

株式会社ベクトル

2023年2月期 第1四半期
決算説明資料



2022年7月15日

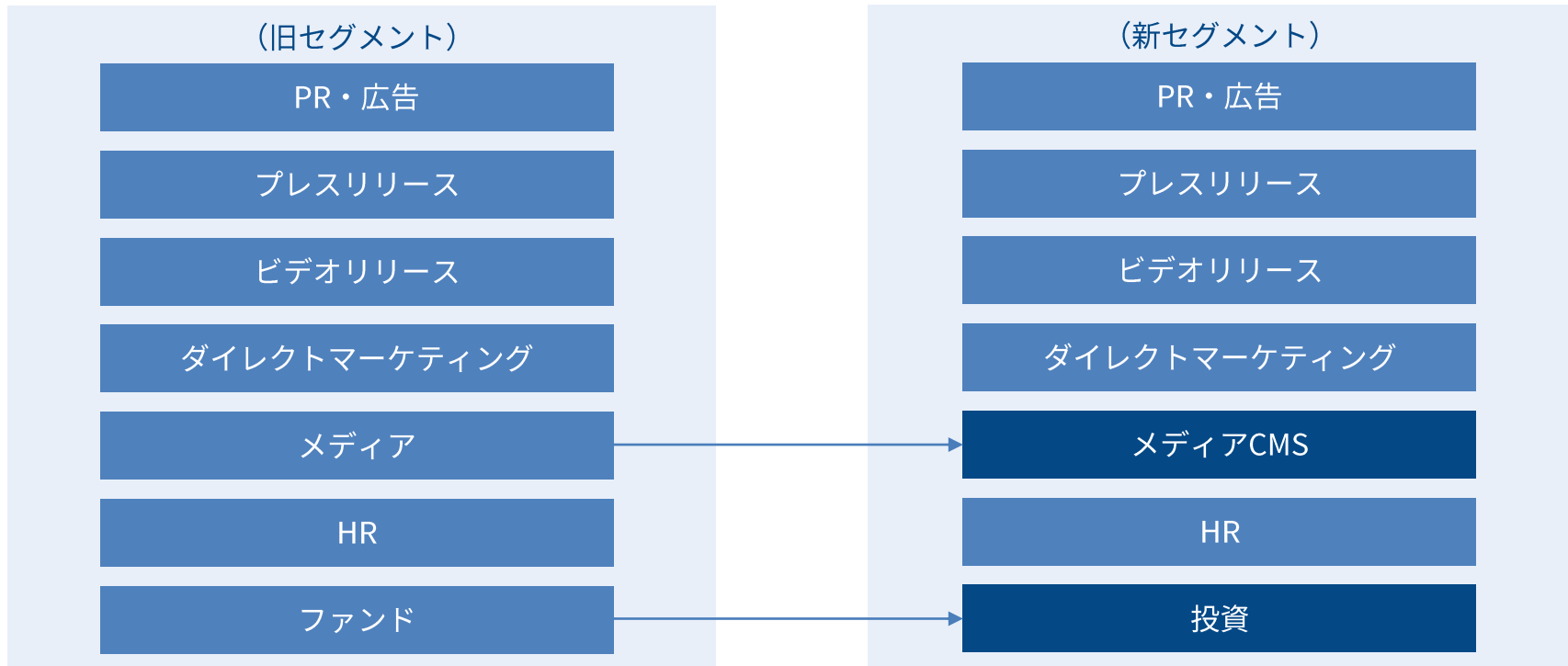
目次

1. 四半期決算
2. 中期経営計画
3. 経営戦略
4. JOBTV進捗状況

四半期決算

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



収益認識基準変更による影響

2023年2月期から「収益認識に関する会計基準」の適用により、売上高の計上方法を変更（営業利益への影響は軽微）
「代理人取引」に該当する取引を総額（グロス）計上から純額（ネット）計上に修正（売上総利益への影響はなし）

セグメント	基準変更による影響を受ける主な取引	従来基準との比較（減少率）	影響度
PR・広告事業	デジタル広告の運用に関する取引	10%～15%未満	高
ダイレクト マーケティング事業	他社商材の販売に関する取引	5%～10%未満	中
HR事業	他社商材の販売に関する取引 代理店による人事関連商材の販売取引	3%～5%未満	低
ビデオリリース事業	デジタル広告の運用に関する取引	1%～3%未満	軽微
プレスリリース事業 メディアCMS事業 投資事業	該当なし	—	なし

第1四半期累計期間連結業績サマリ

売上高

131.3億円

(前年同期比 117.8%)

売上
総利益

87.2億円

(前年同期比 123.8%)

EBITDA※

16.6億円

(前年同期比 126.8%)

営業
利益

14.7億円

(前年同期比 130.6%)

経常
利益

14.8億円

(前年同期比 128.7%)

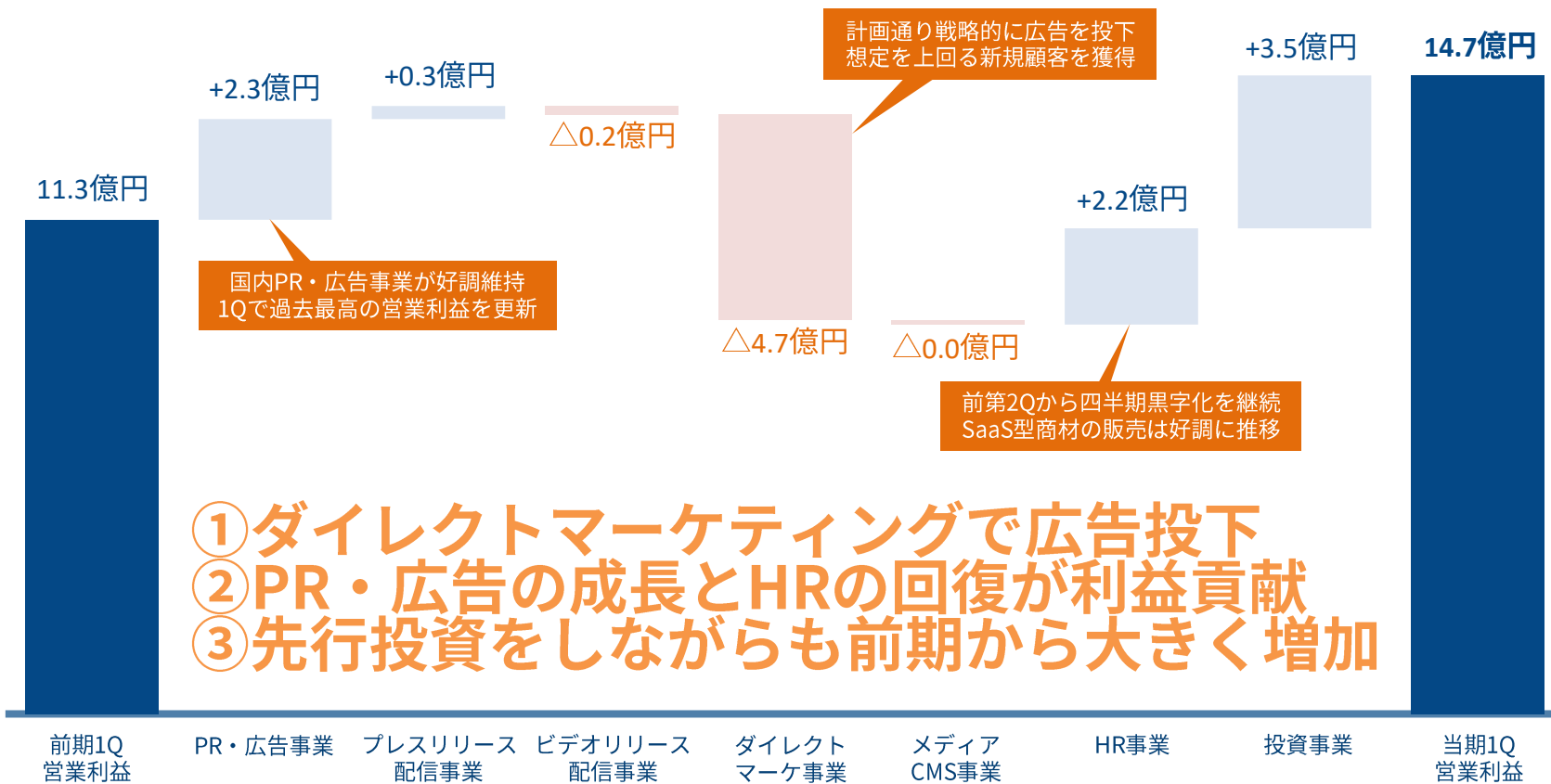
親会社株主に帰属する
四半期
純利益

8.3億円

(前年同期比 188.8%)

※ 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）



- ①ダイレクトマーケティングで広告投下
- ②PR・広告の成長とHRの回復が利益貢献
- ③先行投資をしながらも前期から大きく増加

第1四半期累計期間ハイライト

連結業績

131.3億円

(前年同期比117.8%)

PR・広告

69.2億円

(前年同期比112.9%)

プレス リリース (PR TIMES)

13.8億円

(前年同期比122.7%)

ビデオ リリース (NewsTV)

3.5億円

(前年同期比91.8%)

営業利益

14.7億円

(前年同期比130.6%)

7.8億円

(前年同期比142.5%)

4.2億円

(前年同期比109.3%)

△0.1億円

(前年同期比0.2億円減)

第1四半期累計期間事業概要

- ・売上高、営業利益ともに順調に推移
- ・PR・広告は国内事業が業績を牽引
- ・ダイレクトマーケティングは計画通り広告投下し、想定以上の新規顧客獲得
- ・HRは前第2四半期から継続して黒字

- ・国内PRとタクシーサイネージが好調を維持し、営業利益は過去最高水準に
- ・海外PRはコロナの影響により赤字着地
- ・新規事業「JOBTV」は立ち上がり好調

- ・過去最高の四半期売上高を更新
- ・利用企業社数が69,000社を突破
- ・地方銀行との提携により地域展開拡大
- ・新規事業への広告投資を継続的に実施

- ・顧客数拡大を優先したため大型案件の受注数が一時的に減少し、営業赤字に
- ・顧客数拡大により、配信数は増加
- ・Sales Video Analyticsは堅調に推移

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

35.0億円

(前年同期比119.1%)

営業利益

△1.7億円

(前年同期比4.7億円減)

第1四半期累計期間事業概要

メディアCMS
(スマートメディア)

2.2億円

(前年同期比94.3%)

0.0億円

(前年同期比4.8%)

- ・獲得効率を踏まえ、戦略的に広告投下したことで新規顧客を想定以上に獲得
- ・特にターミナリアファーストが絶好調
- ・第2四半期も継続して広告投下を実施

HR
(あしたのチーム)

6.4億円

(前年同期109.1%)

1.2億円

(前年同期比2.2億円増)

- ・オウンドメディアの販売強化を目的にメディア事業の営業人員を配置転換
- ・広告収入に寄与する新規ティアアップ案件の獲得を抑制したことで売上高減少

投資

4.8億円

(前年同期比4.6億円増)

3.2億円

(前年同期比3.5億円増)

- ・前第2四半期から継続して黒字化達成
- ・SaaS型商材の販売は順調に推移
- ・リード獲得のための広告費や機能強化に向けた開発費を投じ成長投資を加速

- ・投資の事業化に伴い、会計処理を変更
- ・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、順調に推移

通期業績予想に対する進捗状況

2023年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2023年2月期 (計画)	2023年2月期 1Q末時点	進捗率	2023年2月期 上期計画	2023年2月期 下期計画
売上高	53,100	13,132	24.7%	24,890	28,210
営業利益	6,200	1,477	23.8%	2,070	4,130
経常利益	6,100	1,487	24.4%	2,020	4,080
親会社株主に 帰属する当期純利益	3,000	836	27.9%	900	2,100
参考：旧収益基準売上高	56,500	14,421	25.5%	26,550	29,950

上期計画に対し、第1四半期の実績は好調に推移しておりますが、ダイレクトマーケティング事業にて、獲得効率を踏まえた広告投下により新規顧客の獲得が想定以上に推移しているため、第2四半期においても広告投下を継続して実施する見込みであることから、通期業績予想の変更はしておりません

