

株式会社ベクトル

2026年2月期  
決算説明資料



2026年4月14日

# 目次

1. エグゼクティブサマリ
2. 2026年2月期通期決算
3. 2027年2月期業績予想
4. 経営戦略

# エグゼクティブサマリ

- **2026年2月期はすべての指標で計画を達成** (売上高、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益)
  - ・戦略PR、タクシーサイネージ、プレスリリース配信、ダイレクトマーケティングが好調に推移
  - ・前期赤字だった2事業（NewsTV、韓国）が黒字化し、営業利益の拡大に貢献
  - ・M&Aにより期初から当社グループに参画したgracemodeの業績が堅調に拡大
- **PR×ショート動画施策に注力**
  - ・gracemode、コネクト東京グルメ、Storicity（韓国）をM&A
  - ・戦略PRを中心に当該施策のセールスを強化
- **子会社のビタブリッドジャパンが上場（2026年4月2日）**
- **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**

# 2026年2月期通期決算

売上高

637.9億円

(前年同期比107.7%)  
(計画比 101.3%)

売上  
総利益

426.4億円

(前年同期比108.5%)

EBITDA※

105.5億円

(前年同期比115.4%)

営業  
利益

91.1億円

(前年同期比113.5%)  
(計画比 107.3%)

経常  
利益

91.4億円

(前年同期比119.4%)  
(計画比 110.2%)

親会社株主に帰属する  
当期  
純利益

51.0億円

(前年同期比121.8%)  
(計画比 102.2%)

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

売上高

営業利益

2026年2月期事業概要

連結業績

637.9 億円

(前年同期比107.7%)

91.1 億円

(前年同期比113.5%)

- PR・広告、プレスリリース、ダイレクトマーケティングの主要3事業がいずれも好調
- 増収かつ大幅な増益を達成

PR・広告

348.7 億円

(前年同期比107.3%)

48.9 億円

(前年同期比134.7%)

- 戦略PR事業の業績が大幅に拡大
- 前年同期に赤字であったNewsTV事業及び韓国事業が黒字化し、利益貢献
- タクシーサイネージ事業が好調
- M&Aにより当社グループに参画したgracemodeの業績が堅調に拡大

プレス  
リリース  
(PR TIMES)

95.4 億円

(前年同期比119.3%)

36.2 億円

(前年同期比193.0%)

- 過去最高の売上高、営業利益を更新
- 利用企業数は124,000社を突破

## 売上高

## 営業利益

## 2026年2月期事業概要

ダイレクト  
マーケティング

163.5億円

(前年同期比120.9%)

11.3億円

(前年同期比152.2%)

- 広告効率を見極めつつ広告・販促への投資を実行
- **大幅な増収・増益**を達成

HR

29.9億円

(前年同期比100.4%)

△0.2億円

(前年同期0.9億円減)

- JOBTVの成長により微増収
- ビジコネットの派遣メディア事業の収益悪化およびクリニックTVへの事業投資等により減益

投資

2.8億円

(前年同期比11.4%)

△5.1億円

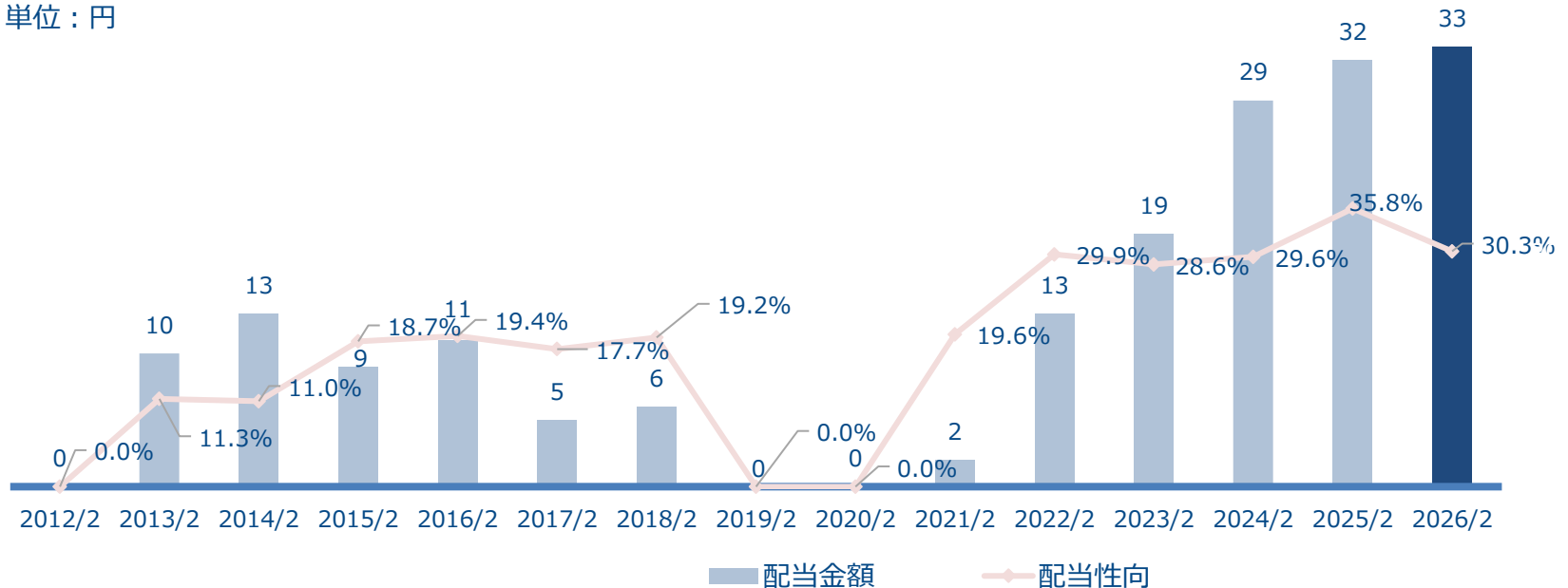
(前年同期22.1億円減)

