

JASDAQ

証券コード

2449

平成20年8月期 決算説明会



PRAP JAPAN, Inc.

平成20年10月24日

株式会社 プラップジャパン

© 2008 PRAP Japan, Inc. All rights reserved.

平成20年8月期 連結業績の概況



平成20年8月期 連結業績の概況①

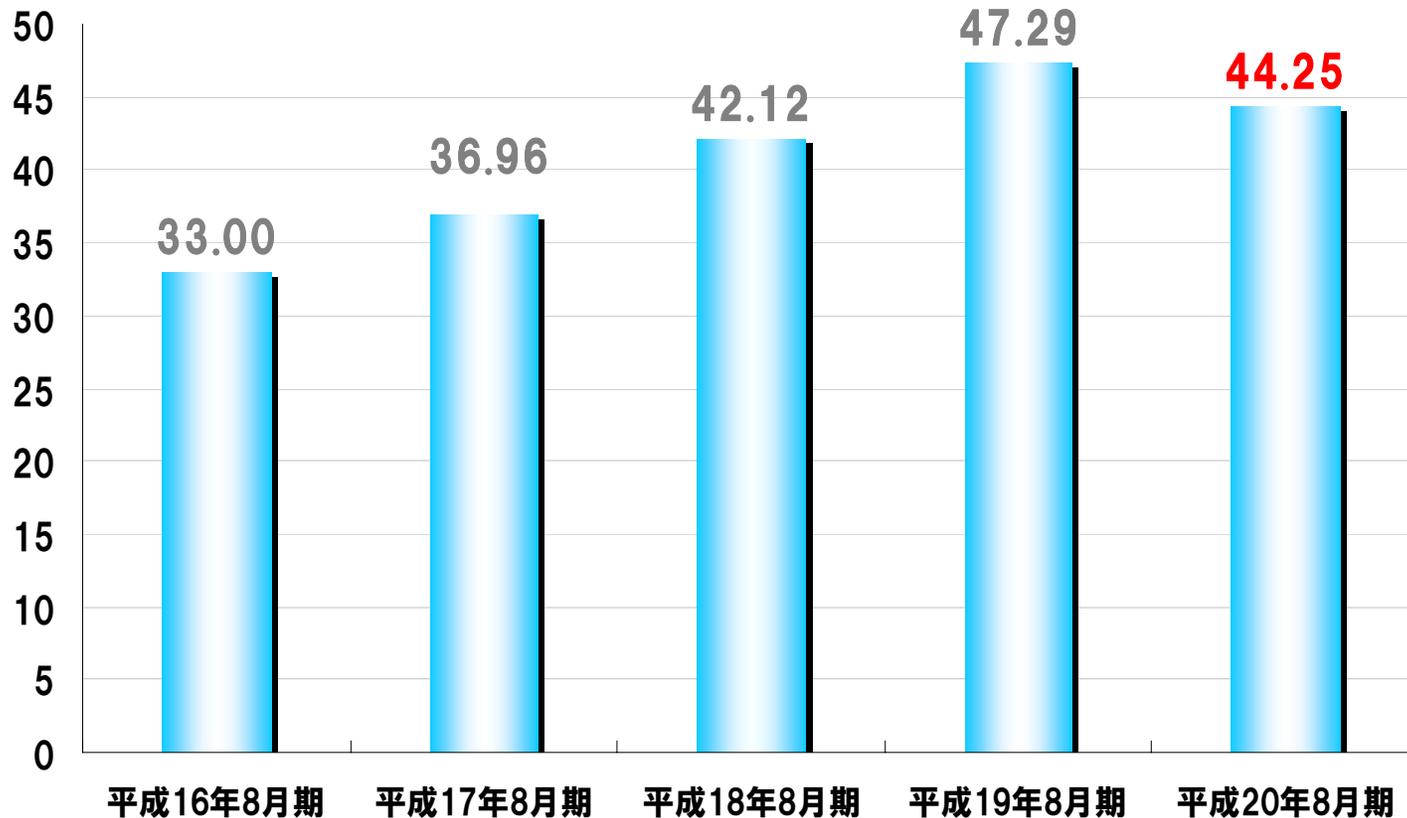
(単位:百万円)

	平成19年8月期	平成20年8月期	増減額	前期比
売上高	4,729	4,425	△304	△ 6.4%
営業利益	573	478	△ 94	△16.5%
経常利益	602	469	△133	△22.1%
当期純利益	352	247	△105	△29.9%

