



証券コード
2449

平成30年8月期第2四半期（48期）

決算説明会



平成30年4月26日

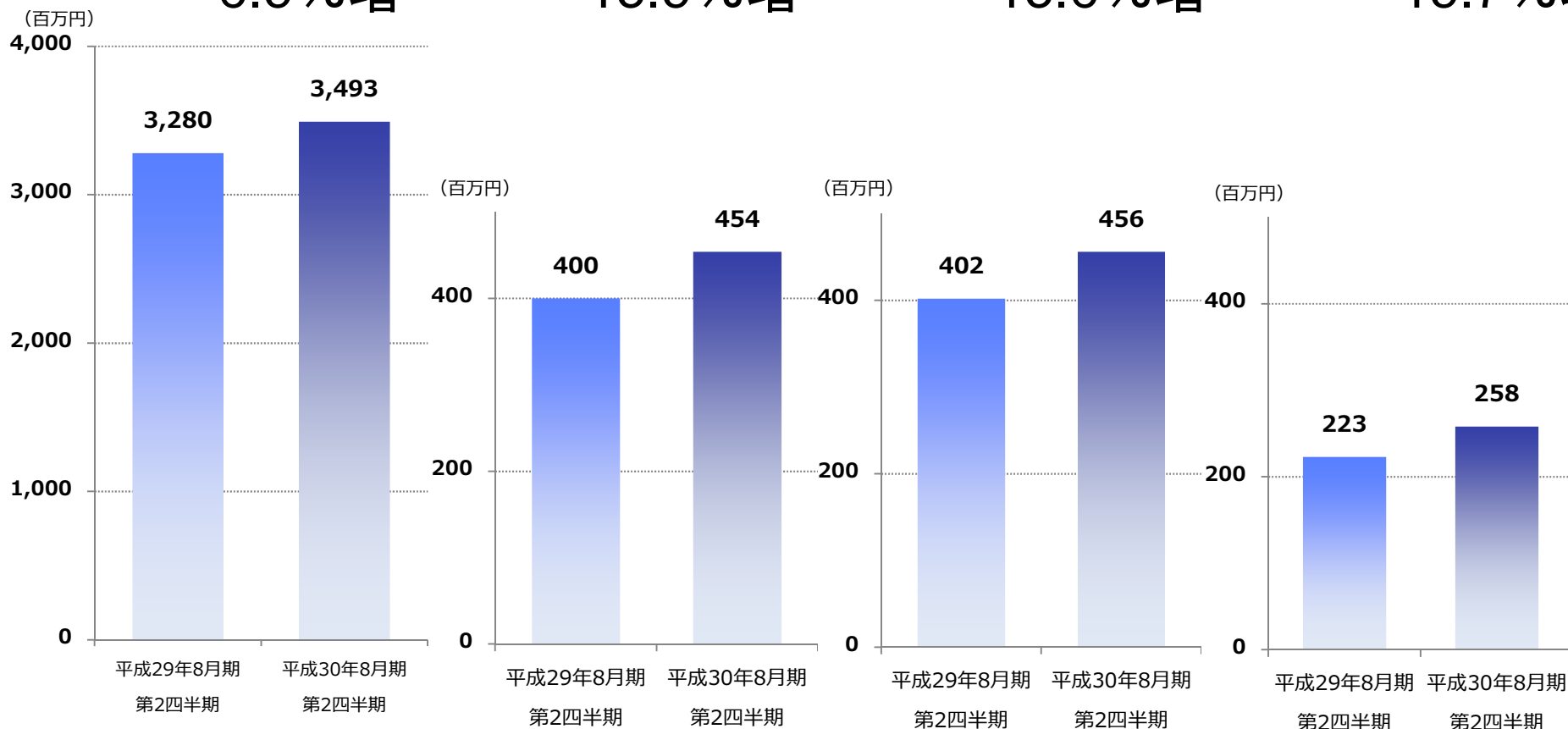
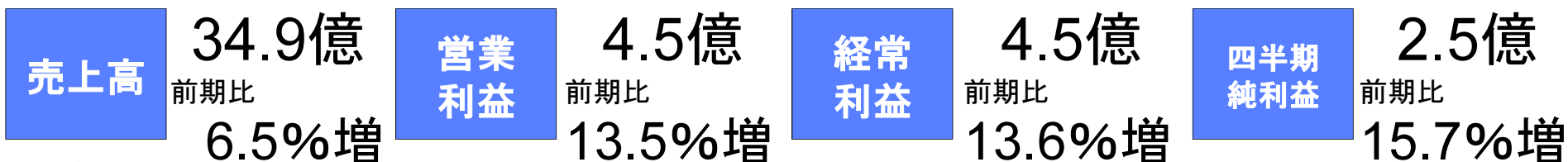
株式会社プラップジャパン

