



第49期 株主通信

2018年9月1日 ⇄ 2019年8月31日

株式会社プラップ ジャパン

証券コード：2449

■ トップメッセージ

創業50年、次の50年に向けた「PRAP Next 50」を掲げ、
中長期プランに基づいた、コア事業の拡大、デジタル戦略、海外展開を図り、
プラップグループの新たな成長基盤を構築します



代表取締役社長
鈴木勇夫

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。

■ 危機管理コンサルやインバウンドPR関連は大きく伸長

一方、大型プロジェクト案件の未獲得や米中貿易摩擦などの外部環境が業績に影響

当期（2019年8月期）の連結業績は、売上高61億15百万円（前年同期比10.3%減）、営業利益6億89百万円（前年同期比23.8%減）、経常利益6億97百万円（前年同期比23.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益4億6百万円（前年同期比24.5%減）となりました。

当社単体では、企業における危機管理意識の高まりを受け、メディアトレーニングや危機管理広報コンサルティング業務の受注が伸長し、また、増加する訪日外国人向けのインバウンドPR案件や中国企業の日本でのPR業務の受注も大きく拡大しました。加えて、デジタル関連の売上も堅調に推移しました。新規引き合いも増加傾向にあり、リテナー案件やプロジェクト案件の受注も堅調でしたが、一方で前期同水準の大型プロジェクト案件等の受注が獲得に至らなかったことや人材・IT投資等による販売費及び一般管理費が増加したことが、業績に影響する結果となりました。

また、中国子会社においては、自動車、消費財、精密機器などのクライアントから複数のスポット業務を受注したものの、米中関係の悪化などの外部環境の影響も受け、前期と同水準の大型プロジェクト案件が受注に至らず、加えて為替の影響などもあり、前期業績を下回る結果となり、減収減益の要因となりました。

■ 国内子会社、シンガポール子会社は堅調に推移

国内の連結子会社全体におきましては、複数のヘルスケア、IT、消費材等のクライアントのリテナー業務やスポット業務を受注するとともに、当社グループ内での人的リソースの最適化、効率化を進め、営業体制の拡充を図りました。この結果、国内連結子会社全体では、増収増益となりました。また、シンガポールの連結子会社においては、シンガポールをはじめ、インドネシア・タイなど東南アジアの複数国にて、自動車、ゲーム、家電などのクライアントから複数の業務を受注し、その受注クライアント数や受注エリアを拡大する結果となりました。

■ 更なる受注拡大や企業成長に向けて、 当社におけるデジタル領域のPRサービス強化、東南アジア市場での営業深耕を推進

2020年8月期に向けては、既存クライアントとの契約を維持するとともに、多様化するクライアント企業の課題に対し、従来のマスメディアからデジタルメディアに至る包括的かつ戦略的なPR施策を高い専門性に基づき積極的に展開することで、新規クライアントの獲得を目指します。また、グループ全体での営業体制の構築、リソースの再配分、業務プロセスの効率化などによる生産性の向上および競争力の強化を図り、収益性を高めてまいります。

サービス面では、ニーズが高いデジタルを活用したPRサービスの更なる受注拡大に向け、デジタル領域における当社独自のPRサービス開発を加速させていきます。また、増加の続くインバウンド、アウトバウンド案件の更なる受注強化のため、国内外問わずグループ全体での協業による営業深耕を行っていく考えです。加えて、クライアントの課題の1つである海外でのPRを解決するべく、東南アジアでの更なる事業開発を継続していきます。

2020年8月期にはこれらを実現させていくため、積極的な投資を実施する考えです。併せて採用、教育の充実、多様な働き方への対応を進め、人材の質・量の両面での拡充も進めてまいります。

これらを踏まえ次期の連結業績予想は、売上高58億70百万円（前年同期比4.0%減）、営業利益7億31百万円（前年同期比6.2%増）、経常利益7億31百万円（前年同期比4.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益4億30百万円（前年同期比6.0%増）としています。

■ 15期連続となる増配を実施

今回の期末配当については、業績が減益となりましたが、中長期的な事業展開や投資計画とのバランス、配当性向なども考慮し、株主の皆様への利益還元を実施することといたしました。配当金額は、前期比2円の増配となる1株当たり39円（連結配当性向38.3%）と期初の予定を上方修正させていただきました。また、次期配当については同額の維持を予定しています。

