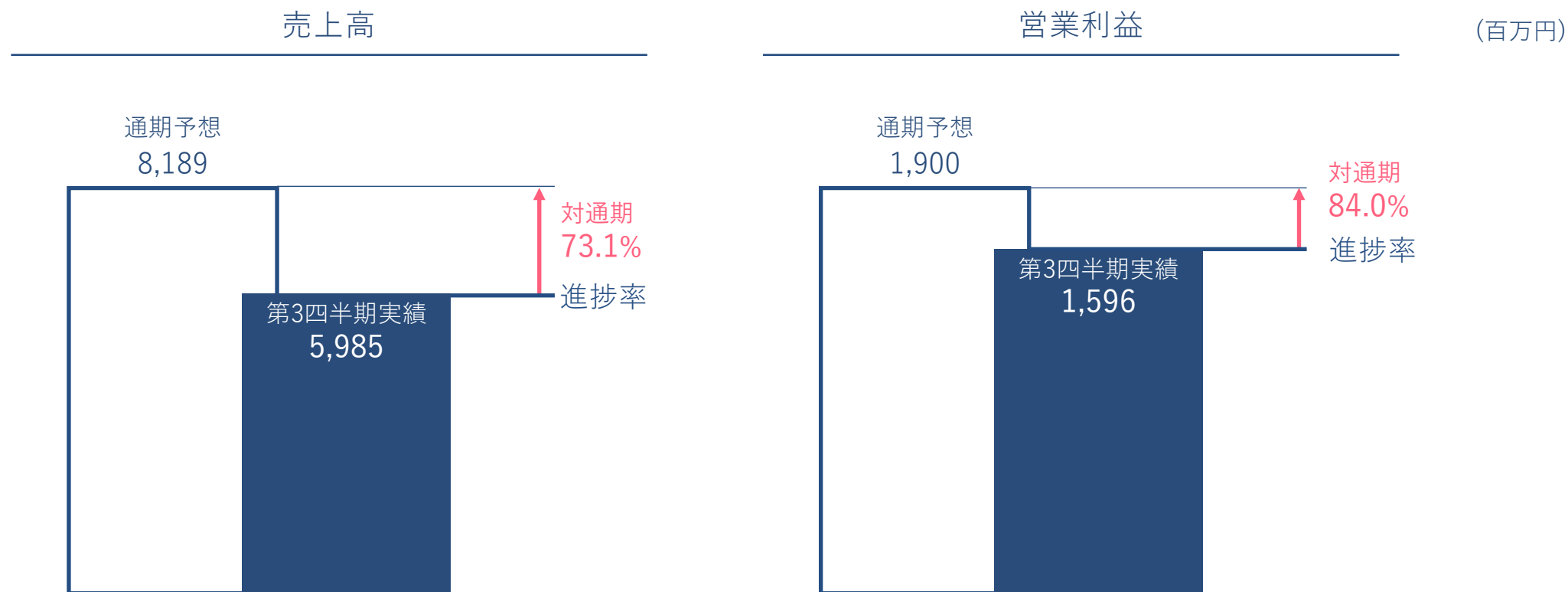


売上高成長率と営業利益率の推移

- 売上高成長率と営業利益率を合計した数値は49.5%となり、引き続き良好な水準を維持。
- 今後も、積極的かつ規律ある投資を推進することで、持続的な成長と利益拡大の両立を目指す。



- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で73.1%(前年同期73.8%)、営業利益で84.0%(同86.8%)、いずれも前年度と同水準の進捗率。
- 2025年度の業績予想として営業利益30億円以上を公表する予定。
- 2025年度を基準とする業績連動型新株予約権の業績条件が達成される蓋然性が高まったことを受けて、第4四半期において株式報酬費用として60百万円から1億円のレンジで追加計上する見通しになったが、順調な業績の進捗とコストコントロールにより、当追加費用は吸収可能であると判断。



- 営業キャッシュフローの増加により現預金が着実に積み上がり、今回、初めて50億円を突破。

(単位：百万円)	2024年5月末	2024年8月末	2024年11月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	5,235	5,785	6,025	118.1%	104.1%
内、現預金	4,297	4,807	5,009	118.4%	104.2%
固定資産	1,790	1,830	1,806	121.7%	98.6%
総資産	7,025	7,615	7,831	118.9%	102.8%
流動負債	1,039	1,280	1,117	100.1%	87.3%
内、契約負債	287	314	284	96.2%	90.5%
固定負債	2	2	2	46.1%	93.2%
純資産	5,983	6,333	6,711	122.9%	106.0%
ROA (※)	19.2%	17.4%	16.2%	—	—
ROE	23.5%	21.0%	19.2%	—	—

(※)：ROA及びROEは、直近12ヶ月の数値を用いて算出

1

2024年度第3四半期 四半期決算

2

2024年度第3四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025 (更新)

Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024Public of
The Year
2024



<https://prtimes.jp>

企業

利用企業社数 105,061社
国内上場企業利用率 60.7%(2,460社/4,052社)
プレスリリース数 39,816 件/月(2024.10)

メディア

配信メディアリスト 10,924媒体
メディアユーザー数 27,096名
パートナーメディア 262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 130,947
X (旧Twitter) 477,512
個人ユーザー数 226,977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。
- 2024年度第3四半期のパブリシティ数は77媒体124件（前年同期比134.8%）と第3四半期として過去最高を記録。

ラジオ 1媒体 1件

Kiss-FM KOBE「バンディ's What's Going On！」

テレビ 2媒体 2件

BS-TBS「噂の！東京マガジン」 | TOKYO MX「おはリナ！」

雑誌 10媒体 10件

企業と広告 | クロワッサン | 月刊全調協ニュース | 広報会議 | CALL CENTER JAPAN | Sign & Displays | VISION OKAYAMA | ファイナンス | POP EYE | MONOQLO

