



証券コード
2449

平成28年8月期 第46期 決算説明会



平成28年10月21日

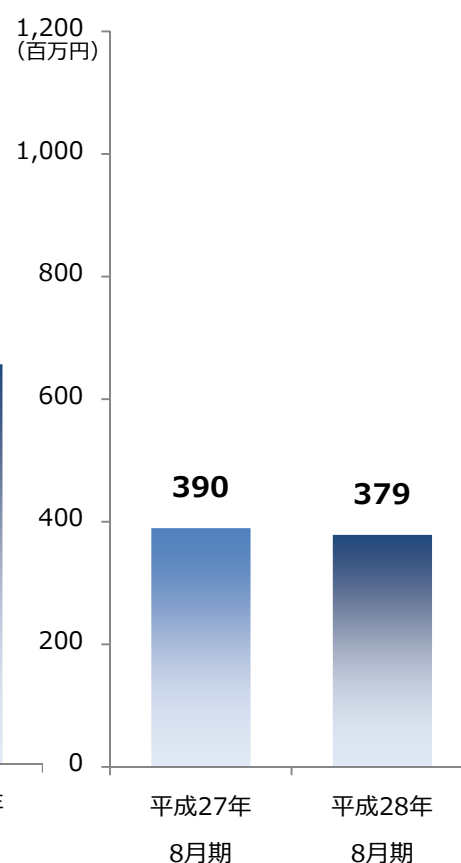
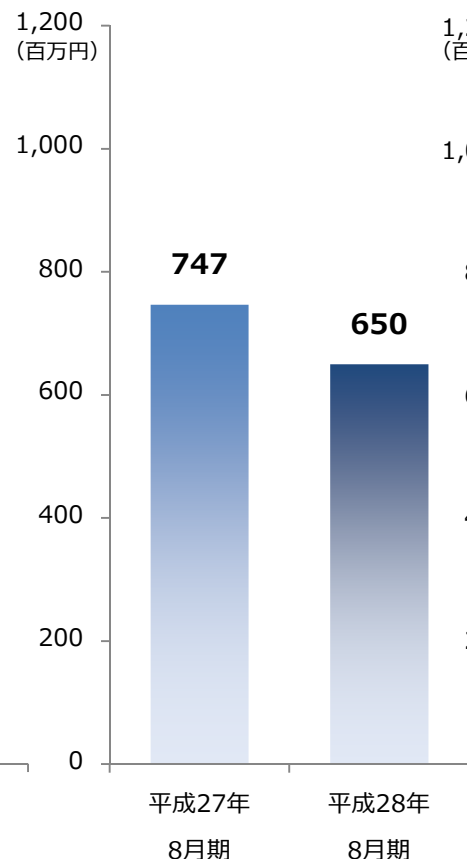
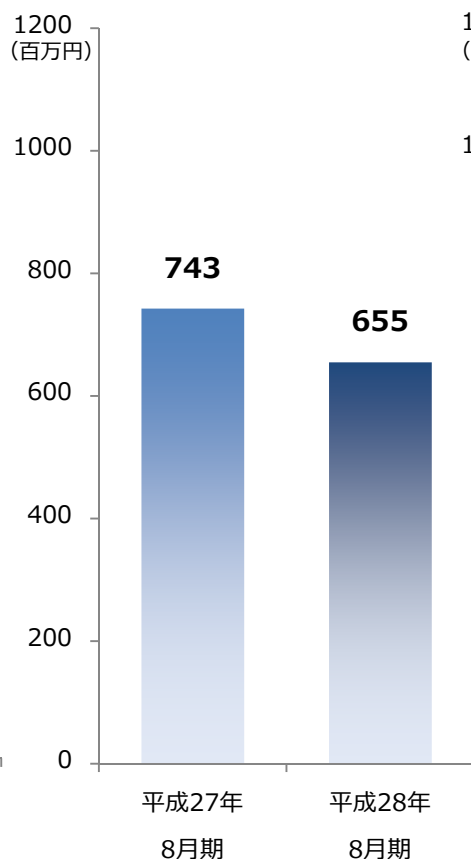
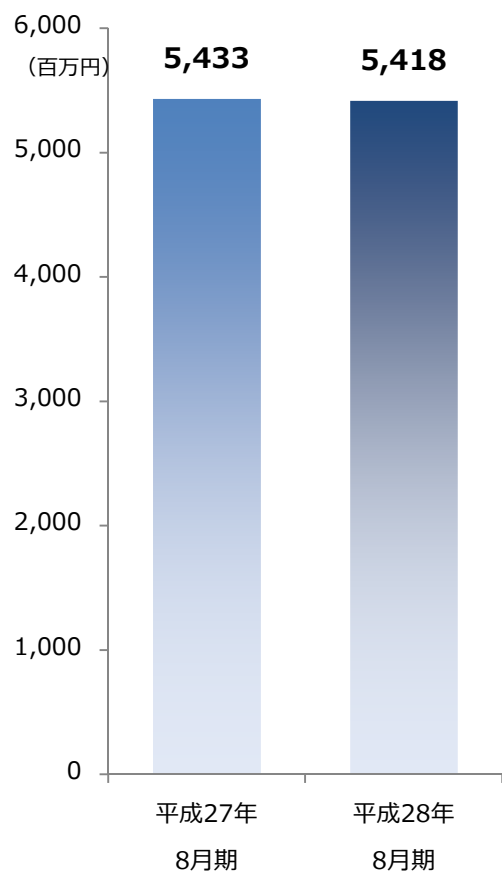
株式会社プラップ ジャパン