今後は、より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、引き続き一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

※配当金額の詳細につきましては2019年11月28日開催の第49回定時株主総会後、当社ホームページ（<https://www.prap.co.jp>）にてご確認ください。

「PRAP Next 50」を推進し、 「最も信頼されるコミュニケーション・コンサルティングカンパニー」を目指します

■ あしたの“常識”をつくる

創業から半世紀。人々の生き方や考え方は多様に、そしてPR会社に求められる役割は、より複雑になってきています。そのような世の中において「あらゆる関係性を良好にすること」がブラップジャパングループの使命だと考えています。

従来の価値観を尊重しながら、これまでの「当たり前」とらわれず、社会の視野を広げるコミュニケーションで課題を解決する。それが「あしたの常識」に繋がっていくと考えています。

■ 「コア事業拡大」「新規事業開発」「人財強化」「経営力強化」に注力

次の50年に向け、今回「PRAP Next 50」を策定。その柱として「コア事業拡大」「新規事業開発」「人財強化」「経営力強化」の4つの注力領域を掲げています。

「コア事業拡大」では、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を推し進め、「新規事業開発」では中国/アジア・パシフィック地域における基盤の拡大やデジタルサービスの強化・開発、M&A・事業提携の推進に取り組みます。「人財強化」では、多様な人材の積極的な採用や教育制度（職位別・職能別研修）の充実を図ることで、質・量の両面での強化を図ります。また「経営力強化」では、働き方改革やIT活用、システム導入を積極的に推し進めていく計画です。

■ 重点項目に積極投資

これらを推進する上で積極的な投資も実行。優位性を持った独自のデジタルPRサービスの開発を狙ったデジタル関連投資、PR事業領域拡大と既存事業シェア拡大を目指したM&A関連投資、有望地域における法人開設を軸とした東南アジア開拓への投資、経営効率化を目指したIT・システム投資といった重点項目に向けて積極投資し、「PRAP Next 50」達成への基盤としてまいります。

■ 事業内容

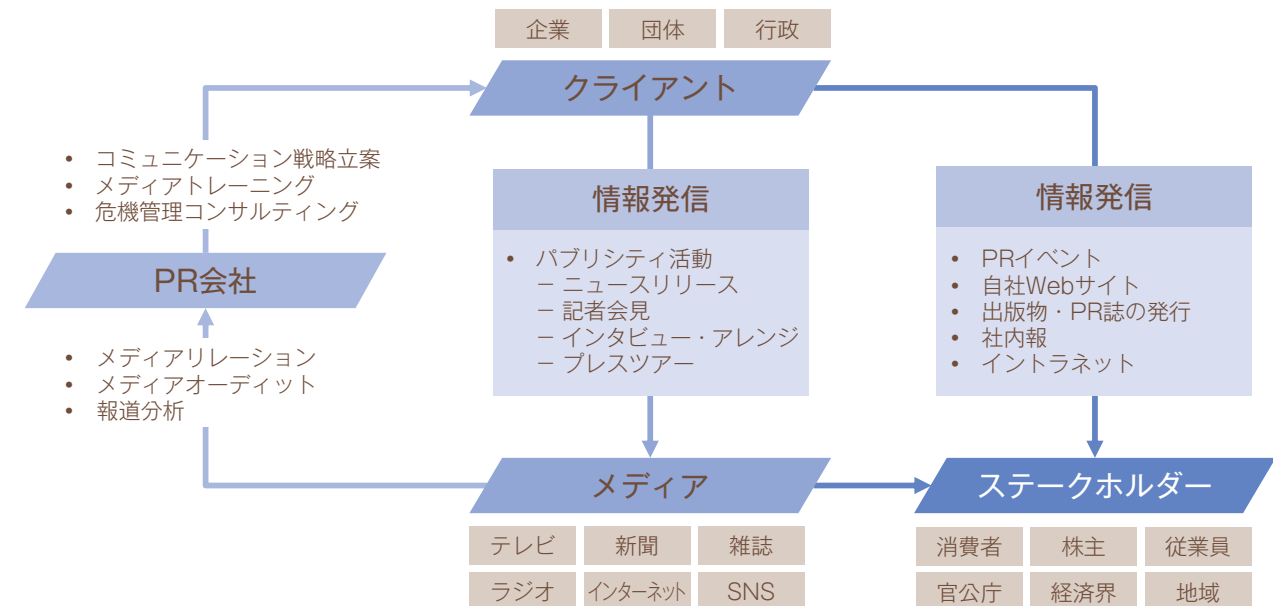
戦略立案からメディアリレーションまで 総合的なコミュニケーションサービスを提供しています

