



PRAP JAPAN, Inc.

JASDAQ

証券コード

2449

平成22年8月期 決算説明会

平成22年10月25日

株式会社 プラップジャパン

© 2010 PRAP Japan, Inc. All rights reserved.

平成22年8月期 連結業績の概況

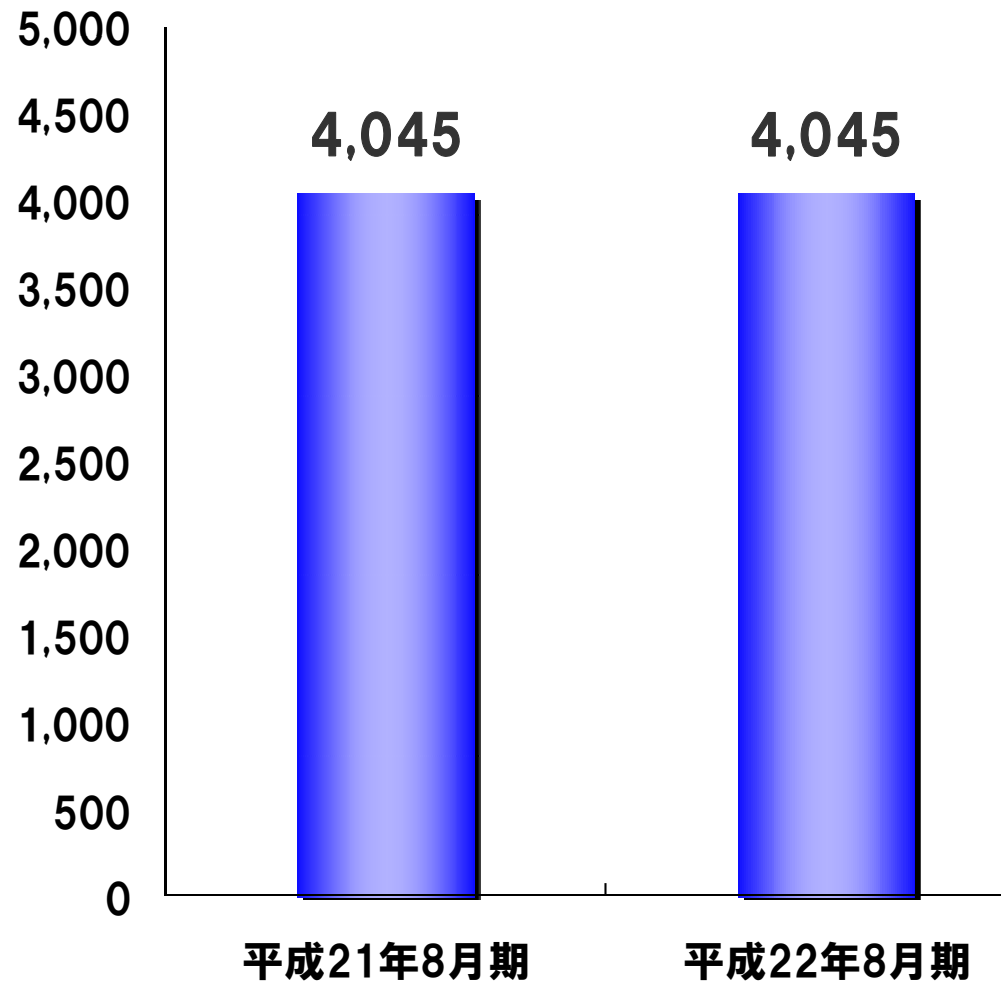
(単位:百万円)

	平成21年8月期	平成22年8月期	増減額	前期比
売上高	4,045	4,045	+ 0	+0.0%
営業利益	382	476	+ 94	+24.7%
経常利益	380	460	+ 80	+21.1%
当期純利益	202	250	+ 47	+23.8%

**前期比で売上高は概ね計画通り
営業利益、経常利益、当期純利益ともに増加し、増益を達成**

売上高推移

(百万円)



