

株式会社ベクトル

2023年2月期 第2四半期  
決算説明資料



2022年10月14日

# 目次

1. 四半期決算
2. 中期経営計画
3. 経営戦略
4. JOBTV進捗状況

# 四半期決算

---

## 第2四半期累計期間連結業績サマリ

売上高

266.7 億円

(前年同期比 121.1%)

売上  
総利益

177.1 億円

(前年同期比 127.7%)

EBITDA※

37.5 億円

(前年同期比 150.2%)

営業  
利益

33.8 億円

(前年同期比 161.6%)

経常  
利益

35.0 億円

(前年同期比 164.5%)

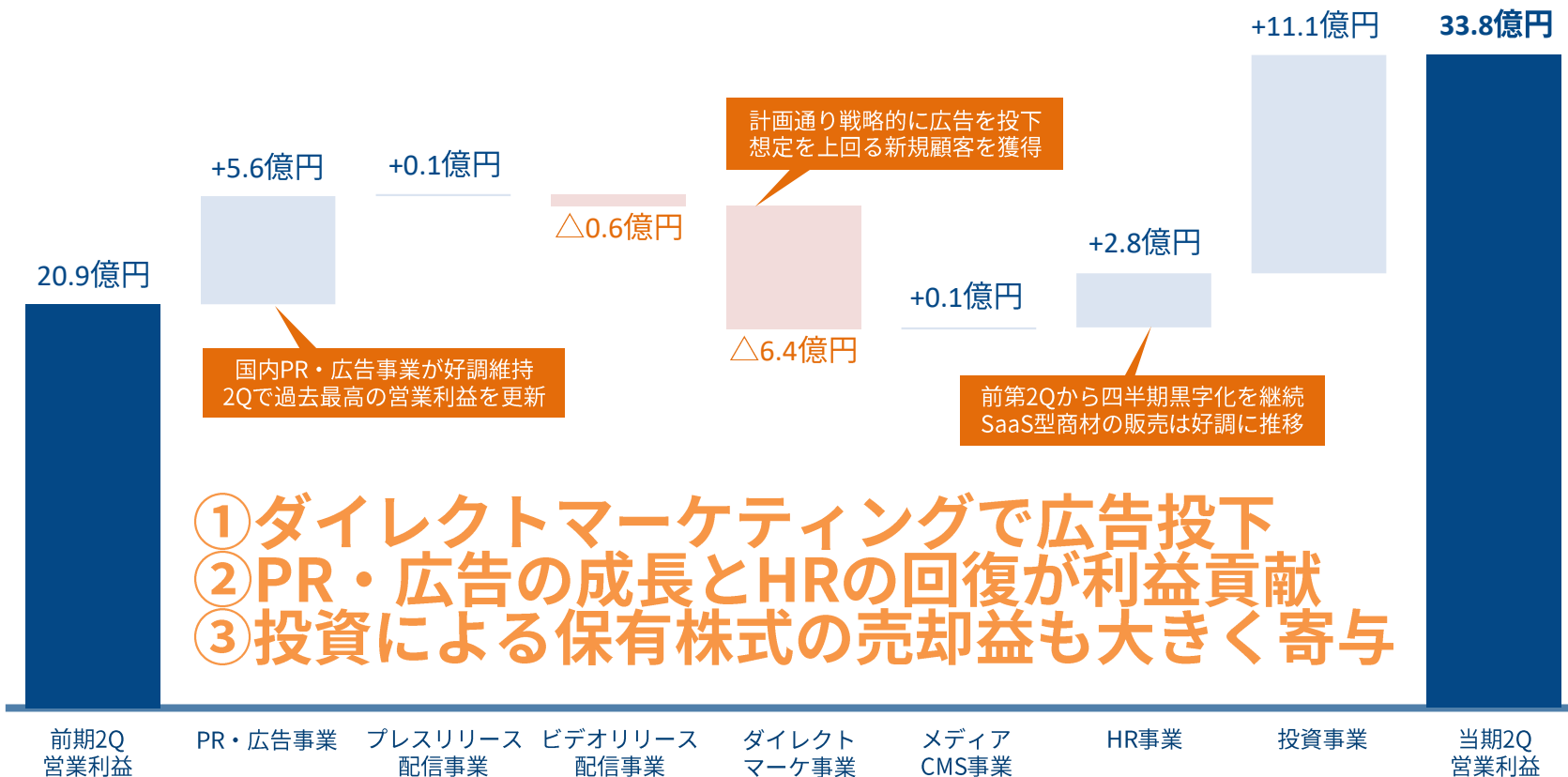
親会社株主に帰属する  
四半期  
純利益

19.1 億円

(前年同期比 308.3%)

※ 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ダイレクトマーケティングで広告投下
- ②PR・広告の成長とHRの回復が利益貢献
- ③投資による保有株式の売却益も大きく寄与

## 通期業績予想に対する進捗状況

| 2023年2月期<br>通期業績予想<br>(単位：百万円) | 2023年2月期<br>(計画) | 2023年2月期<br>2Q末時点 | 進捗率   | 2023年2月期<br>上期計画 | 達成率    |
|--------------------------------|------------------|-------------------|-------|------------------|--------|
| 売上高                            | 53,100           | 26,672            | 50.2% | 24,890           | 107.2% |
| 営業利益                           | 6,200            | 3,383             | 54.6% | 2,070            | 163.5% |
| 経常利益                           | 6,100            | 3,507             | 57.5% | 2,020            | 173.7% |
| 親会社株主に<br>帰属する当期純利益            | 3,000            | 1,918             | 64.0% | 900              | 213.2% |
| 参考：旧収益基準売上高                    | 56,500           | 28,896            | 51.1% | 26,550           | 108.8% |

上期計画に対し、主力のPR・広告事業が順調に推移したこと、投資事業にて株式売却が寄与したことで営業利益以下は大幅に達成しましたが、下期においては、投資事業での株式売却を見込んでいないこと、新規事業等への投資をより加速していく方針であることから、通期業績予想の変更はしていません。

# セグメント別利益計画

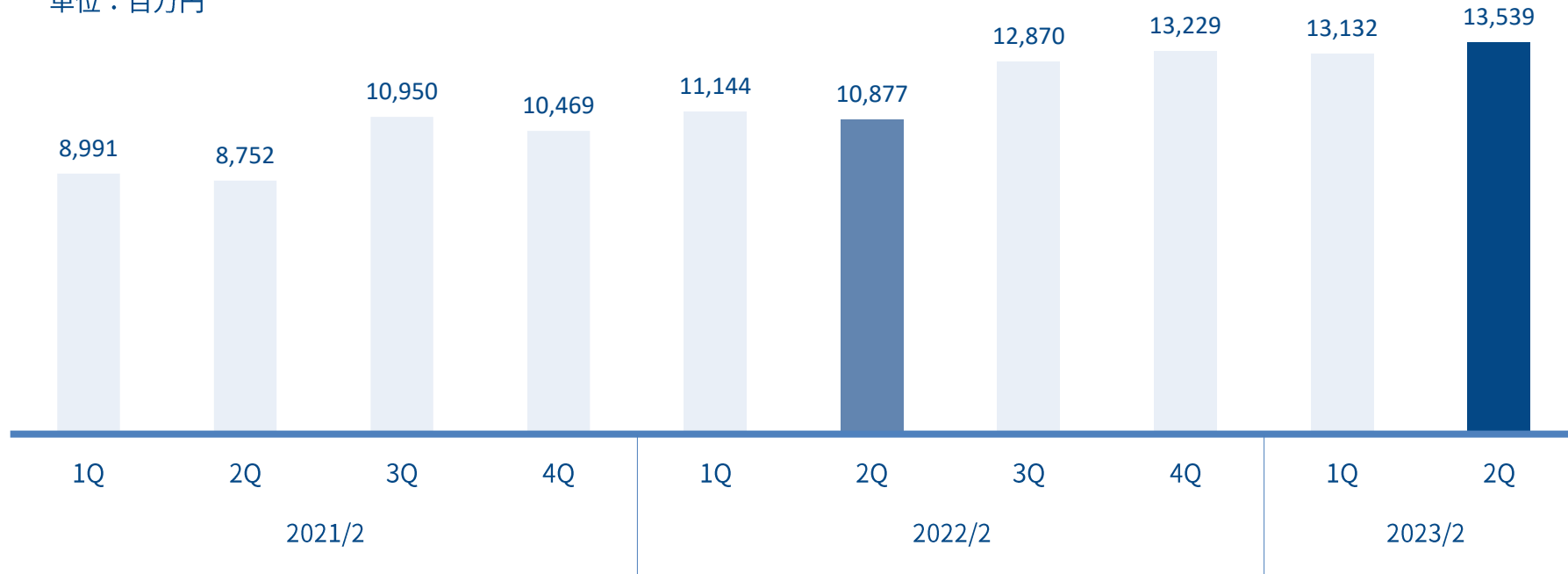
|      | セグメント別利益計画<br>(単位：百万円) | 2023年2月期<br>(計画) | 2023年2月期<br>2Q末時点 | 進捗率    |
|------|------------------------|------------------|-------------------|--------|
| 営業利益 | 連結                     | 6,200            | 3,383             | 54.6%  |
|      | PR・広告                  | 2,634            | 1,369             | 52.0%  |
|      | プレスリリース                | 1,600            | 916               | 57.3%  |
|      | ビデオリリース                | 50               | △46               | —      |
|      | ダイレクトマーケ               | 835              | △86               | —      |
|      | メディアCMS                | 51               | △8                | —      |
|      | HR                     | 350              | 237               | 68.0%  |
|      | 投資                     | 680              | 990               | 145.7% |

ビデオリリース、ダイレクトマーケティング、メディア事業においては、マイナス着地となっておりますが、いずれも計画通りであり、下期にかけて計画を達成する見込みです。投資事業においては、株式売却による寄与を想定せず、保守的に評価減を見込んでいることから計画通りの着地となる見込みです。

# 連結売上高推移（四半期推移）

2023年2月期第2四半期の連結売上高は、**過去最高の13,539百万円**（前年同期比**124.5%**）

単位：百万円



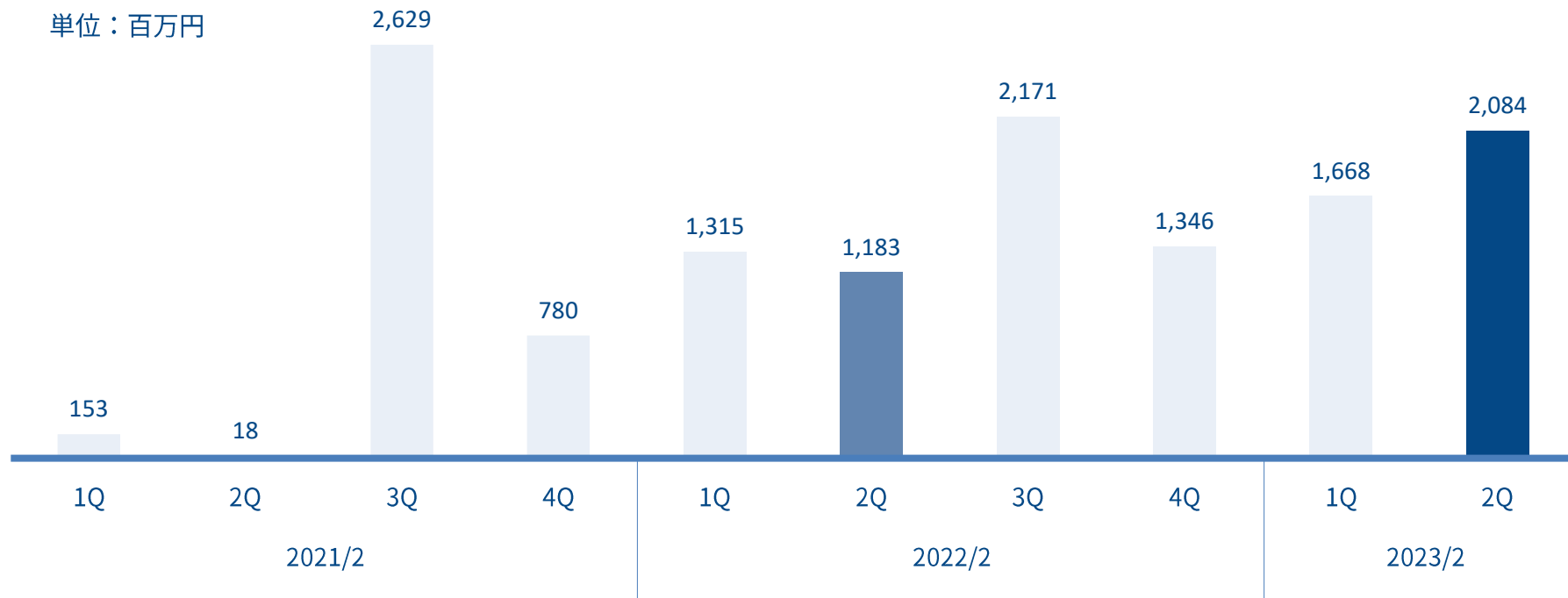
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております  
1Q影響額1,288百万円、2Q影響額935百万円