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・SNS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、ニュースや記事としてステーク

ホルダー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。また昨今は、テレビニュースや新聞記事だけではなく、ソーシャルメディアでの情報拡散も影響力を持つようになり、オンラインメディアやソーシャルメディアに対する情報発信も積極的に行われるようになってきました。

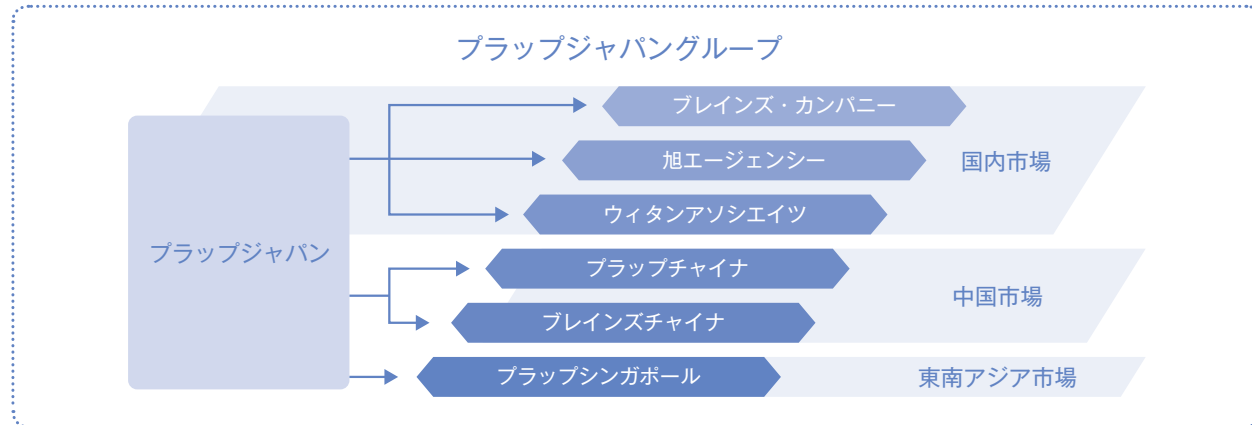


人材の早期育成、ノウハウやネットワークの共有などグループ全体でのサービス強化を推進しています

ブラップジャングループは国内グループ会社3社、中国現地法人2社、シンガポール現地法人1社を含めた7社の事業会社で構成されています。

社内研修制度「ブラップ大学」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。



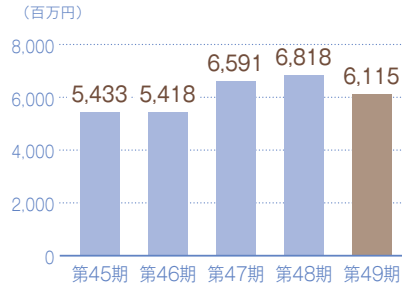
■ 戦略的PRを実現する多彩なサービスメニュー

ブラップジャ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既存のマスメディア、デジタル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、危機管理対応、ソーシャルメディア対応、PRイベント、Web制作、PR誌制作、プレスリリース配信サービスなど、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

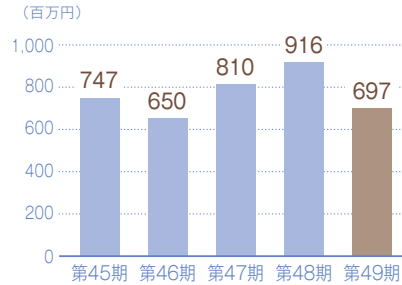
大手・ベンチャー企業のコンシューマー、ヘルスケア、金融・M&A、IT分野のPRから、官公庁・自治体PRまで、多彩な業種・規模の実績を保有しています。クライアントニーズを捉えた企画提案や業界特有の関係構築など、目的に沿ったプロジェクトチームを編成し、各分野のスペシャリストが専門性の高いコミュニケーション戦略を提供し、クライアントの様々な課題に応えます。