◆マーケティングPR分野や利益率の高いコンサルティング中心の業務を継続受注

◆ブレインズチャイナを連結子会社化

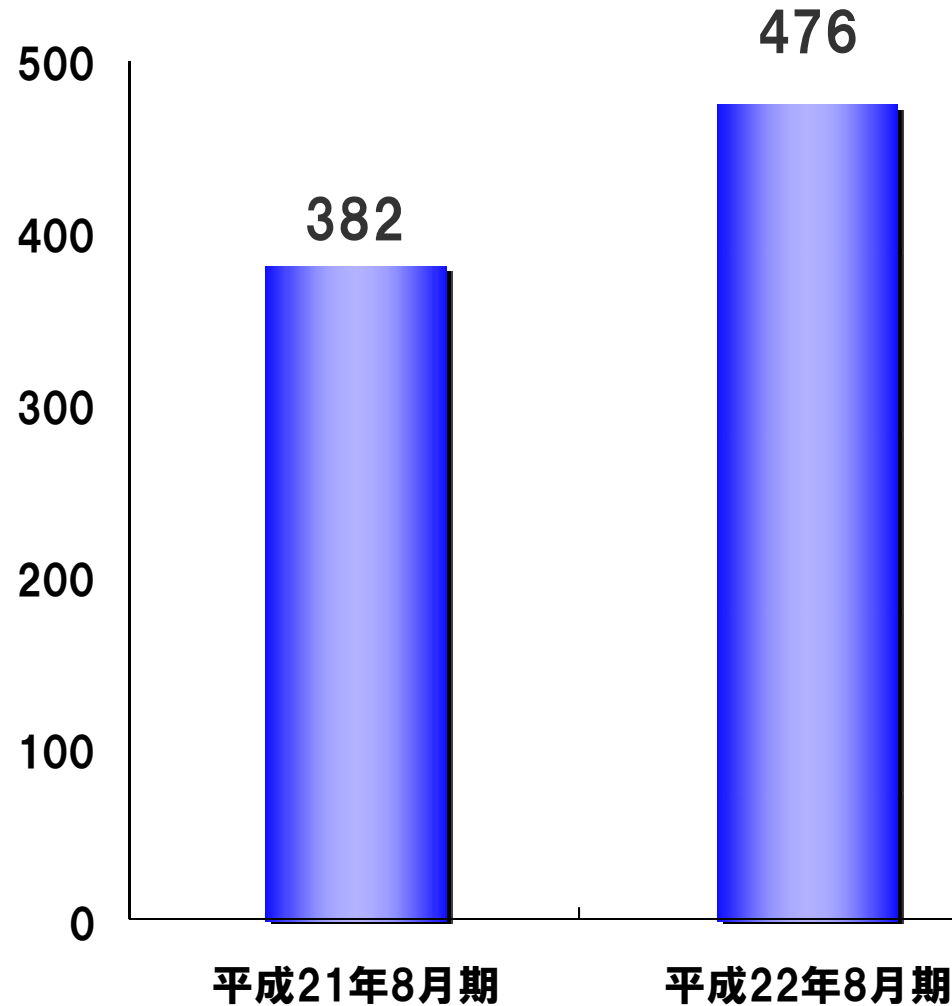
◆他の連結子会社も増収

一方で

◆顧客の予算支出抑制やイベント業務の受注減少、競合間の価格競争が強まる

営業利益の推移

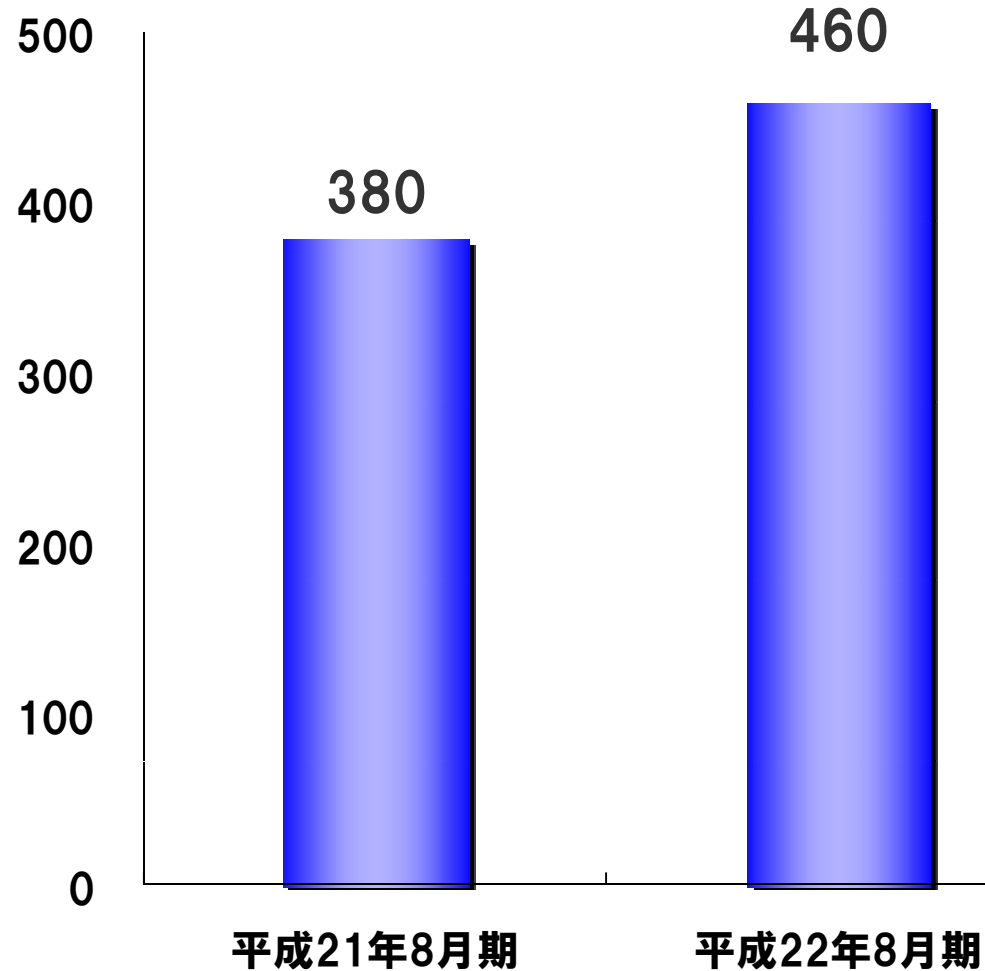
(百万円)



