



FINANCIAL UPDATE  
FY2022

2022年 12月期（第59期）通期 決算説明会資料

[証券コード 2436]

共同ピーアール株式会社

2436

2023年2月15日





メディア・企業・社会をつなぐ  
100年のコミュニケーション



新たな価値を提供



KyodoPR

## 会社概要



## 創業58年、国内最大規模の独立系PR会社



### 会社名

共同ピーアール株式会社 KYODO PUBLIC RELATIONS CO., LTD.

### 設立

1964年11月14日

### 代表者

谷 鉄也

### 所在地

〒104-0045 東京都中央区築地1-13-1 銀座松竹スクエア 10F

### 資本金

5億4,345万円（2022年12月31日現在）

### 社員数

連結299名（2022年12月31日現在）

### 株式

東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード:2436）

### 事業領域

メディアリレーションズを中心とした広報活動の支援、代行、コンサルティング。  
危機管理広報、IR、インターネット関連業務に至る総合的なコミュニケーション・サービス。

KYOWA  
PUBLIC  
RELATIONS  
CO., LTD.



keywalker





## ひと目でわかる共同ピアーール

### 1 事業規模



### 2 顧客満足度



### 3 はたらきやすさ







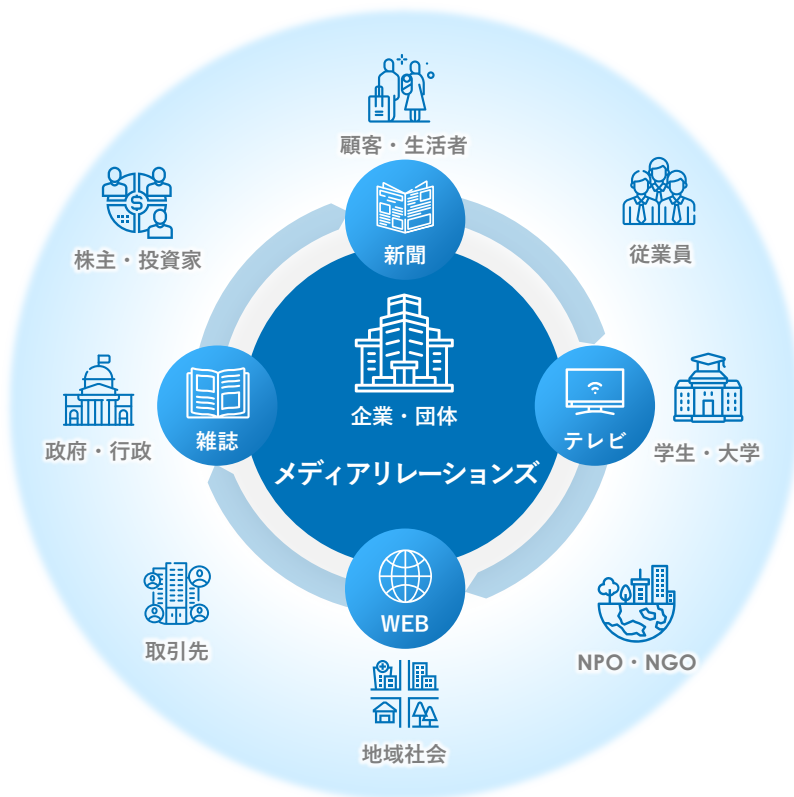
## PRとは

# PR

～パブリックリレーションズ～



パブリシティを通じて、  
企業と社会あるいは人との良好な関係づくりを目指す活動



## 「メディアリレーションズ」がPRの原点

PR会社が行う特長的な活動に「パブリシティ」の獲得がある。

パブリシティとは、企業の情報やデータをメディアに提供し、記事として掲載、あるいはテレビで報道してもらうことなどを指す。

メディアを通して社会へ情報を伝達することにより、その企業や組織、団体への理解を深めてもらい、さらなる信頼性の向上を促す。

## 当社のPRサービス

メディアとの継続的で地道な関係構築  
『メディアリレーションズ』



共同ピーアールが考える  
『PRの原点』

- パブリシティにおいては、**ニュース価値のある情報提供**が重要。
- 話題性が強い内容であると情報が拡散されやすい。
- 共同ピーアールでは、約200名のPRコンサルタントがメディア関係者に**日々コンタクト**し、彼らの**意見やニーズ**を絶えずキャッチしている。

ニュース価値ある情報提供

メディア関係者に日々コンタクト

意見やニーズを絶えずキャッチ







PR会社と広告会社の違い

PRはニュースそのものを創り、届くようにする。

PR会社

顧客企業の商品やサービスなどの情報をメディアに提供し、メディアが報道としてその情報を発信する。掲載するかどうかの判断はメディア側にあり、掲載費用は発生しない。



広告会社

メディアの広告枠を購入し、そのメディアに掲載する。広告会社は顧客企業から広告仲介手数料を受け取る。

『PR・広報』と『広告』の違い

|         | PR・広報   | 広告       |
|---------|---------|----------|
| 担当部門    | 編集局、報道局 | 広告局      |
| 担当部門    | 記事・報道   | 広告・CM    |
| 掲載の決定権  | メディア    | 出稿者（広告主） |
| 情報発信の主体 | メディア    | 出稿者（広告主） |
| 情報の特性   | 客観的     | 主観的      |
| 情報内容の基準 | 事実      | 主張       |
| 信頼度     | ○       | △        |
| コスト     | 低い      | 高い       |

# 決算概要および業績予想





## 売上高

2022年12月期より  
収益認識に関する会計基準を  
適用しております。

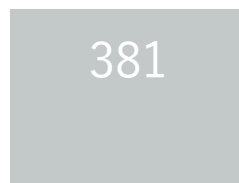


2022年度

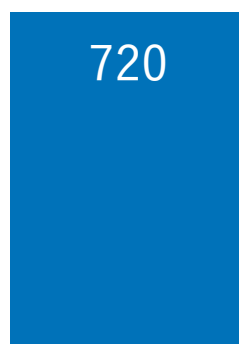
## 営業利益

+ 338 百万円

↑ 88.7%



2021年度

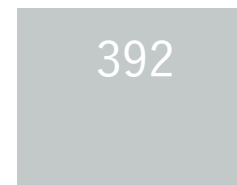


2022年度

## 経常利益

+ 344 百万円

↑ 87.7%



2021年度



2022年度

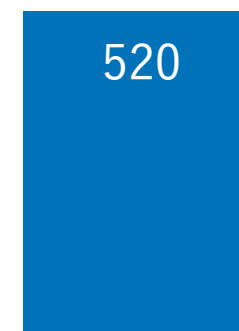
## 親会社株主に帰属する 当期純利益

+ 388 百万円

↑ 294.4%



2021年度



2022年度



## 売上高・営業利益

|      |                                                                                                                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 売上高  | PR事業において、新規リテイナーの獲得や契約社数の増加、イベント案件によるオプション&スポット案件の増加に加え、2022年1月よりVAZ社、2022年6月よりキーウォーカー社を連結子会社化したことにより旧売上では前年比で約30%の増加 |
| 営業利益 | PR事業において売上増加に伴う利益が増加したこと及び、VAZ社並びにキーウォーカー社の連結子会社化による利益が加わり、約72百万円ののれん代の償却のマイナス要因があったものの、前年比で約88%の増加                   |

## セグメント別

|                    |                                                                                                          |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PR事業               | 新規リテイナークライアントの獲得により契約社数が増加、特にマンハッタンピープルにおいても大型のリテイナークライアントを獲得<br>スポット&オプションは各種団体や製造関連クライアントのイベント案件を獲得    |
| インフルエンサーマーケティング事業  | 営業人員強化により所属クリエイターや他社クリエイターによるタイアップ案件、プロモーション案件を受注<br>自社チャンネル「Me I TV」の成長施策やファンミーティングの開催復活による自社メディア事業の伸長  |
| AI・ビッグデータソリューション事業 | Webデータ抽出サービス「ShtockData」やWebモニタリング自動化ツール「CERVN」など、サブスクリプション収入が安定的に推移<br>Tableau社との関係性強化により、データ分析案件が大幅に伸長 |





## 損益計算書 [連結]

単位：百万円（端数切捨）

|                     | 2021年12月期<br>通期 | 2022年12月期<br>通期 | 増減額     | 前期比      |
|---------------------|-----------------|-----------------|---------|----------|
| 売上高（参考：旧会計）         | 5,609           | 7,334           | ↑ 1,724 | ↑ 30.7%  |
| 売上高（新会計）            | -               | 5,264           | -       | -        |
| 営業利益                | 381             | 720             | ↑ 338   | ↑ 88.7%  |
| 経常利益                | 392             | 736             | ↑ 344   | ↑ 87.7%  |
| 当期純利益               | 131             | 538             | ↑ 406   | ↑ 308.4% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 131             | 520             | ↑ 388   | ↑ 294.4% |



## 損益計算書 [単体]

単位：百万円（端数切捨）

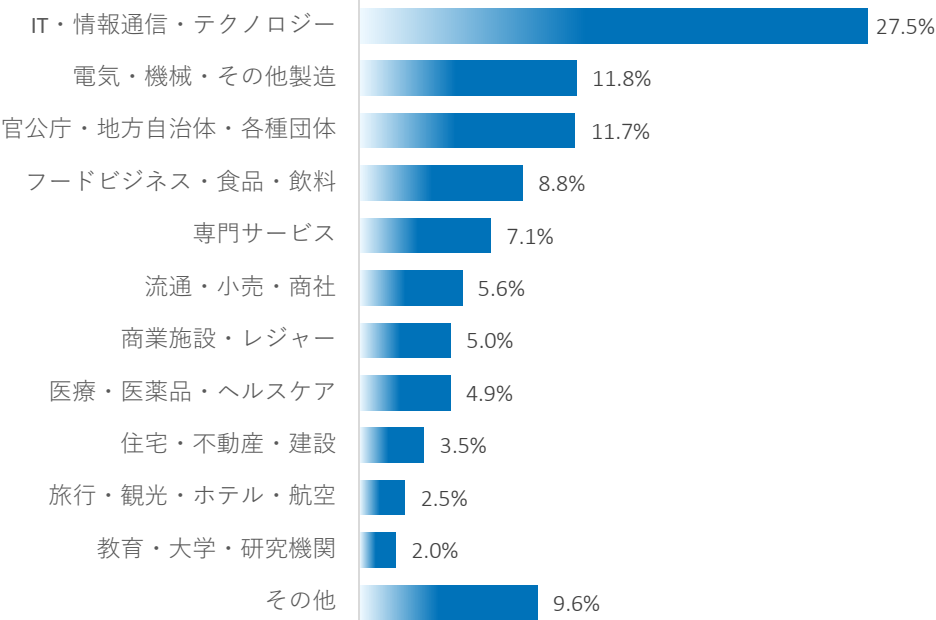
|             | 2021年12月期<br>通期 | 2022年12月期<br>通期 | 増減額   | 前期比      |
|-------------|-----------------|-----------------|-------|----------|
| 売上高（参考：旧会計） | 4,645           | 5,253           | ↑ 608 | ↑ 13.1%  |
| 売上高（新会計）    | -               | 3,754           | -     | -        |
| 営業利益        | 328             | 590             | ↑ 261 | ↑ 79.5%  |
| 経常利益        | 338             | 603             | ↑ 265 | ↑ 78.5%  |
| 当期純利益       | 115             | 427             | ↑ 312 | ↑ 270.2% |



