



第45期 株主通信

平成26年9月1日 ➡ 平成27年8月31日

株式会社プラップ ジャパン

証券コード：2449

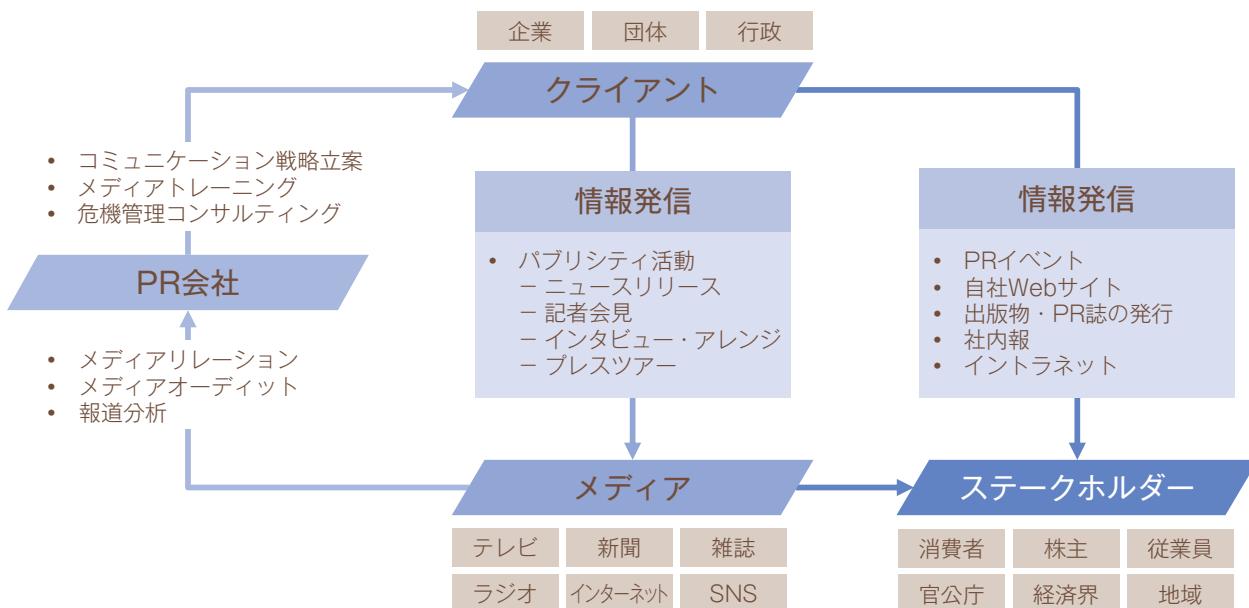
戦略立案からメディアリレーションまで 総合的なコミュニケーションサービスを提供しています。

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、信頼感の獲得や購買行動へ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・手法や幅広いメディア情報を有し、クライアントに最適な広報戦略を立案し、提供しています。

中でもメディア（テレビ・新聞・雑誌・インターネット・ラジオなど）を通じて情報をターゲットとなる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し、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。

パブリシティ活動の成果は広告と異なり、その情報提供が広告・CM枠ではなく、新聞・雑誌の記事のほかテレビの報道番組や情報番組などを通じて伝えられるため、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。