セグメント別利益計画

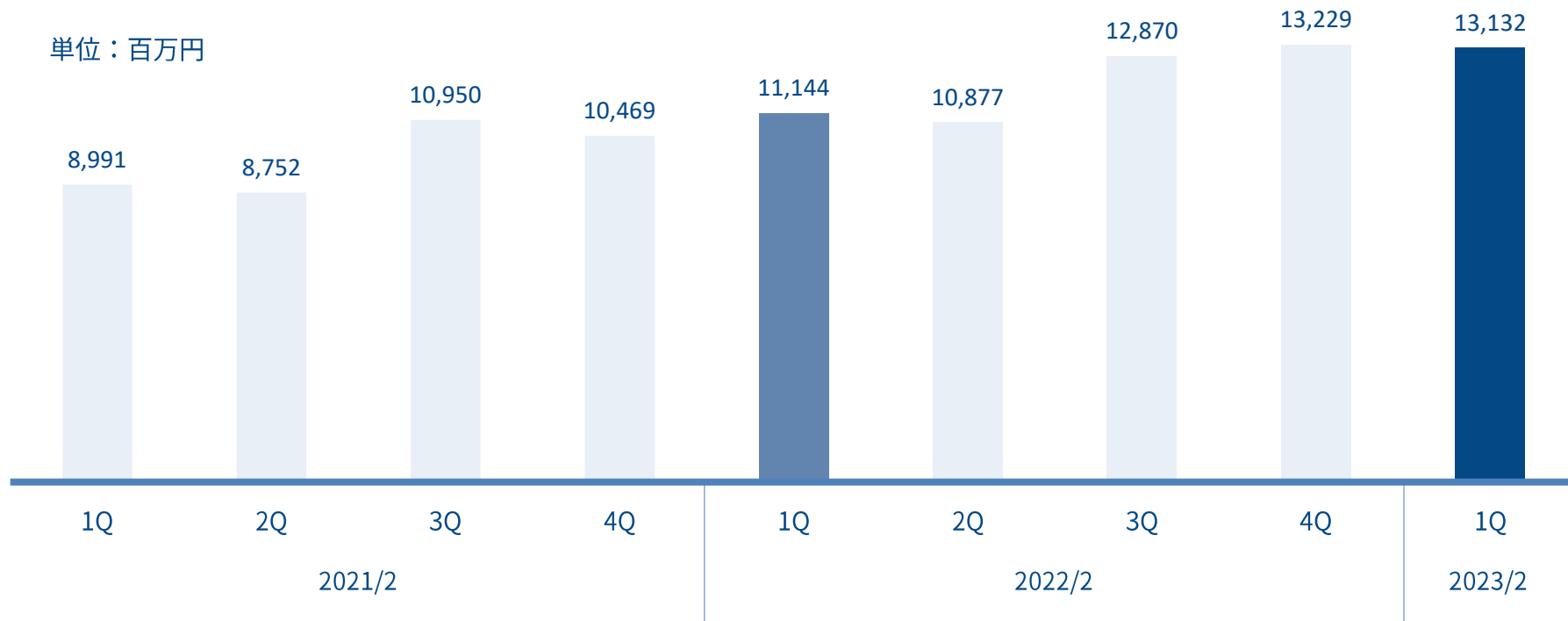
	セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2023年2月期 (計画)	2023年2月期 1Q末時点	進捗率
営業利益	連結	6,200	1,477	23.8%
	PR・広告	2,634	784	29.8%
	プレスリリース	1,600	428	26.8%
	ビデオリリース	50	△12	—
	ダイレクト マーケティング	835	△177	—
	メディアCMS	51	0	0.7%
	HR	350	124	35.6%
	投資	680	323	47.5%

主力のPR・広告事業につきましては、好調な滑り出しで今後も継続して業績を牽引する見込みであり、ビデオリリースおよびダイレクトマーケティング事業においては、第1四半期時点ではマイナス着地となっておりますが、計画通りであることを踏まえれば、全てのセグメントが順調に進捗しております

連結売上高推移（四半期推移）

2023年2月期第1四半期の連結売上高は、**第1四半期としては過去最高の13,132百万円**（前年同期比**117.8%**）

単位：百万円

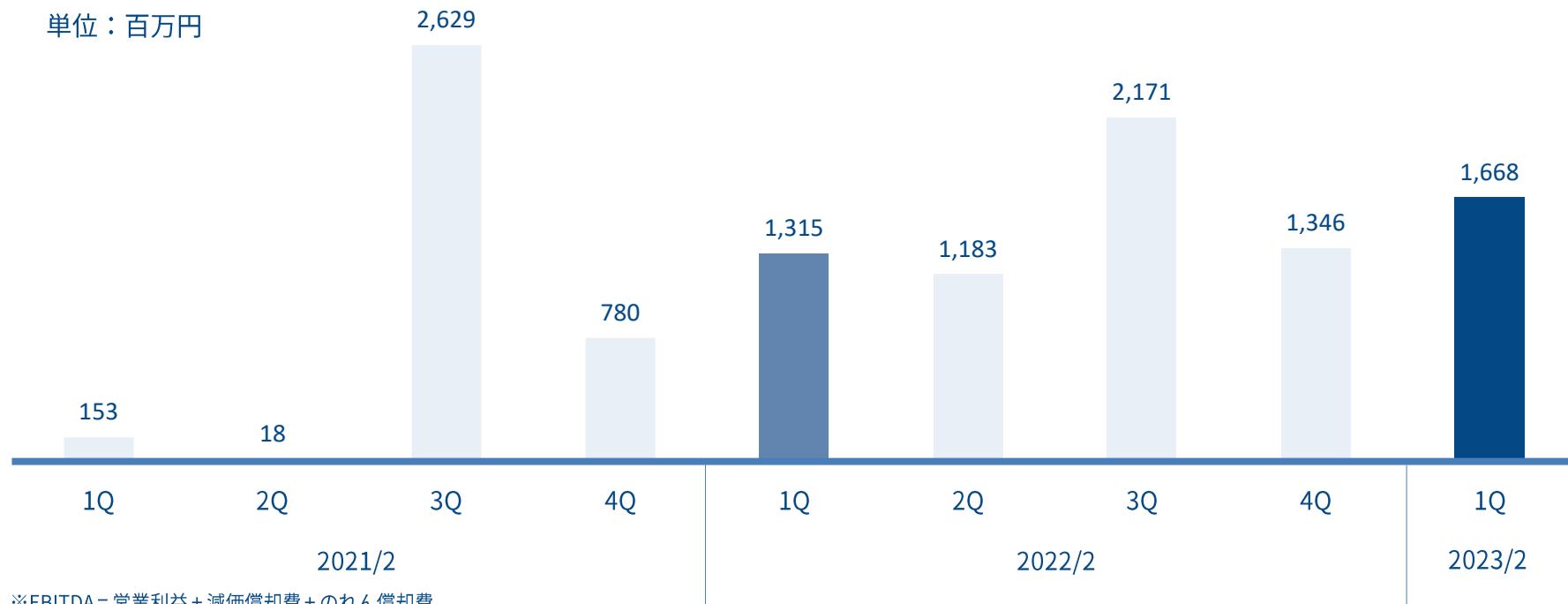


※投資の事業化に伴う会計処理の変更により、過年度の数値を組み替えております

EBITDA推移（四半期推移）

2023年2月期第1四半期のEBITDAは、**第1四半期としては過去最高の1,668百万円**（前年同期比**126.8%**）

単位：百万円



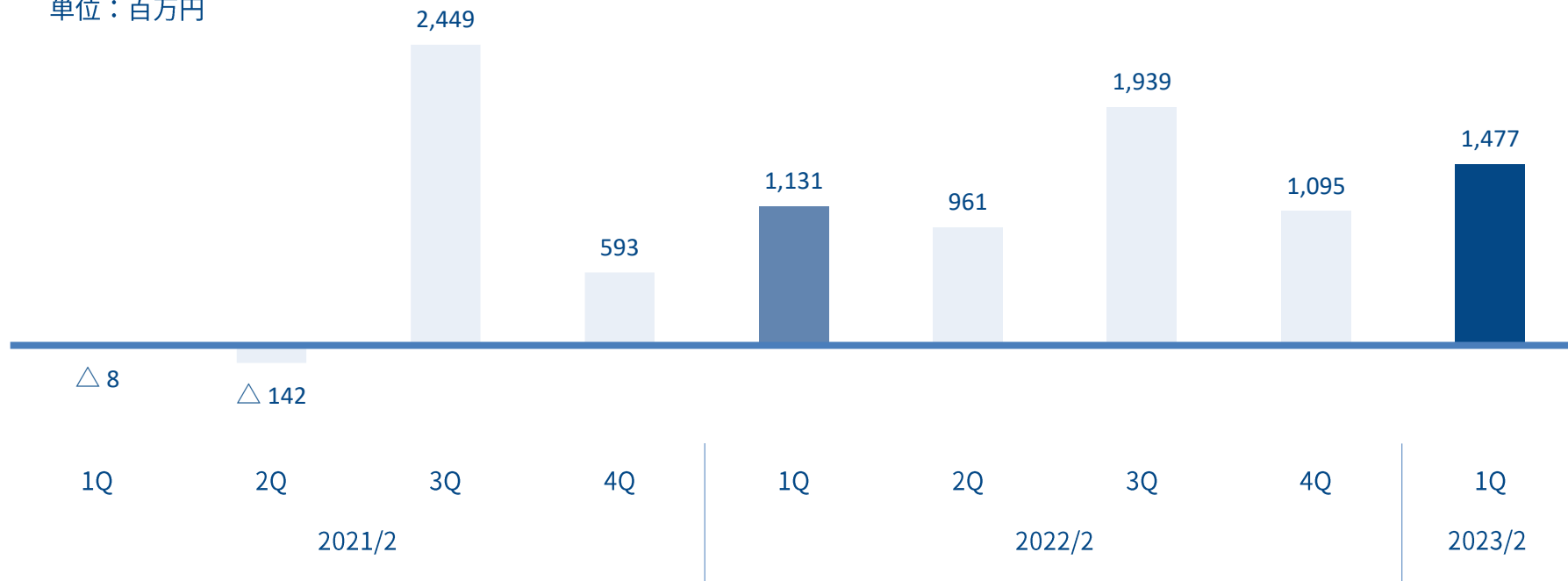
※EBITDA= 営業利益+ 減価償却費+ のれん償却費

※投資の事業化に伴う会計処理の変更により、過年度の数値を組み替えております

連結営業利益推移（四半期推移）

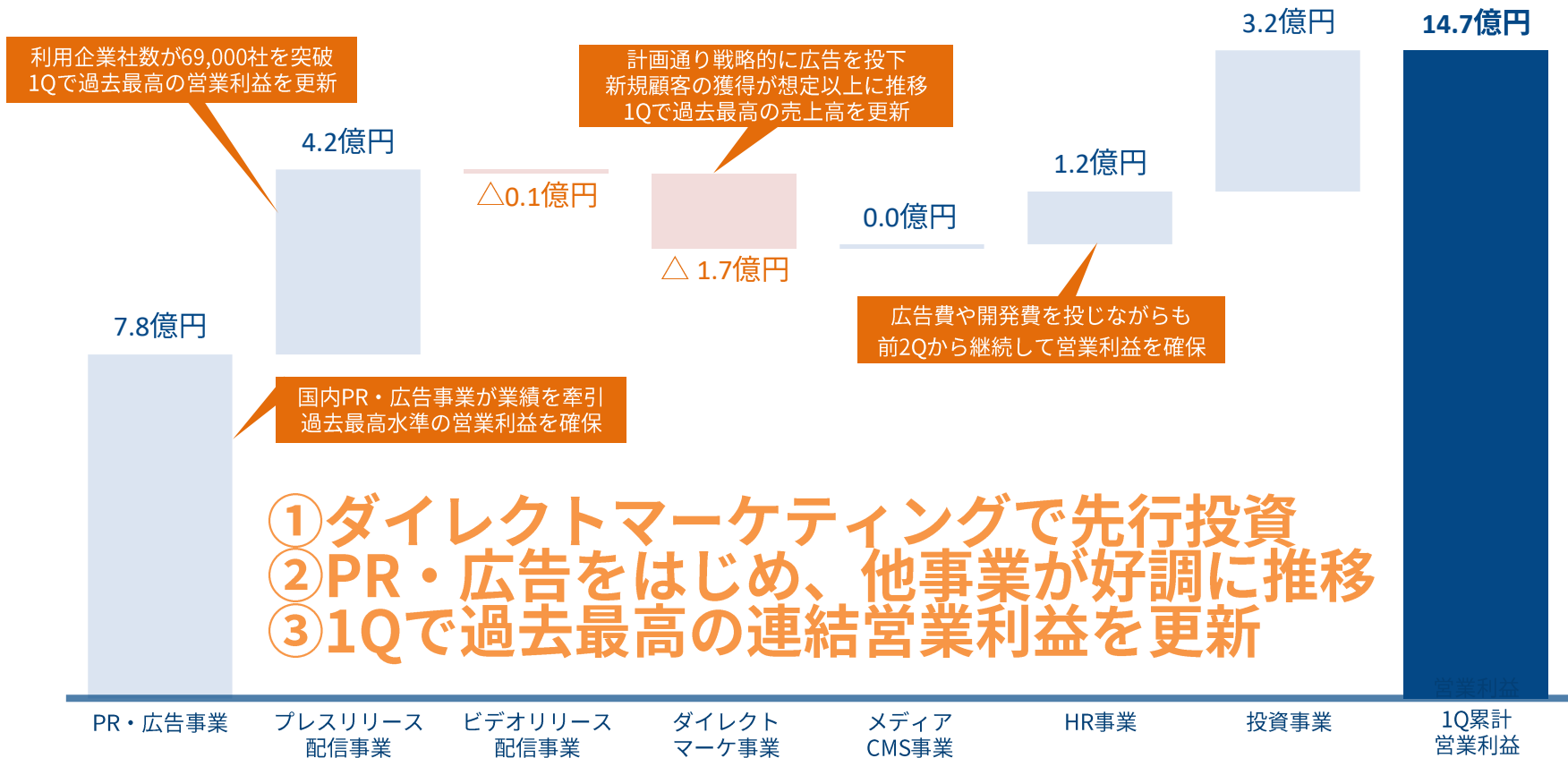
2023年2月期第1四半期の連結営業利益は、**第1四半期としては過去最高の1,477百万円**（前年同期比**130.6%**）

