

# 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

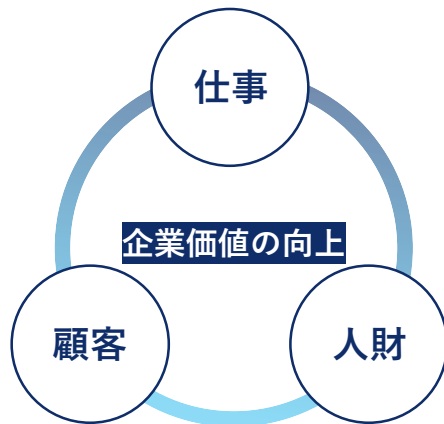
世の中を良くする仕事  
あたらしい常識をつくる仕事

### 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



危機管理広報



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

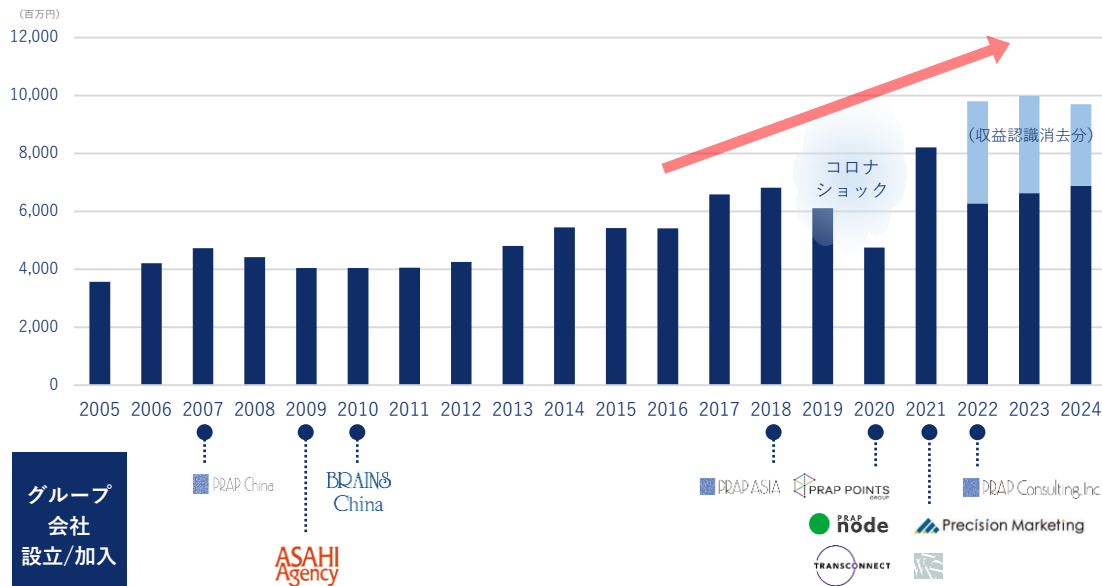
常にメディアの声を聞いているコンサルタント複数名でチームを組成  
企画立案から実行までワンストップでクライアント企業の広報活動をサポートします  
(このような業務体制はプラップグループ全体にも共通する姿勢です)

