

株式会社ベクトル

2022年2月期 第1四半期  
決算説明資料



2021年7月15日

# 目次

1. 四半期決算
2. 中期利益計画
3. 経営戦略
4. 投資実績

# 四半期決算

---

売上高

111.4億円

(前年同期比124.4%)

売上  
総利益

70.8億円

(前年同期比118.2%)

EBITDA※

13.5億円

(前年同期比12.0億円増)

営業  
利益

11.6億円

(前年同期比11.8億円増)

経常  
利益

11.5億円

(前年同期比11.5億円増)

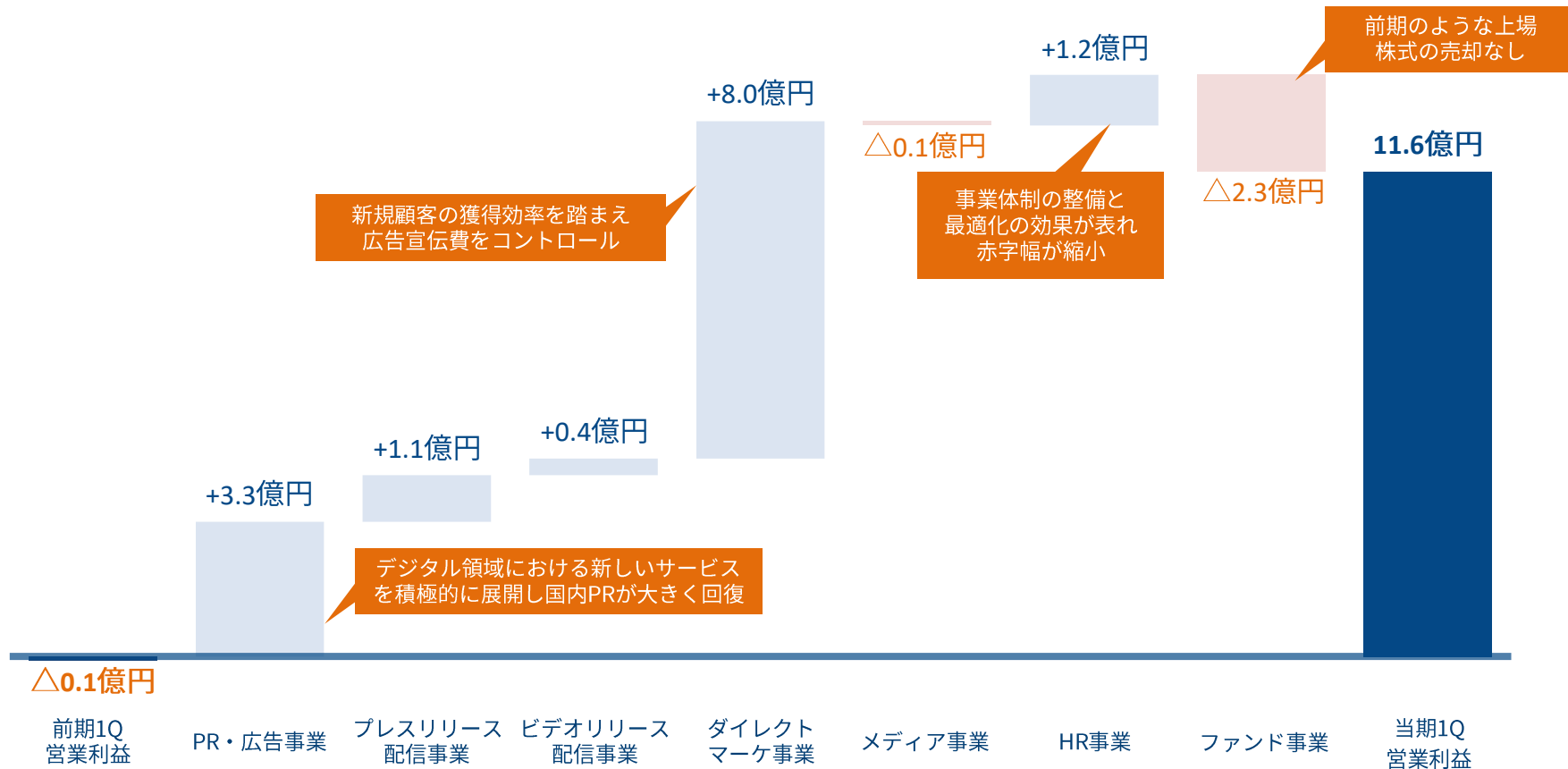
親会社株主に帰属する  
四半期  
純利益

4.4億円

(前年同期比6.0億円増)

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

# 営業利益（前年同期比較）



# 第1四半期累計期間 ハイライト

## 売上高

## 営業利益

## 第1四半期累計期間 事業概要

### 連結業績

111.4億円

(前年同期比124.4%)

11.6億円

(前年同期比11.8億円増)

- ・通期営業利益目標の進捗率は29.2%
- ・PR・広告は国内が好調で大きく回復
- ・ダイレクトマーケティングは獲得効率を踏まえ、広告宣伝費をコントロール
- ・新規投資予算8.2億円はほぼ未消化

### PR・広告

61.3億円

(前年同期比153.5%)

5.5億円

(前年同期比255.6%)

- ・過去最高の四半期売上高を更新
- ・国内PRは好調に推移し、大きく回復
- ・海外PRはコロナの影響により、赤字
- ・タクシーサイネージは、回復傾向
- ・新サービス「ヒロメル」の提供を開始

### プレス リリース (PR TIMES)

11.2億円

(前年同期137.6%)

3.9億円

(前年同期比141.2%)

- ・過去最高の四半期売上高を更新
- ・利用企業社数が54,000社を突破
- ・地方銀行との提携により地域展開拡大
- ・新規事業への投資も継続的に実施

### ビデオ リリース (NewsTV)

3.8億円

(前年同期比108.7%)

0.1億円

(前年同期比0.4億円増)

- ・前期から取り組んでいたコンサル型営業への転換の効果が表れ黒字を確保
- ・発表会に付随した営業提案から脱却
- ・営業人員の育成を図り、提案力を強化

# 第1四半期累計期間 ハイライト

## 売上高

ダイレクト  
マーケティング

29.4億円

(前年同期比106.1%)

## 営業利益

2.9億円

(前年同期比8.0億円増)

## 第1四半期累計期間 事業概要

メディア  
(スマートメディア)

2.4億円

(前年同期比114.0%)

0.0億円

(前年同期比28.4%)

- ・新規顧客の獲得効率を踏まえて、広告宣伝費を投下したことで、黒字で着地
- ・ビタブリッドCブランドは好調に推移
- ・Bokaniiの初日売上が6,000万円を記録

HR  
(あしたのチーム)

5.9億円

(前年同期81.3%)

△1.0億円

(前年同期比1.2億円増)

- ・クラウドシステムの無期限使用権の販売終了に伴い、売上高は減少
- ・SaaS型商材の販売は順調に推移
- ・前期から取り組んだ事業体制の整備と最適化の効果が表われ、赤字幅が縮小

ファンド

0.1億円

(前年同期比5.9%)

0.0億円

(前年同期比2.0%)

- ・前年同期と比較して、当期は主だった株式の売却はなし

## 通期業績予想に対する進捗状況

| 2022年2月期<br>通期業績予想<br>(単位：百万円) | 2022年2月期<br>(計画) | 2022年2月期<br>1Q末時点 | 進捗率   | 2022年2月期<br>上期計画 | 2022年2月期<br>下期計画 |
|--------------------------------|------------------|-------------------|-------|------------------|------------------|
| 売上高                            | 47,700           | 11,144            | 23.4% | 21,910           | 25,790           |
| 営業利益                           | 4,000            | 1,167             | 29.2% | 1,070            | 2,930            |
| 経常利益                           | 4,000            | 1,155             | 28.9% | 1,070            | 2,930            |
| 親会社株主に<br>帰属する当期純利益            | 1,000            | 443               | 44.3% | 110              | 890              |

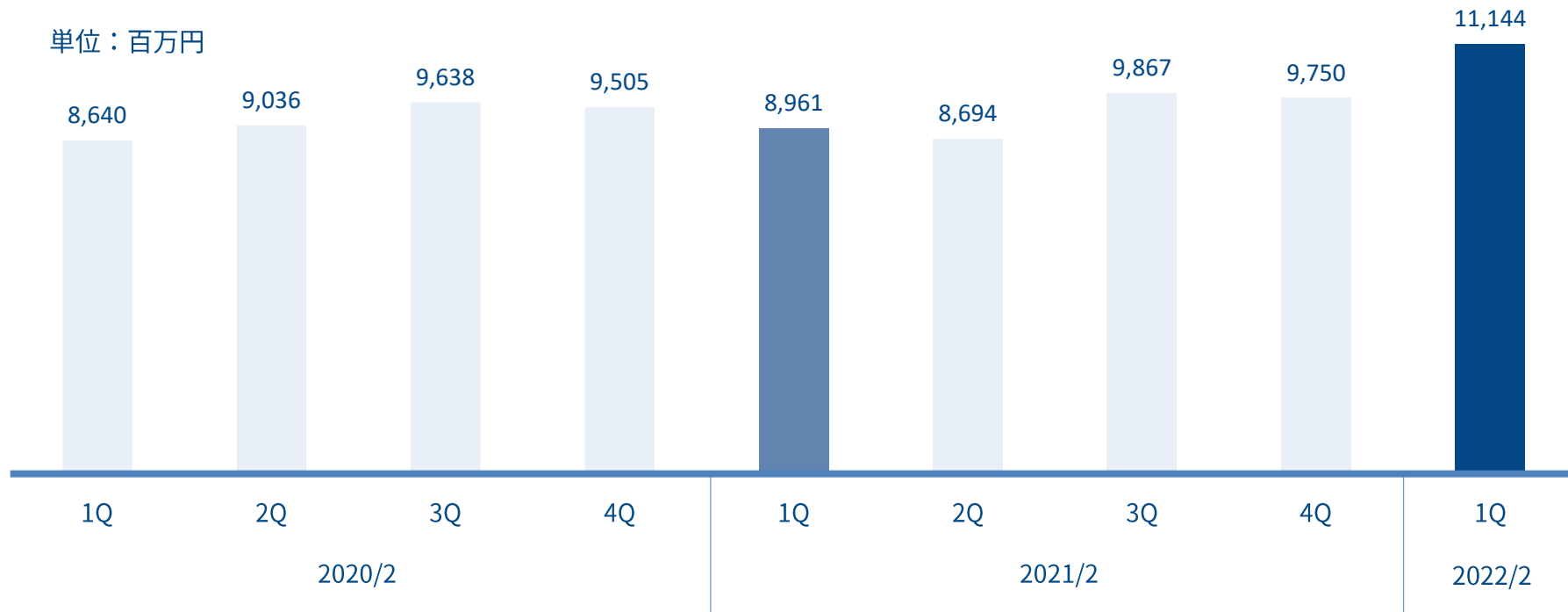
上期計画に対し、営業利益以下は現時点で達成しておりますが、ダイレクトマーケティング事業にて、第1四半期に想定していた広告宣伝費の投下をコントロールしたことにより、第2四半期に市場の状況に応じて、広告宣伝費を投下する可能性があることから、業績予想の変更はしていません