単位：百万円



※投資の事業化に伴う会計処理の変更により、過年度の数値を組み替えております

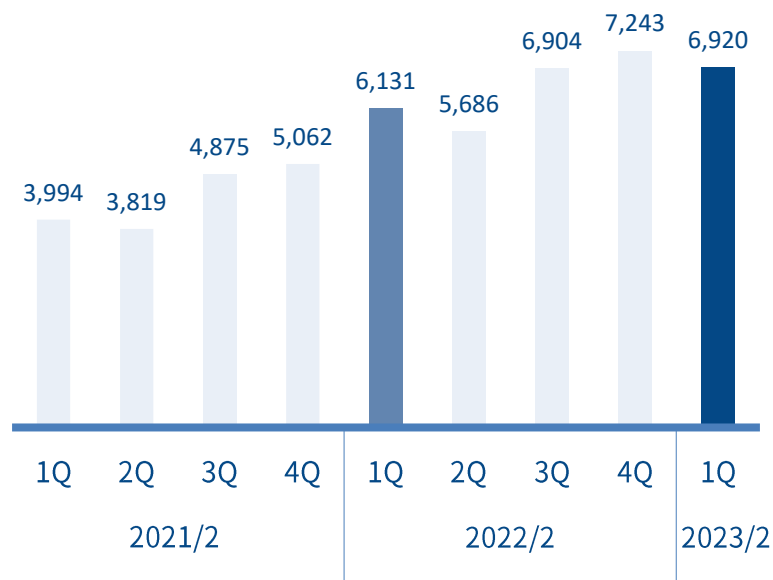
営業利益（セグメント別内訳）



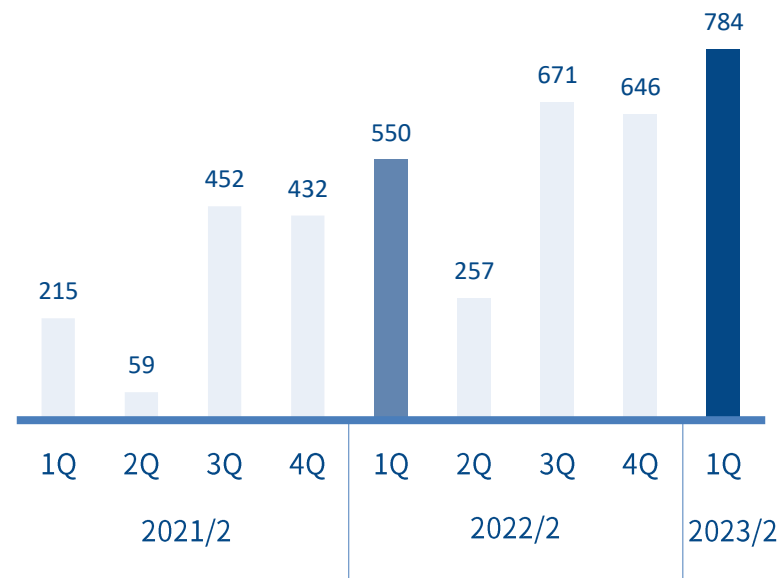
- ①ダイレクトマーケティングで先行投資
- ②PR・広告をはじめ、他事業が好調に推移
- ③1Qで過去最高の連結営業利益を更新

2023年2月期第1四半期は、顧客のマーケティングニーズをつかみ、**過去最高水準の営業利益を確保**
2023年2月期第2四半期以降も、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）】 6,920百万円（前年同期比**112.9%**）



【営業利益（百万円）】 784百万円（前年同期比**142.5%**）



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

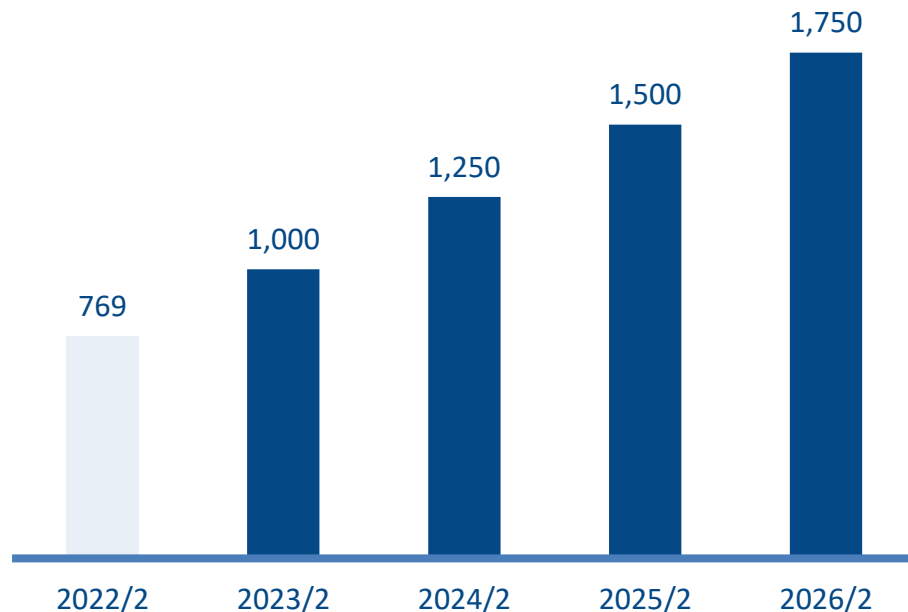
NEWSPAPER

MAGAZINE

WEB

SOCIAL MEDIA

【リテナー獲得件数（戦略PR子会社のみ）】



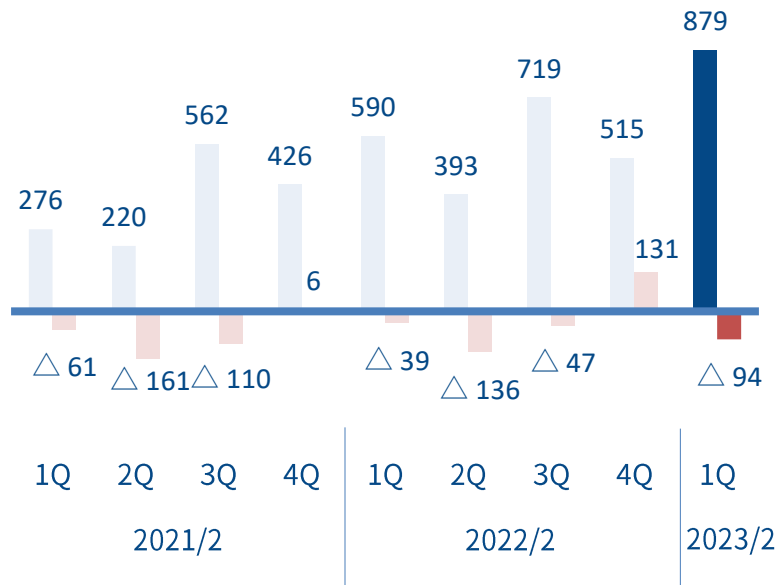
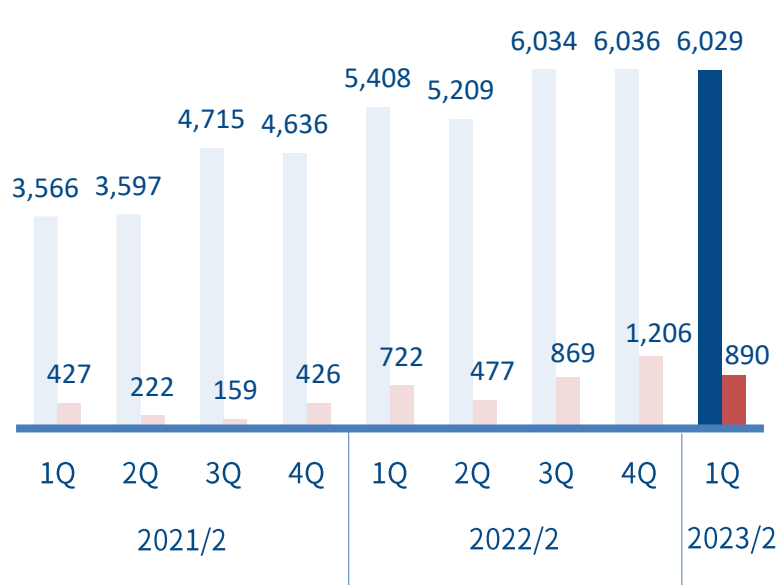
※リテナー契約：契約期間が3ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

PR・広告事業（地域別_国内 / 海外）

第1四半期は、コロナの影響を受けた海外事業では営業赤字になるも、国内事業が業績を大きく牽引
 第2四半期以降も、海外事業はコロナの影響が続くことが想定されるが、好調な国内事業の伸びで補う

【売上高（百万円）】 6,029百万円（国内） / 890百万円（海外）

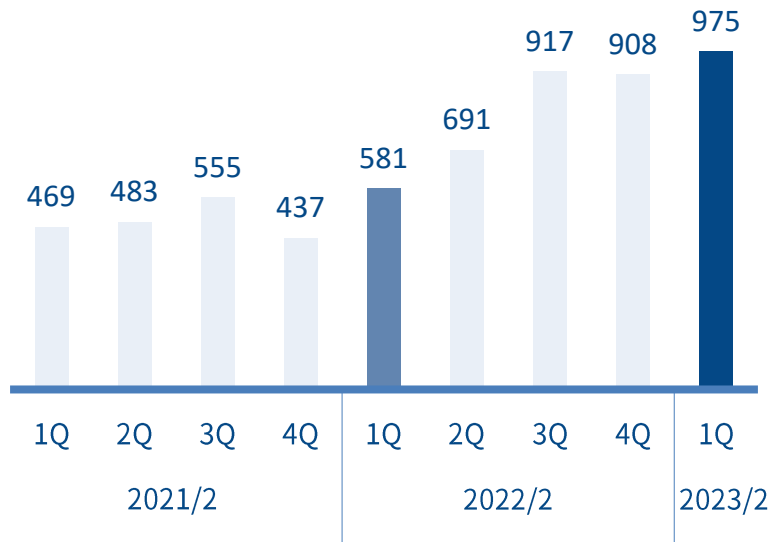
【営業利益（百万円）】 879百万円（国内） / △94百万円（海外）



広告事業（タクシーサイネージ等）

2023年2月期第1四半期は、企業の広告出稿意欲が継続して強く、**過去最高の売上高を更新**
2023年2月期第2四半期以降も、タクシーサイネージ等のサービス拡充を図り、売上高拡大を目指す

