

株式会社ベクトル

2024年2月期第1四半期
決算説明資料



2023年7月14日

目次

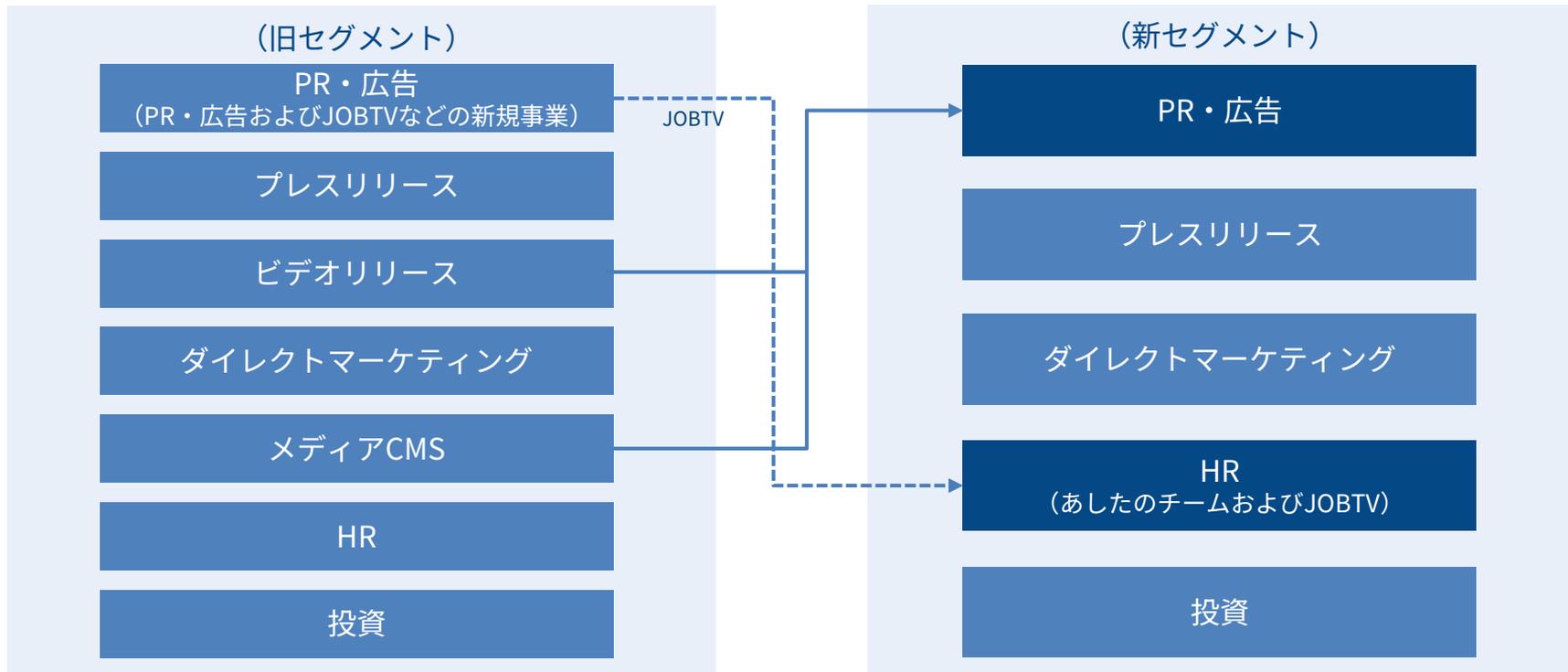
1. 四半期トピックス
2. 四半期決算
3. 中期利益計画
4. 経営戦略

四半期トピックス

調整後営業利益（営業利益に当社が付与する譲渡制限付株式報酬費用を足し戻して算出した指標）を開示しておりましたが、従来通り営業利益を重要な指標として、営業利益に一本化して開示いたします。

セグメント変更

当連結会計年度より「ビデオリリース」および「メディアCMS」を親和性の高い主力の「PR・広告」セグメントに統合
「PR・広告」に含んでいた採用マッチングプラットフォーム「JOBTV」を事業の実態に合わせ「HR」セグメントに変更



セグメント変更後のセグメント利益計画

セグメント変更に伴う、セグメント変更後の「PR・広告」および「HR」の利益計画は以下のとおり

セグメント別 利益計画 (単位：百万円)	2024年2月期 セグメント変更前 (計画)	増減	増減要因	2024年2月期 セグメント変更後 (計画)
営業利益	7,160	0		7,160
PR・広告	3,363	+380	ビデオ・メディアCMSを統合 JOBTVをHRに変更	3,743
プレスリリース	1,500	0		1,500
ビデオリリース	50	△50	PR・広告に統合	—
ダイレクトマーケ	974	0		974
メディアCMS	30	△30	PR・広告に統合	—
HR	400	△300	PR・広告からJOBTVを振替	100
投資	842	0		842

株式報酬費用を含めても、2026年2月期までの中期利益計画を達成できると判断したため、2024年2月期通期業績予想を上方修正しております。

業績予想の修正内容

2024年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	当初計画 2023年 4月14日公表	修正計画 2023年 7月14日修正	比較	2024年2月期 上期修正計画	2024年2月期 下期修正計画
売上高	63,000	63,000	100.0%	29,761	33,239
営業利益	7,160	7,260	101.4%	2,175	5,085
経常利益	7,160	7,260	101.4%	2,175	5,085
親会社株主に 帰属する当期純利益	4,000	4,070	101.8%	1,072	2,998

現在の市場動向および好調に推移している主力のPR・広告事業をはじめとした足元の事業状況や今後の成長性を踏まえて、**株式報酬費用を含めても、現在掲げている2026年2月期までの中期利益計画を達成できると判断したため、2024年2月期通期業績予想における営業利益以下を上方修正しております。**

※業績予想の修正開示基準に満たないため、業績予想の修正は開示しておりません

セグメント別利益計画

セグメント別利益計画 (単位：百万円)		2024年2月期 (当初計画) 2023年4月14日公表	2024年2月期 (修正計画) 2023年7月14日公表	比較
営業利益	連結	7,160	7,260	101.4%
	PR・広告	3,743	3,843	102.7%
	プレスリリース	1,500	1,500	100.0%
	ダイレクトマーケ	974	974	100.0%
	HR	100	100	100.0%
	投資	842	842	100.0%

PR・広告事業が順調に推移し、今後も高い成長を持続していく点を踏まえて、PR・広告セグメントにおいて利益計画を変更しております。なお、第1四半期よりセグメント変更を実施したため、PR・広告セグメントに含めておりましたJOBTVの利益計画△300百万円をHRセグメントに振り替えております。

※ビデオリリース、メディアCMSの当初計画数値はPR・広告セグメントに合算しております

四半期決算

売上高

147.5億円

(前年同期比112.4%)

売上
総利益

90.0億円

(前年同期比103.2%)

EBITDA※

15.9億円

(前年同期比95.5%)

営業
利益

14.1億円

(前年同期比95.7%)

経常
利益

13.7億円

(前年同期比92.6%)

親会社株主に帰属する
四半期
純利益

7.2億円

(前年同期比86.4%)

※ 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）



主力のPR・広告が堅調に推移し業績を牽引

- ①モノの広め方が4マス広告からデジタルに移行したことで、
当社の掲げる「FAST COMPANY」戦略に時代が適合
- ②当社は広告代理店と違い、企業のニュースやコンテンツを作る
最先端のPRを加えることでコストを抑制した広告出稿が可能
- ③デジタル領域のM&Aによりサービス拡充を図ったことで、
コミュニケーション戦略を総合的にサポートする体制を強化

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

売上高

営業利益

第1四半期累計期間事業概要

連結業績

147.5億円
(前年同期比112.4%)

14.1億円
(前年同期比95.7%)

- **主力のPR・広告が26.8%増と業績を牽引し、過去最高の連結売上高を更新**
- **ダイレクトマーケティングは獲得効率を踏まえ、広告宣伝費をコントロール**
- **プレスリリースは計画通りに広告投下**

PR・広告

92.6億円
(前年同期比126.8%)

12.0億円
(前年同期比134.4%)

- **M&Aによるデジタル領域のサービス拡充効果が表れ、海外事業の赤字を補い過去最高の売上高・営業利益を更新**
- **デジタル領域のサービス拡充のため、トライハッチ社のM&Aを実施**

プレスリリース (PR TIMES)

16.0億円
(前年同期比116.3%)

3.4億円
(前年同期比80.3%)

- **過去最高の売上高を更新**
- **利用企業社数が83,000社を突破**
- **計画通り「PR TIMES」の利用促進や新規事業に向けた広告宣伝費を投下**
- **グルコース社を連結子会社化**

※第1四半期累計期間より、「PR・広告」に「ビデオリリース」「メディアCMS」を統合しております

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

33.3億円

(前年同期比95.2%)

営業利益

HR

5.5億円

(前年同期比85.3%)

0.2億円

(前年同期比2.0億円増)

△0.7億円

(前年同期比0.8億円減)

投資

1.0億円

(前年同期比22.8%)

△0.8億円

(前年同期比4.0億円減)

第1四半期累計期間事業概要

- ・新規顧客の獲得効率を踏まえて、広告宣伝費を投下したことで、黒字で着地
- ・**第2四半期は積極的な広告投下を予定**
- ・ターミナリアファーストが好調を維持
- ・商品ラインナップの拡大に向けて準備

- ・あしたのチームは、ARRの減少に伴い前期から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**47百万円の黒字を確保**
- ・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
- ・**第2四半期は株価動向に応じて積極的に保有株式の一部を売却する見込み**
- ・有望なベンチャー企業に積極的に投資

※第1四半期累計期間より、「PR・広告」に含まれていた「JOBTV」を「HR」に変更しております

通期業績予想に対する進捗状況

2024年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2024年2月期 (計画)	2024年2月期 1Q末時点	進捗率	2024年2月期 上期計画	2024年2月期 下期計画
売上高	63,000	14,758	23.4%	29,761	33,239
営業利益	7,260	1,414	19.5%	2,175	5,085
経常利益	7,260	1,377	19.0%	2,175	5,085
親会社株主に 帰属する当期純利益	4,070	722	17.8%	1,072	2,998

第1四半期は、ダイレクトマーケティングにおいて獲得効率を踏まえ、広告宣伝費をコントロールしておりましたが、それを考慮しても全体として好調に推移しており、第2四半期から積極的な広告投下を実施する予定ではあるものの、上期計画に対しては、おおむね計画通りに着地する見込みです。

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)	2024年2月期 (計画)	2024年2月期 1Q末時点	進捗率
営業利益	連結	7,260	1,414	19.5%
	PR・広告	3,843	1,205	31.4%
	プレスリリース	1,500	343	22.9%
	ダイレクトマーケ	974	23	2.4%
	HR	100	△76	—
	投資	842	△81	—

主力のPR・広告につきましては、好調な滑り出しで今後も継続して業績を牽引する見込みであり、ダイレクトマーケティングにおいては、第2四半期から広告投下を実施し拡大していくこと、HRおよび投資においては、おおむね計画通りであることを踏まえれば、全てのセグメントが順調に進捗しております。