新聞 23媒体 36件

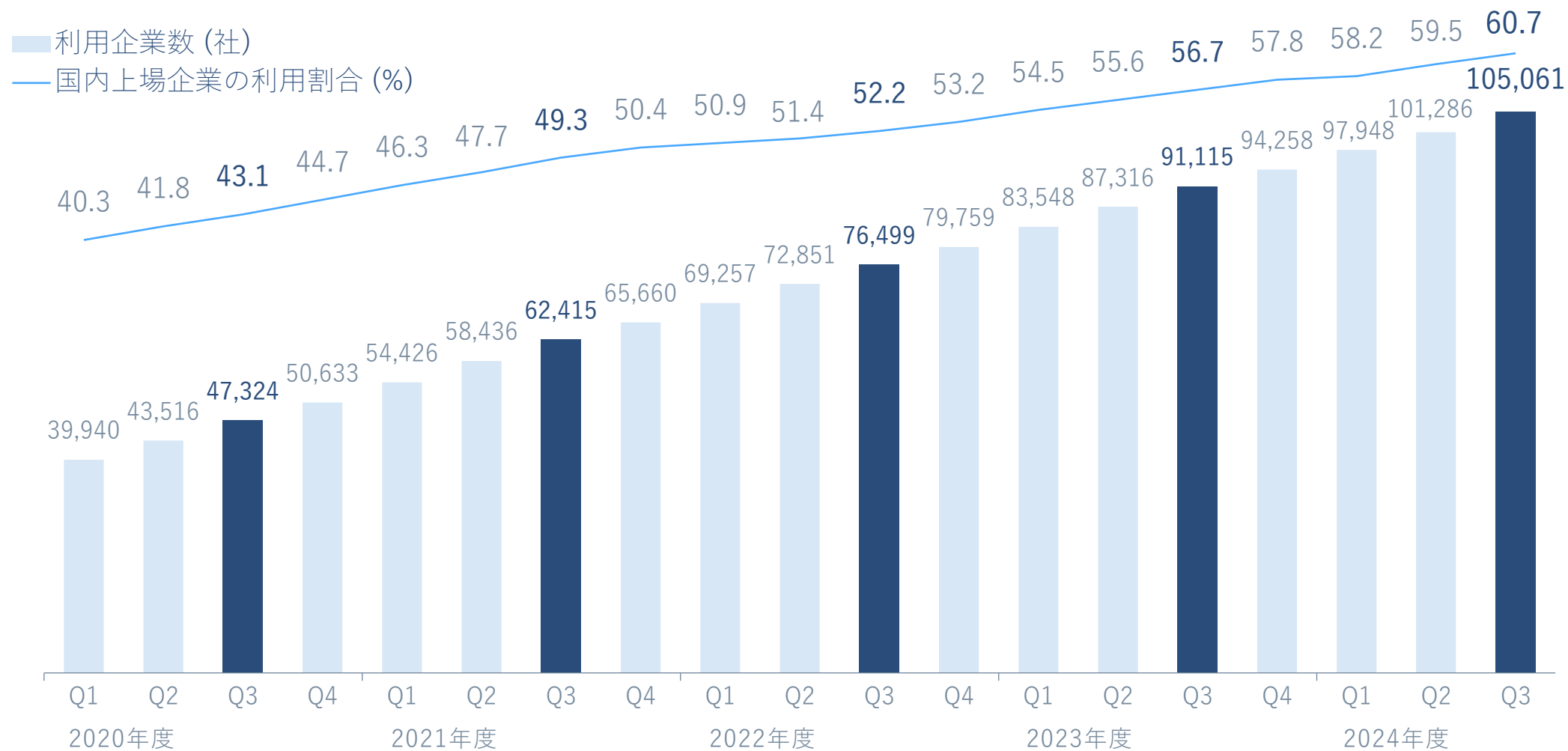
糸島新聞 | 神戸新聞 | The Bunka News | 信濃毎日新聞 | 酒類飲料日報 | 食品産業新聞 | 新聞情報 | 新聞之新聞 | 新聞報 | 東京新聞 | 都政新報 | 塗料報知 | 奈良新聞 | 日本経済新聞 | 北海道新聞 | 毎日新聞 | みなと新聞 | 南日本新聞 | 山形新聞 | 山口新聞 | 読売新聞 | 旅行新聞 | 労働新聞

Web 41媒体 75件

IR INFOナビ | ITトレンド | @DIME アットタイム | AdverTimes. (アドタイ) | アンドエンジニア | AMP | 軽井沢ウェブ | 月刊総務オンライン | 決算が読めるようになるノート | 広報デリ | CALL CENTER JAPAN | サードニュース | 札幌イベント情報マガジン『サツイベ』 | 市民タイムスWEB | syncAD | スポーツ報知 | スポニチ Sponichi Annex | XEXEQ | 中京テレビNEWS NNN | 中日スポーツ | 中日BIZナビ | できるネット | トウシル | 東スポWEB | 日経クロステック | 日経クロストrend | 日本経済新聞 | PR EDGE | PR GENIC | びわ湖大津経済新聞 | formLab | 文化通信デジタル | VOIX biz | BOXIL MAGAZINE | MarkeZine | マイナビウーマン | マナミナ | Media Innovation | LISKUL | LOGISTICS TODAY | WorkMaster

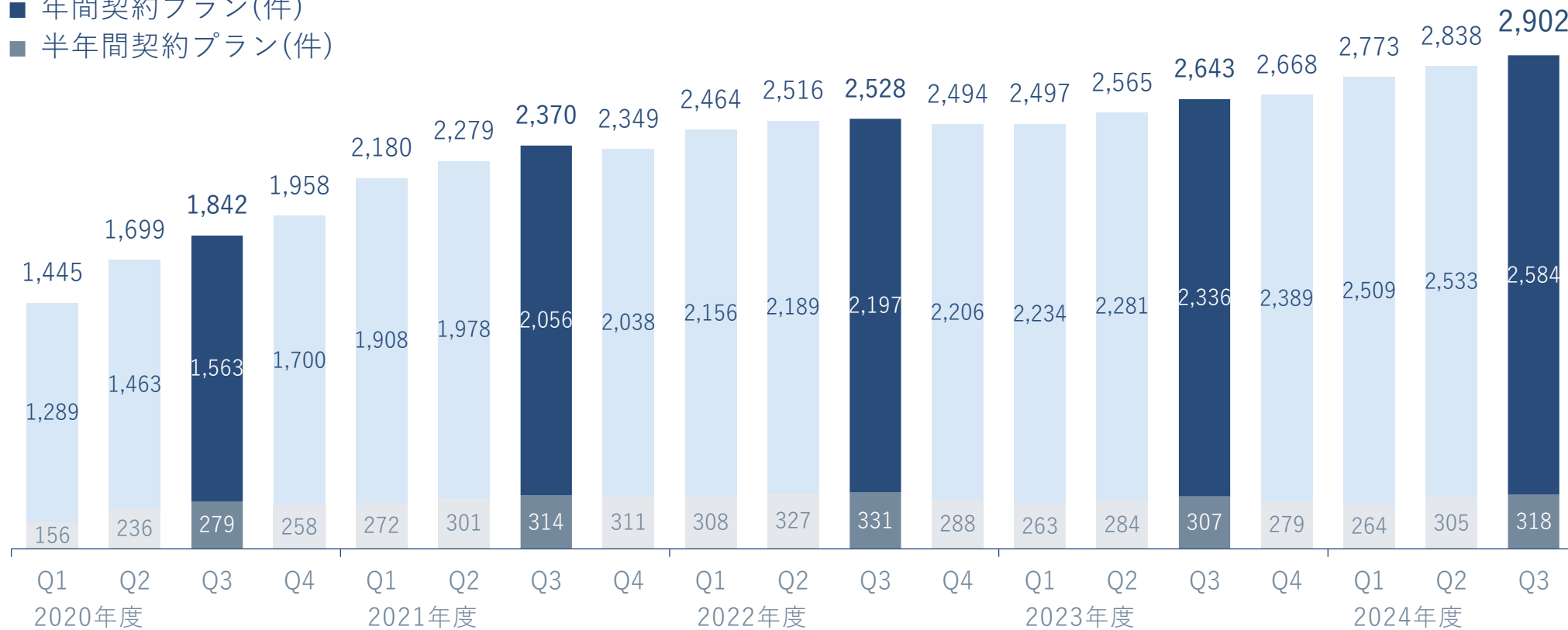
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- 新聞、雑誌から各オンライン版に転載されたパブリシティは省略。
- PR EDGE、WorkMasterは、当社が運営するメディアです
- 当社の株価が主題のパブリシティは対象外。
- 複数回掲載された媒体を含む。

