

株式会社ベクトル

2022年2月期
決算説明資料



2022年4月14日

目次

1. 通期決算
2. 2023年2月期業績予想
3. 中期経営計画
4. 経営戦略

通期決算

売上高

473.5億円

(前年同期比127.0%)

売上
総利益

296.6億円

(前年同期比121.4%)

EBITDA※

61.3億円

(前年同期比204.3%)

営業
利益

52.4億円

(前年同期比226.8%)

経常
利益

52.0億円

(前年同期比185.9%)

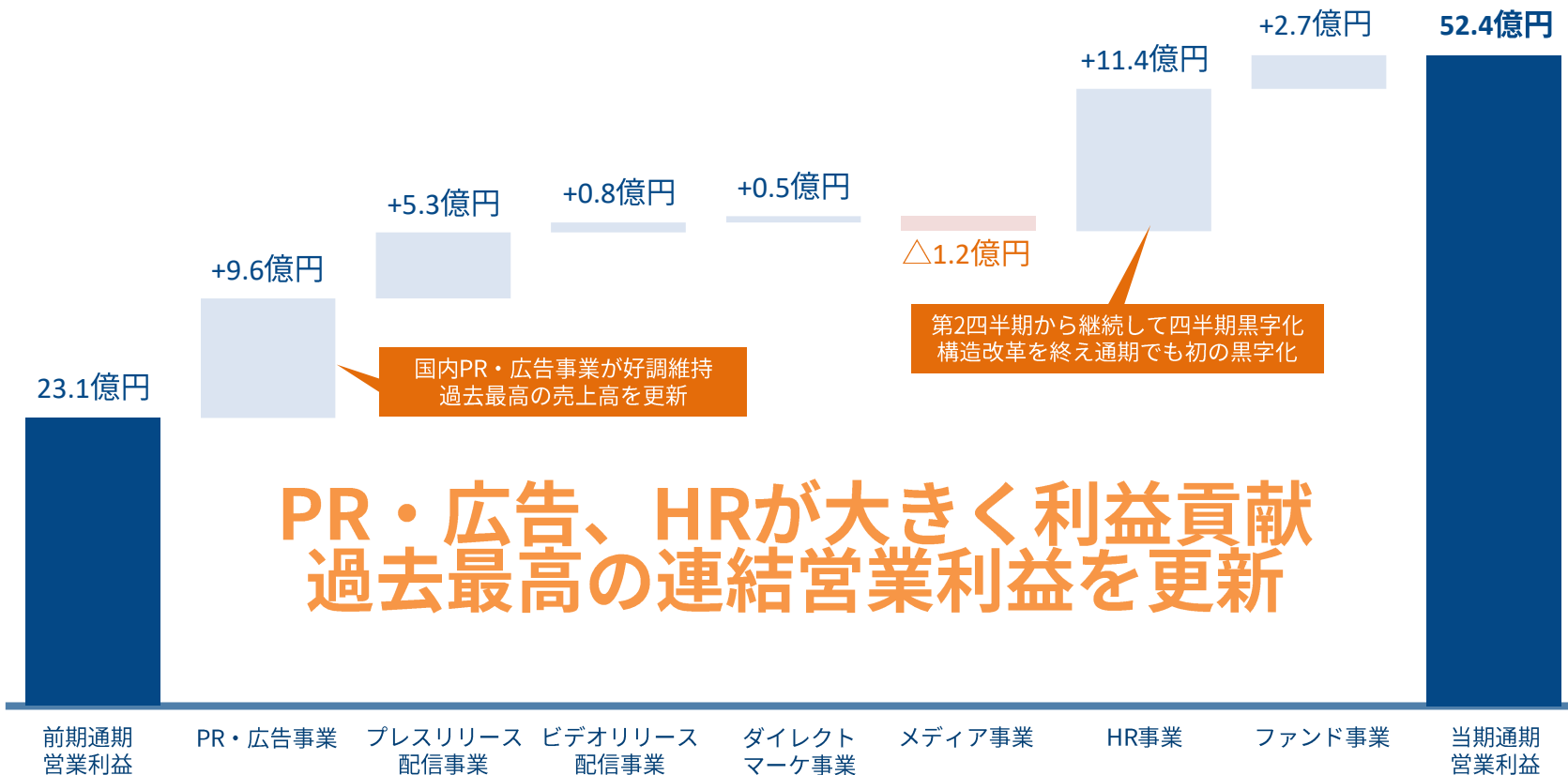
親会社株主に帰属する
当期
純利益

20.7億円

(前年同期比425.4%)

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

営業利益（セグメント別内訳）



連結業績

売上高

473.5億円

(前年同期比127.0%)

PR・広告

259.6億円

(前年同期比146.3%)

プレス リリース (PR TIMES)

48.5億円

(前年同期比128.9%)

ビデオ リリース (NewsTV)

13.6億円

(前年同期比101.7%)

営業利益

52.4億円

(前年同期比226.8%)

21.2億円

(前年同期比183.3%)

18.3億円

(前年同期比140.9%)

△0.7億円

(前年同期比0.8億円増)

2022年2月期 事業概要

- ・売上高、営業利益ともに過去最高更新
- ・PR・広告 は国内事業が業績を牽引
- ・プレスリリースは利用企業社数が拡大
- ・HRは構造改革を終え、第2四半期から四半期黒字化を継続し通期で黒字化

- ・国内PRとタクシーサインージが好調を維持し、売上高は過去最高を更新
- ・海外PRは第4四半期は営業黒字に転換
- ・新規事業「JOBTV」をリリース

- ・売上高、営業利益ともに過去最高更新
- ・利用企業社数が65,000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

- ・緊急事態宣言の影響により、営業活動が大きく制限されるも営業赤字が縮小
- ・動画を活用した営業DX化支援サービス「Sales Video Analytics」をリリース

ダイレクト
マーケティング

123.2億円

(前年同期比108.2%)

営業利益

7.7億円

(前年同期比108.1%)

2022年2月期 事業概要

- ・第3四半期の広告投下の効果が表れ、第4四半期は過去最高の売上高を更新
- ・ビタブリッドCブランドは好調に推移
- ・ボディメイクサプリメントの販売開始

メディア
(スマートメディア)

9.0億円

(前年同期比105.1%)

△0.2億円

(前年同期比1.2億円減)

- ・オウンドメディアの販売は順調に推移
- ・CMSの機能拡充を図る先行投資を実施
- ・今後安定した収益基盤を構築するためCMSの販売も強化していく事業方針に

HR
(あしたのチーム)

25.1億円

(前年同期比93.8%)

2.3億円

(前年同期比11.4億円増)

- ・クラウドシステムの無期限使用权の販売終了に伴い、売上高は減少
- ・SaaS型商材の販売は順調に推移
- ・構造改革を終え、第2四半期から四半期黒字化を継続し、通期で初の黒字化

ファンド

4.6億円

(前年同期比97.4%)

3.7億円

(前年同期比367.3%)

- ・保有株式の一部売却により評価損を上回る売却益を計上し、営業利益を確保

通期業績予想に対する振り返り

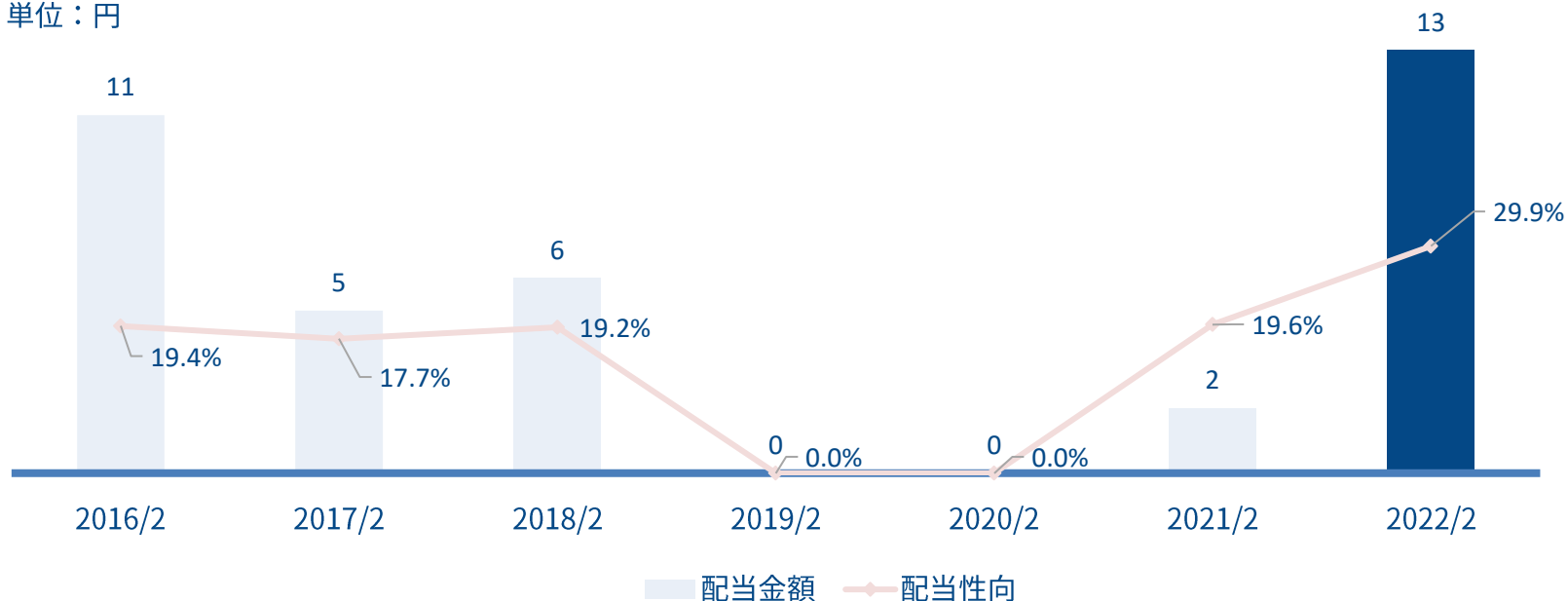
2022年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2022年2月期 (修正計画) 2021年10月15日公表	2022年2月期 (実績)	達成率
売上高	45,500	47,351	104.1%
営業利益	4,800	5,248	109.4%
経常利益	5,000	5,201	104.0%
親会社株主に 帰属する当期純利益	2,000	2,071	103.6%

2022年2月期においては、新型コロナウイルスの影響を一定程度受けつつも企業のマーケティング需要を取り込み、PR・広告事業が大きく回復したこと、プレスリリース事業が順調に推移したこと、HR事業が構造改革を終え通期黒字化を実現したことで、すべての項目において通期業績予想を達成しました

株主還元施策（配当）

配当による直接的な利益還元を重視する方針に変更し、2022年2月期をもって株主優待制度を廃止さらに、長期的かつ継続的に成長する見通しから**連結配当性向の目安を従来の20%から30%に引き上げ**2022年2月期においては、前回1株あたり8円の配当予想から増額し、株主の皆様へ**13円の配当**を実施