※ビデオリリース、メディアCMSの当初計画数値はPR・広告セグメントに合算しております

連結売上高推移

2024年2月期第1四半期の連結売上高は、**過去最高の14,758百万円**（前年同期比**112.4%**）

単位：百万円

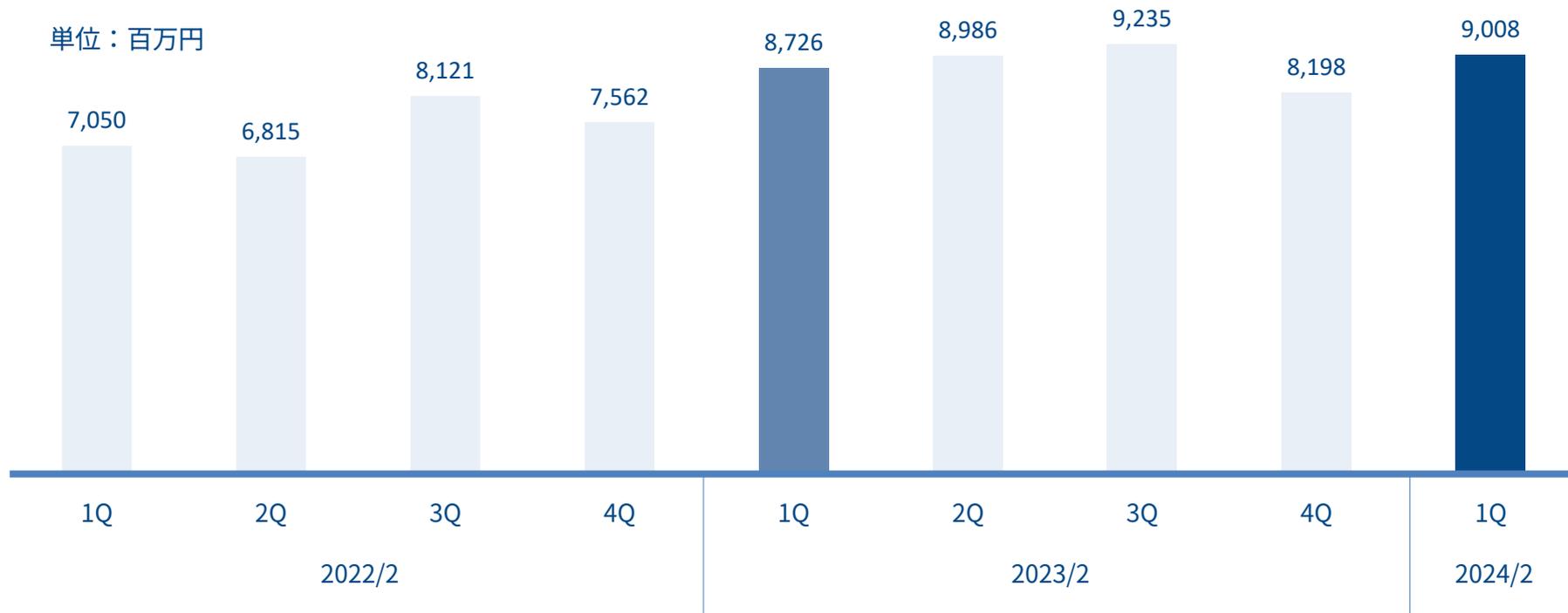


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております

連結売上総利益推移

2024年2月期第1四半期の連結売上総利益は、**第1四半期としては過去最高の9,008百万円**（前年同期比**103.2%**）

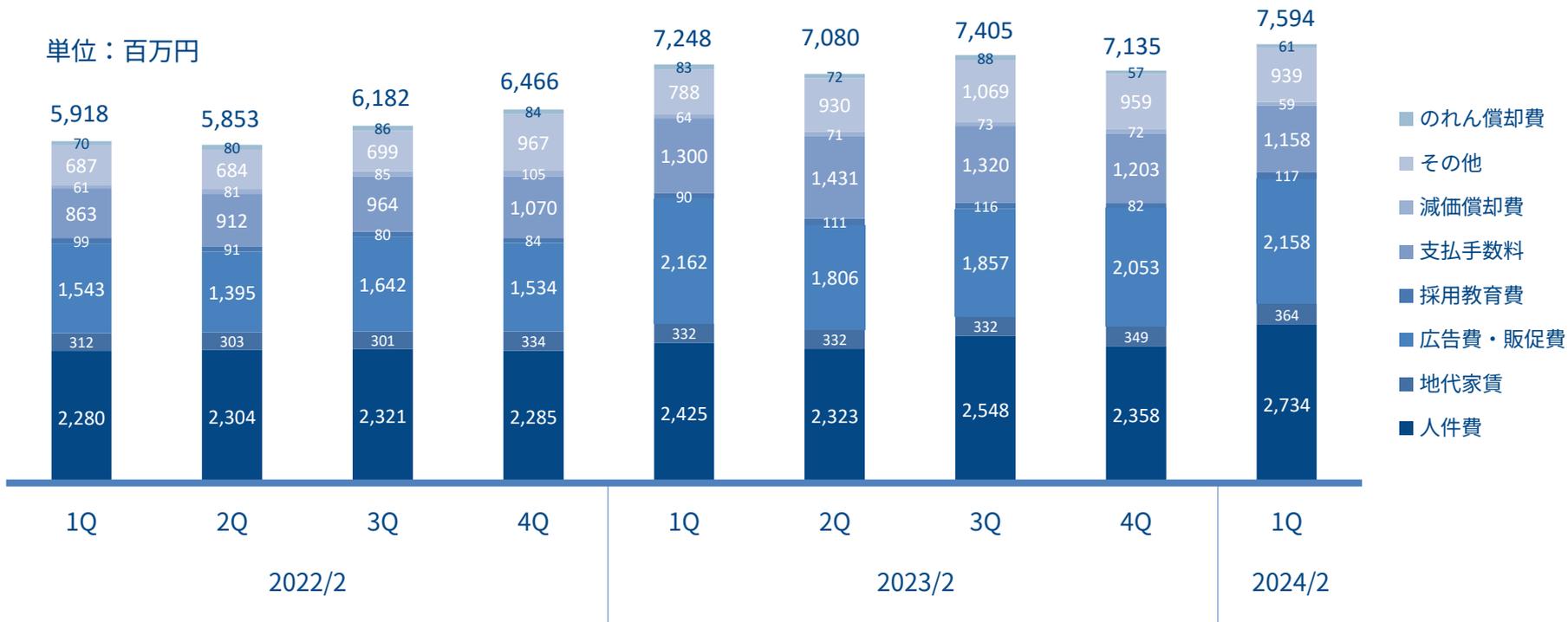
単位：百万円



販売管理費推移

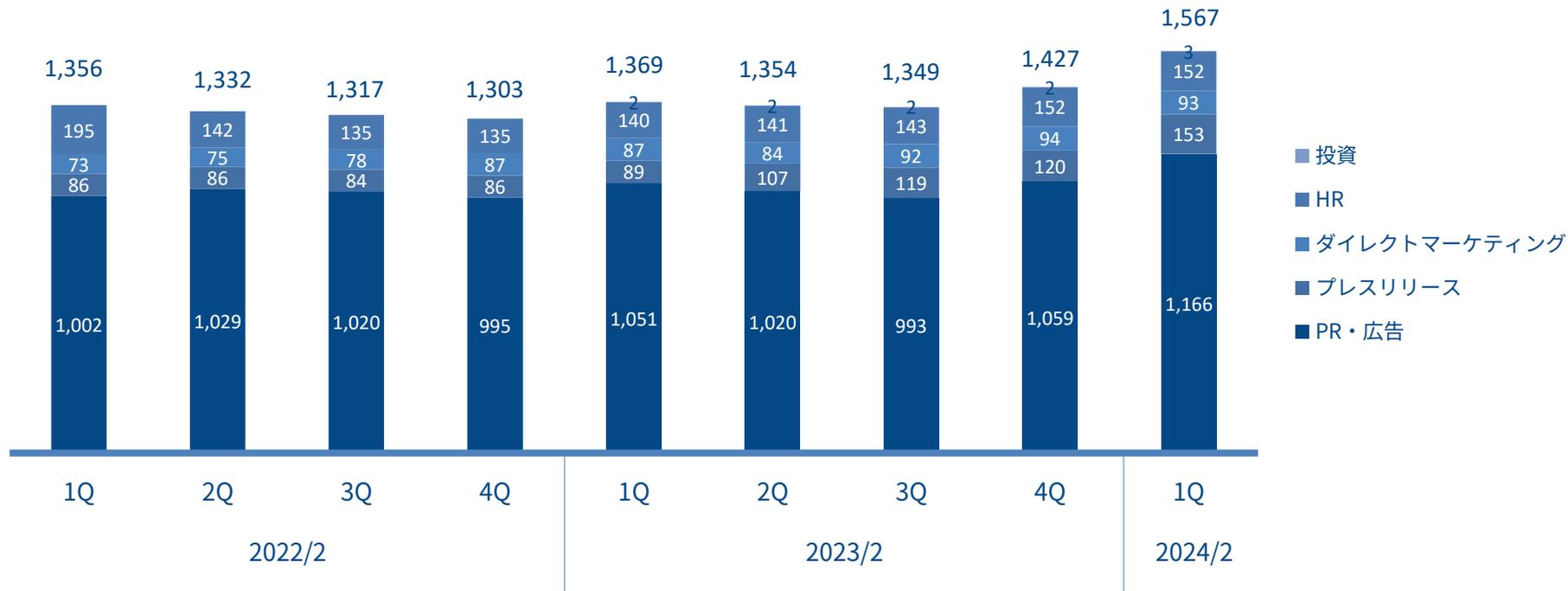
2024年2月期第1四半期の販売管理費は、人件費が増加し7,594百万円（前年同期比104.8%）

単位：百万円



連結従業員数推移（四半期推移）

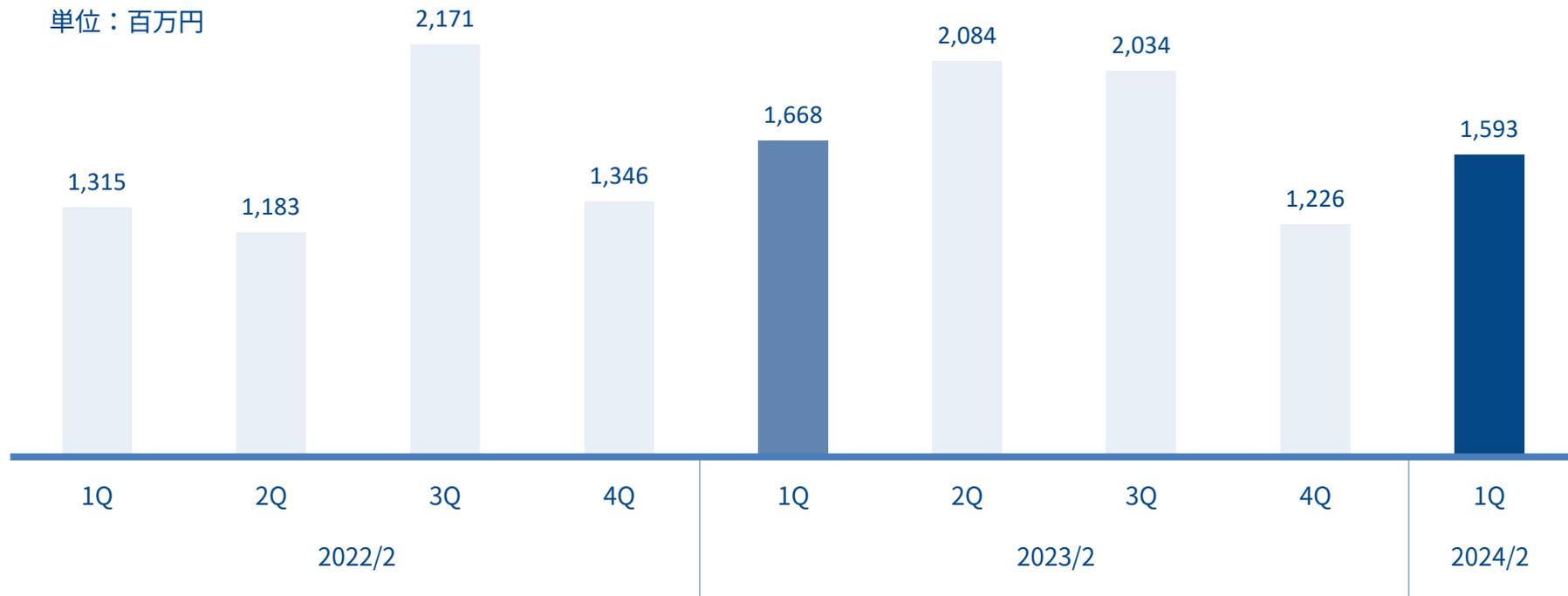
2024年2月期第1四半期の連結従業員数は、新卒社員の入社によりPR・広告事業で増加し1,567人



