



第41期 株主通信

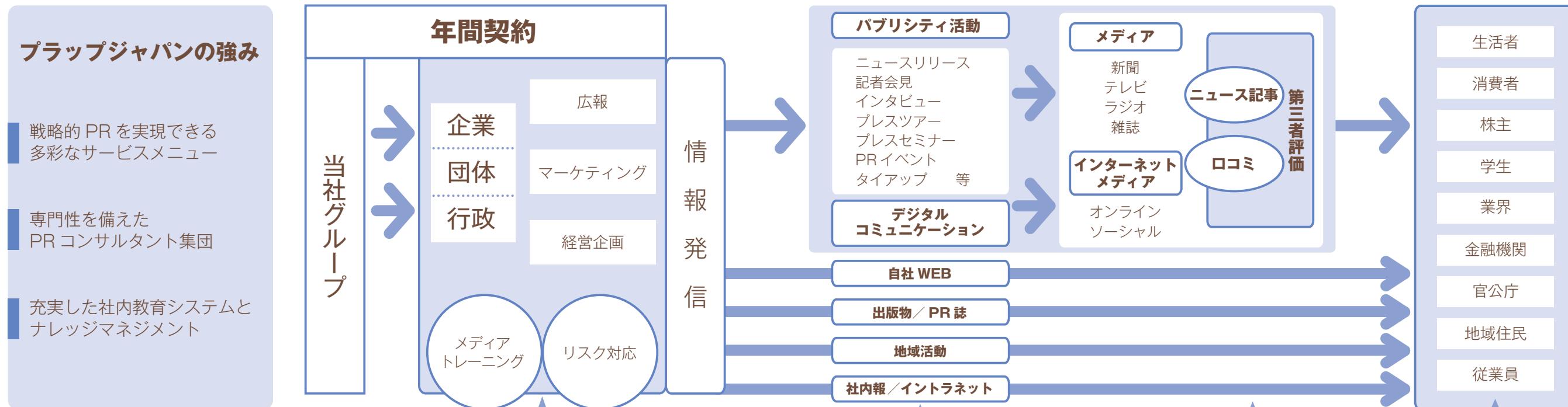
平成22年9月1日 ➡ 平成23年8月31日

株式会社プラップ ジャパン

証券コード：2449

戦略立案からメディアリレーションまで
総合的なコミュニケーションサービスを提供していきます。

1 事業内容



2 事業内容

PR事業は、企業・団体・行政の情報を効果的にステークホルダーに発信し、企業・団体・行政に対して良好なイメージを醸成し、信頼感や購買行動へとつなげていく事業であり、当社グループは様々なサービス・手法や業界随一のメディア情報を有し、そのクライアントに最適な広報戦略を立案し、提供しております。

中でも、メディア(新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・インターネット)等を通じて、情報をステークホルダーへと到達させる手法はパブリシティ活動と呼ばれ、クライアントが発信したい情報をメディアの特性やニーズに合わせ、収集・加工を行い、様々な手段を通じてメディアに発信、テレビのニュースや新聞記事として情報の受け手へクライアント情報を伝えていくものです。

パブリシティ活動は広告とは異なり、その情報提供が広告・CM枠ではなく、新聞・雑誌の記事やテレビの報道番組・情報番組内で行われるため、通常は、広告と比較して信頼度が高い情報として消費者に受け止められます。よって、企業等の広報活動においてPR会社の果たす役割は極めて重要となっています。

コミュニケーション戦略立案

課題に応じ最適な情報発信方法や切り口を提案

大手企業からベンチャー企業まで、多様な業種・規模のクライアントニーズを捉えた企画提案力が強みです。コンシューマー、ヘルスケア、金融・M&A、IT、官公庁・自治体など専門部署による専門性の高いコミュニケーション戦略をご提供するとともに、メディアトレーニング、危機管理コンサルティングなどのコンサルティングサービスを有することで、クライアントの様々な課題に対応します。

戦略的PR

多彩なサービスメニューを提供 デジタル PR 領域のサービスも拡充

コミュニケーションサービス部門、クリエイティブサービス部門が有機的に融合し、他社にはない総合力を発揮。情報の受け手へクライアント情報を効果的に伝えていくための多彩なサービスメニューを合わせ持っています。また、コミュニケーションに関わる様々な課題を解決するため、常に高付加価値な新サービスの開発を行っています。最近では、クライアントのニーズが急速に高まっているソーシャルメディア活用などデジタルPR領域のサービスメニューを既存のPRサービスに加え提案するなど、総合PR会社の強みを活かした戦略的なPR活動を提供しています。

