

株式会社ベクトル

2025年2月期第3四半期
決算説明資料



2025年1月14日

目次

1. 四半期決算
2. 中期利益計画
3. 経営戦略

四半期決算

売上高

424.5億円

(前年同期比97.8%)

売上
総利益

279.2億円

(前年同期比101.5%)

EBITDA※

48.6億円

(前年同期比115.4%)

営業
利益

40.0億円

(前年同期比114.6%)

経常
利益

39.6億円

(前年同期比109.8%)

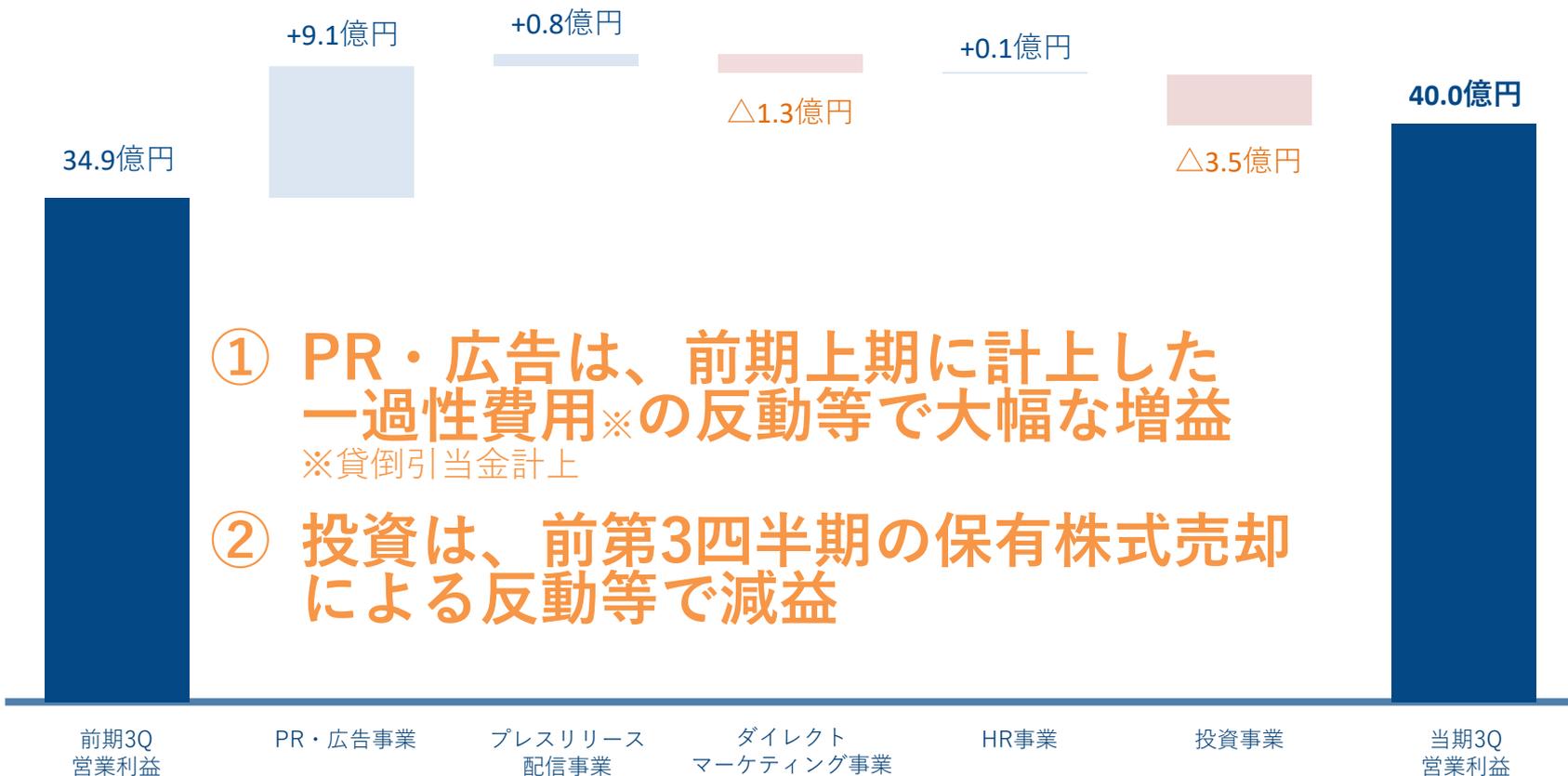
親会社株主に帰属する
四半期
純利益

20.3億円

(前年同期比68.1%)

※ 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）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更しております

第3四半期累計期間業績サマリ

売上高

営業利益

第3四半期累計期間事業概要

連結業績

424.5 億円
(前年同期比 97.8 %)

40.0 億円
(前年同期比 114.6 %)

- 国内PR事業は堅調だが、シグナル、ダイレクトテック等前期に売却した子会社の影響もあり減収
- PR・広告事業の前期の一過性の費用計上等の反動もあり、増益

PR・広告

243.1 億円
(前年同期比 94.4 %)

25.6 億円
(前年同期比 155.3 %)

- 国内PR事業は堅調だが、前期に売却した子会社の影響等もあり減収
- 前期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)

59.8 億円
(前年同期比 118.7 %)

15.9 億円
(前年同期比 105.4 %)

- 過去最高の売上高・営業利益を更新**
- 利用企業社数が10万社を突破
- プレスリリース配信数も堅調に推移

※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更しております

第3四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

98.3 億円

(前年同期比 99.5 %)

HR

21.6 億円

(前年同期比 106.6 %)

投資

3.5 億円

(前年同期比 34.9 %)

営業利益

△2.0 億円

(前年同期比 △1.3 億円)

0.6 億円

(前年同期比 129.6 %)

△0.0 億円

(前年同期比 △3.5 億円)

第3四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3四半期は上記影響も無くなり、広告・販促投資を実施し、ビタブリッドジャパンは**過去最高の四半期売上達成**
- 第4四半期は販促投資を抑制し利益確保により計画達成を目指す
- 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
- 保有株式売却額が減少し、減収減益
- 通期では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「ダイレクトマーケティング」から「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 通期計画	2025年2月期 3Q末時点	進捗率
売上高	61,000	42,452	69.6%
営業利益	8,500	4,008	47.2%
経常利益	8,350	3,964	47.5%
親会社株主に 帰属する当期純利益	5,000	2,034	40.7%

段階利益実績は、計画に対して進捗率40%台と第4四半期に一定程度の利益創出を残すが、主力の戦略PRを中心に堅調な領域を伸ばす一方で、各事業でビハインドしている領域のリカバリー策を着実に遂行し、通期計画達成に向けて利益を積み上げていく方針

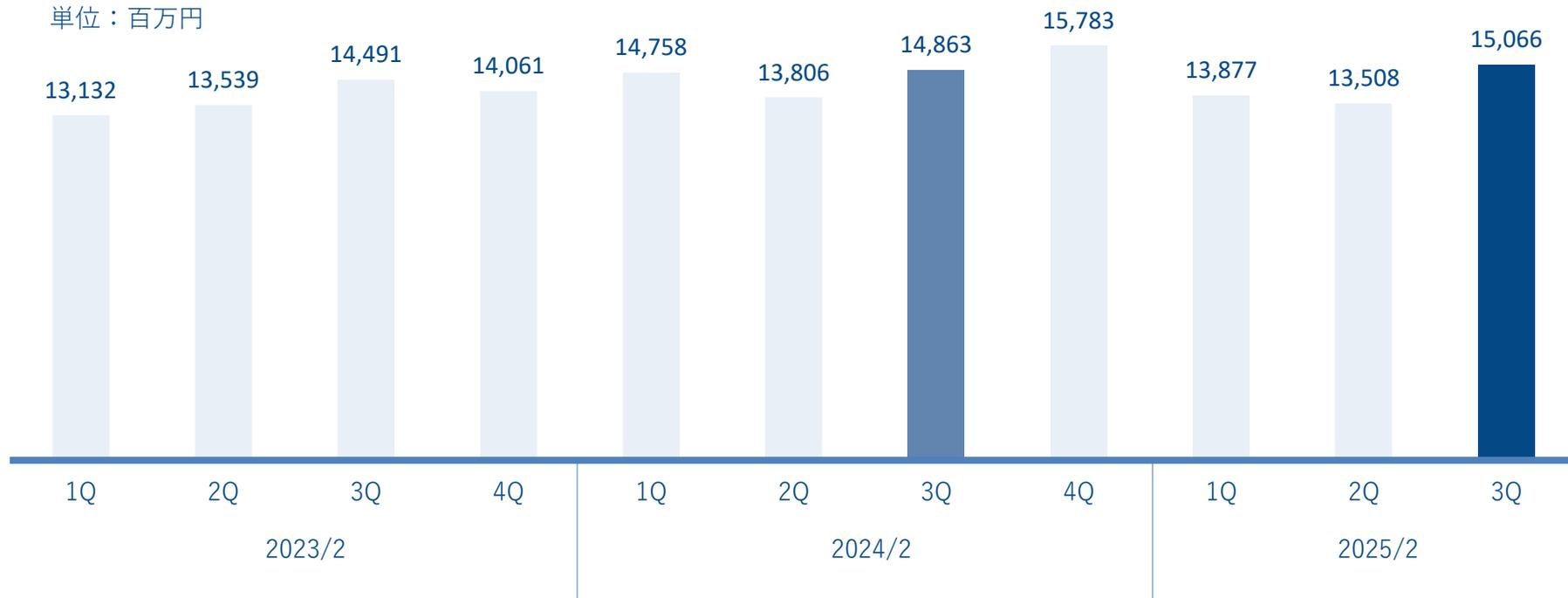
セグメント別利益計画に対する進捗状況

	セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2025年2月期 通期計画	2025年2月期 3Q末時点	進捗率
営業 利益	連結	8,500	4,008	47.2%
	PR・広告※	4,154	2,564	61.7%
	プレスリリース	1,900	1,596	84.0%
	ダイレクトマーケ	910	△202	—
	HR	635	60	9.5%
	投資	900	△8	—

