



2019年5月10日

各位

会社名 共同ピーアール株式会社

代表者名 代表取締役社長 谷 鉄也

(コード番号：2436)

問合せ先 専務取締役コーポレート本部本部長 西井 雅人

(TEL：03-3571-5172)

「中期経営計画」の策定に関するお知らせ

当社は、2019年12月期から2021年12月期までの3カ年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

1. 中期経営計画を策定した経緯

当社および当社グループを取り巻く事業環境は、PR業界における市場規模(図1)が、PR業界の認知度向上やパブリックリレーションの重要性の認識が深まるにつれ、企業からのPR需要が多く発生しています。2018年度では約1,290億円と2008年度比で約1.7倍、直近の2016年度比では約27%成長し、拡大傾向にあります。当社では、2012年度に受注した大型のWEB制作案件の不採算プロジェクトの影響で2014年12月期に大幅な赤字を計上しましたが、2015年8月に現代表取締役である谷鉄也が社長へ就任して以降、新たな経営理念の策定や経営ビジョンの明確化を行い、経営改革と従業員への経営ビジョンの浸透を図ってまいりました。その結果、2018年12月期において、過去最高の売上高及び営業利益、経常利益を計上しました。今後もPRのみならず、広告やプロモーションとの複合的なサービス提供へのニーズが高まるなど市場ニーズが変化すると考えており、更なる事業成長に向けて、3カ年の中期経営計画を策定することとなりました。



図1 PR業界 売上規模

2. 現在の事業状況

前述の通り、当社は、2014年12月期に大幅な赤字を計上して以降、PRコンサルティング業務のみならず、顧客課題解決を図ることを念頭にしたマーケティング分野への事業領域の拡大や様々な経営改革を実行しました。2018年12月期においては、過去最高の売上高（連結売上高5,317百万円）、営業利益（444百万円）、経常利益（444百万円）を達成いたしました。これは当社の主力事業であるリテイナー顧客の増加のみならず、多種多様化する顧客ニーズに沿ったマーケティング領域への受注拡大によりスポット案件やペイドパブリシティの受注が増加したことによります。

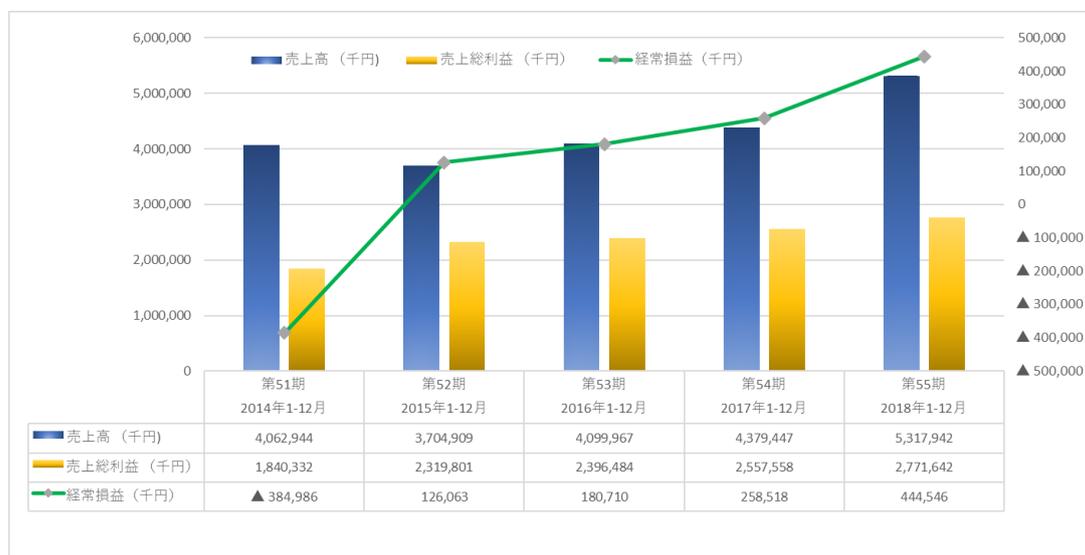


図2 過去5年（2014年度から2018年度まで）の業績推移

3. 中期経営計画の概要

(1) 中期経営計画の期間

2019年12月期～2021年12月期（3か年）

(2) 目標とする経営指標

【グループ連結】

単位：百万円

	売上高	営業利益	経常利益
2019年12月期	6,000	500	501
2020年12月期	7,000	652	650
2021年12月期	8,000	804	800

(注) 2019年12月期の業績予想については、2019年2月12日付「2018年12月期 決算短信」から変更はありません。

(注) 本資料に記載されている経営施策や数値計画は、当社が現時点で入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は、今後の様々な要因により、異なる可能性があります。

