

株式会社ベクトル

2025年2月期第2四半期
決算説明資料



2024年10月15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

上期業績予想に対する振り返り

2025年2月期 上期業績予想 (単位：百万円)	2025年2月期 上期計画	2025年2月期 上期実績 ①	達成率	2024年2月期 上期実績 ②	前年同期比 ①÷②
売上高	29,200	27,385	93.8%	28,565	95.9%
営業利益	1,982	2,069	104.4%	1,483	139.5%
経常利益	1,910	2,000	104.7%	1,697	117.9%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	829	1,019	123.0%	823	123.8%

上期業績予想に対し、PR・広告事業におけるNewsTVや韓国での大型顧客案件の失注や、他社発の紅麹原料問題の影響を受けたダイレクトマーケティング事業等の影響で売上高は未達成となるも、不採算事業の整理やPR TIMESが利益計画を上回ったこと等で営業利益以下の段階利益はいずれも計画を上回った。

連結業績予想の修正について

2025年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	当初計画 2024年 4月12日公表	修正計画 2024年 10月15日修正	増減額	増減率	(参考) 2024年2月期 実績
売上高	63,000	61,000	△2,000	△3.2%	59,212
営業利益	8,500	8,500	0	0.0%	6,939
経常利益	8,350	8,350	0	0.0%	6,871
親会社株主に帰属 する当期純利益	5,000	5,000	0	0.0%	4,684

- 上期業績予想に対する売上高の未達を考慮し、通期業績予想の売上高を下方修正
- 営業利益以下の段階利益は計画を上回って推移しており、引き続き通期の達成を目指す

セグメント別利益計画の修正について

	セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2025年2月期 セグメント変更前 計画	2025年2月期 セグメント変更後 計画	増減	増減要因
営業 利益	連結	8,500	8,500	0	
	PR・広告	4,132	4,154	+22	INFLUENCER BANKのセグメント変更によるもの
	プレスリリース	1,900	1,900	0	
	ダイレクトマーケ	1,233	910	△322	ビタブリッドジャパンの業績予想修正およびINFLUENCER BANKのセグメント変更
	HR	635	635	0	
	投資	600	900	+300	利益を確保

- 他社発のサプリメント健康被害問題の影響を受けたビタブリッドジャパンの利益計画を下方修正するものの、投資セグメントの利益計画を上方修正することで、連結営業利益85億円の達成を目指す
- 子会社間の合併にともない、INFLUENCER BANKの事業セグメントを「ダイレクトマーケ」から「PR・広告」へ変更

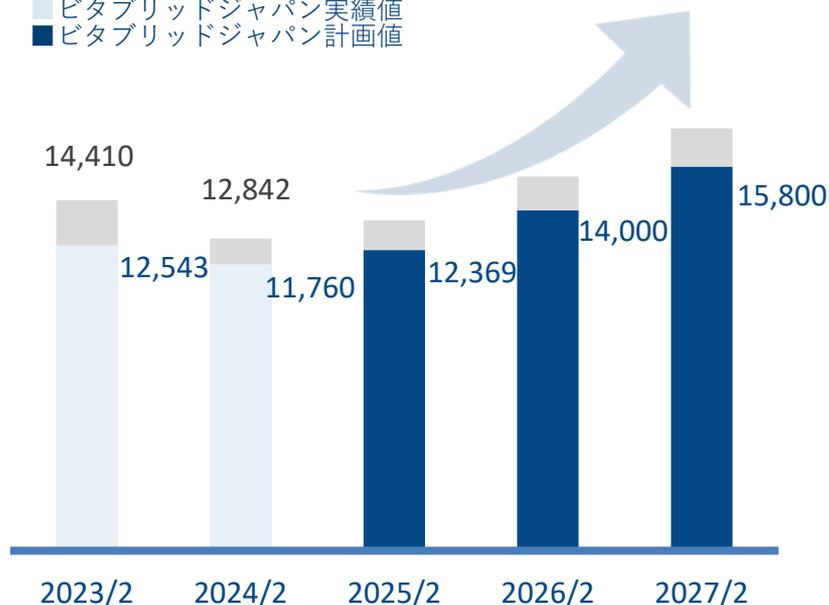
- 他社において生じた紅麹原料によるサプリメント健康被害の問題での生活者心理の変化による獲得効率悪化への影響を鑑みて、第1四半期は同社主力サプリメント商材への販促投資を抑制。
- 第2四半期中盤以降同問題は改善しており販促投資を実施。しかし3月～6月の4カ月間での獲得効率悪化・顧客上積み不足により通期での売上高・営業利益計画は未達の見通し。
- 来期以降の同社業績予想に関しては、現在主力商材は新規獲得効率と数、LTVが右肩上がりに成長しており、販促投資にアクセルを踏むこと等により好調に売上高が伸びていく見通し。
- DHAやGABA等の新商品も販売好調で、来期も新商品が数多く上市。同社の強みである独自D2C事業基盤を活かし、30億円×30商品のような、複数商材での安定した収益基盤構築を設計する。

ダイレクトマーケティング事業の今後の見通し

2025年2月期は、前述のサプリメント健康被害問題による新規顧客獲得効率悪化で一時的に営業利益が落ち込むも、主力製品を中心に新規獲得効率・数ともに成長しており、販促投資のアクセルを踏むことで今後好調に伸びる見通し

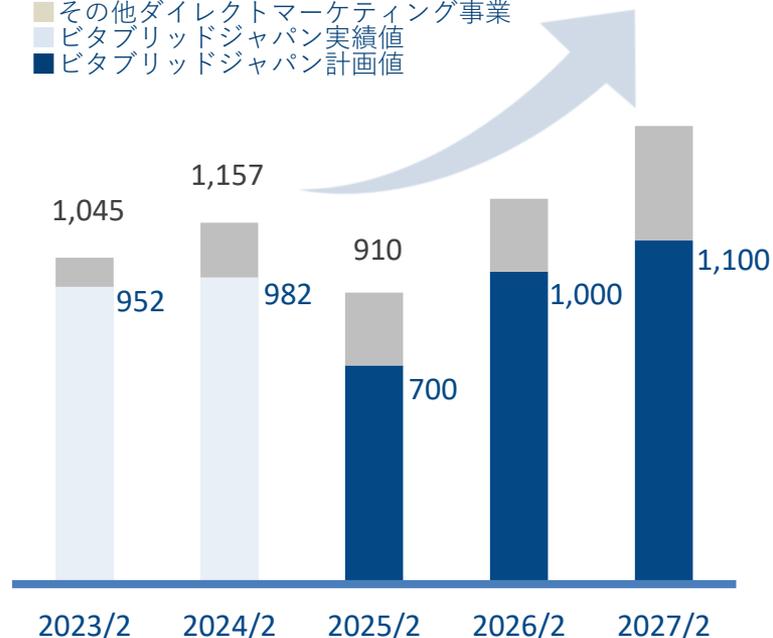
【売上高（百万円）】

- その他ダイレクトマーケティング事業
- ビタブリッドジャパン実績値
- ビタブリッドジャパン計画値



【営業利益（百万円）】

- その他ダイレクトマーケティング事業
- ビタブリッドジャパン実績値
- ビタブリッドジャパン計画値



子会社の合併について

2024年9月17日に当社子会社に関する合併を2件公表（いずれも2024年12月1日の効力発生予定）

vector  ×  ※1

■ベクトルとNewsTVの間接部門の統合を行い、経営の合理化を図る。

vector  INITIAL ×  Starbank ×  ※2

■営業人員を中心に人的リソースの再配置を実施し、効率的で生産性の高い組織へ。
機能別に特化した経営体制で、顧客に対してより上質なサービスを提供することが可能に。

■従来のメディアパブリシティ領域に加え、インフルエンサー等のキャスティングやSNS領域の支援メニューを追加することでSNSに強いPRカンパニーとして独自ポジションの構築を図る。

※1 詳細は2024年9月17日に公表いたしました「当社連結子会社（株式会社NewsTV）の株式取得（完全子会社化）および吸収合併（簡易合併・略式合併）並びに債権放棄に関するお知らせ」をご覧ください

※2 詳細は2024年9月17日に公表いたしました「当社完全子会社間の合併に関するお知らせ」をご覧ください

配当政策の変更及び配当予想の修正について

株主の皆様への利益還元の方針を充実させるため、配当政策を変更
この変更に伴い、2025年2月期の配当予想を修正

(変更前)

連結配当性向30%を目安として配当を実施



(変更後)

連結配当性向**30%以上を基準**として配当を実施

	年間配当金				
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	期末	合計
前回予想 (2024年4月12日発表)	円 銭 —	円 銭 0.00	円 銭 —	円 銭 31.00	円 銭 31.00
今回修正予想	円 銭 —	円 銭 0.00	円 銭 —	円 銭 32.00	円 銭 32.00
当期実績	円 銭 —	円 銭 —	円 銭 —	円 銭 —	円 銭 —
前期実績(2024年2月期)	円 銭 —	円 銭 0.00	円 銭 —	円 銭 29.00	円 銭 29.00

※ 詳細は2024年10月15日に公表いたしました「配当政策の変更及び配当予想の修正に関するお知らせ」をご覧ください

四半期決算

売上高

273.8億円
(前年同期比95.9%)

売上
総利益

178.9億円
(前年同期比99.7%)

EBITDA※

26.2億円
(前年同期比136.6%)

営業
利益

20.6億円
(前年同期比139.5%)

経常
利益

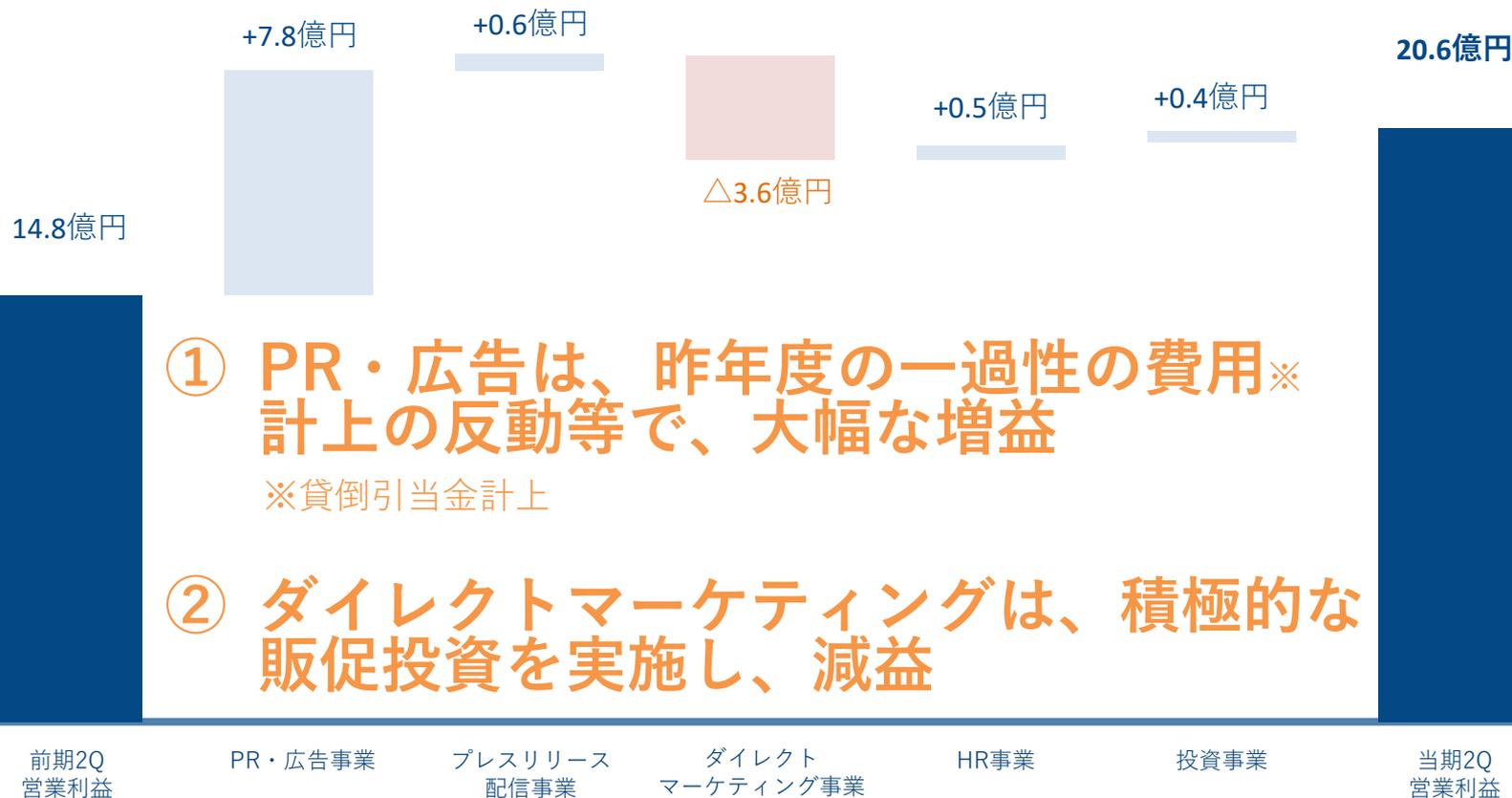
20.0億円
(前年同期比117.9%)

親会社株主に帰属する
四半期
純利益

10.1億円
(前年同期比123.8%)

※ 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）



① PR・広告は、昨年度の一過性の費用※
計上の反動等で、大幅な増益

※貸倒引当金計上

② ダイレクトマーケティングは、積極的な
販促投資を実施し、減益

※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

第2四半期累計期間業績サマリ

売上高

営業利益

第2四半期累計期間事業概要

連結業績

273.8億円
(前年同期比95.9%)

20.6億円
(前年同期比139.5%)

- 国内PR事業は好調だが、シグナル、ダイレクトテック等昨年度に売却した子会社の影響もあり減収
- PR・広告事業の昨年度の一過性の費用計上等の反動もあり、大幅増益

PR・広告

161.5億円
(前年同期比93.4%)

16.1億円
(前年同期比195.4%)

