

PR TIMES

2019年度第2四半期決算 説明資料

2019年10月11日

PR TIMES カレッジ vol.5

01 2019年度第2四半期 四半期決算

02 2019年度第2四半期サービス動向

03 トピックス & 参考情報



おい
ビニ
おいしい

02

市場
1%



どうして
たぶん
10年



03

トピックス & 参考情報

株式会社湘南

原 謙太郎
株式会社湘南

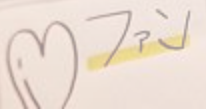
人生に幸せを!



ターゲットは明確に
100%強い支持

広報はクワガのライオン
一番大切なことは

熱意を持って
義務 努力 喜び 夢中



ファン

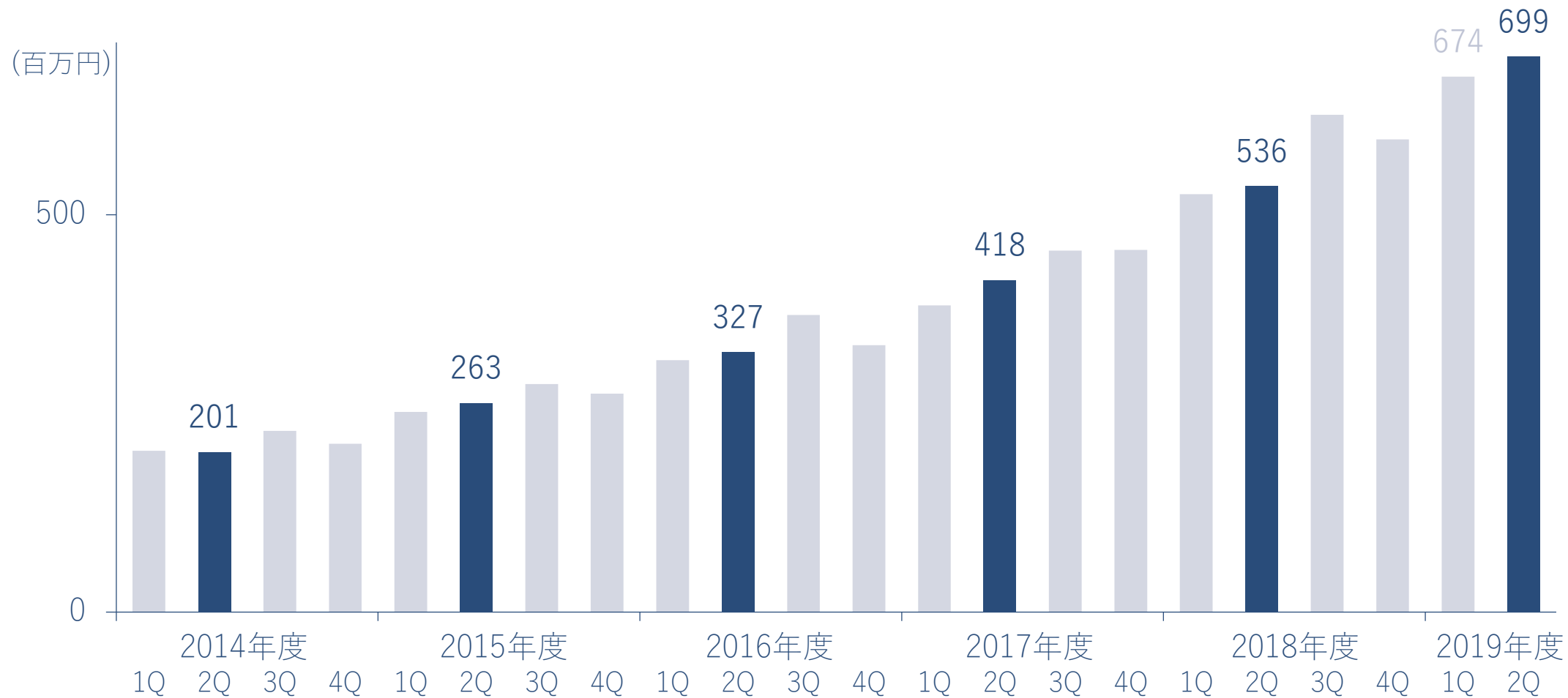


(単位：百万円)	2018年度		2019年度 上期	2019年度		当初業績予想	
	上期	下期		前年同期比	前半期比	上期	対予想比
売上高	1,063	1,222	1,374	129.3%	112.5%	1,324	103.8%
売上総利益 (粗利率)	855 (80.5%)	1,007 (82.5%)	1,166 (84.9%)	136.3%	115.7%	—	—
販売管理費	617	727	821	133.0%	112.9%	—	—
営業利益 (営業利益率)	238 (22.4%)	280 (22.9%)	345 (25.1%)	144.9%	123.2%	275 (20.8%)	125.3%
経常利益	211	282	344	163.2%	122.0%	273	126.3%
当期純利益	144	169	163	113.2%	96.0%	187	87.2%

2018年度第2四半期業績

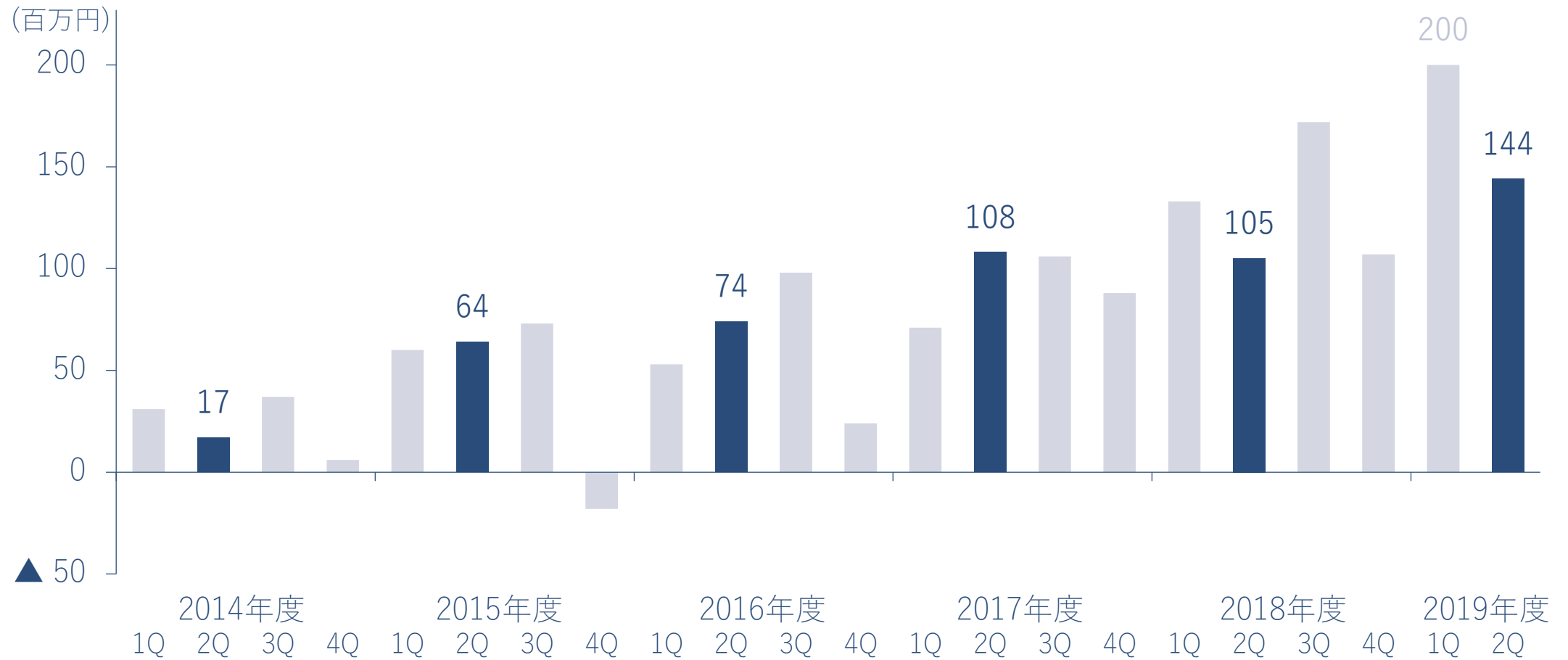
(単位：百万円)	2018年度			2019年度		前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q		
売上高	536	626	595	674	699	130.4%	103.7%
売上総利益 (粗利率)	426 (79.4%)	517 (82.5%)	490 (82.4%)	573 (85.0%)	592 (79.4%)	—	103.3%
販売管理費	321	345	382	373	448	139.5%	120.1%
営業利益 (営業利益率)	105 (19.6%)	172 (27.5%)	107 (18.1%)	200 (29.7%)	144 (20.6%)	—	72.0%
経常利益	79	174	107	200	144	182.7%	72.1%
当期純利益	53	116	53	135	27	51.5%	20.4%