きめ細かな メディアリレーション

8,000媒体にも及ぶ メディア情報を活用

メディア情報のデータベース・システムには約8,000媒体の情報が蓄積され、メディアリレーションに活用されています。さらには、マスメディアからインターネットメディアに至るまで、その媒体特性やコラム情報、記事傾向等、常に変化するメディアの傾向を分析し、全社に共有することで、きめ細かなメディアリレーションを実現しています。

話題喚起

良好な企業イメージの醸成

企業・団体・行政の情報が様々なPR手法を介して、情報の受け手へ効果的に到達することによって、話題を喚起し、良好なイメージが醸成されるとともに、企業や団体、行政に対する信頼度が高まり、商品の購買行動へとつながります。

デジタルPR領域のサービス強化など 新たなニーズの拡大に対応してまいります。



代表取締役社長 杉田 敏

このたびの東日本大震災により被災された皆様に、
謹んでお見舞い申し上げます。皆様の安全と健康、
そして被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し
上げます。

Q 当期(平成23年8月期)の営業展開は？

A 受注確度向上のため、専門部署の受注サポート
やデジタルPR領域のサービス開発を積極展開

企業・団体や行政機関等の間では、広報活動を経営・
事業戦略の一環として捉える意識が拡がり、効果的な
PR戦略へのニーズが高まっています。そうした流れを
受け、当期は引き合い件数が回復を示していました。し
かしながら、震災の発生による記者会見やイベントの中
止・延期などにより一時的ではありますが影響を受けま
した。その後も企業の自粛マインドや節電、海外経済の
減速、円高懸念など、一進一退の続く景気動向により、
各企業とも広報予算の支出が今まで以上に慎重となり、
受注単価は減少傾向となりました。

当社では、営業深耕を進めるとともに、受注活動専門
部署が各営業部門の受注サポートを行うことで、前期並
みの受注件数を確保し、受注単価減少への対応に努めま
した。また、顧客ニーズが急速に高まっているソーシャ
ルメディア活用などデジタルPR領域のサービスを既存
のPRサービスに加え提案するなど、総合PR会社の強み
を活かした展開により、受注確度の向上を図っていま
す。一方、連結子会社においては、特に中国子会社2社
が着実な受注成果を上げました。

その結果、当期の連結業績は、売上高において4,063
百万円(前年同期比0.4%増)を確保したものの、外注費
や媒体費などが増加し、営業利益は422百万円(同11.3
%減)、経常利益は427百万円(同7.1%減)となりまし
た。また、当期純利益は本社移転に伴う特別損失の計上
もあり171百万円(同31.3%減)となりました。

Q デジタルPR領域サービスの新たな取り組みは？

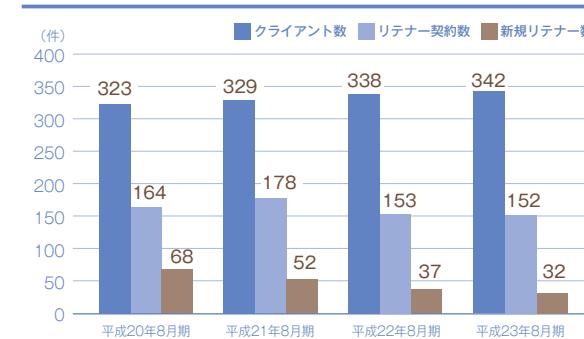
A ポータルサイト「Digital PR Platform」を開設、
デジタルPR領域のコンサルティング部署も設置

ソーシャルメディアやスマートフォンをはじめとする
デバイス、アプリなど、最近のデジタルメディアの飛躍

的な発展・普及を受け、デジタルメディアに対し、より効
果的にアプローチするための広報・PRニーズの拡大が見
込まれています。

こうした需要を積極的に取り込むべく、ソーシャル
マーケティング専門の株式会社プログウォッチャーとデ
ジタルPRの総合ポータルサイト「Digital PR Platform」
を共同開発し、今年7月から本サービスをスタートしま
した。その第1弾として、日本の有力ニュースサイトへ
のプレスリリース配信・掲載サービスを提供しています。
今後は、動画リリースの制作・配信やソーシャルメディア
参加者へのプレスリリース直接配信など、デジタルPRの