- ◆ 前期に引き続き間接費、経費を削減。売上原価が減少
- ◆ 販売管理費を抑制
- ◆ 上期に利益率の高い大型M&Aコミュニケーション業務を受注

経常利益の推移

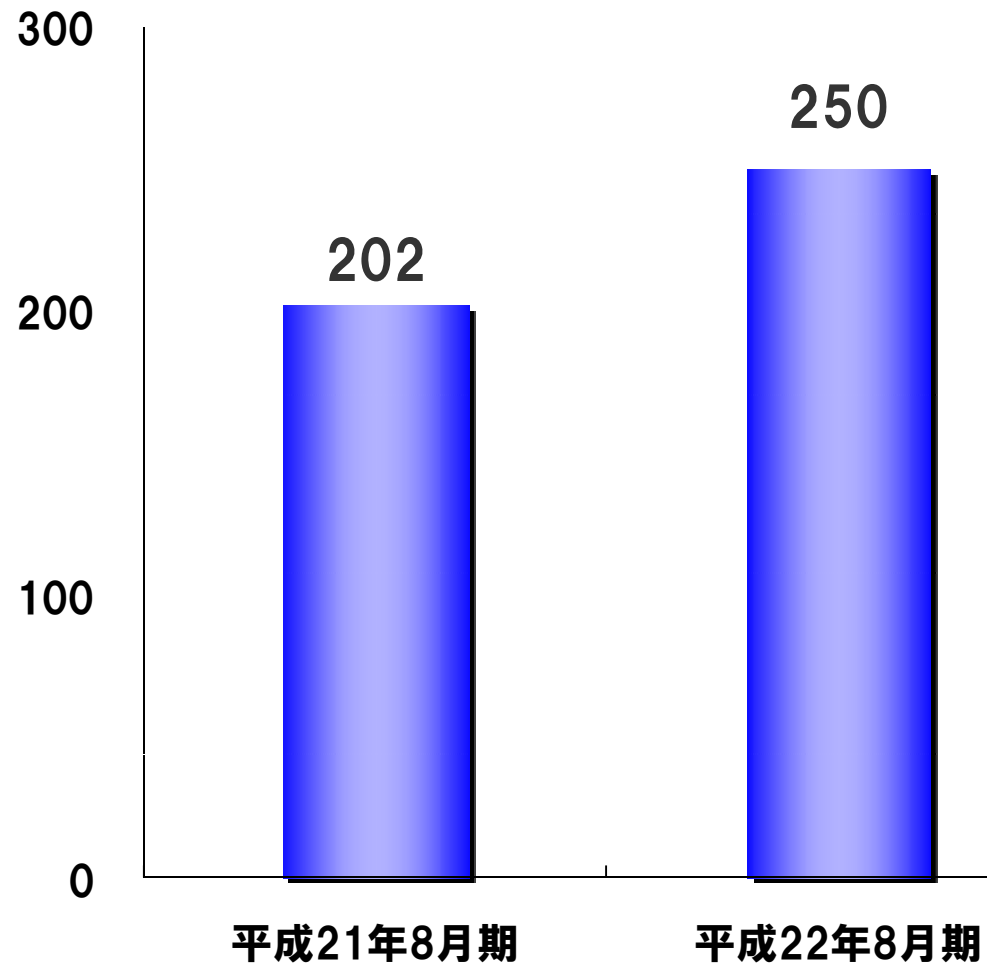
(百万円)



- ◆ 営業利益の増益
- ◆ 受取配当金、還付消費税を計上
- ◆ 投資有価証券評価損
17百万円及び円高による
為替差損11百万円を計上

当期純利益の推移

(百万円)



◆ 経常利益の増益

部門別業績

(単位:百万円)

	平成21年8月期	平成22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	3,587	3,675	+ 88	+ 2.5%
クリエイティブサービス部門	457	369	△ 87	△19.2%

※前期連結累計期間にクリエイティブサービス部門に所属していた一部が、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、異動部門の前期連結累計期間売上高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)

- 最近の企業ニーズであるマーケティングPR分野の受注割合が増加傾向
- メディアトレーニング業務をはじめとした利益率の高いコンサルティング業務も堅調に推移
- 企業再生コミュニケーション業務といった新サービスや決算、株主総会のコミュニケーション業務なども
- デジタル・コミュニケーション戦略を活用した関連業務を受注

