



証券コード
2449

平成29年8月期第2四半期 決算説明会

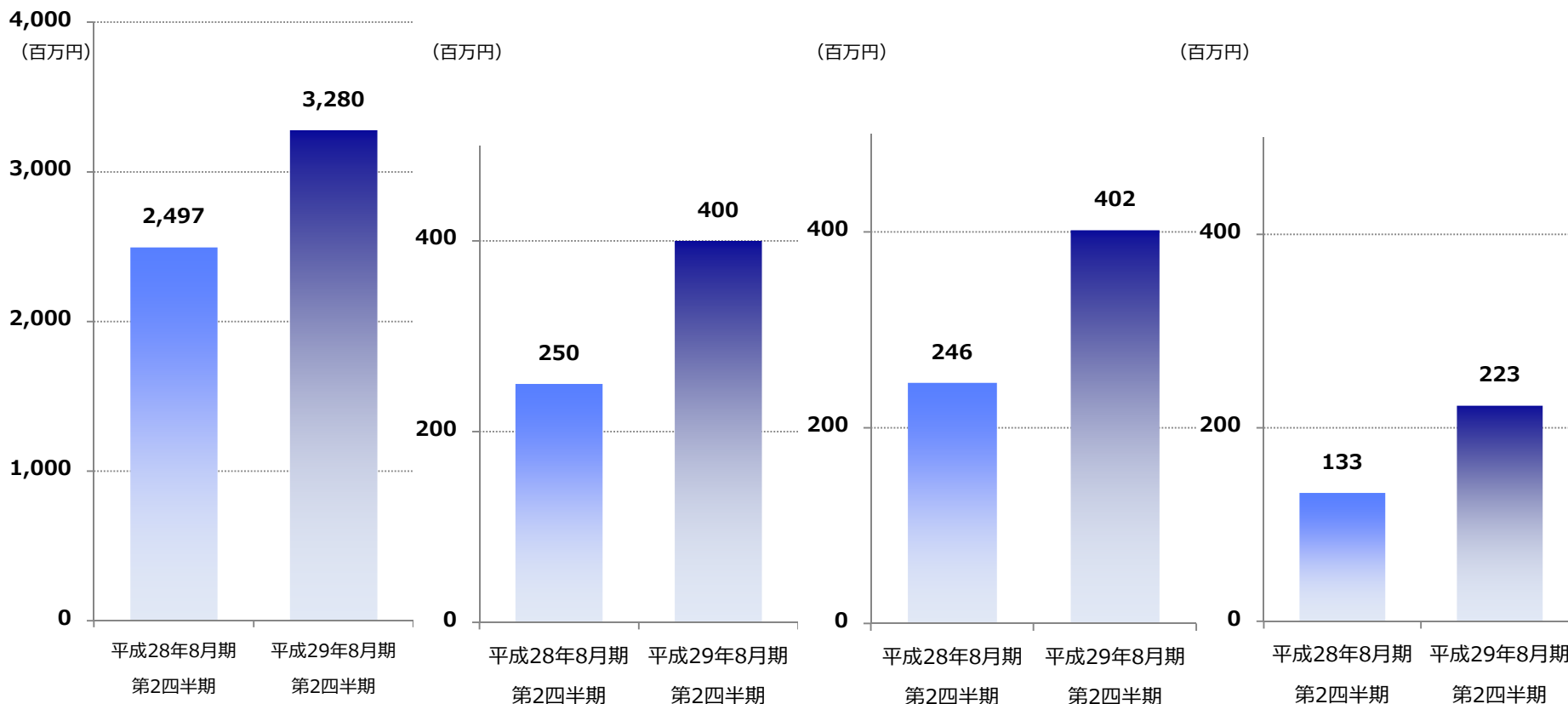


平成29年4月27日

株式会社プラップジャパン

◆平成29年8月期 第2四半期 連結業績

- 売上、利益ともに前期を上回る
- 単体は安定的に増収増益。国内子会社も好調に推移
- 中国子会社は、大幅な回復で連結業績を押し上げる要因に



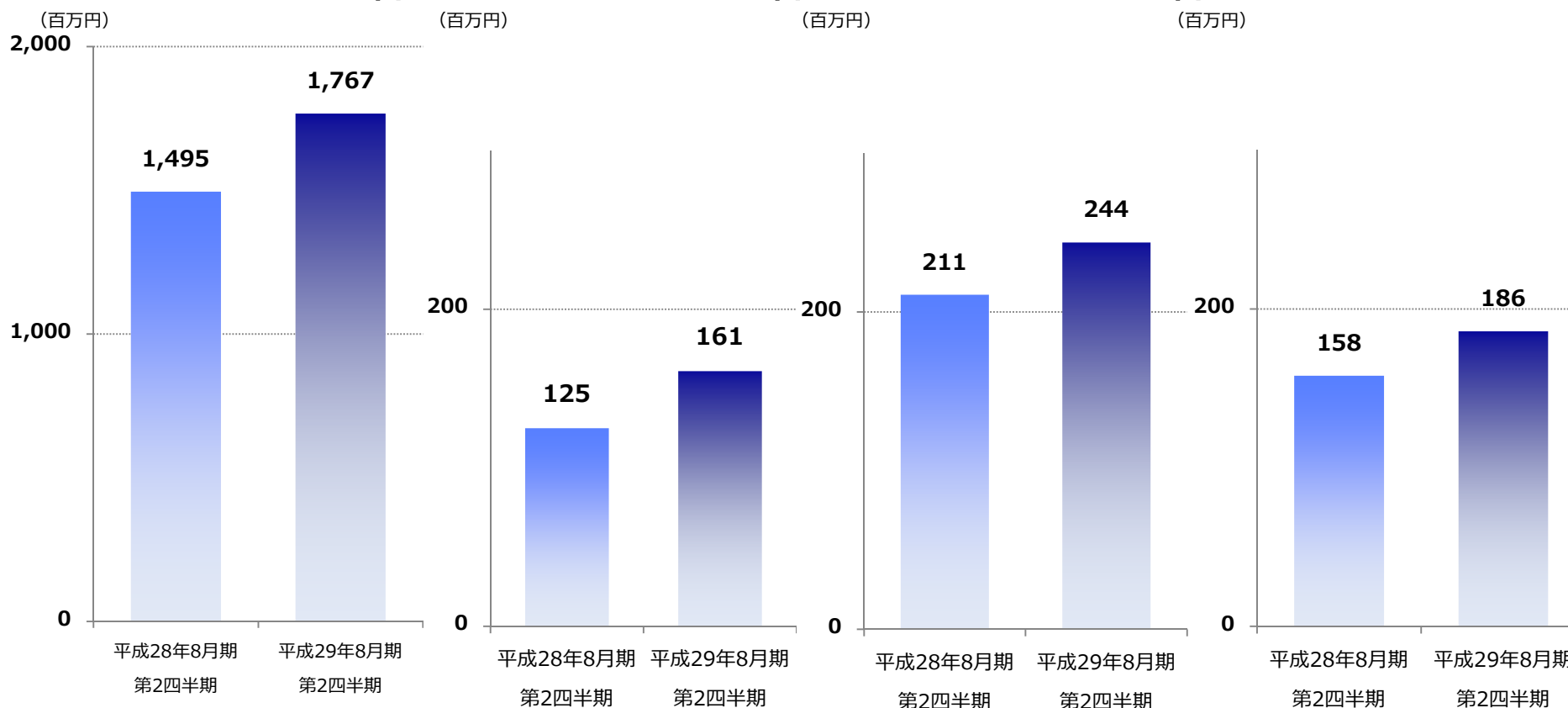
◆平成28年8月期 第2四半期 単体業績

-新規・既存のスポット受注の大幅な伸び

-既存大型クライアントの契約継続

-中国/アジアパシフィック事業、デジタル戦略グループによる受注増も寄与

| | | | | | | | |
|------------|--------|-------------|--------|-------------|--------|---------------|--------|
| 売上高 | 17.6億 | 営業利益 | 1.6億 | 経常利益 | 2.4億 | 四半期純利益 | 1.8億 |
| | 前期比 | | 前期比 | | 前期比 | | 前期比 |
| | 18.2%増 | | 28.6%増 | | 15.4%増 | | 18.0%増 |



