

株式会社ベクトル

2021年2月期
決算説明資料



2021年4月14日

目次

1. 通期決算
2. 2022年2月期業績予想
3. 経営戦略
4. 投資実績

通期決算

売上高

372.7 億円

(前年同期比 101.2%)

売上
総利益

244.4 億円

(前年同期比 105.3%)

EBITDA[※]

30.0 億円

(前年同期比 79.8%)

営業
利益

23.1 億円

(前年同期比 80.1%)

経常
利益

27.9 億円

(前年同期比 84.2%)

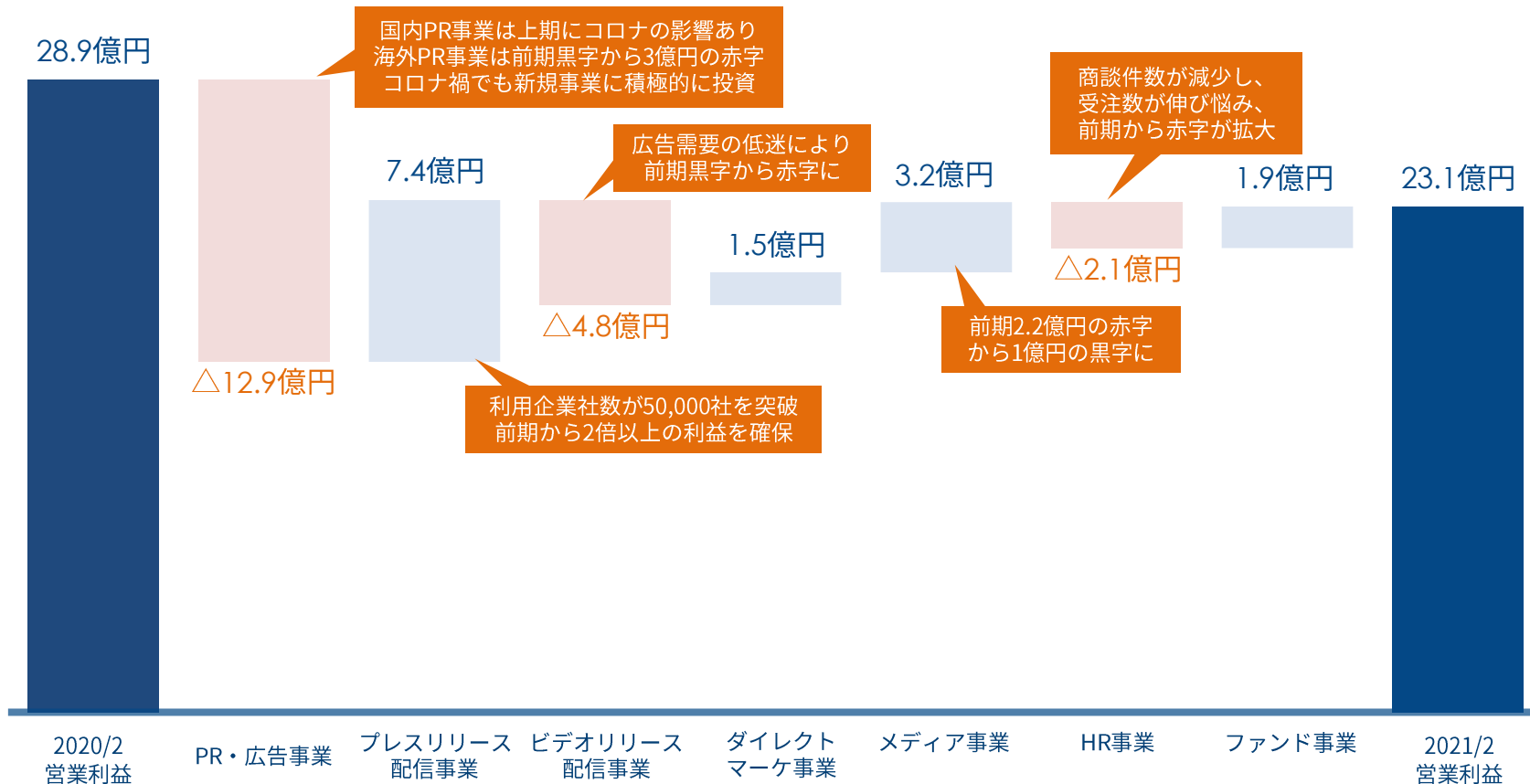
親会社株主に帰属する
当期
純利益

4.8 億円

(前年同期比 6.8 億円増)

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

営業利益（前期比推移）



①PR・広告は、緊急事態宣言の再発令により、イベント・発表会が延期になるなど一定程度影響があったが、第3四半期と同等の営業利益を確保

②ビデオリリースは、季節性要因に加え、緊急事態宣言の再発令もあり、一定の影響を受けたことで広告需要が低迷し、第4四半期は赤字で着地

③HRは、緊急事態宣言の再発令により、第1四半期同様に商談件数が減少し、想定していた受注数が確保できず、第3四半期よりも赤字幅が拡大

連結業績

372.7 億円

(前年同期比101.2%)

PR・広告

177.5 億円

(前年同期比90.6%)

プレス
リリース
(PR TIMES)

37.6 億円

(前年同期130.3%)

ビデオ
リリース
(NewsTV)

13.3 億円

(前年同期比71.5%)

営業利益

23.1 億円

(前年同期比80.1%)

11.5 億円

(前年同期比47.2%)

13.0 億円

(前年同期比232.2%)

△1.5 億円

(前年同期比4.8 億円減)

2021年2月期 事業概要

- ・通期営業利益目標の23億円は達成
- ・プレスリリース、ダイレクトマーケティング事業の営業利益は過去最高
- ・国内PRは下期にかけて大きく回復
- ・メディア事業は全四半期で黒字達成
- ・国内PRは下期にかけて大きく回復
- ・海外PRはロックダウンの影響により、前年の黒字から大きく赤字に転落
- ・時代の先を見据えた新サービスを展開すべく、新規事業にも積極的に投資
- ・中期業績目標で掲げた10億円を達成
- ・利用企業社数が50,000社を突破
- ・地方銀行との提携により地域展開拡大
- ・新規事業への投資も積極的に実施
- ・広告需要の低迷により、赤字着地
- ・発表会に付随した営業提案からの脱却
- ・動画を活用して課題解決するコンサル型営業へ転換すべく、営業人員を強化

売上高

113.8億円

(前年同期比133.4%)

営業利益

7.1億円

(前年同期比128.6%)

2021年2月期 事業概要

ダイレクト
マーケティング

- ・期初の広告投下が寄与し、計画以上の新規顧客を獲得でき、年間を通し成長
- ・ビタブリッドCブランドは好調に推移
- ・「RICA FROSH」など新ブランドも誕生

メディア

8.6億円

(前年同期比92.3%)

1.0億円

(前年同期比3.2億円増)

- ・事業構造の転換により、全四半期黒字
- ・オウンドメディアの販売が順調に推移
- ・最先端のドローンテクノロジーを活用した「空」の広告事業にも新規参入

HR
(あしたのチーム)

26.7億円

(前年同期比72.7%)

△9.0億円

(前年同期比2.1億円減)

- ・会計処理問題の再発防止徹底を踏まえ、経営体制を刷新し、ガバナンスを強化
- ・拠点閉鎖などのコスト削減を進めたが、商談件数が大幅に減少し、赤字幅増加

ファンド

4.7億円

(前年同期比141.1%)

1.0億円

(前年同期比1.9億円増)

- ・コロナの影響を受けた一部の投資先を中心に投資有価証券評価損を計上
- ・保有株式の一部売却により、投資有価証券評価損を上回る売却益を計上

通期業績予想に対する振り返り

2021年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	修正計画 2020年 11月13日修正	2021年2月期 通期業績	達成率
売上高	37,000	37,273	100.7%
営業利益	2,300	2,314	100.6%
経常利益	2,300	2,797	121.6%
親会社株主に 帰属する当期純利益	630	486	77.3%

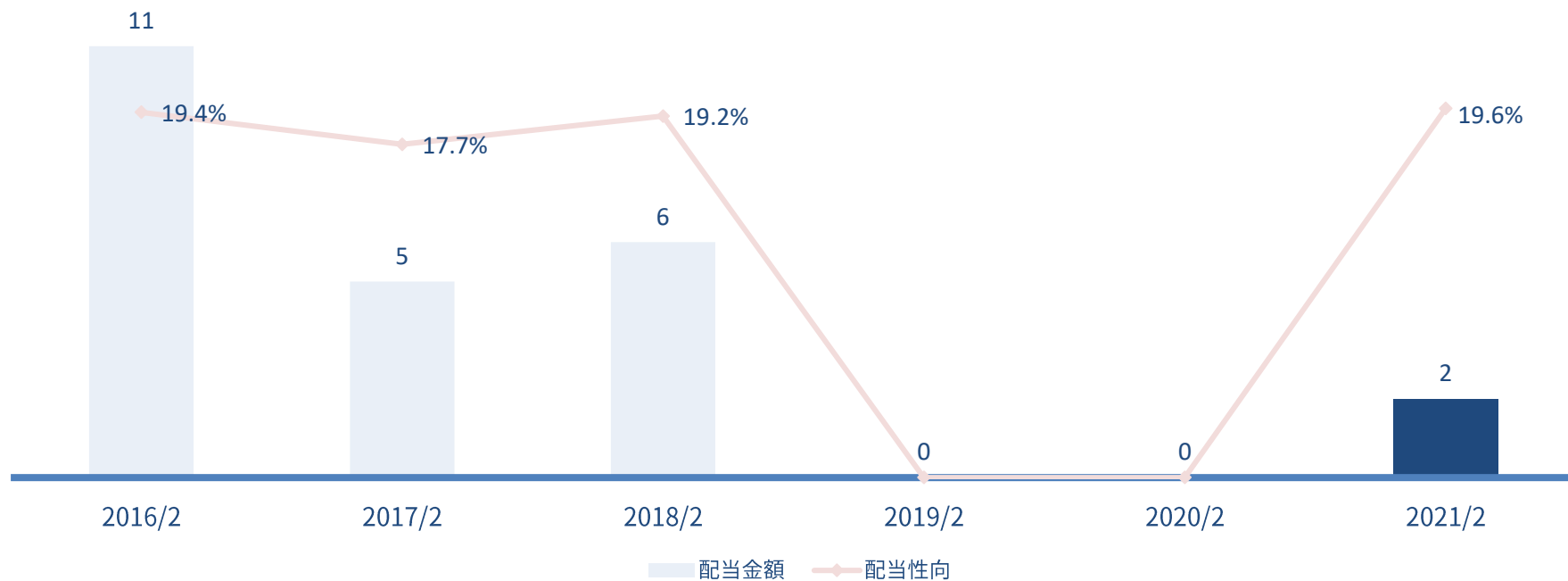
■親会社株主に帰属する当期純利益の結果について
新型コロナウイルス感染症拡大による株式市場の動向を踏まえ、株式市場が回復基調に転じた段階で得られる**売却益の最大化を優先**したことにより、一部の保有株式の売却を見送った結果、親会社株主に帰属する当期純利益は修正計画に対して77.3%での着地となりました