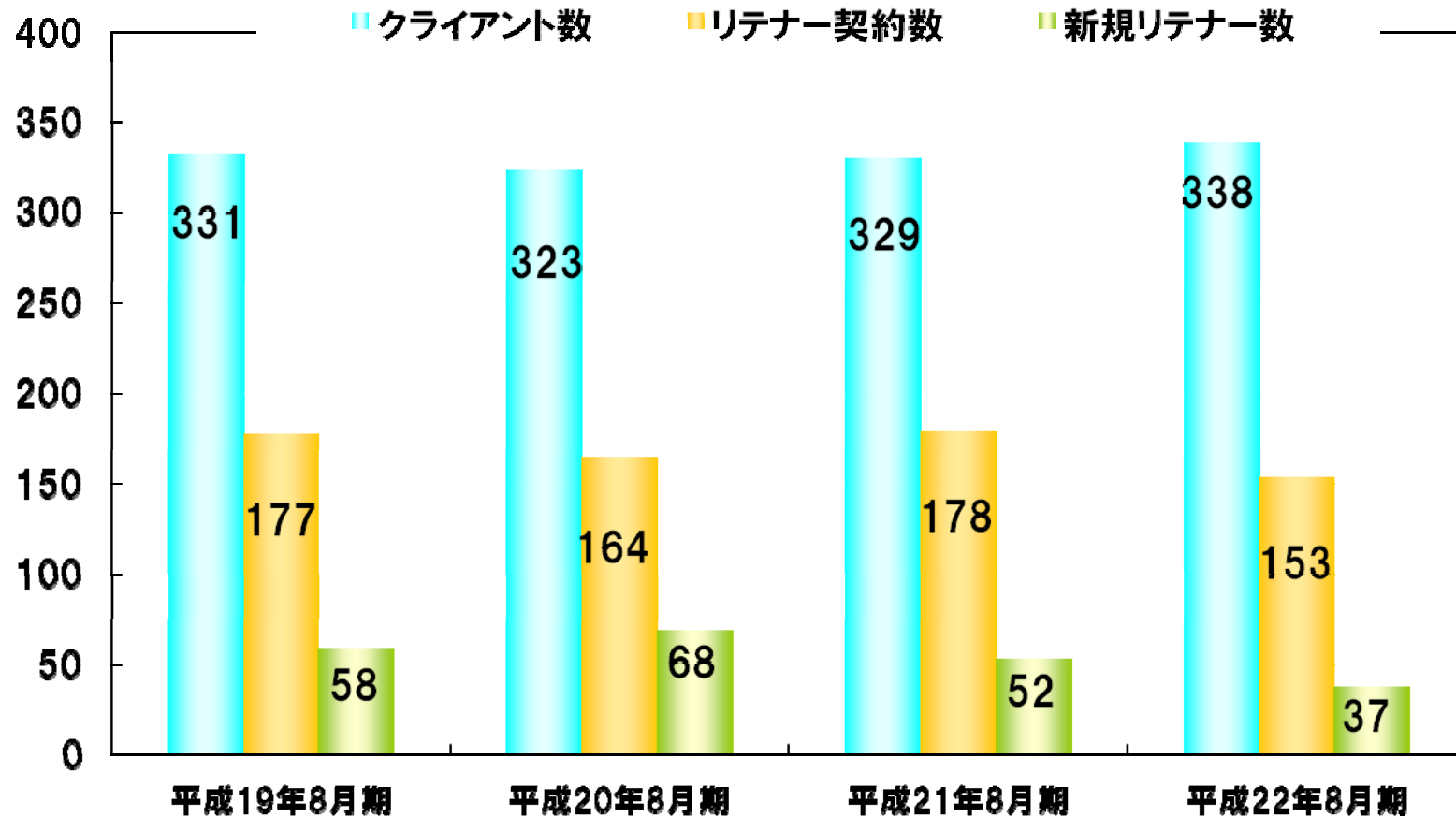
部門別業績の概況

クリエイティブサービス部門(CR)

- **イベント業務は、
外食企業の販促型イベント／食品関係の記者発表会
金融系のIRイベント／製薬、消費財メーカーの映像制作等の
業務を受注**
- **編集制作業務は
製薬、大学等のコミュニケーションツール
ITコンサル企業のCSR報告書等の業務を受注**
- **ウェブコミュニケーション業務は
照明器具メーカー、製薬に加え、外国政府機関等からも
業務を受注**
- **イベント業務の受注が全般的に減少**

営業活動の概況

(件)



総クライアント数は増加
リテナー契約の減少を新規／既存スポット案件でカバー

第40期のトピックス

- ◆ 9月 法人向けインフルエンザ専用情報サイトオープン
- ◆ 10月 日経リサーチとブログ解析システムを共同開発
- ◆ 10月 中国検索エンジン最大手・百度(バイドゥ)と業務提携
- ◆ 12月 自己株式の取得(～2010.2)
- ◆ 12月 國學院大學法科大学院で特別講座を実施
- ◆ 12月 ブレイズカンパニーが中国法人へ資本参加
- ◆ 3月 自己株式の取得
- ◆ 4月 創立40周年を迎えるのを機に慶應義塾大学にて
プラップジャパン寄附講座開講
- ◆ 7月 百度(バイドゥ)とオンライン販促クーポン配布サービスを
提供開始

平成23年8月期 連結業績の見通し

(単位:百万円)

	第2四半期連結累計期間	通 期
売 上 高	1,824 (△ 8.3%)	3,923 (△ 3.0%)
営業利益	160 (△ 33.1%)	441 (△ 7.3%)
経常利益	155 (△ 31.2%)	434 (△ 5.5%)
当期純利益	52 (△ 57.1%)	199 (△ 20.1%)
1株当たり 当期純利益	12円08銭	46円19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同四半期増減率)

