

株式会社ベクトル

2025年2月期第1四半期
決算説明資料



2024年7月12日

目次

1. 四半期決算
2. 中期利益計画
3. 経営戦略

四半期決算

売上高

138.7 億円

(前年同期比 94.0%)

売上
総利益

88.2 億円

(前年同期比 97.9%)

EBITDA[※]

16.5 億円

(前年同期比 103.7%)

営業
利益

13.7 億円

(前年同期比 97.2%)

経常
利益

13.9 億円

(前年同期比 101.3%)

親会社株主に帰属する
四半期
純利益

5.4 億円

(前年同期比 76.1%)

※ 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）

14.1億円



△2.9億円



+1.4億円



△0.2億円



+0.7億円



+0.6億円

13.7億円



- ① PR・広告は、NewsTVや韓国での大型顧客案件失注や、新規事業への投資等により減益。NewsTVは販管費等コストの見直し実施。韓国は新規案件受注等により挽回予定
- ② プレスリリース配信事業は、利用企業社数が97,000社を突破。四半期連結会計期間の過去最高売上を更新

前期1Q
営業利益

PR・広告事業

プレスリリース
配信事業

ダイレクト
マーケティング事業

HR事業

投資事業

当期1Q
営業利益

第1四半期累計期間業績サマリ

連結業績

売上高
138.7 億円
(前年同期比94.0%)

営業利益
13.7 億円
(前年同期比97.2%)

第1四半期累計期間事業概要

- 国内PR事業は好調だが、シグナル、ダイレクトテック等昨年度に売却した子会社の影響もあり減収
- PR・広告事業のNewsTVや韓国での大型顧客案件失注や新規事業への投資等により減益

PR・広告

86.4 億円
(前年同期比93.3%)

9.0 億円
(前年同期比75.4%)

- 国内PR事業は好調だが、シグナル等昨年度に売却した子会社の影響もあり減収
- NewsTVや韓国での大型顧客案件失注や新規事業への投資等により減益

プレスリリース (PR TIMES)

19.2 億円
(前年同期比119.6%)

4.8 億円
(前年同期比141.0%)

- 過去最高の四半期売上高を更新**
- 利用企業社数が97,000社を突破
- 「PR TIMES」の地方企業の利用促進等への広告宣伝費を投下

第1四半期累計期間業績サマリ

売上高

ダイレクト
マーケティング

26.2 億円
(前年同期比 78.8%)

営業利益

HR

7.1 億円
(前年同期比 128.4%)

0.0 億円
(前年同期比 0.2 億円減)

0.0 億円
(前年同期比 0.7 億円増)

投資

0.5 億円
(前年同期比 53.8%)

△0.1 億円
(前年同期比 0.6 億円増)

第1四半期累計期間事業概要

- 他社発の紅麹原料問題の影響によりサプリメント商材の売上・利益が減少
- 広告宣伝投資を縮小し黒字確保
- サプリメント以外の新商品の拡売強化
- あしたのチームは、営業戦略の見直しを図りつつ広告宣伝費や機能強化に向けた開発費を投じながらも**黒字確保**
- JOBTVは、収益基盤強化を着実に推進
- 保有株式を一部売却したが、一部の投資先で評価損を計上したことで赤字に
- 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進捗状況

2025年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2025年2月期 (計画)	2025年2月期 1Q末時点	進捗率	2025年2月期 上期計画	2025年2月期 下期計画
売上高	63,000	13,877	22.0%	29,200	33,800
営業利益	8,500	1,374	16.2%	1,982	6,518
経常利益	8,350	1,394	16.7%	1,910	6,440
親会社株主に 帰属する当期純利益	5,000	549	11.0%	829	4,171

第1四半期は、PR・広告事業におけるNewsTVや韓国での大型顧客案件の失注や、他社発の紅麴原料問題の影響を受けたダイレクトマーケティング事業等の影響で売上高は若干計画未達となっているが、上期計画に対して、おおむね計画通りに着地する見込み。

セグメント別利益計画に対する進捗状況

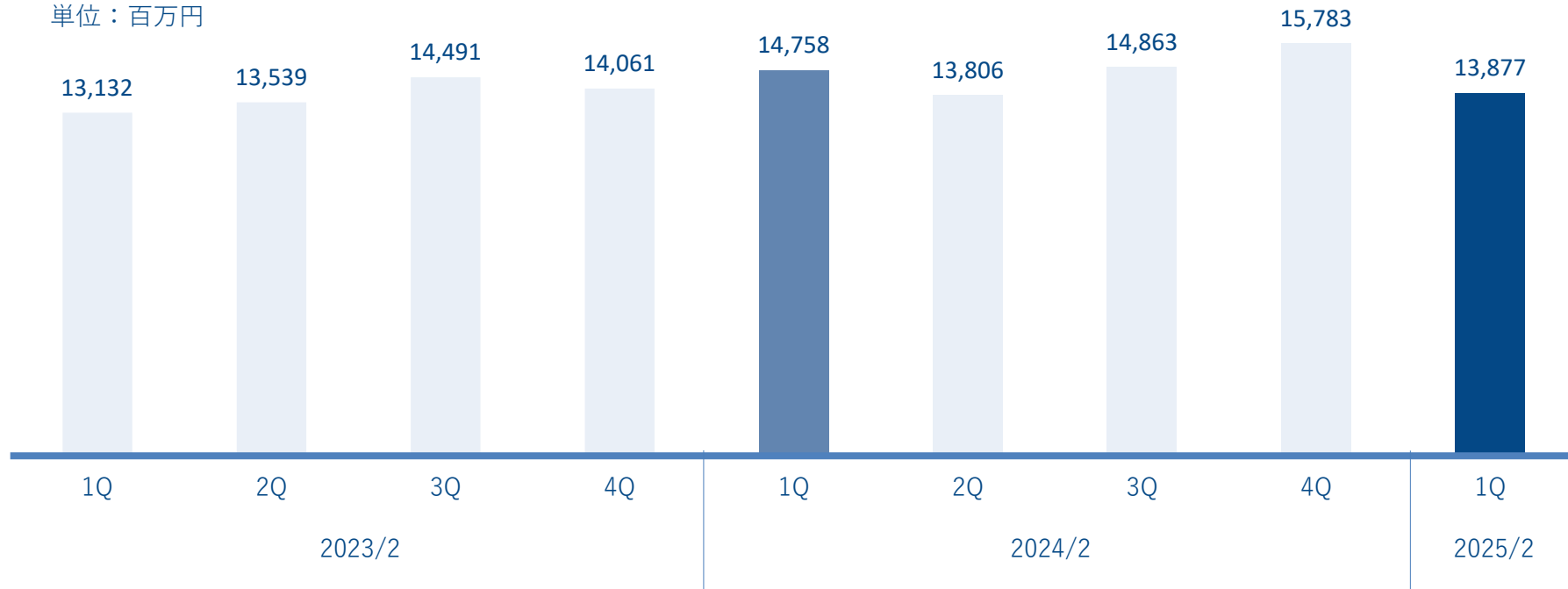
	セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2025年2月期 (計画)	2025年2月期 1Q末時点	進捗率
営業利益	連結	8,500	1,374	16.2%
	PR・広告	4,132	908	22.0%
	プレスリリース	1,900	484	25.5%
	ダイレクトマーケ	1,233	0	—
	HR	635	1	—
	投資	600	△18	—

主力のPR・広告事業やプレスリリース事業については、順調な滑り出しで今後も継続して業績を牽引する見込み。ダイレクトマーケティングにおいては広告投資効率を見極めた運用を実施する予定。HRおよび投資においては、おおむね計画通りに進捗。

連結売上高推移

2025年2月期第1四半期の連結売上高は**13,877**百万円（前年同期比**94.0%**）

単位：百万円

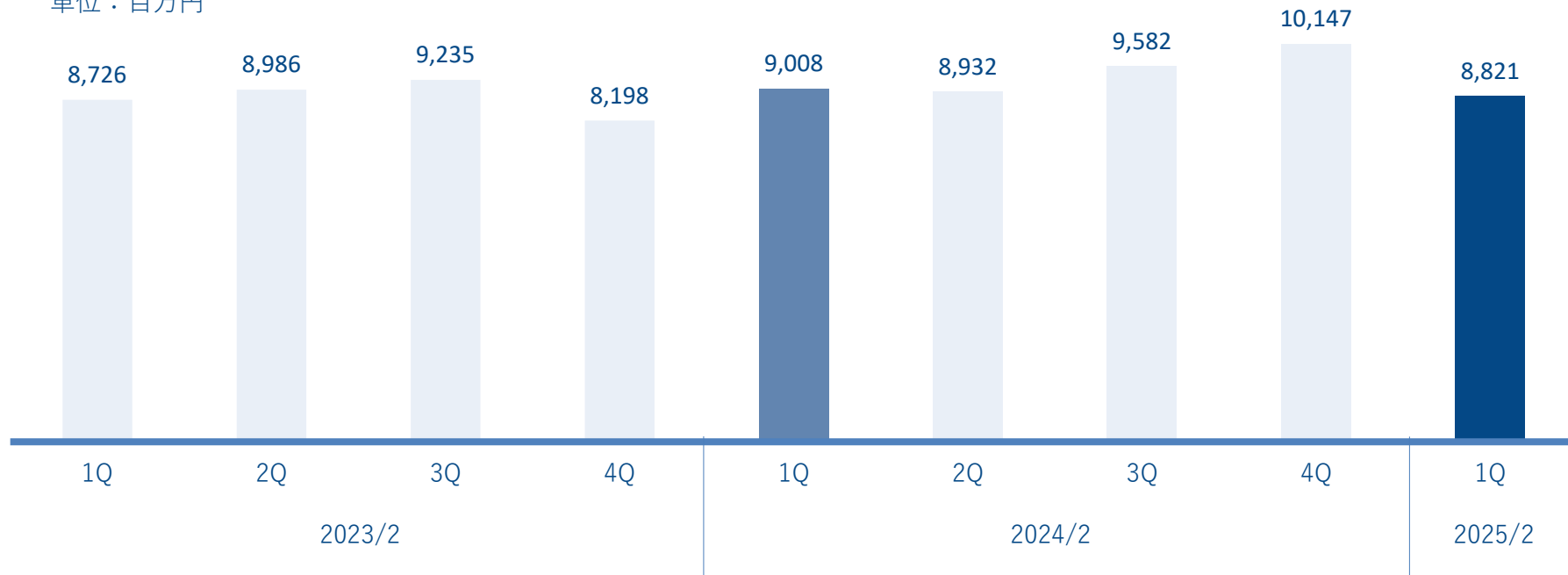


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております

連結売上総利益推移

2025年2月期第1四半期の連結売上総利益は8,821百万円（前年同期比97.9%）

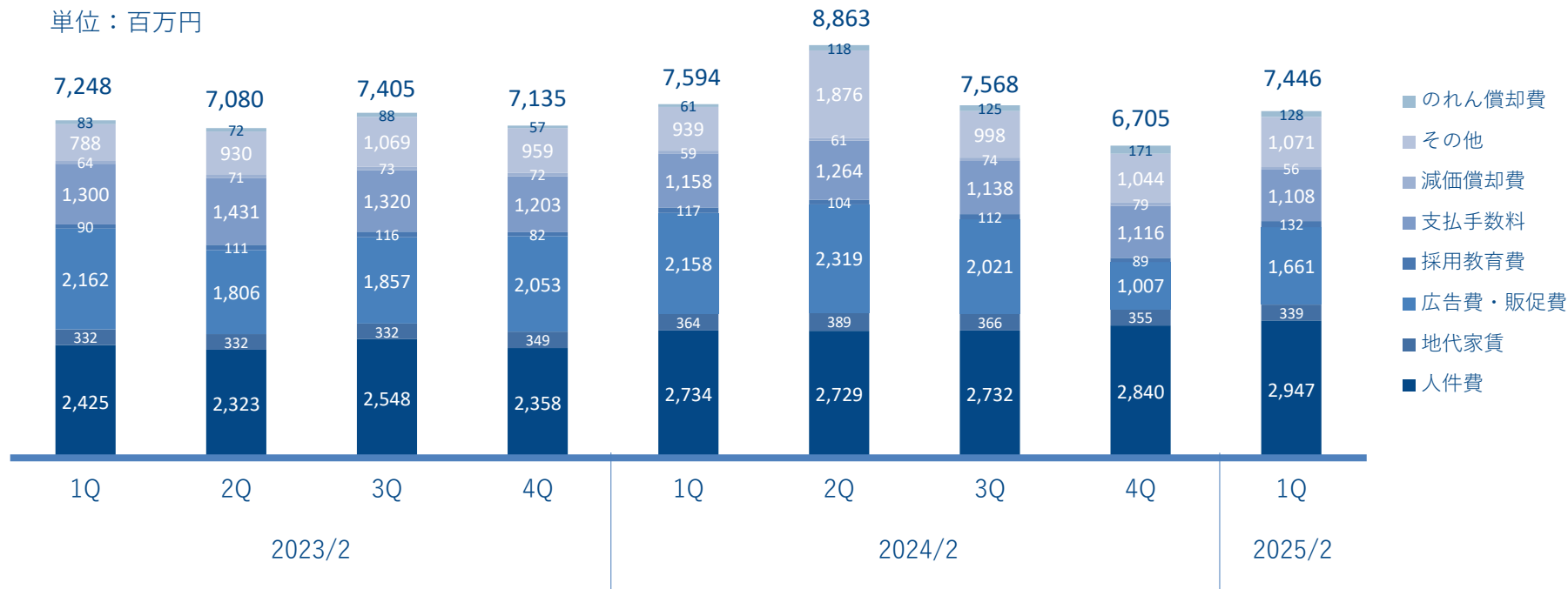
単位：百万円



販売管理費推移

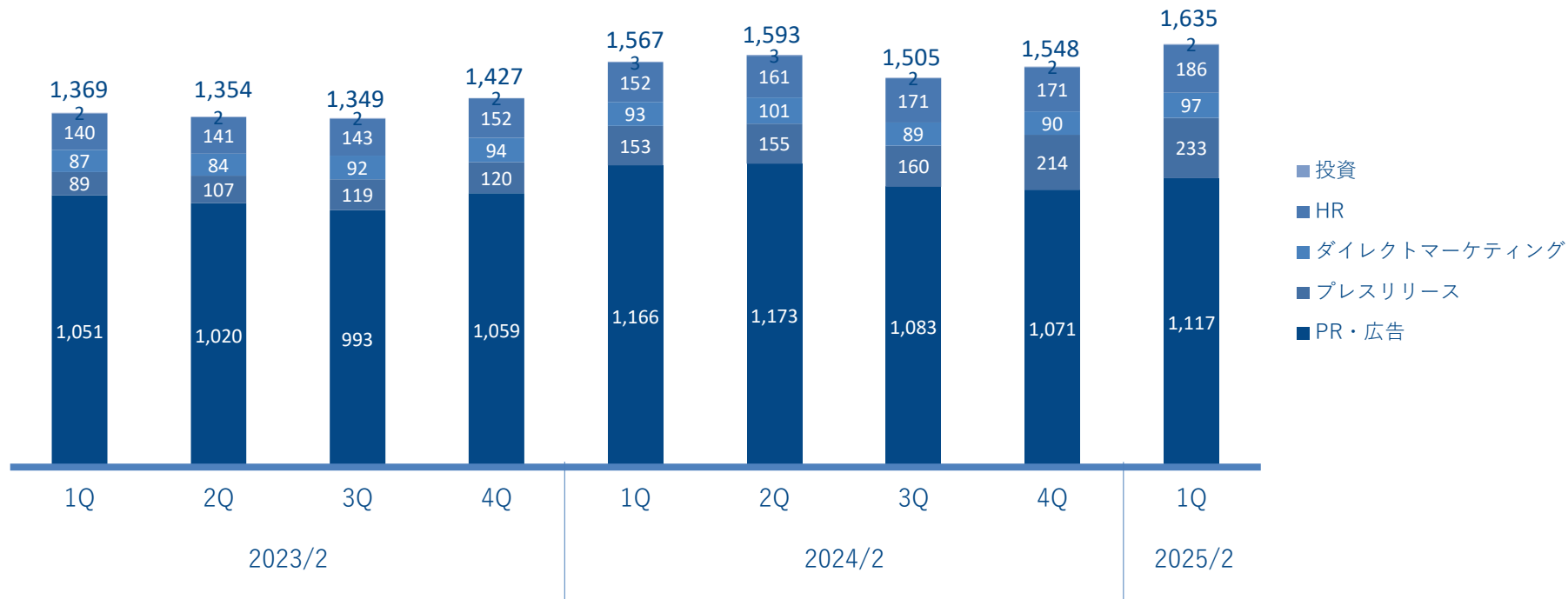
2025年2月期第1四半期の販管費は、人件費等が増加するも、広告・販促費が減少し7,446百万円（前年同期比98.1%）

