



FINANCIAL UPDATE FY2023

個人投資家向け説明会（東京勉強会） 会社説明会資料

[証券コード 2436]

共同ピーアール株式会社

2436

2023年12月17日

我々は情熱と創造性で顧客の課題解決を図り
100年のコミュニケーションをつなぐ
PRエージェンシーである



新たな価値を提供

会社概要



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ールール

※本データはFY2022時点。

1

事業規模



52 億円
売上高



7.3 億円
経常利益



200+ 人
PRプロフェッショナル

2

顧客満足度



45+ %
長期契約率



40+ %
うち5年以上継続



10,000+ 社
アプローチ可能メディア

3

はたらきやすさ



10+ 年
平均勤続年数



約 **40** %
女性管理職比率



約 **100** %
出産・育児休暇の復帰率



PRとは

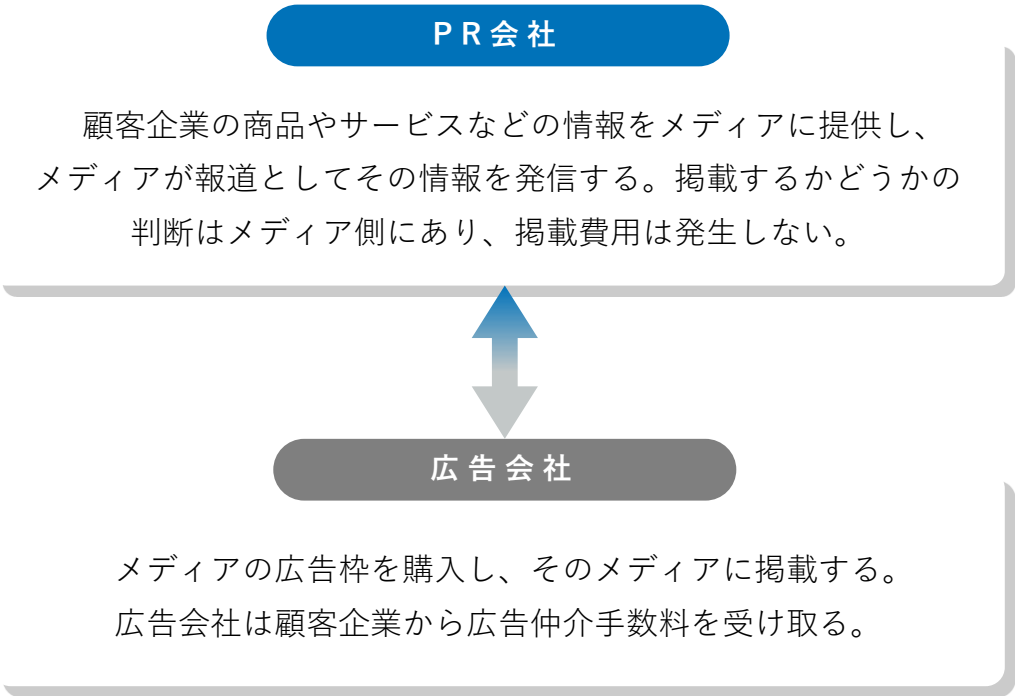
PR

～パブリックリレーションズ～



PRはニュースそのものを創り、届くようにする。

PR会社と広告会社の違い



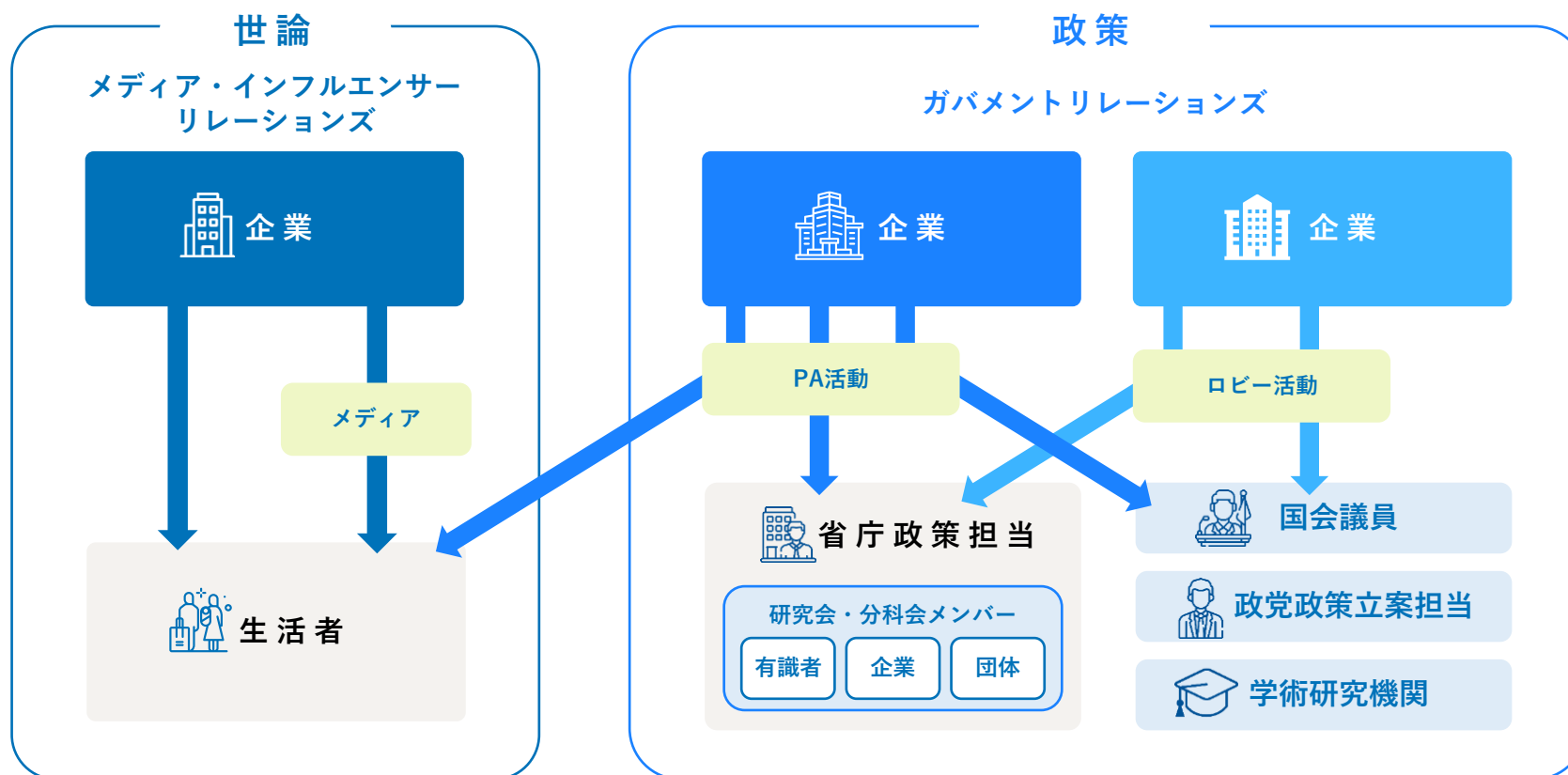
『PR・広報』と『広告』の違い

	PR・広報	広告
担当部門	広報部・PR部	宣伝部
担当領域	記事・報道	広告・CM
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



アメリカではパブリックアフェアーズ（PA）など多種多様な局面でPRが活躍

- 世論・政府への働きかけのためのPA（※）などにも活用されており、多種多様な局面でPRが活用されている。
※PA：企業やNPO・NGOなどの民間団体が政府や世論に対して行う、社会の機運醸成やルール形成のための働きかけ活動のこと
- これまではメディア連携と、政府へのロビー活動が主軸だったが、現在ではPR・広報として社会で関係を作り、生活者、政治家、学術研究機関などへの働きかけに活用されている。



創業者の思い

共同ピーアール創業者 大橋 榮

— 『これからはピーアールの時代だ』

1964年、「日本にも米国並みのPR時代がやってくる」と睨んで、共同ピーアールを創業。

— 業界初の上場

2005年にPR会社としては初めてジャスダック上場。

— 『PR業界の天皇』と呼ばれ、数々の言葉を世に根付かせてきた

PRを推進し、「カラーシャツ」「消費者金融」といった言葉を根付かせてきた。



日本のPR業界のパイオニアに。
培った経験、ノウハウが今の当社に
受け継がれている。

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1,400億円強のPR市場から約7兆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

旧PR市場
約1,100億円
(2020年度)

PR市場
約1,400億円強
(2022年度)

