



FINANCIAL UPDATE FY2023

2023年 12月期（第60期） 決算説明会資料

[証券コード 2436]

共同ピアーール株式会社

2436

2024年2月14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
5億4,789万円（2023年12月31日現在）

社員数
連結337名（2023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
・PR事業
・インフルエンサーマーケティング事業
・AI・ビッグデータソリューション事業

KYOWA
PUBLIC
RELATIONS
CO., LTD.



keywalker



1	2023年12月期	決算実績	P. 03
2	2024年12月期	業績予想	P. 15
3	中期経営計画		P. 18
4	Appendix		P. 43

KyodoPR

2023年12月期 決算実績

Copyright ©KYODO PUBLIC RELATIONS CO.,LTD.



売上高

↑ 31.0%

+1,631百万円



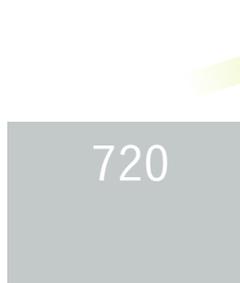
FY2022

FY2023

営業利益

↑ 16.8%

+120百万円



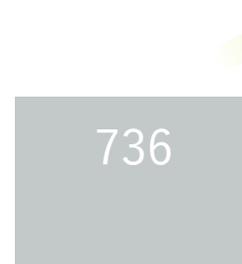
FY2022

FY2023

経常利益

↑ 17.2%

+126百万円



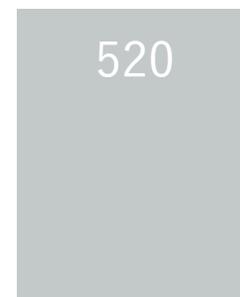
FY2022

FY2023

親会社株主に帰属する 当期純利益

↓ 6.3%

△32百万円



FY2022

FY2023



売上高・営業利益・当期純利益

売上高	新規リテイナーの獲得やマーケティングPRの提案を積極的に行いつつ、成長分野のインフルエンサーマーケティング事業や、ビッグデータソリューション事業といったDX推進への対応を展開するなど、多様化するクライアントニーズに戦略的に対応し前期比30%超の売上増。
営業利益	各種事業において売上高が増加した一方、強固な経営基盤を構築するため、積極的に人材採用や研修などを推進。2024年12月期以降、人的資本を高める経営戦略と人材戦略を掛け合わせることで営業利益率の改善を図る。
親会社株主に帰属する当期純利益	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。2024年12月期から通常運行に戻る。

単位：百万円（端数切捨）

	2022年12月期	2023年12月期	増減額	前期比
売上高	5,264	6,895	↑ 1,631	↑ 31.0%
営業利益	720	840	↑ 120	↑ 16.8%
経常利益	736	862	↑ 126	↑ 17.2%
当期純利益	538	545	↑ 7	↑ 1.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	520	487	↓ 32	↓ 6.3%



セグメント別

PR事業	当社でプロデュースした企業広告が、優秀な広告を表彰するACC賞を受賞するなど、PRと広告の業際化が深耕。当社の基幹ビジネスであるリテナー事業については、国内及び海外のIT・情報通信・テクノロジー関連クライアントを中心に他の事業分野の顧客においても堅調に推移し安定的な基盤構築に貢献。
インフルエンサーマーケティング事業	人気クリエイターユニットのさくらやおさきなどZ世代を対象とした自社クリエイターの案件の増加が顕著。ファミマプリントなど高利益率のIPビジネスの拡大が大きく売上・利益に寄与。
AI・ビッグデータソリューション事業	データ収集事業である「Shtock Data」や「CERVN」のストック型ビジネスにおいて、インバウンド以外からのチャンネル案件の獲得が順調に進み単価の底上げに成功。データ分析事業である「Tableau」もSalesforce社との協業を中心にビジネスが拡大。

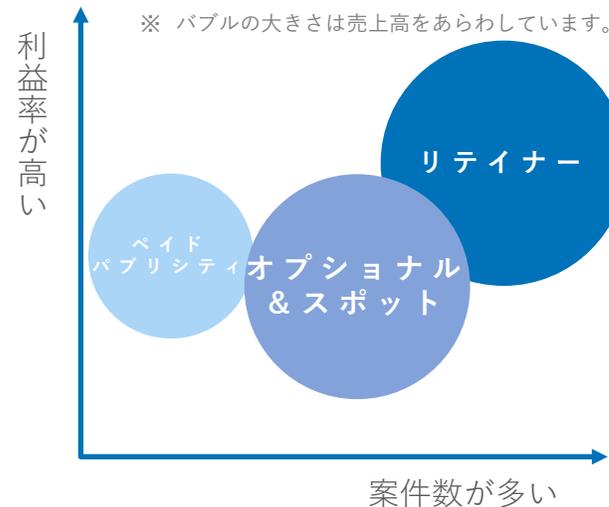
	2022年12月期 /(利益率)	2023年12月期 /(利益率)	単位：百万円（端数切捨） 増減額/(増減率)	
PR事業	売上高	4,392	5,282	↑ 890 (20.3%)
	セグメント利益	744 (16.9%)	810 (15.3%)	↑ 66 (8.9%)
インフルエンサーマーケティング事業	売上高	563	837	↑ 273 (48.5%)
	セグメント利益	21 (3.8%)	40 (4.8%)	↑ 18 (87.7%)
AI・ビッグデータソリューション事業	売上高	308	776	↑ 467 (151.4%)
	セグメント利益	31 (10.2%)	118 (15.3%)	↑ 87 (277.1%)
調整金	売上高	-	-	-
	セグメント利益	△76	△128	↓ 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。

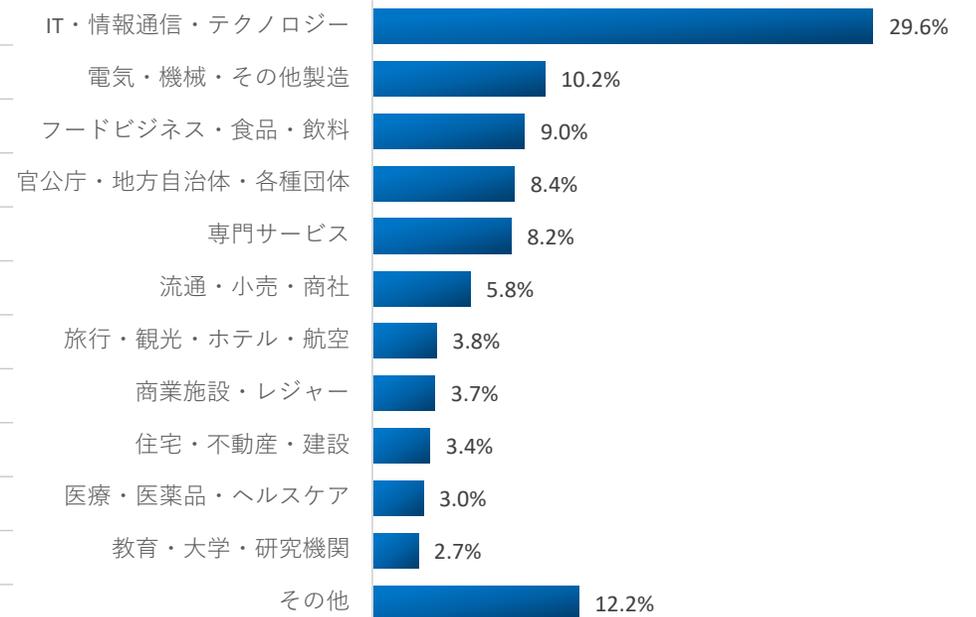


	長期顧客				短期顧客		
	タイプ1	タイプ2	タイプ3	タイプ4	タイプ1	タイプ2	タイプ3
ペイドパブリシティ			●	●		●	●
オプション&スポット		●		●	●		●
リテイナー	●	●	●	●			



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	2023年12月期	増減ポイント
IT・情報通信・テクノロジー	27.5%	29.6%	▲ 2.1
電気・機械・その他製造	11.8%	10.2%	▼ 1.6
フードビジネス・食品・飲料	8.8%	9.0%	▲ 0.2
官公庁・地方自治体・各種団体	11.7%	8.4%	▼ 3.3
専門サービス	7.1%	8.2%	▲ 1.1
流通・小売・商社	5.6%	5.8%	▲ 0.2
旅行・観光・ホテル・航空	2.5%	3.8%	▲ 1.3
商業施設・レジャー	5.0%	3.7%	▼ 1.3
住宅・不動産・建設	3.5%	3.4%	▼ 0.1
医療・医薬品・ヘルスケア	4.9%	3.0%	▼ 1.9
教育・大学・研究機関	2.0%	2.7%	▲ 0.7
その他	9.6%	12.2%	▲ 2.6



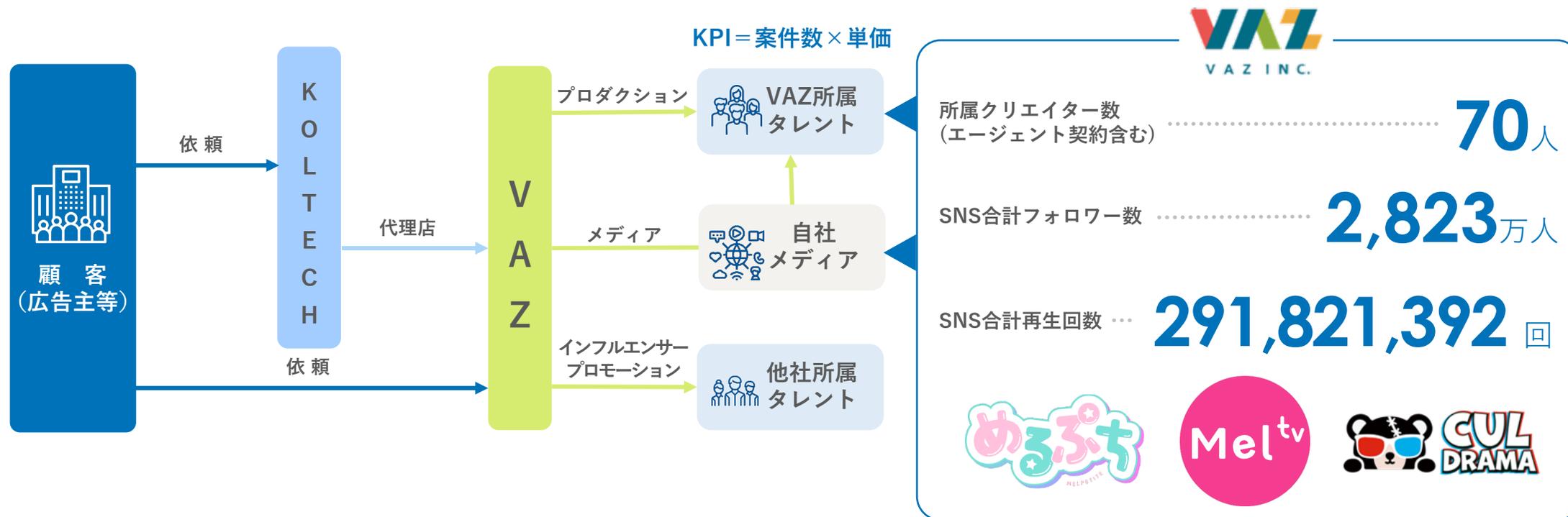
リテイナー売上構成	2022年12月期	2023年12月期	増減ポイント
国内企業	62.6%	60.3%	▼ 2.3
外資企業	37.4%	39.7%	▲ 2.3





