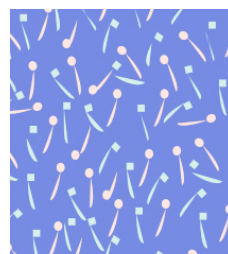




証券コード

2449

2005年8月期 決算説明会



PRAP JAPAN, Inc.

2005年10月31日

株式会社 プラップジャパン

2005年8月期 連結業績の概況



2005年8月期 連結業績の概況

- ◆PR二ズの高まりを背景に、2期連続の増収増益
- ◆上場費用を吸収し、前期比24%の経常増益を達成

(単位: 百万円)

	2004/8月期	2005/8月期	前期比増加率
売上高	3300	3696	12.0%
営業利益 (売上高比)	324 (9.8%)	433 (11.7%)	33.8%
経常利益 (売上高比)	325 (9.9%)	404 (10.9%)	24.3%
当期利益 (売上高比)	185 (5.6%)	234 (6.3%)	26.7%

営業利益率、経常利益率とも10%超に

2005年8月期 連結業績の概況

◆貸借対照表

(単位: 千円)

	2004年8月期	2005年8月期	増減額	増減率
流動資産	1,504,217	2,196,577	682,359	46.0%
固定資産	411,496	440,243	28,747	7.0%
資産合計	1,915,714	2,636,821	721,107	37.6%
流動負債	591,281	676,368	85,087	14.4%
固定負債	306,780	327,145	20,364	6.6%
負債合計	898,061	1,003,513	105,451	11.7%
資本金	289,783	470,783	181,000	62.5%
資本剰余金	130,012	374,437	244,425	188.0%
利益剰余金	587,297	777,079	189,781	32.3%
資本合計	1,915,714	2,636,821	721,107	37.6%

2005年8月期 連結業績の概況

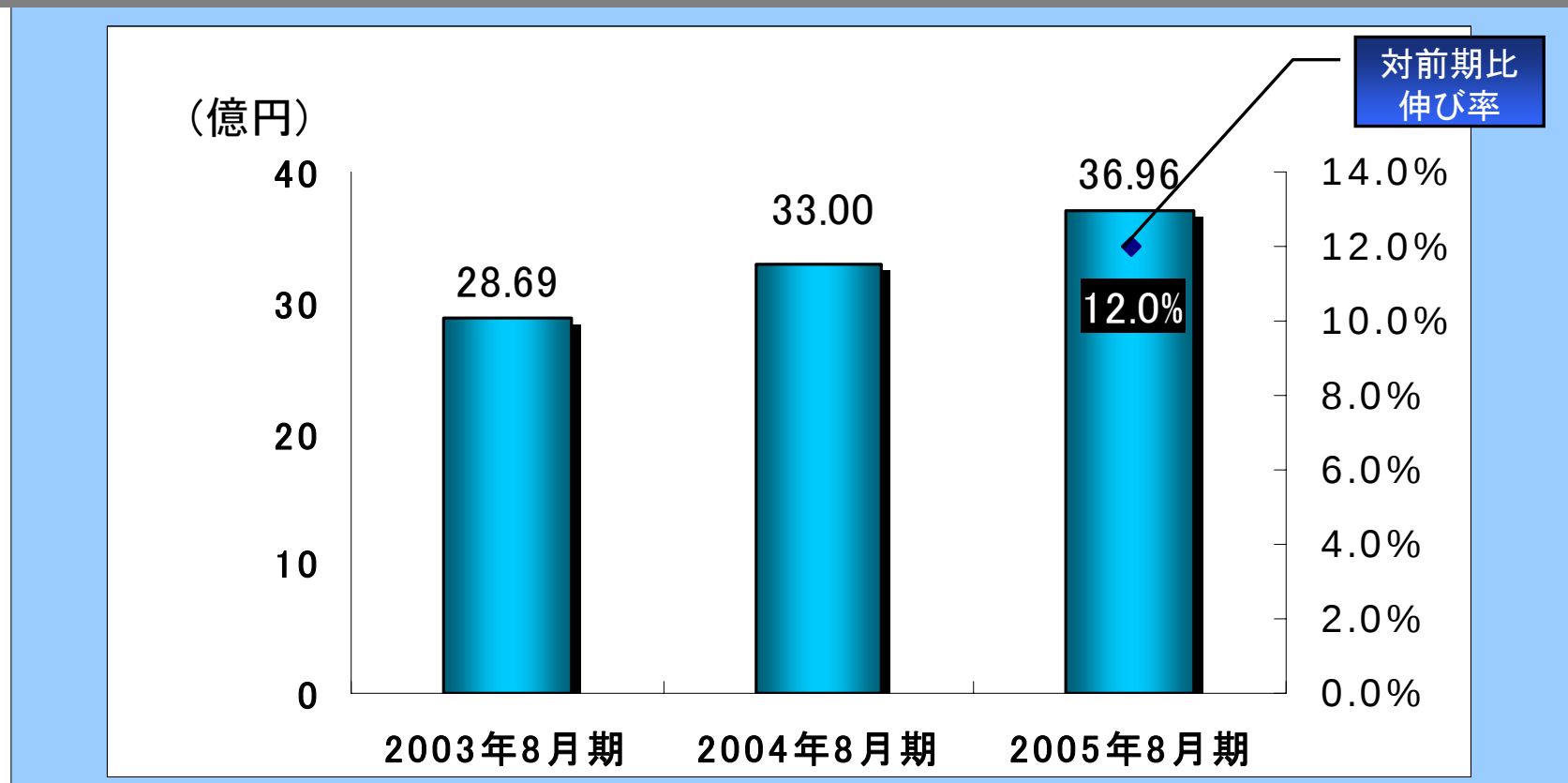
◆ 損益計算書

(単位: 千円)

	2004年8月期	2005年8月期	増減額	増減率
売上高	3,300,027	3,696,095	396,068	12.0%
売上原価	2,510,613	2,810,438	299,825	11.9%
売上総利益	789,413	885,656	96,243	12.2%
販売費及び一般管理費	465,229	452,059	△ 13,170	-2.8%
営業利益	324,184	433,596	109,412	33.7%
営業外収益	3,626	23,981	20,355	561.4%
営業外費用	2,566	53,315	50,749	1977.7%
経常利益	325,244	404,262	79,018	24.3%
特別利益	15,850	2,605	△ 13,245	-83.6%
特別損失	9,364	0	△ 9,364	-100.0%
当期純利益	185,002	234,400	49,398	26.7%

成長を継続／売上高推移

- ◆PRニーズの高まりを背景に、受注が増加
- ◆旺盛な引き合いのもと、新規クライアント数が増加



クライアント数の拡大／1社当たり売上高の増加

クライアント数：**248**社（前期比**32**社増）

売上高1000万円以上のクライアント数：**80**社（前期比**14**社増）

◆コミュニケーションサービス部門（CS）

- 既存クライアントからの受注増
- 新規クライアントの順調な獲得
- 新規／既存クライアントからの単発プロジェクトの大量受注
- メディアトレーニングの受注案件の大幅増

