

2022年8月10日

各 位

会社名 株式会社ベクトル
代表者名 代表取締役会長兼社長 西江 肇司
(コード番号: 6058 東証プライム)
問い合わせ先 取締役 CFO 後藤 洋介
電話番号 03-5572-6080

(訂正)「2023年2月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)」の一部訂正について

当社は、2022年7月15日に開示いたしました「2023年2月期第1四半期決算説短信〔日本基準〕(連結)」の記載内容について、一部訂正すべき事項がありましたので、下記の通り訂正させていただきます。なお、数値データ(XBRLデータ)の訂正はありません。

記

1. 訂正の理由

「2023年2月期第1四半期決算説短信〔日本基準〕(連結)」の公表後に、当四半期決算に関する定性的情報及びセグメント情報の記載に誤りが判明したため、訂正するものであります。

2. 第1四半期決算短信訂正箇所(訂正箇所は下線を付しております。)

○添付資料2ページ、3ページ

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1)経営成績に関する説明

(訂正前)

(省略)

・PR・広告事業

PR・広告事業においては、主にコンサルティングを基本とする戦略PRサービスの提供およびタクシーの車内に設置するタブレットを活用したIoTサイネージサービスによる広告販売などを提供しております。デジタル領域におけるサービスなど時代のニーズを汲み取ったマーケティング施策を展開したことにより、海外事業が新型コロナウイルスの影響を受け落ち込む中でも、国内事業が業績を力強く牽引し、第1四半期連結累計期間における売上高および営業利益について、過去最高を更新しました。

以上の結果、PR・広告事業における売上高は 6,920 百万円(前年同期比 12.9%増)、営業利益は 784 百万円(同 42.5%増)となりました。なお、収益認識に関する会計基準適用による影響額は、売上高の減少 1,019 百万円であり、従来の会計基準で算定した場合、第1四半期連結累計期間のみならず四半期連結会計期間における過去最高の売上高も更新しております。

(省略)

・ダイレクトマーケティング事業

株式会社ビタブリッドジャパン等が手掛けるダイレクトマーケティング事業においては、新規顧客の獲得効率を踏まえ、年度を通して収益および利益の最大化を図るため、期初の計画通り戦略的に多額の広告予算を投下したことにより、計画以上の新規顧客を獲得することができた結果、第1四半期連結累計期間において過去最高の売上高を更新しましたが、多額の広告宣伝費を投下したことで一時的に営業赤字となりました。なお、獲得効率を踏まえた広告投下により新規顧客の獲得が想定以上に推移しているため、第2四半期連結会計期間においても継続して広告投下を実施する見込みであります。当連結会計年度の業績においては、期待される広告投下による効果と効果的なマーケティングによる販売施策により順調に推移していくものと考えております。

以上の結果、ダイレクトマーケティング事業における売上高は 3,502 百万円（前年同期比 19.1%増）、営業損失は 177 百万円（前年同四半期は 298 百万円の営業利益）となりました。なお、収益認識に関する会計基準適用による影響額は、売上高の減少 231 百万円であり、従来の会計基準で算定した場合、第1四半期連結累計期間のみならず四半期連結会計期間における過去最高の売上高も更新しております。

・メディア CMS 事業

株式会社スマートメディアが手掛けるメディア CMS 事業は、外部環境に左右されない強固な収益基盤を構築するため、自社 Web メディアの広告収入に寄与する新規タイアップ案件の獲得を抑制し、メディア事業の人員をオウンドメディア事業に配置転換するなど、オウンドメディア事業の体制強化を図りました。

以上の結果、メディア CMS 事業における売上高は 227 百万円（前年同期比 5.7%減）、営業利益は 0 百万円（同 95.2%減）となりました。なお、収益認識に関する会計基準適用による影響はありません。

