

株式会社ベクトル

2023年2月期  
決算説明資料



2023年4月14日

# 目次

1. 通期決算
2. 2024年2月期業績予想
3. 中期利益計画
4. 経営戦略

# 通期決算

---

## (参考) 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



売上高

552.2億円

(前年同期比 114.8%)

売上  
総利益

351.4億円

(前年同期比 118.9%)

EBITDA※

70.1億円

(前年同期比 116.6%)

営業  
利益

62.7億円

(前年同期比 122.4%)

経常  
利益

66.2億円

(前年同期比 127.2%)

親会社株主に帰属する  
当期  
純利益

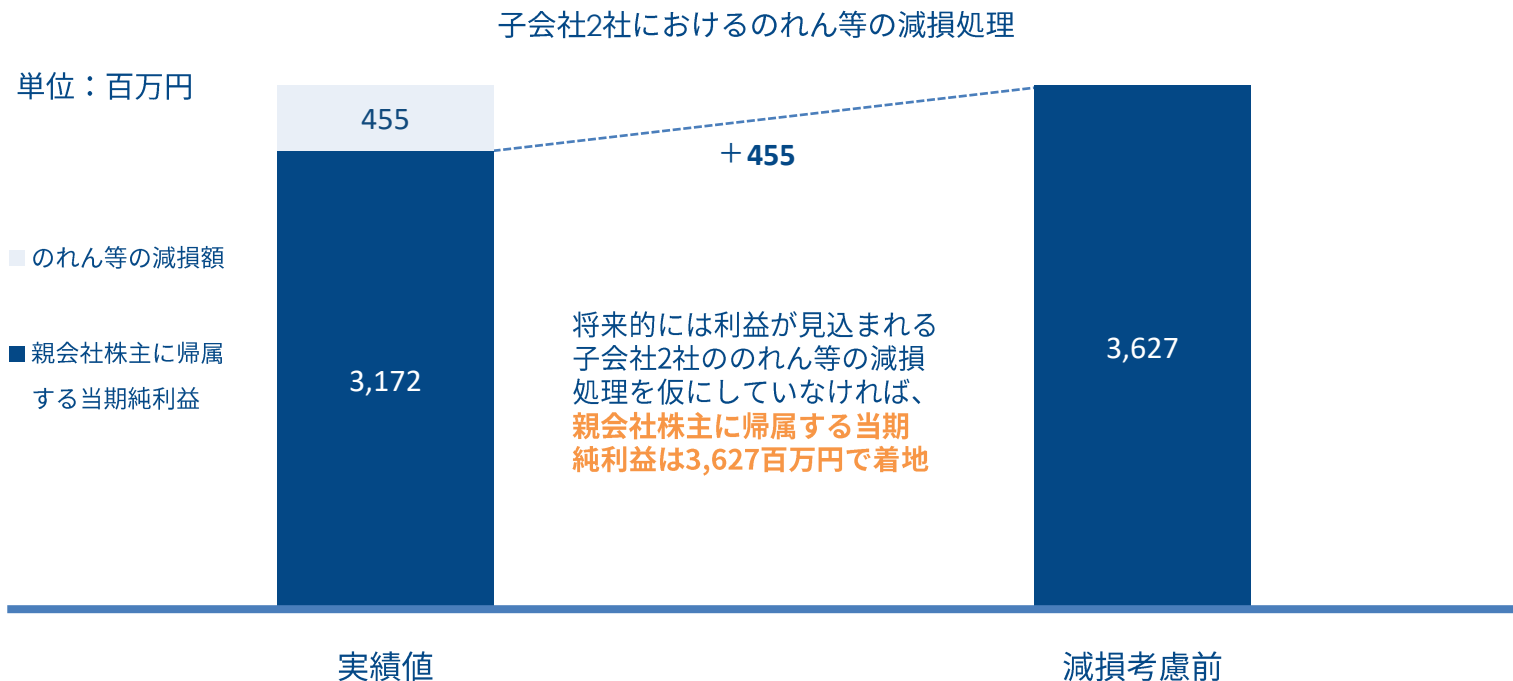
31.7億円

(前年同期比 153.1%)

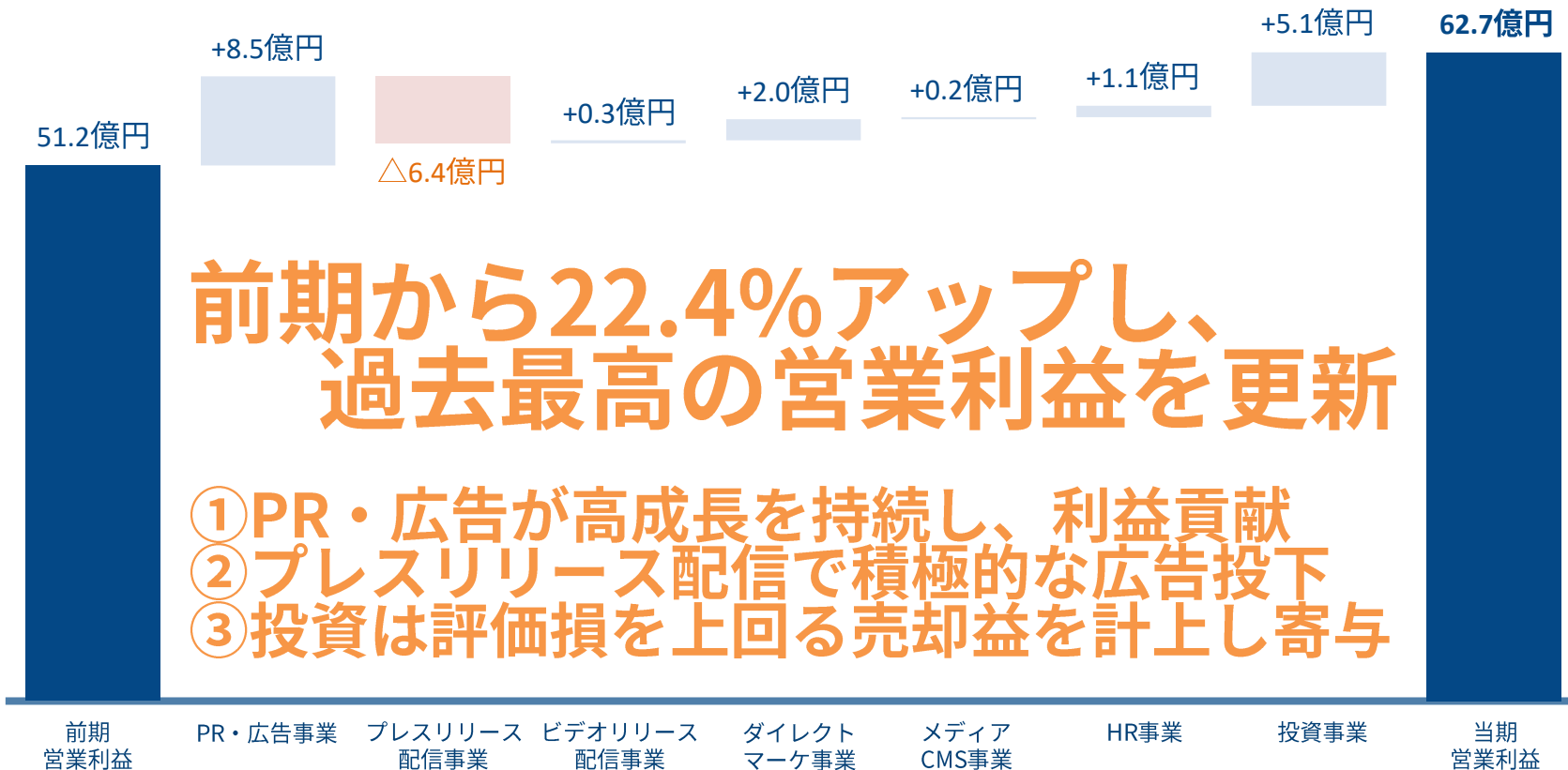
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

# 親会社株主に帰属する当期純利益の考え方

2023年2月期に連結子会社化したクラウドビューティおよびMasterVisionsにおいて将来的には利益貢献していく見込みであるが、保守的にのれん等の減損処理を実施



# 営業利益（前年同期比較）



前期から22.4%アップし、  
過去最高の営業利益を更新

- ① PR・広告が高成長を継続し、利益貢献
- ② プレスリリース配信で積極的な広告投下
- ③ 投資は評価損を上回る売却益を計上し寄与

## 連結業績

552.2億円

(前年同期比114.8%)

## PR・広告

295.1億円

(前年同期比113.7%)

## プレス リリース (PR TIMES)

57.0億円

(前年同期比117.5%)

## ビデオ リリース (NewsTV)

13.8億円

(前年同期比101.7%)

## 営業利益

62.7億円

(前年同期比122.4%)

29.8億円

(前年同期比140.4%)

11.9億円

(前年同期比64.9%)

△0.3億円

(前年同期比0.3億円増)

## 2023年2月期事業概要

- ・売上高、営業利益ともに過去最高更新
- ・主力のPR・広告が業績を大きく牽引
- ・プレスリリースは積極的な広告投下により営業利益が計画を下回る結果に
- ・ビデオリリース以外はすべて黒字着地

- ・国内PRとタクシーサイネージが通年を通し好調を維持、営業利益は過去最高
- ・デジタル広告事業を中心にM&Aを実施
- ・「JOBTV転職」の立ち上がりは順調

- ・過去最高の売上高を更新
- ・利用企業社数が79,000社を突破
- ・利用企業社数増加を図るためTVCM等の実施により利益計画を下回る結果に

- ・営業施策が寄与し、営業赤字が縮小
- ・営業人員を育成し、リード獲得に注力
- ・Sales Video Analyticsは堅調に推移
- ・今後の成長を見据え、組織体制を整備

ダイレクト  
マーケティング

146.9億円

(前年同期比119.2%)

営業利益

9.8億円

(前年同期比127.0%)

2023年2月期事業概要

- ・積極的かつ効果的な広告投下が寄与し過去最高の売上高・営業利益を更新
- ・ターミナリアファーストが好調を維持
- ・商品ラインナップの拡大に向けて準備

メディアCMS  
(スマートメディア)

9.5億円

(前年同期比105.3%)

0.0億円

(前年同期比0.2億円増)

- ・CMSの機能強化に向けた開発費など、攻めの投資をしながらも黒字で着地
- ・営業戦略を見直し、組織体制を強化
- ・オウンドメディアの販売は順調に推移

HR  
(あしたのチーム)

23.7億円

(前年同期比94.4%)

3.5億円

(前年同期比149.3%)

- ・ARRの減少に伴い、営業戦略を再構築
- ・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
- ・営業利益は目標達成し過去最高を更新

投資

16.0億円

(前年同期比129.3%)

7.7億円

(前年同期比303.2%)

- ・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、大幅な増益に
- ・有望なベンチャー企業に積極的に投資

## 通期業績予想に対する振り返り

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 (実績)	達成率
売上高	53,100	55,225	104.0%
営業利益	6,200	6,276	101.2%
経常利益	6,100	6,623	108.6%
親会社株主に 帰属する当期純利益	3,000	3,172	105.7%
参考：旧収益基準売上高	56,500	59,247	104.9%

2023年2月期においては、プレスリリース事業にてTVCMなどの広告投下により営業利益計画を下回る着地、新規事業「JOBTV」にて開発費や広告費等の先行投資がありつつも、**国内PRが好調に推移したことによりPR・広告事業が業績を牽引**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。

## セグメント別利益計画に対する振り返り

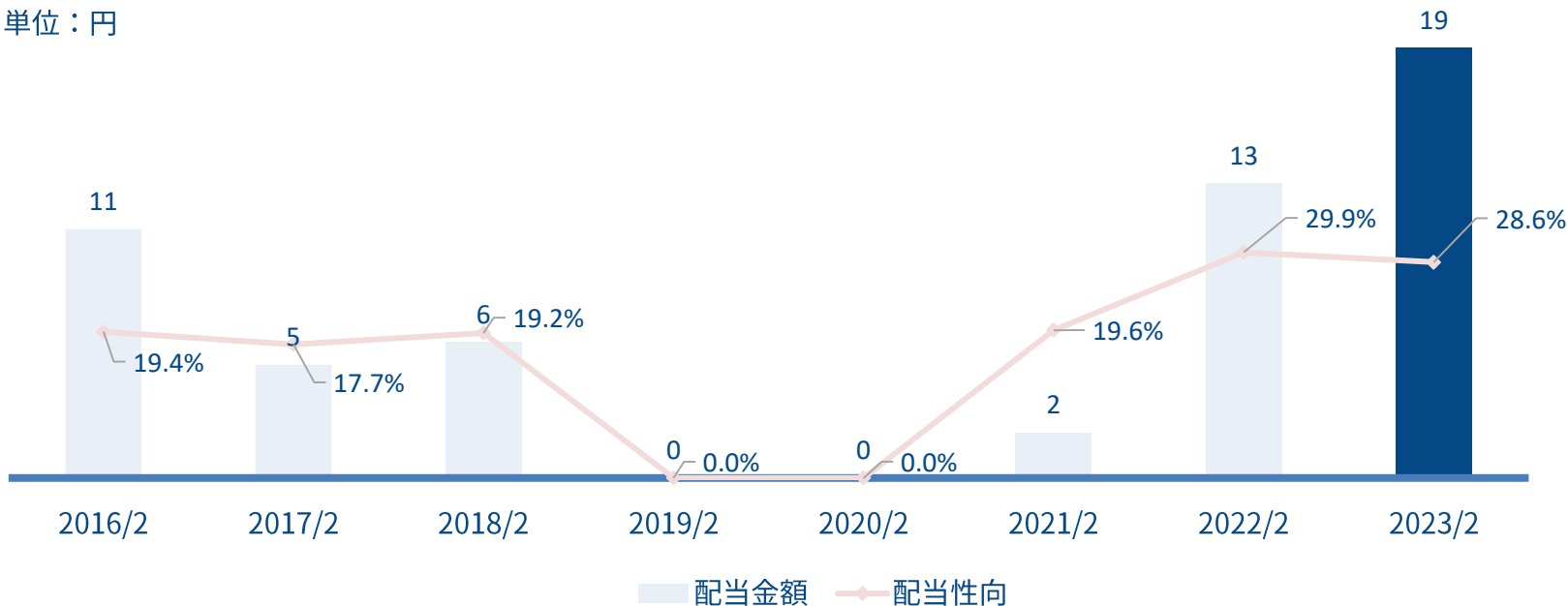
	セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2023年2月期 (計画)	2023年2月期 (実績)	達成率
営業利益	連結	6,200	6,276	101.2%
	PR・広告	2,634	2,984	113.3%
	プレスリリース	1,600	1,190	74.4%
	ビデオリリース	50	△34	—
	ダイレクトマーケ	835	984	117.9%
	メディアCMS	51	3	6.6%
	HR	350	352	100.8%
	投資	680	775	114.1%

プレスリリース、ビデオリリース、メディアCMS事業において、計画が未達成となりましたが、**主力のPR・広告事業が海外事業の赤字や新規事業「JOBTV」の先行投資を踏まえても大きく伸長したこと、ダイレクトマーケティングおよび投資事業が計画以上で着地したことで、通期業績予想を達成しました。**

# 株主還元施策（配当）

2023年2月期においては、期初計画を上回って着地したことで、株主の皆様へ**19円の配当**を実施  
2024年2月期以降も最終利益を確保する見通しから、**連結配当性向30%**を目安に継続的に配当を予定

単位：円

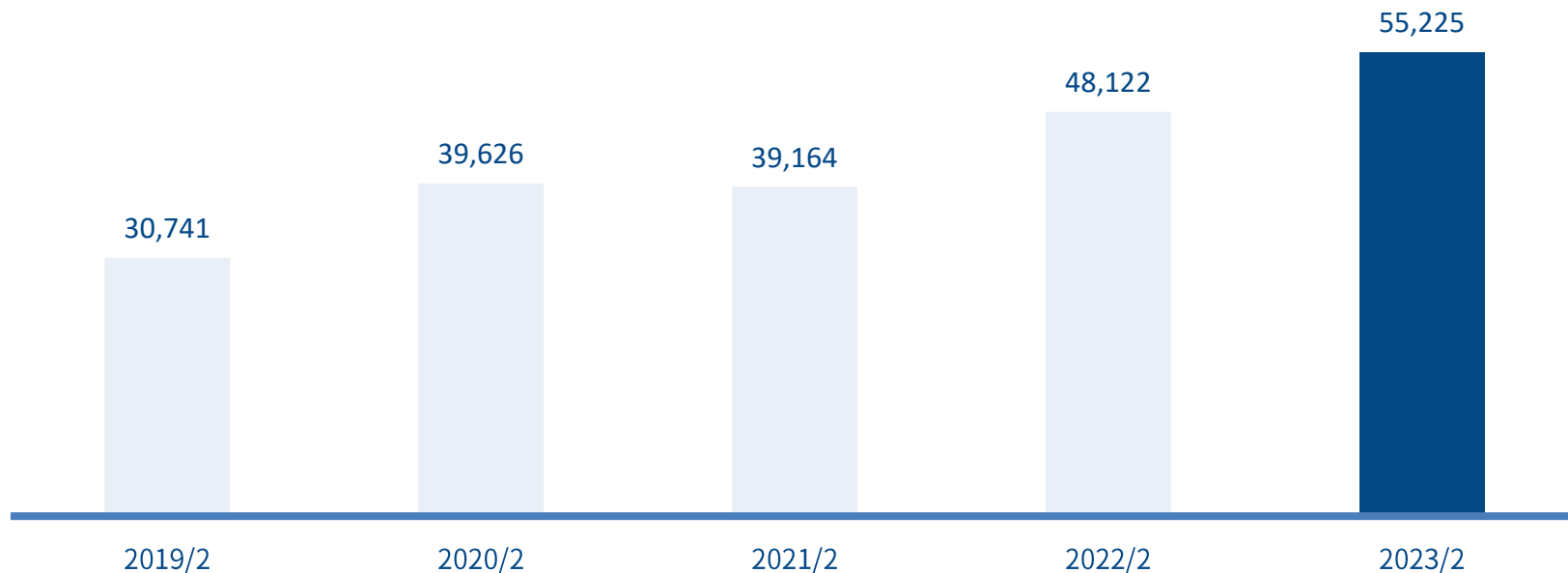




## 連結売上高推移（年度推移）

2023年2月期の連結売上高は、**過去最高**の55,225百万円（前年同期比**114.8%**）

単位：百万円

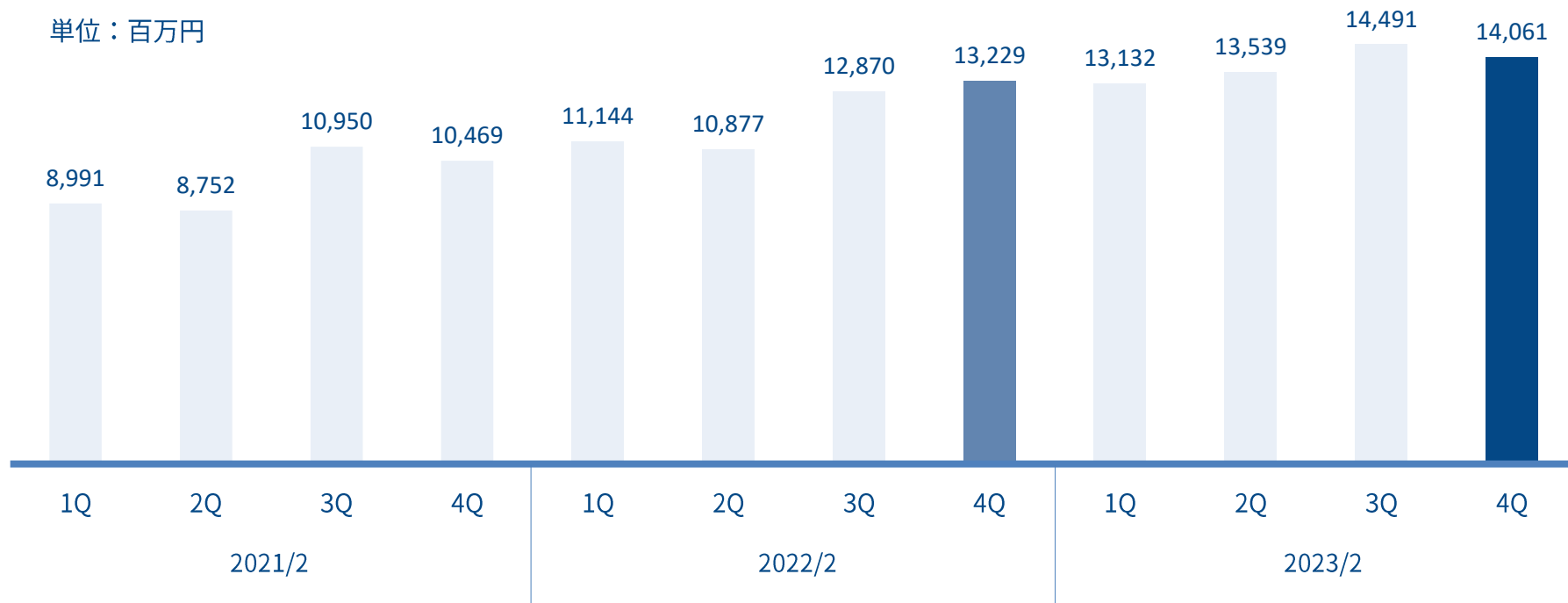


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
2023年2月期影響額4,022百万円（影響額を考慮した前年同期比**123.1%**）

