

ブラップジャパンとプレジジョンマーケティングが組織統合

—PRとデジタルマーケティングの専門性を結集し、クライアントへの提供価値をさらに拡大—

PR発想であらゆるコミュニケーション活動を支援する、株式会社ブラップジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木 勇夫、以下 ブラップジャパン）は、2026年9月25日開催の取締役会において、完全子会社である株式会社プレジジョンマーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役：高崎 青史、以下 プレジジョンマーケティング）を吸収合併により組織統合することを決議し、同日、合併契約を締結しました。本統合は、2026年12月1日付で実施します。

プレジジョンマーケティングは、2007年の設立以来、デジタルマーケティングのコンサルティングや運用型広告、SNS運用などを通じて、クライアントの事業成長を支えるサービスを提供しています。戦略立案から施策の実行、効果検証、改善までを一貫して支援できる専門性を強みとしています。2020年にブラップグループへ参画して以降は、ブラップジャパンが培ってきたPRの知見と、プレジジョンマーケティングが持つデジタルマーケティングの専門性を掛け合わせ、両社でクライアントのコミュニケーション課題の解決に取り組んできました。PRによって企業や商品への理解と信頼を育み、デジタルマーケティングによって情報を必要とする人へ届け具体的な行動につなげる、という両社の機能は、相互に補完し合う関係にあります。これまでに、「採用SNS向けデジタルPRサービス」や、ヘルスケア領域におけるPRから広告・SNS運用までの一体的な支援など、両社の強みを活かした取り組みを進めてきました。

生成AIの普及をはじめ、クライアントを取り巻くコミュニケーション環境は急速に変化しています。生活者との接点や情報の届け方が多様化するなか、クライアントの課題も複雑化しています。企業や商品の認知を高めるだけでなく、生活者との継続的な関係を構築し、購買や利用などの具体的な行動につなげるところまでを見据えた支援が求められています。こうした変化に対応するため、2026年7月には、両社のメンバーが参画する専門組織「PRAP AIO & Communication Lab」を設立し、AIO（AI最適化）領域のコミュニケーションに関する研究・支援や、生成AI時代に対応した新たなサービスの開発を進めています。

本統合により、変化するコミュニケーション環境に対応したサービスの開発と提供をさらに加速するとともに、PRとデジタルマーケティングの連携を深めます。コミュニケーション戦略の立案から施策の実行、効果検証、改善までを一体的に支援し、クライアントの多様なニーズに応える体制を強化します。また、組織や管理機能を一体化することで、意思決定の迅速化と業務運営の効率化を図ります。創出した経営資源をサービス開発や人材育成に活用し、クライアントへの提供価値と収益力の向上につなげます。

ブラップジャパンは今後も、PR発想を軸にデジタルマーケティングやテクノロジーの専門性を融合し、多様化する課題に寄り添ったコミュニケーションサービスの提供を通じて、クライアントの事業成長と企業と社会とのより良い関係づくりに貢献してまいります。

ブラップジャパン 代表取締役社長 鈴木 勇夫からのコメント

コミュニケーションの手段や生活者の情報行動が変わり続けるなか、PR会社も従来の役割にとどまることなく、自らの事業と組織を進化させ続ける必要があります。ブラップグループは、PR発想のコミュニケーションコンサルティング・グループとしての力を強化するため、2020年にプレジジョンマーケティングにグループへ参画いただきました。以来、同社の

高い専門性に加え、変化を捉えて新たな手法に挑戦する姿勢や、クライアントの成果に真摯に向き合う力を実感してきました。

ブラップグループは、中期経営計画において「広報PR・マーケティング・経営」の3領域と「コミュニケーション、デジタル、海外」の3セグメントの強化を掲げています。今回の統合は、マーケティング領域の成長を加速させ、ブラップジャパンが次のステージへ進むための重要な一歩だと考えています。異なる専門性や経験を持つ社員が同じ組織の中で学び合い、それぞれの力を発揮することで、これまでの枠にとらわれない発想や挑戦が生まれると確信しています。互いが培ってきた強みや文化を大切にしながら、変化を新たな価値に変え、クライアントとともに成長し続ける会社を目指してまいります。

プレジジョンマーケティング 代表取締役 高崎 青史からのコメント

広告業界の再編や生成AIの普及、インハウス化の進行など、今、マーケティング支援会社の在り方が根底から問われています。同時に、従来の刈り取り型広告はサチュレーションを迎え、手法の部分最適では通用しない限界が来ています。運用型広告は地上波やコネクテッドTVへと広がり、改めて『認知や想起』の重要性が高まる中、デジタルマーケティングの本質は、データを読み解き、PRと広告の垣根を越えた“コミュニケーションの全体最適の絵”を描いて実行し切ることにあります。

本統合は、まさにその体制を完成させるものです。私たちが培ってきたデジタル領域の専門性をブラップのPRの力と完全融合させ、グループ中期経営計画に掲げる『マーケティング領域への拡大』を強気に牽引し、クライアントの事業成長に貢献してまいります。

ブラップジャパンとは

株式会社ブラップジャパンは、PR発想で企業や団体のコミュニケーション活動を包括的にサポートする、コミュニケーションコンサルティング・グループです。1970年に総合PR会社として創業して以来、多様な価値観の世の中において「あらゆる関係性を良好にする」というミッションを軸にビジネスの領域を広げてきました。日本・中国・東南アジアに拠点をもち、コミュニケーション分野に専門性を持った複数のグループ会社と連携しながら、これまでの「当たり前」にとらわれず、社会の視野を広げるコミュニケーションで課題を解決しています。

ブラップジャパン URL : <https://www.prap.co.jp/>

ブラップグループ URL : <https://www.prapgroup.com/>

【 本件に関するお問い合わせ先 】

株式会社ブラップジャパン 経営企画室 広報担当

Email: ir_info@ml.prap.co.jp