



証券コード
2449

2019年8月期第2四半期（49期）

決算説明会



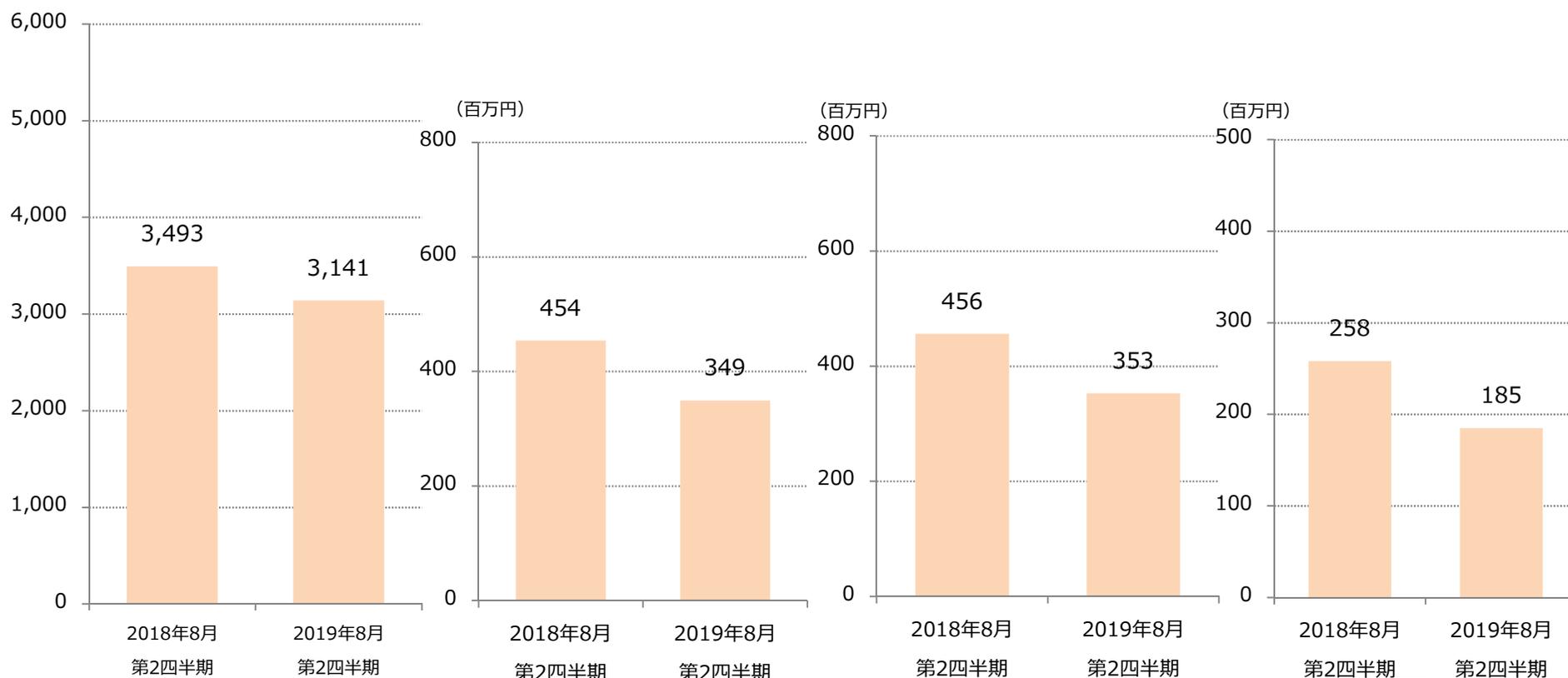
2019年4月23日

株式会社プラップジャパン

◆ 2019年8月期 第2四半期 連結業績

- 売上、利益ともに前期を下回り、減収減益
- 単体が減収減益。連結子会社(国内)は、減収増益
- 連結子会社(中国)は減収減益だが、期初予算を順調に推移

売上高 (百万円)	31.4億 前期比 10.1%減	営業利益	3.5億 前期比 23.2%減	経常利益	3.5億 前期比 22.6%減	四半期純利益	1.9億 前期比 28.2%減
--------------	------------------------	------	-----------------------	------	-----------------------	--------	-----------------------

