

平成25年12月期

# 第2四半期決算説明資料



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®

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つにかかっています。

## 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。

# 連結業績要約

単位:百万円

	売上高	営業利益	経常利益	当期純損益
前第2四半期 (累計)	2,108	85	89	16
当第2四半期 (累計)	1,845	▲112	▲112	▲29
増減率	▲12.5%	-	-	-

# 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

	前第2四半期累計 (売上高比率)	当第2四半期累計 (売上高比率)	対前年比 (増減率)
売上高	2,108 (100%)	1,845 (100%)	▲263 (▲12.5%)
売上総利益	1,305 (61.9%)	1,118 (60.6%)	▲187 (▲14.3%)
販管費	1,219 (57.8%)	1,230 (66.7%)	10 (0.9%)
営業損益	85 (4.1%)	▲112 (-)	▲197 (-)
経常損益	89 (4.2%)	▲112 (-)	▲202 (-)
特別利益・損失	▲52 (-)	63 (3.5%)	115 (-)
四半期純損益	16 (0.8%)	▲29 (-)	▲46 (-)
連結1株当たり 純損益	13.52円	▲24.33円	-
1株当たり 年間配当額	30.00円	0.00円	-

当第2四半期売上高内訳  
【リテイナー】

986百万円  
(対前年比 ▲10.3%)

【オプション・スポット】  
765百万円

(対前年比 ▲15.1%)

【ペイドパブ】

93百万円  
(対前年比 ▲12.0%)

当第2四半期販管費内訳

【人件費】

1010百万円  
(対前年比 101.8%)

【販売費】

5百万円  
(対前年比 ▲14.8%)

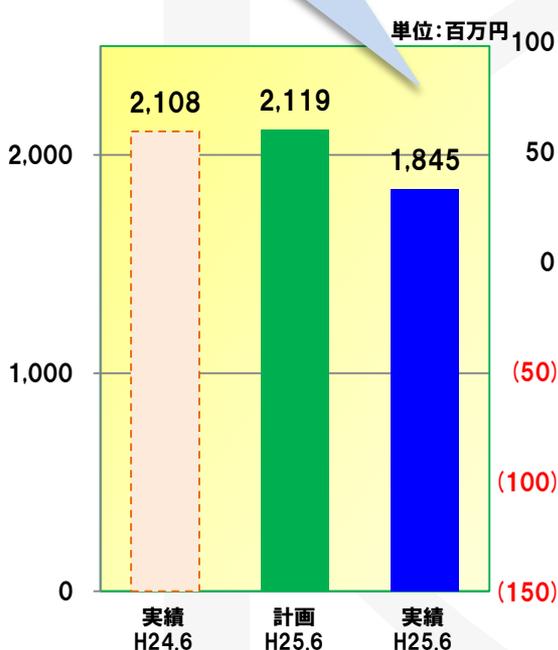
【一般管理費】

214百万円  
(対前年比 ▲3.1%)