- 国内PR事業は好調だが、シグナル等昨年度に売却した子会社の影響もあり減収
- PR・広告事業の昨年度の一過性の費用計上等の反動もあり、大幅増益

プレスリリース (PR TIMES)

38.9億円
(前年同期比118.5%)

9.5億円
(前年同期比107.6%)

- 過去最高の売上高を更新**
- 利用企業社数が10万社を突破
- 「PR TIMES」の地方企業の利用促進等へ広告宣伝費を投下

※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

第2四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

59.2 億円

(前年同期比89.0%)

営業利益

△5.1 億円

(前年同期比△3.6億円)

第2四半期累計期間事業概要

- 他社発の紅麴原料問題の影響によりサプリメント商材の売上・利益が減少
- 第2四半期に同影響が軽減したことから販促投資を拡大し減益
- 下期は販促投資による売上・利益を拡大し、修正計画達成を目指す

HR

14.6 億円

(前年同期比111.5%)

0.4 億円

(前年同期比+0.5億円)

- あしたのチームは、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引き続き投資
- JOBTVは、収益基盤強化を着実に推進

投資

0.7 億円

(前年同期比33.1%)

△0.3 億円

(前年同期比+0.4億円)

- 保有株式売却額は前年に比べ減少したが、保有株式評価損も減少し増益に
- 下期は変更後計画通り利益を確保
- 有望なベンチャー企業に積極的に投資

※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

通期業績予想に対する進捗状況

2025年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2025年2月期 修正計画	2025年2月期 2Q末時点	進捗率	(参考) 2025年2月期 下期期初計画	(参考) 2025年2月期 下期見通し
売上高	61,000	27,385	44.9%	33,800	33,614
営業利益	8,500	2,069	24.3%	6,518	6,430
経常利益	8,350	2,000	24.0%	6,440	6,349
親会社株主に 帰属する当期純利益	5,000	1,019	20.4%	4,171	3,980

期初時点で下期に比重を置いた計画であったが、上期は営業利益以下の段階利益は計画を上回って推移しており、下期は売上・利益共に主力の戦略PRを伸ばしつつ、NewsTVや韓国での巻き返し策の着実な遂行等で、通期の売上・利益計画達成を目指す。

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)	2025年2月期 計画	2025年2月期 2Q末時点	進捗率
営業利益	連結	8,500	2,069	24.3%
	PR・広告※	4,154	1,615	38.9%
	プレスリリース	1,900	958	50.4%
	ダイレクトマーケ	910	△510	—
	HR	635	46	7.3%
	投資	900	△39	—

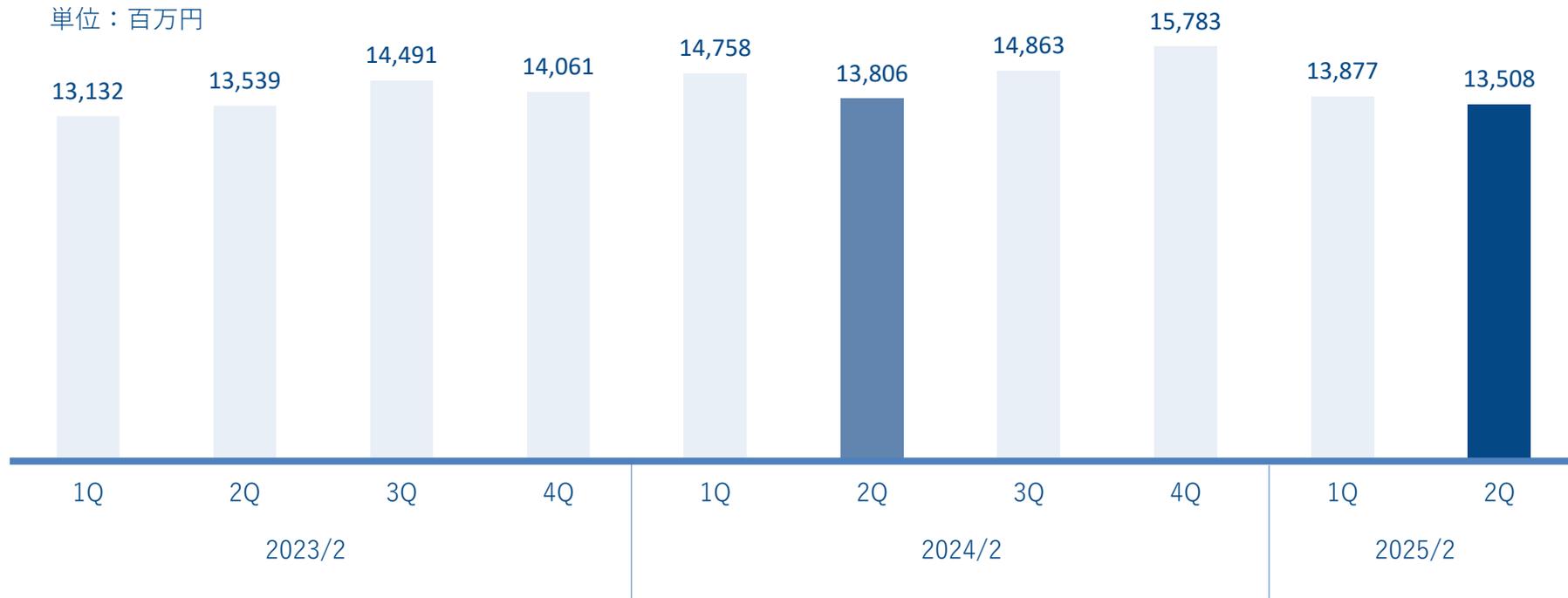
主力のPR・広告は、戦略PRを引き続き伸ばしつつ、NewsTVや韓国での巻き返し策の着実な遂行、当社子会社の合併2件による効果の早期実現を目指す。またダイレクトマーケティング事業は修正計画の着実な達成、投資事業も変更後計画通り利益を確保し、全体での利益計画達成を目指す。

※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

連結売上高推移

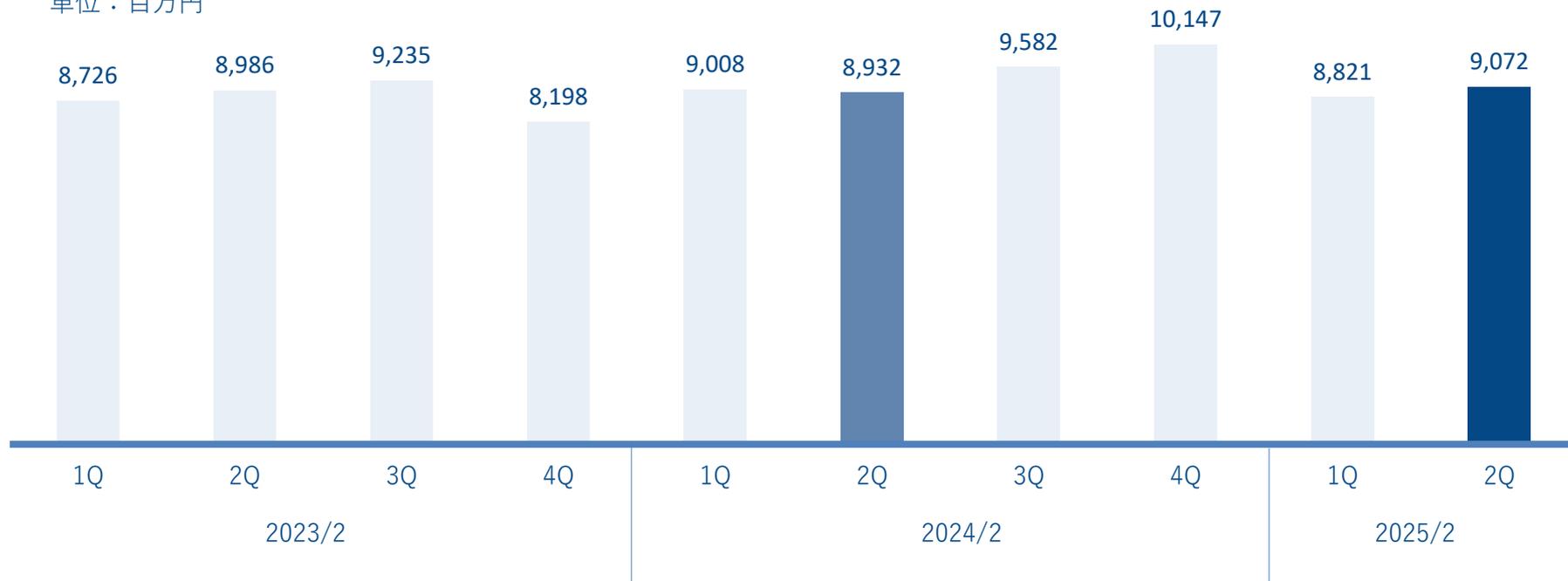
2025年2月期第2四半期の連結売上高は13,508百万円（前年同期比97.8%）

単位：百万円



2025年2月期第2四半期の連結売上総利益は**9,072**百万円（前年同期比**101.6%**）

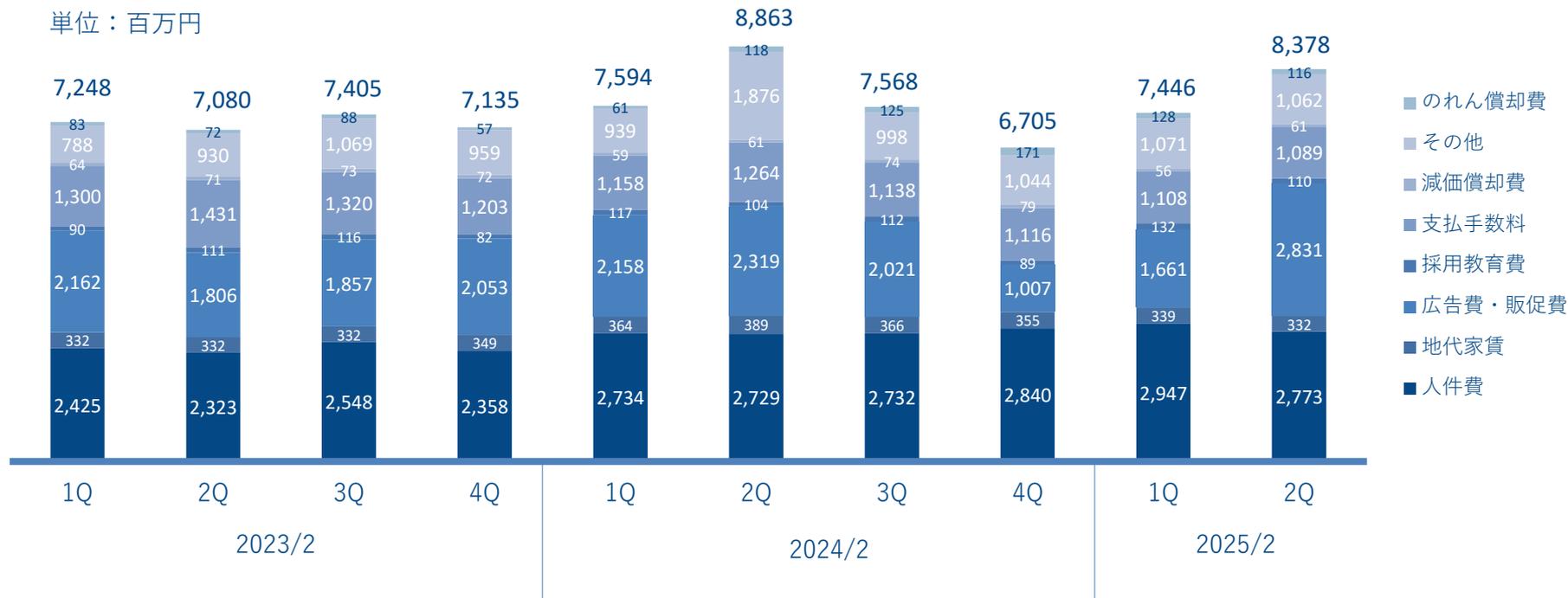
単位：百万円



販売管理費推移

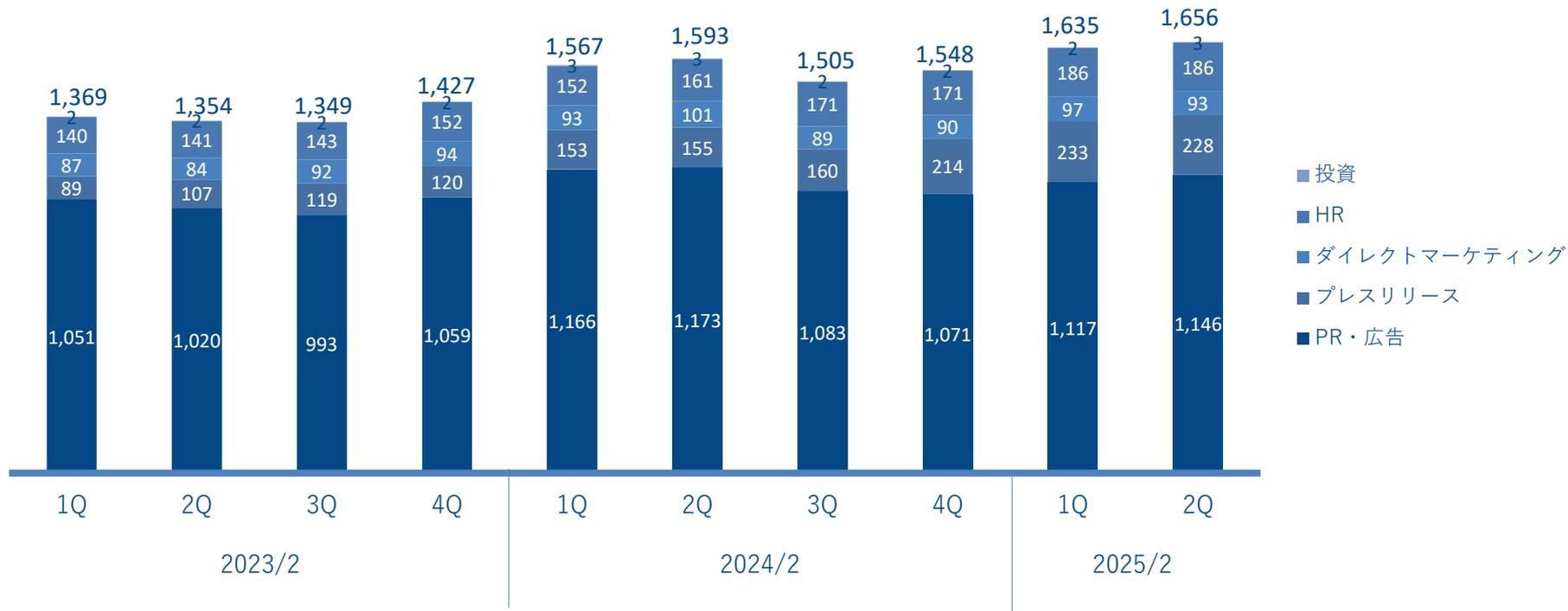
2025年2月期第2四半期の販管費は、広告・販促費が増加するも、支払手数料等が減少し8,378百万円（前年同期比94.5%）