リテイナー売上構成および外資比率 [単体]

単位：百万円（端数切捨）

| リテイナー売上構成      | 2021年12月期<br>通期 | 2022年12月期<br>通期 | 増減ポイント |
|----------------|-----------------|-----------------|--------|
| IT・情報通信・テクノロジー | 22.9%           | 27.5%           | ▲ 4.6  |
| 電気・機械・その他製造    | 10.6%           | 11.8%           | ▲ 1.2  |
| 官公庁・地方自治体・各種団体 | 10.7%           | 11.7%           | ▲ 1.0  |
| フードビジネス・食品・飲料  | 8.5%            | 8.8%            | ▲ 0.4  |
| 専門サービス         | 9.0%            | 7.1%            | ▼ 1.9  |
| 流通・小売・商社       | 6.9%            | 5.6%            | ▼ 1.3  |
| 商業施設・レジャー      | 6.5%            | 5.0%            | ▼ 1.6  |
| 医療・医薬品・ヘルスケア   | 4.7%            | 4.9%            | ▲ 0.3  |
| 住宅・不動産・建設      | 4.6%            | 3.5%            | ▼ 1.0  |
| 旅行・観光・ホテル・航空   | 3.5%            | 2.5%            | ▼ 1.0  |
| 教育・大学・研究機関     | 1.8%            | 2.0%            | ▲ 0.2  |
| その他            | 10.5%           | 9.6%            | ▼ 0.8  |



| リテイナー売上構成 | 2021年12月期<br>通期 | 2022年12月期<br>通期 | 増減ポイント |
|-----------|-----------------|-----------------|--------|
| 国内企業      | 63.6%           | 62.6%           | ▼ 1.1  |
| 外資企業      | 36.3%           | 37.4%           | ▲ 1.1  |







## 売上高〔会社別〕

単位：百万円（端数切捨）

| 会 社 別                  | 2021年12月期<br>通期(旧会計) | 2022年12月期<br>通期(参考：旧会計) | 増減額     | 2022年12月期<br>通期(新会計) |
|------------------------|----------------------|-------------------------|---------|----------------------|
| 売上高                    | 5,609                | 7,334                   | ▲ 1,724 | 5,264                |
| P R 事業                 |                      |                         |         |                      |
| 共同ピーアール                | 4,645                | 5,253                   | ▲ 608   | 3,754                |
| 共和ピー・アール               | 197                  | 227                     | ▲ 30    | 171                  |
| マンハッタンピープル             | 833                  | 722                     | ▲ 110   | 492                  |
| インフルエンサー<br>マーケティング事業  |                      |                         |         |                      |
| VAZ                    | —                    | 884                     | ▲ 884   | 600                  |
| AI・ビッグデータソ<br>リューション事業 |                      |                         |         |                      |
| キーウォーカー                | —                    | 310                     | ▲ 310   | 310                  |
| 調整金                    | △66                  | △ 64                    | ▲ 1     | △ 64                 |



## 営業利益 [会社別]

単位：百万円（端数切捨）

| 会社別                    | 2021年12月期<br>通期 | 2022年12月期<br>通期 | 増減額   | 増減率      |
|------------------------|-----------------|-----------------|-------|----------|
| 営業利益                   | 381             | 720             | ↑ 338 | ↑ 88.7%  |
| P R 事業                 |                 |                 |       |          |
| 共同ピーアール                | 328             | 590             | ↑ 261 | ↑ 79.5%  |
| 共和ピー・アール               | 24              | 37              | ↑ 12  | ↑ 53.0%  |
| マンハッタンピープル             | 25              | 110             | ↑ 85  | ↑ 336.4% |
| インフルエンサー<br>マーケティング事業  |                 |                 |       |          |
| VAZ                    | —               | 21              | ↑ 21  | —        |
| AI・ビッグデータソ<br>リューション事業 |                 |                 |       |          |
| キーウォーカー                | —               | 31              | ↑ 31  | —        |
| 調整金                    | 2               | △ 71            | ↓ 74  | —        |



## 経常利益 [会社別]

単位：百万円（端数切捨）

| 会社別                    | 2021年12月期<br>通期 | 2022年12月期<br>通期 | 増減額   | 増減率      |
|------------------------|-----------------|-----------------|-------|----------|
| 経常利益                   | 392             | 736             | ↑ 344 | ↑ 87.7%  |
| P R 事業                 |                 |                 |       |          |
| 共同ピーアール                | 338             | 603             | ↑ 265 | ↑ 78.5%  |
| 共和ピー・アール               | 24              | 37              | ↑ 12  | ↑ 53.1%  |
| マンハッタンピープル             | 27              | 110             | ↑ 82  | ↑ 296.3% |
| インフルエンサー<br>マーケティング事業  |                 |                 |       |          |
| VAZ                    | —               | 24              | ↑ 24  | —        |
| AI・ビッグデータソ<br>リューション事業 |                 |                 |       |          |
| キーウォーカー                | —               | 30              | ↑ 30  | —        |
| 調整金                    | 1               | △ 70            | ↓ 71  | —        |





## 財務状況

単位：百万円（端数切捨）

|        | 2021年12月期<br>期末 | 2022年12月期<br>期末 | 増減額     | 増減率      |
|--------|-----------------|-----------------|---------|----------|
| 流動資産   | 2,985           | 3,681           | ↑ 696   | ↑ 23.3%  |
| 固定資産   | 558             | 1,326           | ↑ 767   | ↑ 137.4% |
| 資産合計   | 3,544           | 5,008           | ↑ 1,464 | ↑ 41.3%  |
| 流動負債   | 1,116           | 1,468           | ↑ 352   | ↑ 31.5%  |
| 固定負債   | 485             | 762             | ↑ 276   | ↑ 56.9%  |
| 負債合計   | 1,602           | 2,230           | ↑ 628   | ↑ 39.2%  |
| 純資産合計  | 1,941           | 2,777           | ↑ 835   | ↑ 43.0%  |
| 自己資本比率 | 54.2%           | 50.4%           | —       | —        |



## キャッシュフロー

単位：百万円（端数切捨）

|           | 2021年12月期<br>期末 | 2022年12月期<br>期末 | 増減額   | 主な要因                                                                                                                                                  |
|-----------|-----------------|-----------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 営業CF      | 441             | 546             | ↑ 104 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 税前当期純利益 +768百万円</li> <li>● 未払消費税の増加 +94百万円</li> <li>● 売上債権の増加 △111百万円</li> <li>● 法人税等の支払額 △207百万円</li> </ul> |
| 投資CF      | △ 25            | △ 397           | ↓ 371 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 固定資産の売却 +42百万円</li> <li>● 投資有価証券の取得 △52百万円</li> <li>● 連結範囲の変更を伴う子会社取得・売却による支出・収入△320百万円</li> </ul>           |
| 財務CF      | 15              | 219             | ↑ 204 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 長期借入金の借入 +550百万円</li> <li>● 長期借入金の返済 △389百万円</li> <li>● 自己株式の処分 +153百万円</li> </ul>                           |
| 現金及び現金同等物 | 1,916           | 2,291           | ↑ 374 |                                                                                                                                                       |



## 2023年12月期は過去最高益を連続更新する計画

単位：百万円（端数切捨）

### 連結

|                     | 2022年12月期<br>実績 | 2023年12月期<br>予想 | 増減額     | 増減率     |
|---------------------|-----------------|-----------------|---------|---------|
| 売上高                 | 5,264           | 6,300           | ▲ 1,035 | ▲ 19.7% |
| 営業利益                | 720             | 770             | ▲ 49    | ▲ 6.9%  |
| 経常利益                | 736             | 770             | ▲ 33    | ▲ 4.6%  |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 520             | 455             | ▲ 65    | ▲ 12.6% |

### 単体

|       | 2022年12月期<br>実績 | 2023年12月期<br>予想 | 増減額   | 増減率     |
|-------|-----------------|-----------------|-------|---------|
| 売上高   | 3,754           | 4,250           | ▲ 495 | ▲ 13.2% |
| 営業利益  | 590             | 670             | ▲ 79  | ▲ 13.5% |
| 経常利益  | 603             | 675             | ▲ 71  | ▲ 11.8% |
| 当期純利益 | 427             | 430             | ▲ 2   | ▲ 0.6%  |

KyodoPR

トピックス



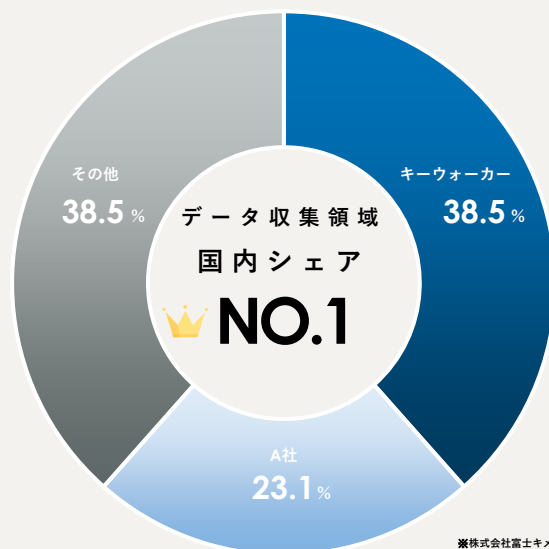


## 株式会社キーウォーカーを連結子会社化

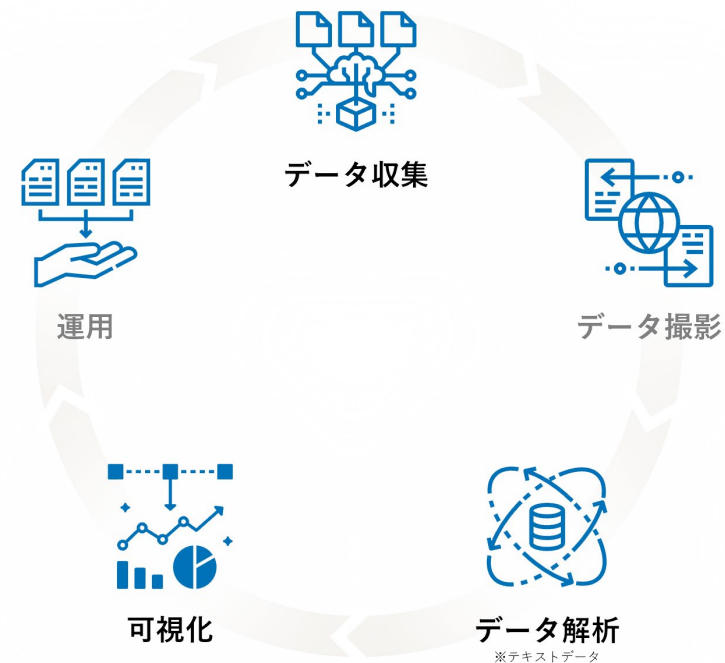
2022年 6 月

ビッグデータの収集からAI による分析までを行うデータソリューションカンパニーである株式会社キーウォーカーの株式を追加取得し、連結子会社化しました。

キーウォーカー社のWeb スクレイピング技術を活用することにより、共同ピーアールグループ全体でPR事業のデジタルトランスフォーメーション「PR-DX」を推進してまいります。