# EBITDA推移（四半期推移）

2023年2月期第2四半期のEBITDAは、**第2四半期としては過去最高の2,084百万円**（前年同期比**176.2%**）

単位：百万円

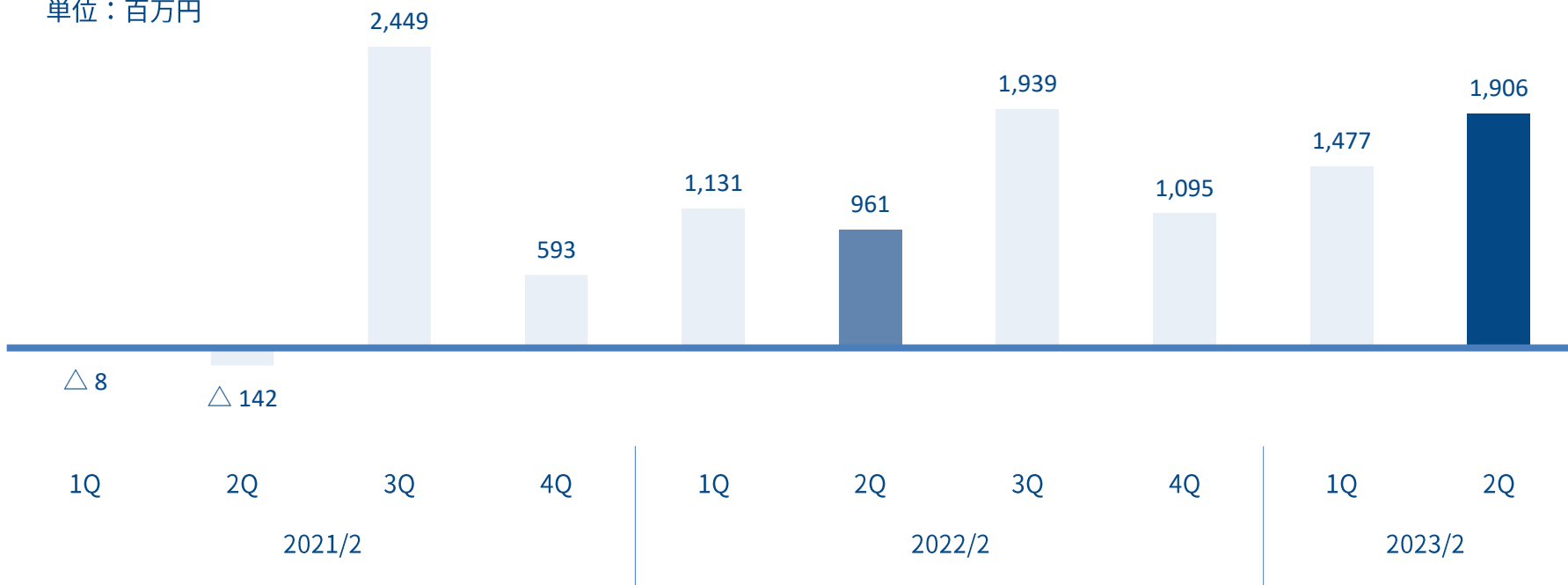


※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

# 連結営業利益推移（四半期推移）

2023年2月期第2四半期の連結営業利益は、**第2四半期としては過去最高の1,906百万円**（前年同期比**198.3%**）

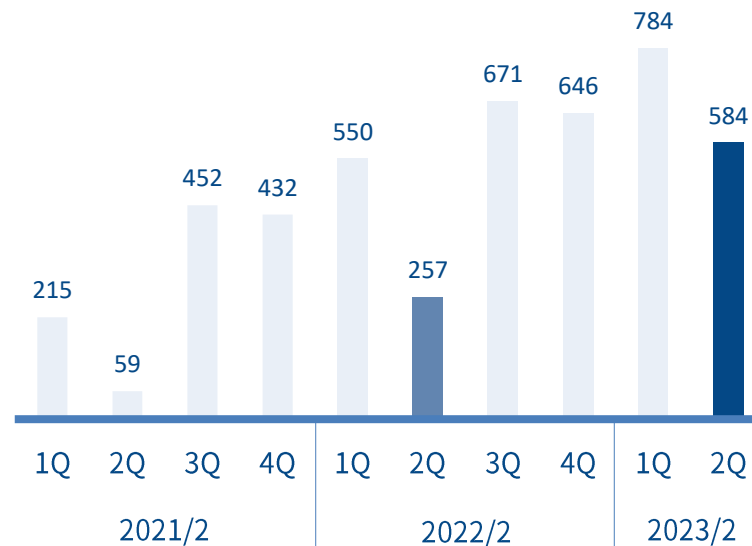
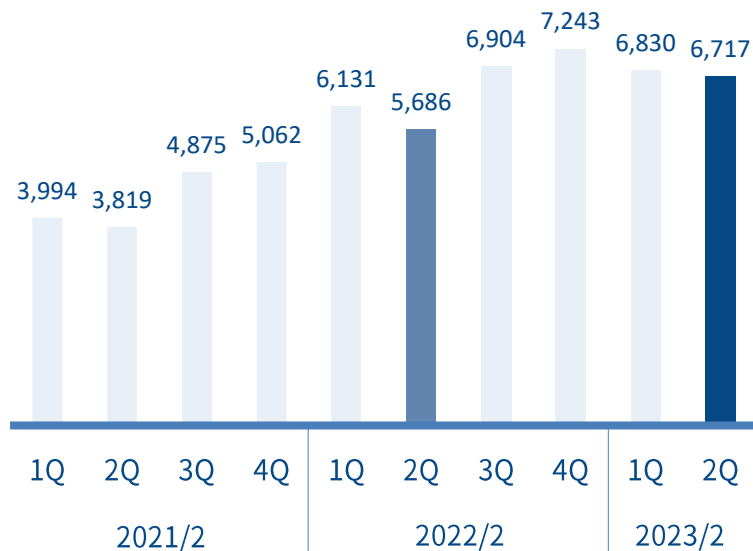
単位：百万円



2023年2月期第2四半期は、顧客のマーケティングニーズをつかみ、**第2四半期で過去最高の営業利益を更新**  
 2023年2月期第3四半期以降も、リテナー契約数の拡大を図りながら、クロスセルによる単価アップを目指す

【売上高（百万円）】 6,717百万円（前年同期比**118.1%**）

【営業利益（百万円）】 584百万円（前年同期比**227.4%**）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております  
 1Q影響額1,140百万円、2Q影響額814百万円

# リテナー契約件数の獲得目標

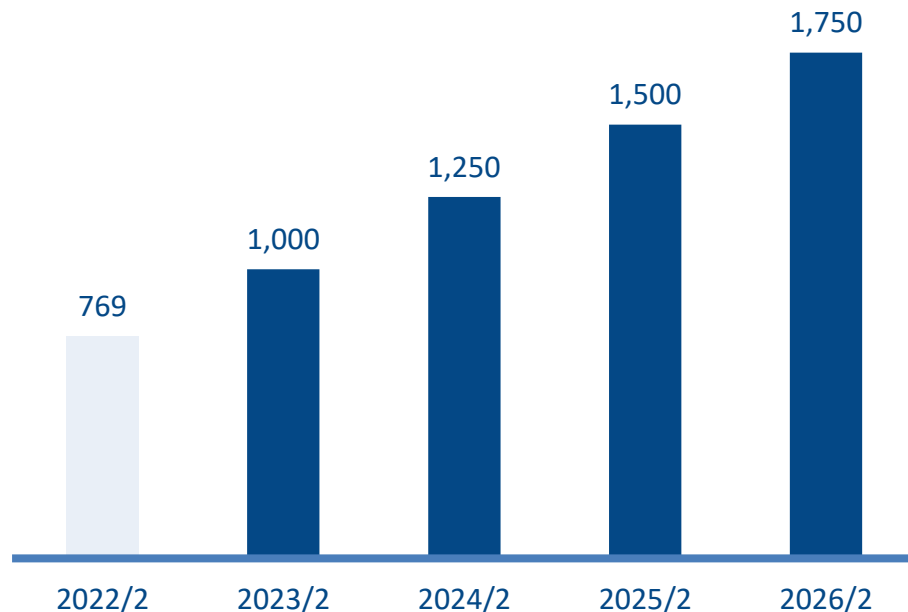
PR事業の安定した収益基盤となるリテナー契約件数を2026年2月期までに1,750社の獲得を目指す  
2023年2月期においては、リテナー契約件数1,000件を目標とし、顧客エンゲージメントの強化を図る



情報コンテンツ開発

| TV  | NEWSPAPER    | MAGAZINE |
|-----|--------------|----------|
|     |              |          |
| WEB | SOCIAL MEDIA |          |
|     |              |          |

【リテナー獲得件数（戦略PR子会社のみ）】



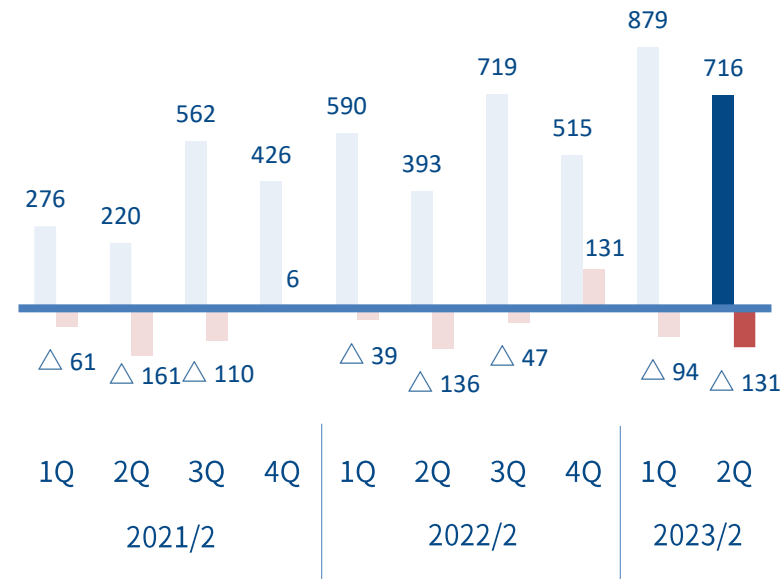
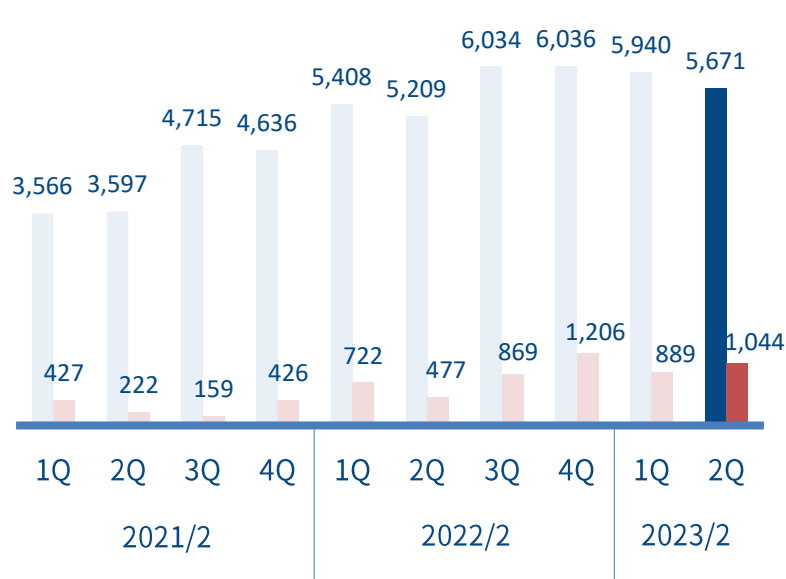
※リテナー契約：契約期間が3ヶ月以上で月額フィーが発生する案件