◆ 単体業績の主要因

プラップジャパン 単体

-上期、増収増益で推移

-リテナー契約受注11.8%増、スポット契約受注23.3%増

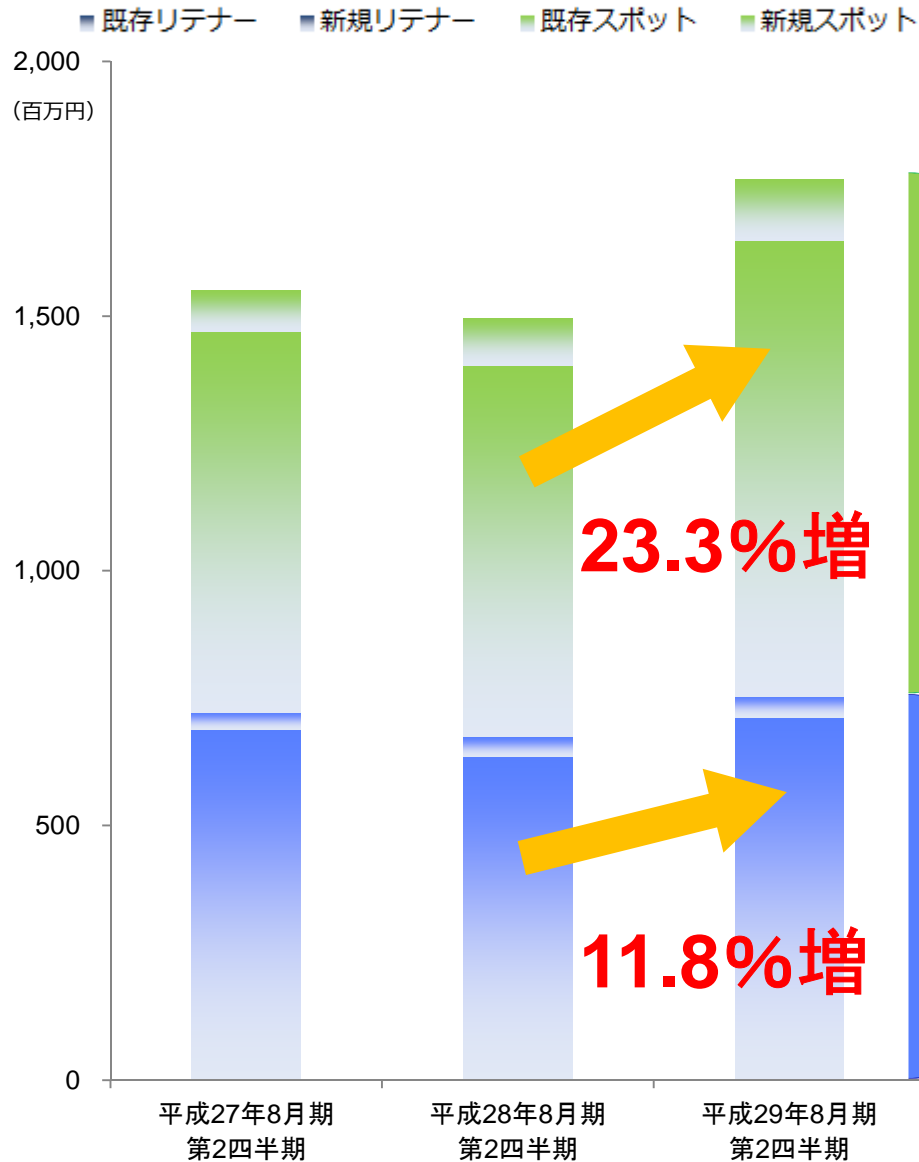
- ◆ 既存クライアントからの複数スポット案件を受注
- ◆ 新規クライアントからの大型スポット案件を受注
- ◆ 前期下期に受注した複数の大型リテナー案件の契約継続

プラップジャパン 単体

-中国/AP事業拡大、デジタル施策も寄与

- ◆ 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
- ◆ 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

▷ 受注（単体・金額ベース） リテナー、スポットともに2ケタ増で推移



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複数受注
- ◆ 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

