

PR TIMES

2022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）

2023年1月12日

1

2022年度第3四半期 四半期決算

2

2022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（再掲）

- 売上高が四半期で過去最高を更新、営業利益は様々な先行投資により大幅減益
- 粗利率は過去最高を更新

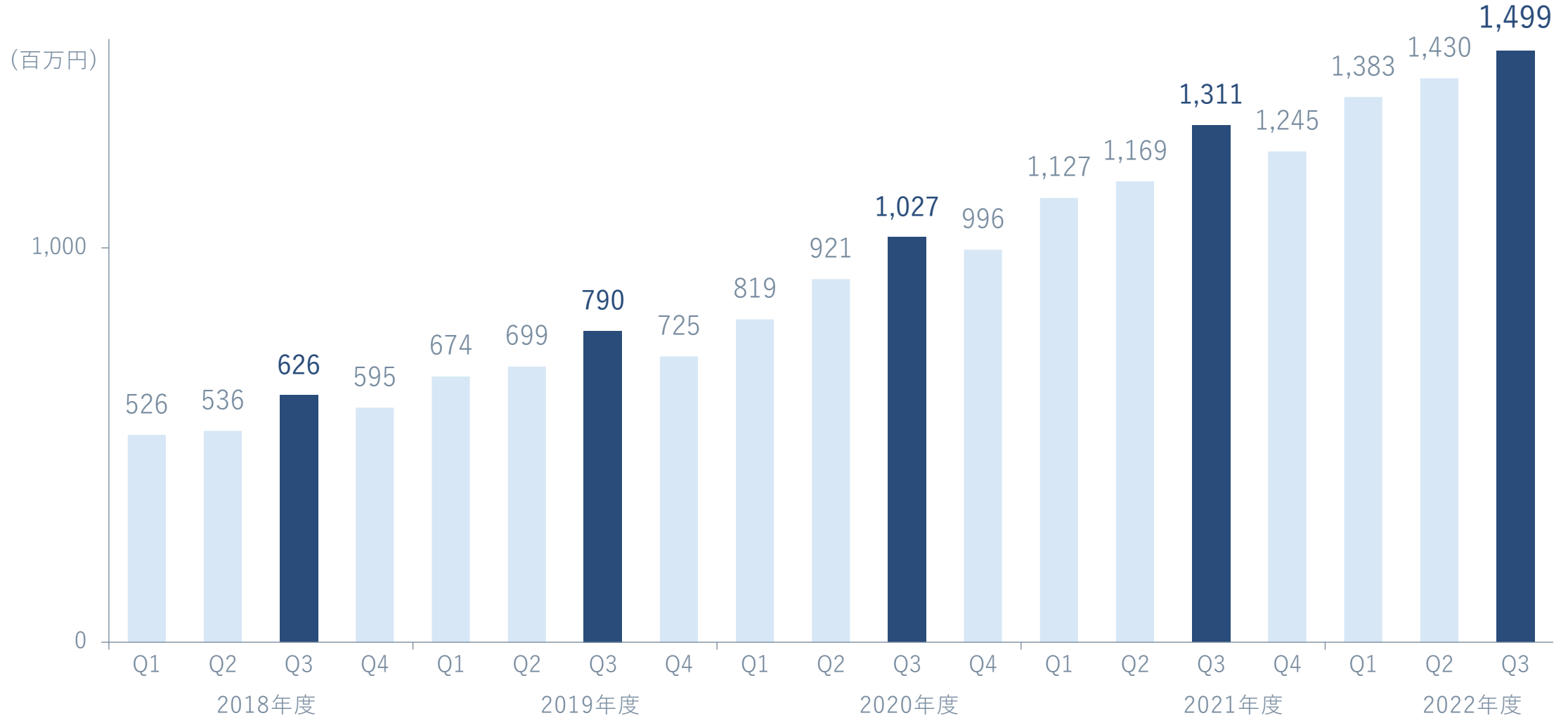
(単位：百万円)	2021年度		2022年度			前年同期比	前四半期比
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,311	1,245	1,383	1,430	1,499	114.3%	104.8%
売上総利益	1,173	1,105	1,221	1,275	1,353	115.4%	106.1%
(粗利率)	(89.5%)	(88.8%)	(88.3%)	(89.2%)	(90.3%)	—	—
販売管理費	550	792	793	787	1,171	212.9%	148.8%
営業利益	623	313	428	488	181	29.2%	37.3%
(営業利益率)	(47.5%)	(25.2%)	(30.9%)	(34.1%)	(12.1%)	—	—
経常利益	623	314	427	487	182	29.2%	37.3%
当期純利益	426	237	294	282	135	31.9%	48.0%

- 前年同期比で売上高が増加、営業利益は減少
- 通期業績予想に対して売上高と各利益ともに低い進捗率、売上高20%成長の確保も際どい

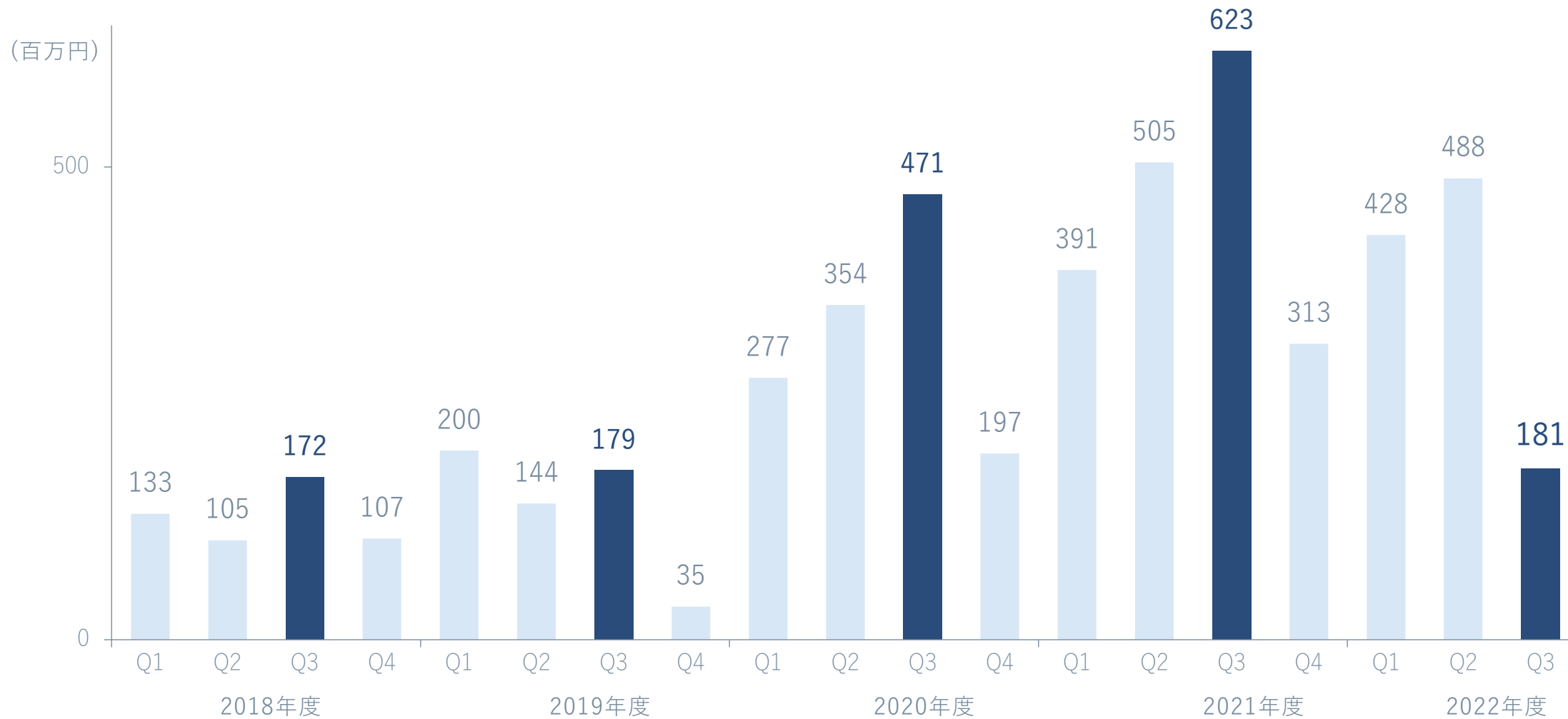
(単位：百万円)	2021年度 3Q	2022年度 3Q	前年同期比 (YonY)	2022年度 通期予想	対通期予想 進捗率
売上高	3,608	4,313	119.5%	5,950	72.5%
売上総利益	3,201	3,851	120.3%	—	—
(粗利率)	(88.7%)	(89.3%)	—	—	—
販売管理費	1,681	2,752	163.8%	—	—
営業利益	1,520	1,098	72.2%	1,600	68.6%
(営業利益率)	(42.1%)	(25.5%)	—	(26.9%)	—
経常利益	1,518	1,097	72.2%	1,596	68.8%
当期純利益	1,044	712	68.3%	1,105	64.5%