### 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  
「ケロック 毎日朝ごはんプロジェクト」の実施



クライアント 日本ケロック合同会社 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

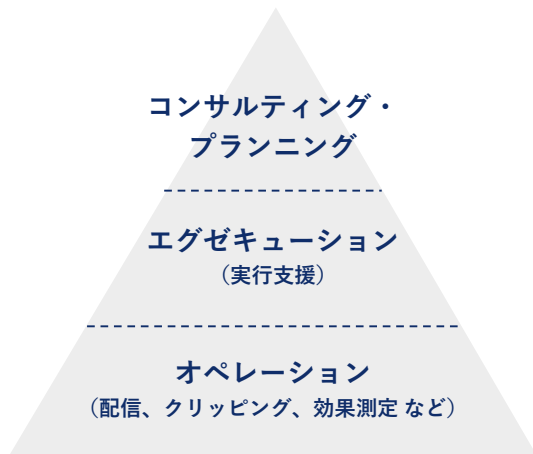
PURPOSE

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

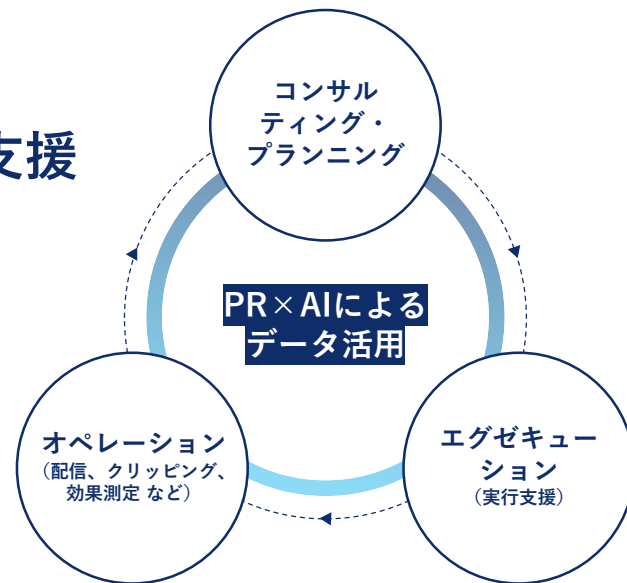
従来

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

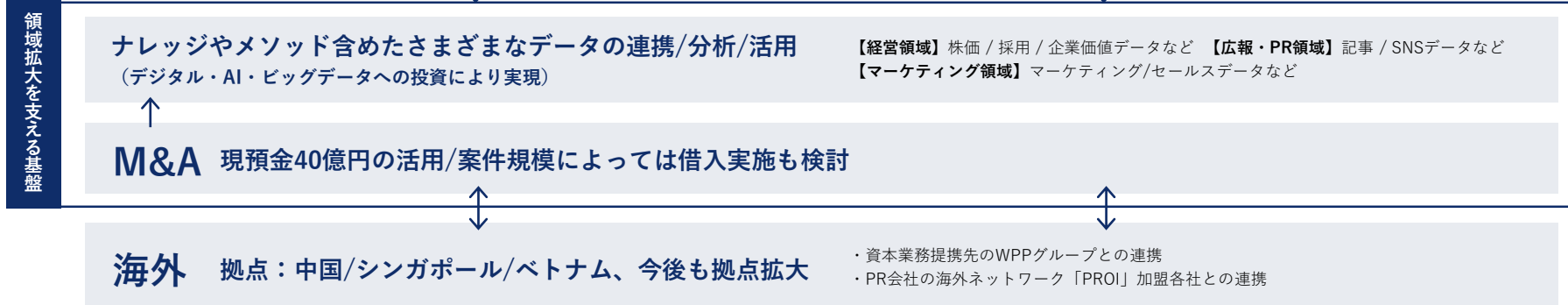
50年以上蓄積してきたナレッジやメソッドなどのデータの活用や連携、またデジタルやAIに対する投資を促進して、  
既存事業の生産性向上と新規サービスの開発を実現

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

#### 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

#### 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

#### 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

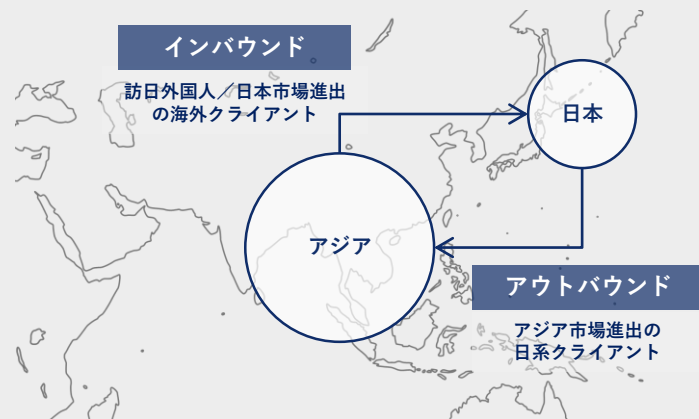
- ・ ポインツグループとWILDの事業連携
- ・ 現地の大手広告代理店との差別化要素の構築

### 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	4.5%	77%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

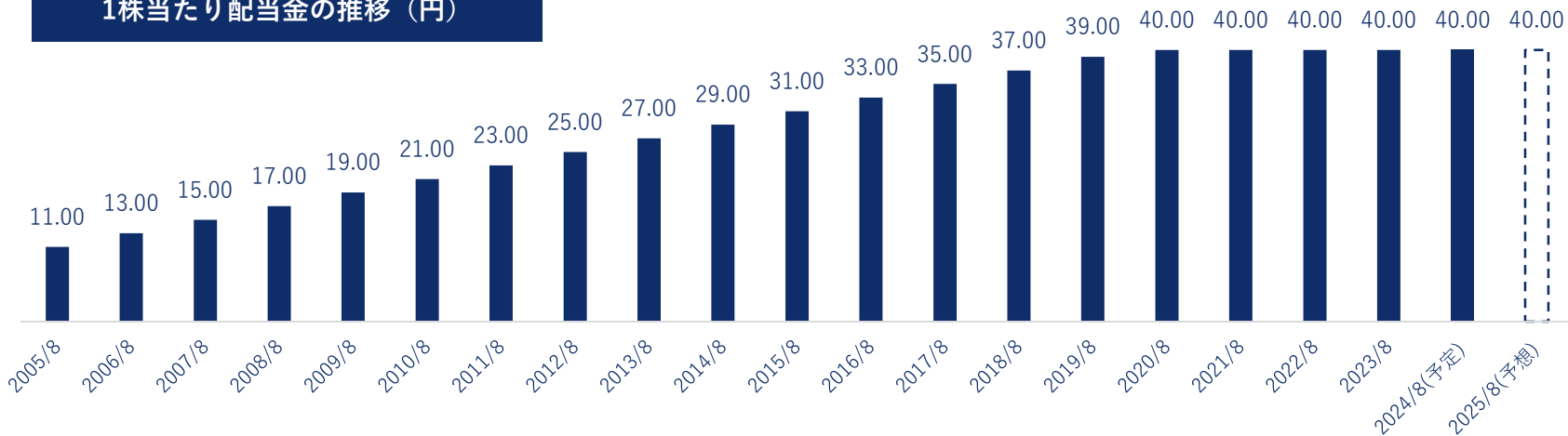
[百万円]		2024年8月期 実績	2027年8月期 目標	増加率 (目標/実績)
コミュニケーションサービス事業 プラップジャパン、プレインズ・カンパニー、旭エージェンシー、 プラップコンサルティング、トランスコネクト	売上高	4,472	5,538	24%増
	営業利益	540	731	35%増
デジタルソリューション事業 プラップノード、プレジジョンマーケティング	売上高	830	1,493	80%増
	営業利益	14	206	1,294%増
海外事業 プラップチャイナ、プレインズチャイナ、Prap Asia、ポイントジャパン、 PRAP Points Singapore、Wild Advertising & 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](mailto:ir_info@ml.prap.jp)



 PRAD JAPAN, Inc.