

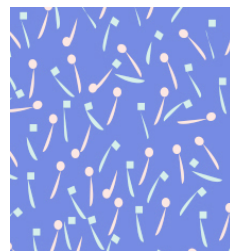


JASDAQ

証券コード

2449

平成21年8月期 第2四半期 決算説明会



PRAP JAPAN, Inc.

平成21年4月21日

株式会社 プラップジャパン

© 2009 PRAP Japan, Inc. All rights reserved.



平成21年8月期 第2四半期 連結業績の概況

平成21年8月期 第2四半期 連結業績の概況①

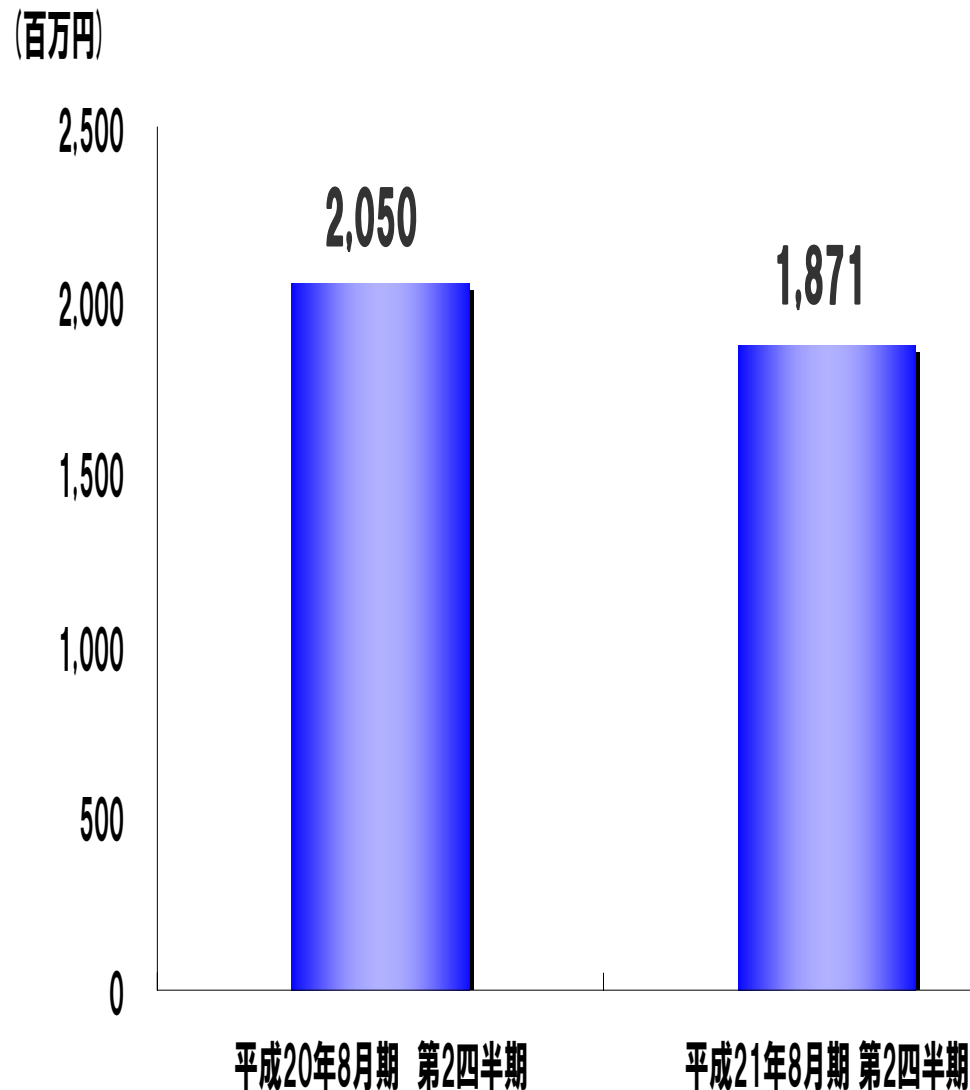
(単位：百万円)

