



証券コード
2449

2022年8月期（52期）

決算説明会



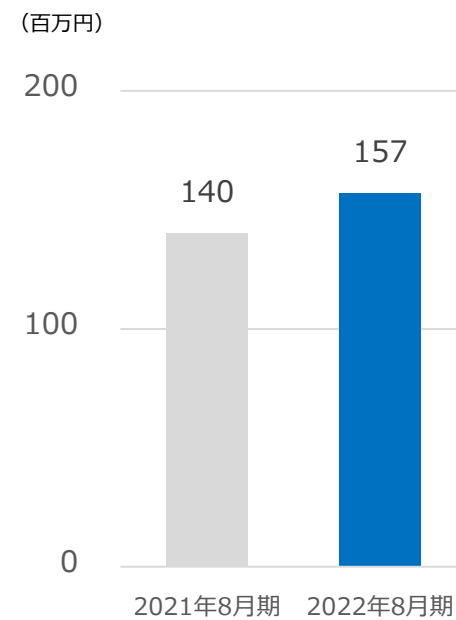
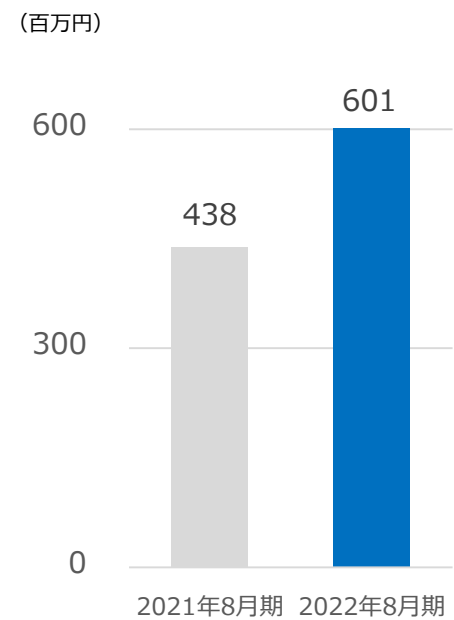
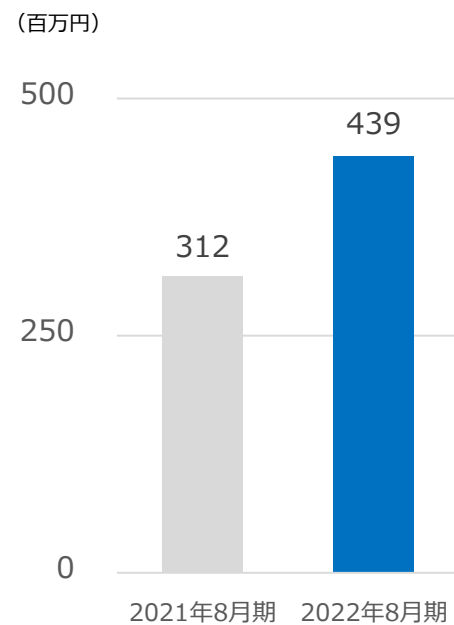
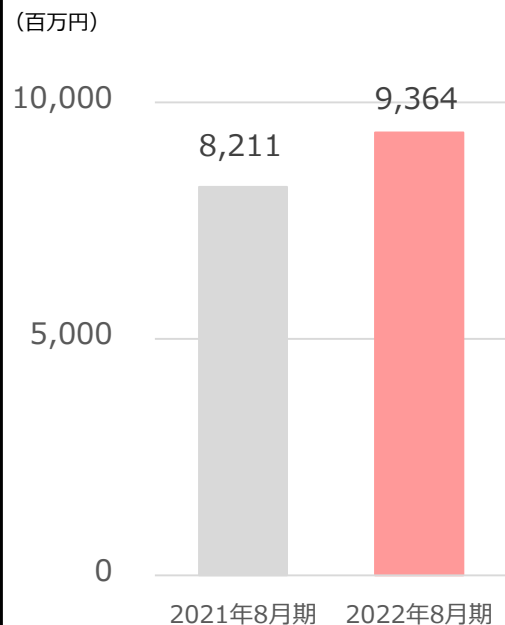
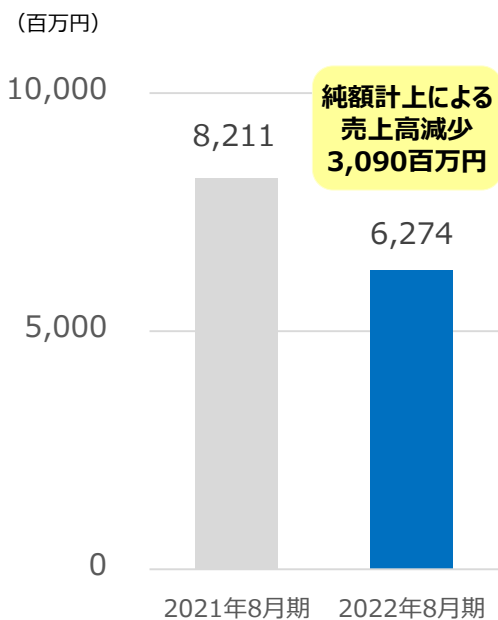