◆平成30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

-単体が増収増益。営業利益が前期比54.1%増となるなど、利益項目が大幅増

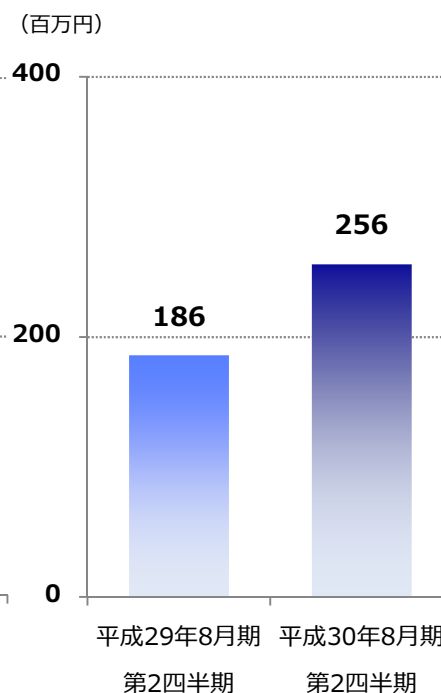
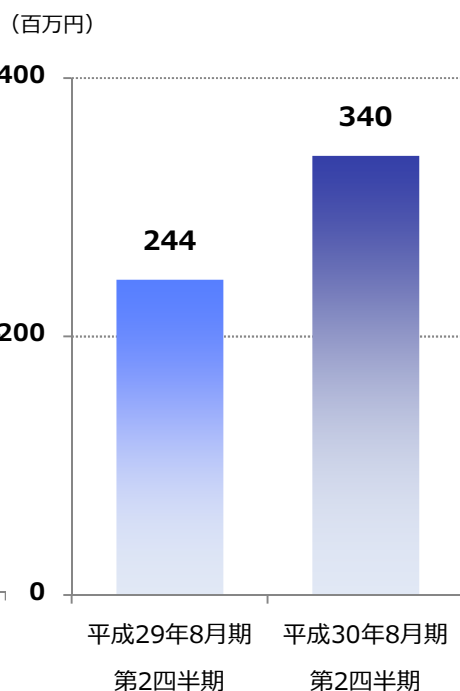
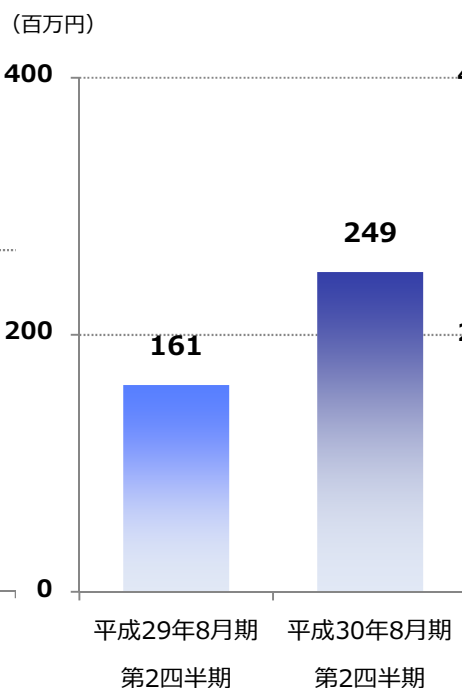
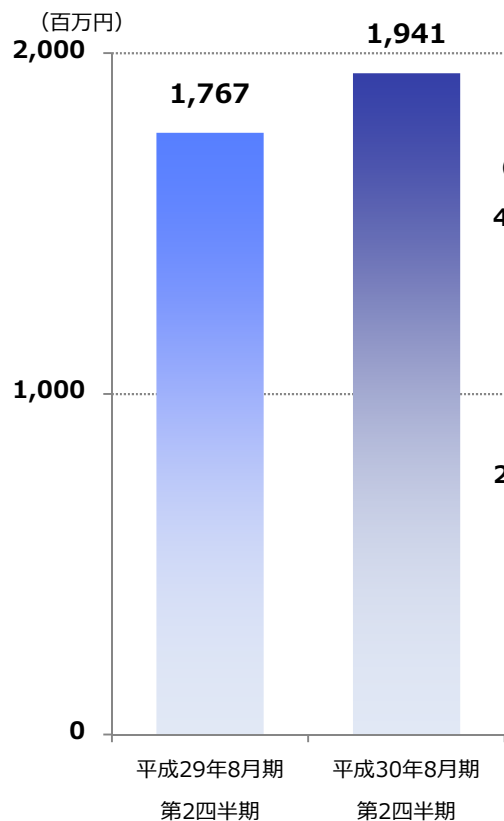
-連結子会社（国内・中国）は増収減益ながら、期初予算を上回り推移



