



2020年度(2021年2月期) 通期 決算説明資料

株式会社PR TIMES（証券コード：3922）

2021年4月13日

目次

1. 2020年度 通期決算
2. 2020年度 通期サービス動向
3. 2020年度 第4四半期決算
4. 2020年度 第4四半期サービス動向
5. 2021年度 業績予想
6. トピックス&参考情報

1. 2020年度 通期決算



通期業績ハイライト

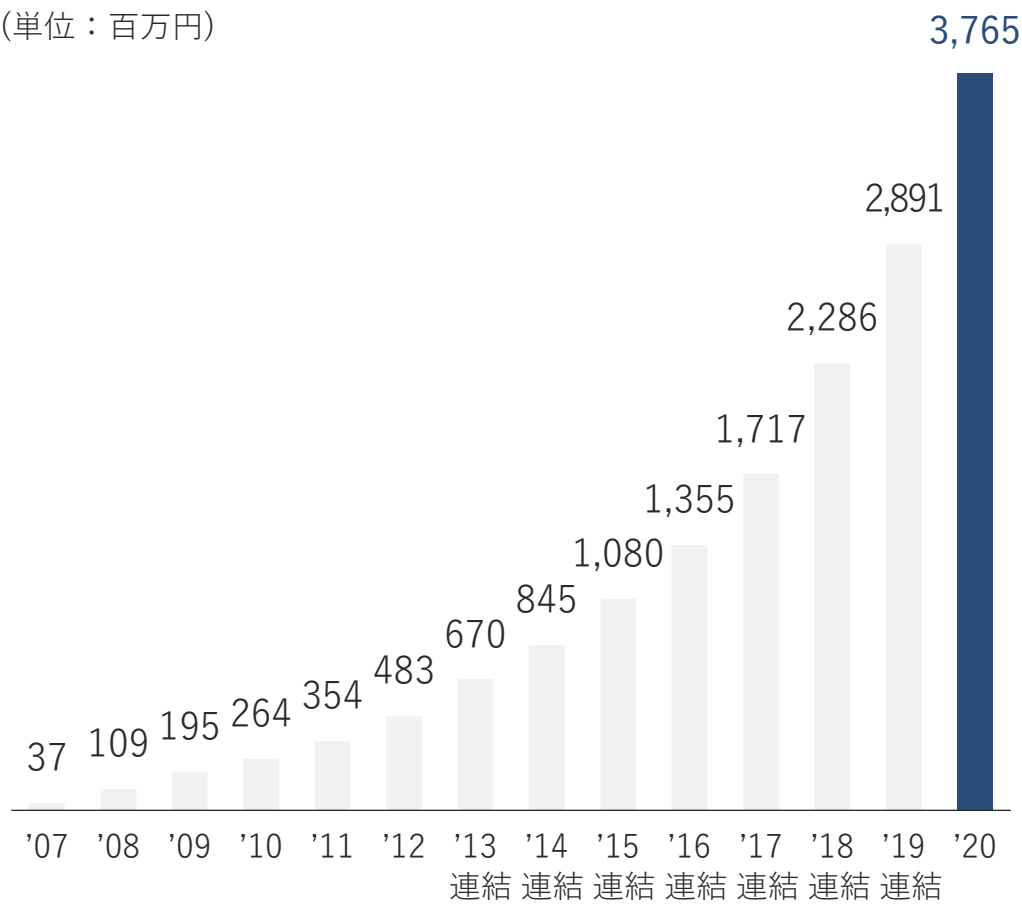
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けながらも、売上高から当期純利益まですべて過去最高を更新し、業績予想のレンジ内で着地
- 2016年度に公表した中期業績目標である営業利益10億円も達成

(単位：百万円)	2020	連結 2019	前期比	連結 2020 予想	予想レンジ	予想達成率
売上高	3,765	2,891	130.3%	3,770	± 5.0%	− 0.1%
売上総利益	3,224	2,433	132.5%	—	—	—
(粗利率)	(85.6%)	(84.2%)	—	—	—	—
販売管理費	1,923	1,873	102.7%	—	—	—
内、広告宣伝費	471	579	81.5%	—	± 15.0%	—
営業利益	1,301	560	232.2%	1,375	±15.0%	− 5.4%
(営業利益率)	(34.6%)	(19.4%)	—	(36.5%)	—	—
経常利益	1,299	560	232.0%	1,375	±15.0%	− 5.5%
当期純利益	1,043	321	324.5%	1,085	±15.0%	− 3.9%

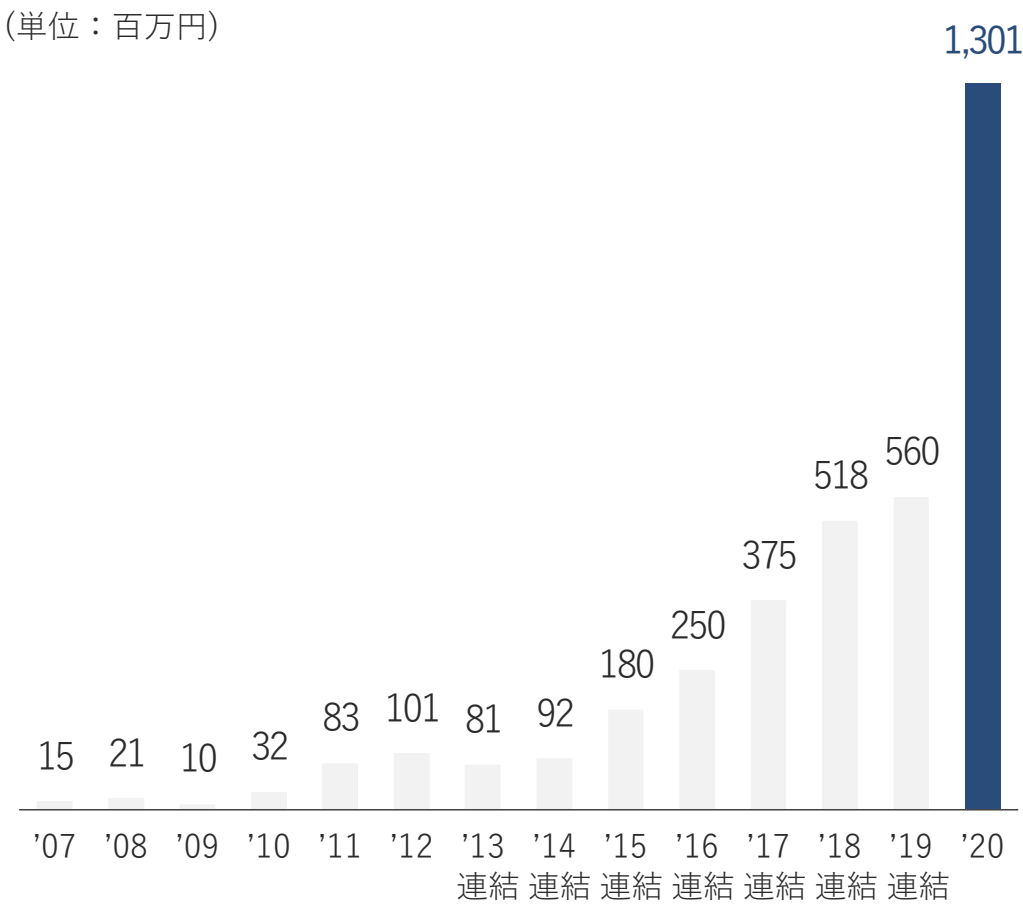
通期業績推移

- 創業来14期連続で売上高25%超成長と営業黒字を達成
- 営業利益は6期連続で過去最高を更新

売上高



営業利益



貸借対照表

- 利益の増加とともに、現預金も着実に増加
- 「PR TIMES」の長期契約の一括前払いが増加し、前受収益は前期比及び前年同期比で増加

(単位：百万円)	2021年2月末	2020年2月末	前期比	2020年11月末	前四半期比
流動資産	3,051	1,871	163.0%	2,709	112.6%
内、現預金	2,531	1,330	190.3%	2,180	116.1%
固定資産	406	368	110.4%	414	98.1%
総資産	3,457	2,239	154.4%	3,124	110.7%
流動負債	968	569	170.1%	718	134.7%
内、前受収益	185	134	137.6%	167	110.3%
固定負債	5	5	93.8%	6	86.0%
純資産	2,484	1,664	149.2%	2,398	103.6%

