

株式会社ベクトル

2021年2月期 第1四半期
決算説明資料



2020年7月15日

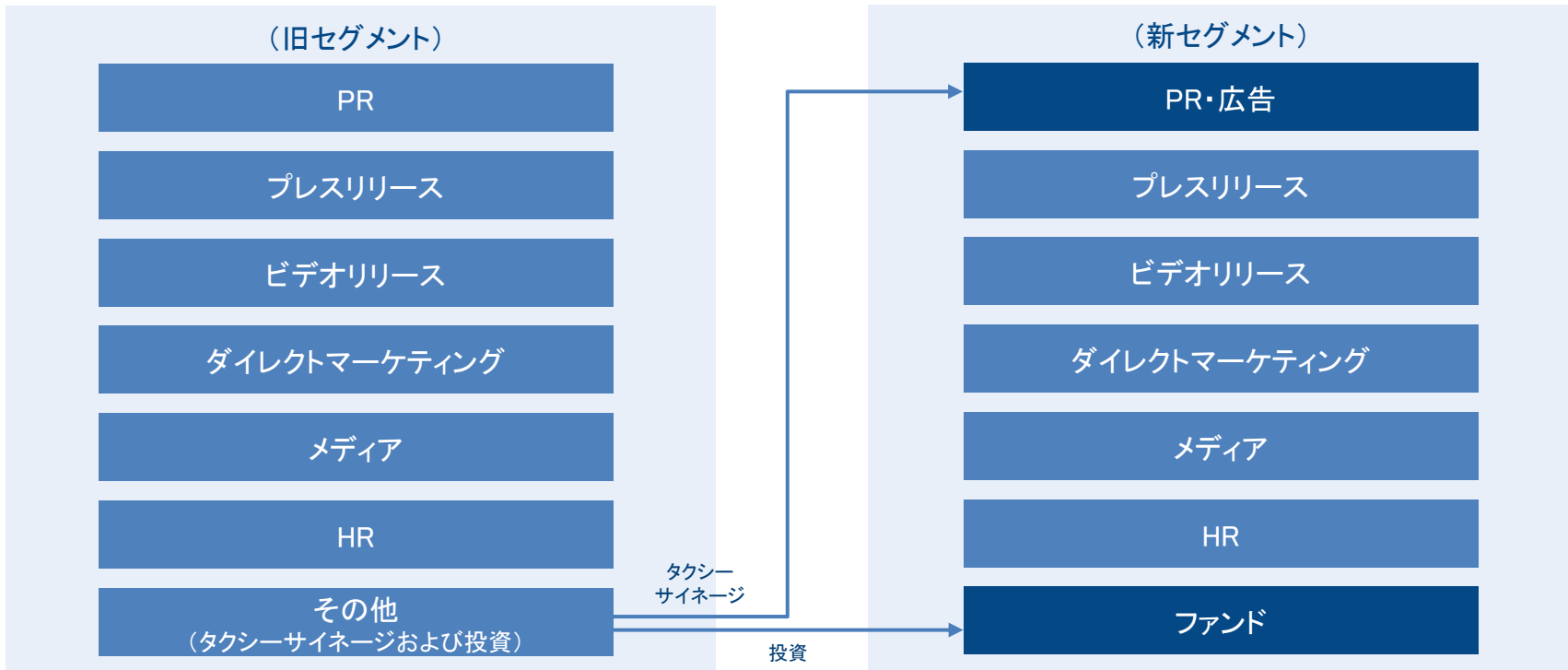
目次

1. 四半期決算
2. 経営戦略
3. 投資実績
4. 参考資料

四半期決算

セグメント変更

当連結会計年度より、その他セグメントの「タクシーサイネージ事業」をPRセグメントに区分変更し、それに伴い、PRセグメントを「PR・広告」セグメントに名称変更、その他セグメントの「投資事業」を「ファンド」セグメントに名称変更



①戦略PRは、イベントなどが延期・中止になったものの、**影響は軽微**

②タクシーサイネージやビデオリリースなどの広告は、一定の影響を受けた

③HRは、商談ができず、受注数が大きく減少するなど、**影響は甚大**

売上高

88.6億円

(前年同期比102.7%)

売上
総利益

58.8億円

(前年同期比104.4%)

EBITDA※

0.9億円

(前年同期比13.6%)

営業
利益

△1.3億円

(前年同期比5.3億円減)

経常
利益

△1.1億円

(前年同期比3.8億円減)

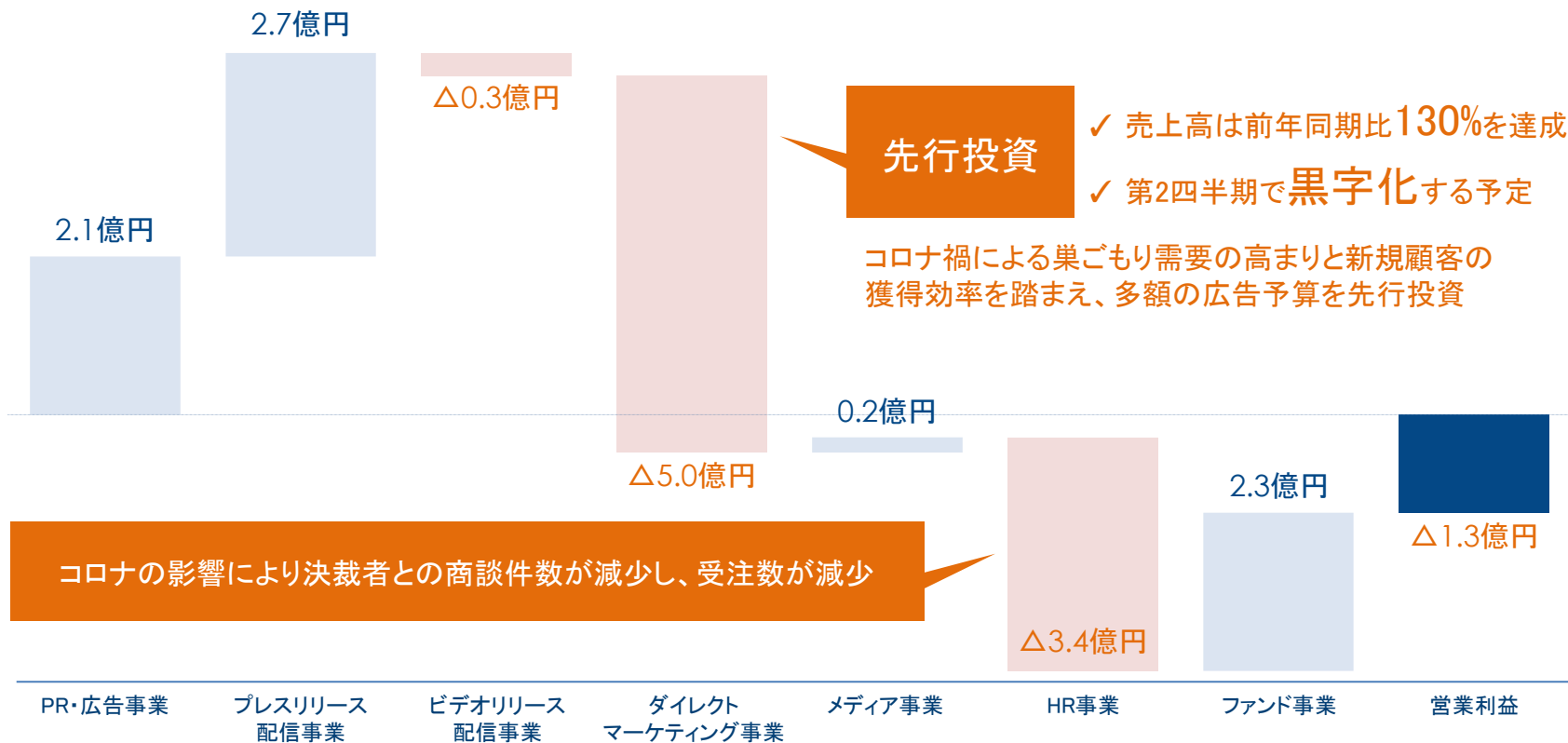
親会社株主に帰属する
四半期
純利益

△2.8億円

(前年同期比0.1億円増)

※ EBITDA=営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

営業利益(セグメント別)



第1四半期 / ハイライト

連結業績

期初計画通り、ダイレクトマーケティングによる**戦略的な広告投下**により前年同期比で増収減益
プレスリリースは**過去最高の営業利益を更新**、メディアは四半期決算で2期連続の**黒字化を達成**

【売上高】8,862百万円(前年同期比**102.7%**)

【営業利益】△137百万円(前年同期比**535**百万円減)

PR・広告

コロナ禍でも、**いち早くオンライン対応を図り営業黒字を確保**したが、前年同期比で減収減益
第2四半期以降は、オンラインを併用したサービスを提供し、企業のマーケティング活動を支援

【売上高】3,994百万円(前年同期比**87.1%**)

【営業利益】215百万円(前年同期比**39.9%**)

プレス リリース (PR TIMES)

社会インフラとして活用され、利用企業社数が大きく増加し、**過去最高の売上高・営業利益を更新**
第2四半期以降も利用企業社数の増加を図るため、地方地域展開の拡大など新たな取り組みを実施

【売上高】819百万円(前年同期比**121.4%**)

【営業利益】277百万円(前年同期比**138.3%**)

ビデオ リリース (NewsTV)

オンライン対応などを図るも企業のマーケティング活動の自粛により、前年同期比で減収減益
第2四半期以降は、企業ニーズに合わせたサービスを提供し、ビデオリリース配信本数の拡大を図る

【売上高】351百万円(前年同期比**81.4%**)

【営業利益】△30百万円(前年同期比**101**百万円減)

※第1四半期累計期間より、セグメントの名称を「PR事業」より「PR・広告事業」に変更しております

ダイレクト マーケティング

戦略的に広告投下し、新規顧客を獲得したことで**売上高は過去最高を記録**、前年同期比で増収減益
第2四半期は、一定の広告投下を継続しながらも回収フェーズに移行し、**営業黒字を確保**する予定

【売上高】2,771百万円(前年同期比**130.6%**)