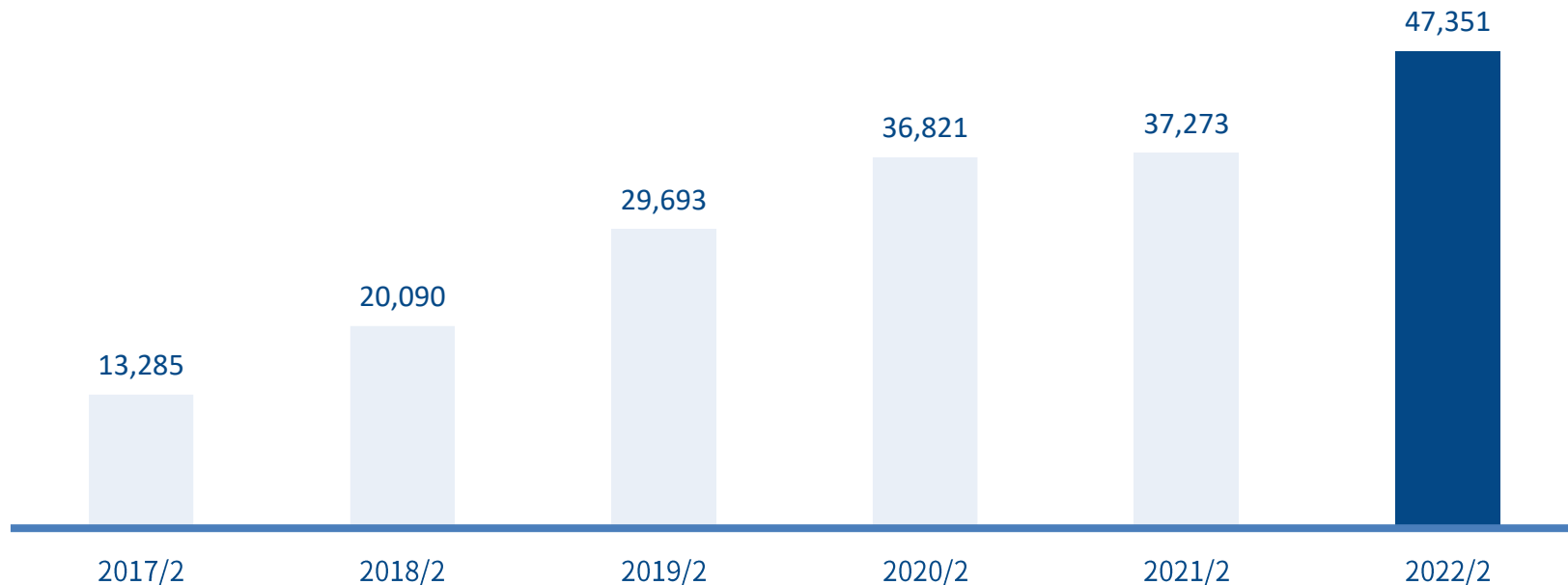
単位：円



連結売上高推移（年度推移）

2022年2月期の連結売上高は、**過去最高の47,351**百万円（前年同期比**127.0%**）

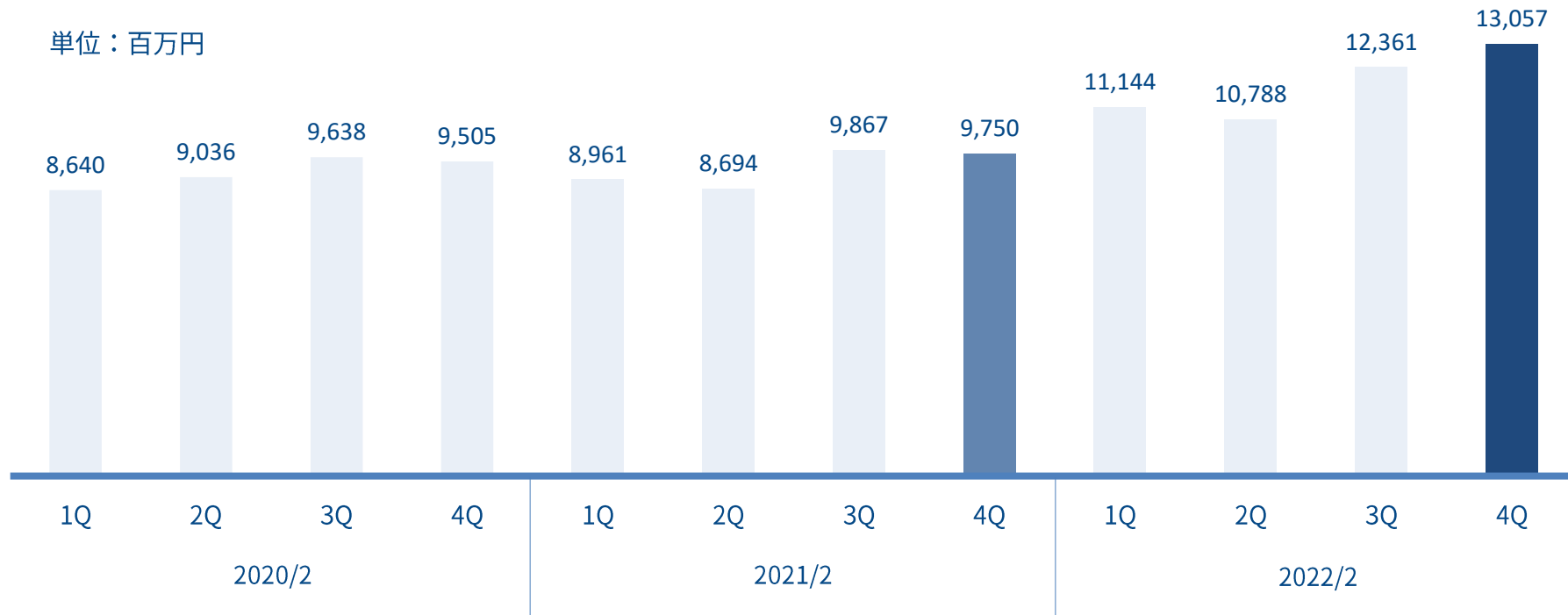
単位：百万円



連結売上高推移（四半期推移）

2022年2月期第4四半期の連結売上高は、**第3四半期を更新し、過去最高の13,057百万円**（前年同期比**133.9%**）

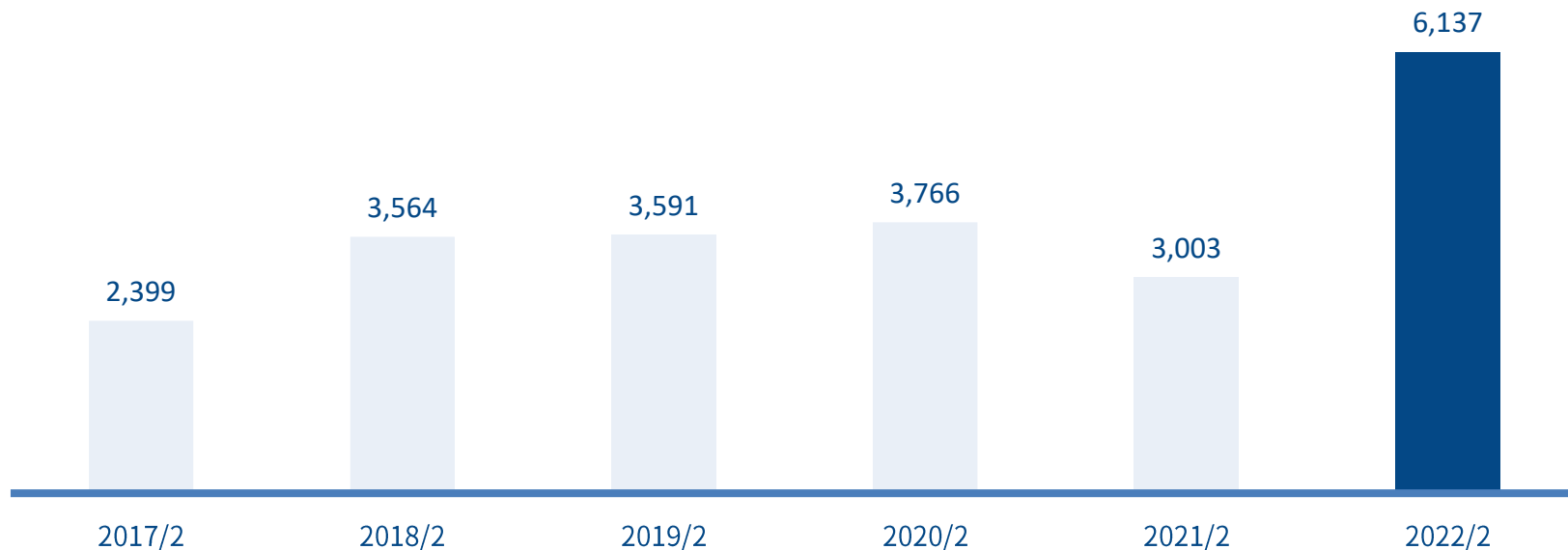
単位：百万円



EBITDA推移（年度推移）

2022年2月期のEBITDAは、2021年2月期から2倍以上に増加し、**過去最高の6,137**百万円（前年同期比**204.3%**）

単位：百万円

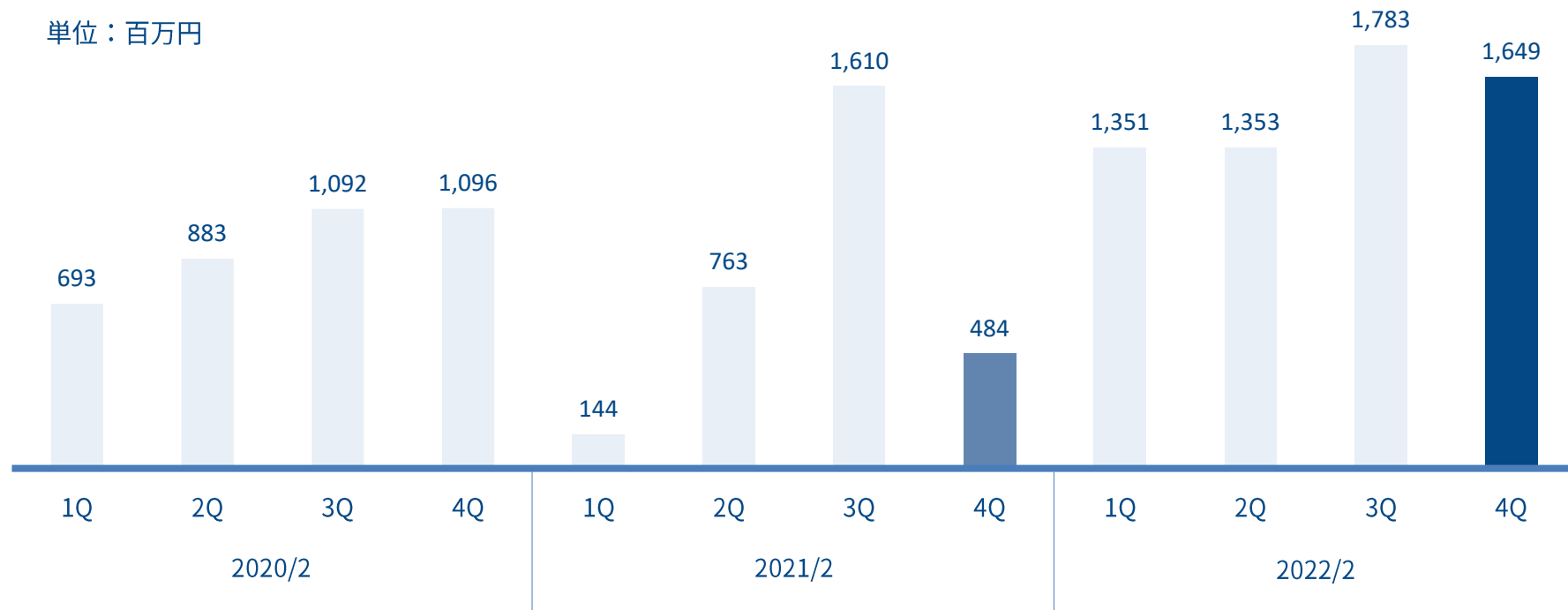


※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

EBITDA推移（四半期推移）

2022年2月期第4四半期のEBITDAは、**第4四半期としては過去最高の1,649百万円**（前年同期比**340.1%**）

単位：百万円

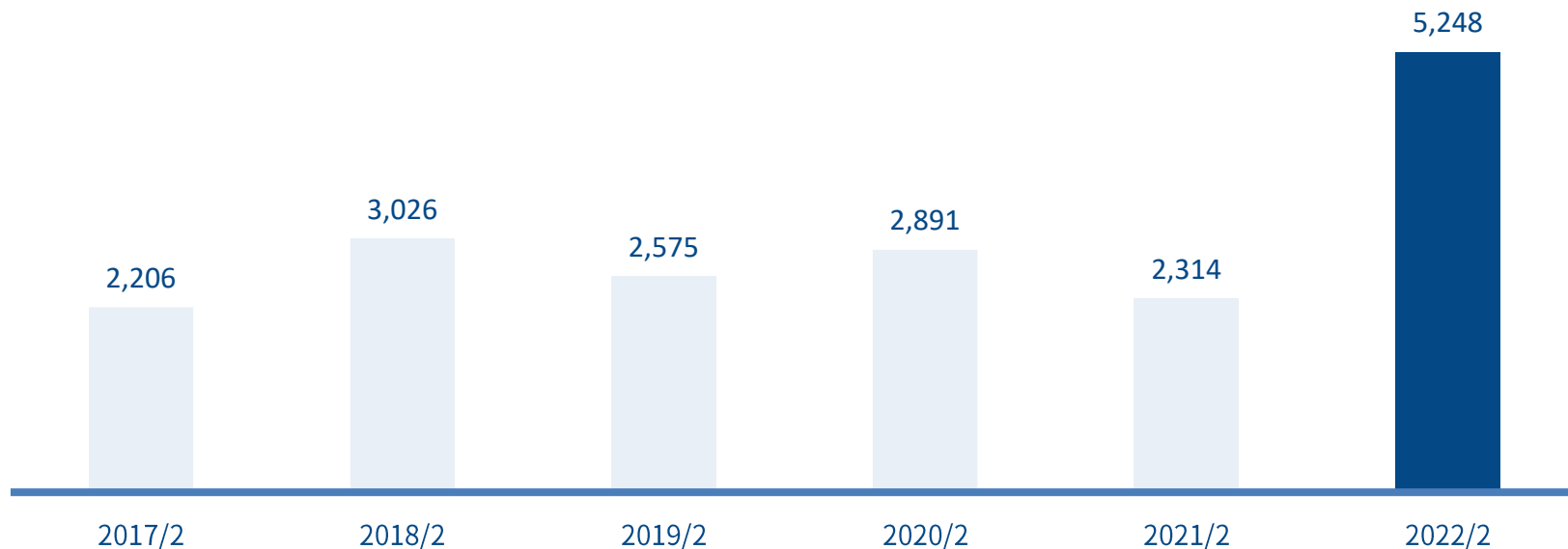


※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

連結営業利益推移（年度推移）

2022年2月期の連結営業利益は、2021年2月期から2倍以上に増加し、**過去最高の5,248百万円**（前年同期比**226.8%**）

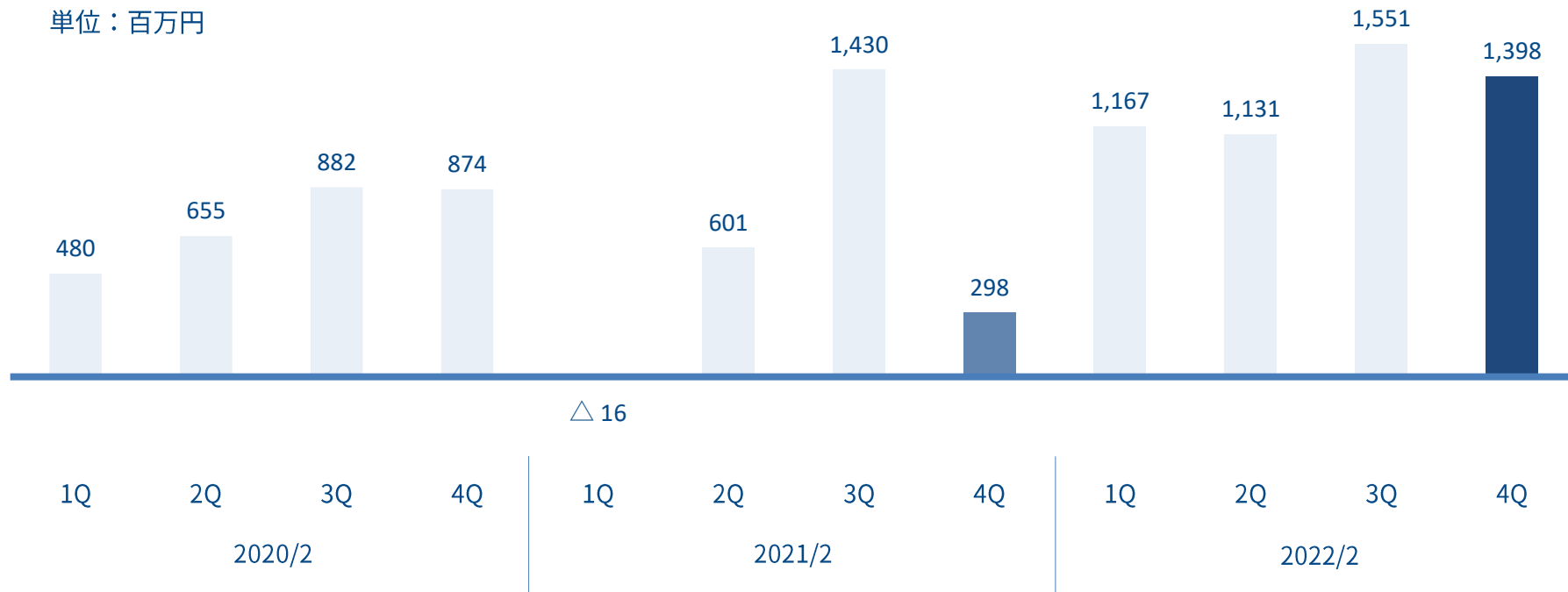
単位：百万円



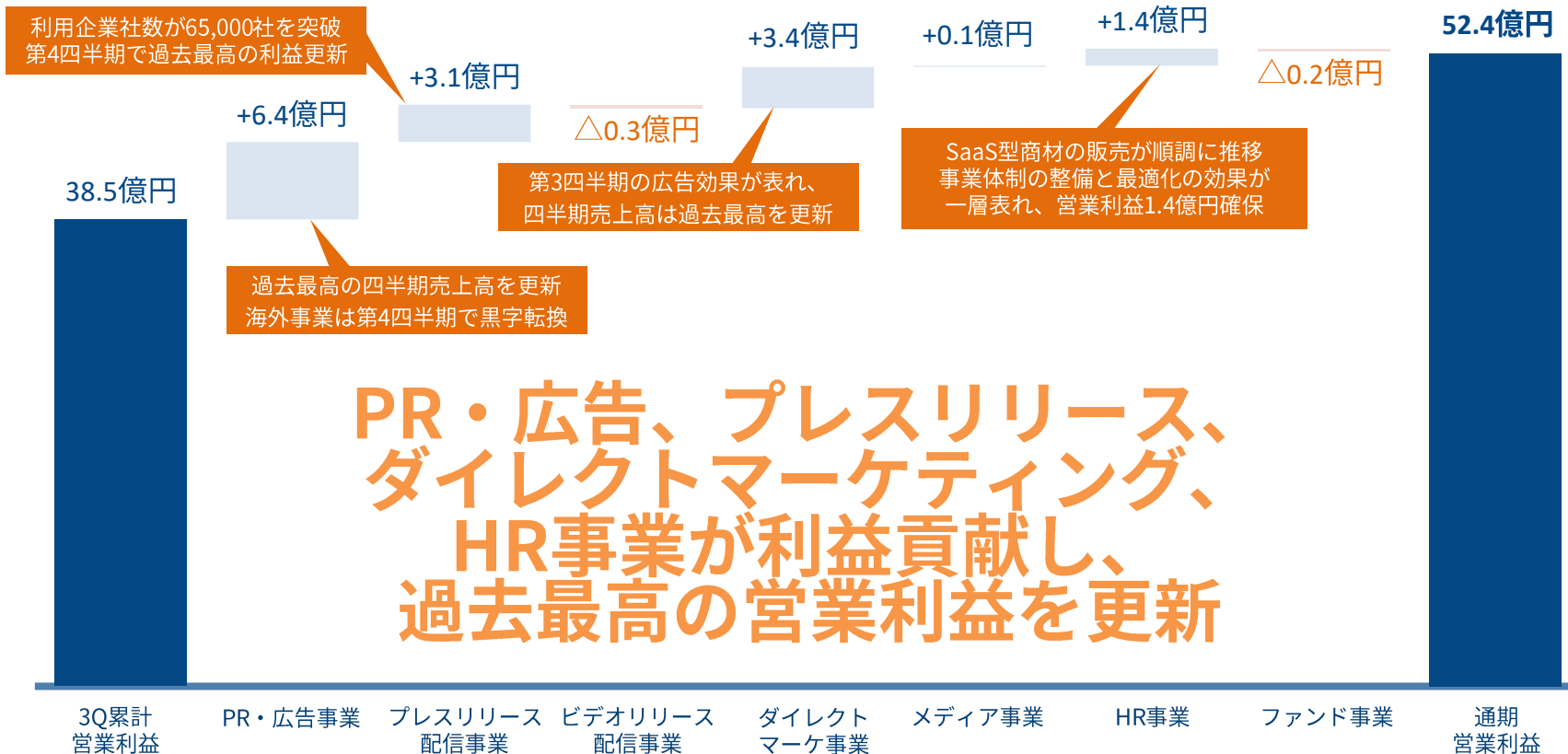
連結営業利益推移（四半期推移）

2022年2月期第4四半期の連結営業利益は、**第4四半期としては過去最高の1,398百万円**（前年同期比**468.4%**）

単位：百万円



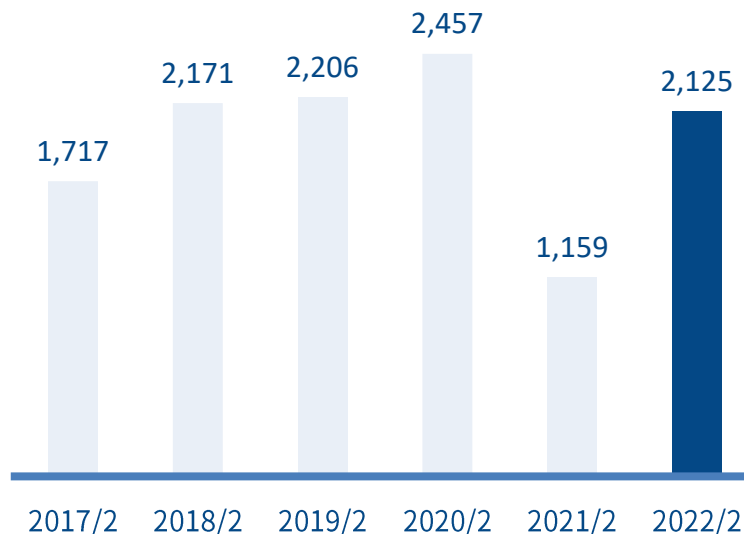
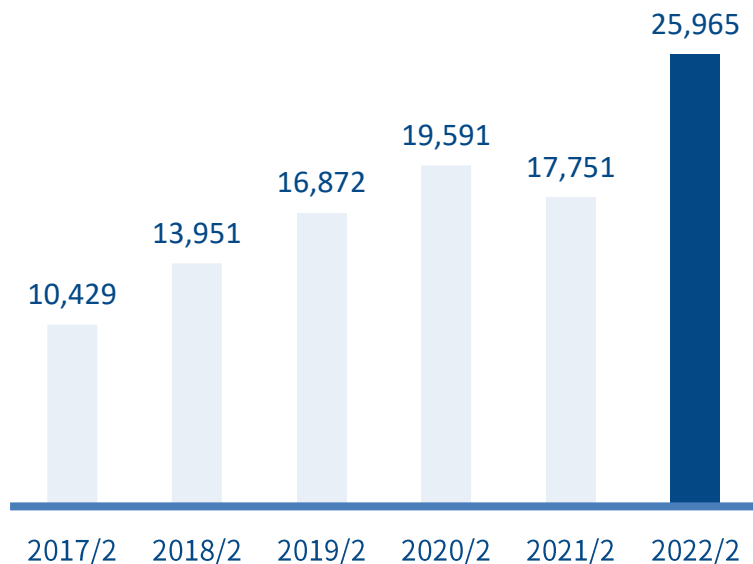
営業利益（セグメント別内訳）



2022年2月期の売上高は、コロナの影響を一定程度受けつつも国内事業が業績を牽引し、**過去最高を更新**
2022年2月期の営業利益は、売上高の増加および選択と集中による投資の絞りこみで**2,000百万円台を回復**

【売上高（百万円）】 25,965百万円（前年同期比**146.3%**）

【営業利益（百万円）】 2,125百万円（前年同期比**183.3%**）

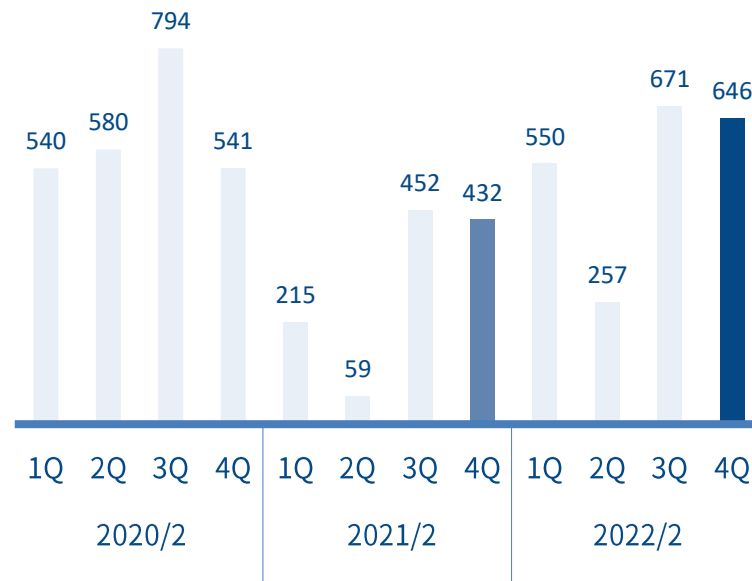
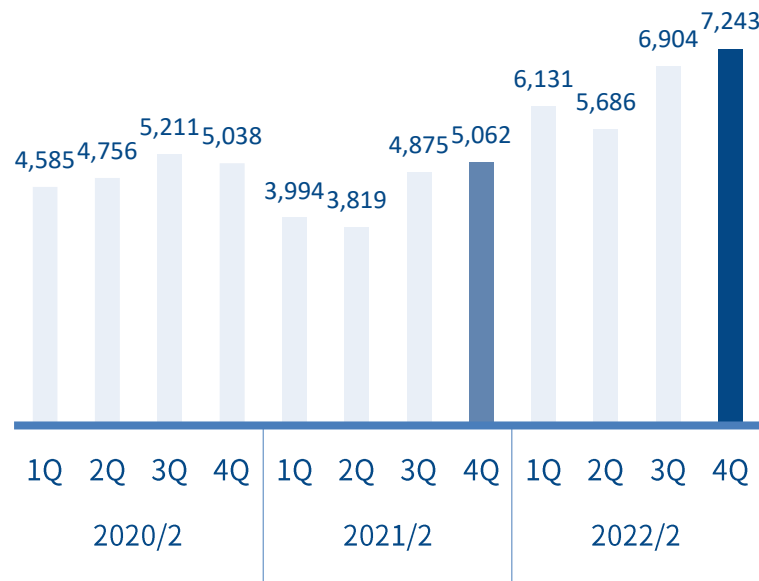


※2017/2および2018/2は、報告セグメントに合わせて組み替えた概算値となります

2022年2月期第4四半期は、**売上高が初の7,000百万円台を突破し、第3四半期に続き過去最高を更新**
2023年2月期は、収益のベースとなるリテナー契約数の拡大を図り、クロスセルによる単価アップを目指す

【売上高（百万円）】 7,243百万円（前年同期比143.1%）

【営業利益（百万円）】 646百万円（前年同期比149.4%）



リテナー契約件数の獲得目標

PR事業の安定した収益基盤となるリテナー契約件数を2026年2月期までに1,750社の獲得を目指す
2023年2月期においては、リテナー契約件数1,000件を目標とし、顧客エンゲージメントの強化を図る