# 連結売上高推移

2022年2月期第1四半期の連結売上高は、**100億円台を突破し、過去最高の11,144百万円**（前年同期比**124.4%**）

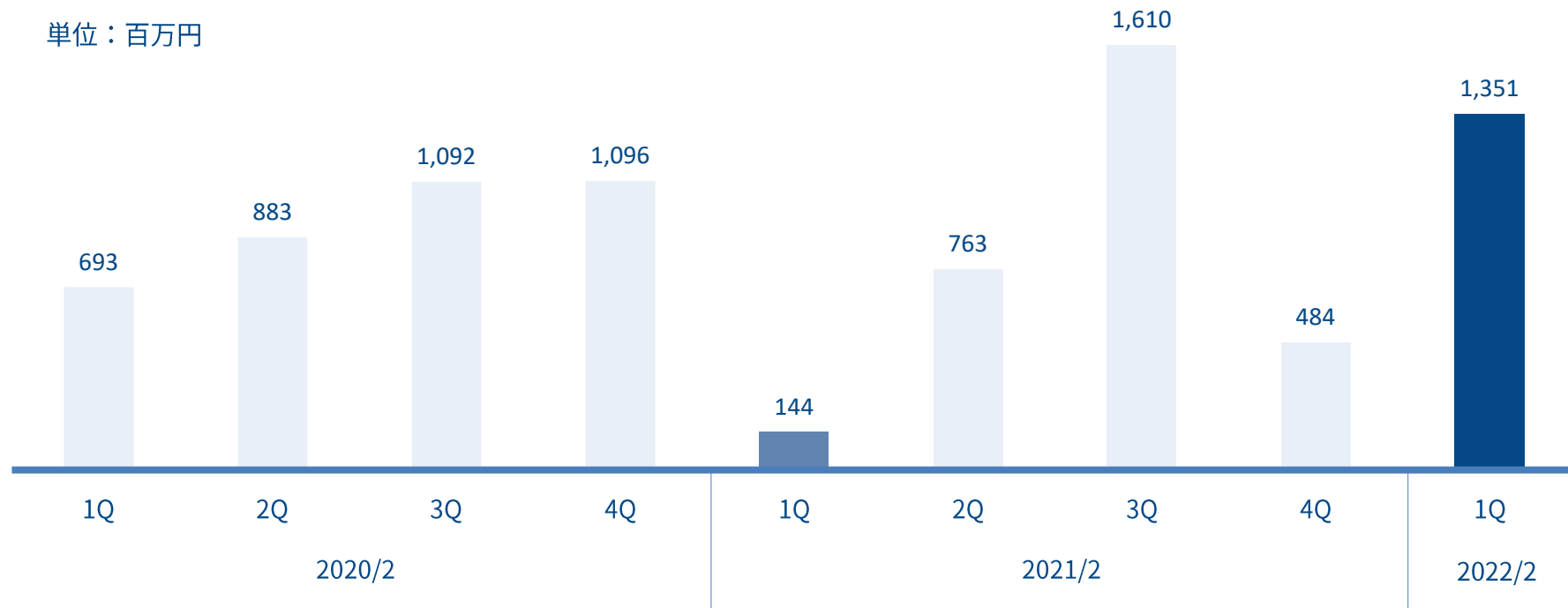
単位：百万円



# EBITDA推移

2022年2月期第1四半期のEBITDAは、連結営業利益の増加に伴い、1,351百万円（前年同期比1,206百万円増）

単位：百万円

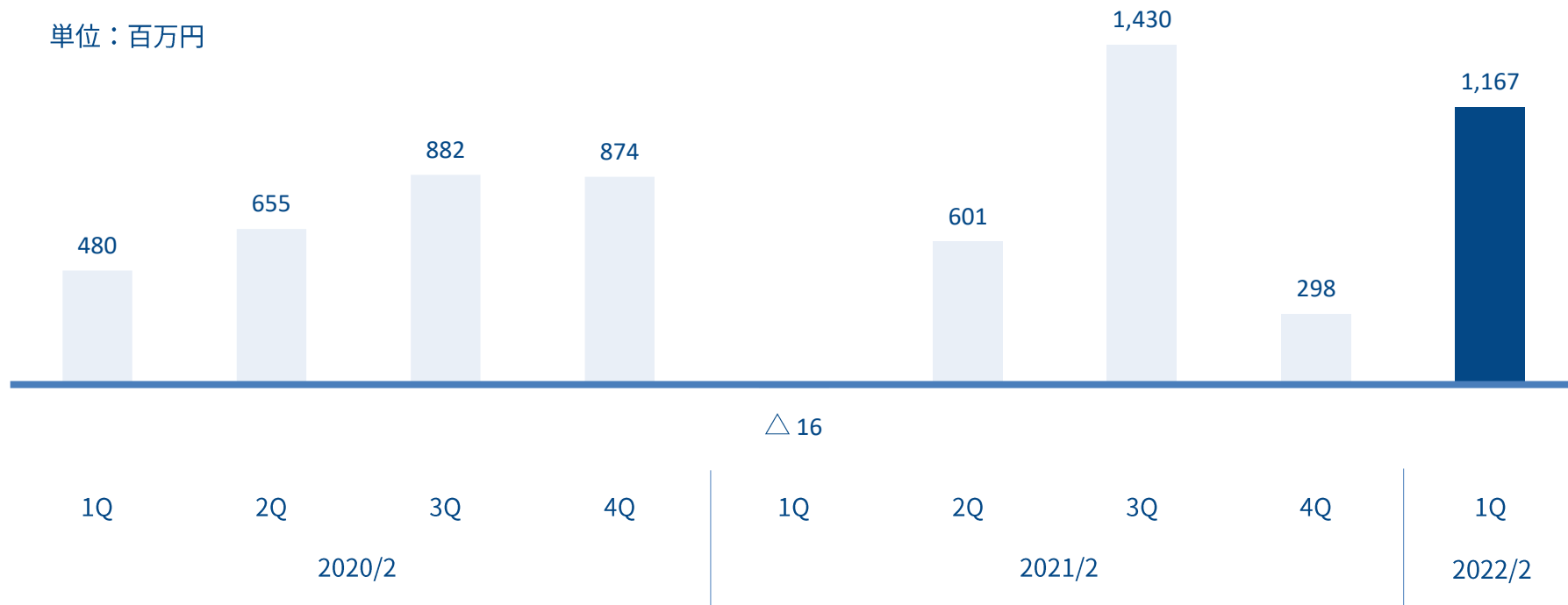


※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

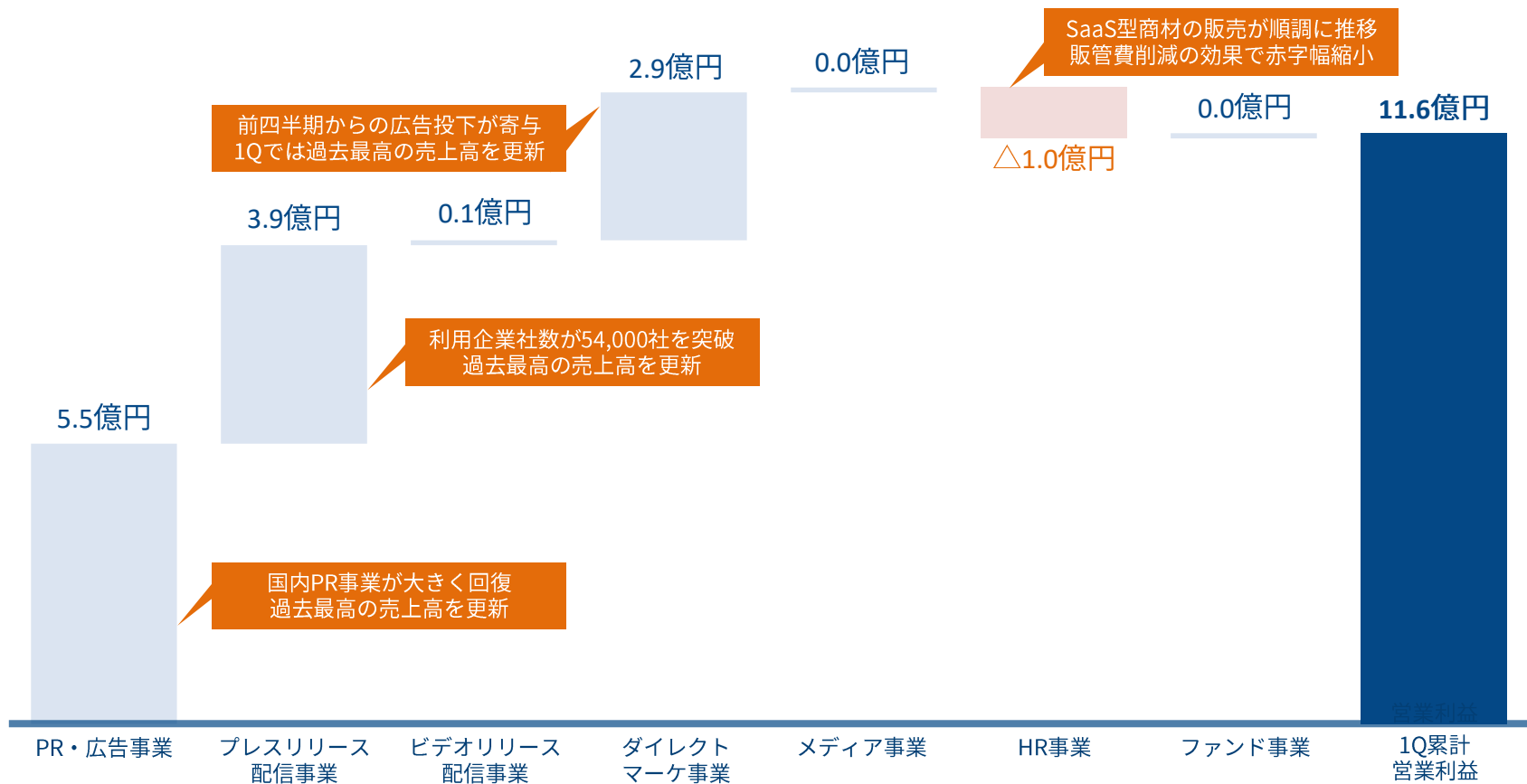
# 連結営業利益推移

2022年2月期第1四半期の連結営業利益は、**第1四半期として過去最高の1,167百万円**（前年同期比**1,184百万円増**）

単位：百万円



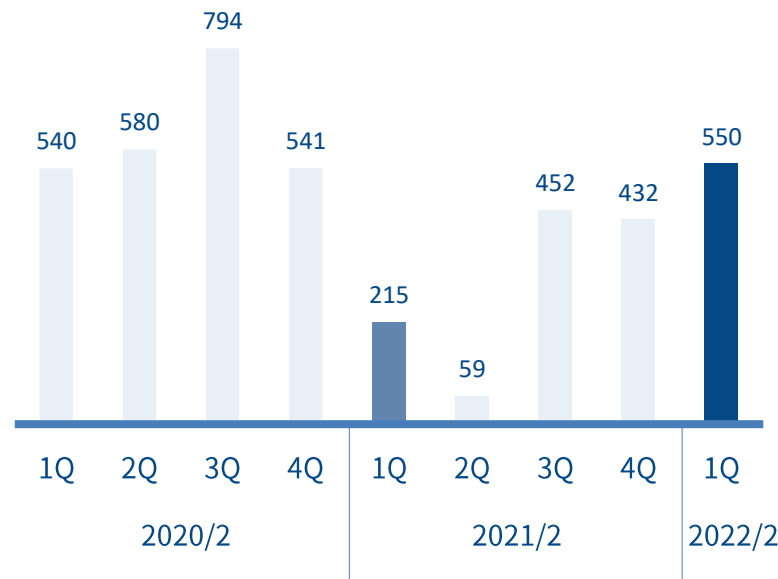
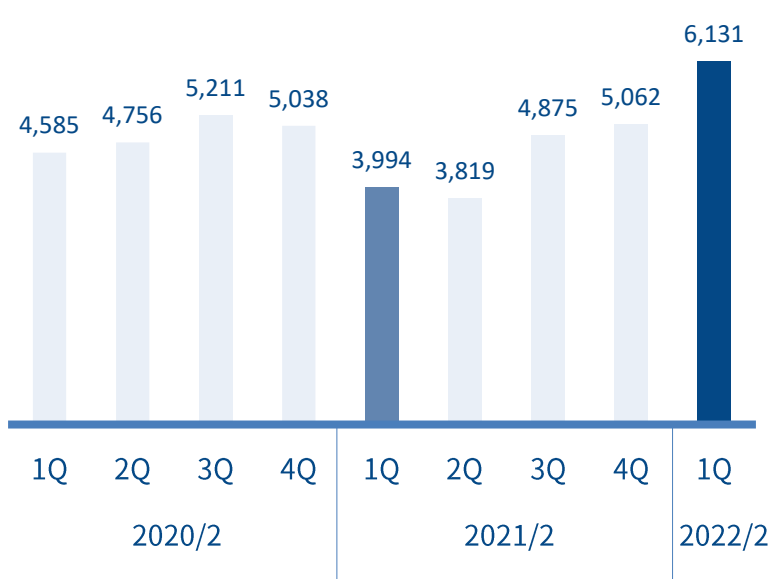
# 営業利益（セグメント別内訳）