- 他事業の成長により連結業績が予想以上に向上したため、戦略的に翌期以降での保有株式売却を選択
- スタートアップ市場の環境悪化を踏まえ、より厳選して出資を実行

# 株主還元施策（配当）

- 2026年2月期においては、2025年2月期の32円から1円増額し、株主の皆様へ**33円の配当**を実施
- 2027年2月期以降も**連結配当性向30%以上**を基準として継続的に配当を予定

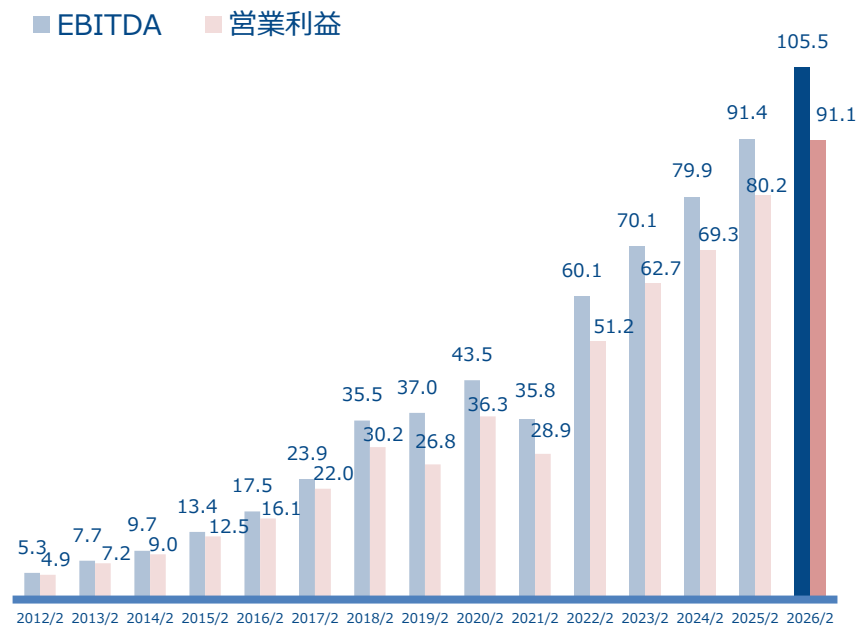
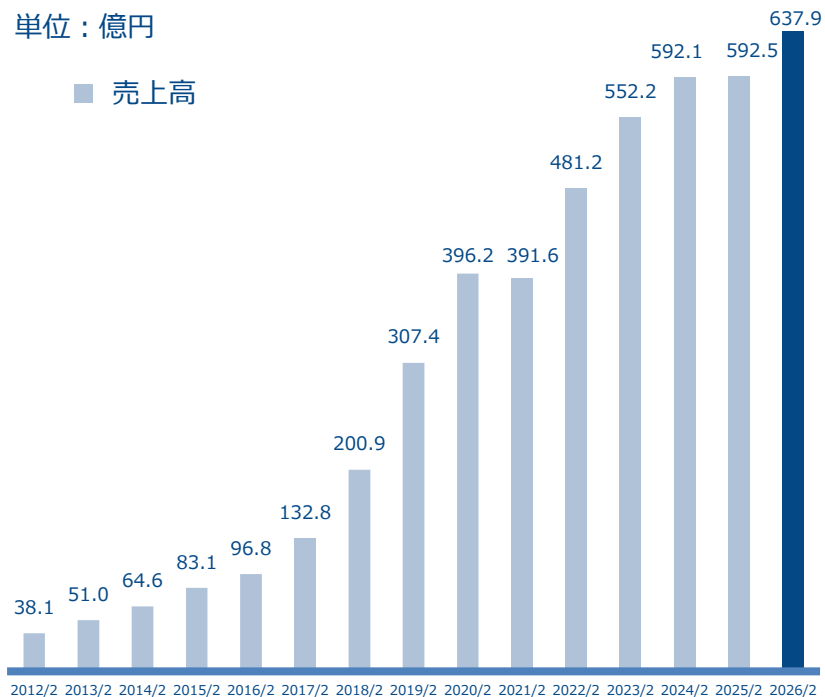
単位：円