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

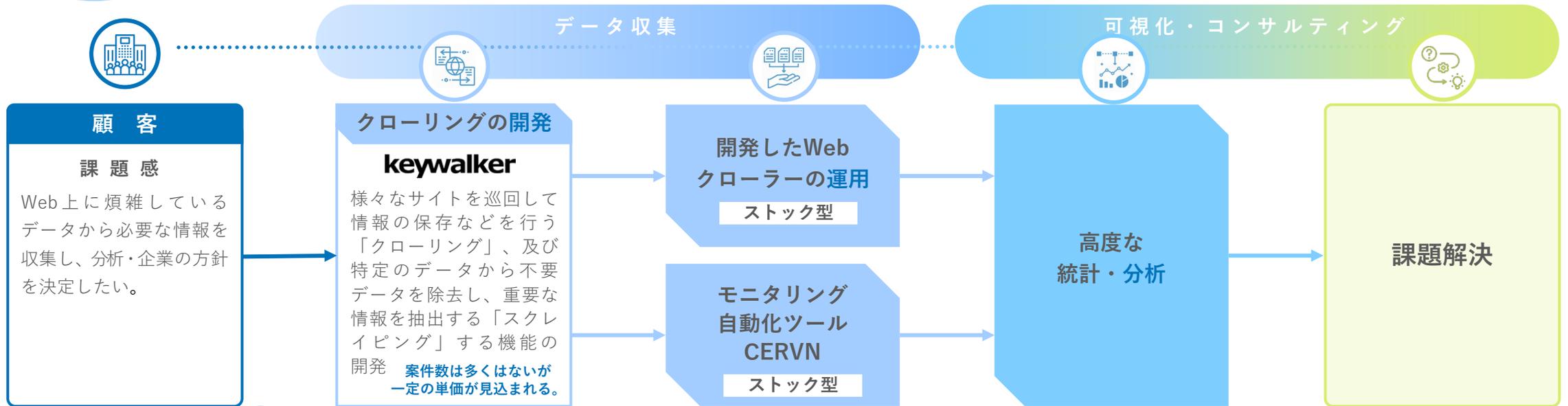
● データ収集

- 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

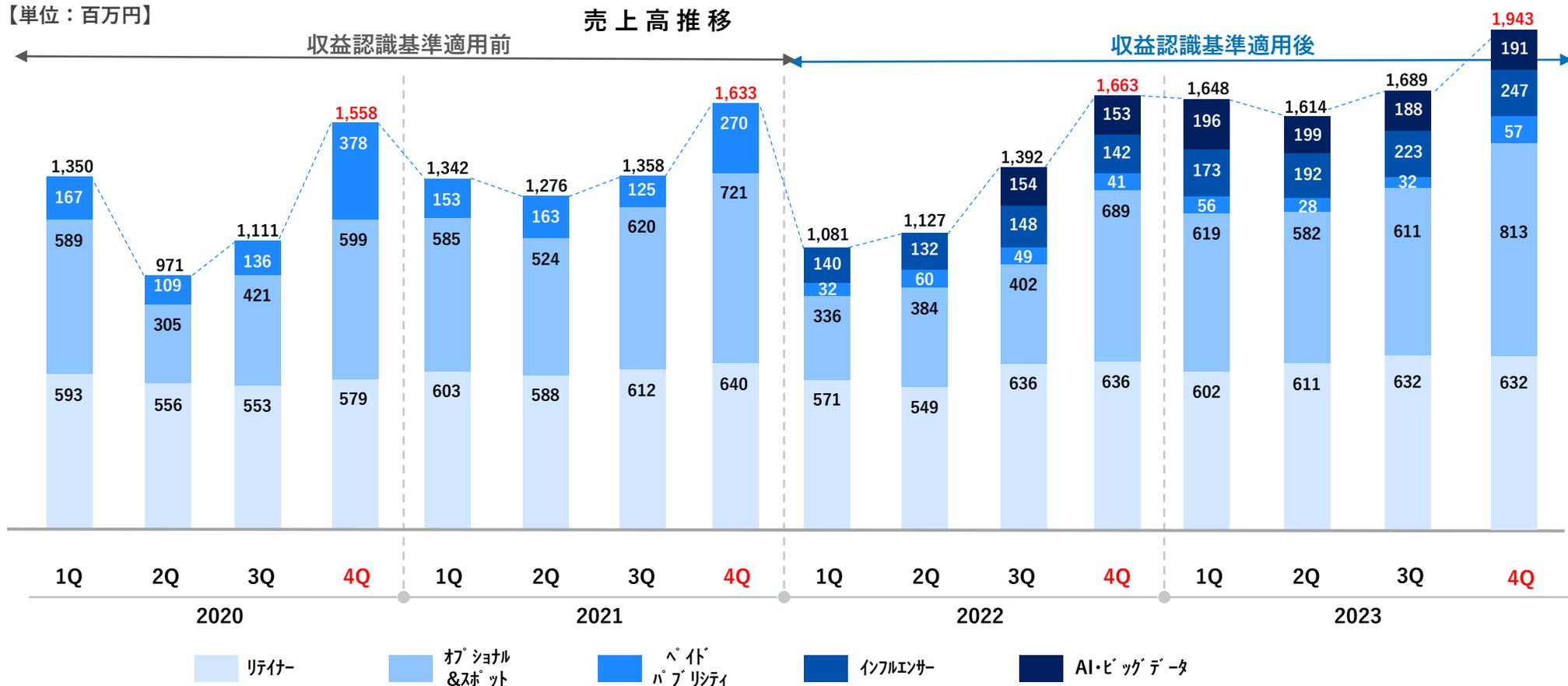


高度人材の採用・育成を推進 | 自走するための伴走型育成でデータサイエンティストは20名超、AIエンジニアも複数名在籍

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。



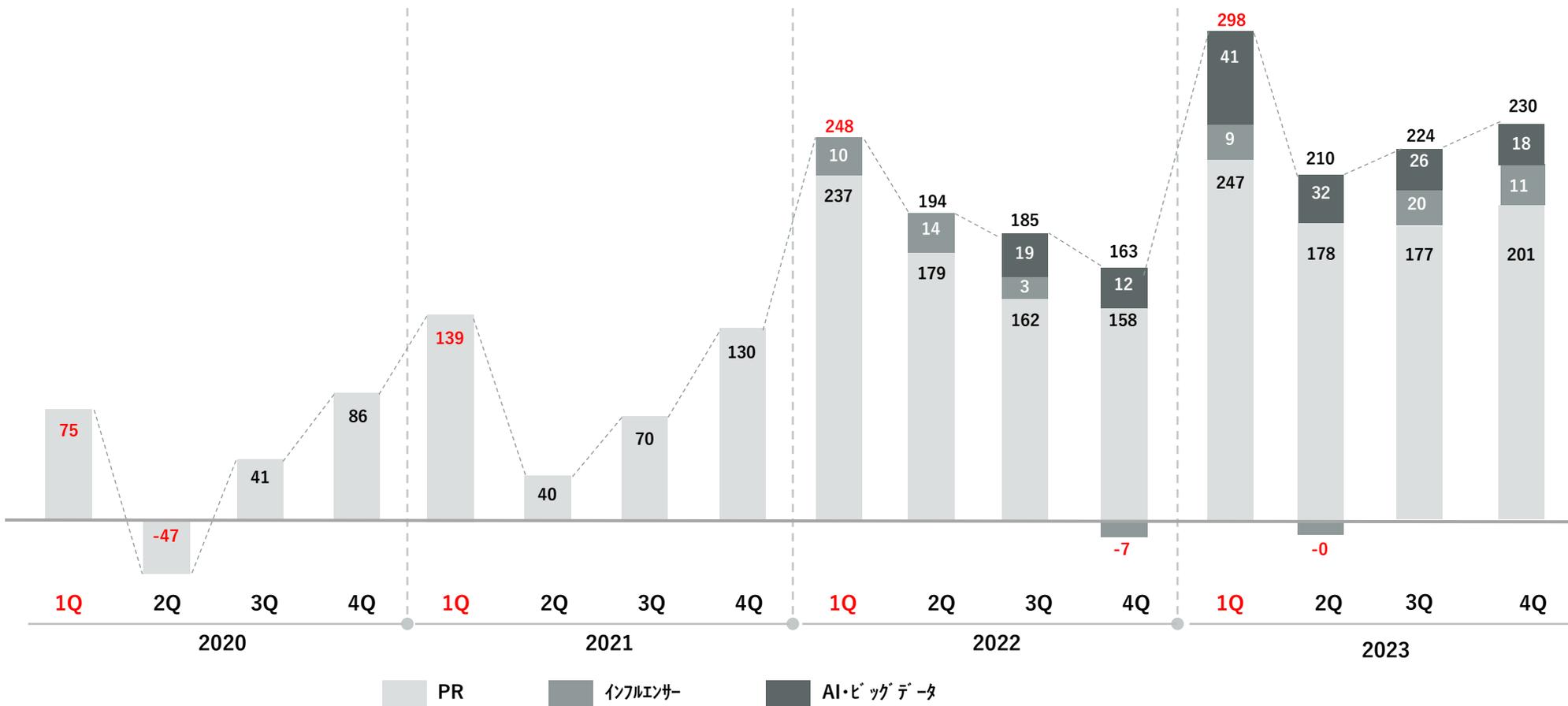
四半期ごとの推移（季節毎のセグメント利益イメージ）



- 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



※調整額除く



財務状況

単位：百万円（端数切捨）

	2022年12月期	2023年12月期	増減額	増減率
流動資産	3,681	4,139	↑ 457	↑ 12.4%
固定資産	1,326	1,288	↓ 37	↓ 2.8%
資産合計	5,008	5,428	↑ 419	↑ 8.4%
流動負債	1,468	1,532	↑ 63	↑ 4.3%
固定負債	762	564	↓ 197	↓ 25.9%
負債合計	2,230	2,097	↓ 133	↓ 6.0%
純資産合計	2,777	3,330	↑ 553	↑ 19.9%
自己資本比率	50.4%	54.8%	—	↑ 4.4Pt



キャッシュフロー

単位：百万円（端数切捨）

	2022年12月期	2023年12月期	主な要因
営業CF	546	770	<ul style="list-style-type: none"> ● 税金等調整前純利益 + 861百万円 ● 売上債権の減少 + 60百万円 ● 役員退職慰労引当金の減少 △32百万円 ● 仕入債務の増加 + 174百万円 ● 法人税等の支払 △348百万円
投資CF	△ 397	△ 34	<ul style="list-style-type: none"> ● 保険積立金の解約による収入 + 28百万円 ● 有形及び無形固定資産の取得 △53百万円
財務CF	219	△374	<ul style="list-style-type: none"> ● 長期借入金の返済 △262百万円 ● 自己株式の取得 △49百万円 ● 配当金の支払 △69百万円
現金及び現金同等物	2,291	2,656	

KyodoPR



2024年12月期 業績予想



2024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	2023年12月期	2024年12月期	増減額		増減率	
	実績	予想				
売上高	6,895	7,500	↑	604	↑	8.8%
営業利益	840	1,050	↑	209	↑	24.9%
経常利益	862	1,050	↑	187	↑	21.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	487	580	↑	92	↑	18.9%

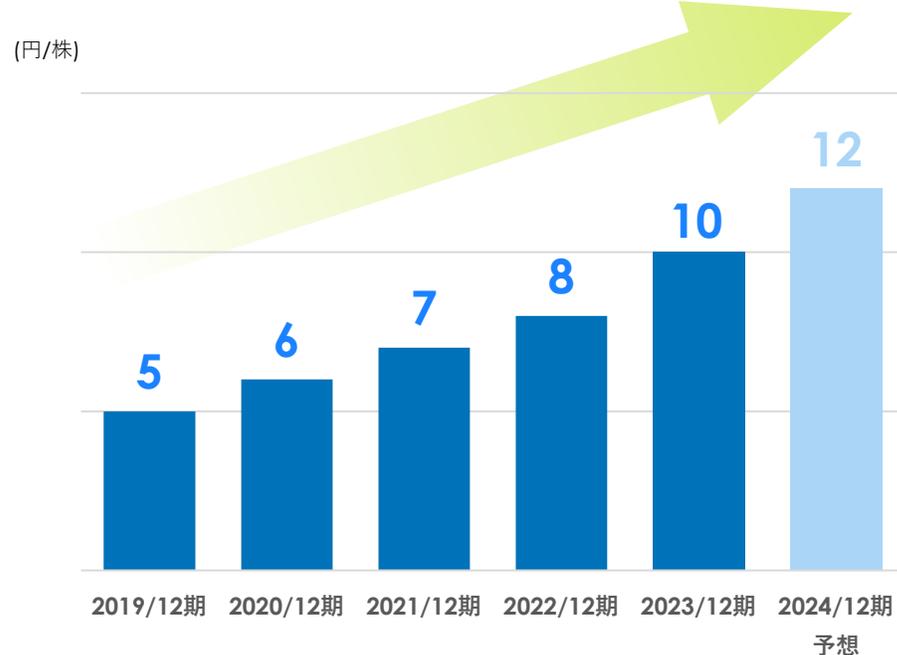
単体	2023年12月期	2024年12月期	増減額		増減率	
	実績	予想				
売上高	4,608	4,680	↑	71	↑	1.6%
営業利益	670	800	↑	129	↑	19.3%
経常利益	844	950	↑	105	↑	12.6%
当期純利益	603	680	↑	76	↑	12.7%



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。
- 当社では配当金、自社株買い、株主優待関連等を総合的に勘案した安定的な総還元性向を目指す。

一株当たり配当額の推移



※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！



中期経営計画



2024年 創立60周年

**ニュースを創り続けて
60年**



Profile

石栗 正崇 (いしぐり まさたか)

- 略歴 **B to B / B to C マーケティング、メディア、デジタル領域で実績**

2001年 4月 株式会社アックスコンサルティング 入社

2004年 1月 **株式会社サイバーエージェント 入社**

2006年 4月 同社インターネット広告事業本部 局長

2008年10月 同社グループ会社 代表取締役社長

2012年 6月 **株式会社アイスタイル 入社**

2015年 7月 同社執行役員オンプラットフォーム事業統括

兼同社人事本部 人材開発タスクフォース長

兼同社グループ会社 代表取締役社長

2022年 9月 当社 事業戦略室 室長

2023年 1月 当社PRアカウント第2本部本部長兼 事業戦略室 室長 (現任)

2023年 3月 当社取締役 (現任)

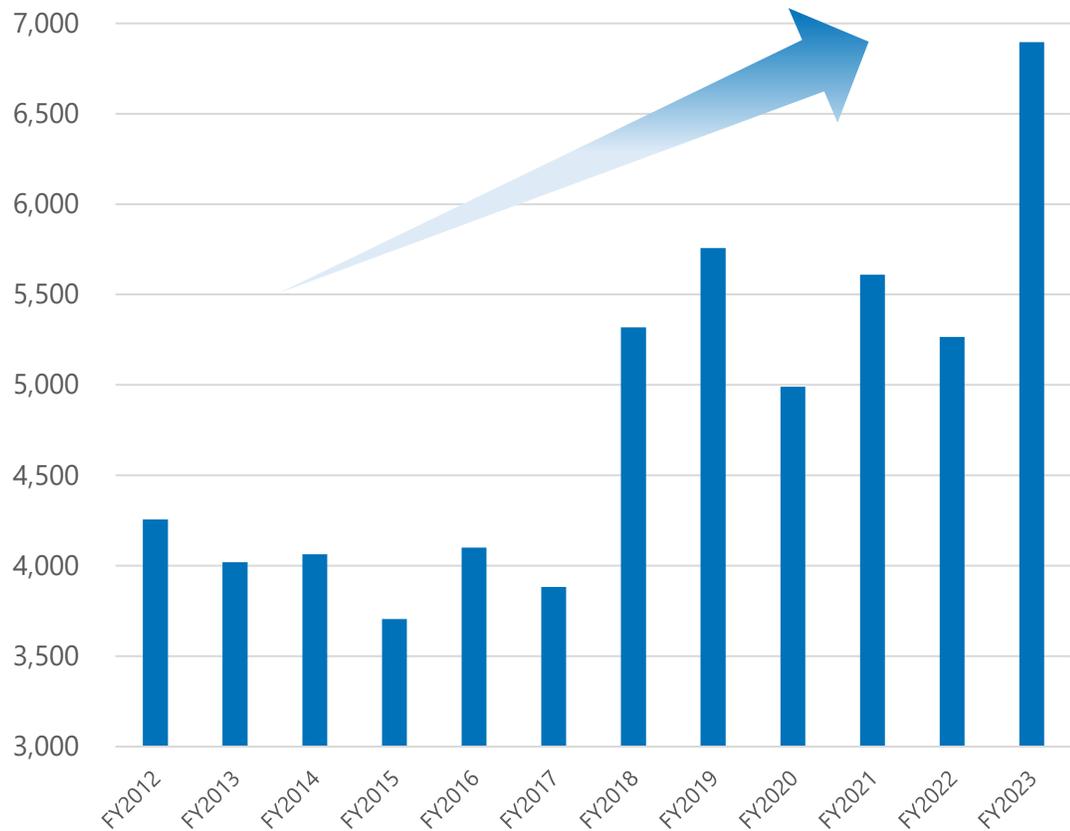
2024年 3月 **当社代表取締役就任予定**



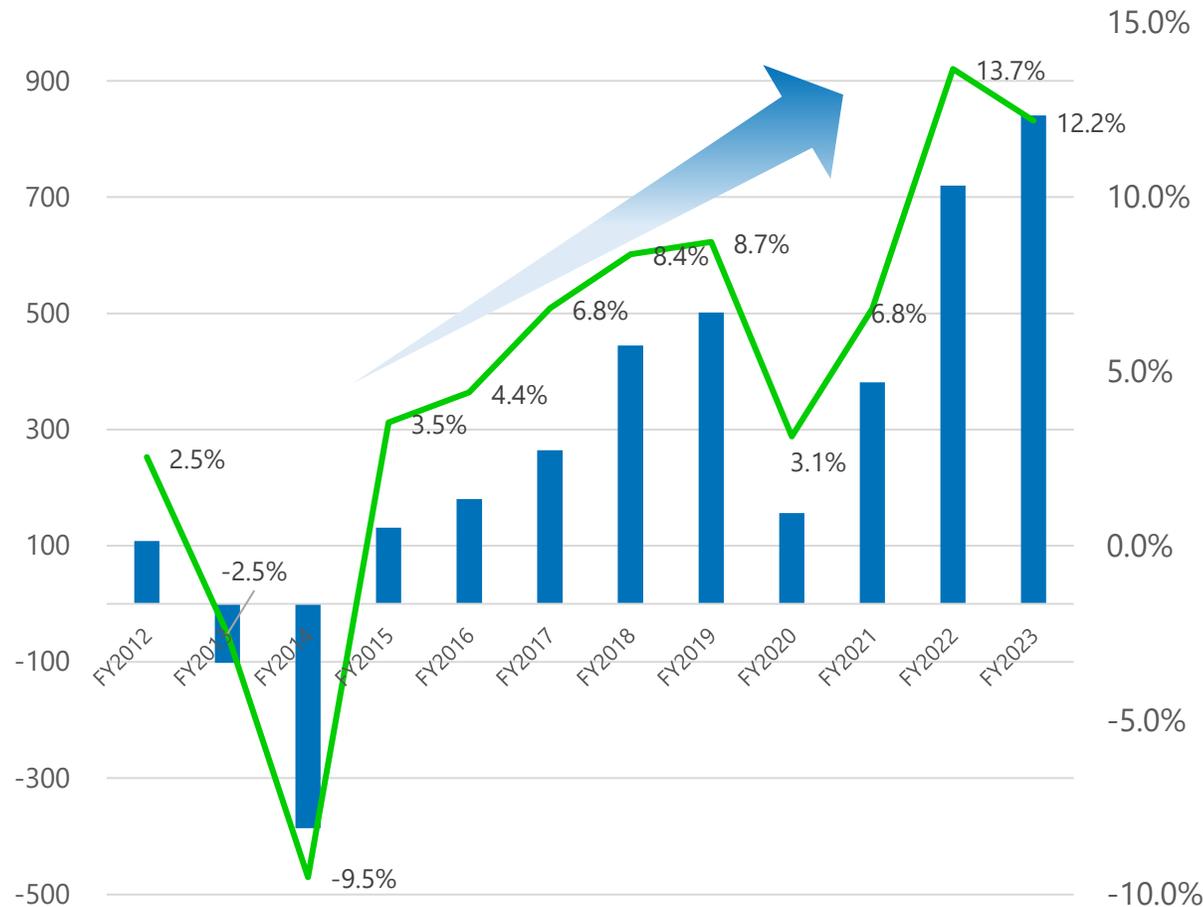
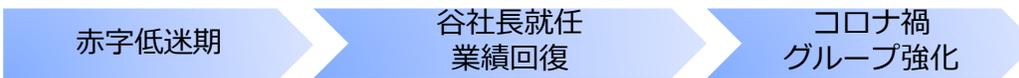