◆前期比 売上高 6.4%減
 営業利益 16.5%減 経常利益22.1%減

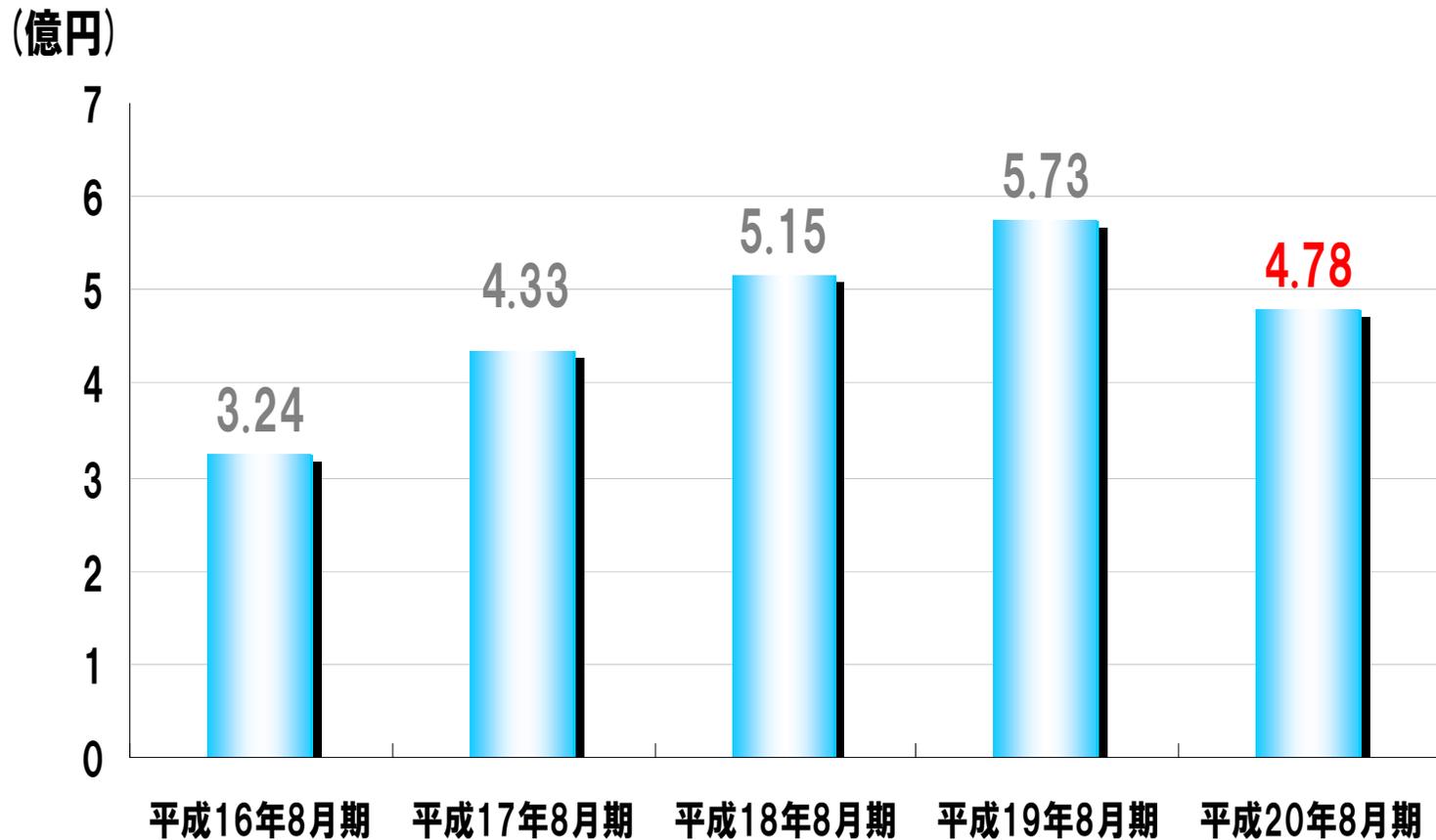
売上高推移

(億円)



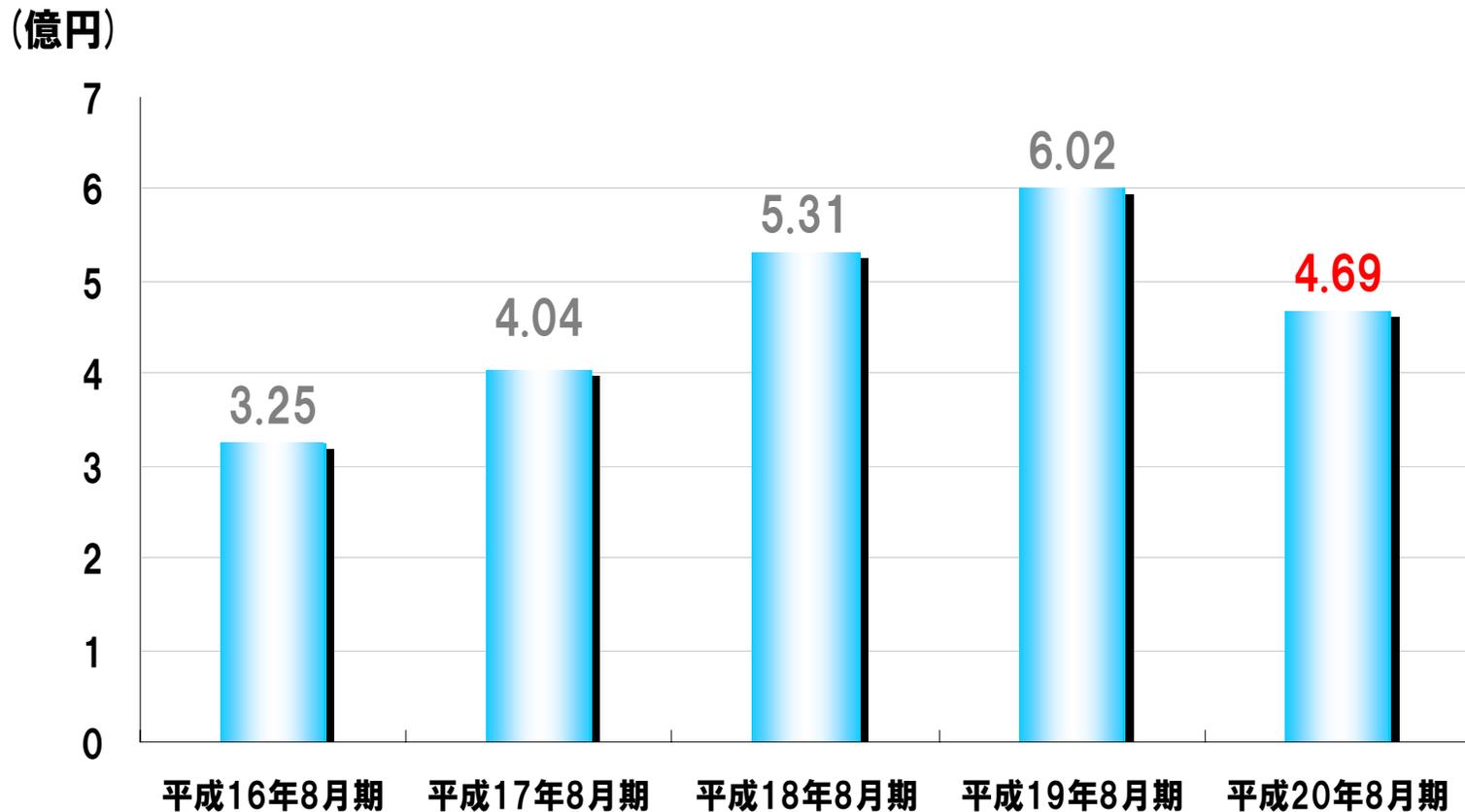
◆原油高騰、サブプライムローン問題等の影響で
既存クライアントの広報予算削減→下期に影響