【営業利益】△509百万円(前年同期比**685**百万円減)

メディア

今期からのれん償却費の負担がなくなったことおよび事業構造の転換により、前年同期比で減収増益
第2四半期以降は、オウンドメディアの販売をより一層強化することで、さらなる収益拡大を見込む

【売上高】211百万円(前年同期比**83.0%**)

【営業利益】24百万円(前年同期比**64**百万円増)

HR (あしたのチーム)

コロナの影響により、商談件数が減少し受注数を伸ばせなかったことで、前年同期比で減収に
第2四半期以降は、SaaS型商材の販売を増やしストック収益を積み上げ、強固な収益基盤を構築

【売上高】630百万円(前年同期比**81.9%**)

【営業利益】△346百万円(前年同期比**198**百万円増)

ファンド

ファンドで保有している株式の一部売却により、売却益が大きく寄与し、前年同期比で増収増益に
第2四半期以降も、適切なタイミングで投資先の株式売却を行うことで、利益の最大化を図る

【売上高】291百万円(前年同期比**958.8%**)

【営業利益】237百万円(前年同期比**245**百万円増)

通期業績予想に対する進捗状況

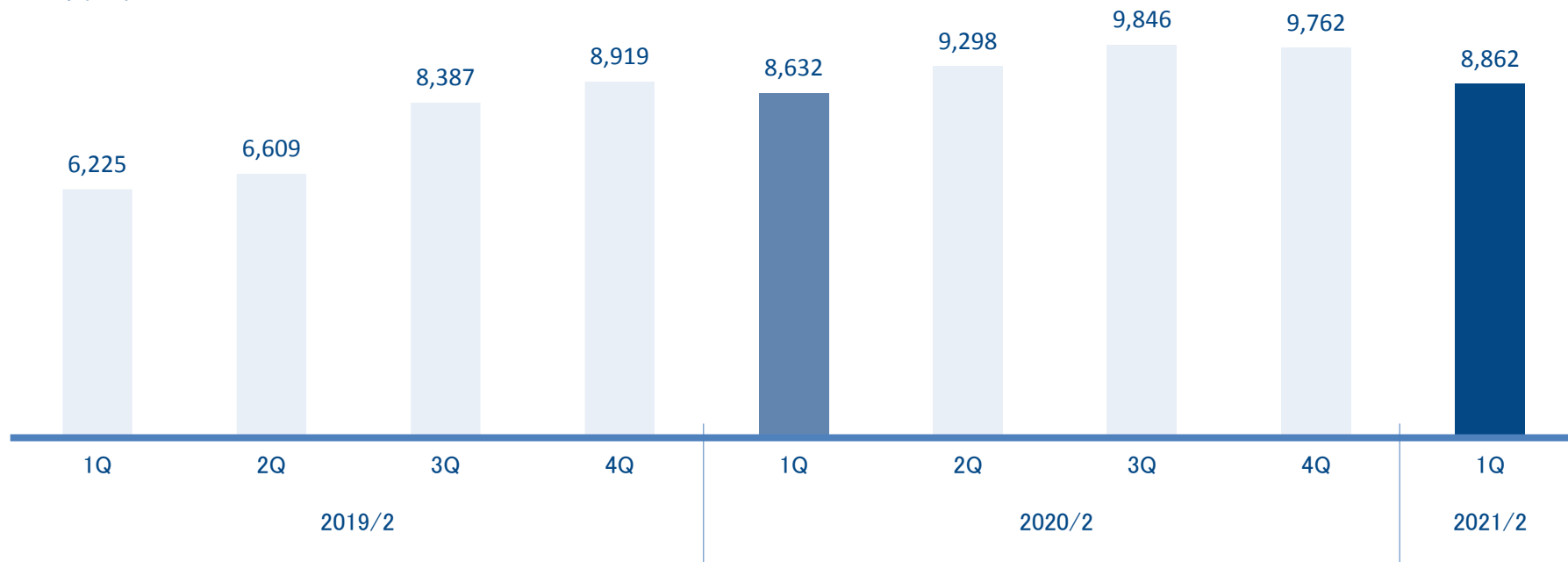
2021年2月期 通期業績予想 (単位:百万円)	2021年2月期 (計画)	2021年2月期 1Q末時点	進捗率	2021年2月期 上期計画	2021年2月期 下期計画
売上高	37,000 ~44,800	8,862	24.0% ~19.8%	17,460 ~19,440	19,540 ~25,360
営業利益	2,300 ~3,850	△137	—	△80 ~750	2,380 ~3,100
経常利益	2,300 ~3,850	△118	—	△80 ~750	2,380 ~3,100
親会社株主に 帰属する当期純利益	630 ~1,700	△284	—	△490 ~130	1,120 ~1,570

第1四半期は、営業利益以下の段階利益はマイナスとなっておりますが、企業のマーケティング活動が徐々に戻りつつある点およびダイレクトマーケティング事業にて回収フェーズに移行し赤字を解消する見込みである点を踏まえ、**業績予想は変更せず、上期は業績予想のレンジ内で着地する見込み**です

連結売上高推移

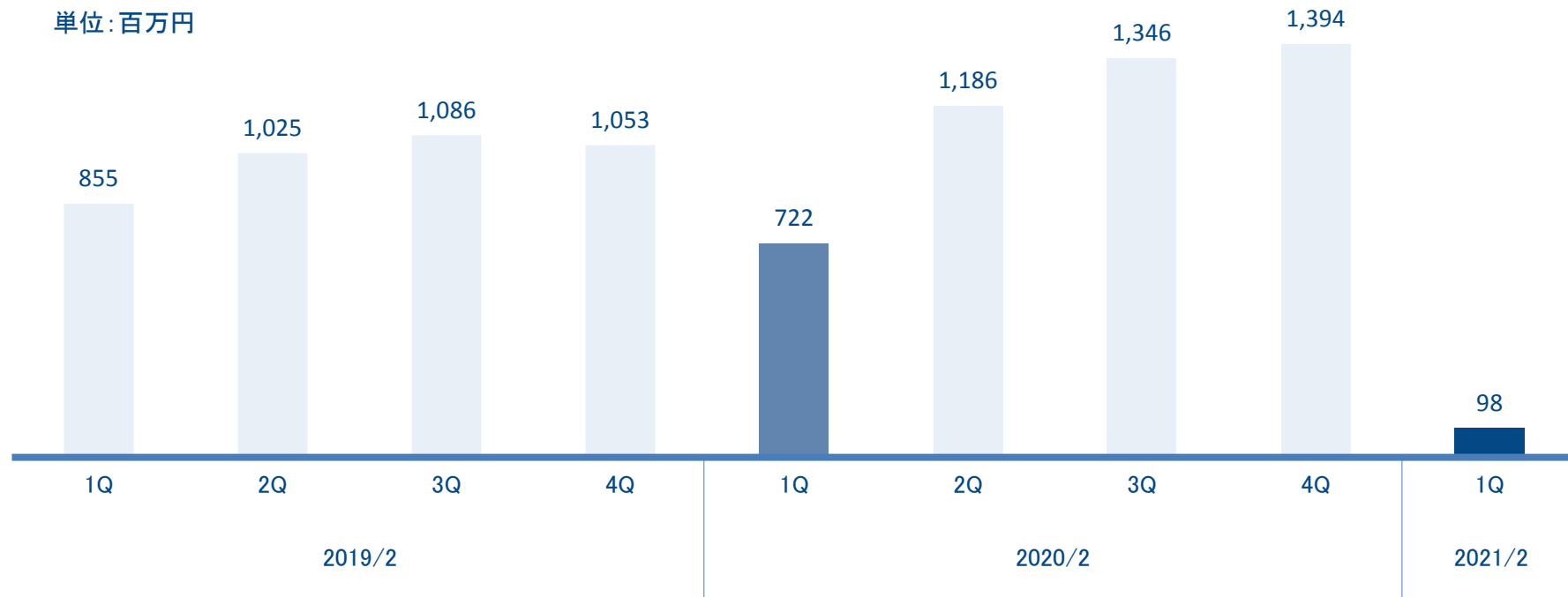
2021年2月期第1四半期の連結売上高は、コロナ禍でも前年同期を上回り、**8,862**百万円（前年同期比**102.7%**）

単位：百万円



2021年2月期第1四半期のEBITDAは、営業利益の減少により、98百万円(前年同期比13.6%)

