株式会社ベクトル

2025年2月期
決算説明資料

2025年4月14日

目次

1. エグゼクティブサマリ

2. 通期決算

3. 2026年2月期業績予想

4. 中期利益計画

5. 経営戦略

エグゼクティブサマリ

エグゼクティブサマリ

■2025年2月期の営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益の計画は未達に
・主力の戦略PRやタクシーサイネージ、プレスリリース配信は好調に推移
・AI導入含む新規事業の立上げ、事業再編によるコスト削減や事業撤退等を実施した一年に

■営業利益で15%、EBITDAは14%の成長で、昨年度の貸倒引当金計上影響除きでも着実に成長

■親会社株主に帰属する当期純利益は、前期に子会社2社を売却した反動で減益に

■中期利益計画は1年スライドして達成を目指す
・2026年2月期に営業利益85億円、2027年2月期に営業利益100億円を計画

■株主還元は、今後も継続して連結配当性向30%以上を基準として配当を実施

通期決算

連結業績サマリ

売上高	592.5億円 （前年同期比100.1%）	売上総利益	393.0億円 （前年同期比104.3%）
EBITDA※	91.4億円 （前年同期比114.4%）	営業利益	80.2億円 （前年同期比115.7%）
経常利益	76.5億円 （前年同期比111.4%）	親会社株主に帰属する当期純利益	41.9億円 （前年同期比89.5%）

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 +のれん償却費

2025年2月期ハイライト

	売上高	営業利益	2025年2月期事業概要
連結業績	592.5億円 （前年同期比100.1%）	80.2億円 （前年同期115.7%）	• **過去最高の売上高・営業利益を更新** • 国内の戦略PR子会社やPR TIMESは引き続き堅調 • グループ間の吸収合併を複数件実施し、効率的な組織運営を推進
PR・広告	324.9億円 （前年同期比93.9%）	36.3億円 （前年同期139.2%）	• 前期に売却した子会社の影響に加え、他社商材の売上を取り込まない自社完結型のSNS運用案件の増加等で減収 • 前期の一過性費用計上の反動や、SNS運用等高利益率案件の増加により増益
プレスリリース（PR TIMES）	80.0億円 （前年同期比117.1%）	18.7億円 （前年同期107.5%）	• **売上高・営業利益は過去最高値を更新** • 配信数増加に向けて、リニューアルやテレビCM放映、主催イベントを実施 • 利用企業数は108,000社を突破

※第2四半期累計期間より、「ダイレクトマーケティング」に含まれていた「INFLUENCER BANK」を「 PR・広告」に変更しております

2025年2月期ハイライト

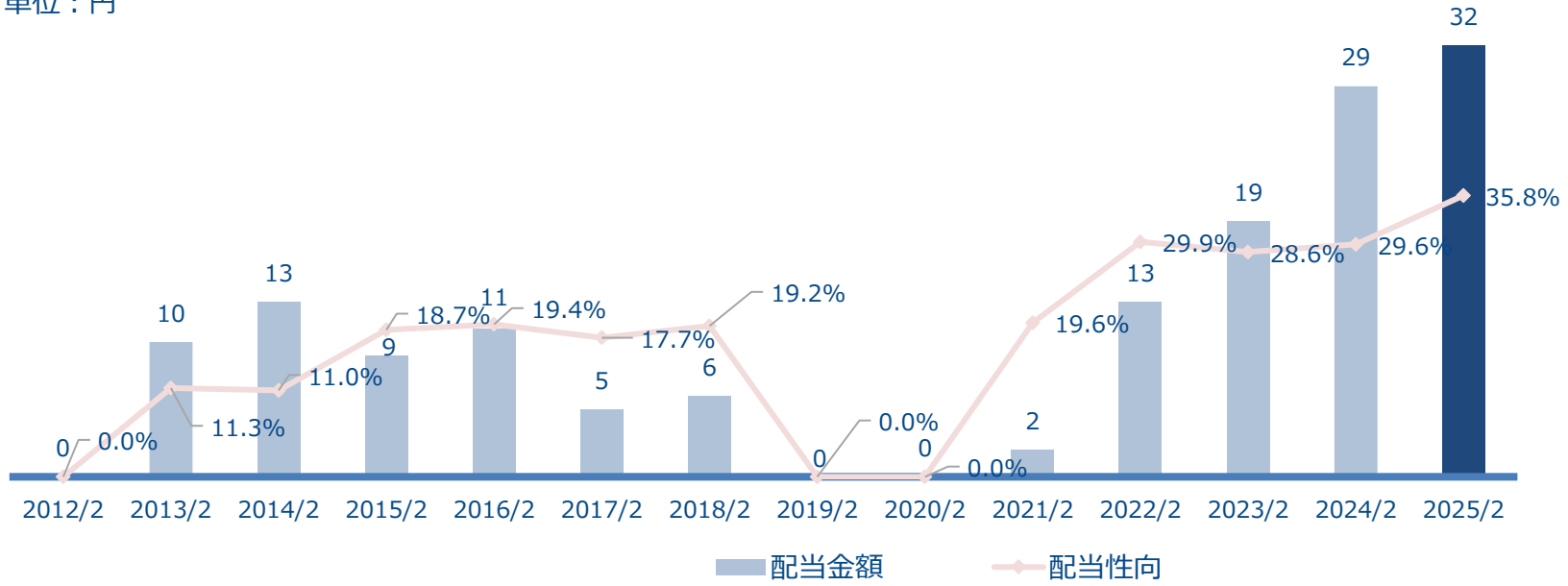
	売上高	営業利益	2025年2月期事業概要
ダイレクトマーケティング	135.2億円 （前年同期105.3%）	7.4億円 （前年同期比64.6%）	• ビタブリッドジャパンは他社発の紅麹原料問題による影響を受け、上期に顧客獲得効率が悪化し、減益 • 第2四半期中盤以降、同問題は解消し、既存商品に加え昨年度発売商品も好調に販売を伸ばし、**過去最高の売上高**を更新
HR	29.7億円 （前年同期比106.8%）	0.7億円 （前年同期比76.7%）	• M&AしたFINDAWAYの貢献と、JOB TVの成長により増収 • あしたのチームやビジコネットのトップラインの減少も影響し減益
投資	25.4億円 （前年同期比103.3%）	16.9億円 （前年同期比127.8%）	• 第4四半期に、保有株式を一部売却し増収・増益に • 有望なベンチャーに積極的に投資

※第2四半期累計期間より、「ダイレクトマーケティング」に含まれていた「INFLUENCER BANK」を「 PR・広告」に変更しております

株主還元施策（配当）

2025年2月期においては、2024年2月期の29円から3円増額し、株主の皆様へ**32円の配当**を実施
2026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30%以上**を基準として継続的に配当を予定

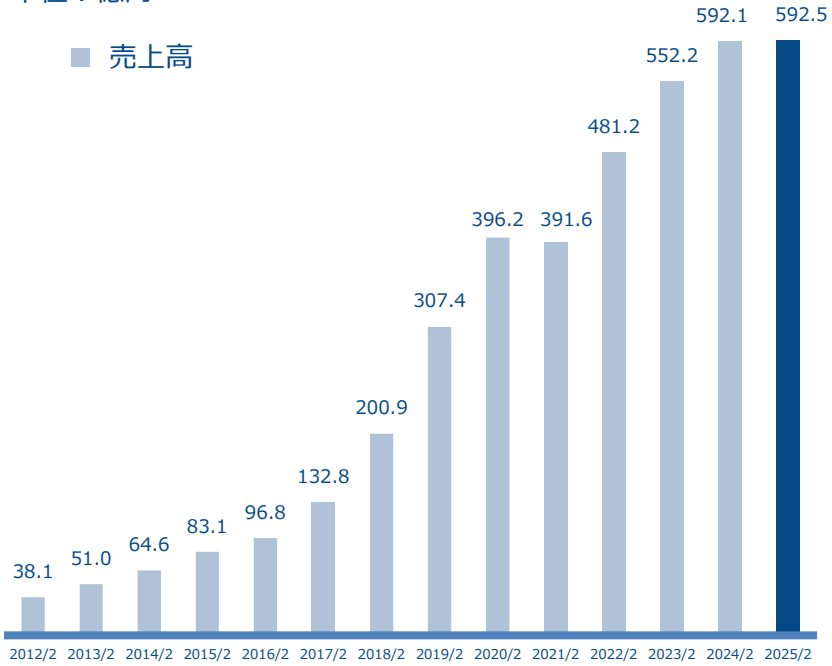
単位：円

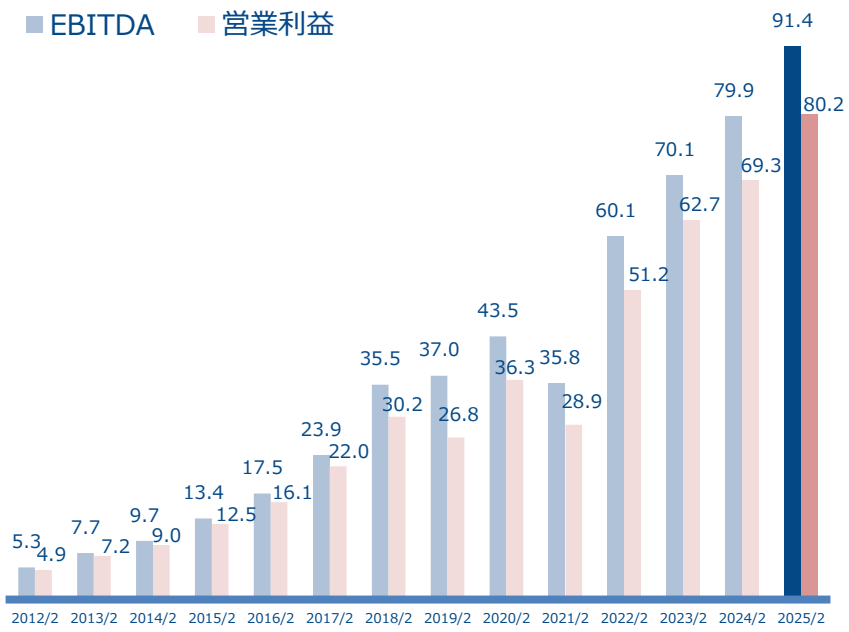


売上高、EBITDA、営業利益の推移

上場来、着実に売上高を伸ばし、2025年2月期の売上高は、過去最高の592.5億円

単位：億円





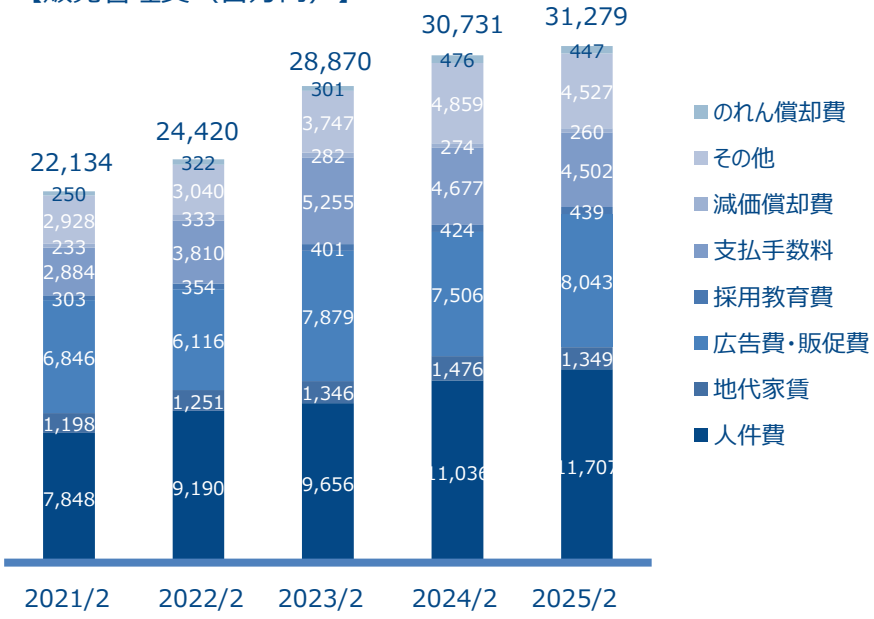
※2023年2月期より、投資事業の事業化に伴う収益及び費用等の処理方法に係る会計方針の変更を行っており、2019年2月期以降については遡及的用後の数値を記載

※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

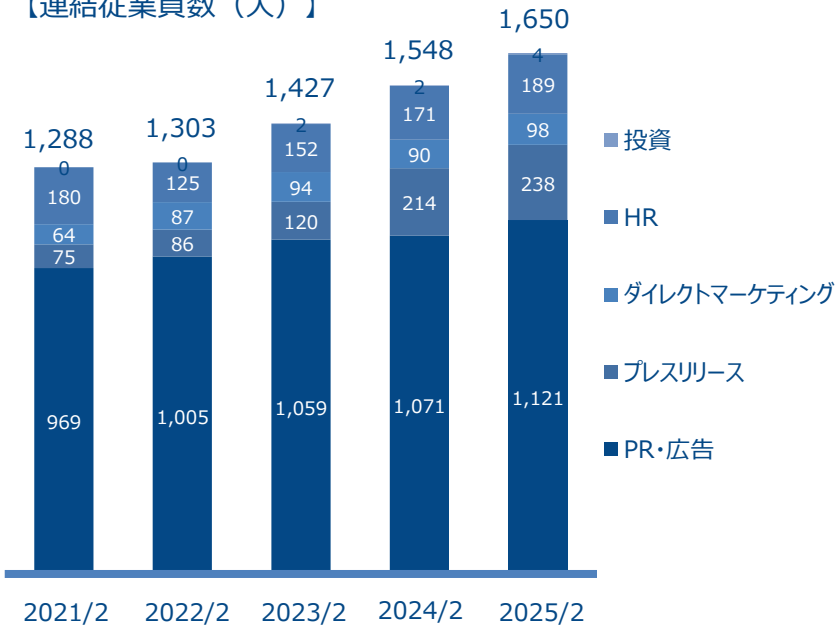
販売管理費および連結従業員推移

2025年2月期の販売管理費は31,279百万円（前年同期比101.8%）、従業員数は1,650人（前年同期比106.6%）

【販売管理費（百万円）】



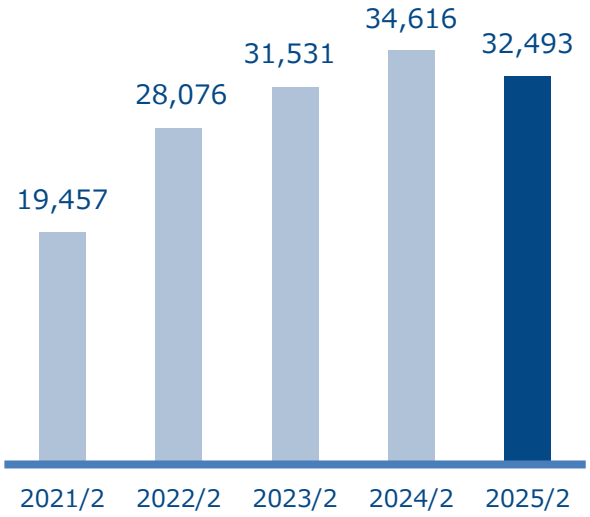
【連結従業員数（人）】



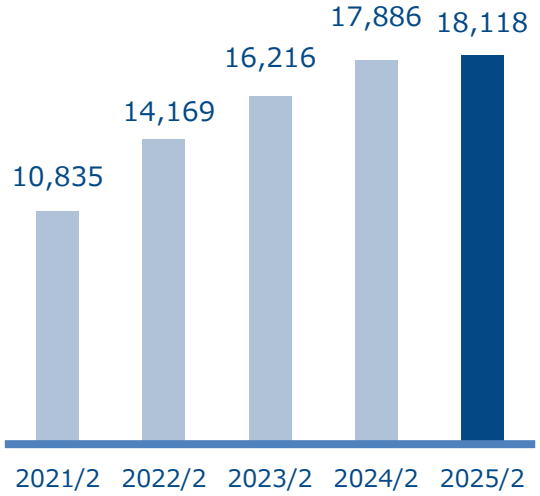
PR・広告事業（年度推移）

2025年2月期の売上高は、子会社売却の反動や他社商材の売上を取り込まない自社完結型SNS運用案件が増えたこと等で減収
売上総利益、営業利益は、NewsTVや韓国のマイナス影響を戦略PRやタクシーサイネージの成長が上回り、**過去最高を更新**

