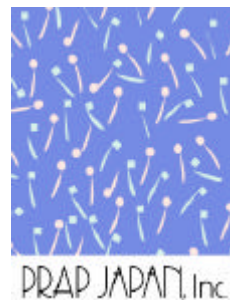




# 会社説明会資料



2005年7月

株式会社 プラップジャパン

# フラッグ日本の概要

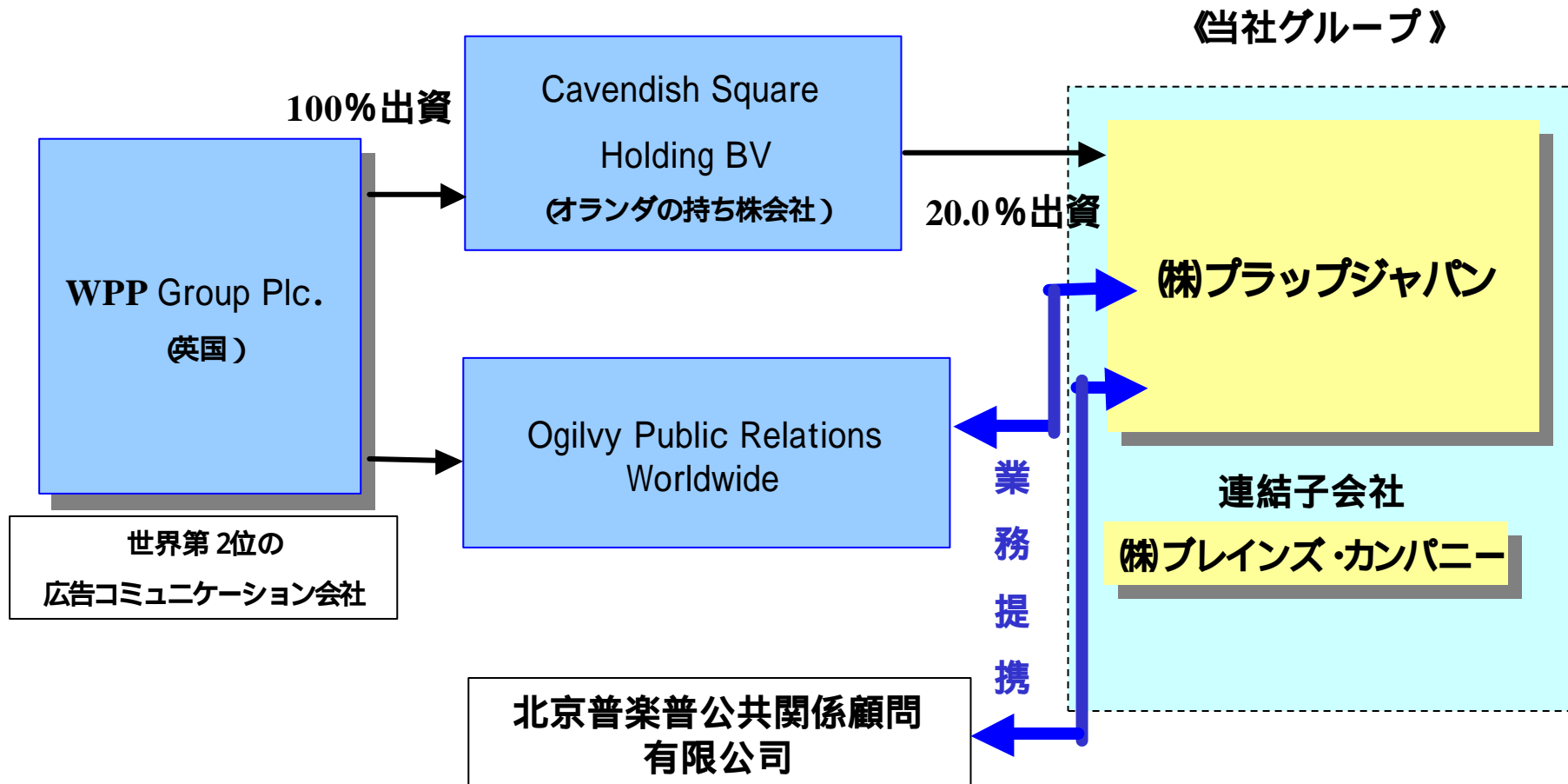


# 会社概要

社名	株式会社 プラップジャパン PRAP Japan, Inc.
所在地	東京都渋谷区渋谷2-12-19
設立年月	1970年9月9日 (8月決算)
事業内容	企業の広報活動の支援・コンサルティング業務を中心としたPR事業
代表	代表取締役社長 矢島 尚
資本金	4億70百万円 (2005年7月8日現在)
連結売上高	33億円 (34期/2004年8月期)
連結経常利益	3億25百万円 (34期/2004年8月期)
連結従業員数	179名 (2005年4月30日現在)
連結子会社	株式会社ブレインズ・カンパニー
業務提携会社	オグルヴィ・パブリック・リレーションズ・ワールドワイド (WPPグループ) 北京普樂普公共關係顧問有限公司