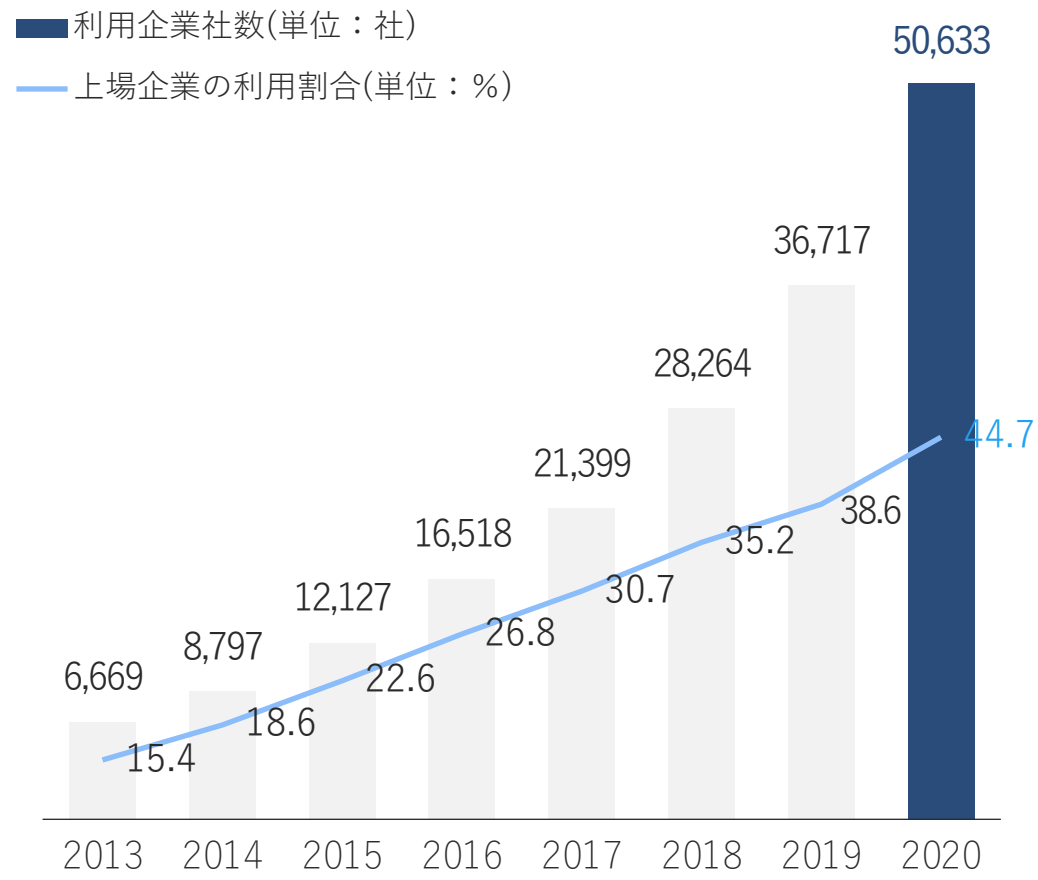
2. 2020年度 通期サービス動向



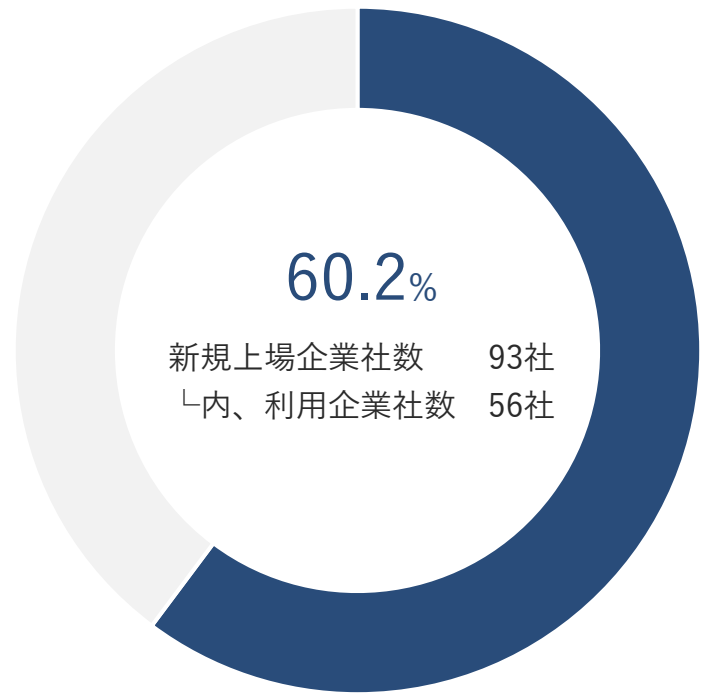
PR TIMES | 利用企業社数の推移

- 利用企業社数は50,633社となり、2016年度に公表した中期業績目標である50,000社を達成
- 2020年国内市場に新規上場した企業の内、60.2%が上場時点で「PR TIMES」を既に利用

利用企業社数と上場企業の利用割合



2020年に新規上場※した企業の利用割合



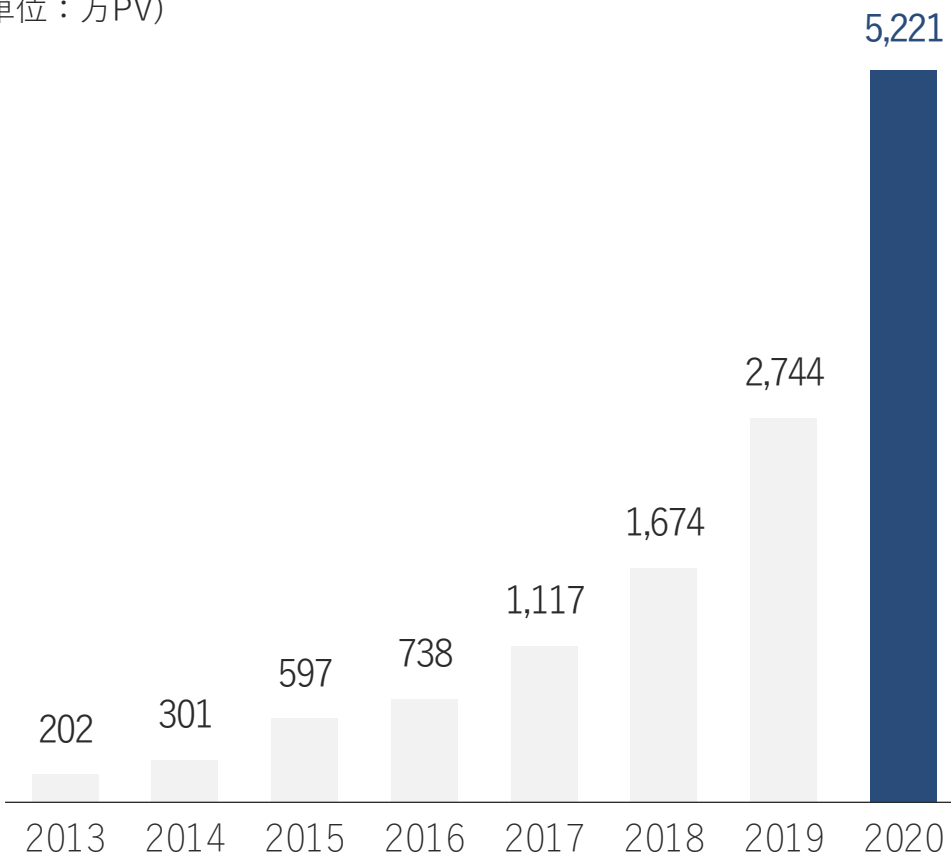
※ TOKYO PRO Market上場、他取引所からの上場(ex.アンビシャス⇒東1)、市場変更(ex.マザーズ⇒東1)を除く

PR TIMES | サイト閲覧数とパートナーメディアの推移

- PR TIMESのサイト閲覧数は月5,221万PVを記録
- プレスリリースを転載するパートナーメディアは200媒体に増加

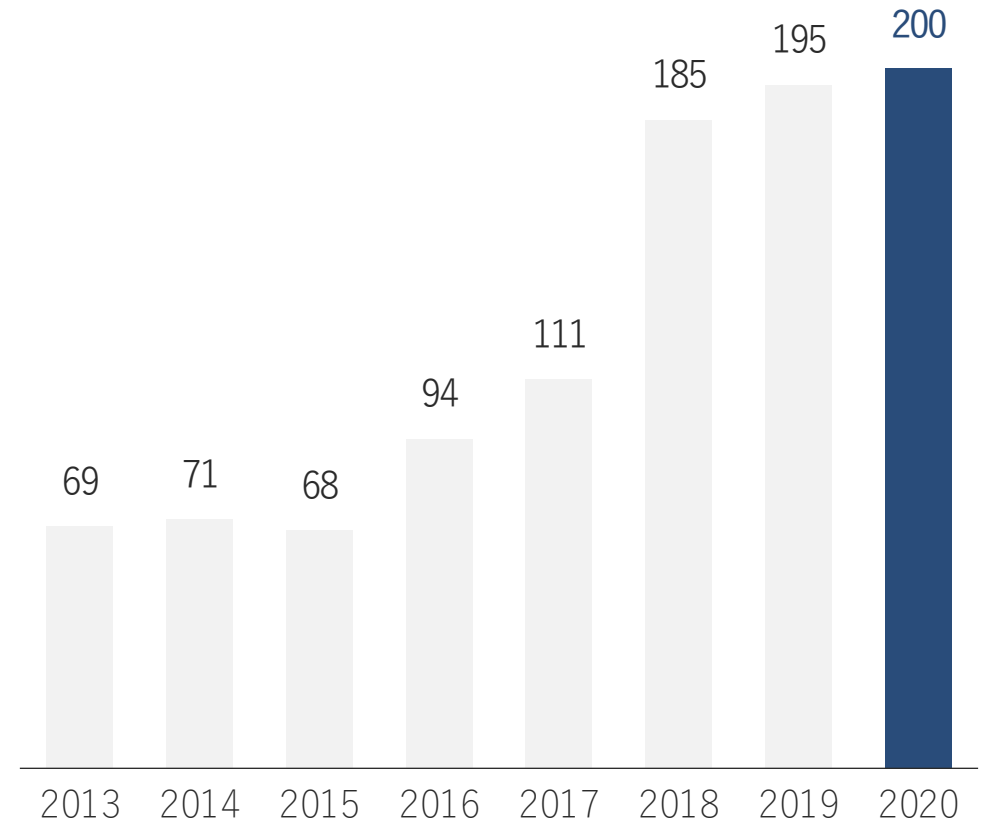
期中月間最高サイト閲覧数

(単位：万PV)



期末パートナーメディア数

(単位：媒体)



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
- パブリシティ数は101媒体 169件（前期比109.0%）と過去最高を更新



TV 2媒体 2件

TBS、TOKYO MX



ラジオ 2媒体 2件

FMひがしくるめ、ヤング日経



雑誌 11媒体 16件

企業と広告、COMMERCIAL PHOTO、財界、山陰経済ウイークリー、CM通信、戦略経営者、WWD BEAUTY、創、日経WOMAN、BZ空間、ブレーン



新聞 27媒体 37件

朝日新聞、大分合同新聞、沖縄タイムス、金融経済新聞、THE WEDDING JOURNAL、佐賀新聞、山陰中央新報、新聞改造、新聞情報、新聞報、全私学新聞、中日新聞、中部経済新聞、東日新聞、徳島新聞、西日本新聞、日刊ケイザイ、日刊ゲンダイ、ニッキン、日経MJ、日本経済新聞、日本産業新聞、日本証券新聞、日本食糧新聞、東愛知新聞、北海道新聞、読売新聞



Web 59媒体 112件

アーバン ライフ メトロ、RTB SQUARE、ITmediaビジネスONLINE、ITmediaマーケティング、AVILEN AI Trend、朝日新聞デジタル、ASCII.jp、@DIME、AdverTimes（アドタイ）、advanced by massmedian、AMP、いいものタウン、INTERNET Watch、Web担当者Forum、VOIX Japan、VOIX biz、M&A Online、M&A Times、LTV、engadget、EnterpriseZine、オフィスのミカタ、株探、GIGAZINE、教育課程新聞、Creatorzine、GAME Watch、ことばと広告、ZAI ONLINE、CGWORLD.JP、syncAD、ScanNetSecurity、Screens、strainer、DIAMOND SIGNAL、DIGITAL SHIFT TIMES、Tokyofm plus、DRONE、日経クロストrend、日本経済新聞（電子版）、BUZZFEED、PR EDGE（旧AdGang）、Biz/Zine、Hint Clip、FINDERS、FISCO、FOOD FUN!、ferret、Forbes JAPAN、Fukuoka Now、フジテレビユー!!、MarkeZine、マナミナ、Media Innovation、MERY、YouTube天神放送局、U-NOTE、WORKPORT+