営業利益の推移



- ◆ 売上原価は外注費が抑制され減少
- ◆ 共通部門人員増、増床に伴う費用が増加

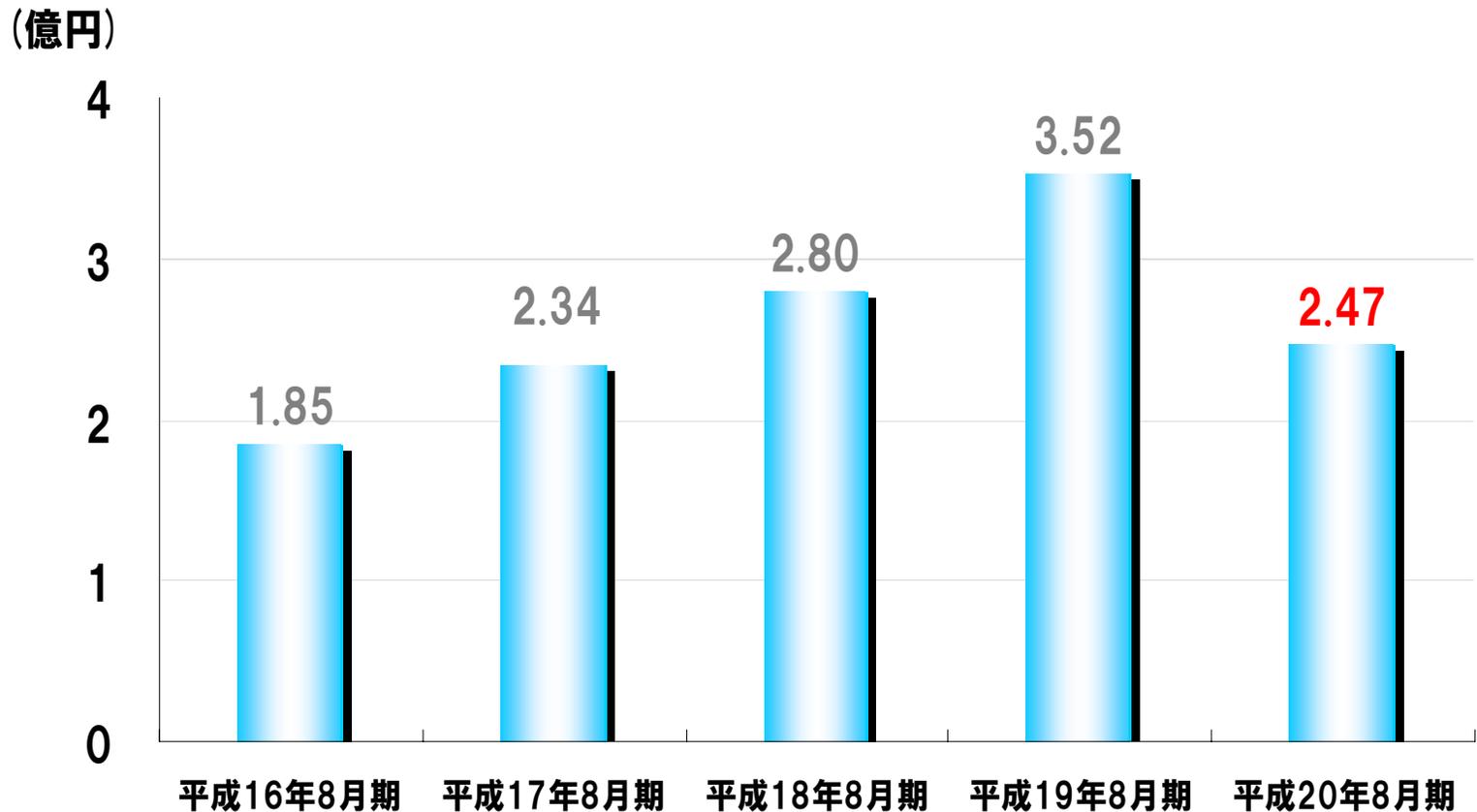
経常利益の推移



◆ 営業利益の減益

◆ 投資有価証券評価損及び有価証券償還損が影響

当期純利益の推移



◆ 経常利益の減益

◆ 増床関連費用を特別損失として計上

平成20年8月期 連結業績の概況②

(単位:百万円)

	平成19年8月期	平成20年8月期	増減額	前期比
コミュニケーションサービス部門	3,952	3,928	△ 23	△ 0.6%
クリエイティブサービス部門	777	497	△280	△36.1%

※前期にクリエイティブサービス部門に所属していた一部門が、当期よりコミュニケーションサービス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を組み替えた金額に対して算出しております。