売上高



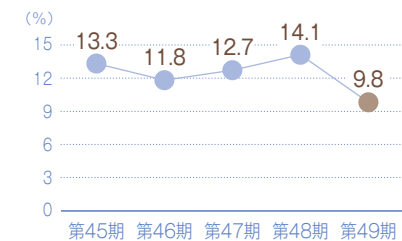
売上高は、前期比で703百万円(△10.3%)の減収となりました。これは、国内子会社2社やシンガポール子会社において増収となったものの、当社単体の売上高が前期比8.2%減で332百万円の減収となったことに加え、連結子会社3社についても減収となったことによるものです。

経常利益



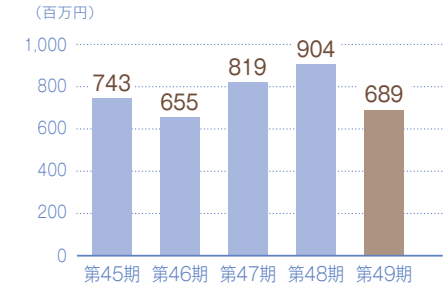
経常利益は、前期比で218百万円(△23.9%)の減益となりました。これは、前期に比べ営業利益が減益となったことが主な要因です。

ROE



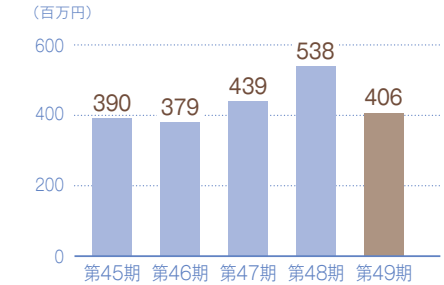
当期のROE(自己資本当期純利益率)は9.8%、ROA(総資産経常利益率)は12.7%となりました。今後も自己資本の有効な活用による効率のよい収益確保に向け、ROE、ROAの向上を目指します。

営業利益



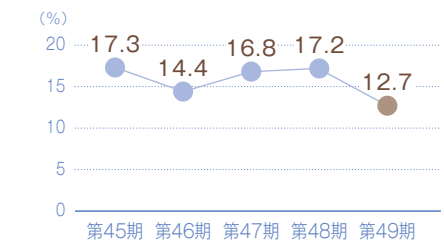
営業利益は、前期比215百万円(△23.8%)の減益となりました。これは、外注費等の売上原価が前期に比べ減少したものの、販売費及び一般管理費が前期に比べ増加したことに加え、売上高が減収となったことが主な要因です。

親会社株主に帰属する当期純利益



親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比で131百万円(△24.5%)の減益となりました。これは、経常利益が減益となったことが主な要因です。

ROA



※記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

1 アディッシュ株式会社と共同で、ネット炎上リスクを事前に分析する『ネット炎上リスク診断』サービスの提供を開始

当社とアディッシュ株式会社は、SNS投稿やPR活動全般で発生しうるリスクを事前に分析する『ネット炎上リスク診断』サービスの提供を2019年11月1日より開始しました。本サービスの提供にあたり、両社は炎上事例データベースを共同開発。過去の炎上事例300トピック以上とそれらを報道したWEBニュース20,000件以上の記事データおよびSNS上での拡散レベルを分析可能とするシステムです。本サービスは、このシステムを活用し、企業・団体のプロモーション、キャンペーン企画や新商品、サービス企画に対して炎上リスクを分析し、炎上の危険度目安を5段階で判定するもので、事前にリスクの影響範囲を見極め、その対策を講ずるリスクマネジメントを推進することが可能となります。

2 特定の企業・団体を指定して動画ニュースを届けるBtoB企業向けサービス「DowGa News Biz」を提供開始

企業のPR情報を動画ニュースとして制作し、特定の企業や団体・組織にターゲティング配信するBtoB企業向け動画PRサービス『DowGa News Biz（ドウガ・ニュース・ビズ）』の提供を2019年3月から開始しました。このサービスは、ネットユーザーのIPアドレスから所属する企業・団体・組織を特定して広告を配信する最先端のアドテク「オフィスターゲティング」技術を活用したもので、事前に指定した企業の従業員や自治体の職員、大学の学生・職員などに確実に届ける、実効性の高いBtoB動画PRサービスとなります。

