

平成24年12月期

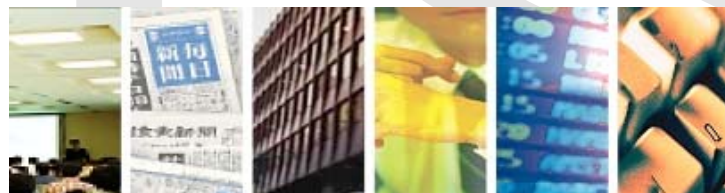
第2四半期決算説明会



共同PR株式会社

(JASDAQ:2436)

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[®]

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[®]

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。

コーポレート・ガバナンスの強化 コンプライアンスの徹底

- ◆ 社外取締役選任によるコーポレート・ガバナンスの充実
- ◆ 社内法務組織(法務室)の新設とリーガルチェック体制の確立
- ◆ ガバナンス・コンプライアンス委員会の新設による社内横断的な法令順守体制構築
- ◆ コンプライアンス研修の義務化と運用
- ◆ 内部通報制度「コンプライアンス・ヘルプライン」(社内外窓口)の運用開始
- ◆ 懲罰委員会の新設
- ◆ 組織と人事関連規程等の整備、見直し

連結業績要約

単位:百万円

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純損益
前第2四半期 (累計)	1,972	15	18	▲8
当第2四半期 (累計)	2,108	85	89	16
増減率	6.9%	447.0%	378.1%	—

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

	当第2四半期累計 (構成比)	前第2四半期累計 (構成比)	対前年同期比 (増減率)
売上高	2,108 (100%)	1,972 (100%)	136 (106.9%)
売上総利益	1,305 (61.9%)	1,277 (64.8%)	27 (102.2%)
販売・管理費	1,219 (57.8%)	1,261 (64.0%)	▲42 (▲3.3%)
営業利益	85 (4.1%)	15 (0.8%)	69 (547.0%)
経常利益	89 (4.2%)	18 (0.9%)	70 (478.1%)
特別損失	52 (2.5%)	9 (0.5%)	▲42 (142.5%)
四半期純損益	16 (0.8%)	▲8 (0.5%)	25 (-)
連結1株当たり 純損益	13.52円	▲7.17円	-
1株当たり 年間配当額	30.00円(予定)	30.00円	-

【リテイナー】
1,100百万円
(対前年同期比 ▲3.7%)

【オプション・スポット】
901百万円
(対前年同期比 119.6%)

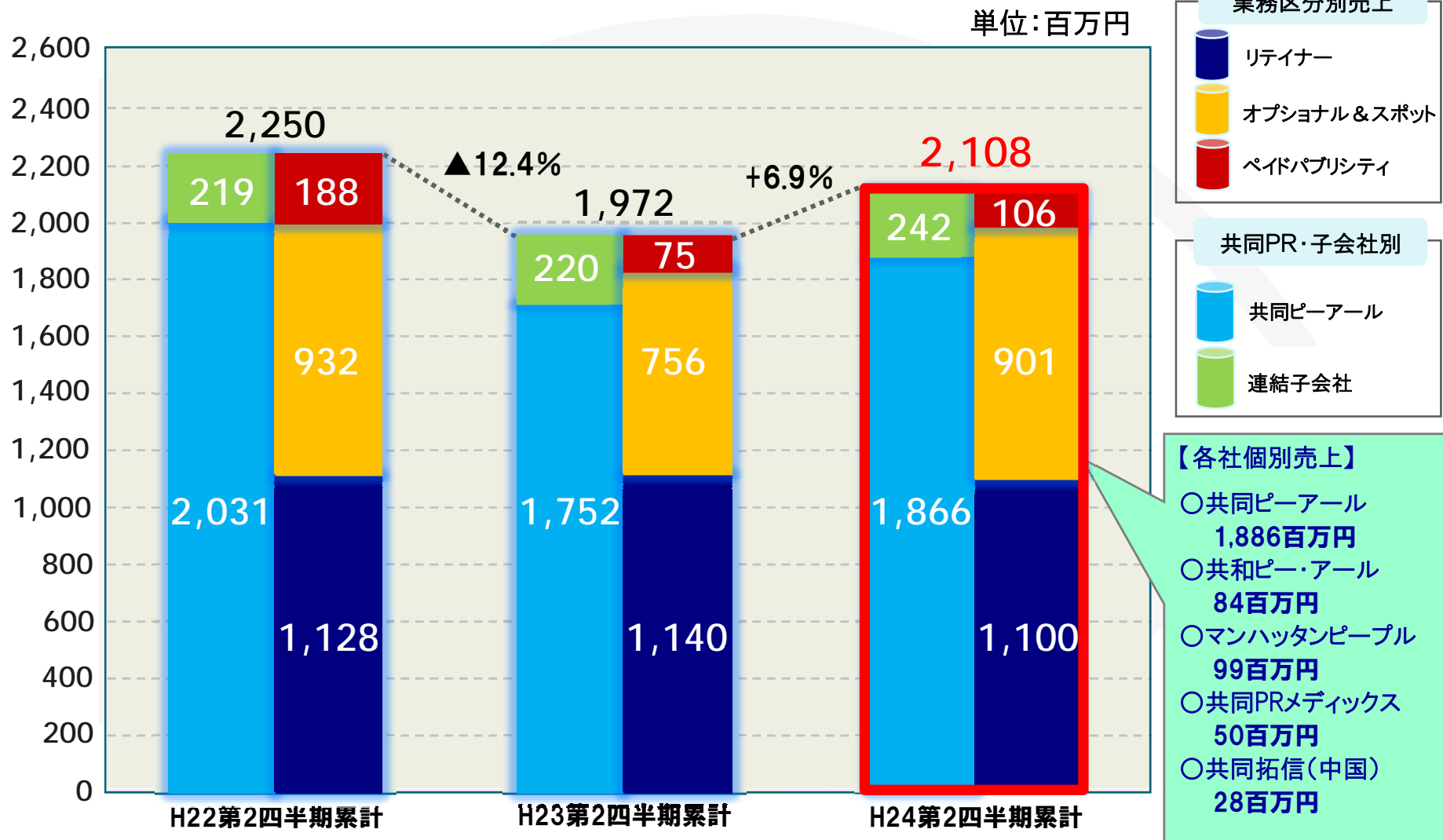
【ペイドパブ】
106百万円
(対前年同期比 141.7%)

【人件費】
987百万円
(対前年同期比 ▲3.1%)

【販売費】
6百万円
(対前年同期比 106.7%)