四半期売上高の推移

- 売上高は堅調に推移、3四半期連続で過去最高を更新



- 営業利益は先行投資により2019年度と同水準まで減少



四半期販管費の内訳と比率

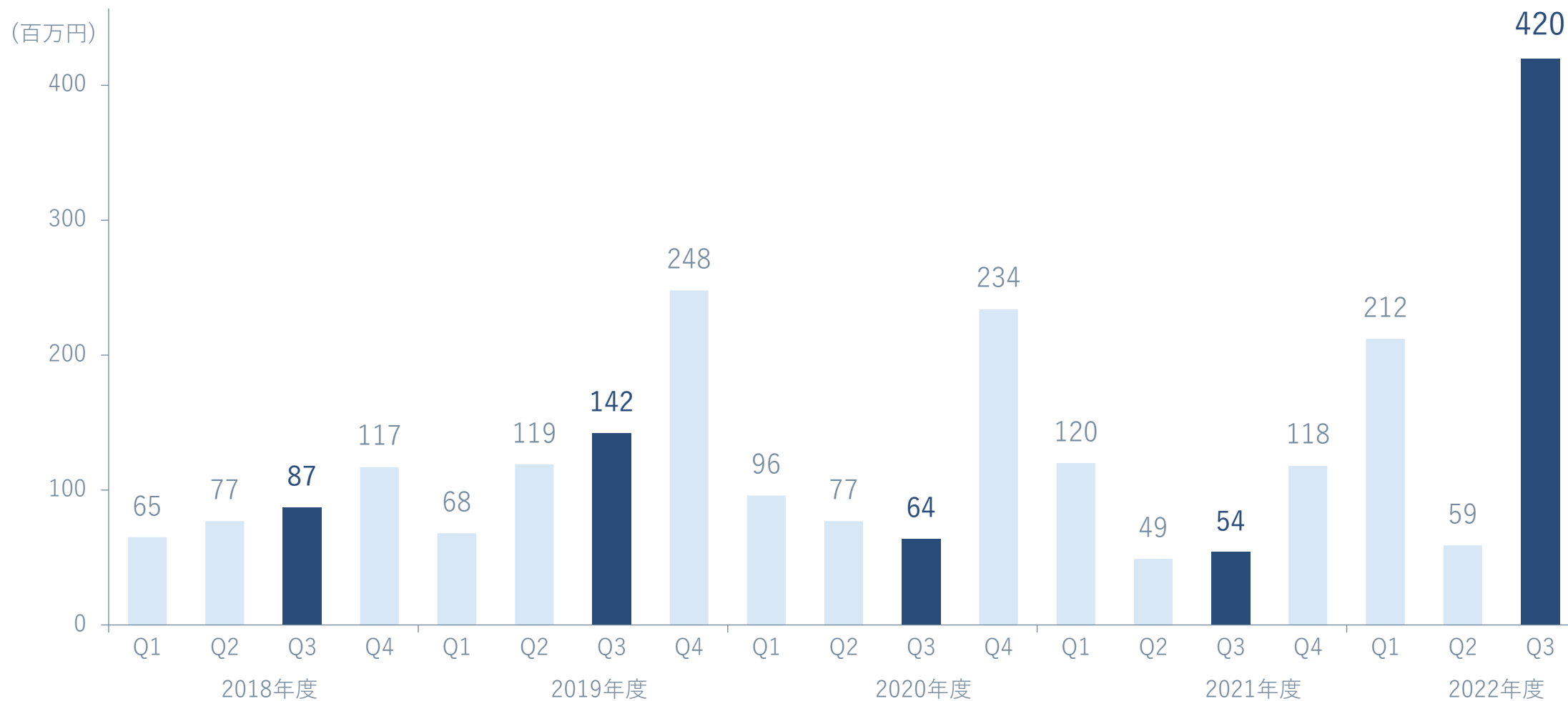
- 広告宣伝費の急増によりS&M比率が大きく増加
- R&Dは2期連続で過去最高を更新
- G&Aの増加は費用膨張に対する懸念あり

(単位：百万円)	2021年度				2022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	1,311	100.0%	1,245	100.0%	1,383	100.0%	1,430	100.0%	1,499	100.0%
売上原価	138	10.5%	139	11.2%	161	11.7%	154	10.8%	145	9.7%
S&M	269	20.5%	450	36.1%	494	35.7%	426	29.8%	782	52.2%
R&D	151	11.6%	191	15.4%	172	12.5%	228	16.0%	230	15.4%
G&A	129	9.9%	150	12.1%	126	9.1%	132	9.3%	159	10.6%
営業利益	623	47.5%	313	25.2%	428	30.9%	488	34.1%	181	12.1%

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

- 広告宣伝費は前年同期比767.6%増

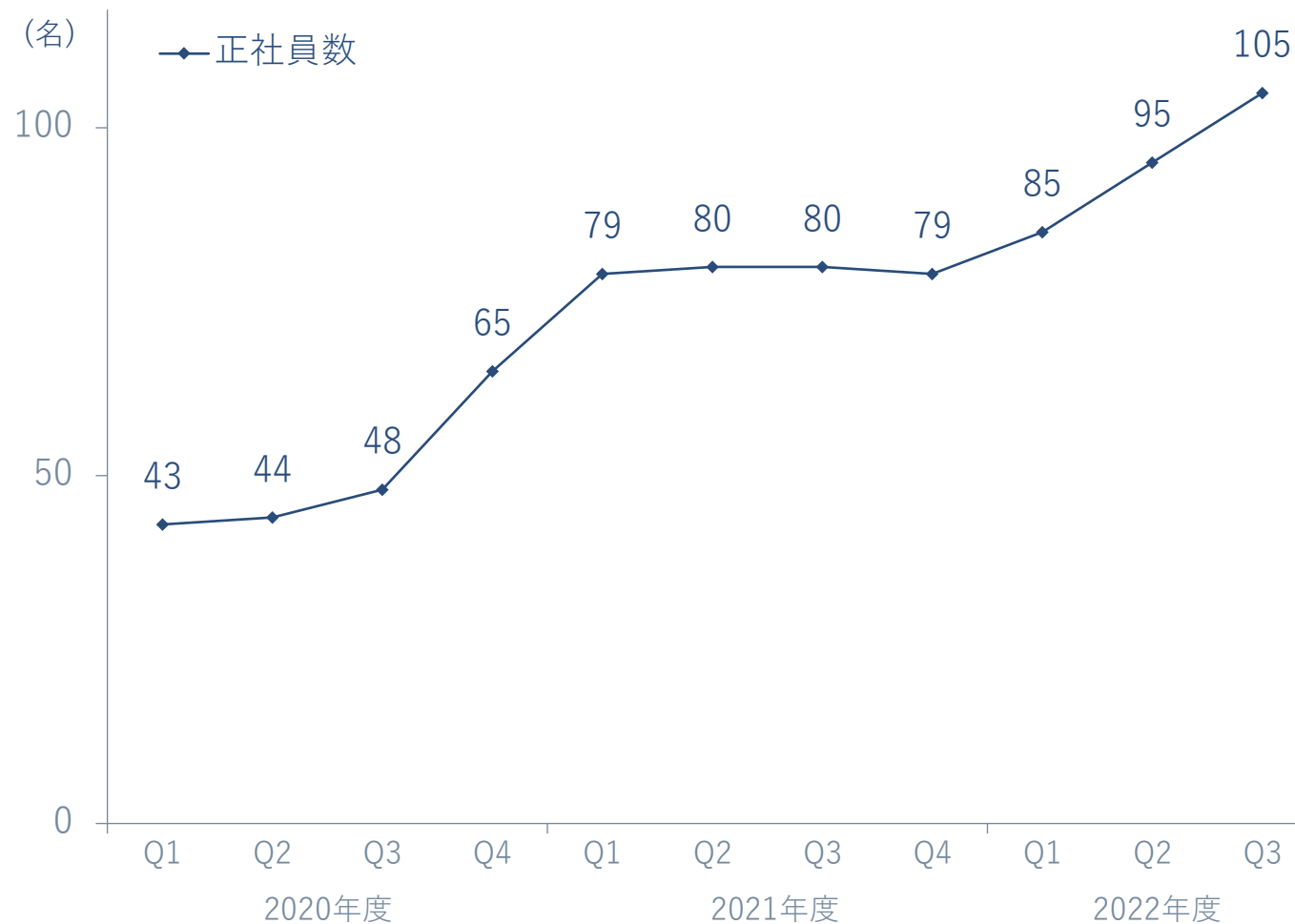
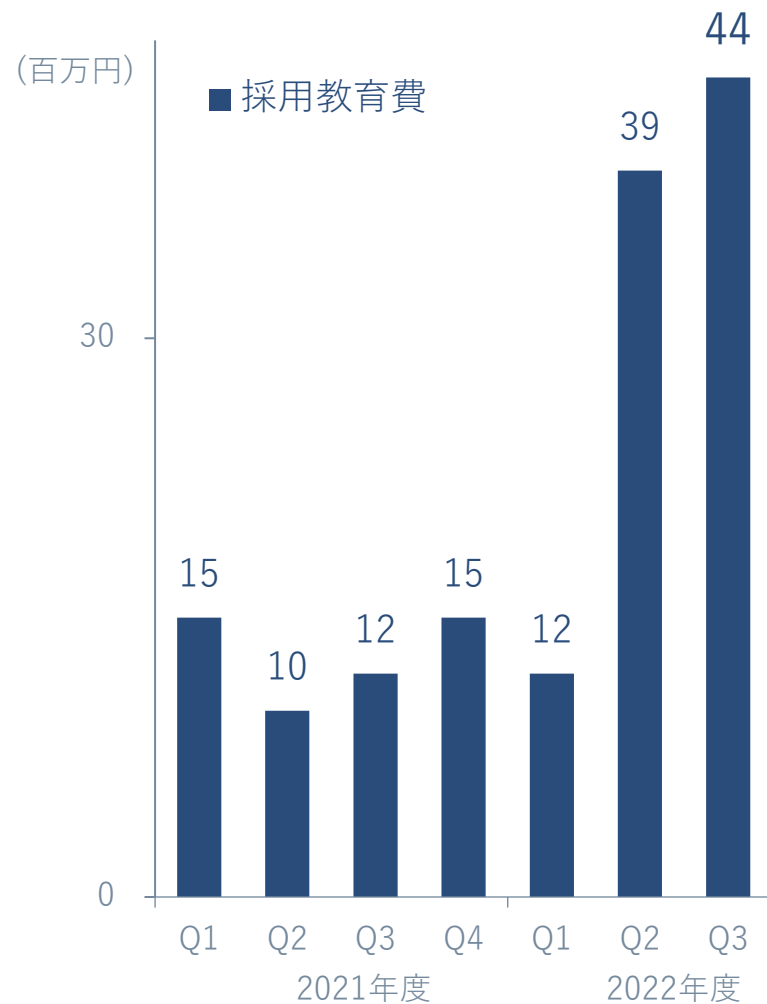


