

株式会社ベクトル

2021年2月期 第2四半期  
決算説明資料



2020年11月13日

# 目次

1. 会計処理問題について
2. 四半期決算
3. 業績予想の修正
4. 経営戦略
5. 投資実績

2020年10月9日付で公表致しました「当社子会社における会計処理に関わる社内調査委員会設置に関するお知らせ」に記載のとおり、あしたのチームにおける取引の契約実態の調査を行ったことから、2021年2月期第2四半期の決算発表を11月13日に延期致しました。

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致しましたことを深くお詫び申し上げます。

# 会計処理問題について

---

2021年2月期第2四半期の決算作業過程にて、東陽監査法人より、あしたのチームの売上のうち特定取引に関わる売上について、期間帰属の適正性について指摘を受ける

### ■経緯

10月9日	社内調査委員会の設置
10月9日	本調査開始
10月15日	2021年2月期第2四半期決算発表延期のお知らせを発表
11月13日	調査委員会より調査報告書を受領
11月13日	2021年2月期第2四半期決算発表

### ■調査内容

当社の連結財務諸表に含まれる2018年9月から2020年8月末に売上計上された取引を調査対象とし、その取引のうち「クラウドシステムの無期限使用権」に関する販売について重点的に調査

調査の結果、売上計上時期の誤りであり、意図的な前倒し計上ではなかった  
調査報告書による「誤りが生じた原因」と「改善すべき事項」については下記のとおり

### ■ 会計処理の誤りが生じた原因

- ① 営業現場と顧客との間の合意が曖昧だった
- ② 営業現場と管理部門の情報共有が適切になされていなかった
- ③ 管理部門自体の脆弱さ
- ④ 経営幹部の売上計上等に対する理解不足

### ■ 改善すべき事項

- ① 営業現場と顧客との間の合意方法
- ② 営業現場と管理部門との情報共有
- ③ 管理部門の体制強化
- ④ 経営幹部の意識改革

社内調査委員会による提言を踏まえ、下記の再発防止施策を策定し、実行してまいります

### ■あしたのチームにおける再発防止策

- ①経営体制の見直し（代表取締役交代と当社より派遣する取締役を1名追加し、経営体制を強化）
- ②管理体制の見直し（当社より経営管理本部長と経理担当者の2名を派遣し、管理体制を強化）
- ③内部監査体制の見直し（当社より内部監査専任者を派遣し、内部監査体制を強化）
- ④商品に関する改善計画（クラウドシステムの無期限使用権の販売を終了）
- ⑤受注に至る経過に関する改善計画（注文内訳書の作成および見積書の作成を義務化）
- ⑥受注以降に関する改善計画（個々の役務提供ごとに検収書を受領する業務フローに改善）

今後、グループ全社の内部統制システムの見直しおよび運用状況についてのモニタリングを強化し、再発防止策の推進および運用状況について、適時、当社の取締役会にて報告を行い、グループガバナンス体制を強化してまいります

## 売上高の訂正により、受注残842百万円が第3四半期以降提供時期に応じ計上される見込み

2019年2月期にのれんを全額損失処理したことにより、今後は正常収益力が営業利益に反映

単位：百万円

会計年度	項目	訂正前	訂正後	訂正額
第27期 (2019年2月期) 通期	売上高	30,141	29,693	△ 447
	営業利益	2,857	2,575	△ 281
	経常利益	3,020	2,738	△ 281
	親会社株主に帰属する当期純利益	28	△ 2,421	△ 2,450
	総資産	26,963	24,839	△ 2,124
	純資産	12,738	10,288	△ 2,450
第28期 (2020年2月期) 通期	売上高	37,540	36,821	△ 718
	営業利益	3,324	2,891	△ 433
	経常利益	3,755	3,322	△ 433
	親会社株主に帰属する当期純利益	△ 315	△ 199	115
	総資産	25,302	23,606	△ 1,696
	純資産	12,500	10,166	△ 2,334
第29期 (2021年2月期) 第1四半期	売上高	8,862	8,961	99
	営業利益	△ 137	△ 16	121
	経常利益	△ 118	2	121
	親会社株主に帰属する四半期純利益	△ 284	△ 163	121
	総資産	35,131	33,783	△ 1,347
	純資産	17,430	15,216	△ 2,213

※「クラウドシステムの無期限使用権」に関する販売として一括計上されていた売上高を役務の提供時期に応じた計上時期に訂正



再発防止を徹底するため、あしたのチームの経営体制を刷新し、ガバナンスを強化  
2020年11月13日付で代表取締役の高橋恭介が退任し、新代表取締役に赤羽博行が就任

	役職	氏名	グループ内での主な兼職
	代表取締役社長CEO	赤羽 博行	
	取締役副社長COO兼CTO	林田 幸一	
	取締役	堤 雄三	
新任	取締役（非常勤／社外）	雨宮 玲於奈	
	取締役（非常勤）	後藤 洋介	(株)ベクトル取締役
新任	取締役（非常勤）	戸崎 康之	(株)PR TIMES取締役
	監査役（社外）	関谷 哲郎	
	監査役（非常勤／社外）	原 幹	
	監査役（非常勤／社外）	日浦 正貴	

※ 2020年12月15日付（臨時株主総会終了後）にて、上記の役員体制に変更となる予定

# 四半期決算

---

①戦略PRは、第1四半期に比べ、企業のマーケティング活動が戻りつつあり、リアルなイベントや発表会も増えてきているため、影響はより軽微に

②ビデオリリースは、広告需要の低迷により、第1四半期同様、一定の影響を受けたが、第3四半期に収益化する案件がコロナ前の水準に戻りつつある

③HRは、商談件数が回復しつつあるが、リードタイムが長くなったうえに、見込み顧客の財務状況が悪化したことにより受注数が伸び悩み、影響は甚大

売上高

176.5億円

(前年同期比99.9%)

売上  
総利益

117.5億円

(前年同期比103.7%)

EBITDA※

9.0億円

(前年同期比57.6%)

営業  
利益

5.8億円

(前年同期比51.6%)

経常  
利益

△3.1億円

(前年同期比15.0億円減)

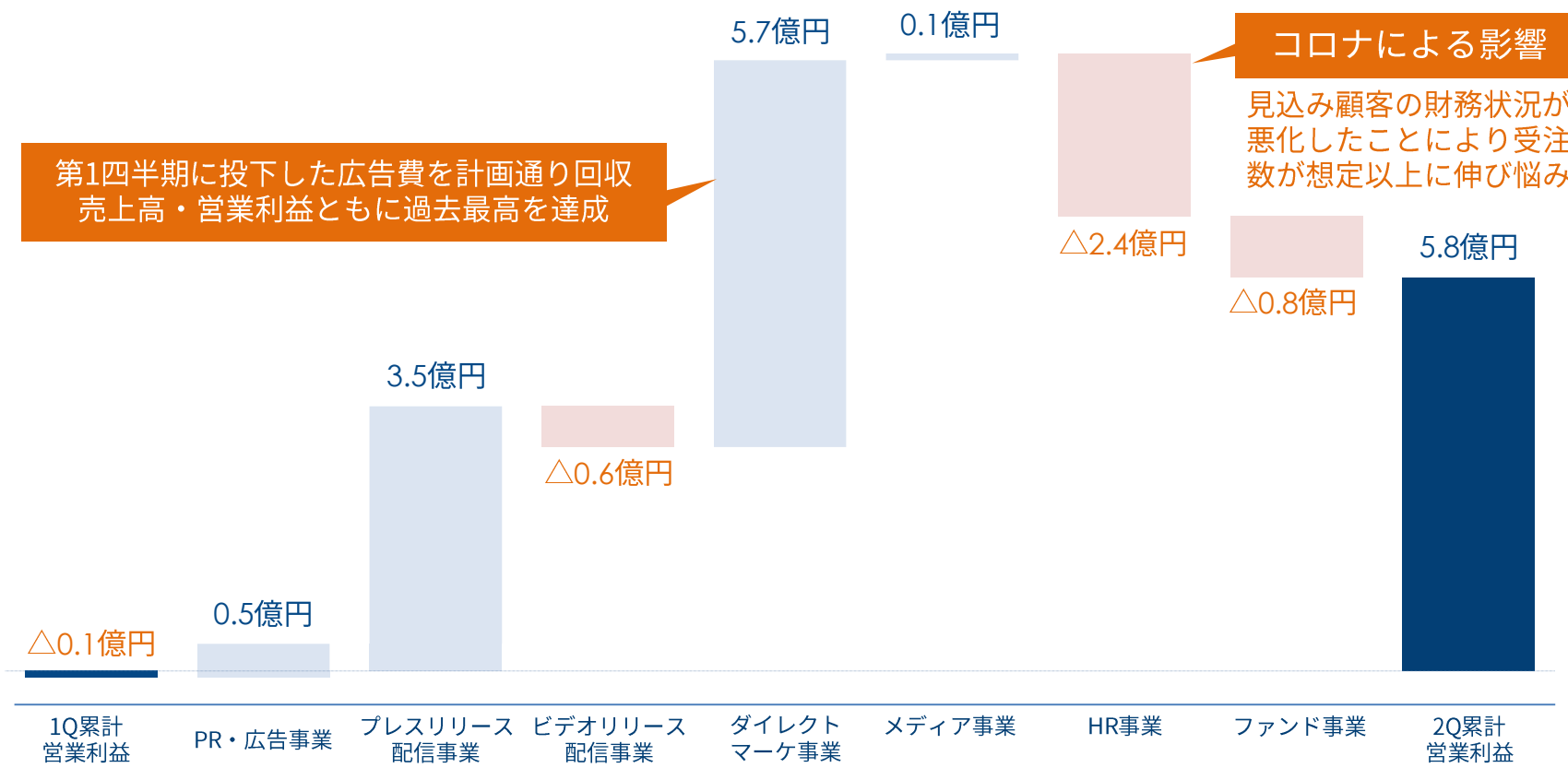
親会社株主に帰属する  
四半期  
純利益

△11.8億円

(前年同期比4.6億円減)

※ EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

# 営業利益（セグメント別）



※過年度決算の訂正を踏まえ、数値を変更しております

## 第2四半期累計期間/ ハイライト

### 連結業績

ダイレクトマーケティングによる**投資回収**およびプレスリリースの好調により、**計画通り黒字転換**  
当初の業績予想に対して下限レンジに一本化、コロナ禍でも通期営業利益は2,300百万円を見込む

【売上高】 17,655百万円（前年同期比**99.9%**） 【営業利益】 585百万円（前年同期比**51.6%**）

### PR・広告

企業のマーケティング活動が動き出し、主力の国内PR事業が寄与したことで、**営業黒字を確保**  
第3四半期以降も、オンラインを併用したサービスを提供し、企業のマーケティング活動を支援

【売上高】 7,814百万円（前年同期比**83.6%**） 【営業利益】 274百万円（前年同期比**24.5%**）

### プレス リリース (PR TIMES)

第1四半期に続き、利用企業社数が大きく増加し、**上半期で過去最高の売上高・営業利益を更新**  
第3四半期以降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】 1,741百万円（前年同期比**126.7%**） 【営業利益】 631百万円（前年同期比**183.1%**）

### ビデオ リリース (NewsTV)

企業のマーケティング活動が戻りつつあるも、広告需要が低迷したため、前年同期比で減収減益  
第3四半期以降は、広告需要が回復していくことを踏まえ、**売上高・営業利益ともに拡大する見込み**

【売上高】 647百万円（前年同期比**73.1%**） 【営業利益】 △91百万円（前年同期比**242百万円減**）

※第1四半期累計期間より、セグメントの名称を「PR事業」より「PR・広告事業」に変更しております

## 第2四半期累計期間/ ハイライト

### ダイレクト マーケティング

第1四半期に戦略的に投下した広告費を計画通り回収し、上半期で過去最高の売上高を更新  
第3四半期以降は、一定の広告投下を継続しながら、通期で前年を上回る営業利益を確保する見込み

【売上高】 5,830百万円（前年同期比140.5%） 【営業利益】 61百万円（前年同期比16.1%）

### メディア

今期からのれん償却費の負担がなくなったことおよび事業構造の転換により、前年同期比で減収増益  
第3四半期以降は、オウンドメディアの販売をより一層強化することで、さらなる収益拡大を図る

【売上高】 397百万円（前年同期比90.6%） 【営業利益】 35百万円（前年同期比215百万円増）

### HR (あしたのチーム)

見込み顧客の財務状況が悪化したことにより受注数が想定以上に伸び悩み、前年同期比で減収に  
第3四半期以降は、拠点閉鎖による固定費削減とSaaS型商材の販売拡大により業績の回復を図る

【売上高】 1,389百万円（前年同期比85.5%） 【営業利益】 △466百万円（前年同期比289百万円増）

### ファンド

コロナの影響を受けた投資先の銘柄を中心に評価損を計上したが、前年同期比で減収増益  
第3四半期以降も、適切なタイミングでの投資先の株式売却および株式評価を行う見込み

【売上高】 291百万円（前年同期比85.6%） 【営業利益】 148百万円（前年同期比206.8%）

## 通期業績予想に対する進捗状況

2021年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2021年2月期 (計画)	2021年2月期 2Q末時点	進捗率	(参考) 2021年2月期 上期計画
売上高	37,000 ~44,800	17,655	47.7% ~39.4%	17,460 ~19,440
営業利益	2,300 ~3,850	585	25.5% ~15.2%	△80 ~750
経常利益	2,300 ~3,850	△310	—	△80 ~750
親会社株主に 帰属する当期純利益	630 ~1,700	△1,182	—	△490 ~130

売上高・営業利益においては業績予想のレンジ内で着地したが、経常利益以下においては投資有価証券評価損764百万円および法人税等554百万円の計上などにより、業績予想のレンジを大きく下回り着地



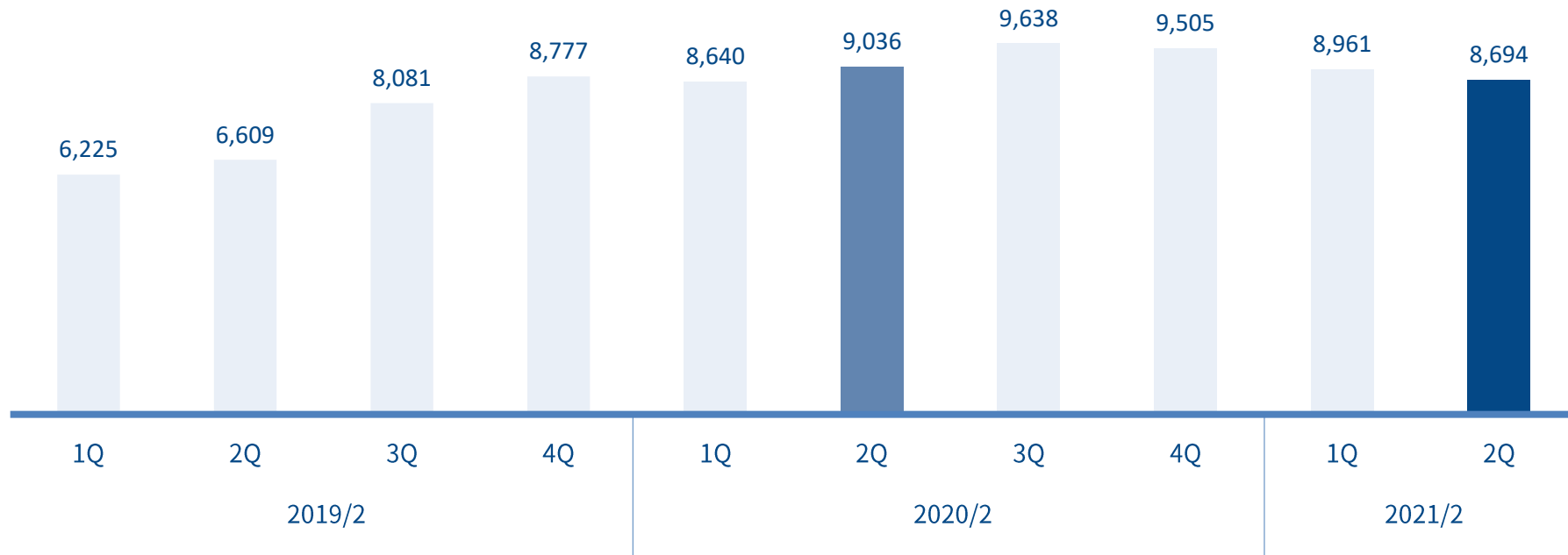
## 営業利益以下の段階利益

(単位: 百万円)	2021年2月期 第2四半期	主な要因
営業利益	585	
営業外収益	162	
営業外費用	1,058	投資有価証券評価損764百万円、持分法投資損失173百万円計上
経常利益	△310	
特別利益	73	
特別損失	69	
税金等調整前当期純利益	△306	
法人税等合計	554	投資有価証券評価損や持分法投資損失などの損金不算入分の影響により税前当期利益の規模に比べて法人税等が多額に発生
当期純利益	△860	
非支配株主に帰属する当期純利益	321	主にPRTIMES、ブランドコントロールの当期純利益のうち、ベクトル以外の株主に帰属する利益
親会社株主に帰属する当期純利益	△1,182	

# 連結売上高推移

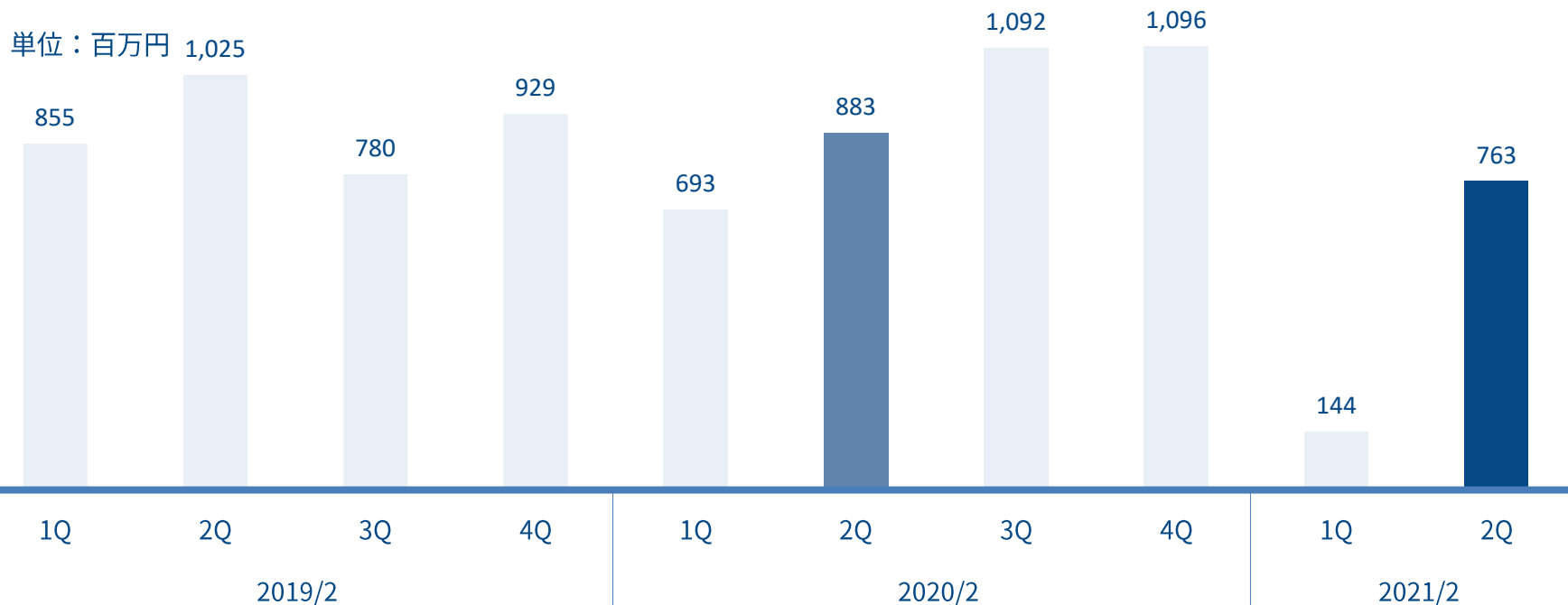
2021年2月期第2四半期の連結売上高は、コロナ禍でも第1四半期と同水準を維持し、8,694百万円（前年同期比96.2%）