※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

2024年2月期第1四半期のEBITDAは、**1,593**百万円（前年同期比**95.5%**）

単位：百万円

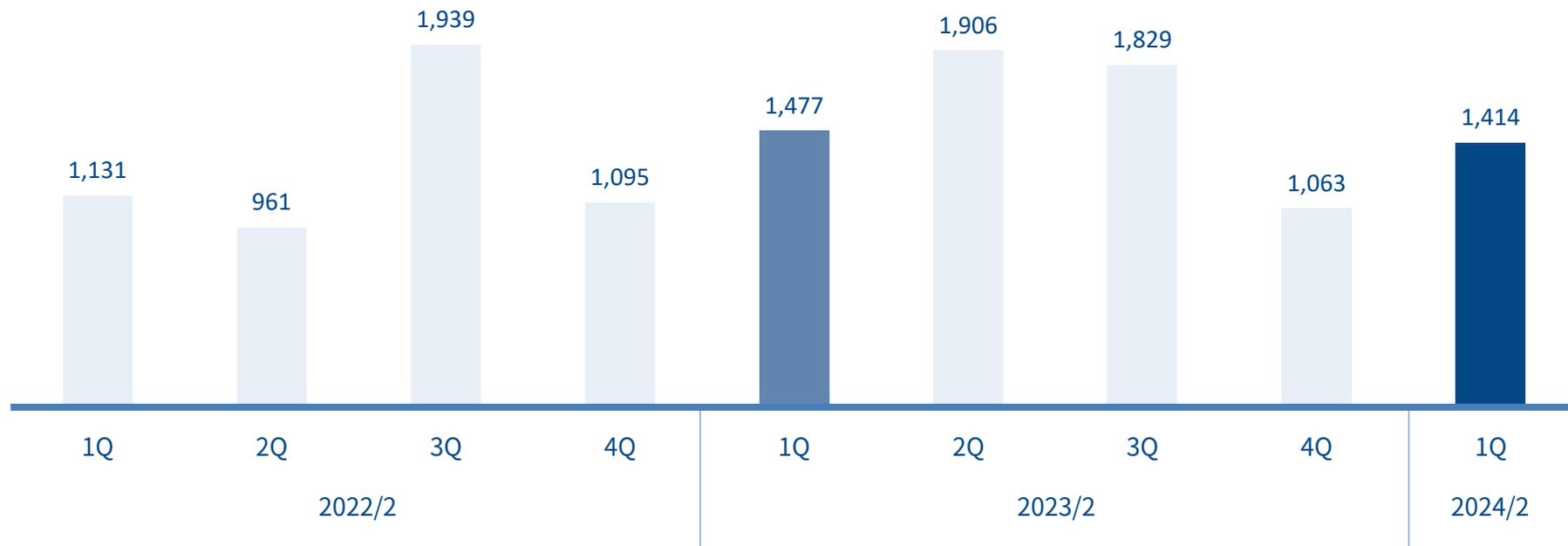


※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

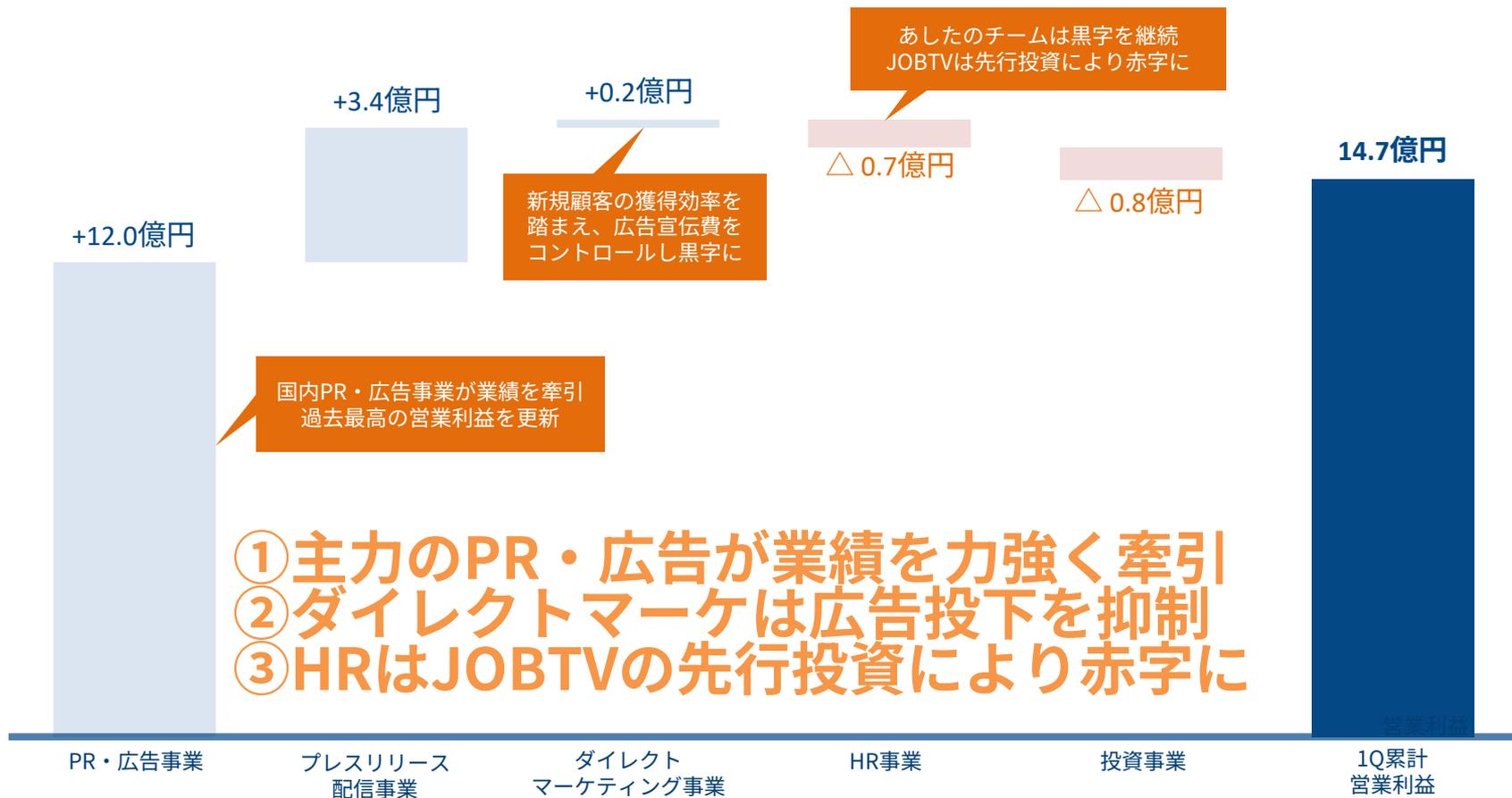
連結営業利益推移

2024年2月期第1四半期の連結営業利益は、販売管理費が大きく増加する中でも、**1,414**百万円（前年同期比**95.7%**）

単位：百万円

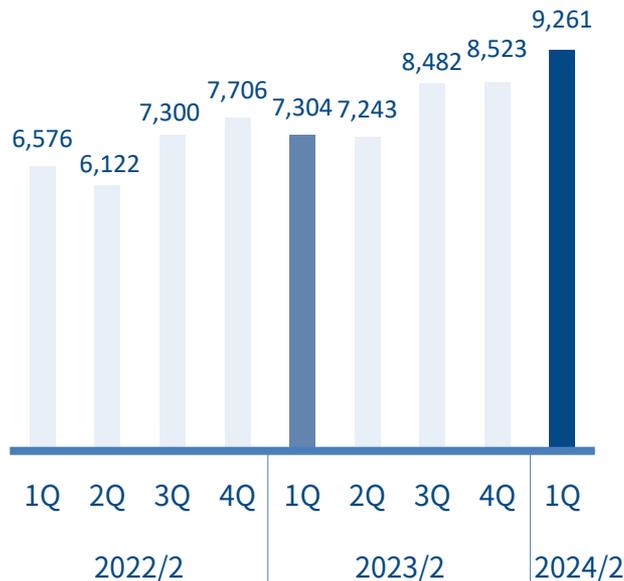


営業利益（セグメント別内訳）



2024年2月期第1四半期は、デジタル領域のサービス拡充効果が表れ、**過去最高の売上高・営業利益を更新**
第2四半期以降も、顧客のコミュニケーション戦略をワンストップで支援することで顧客単価の上昇を目指す

【売上高（百万円）】

9,261百万円（前年同期比**126.8%**）

【売上総利益（百万円）】

4,643百万円（前年同期比**117.1%**）

【営業利益（百万円）】

1,205百万円（前年同期比**134.4%**）

※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

※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

リテナー契約件数の獲得目標

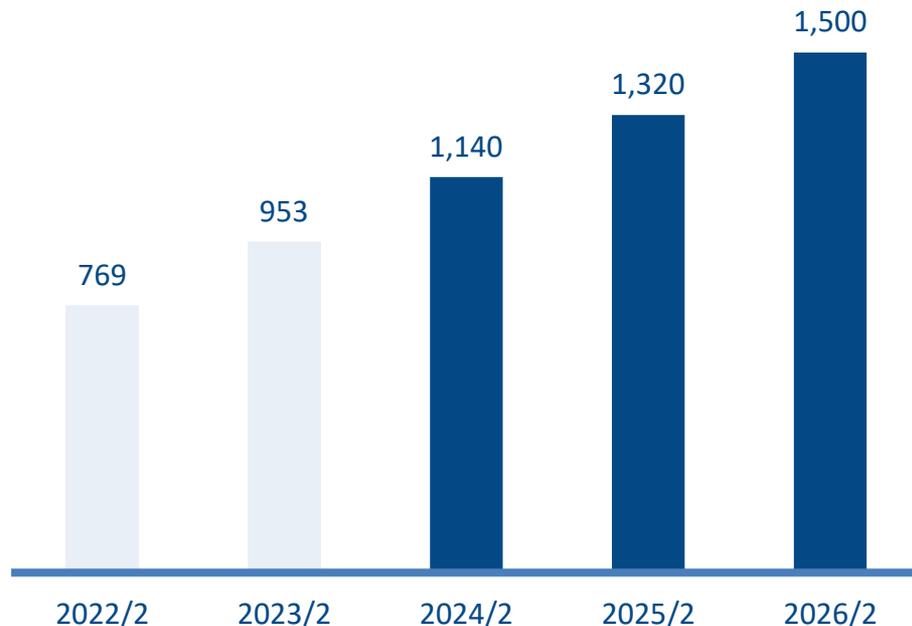
PR事業の安定した収益基盤となるリテナー契約件数を2026年2月期までに1,500社の獲得を目指す
2024年2月期においては、リテナー契約件数1,140件を目標とし、顧客エンゲージメントの強化を図る



情報コンテンツ開発

TV	NEWSPAPER	MAGAZINE
WEB	SOCIAL MEDIA	

【リテナー獲得件数（戦略PR子会社のみ）】



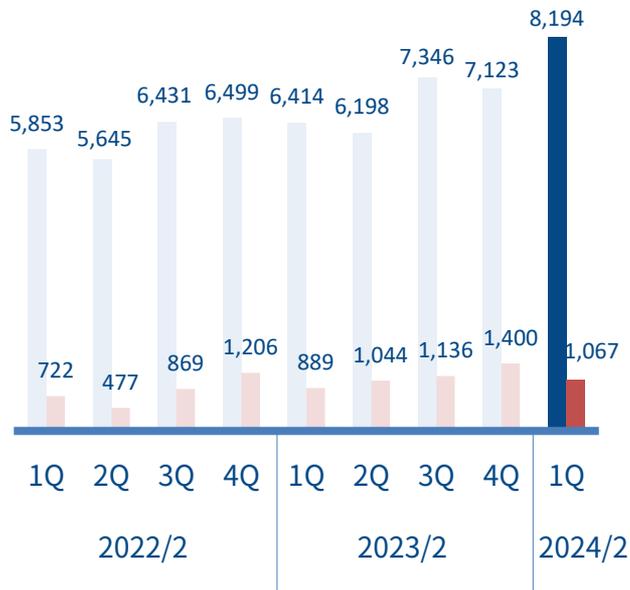
※リテナー契約：契約期間が3ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

PR・広告事業（地域別_国内 / 海外）

第1四半期は、海外事業の赤字が縮小したことに加え、国内事業が大きく業績を牽引
 第2四半期は、海外事業の赤字が続くが、好調を維持する国内事業の業績が補う見込み

【売上高（百万円）】

8,194百万円（国内） / 1,067百万円（海外）



【売上総利益（百万円）】

4,374百万円（国内） / 269百万円（海外）



【営業利益（百万円）】

1,267百万円（国内） / △61百万円（海外）



タクシーサイネージ事業

第1四半期は、広告出稿意欲が強くメディア枠の販売も好調だったことで、前年同期比で増収に
第2四半期以降は、タクシーサイネージの配信ノウハウを活かした事業展開を進め収益基盤を強化

【売上高（百万円）】 1,005百万円（前年同期比103.0%）

【売上総利益（百万円）】 494百万円（前年同期比102.8%）



※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



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
2022年10月から156%UPした大画面の新型サイネージを導入
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

2024年2月期第1四半期は、TVCMなどの広告投下を実施したことから減益になるも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）】

1,608百万円（前年同期比**116.3%**）



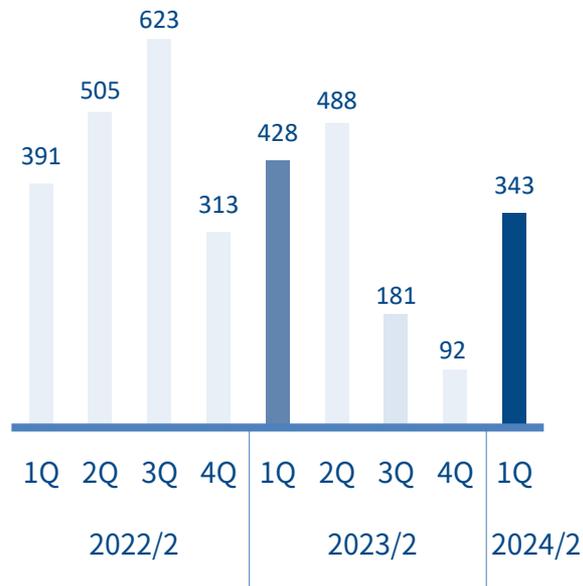
【売上総利益（百万円）】

1,407百万円（前年同期比**115.2%**）



【営業利益（百万円）】

343百万円（前年同期比**80.3%**）



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）】 83,548社（前年同期比120.6%）



【プレスリリース配信数（件）】 91,205件（前年同期比111.7%）



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83,000社以上、上場企業の55%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 **55%** 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</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ンコーナー</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>
-----------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

200媒体以上掲載！



2018年8月29日
東証1部市場変更



ダイレクトマーケティング事業

2024年2月期第1四半期は、獲得効率を踏まえ、広告投下を抑制したことから、減収増益に
第2四半期は、広告投下をより加速することで新規顧客の増加を図り、売上高の拡大を目指す

【売上高（百万円）】

3,333百万円（前年同期比95.2%）



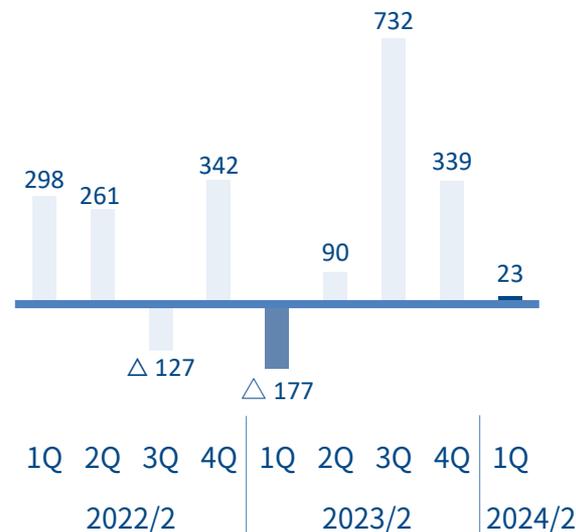
【売上総利益（百万円）】

2,657百万円（前年同期比96.1%）



【営業利益（百万円）】

23百万円（前年同期比201百万円増）



※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

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、現在も順調に業績が拡大
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**1,383万個を突破**