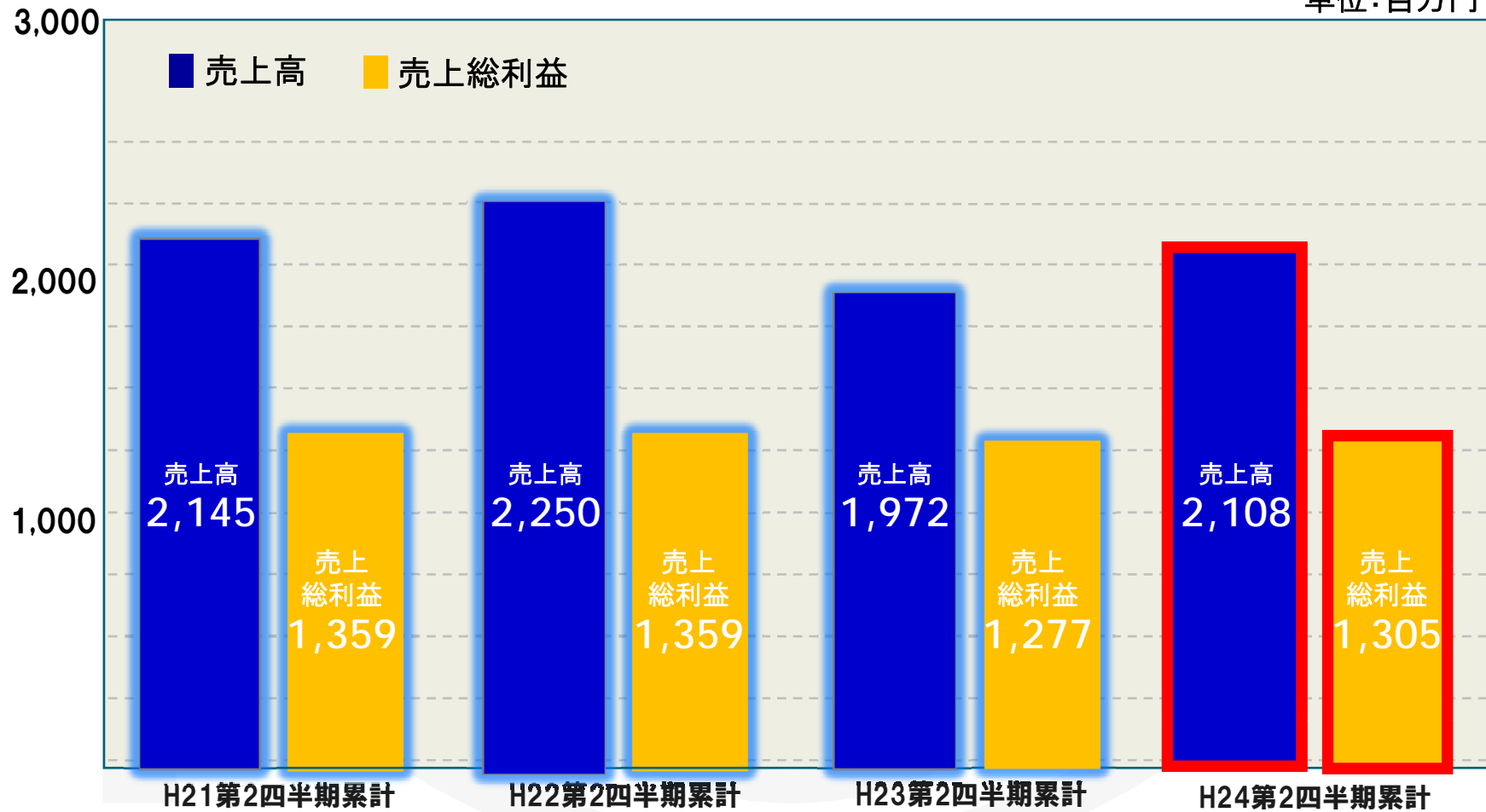
【一般管理費】
225百万円
(対前年同期比 ▲4.8%)