◆平成30年8月期 第2四半期 単体業績

- 既存クライアントからのスポットの受注が大幅に増加
- 新規リテナーも着実に獲得
- 利益率の高い案件の受注増加

売上高	19.4億	営業利益	2.4億	経常利益	3.4億	四半期純利益	2.5億
	前期比 9.8%増		前期比 54.1%増		前期比 39.3%増		前期比 37.3%増



◆ 単体業績の主な要因

既存クライアント スポット業務の受注増

- ◆ 幅広い既存クライアントから受注
- ◆ 利益率の高い発表会、イベント案件の受注

危機管理コンサル業務 前期以上の受注増

- ◆ 企業の危機に対する意識の高まり
- ◆ メディアトレーニング事業の営業利益が前期比で倍増

中国/AP事業拡大 中国企業のPRニーズ

- ◆ 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
- ◆ 前期比で営業利益が大幅増

デジタル案件 前期と同水準で推移

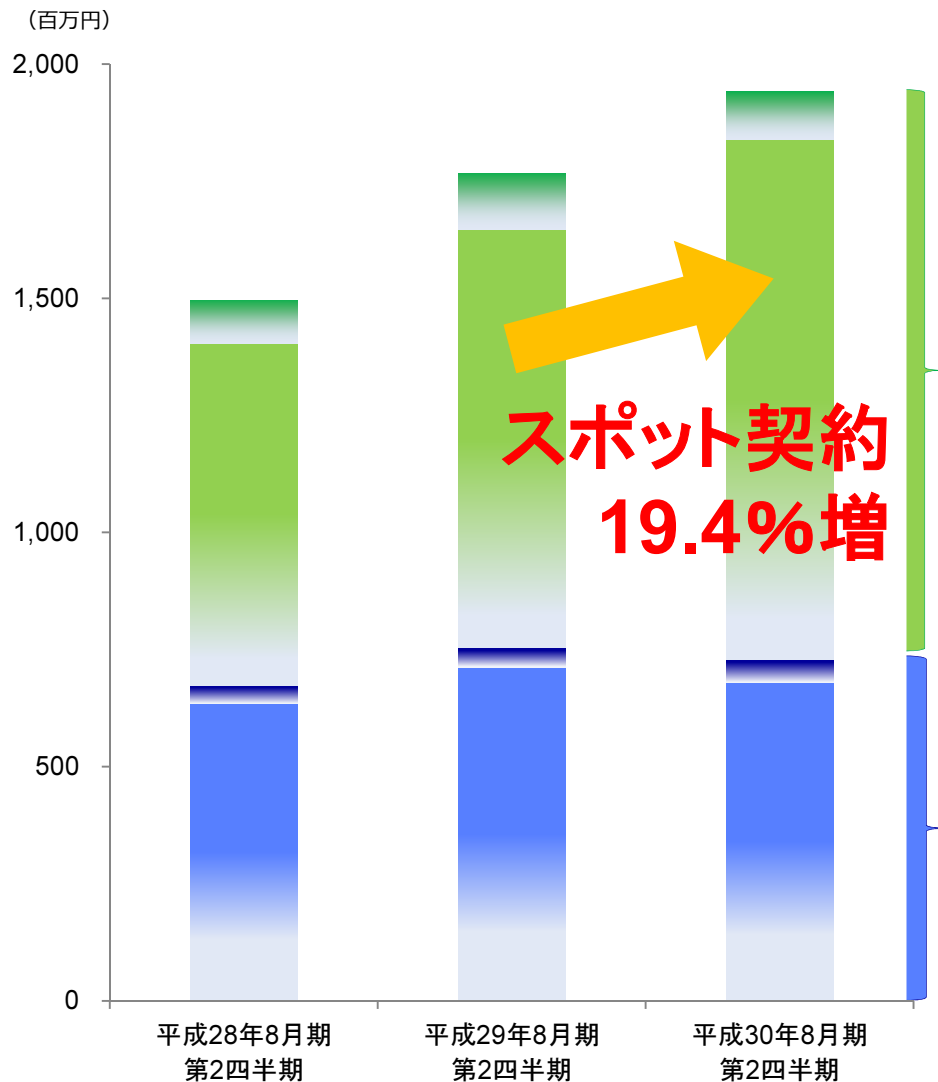
- ◆ 消費財系、インバウンド系の受注に加え、全社横断的な新規受注が定着
- ◆ 「ソーシャルPRパッケージ」拡販