	平成20年8月期 第2四半期 実績	平成21年8月期 第2四半期 実績	前期比	予想比
売上高	2,050	1,871	△8.7%	△0.2%
営業利益	222	158	△28.7%	+22.5%
経常利益	194	92	△52.3%	△22.3%
四半期純利益	106	44	△57.8%	△30.2%

※予想比は平成20年10月16日発表の「平成21年8月期 第2四半期連結累計期間 業績予想」との差異

**売上・営業利益は概ね期首予想に沿う
経常利益は投資有価証券評価損の影響**

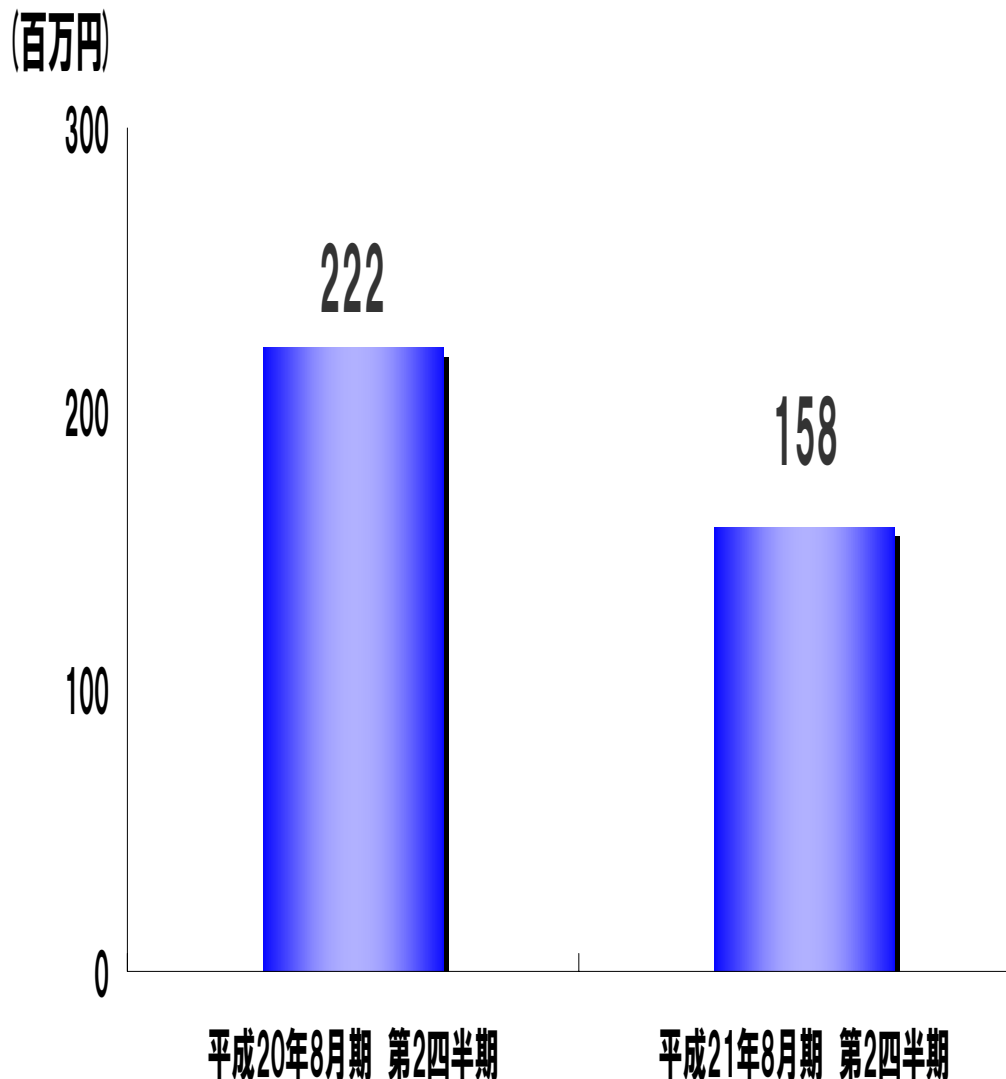
