



2024年8月期（54期）
決算説明資料

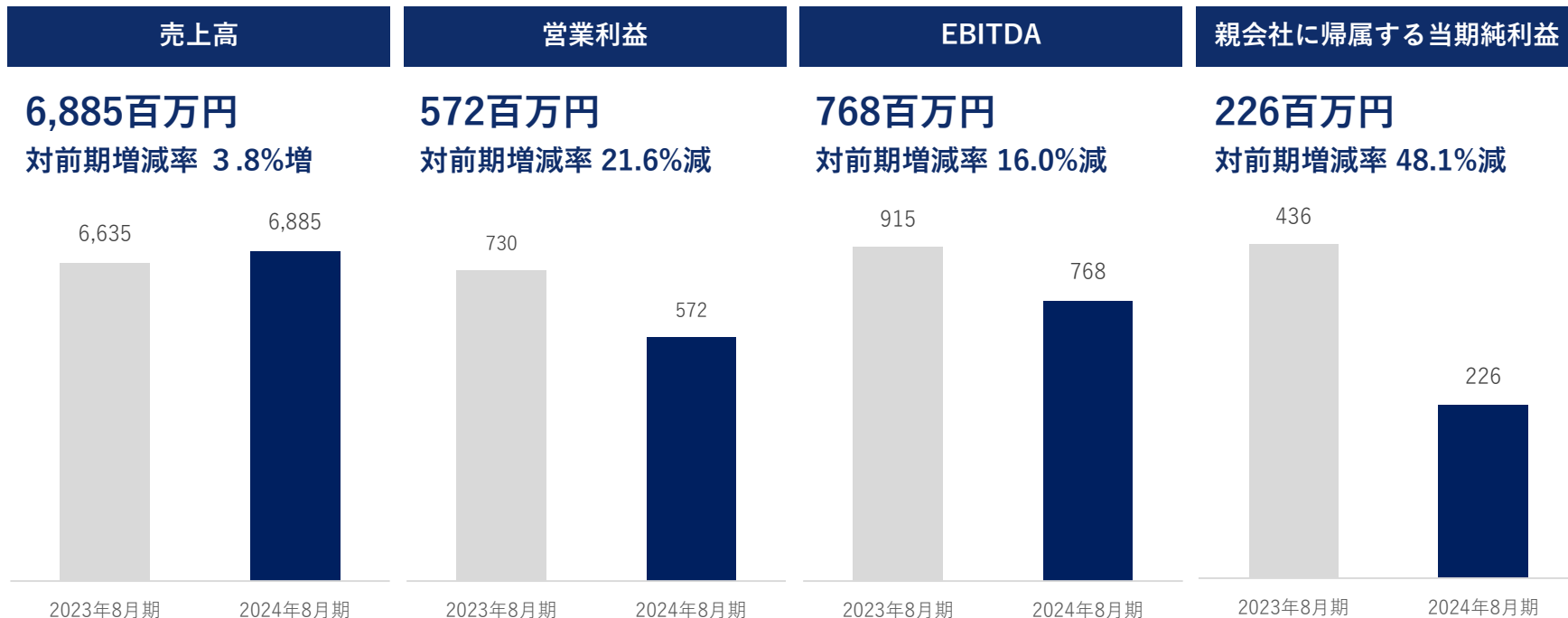


2024年10月24日
株式会社プラップジャパン

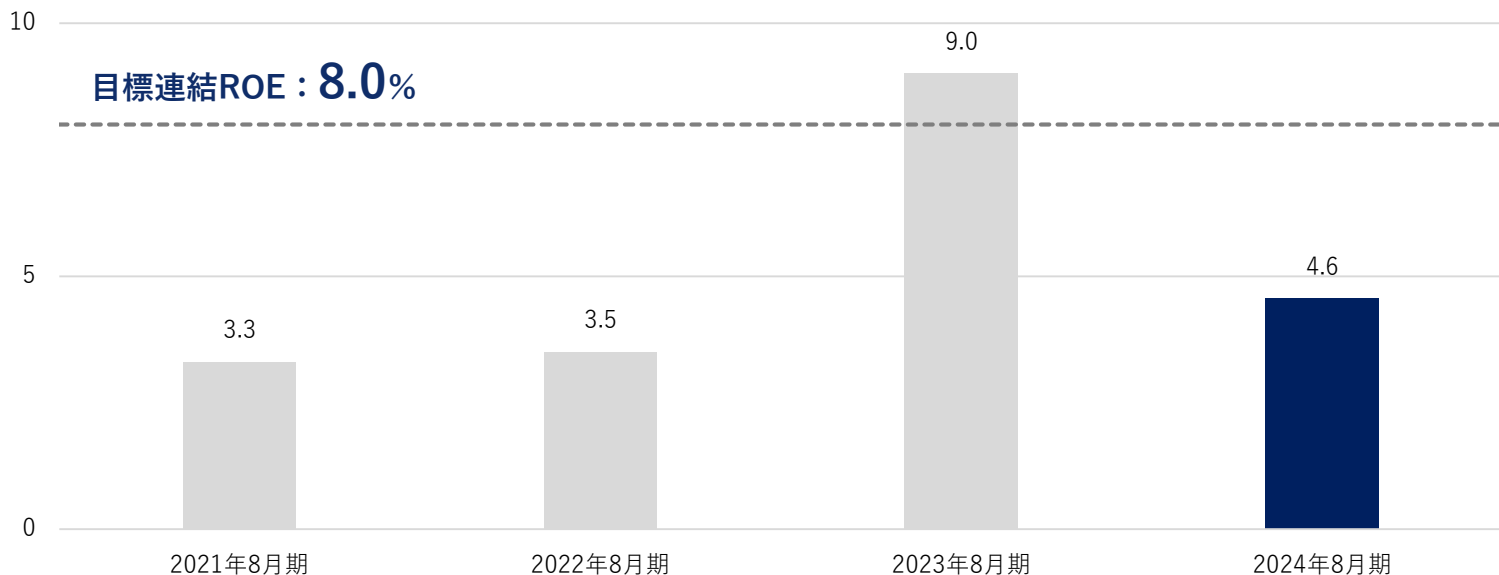
1. 2024年8月期の連結業績
2. 2024年8月期のトピックス
3. 2025年8月期の連結業績予想
4. 中期経営計画(2025年8月期-2027年8月期)

2024年8月期の業績

前期に獲得したスポット案件の反動減や大口顧客の離脱減収分のカバーには至らず、前期比増収減益 Wild Advertising & Marketing社ののれん減損損失、および中国子会社2社の労使折半で納付すべき従業員住宅積立金未納分を一括で拠出したことに伴う拠出金計133百万円を特別損失として計上



Wild Advertising & Marketing社ののれん減損損失、および中国子会社2社の
労使折半で納付すべき従業員住宅積立金未納分を一括で拋出したことに伴う拋出金計133百万円を
特別損失として計上したことが大きく影響し、2024年8月期の連結ROEは目標値を下回る。
2027年8月期を最終年度とする中期経営計画の期間中における、早期目標値の達成を図る。



コミュニケーションサービス事業

当社単体を含む国内外のPR関連事業会社の業績

	2023年8月期 実績	2024年8月期 実績	増減率
売上高	5,731 百万円	5,929 百万円	3.4%増