利益率が高い案件を様々な事業領域で受注

◆ 単体業績の主な要因／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大幅増

■ 既存リテナー ■ 新規リテナー ■ 既存スポット ■ 新規スポット



スポット契約（新規、既存）

- ◆ 消費財系はじめ幅広い既存クライアントから受注拡大
- ◆ 中国AP事業も増加
- ◆ 危機管理コンサル案件も引き続き受注

リテナー契約（新規、既存）

- ◆ リテナーは前期とほぼ同水準で推移
- ◆ 新規リテナーが増加傾向。下期に向けた積み上げを想定

◆ 連結子会社業績の主要因

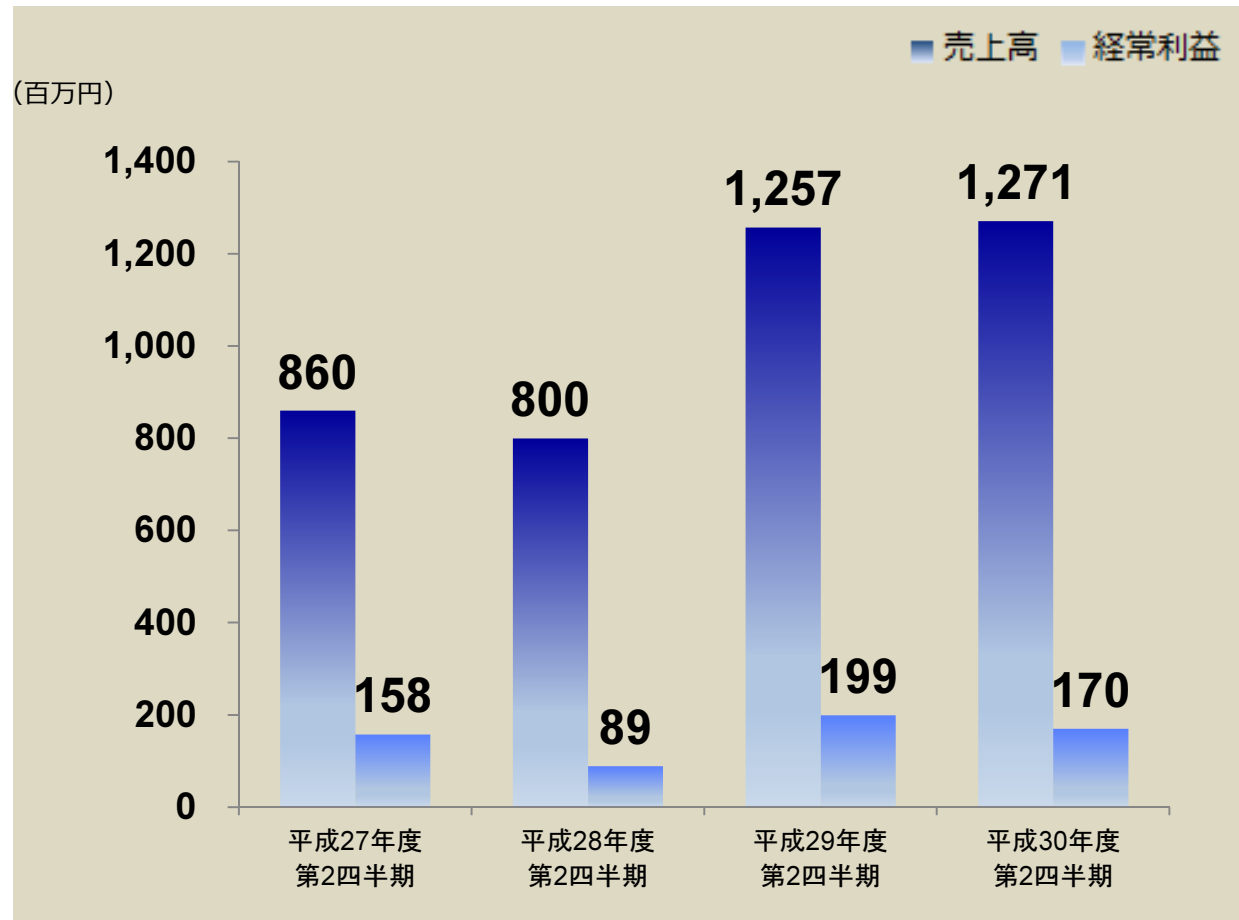
国内子会社

- ◆ 海外クライアントを主軸とする1社が増収増益
 - －農産物輸出促進団体のスポット業務を複数受注
 - －リゾート関連の大型リテナー案件獲得
 - ◆ 国内クライアントを主軸とする1社が増収減益
 - －新規獲得に向けた営業深耕を推し進め増収
 - －前期獲得した利益率の高い案件の減少、人件費増の影響もあり減益
- 全体では増収減益も、期初予算を上回り進捗

中国子会社

- ◆ 営業活動により着実な受注を継続
 - －広州モーターショーを中心とした自動車メーカーからのスポット業務
 - －精密機器メーカーからの大型デジタルPR案件、食品メーカーからの新規スポット案件など着実な受注
 - ◆ 前年四半期に複数受注していたスポット案件ほどの高い利益率に今期受注案件では及ばなかったことが影響
- 全体では増収減益も、期初予算を上回り進捗

