

PR TIMES

2019年度第3四半期決算 説明資料

2020年1月10日

01

2019年度第3四半期 四半期決算

02

2019年度第3四半期サービス動向

03

トピックス & 参考情報



2019年度第3四半期業績

増収増益を前年同期比、前四半期比ともに達成

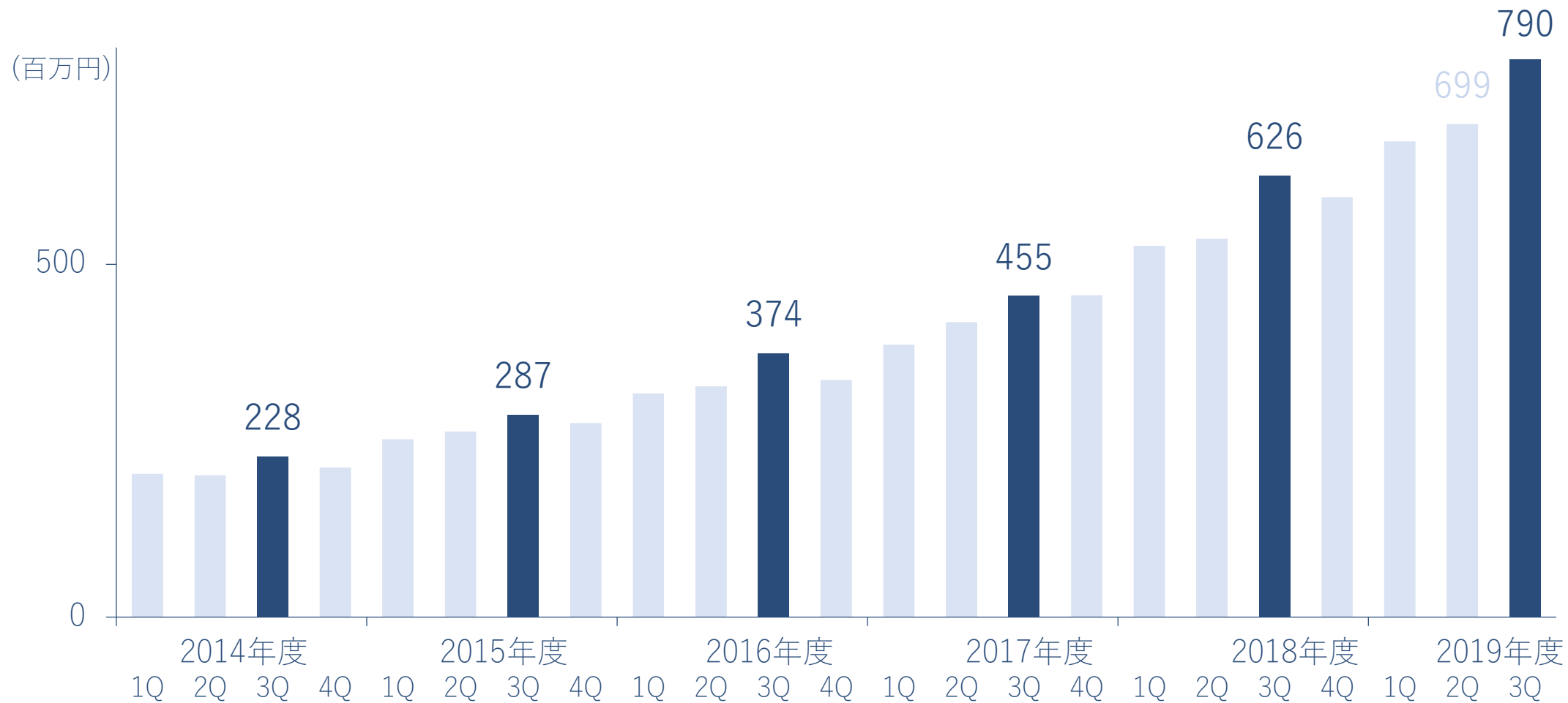
(単位：百万円)	2018年度		2019年度			前年同期比 (YonY)	前四半期比 (QonQ)
	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q		
売上高	626	595	674	699	790	126.1%	112.9%
売上総利益 (粗利率)	517 (82.5%)	490 (82.4%)	573 (85.0%)	592 (84.7%)	649 (82.2%)	—	—
販売管理費	345	382	373	448	469	136.1%	104.8%
営業利益 (営業利益率)	172 (27.5%)	107 (18.1%)	200 (29.7%)	144 (20.6%)	179 (22.8%)	—	—
経常利益	174	107	200	144	180	103.0%	124.7%
当期純利益	116	53	135	27	121	104.7%	439.9%

前年同期比で増収増益を達成

(単位：百万円)	2018年度 3Q	2019年度 3Q	前年同期比 (YonY)	2019年度 通期予想	対通期予想 進捗率
売上高	1,690	2,165	128.1%	2,857	75.8%
売上総利益 (粗利率)	1,373 (81.2%)	1,816 (83.9%)	132.3% —	— —	— —
販売管理費	962	1,291	134.1%	—	—
営業利益 (営業利益率)	410 (24.3%)	525 (24.3%)	128.0% —	637 (22.3%)	82.4% —
経常利益	386	525	135.9%	630	83.3%
当期純利益	260	284	109.4%	432	65.9%