クライアント数/リテナー数の推移



新手法を確立しつつ、プラットフォームとしての充実化
に向けて、開発を続けていきます。

また当社では、デジタルPR領域に関するコンサルティ
ング機能を強化すべく、昨年9月に「DI(デジタルインフ
ルエンス)事業推進室」を設置し、オンラインメディアや
ソーシャルメディアといったインターネットメディアにお
けるPR戦略のコンサルティングサービスを開始してい
ます。

当期においては、デジタル領域におけるPR戦略の企画
立案やソーシャルメディアについての講習会実施、既存
クライアントに対するコンサルティングなど200件以上
の案件に対応しています。今後は、インターネットメデ
ィア上での危機管理コンサルティングサービスなど当社
の既存サービスをデジタル領域で活かしていくことなど
も推進していく考えです。

Q 中国におけるPR事業の状況は？

A 市場の成長を受け、日本企業からの受注が拡大、
現地子会社2社の業績が順調に推移

現地子会社2社により展開している中国PR事業は、市
場の拡大を受けて順調に推移しています。当期は、

2009年12月より当社傘下となった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)が通期にわたって業績貢献しました。また、北京普楽普公共関係顧問有限公司(ブラップチャイナ)は、企業および地方自治体等の各種プロジェクト業務や、上海モーターショー、環境関連展示会の出展企業のPR業務など、中国市場で事業強化を図る日本企業からの受注を、幅広い業種において獲得することができました。

1997年に日本のPR会社として最も早く中国現地法人(ブラップチャイナ)を設立し、現在では中国における日系PR会社の草分けと言える存在となっています。現地で積み重ねてきたコミュニケーションサービス提供の経験を活かし、引き続き日本企業による中国ビジネスの拡大をサポートしていきます。

なお、このたび中国での14年にわたる実体験を執筆・書籍化する機会をいただき、「中国ビジネスに失敗しない7つのポイント PR戦略で乗り越える！」(角川書店)と題して上梓いたしました。ご一読いただければ幸いに存じます。(P6 トピックス参照)

Q 次期(平成24年8月期)の見通しと業績予想は？

A 広報予算支出の抑制姿勢が続き、受注単価の下落や大型イベント案件の減少を予想

足もとの事業環境として、新規業務や既存顧客のプロジェクト業務の引き合いは引き続き緩やかな増加傾向にありますが、広報予算支出に対する抑制姿勢が続いています。このため次期も引き続き、受注単価の下落や大型イベント案件の減少、PR活動の短期プロジェクト化、受注競争の激化といった厳しい状況が想定されます。

そうした中で当社は、デジタルPR領域のコンサルティ

ングサービスに注力しつつ、グループ内の業務紹介や連携を強化し、受注確度の向上と受注範囲の拡大に努めてまいります。また、中国事業においては、日本からの社員出向などにより、体制強化を図っていきます。なお、2011年12月に実施する本社移転に伴い、売上原価と販管費の増加を見込んでいます。

以上を踏まえ、次期の連結業績は、売上高3,739百万円(前年同期比8.0%減)、営業利益375百万円(同11.2%減)、経常利益369百万円(同13.6%減)、当期純利益159百万円(同7.2%減)を予想しています。

Q 株主の皆様へメッセージを

A 減益結果ながら、内部留保の増加状況を鑑み、期初の予定通り増配を実施

当期業績は減益となったものの、概ね期初に計画した業績予想に近い数値となり、内部留保の増加も維持していることから、今回の期末配当については、予定通り前期比2円の増配を実施し、1株当たり23円(連結配当性向54.9%)とさせていただきます。次期配当については、同額の維持を目指してまいります。

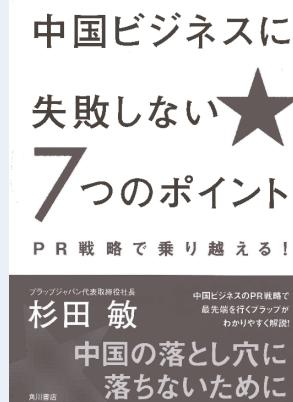
今後は、コンサルティング機能を全社的に強化し、顧客企業の多種多様なコミュニケーション戦略ニーズに対応していくことで、利益改善に努めてまいります。

