

平成22年12月期

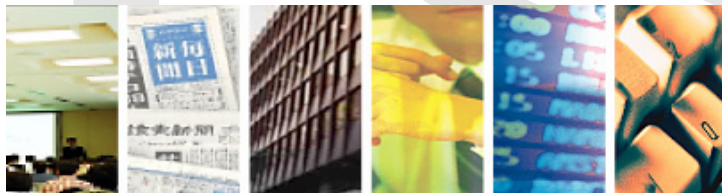
# 決算説明会資料



共同PR株式会社

(JASDAQ:2436)

[www.kyodo-pr.co.jp](http://www.kyodo-pr.co.jp)



## Public Relations

共同PRは、企業や団体がメディアに情報素材を提供し、記事や報道として、社会に認知されるように働きかける活動を、専門家としてサポートします。

## Media Relations<sup>®</sup>

PR活動は、マスコミとの良好な関係を基本としています。共同PRがそれをメディア・リレーションズ(MR)と呼び、最重要ポリシーの1つにかかげています。

## Web Relations<sup>®</sup>

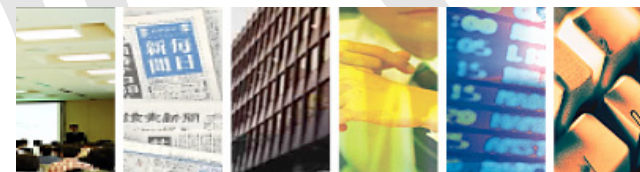
インターネットユーザーが急激に増大しています。企業が日々発信する情報も、それらの情報サイトに出来る限り多く、タイムリーに、適切な形で掲載させていくことで、戦略的に外部ゲートである入口の拡大を図る必要があります。

## Investor Relations

IR活動は、PR活動と連動して初めて、投資家・株主を含むステークホルダーとの良好な関係の構築につながります。私たち共同PRは広報の専門家として、メディア・リレーションズを軸にしたPR活動を通じてIR活動をサポートします。

# 当期のトピックス

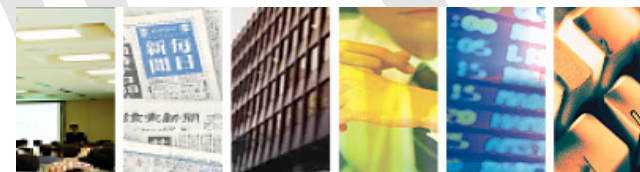
*This year's topics of activities*



# ～時代の流れ～ 広告からパブリシティへ

*Think of PR, think of us, KYODO PR*

地方自治体  
岐阜県



中国PR

中央政府  
農林水産省

# 当社主催食品輸出促進イベントを海外で実施

- ここ数年、農林水産省より輸出促進事業の中の海外食品見本市での日本パビリオン運営事業を受託してきておりますが、当該年度は、これに加え、全額補助事業として当社主催の海外での輸出促進イベント事業が2件採択されました。ボストンでは農林水産品を、シアトルではみかんと梨を中心に、現地バイヤー向けイベントを開催しました。



# 岐阜県の中国での年間PR活動を受託

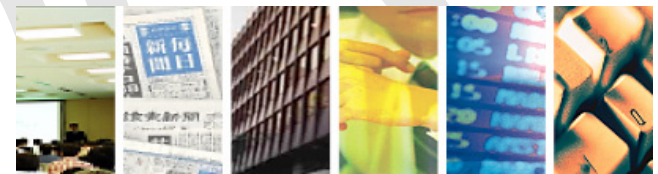
- 当社の子会社である中国共同拓信公関顧問（上海）有限公司では日本の行政機関から観光客誘致のためのPRイベントの企画・運営を多く手がけてきております。中国のメディアの数は非常に多く、日本への観光ビザ発給基準が緩和され日本への観光ニーズは高まっている一方で、日本の各地の正確かつタイムリーな情報が不足している状況があります。そんな中、当社は、上海万博にイベント出展した岐阜県より、年間を通じた中国でのメディア・リレーションズ活動を受託し、昨年度、恒常的にメディアコンタクトを実施、多くのパブリシティに繋げることができました。





# 共同PRの業績

*The financial highlight of KYODO PR*



# 連結損益計算書要約

単位:百万円

	当期 平成22年 (構成比)	前期 平成21年 (構成比)	前期比 (増減率)
売上高	4,603 (100%)	4,293 (100%)	310 (7.2%)
売上総利益	2,776 (60.3%)	2,800 (65.2%)	△24 (△0.9%)
販売・管理費	2,720 (59.1%)	2,934 (68.4%)	△214 (△7.3%)
営業利益	55 (1.2%)	△133 (△3.1%)	189 ( - )
経常利益	△14 (△0.3%)	△132 (△3.1%)	118 ( - )
特別損益	50 (1.1%)	△6 (△0.1%)	57 ( - )
当期純利益	5 (0.1%)	△152 (△3.5%)	157 ( - )
連結1株当たり 純利益	4.14円	△122.16円	-
1株当たり 年間配当額	30.00円(予定)	30.00円	-