# 連結売上高推移（四半期推移）

2023年2月期第4四半期の連結売上高は、**第4四半期としては過去最高の14,061百万円**（前年同期比**106.3%**）

単位：百万円

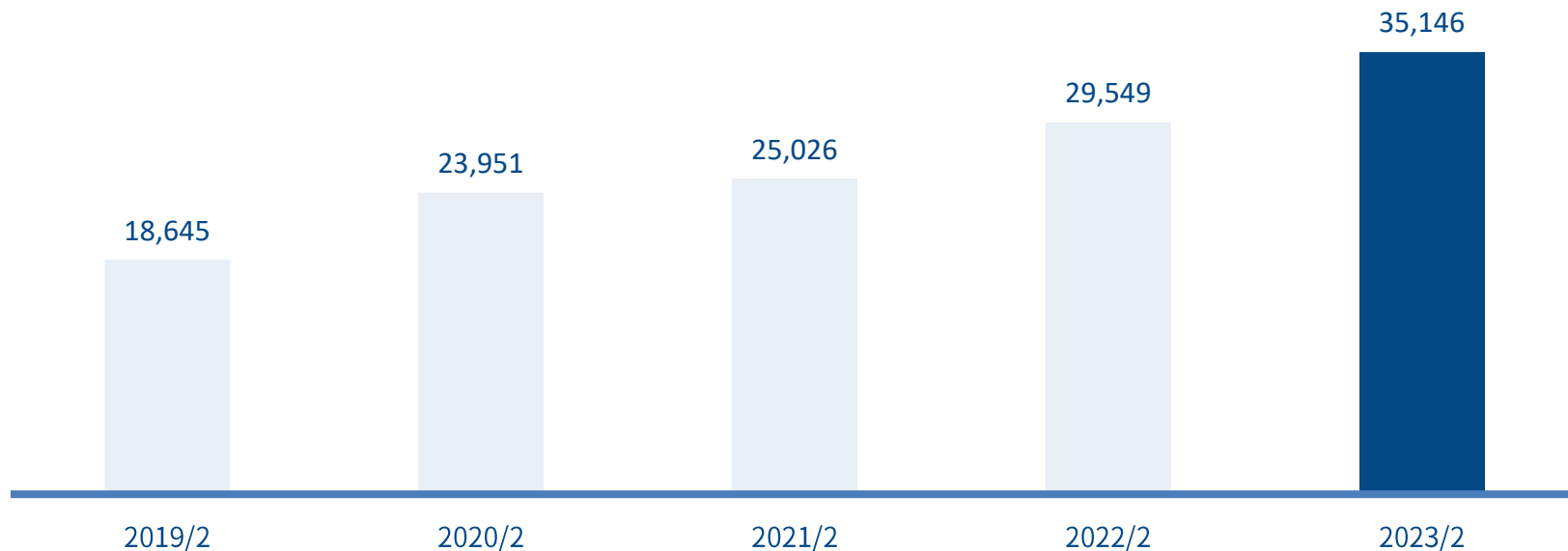


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
1Q影響額1,288百万円、2Q影響額935百万円、3Q影響額823百万円、4Q影響額973百万円

## 連結売上総利益推移（年度推移）

2023年2月期の連結売上総利益は、**過去最高**の**35,146**百万円（前年同期比**118.9%**）

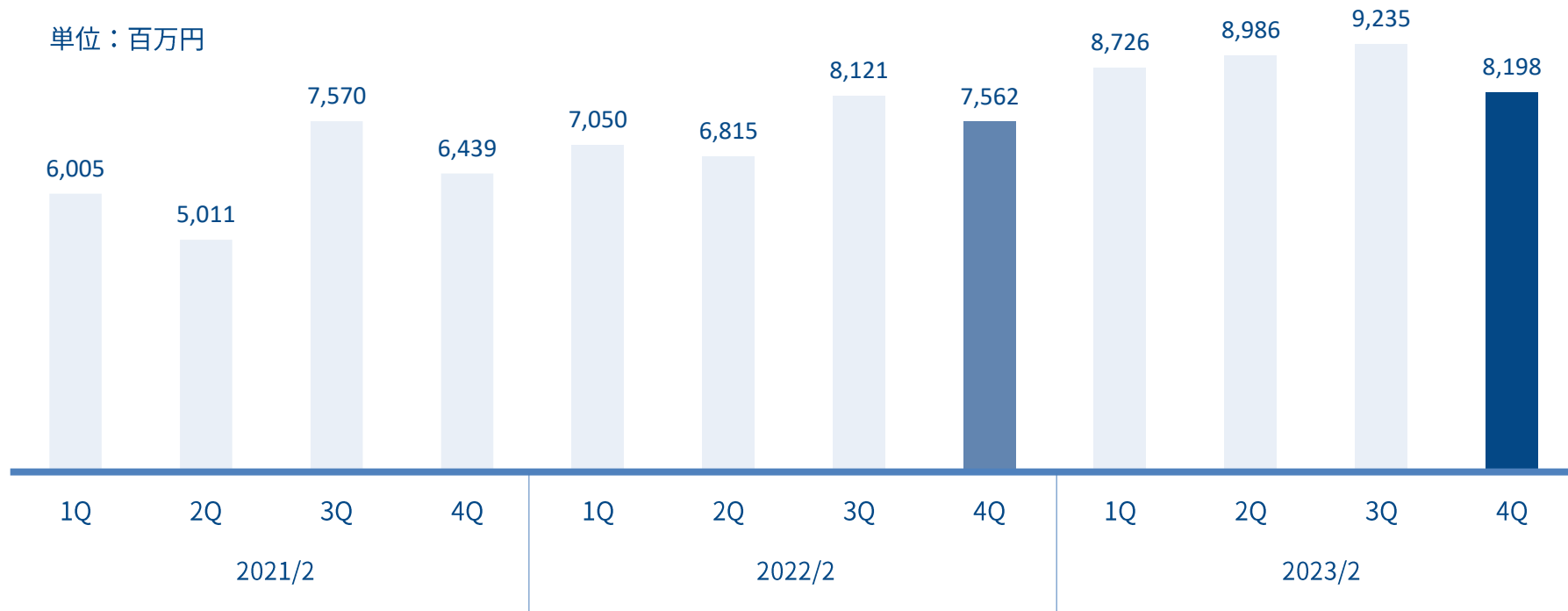
単位：百万円



# 連結売上総利益推移（四半期推移）

2023年2月期第4四半期の連結売上総利益は、**第4四半期としては過去最高の8,198百万円**（前年同期比**108.4%**）

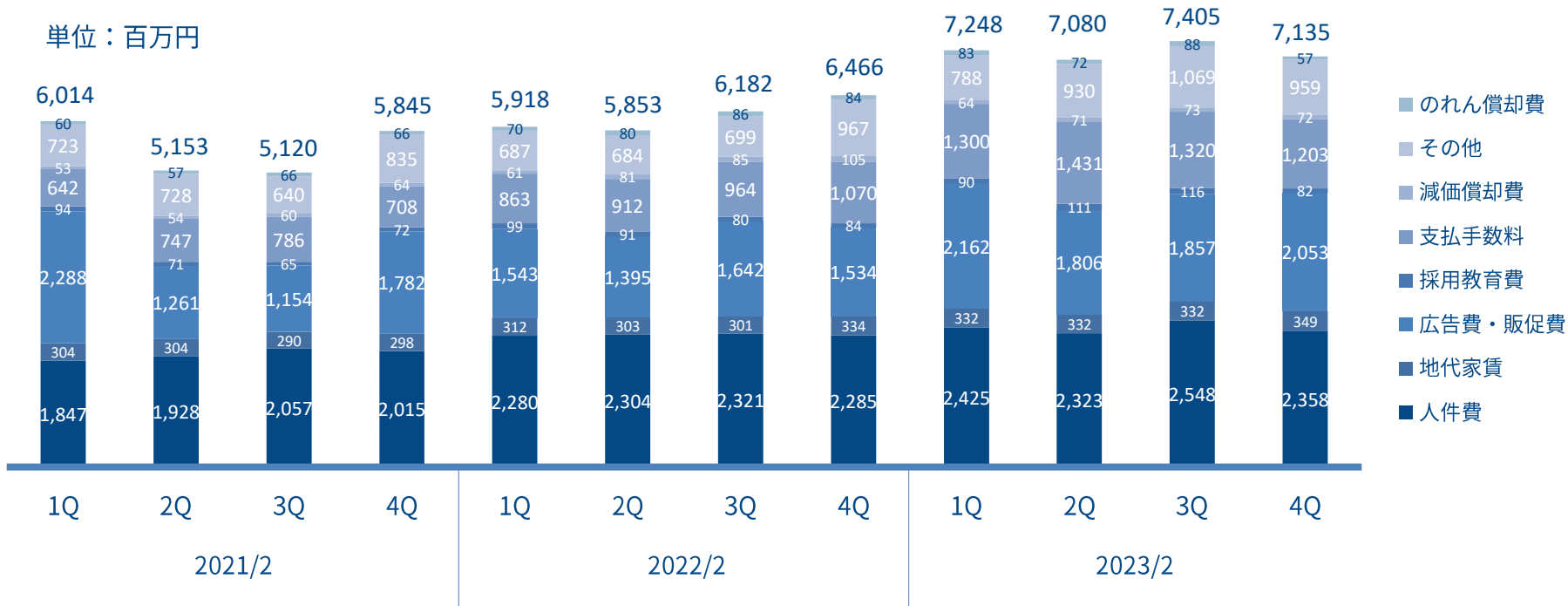
単位：百万円



# 販売管理費推移（四半期推移）

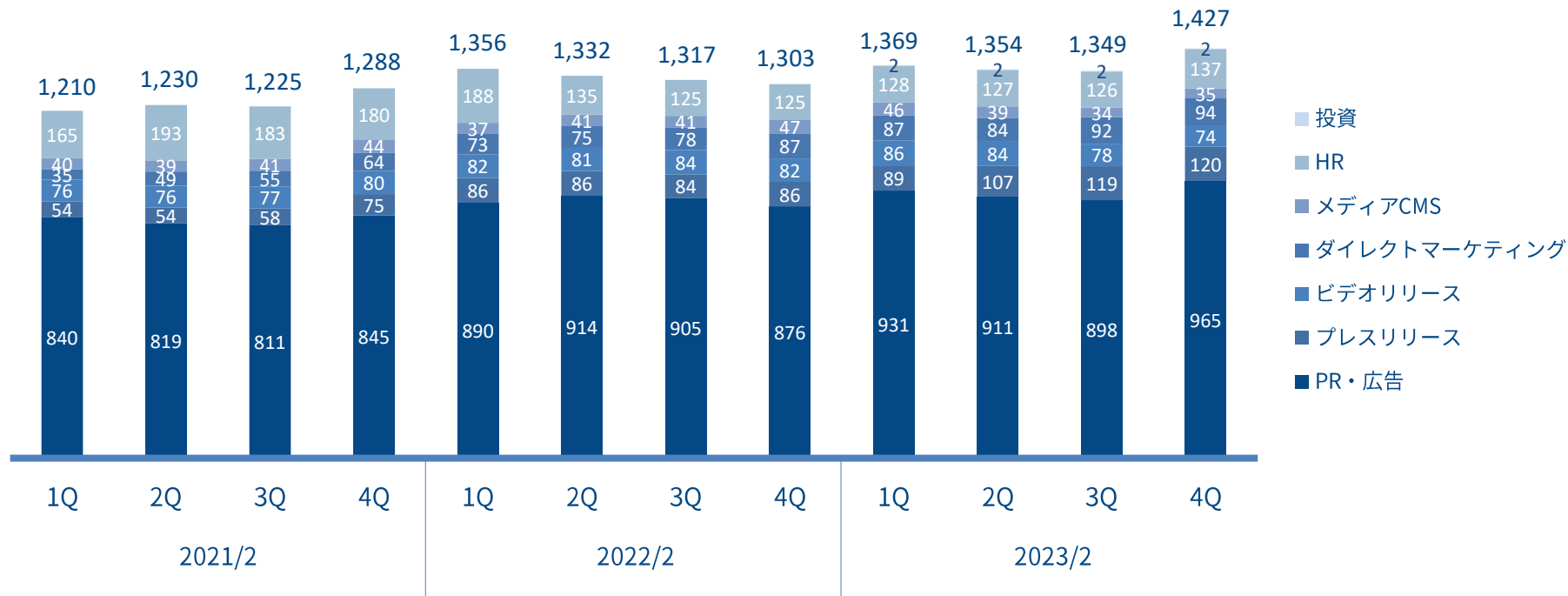
2023年2月期第4四半期の販売管理費は、広告費・販促費が増加し、7,135百万円（前年同期比110.3%）

単位：百万円



# 連結従業員数推移（四半期推移）

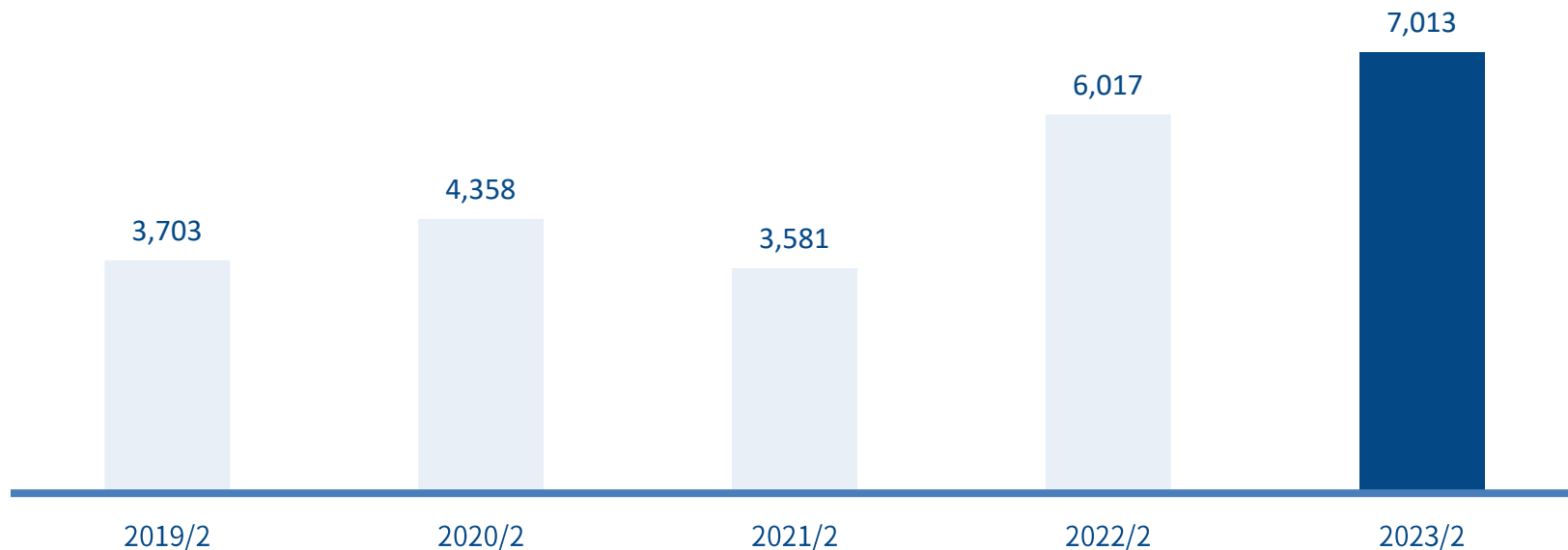
2023年2月期第4四半期の連結従業員数は、PR・広告でのM&Aによる増員で**1,427人**



# EBITDA推移（年度推移）

2023年2月期のEBITDAは、**過去最高の7,013**百万円（前年同期比**116.6%**）

単位：百万円

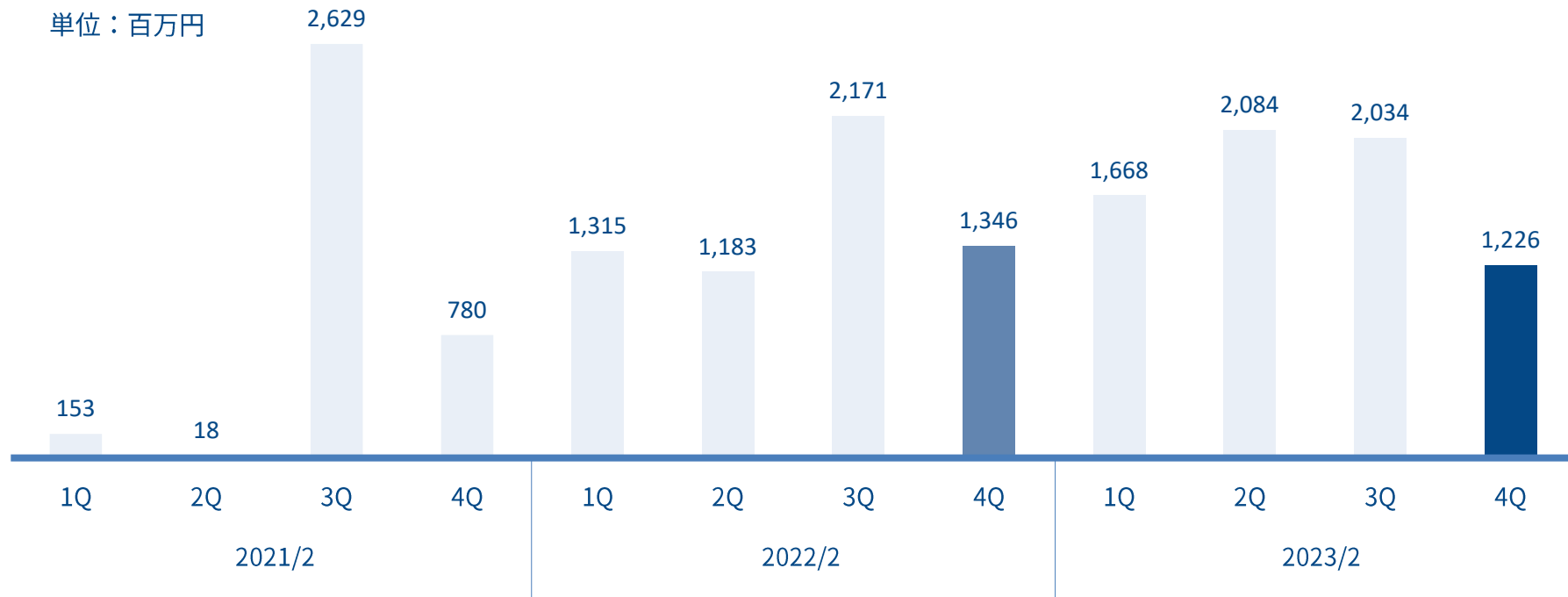


※EBITDA= 営業利益+減価償却費+のれん償却費

# EBITDA推移（四半期推移）

2023年2月期第4四半期のEBITDAは、**1,226**百万円（前年同期比**91.1%**）

単位：百万円



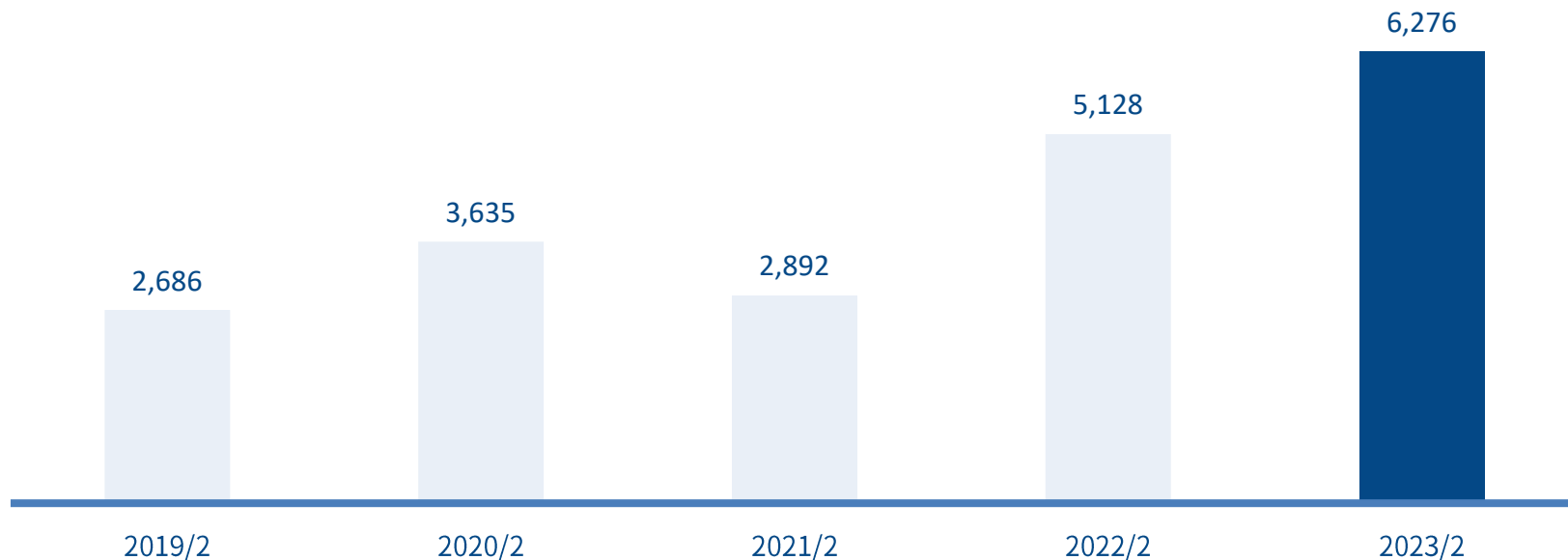
※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費