売上高推移



減少要因

- ◆ 景気減速による企業の広報予算削減を受け、受注額が減少
- ◆ 連結子会社は、中国子会社が堅調な伸びを見せたものの、国内子会社が減少

営業利益の推移



**業績予想に対し、2,900万円
プラス**

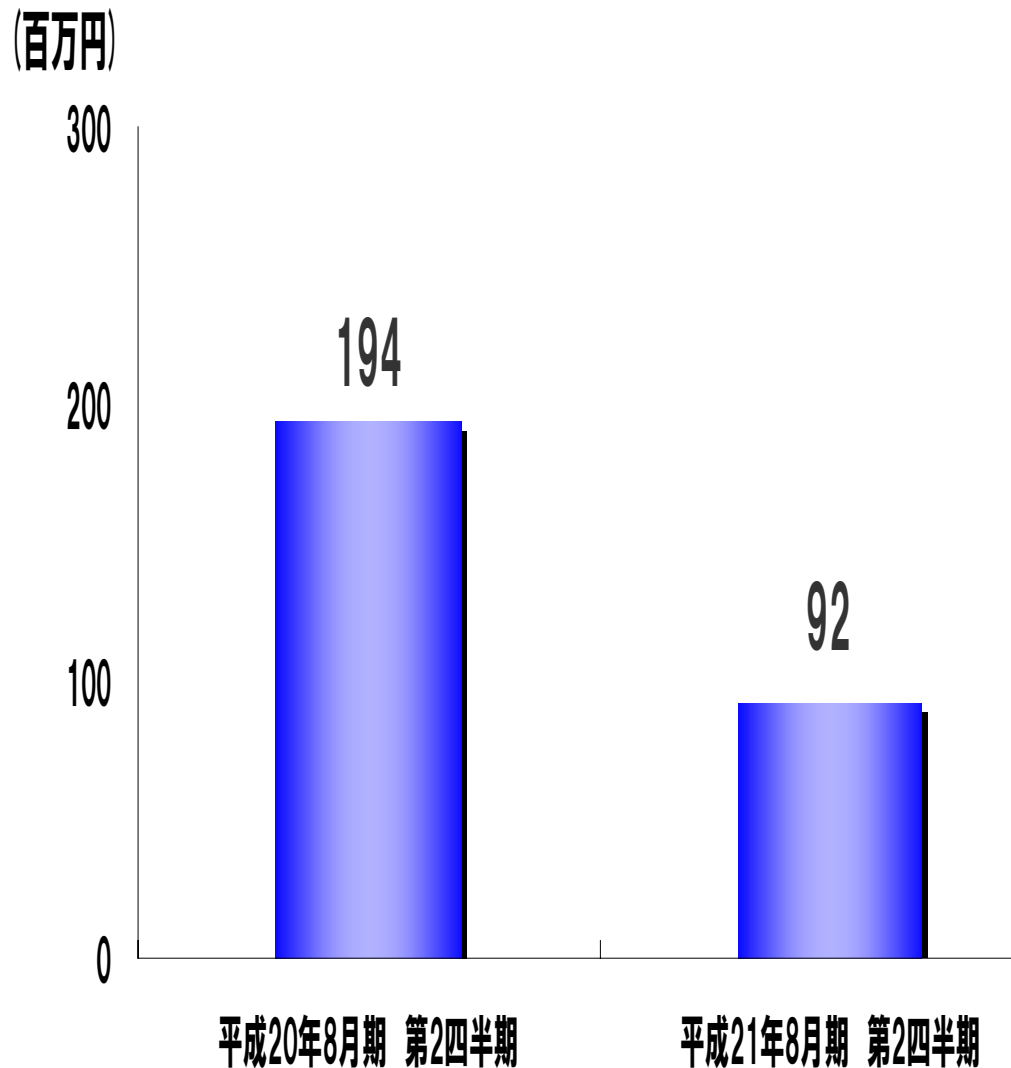
減少要因

- ◆ 増床に伴う費用増
- ◆ 共通部門の人員増
- ◆ 監査費用の増加

その対策として

- ◆ 様々な費目で削減
 - 営業管理部の設立効果
- ◆ 外注費を引き続き抑制