※株式会社富士キメラ総研が 2021年8月14日 刊行「ソフトウェアビジネス新市場 2021年版」



# keywalker

データ収集～解析～可視化  
データ活用をワンストップで支援



## リードプラス株式会社と資本業務提携

2022年7月

AIを活用したデジタルマーケティングを得意とするリードプラス株式会社と資本業務提携契約を締結いたしました。

これにより、当社の強みであるメディアリレーションズを中心としたPRコンサルティングと、リードプラス社の強みであるデジタルマーケティングが融合し、認知向上からリード創出まで包括的なサービスの提供が可能となりました。

当社が事業戦略の柱として取り組んでいるデジタル推進化「PR-DX」を加速して、更なるデジタルマーケティング領域の拡大に努めてまいります。

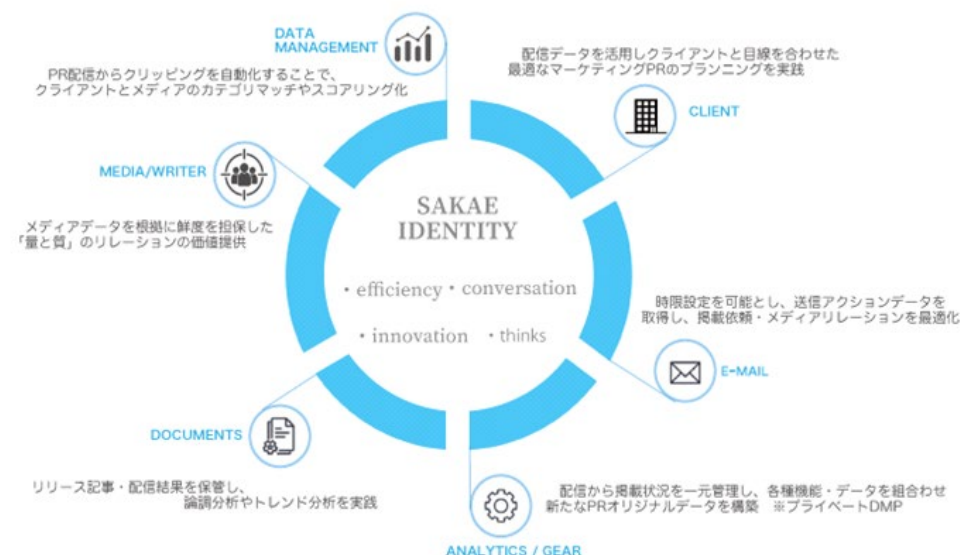


## 業務プラットフォームSAKAEを運用開始

2022年10月

デジタル推進化「PR-DX」では「業務効率」を改善する社内ツールとして「SAKAE」の内製を推進してまいりましたが、10月より「SAKAE」を社内でも活用した広報・PRサービス運用を開始いたしました。

今後「SAKAE」を通して新たなデジタル技術やデータを活用し、「業務改善」「プロセスイノベーション」「プロダクトイノベーション」を目指し、サービス提供の迅速化、価値や効果の最大化を推進してまいります。



## 株式会社VAZ 初の黒字化を達成

2022年12月

期初より連結子会社化したインフルエンサーマーケティング事業を手掛ける株式会社VAZは、上期に引き続き下期も利益創出を継続し、初の黒字化を達成することができました。

VAZは2015年7月からインフルエンサーマーケティングを軸に事業を展開し、様々な企業ニーズに対応してまいりました。「VAZLAB」は、こうしたVAZの知見を集結させ、企業や団体だけでなく、クリエイターにもコンテンツ制作の参考になるメディアを目指し2021年12月15日に開設したオウンドメディアです。「VAZLAB」は今回1周年を迎え、YouTubeに留まらず話題を集め続ける「インフルエンサーマーケティング」領域の「楽しさ」「面白さ」を伝えるオウンドメディアとしてさらにパワーアップしました。



## SaaS型PR・マーケティングサービス 「PR-FORCE」を運用開始

2023年1月

当社のデジタル推進「PR-DX」は、「業務効率」「プロセスイノベーション」「プロダクトイノベーション」を3つの軸として内製を進めております。

この度「プロダクトイノベーション」として、企業広報及びマーケティング担当者を対象としたSaaS型Open Innovation Platform『PR-FORCE（ピーアールフォース）』のサービスを開始・提供することとなりました。

本サービスは、広報/PR業務の入口から出口までワンストップで運用が可能となり、広報・マーケティング業務の調査機能として、クリッピング機能をはじめSNSのモニタリング機能も活用頂けます。





KyodoPR

投資家の皆さまへ





企業価値について

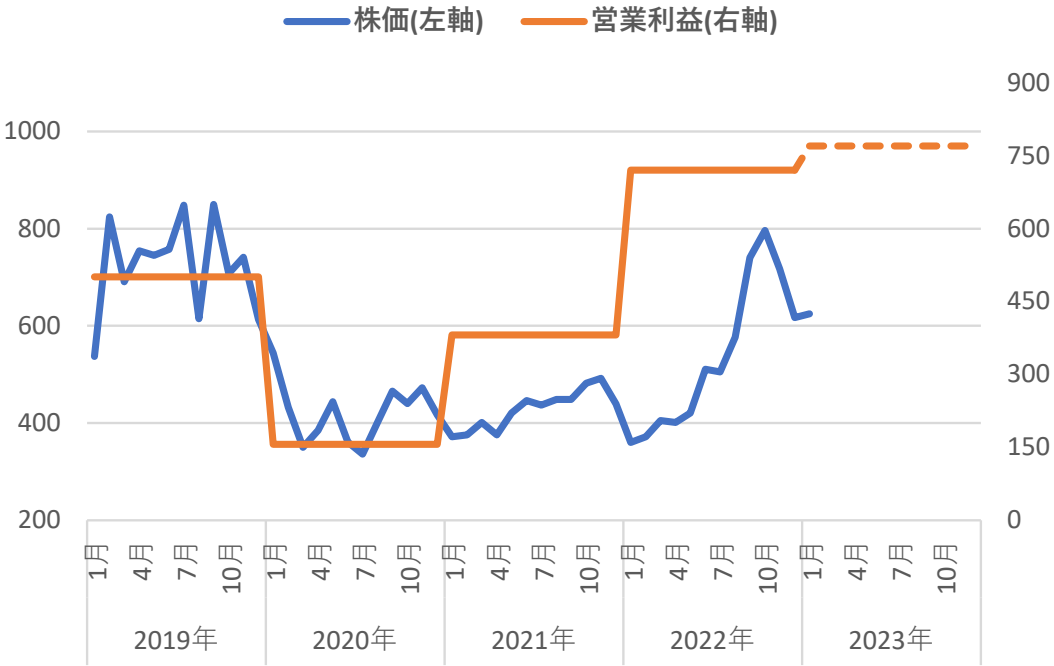
- 市場平均、PR事業の同業他社と比較して、ROEは高く、一方でPERは低い。
- 当社は今後デジタルマーケティング事業を強化し、PR市場の拡大を大幅に上回る成長率を狙う。

株価指標

| 銘柄            | ROE   | PBR | PER  |
|---------------|-------|-----|------|
| 共同PR(2436)    | 27.4% | 2.3 | 10.4 |
| スタンダード市場平均    | 5.4%  | 0.9 | 15.9 |
| スタンダード市場サービス業 | 7.2%  | 1.2 | 16.2 |
| 小型株           | 6.7%  | 0.9 | 13.5 |

| 銘柄            | ROE   | PBR  | PER  | 配当利回り |
|---------------|-------|------|------|-------|
| 共同PR(2436)    | 27.4% | 2.3  | 10.4 | 1.3%  |
| PR事業A社        | 25.9% | 4.9  | 18.9 | 1.6%  |
| PR事業B社        | 8.5%  | 0.9  | 10.5 | 4.2%  |
| PR事業C社        | 28.9% | 3.1  | 10.7 | 2.3%  |
| インフルエンサー事業D社  | 17.8% | 3.7  | 21.6 | 0.0%  |
| インフルエンサー事業E社  | 88.7% | 17.1 | 29.1 | 0.0%  |
| AI・ビッグデータ事業F社 | 4.7%  | 2.4  | 51.4 | 0.0%  |
| AI・ビッグデータ事業G社 | 28.4% | 6.4  | 22.6 | 0.0%  |

出所：PBRは実績、ROE、PER、配当利回りは東洋経済予想、  
市場平均は当社推計  
基準日：2023年1月31日



※点線は2023年12月期通期業績予想値。  
※将来の営業利益を保証するものではなく、また、株価を予想するものでもありません。



## 当 社 事 業 と E B I T D A に つ い て

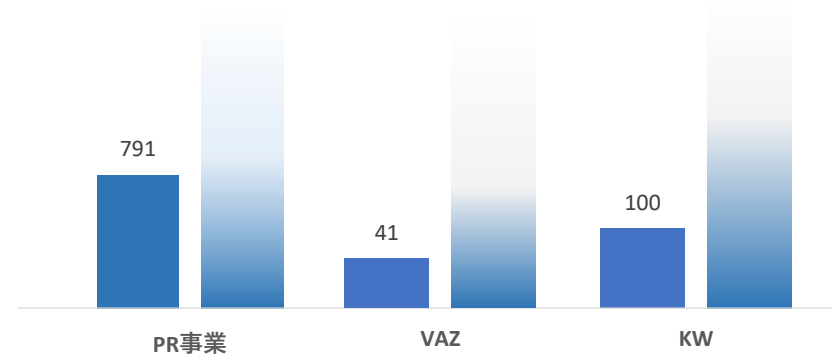
- PR事業、デジタルマーケティング事業ともに、EBITDAは成長が持続している。
- 子会社2社の成長戦略及びIPOを着実に推進し、当社グループの事業価値を向上、顕在化させていく。

### 当社グループの状況

| (百万円)                | PR事業  | VAZ   | KW    | 合計    | 連結消去 | 連結    |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| 営業利益                 | 744   | 21    | 31    | 797   | -76  | 720   |
| 減価償却                 | 47    | 12    | 4     | 64    | -    | 64    |
| のれん                  | 0     | 8     | 64    | 72    | -    | 72    |
| ①EBITDA              | 791   | 41    | 100   | 933   | -76  | 856   |
| ②類似事業の<br>平均EBITDA倍率 | 7     | 25    | 14    |       |      |       |
| ①×②                  | 5,537 | 1,034 | 1,393 | 7,964 |      |       |
| 時価総額（1月31日）          |       |       |       |       |      | 5,463 |