単位：百万円



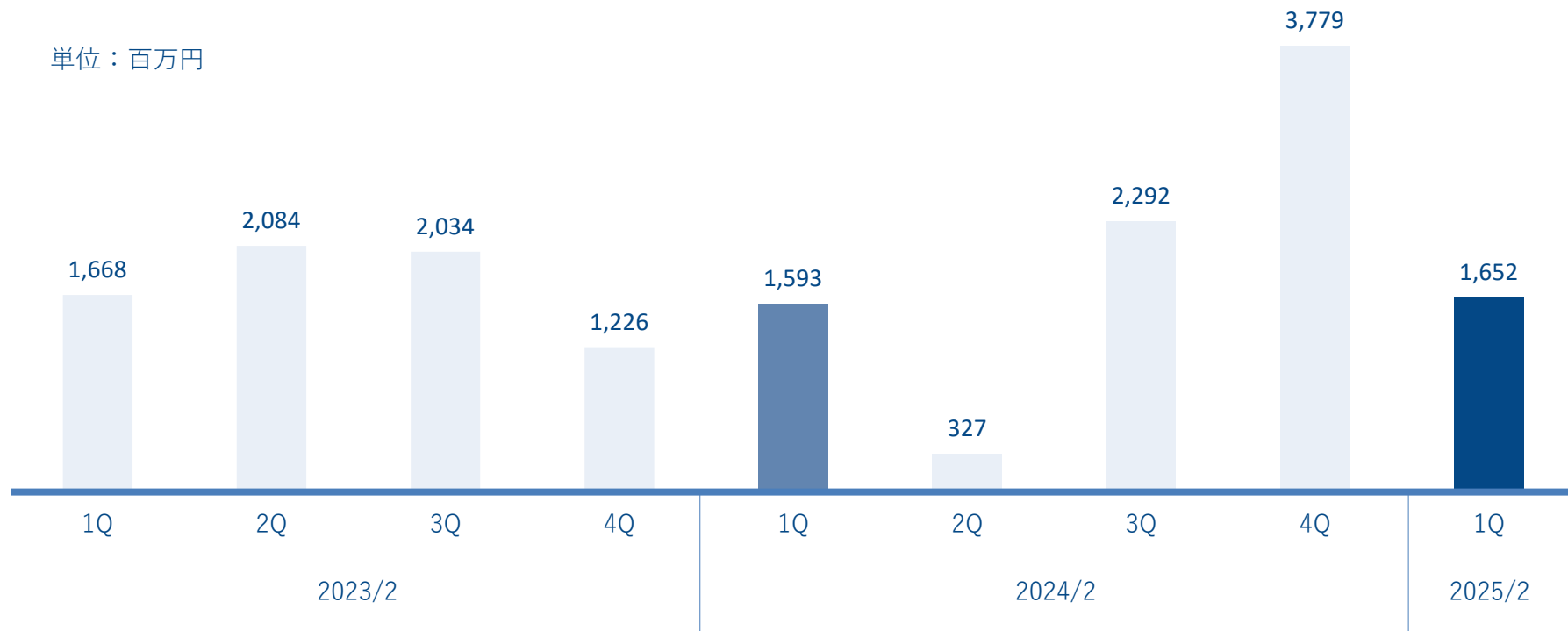
連結従業員数推移（四半期推移）

2025年2月期第1四半期の連結従業員数は、新卒社員の入社等により全体的に増加し1,635人



2025年2月期第1四半期のEBITDAは、**1,652**百万円（前年同期比**103.7%**）

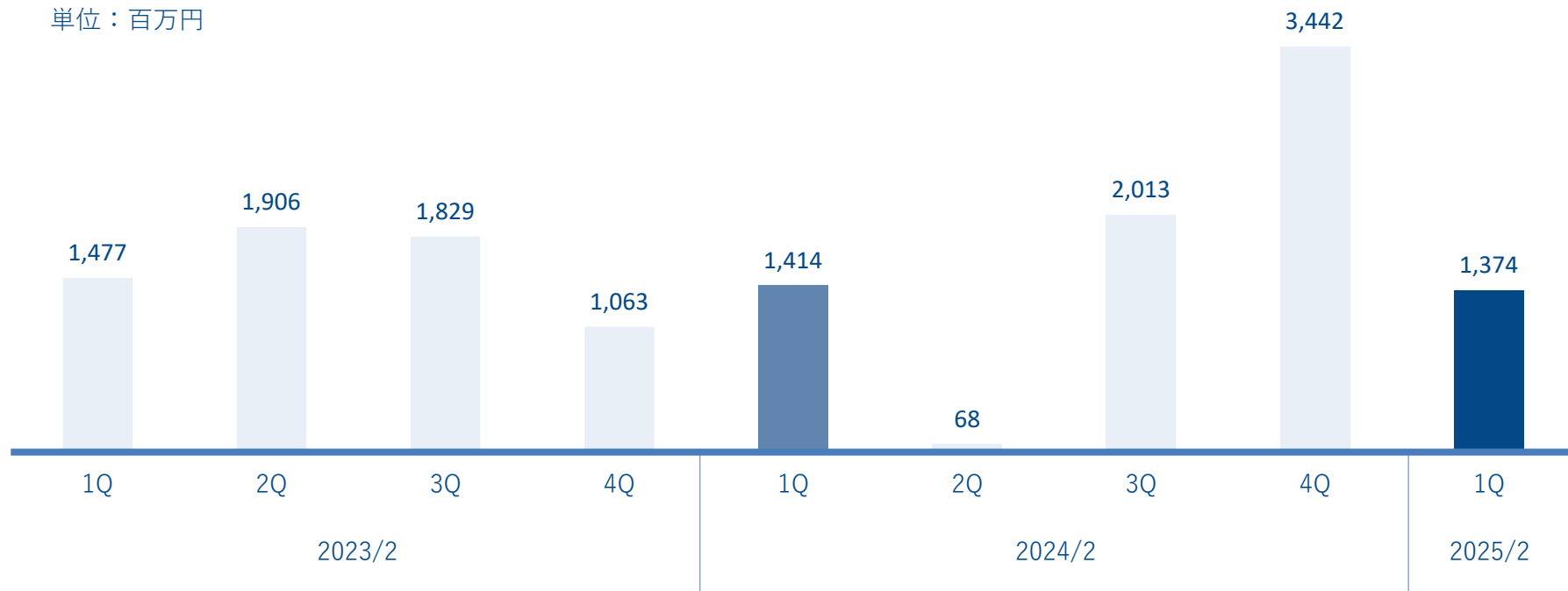
単位：百万円



※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

2025年2月期第1四半期の連結営業利益は**1,374**百万円（前年同期比**97.2%**）

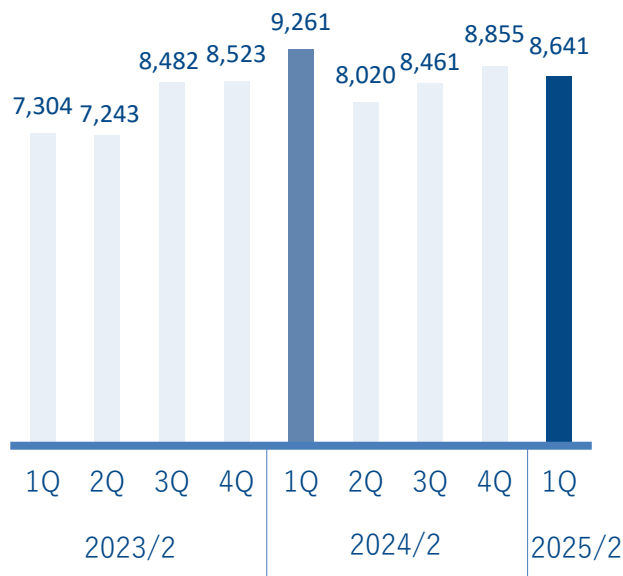
単位：百万円



第1四半期は、昨年売却した子会社の影響で減収。またNewsTVや韓国での大型顧客案件の失注や、新規事業への投資により減益
 第2四半期以降は、好調な戦略PRを伸ばしつつ、NewsTVは販管費等コストの見直し実施。韓国は新規案件受注等により挽回予定

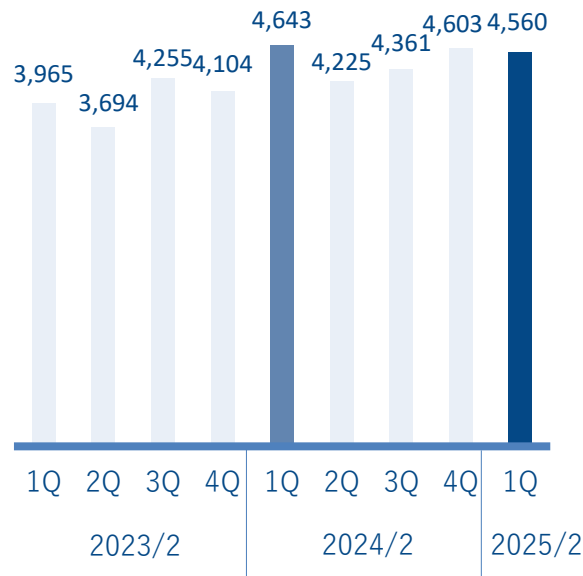
【売上高（百万円）】

8,641百万円（前年同期比93.3%）



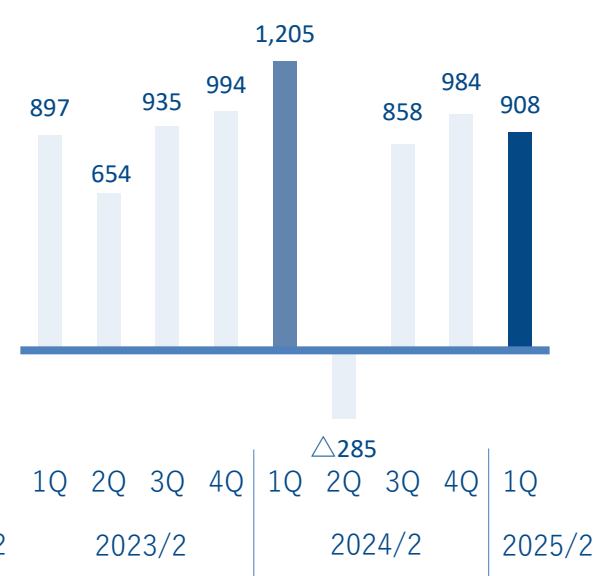
【売上総利益（百万円）】

4,560百万円（前年同期比98.2%）



【営業利益（百万円）】

908百万円（前年同期比75.4%）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております

戦略PR事業（アンティル・プラチナム・イニシャル）

第1四半期は、安定したリテナー基盤やクロスセルの推進で堅実な成長を見せ、増収増益に。四半期業績としては過去最高
第2四半期以降も、リテナー数の拡大と戦略PRを起点としたコミュニケーション戦略の提案により、業績を牽引

【売上高（百万円）】

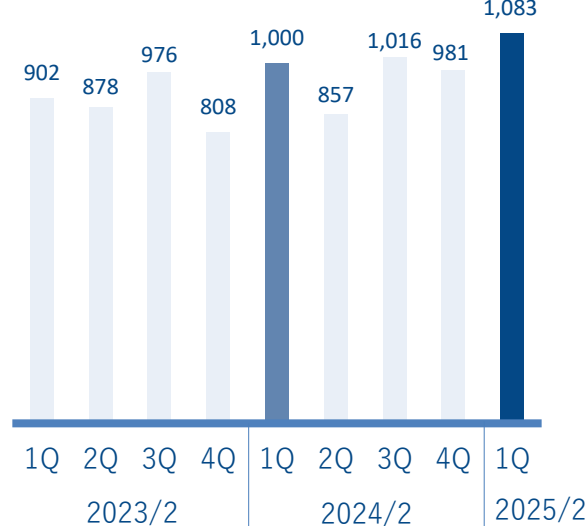
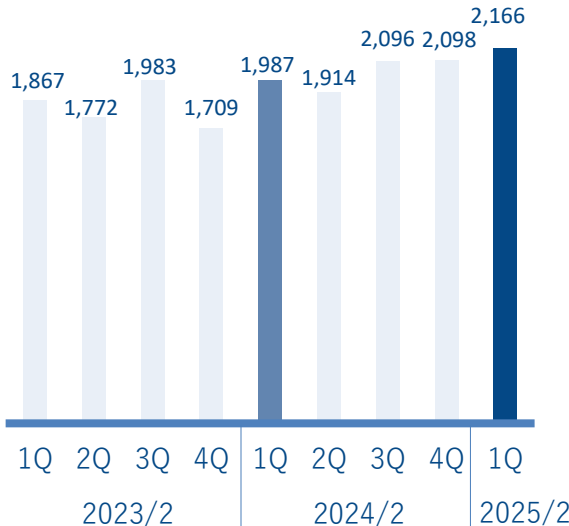
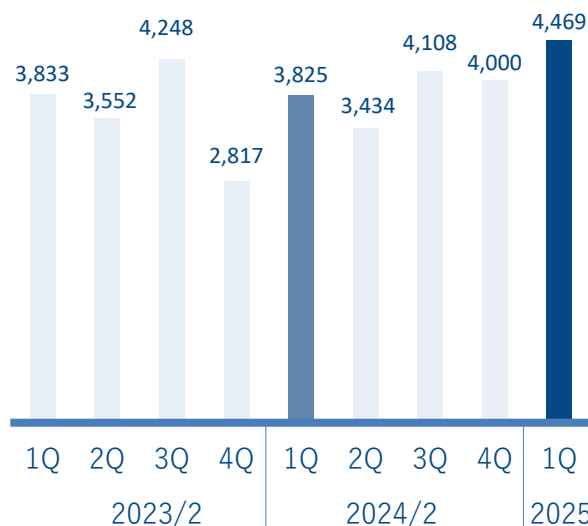
4,469百万円（前年同期比116.8%）