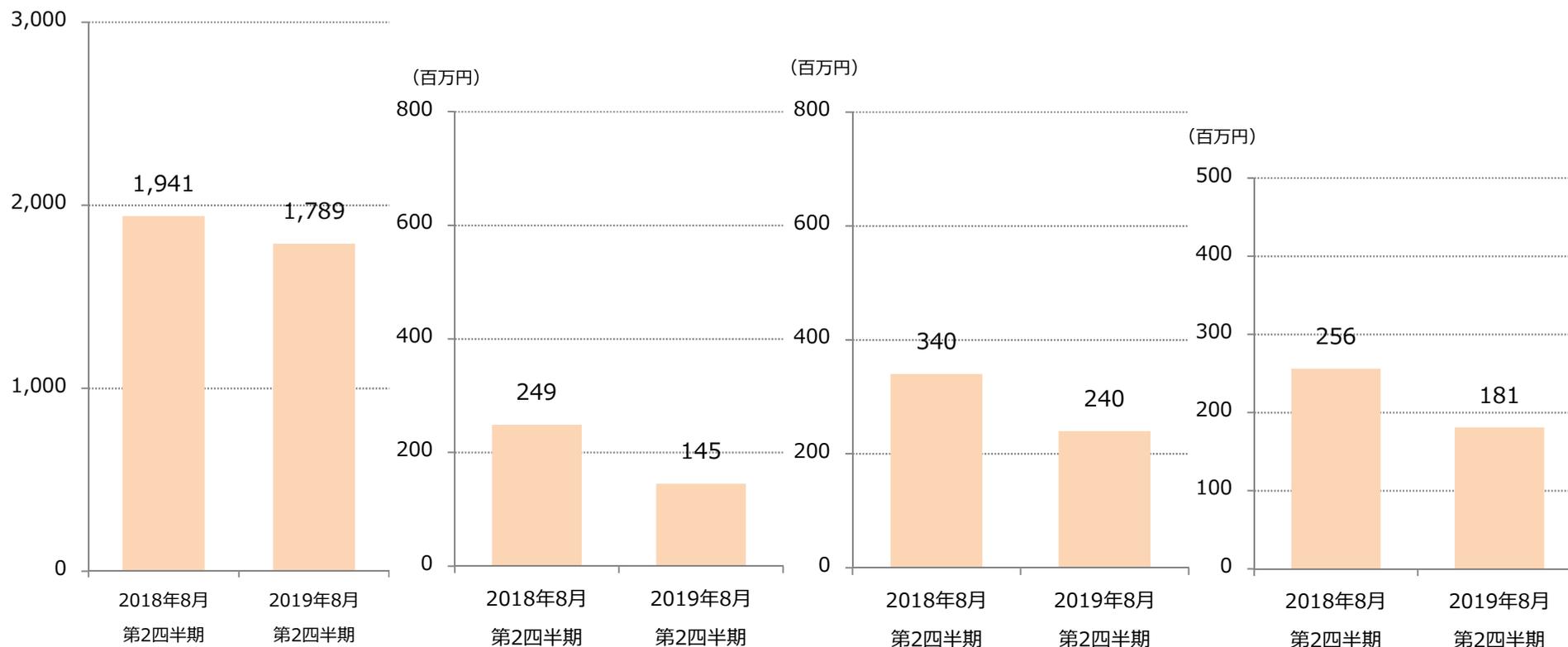


◆ 2019年8月期 第2四半期 単体業績

- 売上、利益ともに前期を下回り、減収減益
- インバウンド/アウトバウンドビジネス、トレーニングビジネスは好調を維持
- 大型スポット案件が減少、販売管理費の増加

売上高	17.9億 前期比 7.8%減	営業利益	1.5億 前期比 41.8%減	経常利益	2.4億 前期比 29.3%減	四半期純利益	1.8億 前期比 29.1%減
------------	-------------------------------------	-------------	-------------------------------------	-------------	-------------------------------------	---------------	-------------------------------------

(百万円)