# WPP Group Plc.との関係

## ■ 米国オグルビーPRとの業務提携による総合提案力の向上



# プラットフォームの事業内容



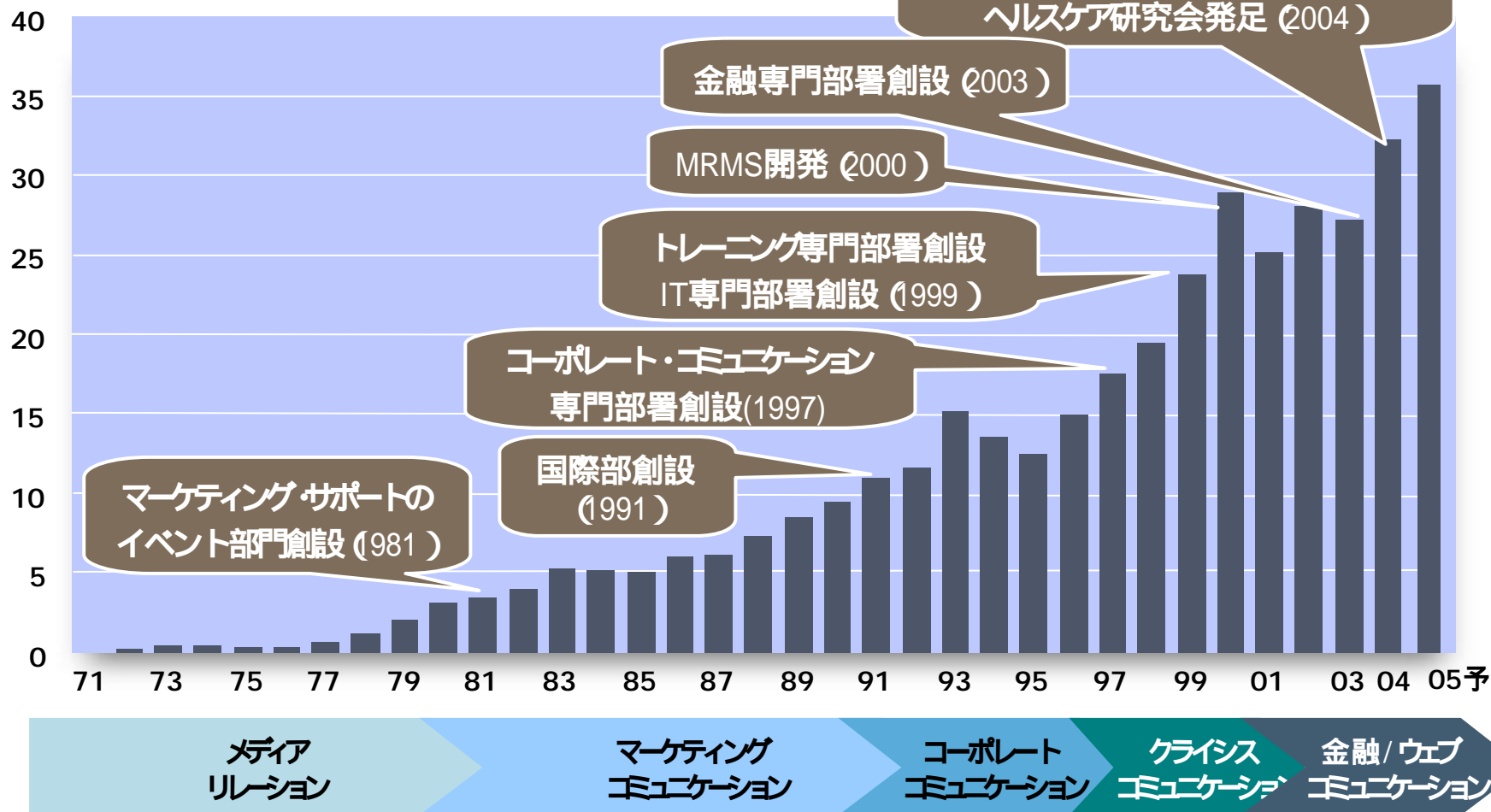
# 今、なぜ広報・PRか

## プラップジャパンのサービス・メニュー例

危機発生時	危機発生時の発表前コンサルティング、発生後のマスコミ対策
経営戦略実行時	経営戦略実行時のメッセージ・コントロール、メディア対応等
社長交代時	社長交代時のトップの好イメージの創出、期待感の醸成等
新製品導入時	新製品発売の話題創出によるマスコミでの露出、認知拡大
M&A時	新ブランドのメッセージ構築、社内コミュニケーション
日本上陸時	外資系企業の日本上陸時におけるマーケティング活動サポート
その他	コーポレート・ブランディング、マーケティングサポート他