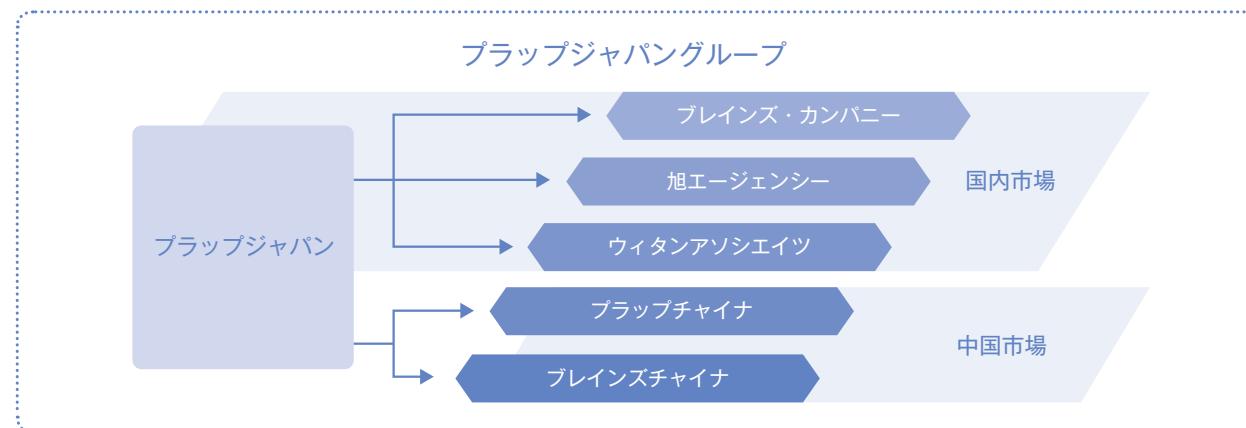


人材の早期育成、ノウハウやネットワークの共有など グループ全体でのサービス強化を推進しています。

プラップジャパングループは国内グループ会社3社、中国現地法人2社を含めた6社の事業会社で構成されています。

社内研修制度「プラップ大学」を開設し、高度なコミュニケーション・サービス・スキルを身につけたPRコ

ンサルタントを早期に育成するほか、各社の実績やノウハウの共有体制を構築するなど、グループ全体の総合力、ネットワークを生かした広報活動の支援、コンサルティング業務を実現しています。



■戦略的PRを実現する多彩なサービスメニュー

プラップジャパングループのサービスは、企業・団体の広報コンサルティングおよびマスメディアとの強力なネットワークによるメディアリレーションを中核に、業界トップクラスの実績をもつメディアトレーニング、ソーシャルメディア対応、PRイベント、Web制作、PR誌制作、PRポータル・サービスなど、企業内外の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、包括的な視点からサービスを有機的に結び付け、他社にはない総合力を提供しています。

■専門性を備えたPRのプロフェッショナル集団

大手・ベンチャー企業のコンシューマー、ヘルスケア、金融・M&A、IT分野のPRから、官公庁・自治体PRまで、多彩な業種・規模の実績を保有しています。クライアントニーズを捉えた企画提案や業界特有の関係構築など、目的に沿ったプロジェクトチームを編成し、各分野のスペシャリストが専門性の高いコミュニケーション戦略を提供し、クライアントの様々な課題に応えます。

コンサルティングを軸に提案型の営業活動を展開し、市場競争力と収益性を高めていきます。



代表取締役社長 杉田 敏

株主の皆様におかれましては、日頃より当社事業へのご理解とご支援を賜り、誠にありがとうございます。ここでは、当期営業のご報告とともに、今後に向けた取り組みについてご説明させていただきます。

Q 当期(平成27年8月期)の営業状況は？

A PR業界の市場成長が続く中で、契約企業数・受注獲得件数は増加傾向を持続

PR業界は、国内景気の緩やかな回復を背景に、市場規模は成長軌道にあります。PR施策の重要性や認知度は一層の高まりをみせ、従来の広報支援・代行業務だけでなく、独自のサービス展開やマーケティングと連携したPR手法など広がりを見せるようになりました。

当社単体の営業状況は、大型プロジェクト業務の契

約満了等に伴い、前期の売上実績から若干マイナスとなりましたが、受注獲得件数は増加傾向を持続し、年間を通してPRイベントや新製品発表など、既存クライアントから複数のプロジェクト業務を受注しました。

加えて、期初に想定していなかった危機管理広報コンサルティング案件の受注が安定的な収益の確保に寄与した他、日本への中国人観光客をターゲットとしたインバウンド施策のPR案件も複数獲得しました。グループ全体で経営資源を活用した最適なサービス体制を組むなど、顧客ニーズにあわせたPR活動を実施しています。

当期獲得した主なクライアントは、アパレル、金融機関、消費財・食品メーカー、地方自治体、製薬会社、不動産、IT系企業を中心に新規リテナークライアントを獲得しており、スポット契約と合わせた新規契約企業数は前期からほぼ横ばいとなっています。サー

ビスジャンルとしては新製品発表に伴うマーケティングPRやヘルスケアの啓発PRなど、多岐にわたる業種での受注となりました。今後も継続的に取引社数の拡大に努めてまいりたいと考えています。