◆平成28年8月期 連結業績

-売上高は前年並み、収益は減少

-単体は売上高/営業利益、増収増益。連結子会社において、中国の景気減速懸念や欧米クライアントの契約満了等の要因があり、連結業績に影響

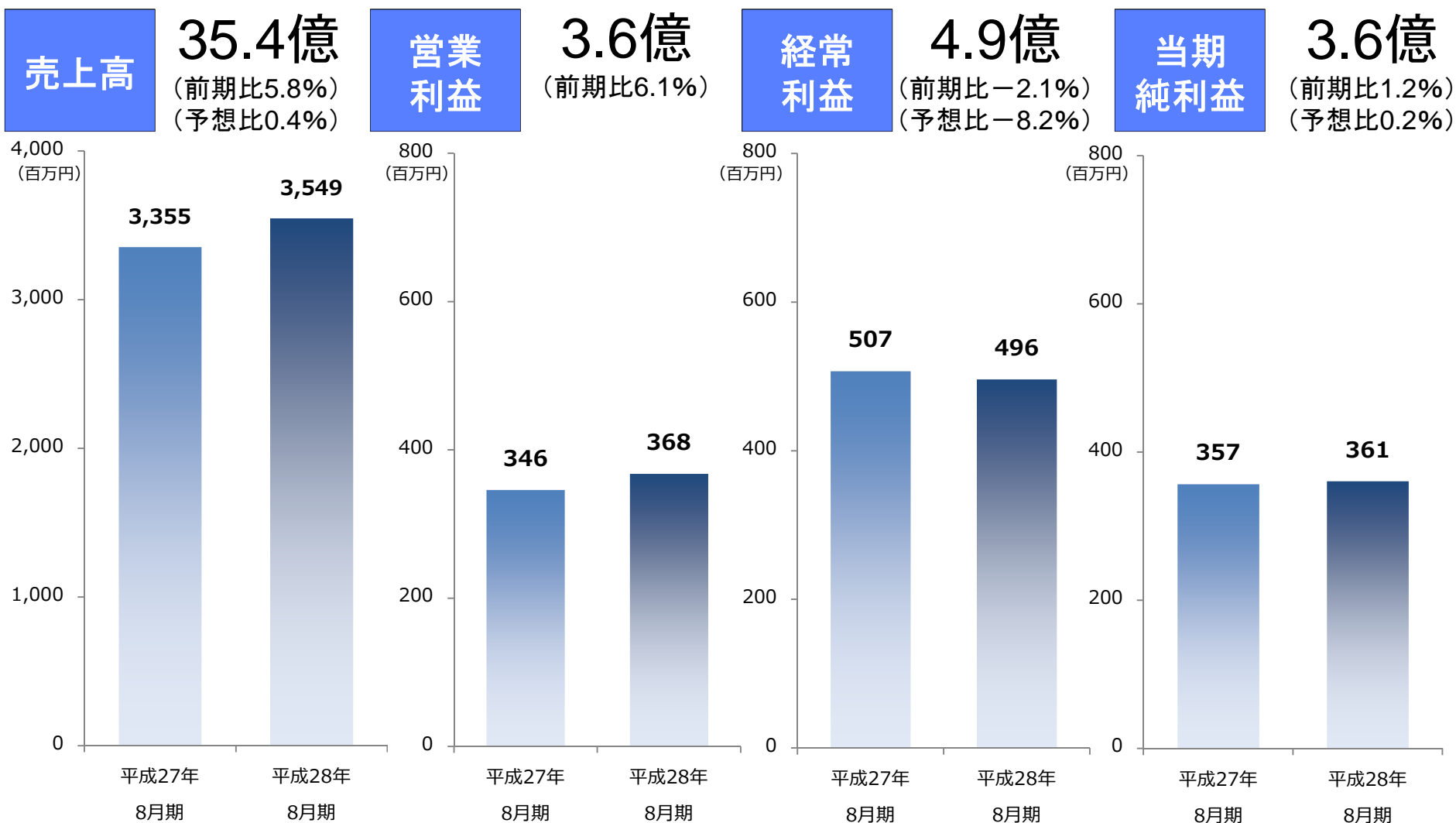
売上高	54.1億 (前期比-0.3%) (予想比-3.2%)	営業利益	6.5億 (前期比-11.9%) (予想比-14.2%)	経常利益	6.5億 (前期比-13.0%) (予想比-14.8%)	当期純利益	3.7億 (前期比-2.9%) (予想比 0.7%)
------------	--	-------------	---	-------------	---	--------------	---