- 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。
- U-NOTE、PR EDGE（旧AdGang）は、当社が運営するメディアです。
- 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。
- 複数回掲載された媒体を含む。

（2020年3月～2021年2月、媒体名五十音順）

3. 2020年度 第4四半期決算



四半期業績ハイライト

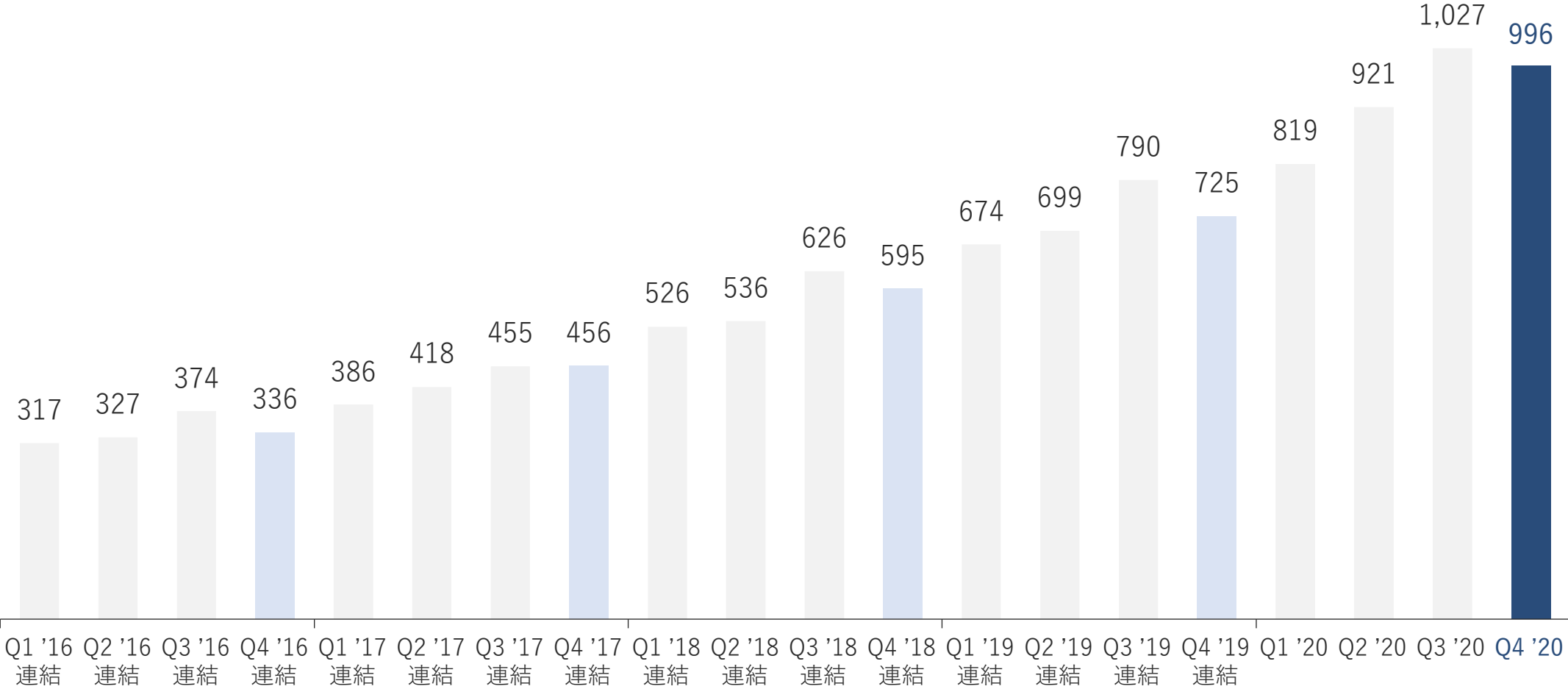
- 第4四半期は営業日数が少ないため、前四半期比で若干減収
- 広告宣伝費の大幅増等により、前四半期比で減益

(単位：百万円)	連結 Q4 '19	Q1 '20	Q2 '20	Q3 '20	Q4 '20	前年同期比	前四半期比
売上高	725	819	921	1,027	996	137.3%	97.0%
売上総利益	617	700	778	885	859	139.3%	97.0%
(粗利率)	(85.0%)	(85.4%)	(84.5%)	(86.2%)	(86.2%)	—	—
販売管理費	581	422	424	414	662	113.8%	159.9%
内、広告宣伝費	248	96	77	64	234	94.1%	365.1%
営業利益	35	277	354	471	197	560.6%	41.8%
(営業利益率)	(4.9%)	(33.9%)	(38.4%)	(45.9%)	(19.8%)	—	—
経常利益	35	277	354	472	195	554.9%	41.4%
当期純利益	36	381	220	324	117	317.6%	36.1%

四半期売上高の推移

- 第4四半期としては過去最高の売上高を更新

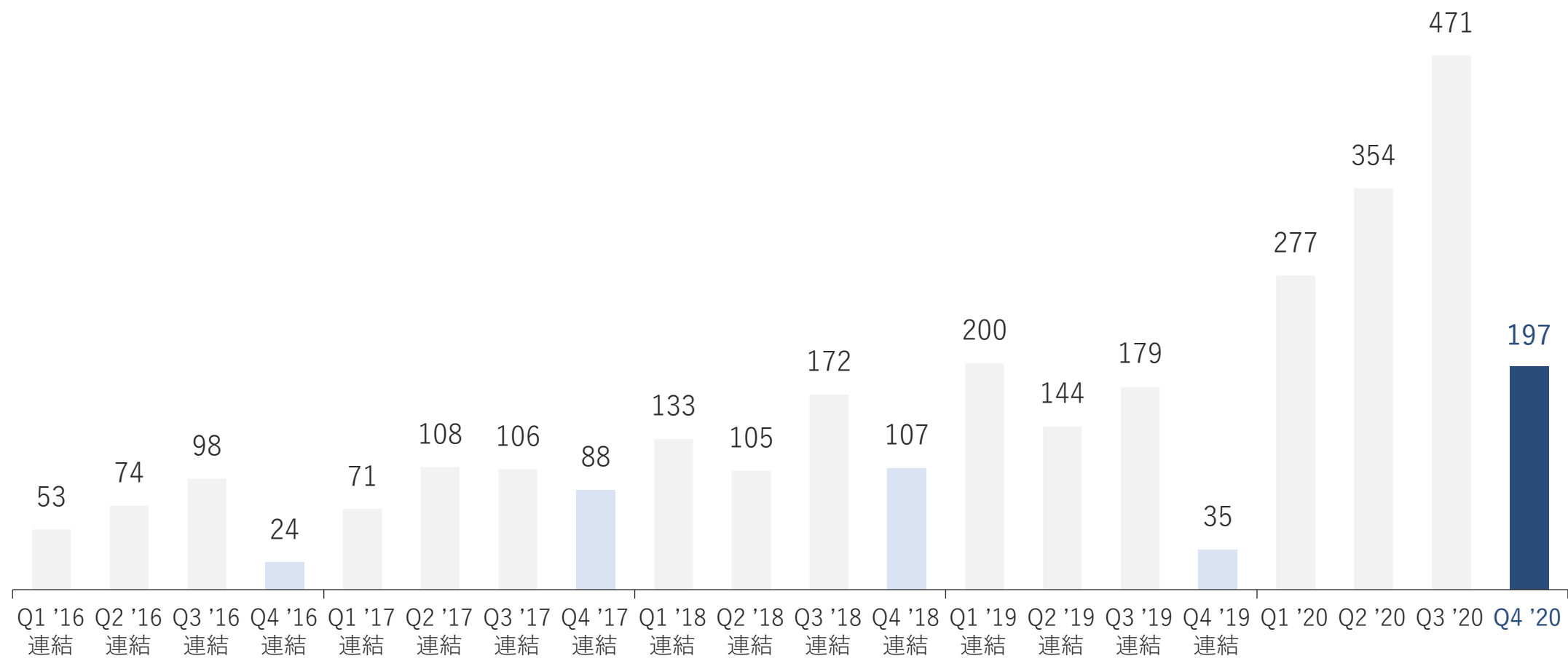
(単位：百万円)



四半期営業利益の推移

- 第4四半期としては過去最高の営業利益を更新

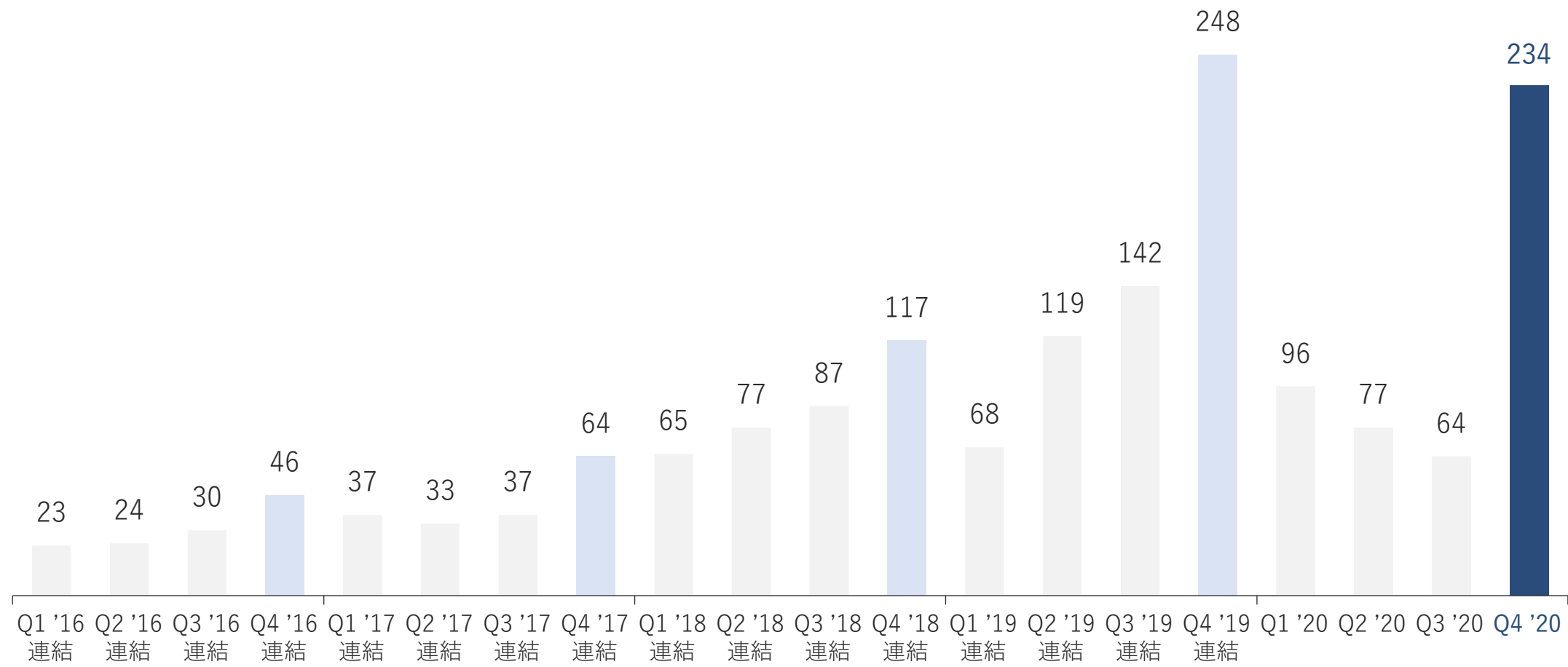
(単位：百万円)