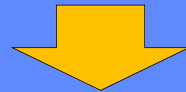
◆ 連結子会社業績の主要因

国内子会社 全体では前期を上回る業績推移

- ◆ 1社が前期業績を下回ったものの、2社が増収増益
- ◆ 順調な国内クライアントから大型イベント案件、広報コンサルティング案件等スポット業務を受注

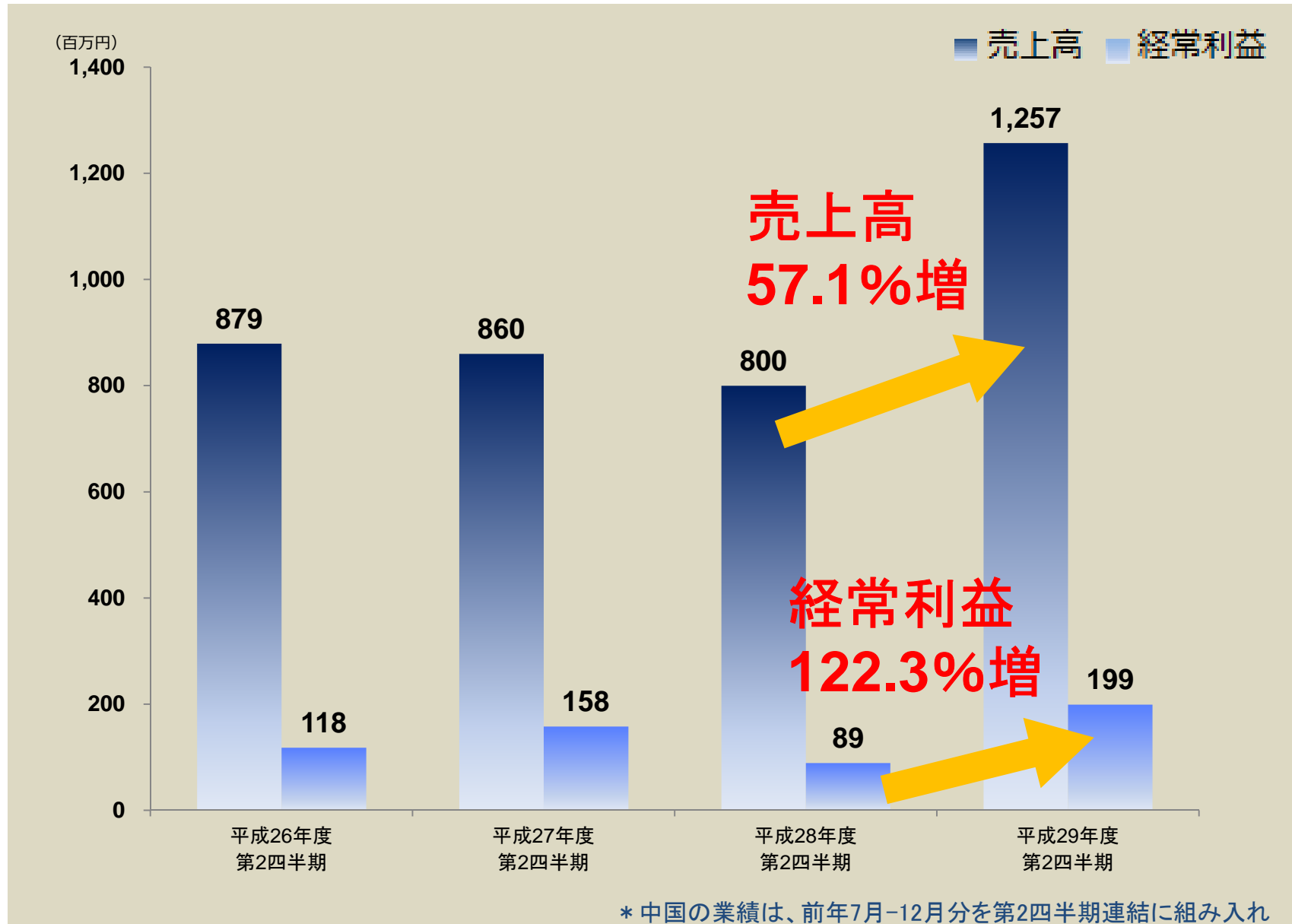
中国子会社 成長分野を着実に受注し、大幅な回復

- ◆ 前期、中国国内の景気減速懸念の影響
- ◆ 既存クライアントへの営業深耕、成長性のある分野を開拓



- ◆ 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
- ◆ 成長カテゴリー 化粧品・ファッション・美容等の分野が拡大