※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更しております

2025年2月期第3四半期の連結売上高は**15,066**百万円（前年同期比**101.4%**）

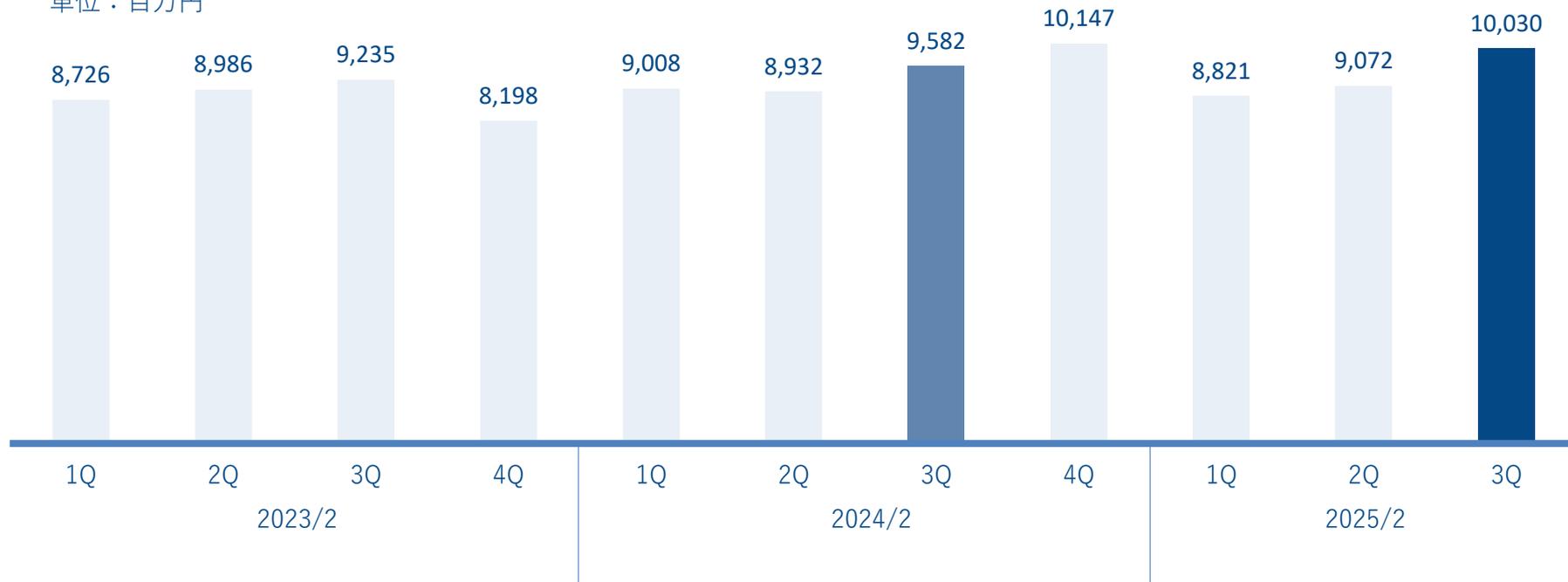
単位：百万円



連結売上総利益推移

2025年2月期第3四半期の連結売上総利益は10,030百万円（前年同期比104.7%）

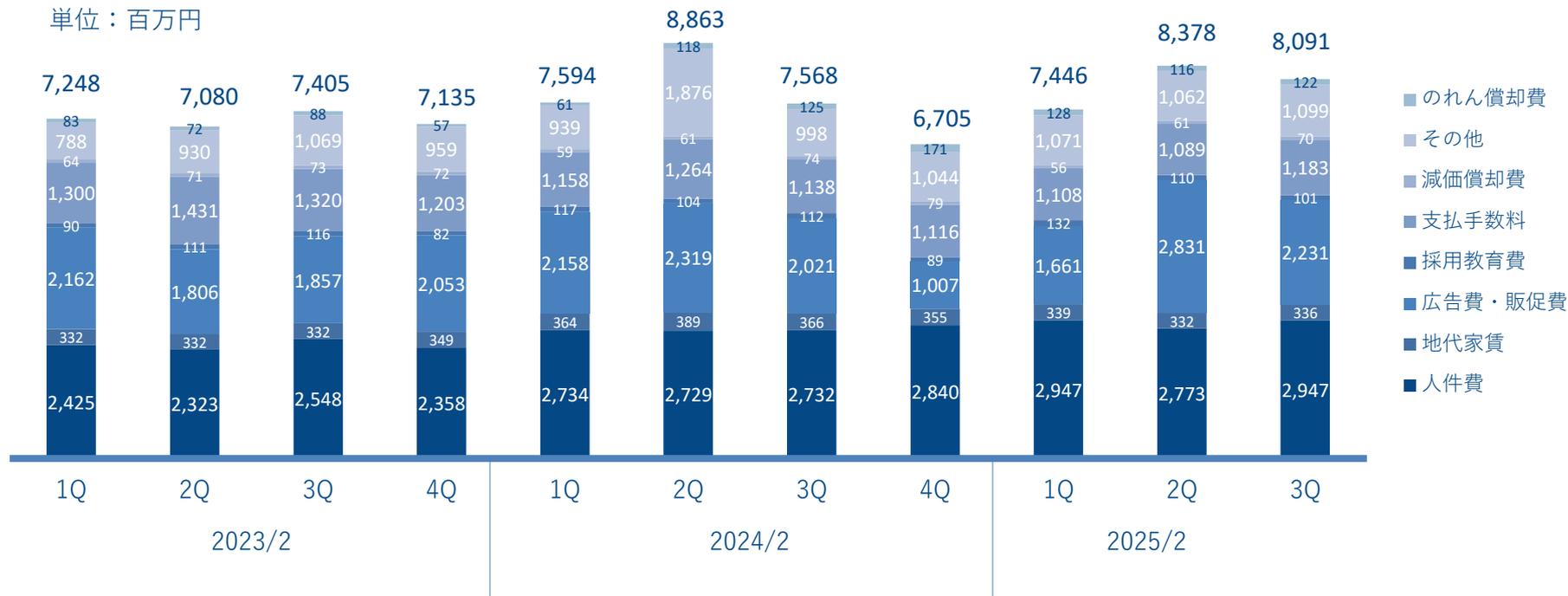
単位：百万円



販売管理費推移

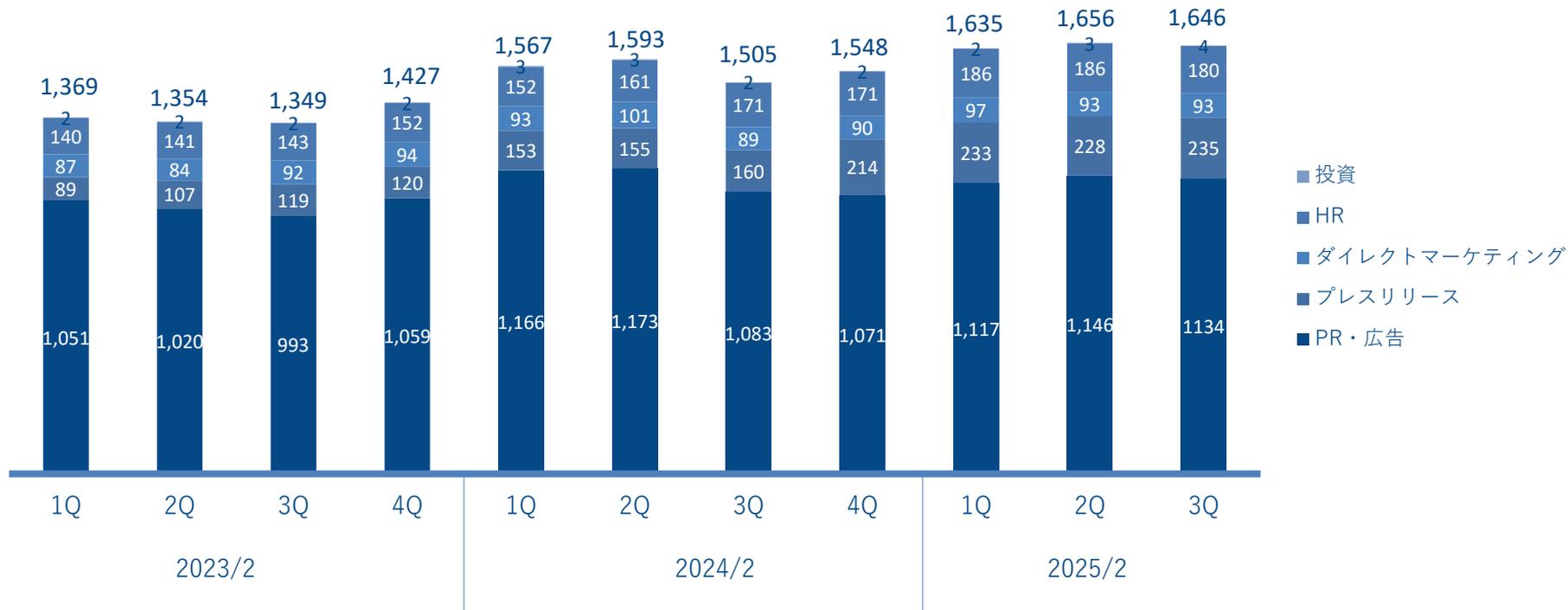
2025年2月期第3四半期の販管費は、人件費や広告・販促費が増加し8,091百万円（前年同期比106.9%）

単位：百万円



連結従業員数推移

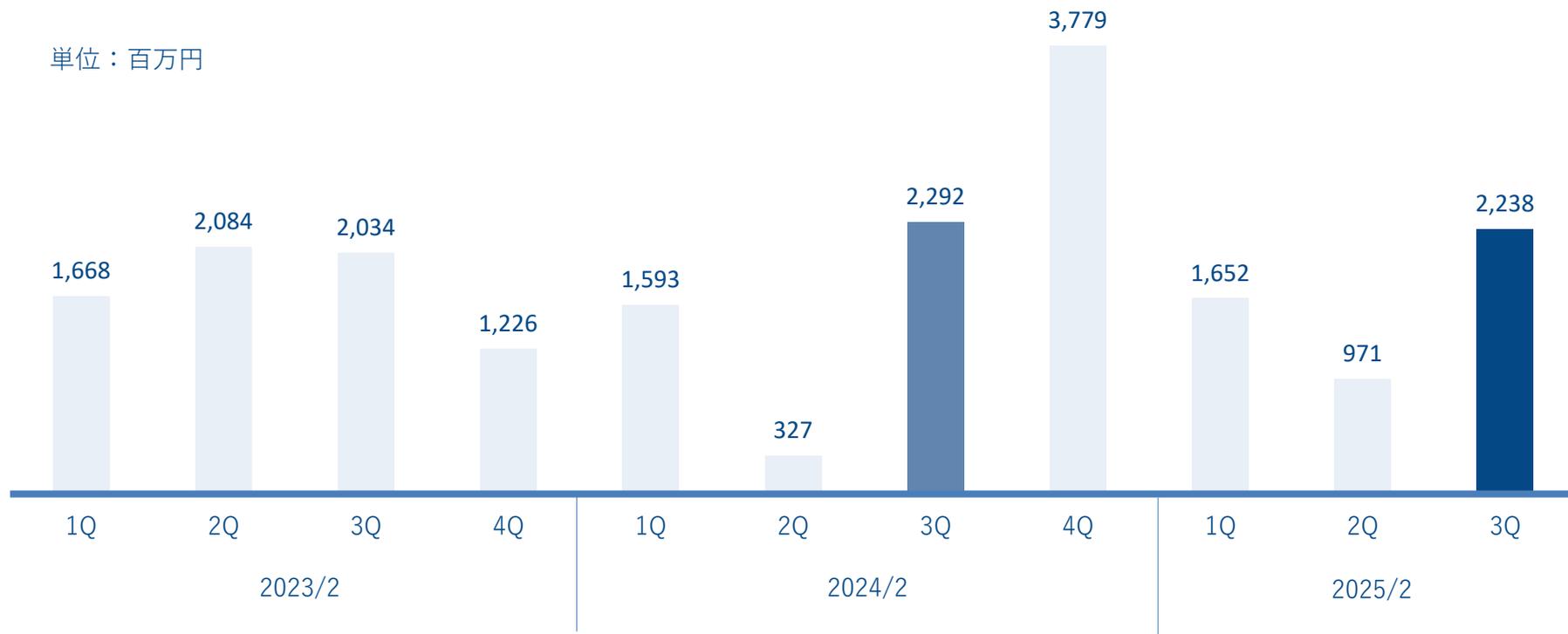
2025年2月期第3四半期の連結従業員数は、PR・広告やHRで減少し1,646人



