



会社説明資料



PRAP JAPAN, Inc.

株式会社プラップジャパン (2449)

<http://www.prap.co.jp>

2005年7月8日

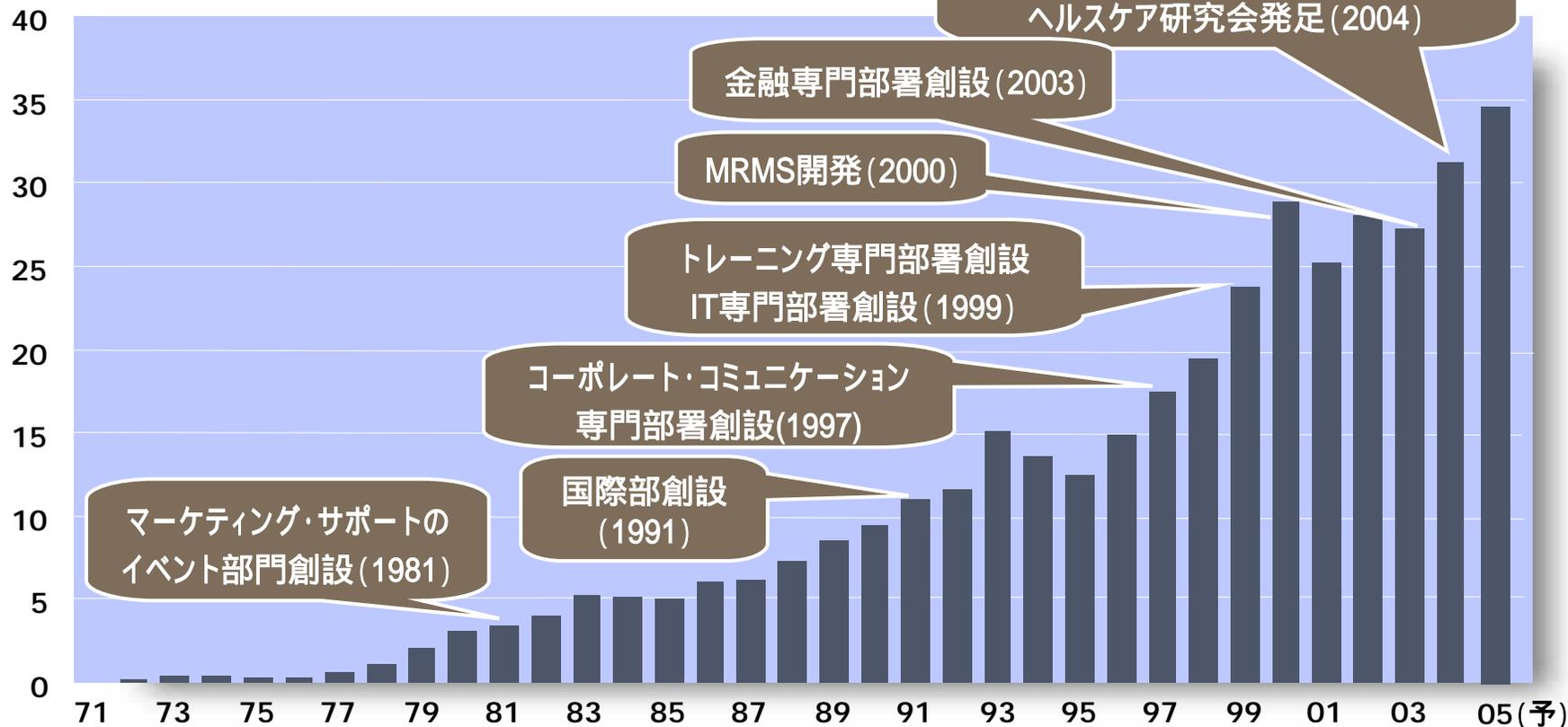
今、なぜ広報・PRか

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