株主の皆様におかれましては、引き続き一層のご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

Topics 1

中国ビジネスに失敗しない7つのポイント PR戦略で乗り越える！ 発刊

当社代表取締役社長 杉田 敏執筆による「中国ビジネスに失敗しない7つのポイント PR戦略で乗り越える！」を角川書店より発刊いたしました。中国での14年にわたる豊富なコミュニケーションサービス提供の実体験を元に編み出した、『中国ビジネスで失敗しないための法則』をPR戦略を軸に分かりやすく解説。めまぐるしく変化する中国メディアに関する最新の知見を網羅すると共に、コミュニケーション戦略の展開事例、反日メッセージやタブーへの対処、危機管理広報のノウハウなど、中国という異文化への理解の鍵を、数多くの具体例と共に紹介しています。



Topics 2

プロクター・アンド・ギャンブル(P&G)社の Asia ER Agency Excellence Awardsにおいて「Integrated Execution Gold Award」を受賞。2年連続で金賞を受賞。

プロクター・アンド・ギャンブル(P&G)社が制定した Asia ER Agency Excellence Awardsにおいて「Integrated Execution Gold Award」を当社のP&Gビューティケア担当チームが受賞。アジア地域から41社のPR会社が出席し、シンガポールで開催された授賞式においてトロフィーが授与されました。P&Gビューティケア担当チームは、昨年も「Collaboration Award」にて金賞を受賞しており、2年連続の金賞受賞という快挙となりました。



Topics 3

本社移転のお知らせ

当社は、オフィス環境の整備により業務効率の一層の効率化を図るため、平成23年12月に本社を移転いたします。当社に加え、連結子会社である株式会社旭エージェンシーも同ビルに移転いたします。



- 新住所 〒107-6033 東京都港区赤坂一丁目12番32号 アーク森ビル33階(受付)・36階
- 業務開始日 平成23年12月5日

連結決算ハイライト

(単位：千円)

科 目	当連結会計年度 平成22年9月1日から 平成23年8月31日まで	前連結会計年度 平成21年9月1日から 平成22年8月31日まで
売上高	4,063,035	4,045,425
売上総利益	1,115,123	1,188,947
販売費及び一般管理費	692,217	712,159
営業利益	422,905	476,788
経常利益	427,667	460,235
当期純利益	171,800	250,028
包括利益	196,478	—
流動資産	2,513,117	2,882,146
固定資産	835,492	612,308
流動負債	685,982	713,212
固定負債	438,955	428,238
総資産	3,348,609	3,494,455
純資産	2,223,671	2,353,004

資産合計



負債合計



純資産合計



Pick Up

1 健全な財務体質

自己資本比率は当期65.2%を示しております。当社は平成23年8月31日現在、有利子負債ゼロの無借金経営を行っており、ここ数年の推移をしても自己資本比率は安定的に推移しております。当社は今後も健全な財務体質を維持しながら安定した経営を行っていきます。

自己資本比率

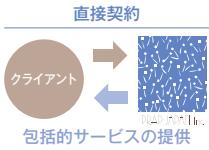
65.2%



2 成長を支える高収益構造

健全な財務体質とともに高い収益性を確保している点も、当社の特徴の一つです。当期のROE(自己資本利益率)は本社移転に伴う特別損失の計上もあり、7.7%となりましたが、今後も優秀な人材を獲得することで成長性を加速し、ROEのさらなる向上を目指します。

ROE 7.7%



当連結会計年度における流動資産は、敷金保証金の差入れ、自己株式の取得に伴う現金および預金が減少したことが主な要因となっており、2,513百万円と前連結会計年度に比べ369百万円の減少となりました。

固定資産は、繰延税金資産および事務所移転等による敷金が増加したことが主な要因となっており、835百万円と前連結会計年度に比べ223百万円の増加となりました。

この結果、当連結会計年度末の資産合計は3,348百万円となり、前連結会計年度末に比べ、145百万円減少いたしました。

当連結会計年度における流動負債は、支払手形および買掛金、事務所移転費用引当金が増加したものの、未払法人税等、未成業務受入金、未払金が減少したことが主な要因となっており、685百万円と前連結会計年度に比べ27百万円の減少となりました。

固定負債は、退職給付引当金と役員退職慰労引当金の増加が主な要因となっており、438百万円と前連結会計年度に比べ10百万円の増加となりました。

この結果、当連結会計年度末の負債合計は1,124百万円となり、前連結会計年度末に比べ、16百万円減少いたしました。

当連結会計年度における純資産は、利益剰余金が増加したものの、自己株式の取得等を計上したことが主な要因となっており、2,223百万円と前連結会計年度末に比べ、129百万円の減少いたしました。