第2四半期連結累計売上高



連結売上高・売上総利益推移

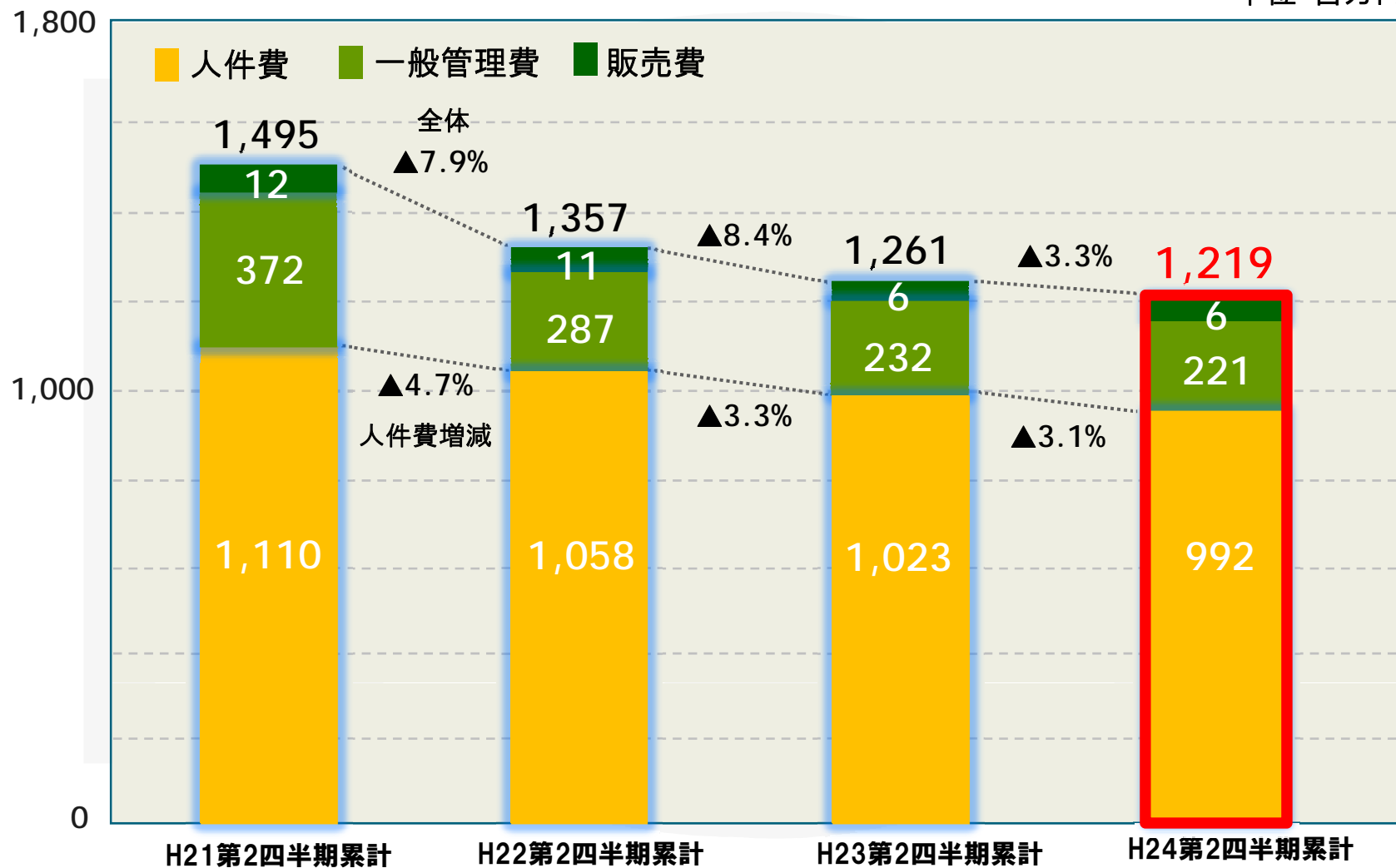
単位:百万円



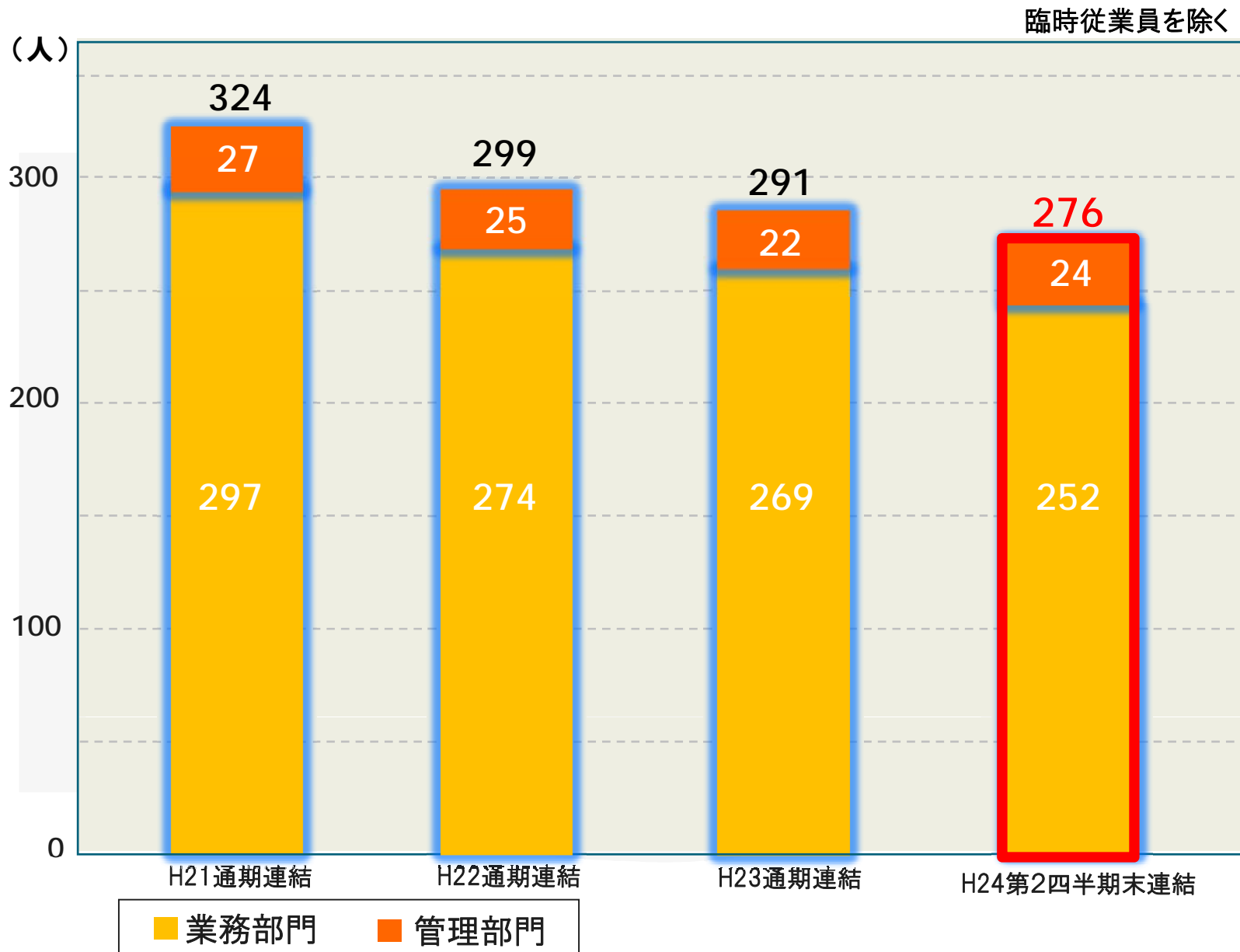
	H22第2四半期累計	H23第2四半期累計	H24第2四半期累計
売上総利益率	60.4%	64.8%	61.9%