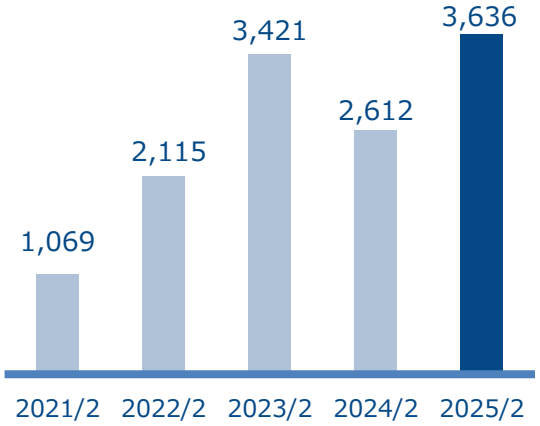
【売上高（百万円）】
32,493百万円（前年同期比93.9%）



【売上総利益（百万円）】
18,118百万円（前年同期比101.3%）



【営業利益（百万円）】
3,636百万円（前年同期比139.2%）

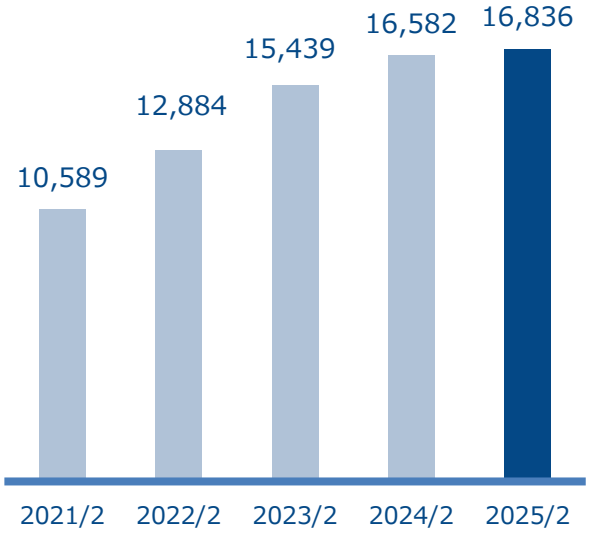


※セグメント変更に伴い、2024年2月期以前の数値をセグメント変更後の数値に組み替え実施
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

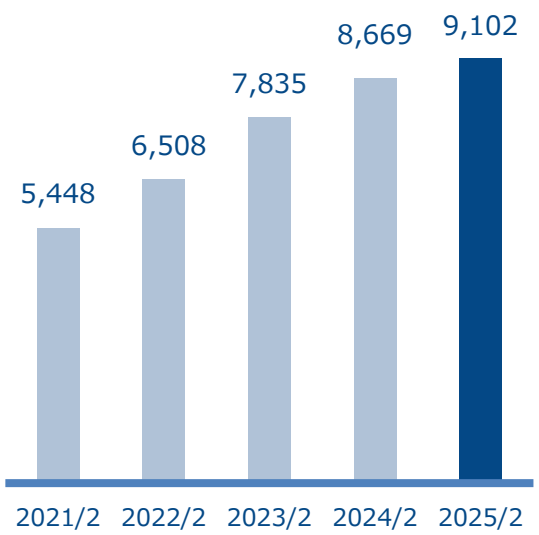
戦略PR事業の年度推移（アンティル・プラチナム・イニシャル）

2025年2月期の売上高および売上総利益は、リテナー案件やSNS運用案件等の高粗利率の案件が積み上がり**過去最高を更新**
2025年2月期の営業利益は、2021年2月期のコロナ禍以降着実に成長し**過去最高を更新**

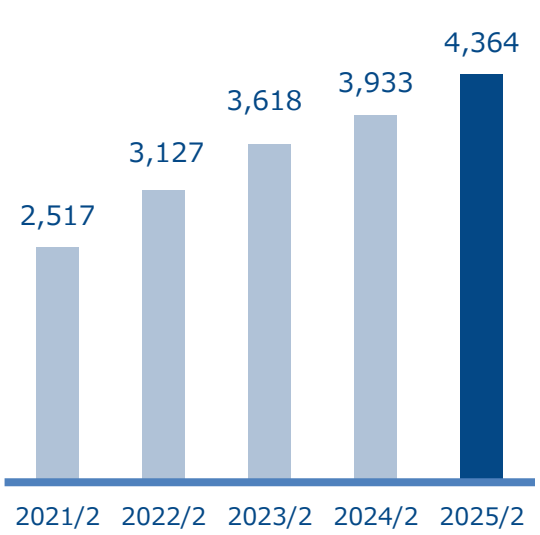
【売上高（百万円）】
16,836百万円（前年同期比101.5%）



【売上総利益（百万円）】
9,102百万円（前年同期比105.0%）



【営業利益（百万円）】
4,364百万円（前年同期比111.0%）

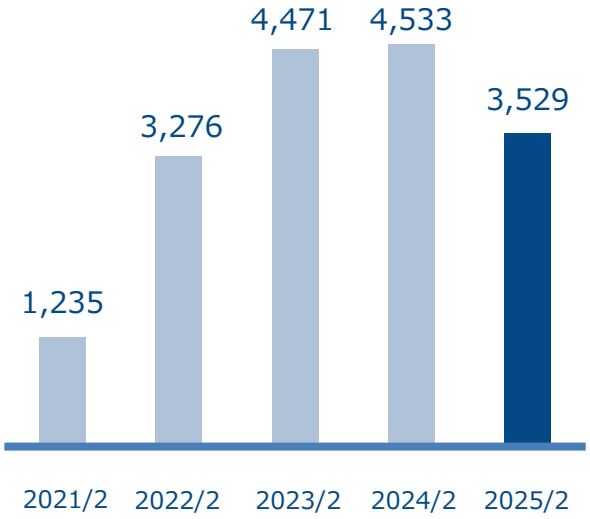


※ベクトルに支払うロイヤリティを営業利益に足し戻して算出
※2025年2月期第2四半期より「Starbank」、「INFLUENCER BANK」の数値も含めて算出

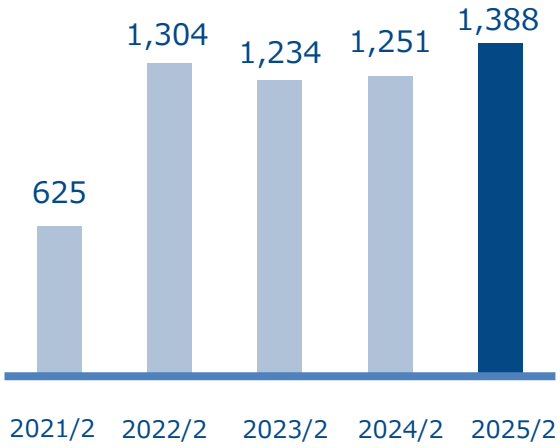
PR・広告事業（海外）

2025年2月期の海外PR広告事業は、韓国の不調が響き売上高、営業利益が減収減益、売上総利益は海外全体で高粗利率案件が増えて増益
2026年2月期は、海外事業の固定費削減を一層推し進め、黒字化による利益貢献を図る

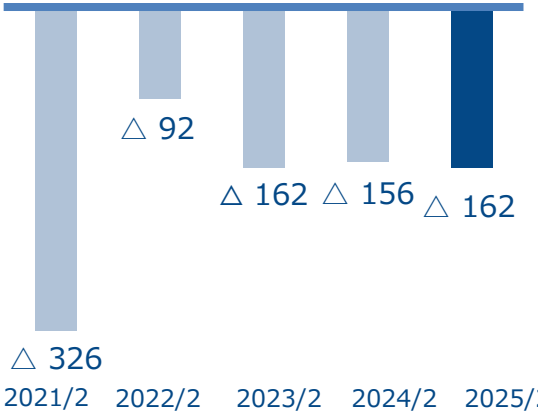
【売上高（百万円）】
3,529百万円（前年同期比77.8%）



【売上総利益（百万円）】
1,388百万円（前年同期比110.9%）



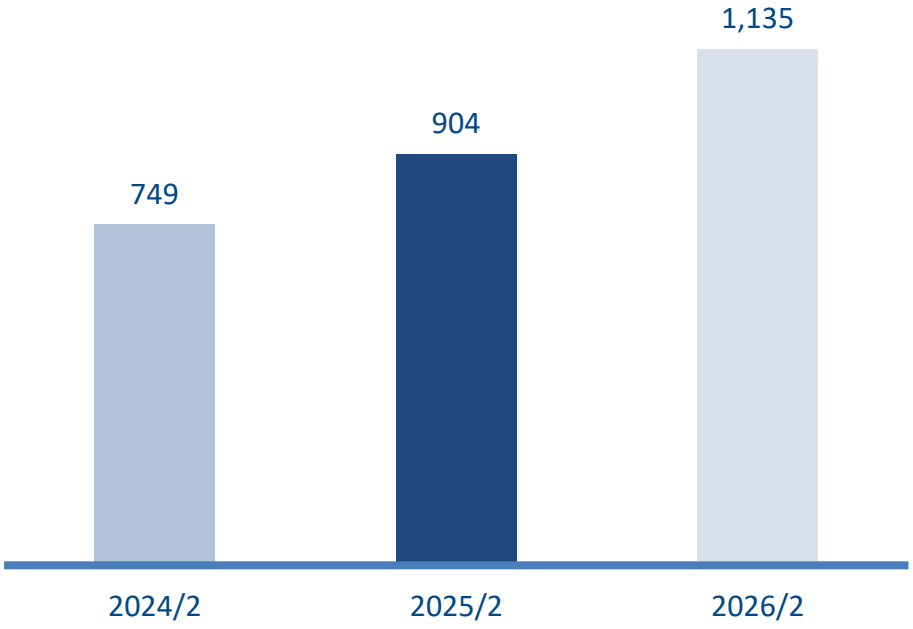
【営業利益（百万円）】
△162百万円（前年同期比5百万円減）



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

【リテナー契約獲得件数（戦略PR子会社のみ）】

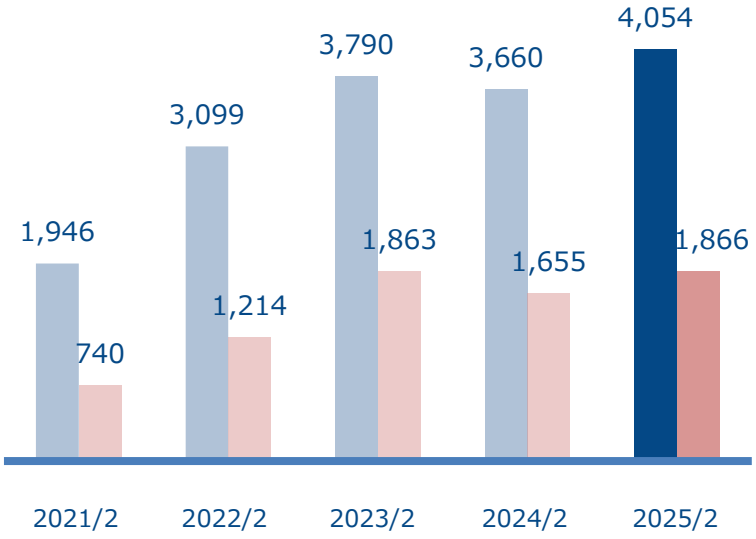


※リテナー契約：契約期間が6ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

タクシーサイネージ事業

2025年2月期は、広告枠の販売が順調に推移し前年同期比で増収増益。売上高、売上総利益ともに**過去最高を更新**
2026年2月期も、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）】4,054百万円（前年同期比110.8%）
【売上総利益（百万円）】1,866百万円（前年同期比112.7%）



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。

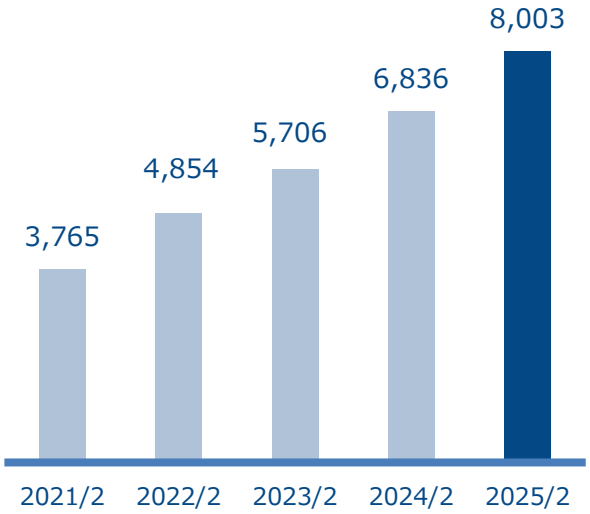
都内最大規模となる約11,500台の後部座席にサイネージを搭載
ビジネスパーソンを中心とした都内タクシーの利用者の約40%をカバーし、
月間約770万人に動画広告やコンテンツを配信

※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

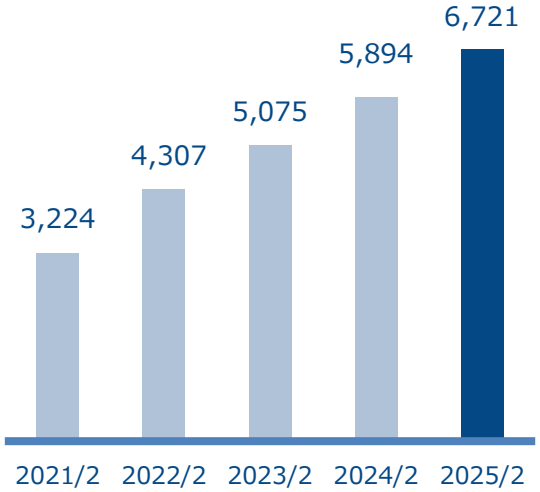
プレスリリース配信事業（年度推移）

2025年2月期の売上高、売上総利益、営業利益は、いずれも利用企業社数が増加したこと等で、**過去最高を更新**
2025年2月期の営業利益は、前期に引き続きテレビCMなど積極的な広告投下をしながらも、着実に増益となった