## 連結営業利益推移（年度推移）

2023年2月期の連結営業利益は、**過去最高**の6,276百万円（前年同期比**122.4%**）

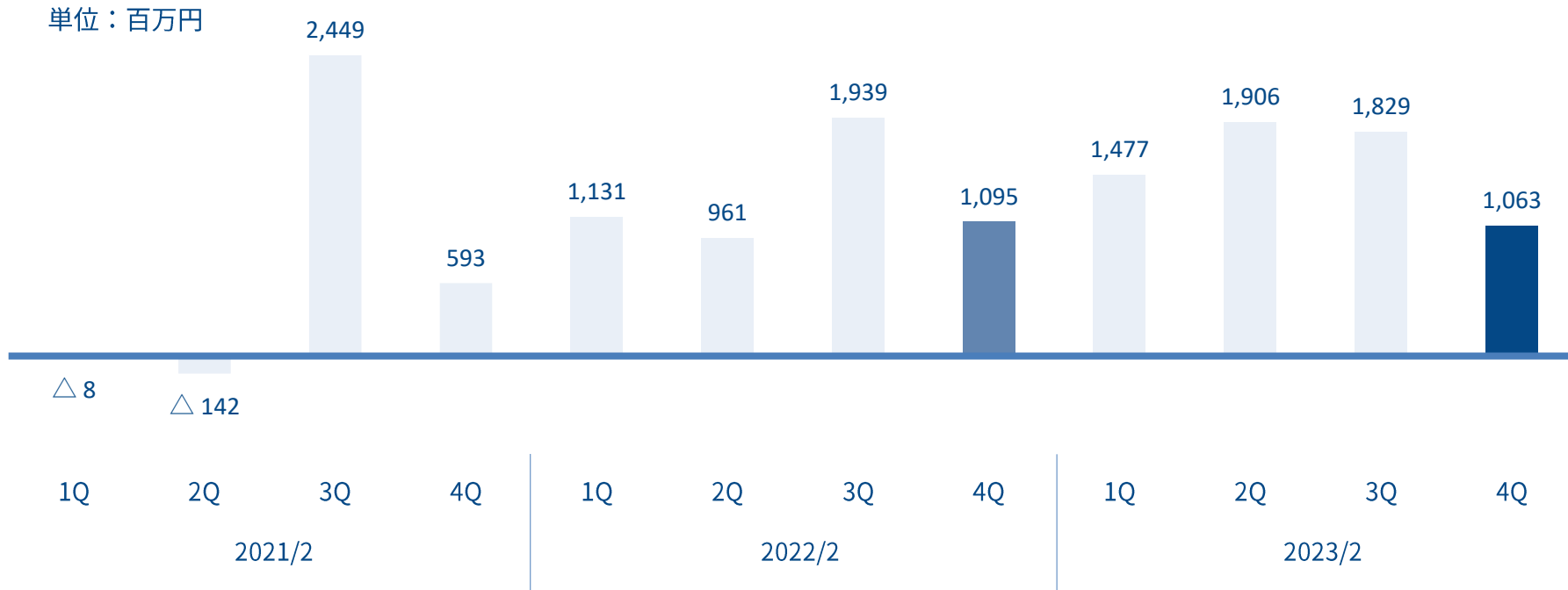
単位：百万円



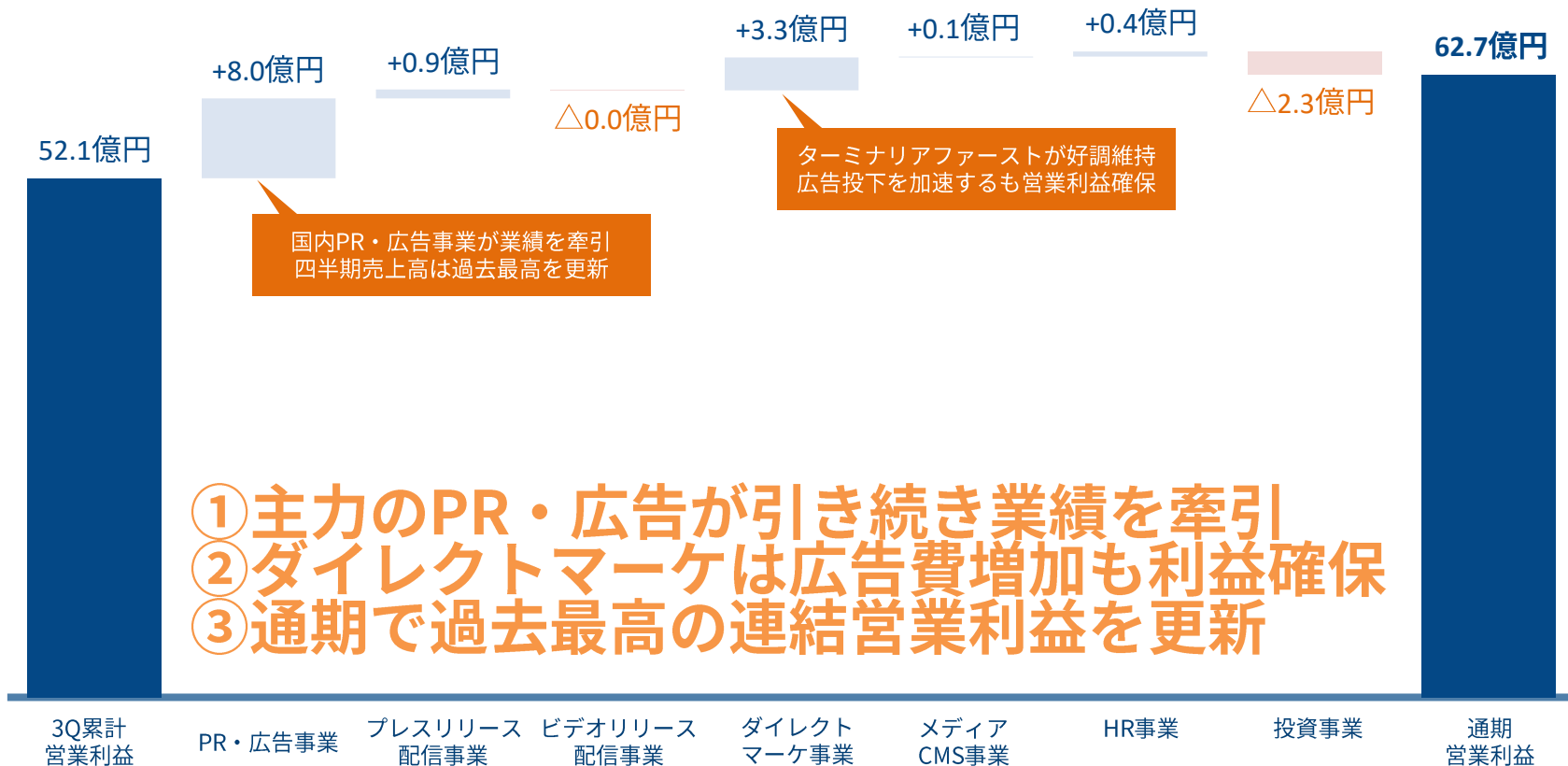
# 連結営業利益推移（四半期推移）

2023年2月期第4四半期の連結営業利益は、販売管理費が大きく増加する中でも、**1,063**百万円（前年同期比**97.0%**）

単位：百万円



# 営業利益（セグメント別内訳）



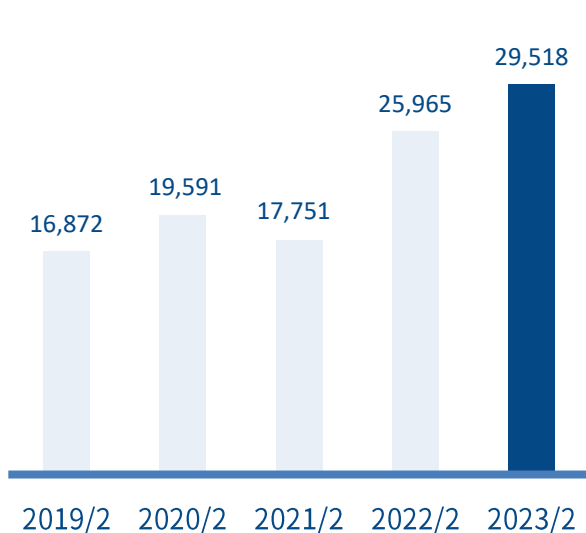
- ① 主力のPR・広告が引き続き業績を牽引
- ② ダイレクトマーケは広告費増加も利益確保
- ③ 通期で過去最高の連結営業利益を更新

# PR・広告事業（年度推移）

2023年2月期の売上高および売上総利益は、国内PR事業が業績を大きく牽引したことで、**過去最高を更新**  
2023年2月期の営業利益は、新規事業「JOBTV」の開発費や広告費などの投資を含めても、**過去最高を更新**

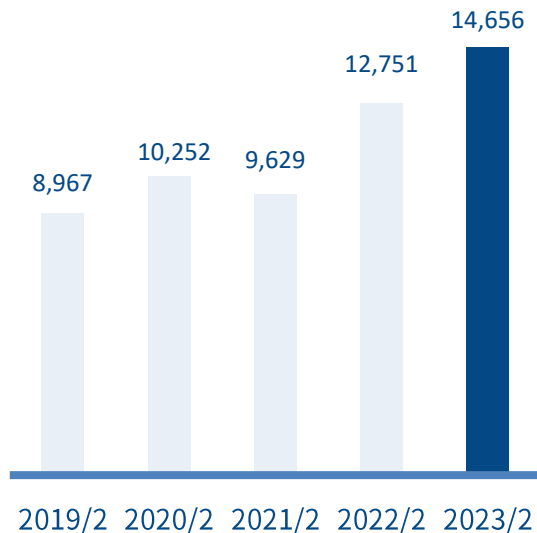
## 【売上高（百万円）】

29,518百万円（前年同期比**113.7%**）



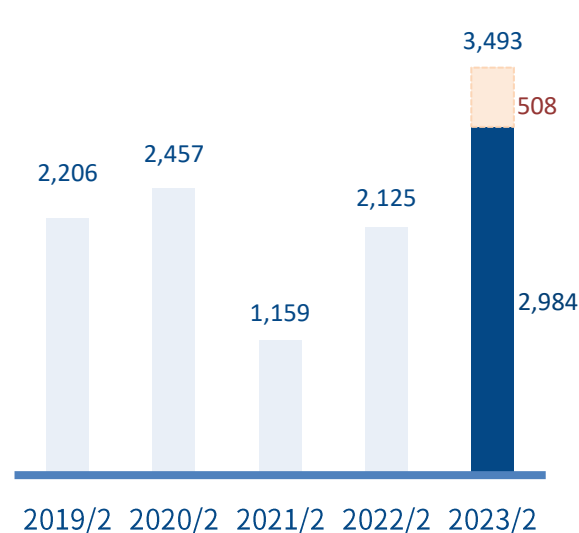
## 【売上総利益（百万円）】

14,656百万円（前年同期比**114.9%**）



## 【営業利益（百万円）】

2,984百万円（前年同期比**140.4%**）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
2023年2月期影響額3,488百万円（影響額を考慮した前年同期比**127.1%**）

JOBTV投資額

2023年2月期第4四半期は、顧客のマーケティングニーズをつかみ、**過去最高の四半期売上高を更新**  
 2024年2月期は、リテナー契約数の拡大を図りながら、動画を駆使したクロスセルで単価アップを目指す

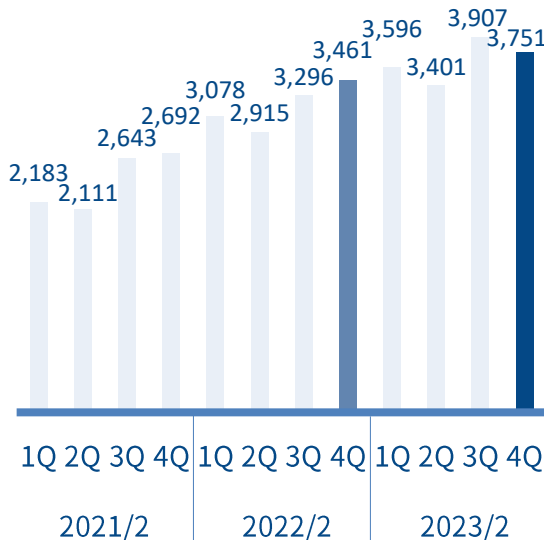
## 【売上高（百万円）】

8,016百万円（前年同期比**110.7%**）



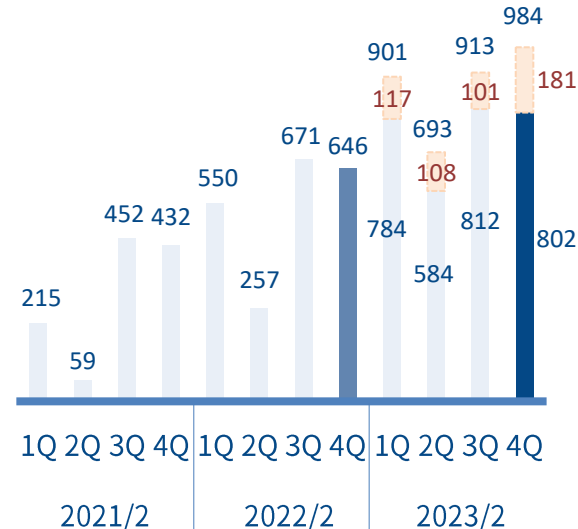
## 【売上総利益（百万円）】

3,751百万円（前年同期比**108.4%**）



## 【営業利益（百万円）】

802百万円（前年同期比**124.2%**）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
 1Q影響額1,140百万円、2Q影響額814百万円、3Q影響額700百万円、4Q影響額832百万円

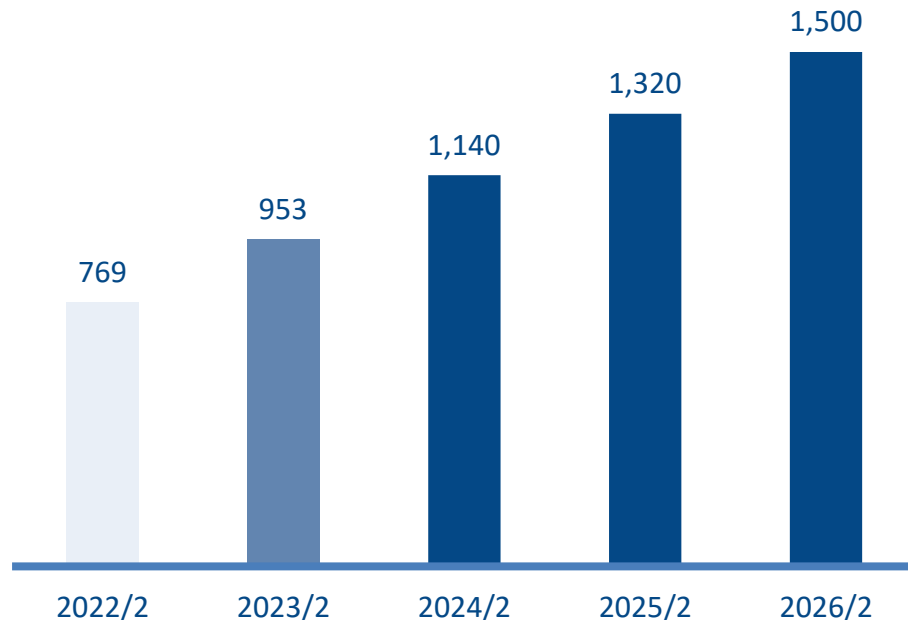
# リテナー契約件数の獲得目標

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1,500社の獲得を目指す  
2024年2月期においては、リテナー契約件数1,140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）】

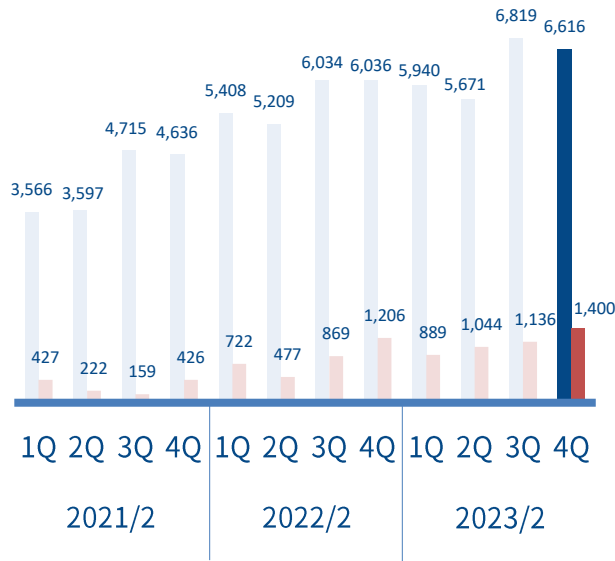


※リテナー契約：契約期間が3ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

第4四半期は、韓国とコロナの影響が緩和され回復した中国が貢献して、海外事業は黒字に転換  
 2024年2月期は、国内事業をさらに拡大しながら、海外事業での赤字幅を縮小させていく見込み

## 【売上高（百万円）】

6,616百万円（国内） / 1,400百万円（海外）



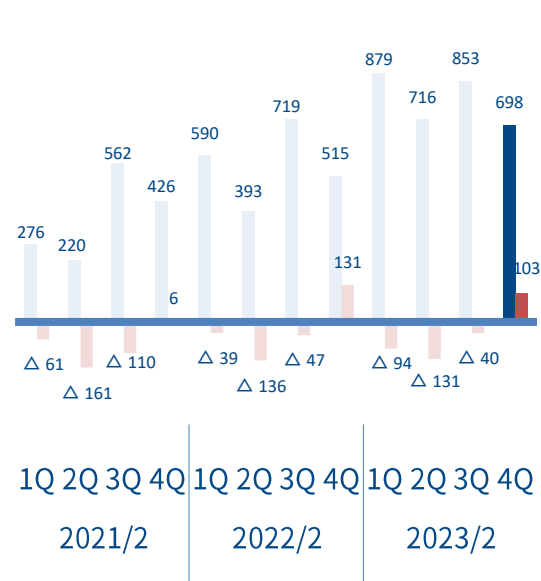
## 【売上総利益（百万円）】

3,309百万円（国内） / 441百万円（海外）



## 【営業利益（百万円）】

698百万円（国内） / 103百万円（海外）

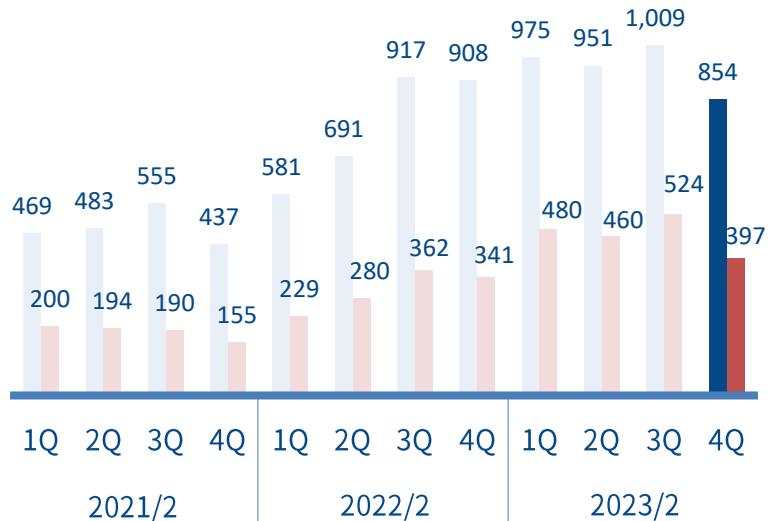


# 広告事業（タクシーサイネージ等）

2023年2月期第4四半期は、季節要因の影響もあり、第3四半期からメディア枠の販売が減少したことで減収に  
2024年2月期は、タクシーサイネージの配信ノウハウを活かした事業展開を進め、さらなる売上高拡大を目指す

【売上高（百万円）】 854百万円（前年同期比94.0%）

【売上総利益（百万円）】 397百万円（前年同期比116.4%）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
1Q影響額142百万円、2Q影響額113百万円、3Q影響額87百万円、4Q影響額26百万円



都内最大規模となる約11,500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40%  
をカバーし、月間約770万人に動画広告やコンテンツを配信

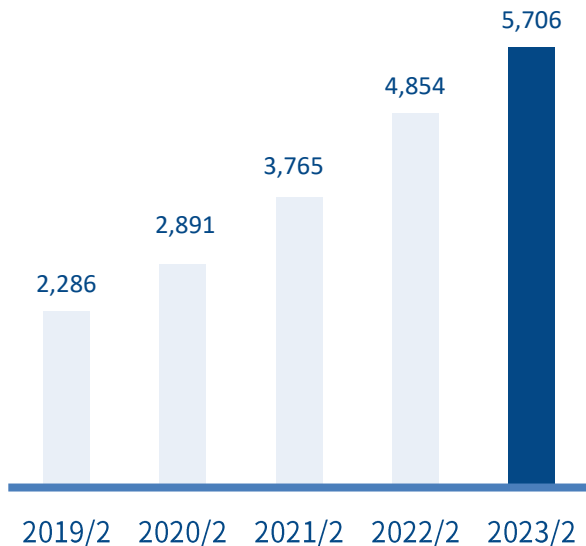


# プレスリリース配信事業（年度推移）

2023年2月期の売上高および売上総利益は、利用企業社数が増加したことで、**過去最高を更新**  
2023年2月期の営業利益は、TVCMなど積極的な広告投下をしたことから、前年同期比で減益に

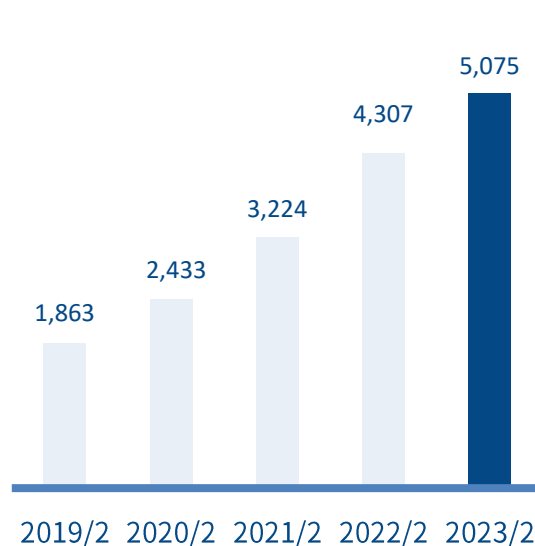
## 【売上高（百万円）】

5,706百万円（前年同期比**117.5%**）



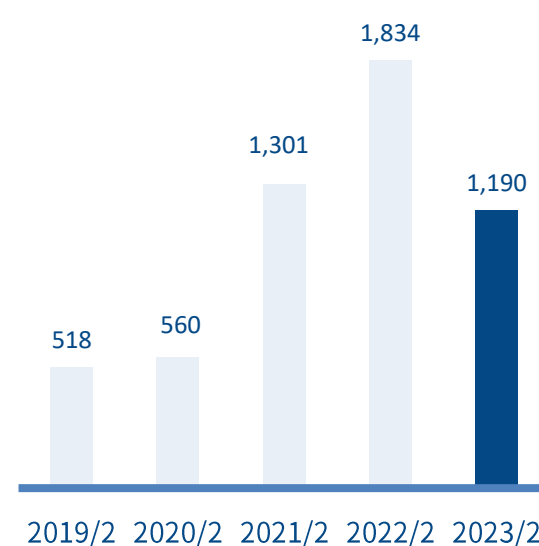
## 【売上総利益（百万円）】

5,075百万円（前年同期比**117.8%**）



## 【営業利益（百万円）】

1,190百万円（前年同期比**64.9%**）

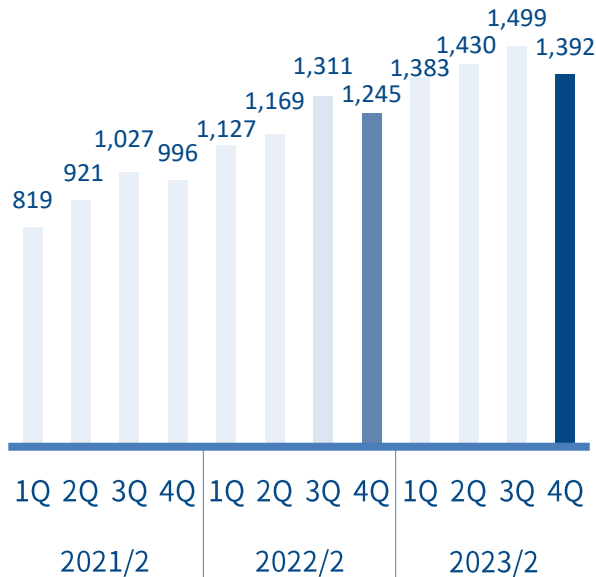


# プレスリリース配信事業（四半期推移）

2023年2月期第4四半期は、東日本エリアを中心としたTVCMなどを積極的に実施したことから大幅な減益に  
2024年2月期は、海外進出に向けた投資や「PR TIMES」の利用促進につながる投資をしながら、増収増益を図る