▷ 中国事業の第2四半期業績推移



* 中国の業績は、前年7月-12月分を第2四半期連結に組み入れ

◆ 平成30年8月期 連結業績の見通し

- 第2四半期時点での進捗率 売上52.6%、営業利益54.5%
- スポット業務、新規リテナー業務を着実に受注
- 子会社（国内・中国）の営業深耕を進め、増収増益を目指す

売上高

66.4億

(前期比0.7%増)

新規リテナー受注

営業利益

8.3億

(前期比1.8%増)

既存クライアント
スポット契約の受注を拡大

経常利益

8.3億

(前期比2.8%増)

デジタルPRサービスの受注拡大

当期純利益

4.6億

(前期比6.2%増)

インバウンド/アウトバウンド案件
の受注推進

中国業績の進捗率を維持

国内子会社 新規獲得活動に注力

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

48期上期トピックス／今後のサービス強化と拡大

◆コア事業の拡大

- ◆ 全業種／分野での経験値をもとに業種ごとの専門性を生かしたPRを強化
- ◆ クライシスやトレーニングビジネスの強化
 - 企業の危機に対する意識の高まり
 - 新サービス開発も視野に
- ◆ 日本へ進出する外資系企業への支援強化
 - 進出が増加傾向にある中国企業に加え、ASEAN地域／欧米系の企業も取り込む

◆新規事業の推進・開発

◆ 海外事業本部の設立

- 業績への寄与が高まる中国・アジアパシフィック事業部
- ASEAN地域などPR需要の高まるエリアでの事業開発を推進する海外事業開発部

◆ ASEAN広報の需要掘り起こし

- シンガポール駐在員事務所の開設以降、積極的にASEANエリアでのPR活動の潜在的需要の掘り起こしを狙う
- 4月に「ASEAN PRセミナー」を開催
→当初予想を上回る参加希望者数



◆新規事業の推進・開発

◆ デジタルサービスの強化と新規顧客開拓

- デジタルサテライトチームによる新規受注が拡大
ーソーシャルPRパッケージ拡販
- 新規顧客開拓を推進

ーAdverTimes Days 2018で講演

広報をデータで「見える化」する

～2.4 億のSNS シェアからみる成果指標とメディアリレーションの定量化～

- デジタルPR研究所
情報サイトをオープン



◆人材強化

◆積極的な採用

- 新卒、中途、外国人採用の積極的な推進

◆サービス品質の向上のための教育制度の充実

- デジタル領域や成功事例などナレッジ共有を推進
- 人事交流を通じたスキル向上

◆経営力強化

◆働き方改革を推進

- 時間や場所に縛られない働き方を構築
- 4月から「時間単位年休」制度を導入

◆ 自社ブランド育成

◆ エージェンシー・オブ・ザ・イヤー2017
「Japan/Korea PR Agency of the Year」ゴールド受賞

◆ PRアワードグランプリ ブロンズ受賞

◆ 慶應義塾大学寄附講座 8年継続



プラップジャパングループ 概要



平成30年4月26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 65億91百万円（平成29年8月期）
- 連結従業員数 282名（平成30年2月末現在）