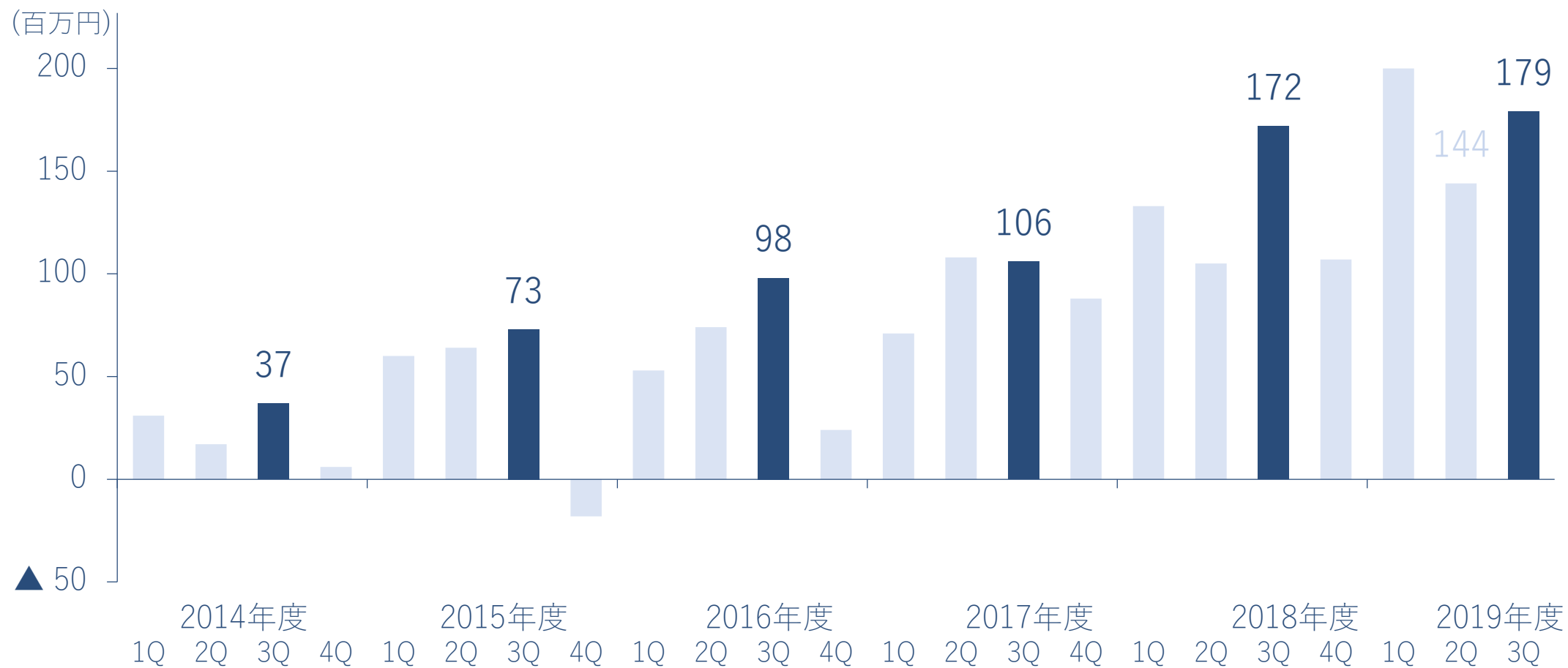
四半期売上高の推移

売上高は3四半期連続で過去最高を更新



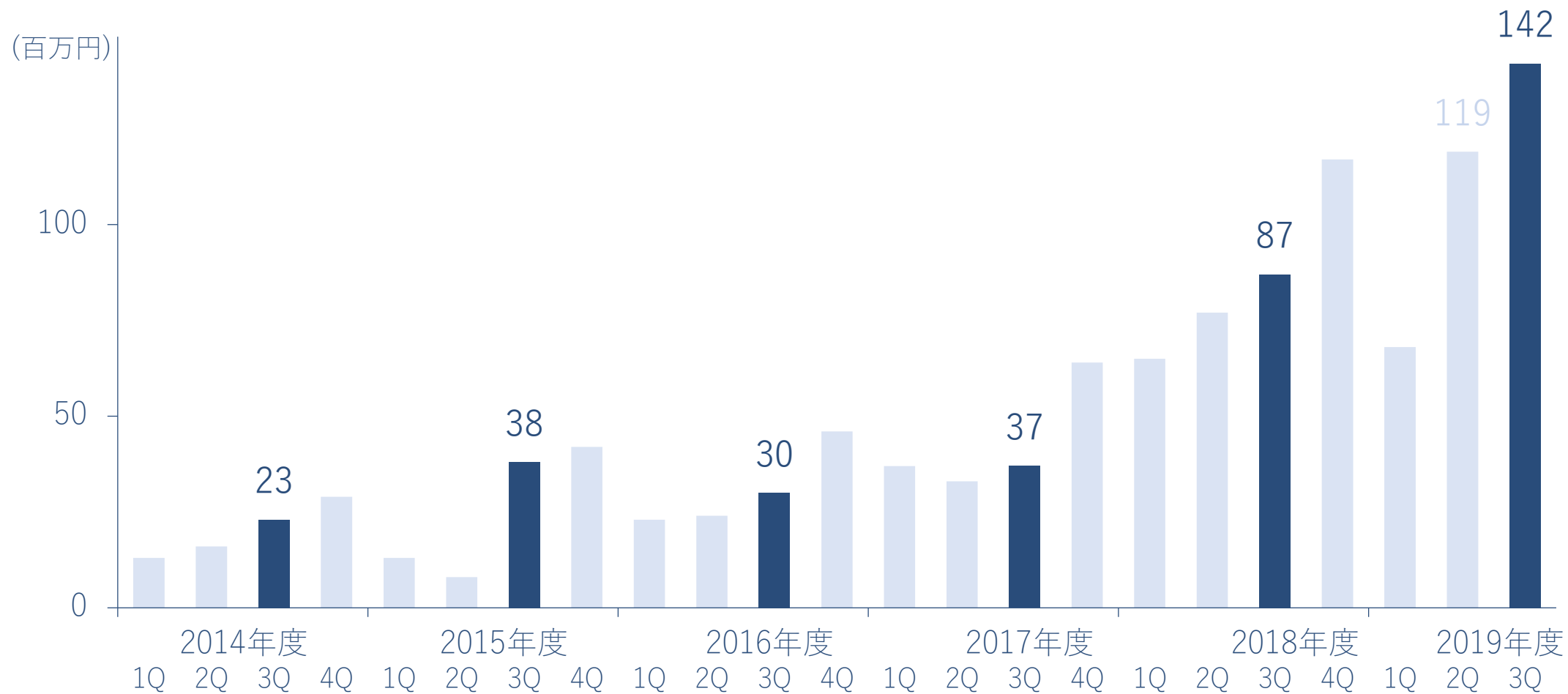
四半期営業利益の推移

営業利益は第3四半期としては過去最高



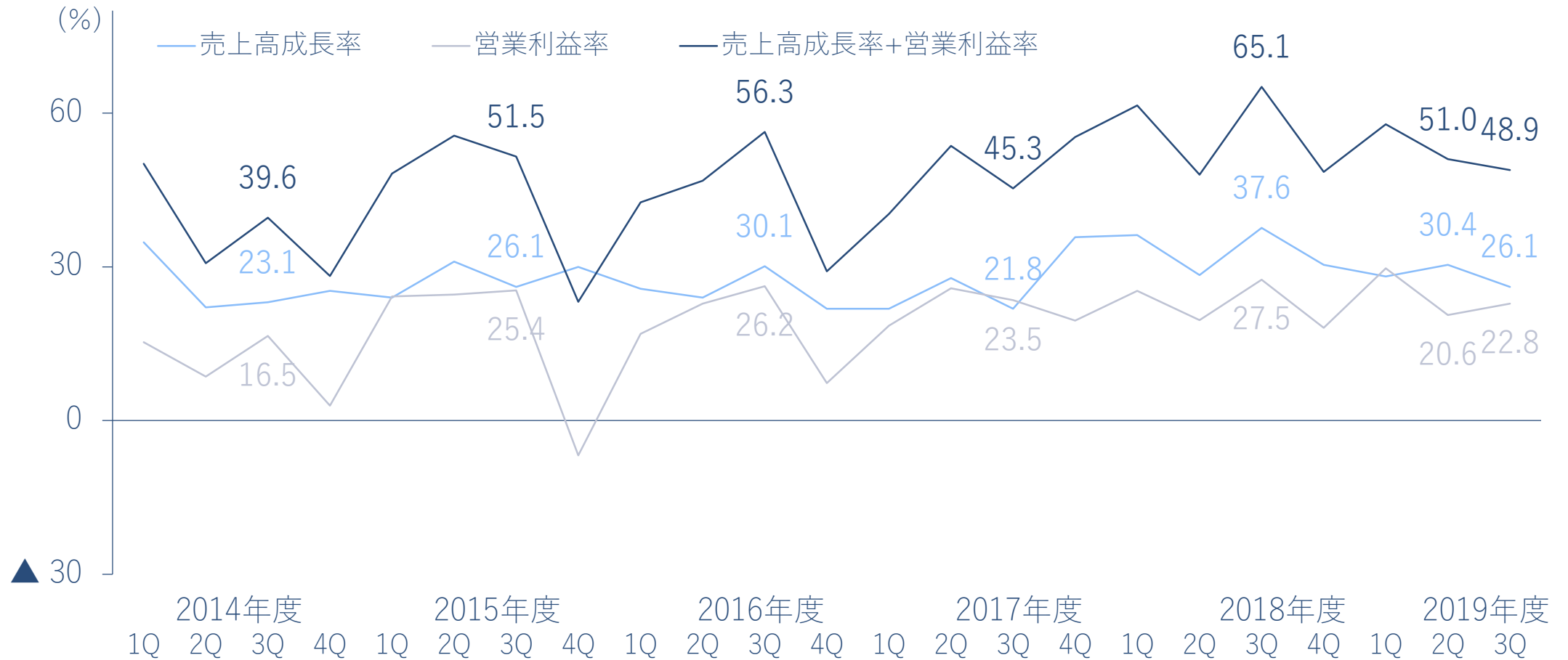
四半期広告宣伝費の推移

広告宣伝費は過去最高を更新、前年同期比62.3%増・前四半期比19.2%増

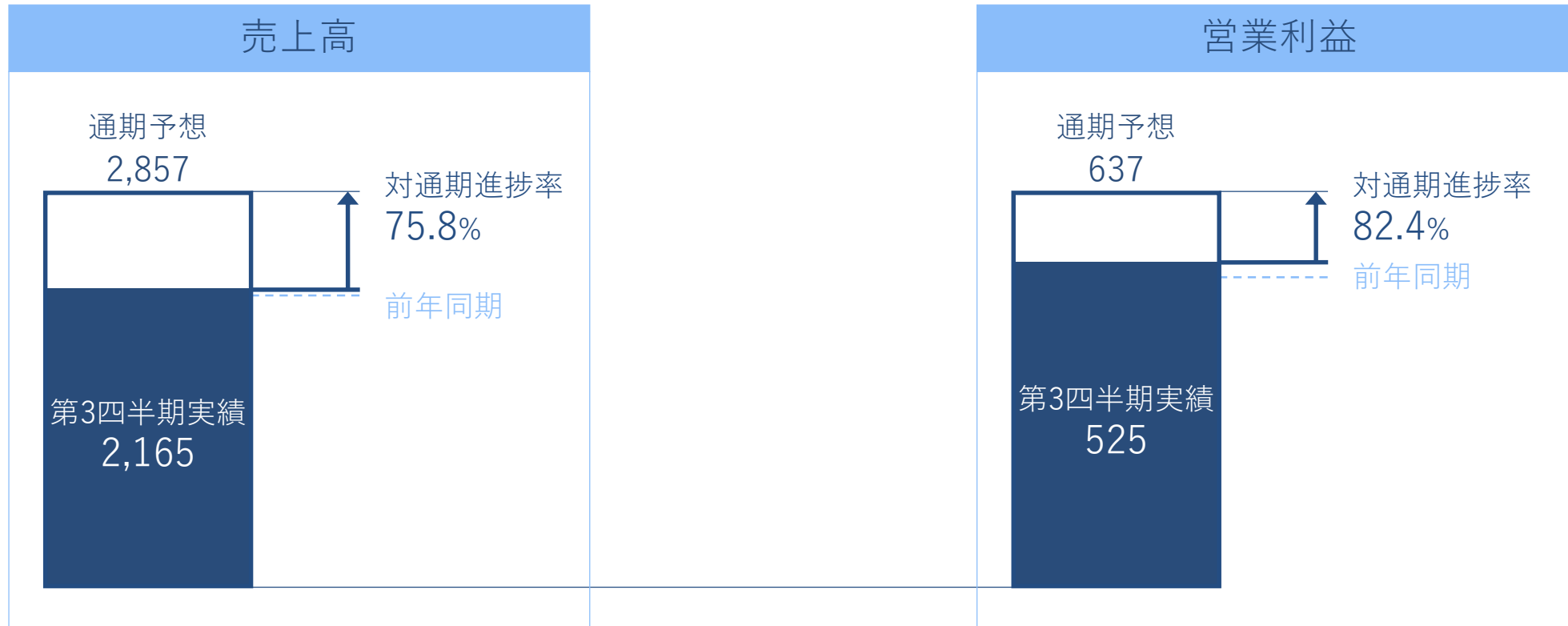


売上高成長率と営業利益率の推移

売上高成長率 + 営業利益率 = 48.9%、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75.8%(前年同期73.9%)、営業利益で82.4%(同79.2%)と前年度と同水準。



売上高、営業利益、経常利益は業績予想の範囲内で着地見通し

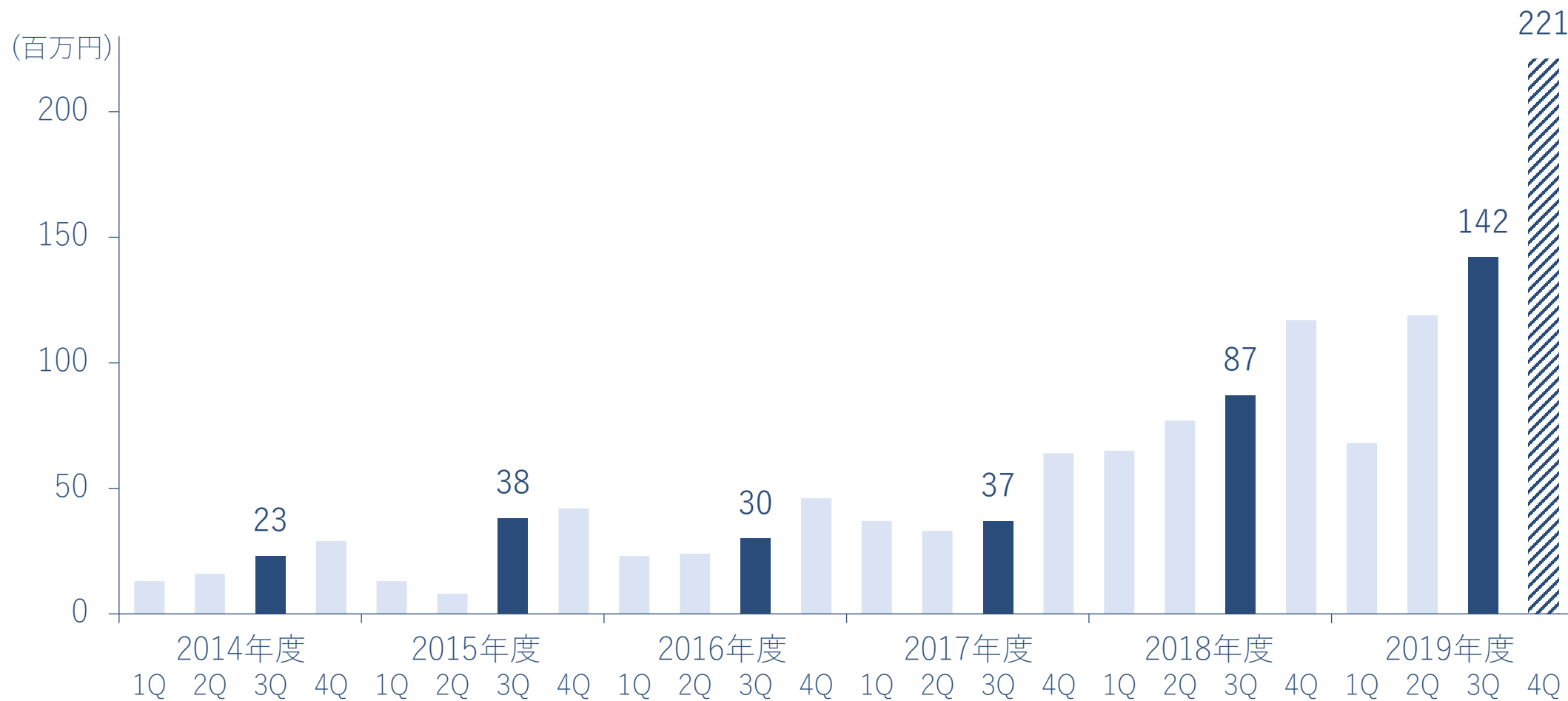
当期純利益は第2四半期に計上した特別損失98百万円の影響から下限前後で着地見通し

(百万円)	2019年度 第3四半期	2019年度 業績予想		
		下限	中央値	上限
売上高	2,165	2,714	2,857	2,999
営業利益	525	541	637	732
経常利益	525	535	630	724
当期純利益	284	367	432	496

※ 当社は当期から業績予想値に対して売上高は±5%、各利益は±15%の範囲内をターゲットとしている

今期の広告宣伝費の計画

当初計画通りに進行すると第4四半期の広告宣伝費は2億21百万円の見通し



固定資産が第2四半期に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減少
前受収益が2018年度第3四半期以来4四半期ぶりに減少

(単位：百万円)	2018年11月末	2019年8月末	2019年11月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	1,699	2,034	2,027	119.3%	99.7%
内、現預金	1,284	1,602	1,483	115.5%	92.6%
固定資産	483	336	319	66.1%	94.9%
総資産	2,183	2,371	2,347	107.5%	99.0%
流動負債	353	468	469	132.8%	100.4%
内、前受収益	103	134	121	116.5%	90.0%
固定負債	1	6	6	377.2%	92.9%
純資産	1,827	1,896	1,871	102.4%	98.7%

01 2019年度第3四半期 四半期決算

02 2019年度第3四半期サービス動向

03 トピックス&参考情報

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	34,668社
国内上場企業利用率	37.9%(1,438社/3,793社)
プレスリリース数	15,493 本/月(2019.10)
配信メディアリスト	12,616媒体
メディアユーザー数	16,469名
パートナーメディア	194媒体
SNSアカウント	Facebook 125,800 Twitter 110,900