▷ 中国事業の第2四半期業績推移



◆ 平成29年8月期 連結業績の見通し

- 第2四半期時点での進捗率57%
- リテナー/スポット契約の受注を確実に積み上げ
- 中国子会社の好調な業績を維持し、増収増益を目指す

売上高

56.7億
(前期比4.8%増)

リテナー／スポット契約受注を拡大

営業
利益

6.9億
(前期比6.4%増)

グループ会社、共同サポート体制

経常
利益

6.9億
(前期比6.8%増)

中国子会社の好調を維持

当期
純利益

4.0億
(前期比6.6%増)

デジタルPR領域の拡充

中国/AP事業のさらなる拡大

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
積極投資を推進

デジタル領域の拡大

次世代のPRサービスを
提供するグループへ

海外展開

中国／アジア・パシフィック地域に
おける基盤を拡大

事業拡大・新サービス開発

デジタルPR領域をはじめとした
様々な企業・団体を対象に
M&Aや業務提携を積極展開
事業拡大・PR新サービス開発を推進

人材投資

生産性を高める新しい働き方
最先端のPRスキルを持つ
プロフェッショナルな人材を擁する

デジタル領域の拡大

- ◆ 横断的組織のデジタル戦略グループを設立
- ◆ トラディショナルメディアとデジタルメディアの統合的な提案とサービス実行
- ◆ 新サービス開発

海外展開

- ◆ 中国/アジアパシフィック事業部を設立
- ◆ 中国市場での拡大
- ◆ インバウンド/アウトバウンド需要
- ◆ 新たな市場開拓

事業拡大・新サービス開発

「記者会見」の
評価と成否を診断する
人工知能(AI)開発



LGBT指標で
PR会社では唯一
「ゴールド」を受賞



人材投資

- ◆ 積極的な採用、教育
- ◆ 生産性向上と新しい働き方のため、社内制度改革やインフラ整備

プラップジャパングループ 概要



平成29年4月27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 54億18百万円（平成28年8月期）
- 連結従業員数 297名（平成29年2月末現在）



