

# PRAPJAPAN, Inc.

第46期 株主通信

平成27年9月1日 🔷 平成28年8月31日

株式会社プラップジャパン

証券コード: 2449

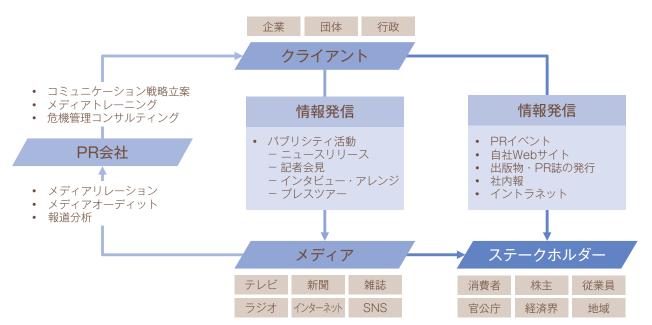
## 戦略立案からメディアリレーションまで 総合的なコミュニケーションサービスを提供しています。

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

ダーヘ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。

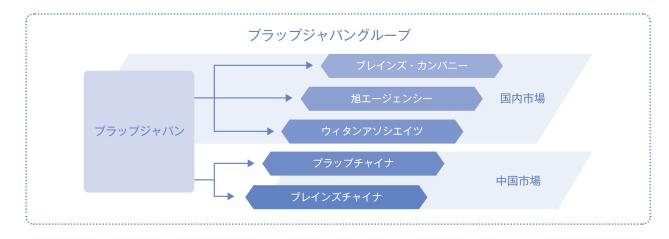


# 人材の早期育成、ノウハウやネットワークの共有などグループ全体でのサービス強化を推進しています。

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カ、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。

事業基盤の強化、拡大を図るとともに、更なるサービス開発を推進し、プラップグループの企業価値向上に努めてまいります。



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。

( 当期(平成28年8月期)の営業状況は?

## ▲ 国内大手企業に加え、外資・新興企業も引き合いが増加 リテナー/スポット契約の受注も順調に推移

PR業界は、急速な広がりをみせるオンラインメディアやソーシャルメディアといったデジタル領域でのコミュニケーションの支援・コンサルティングという新たな市場の拡大、独自のサービス展開やマーケティングと連携したPRサービス、危機管理広報コンサルティングサービスなどPR手法が広がる傾向があり、サービス提供先も、国内のみならず海外に拠点や提携先を設け、サービス展開するなど、更なる拡大傾向に

あります。

そうした中、当社は、国内大手企業の様々な業種からの受注に加え、世界的に話題となっている新興企業や海外広報強化を目指す企業・団体、日本での認知度獲得を目指す外資企業・団体など、グローバル展開する新規クライアントを幅広く受注しました。積極的な営業活動により、既存クライアントからも様々なPR施策に加え、発表会やイベントを多数受注するとともに、ニーズが急速に高まる、デジタルを活用したPRサービスの受注も増加し、前期並みの新規受注件数をリテナー契約、スポット契約ともに獲得することができました。

当期獲得した主な新規リテナークライアントは、エネルギー関連、ネットサービス、公益財団法人、消費財、飲料、製薬、サイト運営、IT、学校法人、出版、化粧品など、当社単体で38社獲得し、リテナー契約全体では、売上金額ベースで前期を6.5%上回り、持続的成長を下支えするリテナー契約は、順調に増加す

ることができました。

また、既存クライアントのスポット業務、新規クライアントのスポット業務においても売上金額ベースで5~6%の増加となりました。

ブループ会社の状況と連結業績は?

## A 国内クライアントの受注は順調に推移 中国の景気減速懸念や欧米クライアントとの 契約満了、為替といった要因が連結業績に影響

国内の連結子会社においては、国内クライアントを主軸とする1社が、健康食品会社の大型案件をはじめとした新規リテナー案件、スポット案件を獲得するなど増収増益となり、業績に寄与しました。一方で、海外クライアントを主軸とする2社において欧州関連団体の広報コンサルティング案件の契約満了、円高による海外クライアントの売上減などの影響で前期を下回る結果となりました。