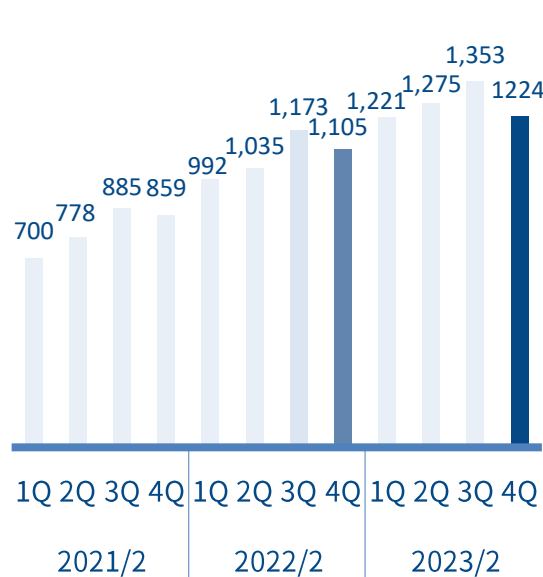
## 【売上高（百万円）】

1,392百万円（前年同期比**111.8%**）



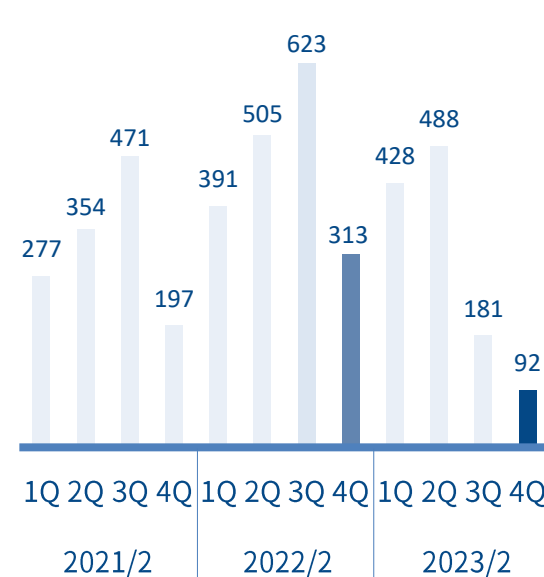
## 【売上総利益（百万円）】

1,224百万円（前年同期比**110.7%**）



## 【営業利益（百万円）】

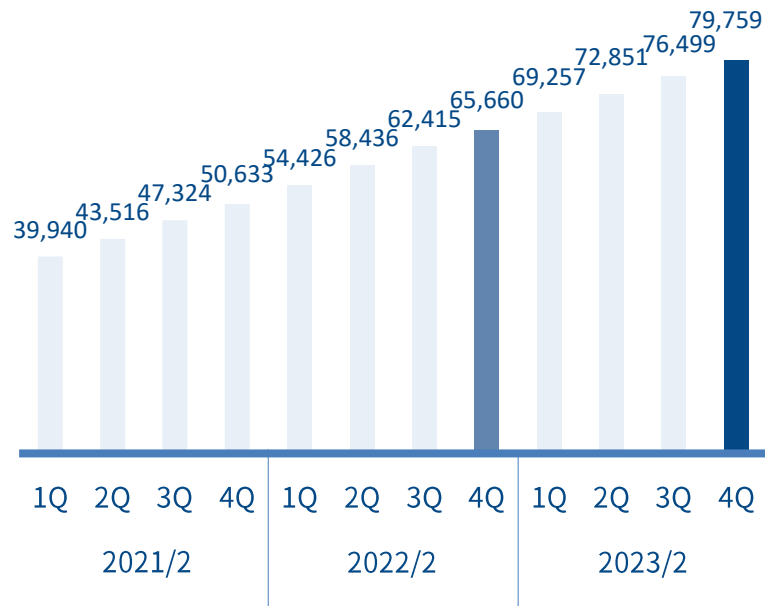
92百万円（前年同期比**29.5%**）



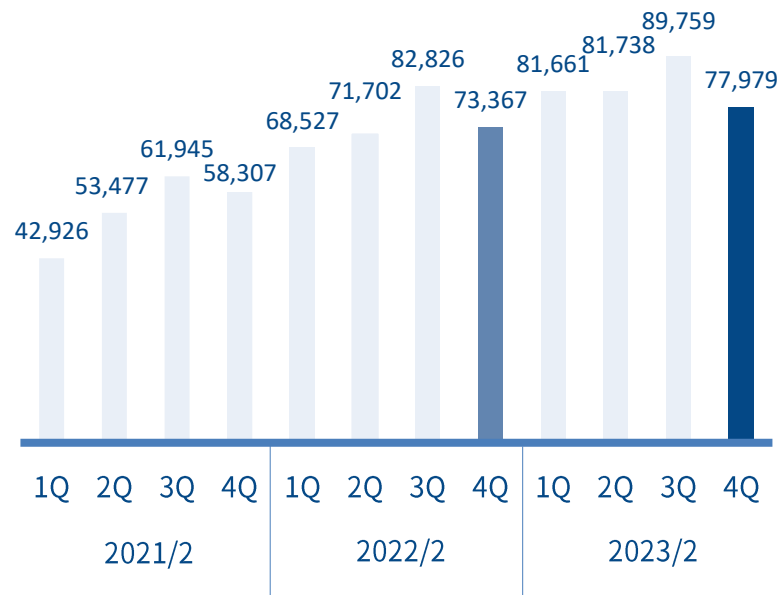
# 利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第4四半期は、利用企業社数の増加を図るべく、東日本エリアを中心としたTVCMを実施  
2024年2月期は、利用企業社数だけでなく、利用頻度を向上することで配信数の増加も図る

【利用企業社数（社）】 79,759社（前年同期比121.5%）



【プレスリリース配信数（件）】 77,979件（前年同期比106.3%）



# 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79,000社以上、上場企業の53%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 **53%** 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</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コーナー</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>
---	--	---	---

200媒体以上掲載！



2018年8月29日  
東証1部市場変更

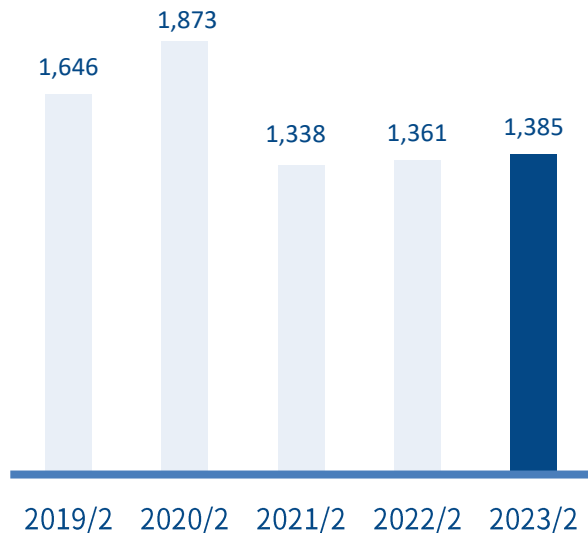


# ビデオリリース配信事業（年度推移）

2023年2月期の売上高および売上総利益は、営業人員の育成や顧客開拓の効果もあり、前年同期比で微増に  
2023年2月期の営業利益は、売上総利益の増加および販管費の削減効果により、前年同期比で赤字幅が縮小

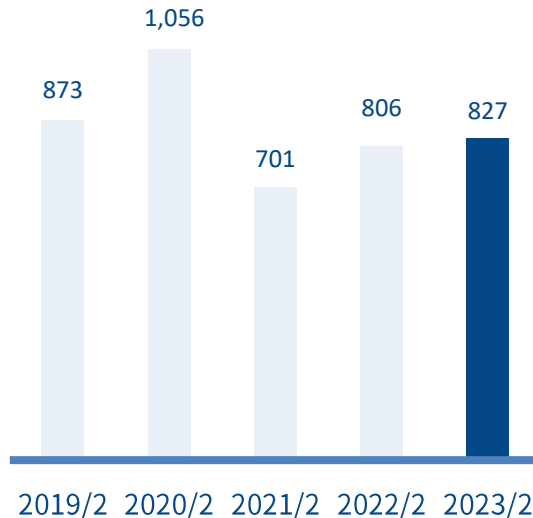
## 【売上高（百万円）】

1,385百万円（前年同期比101.7%）



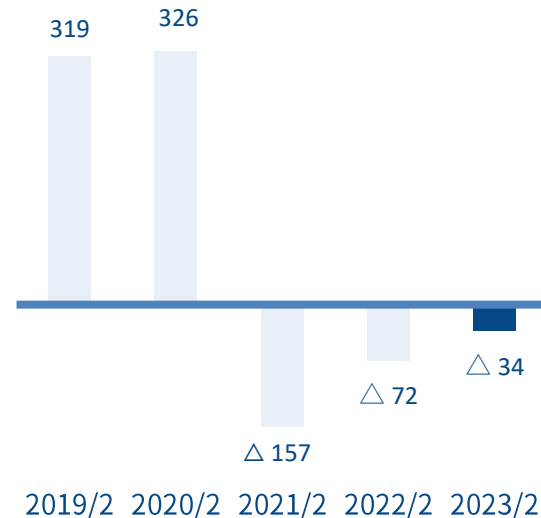
## 【売上総利益（百万円）】

827百万円（前年同期比102.5%）



## 【営業利益（百万円）】

△34百万円（前年同期比37百万円増）



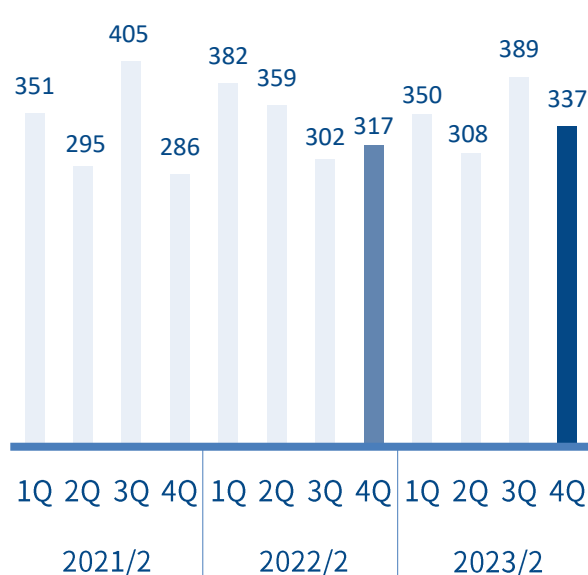
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
2023年2月期影響額6百万円（影響額を考慮した前年同期比102.2%）

# ビデオリリース配信事業（四半期推移）

2023年2月期第4四半期は、季節要因の影響がありつつも、売上が前年同期比で増加  
2024年2月期は、営業人員の育成を継続しながら受注数増加を図り、通期黒字化を目指す

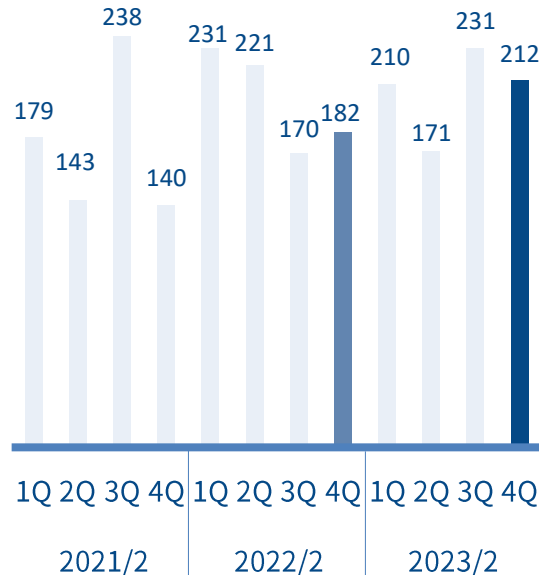
## 【売上高（百万円）】

337百万円（前年同期比106.2%）



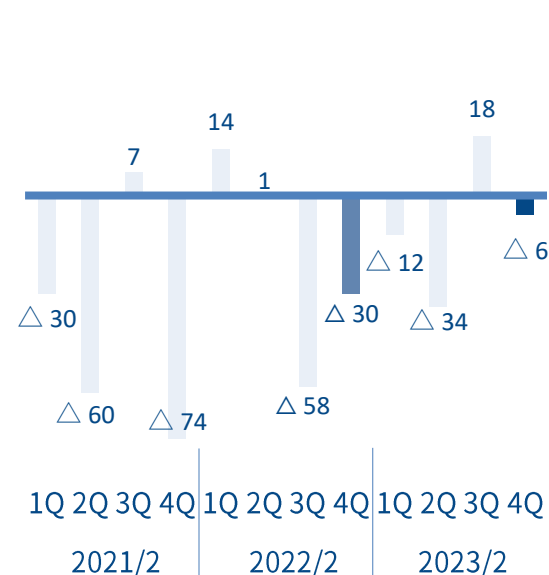
## 【売上総利益（百万円）】

212百万円（前年同期比116.6%）



## 【営業利益（百万円）】

△6百万円（前年同期比23百万円増）

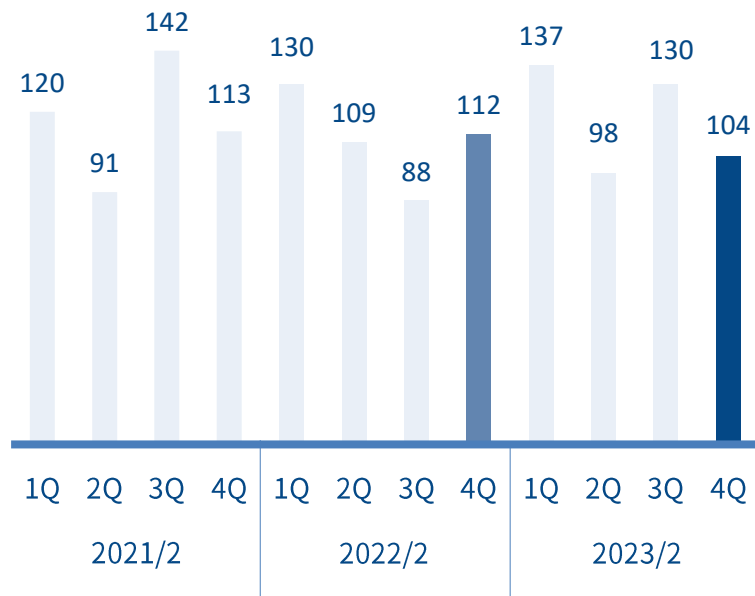


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
1Q影響額5百万円、2Q影響額1百万円、3Q影響額0百万円、4Q影響額0百万円

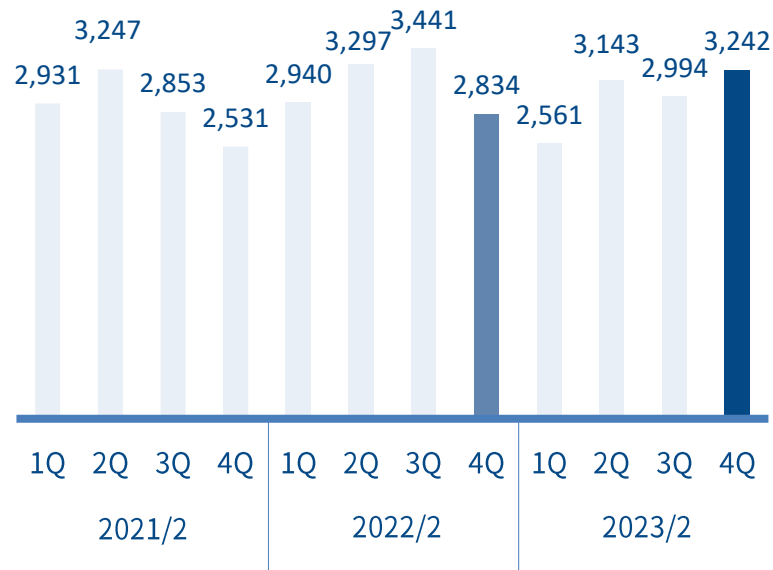
# ビデオリリース配信数と平均配信単価の推移

第4四半期は、営業人員の育成による提案力強化の効果が見えたことで、平均配信単価が増加  
2024年2月期は、これまでに獲得したリードを受注につなげ、ビデオリリース配信数の増加を図る

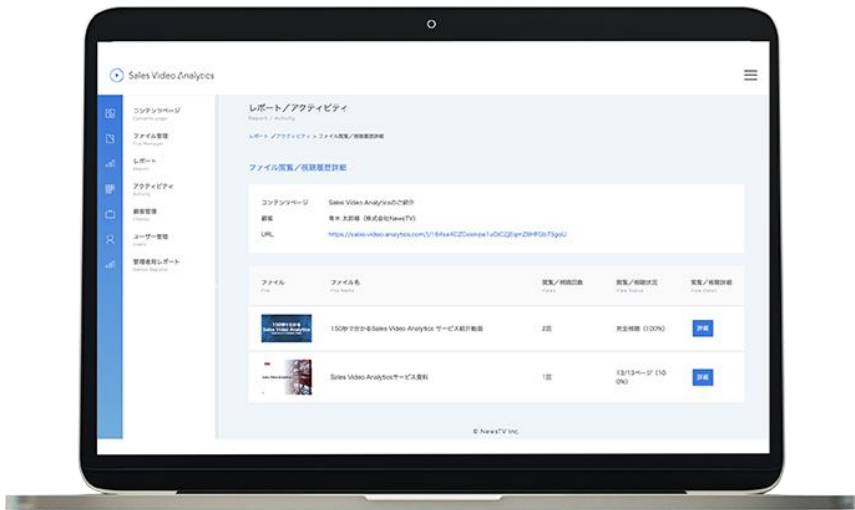
【ビデオリリース配信数（本）】 104本（前年同期比92.9%）



【平均配信単価（千円）】 3,242千円（前年同期比114.4%）



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





# ダイレクトマーケティング事業（年度推移）

2023年2月期の売上高・売上総利益は、「ターミナリアファースト」の販売が好調に推移し、**過去最高を更新**  
2023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総利益が増加したことで**過去最高を更新**

## 【売上高（百万円）】

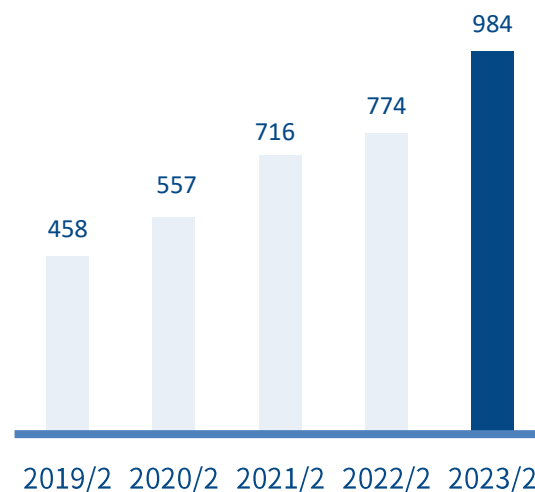
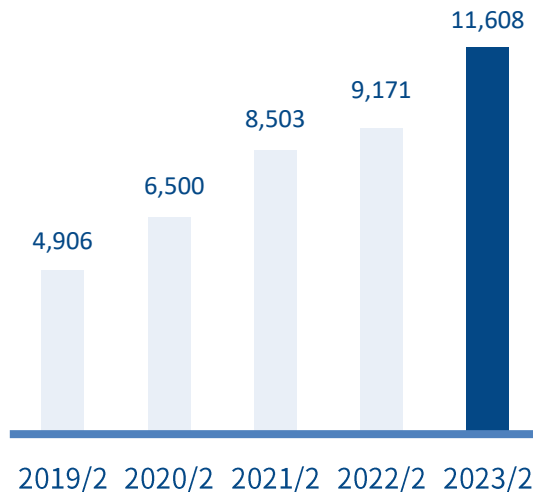
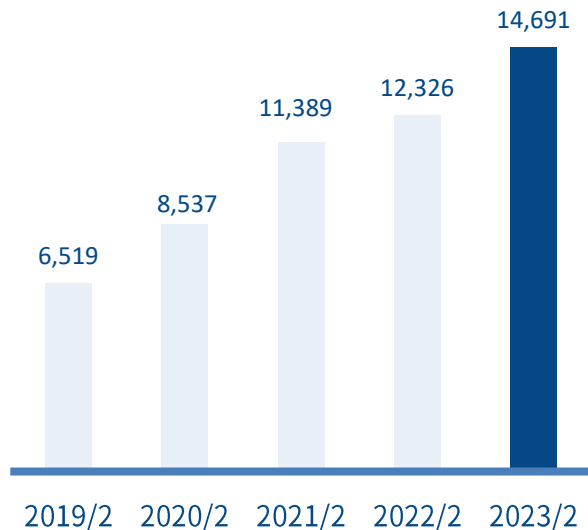
14,691百万円（前年同期比**119.2%**）

## 【売上総利益（百万円）】

11,608百万円（前年同期比**126.6%**）

## 【営業利益（百万円）】

984百万円（前年同期比**127.0%**）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
2023年2月期影響額414百万円（影響額を考慮した前年同期比**122.6%**）

# 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4四半期は、利益回収のため第3四半期に広告投下を抑制したことから、売上高は減少  
2024年2月期は、既存商品に対し一定の広告投下を継続しながら、新規商品の育成に注力していく方針

