

株式会社ベクトル

2020年2月期
決算説明資料



2020年4月22日

目次

1. 通期決算
2. 2021年2月期業績予想
3. 経営戦略
4. 新規投資の方針

通期決算

新型コロナウイルス感染拡大の影響により
連結子会社の一部において残高確認書の回収に遅れが生じ、
それに伴い決算業務に遅延が生じたことから、
2020年2月期の決算発表を4月14日から本日に延期しました。
株主、投資家の皆様をはじめ、
皆様には多大なるご迷惑とご心配を
おかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

連結業績

売上高・営業利益ともに前年同期比で増収増益となり、今期修正後業績目標を達成
メディアは**第4四半期黒字化達成**・HRは**第3・第4四半期黒字化達成**と業績が回復の兆し

【売上高】37,540百万円(前年同期比**124.5%**)

【営業利益】3,324百万円(前年同期比**116.4%**)

PR

人員増強による販管費の増加および制作子会社の収益性低下により、前年同期比で増収減益
2021年2月期においては、PR事業における付加価値向上および効率性を高める施策を展開

【売上高】17,930百万円(前年同期比**107.4%**)

【営業利益】1,855百万円(前年同期比**87.5%**)

プレス
リリース
(PR TIMES)

積極的な広告投下が寄与し、利用企業社数が順調に推移した結果、前年同期比で増収増益
2021年2月期も利用企業社数の増加を図るため、地方地域展開の拡大など新たな取り組みを実施

【売上高】2,891百万円(前年同期比**126.5%**)

【営業利益】560百万円(前年同期比**108.1%**)

ビデオ
リリース
(NewsTV)

事業基盤の拡大に伴い、広告費や人件費が大きく増加したが、前年同期比で増収増益
2021年2月期も引き続き事業基盤の拡大を見据え、販売体制の強化および人材育成に注力

【売上高】1,873百万円(前年同期比**113.8%**)

【営業利益】326百万円(前年同期比**102.0%**)

※第3四半期累計期間より、セグメントの名称を「ニュースリリース配信事業」より「プレスリリース配信事業」に変更しております

ダイレクト マーケティング

主力のビタブリッドCや新商品に対する広告を積極的に投下したことで、前年同期比で増収増益
2021年2月期も効果的かつ効率的に広告費を積極的に投下し、さらなる収益拡大を見込む

【売上高】8,537百万円(前年同期比131.0%)

【営業利益】557百万円(前年同期比121.6%)

メディア

事業構造の転換により前年同期比で減収増益となり、**EBITDAでは7百万円の通期黒字を達成**
2021年2月期は、オウンドメディアの販売拡大および新規事業の育成により、収益基盤を強化

【売上高】935百万円(前年同期比80.0%)

【営業利益】△223百万円(前年同期比47百万円増)

HR (あしたのチーム)

第3四半期に続き、第4四半期も黒字化を達成し、**EBITDAでは197百万円の通期黒字を達成**
2021年2月期は、ストック収益型のクラウド商材の販売に注力することで安定した収益基盤を構築

【売上高】4,404百万円(前年同期比184.2%)

【営業利益】△253百万円(前年同期比9百万円増)

その他 (サイネージおよび投資)

1万台のサイネージ設置が完了し、サイネージ事業が好調に推移したことで前年同期比で増収増益
2021年2月期は、投資先であるサイバーセキュリティクラウド社が上場し、投資事業も業績に寄与

【売上高】2,644百万円(前年同期比479.1%)

【営業利益】505百万円(前年同期比528百万円増)

通期業績予想に対する振り返り

2020年2月期 通期業績予想 (単位:百万円)	修正計画 2019年 10月15日修正	2020年2月期 通期業績	達成率
売上高	37,410	37,540	100.3%
営業利益	3,230	3,324	102.9%
経常利益	3,360	3,755	111.8%
親会社株主に 帰属する当期純利益	0	△315	—

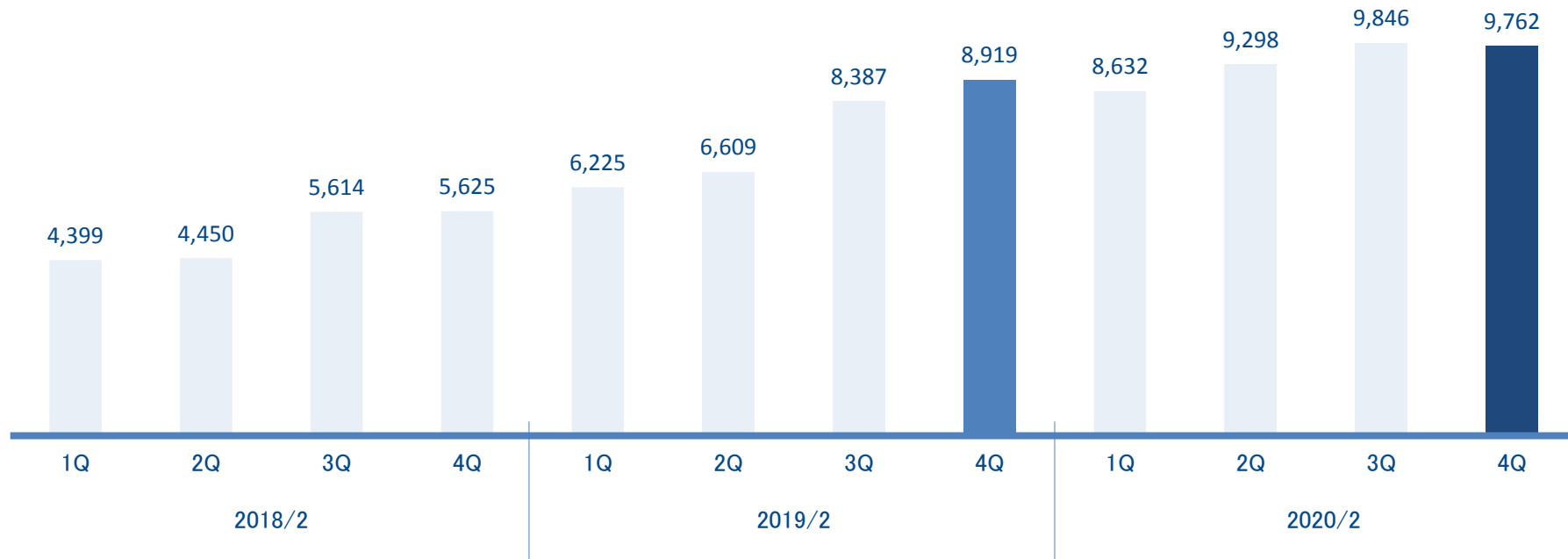
■親会社株主に帰属する当期純利益の結果について

当社グループ事業は全体として順調に推移し、親会社株主に帰属する当期純利益として255百万円を計上する見込みでありましたが、HR事業に関わるのれんを保守的に見積り、減損損失570百万円を計上したことから、親会社株主に帰属する当期純損失は315百万円となりました

連結売上高推移

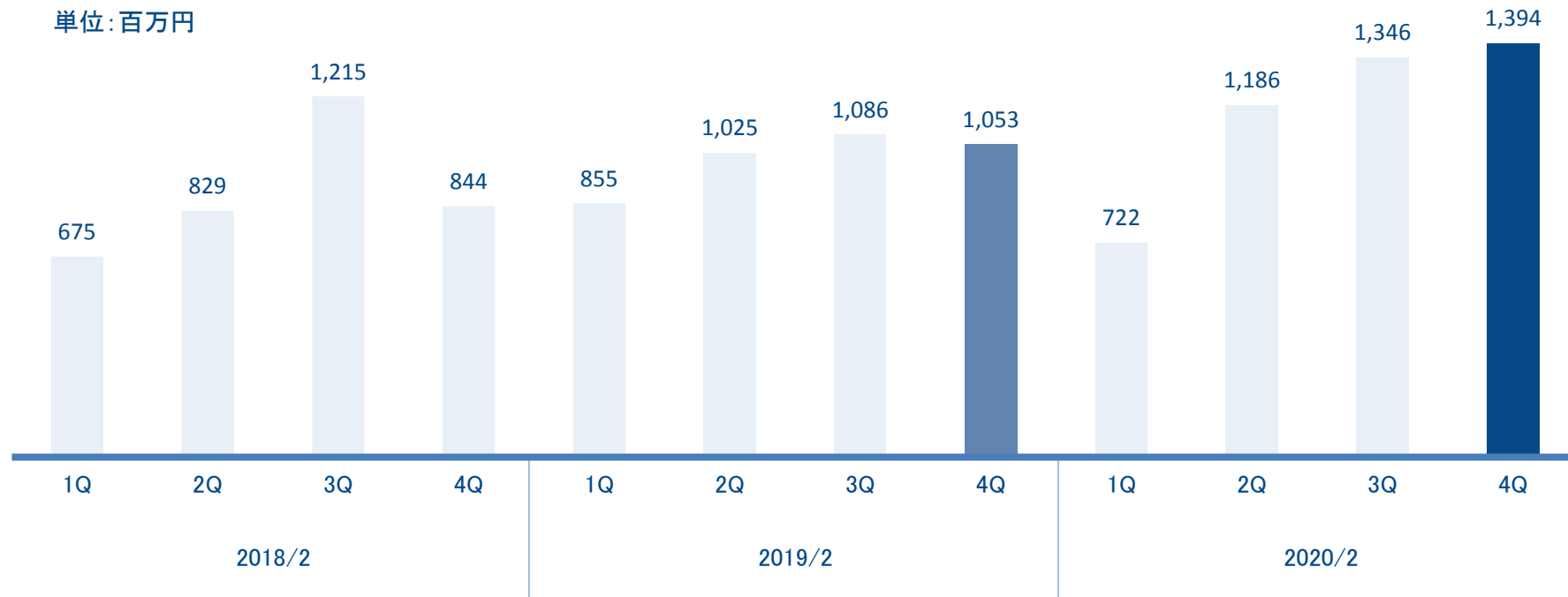
2020年2月期第4四半期の連結売上高は、**9,762**百万円(前年同期比**109.5%**)