◆ 単体業績の主要因

既存リテナークライアントとの 契約継続

- ◆ 前年比同水準を維持

トレーニング/危機管理コン サルティングの受注拡大

- ◆ 堅調に受注が拡大

積極的かつ継続的な営業/ 提案

- ◆ 問い合わせ数約30%アップ
- ◆ 獲得件数約20%アップ

大型スポット案件減

- ◆ 複数の大型スポット案件を同水準
まで受注できず

中国/AP事業の受注拡大

- ◆ 中国企業の日本向けPR、インバ
ウンド/アウトバウンド案件が増加

デジタル案件は前期を上回 る水準で推移

- ◆ 「ソーシャルPRパッケージ」販売拡大

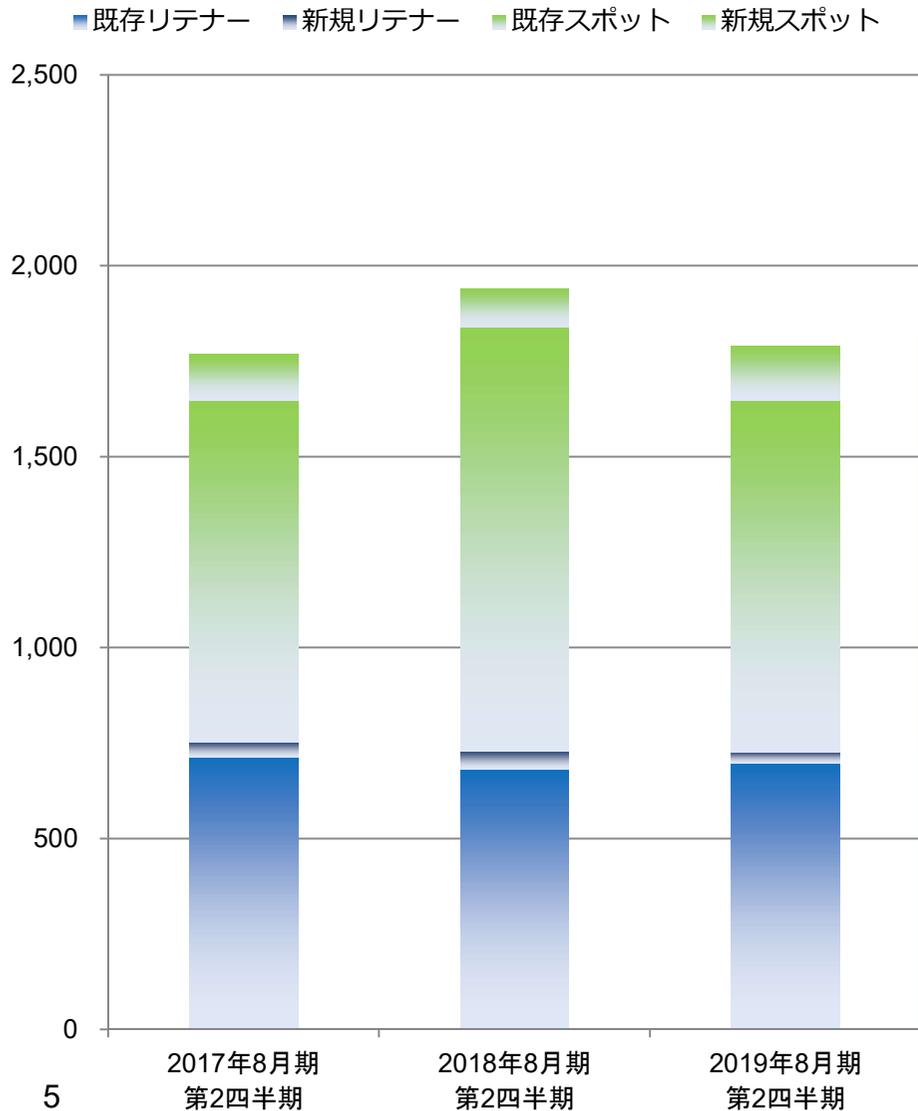
販売管理費の増加

- ◆ IT/デジタルへの投資、コーポレー
トサイトの改変
- ◆ 成長領域への人材投資を実施

◆ 単体業績の主要要因／受注（単体・金額ベース）

- 既存クライアントのスポット契約が減少
- 新規リテナー＆スポットの件数が増加

(百万円)