## 【売上高（百万円）】

3,529百万円（前年同期比97.6%）



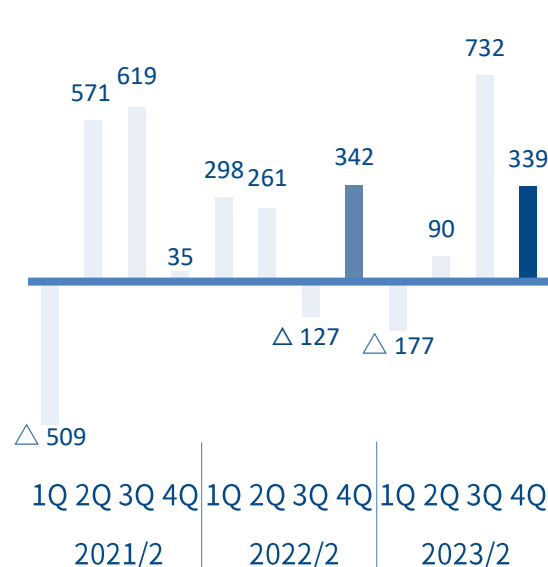
## 【売上総利益（百万円）】

2,748百万円（前年同期比108.8%）



## 【営業利益（百万円）】

339百万円（前年同期比99.0%）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
1Q影響額109百万円、2Q影響額90百万円、3Q影響額96百万円、4Q影響額118百万円

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**1,300万個を突破**

## Vitabrid C<sup>12</sup>



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  
**125.4億円**  
2023年2月

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



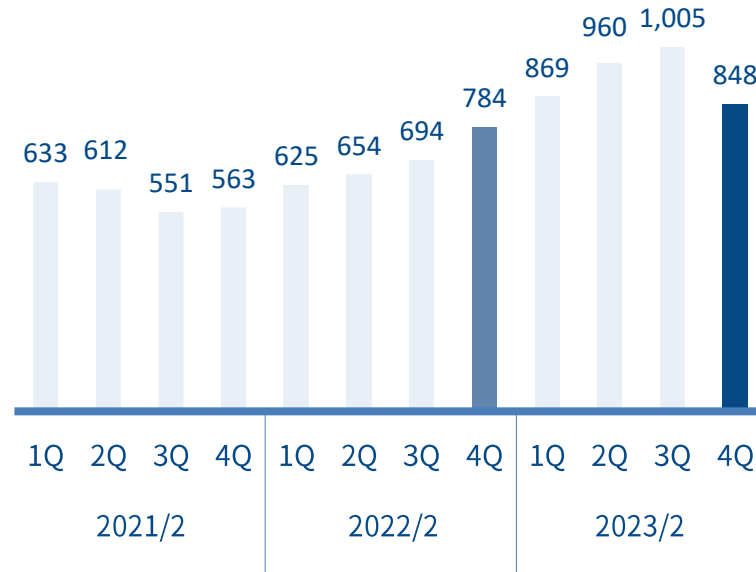
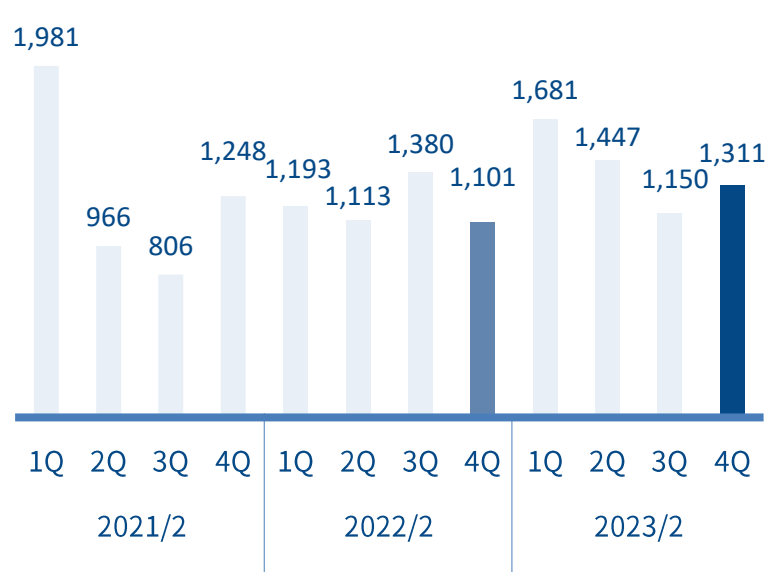
「ターミナリアファースト」は発売開始から好調を維持し、累計販売個数**517万個を突破**

# 広告宣伝費と販売個数の推移

第4四半期は、広告宣伝費を積み増すも、第3四半期の広告宣伝費抑制の影響により、販売個数は減少  
2024年2月期は、2023年2月期同様、上期に広告投下し下期に回収するサイクルを継続していく見込み

【広告宣伝費（百万円）】 1,311百万円（前年同期比119.1%）

【販売個数（千個）】 848千個（前年同期比108.2%）



※広告宣伝費および販売個数はピ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  
2024年2月期は、既存ブランドのさらなる育成と新規ブランドをリリースすることで、事業基盤を拡大



**vim**  
BEAUTY

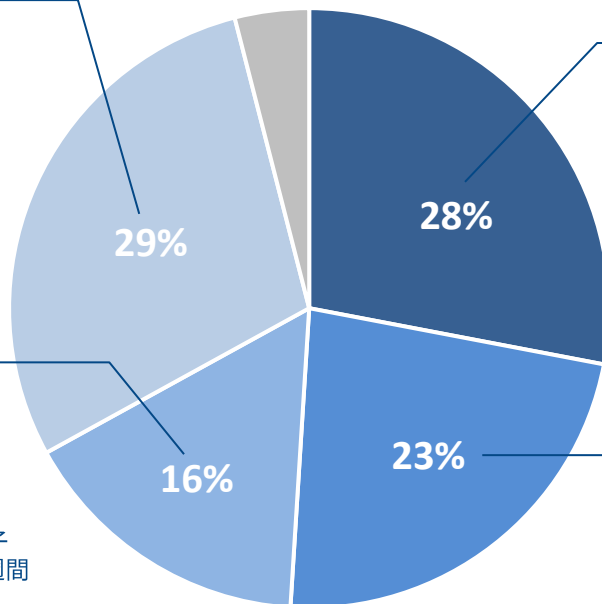
2022年1月からメイクアップYouTuberマリリンがプロデュースするブランド、独自で開発したファンデーションキットは初回生産分10,000個が即日完売



**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

2023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120万個突破



**Boka nii**

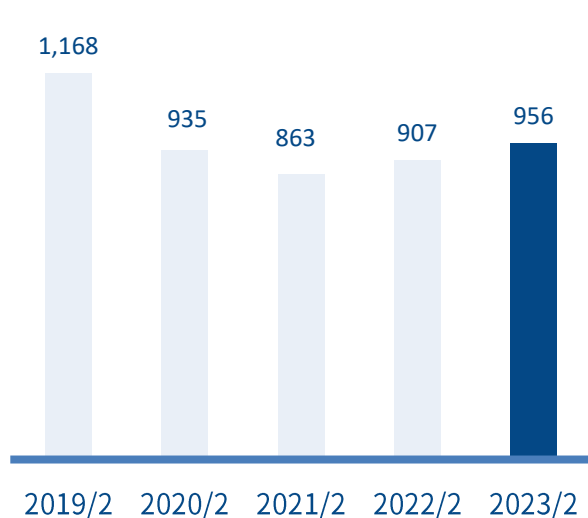
人気YouTuberかすプロデュースのアパレルブランドで販売初日6,000万円以上の売上を記録  
ヒットアイテムのTシャツは10,000枚を突破

# メディアCMS事業（年度推移）

2023年2月期の売上高・売上総利益は、広告案件を抑制しつつオウンドメディアの販売に注力し、前年同期比で微増  
2023年2月期の営業利益は、CMS「Clipkit」の開発費および広告費を投下しながらも、前期の赤字着地から黒字転換

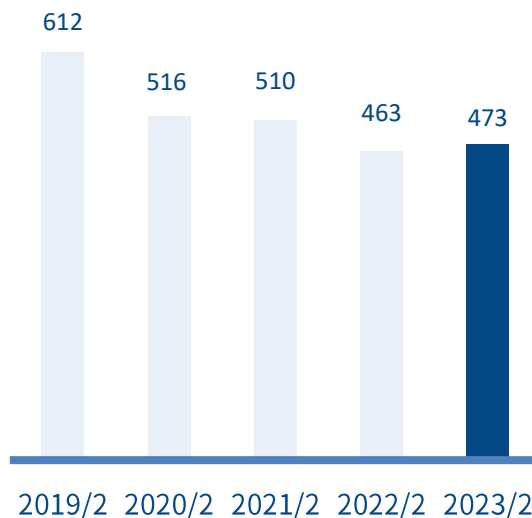
## 【売上高（百万円）】

956百万円（前年同期比105.3%）



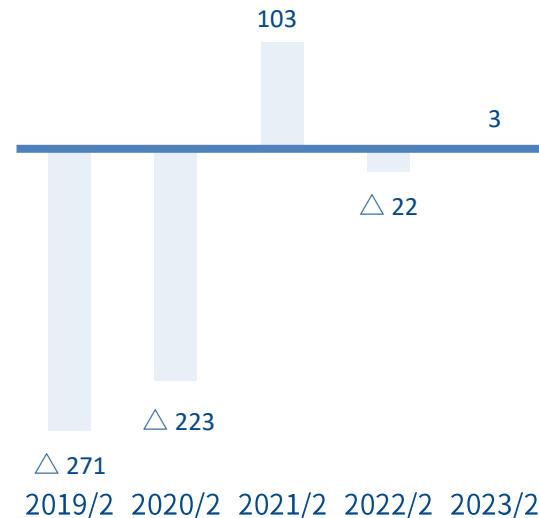
## 【売上総利益（百万円）】

473百万円（前年同期比102.0%）



## 【営業利益（百万円）】

3百万円（前年同期比26百万円増）

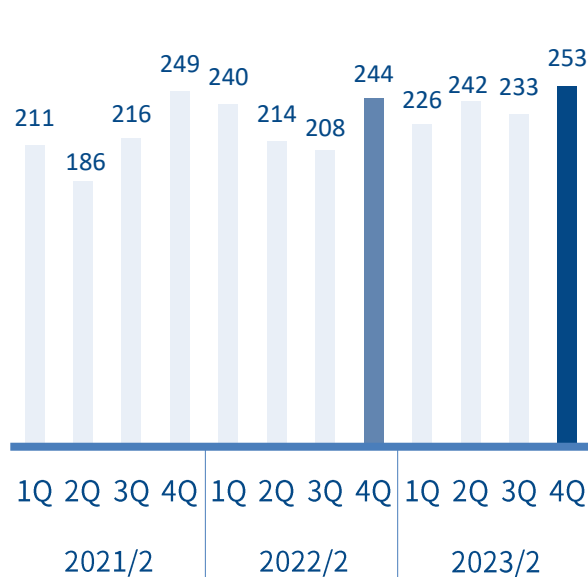


# メディアCMS事業（四半期推移）

2023年2月期第4四半期は、営業体制の強化によりオウンドメディアの販売が順調に推移したことで営業黒字に  
2024年2月期は、CMSの機能強化およびオウンドメディアの受注数増加を図ることで、安定した収益基盤を構築

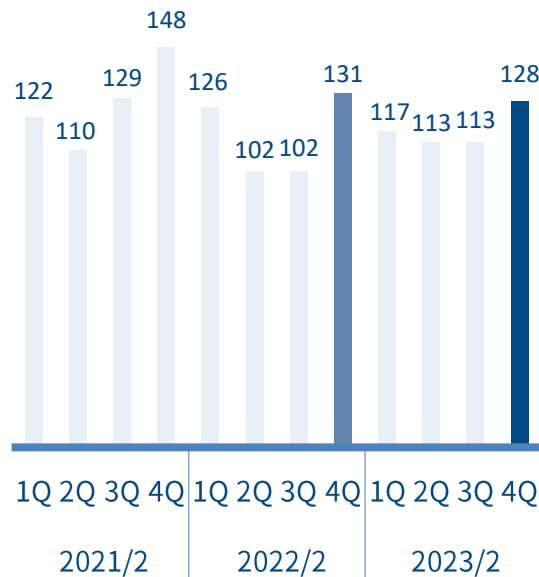
## 【売上高（百万円）】

253百万円（前年同期比103.5%）



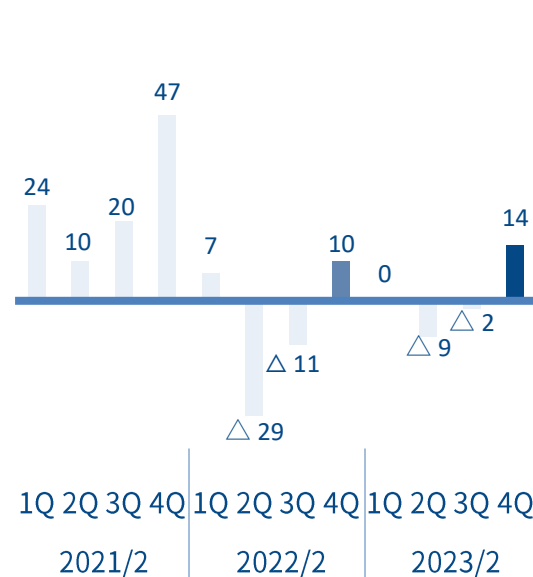
## 【売上総利益（百万円）】

128百万円（前年同期比97.9%）



## 【営業利益（百万円）】

14百万円（前年同期比131.4%）

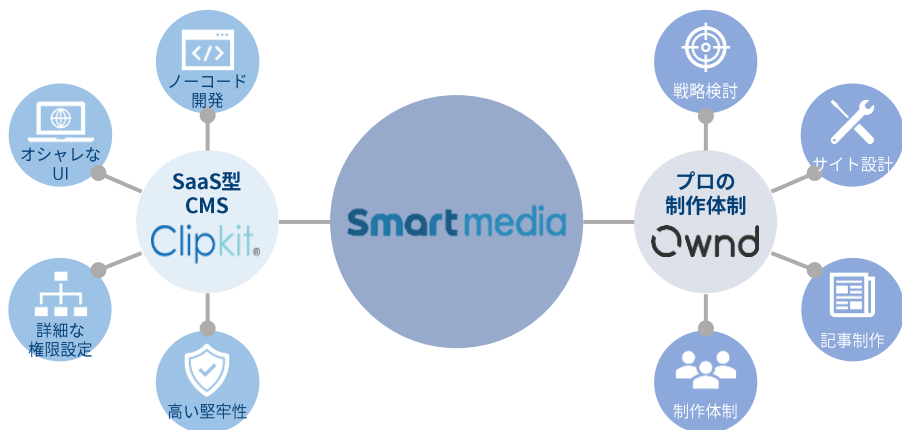


※第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「メディア事業」より「メディアCMS事業」に変更しております

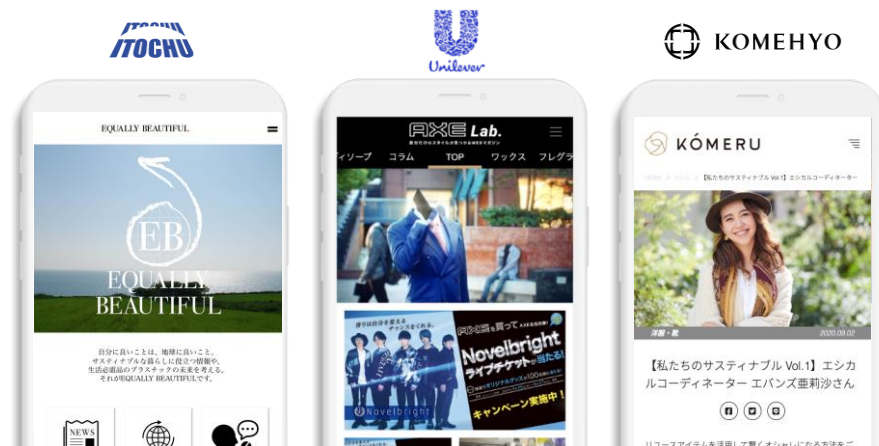
# 今後の事業方針

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

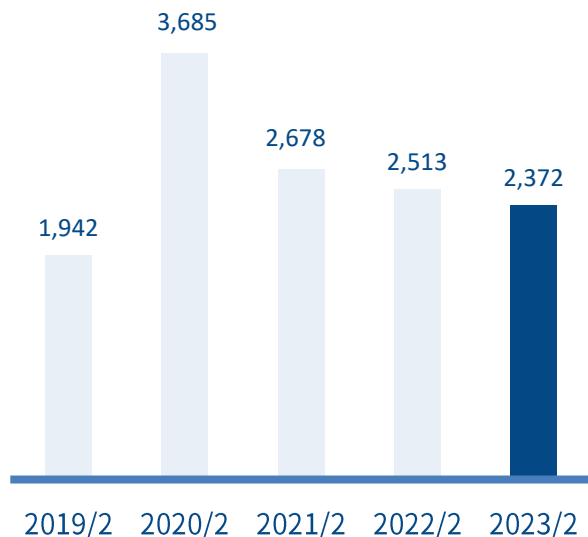


# HR事業（年度推移）

2023年2月期の売上高・売上総利益は、SaaS型商材の販売が伸びたものの、前年同期比で減収減益に  
2023年2月期の営業利益は、広告費や開発費など成長投資を加速しつつも、目標利益350百万円を達成

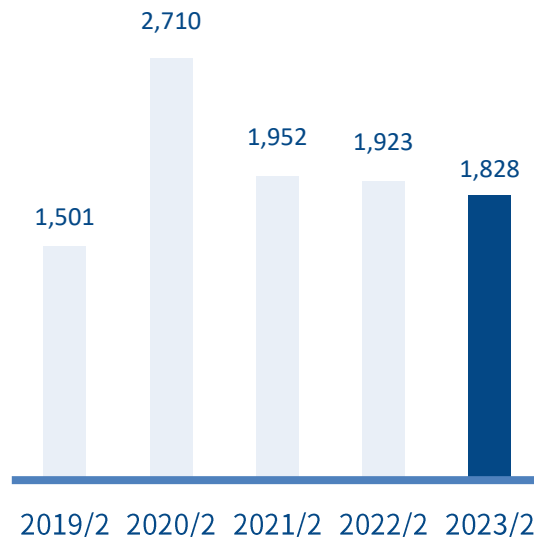
## 【売上高（百万円）】

2,372百万円（前年同期比94.4%）



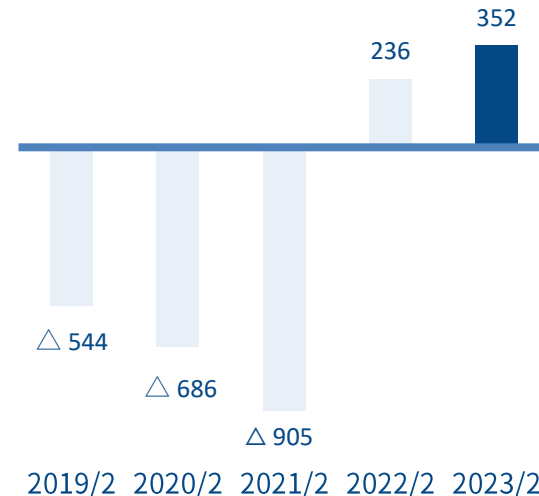
## 【売上総利益（百万円）】

1,828百万円（前年同期比95.1%）



## 【営業利益（百万円）】

352百万円（前年同期比149.3%）



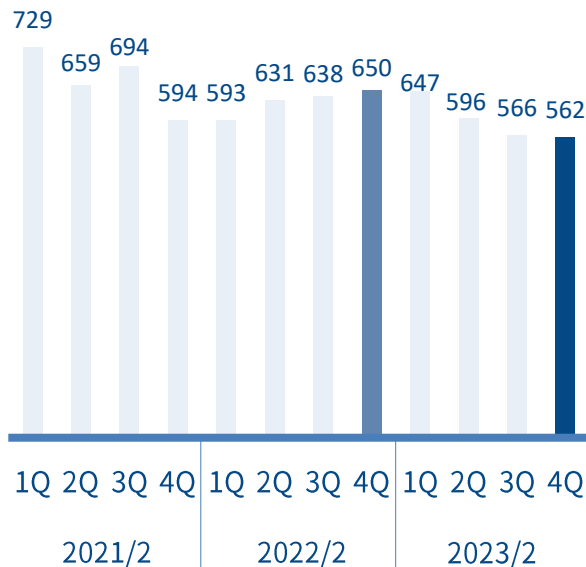
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
2023年2月期影響額109百万円（影響額を考慮した前年同期比98.7%）

# HR事業（あしたのチーム）

2023年2月期第4四半期は、広告費および開発費などの投資を実施しながらも、営業利益を確保  
 2024年2月期は、営業戦略の見直しによるSaaS型商材の販売体制強化により、売上高の増加を図る