経常利益の推移



減少要因

◆ 投資有価証券評価損

➤ 69百万円を計上

平成21年8月期 第2四半期 連結業績の概況②

(単位：百万円)

	平成20年8月期 第2四半期実績	平成21年8月期 第2四半期実績	前期比
コミュニケーションサービス (CS) 部門	1,832	1,670	△8.8%
クリエイティブサービス (CR) 部門	218	200	△8.0%

部門別業績の概況

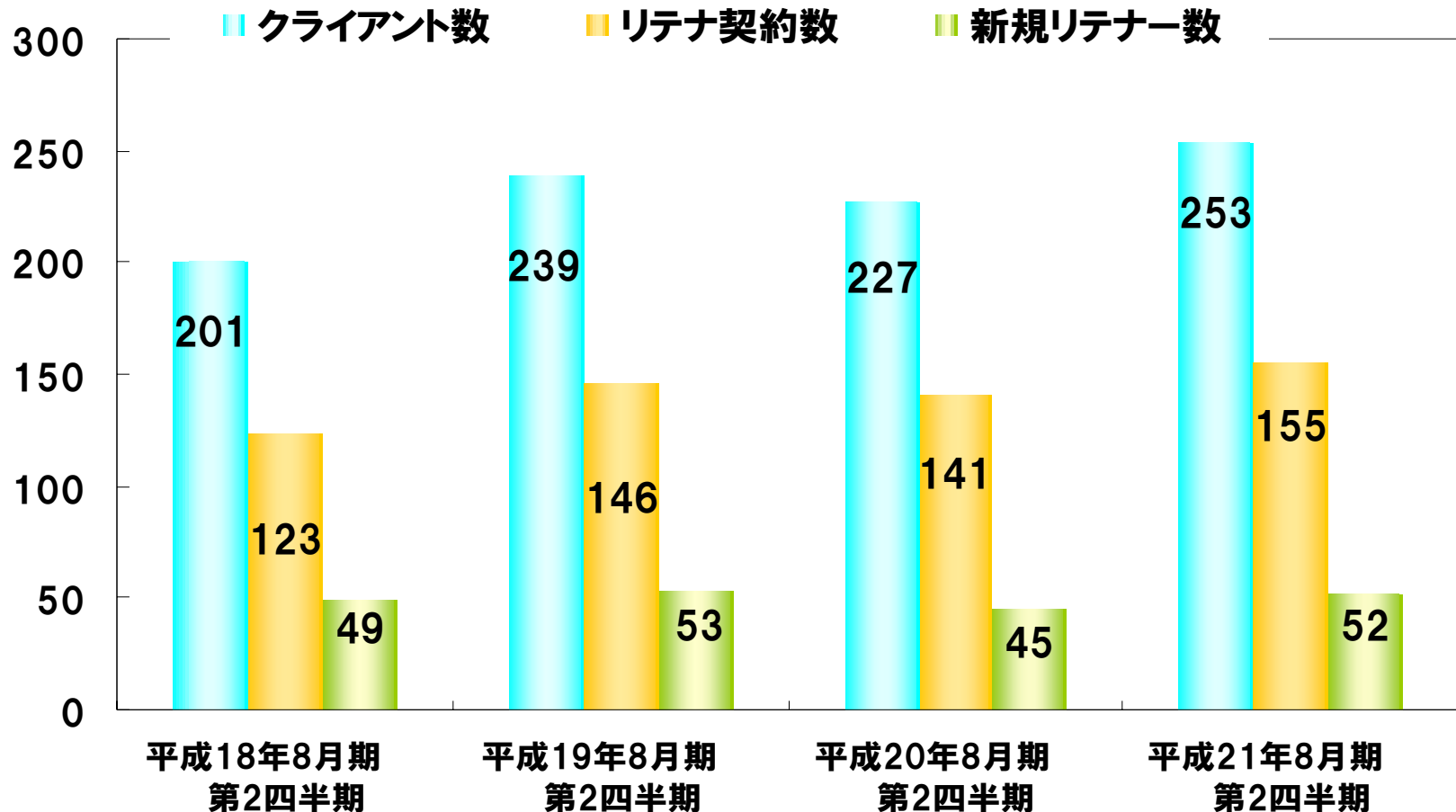
コミュニケーションサービス部門(CS)