営業利益以下の段階利益

(単位:百万円)	2021年2月期	主な要因
営業利益	2,314	
営業外収益	1,946	投資有価証券売却益1,674百万円計上
営業外費用	1,463	投資有価証券評価損1,054百万円、持分法投資損失201百万円計上
経常利益	2,797	
特別利益	153	
特別損失	194	
税金等調整前当期純利益	2,756	
法人税等合計	1,602	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	1,153	
非支配株主に帰属する当期純利益	666	主にPRTIMES、ビタブリッドジャパン、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	486	

株主還元施策（配当）

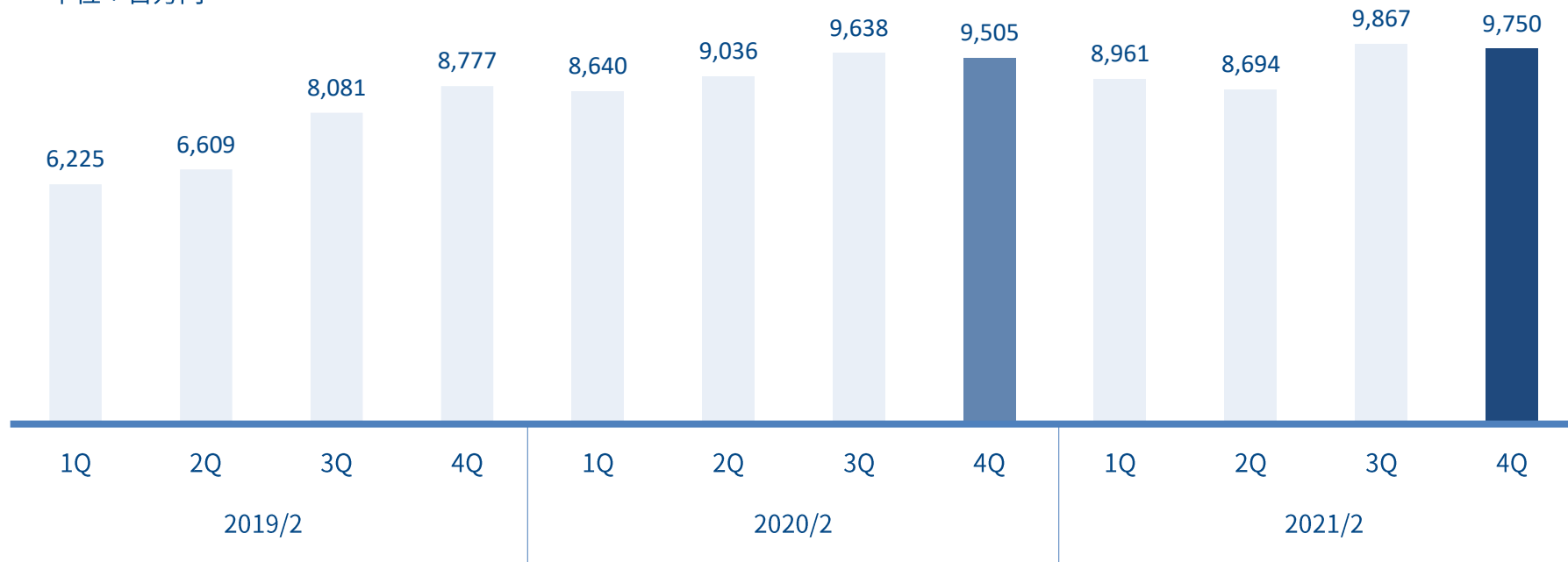
コロナの影響を受けつつも、2021年2月期においては、株主の皆様へ1株あたり**2円の配当**を実施
2022年2月期以降も最終利益を確保する見通しから、**連結配当性向20%**を目安に継続的に配当を予定



連結売上高推移

2021年2月期第4四半期の連結売上高は、**緊急事態宣言中でも第3四半期水準並みの、9,750百万円**（前年同期比**102.6%**）

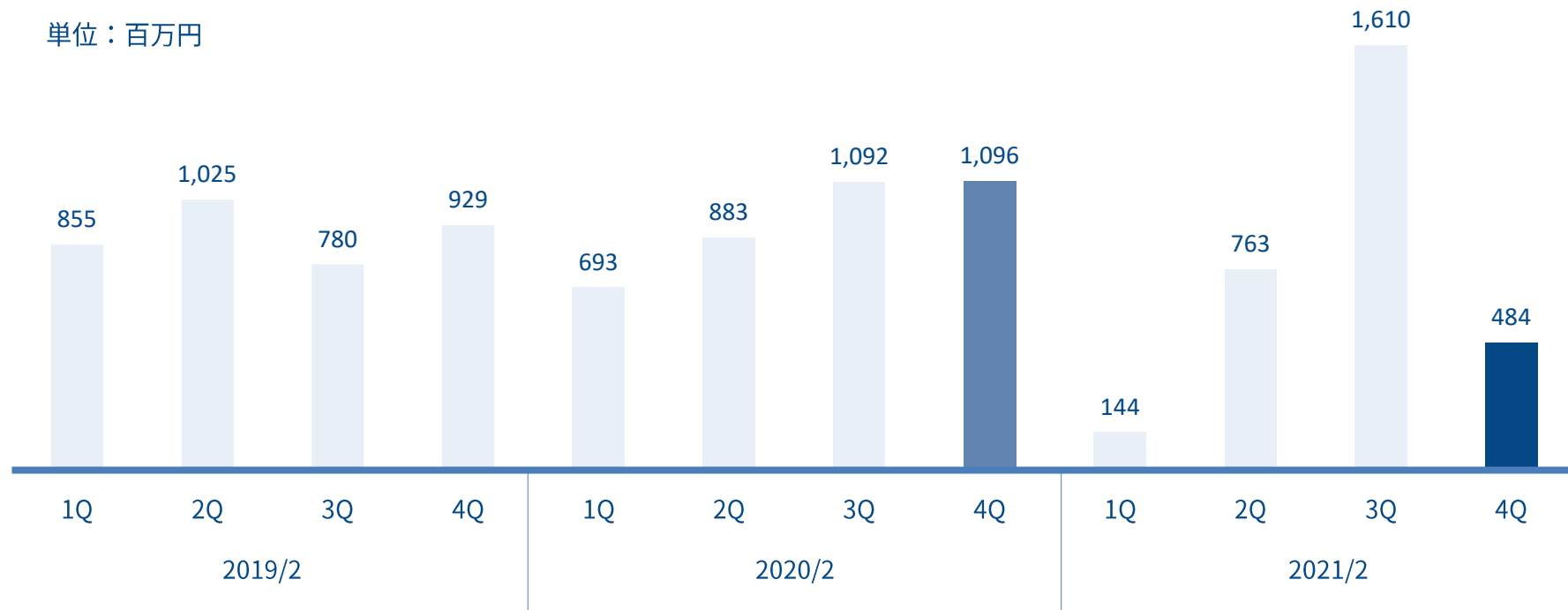
単位：百万円



EBITDA推移

2021年2月期第4四半期のEBITDAは、連結営業利益の減少に伴い、484百万円（前年同期比44.2%）

単位：百万円

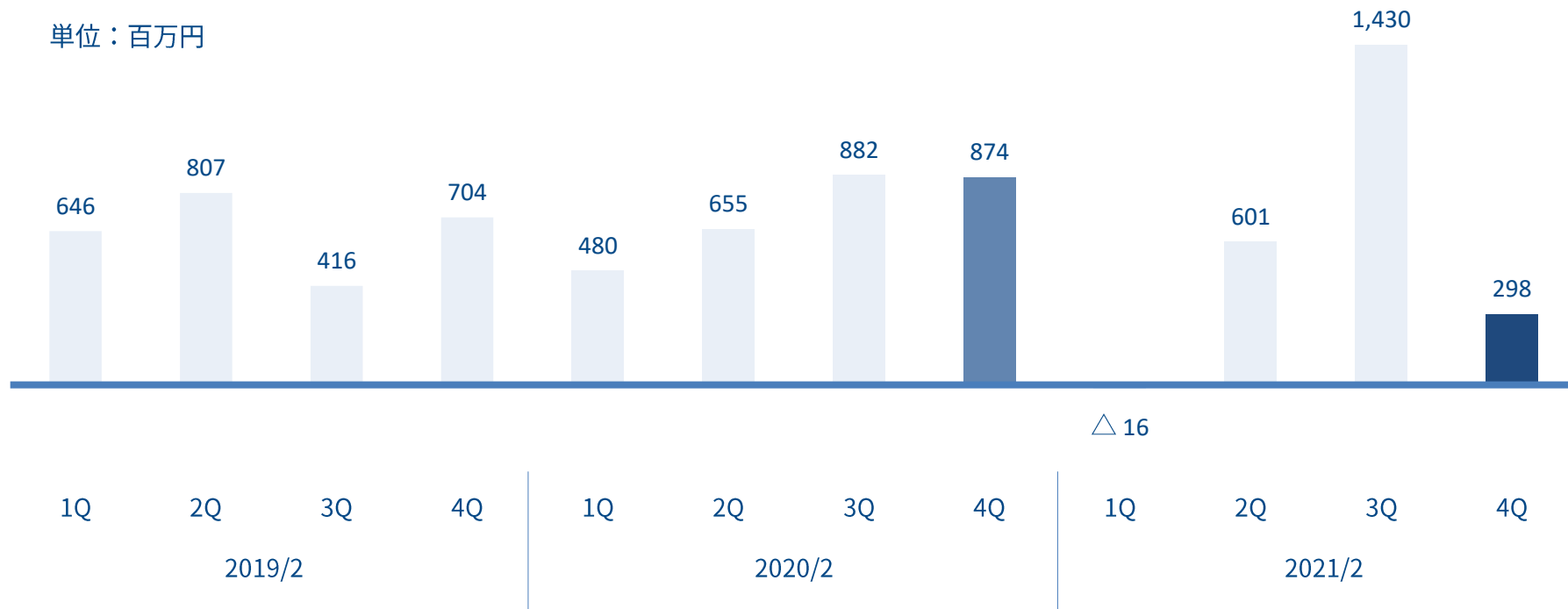


※EBITDA= 営業利益+ 減価償却費+ のれん償却費

連結営業利益推移

2021年2月期第4四半期の連結営業利益は、**緊急事態宣言中でも黒字を確保し、298百万円**（前年同期比**34.1%**）

単位：百万円



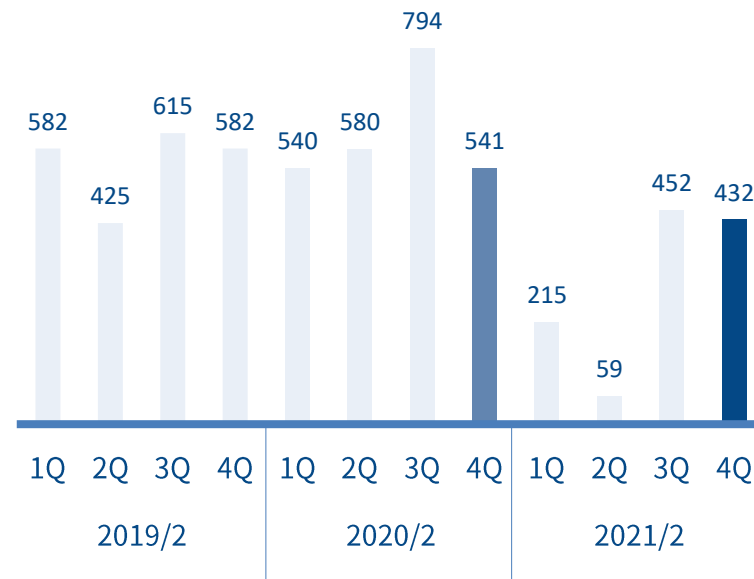
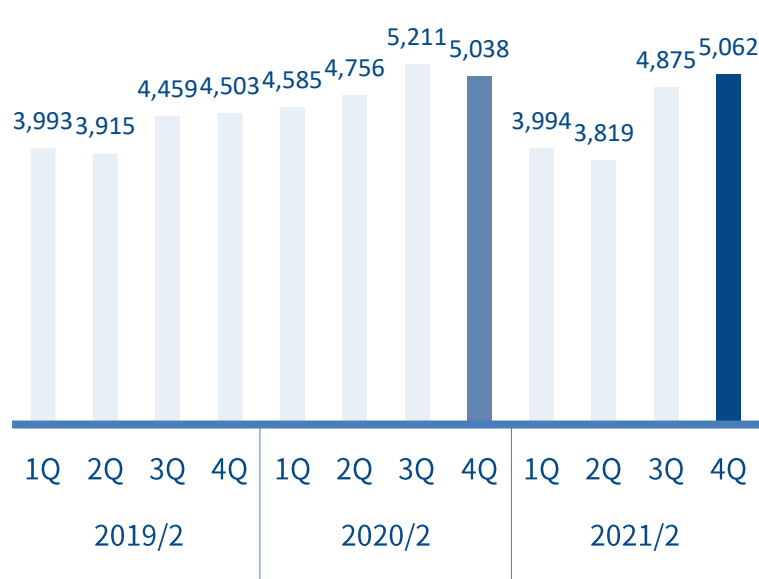
営業利益（四半期推移）