TV

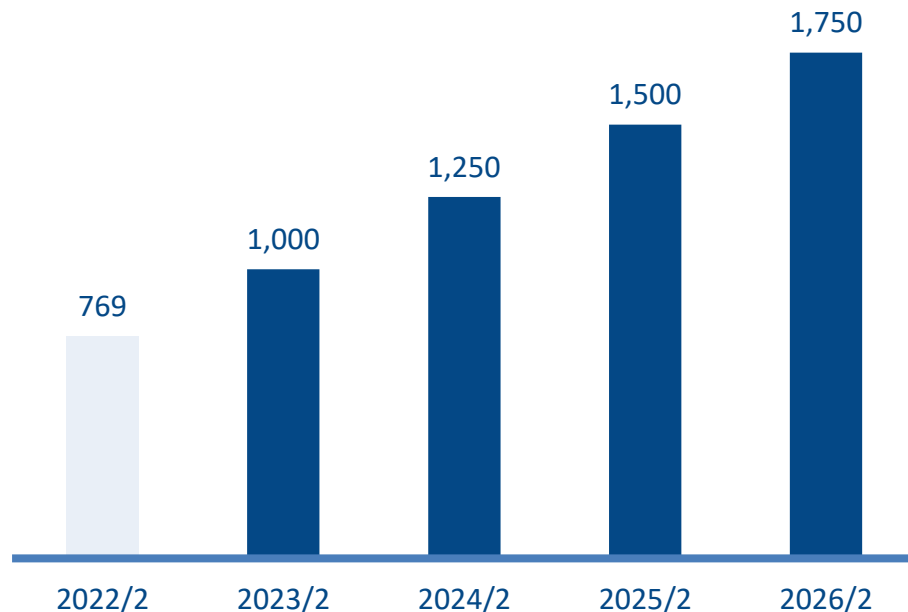
NEWSPAPER

MAGAZINE

WEB

SOCIAL MEDIA

【リテナー獲得件数（戦略PR子会社のみ）】



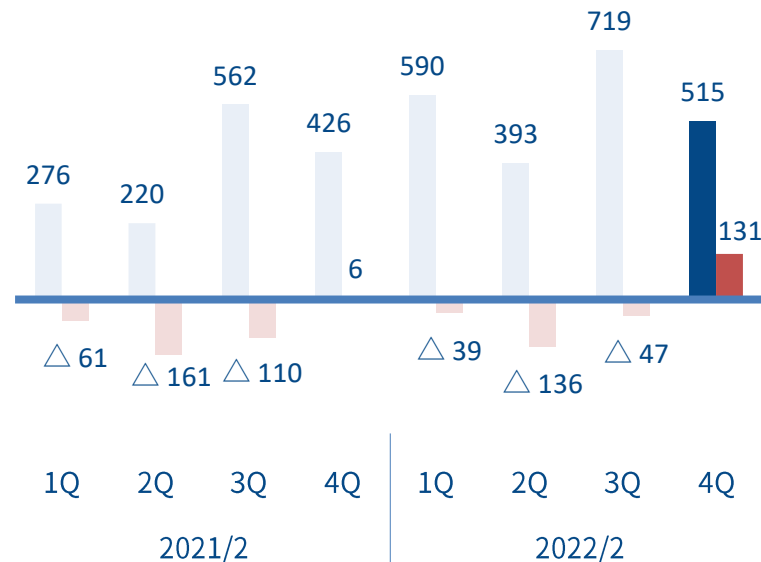
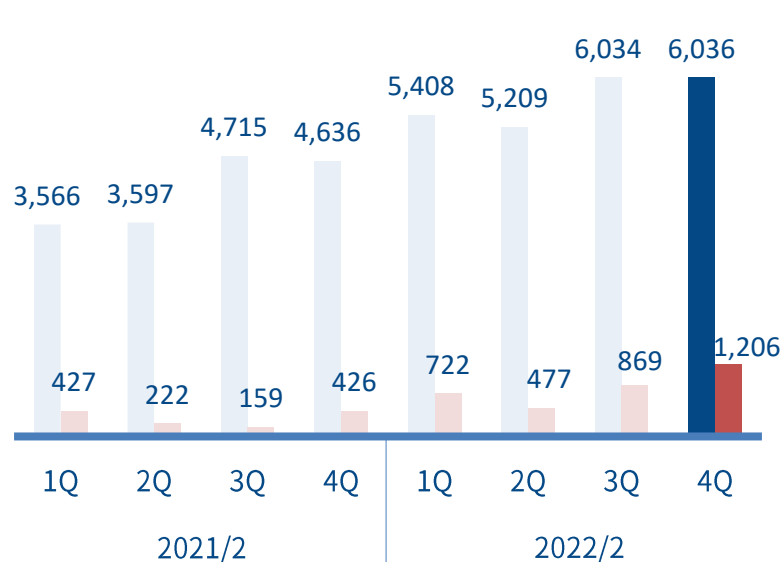
※リテナー契約：契約期間が3ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

PR・広告事業（地域別）

第4四半期は、一部の国でコロナの影響を受けつつも、中国が貢献し、海外事業で営業黒字を確保
 2023年2月期は、コロナの影響が続くことが想定されるが、海外事業において前期以上の成長を目指す

【売上高（百万円）】 6,036百万円（国内） / 1,206百万円（海外）

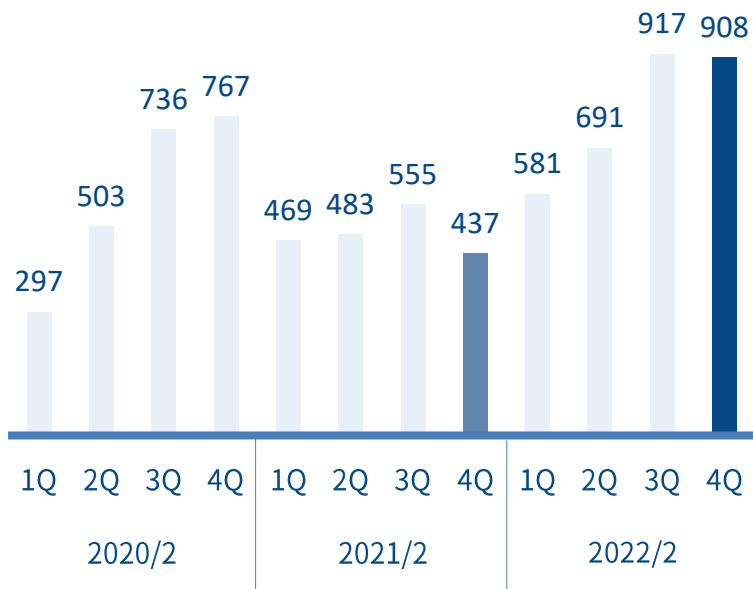
【営業利益（百万円）】 515百万円（国内） / 131百万円（海外）



広告事業（タクシーサイネージ等）

2022年2月期第4四半期は、第3四半期に続き広告出稿需要が強く、**第3四半期と同水準の売上高900百万円台を確保**
2023年2月期は、タクシーサイネージおよびモビリティ車窓メディアの設置台数増加を図り、売上高拡大を目指す

【売上高（百万円）】 908百万円（前年同期比**207.9%**）



GROWTHTM



都内最大規模となる約12,500台の後部座席にサイネージを搭載
ビジネスパーソンを中心とした都内タクシーの利用者の約45%
をカバーし、月間約820万人に動画広告やコンテンツを配信

モビリティ車窓メディア「Canvas」

国内初となるモビリティ車窓メディア「Canvas」を2021年5月末より開始
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モビリティ車窓メディア



※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

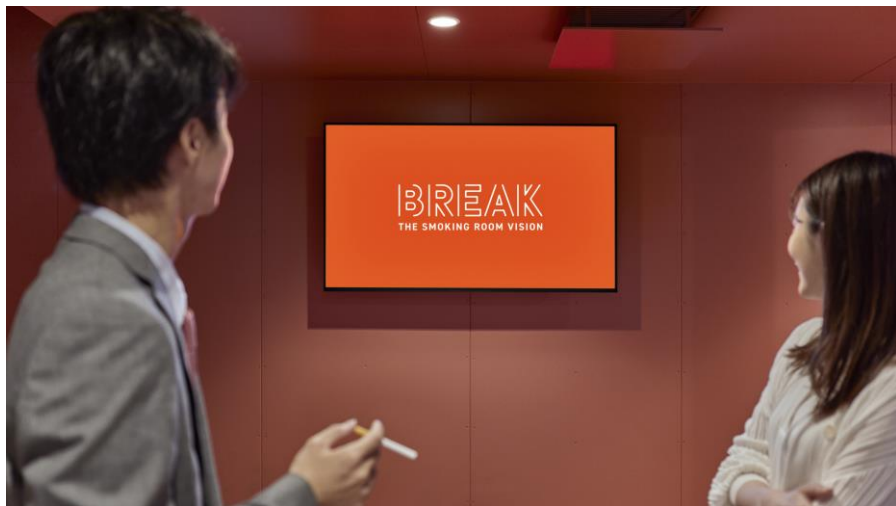
1,200万人

走行エリア

東京23区

喫煙所サイネージメディア「BREAK」

東京都内のオフィスビルと連携した喫煙所サイネージメディア「BREAK」を2021年9月より開始
ビジネスパーソンをターゲットに、喫煙所におけるブレイクタイムに適した動画広告やコンテンツを配信



「BREAK」は喫煙所という視聴環境の良い個室空間でビジネスパーソンに繰り返し動画広告やオリジナルコンテンツを届けることが可能

設置エリア

23区

※上記以外エリアも一部配信あり

設置オフィス

62施設

※9月末時点での設置予定台数

リーチ数

68万人

※月間の延べリーチ数となります

設置モニター

55 inch

※最小サイズ32inch

音声配信

ON 音声有

計測方法

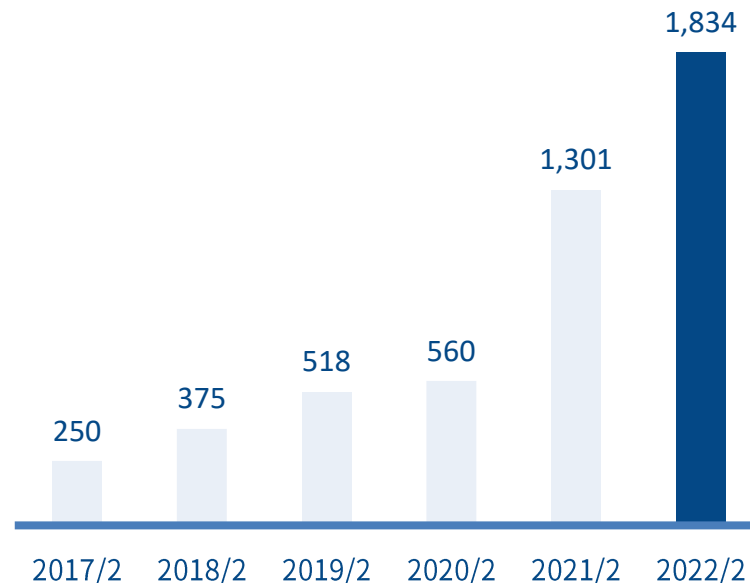
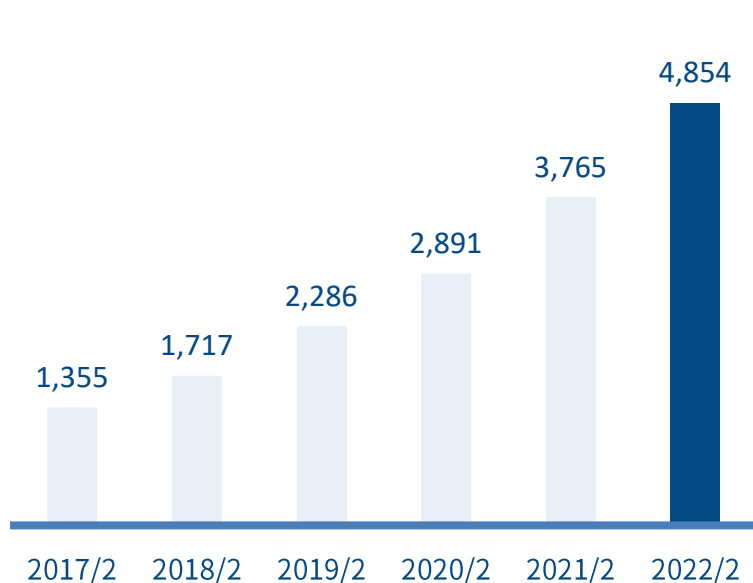
AI カメラ

プレスリリース配信事業（年度推移）

2022年2月期の売上高は、地域展開の拡大により利用企業社数が65,000社を突破し、**過去最高を更新**
2022年2月期の営業利益は、「PR TIMES」の新機能開発などの先行投資をしながらも、**過去最高を更新**

【売上高（百万円）】 4,854百万円（前年同期比**128.9%**）

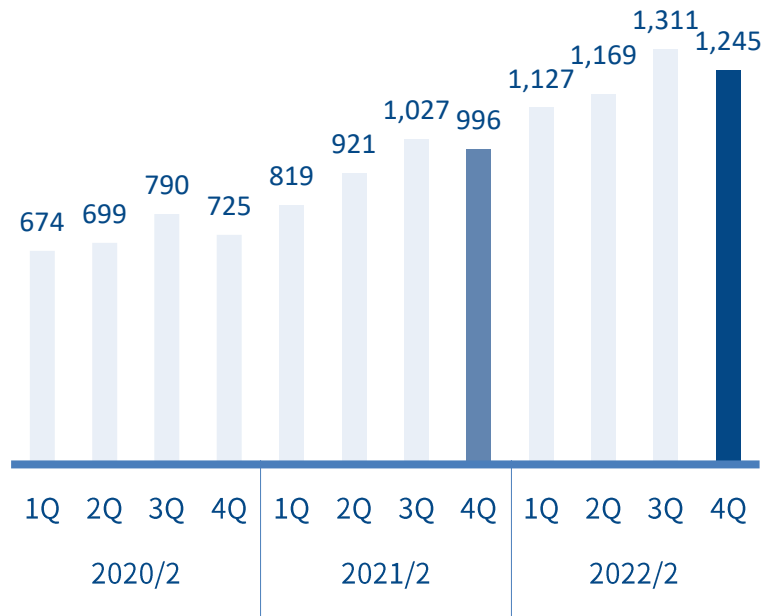
【営業利益（百万円）】 1,834百万円（前年同期比**140.9%**）



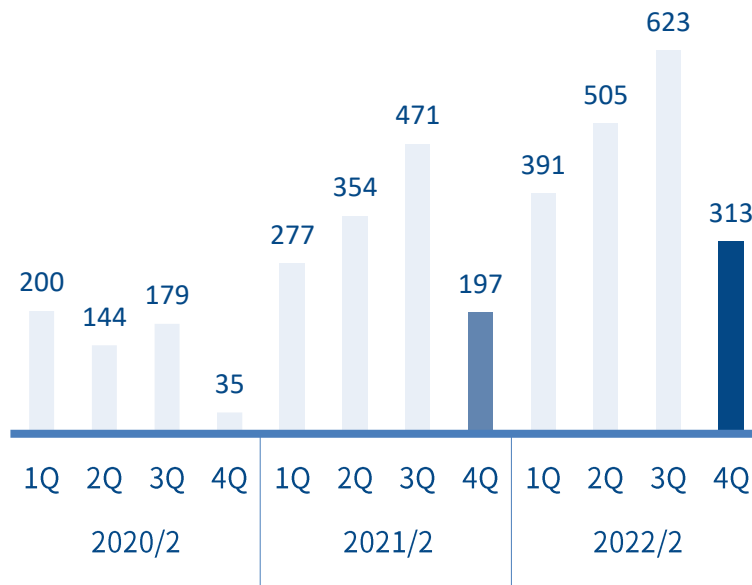
プレスリリース配信事業（四半期推移）

2022年2月期第4四半期は、利用企業社数が順調に増加し、**第4四半期では過去最高の売上高・営業利益を更新**
2023年2月期は、「PR TIMES」をはじめ新規事業の拡大に向け、積極的な先行投資を実施し、さらなる成長を図る

【売上高（百万円）】 1,245百万円（前年同期比125.0%）



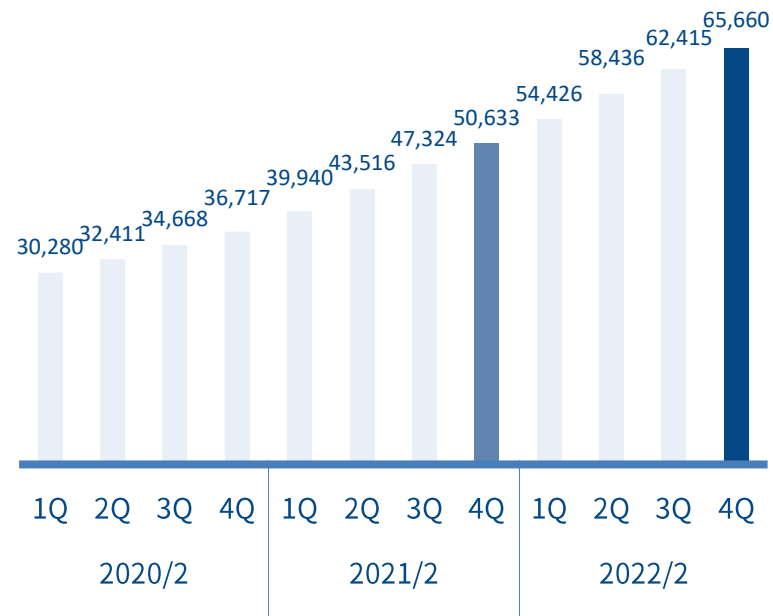
【営業利益（百万円）】 313百万円（前年同期比158.8%）



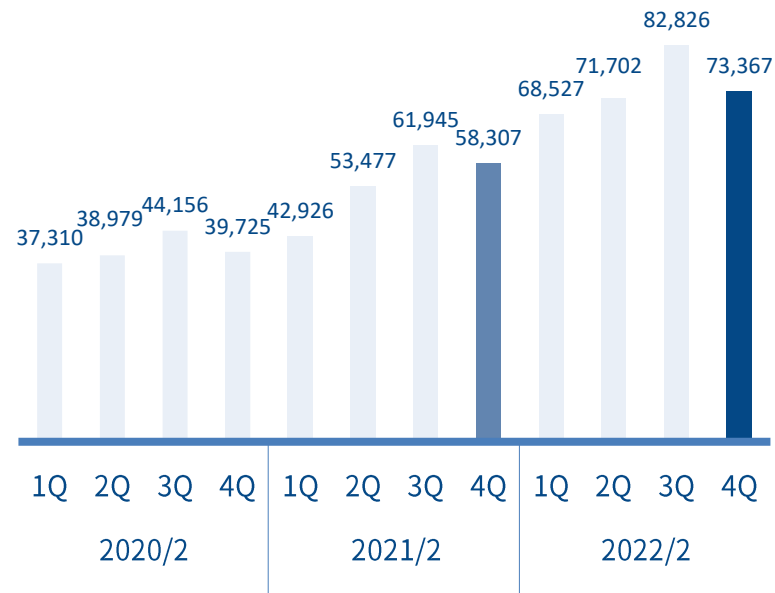
利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第4四半期の利用企業社数は、第3四半期から3,245社、年間では15,027社増加し、65,660社に
第4四半期のプレスリリース配信数は、第3四半期から減少したものの、年間では15,060件増加

【利用企業社数（社）】 65,660社（前年同期比129.7%）



【プレスリリース配信数（件）】 73,367件（前年同期比125.8%）



利用企業社数の推移と上場企業の利用割合

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65,000社以上、上場企業の50%が利用

PR TIMES 東証プライム

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 **50%** 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