## 会社別売上<sup>(注1)</sup>

共同PR	4,241百万円
共和PR	152百万円
マンハッタン	119百万円
メディックス	92百万円
中国共同拓信	76百万円
関係会社取引	▲156百万円

## 業務区分別売上<sup>(注2)</sup>

リテイナー	2,328百万円
OP&スポット	1,818百万円
ペイドパブリシティ	456百万円

## 特殊要因

### 営業外費用

韓国共同PRに対する貸付金62百万円に対して全額貸倒引当金を計上

### 特別利益

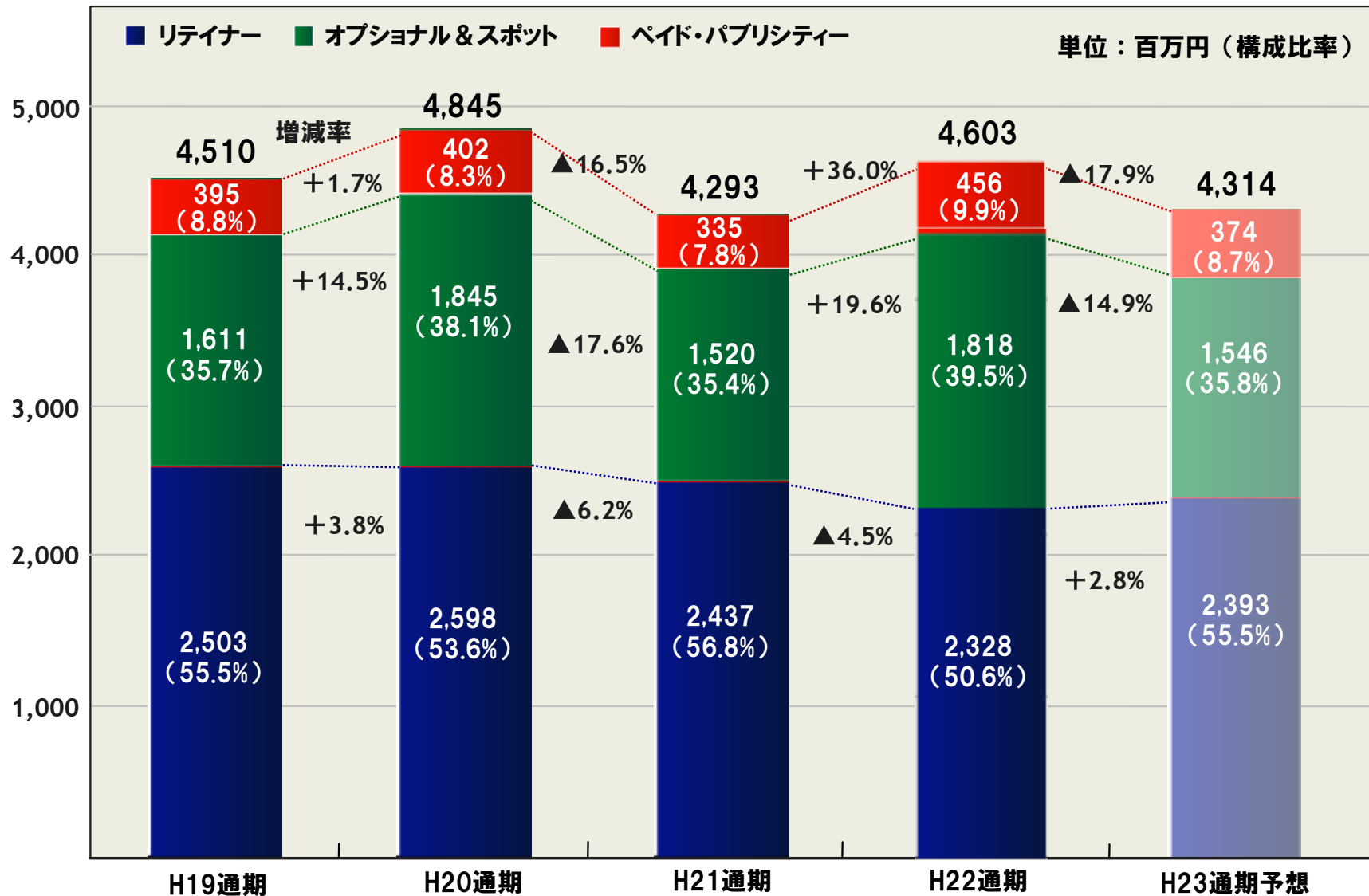
韓国共同PR(株)売却による関係会社株式売却益52百万円を計上

(注1) 子会社の売上及び利益についてはスライド15ページにて説明しております。

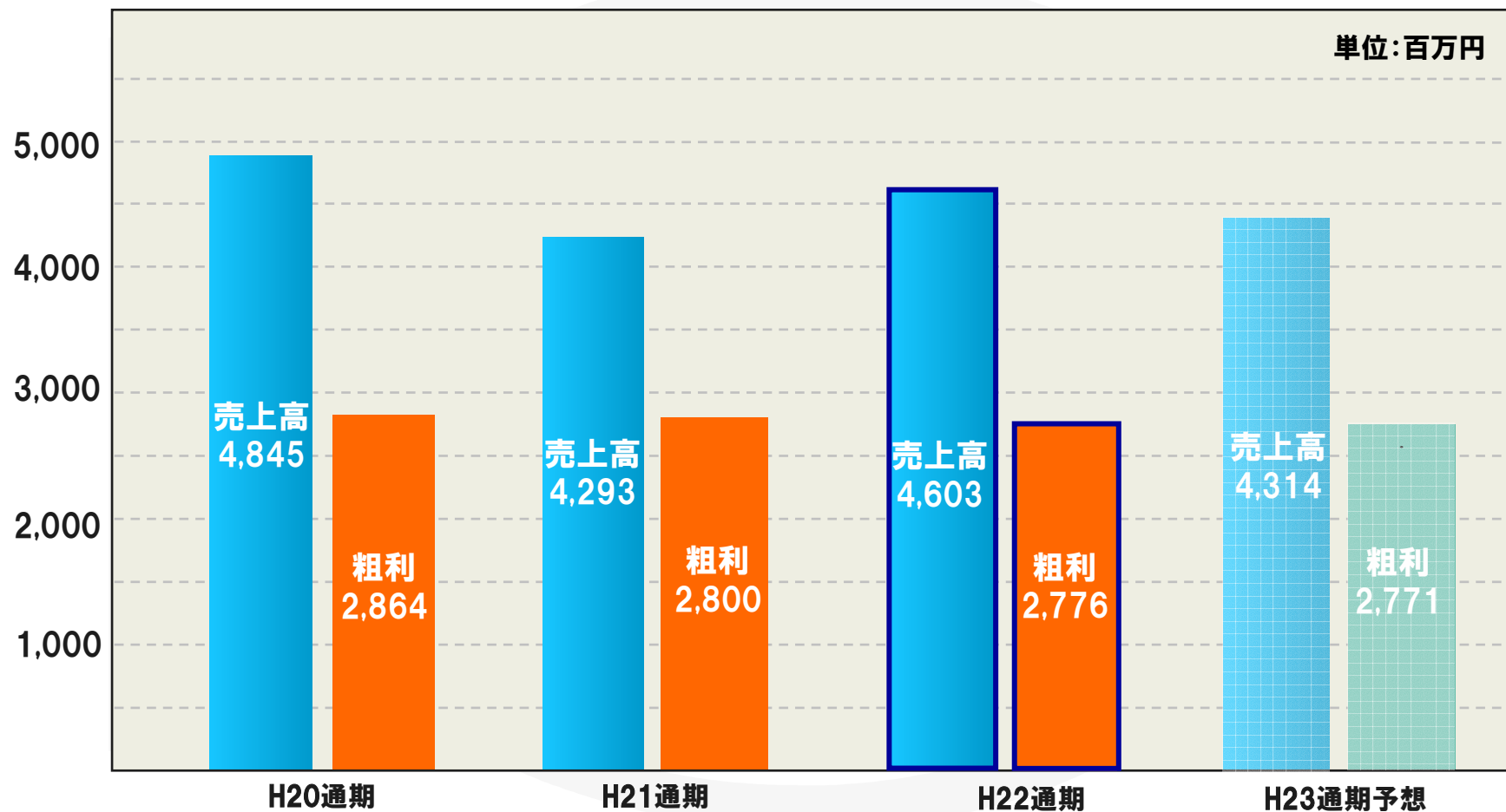
