



証券コード
2449

平成29年8月期（47期）

決算説明会



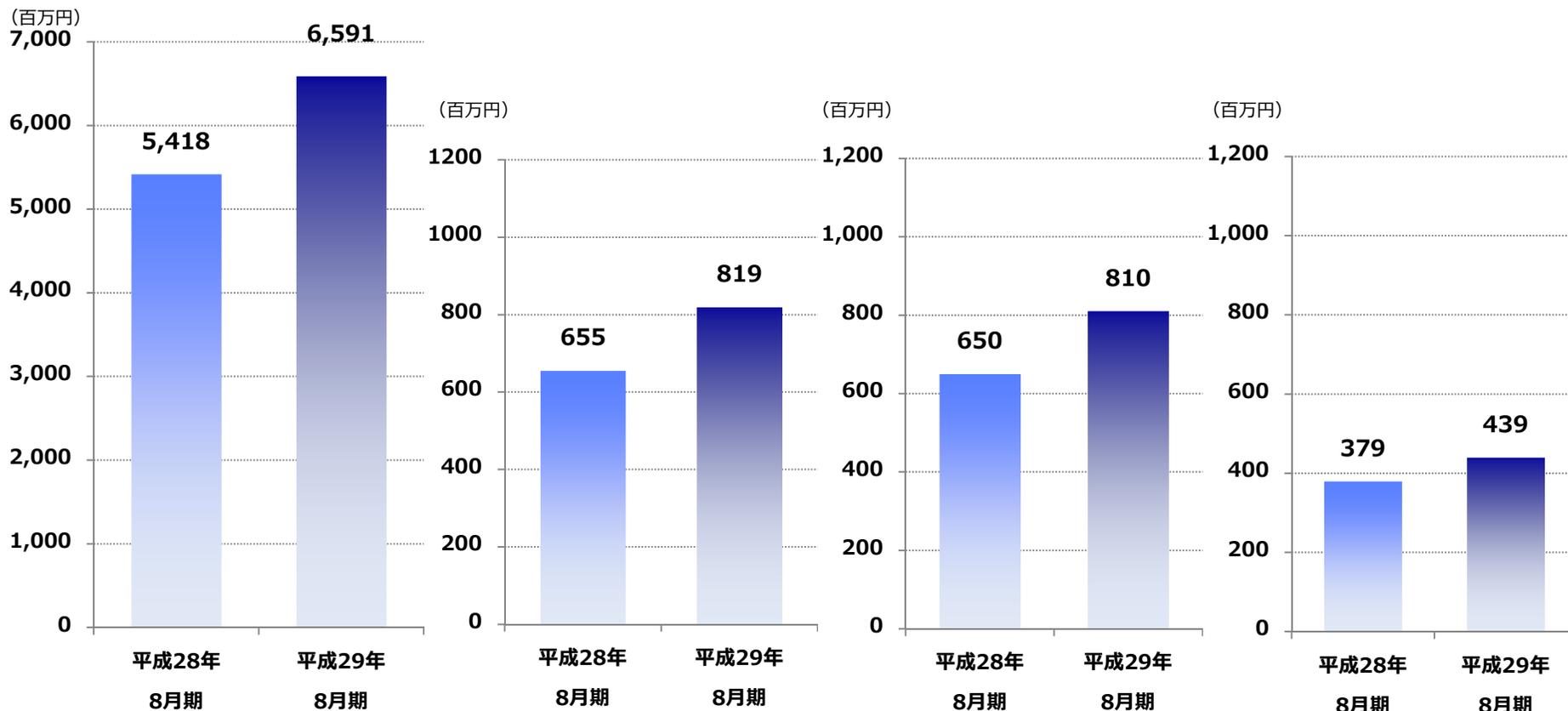
平成29年10月25日

株式会社プラップ ジャパン

◆平成29年8月期 連結業績

- 売上高およびすべての利益項目において**過去最高を更新**
- 単体での好調な業績に加え、中国子会社が大幅な増収増益を達成**
- 配当35円を予定。継続的な利益還元に取り組み、13期連続の増配**