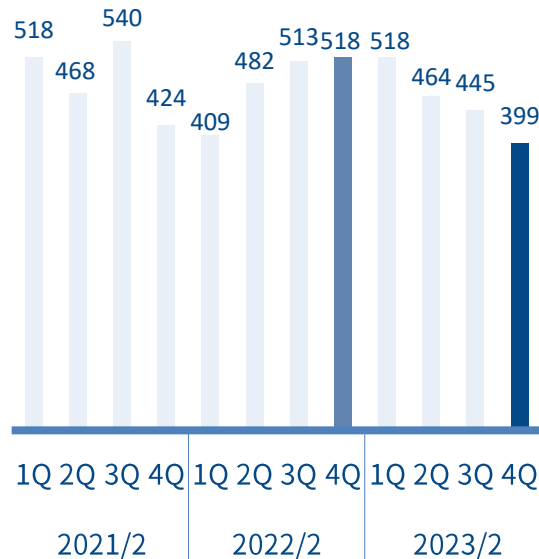
## 【売上高（百万円）】

562百万円（前年同期比86.4%）



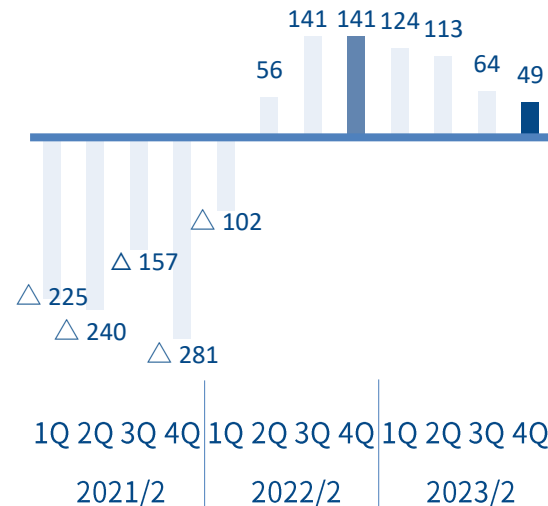
## 【売上総利益（百万円）】

399百万円（前年同期比77.1%）



## 【営業利益（百万円）】

49百万円（前年同期比35.4%）

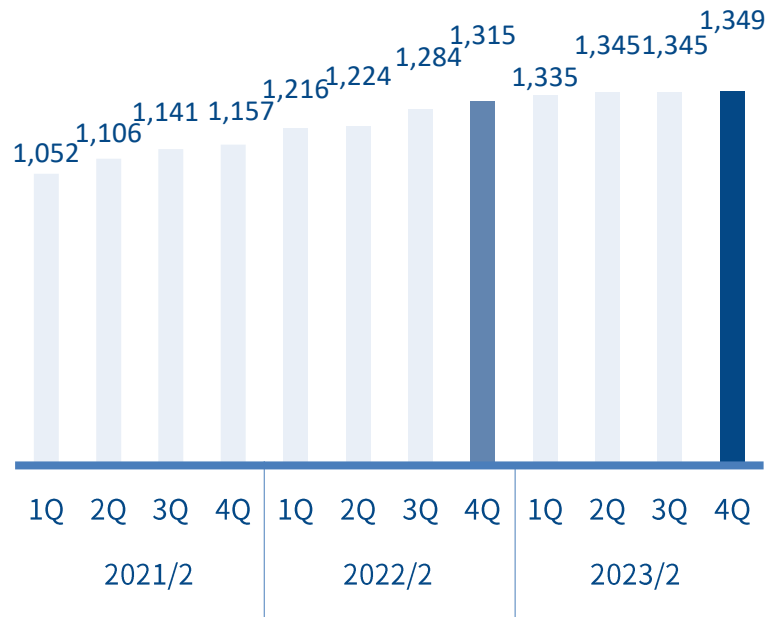


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております  
 1Q影響額33百万円、2Q影響額28百万円、3Q影響額25百万円、4Q影響額22百万円

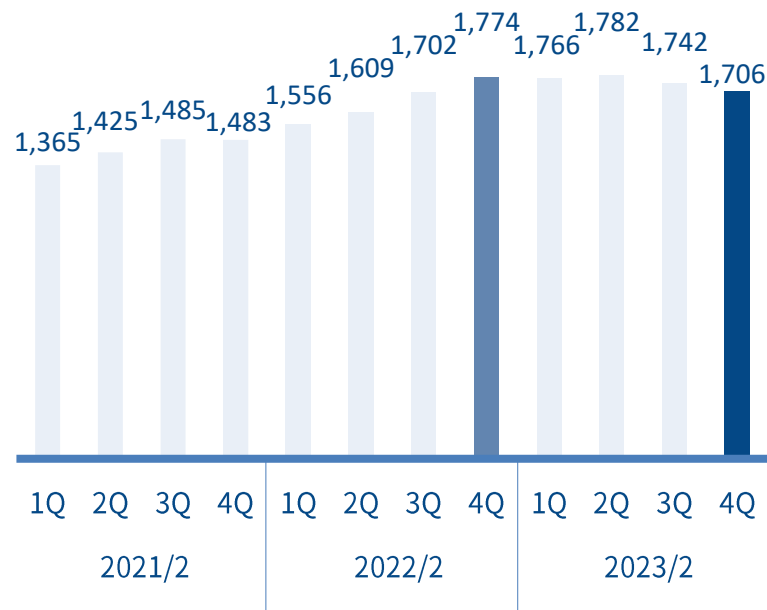
# 利用企業社数とARRの推移

第4四半期は、第3四半期からARRが減少するも今後の持続的な成長を実現するため、営業戦略の見直しを実施  
2024年2月期は、SaaS型商材だけでなく、運用コンサルの継続率をさらに向上させることで、ARRの増加を図る

【利用企業社数（社）】 1,349社（前年同期比102.6%）



【ARR（百万円）】 1,706百万円（前年同期比96.1%）



※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

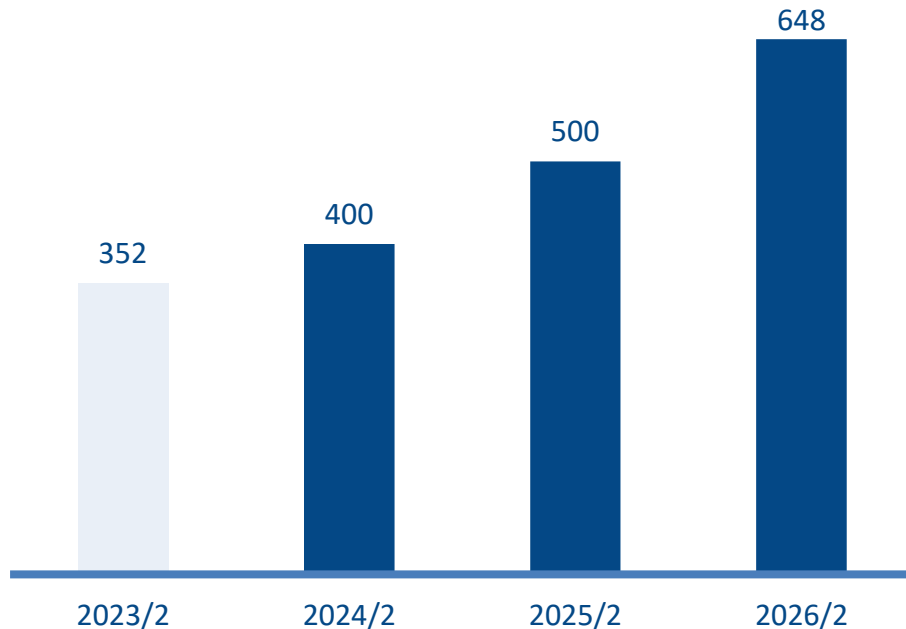
SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築  
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、648百万円まで拡大予定

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）】

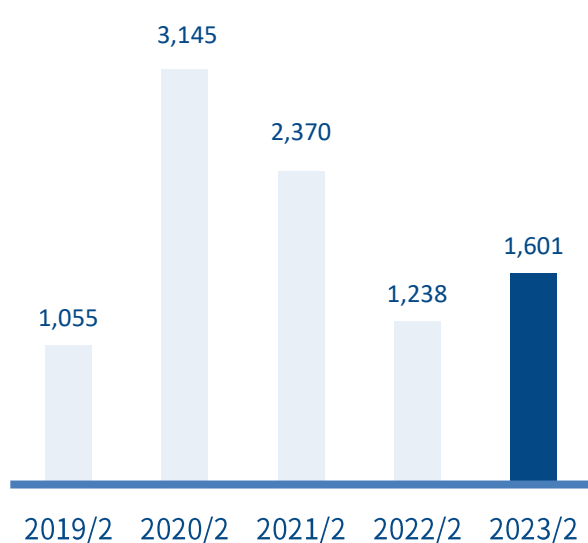


# 投資事業（年度推移）

2023年2月期の売上高・売上総利益は、保有株式を一部売却したことで、前年同期比で増収増益に  
2023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775百万円と大幅増益

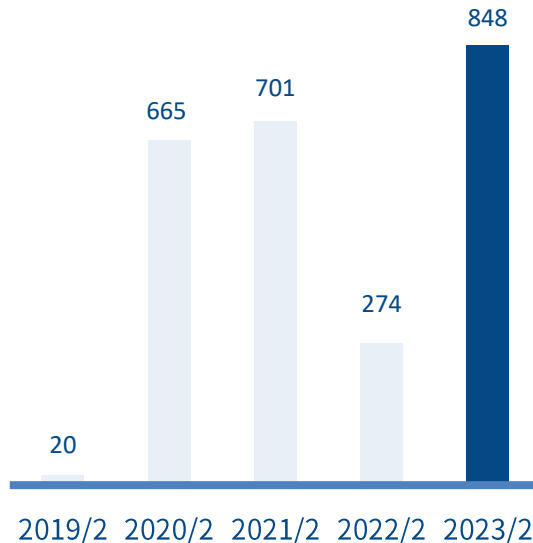
## 【売上高（百万円）】

1,601百万円（前年同期比129.3%）



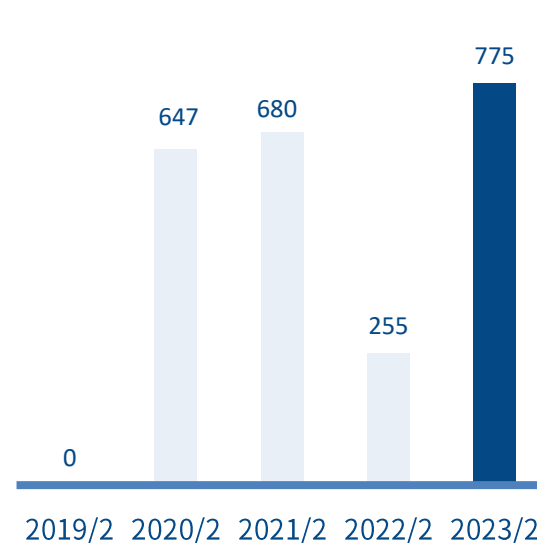
## 【売上総利益（百万円）】

848百万円（前年同期比309.4%）



## 【営業利益（百万円）】

775百万円（前年同期比303.2%）



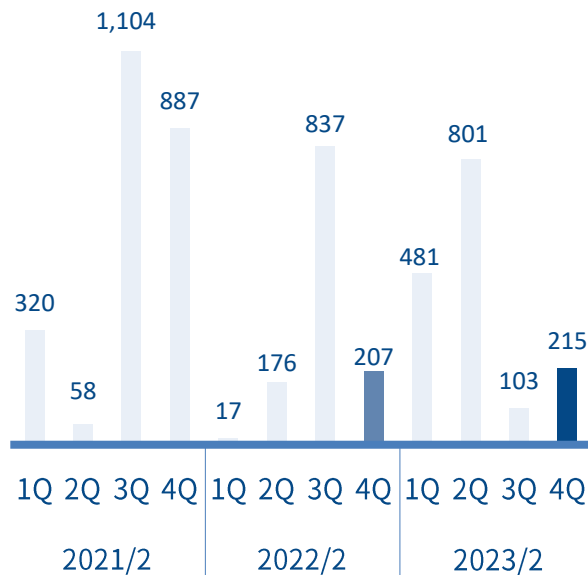
※2019/2および2020/2は、報告セグメントに合わせて組み替えた概算値となります

# 投資事業（四半期推移）

2023年2月期第4四半期は、保有株式を一部売却しつつも、多額の評価損を計上したことで、営業赤字に  
2024年2月期は、一定の評価損が見込まれる中でも、保有株式の売却により、営業利益を確保する見込み

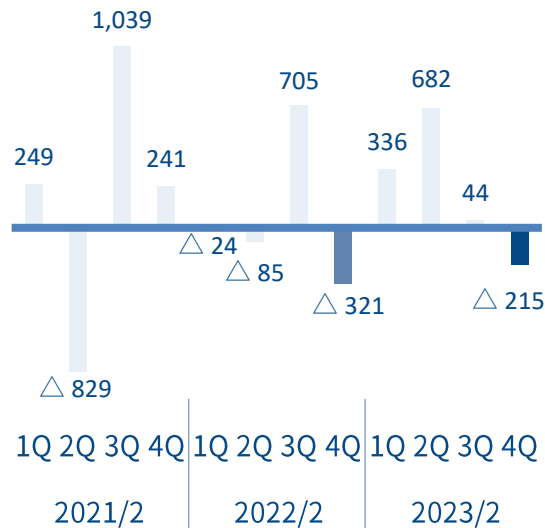
## 【売上高（百万円）】

215百万円（前年同期比103.8%）



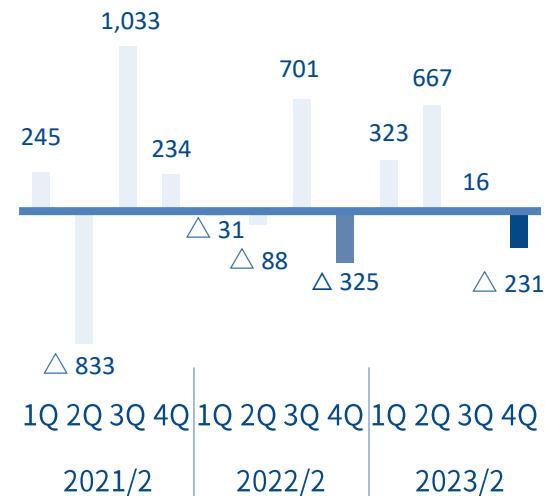
## 【売上総利益（百万円）】

△215百万円（前年同期比106百万円増）



## 【営業利益（百万円）】

△231百万円（前年同期比94百万円増）



※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

## 投資による直近のIPO実績

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29社）  
新たに「シーラテクノロジーズ」がNASDAQ市場に上場し、直近のIPO実績は4社に

上場日		社名	市場
2023年3月31日		シーラテクノロジーズ	NASDAQ
2022年9月29日		プログリット	東証グロース
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



infoNet










### AI-ビッグデータ

AI CROSS

Headwaters
  


  
VISITS Technologies



### マーケティング-セールス


Branding Technology



LISUTO!



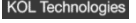











### D2C



  

  
PIALA

  



### 飲食-小売-美容-サービス-ヘルスケア



















### フィンテック-不動産テック




  
SYLA



  
GLOBAL LINK MANAGEMENT





### HR-人材-教育関連





BRANDING ENGINEER









### シェアリングエコノミー

SHARINO TECHNOLOGY



  
LIVERO
S


### DX

ROBOT PAYMENT









### その他toB向けサービス


WILLS


INBOUNDTECH
  














### その他toC向けサービス





PROGRIT
  







LASTONEMILE



## 投資先の子会社化（直近の実績）

投資先を子会社化することでPR・IR支援だけでなく、資本面においてもバックアップ  
投資先の成長を加速させることで早期のIPOを実現し、投資目的としての売却益も狙う

株式取得日	社名	事業内容
2022年11月21日	 amic Inc.	アミー フランチャイズマッチング プラットフォームの運営
2022年11月18日	 MasterVisions	MasterVisions 360度視聴可能な自由視点 映像の生成・配信
2022年7月29日	<b>CLOUD BEAUTY</b> クラウドビューティ	店舗DX支援 SaaS型サロンシステムの提供

# 投資先の子会社化（クラウドビューティ）

店舗DX支援事業を行う株式会社クラウドビューティを2022年7月29日に連結子会社化  
店舗DX支援事業で得たノウハウを活かしながらベクトルグループのサービス向上を図る

## 株式取得概要

会社名	<b>CLOUD BEAUTY</b> 株式会社クラウドビューティ
事業内容	店舗DX支援 SaaS型サロンシステムの提供
株式取得日	2022年7月29日
提供サービス	「SOSIA POS SALON」 <a href="https://sosia-pos.jp/">https://sosia-pos.jp/</a>

## 「SOSIA POS SALON」



S O S I A  
P O S  
S A L O N

導入実績  
2,000店舗  
以上

美容サロン向けに予約管理から顧客管理、売上管理・分析、  
役務管理までワンストップで提供するSaaS型サロンシステム

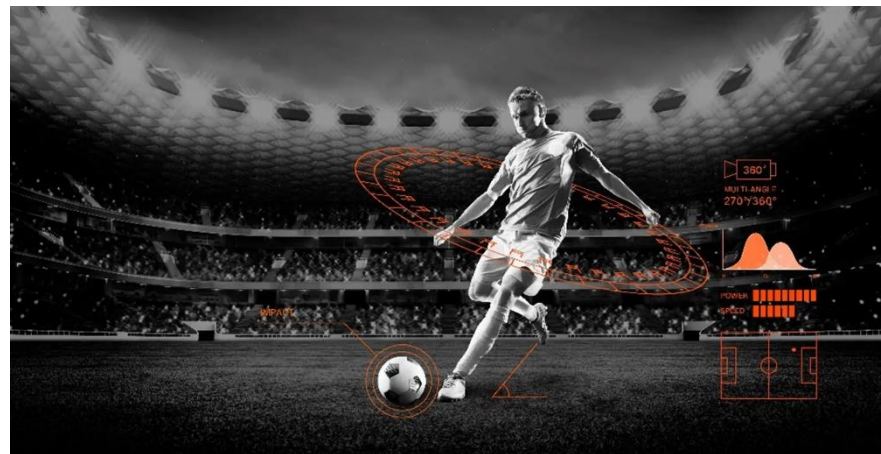
# 投資先の子会社化（MasterVisions）

自由視点映像の生成・配信サービス事業を行うMasterVisions株式会社を2022年11月18日に連結子会社化  
360度視聴可能な自由視点映像の生成など高い技術力を活かすことでライブコマース支援サービスを強化

## 株式取得概要

会社名	 MasterVisions株式会社
事業内容	360度視聴可能な 自由視点映像の生成・配信
株式取得日	2022年11月18日
提供サービス	自由視点映像の生成・配信サービス <a href="https://mastervisions.co.jp/ja">https://mastervisions.co.jp/ja</a>

## 「自由視点映像の生成・配信サービス」



視聴者がスマートフォンなど活用してエンタメやスポーツで  
360度視聴可能な自由視点映像の生成・配信サービスを展開

# 投資先の子会社化（アミー）

フランチャイズマッチングプラットフォームの運営事業を行う株式会社アミーを2022年11月21日に連結子会社化プラットフォーム運営で得たマッチングノウハウや顧客基盤を活かしながらベクトルグループのサービス向上を図る

## 株式取得概要

会社名	 株式会社アミー
事業内容	フランチャイズマッチングプラットフォームの運営
株式取得日	2022年11月21日
提供サービス	「フランチャイズハジメルくん」 <a href="https://fc-hajimeru.com/">https://fc-hajimeru.com/</a>

## 「フランチャイズハジメルくん」



フランチャイズ  
**ハジメルくん**

掲載実績  
70案件  
以上

フランチャイザーが動画でフランチャイジーに情報を発信し、契約交渉まで進めることができるマッチングプラットフォーム

# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2022年2月期	2023年2月期	前年同期差	前年同期比
売上高	48,122	55,225	+7,102	114.8%
売上総利益	29,549	35,146	+5,597	118.9%
E B I T D A	6,017	7,013	+995	116.6%
営業利益	5,128	6,276	+1,148	122.4%
経常利益	5,208	6,623	+1,414	127.2%
税金等調整前 当期純利益	5,116	5,712	+595	111.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,071	3,172	+1,100	153.1%

# 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2022年2月期末	2023年2月期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	31,575	36,343	+4,768	115.1%
現預金	13,522	13,372	△149	98.9%
のれん	354	1,780	+1,426	502.9%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	5,363	5,495	+132	102.5%
その他	12,335	15,694	+3,359	127.2%
負 債 合 計	15,397	20,584	+5,186	133.7%
借入金+社債	5,717	9,756	+4,039	170.6%
その他	9,679	10,827	+1,147	111.9%
純 資 産	16,178	15,759	△418	97.4%

# 連結キャッシュ・フロー計算書

	2022年2月期	2023年2月期	増減額	増減要因
(単位：百万円)				
現金及び現金同等物の 期首残高	10,852	13,522	+2,670	
営業活動による キャッシュ・フロー	4,977	1,457	△3,520	積極的に投資したことで 営業投資有価証券が増加
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,308	△1,288	+19	積極的なM&Aにより、子会社 株式の取得による支出が増加
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,060	△358	+701	積極的なM&Aや投資を 実行するため資金調達
現金及び現金同等物の 期末残高	13,522	13,372	△149	

# 2024年2月期業績予想

---



2022年4月14日に開示いたしました「当社グループ役職員に対する譲渡制限付株式報酬制度の導入に関するお知らせ」に記載の通り、当社は譲渡制限付株式報酬制度を導入いたしました。

上記に伴い、2024年2月期以降、決算説明資料に記載する「営業利益」は、当社が付与する譲渡制限付株式報酬費用を足し戻した後の数値となります。  
※当社の子会社が付与する株式報酬費用は営業利益に足し戻しておりません

## 2024年2月期連結業績予想

2024年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2023年2月期 (実績)	2024年2月期 (計画)	前年同期比	2024年2月期 上期計画	2024年2月期 下期計画
売上高	55,225	63,000	114.1%	29,761	33,239
営業利益※	6,276	7,260	115.7%	2,175	5,085
経常利益	6,623	7,160	108.1%	2,141	5,019
親会社株主に 帰属する当期純利益	3,172	4,000	126.1%	1,053	2,947

通期業績予想につきましては、2022年4月14日に発表しました中期利益計画に記載の通りの営業利益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、2024年2月期の配当につきましては**1株あたり25円**を予定しております。

※営業利益（当社が付与する譲渡制限付株式報酬費用を足し戻した後の営業利益）

# 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 (実績)	2024年2月期 (計画)	前年同期比	2024年2月期 上期計画	2024年2月期 下期計画
営業利益※	6,276	7,260	115.7%	2,175	5,085
PR・広告	2,984	3,463	116.0%	1,408	2,055
プレスリリース	1,190	1,500	126.0%	634	866
ビデオリリース	△34	50	+85	△6	56
ダイレクトマーケ	984	974	98.9%	△58	1,032
メディアCMS	3	30	888.3%	△7	37
HR	352	400	113.5%	184	216
投資	775	842	108.5%	19	823

ダイレクトマーケティング事業においては、上期に広告投下し、下期に回収する流れを継続しながらも、新商品の育成に伴う先行投資を加速していくため、減益の計画となっております。なお、投資事業において、下期に保有株式の売却益を見込んでいることから、全体として下期偏重の計画となっております。

※営業利益（当社が付与する譲渡制限付株式報酬費用を足し戻した後の営業利益）

# 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 (実績)	2024年2月期 (計画)	2025年2月期 (計画)	2026年2月期 (計画)
EBITDA※	7,013	7,920	9,160	10,660
営業利益※	6,276	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
- ROEにつきましては、**25%以上**を目安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
- 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