# PR・広告事業（地域別\_国内 / 海外）

第2四半期は、コロナの影響を受けた海外事業において営業赤字が膨らむも、国内事業が業績を大きく牽引  
 第3四半期以降は、海外事業はコロナの影響が緩和され回復していく見込みだが、引き続き国内事業でカバー

【売上高（百万円）】 5,671百万円（国内） / 1,044百万円（海外）

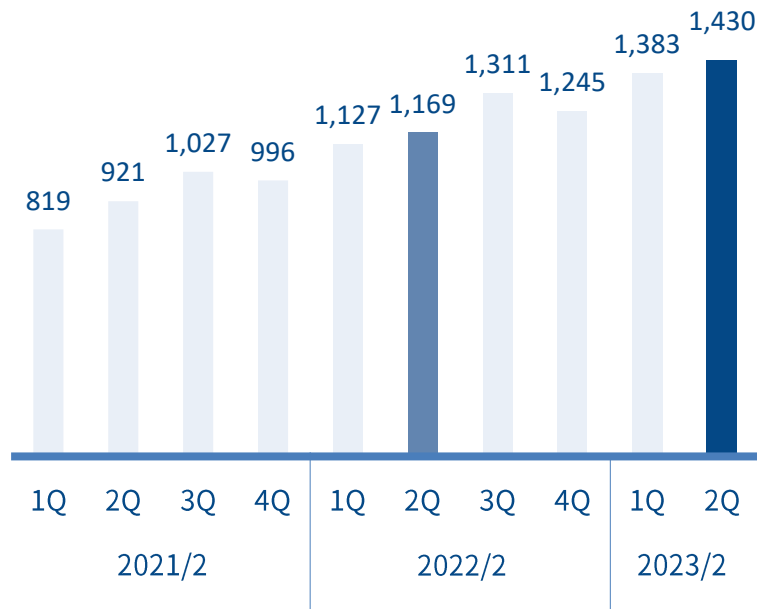
【営業利益（百万円）】 716百万円（国内） / △131百万円（海外）



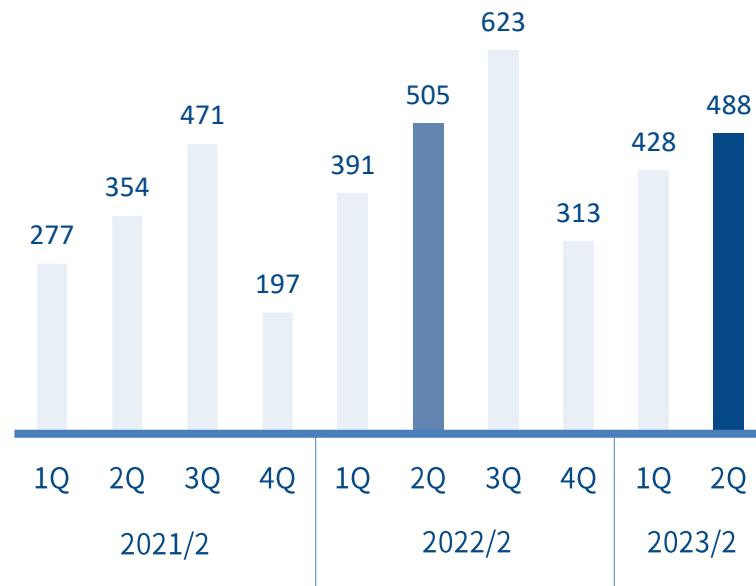
# プレスリリース配信事業（四半期推移）

2023年2月期第2四半期は、利用企業社数が増加したことで、**売上高が14億円台を突破し過去最高を更新**  
2023年2月期第3四半期以降は、「PR TIMES」の利用企業社数増加に向け、広告投下を実施していく見込み

【売上高（百万円）】 1,430百万円（前年同期比122.4%）



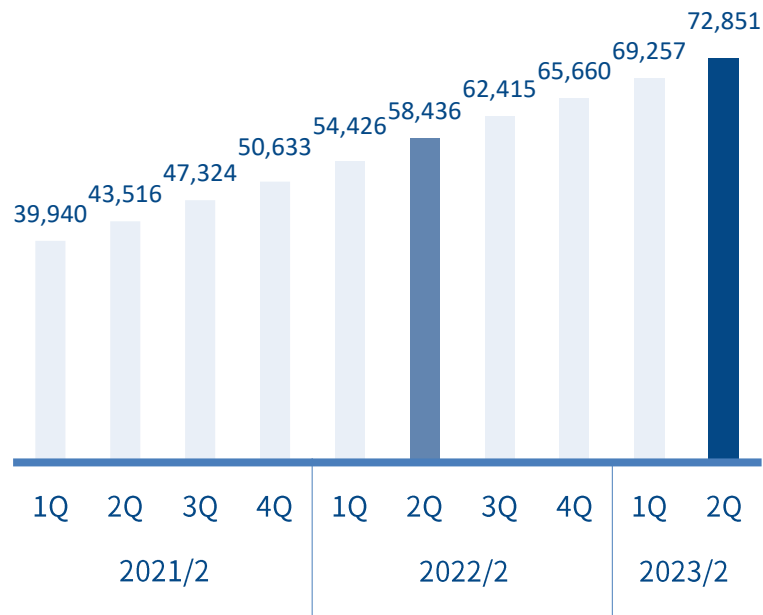
【営業利益（百万円）】 488百万円（前年同期比96.6%）



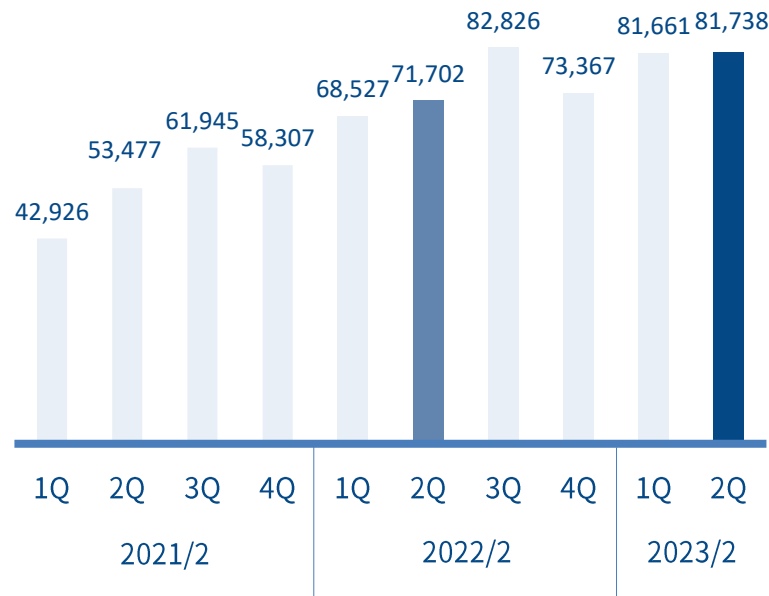
# 利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

第2四半期の利用企業社数は、第1四半期から3,594社、年間では14,415社増加し、72,851社に  
第2四半期のプレスリリース配信数は、第1四半期と同等、年間では10,036件増加し、81,738件

【利用企業社数（社）】 72,851社（前年同期比124.7%）



【プレスリリース配信数（件）】 81,738件（前年同期比114.0%）



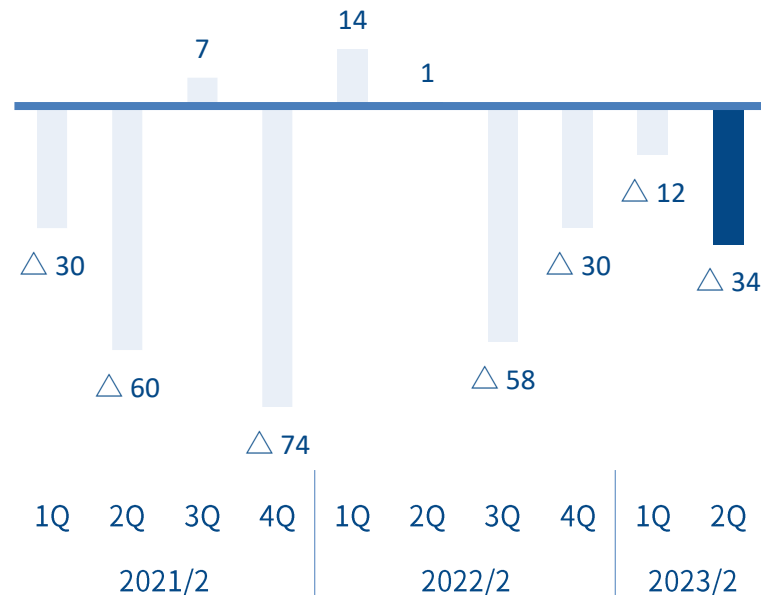
# ビデオリリース配信事業（四半期推移）

2023年2月期第2四半期は、第3四半期以降の案件数増加に向け、リード獲得に注力したことで営業赤字に  
2023年2月期第3四半期以降は、リードの刈り取りによる受注数の増加を図ることで、通期黒字化を目指す

【売上高（百万円）】 308百万円（前年同期比85.7%）



【営業利益（百万円）】 △34百万円（前年同期比36百万円減）



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております  
1Q影響額5百万円、2Q影響額1百万円

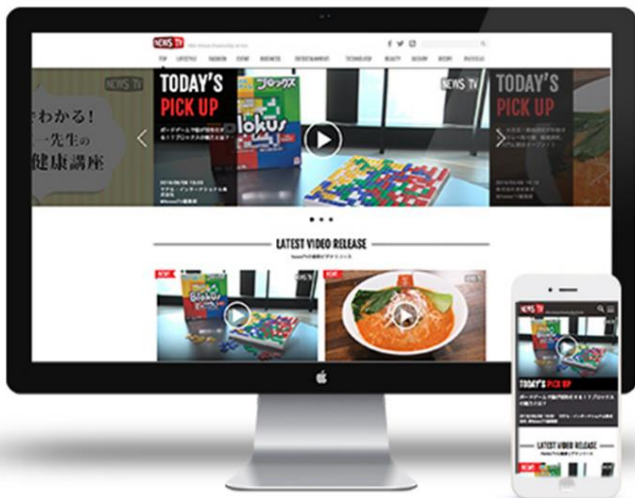


# ビデオリリース事業の今後の見通し

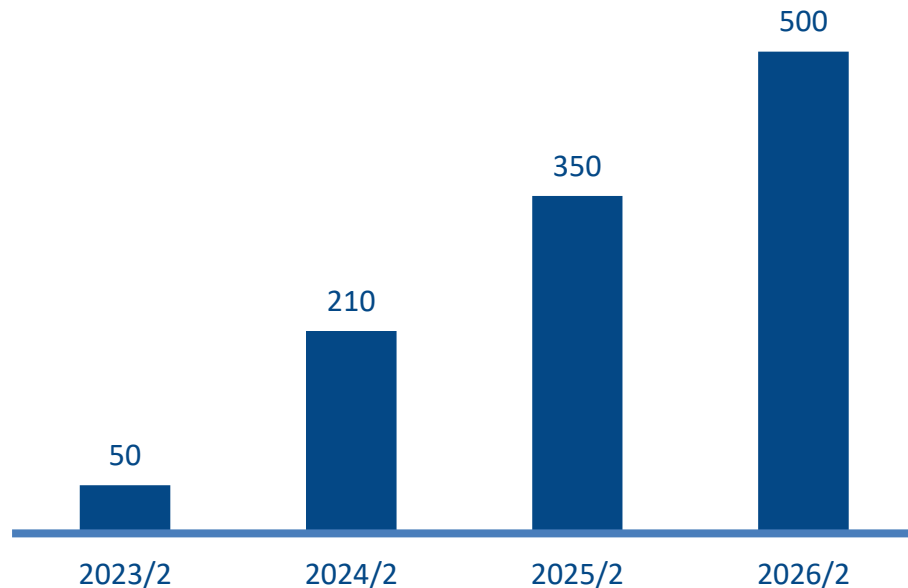
営業人員の育成により顧客ニーズを引き出す提案力を強化し、顧客基盤の拡大および平均配信単価の向上を図る  
2026年2月期の営業利益においては、ビデオリリースに加え、Sales Video Analyticsを拡大し、500百万円を目指す