四半期広告宣伝費の推移

- 日本経済新聞へのApril Dreamプロジェクトの広告、「Jooto」のテレビCM及びタクシー広告等により前四半期比で大幅増

(単位：百万円)

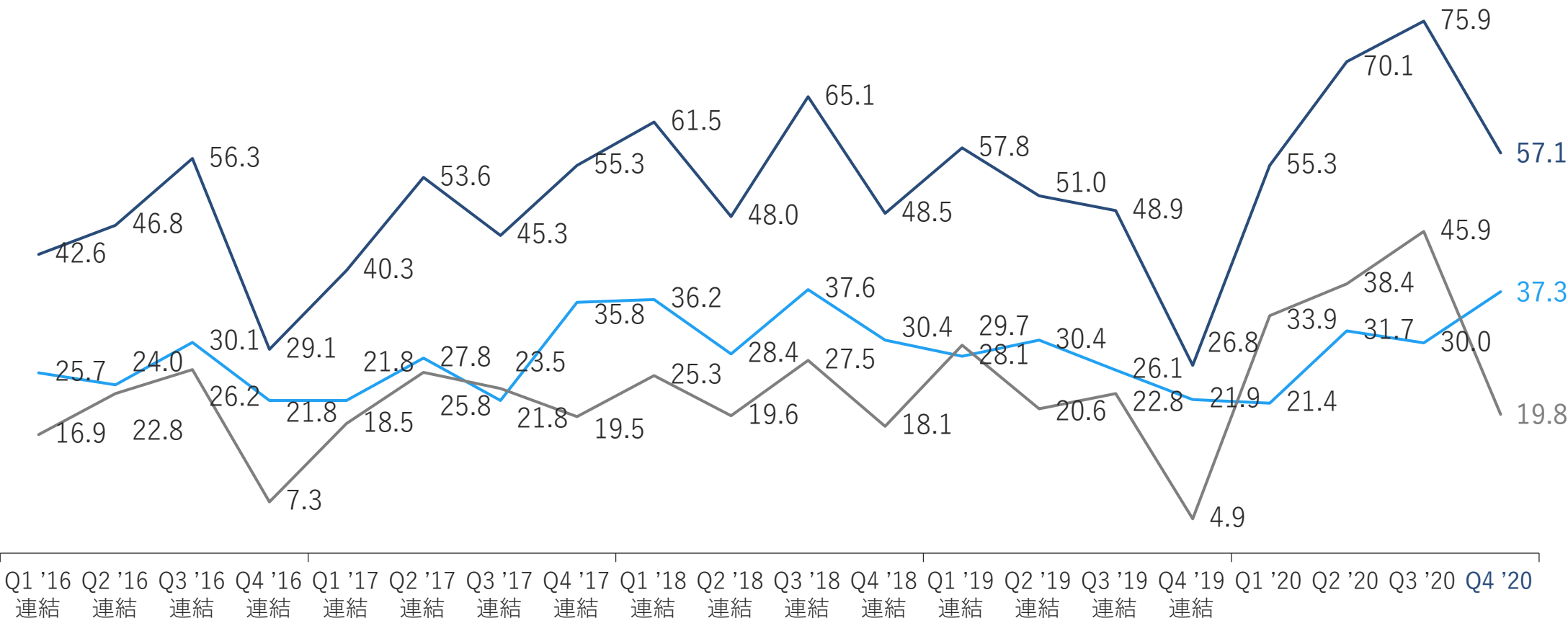


売上高成長率と営業利益率の推移

- 売上高成長率は3四半期連続で30%超を達成
- 営業利益率は第4四半期としては高水準の19.8%

(単位：%)

売上高成長率 営業利益率 売上高成長率+営業利益率



4. 2020年度 第4四半期サービス動向



PR TIMES

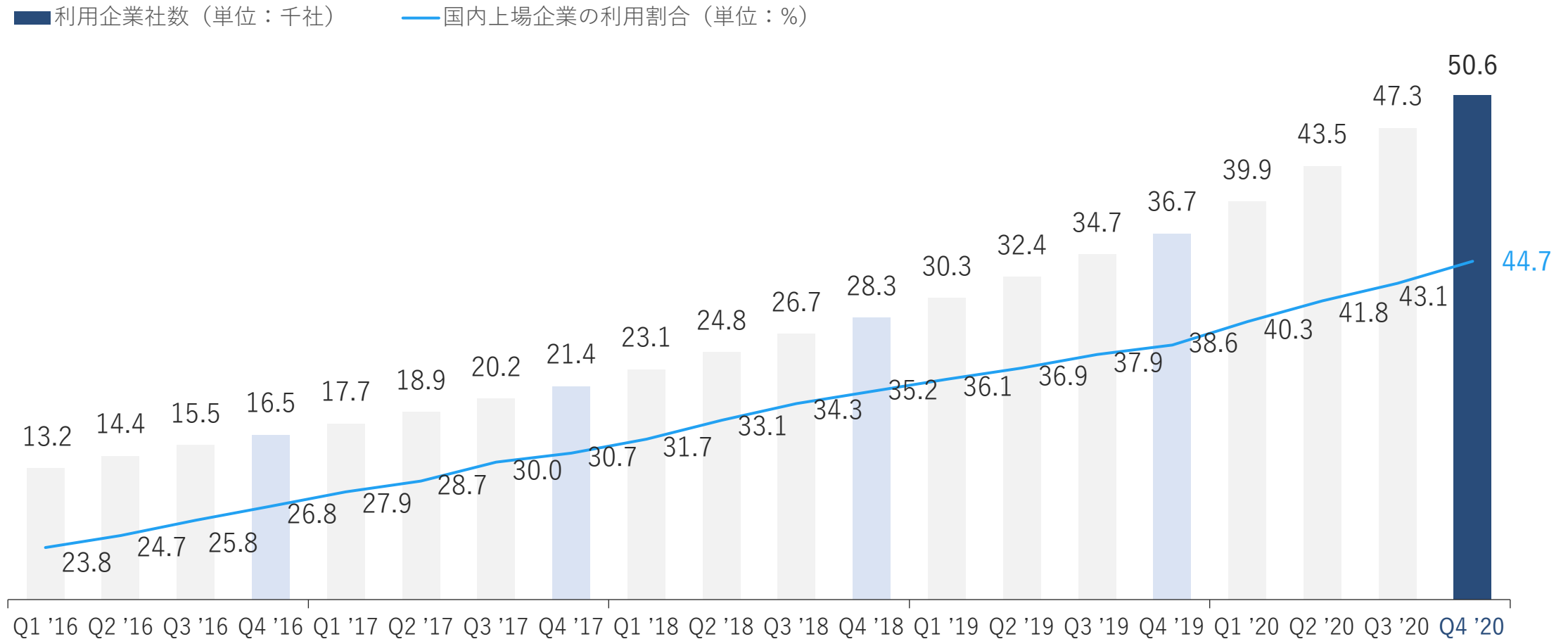


<https://prtimes.jp>

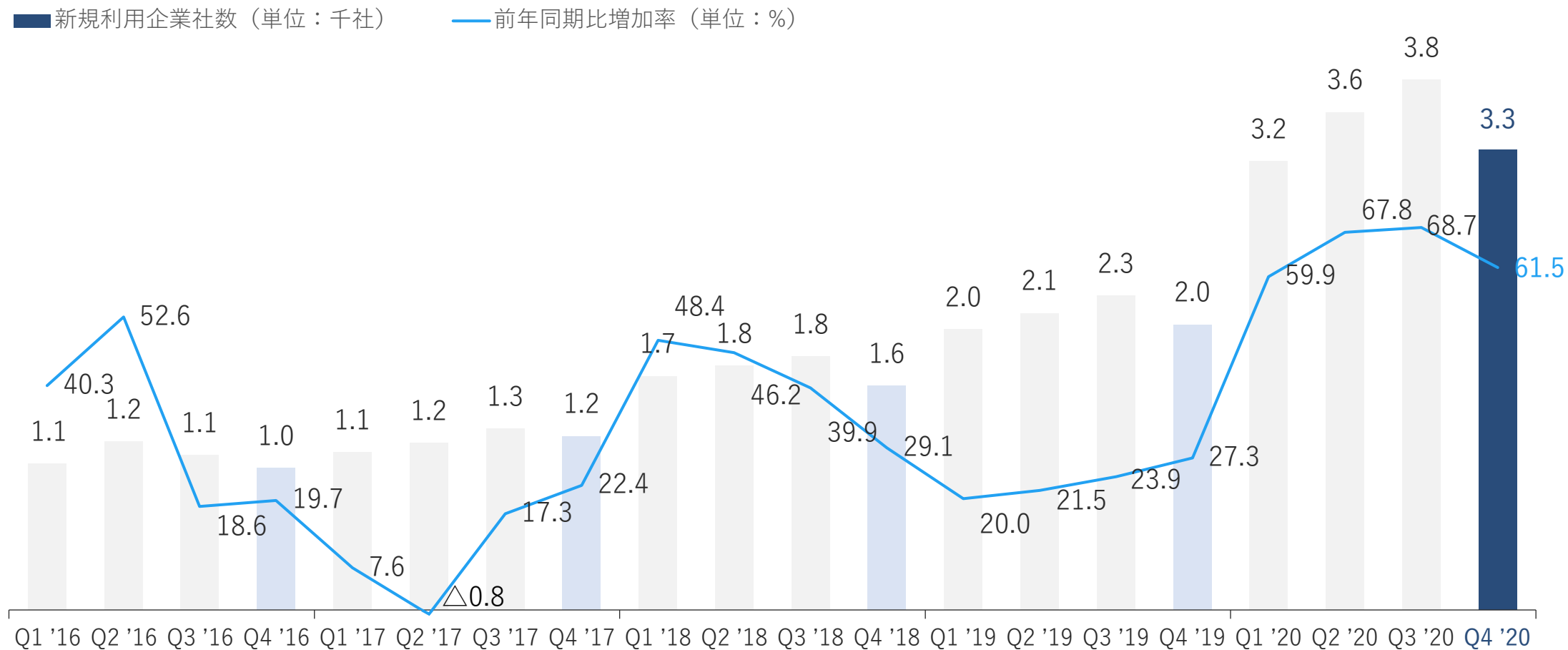
利用者	KPI	(2021年2月末時点)
企業	利用企業社数	50,633社
	国内上場企業利用率	44.7%(1,728社／3,863社)
	プレスリリース件数	21,838本／月(2020.12)
	プレスリリース素材	画像 110,506点／月(2020.12) 動画 2,252本／月(2020.12)
メディア	配信メディアリスト	12,071媒体
	メディアユーザー数	20,307名
	パートナーメディア	200媒体
メディア・生活者	サイト閲覧数	5,221万PV／月(2020.5)
	SNSフォロワー	Facebook 127,803 Twitter 269,306