2022年2月期第1四半期は、緊急事態宣言の再発令中でも、**60億円台を突破し、過去最高の売上高を更新**  
2022年2月期第2四半期以降も、時代に適した手法を用いて企業のマーケティング活動を支援し、さらなる成長を図る

【売上高（百万円）】 6,131百万円（前年同期比**153.5%**）

【営業利益（百万円）】 550百万円（前年同期比**255.6%**）

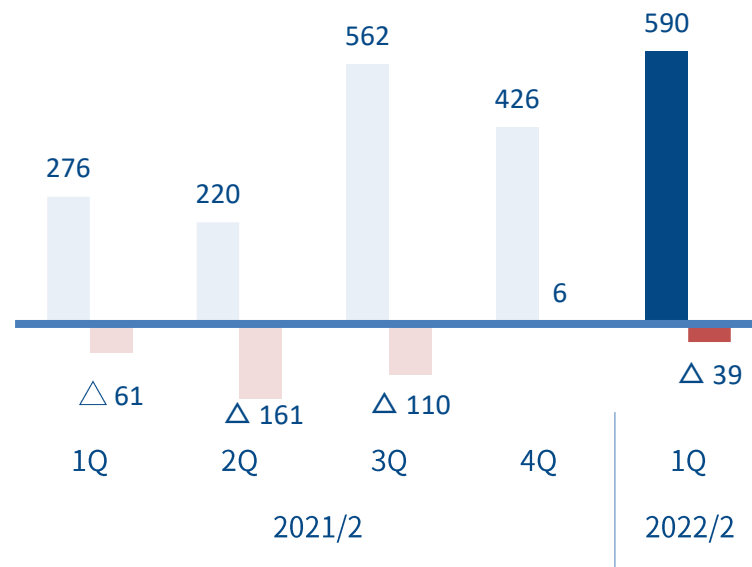
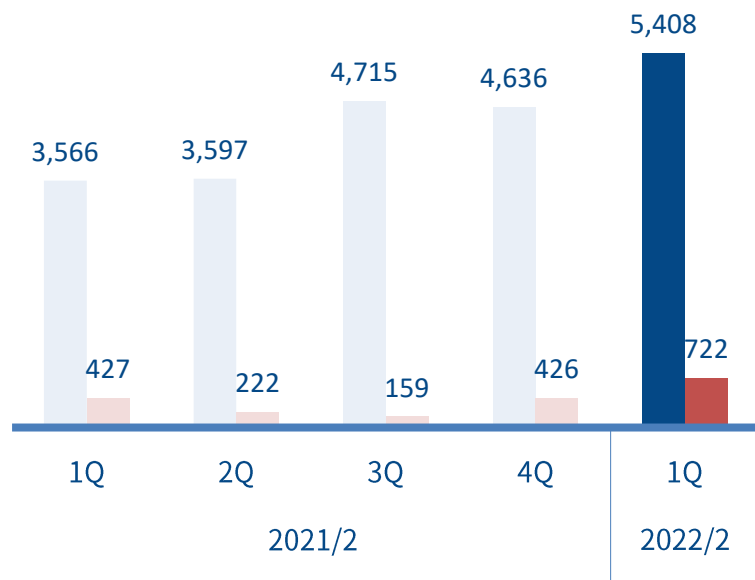


## PR・広告事業（地域別）

海外事業の第1四半期は、コロナの影響がありつつも、韓国企業のM&Aにより前年同期比で増収に  
 第2四半期以降の海外事業は、M&Aした韓国企業をはじめ、各国の利益貢献により、下期で黒字化の見込み

【売上高（百万円）】 5,408百万円（国内） / 722百万円（海外）

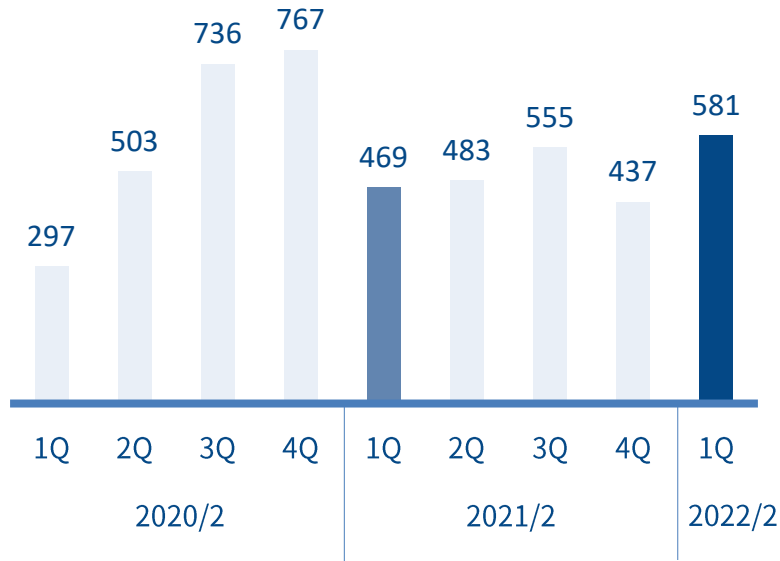
【営業利益（百万円）】 590百万円（国内） / △39百万円（海外）



# タクシーサイネージ事業 (News Technology)

2022年2月期第1四半期は、緊急事態宣言の再発令中でも、企業の広告出稿意欲が強く、売上高は回復傾向  
2022年2月期第2四半期以降は、車窓モビリティサイネージサービスの展開も加え、さらなる売上高の拡大を図る

【売上高（百万円）】 581百万円（前年同期比123.9%）



## GROWTH<sup>TM</sup>



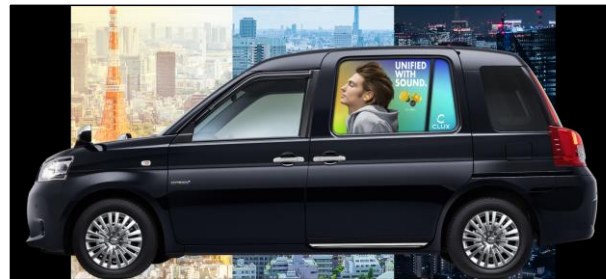
利用ユーザーの約30%がタクシーヘビーユーザー  
繰り返し乗車する事で実現する動画広告への高い  
フリークエンシーが広告想起度と理解度を高める

# 車窓モビリティサイネージ「Canvas」

国内初となる車窓モビリティサイネージサービス「Canvas」を2021年6月より開始  
広告インパクトの高い車窓型サイネージを活用し、幅広いマーケティング活動を支援



「Canvas」は、東京都内を走行するタクシー車両の空車時間を活用して、  
後方窓ガラスに広告を映し出す国内初の車窓モビリティサイネージサービス



※放映イメージ

設置台数

**100台**

※順次増加予定

放映時間

**24H**

想定リーチ人数

**1,200万人**

走行エリア

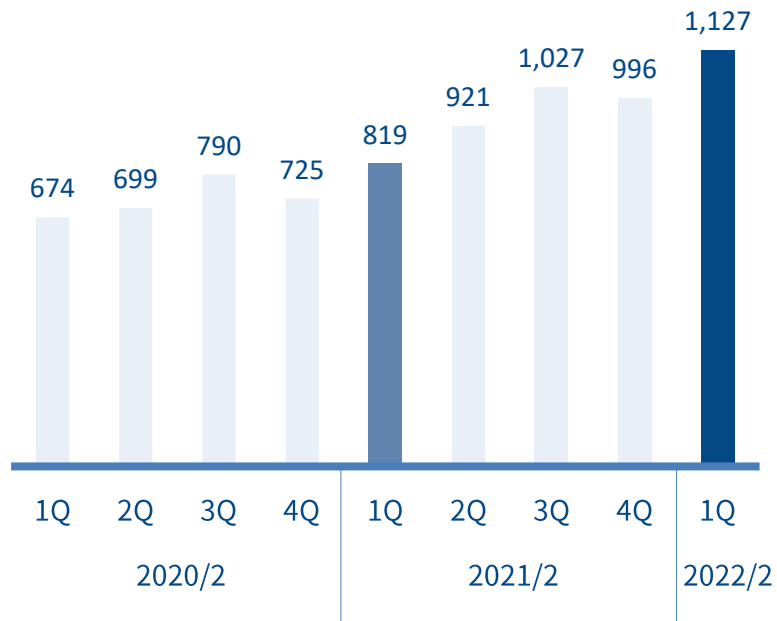
**東京23区**



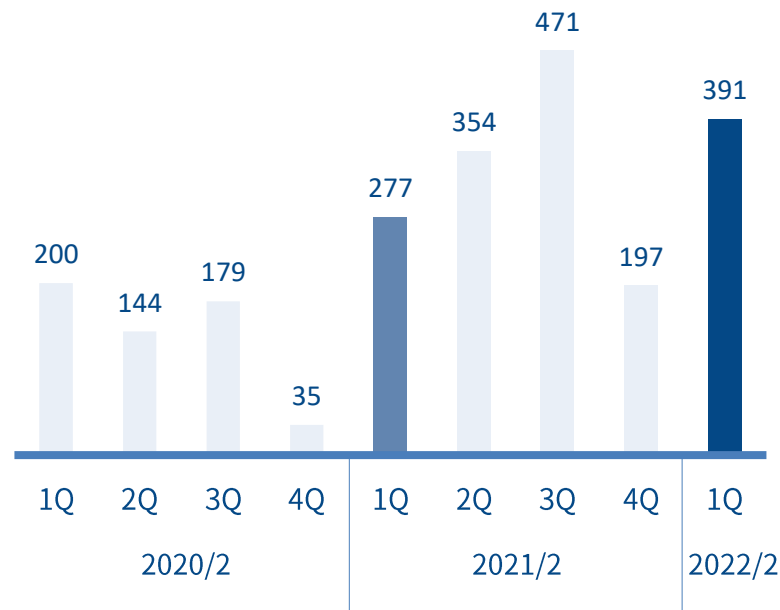
# プレスリリース配信事業 (PR TIMES)