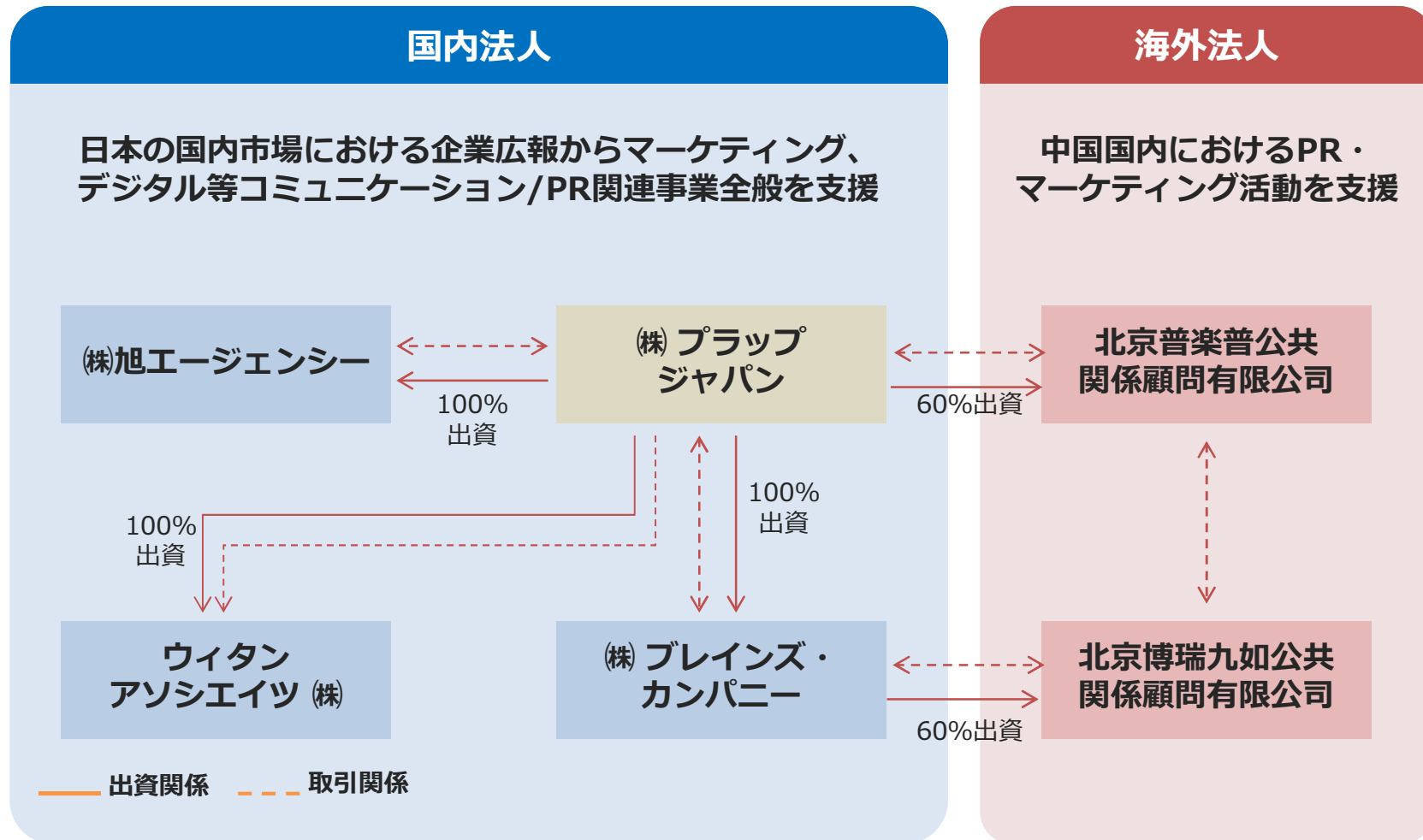
会社概要



■ 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