Vitabrid C¹²



世界で唯一、ビタミンC12時間浸透を実現したパウダー。
美肌用化粧品、発毛促進剤、さらには機能性表示食品も展開

売上高
125.4億円
2023年2月

102.1億円
2022年2月

98.9億円
2021年2月

83.6億円
2020年2月

63.1億円
2019年2月

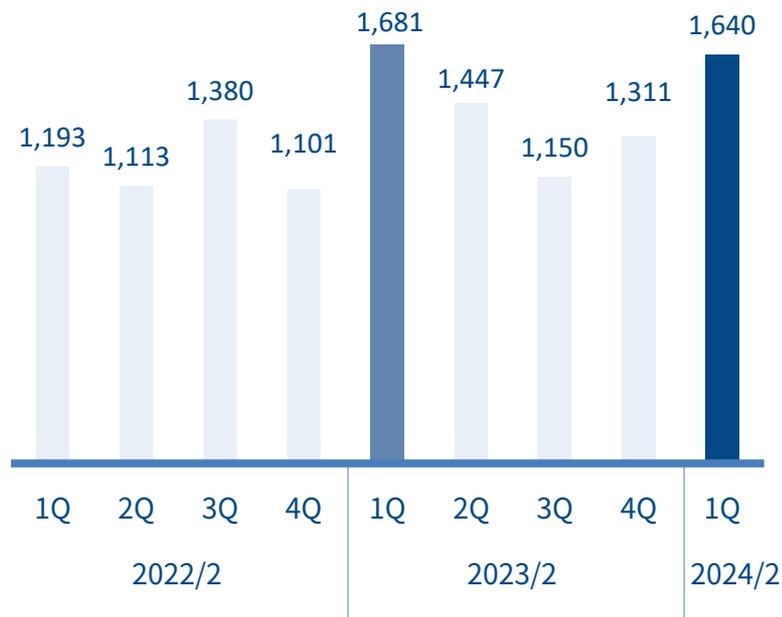


「ターミナリアファースト」は発売開始から好調を維持し、累計販売個数**580万個を突破**

広告宣伝費と販売個数の推移

第1四半期は、前期並みに広告投下を実施するも広告効率の調整を図ったことで販売個数は減少
第2四半期は、第1四半期に広告効率を高めたことを踏まえ、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）】 1,640百万円（前年同期比97.6%）



【販売個数（千個）】 828千個（前年同期比95.3%）



※広告宣伝費および販売個数はビタブリッドジャパンのみ

2024年2月期第1四半期は、あしたのチームが黒字を確保するもJOBTVの先行投資により赤字に
第2四半期は、あしたのチーム・JOBTVともに売上高を増加させることで収益基盤の強化を図る

【売上高（百万円）】

558百万円（前年同期比85.3%）



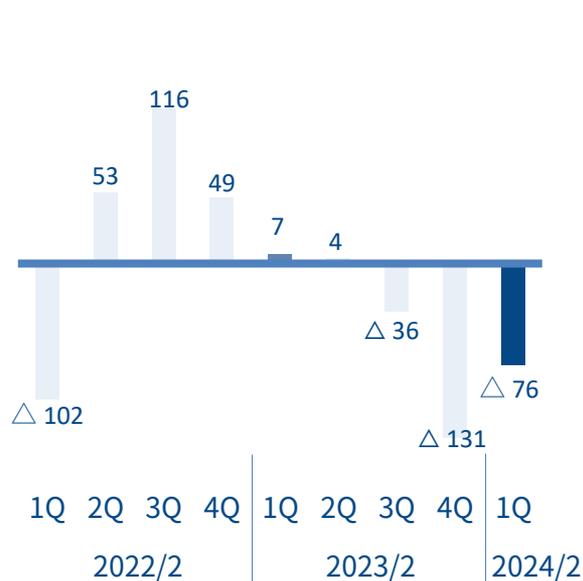
【売上総利益（百万円）】

428百万円（前年同期比82.0%）



【営業利益（百万円）】

△76百万円（前年同期比83百万円減）



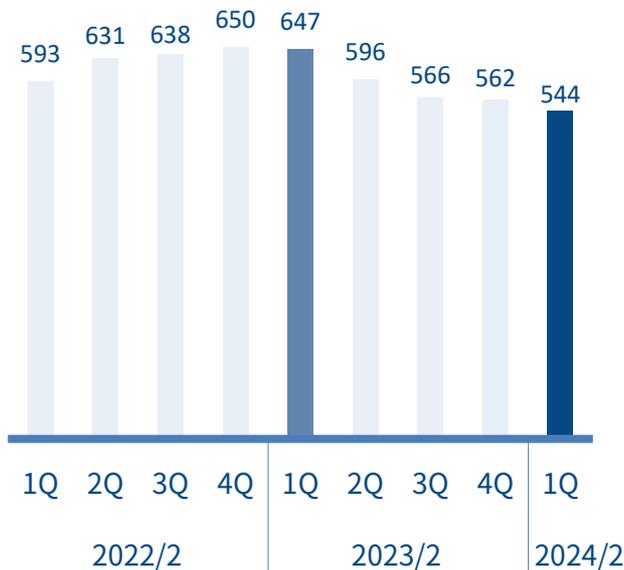
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております
 ※セグメント変更に伴い、2023年2月期以前の数値をセグメント変更後の数値に組み替えております

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を確保
 第2四半期も、第3四半期以降の売上高拡大に向けて、一定の広告投下をしながらSaaS型商材の販売体制を強化

【売上高（百万円）】

544百万円（前年同期比84.1%）



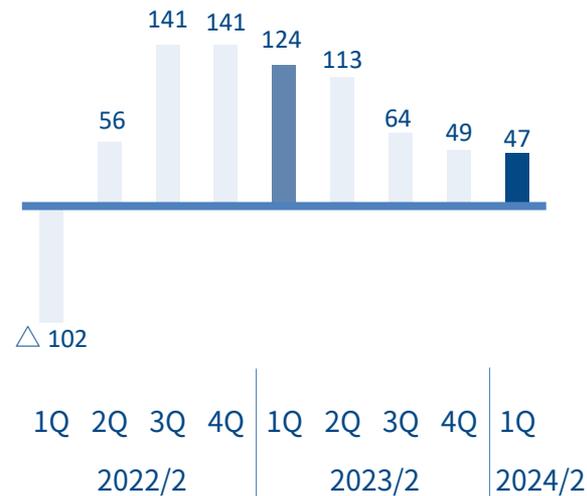
【売上総利益（百万円）】

417百万円（前年同期比80.4%）



【営業利益（百万円）】

47百万円（前年同期比37.9%）

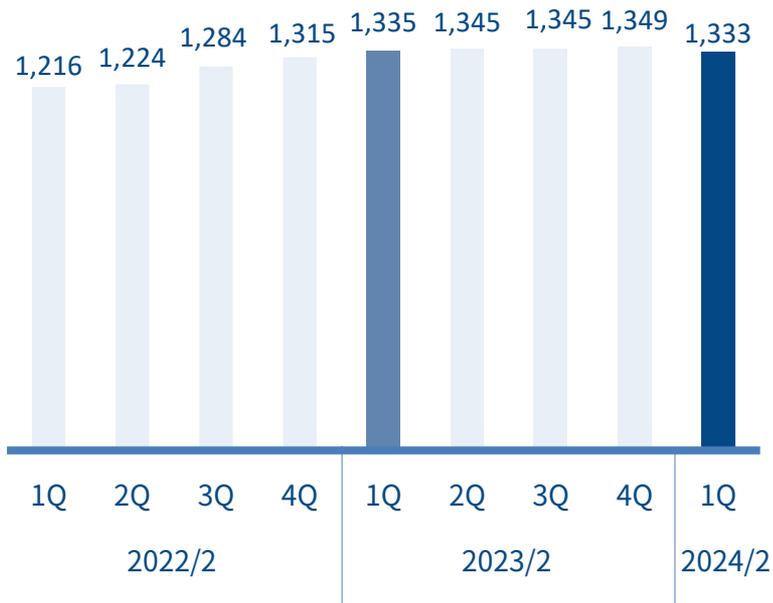


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております

利用企業社数とARRの推移

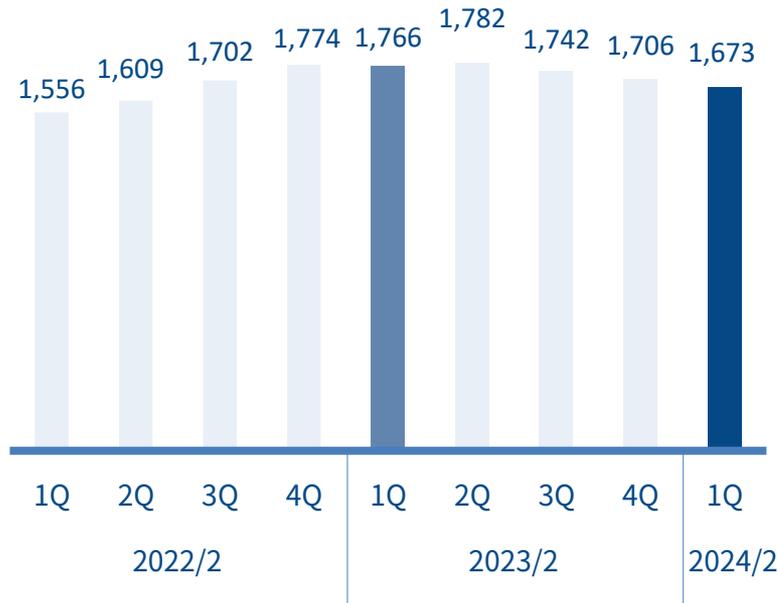
第1四半期は、解約率は一定に推移しながらも、新規獲得が鈍化したため、利用企業社数とARRが減少
第2四半期は、第1四半期の傾向が続く見込みだが、第3四半期以降は利用企業社数・ARRが回復する見込み

【利用企業社数（社）】 1,333社（前年同期比99.9%）



※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）】 1,673百万円（前年同期比94.7%）



※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

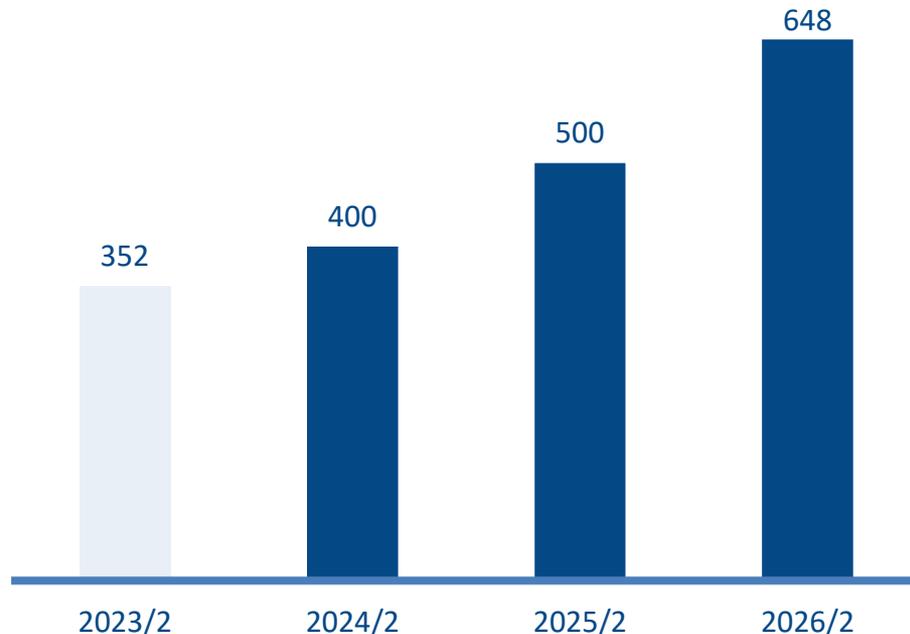
SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、648百万円まで拡大予定

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）】

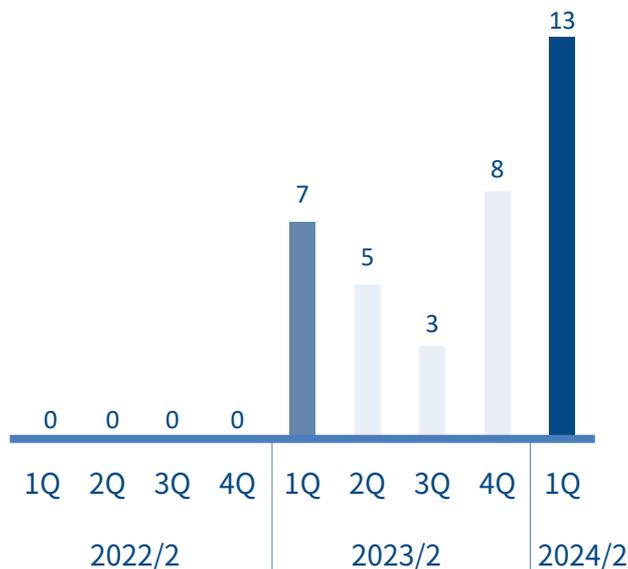


HR事業 (JOBTV)

第1四半期は、登録者数の増加を図るための広告費や機能改善に向けた開発費を投下したことで収益基盤を強化
 第2四半期以降は、取得したビジコネット社との連携によりマーケティングコストの最適化と売上高の拡大を図る

