



証券コード
2449

2024年8月期（54期）

第2四半期 決算説明資料



2024年4月25日

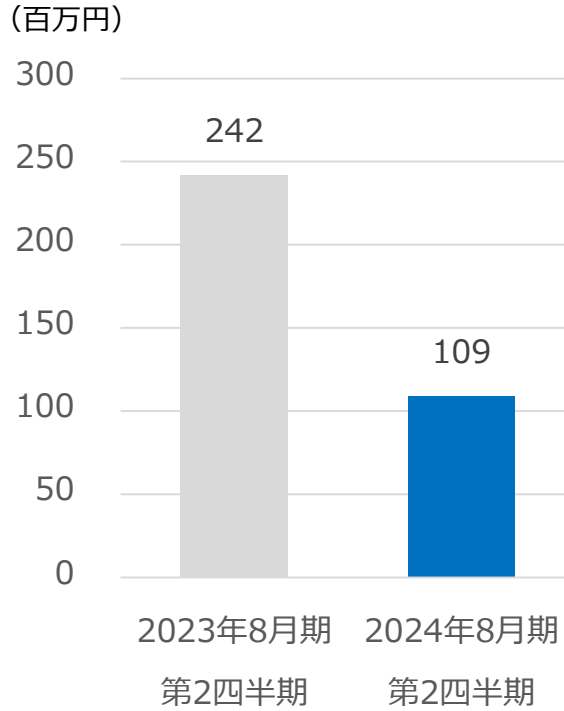
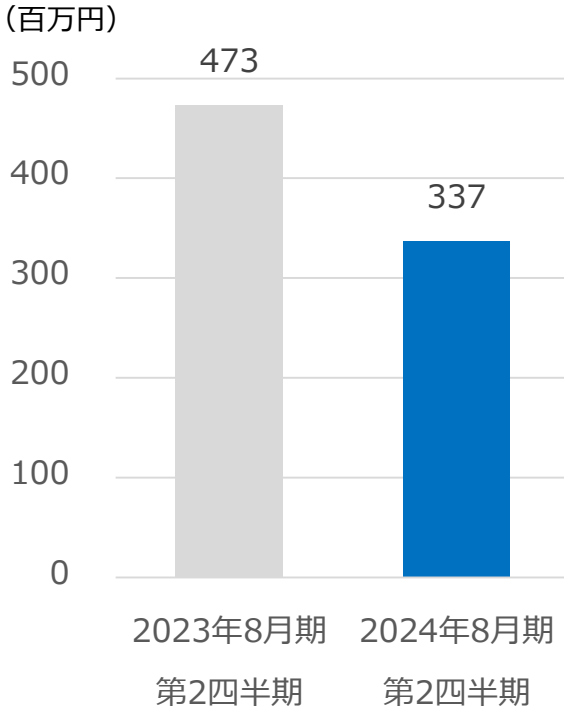
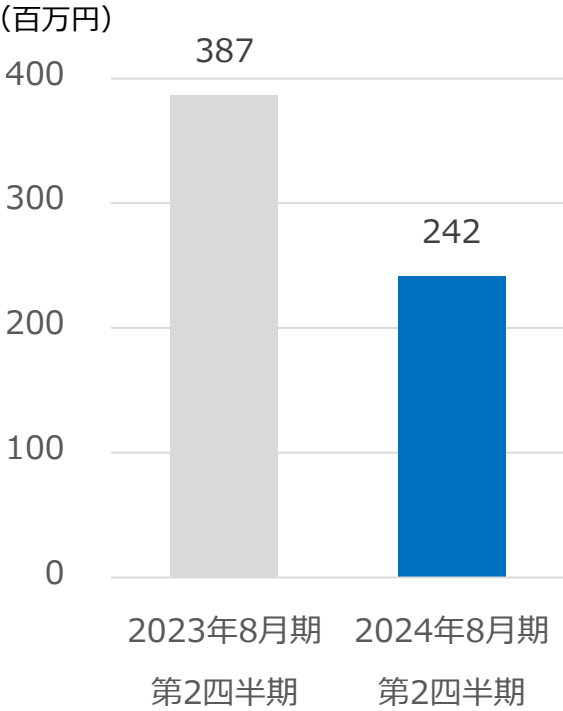
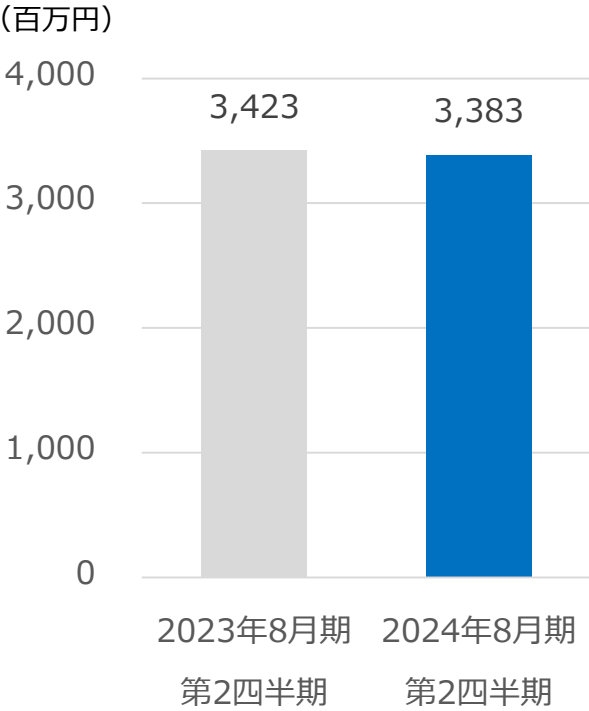
株式会社ブラップジャパン