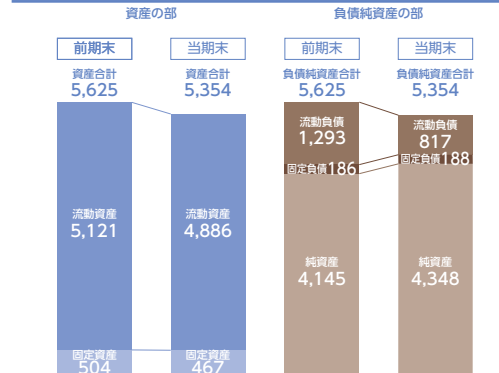
3 「PRIDE指標」でPR会社としては唯一となる4年連続の「ゴールド」を受賞

LGBTに関する企業の取り組みを評価する「PRIDE指標」にて、公表している企業の中ではPR会社で唯一となる4年連続の「ゴールド」を受賞しました。ブラップジャパンでは、特定非営利活動法人虹色ダイバーシティとともに2016年より様々な企業・団体が抱える、LGBTに関するコミュニケーション上の課題を解決するための共同プロジェクト「虹色PRパートナー」を結成し様々な活動を継続しており、今期はオリンピックワールドワイドパートナーと東京五輪スポンサー企業（計73社）を対象に「LGBTも働きやすい職場づくりのための企業アンケート」を実施して、その調査結果を発表するなど活動の幅をさらに広げています。

4 ブラップチャイナが動画制作に携わったプロジェクトが広告賞を受賞

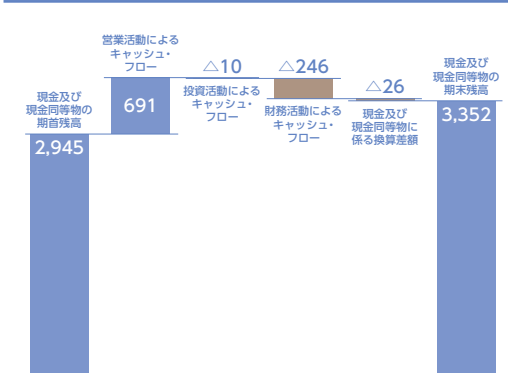
ブラップチャイナが動画制作に携わったプロジェクト、佳能（中国）有限公司の『A Nowhere Man 48 小时— 无尽之境』が2018年度「中国広告動画金獅子賞」の「最優秀コピー賞」および2018年度「中国広告長城賞」影視部門（動画）の「ブロンズ」を受賞。また、同じく動画制作に携わったプロジェクト、佳能（中国）有限公司の『發即道』が2018年度「中国広告長城賞」のコンテンツマーケティング部門（広告プレイスメント）において「メディアマーケティング・優秀賞」を受賞しました。

連結貸借対照表 (百万円)



自己資本比率は当期79.7%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まいります。

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、691百万円（前年同期は得られた資金481百万円）となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益や売上債権の減少などが生じたことによります。

※記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

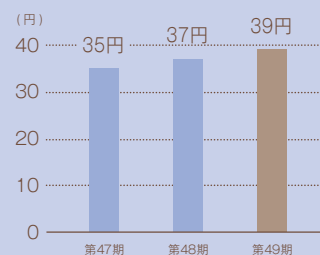
For Investors

利益配分

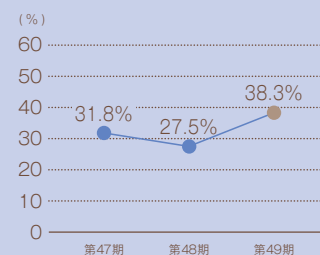
当社の利益配分における基本方針としましては、株主の皆様方に対する安定した配当を継続していくだけでなく、将来の事業展開と投資計画のバランスをとりながら決定していきます。その上で、経営成績及び配当性向なども考慮し、株主への利益還元を実施いたします。この方針のもと、第49期の配当金につきましては、上記方針及び当期の業績を勘案して、1株につき39円の普通配当（連結配当性向38.3%）を予定しています。

※配当金額の詳細につきましては2019年11月28日開催の第49回定時株主総会後、当社ホームページ（<https://www.prap.co.jp>）にてご確認ください。

配当金



配当性向





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