2021年2月期第4四半期は、緊急事態宣言の再発令中でも、第3四半期と同等の**売上高・営業利益を確保**
 2022年2月期は、時代に適したサービスを提供することでマーケティング活動を支援し、さらなる成長を図る

【売上高（百万円）】 5,062百万円（前年同期比100.5%）

【営業利益（百万円）】 432百万円（前年同期比79.8%）



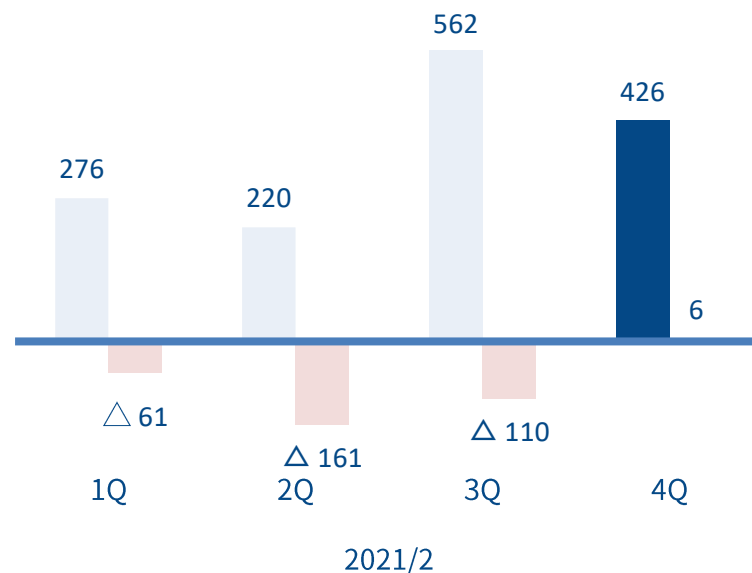
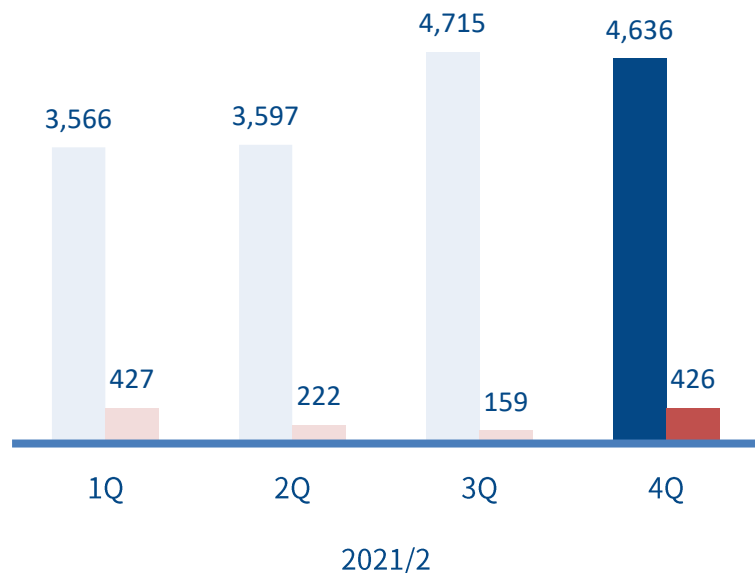
※第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「PR事業」より「PR・広告事業」に変更しております

PR・広告事業（地域別）

海外事業はコロナの影響により第3四半期まで赤字だったが、コスト削減の効果もあり第4四半期は黒字に転換
2022年2月期の海外事業は、引き続きコスト削減を継続しつつ、売上高の回復を図り、通期で黒字化の見込み

【売上高（百万円）】 4,636百万円（国内） / 426百万円（海外）

【営業利益（百万円）】 426百万円（国内） / 6百万円（海外）

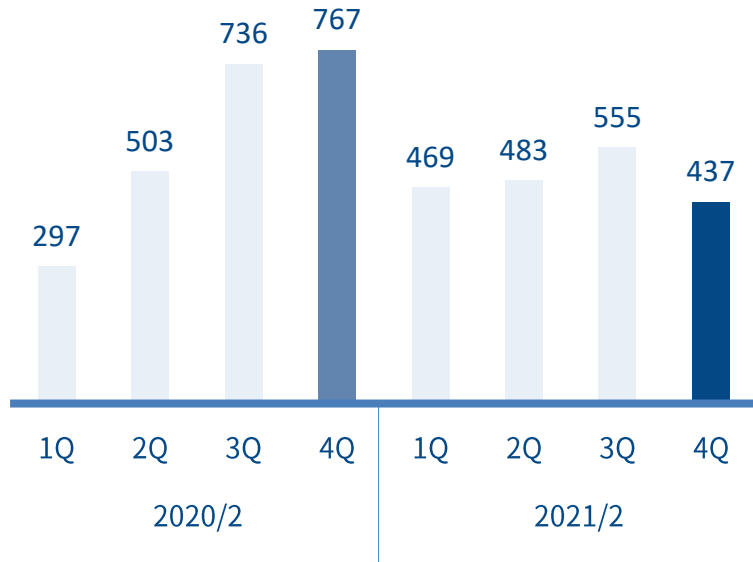


※第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「PR事業」より「PR・広告事業」に変更しております

タクシーサイネージ事業 (News Technology)

第4四半期は緊急事態宣言の再発令により、タクシーの乗車率が減少したが、**通期では安定して利益貢献**
2022年2月期は、国内初の車窓モビリティサイネージサービスを開始することでさらなる売上高の拡大を図る

【売上高（百万円）】 437百万円（前年同期比**56.9%**）



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

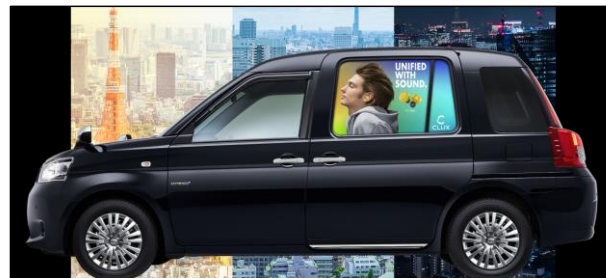
※第1四半期連結会計期間より、「タクシーサイネージ事業」は「PR・広告事業」に含まれております

車窓モビリティサイネージ「Canvas」

国内初となる車窓モビリティサイネージサービス「Canvas」を2021年6月より開始
広告インパクトの高い車窓型サイネージを活用し、幅広いマーケティング活動を支援



「Canvas」は、東京都内を走行するタクシー車両の空車時間を活用して、
後方窓ガラスに広告を映し出す国内初の車窓モビリティサイネージサービス



※放映イメージ

設置台数

100台

※順次増加予定

放映時間

24H

想定リーチ人数

1,200万人

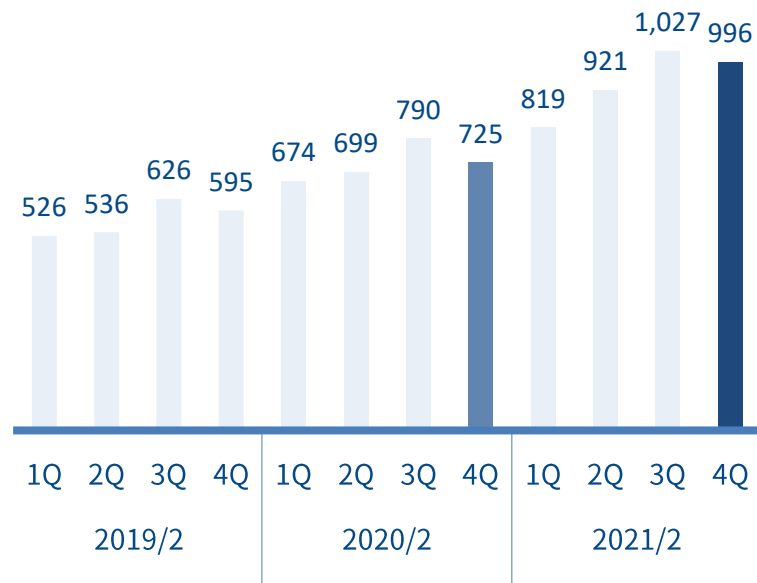
走行エリア

東京23区

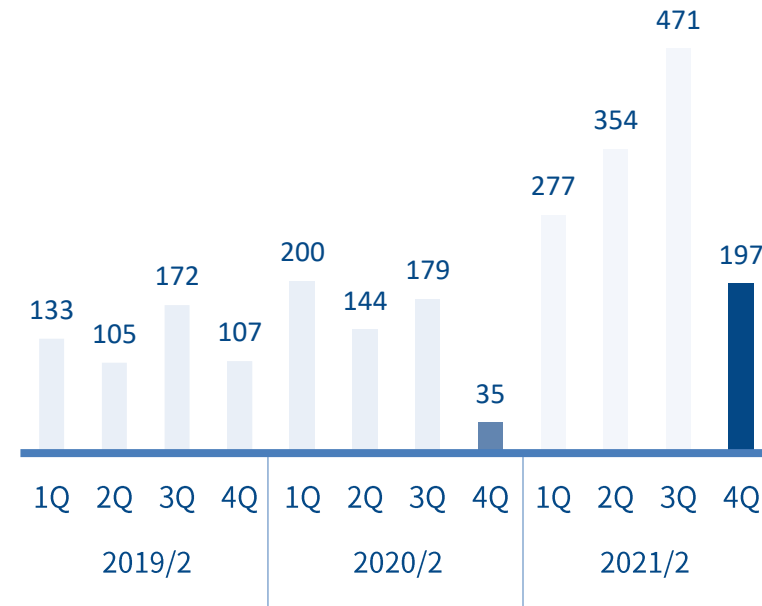
プレスリリース配信事業 (PR TIMES)