平成23年8月期 連結業績の見通し

**新規引き合いは
引き続き継続**

**広報予算支出に対する
抑制姿勢続く**

**マーケティング効果が期待
できるPR戦略を求める傾向**

**競合環境における
価格競争の強まり**

連結子会社の売上・利益寄与

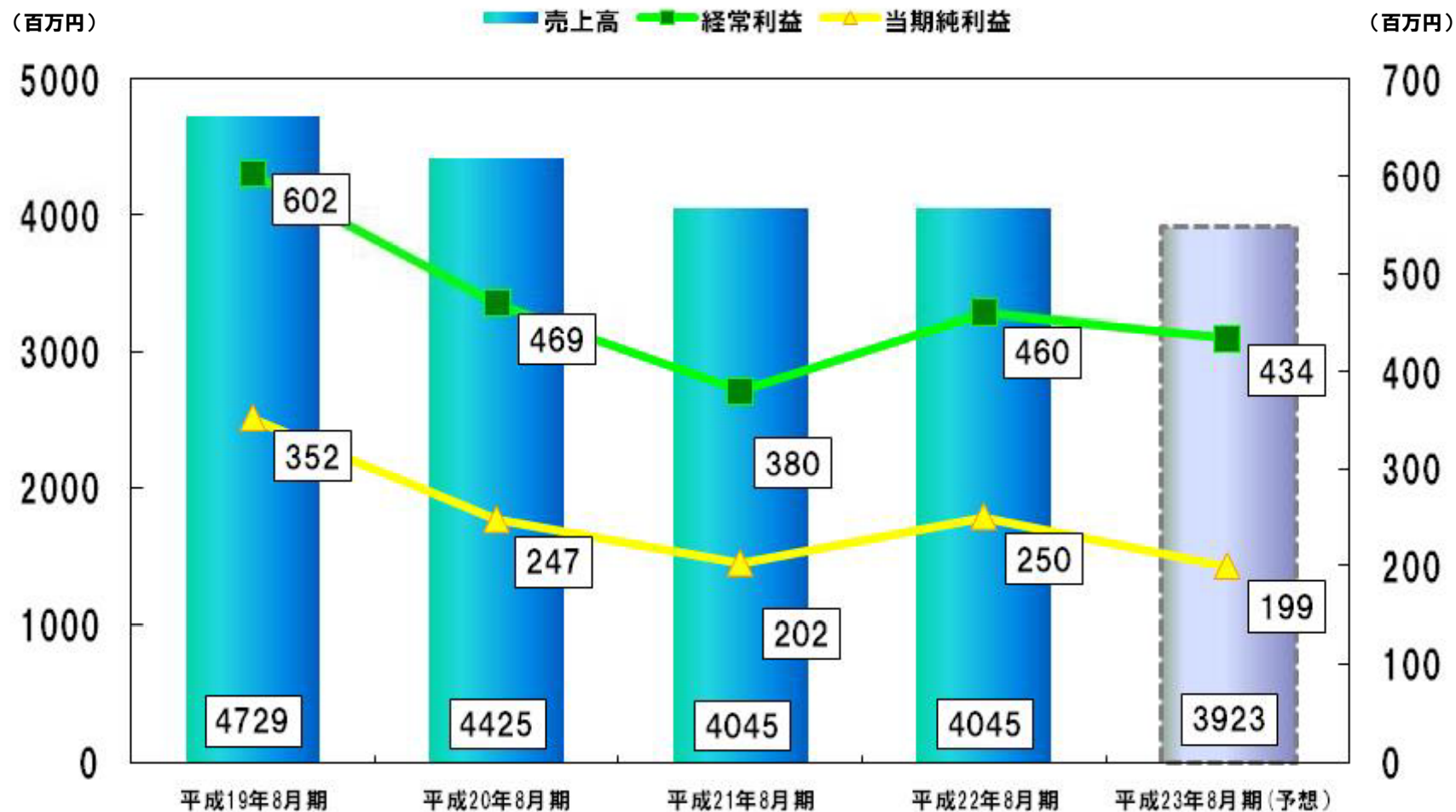
**大型案件の減少
(M&Aコミュニケーション、イベント)**

**販売管理費等の削減など
費用抑制**

為替の影響

【参考】業績推移

業績推移グラフ



配当推移

◆ 期末配当金を2円増配

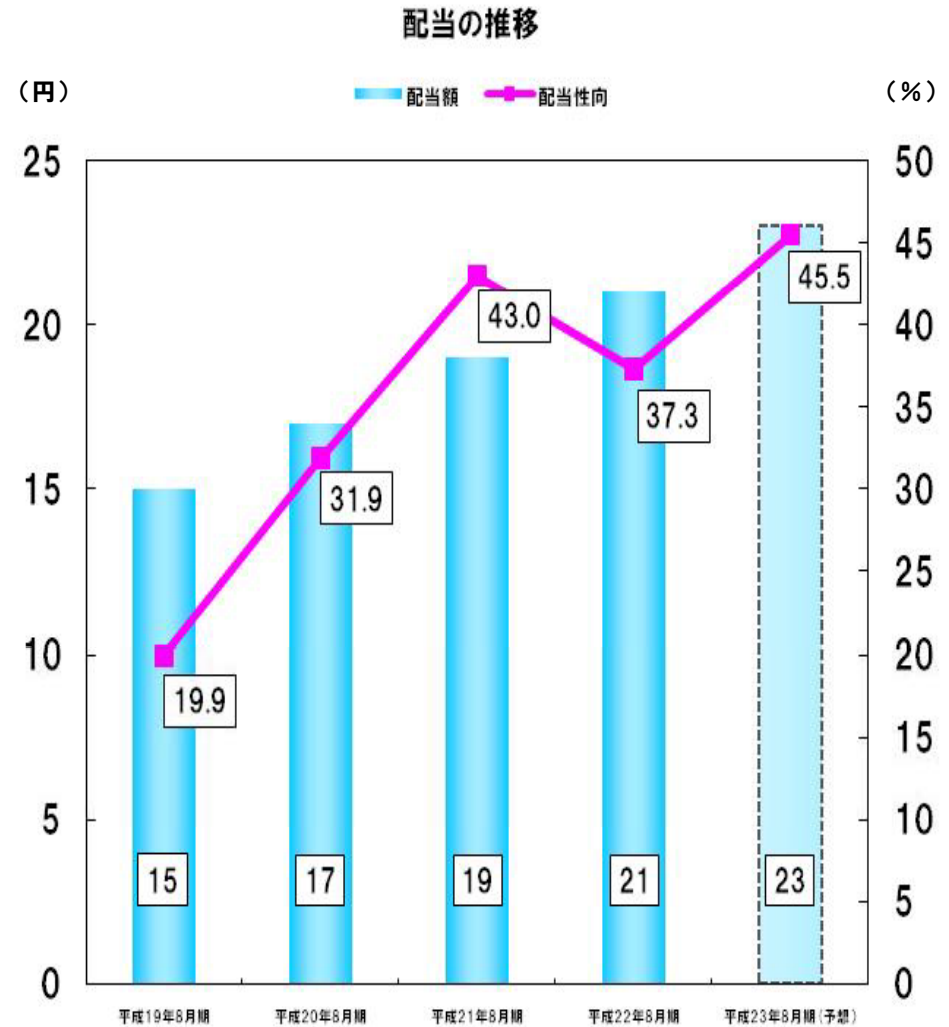
配当金額 21円

配当性向 37.3%

◆ 平成23年8月期

配当予想 23円

配当性向 45.5%



成長戦略

顧客ニーズを的確に捉え営業活動を一層強化

高付加価値・高収益型の新規事業／サービス開発

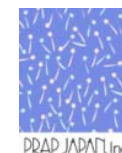
中国子会社2社体制で事業を拡大

M & A及び業務提携契約の推進

自社マーケティングの強化

戦略 新規事業・サービス開発の推進

- 百度（バイドゥ）との業務提携効果で
7月より新サービス「China Express Coupon」
をスタート。次期受注増を目指すとともに、
新たなサービス開発を模索。