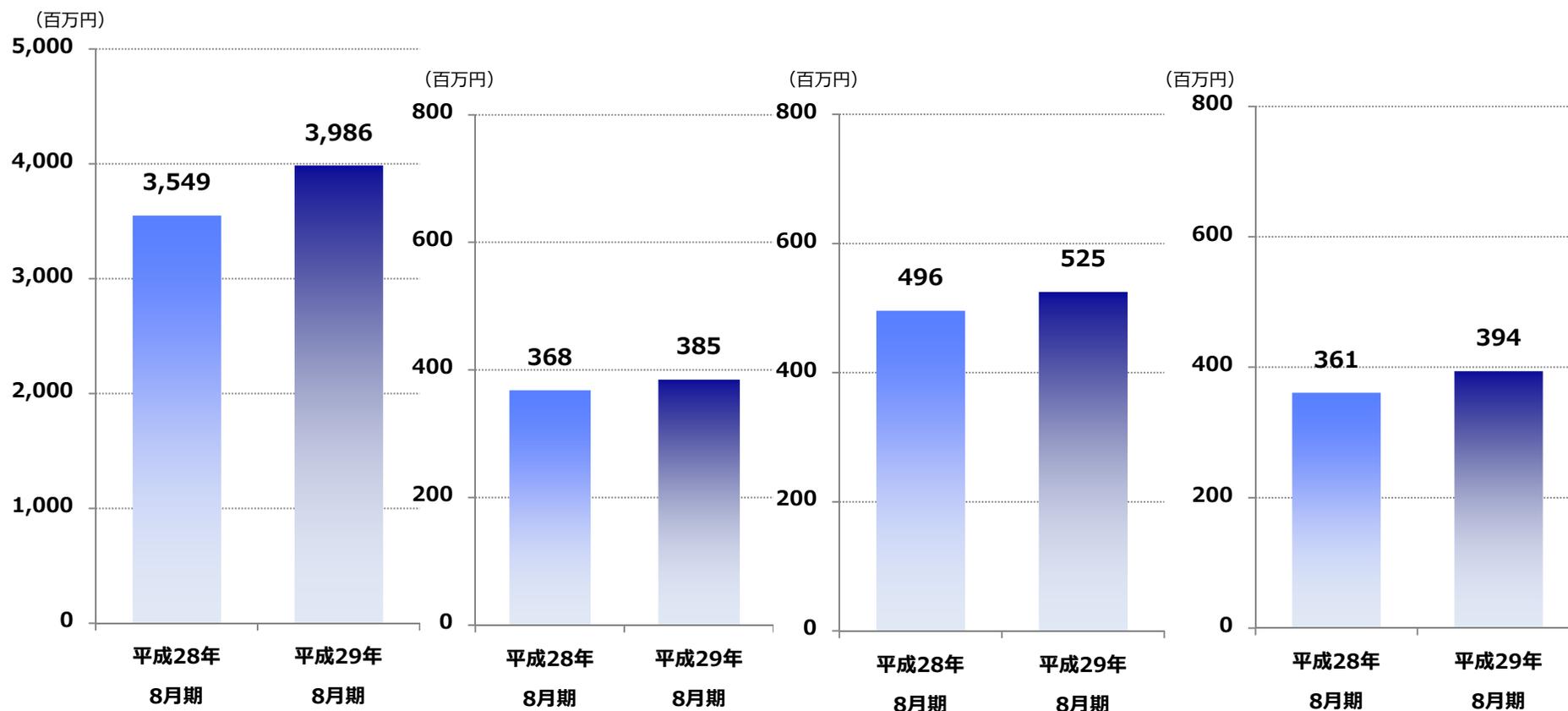
売上高	65.9億 (前期比21.6%増) (予想比16.1%増)	営業利益	8.1億 (前期比25.1%増) (予想比17.6%増)	経常利益	8.1億 (前期比24.7%増) (予想比16.8%増)	当期純利益	4.3億 (前期比15.8%増) (予想比 8.6%増)
------------	--	-------------	---	-------------	---	--------------	---



◆平成29年8月期 単体業績

- 当社単体では売上高12.3%増、営業利益4.7%増の増収増益
- 既存クライアントからの契約継続・スポットの受注増が寄与
- デジタルPR関連の売上が前期比で倍増

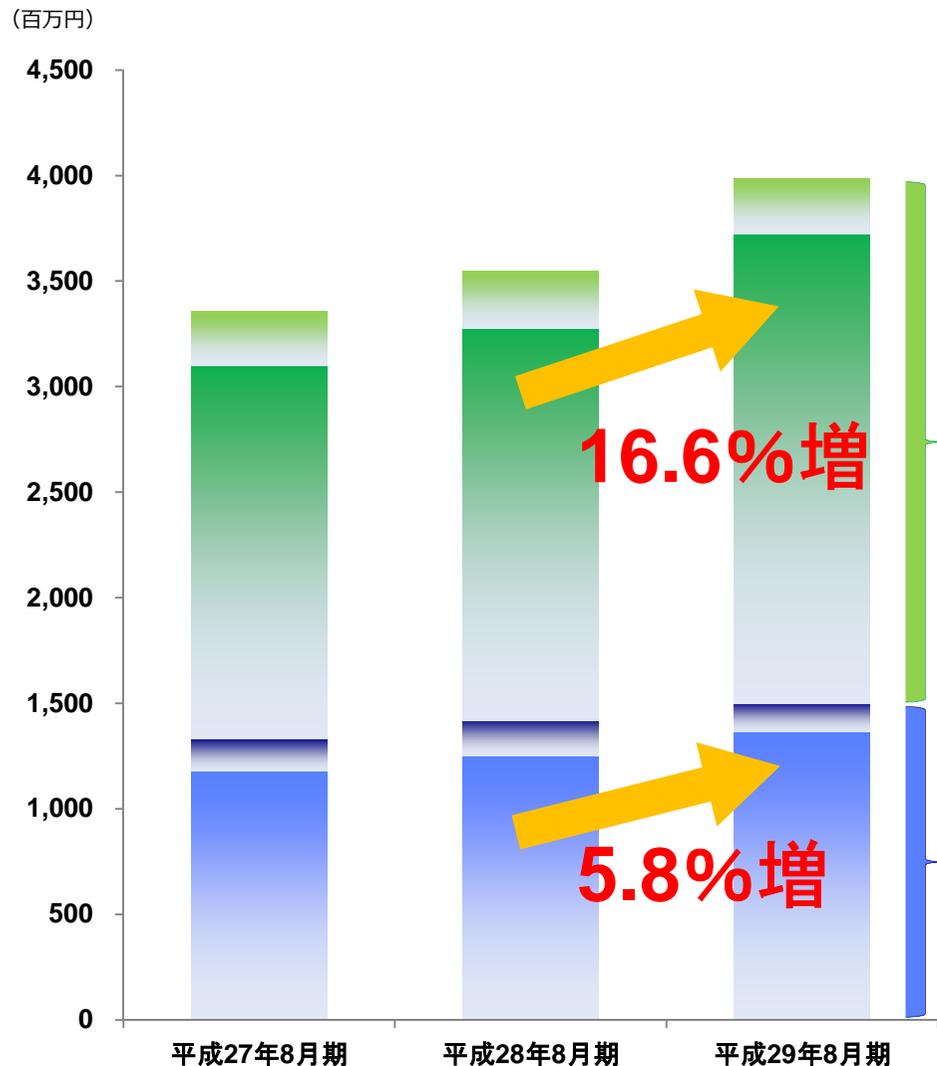
売上高	39.8億 (前期比12.3%増) (予想比9.0%増)	営業利益	3.8億 (前期比4.7%増)	経常利益	5.2億 (前期比5.7%増) (予想比2.7%増)	当期純利益	3.9億 (前期比9.1%増) (予想比5.3%増)
-----	------------------------------------	------	--------------------	------	----------------------------------	-------	----------------------------------