単位:百万円

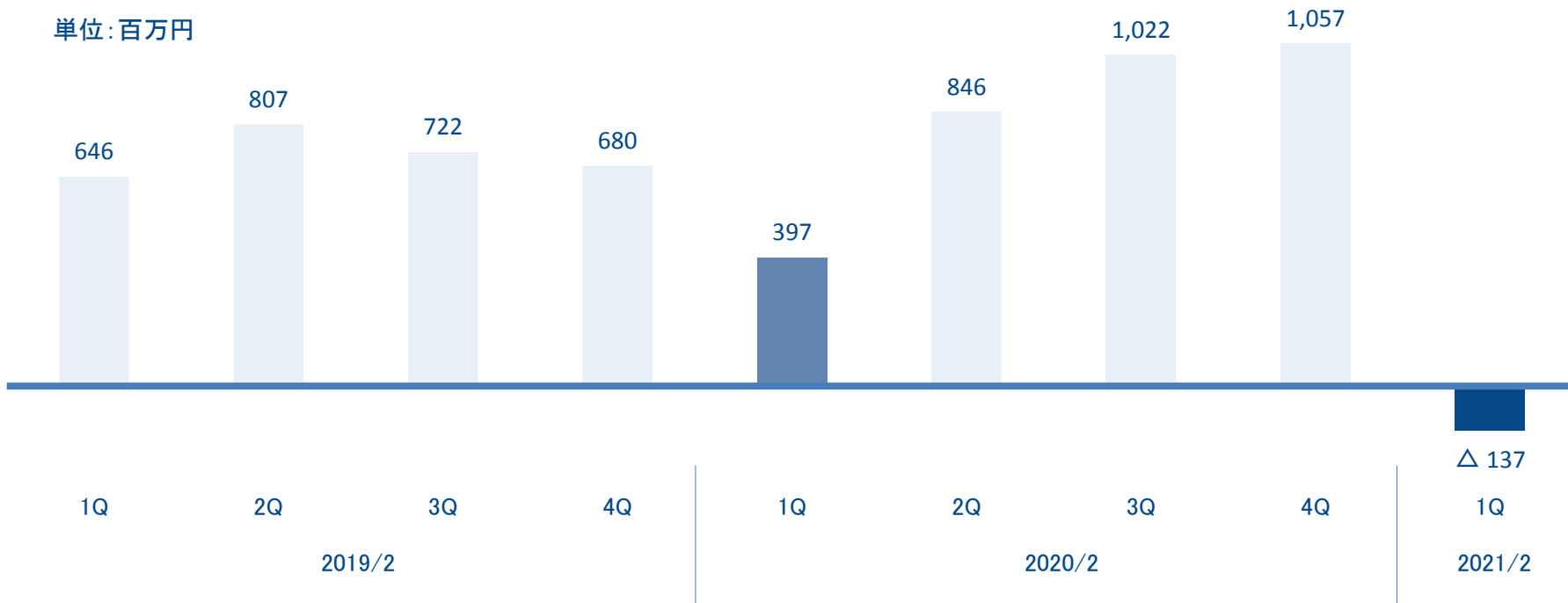


※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

連結営業利益推移

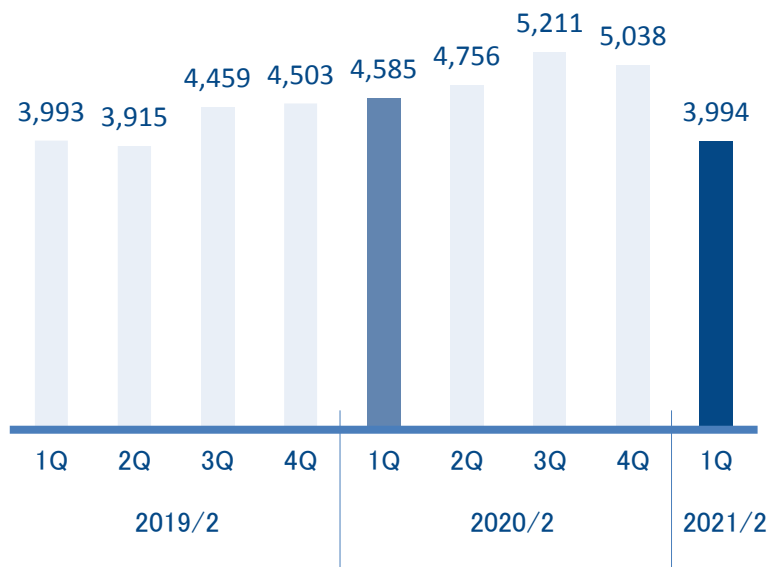
2021年2月期第1四半期の連結営業利益は、**戦略的先行投資**により△137百万円(前年同期比535百万円減)

単位:百万円

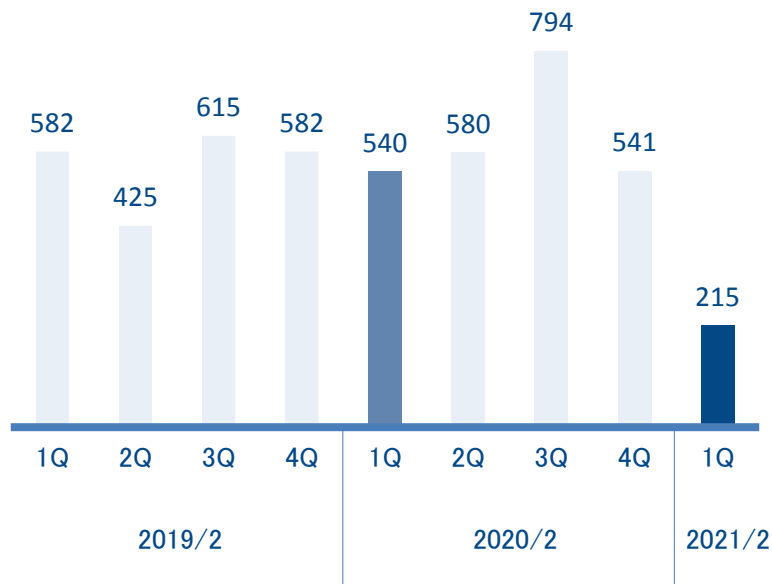


2021年2月期第1四半期は、**コロナ禍でもいち早くオンライン対応を図り営業黒字を確保した**が、前年同期比で減収減益に
第2四半期以降は、企業ニーズを踏まえながらオフラインとオンラインを併用し、企業のマーケティング活動を支援

【売上高(百万円)】3,994百万円(前年同期比87.1%)



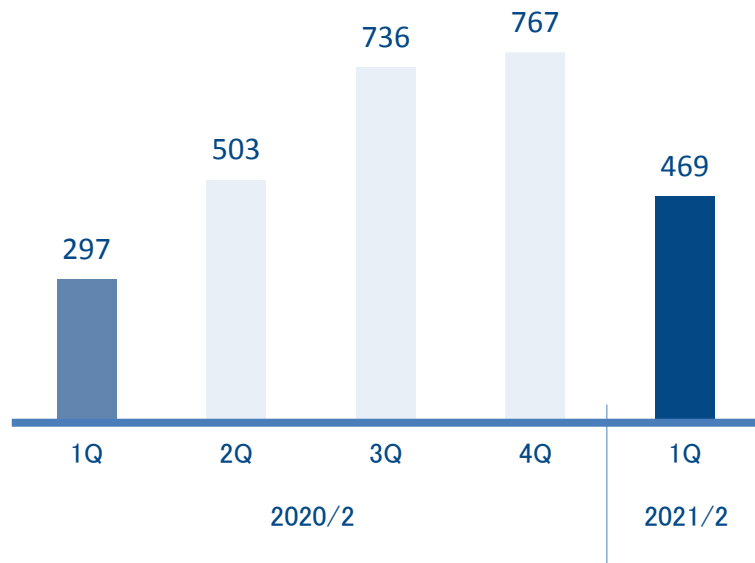
【営業利益(百万円)】215百万円(前年同期比39.9%)



※当第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「PR事業」より「PR・広告事業」に変更しております

緊急事態宣言の発令による外出自粛に伴い、タクシーの稼働台数が大幅に制限、その結果前四半期と比較し売上高が減少
第2四半期以降は、当該宣言が解除されたことにより、タクシーの稼働台数が戻りつつあり、徐々に回復する見込み

【売上高(百万円)】469百万円(前年同期比157.9%)



GROWTH

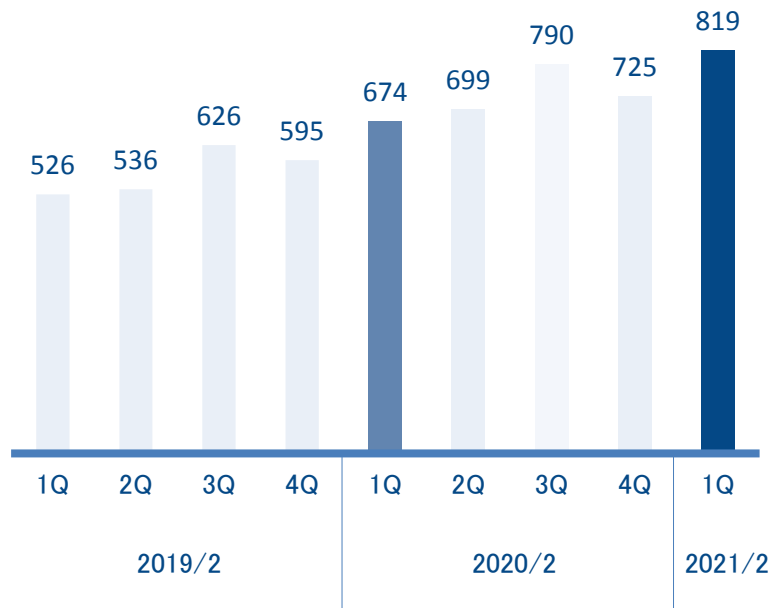


利用ユーザーの約30%がタクシーヘビーユーザー
繰り返し乗車する事で実現する動画広告への高い
フリークエンシーが広告想起度と理解度を高める

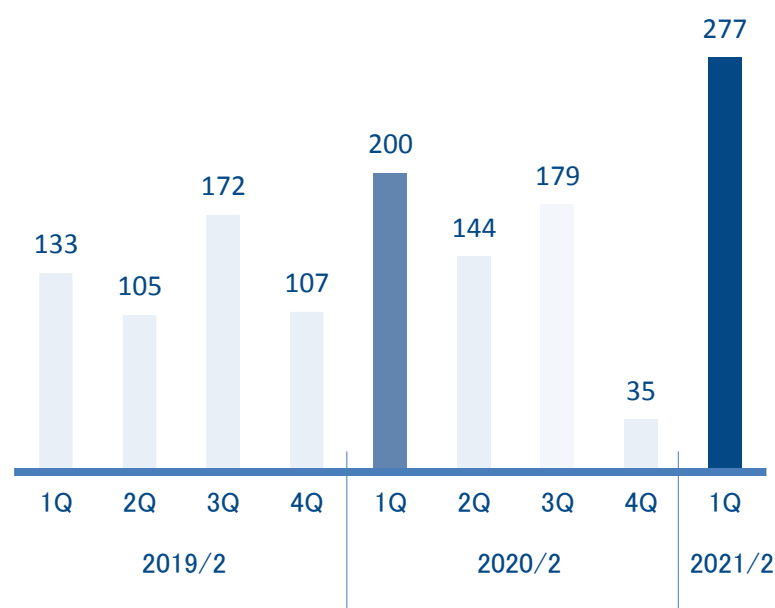
※当第1四半期連結会計期間より、「タクシーサイネージ事業」は「PR・広告事業」に含まれております

2021年2月期第1四半期は、**コロナ禍でも過去最高の売上高・営業利益を更新し**、前年同期比で増収増益に第2四半期以降も、社会インフラとして成長させるという使命のもと、さらなる機能改善や利用企業社数の拡大を図る

【売上高(百万円)】819百万円(前年同期比121.4%)



