

PR TIMES

2024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）

2024年10月11日

第2四半期業績

- 売上高は前年同期比17.4%増、6四半期連続で過去最高を更新。
- PR TIMESのリニューアルプロジェクトに加えて、広告宣伝費を前年同期比1億25百万円増加させた結果、営業利益4億73百万円で前年同期比86.7%。

上期業績と見通し

- 上期業績予想に対して売上高で△1.7%、営業利益で+13.8%、当期純利益+12.2%で着地。
- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で47.5%、営業利益で50.4%、順調に推移。

トピックス

- 従業員持株会の奨励金率を最大100%に引き上げ。
- 正社員の勤務を原則週5出社へ変更。

サービス動向

- Jootoの有料利用企業社数は2,424社で、前四半期比34.6%増。平均利用単価は10,197円で、前四半期比20.5%増と、有料利用企業社数と平均利用単価がともに急増。
- Tayoriの有料アカウント数は1,254アカウントで、前四半期比6.5%増。平均利用単価は7,465円で、前四半期比9.2%増。

2025年度業績予想

- 2024年度第2四半期の決算発表時点で、2025年度の業績予想は策定中だが、2025年度の業績予想において営業利益25億円以上を公表する予定。
- 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2四半期 四半期決算

2

2024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 (更新)

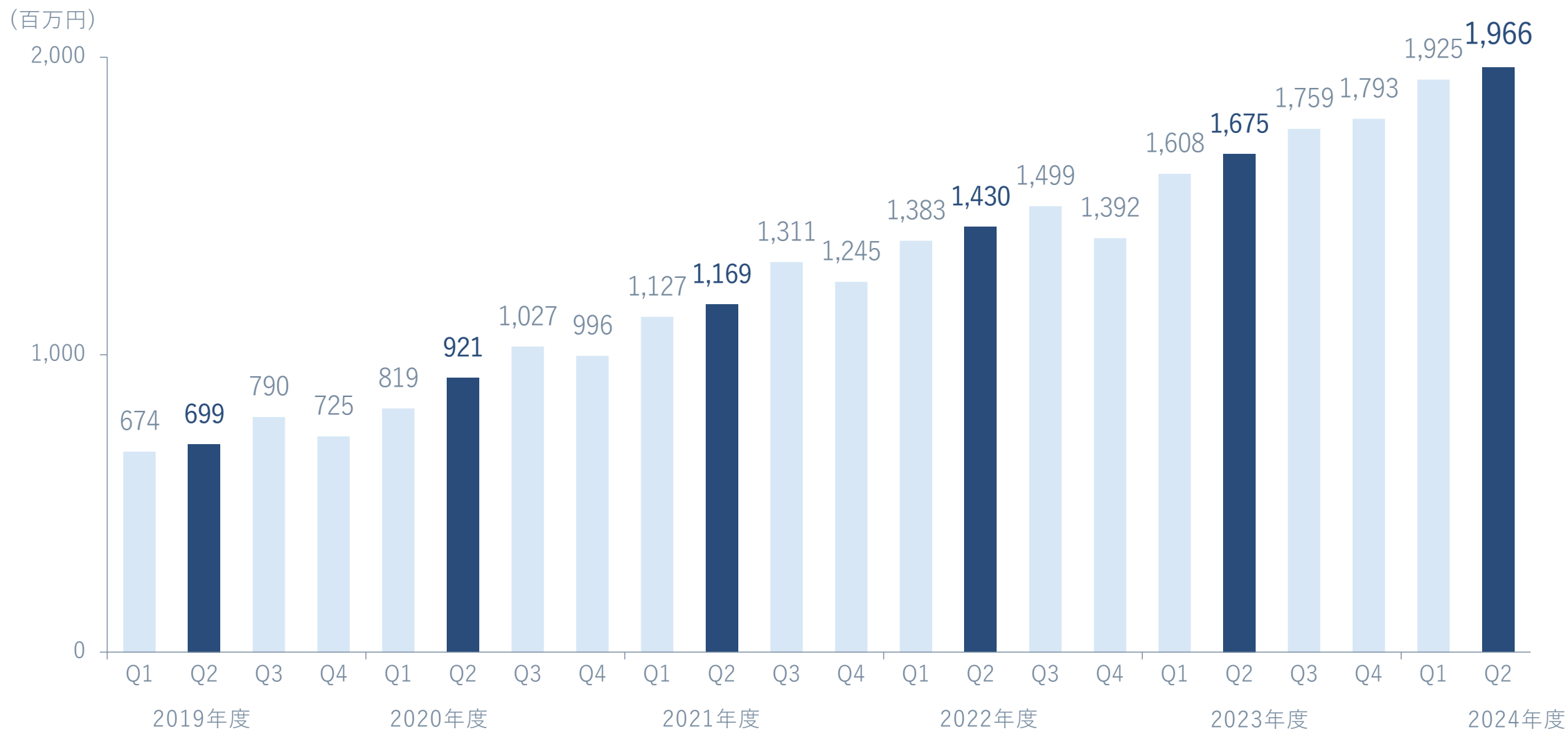
- 上期業績予想に対して売上高で△1.7%、営業利益で+13.8%、当期純利益+12.2%で着地
- 売上高において、NAVICUSは計画比で47百万円の未達、PR TIMES STORYは計画比で25百万円の未達
- NAVICUSの営業利益が△11百万円、当期純利益が△13百万円

(単位：百万円)	2023年度		2024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	3,284	3,552	3,892	118.5%	109.6%	3,958	98.3%
売上総利益	2,857	3,036	3,289	115.1%	108.3%	—	—
(粗利率)	(87.0%)	(85.5%)	(84.5%)	—	—	—	—
販売管理費	1,967	2,180	2,330	118.5%	106.9%	—	—
営業利益	890	855	958	107.6%	112.0%	842	113.8%
(営業利益率)	(27.1%)	(24.1%)	(24.6%)	—	—	(21.3%)	—
経常利益	890	826	955	107.3%	115.5%	835	114.4%
当期純利益	600	560	634	105.6%	113.3%	566	112.2%

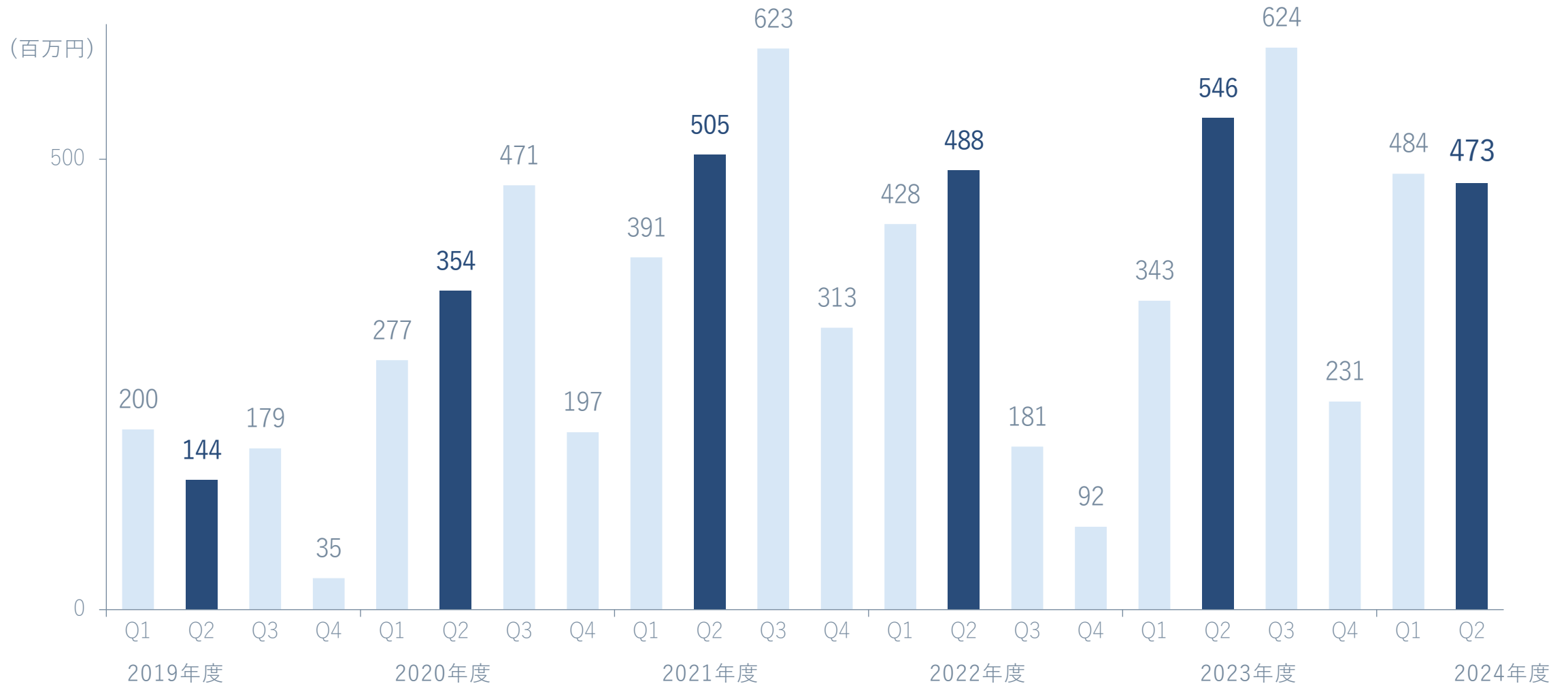
- 売上高19億66百万円（前年同期比117.4%、前四半期比102.2%）、営業利益4億73百万円（前年同期比86.7%、前四半期比97.8%）
- 広告宣伝費を前年同期比1億25百万円増加させた結果、営業利益は前年同期比86.7%