PR TIMES | 利用企業社数の推移

- 利用企業社数が50,633社に到達（前年同期比13,916社増・前四半期比3,309社増）
- 上場企業のうち44.7%（1,728社／3,863社）が利用

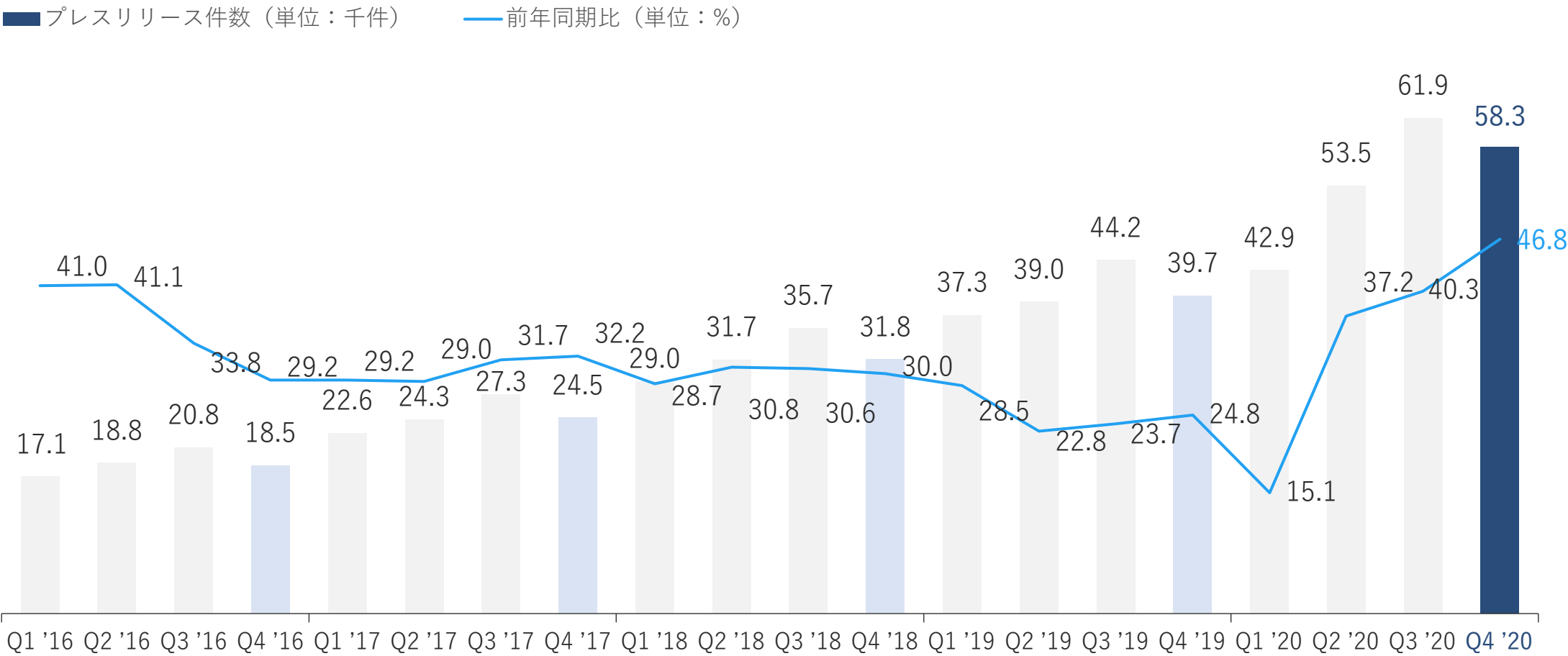


- 新規利用企業社数は3,309社（前年同期比1,260社増・前四半期比499社減）



PR TIMES | プレスリリース件数の推移

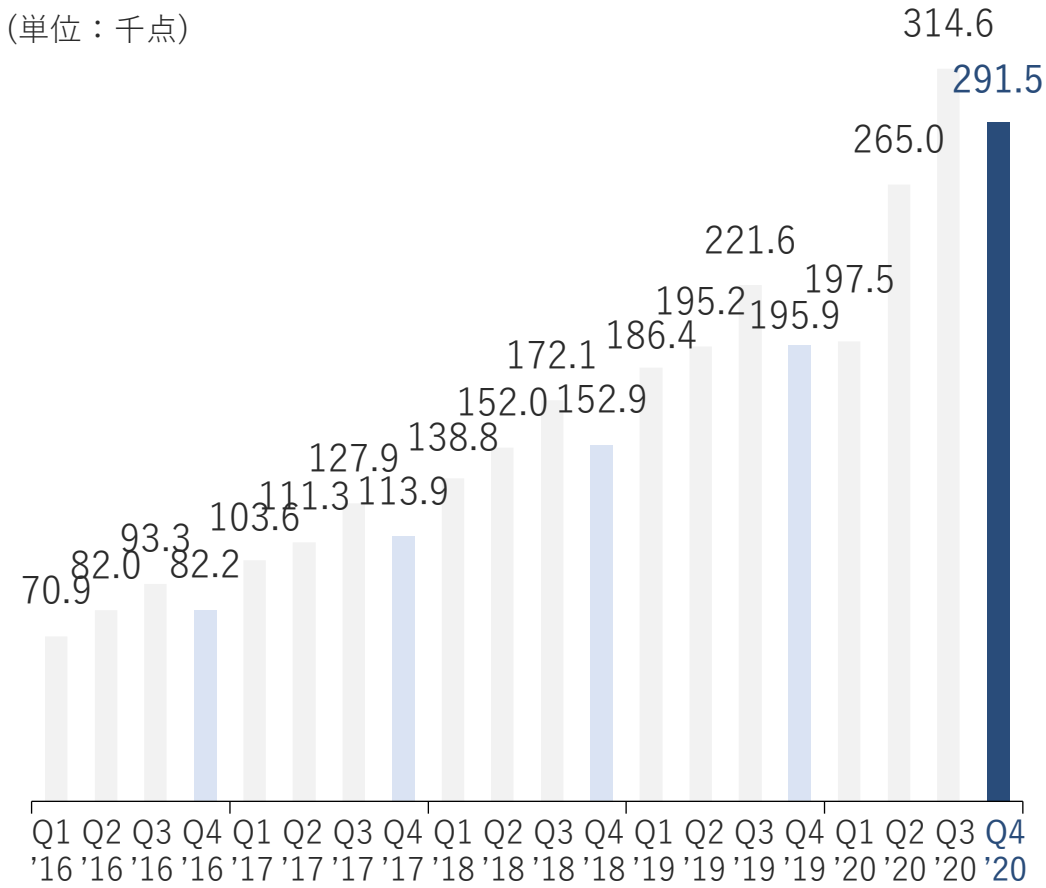
- プレスリリース件数は58,307件（前年同期比46.8%増・前四半期比5.9%減）