<p>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</p>	<p>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とパナソニック</p>	<p>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</p>	<p>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」</p>
---	---	---	---

300媒体以上掲載！



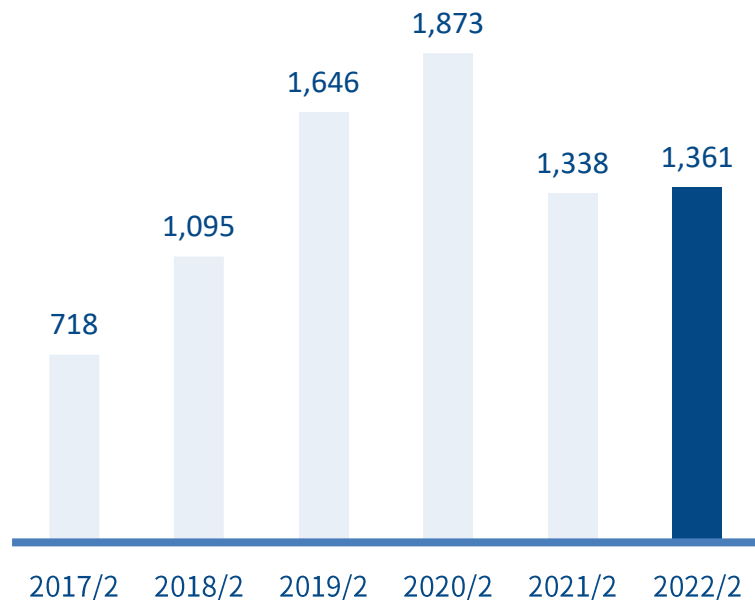
2018年8月29日
 東証1部市場変更



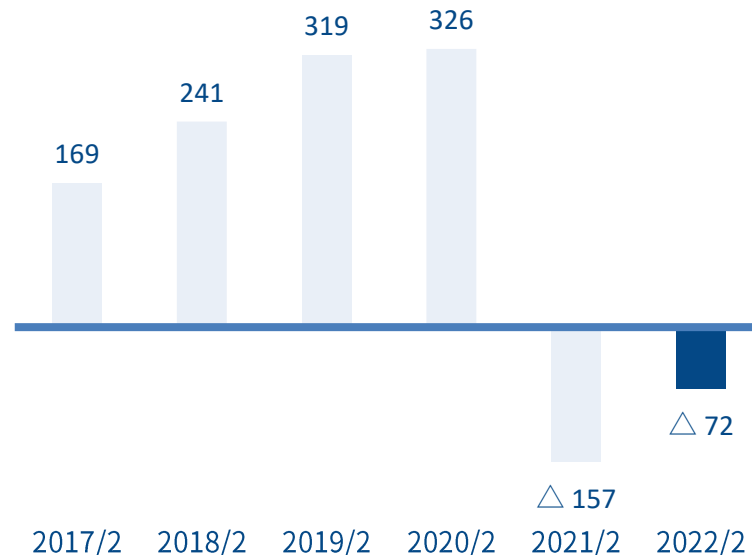
ビデオリリース配信事業（年度推移）

2022年2月期の売上高は、コロナの影響を受けつつもコンサル型営業に転換した効果が表れ、回復傾向に
2022年2月期の営業利益は、通期で赤字になるも第2四半期まで営業黒字を確保したことで、**赤字幅が縮小**

【売上高（百万円）】 1,361百万円（前年同期比101.7%）



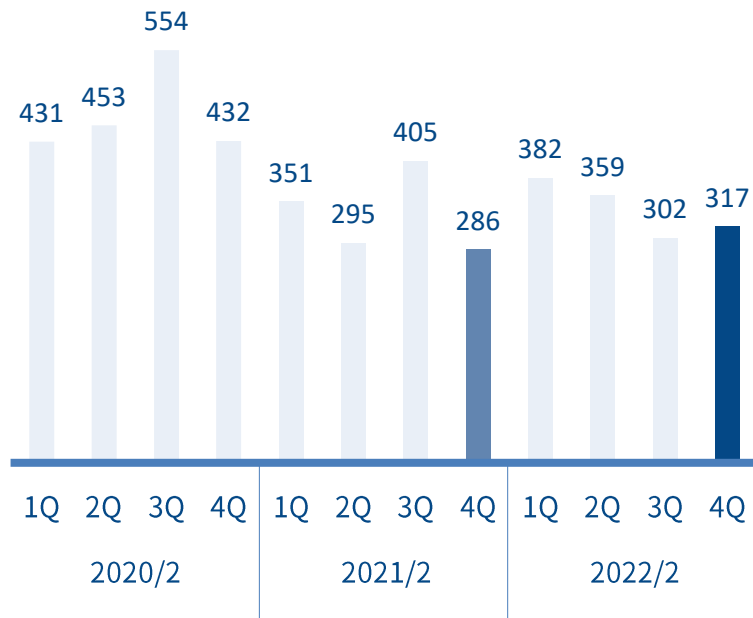
【営業利益（百万円）】 △72百万円（前年同期比84百万円増）



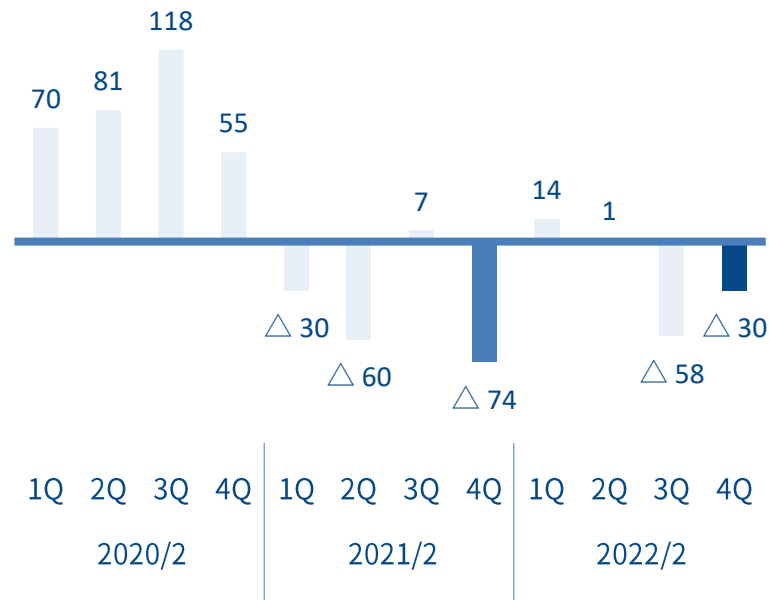
ビデオリリース配信事業（四半期推移）

2022年2月期第4四半期は、コロナの影響を受けつつも、第3四半期に比べ売上高は増加し、営業赤字が縮小
2023年2月期は、ビデオリリースに加え、新サービス「Sales Video Analytics」を強化し、通期黒字化を目指す

【売上高（百万円）】 317百万円（前年同期比111.0%）



【営業利益（百万円）】 △30百万円（前年同期比43百万円増）

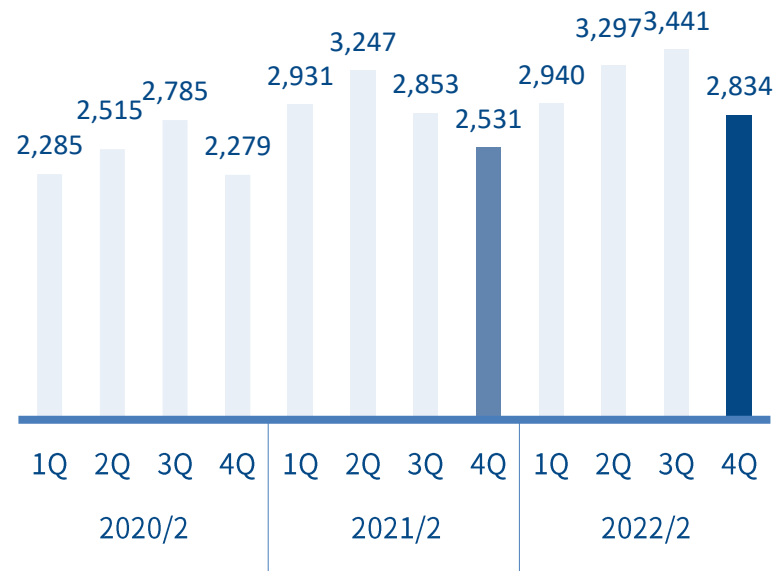
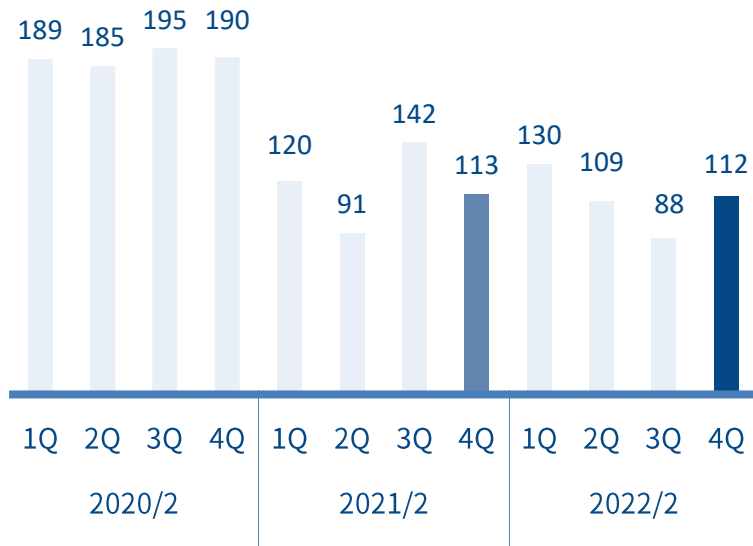


ビデオリリース配信数と平均配信単価の推移

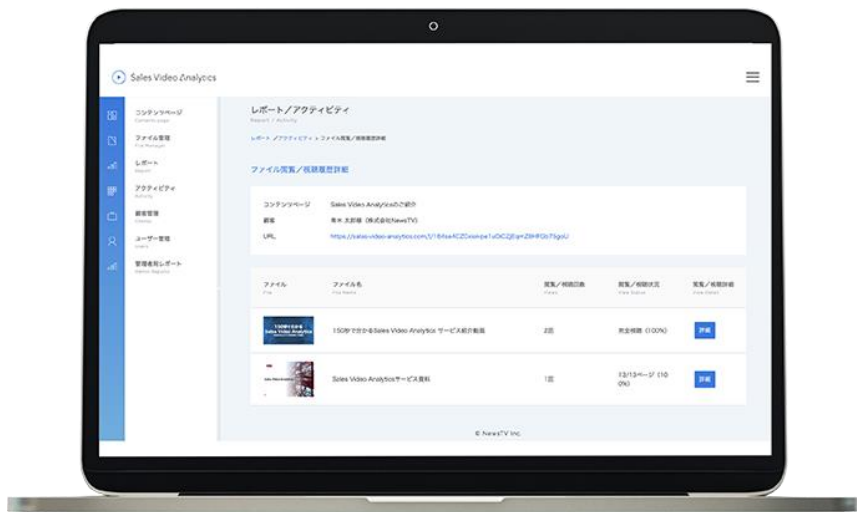
第4四半期のビデオリリース配信数は、コロナの影響を受けつつも、第3四半期から24本増加し、前年並みに第4四半期の平均配信単価は、季節要因もあり第3四半期から減少したものの、前年比では約300千円も増加

【ビデオリリース配信数（本）】 112本（前年同期比99.1%）

【平均配信単価（千円）】 2,834千円（前年同期比112.0%）



新型コロナウイルスの影響によるコミュニケーション手法の変化を捉え、動画を活用した新サービスを開発
動画とデータの力で営業活動をDX化する初のSaaSプロダクト「Sales Video Analytics」を2022年1月より提供開始



「Sales Video Analytics」は、営業活動を動画化し、顧客行動の可視化をすることで、営業の効率化と売上向上に繋げる営業DX化支援サービス

01 動画無料制作

自社サービスの営業資料・特徴説明や導入企業の成功事例などを無料（年間2本）で動画化



02 顧客向けランディングページ作成機能

顧客向けのランディングページが作成可能
ランディングページ内に動画や資料を組み込み可



03 閲覧ログの取得

ランディングページの閲覧回数/閲覧日時のほか、動画視聴秒数などのデータが取得可能



04 お礼動画機能

顧客コミュニケーションの際に使う「お礼動画」機能を実装、メール内に動画表示して送付可能

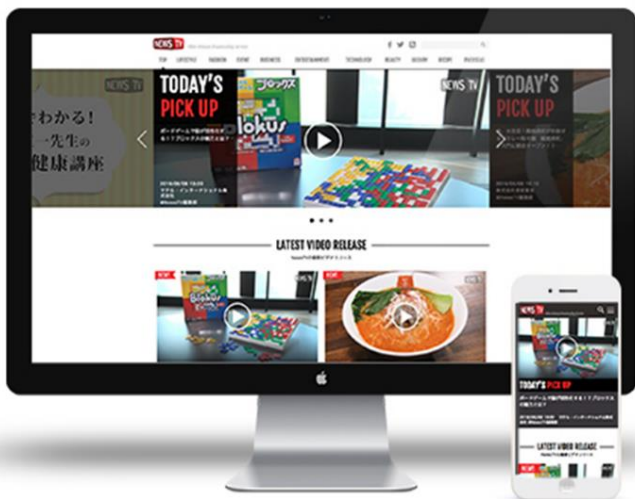


ビデオリリース事業の今後の見通し

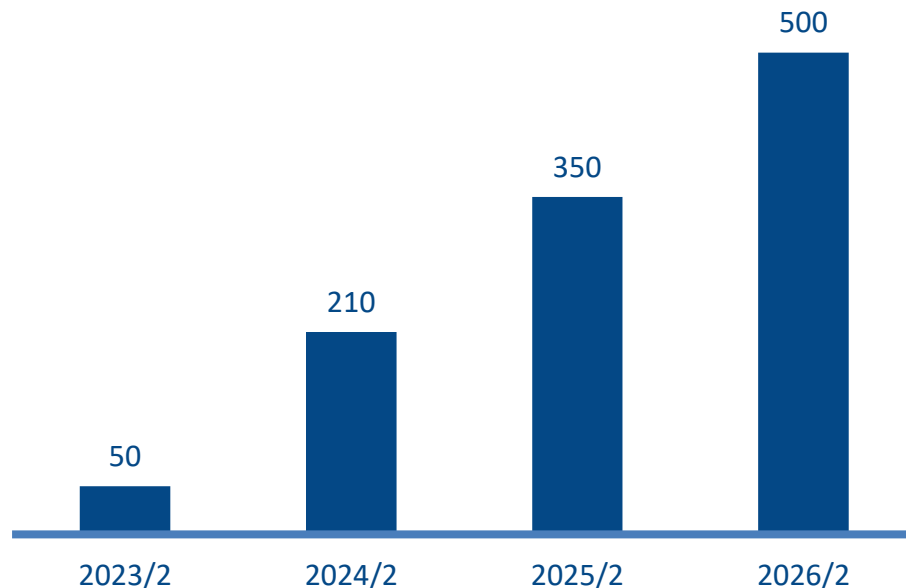
営業人員の育成により顧客ニーズを引き出す提案力を強化し、顧客基盤の拡大および平均配信単価の向上を図る
2026年2月期の営業利益においては、ビデオリリースに加え、Sales Video Analyticsを拡大し、500百万円を目指す

制作費無料の動画広告配信「ビデオリリース」

【営業利益（百万円）】



2015年サービス開始から累計3,500本以上の制作・配信実績

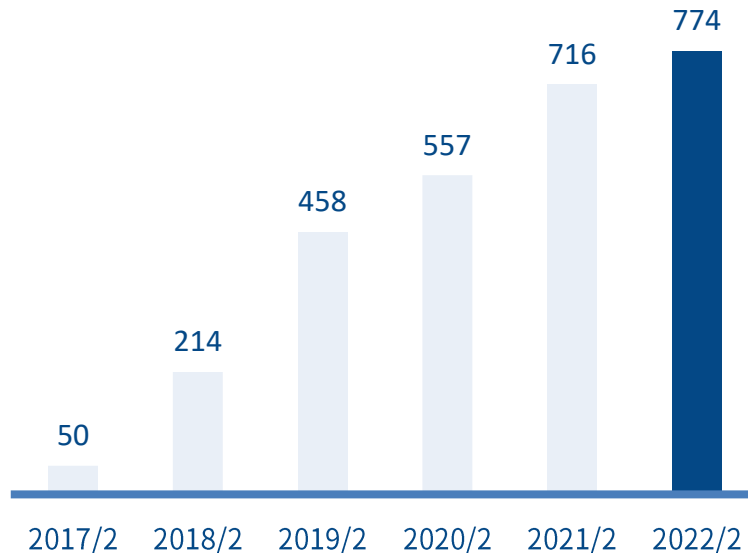
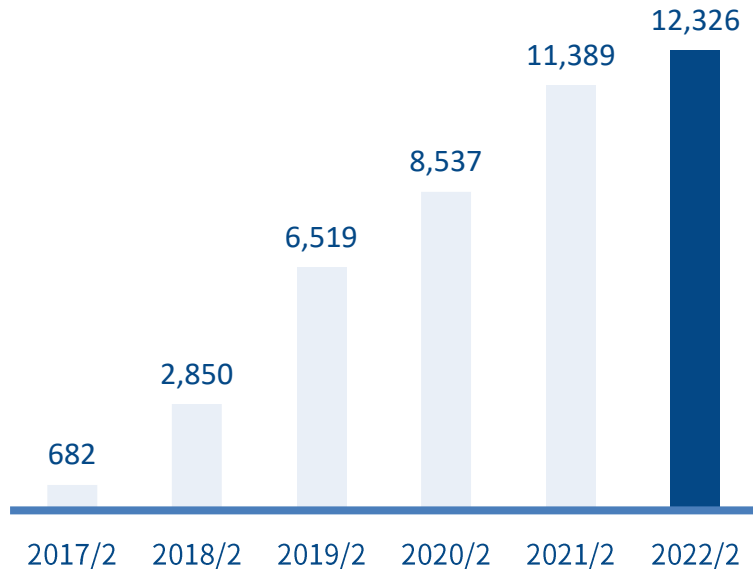


ダイレクトマーケティング事業（年度推移）

2022年2月期の売上高は、通年を通して「ビタブリッドC」シリーズが順調に推移し、**過去最高を更新**
2022年2月期の営業利益は、獲得効率を踏まえた広告投下により売上高が増加したことで**過去最高を更新**