- 9月よりデジタル・コミュニケーション戦略に対応する
新部門として、
 - Webコミュニケーション部
 - DI（デジタルインフルエンサー）事業推進室 を設置

【参考】中国検索エンジン最大手・百度(バイドゥ)との 新サービス「China Express Coupon」

- 「中国進出企業」のPRニーズに加え、7月からの中国人観光客向けビザ発給条件緩和を受け「訪日中国人観光客」に向けた日本企業のPRニーズも急速に拡大
- 第2弾「China Express Coupon」
 - ◆ 中国人観光客を取り込みたい
小売店や飲食店、観光施設
向けの来店促進・販促施策
 - ◆ リスティング広告と口コミ施策により日本企業のクーポン付き中国語キャンペーンサイトへ誘導
 - ◆ クーポンを対象店舗で利用すると割引やサービス
 - ◆ POSとの連動で購買傾向を可視化



戦略 中国市場

中国市場は2社体制へ

■中国市場での売上拡大

- 広報支援業務の需要拡大
- 人員の増強、上海オフィスの拡大を進める
- 出向は1名増員5名体制へ
- 百度(バイドゥ)はじめ現地企業との連携強化
- 中国マーケティング施策を介して、プラップジャパンとの連携を強化



【参考】中国事業の業績推移

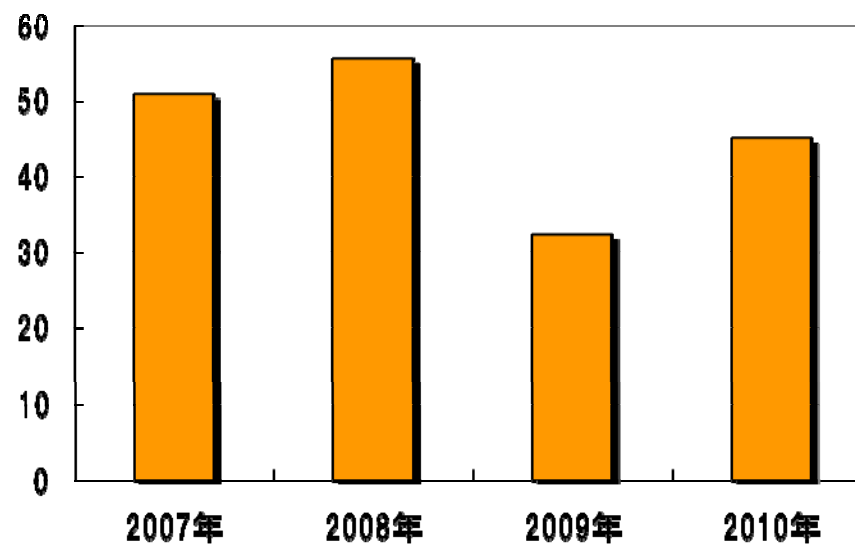
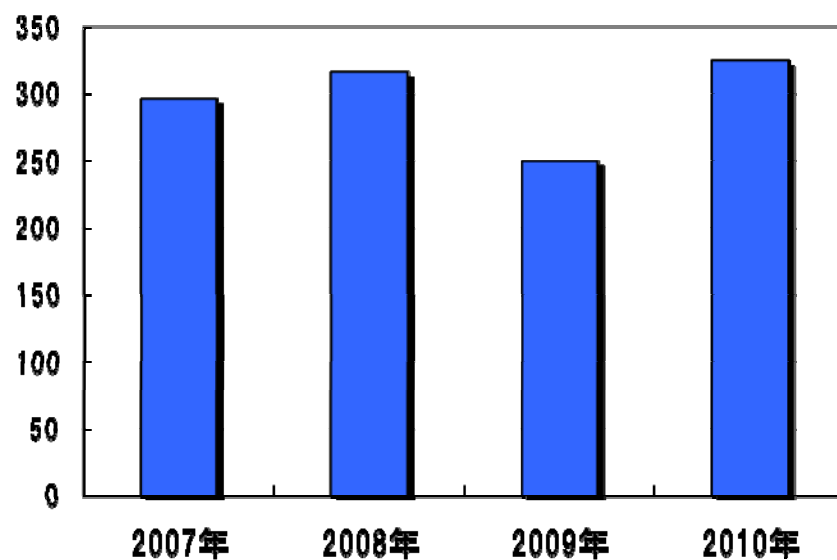
(単位：百万円)