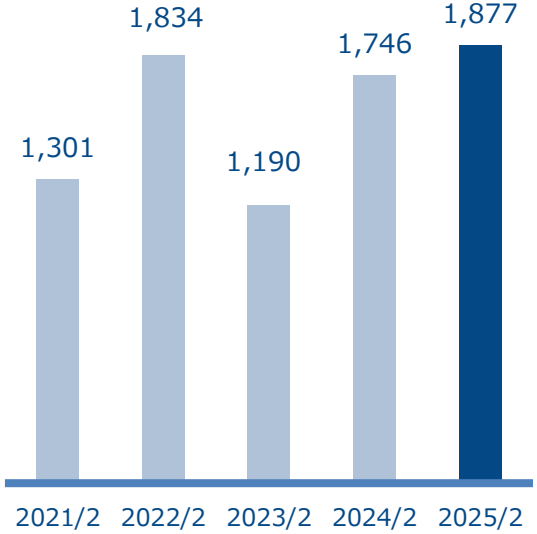
【売上高（百万円）】
8,003百万円（前年同期比117.1%）



【売上総利益（百万円）】
6,721百万円（前年同期比114.0%）



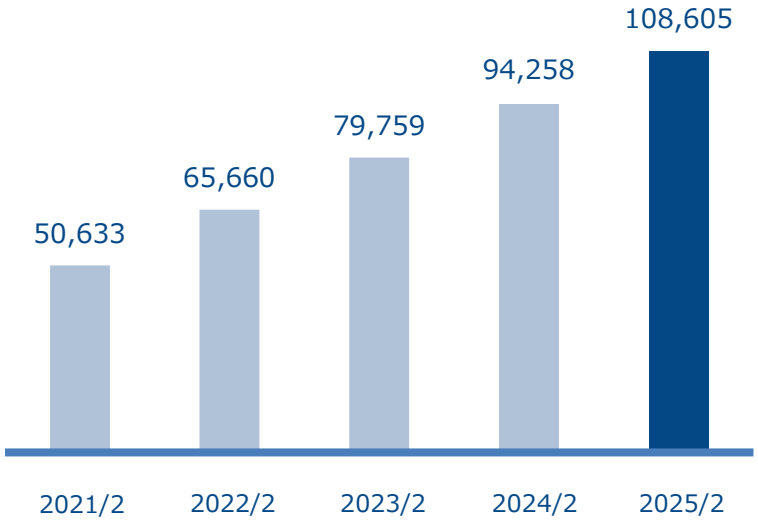
【営業利益（百万円）】
1,877百万円（前年同期比107.5%）



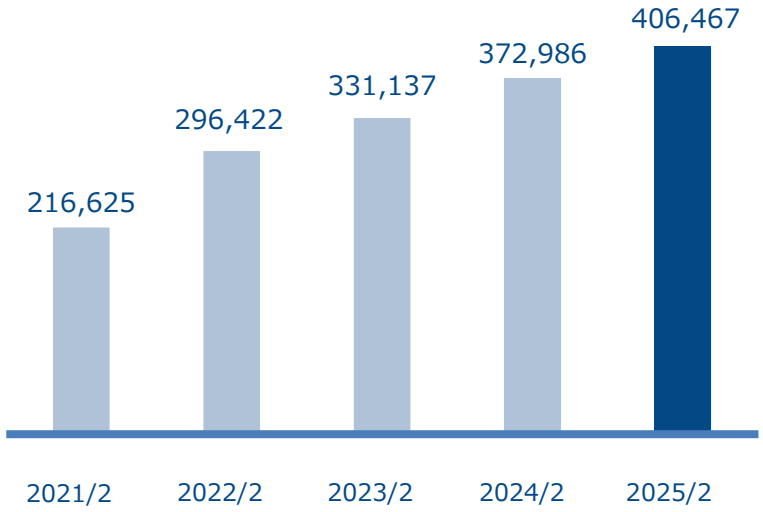
利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

2025年2月期は、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
2026年2月期も、継続して利用企業社数と利用頻度を向上させることで収益増加を図る

【利用企業社数（社）】108,605社（前年同期比115.2%）



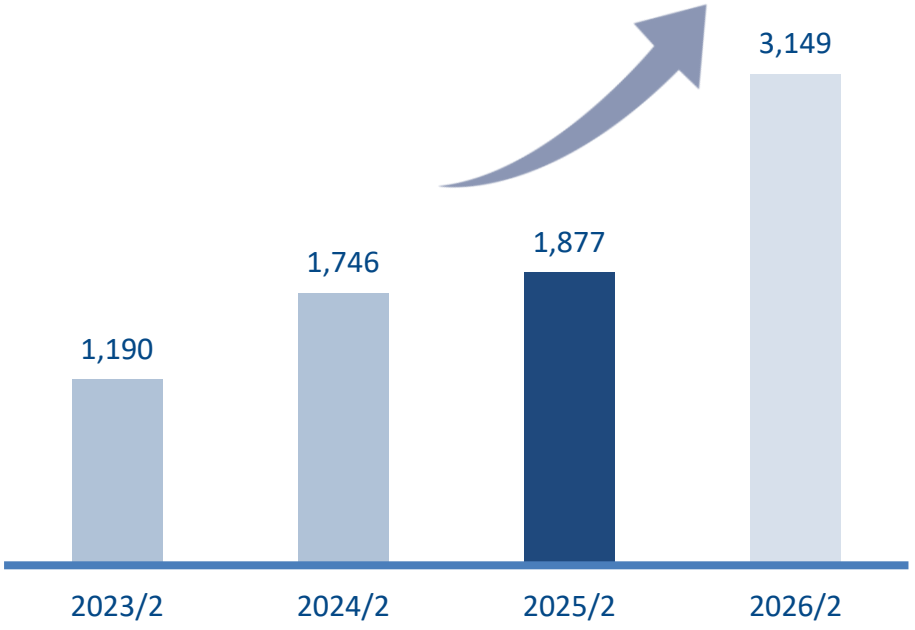
【プレスリリース配信数（件）】406,467件（前年同期比108.9%）



プレスリリース配信事業の今後の見通し

2026年2月期は、これまでの機能改修や広告・販促投資を結実させ、営業利益3,149百万円を目指す

【営業利益（百万円）】



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61%超が利用

PR TIMES 東証プライム

200媒体以上掲載！

YOMIURI ONLINE / 朝日新聞 DIGITAL / 産経ニュース / JIJI.COM / 毎日新聞 / iza / DIAMOND online / Infoseek 楽天 / excite / 東洋経済 ONLINE / BIGLOBE / PRESIDENT Online / JBPRESS

利用企業社数
108,000社
2025年2月

94,000社
2024年2月

79,000社
2023年2月

65,000社
2022年2月

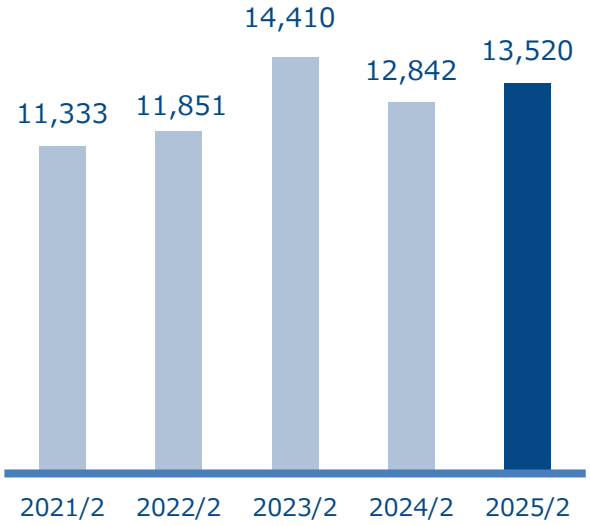
2018年8月29日
東証1部市場変更

28,000社
2019年2月

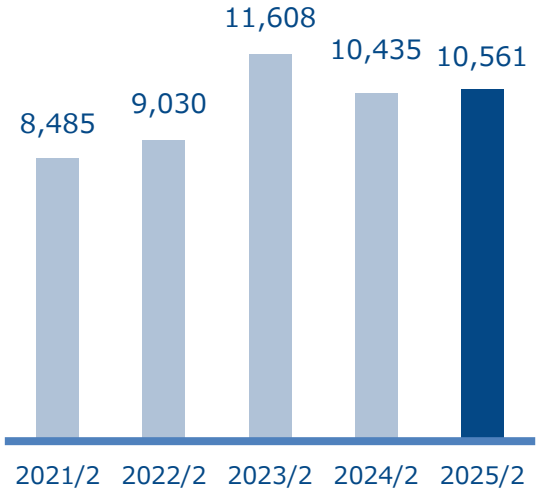
ダイレクトマーケティング事業（年度推移）

2025年2月期のビタブリッドジャパンは、他社発の紅麹原料問題により上期に顧客獲得効率が悪化して減益
2025年2月期の売上高は、同問題が解消した第2四半期以降主力商品が好調に販売を伸ばし増収、過去最高の売上高となった

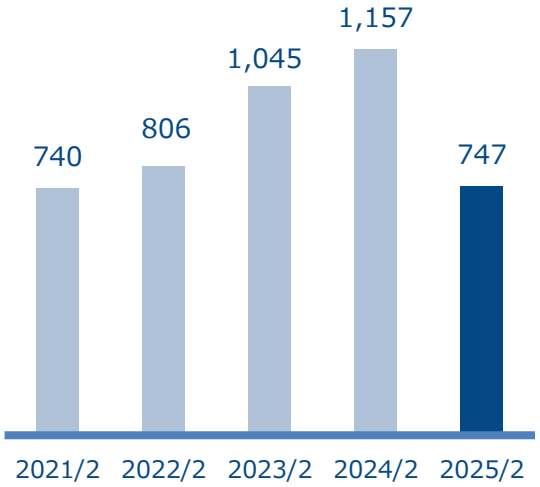
【売上高（百万円）】
13,520百万円（前年同期比105.3%）



【売上総利益（百万円）】
10,561百万円（前年同期比101.2%）



【営業利益（百万円）】
747百万円（前年同期比64.6%）

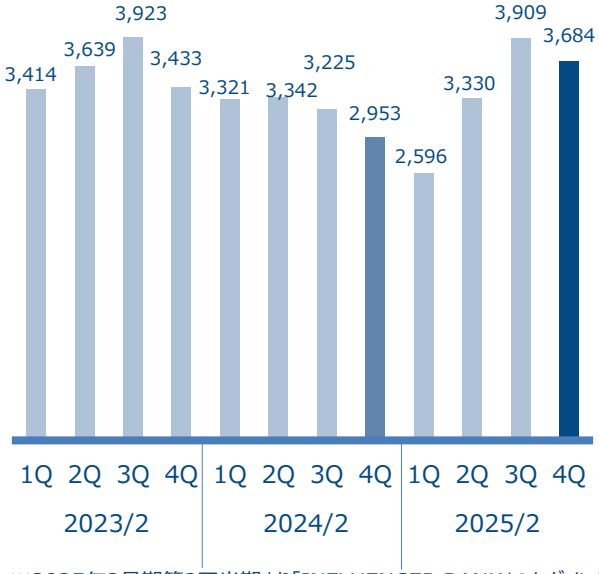


※2025年2月期第2四半期より「INFLUENCER BANK」のセグメントを「ダイレクトマーケティング」から「PR・広告」へ変更
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

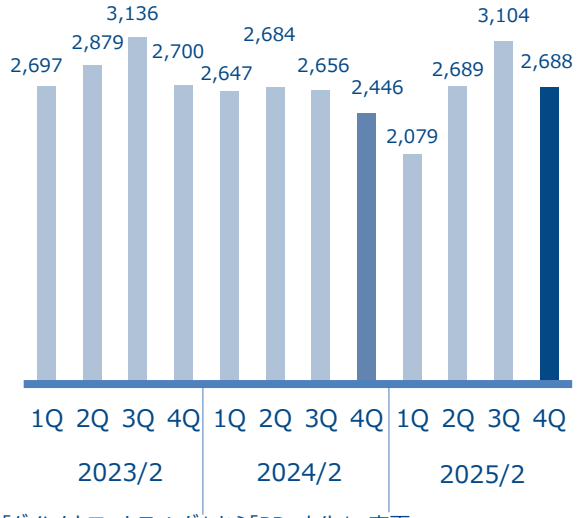
ダイレクトマーケティング事業（四半期推移）

2025年2月期第4四半期は、ビタブリッドジャパンは主力商材に次ぐ商材の成長が後押しし増収、翌期に向けた広告投資を実施し減益
2026年2月期は、上期に積極的に広告を投下し、下期で利益を確保する流れを継続し、増収増益を図る

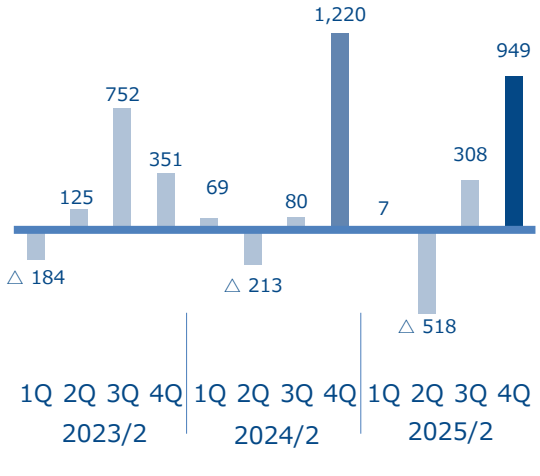
【売上高（百万円）】
3,684百万円（前年同期比124.7%）



【売上総利益（百万円）】
2,688百万円（前年同期比109.9%）



【営業利益（百万円）】
949百万円（前年同期比77.8%）



※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
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

ビタブリッドジャパン

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**2,000万個に迫る勢い**

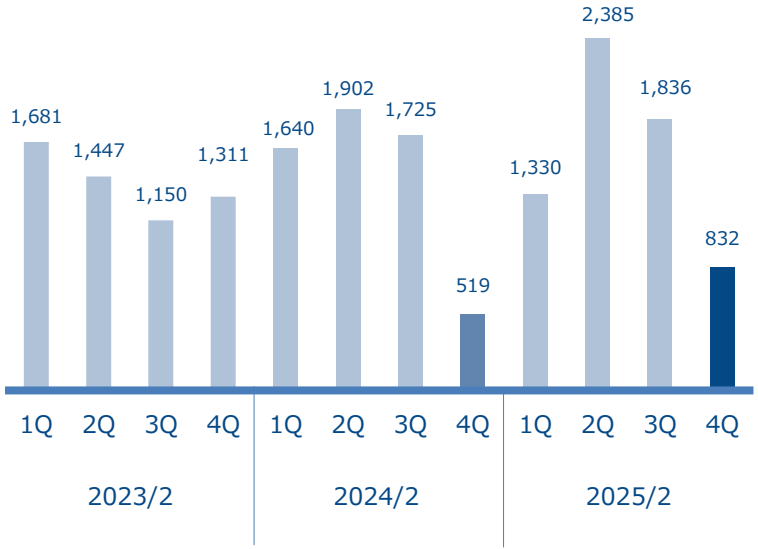
糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメント「ターミナリアファースト」は発売開始から好調を維持し、累計販売個数が**1,000万個を突破**

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**50万個を突破**

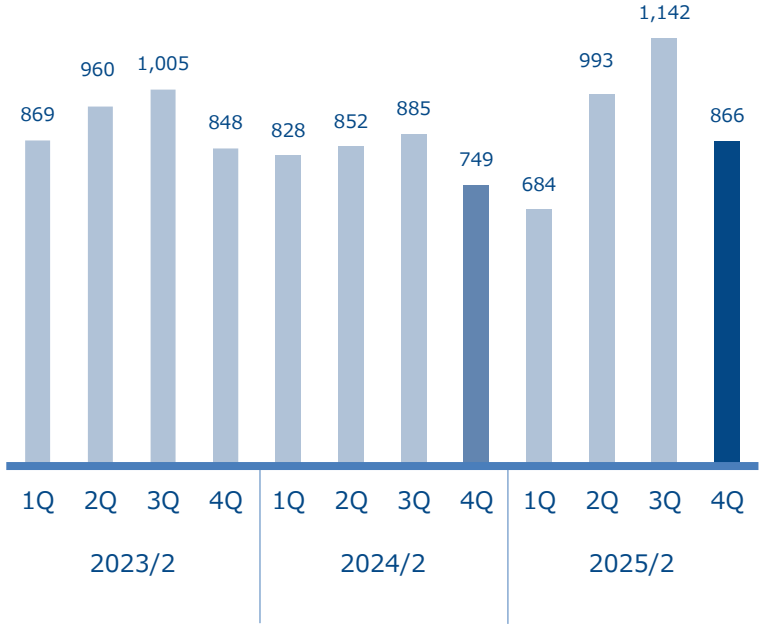
広告宣伝費と販売個数の推移

第4四半期は、翌期に向けた広告投資を実施し、広告宣伝費、販売個数共に前期比で増加
2026年2月期は、上期に積極的な広告投下をすることで、年間販売個数を拡大していく方針