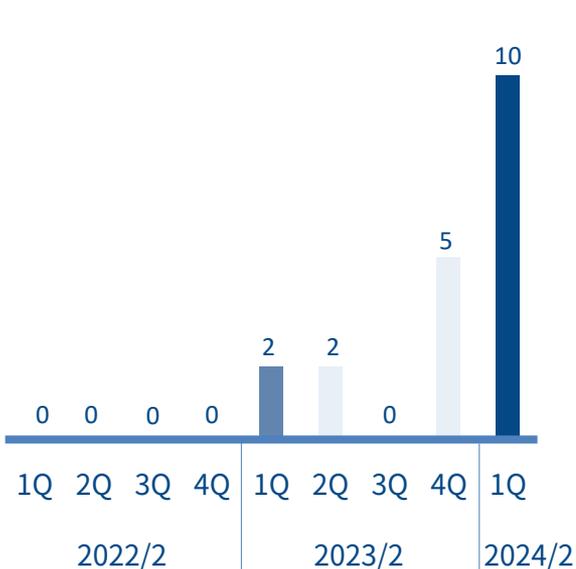
【売上高 (百万円)】

13百万円 (前年同期比182.6%)



【売上総利益 (百万円)】

10百万円 (前年同期比377.4%)



【営業利益 (百万円)】

△123百万円 (前年同期比6百万円減)



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！

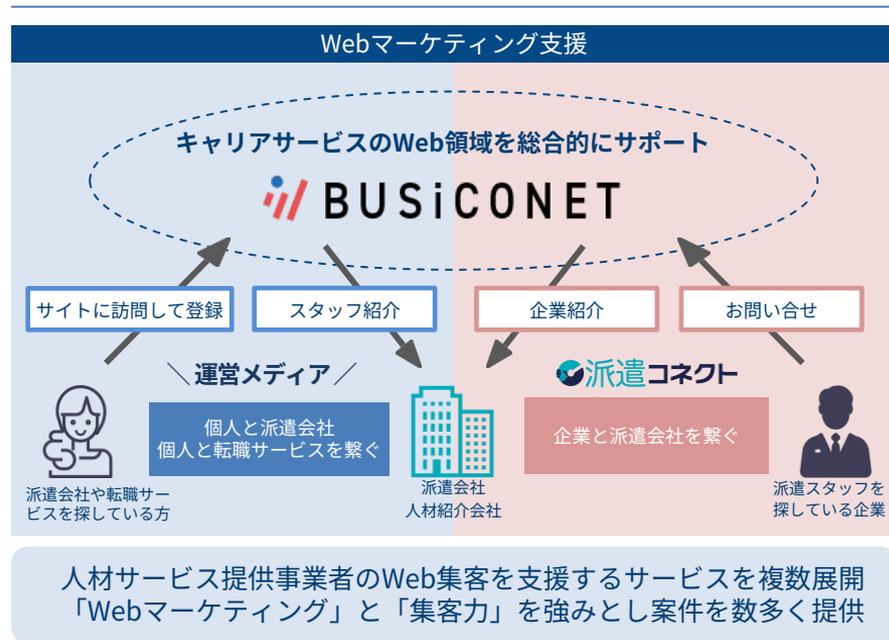
ビジコネット取得によるシナジー

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



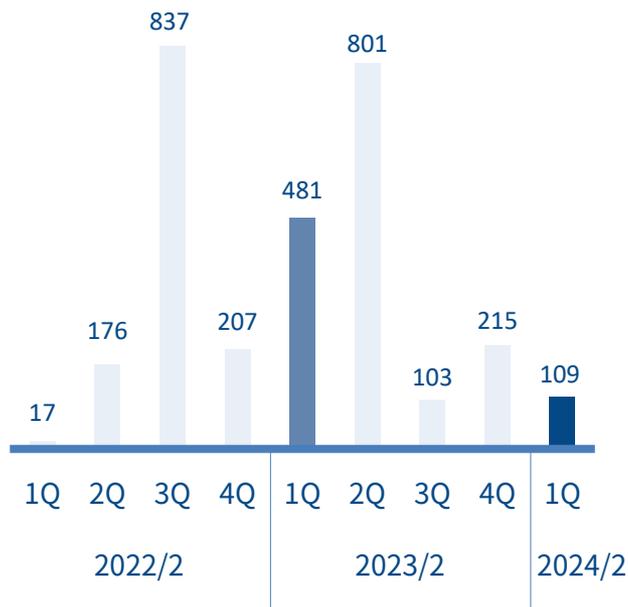
JOBTVは、新卒支援・転職支援・メディア・派遣の4事業を軸として、人材マーケットで拡大を目指す
新卒支援・メディアで強固な収益基盤を構築しながら、人材支援事業のブランド強化を実現していく方針



2024年2月期第1四半期は、保有株式の一部を売却しつつも、評価損を計上したことで、営業赤字に
第2四半期は、一定の評価損が見込まれる中でも、保有株式の売却により、営業利益を確保する見込み

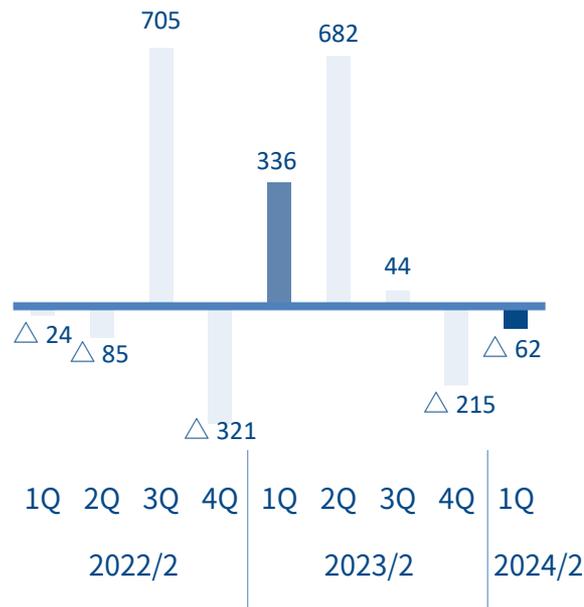
【売上高（百万円）】

109百万円（前年同期比22.8%）



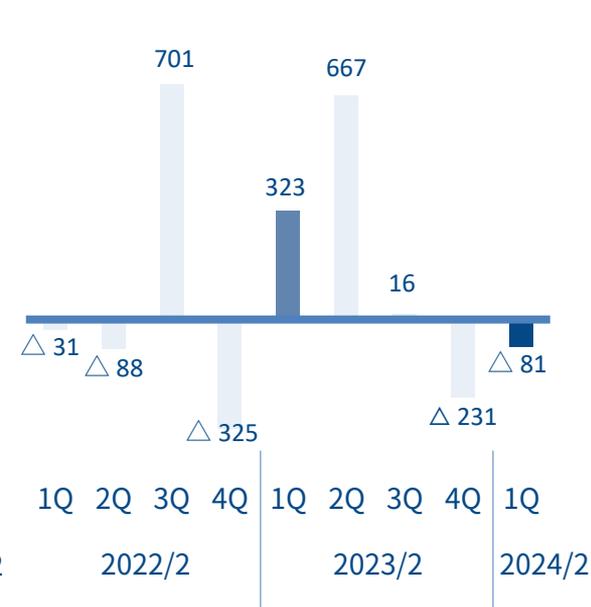
【売上総利益（百万円）】

△62百万円（前年同期比399百万円減）



【営業利益（百万円）】

△81百万円（前年同期比404百万円減）



投資による直近のIPO実績

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30社）
「W TOKYO」「シーラテクノロジーズ」が上場し、直近のIPO実績は2社に

上場日	社名	市場
2023年6月29日	 W TOKYO	東証グロース
2023年3月31日	 シーラテクノロジーズ	NASDAQ

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)	2023年2月期 第1四半期	2024年2月期 第1四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	13,132	14,758	+1,625	112.4%
売上総利益	8,726	9,008	+282	103.2%
E B I T D A	1,668	1,593	△74	95.5%
営業利益	1,477	1,414	△62	95.7%
経常利益	1,487	1,377	△109	92.6%
税金等調整前 四半期純利益	1,484	1,378	△105	92.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	836	722	△113	86.4%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2023年2月期末	2024年2月期 第1四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	36,343	39,016	+2,672	107.4%
現預金	13,372	12,745	△627	95.3%
のれん	1,780	2,107	+326	118.4%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	5,495	7,372	+1,876	134.1%
その他	15,694	16,790	+1,095	107.0%
負 債 合 計	20,584	22,135	+1,551	107.5%
借入金+社債	9,756	10,710	+953	109.8%
その他	10,827	11,425	+597	105.5%
純 資 産	15,759	16,880	+1,120	107.1%

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 (計画)	2025年2月期 (計画)	2026年2月期 (計画)
EBITDA	7,013	7,920	9,160	10,660
営業利益	6,276	7,260	8,500	10,000

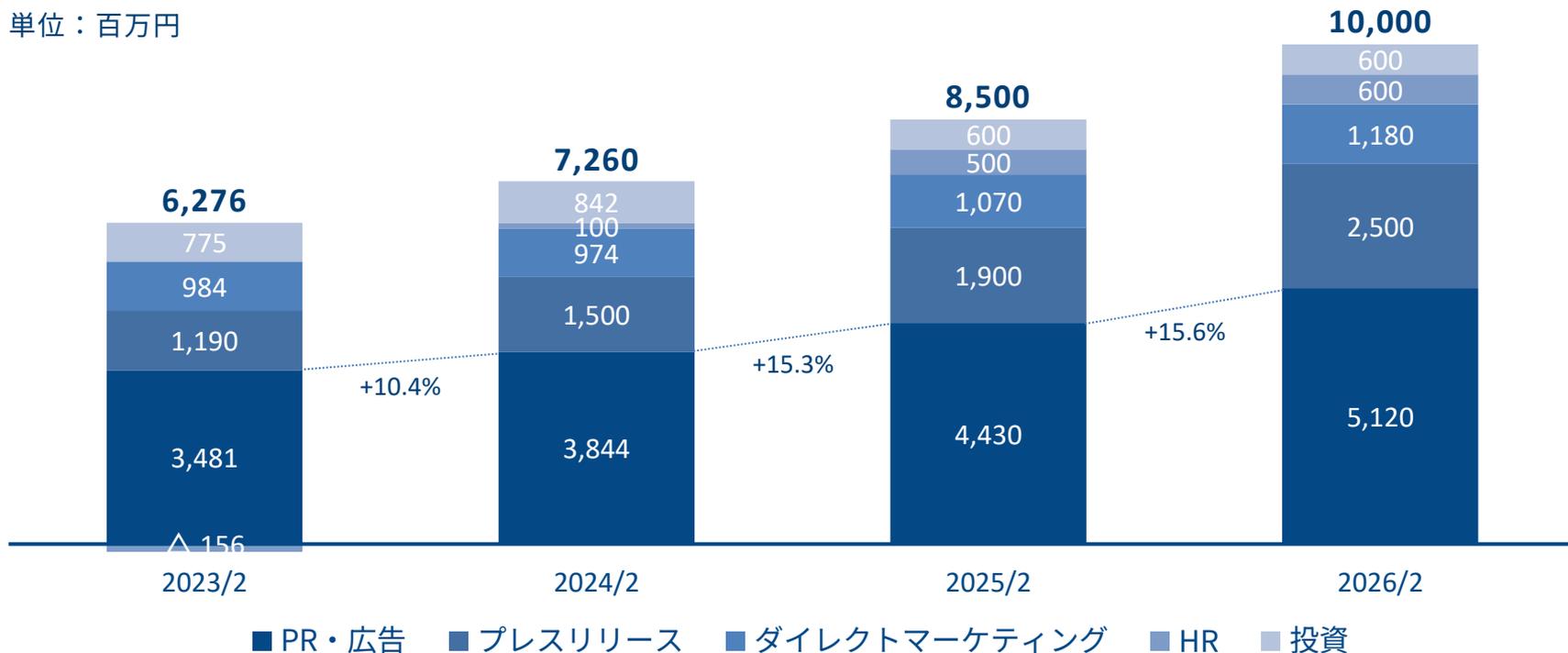
- **2026年2月期は、EBITDA10,660百万円、営業利益10,000百万円を計画**しております
- ROEにつきましては、**25%以上**を目安として継続的な改善を目指してまいります
- 当社の配当方針につきましては、**連結配当性向30%**を目安に株主の皆様へ還元しております
- 今後の市場状況および実績等を踏まえ、中期利益計画を適宜アップデートしてまいります