# 連結実績と計画値対比

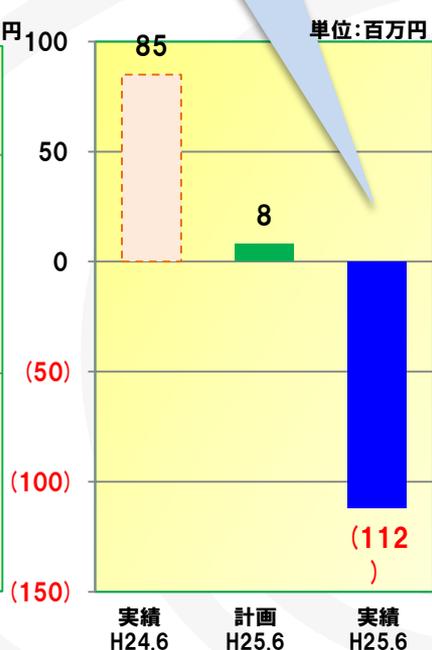
## 売上高

計画比▲273



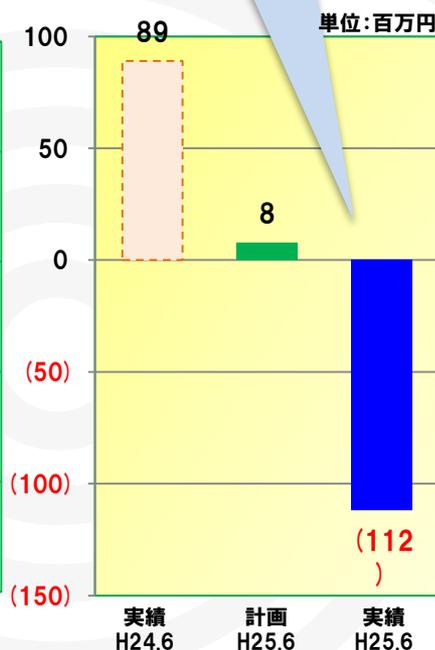
## 営業損益

計画比▲120



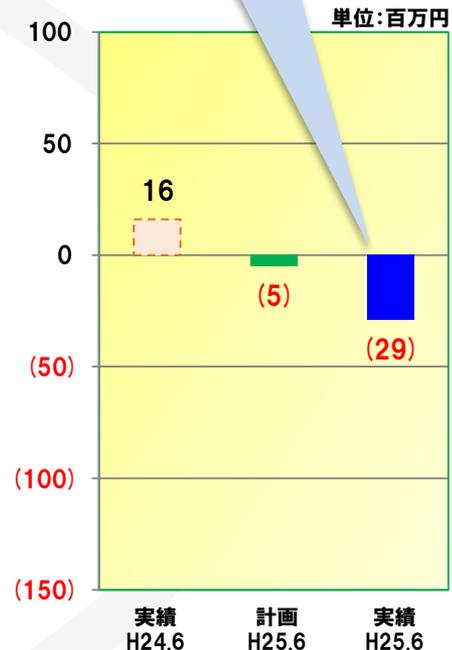
## 経常損益

計画比▲121



## 四半期純損益

計画比▲24



顧客獲得競争の激化や受注単価の減少等、様々な要素において想定以上に厳しい事業展開となりました。

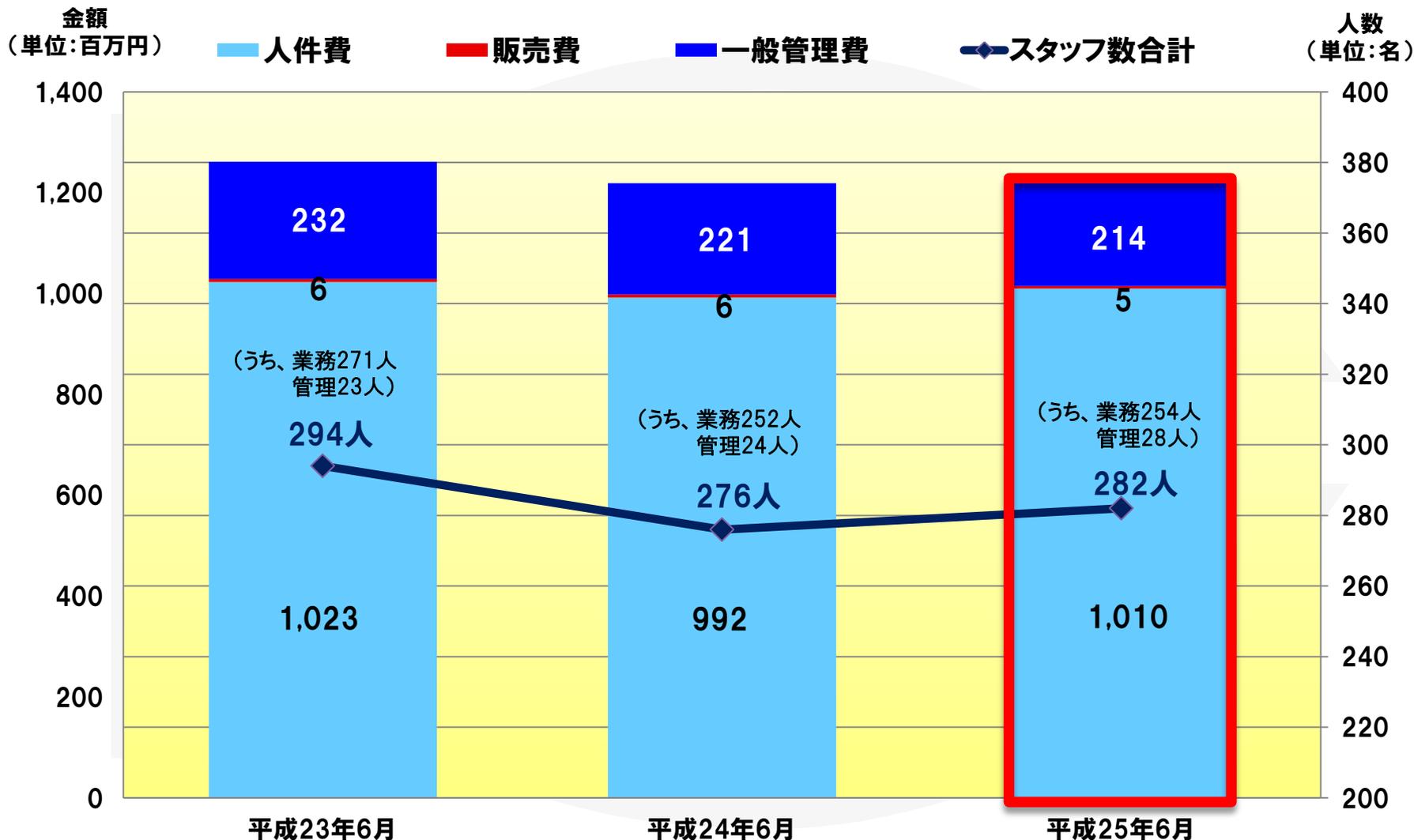
- 売上高…共和PR及びマンハッタンピープルは計画通り推移しましたが、共同PR単体及び共同拓信において大幅な売上減少に伴い、前年同期比263百万円、計画比273百万円の減収
- 営業損益・経常損益…経費削減等を行ったものの売上の大幅な減少に伴い、前年同期比約200百万円、計画比約120百万円の減益
- 当期純損益…特別利益63百万円を計上したものの、前年同期比46百万円、計画比24百万円の減益