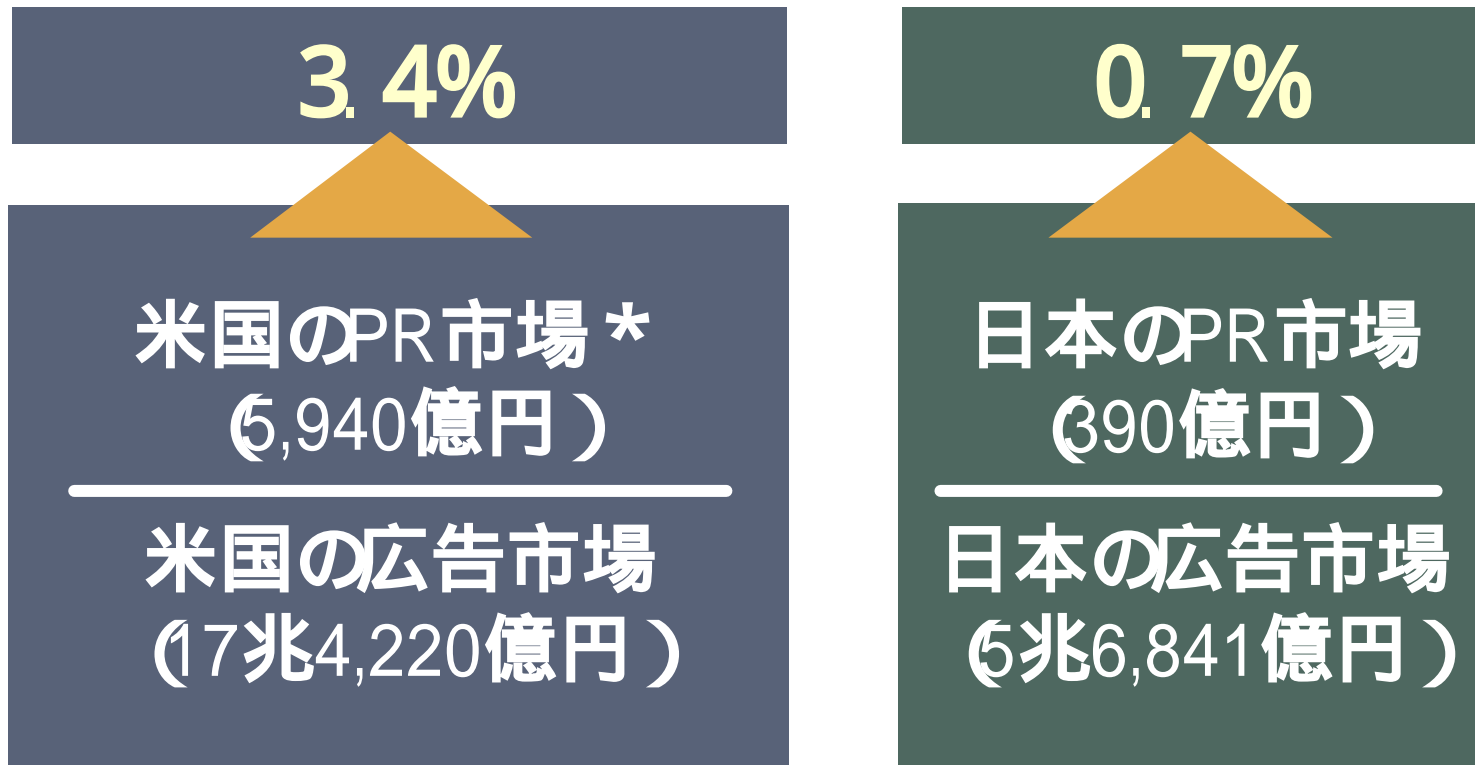
# ニーズを先取りして高付加価値サービスを開拓

設立来売上高の推移 (億円、年度ベース)



# 広告市場との規模比較

## PRビジネス先進国米国との市場規模比較 (2003年)



(注) \* は2002年、\$ 1 = ¥110で換算

(出所) US Council of PR Firms、Zenithoptimedia、電通、UFJ総研



ケース①

啓発活動

# XYLITOL キシリトール

1997年4月～現在



# 背景と戦略・メッセージ



## XYLITOL キシリトール

- フィンランド生まれの天然素材甘味料
- 1997年5月食品添加物の指定
- フィンランド歯科医師会、他北欧、英国歯科医師会が推奨



ミュータンス菌の成長を抑制 / 虫歯予防機能 / 機能性甘味料

広告 薬事法の規制により 「虫歯予防機能」は言えない

PR XYLITOLの“力”をPRにて訴求する

メッセージ

- 虫歯は予防できる感染症
- 食後にXYLITOL入りのガムを噛むことで、簡単に虫歯予防ができる

# 数多くのメディアに幅広い露出

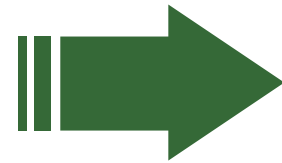


DIME 1997年10月2日号

読売新聞 夕刊・1997年12月6日付

# 効果測定

ローンチ1年後の  
XILYTOLの認知度



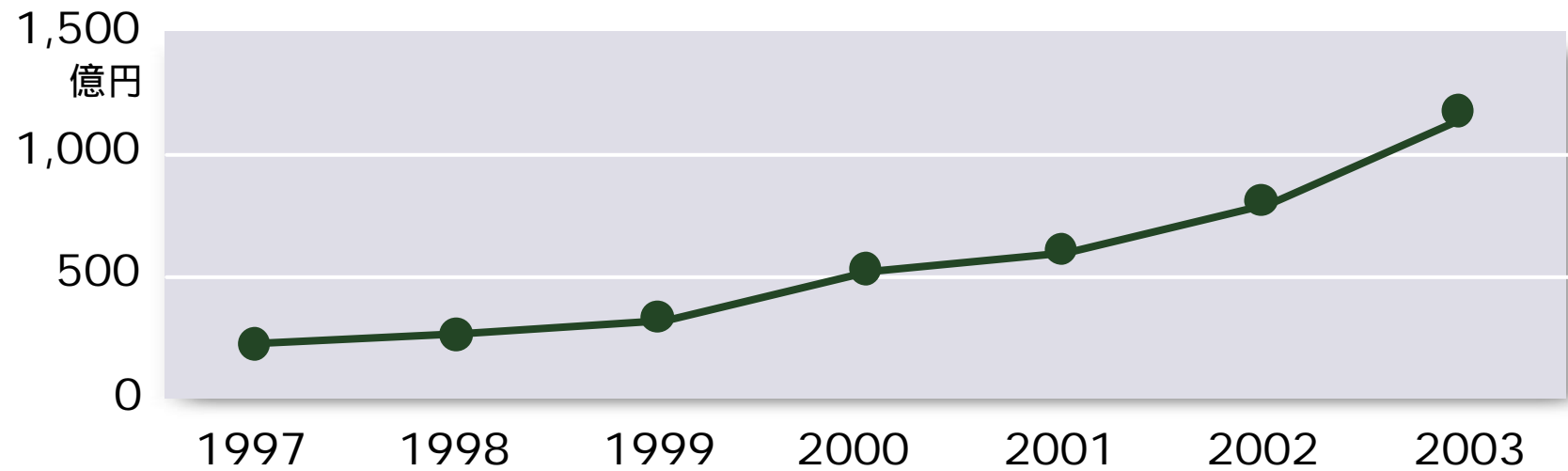
**91%** (1998年)

広告換算 (単位 :千円)

	1997	1998	1999	2000
TV	987,390	1,458,852	652,302	535,130
ラジオ	56,537	-	-	-
新聞	227,216	143,898	28,838	109,943
雑誌	56,579	33,905	30,499	38,469
専門誌・業界紙	24,920	9,323	6,067	7,362
Total	1,352,642	1,645,978	717,706	690,904