2021年2月期第4四半期は、新規事業へ積極的に広告を投下しながらも、前年同期比で増収増益に
2022年2月期は、「PR TIMES」のさらなる機能改善や利用企業社数の拡大を図りながら新規事業を育成

【売上高 (百万円)】 996百万円 (前年同期比137.3%)



【営業利益 (百万円)】 197百万円 (前年同期比560.6%)



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50,000社以上、上場企業の44%が利用

PR TIMES 東証1部市場

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 **44%** 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の活用拡大と、情報発信力の飛躍的な向上など、このような劇的な環境変化の中、PR TIMESは、新たなマーケティングツールとして進化しています。

主なパブリシティ実績



事例



チーム後も新しい仕掛けで飽きさせない。「面白い企画」を精々と実現し、商品のロングセラー化を狙う湖池屋



素敵な情報なのに世に出せない。埋もれていた情報を表に出し、従来比2~3倍のニュースを届けるパナソニック



ケースに応じさまざまな手法を工夫。興の高い情報発信で、スイーツの魅力を伝える銀座コーゼンコーナー



ブランドを「守る」より「広める」ことを重視。次代のファン創出を図る高級車ブランド「アストンマーティン」

300媒体以上掲載！



利用企業社数
50,000件
 2021年2月

36,000社
 2020年2月

2018年8月29日
 東証1部市場変更

28,000社
 2019年2月

21,000社
 2018年2月

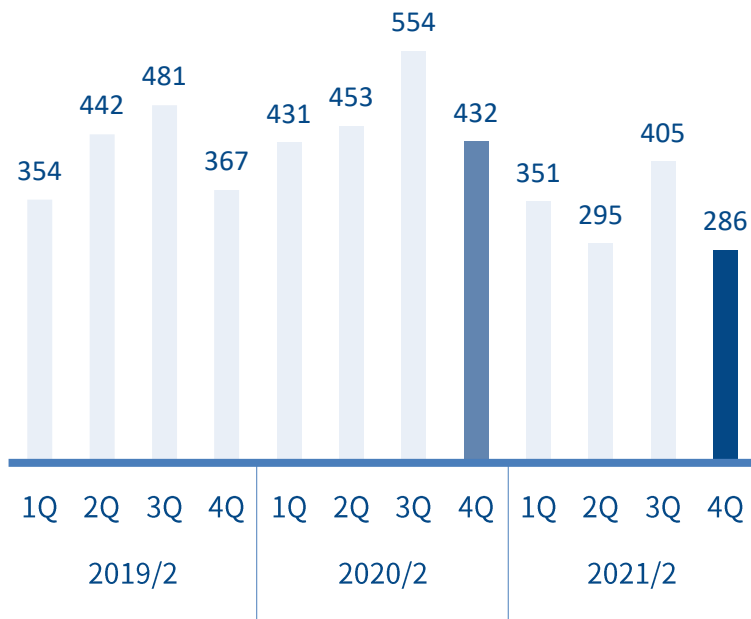
16,000社
 2017年2月



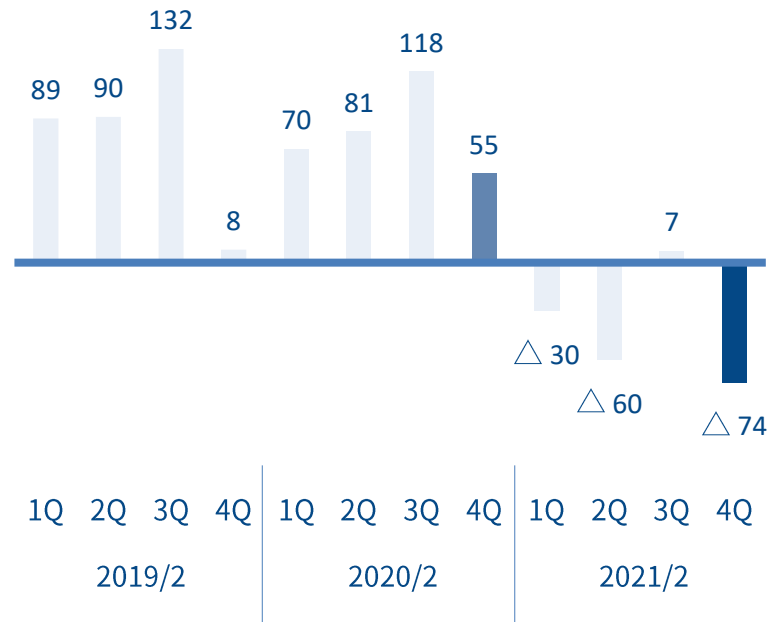
ビデオリリース配信事業 (NewsTV)

2021年2月期第4四半期は、季節性要因に加え、緊急事態宣言の再発令により広告需要が低迷し、赤字着地
2022年2月期は、動画を活用して課題を解決するコンサル型営業で受注数を伸ばし、通期で黒字化の見込み

【売上高 (百万円)】 286百万円 (前年同期比66.1%)



【営業利益 (百万円)】 △74百万円 (前年同期比129百万円減)



ビデオリリースの今後の戦略

イベント・記者発表会に付随した提案から脱却し、企業の課題を動画で解決するコンサル型営業に転換
企業ニーズを踏まえ、ソリューションとしての動画活用を促すことで機会損失を防ぎ、受注数の拡大を図る

イベント有
(従来型)

イベント無

記者発表会



展示会



セミナー



シンポジウム



サンプリング



ポップアップ



合同説明会/
インターン



店舗オープン/
チラシの代替



街頭 インタビュー

課題

既存商品の話題を作るのが難しい

活用メリット

世間で話題になっている感が出る



専門家 インタビュー

課題

機能面/商品の成分の訴求が難しい

活用メリット

専門家の声による裏付けが可能
商品名を出さなければ成分訴求も可能



座談会

課題

既存商品の話題を作るのが難しい

活用メリット

ユーザーのエピソードへの共感を
醸成できる



ユーザー ボイス

課題

体験者の良い声が広まりにくい

活用メリット

利用者の生の感想をターゲットに
拡散できる



CM メイキング

課題

メイキングに制作コストをかけるのが
もったいない

活用メリット

無料でメイキング撮影に入れる
二次利用をHP等で利用可能



BtoB

課題

認知を高めたいが商材がわかりづら
く見せ方が難しい

活用メリット

長尺動画でわかりやすくサービスを
伝達可能



インバウンド

課題

海外にまで情報を流通させるのが難
しい

活用メリット

SNS広告を使って海外にわかりや
すい画を届けられる



CSR

課題

HPに記載があるだけで見られてい
ない

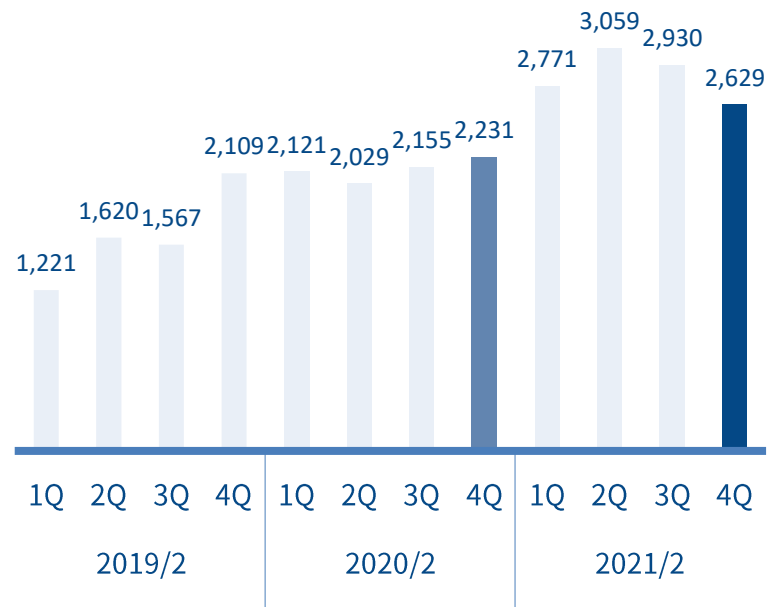
活用メリット

企業のすばらしいお取り組みを
コンテンツとして発信できる

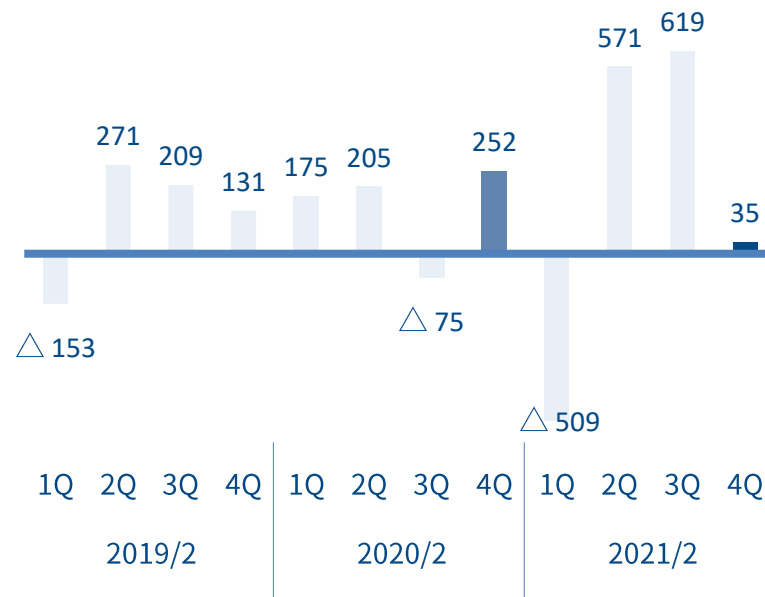
ダイレクトマーケティング事業

2021年2月期第4四半期は、来期を見据えて広告投下を実施したことから、前年同期比で増収減益に
2022年2月期は、2021年2月期同様、期初に広告投下を実施し、通期で収益および利益の最大化を図る