売上高は2四半期連続で過去最高を更新



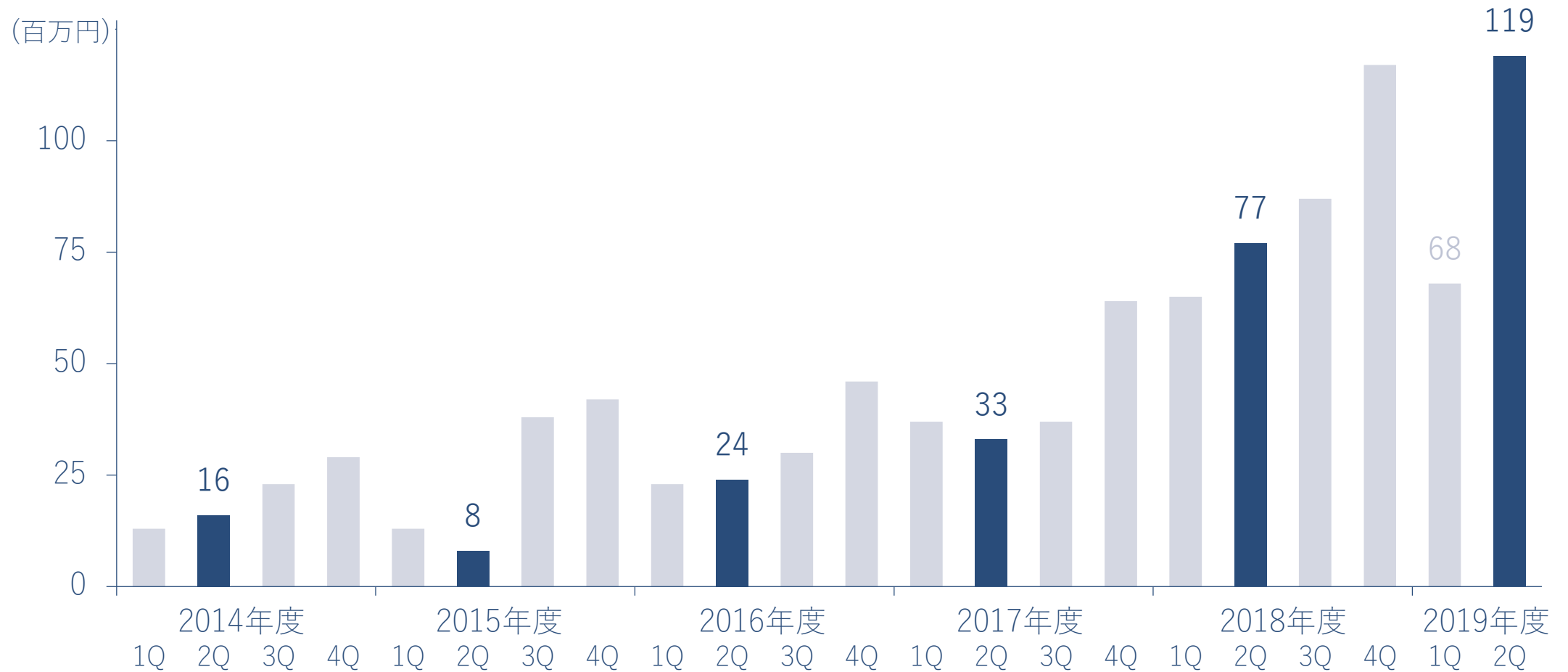
四半期営業利益の推移

営業利益は第2四半期としては過去最高、前四半期比では減少



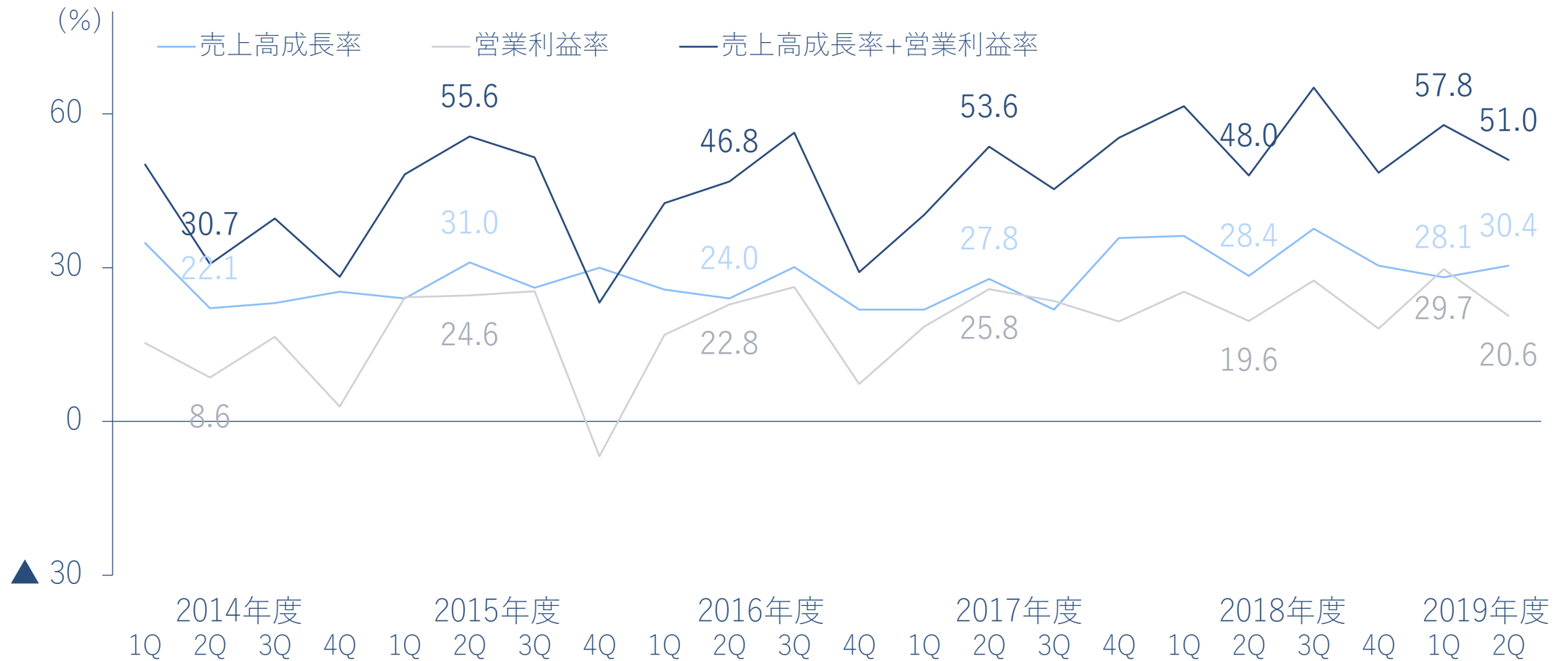
四半期広告宣伝費の推移

広告宣伝費は過去最高を更新、前年同期比55.5%増・前四半期比74.6%増



売上高成長率と営業利益率の推移

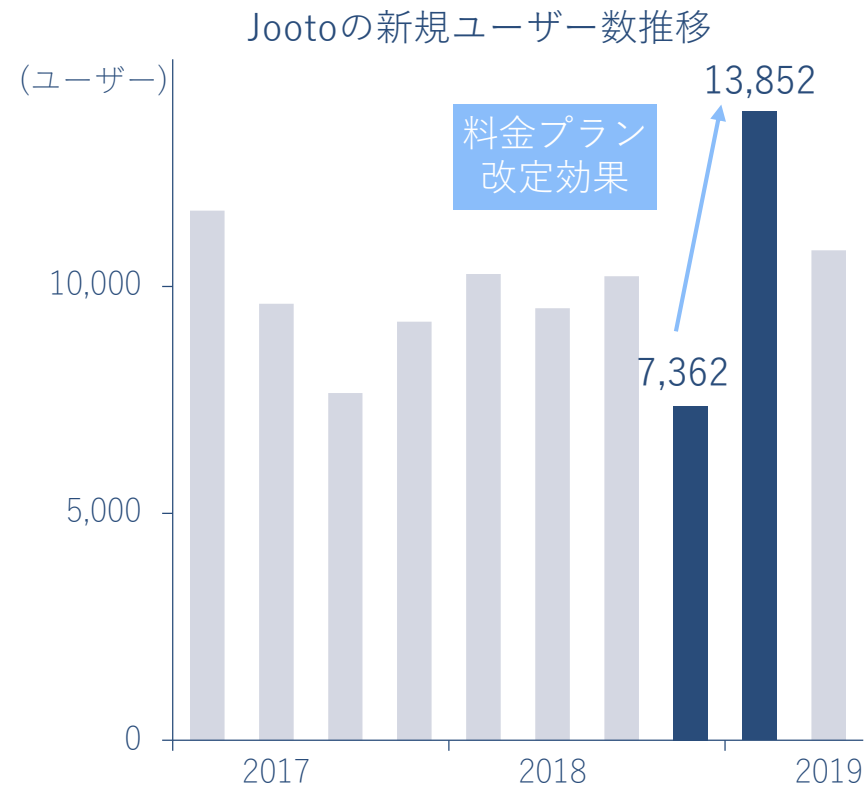
売上高成長率 + 営業利益率 = 51.0%、積極的かつ規律ある投資と持続的成長そして利益拡大を実現



特別損失（のれん等の減損損失）の計上

タスク管理ツール「Jooto」が2019年3月に料金プランを改定してユーザー数4名まで全機能を無料化
 新規ユーザー数は過去最高を記録したが、有料ユーザーの一部が無料化したことで当初収益計画と乖離
 固定資産の減損に係る会計基準の適用方針から「Jooto」に関わる資産全額を減損処理
 ユーザーのロイヤルティ向上のために今期も積極的な投資を続け、収益化は中長期的に目指す方針

	旧 無料プラン	新無料プラン
ユーザー数	1~2人	1~4人
プロジェクト数	2個	無制限
使用容量	100MB	100MB
1ファイル添付上限	10MB	10MB
多言語対応（日英）	●	○
ユーザー管理	—	○
ファイル管理	—	○
ガントチャート	—	○
Googleカレンダー連携	●	○
Slack、Chatwork連携	—	○