# 各社別売上高

単位:百万円

	共同PR 単体	共和 ピー・アール	マンハッタン ピープル	共同拓信 (中国)	共同PR メディックス	合計
前第2四半期 累計	1,886	84	99	28	50	2,108
当第2四半期 累計	1,582	102	148	33	—	1,845
前年同期比	▲303	18	48	5	—	▲263

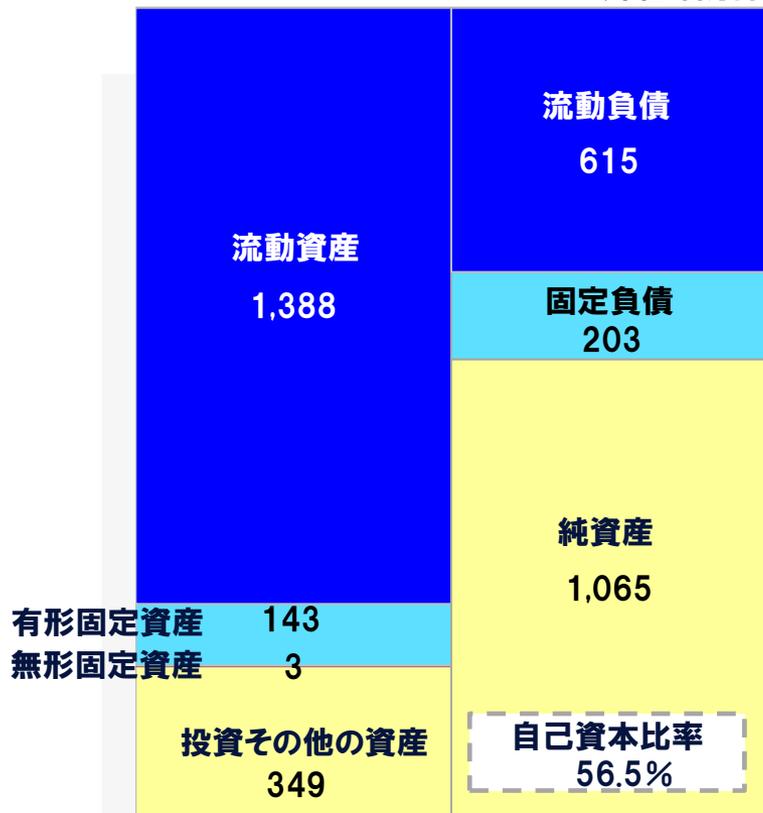
# 連結販売費および一般管理費推移



# 連結財務状況(要約貸借対照表)

H24年12月末

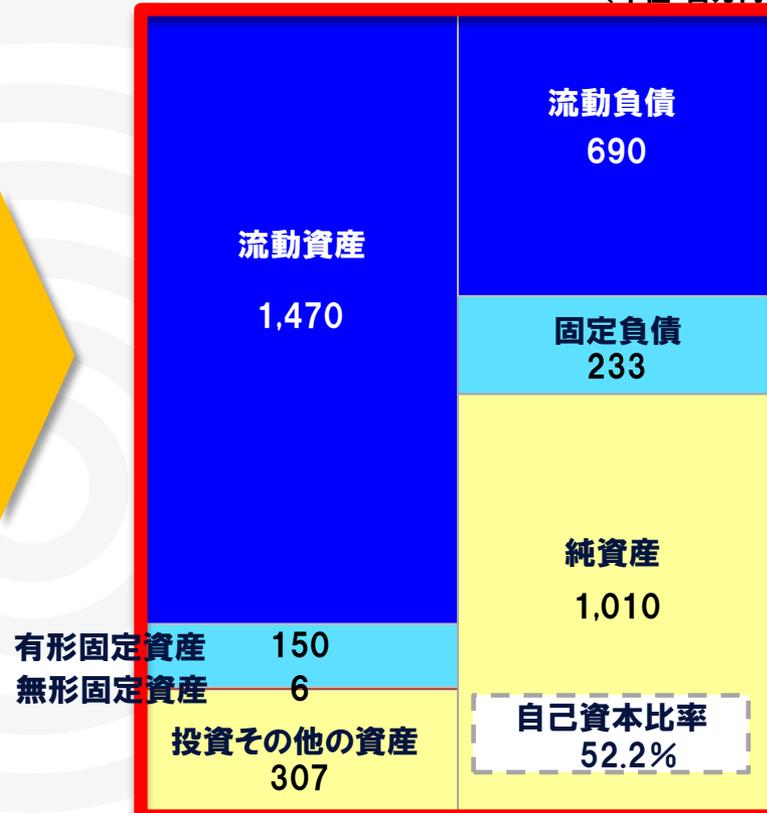
(単位:百万円)



総資産 1,884百万円

H25年6月末

(単位:百万円)



総資産 1,935百万円

増減額

流動資産

82百万円

有形固定資産

7百万円

無形固定資産

3百万円

投資その他の資産

▲41百万円

流動負債

75百万円

固定負債

30百万円

純資産

▲54百万円

# 連結キャッシュフローの状況

単位:百万円

	前期末 累計期間	当第2四半期 累計期間	増減
営業キャッシュフロー	▲20	14	35
投資キャッシュフロー	52	66	13
財務キャッシュフロー	▲35	127	162
現金及び現金同等物	514	723	209