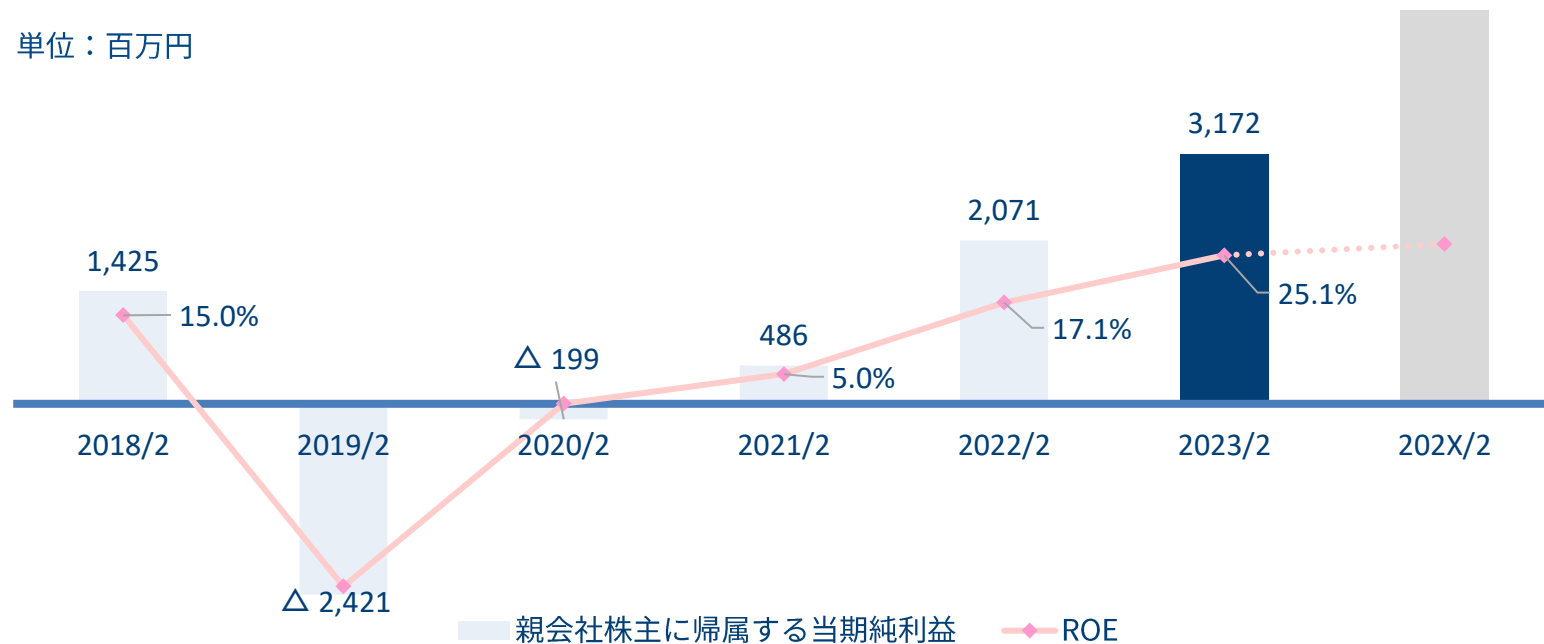
※EBITDA=営業利益(当社が付与する譲渡制限付株式報酬費用を足し戻した後の営業利益)+減価償却費+のれん償却費

※営業利益(当社が付与する譲渡制限付株式報酬費用を足し戻した後の営業利益)

# ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

経営指標とするROEは、**25%以上**を目安として継続的に改善していく方針

単位：百万円



営業キャッシュフローおよび有利子負債から得たキャッシュを成長投資に投下し成長を加速

## ①成長投資

- ・JOBTVなど新規事業への投資
- ・ベンチャー投資やM&Aの実施

## ③負債返済

- ・利益成長による有利子負債の返済
- ・自己資本比率30%以上を当面維持

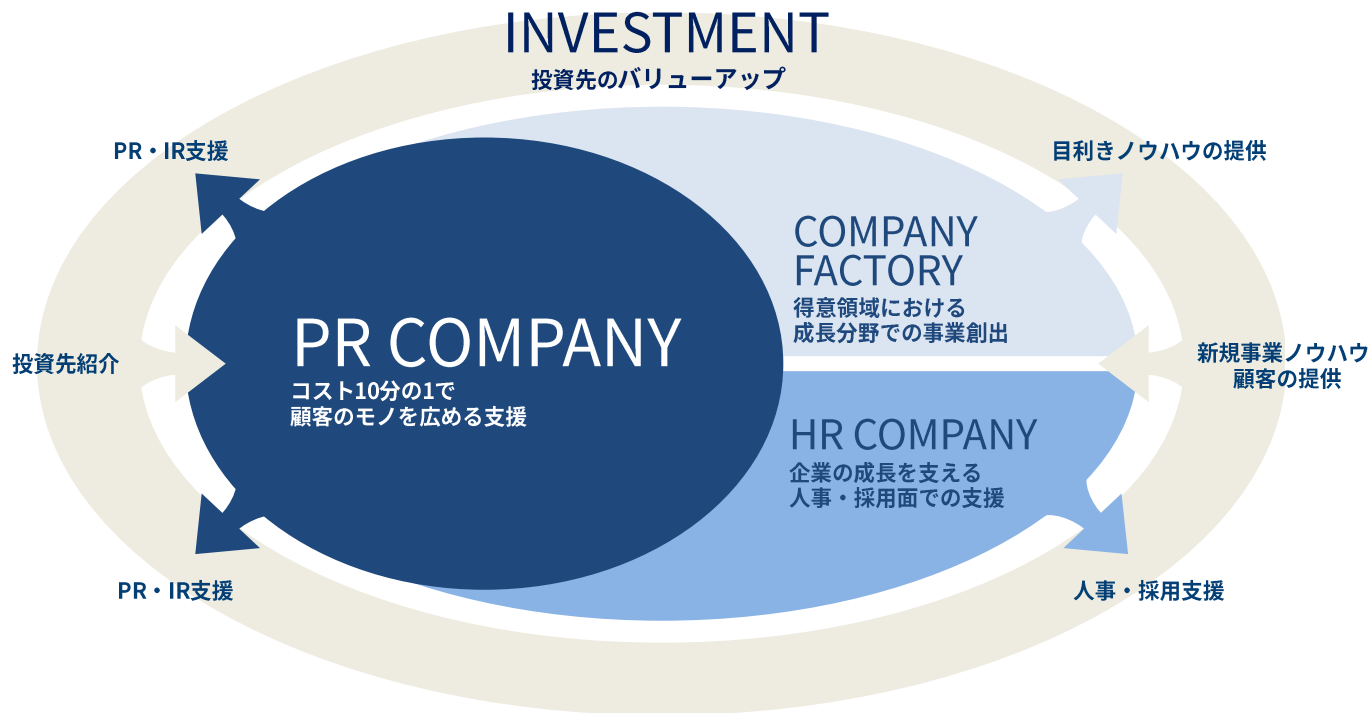
企業価値向上  
サイクル

## ②株主還元

- ・安定的かつ継続的な増配の実現
- ・連結配当性向30%を目安に還元






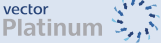














# ベクトルグループ事業構想図

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・プレスリリース・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

---

# 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7兆円



# 広告業界のディスラプター



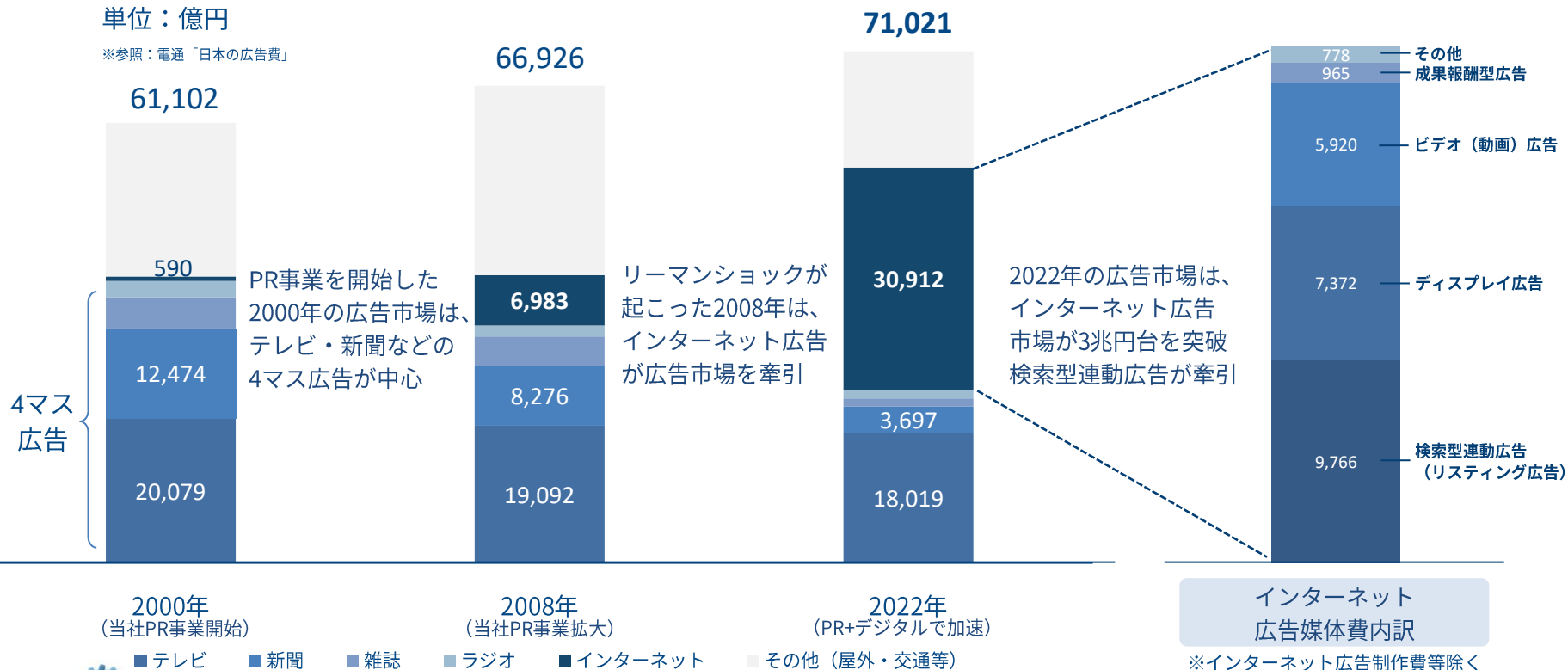
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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

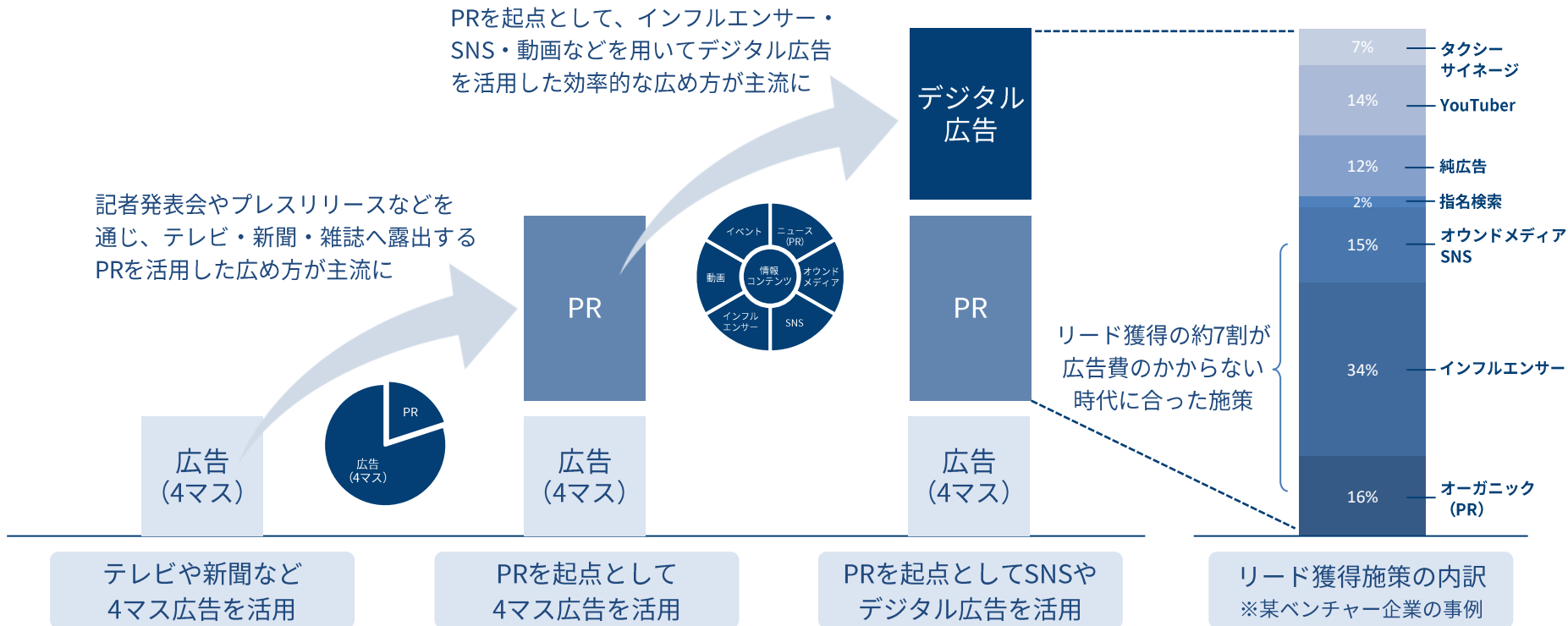
## 4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に

単位：億円

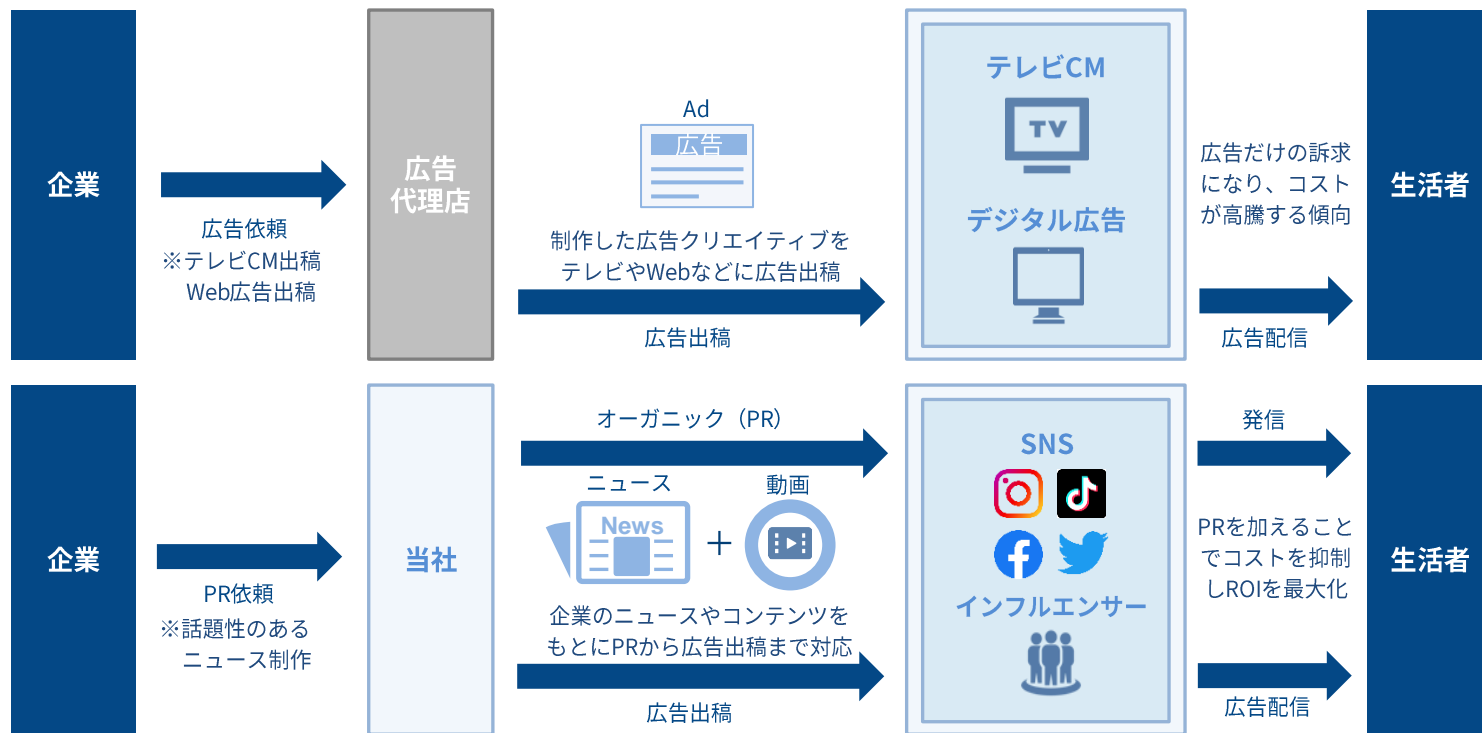
※参照：電通「日本の広告費」



## 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



## 当社はPRに加え、ニュースやコンテンツを広告で出稿することが可能



## 企業のリード獲得に必要な施策をワンストップで提供



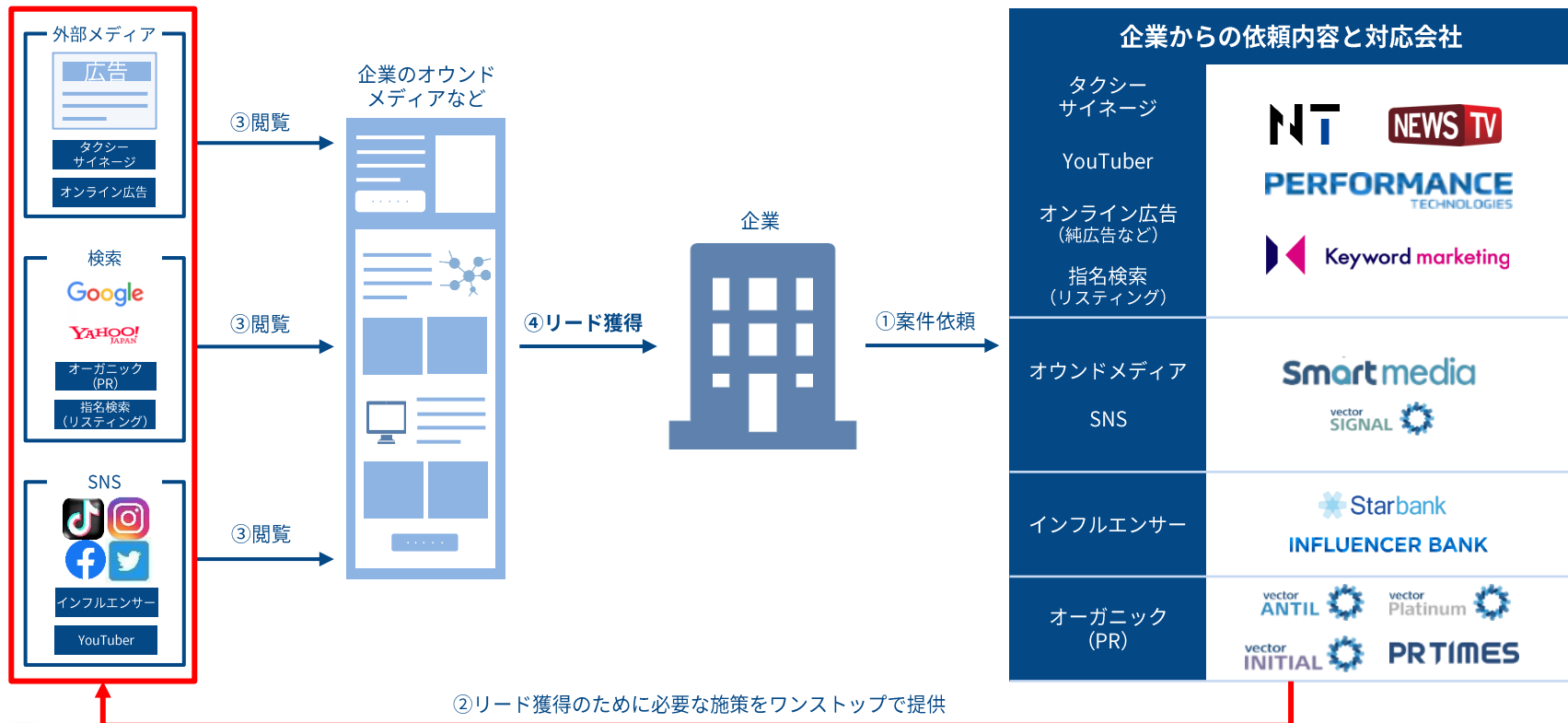
見込み顧客



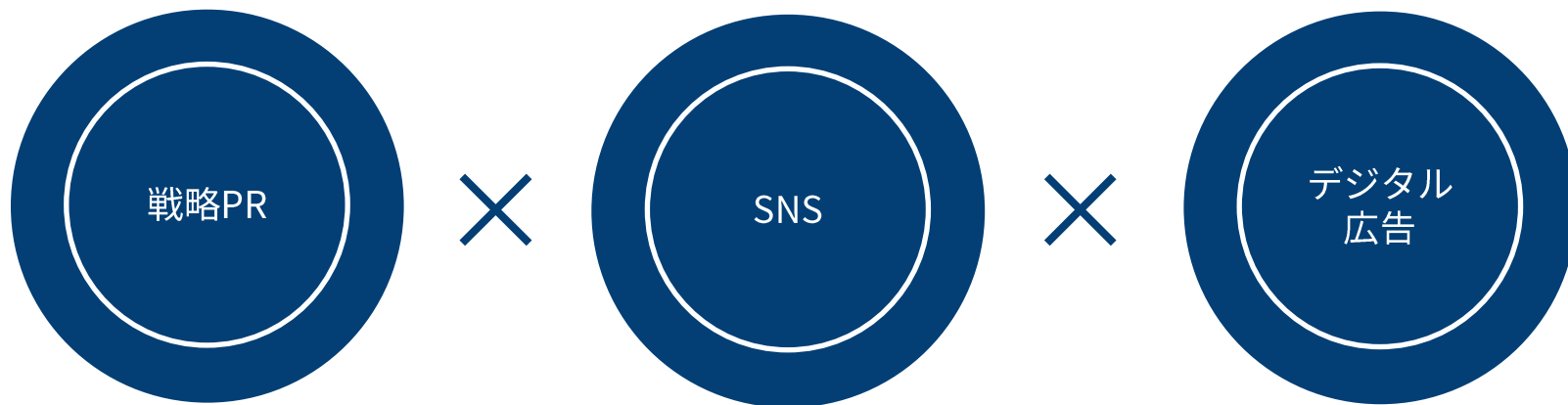
見込み顧客



見込み顧客



「戦略PR」と「SNS」を駆使しながら「コンテンツ」をターゲットに対して直接届ける認知領域から「デジタル広告」を用いて購買につながる獲得領域までをワンストップで行うマーケティング戦略