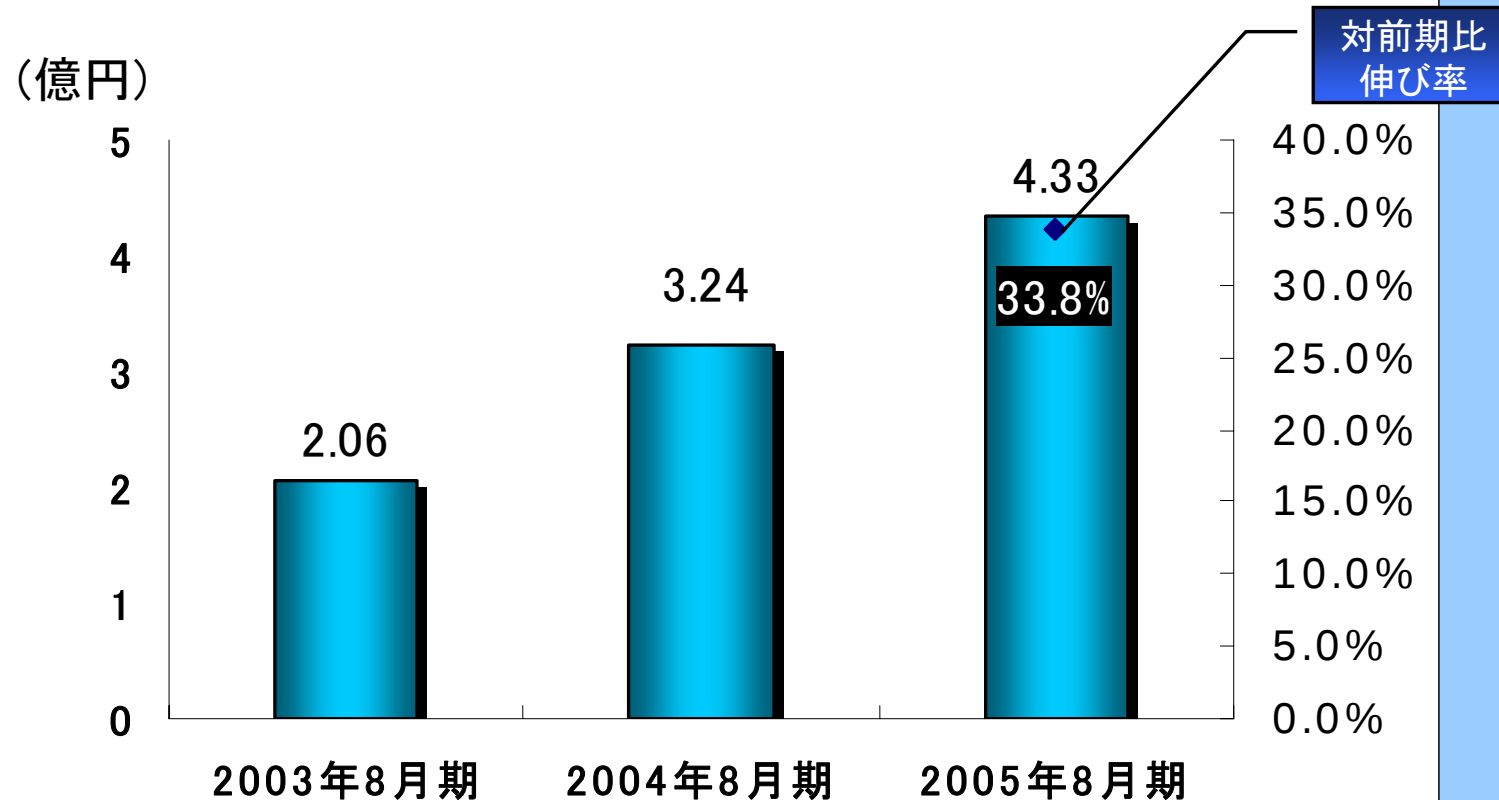
【新規案件】 外国食品輸出促進協会、政党、外国政府館（愛知万博出展）、外資系ヘルスケア企業数社、外資系IT企業数社、外資系自動車会社など