目次

1. 2024年8月期第2四半期の連結業績
2. 2024年8月期の連結業績見通し
3. 2024年8月期第2四半期のトピックス
4. 資本収益性の向上
5. 安定配当の実施
6. 2024年8月期の重点施策

2024年8月期 第2四半期 連結業績

前期に獲得したスポット案件の反動減や離脱した大口顧客の減収分の
カバーには至らず、第2四半期の連結業績は対前期減収減益



2024年8月期 第2四半期 セグメント別業績

コミュニケーションサービス事業

当社単体を含む国内外のPR関連事業会社の業績

	前期実績	当期実績	対前期増減率
売上高	2,900百万円	2,902百万円	0.1%増
営業利益	371百万円	285百万円	23.3%減

デジタルソリューション事業

ブラップノード、プレシジョンマーケティング、WILD ADVERTISING & MARKETINGの3社の業績

	前期実績	当期実績	対前期増減率
売上高	641百万円	565百万円	11.7%減
営業利益	55百万円	▲2百万円	—

連結業績の主要因

総合的なグループシナジーを発揮し、両事業の組み合わせによって
差別化を図り新たな価値を提供

コミュニケーションサービス事業

- 国内PR会社では、ニーズが拡大しているサステナビリティPR、豊富な実績を有する危機管理広報コンサルティングやヘルスケア・IT業界向けの案件を中心に受注を獲得
- 一方で、前期に獲得したイベント案件やメディアタイアップ案件の反動減をカバーするまでには至らず増収減益

デジタルソリューション事業

- プラップノードが提供する広報PR業務のSaaS型クラウドサービス「PRオートメーション」は、広報PRのDX推進に向けて、クライアントのニーズに対応した機能追加・改善を継続的に実施しながら堅調に導入クライアント数を増やしており、さらなるクライアント獲得に向けた投資を実施
- プレシジョンマーケティングは、継続してクライアントのニーズが高いデジタル広告やSNS運用といったデジタルマーケティング関連サービスの受注を獲得
- 一方で、前期に国内外で離脱した大口クライアントの減収分をカバーするまでには至らず減収減益

2024年8月期の連結業績見通し

通期業績予想に対する進捗率は、営業利益面でビハインド
下期には個々の案件の採算管理と販売管理費のコントロールに注力

	通期業績予想	第2四半期累計実績	進捗率
売上高	7,170百万円	3,383百万円	47.2%
営業利益	790百万円	242百万円	30.6%

2024年8月期 第2四半期トピックス

1. クライアントニーズの変化への対応

インバウンド・アウトバウンド

■ インバウンド・アウトバウンド関連のPR・マーケティングサービス

- ・ 新型コロナが「5類」に移行し、国境を越えた人の移動や企業投資が活発化
- ・ 訪日外国人向けプロモーション、日系企業の中国・東南アジアにおけるPR・マーケティング支援などの受注が拡大。2024年8月期下期にかけてもこの勢いは継続する見込み