単位:百万円



2020年2月期第4四半期のEBITDAは、過去最高の**1,394**百万円(前年同期比**132.4%**)

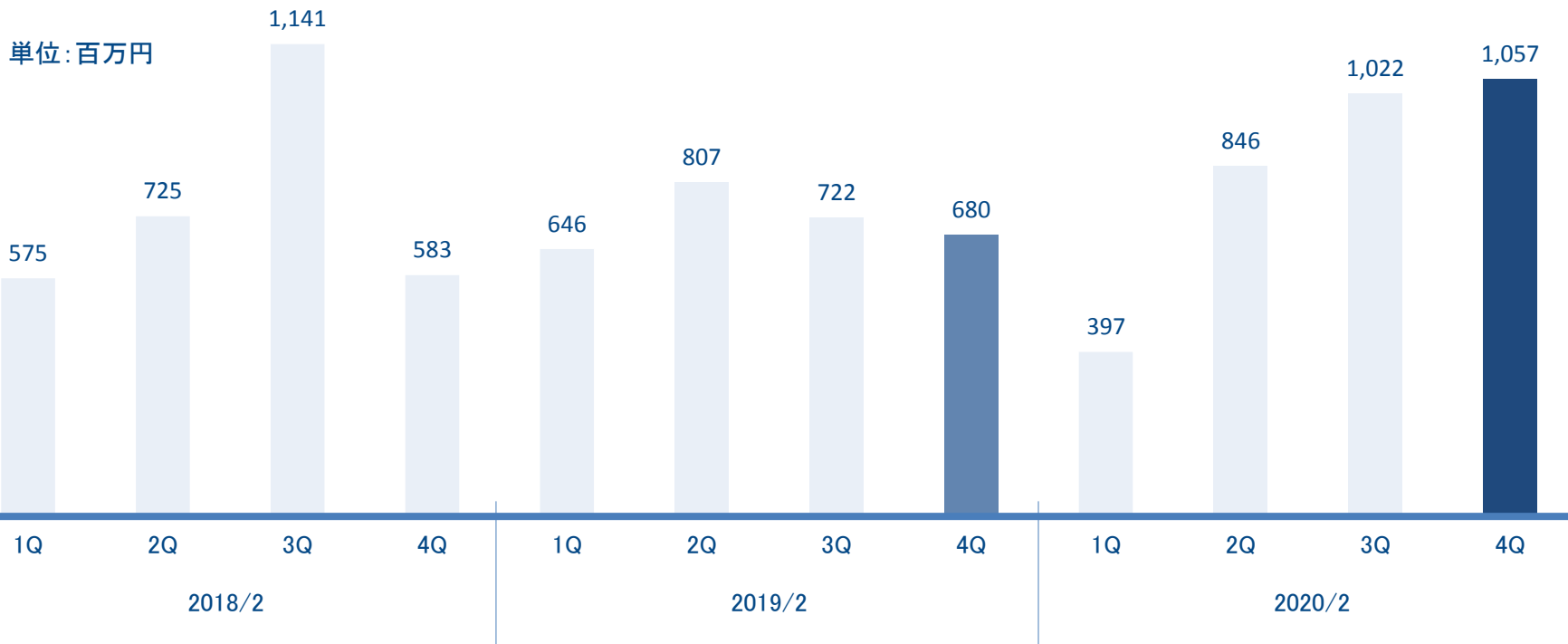
単位:百万円



※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

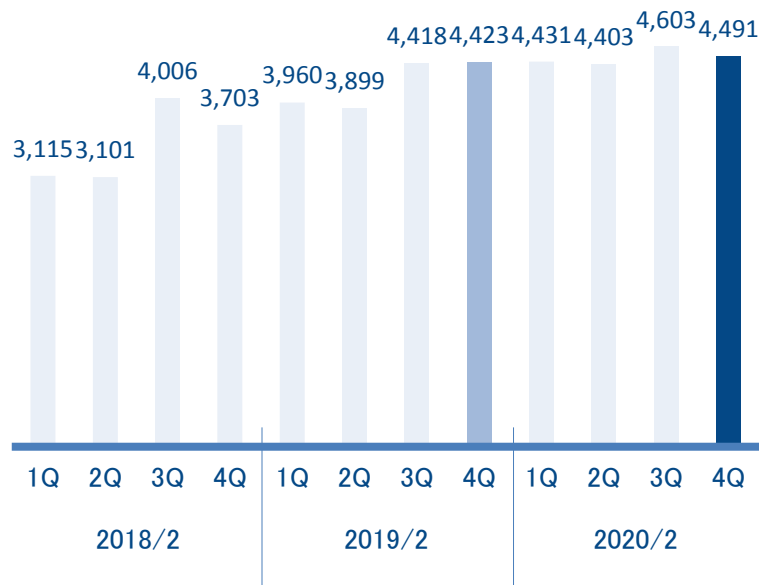
連結営業利益推移

2020年2月期第4四半期の連結営業利益は、今四半期最高の**1,057**百万円(前年同期比**155.3%**)

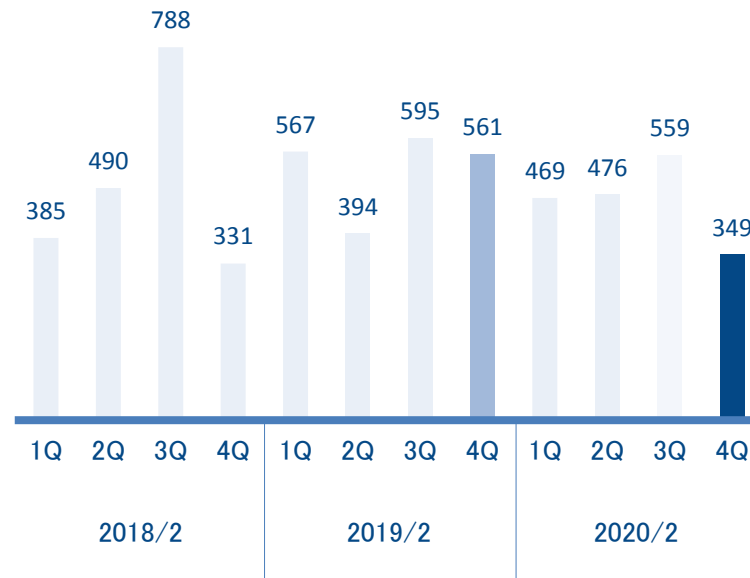


2020年2月期第4四半期は、ブランドコントロール社の貸倒引当金計上や開発投資により前年同期比で増収減益に
 2021年2月期は、さらなる成長を遂げるため、PR事業における付加価値向上および効率性を高める施策を展開

【売上高(百万円)】4,491百万円(前年同期比101.5%)



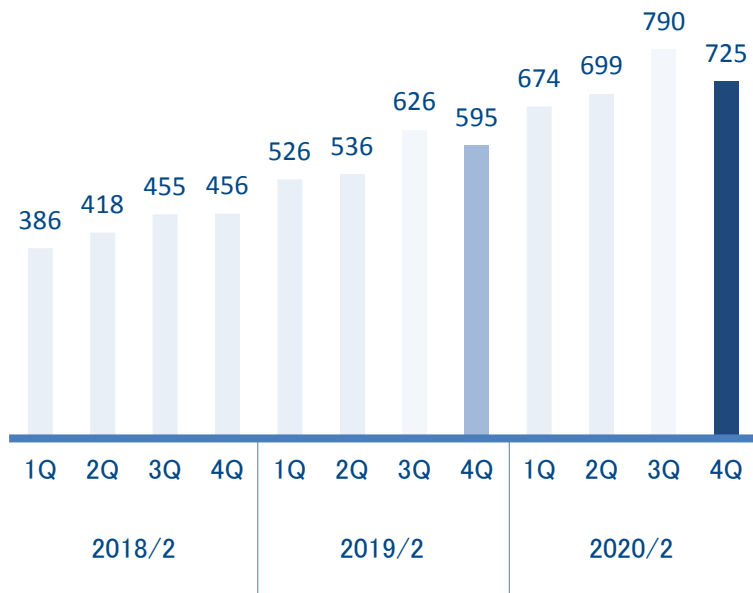
【営業利益(百万円)】349百万円(前年同期比62.3%)