- 利用企業社数が105,061社に到達（前年同期比13,946社増・前四半期比3,775社増）。
- 上場企業のうち60.7%（2,460社／4,052社）が利用。

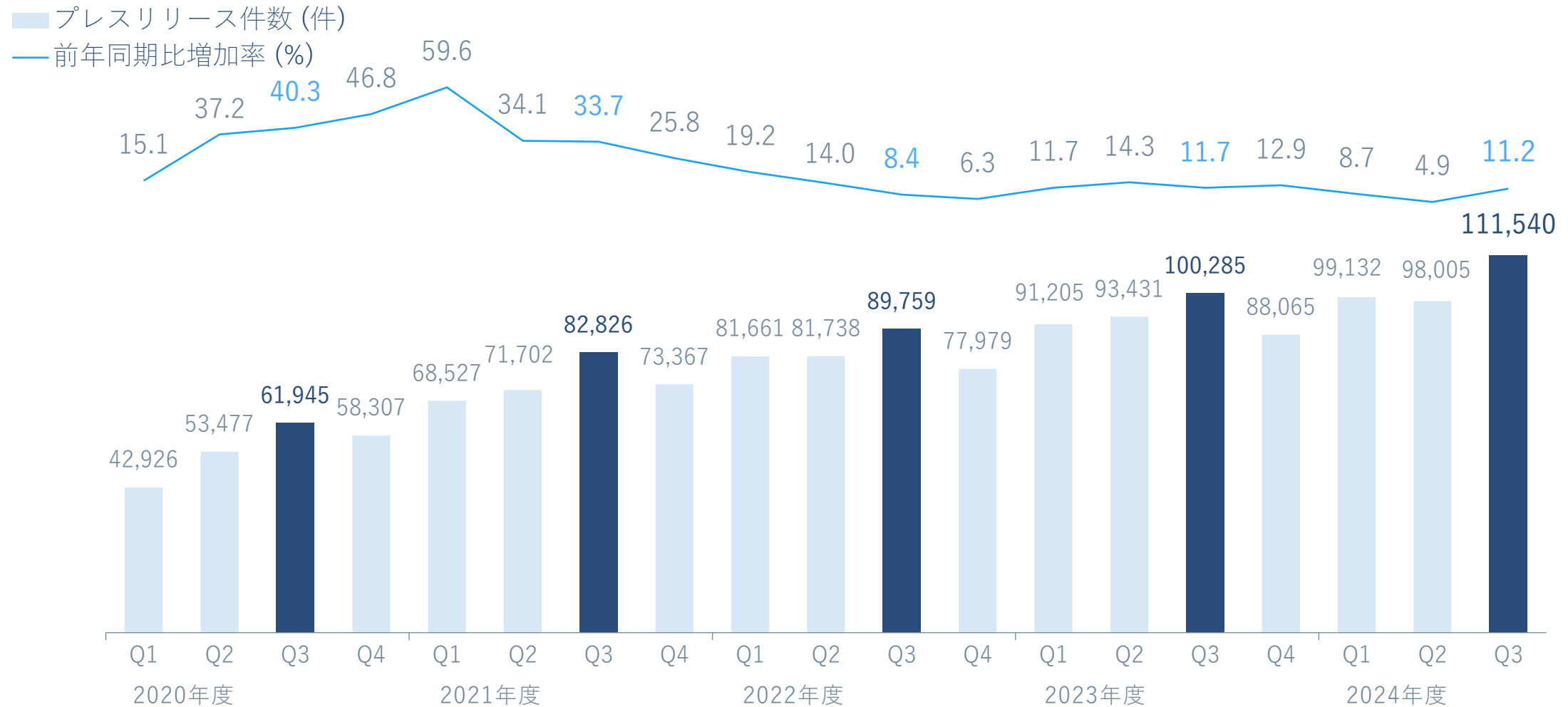


- PR TIMESには1回3万円の従量課金プランと定額課金がある。定額課金は単月契約の月額8万円、半年契約の月額7万5千円、年間契約の月額7万円がある。今後、年間契約プランと半年契約プランとその合計を四半期で開示する。
- 期間契約プラン合計は2,902社（前年同期比259社増・9.8%増）、年間契約プランは2,584社（同248社増・10.6%増）、半年契約プラン318社（同11社増・3.6%増）。
- 年間契約プランの顧客のうち大手消費財メーカーを中心に、PRパートナーサービスの提案を強化へ（後述P.20）。

- + ■ 期間契約プラン合計(件)
- 年間契約プラン(件)
- 半年間契約プラン(件)



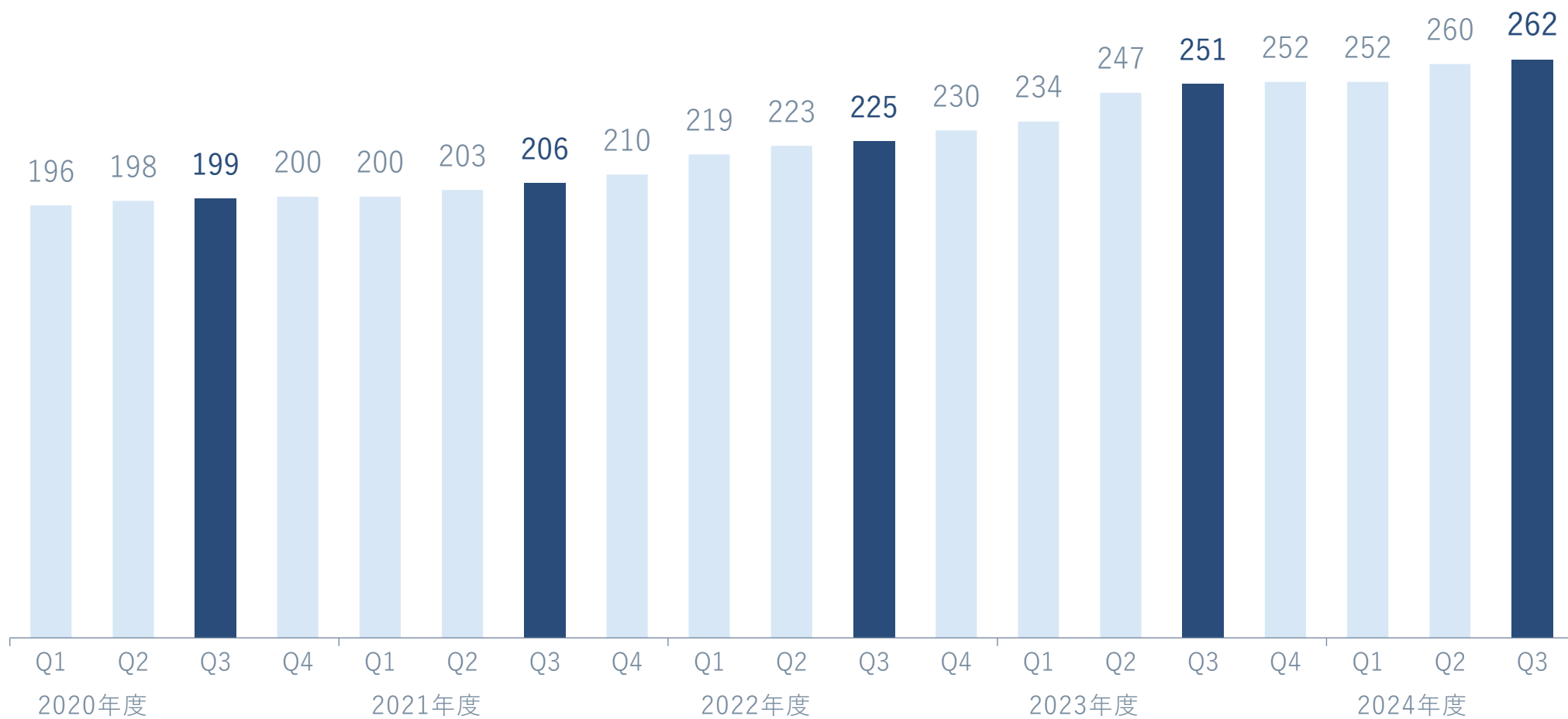
- プレスリリース件数は111,540件（前年同期比11.2%増・前四半期比13.8%増）、4四半期ぶりに過去最高を更新。
- 前四半期に明らかとなったいくつかの問題への対応や営業部門の拡充が奏功し、プレスリリース件数の成長率は3四半期ぶりに10%台を回復。