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7兆円

当社営業ターゲット
の拡大

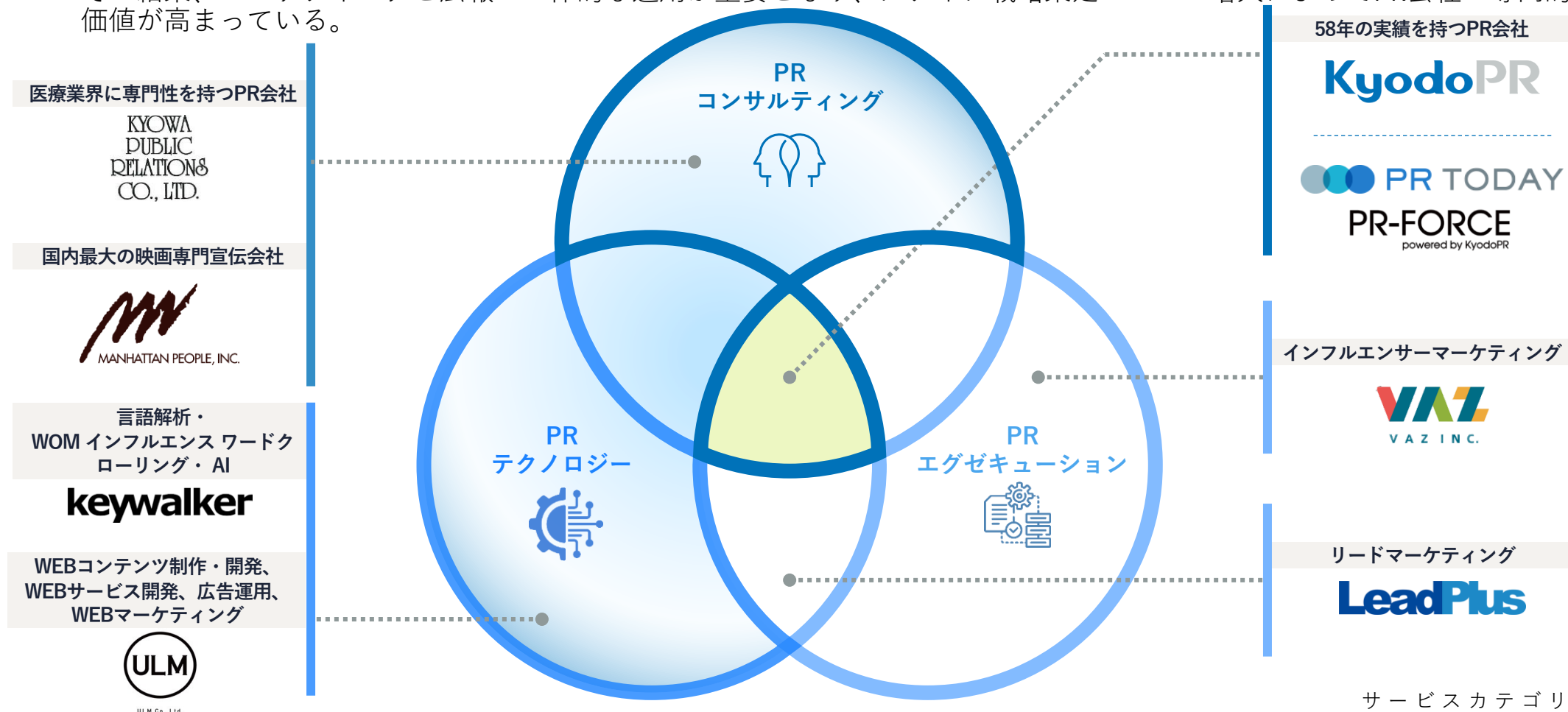
POINT

境界線がなくなりつつある



PR会社の戦略的パートナーとしての位置づけが強まる

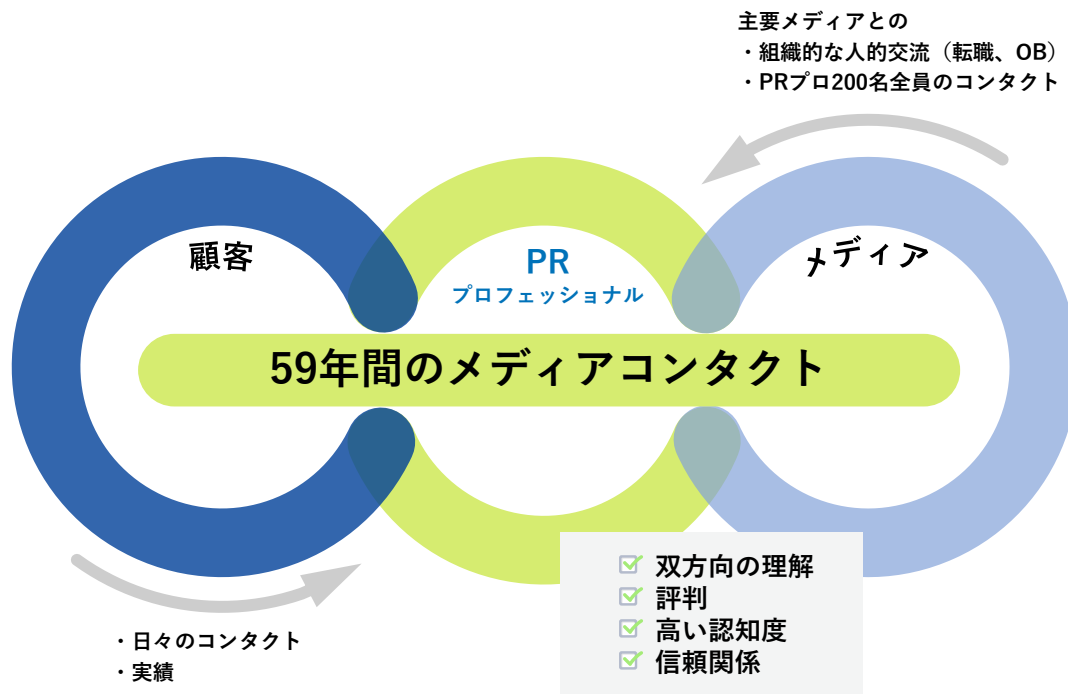
- PR業務のDXによって、新たな価値を生み出すとともに、PRプロフェッショナルのサービス体制を拡充する。
- 代理店を介さずに消費者へアクセスできるようになり、PRと広告の境界が薄れた。
- その結果、マーケティングと広報の一体的な運用が重要となり、メディア戦略策定のニーズ増大によってPR会社の専門的価値が高まっている。





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ズ

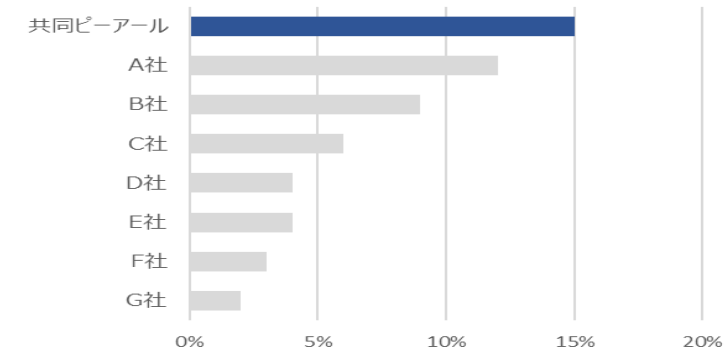
- 過去59年に及ぶ膨大なメディアコンタクト実績を有し、主要メディアから高い認知度を誇る。
- 200名超のPRプロフェッショナル全員がそれぞれメディアアプローチをする体制、また主要メディアからの転職者やOBを迎え入れており、記者と顧客のメディア担当者の両ニーズを熟知した、双方向の提案とサービス提供が可能。



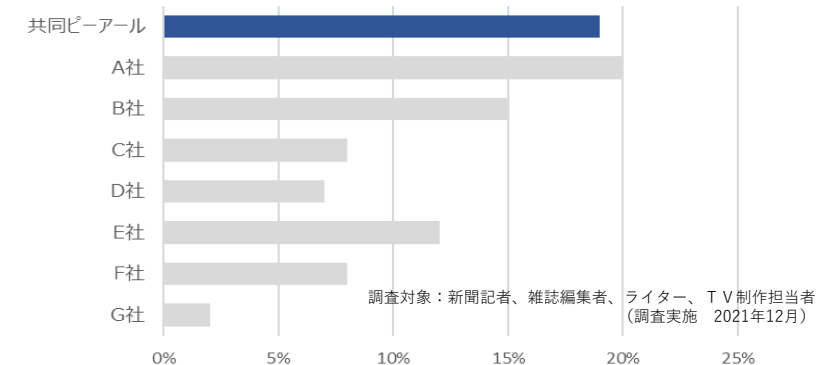
メディア
コンタクト力

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)





国内外の多種多様なネットワークとの連携

- 当社は「メイシス」や「Global Com PR Network」などのグループに属している。
- 国内の首都圏でのPR案件の獲得のみならず、地方や海外のPR案件を獲得するためのチャンネルを所持。

メイシス

Mares

17都道府県
18社加盟



- 1999年に日本全国地域一番店の広告会社が集まり発足した広告会社のコンソーシアム。
- 同グループには**18社**が加盟しており、**17都道府県**を網羅。
- コミュニケーション上のさまざまな課題を解決する広告シンジケート組織であり、日本で初めてかつ唯一の存在。

Global Com PR Network



約**80**オフィス
約**100**か国

- 広報およびマーケティングコミュニケーションのためのフルサービスエージェンシーの世界的なグループ。
- **約80のオフィスが、世界約100か国**の顧客にサービスを提供。
- 2023年10月に当社が主催となって国際会議を日本初開催。



アジア・アフリカ・アラブ55



46か国
Asia :12
Africa:28
Arab : 6



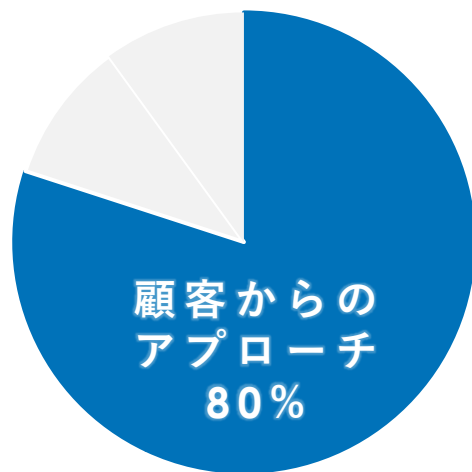
- 成長著しいアジア、アフリカ、アラブ各国と日系企業の架け橋となり、海外展開をサポートすることを目的としたプラットフォーム。
- 2022年12月、参加地域、参加国の拡充により、「アジア・アフリカ20」から「アジア・アフリカ・アラブ55」に名称変更。



