



**JASDAQ**

証券コード

**2449**

# 平成20年8月期 中間決算説明会



PRAP JAPAN, Inc.

平成20年4月25日

**株式会社 プラップジャパン**

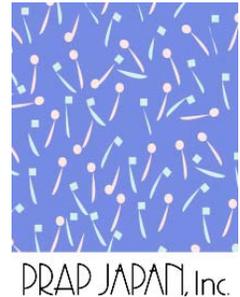
© 2008 PRAP Japan, Inc. All rights reserved.

# プラットフォームの概要



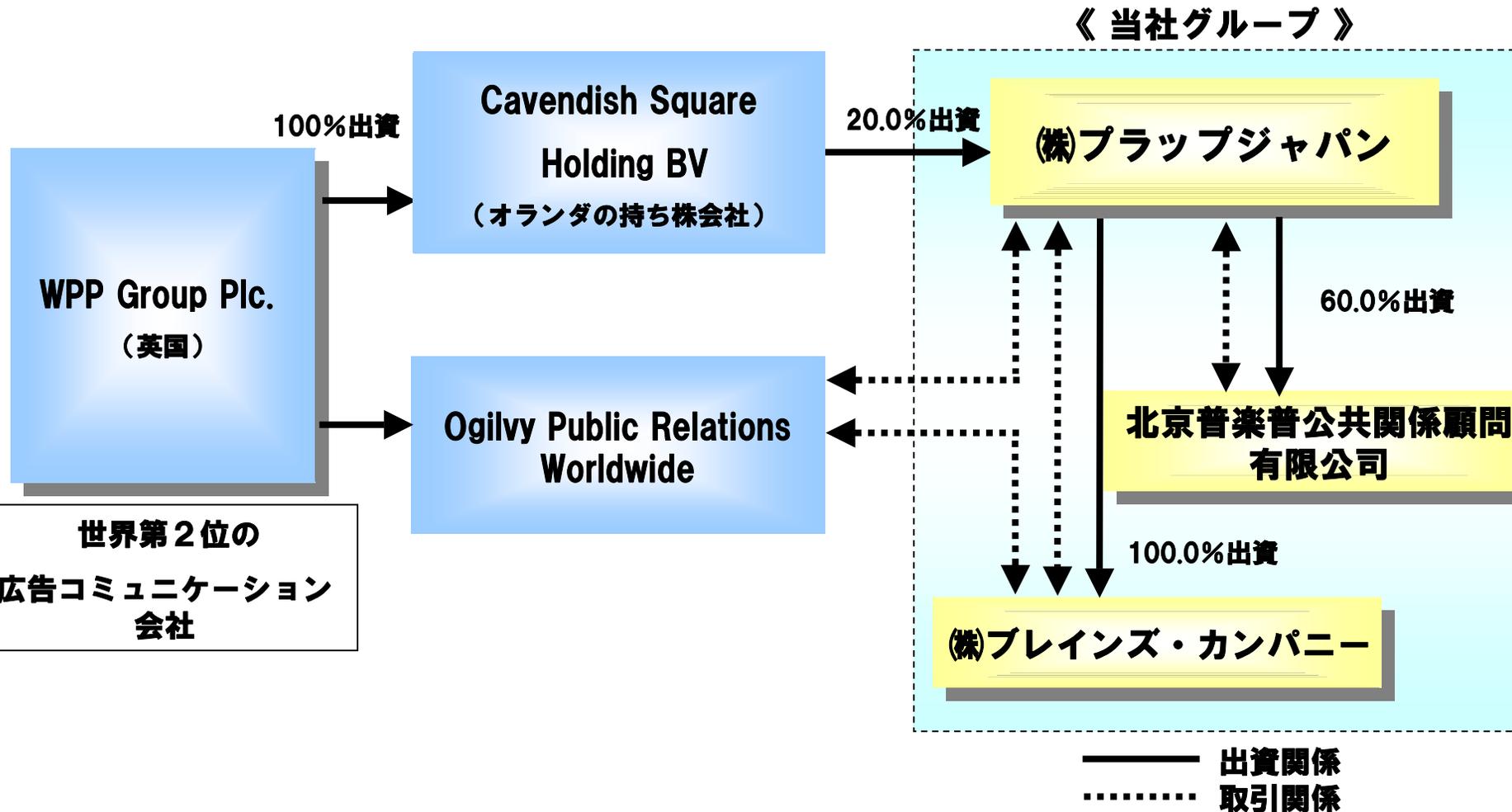
# 会社概要

- 創 立: 1970年
- 資 本 金: 4億7千万円
- 代 表 者: 代表取締役社長 杉田 敏
- 本 社: 東京都渋谷区渋谷2丁目
- 連結売上高: 47億2,900万円 (平成19年8月期)
- 連結従業員数: 238名(平成20年2月末現在)
- 連結子会社:
  - 北京普樂普公共関係顧問有限公司(プラップチャイナ)
  - 株式会社ブレインズ・カンパニー
- 資本・業務提携(海外ネットワーク):
  - Ogilvy Public Relations Worldwide
- 平成17年7月にJASDAQに上場