◆平成28年8月期 単体業績

-当社単体では売上高5.8%増、営業利益6.1%増の増収増益

-国内大手企業に加え、外資・新興企業の引き合いもあり、事業基盤となる
リテナー/スポット契約の受注が順調に推移



◆ 連結業績結果の主要因

プラップジャパン 単体 売上・営業利益 増収増益

- ▶ 前期並みの新規受注を獲得し、売上5.8%増、営業利益6.1%増に
- ▶ 国内大手企業に加え、外資、新興企業など幅広く受注

リテナー契約受注 6.5%増 スポット契約受注 5.2%増

- ▶ 持続的成長を下支えするリテナー契約が順調に増加
- ▶ スポット契約も新規・既存ともに前期比5.2%増で推移

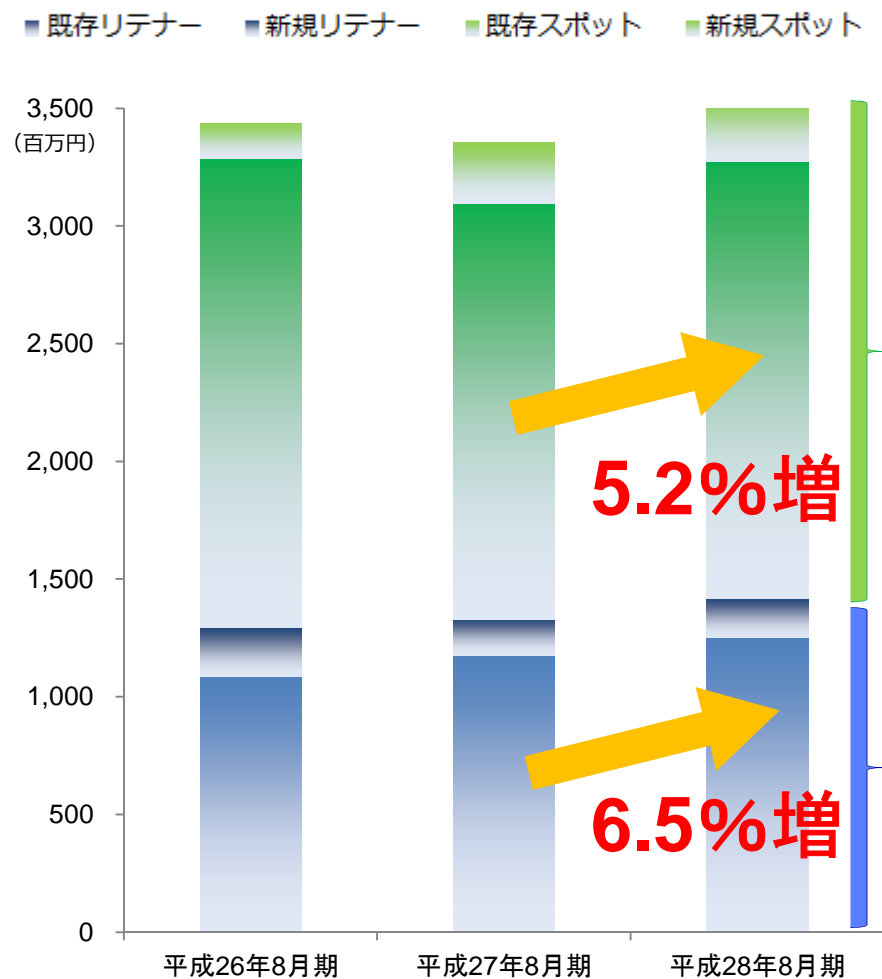
国内子会社 業績は国内↑海外↓

- ▶ 国内クライアントを主軸とする1社が増収
- ▶ 海外クライアントを主軸とする国内子会社2社は、前期を下回る

中国子会社 中国景気減速懸念が影響

- ▶ 日系企業全般におけるPR予算が縮小傾向
- ▶ 中国子会社2社は前期を下回る

▷ 受注（金額ベース） リテナー、スポットともに順調に推移



スポット契約（新規、既存）

- 既存クライアントから発表会やイベントを多数受注
- デジタルを活用したPRサービスの受注も増加

リテナー契約（新規、既存）

- 持続的成長を下支えするリテナー契約が増加
 - 国内大手企業
 - 日本で認知度獲得を目指す外資企業
 - 世界的に話題となっている新興企業

◆ 連結業績結果の主要因

プラップジャパン 単体 売上・営業利益 増収増益

- ▶ 前期並みの新規受注を獲得し、売上5.8%増、営業利益6.1%増に
- ▶ 国内大手企業に加え、外資、新興企業など幅広く受注

リテナー契約受注 6.5%増 スポット契約受注 5.2%増

- ▶ 持続的成長を下支えするリテナー契約が順調に増加
- ▶ スポット契約も新規・既存ともに前期比5.2%増で推移

国内子会社 業績は国内↑海外↓

- ▶ 国内クライアントを主軸とする1社が増収
- ▶ 海外クライアントを主軸とする国内子会社2社は、前期を下回る

中国子会社 中国景気減速懸念が影響

- ▶ 日系企業全般におけるPR予算が縮小傾向
- ▶ 中国子会社2社は前期を下回る

▷ 国内連結子会社