販売費および一般管理費推移

単位:百万円

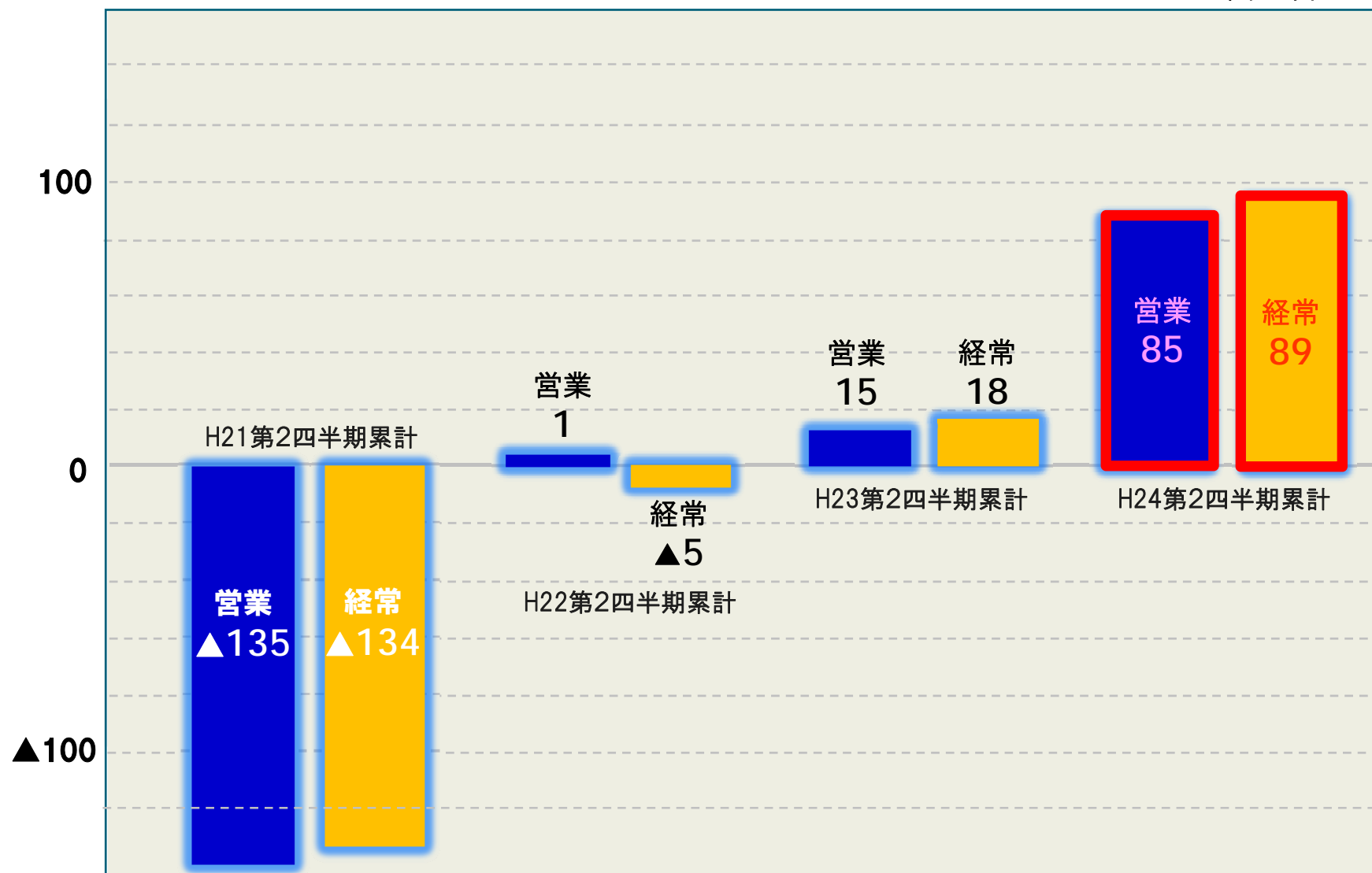


部門別スタッフ数の推移



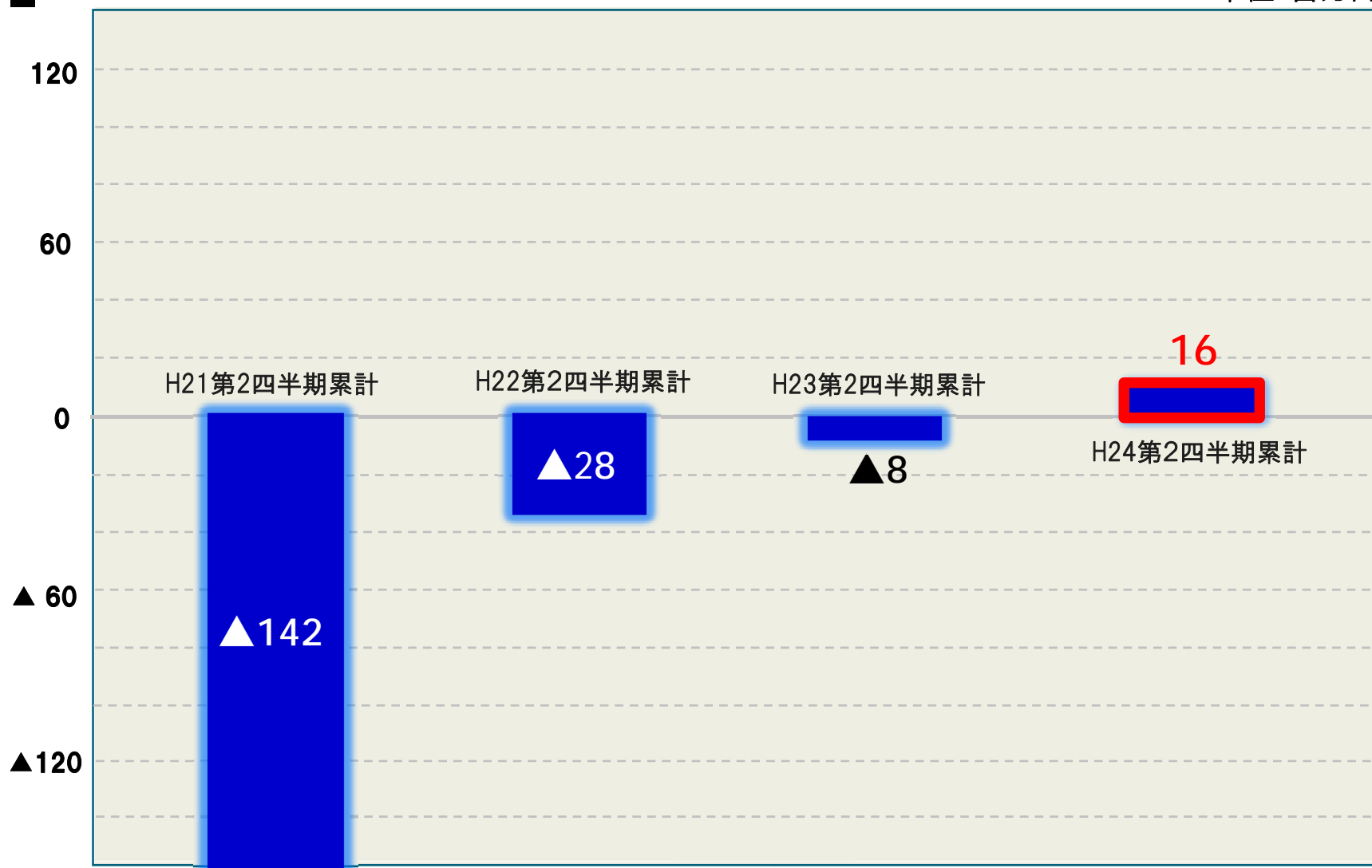
連結営業損益・経常損益推移

単位:百万円



連結当期純損益推移

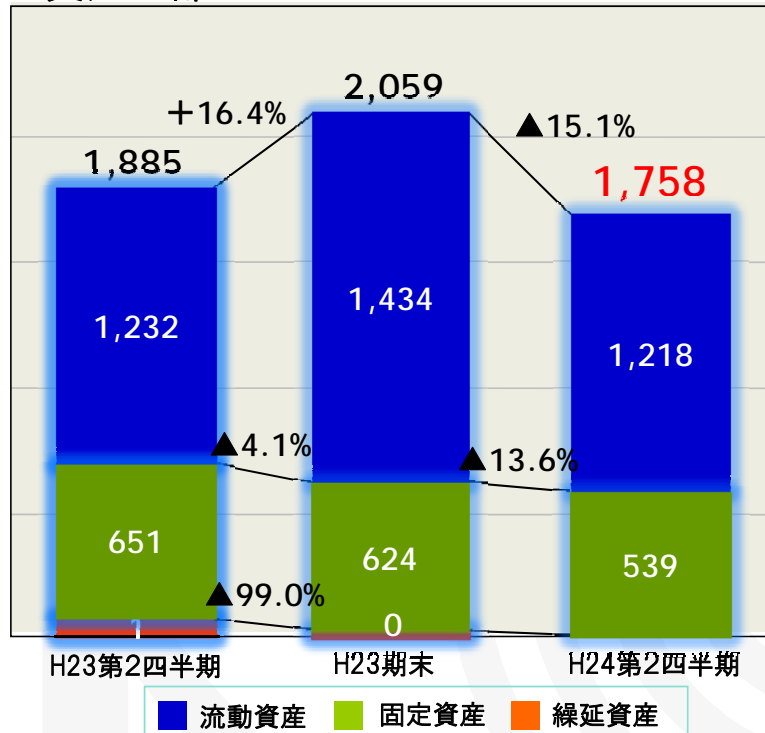
単位:百万円



連結財務の状況

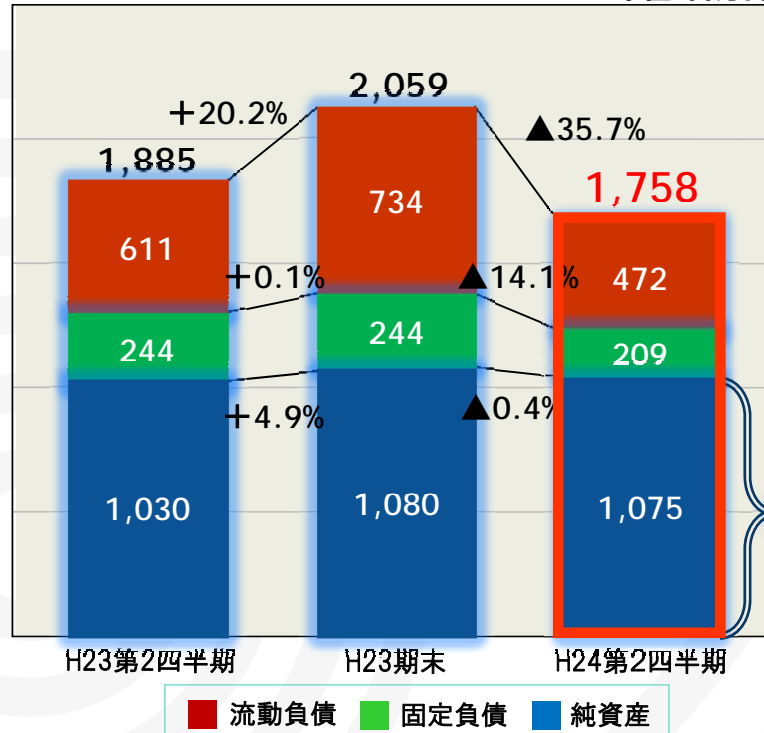
■資産の部

単位:百万円



■負債・純資産の部

単位:百万円



	平成23年 第2四半期	平成23年 期末	平成24年 第2四半期	前期末比
自己資本比率	54.6%	52.5%	61.2%	+8.7ポイント

・総資産は、前年度末比301百万円減少の1,758百万円。

・流動資産は、現金及び預金の減少108百万円等により前年度末比216百万円減少の1,218百万円。

・流動負債は、短期借入金100百万円、買掛金の減少98百万円等により前年度末比262百万円減少の472百万円。

・純資産は、利益剰余金1百万円、自己株式5百万円の増加等により前年度末比4百万円減少の1,075百万円。

キャッシュフローの状況

単位：百万円

	前第2四半期 連結累計期間	当第2四半期 連結累計期間	増減	
営業キャッシュフロー	▲13	▲40	▲33	営業CF増減要因 税前利益 37 減価償却費 11 退職給付及び 役員退職慰労金 ▲34 法人税 ▲74
投資キャッシュフロー	45	54	41	投資CF増減要因 保険積立金の解約 44 有形及び無形 固定資産売却 ▲17
財務キャッシュフロー	▲18	▲123	▲105	財務CF増減要因 短期借入金 ▲100 配当金の支払い ▲18
現金及び現金同等物	552	408	▲144	