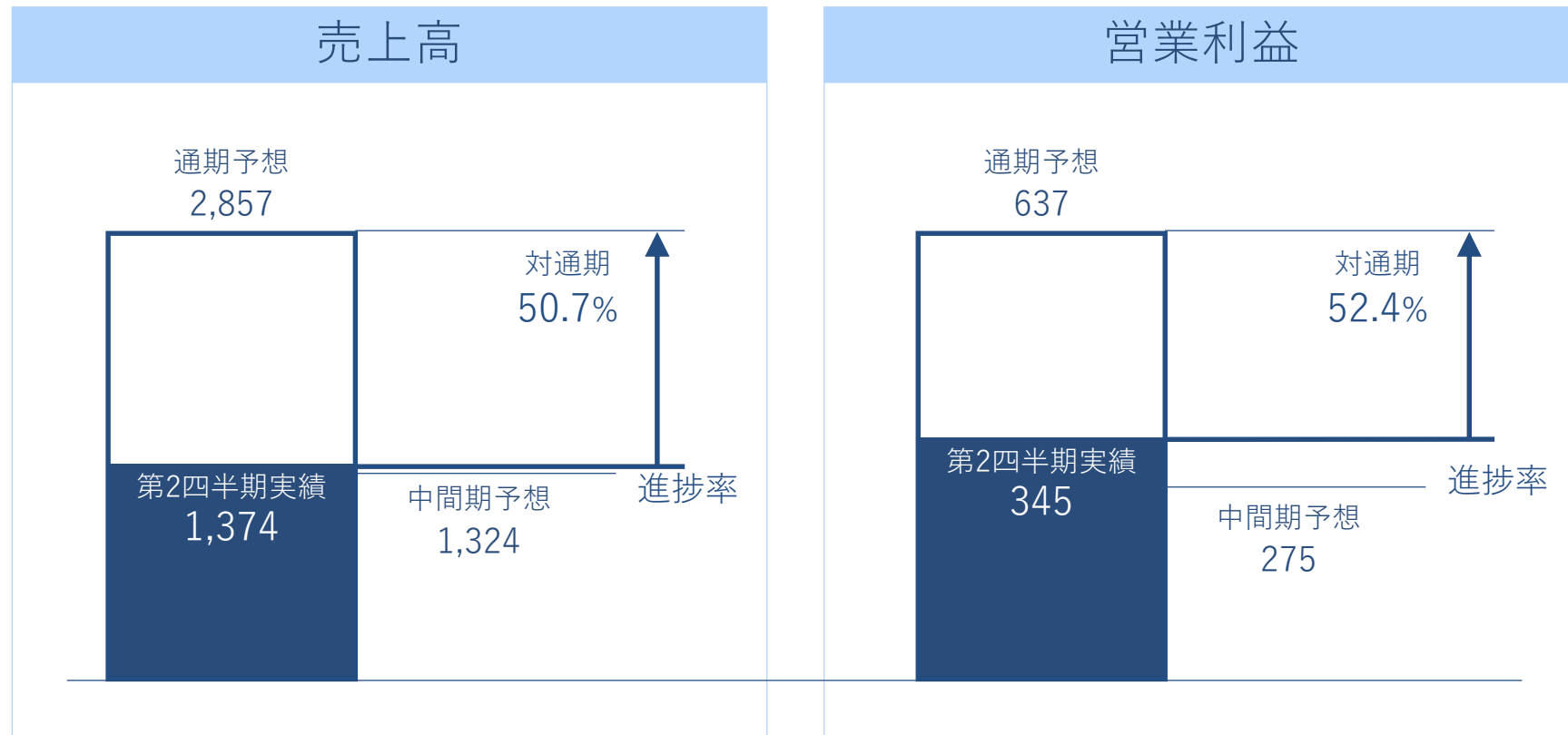


特別損失 98百万円



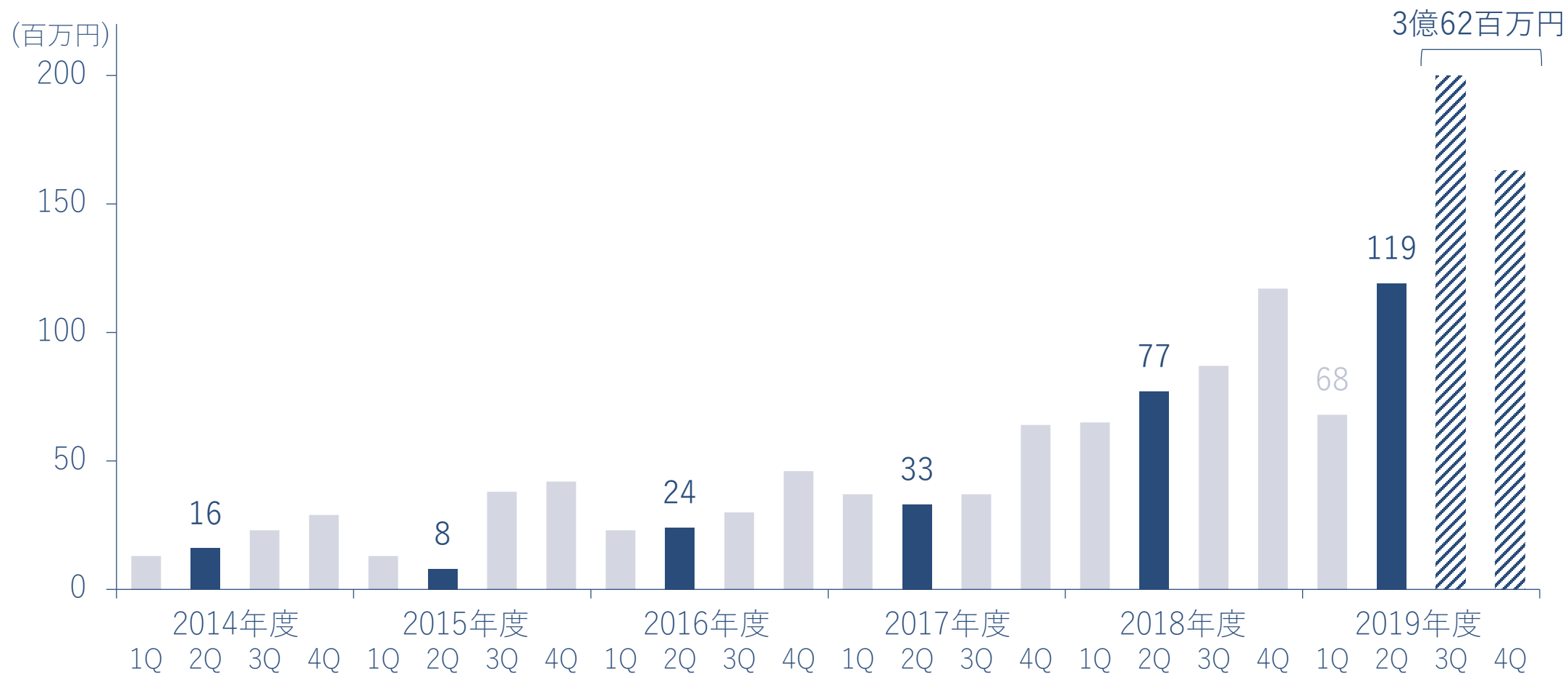
通期業績予想に対する進捗率は売上高で50.7%(前年同期46.5%)、営業利益で52.4%(前年同期46.0%)と順調だが、テレビ東京で1社提供番組「行動者たち」を開始してさらに広告宣伝を追加投資する余地があるため営業利益は予想範囲内で着地見込

特別損失98百万円計上したことで当期純利益は4億32百万円を相応額分下振れる可能性



今期の広告宣伝費の計画

当初計画通りに進行すると下期の広告宣伝費は3億62百万円（上期比92.7%増）を予定
ただし状況に応じて追加投資の可能性を検討



無形固定資産とのれん未償却残高のうち98百万円を減損した影響で固定資産が減少

(単位：百万円)	2018年8月末	2019年5月末	2019年8月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	1,665	1,792	2,034	122.2%	113.5%
内、現預金	1,316	1,395	1,602	121.8%	114.9%
固定資産	435	465	336	77.4%	72.3%
総資産	2,100	2,258	2,371	112.9%	105.0%
流動負債	386	382	468	121.0%	122.3%
内、前受収益	116	133	134	115.4%	100.5%
固定負債	2	7	6	329.2%	93.5%
純資産	1,711	1,868	1,896	110.8%	101.5%

01

2018年度第2四半期 四半期決算

02

2018年度第2四半期サービス動向

03

トピックス&参考情報

ICHO

従来のプレスリリースの枠を超え、企業とメディアそして生活者をニュースでつなぐプラットフォームへ



<https://prtimes.jp>

利用企業社数	32,411社
国内上場企業利用率	36.9%(1,394社/3,776社)
プレスリリース数	14,176 本/月(2019.7)
配信メディアリスト	11,934媒体
メディアユーザー数	15,841名
パートナーメディア	191媒体
SNSアカウント	Facebook 125,000 Twitter 99,200