(単位：百万円)	2023年度			2024年度		前年同期比	前四半期比
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,675	1,759	1,793	1,925	1,966	117.4%	102.2%
売上総利益	1,450	1,536	1,500	1,630	1,658	114.4%	101.7%
(粗利率)	(86.6%)	(87.3%)	(83.7%)	(84.7%)	(84.3%)	—	—
販売管理費	903	911	1,269	1,145	1,184	131.1%	103.4%
営業利益	546	624	231	484	473	86.7%	97.8%
(営業利益率)	(32.6%)	(35.5%)	(12.9%)	(25.2%)	(24.1%)	—	—
経常利益	546	600	226	484	470	86.1%	97.2%
当期純利益	369	399	160	320	313	84.9%	97.8%

- 売上高は6四半期連続で過去最高を更新



- 投資を吸収して引き続き高い利益水準を堅持



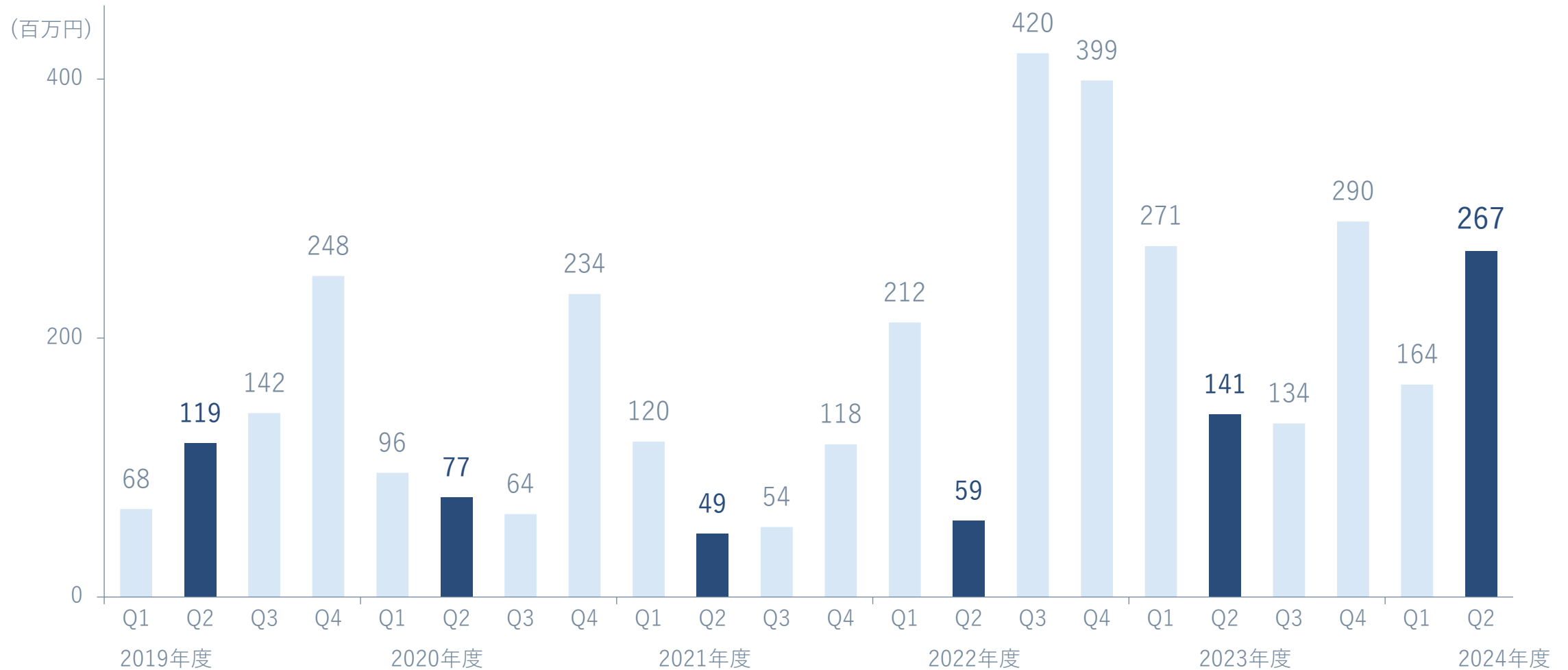
- S&Mでは、PR TIMESにおいてテレビCM、動画広告、屋外広告などを、JootoとTayoriにおいては動画広告やイベント出展などを実施
- R&Dでは、PR TIMESのリニューアルプロジェクトの費用等が引き続き発生
- G&Aでは、対売上高比10%未満をキープ

(単位：百万円)	2023年度						2024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	1,675	100.0%	1,759	100.0%	1,793	100.0%	1,925	100.0%	1,966	100.0%
売上原価	225	13.4%	223	12.7%	292	16.3%	294	15.3%	308	15.7%
S&M	537	32.1%	520	29.6%	870	48.5%	696	36.2%	747	38.0%
R&D	244	14.6%	266	15.1%	261	14.6%	279	14.5%	283	14.4%
G&A	121	7.2%	124	7.1%	137	7.7%	169	8.8%	154	7.8%
営業利益	546	32.6%	624	35.5%	231	12.9%	484	25.2%	473	24.1%

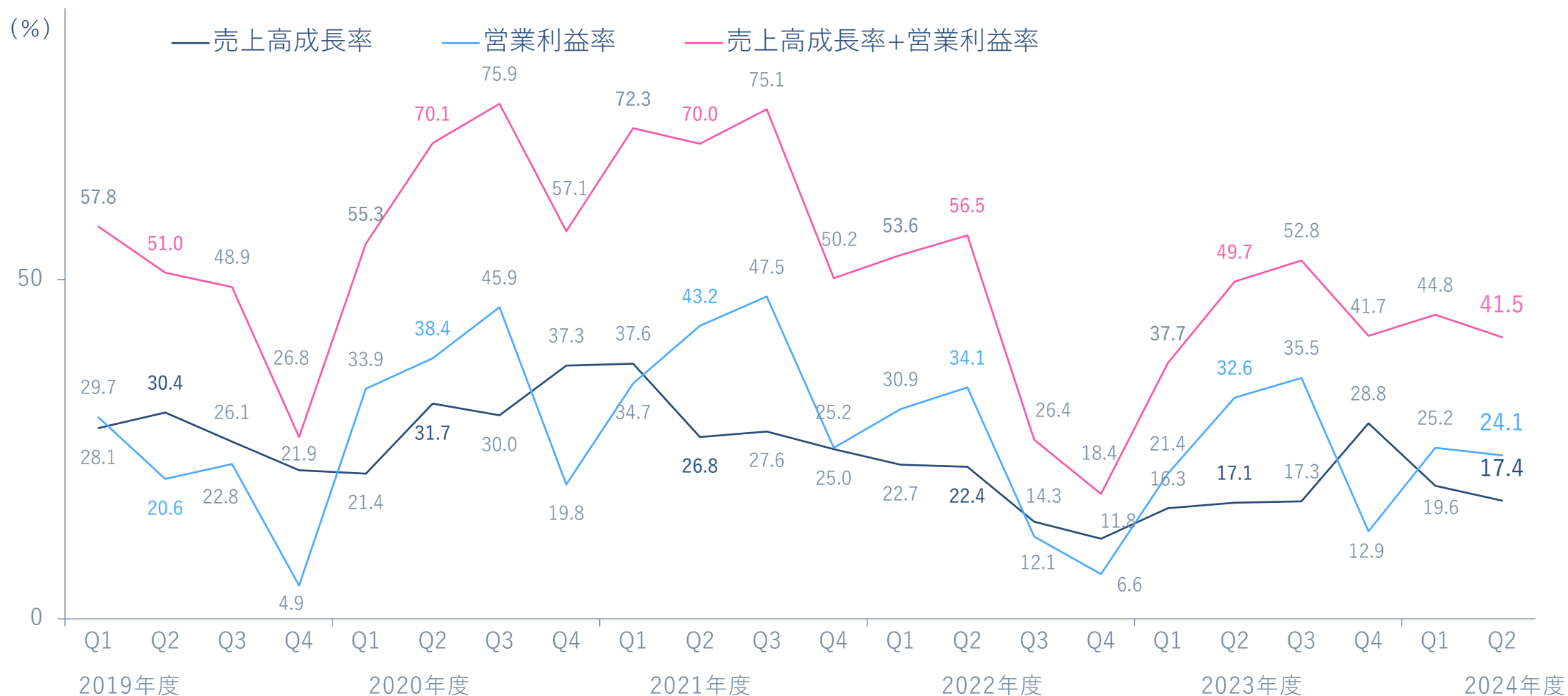
注：S&MはSales & Marketingの略、R&DはResearch & Developmentの略、G&AはGeneral & Administrativeの略。各数値について会計監査人の監査及びレビューを受けていません。