- パートナーメディア数は262媒体（2媒体増）。

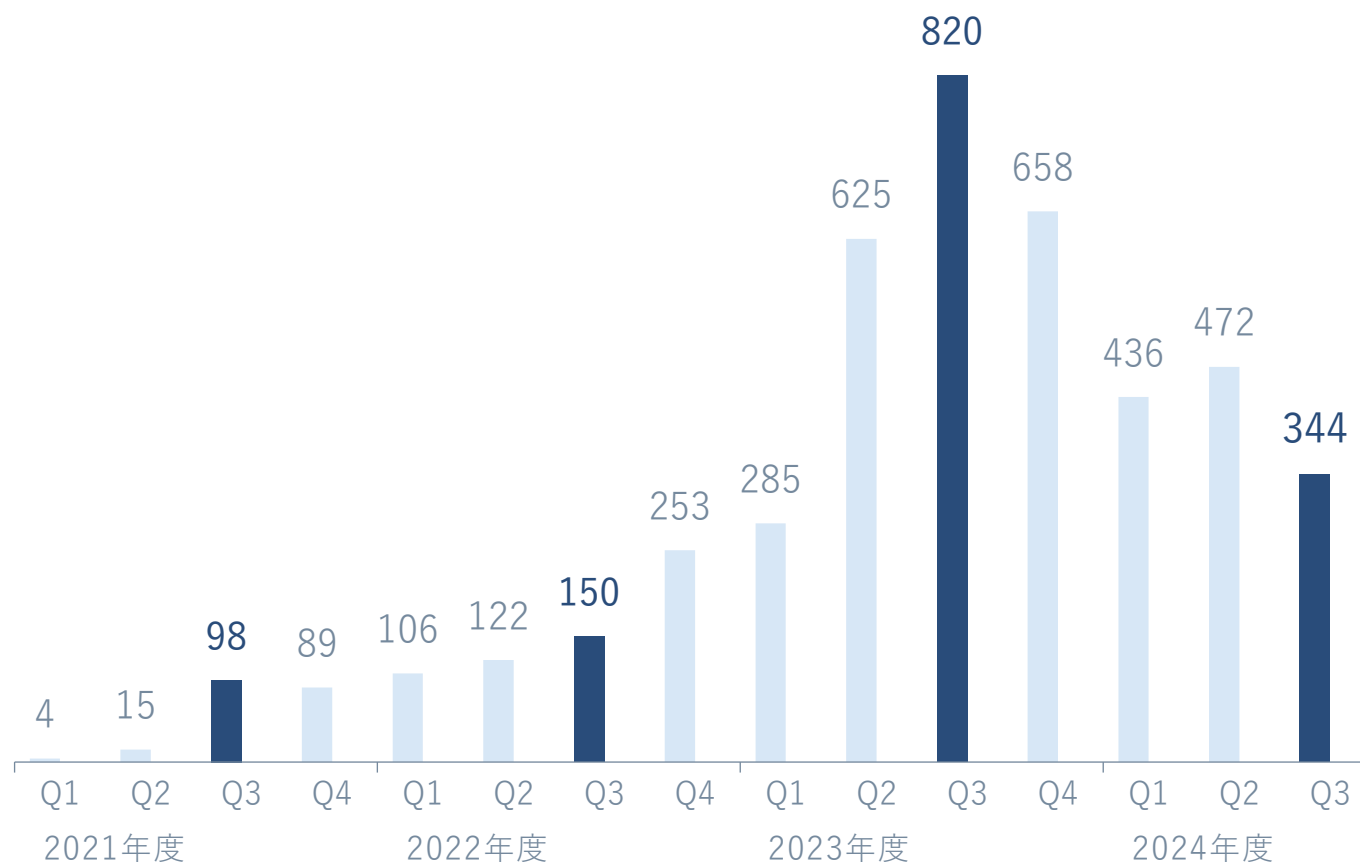
新潟日報 奈良新聞社

(媒体)