サステナビリティ

■ 企業のサステナビリティの取り組みをPR観点で具体化して情報発信まで一貫サポート

- ・ 様々なサステナビリティ関連のコミュニケーション施策を推進してきた経験を活かし、クライアントのサステナビリティへの取り組みの具体化から情報発信までを一貫して支援
- ・ 社内外を横断し多様な知見や事例研究を持ち寄り最適化を目指す専門プロジェクトチームを設置しており、新規ソリューションの開発や社会への機動的情報発信等の最適なサービス提供を追求

■ IR・ESG関連文書の翻訳サービス

- ・ グループ会社のトランスコネクトでは、クライアントと海外ステークホルダーの間のコミュニケーションを支援するためのIR・ESG関連文書の翻訳サービスを提供

2. デジタルサービスの開発

インフルエンサーPR

■ ClaN Entertainment社と共同で若年層向け「VTuberコミュニケーションサービス」を提供

- ・ 「若年層の自社ブランド認知度低下に対する課題」を抱えるクライアントからの相談が増加しており、当社内にZ世代社員中心の「若年層向けマーケティング」に特化したプロジェクトチームを設置
- ・ 「TikTokマーケティングPRサービス」、「インフルエンサーリレーションズ」に続き、「若年層向けコミュニケーションサービス」の提供を開始

生成AIなどのテクノロジー活用

■ グループ内の研究開発を推進、広報PR業務のDX化の最適解を探求

- ・ Talkwalker社と共同でAIを活用したSNS反響分析サービス「ディープ・インパクト・スコープ」を開発。PRや広告施策における反響要因の詳細な分析を実現し、PDCAサイクルの品質を向上
- ・ グループ会社のブラップノードでは、ChatGPTを活用したサービスの開発に取り組み、効果的で質の高いプレスリリース生成機能を開発中
また、広報活動における生成AIの活用をテーマにしたイベント、セミナー、講演を実施するなど、対外的な情報発信にも注力
- ・ ブラップジャパンでも、AIを活用した社内生産性の向上と新規サービスの開発のPoCを実施中

3. 当社グループのブランディング強化

各種アワードの受賞

- プラップジャパンが「Red Dot Design Award」を受賞
 - ・ アッヴィ合同会社と取り組んだ、乳がんの疾患啓発プロジェクトが、世界三大デザイン賞の一つである「Red Dot Design Award」を受賞
- プラップジャパンが「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」 PR部門でシルバーを受賞
 - ・ アッヴィ合同会社と取り組んだ、炎症性腸疾患(IBD)の社会的認知向上に関するプロジェクトが、「2023 63rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」のPR部門にて、シルバーを受賞
- プラップジャパンが「PRアワードグランプリ2023」でシルバーを受賞
 - ・ 日本ケロッグ合同会社と推進する、「毎日朝ごはんプロジェクト」が、日本PR協会が年に一度、優秀なPR活動を表彰する「PRアワードグランプリ2023」にて、シルバーを受賞
- ブレイズチャイナが中国で最も権威ある広報アワードにて金賞1件、銀賞2件受賞
 - ・ 中国の広報業界において専門的で名誉ある「第12回中国創新伝播大賞」にて、金賞1件、銀賞2件を受賞
- プラップジャパンが「PRIDE指標」で最高位ランクに認定
 - ・ LGBTに関する企業の取り組みを評価する「PRIDE指標」において、最高位ランクとなる「ゴールド」を受賞

情報発信の強化

- プラップジャパンのPR支援事例や手法の紹介
 - ・ プラップジャパンのホームページ、ブログでPRの事例や手法に関する情報を発信
 - ・ プレスリリースの書き方、サステナビリティPR、デジタルサービスなど、クライアントニーズの高いテーマで営業セミナーを開催