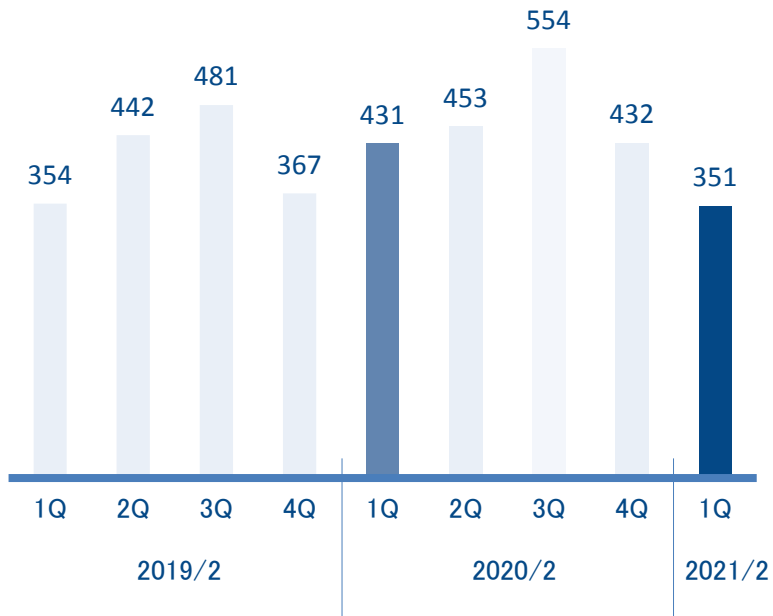
【営業利益(百万円)】277百万円(前年同期比138.3%)



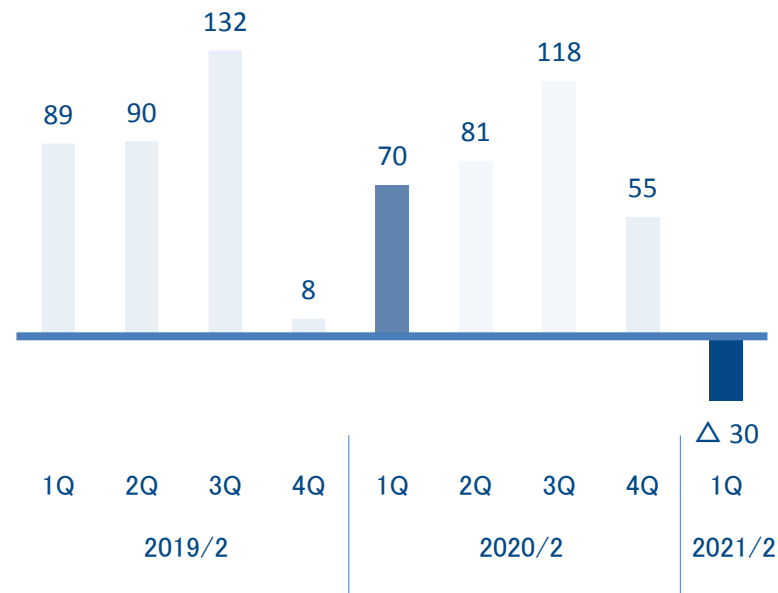
ビデオリリース配信事業 (NewsTV)

2021年2月期第1四半期は、オンライン対応などを図るも企業のマーケティング活動の自粛により、前年同期比で減収減益に
第2四半期以降は、企業ニーズを踏まえたサービスを提供するとともに、引き続き販売体制の強化および人材育成に注力

【売上高(百万円)】351百万円(前年同期比81.4%)



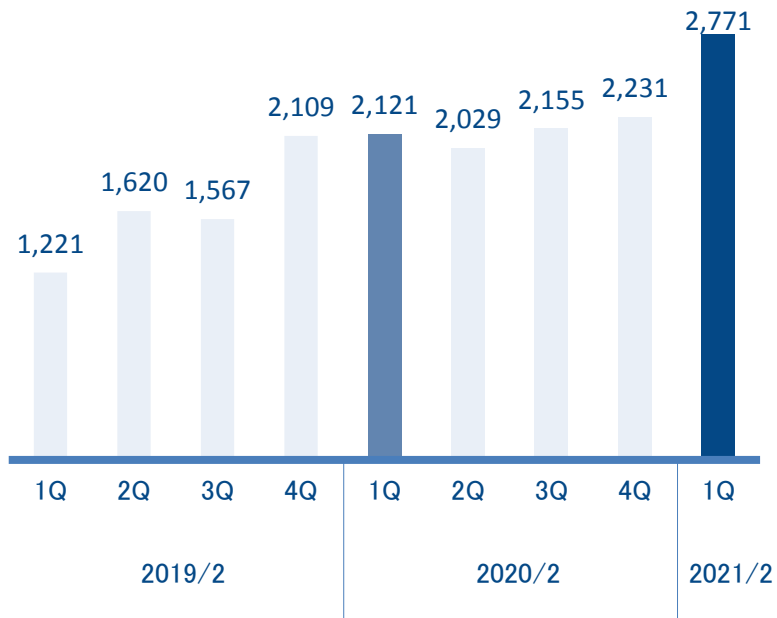
【営業利益(百万円)】△30百万円(前年同期比101百万円減)



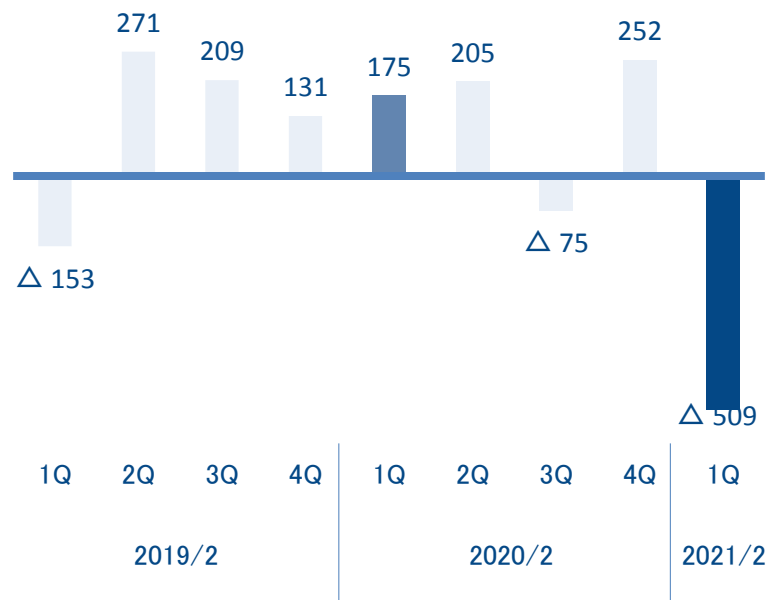
ダイレクトマーケティング事業

2021年2月期第1四半期は、戦略的に投下した広告効果が表れ**売上高は過去最高を記録し**、前年同期比で増収減益に
第2四半期は、一定の広告投下を継続しながらも期初計画通り回収フェーズに移行し、**営業黒字を確保**する見込み

【売上高(百万円)】2,771百万円(前年同期比**130.6%**)

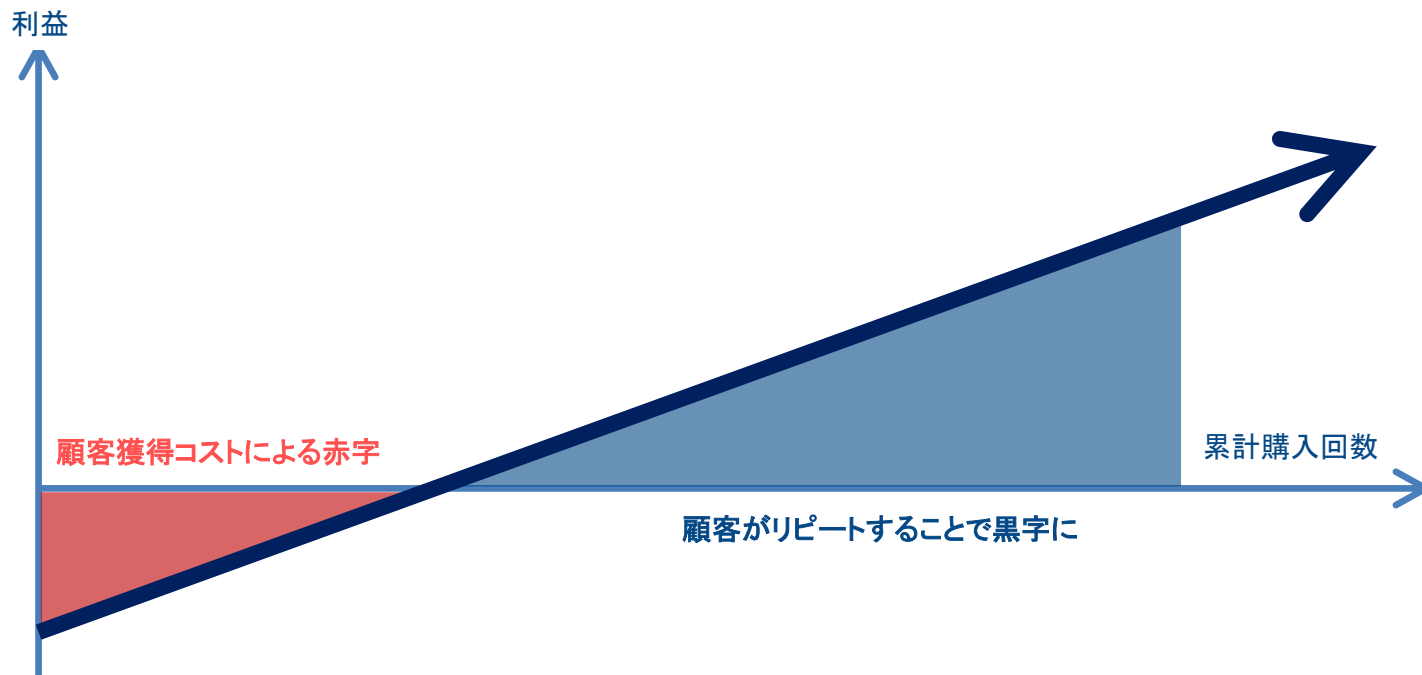


【営業利益(百万円)】△509百万円(前年同期比**685百万円減**)