単位：百万円



※過年度決算の訂正を踏まえ、数値を変更しております

2021年2月期第2四半期のEBITDAは、連結営業利益の確保により、763百万円（前年同期比86.4%）



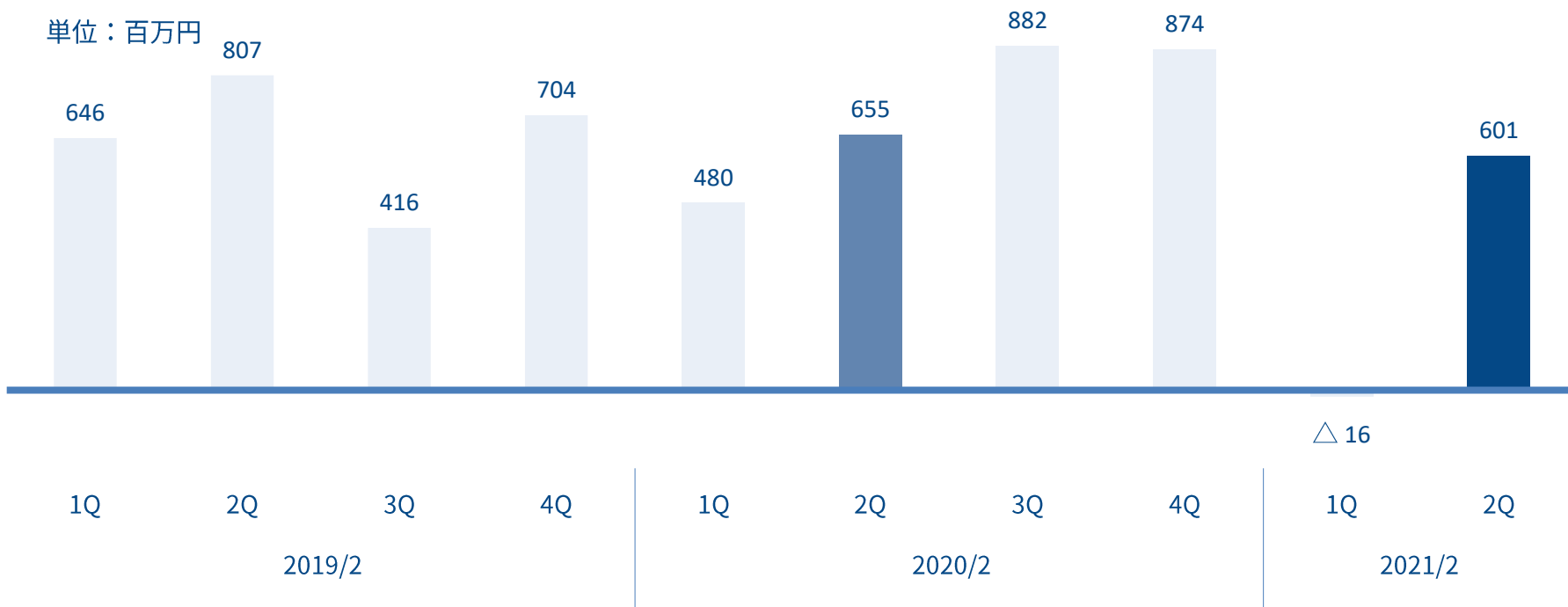
※EBITDA= 営業利益+ 減価償却費+ のれん償却費

※過年度決算の訂正を踏まえ、数値を変更しております

# 連結営業利益推移

2021年2月期第2四半期の連結営業利益は、ダイレクトマーケティングの投資回収により601百万円（前年同期比91.9%）

単位：百万円

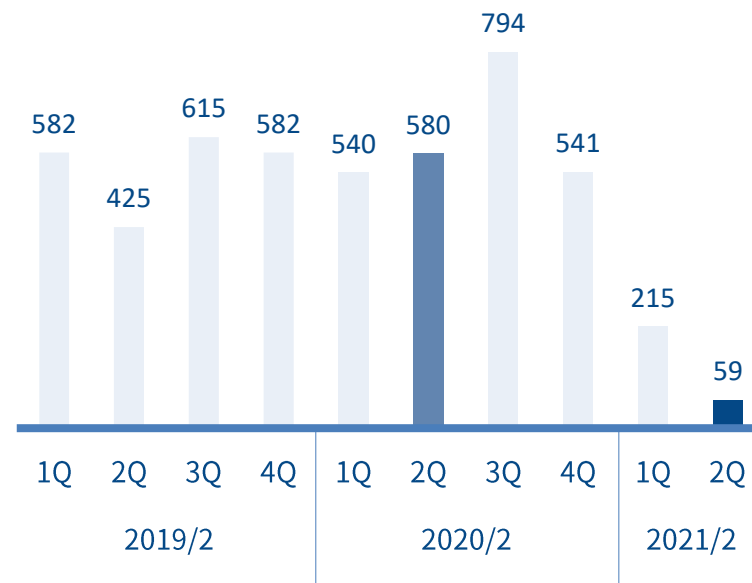
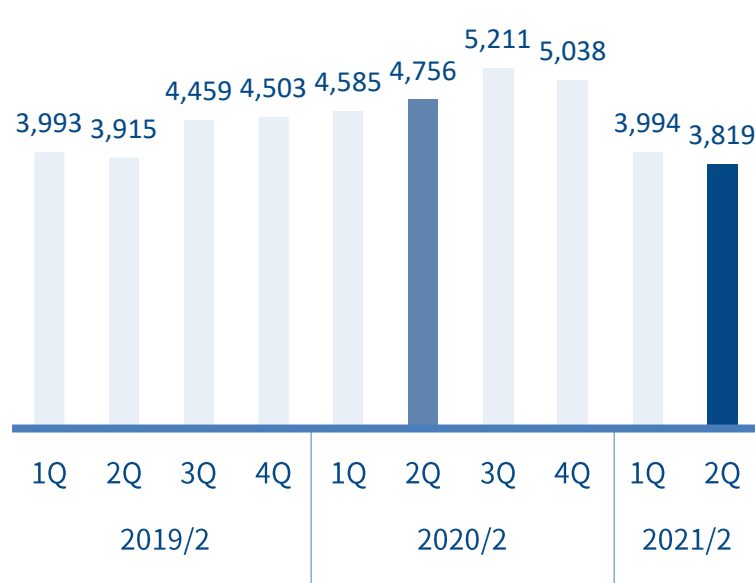


※過年度決算の訂正を踏まえ、数値を変更しております

2021年2月期第2四半期は、主力の国内PR事業が寄与したことで**営業黒字を確保したが**、前年同期比で減収減益第3四半期以降も、企業ニーズを踏まえながらオフラインとオンラインを併用し、企業のマーケティング活動を支援

【売上高（百万円）】 3,819百万円（前年同期比80.3%）

【営業利益（百万円）】 59百万円（前年同期比10.2%）

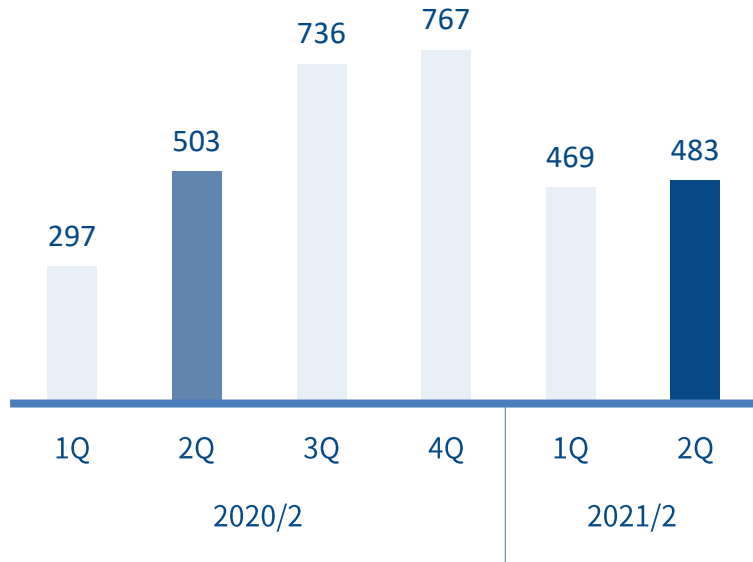


※当第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「PR事業」より「PR・広告事業」に変更しております

# タクシーサイネージ事業 (News Technology)

緊急事態宣言時よりもタクシーの稼働台数が戻りつつあり、その結果、第1四半期と比較し売上高が微増  
第3四半期以降は、タクシーサイネージの魅力高めるコンテンツ提供などにより、売上高の拡大を図る

【売上高（百万円）】 483百万円（前年同期比96.2%）



## GROWTH



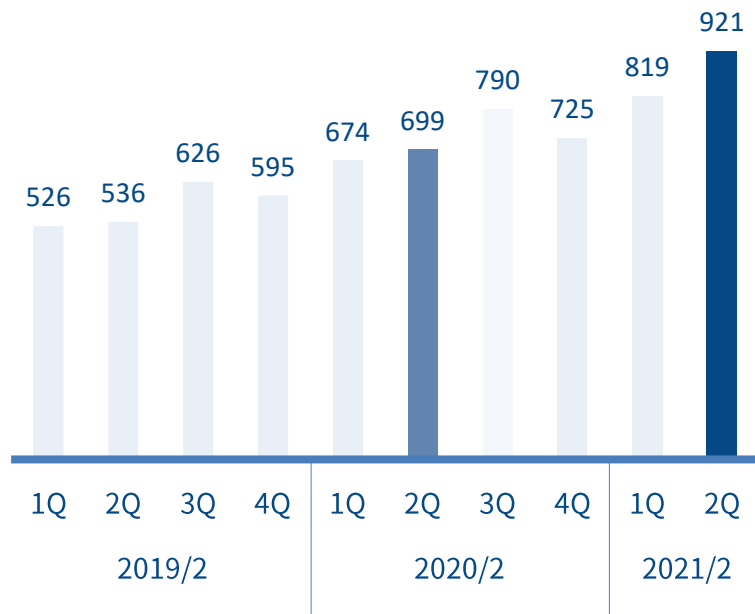
利用ユーザーの約30%がタクシーヘビーユーザー  
繰り返し乗車する事で実現する動画広告への高い  
フリークエンシーが広告想起度と理解度を高める