国内クライアントの受注は、
順調に推移

- 国内クライアントを主軸とする1社が増収
- 健康食品会社の大型案件や金融をはじめ、新規リテナー、プロジェクトを獲得

海外クライアントの契約満了や
為替が影響

- 欧州関連団体の広報案件、米国マーケティングPR案件等の契約満了、為替の影響による売上減



- ◆ プラップジャパンとの業務連携
- ◆ 順調な国内クライアントのプロジェクト受注を推進
- ◆ 海外案件の営業深耕

▷ 中国連結子会社

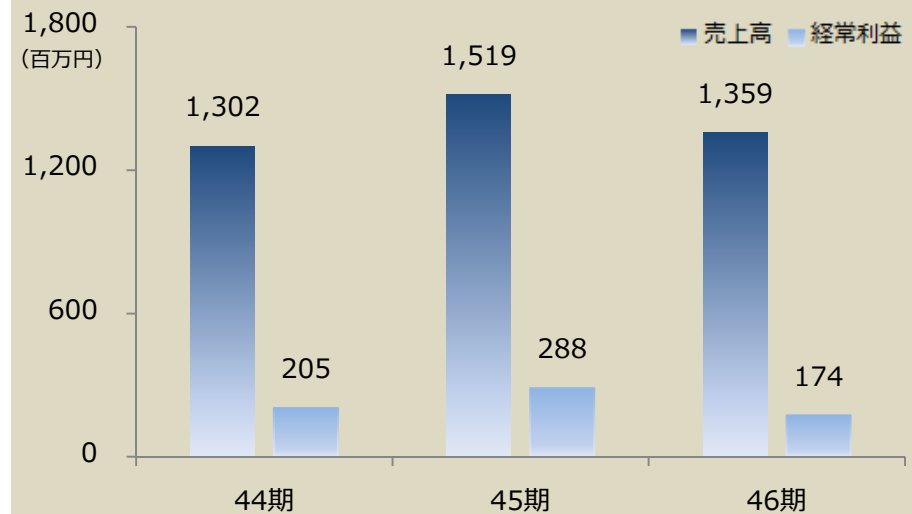
景気減速懸念が大きく影響

- 期初から、日系企業全般におけるPRの予算が縮小傾向



- ◆ 既存クライアントに加え、中国企業、外資企業への営業深耕
- ◆ 新規業種への販路拡大を推進

中国事業の業績推移



◆平成29年8月期 連結業績の見通し

- 基盤となるリテナー/スポット契約受注の更なる拡大
- 中国子会社の業績回復を見込み、増収増益を目指す

売上高	56.7億 (当期比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 (当期比6.4%増)	グループ会社、共同サポート体制
経常利益	6.9億 (当期比6.8%増)	中国子会社、業績回復を目指す
当期純利益	4.0億 (当期比6.6%増)	デジタルPR領域を拡充
		中国/AP事業、LGBT事業を推進
		M&Aも視野に
		新サービス開発を推進

◆ 46期トピックス／47期へ向けたサービス強化と拡大

中国/アジア・パシフィック
推進チームを本格稼働

デジタルPRサービス案件が拡大
～47期・期初から組織をさらに強化

LGBTコミュニケーション、
共同プロジェクトをスタート

プラップチャイナ
中国ファッション系PR会社と業務提携

▶ 中国／アジア・パシフィック地域向け 広報・PR事業を本格展開

中国／アジア・パシフィック
推進チームを本格稼働

中国／アジア・パシフィック 推進チーム

プラップチャイナでの実務経験を積んだ
日本人スタッフ

インバウンド／
アウトバウンド
PRサービスの開発

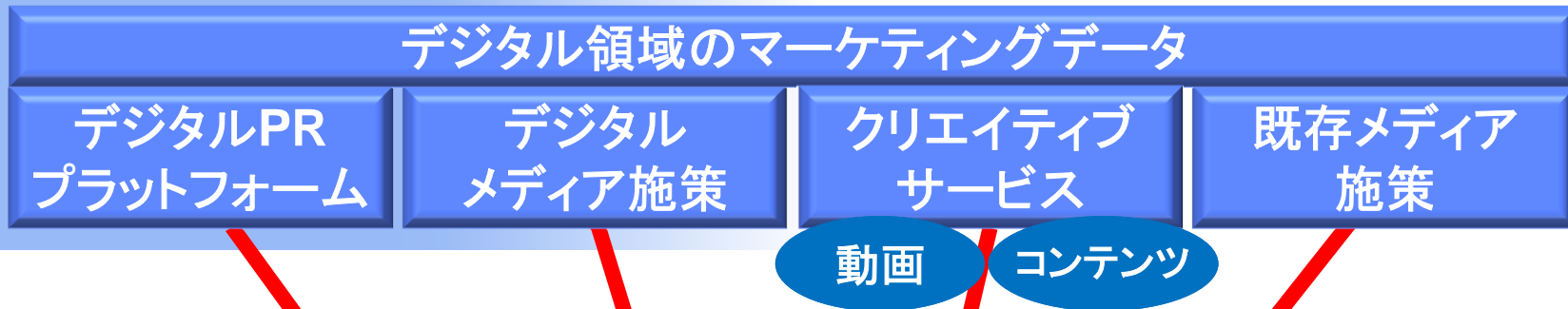
- ・営業体制の拡充
- ・サービス提供地域の拡大
- ・協力先企業との協業・提携