- 通期計画11億90百万円に対して第3四半期累計実績6億93百万円（通期進捗率58.2%）
- PR TIMESは地域TV-CMを西日本エリアで放映開始、TayoriがTV-CMをテスト放映
- JootoとTayoriそしてPR TIMESが大規模展示会に合同出展

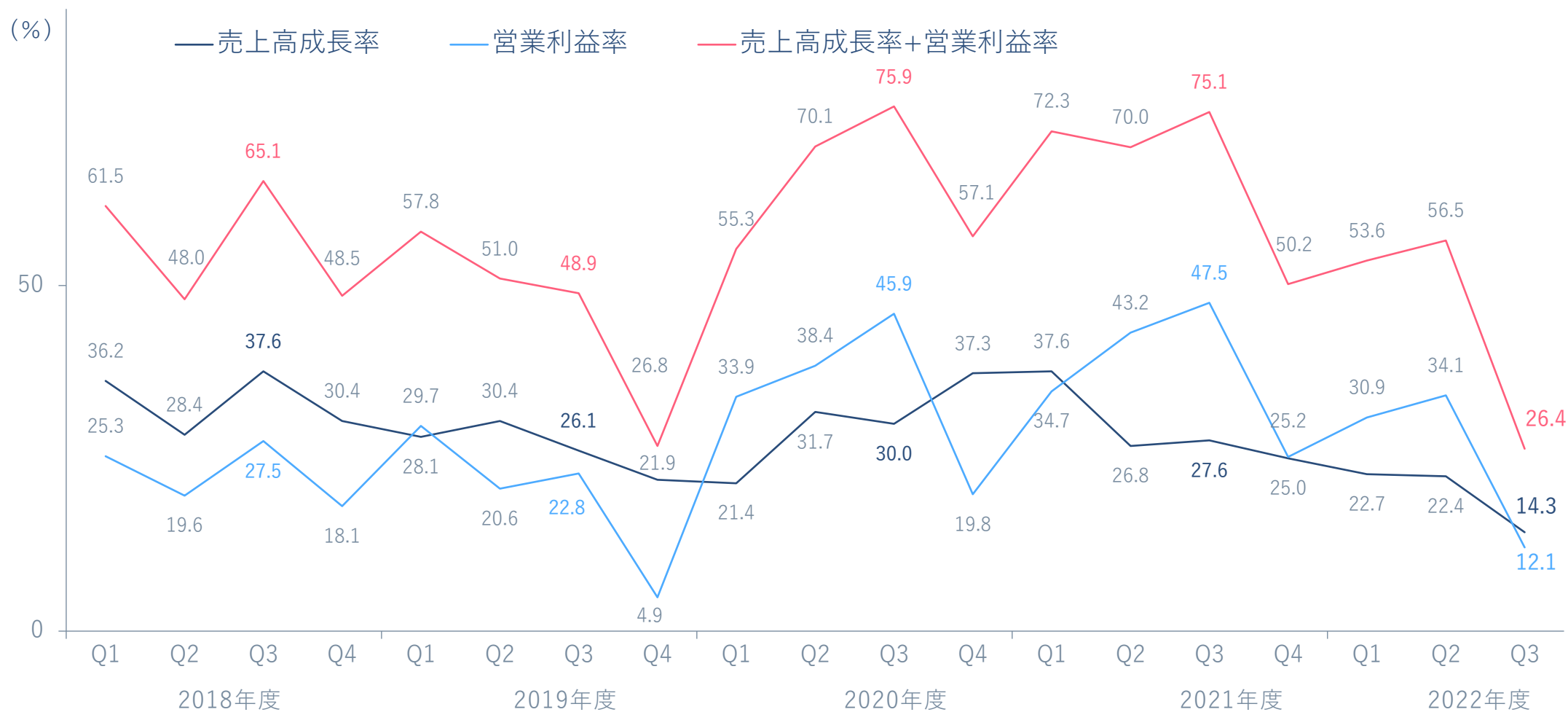
(単位：百万円)	計画 通期	実績				累計	通期進捗率	今期残額
		第1四半期	第2四半期	第3四半期				
PR TIMES 他	1,025	133	40	366	540	52.7%	484	
Jooto	107	74	13	15	103	96.2%	4	
Tayori	57	4	6	37	49	85.7%	8	
合計	1,190	212	59	420	693	58.2%	496	

採用教育費と、正社員数の推移

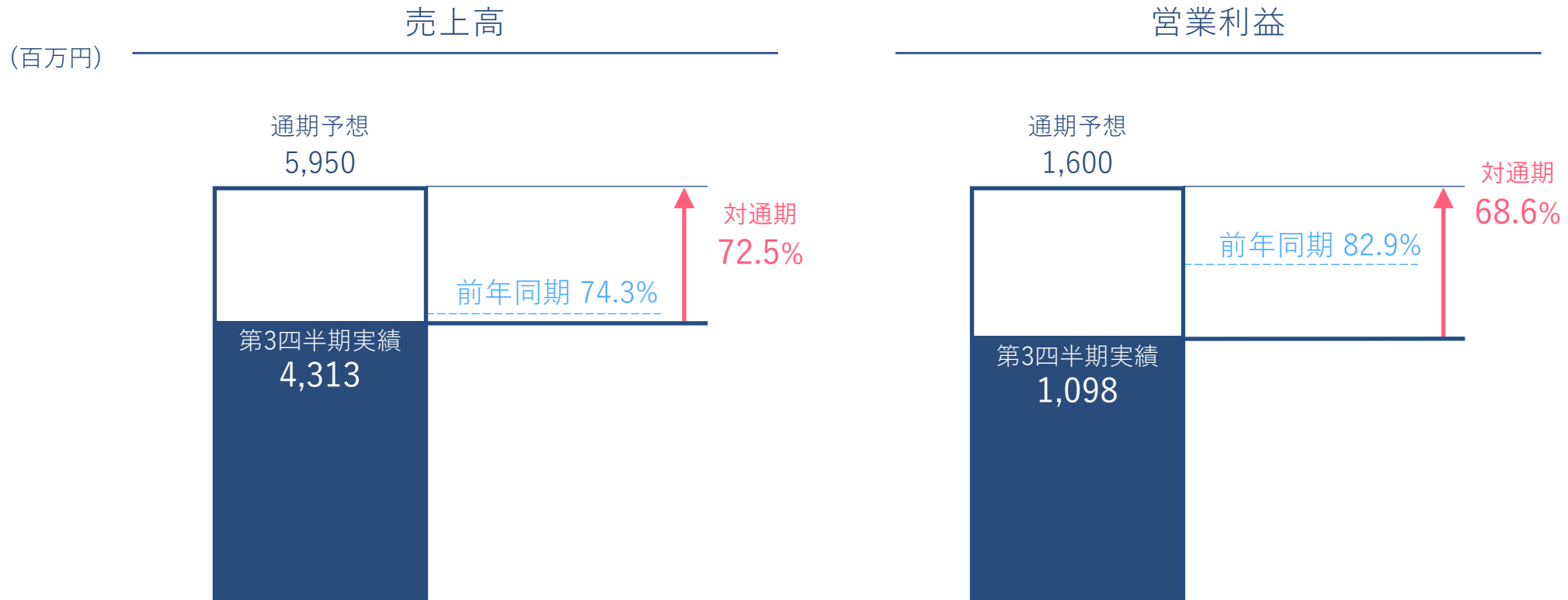
- 2022年度第3四半期の採用教育費は44百万円（計画比379.2%、前年同期比350.8%、前四半期比112.8%）
- 正社員数は2022年11月末に105名（6カ月で20名増、23.5%増）
- 持続的な事業成長の実現には組織の拡充が必要であるが、費用膨張して投資対効果と計画の規律を失った



- 売上高成長率 + 営業利益率 = 26.4%と2019年度第4四半期と同水準
- 積極的かつ規律ある投資により持続的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72.5%(前年同期74.3%)、営業利益で68.6%(同82.9%)
- 売上高と営業利益ともに前年同期と比較しても低い進捗率、営業利益は下振れる見通し
- 通期業績予想に対する着地見通しは現時点において各利益で-30%未満であるため、業績予想を修正しない



- 法人税の中間納付3億8百万円等により現預金が減少

(単位：百万円)	2021年11月末	2022年8月末	2022年11月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	3,779	4,441	4,277	113.2%	96.3%
内、現預金	3,132	3,708	3,520	112.4%	94.9%
固定資産	587	821	823	140.4%	100.3%
総資産	4,366	5,263	5,101	116.8%	96.9%
流動負債	800	999	702	87.7%	70.3%
内、契約負債(*1)	207	258	238	114.9%	92.4%
固定負債	2	0	0	15.5%	57.6%
純資産	3,563	4,263	4,399	123.4%	103.2%
ROA(*2)	31.0%	27.2%	20.1%	—	—
ROE	39.0%	33.9%	23.9%	—	—