◆クリエイティブサービス部門（CR）

- 編集制作部のWeb関連業務の受注が拡大
- 公共企業体広報部で、大型イベントを競争入札で落札

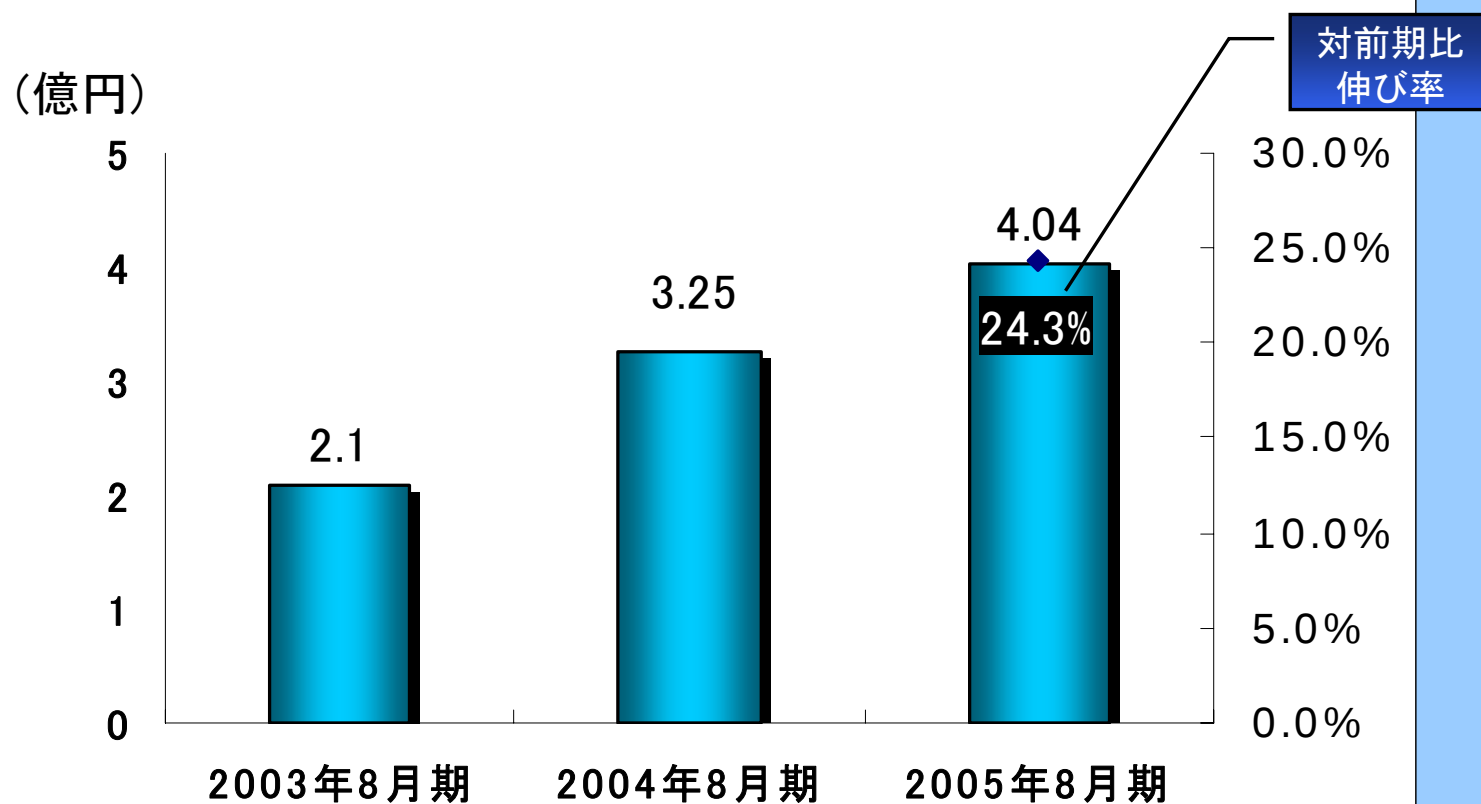
増益基調を維持／営業利益の推移

- ◆利益率高い単発プロジェクトの大量受注
- ◆戦略的広報に関わる新規案件が増加



増益基調を維持／経常利益の推移

◆新株発行費1300万円、上場関連費3700万円を吸収



戦略的広報に関わるサービスの受注が増加

◆コミュニケーションサービス部門(CS)

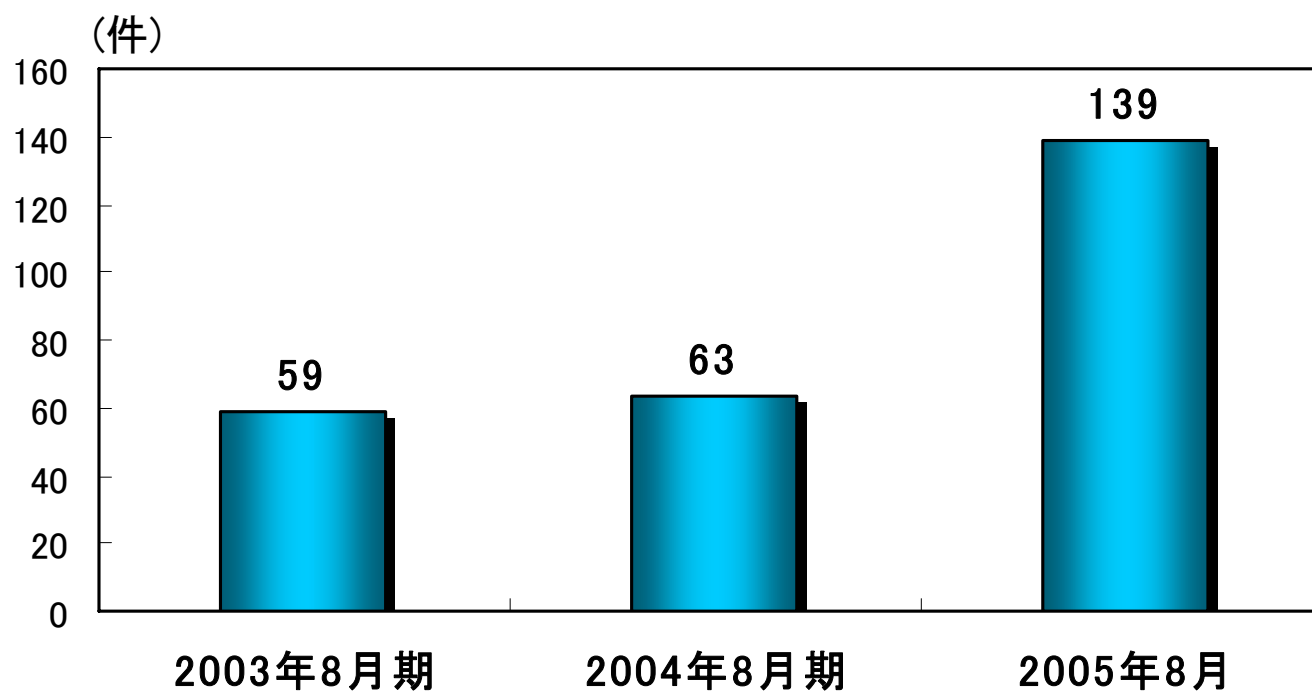
- 政党などの年間契約に加え、PR戦略コンサルティング、M&A関連業務などの単発プロジェクトを受注
- 危機管理意識の高まりからクライシストレーニングやメディアトレーニングの受注が増加

◆クリエイティブサービス部門(CR)