◆ 単体業績の主要要因

受注（単体・金額ベース）はリテナー、スポットともに増加で推移

■ 既存リテナー ■ 新規リテナー ■ 既存スポット ■ 新規スポット



スポット契約（新規、既存）

- ◆ 消費財系既存クライアントからのデジタル施策を含む複数受注
- ◆ 危機管理広報コンサルティング案件の受注
- ◆ 新規クライアントからの大型受注
 - 大型新商品ローンチPR・イベント
 - 財団法人ブランディング 等

リテナー契約（新規、既存）

- ◆ 前期下期に獲得した大型リテナー案件の継続
- ◆ 成長を下支えするリテナー契約が安定的に増加

◆ 単体業績の主な要因

デジタルPR関連の売上高 前期比で倍増

- ◆ デジタルの知見の蓄積と共有する体制構築
デジタルサテライトメンバー
- ◆ 強化を進めるデジタル施策
消費財系、インバウンド系の案件で増加
- ◆ デジタル領域における企業のコミュニケーション課題を解決
「デジタルPR研究所」を設立
新サービス「ソーシャルPRパッケージ」販売



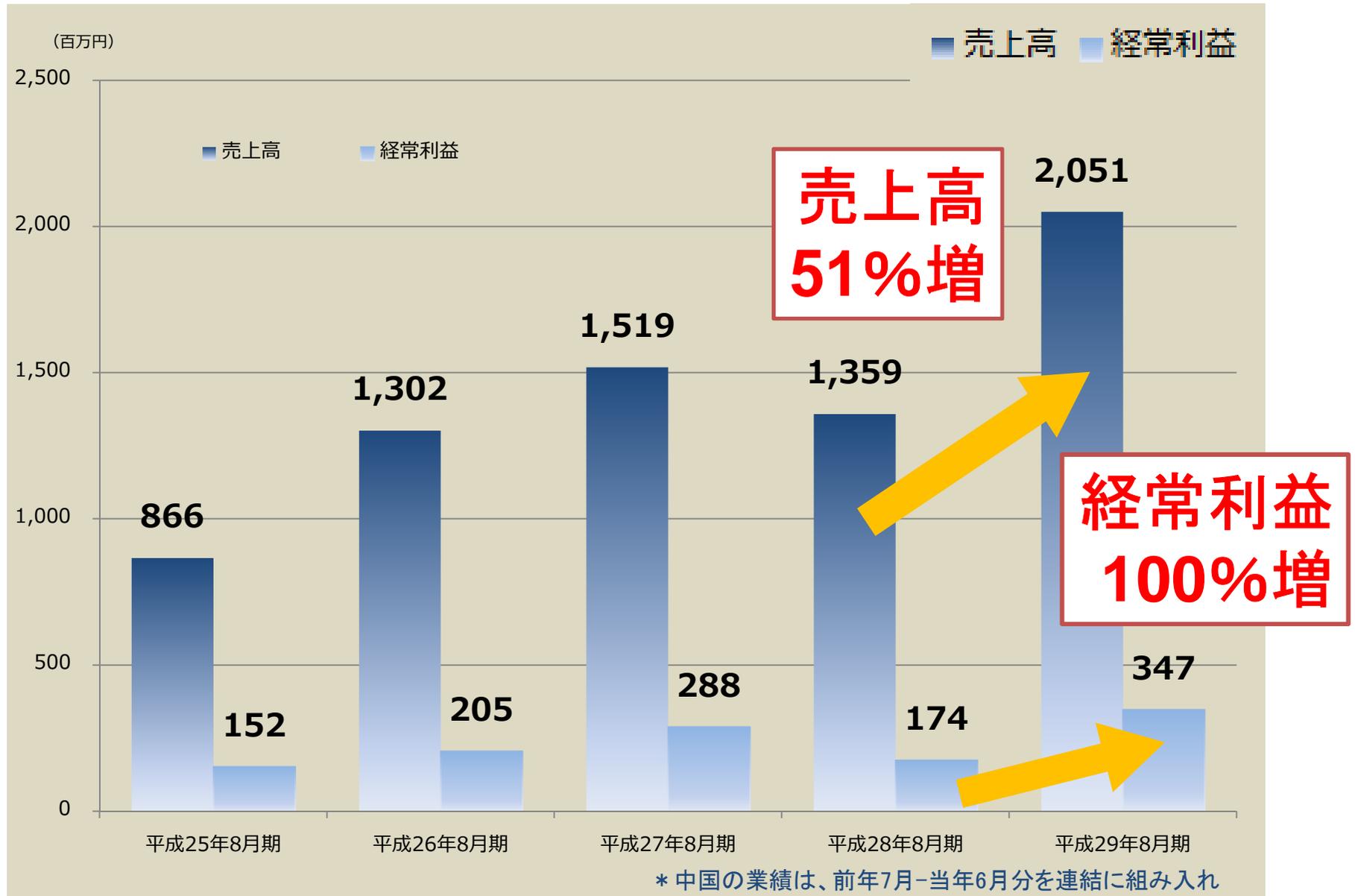
中国/AP事業拡大 安定的に受注を獲得

- ◆ 前期下期からスタートした中国/アジアパシフィック事業部の売上規模拡大

メディアトレーニング事業 営業利益80%増

- ◆ チームのリソースを拡大し、受注増
- ◆ 大型のクライシス対応案件も受注

◆ 連結子会社業績の主要要因 中国事業の業績推移



◆ 連結子会社業績の主要因

中国子会社 一 期初予想を大幅に上回る増収増益
- 既存クライアントへの営業深耕、成長性の高い分野を開拓

- ◆ 2社による売上高は前期比51%増、経常利益は前期比100%増
- ◆ 期初から既存クライアントの大型スポット案件受注
- ◆ 伸長する中間層マーケットに照準を合わせた、自動車メーカーからのプロモーション案件増加
- ◆ ソーシャルメディアを活用したデジタル施策増加
- ◆ 成長カテゴリー 化粧品・ファッション・美容・越境EC関連等の分野が拡大

国内子会社 一 2社が増収増益

- ◆ 順調な国内クライアントから新規リテナーや大型イベント案件、海外PR案件等を受注