4. その他

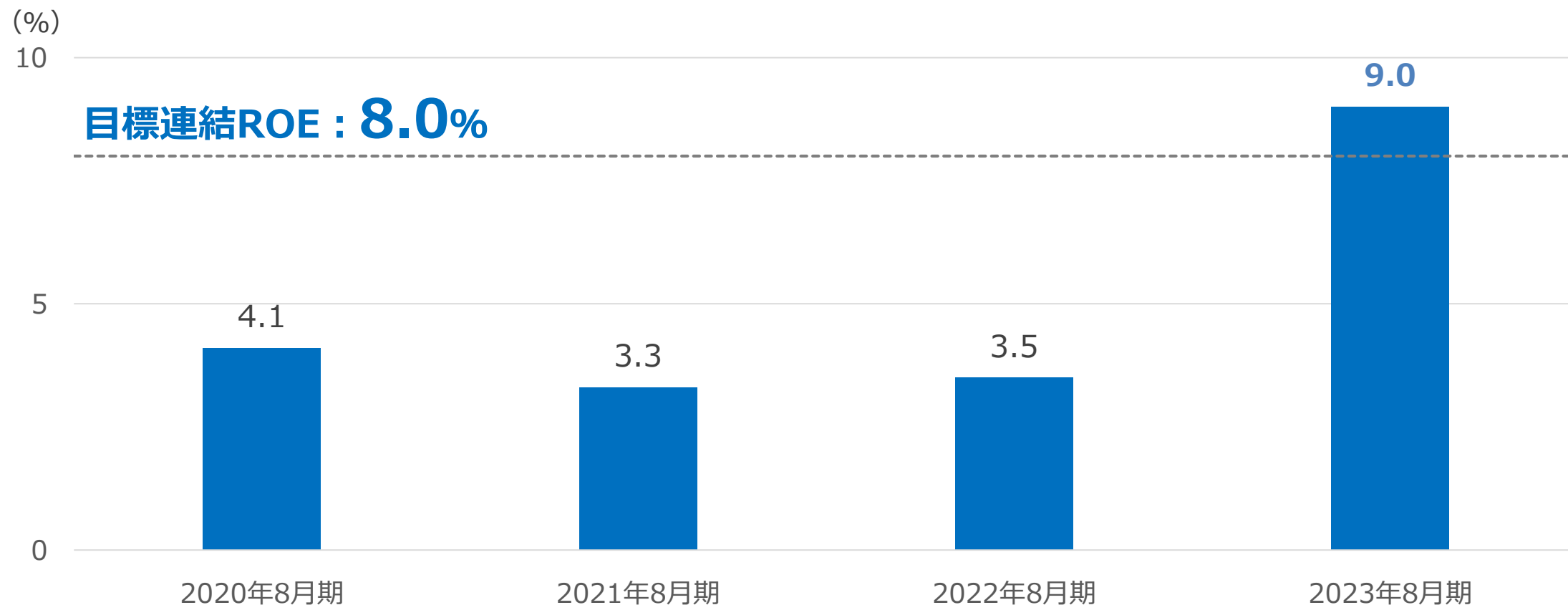
連結子会社化の中止

■ ソーシャルワイヤー社の第三者割当増資の引受けによる連結子会社化の中止

- 国内シェアオフィス事業の譲渡に関してソーシャルワイヤー社に追加的損失が発生したことを起因として、双方合意のもと本第三者割当増資の引受けを中止し、資本業務提携契約を解除
- 2023年11月13日の連結子会社化の中止公表と同日付で、2024年8月期の通期連結業績予想を修正