※2019年8月末時点

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

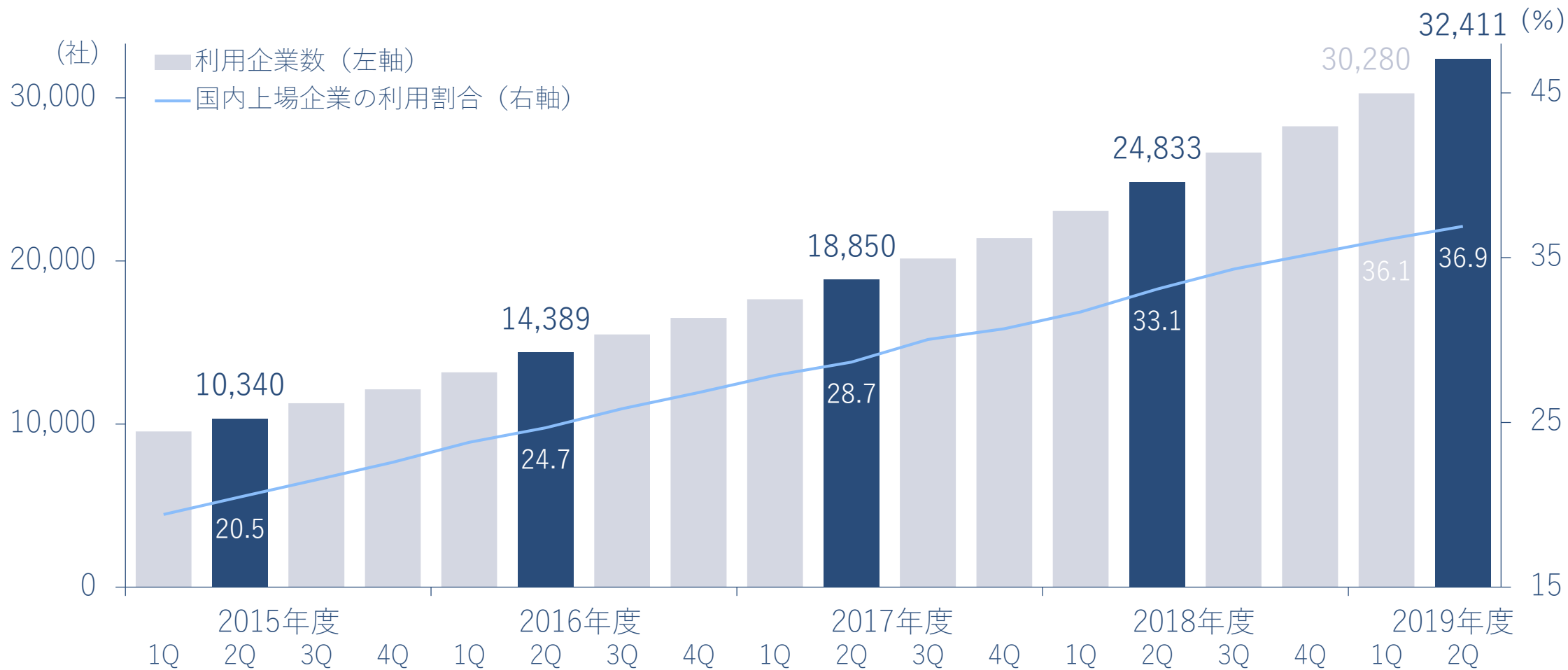
No.	掲載日	媒体名	種類	内容
1	6月1日	月刊広報会議	雑誌	PR TIMES
2	6月1日	月刊広報会議	雑誌	社員取材
3	6月21日	ASCII.jp	Web	ハッカソン
4	7月1日	月刊広報会議	雑誌	社員取材
5	7月2日	Forbes JAPAN	Web	PR TIMES
6	7月5日	近代セールス	雑誌	社員取材
7	7月7日	日刊ヴェリタス	新聞	代表取材
8	7月19日	東日新聞	新聞	代表取材
9	7月30日	ログミーファイナンス	Web	業績
10	7月31日	INSIDE	Web	PR TIMES
11	8月1日	月刊広報会議	雑誌	社員取材
12	8月5日	Spincoaster	Web	Jooto
13	8月5日	ソトコト	雑誌	社員取材
14	8月7日	Key Players	Web	代表取材
15	8月13日	AdverTimes	Web	Jooto
16	8月29日	創業手帳	Web	CAMPFIRE
17	8月29日	Web担当者Forum	Web	PR TIMES
18	8月29日	ASCII.jp	Web	京都府広報協議会
19	8月29日	Biz/Zine	Web	CAMPFIRE
20	8月29日	日経電子版	Web	CAMPFIRE
21	8月29日	ベンチャータイムス	Web	CAMPFIRE
22	8月30日	京都テレビ (KBS) 「京bizX」	TV	京都府広報協議会
23	8月30日	京都テレビ (KBS) 「京都新聞ニュース・天気予報」	TV	京都府広報協議会

• 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。

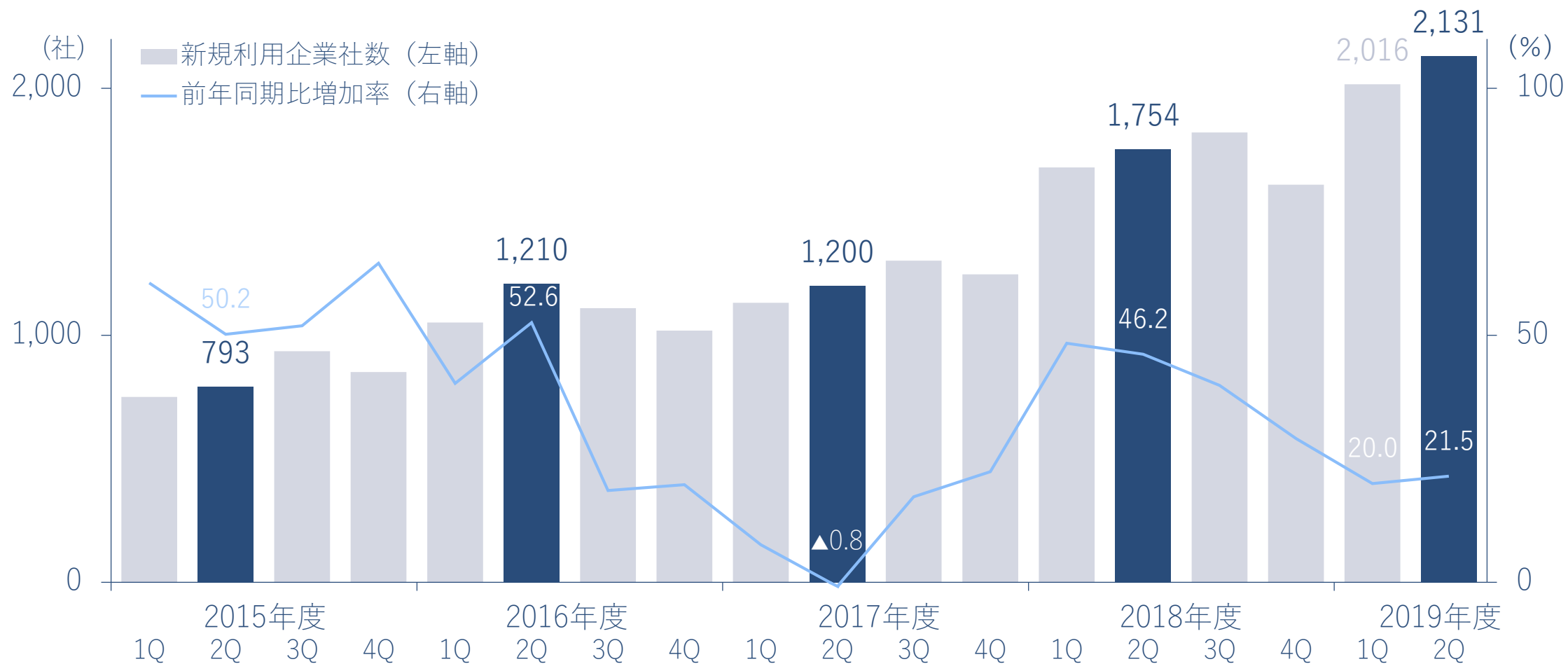
• 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。

(2019年6月～2018年8月、掲載日順)

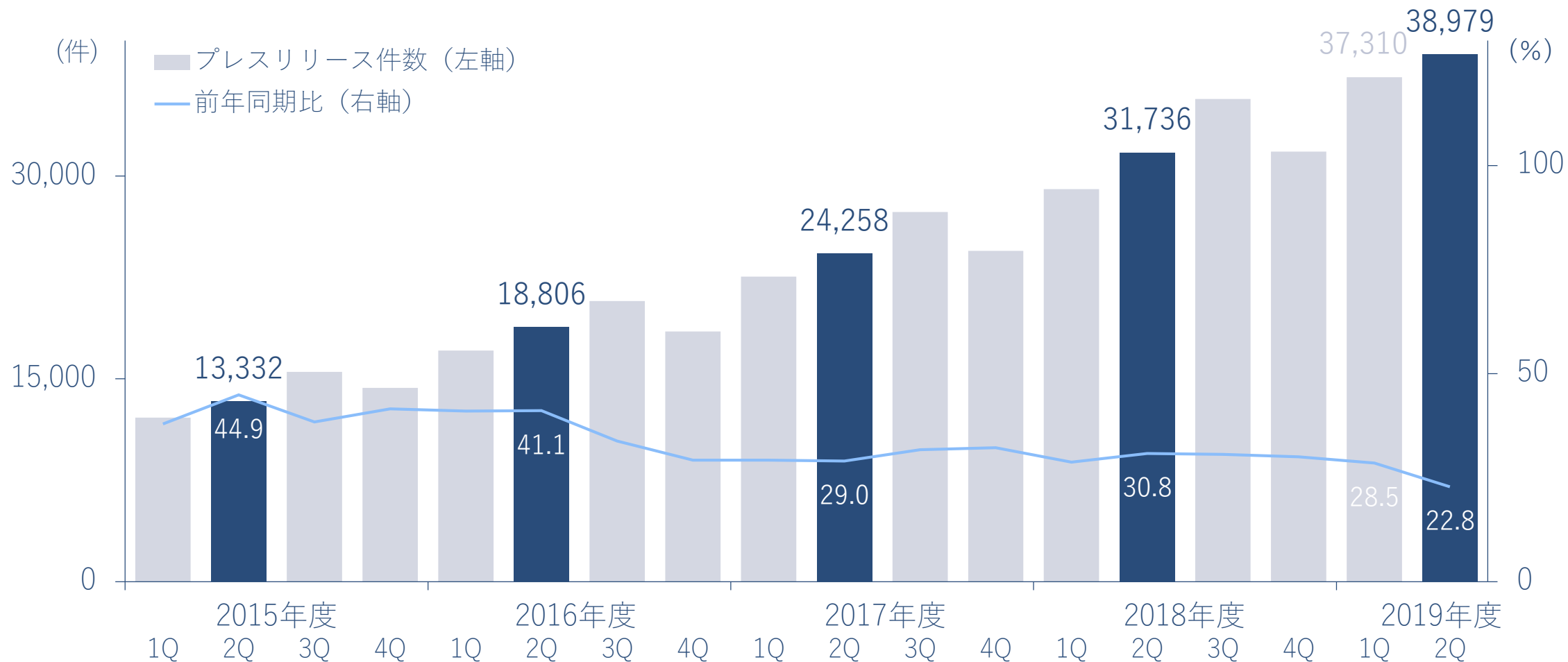
利用企業社数が3万2千411社（前年同期比7,578社増・前四半期比2,131社増）
 上場企業のうち36.9%（1,394社／3,776社）が利用