出所：財務数値は2022年12月期実績、EBITDA倍率は当社が想定する類似企業の直近実績に基づき当社推計。  
基準日：2023年1月31日

### 各事業のEBITDA拡大を中期的に目指す



※将来のEBITDAを保証するものではなく、また、目標値を示すものではありません。

- 安定的かつ継続的な配当を方針とし、自社株買いを機動的に行うことで、株主還元を図る。
- 中長期的な株式保有と安定的な個人株主形成のため、株主優待制度を運営する。

## 27

## 強みと特徴

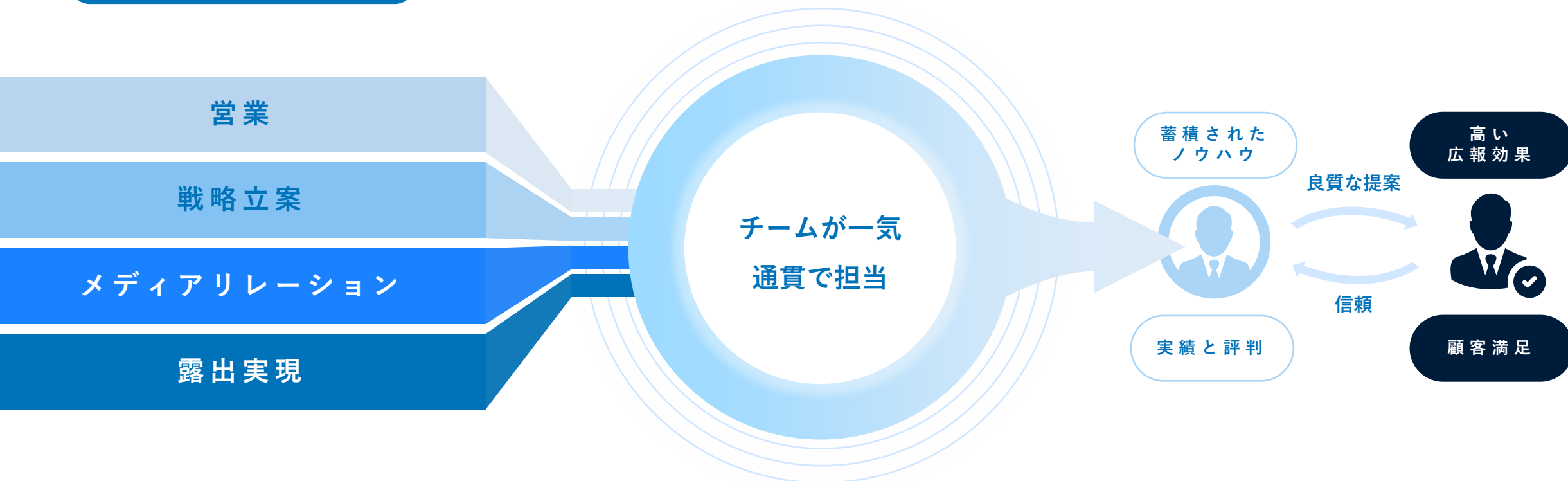




## 顧客と従業員の満足度を高めるプロフェッショナル体制

- PR業界は分業体制が多い中、当社は担当チームによる一気通貫でのサービス提供を行う。
- 各社員がPRの全工程の経験を積むため、経験値とトータルスキルが豊富に蓄積される。
- その結果、顧客広報のニーズを深く理解し、満足度の高い提案が可能に。

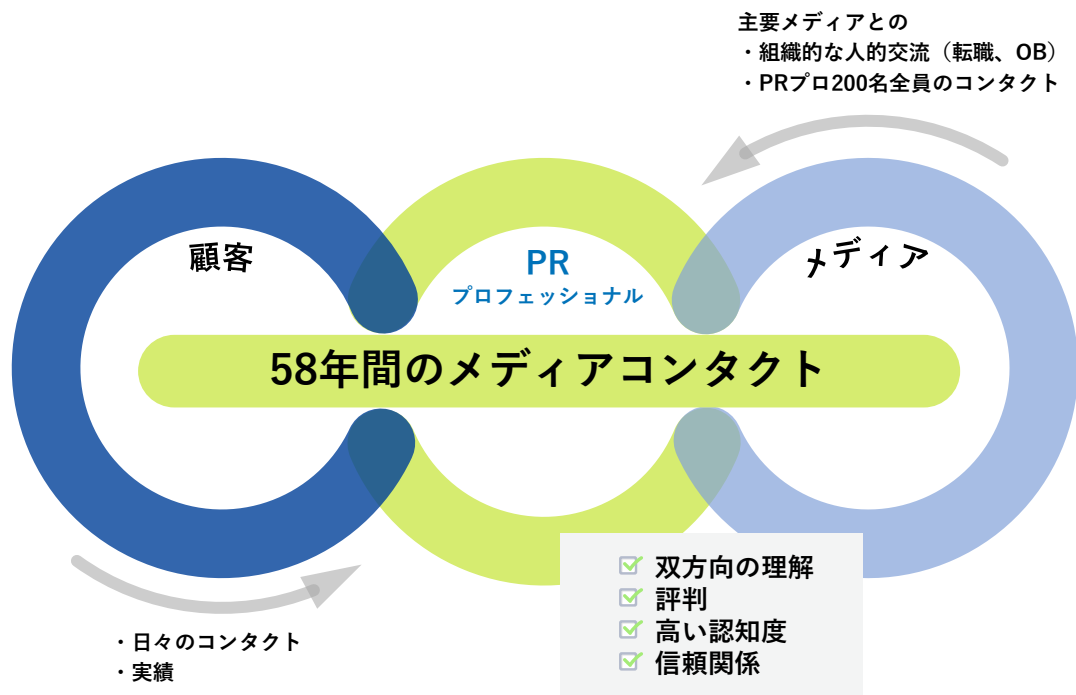
### PRの工程





## 長期的な信頼関係によって確立された強固なメディアリレーション

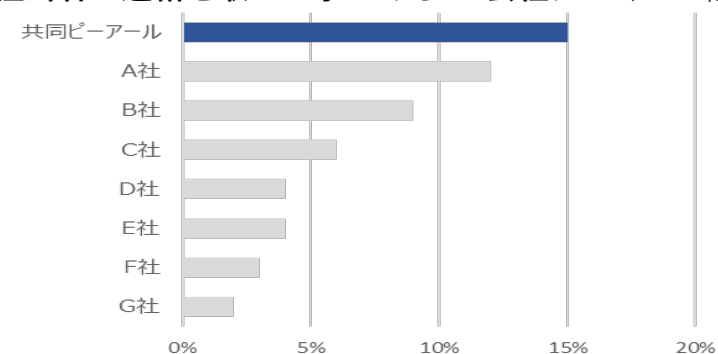
- 過去58年に及ぶ膨大なメディアコンタクト実績を有し、主要メディアから高い認知度を誇る。
- 200名超のPRプロフェッショナル全員がそれぞれメディアアプローチをする体制、また主要メディアからの転職者やOBを迎え入れており、記者と顧客のメディア担当者の両ニーズを熟知した、双方向の提案とサービス提供が可能。



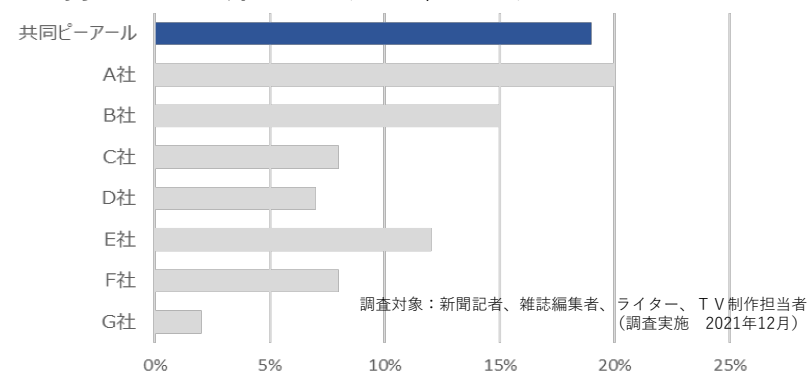
メディア  
コンタクト力

丁寧な対応  
が高評価

担当者と連絡を取った事があるPR会社は？ (n=100, 複数回答)



好感が持てるPR会社は？ (n=100, 複数回答)



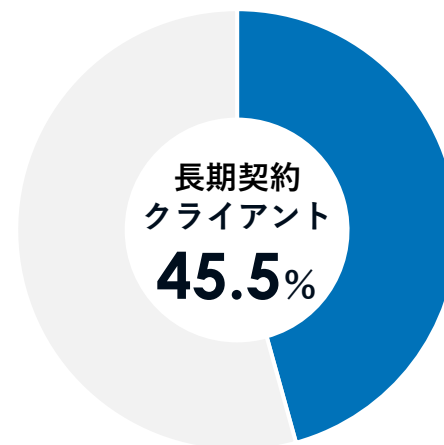


## 大手顧客との長期リテイナー契約により、ストック性の高い収益構造

- リテイナー契約の40%超が長期契約、解約率も低水準を維持。また、顧客上位10社の売上は20%程度と偏りが少ない。
- 契約総数は順調に増加しており、契約5年以上のクライアントがリテイナー全体の半数に近づく。