【広告宣伝費（百万円）】832百万円（前年同期比160.2%）



【販売個数（千個）】866千個（前年同期比115.7%）

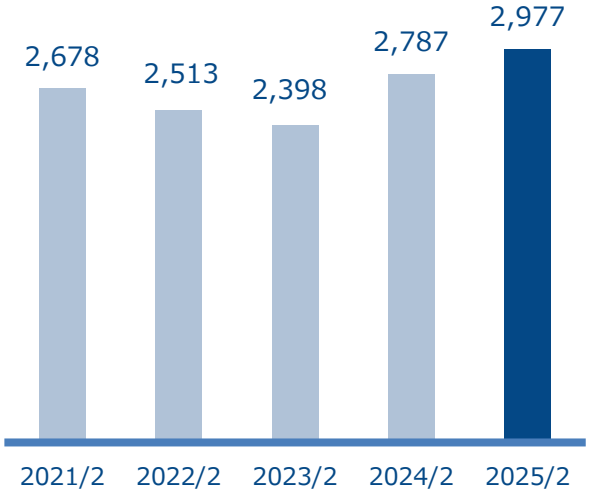


※広告宣伝費および販売個数はビタブリッドジャパンのみ

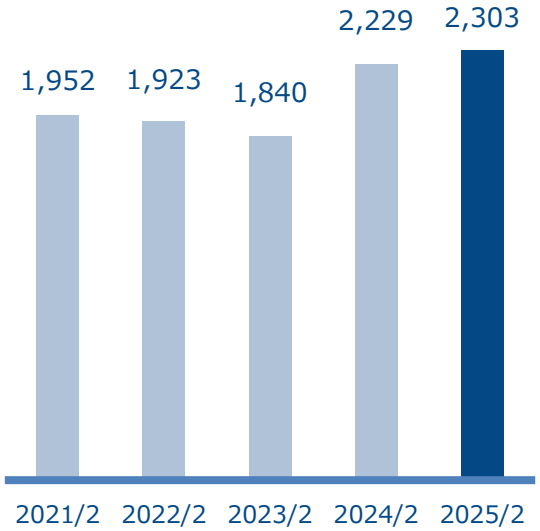
HR事業（年度推移）

2025年2月期の売上高・売上総利益は、FINDAWAY社のM&Aが寄与し、前年同期比で増収増益に
2025年2月期の営業利益は、JOBTVにて広告費や開発費など投資をしながらも、前期から引き続き黒字を確保

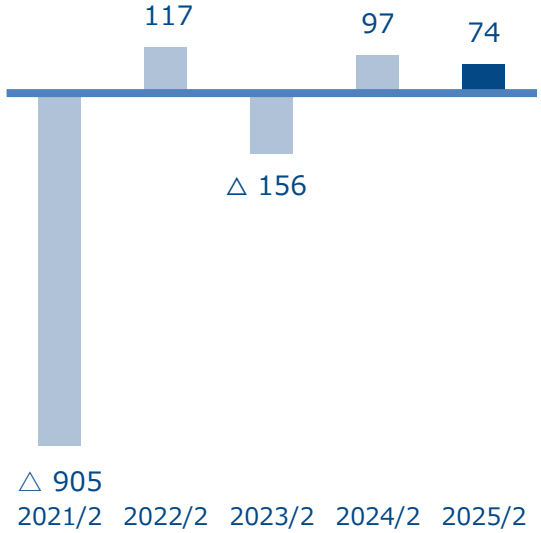
【売上高（百万円）】
2,977百万円（前年同期比106.8%）



【売上総利益（百万円）】
2,303百万円（前年同期比103.3%）



【営業利益（百万円）】
74百万円（前年同期比76.7% ）

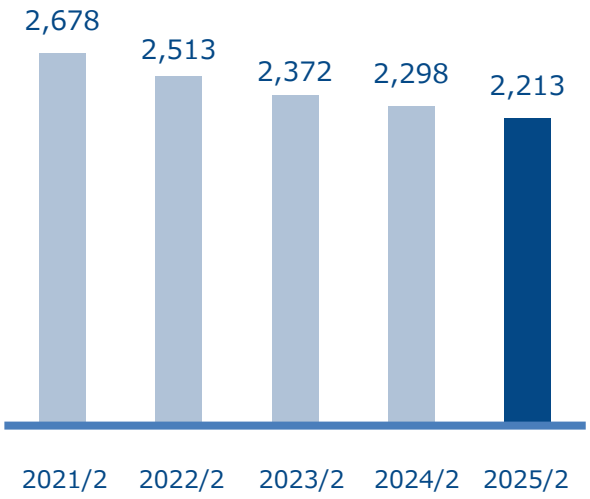


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

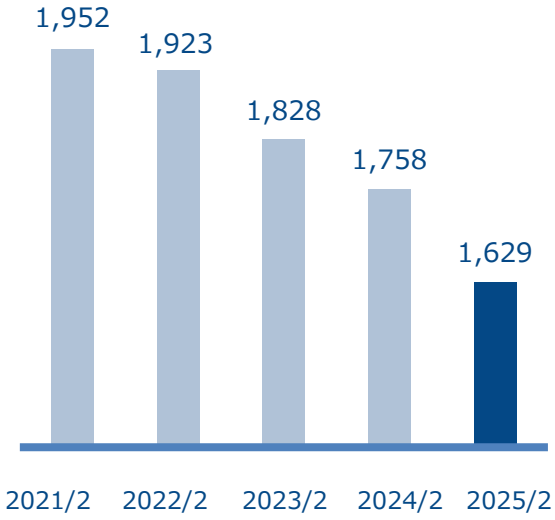
HR事業（あしたのチーム）

2025年2月期は、引き続き営業体制の再構築を目指すが、リカバリーに時間を要しており減収減益に
2026年2月期は、営業体制の再構築を完遂し、新規受注を加速しつつSaaS型商材の機能改善を図り、売上高の拡大を目指す

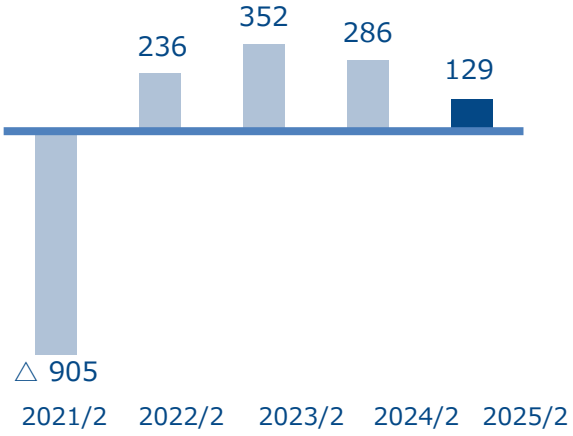
【売上高（百万円）】
2,213百万円（前年同期比96.3%）



【売上総利益（百万円）】
1,629百万円（前年同期比92.7%）



【営業利益（百万円）】
129百万円（前年同期比45.3%）

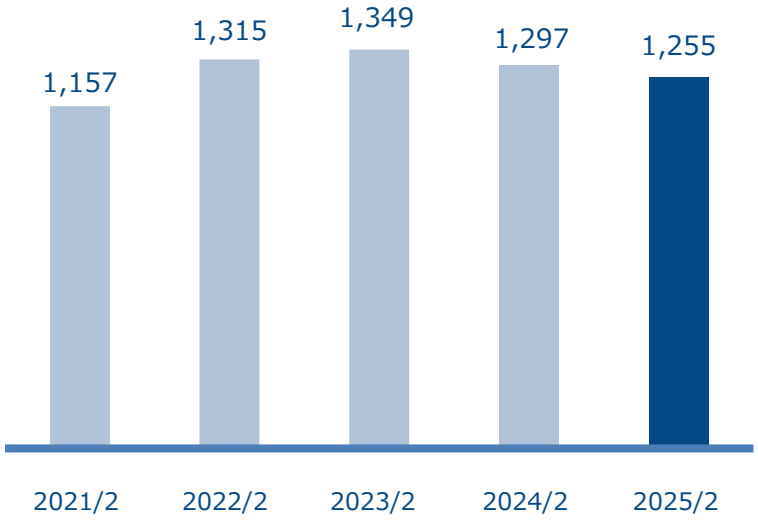


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

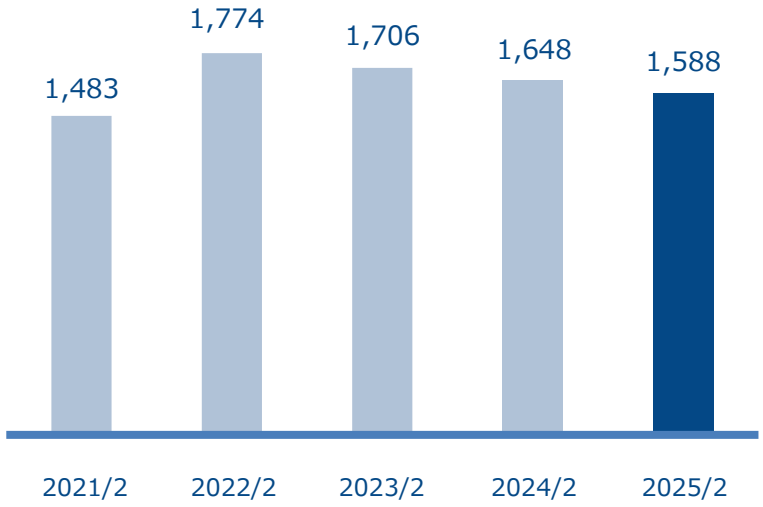
利用企業社数とARRの推移

2025年2月期は、顧客解約数は一定なものの新規顧客の獲得が振るわず、利用企業社数・ARRともに減少
2026年2月期は、強みのコンサル力も活かして新規獲得増と顧客解約減を実現し、利用企業社数・ARRの増加を図る

【利用企業社数（社）】1,255社（前年同期比96.8%）



【ARR（百万円）】1,588百万円（前年同期比96.4%）



※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：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