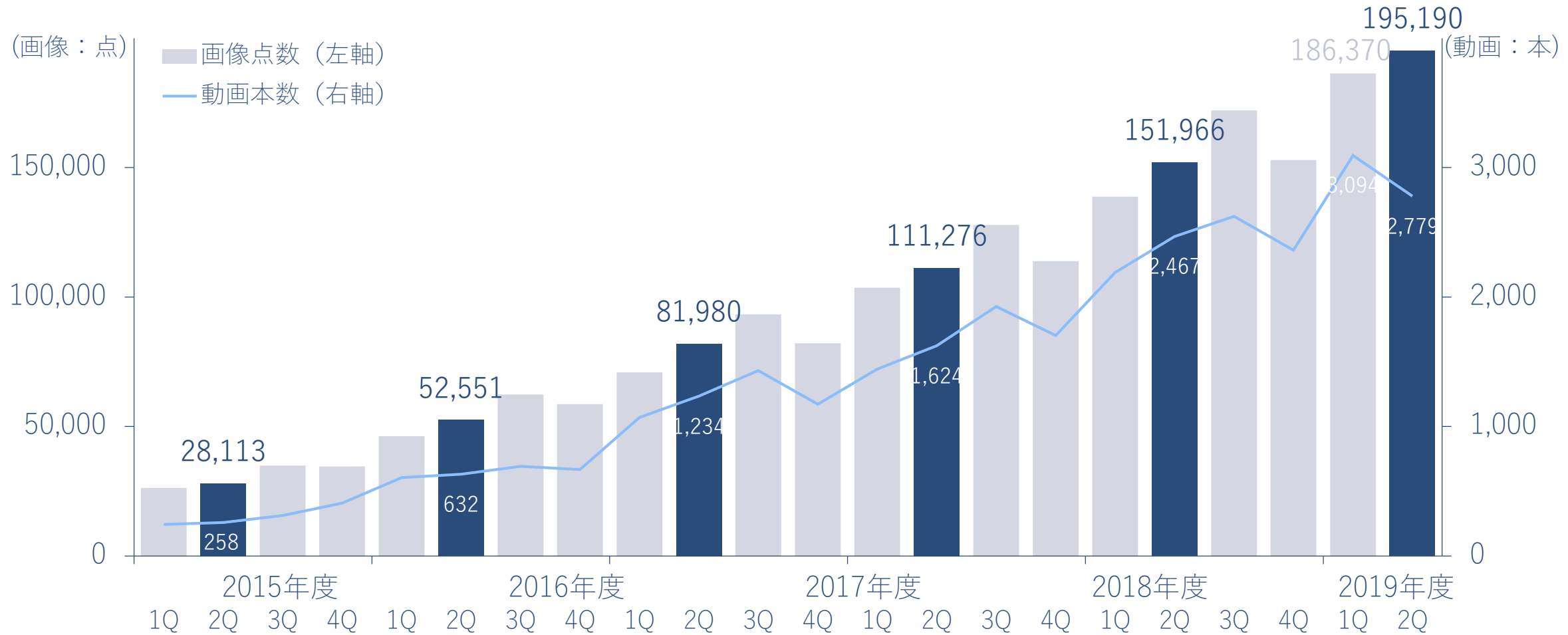
新規利用企業社数は2,131社（前年同期比377社増・前四半期比115社増）で2四半期連続で過去最高を更新
2020年度目標の5万社に到達するには更なる加速が必要



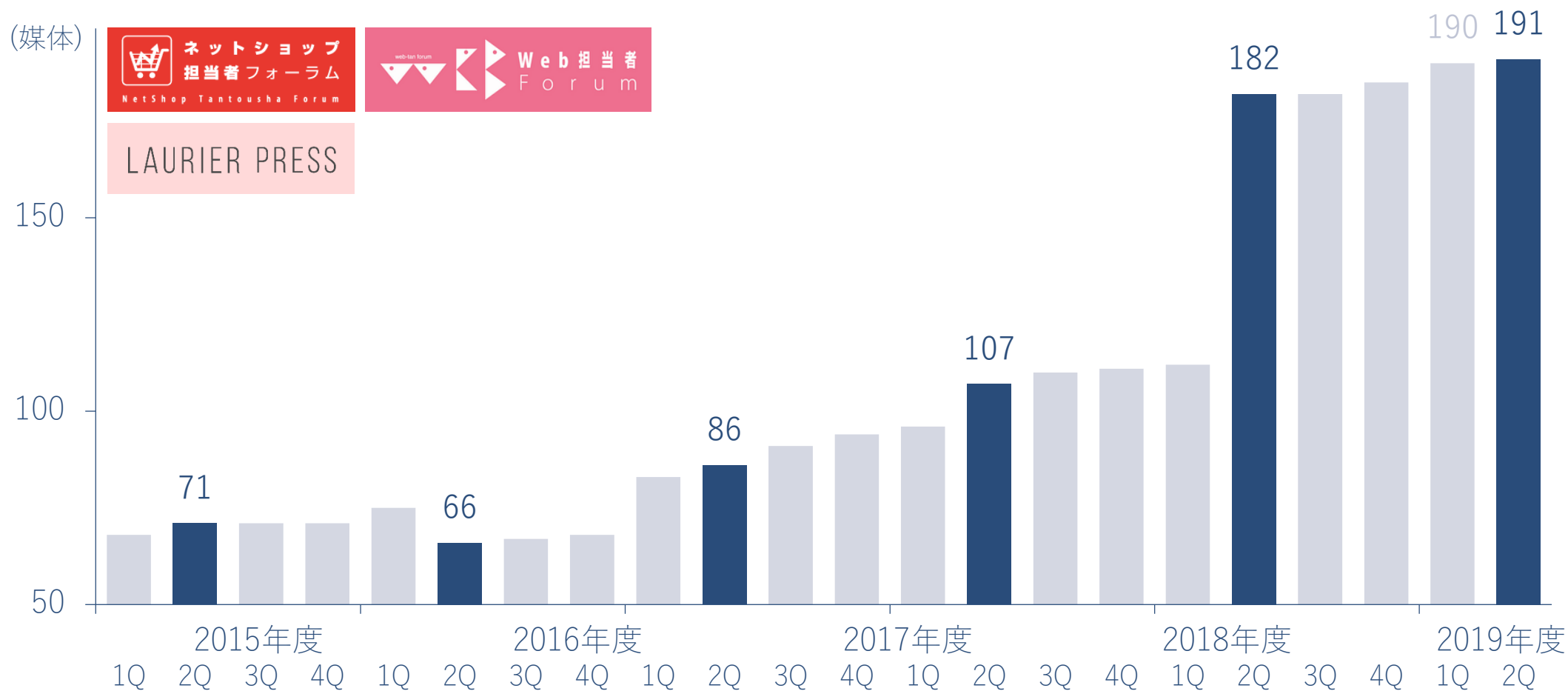
プレスリリース数が四半期・月次（2019年7月14,176件）とともに過去最高を更新
成長率（22.8%）が前年同期比8.0%減・前四半期比5.7%減と鈍化、2014年度以降で2四半期連続で最低水準



