

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 代表取締役社長

連結業績は安定的に推移、グループ全体の経営資源最適化を図る

◆2013年8月期第2四半期業績概況(連結)

売上高は22億75百万円(前年同期比7.3%増)、営業利益は2億49百万円(同36.1%増)、経常利益は2億59百万円(同39.2%増)、四半期純利益は1億45百万円(同97.8%増)となった。

当第2四半期累計期間は、後半から少しずつであるが、一部の業界を軸に問い合わせを含めた業務の引き合いが増え始めたこと、12月に完全子会社化したウイタンアソシエイツ(株)の3か月分の業績が反映されたことから、前期比、予想比ともにプラスとなった。特に、収益面では昨年オフィスの移転に伴って一時的に発生した費用等が今期発生していないこともその一因である。

第2四半期累計期間の連結および単体の売上高は、単体はほぼ横ばいであるが、連結売上高はここ数年堅調に推移している。連結業績の安定的な成長の背景は、期初に尖閣諸島問題に端を発した日中関係の冷え込み等から、成長が難しいと考えていた中国現地法人2社が安定的に推移したこと、ウイタンアソシエイツだけでなく他の国内子会社が前年同期比プラスとなったこと等が、その要因としてあげられる。依然、企業のPR関連予算の引き締め感強く、価格、単価等の回復傾向は見られないが、デジタルインフラを活用したマーケティング業務、PR施策等のニーズは増加傾向にあり、今後も受注件数の増大による安定的な売上成長を目指していきたい。

営業利益においては、連結売上高が増収となったこと、単体における前年同期のオフィス移転に伴う一時的な販売管理費等費用計上の影響がなくなったこともあり、前年同期比36%増の2億49百万円となった。経常利益は、営業利益が前年同期比66百万円増加したことに加え、株式市場の回復、円安の影響もあり、為替差益などの営業外収益のプラスに伴い、前年同期比39.2%増の2億59百万円となった。四半期純利益はオフィス移転に伴う特別損失がなくなった影響を反映し、1億45百万円という結果となった。

部門別の業績でみると、PR関係のサポートを行うコミュニケーションサービス部門は、売上高は21億32百万円で前年同期比7.5%増、イベント、制作物の受注を主とするクリエイティブサービス部門は、売上高は1億43百万円で前年同期比3.4%増となった。コミュニケーションサービス部門は、新規問い合わせ、業務引き合いは前年同期比増加傾向にあり、特に、デジタルインフラを活用したPR・広報施策は数多くの引き合いがあり、リテナー契約、既存顧客を軸としたプロジェクト契約等受注件数ベースでは前年同期比プラスとなった。上半期は、新規リテナークライアントとして、アパレル、飲料、自動車、金融、IT関連、電機等を獲得、プロジェクト契約では、金融、不動産、食品、飲料、小売、自動車、ヘルスケア、IT等、幅広い分野の企業からの受注を獲得した。中国子会社では、依然、SNSを活用したPRサービスが安定的に成長した。クリエイティブサービス部門は、イベント業務は、金融セクター他、製薬、食品、自動車メーカー等の一般消費者向けPRイベント等の活動を受注した。制作業務では、医療関係、ヘルスケア関連、コンサルティング会社の広報誌等の刊行物を受注した。

今第2四半期の総契約企業数は258社となり、その内、リテナー契約企業数は147社、スポット契約企業数は111社で、前期比ではリテナー契約、スポット契約ともプラスとなった。また、期中に新規に契約した企業数は118社、内リテナー契約が57社、スポット契約が61社となった。この数字の中には契約更新も含むが、今後も継続的

に取引件数、取引社数の拡大に努めていきたい。

中国事業においては、昨年夏以降、尖閣諸島の問題に伴い日中間の摩擦が懸念され、実際に日本企業の多くが中国におけるPR活動を一時的に抑制する動きも見られた。しかし、当該期間は進出日本企業の中国現地法人とのリレーション強化が奏功し、大きな影響はなく安定した業績を挙げることができた。当社は、日本のPR会社としては他社に先駆けいち早く中国に進出し、今期16年目を迎えるが、売上比率も10%を超え、安定した売上を確保するに至っている。現在、北京と上海を拠点にプラップチャイナ、ブレインズチャイナにおいて活動しているが、今後も市場の動向を注意深く見極めながら、人員計画等体制の強化を図り、中国事業をより成長させていきたい。