スポット契約（全体）

- 金額ベースでは前年水準を維持できず
- 新規受注は堅調な状況

スポット契約（新規、既存）

- 既存の大型案件をカバーできず
 - 新規は前年を上回る水準
- 【参考：件数】
- 前期に比べて、既存の件数は同水準
 - 新規、着実に受注

リテナー契約（全体）

- 金額では前年とほぼ同水準で推移
- 新規受注は堅調な状況

リテナー契約（新規、既存）

- 既存は同水準を維持
 - 新規が前年を下回る水準
- 【参考：件数】
- 前期に比べて、既存の件数が増加傾向
 - 新規、着実に受注

◆ 連結子会社業績の主要因

国内子会社

- ◆ 国内クライアントを主軸とする1社、海外クライアントを主軸とする1社は、堅調に推移
 - －IT、ヘルスケアなどのリテナー業務、スポット業務を受注
 - －堅調な業績で推移
 - ◆ 海外クライアントを主軸とする1社が減収減益
 - －前期同水準の新規受注ができず
- 全体では減収増益も、期初予算を上回り進捗

海外子会社

- ◆ 中国子会社2社は、連結上は、減収減益
 - －自動車メーカー、精密機器メーカー、消費財メーカーなど複数のスポット案件を受注
 - －前期に複数受注していたスポット案件の受注に至らず
 - ◆ シンガポール子会社の営業深耕
 - －シンガポールに限らず、東南アジア複数国にて、プロジェクトを受注。
- 全体では減収減益も、期初予算を順調に推移

- ◆ 2019年8月期（49期） 連結業績の見通し
 - 第2四半期時点での進捗率 売上44.8%、営業利益37.9%
 - スポット業務、リテナー業務を着実に受注
 - 子会社（国内・中国）の営業深耕も進め、目標達成を目指す

売上高

70.1億

(前期比2.8%増)

営業利益

9.2億

(前期比1.7%増)

経常利益

9.1億

(前期比0.3%増)

当期純利益

5.3億

(前期比0.3%増)

コア事業の拡充

- ・専門性をいかしたPRを強化
- ・トレーニング/危機管理案件の強化
- ・インバウンド/アウトバウンド案件の強化

新規事業の推進・開発

- ・東南アジア地域での受注促進
- ・デジタルサービスの強化と新規顧客開拓

人材強化

- ・積極的な採用
- ・教育制度の充実

経営力強化

- ・コスト削減の推進
- ・時間/場所に縛られない働き方の創出
- ・業務効率化の推進

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

- 業種ごとの専門性を生かした深堀
- クライシスやトレーニングビジネスの強化
- 日本へ進出する外資系企業への支援強化

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

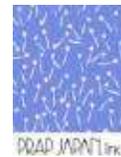
人材強化

- 積極的な採用
- サービス品質の向上のための教育制度の充実

経営力強化

- 働き方改革やIT活用、制度改革による生産性の向上

プラップジャパングループ 概要



2019年4月23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 68億18百万円（2018年8月期）
- 連結従業員数 283名（2018年8月末現在）