- ◆メディアトレーニング業務、危機管理対応業務、IRやM&A対応業務などのコンサルティング中心の業務の受注は堅調に推移
- ◆新規受注件数も堅調に推移
- ◆景気先行不安感から一部顧客の広報予算削減による受注額の縮小や予定業務の中止が影響。

クリエイティブサービス部門(CR)

- ◆外資系製薬会社、外資系食品会社、老人介護関連財団法人、大手外食企業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、受注額の縮小や予定業務が中止・遅延になるなどが影響

営業活動の概況



**受注件数は増加傾向／受注率も高まる
上期受注増による下期業績への反映を狙う**

平成21年8月期 下期戦略

1. 全般的に下期に売上が偏る傾向

- ◆ 行政関連業務の完了が下期に集中

2. M&A効果

- ◆ 旭エージェンシーの連結組み入れおよび本社移転

- 1980年設立。外国食品関係の公益法人・企業に強み
- 充実したバイリンガルスタッフ
- 平成20年3月期 売上3億5,700万円／経常利益2,000万円

3. 経費削減の推進

- ◆ 営業管理部を中心とした削減を継続

4. 好調な中国子会社の売上・利益の貢献

◆ 危機管理対応業務が受注増加

- 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
- 通常の広報業務に加え、危機管理意識の高まりを受け、クライシス対応やメディアトレーニングの受注は引き続き増加
- 日本企業の中国市場に対する期待

◆ 受注拡大を図るための強化策

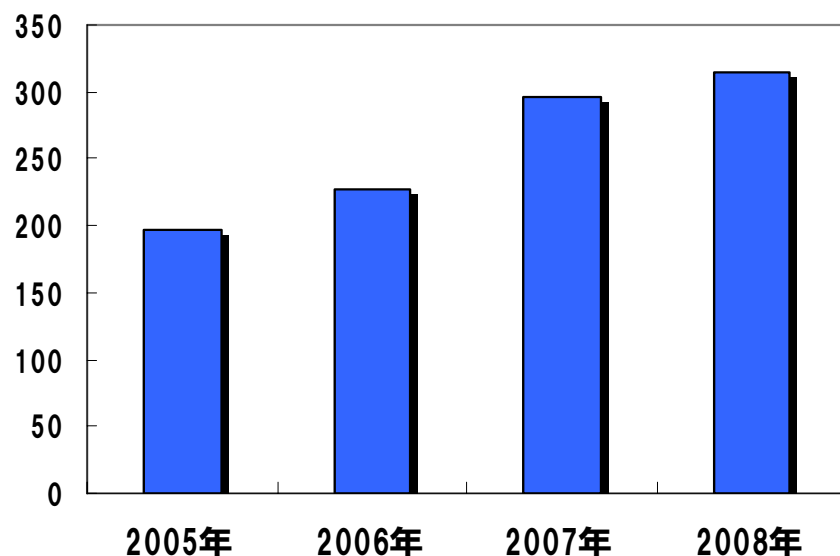
- 日本からの出向社員を増強し、規模拡大を図る
- 昨年11月、日本企業向けに中国での危機管理対応事例についてのセミナーを実施するなどして営業活動を実施