四半期広告宣伝費の推移

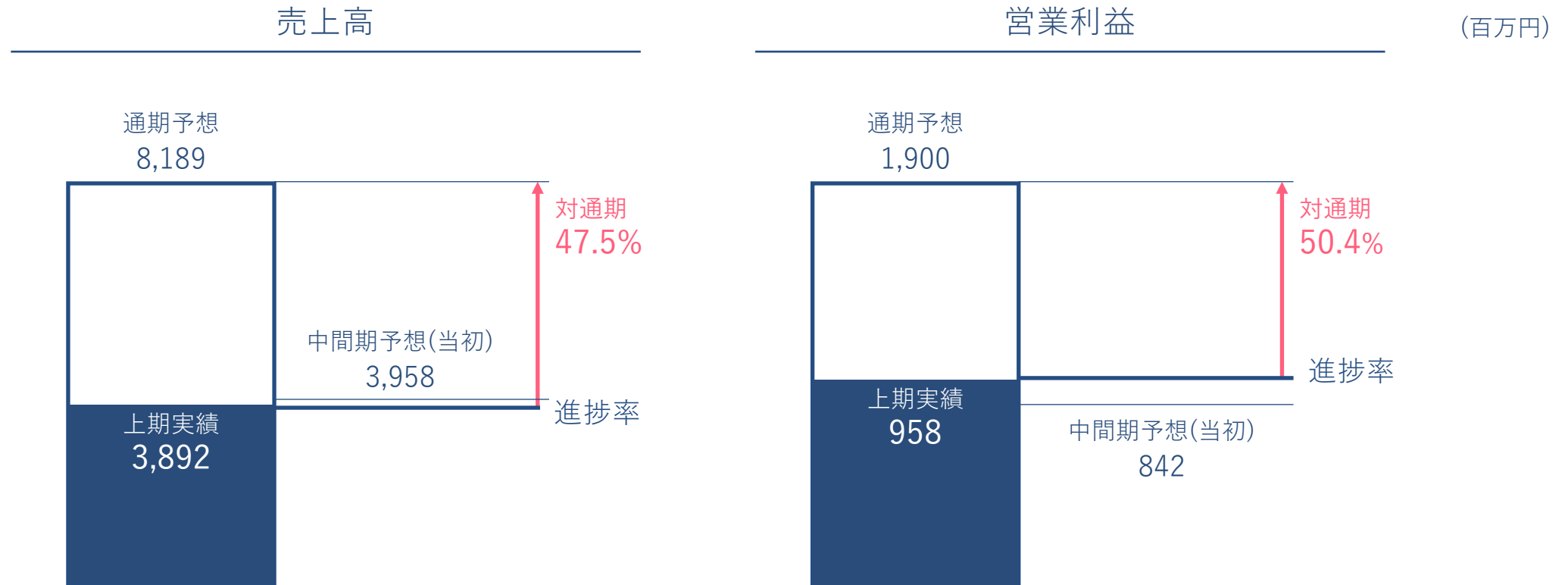
- 広告宣伝費は2億6千7百万円、前年同期比188.1%



- 売上高成長率 + 営業利益率 = 41.5%と良好な水準をキープ
- 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47.5%(前年同期48.0%)、営業利益で50.4%(同51.0%)
- 売上高、営業利益ともに前年度と同水準の進捗率、通期予想比は順調に推移



- 営業キャッシュフローにより現預金が引き続き積み上がる

(単位：百万円)	2023年8月末	2024年5月末	2024年8月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	5,025	5,235	5,785	115.1%	110.5%
内、現預金	3,871	4,297	4,807	124.2%	111.9%
固定資産	1,123	1,790	1,830	162.9%	102.3%
総資産	6,149	7,025	7,615	123.9%	108.4%
流動負債	1,080	1,039	1,280	118.5%	123.1%
内、契約負債	326	287	314	96.6%	109.4%
固定負債	5	2	2	48.0%	98.4%
純資産	5,063	5,983	6,333	125.1%	105.8%
ROA (※)	14.1%	19.2%	17.4%	—	—
ROE	17.2%	23.5%	21.0%	—	—

(※)：ROA及びROEは、直近12ヶ月の数値を用いて算出

お客様とのいい関係をつくる

Tayori GOOD DESIGN

4つの機能

社内外の問い合わせ対応の課題解決に

PRTIMES

便利な機能を
低コストで

フォーム

FAQ

アンケート

AIチャットボット

問い合わせが見える化

自己解決率向上に

の声を

3分でAIを
カスタマーサポートに

FAQから簡単に
生成AIのチャットボットを作成

1

2024年度第2四半期 四半期決算

2

2024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 (更新)

お客様とのいい関係をつくる

Tayori

社内外の問い合わせ対応に

月1万円から使える
AIチャットボット
—カスタマーサポートにAIを—



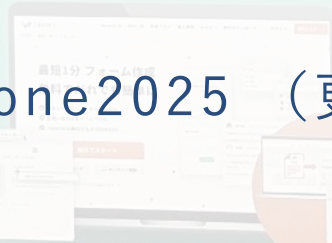
- FAQがあれば3分で作成可能!
- 月額1万円でAIの導入が実現!
- 質問や無回答などテキストマイニングで分析

PRTIMES

フォーム FAQ アンケート

有人チャット AIチャットボット

Tayori



導入実績
7万
アカウント



GOOD DESIGN

PRTIMES



<https://prtimes.jp>

企業

利用企業社数 101,286社
 国内上場企業利用率 59.5%(2,407社/4,048社)
 プレスリリース数 35,357 件/月(2024.07)

メディア

配信メディアリスト 10,848媒体
 メディアユーザー数 27,929名
 パートナーメディア 260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 130,579
 X (旧Twitter) 470,632
 個人ユーザー数 216,918名

パブリシティ実績

- 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2四半期のパブリシティ数は61媒体104件（前年同期比106.1%）と第2四半期として過去最高を記録



ラジオ 1媒体 1件

渋谷のラジオ「渋谷でランチトーク」



テレビ 1媒体 1件

テレビ東京「ダイアンのこれ何なん！？～今検索したい！Bizワード～」



雑誌 9媒体 9件

印刷雑誌 | Oggi | 月刊終活 | 月刊メニューアイディア | CALL CENTER JAPAN | ゴルフ特信 | 週刊ダイヤモンド | 宣伝会議 | 日経マネー



新聞 15媒体 19件

朝日新聞 | 神戸新聞 | 食品化学新聞 | 新聞情報 | 新聞之新聞 | 新聞報 | 総合報道 | 日刊食品通信 | 日刊水産経済新聞 | 日刊速報冷食タイムス | 日本経済新聞 | 日本食糧新聞 | フードウィークリー | みなと新聞 | 冷食日報