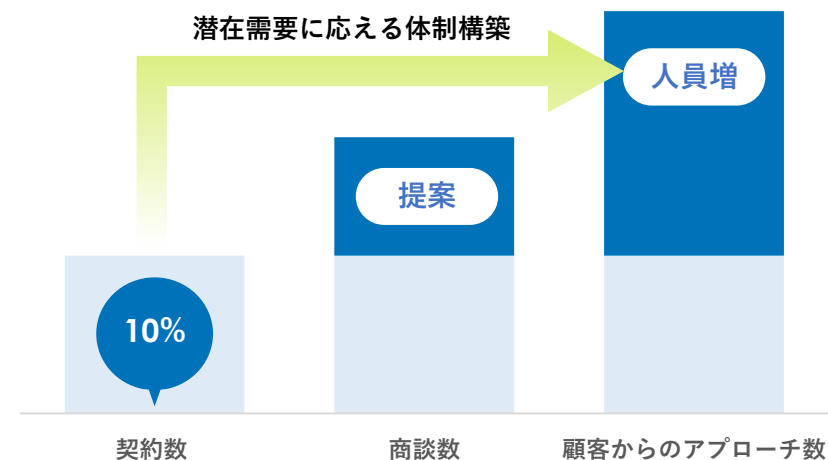
長年の実績による豊富な問い合わせと紹介

- 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まだまだ可能な状況。

新規案件のうち、80%が紹介または
顧客からの問い合わせ



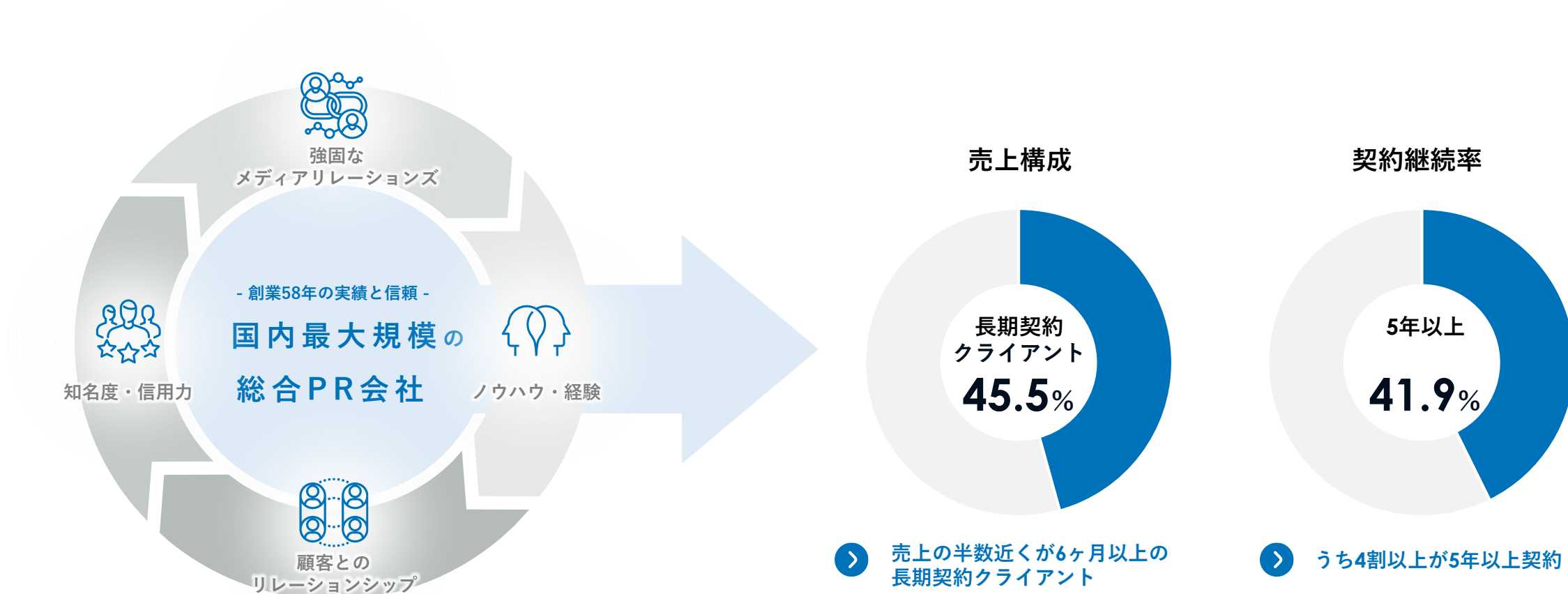
サービス体制の強化で顧客獲得余地





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

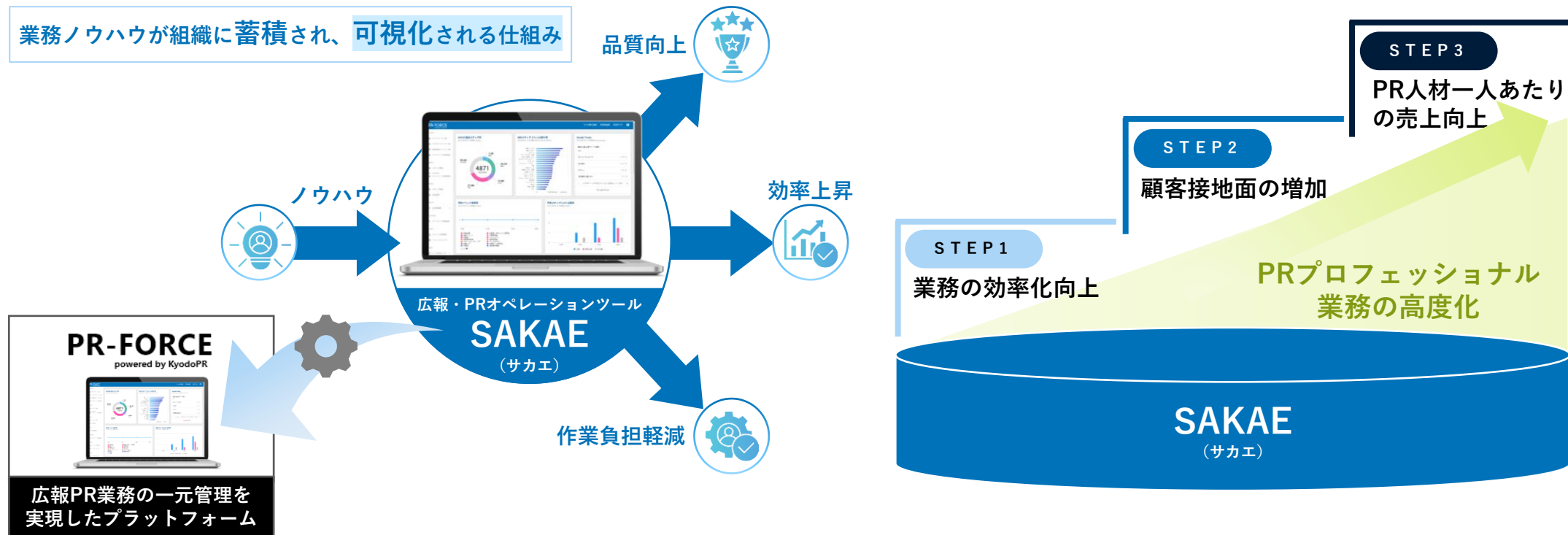
- リテイナー契約の40%超が長期契約、解約率も低水準を維持。また、顧客上位10社の売上は20%程度と偏りが少ない。
- 契約総数は順調に増加しており、契約5年以上のクライアントがリテイナー全体のほぼ半数。





広報・PRのDX推進ツール「SAKAE」が業務の基盤

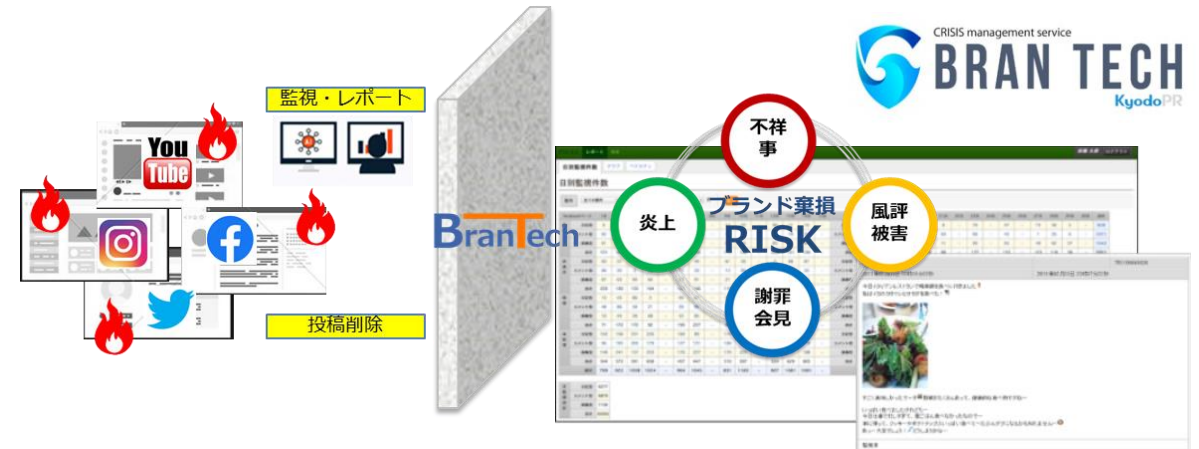
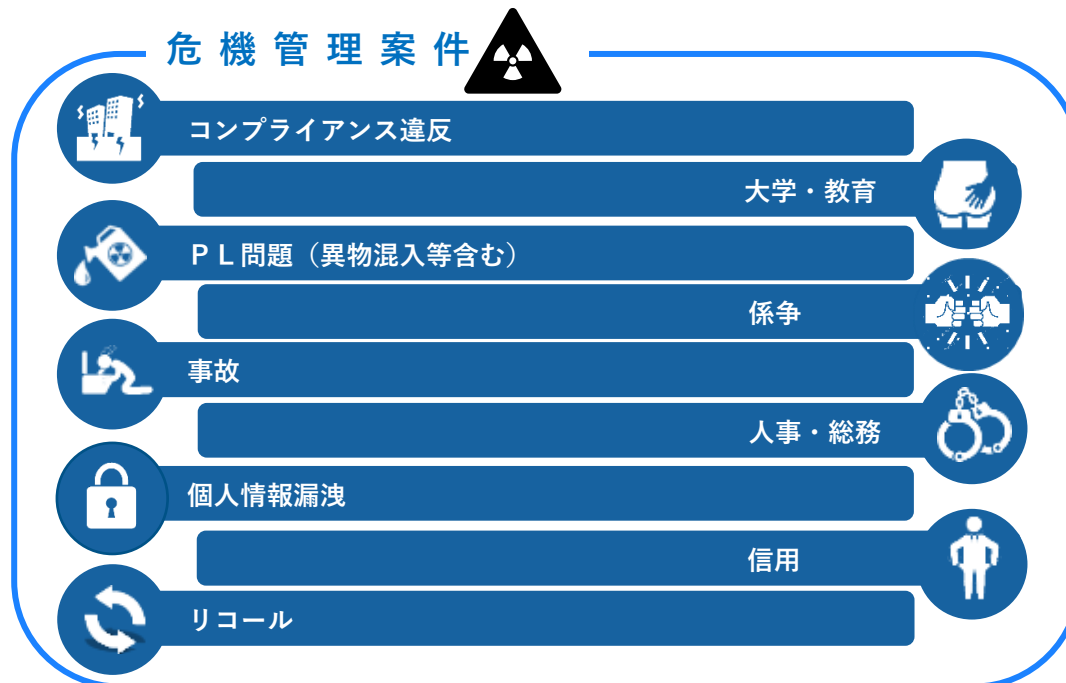
- 社内DX推進の一つとして、2022年10月27日よりSAKAE（サカエ）を稼働。広報に必要な様々な業務の効率化やOKR（Objectives and Key Results＝目標と主要な成果）の指標向上に貢献している。
- また、社内業務への活用だけでなく、SaaS型広報/PR・マーケティングサービス「PR-FORCE（ピーアール・フォース）」のエンジンとしても活用。売上にも貢献していく。