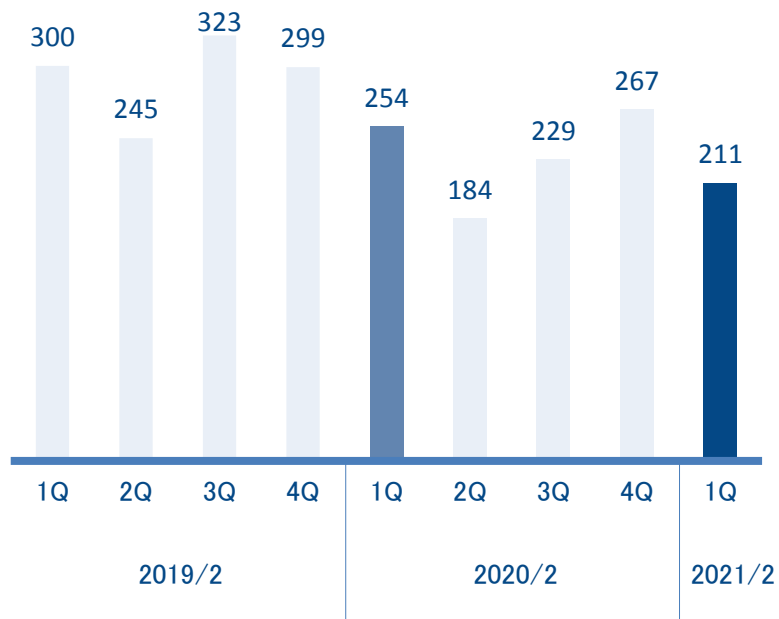
ダイレクトマーケティング事業のビジネスモデル

新規顧客を獲得するために広告投下し、リピート顧客の売上で利益を伸ばしていく「**先行投資型**」のビジネスモデル
顧客獲得コストにより赤字が先行するが、顧客がリピートすることで広告費を回収し、利益を積み上げ黒字化を実現

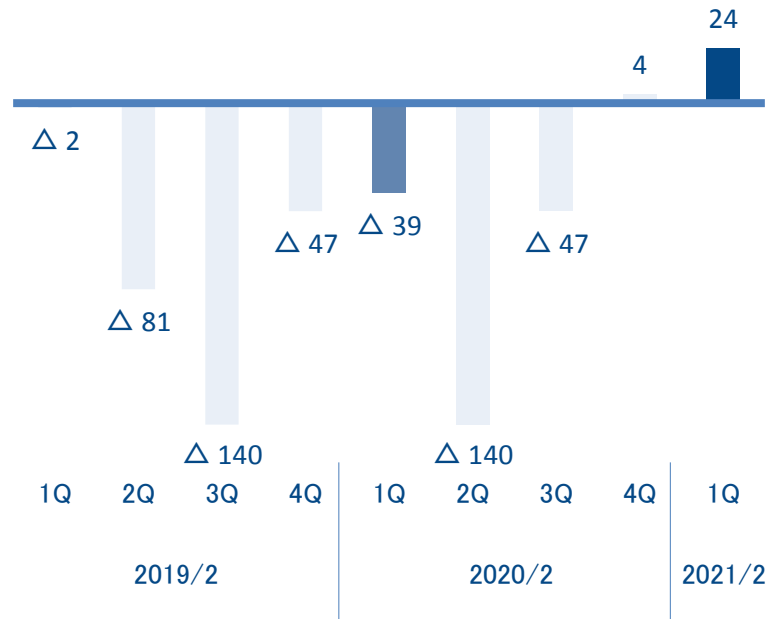


2021年2月期第1四半期は、今期からのれん償却費の負担がなくなったことおよび事業構造の転換により**営業黒字**に第2四半期以降も、オウンドメディアの販売を一層強化することで安定した事業基盤を構築し、さらなる収益拡大を見込む

【売上高(百万円)】211百万円(前年同期比83.0%)



【営業利益(百万円)】24百万円(前年同期比64百万円増)

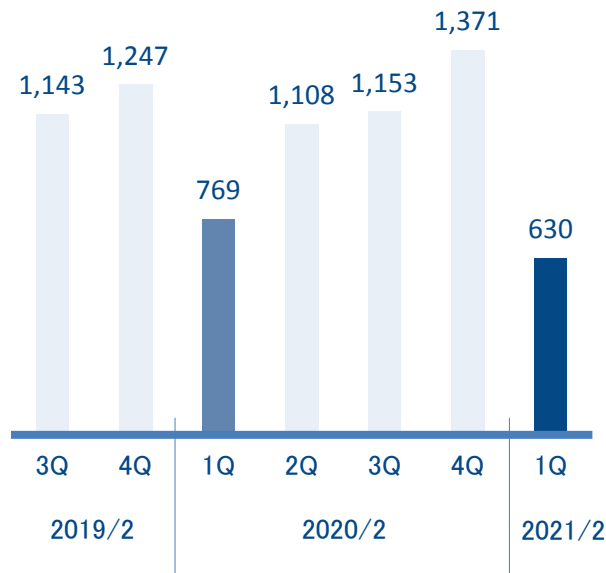


HR事業(あしたのチーム)

2021年2月期第1四半期は、コロナの影響により商談件数が減少し受注数を伸ばせなかったことで、前年比で減収に
第2四半期以降は、人事評価クラウドなどSaaS型商材の販売を増やしストック収益を積み上げ、強固な収益基盤を構築

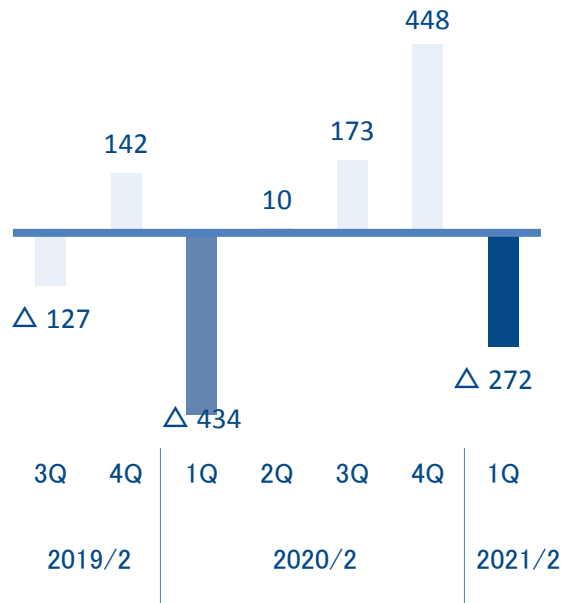
【売上高(百万円)】630百万円

(前年同期比81.9%)



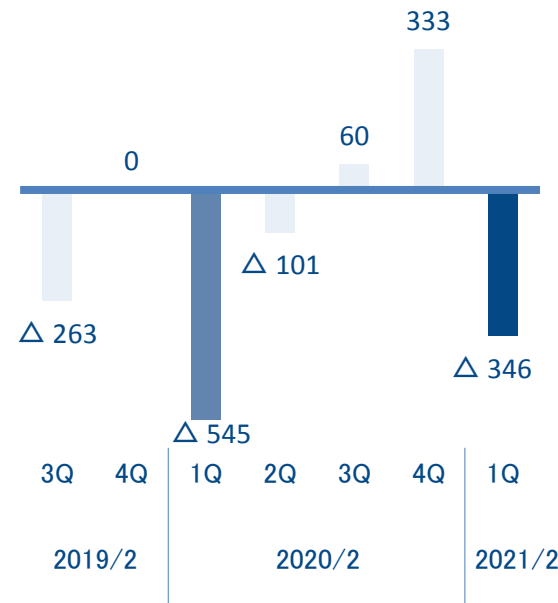
【EBITDA(百万円)】△272百万円

(前年同期比162百万円増)



【営業利益(百万円)】△346百万円

(前年同期比198百万円増)



HR事業の今後の見通し

人事評価クラウドをはじめとしたSaaS型商材の販売を強化することで、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2023年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、520百万円まで拡大予定