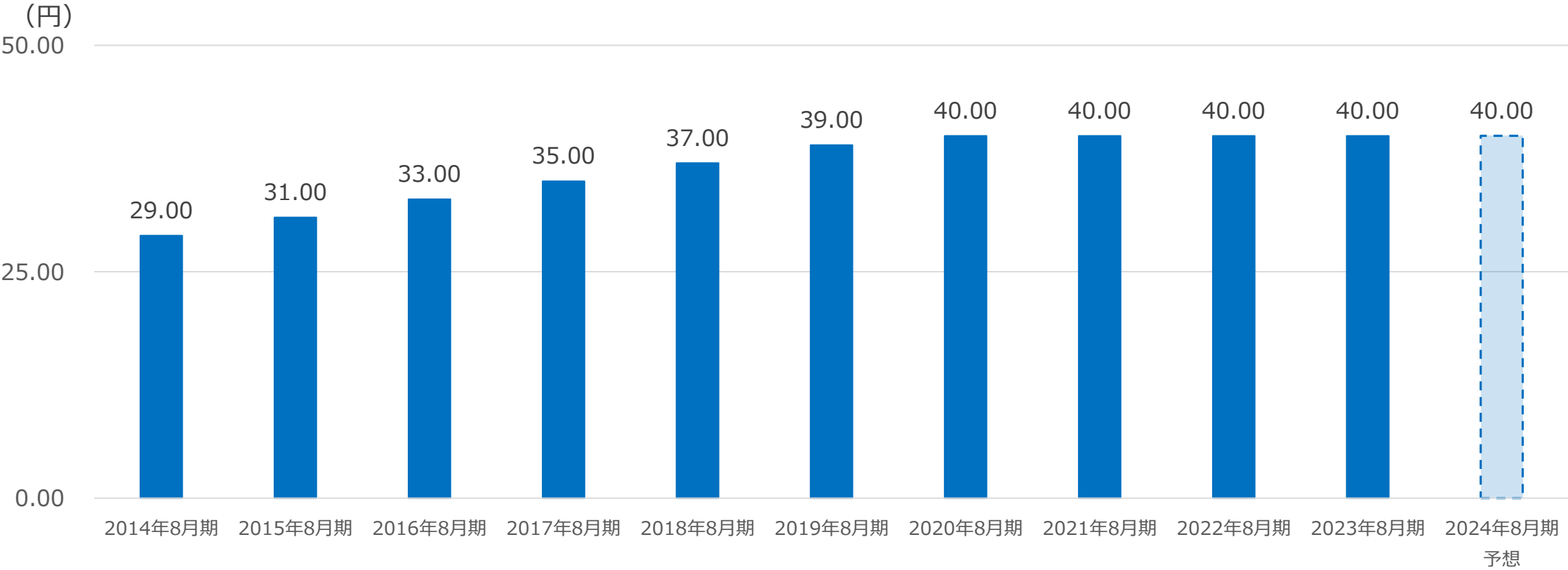
資本収益性の向上

本業の収益力回復によって2023年8月期の連結ROEは目標値をクリア
持続的な収益拡大と機動的な株主還元策を通じた資本収益性の向上に今後も注力



事業環境や投資機会を踏まえて、今後も安定的な配当実施に努める

1株当たり年間配当金額の推移



- ① PR会社の枠を超えたサービスポートフォリオの構築
- ② 既存事業強化 × 新サービス・事業開発
- ③ 海外事業の強化
- ④ デジタル領域の拡充
- ⑤ M&A・アライアンスの推進

①PR会社の枠を超えたサービスポートフォリオの構築

トラディショナルPR

- PR領域で長年のノウハウや経験
- 全業界/全業種のアレンジ
- 一貫通貫のサービス提供
- 危機管理、メディアトレーニング
- 広告代理店傘下ではない独立性



コミュニケーションサービス全般

- イベント・制作
- 翻訳サービス
- グローバル対応
- デジタルPR&デジタルマーケティング
- インターネット広告
- 広報DX化ツール「PRオートメーション」
- インフルエンサー
- クリッピング
- 各種デジタルツール開発など

②既存事業強化 × 新サービス・事業開発

既存事業強化（知の深化）

- 1 サービス領域の拡大**
社内リソース拡大と外部パートナー活用
- 2 顧客単価の向上**
社員教育の強化や生産性の向上によって、クライアントにより付加価値の高いサービスを提供
- 3 営業・ブランディング強化**
オンラインセミナーやDM、事例発表、アワード受賞など
- 4 専門性強化**
SDGs、インバウンド、ヘルスケア、ITなど
- 5 汎用性の高い、価格コンシャスなサービス**
中堅中小企業向けのパッケージサービスなど

新サービス・事業開発（知の探索）

- 1 AI/RPAによる生産性向上**
将来的な外部販売も見据えてテクノロジーの研究開発を実施
- 2 新サービスの開発**
自社リソースと外部リソースを活用した新サービス開発にも注力