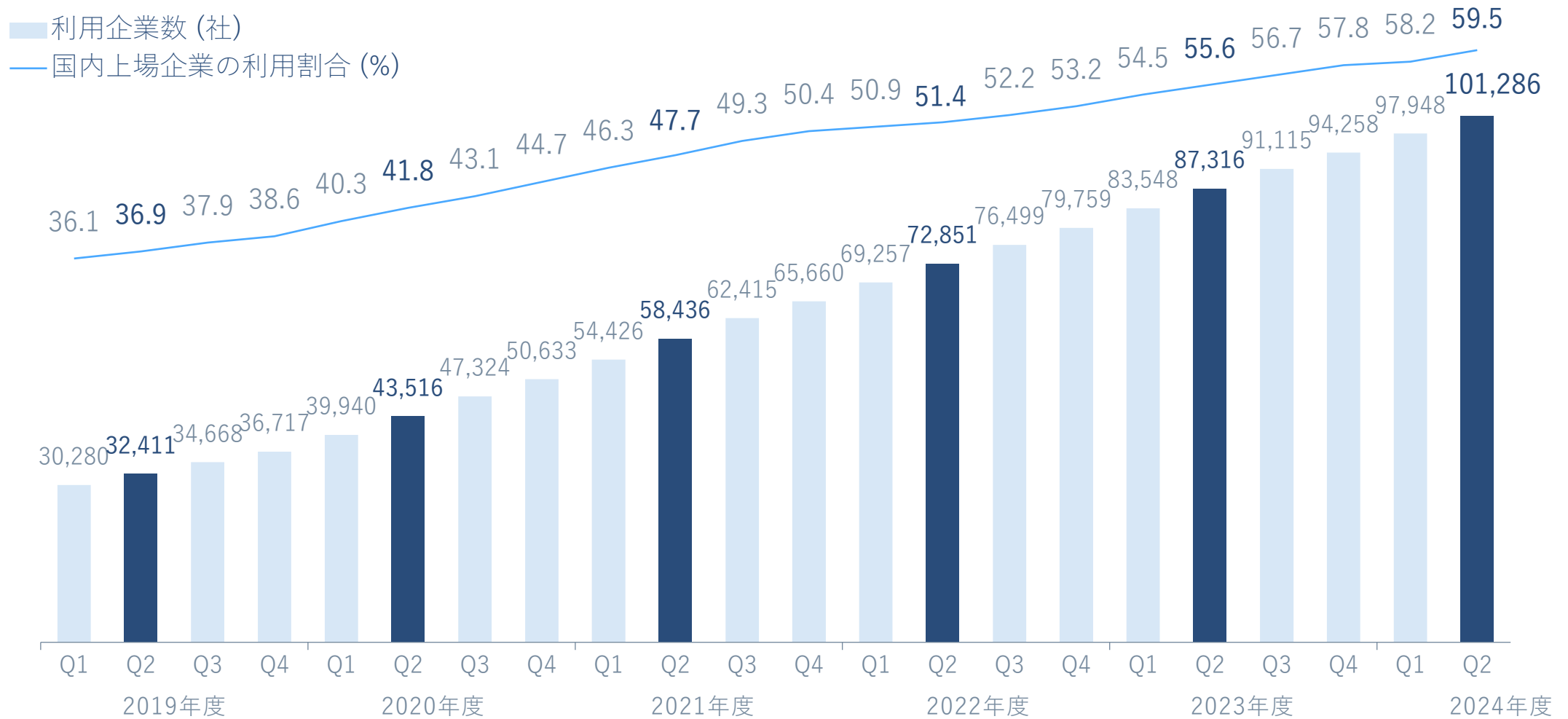


Web 35媒体 74件

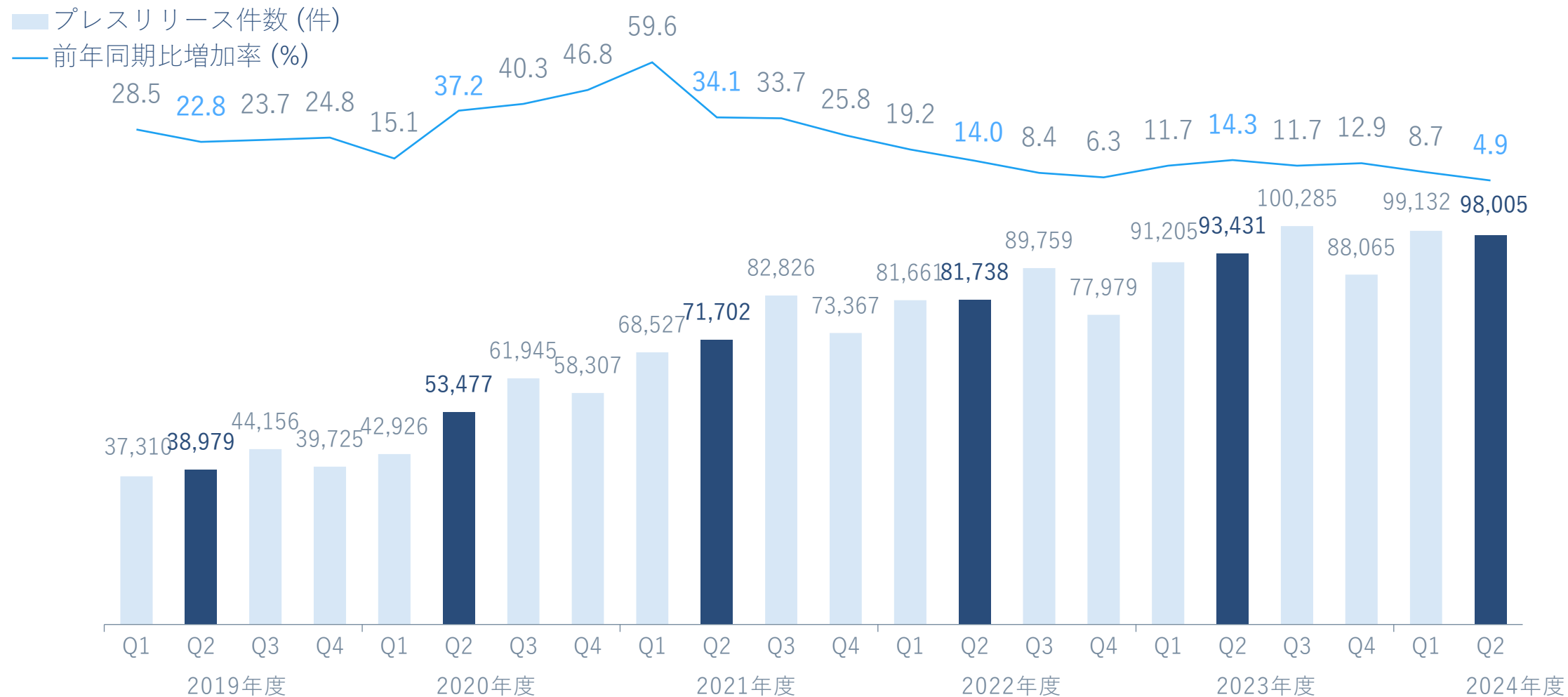
Aismiley | ITキャピタル | アスキーグルメ | ASCII STARTUP | @DIME | AdverTimes. (アドタイ) | advanced by massmedian | AMP | ECのミカタ | Web担当者Forum | ウォーカープラス | カワコレメディア | 広報デリ | サードニュース | SIGN NEWS SITE | サツイベ | 渋谷新聞 | syncAD | XEXEQ | 船場経済新聞 | DXマガジン | トウシル | 日刊水産経済新聞 | PR EDGE | FYTTE | プリント & プロモーション | ProductZine | VOIX biz | 訪日ラボ | BOXIL MAGAZINE | Markezine | マイナビウーマン | 毎日新聞 | マナミナ | LASISA

- 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。

- 利用企業社数が101,286社に到達（前年同期比13,970社増・前四半期比3,338社増）
- 上場企業のうち59.5%（2,407社／4,048社）が利用



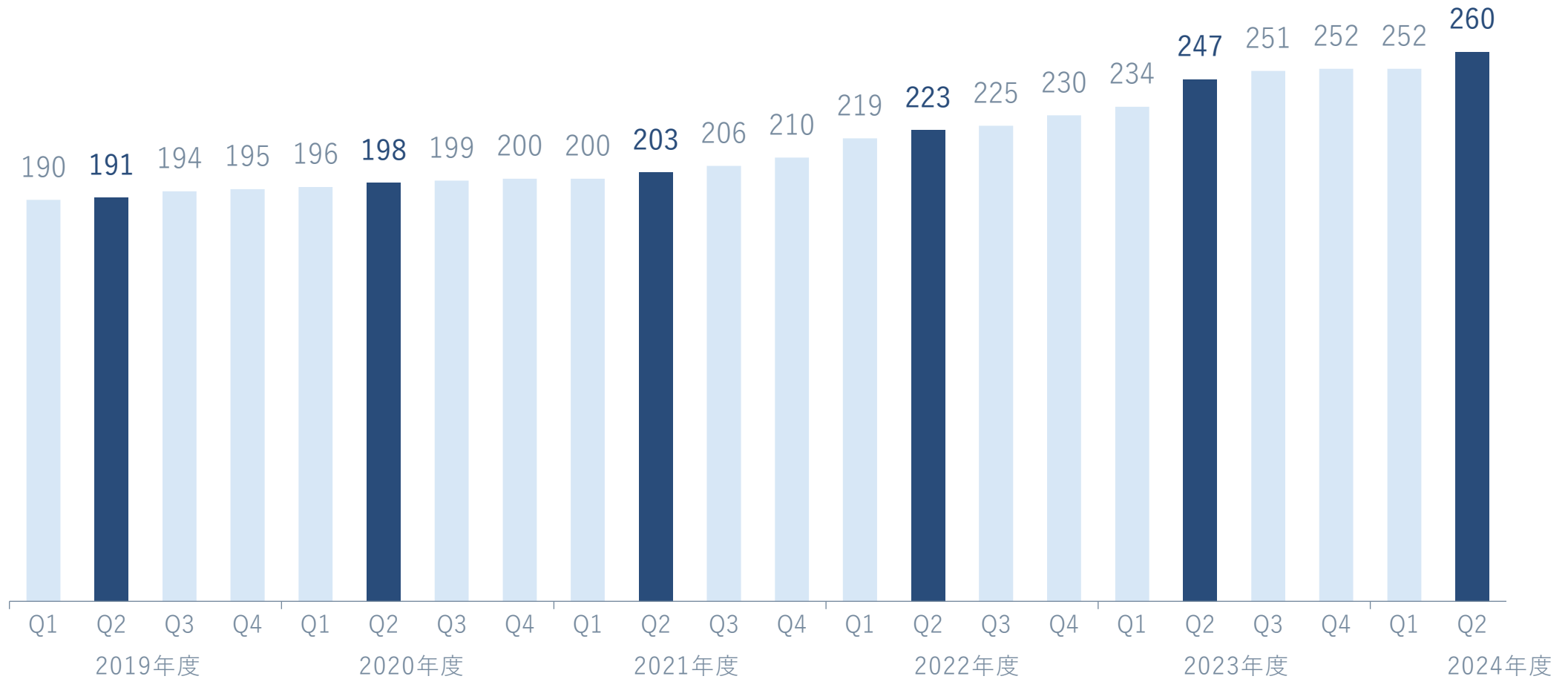
- プレスリリース件数は98,005件（前年同期比4.9%増・前四半期比1.1%減）、第2四半期としては過去最高を更新
- 今期頻発したシステム障害（詳述P.27）、顧客を遠ざける過剰な審査（同P.25）、昨年末に投入して浸透に苦戦中の新エディター（同P.26）などが伸び悩みの新たな要因として生じたが、第3四半期には成長率の復調を見込む