部門別業績の概況

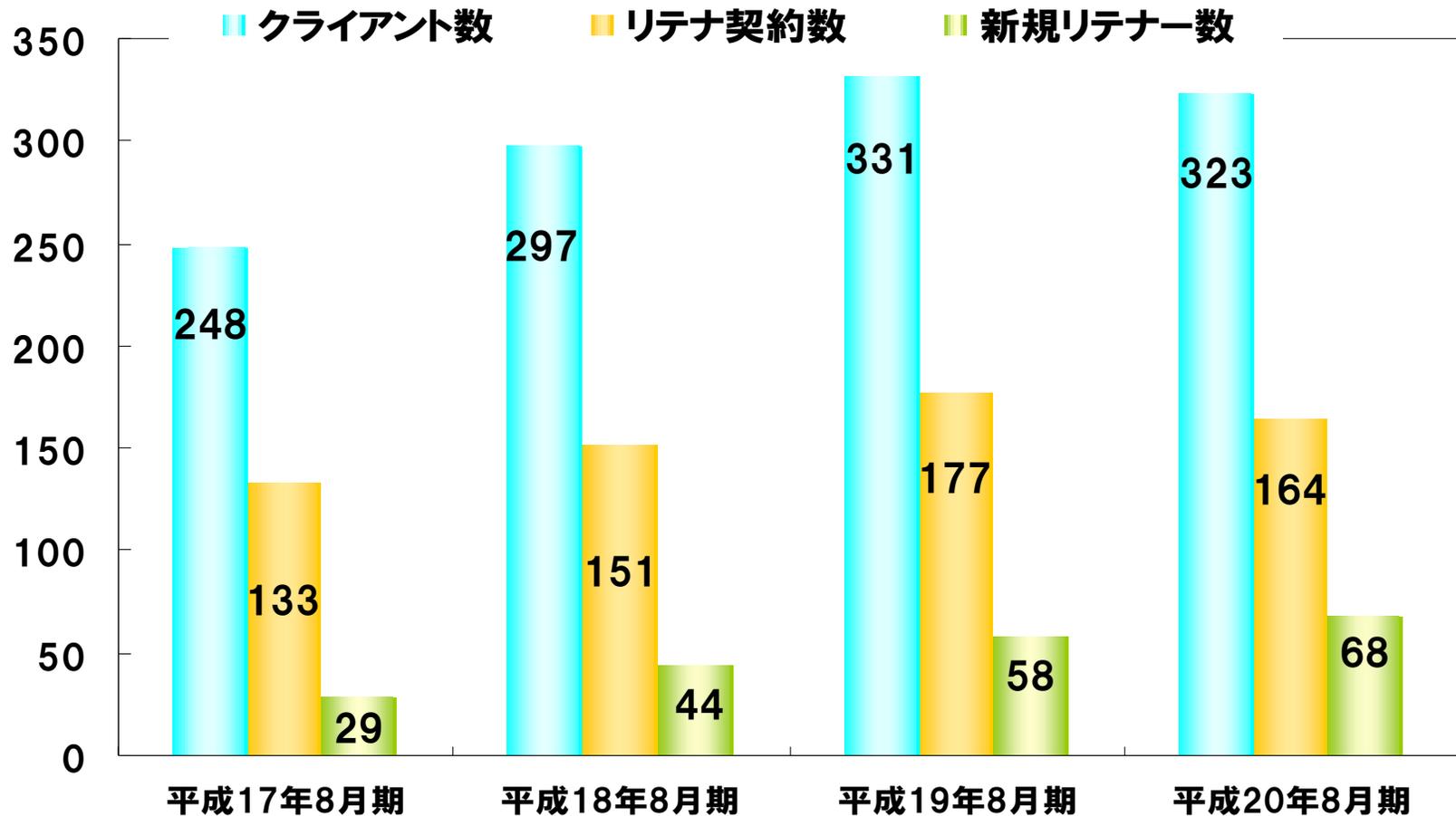
◆コミュニケーションサービス部門(CS)

- 広報戦略立案業務、メディアトレーニング業務、危機管理対応業務、M&A関連PR分野などのコンサルティング中心の業務は堅調に推移
- ヘルスケア部門、IT部門も堅調に推移
- 期中後半からサブプライムローン問題や景気先行不安感から一部顧客で広報予算削減。金融PR分野、消費財部門に影響

◆クリエイティブサービス部門(CR)

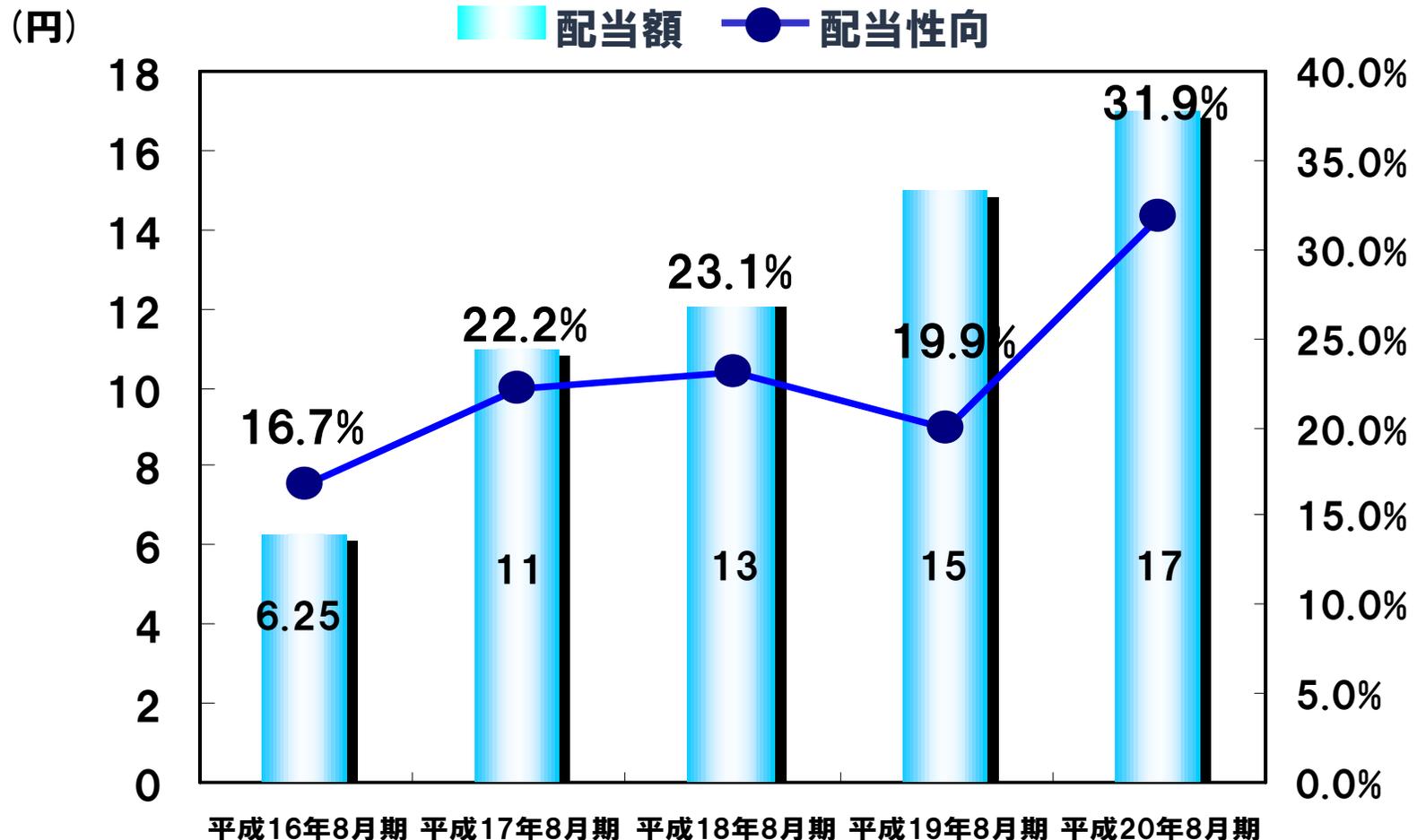
- 外資系ヘルスケア企業、情報サービス企業、外資系自動車会社などから新規大型案件を受注
- 既存クライアントの受注が予算見直しなどにより実施時期延期
- 下期に計画していた前期並みの大型イベントが中止