営業利益	737 百万円	676 百万円	8.2%減

デジタルソリューション事業

プラットフォーム、プレジジョンマーケティング、WILD ADVERTISING & MARKETINGの3社の業績

	2023年8月期 実績	2024年8月期 実績	増減率
売上高	1,139 百万円	1,143 百万円	0.3%増
営業利益	70 百万円	▲29 百万円	—

総合的なグループシナジーを発揮し、両事業の組み合わせによって 差別化を図り新たな価値を提供

コミュニケーションサービス事業

- クライアントからの需要が高まっているサステナビリティPR、豊富な実績を有する危機管理広報コンサルティングやヘルスケア・IT業界向けの案件などの受注を獲得し、中国子会社では、大型のスポット案件を獲得するなどによって売上高が増加
- 一方で、外注費、M&A調査費用、採用費などの費用も増加した結果、増収減益

デジタルソリューション事業

- プラップノードが提供する広報PR業務のSaaS型クラウドサービス「PRオートメーション」は、広報PRのDX推進に向けて、クライアントのニーズに対応した機能追加・改善を継続的に実施しながら堅調に導入クライアント数を増やしており、さらなるクライアント獲得に向けた投資を実施
- プレシジョンマーケティングは、継続してクライアントのニーズが高いデジタル広告やSNS運用といったデジタルマーケティング関連サービスの受注を獲得
- 一方で、前期に国内外で離脱した大口クライアントの減収分をカバーするまでには至らず増収減益