【売上高（百万円）】 2,629百万円（前年同期比117.8%）

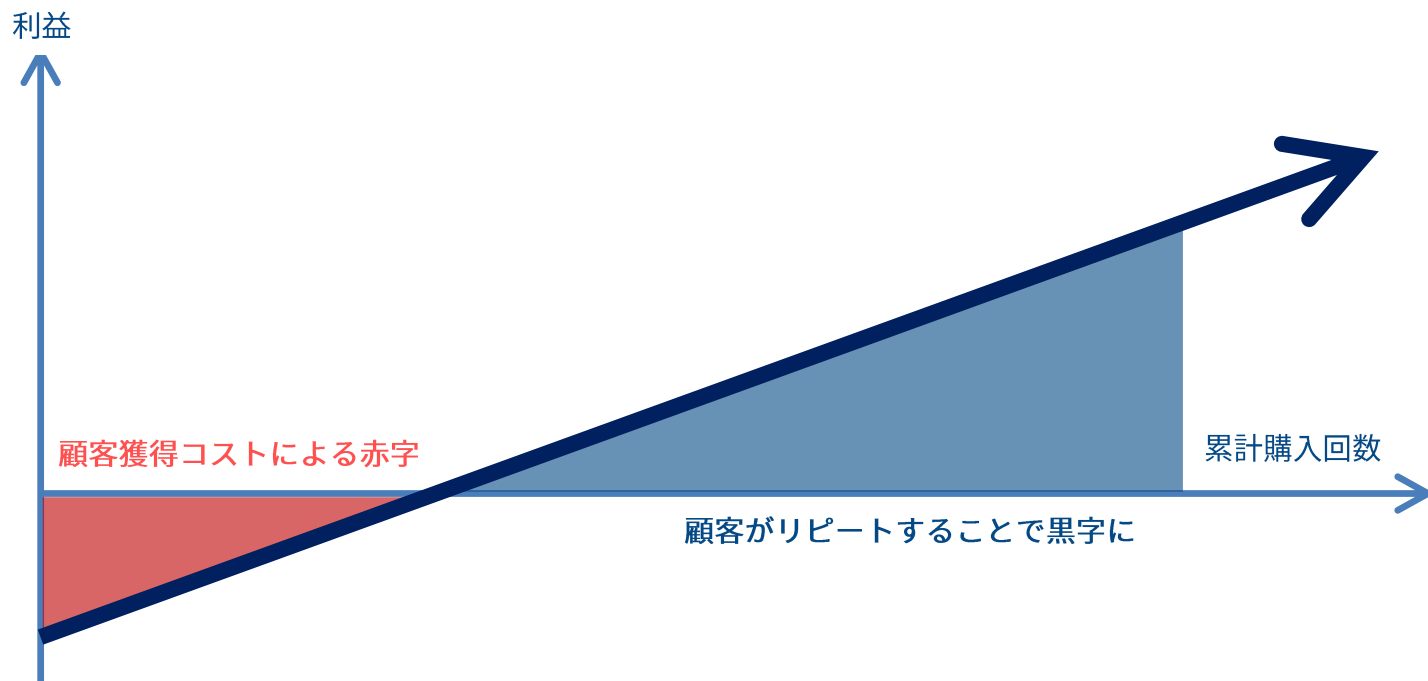


【営業利益（百万円）】 35百万円（前年同期比14.2%）



ビタブリッドジャパンのビジネスモデル

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



“かす”初のプロデュースとなるアパレルブランド『Boka nii』（ボカニー）を3月31日に販売開始
販売開始からわずか10分で売上1,000万円を達成、初日で全商品が完売し、売上は6,000万円を突破



Z世代のマルチ動画クリエイターで、チャンネル登録者数100万人超えの若い世代を中心に絶対的人気を誇る人気YouTuber“かす”さん



『Boka nii』はアイテム1点ごとにおける生地質感・細部のデザインにこだわり試行錯誤を繰り返して作り上げたコレクション

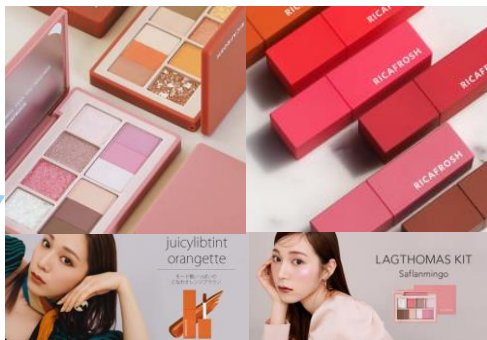
D2Cブランドプロデュース事業を主軸とし、D2Cプラットフォームカンパニーを目指す
クライアントのビジネス課題を解決するコマースDX支援事業も今後展開し、事業基盤を拡大



D2Cブランドプロデュース事業

RICAFROSH

販売開始から**1年**
700,000個



人気YouTuberでファッションイスタである古川優香さんがプロデュースし販売開始から約1年で累計販売本数70万本を達成



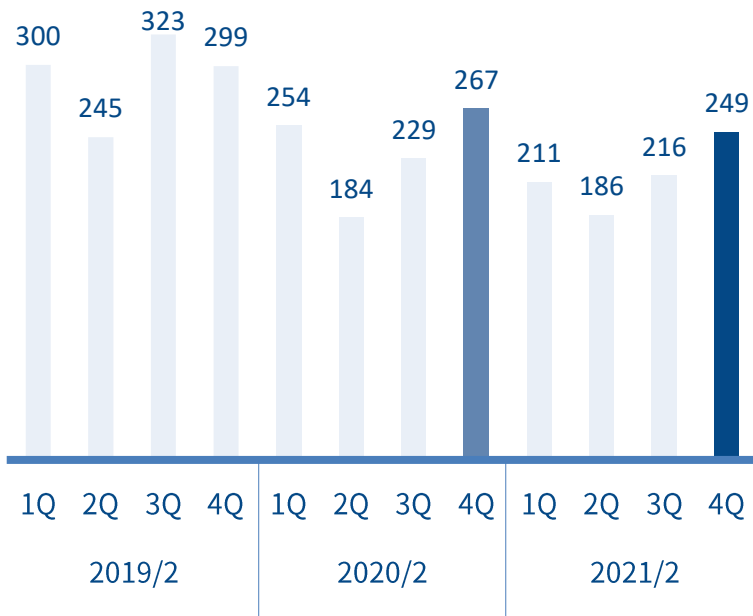
Boka nii

販売開始から**10分**
1,000万円

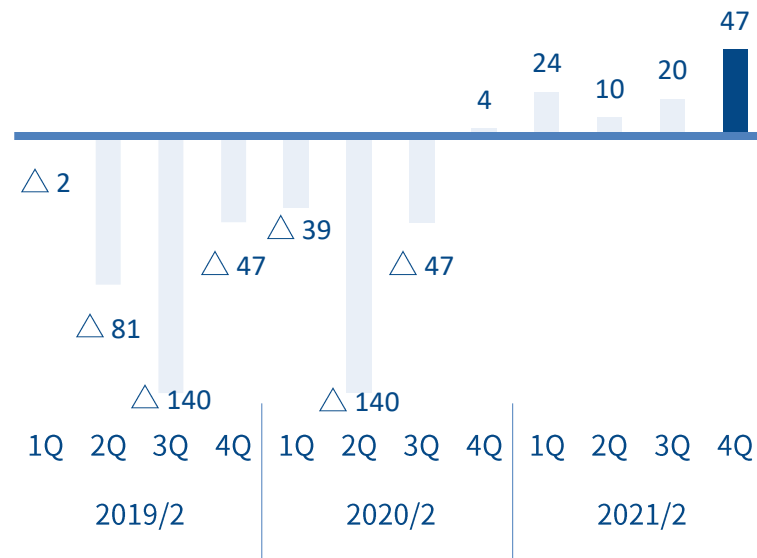
Z世代のマルチ動画クリエイターで人気YouTuberの“かす”さんがプロデュースし販売開始から約10分で売上1,000万円を突破

2021年2月期第4四半期は、オウンドメディアの販売や広告獲得が順調に推移し、**今期最高の営業利益を達成**
 2022年2月期は、オウンドメディアおよびSaaS型CMSの販売強化に加え、D2Cブランド販促支援事業に注力

【売上高（百万円）】 249百万円（前年同期比93.6%）



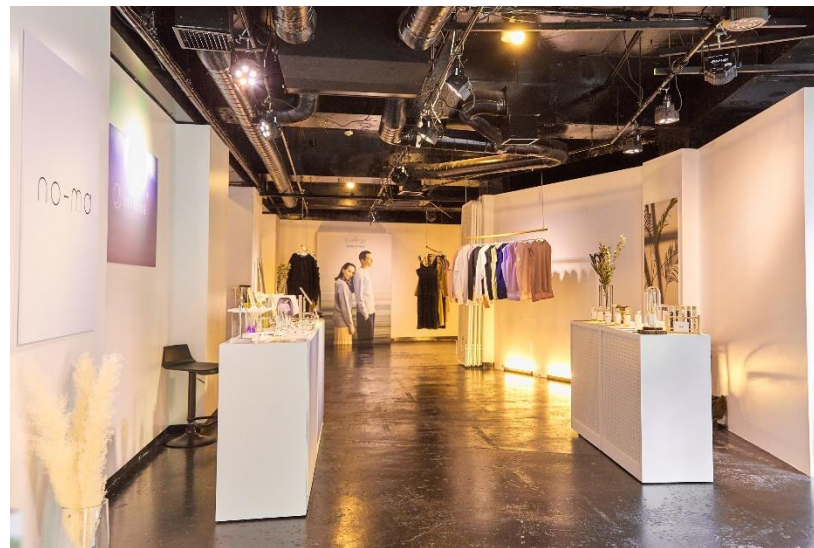
【営業利益（百万円）】 47百万円（前年同期比43百万円増）



SaaS型のCMS「Clipkit」をEC事業者向けマーケティング支援ツールとして機能を充実させて販売強化
D2Cブランド販促支援事業の第1弾ソリューションとして新ブランド「no-ma」を立ち上げ、O2Oで販促支援



SaaS型のEC事業者のマーケティング支援ツールとしてノーコードでLPを作成したりボタン一つで記事や広告を発注できる仕様に機能拡充



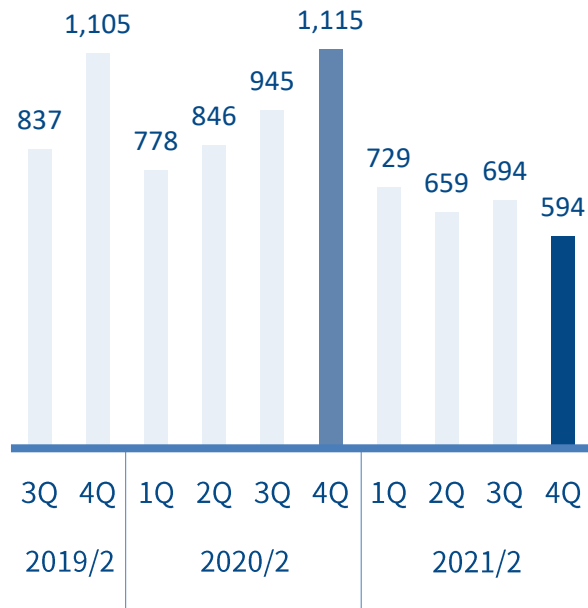
リアルとバーチャルをつなぐD2CブランドのRaaS型体験スペース「no-ma」を渋谷パルコと協業し、渋谷スペイン坂に4月1日オープン

※RaaS: Retail as a Service (小売りのサービス化)

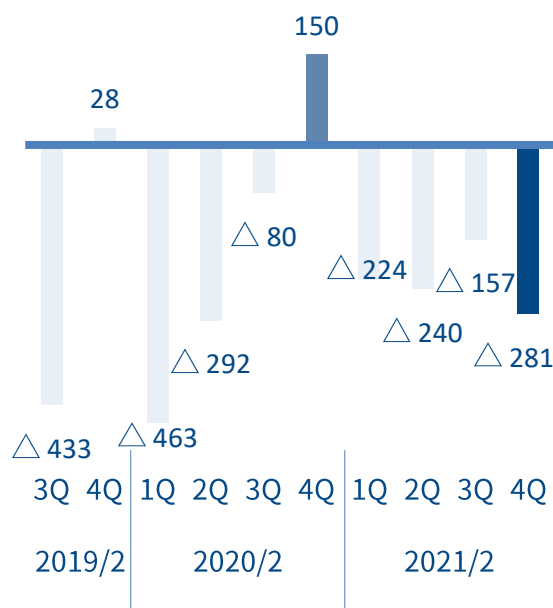
HR事業（あしたのチーム）

2021年2月期第4四半期は、緊急事態宣言の再発令により、商談件数が減少し受注数が伸び悩み、赤字幅が拡大
 2022年2月期は、SaaS型商材の継続率を高める施策を講じながら販売を強化することで、**通期で黒字化の見込み**