# 効果測定

## キシリトールガム売上推移



出典日本チューインガム協会

ケース②

# メディアトレーニング



# 高まるインタビュー対応力の必要性



# メディア トレーニングの手法と効果

## 1 シミュレーションによる疑似体験

目的に応じた実践形式の模擬インタビュー/模擬会見を経験することによりマスコミ対応のノウハウを習得



## 2 プレイバックによる自己認識

ロールプレイ実施時のビデオ映像を客観的にトレーニーが(受講者)見るため、自身の問題点を自己認識できる

## 3 専門家のクリティークによる自己修正

コミュニケーションにおけるトレーニーの問題点をCritique (批評)で指摘すると同時に自己修正できるようアドバイス



# フラッグジャンンの特長

## 企業ニーズに応じたプログラム

- トレーニング・チームと担当AEの連係により、企業のニーズや目的に応じたプログラムを提供
- 英語によるトレーニングが実施可能



## トレーニング専用施設を完備

会見やインタビュー、プレゼンテーションなど各種トレーニングに対応可能な専用室を設置（TV放送用撮影機材使用）

## 専門チームによる運営

メディア・トレーニングの専任チームが数多くの実績・ノウハウを基に運営



### 急増するニーズ

### 件数

33期（2003年8月期）

59

34期（2004年8月期）

63

35期（2005年8月期 予想）

139

# フラッグ日本の強み



# フラッグシップの強み

## 持続的成長を支える5つの特長

1. 高収益構造
2. 安定的かつリスク分散型顧客構成
3. 専門性の高い人材
4. 徹底したナレッジ・マネジメント
5. 良好な財務内容

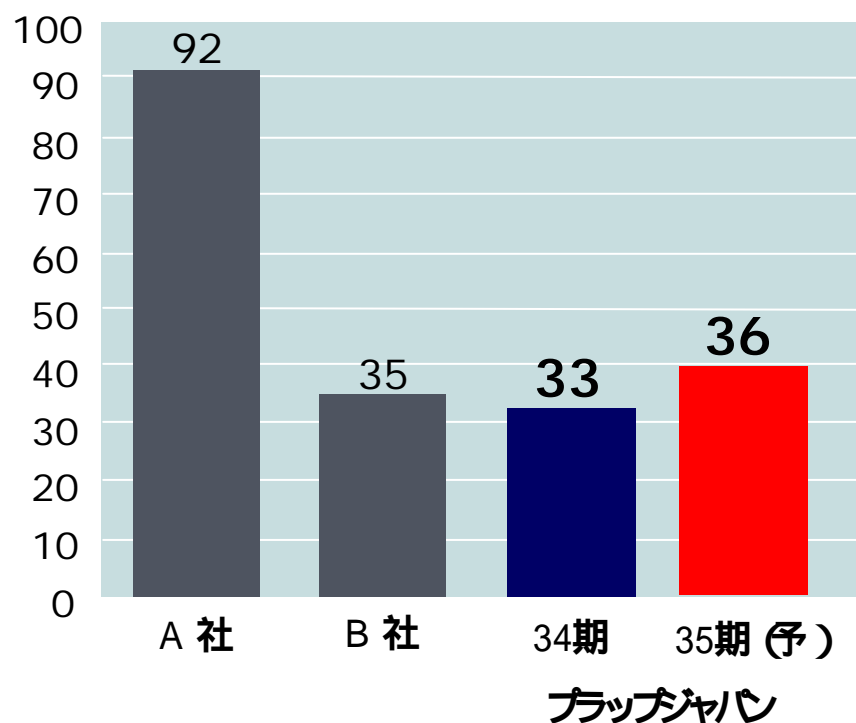
# 1. 高収益構造 収益性指標

## 収支状況 (連結)

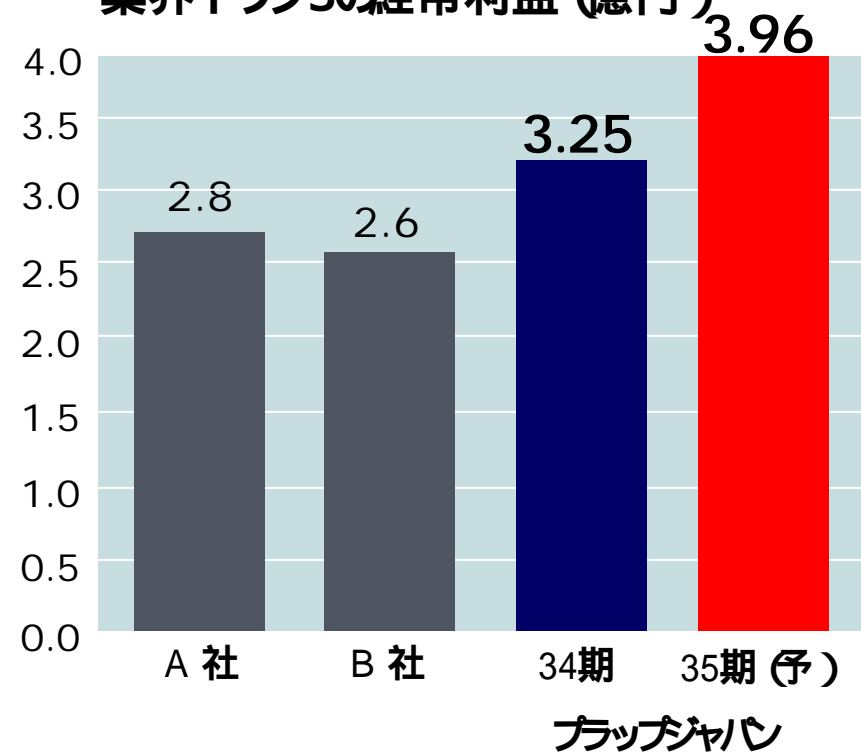
	33期 (2003/8期)	34期 (2004/8期)	前期比
売上高	2,869百万円	3,300百万円	+15.0%
経常利益	210百万円	325百万円	+54.7%
当期純利益	116百万円	185百万円	+59.4%
売上原価率	78.5%	76.1%	-
一株当たり当期純利益	242.13円	398.43円	+64.5%
自己資本利益率	14.2%	19.6%	-

# 1. 高収益構造 経常利益は業界トップ

業界トップ3の売上高 (億円)



業界トップ3の経常利益 (億円)