【売上総利益（百万円）】

2,166百万円（前年同期比109.0%）

【営業利益（百万円）】

1,083百万円（前年同期比108.3%）

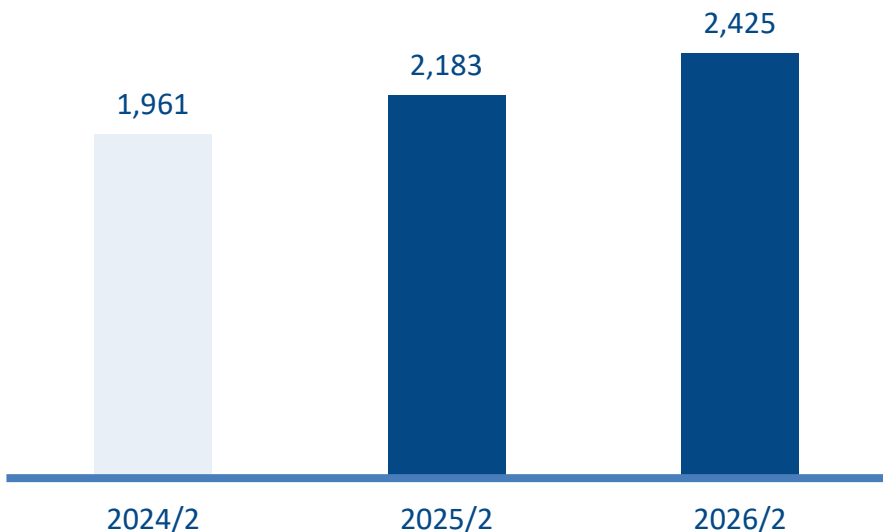


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております
※ベクトルに支払うロイヤリティを営業利益に足し戻して算出しております

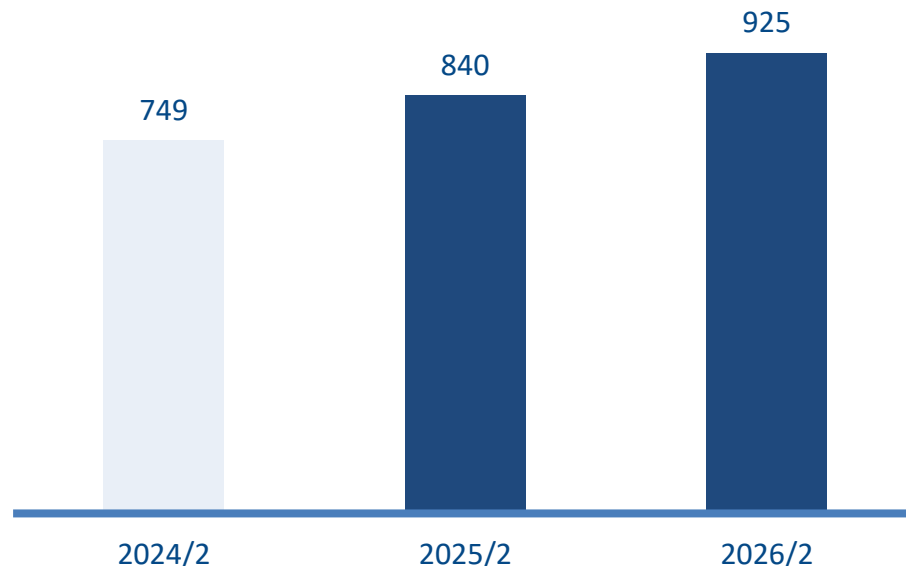
プロジェクト件数およびPRリテナー契約数の獲得目標

着実なKPIの積み上げにより業績拡大を目指す

【プロジェクト件数（戦略PR子会社のみ）】



【リテナー獲得件数（戦略PR子会社のみ）】



※プロジェクト件数：PRリテナー契約に加え、スポット案件など含む全プロジェクト

※リテナー契約：契約期間が6ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

第1四半期は、海外を中心に固定費の削減を継続するも、NewsTVや韓国での大型顧客案件の失注により減益
 第2四半期以降も好調な事業は伸ばしつつ、NewsTVは販管費等コストの見直し実施。韓国は新規案件受注等により挽回予定

【売上高（百万円）】

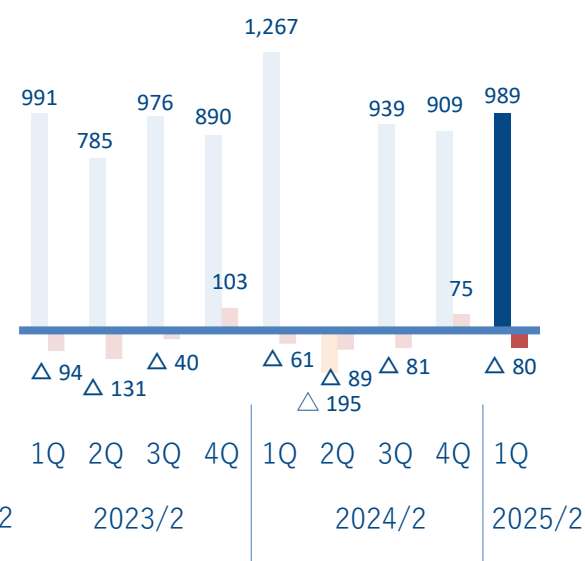
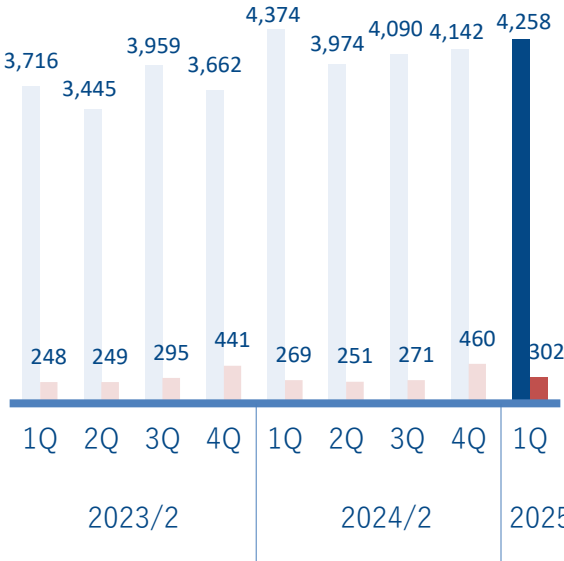
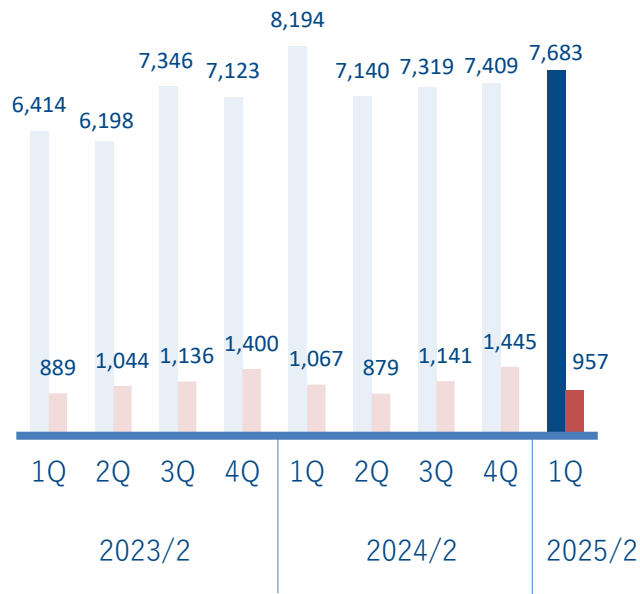
7,683百万円（国内） / 957百万円（海外）

【売上総利益（百万円）】

4,258百万円（国内） / 302百万円（海外）

【営業利益（百万円）】

989百万円（国内） / △80百万円（海外）

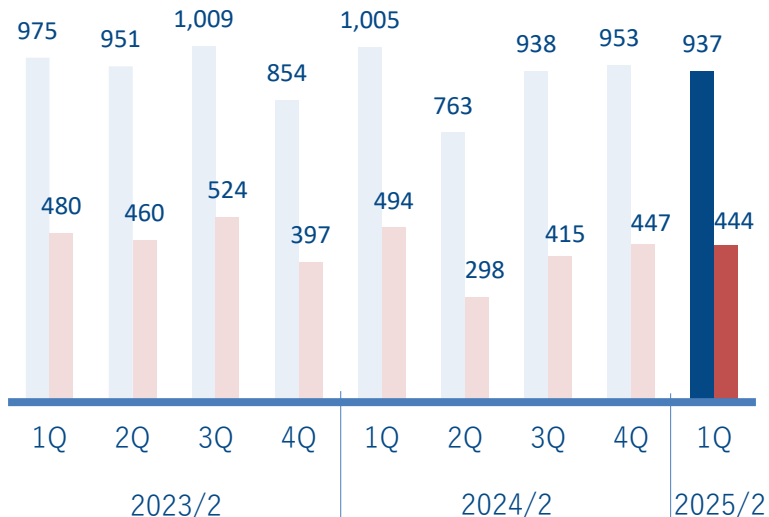


タクシーサイネージ事業

第1四半期は、顧客の広告出稿意識の変化により、前年同期比で減収減益
第2四半期以降は、顧客の広告出稿ニーズの取り込みや単価アップ活動等を推進し、収益基盤を強化

【売上高（百万円）】 937百万円（前年同期比93.3%）

【売上総利益（百万円）】 444百万円（前年同期比90.0%）



※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



GROWTHのオリジナル情報番組
「HEADLIGHT」を週替わりで放映。
日々の行動が変わる、
幅広い情報をお届けします。

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
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

第1四半期は、利用企業社数やプレスリリース配信数が四半期売上高は**過去最高**を更新
第2四半期以降も、「PR TIMES」の大型リニューアルや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）】

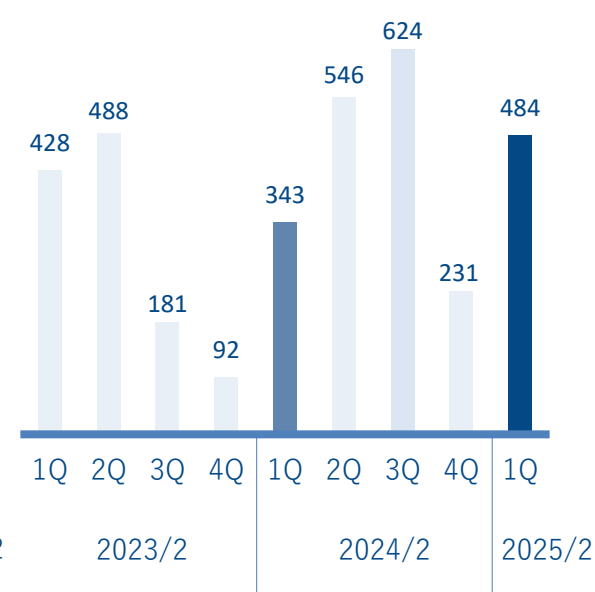
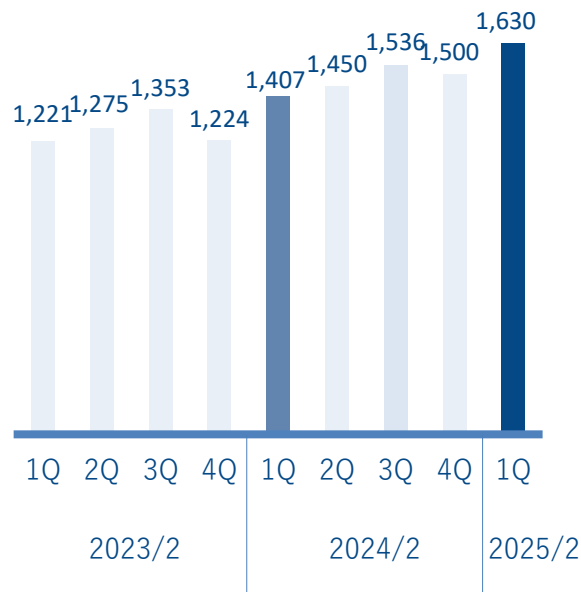
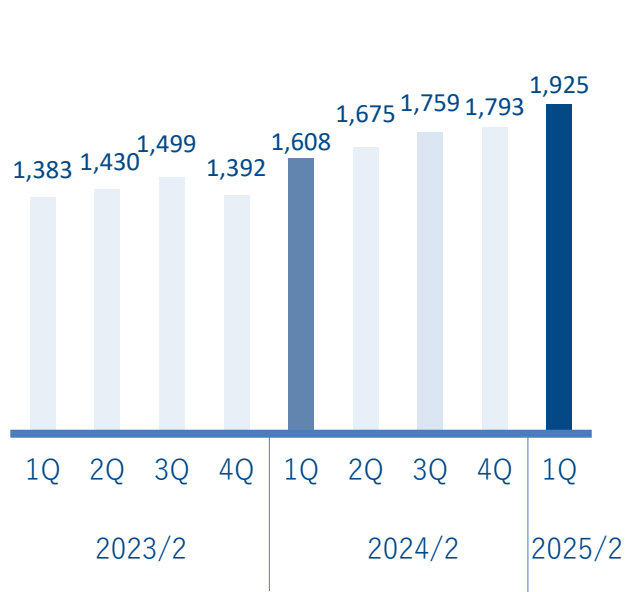
1,925百万円（前年同期比**119.6%**）

【売上総利益（百万円）】

1,630百万円（前年同期比**115.8%**）

【営業利益（百万円）】

484百万円（前年同期比**141.0%**）

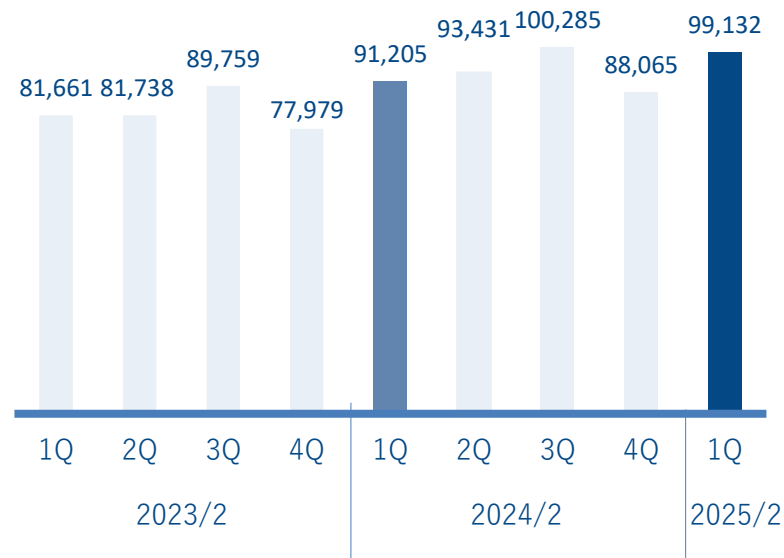
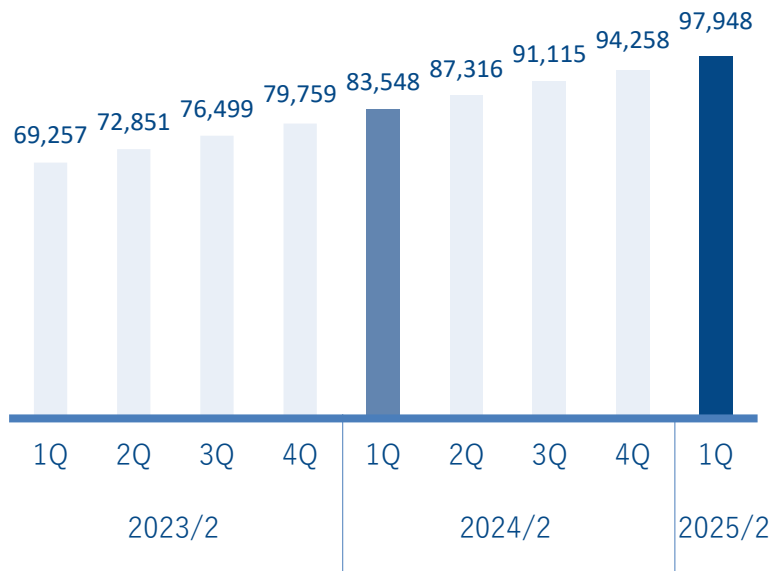