## 営業CF増減要因

税前利益	▲48
たな卸資産	44
投資有価証券売却益	34
売上債権	▲187

## 投資CF増減要因

投資有価証券取得	▲2
投資有価証券売却	69

## 財務CF増減要因

配当金の支払	▲17
短期借入金の純増額	45
長期借入金	100

# 単体損益計算書要約

単位:百万円

	前第2四半期累計 (売上高比率)	当第2四半期累計 (売上高比率)	対前年比 (増減率)
売上高	1,886 (100%)	1,582 (100%)	▲303 (▲16.1%)
売上総利益	1,148 (60.9%)	983 (62.1%)	▲165 (▲14.4%)
販管費	1,067 (56.6%)	1,079 (68.22%)	11 (101.1%)
営業損益	80 (4.3%)	▲96 (-)	▲177 (-)
経常損益	84 (4.5%)	▲95 (-)	▲179 (-)
特別利益・損失	▲52 (-)	63 (4.0%)	115 (-)
四半期純損益	12 (0.7%)	▲15 (-)	▲28 (-)
連結1株当たり 純損益	21.80円	▲36.46円	-

当第2四半期売上高内訳

【リテイナー】

911百万円

(対前年比 ▲9.9%)

【オプション・スポット】

577百万円

(対前年比 ▲25.7%)

【ペイドパブ】

93百万円

(対前年比 ▲3.9%)

当第2四半期販管費内訳

【人件費】

887百万円

(対前年比 102.2%)

【販売費】

4百万円

(対前年比 ▲22.1%)

【一般管理費】

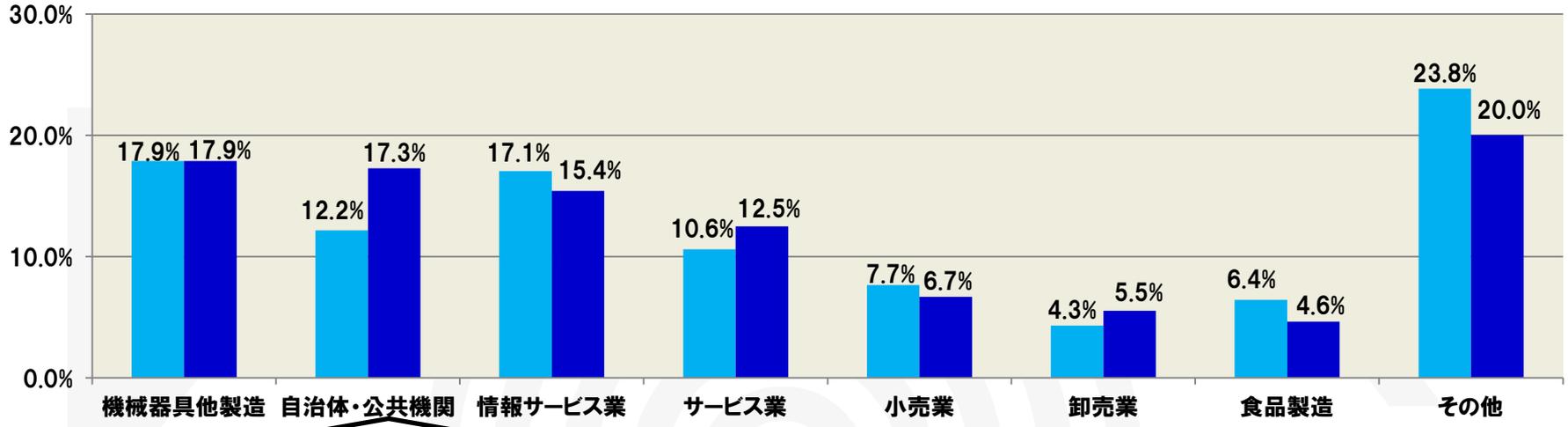
188百万円

(対前年比 ▲3.3%)