- ◆ 前期実績を下回った1社は、下期から回復基調へ

◆平成30年8月期（48期） 連結業績の見通し

売上高	66.4億 (前期比0.7%増)	リテナー／スポット契約受注を拡大
営業利益	8.3億 (前期比1.8%増)	デジタルPRサービスの受注拡大
経常利益	8.3億 (前期比2.8%増)	インバウンド/アウトバウンド案件の受注強化
当期純利益	4.6億 (前期比6.2%増)	中国子会社の今期業績を維持

2020年

プラップジャパン50周年

“次世代”プラップグループへ
企業力発展のための
積極的な施策と投資を推進

コア事業の拡大

- PRサービスの品質向上
- 専門性の強化
- トレーニングビジネスの拡大

新規事業の推進・開発

- デジタルサービスの強化・開発
- 中国／アジア・パシフィック地域における基盤の拡大
- アライアンスの推進

人材強化

- 最先端のPRスキルを持つプロフェッショナルな人材を育成
- 社員満足度の向上

生産性の向上

- 生産性を高める新しい働き方
- IT活用による生産性の向上

◆ コア事業の拡大

◆ トラディショナルメディアからデジタルメディアに至る包括的かつ戦略的なPR施策

- P&G Partner of the Year Awardを受賞
ーデジタルメディアを駆使した専門性の高い
コミュニケーションサービスが評価



◆ 専門性の強化

- ヘルスケア、IT、金融／危機管理コンサル 等

◆ トレーニングビジネスの拡大

- リソースと提供サービスの拡大

◆ 新規事業の推進・開発

◆ デジタルサービスの強化・開発

- デジタルサテライトチーム立ち上げ
- 7月デジタルPR研究所を設立
 - ーデジタル諸分野との連携
- 新サービス開発
 - ーソーシャルPRパッケージ



47期は、デジタルPR関連の受注が急速に増加
前期に比べ売上倍近い伸び

今後もクライアントニーズは高まり、受注は増加傾向で推移

◆ 新規事業の推進・開発

◆ 海外市場の拡大

- 中国/アジアパシフィック事業部の安定した伸び
-インバウンド/アウトバウンド需要の拡大
- さらなる市場開拓
-シンガポール駐在員事務所を7月開設
- 中国子会社の安定的な成長