(*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3四半期 四半期決算

2

2022年度第3四半期 サービス動向

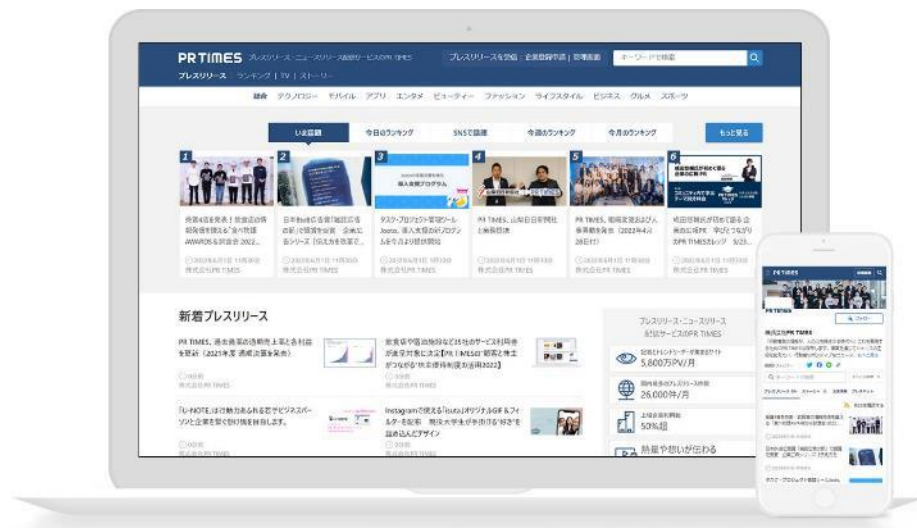
3

トピックス & 参考情報

4

Road to Milestone2025 (再掲)





<https://prtimes.jp>

企業

利用企業社数	76,499社
国内上場企業利用率	52.2%(2,060社/3,944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 164,608点/月(2022.11) 動画 2,840本/月(2022.03)

メディア

配信メディアリスト	11,796媒体
メディアユーザー数	24,703名
パートナーメディア	225媒体

生活者

サイト閲覧数	6,694万PV/月(2022.11)
SNSアカウント	Facebook 127,174 Twitter 422,914
個人ユーザー数	159,322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58媒体 76件（前期比116.9%）と第3四半期として過去最高を更新



TV 7媒体7件

RKB毎日放送 | ABEMA TV | 静岡朝日放送 | テレビ愛知 | テレビ朝日 | テレビ静岡 | 南日本放送



雑誌 6媒体10件

印刷センター | GOETHE | 週刊東洋経済 | Daily Cargo | Nintendo DREAM | PRESIDENT WOMAN



新聞 16媒体 26件

沖縄タイムス | The Bunka News | 山陽新聞 | 週刊製菓時報 | 食品化学新聞 | 新聞情報 | 新聞之新聞 | 東日新聞 | 日刊ゲンダイ | 日経産業新聞 | 日本経済新聞 | 日本食糧新聞 | 日本農業新聞 | 日高新報 | 文化通信 | 和歌山特報



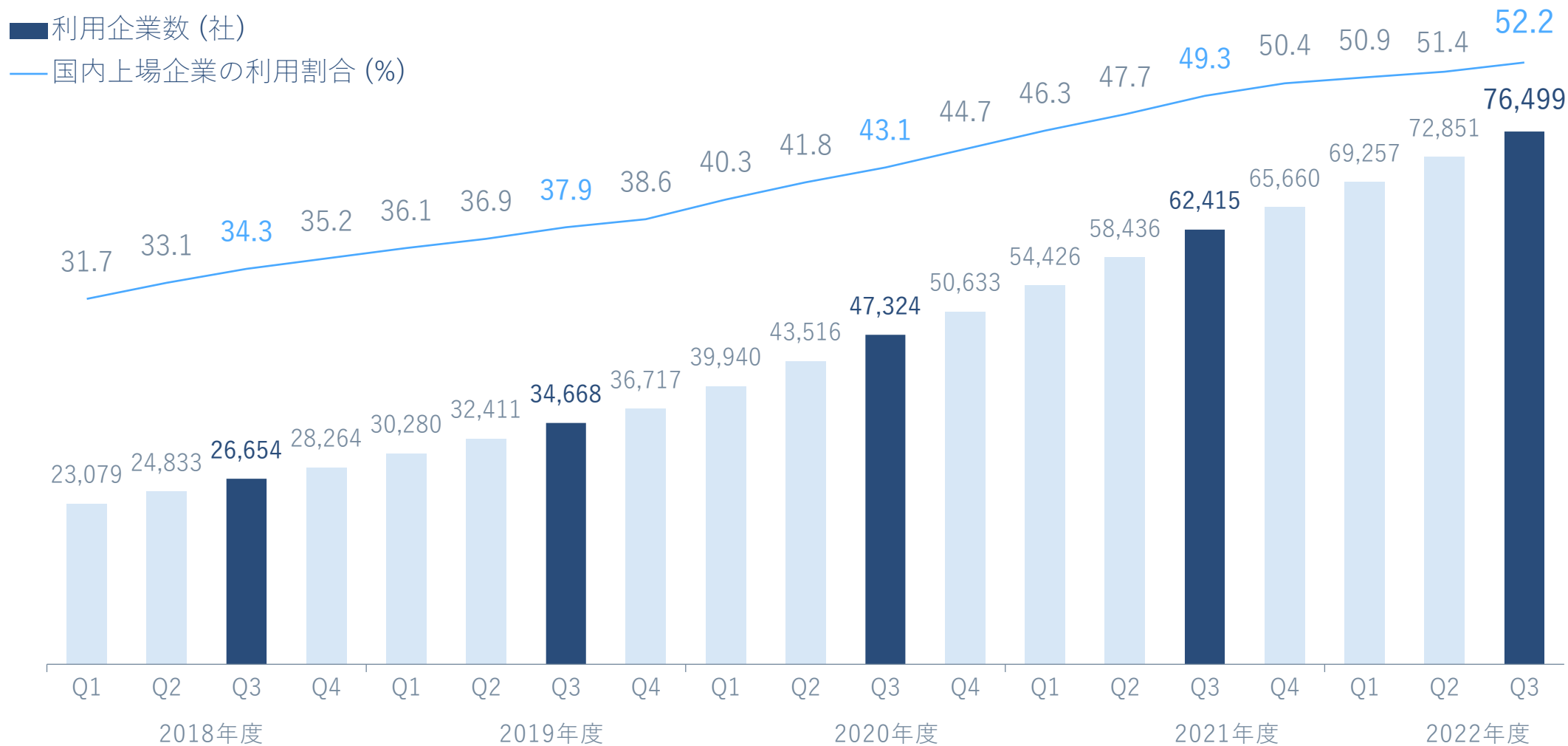
Web 29媒体 33件

RTB SQUARE | アキヤリノバ | ASCII STARTUP | AdverTimes（アドタイ） | advanced by massmedian | AMP | カワコレメディア | 号外NET徳島市 | SIGN NEWS SITE | THE SELECTION | J-CAST会社ウォッチ | 識学総研 | Japan In-depth | ソトコト | 楽しいニュース.com | テレ朝newsサイト | 東日ニュース | 東洋経済オンライン | NAGOYA. | ネタフル | ネットショップ担当者フォーラム | ファンファン福岡 | 福岡のニュース | VOIX biz | ボクシルマガジン | マイナビウーマン | Media Innovation | LOVETABI Mama | レスポンス

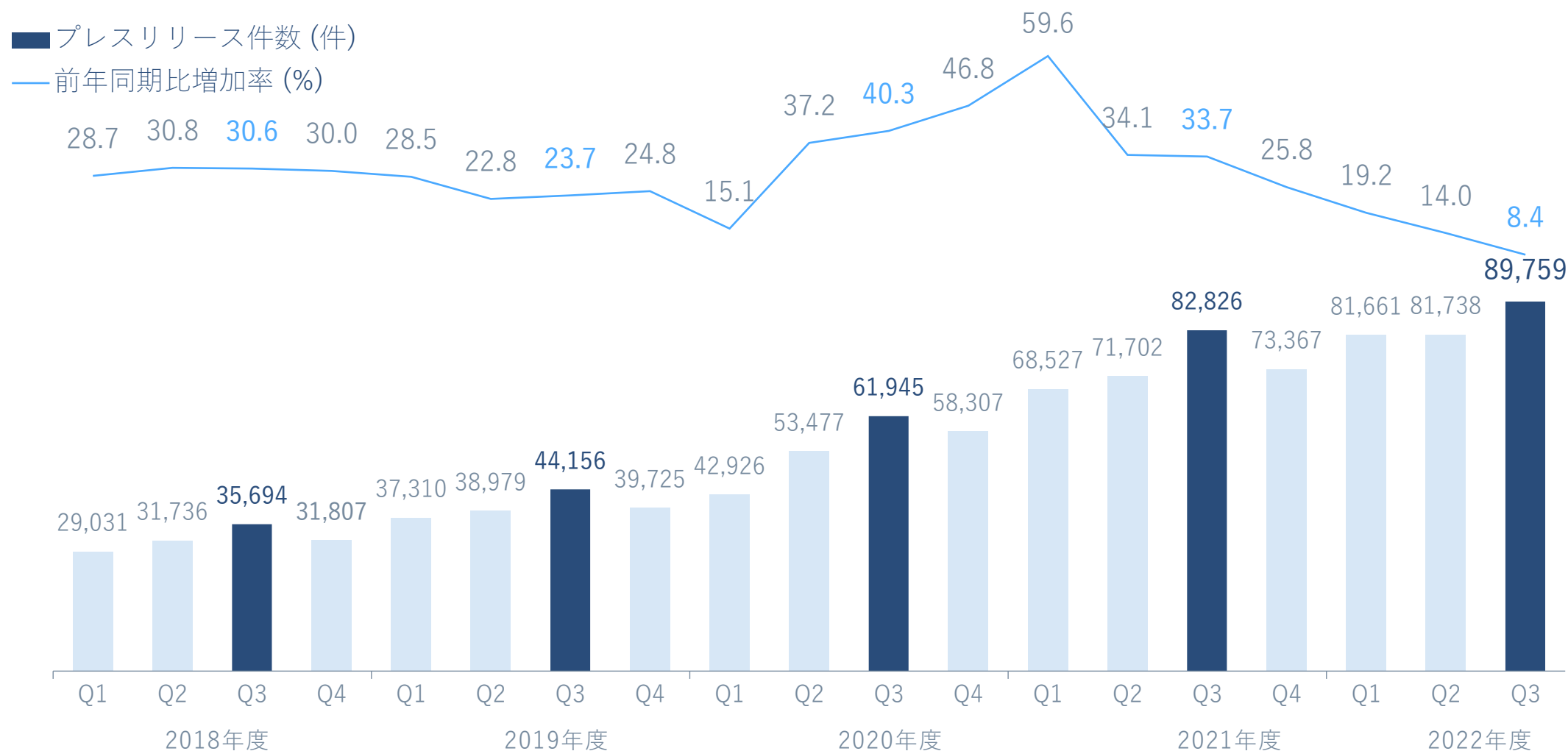
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、LINE NEWS、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- 新聞、雑誌から各オンライン版に転載されたパブリシティは省略。
- 当社の株価が主題のパブリシティは対象外。
- 複数回掲載された媒体を含む。