(注2) 業務区分別売上についてはスライド9ページにて説明しております。



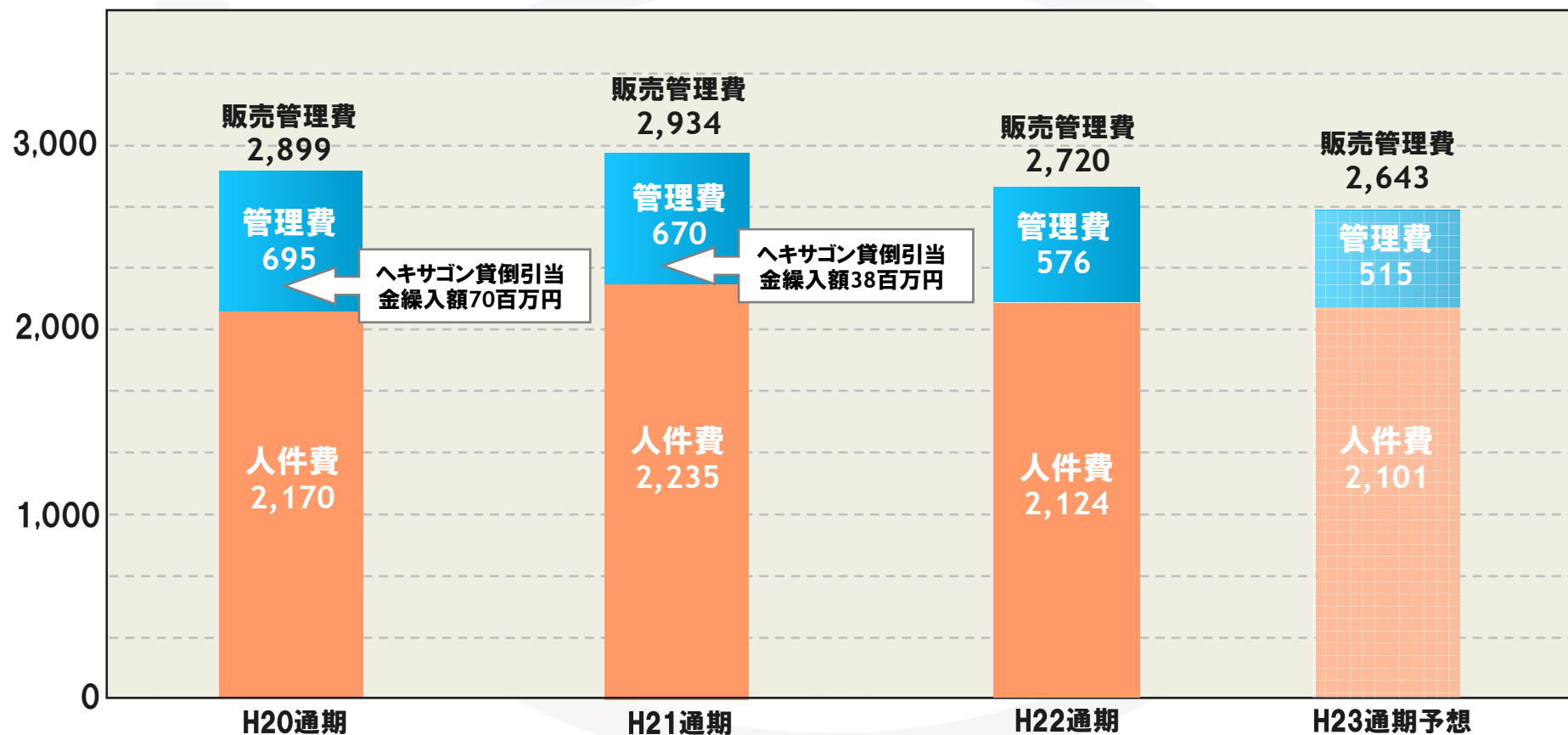
# 連結売上高(業務区分別)推移



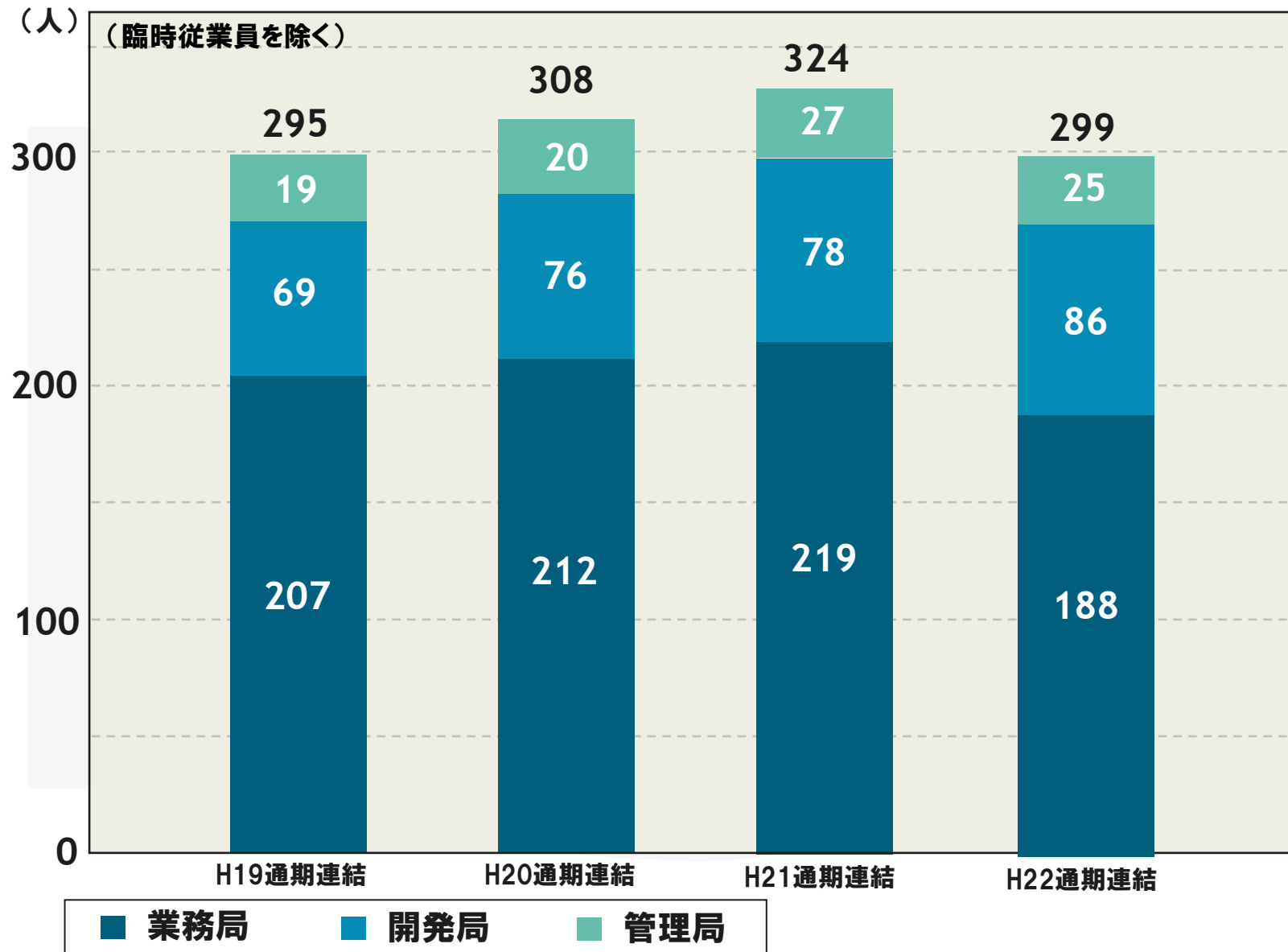
# 連結売上高・売上高総利益推移



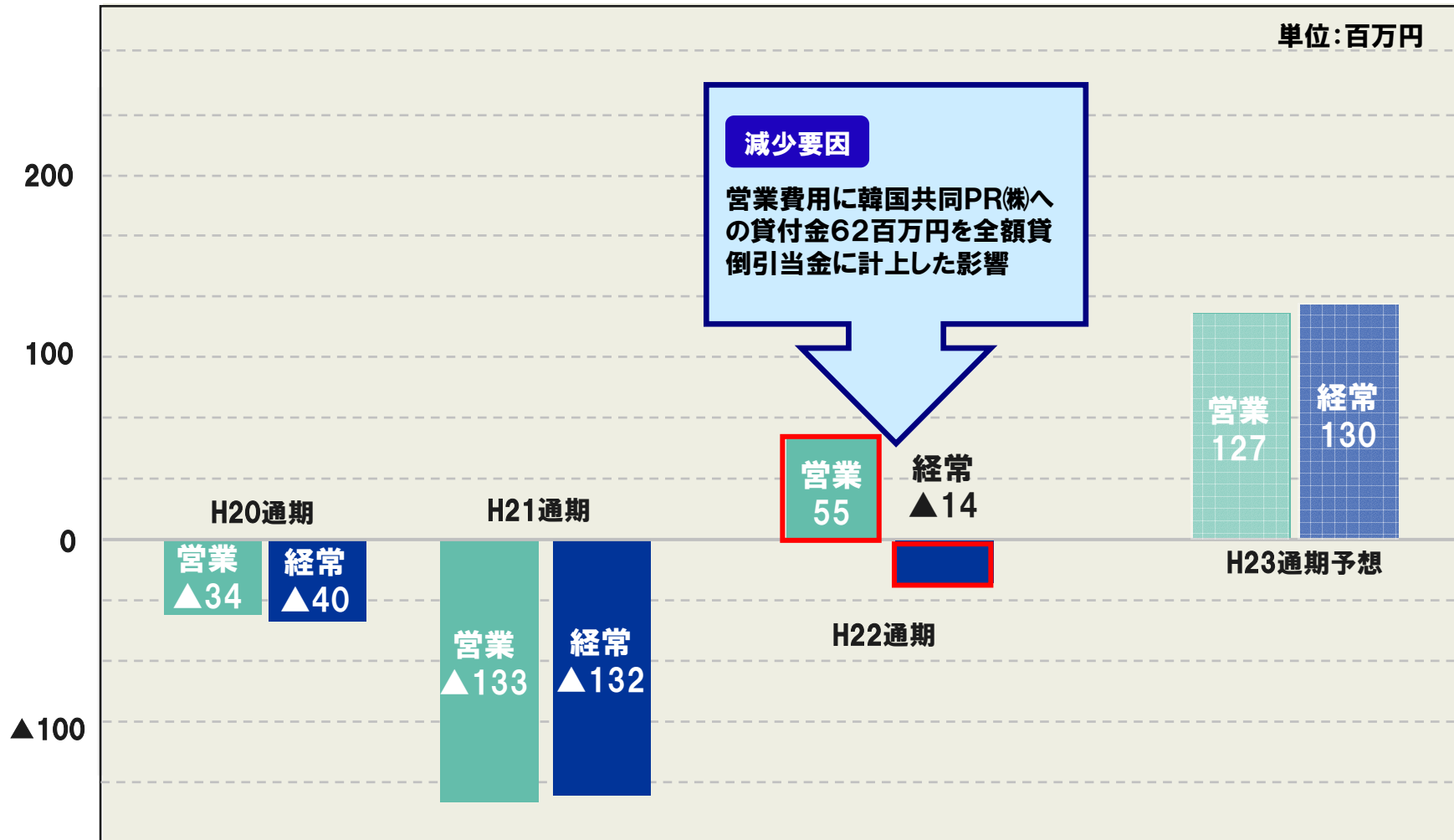
# 販売費及び一般管理費推移



# 部門別スタッフ数の推移

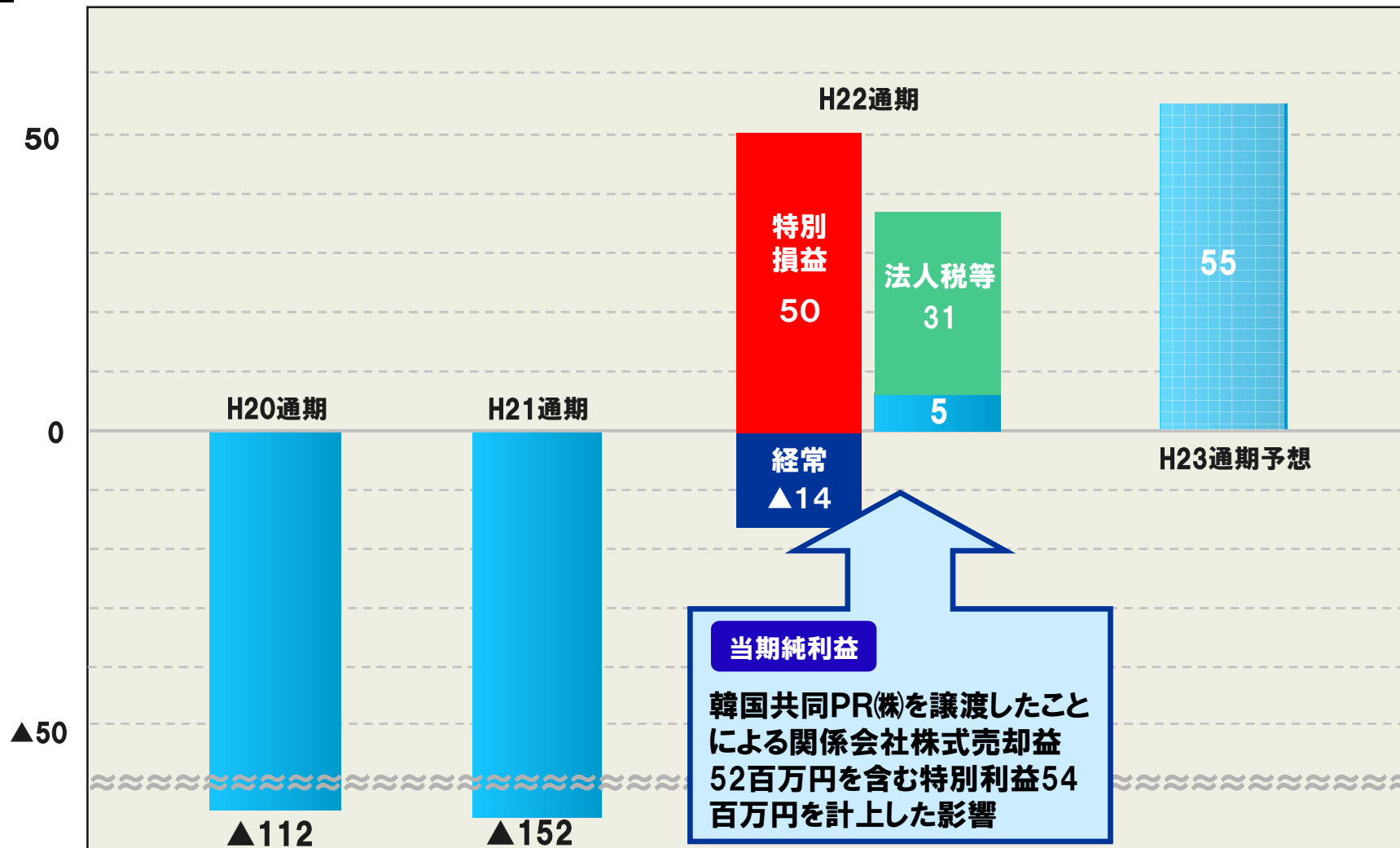


# 連結営業損益・経常損益推移



# 連結当期純損益推移

単位:百万円



# 当期連結子会社別売上及び利益

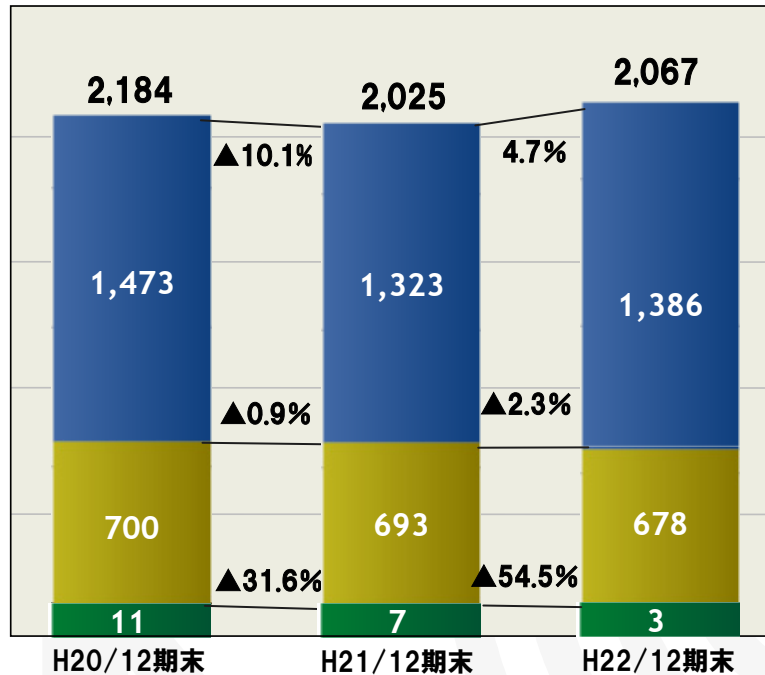