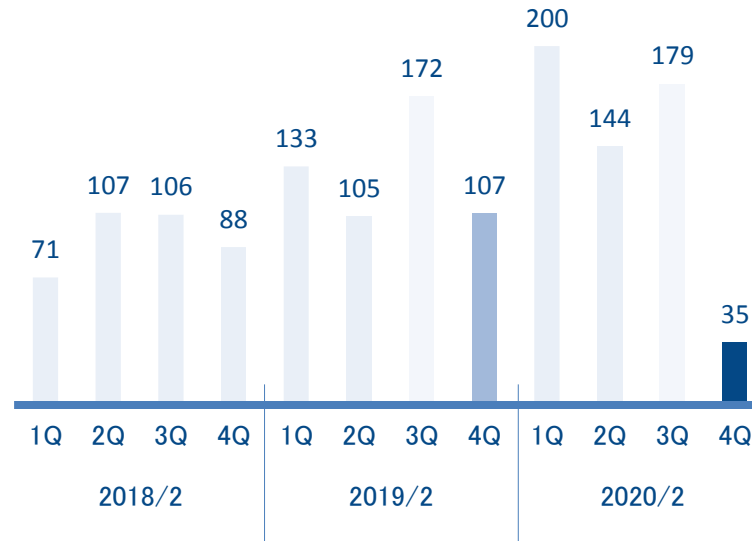
プレスリリース配信事業 (PR TIMES)

2020年2月期第4四半期は、第4四半期として過去最高の売上高を記録したが、**広告投下**により前年同期比で増収減益に
2021年2月期は、利用企業社数のさらなる増加を図るため、機能改善や地方地域展開の拡大など新たな取り組みを実施

【売上高(百万円)】725百万円(前年同期比121.9%)



【営業利益(百万円)】35百万円(前年同期比32.6%)

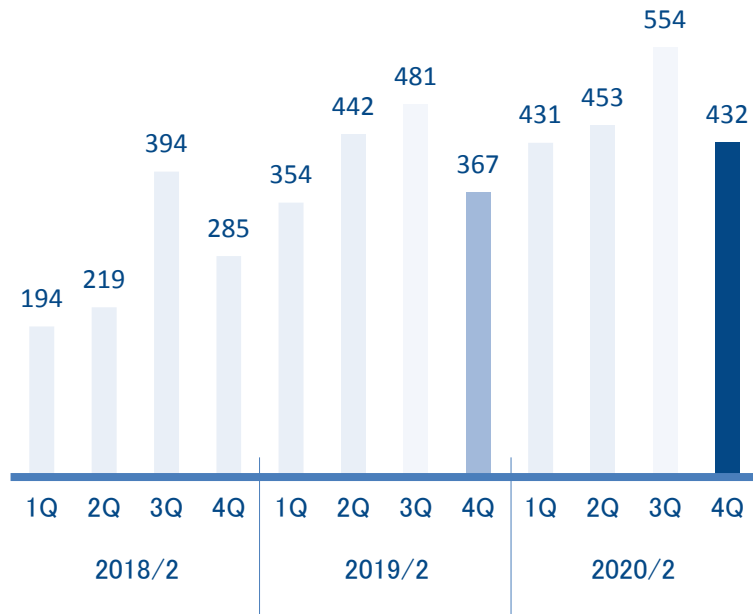


※第3四半期累計期間より、セグメントの名称を「ニュースリリース配信事業」より「プレスリリース配信事業」に変更しております

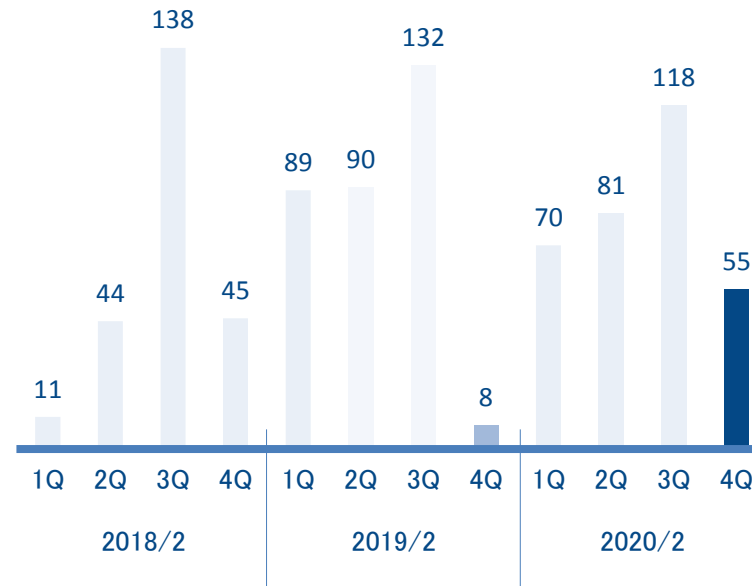
ビデオリリース配信事業 (NewsTV)

2020年2月期第4四半期は、広告や人員増強の効果により、**第4四半期では売上高・営業利益ともに過去最高を達成**
2021年2月期においても、さらなる事業基盤の拡大を見据え、引き続き販売体制の強化および人材育成に注力

【売上高(百万円)】432百万円(前年同期比117.7%)



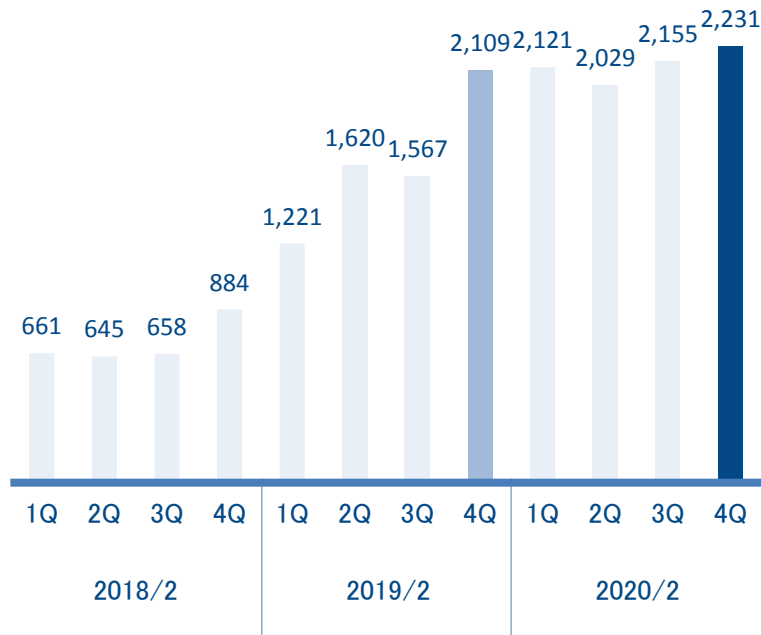
【営業利益(百万円)】55百万円(前年同期比693.5%)



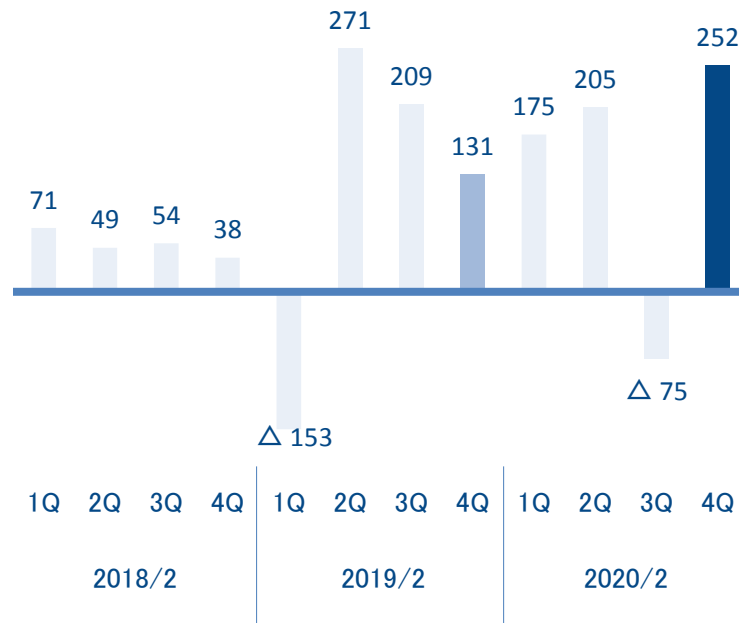
ダイレクトマーケティング事業

2020年2月期第4四半期は、積極的に投下した広告効果が表れ**売上高は過去最高を記録**し前年同期比で増収増益に
2021年2月期は、商品ラインナップを拡充しつつ第1四半期から広告費を積極的に投下し、さらなる収益拡大を見込む

【売上高(百万円)】2,231百万円(前年同期比105.8%)