2024年 創立60周年

(百万円)



■ 売上高



■ 営業利益 — 営業利益率



2024年 創立60周年

メディアリレーションを活かした
最も歴史あるPR企業から



次の3年は

価値あるコンテンツを最も多く創る

New 'S design company



価値あるコンテンツを最も多く創る New'S design company

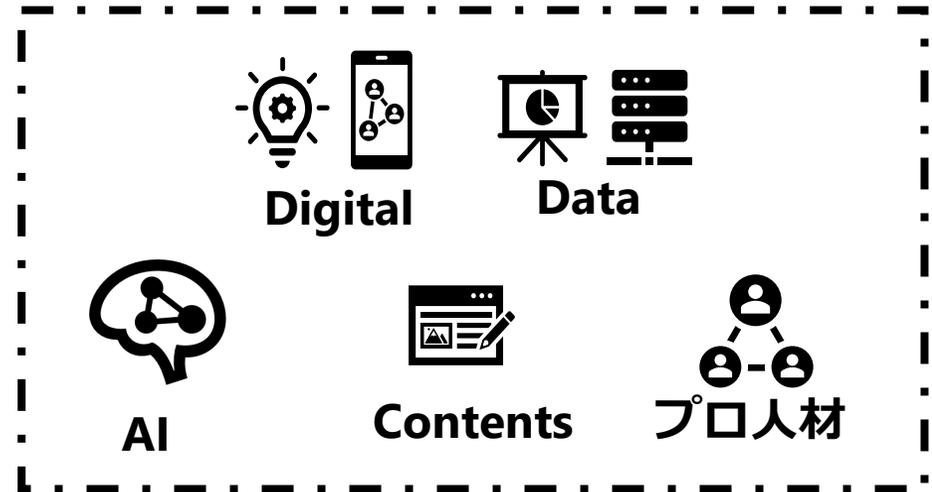
効果最大化に応える為の、価値あるニュースを創る

 × design

成長ドライバー

【従来の共同PRのアセット】

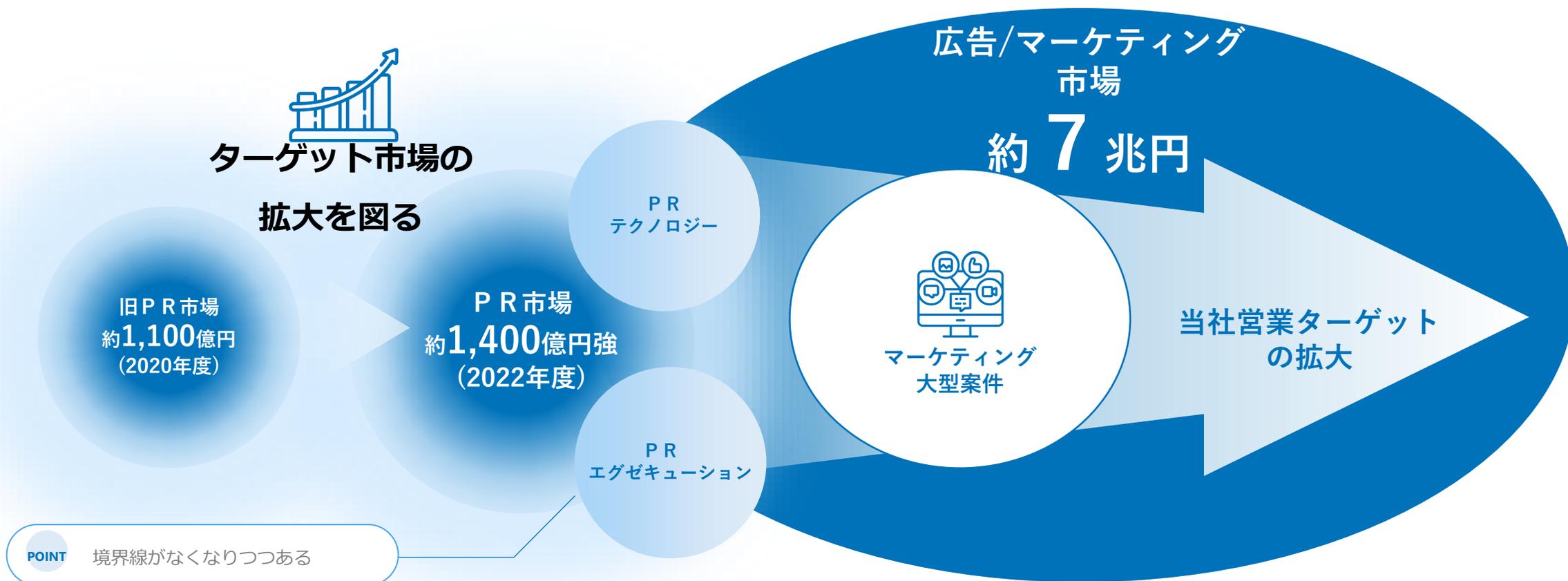
- ・ 優良な顧客基盤（数千社）
- ・ 60年培ったメディアリレーション(10,000社)
- ・ SAKAEなどのデジタル支援サービス





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

- 再定義：PR効果 = **マーケティングPR**（≒経営課題解決）
- 様々な効果と向き合うためには、広告市場の特にデジタル領域への参入が不可欠
- デジタルの力で、効果的/効率的に効果を出せるソリューションを提供

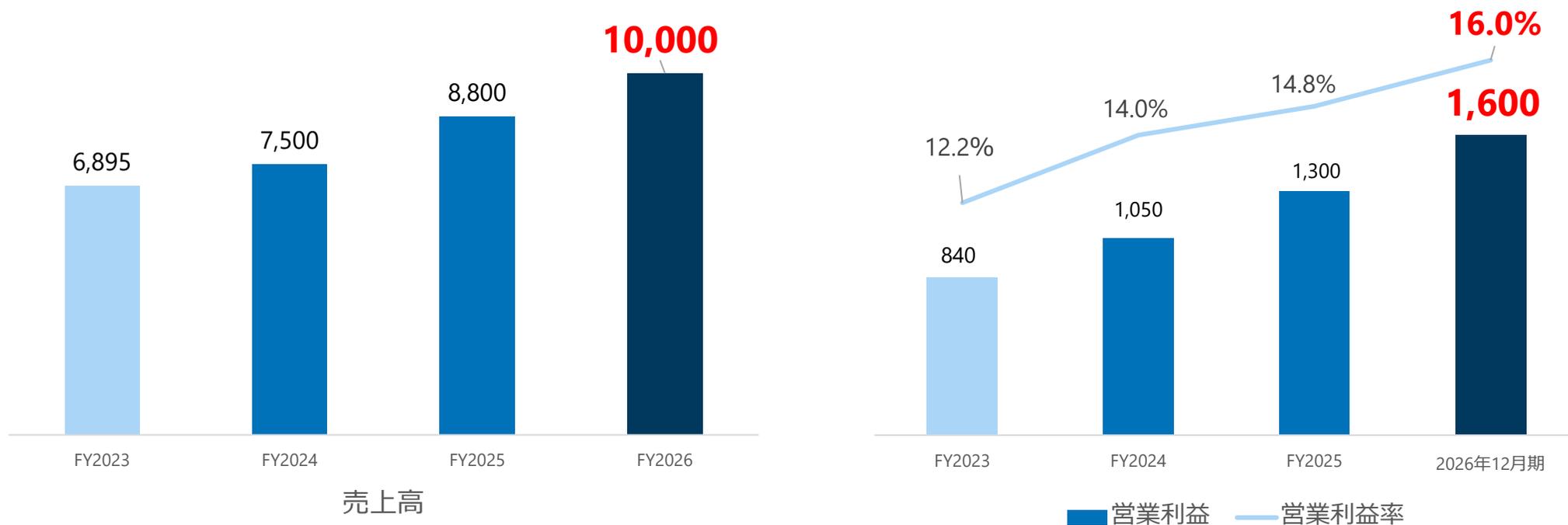




価値あるコンテンツを最も多く創る
New'S design company

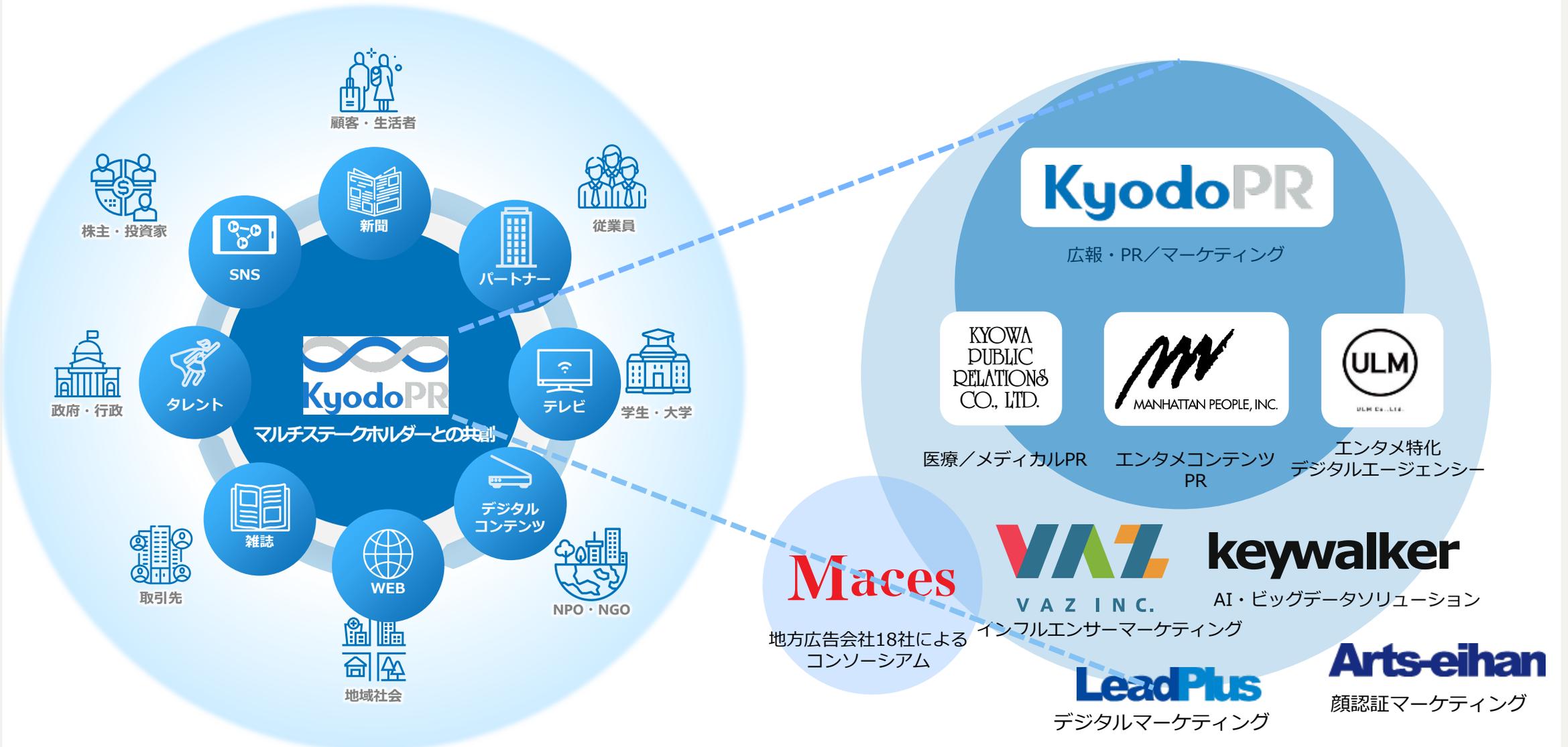
2026年

売上100億 / 営業利益16億





ステークホルダーと共に“デジタルで未来をdesignする”