◆ 人材強化/生産性の向上

◆ デジタル領域に強みを持つ人材の育成

- デジタルスキルの浸透率が大幅に上昇

◆ 働き方改革を推進

- 多様な働き方への対応、制度見直し、デジタルインフラ面の改善等、27の施策を実施

➡ 社員満足度、離職率が大幅に改善

◆ 自社ブランド育成

◆ PRアワードグランプリ
2作品がブロンズ受賞



◆ LGBT指標でPR会社としては唯一
となる2年連続の「ゴールド」受賞



◆ 広報の重要性を広めるための講演・寄稿



◆ 慶應義塾大学寄附講座 7年継続

プラップジャパングループ

概要



平成29年10月25日

株式会社プラップ ジャパン

会社概要

- 創 立 1970年
- 資 本 金 4億7千万円
- 代 表 者 代表取締役社長 鈴木 勇夫
- 本 社 東京都港区赤坂1丁目
- 連結売上高 65億91百万円（平成29年8月期）
- 連結従業員数 293名（平成29年8月末現在）



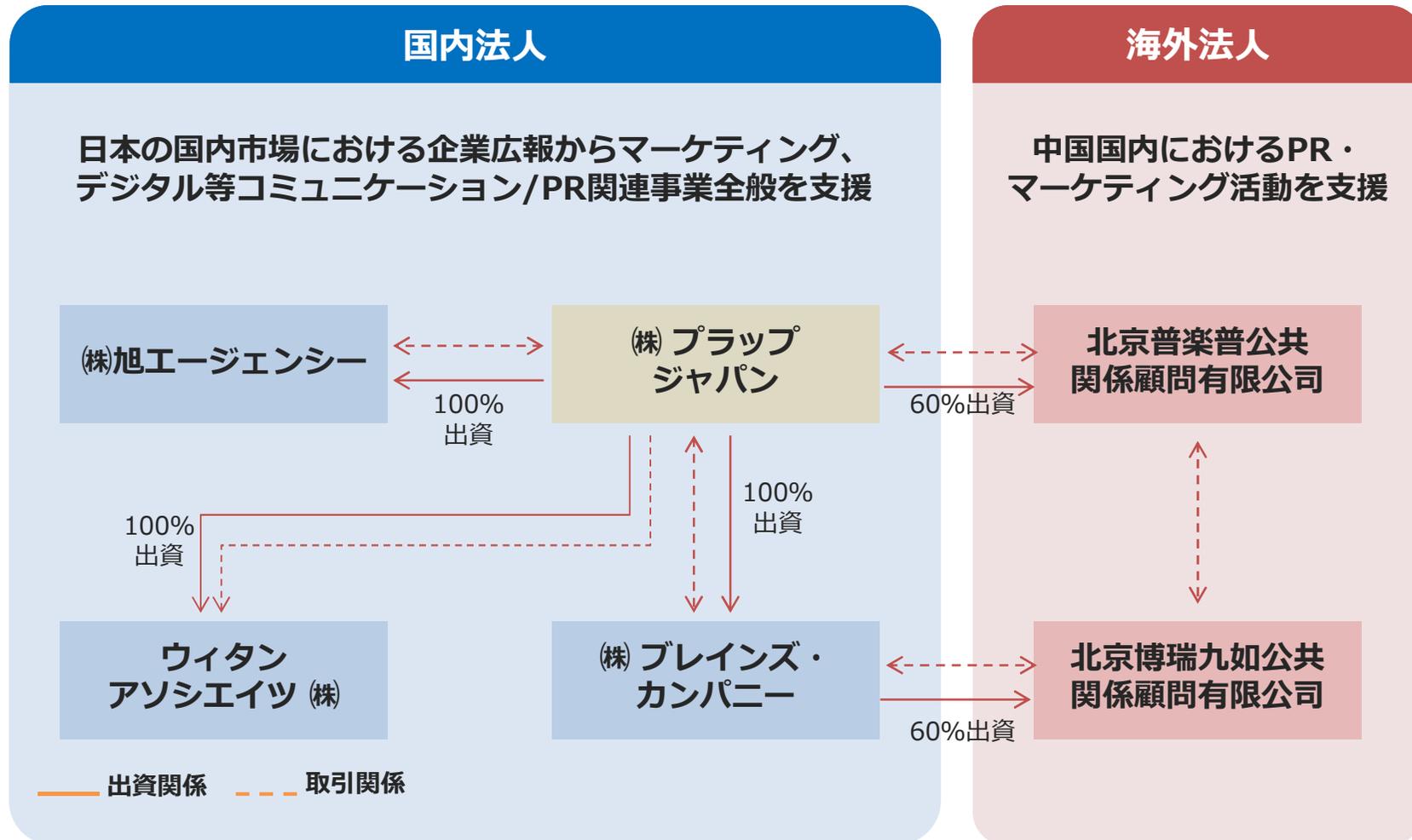
会社概要



■ 連結子会社

- 北京普樂普公共関係顧問有限公司 <プラップチャイナ>
- 株式会社ブレインズ・カンパニー
- 株式会社旭エージェンシー
- 北京博瑞九如公共関係顧問有限公司 <ブレインズチャイナ>
- ウィタンアソシエイツ株式会社