インバウンド・アウトバウンド

インバウンド・アウトバウンド関連のPR・マーケティングサービス

- ・ 新型コロナが「5類」に移行後、国境を越えた人の移動や企業投資が活発化
- ・ 訪日外国人向けプロモーション、日系企業の中国・東南アジアにおけるPR・マーケティング支援などの受注が拡大。2025年8月期にかけてもこの勢いは継続する見込み

サステナビリティ

企業のサステナビリティの取り組みをPR観点で具体化して情報発信まで一貫サポート

- ・ 様々なサステナビリティ関連のコミュニケーション施策を推進してきた経験を活かし、クライアントのサステナビリティへの取り組みの具体化から情報発信までを一貫して支援
- ・ 社内外を横断し多様な知見や事例研究を持ち寄り最適化を目指す専門プロジェクトチームを設置しており、新規ソリューションの開発や社会への機動的情報発信等の最適なサービス提供を追求

IR・ESG関連文書の翻訳サービス

- ・ グループ会社のトランスコネクトでは、クライアントと海外ステークホルダーの間のコミュニケーションを支援するためのIR・ESG関連文書の翻訳サービスを提供

デジタルソリューション提供の拡大

ClaN Entertainment社と共同で若年層向け「VTuberコミュニケーションサービス」を提供

- ・ 「若年層の自社ブランド認知度低下に対する課題」を抱えるクライアントからの相談が増加しており、当社内にZ世代社員中心の「若年層向けマーケティング」に特化したプロジェクトチームを設置
- ・ 「TikTokマーケティングPRサービス」、「インフルエンサーリレーションズ」に続き、「若年層向けコミュニケーションサービス」の提供を開始

PR発想で企業の採用活動をサポートする「採用SNS向けデジタルPRサービス」を提供

- ・ 近年採用活動においても利用が活性化しているSNSによるコミュニケーションを取り巻く課題を解決するため、「採用SNS向けデジタルPRサービス」の提供を開始
- ・ PR発想で様々な企業のコミュニケーション活動、採用広報をサポートしてきたプラップジャパンのPR力、グループ会社のプレジジョンマーケティングのデジタルマーケティング力を掛け合わせ、企業と求職者双方にとってメリットのある採用活動に貢献

生成AIなどのテクノロジー活用

グループ内の研究開発を推進、広報PR業務のDX化の最適解を探求

- ・ Talkwalker社と共同でAIを活用したSNS反響分析サービス「ディープ・インパクト・スコープ」を開発。PRや広告施策における反響要因の詳細な分析を実現し、PDCAサイクルの品質を向上
- ・ グループ会社のプラップノードでは、ChatGPTを活用したサービス開発に取り組み、効果的で質の高いプレスリリース生成機能を開発中。また、広報活動における生成AIの活用をテーマにしたイベント、セミナー、講演を実施し、対外的情報発信にも注力
- ・ プラップジャパンでも、AIを活用した社内生産性の向上と新規サービスの開発のPoCを実施中

サービス提供体制の強化

当社連結子会社のPRAP POINTS Singapore PTE. LTDによる、ベトナム現地法人設立

- ・ マーケティング・PR業務における制作を行う子会社として、デザイン（オフショア開発・業務委託）を事業内容とする新法人をベトナムに設立
- ・ 高い品質と価格競争力を兼ね備えた制作体制の強化を図り、将来的にはベトナム現地での営業活動を通じて、今後も積極的な企業投資が期待される同市場での制作案件の受注を拡大させていく方針

株式会社Ray Arkとの業務提携 および 当社札幌オフィス開設

- ・ 観光や食に対する国内外からの需要増大に加え半導体や再生エネルギー関連の大型投資を通じた経済成長が期待される北海道における事業強化のため、現地でSNSマーケティング事業を運営するRay Arkと業務提携を行い、札幌市内に当社オフィスを開設
- ・ 今後は、北海道全域のクライアントに対して、SNSやリアルイベントを活用した観光地や特産品の情報発信など、国内・海外向けのPR・マーケティングサービスの提供を拡大

人的資本経営の促進

持続的な企業価値向上に向け人的資本への投資を促進

- ・ 人材は最も重要な経営資源であると考え、各制度の見直しを実施
- ・ 2025年8月期より人事制度を改定。業界最高水準の給与水準や待遇、柔軟な働き方、個人の成長機会の提供を目指し、社員のスキルやエンゲージメントを高めることによって企業価値を向上させるとともに競争力の強化を図る