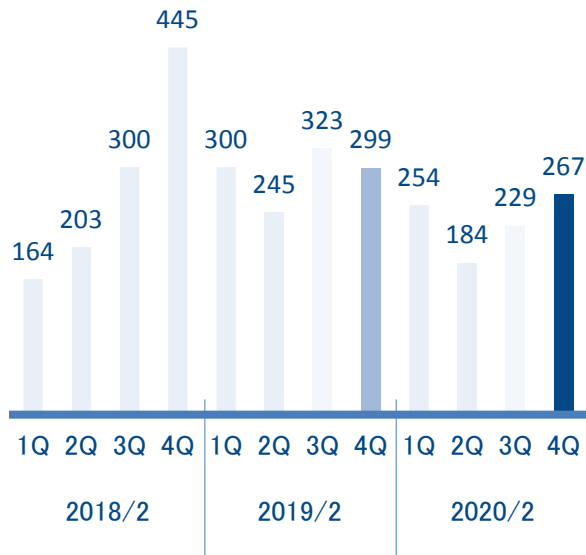
【営業利益(百万円)】252百万円(前年同期比192.6%)



2020年2月期第4四半期は、既存メディアの効率化やオウンドメディアの販売が順調に推移し、**四半期黒字化を達成**
 2021年2月期においては、既存事業の成長に加え、減損損失によりの前年と比較して一層の利益改善を見込む

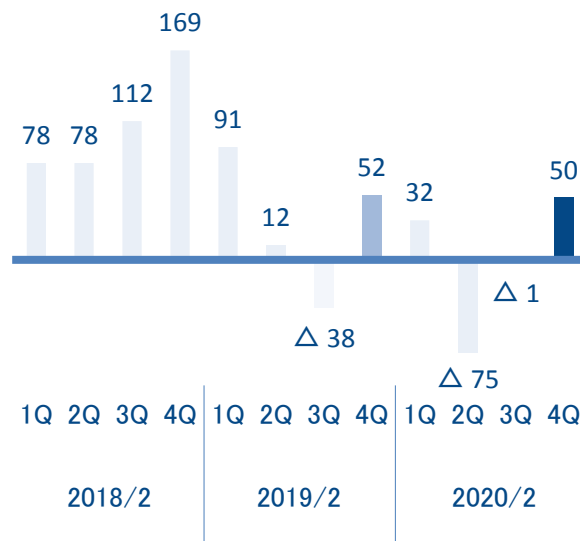
【売上高(百万円)】267百万円

(前年同期比89.2%)



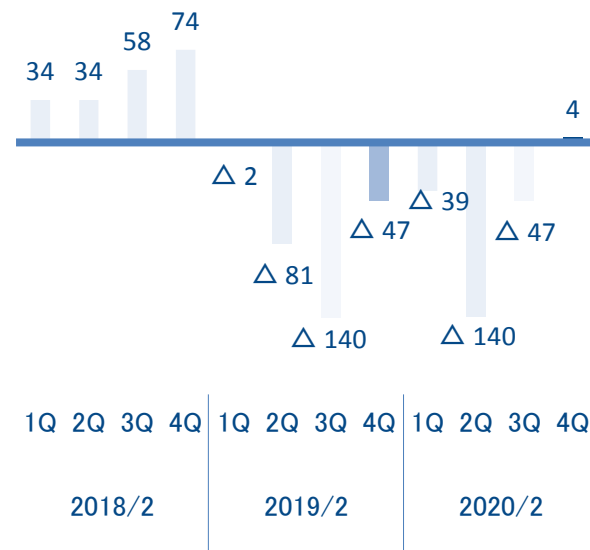
【EBITDA(百万円)】50百万円

(前年同期比97.1%)



【営業利益(百万円)】4百万円

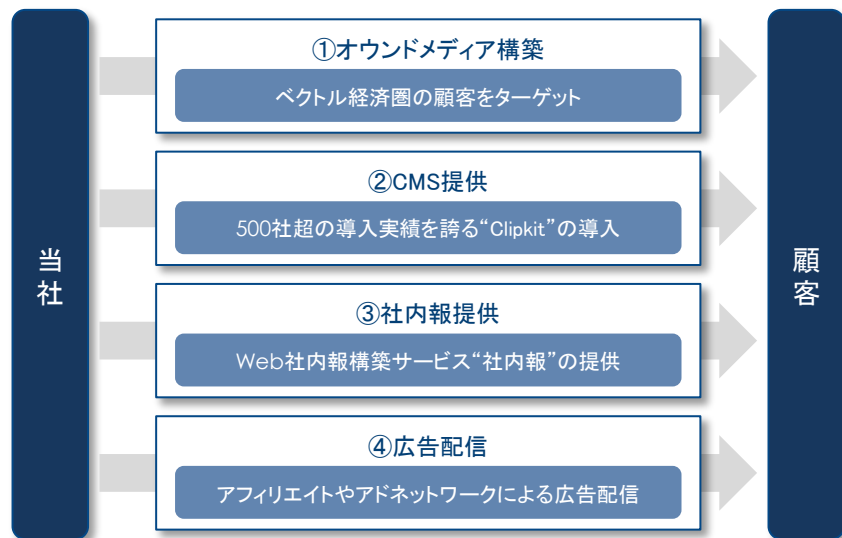
(前年同期比51百万円増)



メディア事業の今後の見通し

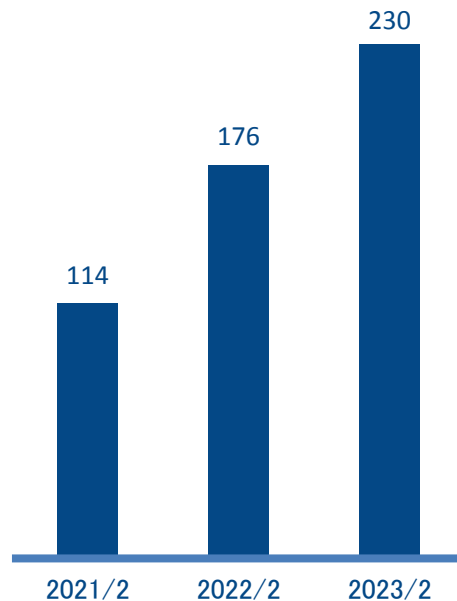
グループシナジーの高いオウンドメディアの販売を強化しながら、今後の収益の柱となる新規事業を育成
2023年2月期の営業利益においては、既存事業に加え、新規事業の貢献を想定し、225百万円と大幅に拡大

今後の注力サービス

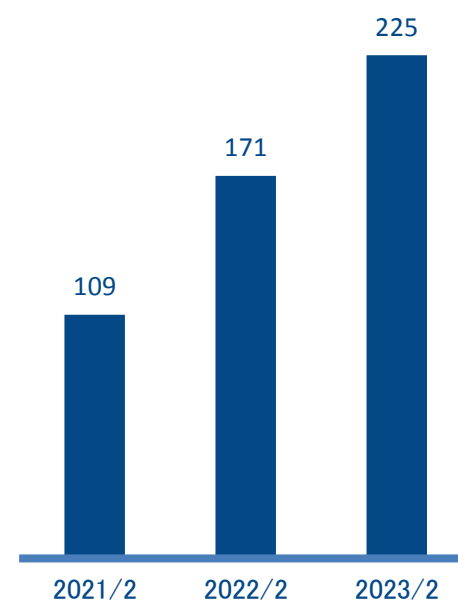


グループシナジーの高い上記サービスの販売を強化

【EBITDA(百万円)】



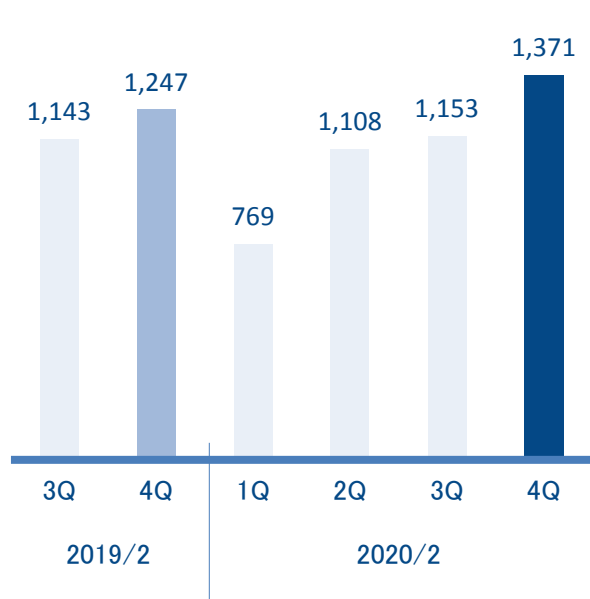
【営業利益(百万円)】



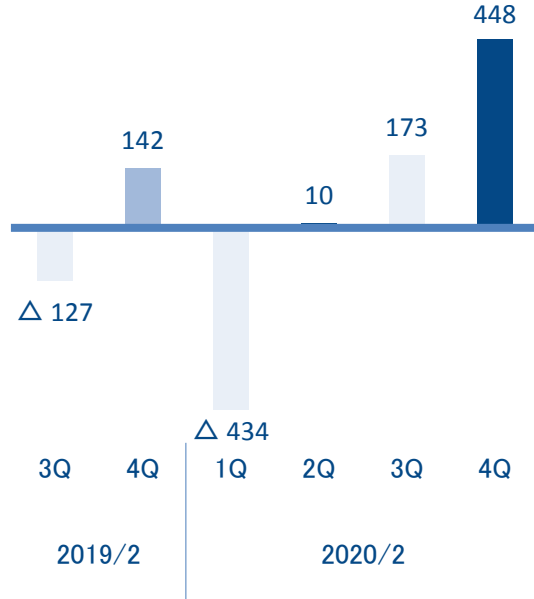
HR事業(あしたのチーム)