※当第1四半期連結会計期間より、「タクシーサイネージ事業」は「PR・広告事業」に含まれております

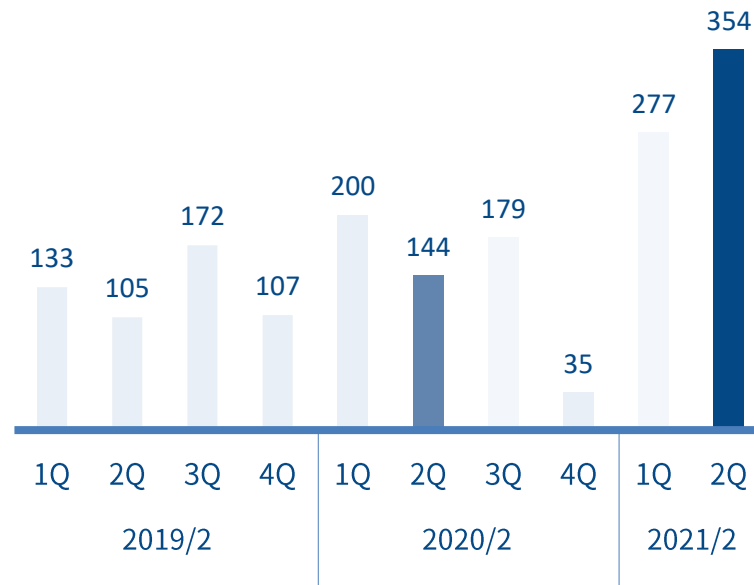
# プレスリリース配信事業 (PR TIMES)

2021年2月期第2四半期は、**第1四半期に続き、過去最高の売上高・営業利益を更新し**、前年同期比で増収増益に第3四半期以降も、社会インフラとして成長させるという使命のもと、さらなる機能改善や利用企業社数の拡大を図る

【売上高 (百万円)】 921百万円 (前年同期比**131.7%**)



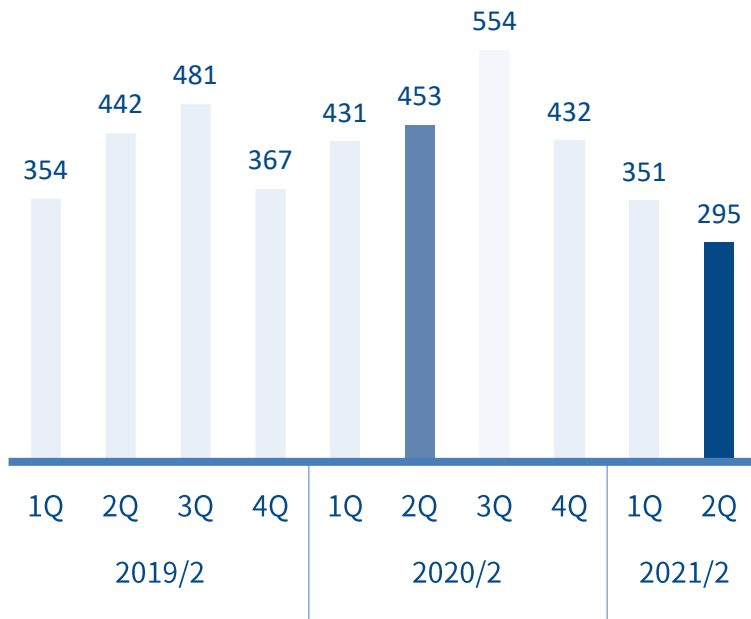
【営業利益 (百万円)】 354百万円 (前年同期比**245.2%**)



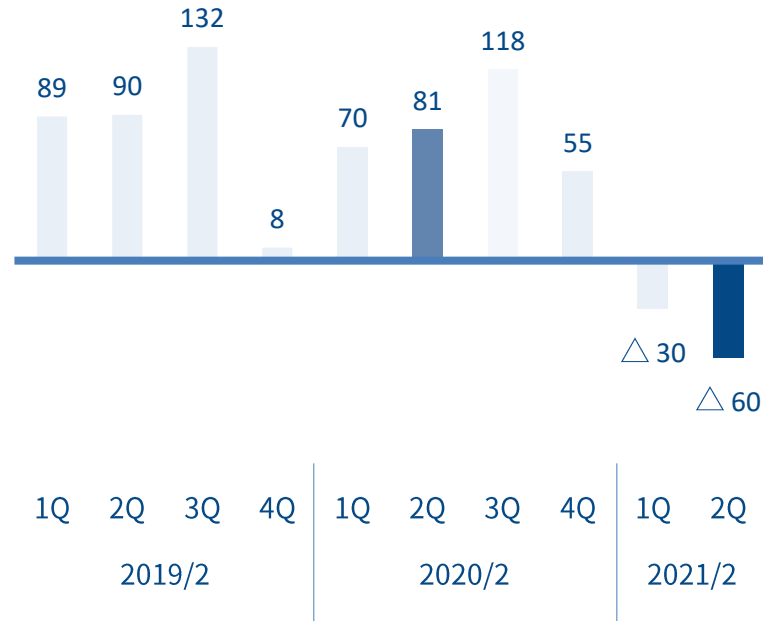
# ビデオリリース配信事業 (NewsTV)

2021年2月期第2四半期は、企業のマーケティング活動が動き出したが、広告需要の低迷により、前年同期比で減収減益に  
第3四半期以降は、販売体制の強化および人材育成に注力し、受注数を積み上げ、ビデオリリース配信本数の増加を図る

【売上高 (百万円)】 295百万円 (前年同期比65.1%)



【営業利益 (百万円)】 △60百万円 (前年同期比141百万円減)

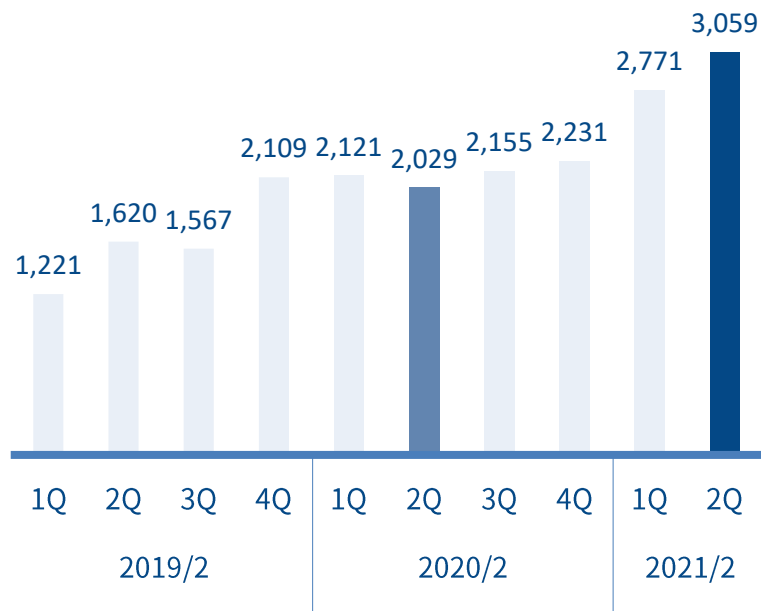




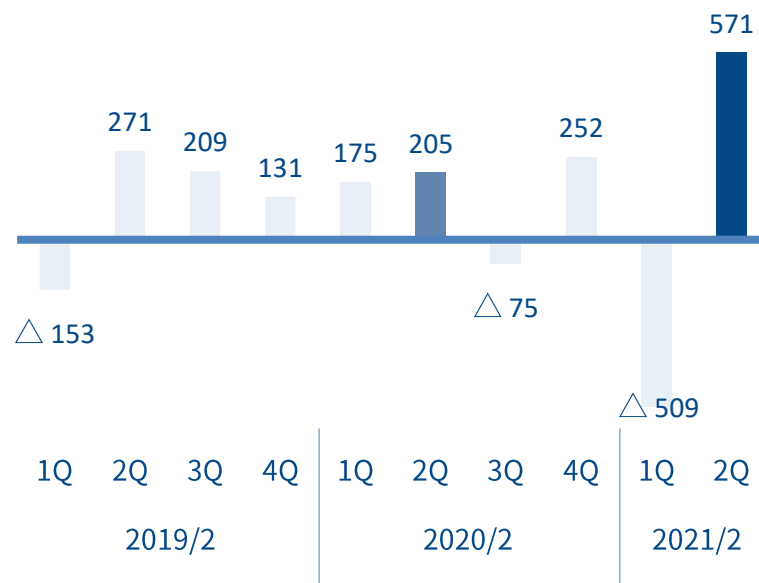
# ダイレクトマーケティング事業

2021年2月期第2四半期は、第1四半期に投下した広告費を計画通り回収し、**過去最高の売上高・営業利益を更新**  
第3四半期以降は、一定の広告投下を継続しながらも、**通期で前年を上回る営業利益を確保**する見込み