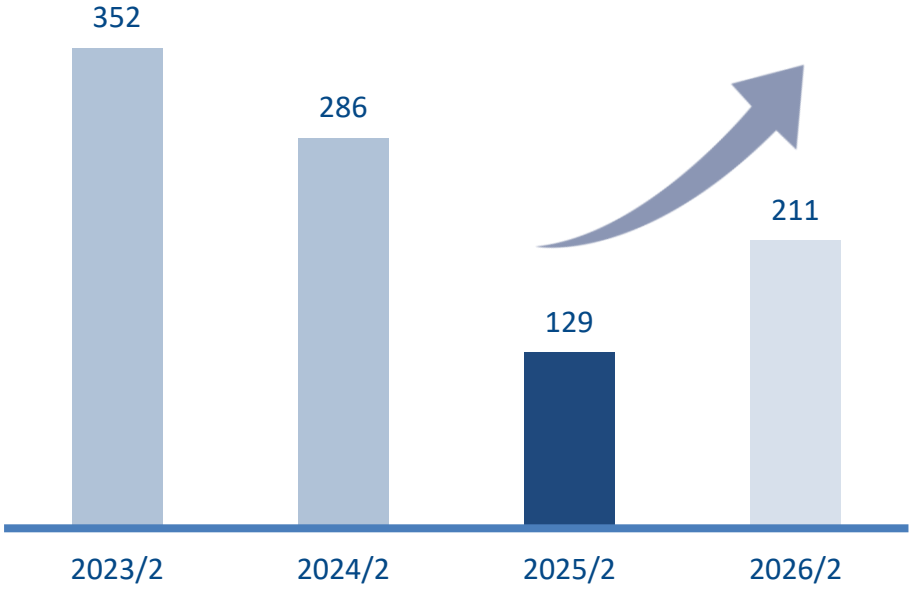
あしたのチームの今後の見通し

2026年2月期は、営業体制の再構築を早期に完遂し、新規受注ペースを回復させることでV字回復を図り、営業利益211百万円を目指す

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

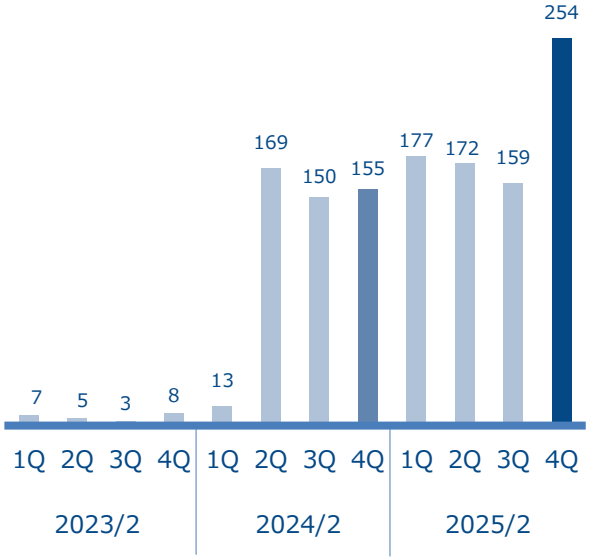
【営業利益（百万円）】



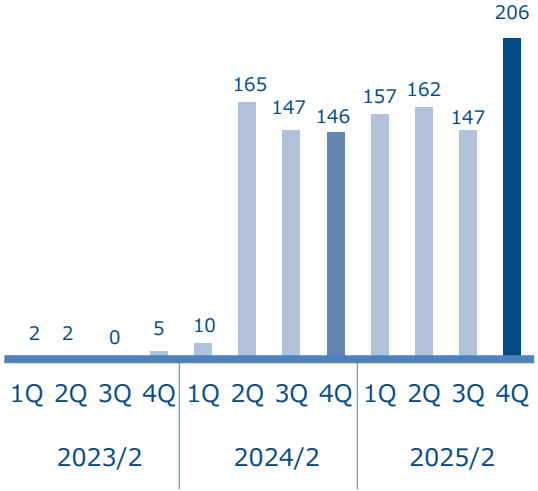
HR事業（JOBTV）

第4四半期は、新卒向けイベントの売上も寄与し、売上高が増加し赤字幅が縮小
2026年2月期は、中途採用支援体制の強化を図り、売上向上を目指す

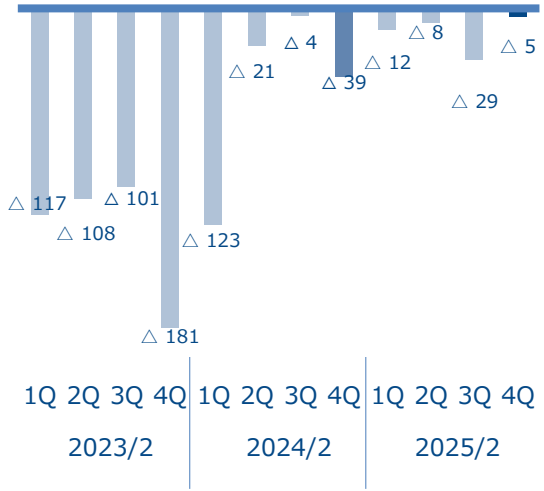
【売上高（百万円）】
254百万円（前年同期比163.6%）



【売上総利益（百万円）】
206百万円（前年同期比140.8% ）



【営業利益（百万円）】
△5百万円（前年同期比34百万円増）



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

学生登録者数は累計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！

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！**

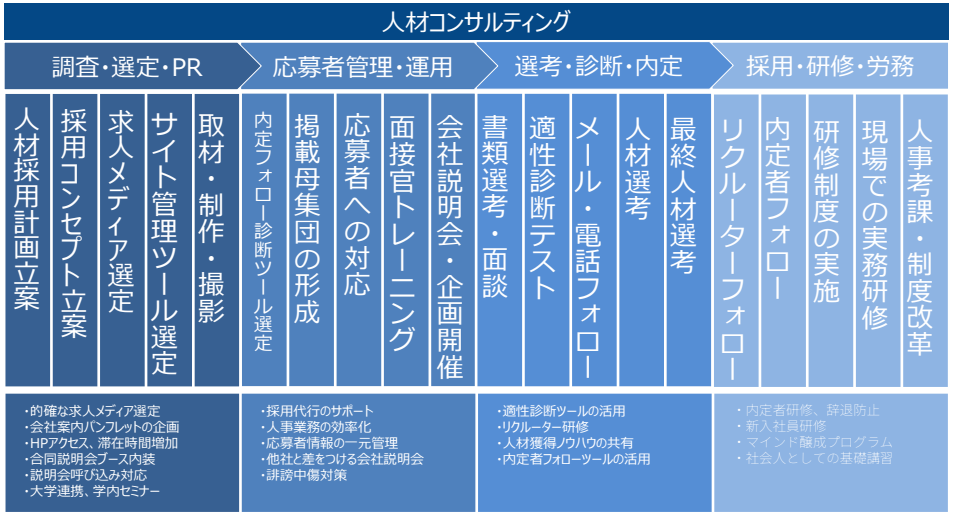
FINDAWAY取得によるシナジー

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



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の今後の成長戦略

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

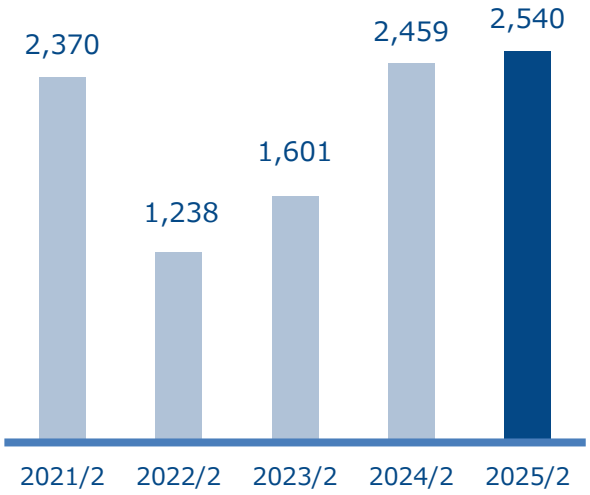
JOBTV

新卒支援事業	転職支援事業	採用支援事業	派遣事業
■JOBTV新卒 ■JOBTV新卒ハイクラス	■JOBTV転職 ■ハイクラスバンク	■JOBTV採用コンサル ■JOBTV RPO	■JOBTV派遣（予定） ■Webスクール
2021年12月より「JOBTV for 新卒」を提供開始。 登録企業社数1,000社以上、学生登録者数は累計15万人。	2022年12月より「JOBTV 転職」を提供開始。 新卒事業で培ったノウハウを活用し、転職者を支援。	「FINDAWAY」の参画により企業サイドの人材採用全般の課題を上流から支援。新卒や転職に送客できる体制を構築。	メディア事業のノウハウを活用した派遣事業とデジタルスキルが学習できるWebスクール事業を展開。

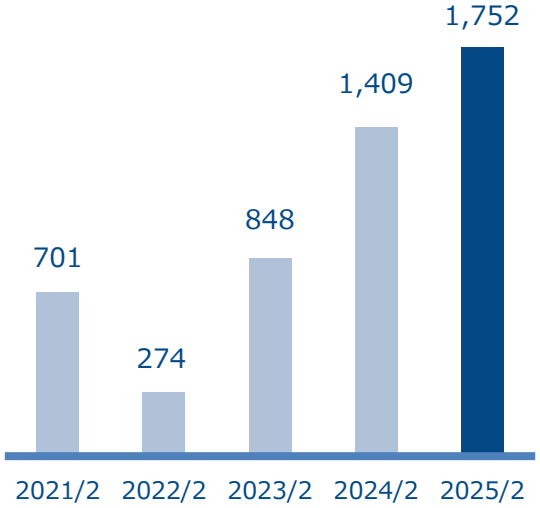
投資事業（年度推移）

2025年2月期の売上高・売上総利益・営業利益は、保有株式を一部売却し、**過去最高を更新**

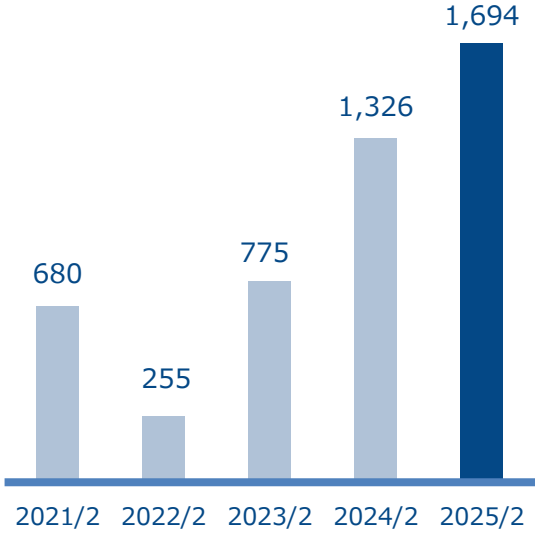
【売上高（百万円）】
2,540百万円（前年同期比103.3%）



【売上総利益（百万円）】
1,752百万円（前年同期比124.3%）



【営業利益（百万円）】
1,694百万円（前年同期比127.8%）



連結損益計算書

（単位：百万円）	2024年2月期	2025年2月期	前年同期差	前年同期比
売　上　高	59,212	59,254	+42	100.1%
売上総利益	37,671	39,308	+1,637	104.3%
ＥＢＩＴＤＡ	7,994	9,148	+1,154	114.4%
営業利益	6,939	8,029	+1,089	115.7%
経常利益	6,871	7,655	+784	111.4%
税金等調整前当期純利益	8,347	7,290	△1,056	87.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,684	4,195	△489	89.5%

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	2024年2月期末	2025年2月期	前期末差	前期末比
資　産　合　計	43,621	42,881	△739	98.3%
現預金	15,820	17,125	+1,305	108.3%
のれん	3,633	2,976	△657	81.9%
営業投資有価証券＋投資有価証券	5,991	3,125	△2,866	52.2%
その他	18,175	19,653	+1,478	108.1%
負　債　合　計	23,645	21,544	△2,101	91.1%
借入金＋社債	11,700	10,514	△1,185	89.9%
その他	11,945	11,029	△916	92.3%
純　資　産	19,975	21,337	+1,361	106.8%

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）	2024年2月期	2025年2月期	増減額	増減要因
現金及び現金同等物の期首残高	13,372	15,820	+2,447	
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,451	5,675	+1,224	既存事業が順調に推移
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,146	△1,478	△331	新規事業投資等
財務活動によるキャッシュ・フロー	△882	△2,901	△2,018	前期の資金調達の反動 配当金の増額
現金及び現金同等物の期末残高	15,820	17,125	+1,305	

2026年2月期業績予想

2026年2月期連結業績予想

2026年2月期 通期業績予想 （単位：百万円）	2025年2月期 （実績）	2026年2月期 （計画）	前年同期比	2026年2月期 上期計画	2026年2月期 下期計画
売上高	59,254	63,000	106.3%	30,400	32,600
営業利益	8,029	8,500	105.9%	2,105	6,395
経常利益	7,655	8,300	108.4%	2,005	6,295
親会社株主に 帰属する当期純利益	4,195	5,000	119.2%	648	4,352

・通期業績予想は、2025年2月期の営業利益予想を1年遅れで目指す計画
・当社の配当方針は、連結配当性向30%以上を基準に株主の皆様に還元をするとしており、2026年2月期の配当は、**1株あたり33円**を予定

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）	2025年2月期 （実績）	2026年2月期 （計画）	前年同期比	2026年2月期 上期計画	2026年2月期 下期計画
連結	8,029	8,500	105.9%	2,105	6,395
PR・広告	3,636	4,090	112.5%	1,819	2,271
プレスリリース	1,877	3,149	167.7%	1,472	1,677
ダイレクトマーケ	747	1,000	133.8%	△905	1,905
HR	74	261	350.1%	△43	304
投資	1,694	0	△100.0%	△238	238

・ダイレクトマーケティング事業においては、上期に広告投下し、下期に利益を確保する流れを継続
・HR事業においては、JOBTVが赤字から黒字に転換することで、大幅な増益見込み

中期利益計画

中期利益計画

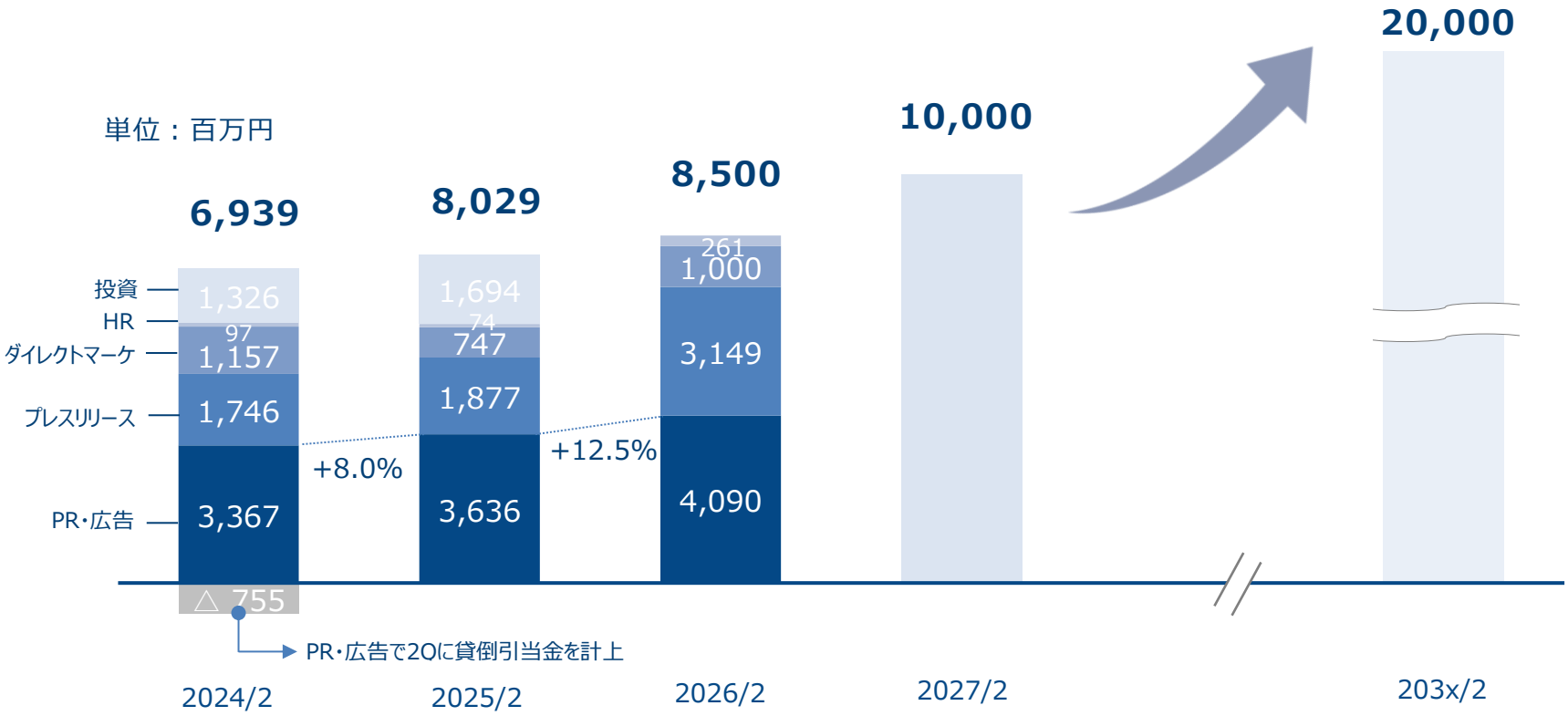
中期利益計画 （単位：百万円）	2024年2月期 （実績）	2025年2月期 （実績）	2026年2月期 （計画）	2027年2月期 （計画）
営業利益	6,939	8,029	8,500	10,000
（ご参考） EBITDA※	7,994	9,148	9,400	10,900

・2025年2月期と2026年2月期に計画をしていた営業利益は、1年遅れでそれぞれ2026年2月期、及び2027年2月期に計画
・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いく方針
・当社の配当方針は、**連結配当性向30%**以上を基準に株主の皆様への還元を実施

※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

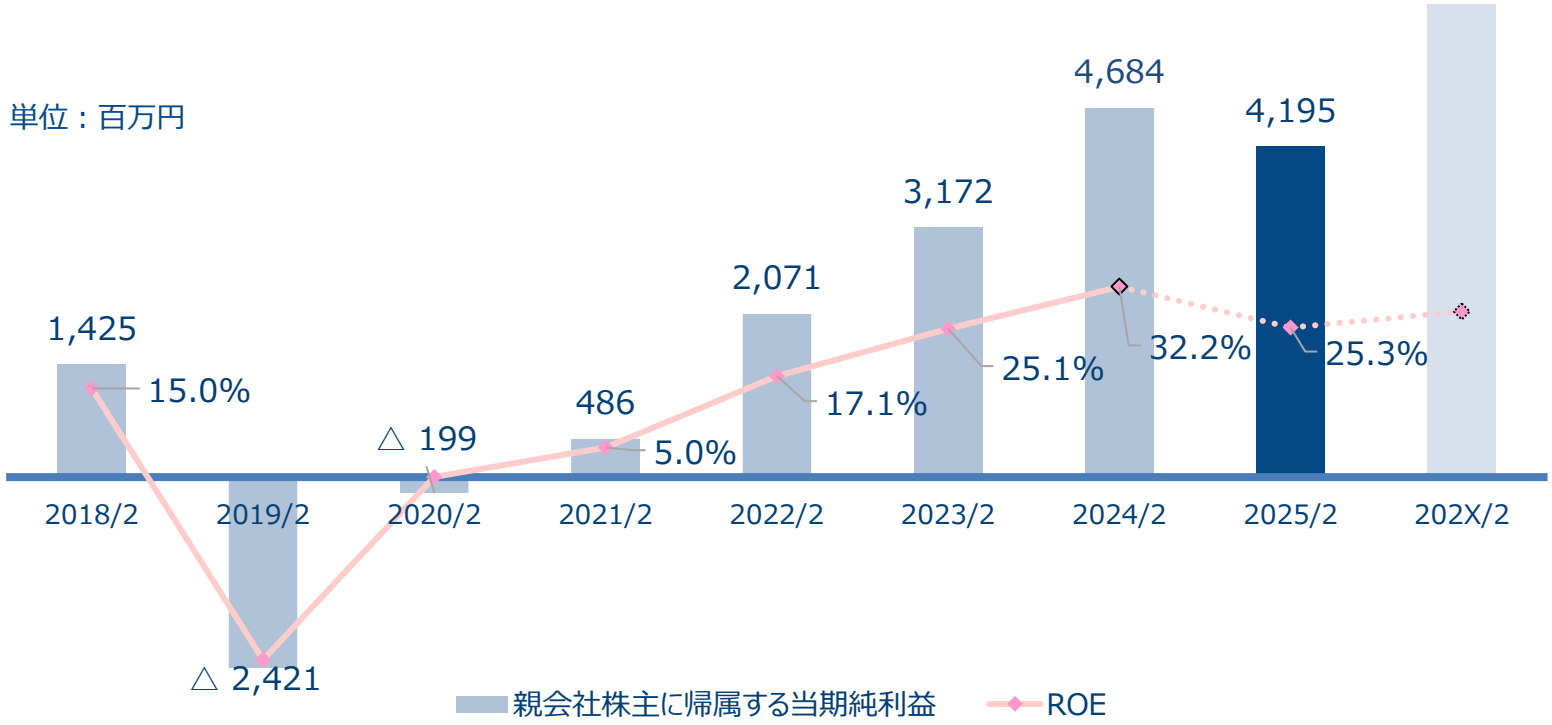
PR・広告事業を中心にオーガニック・非連続な成長を実現し、**中期的には営業利益200億円**を目指す方針