- 利益率が高いウェブコミュニケーション関連業務を受注

メディアトレーニング受注件数の推移

◆前年比2倍以上の実施件数



プラップジャパンの概要



会社概要

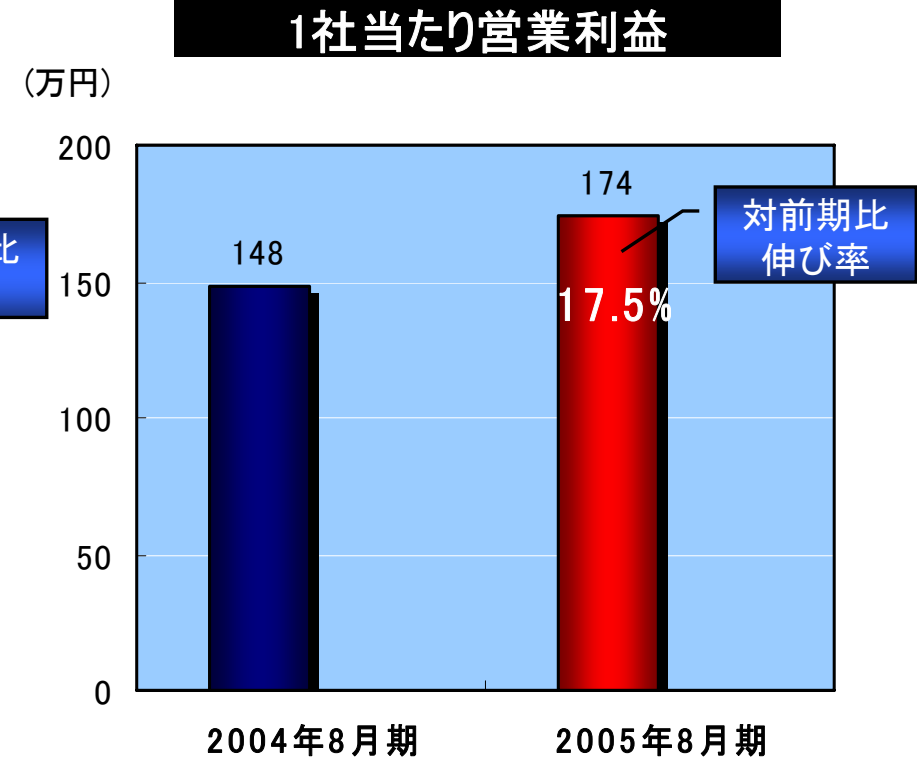
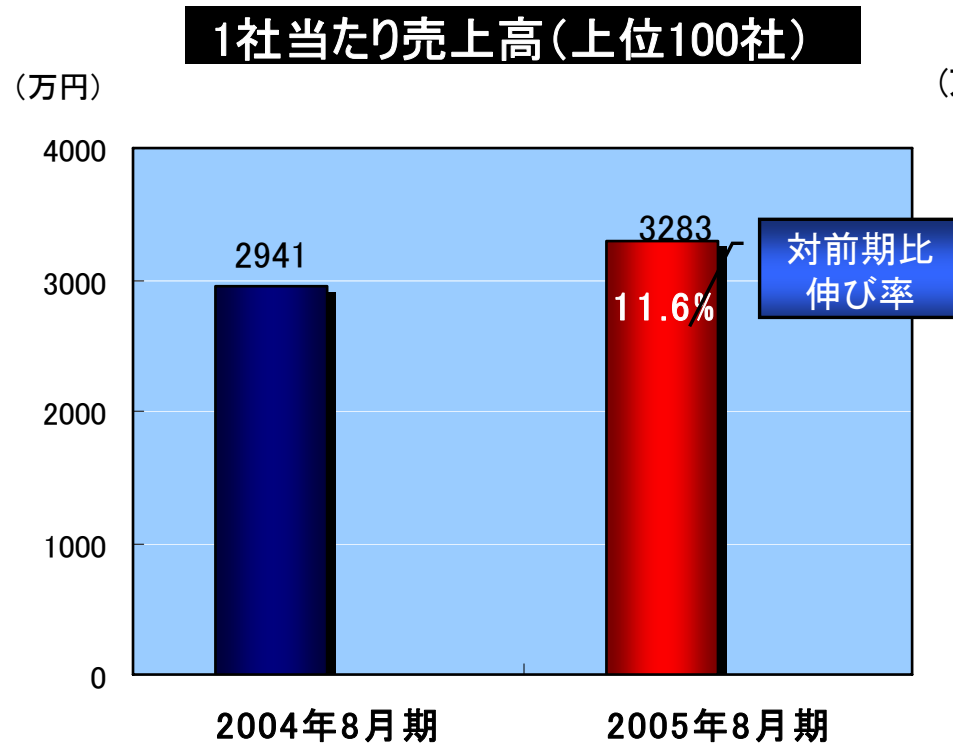
社名	株式会社プラップジャパン PRAP Japan, Inc.
所在地	東京都渋谷区渋谷2-12-19
設立年月	1970年9月9日（8月決算）
事業内容	企業の広報活動の支援・コンサルティング業務を中心としたPR事業
代表	代表取締役社長 矢島 尚
資本金	4億70百万円（2005年8月31日現在）
連結売上高	36億96百万円（35期/2005年8月期）
連結経常利益	4億4百万円（35期/2005年8月期）
連結従業員数	190名（2005年8月31日現在）
連結子会社	株式会社ブレインズ・カンパニー
業務提携会社	オグルヴィ・パブリック・リレーションズ・ワールドワイド（WPPグループ） 北京普樂普公共関係顧問有限公司

プラップジャパンのサービスメニュー

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

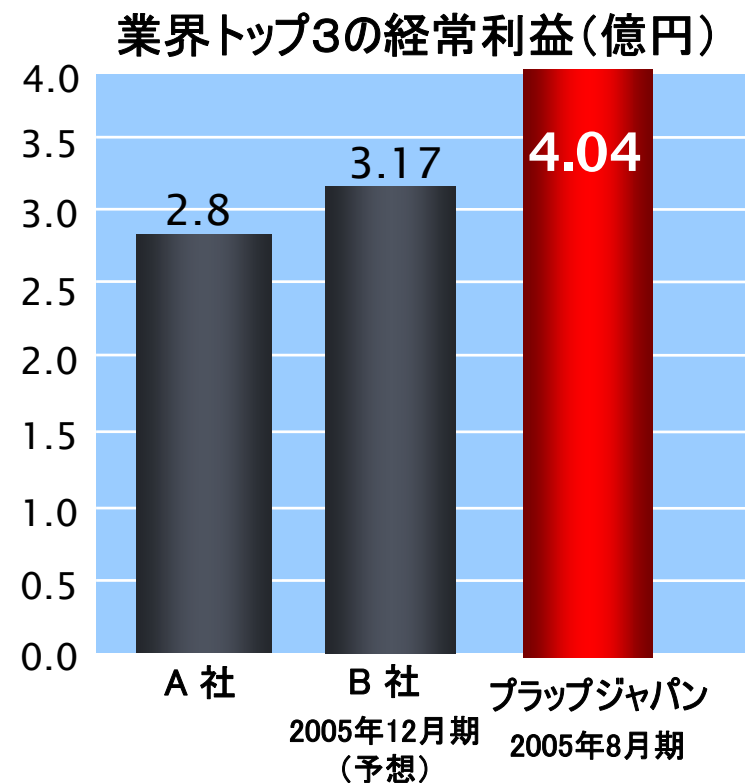
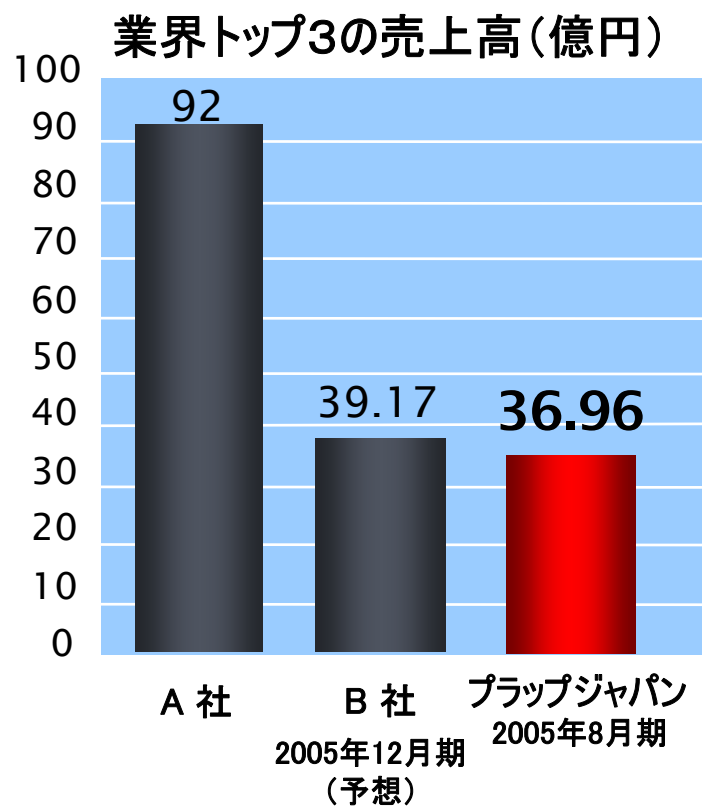
高収益構造