2020年2月期第4四半期は、適正なコストを維持しながら受注数を伸ばしたことで、**過去最高の営業利益を達成**
2021年2月期は、コストを維持しストック収益型のクラウド商材の販売に注力することで、**安定した収益基盤を構築**

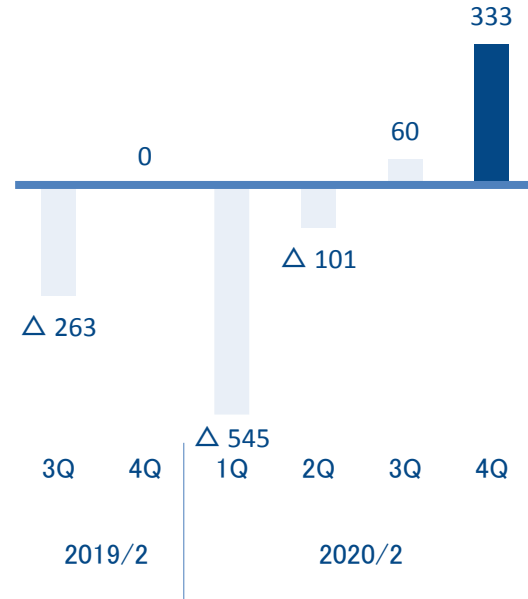
【売上高(百万円)】1,371百万円
(前年同期比110.0%)



【EBITDA(百万円)】448百万円
(前年同期比306百万円増)



【営業利益(百万円)】333百万円
(前年同期比332百万円増)



HR事業の今後の見通し

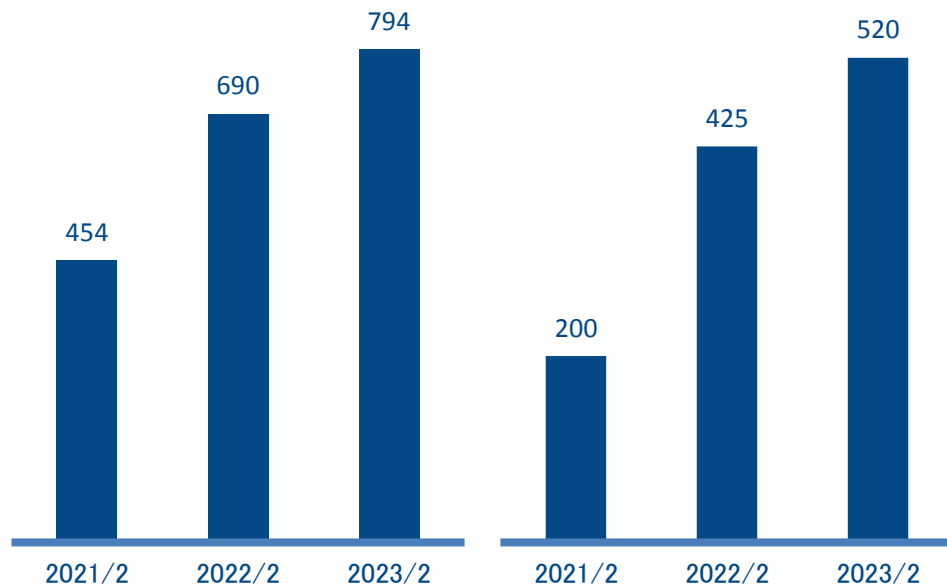
リストラチャリングによる適正なコスト体質を維持しつつ、ストック収益型のクラウド商材の販売に注力
2023年2月期の営業利益においては、人事評価クラウドの販売強化による売上高の増加を想定し、520百万円に拡大

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」



【EBITDA(百万円)】

【営業利益(百万円)】

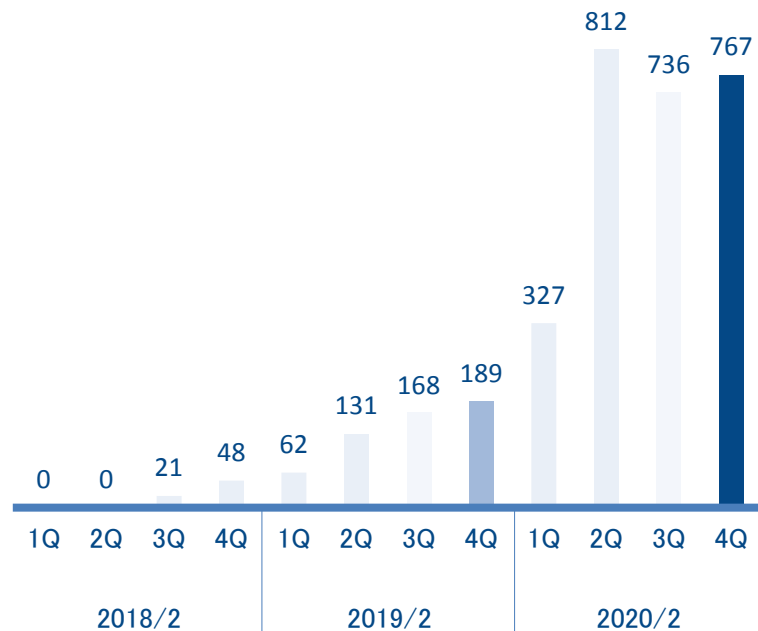


人事評価クラウドの販売強化によりストック収益を積上げ

その他事業(サインージ事業および投資)

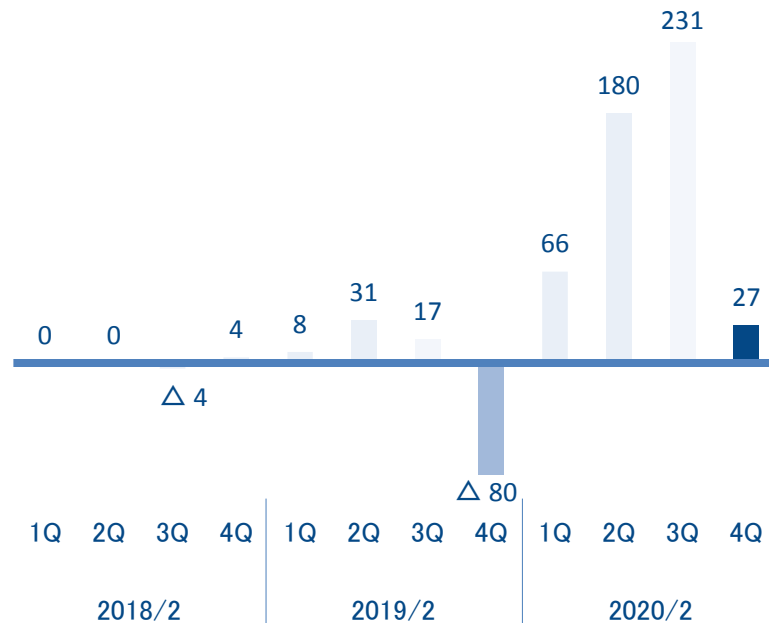
2020年2月期第4四半期は、投資において評価損を計上したが、**サインージ事業が貢献**し前年同期比で増収増益に
2021年2月期は、「ChargeSPOT」などタクシー以外の新たな面にも展開し、さらにサインージ事業を拡大する見込み

【売上高(百万円)】767百万円(前年同期比405.1%)



※2020/2Qの売上高には株式の売却に伴い309百万円が含まれております

【営業利益(百万円)】27百万円(前年同期比107百万円増)



※2020/4Qの営業利益には有価証券評価損-137百万円が含まれております

連結損益計算書

(単位:百万円)	2019年2月期	2020年2月期	前年同期差	前年同期比
売上高	30,141	37,540	+7,399	124.5%
売上総利益	18,974	23,864	+4,890	125.8%
E B I T D A	4,020	4,649	+629	115.6%
営業利益	2,857	3,324	+467	116.4%
経常利益	3,020	3,755	+734	124.3%
税金等調整前 当期純利益	1,856	2,072	+216	111.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	28	△315	△344	—

連結貸借対照表

	2019年2月期	2020年2月期	前期末差	前期末比
(単位:百万円)				
資産合計	26,908	25,302	△1,606	94.0%
現預金	6,063	7,889	+1,826	130.1%
のれん	3,735	1,343	△2,391	36.0%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	7,048	4,331	△2,717	61.5%
その他	10,061	11,737	+1,676	116.7%
負債合計	14,169	12,801	△1,368	90.3%
借入金+社債	9,079	5,799	△3,279	63.9%
その他	5,090	7,001	+1,911	137.5%
純資産	12,738	12,500	△237	98.1%