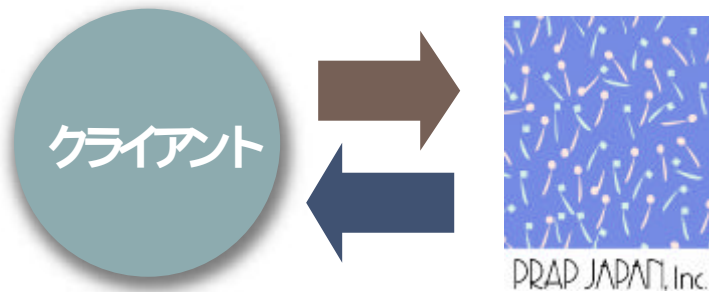


出所：UFJつばさ研究所、連結ベース  
各社、直近年度数値

# 1. 高収益構造 直接取引がもたらす高い利益率

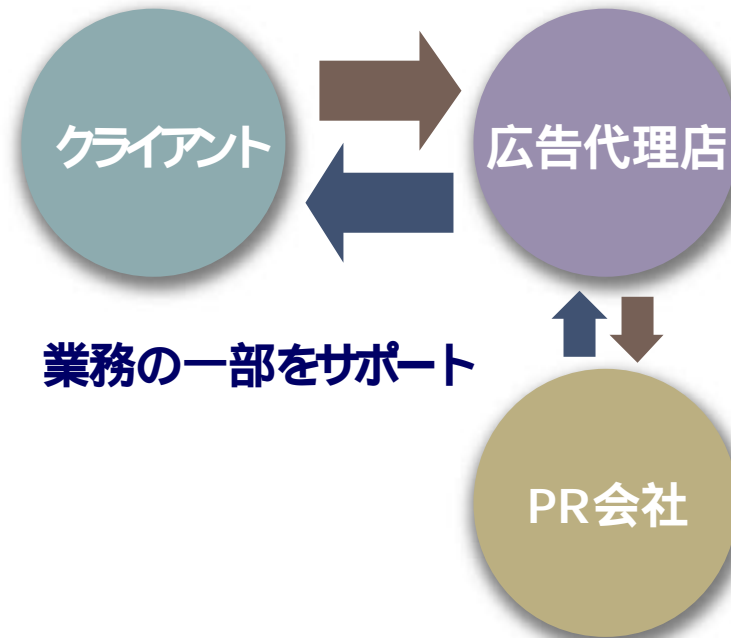
フラップジャパンの取引の約95%はクライアントとの直接取引

## 直接契約



包括的サービスの提供

## 代理店経由

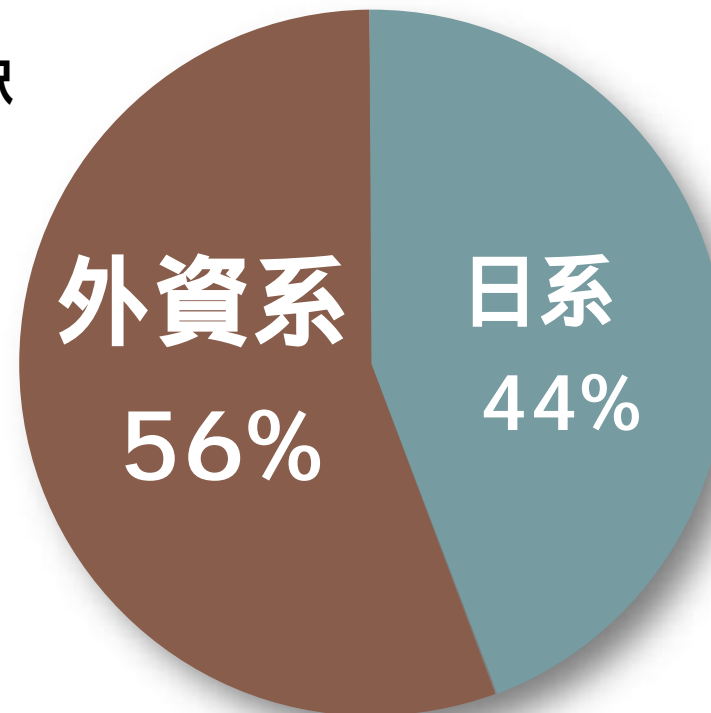


業務の一部をサポート

# 1. 高収益構造 高い外資系企業比率

経営戦略の一環としてコミュニケーションを重視する  
外資系企業顧客の比率が高い

リテイナー顧客件数内訳  
(34期/2004年8月期)