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更しております

2025年2月期第3四半期のEBITDAは、**2,238**百万円（前年同期比**97.6%**）

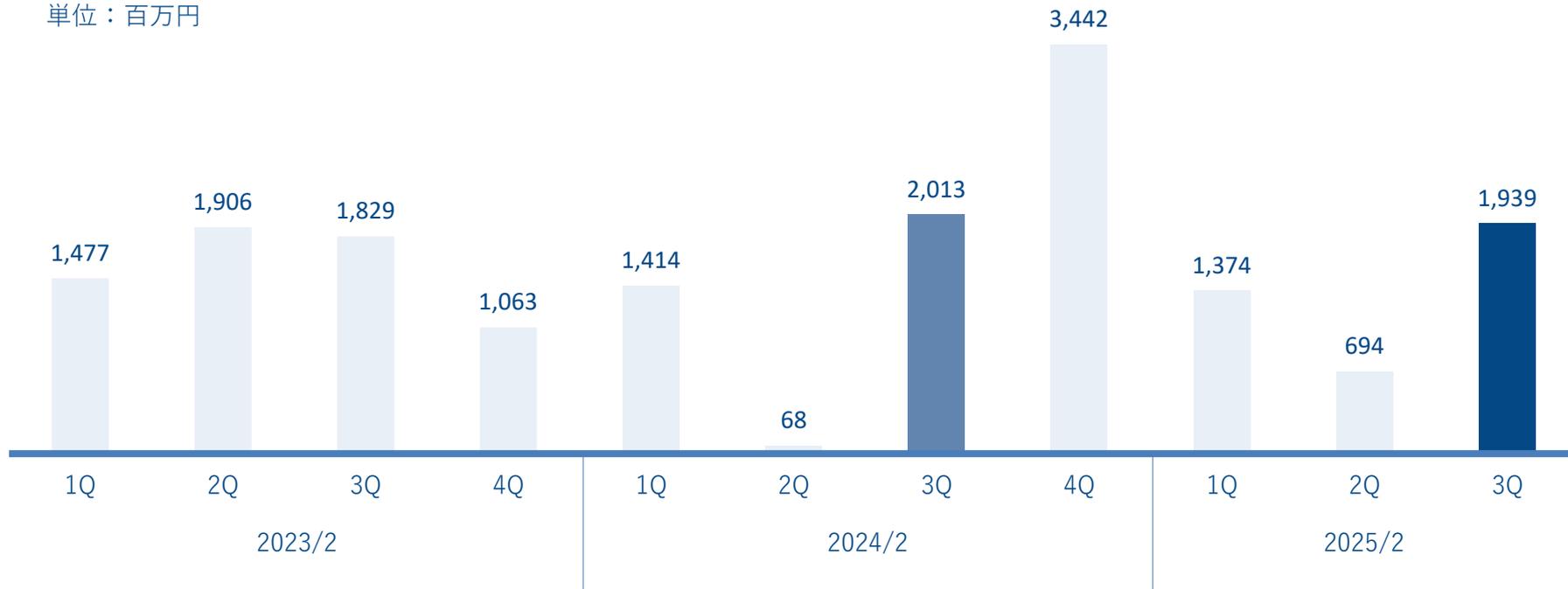
単位：百万円



※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

2025年2月期第3四半期の連結営業利益は**1,939**百万円（前年同期比**96.3%**）

単位：百万円



2025年2月期第3四半期は、前第3四半期のシグナル売却影響や、海外事業減収等により減収するも、高粗利率の案件が増え増益
 第4四半期も戦略PRを引き続き伸ばしつつ、計画未達事業のリカバリー策の着実な遂行を目指す

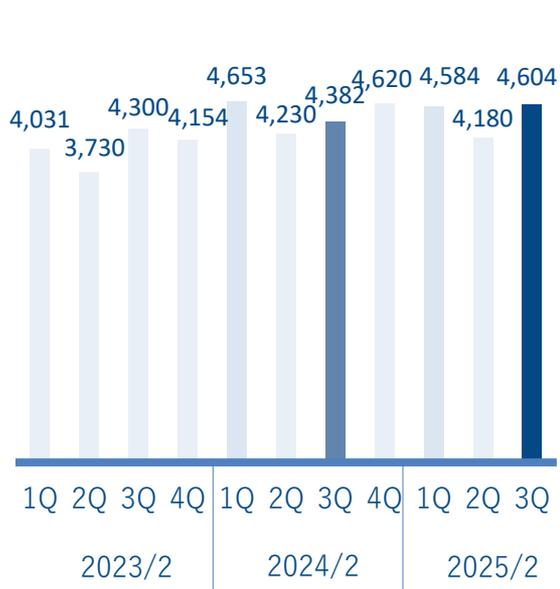
【売上高（百万円）】

8,161百万円（前年同期比96.4%）



【売上総利益（百万円）】

4,604百万円（前年同期比105.1%）



【営業利益（百万円）】

949百万円（前年同期比115.0%）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「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3四半期は、売上が立ちにくい最新のPR手法案件の増加等により減収するも、案件数増や単価の高い案件が増加し増益
第4四半期も、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継続提案により、業績を牽引

【売上高（百万円）】

4,206百万円（前年同期比96.6%）



【売上総利益（百万円）】

2,356百万円（前年同期比105.6%）



【営業利益（百万円）】

1,134百万円（前年同期比110.0%）



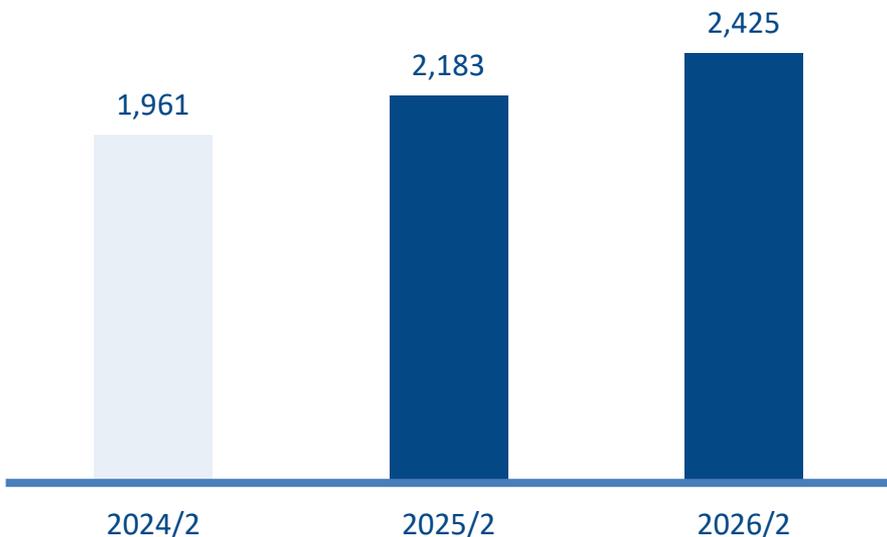
※ベクトルに支払うロイヤリティを営業利益に足し戻して算出しております

※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

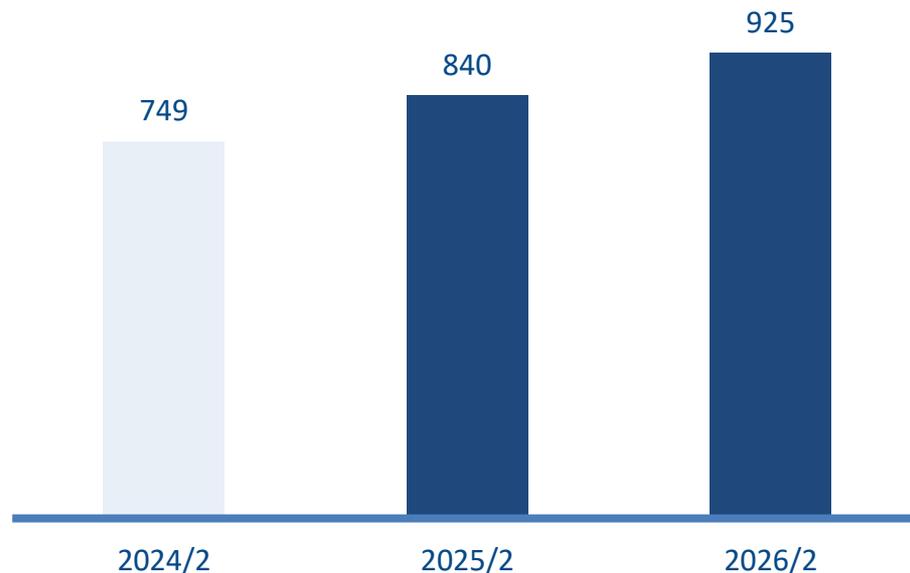
プロジェクト件数およびPRリテナー契約数の獲得目標

安定的に収益が見込めるリテナー契約件数を増やし、モノを広める施策を一気通貫で受注することで案件単価アップを目指す
着実なKPIの積み上げにより業績を拡大

【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3四半期は、国内/海外ともに利益率の高い案件が積み重なり増益
 第4四半期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）】

7,307百万円（国内） / 853百万円（海外）



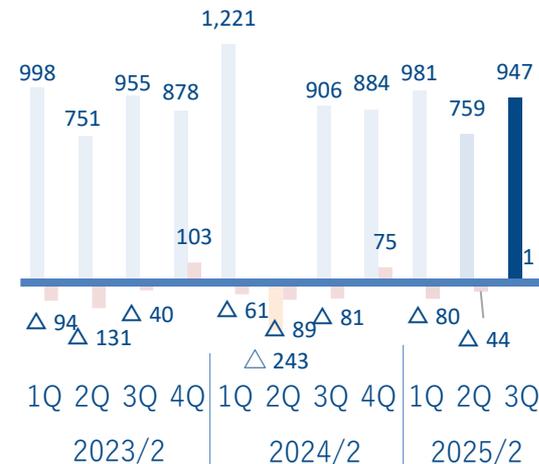
【売上総利益（百万円）】

4,245百万円（国内） / 358百万円（海外）



【営業利益（百万円）】

947百万円（国内） / 1百万円（海外）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「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

「お母さんはきょう、なに食べたんだろう？」
母の日は、母の食べるをおもう日に。

コミュニケーション施策企画

ポップアップショップ WEB CM LP PR

実行施策

認知向上

WEB CM SNS広告

PR

インフルエンサー

理解・購買促進

ポップアップショップ LP

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。

当社の戦略PR活動が対外的にも評価を得て、国内外の各種Awardで1位やゴールド、グランプリなどを受賞

「Global Top 250 PR Agency Rankings」にて
アジア1位/初の世界6位にランクイン 7年連続で国内1位



「Campaign Agency of the Year 2024」にて
Japan PR Agency 部門 ゴールドを受賞



「2024 64th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」にて
総務大臣賞/ACCグランプリを含む4賞を受賞



タクシーサイネージ事業

第3四半期は、営業施策が奏功し前年同期比で増収増益。**売上高は過去最高を更新**
第4四半期も、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）】 1,083百万円（前年同期比**115.4%**）