2022年2月期第1四半期は、利用企業社数が54,000社を突破し、**過去最高の売上高を更新**  
2022年2月期第2四半期以降も、「PR TIMES」の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)】 1,127百万円 (前年同期比**137.6%**)



【営業利益 (百万円)】 391百万円 (前年同期比**141.2%**)



# 利用企業社数の推移

国内No.1のプレスリリース配信プラットフォーム「PR TIMES」  
 利用企業社数54,000社以上、上場企業の46%が利用

## PR TIMES 東証1部市場

PR TIMES プレスリリース・ニュースリリース配信サービス PR TIMES PR TIMESの読み 料金プラン ご登録 お問い合わせ

国内シェア **No.1** 上場企業の **46%** が利用

### なぜPR TIMESが選ばれるのか？

PR TIMESは2007年にサービス開始し、わずか数年で最もプレスリリースが掲載されるサービスに成長しています。

いま、企業の広報やマーケティングを取り巻く環境は大きく変化し、ますます複雑化しています。マスメディアの影響力低下、デジタルメディアの進化、スマートフォンの普及、生活者による様々なSNSの活用拡大、情報発信力の飛躍的な向上など、このような劇的な環境変化の中、PR TIMESは、新たなマーケティングツールとして進化しています。

主なパブリシティ実績



### 事例



チーム後も新しい仕掛けで働き続けたい。「面白い企画」を精々と実現し、商品のロングセラー化を狙う湖池屋



素敵な情報なのに世に出せない。埋もれていた情報を表に出し、従来比2~3倍のニュースを届けるパナソニック



ケースに応じさまざまな手法を工夫。興の高い情報発信で、スイーツの魅力を伝える銀座コーゼン



ブランドを「守る」より「広める」ことを重視。次代のファン創出を図る高級ブランド「アストンマーティン」

300媒体以上掲載！



利用企業社数  
**54,000件**  
 2021年5月

50,000社  
 2021年2月

2018年8月29日  
 東証1部市場変更

36,000社  
 2020年2月

28,000社  
 2019年2月

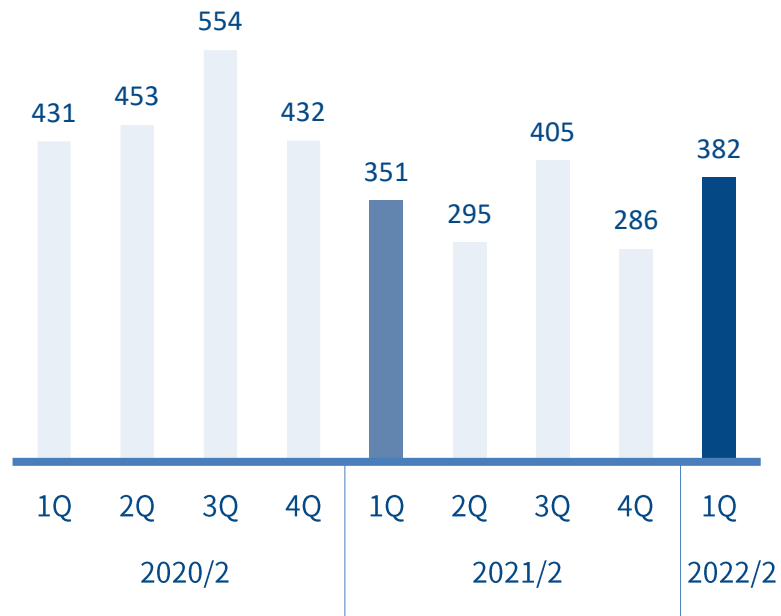
21,000社  
 2018年2月



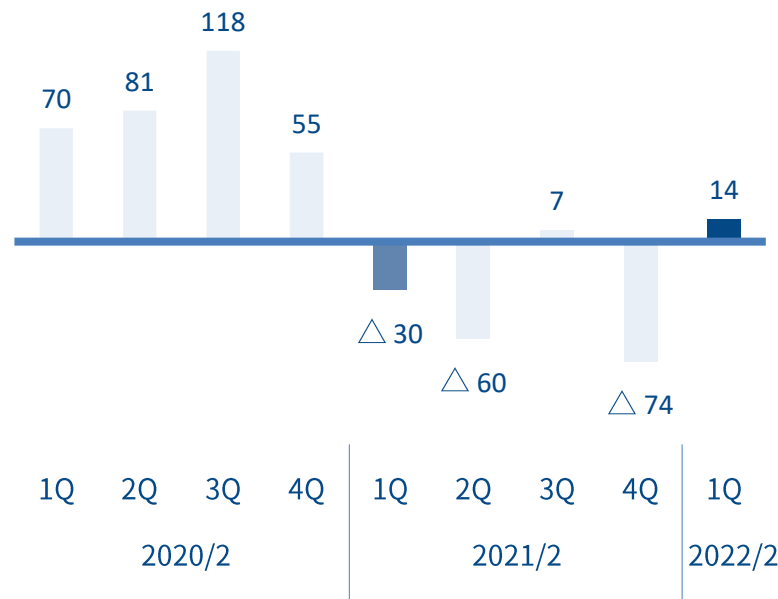
# ビデオリリース配信事業 (NewsTV)

2022年2月期第1四半期は、動画を活用して課題を解決するコンサル型営業への転換の効果が表れ、黒字を確保  
2022年2月期第2四半期以降は、営業人員の育成とサービス強化を図ることで受注数を伸ばし、通期黒字化を目指す

【売上高 (百万円)】 382百万円 (前年同期比108.7%)



【営業利益 (百万円)】 14百万円 (前年同期比45百万円増)



# ビデオリリースの今後の戦略

イベント・記者発表会に付随した提案から脱却し、企業の課題を動画で解決するコンサル型営業に転換  
企業ニーズを踏まえ、ソリューションとしての動画活用を促すことで機会損失を防ぎ、受注数の拡大を図る

イベント有  
(従来型)

記者発表会



展示会



セミナー



シンポジウム



サンプリング



ポップアップ



合同説明会/  
インターン



店舗オープン/  
チラシの代替



街頭  
インタビュー

課題

既存商品の話題を作るのが難しい

活用メリット

世間で話題になっている感が出る



専門家  
インタビュー

課題

機能面／商品の成分の訴求が難しい

活用メリット

専門家の声による裏付けが可能  
商品名を出さなければ成分訴求も可能



座談会

課題

既存商品の話題を作るのが難しい

活用メリット

ユーザーのエピソードへの共感を  
醸成できる



ユーザー  
ボイス

課題

体験者の良い声が広まりにくい

活用メリット

利用者の生の感想をターゲットに  
拡散できる



CM  
メイキング

課題

メイキングに制作コストをかけるのが  
もったいない

活用メリット

無料でメイキング撮影に入れる  
二次利用をHP等で利用可能



BtoB

課題

認知を高めたいが商材がわかりづら  
く見せ方が難しい

活用メリット

長尺動画でわかりやすくサービスを  
伝達可能



インバウンド

課題

海外にまで情報を流通させるのが難  
しい

活用メリット

SNS広告を使って海外にわかりや  
すい画を届けられる



CSR

課題

HPに記載があるだけで見られてい  
ない

活用メリット

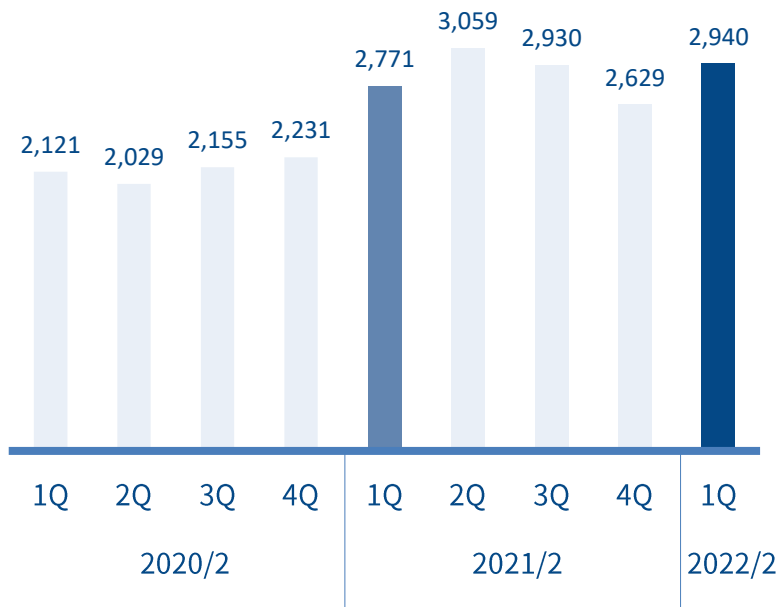
企業のすばらしいお取り組みを  
コンテンツとして発信できる

イベント無

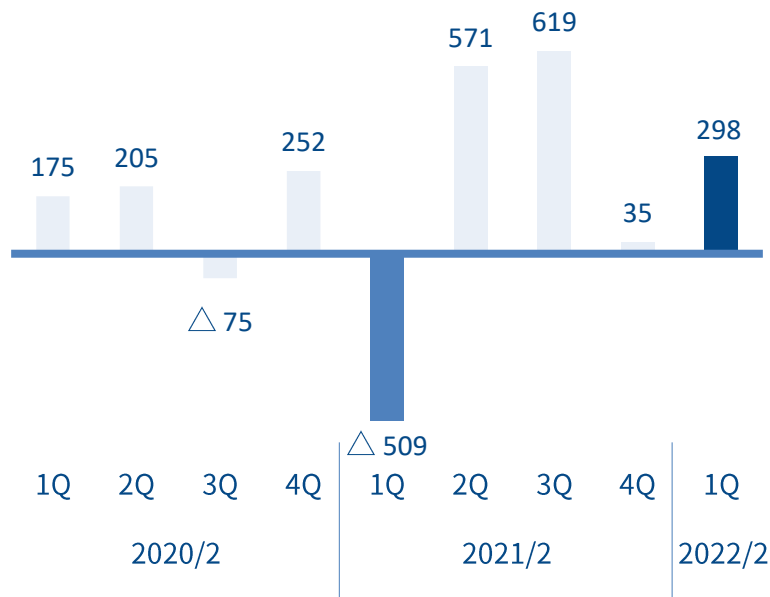
# ダイレクトマーケティング事業

2022年2月期第1四半期は、新規顧客の獲得効率を踏まえて、広告宣伝費を投下したことで、黒字着地  
2022年2月期第2四半期は、市場の状況に応じて、広告宣伝費を投下し、さらなる新規顧客の獲得を図る

【売上高（百万円）】 2,940百万円（前年同期比106.1%）



【営業利益（百万円）】 298百万円（前年同期比808百万円増）





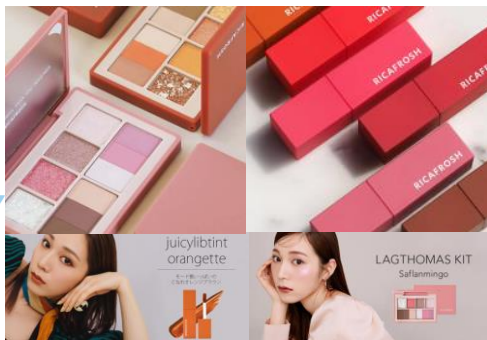
D2Cブランドプロデュース事業を主軸とし、D2Cプラットフォームカンパニーを目指す  
クライアントのビジネス課題を解決するコマースDX支援事業も今後展開し、事業基盤を拡大