利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第1四半期は、利用企業社数・プレスリリース配信数がともに前年同期比で大きく増加
第2四半期以降も、継続して利用企業社数と利用頻度を向上することで配信数の増加を図る

【利用企業社数（社）】 97,948社（前年同期比117.2%）

【プレスリリース配信数（件）】 99,132件（前年同期比108.6%）



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97,000社以上、上場企業の58%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 **58%** 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>素直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バナソニック</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ーコーナー</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>
---	---	---	---

2018年8月29日
東証1部市場変更

200媒体以上掲載！

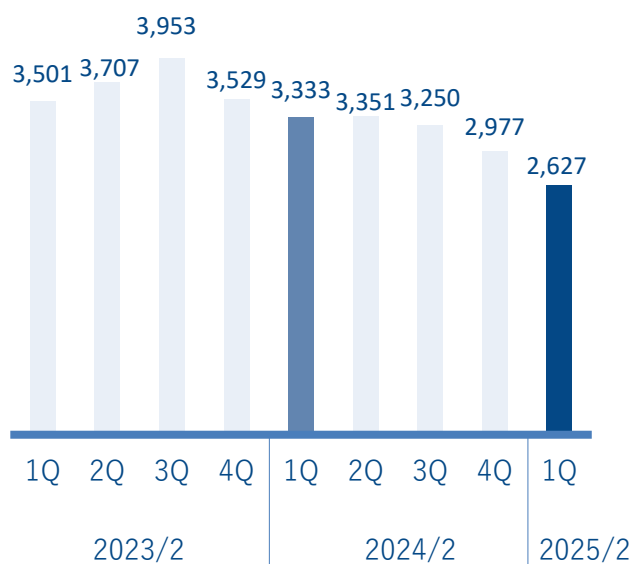


ダイレクトマーケティング事業

第1四半期は、他社発の紅麴原料問題等によりサプリメント商材の販売個数が縮小。広告投資を控えるも減収減益に
第2四半期以降は市況感を見つつ広告投資をコントロールしつつ、広告効率が良い商材に広告投資を加速し、売上拡大を目指す

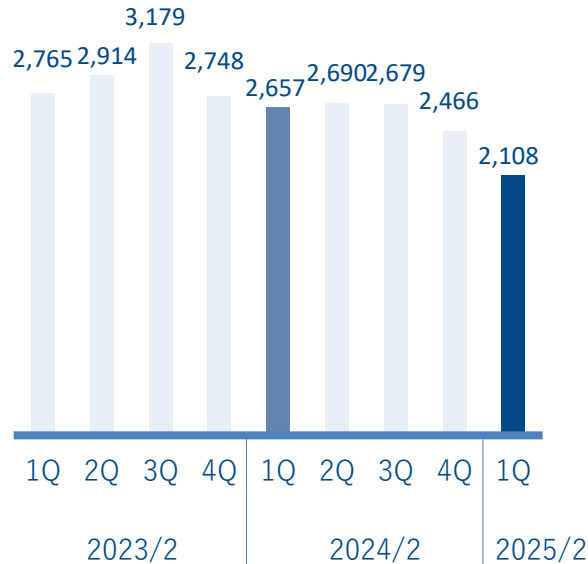
【売上高（百万円）】

2,627百万円（前年同期比78.8%）



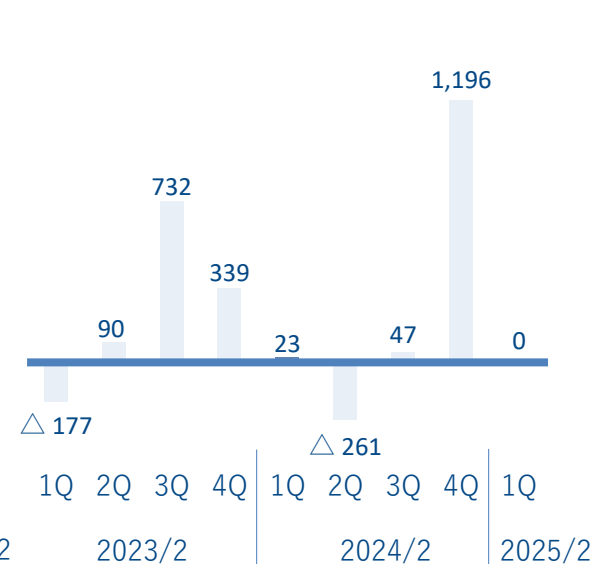
【売上総利益（百万円）】

2,108百万円（前年同期比79.3%）



【営業利益（百万円）】

0百万円（前年同期比23百万円減）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております

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、販売個数が着実に拡大
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**1,698万個を突破**



糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント「ターミナリアファースト」
は発売開始から好調を維持し、累計販売個数が**829万個を突破**

新商品（健康食品）

- ・ Amazonに「自然食堂」という新ブランドを立ち上げ。第一弾として「毎日美容ナッツ」2024年6月より販売開始
- ・ 子供向け成長期サポート飲料「レベルアップ」の人気No.1「カフェオレ風味」を数量限定で2024年6月に販売（10,000袋限定）

「毎日美容ナッツ」



小腹がすいた時に、栄養素の補給ができダイエット効果も期待できるナッツに、ビタミン・食物繊維等が含まれるパインやパパイヤのドライフルーツ2種を組み合わせた健康補助食品が誕生

「レベルアップ カフェオレ風味」



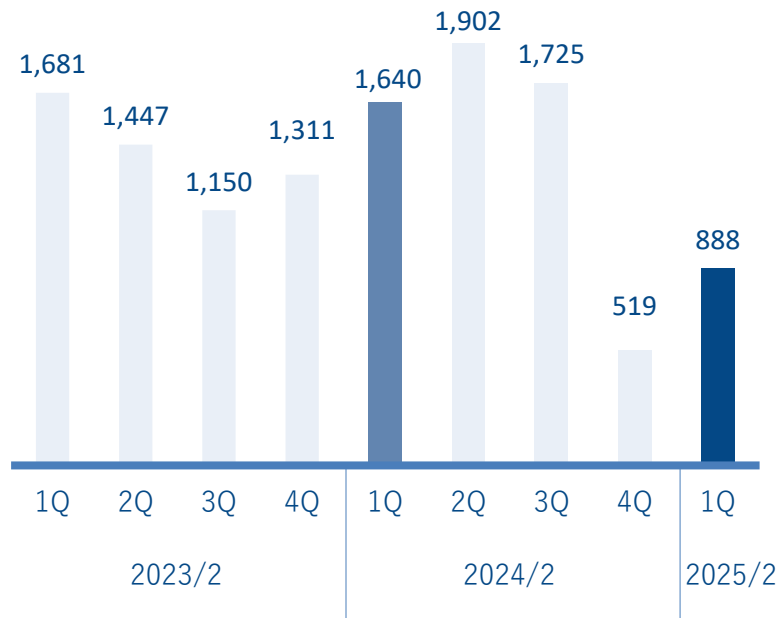
レベルアップシリーズは、1日コップ1杯の牛乳※に溶かして飲むだけで、成長期の身体づくりに欠かせない栄養素を効率的にチャージできる成長期サポート飲料

※摂取目安量（小さじすりきり2杯（6.6g）に約150mlの牛乳）

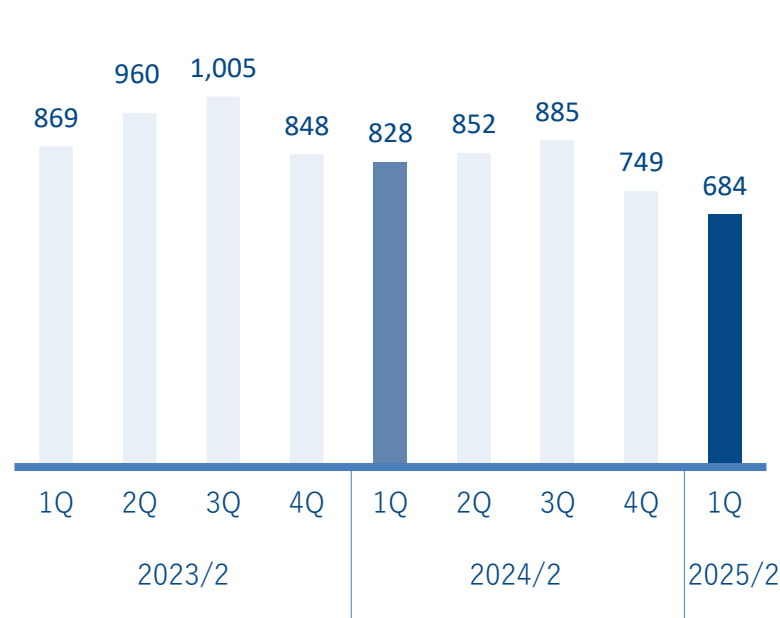
広告宣伝費と販売個数の推移

第1四半期は、他社発の紅麴原料問題の影響や、広告投資の抑制により四半期の販売個数は減少
第2四半期以降は、市況感を見つつ広告効率の良い商材に積極的に広告宣伝費を投下する見込み

【広告宣伝費（百万円）】 888百万円（前年同期比54.1%）



【販売個数（千個）】 684千個（前年同期比82.6%）

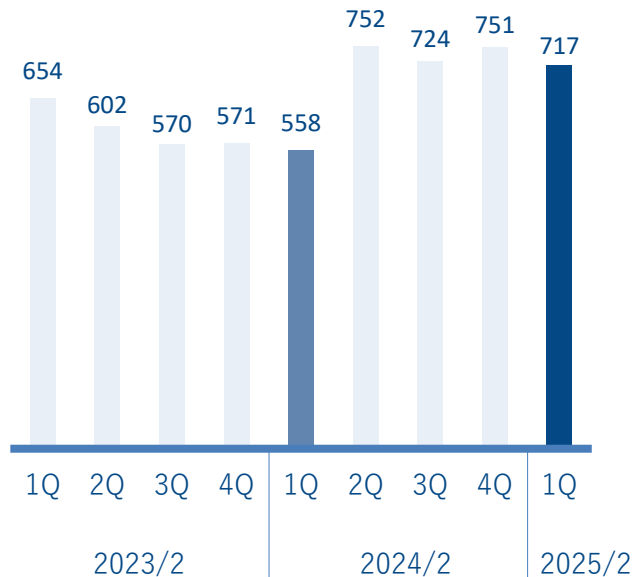


※広告宣伝費および販売個数はピタブリッドジャパンのみ

第1四半期は、セグメント全体で着実に収益基盤が構築されつつあるが、派遣メディアでの競争環境激化の影響を受けた第2四半期以降は、あしたのチームの売上拡大とJOBTVの黒字化に主眼を置き、増収増益を図る

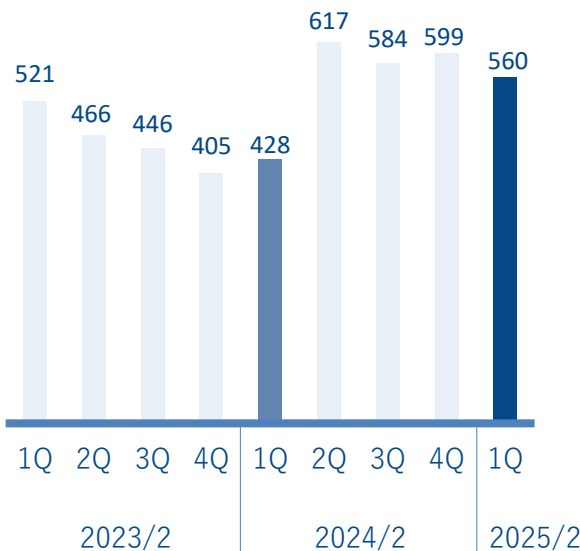
【売上高（百万円）】

717百万円（前年同期比128.4%）



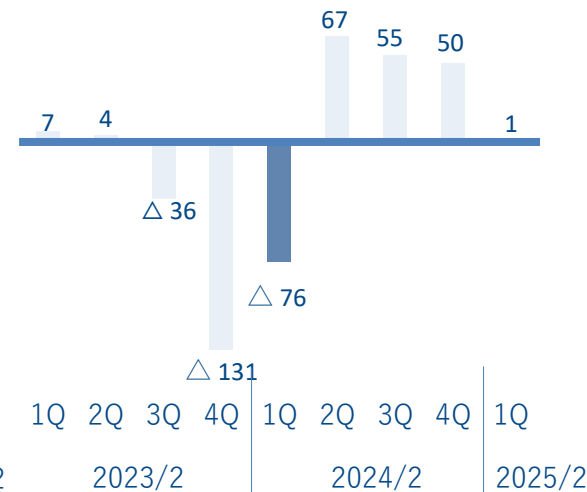
【売上総利益（百万円）】

560百万円（前年同期比130.9%）



【営業利益（百万円）】

1百万円（前年同期比78百万円増）



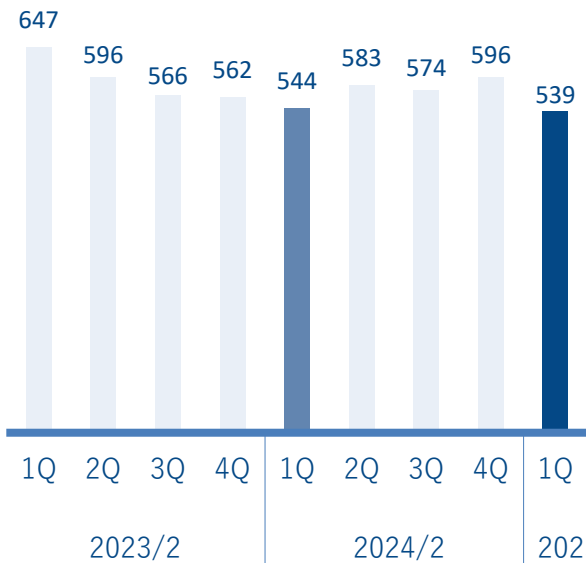
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております
 ※セグメント変更に伴い、2023年2月期以前の数値をセグメント変更後の数値に組み替えております