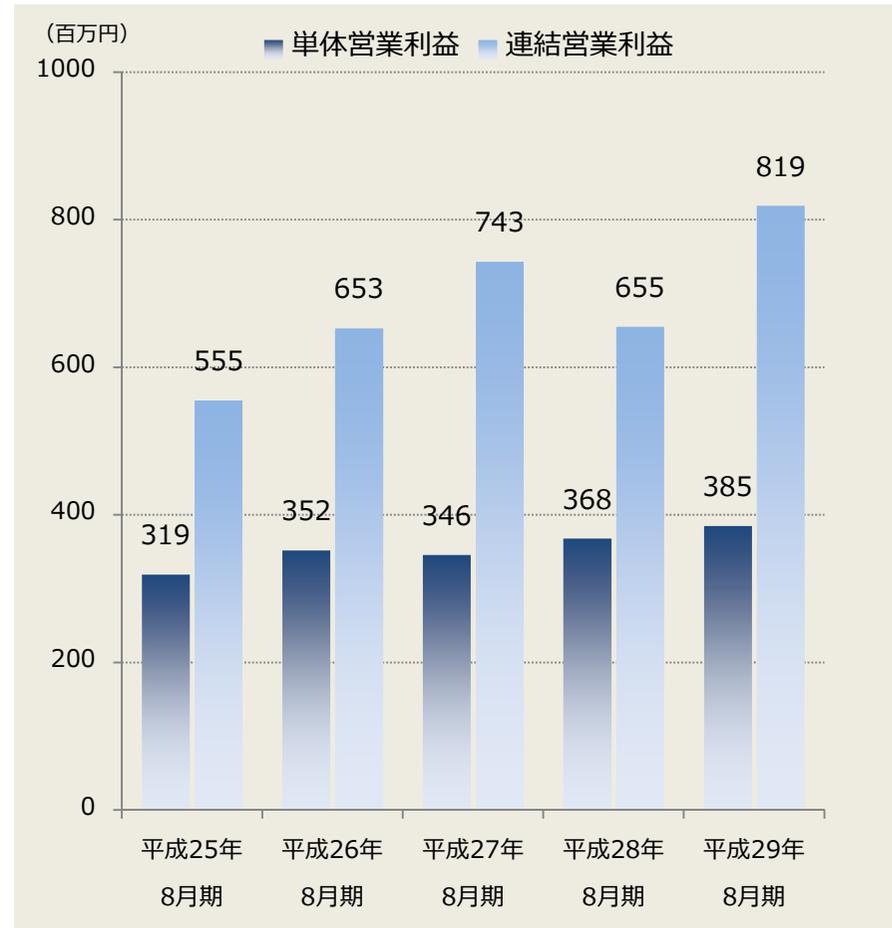
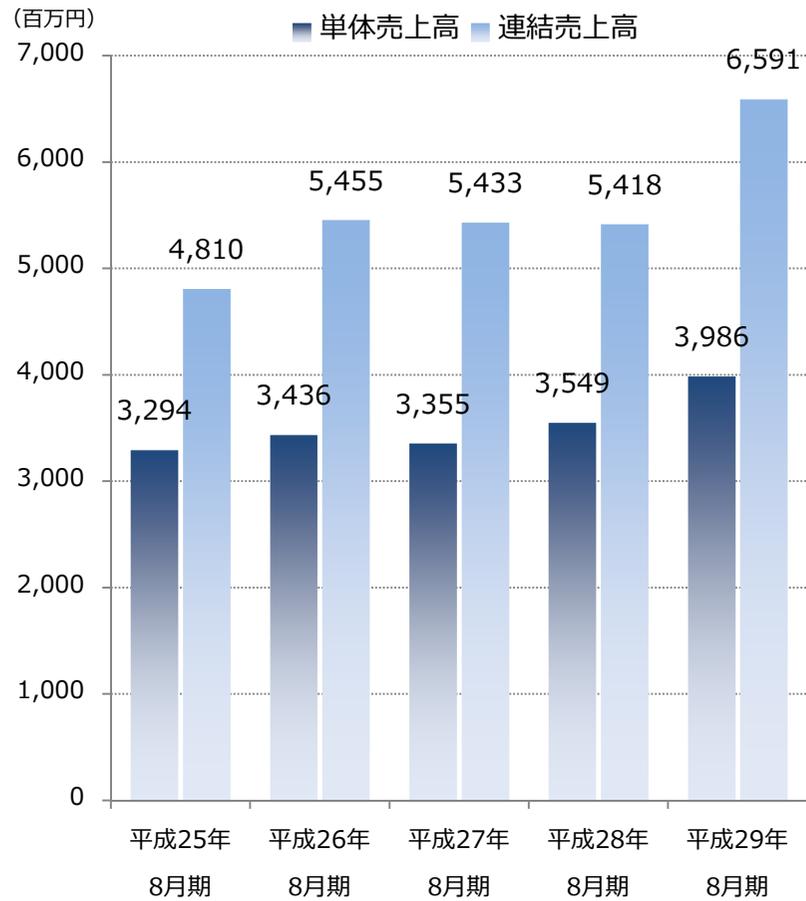
プラップジャパングループ