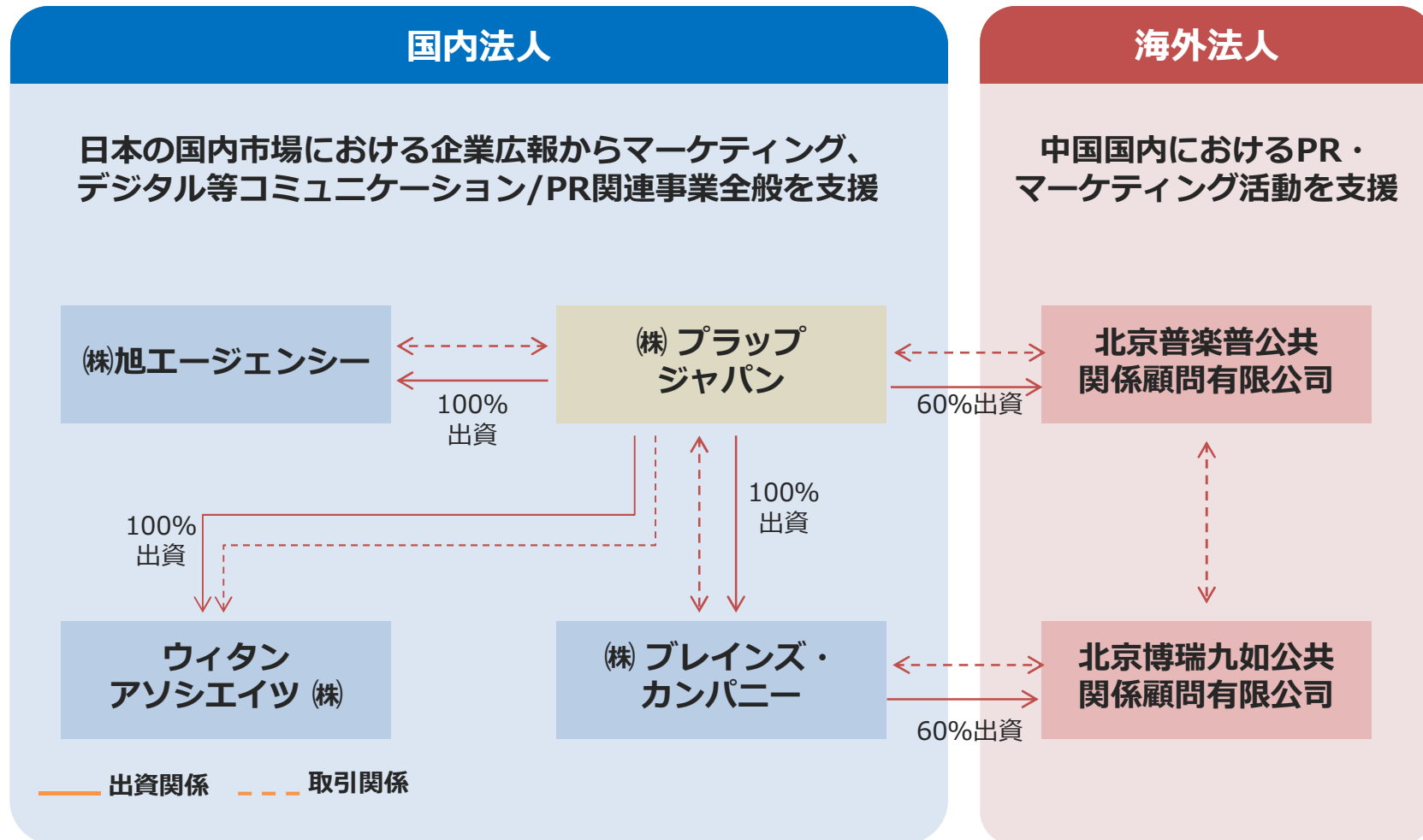
会社概要



■ 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