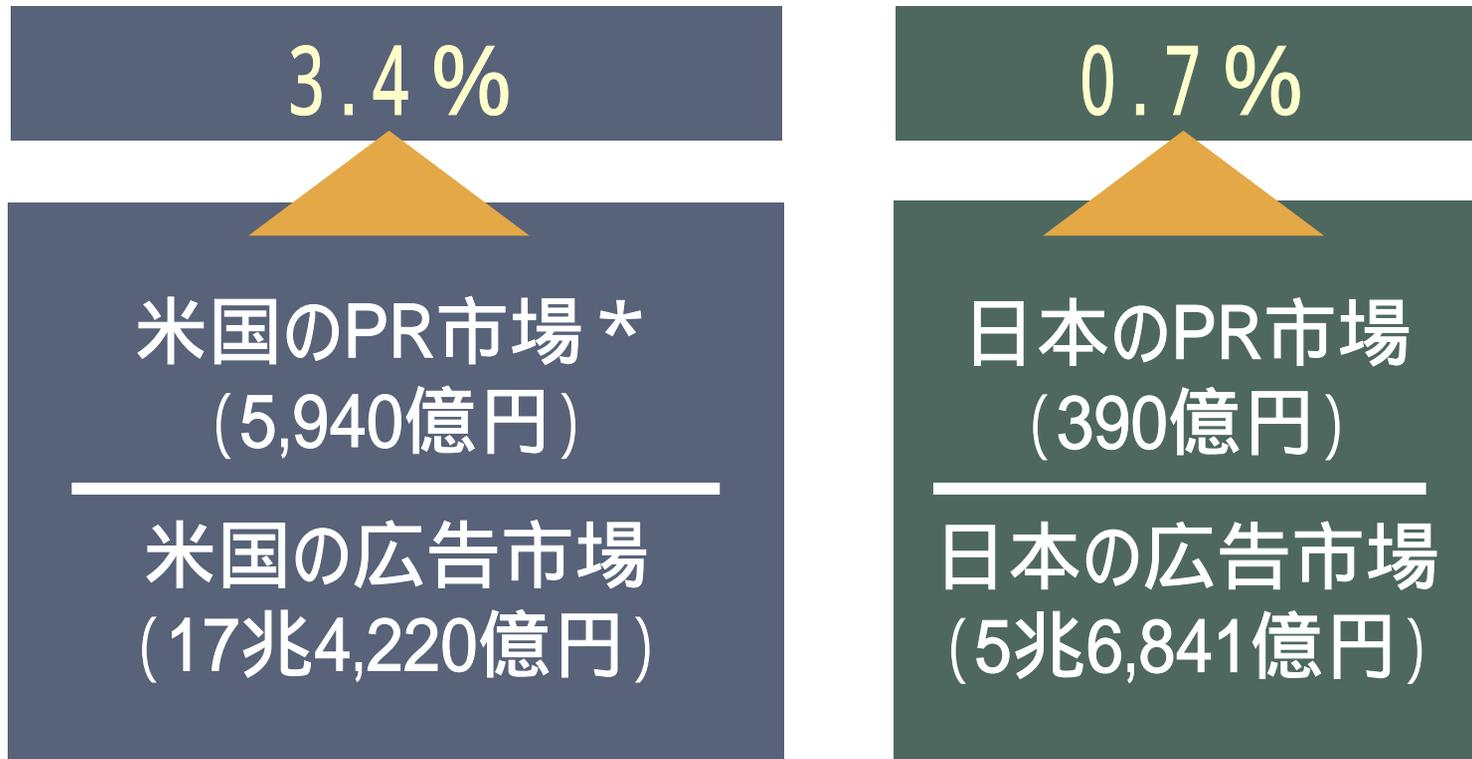
ニーズを先取りして高付加価値サービスを開拓

設立来売上高の推移 (億円、単体年度ベース)



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)