※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

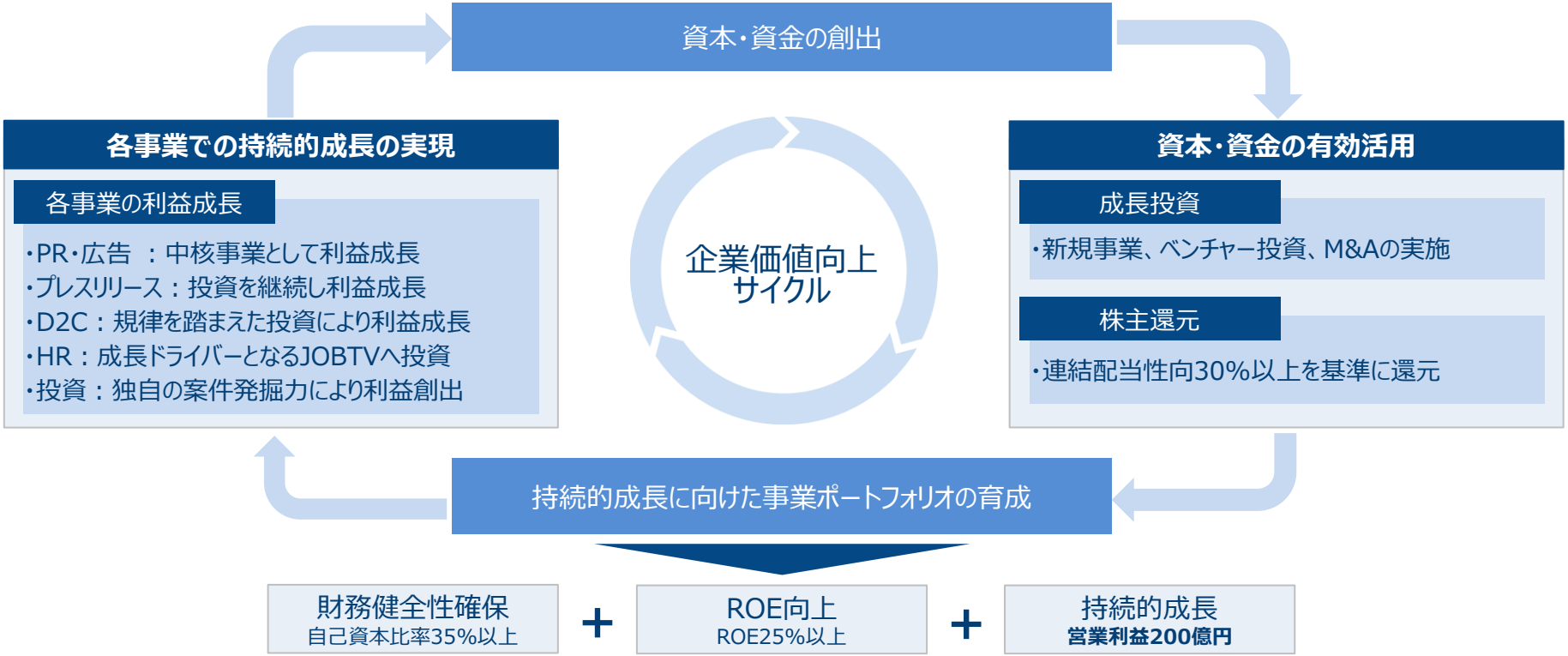
ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

継続的に**ROE25%**を上回る経営を行っていく方針



キャピタルアロケーション

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にアロケーション



経営戦略

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

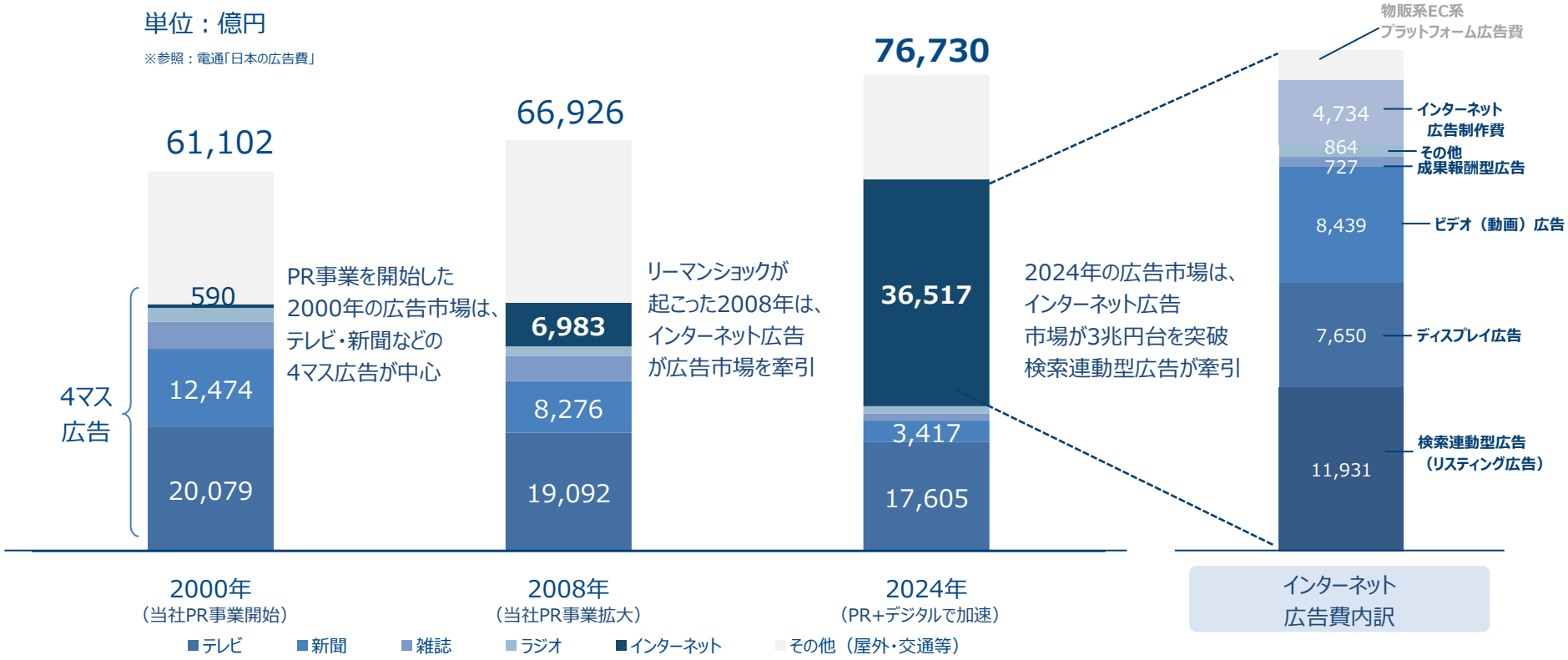
7兆円の広告市場で
テレビCMを中心としたビジネスモデルが
変革していく中
(広告が無くなっていく時代)

“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

日本の広告市場の推移

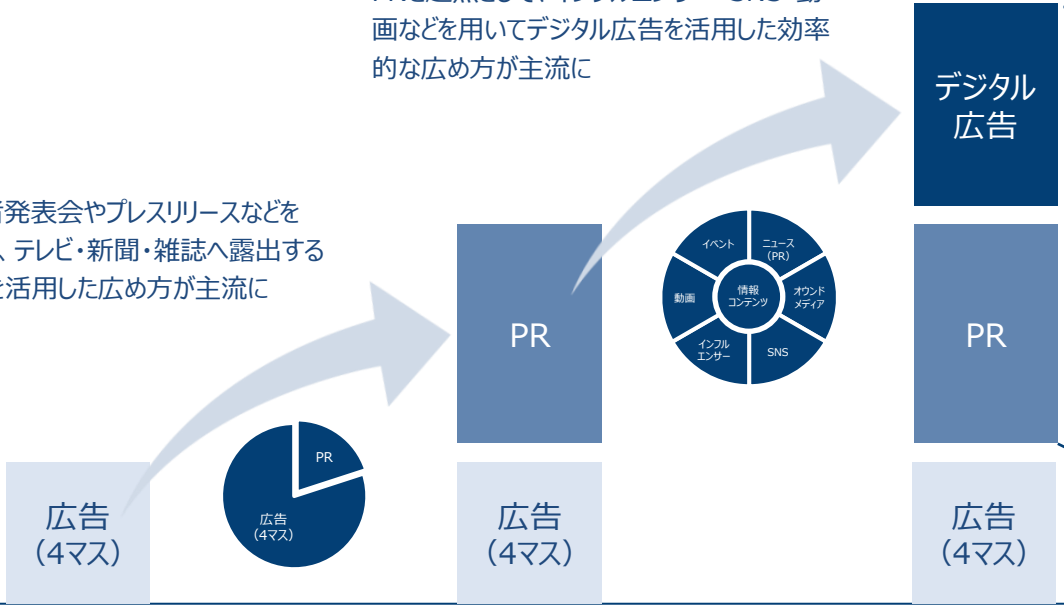
4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に