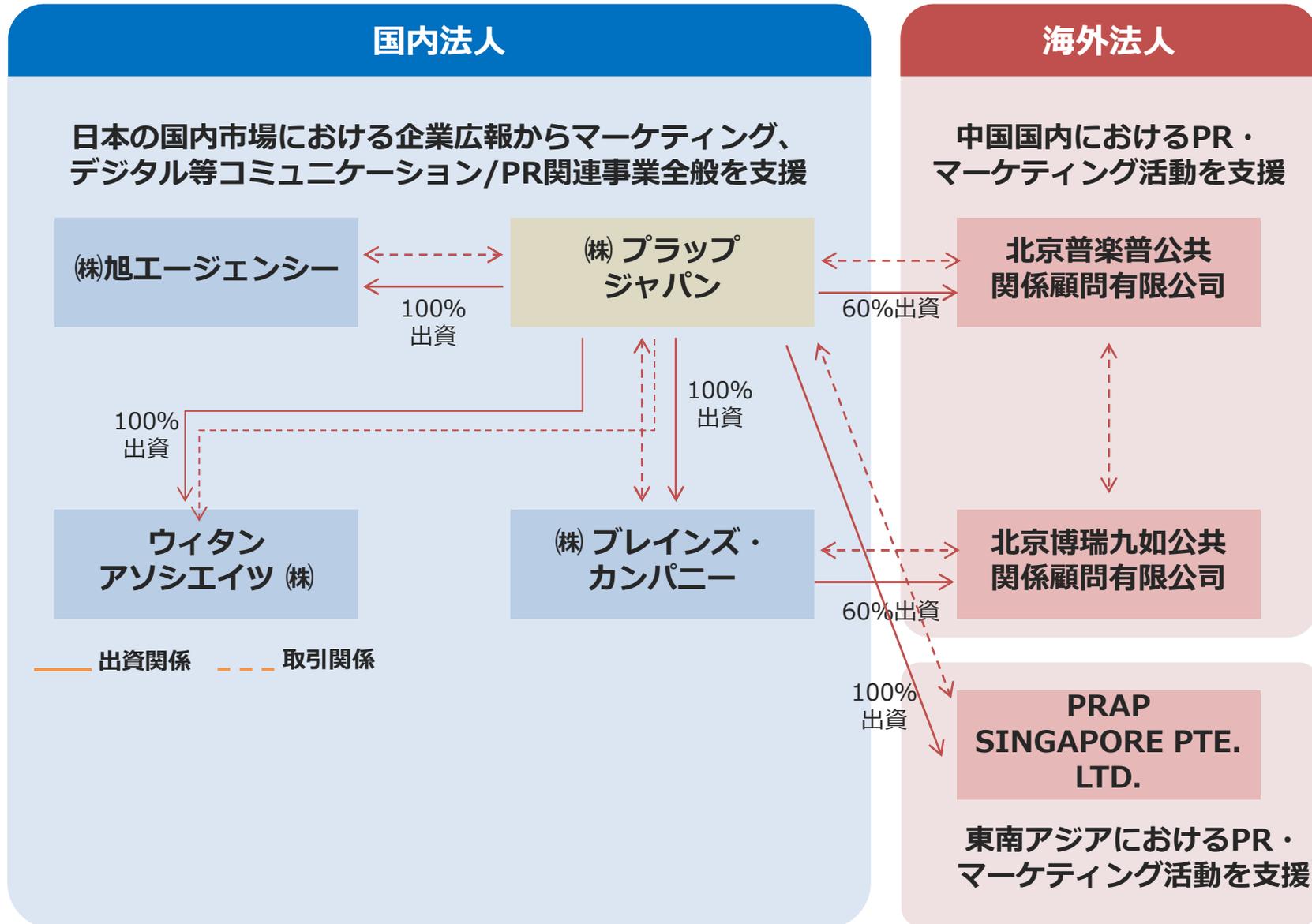
会社概要



■ 連結子会社

- 北京普樂普公共關係顧問有限公司 <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
- 北京博瑞九如公共關係顧問有限公司 <ブレインズチャイナ>
- ウィタンアソシエイツ株式会社
- PRAP SINGAPORE PTE. LTD. <プラップシンガポール>