- パートナーメディア数は260媒体（9媒体増、1媒体減）

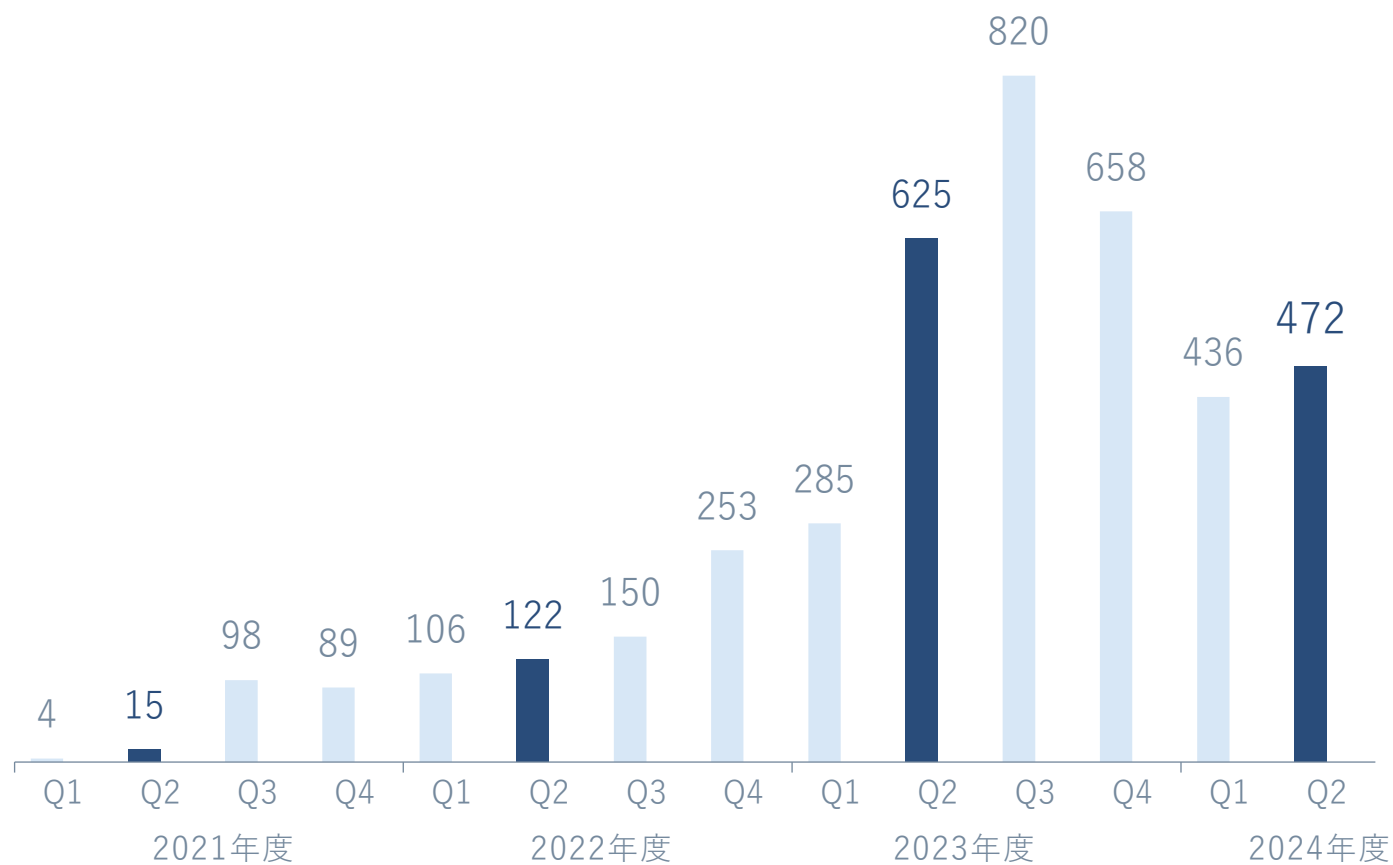


(媒体)

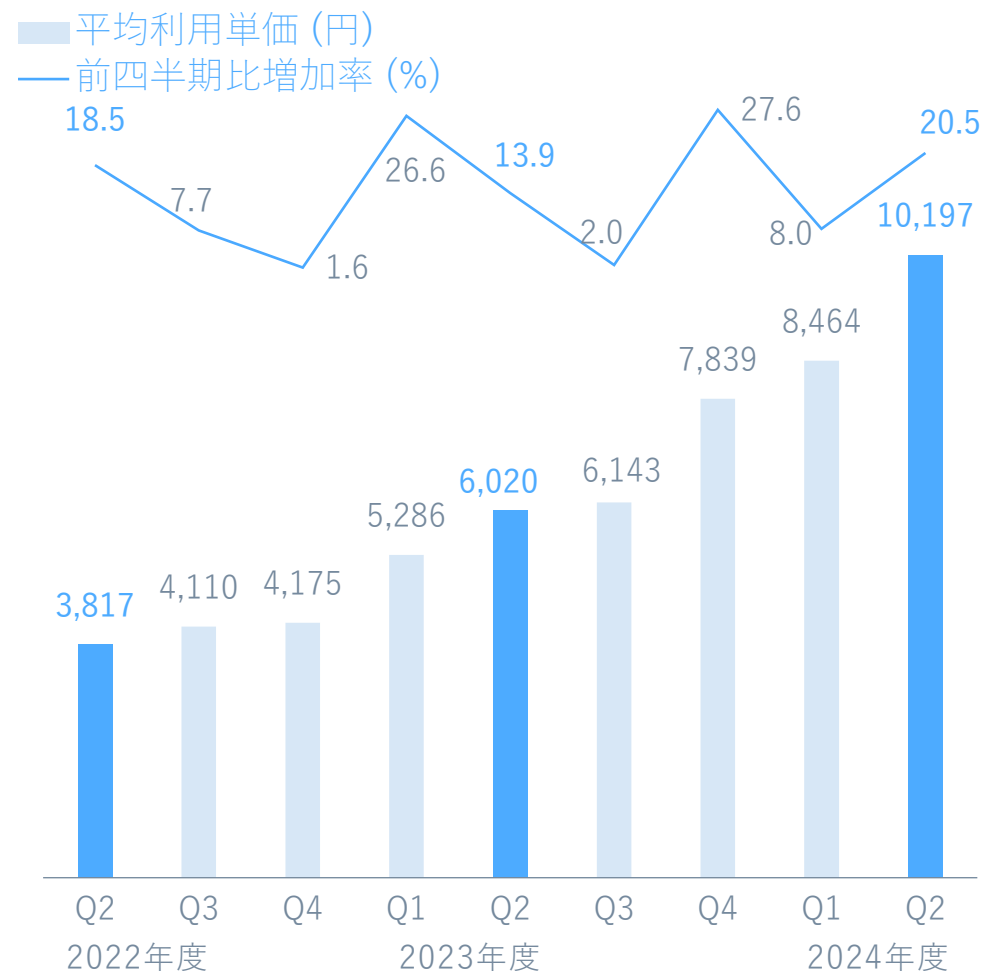
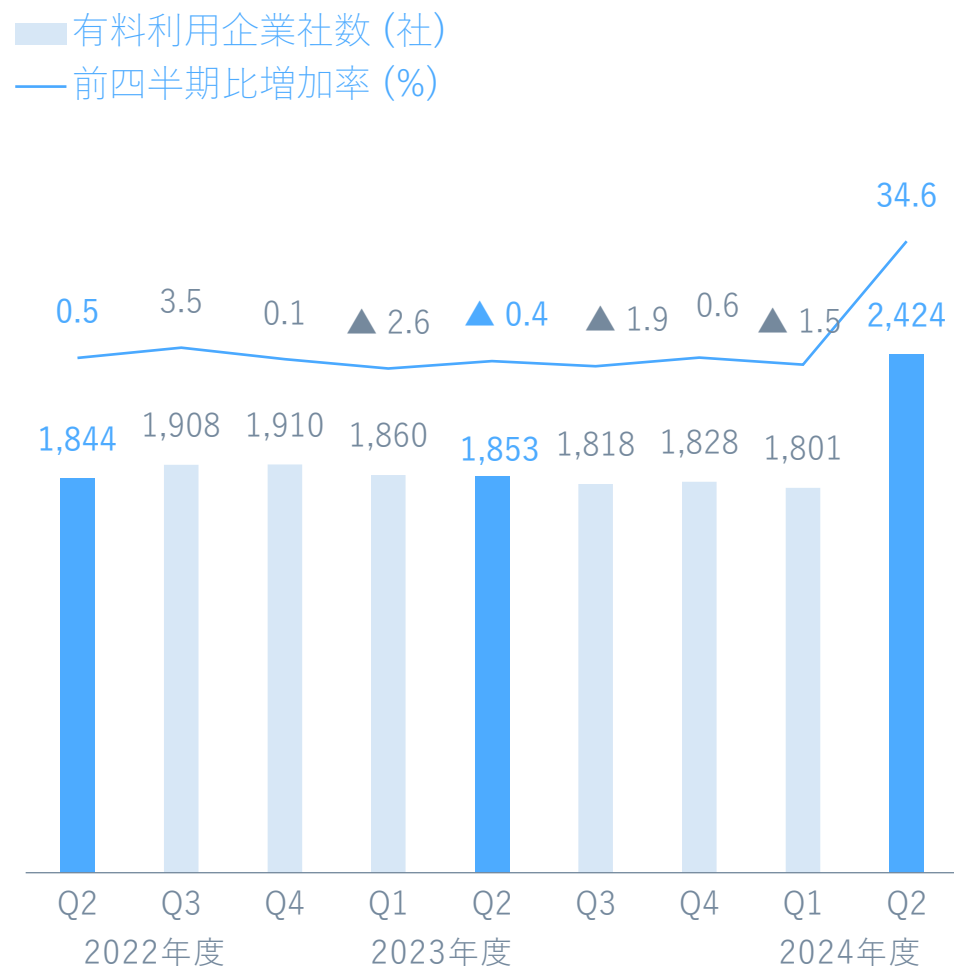