【売上高（百万円）】 12,326百万円（前年同期比**108.2%**）

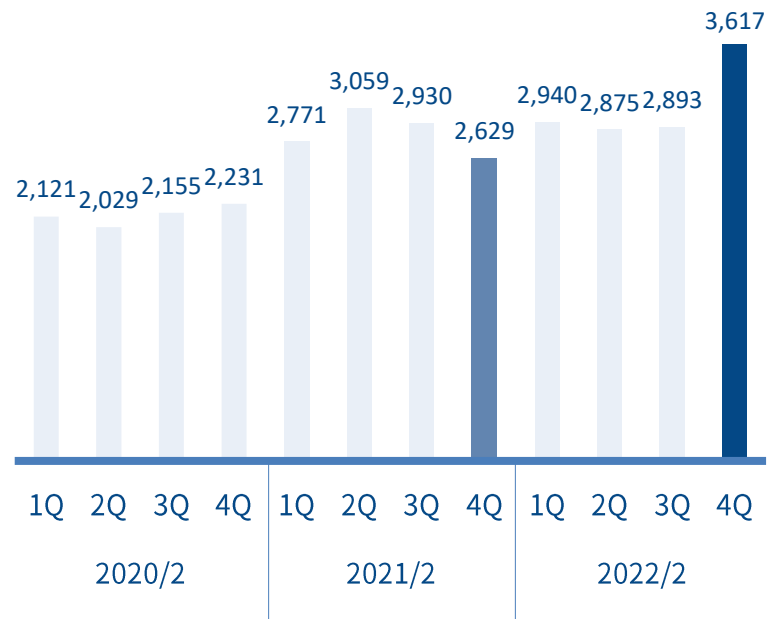
【営業利益（百万円）】 774百万円（前年同期比**108.1%**）



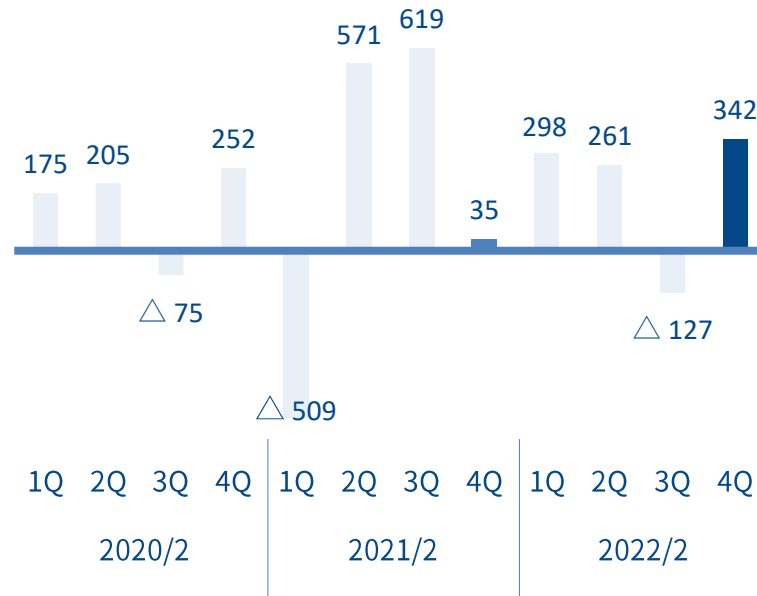
ダイレクトマーケティング事業（四半期推移）

2022年2月期第4四半期は、第3四半期に投下した広告宣伝費の効果が表れ、**過去最高の売上高を更新**
2023年2月期は、2021年2月期同様、期初に広告投下を実施し、通期で収益および利益の最大化を図る

【売上高（百万円）】 3,617百万円（前年同期比**137.6%**）



【営業利益（百万円）】 342百万円（前年同期比**958.7%**）



世界特許技術を用いた「ビタブリッドC」シリーズを販売し、現在も順調に業績が拡大
サブスクリプションモデルにて提供する収益積上型で、提供製品は累計**932万個を突破**

Vitabrid C¹²
Vitabrid Japan

● 定価が一瞬 ● 会社情報 ● ショッピングガイド [お問い合わせ] 0120-987-361
● 最新情報 ● ログイン ● カートを見る [9時～18時(休日のみ)]

ビタブリッドCとは 頭皮用 - HAIR - 美顔用 - FACE - 注目製品 - PICK UP - よくあるご質問 マイページ

ビタブリッドC イスカー・キフトテン シンク・スウィート @ サンゼルス

YouTube video player showing a man and a woman at an event.

◆ 最新情報 ▶ 一覧を見る

- 2021.02.03 ターミナリアがさらに進化！さらなる顧客満足サポートを目指し、ターミナリアフェーストがパワーアップ、新たな機能性が追加されました。
- 2020.12.14 フェイスがボストイン発送によりご得意いただけるサービスと連携配慮のため、ビタブリッドCフェイスボストイン配達に重要させていただきます。
- 2020.12.1 シリーズ累計600万個突破！海外で人気の保湿成分セラミド共600万個を突破！日頃より弊社製品をご愛顧いただき、誠にありがとうございます。
- 2020.10.30 日本市場の最優秀賞が新発売！海外で人気の保湿成分セラミド共600万個を突破！日頃より弊社製品をご愛顧いただき、誠にありがとうございます。
- 2020.10.15 フェイス/ヘア-2個定期購生特約の完全食品ビタブリッドCフェイス/ヘア-などにおいて、3個まとめ定期コースを新設いたしました。



世界で唯一、ビタミンC12時間浸透を実現したパウダー。美肌用化粧品、発毛促進剤、さらには機能性表示食品も展開

売上高
102.1億円
2022年2月

98.9億円
2021年2月

83.6億円
2020年2月

63.1億円
2019年2月

28.5億円
2018年2月

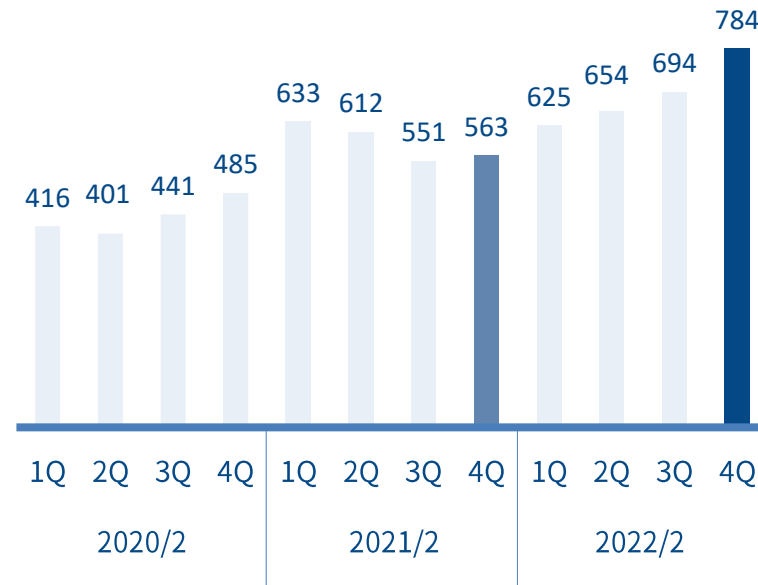
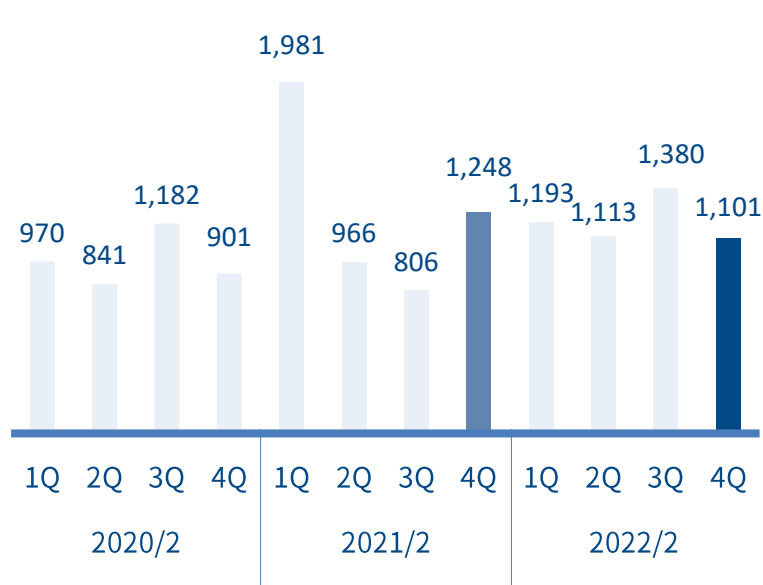


広告宣伝費と販売個数の推移

第4四半期の広告宣伝費は、第3四半期と比べ、獲得効率を踏まえて投下したため減少傾向
第4四半期の販売個数は、第3四半期に投下した広告宣伝費の効果が表れたため、大きく増加

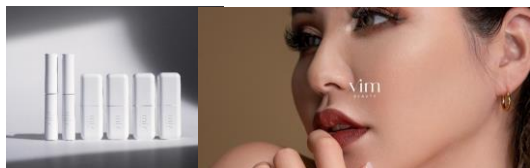
【広告宣伝費（百万円）】 1,101百万円（前年同期比88.2%）

【販売個数（千個）】 784千個（前年同期比139.4%）



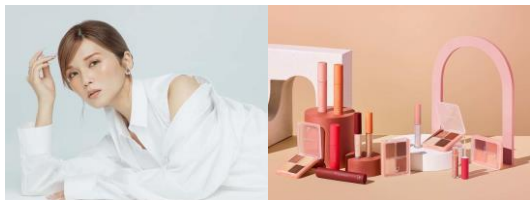
※広告宣伝費および販売個数はビタブリッドジャパンのみ

主軸のブランドプロデュース事業では、ブランドが着実に立ち上がり、売上高・利益ともに拡大傾向
2023年2月期は、クライアントのD2C事業を支援するD2Cエージェント事業を確立し、事業基盤を拡大



vim
BEAUTY

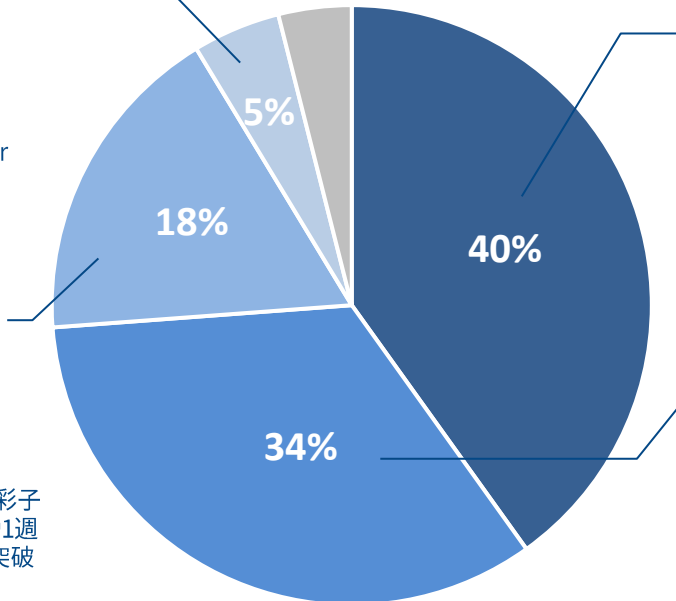
2022年1月に販売開始したメイクアップYouTuber
マリリンがプロデュースするコスメブランド



U/CHOO

2022年1月に販売開始したAAAメンバーの宇野実彩子
プロデュースコスメブランド『U/CHOO』、初動1週
間でEC及び流通初期出荷分の販売個数が20万個突破

2022年2月期売上構成比



RICA FROSH

2020年2月販売開始以降、人気YouTuberであり
ファッションistaである古川優香プロデュースの
リップティントの累計販売個数が100万個突破



Boka ni

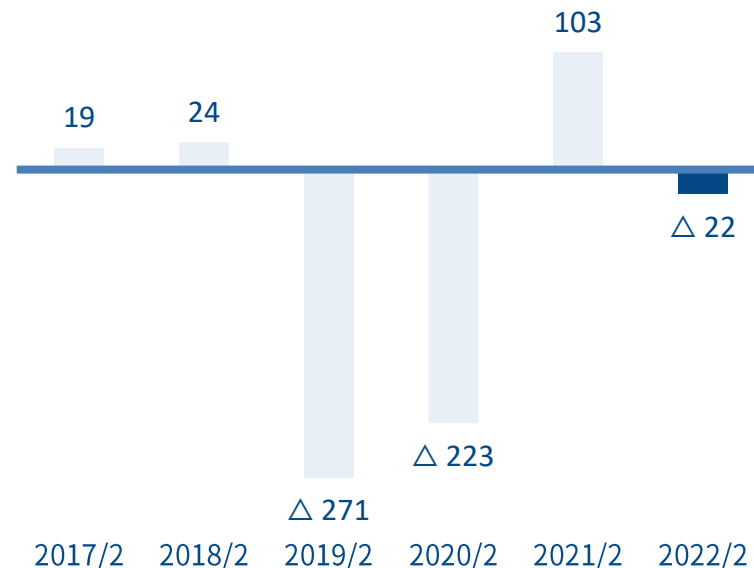
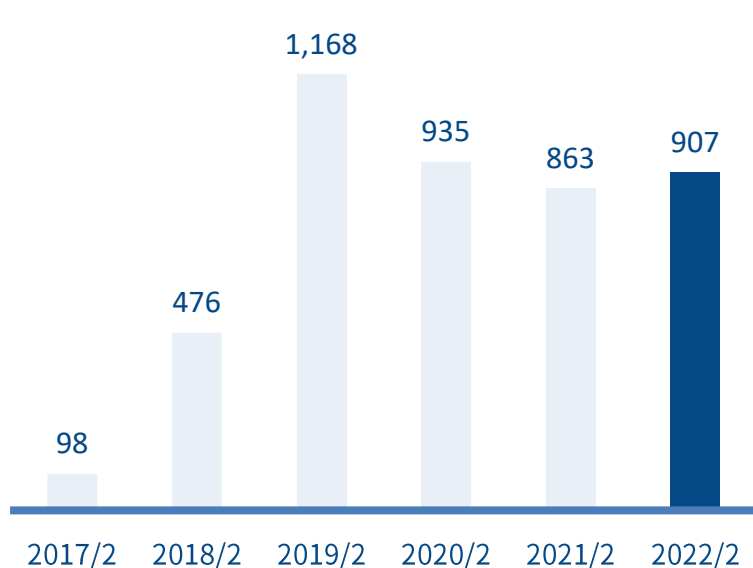
人気YouTuberかすプロデュースのアパレル
ブランドで販売初日6,000万円以上を売り上げ、
YouTuberアパレルブランドの初日売上記録更新

メディア事業（年度推移）

2022年2月期の売上高は、広告収入の減少もあったが、オウンドメディアの販売が順調に推移し、回復傾向
2022年2月期の営業利益は、今後安定した収益基盤を構築するためにCMSの先行投資をしたことで営業赤字に

【売上高（百万円）】 907百万円（前年同期比105.1%）

【営業利益（百万円）】 △22百万円（前年同期比126百万円減）

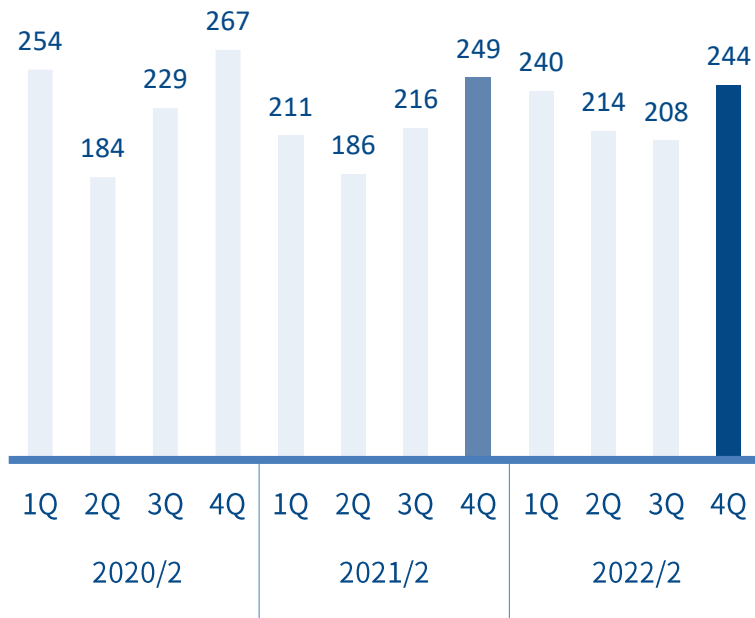


※2017/2および2018/2は、報告セグメントに合わせて組み替えた概算値となります

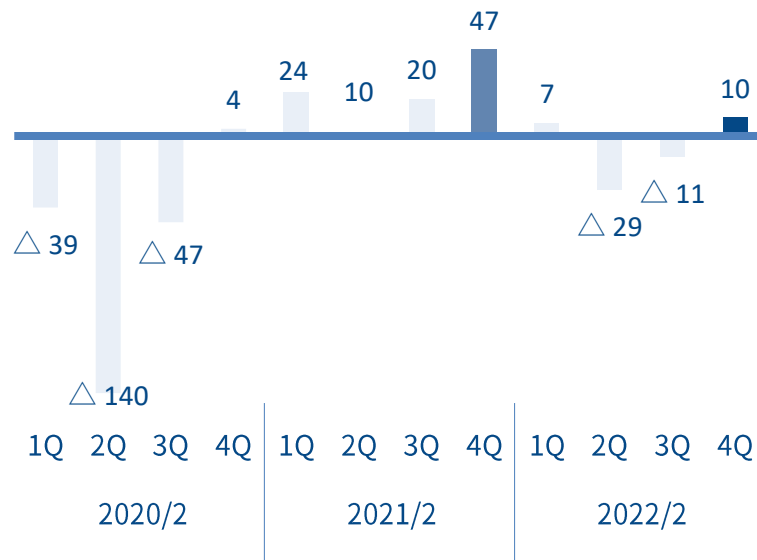
メディア事業（四半期推移）

2022年2月期第4四半期は、CMSの先行投資をしつつも、オウンドメディアの販売が順調に推移し、営業黒字に
2023年2月期は、オウンドメディアの販売に加え、CMSの販売をより一層強化することで、通期黒字化を目指す

【売上高（百万円）】 244百万円（前年同期比97.9%）



【営業利益（百万円）】 10百万円（前年同期比22.9%）



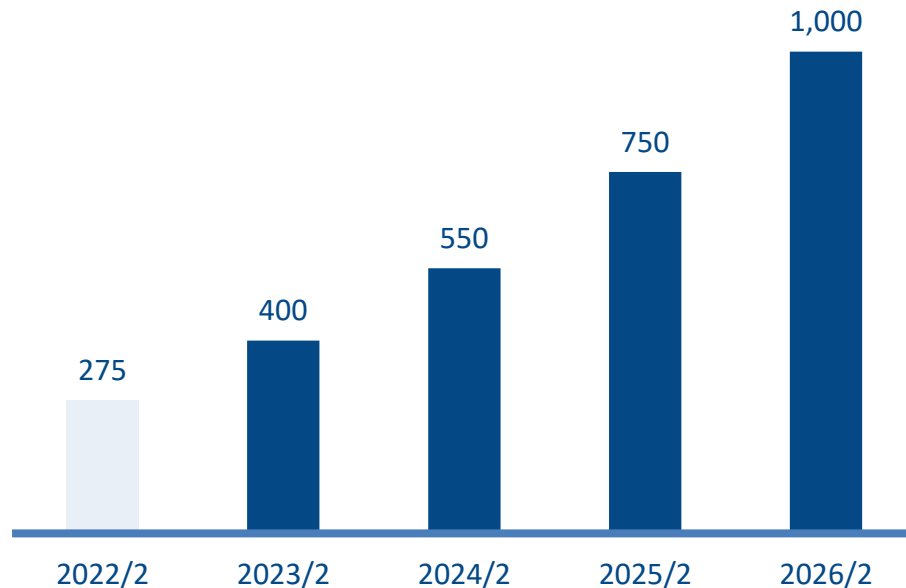
CMS獲得件数目標

メディア事業の安定した収益基盤となるCMS累計契約件数を2026年2月期までに1,000件の獲得を目指す
2023年2月期においては、CMS累計契約件数400件を目標とし、ストック収益を積み上げ安定収益を確保