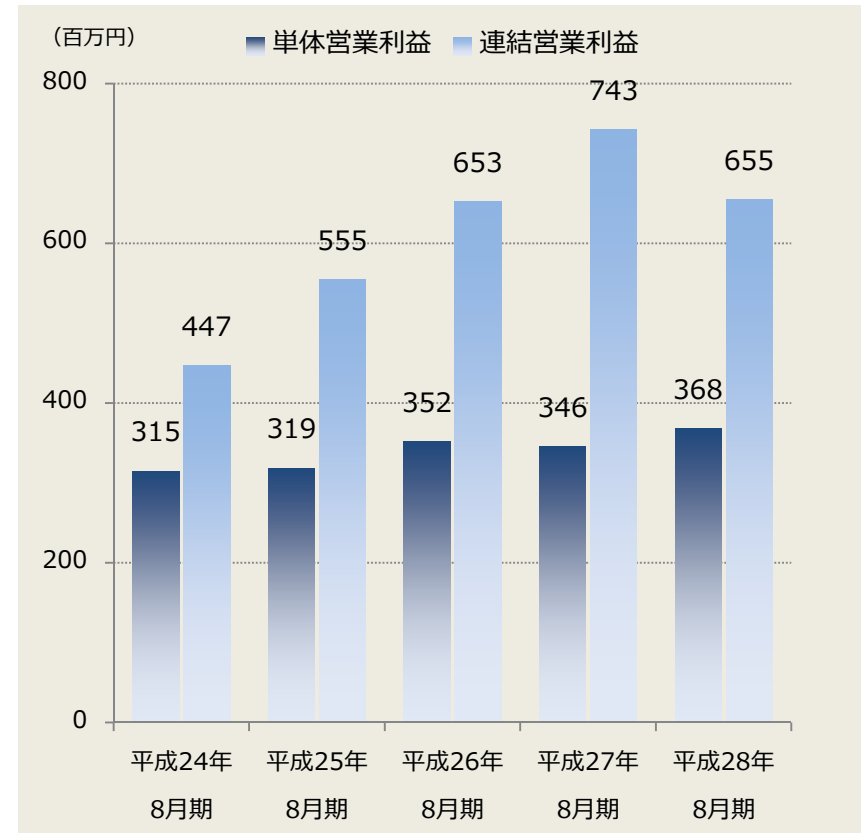
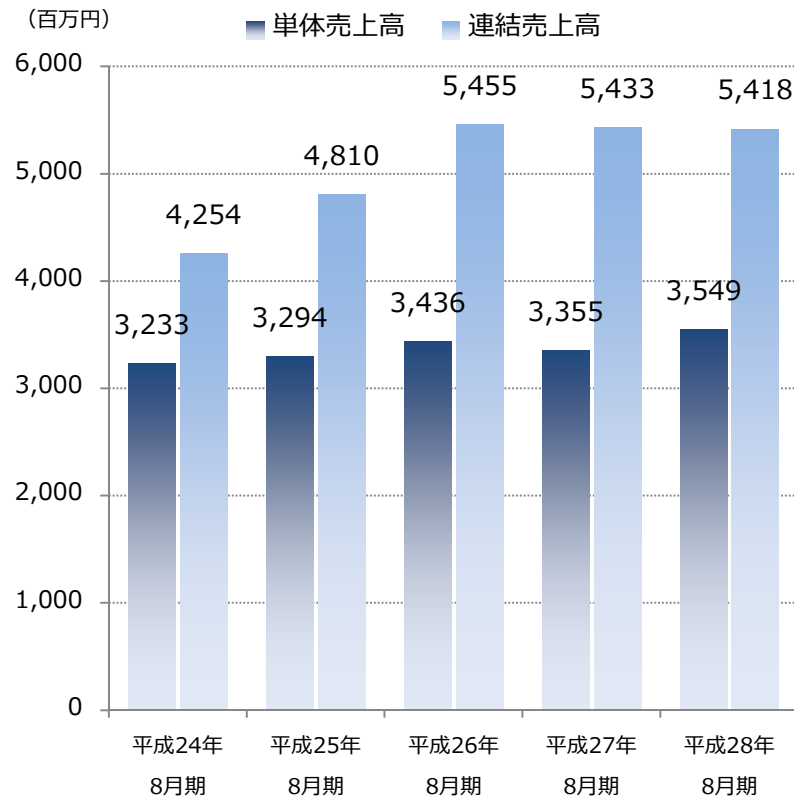
プラップジャパングループ