画像は195,190点（前年同期比28.6%増・前四半期比4.7%増）で過去最高を更新
動画は2,779本（前年同期比12.6%増・前四半期比10.2%減）



パートナーメディア数は前四半期比1媒体増で3四半期連続で過去最高を更新



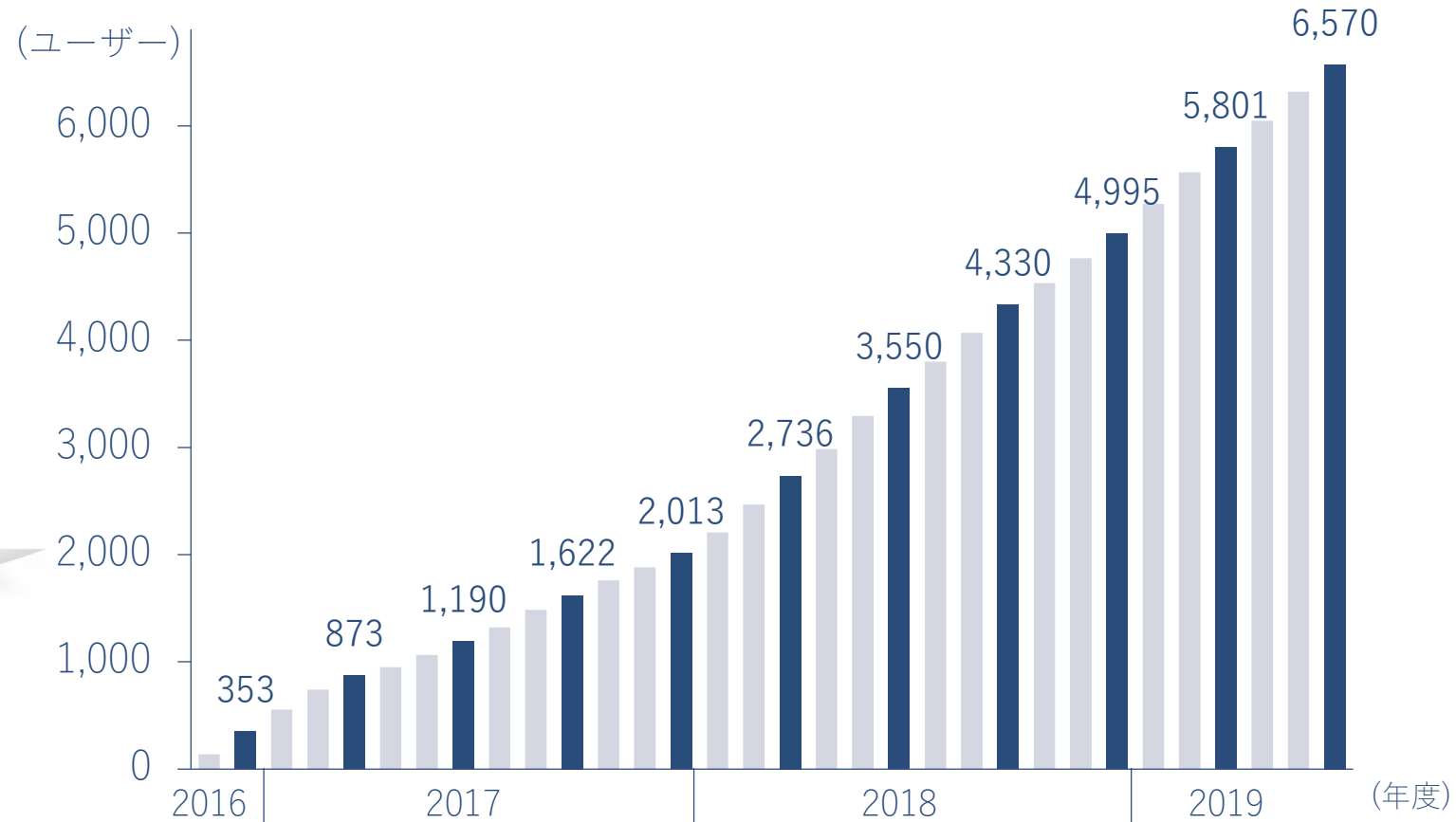
Webクリッピング：ユーザー数の推移

ユーザー数は6,570名(前年同期比3,020増 85.1%増、前四半期比769増 13.3%増)



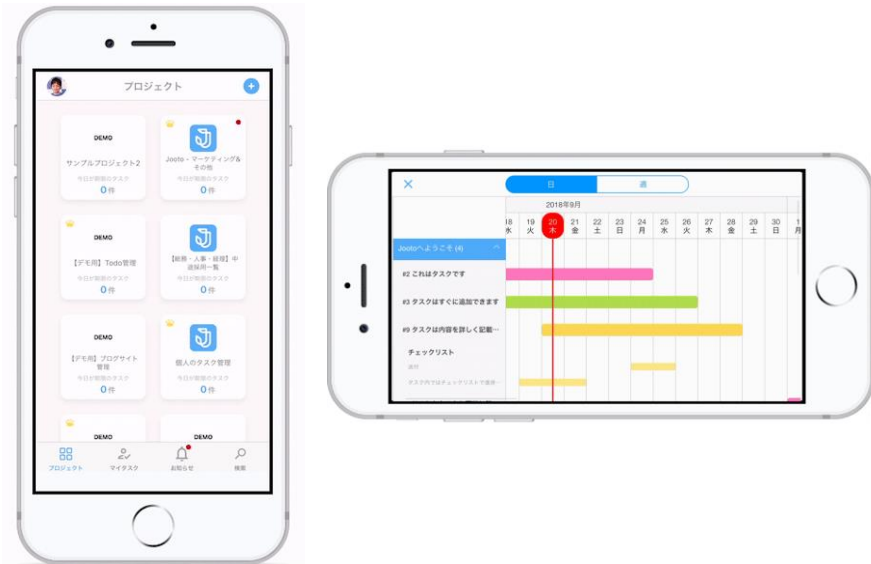
<https://webclipping.jp>

 Web Clipping

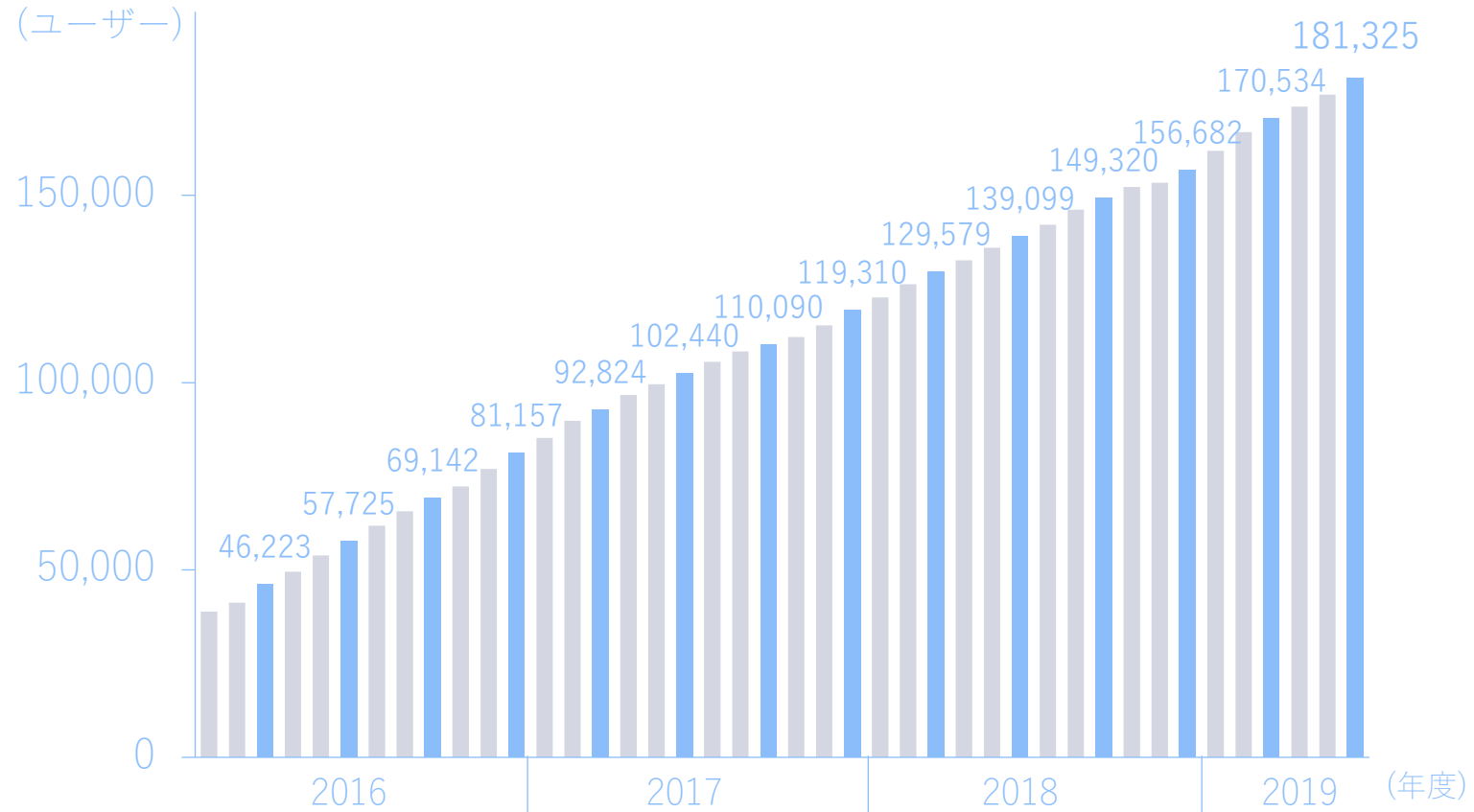


※2019年8月末時点

ユーザー数は18万1千325名 (前年同期比42,226増 30.4%増、前四半期比10,791増 6.3%増
7-8月に公開したCMによるユーザー増加は限定的、来年1月に再チャレンジ予定