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

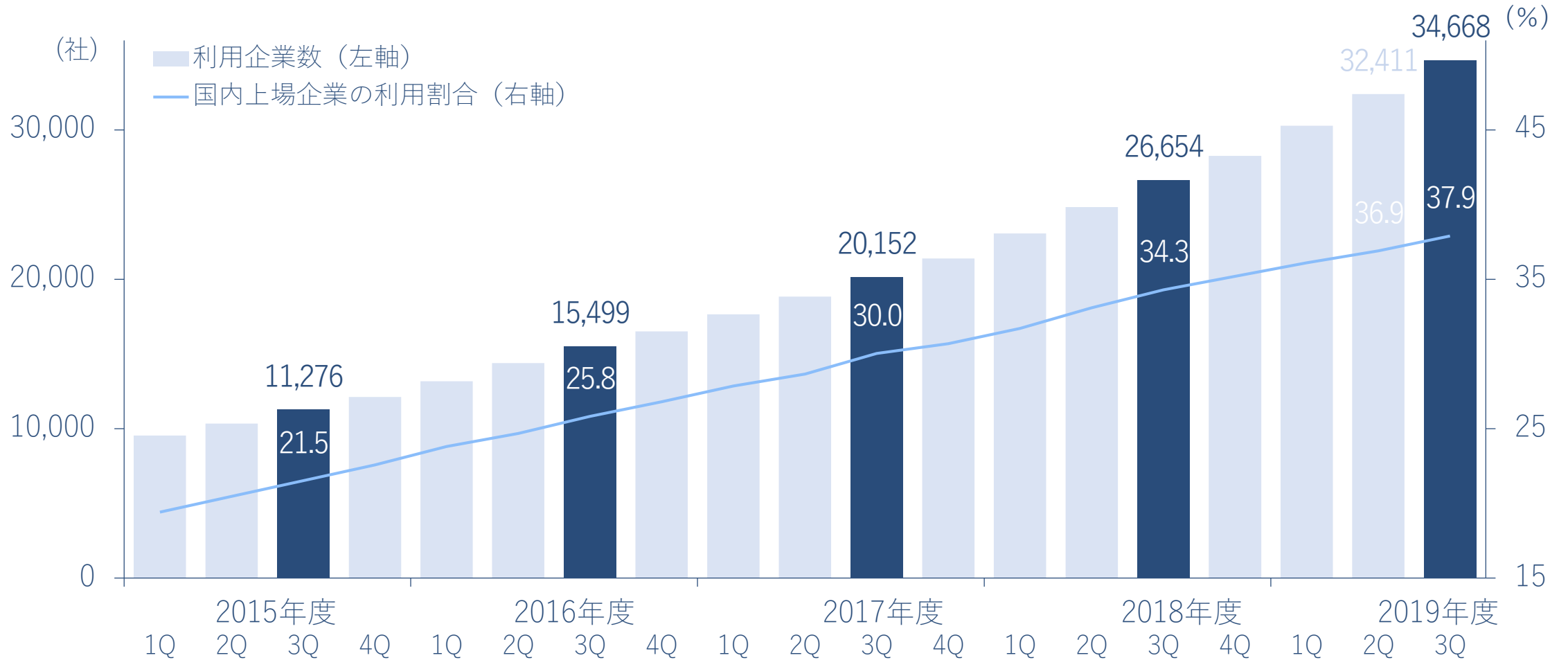
No.	掲載日	媒体名	種類	内容
1	9月1日	月刊広報会議	雑誌	PR TIMES
2	9月4日	MarkeZine	Web	オールアバウト
3	9月4日	ASCII.jp	Web	オールアバウト
4	9月4日	Media Innovation	Web	オールアバウト
5	9月4日	日経産業新聞	新聞	CAMPFIRE
6	9月13日	日経MJ	新聞	CAMPFIRE
7	9月13日	東日新聞	新聞	代表取材
8	9月13日	Forbes JAPAN	Web	地方公務員アワード
9	9月16日	企業と広告	雑誌	行動者たち
10	9月19日	東愛知新聞	新聞	代表取材
11	9月19日	MONOQLO	雑誌	Jooto
12	9月20日	企業と広告	新聞	行動者たち
13	9月24日	週刊東洋経済	雑誌	組織
14	9月25日	こうりゅう	新聞	代表取材
15	9月27日	日刊合同通信	雑誌	行動者たち
16	9月27日	IRORIO	Web	行動者たち
17	10月1日	月刊広報会議	雑誌	PR TIMES
18	10月2日	SankeiBiz	Web	PR TIMES
19	10月4日	中日新聞	新聞	浜松いわた信用金庫
20	10月8日	ECのミカタ	Web	Tayori

No.	掲載日	媒体名	種類	内容
21	10月10日	静岡新聞	新聞	浜松市
22	10月10日	中日新聞	新聞	浜松市
23	10月11日	ASCII.jp	Web	浜松市
24	10月17日	ビジネス+IT	Web	Tayori
25	10月25日	日経×TECH	Web	PR TIMES
26	10月25日	ITmedia ビジネスオンライン	Web	Jooto
27	10月30日	BizHint	Web	代表取材
28	10月31日	日経コンピュータ	雑誌	PR TIMES
29	11月1日	About All About	Web	PR TIMES
30	11月1日	月刊広報会議	雑誌	PR TIMES
31	11月1日	月刊広報会議	雑誌	PR TIMES
32	11月5日	Ledge.ai	Web	PR TIMES
33	11月12日	U-NOTE	Web	PR TIMES LIVE
34	11月19日	ASCII.jp	Web	BRIDGE
35	11月22日	About All About	Web	PR TIMES
36	11月28日	Screens	Web	テレビ東京ビジネスオンデマンド
37	11月29日	文化通信	Web	テレビ東京ビジネスオンデマンド

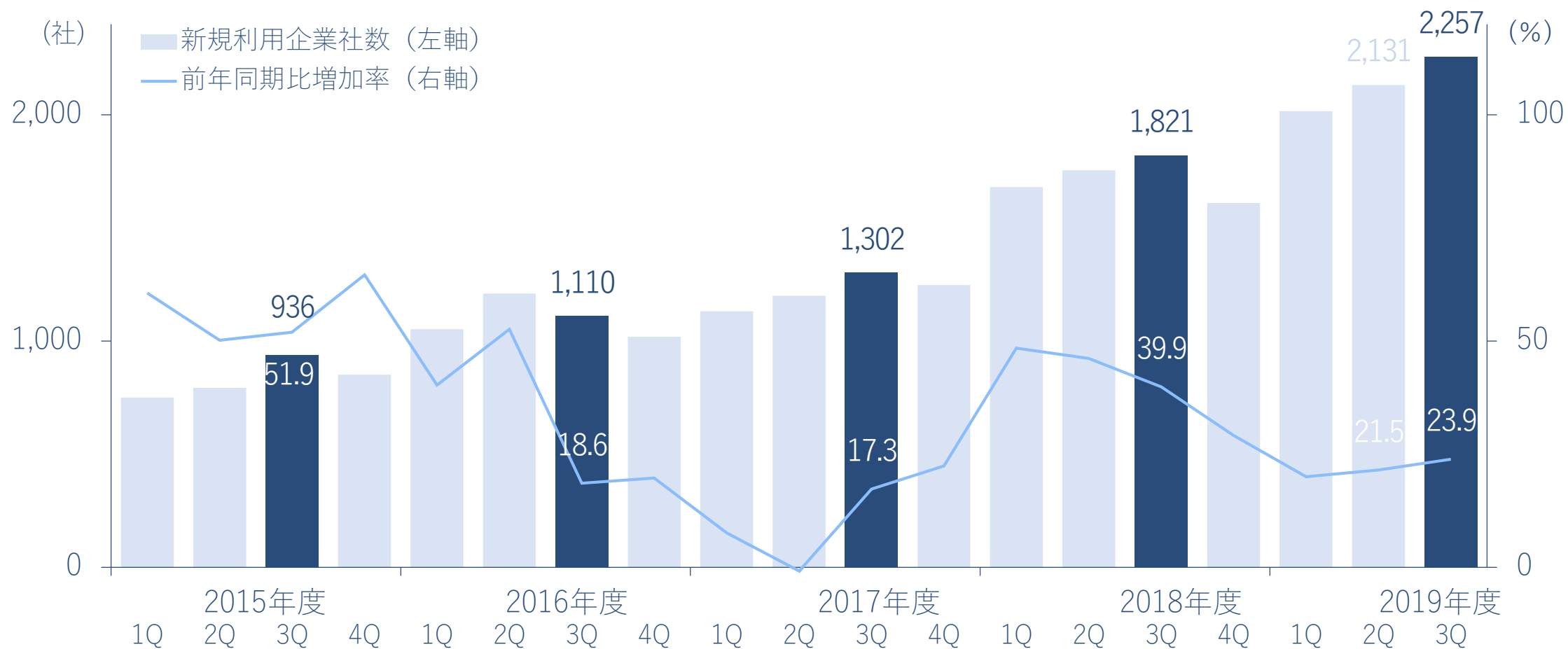
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- IRORIO、U-NOTEは当社グループが運営。
- 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。

(2019年9月～2019年11月、掲載日順)