（2022年9月～2022年11月、五十音順）

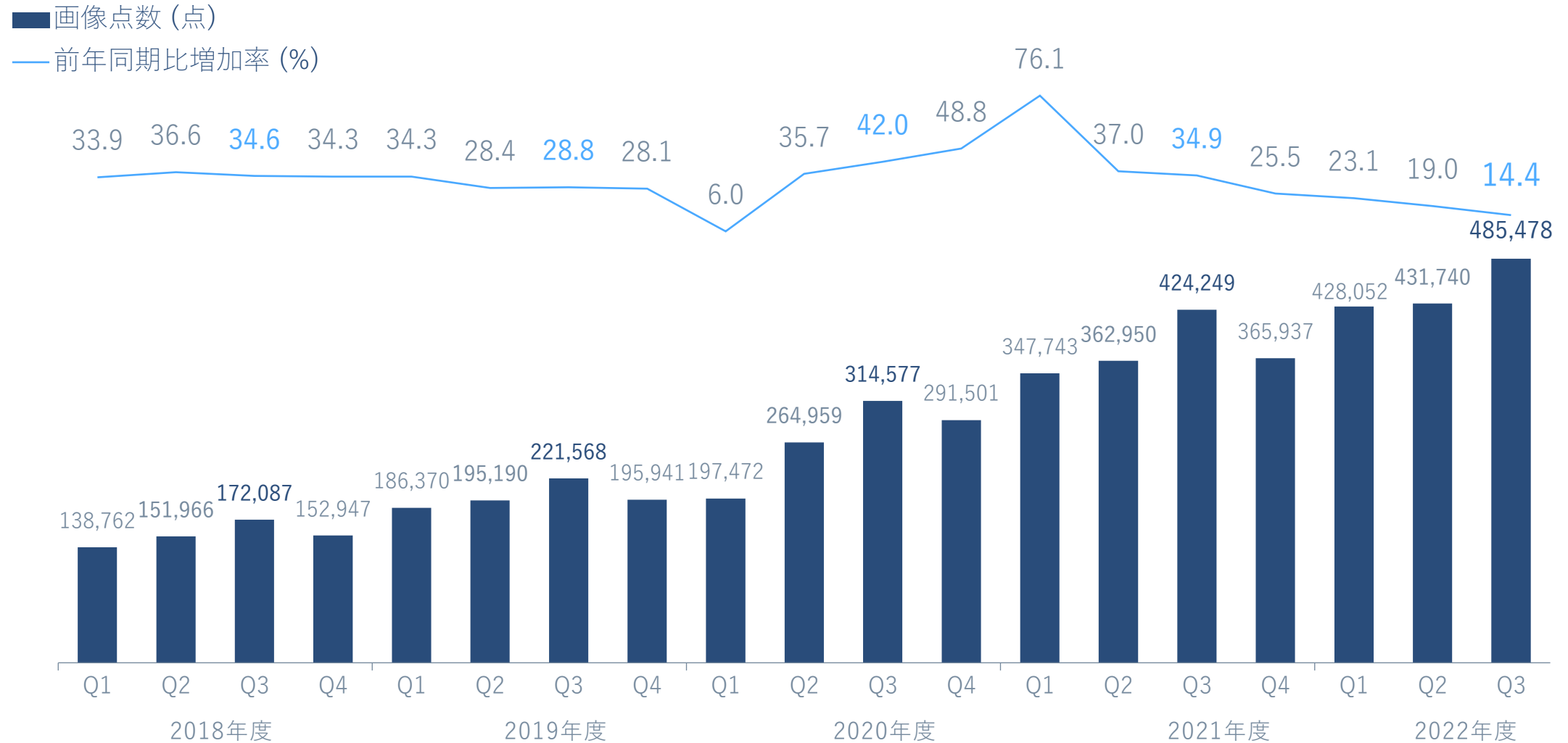
- 利用企業社数が76,499社に到達（前年同期比14,084社増・前四半期比3,648社増）
- 上場企業のうち52.2%（2,060社／3,944社）が利用



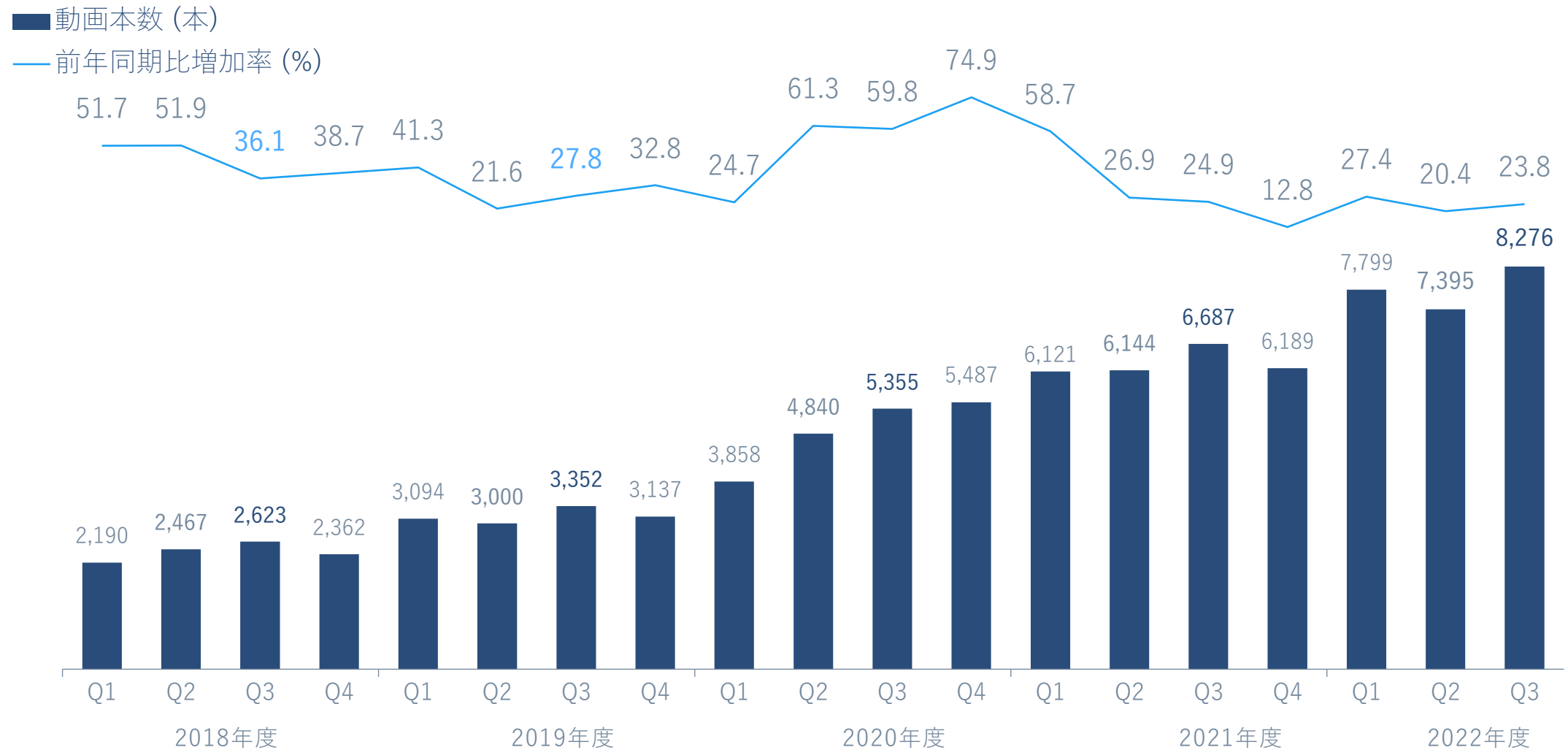
- プレスリリース件数は89,759件（前年同期比8.4%増・前四半期比9.8%増）、4四半期ぶりに過去最高を更新
- 利用企業社数は伸ばせているものの利用率と利用頻度が低下、営業の立て直しとカスタマーリレーションズの強化が緊急課題（P.25に対策を記載）