【売上高（百万円）】 975百万円（前年同期比**167.7%**）



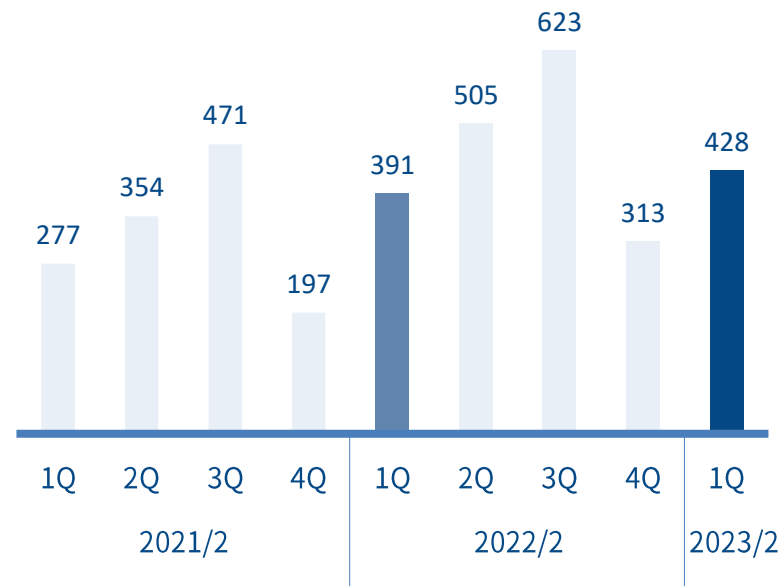
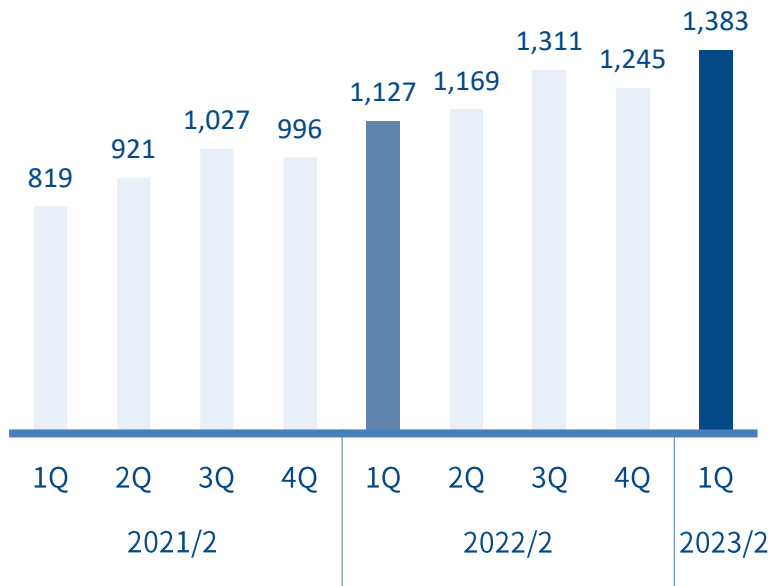
都内最大規模となる約12,500台の後部座席にサイネージを搭載
2022年10月から156%UPした大画面の新型サイネージを導入
ビジネスパーソンを中心とした都内タクシーの利用者の約45%
をカバーし、月間約820万人に動画広告やコンテンツを配信

プレスリリース配信事業（四半期推移）

2023年2月期第1四半期は、利用企業社数が増加し、**過去最高の売上高、第1四半期で過去最高の営業利益を更新**
2023年2月期第2四半期以降は、「PR TIMES」をはじめ新規事業の拡大に向け、先行投資を実施していく見込み

【売上高（百万円）】 1,383百万円（前年同期比**122.7%**）

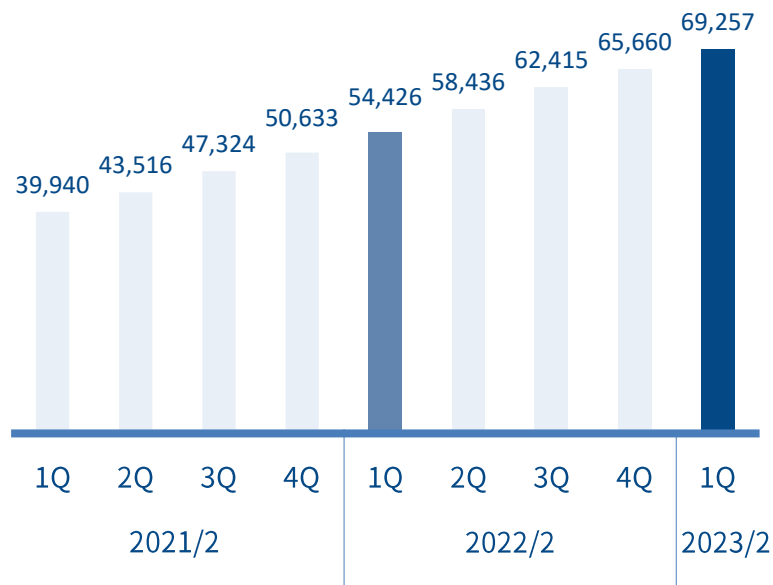
【営業利益（百万円）】 428百万円（前年同期比**109.3%**）



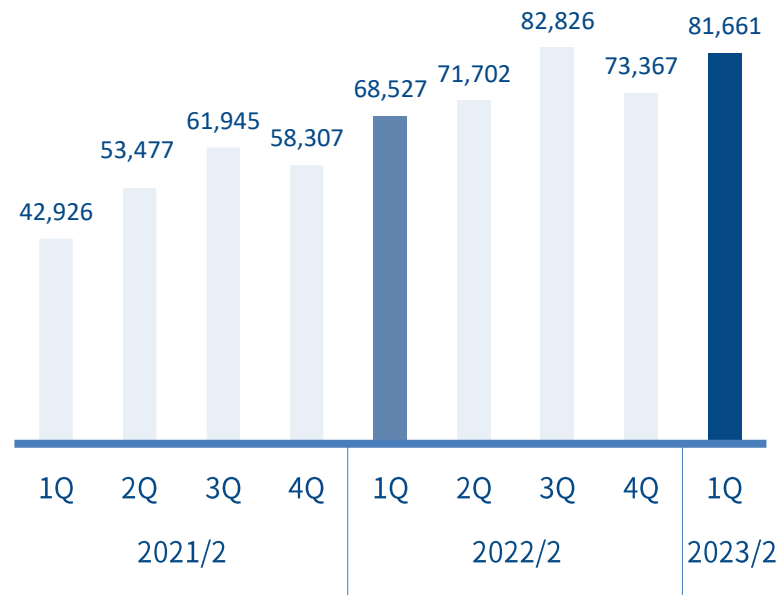
利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第1四半期の利用企業社数は、前第4四半期から3,597社、年間では14,831社増加し、69,257社に
第1四半期のプレスリリース配信数は、前第4四半期から8,294件、年間では13,134件増加し、81,661件

【利用企業社数（社）】 69,257社（前年同期比127.2%）



【プレスリリース配信数（件）】 81,661件（前年同期比119.2%）



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69,000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



チーム後も新しい仕掛けで働きさせない。「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コーナー



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」

2018年8月29日
東証1部市場変更

300媒体以上掲載！



利用企業社数
69,000社
2022年5月

65,000社
2022年2月

50,000社
2021年2月

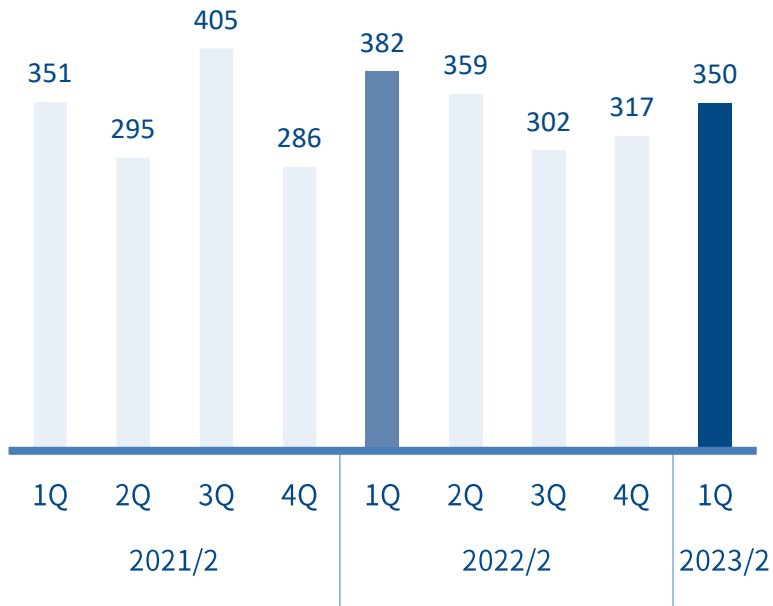
36,000社
2020年2月

28,000社
2019年2月

ビデオリリース配信事業（四半期推移）

2023年2月期第1四半期は、顧客数拡大を優先したため大型案件の受注が一時的に減少し、営業赤字に
2023年2月期第2四半期以降は、顧客数拡大に加えて大型案件の受注増加を図り、通期黒字化を目指す

【売上高（百万円）】 350百万円（前年同期比91.8%）



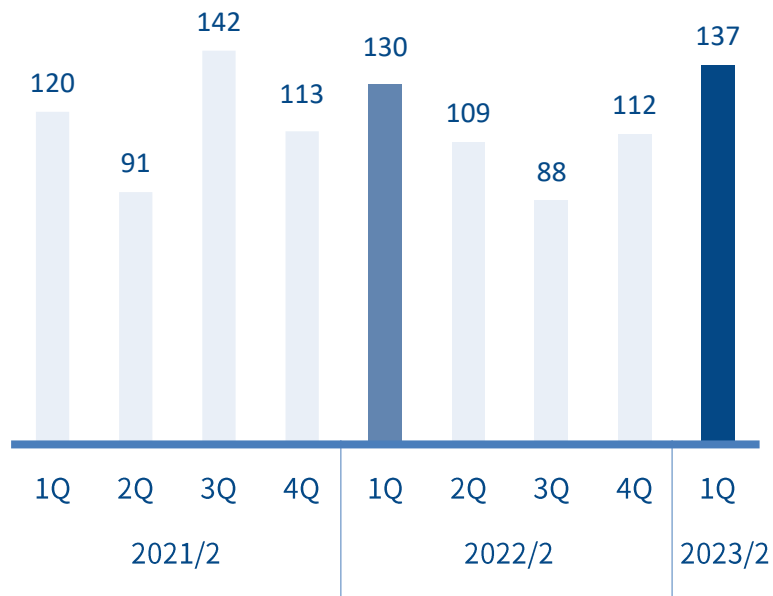
【営業利益（百万円）】 △12百万円（前年同期比27百万円減）



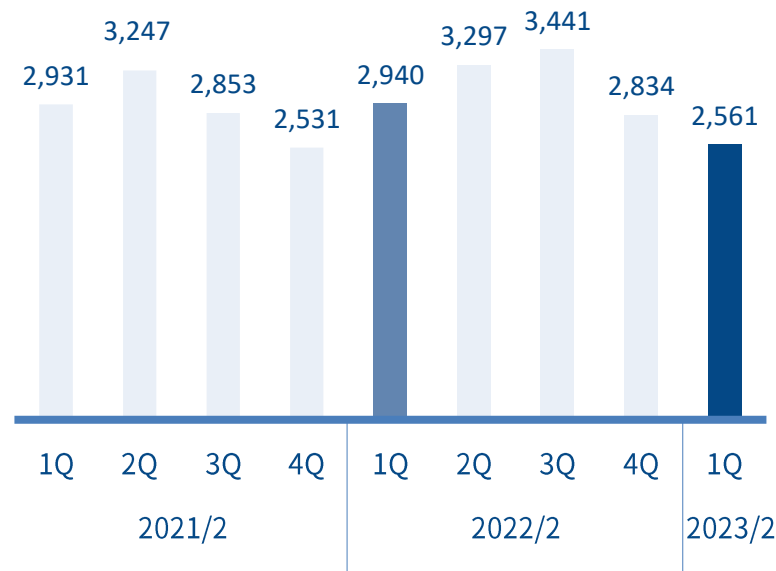
ビデオリリース配信数と平均配信単価の推移

第1四半期のビデオリリース配信数は、顧客数拡大を図ったことで、前第1四半期から増加し前年越え
第1四半期の平均配信単価は、大型案件の受注数が一時的に減少したことから、前年比では379千円減少