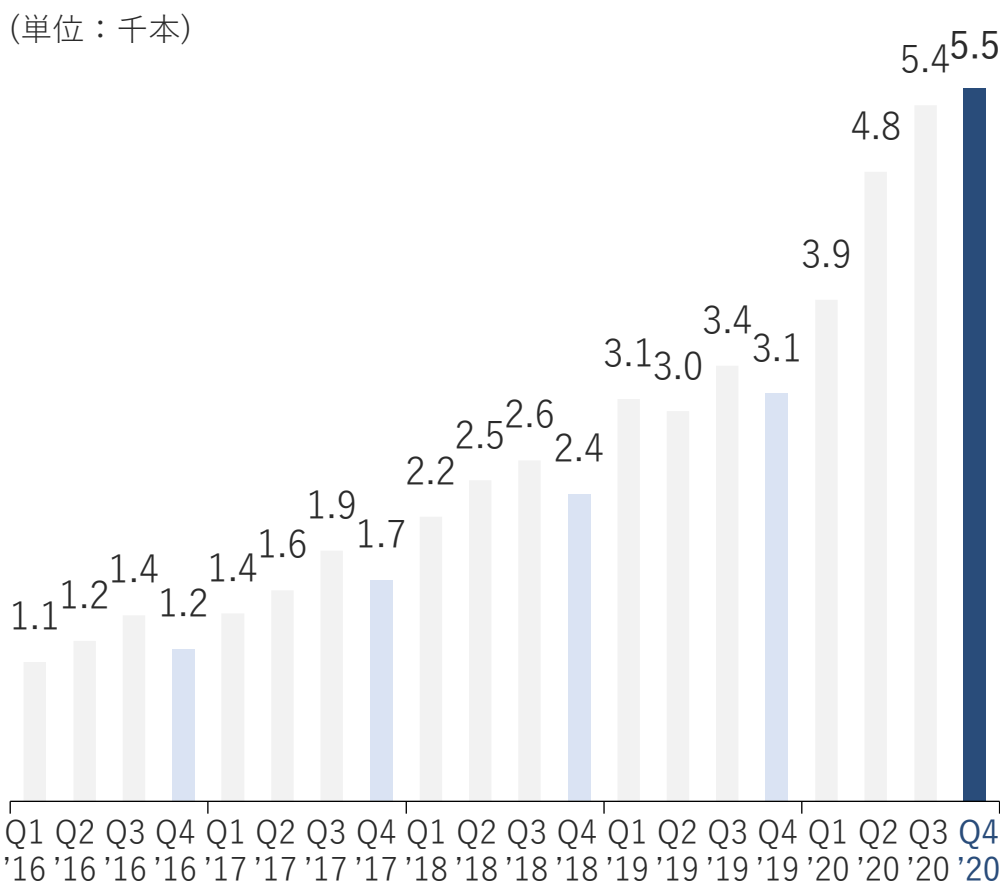
PR TIMES | プレスリリース素材(画像と動画)の推移

- 画像は291,501点（前年同期比48.8%増・前四半期比7.3%減）、動画は5,487本（前年同期比74.9%増・前四半期比2.5%増）

画像数



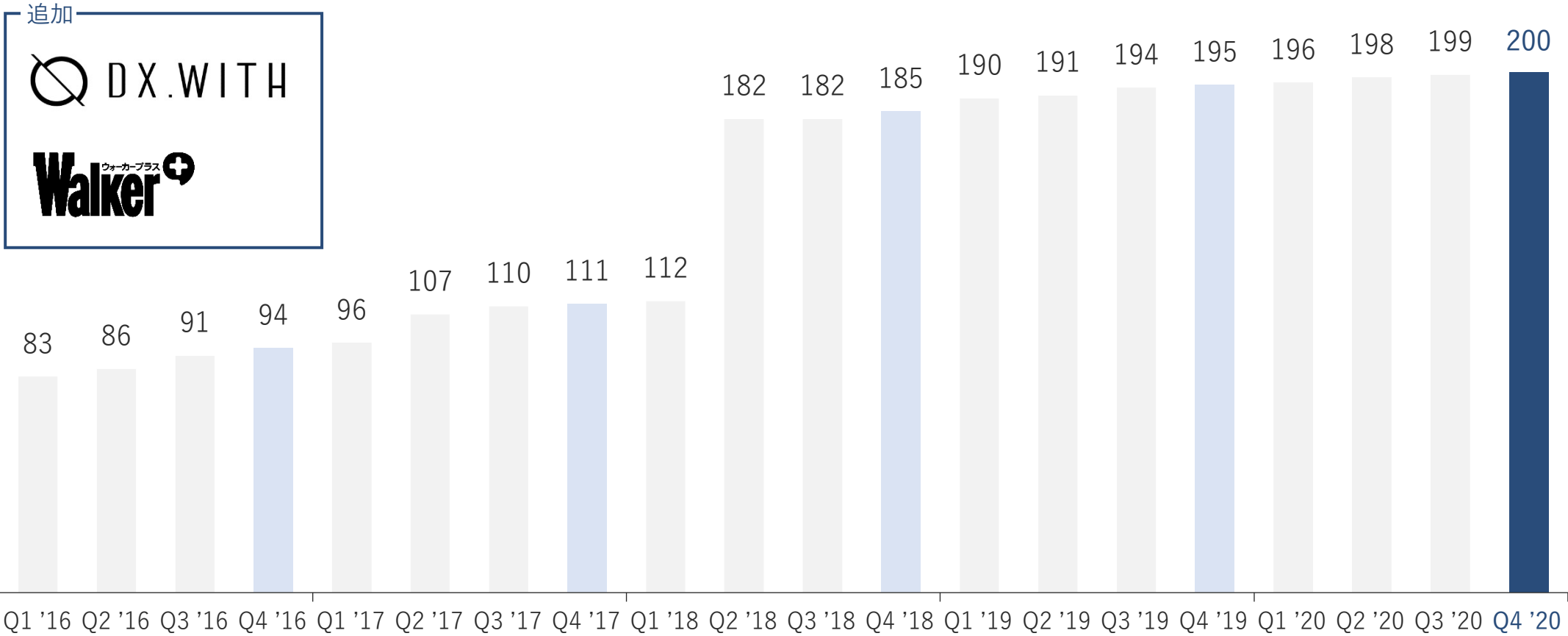
動画数



PR TIMES | パートナーメディアの推移

- パートナーメディア数は前四半期比1媒体純増(2媒体増・1媒体減)、9四半期連続で過去最高を更新
- 内、編集部が利用するCMSと連携し、当社から報道素材用データを転送しているメディアは9媒体

(単位：媒体)



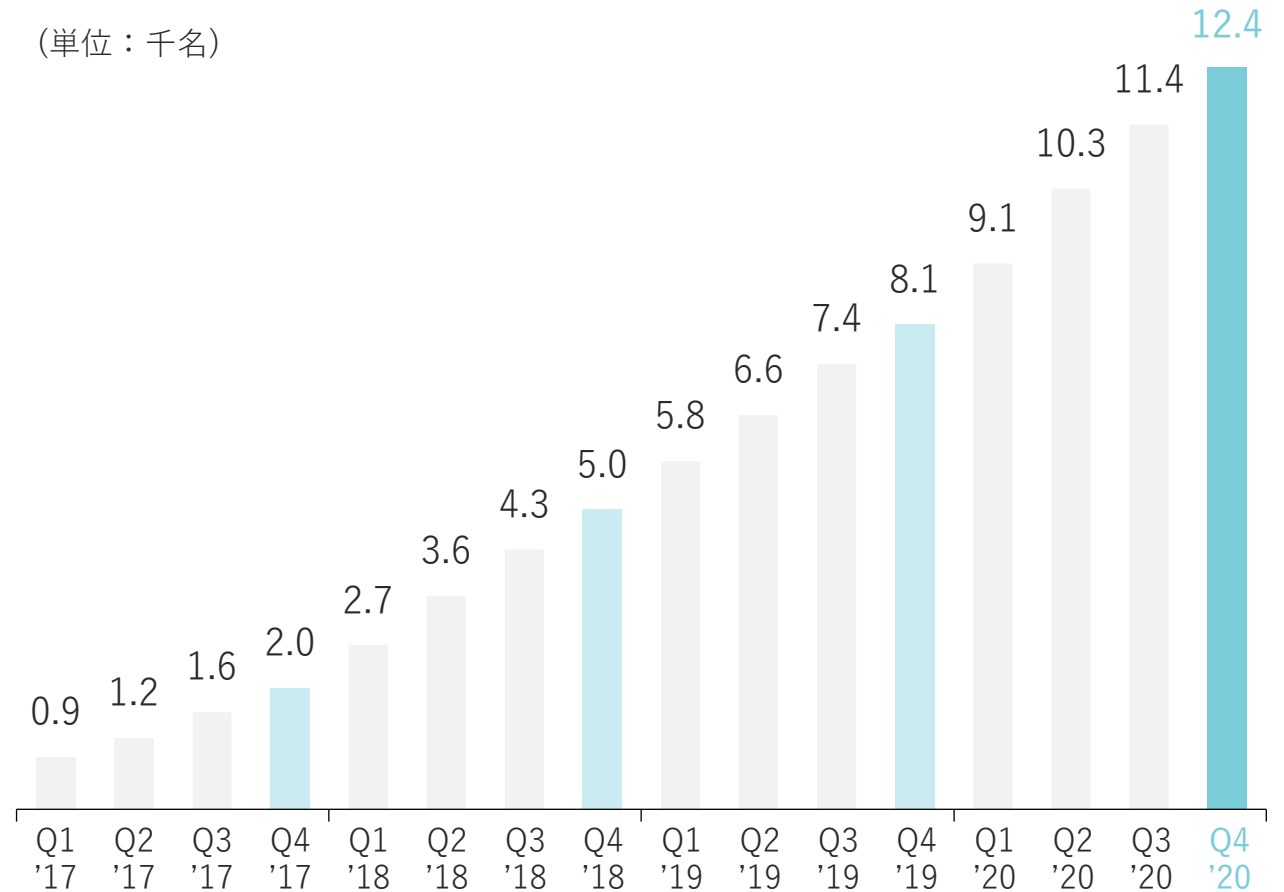
Webクリッピング | ユーザー数の推移

- ユーザー数は12,368名(前年同期比4,289名増 53.1%増、前四半期比958名増 8.4%増)

(単位：千名)