単位:百万円

	売上高	販売管理費	営業利益	経常利益	当期純利益
共和ピー・アール	152	84	△6	△5	△4
マンハッタンピープル	119	108	2	2	2
共同PRメディックス	92	33	△3	△3	△3
中国共同拓信	76	77	△34	△34	△34
韓国共同PR	77	69	△36	△44	△44

# 連結財務の状況

■資産の部

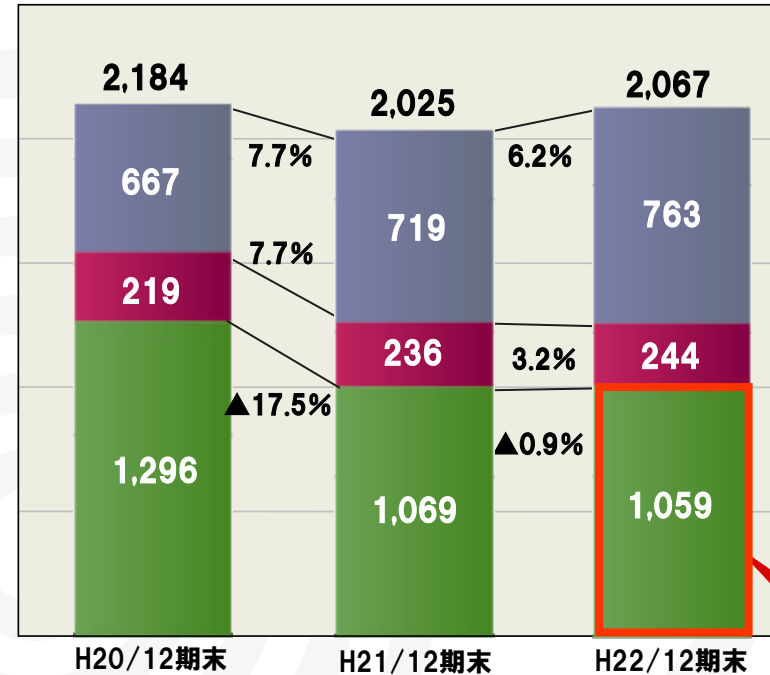
単位:百万円



■ 流動資産 ■ 固定資産 ■ 繰延資産

■負債・純資産の部

単位:百万円



■ 流動負債 ■ 固定負債 ■ 純資産

	平成20年期末	平成21年期末	平成22年期末	期末比
自己資本比率	59.1%	52.8%	51.2%	▲ 1.5 points

・総資産は、前年度末比42百万円増加の2,067百万円。

・流動資産は、現金及び預金の増加137百万円、受取手形及び売掛金の増加16百万円等により前年度末比62百万円増加の1,386百万円。

・流動負債は、短期借入金の減少32百万円があったものの、買掛金の増加31百万円、未払法人税の増加29百万円等により前年度末比44百万円増加の763百万円。

・純資産は、当期純利益5百万円、配当金の支払いによる利益剰余金の減少37百万円等により前年度末比9百万円減少の1,059百万円。



# キャッシュフローの状況

単位：百万円

	前期末	当期末	増減
営業キャッシュフロー	△211	209	420
投資キャッシュフロー	△52	△1	50
財務キャッシュフロー	151	△67	△219
現金および現金同等物	400	537	137
フリーキャッシュフロー	△263	209	472