H24通期連結業績予想

単位：百万円

	H23年通期実績 (A)	H24年通期予想 (B)	対前年比 (B) - (A)
売上高	4,328	4,287	▲41
(リテイナー)	2,331	2,187	▲143
(オプション&スポット)	1,794	1,832	37
(ペイドパブリシティ)	202	266	64
販売費及び一般管理費	2,540	2,476	▲63
(うち、人件費)	2,050	1,981	▲69
営業利益	168	170	2
経常利益	171	176	4
当期純利益	57	55	▲1

H24下期予想数値

【リテイナー】

1,088百万円

(対前年同期 8.4%減)

【オプション&スポット】

929百万円

(対前年同期 10.7%減)

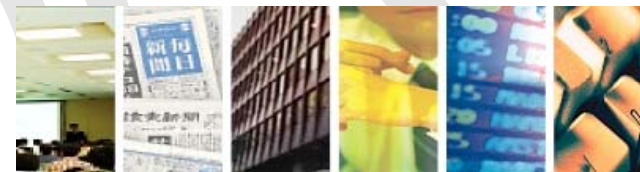
【ペイドパブリシティ】

160百万円

(対前年同期 25.9%増)

当期のトピックス

This period's topics of activities



Topics 1

観光庁インバウンド推進・・・海外でのPRを受託

2011年3月 東日本大震災及び福島第一原発事故発生

外国人観光客の減少



観光庁による訪日外国人増加を推進



世界8都市^(※)でメディア対応業務を受託

外国メディアへのパブリシティ活動を実施し、
大きな報道に結び付けている。

Topics 1

観光庁インバウンド推進・・・海外でのPRを受託

※8都市・・・ バンコク・北京・香港・ロサンゼルス(終了)
上海・シンガポール・ソウル・台湾(進行中)

～北京でのイベント～



2012日本旅游节（东北&北关东）首站在京召开

<http://travel.sina.com.cn> 2012年06月18日09:47 新浪旅游

为了向全世界展现日本东北、北关东地区丰富的旅游资源 and 迷人的文化特色，传达微笑日本、健康东北的理念，6月17日，由日本国观光厅和日本国家旅游局主办的“2012日本旅游节 东北&北关东”全球首站——北京站，在东方新天地隆重举行。参展县市包括青森县、宫城县、岩手县、福岛县、仙台市、群马县、茨城县和栃木县等，几乎覆盖了整个日本东北、北关东地区。日本国观光厅国际交流推进课外客诱导室专门官中田龙鼓先生、日本国家旅游局理事神保实二先生和日本国家旅游局北京事务所首席代表饭嶋康弘先生，也参加了此次活动。在现场，各县精心准备的日本民间传统舞蹈和乐器演奏尤其吸引眼球。展位前各县的观光宣传册等也颇具人气，来到展台前咨询旅游信息的人更是络绎不绝。日本传统工艺体验、与Kitty猫合影、猜谜大会等活动也穿插其中，会场气氛十分热烈。中田专门官还在现场表示，日本观光厅非常重视此次活动，对于把全球首站放在北京，正是出于中国和中国旅游市场对于日本极其重要的考虑。而看到现场能有这么多市民来参加活动，中田先生也感到非常的高兴。



青森县津轻三味线演奏



LIFE AUTO
精品購物指南



SUMMER FESTIVAL
日本东北 沸腾的传统
今夏 节日凶猛

要想了解传统的日本，日本东北，一定要去。每逢夏季，这种不褪色的传统就像经过冬眠的动物一样款款地沸腾起来。位于东北的九个县(即省)地，均会在每个季节举办各式庆典，这些节日延续了古时的传统，将岛国色彩凝聚在沸腾时刻。位于日本东北、与北海道相邻的青森，准确把握住了夏的特点 选酒，并用传统的方式派往它。成节，日本东北中部的山形，将田间舞蹈带入节日，质朴又华丽。让我们一起在“节日凶猛”的夏季，去寻找日本东北沸腾的传统吧。

Topics2

観光業界への取り組み

1980年代後半 急激な円高の進行
米国訪問時のビザ免除制度施行など

日本人海外旅行者の大幅増加

航空会社・ホテルから
PR活動のニーズ高まる

実績を重ね、観光業界のキープレイヤー
“共同ピーアール”という認識が定着

2012年 日本において、ローコストキャリア(LCC)就航開始
旅行業界が、再び活性化！

PR受託案件・・・ハワイアン航空



目的

企業と、そのサービスや就航路線の認知度の向上を図るとともに日本人利用客数の増加支援を行う



日本におけるハワイアン航空のPRのインフラ作りとメディアデスク対応

活動内容

●新就航路線福岡便のPRイベント●

- 2012年4月
- ・福岡空港にて就航イベントの運営
 - ・福岡の大手ホテルにて祝賀パーティの運営
 - ・九州において、市役所及び県庁への表敬訪問



結果

ターゲットとしていた全国紙・誌及び旅行業界紙・誌を含む主要メディアにおいて大きく報道され、“新しい”航空会社であるハワイアン航空が、日本人旅行者客にとってハワイなどの海外に行く際の魅力的な選択肢の一つであることを示すことに成功