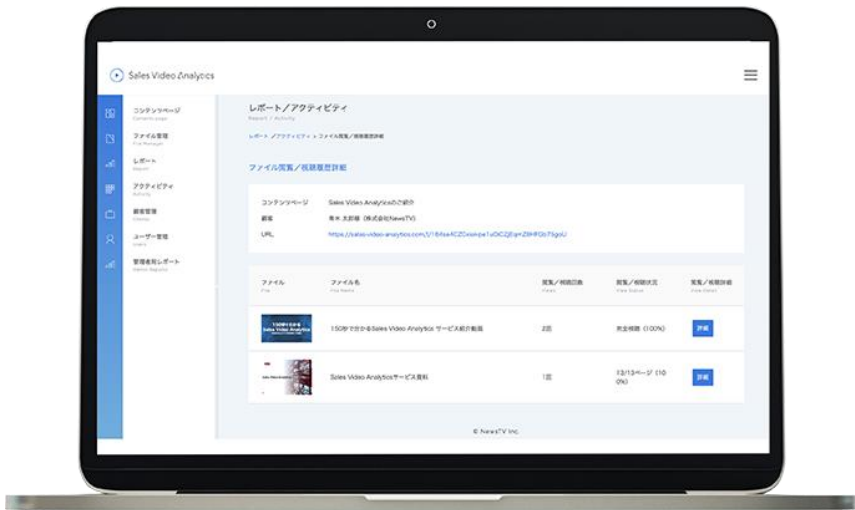
【ビデオリリース配信数（本）】 137本（前年同期比105.4%）



【平均配信単価（千円）】 2,561千円（前年同期比87.1%）



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

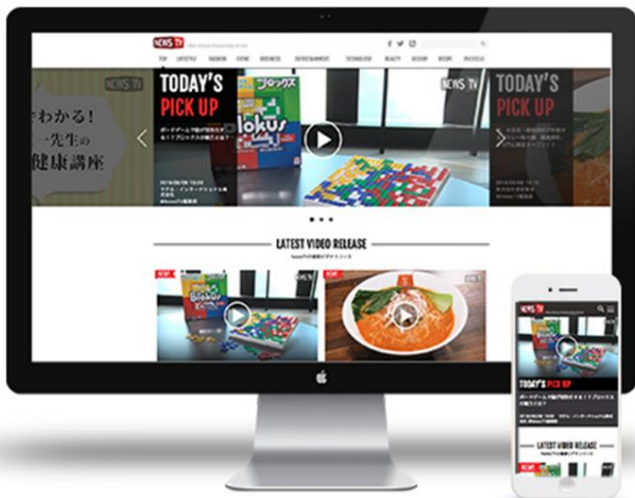


ビデオリリース事業の今後の見通し

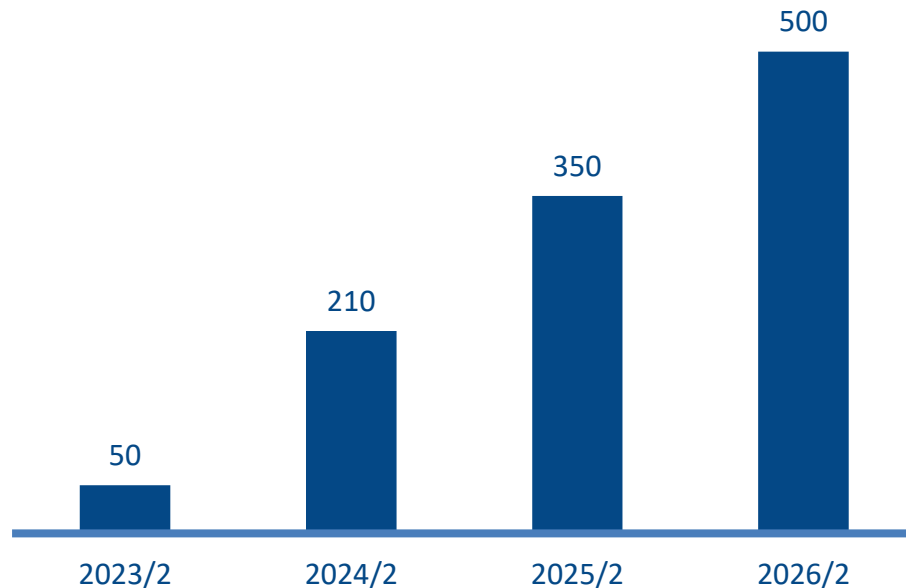
営業人員の育成により顧客ニーズを引き出す提案力を強化し、顧客基盤の拡大および平均配信単価の向上を図る
2026年2月期の営業利益においては、ビデオリリースに加え、Sales Video Analyticsを拡大し、500百万円を目指す

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）】



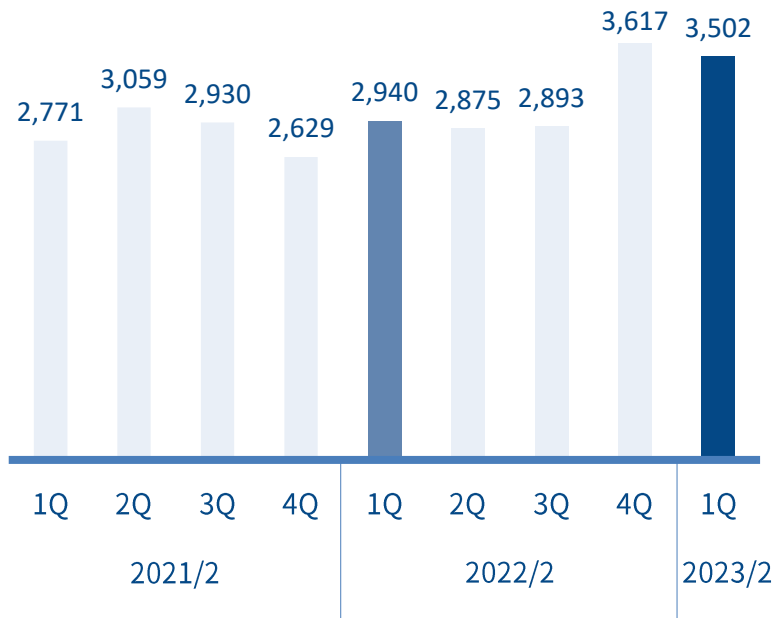
2015年サービス開始から累計3,500本以上の制作・配信実績



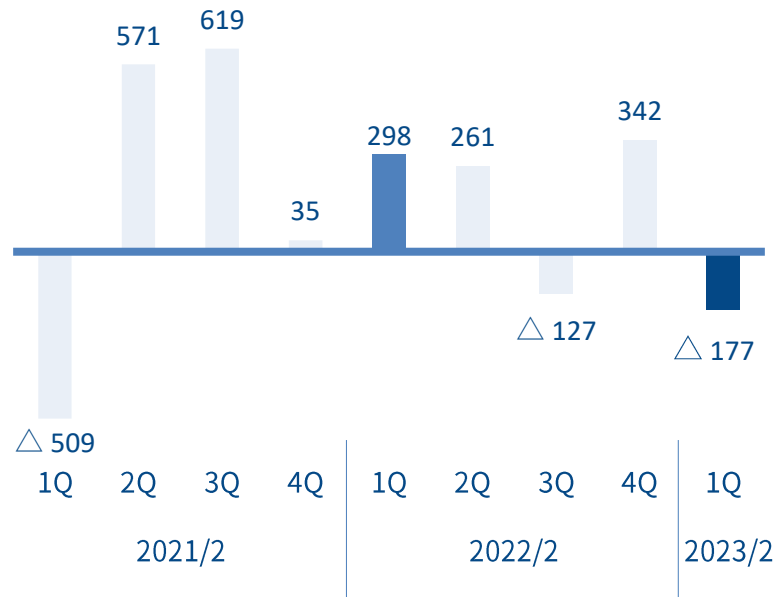
ダイレクトマーケティング事業（四半期推移）

2023年2月期第1四半期は、計画通り戦略的に広告投下をしたことから、**第1四半期で過去最高の売上高を更新**
2023年2月期第2四半期も、継続して広告投下を実施する見込みだが、**通期目標の835百万円は達成する見込み**

【売上高（百万円）】 3,502百万円（前年同期比119.1%）



【営業利益（百万円）】 △177百万円（前年同期比476百万円減）



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**1,019万個を突破**

The screenshot shows the Vitabrid C12 website interface. At the top, there are navigation tabs for '頭皮用 (HAIR)', '美顔用 (FACE)', '注目製品 (PICK UP)', 'よくあるご質問', and 'マイページ'. Below the navigation is a video player showing a man in a suit interacting with a woman in a floral dress. Underneath the video is a '最新情報' (Latest News) section with five articles, each featuring a product image and a date.



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

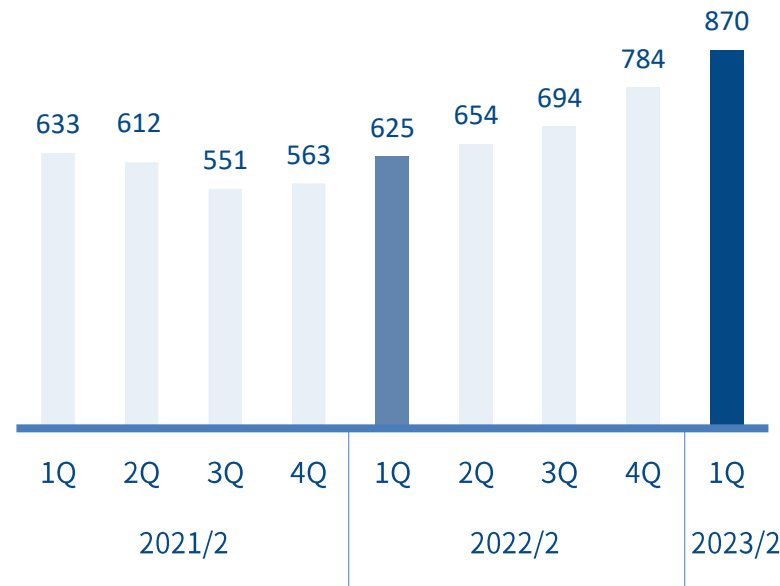
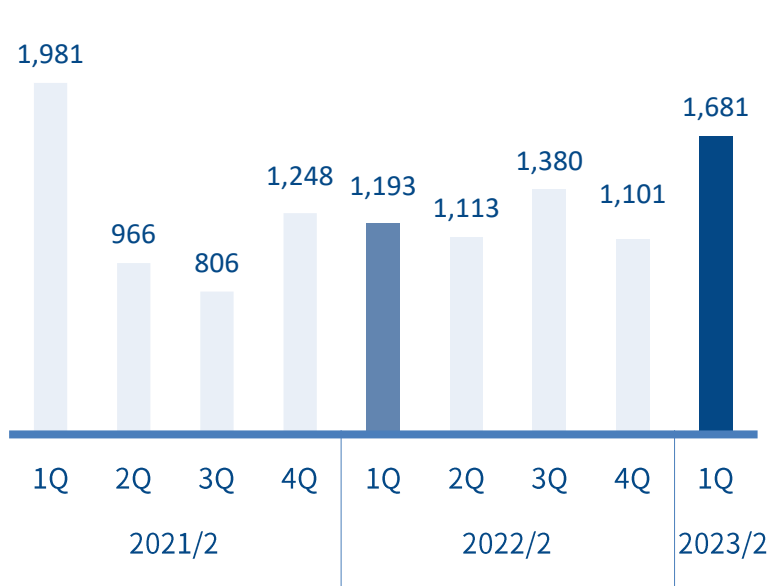


広告宣伝費と販売個数の推移

第1四半期の広告宣伝費は、前第1四半期と比べ、積極的に広告投下したため大きく増加
第1四半期の販売個数は、**ターミナリアファーストの販売が好調に推移**したことで大きく増加

【広告宣伝費（百万円）】 1,681百万円（前年同期比140.9%）

【販売個数（千個）】 870千個（前年同期比139.1%）

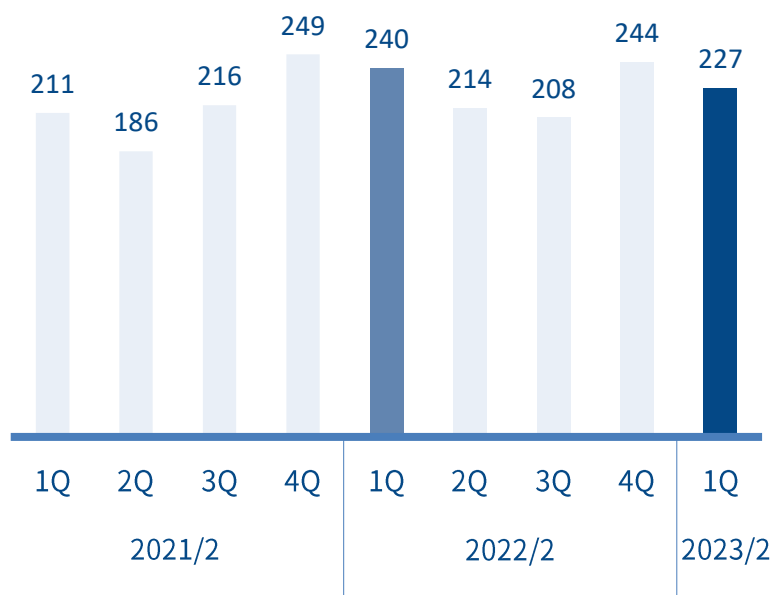


※広告宣伝費および販売個数はヒタブリッドジャパンのみ

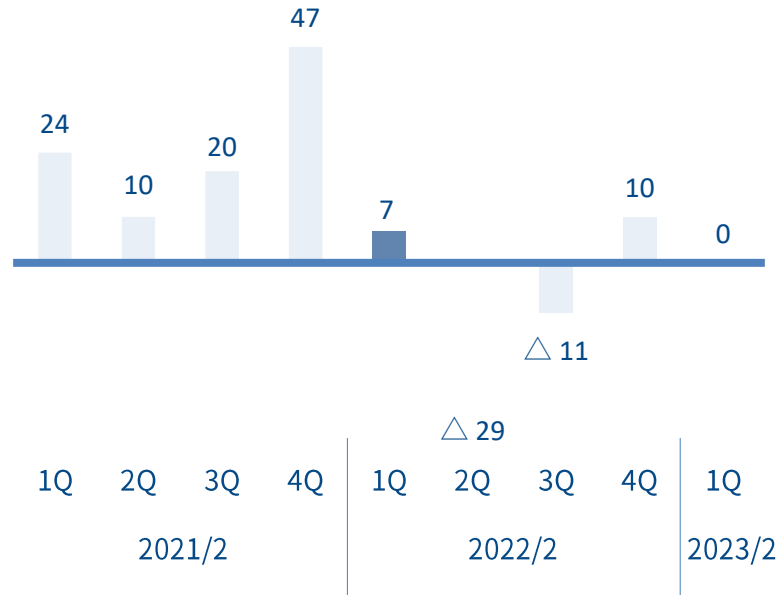
メディアCMS事業（四半期推移）

2023年2月期第1四半期は、オウンドメディアの販売強化に向け、新規タイアップ案件を抑制しながらも黒字確保
2023年2月期第2四半期以降は、営業体制の強化を図ったオウンドメディアを中心に販売し、通期黒字化を目指す