海外企業の日本進出
日本企業の現地進出

中国事業のノウハウをアジア・パシフィックへ
当社専門分野と同等の売上規模もつ、専門事業分野として成長を目指す

▷ デジタル領域の施策は急速な拡大へ

デジタルPRサービス案件が拡大
～47期・期初から組織をさらに強化



トータルでクライアントに
サービス提供、コンサルティングできるのが強み

既存クライアント

潜在クライアント

ナレッジ共有、メニュー開発を
デジタル戦略G+営業部で推進する組織強化を展開

▶ LGBTへの理解・支援を広げるコミュニケーションサービス 開発を視野に虹色ダイバーシティと共同プロジェクトを開始

LGBTコミュニケーション、
共同プロジェクトをスタート



LGBTに対する理解・支援の動きが急速に拡大

企業・団体にはLGBTに関するコミュニケーション上の様々な課題

当社のPRノウハウと虹色ダイバーシティのLGBTに関する専門性

様々なコミュニケーションサービスを開発予定

当社も、社内制度、労働環境、
新卒採用活動を見直し
LGBTフレンドリーな環境へ

日本初
企業のLGBT対策評価指標
PRIDE指標にエントリー中

▷ ファッション、ライフスタイル系クライアントの受注拡大

プラップチャイナ
中国ファッション系PR会社と業務提携

- ファッション分野のクライアントに、より専門性の高いPRサービスを提供
- クライアント資源の相互補完
- 従来のPRサービスの枠を超えた新たな取り組みニーズ
- ライフスタイル製品とファッションブランドのクロスプロモーション需要