4. 戦略及び施策

(1) 経営ビジョン

当社および当社グループ会社は、クライアントの企業価値を高める「ブランディングパートナー」である。社会、企業におけるコミュニケーション課題を、経営者の視点をもって解決し、「固有の企業価値を形成（ブランディング）」する上での、ベストパートナーとなる。

(2) 経営方針

経営理念である、“顧客の課題解決を図る”ことを念頭に、以下を経営方針とする。

人が財産であり、人の成長とともに企業価値は向上する。さらに、経営・事業の安定基盤を確立するとともに、新たな領域の創造と多種多様な企業と協創し、売上・利益の最大化を図ることで、永続的に企業価値を高める。

(3) 経営戦略および施策

①重点分野への開発強化

当社の主力事業であるリテイナー顧客数の拡大を図るため、重点分野として、国内外のIT企業や官公庁への開発の強化を図ります。IT分野の強化においては、現在リテイナー顧客数が最も多く、当社の実績も多くあります。現在も引き合いが多く、今後専門チームをさらに強化しBtoB、BtoC向けのコミュニケーションのソリューションを提供していきます。また、官公庁分野においては、現在、地方自治体や各省庁案件を複数受託しており、今後、さらに地方活性化案件やインバウンド案件等需要が多く発生することが見込まれるため、積極的に入札案件に関与して、受託案件の増加を図ります。

②広告会社向けの開発強化

当社にて受託している多くの案件はクライアントとの直接契約が主な形態となっております。一方で、大手広告会社では、大型プロジェクト案件等を広告分野のみならずPRコミュニケーション分野も含めた包括的な業務を受託することが多く、また、現在働き方改革法の施行の影響により人手不足が発生しております。当社は、今後大手広告会社を中心に開発を強化し、広告会社への人的リソースを提供することでの連携や大型プロジェクト案件へ参画することで受託案件の増加を図ります。

③商材やサービスの拡充

当社は、広報部門の支援をメインとして、PRコンサルティングサービスや危機管理広報コンサルティングサービスを主に提供しております。一方で、企業においては、各メディアへの露出のみならず、自社ブランディング価値を高める重要性が増しております。そのため、ブランディングを高めるための戦略策定をもとにした、広告やPR手法を複合的に提供するマーケティング分野へ積極的に企画提案していきます。また、当社にて提供する商材やサービスの拡充のため、“デジタル・コンテンツ・グローバル”を新たなサービス領域としてサービス商材を積極的に開発しており、自社のデジタルサービスである“PR TODAY”のリニューアルや米ハリウッドでのプロモーションサービスの提供、オンライン学習プラットフォームである“デジマナ”の提供等を既に開始しております。今後もさらに顧客への付加価値となる商材やサービスを積極的に開発していきます。

④グループ会社による専門分野の強化

当社のグループ会社である、共和ピーアール㈱は、主に医薬・医療系PRや教育PR、スポーツPRをメインターゲットとしてPR活動を行っております。今後は医薬・医療PRやスポーツPR等から得られたノウハウを活用し、健康食品・サプリメントや介護・健康促進・予防等の健康分野の業務領域まで拡大し、事業の拡大を図ります。また、映画業界専門のPR会社である、㈱マンハッタンピープルは、映画バブリシティのみならず、映画宣伝プロデュース業を請け負うことで事業の拡大を図ってきました。今後はSNS運用やインフルエンサーの活用施策、動画制作、映画オリジナルアプリの開発等のデジタル分野のサービスを強化することで、新たな付加価値サービスを提供し、映画業界でのさらなる事業の拡大を図ります。

⑤M&A、業務提携の推進

当社は、提供する商材やサービスの拡充のため、昨年より複数の企業との連携を図っております。今後も自社で補完することができない技術分野を保有する企業や、事業連携することで顧客へ付加価値を提供できる企業との業務提携やM&Aの検討を進めていきます。

⑥働き方改革の推進

当社の主な業務は、PRコンサルティングサービスであり、人手による作業が主体となっております。当社では、2019年4月から施行された働き方改革法に沿い、新たな制度の整備やITツール導入による作業の効率化、教育環境・制度の充実による個々のスキルの向上を図り、より充実した社内環境を整備していきます。同時に、報酬制度の見直しやコミュニケーション等の充実によるリテンションマネジメントの実施、採用の強化等の人への投資を積極的に行います。

5. 株主還元

当社は、2012年度に受託した不採算プロジェクトの影響により、2013年12月期より無配としておりました。しかしながら、2015年12月期に黒字化し、それ以降の業績回復により2018年12月期において、復配することができました。株主還元策の1つである配当については、中期経営計画の達成に伴う事業投資や経営基盤強化を目的とした内部留保等を確保しつつ、連結業績を勘案したうえで、安定した配当を継続していくことを基本方針とします。そのため、具体的な配当性向は設けず、安定した配当を継続して行うとともに、企業価値の向上に努めます。また、自己株式の取得については、機動的な取得を検討しつつも、状況に応じた株主還元策を実現していきます。

以 上