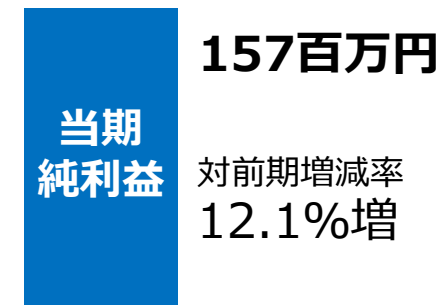
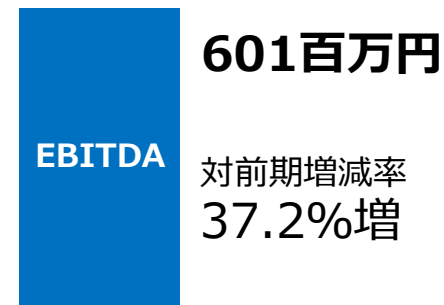
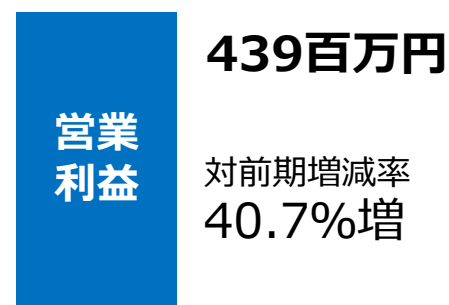
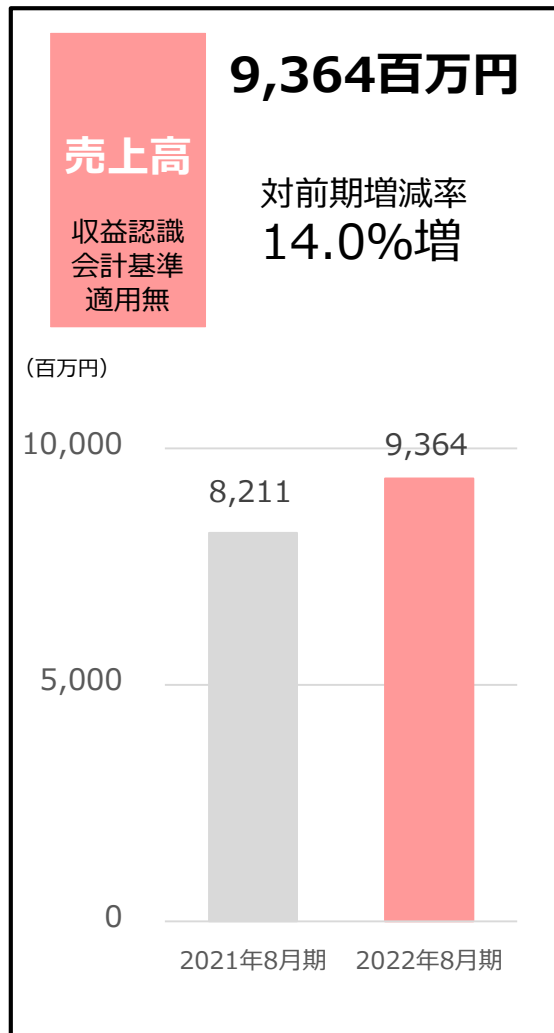
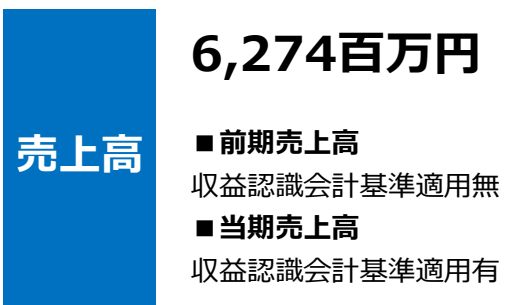
2022年10月27日