中国事業拡大のための
新分野・販路開拓へ

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

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

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

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育成

プラップジャパングループ

組織概要



平成28年10月21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 289名（平成28年8月末現在）



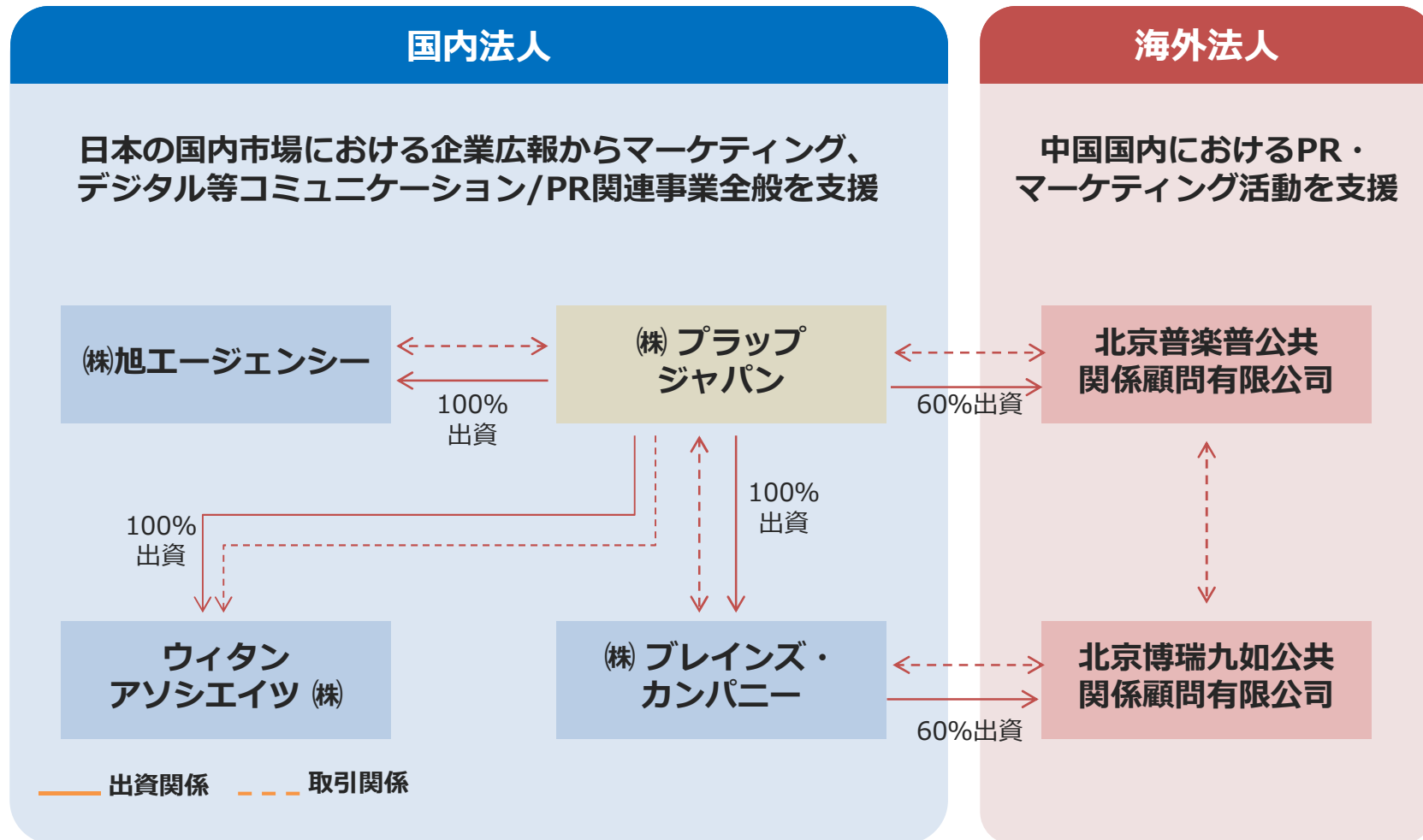
会社概要



■ 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

プラップジャパングループ



グループ会社概要

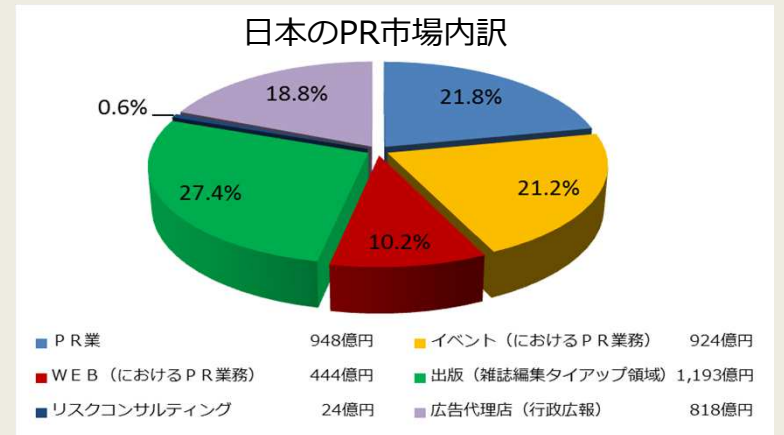
名 称	株式会社 ブレインズ・カンパニー	株式会社 旭エージェンシー	ウィタンアソシエイツ 株式会社	北京普楽普 公共関係顧問有限公司 (プラップチャイナ)	北京博瑞九如 公共関係顧問有限公司 (ブレンズチャイナ)
創 立	1974年	1980年	1982年	1997年	2008年
資本金	10百万円	20百万円	18百万円	37万USドル	20万USドル
代表者	菅井 利雄	長濱 嘉三	河上 貴己	鈴木 勇夫	菅井 利雄
本 社	東京都港区 赤坂1-12-32 アーク森ビル	東京都港区 赤坂1-12-32 アーク森ビル	東京都港区 赤坂1-12-32 アーク森ビル	(北京オフィス) 中国北京市東城区 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	13名	7名	8名	56名	17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 	