# 単体業種別構成比(リテイナー)

## ◆業種別売上高構成比率

■平成24年6月 ■平成25年6月

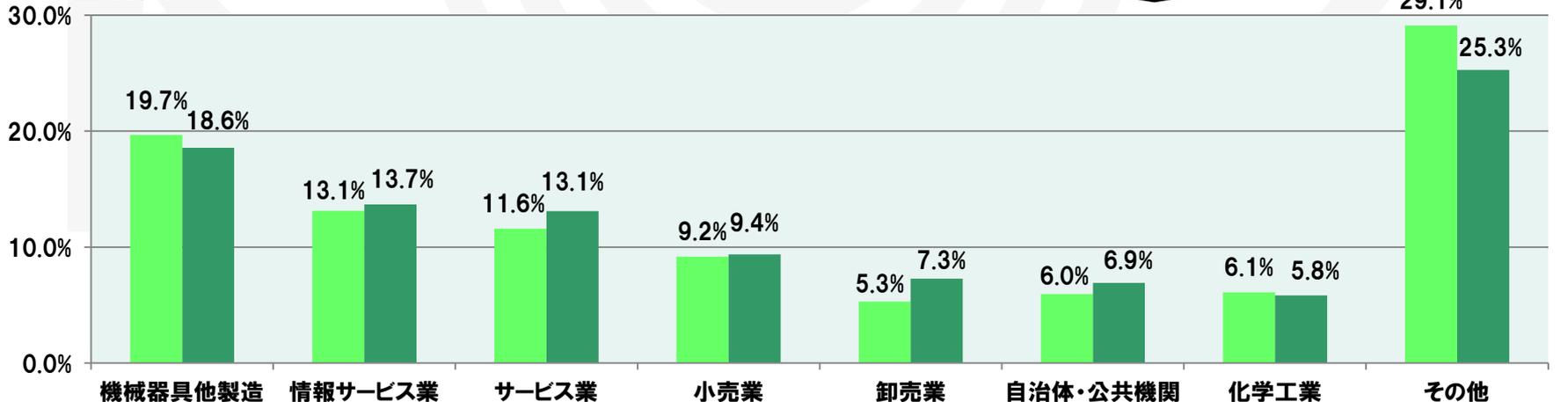


自治体・公共機関が増加・・・1案件の契約金額大

サービス業、卸売業が増加・・・売上高別でも増加

## ◆業種別受注案件比率

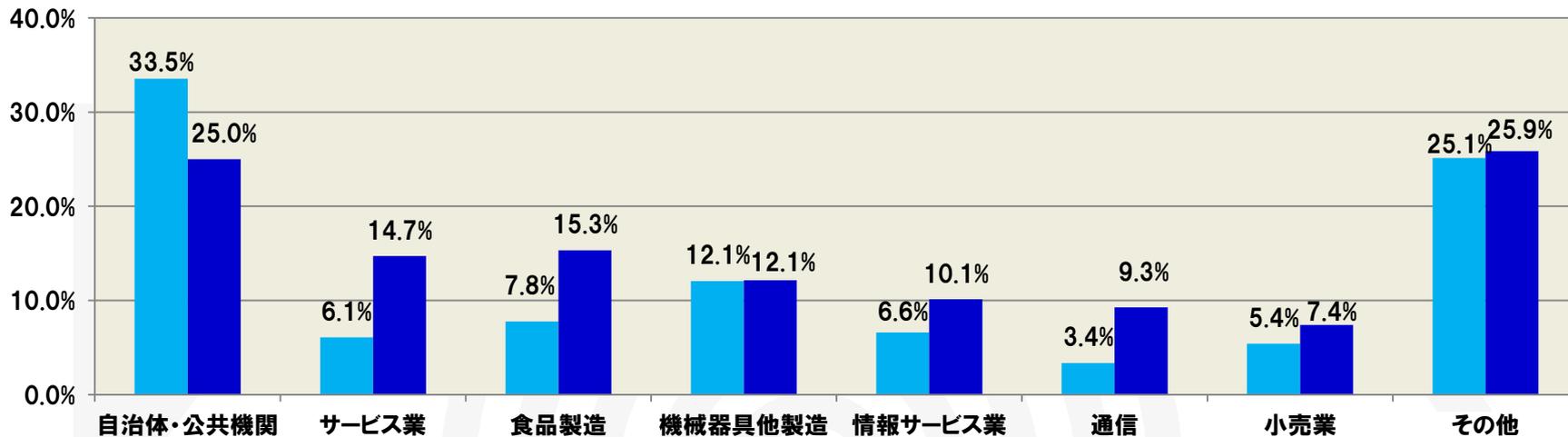
■平成24年6月 ■平成25年6月



# 単体業種別構成比(スポット&オプション)

## ◆業種別売上高構成比率

■平成24年6月 ■平成25年6月

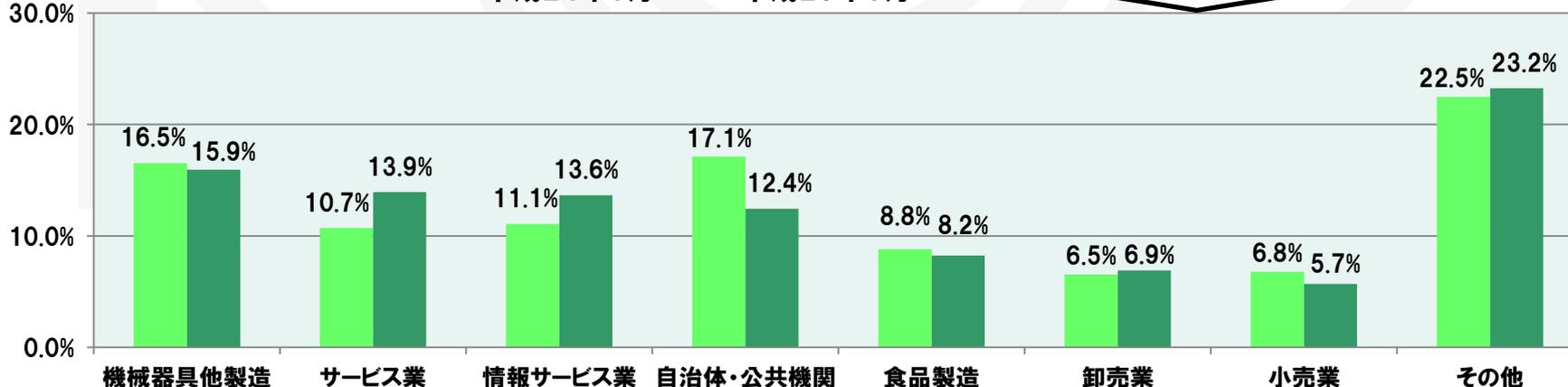


サービス業、食品製造が増加・・・商品発売時のPR活動受託

サービス業、情報サービス業が増加・・・食品製造は1案件の受託額増

## ◆業種別受注案件比率

■平成24年6月 ■平成25年6月



# 平成25年度通期業績予想

単位:百万円

連結	平成24年通期実績(A)	平成25年通期予想(B)	対前年比 (B) - (A)
売上高	4,256	3,786	▲466
(リテイナー)	2,151	2,004	▲146
(オプション&スポット)	1,850	1,623	▲226
(ペイドパブリシティ)	254	158	▲95
売上総利益	2,563	2,296	▲267
販売費及び一般管理費	2,455	2,478	23
営業利益	108	▲182	▲290
経常利益	114	▲182	▲297
当期純利益	18	▲135	▲154

単位:百万円

単体	平成24年通期実績(A)	平成25年通期予想(B)	対前年比 (B) - (A)
売上高	3,780	3,164	▲615
(リテイナー)	1,993	1,854	▲138
(オプション&スポット)	1,555	1,151	▲403
(ペイドパブリシティ)	231	158	▲73
売上総利益	2,239	1,968	▲270
販売費及び一般管理費	2,149	2,163	13
営業利益	90	▲194	▲284
経常利益	95	▲193	▲289
当期純利益	4	▲140	▲145

# 今後の経営方針について

*Future Corporate Strategy*



# 経営方針について

## 売上拡大に向けた施策

- (1) 組織体制の抜本的な見直しによる営業・企画力の強化
- (2) リテイナー数の拡大(200社以上)
- (3) 既存顧客への深耕営業
- (4) 代理店を含むスポット取引の拡大
- (5) 海外戦略の見直し
- (6) WEB(SNS)事業等の新事業の創出