【売上高（百万円）】 3,059百万円（前年同期比150.8%）

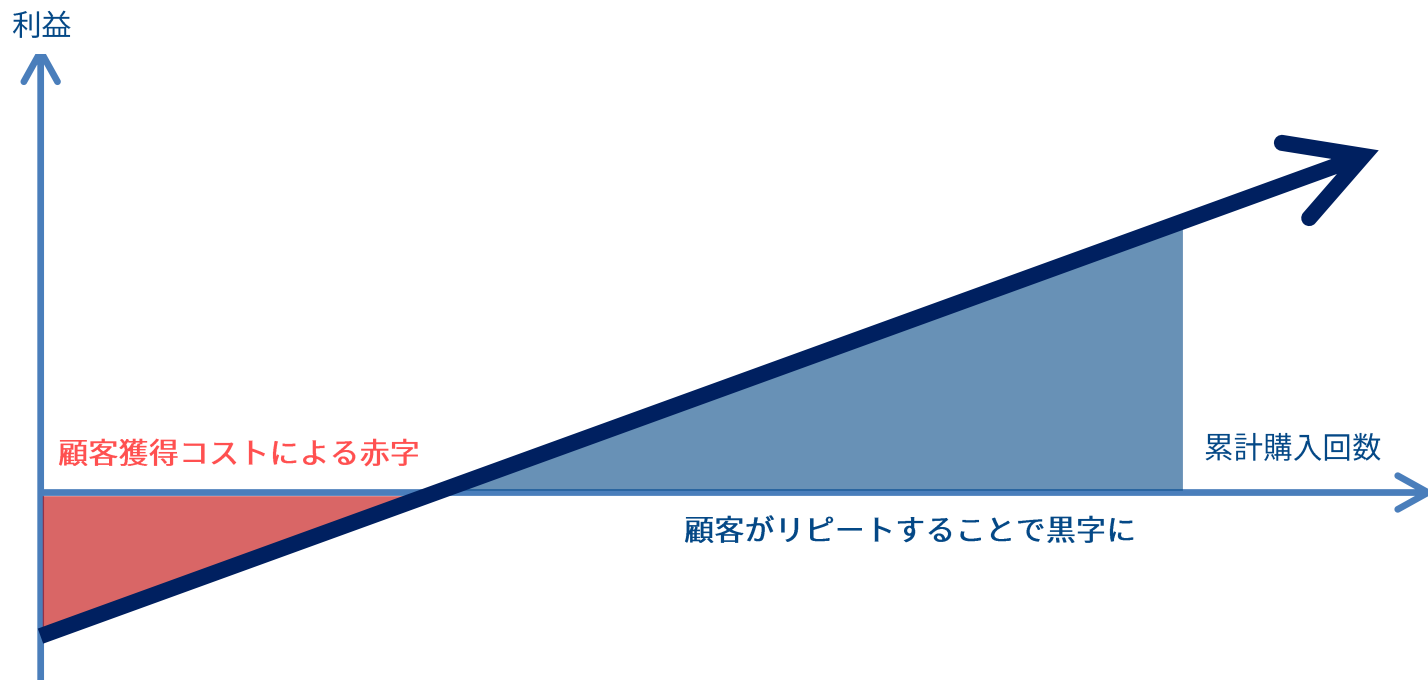


【営業利益（百万円）】 571百万円（前年同期比278.1%）



## ダイレクトマーケティング事業のビジネスモデル

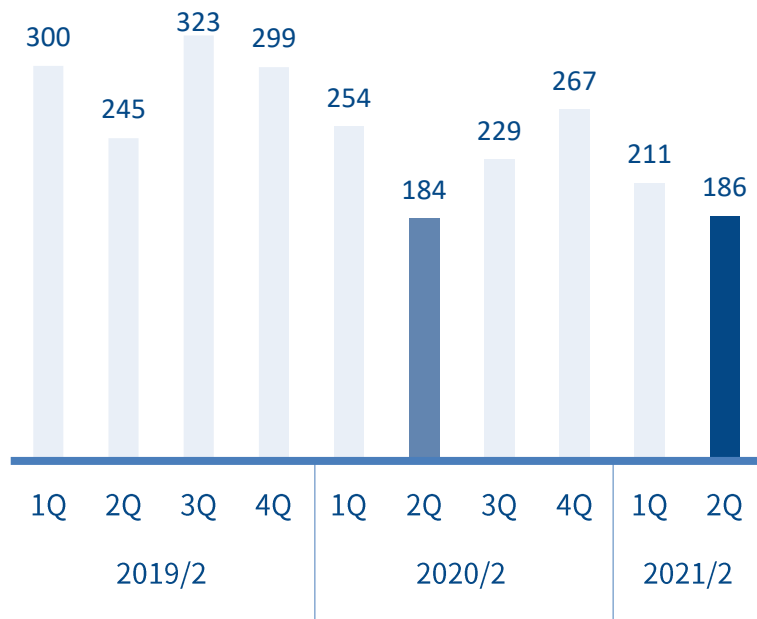
新規顧客を獲得するために広告投下し、リピート顧客の売上で利益を伸ばしていく「先行投資型」のビジネスモデル  
顧客獲得コストにより赤字が先行するが、顧客がリピートすることで広告費を回収し、利益を積み上げ黒字化を実現



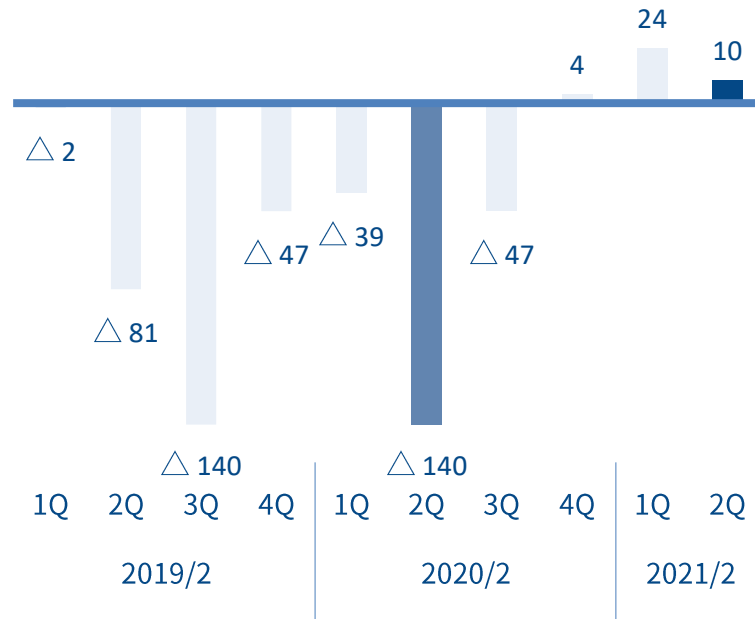
# メディア事業

2021年2月期第2四半期は、今期からのれん償却費の負担がなくなったことおよび事業構造の転換により**営業黒字**に第3四半期以降も、オウンドメディアの販売を一層強化することで安定した事業基盤を構築し、さらなる収益拡大を図る

【売上高（百万円）】 186百万円（前年同期比101.0%）



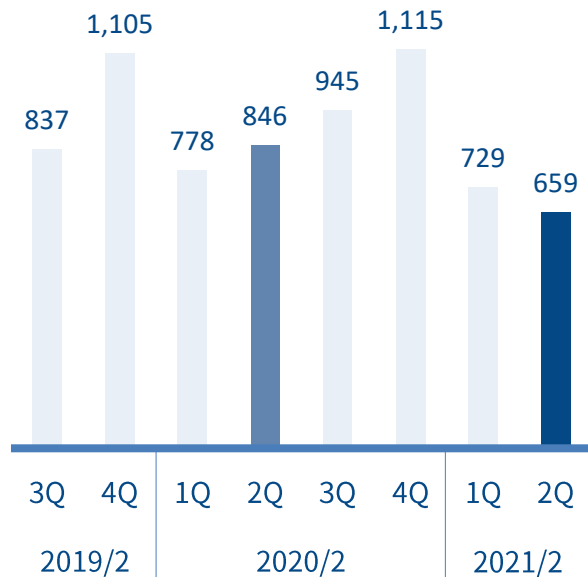
【営業利益（百万円）】 10百万円（前年同期比150百万円増）



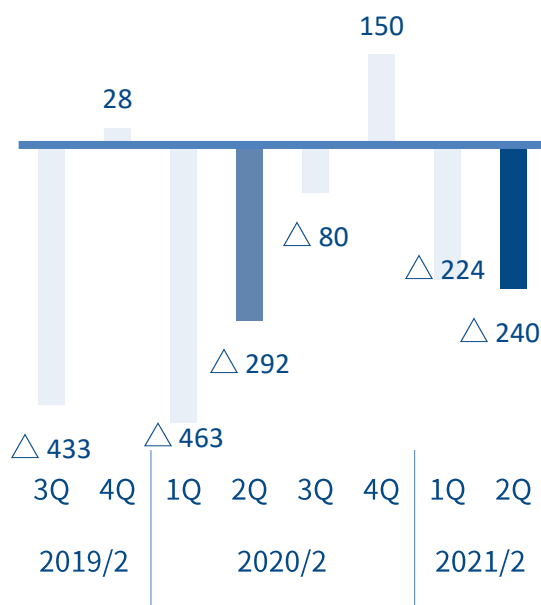
# HR事業（あしたのチーム）

2021年2月期第2四半期は、**見込み顧客の財務状況が悪化したことにより受注数が伸び悩み**、前年同期比で減収に  
第3四半期以降は、拠点閉鎖による固定費の削減とSaaS型商材の販売拡大に注力することで業績の回復を図る