企業のメディアシステムを一元管理「COMPANY CLOUD」



【CMS累計契約件数】

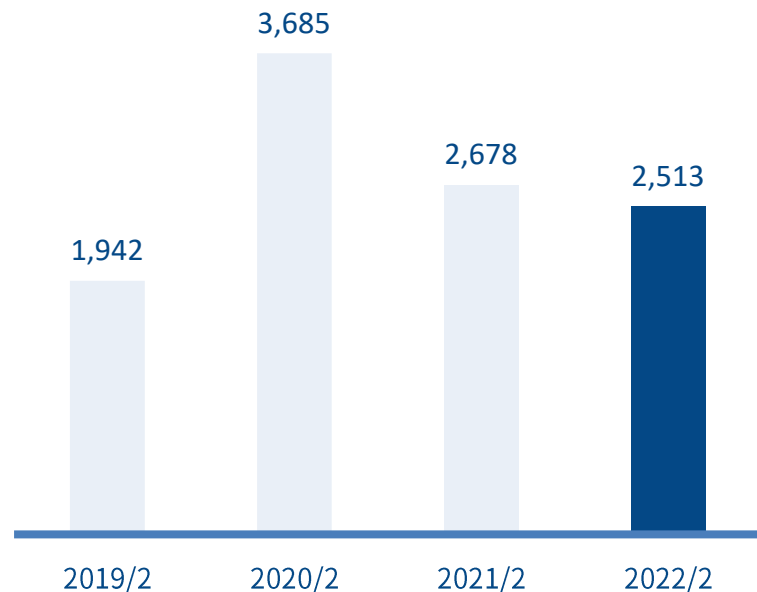


企業のオウンドメディアのみならず、コーポレートサイトやECサイトなど企業が必要とするすべてのメディアを一つのCMSによりノーコードで簡単に作成・管理できる世界に

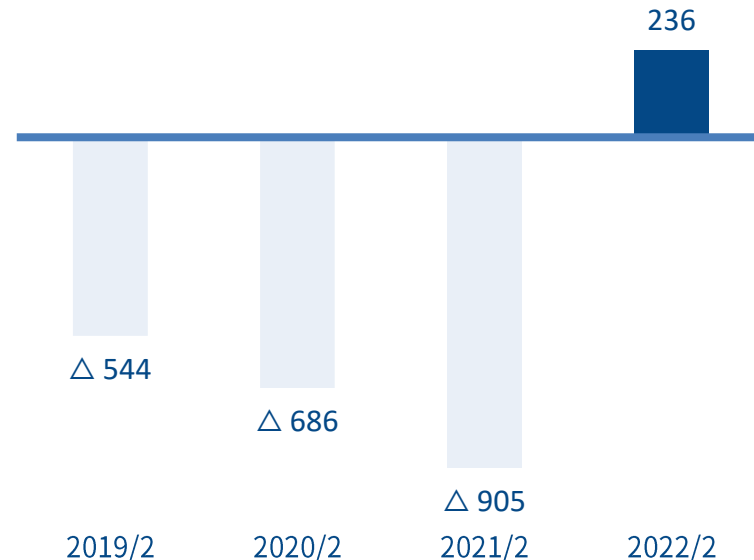
HR事業（年度推移）

2022年2月期の売上高は、SaaS型商材の販売が伸びたものの無期限使用権の販売終了に伴い、売上高は減少
2022年2月期の営業利益は、構造改革を終え、第2四半期から継続して黒字化を達成し、**通期でも初の黒字化**

【売上高（百万円）】 2,513百万円（前年同期比93.8%）



【営業利益（百万円）】 236百万円（前年同期比1,141百万円増）

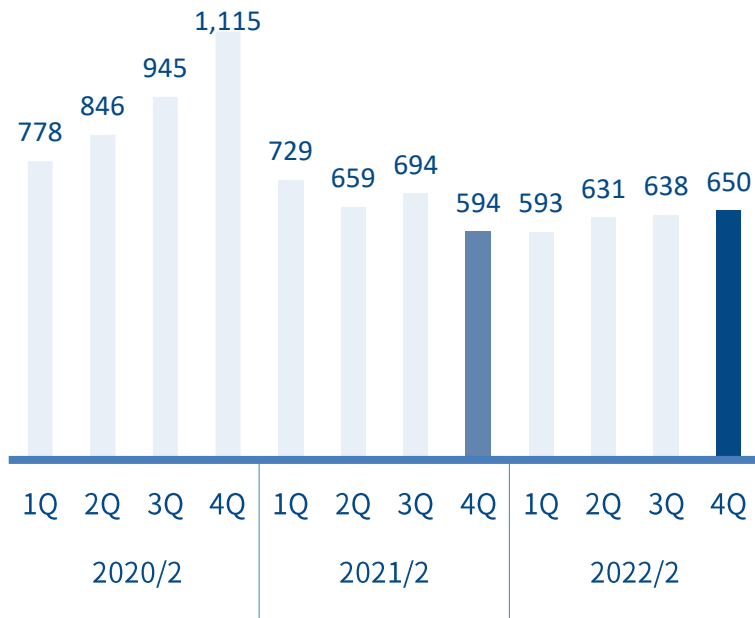


※2019/2は、第3四半期および第4四半期の合計となります

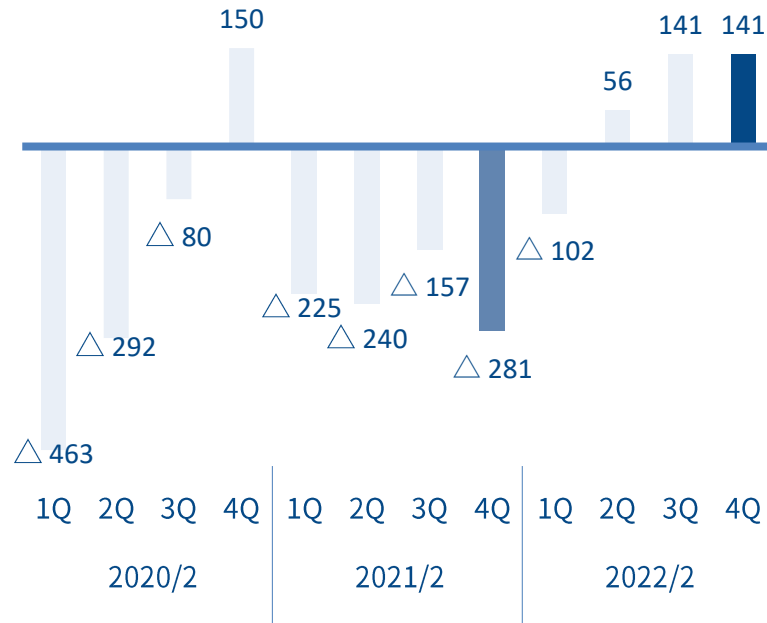
HR事業（四半期推移）

2022年2月期第4四半期は、SaaS型商材の販売が伸びたことにより、**第3四半期と同等の営業利益を確保**
2023年2月期は、SaaS型商材の販売および機能強化に向けた投資をしながらも、営業利益350百万円を目指す

【売上高（百万円）】 650百万円（前年同期比109.4%）



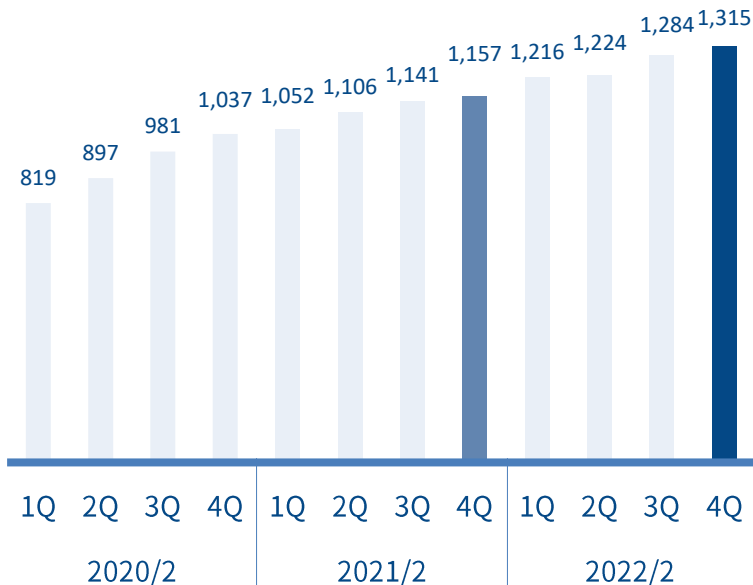
【営業利益（百万円）】 141百万円（前年同期比423百万円増）



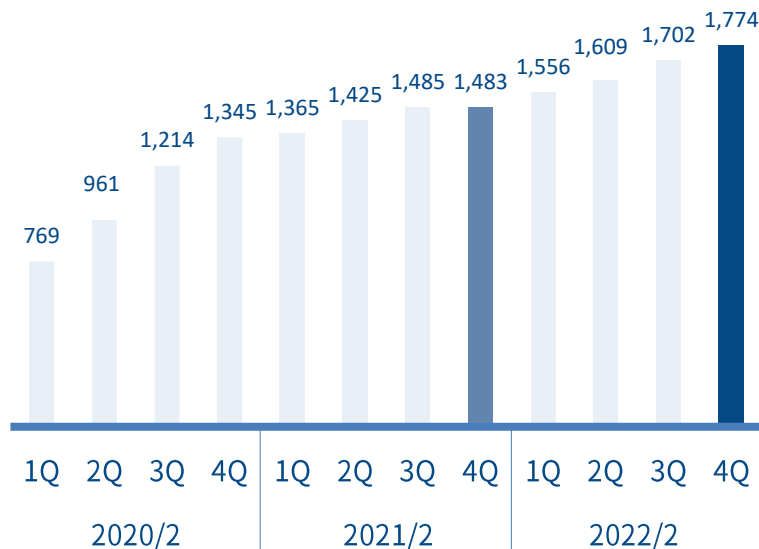
利用企業社数とARRの推移

第4四半期の利用企業社数は、第3四半期から31社、年間では158社増加し、1,315社に
第4四半期のARRは、第3四半期から72百万円、年間では291百万円増加し、1,774百万円

【利用企業社数（社）】 1,315社（前年同期比113.7%）



【ARR（百万円）】 1,774百万円（前年同期比119.7%）



※利用企業社数：月額課金でクラウドもしくは運用コンサルを利用する企業

※ARR：四半期末時点のMRR（クラウド+運用コンサル）に12を乗じた金額

HR事業の今後の見通し

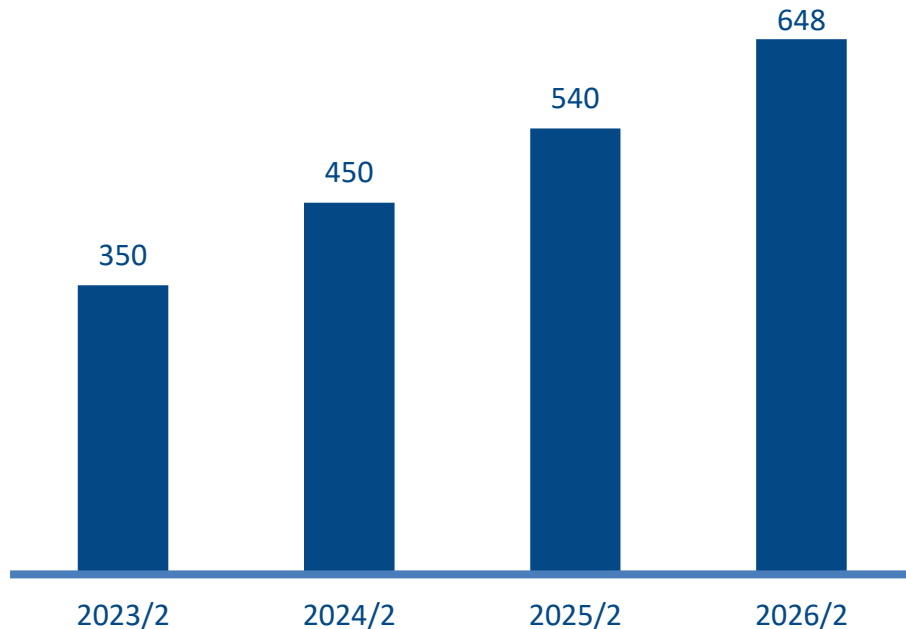
SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、648百万円まで拡大予定

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

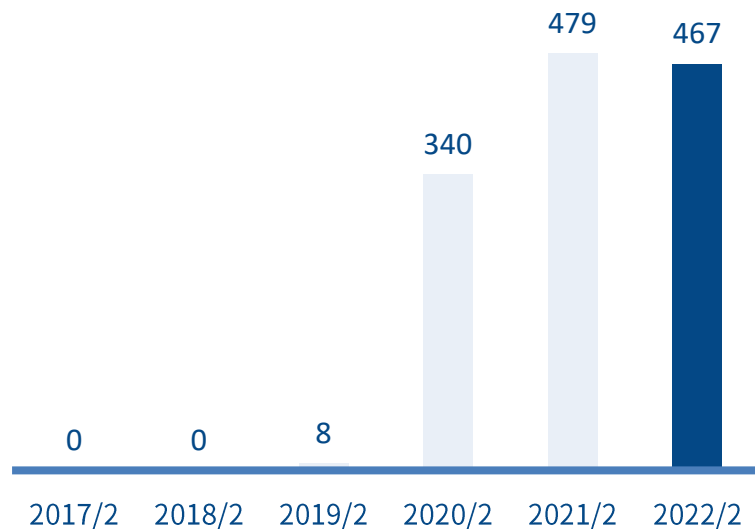
【営業利益（百万円）】



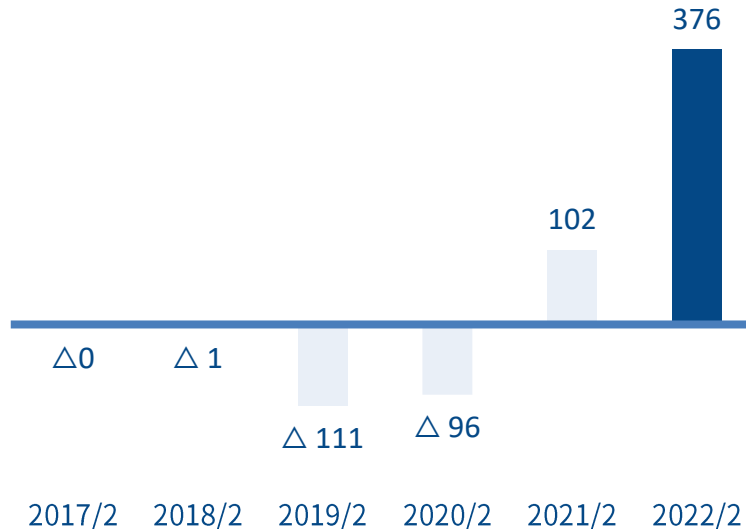
ファンド事業（年度推移）

2022年2月期の売上高は、IPOを実現した投資先を中心に株式の売却を実施し、前期と同水準を確保
2022年2月期の営業利益は、投資レバレッジの高い株式の売却を実施したことで376百万円と大幅増益

【売上高（百万円）】 467百万円（前年同期比97.4%）



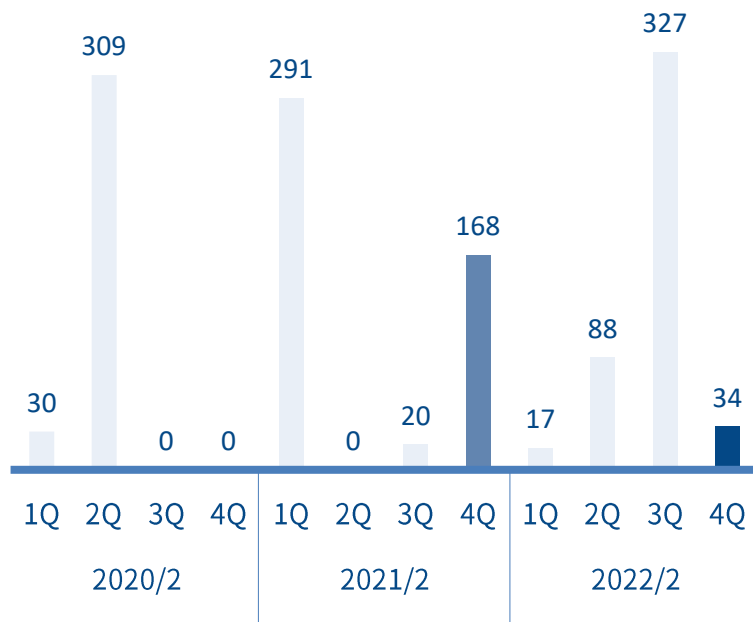
【営業利益（百万円）】 376百万円（前年同期比367.3%）



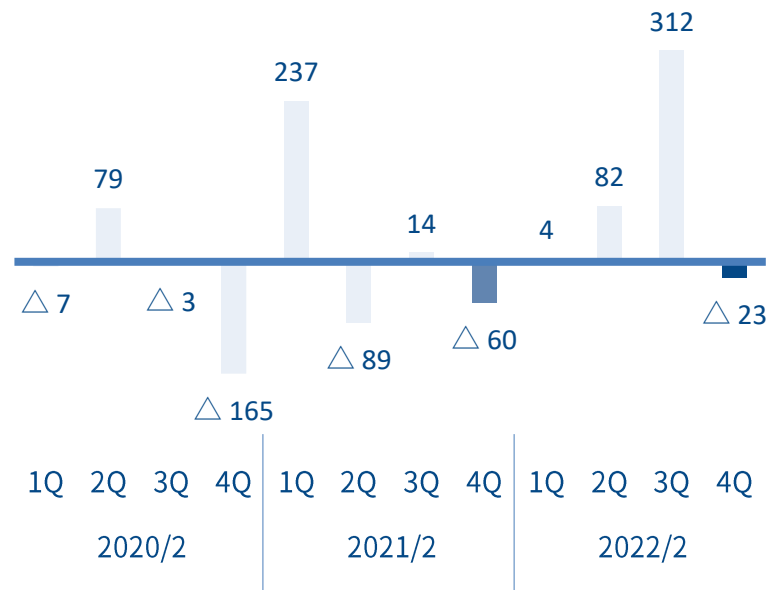
ファンド事業（四半期推移）

2022年2月期第4四半期は、株式の売却により売却益を計上したが、評価損も発生したため、営業赤字に
 2023年2月期は、市場動向や投資先の状況を踏まえ、株式の売却および評価減を行い、利益の最大化を図る

【売上高（百万円）】 34百万円（前年同期比20.4%）



【営業利益（百万円）】 △23百万円（前年同期比37百万円増）



連結損益計算書

(単位：百万円)	2021年2月期	2022年2月期	前年同期差	前年同期比
売上高	37,273	47,351	+10,078	127.0%
売上総利益	24,448	29,669	+5,220	121.4%
E B I T D A	3,003	6,137	+3,134	204.3%
営業利益	2,314	5,248	+2,934	226.8%
経常利益	2,797	5,201	+2,403	185.9%
税金等調整前 当期純利益	2,756	5,116	+2,360	185.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	486	2,071	+1,584	425.4%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2021年2月期末	2022年2月期末	前期末差	前期末比
資産合計	30,057	31,575	+1,518	105.1%
現預金	10,860	13,522	+2,662	124.5%
のれん	595	354	△241	59.5%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	8,057	5,363	△2,693	66.6%
その他	10,544	12,335	+1,790	117.0%
負債合計	15,202	15,397	+194	101.3%
借入金+社債	6,457	5,717	△740	88.5%
その他	8,744	9,679	+934	110.7%
純資産	14,854	16,178	+1,323	108.9%