※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

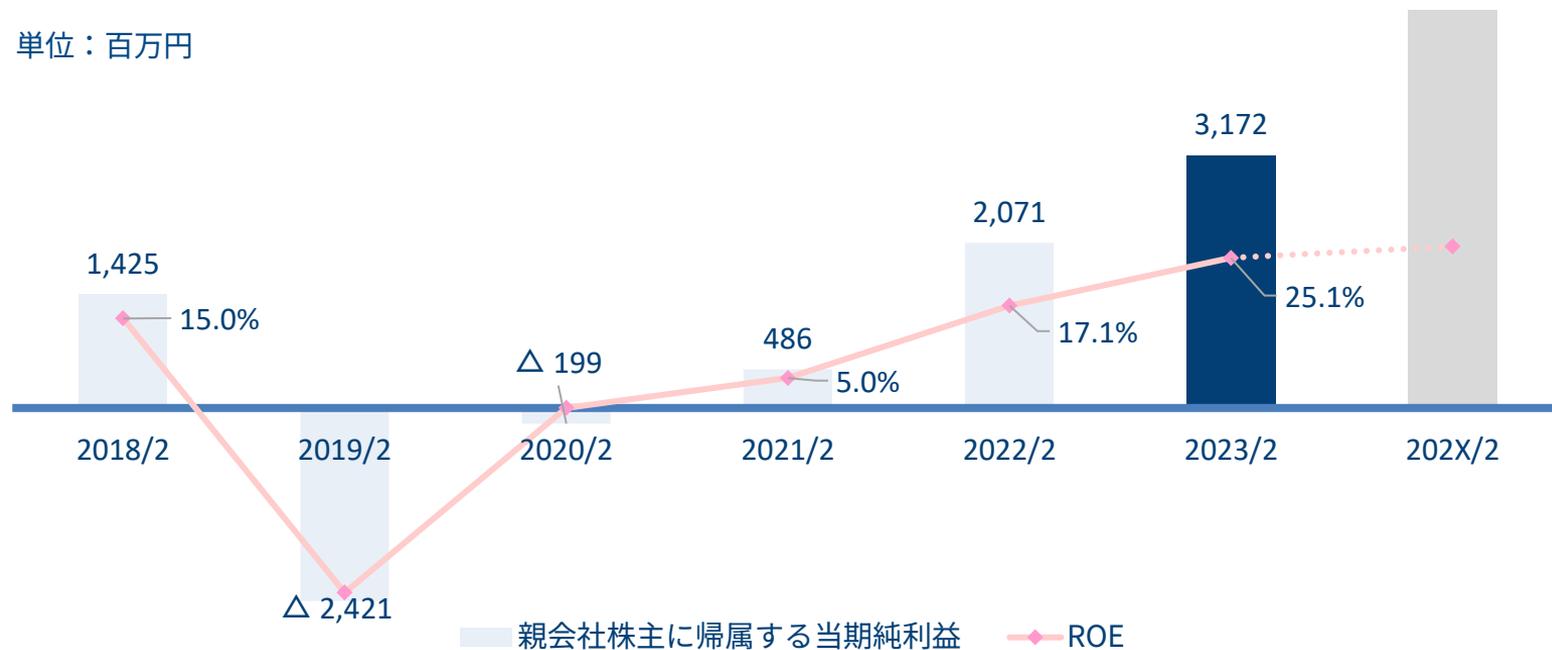
単位：百万円



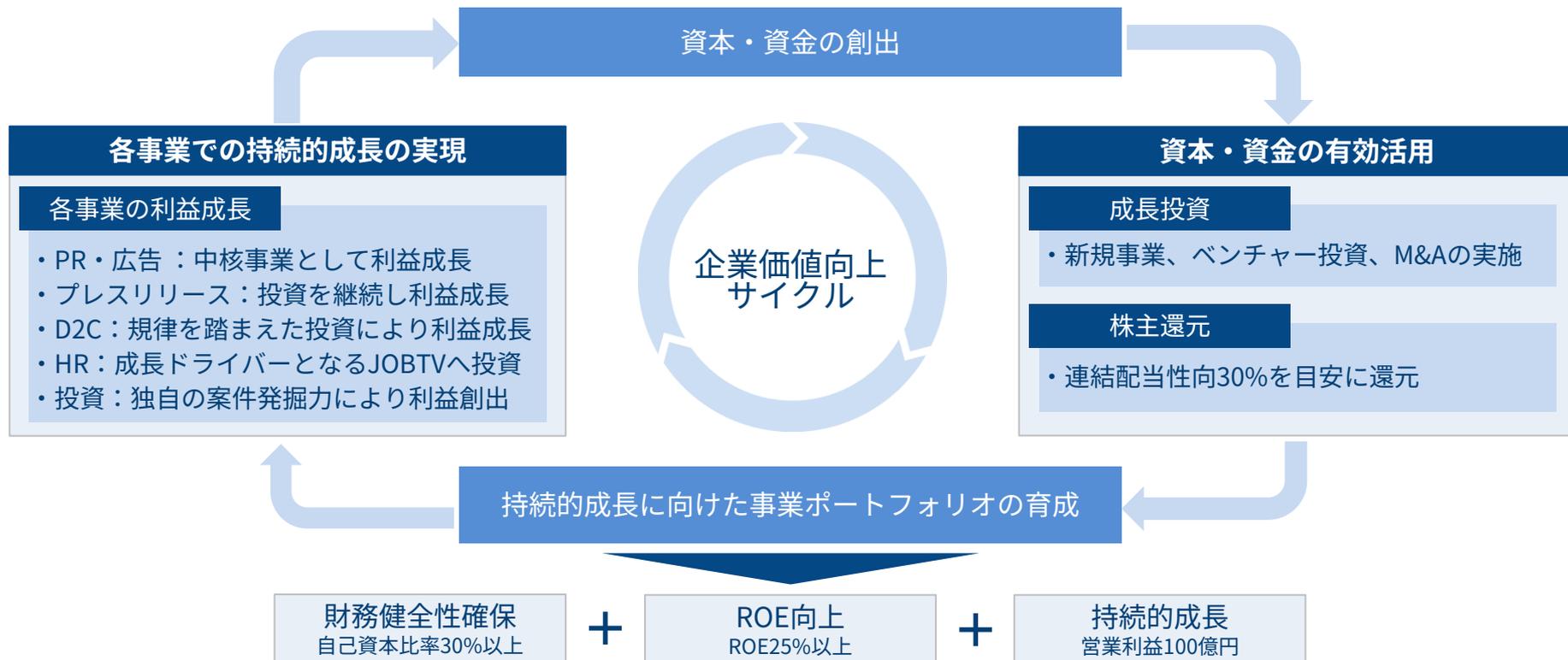
ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

経営指標とするROEは、**25%以上**を目安として継続的に改善していく方針

単位：百万円

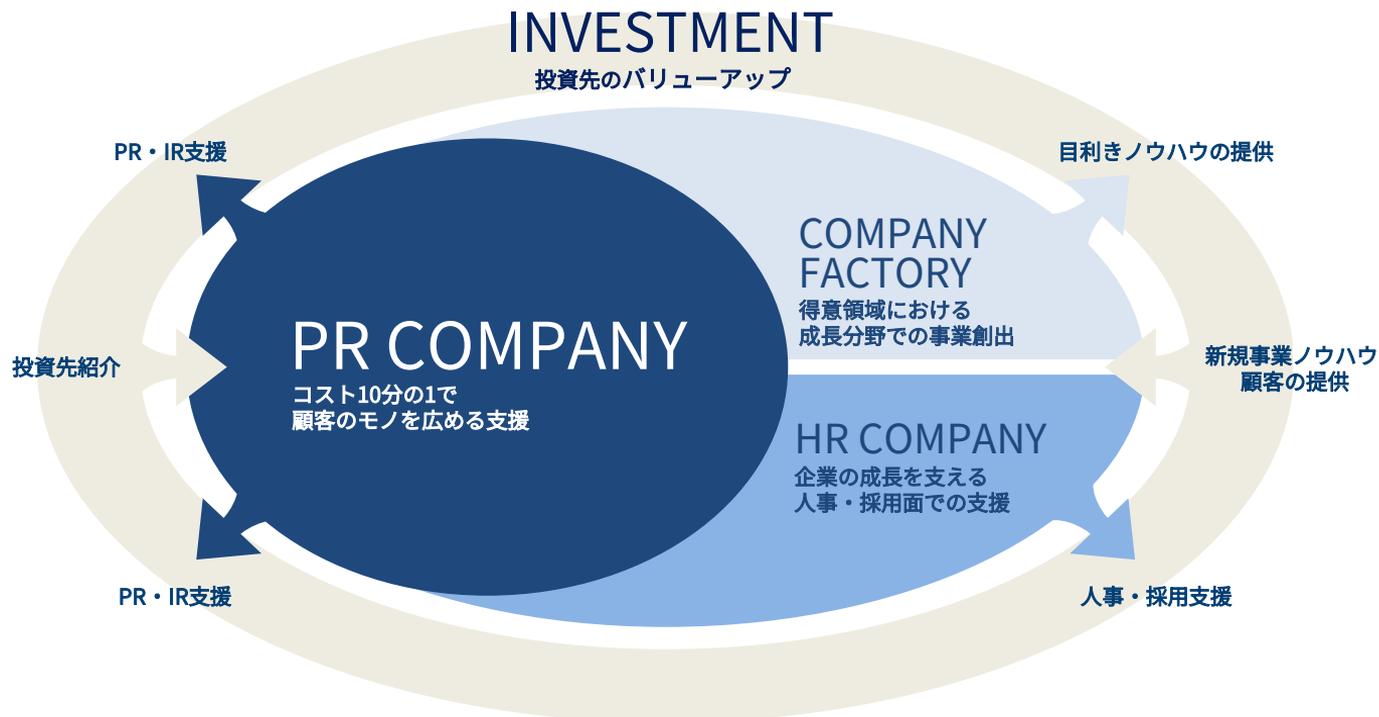


営業キャッシュ・フローから得たキャッシュを成長投資および株主還元のアロケーション



ベクトルグループ事業構想図

モノを広める支援を図る「PR COMPANY」、人事・採用面での支援を図る「HR 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4つの事業領域により顧客企業の成長を支援し、継続したグループの拡大を目指す



ベクトルグループを構成する事業群

PR COMPANY	COMPANY FACTORY	HR COMPANY	INVESTMENT
PR・プレスリリース・デジタルマーケ	D2C	人事評価	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>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、顧客と直接接点を持つ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>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>
       	<p>新規事業</p>  <p>これ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とパートナーの強みを活用した新規事業を展開</p>   	<p>採用支援</p>  <p>採用活動の入り口に求職者と企業の双方が動画を活用することで、双方が抱える採用における課題を解決し、スピーディなマッチングを実現</p> 	 

經營戰略

グローバルPR企業ランキングアジア1位・世界7位に選出 世界14位から7位にランクアップし、世界を代表する企業に

2023	2022	Agency	HQ	Fee Income 2022 (\$)	Fee Income 2021 (\$)	Staff	Growth vs 2021 (USD)	vs 2021 (Constant Currency)
1	1	Edelman ^{nb}	USA	1,079,738,000	984,921,000	6,433	9.6%	9.6%
2	2	Weber Shandwick ^{nb}	USA	920,000,000	860,000,000		7.0%	7.0%
3	3	BCW	USA	840,000,000	772,000,000		8.8%	8.8%
4	4	FleishmanHillard ^{nb}	USA	750,000,000	680,000,000		10.3%	10.3%
5	5	Ketchum ^{nb}	USA	600,000,000	550,000,000		9.1%	9.1%
6	7	Real Chemistry ^{nb}	USA	555,000,000	475,000,000	1,977	16.8%	16.8%
7	14	Vector Inc. ^{nb}	Japan	494,080,000	292,400,000	1,421	69.0%	69.0%
8	6	Brunswick	UK	471,900,000	469,125,000	1,250	0.6%	12.2%
9	9	MSL	France	425,000,000	387,000,000	2,110	9.8%	9.8%
10	8	FGS Global ^{nb}	USA	421,000,000	390,000,000	1,099	7.9%	7.9%

※出所：PRovoke media 2023 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1,000億円



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

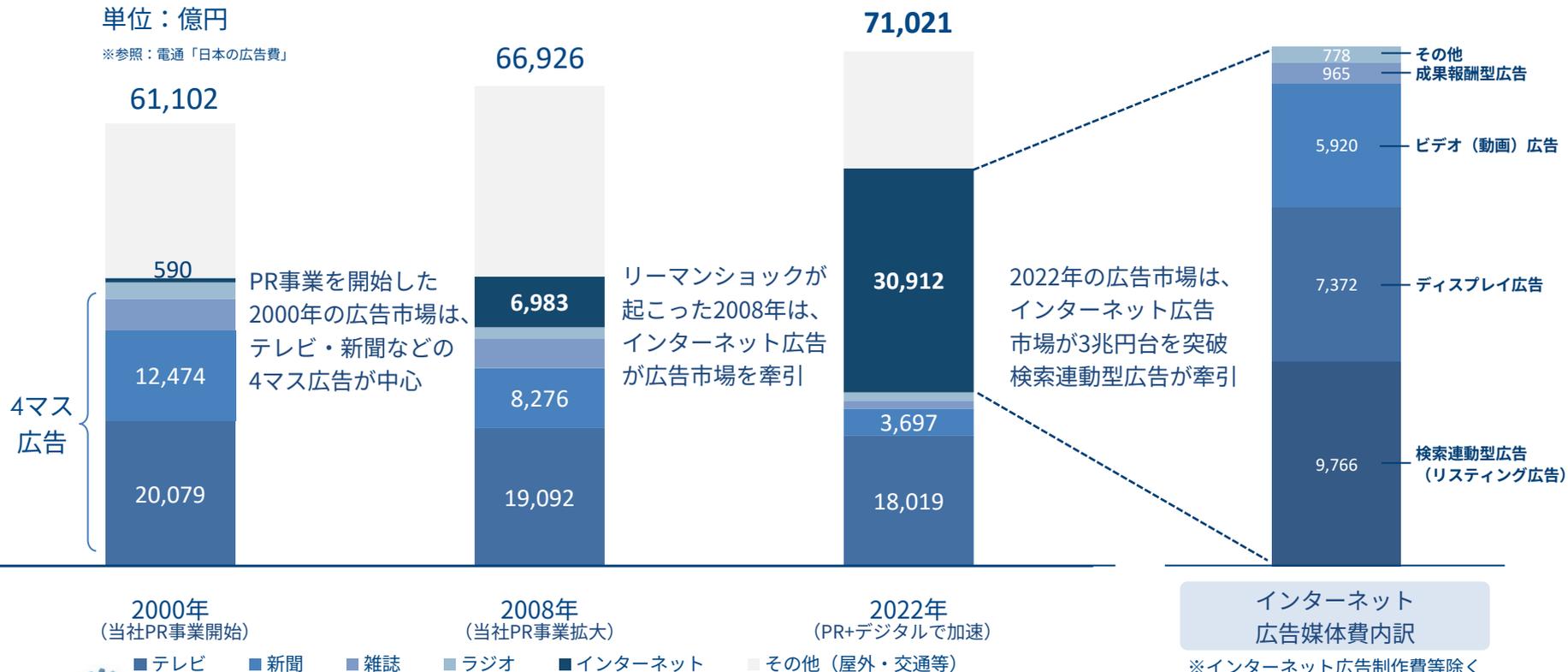
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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