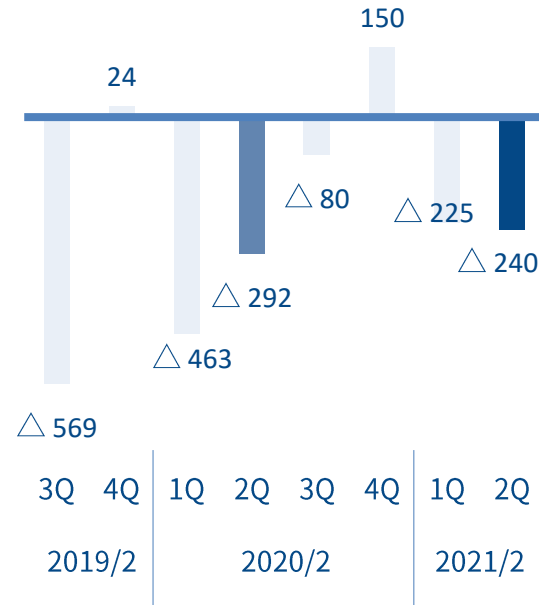
【売上高（百万円）】 659百万円  
（前年同期比78.0%）



【EBITDA（百万円）】 △240百万円  
（前年同期比52百万円増）



【営業利益（百万円）】 △240百万円  
（前年同期比51百万円増）



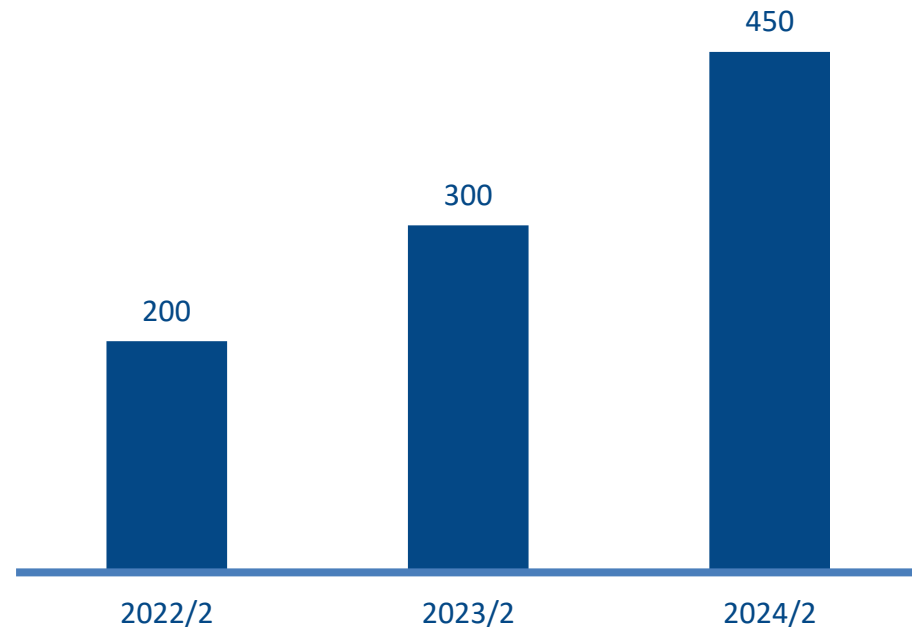
※過年度決算の訂正を踏まえ、数値を変更しております

# HR事業の今後の見通し

人事評価クラウドをはじめとしたSaaS型商材の販売を強化することで、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築  
2024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、450百万円まで拡大予定

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」

【営業利益（百万円）】

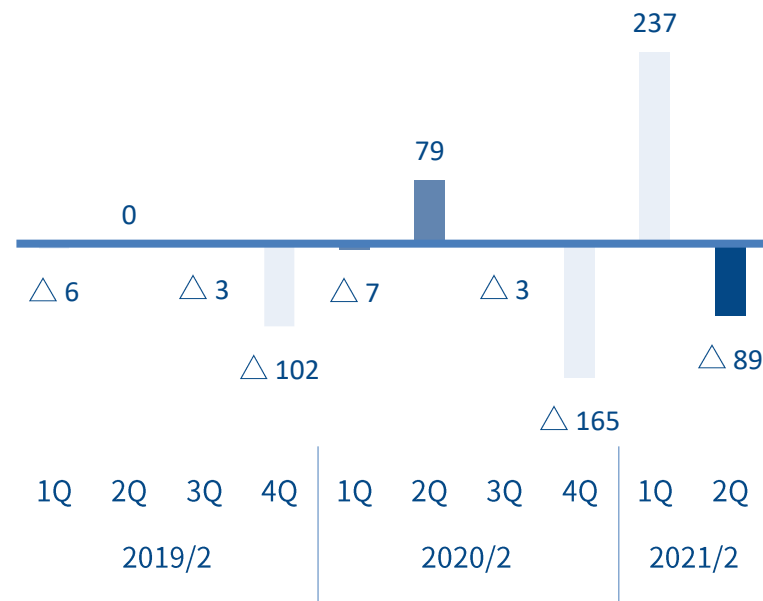
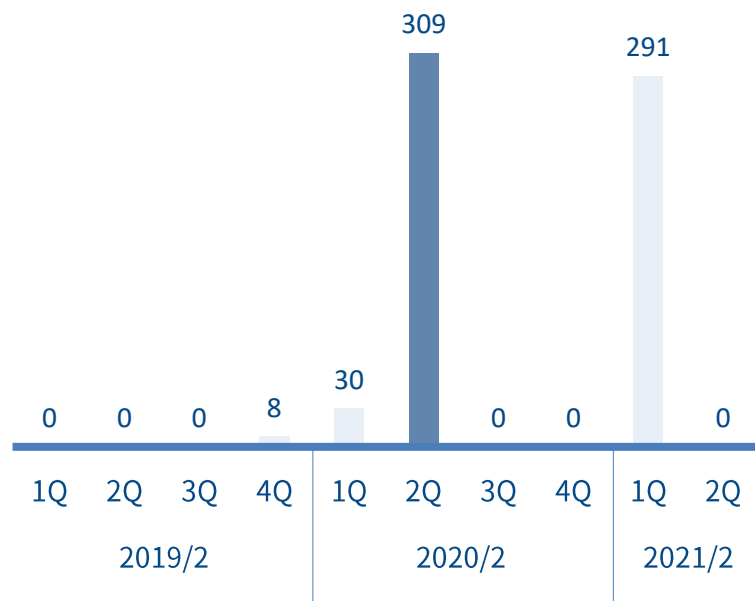


SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ

2021年2月期第2四半期は、コロナの影響を受けた投資先の銘柄を中心に評価損を計上し、前年同期比で減収減益に第3四半期以降も、コロナの状況を鑑み、適切なタイミングで保有株式の売却および株式評価を行う見込み

【売上高（百万円）】 0百万円（前年同期比309百万円減）

【営業利益（百万円）】 △89百万円（前年同期比168百万円減）



# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2020年2月期 第2四半期	2021年2月期 第2四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	17,677	17,655	△21	99.9%
売上総利益	11,335	11,753	+417	103.7%
E B I T D A	1,577	908	△669	57.6%
営業利益	1,135	585	△549	51.6%
経常利益	1,196	△310	△1,507	—
税金等調整前 四半期純利益	696	△306	△1,003	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△718	△1,182	△463	—

# 連結包括利益計算書

(単位：百万円)	2020年2月期 第2四半期	2021年2月期 第2四半期	前年同期差	前年同期比
四半期純利益	△395	△860	△465	—
その他の包括利益	△399	6,067	+6,467	—
その他有価証券 評価差額金	△365	6,082	+6,448	—
その他	△34	△14	+19	—
四半期包括利益	△795	5,207	+6,002	—

主な変動要因としましては、サイバーセキュリティクラウド社の上場に伴い、その他有価証券評価差額金が多額に計上されたことによるものです。仮に、当社が保有している株式を売却した場合、売却時の四半期純利益の増加に寄与することとなります。

※その他有価証券評価差額金：上場株式の時価評価にともなう含み損益を純資産の部に計上したものの



# 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2020年2月期末	2021年2月期 第2四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	23,606	32,166	+8,560	136.3%
現預金	7,889	9,851	+1,962	124.9%
のれん	631	483	△148	76.5%
営業投資有価証券 +投資有価証券	4,331	12,116	+7,784	279.7%
その他	10,753	9,714	△1,038	90.3%
負 債 合 計	13,439	17,043	+3,604	126.8%
借入金+社債	5,799	8,536	+2,736	147.2%
その他	7,639	8,507	+867	111.4%
純 資 産	10,166	15,122	+4,955	148.7%

前期末からの主な変動要因としましては、手元資金を厚くするための新規借入に伴う現預金および借入金  
金の増加、サイバーセキュリティクラウド社の上場に伴う投資有価証券および純資産の増加となります

# 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	2020年2月期 第2四半期末	2021年2月期 第2四半期末	増減額	増減要因
現金及び現金同等物の 期首残高	6,038	7,884	+1,846	
営業活動による キャッシュ・フロー	1,145	△51	△1,197	税前当期利益が赤字 法人税等の支払額が増加
投資活動による キャッシュ・フロー	479	△427	△906	固定資産の取得による支出 投資有価証券売却収入が減少
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,013	2,454	+3,468	借入金の増加 手元資金を確保
現金及び現金同等物の 期末残高	6,646	9,846	+3,200	上記の各項目における キャッシュ・フローの増減

# 業績予想の修正

---

現在までの、当社に与える新型コロナウイルスの影響に鑑み、  
2020年4月22日にレンジで発表した2021年2月期の通期業績予想を  
2020年11月13日に修正し、下限レンジに1本化しました。

## 業績予想の修正内容

2021年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	当初計画 2020年 4月22日公表	修正計画 2020年 11月13日修正	比較	(参考) 2021年2月期 上期実績
売上高	37,000 ~44,800	37,000	100.0% ~82.6%	17,655
営業利益	2,300 ~3,850	2,300	100.% ~59.7%	585
経常利益	2,300 ~3,850	2,300	100.0% ~59.7%	△310
親会社株主に 帰属する当期純利益	630 ~1,700	630	100.0% ~37.1%	△1,182

全世界での新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、国内外の経済活動において先行き不透明な状況であることを踏まえ、レンジ形式による開示を採用しておりましたが、直近の業績動向および新型コロナウイルスによる影響を踏まえた今後の市場動向等に鑑み、通期業績予想を下限レンジに一本化しました

## 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	3,766	2,940	5,460	6,590
営業利益	2,891	2,300	4,820	6,000

- 2021年2月期の通期業績予想を下限レンジに一本化したことに伴い、計画数値を変更しております
- 2021年2月期以降のEBITDAは、のれんの減損によりのれん償却額が減少したため、変更しております
- 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
- 2021年2月期の配当につきましては、現時点では未定とさせていただきます