	2007年	2008年	2009年	2010年予想
売上高	295.6	315.3	249.8	323.8
経常利益	50.7	55.4	32.2	44.9

※2010年予想よりの北京博瑞九如公共関係顧問有限公司(通称:ブレインズチャイナ)を組入れ

■ 売上高

■ 経常利益



プラップジャパンの概要

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 40億4,500万円(平成22年8月期)
- 連結従業員数 260名(平成22年8月末現在)



会社概要

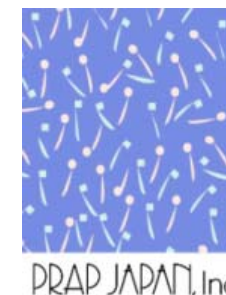
■ 連結子会社

- 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
- 北京博瑞九如公共関係顧問有限公司
(ブレインズチャイナ)

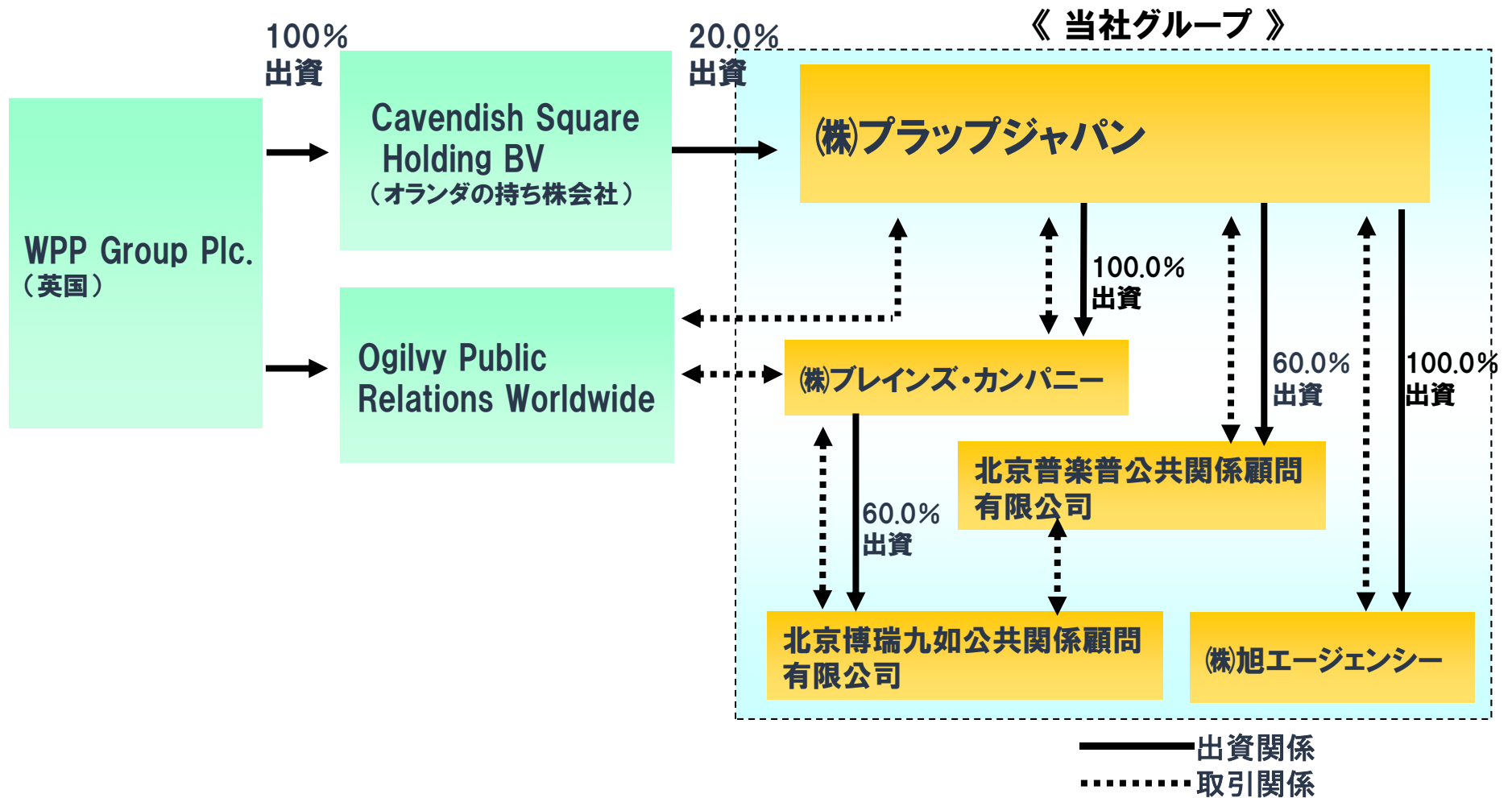
■ 資本・業務提携(海外ネットワーク)