危機管理

- ① 平常時：自社のリスク対応組織能力、システム・危機管理広報マニュアルの構築
- ② 危機発生時：迅速に事態収拾を図り、どのようにして信頼を早急に回復させるか
 - 事件事故・SNS炎上・不祥事など複雑化する企業を取り巻くリスク環境に対し、報道発表、メディア対応からお客様のトレーニング等、長年の実績にもとづく様々なコンサルティングに対応。⇒ あらゆる企業・団体が見込客となり得る。
 - 当社の強み⇒専門部署である『危機管理広報事業部』を広報・PRの黎明期である1993年に立ち上げ。以降、時代の変化とともに最新の知見を蓄積し、常に変化する危機のフェーズに的確に対応。
 - 危機管理は通常のPR案件よりも緊急性が高いこと及び、対応できる会社が限定的であることから高収益であることが多い。



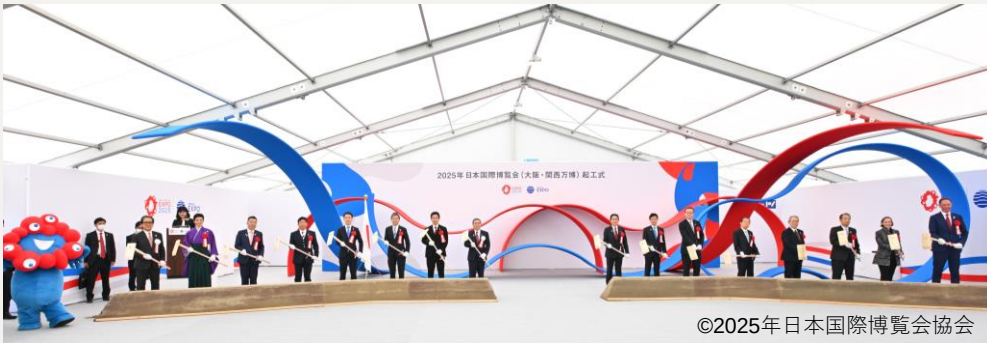
1. SNS公式アカウント投稿を24時間365日監視
2. 不適切投稿を自動削除
3. 管理画面と多言語対応
4. 業界最安値で即時導入可能

TOPICS①

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博） 起工式のメディア対応を実施

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）開幕2年前の4月13日に、夢洲（ゆめしま）の博覧会会場（大阪府大阪市此花区）で起工式を実施しました。

起工式には、閣僚含む政府関係者や国会議員、地元議員、府県知事や政令市長のほか、公式参加国、出展・協賛者、寄付者、施工者、プロデューサー、シニアアドバイザー、アンバサダー等の協会関係者など255名が出席しました。



©2025年日本国際博覧会協会



©2025年日本国際博覧会協会



TOPICS②

日本最大級の広告賞 「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」 新設されたPR部門を含む2部門で「ACCブロンズ」を受賞

【PR部門】

タイトル：『全く新しい業態「人材育成型」鮎店舗のオープン。
文化を継承する人材育成の「新たなしくみと価値」をPR。』

推進主体：ONODERA フードサービス

広告会社：新東通信

制作会社：共同ピーアール



【ブランデッド・コミュニケーション部門 B カテゴリー】

作品名：ドラマティックフレーズ

広告主：ECC

商品名：ECC ブランドコミュニケーション

広告会社：共同ピーアール・新東通信・LQVE

制作会社：LQVE



TOPICS③

ハリウッド超大作から社会現象となったメガヒット映画まで！
幅広くエンタメ作品の宣伝業務を担当



『007 / ノー・タイム・トゥ・ダイ』



『ジュラシック・ワールド 新たなる支配者』



『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』



『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』

TOPICS④

総フォロワー数350万人超で、モデル・女優として活躍中
VAZ社所属タレント星乃 夢奈 がシングルリリース！

1stシングル「男の子のために可愛いわけじゃない！」は、5/3(水)公開Tiko Tok Weeklyチャートでは世界的ヒット中のYOASOBI「アイドル」に次ぐ国内アーティストで2番目にランクイン！

TikTok上での総再生数は、1.5億回再生！



2023年5月3日公開

billboard

Tik Tok Weekly Top20

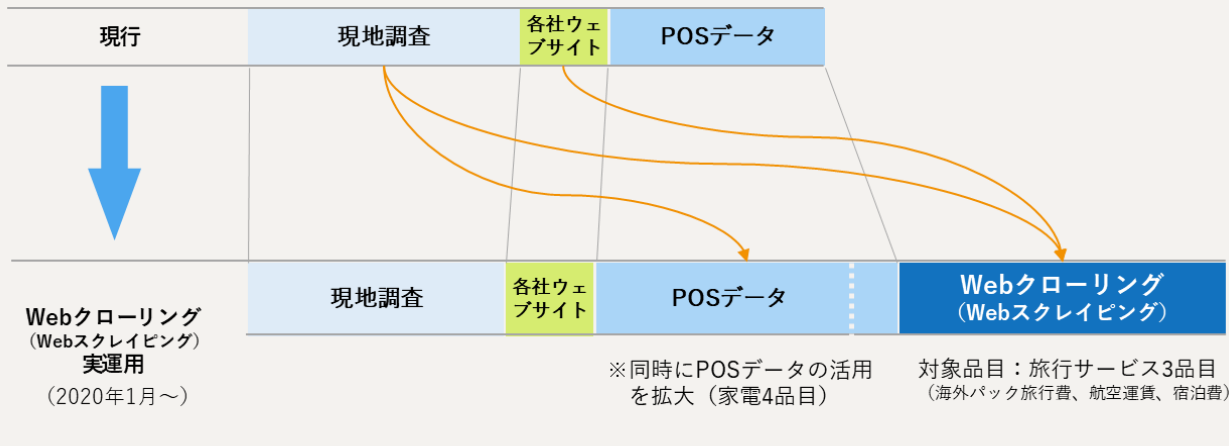
- 1位 アイドル / YOASOBI
- 2位 イフ・ウィー・エヴァー・ブローク・アップ / メイ・スティーブンス
- 3位 **男の子のために可愛いわけじゃない！ / 星乃夢奈**
- 4位 可愛くてごめん feat.ちゅーたん（早見沙織） / HoneyWorks
- 5位 FLOWER / JISOO
- 6位 君の目も鼻も口も顎も眉も寝ても覚めても超素敵 !!! / SHISHAMO
- 7位 Slow down(feat. LUSH CARABINER) / Ame lil melo
- 8位 グリーン・グリーン・グラス / ジョージ・エズラ
- 9位 可愛くてごめん (feat. かび) / Honey Works
- 10位 酔いどれ知らず / Kanaria

※出典：「Tik Tok Weekly Top20」をもとに当社作成



TOPICS⑤

消費者物価指数（CPI）算定にキーウォーカー社の Webクロールサービスを活用



※出典：「総務省統計局 消費者物価指数（CPI）へのウェブスクレイピングの活用について」をもとに当社作成

2020年1月から、Webクロール（Webスクレイピング）による価格収集（及びPOSデータの活用拡大）が開始されることでCPIの情報源が膨大な量となり、新たなフェーズに突入

2021年度から、これらのデータを取り込んだCPI（2020年基準）を公表開始

keywalker

TOPICS⑥

Salesforce Japan Partner Award 2023を受賞



Salesforce社が提供するビジュアル分析プラットフォーム「Tableau」の導入・活用支援。

デジタル化が急速に進む新しい世界において、デジタルトランスフォーメーションを実現するための欠かせない存在として、Growth 部門 Product カテゴリーJapan Partner of the Year を受賞

keywalker

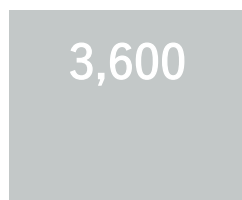
決算概要および業績予想



売上高

↑ 37.5%

+ 1,351 百万円



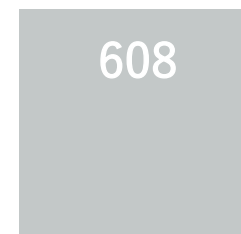
FY2022_3Q

FY2023_3Q

経常利益

↑ 7.9%

+ 48 百万円



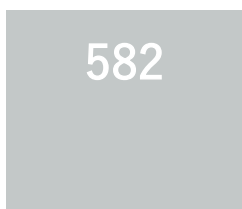
FY2022_3Q

FY2023_3Q

営業利益

↑ 10.0%

+ 58 百万円



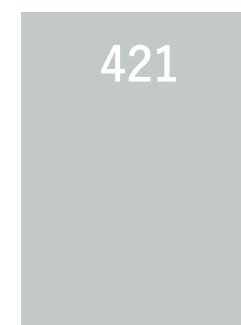
FY2022_3Q

FY2023_3Q

親会社株主に帰属する 当期純利益

↓ 17.0%

△ 71 百万円



FY2022_3Q

FY2023_3Q



売上高・営業利益・当期純利益

売上高	日本初誘致となる「GlobalCom PR Network」国際会議を10月に開催。インバウンド需要の高まりを背景にPR事業は堅調に推移。インフルエンサーマーケティング事業ではZ世代の創出・育成に長けているN.D.Promotionと業務提携を結ぶなど新たなプロジェクトが始動。AI・ビッグデータソリューション事業では、ShtockDataやCERVNなどサブスクモデルの増加により収益性が向上。結果、連結売上高は、前年同期比で37.5%の増収。
営業利益	各種事業において売上高が大きく増加する中で、さらなる強固な経営基盤構築のため、積極的に人材採用・研修などを推進。営業利益は前年同期比10%増に落ち着く。人的資本を高める経営戦略と人材戦略の効果が表れ始めたことにより、2Q時点の前年同期比4.1%増益を上回る。
当期純利益	前第3四半期連結累計期間におけるキーウォーカー社の段階取得による差益の影響が、連結子会社したことにより、当第3四半期連結累計期間には特別利益として寄与しなくなったことが減少要因であるものの、2Q時点の前年同期比24.1%減益からは大きく改善（前年同期比11.6%減益）。