売上高



当連結会計年度の売上高は4,063百万円となり、前連結会計年度に比べ、17百万円の微増収となりました。受注件数は前期並みに確保し、また中国事業においてもブレインズチャイナの売上が通期にわたって貢献するとともに、プロジェクト業務の受注が拡大しました。一方で、当連結会計年度に発生した震災の影響や不確定要素の多い景気動向により、顧客の広報予算削減による受注額の減少、大型イベント案件の延期、中止などが少なからずあったことが主な要因です。

営業利益



営業利益は422百万円となり、前連結会計年度に比べ53百万円の減収となりました。家賃減額による経費抑制等により、前期に引き続き販売費および一般管理費が減少しましたが、外注費や媒体費などが増加したことが主な要因です。

経常利益



営業利益に営業外収益、営業外費用を加減いたしました経常利益は427百万円となり、前連結会計年度に比べ32百万円の減収となりました。受取配当金を計上したものの、営業利益の減収に加え、円高による為替差損、自己株手数料を計上したことが主な要因です。

当期純利益



経常利益から特別利益、特別損失を加減し、法人税等を差し引いた結果、171百万円の当期純利益となり、前連結会計年度に比べ、78百万円の減収となりました。特別損失として資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額および本社移転に伴う事務所移転費用引当金繰入額を計上したことが主な要因です。

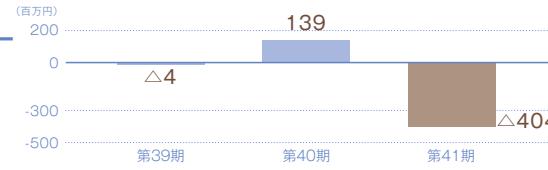
連結キャッシュ・フローの推移

営業活動によるキャッシュ・フロー



営業活動の結果得られた資金は、163百万円(前連結会計年度は得られた資金440百万円)となりました。これは主に法人税等の支払額223百万円、売上債権の増加額40百万円等の要因により減少したものの、税金等調整前当期純利益334百万円、事務所移転費用引当金の増加額63百万円、仕入債務の増加額53百万円、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額31百万円が計上されたことなどによりです。

投資活動によるキャッシュ・フロー



投資活動の結果使用された資金は、404百万円(前連結会計年度は得られた資金139百万円)となりました。これは主に有形固定資産の売却による収入額3百万円等の要因により増加したものの、定期預金の預入れによる支出額124百万円、敷金保証金の差入れによる支出額262百万円、有形固定資産の取得による支出12百万円が生じたことによるものであります。

財務活動によるキャッシュ・フロー



財務活動の結果使用された資金は、303百万円(前連結会計年度は使用された資金253百万円)となりました。これは主に自己株式の取得による支出199百万円、配当金の支払額90百万円などが生じたことによるものであります。

(注) 記載金額は単位未満を切り捨てて表示しております。

For Investors

利益配分

当社の利益配分における基本方針として、株主の皆様に対する安定した配当を継続していくだけでなく、将来の事業展開と投資計画のバランスをとりながら決定しております。その上で、経営成績および配当性向等も考慮し、株主の皆様への利益還元を実施していきます。

第41期の配当金につきましては業績の順調な回復、内部留保の順調な増加も鑑み、1株につき23円の普通配当と決定させていただきました(前期は普通配当21円)。

第42期の次期配当予想につきましても、1株につき23円の普通配当(連結配当性向59.1%)を予定しております。

配当金



配当性向



会社概要 (平成23年 8月31日現在)

会社名	株式会社ブラップ ジャパン PRAP Japan, Inc.
所在地	東京都渋谷区渋谷二丁目12番19号 東建インターナショナルビル ※平成23年12月5日以下記住所に移転致します。 東京都港区赤坂一丁目12番32号 アーク森ビル 33階(受付)・36階
代表者	杉田 敏
設立年月日	1970年9月9日
資本金	4億7,078万円
従業員数	257名(連結)
事業内容	企業・団体・行政等の戦略的広報コンサルティングおよび広報代行全般を手がけ、PRイベント、PR誌制作等のクリエイティブサービスや対中国PR、WEB関連施策まで多彩なサービスメニューを有する総合PR会社。
連結子会社	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 北京普樂普公共關係顧問有限公司 北京博瑞九如公共關係顧問有限公司
業務提携会社	オグルヴィ・パブリック・リレーションズ・ワールドワイド(WPPグループ)