営業活動の概況



- ◆受注件数の大幅な落ち込みは見られない
- ◆受注件数の増加傾向は全体的に変わらない見込み

株主還元策



◆ 普通配17円に増配

平成21年8月期 連結業績の見通し①

(単位:百万円)

	第2四半期連結累計期間	通 期
売上高	1,874 (Δ 8.6%)	4,546 (2.7%)
営業利益	129 (Δ 41.8%)	520 (8.7%)
経常利益	119 (Δ 38.6%)	494 (5.5%)
当期純利益	64 (Δ 39.5%)	275 (11.6%)
1株当たり 当期純利益	13円89銭	59円70銭

(%表示は、通期は対前期、第2四半期連結累計期間は対前年中間期増減率)

平成21年8月期 連結業績の見通し②

◆営業活動の深耕を深め、増収増益を目指す

- 前期堅調な推移をみせた危機管理対応業務、コミュニケーション・ブランド戦略コンサルティング業務、メディアトレーニング業務、ヘルスケア部門、IT部門、行政広報部門等、営業の深耕を進める
- 既存クライアントのクリエイティブ業務獲得に向けた営業活動強化
- 新規引き合いに対する受注の確実性を高める
- 連結子会社の売上・利益寄与
- コスト削減

◆平成21年8月期 配当金(予想)17円 配当性向28.5%

- 配当性向を一層高めるなど、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。

戦略① トレーニング

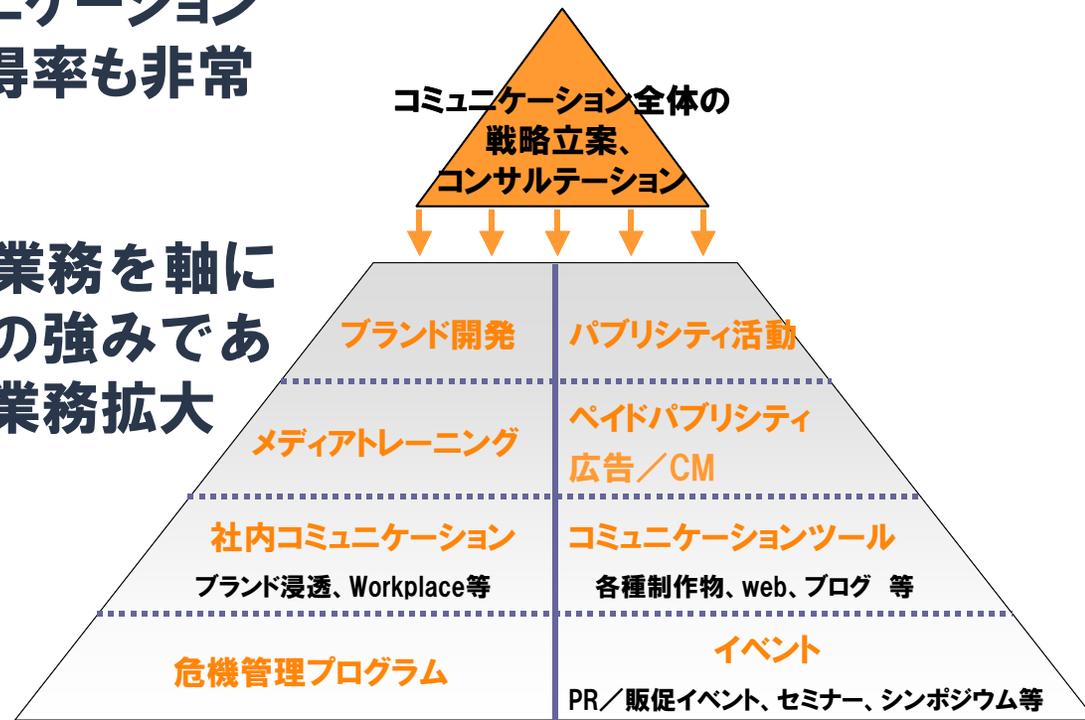
◆トレーニングのリピート受注を拡大

- トレーニングの年間実施件数は約160件
- 同会社が再度実施するリピート受注が増加傾向に
 - 最初は社長がメディアトレーニング
 - リピート受注では同会社の取締役や子会社役員へ拡大
- メディアトレーニングを実施した企業はクライシストレーニングへ
 - クライシス発生の場合は「クライシス対応」の受注
- トップ層との繋がりがパートナー化を実現
 - コミュニケーション全体の戦略立案、コンサルテーション業務獲得につなげる