単位：百万円（端数切捨）

	2022年12月期 第3四半期	2023年12月期 第3四半期	増減額	前期比
売上高	3,600	4,952	▲ 1,351	▲ 37.5%
営業利益	582	641	▲ 58	▲ 10.0%
経常利益	608	657	▲ 48	▲ 7.9%
当期純利益	445	393	▲ 51	▲ 11.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	421	350	▲ 71	▲ 17.0%



セグメント別

PR事業	昨今多くの企業・団体の不祥事が多発しているなか、危機管理発生時にどの程度準備ができているか、企業・団体が組織として整備すべき項目の状況を確認できる危機管理広報体制の診断サービスを開始。多数のクライアントから引き合いをいただく。売上高は前年同期比24.9%の増収。セグメント利益は前年同期比4.8%の増益。
インフルエンサーマーケティング事業	第3QにVAZの本社およびスタジオを銀座へ移転統合し、社員・クリエイター間のコミュニケーションの活性化と業務効率化を進める。タレント育成事業である「めるぷち」が過去最高のアドセンス収益を計上。売上高は前年同期比40.0%の増収。セグメント利益は前年同期比2.0%の増益。
AI・ビッグデータソリューション事業	AIと機械学習のプラットフォーム「Dataiku」を提供するDataiku社とパートナー契約を締結し、AI社会の浸透における課題に踏み込んだ活動を開始。売上高は前年同期比277.4%の増収。セグメント利益は424.0%の増益。

単位：百万円（端数切捨）

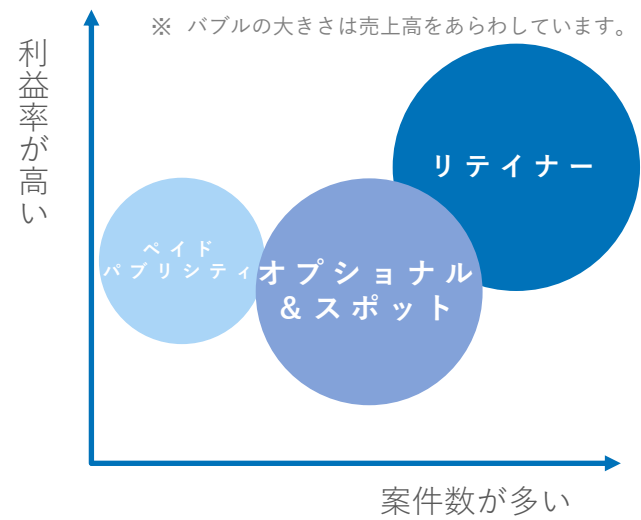
	2022年12月期 第3四半期	2023年12月期 第3四半期	増減額/(増減率)	
PR事業				
売上高	3,024	3,778	↑	753 (24.9%)
セグメント利益	579 (19.2%)	607 (16.1%)	↑	27 (4.8%)
インフルエンサー マーケティング事業				
売上高	421	589	↑	168 (40.0%)
セグメント利益	28 (6.8%)	29 (5.0%)	↑	0 (2.0%)
AI・ビッグデータ ソリューション事業				
売上高	154	584	↑	429 (277.4%)
セグメント利益	19 (12.4%)	100 (17.2%)	↑	81 (424.0%)
調整金				
売上高	-	-		-
セグメント利益	△44	△96	↓	51



PR事業

- **リテイナー**：6ヵ月以上の長期契約による企業などの広報活動支援およびコンサルティング
 >Point：安定的な利益率を見込めるストック型ビジネス
- **オプション＆スポット**：記者会見やイベントなど単発の広報活動支援および6ヵ月未満の短期的な広報コンサルティング
 >Point：リテイナー顧客の追加案件だけでなく、翌期以降のリテイナーに繋がる安定顧客の確保
- **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、顧客の意図する内容を記事形式で掲載
 >Point：案件数×単価

リテイナーの安定的な売上を基盤に、オプション＆スポット、ペイドパブリシティにも注力。

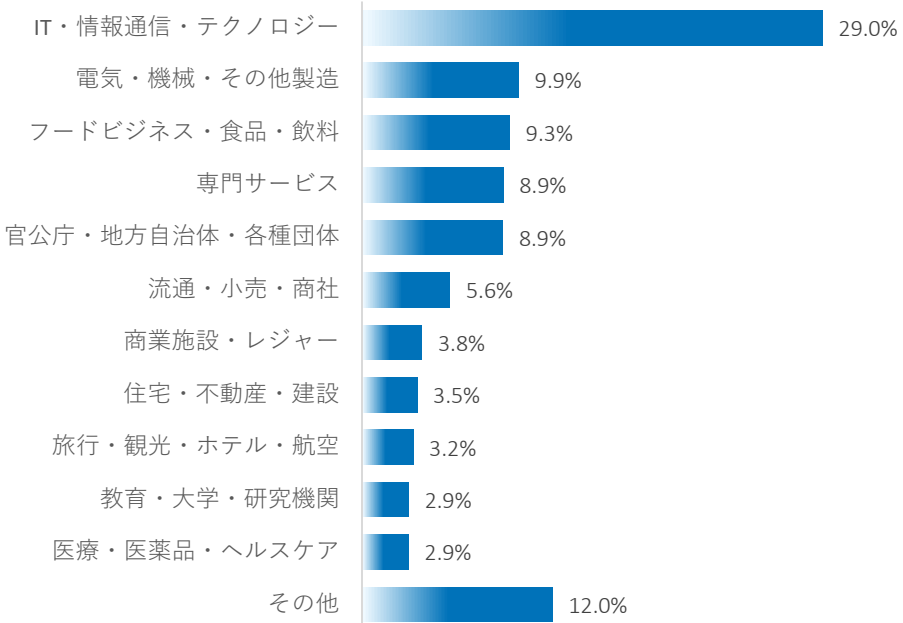


	長期顧客				短期顧客		
	タイプ1	タイプ2	タイプ3	タイプ4	タイプ1	タイプ2	タイプ3
ペイドパブリシティ			●	●		●	●
オプション＆スポット		●		●	●		●
リテイナー	●	●	●	●			



リテイナー売上高構成および外資比率 [単体]

リテイナー売上高構成	2022年12月期 第2四半期	2023年12月期 第2四半期	増減ポイント
IT・情報通信・テクノロジー	26.4%	29.0%	▲ 2.7
電気・機械・その他製造	13.3%	9.9%	▼ 3.4
フードビジネス・食品・飲料	8.6%	9.3%	▲ 0.7
専門サービス	7.8%	8.9%	▲ 1.1
官公庁・地方自治体・各種団体	11.2%	8.9%	▼ 2.3
流通・小売・商社	5.6%	5.6%	▼ 0.1
商業施設・レジャー	5.7%	3.8%	▼ 1.9
住宅・不動産・建設	3.3%	3.5%	▲ 0.2
旅行・観光・ホテル・航空	2.4%	3.2%	▲ 0.9
教育・大学・研究機関	1.7%	2.9%	▲ 1.2
医療・医薬品・ヘルスケア	5.0%	2.9%	▼ 2.1
その他	9.0%	12.0%	▲ 3.0



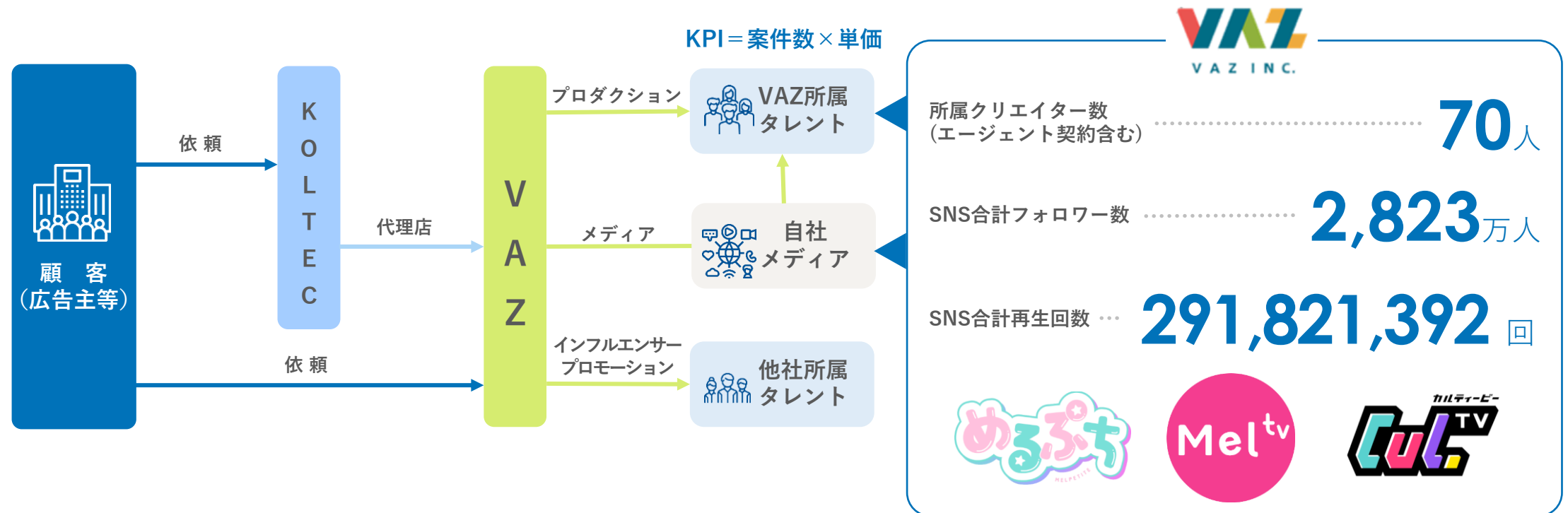
リテイナー売上構成	2022年12月期 第2四半期	2023年12月期 第2四半期	増減ポイント
国内企業	62.2%	61.6%	▼ 0.6
外資企業	37.8%	38.4%	▲ 0.6





インフルエンサーマーケティング事業

- プロダクション：広告元からVAZ所属クリエイターへのタイアップ依頼
- メディア：広告元からVAZ社独自メディアへのタイアップ依頼
- インフルエンサープロモーション：他社クリエイターとのタイアップ