Q グループ事業の状況と連結業績は？

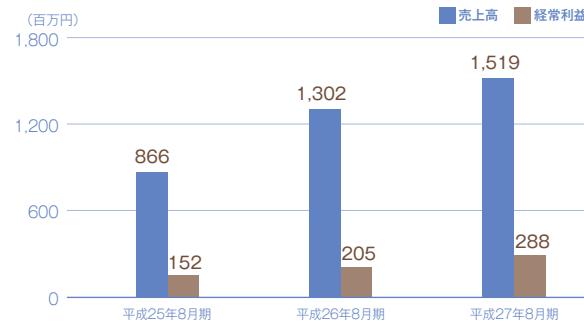
A 中国事業の好調が連結業績に寄与し、営業利益は過去最高益を更新

グループ会社各社は、継続的に新規のプロジェクト案件を複数獲得し、連結業績に大きく寄与しました。

特に中国事業は、現地子会社の北京普楽普公共関係顧問有限公司（プラップチャイナ）および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、売上・利益を着実に伸ばし続けています。

自動車関連の新車発表会や試乗会、精密機器のPRイベントなど、大型のプロジェクト業務を複数受注したほか、営業原価の見直しなど、サービス体制を合理化

中国事業の業績推移



することで利益率の改善につながりました。

その結果、当期の連結業績は、売上高が54億33百万円（前期比0.4%減）と微減にとどまりながらも、利益は計画を大きく上回り、営業利益7億43百万円（同13.7%増）、経常利益7億47百万円（同13.7%増）、当期純利益3億90百万円（同22.0%増）と増益を果たしました。営業利益・経常利益は、前期に続いて過去最高値を更新し、当期純利益は、平成19年8月期以来8期ぶりの過去最高値更新となりました。

Q 今後の成長に向けた新たな展開は？

A デジタルコミュニケーション部の設立、PROIグループへの加盟など新規戦略を開始

デジタル分野における顧客ニーズの増加に対応すべく、当社は「デジタルコミュニケーション部」を設立し、新たな動きを進めています。

当期の新サービスとしてはガイアックス社と開発を進めた、「ソーシャルリスク対策支援プログラム」、ランサーズ社と提携し、クラウドソーシング上でニュースリリースの作成・配信を行う「クラウドソーシングPR」などの提供を開始しました。デジタルインフラやソーシャルメディア環境に合わせて、従来のPR施策の提案に新サービスを加えることで、受注件数の拡大につながっています。

もう一つの新たな展開として、当期、プラップジャパングループは、PROI（Public Relations Organisation International）に加盟しました。PROIは、1970年に

欧州で設立され、現在50カ国で67社のPRエージェンシーが加盟しています。全世界で4,000件以上のクライアントにサービスを提供してきた実績があり、その売上規模は615万ドルを超えています。今後、PROIグループのグローバルネットワークを通して海外案件の受注を拡大し、事業をより大きく発展させていきたいと考えています。

Q 次期(平成28年8月期)の見通しと業績予想は？

A 特化型コンサルティング事業への注力により、市場競争力を強化し、収益性を向上

現在、PR業界の市場規模は成長を示しているものの、顧客ニーズの多様化・複雑化、価格競争の激化は続いていくと思われます。

当社の次期の事業方針といたしましては、メディアトレーニングや危機管理支援など、特化型のコンサルティング事業をより成長させることで更なる収益性の向上を目指したいと考えます。

また、中国事業の状況は、同国経済の景気減速リスクが懸念される一方で、インバウンド消費を意識した現地企業のPRニーズが高まっています。慎重姿勢を保ちながら事業の注力分野を見極め、引き続き中国子会社2社の売上・利益も伸ばしていく考えです。その他、前述のPROIグループのグローバルネットワークを通じた各国からの引き合いも増加傾向で、海外に進出した日系企業のマーケティング支援など、更なる連携強化を図ることで、海外マーケットにおける受注を強化していきます。

そして、競争力の源泉となる人材の育成・確保も、次期の大きなテーマです。営業人員一人ひとりがプロアクティブなサービス提案を積極的に実施できるよう、外部研修機関との連携や管理職向けの教育を強化し、広範なコミュニケーション・サービススキルの習得を図ります。