北京普樂普公共關係顧問有限公司 業績推移

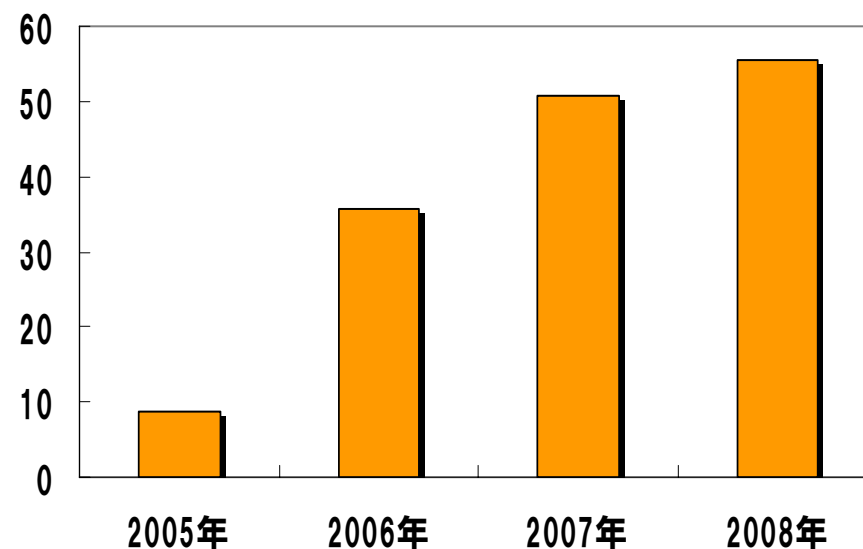
(單位：百万円)

	2005年	2006年	2007年	2008年
売上高	197.5	226.6	295.6	315.3
經常利益	8.8	35.8	50.7	55.4

■ 売上高



■ 經常利益



5. 受注獲得を促進

- ◆ **利益率の高いPRコンサルティング分野での受注獲得**
 - 広報戦略立案業務
 - メディアトレーニング
 - 危機管理対応業務
 - M&Aコミュニケーション
- ◆ **景気後退局面に強い業態へのコミュニケーション業務提案**

全社一丸となった受注獲得を促進

中期的な施策

◆ M&Aや合併等の増加

- M&Aコミュニケーション
- インターナル・コミュニケーション
 - 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

◆ 企業における間接部門の人員削減

- 広報部門のアウトソーシング
 - 大企業における広報部門は多くが内製化で人員も多い
 - 外資系はほとんどの企業がアウトソーシング

◆ 自社のM&AをPR周辺分野で推進

◆ 新しいPR手法の研究開発

- デジタル・インフルエンス
- ガバメント・リレーション

平成21年8月期 連結業績の見通し

(単位：百万円)

	平成20年8月期	平成21年8月期 (予想)	対前年比成長率
売上高	4,425	4,546	2.7%
営業利益	478	520	8.7%
経常利益	469	494	5.5%
当期純利益	247	275	11.6%