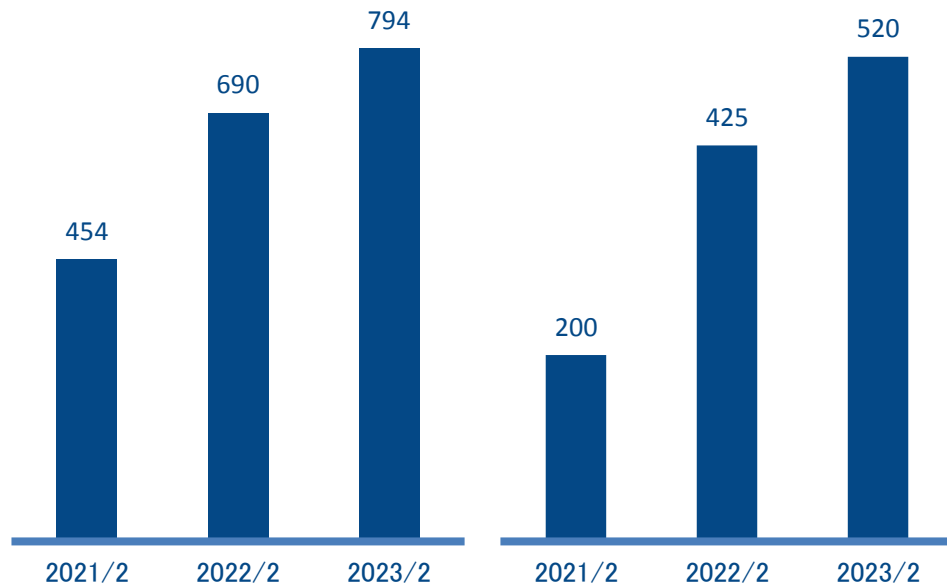
人事評価クラウド「あしたのクラウド®」



SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ

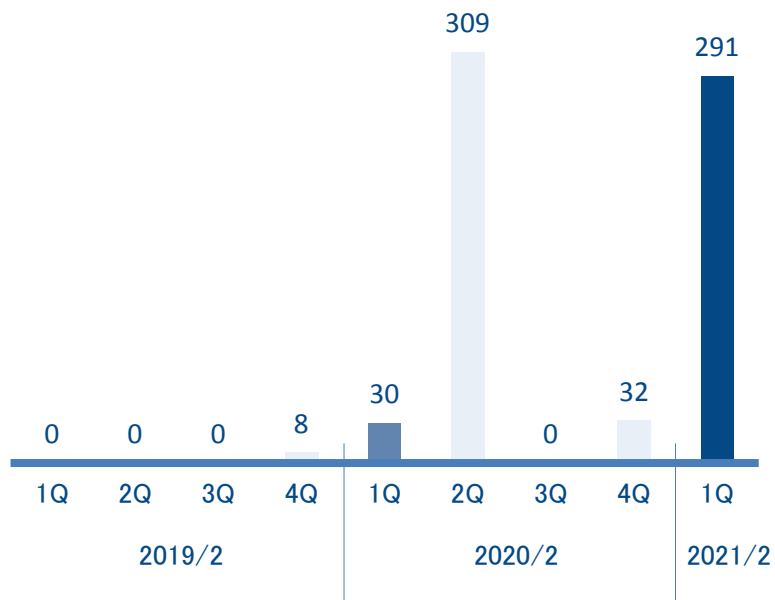
【EBITDA(百万円)】

【営業利益(百万円)】

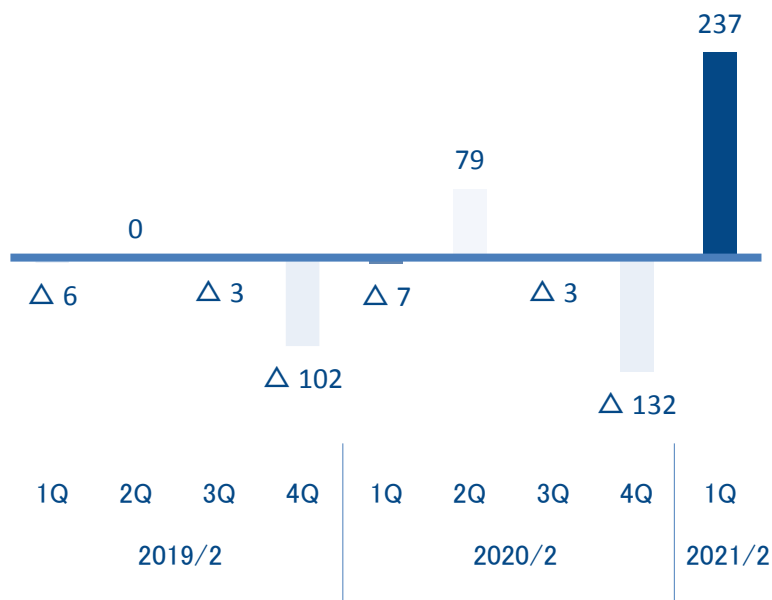


2021年2月期第1四半期は、保有している株式の一部売却による**売却益が大きく寄与**し、前年同期比で増収増益に第2四半期以降も、適切なタイミングで投資先の株式売却を行い、ファンド事業における利益の最大化を図る

【売上高(百万円)】291百万円(前年同期比**958.8%**)



【営業利益(百万円)】237百万円(前年同期比**245**百万円増)



連結損益計算書

(単位:百万円)	2020年2月期 第1四半期	2021年2月期 第1四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	8,632	8,862	+230	102.7%
売上総利益	5,633	5,881	+247	104.4%
E B I T D A	722	98	△623	13.6%
営業利益	397	△137	△535	—
経常利益	266	△118	△385	—
税金等調整前 四半期純利益	306	△45	△351	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△301	△284	+16	—

連結貸借対照表

(単位:百万円)	2020年2月期末	2021年2月期 第1四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	25,302	35,131	+9,829	138.8%
現預金	7,889	11,289	+3,399	143.1%
のれん	1,343	1,232	△111	91.7%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	4,331	11,980	+7,648	276.6%
その他	11,737	10,629	△1,107	90.6%
負 債 合 計	12,801	17,701	+4,899	138.3%
借入金+社債	5,799	10,184	+4,385	175.6%
その他	7,001	7,516	+514	107.3%
純 資 産	12,500	17,430	+4,929	139.4%

前期末からの主な変動要因としましては、新規借入に伴う現預金および借入金の増加、サイバーセキュリティクラウド社の上場に伴う投資有価証券および純資産の増加となります

経営戦略

PR業界No.1から 国内におけるPR市場は1,000億円



広告業界のFAST COMPANYへ

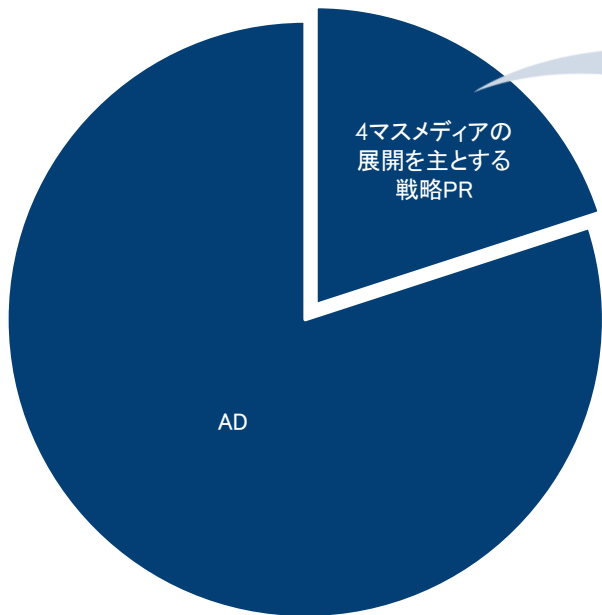
ターゲットとなる広告市場は6兆円

広告業界のディスラプター

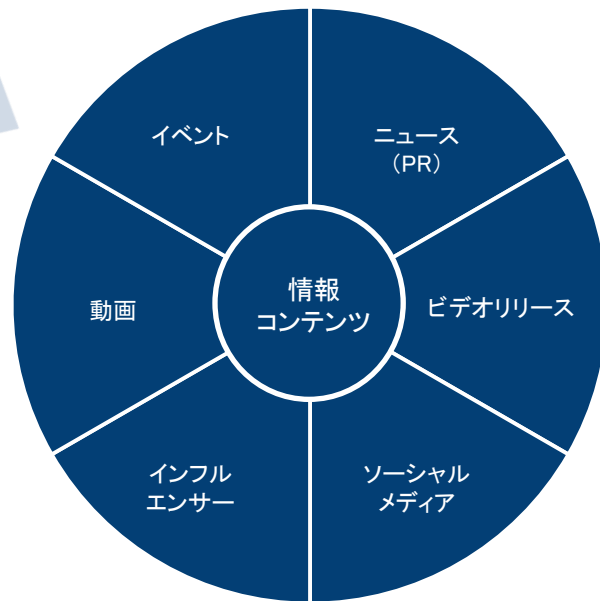
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

アパレル業界におけるファストファッションのように
広告業界で業界革命を巻き起こす

「モノの広め方」の変化



記者発表会やニュースリリース等を通じてTVや新聞・雑誌へ掲載



PR発想のコンテンツ開発を中心にコミュニケーションを展開

「情報伝達インフラ」と「アドテクノロジー」をベースに
「コンテンツ」をターゲットに対して直接届けていく、
次世代のコミュニケーション



コスト10分の1以上安く、モノを広められる時代に

タレントキャスティング

HP、動画、イベントなどのコンテンツとして活用する著名人のキャスティングを実施。



プレスリリース	PRコンサルティング	ビデオリリース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	レピュテーションマネジメント
 <p>国内シェアNo.1、クライアント数2万社実績のリリース配信サービスを年間120万円で使い放題。上場企業の25%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが評価されています。</p> <p>PR TIMES</p>	 <p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector ANTIL</p> <p>vector Platinum</p> <p>vector INITIAL</p>	 <p>ニュース動画を国内最大級のアドネットワークにより、ターゲットへ直接配信。見せたい人に見せたいコンテンツを届ける。</p> <p>NEWS TV</p>	 <p>SNS上のインフルエンサーを活用した、企業のサービス・商品に関するブランディングをサポート。</p> <p>Starbank</p>	 <p>Webサイト制作からシステム構築、デジタルプロモーションまでを一貫してサポート。広告配信、オウンドメディアの構築・運営やPR・IR動画の制作にも対応。</p> <p>vector SIGNAL</p> <p>NT</p> <p>Smart media</p> <p>IR robotics</p>	 <p>アメリカで培われた理論やノウハウをベースとする独自技術を用いて企業のレピュテーションマネジメントやブランドセキュリティに関するコンサルティングサービスを提供。</p> <p>BRAND CONTROL</p> <p>vector TOTAL</p>