役員 (平成23年 11月29日現在)

代表取締役会長	矢 島 尚
代表取締役社長	杉 田 敏
専務取締役	泉 隆
常務取締役	筆 谷 尚 美
取締役	笠 原 浅 香
取締役(非常勤)	小 山 純 子
取締役(非常勤)	藤 田 実
監査役	小 田 元
監査役	荒 川 純
監査役(非常勤)	藤 岡 秀 樹

株主メモ

事業年度	9月1日から翌年8月31日まで
定時株主総会	毎年11月
基準日	期末配当金 8月31日、中間配当金 2月末日
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (通話料無料)
公告の方法	電子公告により、当社ホームページ (http://www.prap.co.jp/) に掲載いたします。ただし、電子公告によることができない事故その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載いたします。

(ご注意) 1. 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。

2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

3. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

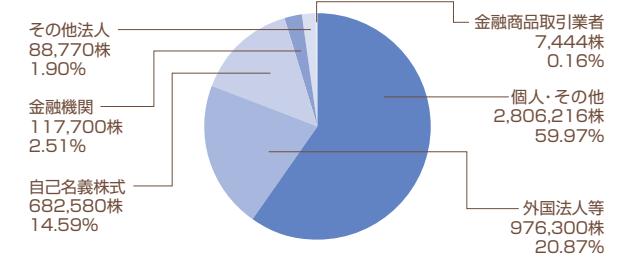
株式の状況 (平成23年 8月31日現在)

発行可能株式総数	18,716,000株
発行済株式総数	4,679,010株
株主数	1,050名

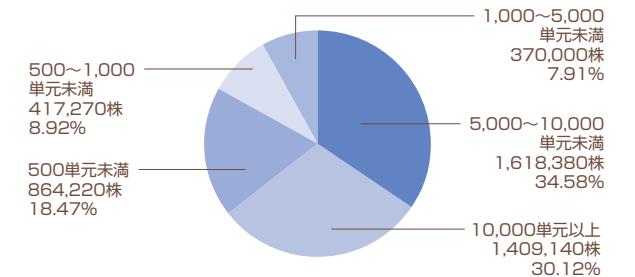
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
矢島 尚	1,409	35.26
キャヴェンディッシュ・スクエア・ホールディングス・ビーヴィー	935	23.42
泉 隆	230	5.76
杉田 敏	140	3.50
矢島 婦美子	90	2.25
株式会社三菱東京UFJ銀行	80	2.01
野村 しのぶ	70	1.75
ブラップジャパン従業員持株会	66	1.67
三菱UFJキャピタル株式会社	60	1.50
小山 純子	50	1.25

(注) 1. 当社は、自己株式682,580株を保有しておりますが、上記の大株主からは除いております。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

所有者別株式分布状況



所有数別株式分布状況



デジタルPRの総合ポータルサイト 「Digital PR Platform(デジタルPRプラットフォーム)」の提供開始

「Digital PR Platform」は、デジタルPRのサービスを集約したPRのポータルサイトです。2011年7月より、そのサービスの第1弾として日本の有力ニュースサイトへのプレスリリース配信・掲載サービスを開始いたしました。

1 顧客のプレスリリースを配信・掲載し、効果的に情報を拡散

新聞社サイト等の日本の有力ニュースサイトや大手ポータルサイト等の各業界のパワーサイトへのプレスリリース配信・掲載サービスを開始いたしました。

2 新開発の効果測定ツールを利用してソーシャルメディアへの反響をチェック

ブログウォッチャー社の持つ日本最大級のデータベースを利用し、リリース配信から1年間、登録したキーワードについて書かれたブログとツイッターの記事データを自動で取得。リアルタイムで効果測定を行うことができます。

3 リリースサービスと提携していない大手サイトを含む5サイトと独占的に提携

2011年8月末には、提携サイトを大幅拡充。今まで他のリリースサービスと提携していない大手サイト等とも独占的に提携しており、顧客のリリース情報拡散やSEO寄与に、さらに大きく貢献できるようになっています。

「Digital PR Platform」ウェブサイト



<http://digitalpr.jp/>

「Digital PR Platform」の全体像



株式会社ラップ ジャパン

〒150-8343 東京都渋谷区渋谷二丁目12番19号
電話番号：03-3486-6831