各種アワードの受賞

プラップジャパン：世界三大デザイン賞の一つである「Red Dot Design Award」を受賞

プラップジャパン：「2023 63rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」 PR部門でシルバーを受賞

プラップジャパン：日本PR協会「PRアワードグランプリ2023」でシルバーを受賞

プラップジャパン：国際PR協会「Golden World Awards」の2部門で最優秀賞を受賞

プラップジャパン：LGBTに関する企業の取り組みを評価する「PRIDE指標」で最高位ランクに認定

ブレイズチャイナ：中国で最も権威ある広報アワード「第12回中国創新伝播大賞」にて金賞1件、銀賞2件受賞

情報発信の強化

プラップジャパンのPR支援事例の紹介

- プラップジャパンのホームページ、ブログでPRの事例や手法に関する情報を発信
- プレスリリースの書き方、サステナビリティPR、デジタルサービスなど、クライアントニーズの高いテーマで営業セミナーを開催

	2024年8月期 実績	2025年8月期 通期業績予想	増加率
売上高	6,885 百万円	7,370 百万円	7.0%増
営業利益	572 百万円	600 百万円	4.8%増
経常利益	577 百万円	600 百万円	3.9%増
親会社に帰属する 当期純利益	226 百万円	350 百万円	54.4%増

2025 2027

中期経営計画

構造改革とさらなる成長基盤構築



株式会社プラップジャパン

(東証スタンダード：2449)



PRAP JAPAN, Inc.

01 —• プラップグループの概要



PURPOSE

あしたの常識をつくる。

従来の価値観を尊重しながら、広く受け入れられること
またあるときには、人々の古い価値観を動かし、社会の視野を広げること
変える勇気と、変えない勇気を持ち合わせて、「あしたの常識」をつくっていく

MISSION

世の中の
あらゆる関係性を
良好にする

VISION

いちばん信頼される
コミュニケーション
コンサルティング・
グループ

VALUES

誠実で寛容な姿勢
専門性と革新性
社会への貢献

3つのコアバリュー

仕事

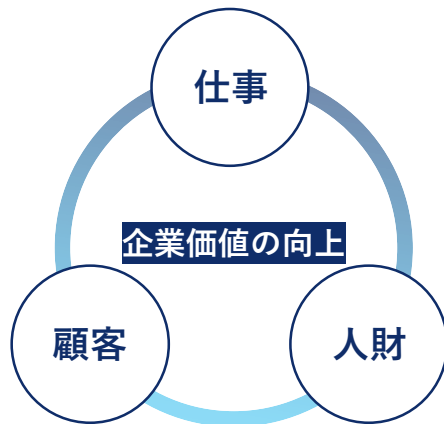
世の中を良くする仕事
あたらしい常識をつくる仕事

顧客

顧客からの信頼の獲得
顧客満足度の向上

人財

人が財産
プロフェッショナルな人材を育成/集団を形成



大切にしている5つのS

Satisfaction

顧客満足、社会へ良い影響

Skill (Strategy、Special)

戦略的発想、競争優位のスキル

Speed

スピード感をもつ

Spirit

誠実、情熱、積極性

Support

チームワーク

プランニングから実行・SNS運用やクリエイティブまで
コミュニケーションを網羅するグループ体制

PR戦略立案・実行 (ブランディング・共感獲得に向けた)



PRコンテンツ制作・デザイン



グローバル・ローカライズ

PRAP China

PRAP ASIA Pte.Ltd.



危機管理広報

PRAP Consulting, Inc.

PRのDX化 (配信分析効果検証)



コンバージョン (集客・顧客化)



グループ横断で「攻め」「守り」の
両面からクライアントの
コミュニケーション活動を支援

50年超の業歴

独立系PR会社として50年超にわたり
さまざまな業界のリーディングカンパニーの
コミュニケーション活動をサポート

300名を超える コンサルタント

クライアント、メディア、
生活者の特性に精通した
コミュニケーション・コンサルタントが
一気通貫型のサービスを提案

800社を超える クライアント

日経225銘柄企業の60%以上との取引実績。
東証33業種の業界を広範囲にサポート
国内外のグローバル企業との直接取引割合が高く、
クライアントからの指名受注や新規紹介営業も多数