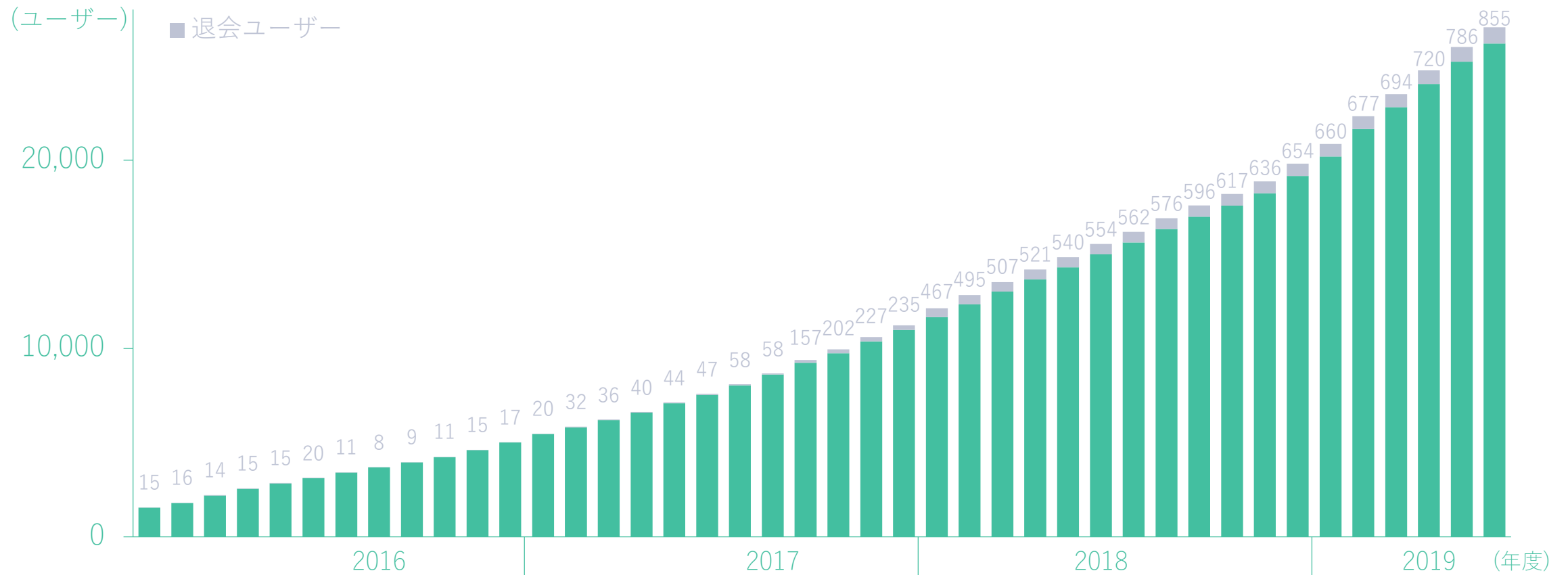
<https://jooto.com>



※2019年8月末時点

Tayori：ユーザー数の訂正

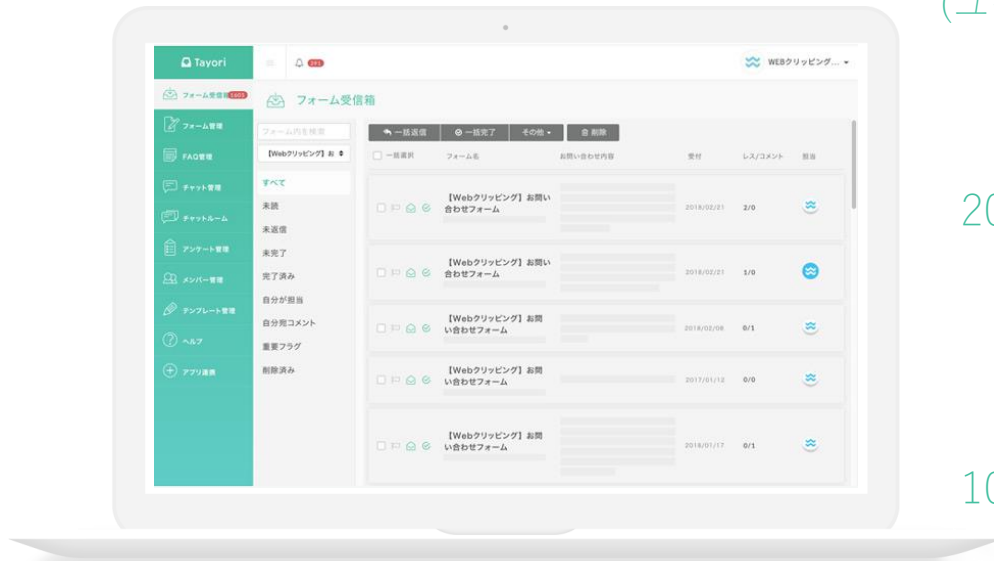
ユーザー数を退会したユーザーも含めてカウントしていることが発覚
2019年8月末時点で退会ユーザーは855ユーザー



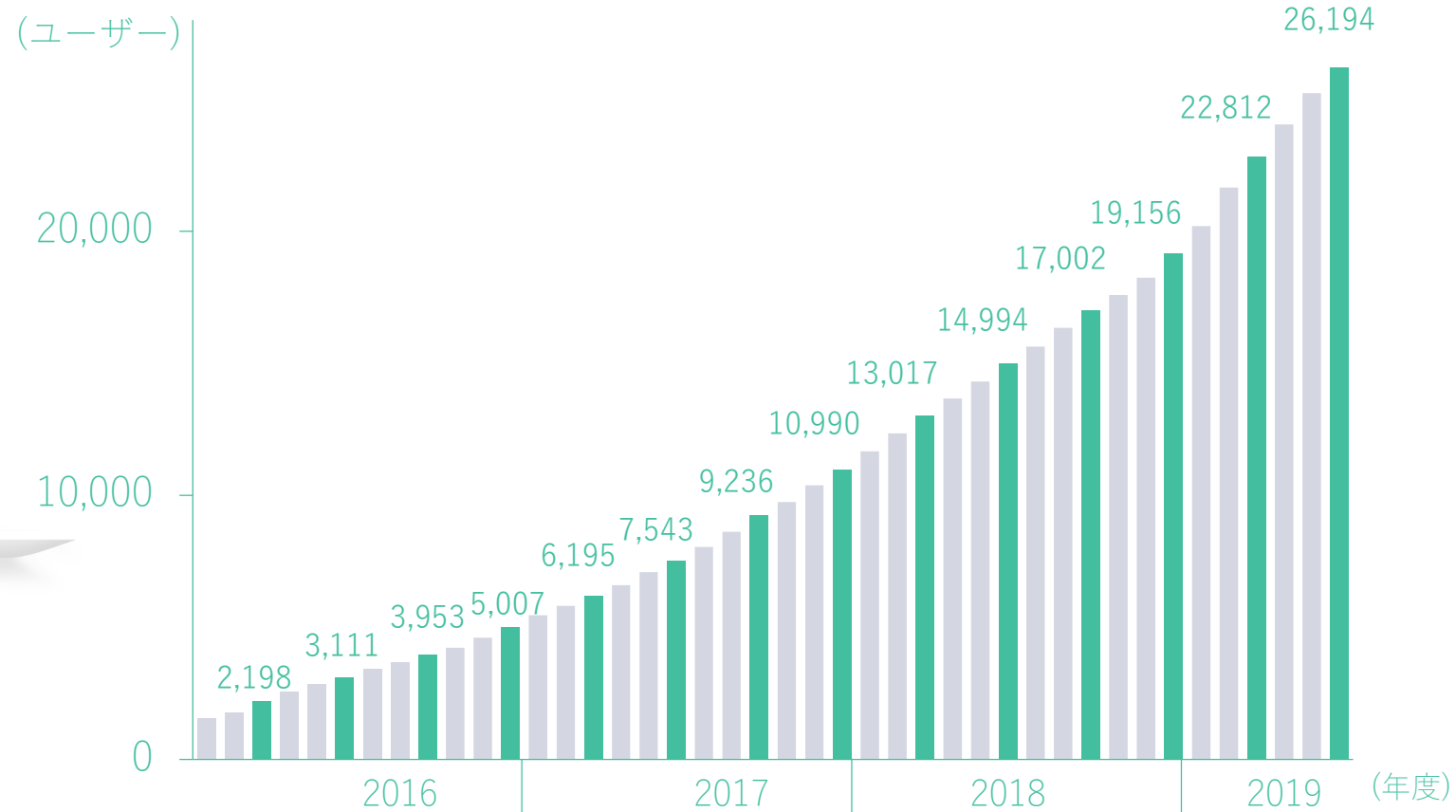
※2019年8月末時点

Tayori : ユーザー数の推移

ユーザー数は2万6千194アカウント（前年同期比11,501増 74.7%増、前四半期比3,382増 14.8%増
10月から始まる大型アップデートに向けた準備



<https://Tayori.com>



※2019年8月末時点

01

2018年度第2四半期 四半期決算

02

2018年度第2四半期 サービス動向

03

トピックス & 参考情報

当社が行動者と定義する働く一人ひとりの、行動の原動力や情熱をお伝えするとともに、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の認知向上と目指す社会観の共有を図る

- 番組タイトル：行動者たち
- ナレーター：田口トモロヲ
- 番組題字制作：書道家 万美
- 放送局：テレビ東京／BSテレビ東京
- 放送時間：テレビ東京毎週水曜日22時54分-23時04分
BSテレ東毎週月曜日20時55分-21時00分
- 放送開始：2019年10月2日
- 番組HP：<https://www.tv-tokyo.co.jp/koudoushatachi/>

※ 編成の都合上、放送時間は予告なく変更となる場合がございます



第1回「へりの利用料金を10分の1にしようとする行動者」 AirX 福栄祐悟様

実際にプレスリリース配信サービス「PR TIMES」をご利用いただいているお客様の声を形に
PR TIMES 1社提供の新TV番組「行動者たち」(テレビ東京/BSテレビ東京)にて初オンエア