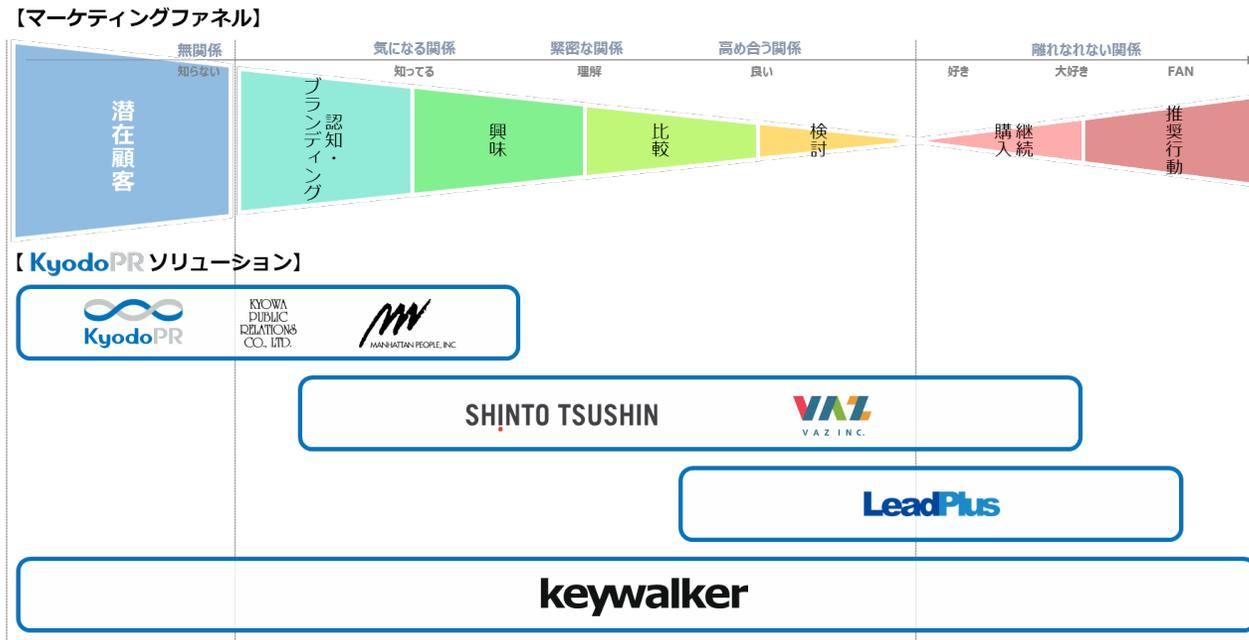




プロセスの見える化と効果実感に挑戦

効果最大化におけるpoint

- ニュースを創る力
- モノ/コトを広く届ける力
- プロセスの可視化 (PDCA)
- 本質的な課題解決力



* マーケティングファネルとは：顧客が製品やサービスを認知してから購入に至るまでの流れを図式化したフレームワーク

グループのプロダクト



ShtockData





グループ資産を集結し強化



keywalker

(仮) New 'S design studio 設立予定

創業来、大切にしているメソッド

“鳥の目”で全体を、

“虫の目”で現状を、

“魚の目”で世の中の変化をつかむ。



• Professional Standard

• PR-Professional • SNS MKT – Professional • DATA-Professional

• 幹部人材の育成

• 若手リーダーの育成



働き甲斐のある 環境・組織風土

- 従業員エンゲージメント向上
- 多様な人材の受入れ
- リアルとオンラインのハイブリッドな環境



ノウハウ・スキル の向上と多様化

- 経営戦略にそった人材ポートフォリオ
- リスキリング
- コンサルティングのDX化による質の向上



データ・デジタル 技術活用

- DX体制の構築
- オンライン、電子化
- AI導入による個人の能力向上



イノベーションの 創出

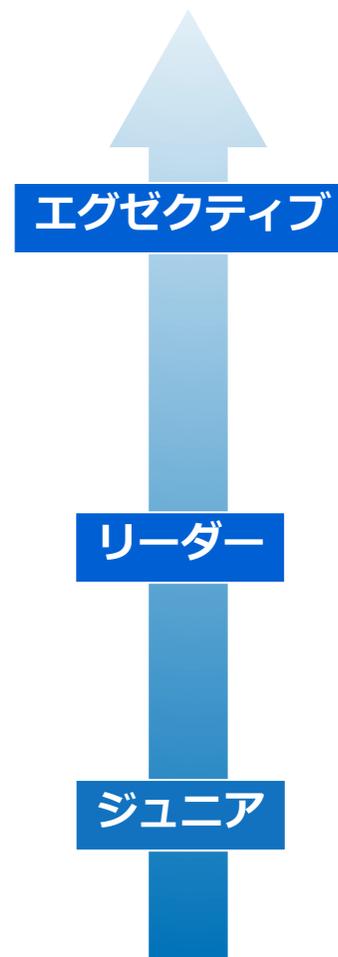
- 新規事業、M&A
- アルムナイネットワークの形成
- グループ企業内の連携（共創型）



【人材育成のメソッド】



【人材育成のマイルストーン】





PR 事業



戦略的パートナーとして、より川上のマーケティングへ

FY2023売上高	FY2026売上高
52.8億円	70.5億円

10,000+社
アプローチ可能メディア

広報の学校
Institute of Public Relations
オンラインで、学ぶ・育てる
デジマナ®

危機管理広報

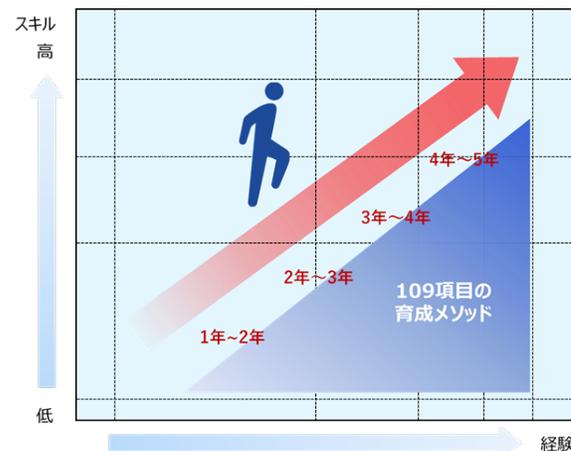
PR-professionalの育成と成長機会の提供

マーケティングPR領域の拡充

経営課題にマッチした新規事業の創出

事業提携の強化

PRコンサルタント スキルアップイメージ





PR 事業



PR-DX化によるコンサルティング業務の高度化

FY2023売上高	FY2026売上高
52.8億円	70.5億円

10,000+社
アプローチ可能メディア

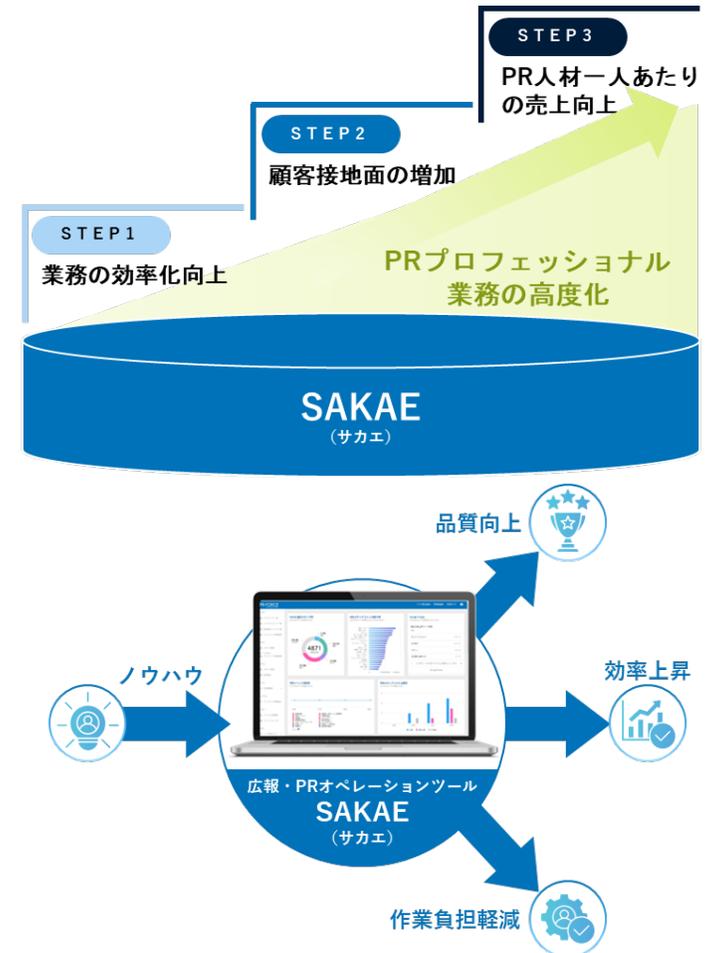
広報の学校
Institute of Public Relations
オンラインで、学ぶ・育てる
デジマナ®

危機管理広報

新規のお取引様強化におけるインバウンド受注率向上

リタイナーサービスの拡充

AI活用による質の向上/効率性の向上





インフルエンサーマーケティング事業

SNS
Design

Z世代を中心とした女性マーケティングにおける
リーディングカンパニーになる



FY2023売上高	FY2026売上高
8.3億円	15.9億円

■プロダクション事業 ➡ コンテンツ ⊗ マーケティング事業へ

■インフルエンサー ⊗ ソーシャルメディア
マーケティング

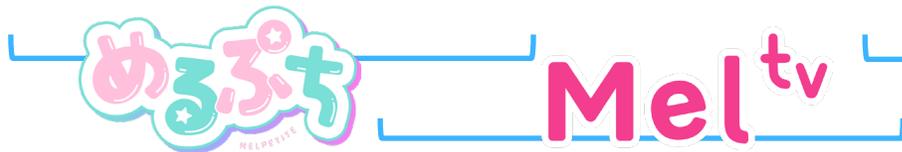
■美容市場の領域へ事業拡大 【新たな価値創造】





SNS MKT  **Design**

- ・ ティーン女子～F1層のインサイトを幅広くカバーする
ミドル～パワーインフルエンサー/メディアを保有



おさき さくら 星乃夢奈



新田さちか きりまる 田久保夏鈴 えみ姉



サラ

・ **インフルエンサー育成ノウハウ**

サラ、星乃夢奈、さくら、おさき、めるぷち、MelTV、CulTVを育成・グロースさせてきた実績とノウハウは優位性が高い。育成に真剣に向き合ってきたからこそ蓄積されたデータ・ノウハウ・制作力は、広告の出稿だけでなく、企画の立案・クリエイティブ制作まで統合的なソリューション提供ができるポテンシャルがある。



AI・ビッグデータソリューション事業

DATA
Design

“Global Future Visualization”

世界の未来を可視化する

FY2023売上高	FY2026売上高
7.7億円	13.6億円

 お客様自身がデータドリブンな組織になるための支援をする

keywalker

Tactics

- 営業力の強化
- データ収集事業・ストックビジネスの着実な成長
- データ分析事業の安定化と横展開
- AI事業にフォーカス

	Platform	Use Case	Tactics
			
Web Scraping	ShtockData	<ul style="list-style-type: none"> ● プライシング ● ブランド保護 ● 企業リサーチ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売チャネルの拡大 ● Webマーケティングの強化 ● クロスセル・アップセル施策
BI	 + ableau from Salesforce	<ul style="list-style-type: none"> ● 予実分析 ● マーケティング分析 ● プロジェクト分析 	<ul style="list-style-type: none"> ● 大企業向けのビジネスを拡大 ● 上流サービスへのシフト
AI	 dataiku	<ul style="list-style-type: none"> ● 需要予測 ● 売上予測 ● 故障検知 	<ul style="list-style-type: none"> ● コミュニティ活動などDataikuの認知度向上施策 ● Dataikuエンジニアの育成

- ビジネススキルを兼ね備えた人材の育成
- 上流工程（コンサル）の人材育成

DATA



Design

データ収集～解析～可視化技術

Webデータの活用をワンストップで支援



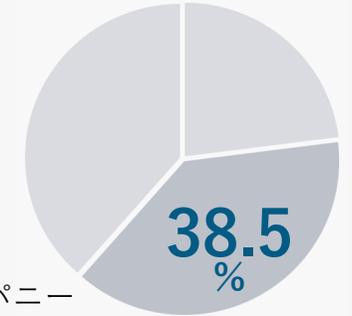
活用



データ収集

データ収集領域 国内シェアNo.1

※株式会社富士キメラ総研
『ソフトウェアビジネス新市場 2021年版』
Webクロール市場占有率2020年度



各業界のリーディングカンパニー
総務省、農水省、財務省、金融庁、
消費者庁など官公庁での導入実績

keywalker

セールスフォース認定
Tableauサービスパートナー
国内 No.1

※2023年12月1日現在

495

プロジェクト

164

社



可視化



データ整形

データサイエンティストによる
データ分析支援

データサイエンティスト比率



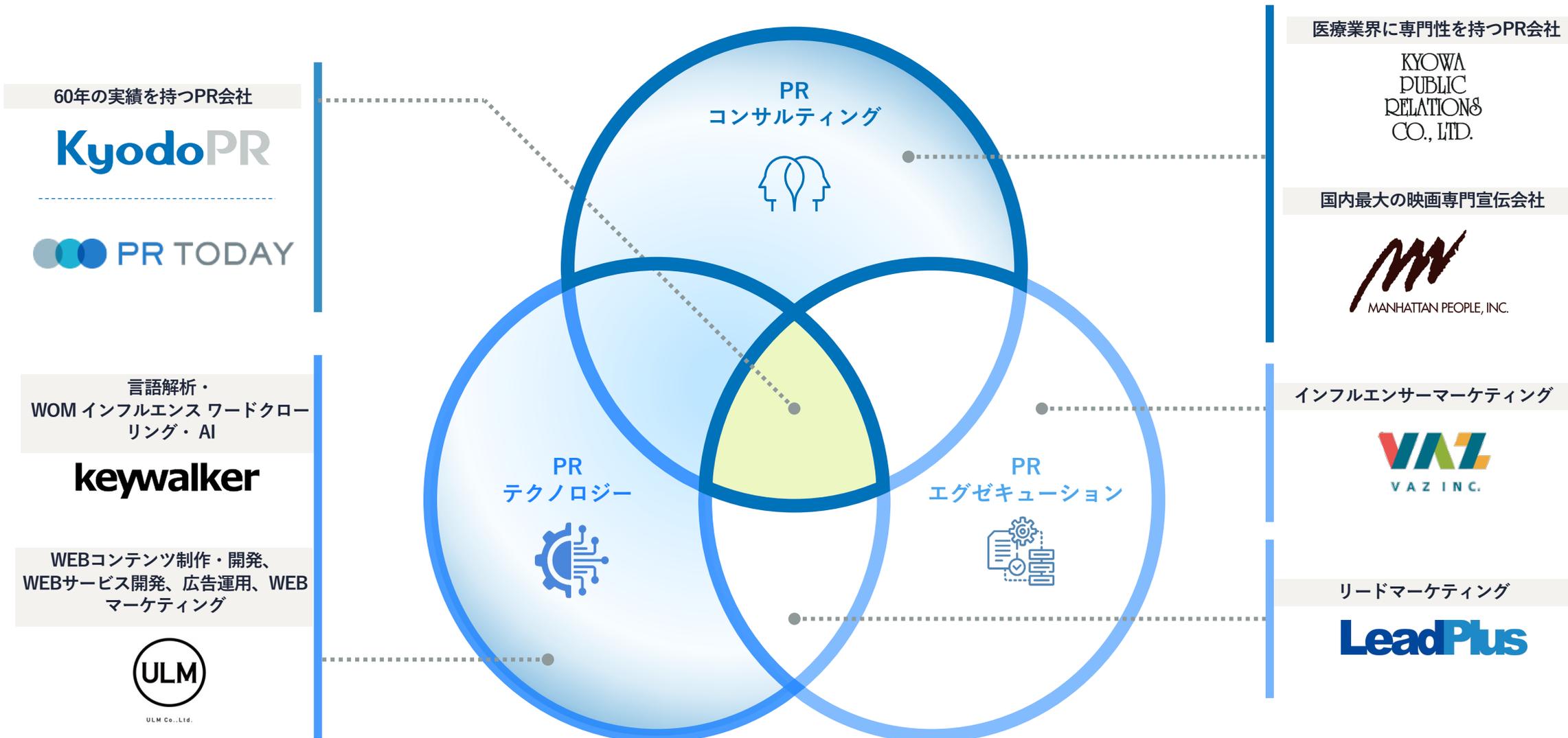
50%



解析

※テキストデータ解析

- ・売上予測等の時系列データ分析
- ・セグメンテーション分析/解約予測等の顧客データ分析
- ・レビューコメント分析/固有表現抽出等の自然言語処理
- ・その他、お客様の課題に応じた各種データ分析支援





PR総研

Research Institute of Public Relations

3月17日は「みんなで考えるSDGsの日」
 「み(3)んなでSDGsの17の目標について考えよう」という提言が由来
 2020年、共同ピーアール株式会社総合研究所（PR総研）によって制定
 記念日は、一般社団法人・日本記念日協会により認定、登録