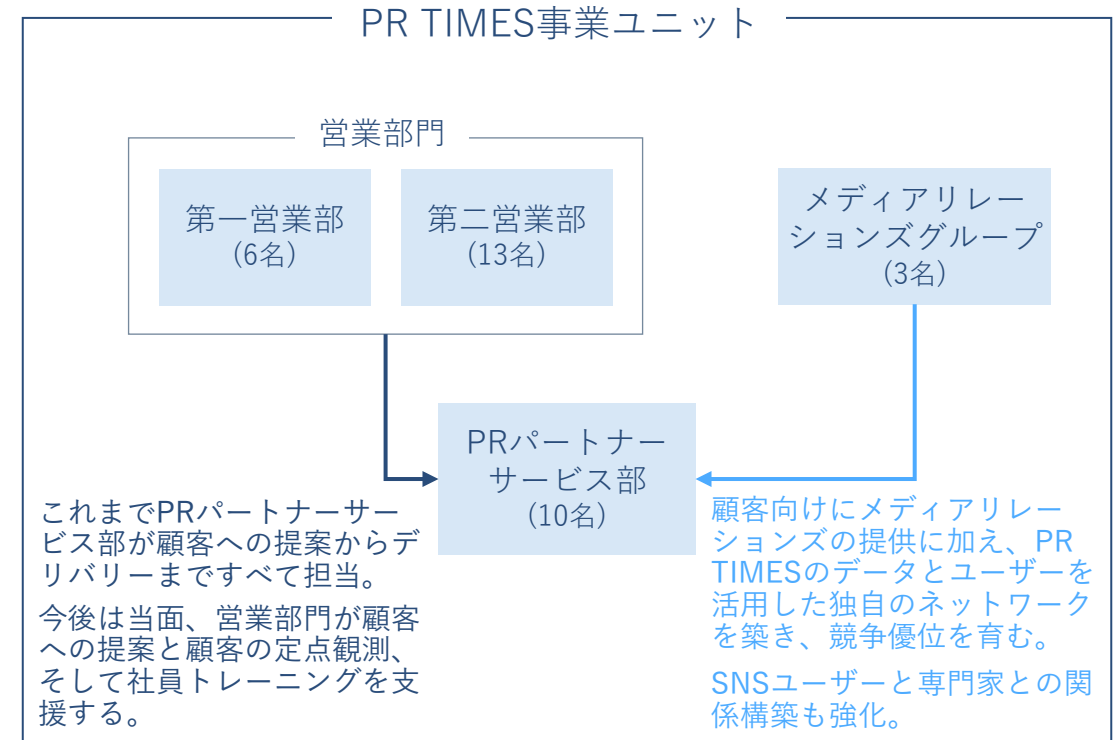
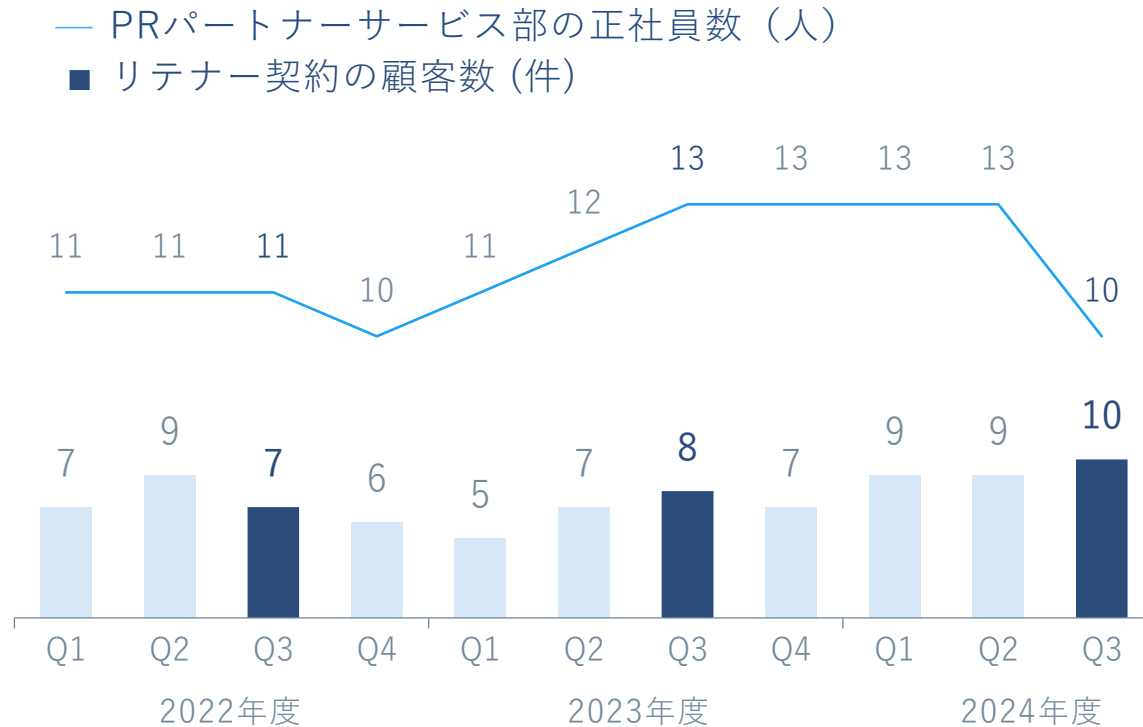


- PR TIMES STORYのストーリー件数は344件（前年同期比58.0%減、前四半期比27.1%減）、計画1,914件に対して大幅未達。

■ ストーリー件数実績 (件)

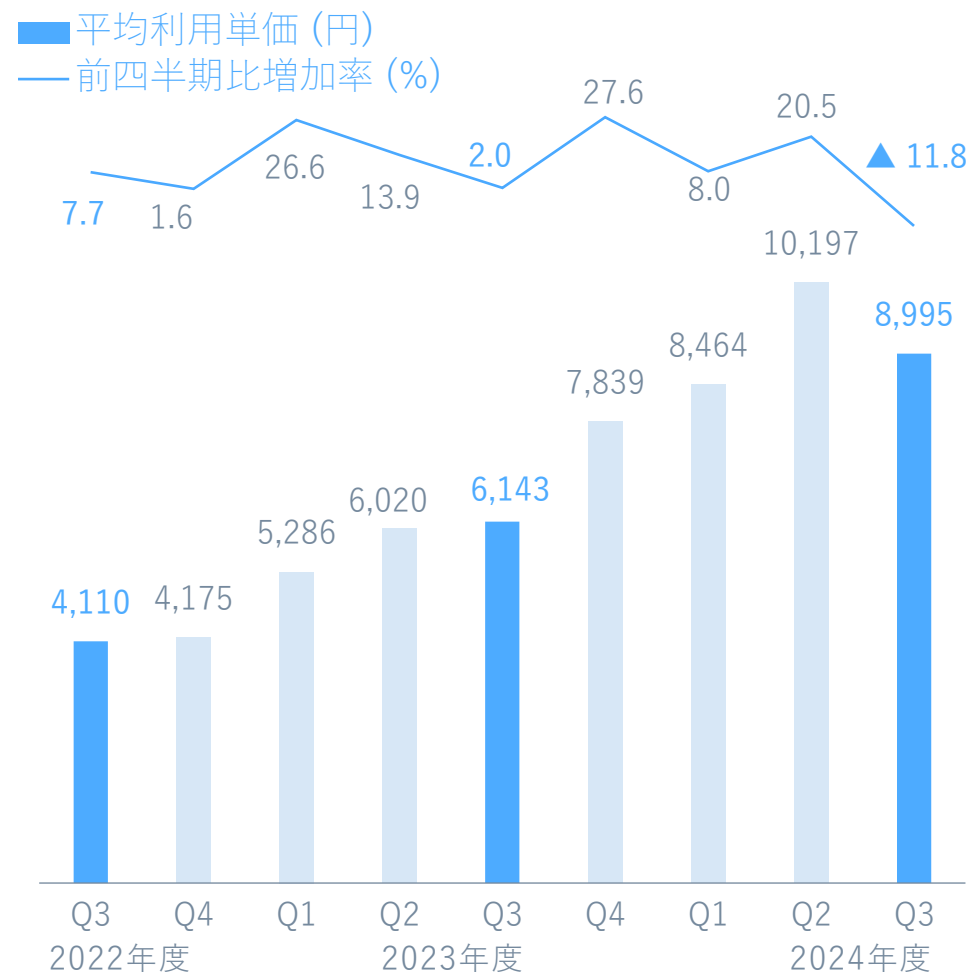
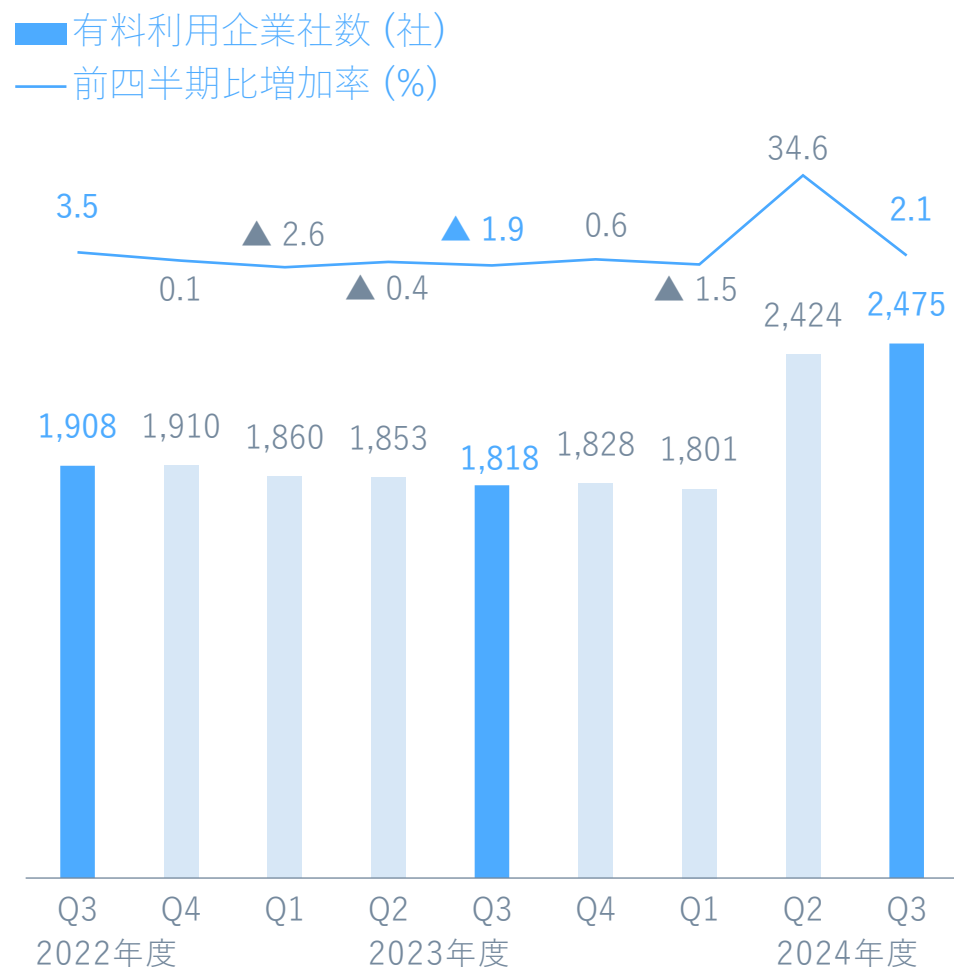