戦略② 新規受注活動

◆高付加価値業務の開拓

- 新規案件の中でも、コミュニケーション全体の戦略立案／コンサルティングやブランド構築、M&Aコミュニケーションなどは増加傾向にあり、獲得率も非常に高い。
- これらコンサルティング業務を軸にプラップジャパンの最大の強みである『総合力』を活かし、業務拡大につなげる。



戦略③ 中国市場

◆北京普樂普公共關係顧問有限公司

■日本企業の中国進出

- 3ヶ月以上の長期滞在の日本人が多い都市として、上海がニューヨークを抜いてトップに
- 中国でビジネスをはじめめる日本企業の増大に伴って、広報支援業務の需要が増加傾向

■中国でのビジネススタートに欠かせないコミュニケーションへの理解

- 中国ならではの日本企業のコミュニケーション課題
- 10年以上に渡る実績に裏打ちされた問題解決力

■新規受注に向けた開拓を

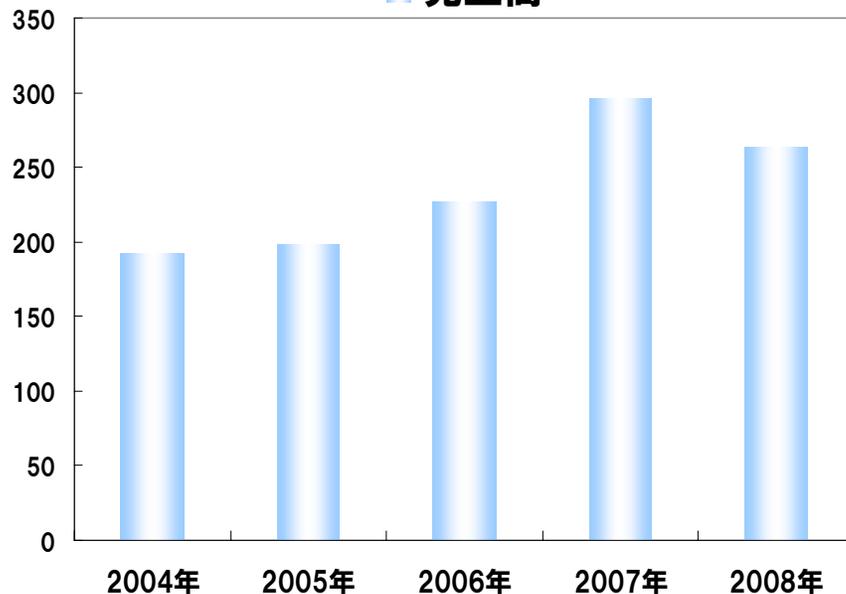
- 11月にブラップ広報塾でセミナー開催
- ビジネスセミナーや危機管理セミナーでの講演も積極的に
- ブラップチャイナへの出向社員の増強

北京普樂普公共關係顧問有限公司 業績推移

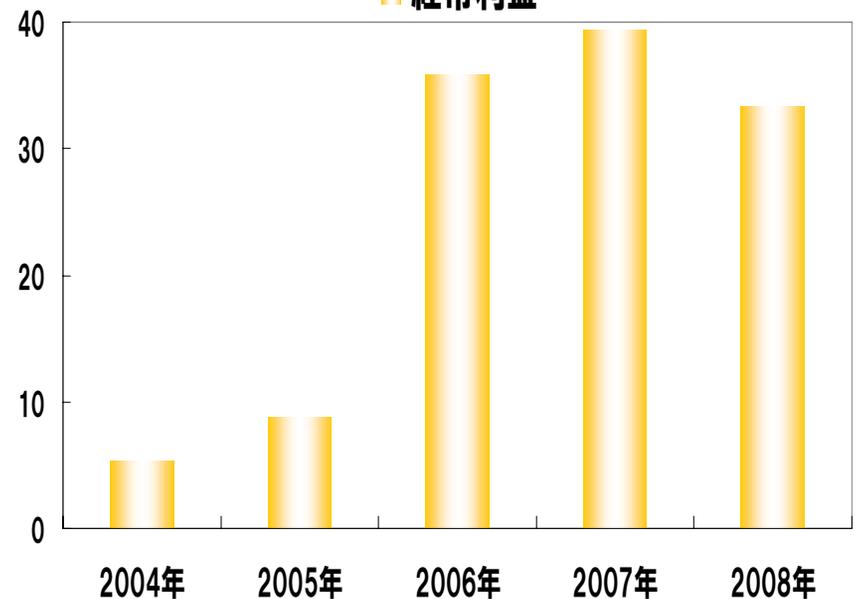
(単位:百万円)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年 業績見込み
売上高	192.6	197.5	226.6	295.6	263.3
営業利益	5.8	8.8	35.9	51.1	33.4
経常利益	5.4	8.8	35.8	50.7	33.3
当期純利益	3.5	5.2	23.5	33.1	25.0

■ 売上高



■ 経常利益



戦略④

◆新サービスの構築

- デジタル・インフルエンス(DI)
- ポスト・マージャー・コミュニケーション
- ワークプレイス・コミュニケーション
- ニューマネージャー・アシミュレーション