- 画像は485,478点（前年同期比14.4%増・前四半期比12.4%増）



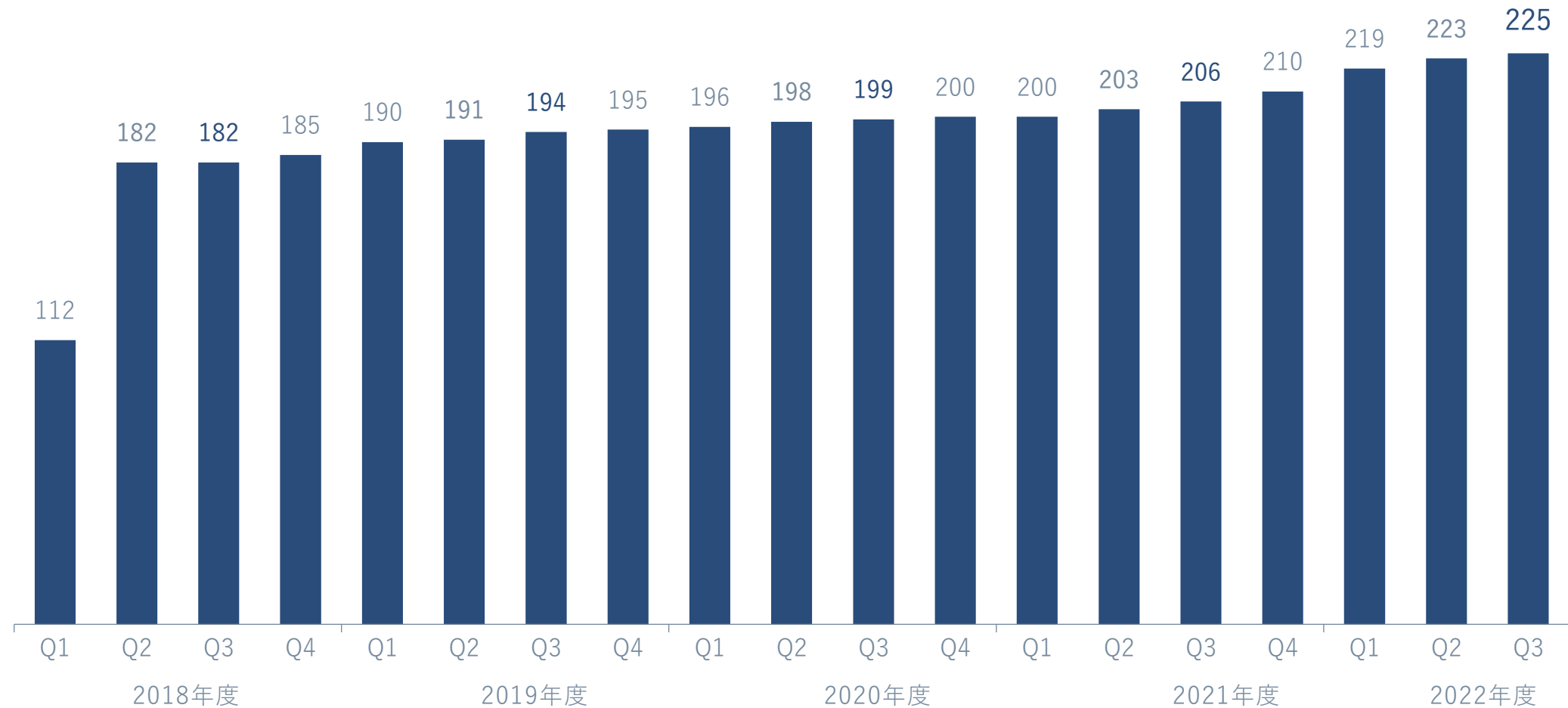
- 動画は8,276本（前年同期比23.8%増・前四半期比11.9%増）



- パートナーメディア数は前四半期から2媒体純増(3媒体増・1媒体減)し、6四半期連続で過去最高を更新

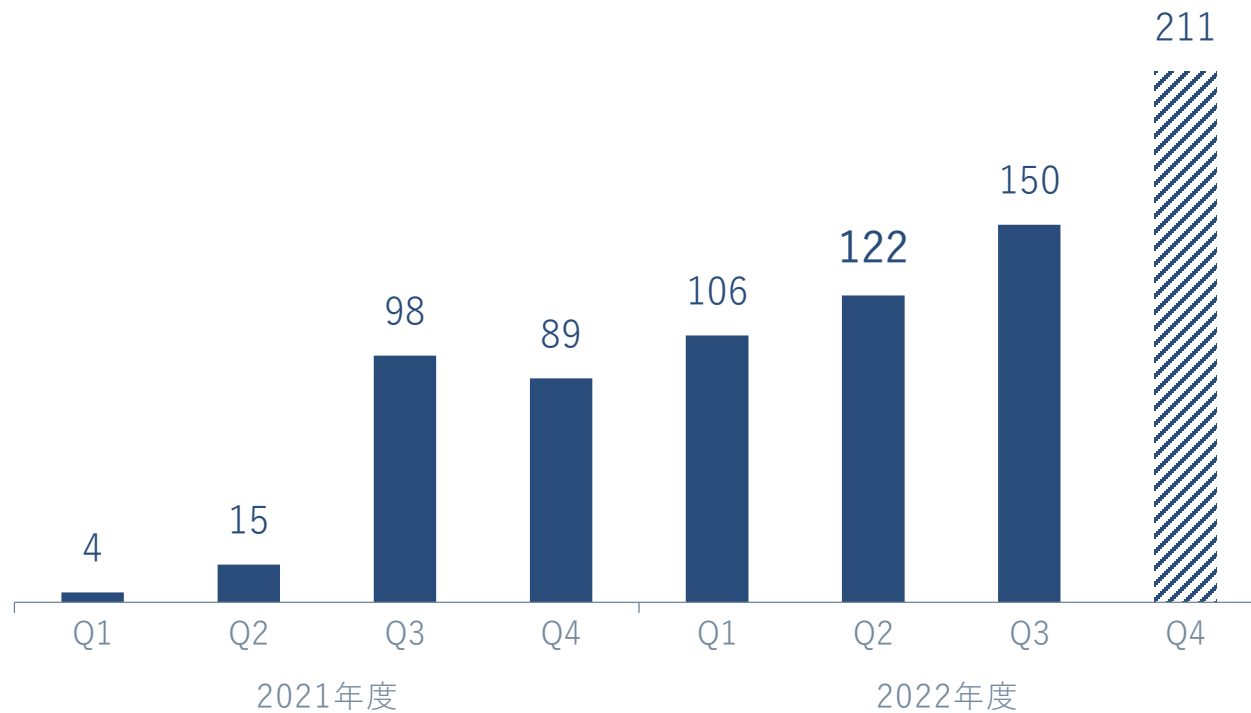


(媒体)

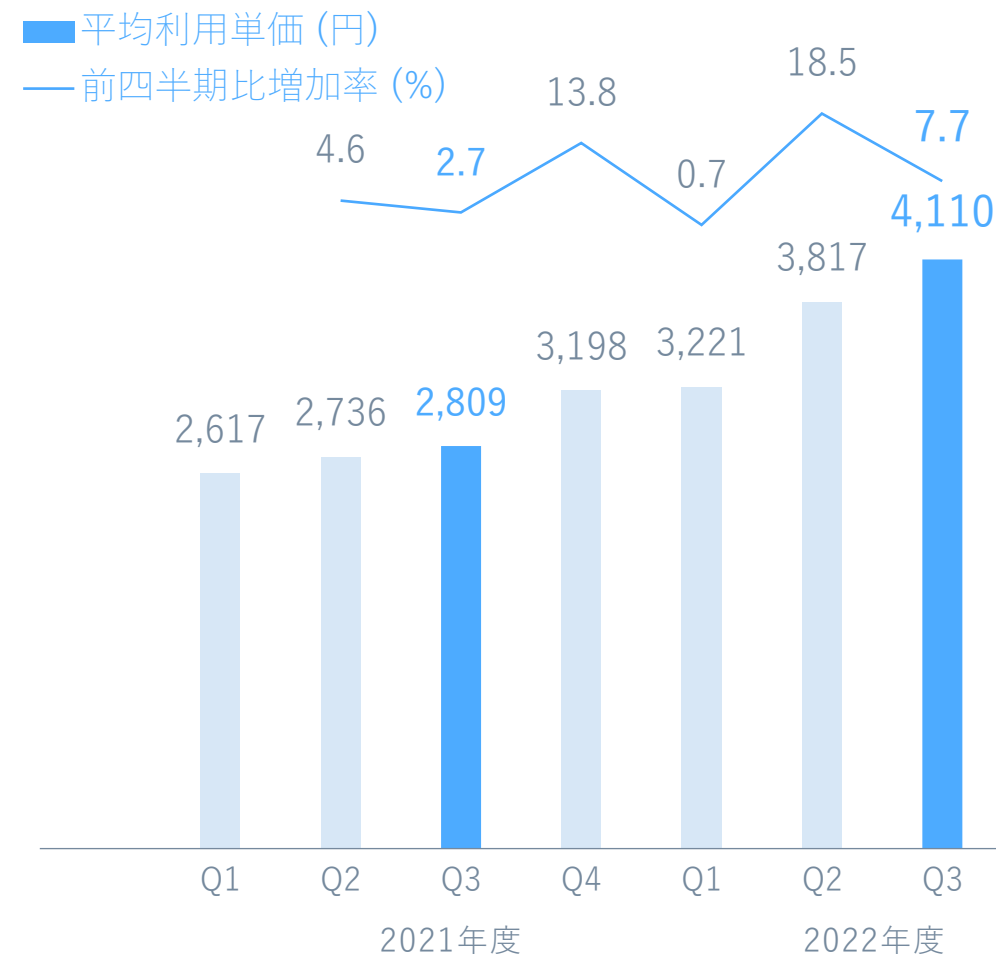
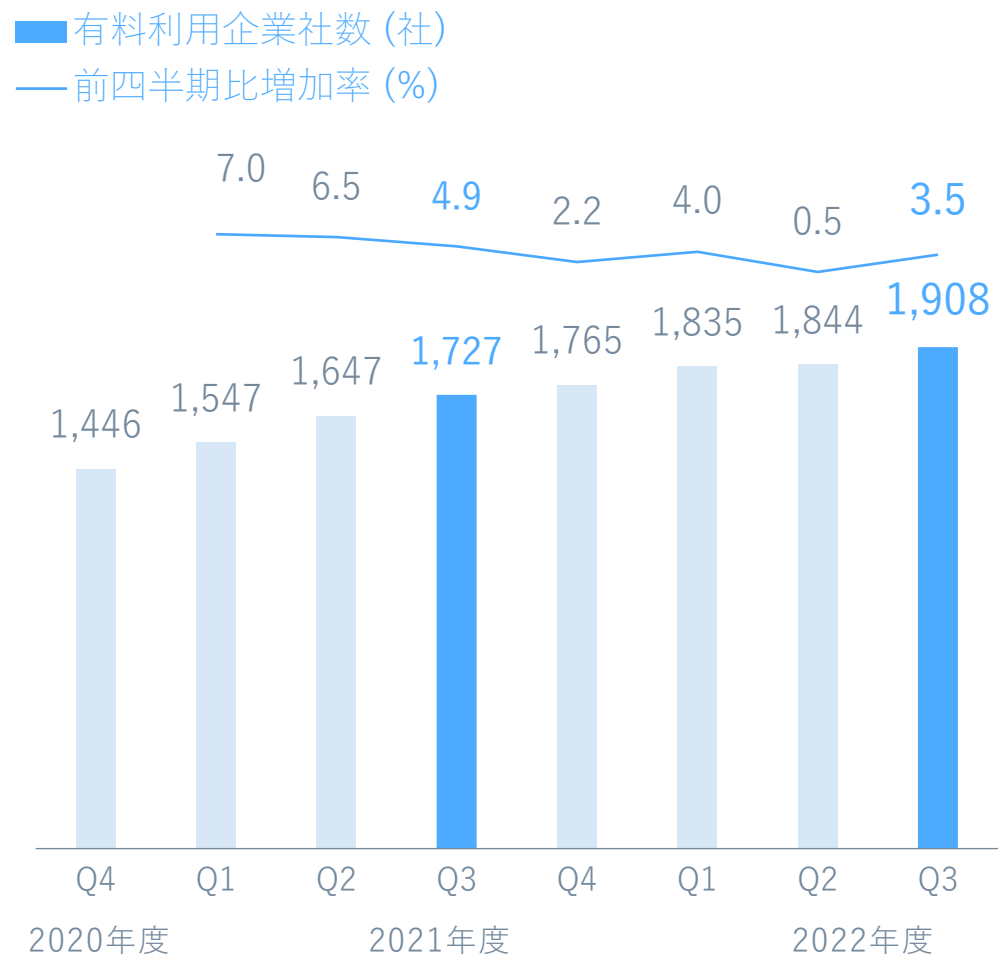


