

2449 プラップジャパン

杉田 敏 (スギタ サトシ)

株式会社プラップジャパン社長

マーケティング PR 分野の新規案件獲得に注力、 増収増益を達成

◆2010年8月期第2四半期連結業績の概況

売上高 19 億 88 百万円(前年同期比 6.3%増)、営業利益 2 億 40 百万円(同 51.2%増)、経常利益 2 億 26 百万円(同 144.1%増)、四半期純利益 1 億 21 百万円(同 172.%増)となり、増収増益を達成した。

国内経済は持ち直しつつあるものの、景気の先行きは依然として不透明である。企業は、広報予算の支出について、慎重な姿勢を崩していない。このような状況のもと、既存顧客への営業深耕により、マーケティング PR を中心としたコミュニケーション業務やイベント業務の新規案件を獲得することができた。コンサルティング中心の業務分野の受注増加も、売上高の増加要因の一つである。また、当上期より、連結子会社(株)旭エージェンシーが連結業績に寄与している。

営業利益は、利益率の高いコンサルティング業務の受注が増加したこと、前期に課題としていた、オフィス賃料や共通部門の人件費等の販管費を削減できたことが要因となり、増加した。また、仕入れ原価の見直しを進め、単体では原価率を約 2 ポイント改善することができた。

経常利益は、営業利益の増加に伴い、1 億 33 百万円の増益となった。投資有価証券の評価損が 69 百万円から 14 百万円に改善したことも、大きく影響した。

各部門別の売上高は、コミュニケーションサービス部門(CS)が 18 億 12 百万円(前年同期比 5.1%増)、クリエイティブサービス部門(CR)1 億 75 百万円(同 19.7%増)となった。

CS 部門は、引き続きマーケティング PR 分野の業務が増加傾向にある。新規クライアントの獲得も、この分野が多い。また、ウェブやブログ、ツイッターなどのデジタルメディアを活用したコミュニケーション手法に対する顧客ニーズが高まり、提案や受注の頻度が増えている。メディアトレーニング業務、危機コンサルティングサービス、ブランディングなど、利益率の高いコンサルティング業務は堅調に推移した。加えて、当上期は、企業再生コミュニケーション業務が部門業績に寄与した。事業再生 ADR の制度がスタートし、事業再生中の企業情報を正しく伝えていくことが重要となっていることから、この分野は今後も開拓していく考えである。

CR 部門は、景気後退局面でも堅調な業績を上げていた企業や、業績回復が比較的早かった企業から、イベント業務、ウェブコミュニケーション業務、編集制作業務を受注することができた。中止や延期等の影響も少なく、順調な推移を見せ、増収となった。

総クライアント数は、前年同期とほぼ同じだが、リテナー契約数、新規リテナー数がともに減少している。しかし、新規スポット案件は 84 件となり、前年同期と比べると約 20%増、売上ベースでは約 2 倍となり、リテナー契約の減少分をカバーした。スポット案件は、リテナー案件に比べ不安定要素もあるが、クライアントの評価を得て、継続的な受注やリテナー契約につながる事例も数多い。最近では大型案件の引き合いも出てきており、今後とも受注確度を高めていきたい。一方、既存顧客に対する売上では、売上上位 10 社が 10%以上の増となり、PR を戦略的に活用する企業での予算の増加が表れ始めている。

◆上期のトピックス

新たな高付加価値・高収益サービスの提供を、期首から開始している。昨年9月、企業向け新型インフルエンザ情報サイト「備えよう.com」を立ち上げた。新型インフルエンザは国内では終息を迎えつつあるが、感染症が再び社会を脅かす状況を想定して、次の段階へと準備を進めている。

10月には、ブログ解析システム「カバレッジトラッカー」を、日経リサーチ社と共同開発した。また、中国検索エンジン最大手の百度(バイドゥ)と業務提携し、リスティング広告と当社グループの広報活動支援をパッケージ化した「チャイナエクスプレスー中国特快」をスタートさせた。これは、中国事業の強化を図る日本企業向けに、日本語での中国マーケティング展開を可能としたサービスである。