## 経費・固定費の削減

- (1) 人件費の削減
- (2) 固定費(社宅の廃止、本社賃貸等)の削減
- (3) 変動経費の削減

# 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*

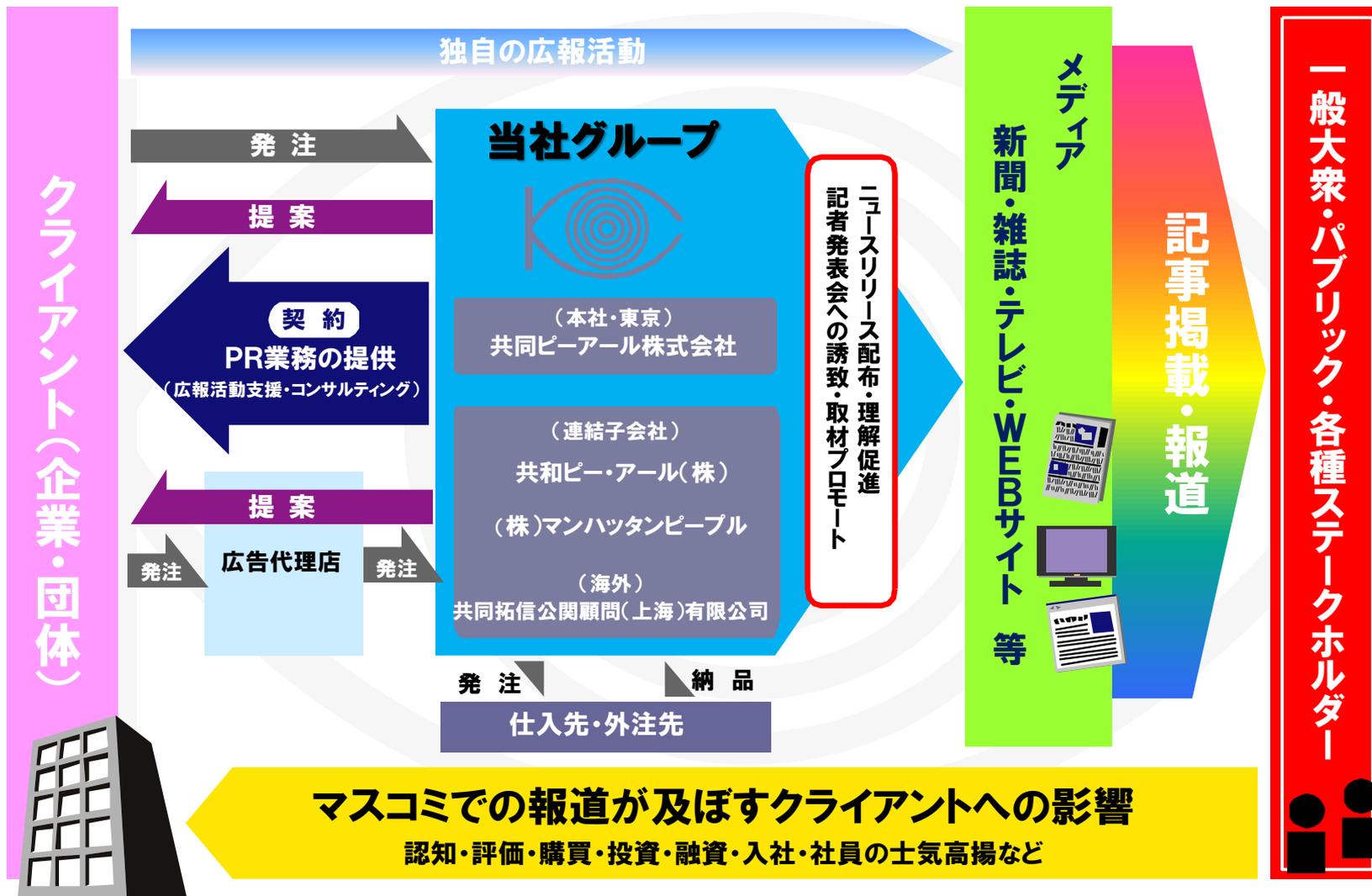


# 会社概要

- 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)  
監査役3名(うち、社外監査役2名)
- 従業員数** : 240名(単体)、282名(連結)(平成25年6月末日現在)
- 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 同和ビル  
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