# 売上高、EBITDA、営業利益の推移

- 上場来、着実に業績を伸ばし、2026年2月期は売上高、EBITDA、営業利益は過去最高を更新

単位：億円



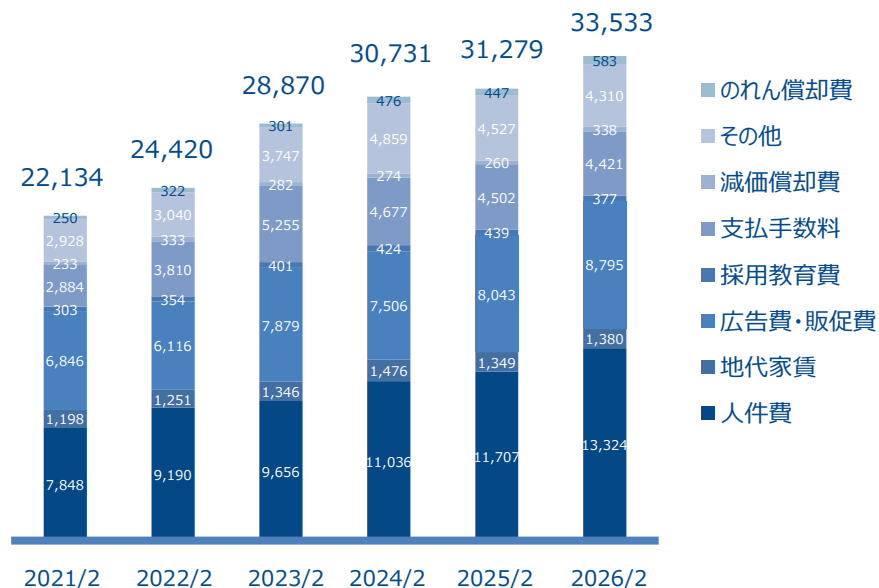
※2023年2月期より、投資事業の事業化に伴う収益及び費用等の処理方法に係る会計方針の変更を行っており、2019年2月期以降については遡及適用後の数値を記載

※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

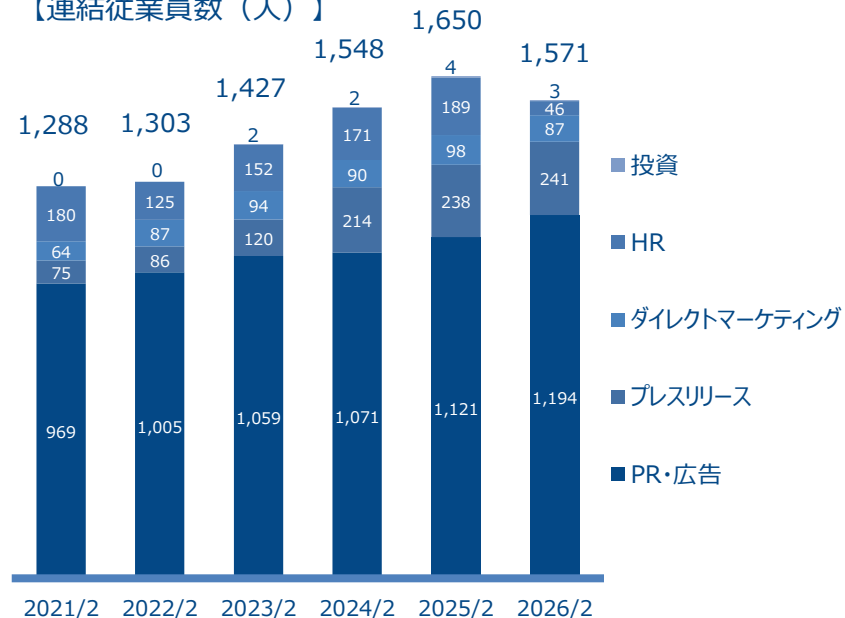
# 販売管理費および連結従業員推移

- 2026年2月期の販売管理費は**33,533**百万円（前年同期比**107.2%**）
- 2026年2月期の従業員数はあしたのチームの連結除外（2026年2月27日）により**1,571**人（前年同期比**95.2%**）