業績予想達成を目指す

プラットフォームの概要



会社概要

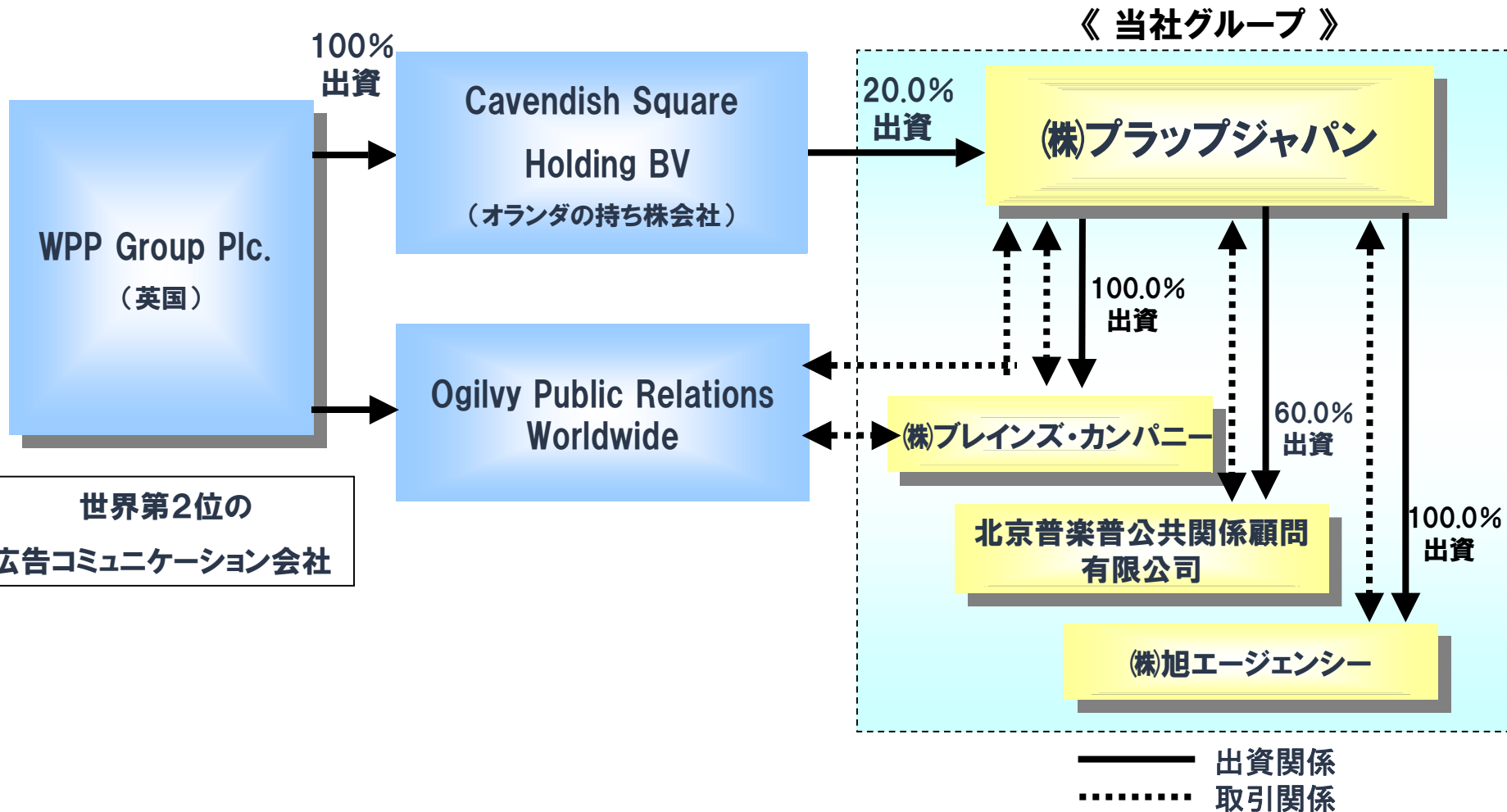
- 創 立 1970年
- 資 本 金 4億7千万円
- 代 表 者 代表取締役社長 杉田 敏
- 本 社 東京都渋谷区渋谷2丁目
- 連結売上高 44億2,500万円(平成20年8月期)
- 連結従業員数 245名(平成21年2月末現在)
- 連結子会社
 - 北京普樂普公共関係顧問有限公司(プラップチャイナ)
 - 株式会社ブレインズ・カンパニー
 - 株式会社旭エージェンシー
- 資本・業務提携(海外ネットワーク)
 - Ogilvy Public Relations Worldwide
- 平成17年7月にJASDAQに上場



PRAD JAPAN, Inc.