## Direct Tech

### D2Cブランドプロデュース事業

#### RICAFROSH

販売開始から1年  
**700,000**個



人気YouTuberでファッションistaである古川優香さんがプロデュースし、販売開始から約1年で累計販売本数70万本を達成

#### Boka nii

販売開始 **初日**  
**6,000**万円

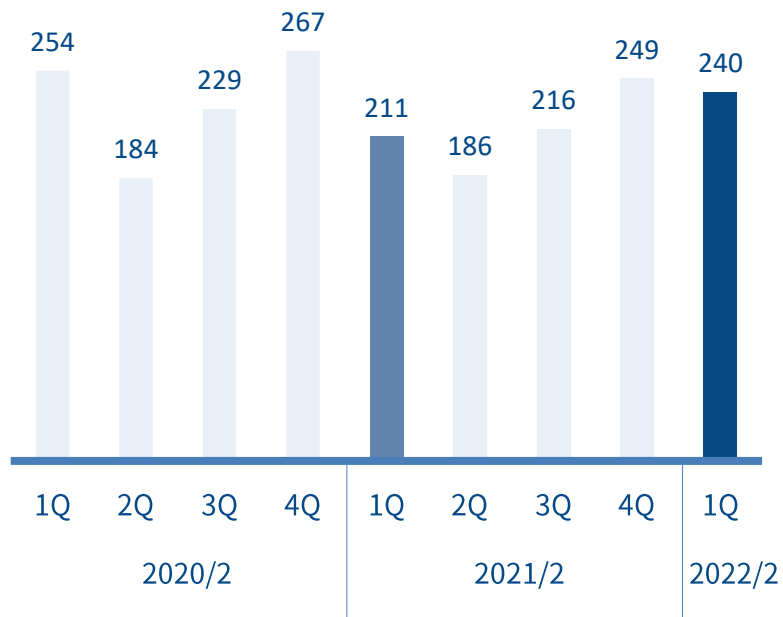


Z世代のマルチ動画クリエイターで人気YouTuberの“かす”さんがプロデュースし、販売開始初日で売上6,000万円を記録

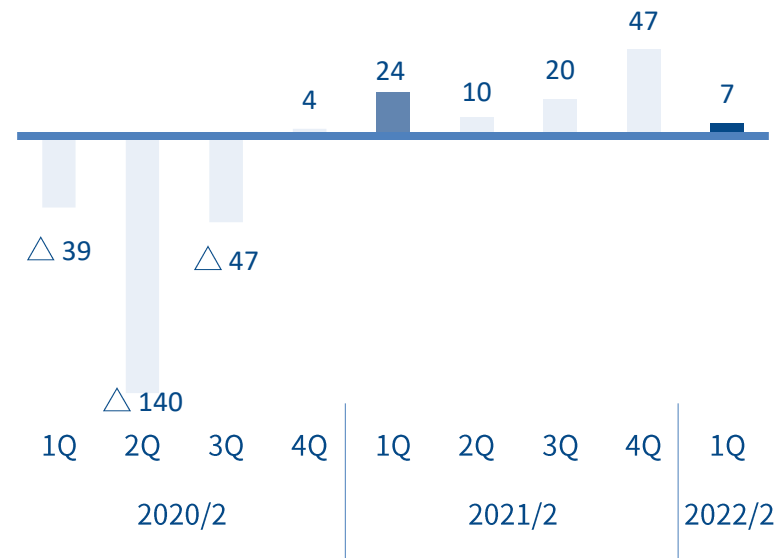
# メディア事業（スマートメディア）

2022年2月期第1四半期は、SaaS型CMSの機能拡充を図る先行投資を実施しながらも、継続して黒字を確保  
2022年2月期第2四半期以降も、機能拡充を図る先行投資を継続しつつ、オウンドメディアの販売強化に注力

【売上高（百万円）】 240百万円（前年同期比114.0%）



【営業利益（百万円）】 7百万円（前年同期比28.4%）





SaaS型のCMS「Clipkit」をEC事業者向けマーケティング支援ツールとして機能を充実させて販売強化  
D2Cブランド販促支援事業の第1弾ソリューションとして新ブランド「no-ma」を立ち上げ、O2Oで販促支援



SaaS型のEC事業者のマーケティング支援ツールとしてノーコードでLPを作成したりボタン一つで記事や広告を発注できる仕様に機能拡充



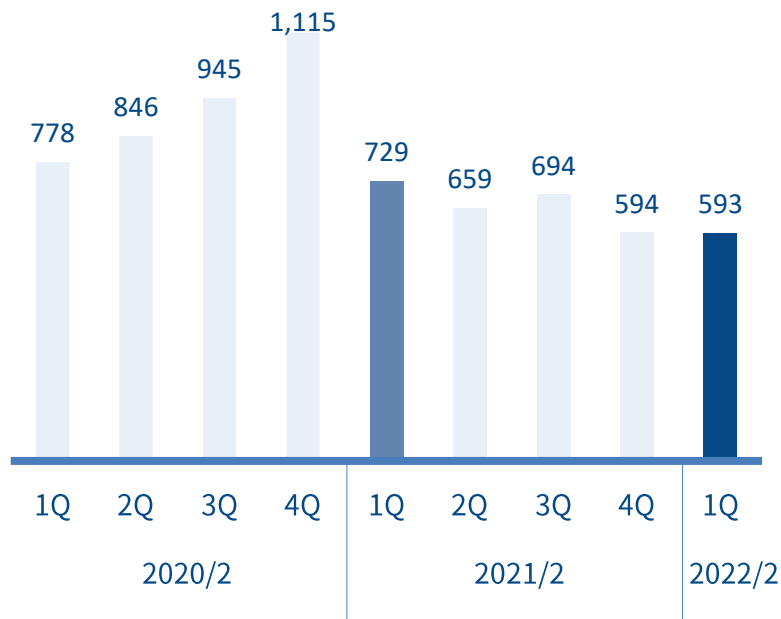
リアルとバーチャルをつなぐD2CブランドのRaaS型体験スペース「no-ma」を渋谷パルコと協業し、渋谷スペイン坂に4月1日オープン

※RaaS：Retail as a Service（小売りのサービス化）

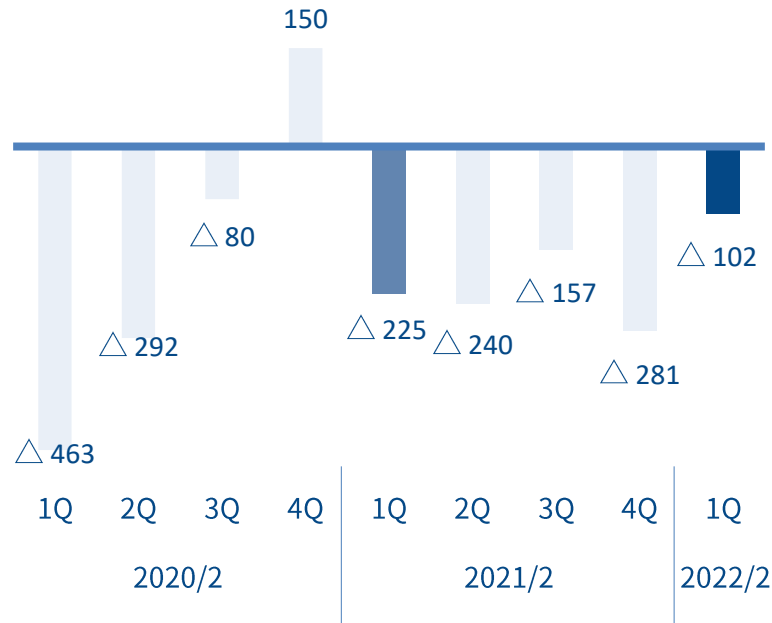
# HR事業（あしたのチーム）

2022年2月期第1四半期は、前期から継続して取り組んだ事業体制の整備と最適化の効果が表われ、赤字幅が縮小  
2022年2月期第2四半期以降も、SaaS型商材の販売強化およびコスト削減を継続し、早期の四半期黒字化を図る