## 営業CF増減要因

税前損益	+	36
売上債権	△	24
仕入債務	+	33
減価償却費	+	35
貸倒引当金	+	81
法人税	△	31

## 投資CF増減要因

有価証券取得	△	27
有価証券売却		16

## 財務CF増減要因

短期借入金	△	30
配当金支払	△	37

# H23通期連結業績予想

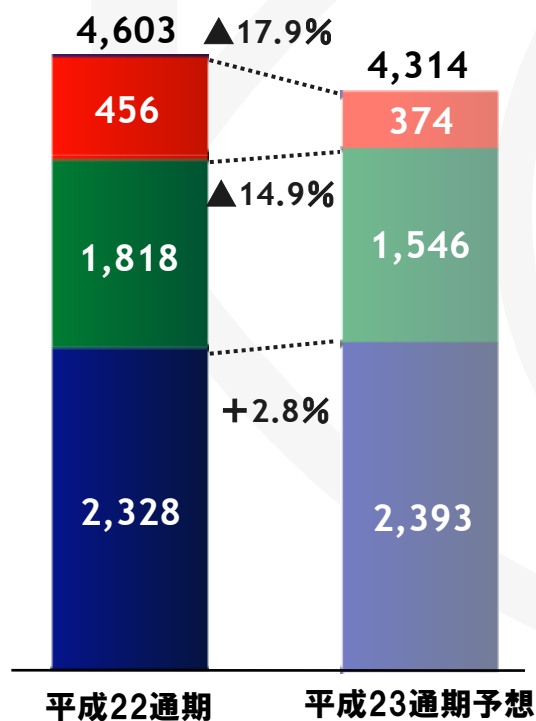
## 【売上高】

## 【経常利益】

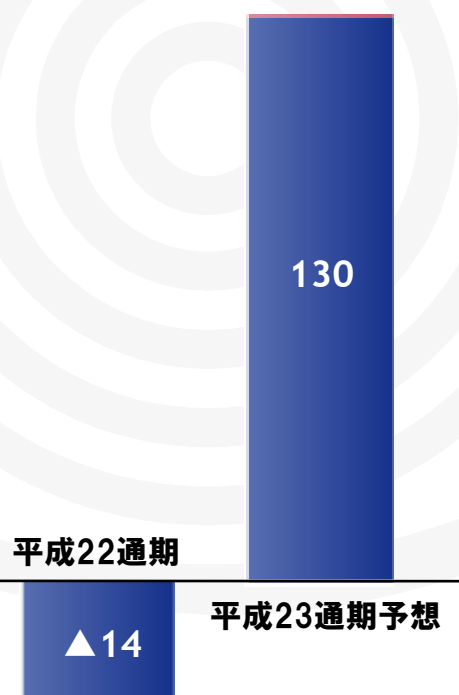
## 【当期純利益】

単位:百万円

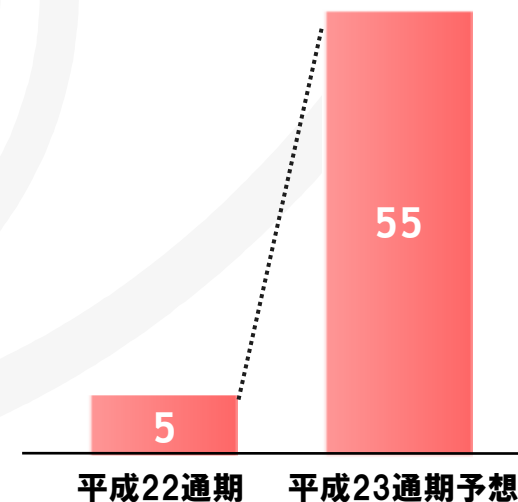
通期289百万円(6.3%)減の見込み



通期144百万円増加の見込み



通期50百万円(980%)増加の見込み



■ リテイナー ■ オプション&スポット ■ ペイド・パブリシティ



**ご清聴ありがとうございました。**

*Kyodo Public Relations Co., Ltd.*

**本資料に関するお問い合わせ先**

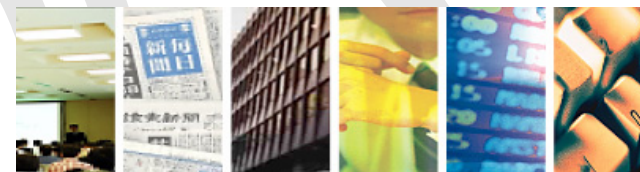
**Info@kyodo-pr.co.jp**

**03-3571-5172**

【ご参考資料】

# 共同PRの概要

*The outline of KYODO PR*



# 会社概要

**設 立 年 月** : 1964年11月14日

**資 本 金** : 4億1,990万円

**代 表 者** : 代表取締役社長 大橋 榮

**役 員 数** : 取締役9名、常勤監査役1名、非常勤監査役2名

**従 業 員 数** : 253名(単体)、 299名(連結)

他、業務委託顧問 等: 若干名(平成22年12月31日現在)