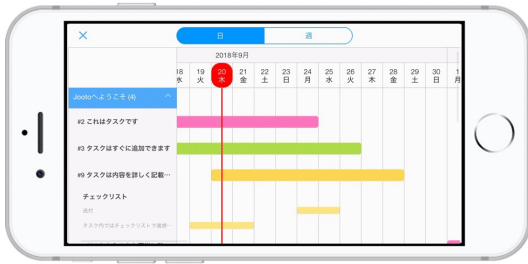


<https://webclipping.jp>



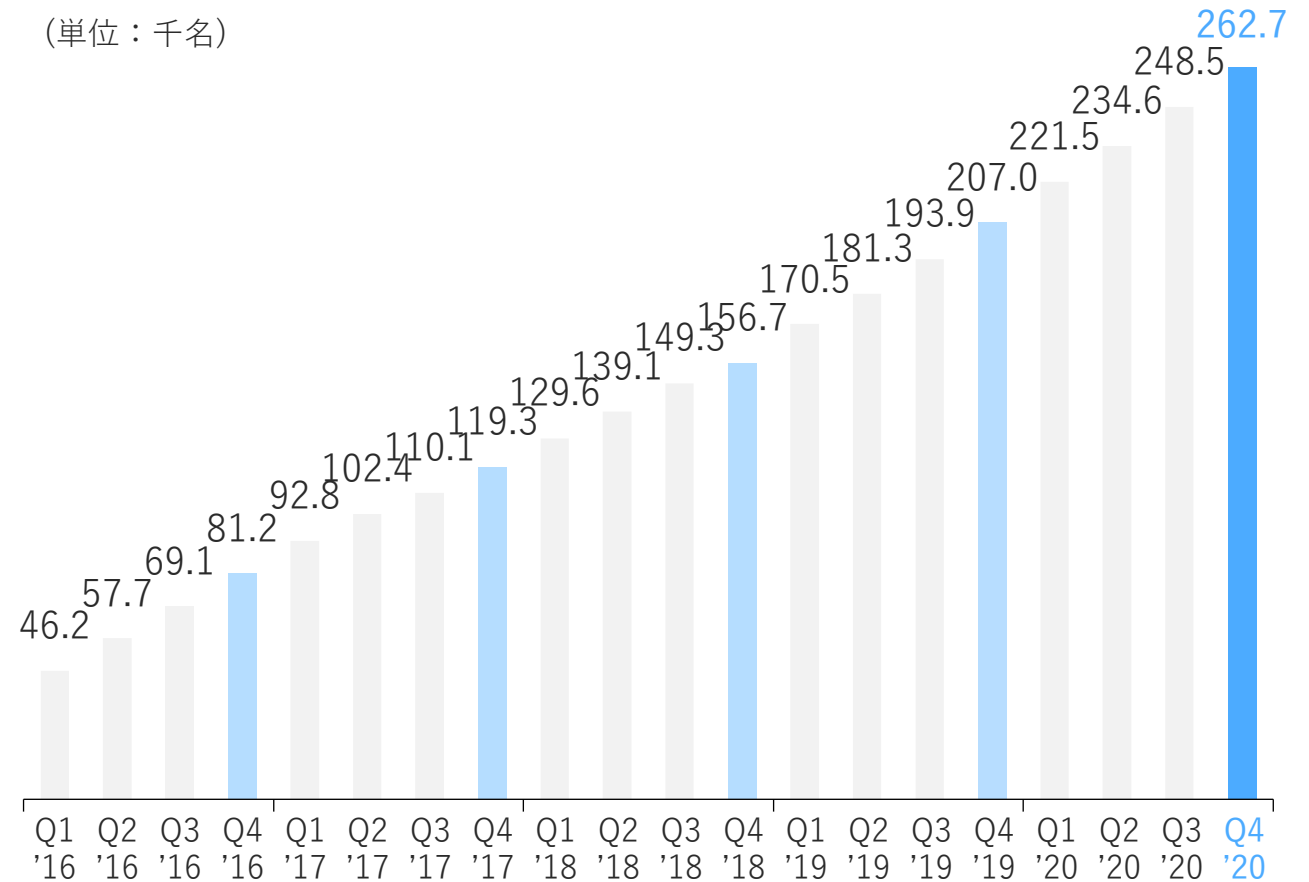
Jooto | ユーザー数の推移

- ユーザー数は262,694名（前年同期比55,687名増 26.9%増、前四半期比14,147名増 5.7%増）



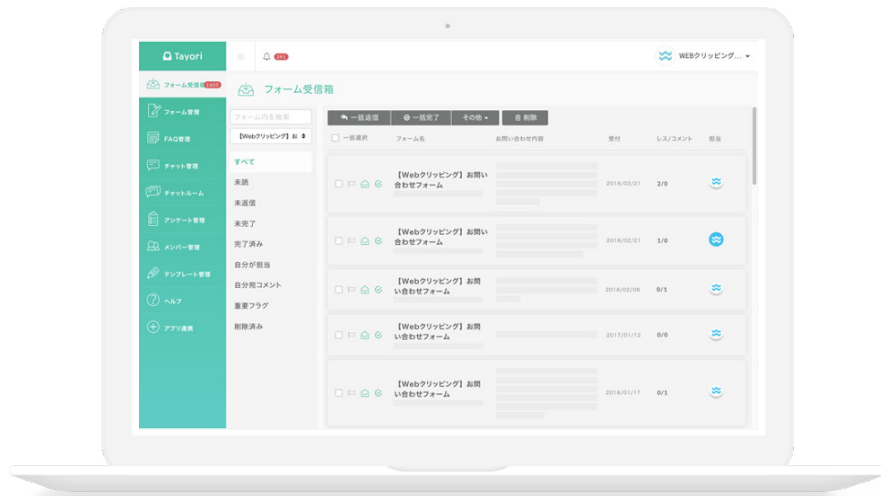
<https://jooto.com>

（単位：千名）



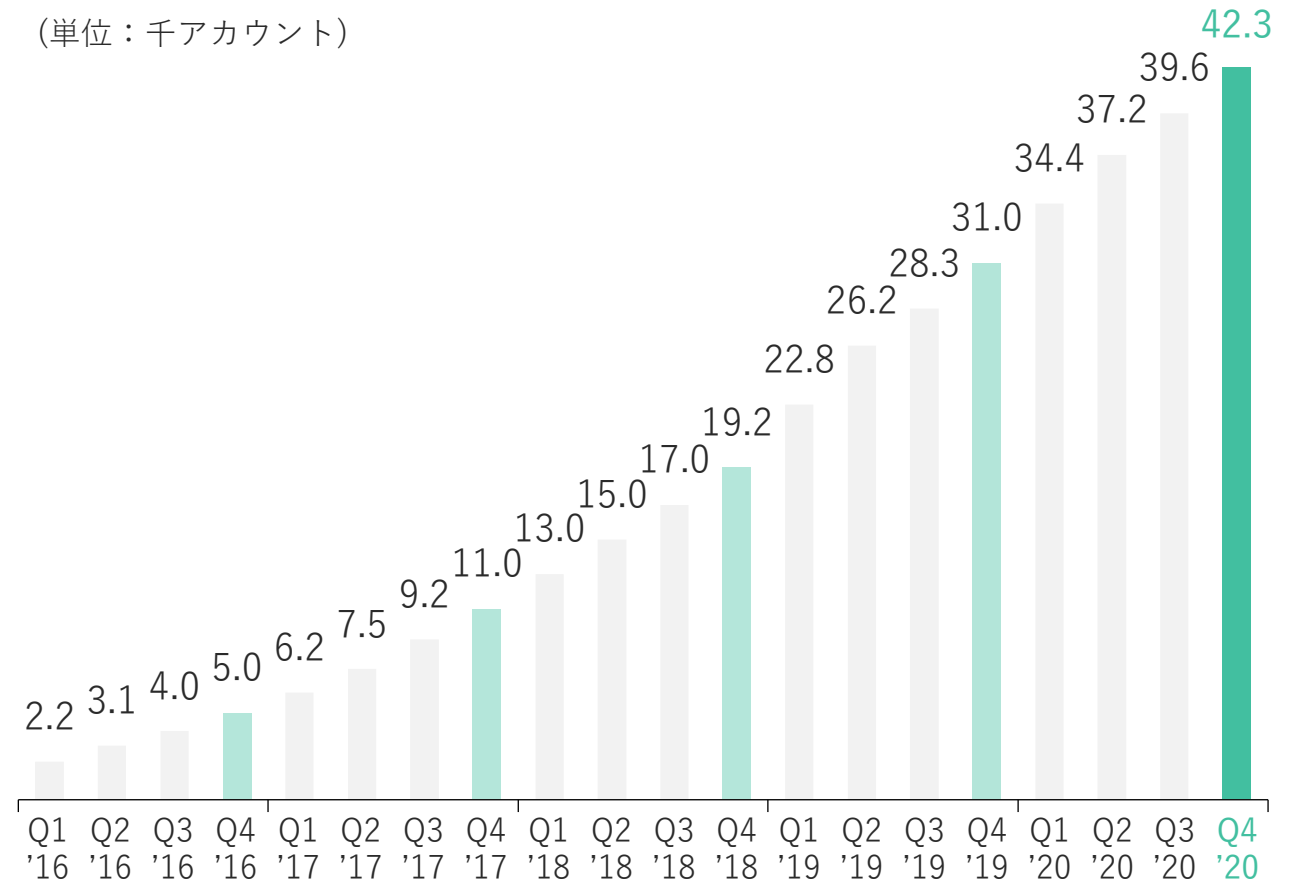
Tayori | アカウント数の推移

- アカウント数は42,251アカウント（前年同期比11,297名増 36.5%増、前四半期比2,644名増 6.7%増）



<https://tayori.com>

（単位：千アカウント）



5. 2021年度 業績予想



2021年度 業績予想

- 新型コロナウイルス感染症の収束時期は当社事業に大きく影響しないものの、経済活動のより一層の停滞が起きないものと想定して算出
- 創業来15期連続となる売上高成長率25%超へ
- オフィス移転等の投資も計画しながら、営業利益は1,750百万円を計画

(単位：百万円)	連結 2021 予想	予想レンジ	2020	前期比
売上高	4,715	± 5.0%	3,765	125.2%
営業利益	1,750	± 15.0%	1,301	134.5%
(営業利益率)	37.1%	—	(34.6%)	—
経常利益	1,748	± 15.0%	1,299	134.5%
当期純利益	1,212	± 15.0%	1,043	116.2%
広告宣伝費	406	—	471	86.1%
配当	0	—	0	—

プライム市場へ

- 2022年4月より東証の市場区分が変更、「プライム市場」に上場維持できるよう形式基準クリアを目指す
- 流通株式比率のみ現時点で基準未達であるものの、2021年6月1日より行使可能となる第3回及び第4回新株予約権が順次行使されることで、クリアできる見込み

(2021年2月末時点)	プライム市場 上場維持基準	経過措置	当社	判定
(1)株主数	800名以上	800名以上	4,644名 (100株以上)	○
(2)流通株式数	20,000単位以上	10,000単位以上	46,313単位	○
(3)流通株式時価総額	100億円以上	10億円以上	169億円	○
(4)流通株式比率	35%以上	5%以上	34.4%	△
(5)売買代金	1日平均売買代金 0.2億円	月平均売買高 40単位以上	1日平均売買代金 3.5億円	○

※ 各種数値は当社調べにより簡易的に算出。流通株式時価総額は2020年12月～2021年2月、売買代金は2020年1月～2020年12月の取引情報を使用

6. トピックス&参考情報



- 利用企業社数5万社到達を機に、「PR TIMES」利用企業5万社すべての社名を記載したポスターを添えて、お客様に感謝状とお詫状を送付

**PR TIMESを、
使っていたらいい
みなさま。
本当にありがとうございます。**

PR TIMESの利用企業数が50,000社を超えました。

1つのプレスリリースには、決して代えることのできないメッセージと物語がある。そして、そのプレスリリースの発信に至るまでに、社内での確認や打ち合わせがあり、関わってきた人と時間がある。そんなみなさま、ひとつ一つの想いすべてに、PR TIMESはちゃんとおこたえしていきたい。と、考えています。PR TIMESは、みなさまがいなくて存在しません。発信したい誰か、行動したい誰かがいるから、それを応援させていただく私たちの意味が出てくる。みなさまが企業成長していかなければ、私たちの成長もありません。50,001社目、50,002社目、という新しい企業さまのご利用ももちろん大切ですが、今まで、私たちをご利用いただいたみなさまが、より発展されることが、何より大切だと思っています。そのために、みなさまの意見をさらにうかがい、くみ取り、深く理解し、より、みなさまに必要とされるPR TIMESになっていかなければならないと思っています。今まで、本当にありがとうございます。これからも、よろしくお願いいたします。