【売上総利益（百万円）】 492百万円（前年同期比**118.5%**）



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。

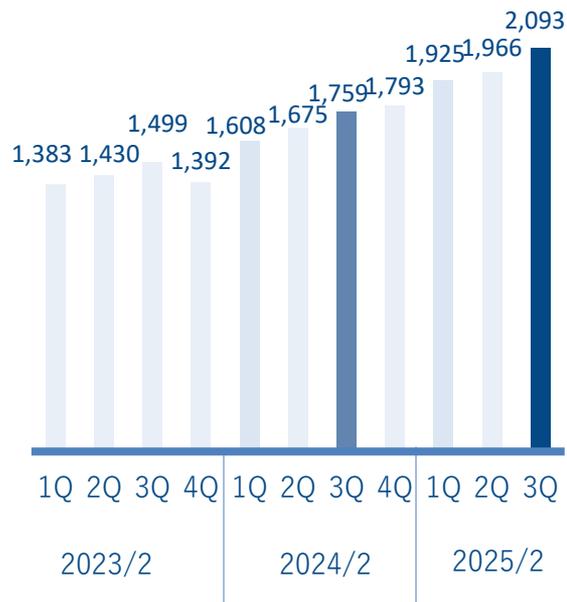
都内最大規模となる約11,500台の後部座席にサイネージを搭載
ビジネスパーソンを中心とした都内タクシーの利用者の約40%
をカバーし、月間約770万人に動画広告やコンテンツを配信

プレスリリース配信事業

2025年2月期第3四半期は、利用企業社数やプレスリリース配信数が増加し、**売上高・営業利益ともに過去最高を更新**
第4四半期も、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

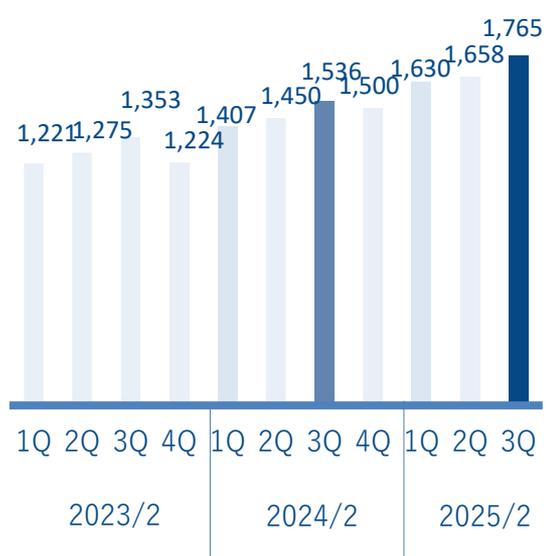
【売上高（百万円）】

2,093百万円（前年同期比**119.0%**）



【売上総利益（百万円）】

1,765百万円（前年同期比**114.9%**）



【営業利益（百万円）】

638百万円（前年同期比**102.2%**）



利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第3四半期は、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4四半期も、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）】 105,061社（前年同期比115.3%）



【プレスリリース配信数（件）】 111,540件（前年同期比111.2%）



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10万社以上、上場企業の60%が利用

PR TIMES 東証プライム

PR TIMES プレスリリース・ニュース配信サービス 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 **60%** 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配信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、情報発信力の競争的な向上など、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</p>	<p>素直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とパナソニック</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>
---	---	---	---

2018年8月29日
東証1部市場変更

200媒体以上掲載！



利用企業社数
105,000社
2024年11月

94,000社
2024年2月

79,000社
2023年2月

65,000社
2022年2月

28,000社
2019年2月

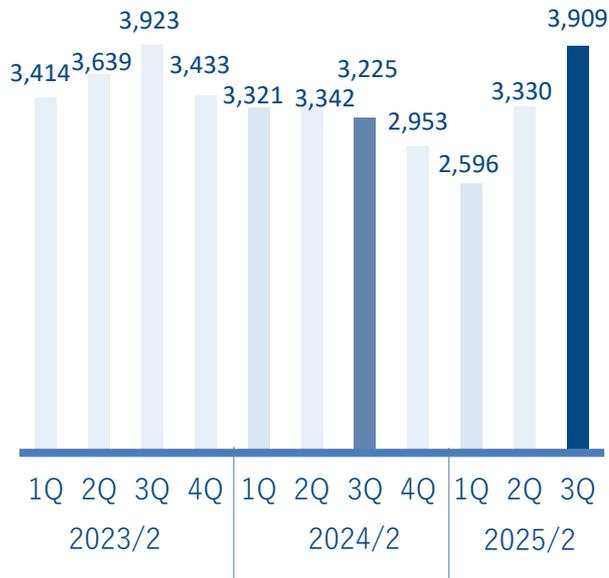


ダイレクトマーケティング事業

2025年2月期第3四半期は、他社発の紅麴原料問題が収束、主力商材に次ぐ商材の成長も後押しし、増収増益
 第4四半期は、一時的に広告を抑制し、通期で掲げた営業利益の確保を最優先に動く計画

【売上高（百万円）】

3,909百万円（前年同期比121.2%）



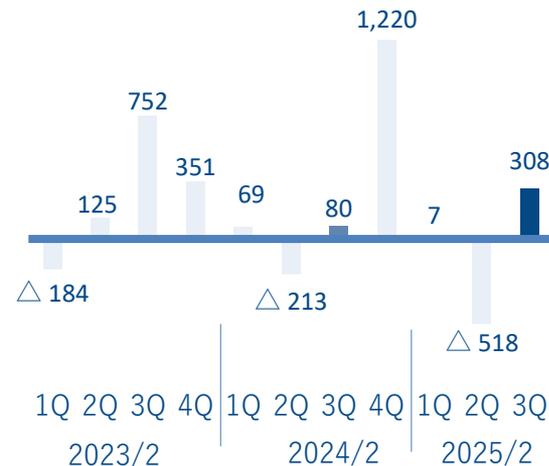
【売上総利益（百万円）】

3,104百万円（前年同期比116.9%）



【営業利益（百万円）】

308百万円（前年同期比382.6%）



※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更しております

先端技術を用いたビタブリッドシリーズを販売し、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**1,912万個を突破**



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**973万個を突破**



睡眠の質を向上させ、ストレスや疲労感など現代人の抱える不調の緩和をサポートする「Vitabrid Daily GABA」は、累計販売個数が**50万個**を見据えるまでに成長

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3四半期は、他社発の紅麹原料問題の収束にともない販促投資を継続し、**過去最高の販売個数**を達成
第4四半期は、一時的に広告を抑制し、通期で掲げた営業利益の確保を最優先に動く計画

【広告宣伝・販促費（百万円）】 1,836百万円（前年同期比106.5%）

【販売個数（千個）】 1,142千個（前年同期比129.1%）



※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3四半期は、JOBTVが着実に成長するもあしたのチームの利用社数減等により減収減益
第4四半期も、あしたのチームの売上高回復とJOBTVの赤字幅縮小に主眼を置き、増収増益を図る

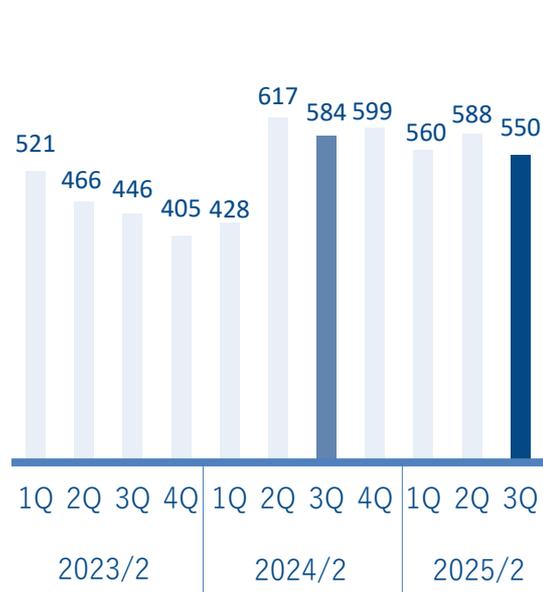
【売上高（百万円）】

706百万円（前年同期比97.5%）



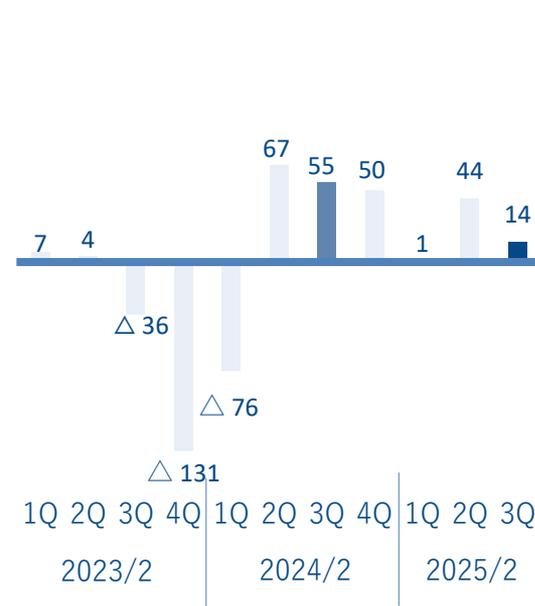
【売上総利益（百万円）】

550百万円（前年同期比94.2%）



【営業利益（百万円）】

14百万円（前年同期比25.6%）



HR事業（あしたのチーム）

第3四半期は、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4四半期は、営業即戦力人材を投入してSaaSの拡販を図り、増収増益を目指す