中国の連結子会社においては、上期において既存クライアントから大型のスポット案件等を複数受注したものの、中国の景気減速懸念の広がりにより、期初から、日系企業全般におけるPRの予算縮小傾向が続きました。下期には、この状況に対応するため、日系企業に加え、中国現地企業や欧米系外資企業への営業深耕を進め、北京モーターショーや大型の展示会、自動車メーカーのデジタル施策、越境ECモールのPR活動、官公庁の新規スポット業務などを受注しましたが、前期に比べ、案件あたりの予算減少による影響が大きく、売上、利益ともに減少する結果となりました。

以上の結果、当期の連結業績は、売上高54億18 百万円(前年同期比0.3%減)、営業利益6億55百万円 (同11.9%減)、経常利益6億50百万円(同13.0%減)、 親会社株主に帰属する当期純利益3億79百万円(同 2.9%減)となりました。

(人) 持続的な成長に向けた新たな取り組みは?

## A リテナークライアント契約の受注拡大、デジタル PRサービス拡大のための組織強化、海外マーケットにおける基盤の早期構築を目指す

大型リテナークライアントの獲得など、リテナークライアント契約が順調に推移したことは、大きな収穫です。今後の成長基盤として、リテナークライアント契約の受注拡大を積極的に推進していきたいと考えています。また、ニーズが急速に高まる、デジタルを活用したPRサービスの受注拡大に向け、組織強化を行なっており、今後更なるサービス開発を推し進めてまいります。

新たな展開としては、5月から中国/アジアパシフィック地域向け広報・PR事業の本格展開にあわせ「中国/アジア・パシフィック推進チーム」をスタートしました。既に、製薬や家電、生活用品メーカーなど複数の中国インバウンド、アウトバウンド案件で契約を締結するなど、順調に受注が拡大しています。今後も、組織拡大を進めながら、インバウンド、アウトバウンド案件の受注につなげるなど、更なる事業拡大を目指してまいります。

このチームを軸に、海外企業の日本進出に伴う広報 支援や、日本企業の現地進出に伴う広報支援を推進 し、当社の海外マーケットにおける基盤の早期構築に つなげていく考えです。

4月には、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ことを目的 に、特定非営利活動法人・虹色ダイバーシティと共同 プロジェクトをスタートしました。

当社のPRノウハウと虹色ダイバーシティのLGBTに 関する専門性を掛け合わせることで、PRやマーケティ ング、社内環境の整備など、LGBTに関する課題を持 った企業・団体に対し、LGBTへの理解・支援を広げ る様々なコミュニケーションサービスをワンストップ で提供していくことを目指し、具体的なサービス開発 を進めています。

## 次期(平成29年8月期)の見通しと業績予想は?

## リテナー/スポット契約の更なる受注拡大と中国 子会社の業績回復を見込み、増収増益を目指す

当社および国内子会社については、営業深耕により 引き続き、新規クライアントを幅広く受注するととも に、良好なパートナーシップに基づく既存クライアン トとの契約継続を進め、基盤となるリテナー契約の更 なる受注拡大を目指してまいります。また、多様化す るクライアント企業の課題に対し、提案型の営業活動 を積極的に展開することで、既存クライアントからの スポット業務も幅広く受注していく考えです。

グループ内の体制は、人的リソースの効率化を進 め、各社のノウハウを用いた共同サポート体制、プロ ジェクトチームの編成などを通じて、営業サポート体 制を組み、各社とも増収増益を目指してまいります。

中国子会社については、中国経済における景気減速 の影響を受けましたが、既存クライアントからの大型 案件の受注獲得活動を期初より推し進めるとともに、 マーケティングPR案件やデジタルPR施策等の受注確 度を高めていく考えです。加えて、中国現地企業や欧 米系外資企業への営業深耕、人的投資も含め、引き続 き受注拡大に努め、業績の回復を目指してまいりま

以上を踏まえ次期の連結業績は、売上高56億76 百万円(当期比4.8%增)、営業利益6億97百万円(同 6.4%增)、経常利益6億94百万円(同6.8%增)、親会 社株主に帰属する当期純利益4億4百万円(同66%増) を予想しています。