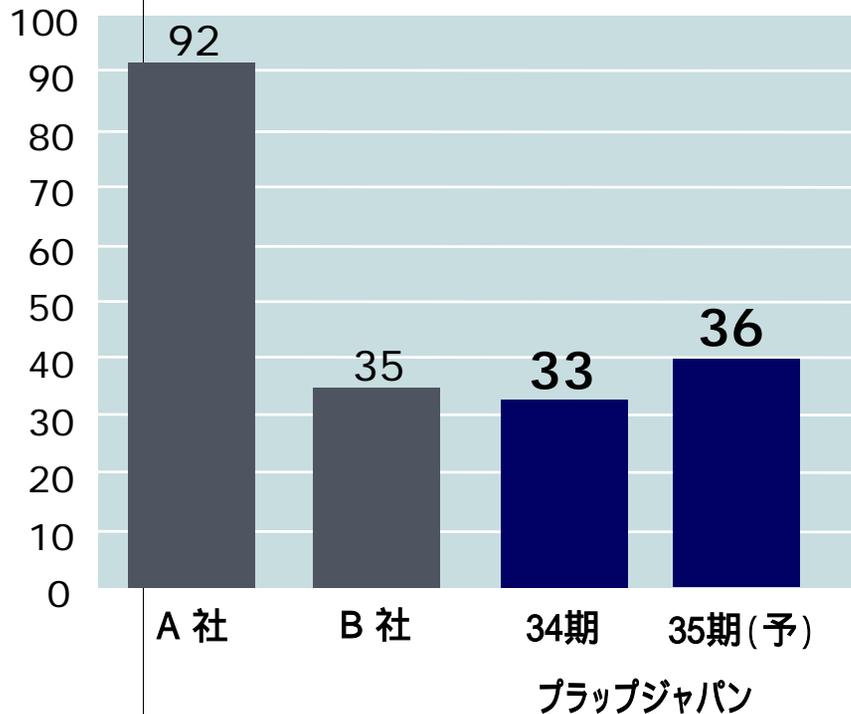
(注) * は2002年、\$ 1 = ¥ 110で換算

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

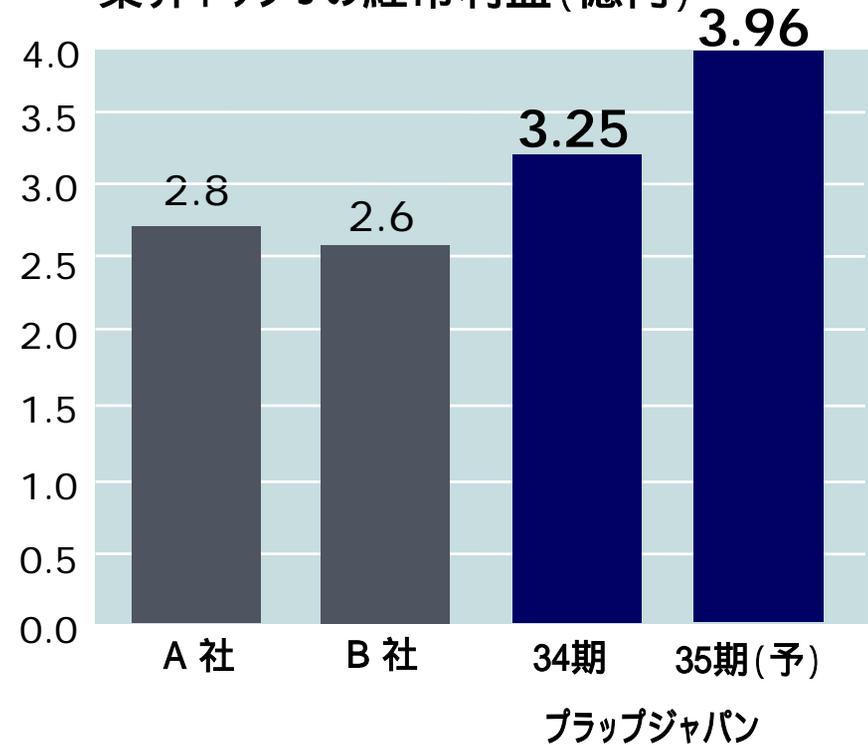
欧米では広告市場に比べて、PR市場の伸びが高い

プラップジャパンの強み - 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)