**連 結 売 上 高**: 4,603百万円 (平成22年12月31日現在)

**連 結 経 常 利 益**: △14百万円 (平成22年12月31日現在)

**連 結 子 会 社** : 共和ピー・アール株式会社、株式会社マンハッタンピープル、  
株式会社共同PRメディックス、共同拓信公関顧問(上海)有限公司

**海 外 拠 点** : 北京、上海、ソウル、ブリュッセル(ベルギー)

**本 社** : 〒104-8158 東京都中央区銀座7-2-22  
TEL 03-3571-5171(代表)

**ホ ー ム ペ ー ジ** : <http://www.kyodo-pr.co.jp/>



# ビジネスモデル

## “ニュース素材”のメーカー



# 記事と広告の違いについて

PRは  
**“Public Relations”**  
 の略ですが、  
 日本では広告との違いが  
 うまく認識されていません。



掲載促進  
 情報提供

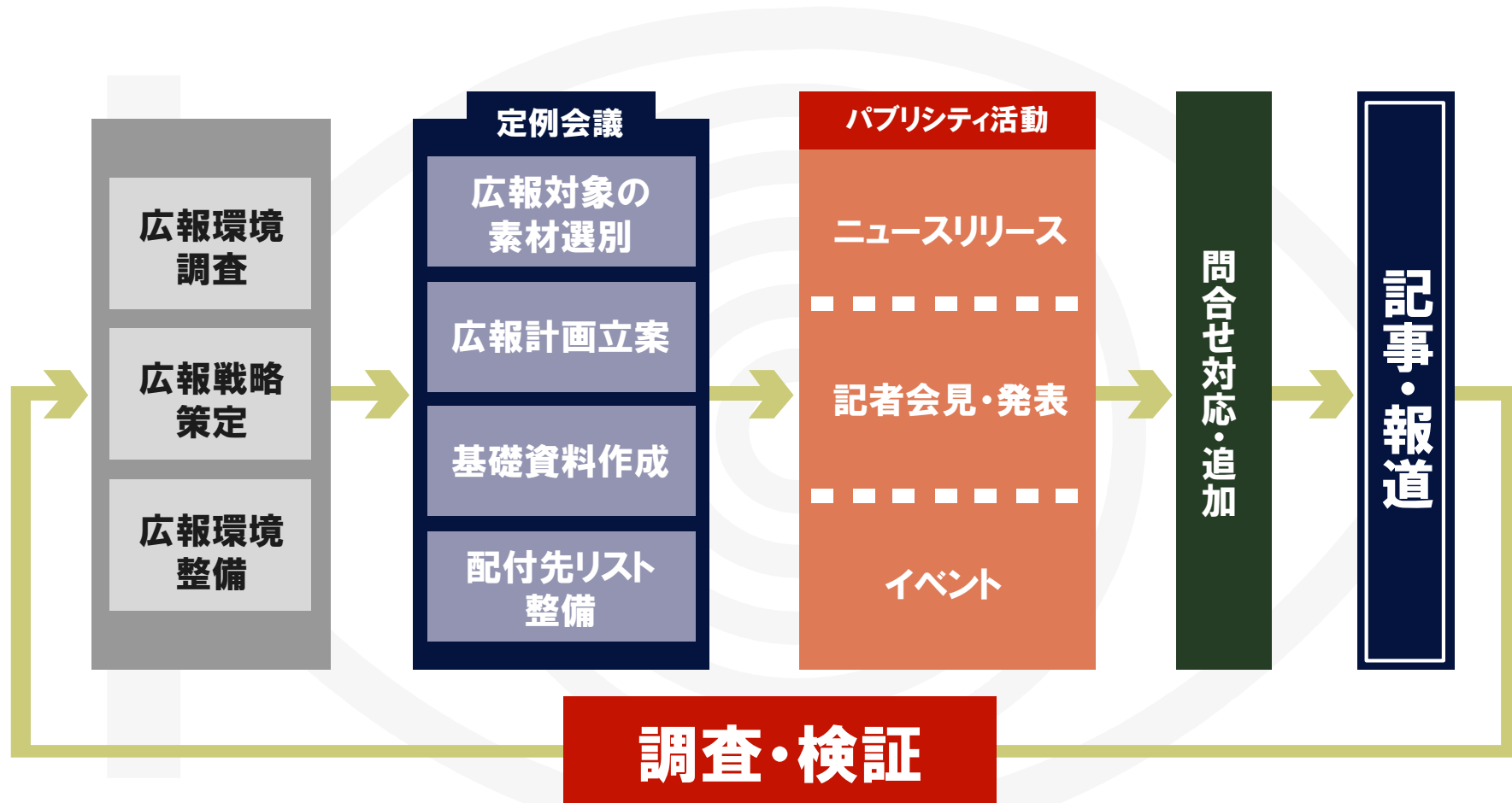


メディアプランニング  
 メディアバイイング



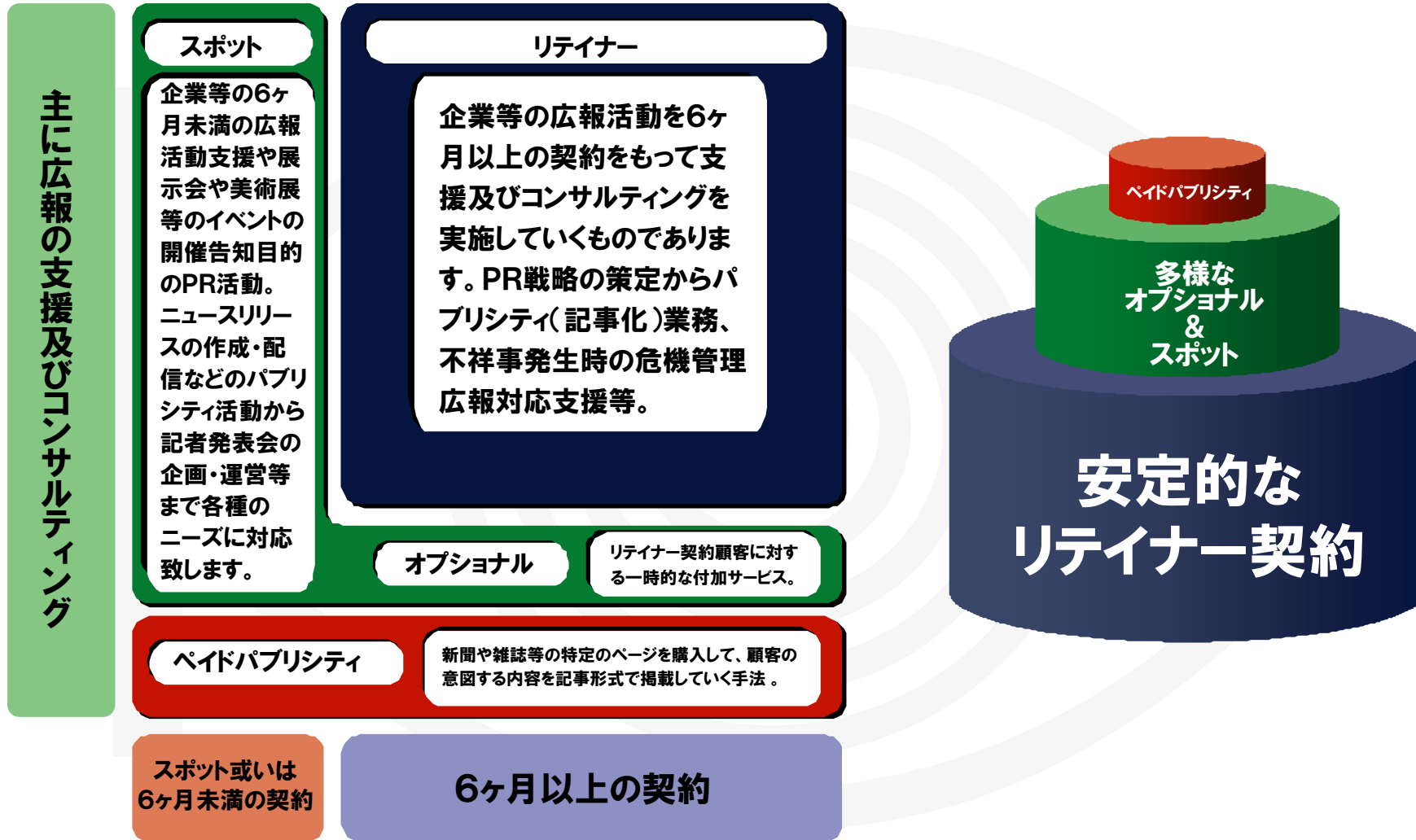
	記事 (パブリシティ)	広告 (アドバイジング)
担当部門	報道局 / 編集局	広告局
掲載面	記事(報道/ニュース、番組内)	広告スペース (CF)
情報発信主体	マスコミ側	広告出稿者
情報の特性	客観的	主観的
情報内容の基準 (傾向)	事実	イメージ
情報のリピート性	▼ 低	▲ 高
内容の信頼度	▲ 高	▼ 低
費用対効果 (ROI)	▲ 高	▼ 低