制作費無料の動画広告配信「ビデオリリース」

【営業利益（百万円）】



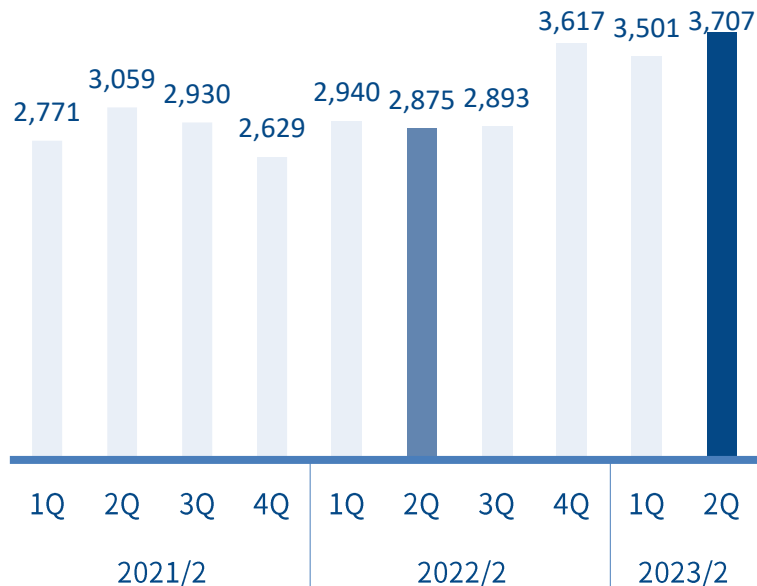
2015年サービス開始から累計3,500本以上の制作・配信実績



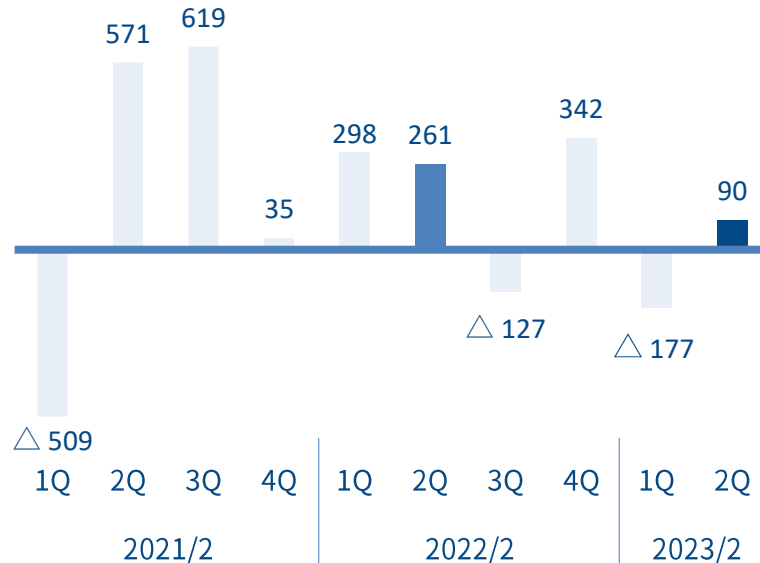
# ダイレクトマーケティング事業（四半期推移）

2023年2月期第2四半期は、継続して戦略的に広告投下をしたことから、**四半期で過去最高の売上高を更新**  
2023年2月期第3四半期以降は、一定の広告投下を継続しながら、**営業利益835百万円を確保していく見込み**

【売上高（百万円）】 3,707百万円（前年同期比129.0%）



【営業利益（百万円）】 90百万円（前年同期比34.8%）



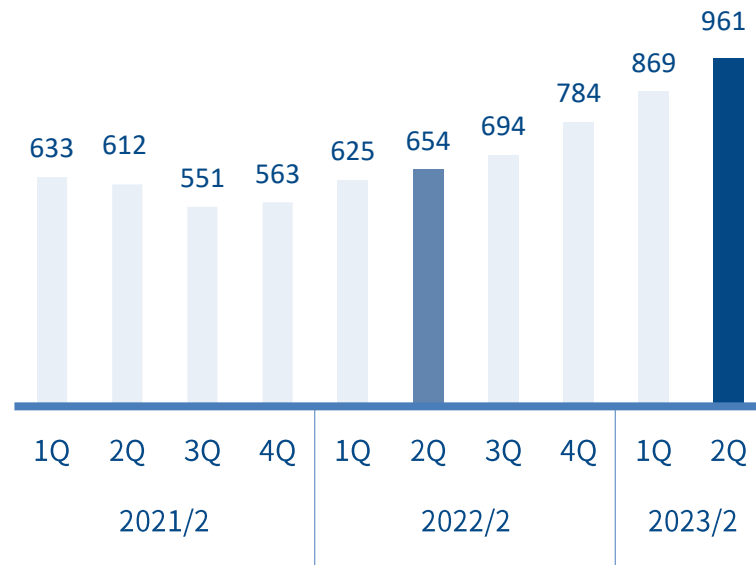
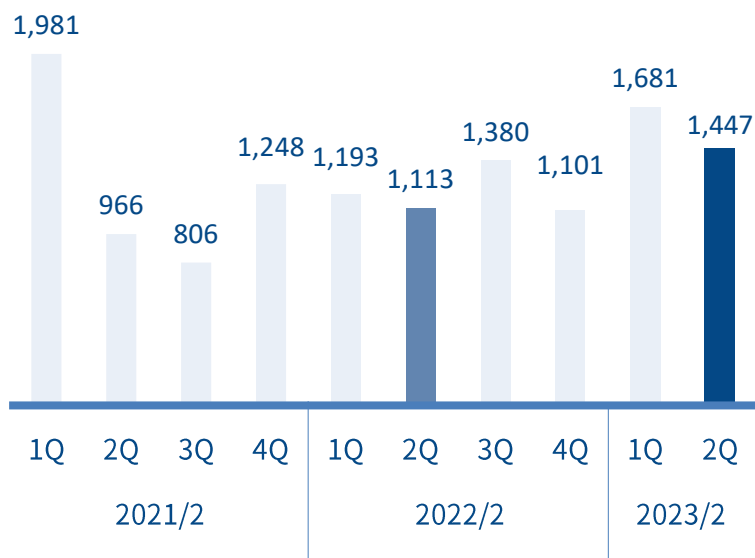
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております  
1Q影響額109百万円、2Q影響額90百万円

# 広告宣伝費と販売個数の推移

第2四半期の広告宣伝費は、前第2四半期と比べ、積極的に広告投下したため大きく増加  
第2四半期の販売個数は、**ターミナリアファーストの販売が好調に推移**したことで961千個に

【広告宣伝費（百万円）】 1,447百万円（前年同期比130.0%）

【販売個数（千個）】 961千個（前年同期比146.7%）

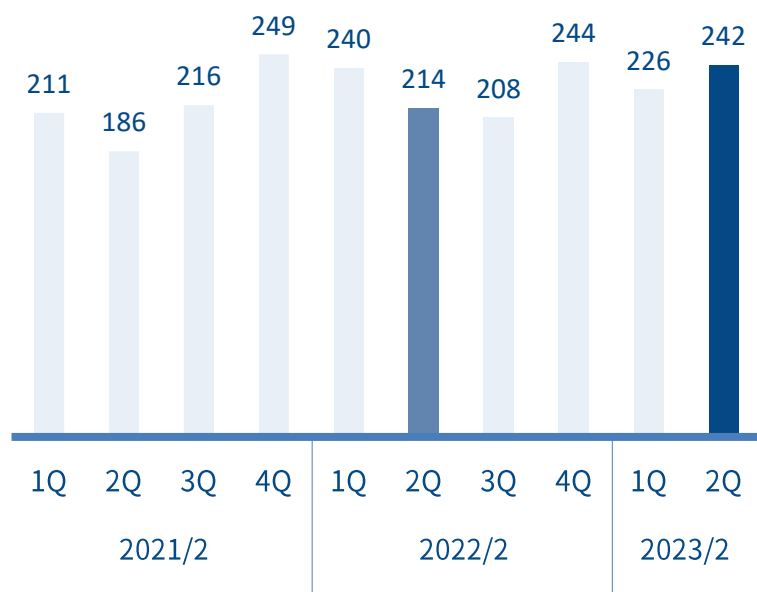


※広告宣伝費および販売個数はビタブリッドジャパンのみ

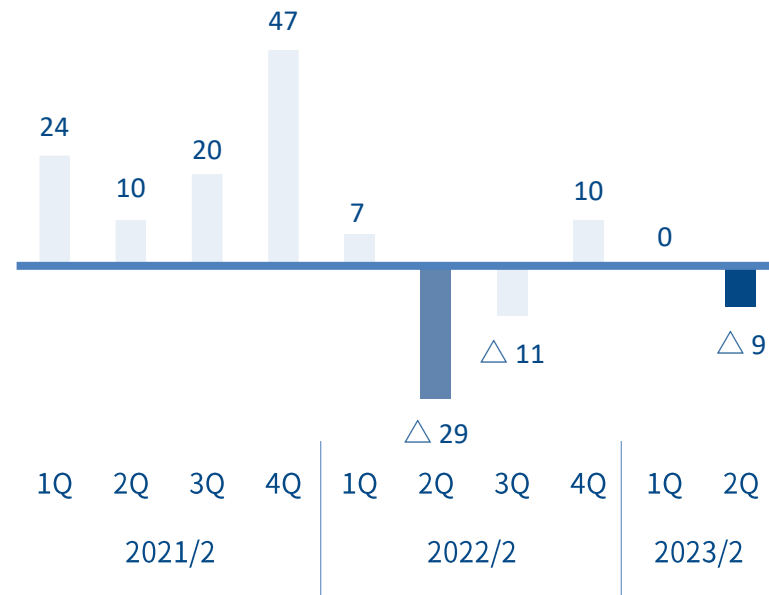
# メディアCMS事業（四半期推移）

2023年2月期第2四半期は、CMSの機能強化に向けた開発費を積極的に投下したことで、一時的な営業赤字に  
2023年2月期第3四半期以降も、CMSの機能強化を継続しながらオウンドメディアを獲得し、通期黒字化を図る

【売上高（百万円）】 242百万円（前年同期比113.3%）



【営業利益（百万円）】 △9百万円（前年同期比20百万円増）

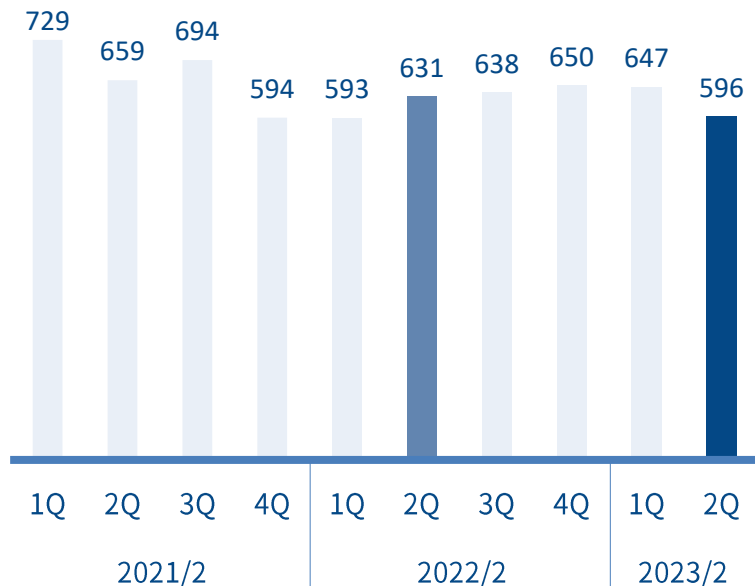


※第1四半期連結会計期間より、セグメントの名称を「メディア事業」より「メディアCMS事業」に変更しております

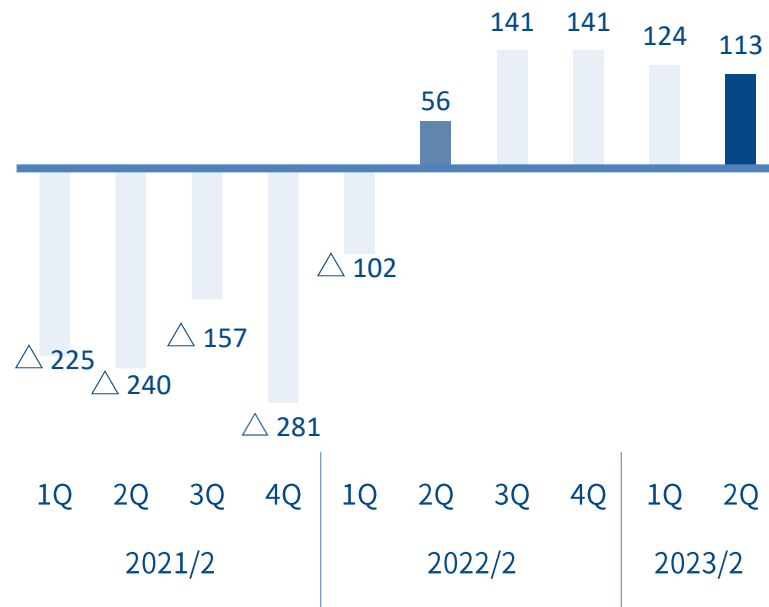
# HR事業（四半期推移）

2023年2月期第2四半期は、季節要因でコンサル案件が一時的に落ち込み、売上高が減少するも営業利益を確保  
2023年2月期第3四半期以降も、広告費および開発費などの投資を実施しながら、通期で営業利益350百万円を目指す