③海外事業の強化

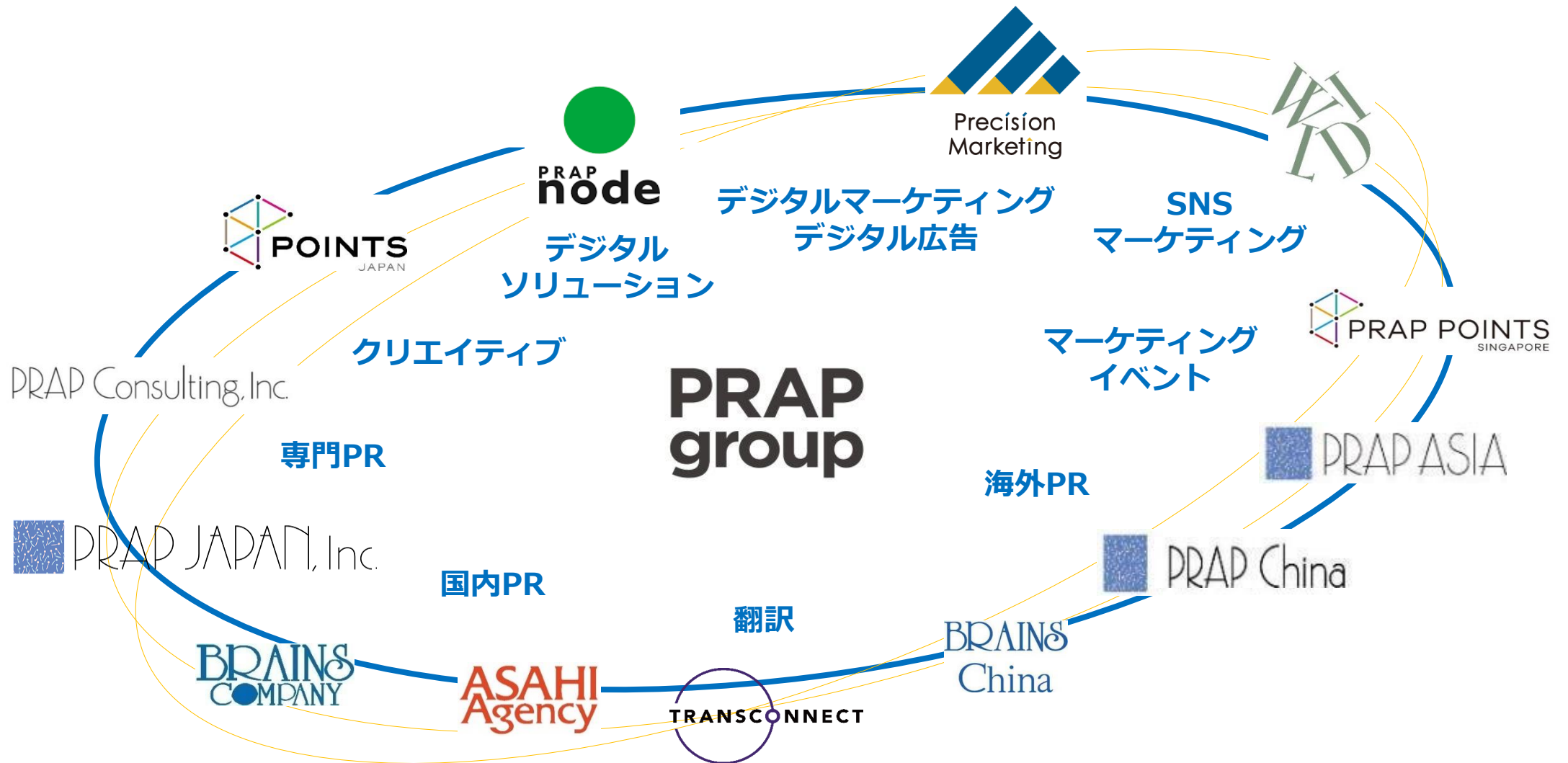
- アフターコロナで需要拡大中のリアルイベントやインバウンド・アウトバウンド案件の獲得
- 外国人インフルエンサーのネットワーク拡充など提供サービスの強化
- 上海での営業強化、ベトナムでのクリエイティブ人材確保など、展開エリアの拡充

④デジタル領域の拡充

- ニーズの高いデジタル広告、SNS運用、データ分析などのサービスに注力
- 市場拡大が見込まれるデジタル領域には、引き続き経営資源を積極投入

⑤M&A・アライアンスの推進

コミュニケーションを軸にM&Aやアライアンスを通じて事業領域を拡大



本資料お取り扱い上のご注意

- 本資料は当社をご理解いただくために作成したものであり、当社への投資勧誘を目的とするものではありません
- 本資料の作成には十分に注意を払っていますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害などについては、その理由の如何に関わらず、当社は一切責任を負うものではありません
- 本資料中の予想・予測などは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化などの様々な要因により、実際の業績は、将来の見通しとは大きく異なることがあります

お問い合わせ

株式会社プラップジャパン 経営企画室

TEL : 03-4580-9125 Email : ir_info@ml.prap.jp