# 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



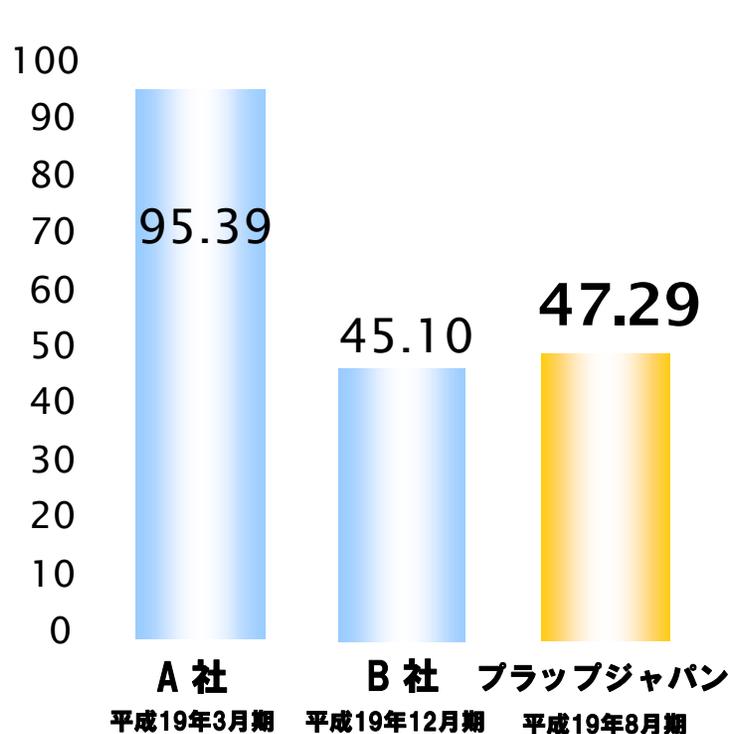
# プラップジャパンのサービスメニュー

マーケティングPR	さまざまなコミュニケーション手法を駆使して、製品・サービスの認知度を向上。販売促進につなげ、企業のマーケティング活動をサポート。
コーポレートPR	マスメディアなどを通じて、経営トップの意思、企業戦略をステークホルダーに訴求。企業価値を高め、競合優位性を確保。
企業IRサポート	上場企業とステークホルダーとの良好な関係づくりを支援。市場からの適切な企業評価につなげる。株式公開時のIR・PR活動、上場後のIR活動など。
M&Aコミュニケーション支援	社内外のコミュニケーションを円滑化し、重要な企業戦略のひとつになりつつあるM&Aを成功に導く。
メディアトレーニング	1対1のインタビューから謝罪会見まで、他社にない実践的な内容でメディア対応を伝授。
危機管理	平常時には、危機管理マニュアルの整備、Q&Aの準備や連絡網の整備、シミュレーション等を行い、発生後は発表の準備、情報収集などを行う。
官庁・自治体 ・公益法人PR	官庁・自治体のPRに加え、PA（地元理解促進）活動の支援・助言・コンサルティングを行い、市民との友好関係確立につなげます。