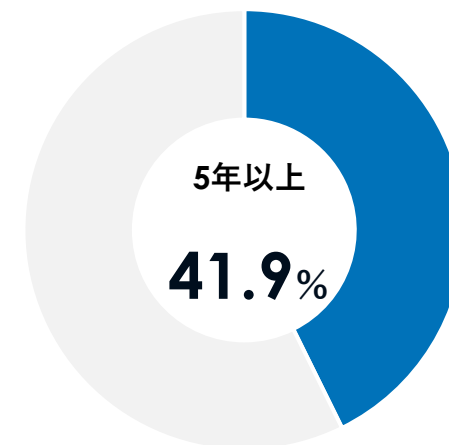


売上構成



➤ 売上の半数以上が6ヶ月以上の長期契約クライアント

契約継続率



➤ うち4割以上が5年以上契約



## グローバル企業から指名される、大型案件に対応できる存在

- 当社顧客のうちグローバル企業トップ5社の売上規模は合計83兆円。
- 外資系企業への高い訴求力と知名度を誇り、採算性も確保。



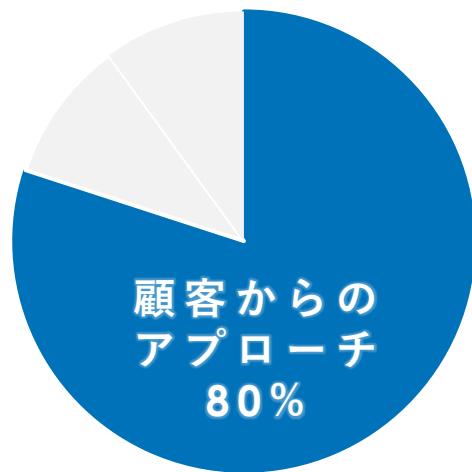
➤ 外資系企業への高い訴求力と知名度



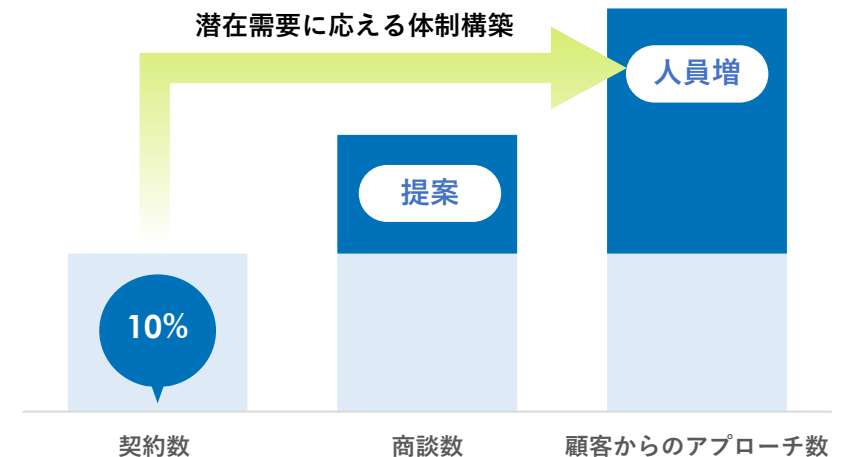
## 豊富な問い合わせと紹介による取引機会

- 新規案件の流入のうち、およそ80%を紹介または顧客からの問い合わせが占める。
- うち交渉へ進む案件は40%程度、最終的に契約締結に至るものは現在は10%以下にとどまる。
- 戦略的に案件を検討し、質の高いサービスを集中して提供しているが、サービス体制の拡充によって顧客獲得が可能な状況。

新規案件のうち、80%が紹介または  
顧客からの問い合わせ



サービス体制の強化で顧客獲得余地



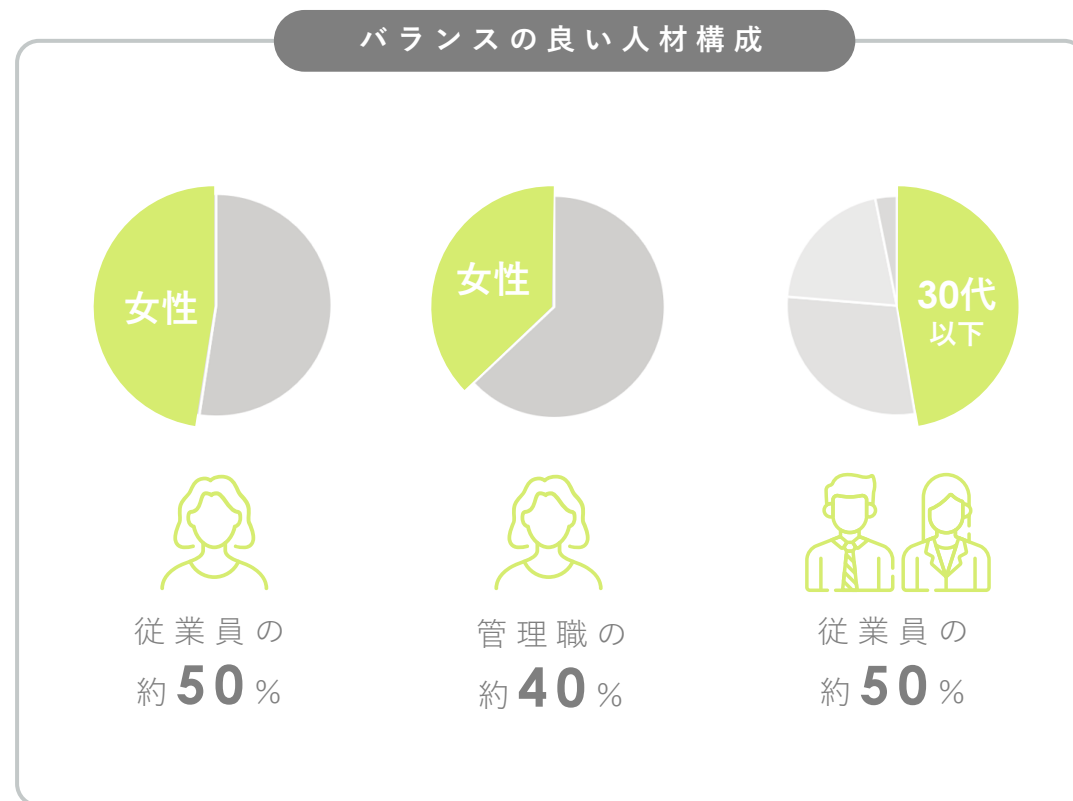
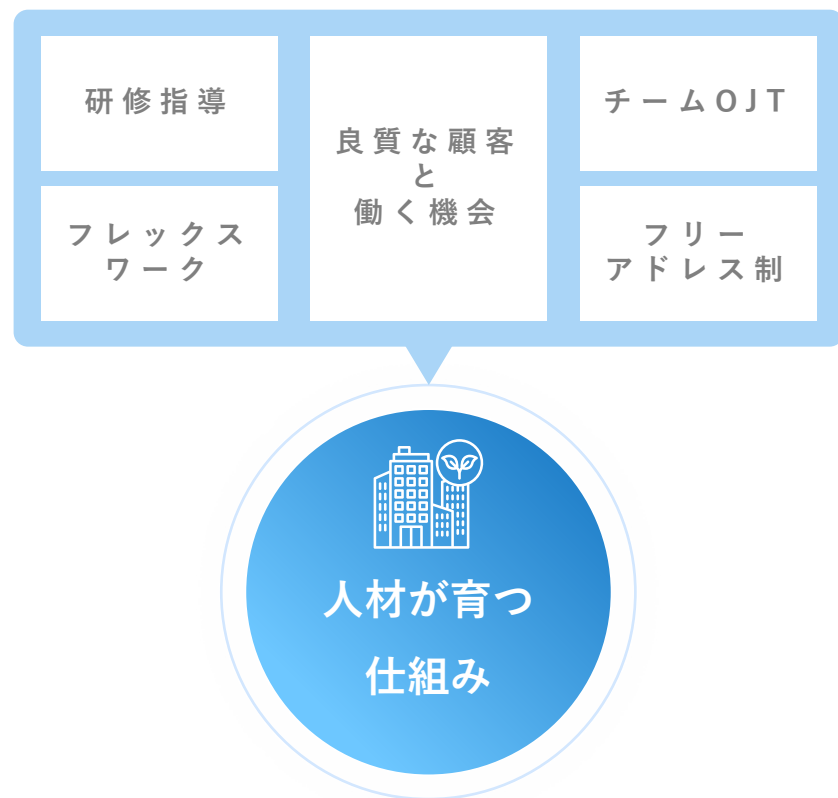
KyodoPR



社風と人材

## 自由にフラットに働き、一緒に前進する社風

- 勤務時間、勤務場所を問わない働き方を推進。グループリーダーが各メンバーの稼働と成果を把握し、評価する。
- ベテラン社員による研修指導機会を提供しつつ、良質な顧客へチーム一体でサービス提供しメンバーの成長を促す。

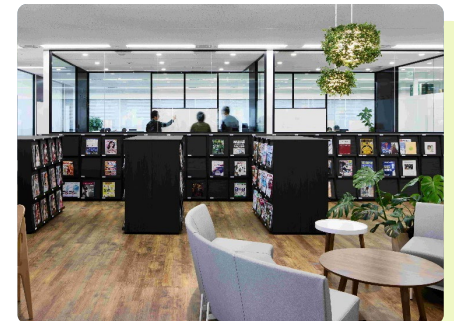
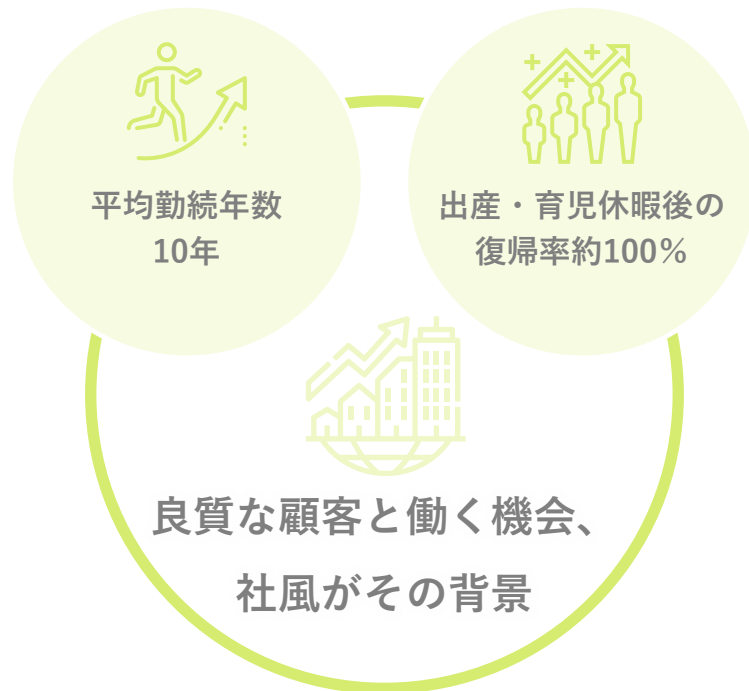




## 人材を惹きつける環境

- 良質な顧客と働く機会、社風と人が育つ仕組みによって、人材をリテンションする環境を整える。
- その結果、従業員満足度が高く、当社でのキャリアが継続し、人材の定着率が高い。

### 人材の高い定着率





## Wantedlyでの人材採用を開始

当社ではこれまで働き方改革の一環として本社移転による環境の改善や、時短制度、テレワークの導入など、社員の働きやすい環境を目指して取り組んでまいりました。また当社の根幹となるメディアリレーションは、メディアとの信頼関係を築く「人」が最も重要であるため、当社は人材採用・人材育成に力を入れております。

2022年度は新しい試みとしてwantedlyを利用した採用活動を全6回開催し、先輩のリアルな「生の声」を伝えることで、当社で働きたいと思ってもらえる仲間が6名入社しました。