HR事業（あしたのチーム）

第1四半期は、営業体制の強化等による販管費が増加し、減益となるも黒字を確保
第2四半期以降は、SaaS商材の拡販で強みのコンサルティング力を活かして増収増益を図る

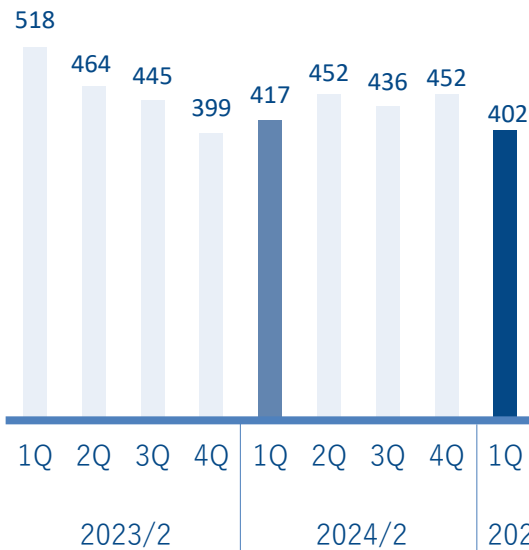
【売上高（百万円）】

539百万円（前年同期比99.1%）



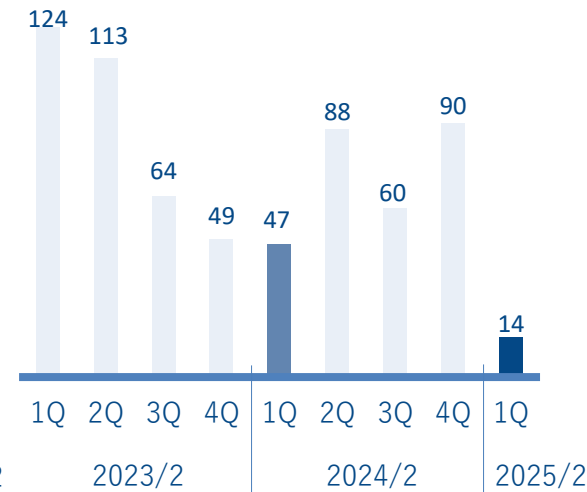
【売上総利益（百万円）】

402百万円（前年同期比96.6%）



【営業利益（百万円）】

14百万円（前年同期比29.8%）

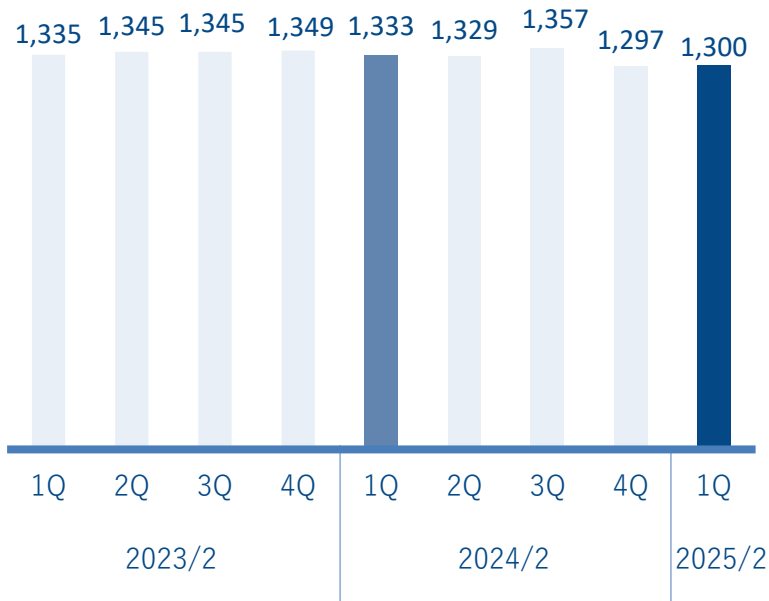


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております

利用企業社数とARRの推移

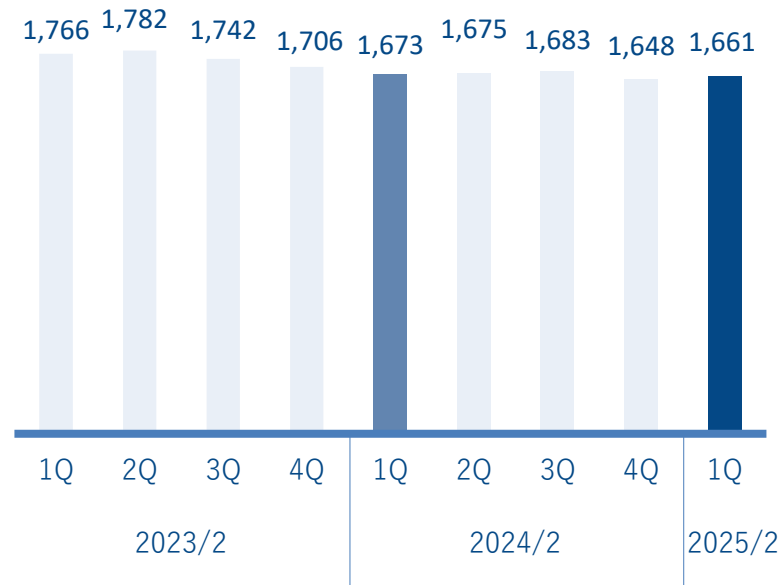
第1四半期は、解約率はほぼ一定に推移するも、新規顧客獲得が鈍化したことでARRが昨年同期比減少
第2四半期は、営業戦略の見直しや広告投資により利用企業社数とARRの回復を図る

【利用企業社数（社）】 1,300社（前年同期比97.5%）



※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（百万円）】 1,661百万円（前年同期比99.3%）



※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

あしたのチームの今後の見通し

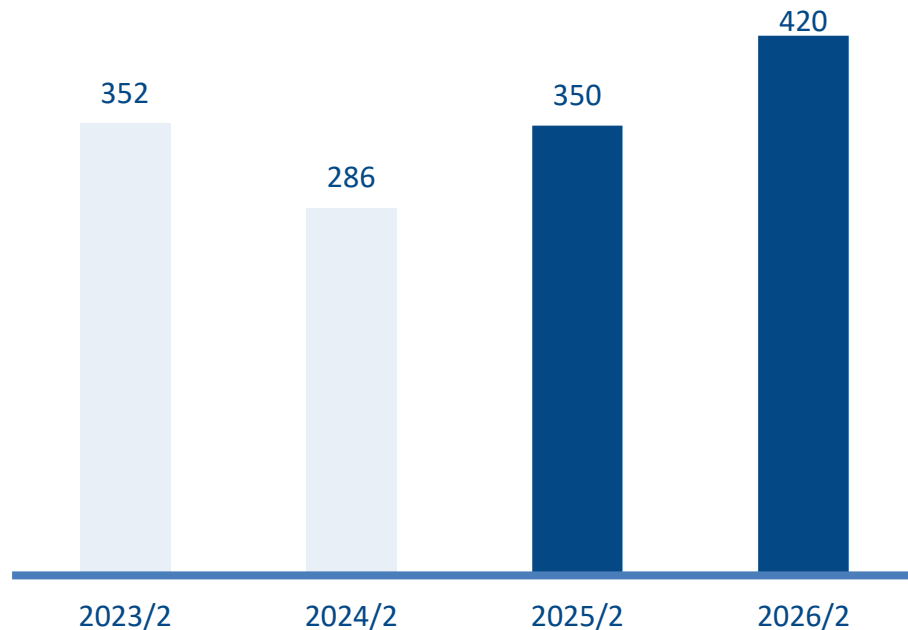
SaaS型商材の販売強化と顧客層拡大による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで着実な成長を図り、420百万円を目指す

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」

【営業利益（百万円）】



SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ



第1四半期は、登録者数の増加を図るための広告投資や機能拡充を実施し、引き続き収益基盤を強化
 第2四半期以降は、ビジコネット社やFINDAWAY社との連携により売上高の拡大を図る

【売上高 (百万円)】

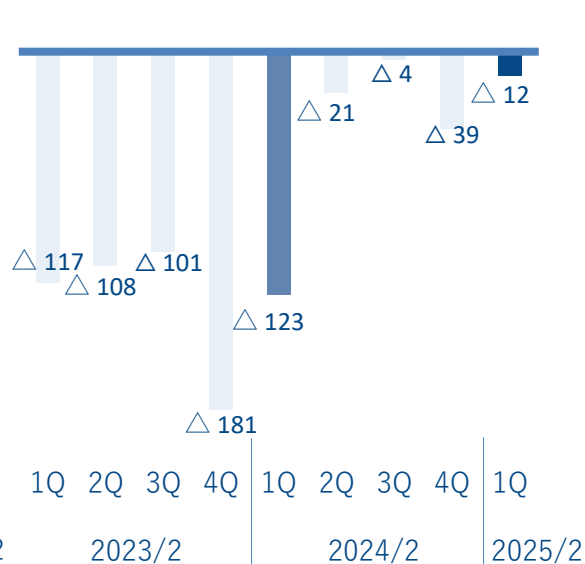
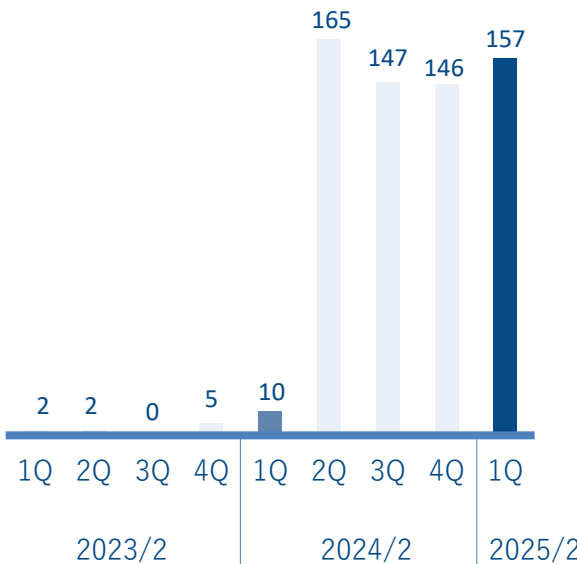
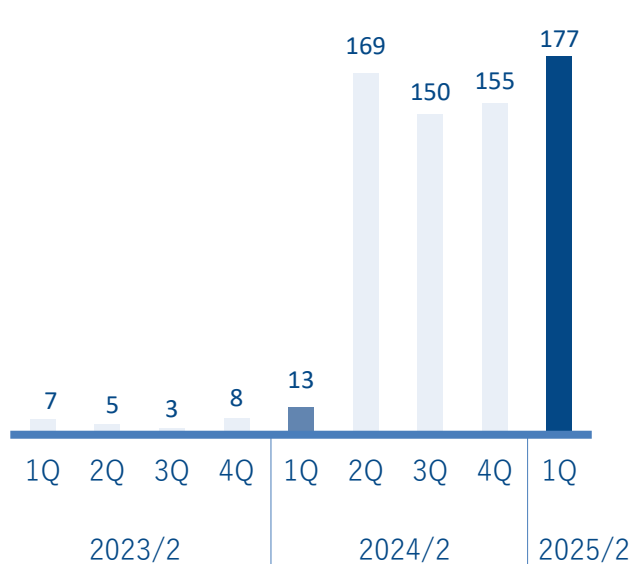
177百万円 (前年同期比163百万円増)

【売上総利益 (百万円)】

157百万円 (前年同期比146百万円増)

【営業利益 (百万円)】

△12百万円 (前年同期比111百万円増)



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

採用マッチングプラットフォーム「JOBTV」



会社説明動画見放題の採用マッチングプラットフォーム

JOBTVのメリット

企業登録数は1,000社以上



学生登録者数は15万人以上



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!

会社説明動画



JOBTV

自己PR動画

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!

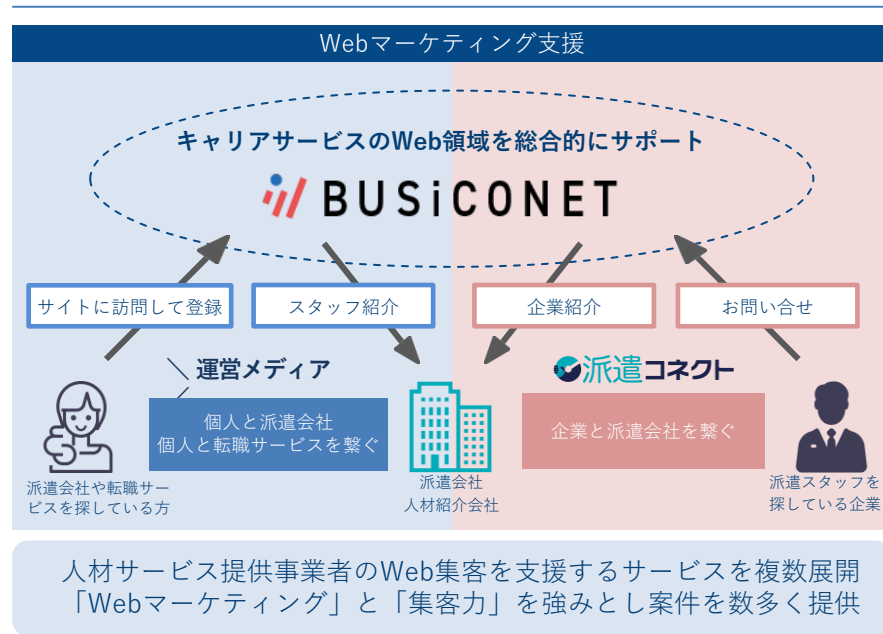
ビジコネット取得によるシナジー

キャリアサービスのWeb領域を総合的にサポートするビジコネット株式会社を2023年6月28日に連結子会社化
メディア運営のノウハウ活用と転職Webメディアの求職者をJOBTVへ送客することにより、収益の拡大を図る

株式取得概要

会社名	 BUSiCONET ビジコネット株式会社
事業内容	転職Webメディアの運営 Webマーケティング支援
取得金額	17.9億円
株式取得日	2023年6月28日


事業内容



FINDAWAY取得によるシナジー

採用コンサルティングやエンジニアの紹介事業に強みを持つ株式会社FINDAWAYを2024年3月29日に連結子会社化
FINDAWAYが持つ顧客と採用コンサルティングのノウハウをJOBTVに活用することで、人材支援事業の拡大を図る

株式取得概要

会社名	 株式会社FINDAWAY
事業内容	人材採用コンサルティングの提供 人材Web広告メディアの企画制作
取得比率	70.8%
株式取得日	2024年3月29日

事業内容

人材コンサルティング																			
調査・選定・PR			応募者管理・運用				選考・診断・内定			採用・研修・労務									
人材採用計画立案	採用コンセプト立案	求人メディア選定	サイト管理ツール選定	取材・制作・撮影	内定フォロー診断ツール選定	掲載母集団の形成	応募者への対応	面接官トレーニング	会社説明会・企画開催	書類選考・面談	適性診断テスト	メール・電話フォロー	人材選考	最終人材選考	リクルーターフォロー	内定者フォロー	研修制度の実施	現場での実務研修	人事考課・制度改革
<ul style="list-style-type: none"> 的確な求人メディア選定 会社案内パンフレットの企画 HPアクセス、滞在時間増加 合同説明会ブース内装 説明会呼び込み対応 大学連携、学内セミナー 				<ul style="list-style-type: none"> 採用代行のサポート 人事業務の効率化 応募者情報の一元管理 他社と差をつける会社説明会 誘導中傷対策 				<ul style="list-style-type: none"> 適性診断ツールの活用 リクルーター研修 人材獲得ノウハウの共有 内定者フォローツールの活用 				<ul style="list-style-type: none"> 内定者研修、辞退防止 新入社員研修 マインド醸成プログラム 社会人としての基礎講習 							