PR市場の現状

日本PR協会2015年調査より抜粋

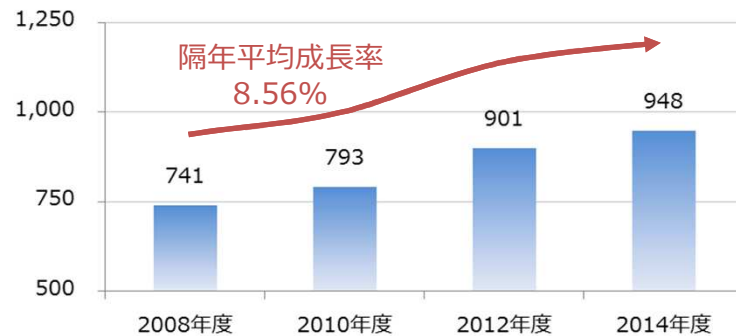
● 日本のPR市場規模は4,351億円に

- 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



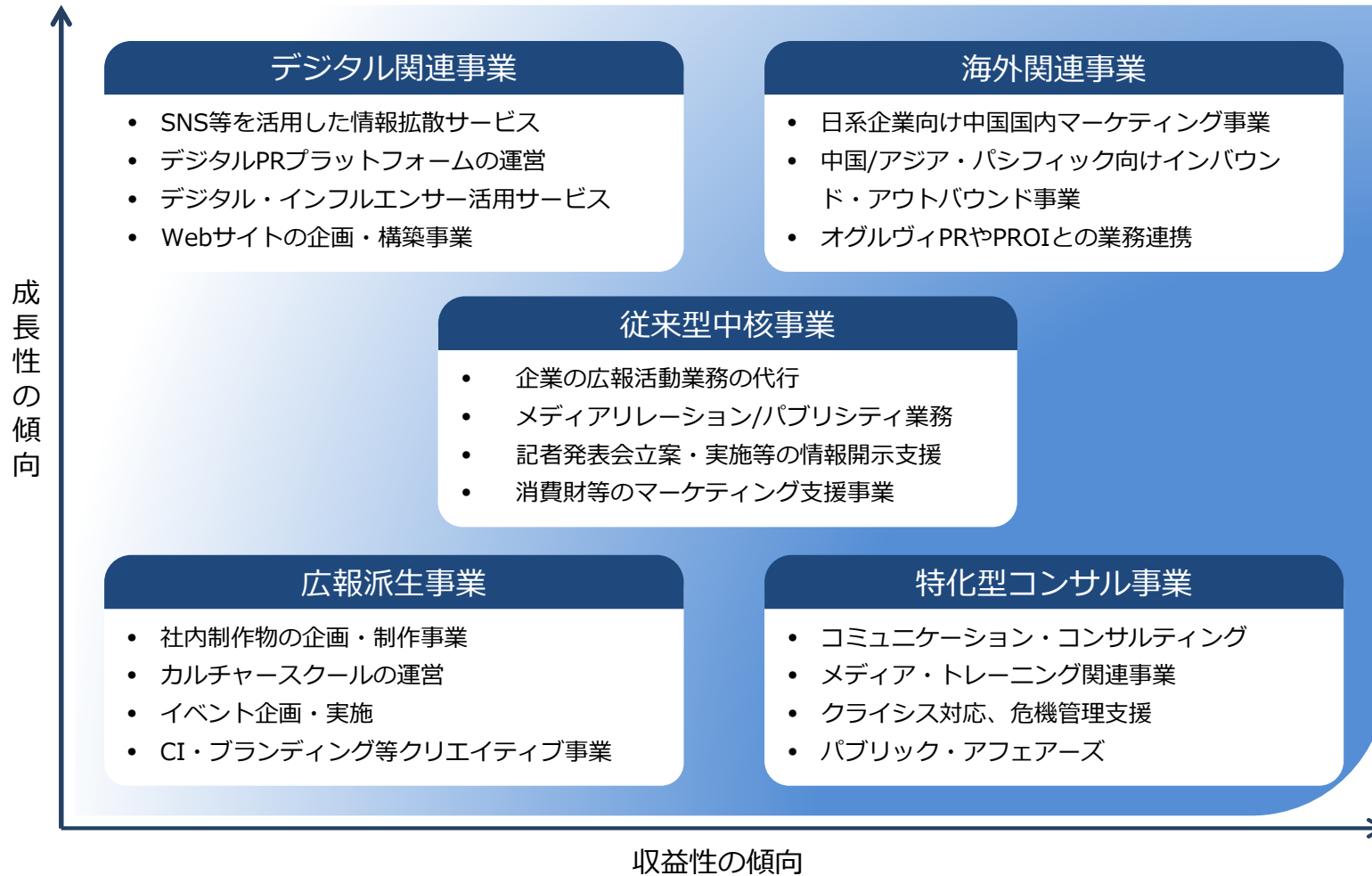
● コンサル、デジタル、海外展開へ

- 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「リテナーでのPRコンサルティング」「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

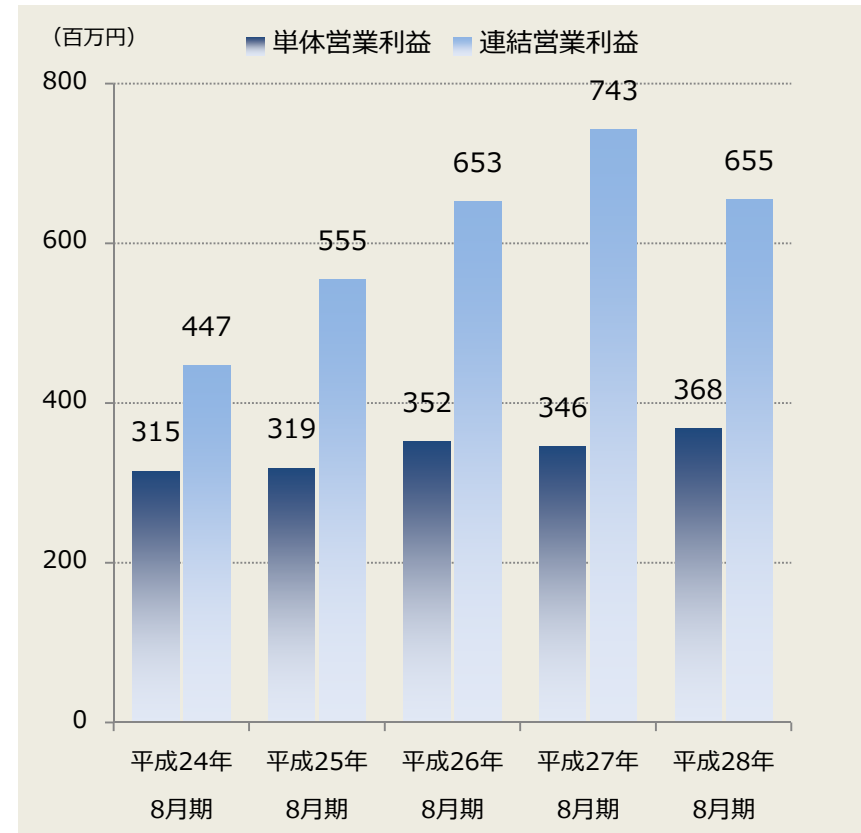
※日本PR協会によるPR市場の調査は2年おきとなります。次回調査は2017年の予定です。