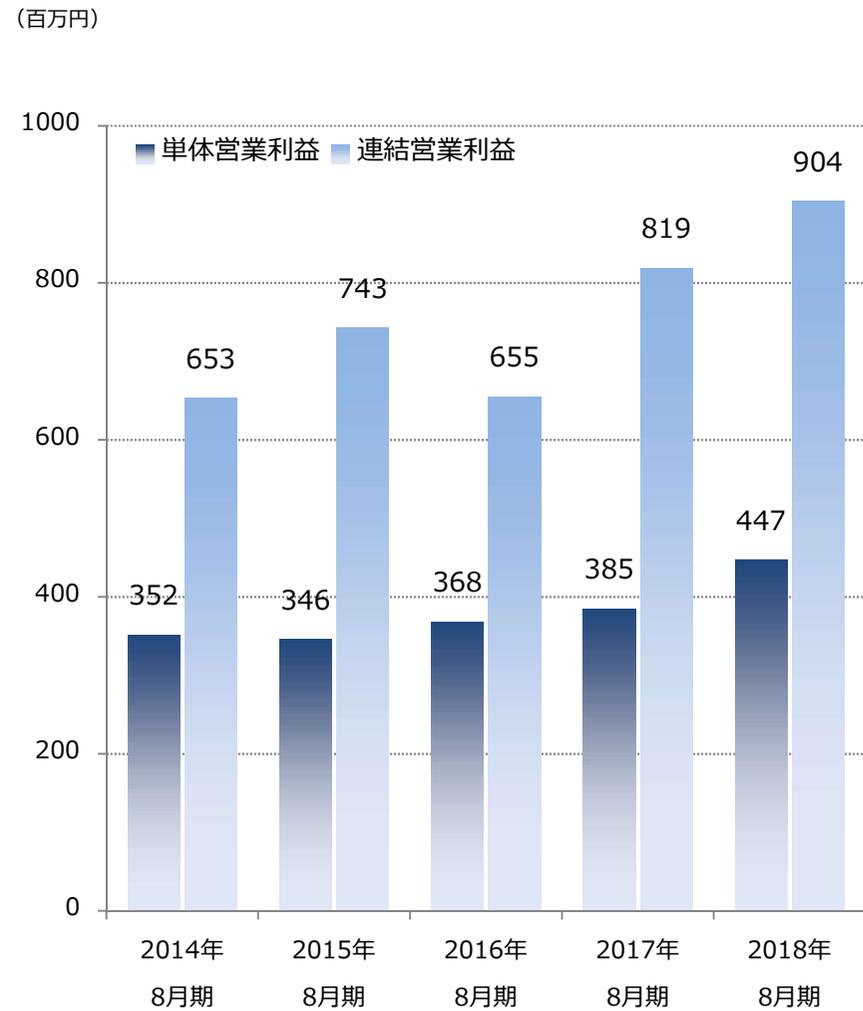
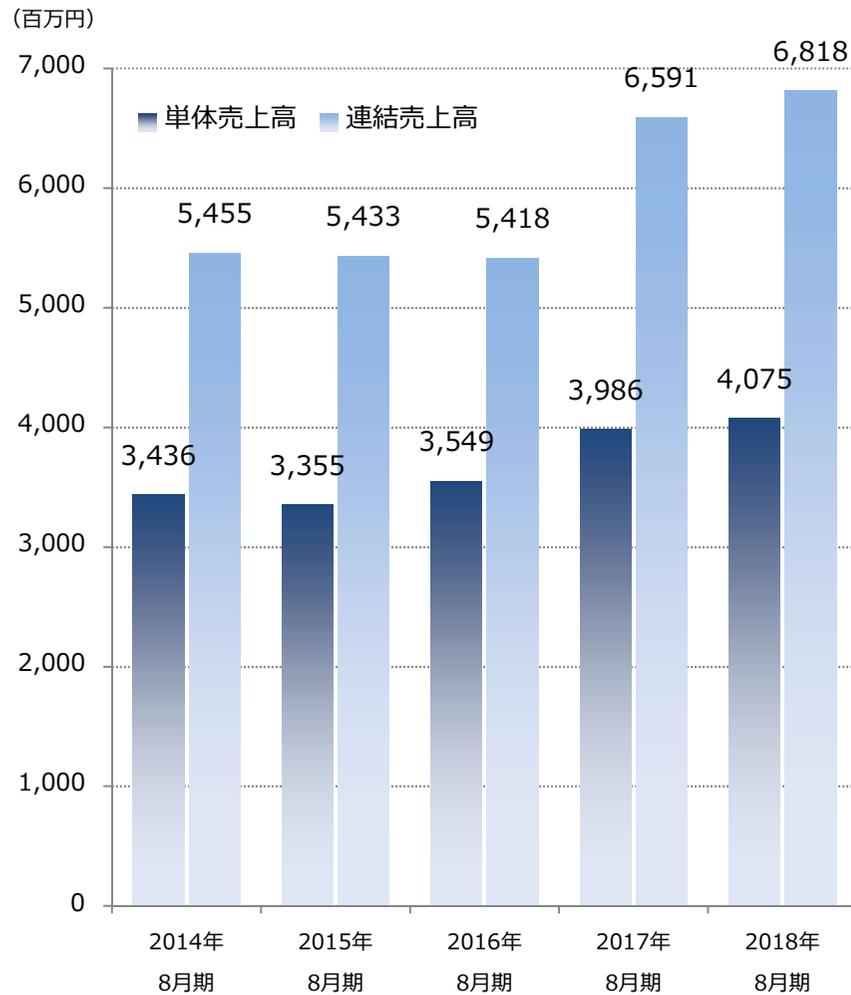
プラップジャパングループ