【売上高（百万円）】 227百万円（前年同期比94.3%）



【営業利益（百万円）】 0百万円（前年同期比4.8%）

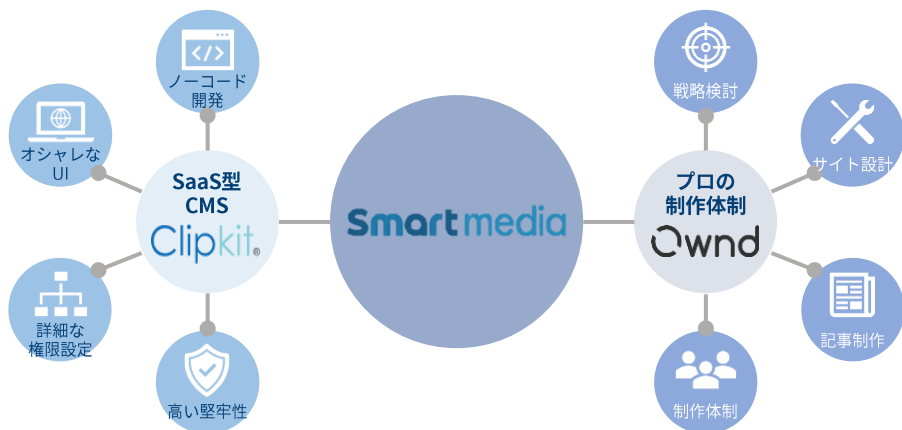


※当第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「メディア事業」より「メディアCMS事業」に変更しております

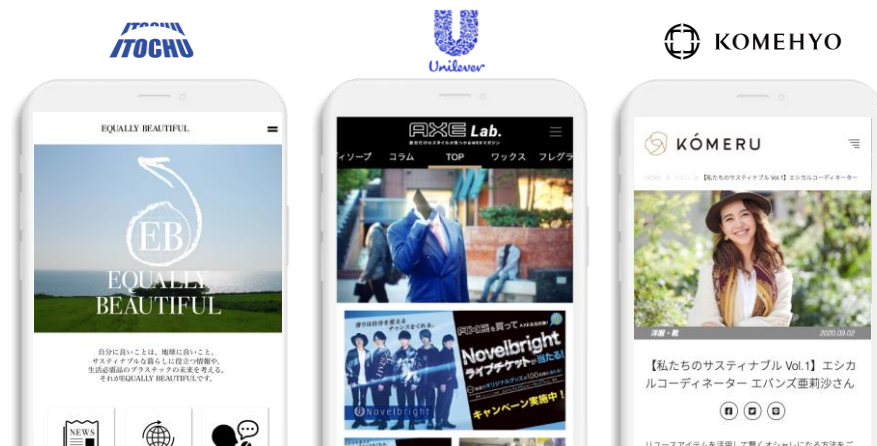
今後の事業方針

ノウハウを活かしたオウンドメディアの獲得に注力する方針に切り替え、企業のコンテンツマーケティングを支援
オウンドメディアの獲得に加え、CMSも併せて販売することでストック収益を積み上げ、より強固な収益基盤を構築

オウンドメディア支援サービス



オウンドメディア制作事例



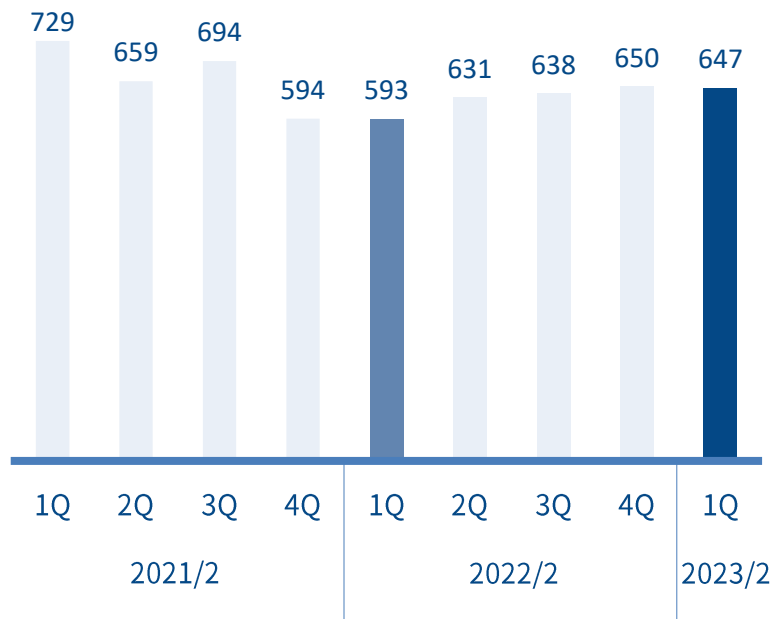
企業のニーズが強いオウンドメディアの獲得に注力することで
オウンドメディアの作成に必要なCMSも併せて販売する方針

メディア運営で培ったノウハウを活かし、オウンドメディアの
制作から運用まで、企業のコンテンツマーケティングを支援

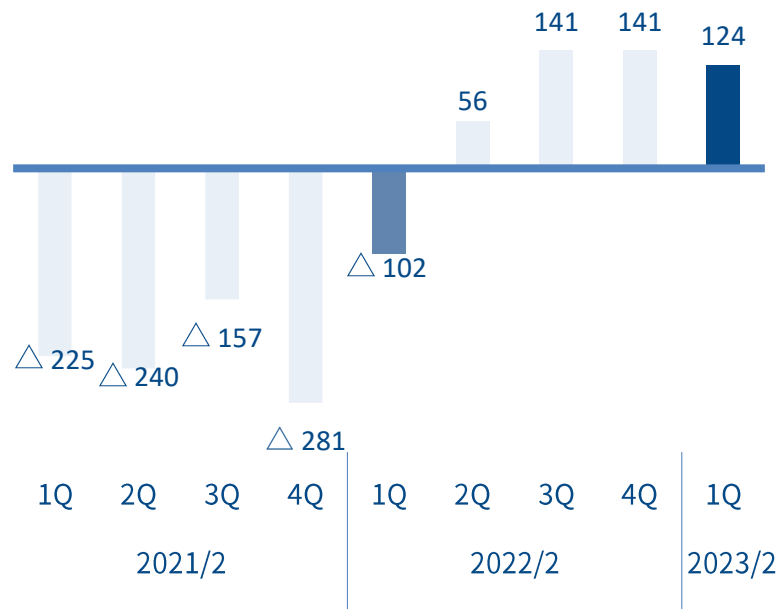
HR事業（四半期推移）

2023年2月期第1四半期は、リード獲得のための広告費および機能強化に向けた開発費を投じながらも、営業利益を確保
2023年2月期第2四半期以降も、広告費および開発費などの成長投資を実施しながら、通期で営業利益350百万円を目指す

【売上高（百万円）】 647百万円（前年同期比109.1%）



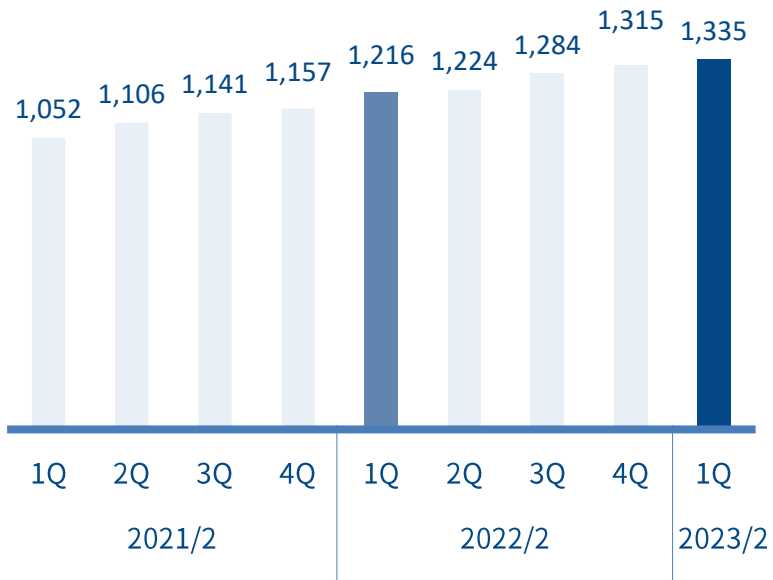
【営業利益（百万円）】 124百万円（前年同期比227百万円増）



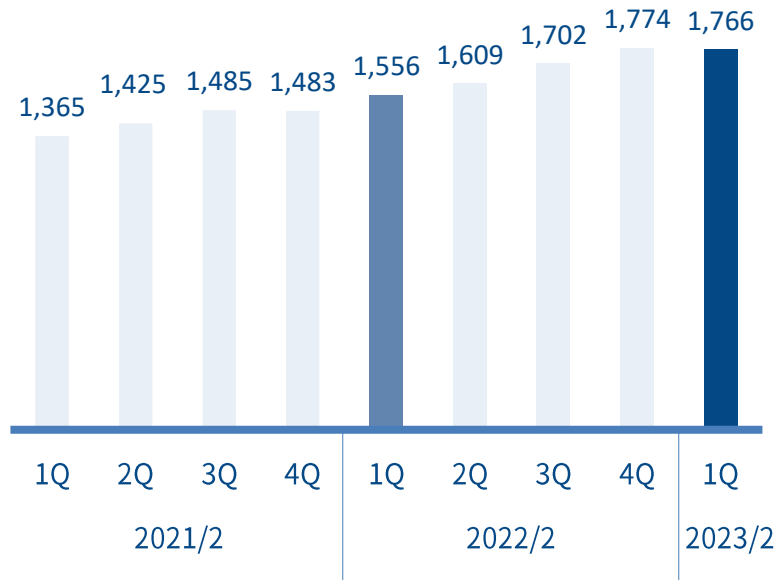
利用企業社数とARRの推移

第1四半期の利用企業社数は、クラウド利用企業社数が前第4四半期から増加したことで、1,335社に
第1四半期のARRは、運用コンサル利用企業社数が前第4四半期から減少したことで、1,766百万円に

【利用企業社数（社）】 1,335社（前年同期比109.8%）



【ARR（百万円）】 1,766百万円（前年同期比113.5%）



※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

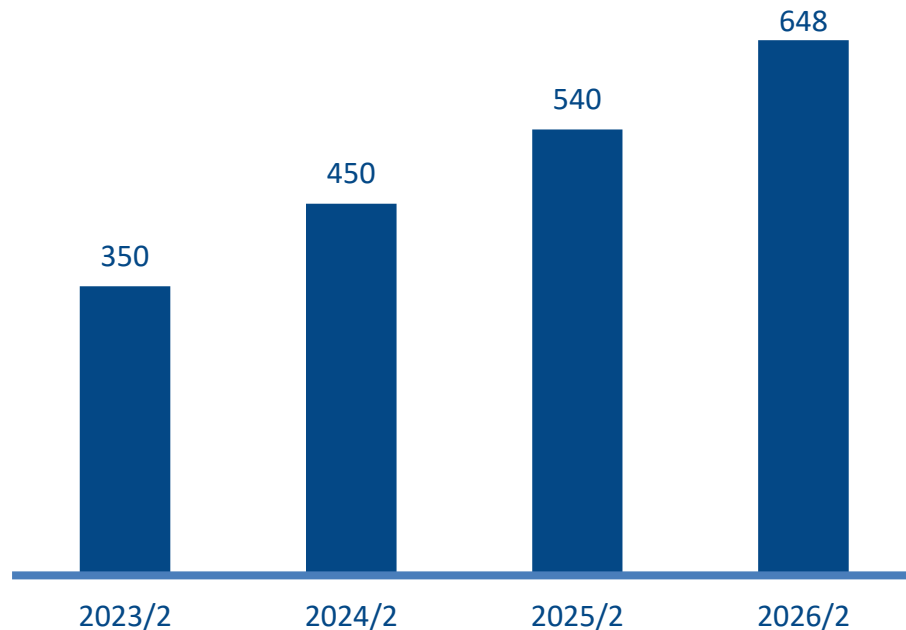
SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、648百万円まで拡大予定