- ◆1社当たり売上高は前年比11.6%増の3283万円
- ◆1社当たり営業利益は前年比17.5%増の174万円



高収益構造

◆ 経常利益は業界トップ



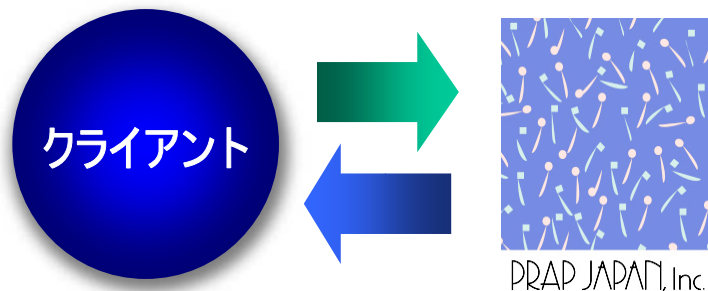
出所：UFJつばさ研究所、連結ベース
各社、直近年度数値(予想)

高収益構造

◆直接取引がもたらす高い利益率

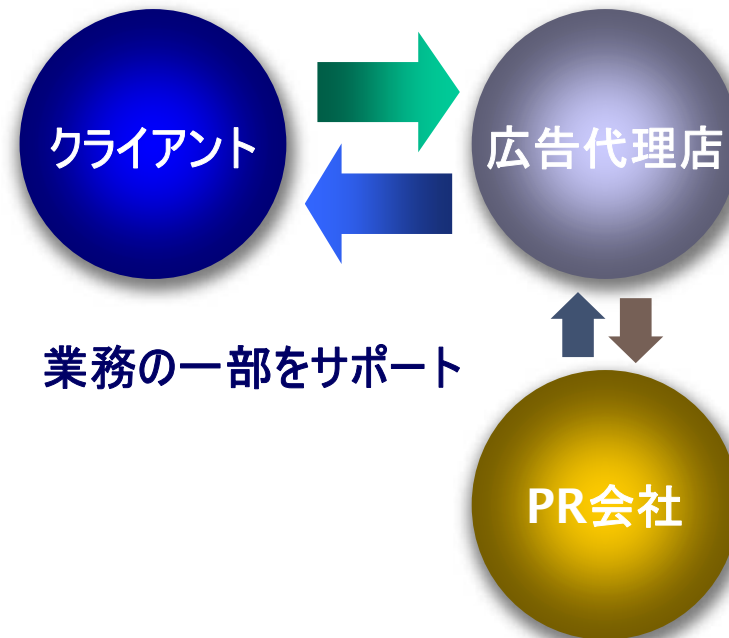
プラップジャパンの取引の約95%はクライアントとの直接取引

直接契約



包括的サービスの提供

代理店経由



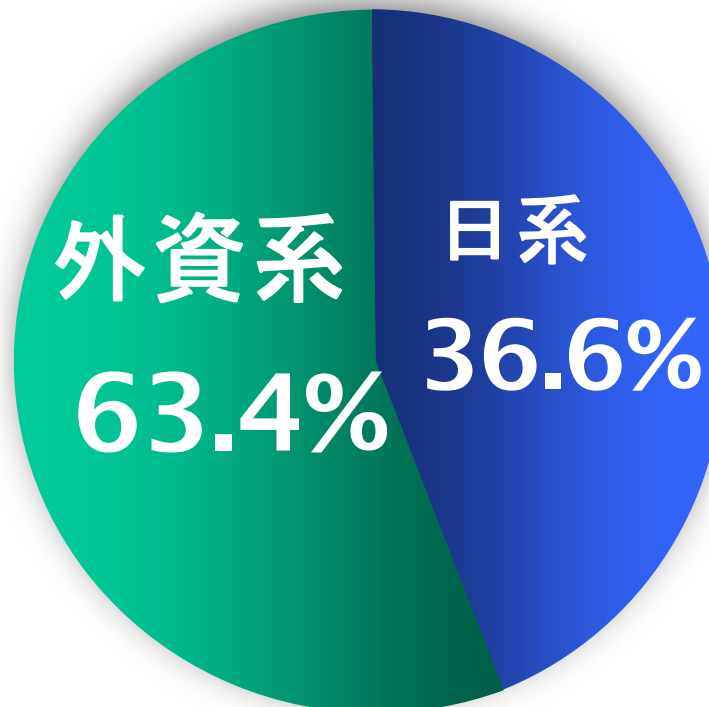