2012年10月に就航予定の札幌便のPRイベントも行う

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

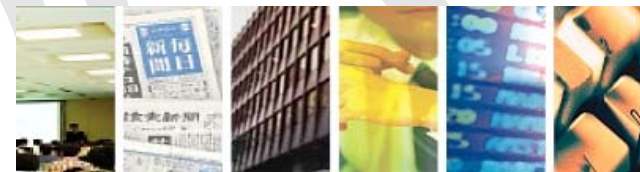
03-3571-5172

経営企画室

【ご参考資料】

共同ピーアールの概要

The outline of KYODO PR

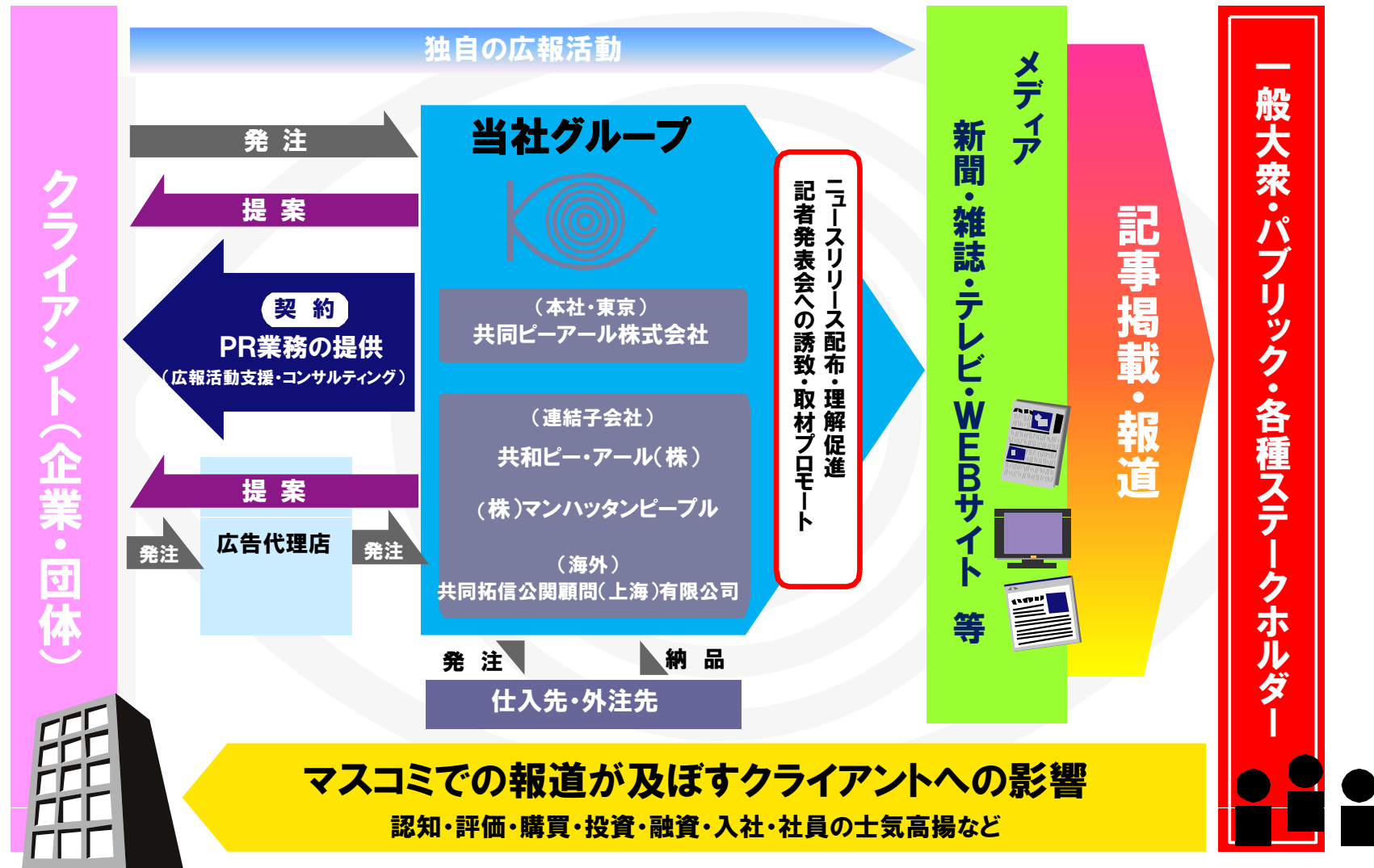


会社概要

- 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 上村 巍
- 役 員 数** : 取締役7名(うち、社外取締役3名)、社外監査役3名
- 従 業 員 数** : 230名(単体)、 276名(連結)
他、業務委託顧問 等: 若干名(平成24年 6月30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、
共同拓信公関顧問(上海)有限公司
- 海 外 拠 点** : 北京、上海、ミュンヘン(ドイツ)、ロンドン(イギリス)
- 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/>