【売上高（百万円）】 596百万円（前年同期比94.4%）



【営業利益（百万円）】 113百万円（前年同期比201.6%）

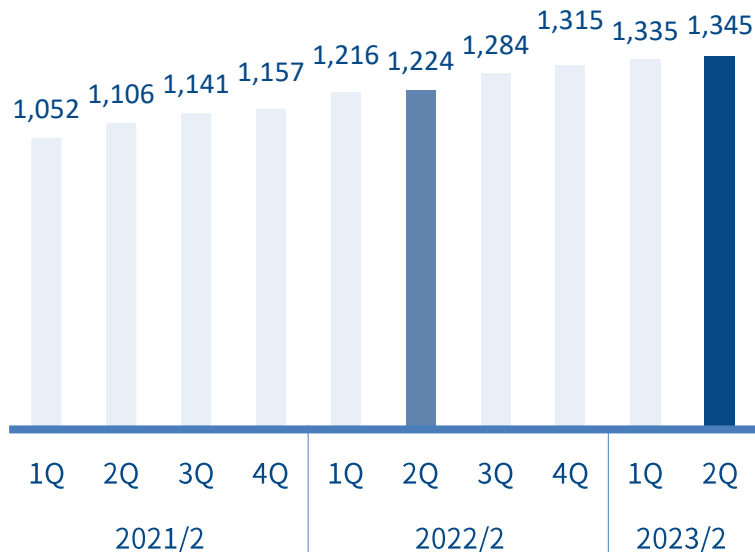


※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適応しております  
1Q影響額33百万円、2Q影響額28百万円

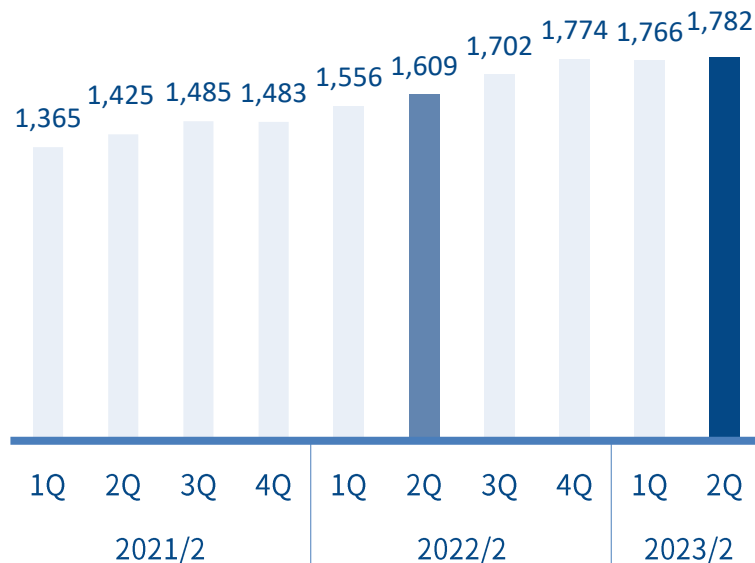
# 利用企業社数とARRの推移

第2四半期の利用企業社数は、クラウド利用企業社数が増加したことで、1,345社に  
第2四半期のARRは、クラウド利用ユーザー数が大きく増加したことで、1,782百万円に

【利用企業社数（社）】 1,345社（前年同期比109.8%）



【ARR（百万円）】 1,782百万円（前年同期比110.8%）



※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

# HR事業の今後の見通し

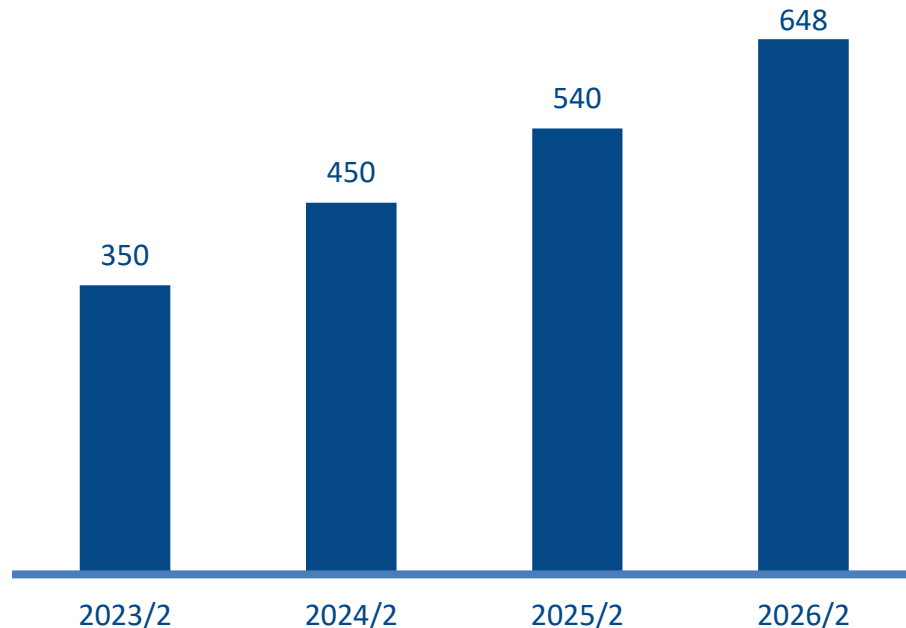
SaaS型商材の販売強化と顧客満足度向上による継続率UPにより、ストック比率を拡大し安定した収益基盤を構築  
2026年2月期の営業利益においては、ストック収益を積み上げることで安定収益を確保し、648百万円まで拡大予定

人事評価クラウド「あしたのクラウド®」



SaaS型商材の販売強化によりストック収益を積み上げ

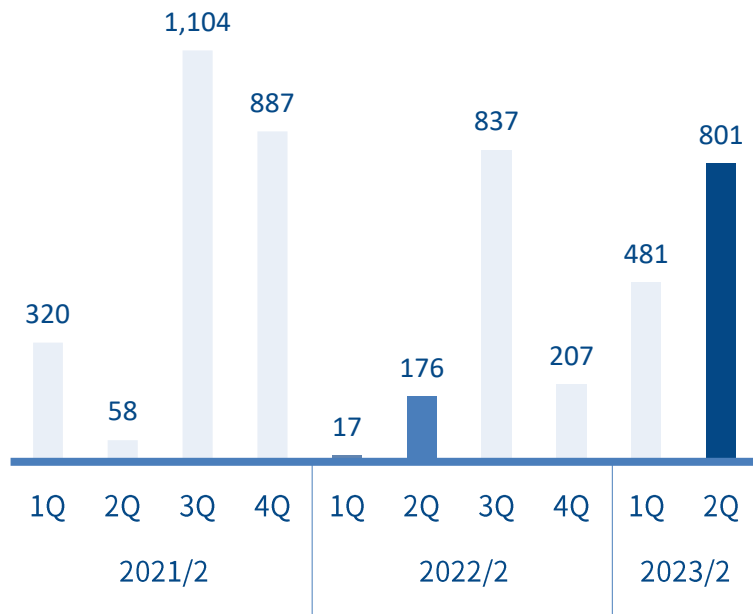
【営業利益（百万円）】



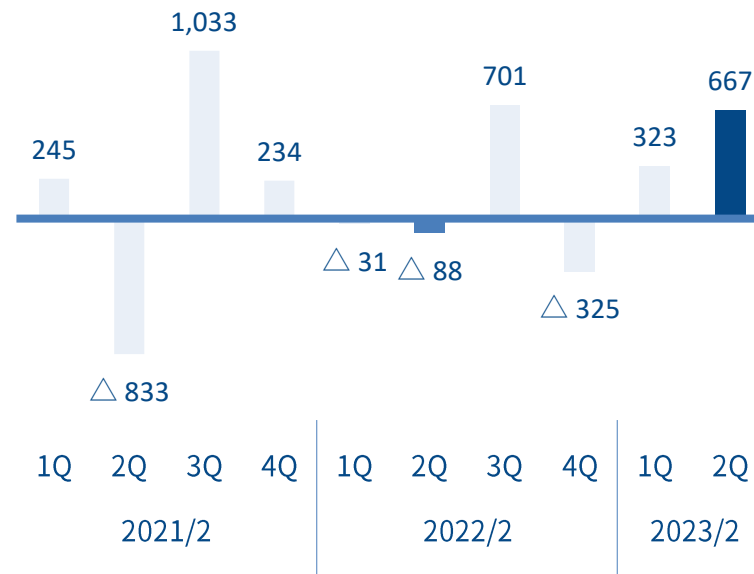
# 投資事業（四半期推移）

2023年2月期第2四半期は、保有株式の一部売却により、評価損を上回る売却益を計上し、大幅な増益に  
2023年2月期第3四半期以降は、保有株式の売却を見込んでいないため、通期計画通りの着地になる見込み

【売上高（百万円）】 801百万円（前年同期比454.1%）



【営業利益（百万円）】 667百万円（前年同期比755百万円増）



※第1四半期連結会計期間より、投資の事業化に伴う会計処理の変更およびセグメントの名称を「ファンド事業」より「投資事業」に変更しております



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28社）  
新たに「プログリット」がグロース市場に上場し、今期のIPO実績は3社に

| 上場日        |   | 社名             | 市場     |
|------------|---|----------------|--------|
| 2022年9月29日 |  | プログリット         | 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3月28日 |  | メンタルヘルステクノロジーズ | 東証グロース |

# 中期利益計画

---

## 中期利益計画

| 中期利益計画<br>(単位：百万円) | 2023年2月期<br>(計画) | 2024年2月期<br>(計画) | 2025年2月期<br>(計画) | 2026年2月期<br>(計画) |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| EBITDA             | 7,020            | 7,920            | 9,160            | 10,660           |
| 営業利益               | 6,200            | 7,260            | 8,500            | 10,000           |

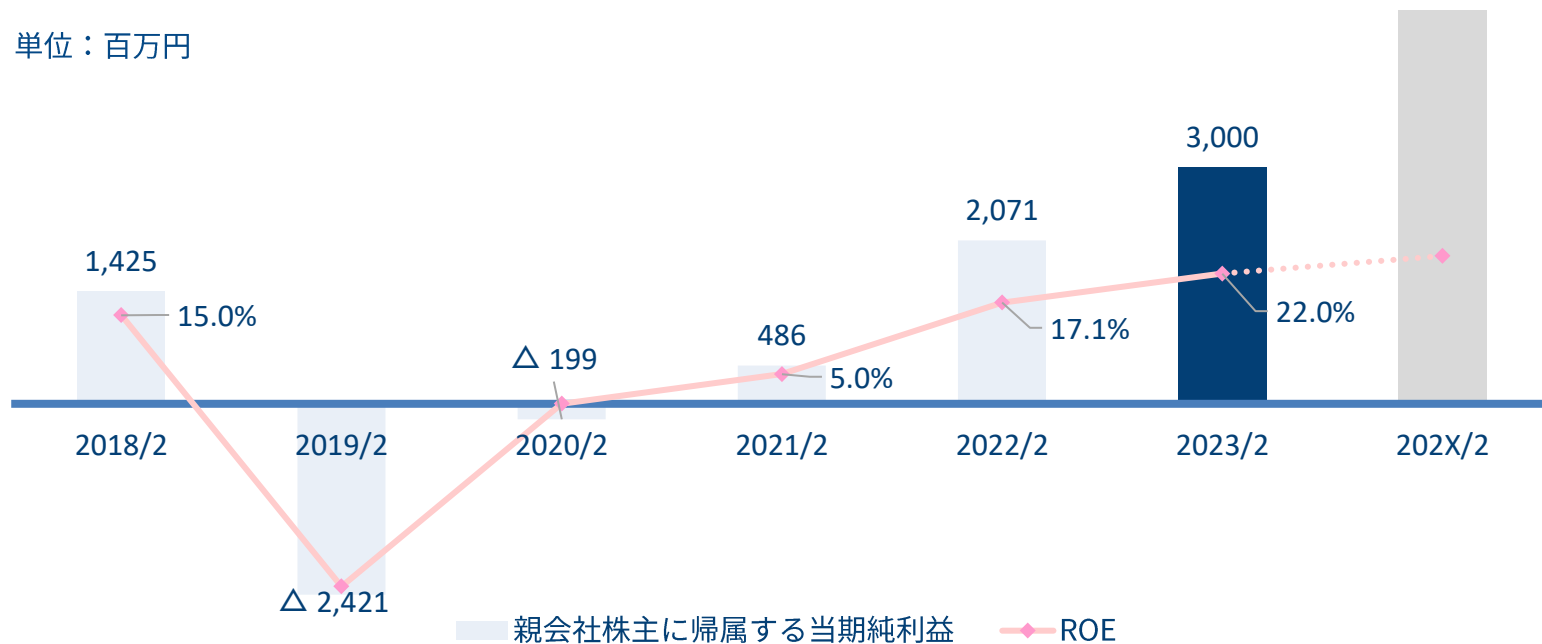
- **2026年2月期は、EBITDA10,660百万円、営業利益10,000百万円を計画**しております
- EBITDAおよび営業利益は、いずれも株式報酬費用を含めない計画数値となります
- ROEにつきましては、**22%**を目標として継続的な改善を目指してまいります
- 当社の配当方針につきましては、**連結配当性向30%**を目安に株主の皆様へ還元しております