※EBITDA= 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

のれん負担が減少したことにより  
**正常収益力が営業利益に反映**

既存事業およびD2C事業の成長と新規事業の  
創出により継続した利益拡大を目指す



# 経営戦略

---



# PR業界No.1から

## 国内におけるPR市場は1,000億円



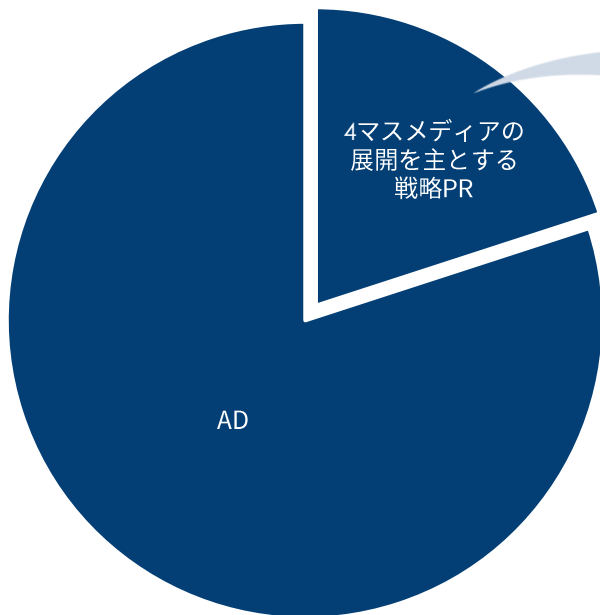
# 広告業界のFAST COMPANYへ ターゲットとなる広告市場は6兆円

# 広告業界のディスラプター

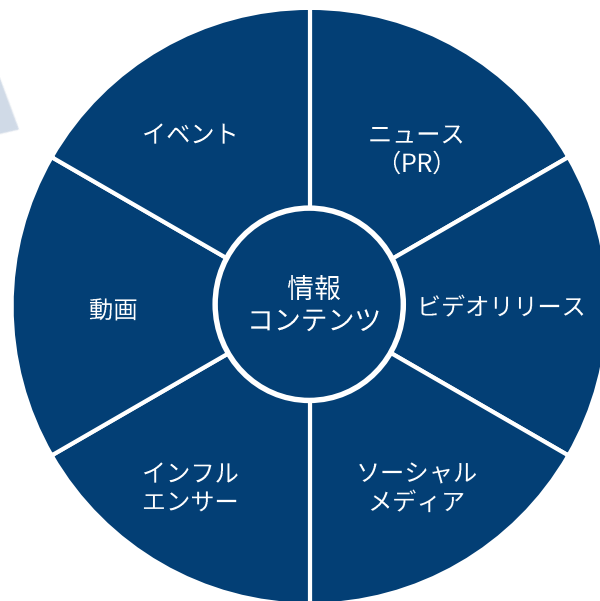
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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。

★ Starbank

プレスリリース	PRコンサルティング	動画ニュース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	デジタルサイネージ
 <p>4万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のリリース配信サービス。上場企業の40%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「動画ニュース」の制作・配信をベースに、コンテンツを一元管理する「CMSプラットフォーム」も活用しながら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>カンパニー-TV</b></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</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 <b>SIGNAL</b></p> <p><b>Smart media</b></p> <p><b>NT</b></p> <p><b>IR</b> robotics</p>	 <p>東京都内最大規模のタクシーサイネージやDOOH（デジタル屋外広告）を活用してクライアントの次世代コミュニケーションを強力にサポート。</p> <p><b>GROWTH</b></p> <p>vector DOOH</p>

0円

50,000,000円/年

## 「FAST COMPANY」 によるサービス領域を拡大

### 1 動画ニュース

次世代のコミュニケーションとして、PR視点を踏まえた「動画ニュース」を制作し、ターゲットに直接配信

### 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



# 動画ニュース

## 次世代のモノを広めるコミュニケーション

「動画ニュース」を起点とした次世代のコミュニケーションとして、PR視点を踏まえた「動画ニュース」を制作し、ターゲットに直接配信

これまでの、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

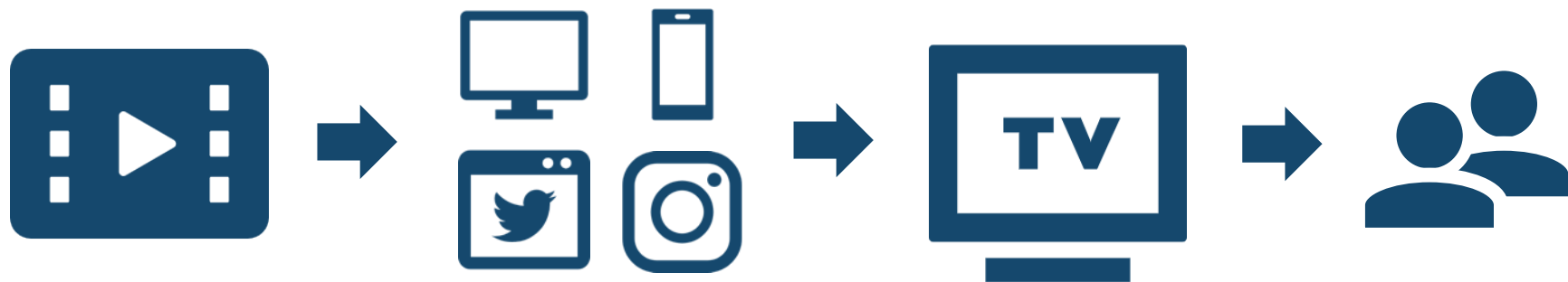


TV番組での紹介



メディアを介して生活者に

これからは、企業や個人が動画ニュースでモノを広める時代に



動画でニュースを発信

SNSでの拡散・話題化

TV番組などメディアで掲載

再度生活者へリーチ

# これまでとこれからの情報拡散構造の比較

## プレスリリース起点の情報拡散構造

B to B to C

従来  
手法



プレスリリースを  
メディアに配信



さらにTV番組が  
後追いで紹介し話題化



メディアを介して生活者に

## 動画ニュース起点の情報拡散構造

B to C to B to C

現在  
手法



動画でニュースを配信



TwitterなどSNSで拡散



TV番組などメディアで掲載



再度生活者へリーチ

# 事例：カンパニーTVローンチ（テキスト）

報道関係各位



2020年7月20日  
株式会社ベクトル

動画ニュース×TV型オウンドメディアで  
企業の動画型コミュニケーションを実現するパッケージ提供開始

## カンパニーTV

～動画ニュースで会社をもっと広めよう～  
<https://company-tv.net>

株式会社ベクトル（本社：東京都港区、代表取締役：長谷川創、東証1部：6058、以下ベクトル）は、動画型オウンドメディアを起点に、企業の動画型コミュニケーションを実現するパッケージ「カンパニーTV」（<https://company-tv.net>）の提供を、2020年7月20日（月）より開始いたします。また、本サービスの第一弾事例として当社のオウンドメディア「vector times」（<https://vector-times.com>）を本日より公開いたします。



カンパニーTVは、動画型CMSプラットフォーム（カンパニーTVクラウド）とPR視点での動画コンテンツ制作を掛け合わせ、企業の動画型コミュニケーションを実現するパッケージサービスです。動画型オウンドメディアの開発から動画ニュースの企画、撮影、編集、社内外のステークホルダーへの配信までワンストップで提供します。

### Point1 動画型CMSプラットフォーム（カンパニーTVクラウド）

映画、番組配信サイトのように、企業が自社の動画ニュースを並べたオウンドメディアを所有することが可能です。HPやプレスリリースだけでは伝わらなかった企業のタイムリーでリアルな情報を、動画型オウンドメディアを起点に、社内外のステークホルダーに一括配信することができます。



※2色のデザインフォーマットより選択可能

### Point2 企業のニュースを動画化・配信

これまで、テキストと写真を使って発信することが多かった企業のニュースを動画化。ニュースバリエーションを高めるためにPRのプロフェッショナルたちがコンテンツの企画からタイトル付けまでPR目線でトータルプロデュースし、適切なステークホルダー（消費者/メディア/株主/就職希望者/社員）に配信していきます。



※動画ニュースのサムネイルイメージ

### Point3 アーカイブ動画制作および映像制作の内製化支援

動画ニュースだけでなく、サービス紹介動画、会社の歴史動画など、アーカイブとして活用できる映像制作も実施可能。また、ベクトルグループが持つ制作ノウハウを提供し、企業の映像制作の内製化支援も行います。



※アーカイブ動画のサムネイルイメージ



### Point4 社内外報・オウンドメディア

社外報として活用するだけでなく、ログイン機能搭載で指定コンテンツに関しては、社員のみに限って公開することも可能です。人事情報やトップメッセージ、社内ナレッジ共有など、全ての情報を動画で簡単に伝えることができます。メールやテキストの社内報では伝わらなかった新しいインナーコミュニケーションを始めましょう。

<オウンドメディアパターン>

システム名	動画型オウンドメディア 「カンパニーTVクラウド」	社内向けオウンドメディア 「ザ・社内報」
デザイン テンプレート		
システム利用料	7万円/月	6万円/月

### 【株式会社ベクトル 会社概要】

会社名 : 株式会社ベクトル  
住所 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 18F  
設立 : 1993年3月30日  
代表者 : 長谷川 創  
事業内容 : PR事業、プレスリリース配信事業、ビデオリリース配信事業、ダイレクトマーケティング事業、メディア事業、HRTech事業、デジタルマーケティング事業、インベストメントベンチャー事業等  
URL : <https://vectorinc.co.jp/>

<報道関係者からのお問い合わせ先>

株式会社ベクトル グループ広報 担当：岡本・安間・藤原  
TEL : 03-5572-7306 / FAX : 03-5572-6065 E-MAIL : [koho@vectorinc.co.jp](mailto:koho@vectorinc.co.jp)

# 結果：カンパニーTVローンチ（テキスト）

## 自社メディア投稿

## PR TIMES

**PR TIMES** プレスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES  
 Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティ | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | 広告

動画ニュース×TV型オウンドメディアで企業の動画型コミュニケーションを実現するパッケージ「カンパニーTV」提供開始

～動画ニュースで会社をもっと広めよう～<https://company-tv.net>

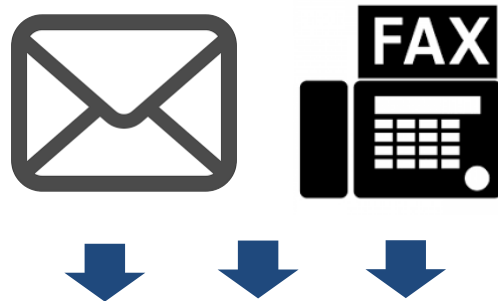
株式会社ベクトル ◎ 2020年7月20日 15時00分

11 いいね シェア ツイート はてな 素材DL その他

株式会社ベクトル（本社：東京都港区、代表取締役：長谷川剛、東証1部：6058、以下ベクトル）は、動画型オウンドメディアを起点に、企業の動画型コミュニケーションを実現するパッケージ「カンパニーTV」(<https://company-tv.net>)の提供を、2020年7月20日（月）より開始いたします。また、本サービスの第一弾事例として当社のオウンドメディア「vector times」(<https://vector-times.com/>)を本日より公開いたします。