単位：百万円



連結従業員数推移

2025年2月期第2四半期の連結従業員数は、PR・広告セグメントで増加し1,656人

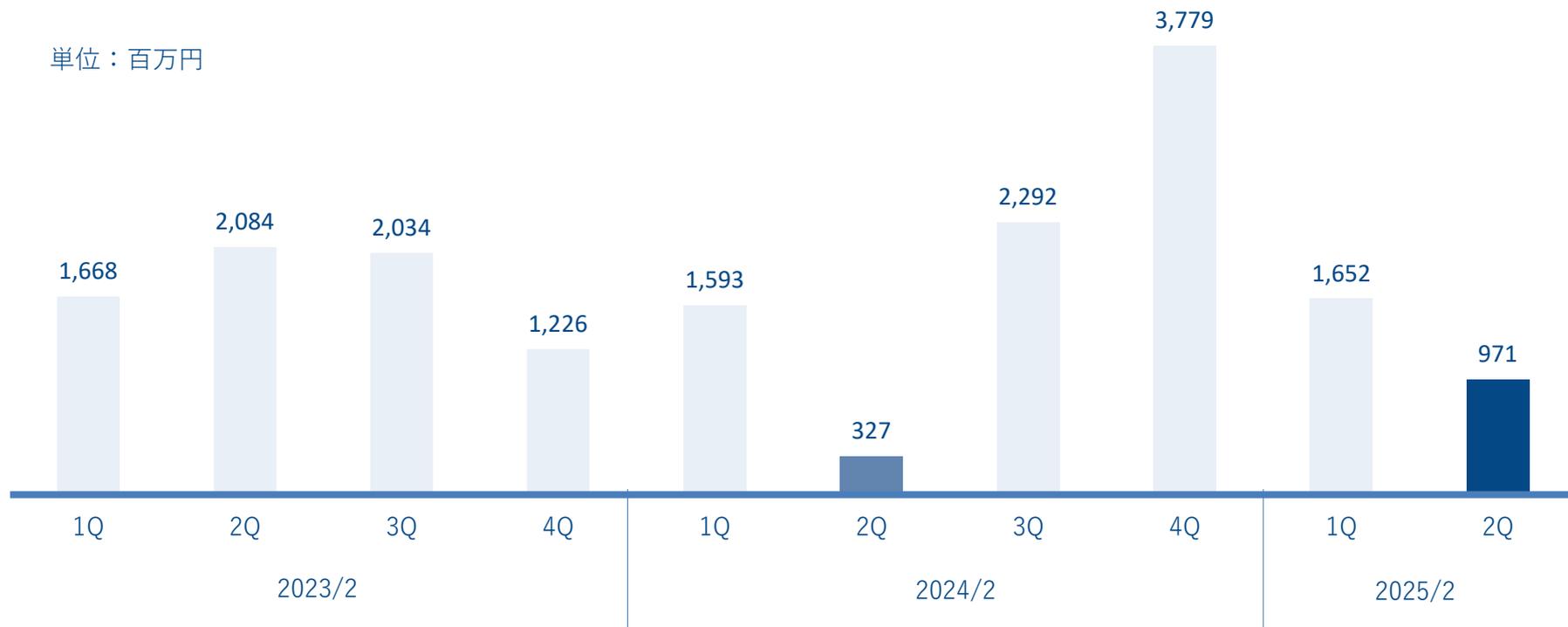


※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

EBITDA推移

2025年2月期第2四半期のEBITDAは、971百万円（前年同期比296.5%）

単位：百万円

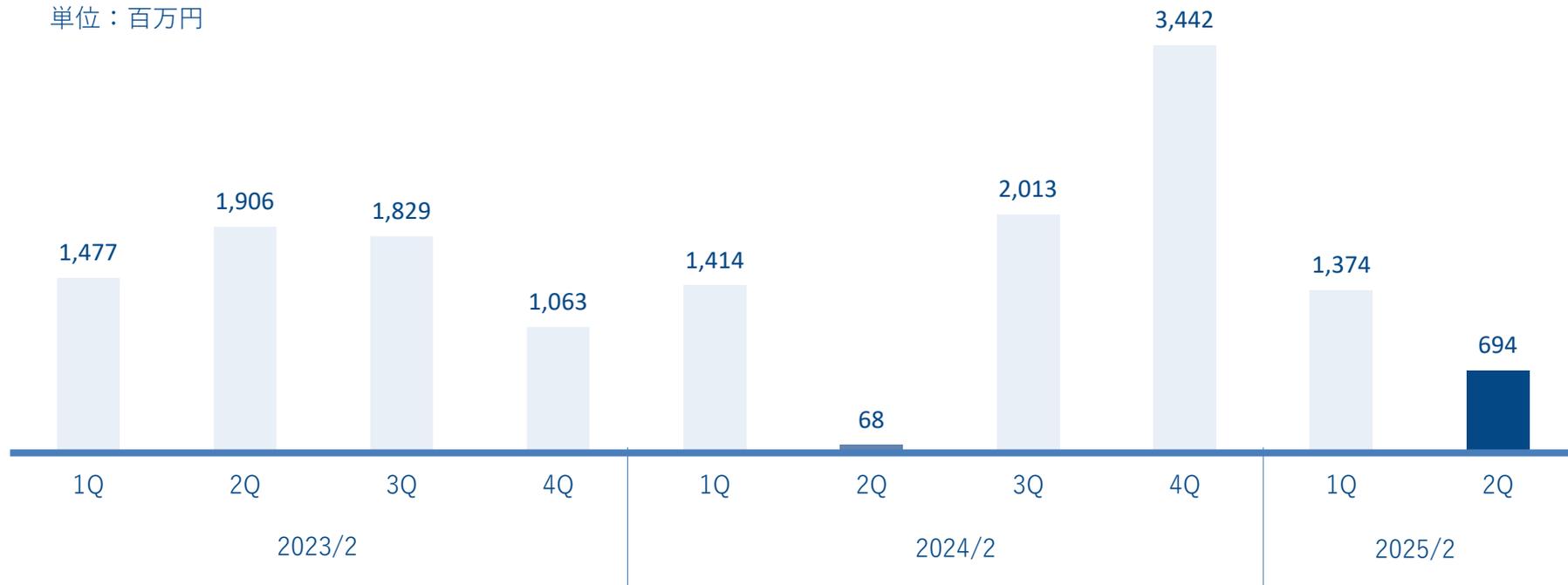


※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

連結営業利益推移

2025年2月期第2四半期の連結営業利益は694百万円（前年同期比626百万円増）

単位：百万円



2025年2月期第2四半期は、昨年売却した子会社の影響等で減収となるが、昨年度の一過性の費用計上等の反動もあり、大幅増益
第3四半期以降は、好調な戦略PRを伸ばしつつ、当社子会社の合併2件による効果の早期実現を目指す

【売上高（百万円）】

7,511百万円（前年同期比93.6%）



【売上総利益（百万円）】

4,180百万円（前年同期比98.8%）



【営業利益（百万円）】

714百万円（前年同期比1,047百万円増）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

戦略PR事業（アンティル・プラチナム・イニシャル）

第2四半期は、安定したリテナー基盤やクロスセルの推進で堅実な成長を見せ、増収増益に
第3四半期以降も、リテナー数の拡大と戦略PRを起点としたコミュニケーション戦略の提案により、業績を牽引

【売上高（百万円）】

3,726百万円（前年同期比100.8%）



【売上総利益（百万円）】

2,024百万円（前年同期比100.1%）



【営業利益（百万円）】

921百万円（前年同期比108.6%）



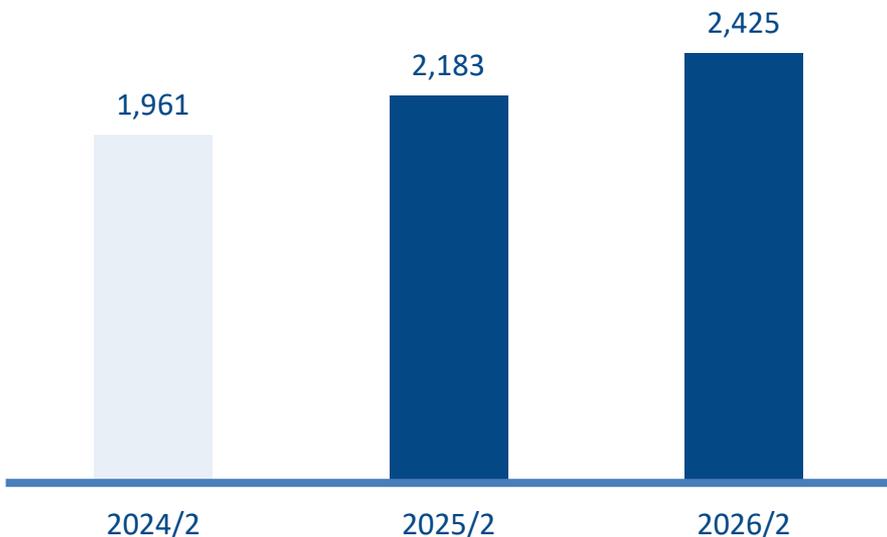
※ベクトルに支払うロイヤリティを営業利益に足戻して算出しております

※2025年2月期第2四半期より「Starbank」、「INFLUENCER BANK」の数値も含めて算出しております

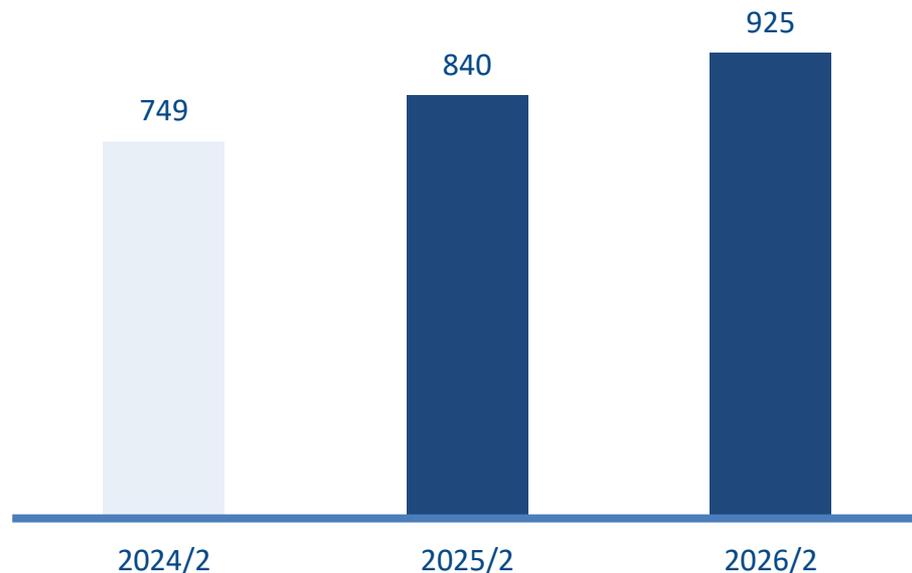
プロジェクト件数およびPRリテナー契約数の獲得目標

着実なKPIの積み上げにより業績拡大を目指す

【プロジェクト件数（戦略PR子会社のみ）】



【リテナー獲得件数（戦略PR子会社のみ）】



※プロジェクト件数：PRリテナー契約に加え、スポット案件など含む全プロジェクト

※リテナー契約：契約期間が6ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

第2四半期の国内は昨年計上した一過性費用の反動で増益。海外は原価率の低い案件が積みあがったこと等により赤字幅減少
 第3四半期以降は国内外ともに引き続き固定費削減を進めつつ新規案件の獲得を目指す

【売上高（百万円）】

6,709百万円（国内） / 801百万円（海外）



【売上総利益（百万円）】

3,827百万円（国内） / 352百万円（海外）



【営業利益（百万円）】

759百万円（国内） / △44百万円（海外）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更し、国内PR・広告に含め算出しております

グループシナジーを活かした大型コミュニケーション事例①

母の日を起点に新規顧客獲得に向けた統合マーケティングコミュニケーションを支援
メッセージ策定及びグループソリューションを活用した施策でブランディングから売上向上に寄与

事例：茅乃舎 「母の日ギフト」 母の日は、母の食べるをおもう日に。

コミュニケーション戦略



コンセプト策定



コミュニケーション施策企画



実行施策

認知向上
WEB CM SNS広告

理解・購買促進
ポップアップショップ LP

PR インフルエンサー

若年層を中心とした新規層の獲得を目指し、母の日を起点にコミュニケーションメッセージの策定から認知・購買までの施策を提案し遂行。「母親が何を食べているかを子どもは知らない」というインサイトをもとにコンセプト及び全体コミュニケーションを設計。

「母の日は、母の食べるをおもう日に。」のコンセプトを軸に、メッセージ伝達のWEB CMや実際に購入できるポップアップショップのタッチポイントを設計し実施。ポップアップショップでは母を想いながら茅乃舎の母の日ギフトを選び購入できる体験を提供。オンライン・オフラインの施策でブランディングから売上向上に貢献。