◆自社マーケティングの強化

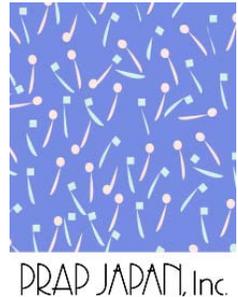
- セミナー
- 出版物
- メディア・リレーションズ

プラットフォームの概要



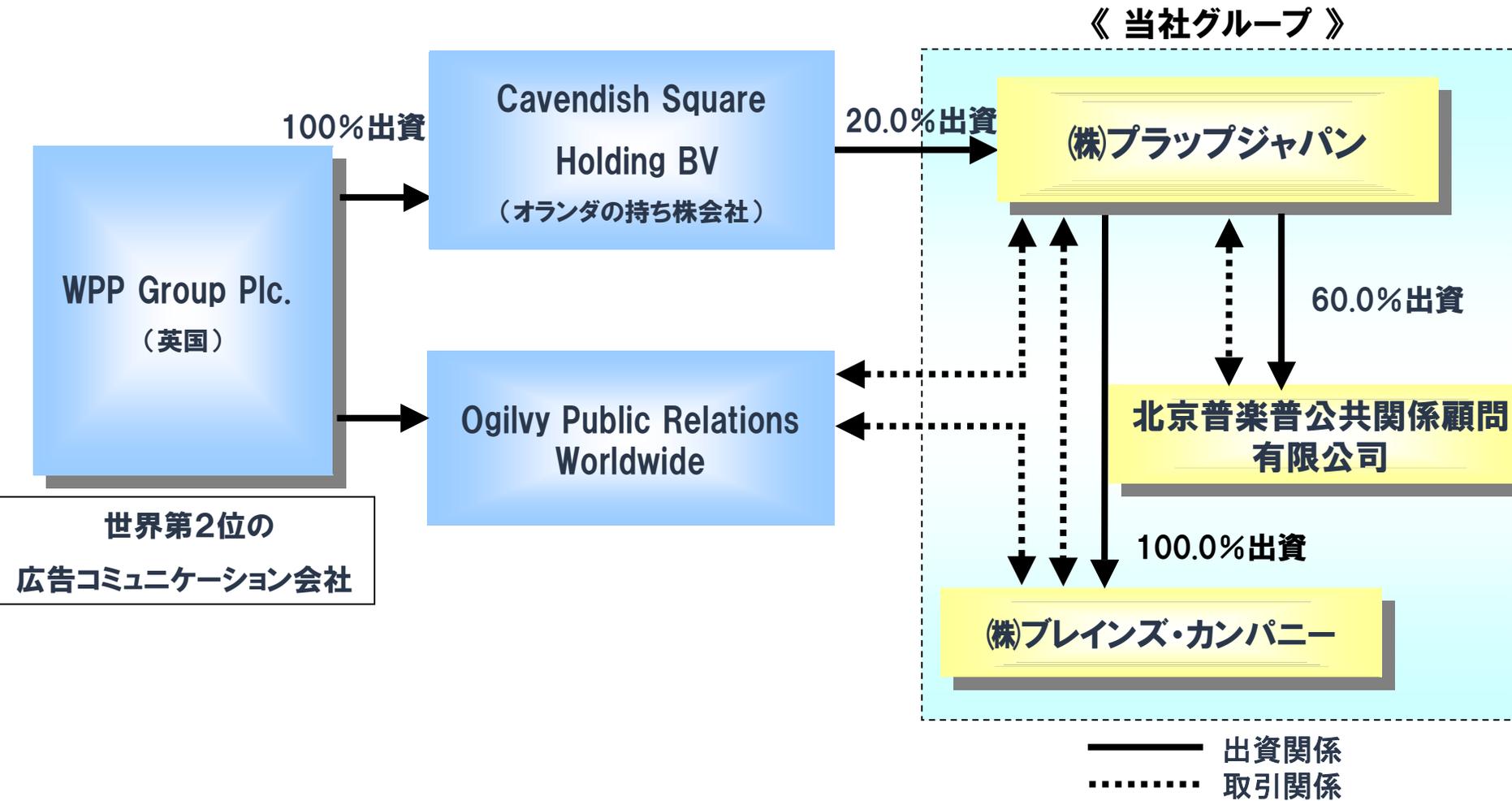
会社概要

- 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: 44億2,500万円 (平成20年8月期)
- 連結従業員数: 245名(平成20年8月末現在)
- 連結子会社:
 - 北京普樂普公共關係顧問有限公司(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