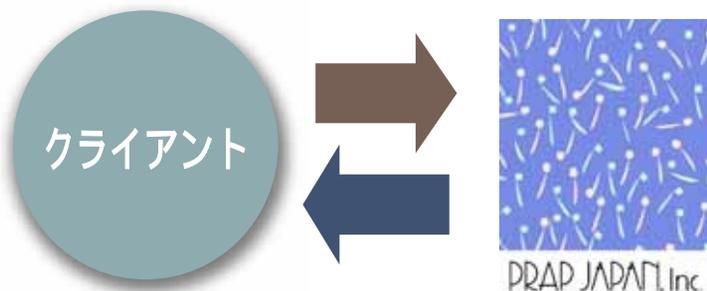


出所: UFJつばさ研究所、連結ベース
各社、直近年度数値

プラップジャパンの強み - 直接取引がもたらす高い利益率

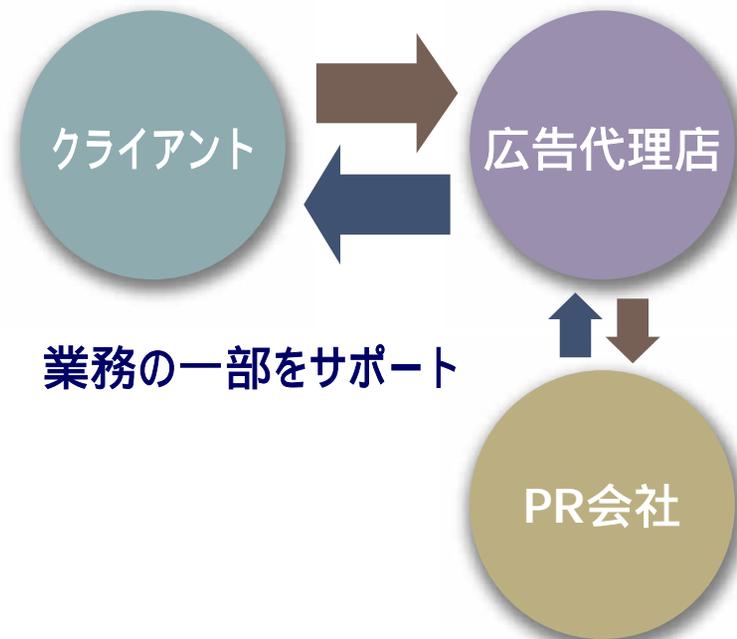
プラップジャパンの取引の約95%はクライアントとの直接取引

直接契約



包括的サービスの提供

代理店経由

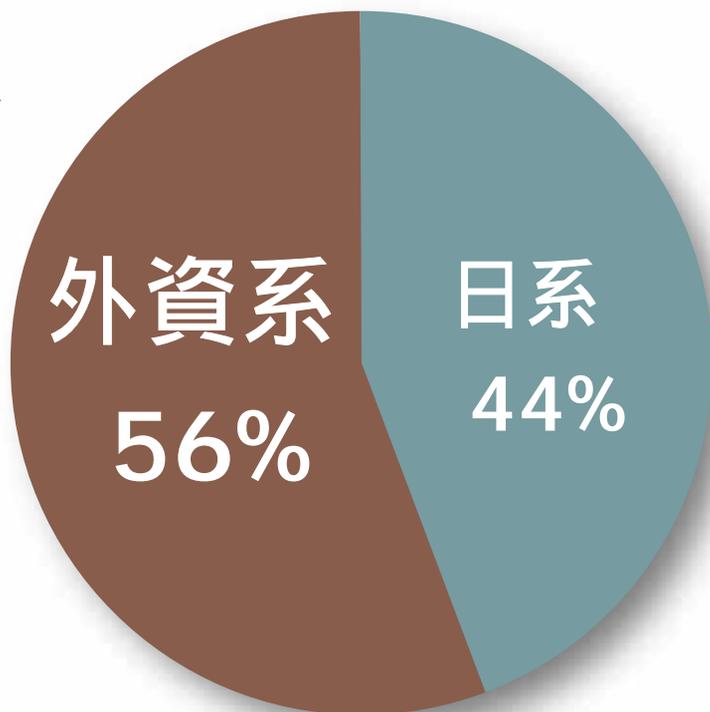


業務の一部をサポート

プラップジャパンの強み - 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)