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

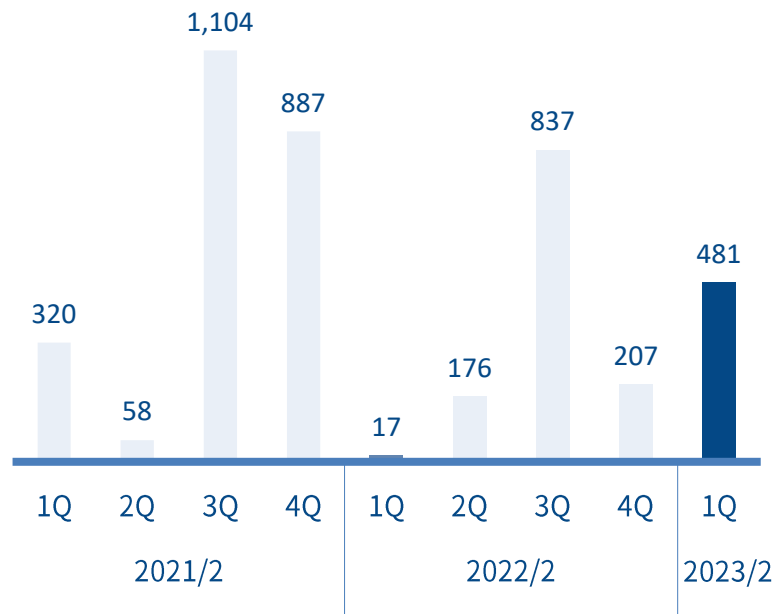
【営業利益（百万円）】



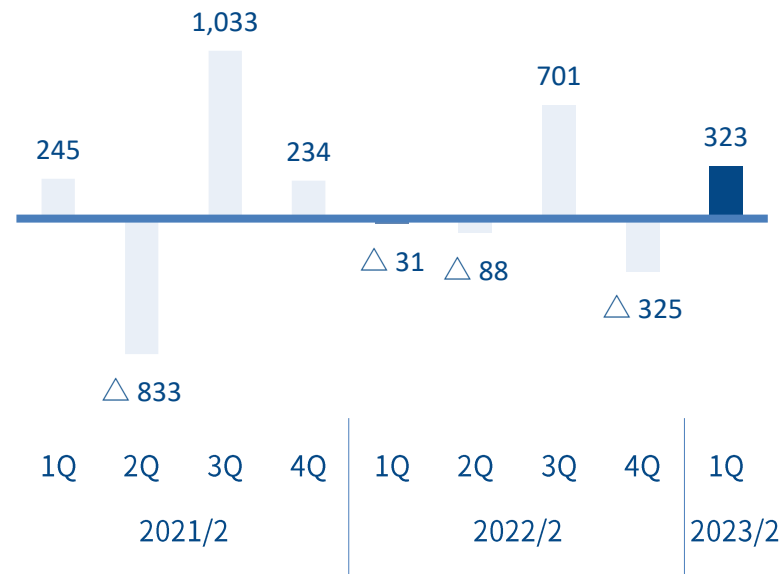
投資事業（四半期推移）

2023年2月期第1四半期は、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、大幅な増収増益に
2023年2月期第2四半期以降も、市場動向を踏まえた保有株式の売却や投資先の状況を踏まえた評価減を見込む

【売上高（百万円）】 481百万円（前年同期比464百万円増）



【営業利益（百万円）】 323百万円（前年同期比354百万円増）



※当第1四半期連結会計期間より、投資の事業化に伴う会計処理の変更およびセグメントの名称を「ファンド事業」より「投資事業」に変更しております

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

出資と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

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

連結損益計算書

(単位：百万円)	2022年2月期 第1四半期	2023年2月期 第1四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	11,144	13,132	+1,988	117.8%
売上総利益	7,050	8,726	+1,675	123.8%
E B I T D A	1,315	1,668	+352	126.8%
営業利益	1,131	1,477	+345	130.6%
経常利益	1,155	1,487	+331	128.7%
税金等調整前 四半期純利益	1,189	1,484	+295	124.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	443	836	+393	188.8%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2022年2月期末	2023年2月期 第1四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	31,575	31,477	△98	99.7%
現預金	13,522	12,497	△1,025	92.4%
のれん	354	270	△83	76.5%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	5,363	5,597	+233	104.4%
その他	12,335	13,111	+776	106.3%
負 債 合 計	15,397	15,118	△279	98.2%
借入金+社債	5,717	5,655	△62	98.9%
その他	9,679	9,463	△216	97.8%
純 資 産	16,178	16,358	+180	101.1%

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

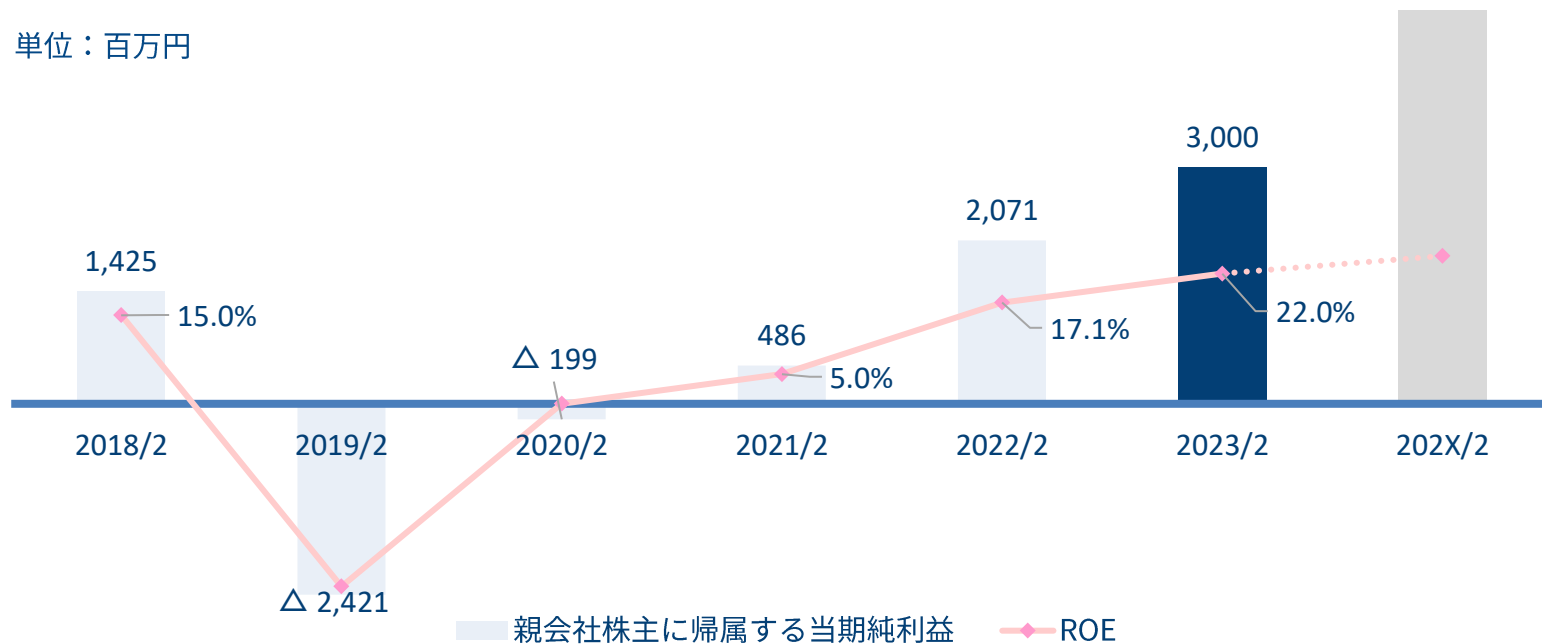
- **2026年2月期は、EBITDA10,660百万円、営業利益10,000百万円を計画**しております
- EBITDAおよび営業利益は、いずれも株式報酬費用を含めない計画数値となります
- ROEにつきましては、**22%**を目標として継続的な改善を目指してまいります
- 当社の配当方針につきましては、**連結配当性向30%**を目安に株主の皆様へ還元しております

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

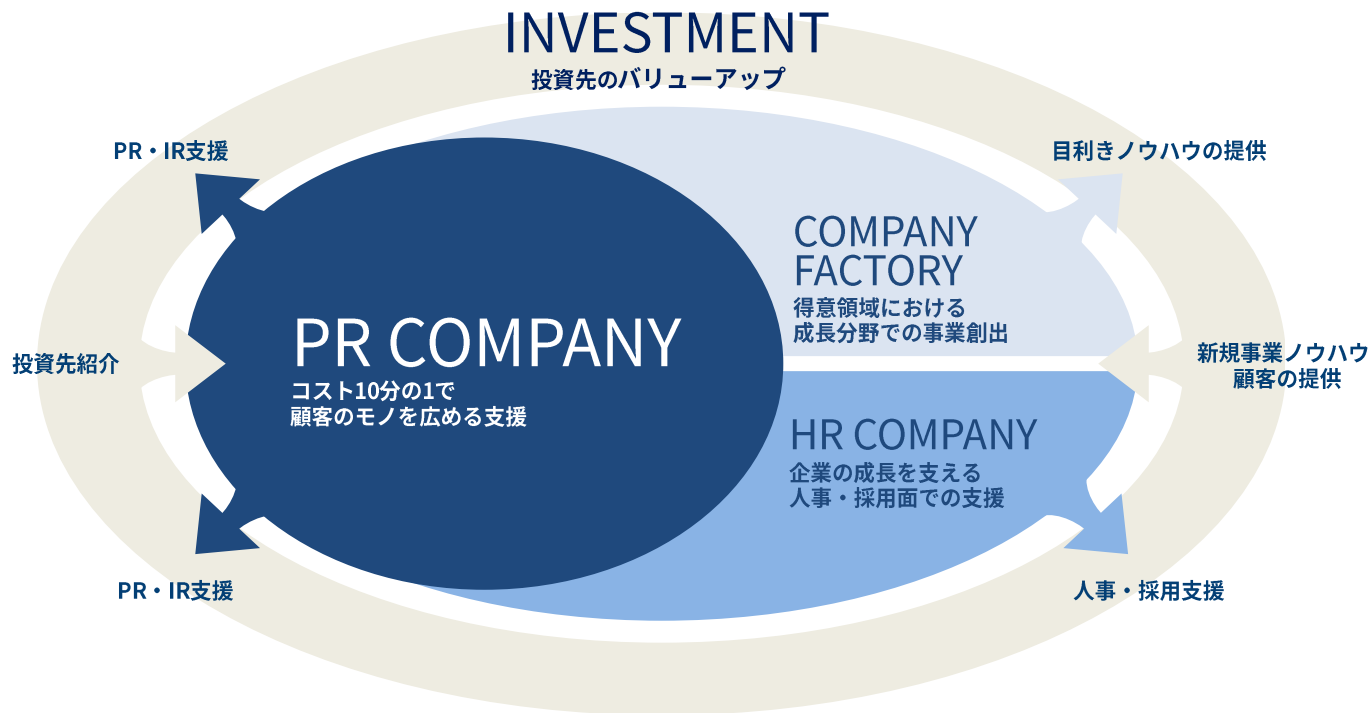
新たな経営指標とするROEは、**22%**を目標として継続的な改善をしていく方針

単位：百万円



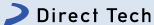











ベクトルグループ事業構想図

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>Vitabrid C¹² Vitabrid Japan</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>あしたのチーム</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>vector ANTIL </p> <p>vector Platinum </p> <p>vector INITIAL </p> <p>vector SIGNAL </p> <p>PRTIMES</p> <p>Smartmedia</p> <p>NT</p> <p>NEWS TV</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>MEDICAL TECHNOLOGIES INFLUENCER BANK</p> <p>PERFORMANCE TECHNOLOGIES CYBER SECURITY BANK</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> <p>JOBTV</p>	<p>vector </p> <p>100 capital</p>