## 株主の皆様にメッセージを

# 内部留保の増加状況等を鑑み、前期比2円増配を

今回の期末配当については、業績が予想した利益目 標値には達しておりませんが、将来の投資計画やキャ ッシュ・フロー状況を勘案しながら、より積極的・継 続的な利益還元に取り組む考えから、期初の予定を修 正し前期比2円の増配を実施、1株当たり33円(連結 配当性向34.8%)とさせていただきました。次期配当 については、同額の維持を予定しております。

今後は、より一層の業績向上に努め、利益環元の拡 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 を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

## ▮連結決算ハイライト



売上高は前期比0.3%減で14百万円の減収となりました。これは、当社 単体の売上高が前期比5.8%増で194百万円の増収となったものの、国内 子会社2社及び中国子会社2社が減収となったことが影響しています。

#### 経常利益

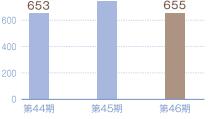


経常利益は前期比13.0%減で97百万円の減益となりました。前期に計上 された投資有価証券の売却にともなう投資有価証券売却益が計上されな かったことや為替差損が増加したことによるものです。

#### ROE



#### 営業利益 (百万円) 800 743 653 655 600



営業利益は前期比11.9%減で88百万円の減益となりました。販売費及び 一般管理費が前期に比べ減少したものの、売上高が減収となったことに 加え、売上原価が増加したことが主な要因です。

#### 親会社株主に帰属する当期練利益



親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比2.9%減で11百万円の減益 となりました。これは、経常利益が減益となったことによるものです。

#### ROA

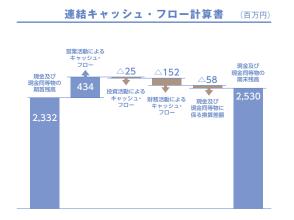


当期のROE(自己資本当期純利益率)は11.8%、ROA(総資産経常利益率)は14.4%となりました。今後も自己資本の有効な活用による効率のよい 収益確保に向け、ROE、ROAの向上を目指します。

※記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

#### 連結貸借対照表 (百万円) 資産の部 負債純資産の部 前期末 当期末 前期末 当期末 資産合計 資産合計 負債純資産合計 負債純資産合計 4.376 4,622 4,376 4,622 流動負債 858 固定負債298 固定負債302 4.067 3,792

自己資本比率は当期71.6%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きます。



営業活動の結果得られた資金は、4億34百万円(前年同期は得られた資金4億50百万円)となりました。これは税金等調整前当期純利益に加え、仕入債務の増加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。

## For Investors

### 利益配分

当社の利益配分における基本方針といたしましては、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はなく、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おります。その上で、経営成績及び配当性向等も考慮、株主の皆様への利益還元を実施いたします。

この方針のもと、第46期の配当金につきましては、安定した配当の継続を鑑み、

1株につき33円の普通配当(連結配当性向34.8%)と決定させていただきました。



## 株式情報 (平成28年8月31日現在)

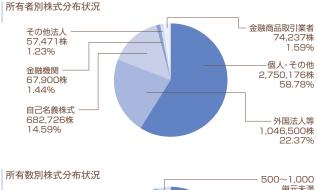
#### 株式の状況

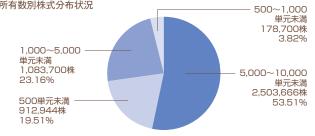
発行可能株式総数18.716,000株発行済株式総数4,679,010株株主数1,325名

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・ビーヴィー	935	23.4		
矢島 婦美子	885	22.1		
野村 しのぶ	394	9.8		
矢島 さやか	367	9.2		
泉隆	181	4.5		
杉田 敏	141	3.5		
MSIP CLIENT SECURITIES	68	1.7		
小山 純子	59	1.5		
株式会社三菱東京UFJ銀行	50	1.2		
三菱UFJキャピタル株式会社	45	1.1		

(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。





## は 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

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お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. 特別口座に記録された株式に関する各種お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信託銀行というでは、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。

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・パシフィック地域を対象にしたインバウンド・アウトバウンドに関する広報・PRサービス事業を強化拡大し、5月より社内に専門チーム「中国/アジア・パシフィック推進チーム」を発足しました。