2013年設立。
 広報・PRの価値向上を目的に、SDGs（持続可能な開発目標）を踏まえたCSV
 （経済的・社会的な共通価値創造）推進を通じ、日本経済の持続的・安定的成長
 に貢献する調査研究機関。



【調査研究】



企業経営におけるダイバーシ
 ティ&インクルージョン、気候
 変動対応、パートナーシップ促
 進などSDGs各論へのコミット

【セミナー/コンサルティング】



広報の学校

Institute of Public Relations

- ・各種講座の企画・運営
- ・外部組織との連携

- ・危機管理広報
- ・上場準備会社の広報/IR支援
- ・メディアトレーニング
- ・組織内コミュニケーション向上
- ・パブリックアフェアーズ



中期経営計画（2024.1～2026.12）

財務数値	FY2023			FY2024			FY2025			FY2026		
	実績 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	計画 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	計画 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	計画 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)
売上高	6,895	100	31.0	7,500	100	8.8	8,800	100	17.3	10,000	100	13.6
営業利益	840	12.2	16.8	1,050	14.0	24.9	1,300	14.8	23.8	1,600	16.0	23.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	487	7.1	▲6.3	580	7.7	18.9	730	8.3	25.9	900	9.0	23.3

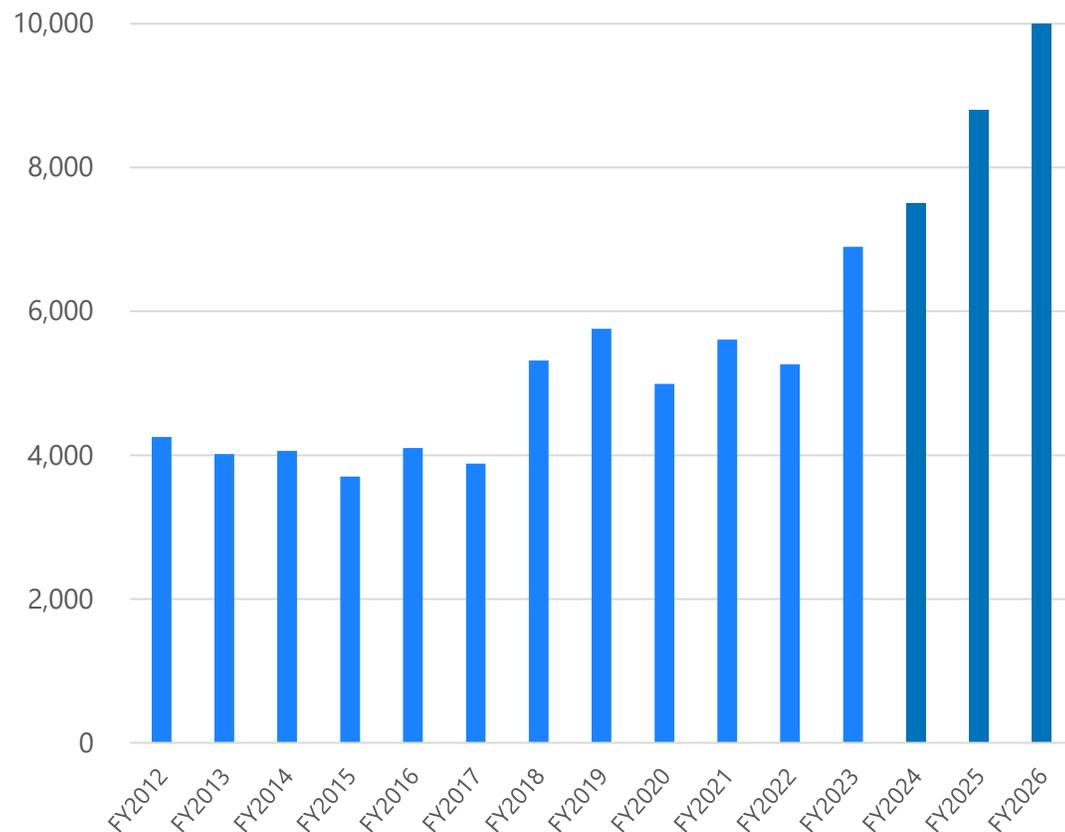


			FY2023 (実績)	FY2024 (計画)	FY2025 (計画)	FY2026 (計画)
財務指標 (連結)	資本効率	ROE	16.5%	18.0%	22.0%	25.0%
	収益性	EPS	56.56円	66.95円	80.00円	100.00円
人的資本 (単体)	女性管理職割合		31.3%	35.0%	37.5%	40.0%
	男性育児休暇取得率		0%	100%	100%	100%
	男女間賃金格差	管理職	99.9%	95%以上	95%以上	95%以上
	男女間賃金格差	非管理職	90.7%	93%以上	95%以上	95%以上

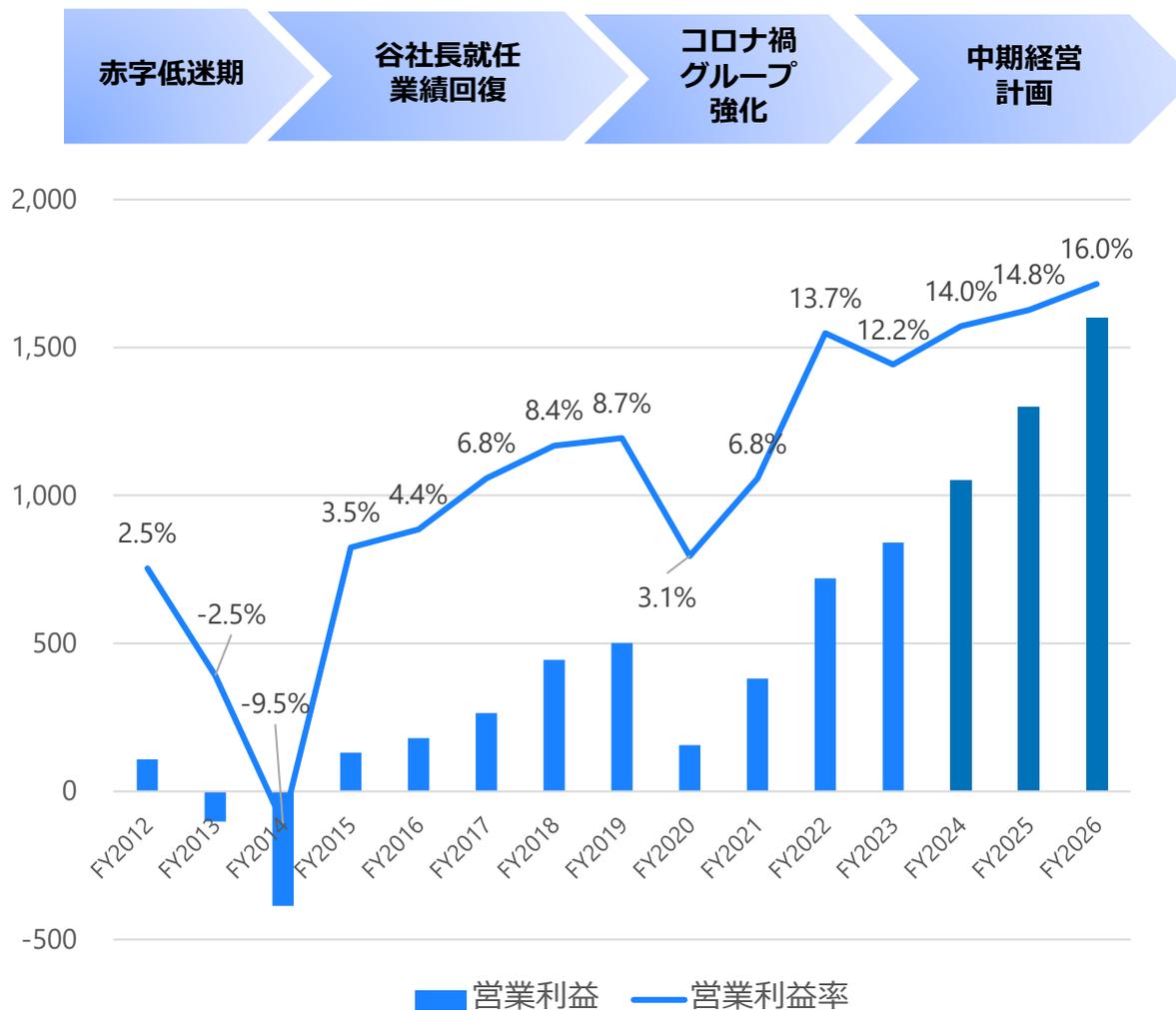


売上高・営業利益・営業利益率

(百万円)



売上高



■ 営業利益 — 営業利益率

KyodoPR



Appendix



ひと目でわかる共同ピアーール

1

事業規模



68 億円
売上高



8.6 億円
経常利益



200+ 人
PRプロフェッショナル

2

顧客満足度



約 **50** %
長期契約率
(リテナー比率)



45+ %
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



約 **10** 年
平均勤続年数



約 **30** %
女性管理職比率



100 %
女性従業員の
出産・育児休暇の復帰率

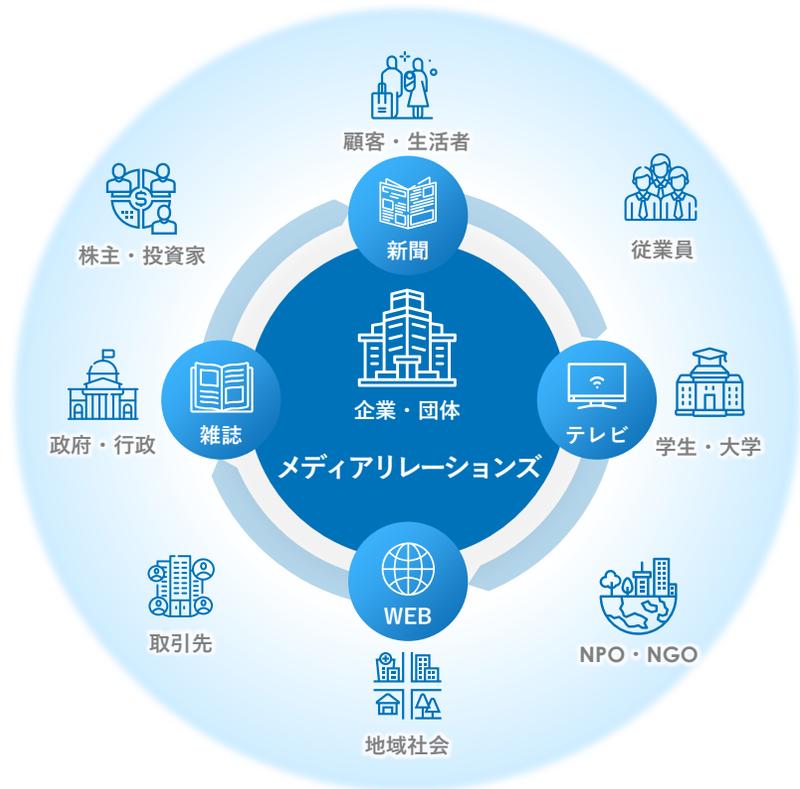


PRとは

PR
～パブリックリレーションズ～



パブリシティ(ニュース)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。



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。

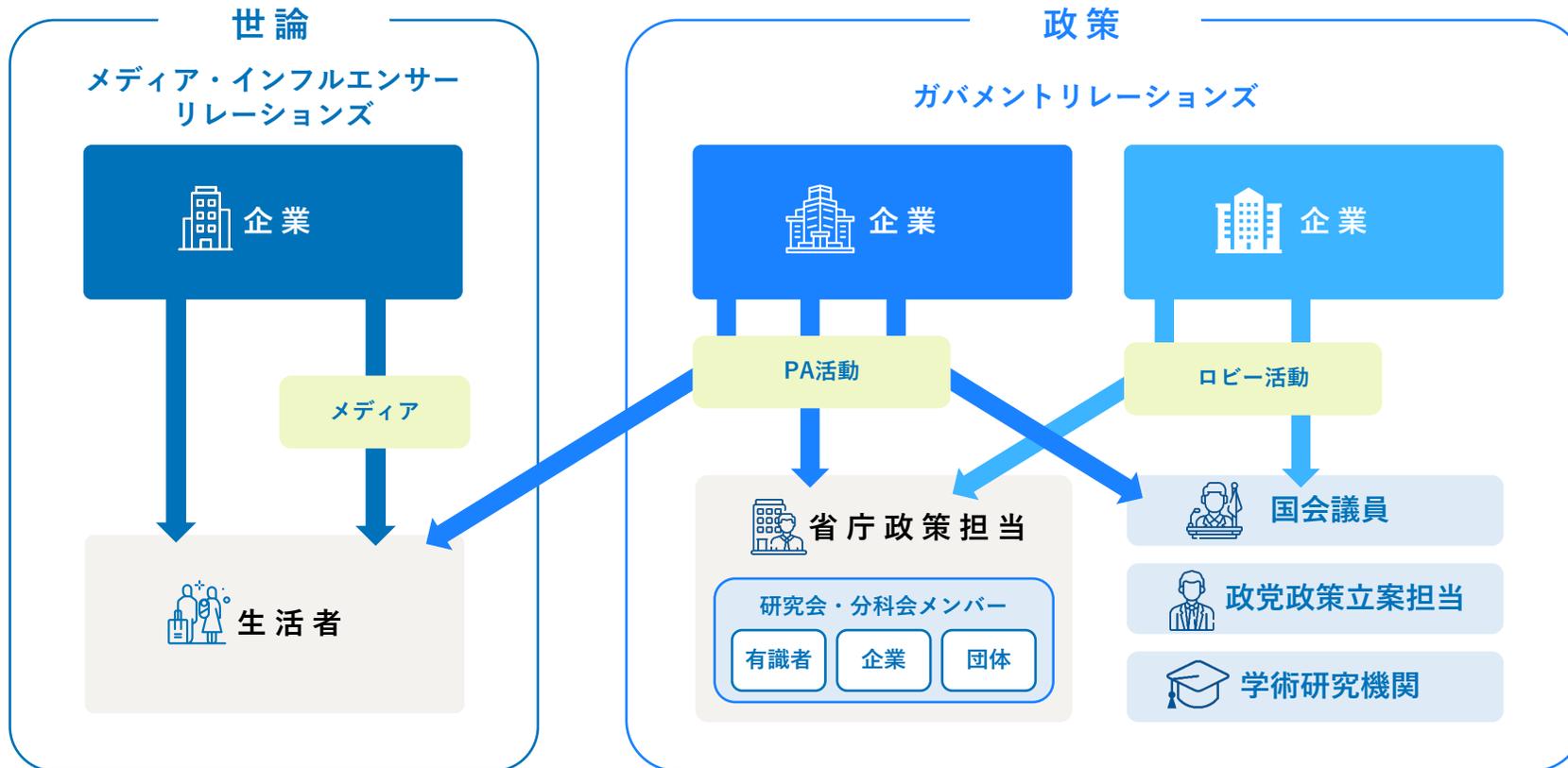
『PR・広報』と『広告』の違い

	PR・広報	広告
担当部門	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。



当社のPRサービス

共同ピーアールが考える
『PRの原点』



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』

- 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、200名超の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