株式会社プラップジャパン

2022年8月期 連結業績

当期から収益認識会計基準を適用し売上高を純額計上（各利益への影響はなし）

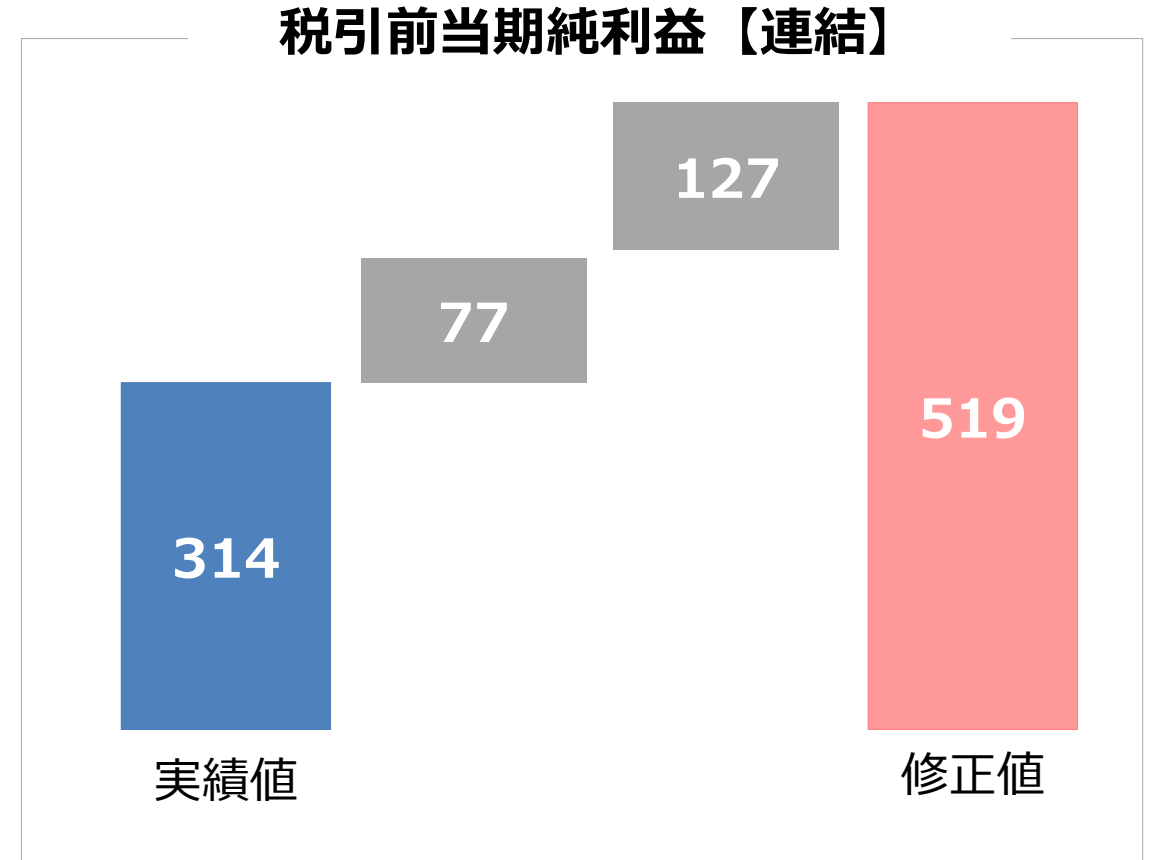
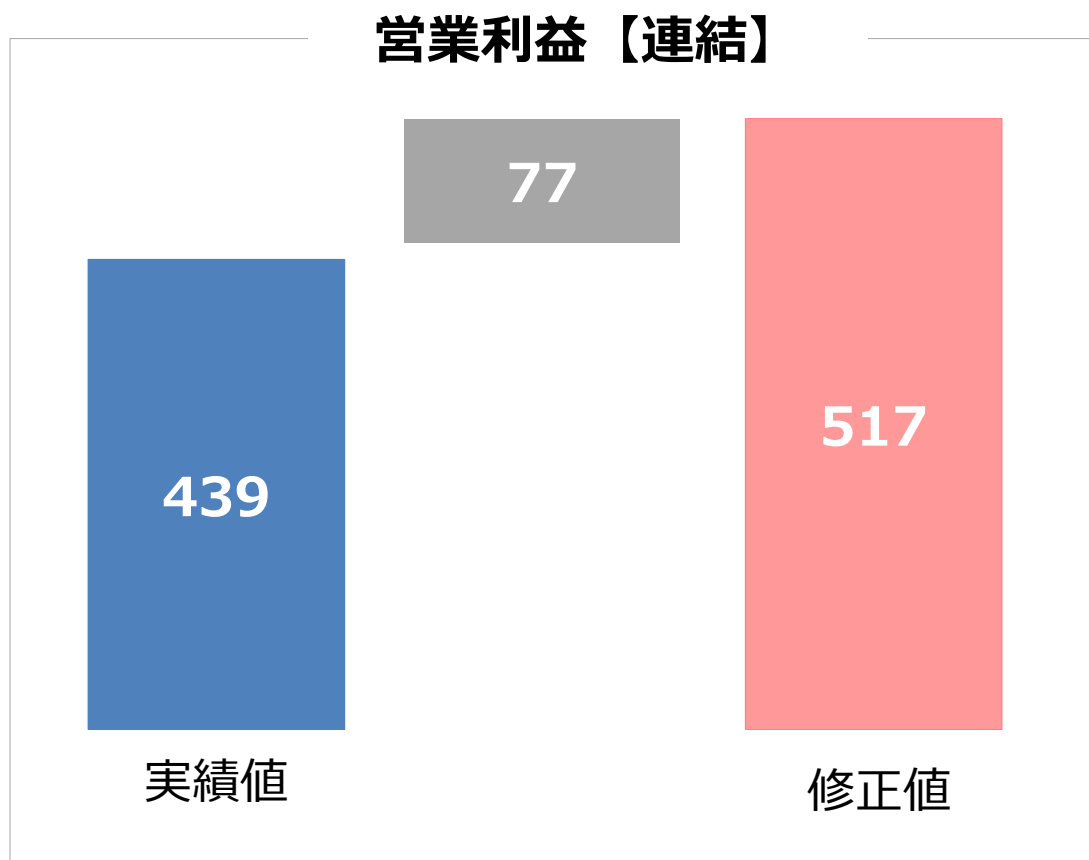
- ・ 収益認識会計基準適用前の当期売上高で比較すると増収を達成
- ・ 本社移転に伴う一過性の費用発生を吸収し営業利益も当期純利益も増益を達成



EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

【参考】 本社移転に伴う2022年8月期の業績影響

- 2022年8月期の連結損益計算書において、本社移転関連費用として、販売管理費77百万円、特別損失127百万円を計上
- 移転影響を除いた修正値は、営業利益517百万円、税引前当期純利益519百万円



2022年8月期 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 当期売上高：収益認識会計基準適用有	5,093百万円	5,402百万円	—
売上高 当期売上高：収益認識会計基準適用無		5,733百万円	12.6%増
営業利益	433百万円	424百万円	2.1%減

本社移転に伴う
費用計上が影響

デジタルソリューション事業

プラップノード、プレジ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 当期売上高：収益認識会計基準適用有	3,331百万円	1,061百万円	—
売上高 当期売上高：収益認識会計基準適用無		3,821百万円	14.7%増
営業利益	7百万円	89百万円	1143.0%増

当期から収益認識会計基準
を適用して運用型広告等に
係る売上高を純額計上

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

- 当社グループが強みとするヘルスケア、IT、サステナビリティ領域のPR、メディアトレーニング、危機管理広報コンサルティングなど案件の受注が拡大
- オンラインPRイベントやインフルエンサーマーケティングなど、インターネットやSNSを活用したコミュニケーションサービスの受注も引き続き堅調
- 本社移転に伴う一過性の販管費計上の影響を受けて、セグメント利益は減益

デジタルソリューション事業

- プラップノード、プレシジョンマーケティング、WILD ADVERTISING & MARKETINGを中心として当社グループのデジタル領域におけるサービス提供体制を構築・強化
- デジタルマーケティングに対するクライアントニーズは高く、インターネット広告、SNS運用コンサルティング、データ分析などの受注が拡大
- 広報PR業務のDX化を推進するSaaS型クラウドサービス『PRオートメーション』の販売拡大に伴い、先行投資期間中のプラップノードの収益性も改善基調