- 2021年8月にPR TIMESの顧客向けとしてPRパートナーサービスを開始したが、持続的な成長には至らず、リテナー契約の顧客数は5~10社で伸び悩んでいる。一人当たりの顧客数は低水準で、組織を拡大できていない。
- 昨年にPR TIMESに関する機能とサービスを統合したPR TIMES事業ユニット、メディアとの関係深化を追求するメディアリレーションズグループを新設。営業部門がPR TIMESの周辺や補完サービスを一体的に推進する組織へ拡充してきた。今後、営業部門とメディアリレーションズグループがPRパートナーサービスを支援し、早期に成長フェーズを目指す。

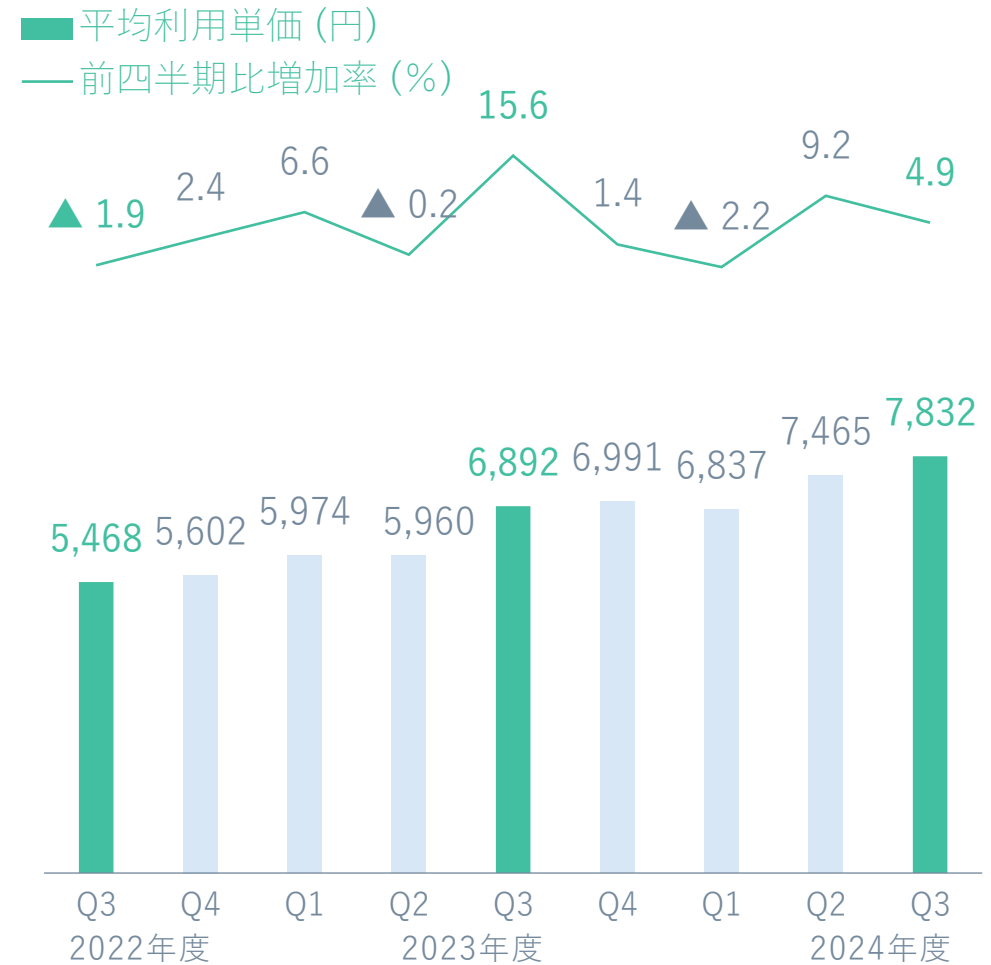
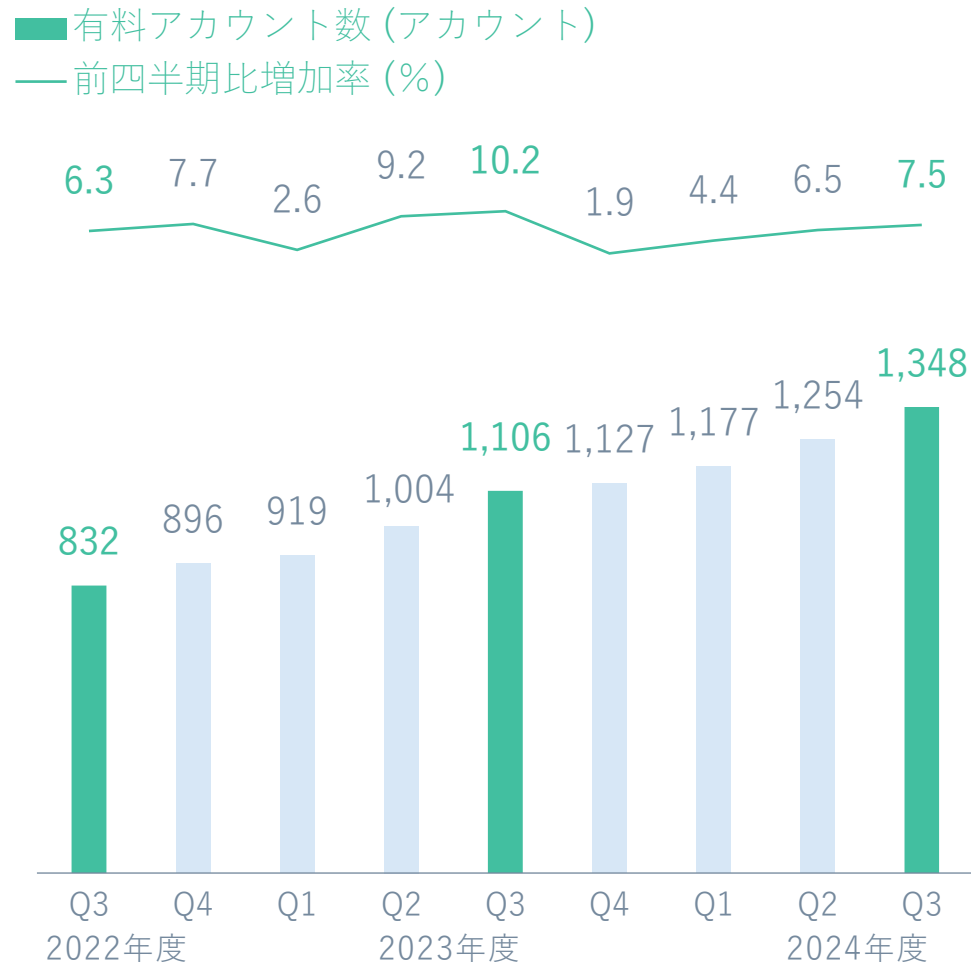