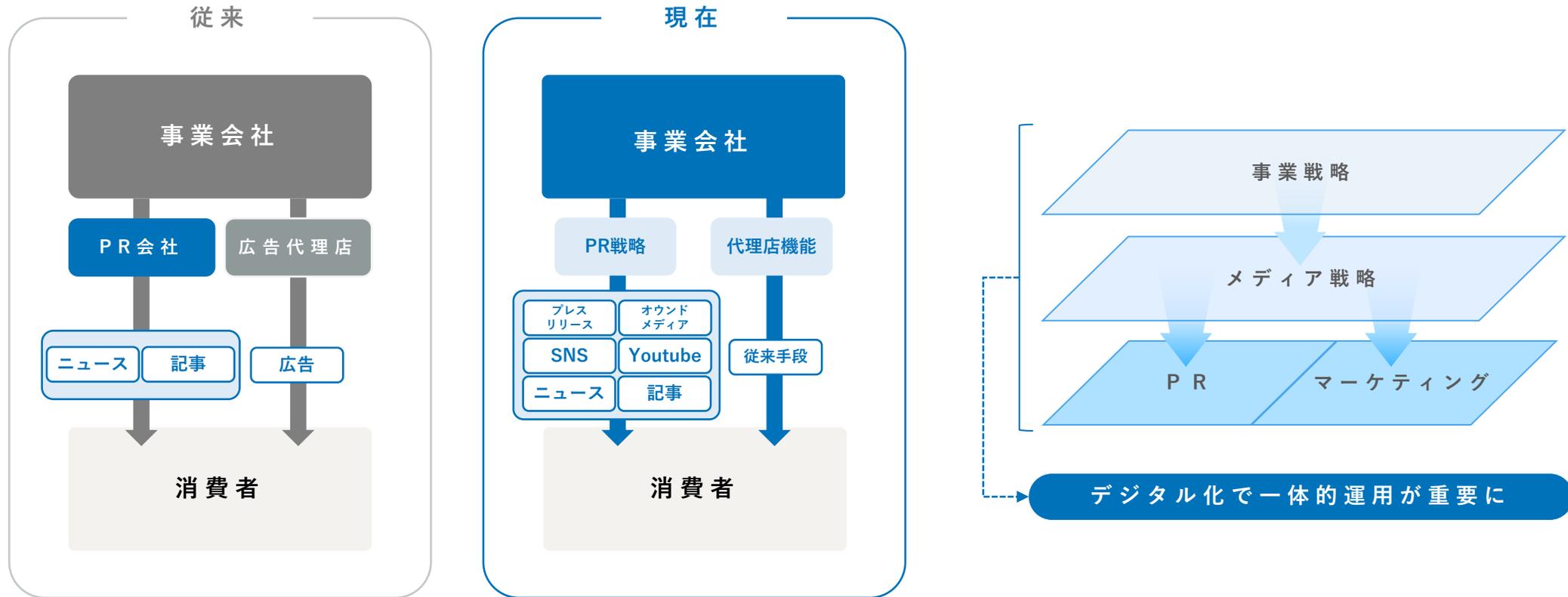
意見やニーズを絶えずキャッチ





PR会社の戦略的パートナーとしての位置づけが強まる

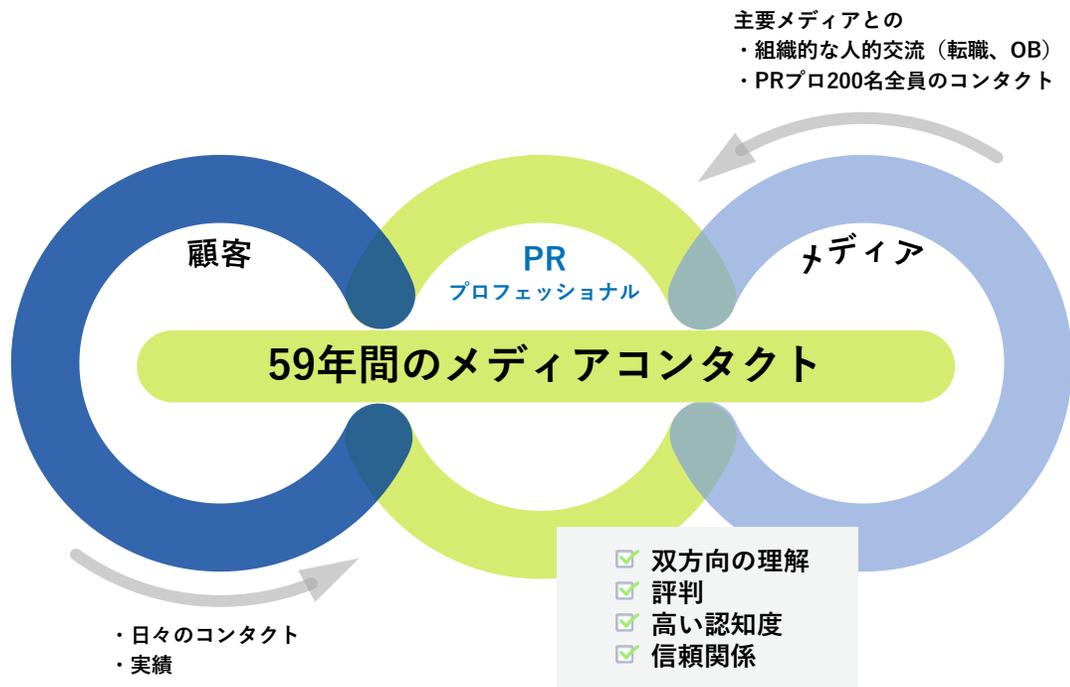
- 代理店を介さずに消費者へアクセスできるようになり、PRと広告の境界が薄れた。
- その結果、マーケティングと広報の一体的な運用が重要となり、メディア戦略策定のニーズ増大によってPR会社の専門的価値が高まっている。





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

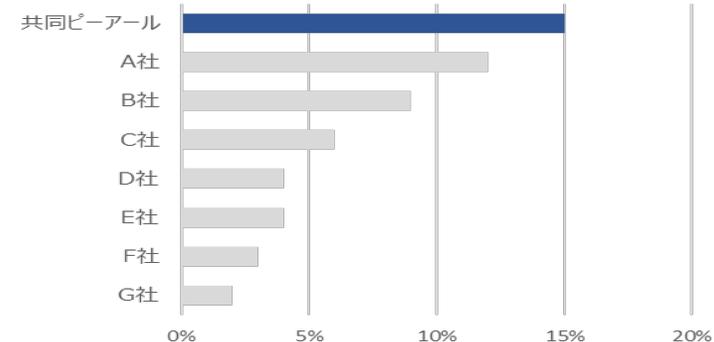
- 過去59年に及ぶ膨大なメディアコンタクト実績を有し、主要メディアから高い認知度を誇る。
- 200名超のPRプロフェッショナル全員がそれぞれメディアアプローチをする体制、また主要メディアからの転職者やOBを迎え入れており、記者と顧客のメディア担当者の両ニーズを熟知した、双方向の提案とサービス提供が可能。



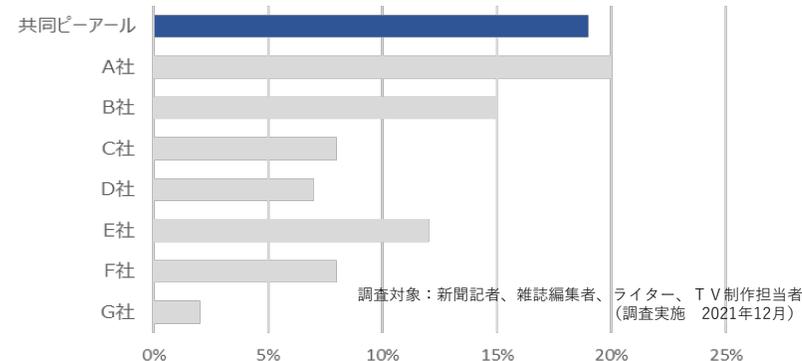
メディア
コンタクト力

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



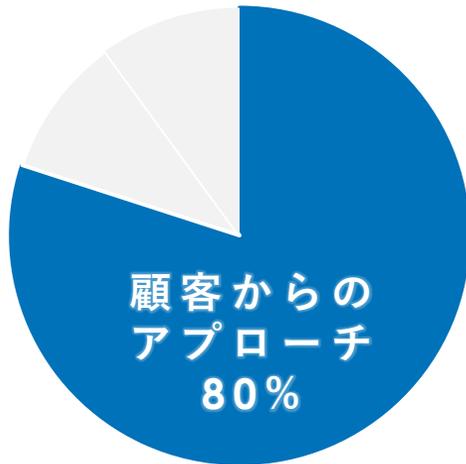
- 成長著しいアジア、アフリカ、アラブ各国と日系企業の架け橋となり、海外展開をサポートすることを目的としたプラットフォーム。
- 2022年12月、参加地域、参加国の拡充により、「アジア・アフリカ20」から「アジア・アフリカ・アラブ55」に名称変更。



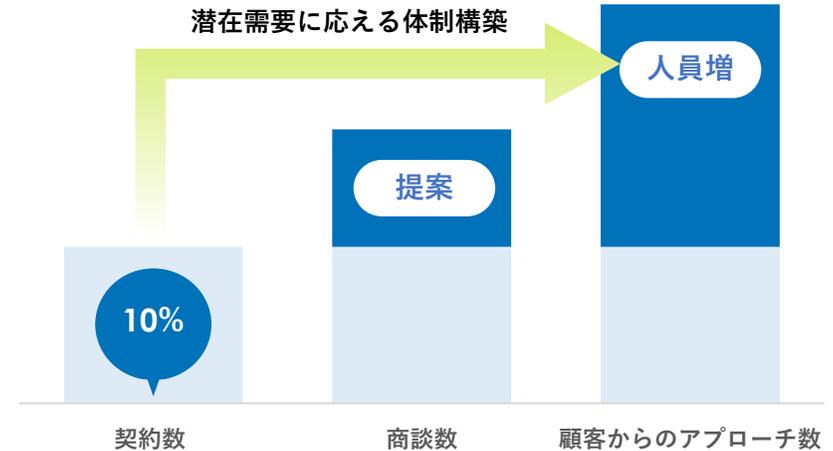
豊富な問い合わせと紹介による取引機会

- 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



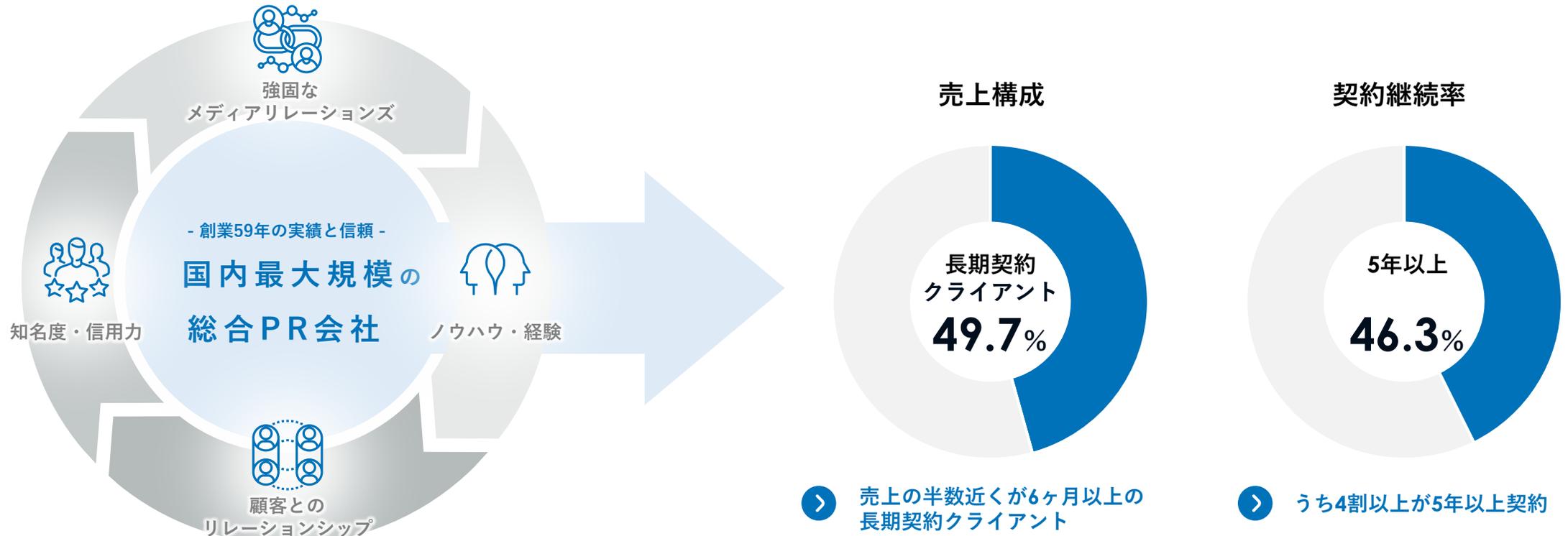
サービス体制の強化で顧客獲得余地





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

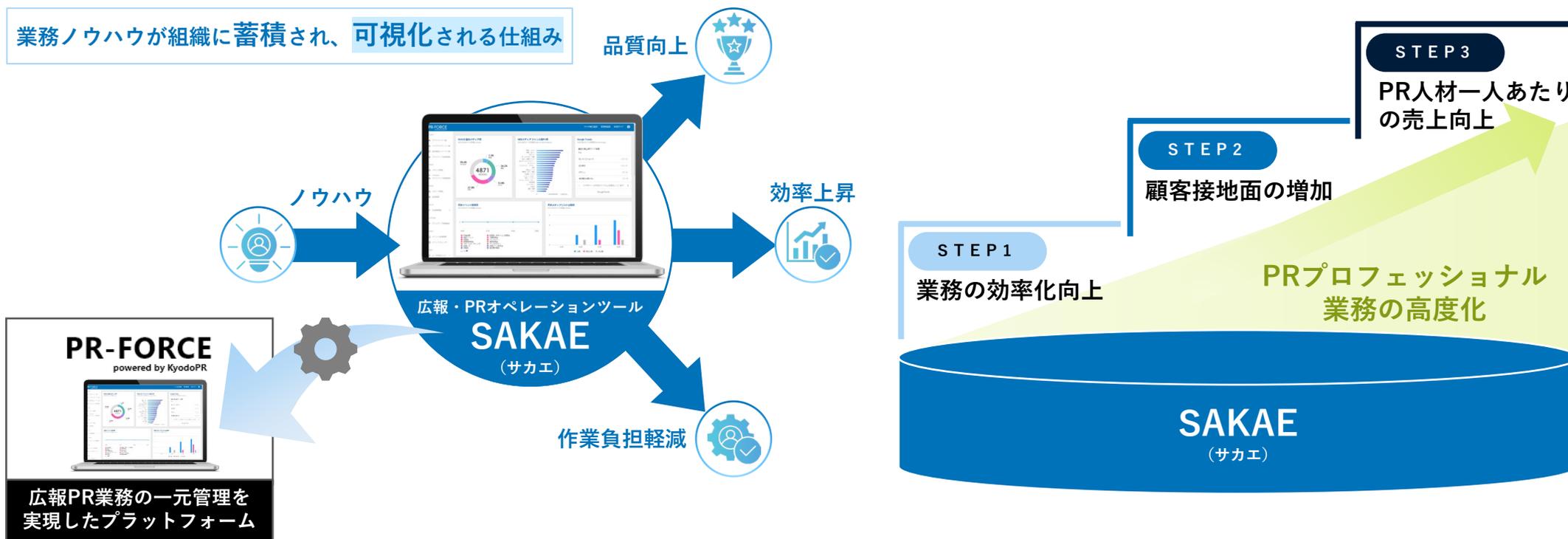
- 共同PRのリテイナー契約における約50%が長期契約、解約率も低水準を維持。また、顧客上位10社の売上は20%程度と偏りが少ない。
- 契約総数は順調に増加しており、契約5年以上のクライアントがリテイナー全体のほぼ半数。