【販売管理費（百万円）】



【連結従業員数（人）】

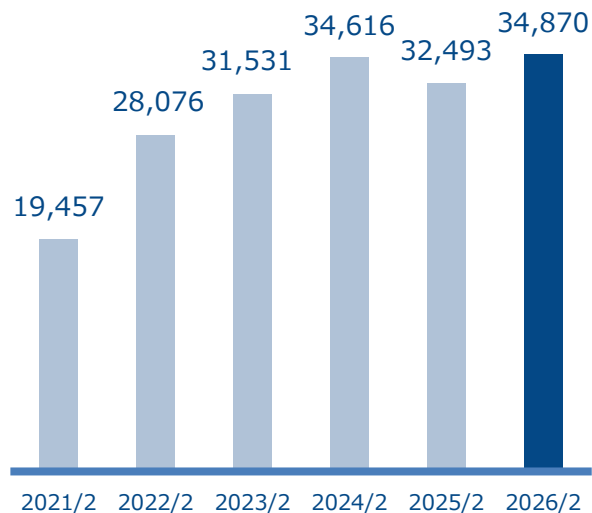


## PR・広告事業（年度推移）

- 2026年2月期は、**全ての指標で過去最高を更新**（売上高・売上総利益・営業利益）
- 2027年2月期は、PR×ショート動画施策を推進し、さらなる業績拡大を図る

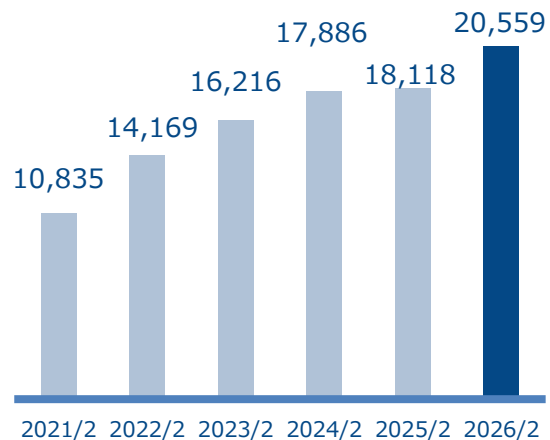
### 【売上高（百万円）】

34,870百万円（前年同期比**107.3%**）



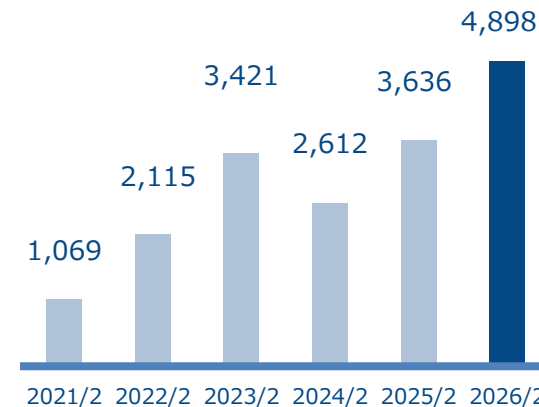
### 【売上総利益（百万円）】

20,559百万円（前年同期比**113.5%**）



### 【営業利益（百万円）】

4,898百万円（前年同期比**134.7%**）



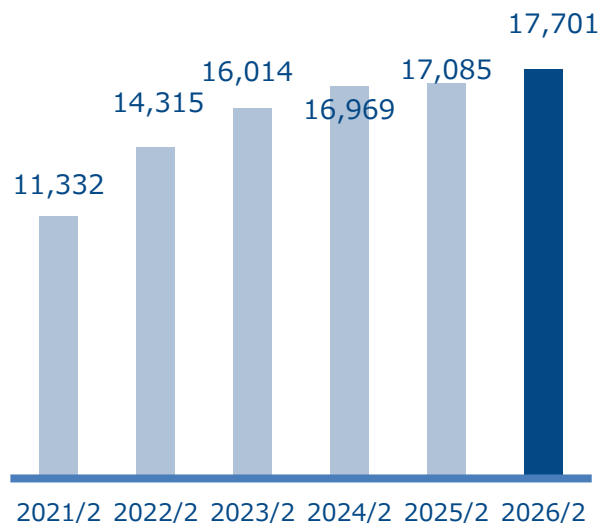
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