○ 攻めと守り双方のコンサルティング実績

危機発生時の広報コンサルティングの実績も豊富であり、
攻めと守りの両面でクライアントをサポート

○ PR起点で多様なサービスを提供できる体制

PR会社から、PR発想のコミュニケーションコンサルティング・
グループへ発展

○ デジタル領域における幅広いソリューション

広報のDX化支援、SNS運用、デジタルマーケティング、
AI活用など、デジタル領域でもサービス拡大

○ 海外と連動したイン/アウトバウンドサービス

中国と東南アジアにグループ会社の拠点を有し、
クライアントの国境を越えたPR・マーケティング活動

ワンストップチームで戦略・企画・メディアリレーションを実行

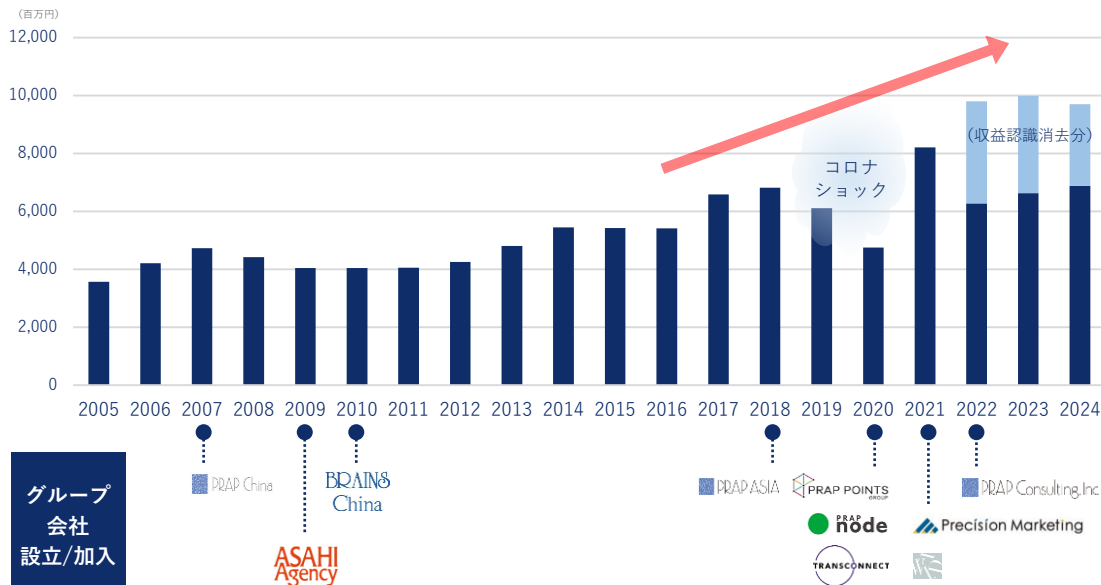
常にメディアの声を聞いているコンサルタント複数名でチームを組成
企画立案から実行までワンストップでクライアント企業の広報活動をサポートします
(このような業務体制はプラップグループ全体にも共通する姿勢です)

プラップジャパンの業務体制 ワンストップチーム



PR事業を基盤として、専門性の高いグループ会社とともに事業を拡大してきた 事業環境の変化に対する適応力を高めて、さらなる成長を目指す

連結売上高の推移 (記載は各8月期末の数値)



過去10年の売上高成長率

+約80% (収益認識消去額影響を除く)

事業機会

- PR発想のコミュニケーション手法に対する社会的関心の向上
- トラディショナルとデジタルの融合
- 訪日外国人の復活、クライアントの海外展開の拡大

環境変化

- クライアントニーズの複雑化
- メディア環境の多様化
- マーケティング業界、経営コンサルティング業界との垣根の融解

患者団体や企業・店舗を巻き込んだ
IBD（炎症性腸疾患）の理解促進プロジェクト
「I know IBD」の実施



クライアント アッヴィ合同会社 様

受賞したアワード

- ・ ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS
- ・ IPRA Golden World Awards 2024