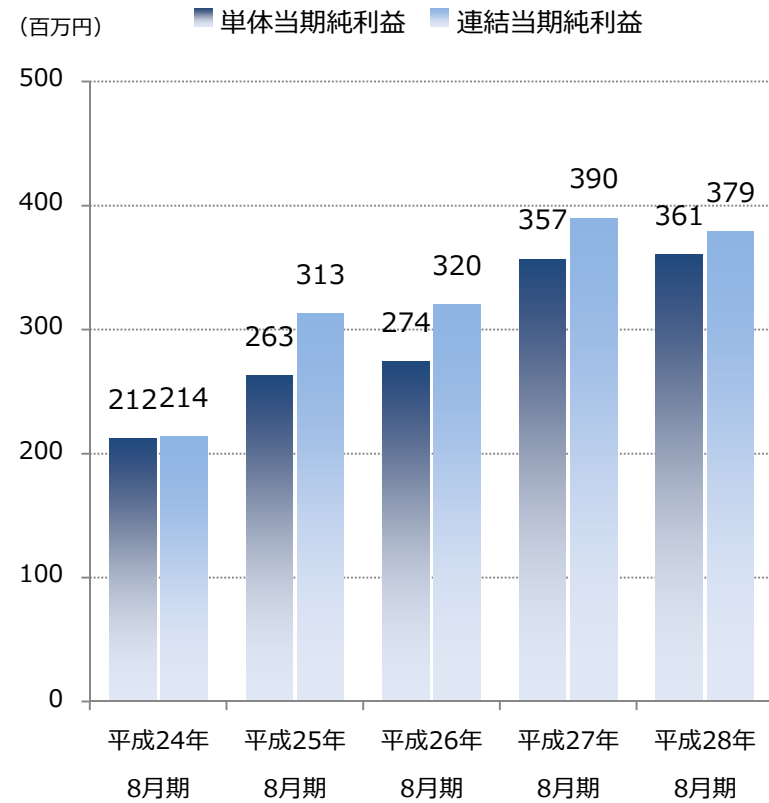
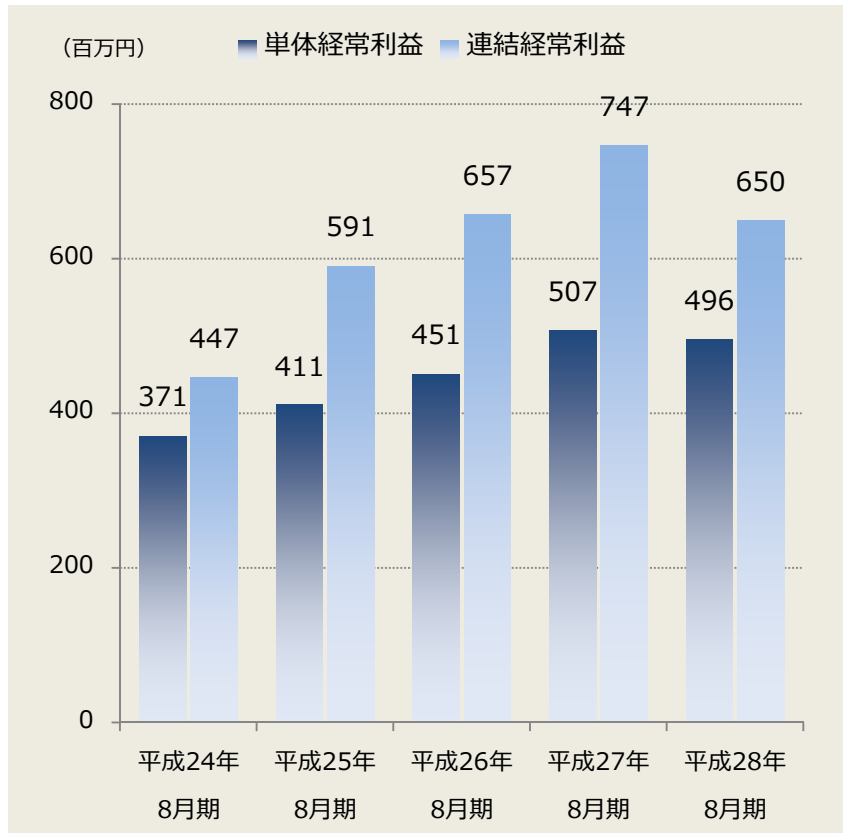
グループ会社概要