コンテンツデリバリー



0円

50,000,000円/年

「FAST COMPANY」によるサービス領域を拡大

1
カンパニーTV

ビデオニュースを起点とした企業がモノを広める配信プラットフォームの構築からコンテンツの作成までを一気通貫で支援

2
ヒロメル

既存の事業(PR TIMESやビデオリリース、テレビPR、SNS戦略タレントキャスティング等)の様々なサービスをサイト上で販売

3
タレント

HPや動画、イベント等のコンテンツとしてタレントをキャスティングすることで顧客単価を向上

4
新規事業

みんなのタクシーに加盟する都内最大規模のタクシーへ新型IoTサイネージを提供するなど新規事業を拡大

1 カンパニーTV

モノを広めるコミュニケーションプラットフォーム

ビデオニュースを起点とした企業がモノを広めるプラットフォームの構築、
動画コンテンツの作成までを一気通貫で支援しPRサービスの付加価値を向上

これまでは、プレスリリース配信を起点にモノを広めてきた



プレスリリース送付

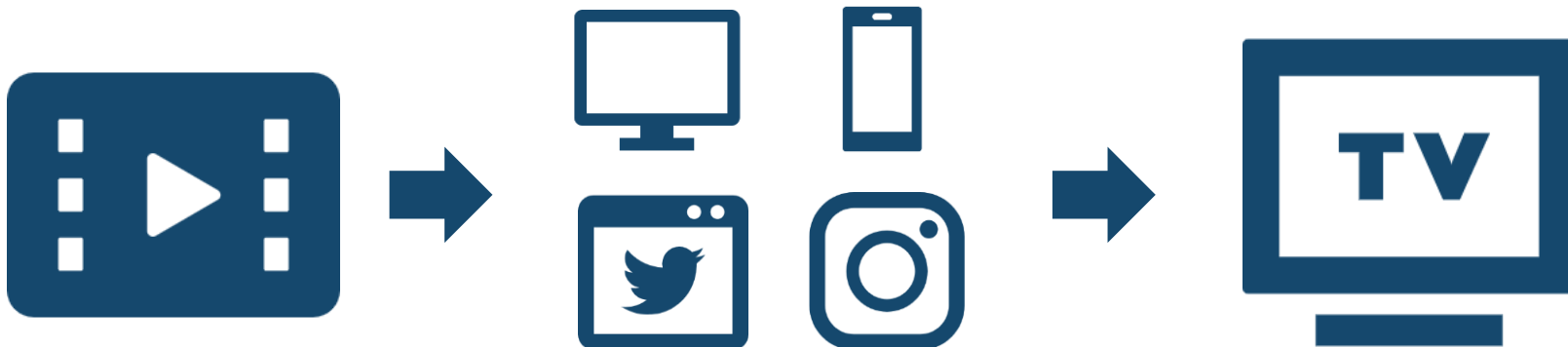


新聞/雑誌/WEBメディアでの掲載



TV番組での紹介

これからは、企業や個人がビデオニュースでモノを広める時代に



撮って出しなど作り込まない
動画コンテンツの発信

SNSでの拡散・話題化
その現象をWEBメディアが掲載

TV番組などのメディアが
話題のトピックとして紹介

コミュニケーションごとに担当が分かれており、企業の情報発信がバラバラ

PR

HR

社内報

IR

AD

SNS

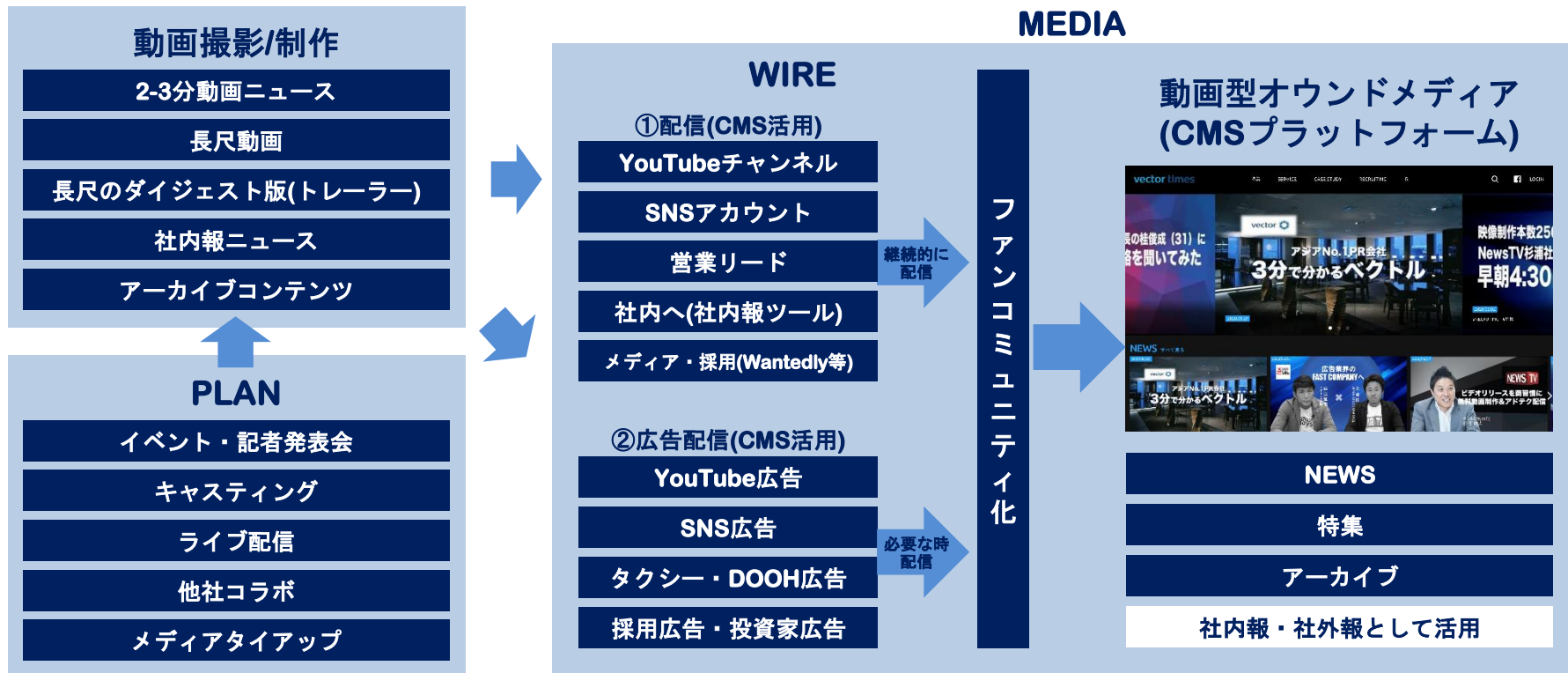
オウンド
メディア

イベント

企業のコミュニケーション 課題を解決する「カンパニーTV」

動画型オウンドメディアを起点とした 企業の動画型コミュニケーションの パッケージサービス

ビデオニュースを起点に企業がモノを広める配信プラットフォームを構築



オウンドメディアCMSの「Clipkit」を利用して企業のオウンドメディアを安価に素早く構築



動画管理や様々なメディアに配信ができるCMSプラットフォームを実装

CMSプラットフォーム



機能イメージ(※開発中)

アカウント一元管理

リーチ分析

オーガニック・広告配信



オウンドメディア
への投稿



チャンネル投稿
広告配信



SNS投稿
広告配信



メディア配信



社内ツールで
社内報配信



その他

スマホでの撮影をベースとした撮影環境を構築



01. ニュース軸

- ・新サービス
- ・新商品
- ・好調トピック

02. 社内報軸

- ・役員の新人時代紹介
- ・次世代リーダー特集
- ・社員座談会

03. 社長軸

- ・有識者対談
- ・同業種TOP対談
- ・メディア編集長対談

04. 商品/サービス軸

- ・イベント取材
- ・ユーザー体験レビュー
- ・担当者商品プレゼン
- ・お客様の声

05. イベント軸

- ・記者発表会
- ・社外イベント登壇
- ・社員総会

06. タレント軸

- ・社内イベント登壇
- ・タレントサービス体験
- ・タレント×社長対談

07. ブランド コンテキスト軸

- ・業界トップ対談
- ・社長×業界著名人対談
- ・業界コラム

08. リクルー ティング軸

- ・社員紹介
- ・社長面接現場潜入
- ・会社の行動指針まとめ

09. IR軸

- ・決算説明
- ・株主総会
- ・投資家対談

10. アーカイブ軸

- ・会社の戦略紹介
- ・各事業部紹介
- ・会社の歴史
- ・社長プレゼン
- ・事業説明動画

「カンパニーTV」のイメージキャラクター

「カンパニーTV」のイメージキャラクターとして、今田美桜さんを起用

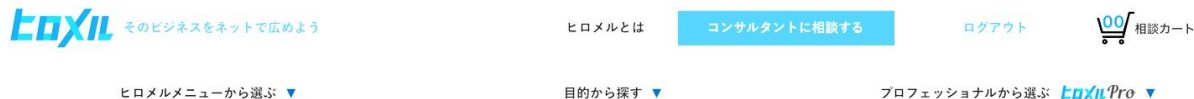


2 ヒロメル

広告業界のeコマースサイト

ベクトルグループのPRメニューをオンラインで発注できる
プラットフォームを構築し、販売プロセスを効率化

PRメニューをオンラインで受注することにより、販売プロセスを効率化



そのビジネスを
ネットで広めよう

「ヒロメル」はモノを広める時に必要なサービスが全て揃った
広告業界のE コマースサイトです

会員登録をしてコンサルタントに相談する

FEATURE

成功した戦略PRプランの可視化により、潜在ニーズを獲得


そのビジネスをネットで広めよう

ヒロメルとは
コンサルタントに相談する
ログアウト
 相談カート

ヒロメルメニューから選ぶ ▼
目的から探す ▼

ヒロメルTOP > PRマーケティング > PRプラン

『HR業界No.1』を達成したタレント起用のメジャーブランディング戦略とは

概要
プロジェクト背景
活動成果
レビュー (お客様の声)



PRプラン
toxiu Pro

参考価格 **¥ 10,000,000~**

ヒロメル目的 ブランディングがしたい

内容 ミニマムパッケージと合わせ、高圏内の見込み客や興味関心のある人にビデオリリースを活用

このパッケージで利用したヒロメルメニュー

書籍
ミニマムパッケージ
タクシー広告
SNS運用

ビデオリリース
リテナーPR
書籍

 このプランを相談カートに入れる



広告費「0円」、TVPRで広告換算10億円以上の一大ブームへ！

なぜ「あしたのチーム」はHR業界No.1になったのか！？タレント起用のマーケティング戦略

相談カートを見る (2点)

プロフェッショナルな人材を起用することにより、付加価値を提供



COXIL Pro
あなたのビジネスを
「ヒロメル」プロフェッショナルと
一緒に広めよう

COXIL

そのビジネスをネットで広めよう

- > プライバシーポリシー
- > 利用規約
- > お問い合わせ

PRマーケティング

プランナーから選ぶ **17%**

PRプランナー

メニューから選ぶ

- プレスリリース
- ビデオリリース
- リテナーPR
- スポットPR
- 記者発表会
- TV-PR
- 海外PR
- イベントプロモーション
- ロビー活動(パブリックアフェアーズ)