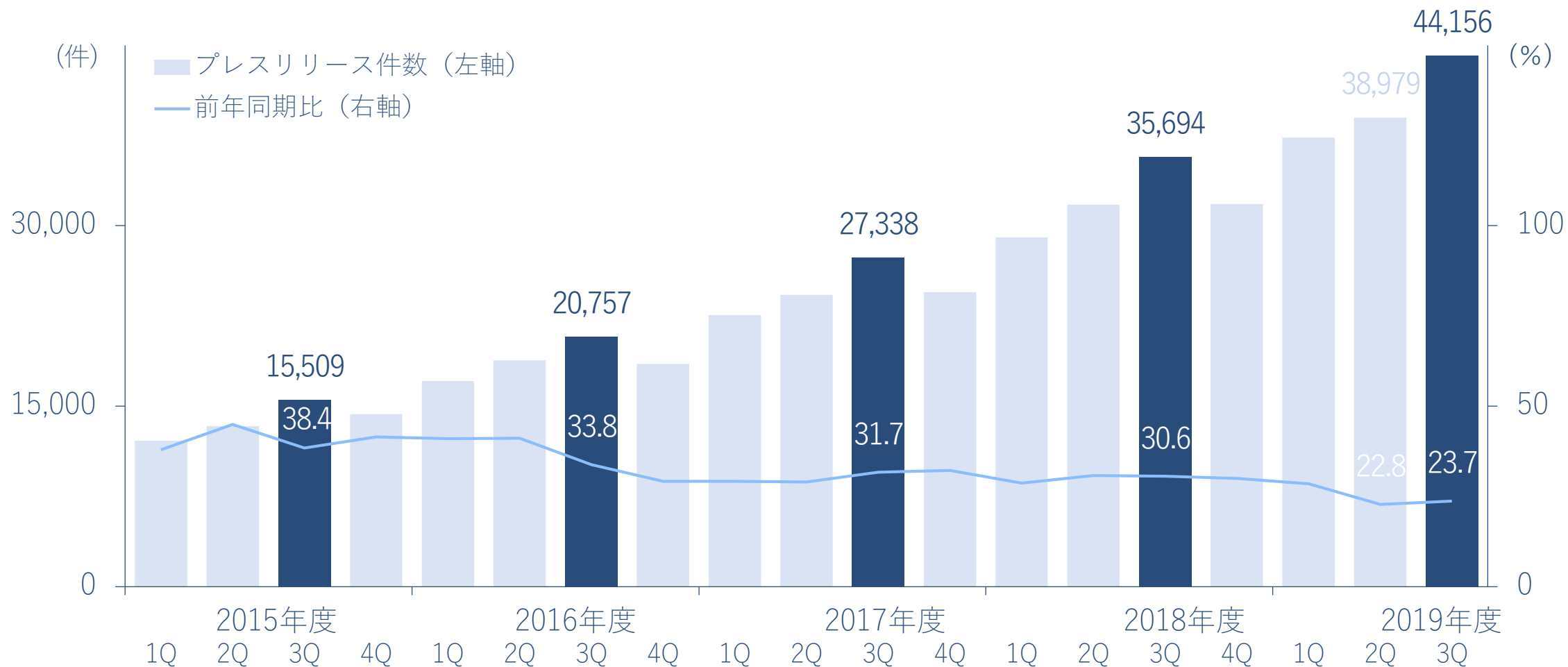
利用企業社数が3万4千668社（前年同期比8,014社増・前四半期比2,257社増）
 上場企業のうち37.9%（1,438社／3,793社）が利用



新規利用企業社数は2,257社（前年同期比436社増・前四半期比126社増）で3四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

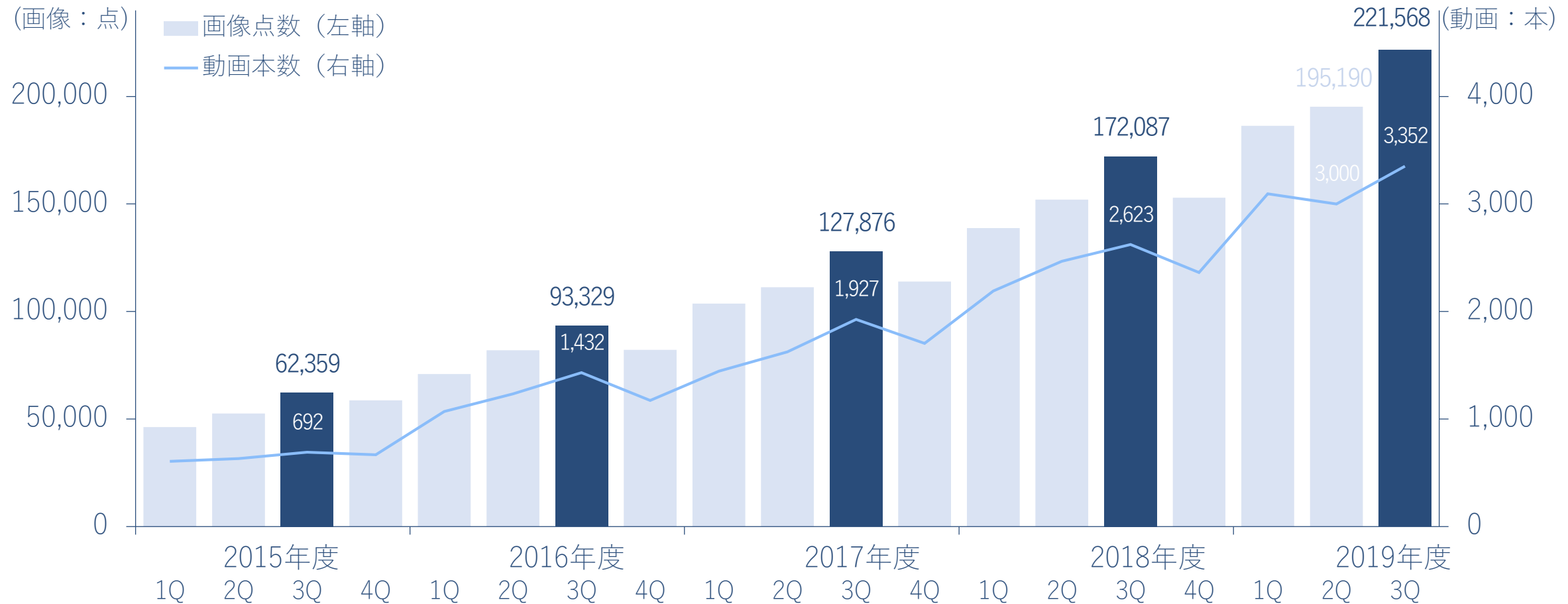


プレスリリース数が四半期・月次（2019年10月15,493件）とともに過去最高を更新
 成長率（23.7%）は前四半期（22.8%）から若干改善したものの低水準で推移