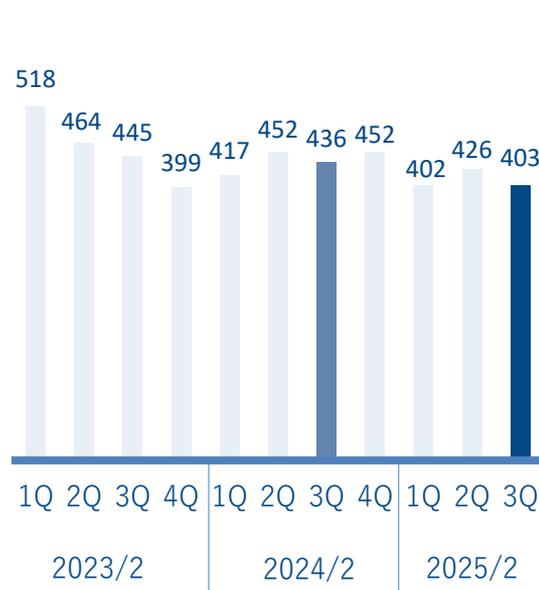
【売上高（百万円）】

547百万円（前年同期比95.3%）



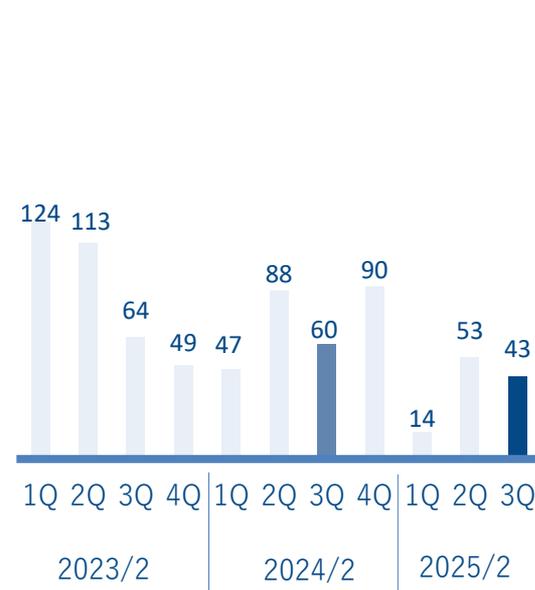
【売上総利益（百万円）】

403百万円（前年同期比92.3%）



【営業利益（百万円）】

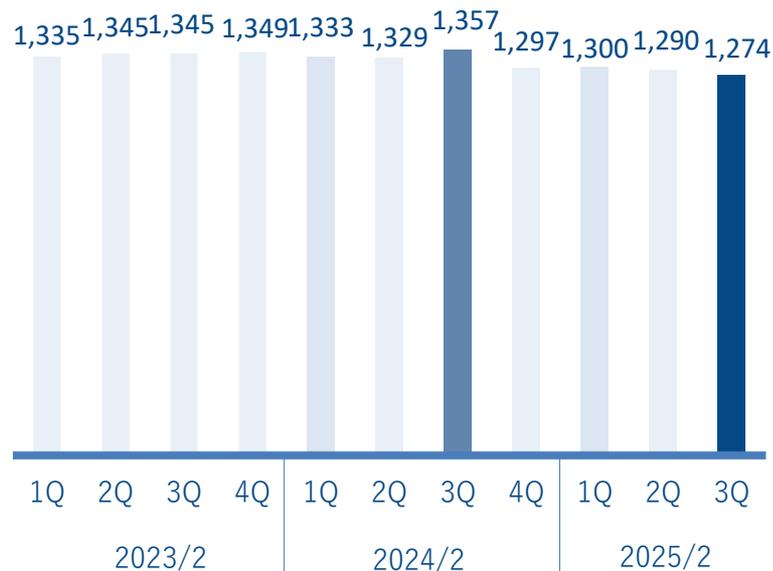
43百万円（前年同期比71.7%）



利用企業社数とARRの推移

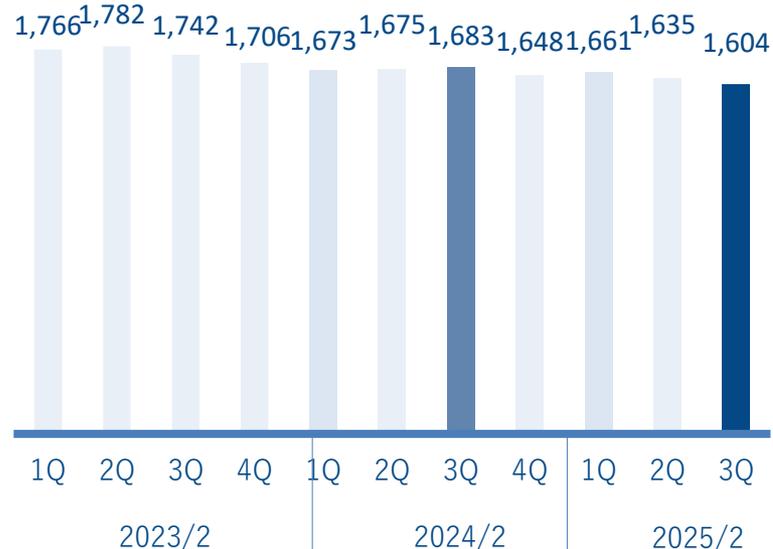
第3四半期は、解約率はほぼ一定に推移するも、新規顧客獲得が鈍化したことでARRが去年同期比減少
第4四半期は、営業即戦力人材による新規顧客の獲得を促進し、利用企業社数とARRの早期回復を図る

【利用企業社数（社）】 1,274社（前年同期比93.9%）



※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）】 1,604百万円（前年同期比95.3%）

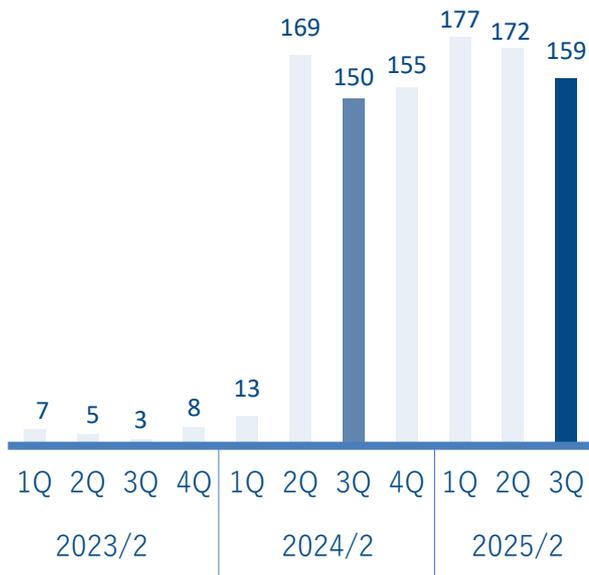


※ARR：四半期末時点のMRR（クラウド+運用コンサル）に12を乗じた金額

第3四半期は、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4四半期以降も、ビジコネット社やFINDAWAY社との連携を強め、売上高の拡大を図る

【売上高 (百万円)】

159百万円 (前年同期比105.9%)



【売上総利益 (百万円)】

147百万円 (前年同期比99.6%)



【営業利益 (百万円)】

△29百万円 (前年同期比24百万円減)



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!

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

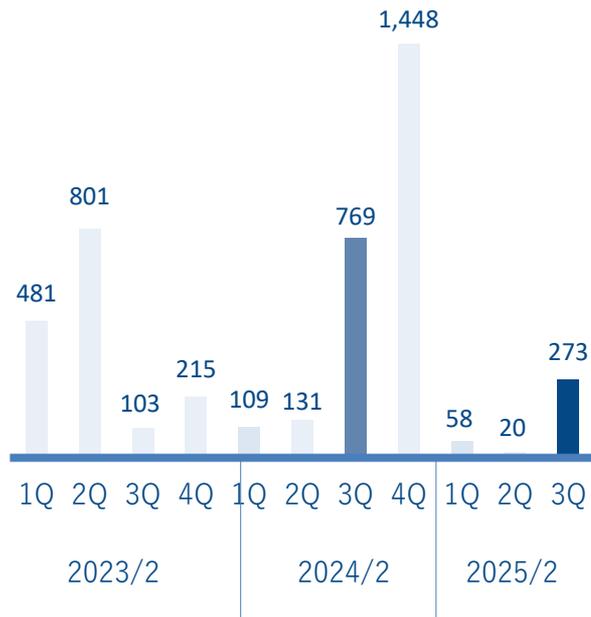
JOBTVは、新卒支援・転職支援・採用支援・派遣の4事業を軸として、人材マーケットで拡大を目指す
自社メディアによる送客を活かした新卒支援を柱に、人材支援事業のブランド強化を実現していく方針



2025年2月期第3四半期は、一定の評価損を計上しつつ、IPO銘柄を含む保有株式の一部を売却

【売上高（百万円）】

273百万円（前年同期比**35.5%**）



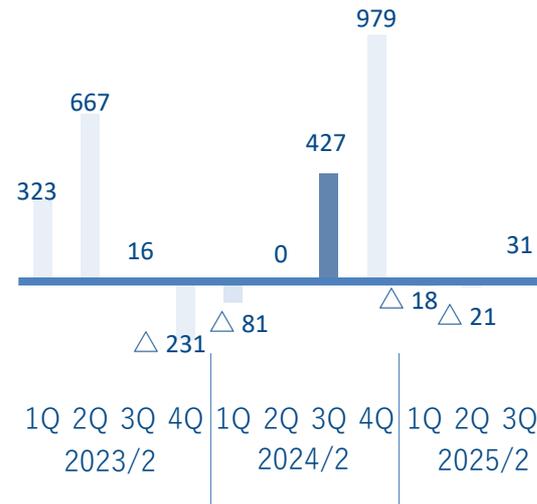
【売上総利益（百万円）】

47百万円（前年同期比**10.6%**）



【営業利益（百万円）】

31百万円（前年同期比**7.3%**）



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

















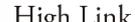







D2C









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





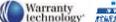














HR-人材-教育関連













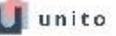









シェアリングエコノミー











DX


















その他 toB 向けサービス




























その他 toC 向けサービス



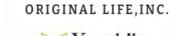

















連結損益計算書

(単位：百万円)	2024年2月期 第3四半期	2025年2月期 第3四半期	前年同期差	前年同期比
売上高	43,428	42,452	△975	97.8%
売上総利益	27,523	27,924	+401	101.5%
E B I T D A	4,214	4,862	+648	115.4%
営業利益	3,497	4,008	+511	114.6%
経常利益	3,610	3,964	+353	109.8%
税金等調整前 四半期純利益	5,458	3,878	△1,579	71.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,987	2,034	△952	68.1%

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024年2月期末	2025年2月期 第3四半期末	前期末差	前期末比
資 産 合 計	43,621	43,445	△175	99.6%
現預金	15,820	15,749	△70	99.6%
のれん	3,633	3,474	△159	95.6%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	5,991	5,254	△736	87.7%
その他	18,175	18,967	+791	104.4%
負 債 合 計	23,645	23,218	△427	98.2%
借入金+社債	11,700	12,921	+1,221	110.4%
その他	11,945	10,297	△1,648	86.2%
純 資 産	19,975	20,227	+251	101.3%

中期利益計画

中期利益計画

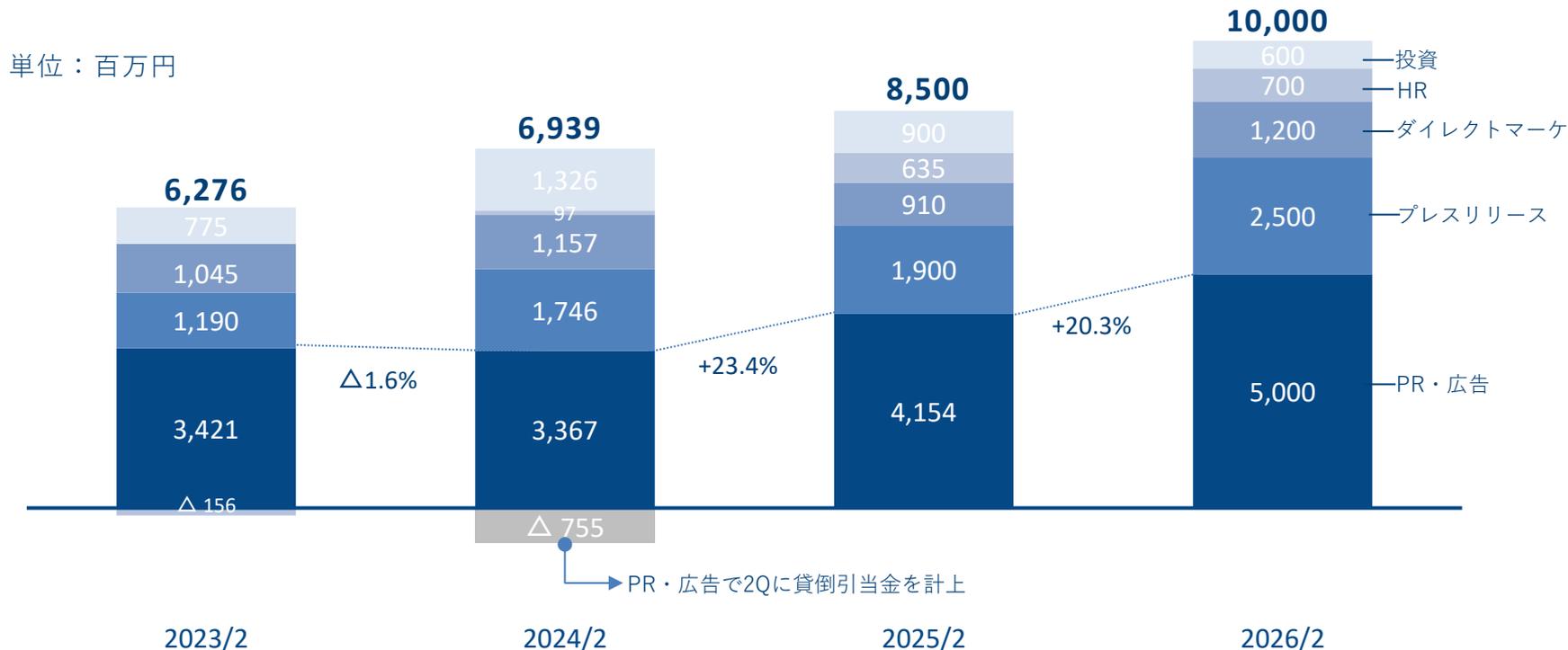
中期利益計画 (単位：百万円)	2023年2月期 (実績)	2024年2月期 (実績)	2025年2月期 (計画)	2026年2月期 (計画)
EBITDA	7,013	7,994	9,400	10,900
営業利益	6,276	6,939	8,500	10,000