PR TIMES

裏面に続く

**PR TIMESを、
もう、使っていない
みなさま。
本当に申し訳ありません。**

PR TIMESの利用企業数が50,000社を超えました。

1つのプレスリリースには、決して代えることのできないメッセージと物語がある。そして、そのプレスリリースの発信に至るまでに、社内での確認や打ち合わせがあり、関わってきた人と時間がある。そんなみなさま、ひとつ一つの想いすべてに、PR TIMESは、ちゃんとおこたえできてきたのか。と今、考えています。なぜ、もう一度使ってみよう、と思わなかったのか。「思ったほどの効果がなかった」「PR TIMESの対応が気になった」「プレスリリースの作り方が難しい……」。きっとさまざまな原因やきっかけがあると思います。それを、もう一度見つめ直していこうと考えております。みなさまの意見をさらにうかがい、くみ取り、深く理解し「もう一度、託してみよう」と思われるPR TIMESになっていかなければならないと思っています。みなさまに必要とされる新しい一歩を踏み出していかなければならないと考えております。今まで、本当に申し訳ありませんでした。そして、あらためて、これから、よろしくお願いいたします。

PR TIMES

裏面に続く

利用企業数が50,000社を超えました。ありがとうございます。

- 昨年に引き続き、4月1日に企業・団体・個人が「夢」を発信するApril Dreamプロジェクトを実施
- April Dream対象プレスリリースは配信無料、744社765件の夢がプレスリリースとして企業から発信
- SNSでも797名の個人の夢が発信

April Dream
4月1日を夢の日に。



4月1日。日本中のウソつきよ、ヒーローになろう！

今日、April Foolに夢を発信するヒーローになってみませんか。
ウソでみんなを驚かせるんじゃなく、夢でみんなを驚かせて、
小さな希望を作ってみませんか。
ちょっと不安に包まれそうな今だけど。だからこそ。
夢を声に出して、文字にしてみる。
その夢に勇気をもらう人がいるかもしれない。
その夢で明るい顔がひとつ増えるかもしれない。
今日、生まれたたくさんの夢で、
たくさんの叶えたい未来をつくっていこう。
もう、ウソをついてしまった人でも大丈夫。
さあ、今すぐ夢を！
男の人も、女の人も、子どもも、
おじいちゃんも、おばあちゃんも、みーんな。
ヒーローになってください！

April Dream 4月1日を夢の日に。

PR TIMES | 料金形態の変更と利用規約の改定

- プレスリリースの適時適切な発信機会を促進するため、2021年5月1日より、配信プレスリリース件数が月間31件以上の企業アカウントの追加料金と、「スタートアップチャレンジ」適用期間中の無料利用件数の上限を新たに適用
- 「PR TIMES」を通じた情報流通をより平等で有益なものにすることを目指し、「PR TIMES」利用の指針となる利用規約を改定

定額プラン及び「スタートアップチャレンジ」の変更内容

①定額プランのご利用件数上限と追加プランの設定

(変更前)プレスリリース件数 上限なし



(変更後)プレスリリース件数 上限月間30件

月間31件以上ご利用の場合は4万円(税別)の追加料金が発生

②「スタートアップチャレンジ」の提供内容変更

(変更前)設立から2年未満の間、毎月1件目の配信を無料提供



(変更後)設立から2年未満の間、月1件目の配信を計10回まで無料提供

利用規約の主な改定内容

- 「運営者ポリシー」を明示しました。
- サービス利用いただくすべての方を対象とする「基本規約」と、対象者別に規定する「企業規約」「報道規約」「一般規約」にそれぞれ分離した構成としました。
- アカウントの登録、審査、利用停止、抹消について詳しく説明しました。
- コンテンツの審査、取扱い、報道利用について詳しく説明しました。利用料金について詳しく説明しました。
- 禁止事項をより分かりやすい表現にしました。

新・利用規約：<https://prtimes.jp/main/html/kiyaku/revised>

- 2021年2月に愛媛銀行と提携
- 地方情報流通のための提携は計32例に



※2021年4月13日時点

Tayori | ブランドコンセプトを刷新

- ブランドコンセプトを「カスタマーサポートツール」から「クラウド情報整理ツール」に刷新
- カスタマーサポートツールとしての機能はそのままに、ブランドロゴとサービスサイトをリニューアル
- 業務情報の一元管理や、社内情報の整理といった業務におけるさまざまな情報整理での活用を訴求



BRIDGE | 子会社「株式会社THE BRIDGE」を設立

- 当社運営のスタートアップメディア「BRIDGE」に関する事業を2021年5月6日（予定）を効力発生日として、簡易吸収分割の方法により、新設する子会社「株式会社THE BRIDGE」に承継
- 同社代表に「BRIDGE」の創業者である平野 武士が就任し、スタートアップ企業とそのステークホルダーのための新事業を開始



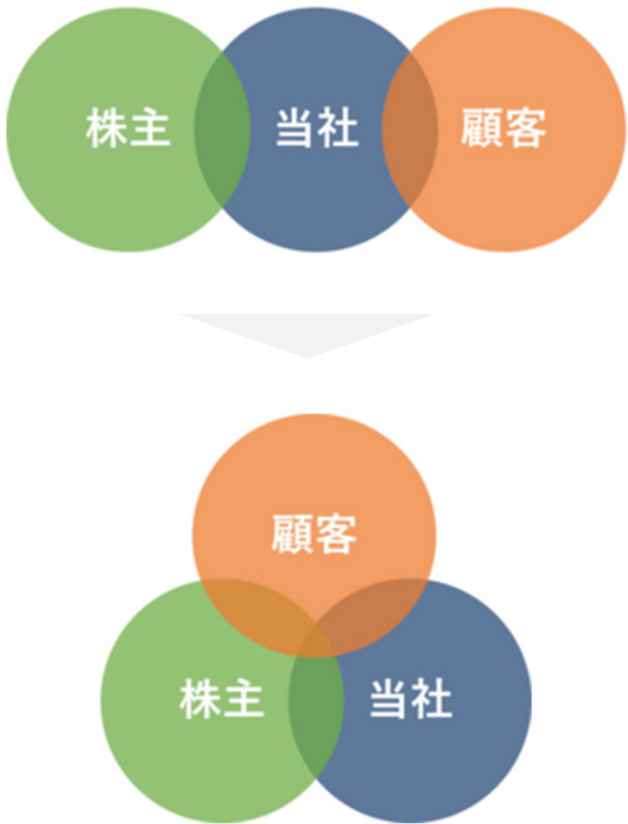
名称	株式会社THE BRIDGE
所在地	東京都港区南青山二丁目27番25号
代表者の役職・氏名	代表取締役 平野 武士
事業内容	メディア運営事業、コミュニティ活性化事業
資本金	資本金 15,000千円、資本準備金 15,000千円
設立年月日	2021年3月19日
発行済株式数	3,000株
大株主及び持株比率	株式会社PR TIMES 95%、平野 武士 5%
決算期	2月末日



平野 武士

コーポレート | 株主優待制度を活用した“顧客と株主がつながる”新プログラム

- 「PR TIMES」ご利用企業から募った商品・サービスを当社が購入し、株主優待制度を活用して当社株主に提供
- 当社を媒介にステークホルダー同士がつながるプラットフォーム型の機会創出



“顧客と株主がつながる”新プログラム概要

対象株主	2021年2月末日時点の株主名簿における保有株式数が1単位(100株)以上の株主 ※加えて3年以上株式保有している株主には1つ追加で希望商品を提供 ※保有年数は、同一の株主番号が株主名簿に継続して記載されている年数を指します。株主名簿は毎年2月末日及び8月31日を基準日として作成しています（臨時で株主名簿を作成することもあります）。
商品/申込方法	2021年5月26日に商品・サービスを一覧化したLP(Landing Page)を公開。株主の方はLPから「PR TIMES」掲載コンテンツをご覧ください、オンライン上の申込フォームよりご希望の商品・サービスを申請。 ※申込みフォームに第5希望まで、またはおまかせを記入して申請 ※希望が集中した場合は抽選、さらに次の希望順位の抽選に回る場合あり
スケジュール (予定)	5月26日 対象となる株主へ決議通知と合わせて案内書(申込フォームのURLや申込方法等が記載)を発送、LP公開及び本件に関するプレスリリースの配信、申込開始 6月中旬 申込締切 8月下旬 商品・サービス発送開始 (すべて2021年)

コーポレート | 「U30奨学金返還サポート制度」の導入

- 奨学金は教育機会が得られる意義が大きい一方で、若手の社会人にとって奨学金の返還が経済的にも心理的にも負担になっている
- 日本学生支援機構の「企業の代理返還」の仕組みを活用し、30歳未満で年収600万円未満の正社員に対して奨学金の返還を一定額サポートする制度を開始、4月より21年新卒を含む14名の当社社員へ支給
- 企業による奨学金の代理変換システムを当社の活用に残らず、PRの力でこの仕組みを広めるなど当社事業を通じて質の高い教育機会の平等に寄与することを目指す

「U30奨学金返還サポート制度」

※借入先が日本学生支援機構の場合



コーポレート | 組織体制の強化

- 日本電産CFO戦略室長やSHIFT副社長CFOなど歴任してきた松尾茂氏を顧問に招聘
- 新たに執行役員CTOと事業部長2名が参画、新卒2年目の社員をマネージャーに抜擢、「Tayori事業部」を新設等、組織体制をさらに強化



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。

よくあるご質問

Q.足元の業況について教えてください。

A.公開前の決算に係る情報については言及を差し控えさせていただいております。次回の決算発表までお待ちください。

Q.第4四半期に広告宣伝費が増えるのはなぜですか。

A.当社の戦略に関わる情報のため、言及を差し控えさせていただいております。

Q.季節性による業績の変動はありますか？

A.第4四半期は年末年始や2月を含み、営業日数が少ないため、前四半期比で減少する傾向にあります。

Q.「PR TIMES」の解約率を教えてください。

A.「PR TIMES」の基本料金は従量課金プランと定額プランで構成されており、いわゆるサブスクリプションモデルではありません。そのため、解約率という概念也没有ありません。

Q.売上高に占める従量課金プランと定額プランの割合はどうなっていますか？

A.「PR TIMES」の現在の最重要指標は利用企業社数であり、営業部門も経営陣も料金プランごとの配信数または利用企業社数を重要指標としておらず、そのため売上高に占める割合についても開示していません。

Q.「Webクリッピング」「Jooto」「Tayori」の収益状況を教えてください。

A.いずれのサービスもユーザー数は伸びているものの、有料課金率は極めて低いため、現時点では個別サービスごとに業績は公開していません。「PR TIMES」に続く第2、第3の収益の柱となれるよう、今後も規律をもって投資を推し進めてまいります。

※当社のIRでは、公開前及び戦略に関わる情報については、言及を差し控えさせていただいております。

公開可能な情報は、適宜「PR TIMES」内に掲載してまいりますので、ぜひそちらをご覧ください。

「Q&A」でPR TIMESを知る
<https://tayori.com/q/ir-ga>

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。

PR TIMES