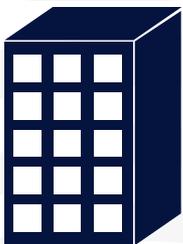
# 記事と広告の違いについて

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。

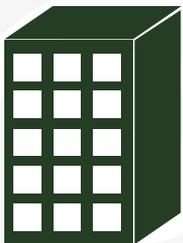
PR会社



掲載促進  
情報提供



広告会社

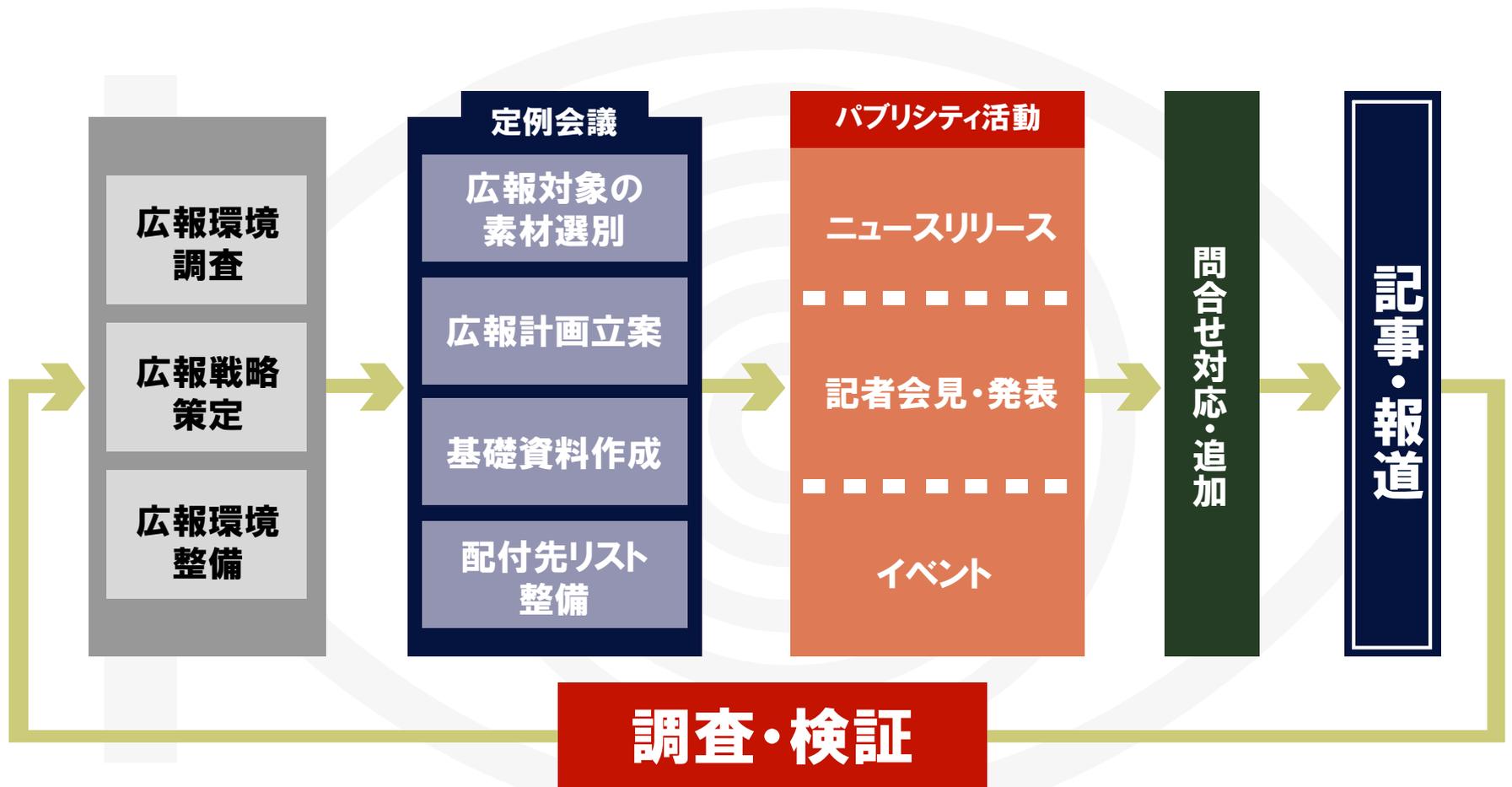


メディアプランニング  
メディアバイイング



	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

主に広報の支援及びコンサルティング

## スポット

企業等の6ヶ月未満の広報活動支援や展示会や美術展等のイベントの開催告知目的のPR活動。ニュースリリースの作成・配信などのパブリシティ活動から記者発表会の企画・運営等まで各種のニーズに対応致します。