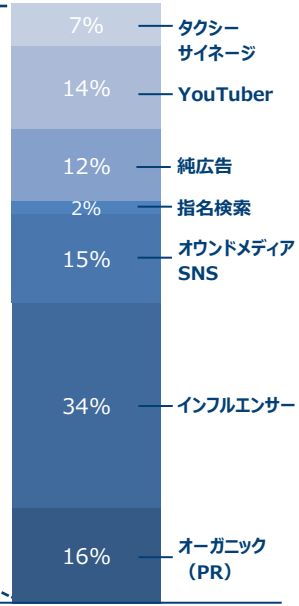
現在は、PRを起点としてデジタル広告を活用し、効率的にモノを広める時代

記者発表会やプレスリリースなどを
通じ、テレビ・新聞・雑誌へ露出する
PRを活用した広め方が主流に

PRを起点として、インフルエンサー・SNS・動画などを用いてデジタル広告を活用した効率的な広め方が主流に



顧客獲得の約7割が
広告費のかからない
時代に合った施策



テレビや新聞など
4マス広告を活用

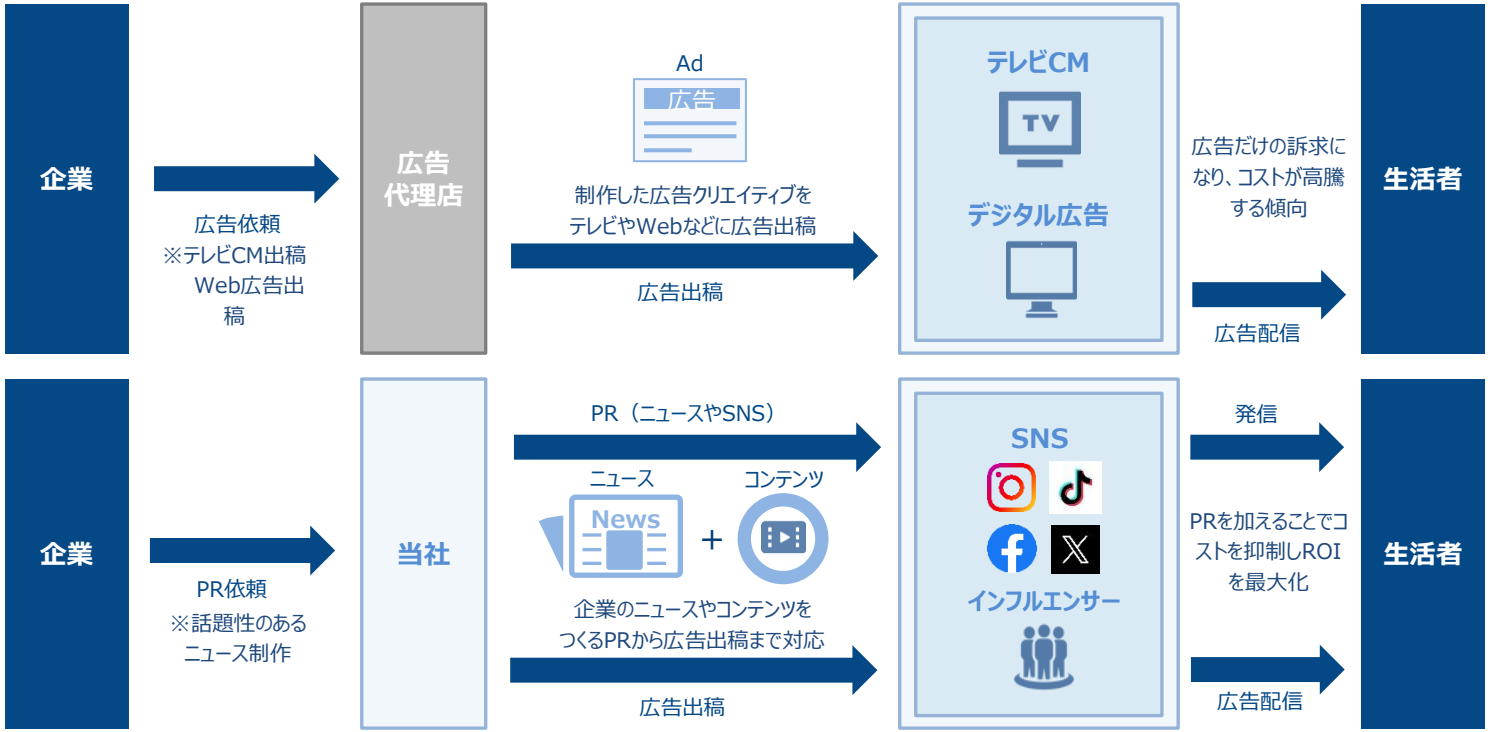
PRを起点として
4マス広告を活用

PRを起点としてSNSやデジタル広告を活用

顧客獲得施策の内訳
※某ベンチャー企業の事例

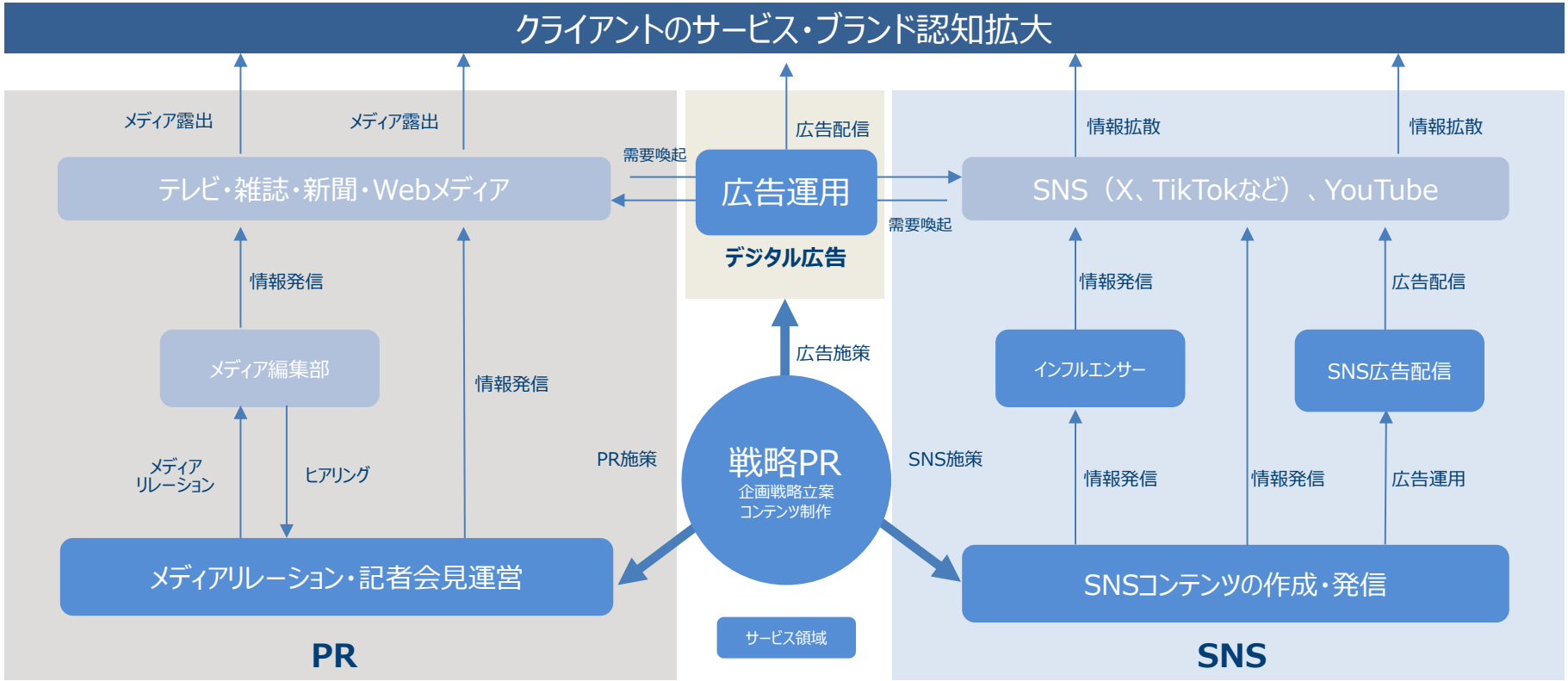
当社と広告代理店との違い

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



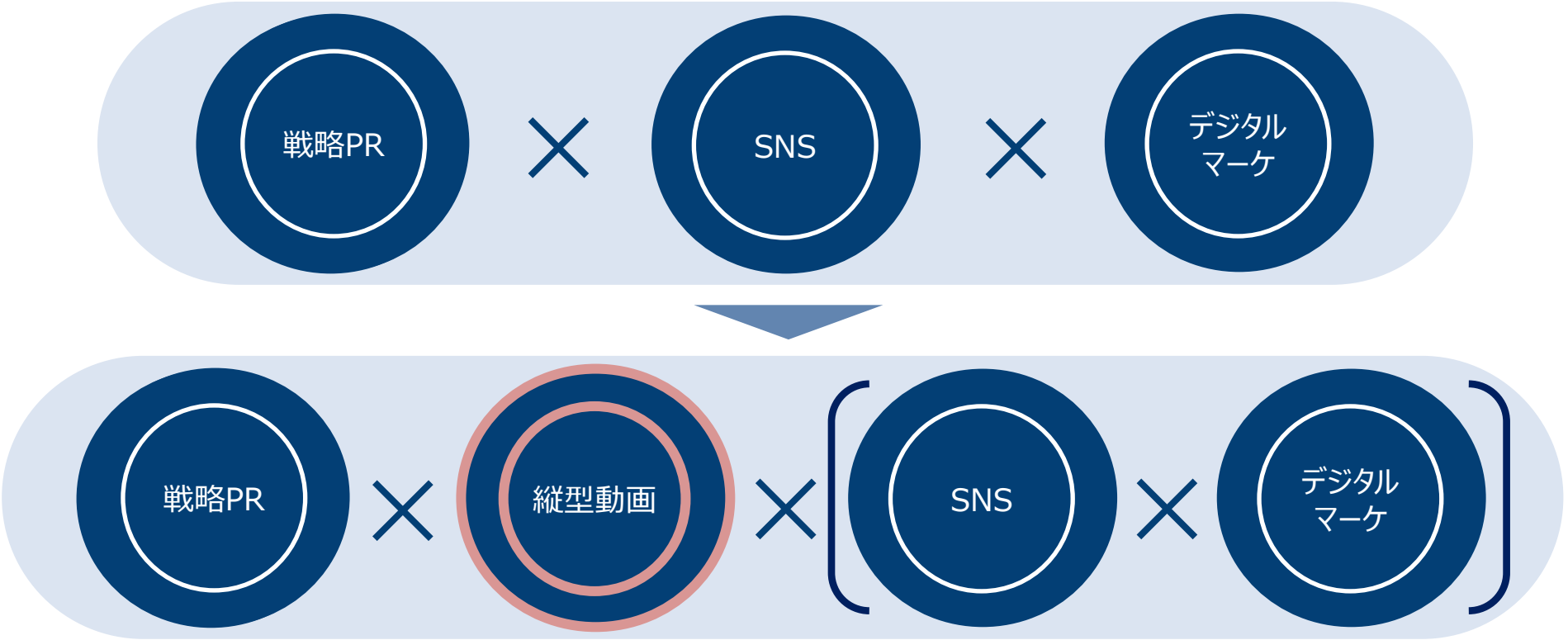
戦略PRを起点としたコミュニケーションフロー

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



FAST COMPANY構想における中期的な強化策

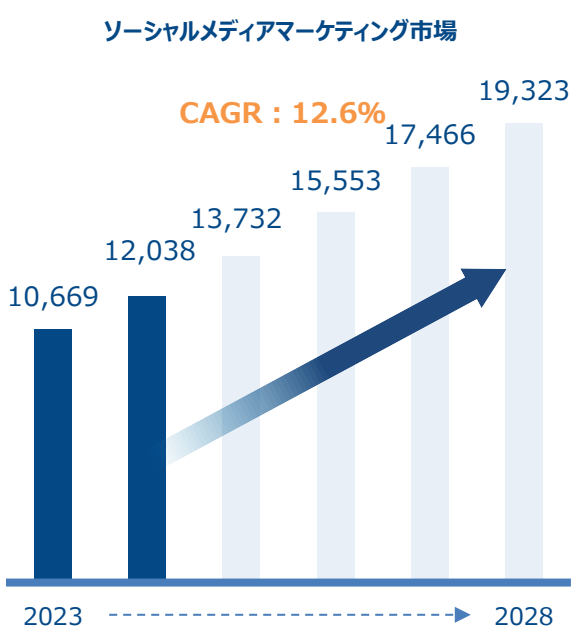
生活者への認知機能を担うPRと、生活者の購買を後押しをするデジタルマーケの融合を加速
生活者の可処分時間内シェアが急速に高まるSNSと**縦型動画サービス機能を強化**

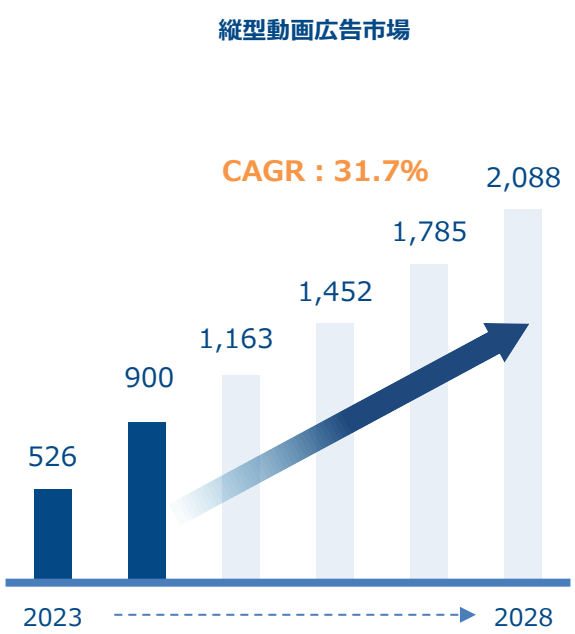


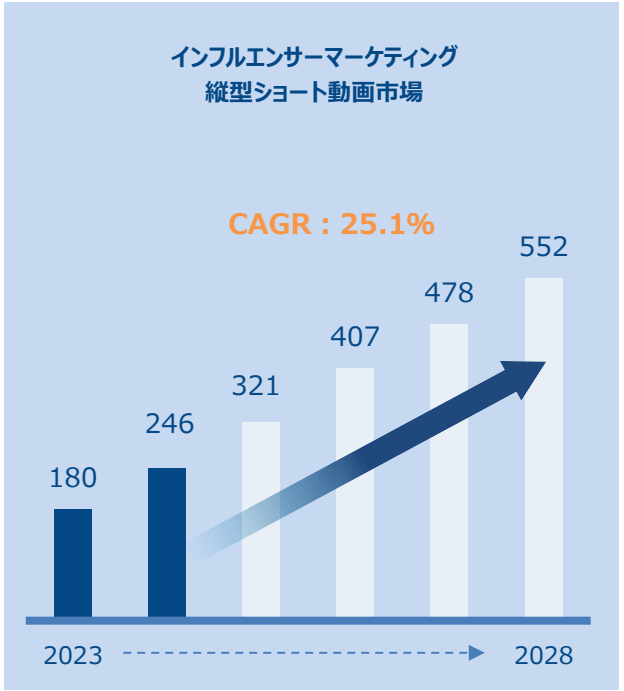
急成長するSNS運用・縦型動画市場

企業のマーケティング予算の投下先として、ショート動画に特化したインフルエンサーの活躍が顕著
当社は既存の戦略PRに加え、特に急成長中の**「インフルエンサーマーケティング×縦型動画市場」**でのプレゼンスを高める

(単位：億円)



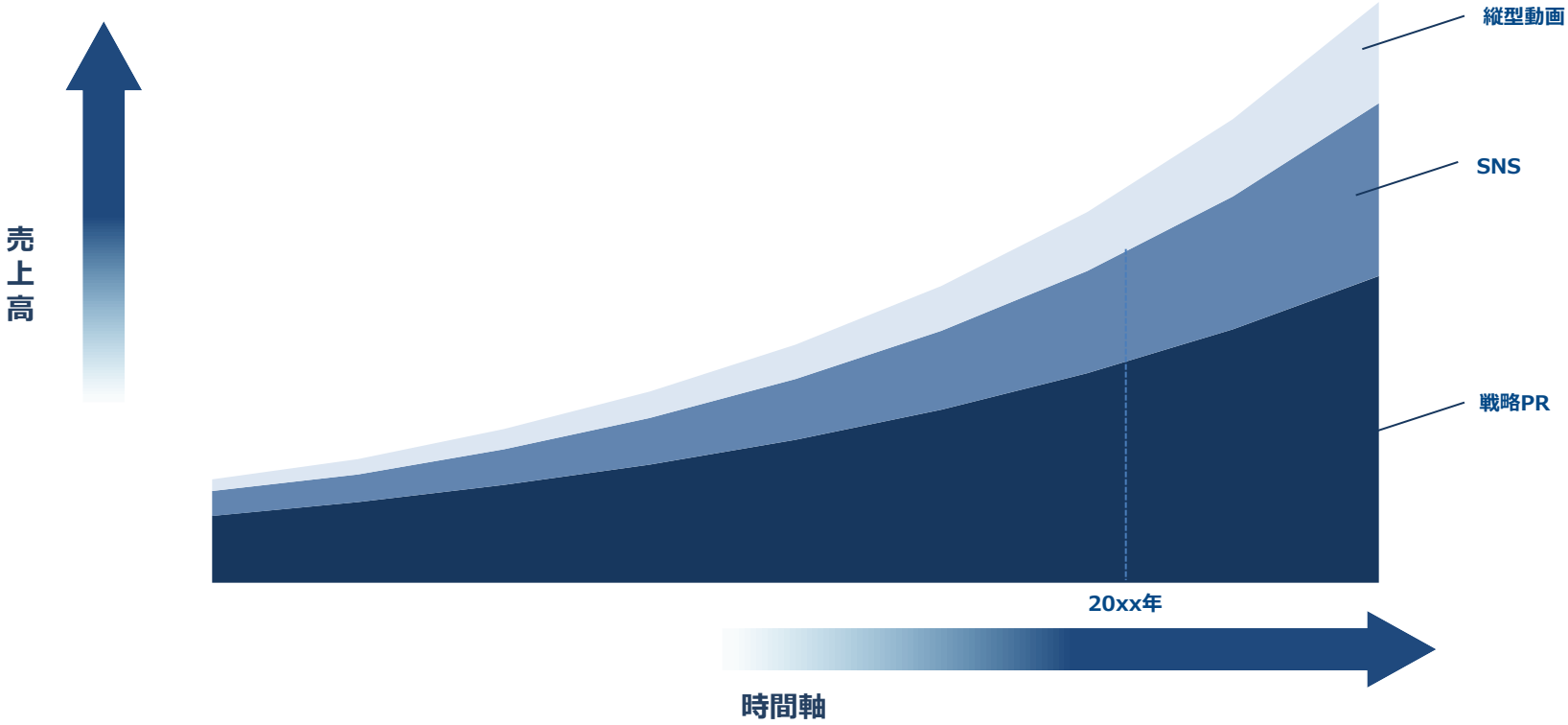




出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ

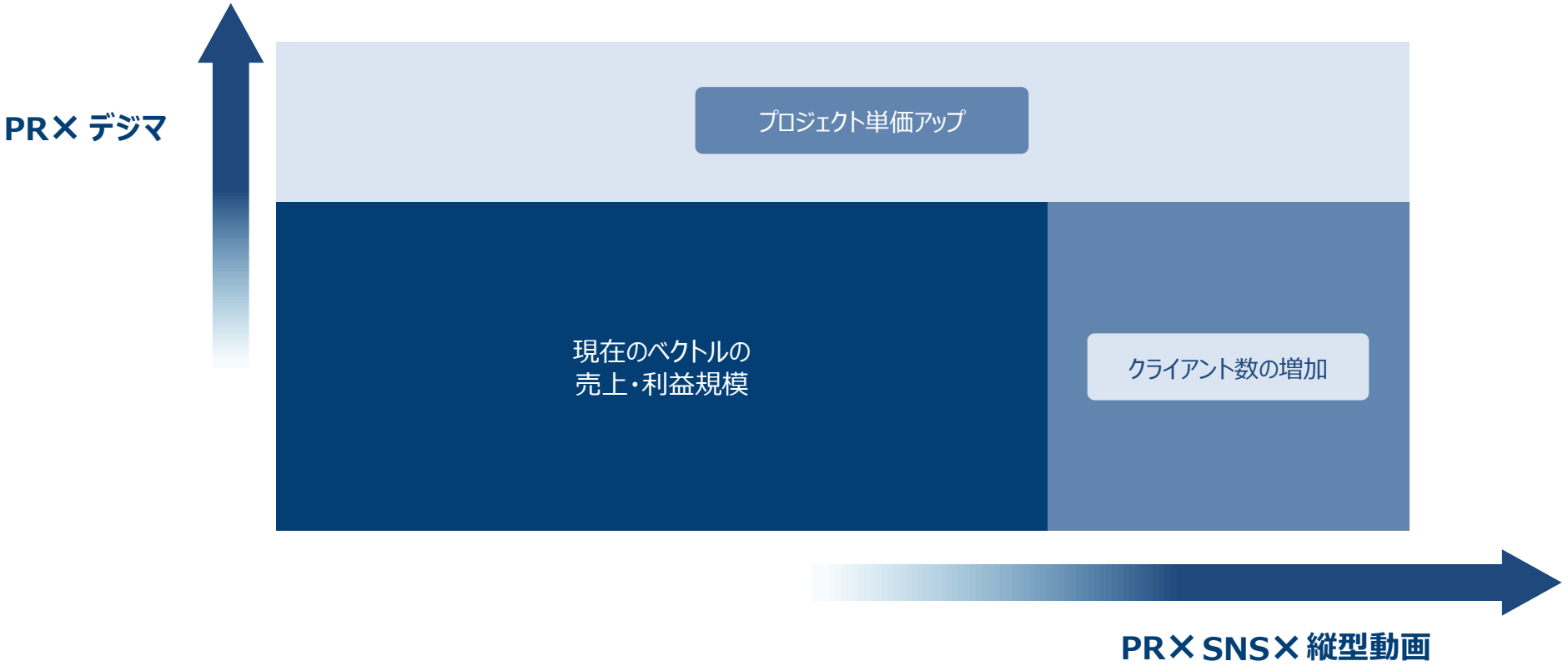
PR・広告事業の成長イメージ①

特に急成長中の「PR x SNS x 縦型動画」市場のシェアを獲得し、売上高・営業利益を持続的に成長させる



PR・広告事業の成長イメージ②

PR x デジタルマーケティングの融合を加速し、受注プロジェクトの単価アップを早期に図りつつ
戦略PRに加え、特に急成長中である「PR x SNS x 縦型動画」ツールをフックに、クライアント数の増加を図っていく