1,000社以上のクライアントとの取引実績と独自性を活かし、
人材採用から獲得後のフォローまで、一気通貫での対応が可能

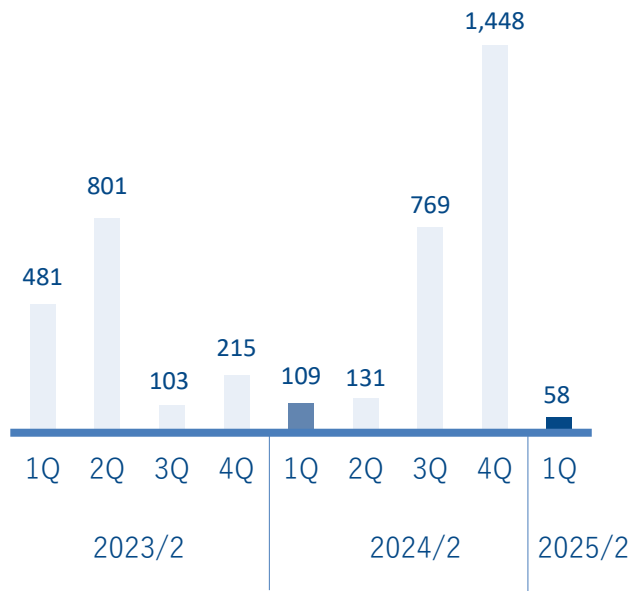
JOBTVは、新卒支援・転職支援・採用支援・派遣の4事業を軸として、人材マーケットで拡大を目指す
自社メディアによる送客を活かした新卒支援を柱に、人材支援事業のブランド強化を実現していく方針



2025年2月期第1四半期は、一定の評価損を計上しつつ、保有株式の一部を売却

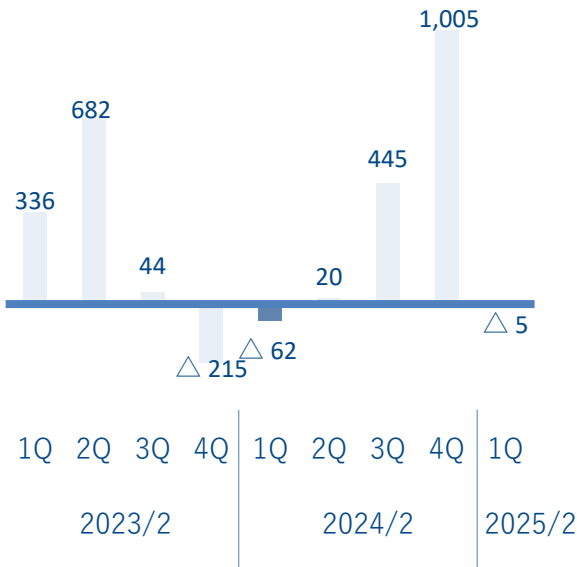
【売上高（百万円）】

58百万円（前年同期比53.8%）



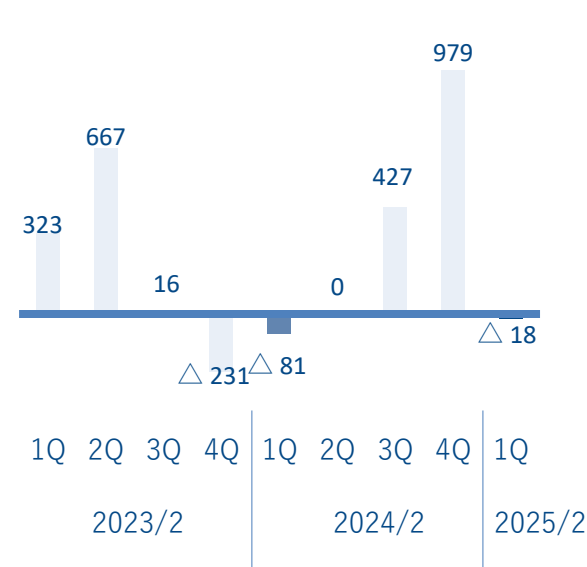
【売上総利益（百万円）】

△5百万円（前年同期比56百万円増）



【営業利益（百万円）】

△18百万円（前年同期比62百万円増）



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32社）
「ハッチワーク」が東証グロース市場に上場し、直近のIPO実績は1社

上場日	社名	市場
2024年3月26日	HATCHWORK ハッチワーク	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-ヘルスケア

フィンテック-不動産テック

HR-人材-教育関連

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)	2024年2月期 第1四半期	2025年2月期 第1四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	14,758	13,877	△881	94.0%
売上総利益	9,008	8,821	△187	97.9%
E B I T D A	1,593	1,652	+59	103.7%
営業利益	1,414	1,374	△39	97.2%
経常利益	1,377	1,394	+17	101.3%
税金等調整前 四半期純利益	1,378	1,394	+15	101.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	722	549	△173	76.1%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024年2月期末	2025年2月期 第1四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	43,621	40,603	△3,017	93.1%
現預金	15,820	14,348	△1,471	90.7%
のれん	3,633	3,547	△86	97.6%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	5,991	5,316	△675	88.7%
その他	18,175	17,391	△784	95.7%
負 債 合 計	23,645	21,960	△1,685	92.9%
借入金+社債	11,700	11,519	△180	98.5%
その他	11,945	10,440	△1,504	87.4%
純 資 産	19,975	18,643	△1,331	93.3%

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 (実績)	2025年2月期 (計画)	2026年2月期 (計画)
EBITDA	7,013	7,994	9,400	10,900
営業利益	6,276	6,939	8,500	10,000

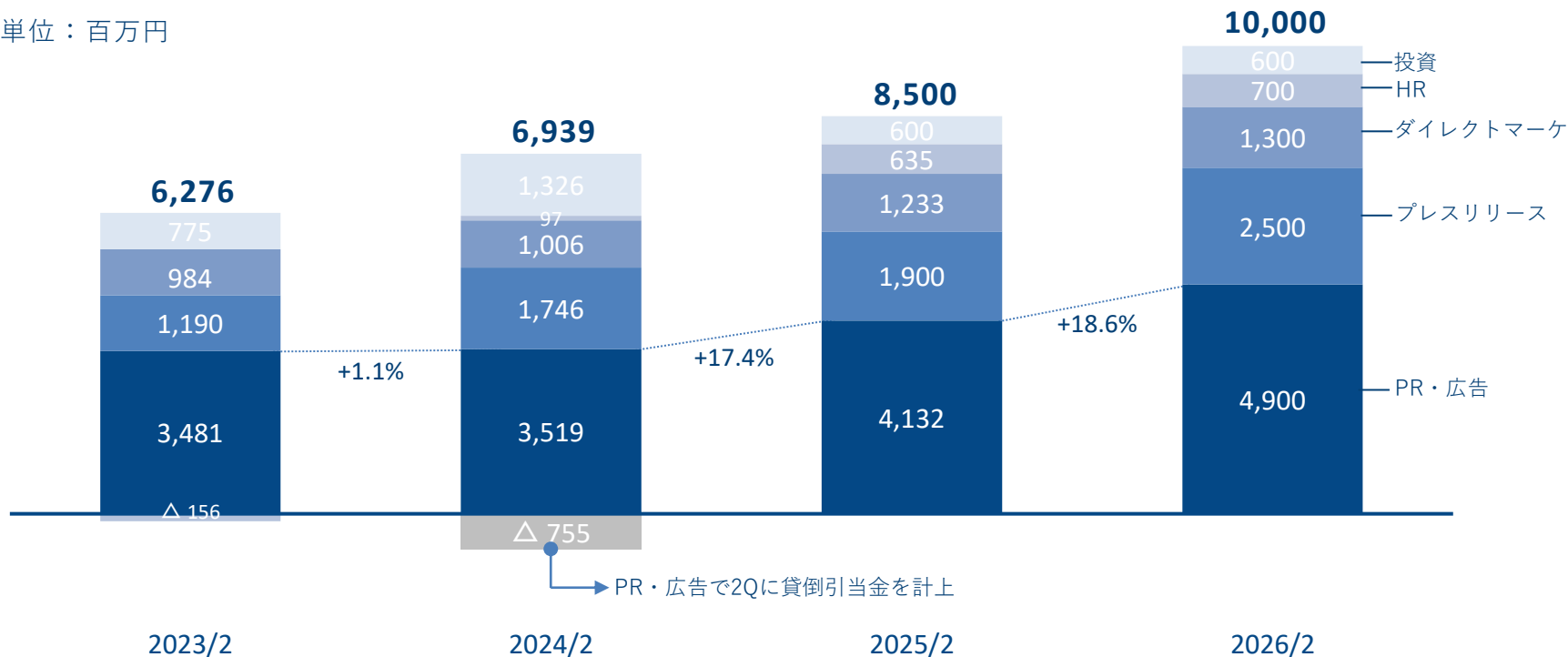
- ・ **2026年2月期は、EBITDA10,900百万円、営業利益10,000百万円を計画**しております
- ・ 財務の健全性に配慮しながら、継続的に**ROE25%**を上回る経営を行ってまいります
- ・ 当社の配当方針につきましては、**連結配当性向30%**を目安に株主の皆様へ還元しております

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

中期利益計画セグメント別推移

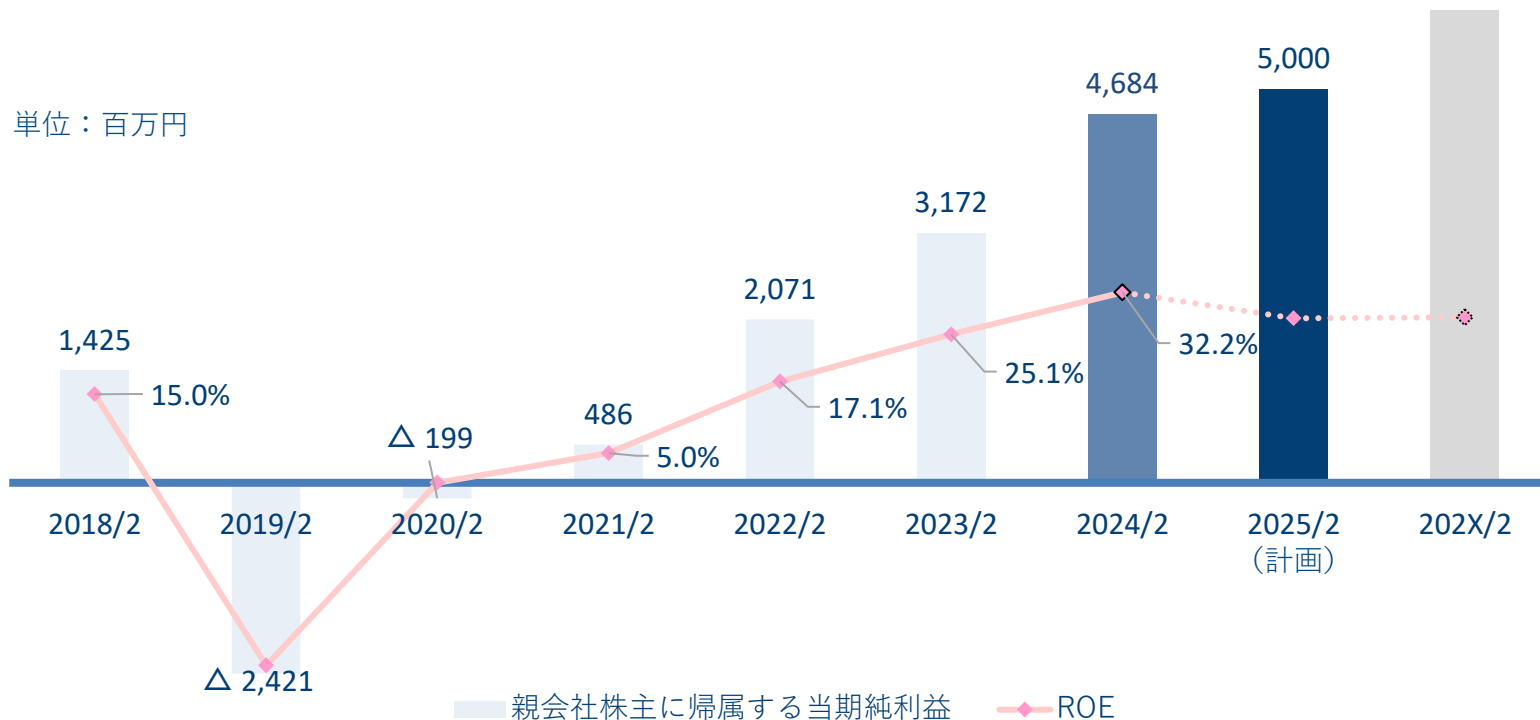
主力のPR・広告事業が業績を牽引することで2026年2月期の営業利益100億円を目指す