- Ogilvy Public Relations Worldwide

■ 平成17年7月にJASDAQに上場



WPP Group Plc.との関係



プラップジャパンのサービスメニュー

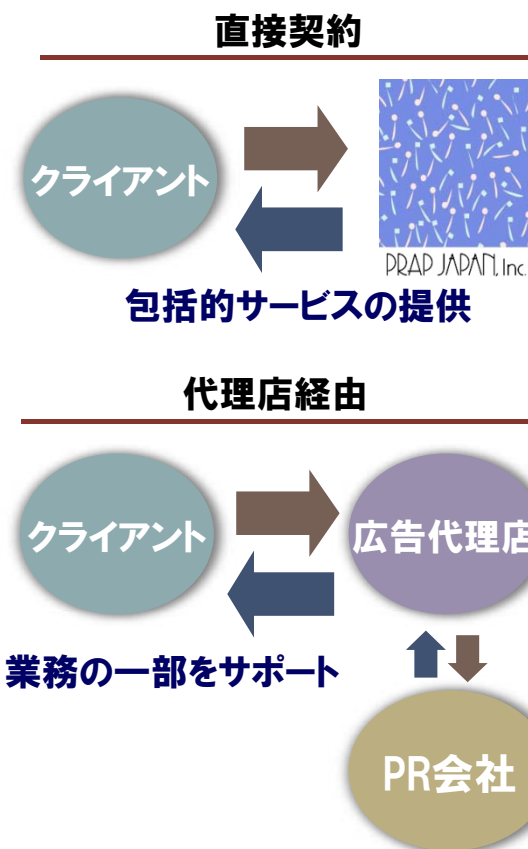
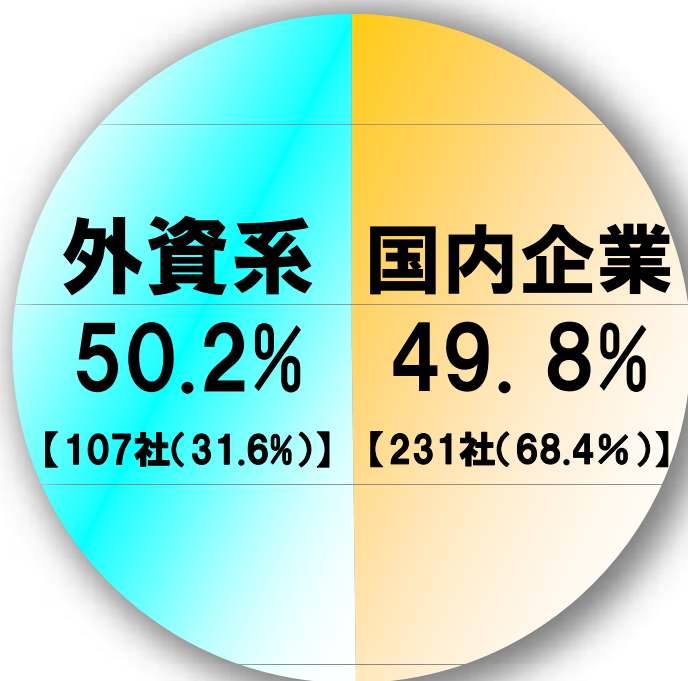
マーケティングPR	さまざまなコミュニケーション手法を駆使して、製品・サービスの認知度を向上。販売促進につなげ、企業のマーケティング活動をサポート。
コーポレートPR	マスメディアなどを通じて、経営トップの意思、企業戦略をステークホルダに訴求。企業価値を高め、競合優位性を確保。
企業IRサポート	上場企業とステークホルダーとの良好な関係づくりを支援。市場からの適切な企業評価につなげる。株式公開時のIR・PR活動、上場後のIR活動など。
M & A コミュニケーション支援	社内外のコミュニケーションを円滑化し、重要な企業戦略のひとつになりつつあるM&Aを成功に導く。
メディアトレーニング	1対1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指導。
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、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。

成長を支える高収益構造

経営戦略の一環として
コミュニケーションを重視する
外資系企業の売上比率が高い

直接取引がもたらす高い利益率
取引の約90%は直接契約

売上高内訳
(平成22年8月期)



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可能性があります。ご承知おきください。

お問い合わせ

株式会社プラップジャパン 広報・IR室

TEL:03-3486-6831 E-mail:ir_info@ml.prap.co.jp