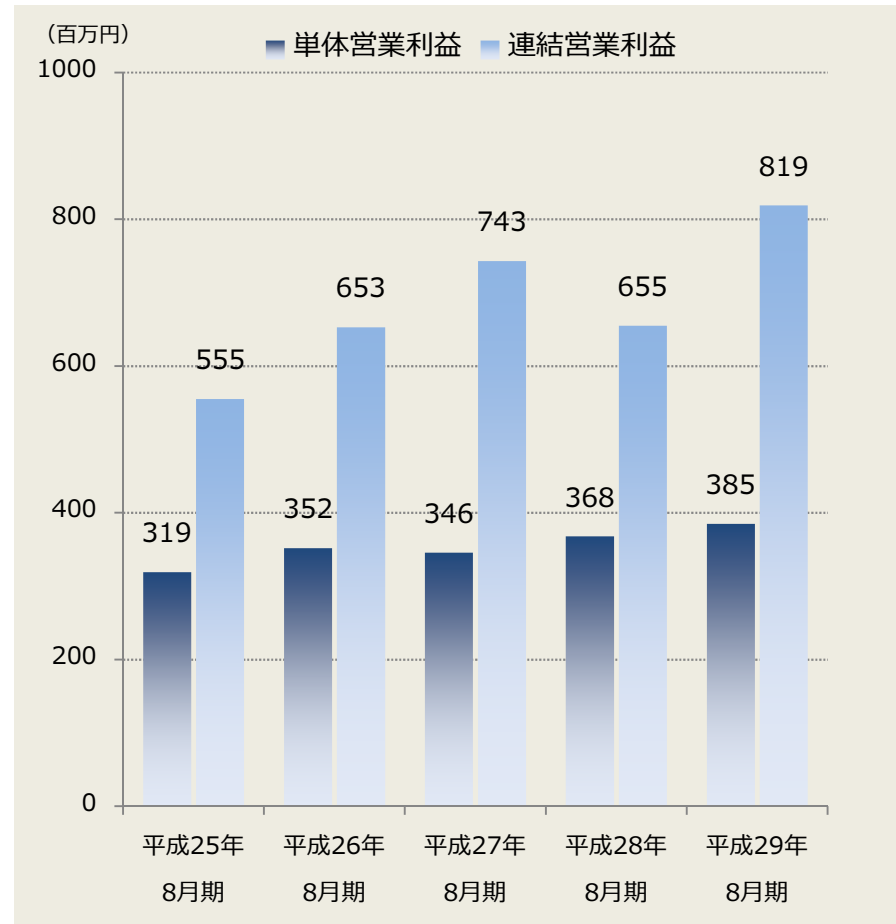
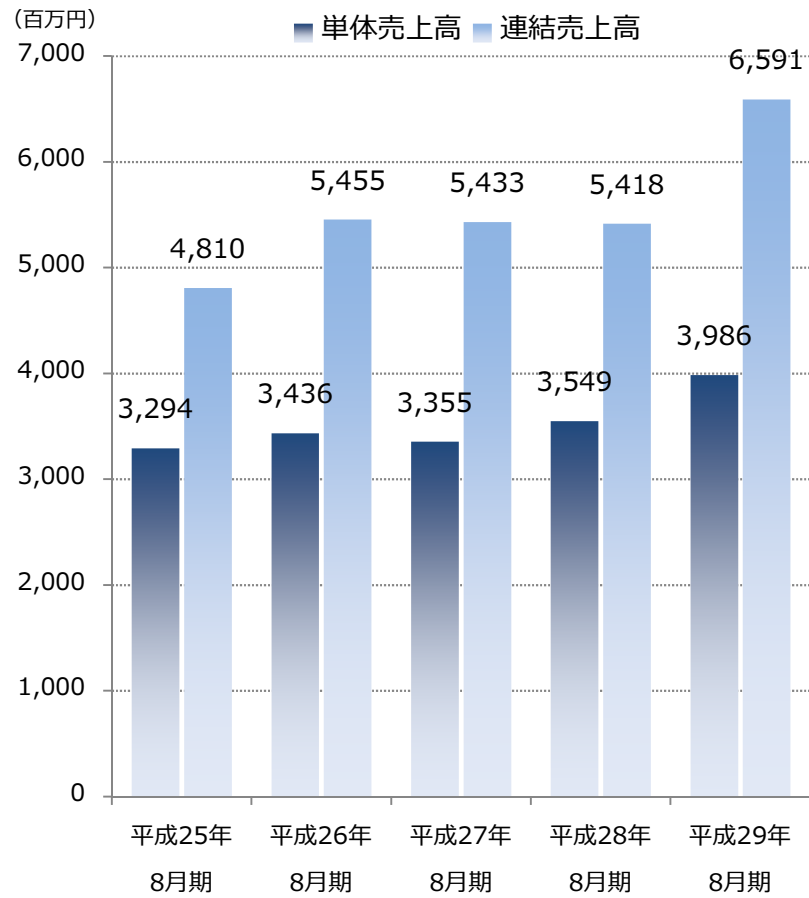
プラップジャパングループ