## リテイナー

企業等の広報活動を6ヶ月以上の契約をもって支援及びコンサルティングを実施していくものであります。PR戦略の策定からパブリシティ(記事化)業務、不祥事発生時の危機管理広報対応支援等。

## オプション

リテイナー契約顧客に対する一時的な付加サービス。

## ペイドパブリシティ

新聞や雑誌等の特定のページを購入して、顧客の意図する内容を記事形式で掲載していく手法。

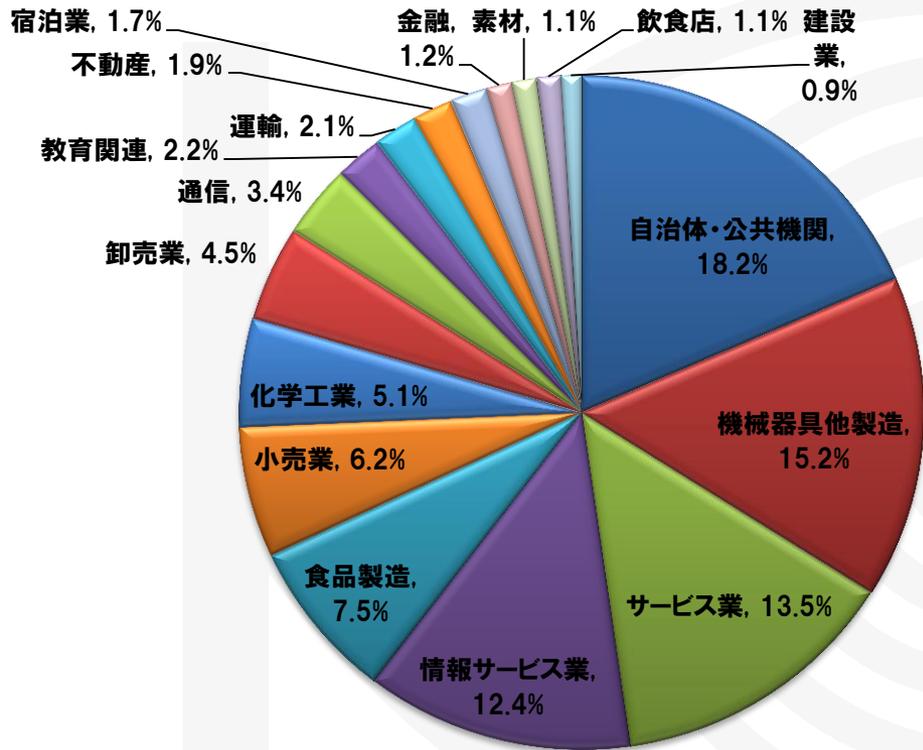
スポット或いは6ヶ月未満の契約

6ヶ月以上の契約



# 偏りの無いバランスのとれたクライアント構成

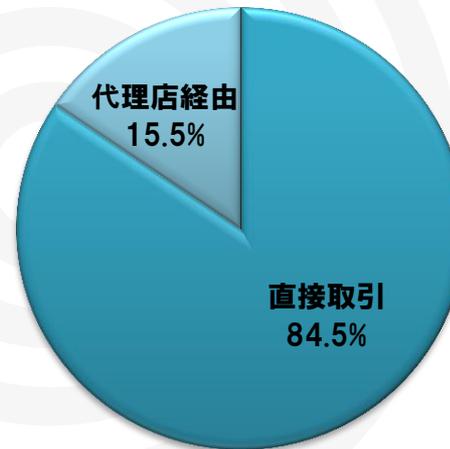
## ＜リテイナークライアント業種別売上構成＞ H25年6月末 単体



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

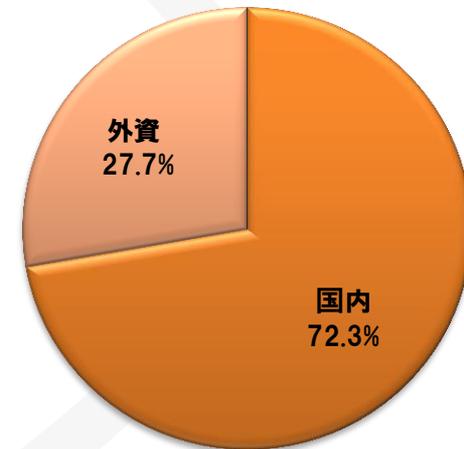
## ＜リテイナークライアント獲得経由と外資系の比率＞ H25年6月末 単体

### クライアント獲得経由



前事業年度末は直接取引87.8%、代理店経由12.2%

### 外資系



前事業年度末は国内63.2% 外資36.8%

※リテイナークライアントとは6カ月以上の契約をしているクライアントをいいます。

# 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25年8月28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。