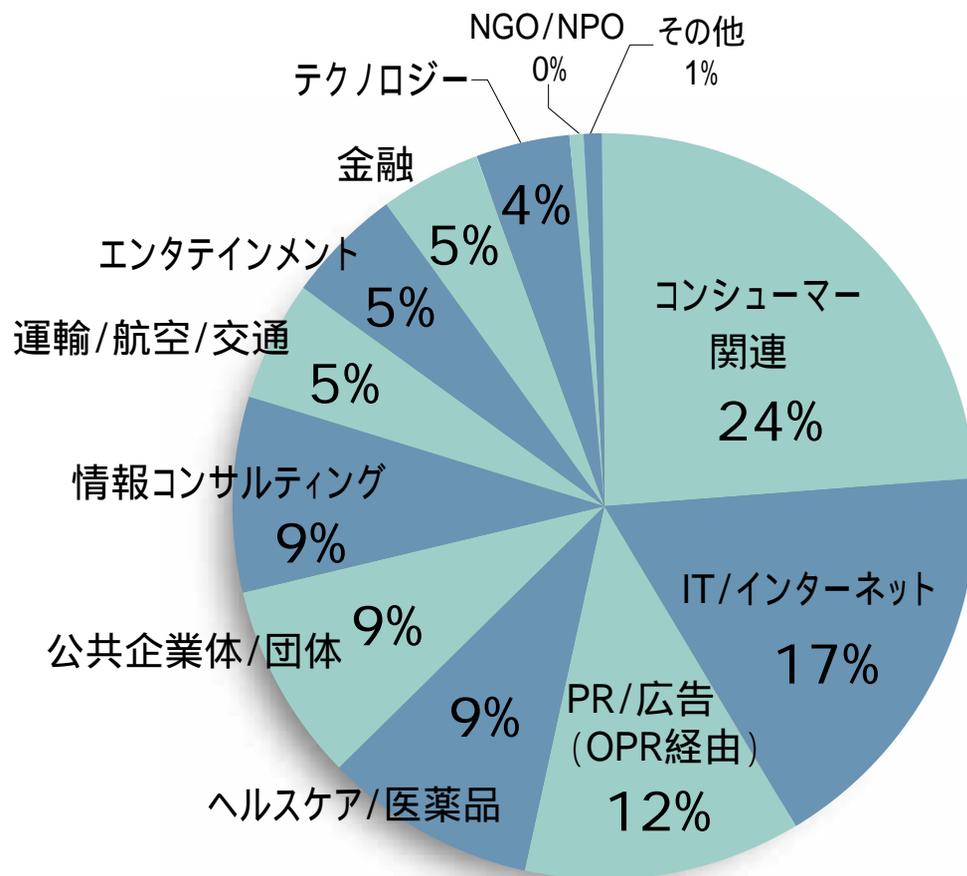


プラップジャパンの強み - 安定的かつリスク分散型顧客構成

■ 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)