子どもたちの朝食欠食、孤食、栄養課題解決を目指した
「ケロッグ 毎日朝ごはんプロジェクト」の実施



クライアント 日本ケロッグ合同会社 様

受賞したアワード

- ・ PRアワードグランプリ2023
シルバー受賞

「脱炭素戦略」をステークホルダーに わかりやすく届ける対外発信の支援

アフターコロナにおける観光インバウンド再開時の 「杉並区の魅力を中国へ情報発信する 基盤整備」の実施



クライアント 三井不動産株式会社 様

クライアント 杉並区 様

02 —● 中期經營戰略



目指すのは

日本・アジアにおいて、PRを起点にデータを活用して
広報PR/マーケティング/経営領域の課題を解決する
コミュニケーションコンサルティング・グループ

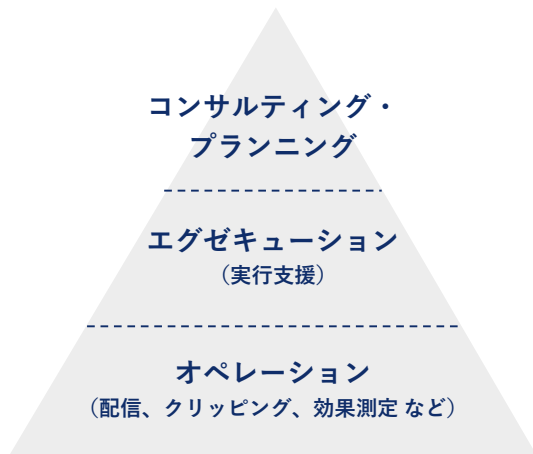
PURPOSE

あしたの常識をつくる。

従来のピラミッド型からサイクル型のコンサルティング・実行支援へ

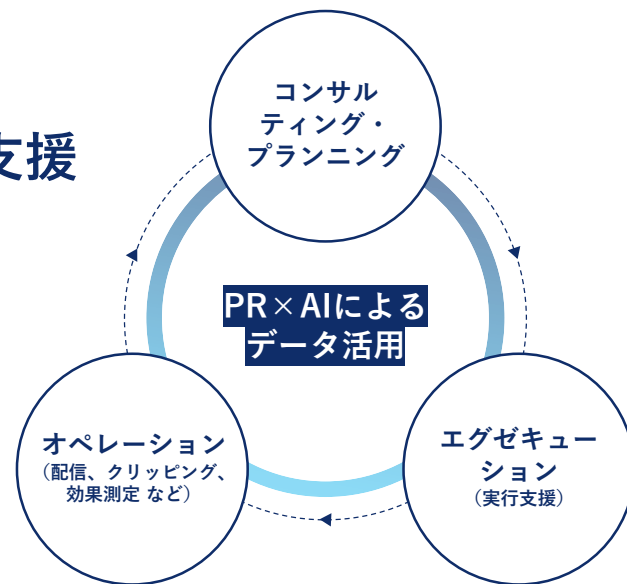
従来

経験値と労働集約に基づく
ピラミッド型の支援



目指す姿

知的資本のデータ化と
AI活用に基づく
サイクル型の支援



01

グループ全体の構造改革、グループ経営と人的資本経営の推進

個社別およびグループ横断型の構造改革を推進し、
既存事業の成長と新規事業の創造を図る業界最高水準の働きがいのある会社/個人が成長できる会社を目指しさまざまな改革を実行

02

「海外事業」セグメントの創設

従来の「コミュニケーションサービス事業」と「デジタルソリューション事業」に成長ドライバーの「海外事業」を加えて、
経営資源を重点的に投下

03

広報PR、マーケティング、経営の3領域に展開

1,400億円規模の広報PR市場をさらに拡大させその中でのシェア拡大、7兆円規模のマーケティング市場での事業拡大、
1.8兆円規模の経営コンサルティング市場への進出

04

AIやデジタル、データ活用など新規事業への投資促進・収益化

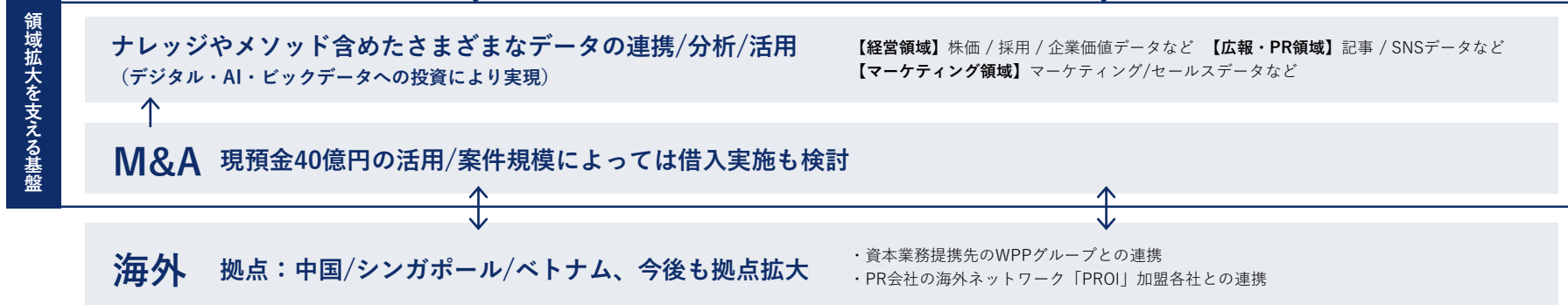
50年以上蓄積してきたナレッジやメソッドなどのデータの活用や連携、またデジタルやAIに対する投資を促進して、
既存事業の生産性向上と新規サービスの開発を実現