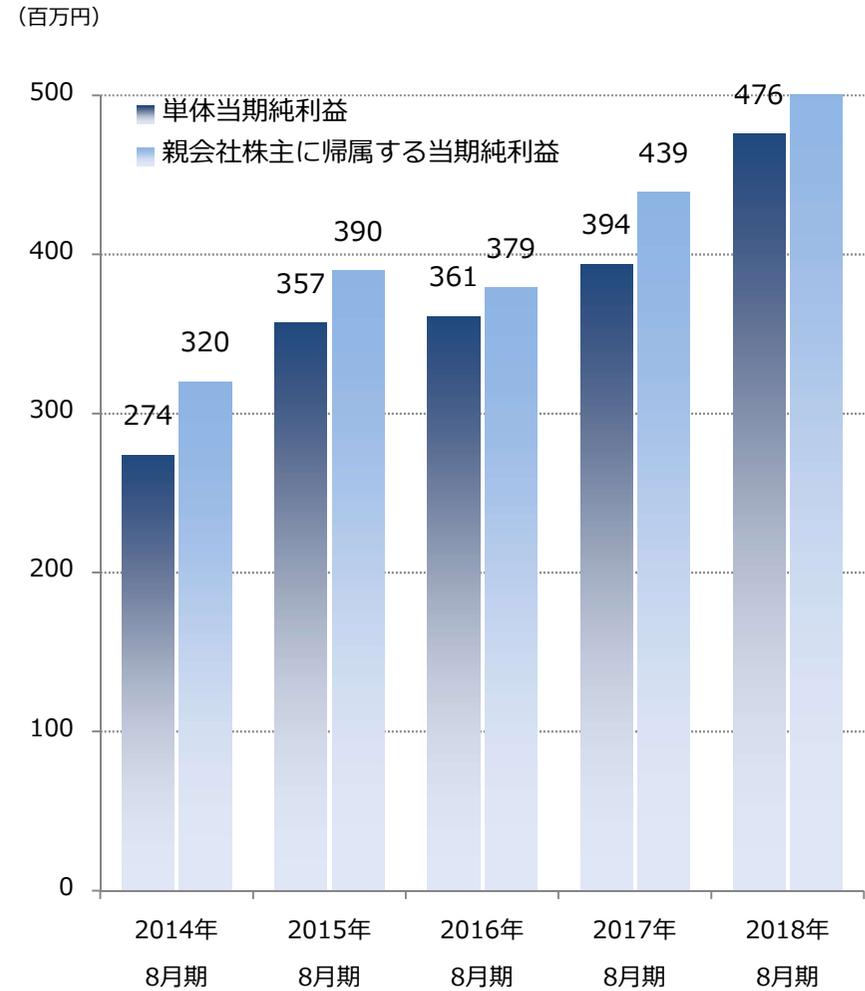
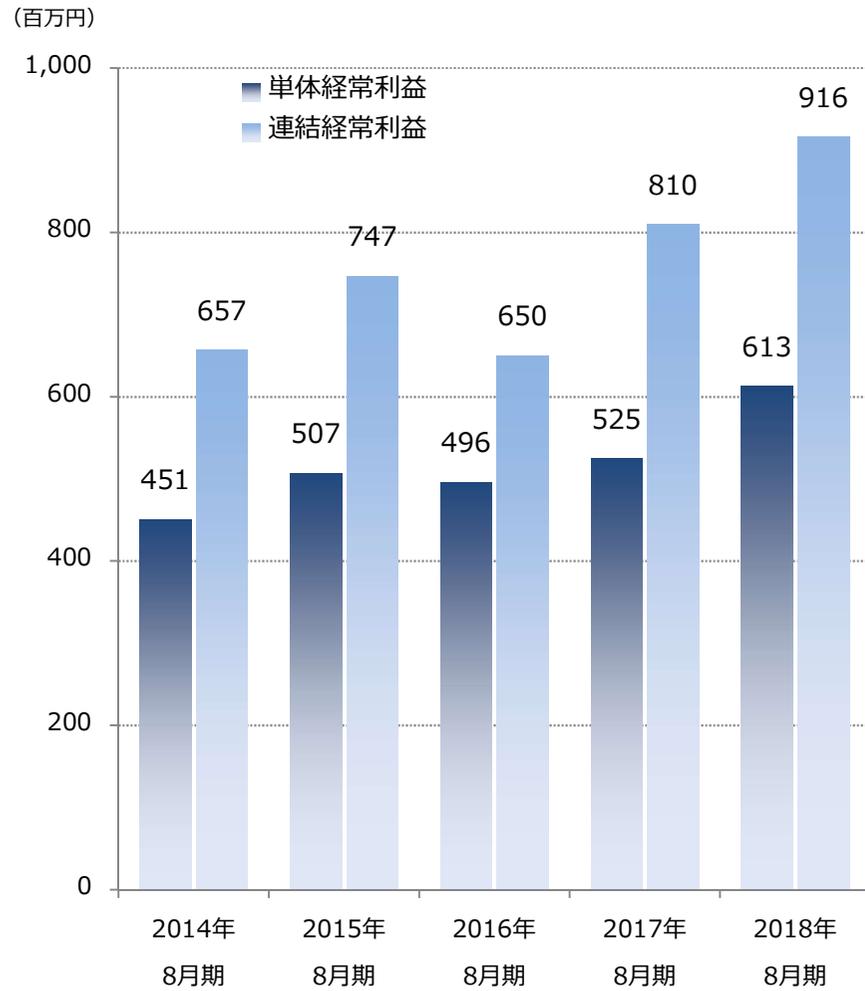
グループ会社概要