「FAST COMPANY」構想

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。

vector INITIAL

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	縦型動画	デジタルマーケティング	リスクマネジメント
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。	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。	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。	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。	インフルエンサーを活用した動画をアドテクで編集、SNSやデジタル広告を通じてターゲット層へピンポイントで動画を配信、話題化を図る。	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。	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。
PRTIMES	vector ANTIL vector Platinum vector INITIAL	vector	vector INITIAL Influencer Works.	vector	NT Tryhatch Keyword marketing	BRAND CLOUD

0円 → 100,000,000円/年

話題となるキーワードを創出し、PR×SNS×縦型動画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

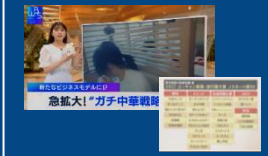
コミュニケーション設計

認知 ▶ 理解 ▶ 興味

PR × SNS × アドテク

実行施策

PR

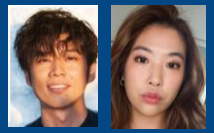


日本初上陸「イェーパオズ」
2022年5月14日販売開始

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

グループシナジーを活かした直近大型コミュニケーション事例

日本国内および海外マーケットに向けた情報発信を支援
グループソリューション「インバウンドPRサービス」を活用し、
PR・インフルエンサー・デジタル広告を掛け合わせたフルファネルの展開により売上向上に寄与

事例：ジャパンブルー「MOMOTARO JEANS」リブランディング・新店舗オープン

コミュニケーション全体戦略

PRメッセージ考案

岡山・児島の精巧な職人技を
つないだモノづくりによって
最高峰のデニムを創る
「MOMOTARO JEANS」

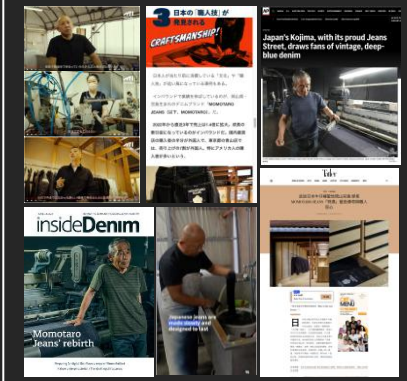
コミュニケーション設計

「これまでの価値」（伝統技術を継承した職人技）と「これからの価値」（次代を超えるグローバルブランド戦略）を可視化・言語化

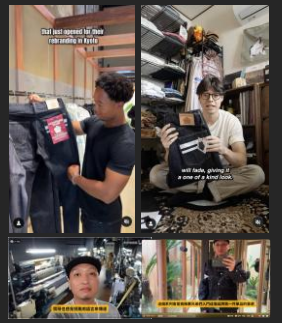
日本発のグローバルデニムブランドとして更なる拡大を目指し、リブランディングを実施・京都に新店舗をオープン。日本および海外マーケットを対象に認知・価値向上及び来店促進を目的としたコミュニケーションの設計から実行までサポート。

実行施策

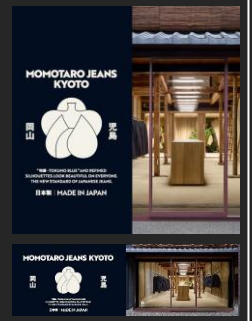
PR（日・英・中・仏）



インフルエンサー（英・中）



デジタル広告（米国）



ブランド刷新・新店舗オープンのタイミングに合わせて、情報発信および岡山の工場ツアーと京都の新店舗内覧を実施。国内外のメディアとインフルエンサーを通した良質な多言語の露出の結果、店舗及びEC売上の売上に貢献。

アワード受賞歴

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

「PR Awards Asia-Pacific 2024」にて
Integrated Marketing部門 ブロンズを受賞

「FAST COMPANY」構想の基盤強化を実現する３つの重点項目

1 縦型動画

戦略PRと相性の良い
縦型動画を掛け合わせ
事業を推進

×

2 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

×

3 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

2 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実績

既存事業の周辺領域を補完すべく、2022年以降11件のM&Aを積極的に実施
PR×SNS領域のサービス拡充を目的に、本日株式会社gracemodeの株式取得を公表

		会社名	事業内容	取得時期
PR・広告事業	デジタルマーケ	株式会社ターミナル	デジタル広告事業（デジタルマーケティング事業の事業譲渡）	2022年9月
		株式会社キーワードマーケティング	運用型広告の運用代行、広告運用コンサルティング	2022年12月
		株式会社トライハッチ	SNS運用支援事業、SaaS事業、デジタルマーケティング事業	2023年3月
		Owned株式会社	デジタルマーケティング支援事業	2023年7月
		株式会社gracemode	SNSを用いたPR・マーケティング代行事業	2025年4月
	PR・広告関連事業	株式会社クラウドビューティー	店舗DX支援、SaaS型サロンシステムの提供	2022年7月
		MasterVisions株式会社	360度視聴可能な自由支店映像の生成・配信	2022年11月
		株式会社アミー	フランチャイズマッチングプラットフォームの運営	2022年11月
		株式会社KRIK	危機管理広報代行及びコンサルティング	2023年9月
HR		ビジコネット株式会社	転職Webメディアの運営、Webマーケティング支援	2023年6月
		株式会社FINDAWAY	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	2024年3月

M&Aの基本方針

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 （足元は、PR×SNS、PR×SNS×縦型動画を強化する企業）
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

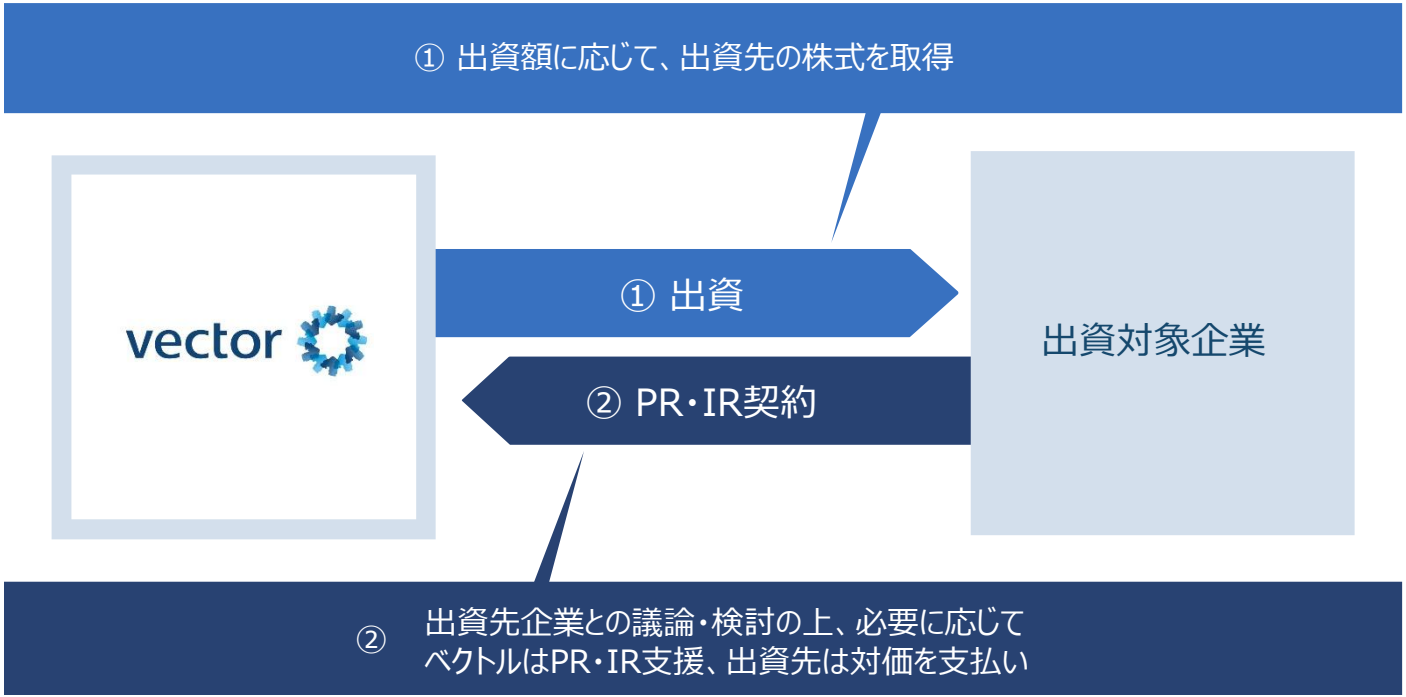
VC × PR 3

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

ベンチャー投資の方針

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



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

Logbar / infoNet. / gengo / REVOLVER / CSC / QR Translator. / PHONE APPLI / SWITCH★SMILE / AOS DATA / +medi / uhuru / CiN

AI- ビッグデータ

AI CROSS / SecondXight analytics / Headwaters / メトロエンジン / VIRTUSIZE / VISITS Technologies / Poetics

マーケティング - セールス

QON / Branding Technology / WILLGATE / SALES ROBOTICS / CMN / ALLIANCE CLOUD / LISUTO! / Flagship Orchestra / Algorithm / FULLER / xOperation group / VALUE CREATION / foriio / COMIX / ENRISSION / basic / AdInte / Concierge U / SubFac

D2C

KOL Technologies / High Link / Vegetable Tech / PIALA / Waqoo / Wondershake / Oops

飲食 - 小売 - 美容 - サービス-ヘルスケア

TERMINAL / SARÀH / GO TODAY / MiRTeL / VEGEO VEGECO / adval / WAmazing / エアトリ / FUN UP inc. / IZUMI-IZM GROUP / zentokyo / SOELU / Net.jp Group / The Ethical Spirits & Co. / MabGenesis / TRION CORPORATION

フィンテック - 不動産テック

RESIDENCE TOKYO / リノベる。 / LEEWAYS / milize / SYLA / bitFlyer / TakeMe / IMPACT CIRCLE / GLOBAL LINK MANAGEMENT / LENDY / ele-style / SPACE AGENT / PhilCompany, Inc. / Warranty technology / FANTAS / ACTICE ASSET MANAGEMENT.CO.,LTD

HR- 人材-教育関連

ROXX / Refcome / 地球人.jp / HANDICAP CLOUD / TWOSTONE & Sons / INBOUND TECHNOLOGY / LEADING MARK / HRCLOUD / Life is Tech!. / HALLHEART. / flamingo / LOGZGROUP / マナリンク / Maple Systems / CODEGYM / Infratop / EduFuture / Take Action / Anotherworks

シェアリングエコノミー

SHARING TECHNOLOGY / unito / Audiostock / alice STYLE / Ancar / Laxus / nearMe. / LIVERO

DX

ROBOT PAYMENT / MentalHealth Technologies / booost technologies / スポーツル / ORIGINAL Inc. / KAKUCHO / HATCHWORK / bravesoft / Uniforce / Allm / Canly / CONOC / WELLNEST communications

その他 toB 向けサービス

WILLS / TOKYO / WHITE HOLE / INBOUNDTECH / レトリバ / JX通信社 / FUNDOM / SHELFY / astrolab / CLAS / Talknote / Helpfeel / stayway / ENECLOUD / コンテンツヨ / UPSELL TECHNOLOGIES / ATOMica / 業務改革クラウド / PathFinder / CasTech / Tabi Life / BPOテクノロジー / gigbase

その他 toC 向けサービス

FREE DOM / hey! / MONOCO / HOGUGU / PROGRIT / TimeTree / Nagisa / 4コマgram / GRAND DESIGN / LANIMAL / ORIGINAL LIFE,INC. / naco-do / X-mobile. / 交換できるくん / SPORTS CROWN / LASTONEMILE

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）
2025年2月期は「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

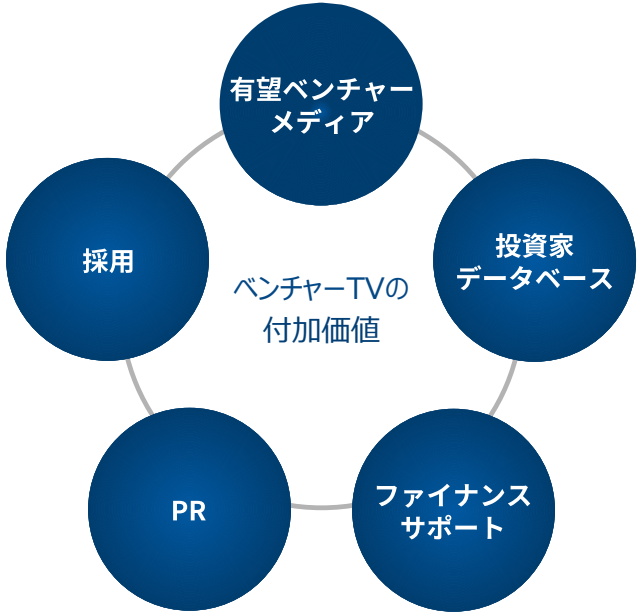
上場日	社名	現在の市場
2016年3月31日	エアトリ	東証プライム
2016年11月18日	フィル・カンパニー	東証スタンダード
2016年12月20日	リネットジャパングループ	東証グロース
2017年8月3日	シェアリングテクノロジー	東証グロース
2017年12月12日	一家ホールディングス	東証スタンダード
2017年12月13日	グローバル・リンク・マネジメント	東証プライム
2018年12月11日	ピアラ	東証スタンダード
2019年2月22日	識学	東証グロース
2019年3月19日	ミンカブ・ジ・インフォノイド	東証グロース
2019年6月21日	ブランディングテクノロジー	東証グロース
2019年6月25日	インフォネット	東証グロース
2019年10月8日	AI CROSS	東証グロース
2019年12月17日	ウィルズ	東証グロース
2019年12月18日	BuySell Technologies	東証グロース
2020年3月26日	サイバーセキュリティクラウド	東証グロース
2020年7月7日	TWOSTONE&Sons	東証グロース

上場日	社名	現在の市場
2020年9月28日	ヘッドウォータース	東証グロース
2020年12月18日	インバウンドテック	東証グロース
2020年12月23日	交換できるくん	東証グロース
2021年6月29日	Waqoo	東証グロース
2021年7月6日	BCC	東証グロース
2021年9月28日	ROBOT PAYMENT	東証グロース
2021年9月28日	リベロ	東証グロース
2021年11月24日	ラストワンマイル	東証グロース
2022年3月28日	メンタルヘルステクノロジーズ	東証グロース
2022年4月4日	セカンドサイトアナリティカ	東証グロース
2022年9月29日	プログリット	東証グロース
2023年3月31日	シーラテクノロジーズ	NASDAQ
2023年6月29日	W TOKYO	東証グロース
2023年11月22日	バリュークリエーション	東証グロース
2024年3月26日	ハッチワーク	東証グロース
2024年9月25日	ROXX	東証グロース

ベンチャーTV

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。