- ・ **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

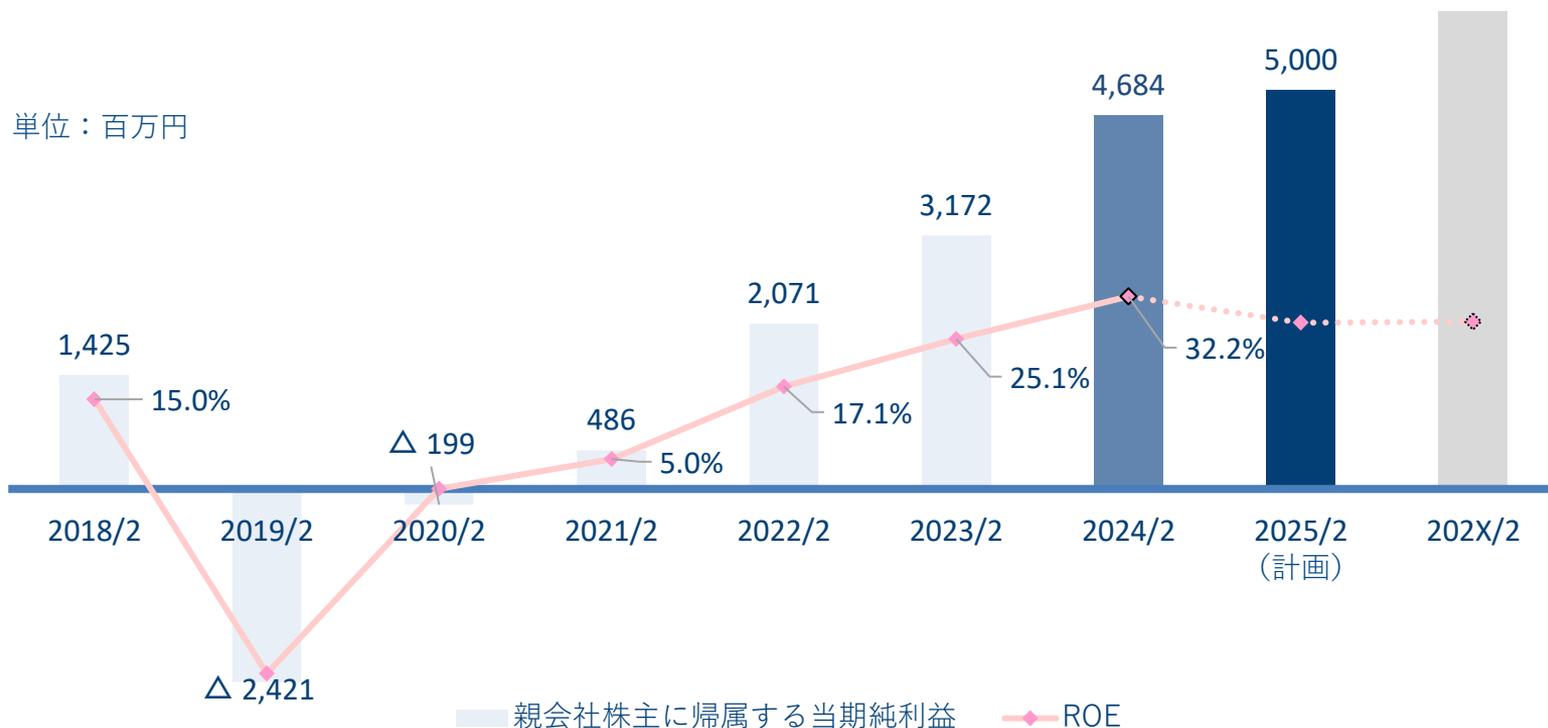
主力のPR・広告事業が業績を牽引することで2026年2月期の営業利益100億円を目指す



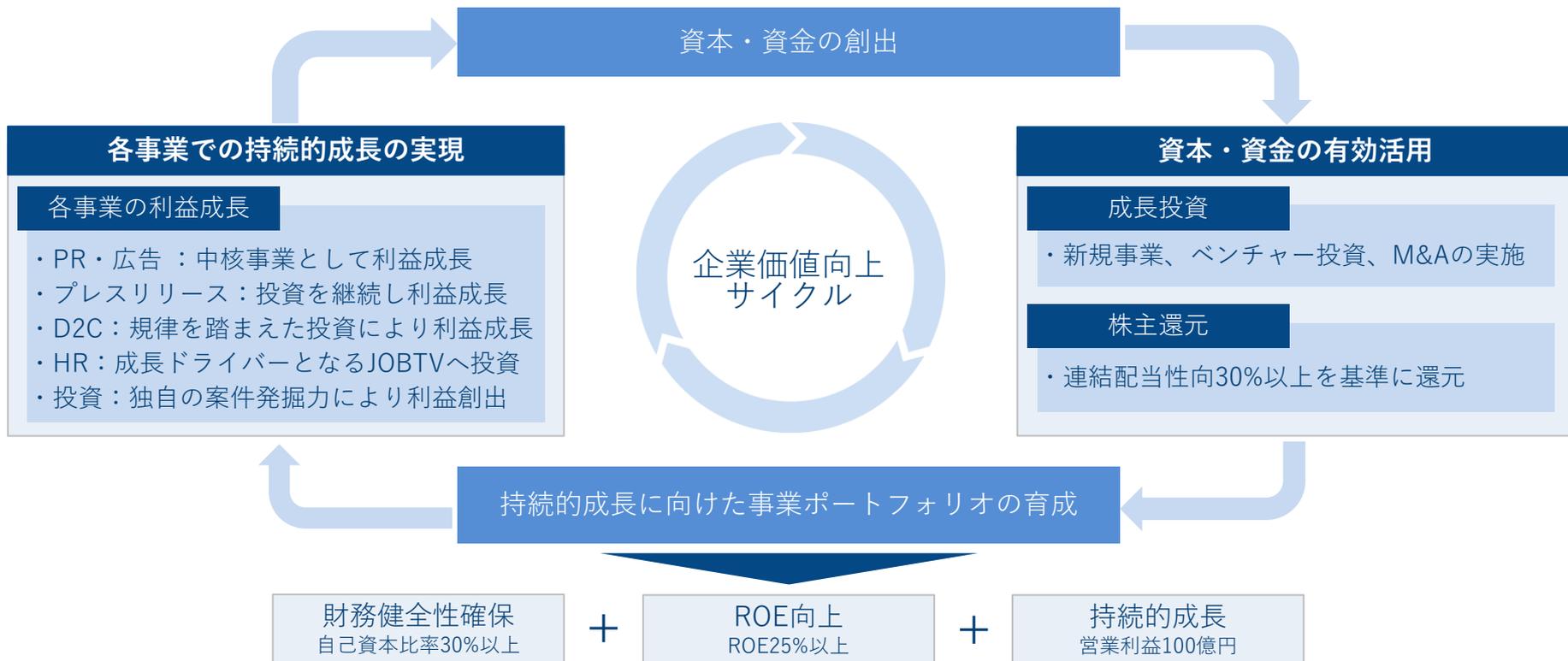
※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更しております

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

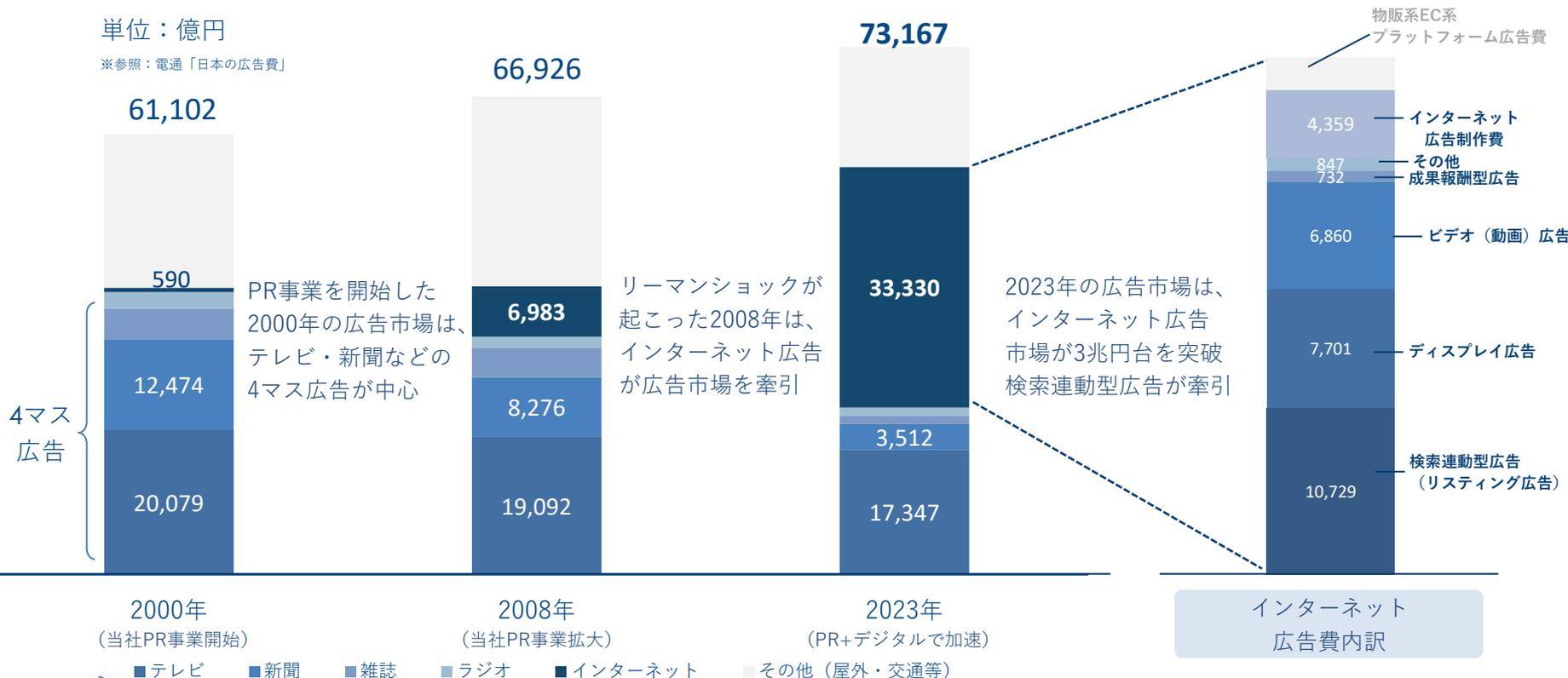
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