広報・PRのDX推進ツール「SAKAE」が業務の基盤

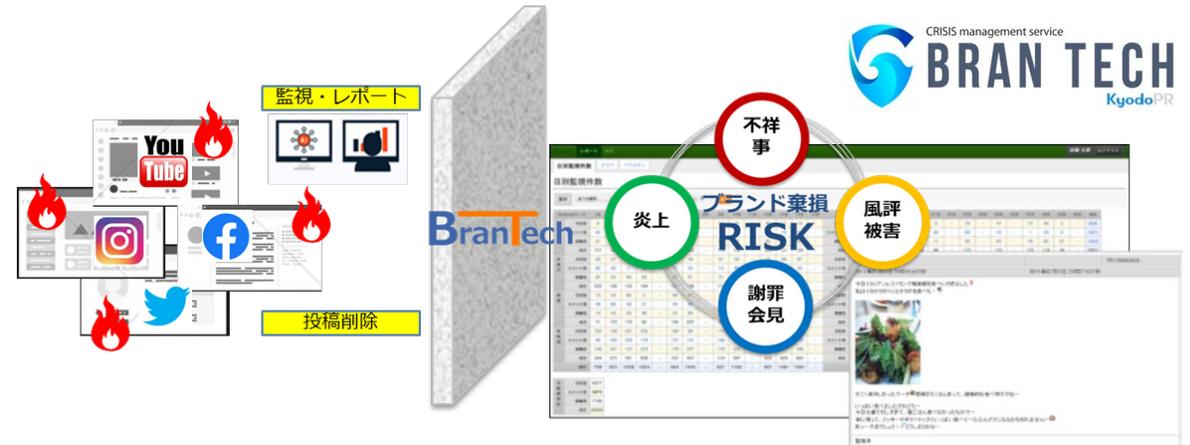
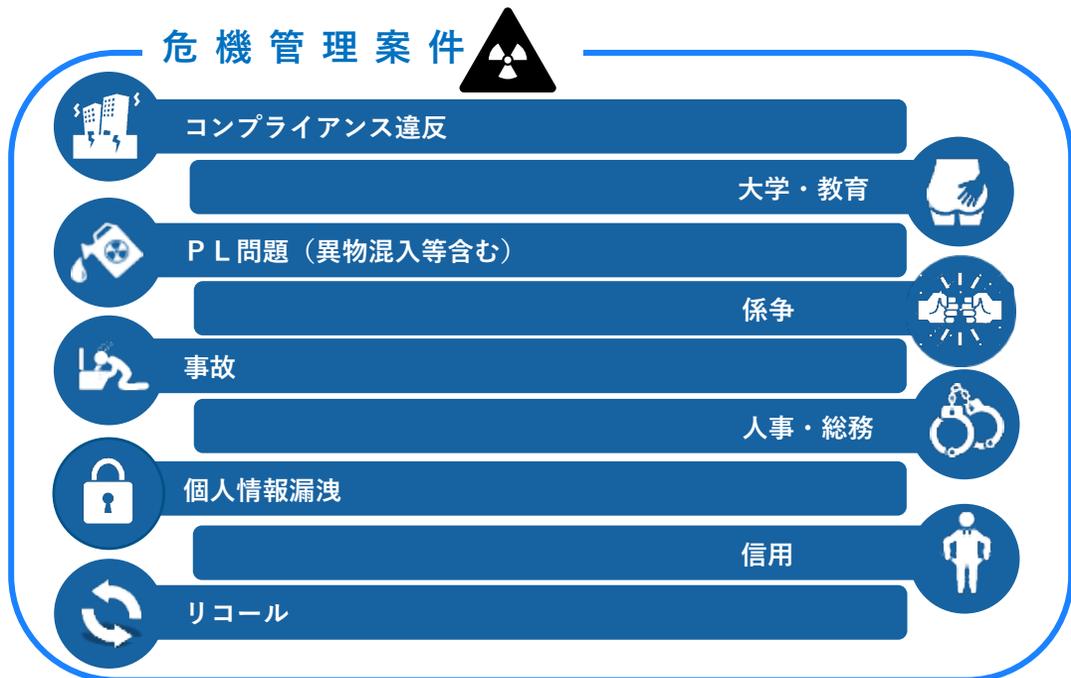
- 社内DX推進の一つとして、2022年10月27日よりSAKAE（サカエ）を稼働。広報に必要な様々な業務の効率化やOKR（Objectives and Key Results=目標と主要な成果）の指標向上に貢献している。
- また、社内業務への活用だけでなく、SaaS型広報/PR・マーケティングサービス「PR-FORCE（ピーアール・フォース）」のエンジンとしても活用。売上にも貢献していく。





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

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DED・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



TOPICS②

「信長の野望」シリーズ40周年記念、 『信長の野望 出陣』完成記者発表会

歴史シミュレーションゲーム「信長の野望」が40周年を迎え、記念作となる『信長の野望 出陣』の完成発表会では49台のTVカメラと100名以上のメディアを招致

会場は神田明神内で、これまで幾度となく信長の役を演じてきた十三代目市川團十郎白猿さんをゲストにお招きしました。



所属インフルエンサー「さくら」がZ総研の「流行ったTikToker」部門で1位に選出

Z世代を対象としたシンクタンク組織「Z総研」による「Z世代が選ぶ2023年下半期トレンドランキング」の「流行ったTikToker」部門で1位に選ばれた「さくら」が、人気アーティスト「Little Glee Monster」の新曲「UP TO ME!」MVに出演しました。

2023年
下半期

最大3つまでの複数選択

Z世代が選ぶトレンドランキング 流行ったTikToker

1位	さくら	36.5%	6位	古澤里紗	3.9%
2位	あいさ	35.3%	7位	おさき	3.6%
3位	MINAMI	31.1%	8位	折田涼夏	3.2%
4位	みとゆな	28.9%	9位	櫻井優衣	3.1%
5位	岡田蓮	8.7%	10位	中町綾	1.6%

※出典：「Z総研トレンドランキング」をもとに当社作成



Dataiku 社とコンサルティングパートナー 契約を締結

AIと機械学習のプラットフォーム「Dataiku」を提供するDataiku社（本社：米国NY）

クライアントのデータ活用を支援してきた知見を活かしてDataiku活用の支援をおこない、サイロ化されたシステムからの脱却やデジタル人材の確保といった課題に対応してまいります。



keywalker



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。



業務ノウハウが組織に蓄積され、**可視化される仕組み**





『人的資本の強化』 ➤ 人材開発 / 人材育成

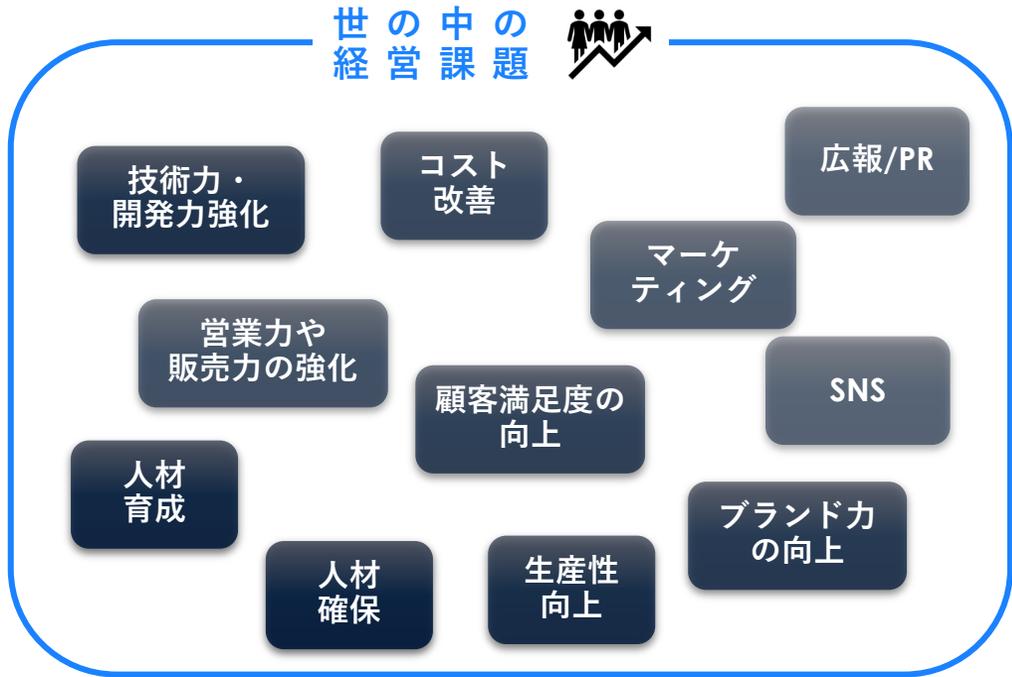
★★★ 社員の能力向上が業績に直結

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. 109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



オンラインで、学ぶ・育てる

デジマナ® **広報の学校**
Institute of Public Relations

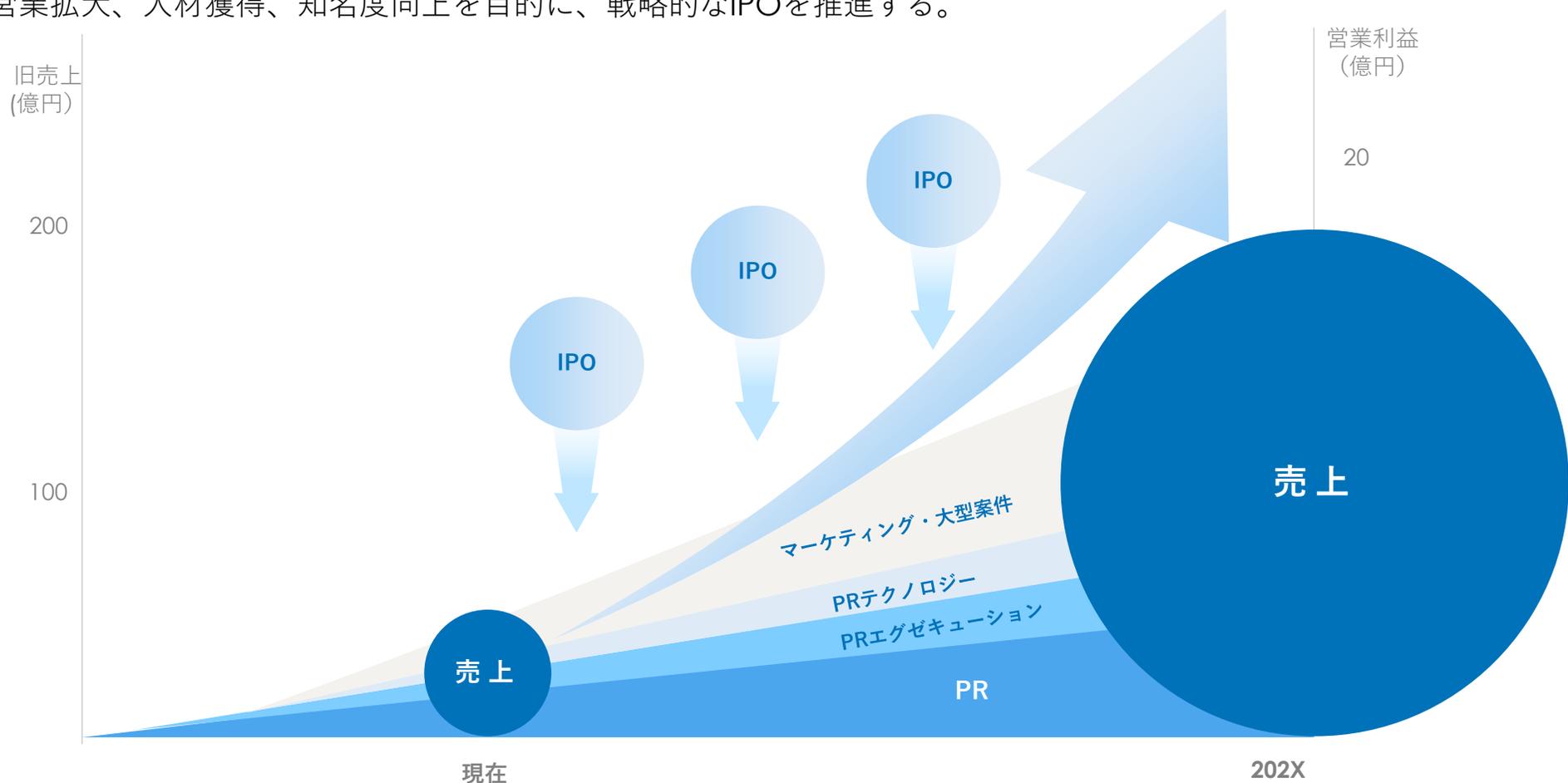
データベース化 + HR事業

育成した人材を 企業へ



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

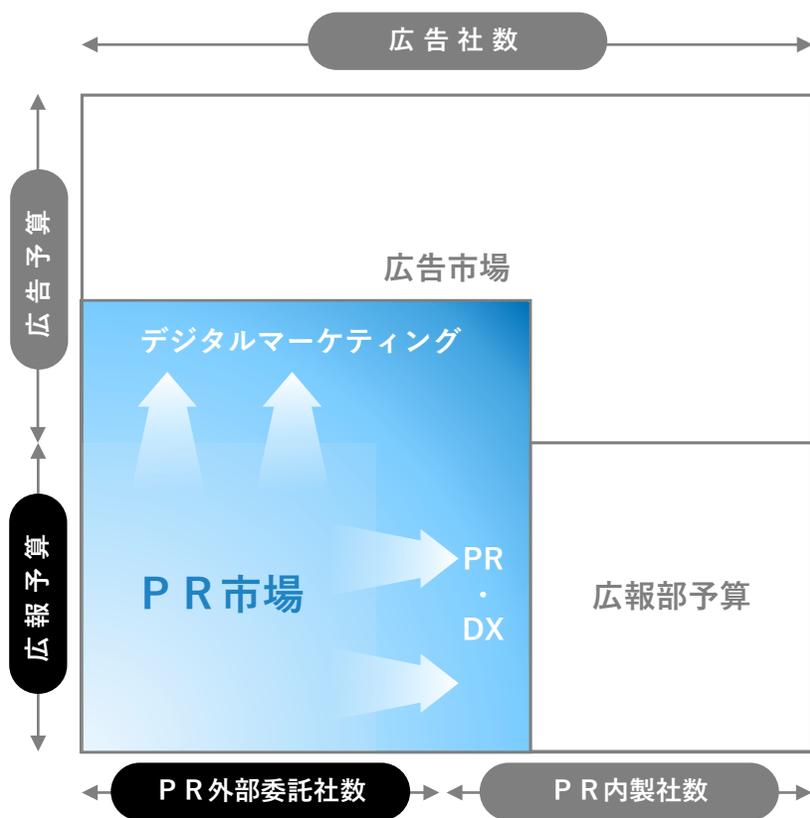
- PRエグゼキューション、PRテクノロジーの子会社群が順調に立ち上がりつつある。
- 営業拡大、人材獲得、知名度向上を目的に、戦略的なIPOを推進する。