1. サービス提供強化・開発

(1) メディアトレーニング・危機管理広報

- 2021年9月に、メディアトレーニング・危機管理広報コンサルティング事業を会社分割して、プラップコンサルティングを設立。意思決定の迅速化や採用競争力の強化とともに、サステナビリティやESGに対応したトレーニング需要の高まりによって、同社が強みとするメディアトレーニングや危機管理広報コンサルティングのサービス提供拡大

(2) デジタル関連サービス

- 前期グループインしたプレジジョンマーケティングでは、デジタル広告関連が好調な中、新たに開始した公式SNSの運用コンサルティングやデータ分析のサービス提供を強化
- プラップジャパンでは、多様化するコミュニケーション環境における若年層向けコミュニケーション施策としてニーズが高まっている、TikTok活用に対応する「TikTokマーケティングPRサービス」の提供を専門チームを立ち上げ強化

1. サービス提供強化・開発

(3) 広報PR業務のDXを支援するSaaS型クラウドサービス「PRオートメーション」

- プラップノードでは、競合分析等の新機能追加、シングルサインオン等のセキュリティ強化、UI/UXの改善など、「PRオートメーション」の開発を継続して実施。販売促進に注力しサービス提供も拡大

(4) サステナビリティ・ESG関連コミュニケーションサービス

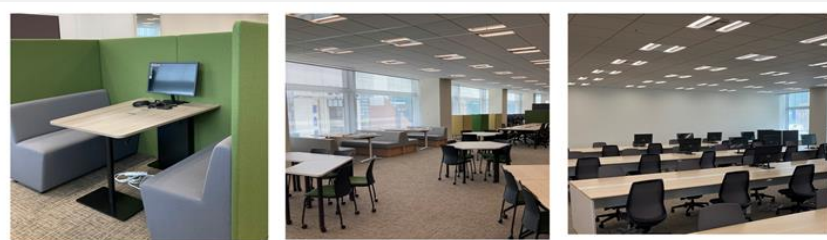
- プラップジャパンでは、「プラップ・サステナビリティ&SDGs ラボ」を立ち上げ。サステナビリティ関連の報道状況を手軽にわかりやすく把握することができる「サステナビリティ・メディアモニタリング」を開発
- プラップコンサルティングでは、ESG説明会のトレーニングや、環境・人権・地政学等のリスクに対するコンサルティングなどの受注が拡大
- その他、コミュニケーションサービス事業を展開するグループ各社においても、企業のサステナビリティへの取り組みに関するコミュニケーションサポートを幅広く実施

2. 働き方改革への取り組み

出社とリモート双方の良いところを掛け合わせるハイブリッド型を実現するオフィスで
個人と組織のパフォーマンスを最大化する、働き方の新常識を实践

- プラップジャパン本社では、オフィス面積を40%削減し全部署をワンフロアに集約。原則フリーアドレスとし、部署を超えたコラボレーションや偶発的なコミュニケーションを促進。多目的なスペースを設けることで、それぞれの「最適な働き方」を支援
- グループ会社4社が新オフィスに集結。グループ間シナジーを創出
- プレシジョンマーケティングの西新宿オフィスをフリーアドレスにリニューアル
- オフィスの賃貸スペースを縮小して固定費削減を図った結果、2023年度8月期以降は、家賃等のオフィス関連費用が年間1億円程度削減できる見込み

本社新オフィス
東京ミッドタウン
ミッドタウン・イースト



グループ
新オフィス
銀座G7ビル



3. アワード受賞

「PRアワードグランプリ2021」

- PRの普及と発展に寄与することを目的として日本パブリックリレーションズ協会が実施する「PRアワードグランプリ2021」において、プラップジャパンが日本イーライリリー株式会社と取り組んだ片頭痛の疾患啓発プロジェクト「みえない多様性PROJECT」がシルバーを受賞
- プラップノードの広報PR業務をDX化するSaaS型クラウドツール「PRオートメーション」が奨励賞を受賞



「PR Awards Asia 2022」

- PR業界において格式の高いアジア最高峰のアワードにおいて、プラップジャパンが日本イーライリリー株式会社と取り組んだ片頭痛の疾患啓発プロジェクト「ヘンズツウかるた」がHealthcare: Ethical部門でシルバーを受賞



「MARKies Awards Singapore 2022」

- シンガポールのマーケティング業界で最も創造的かつ効果的なプロジェクト/キャンペーンを選出するアワードにおいて、Wild Advertising & Marketing社が手掛けた政府系クライアントの案件が4部門で受賞