以上を踏まえて次期の連結業績は、売上高55億98百万円(当期比3.0%増)、営業利益7億63百万円(同2.7%増)、経常利益7億63百万円(同2.1%増)、当期純利益3億76百万円(同3.6%減)を予想しています。

Q 株主の皆様にメッセージを

A 当期業績の増益を反映し、前期比2円増配となる1株当たり31円の期末配当を実施

今回の期末配当は、当期業績における大幅な増益を鑑みて、期初の予定を上方修正し、前期比2円の増配となる1株当たり31円(連結配当性向31.7%)とさせていただきます。また次期配当については、同額の維持を予定しています。今後とも一層の業績向上に努め、利益還元の拡大をもって株主の皆様のご支援に報いてまいります。

株主の皆様におかれましては、当社事業の将来性にご期待いただき、これからも長期的なご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

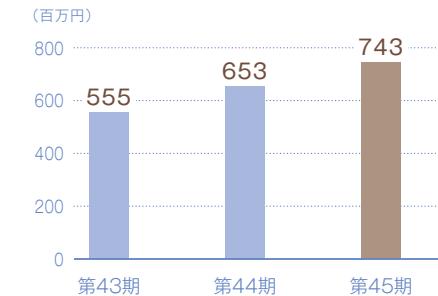
- 当期のポイント**
- 連結営業利益・経常利益は創業以来、過去最高益を達成
 - 人員増に伴う営業力強化の実現
 - 中国現地法人2社の業績が好調に推移

売上高



売上高は前期比0.4%減で22百万円の減収となりました。中国現地法人2社の業績が好調だったものの当社単体の売上高が減収となったことが影響しています。

営業利益



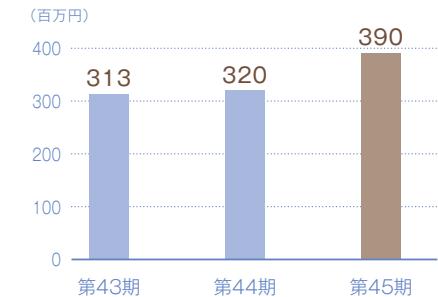
営業利益は前期比13.7%増の89百万円の増益となりました。グループ会社を含めた経営資源を柔軟に活用した最適なサービス体制を組むことで売上原価、販売費及び一般管理費が減少しています。

経常利益



経常利益は前期比13.7%増の90百万円の増益となりました。為替変動の影響による為替差損の増加、及び投資有価証券売却益なども計上されています。

当期純利益



当期純利益は前期比22.0%増の70百万円の増益となりました。経常利益の増益に加え、前連結会計年度に計上された特別損失の役員退職慰労金などが、当連結会計年度では計上されなかったことによるものです。

※記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

ROE



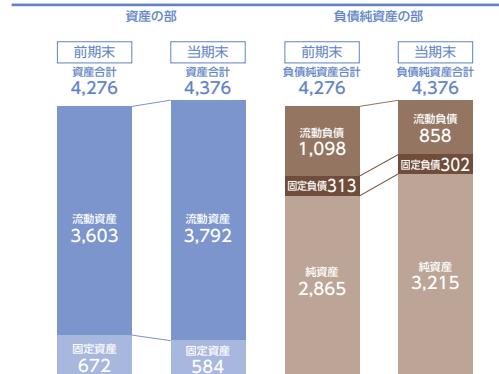
ROA



ROE(自己資本当期純利益率)・ROA(総資産経常利益率)が向上し、前年を上回る成長

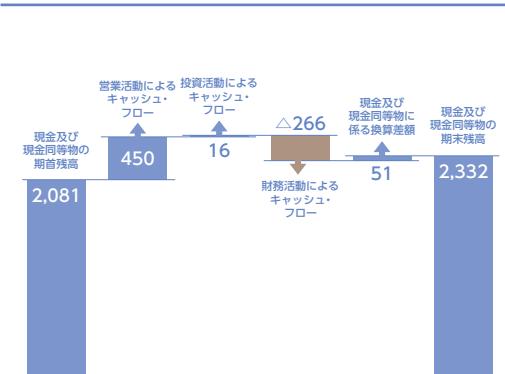
当期のROE(自己資本当期純利益率)は13.3%、ROA(総資産経常利益率)は17.3%となりました。今後も自己資本の有効な活用による効率のよい収益確保に向け、さらなるROE、ROAの向上を目指します。