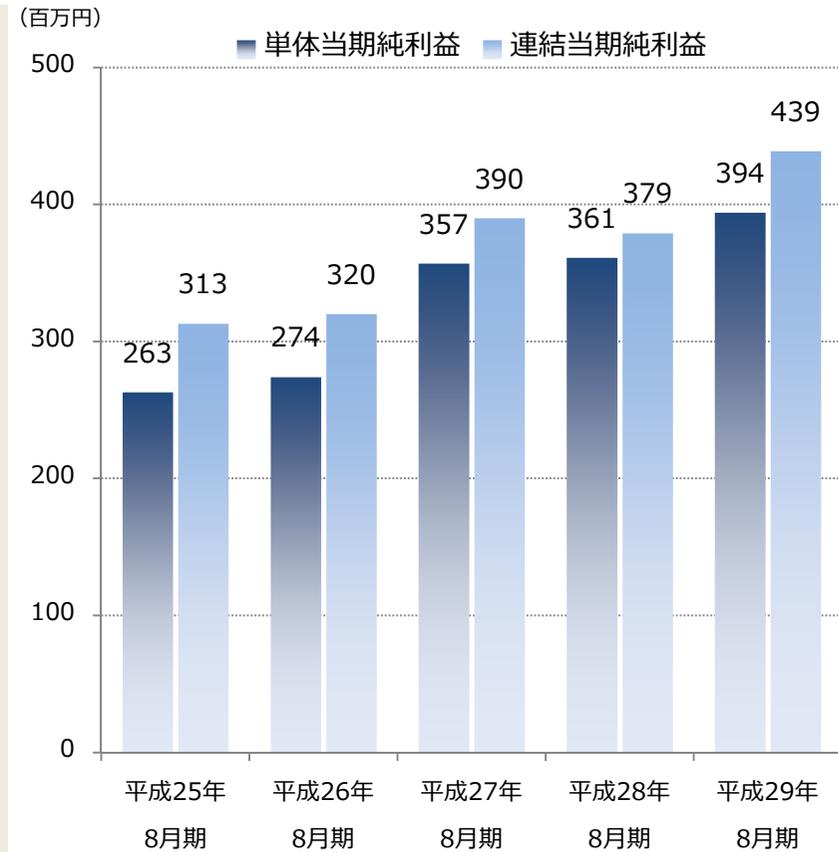
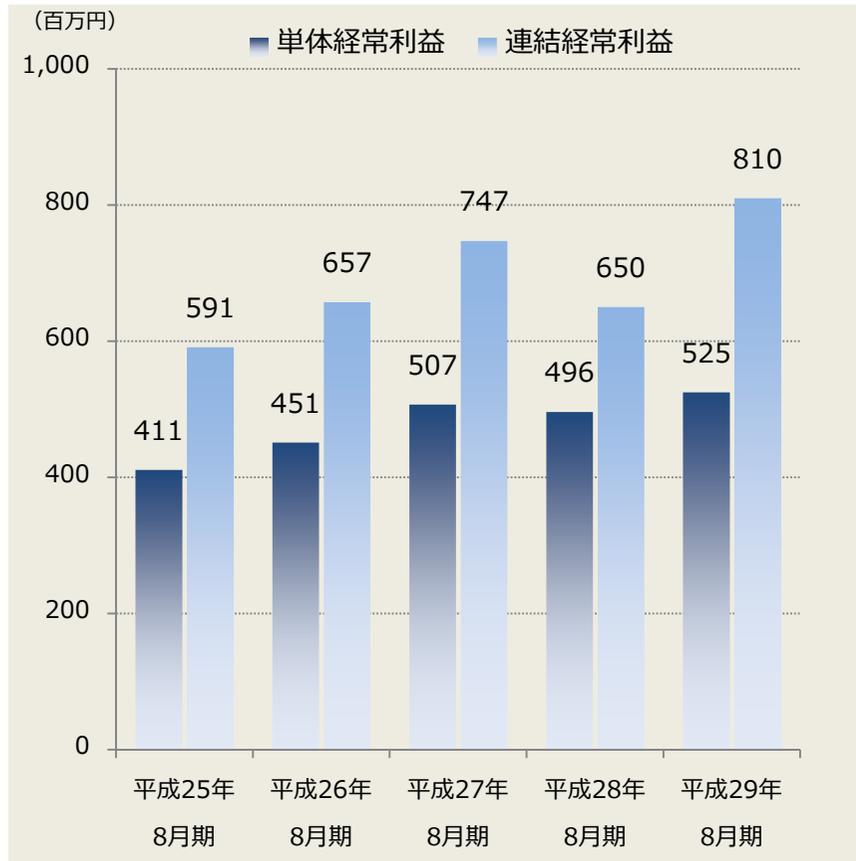
グループ会社概要