- PR TIMES STORYのストーリー件数は472件（前年同期比24.5%減、前四半期比8.3%増）
- 3四半期ぶりに復調の兆しが見えつつも、計画1,467件に対して大幅未達
- 再び成長基調を取り戻すため体制と運営方針の変更を7月に実施

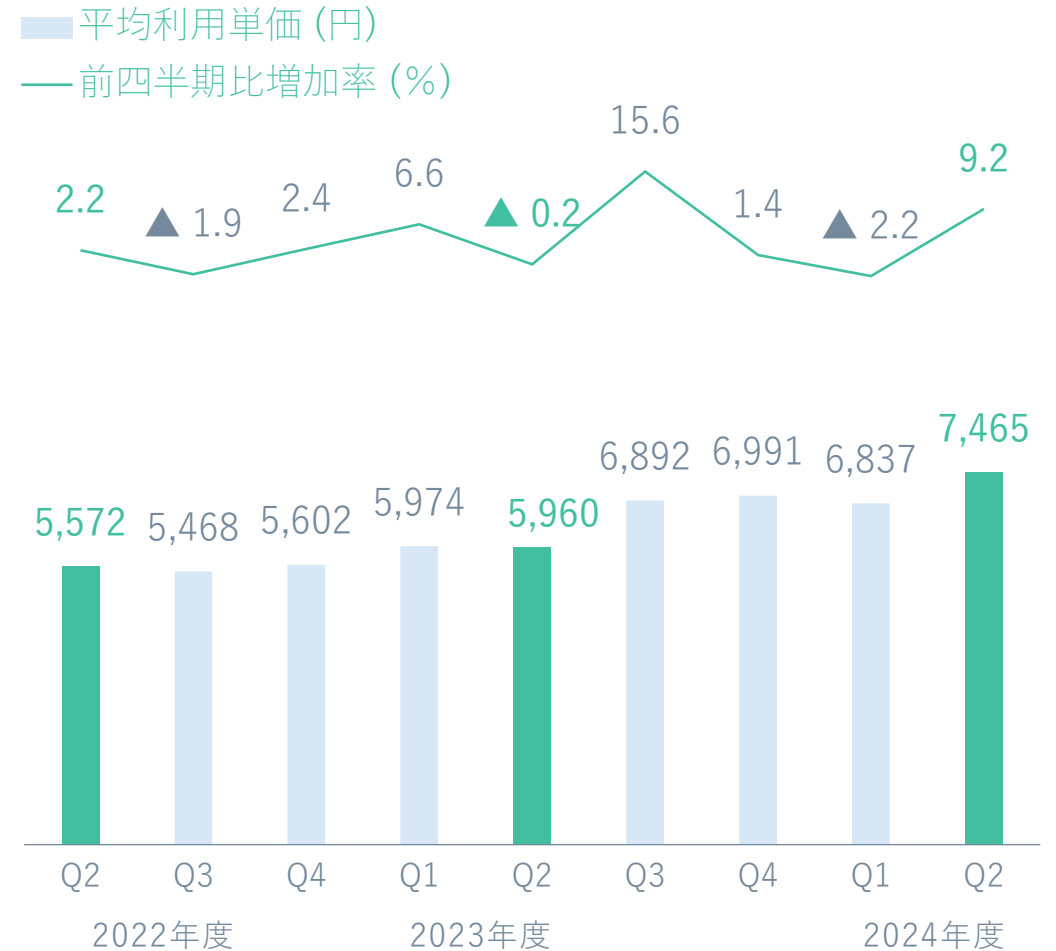
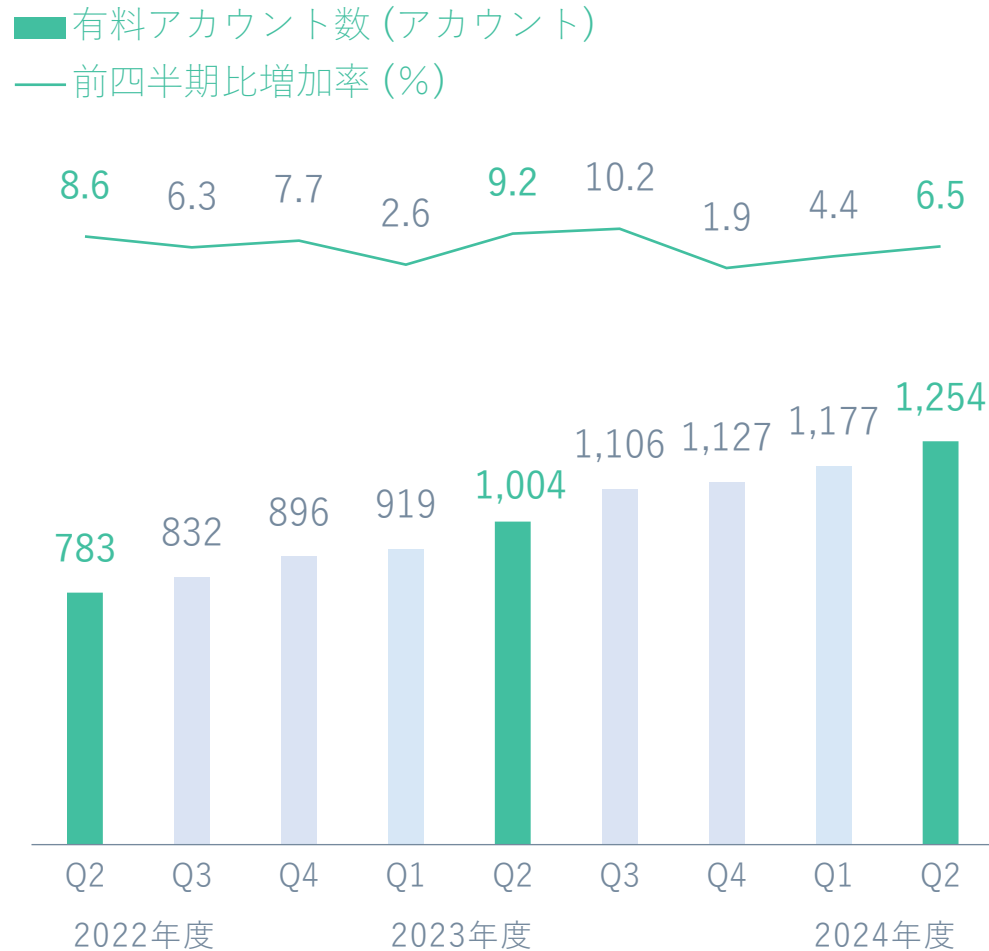
■ ストーリー件数実績 (件)



- 有料利用企業社数は2,424社（前四半期比623社増 34.6%増）、1社あたりの平均利用単価が10,197円（前四半期比20.5%増、前年同期比69.4%増）
- 8月1日より無料プランの上限人数を4名から1名に変更し、スタンダードプランの無料枠4名分を廃止したことで、有料利用企業社数と平均利用単価がともに急増



- 有料アカウント数は1,254アカウント(前四半期比77アカウント増 6.5%増)、平均利用単価は7,465円(前四半期比9.2%増)
- AIチャットボットが好発進、プロフェッショナルプラン以上へのプラン変更が進んで平均利用単価増



注：2023年度以前の開示において平均利用単価を税込金額で計算しておりましたため、当第1四半期より税抜金額で計算した平均利用単価に修正表示しており、前四半期比増加率もあわせて再計算しております。

1

2024年度第2四半期 四半期決算

2

2024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（更新）

- 従業員持株会の奨励金率を積立額1万5千円まで100%、1万5千円を超えた金額に対しても20%に変更
- 東京証券取引所が公表している「2022年度従業員持株会状況調査結果」によると、調査対象会社3,262社中、奨励金率100%の企業は2023年3月31日時点でわずか9社しかなく、上場企業としてトップクラスの優遇制度

月額積立金（円）	旧奨励金率	新奨励金率	加入率	2024年6月	2024年9月	目標
1,000～10,000	50%	100%	正社員	46.2%	60.0%	70%
10,001～15,000	10%	100%	契約社員	22.2%	27.8%	30%
15,000超	10%	20%	子会社社員	30.1%	34.1%	—

すべてはミッションの実現へ向けた道のりの喜びをともにするために

当社は「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」というミッションのもと、社員一同が結束する組織を志向している。このミッションを理解し、私たちが成し遂げたい未来に共感し、その実現を長期的に応援していただける株主を増やしていきたい。だからこそ、社員にも株主として当社に関与してもらいたい。当社は経済的なインセンティブを原動力とする組織を目指していないが、社員一人ひとりの努力が結実し、当社が飛躍的な成長を遂げた際には、社員としてそして株主として、その喜びを一緒にできる組織にしたいと強く願っている。

- 原則週4日出社勤務から原則出社勤務へ変更、ただし週1日出社推奨だった開発部は経過措置として週3日出社へ変更
- 仕事とライフイベントとの両立支援など必要に応じてリモートワークを都度申請可