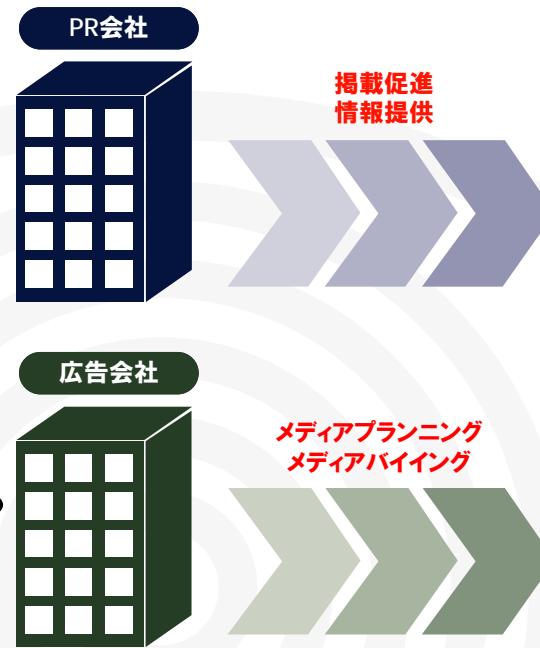
ビジネスモデル

“ニュース素材”のメーカー



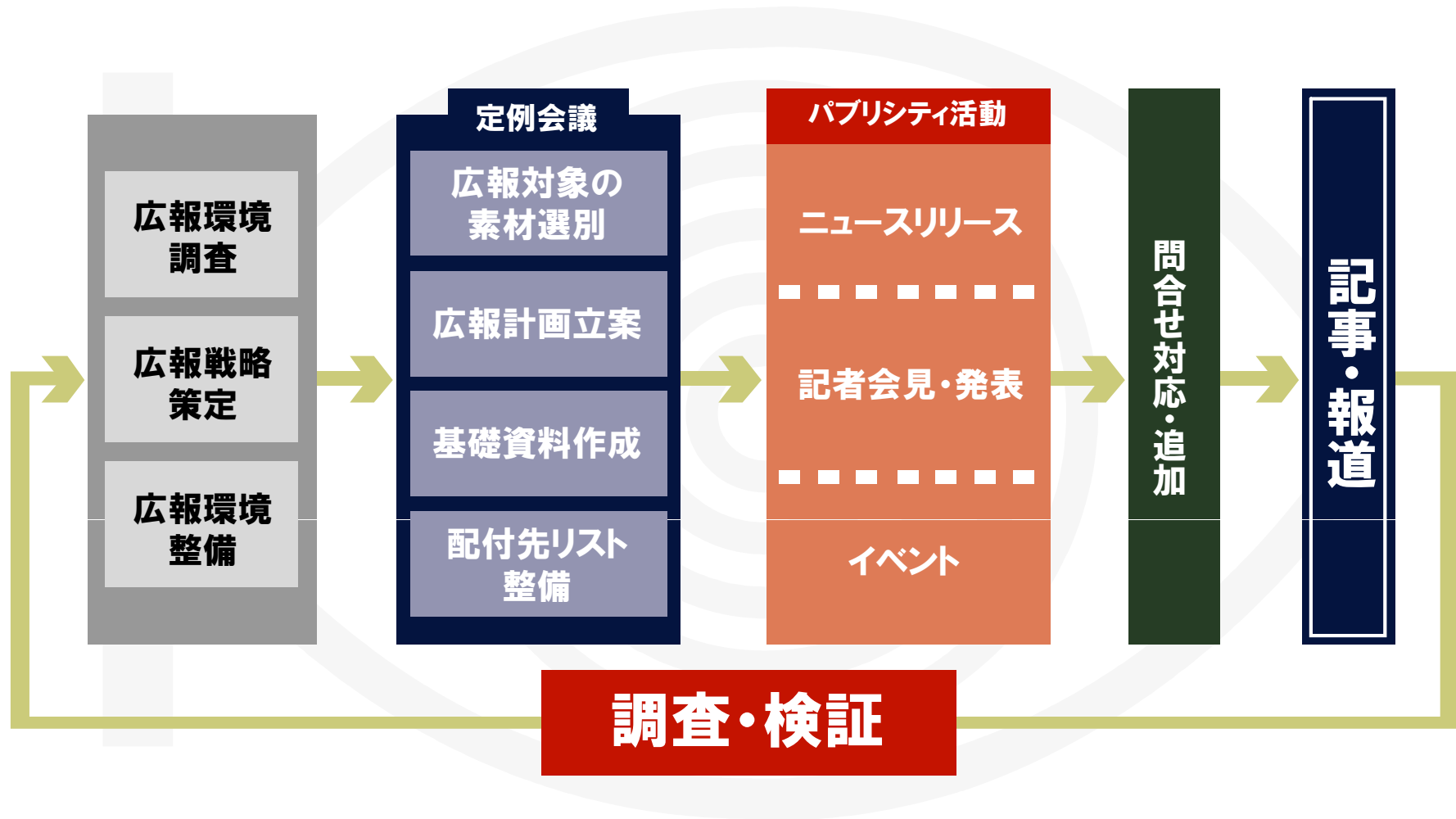
記事と広告の違いについて

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。



	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）

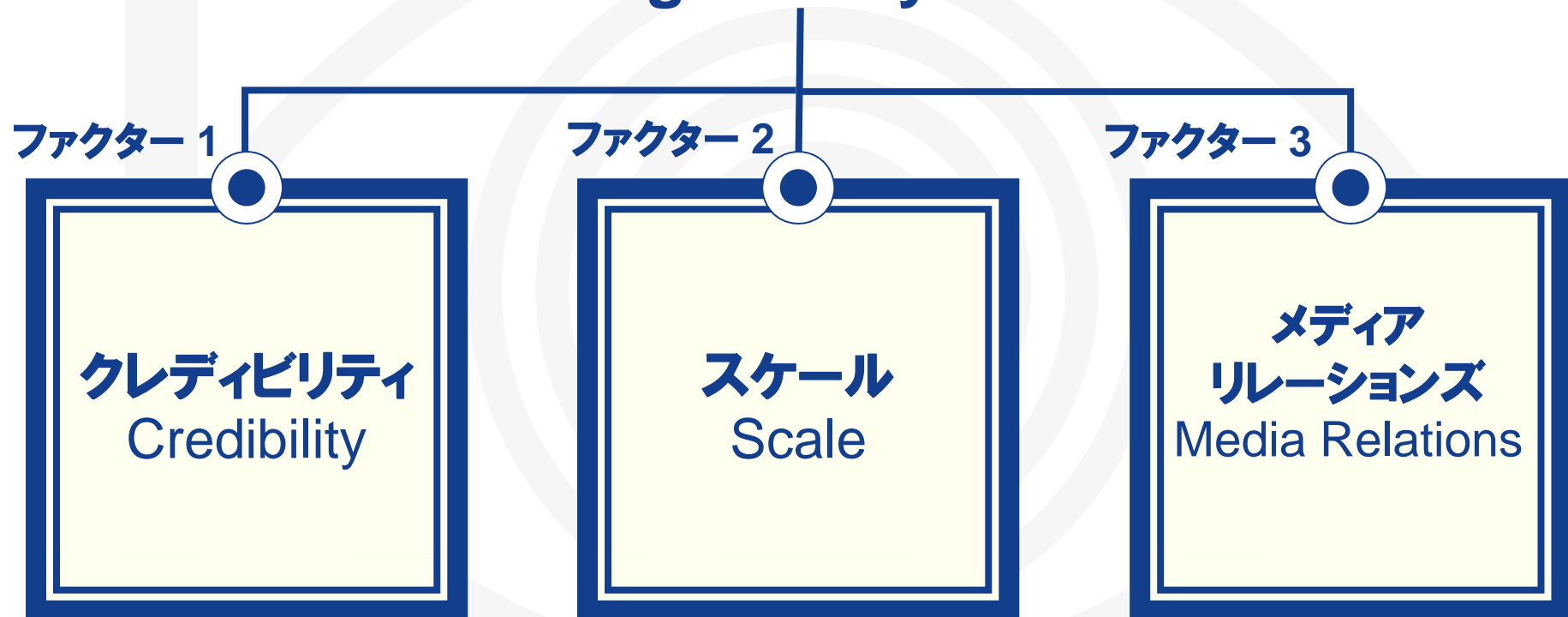


PR事業の業務区分の関係図



共同ピーアールの強み

共同PRの強み Strength of Kyodo PR



ファクター1: クレディビリティ

ファクター 1

クレディビリティ
Credibility

- 日本のPR会社のパイオニア的存在として常に業界をリード
- 創業(1964年)以来蓄積された様々なPR活動のノウハウ
- リーディングカンパニーとして業界初の上場
- 高く評価される3つのスキル～実行力、問題解決能力、提案力
- 顧客との強固な信頼関係
 - ・日本の代表的企業、国際的企業、官公庁、自治体、大学など200社以上とのリタイナー契約
 - ・5年超の継続顧客が多く、顧客満足度の高いサービスを提供

ファクター2:スケール

ファクター 2

スケール
Scale

- 11のアカウントチームが、専門チームと連携し、戦略的、組織的、かつパーソナルなサービスを提供
- 広告代理店、外資、企業系列に属さない独立系のPR会社
- グローバルな体制
 - ・ 中国に子会社、イギリス、ドイツには駐在員事務所を設立
 - ・ PR会社の世界的なネットワーク組織であるグローバルコム、ルーダー・フィン社と連携
 - ・ 英語・中国語のバイリンガルスタッフが在籍

ファクター3:メディア・リレーションズ

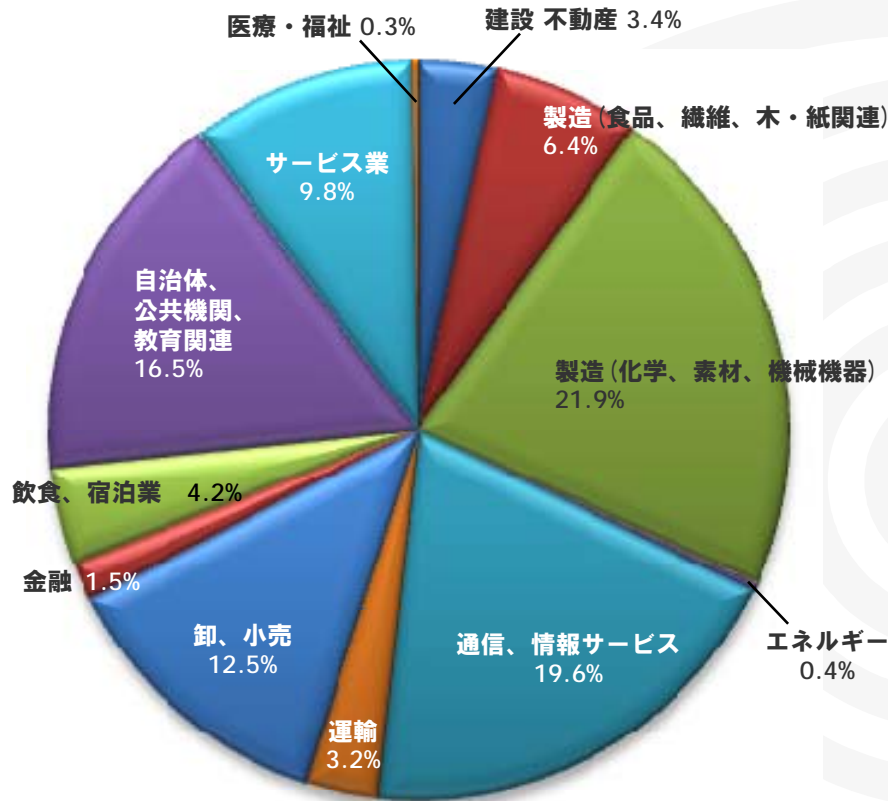
ファクター 3

メディア
リレーションズ
Media Relations

- メディアに対する影響力、信用力を最ももつPR会社
- 創業以来のモットー“Face to Face”のメディアリレーションを実践
- 編集長クラスから担当記者まで、メディアとの重層的で強固なネットワーク
- マスコミ幹部による情報交換セミナーを日常的に開催し、顧客のメディア人脈の強化をサポート
- 日経、毎日、大手出版社などの記者OBが顧問として常勤