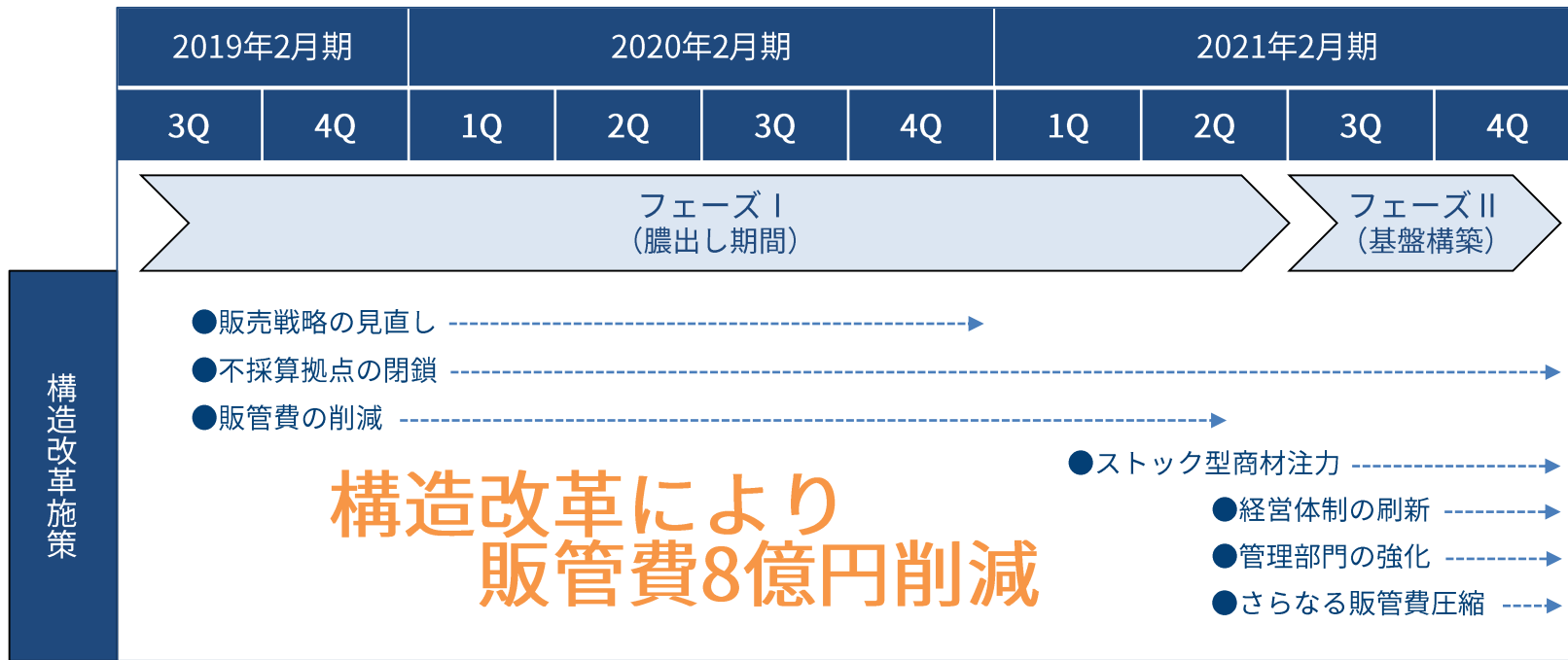
【売上高（百万円）】 593百万円（前年同期比81.3%）



【営業利益（百万円）】 △102百万円（前年同期比122百万円増）



# これまでの構造改革の取り組み

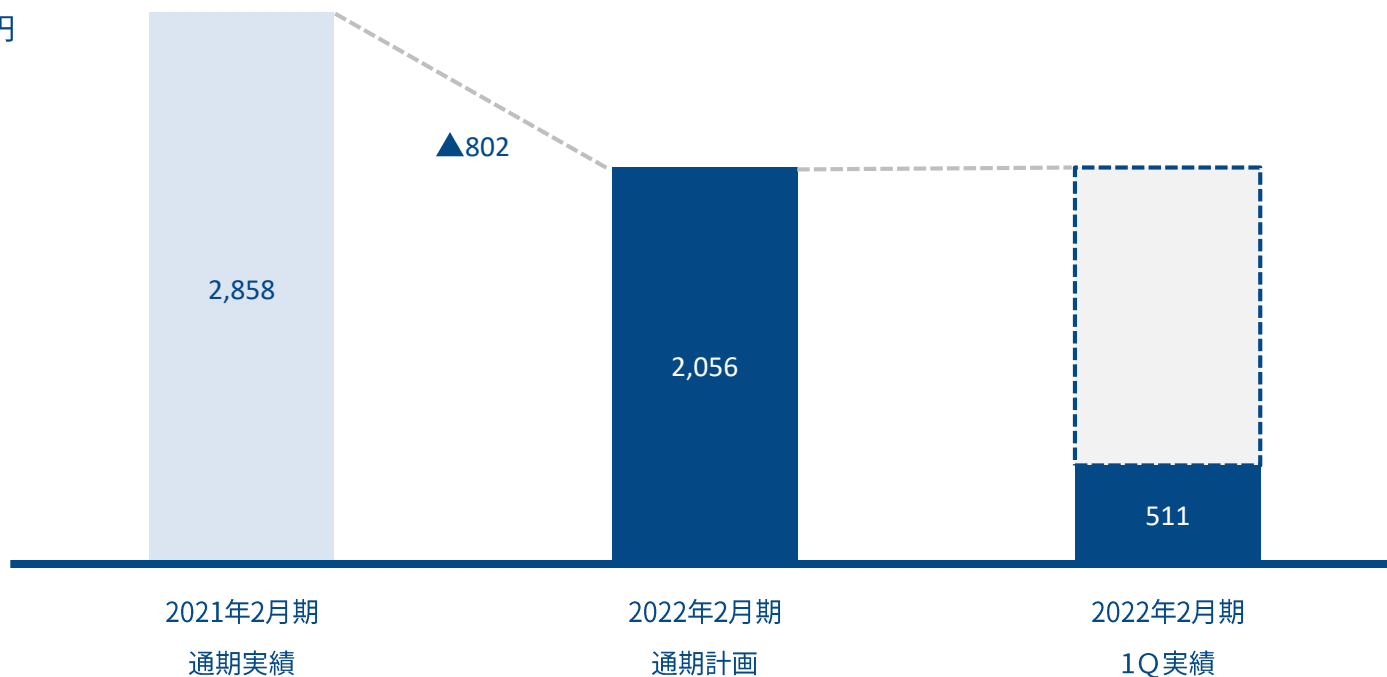


2019年2月期より販売戦略の見直しによる不採算拠点の閉鎖および販管費の削減を進めた上に2021年2月期第3四半期より経営体制を刷新し、**構造改革の目途が立ち、通期黒字化が視野に**

## 2022年2月期の販管費計画に対する進捗状況

2021年2月期の販管費実績から802百万円削減し、2022年2月期の販管費計画は2,056百万円  
2022年2月期第1四半期の販管費実績は511百万円と販管費計画に対して消化率24.8%で進捗

単位：百万円

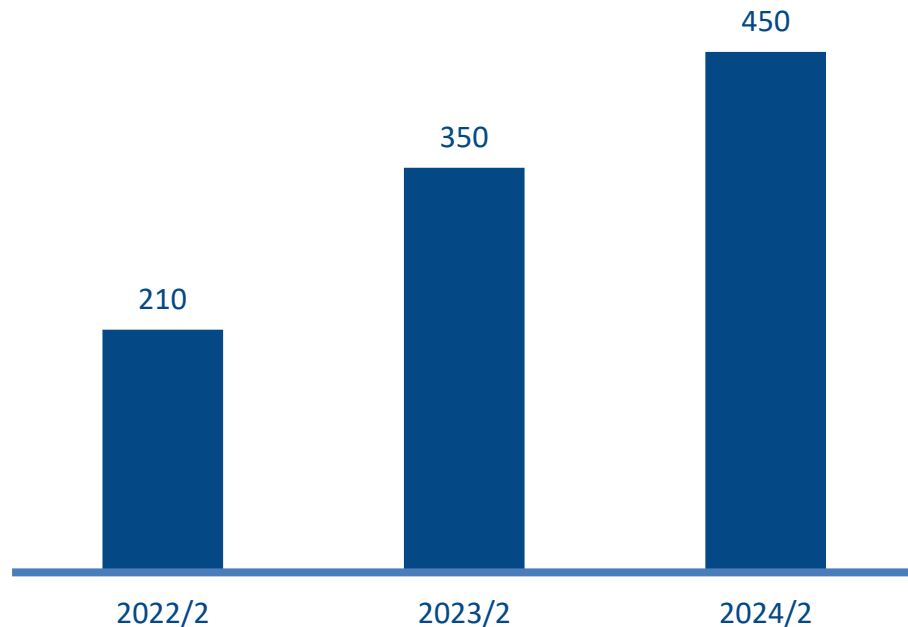


# HR事業の今後の見通し

SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築  
2024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、450百万円まで拡大予定

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」

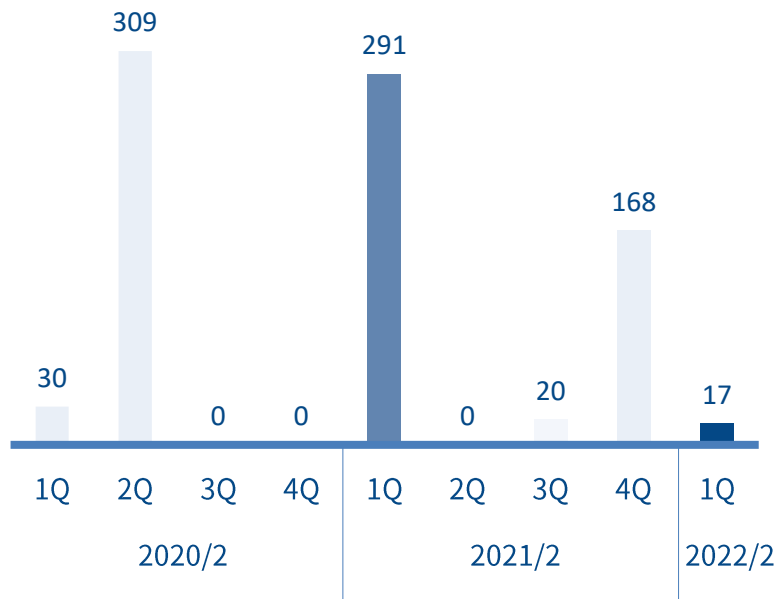
【営業利益（百万円）】



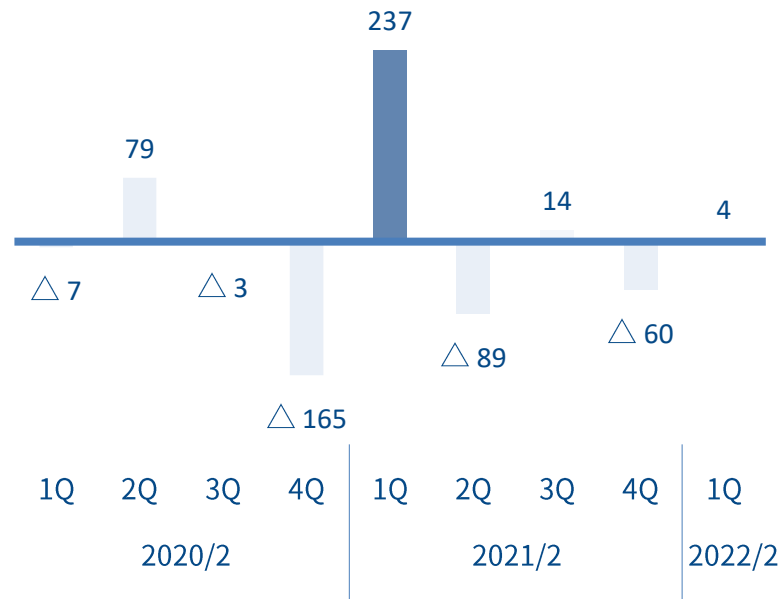
SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ

2022年2月期第1四半期は、主だった株式の売却がなかったことから、前年同期比で減収減益に  
2022年2月期第2四半期以降も、適切なタイミングで保有株式の売却および評価減を行う見込み

【売上高（百万円）】 17百万円（前年同期比5.9%）



【営業利益（百万円）】 4百万円（前年同期比2.0%）



# 連結損益計算書

| (単位：百万円)             | 2021年2月期<br>第1四半期 | 2022年2月期<br>第1四半期 | 前年同期差  | 前年同期比  |
|----------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| 売上高                  | 8,961             | 11,144            | +2,183 | 124.4% |
| 売上総利益                | 5,997             | 7,086             | +1,088 | 118.2% |
| E B I T D A          | 144               | 1,351             | +1,206 | —      |
| 営業利益                 | △16               | 1,167             | +1,184 | —      |
| 経常利益                 | 2                 | 1,155             | +1,152 | —      |
| 税金等調整前<br>四半期純利益     | 75                | 1,189             | +1,113 | —      |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | △163              | 443               | +606   | —      |

# 連結貸借対照表

| (単位：百万円)             | 2021年2月期末 | 2022年2月期<br>第1四半期末 | 前期末差 | 前期末比   |
|----------------------|-----------|--------------------|------|--------|
| 資 産 合 計              | 30,057    | 30,553             | +495 | 101.6% |
| 現預金                  | 10,860    | 10,125             | △734 | 93.2%  |
| のれん                  | 595       | 537                | △57  | 90.3%  |
| 営業投資有価証券<br>+ 投資有価証券 | 8,057     | 8,357              | +300 | 103.7% |
| その他                  | 10,544    | 11,532             | +987 | 109.4% |
| 負 債 合 計              | 15,202    | 15,647             | +444 | 102.9% |
| 借入金+社債               | 6,457     | 7,454              | +996 | 115.4% |
| その他                  | 8,744     | 8,192              | △552 | 93.7%  |
| 純 資 産                | 14,854    | 14,905             | +50  | 100.3% |