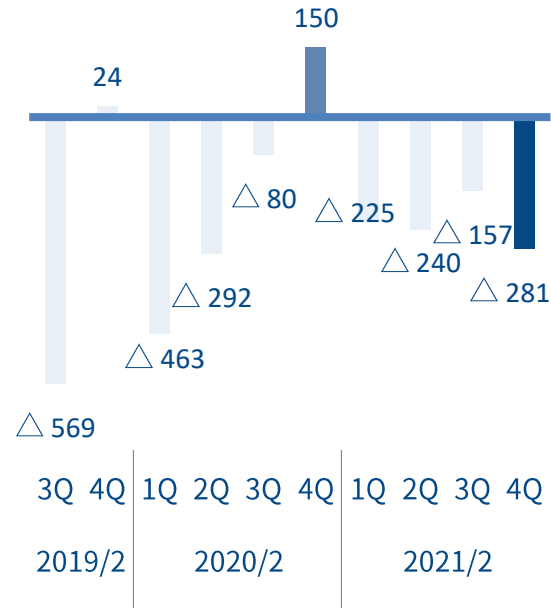
【売上高（百万円）】 594百万円
 （前年同期比53.3%）



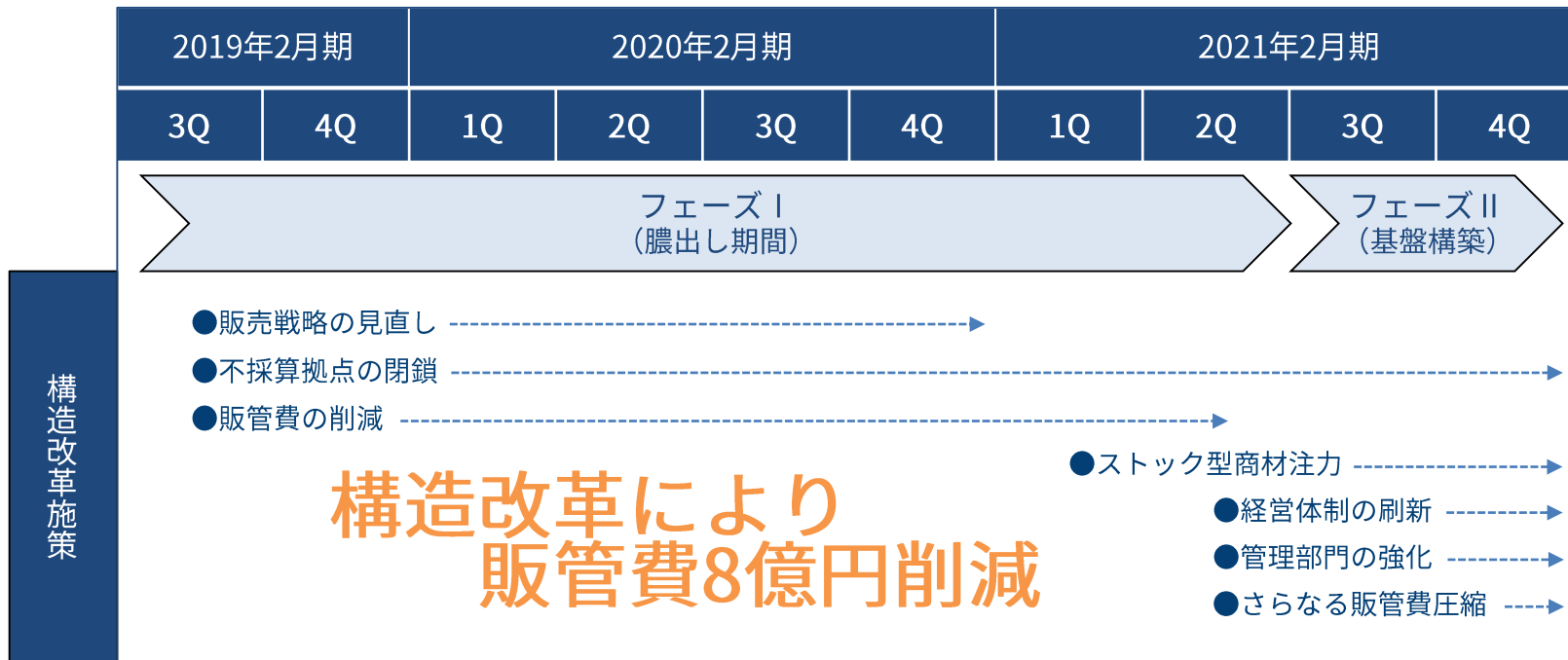
【EBITDA（百万円）】 △281百万円
 （前年同期比431百万円減）



【営業利益（百万円）】 △281百万円
 （前年同期比431百万円減）



これまでの構造改革の取り組み



2019年2月期より販売戦略の見直しによる不採算拠点の閉鎖および販管費の削減を進めた上に2021年2月期第3四半期より経営体制を刷新し、**構造改革の目途が立ち、通期黒字化が視野に**

HR事業の今後の見通し

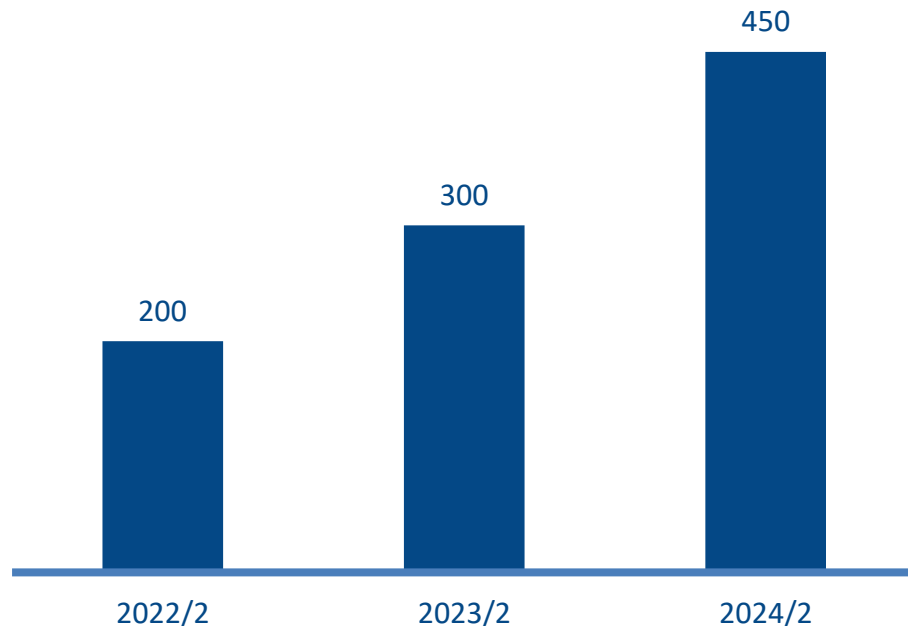
SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2024年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、450百万円まで拡大予定

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」



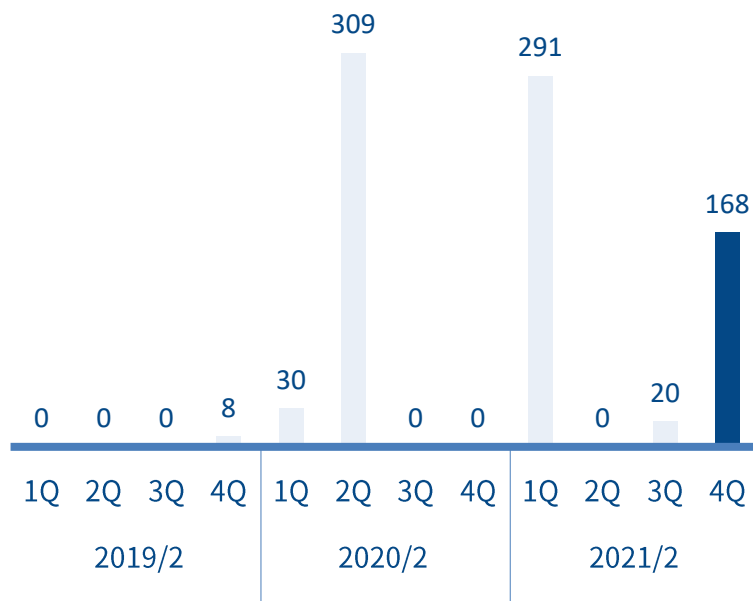
SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ

【営業利益（百万円）】

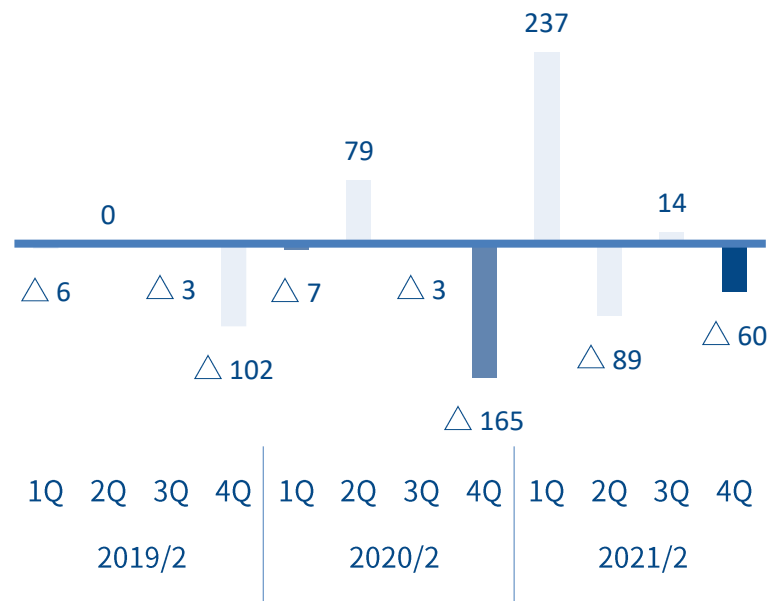


2021年2月期第4四半期は、保有株式の一部売却と評価減が発生したことで、前年同期比で増収減益に
2022年2月期も、コロナの状況に鑑み、適切なタイミングで保有株式の売却および評価減を行う見込み

【売上高（百万円）】 168百万円（前年同期比168百万円増）



【営業利益（百万円）】 △60百万円（前年同期比104百万円増）



連結損益計算書

(単位：百万円)	2020年2月期	2021年2月期	前年同期差	前年同期比
売上高	36,821	37,273	+452	101.2%
売上総利益	23,207	24,448	+1,241	105.3%
E B I T D A	3,766	3,003	△762	79.8%
営業利益	2,891	2,314	△576	80.1%
経常利益	3,322	2,797	△524	84.2%
税金等調整前 当期純利益	2,210	2,756	+545	124.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△199	486	+686	—

連結包括利益計算書

(単位：百万円)	2020年2月期	2021年2月期	前年同期差	前年同期比
当期純利益	160	1,153	+993	720.8%
その他の包括利益	△411	3,696	+4,108	—
その他有価証券 評価差額金	△390	3,708	+4,099	—
その他	△21	△12	+9	—
包括利益	△251	4,850	+5,102	—

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、売却時の当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