グループのフォーカス事業

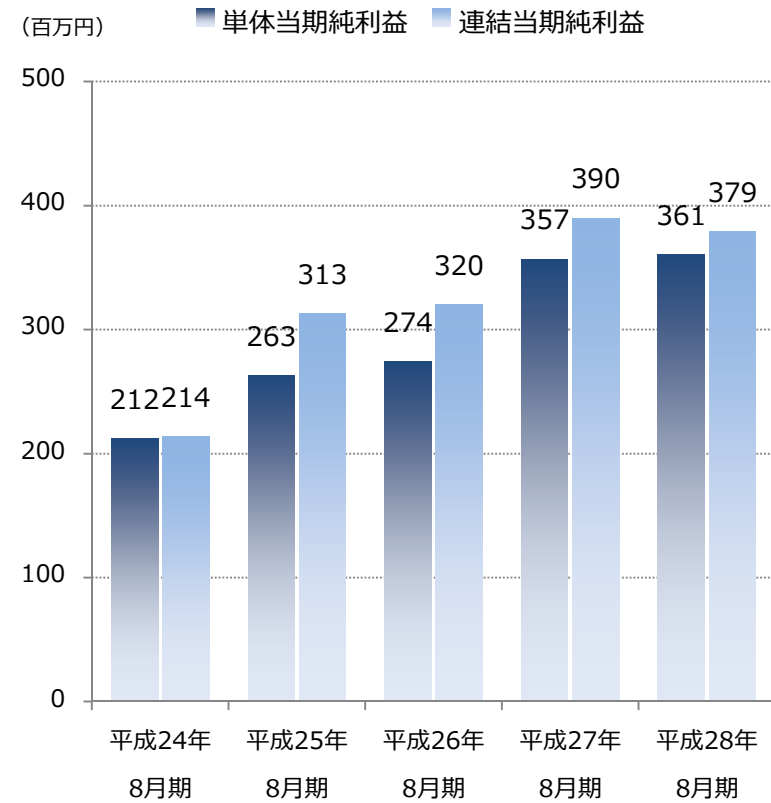
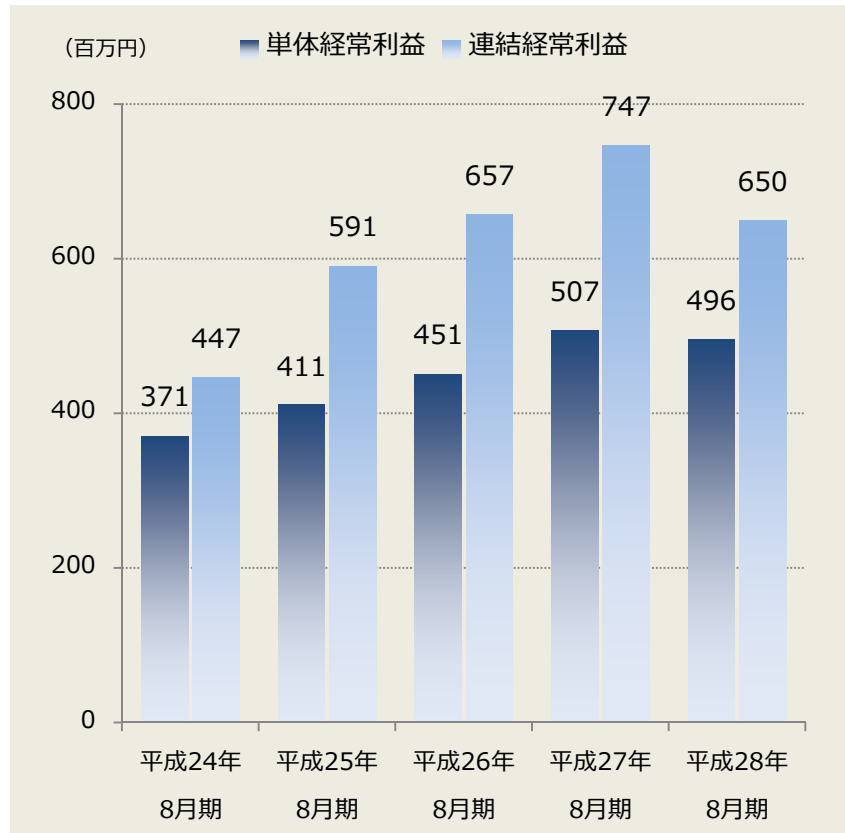
選択と集中による今後の傾注事業は



売上高/営業利益の推移



経常利益/当期純利益の推移



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