# 中期利益計画

---

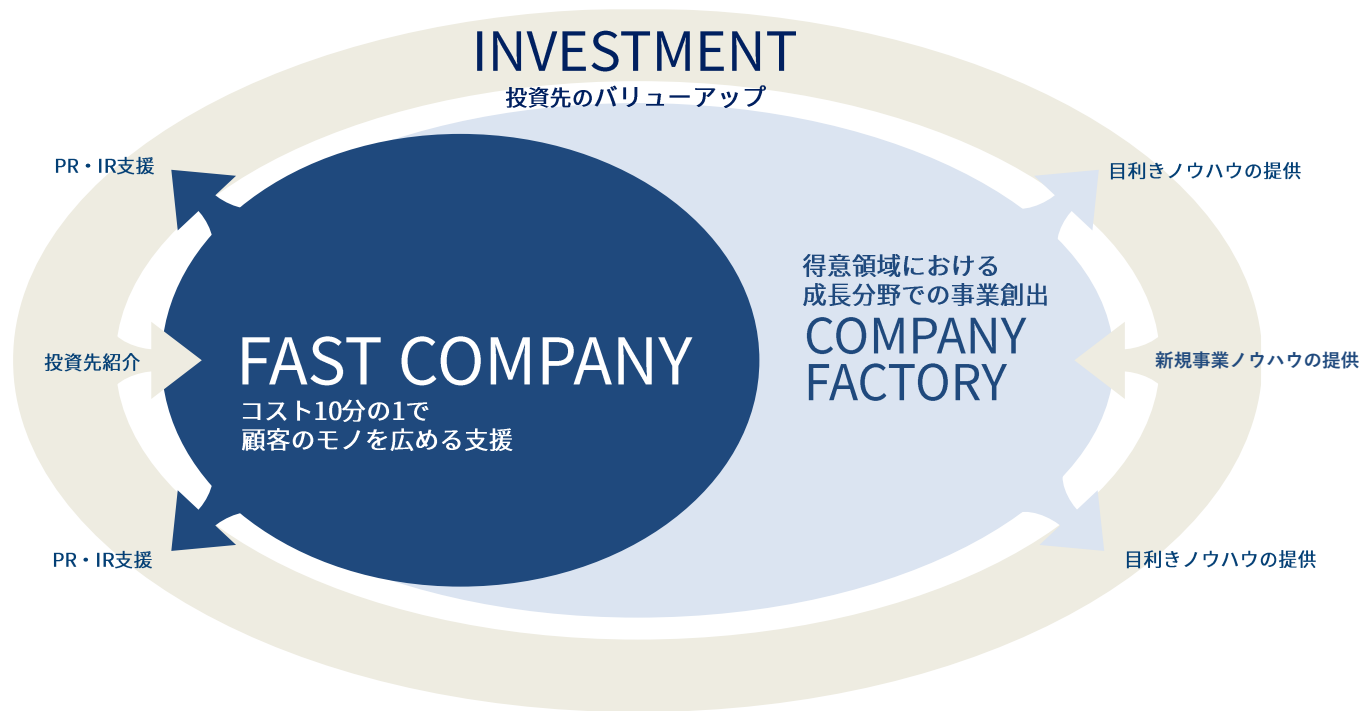
## 中期利益計画

| 中期利益計画<br>(単位：百万円) | 2020年2月期<br>(実績) | 2021年2月期<br>(実績) | 2022年2月期<br>(計画) | 2023年2月期<br>(計画) |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| EBITDA             | 3,766            | 3,003            | 4,720            | 6,660            |
| 営業利益               | 2,891            | 2,314            | 4,000            | 6,000            |



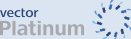















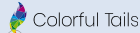






- 2022年2月期は、EBITDA4,720百万円、営業利益4,000百万円を計画しております
- 2023年2月期は、EBITDA6,660百万円、営業利益6,000百万円を計画しております
- 当社の配当方針につきましては、連結配当性向20%を目安に株主の皆様へ還元しております
- 2022年2月期の配当につきましては、1株あたり4円を予定しております

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

既存事業のサービス拡大を図る「FAST COMPANY」、新規事業の創出を図る「COMPANY FACTORY」、  
投資事業の成長を図る「INVESTMENT」の3つの事業領域により、継続したグループの利益成長を目指す



# ベクトルグループを構成する事業群

| FAST COMPANY  | COMPANY FACTORY   |   |   | INVESTMENT   |
|---|---|---|---|--|
| PR・プレス<br>ビデオ・メディア  | D2C   | HR  | 新規事業  | 投資   |
|  <p>顧客の「いいモノを世の中に広める」ためのマーケティング戦略をワンストップで総合的にサポートする「FAST COMPANY」を展開</p>         |  <p>商品の企画・生産から広告、マーケティング、購買までを一貫して自社で行い、顧客とダイレクトに接点を持つD2C事業を展開</p>   |  <p>人事評価制度の導入や運用支援するコンサルティングおよび人事評価クラウドサービスを中心に提供する人事関連事業を展開</p>  |  <p>今まで培ってきた事業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</p>        |  <p>ベンチャー企業への出資活動において、出資先に対してPRおよびIRもあわせたバリューアップサポートを展開</p>   |

3つの事業領域により  
継続したグループの利益成長を目指す

- ①FAST COMPANY領域の拡大
- ②COMPANY FACTORY領域の創出
- ③INVESTMENT領域の成長



# 經營戰略

---

# FAST COMPANY

## 領域の拡大

# PR業界No.1から

## 国内におけるPR市場は1,000億円





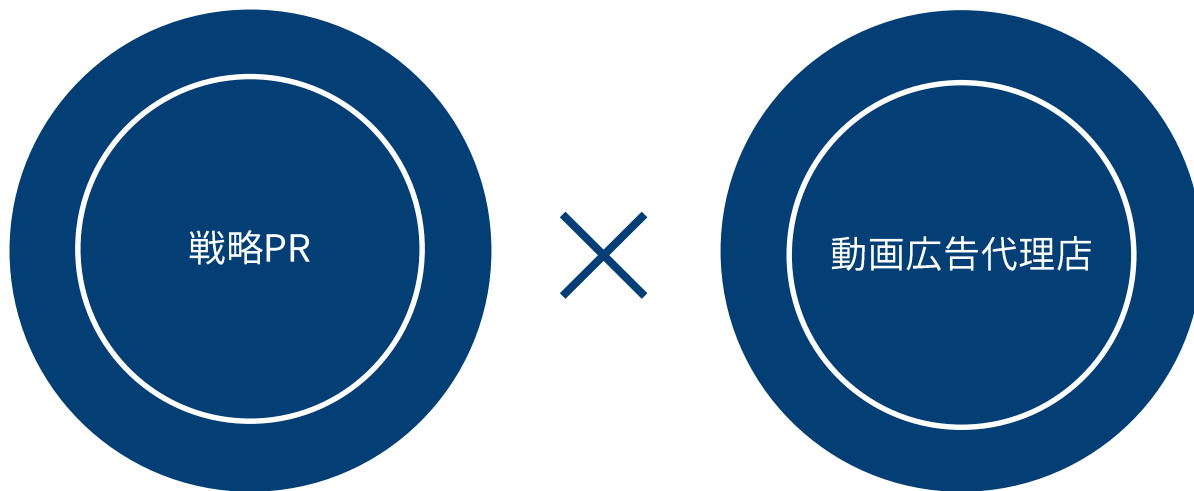
# 広告業界のFAST COMPANYへ ターゲットとなる広告市場は6兆円

# 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

「広告業界のFAST COMPANY」を目指すべく、  
戦略PR視点を備えた動画広告代理店として成長を加速



## 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。

★ Starbank

| プレスリリース  | PRコンサルティング   | 動画ニュース  | インフルエンサー  | デジタルマーケティング   | リスクマネジメント  |
|--|--|---|---|---|--|
|  <p>5万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のリリース配信サービス。上場企業の44%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが特徴。</p> <p><b>PR TIMES</b></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<br/><b>ANTIL</b></p> <p>vector<br/><b>Platinum</b></p> <p>vector<br/><b>INITIAL</b></p> |  <p>PR視点での「動画ニュース」の制作・配信をベースに、ターゲットに直接届けていく、次世代のコミュニケーション。</p> <p><b>NEWS TV</b></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。オウンドメディアの構築・運営やPR動画の制作も対応。</p> <p>vector<br/><b>SIGNAL</b></p> <p><b>NT</b></p> <p>Smart media</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><b>BRAND CONTROL</b></p> |

0円

50,000,000円/年

## 「FAST COMPANY」によるサービス領域を拡大

1  
動画ニュース

PR視点を踏まえた動画広告  
代理店として効果の高い  
「動画ニュース」を制作し、  
ターゲットに直接配信

2  
DX

ベクトルグループに蓄積された  
デジタルデータを活用し、  
コンテンツの制作・配信から  
分析までできるCMPを構築

3  
ヒロメル

既存事業（ビデオリリース、  
SNS戦略など）のさまざまな  
サービスをサイト上で販売する  
広告業界のEコマースサイト

# 動画ニュース

## PR × 動画広告代理店

従来の戦略PRに、動画広告代理店としての機能を掛け合わせ、  
効果の高い「動画ニュース」をクロスセルすることで顧客単価を向上

# これまでとこれからの情報拡散構造の比較

## プレスリリース起点の情報拡散構造

B to B to C

従来  
手法



プレスリリースを  
メディアに配信



さらにTV番組が  
後追いで紹介し話題化



メディアを介して生活者に

## 動画ニュース起点の情報拡散構造

B to C to B to C

現在  
手法



動画でニュースを配信



TwitterなどSNSで拡散



TV番組などメディアで掲載



再度生活者へリーチ



# 動画ニュース展開フロー

## 動画コンテンツ化

### 長尺コンテンツ

- ライブ配信
- 記者発表会
- インタビュー
- セミナー
- ドキュメンタリー
- 番組

## トレーラー化

### 1～3分程度の動画ニュース



### 見たくなる切り口 (PR会社としてのノウハウ)

- 対立
- 著名人
- 美人
- 新情報
- 周年
- ハウツー
- 社長
- 世界初
- 驚き
- 自撮り
- チャレンジ
- コラボ
- 時事
- 一言化
- 催事
- 人気
- 生感
- 共感
- etc

## 配信

### オーガニック動画配信

- メディアリスト
- SNS アカウント
- 営業リード
- 社内へ (社内報ツール)
- 採用 (Wantedly 等)
- メディア (カンパニー TV)

### 動画広告配信

- YouTube広告
- SNS広告
- タクシー
- DOOH広告
- メディア枠

## コミュニティ化

継続的に  
配信

必要な時  
配信

コミュニティ化

BLUE STAR BURGERは「動画ニュース」の配信により、オープン前から話題沸騰  
TV15番組など各種メディアに掲載され、PR視点の動画コンテンツが流通する時代に