PRxSNS運用Xインフルエンサー施策による統合マーケティング事例
 コンセプト設計から認知獲得/拡大、店舗への集客まで一気通貫で支援

事例：韓国グreekヨーグルト専門店「Bowls#」 オープンPR

コミュニケーション戦略

コンセプト策定



コミュニケーション設計



実行施策

SNS運用

食系インフルエンサー



ライフスタイル系インフルエンサー



縦型動画

縦型動画



PR



2024年5月にオープンした韓国グreekヨーグルト専門店「Bowls#」のオープンPR。認知獲得とオープン前後の話題化を図り、公式SNSアカウントの立ち上げ支援から担当。

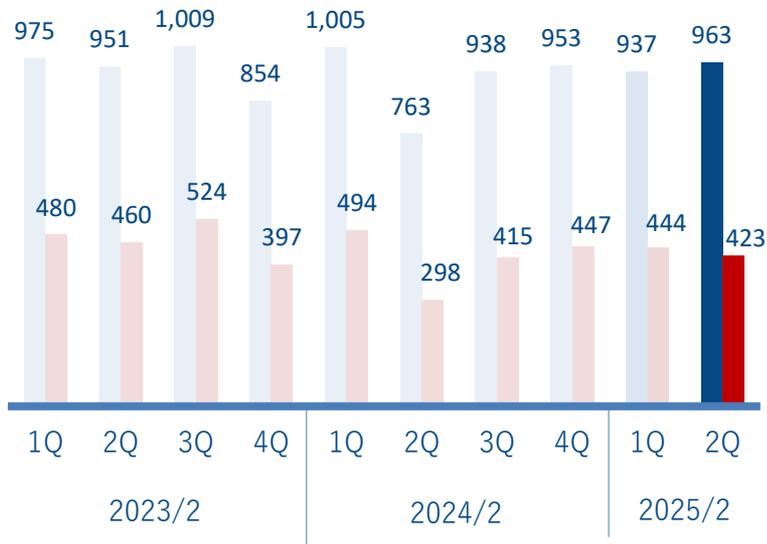
店舗オープン10日前よりインフルエンサー誘致を実施。オープン前にSNS上でBowls#の情報が溢れる仕掛けづくりを行い、TV6番組、Web媒体30件での露出も獲得。結果、広告換算2億超、SNSで336万リーチを獲得し、オープン後約1週間は連日完売する大盛況となった。

タクシーサイネージ事業

第2四半期は、営業施策が奏功し前年同期比で増収増益
第3四半期以降も、顧客の広告出稿ニーズの更なる取り込みを推進し、収益基盤を強化

【売上高（百万円）】 963百万円（前年同期比126.2%）

【売上総利益（百万円）】 423百万円（前年同期比142.1%）



GROWTHのオリジナル情報番組
「HEADLIGHT」を週替わりで放映。
日々の行動が変わる、
幅広い情報をお届けします。

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
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

2025年2月期第2四半期は、利用企業社数やプレスリリース配信数が増加し、四半期売上高は**過去最高**を更新
第3四半期以降も、利用企業者数の増加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）】

1,966百万円（前年同期比**117.4%**）



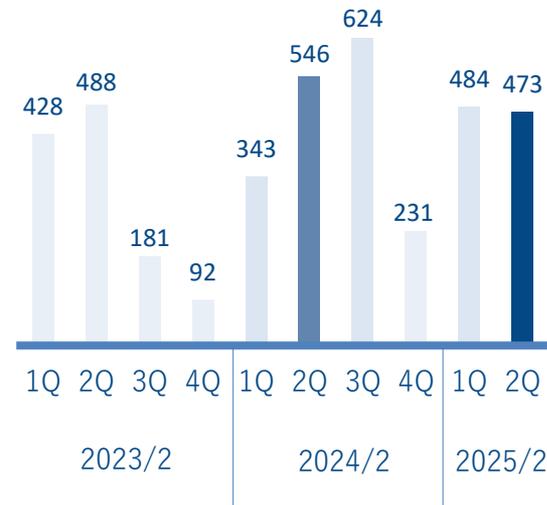
【売上総利益（百万円）】

1,658百万円（前年同期比**114.4%**）



【営業利益（百万円）】

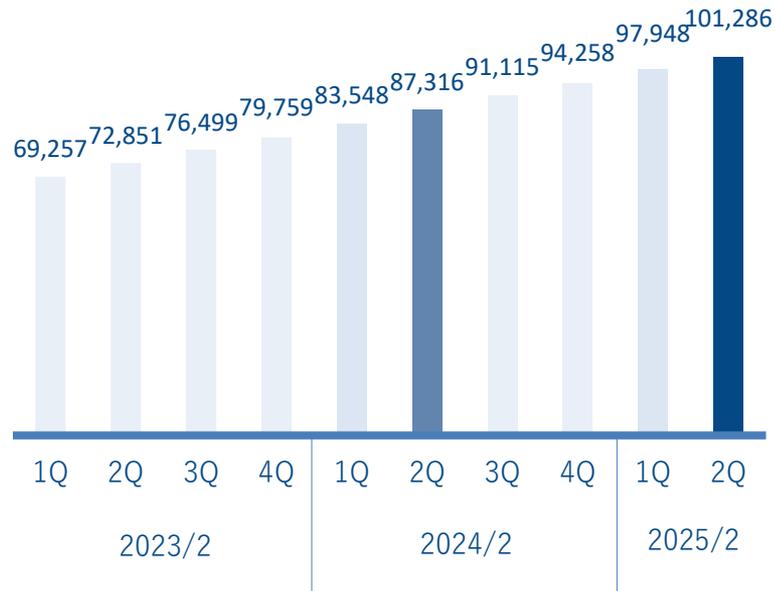
473百万円（前年同期比**86.7%**）



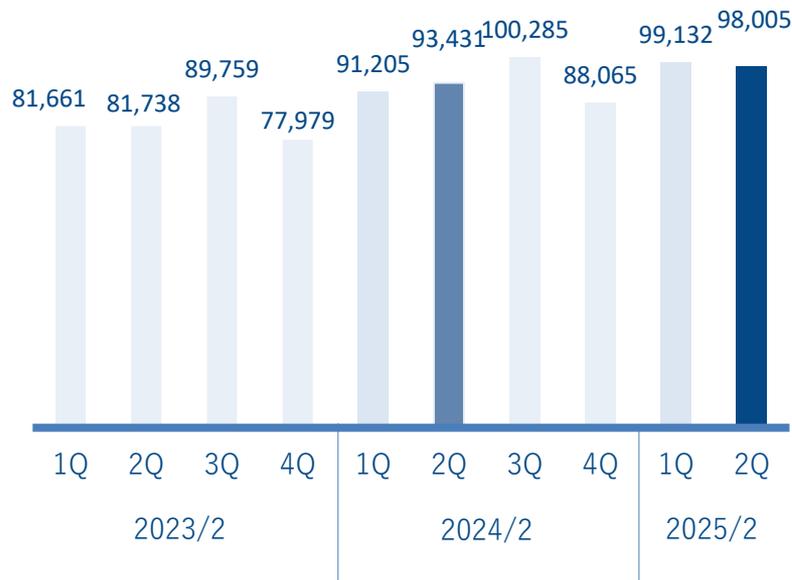
利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第2四半期は、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増加
第3四半期以降も、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）】 101,286社（前年同期比116.0%）



【プレスリリース配信数（件）】 98,005件（前年同期比104.9%）

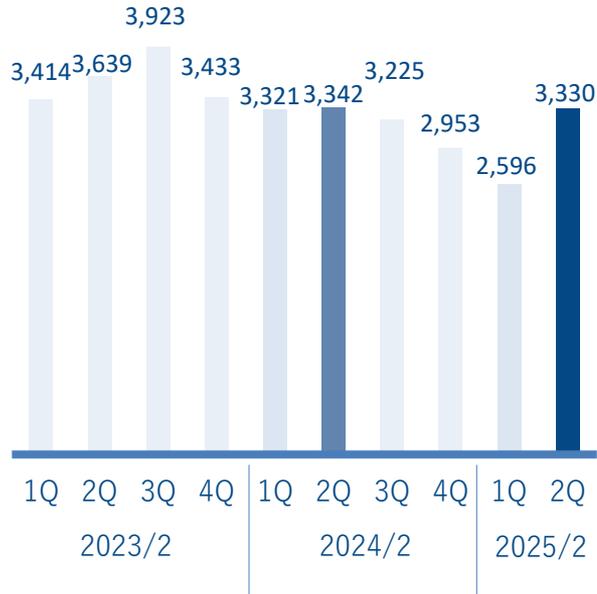


ダイレクトマーケティング事業

2025年2月期第2四半期は、他社発の紅麹原料問題等によるサプリメント商材の売上高への影響が改善、販促投資を実施し減益に第3四半期以降は市況感を見つつメリハリをつけた広告投資を実施し、通期の修正売上高・営業利益計画の達成を目指す

【売上高（百万円）】

3,330百万円（前年同期比99.6%）



【売上総利益（百万円）】

2,689百万円（前年同期比100.2%）



【営業利益（百万円）】

△518百万円（前年同期比304百万円減）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

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、販売個数が着実に拡大
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**1,797万個を突破**



糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント「ターミナリアファースト」
は発売開始から好調を維持し、累計販売個数が**898万個を突破**

新商品（健康食品）

- ・ Amazonに「自然食堂」という新ブランドを立ち上げ。第一弾として「毎日美容ナッツ」2024年6月より販売開始
- ・ 子供向け成長期サポート飲料「レベルアップ」の人気No.1「カフェオレ風味」を数量限定で2024年6月に販売（10,000袋限定）

「毎日美容ナッツ」



小腹がすいた時に、栄養素の補給ができダイエット効果も期待できるナッツに、ビタミン・食物繊維等が含まれるパインやパパイヤのドライフルーツ2種を組み合わせた健康補助食品が誕生

「レベルアップ カフェオレ風味」



レベルアップシリーズは、1日コップ1杯の牛乳※に溶かして飲むだけで、成長期の身体づくりに欠かせない栄養素を効率的にチャージできる成長期サポート飲料

※摂取目安量（小さじすりきり2杯（6.6g）に約150mlの牛乳）

広告宣伝・販促費と販売個数の推移

第2四半期は、他社発の紅麴原料問題の収束にともない積極的な販促投資を再開
第3四半期以降も、市況感を見つつ販促投資を実施し、修正計画の達成を図る

【広告宣伝・販促費（百万円）】 2,385百万円（前年同期比125.4%）

【販売個数（千個）】 993千個（前年同期比116.5%）



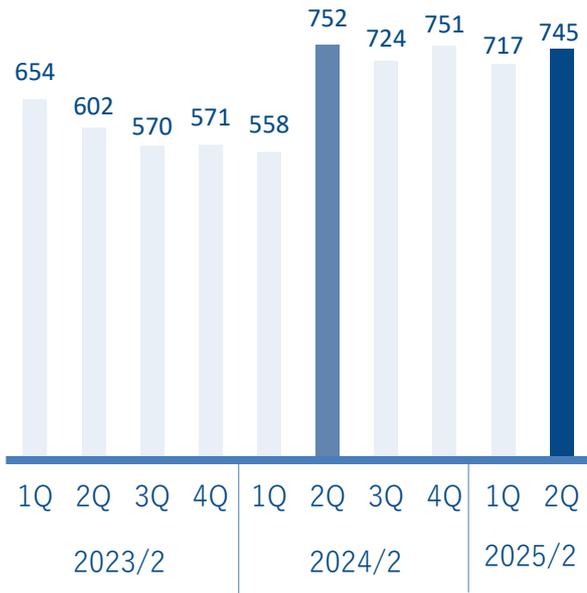
※広告宣伝・販促費および販売個数はビタブリッドジャパンのみ

※2025年2月期第1四半期決算説明資料の同広告宣伝・販促費の集計に誤りがあったため、888百万円から1,330百万円に修正しております

2025年2月期第2四半期は、JOBTVが着実に成長するもあしたのチームの利用者数減等により減収減益
 第3四半期以降は、あしたのチームの売上高回復とJOBTVの黒字化に主眼を置き、増収増益を図る

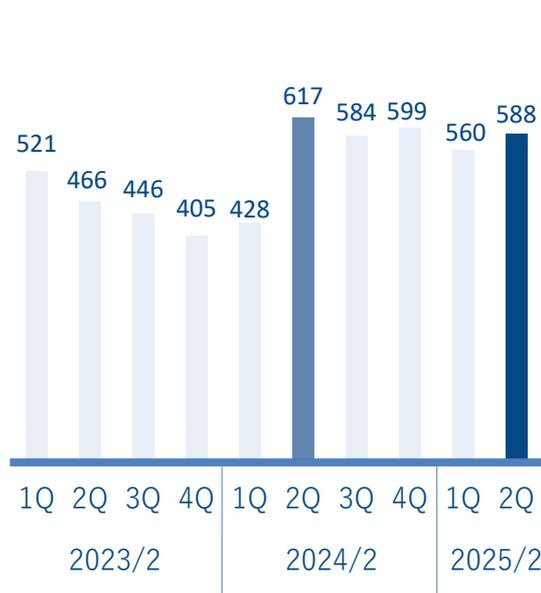
【売上高（百万円）】

745百万円（前年同期比99.0%）



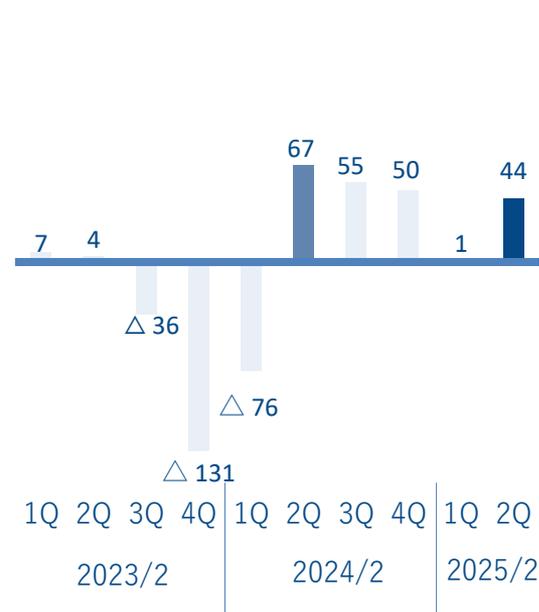
【売上総利益（百万円）】

588百万円（前年同期比95.3%）



【営業利益（百万円）】

44百万円（前年同期比66.1%）



HR事業（あしたのチーム）

第2四半期は、利用者数の減少や営業体制の強化等により販管費が増加し、減収減益となる
第3四半期以降も、強みのコンサルティング力を活かしてSaaSの拡販を継続し、増収増益を図る