（省略）

（訂正後）

（省略）

・PR・広告事業

PR・広告事業においては、主にコンサルティングを基本とする戦略PRサービスの提供およびタクシーの車内に設置するタブレットを活用した IoT サイネージサービスによる広告販売などを提供しております。デジタル領域におけるサービスなど時代のニーズを汲み取ったマーケティング施策を展開したことにより、海外事業が新型コロナウイルスの影響を受け落ち込む中でも、国内事業が業績を力強く牽引し、第1四半期連結累計期間における売上高および営業利益について、過去最高を更新しました。

以上の結果、PR・広告事業における売上高は 6,830 百万円（前年同期比 11.4%増）、営業利益は 784 百万円（同 42.5%増）となりました。なお、収益認識に関する会計基準適用による影響額は、売上高の減少 1,140 百万円であり、従来の会計基準で算定した場合、第1四半期連結累計期間のみならず四半期連結会計期間における過去最高の売上高も更新しております。

（省略）

・ダイレクトマーケティング事業

株式会社ビタブリッドジャパン等が手掛けるダイレクトマーケティング事業においては、新規顧客の獲得効率を踏まえ、年度を通して収益および利益の最大化を図るため、期初の計画通り戦略的に多額の広告予算を投下したことにより、計画以上の新規顧客を獲得することができた結果、第1四半期連結累計期間において過去最高の売上高を更新しましたが、多額の広告宣伝費を投下したことで一時的に営業赤字となりました。なお、獲得効率を踏まえた広告投下により新規顧客の獲得が想定以上に推移しているため、第2四半期連結会計期間においても継続して広告投下を実施する見込みであります。当連結会計年度の業績においては、期待される広告投下による効果と効果的なマーケティングによる販売施策により順調に推移していくものと考えております。

以上の結果、ダイレクトマーケティング事業における売上高は 3,501 百万円（前年同期比 19.1% 増）、営業損失は 177 百万円（前年同四半期は 298 百万円の営業利益）となりました。なお、収益認識に関する会計基準適用による影響額は、売上高の減少 109 百万円であります。

・メディア CMS 事業

株式会社スマートメディアが手掛けるメディア CMS 事業は、外部環境に左右されない強固な収益基盤を構築するため、自社 Web メディアの広告収入に寄与する新規タイアップ案件の獲得を抑制し、メディア事業の人員をオウンドメディア事業に配置転換するなど、オウンドメディア事業の体制強化を図りました。

以上の結果、メディア CMS 事業における売上高は 226 百万円（前年同期比 5.9% 減）、営業利益は 0 百万円（同 95.2% 減）となりました。なお、収益認識に関する会計基準適用による影響は軽微であります。

（省略）

○添付資料 12 ページ

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(セグメント情報等)

(訂正前)

(省略)

2. 当第1四半期連結累計期間(自 2022年3月1日 至 2022年5月31日)

(1) 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位:百万円)

	報告セグメント							合計	調整額 (注) 1	四半期 連結損益 計算書 計上額 (注) 2
	PR・広告事 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 CMS 事業	HR 事業	投資事業			
売上高										
顧客との契約か ら生じる収益	6,850	1,344	295	3,331	183	647	—	12,652	—	12,652
その他の収益	—	—	—	—	—	—	480	480	—	480
外部顧客への 売上高	6,850	1,344	295	3,331	183	647	480	13,132	—	13,132
セグメント間の 内部売上高又は 振替高	69	38	55	171	43	0	1	379	△379	—
計	6,920	1,383	350	3,502	227	647	481	13,512	△379	13,132
セグメント利益 又は損失(△)	784	428	△12	△177	0	124	323	1,470	7	1,477

(注) 1. セグメント利益又は損失の調整額 7 百万円は、セグメント間取引消去 7 百万円であります。

2. セグメント利益又は損失は、四半期連結損益計算書の営業利益と調整を行っております。

(2) 報告セグメントの変更等に関する事項

(会計方針の変更及び名称の変更)