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

# ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移

新たな経営指標とするROEは、**22%**を目標として継続的な改善をしていく方針

単位：百万円

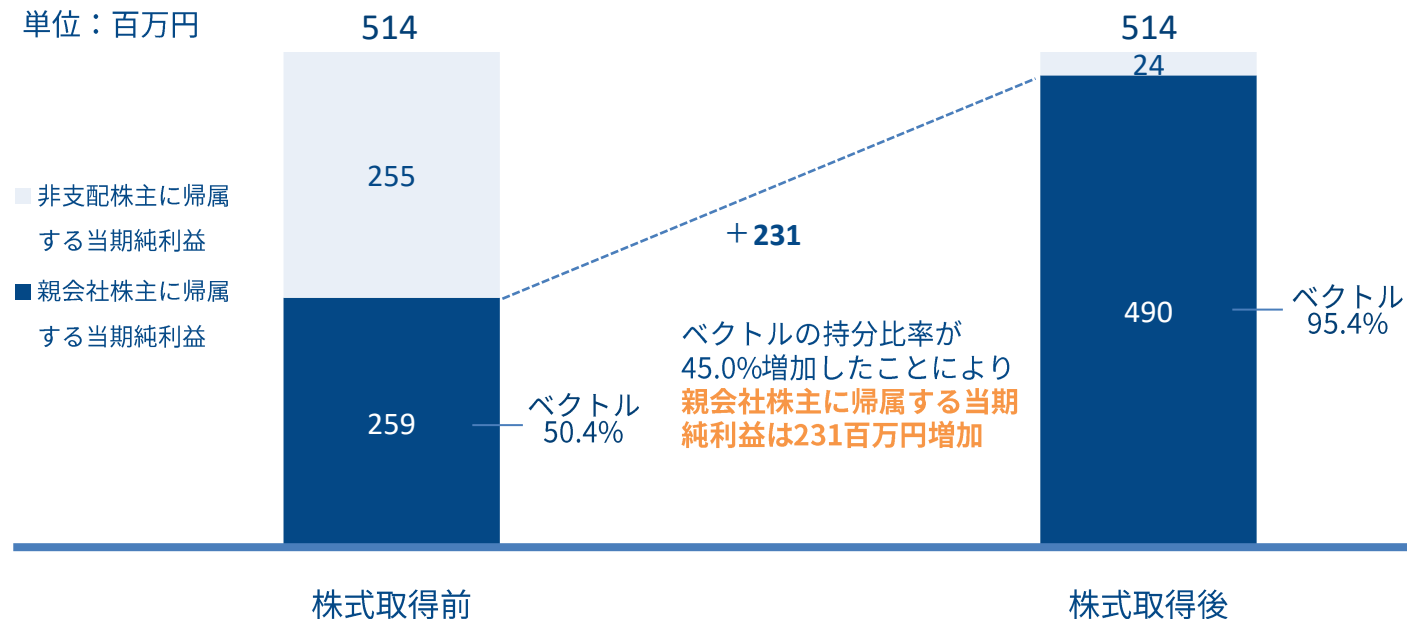


## 資本政策（子会社株式の追加取得）

資本政策の一環として、2022年8月末に子会社であるビタブリッドジャパンの株式を追加取得  
持分比率が50.4%から95.4%となることから、親会社株主に帰属する当期純利益が増加する見込み

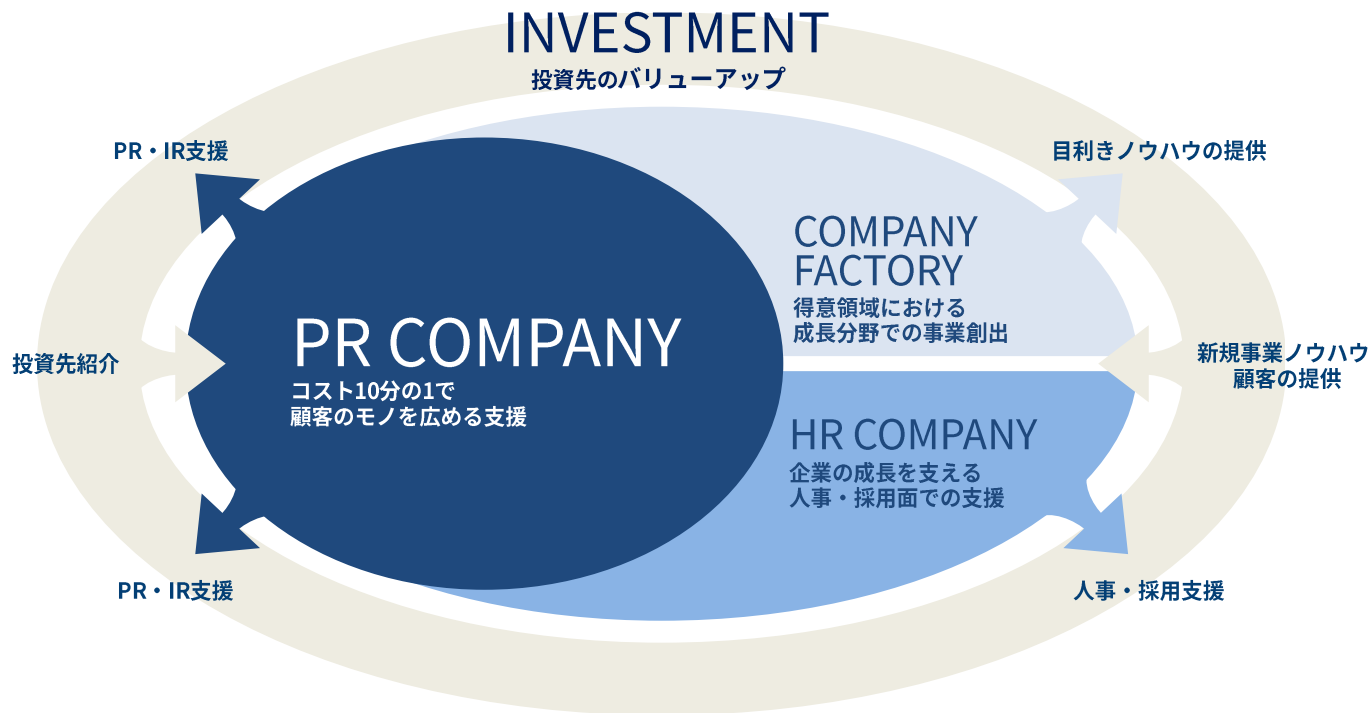
ビタブリッドジャパンの2022年2月期当期純利益の実績を基に算出

単位：百万円



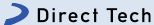











# ベクトルグループ事業構想図

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



# ベクトルグループを構成する事業群

| PR COMPANY  | COMPANY FACTORY  | HR COMPANY   | INVESTMENT   |
|---|--|--|--|
| PR・プレス・ビデオ・デジタルマーケ  | D2C  | 人事評価   | 投資   |
|  <p>顧客の「いいモノを世の中に広める」ためのマーケティング戦略をワンストップで総合的にサポートする「FAST COMPANY」を展開</p>   |  <p>商品の企画・生産から広告、マーケティング、購買までを一貫して自社で行い、顧客と直接接点を持つD2C事業を展開</p> <p><b>Vitabrid C<sup>12</sup></b><br/>Vitabrid Japan</p>        |  <p>人事評価制度の導入や運用支援するコンサルティングおよび人事評価クラウドサービスを中心に提供する人事関連事業を展開</p> <p><b>あしたのチーム</b></p>                  |  <p>ベンチャー企業への出資活動において、出資先に対してPRおよびIRもあわせたバリューアップサポートを展開</p> |
| <p>vector <b>ANTIL</b> </p> <p>vector <b>Platinum</b> </p> <p>vector <b>INITIAL</b> </p> <p>vector <b>SIGNAL</b> </p> <p><b>PRTIMES</b></p> <p><b>Smartmedia</b></p> <p><b>NT</b></p> <p><b>NEWS TV</b></p> | <p>新規事業</p>  <p>これまで培ってきた事業ノウハウを活かしたサービス領域の拡大やグループシナジーとパートナーの強みを活用した新規事業を展開</p> <p><b>MEDICAL TECHNOLOGIES</b>   <b>INFLUENCER BANK</b></p> <p><b>PERFORMANCE TECHNOLOGIES</b>   <b>CYBER SECURITY BANK</b></p> | <p>採用支援</p>  <p>採用活動の入り口に求職者と企業の双方が動画を活用することで、双方が抱える採用における課題を解決し、スピーディなマッチングを実現</p> <p><b>JOBTV</b></p> | <p>vector </p> <p><b>100 capital</b></p>                    |

# 経営戦略

---



# PRWeek Top Consultancies 2020: Asia-Pacific

| Rank | Company            | 2019 revenue (US\$) | 2018 revenue (US\$) | % change |
|------|--------------------|---------------------|---------------------|----------|
| 1    | Vector             | 212,000,000         | 180,500,000         | 17%      |
| 2    | Ogilvy*            | 163,500,000         | 150,000,000         | 9%       |
| 3    | Weber Shandwick*   | 132,011,250         | 125,725,000         | 5%       |
| 4    | MSL*               | 128,100,000         | 122,000,000         | 5%       |
| 5    | BCW*               | 108,416,000         | 96,800,000          | 12%      |
| 6    | MC Group           | 107,490,000         | 70,870,479          | 52%      |
| 7    | Edelman            | 105,626,000         | 104,230,000         | 1%       |
| 8    | Fleishman Hillard* | 62,400,000          | 60,000,000          | 4%       |
| 9    | Brunswick          | 40,100,000          | 32,100,000          | 25%      |
| 10   | Ruder Finn         | 38,991,500          | 37,626,000          | 4%       |
| 11   | Havas PR           | 28,900,000          | 25,000,000          | 16%      |
| 12   | WE Communications  | 27,600,000          | 24,900,000          | 11%      |