# パブリシティの全体図（基本業務フロー）



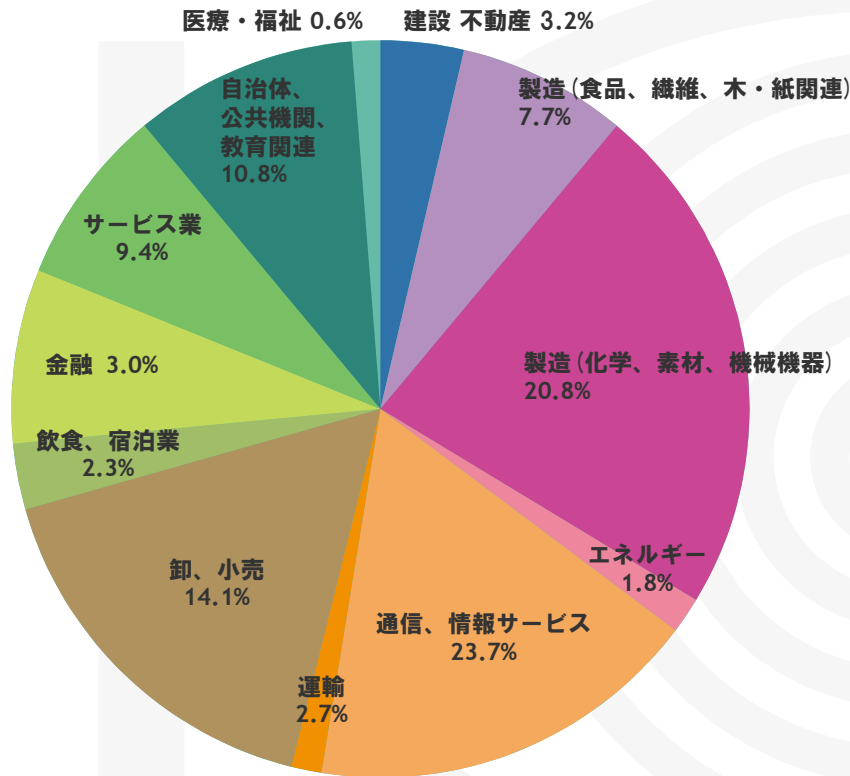


# PR事業の業務区分の関係図



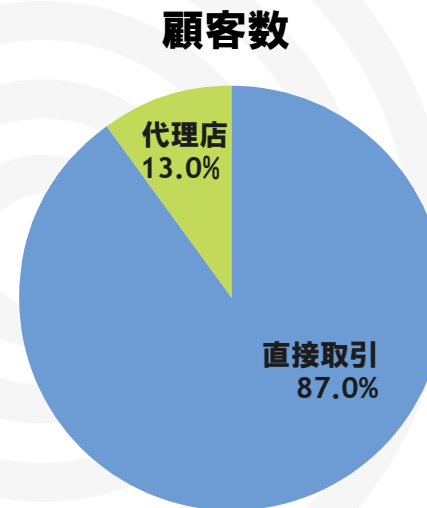
# 偏りの無いバランスのとれたクライアント構成

＜リテイナー業種別売上構成＞ H22年12月末 単体

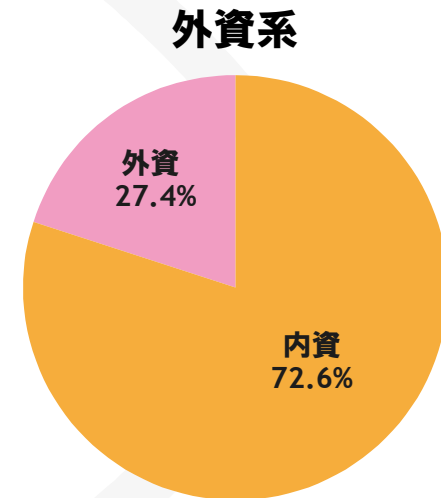


当期は、前期末と比較し、リテイナーの契約件数並びに売上構成に大きな変化は無い。

＜リテイナー顧客獲得経由と外資系の件数＞ H22年12月末 単体



前事業年度は直接取引83.7%、代理店経由16.3%



前事業年度は内資72.8%、外資27.2%

# PR活動のさまざまなシーン



ニュースリリースの作成・発信



記者発表会



社長・人物インタビュー



公募・プレゼントパブリシティ



メディアキャラバン



取材誘致



プレスセミナー

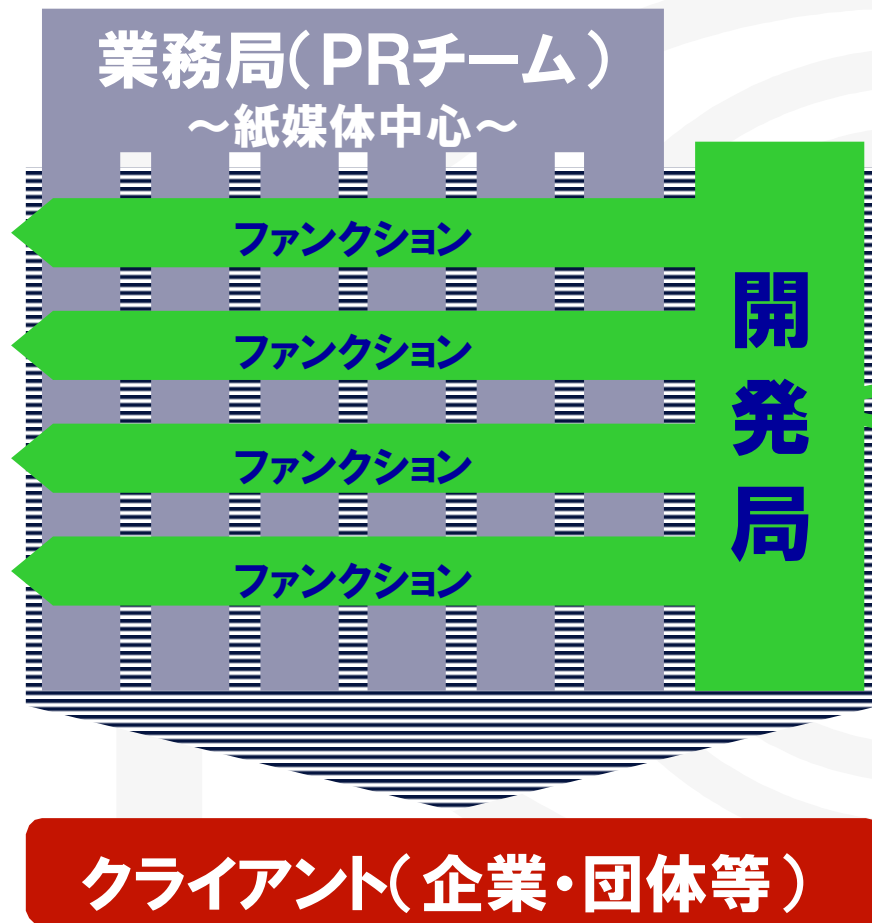


PRイベント



クリッピングモニター その他

# 開発局の様々な部署とその業務内容



- テレビ業務部 (テレビパブリシティ)
- WEB業務部 (WebPR)
- メディアトレーニング部(メディア・トレーニング)
- 報道分析部(顧客企業の報道分析)
- 危機管理業務部(危機管理広報)
- 国際業務部(海外コミュニケーション支援)
- 海外戦略企画室(外国企業開拓)
- PR企画室(PR企画立案サポート)
- SPイベント部(イベント&セールスプロモーション)
- 中国室 (中国でのPR業務支援)
- 開発営業部(官公庁・地方自治体の開発)
- 業務開発部(新規プロジェクト開発)
- 情報セミナー部(外部向けのセミナー開催)
- 金融戦略室(金融に特化したPR)
- コーポレートコミュニケーション部(広告タイアップ)
- 映像事業部(映像によるPRサポート)
- 文化事業部(美術展など文化事業分野のPR)

# 共同PRの特徴と強み



## 特徴

1. 国内のPR業界最大手の1つ
2. 長期契約が多く、安定した経営基盤で着実な成長が期待される
3. 偏りの無いバランスのとれたクライアント構成

## 強み

1. 徹底したメディアリレーションズ（MR）戦略
2. グローバルなオペレーション体制
3. 質の高い総合サービス提供体制

テレビパブリシティ、Web PR、メディア・トレーニング、海外業務、教育、報道分析、セールスプロモーション など

# グローバルなオペレーション体制

- 中国(上海)に現地法人を設立しアジアでのネットワークを強化
- ベルギー、ドイツに欧州クライアント開発拠点
- グローバル・サイトでのマーケティング
- 各世代に英語堪能者を配置

## 各国のPR会社との関係

- BELGIUM
- CHINA
- DENMARK
- FINLAND
- FRANCE
- GERMANY
- GREECE
- HOLLAND
- IRAN
- IRELAND
- ITALY
- KOREA
- PORTUGAL
- POLAND
- SWEDEN
- SPAIN
- UK
- USA

# 本資料の取り扱いについて

- 本資料は弊社の事業及び業界動向について、弊社による平成23年2月18日現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。
- これらの将来の展望に関する表明は様々なリスクや不確定要素が内在しております。
- 既に知られたもしくは今だに知られていないリスク、不確定要素、その他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。弊社は将来の展望に対する表明及び予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なるか、更に悪いことも有り得ます。
- 本資料における将来の展望に関する表明は、本資料作成時点において利用可能な情報に基づいて弊社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。