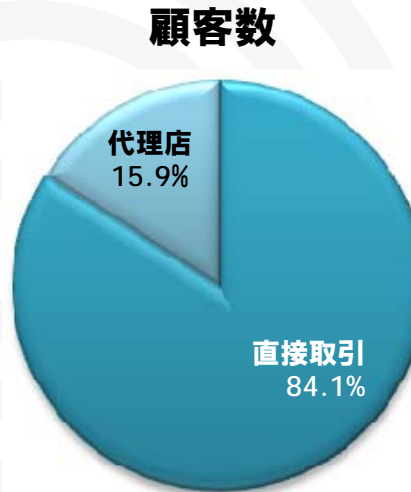
偏りの無いバランスのとれたクライアント構成

＜リテイナー業種別売上構成＞ H24年6月末 単体

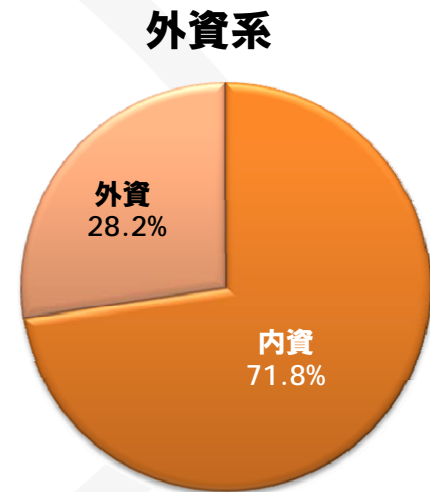


前事業年度末と比較し、飲食店・宿泊業、及び自治体・公共機関の比率が増加し、小売業は減少

＜リテイナー顧客獲得経由と外資系の件数＞ H24年6月末 単体



前事業年度末は直接取引 87.8%、代理店経由 12.2%



前事業年度末と同様の比率

PR会社に関するアンケートを実施

当社のメディアに対するポジションを再認識するため、以下のアンケートを実施。

我々の想像以上に、メディアからの信頼が高く、影響力が大きいことがわかった。

【調査対象】 回答者は、以下のABCD全てを満たす

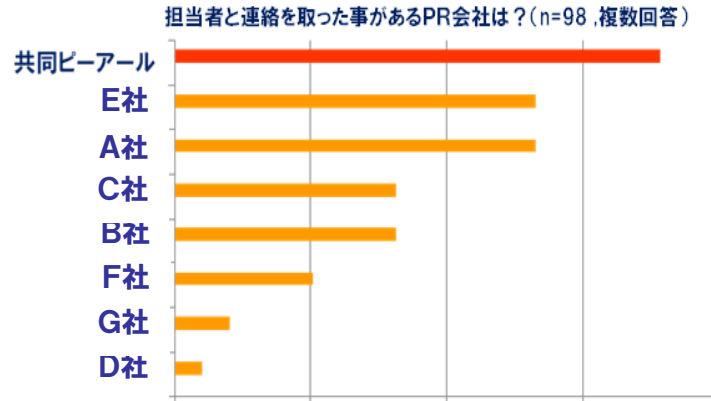
- A. 勤務先が出版社/新聞社/放送業/ソフトウェア・情報サービス業
- B. 現在、または過去5年以内に1年以上、下記の職業に就いている方
 - ・新聞・雑誌など紙媒体の記者・編集者・ライター
 - ・テレビの番組の企画制作に携わっている方
 - ※コミック誌の編集者やデザイナー・スタイリストなど除く
- C. PR会社の存在を知っている方
 - ・PR会社について、業務内容のイメージがつく方
- D. 企業から日常的にプレスリリースを受け取ってる方
 - ・記事や番組のネタとしてリリースを活用している方



調査実施日:2012年4月
調査機関:マクロミル

アンケート結果

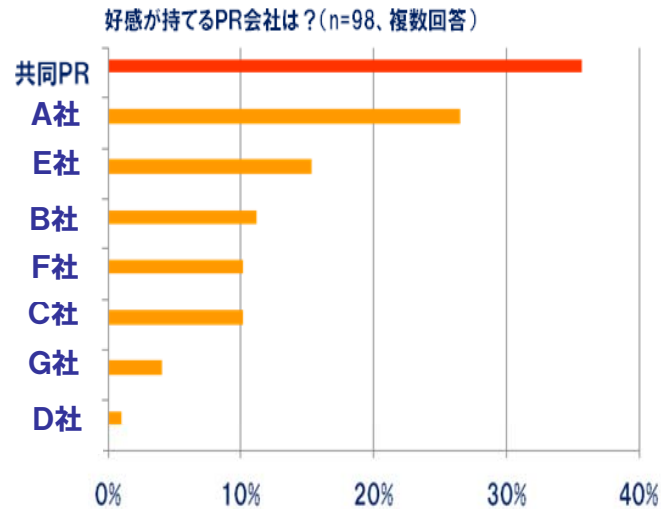
メディアコンタクト力



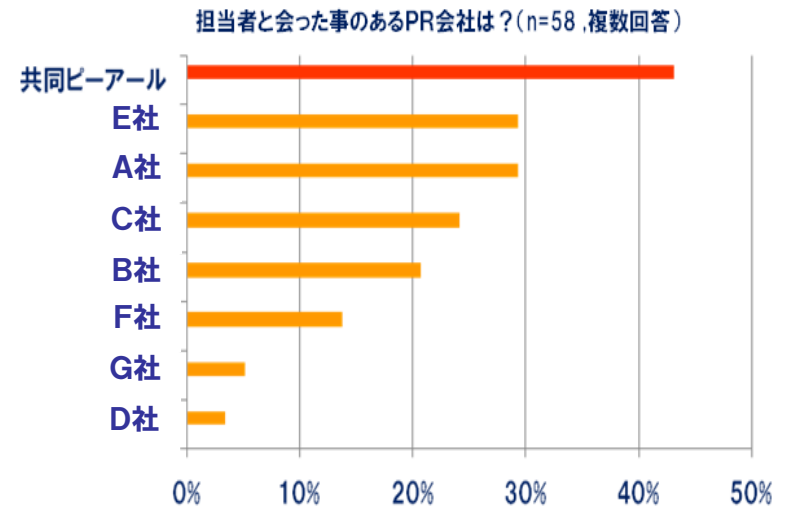
業界トップクラスの認知度



丁寧な対応が高評価



“FacetoFace”がモットー



PR活動のさまざまなシーン



ニュースイベント企画



テレビパブリシティ



社長・人物インタビュー



メディアキャラバン



記者発表会



メディアトレーニング



WEB-PR



リリースの作成/発信



プレスセミナー



公募・プレゼントパブリシティ



取材誘致



広報対応サポート



クリッピングモニター

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8月23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、もしくは未だ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場合があります。
- 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。