- PR TIMES STORYのストーリー件数は150件（計画比109.5%、前四半期比23.0%増）と好調に推移
- 2022年度第4四半期に211件を見込み、2023年度第4四半期には2,978件を計画

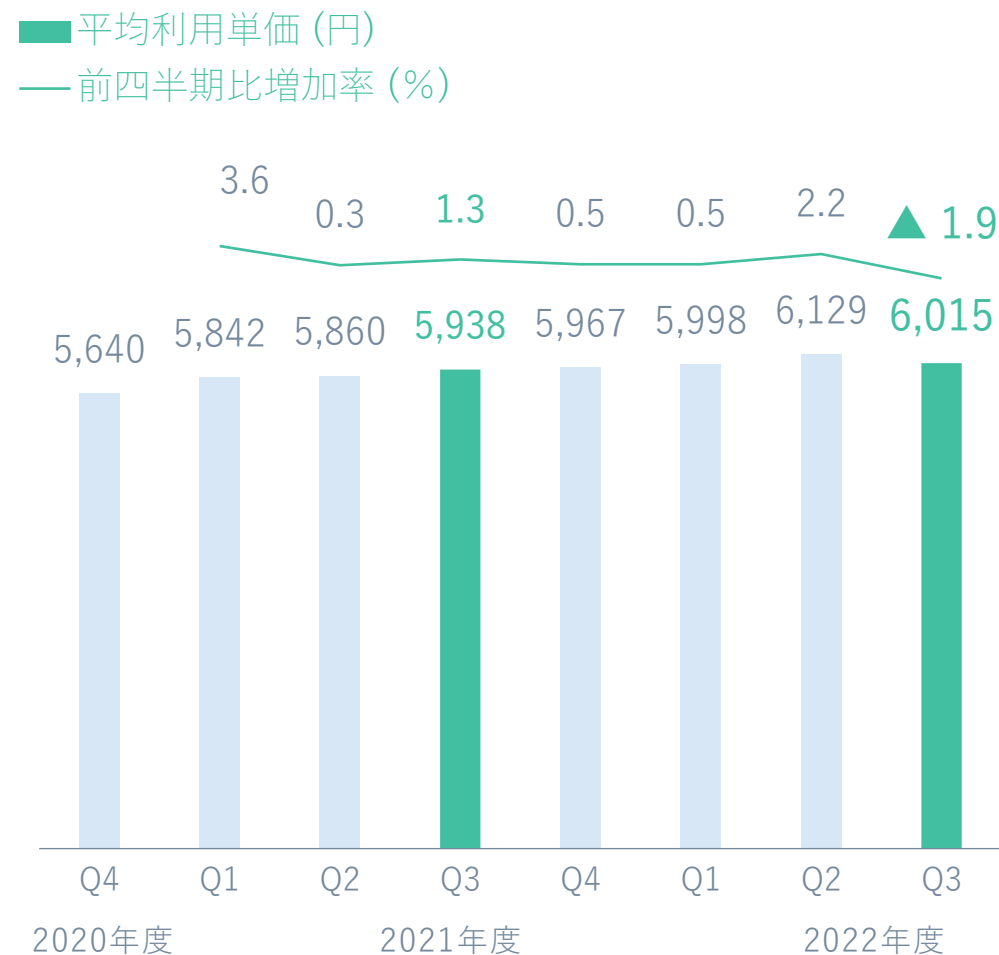
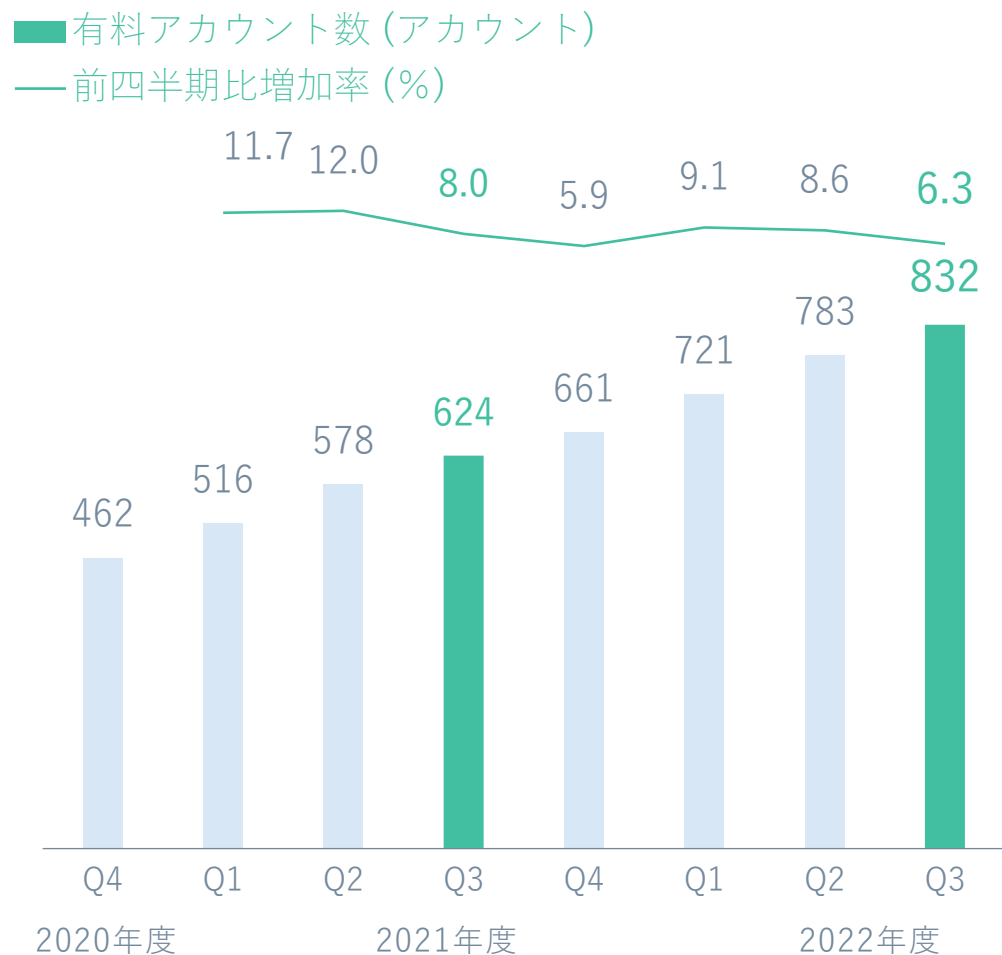
■ ストーリー件数実績 (件)
▨ ストーリー件数計画 (件)



- 有料利用企業社数は1,908社（前四半期比64社増 3.5%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4,110円（前四半期比7.7%増）と大きく増加



- 有料アカウント数は832アカウント(前四半期比49アカウント増 6.3%増)
- 平均利用単価が6,015円 (前四半期比1.9%減)



PR TIMES

地域新CM・地方展開 発表会

1

2022年度第3四半期 四半期決算

2

2022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 (再掲)



- 2022年9月の組織変更で地域営業に特化する部署を切り出したが、営業本部とともに機能に課題
- 2023年1月に再統合して代表山口が本部長を兼務、プレスリリースの件数を伸張できる組織へ再建中
- 2023年12月までに兼務を解消、営業とCRを併せた顧客接点を持つ部門を3部署以上で組成、責任者の配置を計画
- 長年懸案だったプレスリリースのエディタの基本機能とUIをアップデートする計画