(※)リテナー契約の顧客数は直近6カ月連続で稼働実績がある顧客数とする。

- 有料利用企業社数は2,475社（前四半期比51社増 2.1%増）に達し、前四半期に34.6%の大幅増を記録した後も反動減はなく、2四半期連続で増加を実現。
- 1社あたりの平均利用単価が8,995円（前四半期比11.8%減、前年同期比46.4%増）、前四半期に初期導入やAPI連携支援などのオプションサービスが好調だった反動による一時的な影響。



- 有料アカウント数は1,348アカウント(前四半期比94アカウント増 7.5%増)、15四半期連続で増加。
- 平均利用単価は7,832円(前四半期比4.9%増)、AIチャットボットが利用可能なプロフェッショナルプランへの移行が増加、導入支援プログラムの販売も本格化。



1

2024年度第3四半期 四半期決算

2

2024年度第3四半期 サービス動向

3

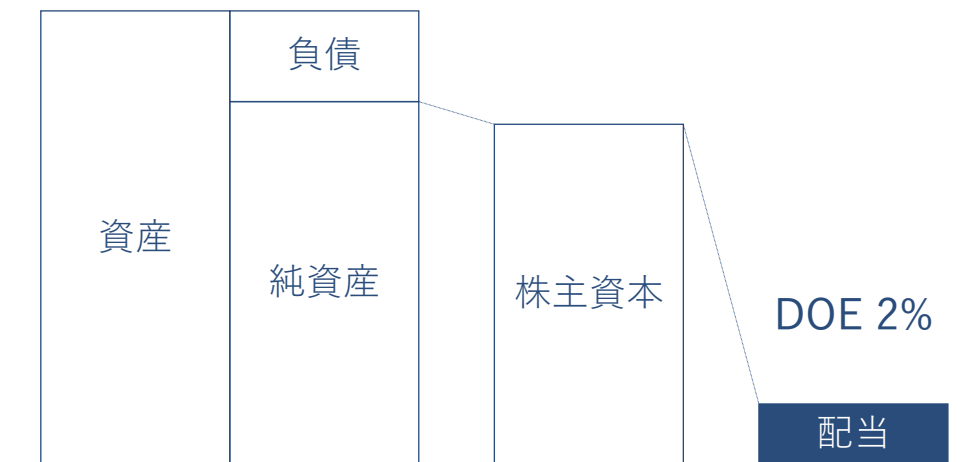
トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025 (更新)

- 2016年の上場以来、無配方針を継続してきたが、創業以来初となる配当を実施する見通し。
- DOE（株主資本配当率）2%以上を基準とした配当を実施する方針。現時点の想定では2025年2月期末の株主資本は約70億円を見込み、これに基づく配当総額は約1.4億円、1株当たりの配当金は10円30銭を予想する。
- 無配から初配へ転じても成熟企業になった訳ではない。今後も積極的かつ規律ある投資により持続的な成長と利益の拡大の両立を目指す。株主には今後、その実現する過程を累進配当により每期実感し、評価検証していただく。

	年間配当金 第2四半期末	年間配当金 期末	年間配当金 合計
前回予想 2024年10月11日発表	—	0円00銭	0円00銭
今回予想	—	10円30銭	10円30銭
当期実績 2025年2月期	0円00銭	—	—
前期実績 2024年2月期	0円00銭	0円00銭	0円00銭



- PR TIMES事業ユニット内で、CTOが率いる第一開発グループとVPoEが率いる第二開発グループを部に昇格。開発部長が第一開発部長にスライドし、新卒7年目の20代社員が第二開発部長に就任。
- PR TIMES事業ユニット内で新卒3年目の20代社員が第二営業部長に就任し、新たに3名のマネージャーが誕生。



管理職メンバー（2025年1月10日付）

- 社会を動かした人物とその行動を、その年の象徴としてたたえる「Public of The Year」 2024授賞式を初開催。
「企業・事業」「学術・文化」「芸能・スポーツ」の3部門9組の受賞者を発表。
- 行動を起こした人をたたえ、その情報を伝えることで、次なる行動者が生まれ、ポジティブな循環が社会を前進させることを願い、新たに立ち上げたアワード。今後何十年と長く続く権威ある賞になることを目指す。



「Public of The Year 2024」受賞者を2024年12月26日に発表

プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001489.000000112.html>

- 2025年の年頭所感として、「パブリックへの道」を宣言し、決意を新たにする。
- あらためて、世の中を動かしているのは一人ひとりの行動だと、誰もが体感できる世の中を目指す。



- 2024年11月に名古屋産業振興公社、奈良新聞社、経済産業省北海道経済産業局と提携。地方情報流通のための提携は地方金融機関43例（35行・8信金）、地方メディア34社、官公庁・自治体等1府2県7市3機関、合計90例。
- 全47都道府県をカバーして、2025年度中期経営目標「Milestone 2025」における目標の一つを達成。

The image displays a map of Japan with various logos of partner financial institutions and media organizations placed across different regions. The logos are arranged as follows:

- Top Left:** 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, 中国新聞社, TOTTORI BANK 鳥取銀行, みなと山口合同新聞社, 広島銀行, 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, 南日本新聞, 琉球銀行, 琉球新報.
- Top Center:** 滋賀銀行, 京都銀行, 京都府広報協議会, 大阪信用金庫, 京都新聞社, 神戸新聞社, 紀伊民報, 経済産業省近畿経済産業局, 堺市 SAKAI CITY, 奈良新聞社.
- Top Right:** 東奥日報, 岩手銀行, 77七十七銀行, 福島銀行, 福島民報社, 福島民友新聞, 北日本銀行, 新大田新聞, 山形新聞社, 秋田銀行, 仙台市, プロフレアホールディングス, 青森銀行, 岩手日報.
- Right Side:** 北海道銀行, 札幌市 City of Sapporo, 経済産業省北海道経済産業局, 千葉興業銀行, 下野新聞社, 上毛新聞社, 常陽銀行, TSUKUBA, 千葉日報, 千葉銀行, 埼玉新聞, 経済産業省関東経済産業局.
- Bottom Center:** 香川銀行, 阿波銀行, 四国銀行, 愛媛銀行, 愛媛新聞社, 北陸銀行, 名古屋銀行, 三島信用金庫, 福邦銀行, 豊橋信用金庫, せいら 静岡信用金庫, 岐阜新聞社, NICO 公益財団法人にいがた産業創造機構, 信濃毎日新聞, 中日新聞社, 山梨日日新聞社, 北日本新聞社, 山梨中央銀行.
- Bottom Right:** 北國銀行, 百五銀行 FRONTIER BANKING, 新潟日報, 公益財団法人名古屋産業振興公社.

※2025年1月10日時点

- PR TIMESがTayoriに続き、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。
- プレスリリースエディターの全面リニューアルを機にエントリーし、リッチで視覚的に魅力的なコンテンツを実現するデザインが評価。



PR TIMESのデザインは、プレスリリースをよりリッチで視覚的に魅力的なコンテンツに変えることで、情報の伝達力を大幅に向上させている。

国内シェアNo.1の実績に裏打ちされた信頼性と、1万以上の媒体へリーチ可能な広範な配信ネットワークにより、企業規模を問わず事業者の声を効果的に届ける仕組みを提供することで、プレスリリースの民主化に貢献してきたことが評価された。

グッドデザイン賞 審査委員による評価コメント



- 日本テレビ系日曜ドラマ「若草物語—恋する姉妹と恋せぬ私—」の番組連動CMを11月3日より放送開始
- 堀田真由さんが演じる町田涼が、ドラマ内で脚本家見習いとして初めて携わった劇中のテレビドラマ「恋愛遊覧船」をもっと多くの方に見てもらうために、テレビ日本（劇中のTV局）社員とともにプレスリリースを「PR TIMES」で発信するCM



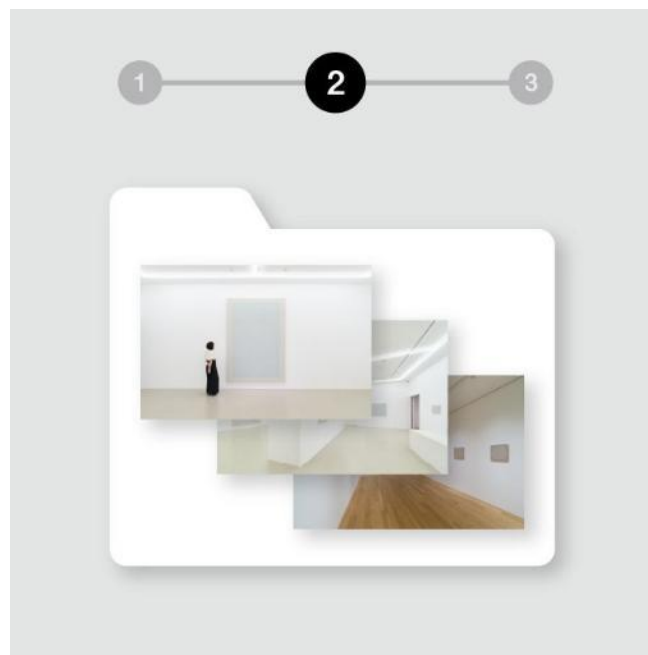
- Tayoriのサービスロゴにもある紙飛行機にちなみ、阪神タイガース梅野隆太郎選手と紙飛行機の最長飛行距離の日本記録を更新して、64.652mを記録。



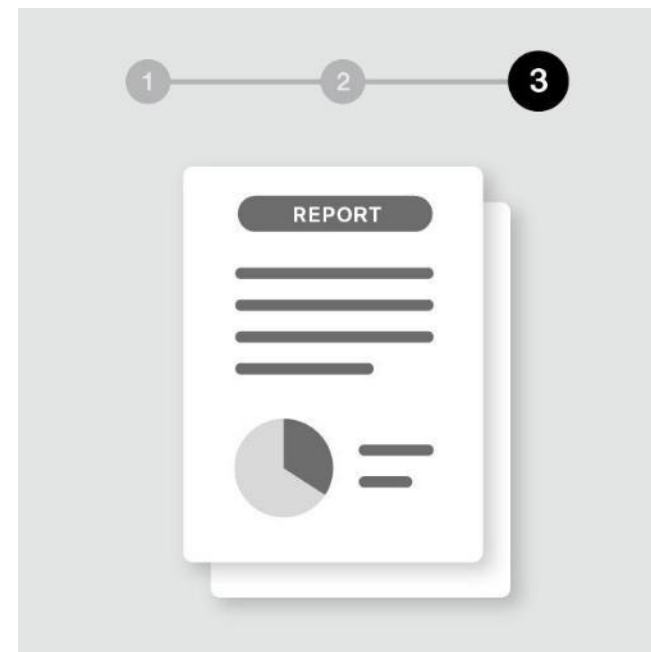
- MARPHはアートに特化したPRプラットフォームを目指し、2022年6月にβ版を開始した。これまでにギャラリー37軒が利用し、アート855作品と個展255回の情報を公開している。プレスリリース配信数は154件。
- 2024年11月に1回5万円の有料プレスリリース配信プランを開始し、現時点で有料プランを利用するギャラリーは5軒、有料のプレスリリース配信数は7件に達している。本格的なサービス展開に向けて準備を進めている。



アート関係の報道関係者300~400名
に対してプレスリリースを配信



プレスリリースの内容に応じて特に親
和性の高い報道関係者30~40名に対
して追加のコミュニケーション。



掲載メディア一覧やメディアからの反
響などをまとめてレポートニング。

1

2024年度第3四半期 四半期決算

2

2024年度第3四半期 サービス動向

3

トピックス&参考情報

4

Road to Milestone2025 (更新)

- 2025年度の業績予想は策定中だが、2024年度第3四半期の決算発表時点で、2025年度の業績予想において営業利益30億円以上を公表する予定へ上方修正（2024年度第2四半期の決算発表時点では営業利益25億円以上を予定）。
- Milestone 2025で目標に定めた2025年度の営業利益35億円には現時点で乖離があるが、グループ一丸となって取り組む。

営業利益の推移

単位：百万円

(3,500)

3,000

1,900

1,746

1,190

1,834

1,301

560

518

375

250

180

92

81

99

82

32

10

21

15

計画 (目標)

年度

実績

2007

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

2007

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

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。

頑張りや直結した情報が、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。