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2020年2月期末	2021年2月期	前期末差	前期末比
資産合計	23,606	30,057	+6,451	127.3%
現預金	7,889	10,860	+2,970	137.7%
のれん	631	595	△36	94.3%
営業投資有価証券 +投資有価証券	4,331	8,057	+3,725	186.0%
その他	10,753	10,544	△208	98.1%
負債合計	13,439	15,202	+1,763	113.1%
借入金+社債	5,799	6,457	+658	111.4%
その他	7,639	8,744	+1,104	114.5%
純資産	10,166	14,854	+4,688	146.1%

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

	2020年2月期	2021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	6,038	7,884	+1,846	
営業活動による キャッシュ・フロー	2,868	2,129	△739	税前当期利益が増加 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	2,260	644	△1,615	固定資産取得による支出が増加 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	△3,273	209	+3,483	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	7,884	10,852	+2,967	

2022年2月期業績予想

2022年2月期連結業績予想

2022年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2021年2月期 (実績)	2022年2月期 (計画)	前年 同期比	2022年2月期 上期計画	2022年2月期 下期計画
売上高	37,273	47,700	128.0%	21,910	25,790
営業利益	2,314	4,000	172.8%	1,070	2,930
経常利益	2,797	4,000	143.0%	1,070	2,930
親会社株主に 帰属する当期純利益	486	1,000	205.4%	110	890

通期業績予想につきましては、新型コロナウイルスの影響が早期に収束し、企業のマーケティング活動が活発になっていくことを前提としております。なお、当社の配当方針につきましては、連結配当性向20%を目安に株主の皆様へ還元しており、今期の配当につきましては**1株あたり4円**を予定しております

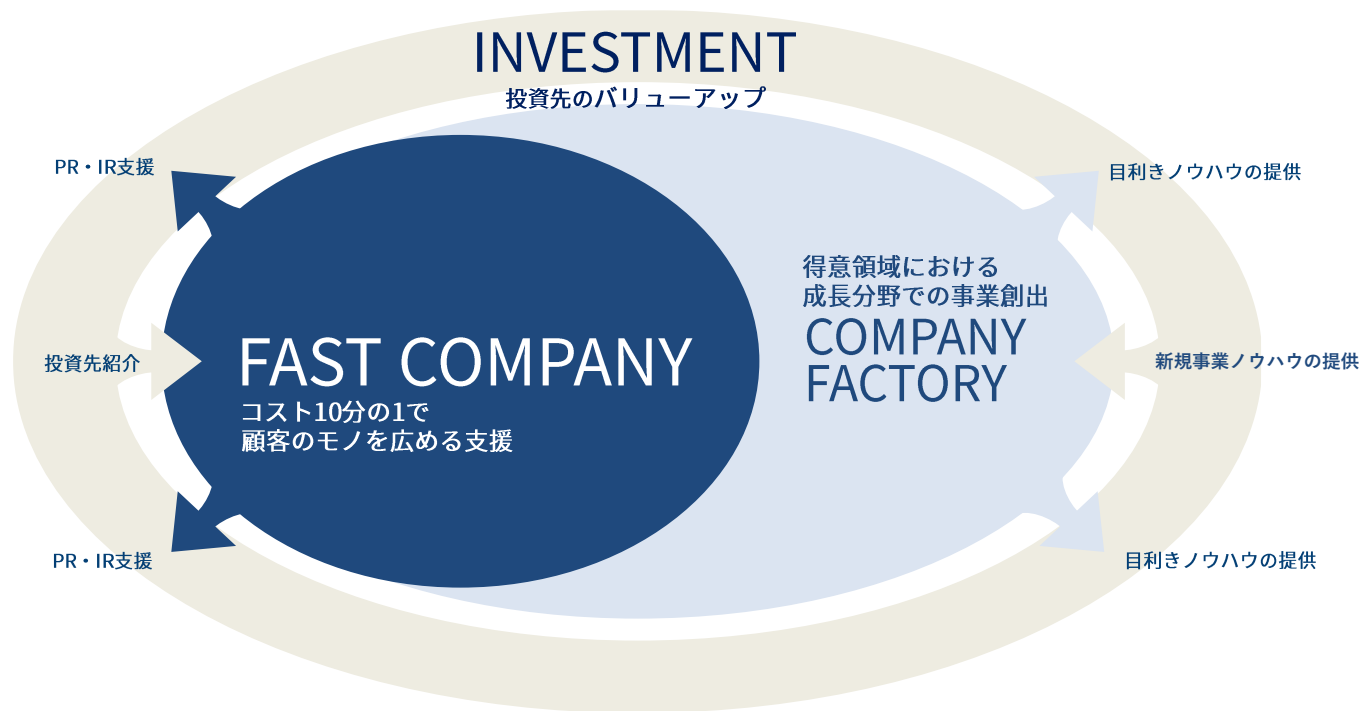
中期利益計画

中期利益計画 (単位：百万円)	2020年2月期 (実績)	2021年2月期 (実績)	2022年2月期 (計画)	2023年2月期 (計画)
修正前 営業利益	2,891	2,314	4,820	6,000
修正後 営業利益	2,891	2,314	4,000	6,000



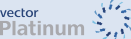




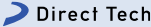









■ 2022年2月期営業利益目標の修正理由について

2019年10月15日に発表しました中期利益計画において、2022年2月期の営業利益目標は4,820百万円を計画しておりましたが、2023年2月期の営業利益目標6,000百万円の達成および2024年2月期以降のさらなる利益成長を見据えた結果、2022年2月期における新規事業への投資額を当初の想定よりも前倒しで820百万円増額したため、2022年2月期の営業利益目標を4,000百万円に修正しております

既存事業のサービス拡大を図る「FAST 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3つの事業領域により、継続したグループの利益成長を目指す



ベクトルグループを構成する事業群

FAST COMPANY	COMPANY FACTORY			INVESTMENT
PR・プレス ビデオ・メディア	D2C	HR	新規事業	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>PRTIMES Smartmedia</p> <p>NT NEWS TV</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、顧客とダイレクトに接点を持つ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>今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>PERFORMANCE TECHNOLOGIES</p> <p>CYBER SECURITY BANK</p> <p>SolveC</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>  

3つの事業領域により
継続したグループの利益成長を目指す

- ①FAST COMPANY領域の拡大
- ②COMPANY FACTORY領域の創出
- ③INVESTMENT領域の成長



経営戦略

FAST COMPANY

領域の拡大

PR業界No.1から

国内におけるPR市場は1,000億円



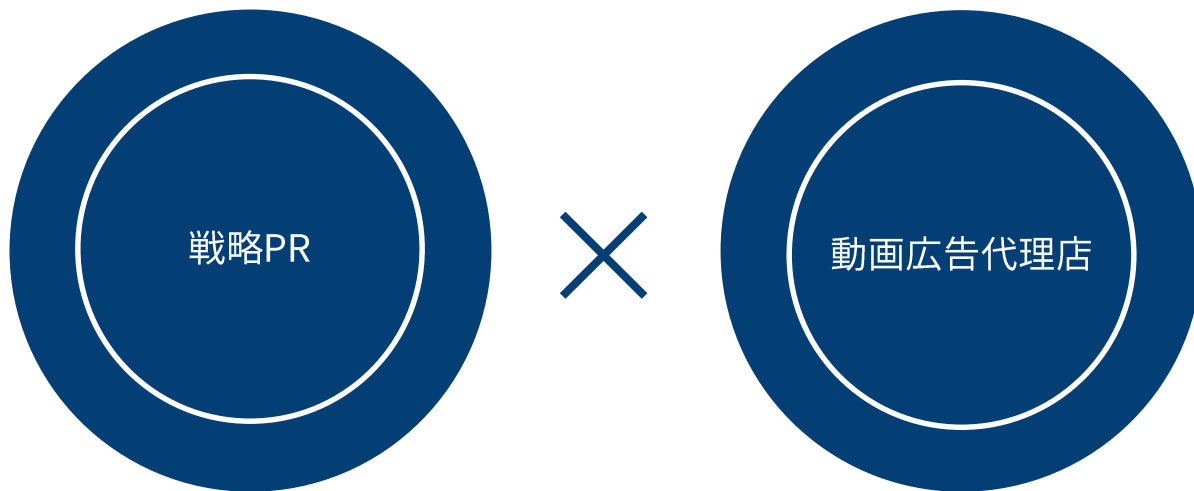
広告業界のFAST COMPANYへ ターゲットとなる広告市場は6兆円

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

「広告業界のFAST COMPANY」を目指すべく、
戦略PR視点を備えた動画広告代理店として成長を加速



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>5万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44%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「動画ニュース」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</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・IR動画の制作も対応。</p> <p>vector SIGNAL</p> <p>NT</p> <p>Smartmedia</p> <p>IR 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>GROWTH</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

PR視点を踏まえた動画広告
代理店として効果の高い
「動画ニュース」を制作し、
ターゲットに直接配信

2
DX

ベクトルグループに蓄積された
デジタルデータを活用し、
コンテンツの制作・配信から
分析までできるCMPを構築

3
ヒロメル

既存事業（ビデオリリース、
SNS戦略など）のさまざまな
サービスをサイト上で販売する
広告業界のeコマースサイト

動画ニュース

PR × 動画広告代理店

従来の戦略PRに、動画広告代理店としての機能を掛け合わせ、
効果の高い「動画ニュース」をクロスセルすることで顧客単価を向上

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

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

BLUE STAR BURGERは「動画ニュース」の配信により、オープン前から話題沸騰
TV15番組など各種メディアに掲載され、PR視点の動画コンテンツが流通する時代に