キーメッセージ：「西山知義氏 外食人生最大最強の挑戦」



約2分の動画ニュースでターゲットに効果的に訴求

動画オウンドメディアをハブにステークホルダーに動画ニュースを一括配信

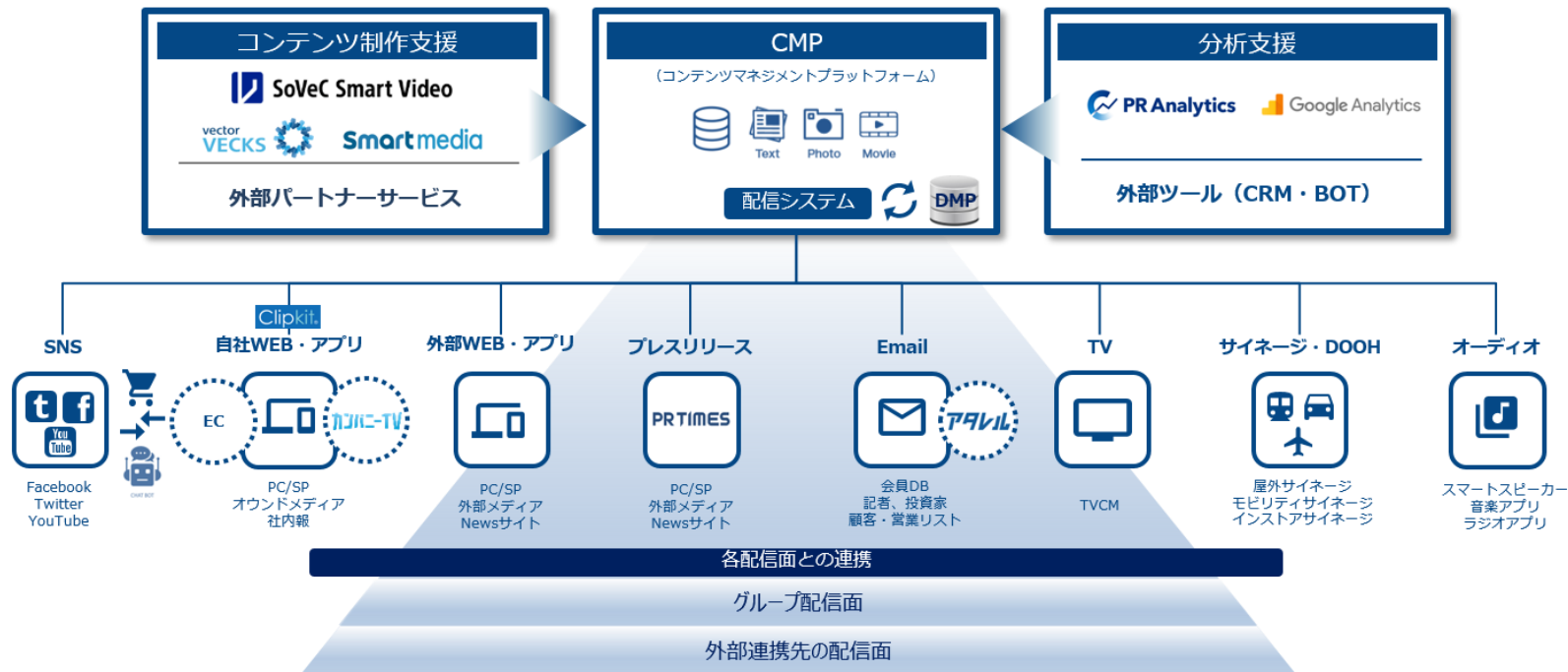


# 2 DX

## 広告業界のDX化

ベクトルグループに蓄積されたデジタルデータを活用し、コンテンツの制作・配信から分析までできる「ベクトルPRプラットフォーム」を構築

蓄積されたデジタルデータを活かし、コンテンツ制作・配信から分析までを一貫して支援できる最適なトータルプラットフォームを形成



# 3 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

広告業界のEコマースサイト「ヒロメル」を2021年5月10日より提供開始

The image shows a screenshot of the Hilomel website. At the top, there is a navigation bar with the Hilomel logo and the tagline "そのビジネスを簡単に広めよう". To the right of the logo are buttons for "コンサルタントに相談する", "ログアウト", a search icon, and a shopping cart icon labeled "相談カート". Below the navigation bar is a secondary bar with "目的/業種から探す" and "メニューから選ぶ". The main content area features a large blue banner with the text "ヒロメル 3つの特徴". To the right of the banner is a woman in a white shirt holding a smartphone that displays the Hilomel logo. Below the banner, there are three feature points, each with an icon in a blue circle: 1. A line graph icon with the text "成功事例で見つかる あなたにピッタリのヒロメ方". 2. A cube icon with the text "目的に合わせて ヒロメ方を検討出来る". 3. A monitor icon with the text "ネットで簡単に プロに相談して注文できる.".

そのビジネスを簡単に広めよう

コンサルタントに相談する ログアウト 相談カート

目的/業種から探す メニューから選ぶ

## ヒロメル 3つの特徴

- 成功事例で見つかる  
あなたにピッタリのヒロメ方
- 目的に合わせて  
ヒロメ方を検討出来る
- ネットで簡単に  
プロに相談して注文できる。

<https://hilomel.com/>

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

そのビジネスを簡単に広めよう

コンサルタントに相談する ログアウト 相談カード

目的/業種から探す ▼ メニューから選ぶ ▼

STEP 1 事例から自分のビジネスにあったプランを見つける

STEP 2 ヒロメル相談をする

STEP 3 担当者よりご連絡

STEP 4 ご発注  
数日以内

STEP 5 活動スタート  
毎月

活動レポート

## ヒロメルの流れ

そのビジネスを簡単に広めよう

まずは会員登録 (無料)

ヒロメルとは、日本の企業や個人が、海外の市場に販路を拡大するためのプラットフォームです。

ヒロメルは、日本の企業や個人が、海外の市場に販路を拡大するためのプラットフォームです。



ベクトルグループのサービスを活かした豊富なヒロメルメニューをワンストップで提供

そのビジネスを簡単に広めよう

コンサルタントに相談する ログアウト 相談カード

目的/業種から探す ▼ メニューから選ぶ ▼

## HIRUMEL が選ばれる理由

PR業界No.1「ベクトルグループ」のサービスを中心にモノを”ヒロメル”ソリューションを数多く掲載しています

|                    |                            |                  |                  |                       |
|--------------------|----------------------------|------------------|------------------|-----------------------|
| プレスリリース (PR TIMES) | ビデオリリース (NewsTV)           | レビューセッション マネジメント | TikTok           | 社内報                   |
| TVCM               | 調査PR                       | リテナーPR           | タレントマーケティング      | パブリック・アフェアーズ          |
| タレント (Talent Bank) | ドキュメンタリー                   | タクシー広告 (GROWTH)  | IR活動支援           | スポーツPR                |
| ライブ配信/コマース         | インフルエンサー (Influencer Bank) | 動画生成ツール (SoVec)  | 美容室サイネージ (Cover) | CPM/個人情報管理 (Trust360) |
| SNS運用              | 記事型オウンドメディア                | 有識者/KOL          | WEB/LP制作         | イベントロボーション (SP)       |
| オンラインセミナー          | 動画型オウンドメディア (カンパニー-TV)     | CM               | CI/ロゴデザイン制作      | マーケティング効果/分析          |

## 豊富なケーススタディから自社に合った広める手法を選べることで潜在ニーズを獲得

### タレントを起用したブランディングの事例

ヒロメルTOP > タレントを起用したブランディング



TV、SNSに波及! インスタライブで共感を生んだキャンペーン

スゴーフカビ

ASK



片岡愛之助さんを起用したCMで、WEB流入数1.3倍に

ITテクノロジ

【一社】 ¥60,000,000～



大手企業からのリード獲得が8倍に! 安達祐実さんを起用した産業医クラウドのタレントコミュニケーション

人材・コンサルティング

【一社】 ¥50,000,000～



CI刷新×タレント起用で問合わせ3倍に! タクシー広告で数多ある競合と差別化に成功

ITテクノロジ

【一社】 ¥60,000,000～



格安携帯業界でNo.1の加盟店舗数を実現! フランチャイズ獲得にも寄与するタレント活用事例

ベンチャー・スタートアップ

【一社】 ¥60,000,000～



中村蒼さんを起用して資料請求が増加したデザイン住宅事務所のプロモーション

不動産・建築

【一社】 ¥75,000,000～

### コーポレートブランディングの事例

ヒロメルTOP > コーポレートブランディング



RPAをブームに! 新市場の営業とカテゴリーリーダーのポジションを確立した上場PR

ITテクノロジ

ASK



地域行政との連携強化の礎となったユニリーバのサステナビリティ活動のPR

家庭用品・日用品・インテリア

ASK



ブランドリフトに寄与したアパレル企業のコーポレートサイト刷新事例

ファッション・アクセサリ

【一社】 ¥1,500,000～



計650万リーチを獲得! リブランディングに寄与した期間限定の体験型施設PR

自動車用品

ASK



「住みたい」ではなく「住みやすい」へ。街選びの価値を変えたアワード起点PR。

金融・保険・MGA

【一社】 ¥13,000,000～



大学ブランディングの成功PR事例

大学・教育機関

【一社】 ¥20,000,000～

# COMPANY FACTORY

## 領域の創出

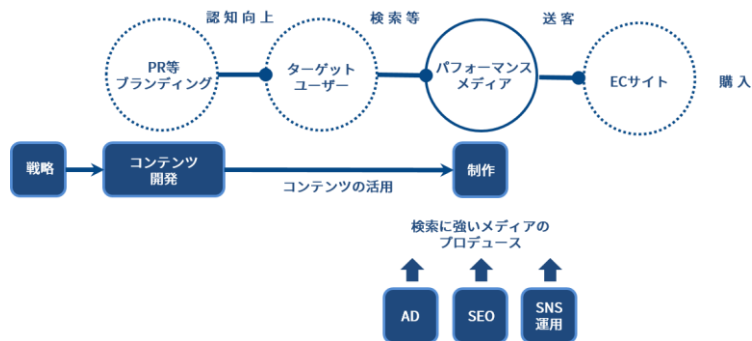
# 新規事業 (Performance Technologies)

顧客ニーズの掘り起こしから顧客獲得まで一気通貫したパフォーマンスマーケティングを展開すべく  
ディーエムソリューションズとの合併会社「Performance Technologies株式会社」を2021年3月に設立

## PERFORMANCE TECHNOLOGIES

### パフォーマンスメディア事業

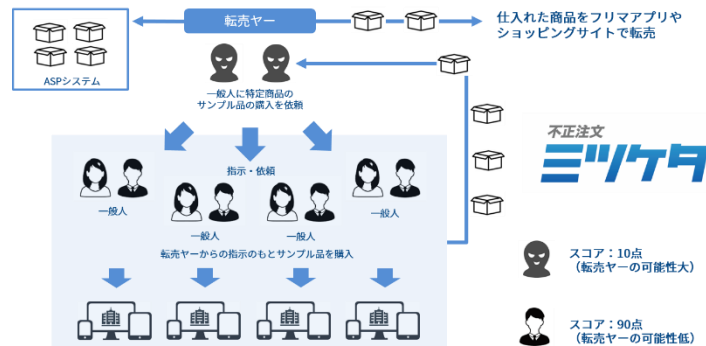
#### パフォーマンスメディア ネットワークの仕組み



PR×アフィリエイトで戦略設計からコンテンツ開発、クリーンな成果報酬型広告までをカバーすることで、顧客ニーズの掘り起こしから新規顧客の獲得まで一気通貫で顧客のマーケティングをサポート

### D2Cパフォーマンスマーケティング事業

#### 転売リスクを見つける不正注文アラートサービス 「不正注文ミツケタ」



商品購入ユーザーなどを独自の採点基準でスコアリングすることにより一定スコア以下のユーザーを「転売等目的のユーザー」と定義し顧客企業にレポートすることで、転売に繋がるリスク検知が可能

サイバーセキュリティ領域のコンサルティング等を行う株式会社サイバーセキュリティバンクにて  
従業員のセキュリティ意識向上のためのトレーニングサービス「情報漏えい防ぐくん」の提供を開始

# 情報漏えい 防ぐくん





3つのサービスで着実に“ヒト”で起こるリスクを減らしていく

# 投資実績

---

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ（IPO実績は合計22社）  
「Waqoo」「BCC」が東証マザーズ市場に上場し、今期のIPO実績は2社に

| 上場日        | 社名   |       | 市場     |
|------------|--|-------|--------|
| 2021年7月6日  |  <b>BCC株式会社</b> | BCC   | 東証マザーズ |
| 2021年6月29日 |  <b>Waqoo</b>   | Waqoo | 東証マザーズ |

# 成長分野への豊富な投資実績

 = IPO済

## IoT-セキュリティ-システム



## AI-ビッグデータ



## マーケティング-セールス



## D2C



## 飲食-小売-美容-サービス



## フィンテック-不動産テック



## HR-人材関連



## シェアリングエコノミー



## DX



## その他 toB 向けサービス



## その他 toC 向けサービス







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。