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



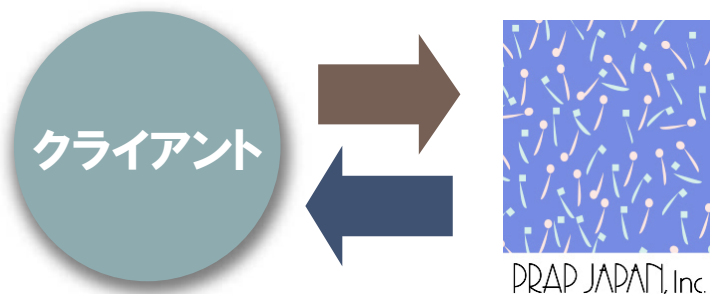
プラップジャパンのサービスメニュー

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。

直接取引がもたらす高い利益率

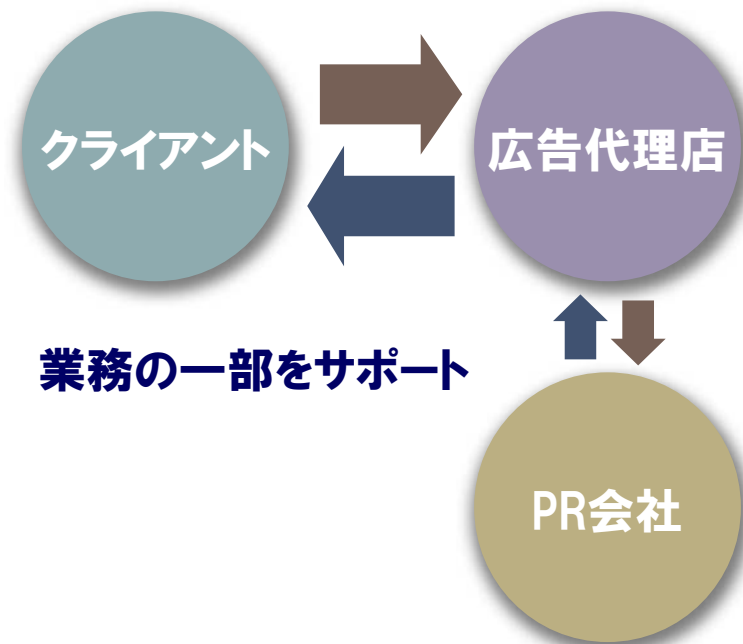
プラップジャパンの取引の約95%はクライアントとの直接取引

直接契約



包括的サービスの提供

代理店経由

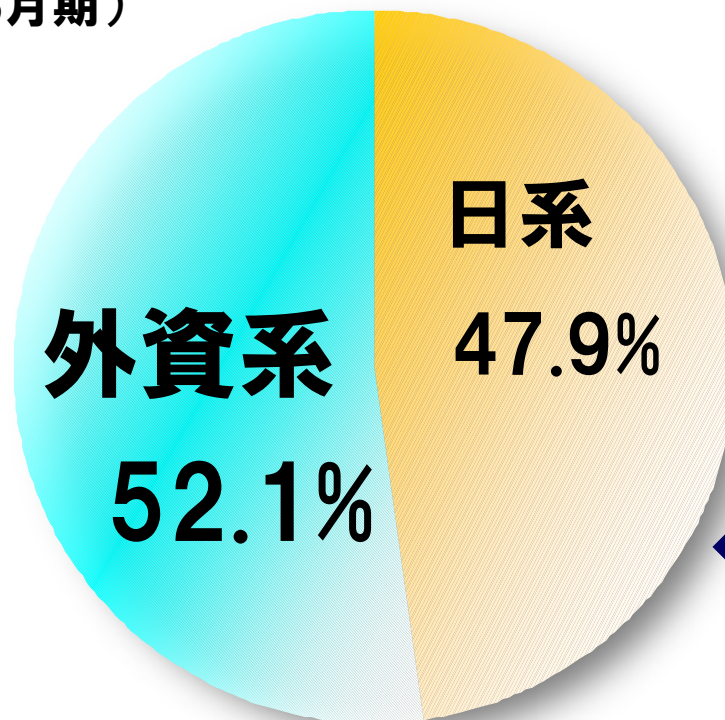


業務の一部をサポート

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