【売上高（百万円）】

573百万円（前年同期比98.2%）



【売上総利益（百万円）】

426百万円（前年同期比94.3%）



【営業利益（百万円）】

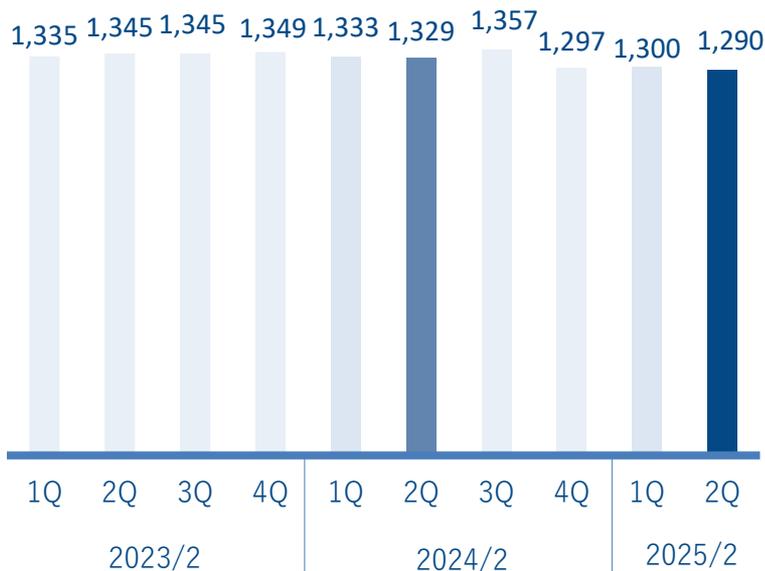
53百万円（前年同期比59.7%）



利用企業社数とARRの推移

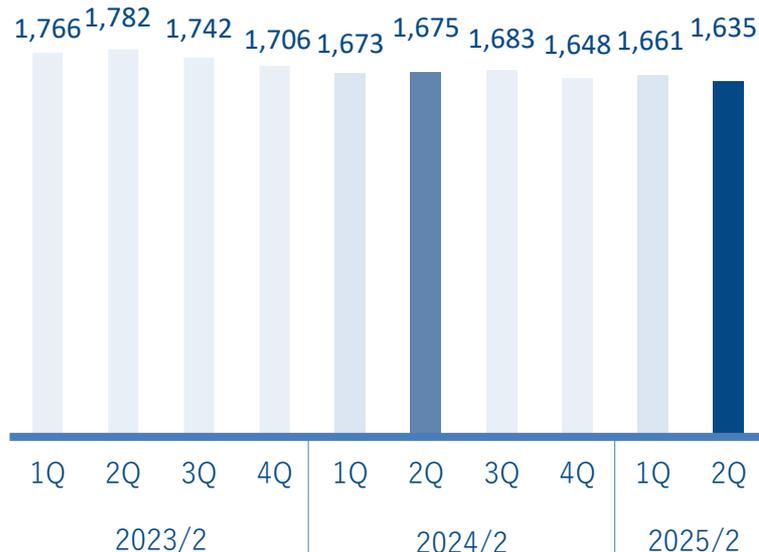
第2四半期は、解約率はほぼ一定に推移するも、新規顧客獲得が鈍化したことでARRが去年同期比減少
第3四半期は、営業体制の強化による新規顧客の獲得を促進し、利用企業社数とARRの回復を図る

【利用企業社数（社）】 1,290社（前年同期比97.1%）



※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）】 1,635百万円（前年同期比97.6%）



※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

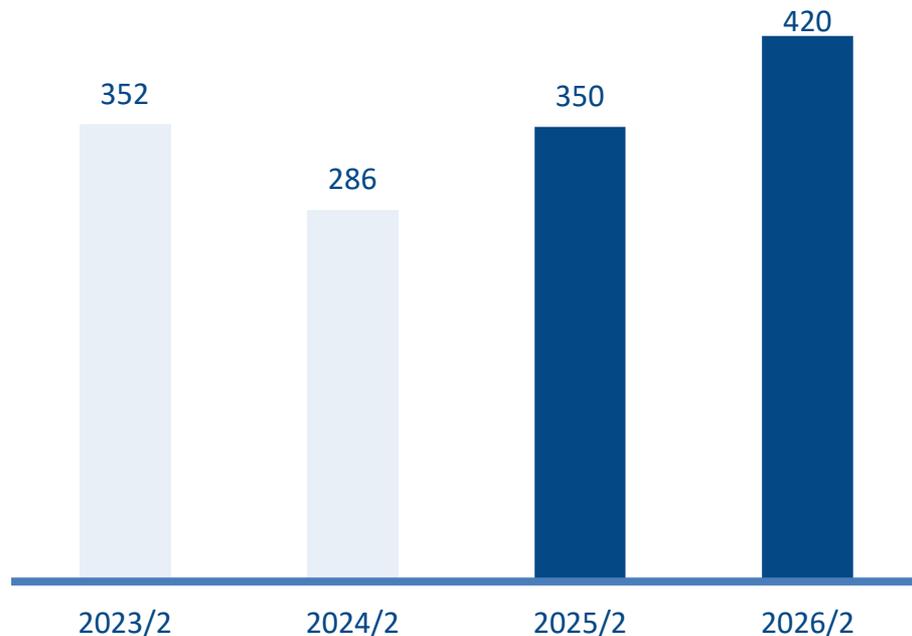
販売強化による顧客層拡大とSaaS型商材の継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで着実な成長を図り、420百万円を目指す

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」

【営業利益（百万円）】



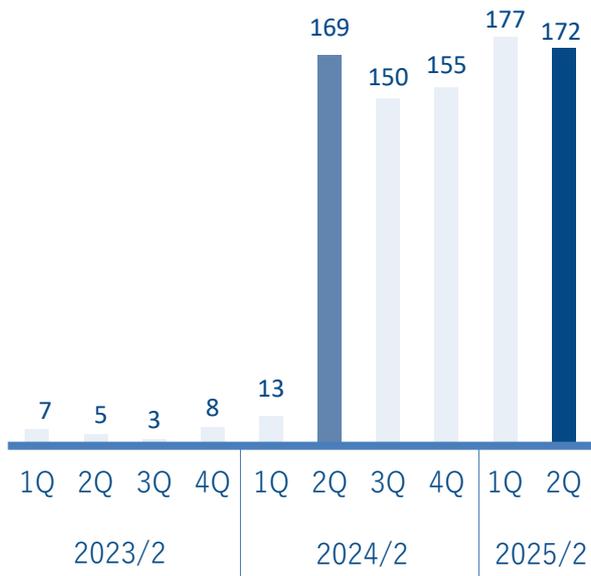
SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ



第2四半期は、登録者数の増加を図るための広告投資や機能拡充を実施し、引き続き収益基盤を強化
 第3四半期以降も、ビジコネット社やFINDAWAY社との連携により売上高の拡大を図る

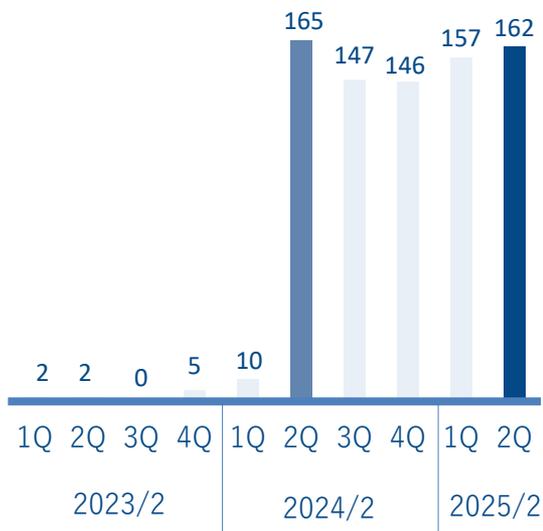
【売上高 (百万円)】

172百万円 (前年同期比101.9%)



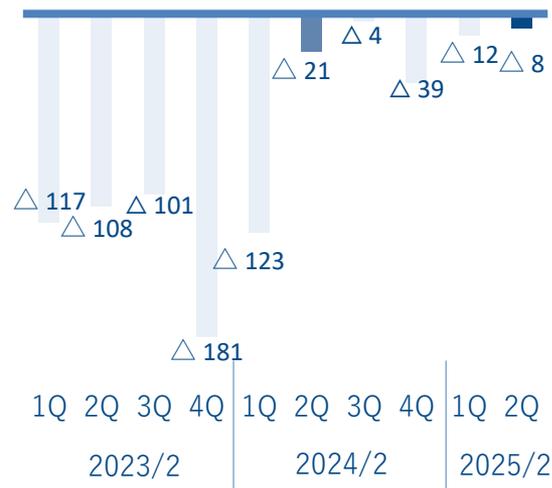
【売上総利益 (百万円)】

162百万円 (前年同期比98.1%)



【営業利益 (百万円)】

△8百万円 (前年同期比13百万円増)



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!

FINDAWAY取得によるシナジー

採用コンサルティングやエンジニアの紹介事業に強みを持つ株式会社FINDAWAYを2024年3月29日に連結子会社化
FINDAWAYが持つ顧客と採用コンサルティングのノウハウをJOBTVに活用することで、人材支援事業の拡大を図る

株式取得概要

会社名	 株式会社FINDAWAY
事業内容	人材採用コンサルティングの提供 人材Web広告メディアの企画制作
取得比率	70.8%
株式取得日	2024年3月29日

事業内容

人材コンサルティング																			
調査・選定・PR			応募者管理・運用				選考・診断・内定			採用・研修・労務									
人材採用計画立案	採用コンセプト立案	求人メディア選定	サイト管理ツール選定	取材・制作・撮影	内定フォロー診断ツール選定	掲載母集団の形成	応募者への対応	面接官トレーニング	会社説明会・企画開催	書類選考・面談	適性診断テスト	メール・電話フォロー	人材選考	最終人材選考	リクルーターフォロー	内定者フォロー	研修制度の実施	現場での実務研修	人事考課・制度改革
<ul style="list-style-type: none"> 的確な求人メディア選定 会社案内パンフレットの企画 HPアクセス、滞在時間増加 合同説明会ブース内装 説明会呼び込み対応 大学連携、学内セミナー 				<ul style="list-style-type: none"> 採用代行のサポート 人事業務の効率化 応募者情報の一元管理 他社と差をつける会社説明会 誘導中傷対策 				<ul style="list-style-type: none"> 適性診断ツールの活用 リクルーター研修 人材獲得ノウハウの共有 内定者フォローツールの活用 			<ul style="list-style-type: none"> 内定者研修、辞退防止 新入社員研修 マインド醸成プログラム 社会人としての基礎講習 								

1,000社以上のクライアントとの取引実績と独自性を活かし、
人材採用から獲得後のフォローまで、一気通貫での対応が可能

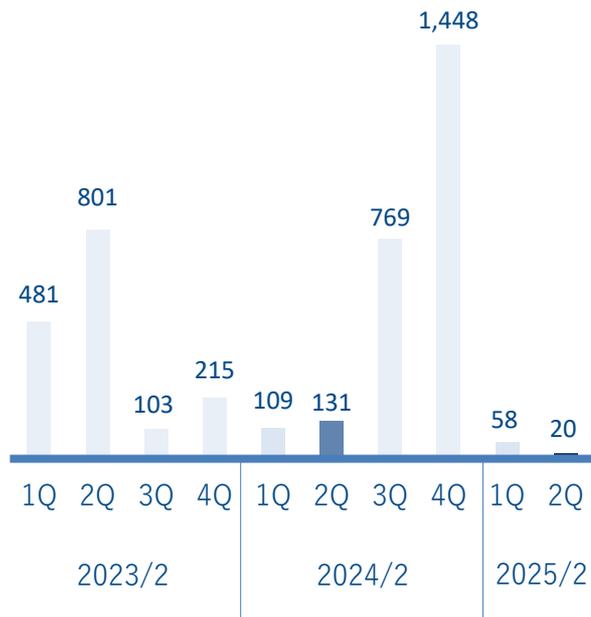
JOBTVは、新卒支援・転職支援・採用支援・派遣の4事業を軸として、人材マーケットで拡大を目指す
自社メディアによる送客を活かした新卒支援を柱に、人材支援事業のブランド強化を実現していく方針



2025年2月期第2四半期は、一定の評価損を計上しつつ、保有株式の一部を売却

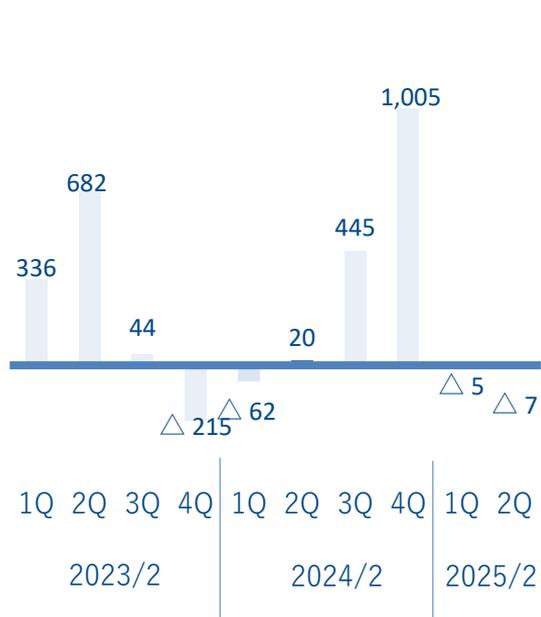
【売上高（百万円）】

20百万円（前年同期比15.7%）



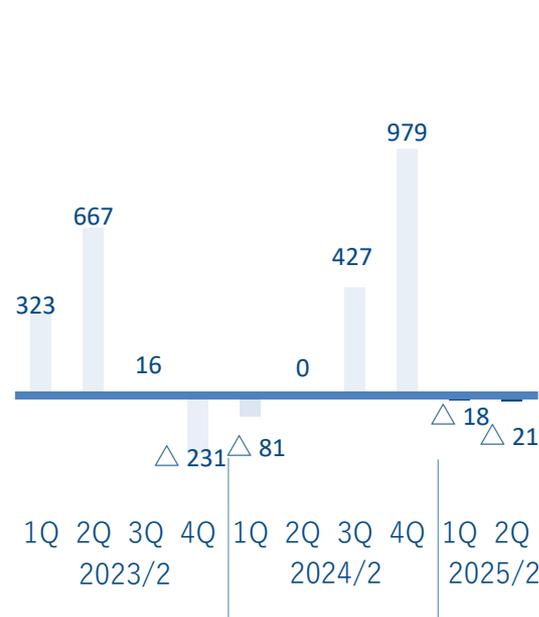
【売上総利益（百万円）】

△7百万円（前年同期比28百万円減）



【営業利益（百万円）】

△21百万円（前年同期比21百万円減）



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32社）
「ハッチワーク」、「ROXX」が東証グロース市場に上場し、直近のIPO実績は2社