AI・ビッグデータソリューション事業

● データ収集

-開発：Webクロール開発（Shtock Data）

>Point：案件数は多くないものの、単価が高く運用事業に繋がるサービス

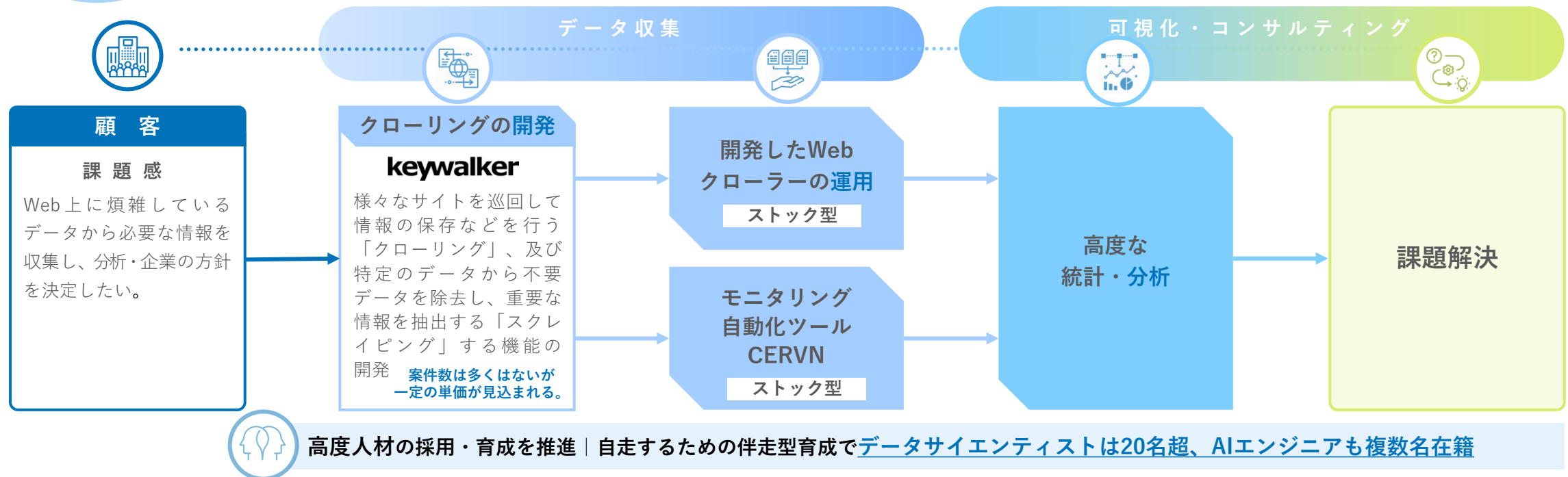
-運用：開発したWebクローラーの運用

>Point：ストック型ビジネスとして安定的な売上・利益を計上

● 可視化・コンサルティング

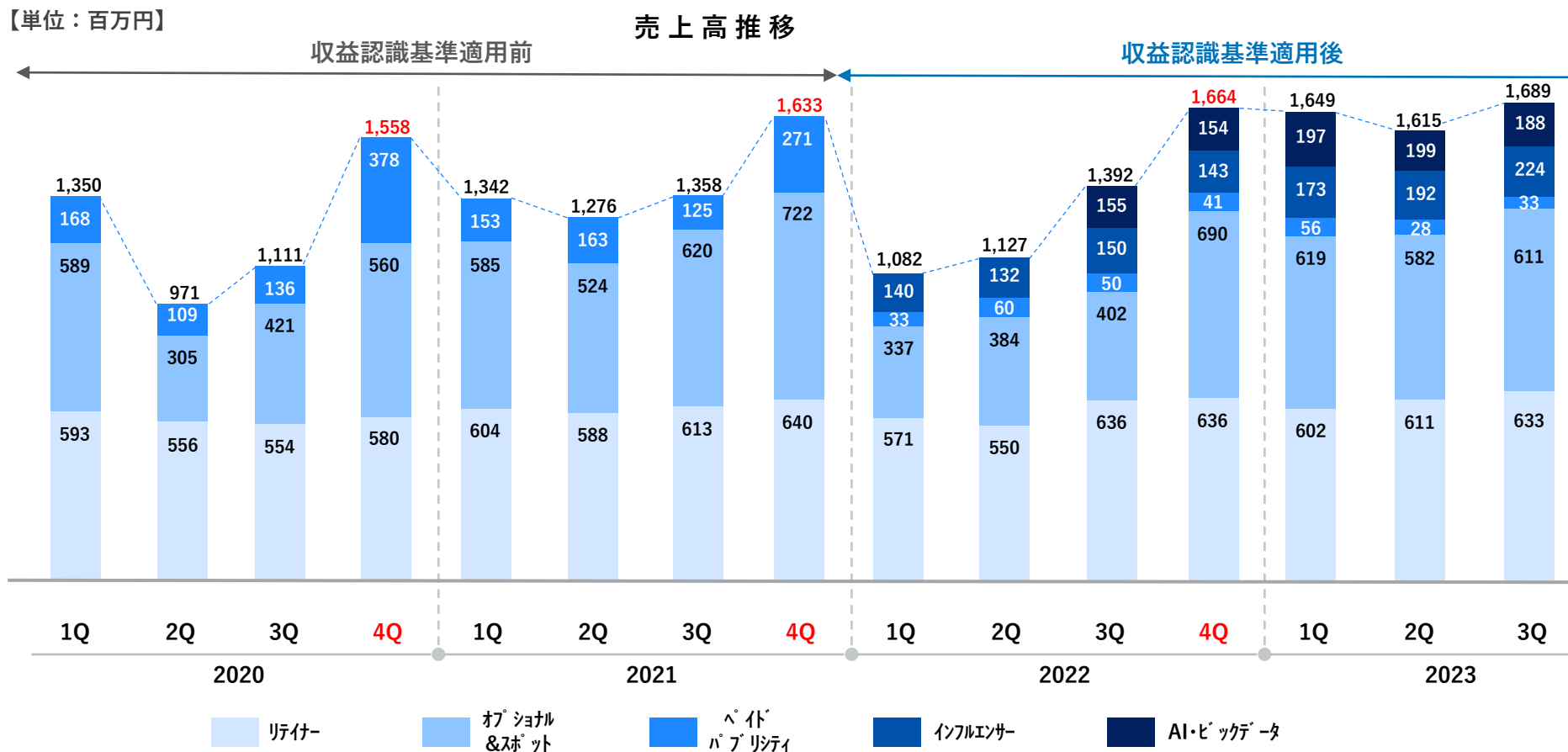
-分析：Tableauと高度な情報デザインとデータ統計・分析の知見を活かしたデータビジュアライゼーションを提供

+ α 人材開発：データサイエンティストの入社と教育



四半期ごとの推移（季節毎の売上高イメージ）

- 年末年始にイベントが集中することから、PRセグメントのオプション&スポット事業の貢献により、第1四半期（1月～3月）、第4四半期（9月～12月）に売上・利益が増加する傾向にあります。
- 事業年度が4月スタートの顧客が多いため、顧客の予算見直し等で当社の第2四半期（4月～6月）にかけて一時的にリテイナー事業が減少し、第3四半期（7月～9月）から復調する傾向にあります。



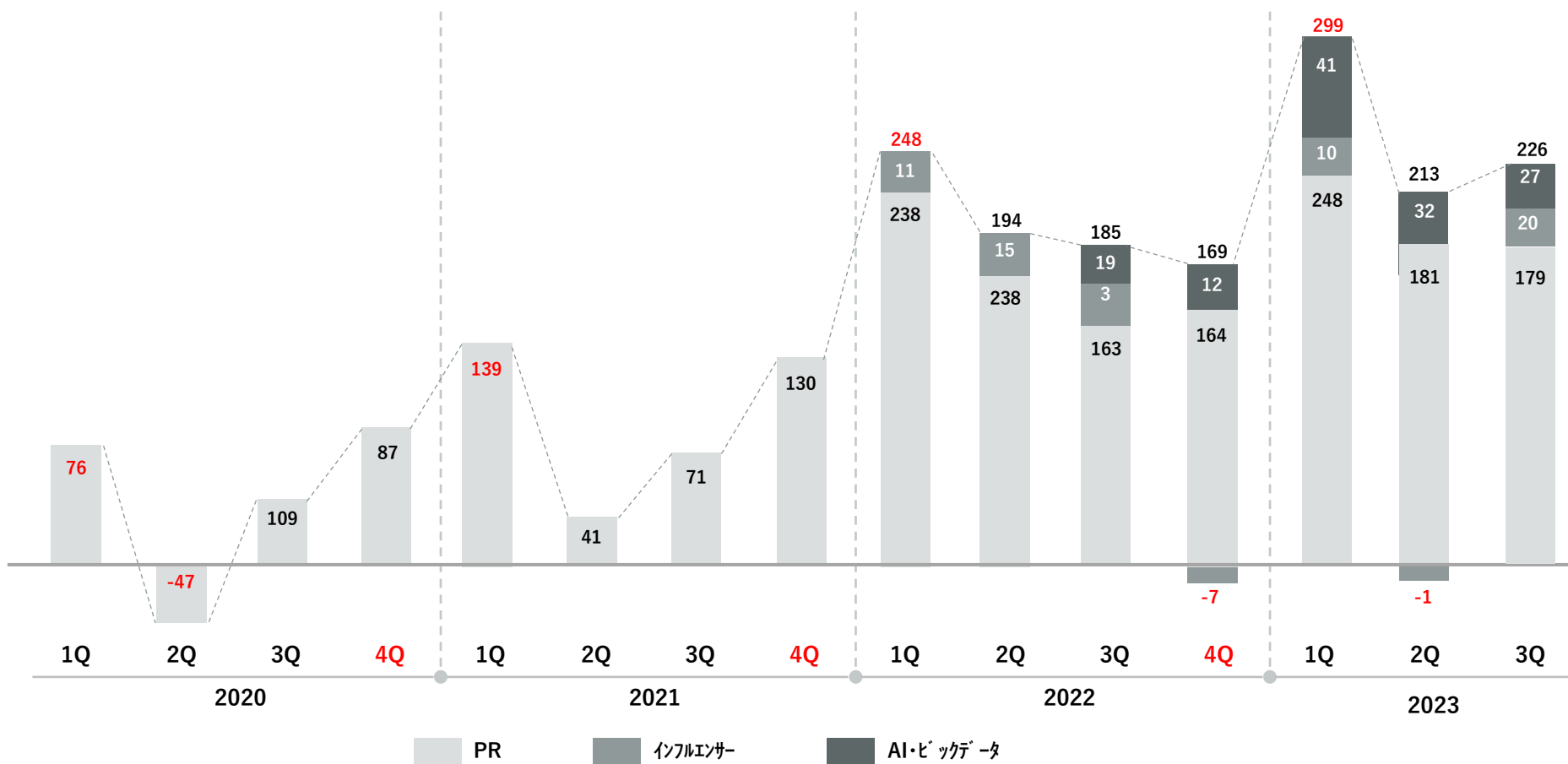
四半期ごとの推移（季節毎のセグメント利益イメージ）



- 利益額も売上高同様に第1四半期と第4四半期に増加する傾向にあり、特に第1四半期のPRセグメントの伸長が顕著です。

【単位：百万円】

セグメント利益推移





2023年12月期は過去最高営業利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 第3四半期	2023年12月期 第3四半期	増減率 (YonY)	通期業績予想	通期進捗率
	実績	実績			
売上高	3,600	4,952	▲ 37.5%	6,300	78.6%
営業利益	582	641	▲ 10.0%	770	83.3%
経常利益	608	657	▲ 7.9%	770	85.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	421	350	▲ 17.0%	455	77.0%