プラップグループの強みである中国における広報・PRを熟知した専門スタッフを配置し、とくに需要が顕在化している訪日中国人観光客に向けたPRサービスのメニュー開発・営業体制強化を図っています。サービス提供地域を、これまでの中国に加え、台湾や香港、韓国に広げ、各地の協力先企業との協業、提携による事業開発を行い、東アジア地域からの訪日客を対象とするインバウンドPRサービスの提供に向けて体制を整えています。さらに、シンガボール、タイ、インドネシアといったその他のアジア・バシフィック地域も視野に入れ、現地での市場調査や協力先開発を行いつつ、段階的にサービス展開地域を広げていく計画です。

なお、同地域における海外企業の日本進出に伴う広報支援や、日本企業の現地進出に伴う 広報支援も推進し、事業強化を継続していきます。

## 虹色ダイバーシティと 共同プロジェクトを開始



LGBTなどの性的マイノリティ(少数者)とその理解者・支援者(アライ)のエンパワーメント、性的マイノリティが暮らしやすい社会づくりを目指す特定非営利活動法人・虹色ダイバーシティ(大阪市北区、代表:村木真紀)とともに、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バートナー」をスタートしました。

当社のPRノウハウと虹色ダイバーシティのLGBTに関する専門性を掛け合わせることで、PRやマーケティング、社内環境の整備など、LGBTに関する課題を持った企業・団体に対し、LGBTへの理解・支援を広げる様々なコミュニケーションサービスをワンストップで提供していくことを目指しています。

## PR Weekの[Global Power Book 2016]に選出

「世界で最も影響力のあるPRプロフェッショナル」を選出しているPR Week「Global Power Book 2016」に当社・代表取締役の鈴木勇夫が選ばれました。

http://www.prweek.com/power-book/global/2016

## Digital PR Platformを リニューアル

各業界のリーディングカンバニーを中心に900社以上に導入されている、プレスリリース配信サービス「Digital PR Platform」。今期、デザインをリニューアルし、視認性と一覧性を向上させました。また、機能面のバージョンアップも行い、Google の評価に大きく影響するとされる「常時SSL化」および「amp対応」を同時実装しました。リリース配信サービス業界では初めてとなり、検索エンジンへのアプローチカの大幅向上を実現しています。

## プラップチャイナが中国 ファッション系PR会社と 業務提携

当社子会社のプラップチャイナと、中国でファッションPRを手がける弥陀商買(上海)有限公司(本社:中国上海市、総経理:兒玉公人)が2016年3月より中国におけるファッション系クライアントへのPRサービス提供において、業務提携を行うことで合意しました。今後は、双方のPRにおける専門的な知見を活かし、ファッション、ライフスタイル分野のクライアントに、より専門性の高いサービス提供を行っていきます。

## 会 社 名 株式会社プラップ 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 鈴木 勇夫

設 立 年 月 日 1970年9月9日

資 本 金 4億7,078万円

従 業 員 数 289名(連結)

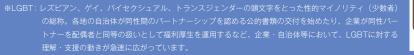
事業内容企業・団体・行政等の戦略的広報コンサルティングおよび広報代行全般を手がけ、PRイベント、PR誌制作等のクリエイティブサービスや対中国PR、WEB関連施策まで多彩なサービスメニューを有する総合PR会社。

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 北京普楽普公共関係顧問有限公司 北京博瑞九如公共関係顧問有限公司

## 日本初の企業のLGBTに関する取り組み評価指標「PRIDE指標」にて PR会社では唯一「ゴールド」を受賞

「PRIDE指標」は、日本で初めてとなる、企業のLGBTなどの性的マイノリティに関する取り組みの評価指標で、日本アイ・ビー・エム、国際NGOヒューマン・ライツ・ウォッチなどが共同で運営している任意団体「work with Pride」によって策定されたものです。2016年10月26日には、「PRIDE指標」の発表および表彰が行われ、53社がゴールドを受賞しました。

当社のゴールド受賞は、社内制度や労働環境、採用活動をLGBTフレンドリーなものに見直した点やPRの専門性を活かした社外に対する取り組み「虹色PRバートナー」の活動が高く評価されたものです。また、全企業の取り組みの中から、指標運営委員会が特に優れていると判断した取り組みに対して贈られる「ベストプラクティス(Policy: 行動宣言部門)」にも、当社の「ダイバーシティ宣言」が選出されました。 workwith Pride







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