当第1四半期連結会計期間より、従来「ファンド事業」としていた報告セグメントの名称を「投資事業」に変更しました。これは、これまで本業外の事業(営業外)として運営してきた投資・インベストメントベンチャー事業について、当社グループの重要な事業分野と位置付けたことによるもので、(会計方針の変更)に記載のとおり、当第1四半期連結会計期間より、同事業に係る収益及び費用等の処理方法に係る会計方針の変更を行っております。

また、当第1四半期連結会計期間より、事業内容をより適正に表示するため、従来「メディア事業」としていた報告セグメントの名称を「メディア CMS 事業」に変更しております。報告セ

グメントの名称変更によるセグメント情報に与える影響はありません。

なお、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報は、変更後の報告セグメント区分に基づき作成したものを開示しております。

(収益認識基準等の適用)

(会計方針の変更)に記載のとおり、当第1四半期連結会計期間の期首より収益認識会計基準等を適用し、収益認識に関する会計処理方法を変更したため、事業セグメントの利益または損失の測定方法を同様に變更しております。この變更に伴い、従来の方法によった場合に比べ、当第1四半期連結累計期間の売上高が「PR・広告事業」で1,019百万円、「ビデオリリース配信事業」で5百万円、「ダイレクトマーケティング事業」で231百万円、「HR事業」で33百万円、それぞれ減少しております。なお、セグメント利益に与える影響は軽微であります。

(省略)

(訂正後)

(省略)

2. 当第1四半期連結累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年5月31日)

(1) 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位：百万円)

	報告セグメント							合計	調整額 (注) 1	四半期 連結損益 計算書 計上額 (注) 2
	PR・広告事業	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 CMS 事業	HR 事業	投資事業			
売上高										
顧客との契約から 生じる収益	6,763	1,343	266	3,454	177	647	—	12,652	—	12,652
その他の収益	—	—	—	—	—	—	480	480	—	480
外部顧客への 売上高	6,763	1,343	266	3,454	177	647	480	13,132	—	13,132
セグメント間の内 部売上高又は振替 高	66	40	84	46	49	0	1	288	△288	—
計	6,830	1,383	350	3,501	226	647	481	13,421	△288	13,132
セグメント利益又 は損失 (△)	784	428	△12	△177	0	124	323	1,470	7	1,477

(注) 1. セグメント利益又は損失の調整額7百万円は、セグメント間取引消去7百万円であり
ます。

2. セグメント利益又は損失は、四半期連結損益計算書の営業利益と調整を行っております。

(2) 報告セグメントの変更等に関する事項

(会計方針の変更及び名称の変更)

当第1四半期連結会計期間より、従来「ファンド事業」としていた報告セグメントの名称を「投資事業」に変更しました。これは、これまで本業外の事業（営業外）として運営してきた投資・インベストメントベンチャー事業について、当社グループの重要な事業分野と位置付けたことによるもので、（会計方針の変更）に記載のとおり、当第1四半期連結会計期間より、同事業に係る収益及び費用等の処理方法に係る会計方針の変更を行っております。

また、当第1四半期連結会計期間より、事業内容をより適正に表示するため、従来「メディア事業」としていた報告セグメントの名称を「メディア CMS 事業」に変更しております。報告セグメントの名称変更によるセグメント情報に与える影響はありません。

なお、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報は、変更後の報告セグメント区分に基づき作成したものを開示しております。

(収益認識基準等の適用)

（会計方針の変更）に記載のとおり、当第1四半期連結会計期間の期首より収益認識会計基準等を適用し、収益認識に関する会計処理方法を変更したため、事業セグメントの利益または損失の測定方法を同様に變更しております。この變更に伴い、従来の方法によった場合に比べ、当第1四半期連結累計期間の売上高が「PR・広告事業」で 1,140 百万円、「ビデオリリース配信事業」で 5 百万円、「ダイレクトマーケティング事業」で 109 百万円、「メディア CMS 事業」で 0 百万円、「HR 事業」で 33 百万円、それぞれ減少しております。なお、セグメント利益に与える影響は軽微であります。

（省略）

以上