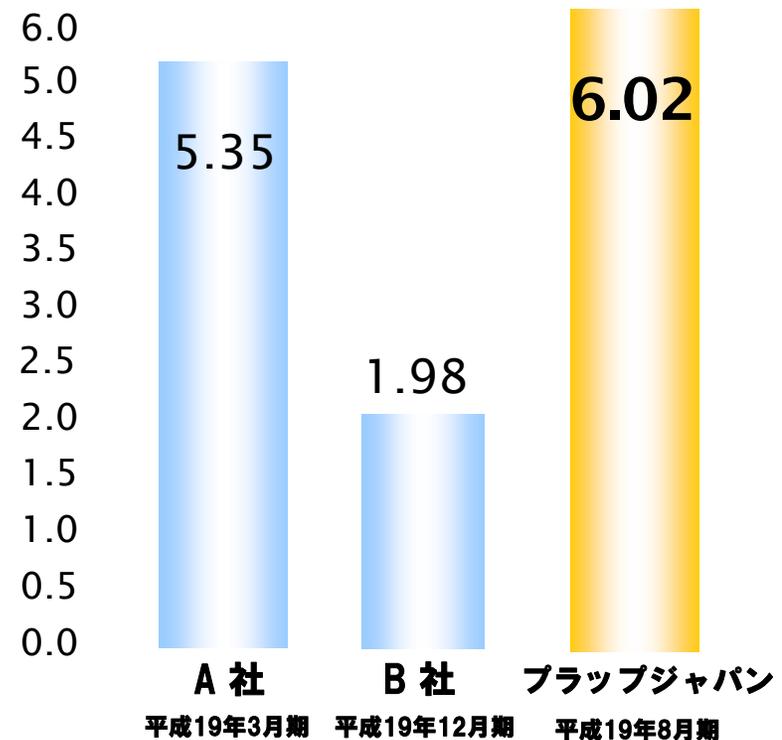
# プラップジャパンの強み

## ◆ 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）

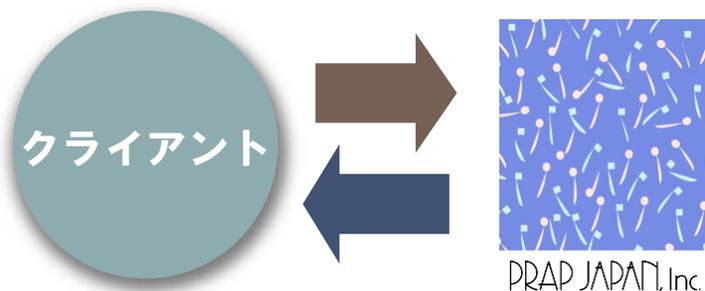


出所：帝国データバンク、  
会社四季報 未上場会社版  
各社、直近年度数値・連結ベース

# 【高収益構造】直接取引がもたらす高い利益率

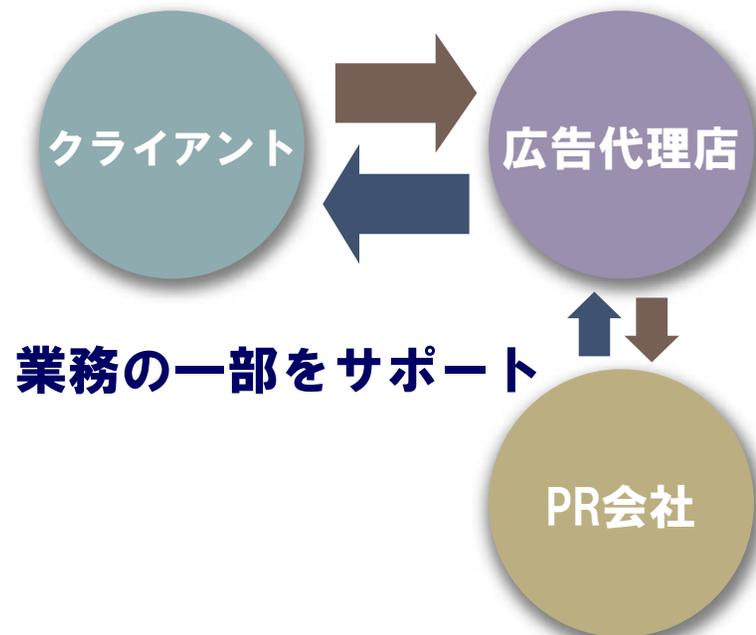
◆ プラップジャパンの取引の約95%は  
クライアントとの直接取引

## 直接契約



包括的サービスの提供

## 代理店経由

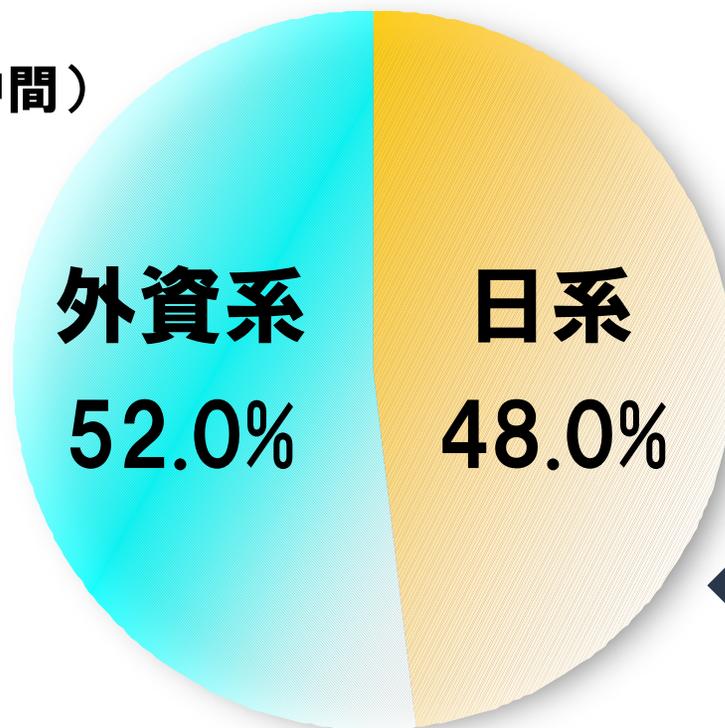


業務の一部をサポート

# 【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  
外資系企業顧客の売上比率が高い

売上高内訳  
(平成20年8月期 中間)



## ◆クライアント数

- 国内企業 138社 60.8%
- 外資系企業 89社 39.2%

# 平成20年8月期中間 連結業績の概況



# 平成20年8月期中間 連結業績の概況①

(単位：百万円)

	平成19年8月期 中間実績	平成20年8月期 中間実績	増減額	前期比
売上高	2,070	2,050	△ 20	△1.0%
営業利益	191	222	31	+16.0%
経常利益	213	194	△ 19	△8.6%
中間純利益	123	106	△ 17	△13.7%

◆前期比 売上高 1.0%減  
 営業利益 16.0%増 経常利益8.6%減

# 平成20年8月期中間 連結業績の概況②

(単位：百万円)

	平成20年8月期 中間実績	前期比