単位：百万円

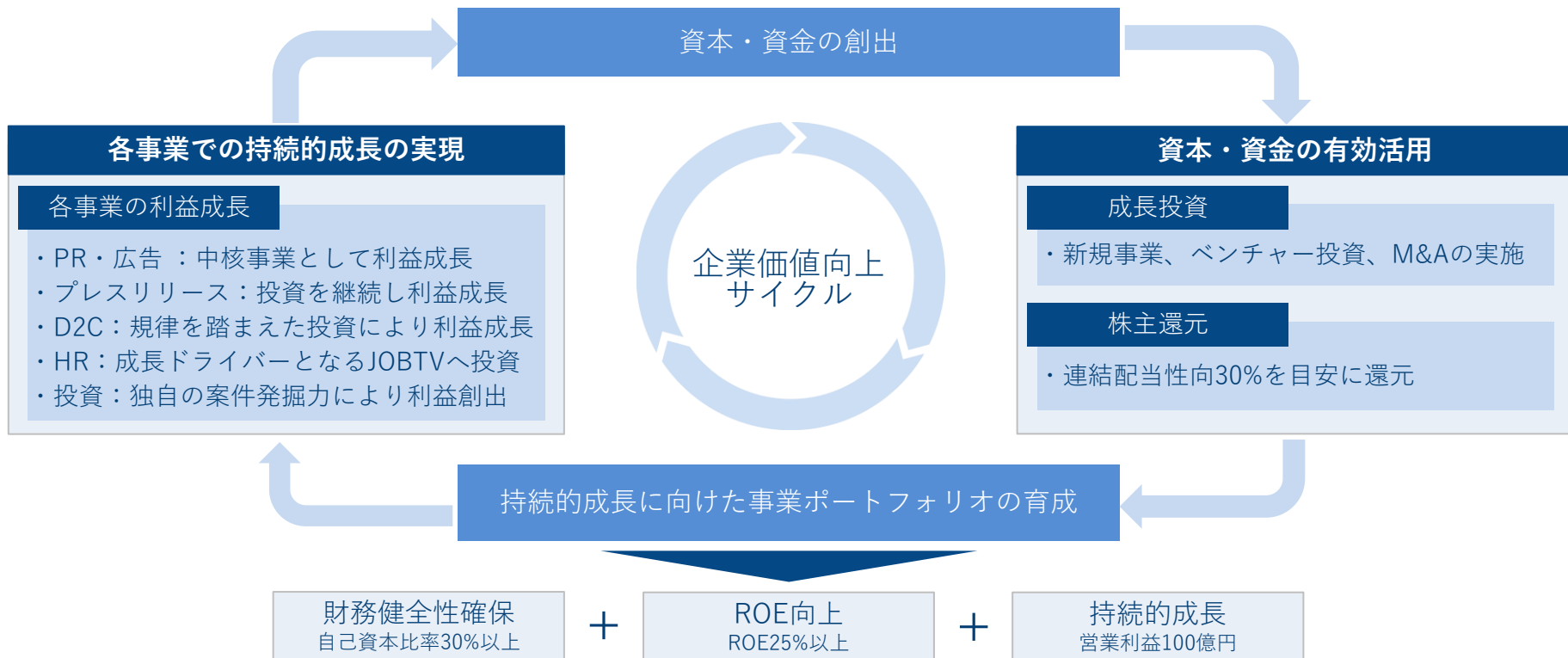


ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

継続的にROE25%を上回る経営を行っていく方針



営業キャッシュ・フローから得たキャッシュを成長投資および株主還元のアロケーション



經營戰略

グローバルPR企業ランキングアジア1位・世界6位に選出 世界7位から6位にランクアップし、世界を代表する企業に

2024	2023	Agency	HQ	Fee Income 2023 (\$)	Fee Income 2022 (\$)	Staff	Growth vs 2022 (USD)	Growth vs 2022 (Constant Currency)
1	1	Edelman ^{nb}	USA	1,037,907,000	1,079,738,000	6,116	-3.9%	-3.9%
2	3	Weber Shandwick ^{nb}	USA	776,000,000	740,000,000		4.9%	4.9%
3	2	BCW	USA	730,000,000	750,000,000		-2.7%	-2.7%
4	4	FleishmanHillard ^{nb}	USA	720,000,000	735,000,000		-2.0%	-2.0%
5	5	Real Chemistry ^{nb}	USA	595,000,000	555,000,000	1,968	7.2%	7.2%
6	7	Vector Inc. ^{nb}	Japan	525,578,752	494,080,000	1,527	6.4%	6.4%
7	6	Ketchum	USA	520,000,000	525,000,000		-1.0%	-1.0%
8	8	Brunswick	UK	497,840,000	471,900,000	1,370	5.5%	0.5%
9	9	FGS Global	USA	455,000,000	421,000,000	1,099	8.1%	8.1%
10	13	Media Consulta	Germany	420,073,612	350,220,000	2,344	19.9%	19.9%

※出所：PRovoke media 2024 Global Rankings

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1,500億円



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

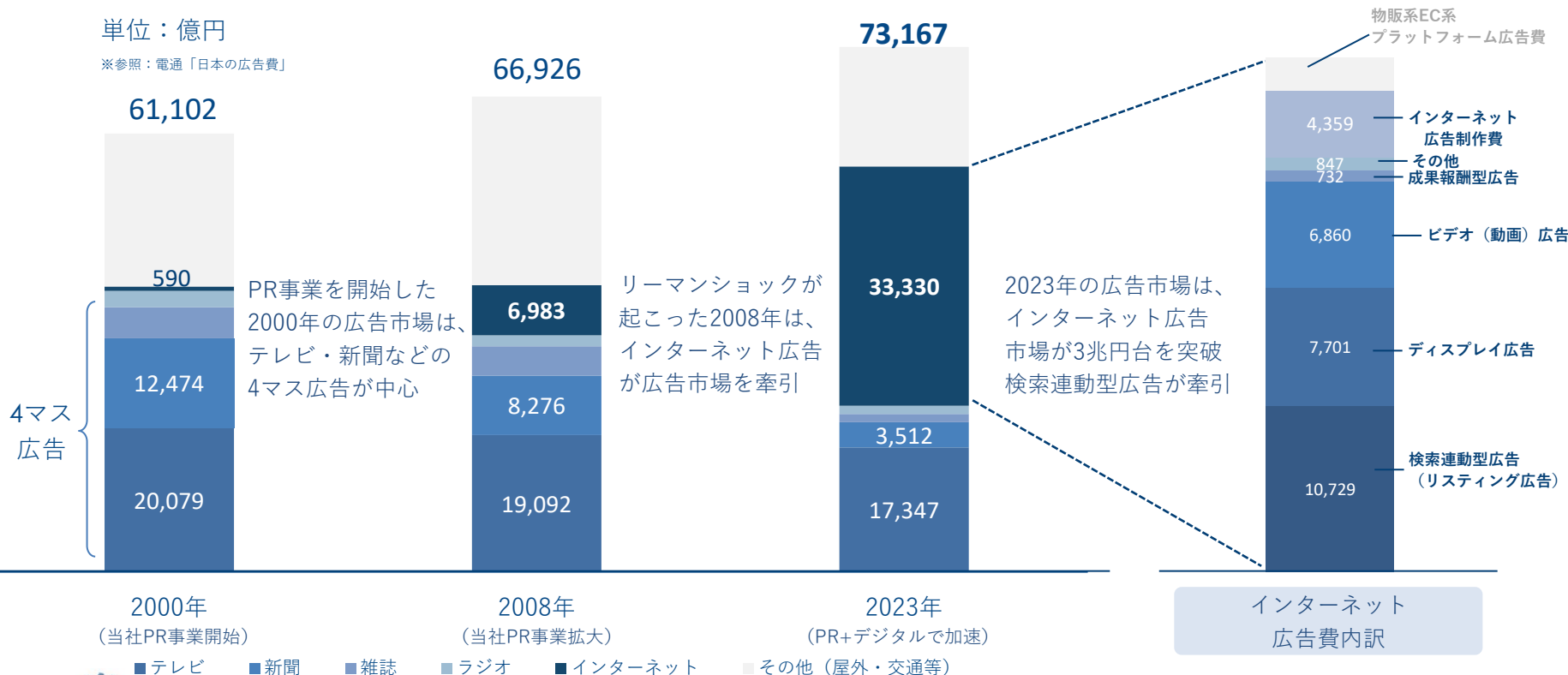
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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

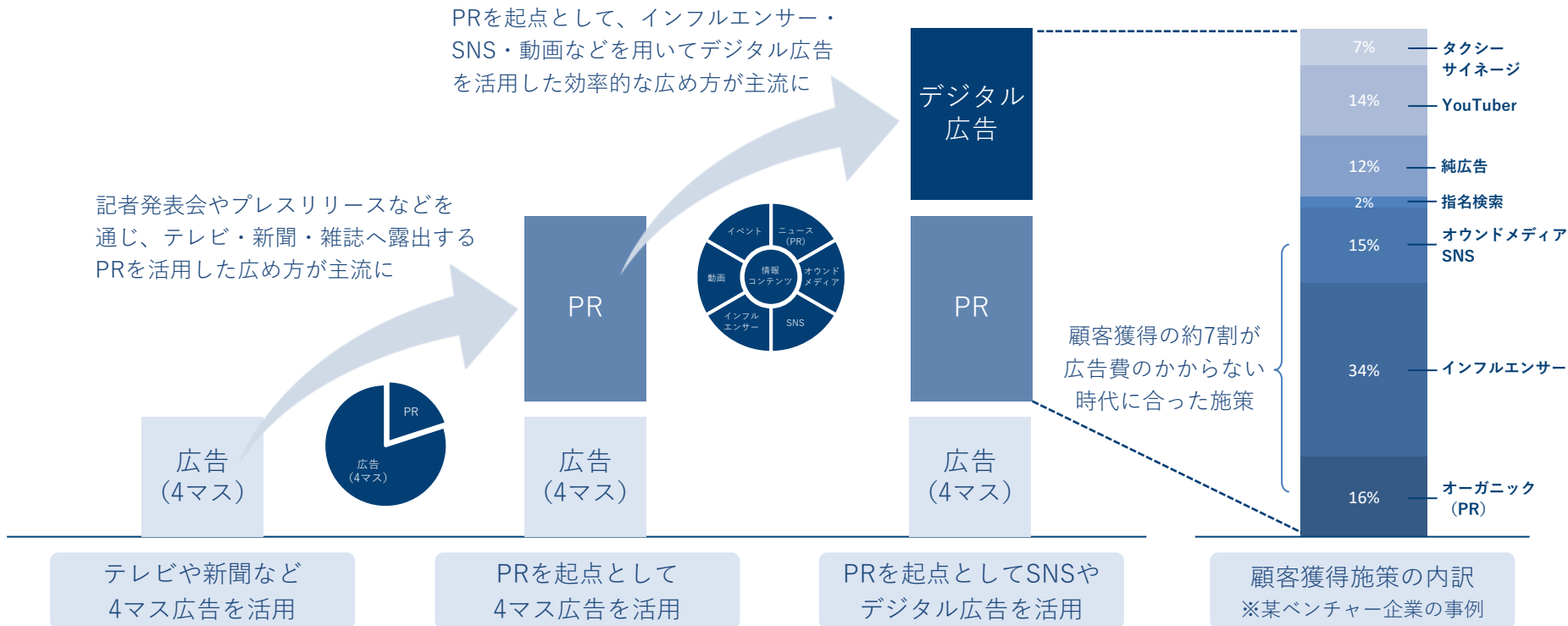
4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に