連結キャッシュ・フロー計算書

2021年2月期

2022年2月期

増減額

増減要因

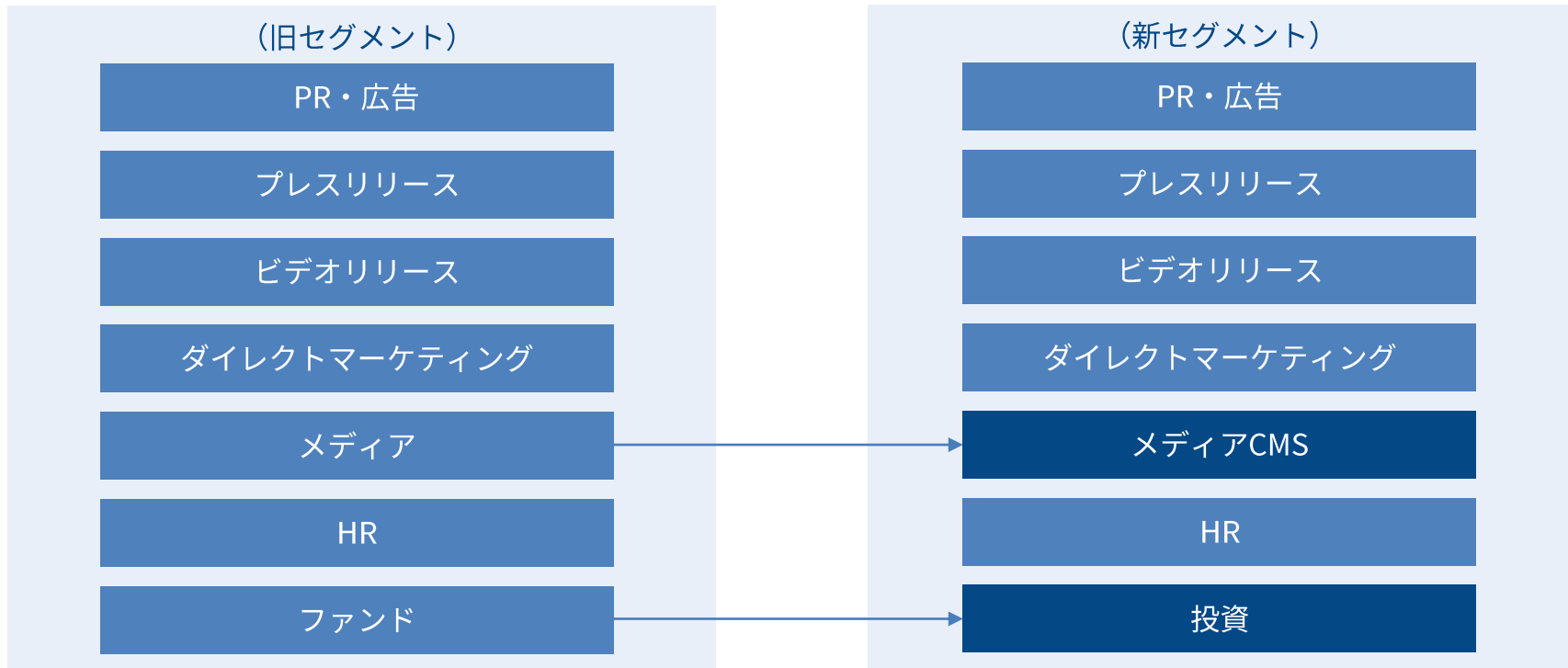
(単位：百万円)

	2021年2月期	2022年2月期	増減額	増減要因
現金及び現金同等物の 期首残高	7,884	10,852	+2,967	
営業活動による キャッシュ・フロー	2,129	4,672	+2,543	既存事業が順調に推移 税前当期利益が増加
投資活動による キャッシュ・フロー	644	△1,002	△1,646	投資有価証券の売却収入が減少 関係会社株式取得の支出が増加
財務活動による キャッシュ・フロー	209	△1,060	△1,270	前期は手元資金を借入金で確保 今期は前期に比べ借入額を抑制
現金及び現金同等物の 期末残高	10,852	13,522	+2,670	

2023年2月期業績予想

セグメント変更

2023年2月期より、インベストメントベンチャー事業として行っていた投資を事業化することに伴い、「ファンド」を「投資」に、また、事業の実態に合わせ「メディア」を「メディアCMS」セグメントに名称変更



投資の事業化に伴う会計処理（投資を事業化する会社）

人員増強などにより体制を強化し、投資を事業化することで主要事業の一つとして位置づけ
投資の事業化に伴い、2023年2月期より投資を事業化する会社における会計処理を以下の通り変更

財務諸表	項目	変更前	変更後
損益計算書 (PL)	株式の売却	売却損益を営業外損益の部に計上 (営業外収益または営業外費用)	売却額を売上高、売却簿価を売上原価 に計上
	株式の評価（減損）	営業外費用に計上	売上原価に計上
	配当金の受領	営業外収益に計上	売上高に計上
貸借対照表 (BS)	株式の取得	「投資有価証券」（投資その他の資産 の部）に計上	「営業投資有価証券」（流動資産の部） に計上
キャッシュ・ フロー計算書 (CF)	株式の取得	「投資有価証券の取得による支出」 (投資活動によるキャッシュ・フロー の部) に計上	「営業投資有価証券の増減額」（営業 活動によるキャッシュ・フローの部） に計上
	株式の売却	売却額を「投資有価証券の売却による 収入」（投資活動によるキャッシュ・ フローの部）、売却損益を「投資有価 証券売却損益」（営業活動による キャッシュ・フローの部）に計上	「営業投資有価証券の増減額」（営業 活動によるキャッシュ・フローの部） に計上
	株式の評価（減損）	「投資有価証券評価損益」（営業活動 によるキャッシュ・フローの部）に計 上	「営業投資有価証券の増減額」（営業 活動によるキャッシュ・フローの部） に計上
	配当金の受領	営業活動によるキャッシュ・フローの 部において、損益計算書への計上額と 現金収入額との差額を調整	調整不要

投資の事業化に伴う会計処理（投資を事業化しない会社）

投資を事業化しない会社においては、変更前はグループの会計処理に合わせて計上
2023年2月期より投資の事業化に伴い、各社の実態に合わせる形で会計処理を以下の通り変更

財務諸表	項目	変更前	変更後
損益計算書 (PL)	株式の売却	売却損益を営業外損益の部に計上 (営業外収益または営業外費用)	売却損益を特別損益の部に計上 (特別利益または特別損失)
	株式の評価（減損）	営業外費用に計上	特別損失に計上
	配当金の受領	営業外収益に計上	変更なし
貸借対照表 (BS)	株式の取得	「投資有価証券」（投資その他の資産の部）に計上	変更なし
キャッシュ・ フロー計算書 (CF)	株式の取得	「投資有価証券の取得による支出」 (投資活動によるキャッシュ・フローの部) に計上	変更なし
	株式の売却	売却額を「投資有価証券の売却による収入」（投資活動によるキャッシュ・フローの部）、売却損益を「投資有価証券売却損益」（営業活動によるキャッシュ・フローの部）に計上	変更なし
	株式の評価（減損）	「投資有価証券評価損益」（営業活動によるキャッシュ・フローの部）に計上	変更なし
	配当金の受領	営業活動によるキャッシュ・フローの部において、損益計算書への計上額と現金収入額との差額を調整	変更なし

投資の事業化に伴う会計処理（会社区分）

投資の事業化に伴い、投資を主要事業として位置づけ、投資を事業化する会社は4社に
（ベクトル・ベクトル香港・100キャピタルファンド・ベクトルインベストメントアドバイザー）

計上区分	変更前	変更後
<ul style="list-style-type: none">投資損益および受取配当金は営業損益に計上株式は営業投資有価証券に計上	100キャピタルファンド ベクトルインベストメントアドバイザー	100キャピタルファンド ベクトルインベストメントアドバイザー ベクトル ベクトル香港
<ul style="list-style-type: none">投資損益および受取配当金は営業外損益に計上株式は投資有価証券に計上	ベクトル ベクトル香港 投資を事業化しない会社	該当なし
<ul style="list-style-type: none">投資損益は特別損益に計上受取配当金は営業外収益に計上株式は投資有価証券に計上	該当なし	投資を事業化しない会社

会計処理の変更に伴う連結財務諸表への影響

2023年2月期より、投資を主要事業として事業化することに伴い、投資にかかる会計処理を変更
2022年2月期に投資事業化による変更後の会計処理を適用した場合、連結財務諸表は以下の通り

2022年2月期 (単位：百万円)	変更前	会計方針変更 による影響額	変更後
売上高	47,351	+771	48,122
売上原価	17,681	+891	18,573
売上総利益	29,669	△120	29,549
販売管理費	24,420	—	24,420
営業利益	5,248	△120	5,128
営業外収益	868	△642	225
営業外費用	915	△770	144
経常利益	5,201	+7	5,208
特別利益	125	—	125
特別損失	209	+7	216
税引前利益	5,116	—	5,116
親会社株主に帰属する当期純利益	2,071	—	2,071

2023年2月期通期業績予想

2023年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2022年2月期 (実績)	2023年2月期 (計画)	前年 同期比	2023年2月期 上期計画	2023年2月期 下期計画
売上高	47,351	53,100	112.1%	24,890	28,210
営業利益	5,248	6,200	118.1%	2,070	4,130
経常利益	5,201	6,100	117.3%	2,020	4,080
親会社株主に 帰属する当期純利益	2,071	3,000	144.8%	900	2,100
参考：旧収益基準売上高	47,351	56,500	119.3%	26,550	29,950

通期業績予想につきましては、新型コロナウイルスの影響が2022年2月期と同等程度であることを前提として計画しております。なお、当社の配当方針につきましては、連結配当性向30%を目安に株主の皆様へ還元しており、2023年2月期の配当につきましては**1株あたり18円**を予定しております

セグメント別利益計画

	セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2022年2月期 (実績)	2023年2月期 (計画)	前年同期比
営業利益	連結	5,248	6,200	118.1%
	PR・広告	2,125	2,634	123.9%
	プレスリリース	1,834	1,600	87.2%
	ビデオリリース	▲72	50	+122
	ダイレクト マーケティング	774	835	107.7%
	メディアCMS	▲22	51	+73
	HR	236	350	148.1%
	投資	376	680	180.7%

PR・広告事業につきましては、新型コロナウイルスの影響を一定程度受けつつも、前年比123.9%と引き続き高い成長を見込んでおります。なお、プレスリリース事業につきましては、2026年2月期の営業利益3,500百万円を見据え、2023年2月期に先行投資を実施するため、前年比87.2%となっております

プレスリリース事業の先行投資について

プレスリリース事業 (単位：百万円)	2022年2月期 (実績)	2023年2月期 (計画)	前年同期比
売上高	4,854	5,950	122.6%
営業利益	1,834	1,600	87.2%
広告宣伝費	343	1,190	346.2%
海外進出関連費	0	200	—

■ プレスリリース事業における先行投資のポイント

プレスリリース事業は、2023年2月期を先行投資フェーズと位置づけ、増収減益の計画
2026年2月期営業利益3,500百万円を見据え、事業拡大の先行投資として1,390百万円を計画

- ① 「PR TIMES」などの利用者拡大に向けて、大規模な広告宣伝費1,190百万円を投下
- ② 「PR TIMES」の米国進出に向けた準備に関連する費用として200百万円を想定

中期利益計画

中期利益計画

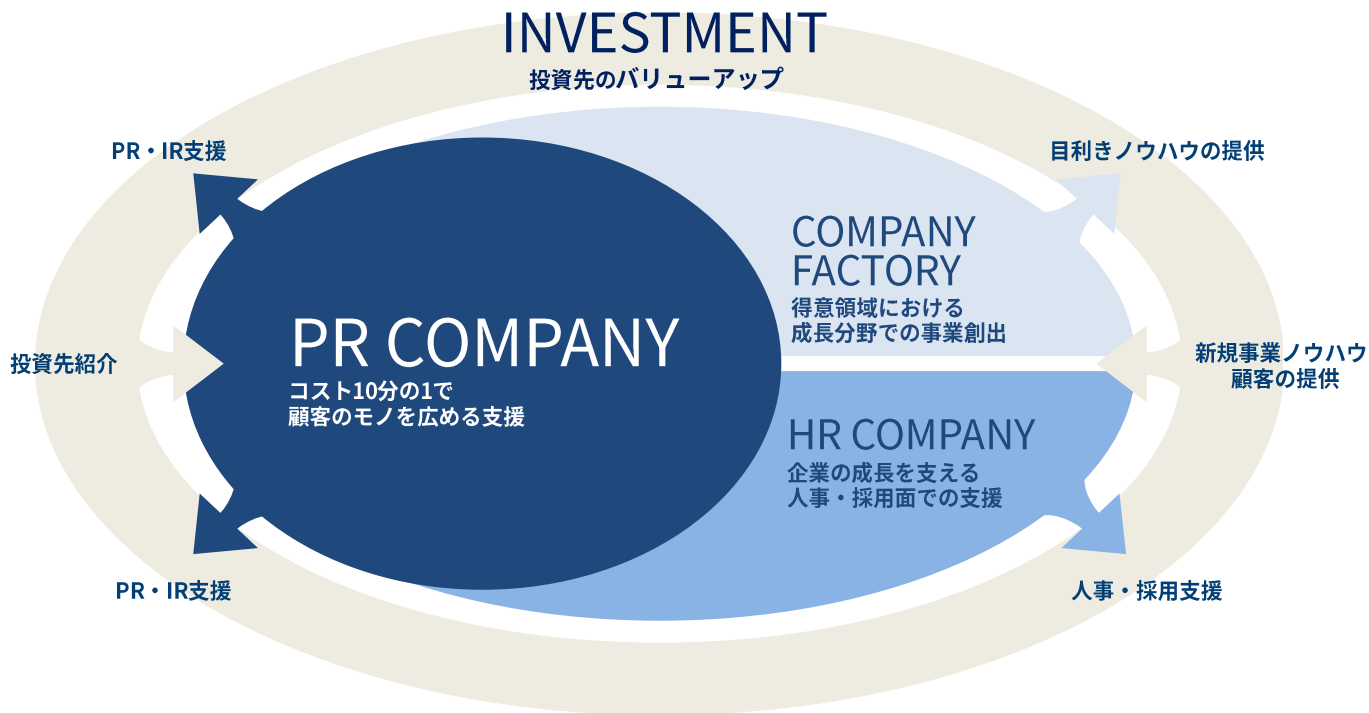
中期利益計画 (単位：百万円)	2023年2月期 (計画)	2024年2月期 (計画)	2025年2月期 (計画)	2026年2月期 (計画)
EBITDA	7,020	7,920	9,160	10,660
営業利益	6,200	7,260	8,500	10,000

- **2026年2月期は、EBITDA10,660百万円、営業利益10,000百万円を計画**しております
- EBITDAおよび営業利益は、いずれも株式報酬費用を含めない計画数値となります
- 当社の配当方針につきましては、**連結配当性向30%**を目安に株主の皆様へ還元しております
- 今後の市場状況および実績等を踏まえ、中期利益計画を適宜アップデートしてまいります






















※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

ベクトルグループ事業構想図

モノを広める支援を図る「PR COMPANY」、人事・採用面での支援を図る「HR 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4つの事業領域により顧客企業の成長を支援し、継続したグループの拡大を目指す



ベクトルグループを構成する事業群

PR COMPANY	COMPANY FACTORY	HR COMPANY	INVESTMENT
PR・プレス・ビデオ・デジタルマーケ	D2C	人事評価	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、顧客と直接接点を持つ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>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>
       	<p>新規事業</p>  <p>これ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>採用支援</p>  <p>採用活動の入り口に求職者と企業の双方が動画を活用することで、双方が抱える採用における課題を解決し、スピーディなマッチングを実現</p> 	 

経営戦略

PR COMPANY

領域の拡大

PRWeek Top Consultancies 2020: Asia-Pacific

Rank	Company	2019 revenue (US\$)	2018 revenue (US\$)	% change
1	Vector	212,000,000	180,500,000	17%
2	Ogilvy*	163,500,000	150,000,000	9%
3	Weber Shandwick*	132,011,250	125,725,000	5%
4	MSL*	128,100,000	122,000,000	5%
5	BCW*	108,416,000	96,800,000	12%
6	MC Group	107,490,000	70,870,479	52%
7	Edelman	105,626,000	104,230,000	1%
8	Fleishman Hillard*	62,400,000	60,000,000	4%
9	Brunswick	40,100,000	32,100,000	25%
10	Ruder Finn	38,991,500	37,626,000	4%
11	Havas PR	28,900,000	25,000,000	16%
12	WE Communications	27,600,000	24,900,000	11%

※出所：PRWeek Top Consultancies 2020: Asia-Pacific

PRWeekにて
アジアNo.1に選出

PR業界アジアNo.1から

PR業界世界No.1へ

さらなる領域を拡大すべく
国内におけるPR市場は1,000億円



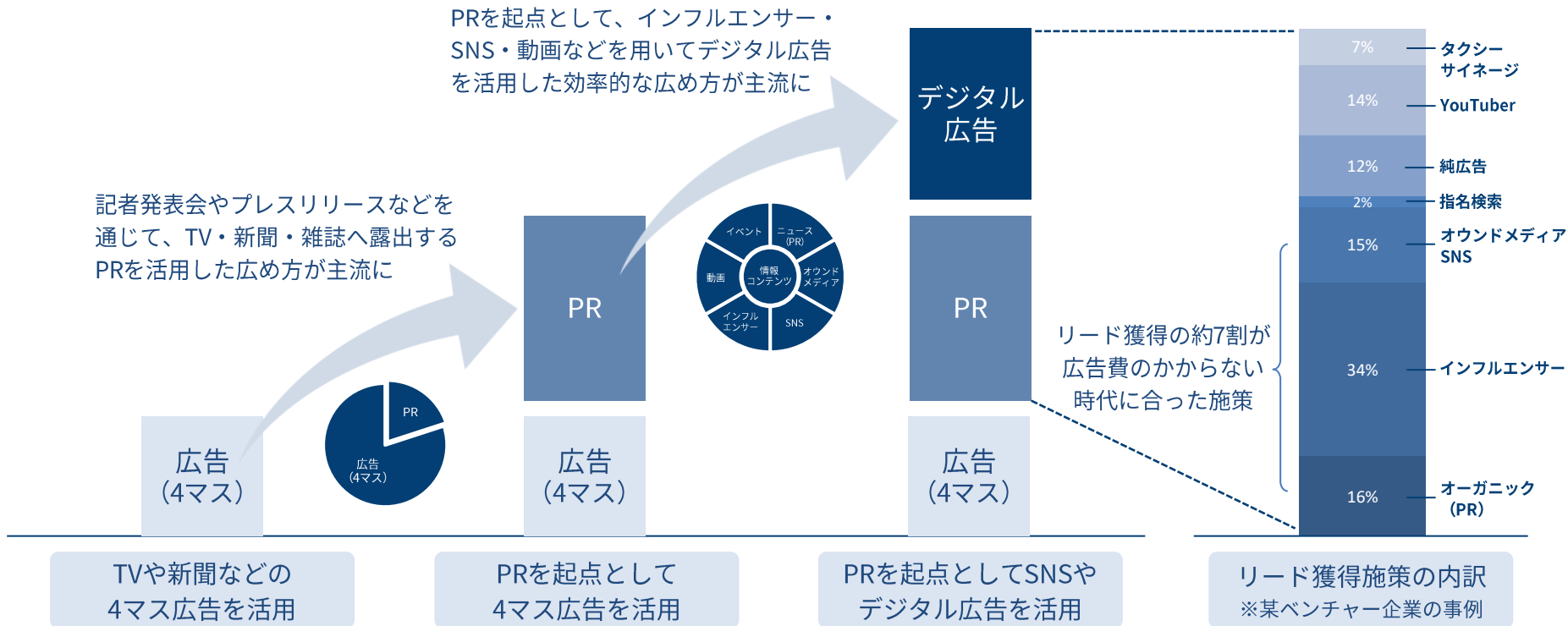
広告業界のFAST COMPANYへ ターゲットとなる広告市場は6兆円

広告業界のディスラプター

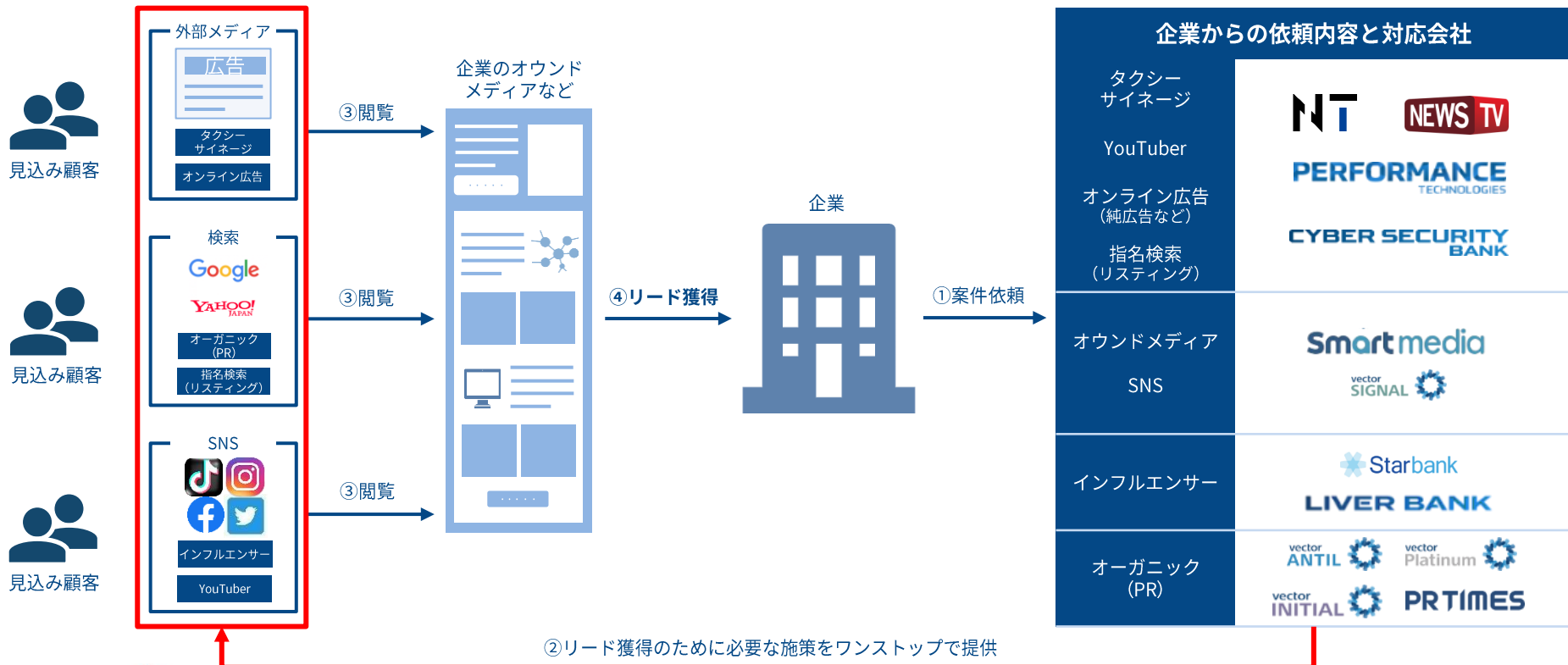
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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