業務の一部をサポート

高収益構造

◆高い外資系企業の売上げ比率

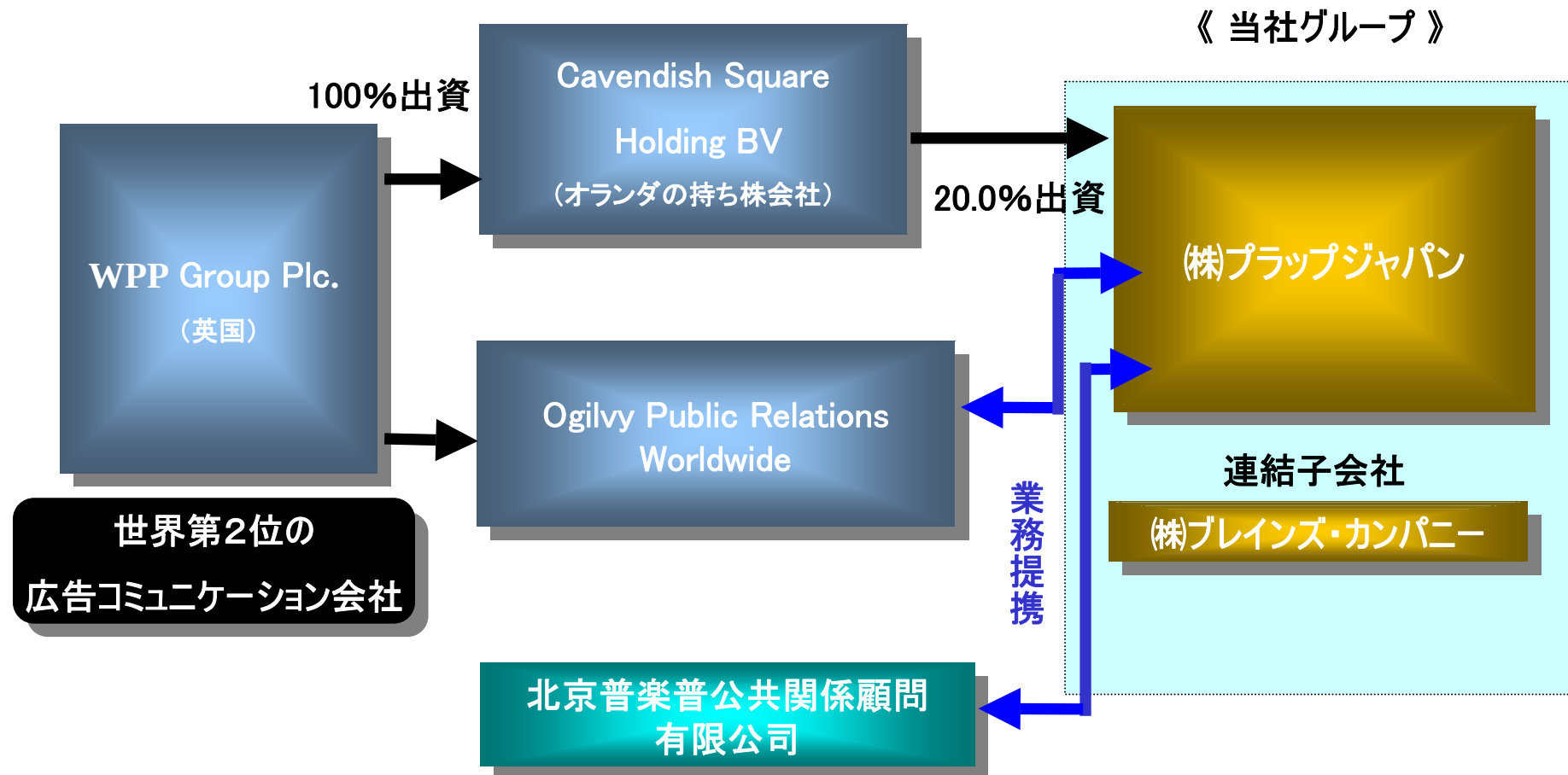
経営戦略の一環としてコミュニケーションを重視する
外資系企業顧客の売上高が多い

売上高内訳
(35期/2005年8月期)



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

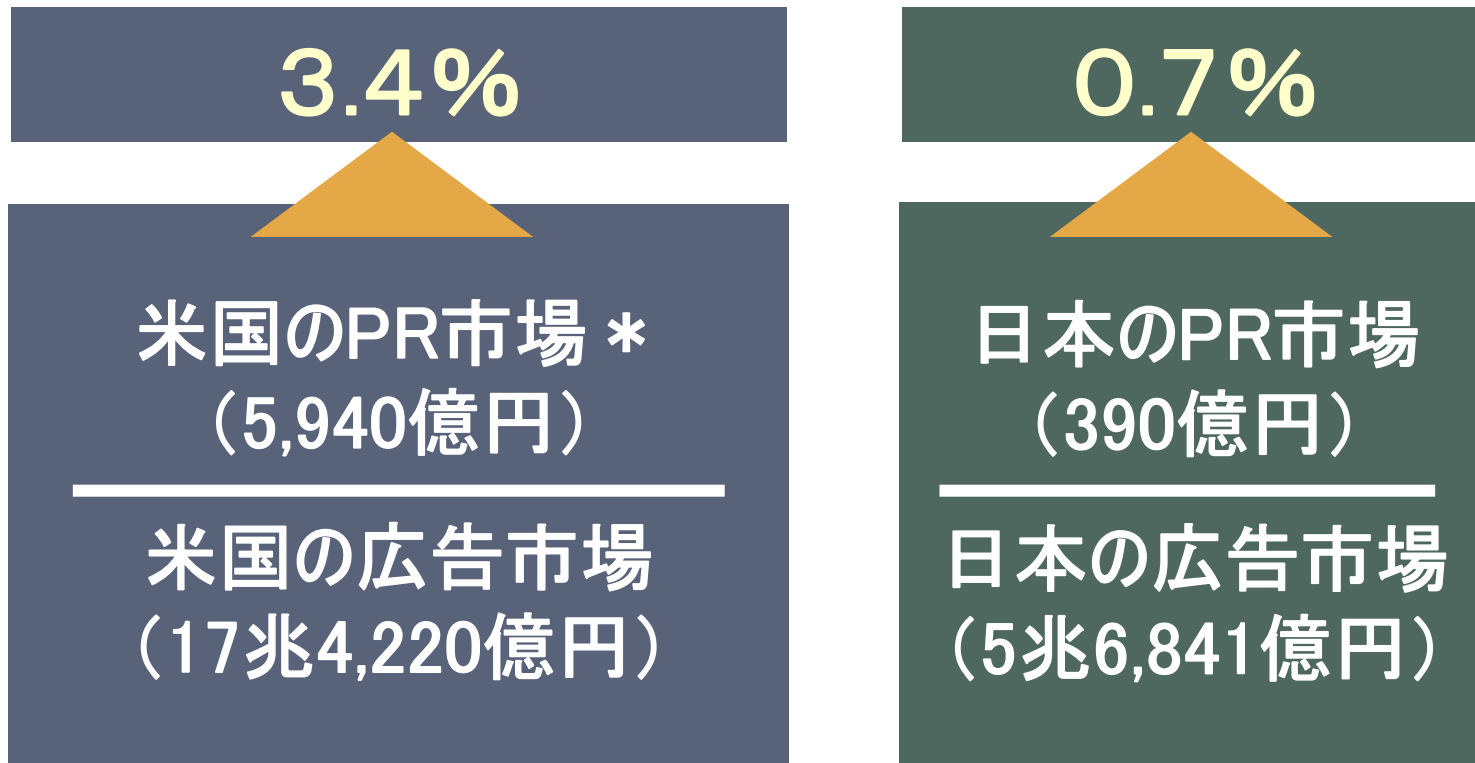


プラップ日本の今後の成長シナリオ



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)