単位：億円

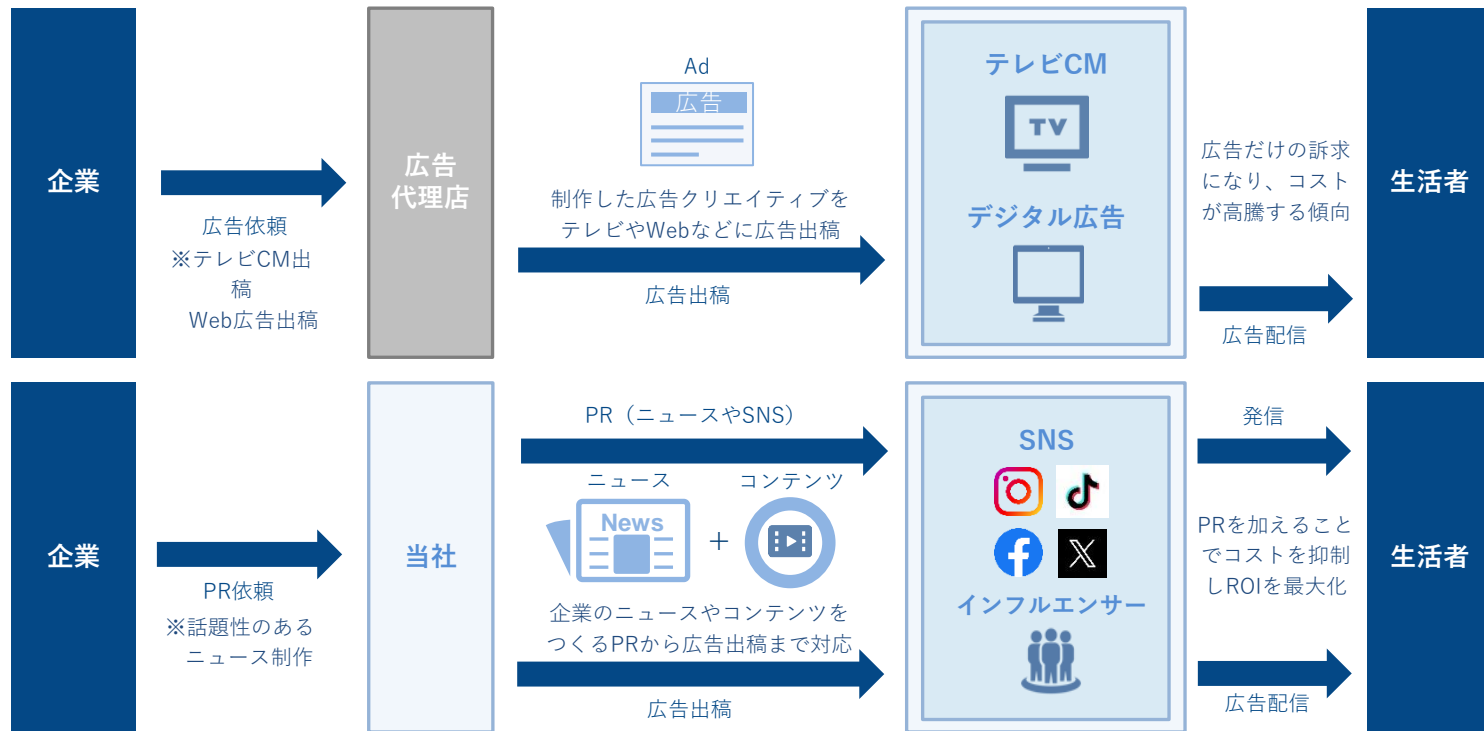
※参照：電通「日本の広告費」



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



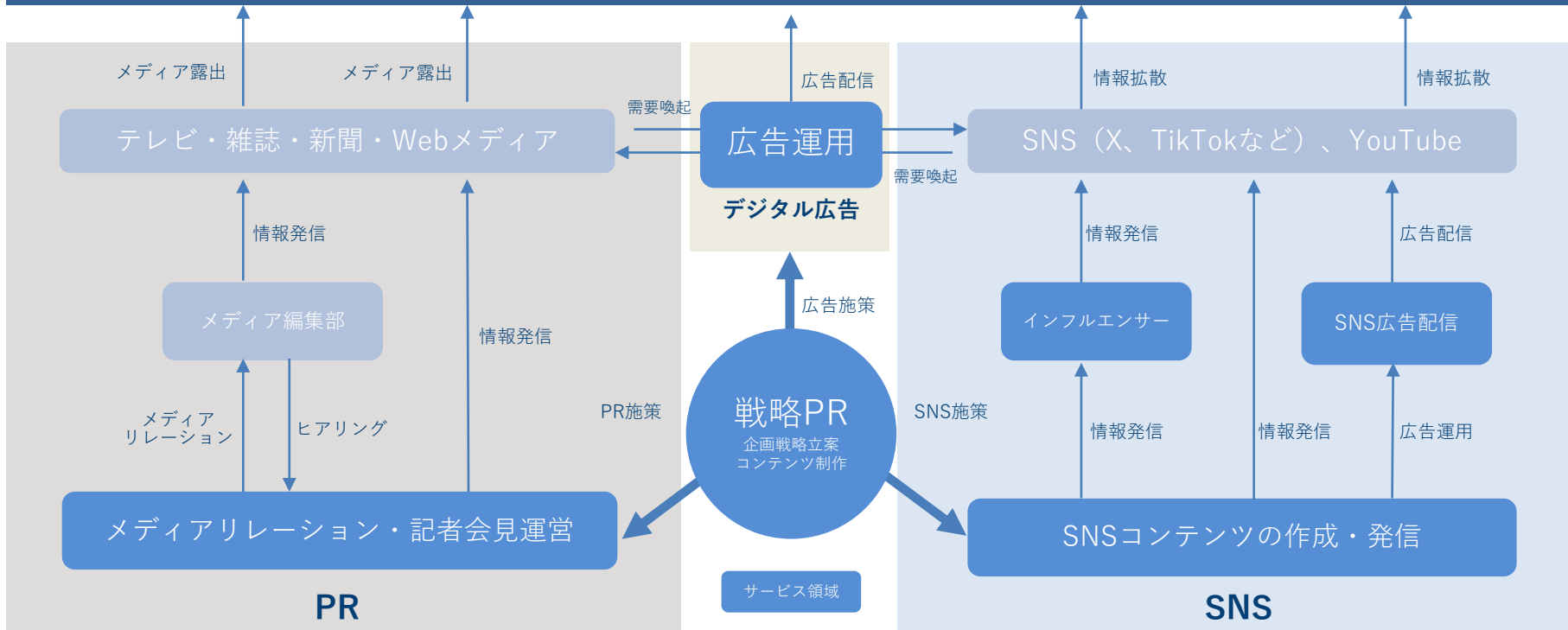
広告で広めるのが広告代理店、ニュースやSNSで広めるのが当社



戦略PRを起点としたコミュニケーションフロー

戦略PRを起点にメディア露出を図るPR施策、インフルエンサー&SNS施策、デジタルマーケティングまで統合的に対応

クライアントのサービス・ブランド認知拡大



企業の顧客獲得に必要な施策をワンストップで提供



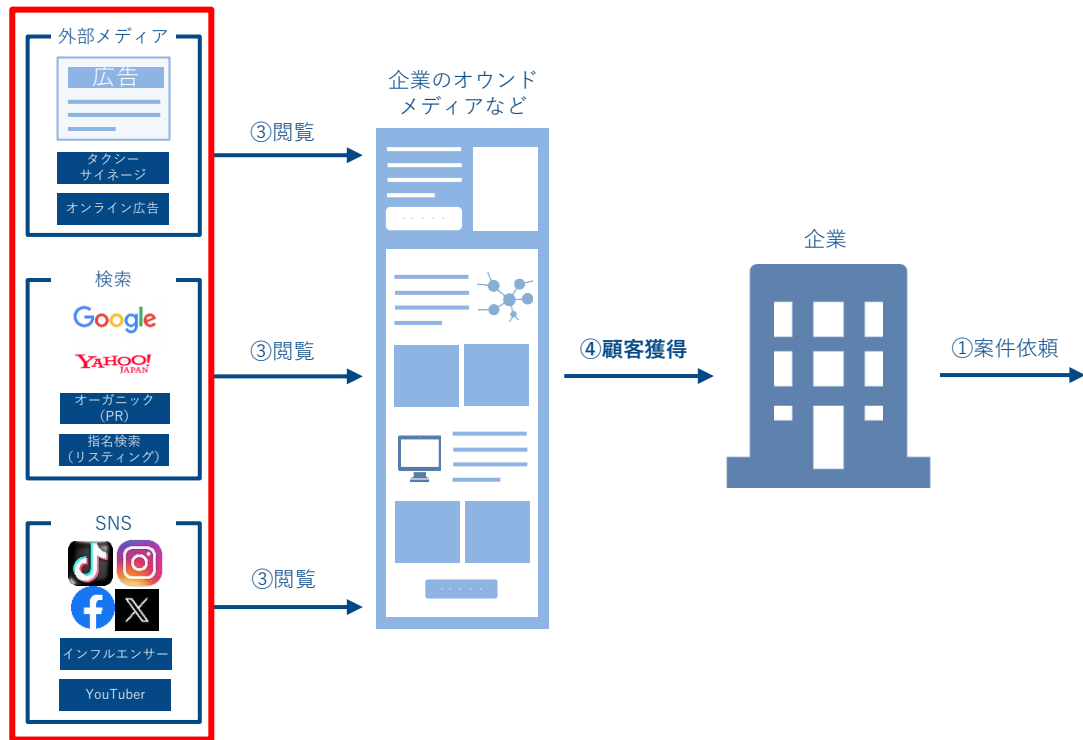
見込み顧客



見込み顧客



見込み顧客



②顧客獲得のために必要な施策をワンストップで提供

企業からの依頼内容と対応会社

タクシーサイネージ



YouTuber



オンライン広告(純広告など)

指名検索(リスティング)



オウンドメディア



インフルエンサーSNS



INFLUENCER BANK

オーガニック(PR)



グループシナジーを活かした大型コミュニケーション事例①

戦略PRを起点に、グループシナジーを駆使し、顧客の統合マーケティングコミュニケーションを支援
戦略構築から認知・購買までをワンストップで提供できることから、1~3億円規模の大型案件が急増

事例：ノルウェー大使館「Seafood from Norway（ノルウェー産シーフード）」



コミュニケーション全体戦略



原産国に対する意識が低い日本においてノルウェー産シーフードの認知・価値向上と需要強化を目指し、陳列棚の確保に繋がるブランディングや消費者キャンペーンの提案から遂行まで実施。

ターゲットインサイトを捉えたコンセプト開発から、カスタマージャーニーのあらゆる時点やチャンネルにてタッチポイントを創出する360°のデジタル×エクスペリエンスキャンペーンを設計・実行し「ノルウェー産」の想起性を向上。

グループシナジーを活かした大型コミュニケーション事例②

戦略PRとデジタルマーケティング・インフルエンサーマーケティングを中心としたグループ商材を活用し、当社ならではのPRドリブンな統合マーケティングコミュニケーションを実現

事例：「FENDER FLAGSHIP TOKYO」オープニング

コミュニケーション全体戦略

オープニングコンセプト策定



コミュニケーション設計



2023年6月に原宿にオープンした世界初の旗艦店「FENDER FLAGSHIP TOKYO」の幅広い世代における認知獲得・来場促進を目的にキャンペーンコンセプト策定から実行までを担当。

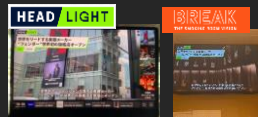
実行施策

「FENDER FLAGSHIP TOKYO」
2023年6月30日旗艦店世界初オープン

カウントダウン企画



デジタルサイネージ



動画 & SNS



PR



イベント



オープン50日前に、世界中の50人のアーティストとともにカウントダウン企画を開始、オープンに向けてPR・SNS・動画との連動で話題性を最大化。広告換算10億+、総動画再生800万回+、待ち時間10時間の来場誘客に成功。

「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。



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>9万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57%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>NT </p> <p></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

100,000,000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

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

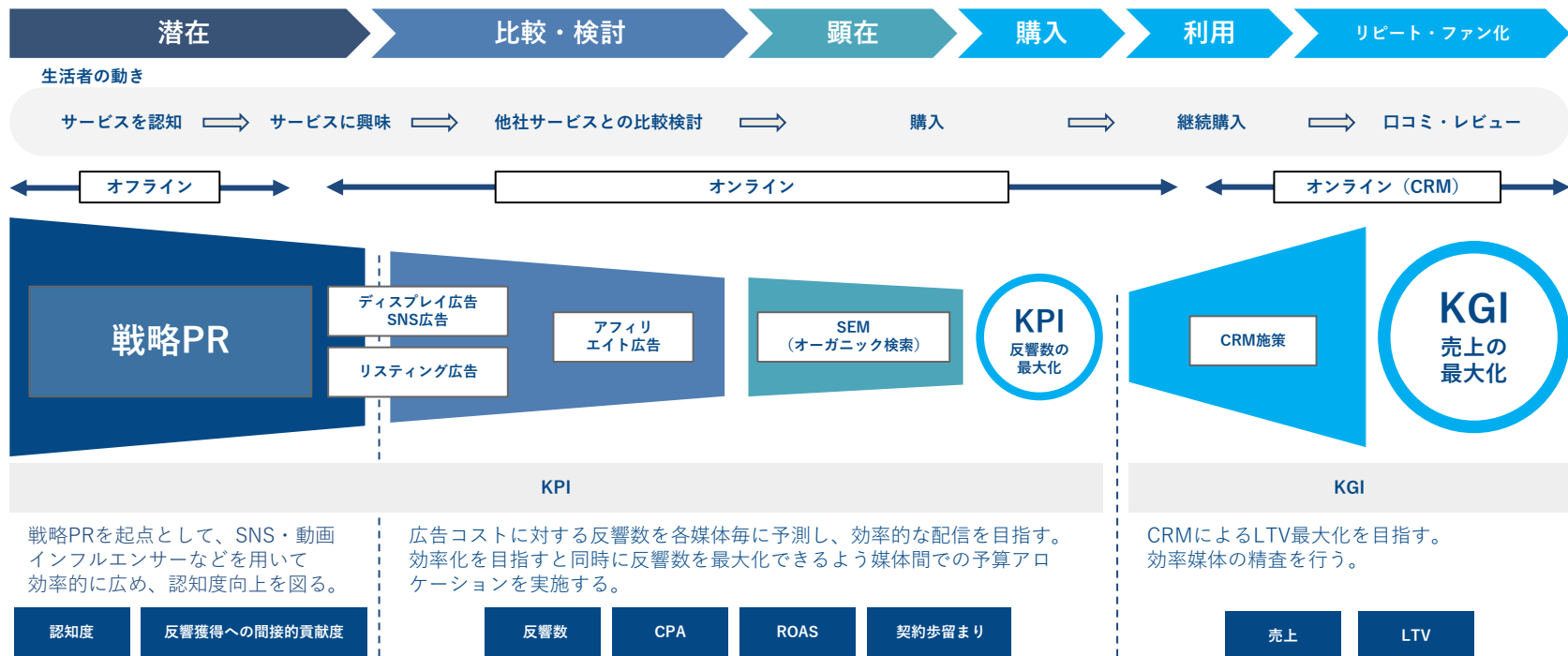
プレスリリース	PRコンサルティング	ビデオリリース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	リスクマネジメント
 <p>9万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の57%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが特徴。</p> <p>PR TIMES</p>	 <p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector ANTIL</p> <p>vector Platinum</p> <p>vector INITIAL</p>	 <p>PR視点での「ビデオリリース」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>NT Tryhatch</p> <p>Keyword marketing</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

100,000,000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



M&Aにより可能となったデジタルマーケティング施策

M&Aした会社の強みを生かし、検索結果画面の上部において、流入元を創出し流入量を最大化

指名検索

This screenshot shows a search result for 'クリニック' (Clinic). The search bar at the top contains the text 'クリニック'. Below the search bar, there are several marketing elements: a 'スポンサー' (Sponsor) section with a large image and text, a 'マーケティング広告' (Marketing Ad) section with a large image and text, a 'SEO' section with a large image and text, and a '記事広告' (Article Ad) section with a large image and text. The right side of the page shows a detailed view of the clinic, including a 'クリニック' header, a 'クエアフィット' (QueaFit) logo, a 4.5-star rating, a Google map, and a list of services like 'メンズ脱毛' (Men's Hair Removal) and '女性専用' (Women's Only).

一般キーワード検索 「メンズ脱毛」「地名」

This screenshot shows a search result for 'メンズ脱毛 安全' (Men's Hair Removal Safety). The search bar at the top contains the text 'メンズ脱毛 安全'. Below the search bar, there are several marketing elements: a 'スポンサー' (Sponsor) section with a large image and text, a 'マーケティング広告' (Marketing Ad) section with a large image and text, a 'MEO' section with a large image and text, and a 'SEO' section with a large image and text. The right side of the page shows a detailed view of the clinic, including a 'メンズ脱毛' header, a 5.0-star rating, a Google map, and a list of services like 'メンズ脱毛' (Men's Hair Removal) and '女性専用' (Women's Only).

This screenshot shows a mobile website interface. At the top, there is a '公式HP' (Official HP) header. Below the header, there is a large image of a person's face. At the bottom of the page, there is a prominent button that says '無料カウンセリング予約' (Free Consultation Booking).

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	 Tryhatch 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

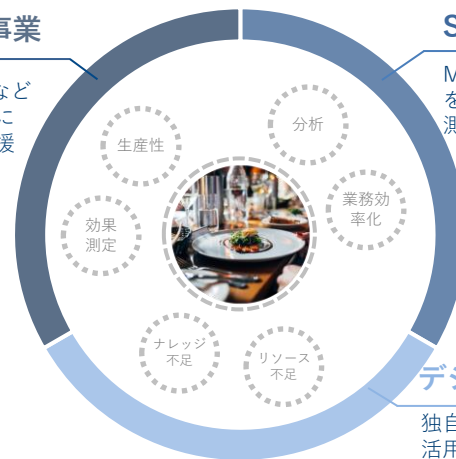
「事業内容」

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

SEOを武器とした運用型広告の運用を得意とするOwned株式会社を2023年7月14日に連結子会社化
専門領域に強く、SEOを掛け合わせた運用型広告のノウハウを活用することで顧客単価の向上を図る

株式取得概要

会社名	 Owned株式会社
事業内容	デジタルマーケティング支援
取得金額	4.8億円
株式取得日	2023年7月14日

事業内容

SEOコンサルティング

検索エンジン最適化
(コンテンツ・被リンク・UI/UX)

顧客Webサイトの検索結果を上位表示させるため検索エンジン最適化を支援。ユーザーのニーズを汲んだコンテンツ作成から被リンク施策、UI/UX改善まで幅広く対応

実績①
1年間で
0から月間
PV数600
万

実績②
3ヶ月間で
検索順位
1位獲得

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。専門領域のビジネス理解が深いことから、顧客の事業課題に対して効果の高い広告運用を実現

実績①
半年間で
月間売上
30%増

実績②
半年間で
CPO
50%減

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
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 上場グループ会社として求められる内部統制を構築

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

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ
PR・IR契約を締結する取引出資を中心に新規投資を実施

① 出資額に応じて、出資先の株式を取得



① 取引出資

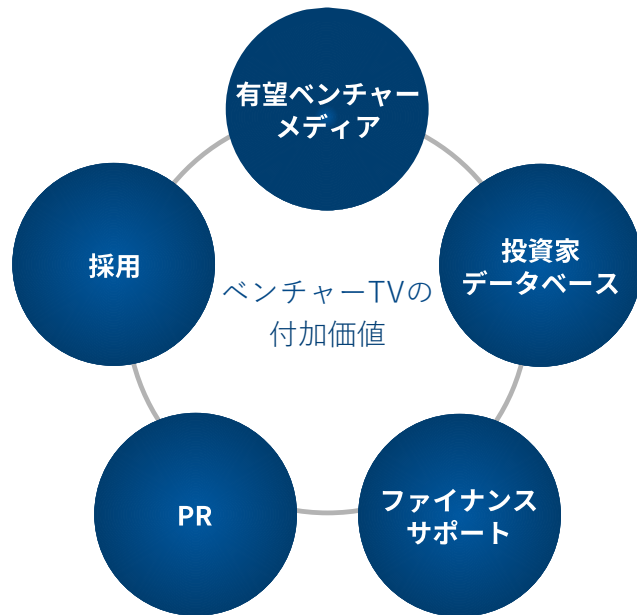
② PR・IR契約

出資対象企業

② 出資先企業との議論・検討の上、必要に応じて
ベクトルはPR・IR支援、出資先は対価を支払い

スタートアップ企業のプレゼン動画が見放題の動画型メディア「ベンチャーTV」の提供を開始
今後は課題を抱えるスタートアップ企業の社長や投資家に対するさまざまなサービスを拡充予定

プレゼン動画見放題の動画型メディア「ベンチャーTV」



日本最大のスタートアップエコシステムの構築を目指す



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。