12月から今年2月にかけて、自己株式の取得を行った。

12月には、裁判員裁判制度の開始に伴い、國學院大学の法科大学院で、弁護士のプレゼンテーションのスキル向上を目的とした特別講座を実施した。メディアトレーニングの対象を、これまでの企業トップや役員から、弁護士や法科大学院生などにも広げたカリキュラムを、新サービスとして構築していく。また、業容拡大の一環として、子会社の(株)ブレインズ・カンパニーが中国法人・北京博瑞九如公共関係顧問有限公司に資本参加し、通称ブレインズチャイナとして連結子会社化した。

今年に入り、3月に、自己株式の取得を、立会外取引において実施した。

4月には、当社が創立40周年を迎えるのを機に、慶應義塾大学のメディア・コミュニケーション研究所にて、学生を対象にしたプラップジャパン寄附講座を開講した。これは、来年1月まで行う予定である。

◆下期の戦略と通期連結業績の見通し

下期は、引き合いの中心となっている新規スポット業務の受注確度を高めるとともに、新規リテナー業務の引き合い増に向け、営業強化を図る。

中国事業については、ブレインズチャイナが連結子会社に加わり、北京普楽普公共関係顧問有限公司(プラップチャイナ)との2社体制で拡大を目指していくことになる。2009年度は前半に景気低迷の影響を受け、売上高2億49百万円(2008年度3億15百万円)、経常利益32百万円(同55百万円)にとどまったが、今期は売上高3億4百万円、経常利益38百万円を見込んでいる。中国の景気の戻りからすると、慎重な計画に見えるだろうが、安易に上ブレを期待せず、着実に売上・利益を積み上げていくことを考えている。

また、業容の拡大を図るため、M&Aや業務提携契約を積極的に推進する。そして、引き続き、販売管理費等の費用抑制に努め、利益率を高めていく。

以上のような取り組みを行い、2010年8月期の連結業績見通しは、売上高40億73百万円(前期比0.7%増)、営業利益3億97百万円(同4.1%増)、経常利益3億86百万円(同1.6%増)、当期純利益2億5百万円(同1.3%増)としている。上期の業績が計画を上回ったが、依然として経済状況が不透明であることから、現時点では、期首計画からの変更はない。

◆プラップジャパンの概要

当社は1970年の設立で、ことして40周年を迎える。資本金4億70百万円、渋谷に本社を置き、連結従業員数は257名である。2005年に、ジャスダックに上場した。連結子会社は、プラップチャイナ、ブレインズ・カンパニー、旭エージェンシー、ブレインズチャイナの4社である。また、資本・業務提携をOgilvy Public Relations Worldwideと結んでいる。

当社のメインの事業は、マーケティングPRとコーポレートPRである。コミュニケーション手法を駆使して、企業のマーケティング活動や、企業価値を高めるためのサポートを行う。そのほか、企業IRサポート、M&Aコミュニケーション支援など、提供するサービスは多岐にわたる。

メディアトレーニングも当社の特徴の一つである。1対1のインタビューから記者会見、謝罪会見まで、他社にない実践的な内容でメディア対応を指導する。危機管理事業では、平常時には危機管理マニュアルの整備やシミュレーションを、危機が発生したときには、発表準備や情報収集などの業務を行う。また、行政広報部門では、官庁・自治体・公益法人のPRに加え、地元理解促進活動のコンサルティングなども行っている。

当社の成長は、高収益構造によって支えられているが、それには二つの大きな要因がある。一つは、外資系企業向けサービスの売上比率が高いことである。クライアント数の内訳は、国内企業 67.5%に対し、外資系は 32.5%だが、売上高では、外資系が 53.0%を占めている。外資系企業は、経営戦略としてコミュニケーションを重視しており、PR予算が多い。もう一つは、取引の約 95%が直接契約ということである。広告代理店を経由しないため、高い利益率を確保することができている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

新規案件の獲得が好調だったが、具体的にはどのような分野か。

プロジェクトベースでは、M&A 関連が増加している。経済紙の一面を飾るような、かなり大型の案件もある。また、最近では、さまざまな手法を用いた、複合的なPRに対するニーズが高まってきている。効果的なマーケティング活動をサポートする業務が、件数としては多い。この場合、クライアントの業種は、コンシューマー系が中心である。

トピックスとして挙げた中で、下期から来期にかけて、売上に貢献できる事業はあるか。

バイドゥとの提携による「チャイナエクスプレスー中国特快」に期待している。付随して、分析レポなどのさまざまなサービスが発生してきており、下期からは徐々に収益も上がってくるだろうと予想している。

(平成 21 年 4 月 21 日・東京)