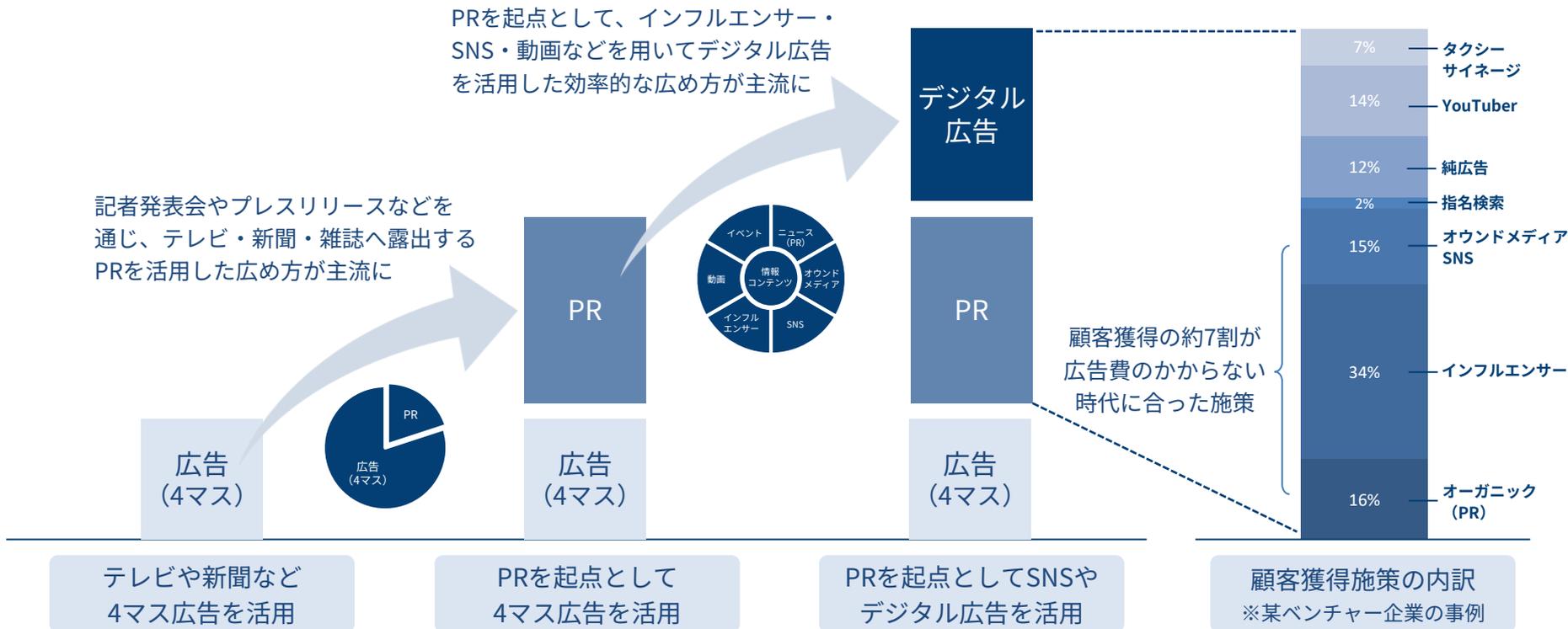
4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に

単位：億円

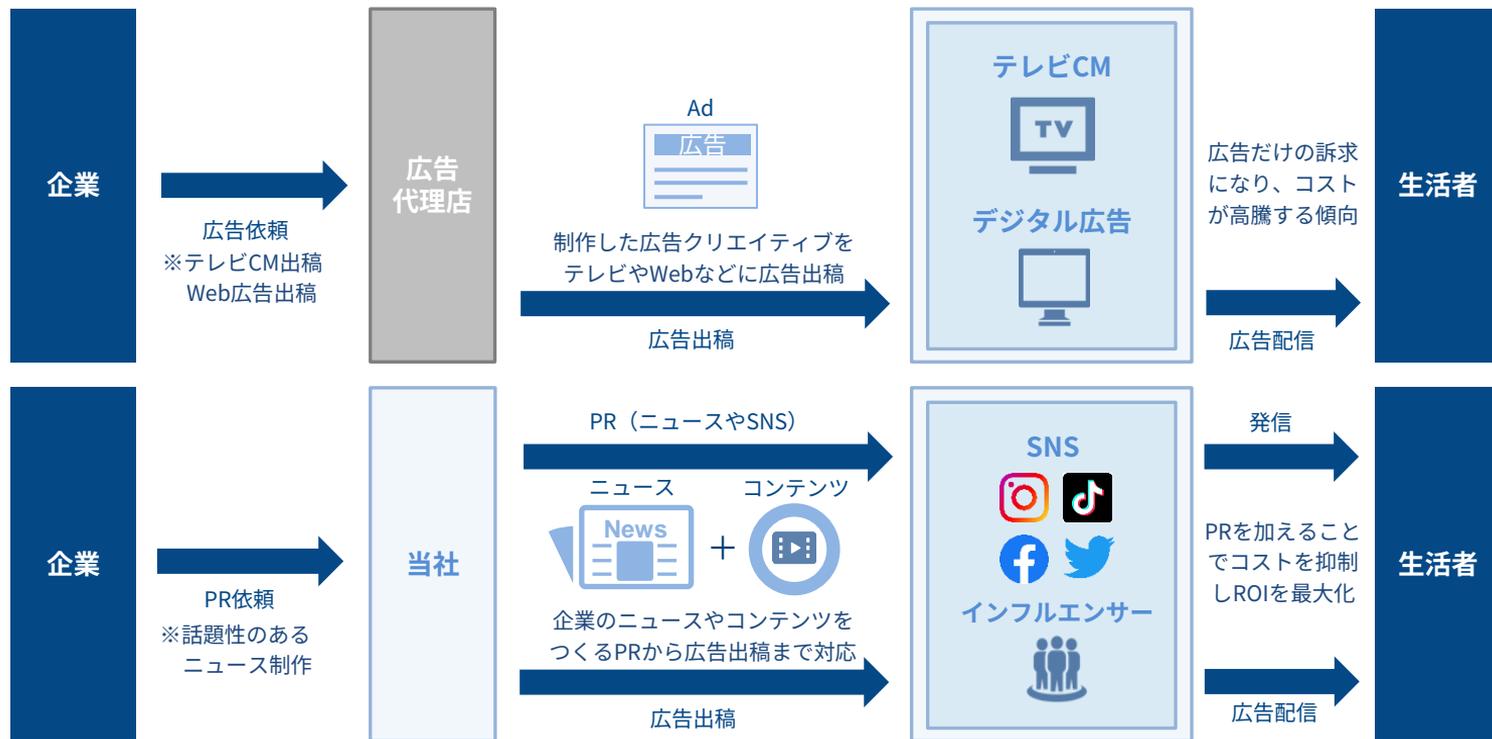
※参照：電通「日本の広告費」



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



話題となるキーワードを創出し、PR×SNS×アドテクで広めることが可能

事例：「イェーパオズ」開業



コミュニケーション全体戦略

コンセプト策定



ガチ中華

コミュニケーション設計

認知 ▶ 理解 ▶ 興味



実行施策

PR



日本初上陸「イェーパオズ」
2022年5月14日販売開始



縦型動画



SNS



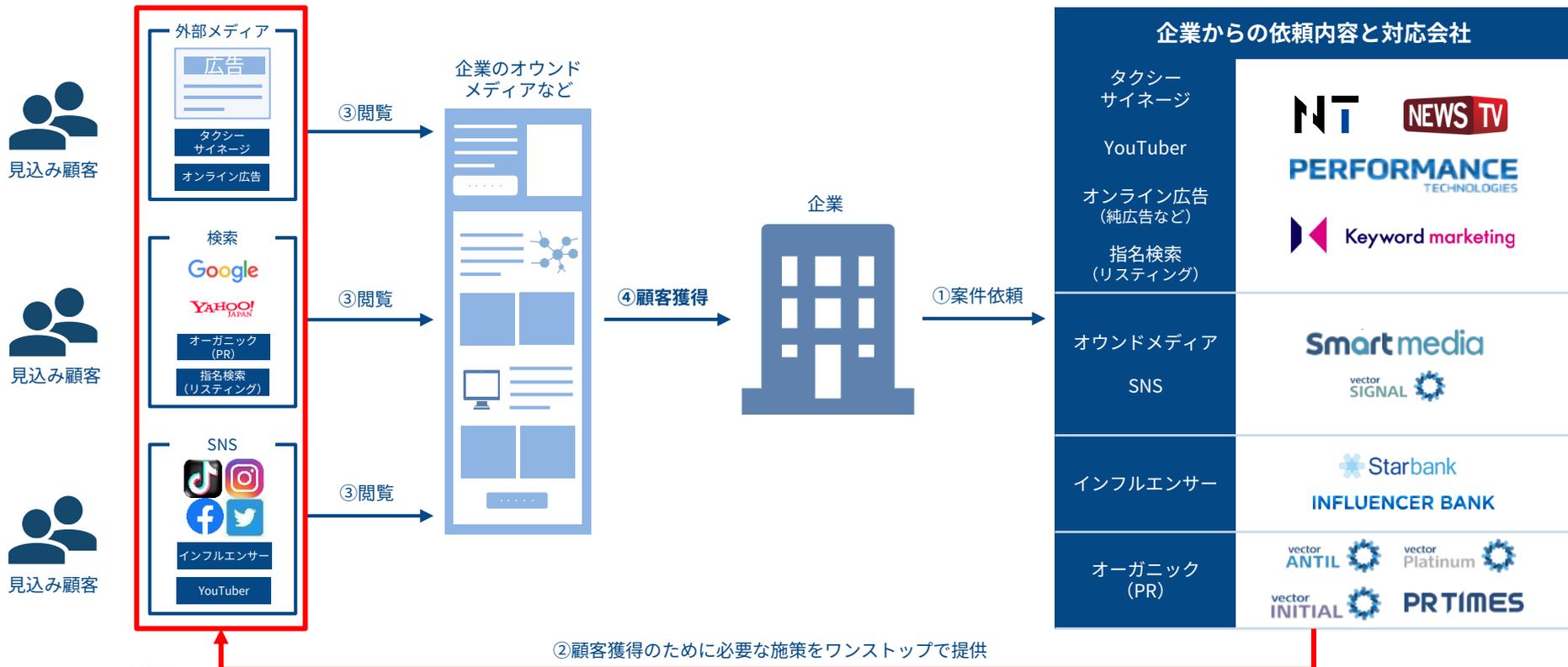
タレント



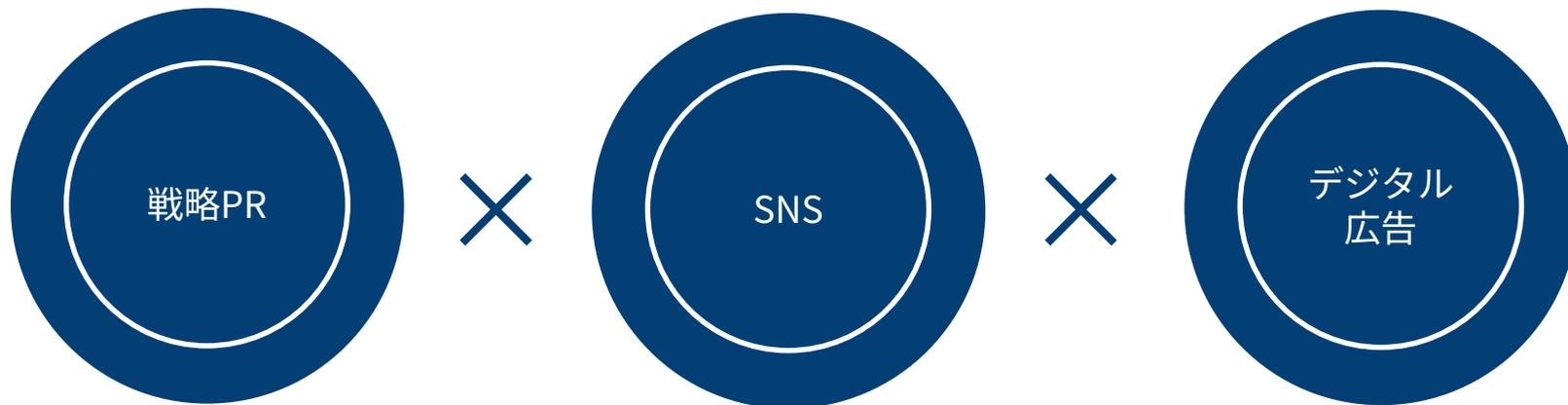
中国で行列ができる大人気の肉まん専門店「イェーパオズ」が日本初上陸するタイミングで話題を最大化させることが課題。コンセプト策定からキーワード創出、施策の実行まで支援

「ガチ中華」「日本初上陸」「一口肉まん」など話題となるキーワードを創出しPRと縦型動画を用いてメディアに露出させるとともに広告配信を通じて爆発的に話題化させることに成功。「ガチ中華」は2022年のトレンドに

企業の顧客獲得に必要な施策をワンストップで提供



「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。

★ 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>8万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55%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>vector SIGNAL</p> <p>NT</p> <p>Smart media</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