連結キャッシュ・フロー計算書

2019年2月期

2020年2月期

増減額

増減要因

(単位:百万円)

	2019年2月期	2020年2月期	増減額	増減要因
現金及び現金同等物の 期首残高	4,320	6,038	+1,717	
営業活動による キャッシュ・フロー	816	3,030	+2,214	不採算事業が回復傾向 既存事業の収益力が向上
投資活動による キャッシュ・フロー	△4,941	2,098	+7,040	新規投資は現状凍結 投資有価証券売却により増加
財務活動による キャッシュ・フロー	5,857	△3,273	△9,131	新規の借入を抑制 借入の返済を推進
現金及び現金同等物の 期末残高	6,038	7,884	+1,846	上記の各項目において キャッシュ・フローを健全化

2021年2月期業績予想

2021年2月期連結業績予想

2021年2月期 通期業績予想 (単位:百万円)	2020年2月期 (実績)	2021年2月期 (計画)	前年 同期比	2021年2月期 上期計画	2021年2月期 下期計画
売上高	37,540	37,000 ~44,800	98.6% ~119.3%	17,460 ~19,440	19,540 ~25,360
営業利益	3,324	2,300 ~3,850	69.2% ~115.8%	△80 ~750	2,380 ~3,100
経常利益	3,755	2,300 ~3,850	61.2% ~102.5%	△80 ~750	2,380 ~3,100
親会社株主に 帰属する当期純利益	△315	630 ~1,700	—	△490 ~130	1,120 ~1,570

新型コロナウイルスの影響が早期に収束し、顧客企業のマーケティングニーズが回復すると仮定した場合をレンジの上限、顧客企業のマーケティングニーズ低迷が長期化し、戦略PR子会社を中心に業績回復の遅れが生じると仮定した場合をレンジの下限として予想しております

中期利益計画

中期利益計画 (単位:百万円)	2020年2月期 (実績)	2021年2月期 (計画)	2022年2月期 (計画)	2023年2月期 (計画)
EBITDA	4,649	3,090 ~4,640	6,000	7,000
営業利益	3,324	2,300 ~3,850	4,820	6,000

- ・当社の配当方針につきましては、連結配当性向20%を目安に株主の皆様へ還元しております
- ・2020年2月期の配当につきましては、無配とさせていただきます
- ・2021年2月期のEBITDAは、のれんの減損により、のれん償却額が減ったことを踏まえ変更しております
- ・2021年2月期以降の親会社株主に帰属する当期純利益は、相応の利益計上を想定しております

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

新型コロナウイルスの発生において、リーマンショックの逆風時に成長したPR事業をはじめとした強固なビジネスモデルを構築している当社ではありますが、業績へ与える影響は現状不透明です

■PR事業

- ・国内においては、PRイベントなどの中止や延期が発生し先行きは不透明であるが、コロナ収束後は回復する見込み
- ・海外においては、主要拠点である中国は回復傾向であり、その他の拠点でも徐々に回復していく見込み

■プレスリリース配信事業

- ・PRイベントなどの中止や延期により、プレスリリース配信本数は減少しているが、コロナ収束後は回復する見込み

■ビデオリリース配信事業

- ・PRイベントなどの中止や延期により、ビデオリリース配信本数は減少しているが、コロナ収束後は回復する見込み

■タクシーサイネージ事業

- ・タクシー乗車機会の減少により広告出稿の中止および延期が発生しているが、コロナ収束後は回復する見込み

新型コロナウイルスの影響により事業環境は現状不透明ながら、オンライン対応への切り替えや好調なダイレクトマーケティング事業などの当社グループの強みを活かして、マイナスの影響をカバー

■PR事業・プレスリリース事業

- ・PRイベントや発表会などの実施をライブ配信に切り替え、業績へ与えるマイナスインパクトを低減

■ダイレクトマーケティング事業

- ・主力のビタブリッドCや人気インフルエンサーの化粧品ブランド「RICAFROSH」の販売が順調に推移

■HR事業

- ・テレワークの普及を好機ととらえ、オンラインセミナーを強化し、助成金対象であるクラウド商材を提案

■ライブプロダクション事業

- ・巣ごもり消費によるライブ配信市場の活性化を受け、育成型ライブプロダクション「pino live」が急成長

経営戦略

PR事業の今後の成長は？

「CompanyTV」「ヒロメル」の事業化により
今後も高い成長率を持続できると想定

PR事業の今後の成長性

PR事業の成長率が鈍化傾向にあるが、後述する「CompanyTV」「ヒロメル」の事業化によりPRサービスの付加価値向上と効率化を図ることでPR事業は今後さらなる成長が見込めると想定



「CompanyTV」によるPRサービスの付加価値向上



「ヒロメル」によるPRサービスの販売効率化

PR業界No.1から 国内におけるPR市場は1,000億円



広告業界のFAST COMPANYへ

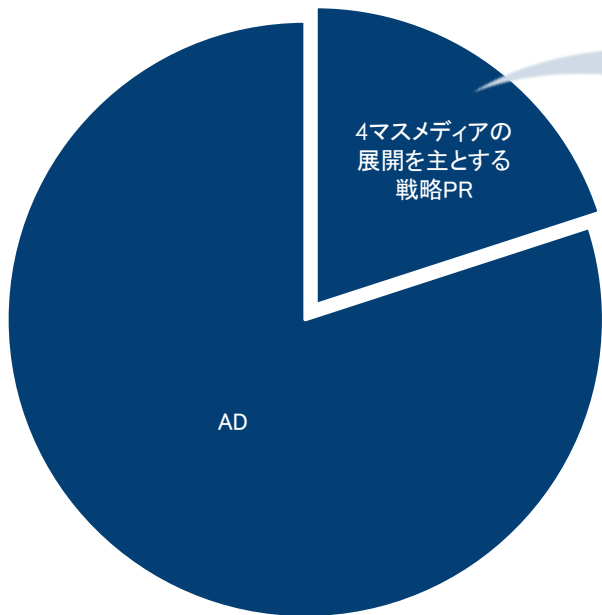
ターゲットとなる広告市場は6兆円

広告業界のディスラプター

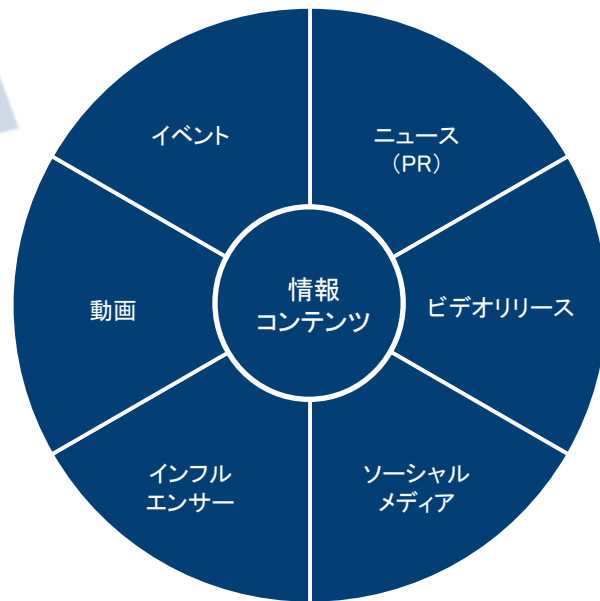
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

アパレル業界におけるファストファッションのように
広告業界で業界革命を巻き起こす

「モノの広め方」の変化



記者発表会やニュースリリース等を通じてTVや新聞・雑誌へ掲載



PR発想のコンテンツ開発を中心にコミュニケーションを展開

「情報伝達インフラ」と「アドテクノロジー」をベースに
「コンテンツ」をターゲットに対して直接届けていく、
次世代のコミュニケーション






コスト10分の1以上安く、モノを広められる時代に

タレントキャスティング

HP、動画、イベントなどのコンテンツとして活用する著名人のキャスティングを実施。



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	レピュテーションマネジメント
 <p>国内シェアNo.1、クライアント数2万社実績のリリース配信サービスを年間120万円で使い放題。上場企業の25%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが評価されています。</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>ニュース動画を国内最大級のアドネットワークにより、ターゲットへ直接配信。見せたい人に見せたいコンテンツを届ける。</p> <p>NEWS TV</p>	 <p>SNS上のインフルエンサーを活用した、企業のサービス・商品に関するブランディングをサポート。</p> <p>Starbank</p>	 <p>Webサイト制作からシステム構築、デジタルプロモーションまでを一貫してサポート。広告配信、オウンドメディアの構築・運営やPR・IR動画の制作にも対応。</p> <p>vector SIGNAL</p> <p>NT</p> <p>Smart media</p> <p>IR</p>	 <p>アメリカで培われた理論やノウハウをベースとする独自技術を用いて企業のレピュテーションマネジメントやブランドセキュリティに関するコンサルティングサービスを提供。</p> <p>BRAND CONTROL</p> <p>vector TOTAL</p>