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

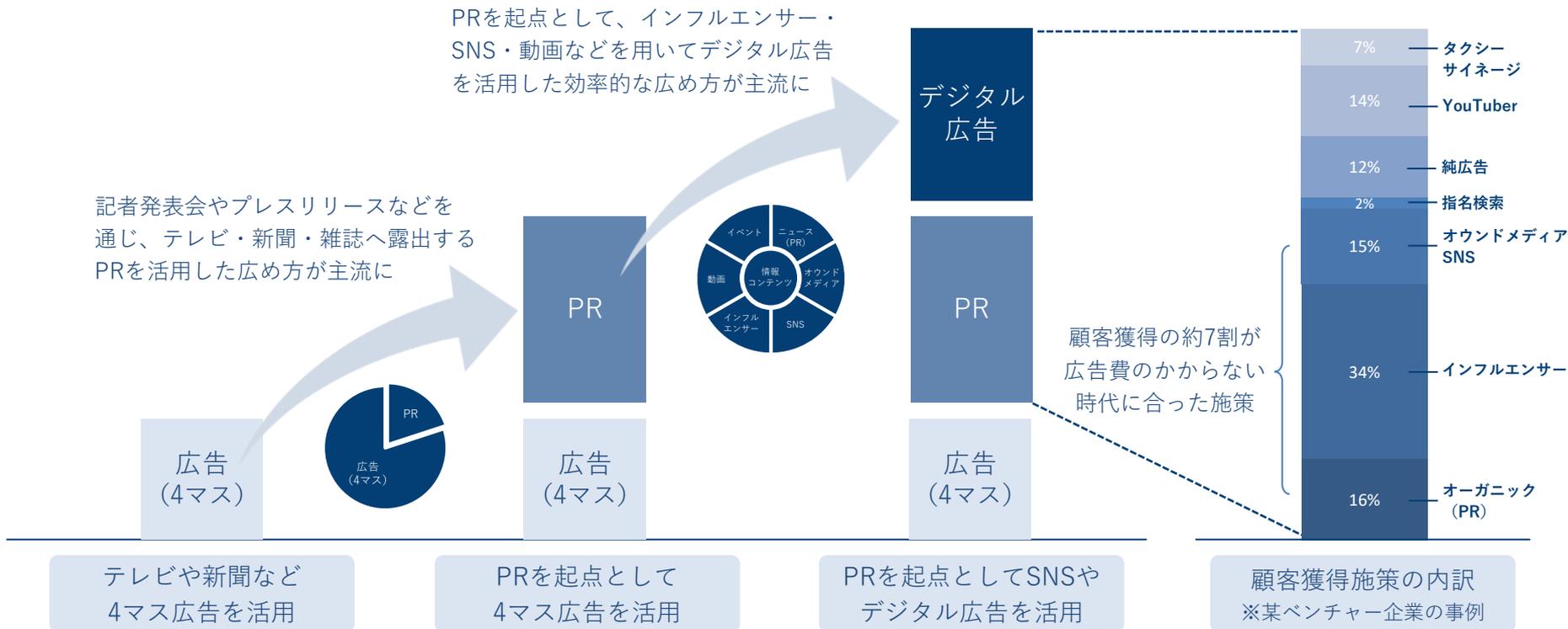
4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に