4. サステナビリティ経営の推進

- プラップグループのサステナビリティビジョンとマテリアリティを策定し、サステナビリティ推進委員会を設置
- サステナビリティを追究する様々な企業や自治体に対して、トレンドの把握や、自社の取り組みについてのメディア発表・勉強会の実施、中長期のサステナ分野に注力した広報戦略の立案など、全方面のコミュニケーションコンサルティングサービスを提供
- 「あしたの常識をつくる」人材育成に向けて、社内外における教育活動にも注力

5. 独立社外役員の選任

- 2021年11月開催の第51回定時株主総会において、青山直人スタンリー氏を社外取締役として、柴田千尋氏を社外監査役として選任し、取締役会の独立性・専門性・多様性を強化
- 社外役員からの専門的知見に基づく助言提供や経営の監督機能強化を通じて、企業価値の持続的成長を図る

2023年8月期の連結業績予想

	2023年8月期		2022年8月期
	通期業績予想	対前期増減率	実績
売上高	6,500~ 7,500百万円	3.6% ~19.5%	6,274百万円
営業利益	500~ 600百万円	13.7% ~36.4%	439百万円

2023年8月期の配当予想

当社グループの企業価値を中長期的に向上させるため
持続的な成長、収益力の強化および財務健全性の維持を図るとともに
経営・財務状況を勘案しながら株主の皆様へ安定的に利益還元



成長資金の確保と株主の皆様への安定的な利益還元を図るため

2023年8月期の配当予想は 1株当たり40円

**プラップグループは、
日々変化するクライアントのビジネス課題と
それにかかわる社会課題を解決し、
「あしたの常識をつくる」ことを使命としています。**

**PR発想の
コミュニケーションコンサルティング・グループとして
統合的なワンストップソリューションを提供します。**

プラップグループの事業戦略

- 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 海外事業の拡大
- ③ デジタル領域の拡充
- ④ 国内外でのグループ連携の加速
- ⑤ M&A・アライアンスの推進

従来から当社グループが 強みを有するサービス

- PR領域で長年のノウハウや経験
- 全業界/全業種のアレッジ
- コンサルティングからメディアリレーション
まで一貫通貫のサービス提供
- 危機管理広報、メディアトレーニング など



クライアントのニーズが 高まると思われる領域

- イベントやHPなどコンテンツ制作、翻訳サービス
- グローバル対応（中国・SG）
- デジタルPR&デジタルマーケティング、デジタル広告
- 広報のDX化ツールやソリューション
- SNS運用コンサルティング
- データドリブンな調査分析・効果測定
- インフルエンサー活用
- 上流のプランニングやクリエイティブ など

さらに・・・

経済活動の正常化に伴いクライアントのニーズが復活するサービス

コロナ禍中に自粛や延期となっていたインバウンド・アウトバウンドや
リアルイベント関連のPR・マーケティングサービス

サービス提供強化・開発

(1) デジタル専門チーム「Digital PR Studio」が開発したデジタルPRのサービス

予備群ターゲティング

- 従来把握が難しかった“見込み患者 = 予備群”をビッグデータ解析から高い解像度で導き出して、意識変容を促すPRコンテンツをピンポイントに発信するヘルスケア業界向けのサービス

動画配信サービス

- PRイベント等を動画化して配信するパッケージに加え、企業のパーパスやサステナビリティなどの取り組みをドキュメンタリー動画化するパッケージデジタルサイネージを柔軟に活用できるパッケージなど、動画時代のPRニーズに幅広く対応するサービス

(2) サステナビリティPR専門チームが開発した「サステナビリティ・ゼロイチコンサルティング」

- サステナビリティへの取り組みを具体化して情報発信するまでのフェーズを一貫してサポート
- PR観点を交え施策プランニングを支援することで、企業のサステナビリティに対する取り組みの情報発信に貢献
- 話題化するためだけの施策ではなく、本業とサステナビリティの本質を繋ぐ施策をプランニング