コンテンツデリバリー



0円

50,000,000円/年

「FAST COMPANY」によるサービス領域を拡大

1
CompanyTV

ビデオニュースを起点とした企業がモノを広める配信プラットフォームの構築からコンテンツの作成までを一気通貫で支援

2
ヒロメル

既存の事業(PR TIMESやビデオリリース、テレビPR、SNS戦略タレントキャスティング等)の様々なサービスをサイト上で販売

3
タレント

HPや動画、イベント等のコンテンツとしてタレントをキャスティングすることで顧客単価を向上

4
新規事業

みんなのタクシーに加盟する都内最大規模のタクシーへ新型IoTサイネージを提供するなど新規事業を拡大

1 CompanyTV

モノを広めるコミュニケーションプラットフォーム

ビデオニュースを起点とした企業がモノを広めるプラットフォームの構築、
動画コンテンツの作成までを一気通貫で支援しPRサービスの付加価値を向上

これまでは、プレスリリース配信を起点にモノを広めてきた



プレスリリース送付



新聞/雑誌/WEBメディアでの掲載

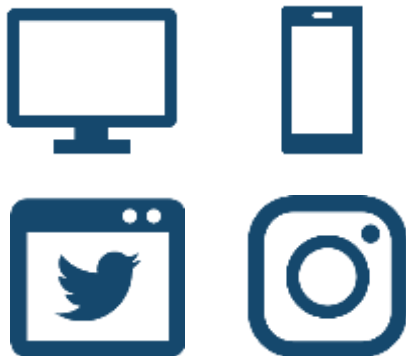


TV番組での紹介

これからは、企業や個人がビデオニュースでモノを広める時代に



撮って出しなど作り込まない
動画コンテンツの発信



SNSでの拡散・話題化
その現象をWEBメディアが掲載



TV番組などのメディアが
話題のトピックとして紹介

コミュニケーションごとに担当が分かれており、企業の情報発信がバラバラ

PR

HR

社内報

IR

AD

SNS

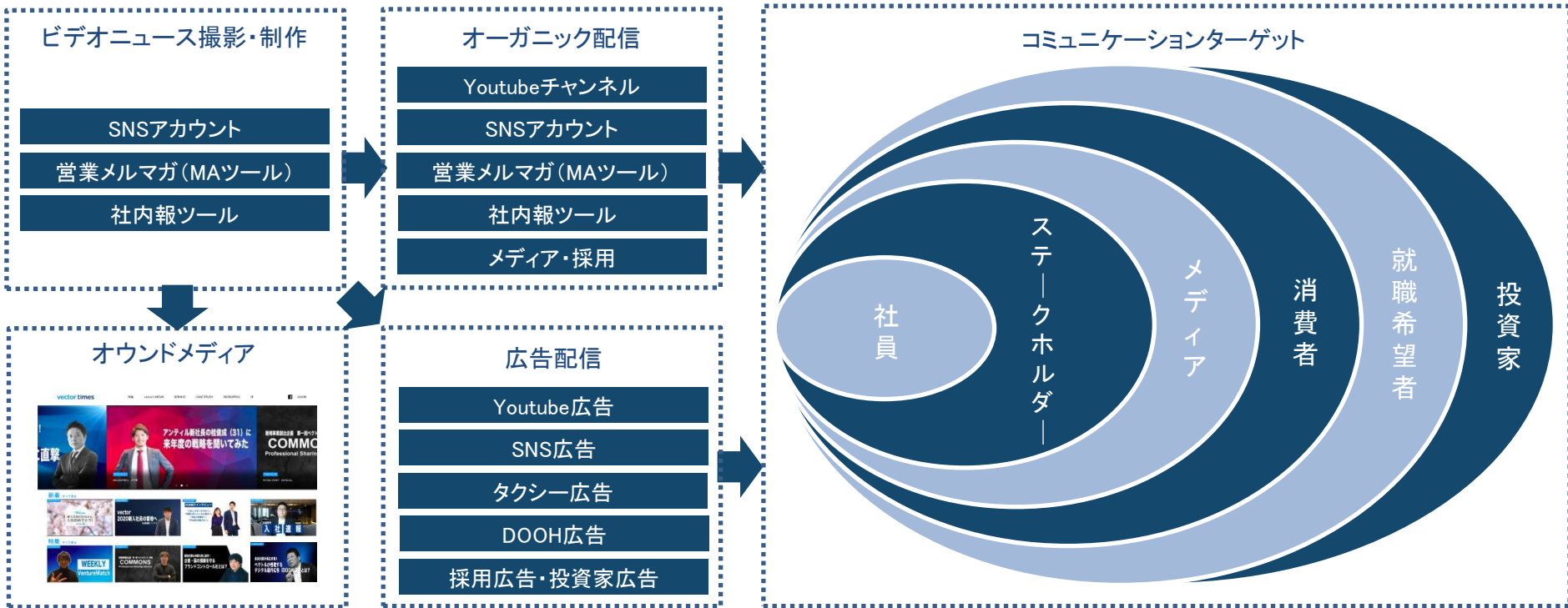
オウンド
メディア

イベント

企業のコミュニケーション 課題を解決する「CompanyTV」

企業の情報をビデオニュースにして配信
+コンテンツ管理CMSプラットフォーム
「CompanyTV」

ビデオニュースを起点に企業がモノを広める配信プラットフォームを構築



オウンドメディアCMSの「Clipkit」を利用して企業のオウンドメディアを安価に素早く構築



動画管理や様々なメディアに配信ができるCMSプラットフォームを実装

CMSプラットフォーム



機能イメージ(※開発中)

アカウント一元管理

リーチ分析

オーガニック・広告配信



オウンドメディア
への投稿



チャンネル投稿
広告配信



SNS投稿
広告配信



メディア配信



社内ツールで
社内報配信



その他

スマホでの撮影をベースとした撮影環境を構築



01. ニュース軸

- ・新サービス
- ・新商品
- ・好調トピック

02. 社内報軸

- ・役員の新人時代紹介
- ・次世代リーダー特集
- ・社員座談会

03. 社長軸

- ・有識者対談
- ・同業種TOP対談
- ・メディア編集長対談

04. 商品/サービス軸

- ・イベント取材
- ・ユーザー体験レビュー
- ・担当者商品プレゼン
- ・お客様の声

05. イベント軸

- ・記者発表会
- ・社外イベント登壇
- ・社員総会

06. タレント軸

- ・社内イベント登壇
- ・タレントサービス体験
- ・タレント×社長対談

07. ブランド コンテキスト軸

- ・業界トップ対談
- ・社長×業界著名人対談
- ・業界コラム

08. リクルー ティング軸

- ・社員紹介
- ・社長面接現場潜入
- ・会社の行動指針まとめ

09. IR軸

- ・決算説明
- ・株主総会
- ・投資家対談

10. アーカイブ軸

- ・会社の戦略紹介
- ・各事業部紹介
- ・会社の歴史
- ・社長プレゼン
- ・事業説明動画

字面では伝わりづらいコンテンツを用途別に動画にて配信



新社長が語る今後の戦略
(社内報軸)



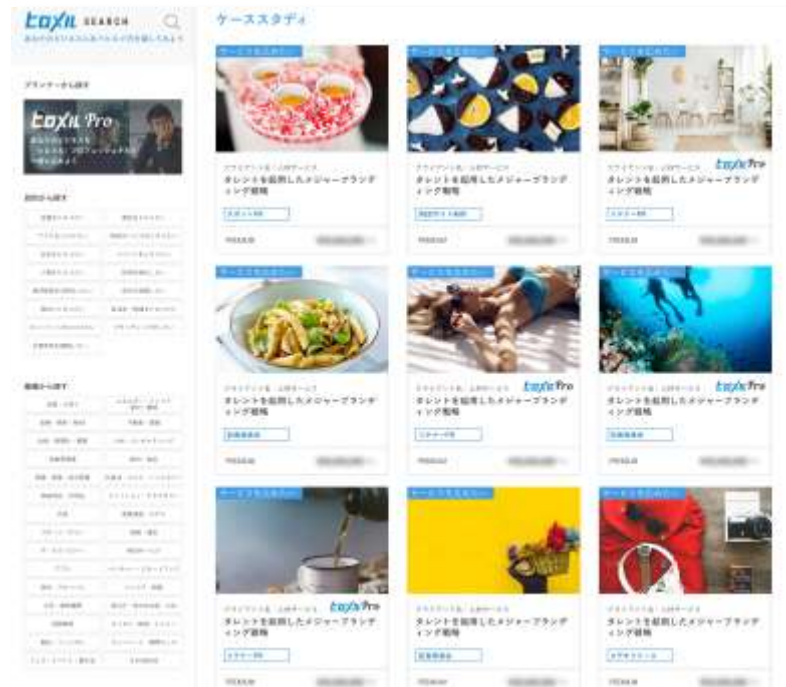
上場企業経営者が語る成長戦略
(IR軸)