単体	2022年12月期 第3四半期	2023年12月期 第3四半期	増減率 (YonY)	通期業績予想	通期進捗率
	実績	実績			
売上高	2,542	3,307	▲ 30.1%	4,250	77.8%
営業利益	460	516	▲ 12.1%	670	77.1%
経常利益	479	679	▲ 41.7%	675	100.7%
当期純利益	316	478	▲ 51.0%	430	111.3%

創業以来過去最高
営業利益達成見込み











KyodoPR

事業戦略



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向上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。





『人的資本の強化』 ➤ 人材開発 / 人材育成

★★★ 社員の能力向上が業績に直結



手法の確立と実行

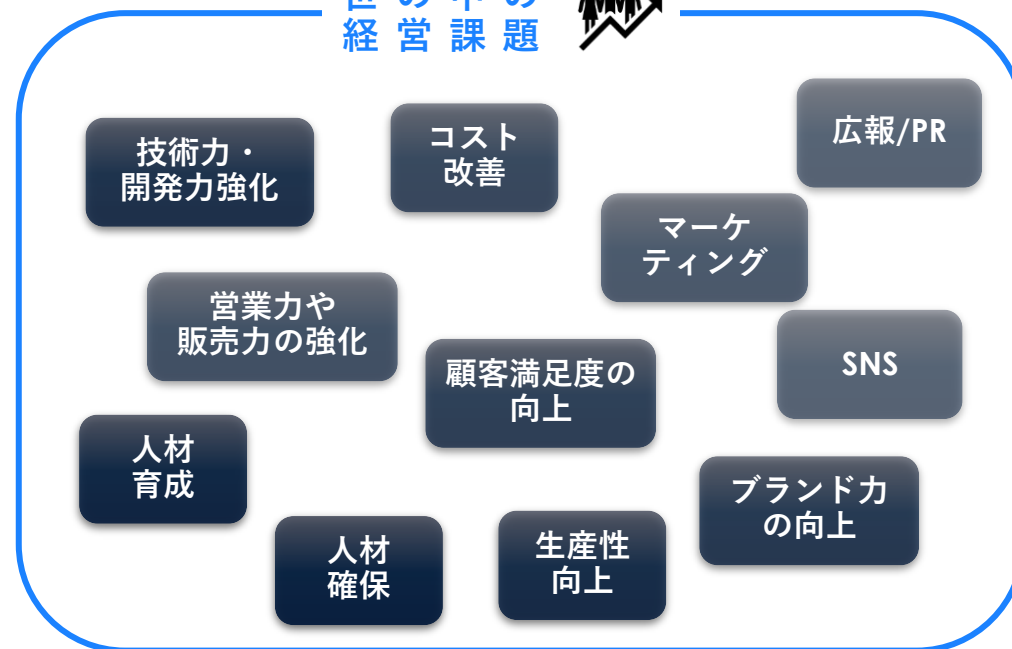
- 社内に人材育成タスクフォースを設置
 - i. 108項目の最新の独自メソッドプログラム (PR・マーケティング・広告・販促・SNS・AD・CRM…)
 - ii. クライアントの上流（経営課題）解決力
 - iii. 人材と時間を投資して1～3年で育成