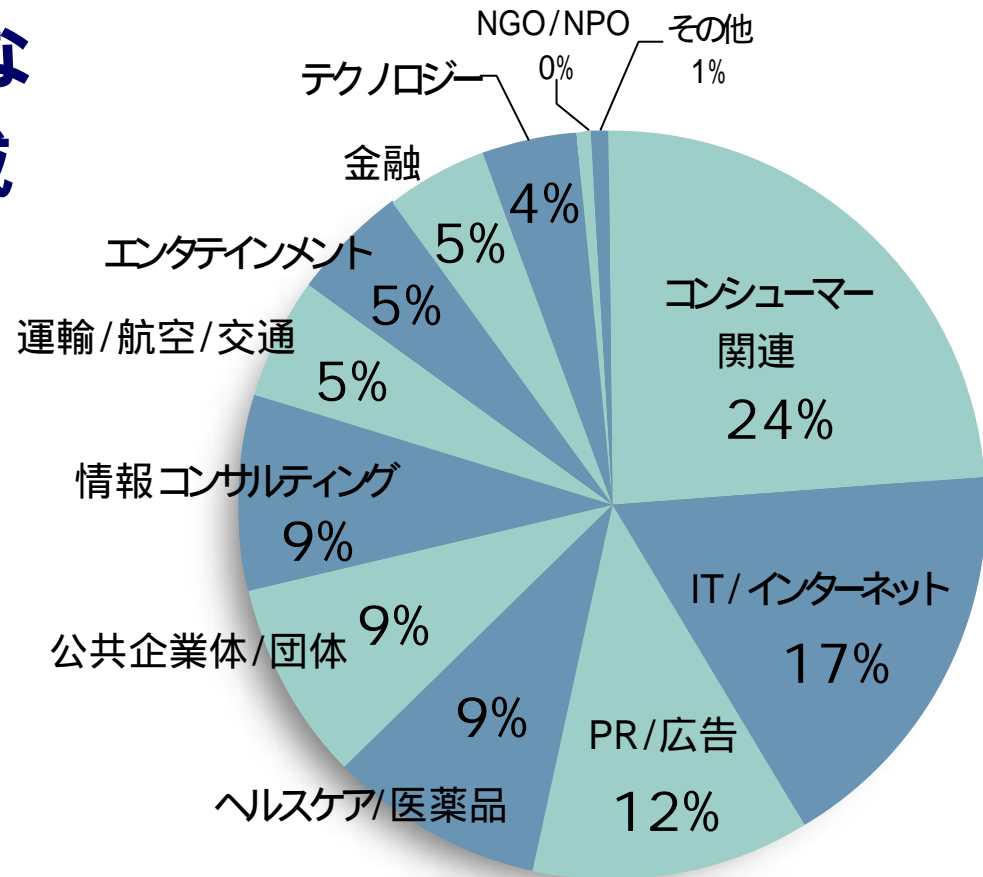


## 2. 安定的かつリスク分散型顧客構成

**安定した顧客基盤と特定の業種に過度に依存しないリスク分散型顧客構成**

現在までの契約年数	顧客数
30年以上	4社
20年～29年	3社
10年～19年	4社
5年～9年	13社

分野別顧客構成 (34期/2004年8月期件数)





### 3. 専門性が高い豊富な人材

#### フラッグジャパンはT字型の人材集団

幅広いコミュニケーション・スキル

企画・立案力、メディア顧客とのリレーションシップ・マネジメント力 等

顧客事業に関する  
深い専門知識

消費財、IT/インターネット、  
医薬品・ヘルスケア、公共企業体、  
運輸/航空/交通、エンタテインメント、  
金融 (M&A/IR) 他

## 4. 徹底したナレッジ・マネジメント メディア情報管理システム



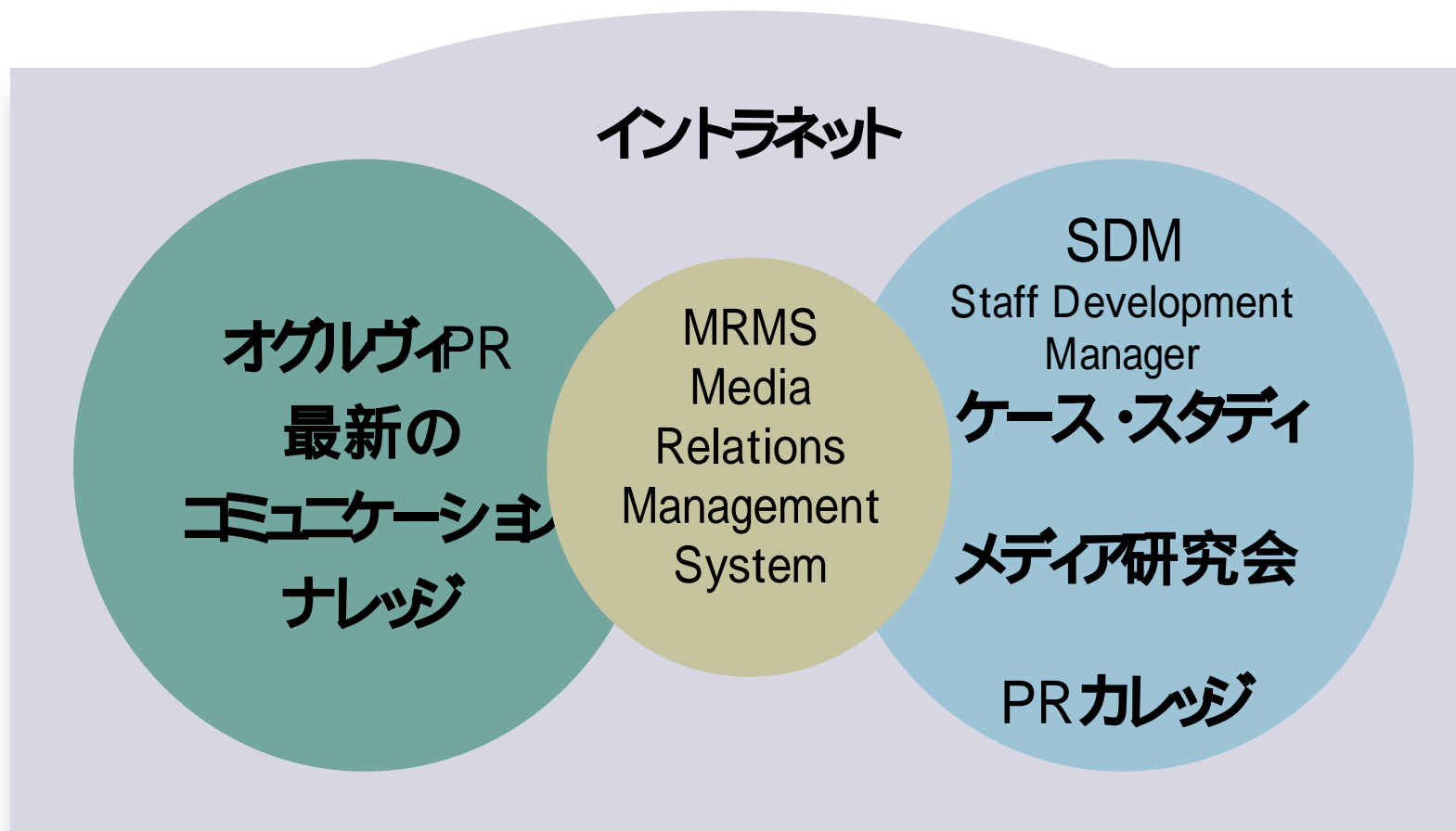
### Media Relations Management System

- メディア情報の統合型データベース・システム。
- スタッフのダイレクトアプローチによる結果・履歴を蓄積。
- 3名の専任スタッフが毎日更新。
- 30以上の業種、約8,000媒体の定量情報/定性情報。