上場日	社名	市場
2024年3月26日	HATCHWORK ハッチワーク	東証グロース
2024年9月25日	ROXX ROXX	東証グロース

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)	2024年2月期 第2四半期	2025年2月期 第2四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	28,565	27,385	△1,179	95.9%
売上総利益	17,940	17,894	△46	99.7%
E B I T D A	1,921	2,624	+702	136.6%
営業利益	1,483	2,069	+586	139.5%
経常利益	1,697	2,000	+303	117.9%
税金等調整前 四半期純利益	1,698	1,964	+266	115.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	823	1,019	+195	123.8%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024年2月期末	2025年2月期 第2四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	43,621	43,245	△375	99.1%
現預金	15,820	15,984	+164	101.0%
のれん	3,633	3,430	△203	94.4%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	5,991	5,300	△690	88.5%
その他	18,175	18,529	+354	101.9%
負 債 合 計	23,645	23,918	+272	101.2%
借入金+社債	11,700	12,437	+737	106.3%
その他	11,945	11,480	△465	96.1%
純 資 産	19,975	19,327	△648	96.8%

中期利益計画

中期利益計画

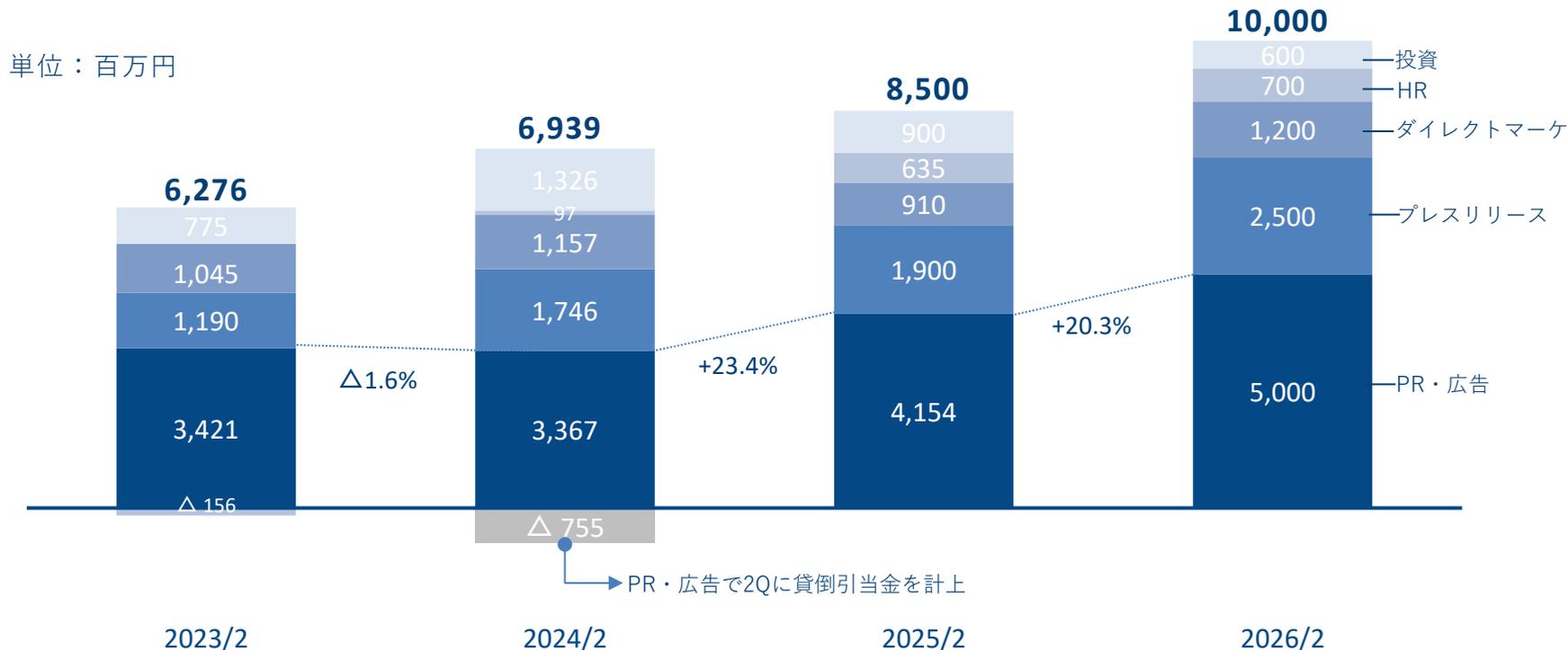
中期利益計画 (単位：百万円)	2023年2月期 (実績)	2024年2月期 (実績)	2025年2月期 (計画)	2026年2月期 (計画)
EBITDA	7,013	7,994	9,400	10,900
営業利益	6,276	6,939	8,500	10,000

- ・ **2026年2月期は、EBITDA10,900百万円、営業利益10,000百万円を計画**しております
- ・ 財務の健全性に配慮しながら、継続的に**ROE25%**を上回る経営を行ってまいります
- ・ 当社の配当方針につきましては、**連結配当性向30%以上を基準**として株主の皆様へ還元しております

※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

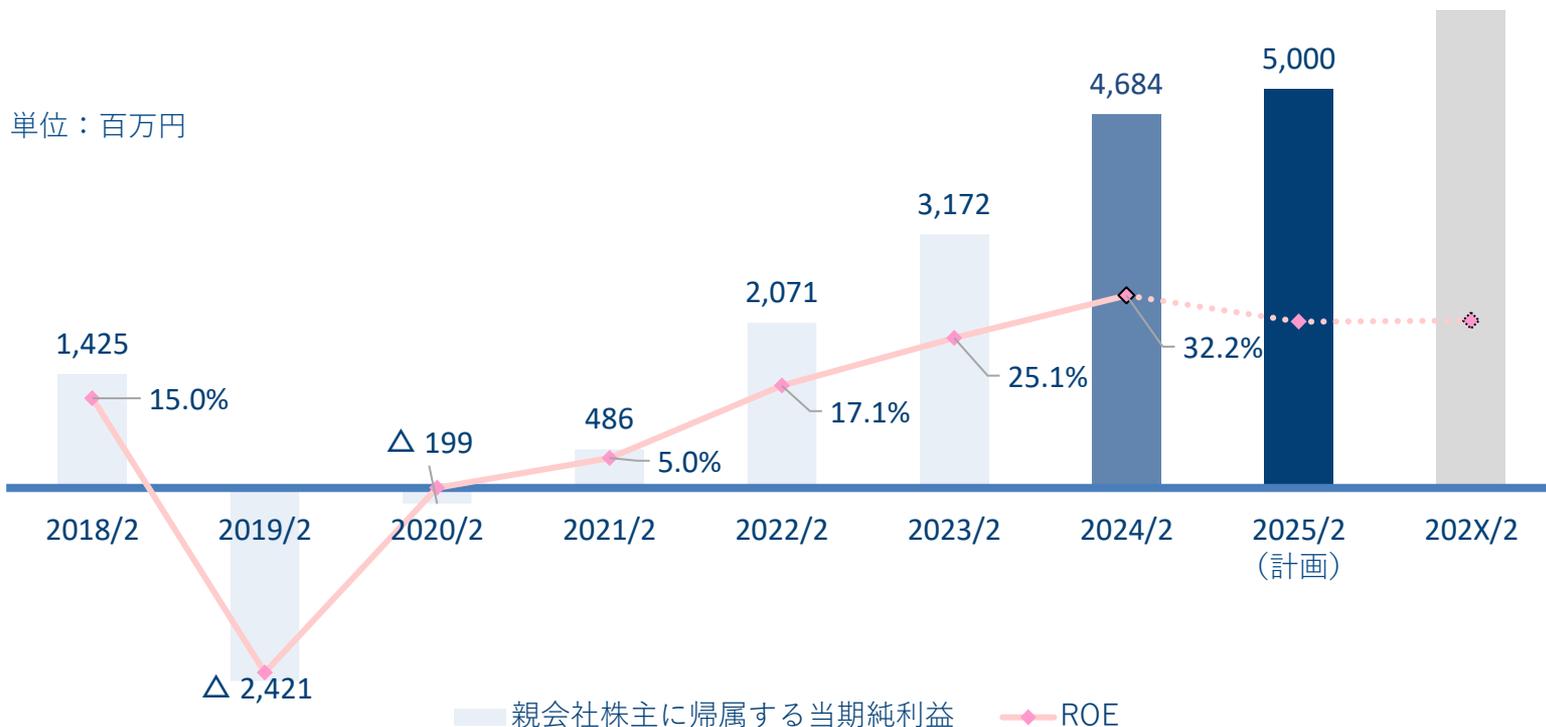


※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「PR・広告」へ変更しております

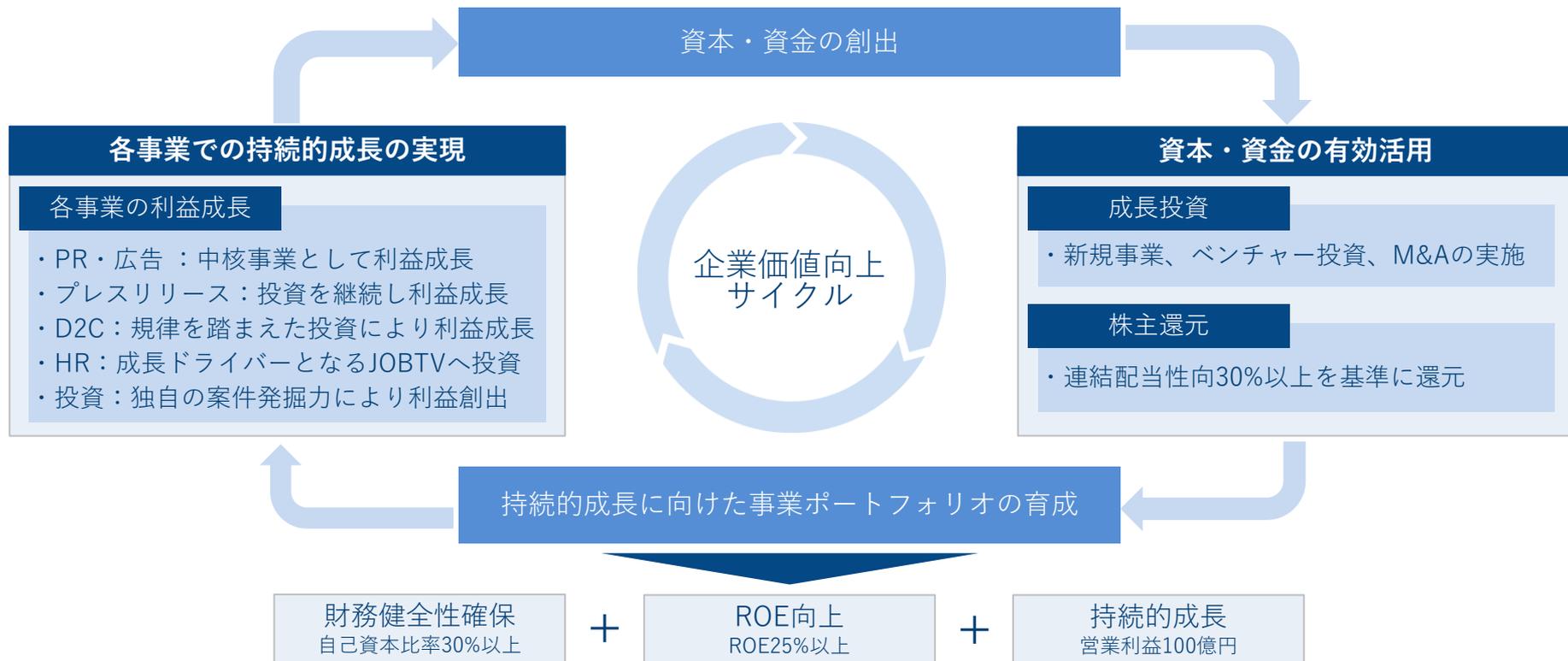
※本決算説明資料に記載したセグメント利益計画の修正およびダイレクトマーケティング事業の今後の見通しを踏まえ、中期利益計画セグメント別推移の内訳を変更しております

ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

継続的にROE25%を上回る経営を行っていく方針



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



經營戰略

グローバルPR企業ランキングアジア1位・世界6位に選出 世界7位から6位にランクアップし、世界を代表する企業に

2024	2023	Agency	HQ	Fee Income 2023 (\$)	Fee Income 2022 (\$)	Staff	Growth vs 2022 (USD)	Growth vs 2022 (Constant Currency)
1	1	Edelman ^{nb}	USA	1,037,907,000	1,079,738,000	6,116	-3.9%	-3.9%
2	3	Weber Shandwick ^{nb}	USA	776,000,000	740,000,000		4.9%	4.9%
3	2	BCW	USA	730,000,000	750,000,000		-2.7%	-2.7%
4	4	FleishmanHillard ^{nb}	USA	720,000,000	735,000,000		-2.0%	-2.0%
5	5	Real Chemistry ^{nb}	USA	595,000,000	555,000,000	1,968	7.2%	7.2%
6	7	Vector Inc. ^{nb}	Japan	525,578,752	494,080,000	1,527	6.4%	6.4%
7	6	Ketchum	USA	520,000,000	525,000,000		-1.0%	-1.0%
8	8	Brunswick	UK	497,840,000	471,900,000	1,370	5.5%	0.5%
9	9	FGS Global	USA	455,000,000	421,000,000	1,099	8.1%	8.1%
10	13	Media Consulta	Germany	420,073,612	350,220,000	2,344	19.9%	19.9%

※出所：PRovoke media 2024 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1,500億円



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

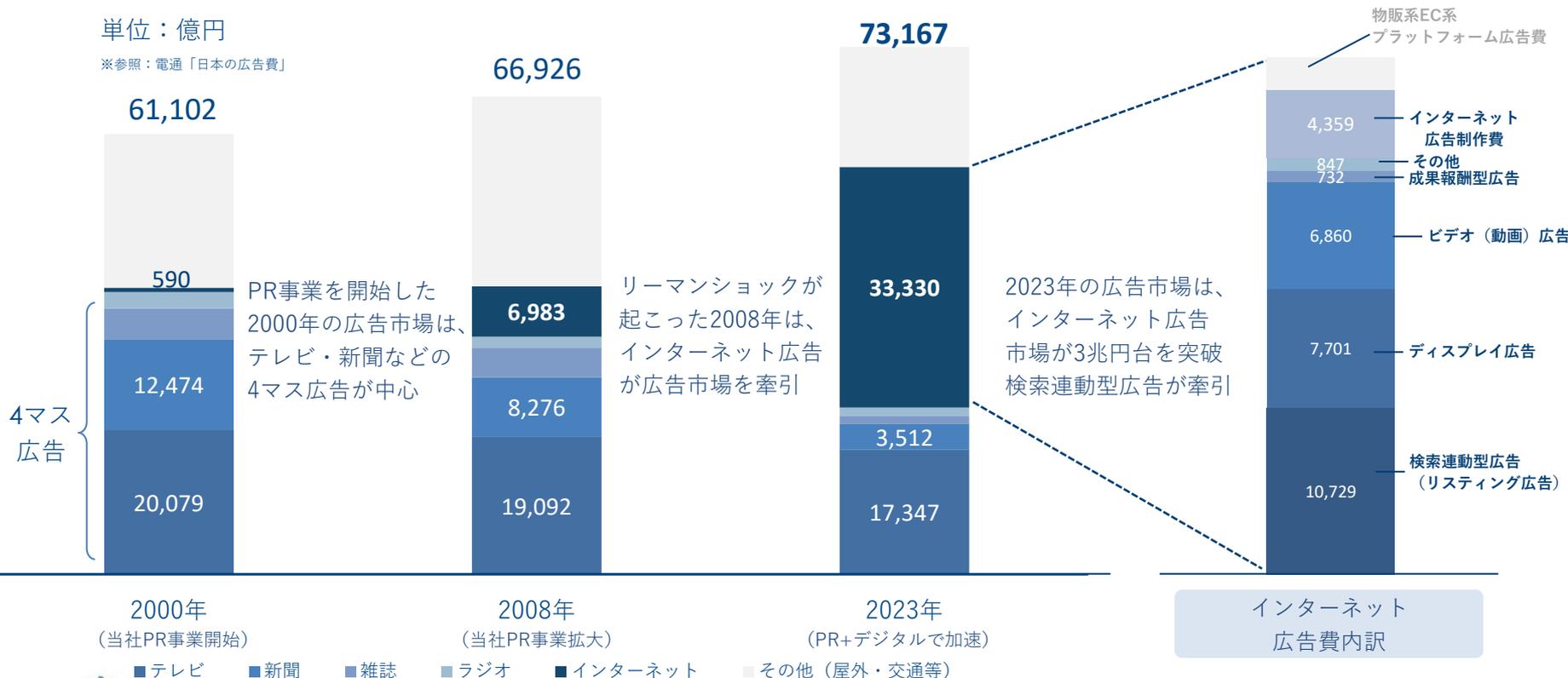
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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

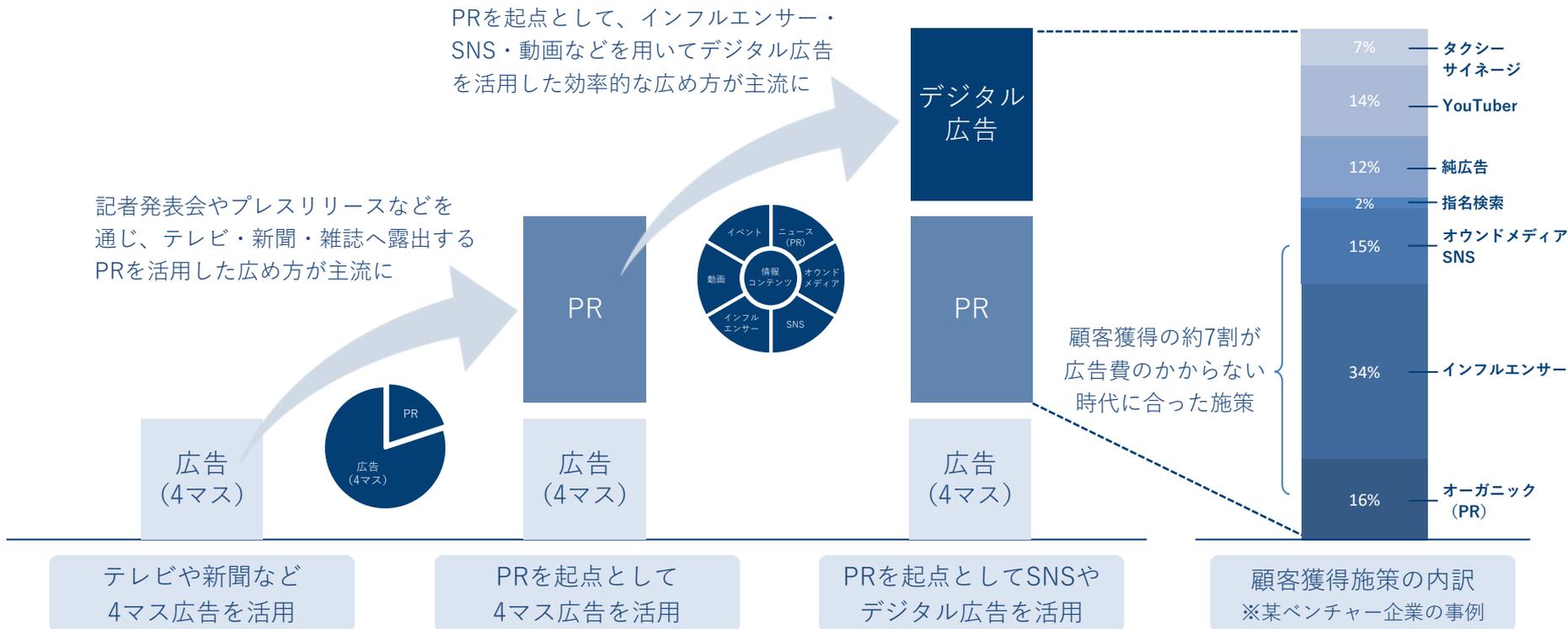
4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に