画像は221,568点（前年同期比28.8%増・前四半期比13.5%増）、動画は3,352本（前年同期比27.8%増・前四半期比11.7%増）

2019年度第2四半期で動画本数を集計ミス、2,779本から3,000本へ訂正



パートナーメディア数は前四半期比3媒体純増（5媒体増2媒体減）で4四半期連続で過去最高を更新



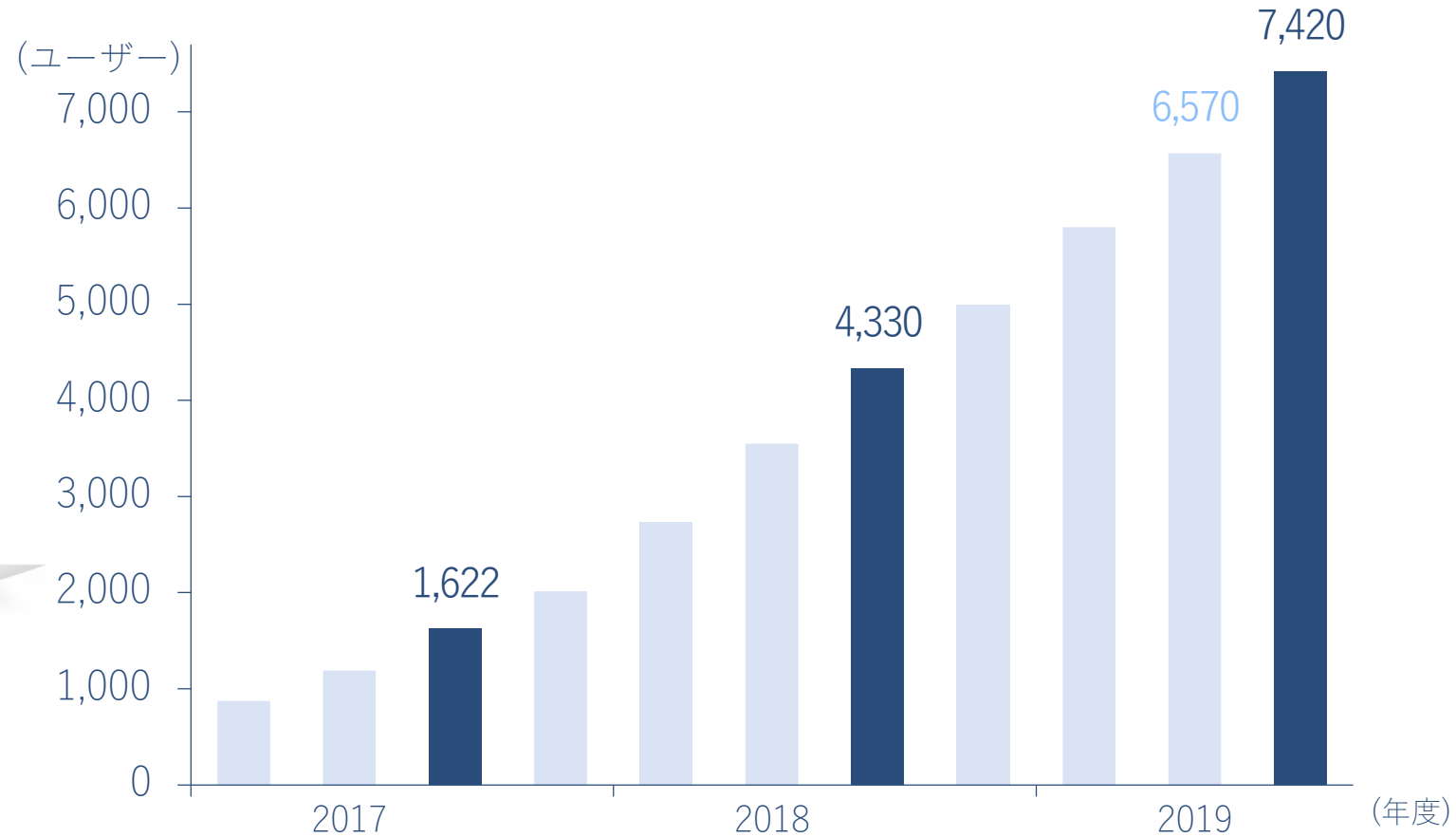
Webクリッピング：ユーザー数の推移

ユーザー数は7,420名(前年同期比3,090増 71.4%増、前四半期比850増 12.9%増)
PR TIMESとの連動を強化して、四半期のユーザー増加は過去最高



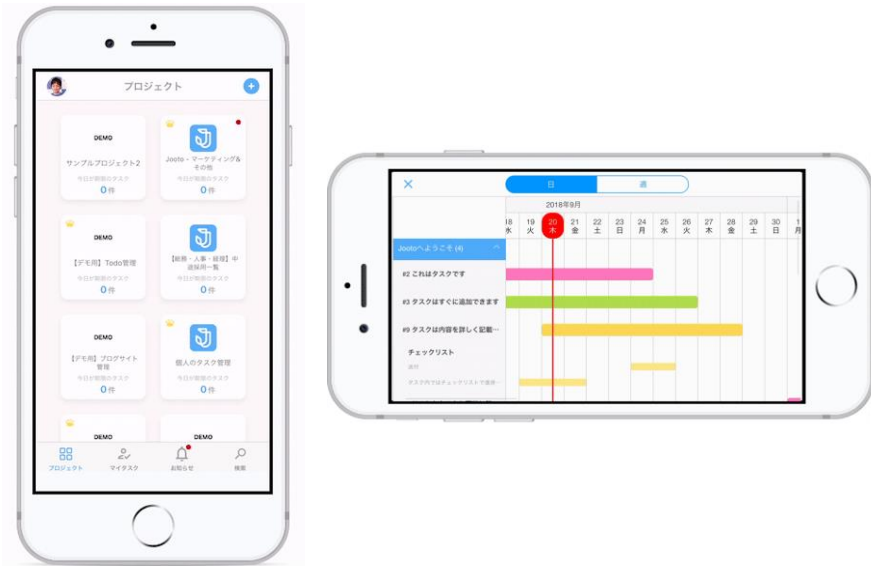
<https://webclipping.jp>

 Web Clipping

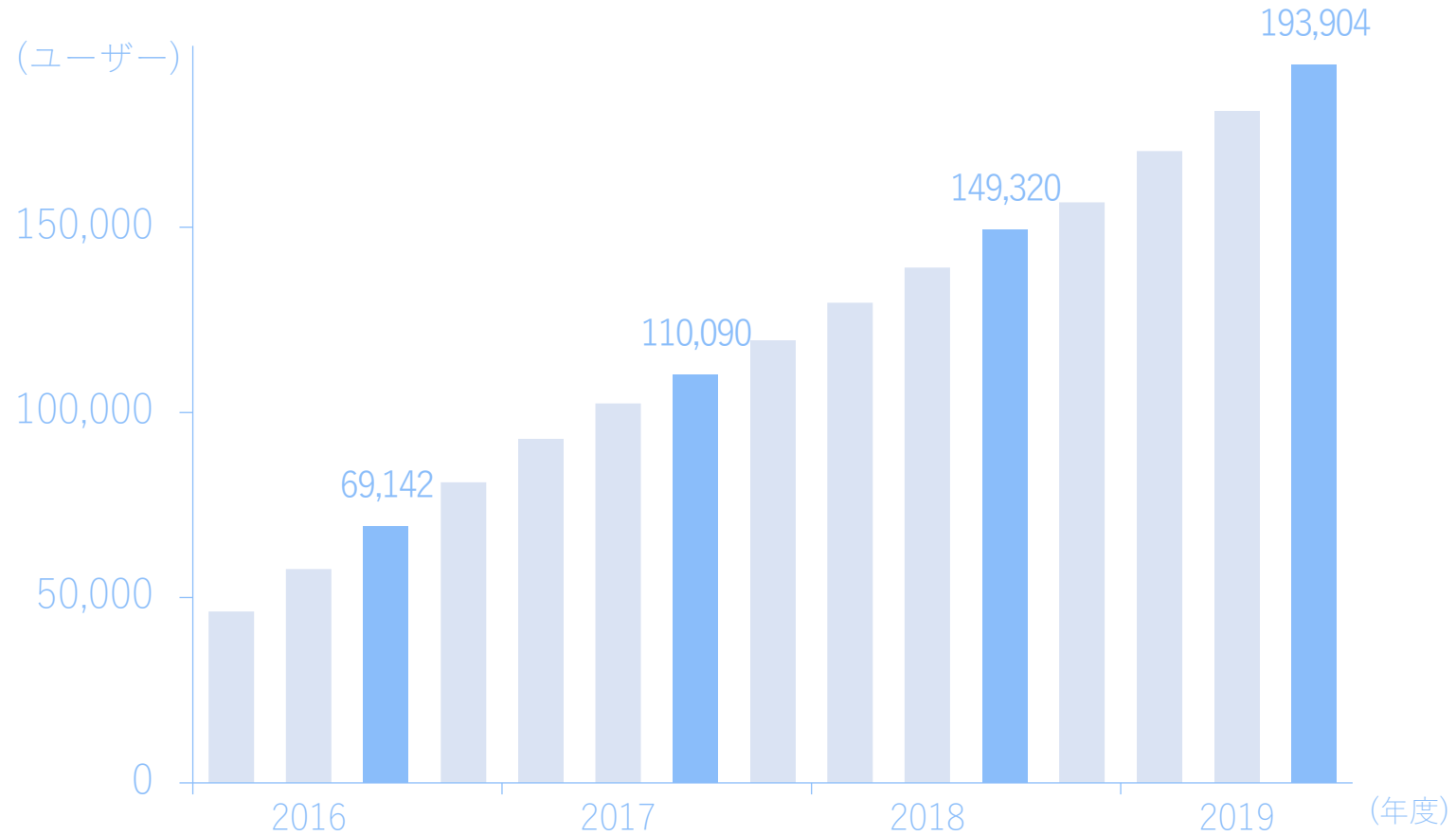


※2019年11月末時点

ユーザー数は19万3千904名 (前年同期比44,584増 29.9%増、前四半期比12,579増 6.9%増)
第4四半期に再度、テレビCMとタクシー広告に挑戦する予定