キーメッセージ：「西山知義氏 外食人生最大最強の挑戦」



約2分の動画ニュースでターゲットに効果的に訴求

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

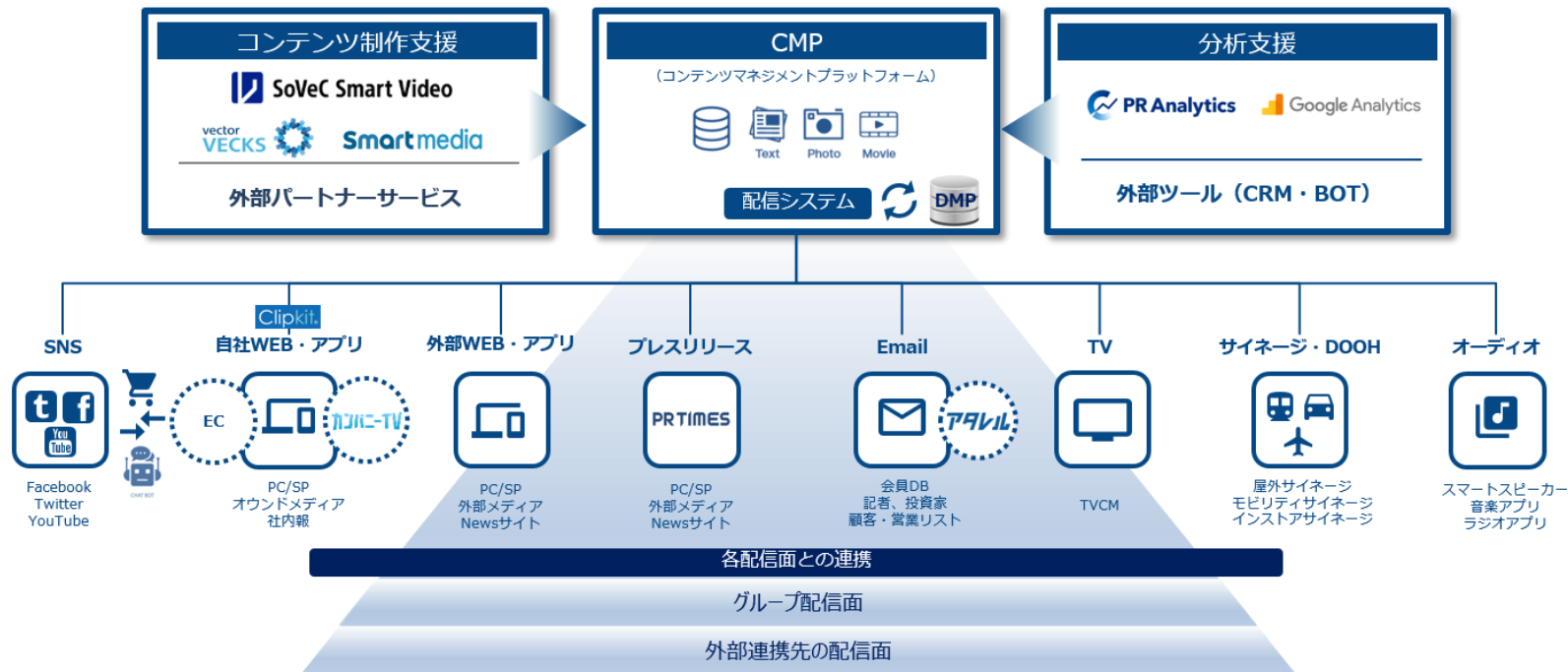


2 DX

広告業界のDX化

ベクトルグループに蓄積されたデジタルデータを活用し、コンテンツの制作・配信から分析までできる「ベクトルPRプラットフォーム」を構築

蓄積されたデジタルデータを活かし、コンテンツ制作・配信から分析までを一貫して支援できる最適なトータルプラットフォームを形成



3 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

toxil 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 ▼

プロフェッショナルから選ぶ **toxilPro** ▼

そのビジネスを ネットで広めよう

「ヒロメル」はモノを広める時に必要なサービスが全て揃った
広告業界のE コマースサイトです

会員登録をしてコンサルタントに相談する

FEATURE



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

「給与連動」してますか？





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)

相談カート

COMPANY FACTORY

領域の創出

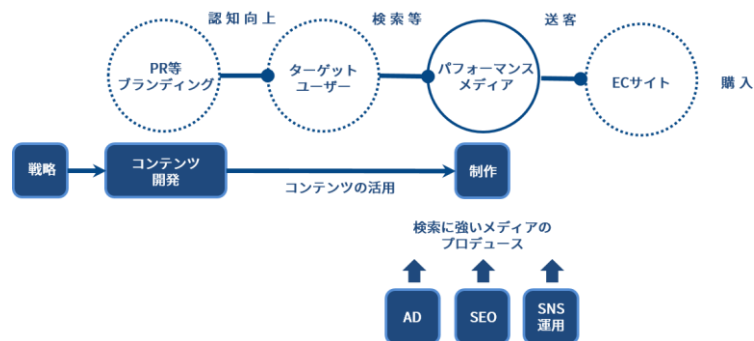
新規事業 (Performance Technologies)

顧客ニーズの掘り起こしから顧客獲得まで一気通貫したパフォーマンスマーケティングを展開すべく
ディーエムソリューションズとの合併会社「Performance Technologies株式会社」を2021年3月に設立

PERFORMANCE TECHNOLOGIES

パフォーマンスメディア事業

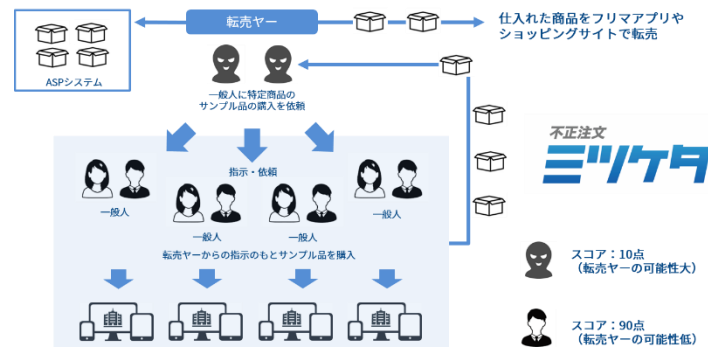
パフォーマンスメディア ネットワークの仕組み



PR×アフィリエイトで戦略設計からコンテンツ開発、クリーンな成果報酬型広告までをカバーすることで、顧客ニーズの掘り起こしから新規顧客の獲得まで一気通貫で顧客のマーケティングをサポート

D2Cパフォーマンスマーケティング事業

転売リスクを見つける不正注文アラートサービス 「不正注文ミツケタ」



商品購入ユーザーなどを独自の採点基準でスコアリングすることにより一定スコア以下のユーザーを「転売等目的のユーザー」と定義し顧客企業にレポートすることで、転売に繋がるリスク検知が可能

サイバーセキュリティ領域のコンサルティング等を行う株式会社サイバーセキュリティバンクにて
従業員のセキュリティ意識向上のためのトレーニングサービス「情報漏えい防ぐくん」の提供を開始

情報漏えい 防ぐくん



3つのサービスで着実に“ヒト”で起こるリスクを減らしていく

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
企業と医療従事者をマッチングする「企業のためのDoctors Match」を2021年2月より提供開始



コンテンツ監修

動画やテキストコンテンツを
医療従事者が監修



セミナー出演

セミナーに出演し、
医師の立場から情報発信



商品開発

医師としての知見を
商品・サービス開発に活用

企業のための

Doctors Match



アンケート回答

医師にアンケート回答を依頼



メディア取材協力

メディアの取材依頼に対して
医師をアサイン



共同開発

医師と共同で研究・開発
プロジェクトを立ち上げる

データの活用とプライバシーの保護を両立させる「プライバシーテック」の仕組みが必要不可欠な時代にプライバシー領域のコンサルティングサービス「個人情報保護対応準備できるくん」を2021年2月に提供開始



「個人情報保護対応準備できるくん」の特徴

01

無料相談

個人データの取り扱いから一歩進んだデータ活用まで、幅広い範囲での相談に対応

02

社内向け勉強会の実施

「そもそも個人情報とは？」といった解説から、社内への個人情報に関する啓蒙活動全般にも対応

03

顧客サイトのタグやcookieの状況調査

独自システムで、顧客のサイトでどのようなタグやcookieが使用されているかを調査

04

対応ポイントの洗い出し

個人データにまつわる業務やツールの利用実態などのヒアリングを通じて、対応が必要なポイントを整理

05

同意管理ツール導入支援

対応ポイントの洗い出し後、個人データに配慮した同意管理ツール（CMP）の導入サポート

06

データ活用コンサルティング

プライバシーに配慮したデータ活用を中心としたデジタルマーケティングに関するコンサルティングを実施

急成長しているライブ配信市場の成長可能性を見据え「株式会社Liver Bank」を設立
Sun Asteriskと業務提携し、タレントやアーティストのファンコミュニケーションDXを推進

LIVER BANK

ライバーマネジメント事業

育成型ライバープロダクション「pino live」



約450名のライバーが在籍しており、
未経験からトップライバーへと育成

ファンコミュニティシステム事業

ライブ配信機能付ファンコミュニティシステム

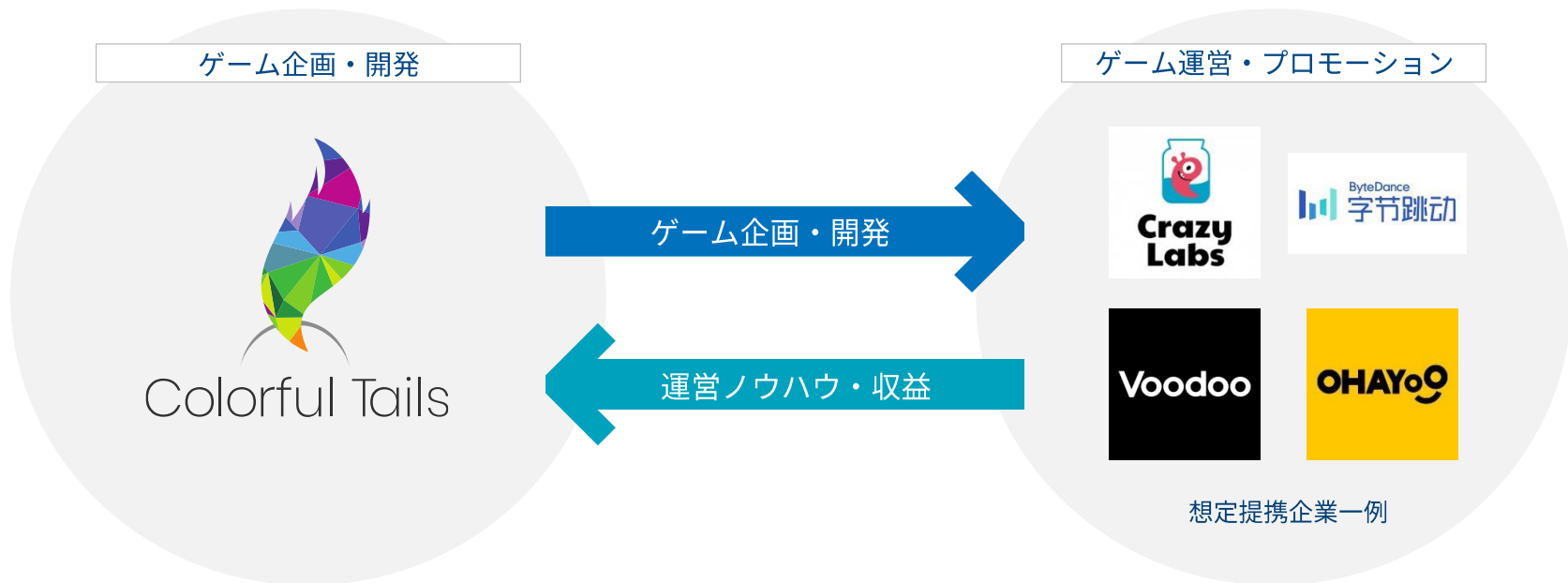
Sun* × LIVER BANK



タレントアーティストごとのDXを推進し、
ファンとのコミュニケーションを強化

新規事業 (Colorful Tails)

海外大手パブリッシャーとの開発連携を図ることで、ヒット確率を高め早期収益化を実現
カラフルテイルズはゲームの企画・開発を手がけ、パートナーから運営ノウハウと収益を獲得



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



VPSとAR技術を組み合わせることで、街の景色と情報を一変させ、新しい体験を楽しむことができる次世代のARアプリ「XR CHANNEL」を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20社）
「サイバーセキュリティクラウド」を始めとして、今期のIPO実績は5社に

上場日		社名	市場
2020年12月23日		交換できるくん	東証マザーズ
2020年12月18日		インバウンドテック	東証マザーズ
2020年9月28日		ヘッドウォーターズ	東証マザーズ
2020年7月7日		Branding Engineer	東証マザーズ
2020年3月26日		サイバーセキュリティクラウド	東証マザーズ

成長分野への豊富な投資実績

 = IPO済

IoT-セキュリティ-システム

AI-ビッグデータ

マーケティング-セールス

D2C

飲食-小売-美容-サービス

フィンテック-不動産テック

HR-人材関連

シェアリングエコノミー

DX

その他 toB 向けサービス

その他 toC 向けサービス



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。