連結貸借対照表 (百万円)



自己資本比率は当期71.0%です。自己資本比率は安定的に推移しており、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ます。

連結キャッシュ・フロー計算書 (百万円)



営業活動の結果得られた資金は、4億50百万円(前年同期は得られた資金2億54百万円)となりました。これは税金等調整前当期純利益の増加や売上債権の減少などが主な要因です。

※記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

株式の状況

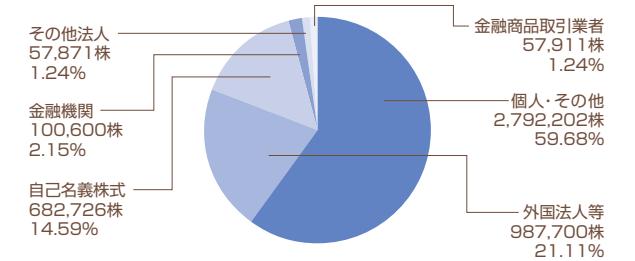
発行可能株式総数 18,716,000株
 発行済株式総数 4,679,010株
 株主数 1,351名

大株主(上位10名)

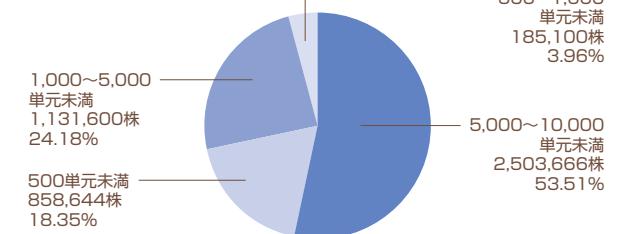
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
キャヴェンディッシュ・スクエア・ホールディングス・ピーヴィー	935	23.42
矢島 婦美子	885	22.15
野村 しのぶ	394	9.86
矢島 さやか	367	9.20
泉 隆	230	5.76
杉田 敏	140	3.50
株式会社三菱東京UFJ銀行	80	2.01
ブラップジャパン従業員持株会	54	1.37
小山 純子	50	1.25
三菱UFJキャピタル株式会社	45	1.14

(注) 1. 当社は、自己株式682,726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



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. 特別口座に登録された株式に関する各種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。

1 デジタル関連企業との協業

デジタル分野における顧客ニーズをうけて、45期より新しくデジタルコミュニケーション部を設立しています。ソーシャルメディア上の炎上リスクを抱える企業を対象に、ソーシャルリスニングのトップ企業で知見の深いガイアックス社と開発を進めた「ソーシャルリスク対策支援プログラム」をはじめ、クラウドソーシングサービスを運営するランサーズ社とも業務提携を行い、クラウドソーシング上でニュースリリースの作成・配信業務を可能にする「クラウドソーシングPR」も開始しました。そのほか、デジタル関連企業との協業による新しいPRサービスを複数発表しました。

2 PROIグループに加盟



45期、ブラップジャングループはPROIグループに加盟いたしました。PROIは、1970年に欧州で設立され、世界50カ国、67のPRエージェンシーが加盟しています。全世界で4000件以上のクライアントにサービスを提供してきた実績があり、売上規模としては615万ドルを超えています。

もともと当社グループの旭エージェンシーが2003年より単独で加盟をしておりましたが、ブラップジャングループとして加盟することで、より包括的なサービスを提供できるようになります。今後も世界中にあるPROIのネットワークを通して、ブラップジャングループとして更なる成長を遂げたいと考えています。

For Investors

利益配分

当社の利益配分における基本方針として、株主の皆様方に対する安定した配当を継続していただくべく、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、経営成績及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。

この方針のもと、第45期の配当金につきましては、業績が増益となり好調に推移したことを鑑み、1株につき31円の普通配当（連結配当性向31.7%）を予定しております。

配当金



配当性向



会社名 株式会社ブラップ ジャパン
PRAP Japan, Inc.

所在地 東京都港区赤坂一丁目12番32号
アーク森ビル 33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 275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
ウィタンアソシエイツ株式会社
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



株式会社プラップ ジャパン

〒107-6033 東京都港区赤坂一丁目12番32号 アーク森ビル33階
電話番号：03-4580-9111