名 称	株式会社 ブレインズ・カンパニー	株式会社 旭エージェンシー	ウィタンアソシエイツ 株式会社	北京普楽普 公共関係顧問有限公司 (プラップチャイナ)	北京博瑞九如 公共関係顧問有限公司 (ブレンズチャイナ)
創 立	1974年	1980年	1982年	1997年	2008年
資本金	10百万円	20百万円	18百万円	37万USドル	20万USドル
代表者	菅井 利雄	高木 恵子	マートライ・ティタニラ	鈴木 勇夫	菅井 利雄
本 社	東京都港区 赤坂1-12-32 アーク森ビル	東京都港区 赤坂1-12-32 アーク森ビル	東京都港区 赤坂1-12-32 アーク森ビル	(北京オフィス) 中国北京市東城区 東長安街1号東方広場 西1座弁公楼902室 (上海オフィス) 中国上海市淮海中路 93号大上海時代広場 弁公楼2509-10室	中国北京市東城区 東長安街1号東方広場 西1座弁公楼709室
従業員数	18名	7名	5名	45名	21名
特長	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング活動を支援するライフスタイル提案型の戦略的PRにおいて実績 アート、デザイン、食、ヘルスケア、美容などカルチャー分野に強み 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング・コミュニケーション・エージェンシーとしてマーケティングの入口から出口までをフルサポート 海外クライアントとの取引に多数の実績 	<ul style="list-style-type: none"> クロスボーダー・コミュニケーション、ICT分野を中心としたB to B分野のPRにおいて高い実績 欧州ゲートウェイ・プログラムなどEUの公的機関を支援 	<ul style="list-style-type: none"> 日本のPR会社として、他社に先駆け中国国内に現地法人を設立。現在、2現地法人、3事務所を拠点に事業を展開 中国市場において、日本企業のマーケティング活動において多数の実績 特に、インターネットマーケティング部を新設し「微博」などのデジタルインフラを活用したコミュニケーション活動に強み 	

売上高/営業利益の推移



経常利益/当期純利益の推移



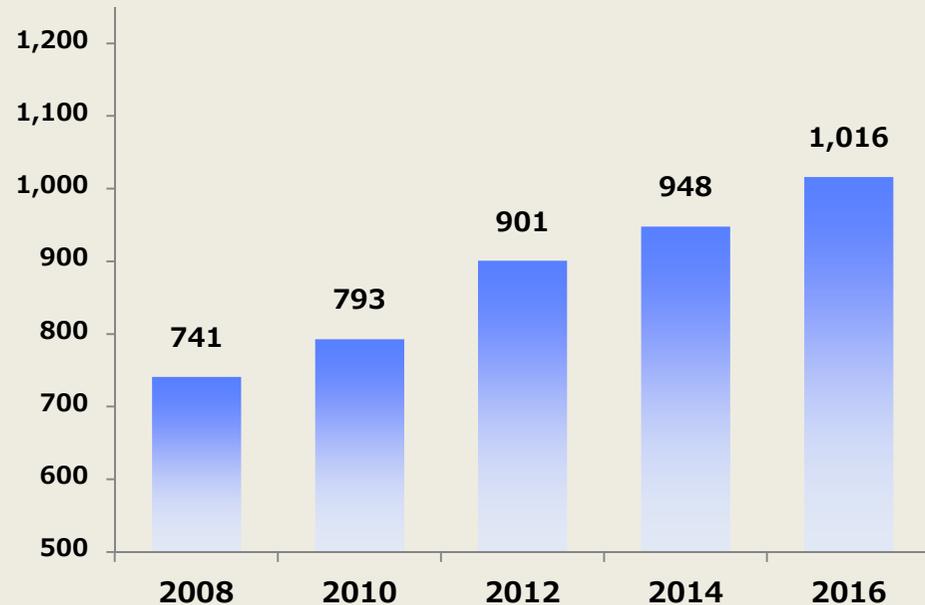
PR市場の現状

日本PR協会2017年調査より抜粋

- **2016年度PR業売上1,016億円**

*PR専業及びPR関連企業の売上高合計の推定値で
PR業務を取扱う広告会社やSP関連会社は除く

- **2014年度に比べ7.2%の伸び**



- **デジタル関連、海外PRのニーズが増加傾向**

- 取り扱いが増加した業務は「ニュースワイヤーサービス」「動画の制作・プロモーション」「セミナー・シンポジウム企画・運営」「一般消費者とのコミュニケーション活動」等
- 今後ニーズが増える業務は「オウンドメディアやソーシャルメディアの企画・運営」「海外におけるPR業務」「パブリシティ企画・実施」「ブロガープロモーション」

グループのフォーカス事業

選択と集中による今後の傾注事業は

デジタル関連事業

- SNS等を活用した情報拡散サービス
- デジタルPRプラットフォームの運営
- デジタル・インフルエンサー活用サービス
- Webサイトの企画・構築事業

海外関連事業

- 日系企業向け中国国内マーケティング事業
- 中国/アジア・パシフィック向けインバウンド・アウトバウンド事業
- オグルヴィPRやPROIとの業務連携

従来型中核事業

- 企業の広報活動業務の代行
- メディアリレーション/パブリシティ業務
- 記者発表会立案・実施等の情報開示支援
- 消費財等のマーケティング支援事業

広報派生事業

- 社内制作物の企画・制作事業
- カルチャースクールの運営
- イベント企画・実施
- CI・ブランディング等クリエイティブ事業

特化型コンサル事業

- コミュニケーション・コンサルティング
- メディア・トレーニング関連事業
- クライシス対応、危機管理支援
- パブリック・アフェアーズ

本資料お取扱い上のご注意

- 本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、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については、当社は一切責任を負いません。
- 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、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることがあります。ご承知おきください。

お問い合わせ

株式会社プラップジャパン 広報・IR室

TEL:03-4580-9125 E-mail:ir_info@ml.prap.co.jp