| 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 | 河上 貴己 | 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 | 15名 | 8名 | 9名 | 54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

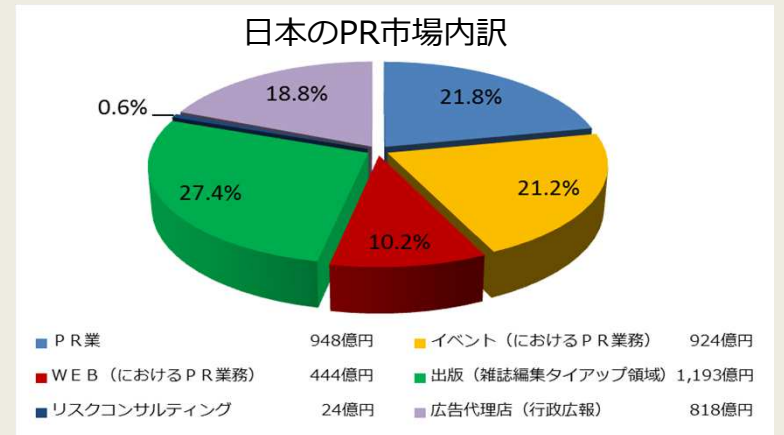


PR市場の現状

日本PR協会2015年調査より抜粋

● 日本のPR市場規模は4,351億円に

- PR業売上：948億円（21.8%）
- イベント（におけるPR業務）：924億円（21.2%）
- WEB（におけるPR業務）：444億円（10.2%）
- 出版（編集タイアップ領域）：1,193億円（27.4%）
- リスクコンサル（におけるPR業務）：24億円（0.6%）
- 広告代理店（行政広報）：818億円（18.8%）



● 2014年PR業売上948億円へ

*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



● コンサル、デジタル、海外展開へ

- 増加傾向業務は「ブランディング」「マーケティングコンサルティング」
- 減少傾向は「記者発表会の実施・運営」「情報収集」「モニター・クリッピング」
- 今後ニーズが増加業務は「マーケティングコンサルティング」「オウンドメディア・ソーシャルメディアの企画・運営」「危機管理広報」
- 海外拠点や提携先を設け、海外PRサービス展開

※日本PR協会によるPR市場の調査は2年おきとなります。次回調査は2017年の予定です。

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