## 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>7万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53%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 <b>ANTIL</b></p> <p>vector <b>Platinum</b></p> <p>vector <b>INITIAL</b></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><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 <b>INFLUENCER BANK</b></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 <b>SIGNAL</b></p> <p><b>NT</b></p> <p><b>Smart media</b></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 CLOUD</b></p>

0円

50,000,000円/年

## 「FAST COMPANY」構想の基盤強化を実現する2つの重点項目

1  
M&A

時代に適したマーケティング  
施策を強化すべく、M&Aにより  
提供するサービス領域を拡充



2  
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 M&A

## M&A

顧客のマーケティング戦略を総合的にサポートするため  
より重要性が高まるデジタルマーケティング領域を拡充






# M&AによるFAST COMPANY構想の強化

広告市場において、毎年増加傾向にあるインターネット広告予算の受け皿を拡大すべく、デジタルマーケティング領域を中心としたM&Aを加速し、FAST COMPANY構想を強化

## 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

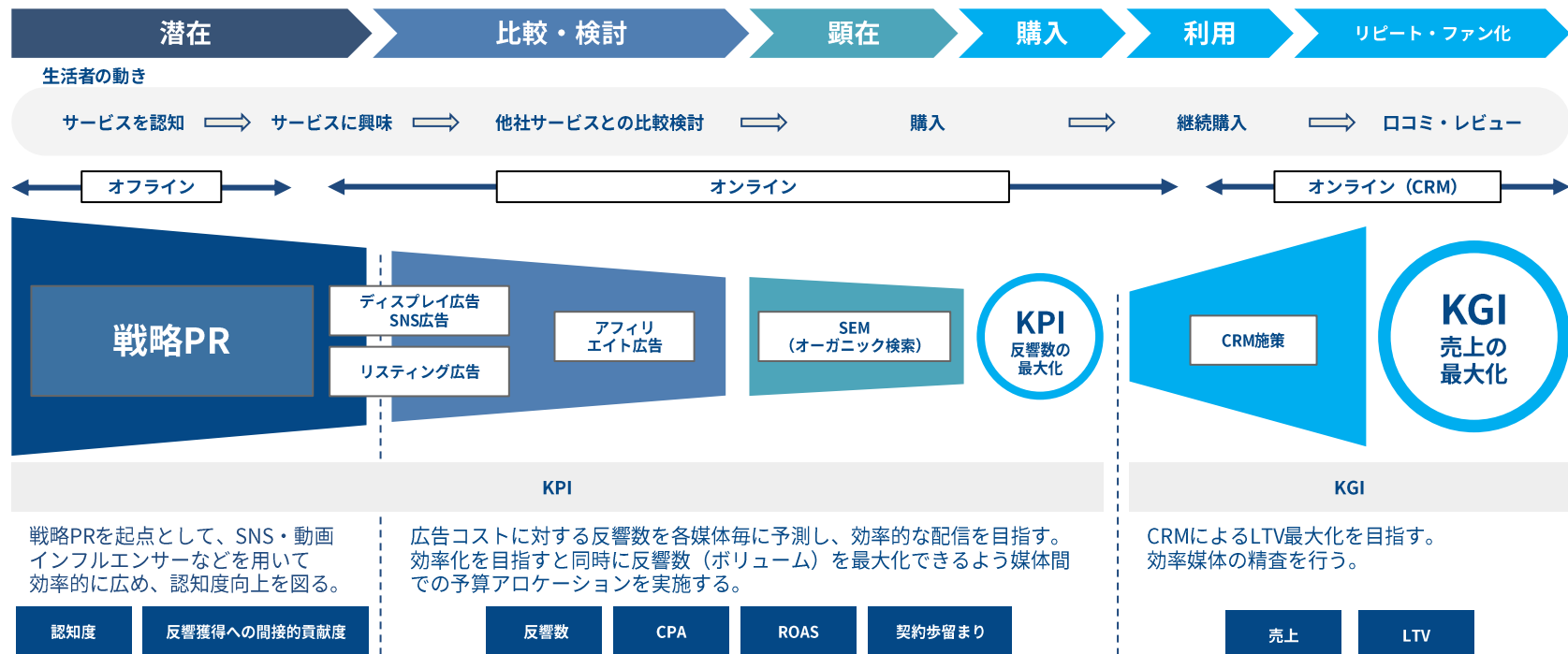
プレスリリース	PRコンサルティング	ビデオリリース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	リスクマネジメント
 <p>7万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の53%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが特徴。</p> <p><b>PR TIMES</b></p>	 <p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector <b>ANTIL</b></p> <p>vector <b>Platinum</b></p> <p>vector <b>INITIAL</b></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><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 <b>INFLUENCER BANK</b></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 <b>SIGNAL</b></p> <p><b>NT</b></p> <p><b>Smart media</b></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 CLOUD</b></p>

0円

50,000,000円/年

# デジタルマーケティング事業取得によるシナジー

戦略設計やリスティング広告等の運用を得意とする会社（事業）を取得したことで従来に増して戦略PRを起点に売上の最大化を目的としたデジタル施策の提供が可能

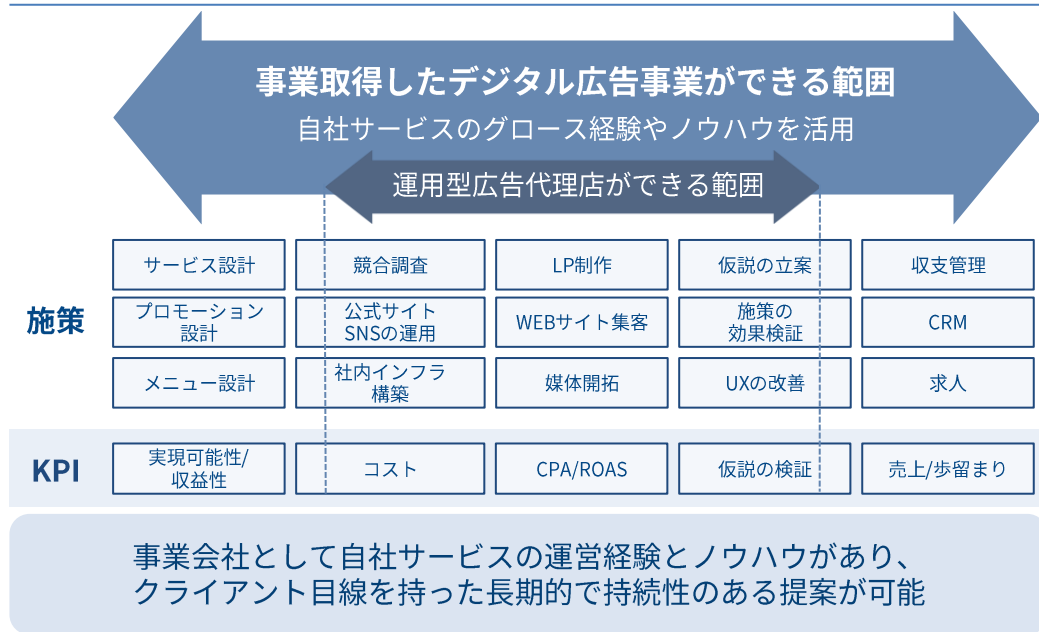


株式会社ターミナルから戦略設計を得意とするデジタル広告事業を2022年9月30日に11億円で取得  
デジタル広告の強化だけでなく、デジタルマーケティングを起点としたPRサービスの提供も可能に

## 事業取得概要

会社名	<b>Ⓣ TERMINAL inc.</b> 株式会社ターミナル
譲受事業	デジタル広告事業
取得金額	11億円
事業取得日	2022年9月30日

## 「デジタル広告事業」



運用型広告の運用を得意とする株式会社キーワードマーケティングを2022年12月26日に連結子会社化戦略PRを起点とした顧客のマーケティング戦略をデジタル面にて強化することで顧客単価の向上を図る

## 株式取得概要

会社名	 株式会社キーワードマーケティング
事業内容	運用型広告の運用代行 広告運用コンサルティング
取得金額	11.8億円
株式取得日	2022年12月26日

## 事業内容

### 運用型広告運用代行

運用型広告の運用代行  
(リスティング広告・SNS広告)

リスティング広告やSNS広告などの運用型広告をお客様の代わりに運用。運用開始前のヒアリングでは広告だけでなくビジネス全体の課題を明確にし、目標設定を実施

顧客  
支援実績  
300社以上

年間  
継続率  
90%以上

### インハウス運用支援

広告運用  
コンサルティング

自社で広告運用しているお客様に対してコンサルティングを提供。常時、300アカウント以上を運用しているノウハウから業種・業態に適した最新の広告提案を実施

顧客  
支援実績  
900社以上

講座等  
参加者数  
25,000人  
以上

SNSを用いた集客支援を得意とする株式会社トライハッチを2023年3月1日に連結子会社化  
店舗を持った顧客のマーケティング課題を戦略PRとテクノロジーを活用し、ワンストップで支援

## 株式取得概要

会社名	 <b>Tryhatch</b> 株式会社トライハッチ
事業内容	SNS運用支援事業 SaaS事業 デジタルマーケティング事業
取得金額	3.5億円
株式取得日	2023年3月1日

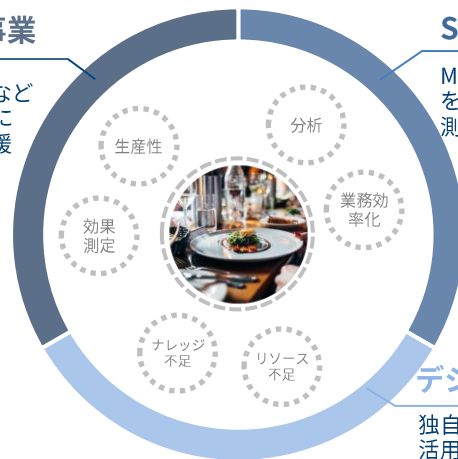
## 「事業内容」

### SNS運用支援事業

InstagramやTikTokなどの運用代行をメインに店舗のSNS運用を支援

### SaaS事業

MEO管理・分析ツールなどのSaaSを開発し、マーケティングから効果測定までをワンストップで提供



### デジタルマーケティング事業

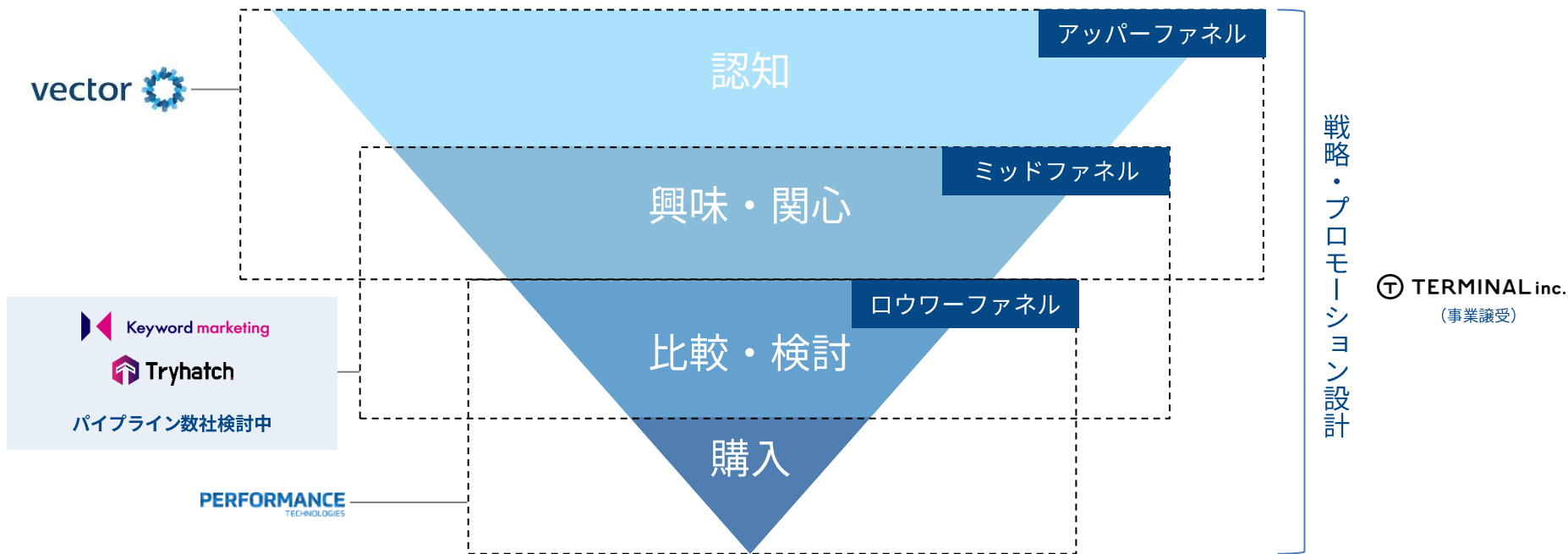
独自SaaSで蓄積した大量のデータを活用したコンサルティングを実施

蓄積した大量のデータを活用しながら、店舗を持った顧客のマーケティング課題に合わせたコンサルティングからSNS運用支援など幅広くサービスを提供

FAST COMPANY構想を強化し、コア事業とのシナジーが見込まれるM&Aを積極的に推進  
効果的なM&Aにより、オーガニック成長を加速させるとともに、非連続的な成長を目指す

買収ターゲット	FAST COMPANY構想を拡大・拡充できる企業（小規模案件） 特に、デジタルマーケティング（デジタル広告）領域を強化
バリュエーション	EV/EBITDA倍率5～7倍程度を目安にM&Aを実行
資金調達	買収資金は、手元現預金、銀行借入が基本
ガバナンス	M&Aやファイナンスに関する豊富な知見を有する 過半数の社外取締役を交えた取締役会にて慎重に判断
PMI	投資時の買収の狙いとその実現状況を定期的にモニタリング 上場企業のグループ会社として求められる内部統制を構築

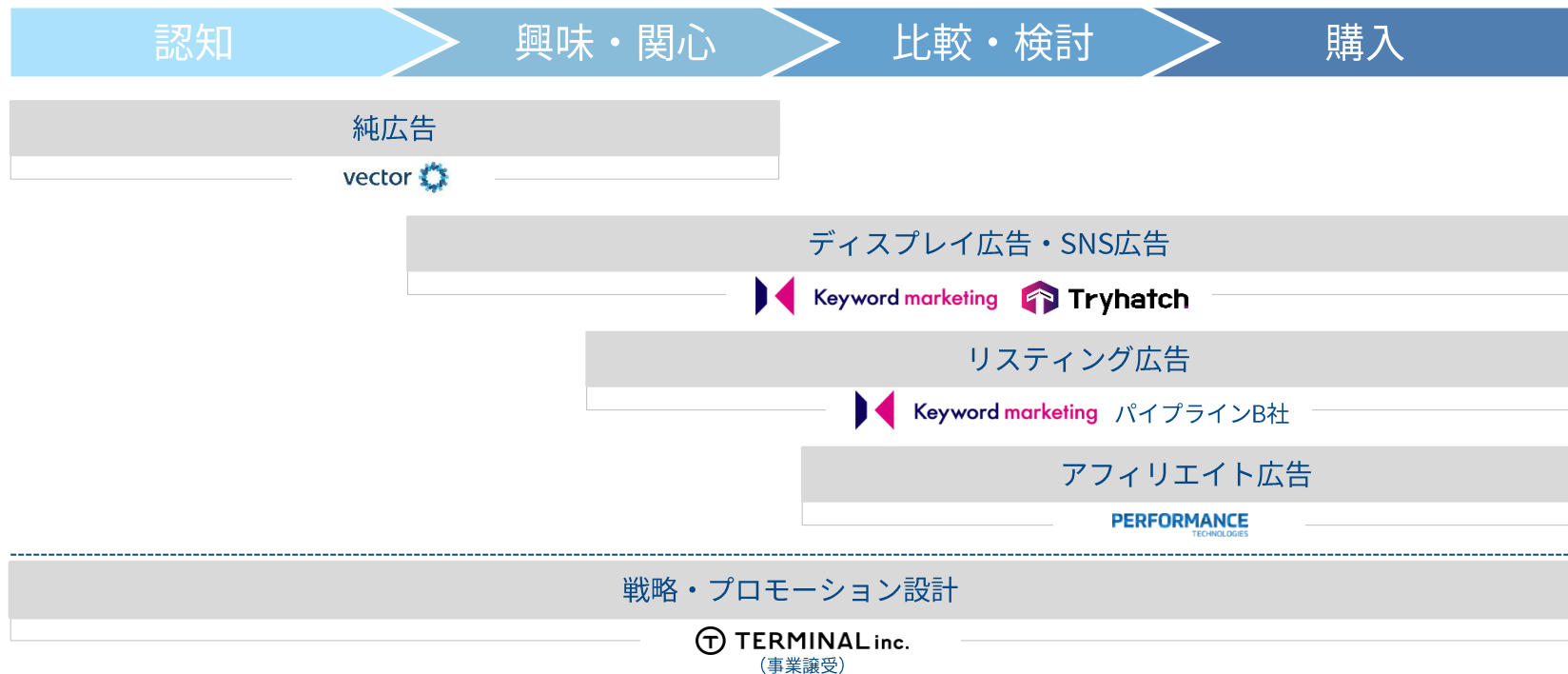
生活者の購買プロセスを踏まえ、それぞれのファネルにて対応できる事業群を整備  
各ファネルでの対応領域を拡充すべく、M&Aによりカバレッジを強化していく方針





# デジタルマーケティング領域の拡充（広告別）

デジタル広告施策における、戦略・プロモーション設計をはじめ、認知拡大から購入までをワンストップで提供できる体制をより強化するため、デジタルマーケティング領域を拡充



## VC × PR 2

出資とPR支援が可能なPRキャピタル  
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

vector



出資とPR・IR支援を  
セットで提供



ベンチャー



IPOの実現



IPO実績



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

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！

内定者が面接を再現する「合格者面接チャンネル」を2022年12月に開設  
JOBTVにおける動画就活サポート領域を企業研究から面接対策まで拡大

## JOBTV動画就活サポート領域

就活生

自己PR  
動画



合格者  
面接動画



JOBTV

自己分析

企業研究

エントリー

面接

内定

企業

企業説明  
動画



[https://www.youtube.com/@shundiary\\_passedinterview/videos](https://www.youtube.com/@shundiary_passedinterview/videos)

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15万人を突破



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



転職・キャリア支援サービス「JOBTV転職」β版を2022年12月1日より提供開始

**JOBTV** 転職

JOBTVとは ログイン

興味のある動画

転職も動画の時代

**JOBTV**

GROWTH THE TOKYO TAXI VISION

News

NT News Technology

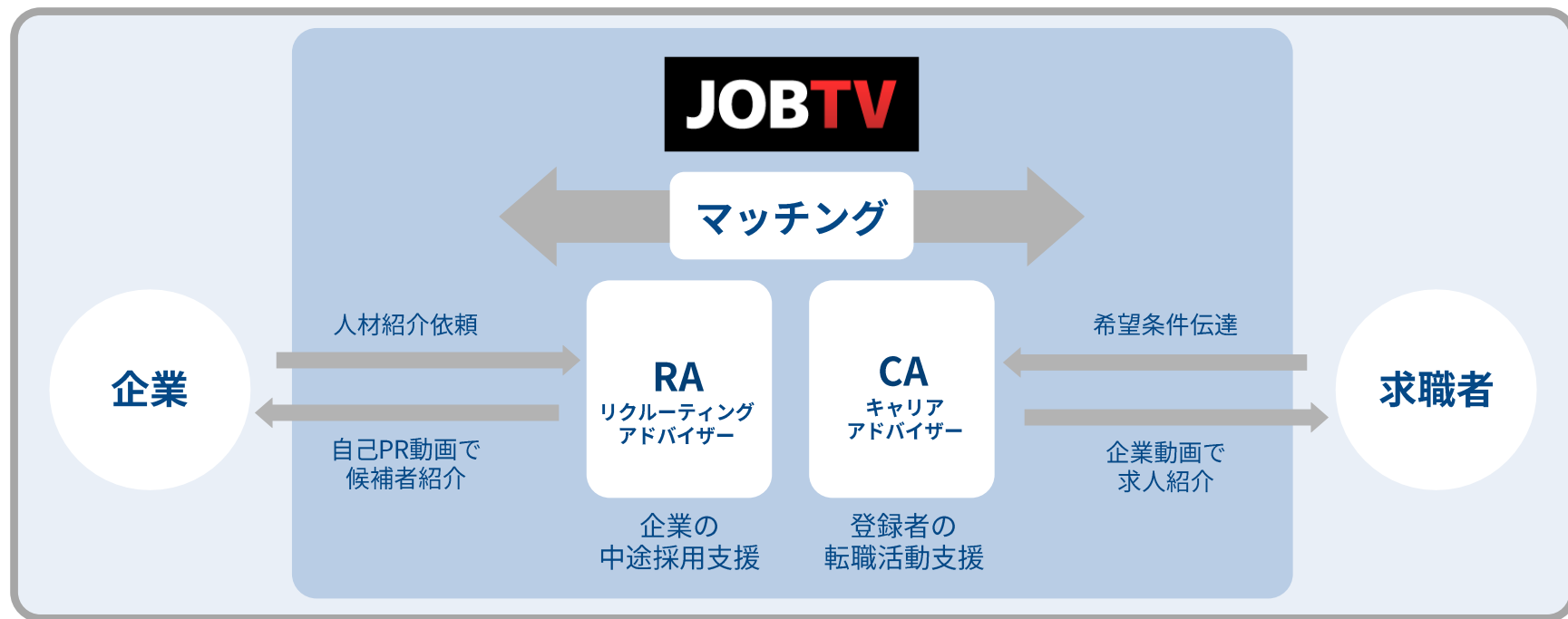
WS ology

JOBTV for転職は、動画で採用面接時のミスマッチを限りなくゼロにする転職・キャリア支援サービスです。

今すぐ申し込み

<https://mid.jobtv.jp/>

動画転職に精通したアドバイザーが転職やキャリアに悩む  
求職者と採用活動に積極的な企業の双方を動画を活用してサポート



# 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。