◆2013年8月期業績の見通し(連結)

2013年8月期通期業績予想は、売上高44億4百万円(前年比3.5%増)、営業利益5億21百万円(同16.5%増)、経常利益5億16百万円(同15.4%増)、当期純利益2億72百万円(同27.3%増)を見込んでいる。

業績予想値に関しては、当第2四半期累計期間の業績が予想を上回って推移したが、依然、経済状況が不透明であり、今後の状況の推移を見据える必要があることから、現段階では期初予想を変更していない。第3四半期以降、着実に売上、利益を積み上げて、まずは当初予想の達成に尽力したい。

◆プラップジャングループの概要および今後の展望

当社の創立は1970年、今年43年目になる。この第2四半期末の連結従業員数は254名である。昨年12月に買収を完了したウィタンアソシエイツを含め連結子会社は、中国の子会社を含め5社である。子会社への出資比率は、国内子会社はすべて100%出資、中国の現地法人はプラップジャパンと子会社のブレインズカンパニーがそれぞれプラップチャイナ、ブレインズチャイナに60%を出資している。現在、各子会社では個々の会社別に独立した経営を行っている。もともとプラップジャパン、ブレインズカンパニーは、国内市場における国内企業のPR活動の支援、米国系を中心としたグローバル企業の日本市場向けPR活動の支援を主に行ってきた。また、プラップチャイナ、ブレインズチャイナでは、中国市場に進出する日本企業のPR、マーケティング支援を行っている。4年前に子会社化した旭エージェンシー、昨年、子会社化したウィタンアソシエイツは、ともにプラップジャパンにない欧州系企業との強固なリレーション、提供するサービス、蓄積したノウハウにおいて固有の機能を有している。これまでもグループ内で顧客情報等の一部営業情報は共有してきたが、今後グループ一体となって顧客情報、提供するサービス、ノウハウ等の一層の共有を図り、グループとしての営業強化を進めていきたい。

下期及び今後の経営方針は、まず大方針として、これまで個社別の機能を優先し、緩やかな枠組みの中で経営を行ってきたが、昨年12月にウィタンアソシエイツが加わったことから、今後はグループ全体での最適化に向けた取り組みを進め、より効果的な事業運営、より高い事業シナジーを追求していく。

サービスの強化としては、既存顧客への営業深耕、新規先に向けてはデジタルなどを活用したサービスを含めPRサービスの拡充も進めていきたい。日本、中国ともにネット関連のメディアは日々多様化・細分化していて、お客様やマーケットからのニーズも拡大している。当社が1昨年より提供を開始しているプレスリリース等の配信サービスであるデジタルPRプラットフォーム他ソーシャルメディアを活用したPR施策等、さらなるサービス拡充を進めていく。

さらに事業基盤の拡大という観点からは、今後も継続して中国での事業を強化する。日中関係の一時的な悪化というリスクもあるが、中国市場はPR分野においてもまだまだ拡大する市場であり、中国でも販売促進に重きをおいたサービスだけでなく、クライシスマネジメント関連の業務等も積極的に行っていきたい。また、中国だけでなく、今後はアジア、欧州、米国等の市場でも動向を見極め、日本企業のアウトバウンドを支援する活動も検討を進めたい。また、市場やサービスの領域拡大に向けては、これまで同様にM&Aの推進にも取り組んでいきたい。

経営効率の改善に向けた戦略としては、現在の経済環境を踏まえ、業務全般のクオリティを高めていくことが重要な課題と考える。社内研修期間を通じた人材の教育、研修環境を拡充することで、サービス力のみならず、マネジメント力の強化に努め、業務全般の効率性、生産性の向上に努めていくとともに人材の最適配置等適正なマネジメント体制を構築していく。また、様々な営業情報や人事研修の共有だけでなく、今後は会社別に保有する経営資産の協同体制の構築を含め、管理部門、情報システム部門等でも、グループとして資産の最大活用、最適化を進めていきたい。

(平成 25 年 4 月 19 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

http://www.prap.co.jp/ir/upload/kessan_setsumeij_130419.pdf