ランチタイムの様子（営業部門のランチ会）



月1回のバースデーイベント「It's You」

2020年、新型コロナウイルス感染対策としてリモートワークを導入し、出勤者数の7割削減を実施した。2023年5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行したことを受け、出社勤務の割合を徐々に増加させてきた。そして今回2024年10月からは、原則として出社勤務へと移行する。オフィスでのFace to Faceコミュニケーションから得られるものは非常に重要である。社員同士の相互理解や共感の醸成、組織のスピードと柔軟性、ミッションのもとで結束する強固なチームワーク、そして社員一人ひとりの個性や強みを掛け合わせることで生まれるイノベーションやクリエイティビティは、お客様やユーザーへのエンゲージメント向上に寄与するなど、数え切れない。

- 開発部開発チームをCTOが率いるグループとVPoEが率いるグループへ分割、新卒7年目の20代社員がVPoEに就任
- プロダクトチームが開発部からPR TIMES事業ユニット直下へ格上げ、メディアリレーションズグループを新設
- 関西支社を新設し、新卒5年目の20代社員を支社長に抜擢
- 長期的に企業理念を追求しながらも、組織を硬直化させずに自己革新し続ける

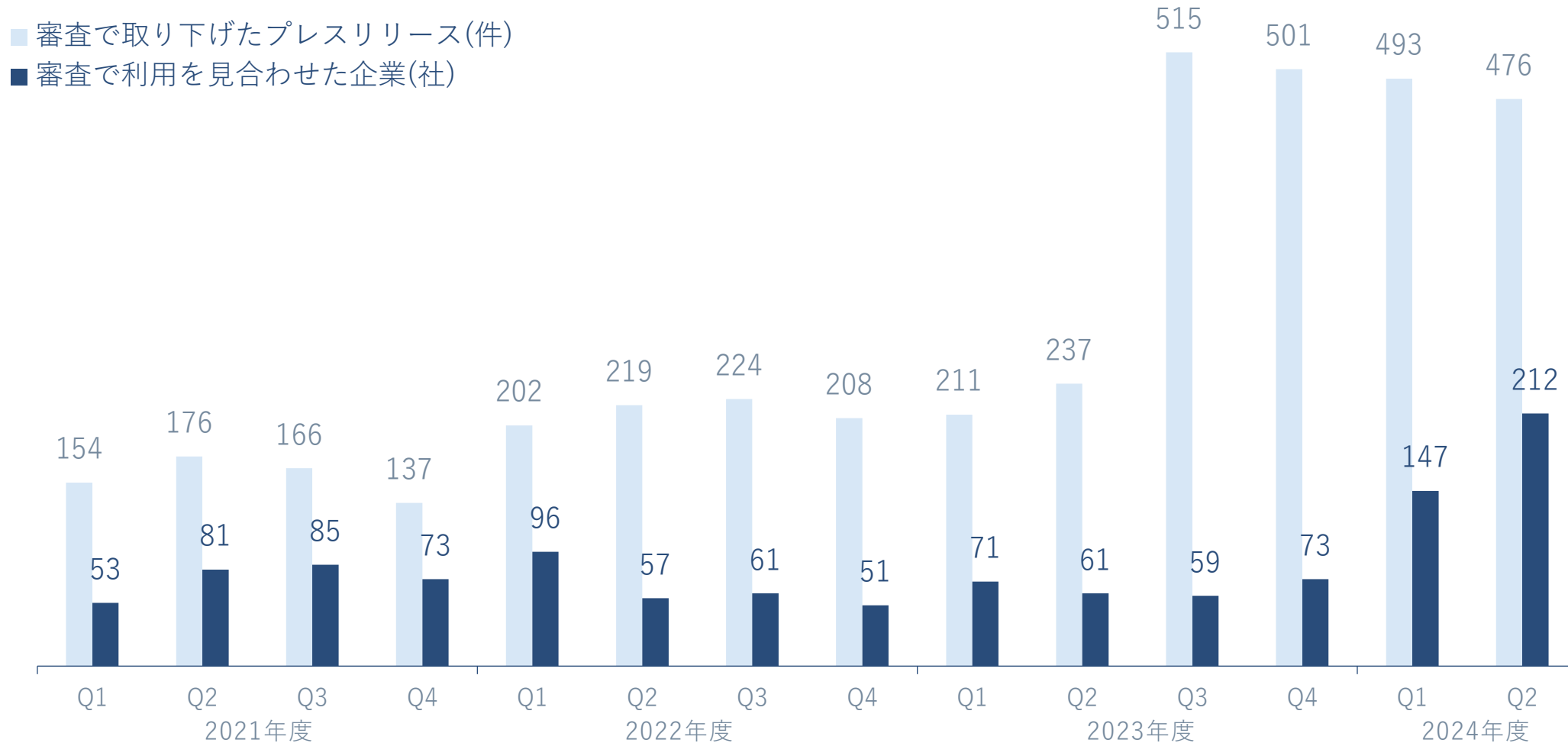


管理職メンバー (2024年10月11日付)

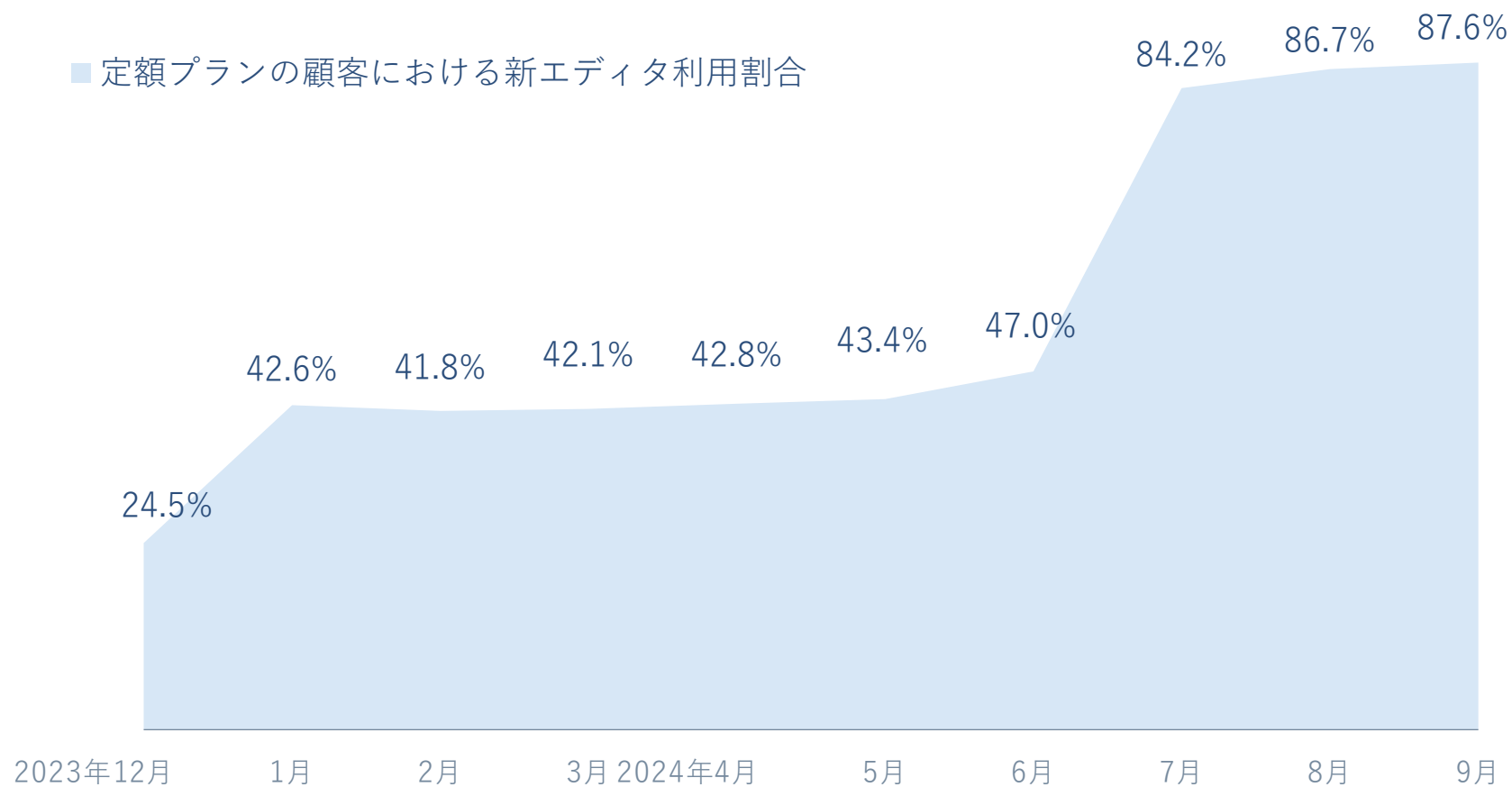


執行役員に就任した竹内一浩Tayori事業部長(右)と他執行役員

- PR TIMESの利用を見合わせる企業数とプレスリリース取り下げ件数が急増していたことを把握。過剰な審査とコミュニケーション不和、その体制が要因
- 審査方針を変更し、カスタマーリレーションズ部長直轄で、見合わせではなく利用に導くためのアドバイスとコミュニケーションを強化



- UIリニューアルプロジェクトの第一弾として新エディターを2023年12月19日に公開して9カ月が経過。定額プランの顧客のうち12.4%が新エディターを未利用のままであり、トレンド偏重による落ち度があったと反省
- あらためて顧客の声に耳を傾け、ミッションと事業戦略に従い顧客の創造に寄与できるよう、今後のプロダクト改善を進めていく