	～ 2022年8月	2022年9 ～ 12月	2023年1月～	～ 2023年12月
営業	営業本部	営業本部 地域営業本部	営業本部 ※代表山口が本部長を兼務	Sales Sales CS CR
CR		カスタマー リレーションズ 本部		

- 2022年日本国内に上場した企業91社の内、65.9%の59社がPR TIMESを利用、東証グロース市場のIPOに限ると75.7%が上場時にPR TIMESを利用
- 2015年以降の成長においてスタートアップへの利用普及が原動力になったが、これ以上の普及には限りがある
- 今後は大企業の利用率を一層高めつつ、中堅中小企業への利用拡大が必要

取引所	市場	新規上場	2022年 内、利用企業	利用割合	2021年新規上場 企業の利用割合
東京証券取引所	プライム	3社	1社	33.3%	66.7%
	スタンダード	14社	5社	35.7%	45.8%
	グロース	70社	53社	75.7%	75.3%
	合計	87社	59社	56.3%	67.8%
札幌証券取引所		1社	0社	0.0%	—
名古屋証券取引所		3社	0社	0.0%	—
福岡証券取引所		—	—	—	50.0%
	合計	91社	59社	65.9%	68.8%

- 東証一部はプライム、東証二部とJASDAQはスタンダード、マザーズはグロースとして簡便的に集計する。
- 重複上場企業は、東京証券取引所にのみカウントする。

- 北海道・ファームエイジ、宮城県・仙台育英学園、新潟県・朝日酒造、群馬県・みなかみ町観光協会がTV-CMに出演
- 北海道から長野県まで東日本20都道県で4エリア別TV-CMを放映
- 地元交流イベント「そこで、PRゼミ！」を東日本第一弾として3月上旬に北海道札幌市で開催



プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001237.000000112.html>

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLm4kavwp0eQbnw9wlbWydKjrk58lWZNdC>

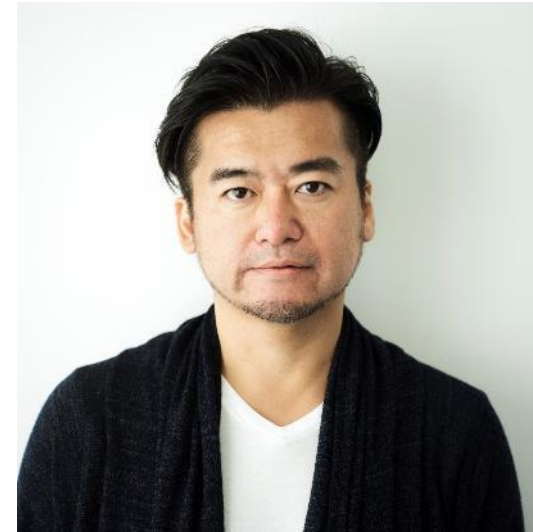
- エンゼルス球団広報グレース・マクナミー氏が初の単独講演、BRUTUS編集長・田島朗氏と前編集長・西田善太氏の二人が初めて人前で語る本音の編集論
- 2023年2月7日（火）開演 11:30@東京、ご利用企業&メディア700名無料ご招待



PR TIMES カレッジ

グレース・マクナミー氏
ロサンゼルス・エンゼルス球団広報

PR TIMESカレッジ Vol.7
開催日 2023.2.7 Tue



田島 朗氏
BRUTUS編集長



西田 善太氏
BRUTUS前編集長
マガジンハウス取締役

- 2022年11月に鳥取銀行、12月に下野新聞社
- 地方情報流通のための提携は地方金融機関36例（28行・8信金）、地方メディア20社、地方自治体等1府2県3市で合計62例、42都道府県に広がる

The image features a central map of Japan, with various logos of partner organizations arranged around it. The logos are organized roughly by region, from north to south:

- North (Tohoku):** 秋田新報, 山形新聞社, 秋田銀行, 北日本銀行, 東奥日報, 岩手銀行
- Central (Kanto):** 北海道銀行, 群馬銀行, 上毛新聞社, 常陽銀行, 足利銀行, 武蔵野銀行, TSUKUBA, 千葉日報, 千葉銀行
- East (Kansai):** 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
- West (Chugoku):** 鳥取銀行, 中国新聞社, 西日本シティ銀行, 佐賀共栄銀行, 福島銀行, 福島民報社, 福島民友新聞, 福邦銀行, 北陸銀行
- South (Shikoku):** 四国銀行, 香川銀行, 愛媛銀行, 阿波銀行, 愛媛新聞社
- Other:** 琉球銀行, 山梨日日新聞社, 山梨日日新聞社, 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, 名古屋銀行, 城南信用金庫, 茨城新聞社, 岐阜新聞社, 百十四銀行

- タスクごとに予算と実績の数値を管理する機能を実装
- 時間管理ツール「TimeCrowd」と連携したタスクごとの対応時間の管理が可能に

管理されている業務

営業で案件の進捗を管理している。
1案件ごとにタスクを作成して、進捗状況に応じて次のリストに動かして管理している。
契約した案件は契約した月ごとにリストを作成して管理。

予実管理機能で解決されたこと

各フェーズにある案件の予算の可視化がされ、
また各フェーズごとの合計値もリストに表示される。

The image displays two screenshots of the Jooto application interface. The left screenshot shows a task list for '初回面談実施済み 2' with a '+ タスクを追加' button. The right screenshot shows a task list for '11月納品案件 2' with a '+ タスクを追加' button and a callout box pointing to the budget and actuals columns, stating '合計値が表示される' (Total value is displayed).

- 経営者がTayori導入を通じて顧客満足度を高めていく過程を柔道をモチーフに展開
- 2022年10月19日から11月15日までテレビ東京にて放映



Tayori CM「顧客満足度に技あり」編



竹内一浩
Tayori事業部 事業部長

日本の生産性を高める上で、問い合わせ業務の効率化をDXにより実現することは、顧客の声に触れ合う重要な箇所となってまいります。マルチタスクされている方々へ問い合わせ業務の効率化において貢献するべく、今後も行動してまいります。

- 2023年の年頭所感として、「働く人を、PRの力で、前向きに。」を宣言し、決意を新たにする。
- 社員一同自ら行動者であり続け、PRの力を信じ、多くの行動者を支えていく。当社の事業を通じてSDGs8番目の開発目標「働きがいも経済成長も」に貢献していく。



1

2022年度第3四半期 四半期決算

2

2022年度第3四半期 サービス動向

3

トピックス & 参考情報

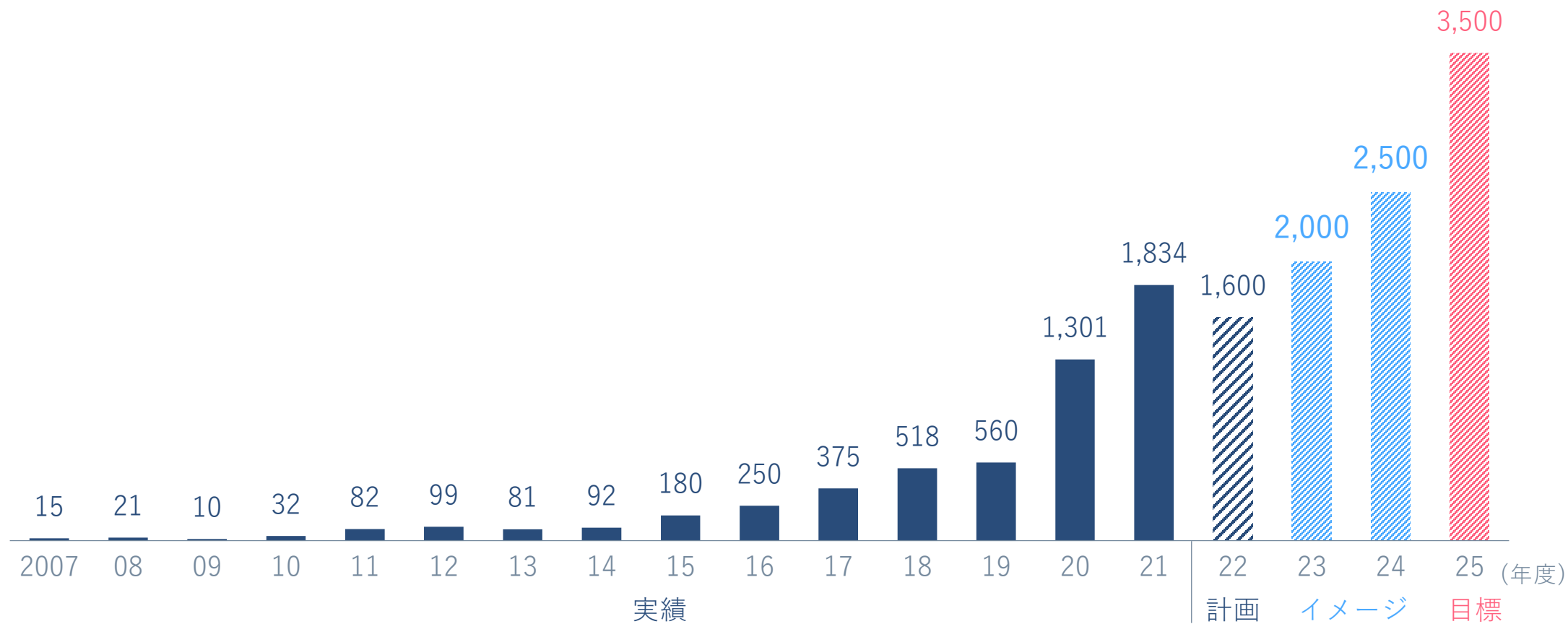
4

Road to Milestone2025 (再掲)

- 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。