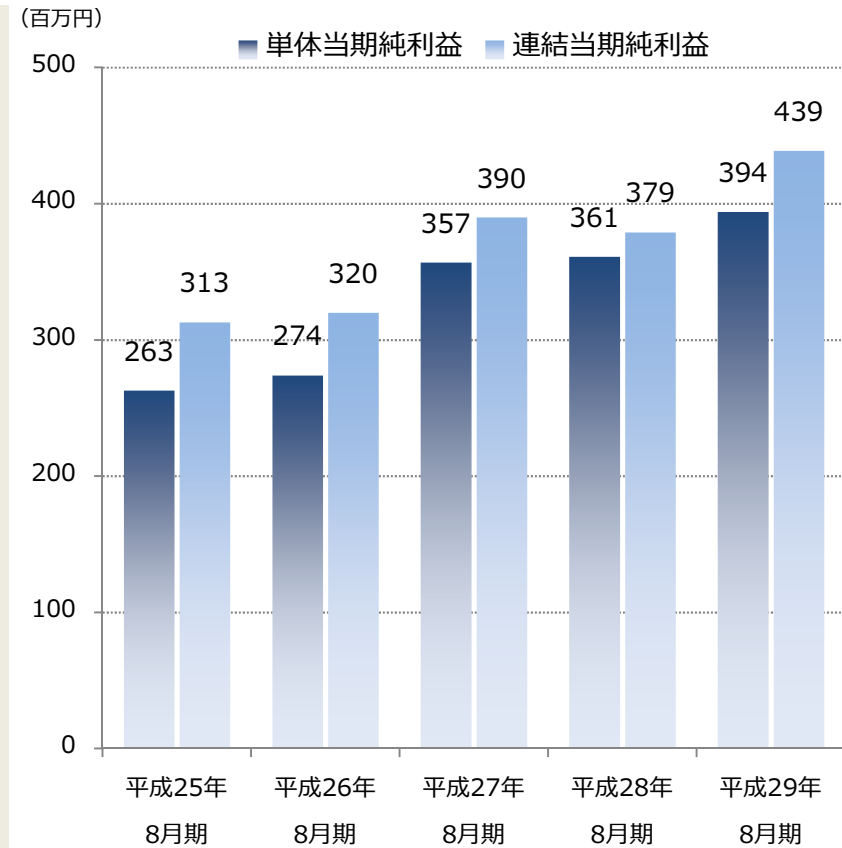
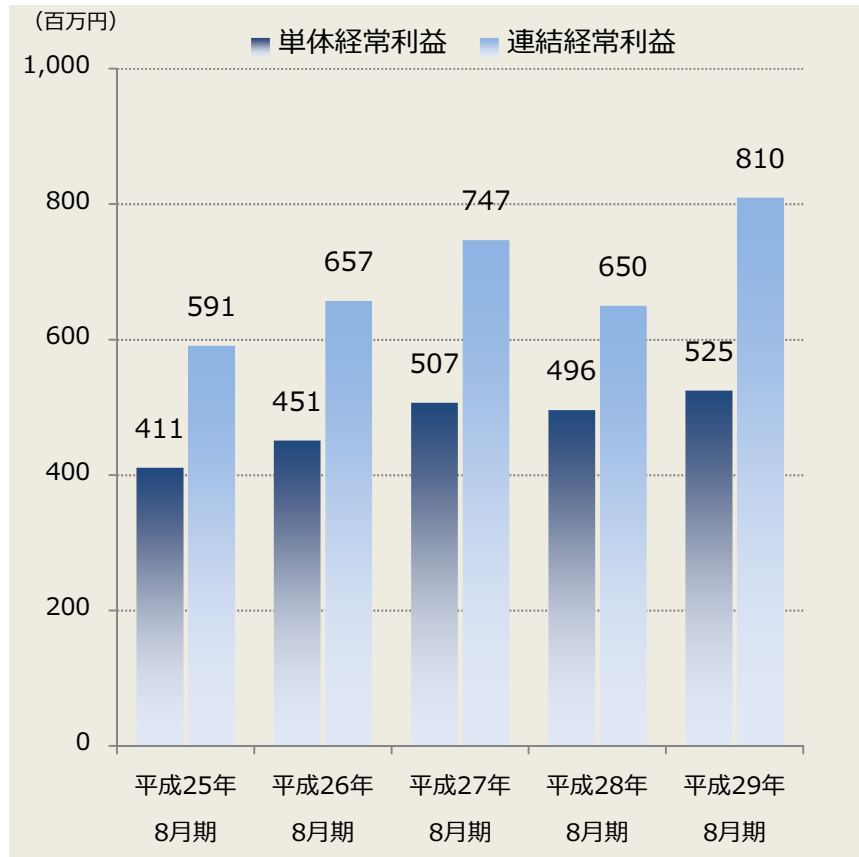
グループ会社概要

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	高木 恵子	マートライ・ティタニラ	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	20名	6名	4名	43名	22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



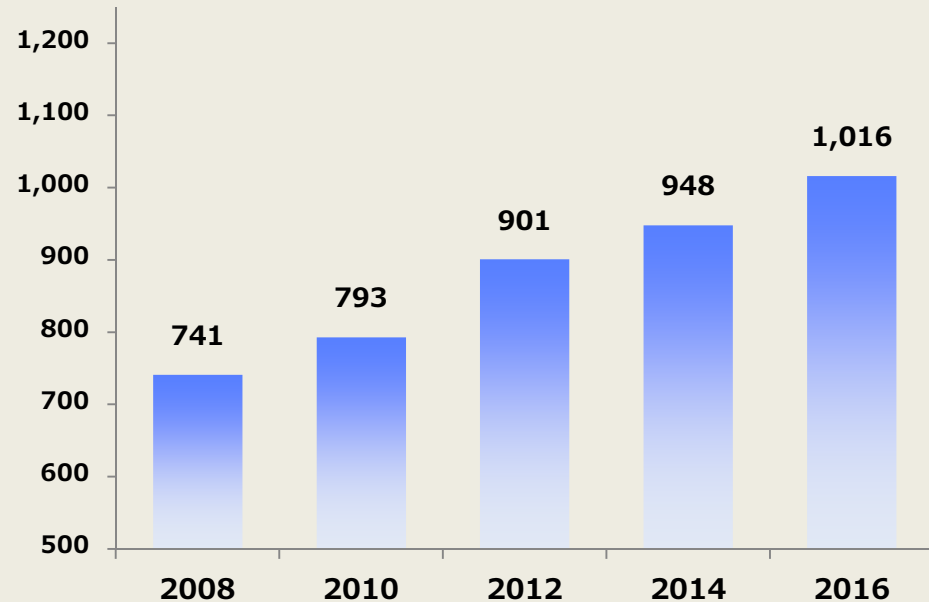
PR市場の現状

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7.2%の伸び**



- **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 広報・IR室

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