※出所：PRWeek Top Consultancies 2020: Asia-Pacific

PRWeekにて  
アジアNo.1に選出

# PR業界アジアNo.1から

PR業界世界No.1へ

さらなる領域を拡大すべく  
国内におけるPR市場は1,000億円



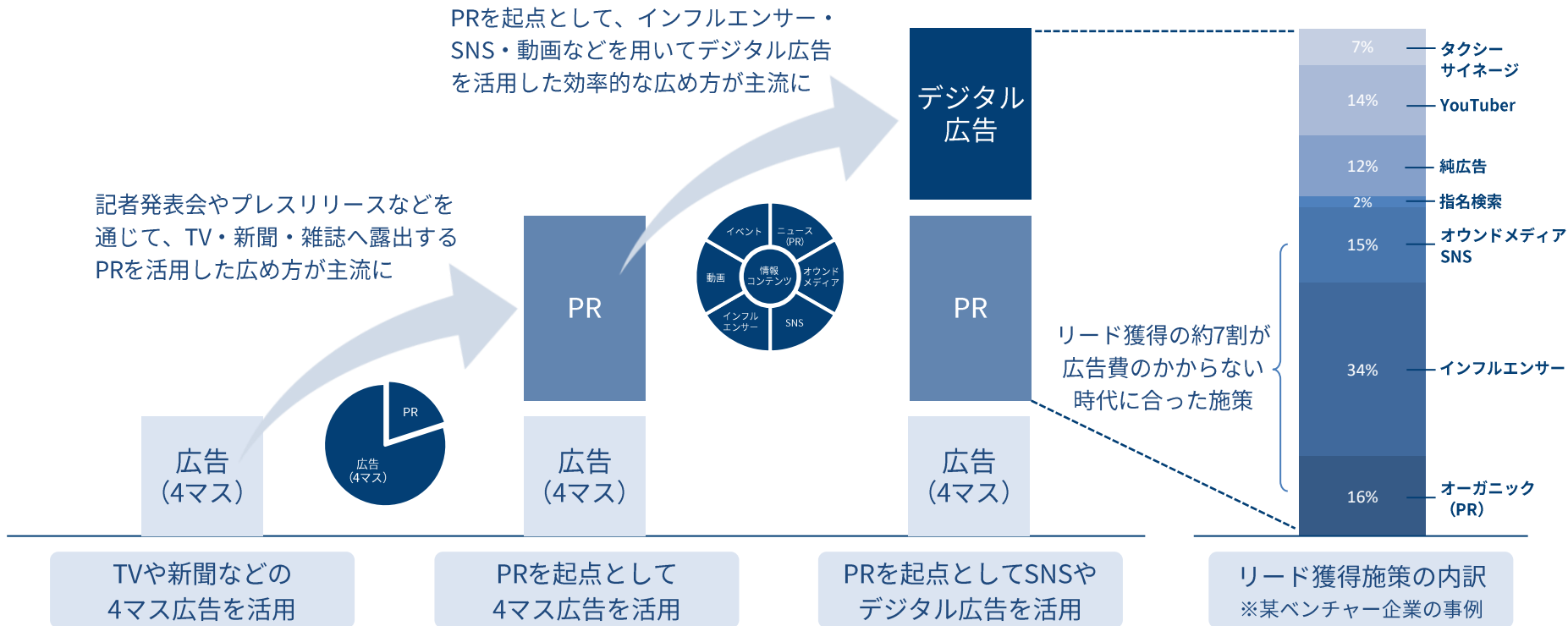
# 広告業界のFAST COMPANYへ ターゲットとなる広告市場は6兆円

# 広告業界のディスラプター

“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

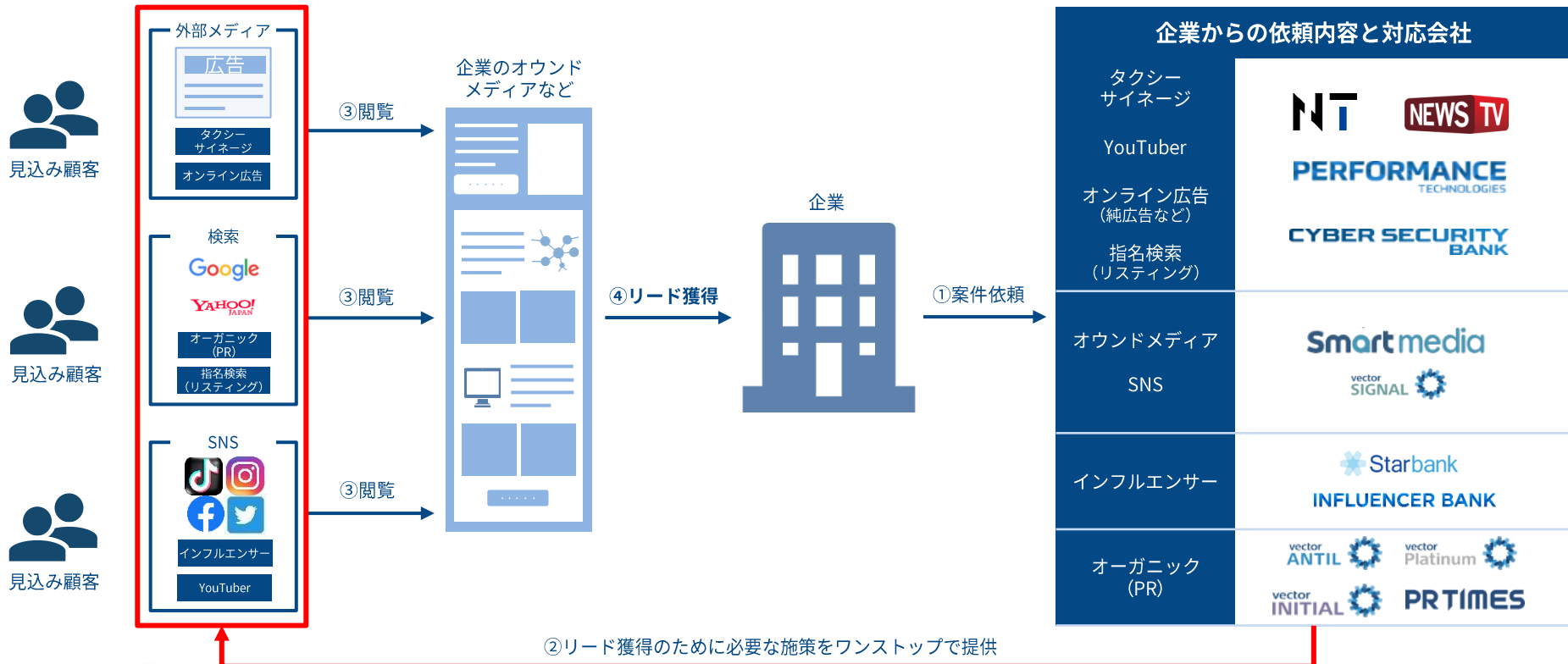
アパレル業界におけるファストファッションのように  
広告業界で業界革命を巻き起こす

## 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





## 企業のリード獲得に必要な施策をワンストップで提供



## 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>7万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51%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><b>PR TIMES</b></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<br/><b>ANTIL</b></p> <p>vector<br/><b>Platinum</b></p> <p>vector<br/><b>INITIAL</b></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><b>NEWS TV</b></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<br/><b>INFLUENCER BANK</b></p> |  <p>Webサイト制作からシステム構築、デジタルプロモーションまでを一貫してサポート。オウンドメディアの構築・運営やPR動画の制作も対応。</p> <p>vector<br/><b>SIGNAL</b></p> <p><b>NT</b></p> <p><b>Smart media</b></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><b>BRAND CLOUD</b></p> |

0円

50,000,000円/年

## 「FAST COMPANY」構想の基盤強化を実現する2つの重点項目

1  
M&A

時代に適したマーケティング  
施策を強化すべく、M&Aにより  
提供するサービス領域を拡充



2  
VC × PR

ベンチャー投資とPR・IR支援の  
多数の実績を基に、VC機能を  
一層強化し顧客の裾野を拡大

# 1 M&A

## M&A

顧客のマーケティング戦略を総合的にサポートするため  
より重要性が高まるデジタルマーケティング領域を拡充







# M&AによるFAST COMPANY構想の強化

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

## タレントキャスティング

HP、動画、イベントなどのコンテンツとして活用する著名人のキャスティングを実施。

★ Starbank

| プレスリリース   | PRコンサルティング   | ビデオリリース  | インフルエンサー  | デジタルマーケティング  | リスクマネジメント  |
|---|--|--|---|--|--|
|  <p>7万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51%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><b>PR TIMES</b></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<br/><b>ANTIL</b></p> <p>vector<br/><b>Platinum</b></p> <p>vector<br/><b>INITIAL</b></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><b>NEWS TV</b></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</p> <p><b>INFLUENCER BANK</b></p> |  <p>Webサイト制作からシステム構築、デジタルプロモーションまでを一貫してサポート。オウンドメディアの構築・運営やPR動画の制作も対応。</p> <p>vector<br/><b>SIGNAL</b></p> <p><b>NT</b></p> <p><b>Smart media</b></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><b>BRAND CLOUD</b></p> |

0円

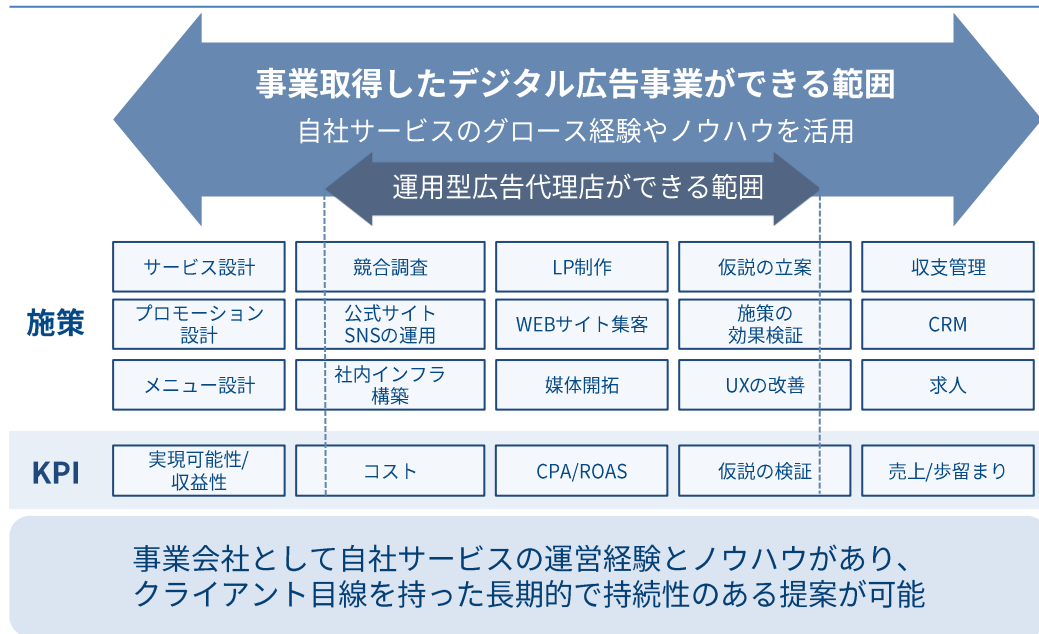
50,000,000円/年

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

## 事業取得概要

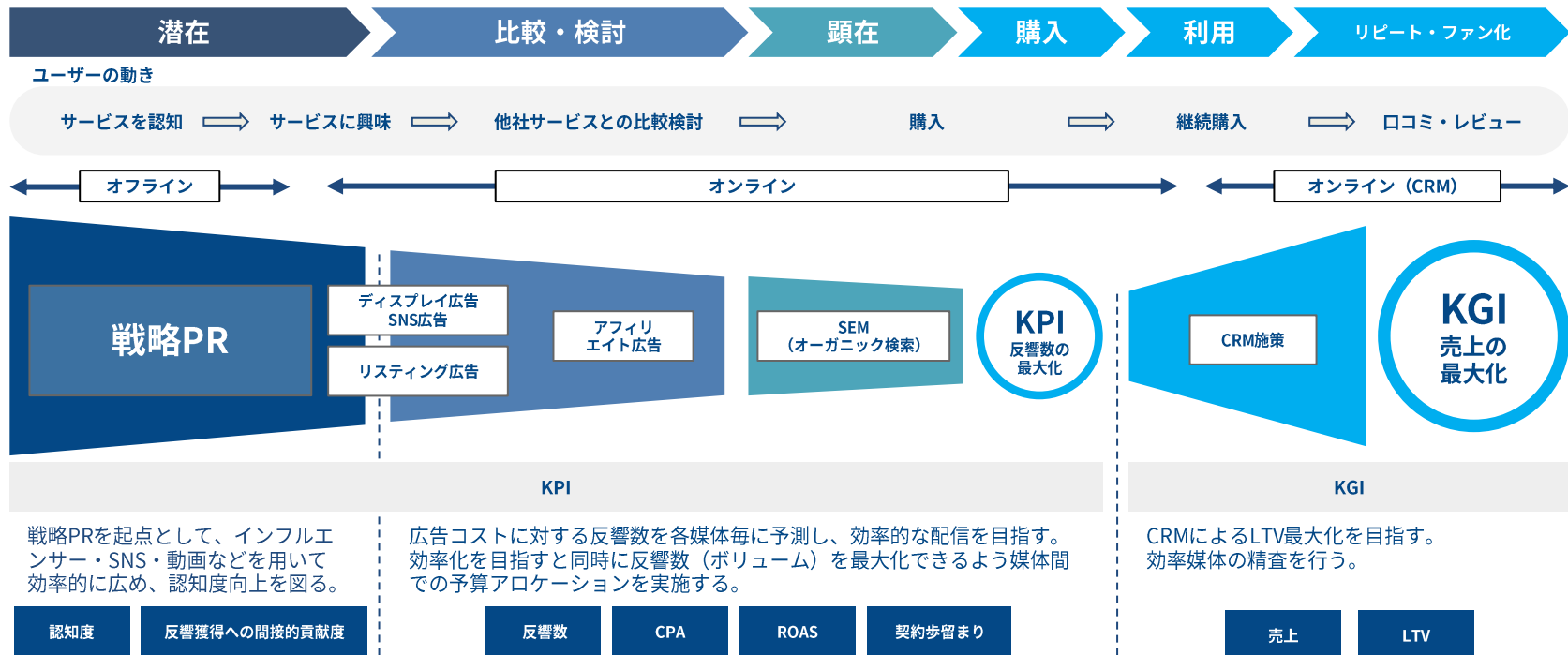
|       |   |
|-------|---|
| 会社名   |  <b>TERMINAL inc.</b><br>株式会社ターミナル |
| 譲受事業  | デジタル広告事業  |
| 取得金額  | 11億円  |
| 事業取得日 | 2022年9月30日  |