2 ヒロメル

広告業界のeコマースサイト

ベクトルグループのPRメニューをオンラインで発注できる
プラットフォームを構築し、販売プロセスを効率化

オフラインでサービス提供を行っている様々なPRメニューをデジタルで共有



プロフェッショナルな人材から選ぶことも可能



COXIL

そのビジネスをネットで広めよう

- > プライバシーポリシー
- > 利用規約
- > お問い合わせ

PRマーケティング

プランナーから選ぶ

PRプランナー

メニューから選ぶ

プレスリリース

ビデオリリース

リテナーPR

スポットPR

記者発表会

TV-PR

海外PR

イベントプロモーション

ロビー活動(ライブリクアフェアーズ)

デジタルマーケティング

プランナーから選ぶ

AD運用プランナー

SNSプランナー

メニューから選ぶ

AD運用

DMSマーケティング

インフルエンサー

SEO/定SEO

オウンドメディア

デザイン&コンテンツ制作

プランナーから選ぶ

WEBディレクター

デザイナー

映像プランナー

メニューから選ぶ

CI/ロゴ

WEB/ LP制作

動画

AD

メニューから選ぶ

タクシー広告

ローカルCM

タレントマーケティング

メニューから選ぶ

タレント起用プロモーション

タレントキャスティング

インフルエンサー

3 タレント

タレントキャスティング

企業の商品やサービスに適したタレントを
キャスティングすることで顧客単価を向上

タレントをキャスティングすることで、メジャー感・信頼感を醸成

事例) 株式会社ROXX



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

事例) 株式会社シーラ



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

事例) 株式会社グッド・ラック



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

事例) エクスモバイル株式会社



企業サイトTOP



企業プロモーション動画

4 新規事業

サービス領域の拡大に向けた新規事業の創出
タクシーサインージ事業の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

みんなのタクシーに加盟する都内最大規模10,000台超のタクシーへサイネージを提供
月間700万人の都内ビジネスパーソンへ広く深く動画広告を届ける



タクシーデジタルサイネージ広告サービス「GROWTH」を
2019年4月より開始

東京都内
サイネージ設置台数※1

10,000台

タクシー利用者
乗車平均時間

約18分

ビジネス層利用率
(会社員・公務員・自営業・経営者)

80%以上

月間
リーチ人数

700万人

都内タクシー利用者
カバー率※2

約40%

タクシー利用頻度
月間平均11回以上

約30%

※1 東京特別区・武三交通圏を対象した際の、タクシーサイネージネットワーク導入数となります
※2 特別区・武三交通圏の法人タクシー27,576台に対する利用者カバー率となります
※タクシー利用者データは、平成29年度(第26回)タクシーに関するアンケート結果調査より参考

タクシーサイネージ事業のノウハウを活かし、DOOH(デジタル屋外広告)事業に参入
屋外大型ビジョンで最も人気の高い渋谷の2ビジョンにて2019年12月よりサービス提供開始



「VECTOR VISION SHIBUYA(渋谷MKビジョン)」はベクトルがメディアオーナーとしてサービスを提供
「アンダーアーマービジョン」はベクトルが総販売代理店としてサービスを提供
「HAMATOMOビジョン」は上記2ビジョンと連携した3面シンクロ放映の商品化「渋谷トライアングルVISION放映」として販売

新規事業(チャージスポット)

スマホ充電器のシェアリングサービス「ChargeSPOT」を展開するINFORICHとパートナー合意
全国1万ヶ所以上に設置された「ChargeSPOT」にてデジタルサイネージサービスの提供を開始



全国設置台数

12,000台以上

東京都内設置台数

5,000台以上

設置地域

47都道府県

ベクトルグループの顧客基盤およびマーケティングコミュニケーション力と
パートナー企業が持つ強みを掛け合わせることで時代の先を見据えた新サービスを提供

	 PrivTech	SoVeC
顧客の課題	データを駆使したビジネスが拡大する一方、個人データの取り扱いが問題となっており、データ活用とプライバシー保護の両立が課題	動画コミュニケーションのニーズは高まっているが、編集に時間がかかったり、動画編集スキルを持つ人材が企業にいないことが課題
パートナー	インティメート・マージャー	ソニーネットワーク コミュニケーションズ
パートナーの強み	DMP専門の最大手で国内最大級の 4.7億のオーディエンスデータを保有	ソニーグループが持つAIや IoTなどの先進的技術
提供サービス	個人データ等の利用同意管理 プラットフォーム「Trust360」	AIを活用した自動動画生成クラウドサービス 「SoVeC Smart Video」

今後データの取り扱いに「個人情報」に関する対応が求められ「プライバシーテック市場」が拡大見込み
市場拡大を見据え、インテュート・マージャーとの合併会社「Priv Tech株式会社」を2020年3月に設立



CMP JS

1

許諾管理タグ生成機能



CMP Manager

2

許諾管理機能



CMP CDP/BI

3

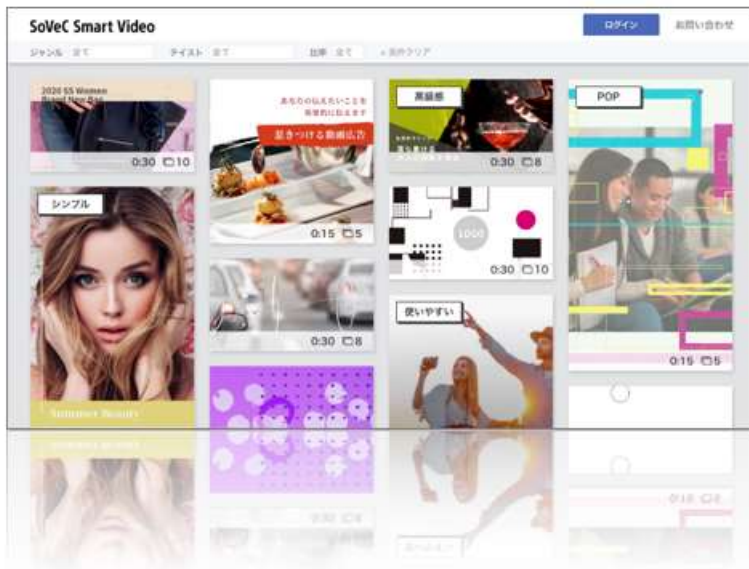
許諾レベル分析機能

ソリューションの第一弾として、個人データ等の利用同意管理プラットフォーム(※CMP)「Trust360」を提供開始
「Trust360」とは、インターネット上で個人データを不要に取得せず、必要な際は取得・利用に関する同意を取得できるCMP
企業と生活者との信頼関係を構築するとともに、今後厳罰化される個人情報保護法を企業が遵守するために活用するサービス

※CMP: Consent Management Platform

ソニーネットワークコミュニケーションズとの合弁会社「SoVeC株式会社」を2019年3月に設立
AIを活用した自動動画生成クラウドサービス「SoVeC Smart Video」を2019年11月から提供開始

SoVeC Smart Video



“響く”プロデザイナー
品質の動画を簡単に

専門知識は一切不要。動画ノウハウが凝縮したフォーマットを選ぶだけで、貴社の情報を魅力的に伝えます。



定額作り放題を
リーズナブルに

業界トップクラスにリーズナブルなプライスで、動画はつくり放題。SNS用のシリーズ動画や大量に配信する動画広告などにも何本でも作成可能です。



スピーディな動画制作で
気軽に何度でも

急ぎの動画も安心。「動画作成は数週間」という常識を取り払い、リッチな動画もすぐにリリースできます。

<最新デザインの動画フォーマット>



新規投資の方針

新規投資の方針

2020年2月期においては、不採算事業の立て直しを優先したため、新規投資を一時凍結していたが、2021年2月期においては、出資額を元にしたPR・IR契約を締結する取引出資を中心に新規投資を実施する方針

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 出資額を元にしたPR・IR契約を締結し、ベクトルはPR・IR支援、出資先は対価を支払い

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ(合計16社実現)

2020年3月24日	サイバーセキュリティクラウド	東証マザーズ上場 時価総額:71,570百万円(4月21日時点)
2019年12月18日	BuySell Technologies	東証マザーズ上場
2019年12月17日	ウィルズ	東証マザーズ上場
2019年10月8日	AI CROSS	東証マザーズ上場
2019年6月25日	インフォネット	東証マザーズ上場
2019年6月21日	ブランディングテクノロジー	東証マザーズ上場
2019年3月19日	ミンカブ・ジ・インフォノイド	東証マザーズ上場
2019年2月22日	識学	東証マザーズ上場
2018年12月11日	ピアラ	東証マザーズ上場
2017年12月13日	グローバル・リンク・マネジメント	東証マザーズ上場(2018年12月13日:東証1部へ市場変更)
2017年12月12日	一家ダイニングプロジェクト	東証マザーズ上場
2017年8月3日	シェアリングテクノロジー	東証マザーズ上場
2016年12月20日	リネットジャパングループ	東証マザーズ上場
2016年11月18日	フィル・カンパニー	東証マザーズ上場
2016年3月31日	エアトリ	東証マザーズ上場(2017年3月31日:東証1部へ市場変更)
2016年3月31日	PR TIMES	東証マザーズ上場(2018年8月29日:東証1部へ市場変更)



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。