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)	PRAP SINGAPORE PTE. LTD. (プラップシンガポール)
創立	1974年	1980年	1982年	1997年	2008年	2018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	25万SGドル
代表者	菅井 利雄	高木 恵子	田村 章	鈴木 勇夫	菅井 利雄	吉宮 拓
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	5 Temasek Boulevard #11-02 SUNTEC TOWER FIVE Singapore
従業員数	18名	7名	2名	42名	19名	2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 	<ul style="list-style-type: none"> 東南アジア全域において、日本企業の広報活動・マーケティング活動の支援を実施中 シンガポールやインドネシア他での実績あり 	

売上高/営業利益の推移



経常利益/当期純利益の推移



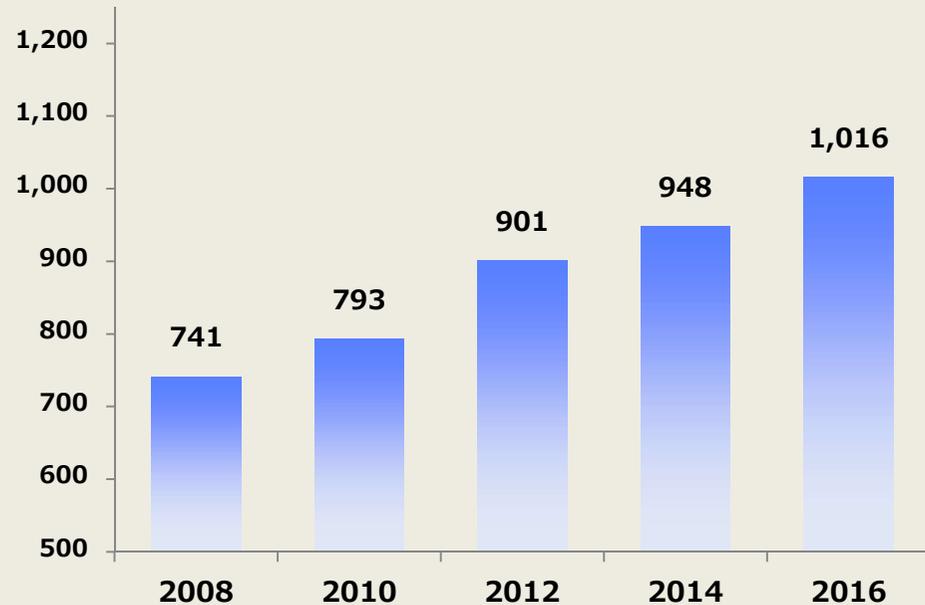
PR市場の現状

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2年間で7.2%増**



- **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

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可能性があります。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 社長室

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