50,000,000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

M&AによるFAST COMPANY構想の強化

広告市場において、毎年増加傾向にあるインターネット広告予算の受け皿を拡大すべく、デジタルマーケティング領域を中心としたM&Aを加速し、FAST COMPANY構想を強化

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

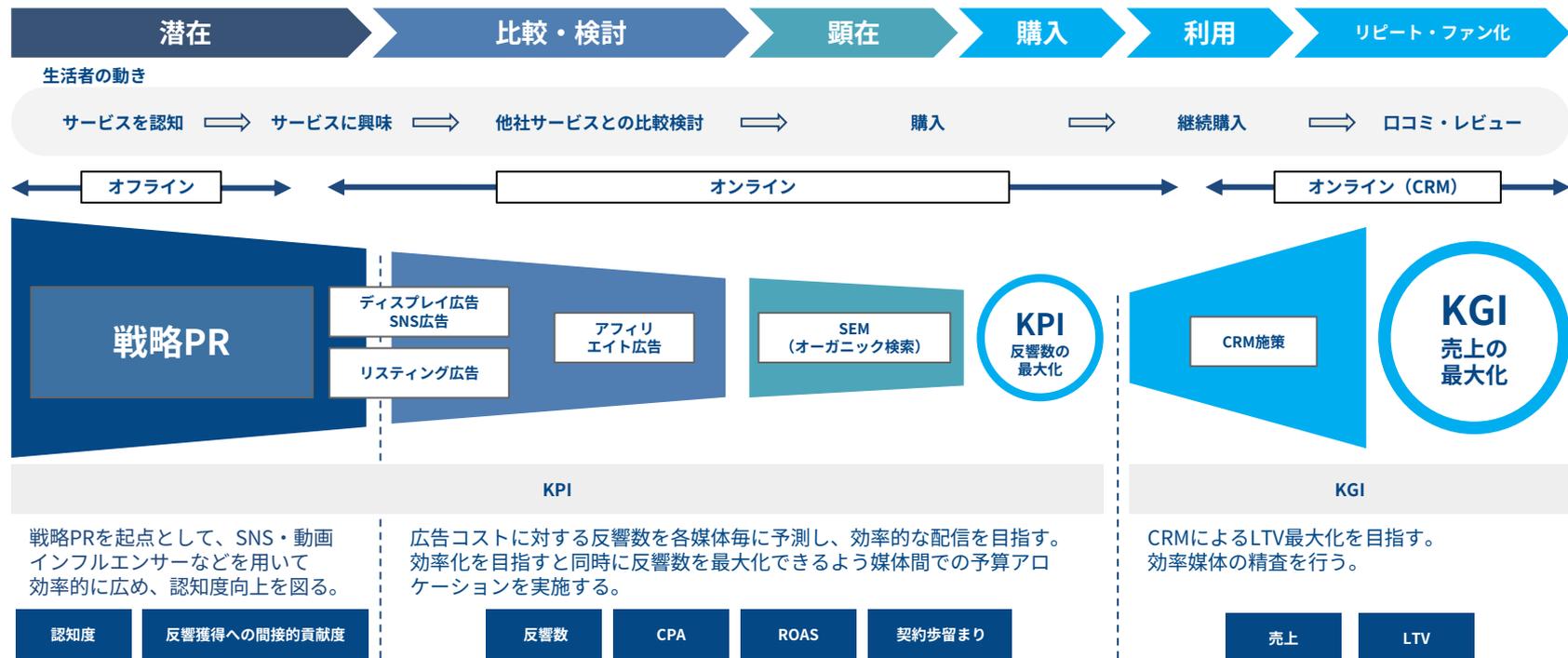
プレスリリース	PRコンサルティング	ビデオリリース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	リスクマネジメント
 <p>8万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の55%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが特徴。</p> <p>PR TIMES</p>	 <p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector ANTIL</p> <p>vector Platinum</p> <p>vector INITIAL</p>	 <p>PR視点での「ビデオリリース」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>vector SIGNAL</p> <p>NT</p> <p>Smart media</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

50,000,000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



株式会社ターミナルから戦略設計を得意とするデジタル広告事業を2022年9月30日に11億円で取得
デジタル広告の強化だけでなく、デジタルマーケティングを起点としたPRサービスの提供も可能に

事業取得概要

会社名	 TERMINAL inc. 株式会社ターミナル
譲受事業	デジタル広告事業
取得金額	11億円
事業取得日	2022年9月30日

「デジタル広告事業」



運用型広告の運用を得意とする株式会社キーワードマーケティングを2022年12月26日に連結子会社化戦略PRを起点とした顧客のマーケティング戦略をデジタル面にて強化することで顧客単価の向上を図る

株式取得概要

会社名	 Keyword marketing 株式会社キーワードマーケティング
事業内容	運用型広告の運用代行 広告運用コンサルティング
取得金額	11.8億円
株式取得日	2022年12月26日

事業内容

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。運用開始前のヒアリングでは広告だけでなくビジネス全体の課題を明確にし、目標設定を実施

顧客
支援実績
300社以上

年間
継続率
90%以上

インハウス運用支援

広告運用
コンサルティング

自社で広告運用しているお客様に対してコンサルティングを提供。常時、300アカウント以上を運用しているノウハウから業種・業態に適した最新の広告提案を実施

顧客
支援実績
900社以上

講座等
参加者数
25,000人
以上

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

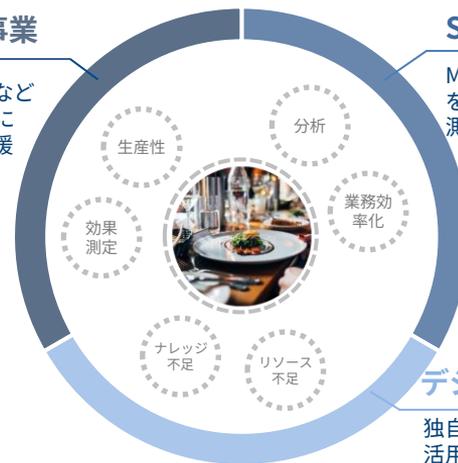
「事業内容」

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	<i>Owned Company</i> 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

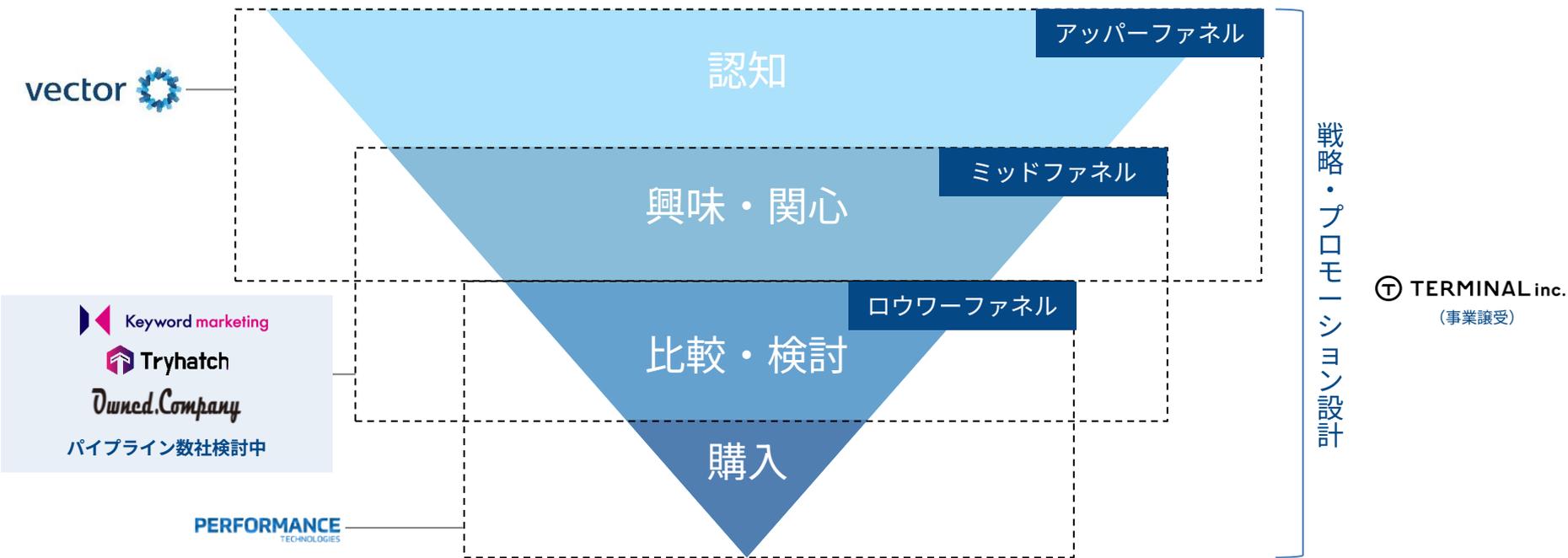
実績②
半年間で
CPO
50%減

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（小規模案件） 特に、デジタルマーケティング（デジタル広告）領域を強化
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 上場企業のグループ会社として求められる内部統制を構築

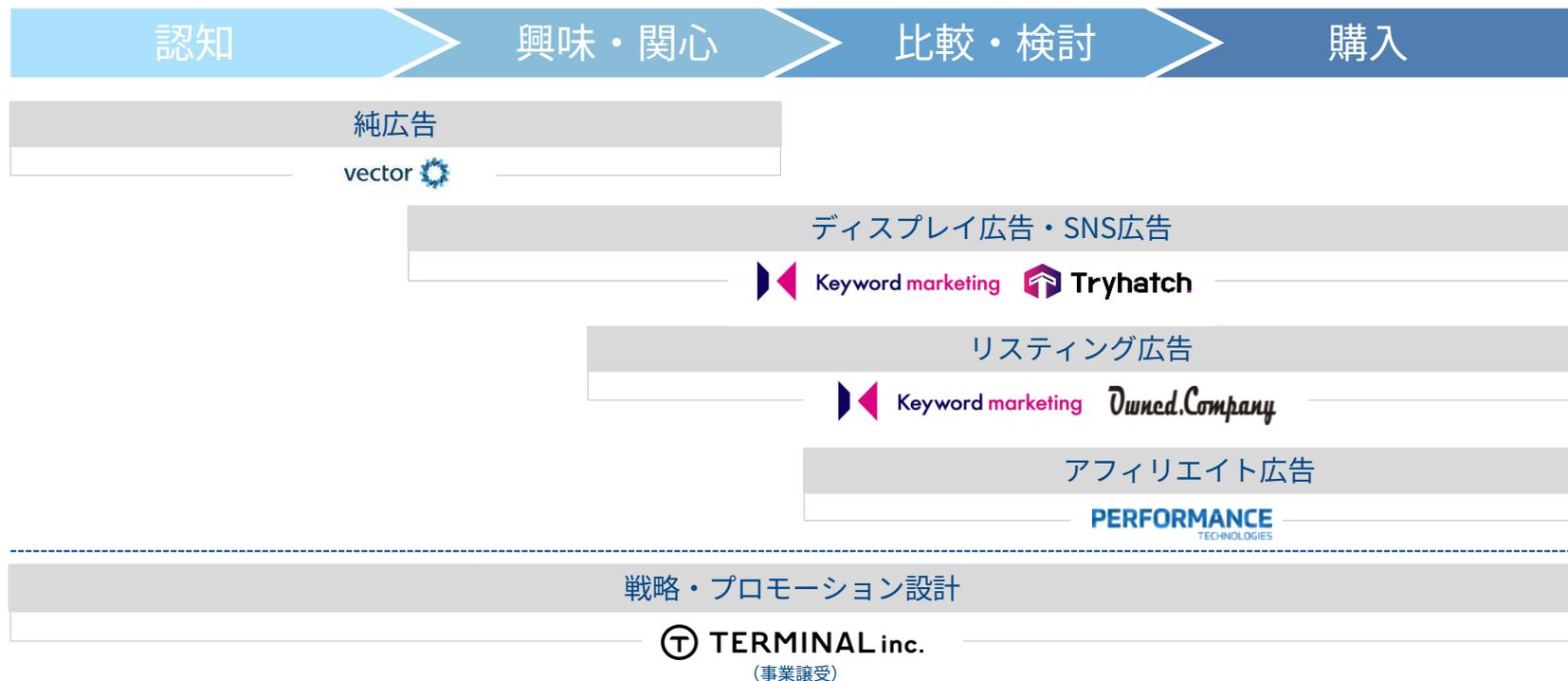
デジタルマーケティング領域の拡充

生活者の購買プロセスを踏まえ、それぞれのファネルにて対応できる事業群を整備
各ファネルでの対応領域を拡充すべく、M&Aによりカバレッジを強化していく方針



デジタルマーケティング領域の拡充（広告別）

デジタル広告施策における、戦略・プロモーション設計をはじめ、認知拡大から購入までをワンストップで提供できる体制をより強化するため、デジタルマーケティング領域を拡充



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

ベンチャー投資による顧客拡大

ベンチャー企業の増加を踏まえ、出資とPR・IR支援でバックアップするベンチャー投資を加速
主要クライアントである大企業だけでなく、ベンチャー企業もカバーすることで顧客層を拡大



認知向上



露出実績



大企業をはじめとする社外からの
案件依頼が増加

時代に適した
モノの広め方を
いち早くサポート



大企業

大企業からベンチャーまで
幅広い顧客を囲い込み



出資とPR・IR支援を
セットで提供



ベンチャー



IPOの実現



IPO実績



ベンチャー企業から
の出資およびPR・
IR支援の依頼が増加

大企業はもちろん、ベンチャーがモノを
広めるために必要なサービスを完備



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。