經營戰略

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



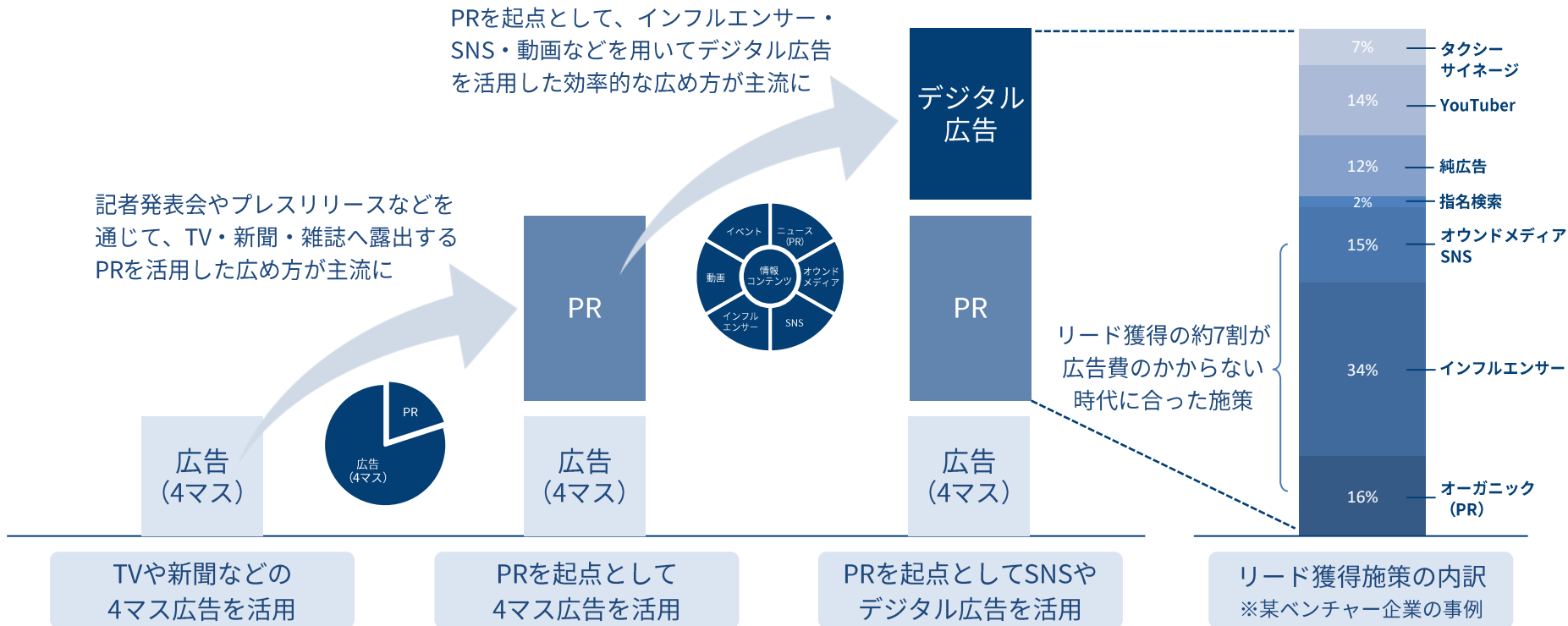
広告業界のFAST COMPANYへ ターゲットとなる広告市場は6兆円

広告業界のディスラプター

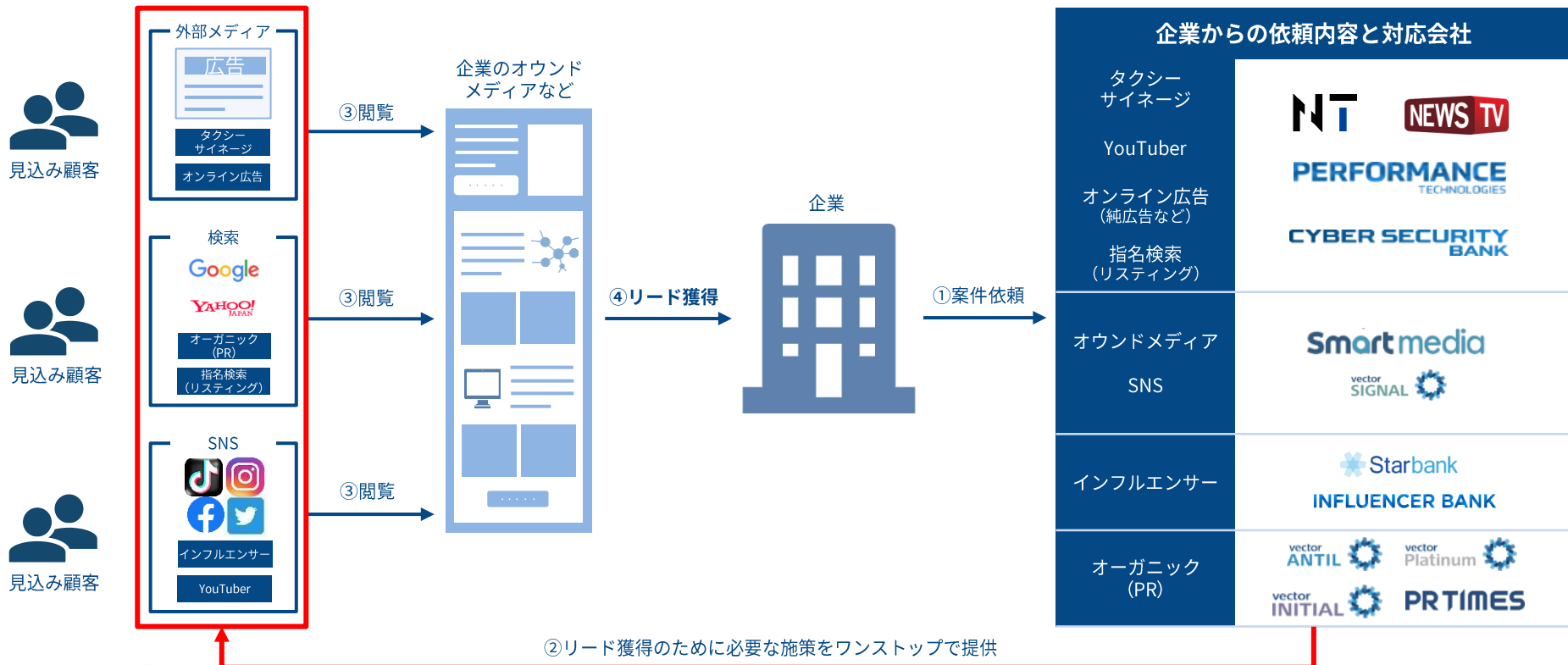
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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。

★ Starbank

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51%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 INFLUENCER BANK</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 CLOUD</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 image shows a man in a suit and glasses pointing at a large screen displaying various advertising and PR case studies. The screen is filled with text and images, including the Hilomel logo and navigation links. The main headline is in large white characters, and there is a smaller inset image of the man in the bottom right corner.

**広告・PR施策を
成功事例から選んで
発注できる！**

「ヒロメル」では 認知度や集客力をアップさせる施策を
様々な“成功事例”“予算”“業種”などから選べ、
その事例を手がけた担当者に発注いただけます。

<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



問い合わせ件数の増加など、具体的な成功事例のポイントを担当者が動画で共有

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
採用一括かんりくん

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訳	
費用イメージ	¥50,000,000~ 一ヶ月
目的	タクシー 広告成功事例、顧客・リード獲得成功事例
費用内訳	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)	

問い合わせ

シェアする



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

Why
ヒロメル

選ばれる理由

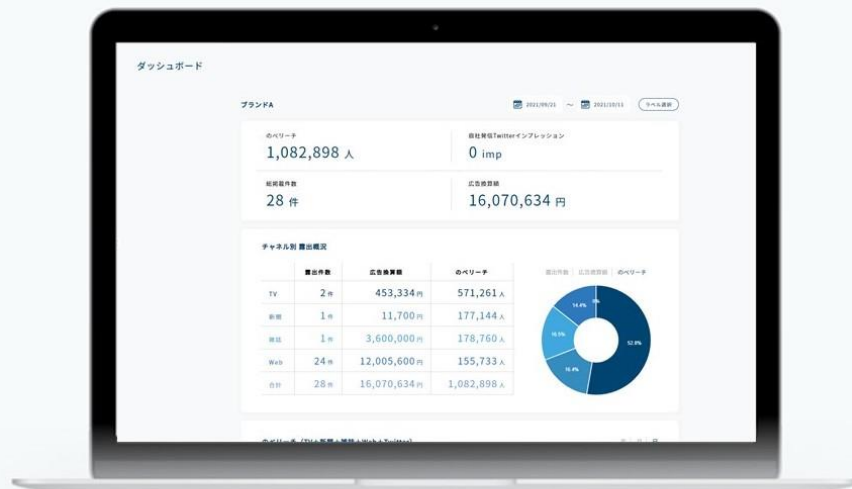
PR業界NO.1「ベクトルグループ」のサービスを中心に
認知・集客・売上アップに成功した広告・PRの事例からメニューを選び、
最適な方法に、最短でたどりつけるから。

広告・PRの成功事例が豊富に揃った「ヒロメル」では、
問い合わせが殺到した、売上が数倍になった、認知拡大の成功事例を様々な目的・業種から選べるので、
あなたのビジネスに合った方法をスムーズに見つけていただけます。

テレビCM	ラジオCM	雑誌CM	Web	SNS	動画	PR
ネット広告	イベント	WEB / SMS広告	ライブ配信・コマース	インフルエンサーバンク (Influencer Bank)	有名人 / KOL	CM
スポンサー	WEB / SNS広告	SNS運用	記事型オウンドメディア	動画型オウンドメディア (カンパニーTV)	WEB / LP制作	CM
記事型オウンドメディア	動画型オウンドメディア (カンパニーTV)	CM	Q / ロゴデザイン制作	マーケティング戦略 / 分析		

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

TALENT BANK

ホーム サービス概要 参加アンバサダー お知らせ お問い合わせ

有名タレントや著名人の起用をカジュアルに

TALENT BANK

TALENT BANK
サブスク会員
登録受付中

申し込みはこちら

SCROLL DOWN

<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

ベンチャー投資による顧客拡大

ベンチャー企業の増加を踏まえ、出資とPR・IR支援でバックアップするベンチャー投資を加速
主要クライアントである大企業だけでなく、ベンチャー企業もカバーすることで顧客層を拡大



認知向上



露出実績



大企業をはじめとする社外からの
案件依頼が増加

時代に適した
モノの広め方を
いち早くサポート



大企業

大企業からベンチャーまで
幅広い顧客を囲い込み



ベンチャー

ベンチャー企業から
の出資およびPR・
IR支援の依頼が増加

出資とPR・IR支援を
セットで提供



IPOの実現



IPO実績



大企業はもちろん、ベンチャーがモノを
広めるために必要なサービスを完備

JOBTV進捗状況

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！

「JOBTV」のイメージキャラクターに藤森慎吾さんを起用



学生への普及活動やテレビなどへのメディア露出の効果により、学生登録者数は6万人を突破

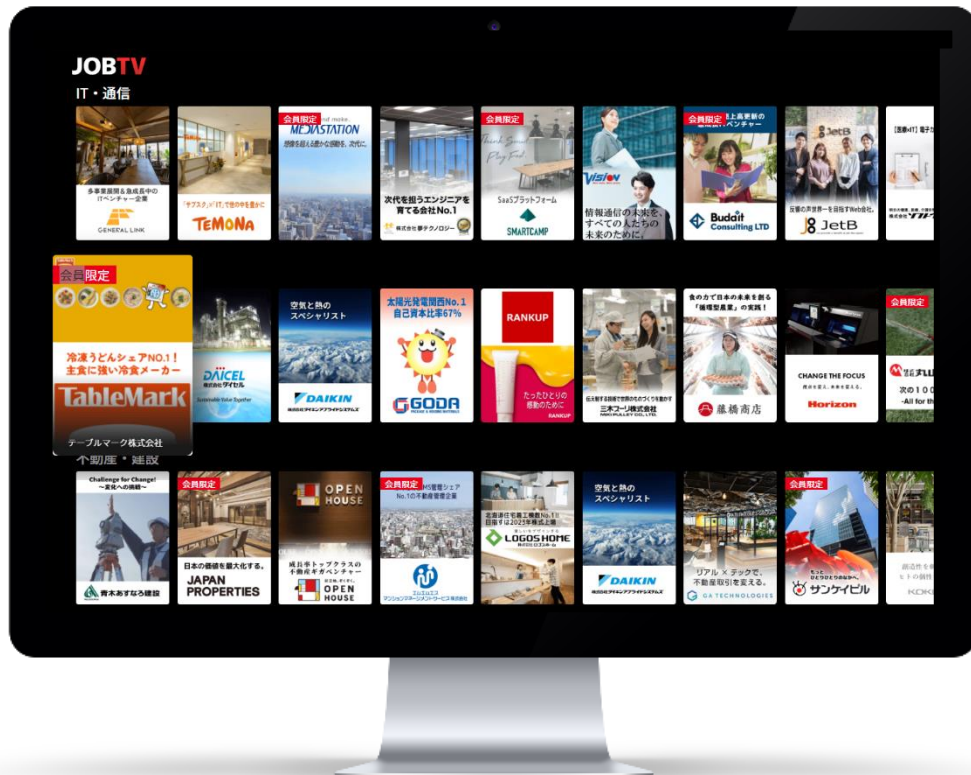


PRのノウハウを活かし、テレビなどへのメディア露出を拡大



就活生に対して、“履歴動画”の撮影方法やコツをレクチャー

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。