コミュニケーションサービス (CS) 部門	1,832	+1.8% ( +5.8%)
クリエイティブサービス (CR) 部門	218	△19.7% (△36.6%)

## ◆組織改革により公共企業体広報部 (現 行政広報部) をCR部門からCS部門へ異動

※前期にCR部門に所属していた一部門が、当期よりCS部門に異動となっております。それにともない前年同期比は、異動部門の前期販売実績67,219千円を組み替えた金額に対して算出しております。また、前期比欄の(括弧書)は、組み替え前の前期比を表示しております。

# 平成20年8月期 連結業績の見通し

## ◆5期連続の最高益（増収増益）を目指す

（単位：百万円）

	平成19年8月期	平成20年8月期 (予想)	対前年比成長率
売上高	4,729	4,883	3.3%
経常利益	602	630	4.7%
当期純利益	352	364	3.3%

今期も引き続き  
株主還元策を積極的に進めてまいります

## ◆組織改革による受注獲得促進

- 全般的に下期に売上が偏る傾向
- 公共企業体広報部を昨年12月より行政広報部に
  - 行政におけるPRに対する認識の高まりを背景に、官公庁・自治体の業務獲得に向け、名称を明確に
  - CR部門からCS部門へ異動
- 併せてCR部門を体制強化 新規受注拡大を目指す
  - クリエイティブ部門のWebサイトリニューアル
  - 積極的な営業活動及び新規サービスの開発

# プラットフォーム日本の戦略



# 1. 収穫期を迎えた中国市場

## ◆中国子会社の売上・利益が連結に大きく反映

### ■ 日本企業の中国進出が加速

- 中国における広報支援業務の需要が急速に拡大。  
日本を代表する大手上場企業がクライアント
- 中国市場の文化・慣例に対する理解
- 危機管理意識の高まりを受け、クライシスやメディアトレーニングの受注増加