媒体ID	媒体名	コラム名	
1004A	日本経済新聞	Web情報(デジタルとメディア)	内容: 経営の企業HPの
1004A	日本経済新聞	IT向け(デジタルとビジネス)	内容: 最新の製品と情報
1004A	日本経済新聞	テクノロジー	内容: テクノロジー業界、ニュー
1004A	日本経済新聞	大人も子どももビックリ	内容: サイト紹介
1004A	日本経済新聞	お金の未来サイト(NIKKEIプラス1内)	内容: 最新サイト紹介
1004A	日本経済新聞	電脳生活(NIKKEIプラス1内)	内容: アンタリコーナー、ITや
1009A	日経北洋新聞(MJ)	デジタルビジネス	内容: デジタルに関する
1009A	日経北洋新聞(MJ)	eコマース	内容: eコマースに関する
1009A	日経北洋新聞(MJ)	What's New(eコマース内)	内容: 新サイト紹介
1009A	日経北洋新聞(MJ)	サイトチェック(eコマース内)	内容: 新、最新のサイト
3038A	AERA	IT	内容: IT関連の情報・コメント
3040A	産経新聞	スズガレの出版講座 ITニシカ	
3599A	産経新聞	インターネット発掘	内容: 最新のデジタル
4499A	産経新聞	e定食/ビジネス	内容: 最新のデジタル
4499A	産経新聞	e定食/PC	内容: 最新のデジタル
4635A	Hiroko	e-Life	内容: デジタルグッズ、ニュー
4779B	MEMO 男の部屋	男のホーム	内容: 部屋、事でのデジ
4779B	MEMO 男の部屋	memo recommended/digital	内容: デジタル関連の
3815B	LEON	LEON Information	内容: 最新情報、最新のイン
3840A	COM	スーパーIT番房の仕事場	内容: 番房、山根一
3840A	COM	MEMO	内容: MEMO

- 媒体の特性や各種データ
- 媒体のコラム、傾向研究
- 記者クラブ情報

## 4. 徹底したナレッジ・マネジメント 充実した研修・教育体制



## 5.安定した財務内容

### 財務の状況 (連結)

	33期 (2003/8期)	34期 (2004/8期)	前期比
総資産	1,747百万円	1,915百万円	+9.6%
純資産額	867百万円	1,017百万円	+17.3%
自己資本比率	49.7%	53.1%	-
一株当たり純資産額	2,039.77円	2,390.88円	+17.2%
流動比率	230.4%	254.3%	-
有利子負債	0	0	-

An aerial photograph of a city skyline, likely Tokyo, taken from a high vantage point. The sky is a deep, layered blue with scattered white and grey clouds, suggesting a late afternoon or dusk setting. The city below is densely packed with buildings of various heights, with a prominent dark skyscraper in the lower-left foreground. A body of water is visible in the middle ground, reflecting the light from the sky. The overall mood is serene and expansive.

# フラップジャパンの今後の成長シナリオ

# 今後の成長シナリオ

## ■ PR市場の拡大

- CSR (企業の社会的責任) や危機管理意識の向上など、企業を取り巻く環境変化に伴うコミュニケーションニーズ高まり
- PR業界の認知度向上によるクライアントのすそ野拡大