## 「デジタル広告事業」



# デジタル広告事業取得によるシナジー

戦略設計を得意とするデジタル広告事業を取得したことで従来よりも戦略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

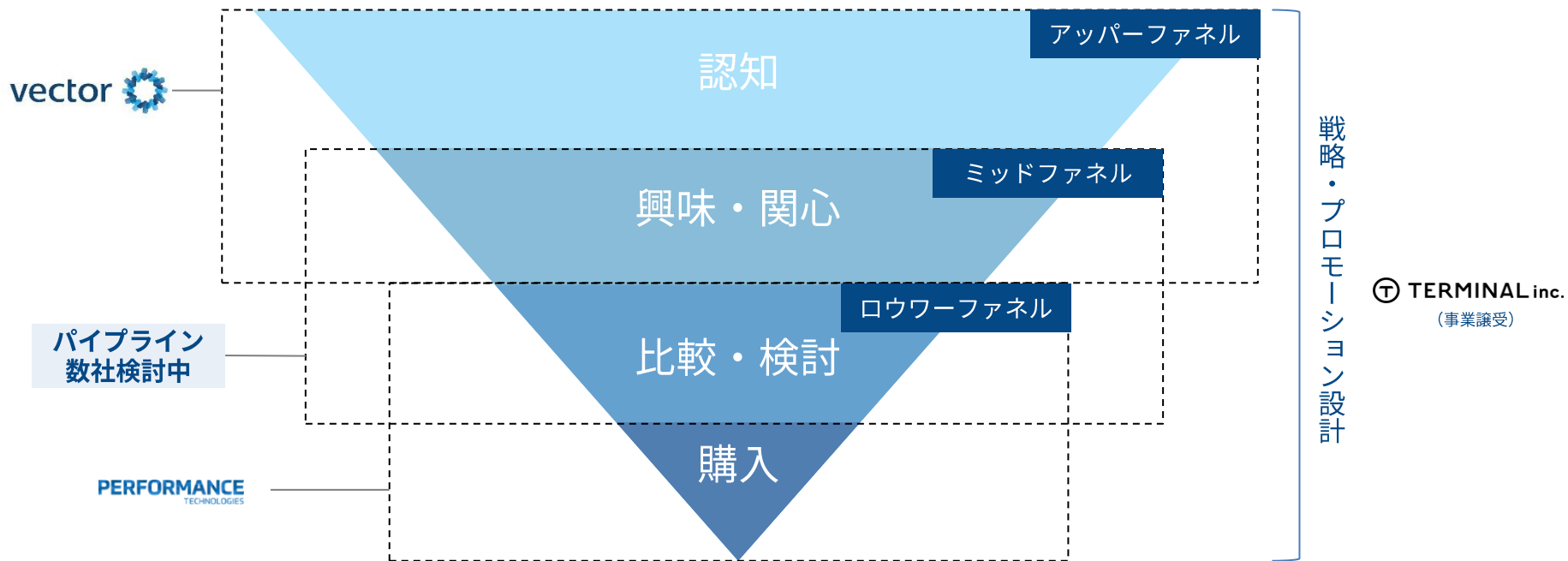


FAST COMPANY構想を強化し、コア事業とのシナジーが見込まれるM&Aを積極的に推進  
効果的なM&Aにより、オーガニック成長を加速させるとともに、非連続的な成長を目指す

|          |   |
|----------|---|
| 買収ターゲット  | FAST COMPANY構想を拡大・拡充できる企業（小規模案件）<br>特に、デジタルマーケティング（デジタル広告）領域を強化 |
| バリュエーション | EV/EBITDA倍率5～7倍程度を目安にM&Aを実行                                     |
| 資金調達     | 買収資金は、手元現預金、銀行借入が基本   |
| ガバナンス    | M&Aやファイナンスに関する豊富な知見を有する<br>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<br>上場グループ会社として求められる内部統制を構築          |

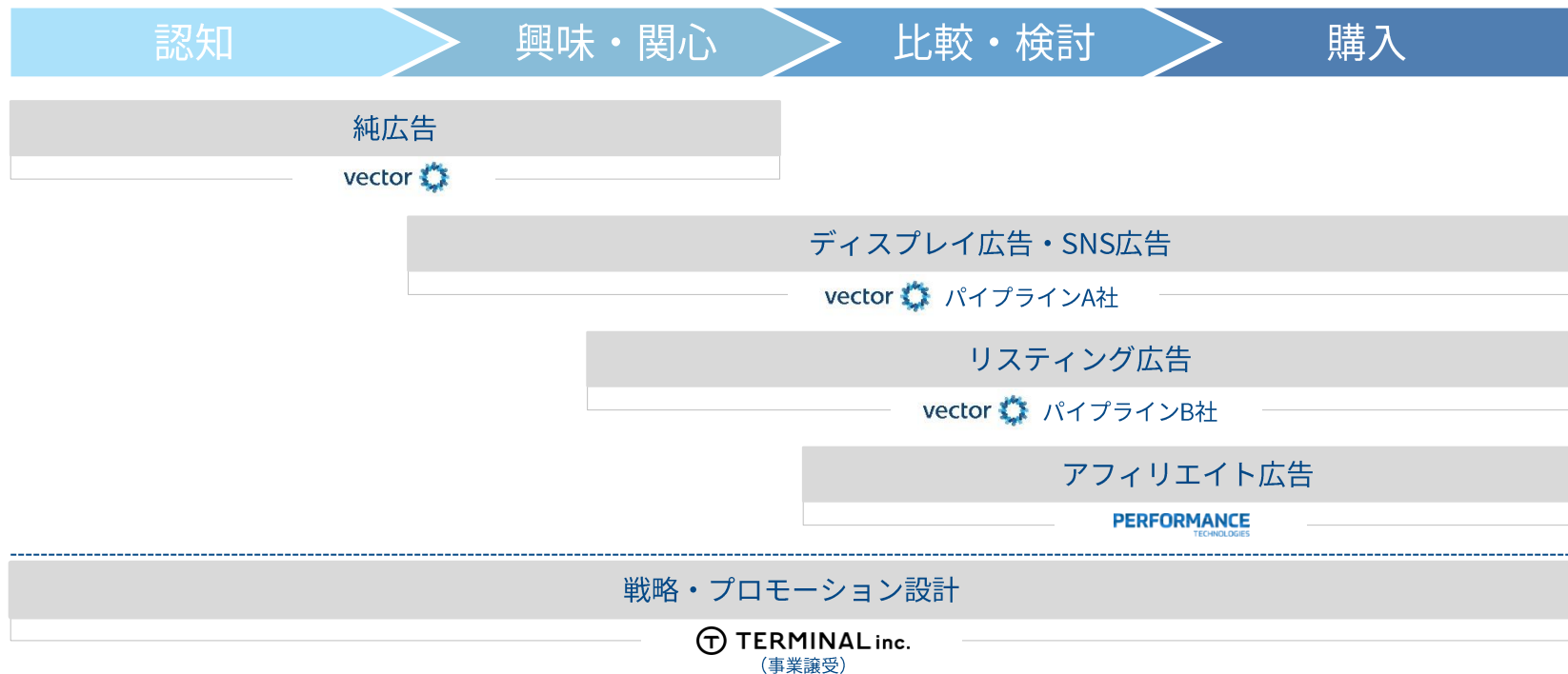


生活者の購買プロセスを踏まえ、それぞれのファネルにて対応できる事業群を整備  
各ファネルでの対応領域を拡充すべく、M&Aによりカバレッジを強化していく方針



# デジタルマーケティング領域の拡充（広告別）

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



## VC × PR 2

### 出資とPR支援が可能なVC

従来のVCにおける資金面のみのサポートではなく、  
PR・IR支援により投資レバレッジ効果の最大化を図る

# ベンチャー投資による顧客拡大

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



認知向上



露出実績



大企業をはじめとする社外からの  
案件依頼が増加

時代に適した  
モノの広め方を  
いち早くサポート



大企業

大企業からベンチャーまで  
幅広い顧客を囲い込み

vector



ベンチャー

出資とPR・IR支援を  
セットで提供



IPOの実現



IPO実績



ベンチャー企業から  
の出資およびPR・  
IR支援の依頼が増加

大企業はもちろん、ベンチャーがモノを  
広めるために必要なサービスを完備

# JOBTV進捗状況

---

会社説明動画が見放題の採用マッチングプラットフォーム「JOBTV」



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

## 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！

「JOBTV」のイメージキャラクターに藤森慎吾さんを起用







学生への普及活動やテレビなどへのメディア露出の効果により、学生登録者数は8万人を突破

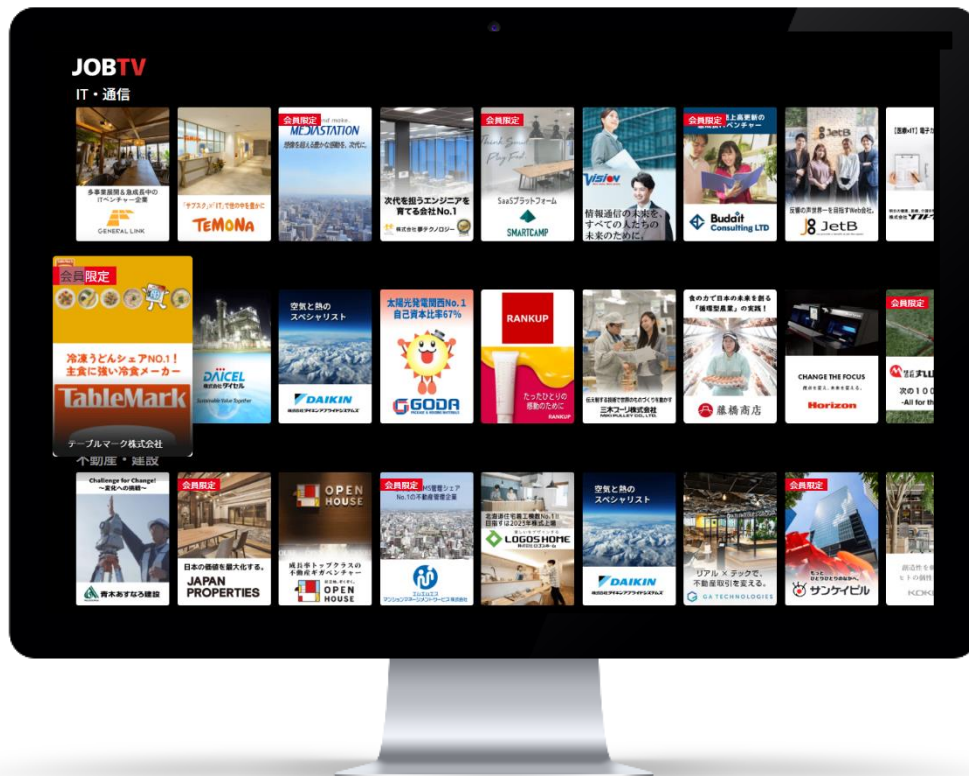


PRのノウハウを活かし、テレビなどへのメディア露出を拡大



就活生に対して、“履歴動画”の撮影方法やコツをレクチャー

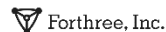
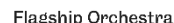
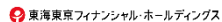
Netflixのようなデザインにより会社説明動画を簡単に検索



伝わりにくい応募者の印象を動画で確認することでミスマッチを減少



# JOBTVご利用企業様（一例・順不同）



参画企業 **1,000**社以上



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。