## 本年度も多数の社内イベントを実施

### 本社移転1周年

2022年6月



### 納涼イベント（かき氷）

2022年8月



### ハッピーハロウィン

2022年10月

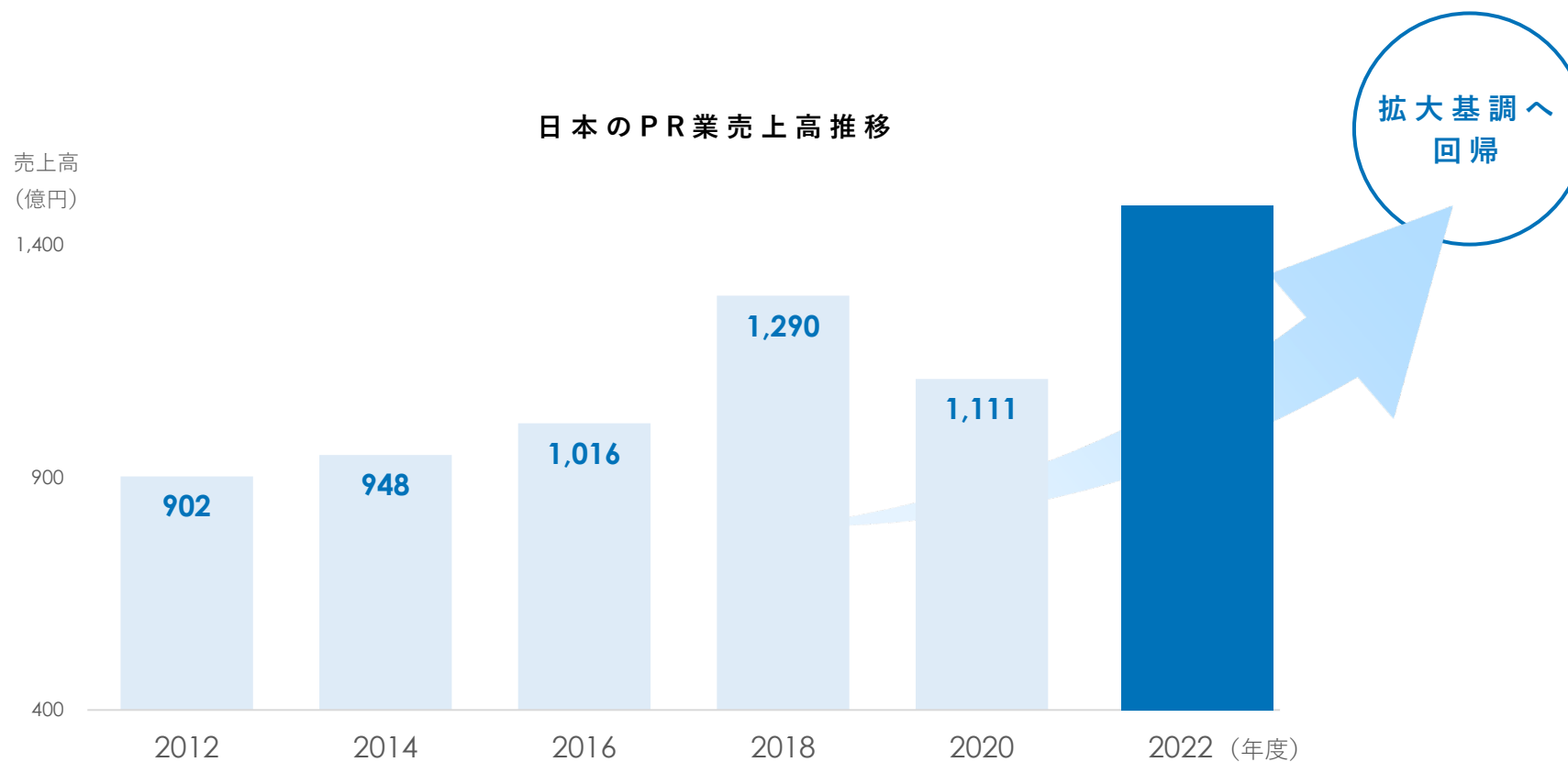


市場環境



## PR市場は拡大基調、広告市場6兆円との融合が一大テーマに

- 2020年の日本国内PR市場全体の売上規模は1,111億円と推計とされ、新型コロナウイルスの影響で前回調査よりも下落。しかし、2018年までは市場は成長傾向にあった。
- 2022度のPR市場は復調し、再び拡大傾向へ。当社は過去最高益のほか、主要上場PR企業は業績好調となっている。

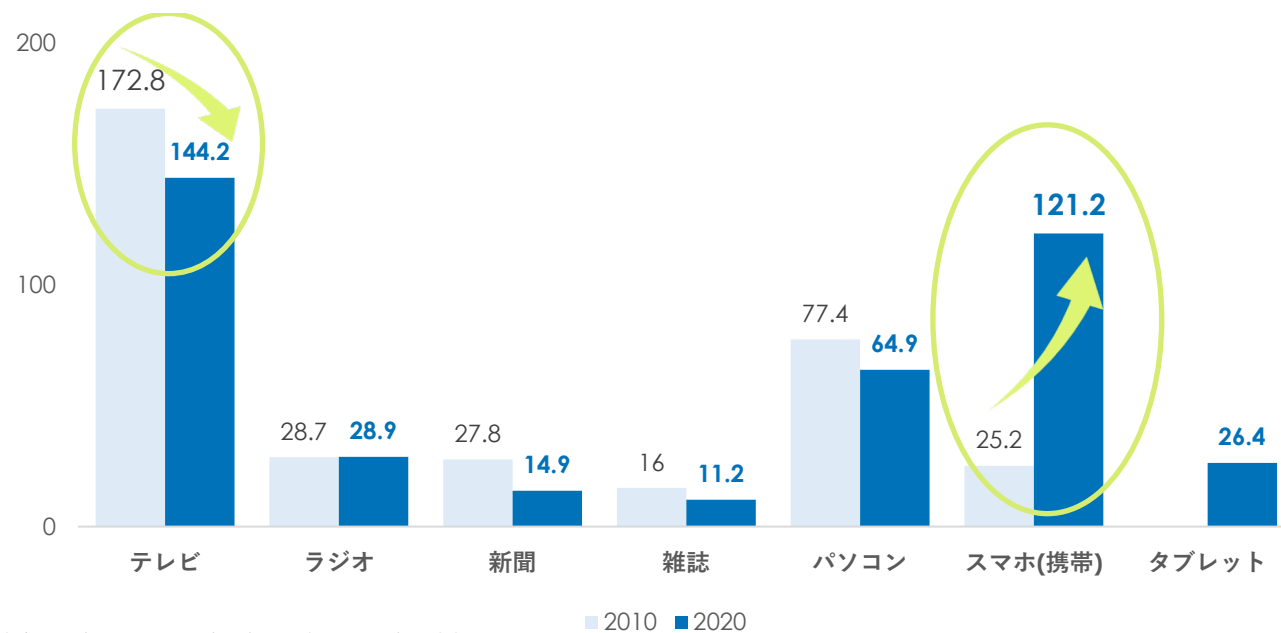


※出典：日本パブリックリレーションズ協会 PR業実態調査

## ライフスタイルの変化がメディア環境に大きく影響

「スマホ」によるメディア接触時間が一気に伸びるという、消費者のメディア環境激変が数年で起きた。それによって消費者へのアプローチも多様化し、企業側のPR戦略は複雑化している。誰にどうやって購入してもらうか、ターゲット設定の初期段階からPR対応を事業戦略に組み込むことが必要になった。PR会社は企業の事業戦略パートナーとして社会的意義を持つようになり、**企業の中期的な売上拡大には欠かせない要素**になりつつある。

生活者（男女 15～69歳）のメディア接触時間（分/1日）



※出典：博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 メディア定点調査

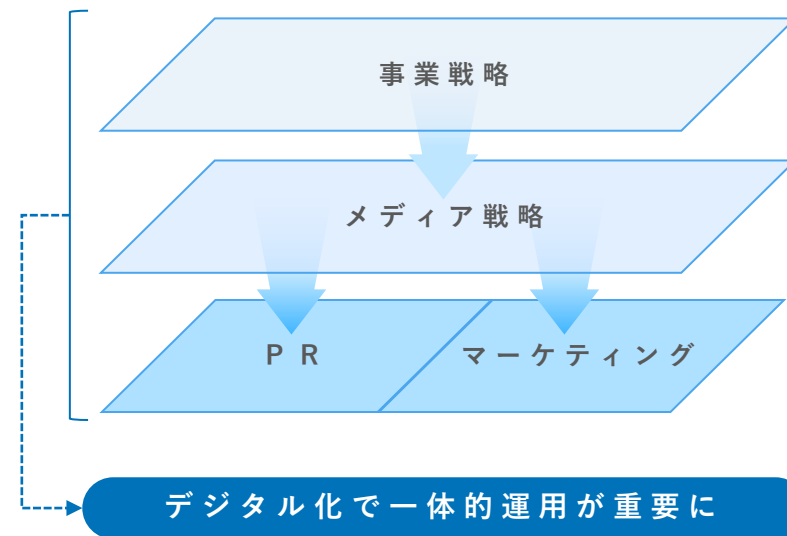
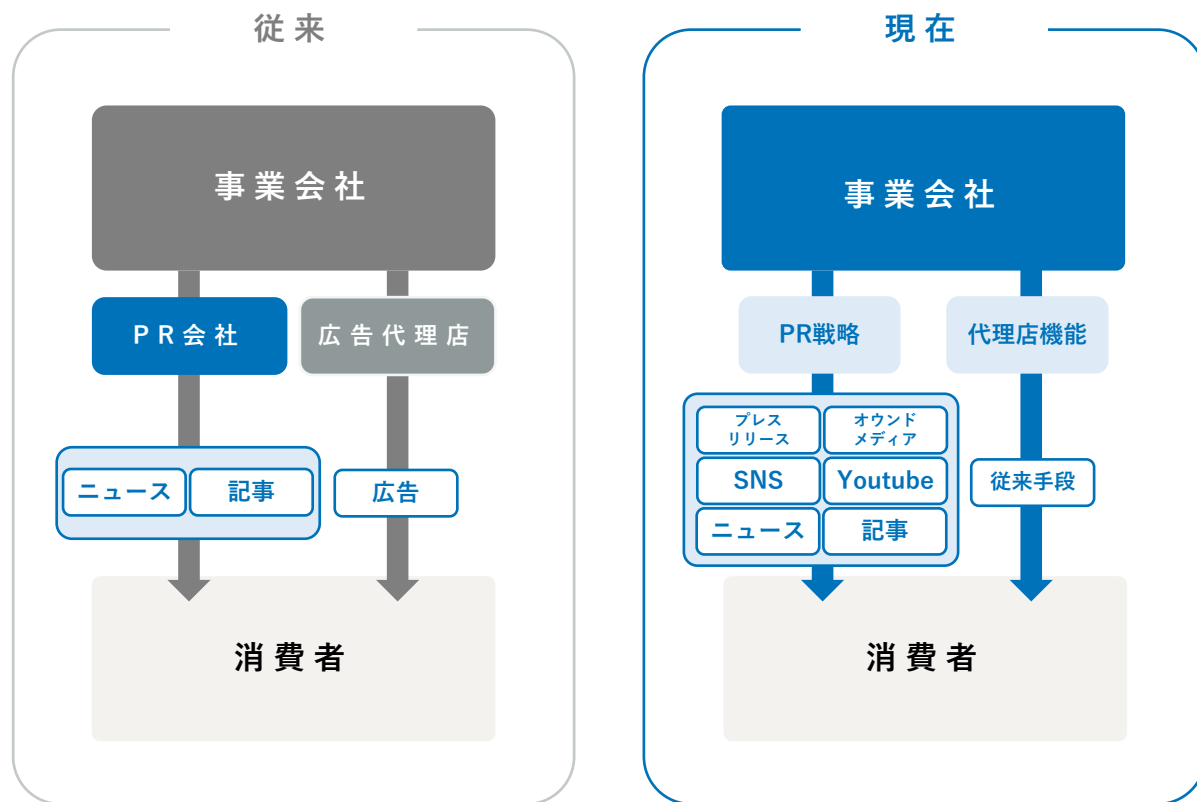
スマホ接触時間は10年で5倍