4,337 view

## パブリシティ



Markezine

1社を支援する「力」

AduerTimes アドタイ  
 「カンパニーTV」の提供を開始

3媒体

## 事例：カンパニーTVローンチ（動画）



# 結果：カンパニーTVローンチ（動画ニュース）

## 自社メディア投稿



47,000view

## オーガニック拡散



140,000view & more

## AD

マーケティング広報宣伝担当者

サイト訪問者リタゲ

facebook

10万円  
16,000view

Instagram

15万円  
92,000view

Twitter

15万円  
130,000view

YouTube

10万円  
19,000view

50万円投下  
257,000view



# 動画ニュース展開フロー

## 動画コンテンツ化

### 長尺コンテンツ

- ライブ配信
- 記者発表会
- インタビュー
- セミナー
- ドキュメンタリー
- 番組

## トレーラー化

### 1～3分程度の動画ニュース



### 見たくなる切り口 (PR会社としてのノウハウ)

- 対立
- 著名人
- 美人
- 新情報
- 周年
- ハウツー
- 社長
- 世界初
- 驚き
- 自撮り
- チャレンジ
- コラボ
- 時事
- 一言化
- 催事
- 人気
- 生感
- 共感

etc

## 配信

### オーガニック動画配信

- メディアリスト
- SNS アカウント
- 営業リード
- 社内へ (社内報ツール)
- 採用 (Wantedly 等)
- メディア (カンパニー TV)

### 動画広告配信

- YouTube広告
- SNS広告
- タクシー
- DOOH広告
- メディア枠

## コミュニティ化

継続的に  
配信

必要な時  
配信

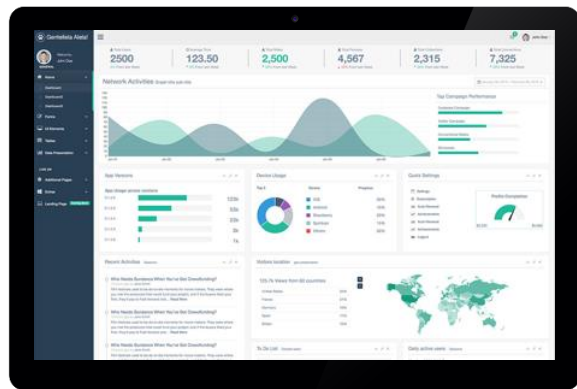
コミュニティ化

動画オウンドメディアをハブにステークホルダーに動画ニュースを一括配信



動画管理やさまざま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

YouTube

チャンネル投稿  
広告配信



LINE 公式アカウント

SNS投稿  
広告配信



メディア配信

cybozu

slack

社内ツールで  
社内報配信

IR TV NEWS TV

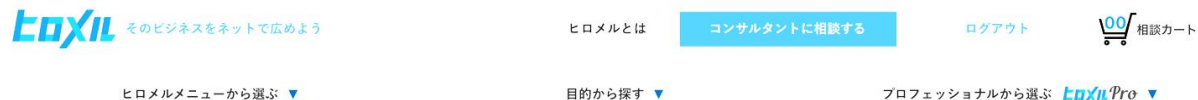
その他

## 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

PRメニューをオンラインで受注することにより、販売プロセスを効率化



## 成功した戦略PRプランの可視化により、潜在ニーズを獲得


そのビジネスをネットで広めよう

ヒロメルとは
コンサルタントに相談する
ログアウト
 相談カート

ヒロメルメニューから選ぶ ▼

目的から探す ▼

ヒロメルTOP > PRマーケティング > PRプラン

### 『HR業界No.1』を達成したタレント起用のメジャーブランディング戦略とは

概要
プロジェクト背景
活動成果
レビュー (お客様の声)



【あしたのチーム】人事評価クラ...

後で見る 共有



PRプラン
toxi Pro

参考価格 **¥ 10,000,000~**

---

ヒロメル目的 ブランディングがしたい

---

内容 ミニマムパッケージと合わせ、高圏内の見込み客や興味関心のある人にビデオリリースを活用

---

このパッケージで利用したヒロメルメニュー

書籍

ミニマムパッケージ

タクシー広告

SNS運用

ビデオリリース

リテナーPR

書籍


このプランを相談カートに入れる



広告費「0円」、TVPRで広告換算10億円以上の一大ブームへ！

なぜ「あしたのチーム」はHR業界No.1になれたのか？タレント起用のマーケティング戦略

相談カートを見る (2点)

# 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Roots



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

古川優香さんの「RICA FROSH」 ジューシーリップティントが販売開始から8ヶ月で販売個数50万個を突破  
第2弾となる「RICA FROSH」 ラグトーマス・キットを2020年11月12日より公式サイトにて先行販売



親しみやすいキャラクターで現在Youtubeチャンネルの登録者数148万人、Twitter・Instagramのフォロワー190万人超えの、ティーンのカリスマ的存在、古川優香さん

全6色からなるジューシーリップティントは販売開始から今もなお好調に推移

# 新規事業（カラフルテイルズ）

ハイパーカジュアルゲームの広告収益観点におけるメディア面としての成長性に着目し、  
ハイパーカジュアルゲームのコンテンツ開発を主事業とした「株式会社Colorful Tails」を設立



Colorful Tails

リリースタイトル一例



KetchupMaster



MenthosCola



MadeYouLook



ThankYouOffice

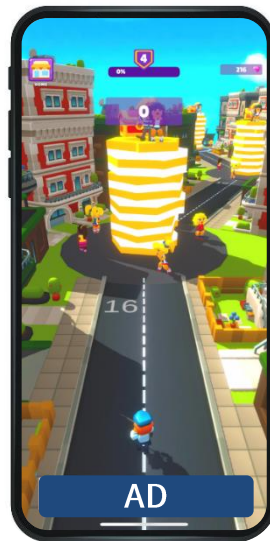


VacuumRun



DeliveryRun!

ゲーム内広告



バナー



動画リワード



インタースティシャル

# ベクトルグループのコミュニケーションインフラ

ベクトルグループが築き上げてきたコミュニケーションインフラを活用することで、クライアントが届けたい情報を生活者が目にする接点を増やし、広告効果の最大化を実現

## DOOH

最も人気の高い渋谷・新宿の2ビジョン



タクシーサイネージ  
東京都内サイネージ設置台数

**11,000** 台



ハイパーカジュアルゲーム  
アプリのインストール数に応じ  
配信面が大幅に拡大

美容室サイネージ  
東京都内高級サロンのみ  
**80** 店舗 / **1,000** 面



チャージスポット  
全国設置台数  
**12,000** 台以上



クライアント

コロナ禍を踏まえ、顧客の営業活動を一括でサポートすべく、セールステック分野に参入  
2020年9月より、サブスク型リード顧客アタック支援クラウド「アタレル」の提供を開始



「アタレル」とは、インサイドセールス、  
フィールドセールスをサポートする  
サブスクリプション型モデルのクラウドサービス

**01**



BtoB向けのWEBサイトに  
来訪した  
企業情報を表示

**02**




約160万社の企業DBにより  
営業リストを  
作成可能

**03**



広告配信や電話、FAX、メール等の  
アプローチが  
可能




**04**



インサイドセールス等の  
進捗状況管理が  
可能

## 新サービス領域への参入背景

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

			
顧客の課題	デジタル化による医療現場の 人手不足の改善や信頼性の高い 医療情報収集の効率化が課題	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	ビジネスインテリジェンス	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	メディカルマーケティングを 得意とし、医療業界における クライアントとの取引が豊富	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	医療業界に特化したオンライン 講演会プラットフォーム 「MEDICAL STASION」	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」

医療業界が抱える課題をDXにより解決すべく「メディカルテクノロジーズ株式会社」を設立  
医療業界に特化したオンライン講演会プラットフォーム「MEDICAL STATION」を今冬展開予定



### MEDICAL STATIONの特徴

01

#### 運営事務局がワンストップでサポート

当日の会場手配、機材手配運営から登録管理、アフターフォローまでを一元管理

02

#### 業界に特化したWeb機能

製薬・医療機器メーカー様が実現したい機能を実装したきめ細やかなシステム

03

#### データベース構築およびマーケティング支援

行動情報に特化したデータベースを構築し、マーケティングサポートにも応用

04

#### オンライン・リアル対応 ※開発中

オンラインのみならず、リアル講演会での参加登録及び会員管理機能

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、インティメート・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



最新のVR技術を活用したバーチャル展示会プラットフォーム「そのまま展示会」を2020年7月より、VPS技術を活用し、日常空間にARを表示させるアプリ「XR CHANNEL」を2020年8月より提供開始

そのまま展示会



ウェブブラウザでオンラインイベントを開催することができるバーチャル展示会プラットフォーム「そのまま展示会」には、パソコンやスマートフォンからアクセスでき、手軽に参加が可能

XR CHANNEL



大迫力のARが街の景色と情報を一変させる“国内初”の3DマップARアプリ「XR CHANNEL」をパートナーであるKDDIと共同でリリース

※VPS : Visual Positioning Service (スマートフォンなどに搭載されたカメラ越しの画像から空間を認識するサービス)

# 投資実績

---

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ（IPO実績は合計18社）  
2020年9月28日にヘッドウォータースが上場し、今期のIPO実績は3社に

上場日		社名	市場
2020年9月28日	 Headwaters	ヘッドウォータース	東証マザーズ
2020年7月7日	 <b>BRANDING ENGINEER</b>	Branding Engineer	東証マザーズ
2020年3月26日	 <b>CSC</b> CYBER SECURITY CLOUD	サイバーセキュリティクラウド	東証マザーズ



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。