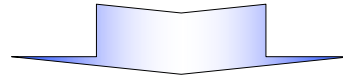
(注) * は2002年、\$ 1 = ¥ 110で換算

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

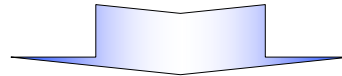
日本企業からの受注拡大

国内企業 = PRに対する認識が低い

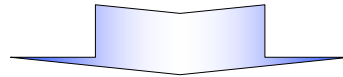
◆企業の不祥事の頻発



◆メディア対応の不手際



◆企業存亡の危機



◆メディア対応の重要性認識



PR会社に対する認識が変化

日本企業との契約を積極的に獲得

サービス分野の拡大

◆健康志向の高まり

ヘルスケア & 病院

◆M & A案件の増加

金融

◆新興3市場におけるIPOの増加

ベンチャー企業

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

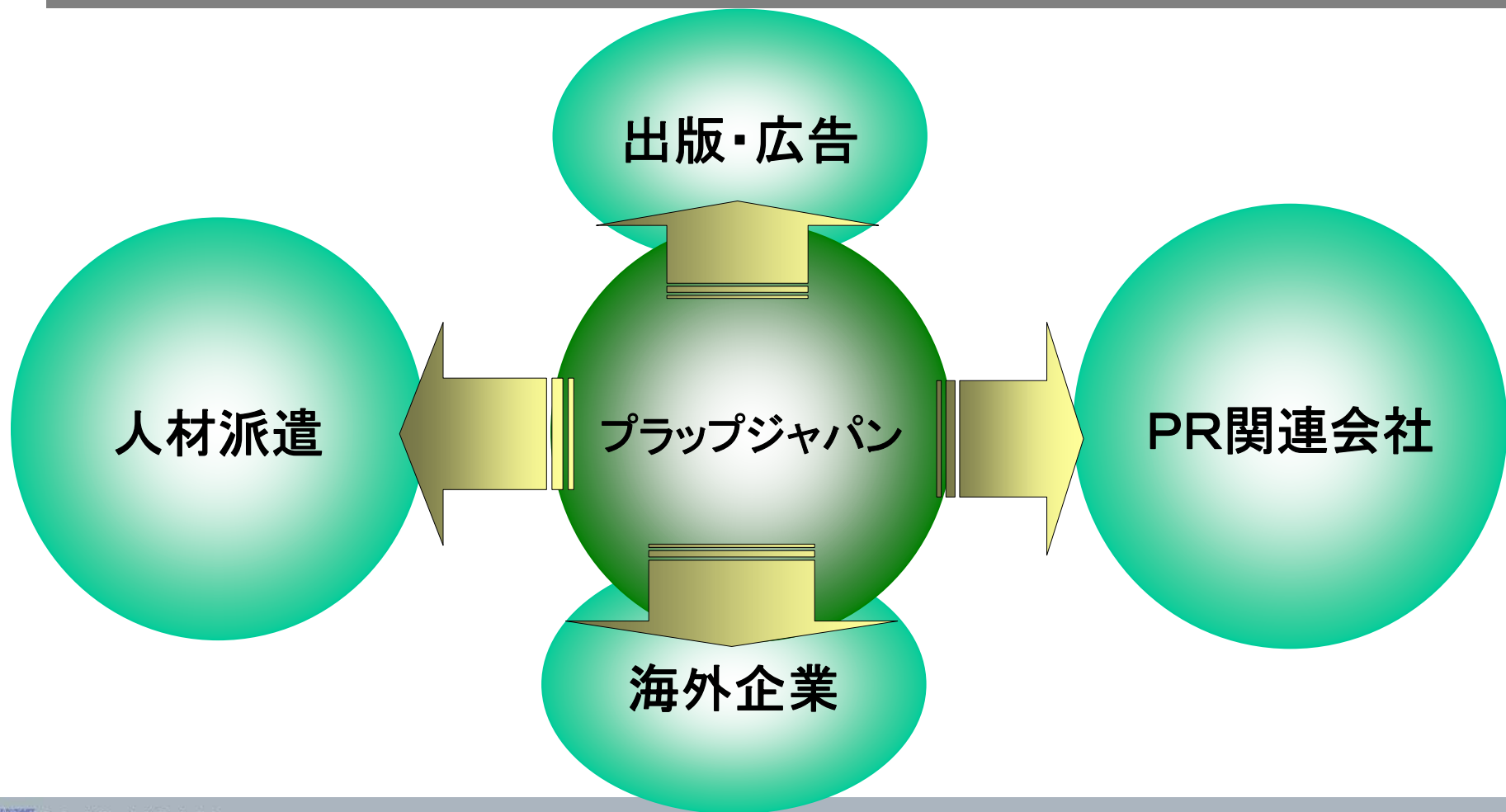


2004年 ワークプレイス・コミュニケーション・サービスを商品化、
専門チーム編成

2005年 アシミレーション・プログラムを商品化

M & A

PR周辺分野にM & Aを展開



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

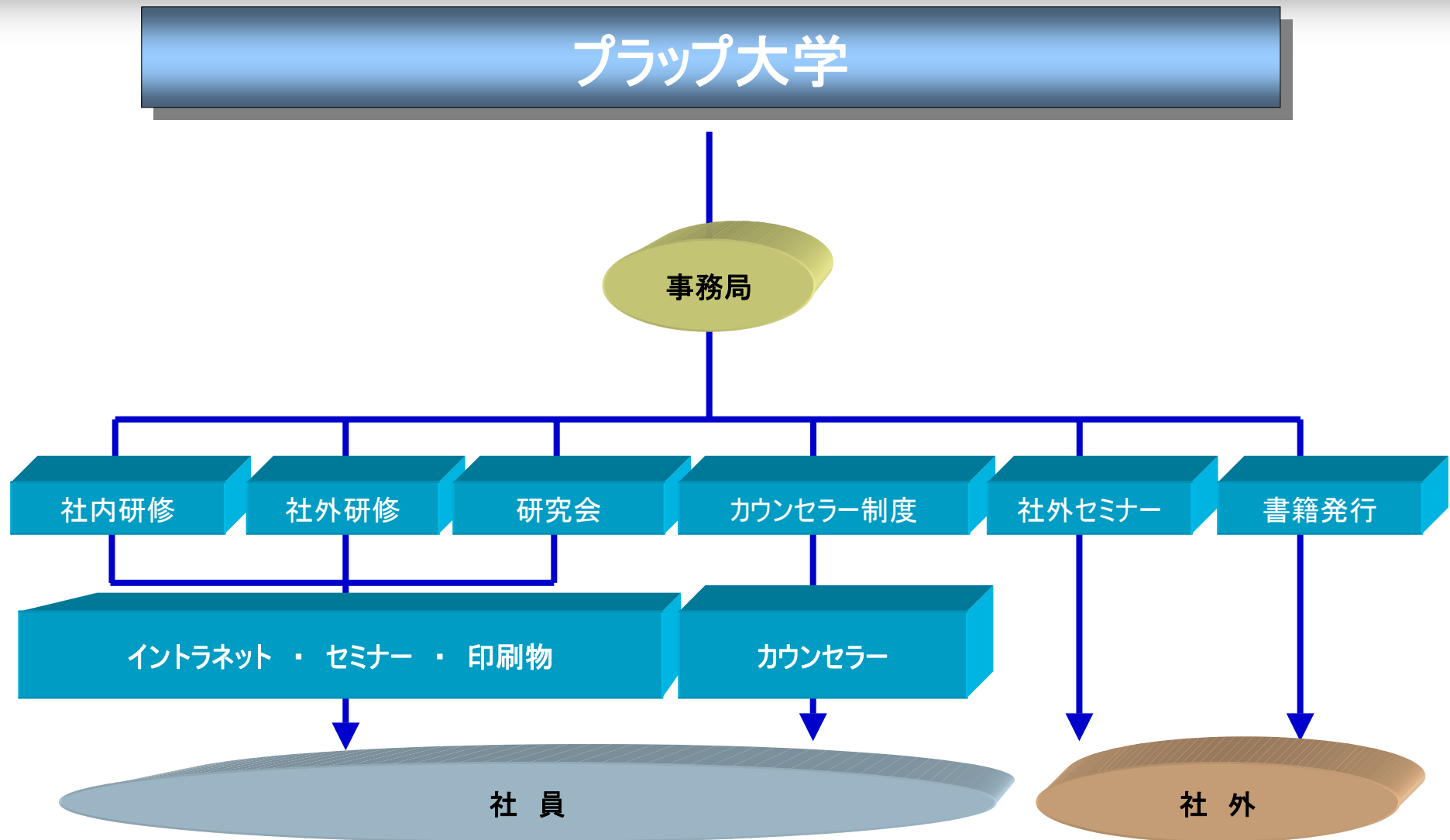
幅広いコミュニケーション・スキル

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

早期戦力化を支える充実した研修・教育体制



プラップ大学

■ PRAP Japanが目指す、新しいPR会社の姿

- 社会のあらゆるコミュニケーションに関する問題解決
- Comprehensive Communications Solutions