- PR TIMESの利用企業様、メディア様、ユーザー様へ多大なご迷惑をお掛けするシステム障害が第2四半期も引き続き発生
- いずれも復旧し、再発防止策を実施。度重なるシステム障害により利用企業様の利用にマイナスの影響

発生 - 復旧

発生事象

2024年7月12日 - 2024年7月12日	ログイン、アクセスが4時間以上、断続的に失敗する接続障害が発生。
2024年6月12日 - 2024年6月12日	プレスリリースのエディターに画像ファイルや資料ファイルがアップロードできない機能の不具合が発生。
2024年3月25日 - 2024年5月1日	顧客企業1566社5309件のプレスリリースにおいて、35万1266通のFAXが未送信となる障害が発生。
2024年4月4日 - 2024年4月4日	PR TIMES STORYで、公開状態にない顧客企業2793社3886件のストーリーにおいて、タイトル、サムネイル画像、ハッシュタグが、閲覧可能になる障害が発生。
2023年7月13日 - 2024年2月21日	管理画面内「分析データ」機能におけるユニークユーザー数、ページビュー数の集計方法変更以降、一部アクセス数の取得に失敗する障害が発生。数値が過少に表示。

- プロジェクト概要を入力するだけでAIが自動でタスクを生成し、最適な管理ボードを作成する機能をβ版として開始
- シンプルな操作性で初めてのユーザーでもAIの力で手軽にプロジェクト管理を始められるよう支援
- 案件の種類や規模に合わせて最適な管理方法も自動で提案し、業務の効率化をサポート

The screenshot displays a project management dashboard with a navigation bar at the top containing icons for 'ボード' (Board), 'ガントチャート' (Gantt Chart), 'ファイル' (Files), 'メンバー' (Members), and '設定' (Settings). On the right side of the navigation bar are buttons for 'フィルター' (Filter), 'マイタスク' (My Tasks), 'フォロー中' (Following), and '折り畳む' (Collapse). The main area features four Kanban columns, each with a header and a '+ タスクを追加' (Add Task) button. The tasks are as follows:

Column	Task ID	Task Name	Status
企画立案 6	#6	市場調査の実施	Completed
	#5	需要予測の分析	Completed
	#4	競合商品の調査	Completed
	#3	商品コンセプトの策定	Completed
製品開発 6	#12	原材料の調達	Completed
	#11	製造プロセスの設計	Completed
	#10	試作品の評価	Completed
	#9	品質管理の確立	Completed
生産準備 6	#18	生産ラインの確保	Completed
	#17	生産スケジュールの策定	Completed
	#16	人員配置の調整	Completed
	#15	検品基準の設定	Completed
販売展開 6	#24	販売チャネルの選定	Completed
	#23	販売促進キャンペーンの企画	Completed
	#22	店頭ディスプレイの設置	Completed
	#21	販売員の教育	Completed



- システム開発や追加コストなしで、LINE上での問い合わせに対してAIチャットボットが回答
- AIチャットボットはFAQをもとに回答するため、誤った情報を提供するリスクを低減し、サービス利用者の満足度向上と企業活動の生産性向上を実現

Tayori AIチャットボット FAQからAIチャットボットを自動生成



LINE公式アカウントへ連携



竹内 一浩
Tayori事業部長

一消費者としても、LINE公式アカウントに登録して購買や好意を抱くケースは増えています。今回の連携機能を通じて皆さまの『お客さまとのいい関係をつくる』に貢献できると嬉しく思います。

あなたのあなたが費やした時間の価値を誰かにとると向き合い情報は
なんども書いてはけはてはひことばた社会をうごかすだろう。
その思いを、プレスリリースアワード2024へ。

1

2024年度第2四半期 四半期決算

2

2024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（更新）

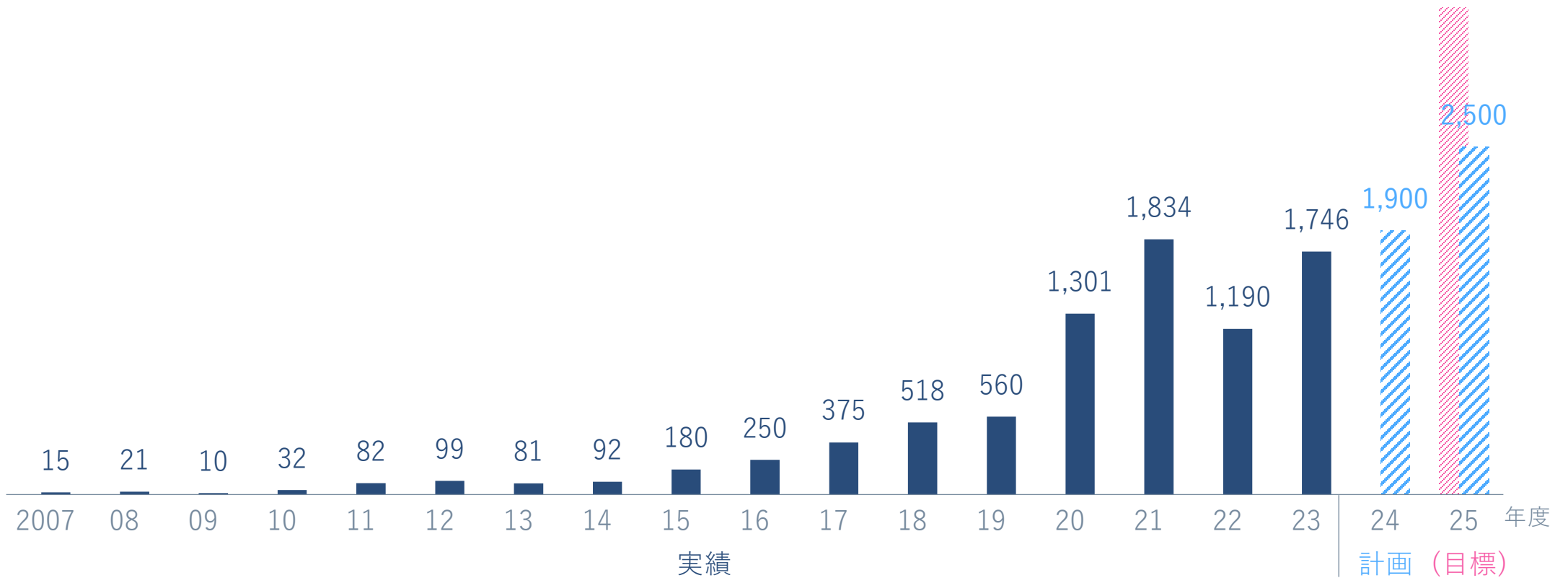


- 2024年度第2四半期の決算発表時点で、2025年度の業績予想は策定中だが、2025年度の業績予想において営業利益25億円以上を公表する予定
- Milestone 2025で目標に定めた2025年度の営業利益35億円には現時点で乖離があるが、グループ一丸となって取り組む

営業利益の推移

単位：百万円

(3,500)



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。

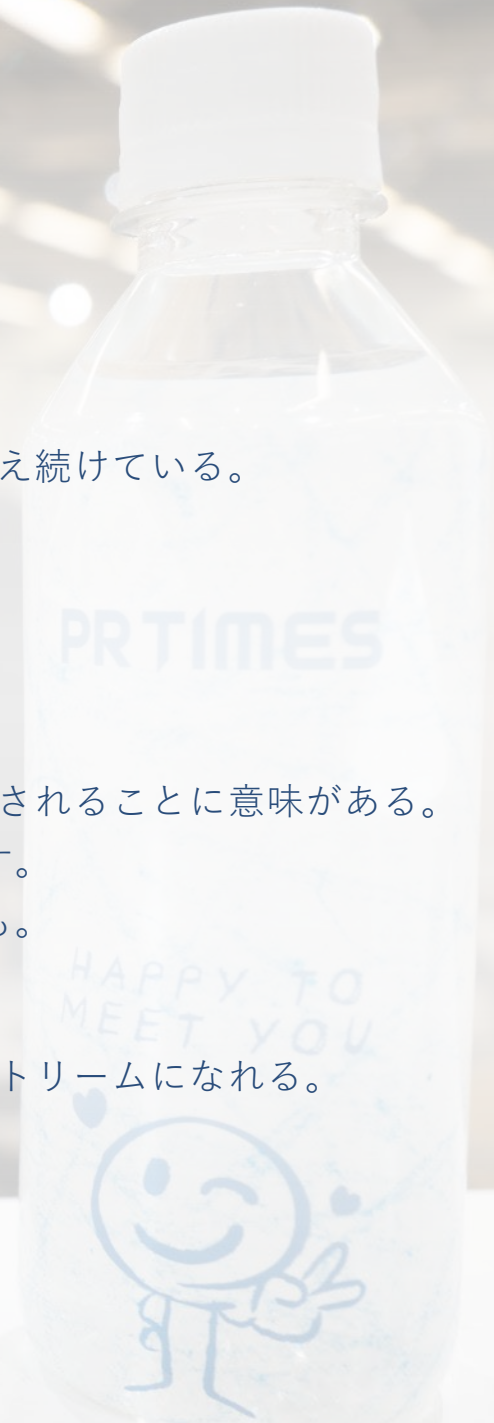
行動者発の情報の質と流通速度が上がっていくことで、それが世の中の情報のメインストリームになれる。

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。