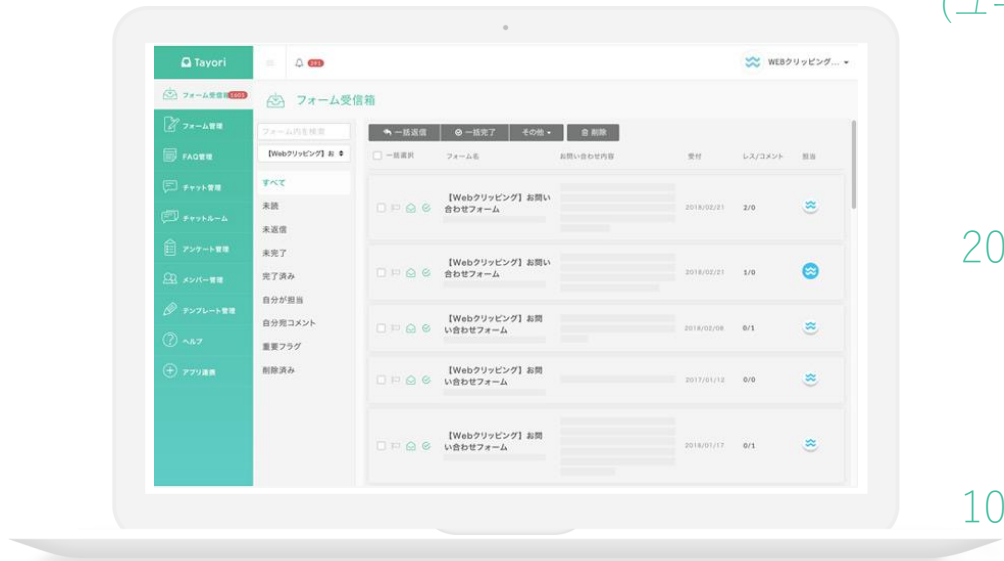
<https://jooto.com>



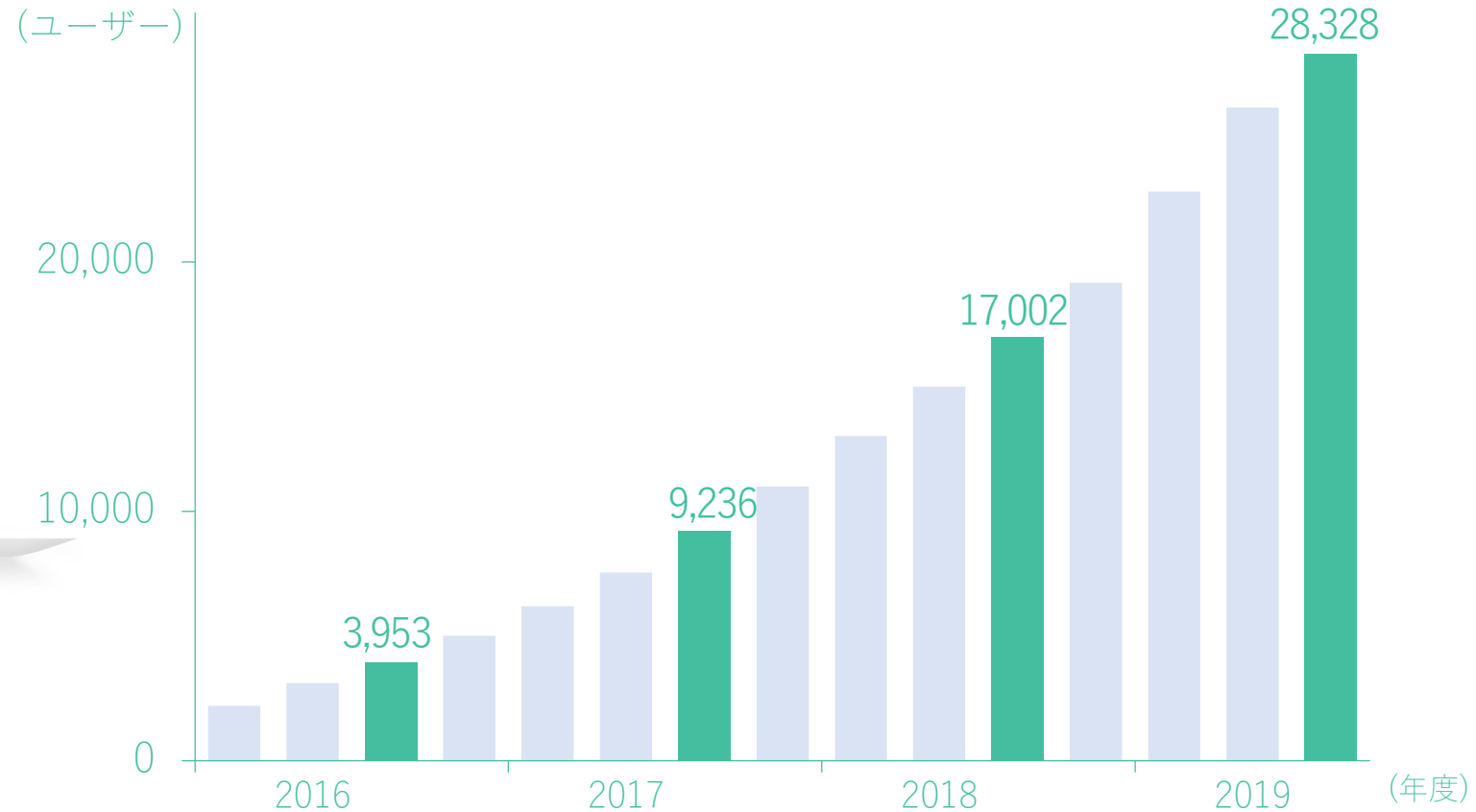
※2019年11月末時点

Tayori : ユーザー数の推移

ユーザー数は2万8千328アカウント（前年同期比11,326増 66.6%増、前四半期比2,134増 8.1%増）
2019年10月にフォーム機能をアップデート



<https://Tayori.com>



※2019年11月末時点

01

2019年度第4四半期・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

PR TIMES join Keidanren
Policy & Action

PR TIMESでサイトへアクセスできない接続障害が発生、プレスリリース配信機能が停止

原因は一部遮断されていないルート経由で同一IPアドレスから大量な不正アクセス

PR TIMESで従量課金プランでご利用頂いたプレスリリース194件に対して総額495万円を不請求

日時	発生事象		件数	単価	不請求金額
2019/12/9 18:05	PR TIMESサイトへアクセスができない状態が発生	PR TIMES従量課金料	194件	3万円	492万円
18:11	サーバーダウンを確認し調査を開始	FAX送信オプション料	6件	5千円	3万円
18:31	PR TIMES 公式Twitterアカウントで障害発生を公表			合計	495万円
18:45	緊急メンテナンスを開始				
2019/12/10 04:17	サーバー復旧、サイトへのアクセスを確認				
	プレスリリース再配信対応を開始				
05:58	PR TIMESサイトで本障害に関するお知らせを掲示				

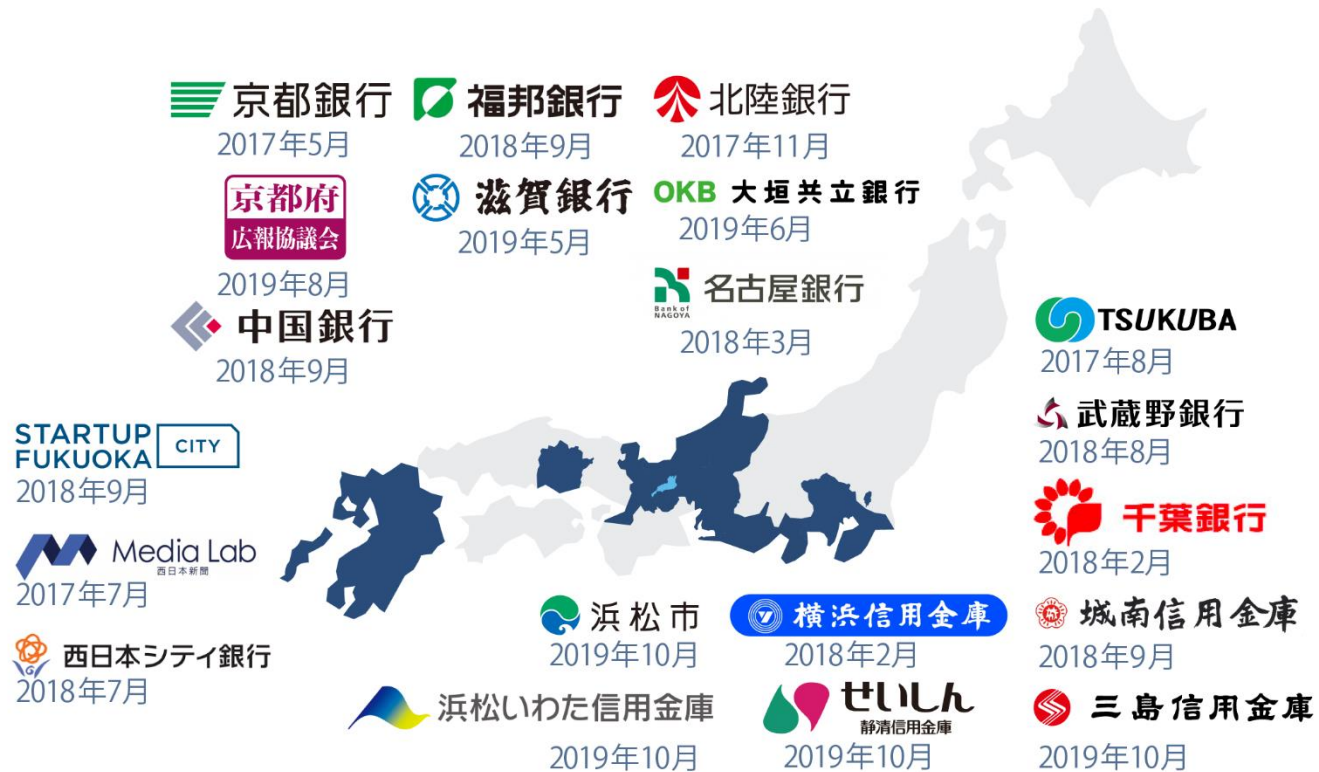
	放送日	取材先	プロダクト／サービス
1	2019年10月9日	株式会社AirX	エアモビリティサービス
2	2019年10月2日	伊藤ハム株式会社	悪魔のおにぎり
3	2019年10月16日	株式会社PAPABUBBLE JAPAN	パパブブレ
4	2019年10月23日	池田町役場	地域活性化
5	2019年10月30日	一般社団法人日本流行色協会	カラートレンド
6	2019年11月6日	株式会社リディファインダイニング	もつ吉
7	2019年11月13日	インスタリム株式会社	3Dプリント義足
8	2019年11月20日	株式会社SCRAP	リアル脱出ゲーム
9	2019年11月27日	インテグリカルチャー株式会社	細胞培養肉
10	2019年12月4日	渋谷未来デザイン	渋谷ハロウィンの取り組み
11	2019年12月11日	株式会社DDホールディングス	居酒屋九州黒太鼓
12	2019年12月18日	サッポロホールディングス株式会社	ビール泡品質向上
13	2019年12月25日	株式会社キッズライン	ベビーシッターマッチング