■ PRAP大学が目指すもの

- “新しいPR会社の姿”を実現するための社員の育成
- CS&ES(クライアント満足と社員満足)の実現
- サービス品質向上のための社内管理
- プラップジャパンの売上拡大への貢献

■ 目指す社員像

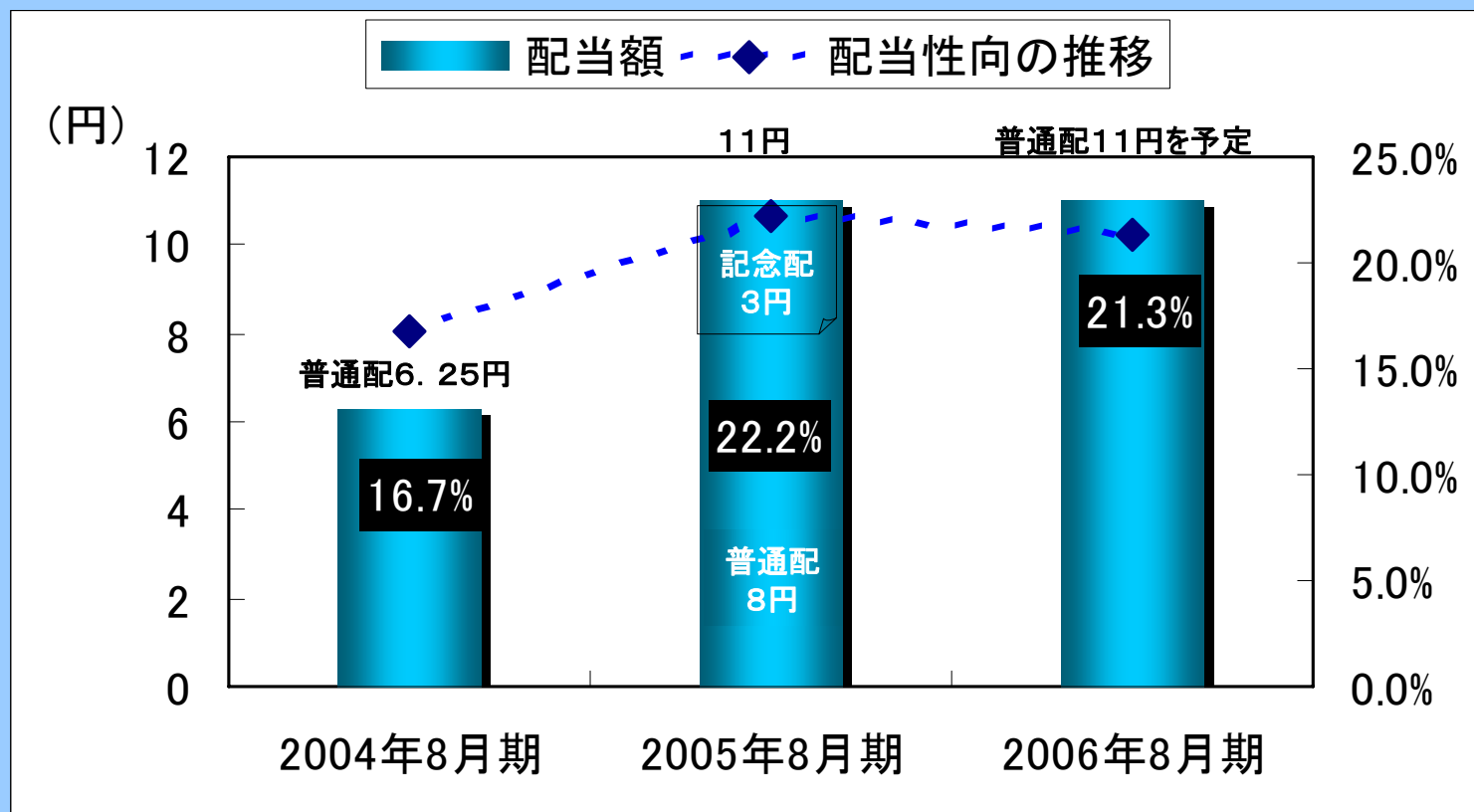
- PRコンサルタント
 - － ビジョンに基づいた思考と行動
 - － 問題解決を軸とした高度なコミュニケーションサービススキル
 - － 新しい問題解決手法を作り出す創造力とチャレンジ精神
 - － 誠実、プロフェッショナル、チームワーク、コンプライアンス

株主還元策

◆4. 75円(普通配1. 75円・記念配3円)の増配

◆配当性向は実質5. 5ポイント向上

◆2006年8月期は普通配11円に



2006年8月期 連結業績の見通し

◆安定した成長を継続

(通期)

(単位:百万円)

		2005/8月期			2006/8月期	前年比増加率
売上高		3696			4126	11.6% 
経常利益	(売上高比)	404 10.9%			497 12.0%	22.9% 
当期利益	(売上高比)	234 6.3%			268 6.4%	14.6% 

2006年8月期 連結業績の見通し

◆企業の広報予算の増加傾向を背景に前期の好業績を継続

◆プラップジャパンなどPR会社2社が上場し、PR業界に対する認知度が向上

◆総選挙における自民党の大勝により、弊社紹介記事が大量にメディアに露出し、引き合いが増加

◆メディア対応の重要性の認識が高まったことによる受注件数の増加傾向が継続

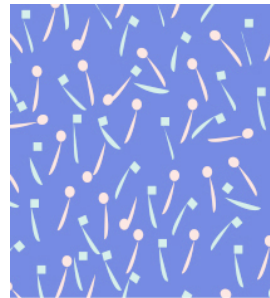
本資料お取上げ上のご注意

- 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場合があります。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