## PR会社の戦略的パートナーとしての位置づけが強まる

- 代理店を介さずに消費者へアクセスできるようになり、PRと広告の境界が薄れた。
- その結果、マーケティングと広報の一体的な運用が重要となり、メディア戦略策定へのニーズ増大によってPR会社の専門的価値が高まっている。



## アウトソーシング需要が増加

- 働き方改革ほか、企業は自前主義から脱しつつあり、本業以外は外部委託する傾向を強めている。
- 広報業務の専門性上昇と相まって、PR会社へのアウトソーシング需要は増加している。



- ✓ 企業は、PR会社とリタイナー契約\*を結ぶことで、
- ✓ メディアコンタクトほかルーティン業務を任せられる
  - ✓ 記者発表の際には必要な機材の設営や応援の人手を確保できる

正社員およそ2人分のコストで上記を委託できるため、  
**PR会社に委託したほうがコストパフォーマンスがよい。**

- ✓ 昨今の働き方改革により、企業は残業規制を徹底している。  
自社で対応しきれない業務を同業務分野の知見を持つ  
外部業者への委託することで、**社員の労働時間を削減する**  
ことができる。

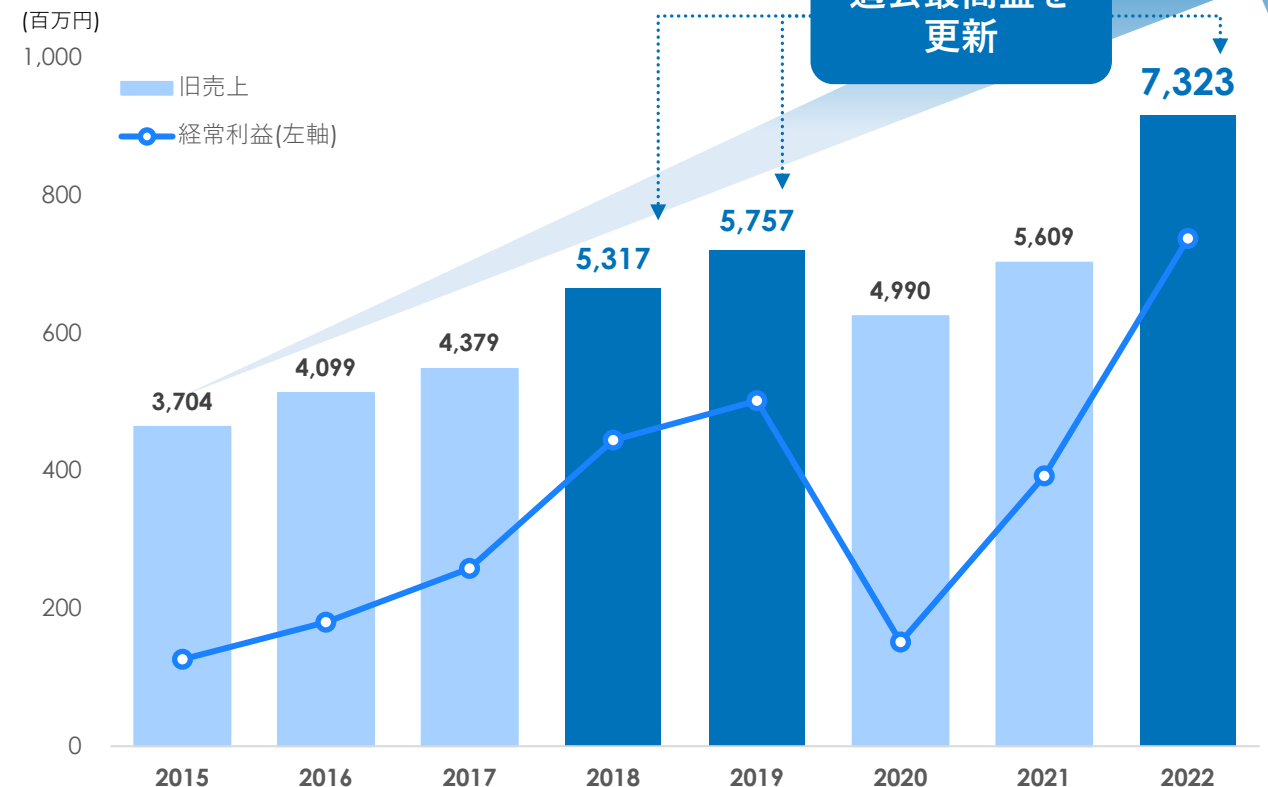
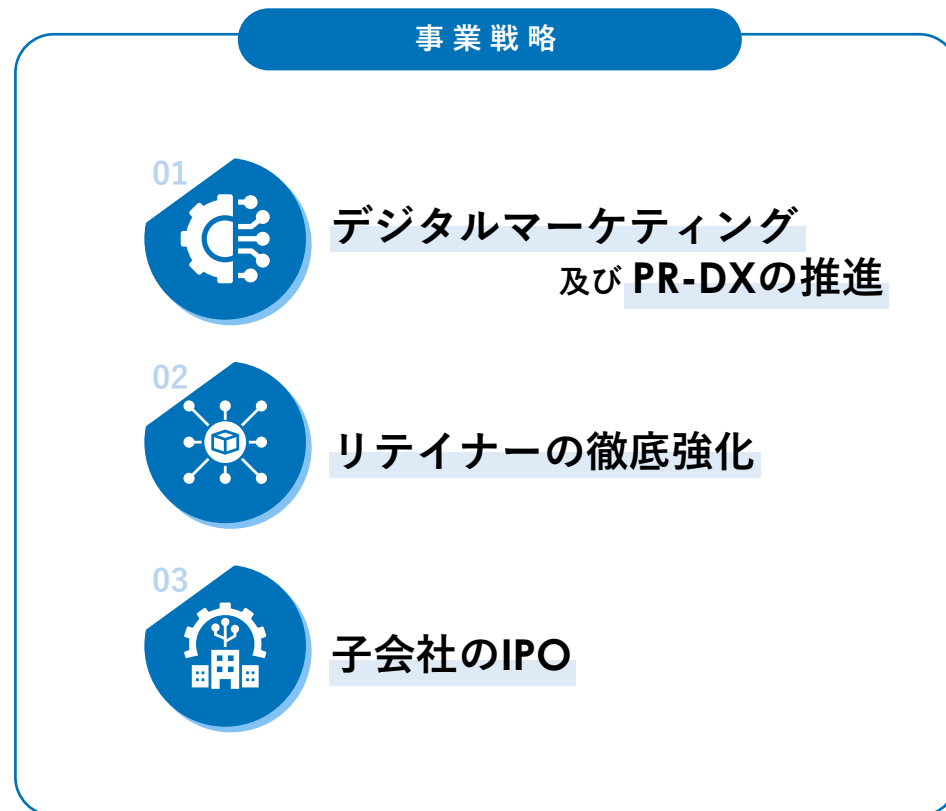
※リタイナー契約=企業等の広報活動を6ヶ月以上の契約をもって支援及びコンサルティングしていくもの。PR戦略の策定からバブリシティ業務、不祥事発生時の危機管理広報対応等幅広いサービスを行う

KyodoPR

事業戦略

## 第59期はチーム一丸となって最高益を更新

- PR事業が堅調だったほか、VAZが通期で黒字化を達成。グループ全体が成長軌道に乗りつつある。
- 引き続き、PR市場と広告市場の融合という環境変化を好機にすべく、事業戦略を進める。

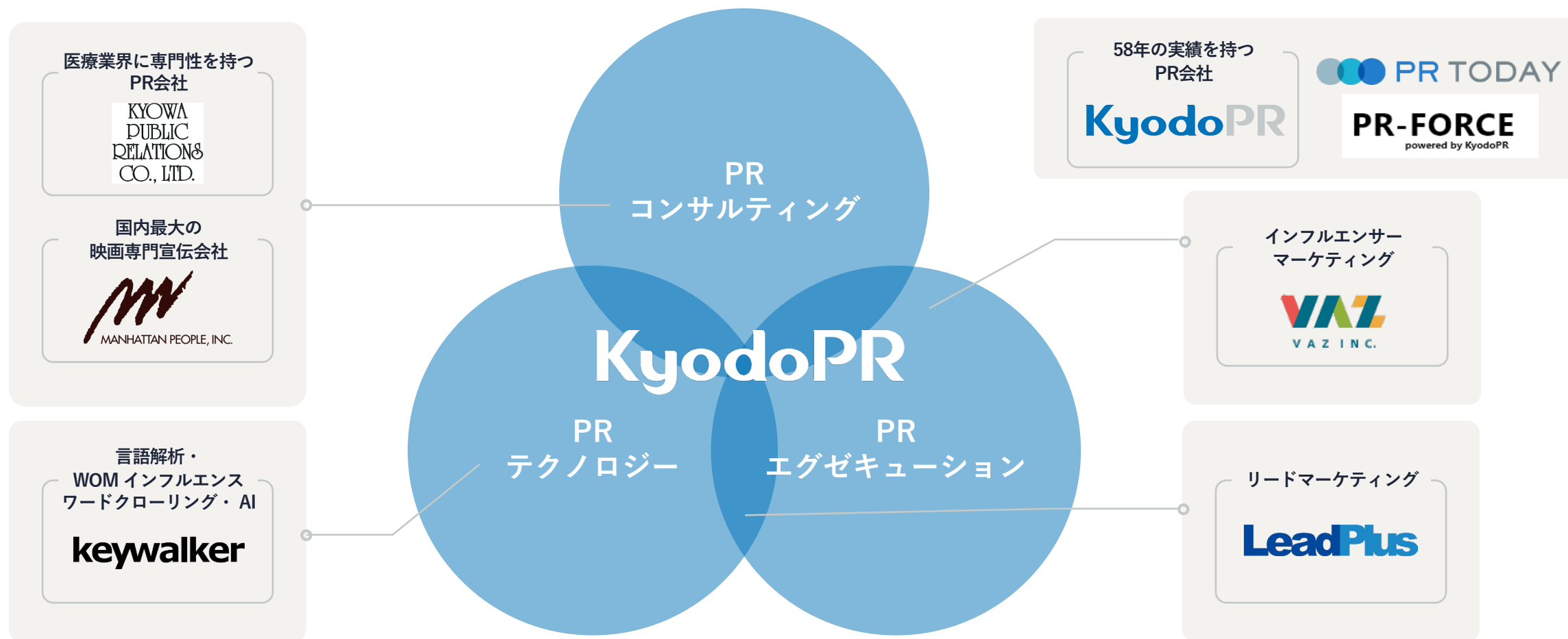


※2021年までは収益認識会計基準適用前、2022年以降は収益認識会計基準を適用しております。  
 ※上記グラフは旧売上に基いており、2022年の数値は決算短信に記載された売上高とは異なります。