## ■ 高付加価値サービスの提供による業界優位性の確保

- 戦略的 PRの推進
- 専門性の高い豊富な人材が持つポテンシャル

## ■ サービスメニューの拡大

## ■ サービス分野の拡大

## ■ M & A

# PR市場の拡大

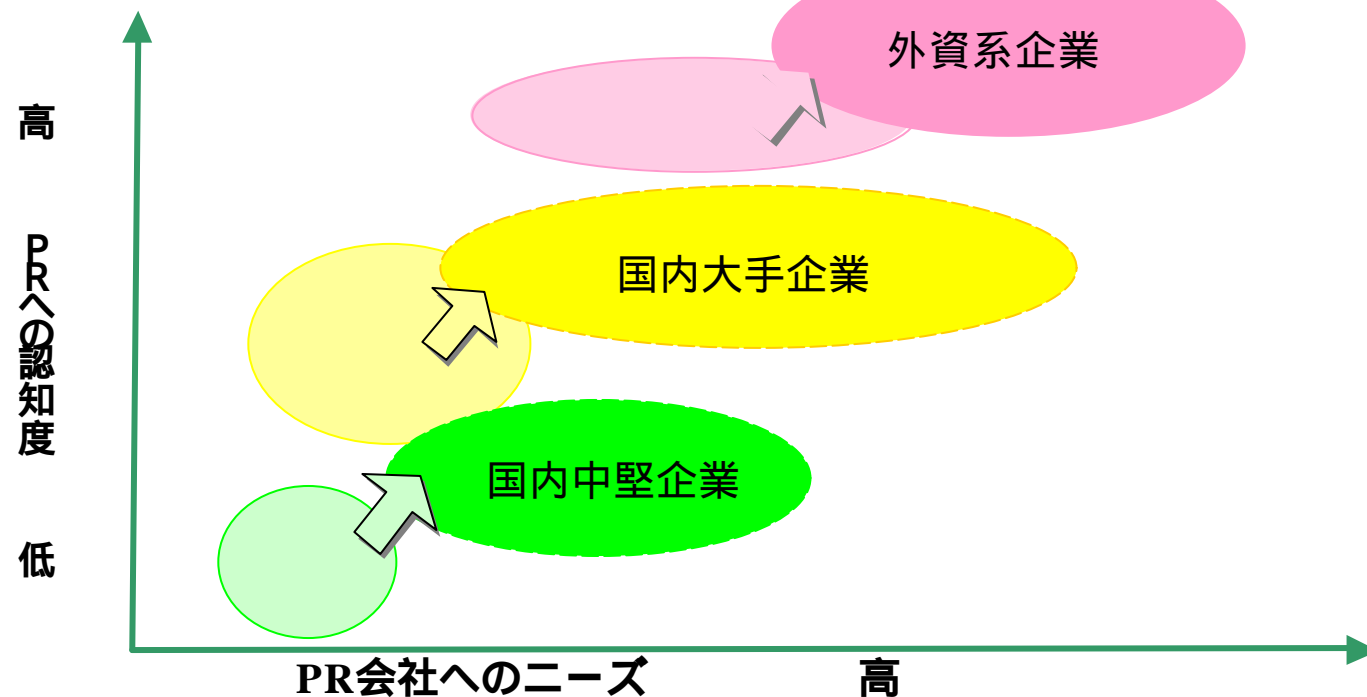
~ コミュニケーションニーズの高まり ~

- CSR (企業の社会的責任)・コンプライアンスに対する意識の向上
- モノ言うステークホルダーの増加
- 広告によるメッセージ訴求力の限界

+

~ クライアントの拡大 ~

- PR会社の上場による認知度向上を背景にしたクライアントの業種 / 規模の多様化
- 新たなコミュニケーション手法の開発



# 戦略的PRを展開し、競合と差別化

- クライアントニーズの把握と的確なソリューションの提供
- 盤石な社内インフラを背景にして戦略的PRを展開
  - 徹底したナレッジマネジメント  
(過去のノウハウをデータベース化)
  - OPRの先進的なPR技術を導入
  - 専門性高い人材



## 戦略的PRの事例

~~製品パブリシティ~~

ペットフードトップシェアA社の課題 : 市場拡大

PRAPの戦略：  
ペット人口の増大

ペット人口増加  
売上増

ペットの飼育可能な集合住宅の啓蒙PR  
(行政、オピニオンリーダー、メディア、マンションメーカー)



# サービス・メニューの拡大

## 今後需要が高まると見込まれる 社内コミュニケーションへの取り組み

1. 企業における従業員満足度 (ES)が、顧客満足度 (CS)と同様に企業の業績に大きな影響を及ぼすとの認識が高まる
2. 企業のグローバル化、M&A増加など、社内コミュニケーションが重要なポイントとなるような事態が山積、今後も増加予想

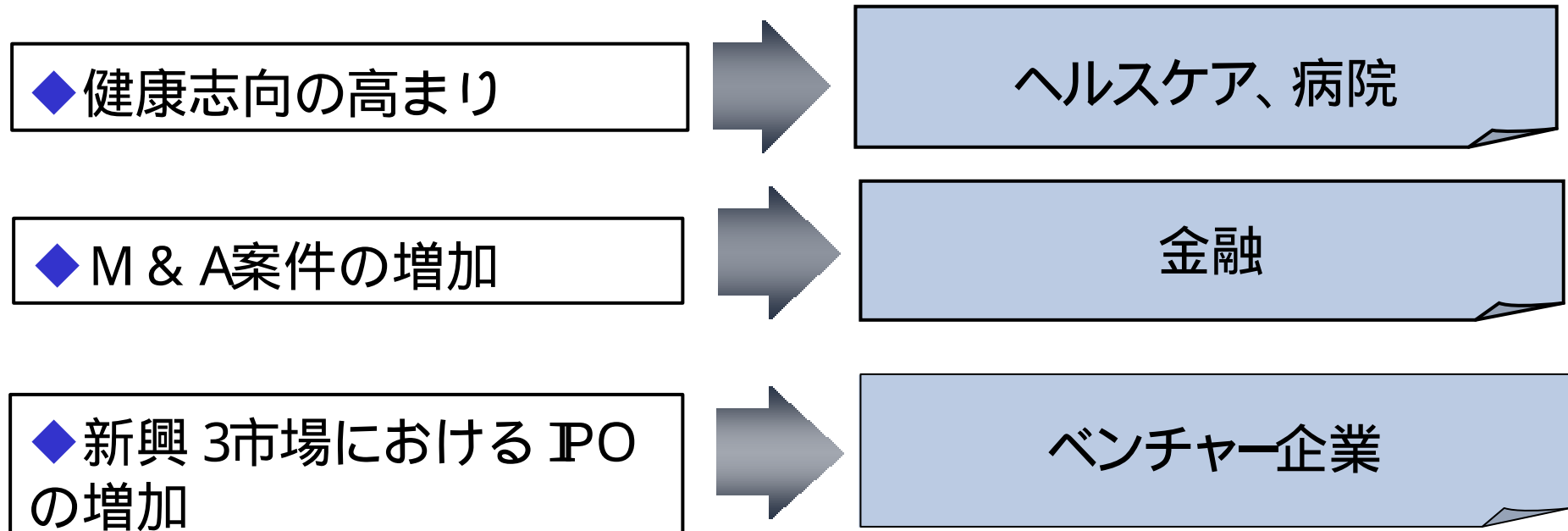


2004年 ワークプレイス・コミュニケーション・サービスを商品化、  
専門チーム編成

2005年 アシレーション・プログラムを商品化

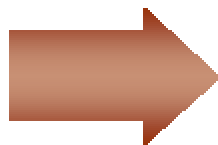
# サービス分野の拡大

フラッグシップが、現在、新たに注力している分野



# M & A

M & Aにより成長を加速



新たな成長に向かって常に前進

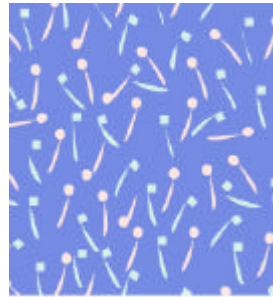
# 本資料お取上げのご注意

- 本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、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については、当社は一切責任を負いません。
- 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、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があります。ご承知おきください。

本資料に関するお問い合わせ

株式会社プラップジャパン  
ir\_info@prap.co.jp

Comprehensive  
Communications  
Solutions



PRAD JAPAN, Inc.

株式会社 プラップ ジャパン