現在は、PRを起点としてデジタル広告を活用し、効率的にモノを広める時代



企業のリード獲得に必要な施策をワンストップで提供



モノを広めるために必要なサービスをワンストップで提供 時代に適したマーケティング施策を従来の10分の1以下のコストで実現

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	リスクマネジメント
 <p>6万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の50%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>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>PR視点での「ビデオリリース」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>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。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 SIGNAL</p> <p>NT</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>BRAND CONTROL</p>

0円

50,000,000円/年

「FAST COMPANY」構想の基盤強化を実現する3つの重点項目

1
DX

広告業界のDX化を図るべく
「ヒロメル」や「PR BANK」
を展開し業務の効率化を推進

2
タレント

サービス認知の定着を図るべく
「タレントヒトコト」をキーワー
ドにした手法で顧客単価を向上

3
VC × PR

ベンチャー投資とPR・IR支援の
多数の実績を基に、VC機能を
一層強化し顧客の裾野を拡大

1 DX

広告業界のDX化

業務の効率化を図り、顧客に新たな価値を提供する「ヒロメル」と「PR BANK」により、生産性を高めながら顧客単価の向上を図る

オンライン受注により販売プロセスを効率化する広告業界のEコマースサイト「ヒロメル」

The screenshot displays the Hilomel website interface, which is a marketplace for advertising services. It features a navigation bar at the top with the logo 'toxil' and options for account management. The main content is organized into three primary categories:

- 顧客・リード獲得成功事例 (Customer/Lead Acquisition Success Stories):** This section contains 10 cards, each representing a different client's success. Each card includes a brief description of the campaign, the client's name, and the budget. For example, one card for '識学' (Shikaku) shows a 4x increase in lead volume for ¥50,000,000.
- 統合マーケティング (Integrated Marketing):** This section features 8 cards showcasing integrated marketing strategies. One card for 'ASK' highlights a third-party ad campaign for ¥20,000,000.
- オープンPR成功事例 (Open PR Success Stories):** This section includes 8 cards detailing public relations campaigns. One card for 'Maison KOSÉ' mentions a 2x increase in media coverage for ¥4,000,000.

Each card typically includes a small image or video thumbnail, a headline, a brief description of the campaign's goals and results, and the budget. The website also features a search bar and a 'お問い合わせ' (Contact Us) button in the top right corner.

<https://hilomel.com/>

成功事例から自分のビジネスにあった最適なプランを見つけることが可能

採用一括かんりくん 特長・機能 セキュリティ 導入事例 プラン セミナー情報 お知らせ お役立ち情報 無料お試し お問い合わせ ログイン

採用担当者が選ぶ
使いやすいATS No.1

藤森慎吾さんCMでサイト流入4倍・問い合わせ2倍に

新卒・中途採用を一元管理できる採用管理システム「採用一括かんりくん」の認知度向上とブランディングを通じた問い合わせの獲得。

再生

この事例の費用と内容

費用イメージ ¥50,000,000~ | 1~2Q

目的 タクシー 広告成功事例、顧客・リード獲得成功事例

対象業種/内容 タレント契約 : 約3000万円~ CM企画・制作 : 約1000万円~ タクシー 広告 : 約200万円/1週間~

このパッケージで利用したメニュー
タレントブランディング タクシー広告 (adsense)

お問い合わせ

シェアする f t



案件を成功に導いた担当者が成功ポイントを動画で共有

◆例：タレントを活用したメジャーブランディング戦略

- ①特徴を覚えさせるキーワード策定
- ②誰もが知っていてメジャー感を出せるタレントキャスティング
- ③訴求点がわかりやすいCM制作

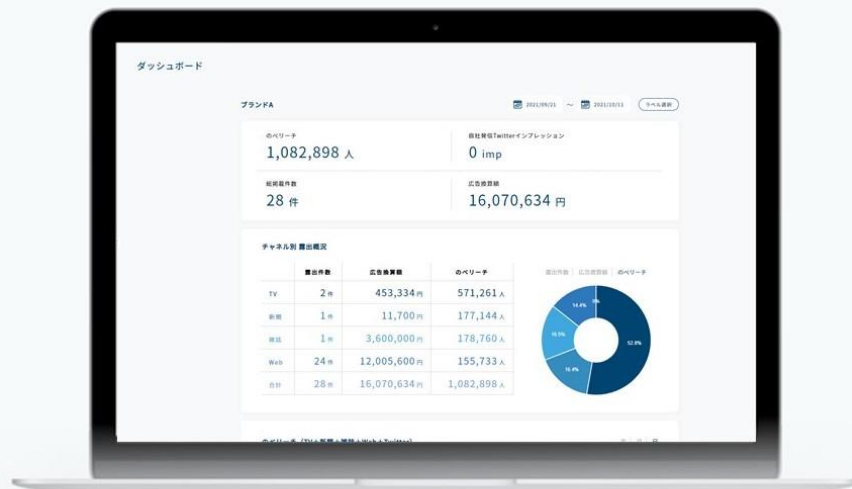
ベクトルグループのサービスを活かした豊富なヒロメルメニューをワンストップで提供
ヒロメルの認知度や機能性を高めながら、まずは問い合わせ350件・受注35件の獲得を図る

The screenshot shows the Hiromer website interface. At the top left is the logo 'ヒロメル' (Hiromer). Below it are navigation links: '目的/業種から探す' (Search by purpose/industry), 'メニューから選ぶ' (Select from menu), and '予算から選ぶ' (Select by budget). On the right, there is a search icon and a red button labeled '今すぐ問い合わせ' (Contact us now). The main content area is titled '御社に興味をもたれている施策は?' (Which strategy are you interested in?) and includes a sub-header '手法別にPRやマーケティングの成功事例を探せます' (You can find success stories for PR and marketing by method). Below this, there are several columns of service categories, each with a list of sub-services and a 'もっと詳しく' (Learn more) button. The categories and their sub-services are:

- PRマーケティング**
 - ▶ 統合型PRマーケティング
 - ▶ タレントマーケティング
 - ▶ リテナーPR
 - ▶ スポットPR
 - ▶ 記者発表/PRイベント
 - ▶ TV-PR
 - ▶ ビデオリリース (NewsTV)
 - ▶ 動画ニュース
 - ▶ 海外PR
 - ▶ 危機管理広報/メディアトレーニング
 - ▶ レビューセッションマネジメント(カードゲーム)のPC版がローンチされたことでの認知向上
 - ▶ パブリック・アフェアーズ
 - ▶ プレスリリース (PR TIMES)
 - ▶ PR TIMES
- デジタルマーケティング**
 - ▶ WEB/SNS広告運用
 - ▶ SNS運用
 - ▶ TikTak
- インフルエンサーマーケティング**
 - ▶ インフルエンサー
 - ▶ Youtuberキャスティング
 - ▶ ライブ配信/コマース
- オウンドメディア**
 - ▶ 記事型オウンドメディア
 - ▶ 動画型オウンドメディア
 - ▶ 社内報
- キャストイング**
 - ▶ タレント (Casting Bank)
- 動画制作**
 - ▶ CM
 - ▶ ドキュメンタリー
 - ▶ 動画生成ツール (SoVeC)
- クリエイティブ制作**
 - ▶ WEB/LP制作
 - ▶ CI/ロゴデザイン制作
- 広告**
 - ▶ タクシー広告 (GROWTH)
 - ▶ 英客室リネージ (Cover) coming soon
- イベント制作**
 - ▶ PRイベント
 - ▶ エクスプレィンスイベント
 - ▶ 展示会ブース出展
 - ▶ セミナーイベント coming soon
 - ▶ パーティー
 - ▶ オンラインイベント
- その他**
 - ▶ 喫煙所リネージ (BREAK) coming soon
 - ▶ マーケティング効果/分析
 - ▶ 調査PR
 - ▶ CPM/個人情報管理 (Trust360) coming soon

クライアントに対し、データドリブンなPR活動をサポートすべく、
PR視点を踏まえたクラウド型PR効果測定・分析サービス「PR BANK」を提供

PR効果を自動で可視化



PR BANKを活用することで、PR活動（TV・新聞・雑誌・WEB・SNS）の
モニタリング・一元管理および広告換算・リーチ数の算出が自動的に可能

PR BANKのメリット

01

PRをリーチ数で可視化し、分析が可能

広告換算というPR独自の指標に代わる、新しいPRの評価が可能

02

競合比較により、戦略立案の視点が拡大

指定した競合サービスのメディア露出の定点計測が可能

03

PRプロジェクトレビューを精緻化

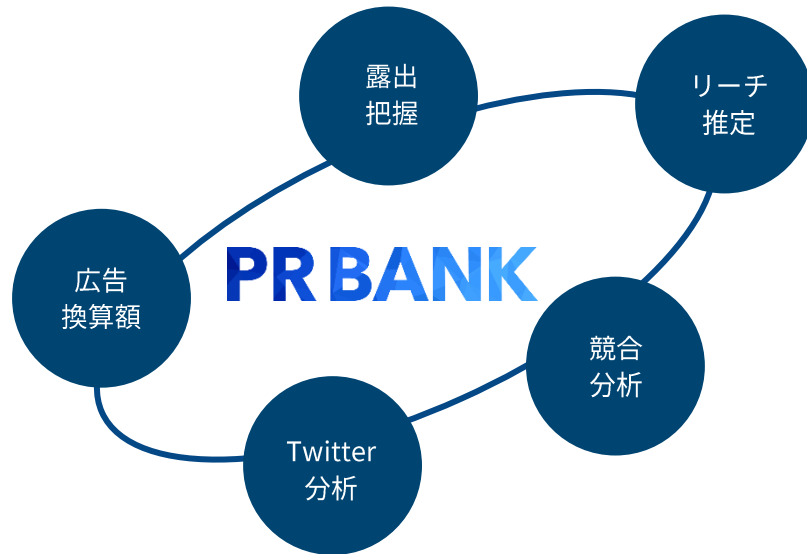
キャンペーン、プロジェクトごとのリーチ数を計測・比較

04

モニタリング・レポートニング業務効率化

ダッシュボードで露出した量とメディアを期間指定して可視化

【PR BANKの提供機能】



2 タレント

タレントコミュニケーション

誰もが知っているタレントを活用しメジャー感を醸成しながら
伝えたい内容を絞り込み、認知度を高め訴求効果の最大化を図る

「タレント」+「ヒトコト」で伝えたい内容を絞り込み、サービスを訴求
年間300社のタレントコミュニケーションを目標に顧客単価の向上を図る



企業のタレント起用の障壁を下げるとともにタレントの広告出演契約の機会を創出すべく
タレントの肖像をTV以外の媒体で利用できる「TALENT BANK」を2022年4月より提供開始



<https://talentbank.jp/>

VC × PR
3

出資とPR支援が可能なVC

従来のVCにおける資金面のみのサポートではなく、
PR・IR支援により投資レバレッジ効果の最大化を図る

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27社）
「セカンドサイトアナリティカ」「メンタルヘルステクノロジーズ」がグロース市場に上場

上場日		社名	市場
2022年4月4日		セカンドサイトアナリティカ	東証グロース
2022年3月28日		メンタルヘルステクノロジーズ	東証グロース
2021年11月24日		ラストワンマイル	東証グロース
2021年9月28日		リベロ	東証グロース
2021年9月28日		ROBOT PAYMENT	東証グロース
2021年7月6日		BCC	東証グロース
2021年6月29日		Waqoo	東証グロース

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

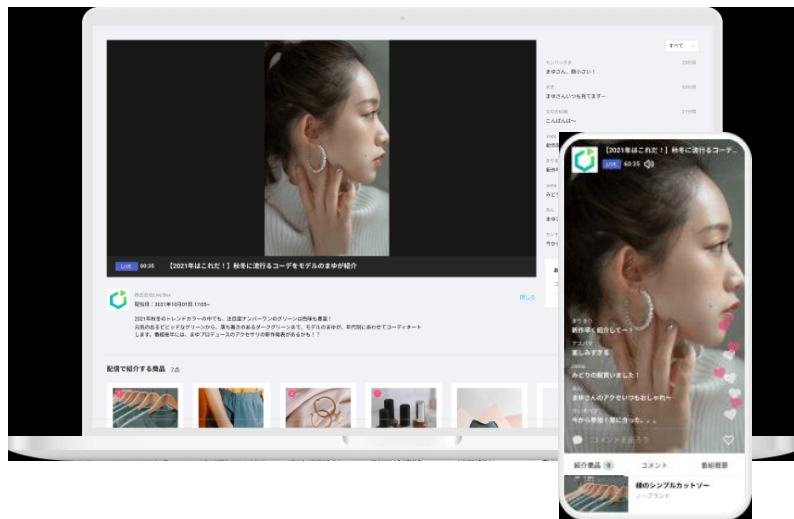
その他toB向けサービス

その他toC向けサービス

COMPANY FACTORY

領域の創出

ライブコマースツール「自社でライブコマースできるくん」を2022年3月より提供開始
PRノウハウを活用しクライアント企業のライブコミュニケーションをトータルサポート



企画からライブ配信、分析・改善案の提示まで
ワンストップで支援するライブコマースサービス



SNS同時配信機能

自社SNSアカウント
で同時配信を行うこと
によりリアルタイムでの集客が可能

【3つの特徴】



データ分析 レポート機能

分析結果から消費者
の本音を見つけだし
今後のマーケティング
施策に活用が可能



多彩なデザイン テンプレート

ライブ配信画面では
企業や商品イメージ
に合う最適なデザイン
の選択が可能

企業のさまざまなニーズとインフルエンサーを繋いで新しい関係を構築する
マッチングプラットフォーム「Influencer Works」を2021年10月より提供開始



1

美容/コスメ/生活用品
のクライアント様

体験/レビュー



サンプリングにより
商品の魅力を訴求

2

エンタメ/サービス
のクライアント様

キャンペーン/懸賞



キャンペーンの認知獲得
および参加の促進

3

飲食店/観光
のクライアント様

来店



来店者を募集し
実際の店舗の様子をPR

4

通販/EC
のクライアント様

モデル/二次利用



モデル探しから二次利用
素材の募集まで可能

HR COMPANY

領域の開拓

会社説明動画が見放題の採用マッチングプラットフォーム「JOBTV」



JOBTVは求職者と企業、双方が抱える課題を解決するサービス
採用活動の入り口に動画を活用し、スピーディなマッチングを実現

求職者

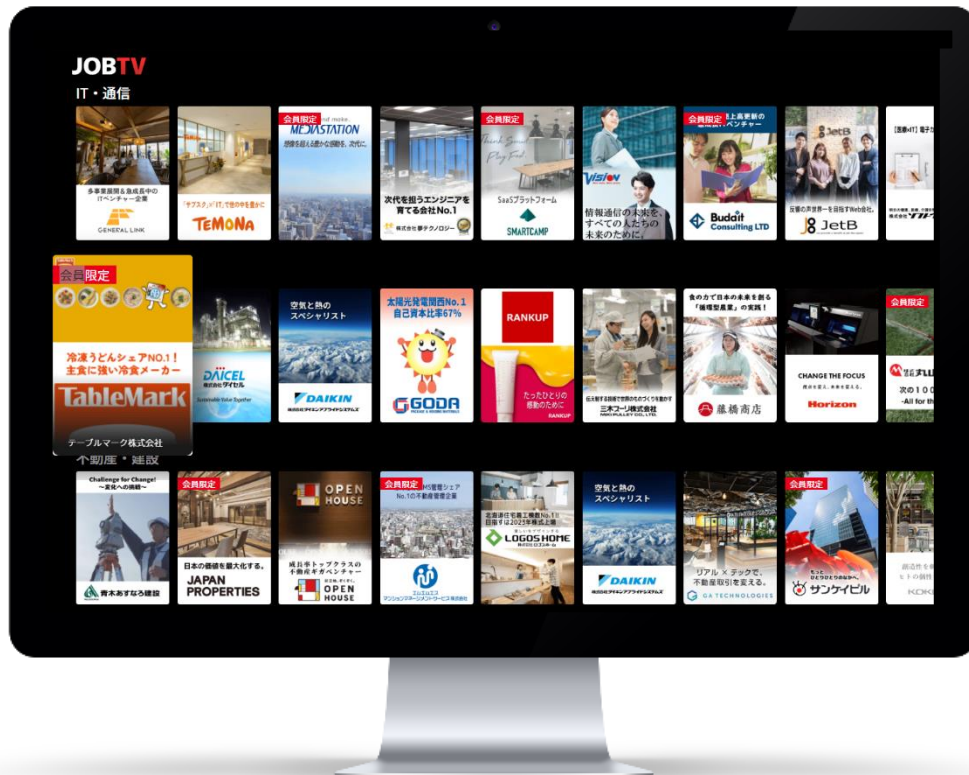
1. 求人動画をNetflixのように検索できるから探しやすい！
2. 自己PR動画でアピールできるからより伝わる！
3. 説明会に行かなくても企業を動画で研究できる！



企業

1. 会社や採用ポジションを動画で発信するから魅力が伝わる！
2. 応募者を動画で選考できるからわかりやすい&スピーディ！
3. スカウト送信で求職者にダイレクトアプローチも可能！

Netflixのようなデザインにより会社説明動画を簡単に検索



伝わりにくい応募者の印象を動画で確認することでミスマッチを減少



JOBTVご利用企業様（一例・順不同）





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。