## PR-DX構想

- PR業務のDXによって、新たな価値を生み出すとともに、PRプロフェッショナルのサービス体制を拡充する。



## デジタル化でPRと広告の市場が融合し、ターゲット市場が急拡大

- 当社のターゲット市場は1100億円強のPR市場から約6兆円の広告市場へと融合が進む。
- 顧客のPR予算だけでなく、広告予算もが当社のターゲットとなるため、マーケティング領域のサービス拡大とPR-DXを事業戦略として推進する。



ターゲット市場の  
拡大を図る

PR市場  
約1,100億円

PR  
テクノロジー

PR  
エグゼキューション

マーケティング  
大型案件

広告市場  
約6兆円

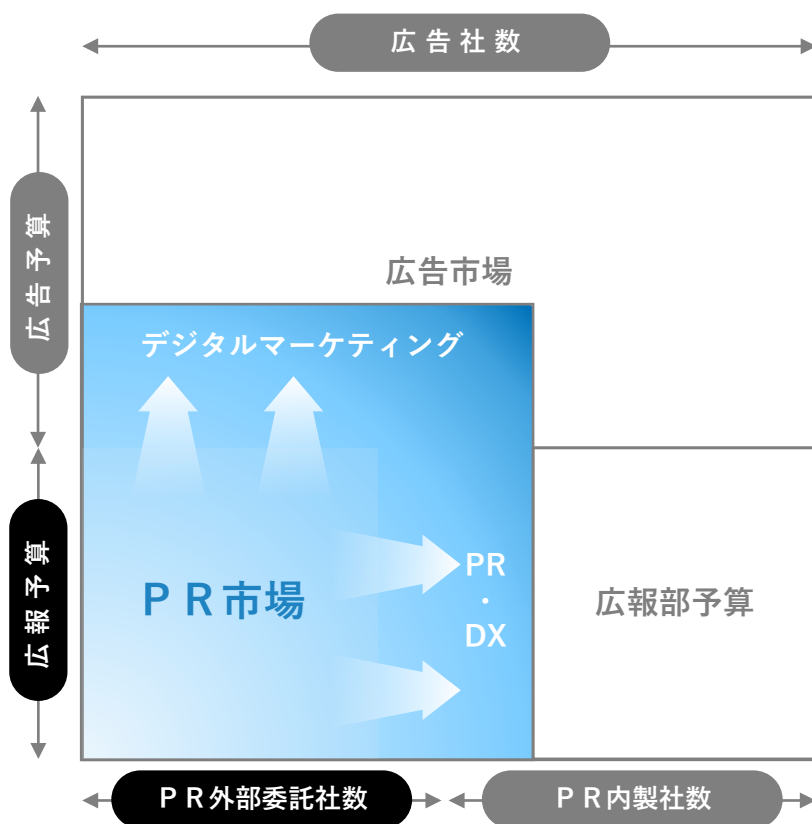
当社営業ターゲット  
の拡大

POINT

境界線がなくなりつつある

## デジタルマーケティングとPR-DXによる市場シェア獲得

- デジタルマーケティングは、子会社及び出資先サービスのほか、大型マーケティングイベントを提供する。
- PR-DXサービスとして、PR - SaaS商品「PR - FORCE」「PR-TODAY」により顧客へ新しい価値を提供する。

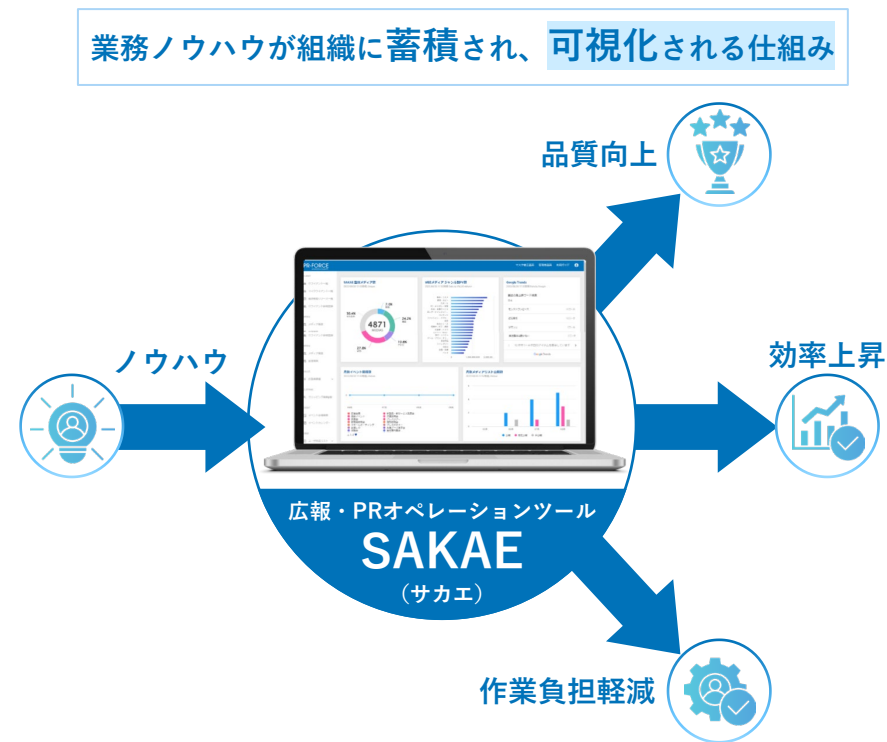


PR TODAY  
＜メディア関係者向け＞  
リサーチ・情報収集サポート



## リテイナー契約数倍増と顧客単価上昇を狙う

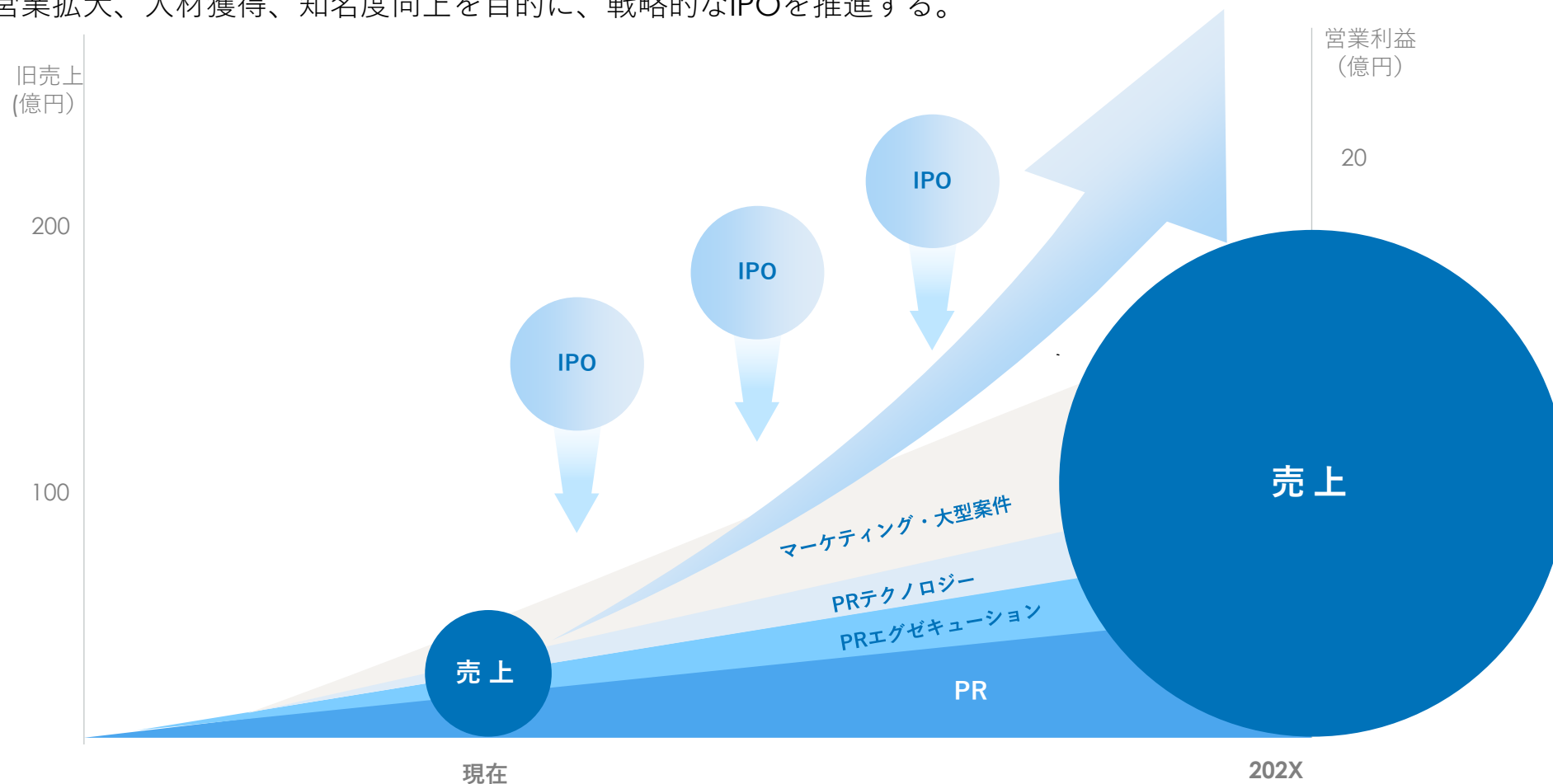
- 当社への引き合いは旺盛で、現状は問い合わせに対応しきれていない。採用・教育強化によりPRプロフェッショナル数を増やすこと、PR-DXの社内利用による生産性上昇でサービス体制を拡充し、優良顧客とのリテイナー契約を増やす。
- また、アップセル・クロスセルとして、顧客向けにPRエグゼキューション、PRテクノロジー、大型マーケティングを提供し、顧客単価の上昇を図る。





## PR拡大と同時に、新規事業が業績に寄与し、子会社IPOを視野に

- PRエグゼキューション、PRテクノロジーの子会社群が順調に立ち上がりつつある。
- 営業拡大、人材獲得、知名度向上を目的に、戦略的なIPOを推進する。



## お問い合わせ先

共同ピーアール株式会社 経営管理室

 [contactir@kyodo-pr.co.jp](mailto:contactir@kyodo-pr.co.jp)



IRに関する情報



IRに関するお問合せ



**Kyodo**PR