過去の放送回はこちらでご覧いただけます

<https://www.tv-tokyo.co.jp/koudoushatachi/backnumber/>

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



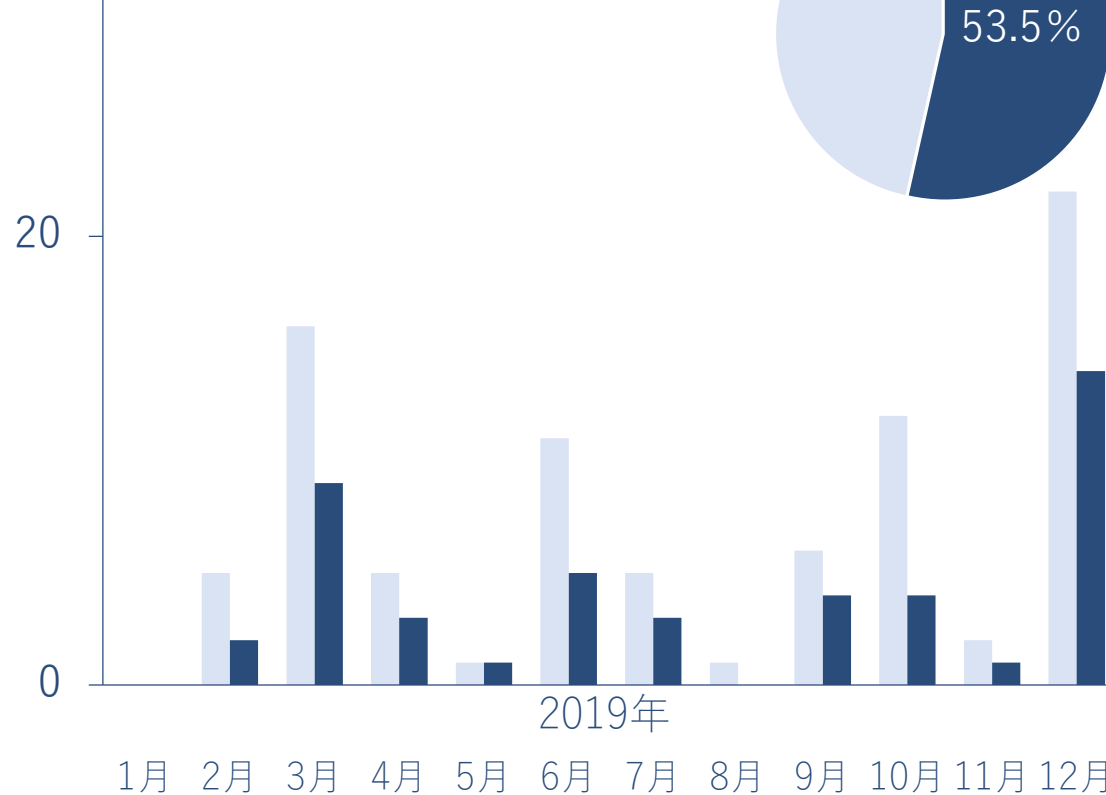
スタートアップメディア「THE BRIDGE」から「BRIDGE」に名称変更、ロゴもサイトデザインも一新
 スタートアップがプロダクトにまつわる自らのストーリーを投稿できる「POST(ポスト)β版」を開始



[https:// thebridge.jp](https://thebridge.jp)



(社) ■ 新規上場企業数
 ■ 内、上場時にPR TIMESを利用



11月28日にテレビ東京ビジネスオンデマンド提携を開始、12月単月で16本の掲載実績

PR TIMES TV

PR TIMES TVにて
発表した動画が



BUSINESS ON DEMAND テレビ東京
ビジネス オンデマンド

テレビ東京
ビジネスオンデマンド
でも配信可能に！

私たちが考えるカスタマーサポート



スマートフォンやチャットサービスの登場で、人と人とのコミュニケーションは時間や場を選ばなくなった。

そんないつでも繋がれる時代のはずなのに、企業とお客様の距離は縮まらない。



カスタマーサポートを通じた温かみのあるユニークな体験の提供や、密な関係から生まれる顧客理解がビジネスの成長をけん引する。

「お客様がハッピーになることで、自分たちもハッピーになる」ような関係をより多く構築したい。



Tayoriはカスタマーサポートを気軽に小さく始められるプロダクト開発を目指している。

そこでカスタマーサポートの入り口となるフォームのリニューアルを発表。

フォームを編集しながらプレビュー可能



Keidanren

Policy & Action

1. 当社の社会的公器としての責務
2. Society 5.0の推進・実現への積極的な関与
3. 当社のグローバル展開によるわが国経済への貢献



2020年の年頭所感「ナラティブ元年」

2020年、企業が発表する一次情報に、話者自身によって語られる物語「ナラティブ」(*)の概念が加わり、さらなる発展を遂げると考えます。美しく整えられた一方通行の企業メッセージでなく、当事者にしか語れない強い信念、乗り越えた幾多の苦難、それが読者と対話的に共有されることで、人の心は揺さぶられエンパワメントされます。行動者が発したナラティブは熱意を連鎖し、勇気づけられた人が次なる行動者となり、ポジティブなエネルギーの循環を生みます。

今は商品スペックだけでなく、「共感」から商品が選ばれる時代になりました。生産者の思想や描く未来に対する共感が、商品を買う理由になっています。なぜその企業が生まれたのか。なぜその商品が生まれたのか。そこへの深い共感、時にスペックの優劣にも勝る強い結びつきになります。偶然の引き合わせを待つのでなく、企業の中の人々が自ら語りかけ対話するナラティブによって、共感の主體的に引き寄せることができます。

PR TIMESには「One's commitment, Public first」という価値観があります。自ら課した約束を成し遂げること、その時にも想像出来る限り広いステークホルダーの便益を最優先することを大切にしています。2020年を「ナラティブ元年」にすることは、行動者の情報価値を高める社会の公器として私たちが果たすべき約束であり、企業と顧客、仕入先、株主、メディア、求職者など広がるステークホルダーとの関係構築に貢献するものと考えています。

*：ナレーションやナレーターと同じ語源。ナラティブは話者自身によって語られ、読者と対話的に共有される物語を指す。

自己株式立会外買付取引（ToSTNeT-3）で自己株式の取得を実施
 上場前からの大株主等の売却機会を設けるとともに、今後の資本政策の機動性を高める

年度		増加	自己株式 減少	残高
2018年度	第4四半期	0株	0株	229株
2019年度	第1四半期	74,032株	0株	74,261株
	第2四半期	29株	8,000株	66,290株
	第3四半期	55,000株	8,000株	113,290株

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、%(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