(3) 広報PR業務のDXを支援するSaaS型クラウドサービス「PRオートメーション」の開発強化

- 広報PR業務のDX支援ツールとしての地位確立に向けて、新機能・セキュリティ・UIUXの3軸で開発投資を加速

②海外事業の拡大

- コロナとの共生時代を見据え、リアルイベントやインバウンド観光需要のニーズ獲得
- 進出拠点の拡大、提供サービスの拡充

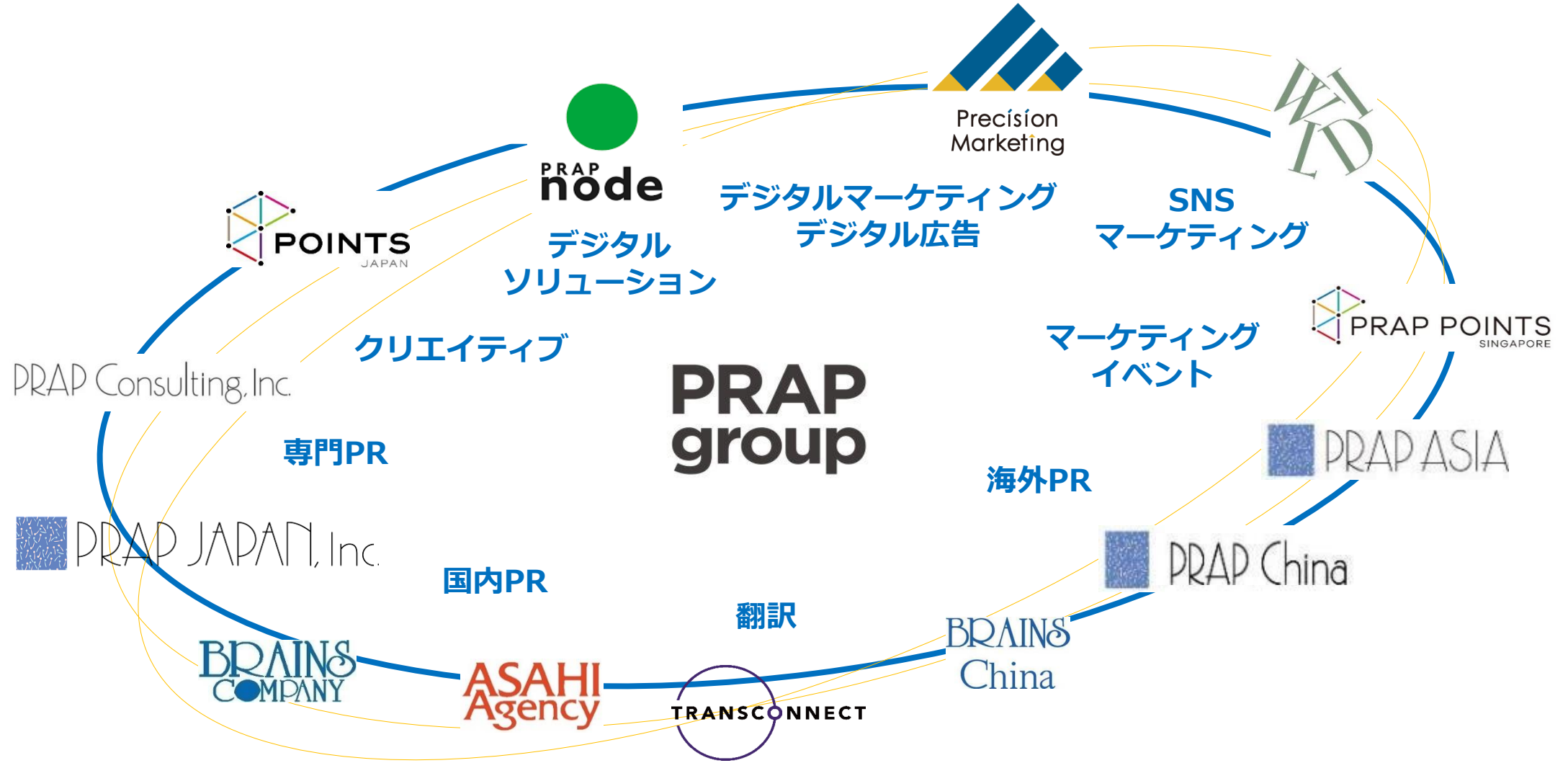
③デジタル領域の拡充

- 好調なデジタル広告などに加え、SNS運用やデータ分析など新たなデジタルサービスの拡充
- 市場拡大が見込まれるデジタルサービスの領域には経営資源を積極的に投入

クライアントに対して統合的なワンストップソリューションを提供



M&Aやアライアンスによって事業領域の拡大と既存事業の強化を図る



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