05

戦略的M&Aの推進

各事業セグメントにおいて、事業シナジーの高い企業やビジネスに対するM&Aを推進

ナレッジやメソッドなどデータの連携/分析/活用を行うことで、
広報・PR領域から経営領域やマーケティング領域へと拡大



広報PR市場でのシェア拡大・市場拡張を前提に マーケティング市場、経営コンサルティング市場へのアプローチを強化

広報・PR領域 施策

- ・ **業界別専門性と領域専門性の強化**

ITやヘルスケア、コンシューマ、金融、自治体などの業界別専門性、サステナビリティやデータ分析などの専門性の強化

- ・ **企業/団体の規模に適したサービスの提供**

国内企業および外資企業、大企業からスタートアップまで提供

- ・ **一気通貫型サービスの強化**

プランニング・コンサルティングからエクゼキューションやオペレーションまで一気通貫型サービスを、自社教育ならびにM&Aにより強化

- ・ **データを活用したサービス開発/強化**

広報のDX化やAI活用により、データを活用したサービス開発・強化

- ・ **人的リソース最適化による採算性向上**

- ・ **国内営業拠点の拡大**

マーケティング領域 施策

- ・ **マーケティングに係る部門との取引拡大**

クライアントのマーケティング部門、広告宣伝部門、営業部門などとの取引拡大

- ・ **新サービス開発と売上拡大**

自社ならびに、外部とのアライアンスやM&Aにより実施

経営領域 施策

- ・ **経営に係る部門との取引拡大**

経営層や経営企画室、人事部などとの取引拡大

- ・ **経営領域における新サービス開発と売上拡大**

自社ならびに、外部とのアライアンスやM&Aにより、IR・HR・サステナビリティ経営などの領域にて実施

グループ内の専門人材と事業の連携強化

PR発想のデジタルコミュニケーションのリードポジションを取るための礎を築く

デジタルコミュニケーション戦略立案・データ活用/分析/連携

- ・これまで蓄積したナレッジやメソッドなどのデータ化
- ・データを連携/分析/活用し、クライアントの課題解決
広報PRのデータ、マーケティングやセールスのデータ、経営的なデータなどの連携/分析/活用
- ・パッケージ型データ分析サービスの販売促進
- ・専門人材の拡大
採用・育成、M&A・アライアンスを通じた拡大

PRオートメーション

- ・機能拡充とセキュリティ強化のための開発実施
- ・営業活動と販促活動の高度化
- ・人材採用と育成の強化

AI開発

- ・グループ横断のAI開発
PRのオペレーション領域の効率化、知的資本のデータ化・分析を可能にするテクノロジー活用に向けたグループ横断のAI開発
- ・広報PR業界に適したAIの開発と収益化

デジタルマーケティング

- ・グループ内での人的リソースの最適配置
- ・エグゼキューション領域の強化
運用広告・SNSアカウント運用など

売上高30億円規模（中国14億、東南アジア10億、M&A6億）に拡大 高成長のアジアマーケット、インバウンド・アウトバウンドを重点強化

中国での拡大

- ・ ローカルクライアントの獲得強化
- ・ 中国企業の海外進出案件の獲得

東南アジアでの拡大

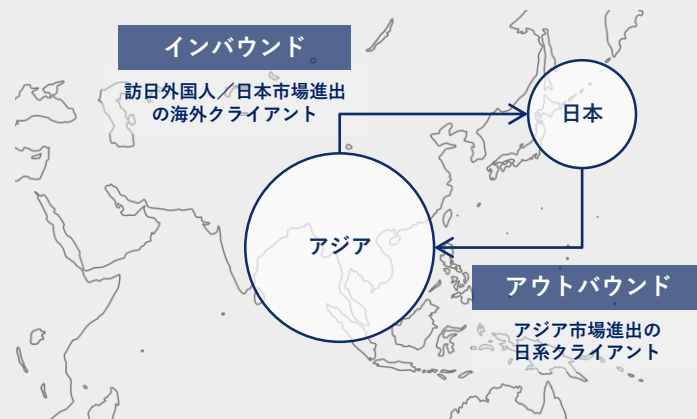
- ・ ポインツグループとWILDの事業連携
- ・ 現地の大手広告代理店との差別化要素の構築