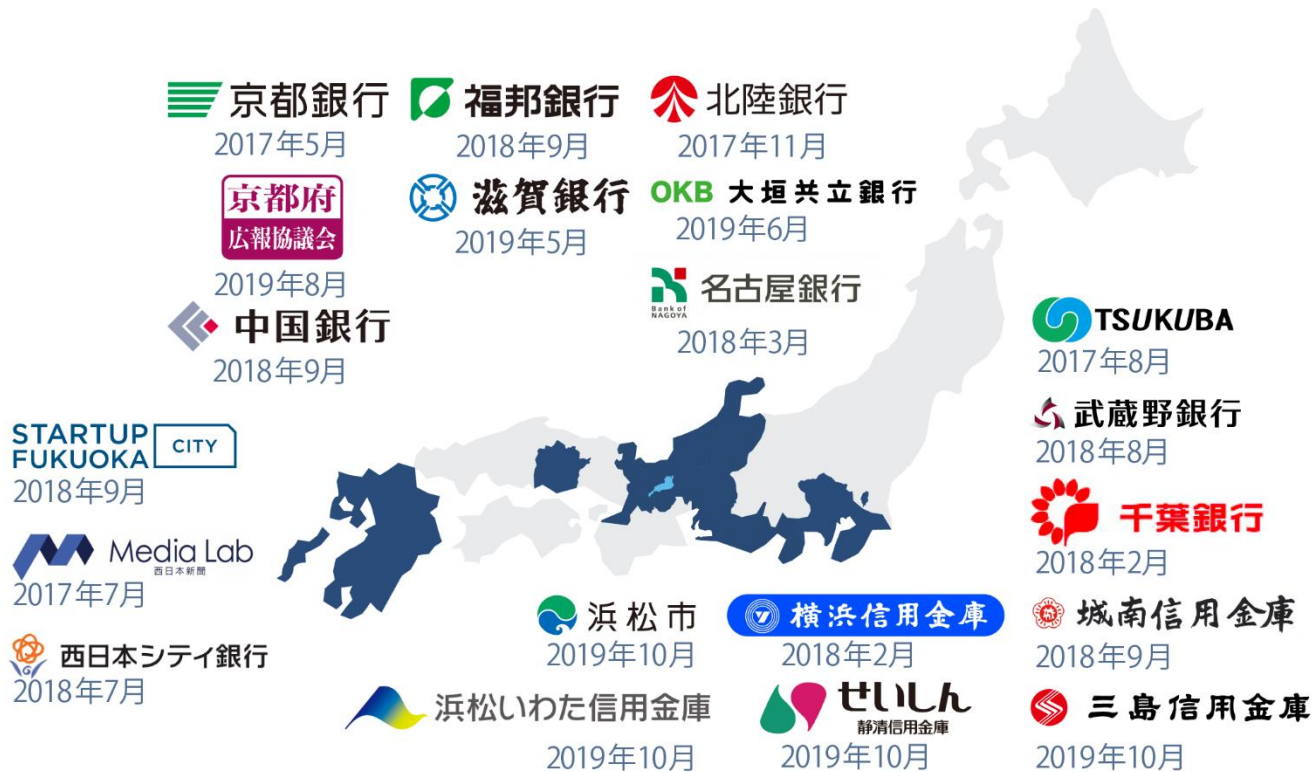
出演協力：カレルチャペック紅茶店 吉祥寺本店



出演協力：カフェ&ブックス ビブリオテーク 東京・自由が丘

2019年6月にOKB大垣共立銀行、8月に京都府広報協議会、10月に静岡信用金庫、浜松いわた信用金庫、三島信用金庫、浜松市と提携

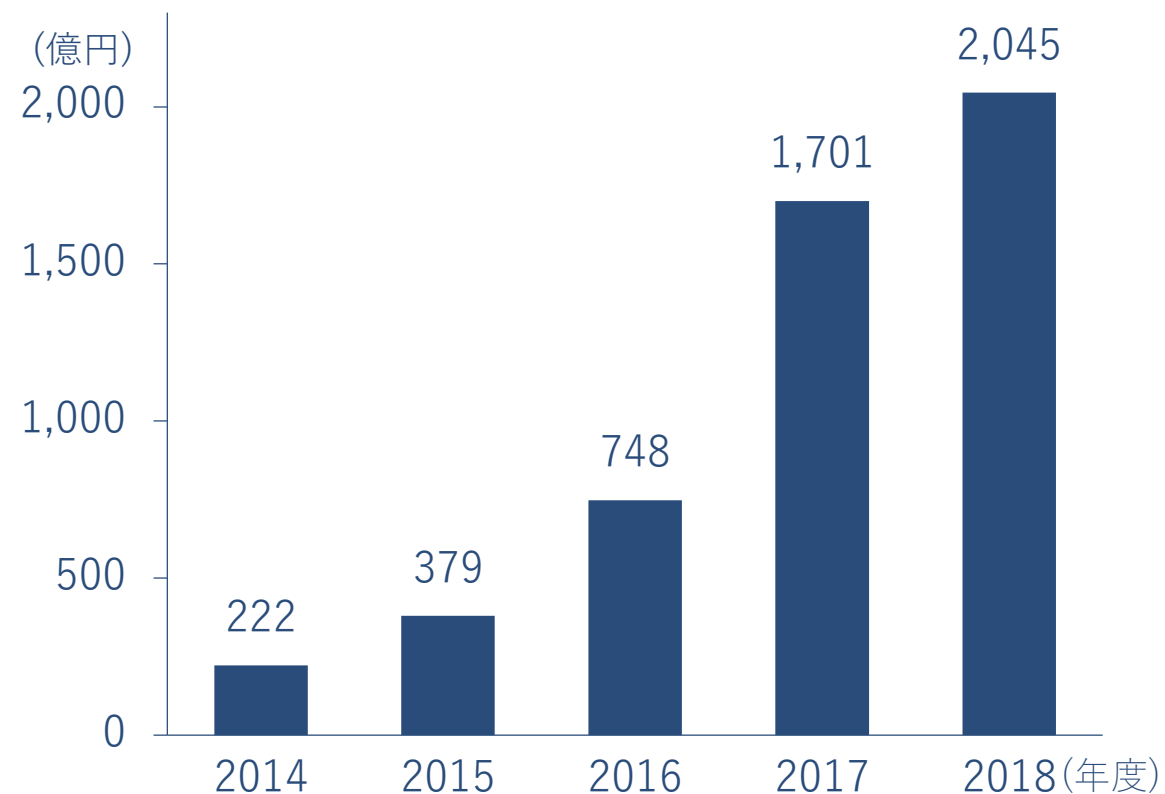
地方情報流通のための提携は計20例に



クラウドファンディングサービス「CAMPFIRE」と2019年8月に業務提携

サービス名	提携時期
	2019年8月
	2018年8月
	2018年3月
	2015年10月

国内クラウドファンディングの市場規模



出所：矢野経済研究所

スタンダードプランの機能に加えて、IPブロック、シングルサインオン機能、SLA、導入コンサルが付加
 エンタープライズプランの料金は1ユーザーにつき980円/月、ローンチ1ヶ月で2社導入済みで1社予定
 機能アップデートやUI改善も随時リリース、カテゴリータグの複数設定やガントチャートの操作性向上



フリープラン

無料

無料で始める



スタンダードプラン

1ライセンス

¥500/月 (税別)

年払いだと2ヶ月分無料

Jootoをはじめる



エンタープライズプラン

1ライセンス

¥980/月 (税別) ※年払いの場合

年払いだと4ヶ月分無料

お問い合わせ

ユーザー数	1~4人	5人~	要相談
容量	100MB	1ライセンスにつき 5GB増量	1ライセンスにつき 10GB増量
データエクスポート	過去30日分	過去1年分	無制限
プロジェクト履歴	過去30日分	過去1年分	無制限
IPブロック	—	—	○
SLA	—	—	○
SSO機能	—	—	○
Jooto導入コンサル	—	—	○



営業進捗管理

ToDo リスト 2

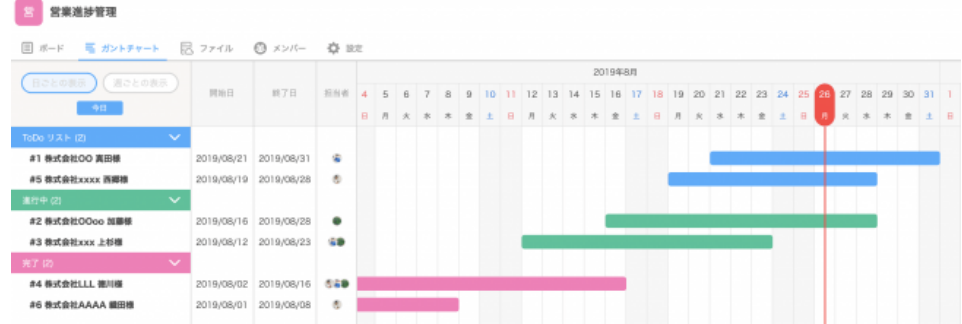
- #1 株式会社OO 真田様 (2019/08/21 - 2019/08/31)
- #5 株式会社xxxx 西郷様 (2019/08/19 - 2019/08/28)

進行中 2

- #2 株式会社OOoo 加藤様 (2019/08/16 - 2019/08/28)
- #3 株式会社xxx 上杉様 (2019/08/12 - 2019/08/23)

完了 2

- #4 株式会社LLL 徳川様 (2019/08/02 - 2019/08/16)
- #6 株式会社AAAA 藤田様 (2019/08/01 - 2019/08/08)



営業進捗管理

2019年8月

ToDo リスト (2)

- #1 株式会社OO 真田様 (2019/08/21 - 2019/08/31)
- #5 株式会社xxxx 西郷様 (2019/08/19 - 2019/08/28)

進行中 (2)

- #2 株式会社OOoo 加藤様 (2019/08/16 - 2019/08/28)
- #3 株式会社xxx 上杉様 (2019/08/12 - 2019/08/23)

完了 (2)

- #4 株式会社LLL 徳川様 (2019/08/02 - 2019/08/16)
- #6 株式会社AAAA 藤田様 (2019/08/01 - 2019/08/08)

ベートーヴェン交響曲第九番「歓喜の歌」をリミックスした初CMを公開、都内タクシーで7月29日から動画広告、関西圏で8月12日からテレビCM

9月1日に公開予定だった第二弾CMを公開中止、当社モラルに反する表現モチーフに起因

JootoのCMを追加予算で再度制作し直す予定



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



公開中止したCMの画像素材

事業面では、基幹事業であるPR TIMESのさらなる強化と拡大、事業別組織への権限と責任の明確化による機動的な推進、全社的な新規事業への協力に取り組む

組織面では、属人的な経営からチームによる経営への転換、成長期待と機会追求の人事、フラットな組織の堅持とコミットメントの徹底が必要



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思いに出会う確率は、
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、思いが、

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