### ■ 2008年は北京オリンピック、2010年は上海万博

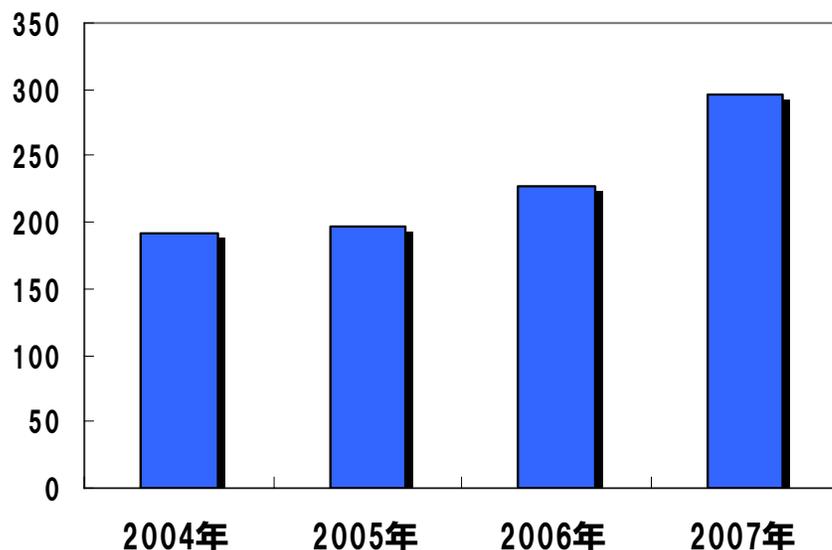
- 好調な業績推移
- 今期より通期で連結組入

# 北京普樂普公共關係顧問有限公司 業績推移

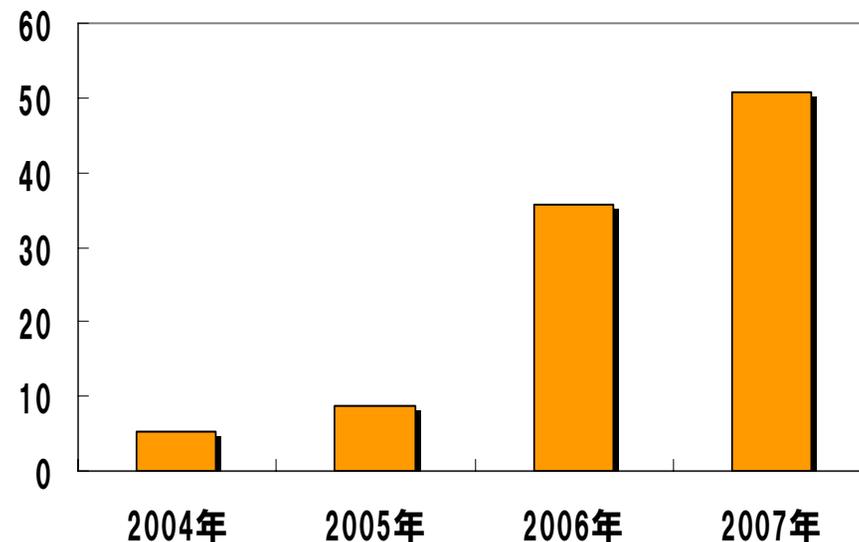
(單位：百万円)

	2004年	2005年	2006年	2007年
売上高	192.6	197.5	226.6	295.6
經常利益	5.4	8.8	35.8	50.7

■ 売上高



■ 經常利益



## 2. 社内外に向け広報教育を積極展開

### ◆ プラップ広報塾 第1弾「実践広報講座」4/25スタート

- プラップジャパンとして初めての試みとなる社外向け教育機関
- 社会の様々な場面で広報の重要性が高まる
- 商品広報や社内報など既存の域にとどまらず、コーポレートブランディング、クライシスコミュニケーション、インターナルコミュニケーションなど、より幅広くなっている
- プラップジャパンが培ってきた様々なコミュニケーションサービスのノウハウと考え方を「広報のプロ」が教える

### ◆ 4期目を迎えた、社内教育機関「プラップ大学」

- 社内教育機関として定着
- 新卒・中途のリクルートにも強み
- 新卒は「1年でPRのプロに育てる」を方針として取り組む

### 3. 今年になっても続く企業不祥事

#### ◆経営者層に定着が進む「危機管理」

- 危機発生後のメディア対応一つで会社の信頼を左右
- 「不祥事の種」のない会社は世の中には無い

#### ◆業界随一のメディアトレーニング、クライシストレーニング実績

- メディアトレーニングのパイオニアとして90年代前半から商品化
- マネジメント層を中心に年間160件以上
- 利益率の高いコンサルティング業務



## 4. 自社のマーケティング活動およびIRの強化



### ◆メディア取材へ積極的に取り組む

- インタビュー対応や企業不祥事でのコメント対応なども

# 出版・講演活動

## ◆書籍発刊

- PR業界・PR会社の認知度を向上させ、新規顧客の開拓に弾みをつけるのが狙い。
- 12月に日本経済新聞出版社より発刊。  
『不祥事を乗り越える会社  
不祥事をつまずく会社』



## ◆講演会等への積極参加

- PRへのさらなる関心を高めていくため、積極的に講演活動を実施
- 地方自治体、行政、大学、業界団体、経済団体、社団法人など



## 5. 情報セキュリティ

### ◆情報セキュリティマネジメントシステムの 国際標準規格「ISO/IEC 27001」を全社で取得

- PRサービスを提供していく上で扱われる顧客情報や個人情報をはじめとした様々な情報の管理について、第三者機関への審査申請を実施し、この度認証を取得。
- これを機に顧客の方々の信頼をより一層高めていくと共に、経営基盤の強化、顧客満足度の向上、競争優位性の確保を目指す。

# 本資料お取扱い上のご注意

- **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**