単位：億円

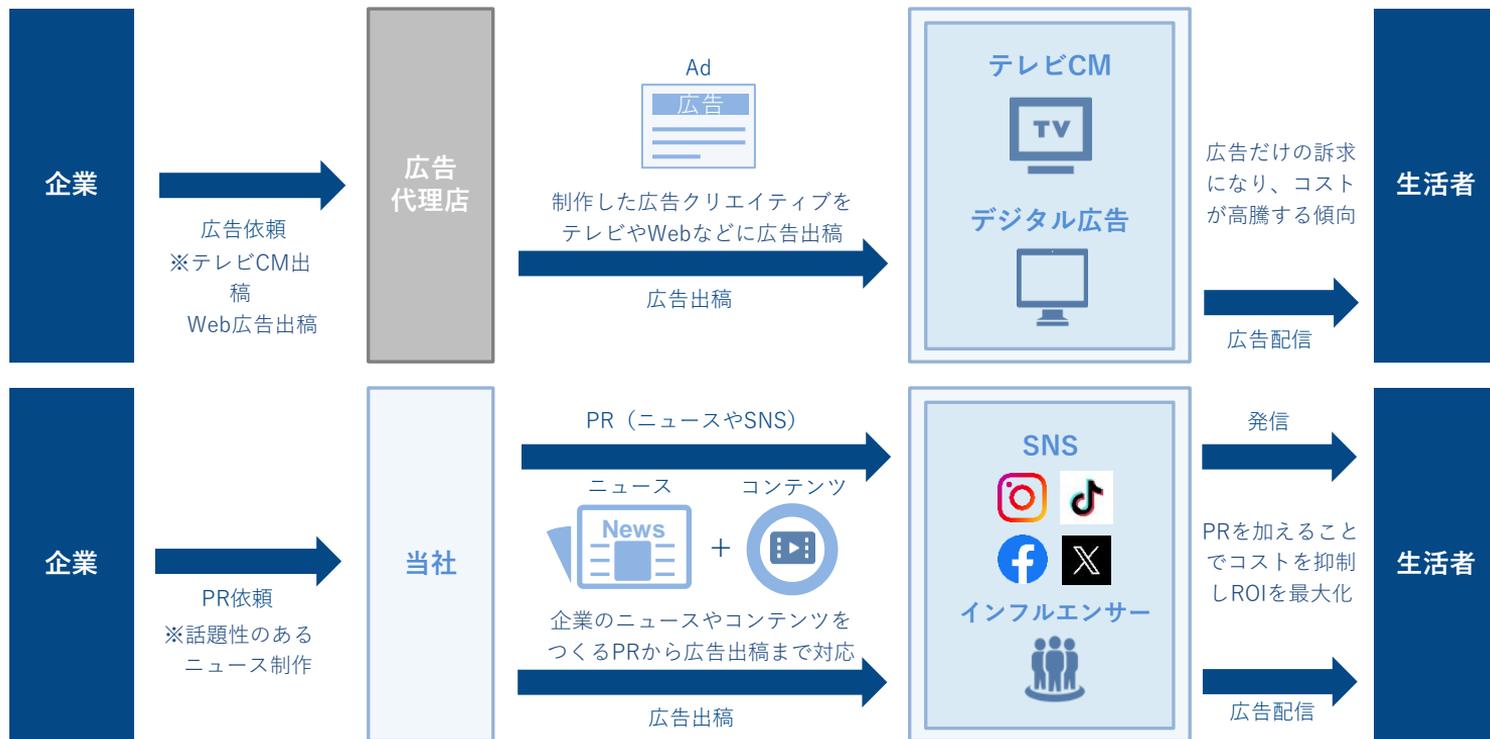
※参照：電通「日本の広告費」



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



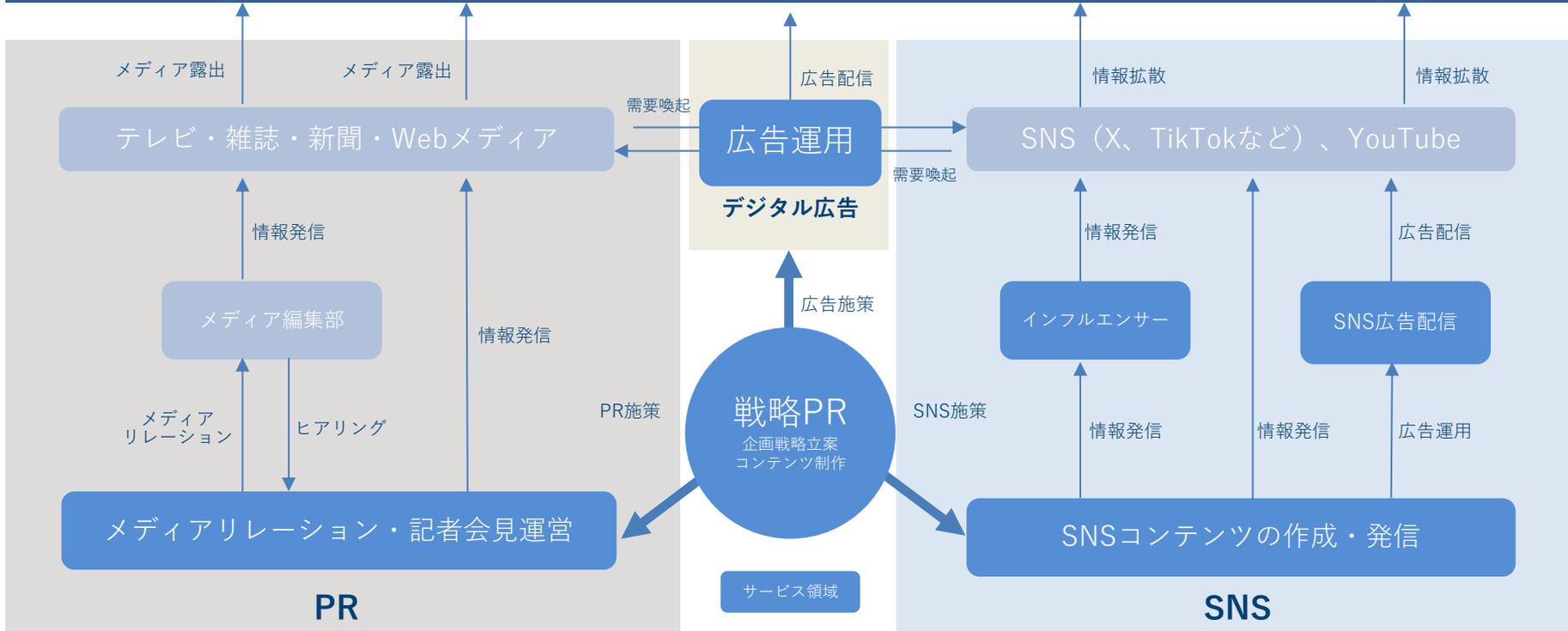
広告で広めるのが広告代理店、ニュースやSNSで広めるのが当社



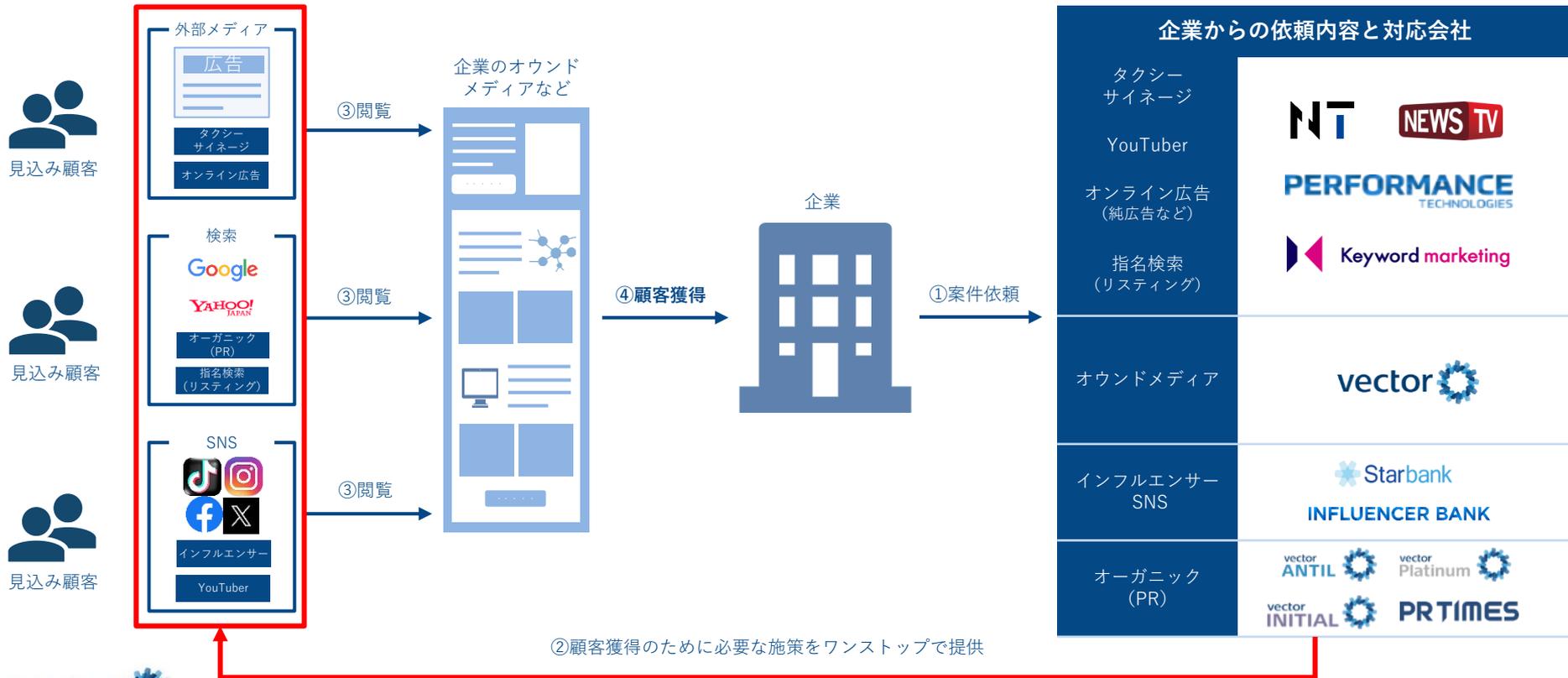
戦略PRを起点としたコミュニケーションフロー

戦略PRを起点にメディア露出を図るPR施策、インフルエンサー&SNS施策、デジタルマーケティングまで統合的に対応

クライアントのサービス・ブランド認知拡大



企業の顧客獲得に必要な施策をワンストップで提供



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



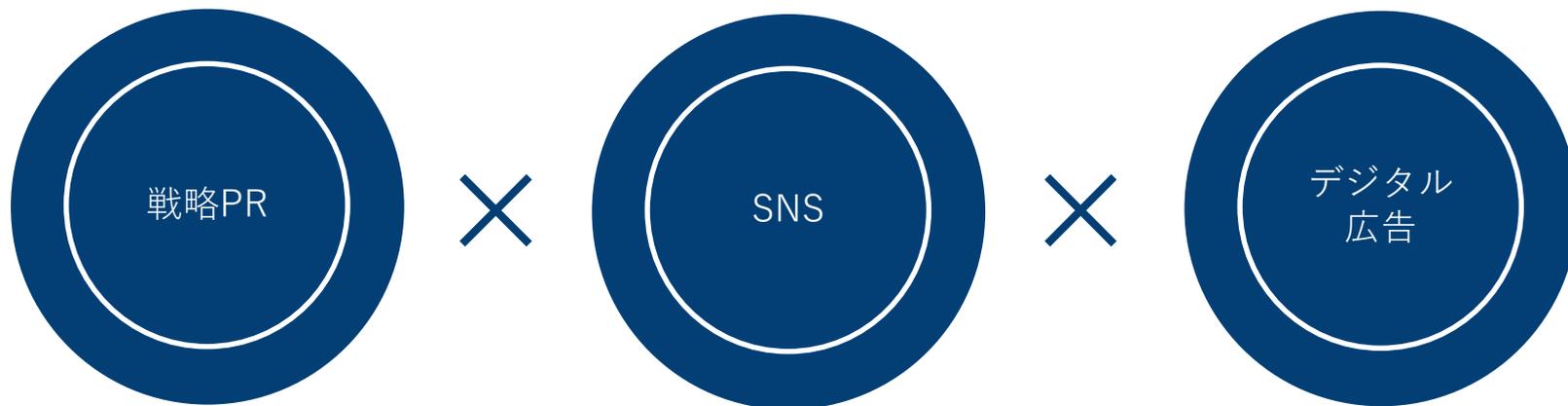
タレント



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

「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

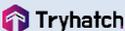


モノを広めるために必要なサービスをワンストップで提供 時代に適したマーケティング施策を従来の10分の1以下のコストで実現

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。



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>9万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57%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>NT </p> <p></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

100,000,000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

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

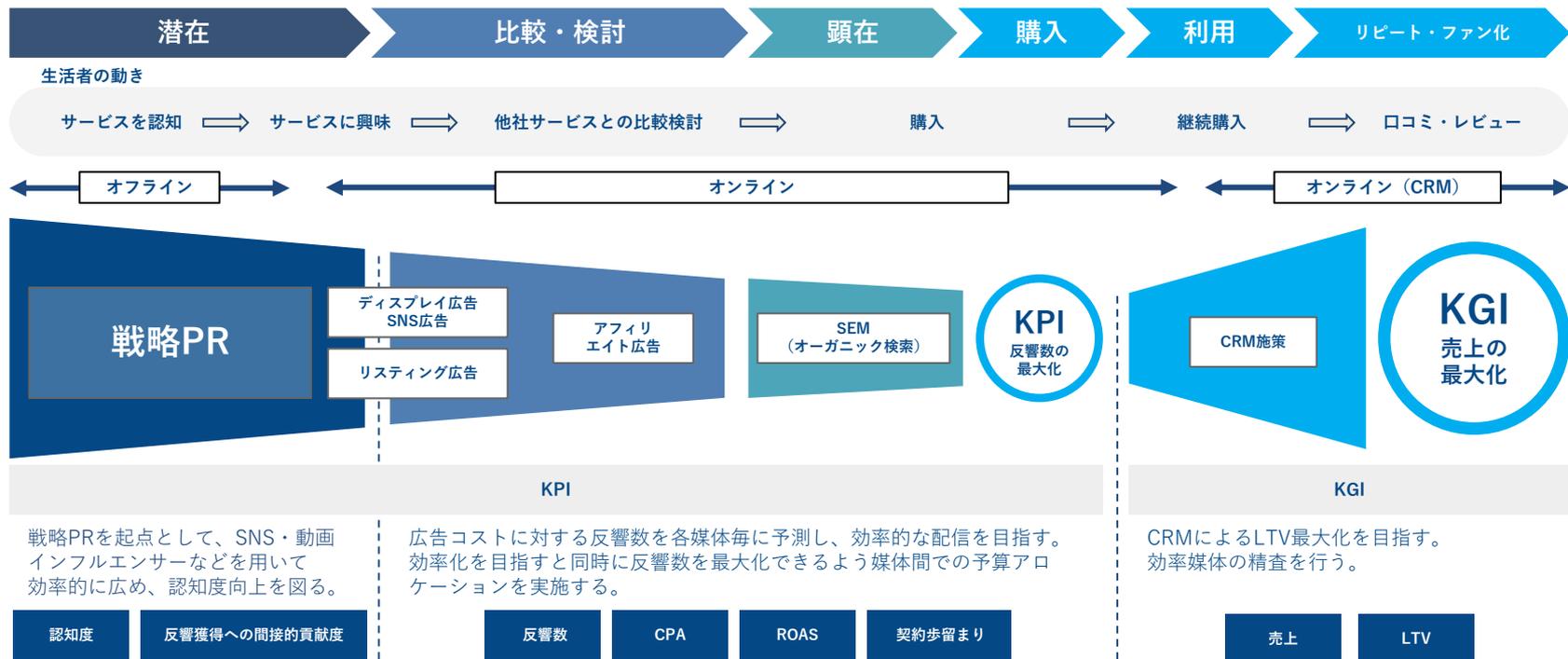
プレスリリース	PRコンサルティング	ビデオリリース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	リスクマネジメント
 <p>9万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の57%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが特徴。</p> <p>PR TIMES</p>	 <p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector ANTIL</p> <p>vector Platinum</p> <p>vector INITIAL</p>	 <p>PR視点での「ビデオリリース」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>NT Tryhatch</p> <p>Keyword marketing</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

100,000,000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



M&Aにより可能となったデジタルマーケティング施策

M&Aした会社の強みを生かし、検索結果画面の上部において、流入元を創出し流入量を最大化

指名検索

このスクリーンショットは、検索エンジンで「クリニック」と検索した際の検索結果画面の上部を示しています。検索結果は約40,300件あり、検索条件は「東京都中央区」に絞られています。検索結果の上部には、複数の「スポンサー」広告が並び、その中には「メンズ脱毛コース」に関する情報が含まれています。また、検索結果の下部には「記事広告」が表示されています。画面には「リスティング広告」、「SEO」、「MEO」などのテキストが重ねられています。

一般キーワード検索 「メンズ脱毛」「地名」

このスクリーンショットは、検索エンジンで「メンズ脱毛 安全」と検索した際の検索結果画面の上部を示しています。検索結果は約40,300件あり、検索条件は「東京都中央区」に絞られています。検索結果の上部には、複数の「スポンサー」広告が並び、その中には「アフィリエイト広告」、「リスティング広告」に関する情報が含まれています。また、検索結果の下部には「MEO」や「SEO」に関する情報が表示されています。画面には「アフィリエイト広告」、「リスティング広告」、「MEO」、「SEO」などのテキストが重ねられています。

このスクリーンショットは、公式HPのモバイル版を示しています。画面には「公式HP」というテキストがあり、下部には「無料カウンセリング予約」という大きなボタンが表示されています。また、「詳しく見る」という小さなボタンも確認できます。

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

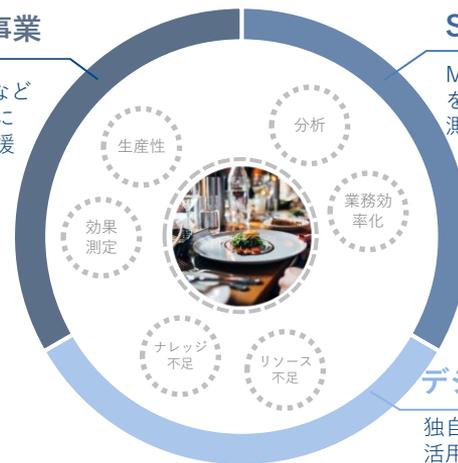
「事業内容」

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	 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
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 上場グループ会社として求められる内部統制を構築

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

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ
PR・IR契約を締結する取引出資を中心に新規投資を実施

① 出資額に応じて、出資先の株式を取得



① 取引出資

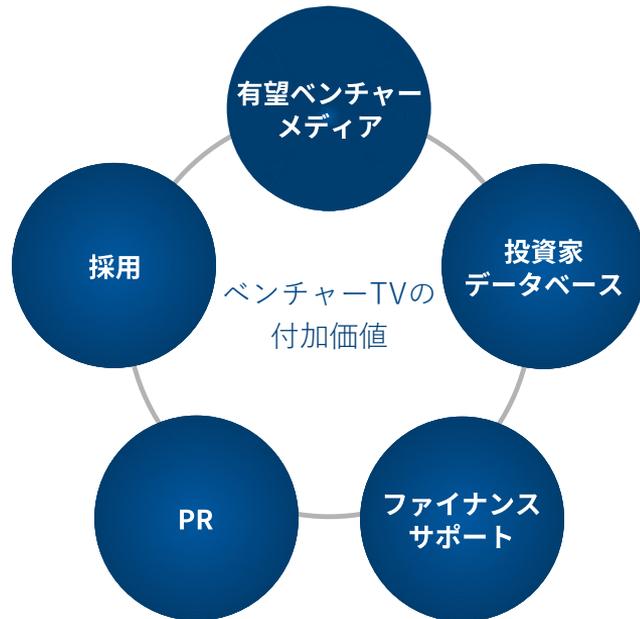
② PR・IR契約

出資対象企業

② 出資先企業との議論・検討の上、必要に応じてベクトルはPR・IR支援、出資先は対価を支払い

スタートアップ企業のプレゼン動画が見放題の動画型メディア「ベンチャーTV」の提供を開始
今後は課題を抱えるスタートアップ企業の社長や投資家に対するさまざまなサービスを拡充予定

プレゼン動画見放題の動画型メディア「ベンチャーTV」



日本最大のスタートアップエコシステムの構築を目指す



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。