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





損益計算書 [単体]

単位：百万円（端数切捨）

	2022年12月期	2023年12月期	増減額	前期比
売上高	3,754	4,608	↑ 853	↑ 22.7%
営業利益	590	670	↑ 80	↑ 13.6%
経常利益	603	844	↑ 240	↑ 39.8%
当期純利益	427	603	↑ 175	↑ 41.1%



売上高 [会社別]

単位：百万円（端数切捨）

会社別	2022年12月期	2023年12月期	増減額	増減率
売上高	5,264	6,895	↑ 1,631	↑ 31.0%
P R 事業	4,418	5,356	↑ 937	↑ 21.2%
共同ピーアール	3,754	4,608	↑ 853	↑ 22.7%
共和ピー・アール	171	183	↑ 12	↑ 7.1%
マンハッタンピープル	492	564	↑ 72	↑ 14.6%
インフルエンサー マーケティング事業	600	842	↑ 242	↑ 40.4%
VAZ	600	842		
AI・ビッグデータ ソリューション事業	310	781	↑ 470	↑ 151.8%
キーウォーカー	310	781		
調整金	△64	△84	↓ 19	—



営業利益 [会社別]

単位：百万円（端数切捨）

会社別	2022年12月期	2023年12月期	増減額	増減率
営業利益	720	840	↑ 120	↑ 16.8%
P R 事業	738	804	↑ 66	↑ 9.0%
共同ピーアール	590	670	↑ 80	↑ 13.6%
共和ピー・アール	37	46	↑ 9	↑ 25.6%
マンハッタンピープル	110	87	↓ 23	↓ 21.3%
インフルエンサー マーケティング事業	21	40	↑ 18	↑ 87.7%
VAZ	21	40		
AI・ビッグデータ ソリューション事業	31	118	↑ 87	↑ 277.1%
キーウォーカー	31	118		
調整金	△71	△ 122	↓ 51	—



経常利益 [会社別]

単位：百万円（端数切捨）

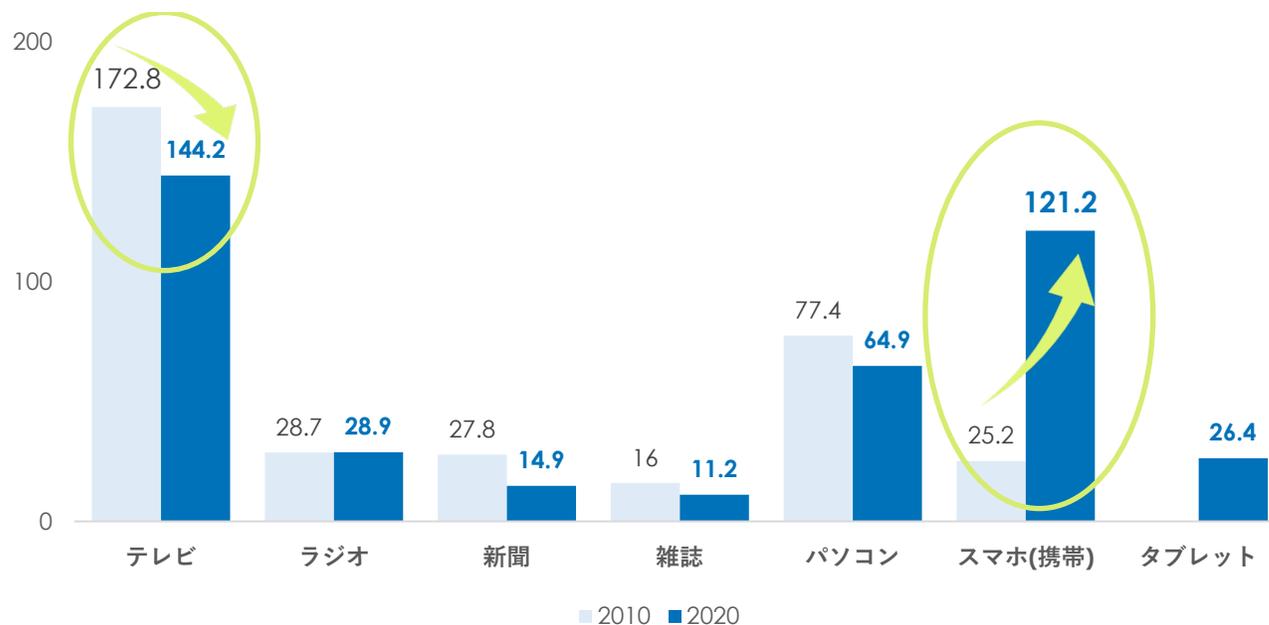
会社別	2022年12月期	2023年12月期	増減額	増減率
経常利益	736	862	↑ 126	↑ 17.2%
P R 事業	751	989	↑ 237	↑ 31.7%
共同ピーアール	603	844	↑ 240	↑ 39.8%
共和ピー・アール	37	46	↑ 9	↑ 25.4%
マンハッタンピープル	110	98	↓ 11	↓ 10.7%
インフルエンサー マーケティング事業	24	43	↑ 18	↑ 74.1%
VAZ	24	43		
AI・ビッグデータ ソリューション事業	30	116	↑ 86	↑ 287.6%
キーウォーカー	30	116		
調整金	△70	△286	↓ 216	—



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



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



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





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。

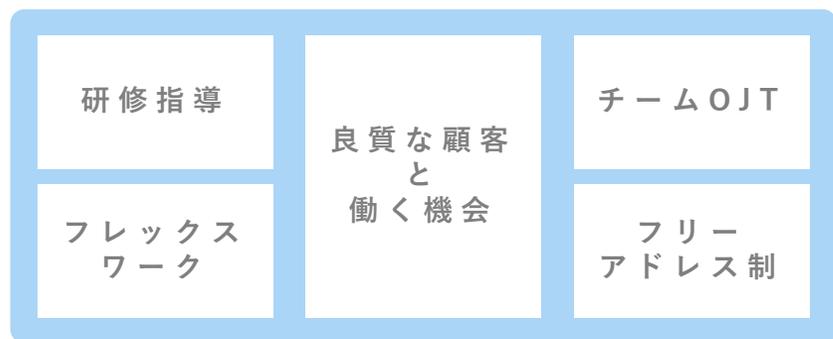


➤ 外資系企業への高い訴求力と知名度



自由にフラットに働き、一緒に前進する社風

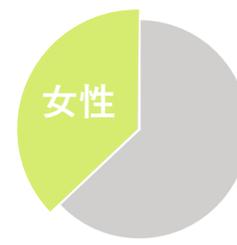
- 勤務時間、勤務場所を問わない働き方を推進。グループリーダーが各メンバーの稼働と成果を把握し、評価する。
- ベテラン社員による研修指導機会を提供しつつ、良質な顧客へチーム一体でサービス提供しメンバーの成長を促す。



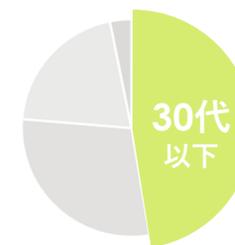
バランスの良い人材構成



従業員の
約**40%**



管理職の
約**30%**



従業員の
約**50%**



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、人材の定着率は高い。

人材の高い定着率



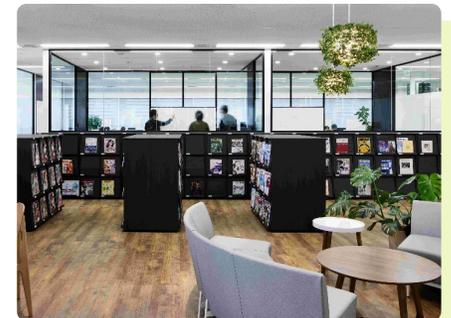
平均勤続年数
約10年



女性の出産・育児休暇後の
復帰率100%



良質な顧客と働く機会、
社風がその背景





本年度も多数の社内イベントを実施

入社式

2023年4月

グループ関連会社交流会

2023年8月



感謝の夕べ2023

2023年11月

グループ各社事業方針発表会

2023年12月





企業価値について

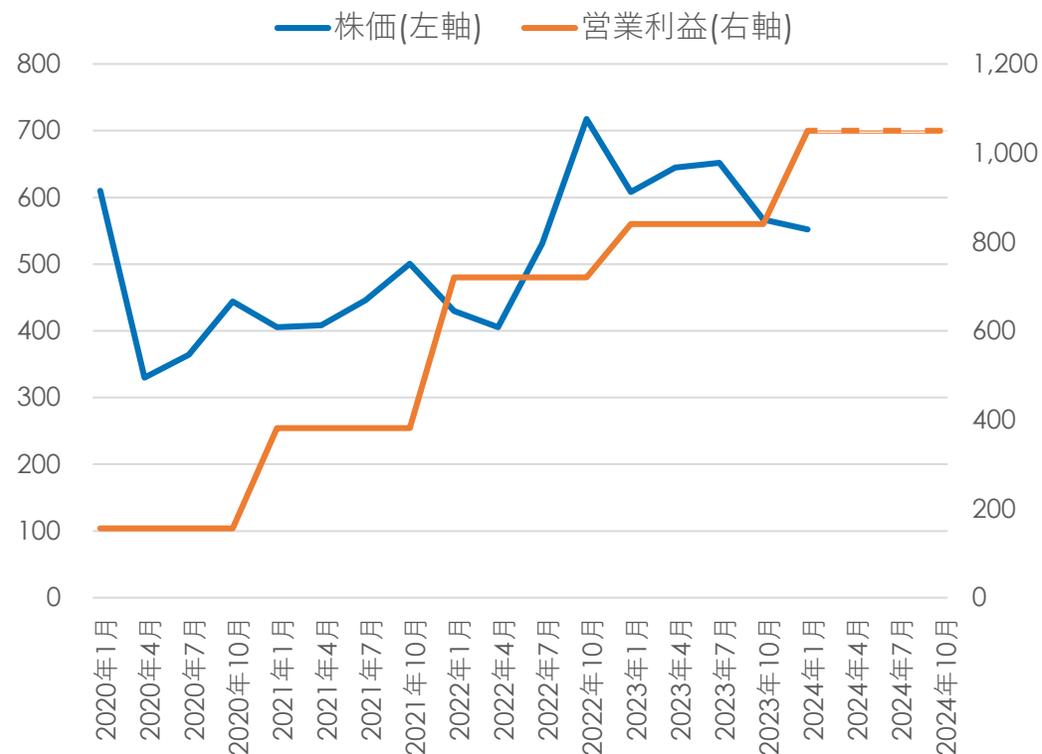
- 市場と比較して、ROEは高く、一方でPERは低い。
- 当社は今後デジタルマーケティング事業を強化し、PR市場の拡大を大幅に上回る成長率を狙う。

株価指標

銘柄	ROE	PBR	PER
共同PR(2436)	16.5%	1.68	10.18
スタンダード市場平均	5.7%	0.8	14.0
スタンダード市場サービス業	8.7%	1.2	13.8
小型株	6.9%	1.0	14.5

銘柄	ROE	PBR	PER	配当利回り
共同PR(2436)	16.5%	1.68	10.18	1.62%
PR事業A社	31.1%	3.52	11.32	2.59%
PR事業B社	10.6%	0.92	8.68	3.82%
PR事業C社	27.6%	2.61	9.46	3.28%
インフルエンサー事業D社	- %	2.85	-	0.00%
インフルエンサー事業E社	71.4%	13.04	18.26	0.00%
インフルエンサー事業F社	0.3%	1.57	523.33	0.00%
インフルエンサー事業G社	19.2%	2.59	13.49	0.00%

出所：PBRは実績、ROE、PER、配当利回りは東洋経済予想。
 市場平均は東証の集計データ参照
 基準日：2024年1月31日



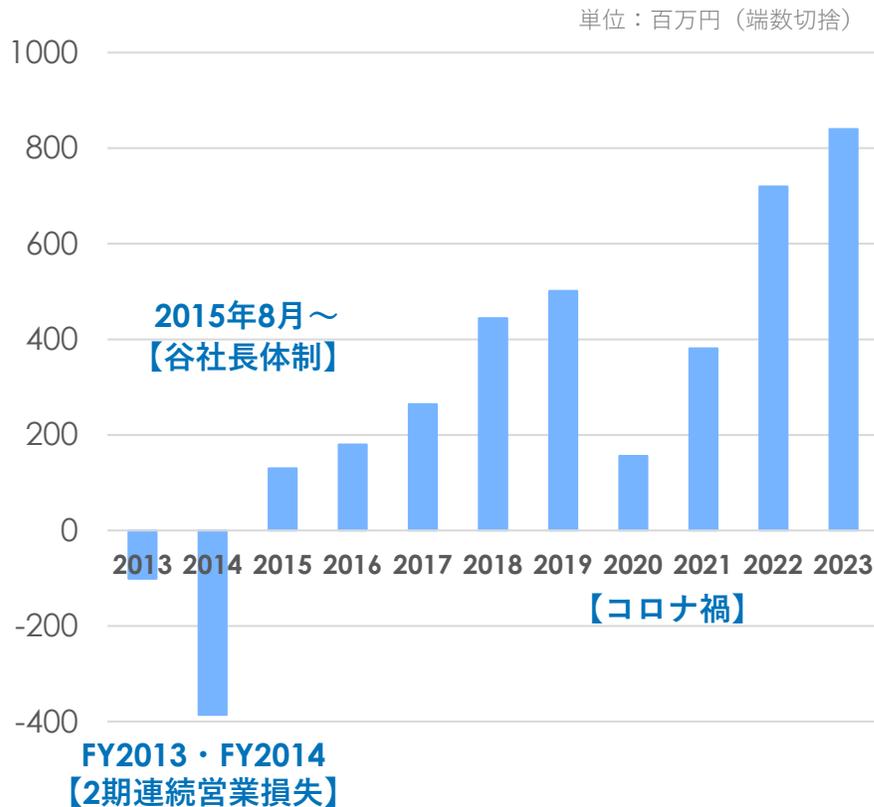
※点線は2024年12月期通期業績予想値。
 ※将来の営業利益を保証するものではなく、また、株価を予想するものでもありません。



当社事業とEBITDA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

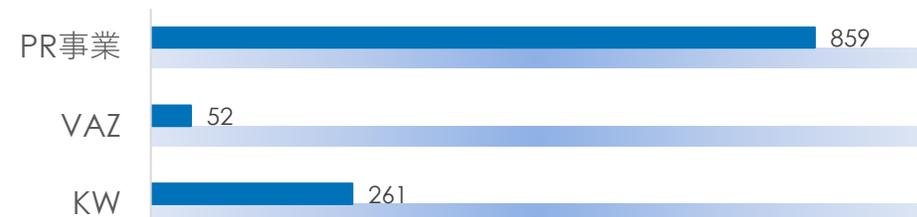


当社グループの時価総額

	PR事業	VAZ	KW	合計	連結消去	連結
営業利益	810	40	119	969	-128	841
減価償却 のれん	48	11	14	74	-	74
①EBITDA	859	52	261	1,171	-128	1,042
②類似企業の 平均EBITDA倍率	7	25	14			
①×②（理論値）	6,010	1,293	3,648	10,951		
時価総額（1月31日）				4,825		

出所：財務情報は2023年12月期実績。EBITDA倍率は当社が想定する類似企業の直近業績に基づき当社推計
基準日：2023年12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。



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、信頼できるとさ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を負いません。

KyodoPR