めざすべき姿

- 広報・PRの課題だけではなく、様々な経営課題を共同PRグループ内外の力を用いてワンストップで解決

世の中の問題



オンラインで、学ぶ・育てる

デジマナ®

広報の学校

Institute of Public Relations



データベース化



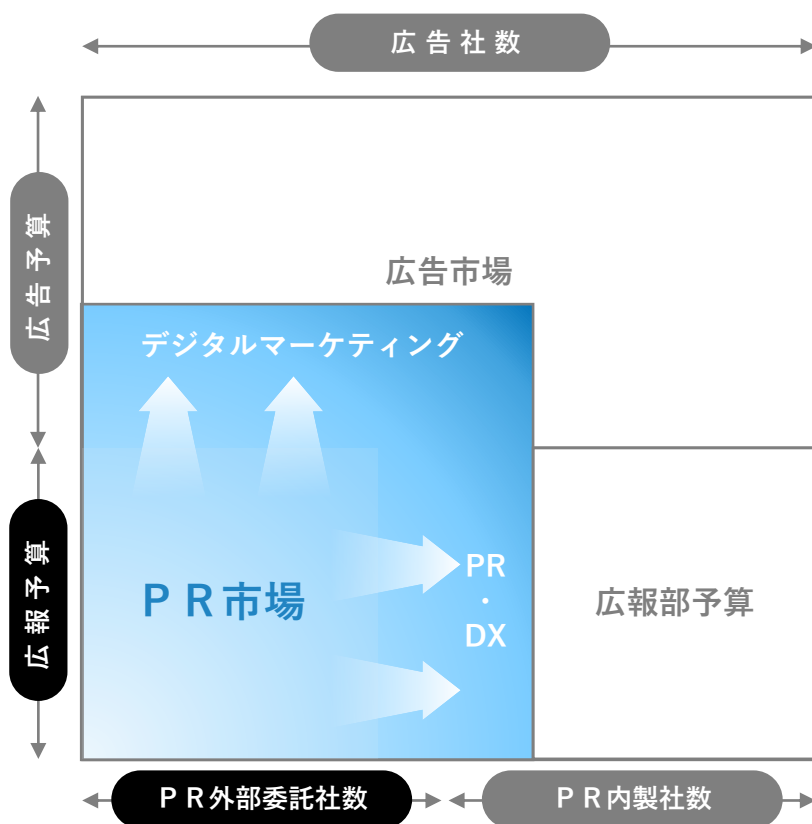
HR事業



育成した人材を
企業へ

PR-DXによるデータマーケティング市場への価値提供

- SAKAEでPRのPDCAを可視化する。
- 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。

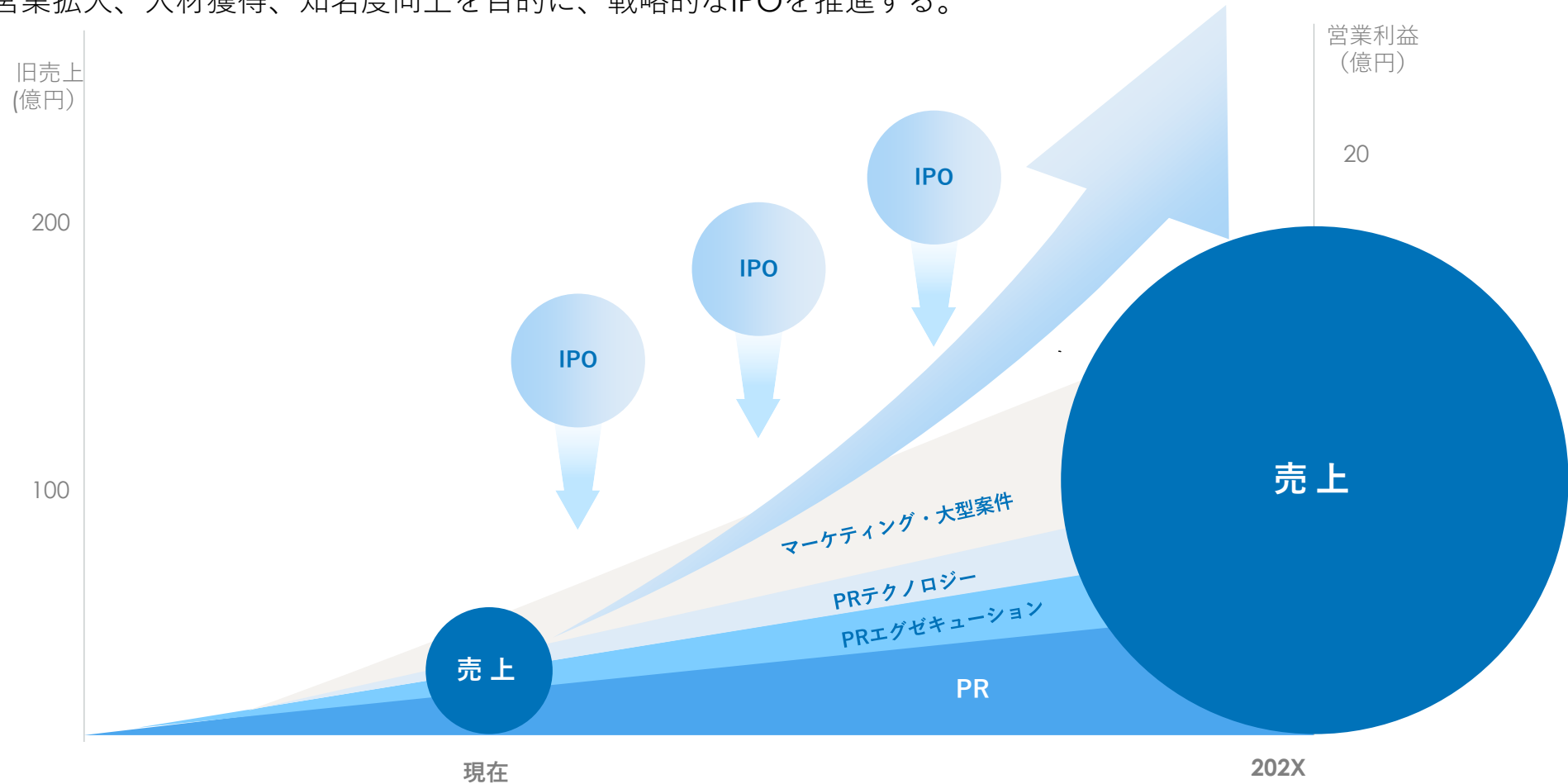


PR TODAY
＜メディア関係者向け＞
リサーチ・情報収集サポート



子会社IPOを視野に～PR拡大と同時に、新規事業が業績に寄与

- 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。



KyodoPR

投資家の皆さまへ



企業価値について

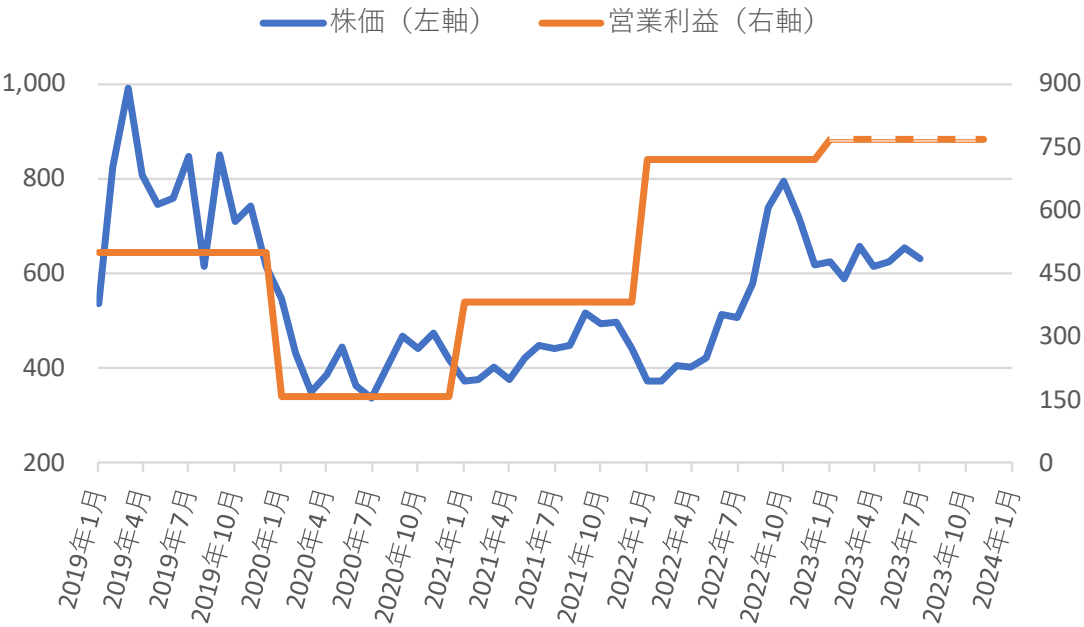
- 市場平均と比較して、ROEは高く、一方でPERは低い。
- 当社は今後デジタルマーケティング事業を強化し、PR市場の拡大を大幅に上回る成長率を狙う。

株価指標

銘柄	ROE	PBR	PER
共同PR(2436)	18.0%	2.2	12.0
スタンダード市場平均	6.0%	0.8	13.2
スタンダード市場サービス業	8.4%	1.2	13.7
小型株	7.0%	1.0	13.8

銘柄	ROE	PBR	PER	配当利回り
共同PR(2436)	18.0%	2.2	12.0	1.4%
PR事業A社	31.1%	4.8	15.5	1.9%
PR事業B社	8.7%	1.2	13.3	3.2%
PR事業C社	25.1%	4.0	15.8	2.1%
インフルエンサー事業D社	8.4%	4.0	48.0	0.0%
インフルエンサー事業E社	67.3%	16.5	24.5	0.0%
インフルエンサー事業F社	-4.6%	1.7	-35.9	0.0%
インフルエンサー事業G社	30.0%	4.7	15.8	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7月31日



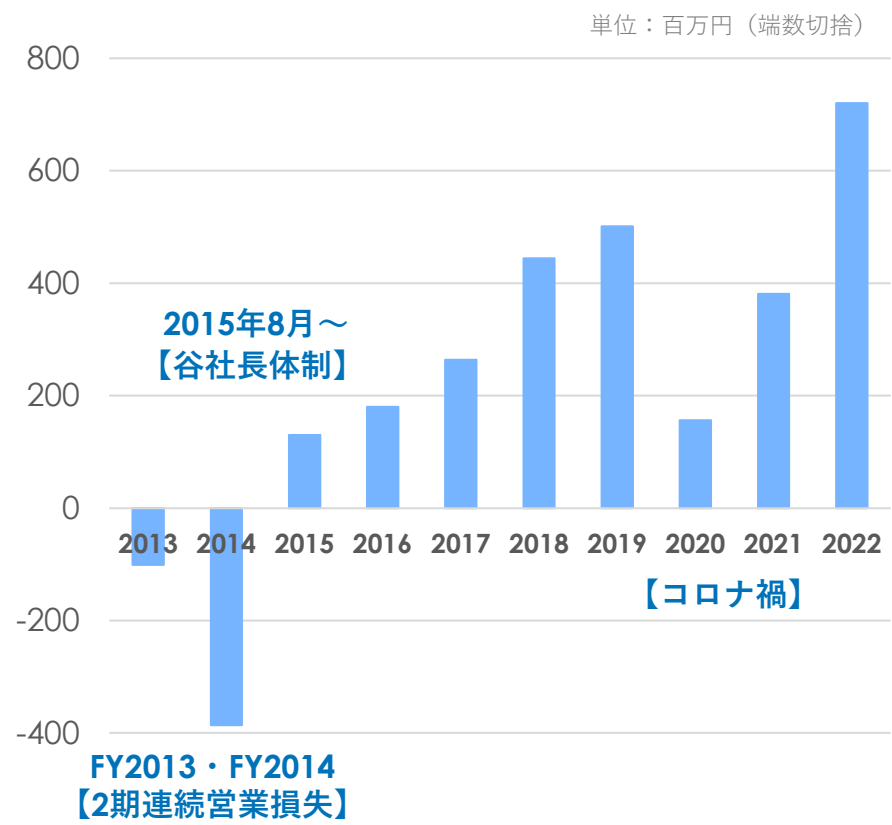
※点線は2023年12月期通期業績予想値。
※将来の営業利益を保証するものではなく、また、株価を予想するものでもありません。



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。

営業利益の推移

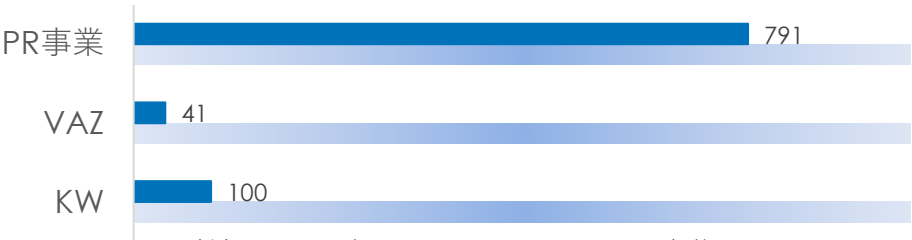


当社グループの時価総額

(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	932	-76	856
②類似企業の 平均EBITDA倍率	7	25	14			
①×②（理論値）	5,537	1,034	1,393	7,964		
時価総額（11月30日）						4,911

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11月30日

各事業のEBITDA拡大を中期的に目指す

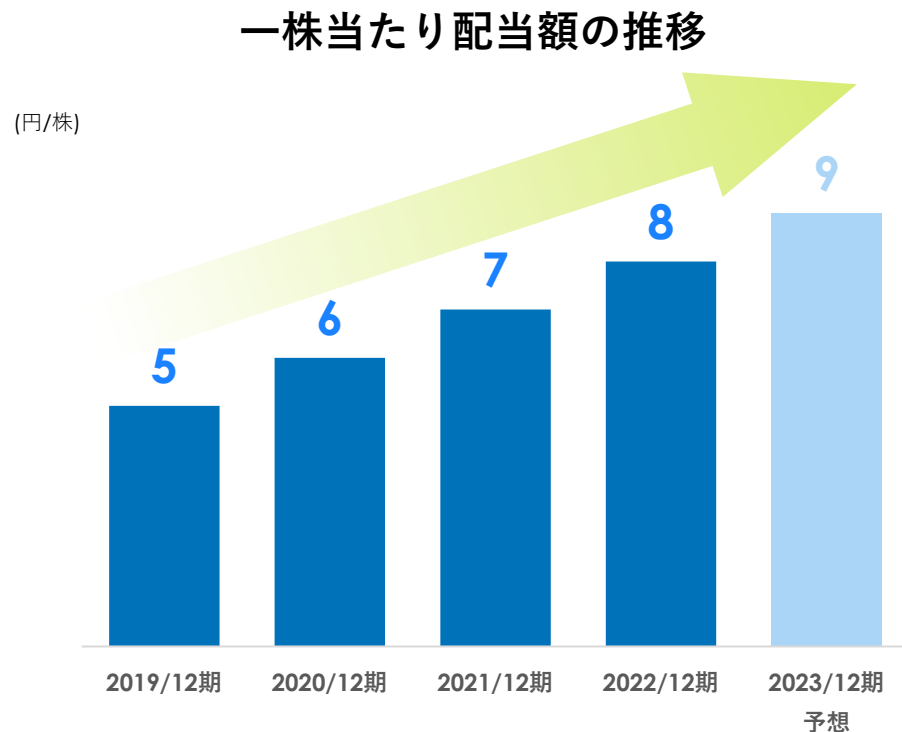


※将来のEBITDAを保証するものではなく、また、目標値を示すものではありません。



株主還元について

- 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。



※本グラフの一株当たりの配当金は2022年10月31日を基準日とした株式分割（1株→2株）を考慮した金額。



共同ピアーール・プレミアム優待倶楽部

優待ポイントを貯めて 2,000 種類以上の優待商品と交換！



IRメールマガジンへの登録のお願い

- TDnetを通じて公表した決算短信、適時開示等の情報
- その他、皆様へお知らせすべき情報

<https://www.kyodo-pr.co.jp/investor/irmail>



メールマガジン登録フォーム

氏名 必須

例) 山田 太郎

しめい（ひらがな） 必須

例) やまだ たろう

会社名（法人の場合）

例) 共同ピーアール

メールアドレス 必須

例) your@example.com

当社のプライバシーポリシーに同意の上、送信してください。

☐ プライバシーポリシーに同意する

送信する

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



IRに関する情報



IRに関するお問合せ



将来見通し等に関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。
また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成していますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身の判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

KyodoPR