デジタルマーケティング

プランナーから選ぶ **17%**

AD運用プランナー
SNSプランナー

メニューから選ぶ

- AD運用
- SNSマーケティング
- インフルエンサー
- SEO/逆SEO
- オウンドメディア

デザイン&コンテンツ制作

プランナーから選ぶ **17%**

WEBディレクター
デザイナー

映像プランナー

メニューから選ぶ

- CI/ロゴ
- WEB / LP制作
- 動画

AD

メニューから選ぶ

タクシー広告
ローカルCM

タレントマーケティング

メニューから選ぶ

- タレント起用プロモーション
- タレントキャスティング
- インフルエンサー

3 タレント

タレントキャスティング

企業の商品やサービスに適したタレントを
キャスティングすることで顧客単価を向上

タレントをキャスティングすることで、メジャー感・信頼感を醸成

事例) 株式会社ROXX



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

事例) 株式会社シーラ



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

事例) 株式会社グッド・ラック



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

事例) エクスモバイル株式会社



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

4 新規事業

サービス領域の拡大に向けた新規事業の創出
タクシーサインージ事業のノウハウを活かしたサービス領域の拡大や
グループシナジーとパートナーの強みを活用した新規事業を展開

みんなのタクシーに加盟する都内最大規模11,000台のタクシーへサイネージを提供
月間750万人の都内ビジネスパーソンへ広く深く動画広告を届ける



タクシーデジタルサイネージ広告サービス「GROWTH」を
2019年4月より開始

東京都内
サイネージ設置台数※1

11,000台

タクシー利用者
乗車平均時間

約18分

ビジネス層利用率
(会社員・公務員・自営業・経営者)

80%以上

月間
リーチ人数

750万人

都内タクシー利用者
カバー率※2

約40%

タクシー利用頻度
月間平均11回以上

約30%

※1 東京特別区・武三交通圏を対象した際の、タクシーサイネージネットワーク導入数となります
※2 特別区・武三交通圏の法人タクシー27,576台に対する利用者カバー率となります
※タクシー利用者データは、平成29年度(第26回)タクシーに関するアンケート結果調査より参考

タクシーサインージ事業のノウハウを活かし、DOOH(デジタル屋外広告)事業に参入
屋外大型ビジョンで最も人気の高い渋谷の2ビジョンにて2019年12月よりサービス提供開始



「VECTOR VISION SHIBUYA(渋谷MKビジョン)」はベクトルがメディアオーナーとしてサービスを提供
「アンダーアーマービジョン」はベクトルが総販売代理店としてサービスを提供
「HAMATOMOビジョン」は上記2ビジョンと連携した3面シンクロ放映の商品化「渋谷トライアングルVISION放映」として販売

スマホ充電器のシェアリングサービス「ChargeSPOT」を展開するINFORICHとパートナー合意
全国1万ヶ所以上に設置された「ChargeSPOT」にてデジタルサイネージサービスの提供を開始



全国設置台数

12,000台以上

東京都内設置台数

5,000台以上

サービスシェア※

97%

設置地域

47都道府県

※ モバイルバッテリーシェアリングサービスにおける競合他社設

デジタルサイネージサービスの知識やノウハウを活かし、2020年4月より新たに東京を中心とした高級ヘアサロン専門のサイネージ・メディア「THE TOKYO SALON VISION COVER」の提供を開始

感度が、ちがう。
響くが、かわる。

東京の高級ヘアサロン専門サイネージ・メディア

COVER™

TOKYO
THE TOKYO SALON VISION
OMOTESANDO
DAIKANYAMA
AOYAMA
EBISU
GINZA



設置エリア

東京都内高級サロンのみ

原宿・表参道・青山・恵比寿・代官山・銀座

設置サロン数

80店舗/1,000面


平均滞在時間

120分以上

月間リーチ数

45,000人

PR事業で展開しているリスクマネジメント領域の幅を広げるべく、サイバーセキュリティ事業に参入
2020年5月より従業員のセキュリティ意識を見える化する診断サービス「Risk Find」の提供を開始



メールテストで
社員のセキュリティ意識を
見える化しませんか？

Risk Findのサービス

01

役割の設定

仮装フィッシングメールを送信する対象従業員を選別

02

仮装フィッシングメールの作成

実際に送信する仮装フィッシングメールをテンプレートから簡単作成

03

対象従業員に一齐送信


作成した仮装フィッシングメールを対象従業員に一齐送信

04

結果をレポート

メールの開封率、URLのクリック状況などの結果をレポート

ベクトルグループの顧客基盤およびマーケティングコミュニケーション力と
パートナー企業が持つ強みを掛け合わせることで時代の先を見据えた新サービスを提供

	 PrivTech	SoVeC
顧客の課題	データを駆使したビジネスが拡大する一方、個人データの取り扱いが問題となっており、データ活用とプライバシー保護の両立が課題	動画コミュニケーションのニーズは高まっているが、編集に時間がかかったり、動画編集スキルを持つ人材が企業にいないことが課題
パートナー	インティメート・マージャー	ソニーネットワーク コミュニケーションズ
パートナーの強み	DMP専門の最大手で国内最大級の 4.7億のオーディエンスデータを保有	ソニーグループが持つAIや IoTなどの先進的技術
提供サービス	個人データ等の利用同意管理 プラットフォーム「Trust360」	AIを活用した自動動画生成クラウドサービス 「SoVeC Smart Video」

今後データの取り扱いに「個人情報」に関する対応が求められ「プライバシーテック市場」が拡大見込み
市場拡大を見据え、インテュート・マージャーとの合併会社「Priv Tech株式会社」を2020年3月に設立



CMP JS

1

許諾管理タグ生成機能



CMP Manager

2

許諾管理機能



CMP CDP/BI

3

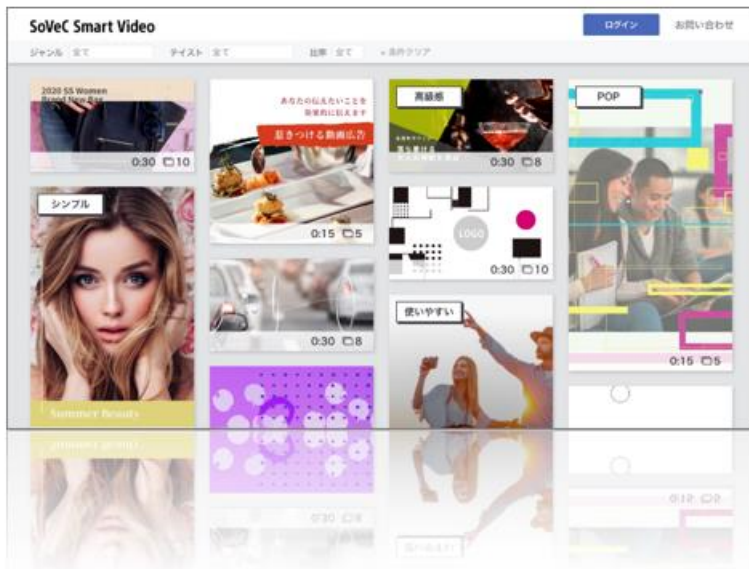
許諾レベル分析機能

ソリューションの第一弾として、個人データ等の利用同意管理プラットフォーム(※CMP)「Trust360」を提供開始
「Trust360」とは、インターネット上で個人データを不要に取得せず、必要な際は取得・利用に関する同意を取得できるCMP
企業と生活者との信頼関係を構築するとともに、今後厳罰化される個人情報保護法を企業が遵守するために活用するサービス

※CMP: Consent Management Platform

ソニーネットワークコミュニケーションズとの合弁会社「SoVeC株式会社」を2019年3月に設立
AIを活用した自動動画生成クラウドサービス「SoVeC Smart Video」を2019年11月から提供開始

SoVeC Smart Video



“響く”プロデザイナー
品質の動画を簡単に

専門知識は一切不要。動画ノウハウが凝縮したフォーマットを選ぶだけで、貴社の情報を魅力的に伝えます。



定額作り放題を
リーズナブルに

業界トップクラスにリーズナブルなプライスで、動画はつくり放題。SNS用のシリーズ動画や大量に配信する動画広告などにも何本でも作成可能です。



スピーディな動画制作で
気軽に何度でも

急ぎの動画も安心。「動画作成は数週間」という常識を取り払い、リッチな動画もすぐにリリースできます。

＜最新デザインの動画フォーマット＞



投資実績

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ(合計17社実現)

2020年7月7日	Branding Engineer	東証マザーズ上場
2020年3月24日	サイバーセキュリティクラウド	東証マザーズ上場
2019年12月18日	BuySell Technologies	東証マザーズ上場
2019年12月17日	ウィルズ	東証マザーズ上場
2019年10月8日	AI CROSS	東証マザーズ上場
2019年6月25日	インフォネット	東証マザーズ上場
2019年6月21日	ブランディングテクノロジー	東証マザーズ上場
2019年3月19日	ミンカブ・ジ・インフォノイド	東証マザーズ上場
2019年2月22日	識学	東証マザーズ上場
2018年12月11日	ピアラ	東証マザーズ上場
2017年12月13日	グローバル・リンク・マネジメント	東証マザーズ上場(2018年12月13日:東証1部へ市場変更)
2017年12月12日	一家ダイニングプロジェクト	東証マザーズ上場
2017年8月3日	シェアリングテクノロジー	東証マザーズ上場
2016年12月20日	リネットジャパングループ	東証マザーズ上場
2016年11月18日	フィル・カンパニー	東証マザーズ上場
2016年3月31日	エアトリ	東証マザーズ上場(2017年3月31日:東証1部へ市場変更)
2016年3月31日	PR TIMES	東証マザーズ上場(2018年8月29日:東証1部へ市場変更)

参考資料

中期利益計画

中期利益計画 (単位:百万円)	2020年2月期 (実績)	2021年2月期 (計画)	2022年2月期 (計画)	2023年2月期 (計画)
EBITDA	4,649	3,090 ~4,640	6,000	7,000
営業利益	3,324	2,300 ~3,850	4,820	6,000

- ・当社の配当方針につきましては、連結配当性向20%を目安に株主の皆様へ還元しております
- ・2021年2月期通期業績予想は、新型コロナウイルスの影響を鑑み、レンジにて開示しております
- ・2021年2月期以降の親会社株主に帰属する当期純利益は、相応の利益計上を想定しております

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

vector

本資料は、業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしており、当社の判断が含まれております。情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果とは異なることがあります。