単位：億円

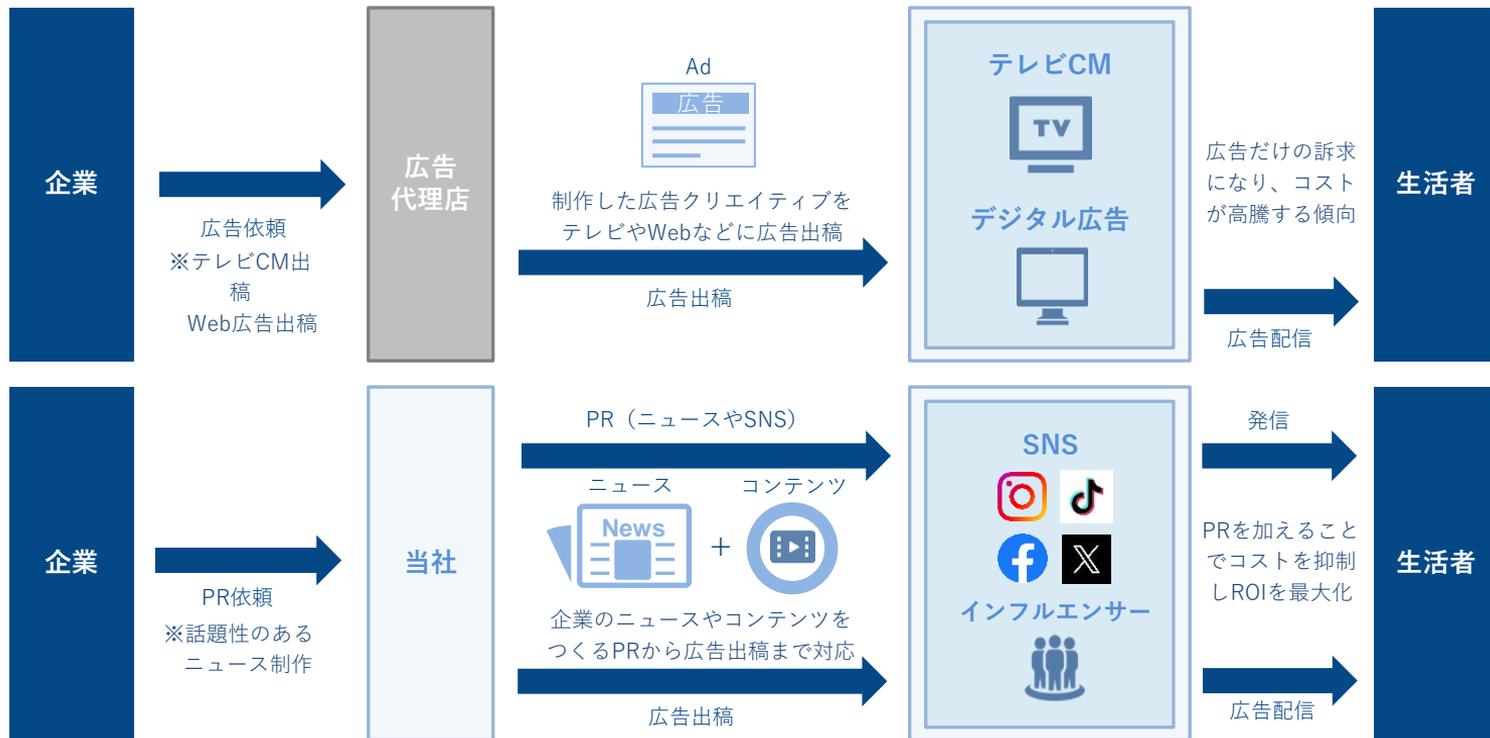
※参照：電通「日本の広告費」



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



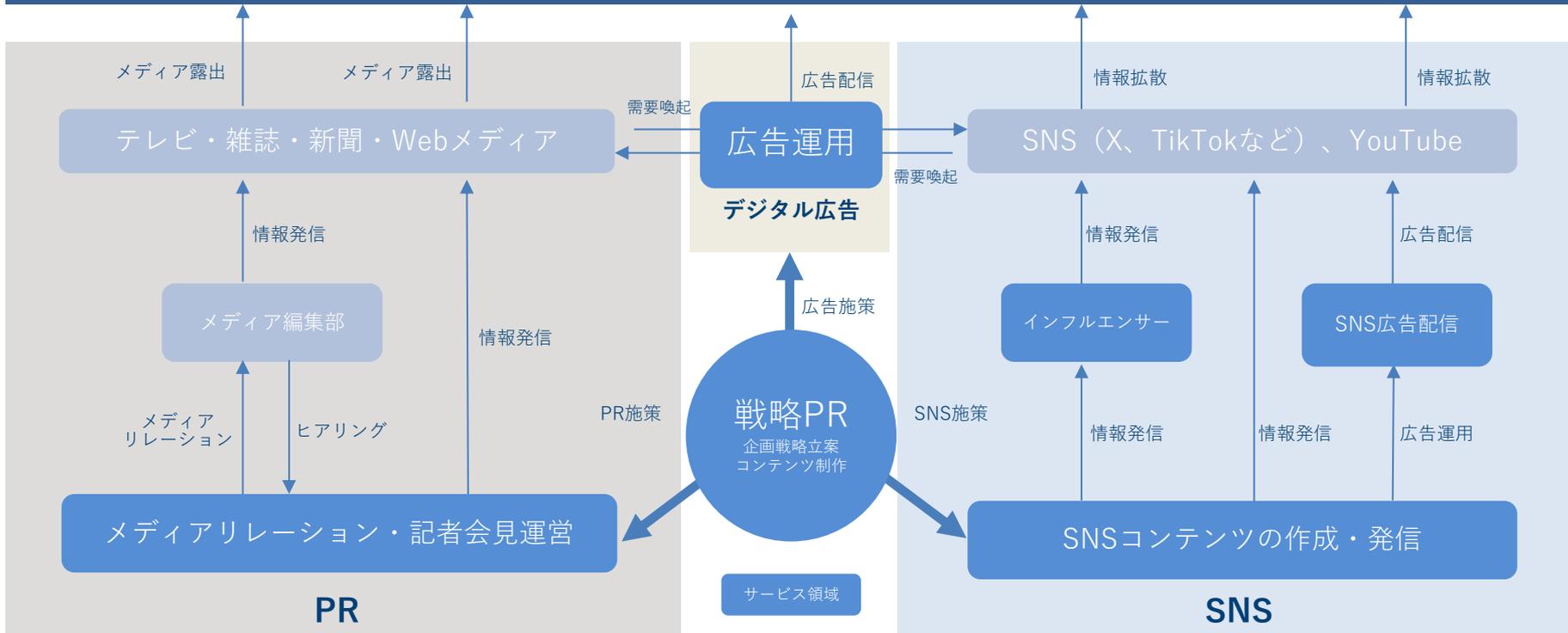
広告で広めるのが広告代理店、ニュースやSNSで広めるのが当社



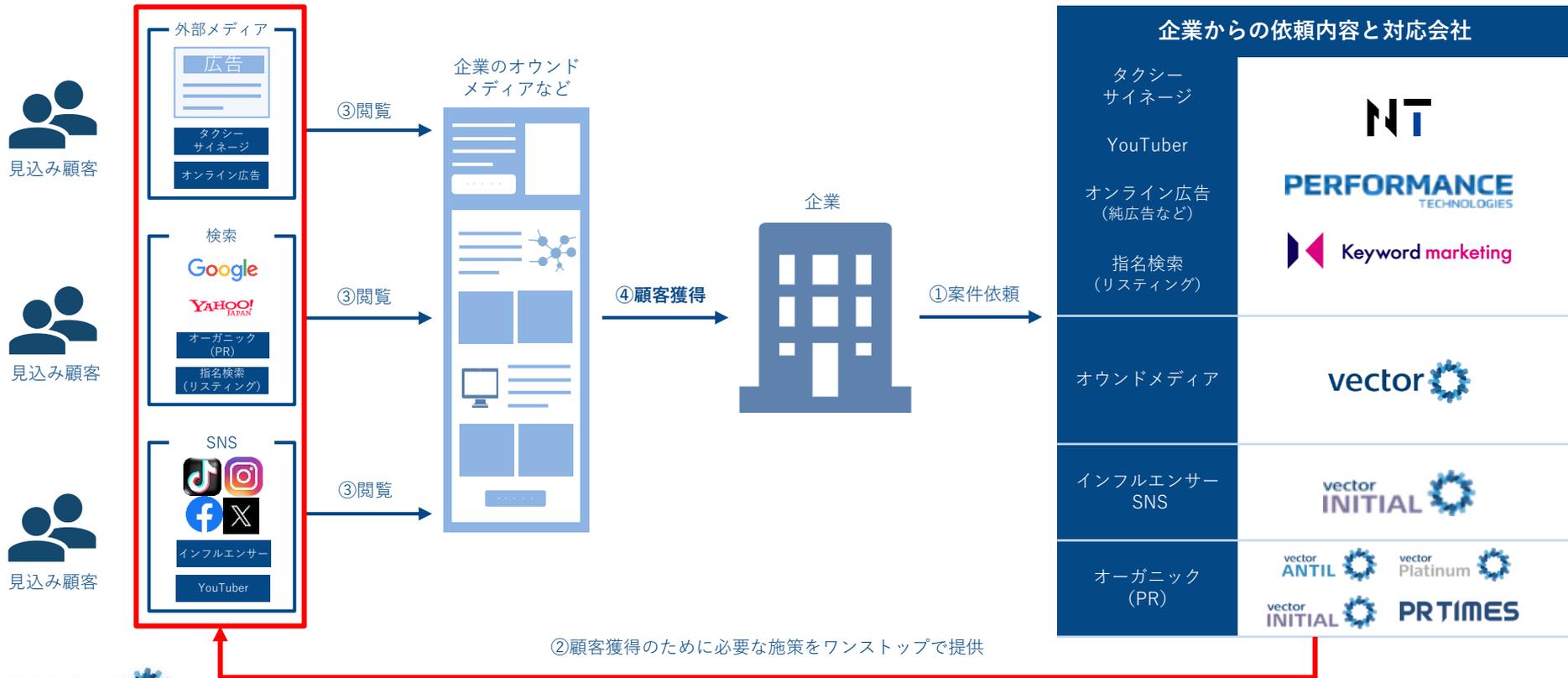
戦略PRを起点としたコミュニケーションフロー

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

PR

×

SNS

×

アド
テク

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



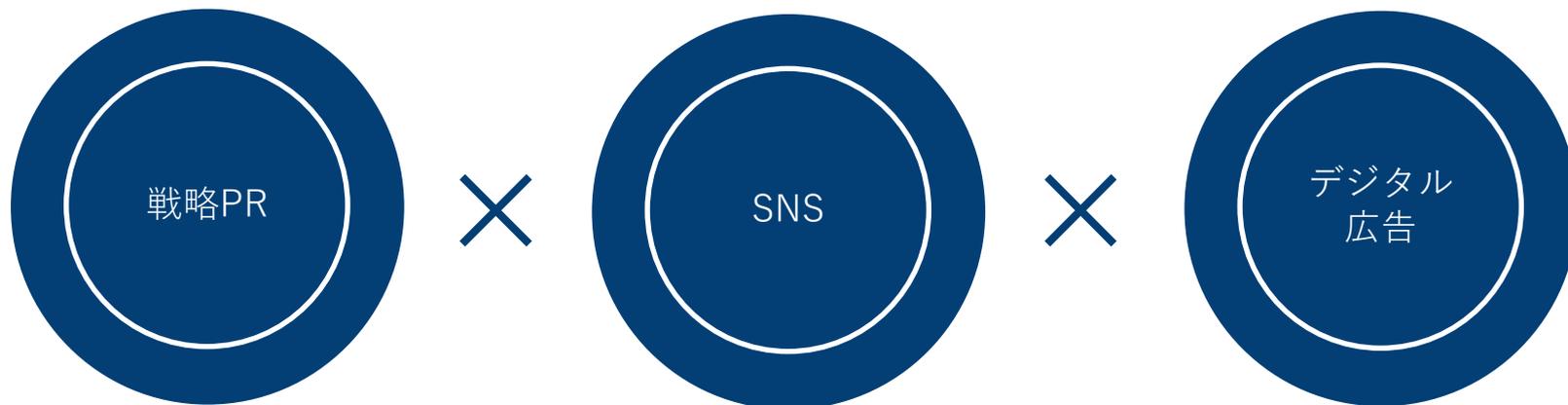
タレント



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

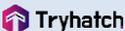


モノを広めるために必要なサービスをワンストップで提供 時代に適したマーケティング施策を従来の10分の1以下のコストで実現

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>vector</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>vector INITIAL</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。



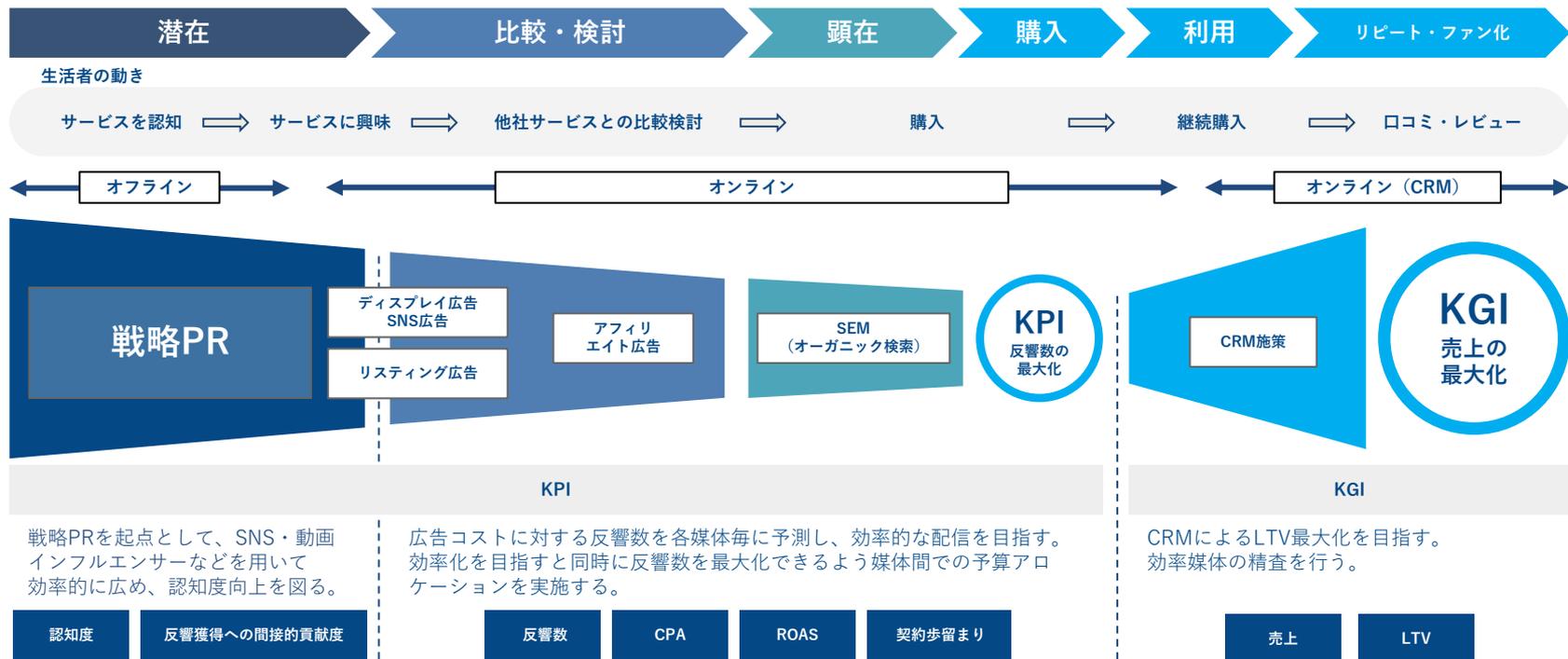
プレスリリース	PRコンサルティング	ビデオリリース	インフルエンサー	デジタルマーケティング	リスクマネジメント
<p>9万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の57%が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが特徴。</p> <p>PR TIMES</p>	<p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector ANTIŁ vector Platinum vector INITIAL</p>	<p>PR視点での「ビデオリリース」の制作・配信をベースに、ターゲットに直接届けていく、次世代のコミュニケーション。</p> <p>vector</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>vector INITIAL</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 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、東京都東区に限定されています。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。右側の検索結果カードには「クリニック」の概要、評価（4.5）、住所、営業時間、料金サービス、地図、商品一覧、カテゴリー検索、質問と回答などの情報が提供されています。

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、東京都東区に限定されています。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」や「リスティング広告」が含まれています。また、検索結果の下部には「メンズ脱毛」に関する情報が提供されています。右側の検索結果カードには「メンズ脱毛」の概要、評価（5.0）、住所、営業時間、料金サービス、地図、商品一覧、カテゴリー検索、質問と回答などの情報が提供されています。

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。画面の上部には「公式HP」と表示されています。中央には、人物の顔がぼかされた写真があり、その下に「詳しく見る」というボタンがあります。画面の下部には「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。

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

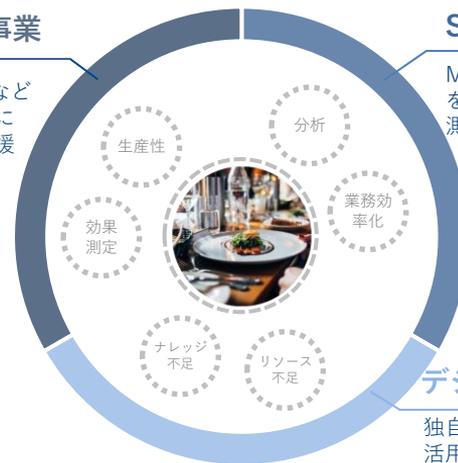
「事業内容」

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支援の両軸で企業の成長をバックアップ
ソーシング機能をPR事業の現場に設けることで、取引先拡大と投資先の成長支援を同時に実現

① 出資額に応じて、出資先の株式を取得



① 出資

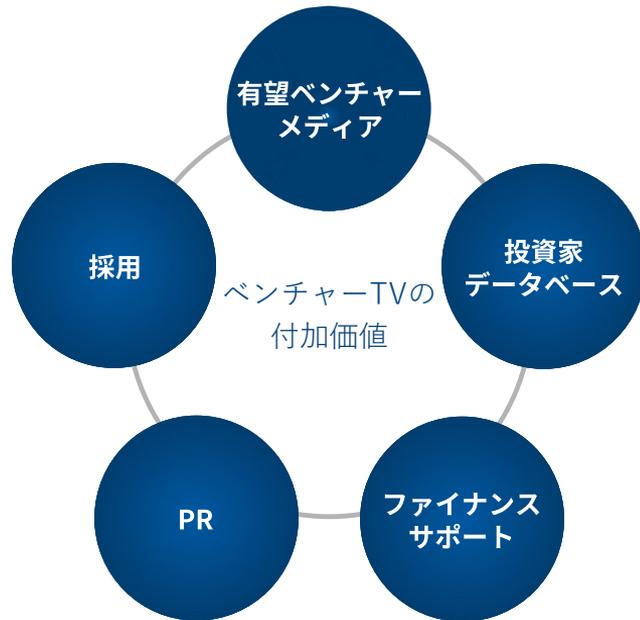
出資対象企業

② PR・IR契約

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。