プラップジャパンの強み - 専門性が高い豊富な人材

プラップジャパンはT字型の人材集団

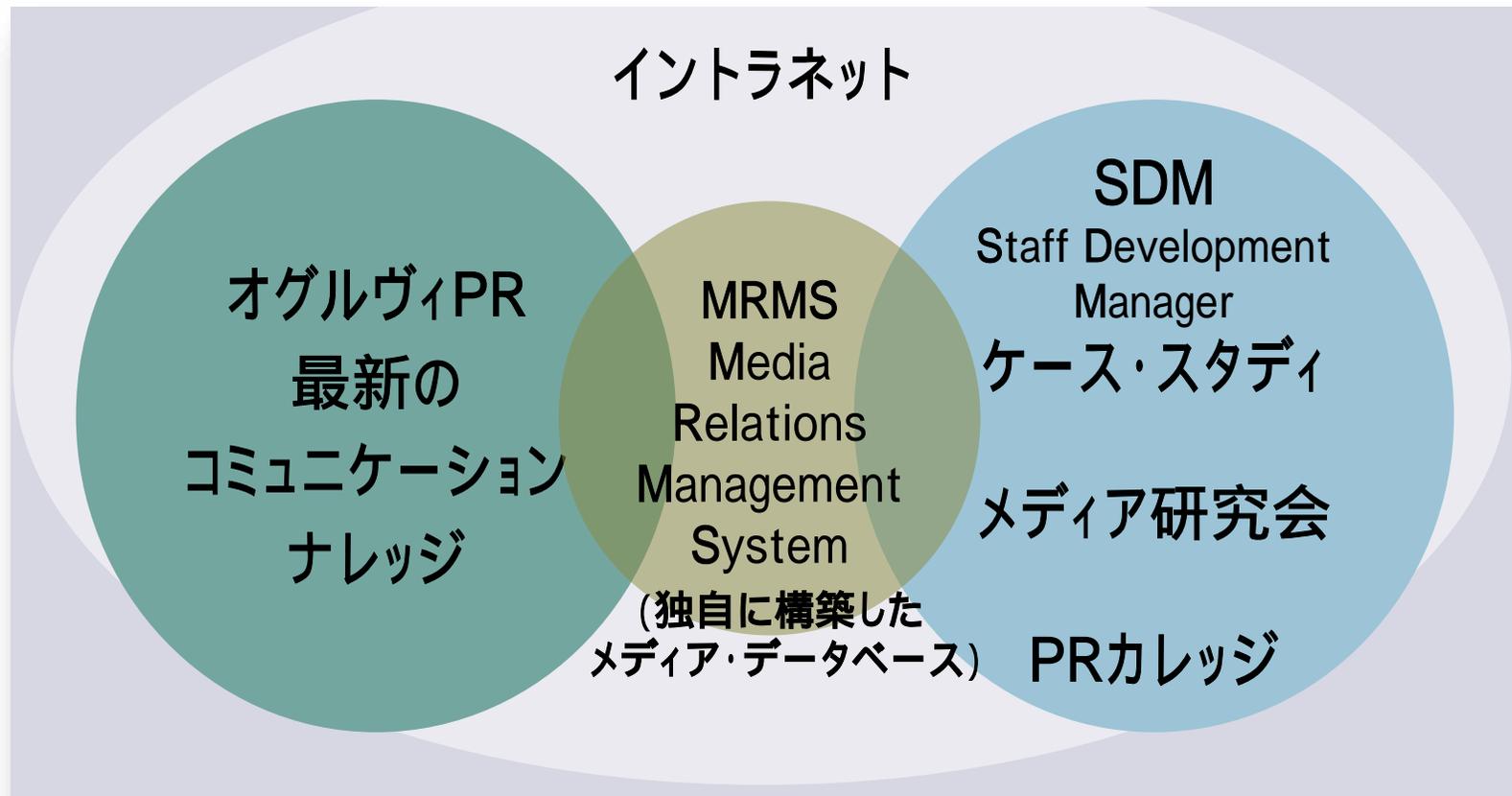
幅広いコミュニケーション・スキル

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

プラップジャパンの強み - 徹底したナレッジ・マネジメント、 充実した研修・教育体制



プラップジャパンの強み - 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	-

プラップジャパンの今後の戦略 – メニューと分野の拡大

1. 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

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

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

2003年 ワークプレイス・コミュニケーション・サービスを商品専門チーム編成

2004年 アシユミレーション・プログラムを商品化

2. プラップジャパンが、現在、新たに注力している分野

- 少子高齢化という構造変化の影響を直接受けるビジネス
ヘルスケア、病院、学校
- 活発化するコーポレート・アクション関連
金融
- 非効率な事業の効率化を図る各種団体
行政、独立行政法人、財団、NPO



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ことがあります。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