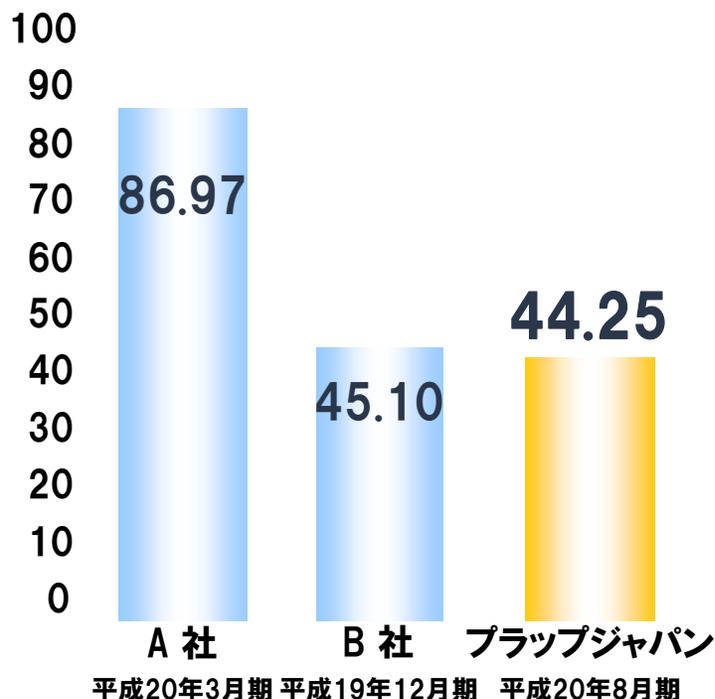
プラップジャパンのサービスメニュー

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。

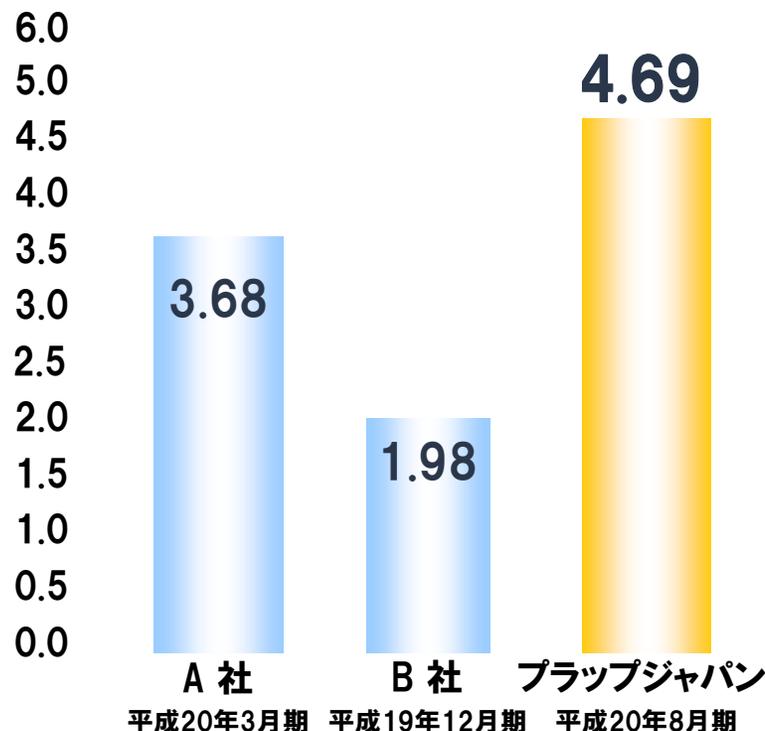
プラップジャパンの強み【高収益構造】

◆ 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)

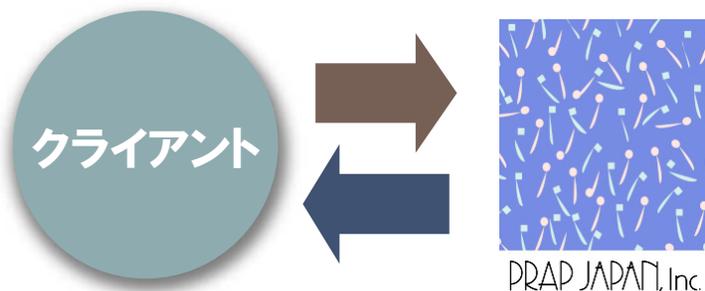


出所: 帝国データバンク、
会社四季報 未上場会社版
各社、直近年度数値・連結ベース

直接取引がもたらす高い利益率

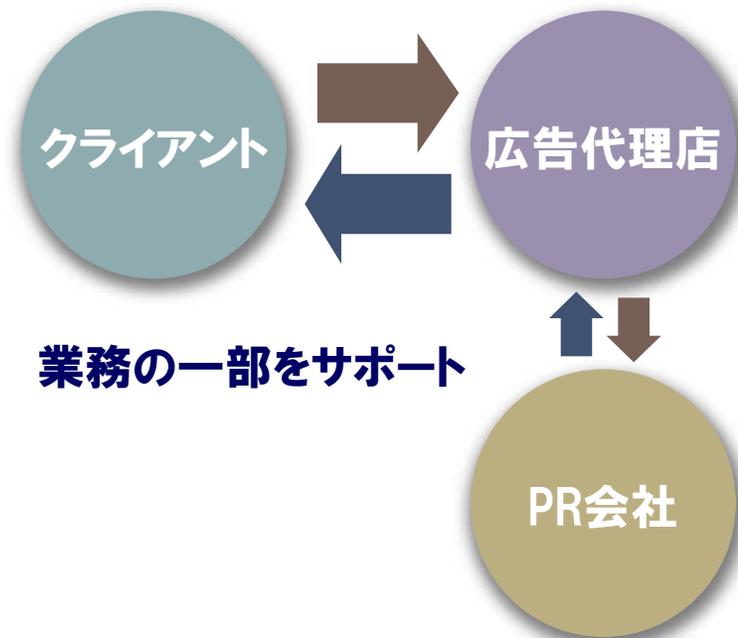
◆ プラップジャパンの取引の約95%はクライアントとの直接取引

直接契約



包括的サービスの提供

代理店経由

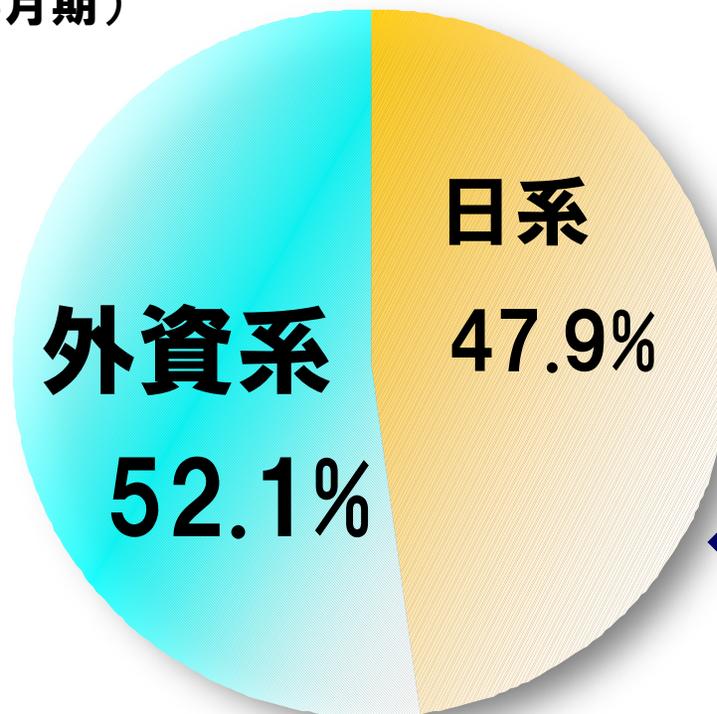


業務の一部をサポート

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)



◆クライアント数

- 国内企業 220社 68.1%
- 外資系企業 103社 31.8%

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