M&A・アライアンスによる展開地域・サービスの拡充

- ・ WPPグループやPROIとの連携
- ・ M&Aなどによる、タイなど東南アジア各国への拠点拡大
- ・ オセアニア、インド、中東地域でのパートナー企業の開拓

インバウンド・アウトバウンド

- ・ 国内営業拠点の拡大
- ・ 海外リリース配信などサービスの開発や強化



グループ企業価値の最大化、業界最高水準の働きがい・成長機会の提供

グループ経営力の強化

- ・次世代経営人材の指名・育成
- ・グループ内における人材交流の活性化
- ・グループ経営の管理体制の強化
- ・経営環境の変化に対応

経営環境の変化に対応した構造改革や強靱なビジネスモデルの再構築

サステナビリティ経営の推進

- ・クライアントのサステナビリティ・コミュニケーション支援
- ・次世代人材の育成

自社でのサステナビリティの取り組みに加え、クライアントのサステナビリティ・コミュニケーションを本業の力で支援

慶應大学寄附講座「広報・PR論」などを通じた次世代人材の育成

人的資本の拡充

- ・人材の採用/教育制度/スキル習得

専門性の高い人材の採用、成長を促進させる教育制度、多様な手法など広範なスキルの習得

- ・新しい給与体系・評価体系の導入

競争力のある給与体系、成果に応じた評価体系の導入

- ・多様な働き方への対応を採用/検討

ハイブリッド勤務、時間単位での有給取得、ジョブローテーションや公募制度、フレックス、副業、遠隔地勤務など

- ・エンゲージメントサーベイなどの導入による組織力強化

- ・イノベーションの創出

社員の自主性や多様性を活かしたイノベーションの創出

03 —●— 数值計画



	2024年8月期 実績		2027年8月期 目標
売上高	68.9億円	45%増	100億円
営業利益	5.7億円	92%増	11億円
ROE	4.6%	76%増	8.0%以上
人員数	353名	30%増	460名
投資計画	M&A		20億円
	新規事業開発投資		10億円

[百万円]		2024年8月期 実績	2027年8月期 目標	増加率 (目標/実績)
コミュニケーションサービス事業 プラップジャパン、プレインズ・カンパニー、旭エージェンシー、 プラップコンサルティング、トランスコネクト	売上高	4,472	5,538	24%増
	営業利益	540	731	35%増
デジタルソリューション事業 プラップノード、プレジジョンマーケティング	売上高	830	1,493	80%増
	営業利益	14	206	1,294%増
海外事業 プラップチャイナ、プレインズチャイナ、Prap Asia、ポイントジャパン、 PRAP Points Singapore、Wild Advertising & Marketing	売上高	2,162	2,745	27%増
	営業利益	71	204	187%増
M&A	売上高	—	1,000	—
	営業利益	—	0	—
連結修正	売上高	▲ 579	▲ 778	—
	営業利益	▲ 53	▲ 42	—
グループ計	売上高	6,885	10,000	45%増
	営業利益	572	1,100	92%増

2005年の上場以来、一度も減配せず19期連続で安定配当を実施

従来の安定配当方針を継続し、**累進配当**※を導入

※原則として減配せず、配当維持もしくは増配を行う配当政策

1株当たり配当金の推移（円）



2024年8月期(54期)の配当については、2024年11月の株主総会で確定

- 本資料は当社をご理解いただくために作成したものであり、当社への投資勧誘を目的とするものではありません
- 本資料の作成には十分に注意を払っていますが、その正確性や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などについては、その理由の如何に関わらず、当社は一切責任を負うものではありません
- 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、事業環境の変化などの様々な要因により、実際の業績は、将来の見通しとは大きく異なることがあり得ます

お問い合わせ

株式会社プラップジャパン 経営企画室

TEL : 03-4580-9125 Email : ir_info@ml.prap.jp