# 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）

- 2026年2月期は、**全ての指標で過去最高を更新**（売上高・売上総利益・営業利益）
- 2027年2月期は、引き続き当社グループにおけるPR×ショート動画施策の中心的な役割を担い、グループ全体の成長をリードする

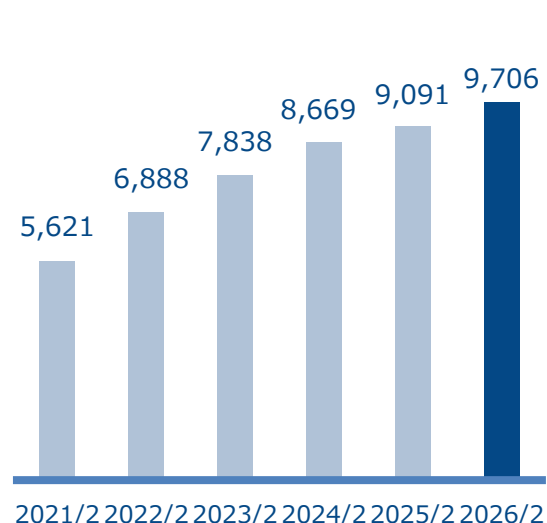
【売上高（百万円）】

17,701百万円（前年同期比103.6%）



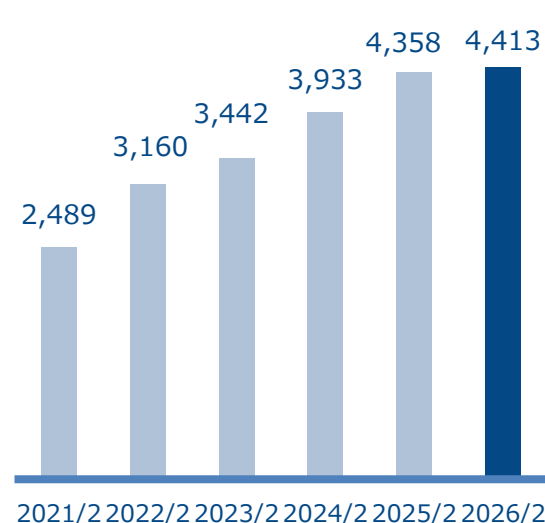
【売上総利益（百万円）】

9,706百万円（前年同期比106.8%）



【営業利益（百万円）】

4,413百万円（前年同期比101.3%）



※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

## 既存広告市場の課題



### テレビCM市場の相対的なシェア低下

スマホ・動画配信・SNSの利用が増え、テレビ（リアルタイム放送）の接触時間シェアは低下傾向。これを受け、企業においてはテレビCM予算の見直しや、投資効率を重視した最適化が進んでいる。



### 検索広告市場の停滞

生成AIを活用した検索結果（AI Overviewなど）の発達により、検索連動型広告のクリック機会が減少。広告効果の維持が困難に。



## マーケティング予算の集約先



### 企業の広告予算の総額は増加傾向

企業活動におけるマーケティング投資の必要性は不変。行き場を失った予算が次なる効率的な手段へ移行。

PR×ショート動画領域への予算シフト

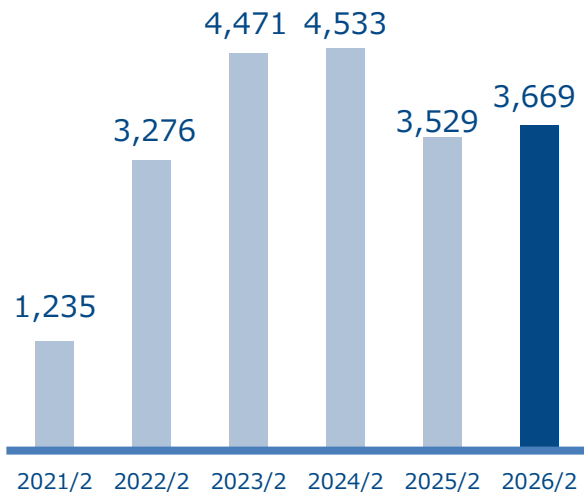
広告ではない第三者視点の情報拡散は、ブランドの信頼性向上に直結  
ベクトルはその“受け皿”へ

## PR・広告事業（海外）

- 2026年2月期の海外PR事業は、韓国事業の回復で**通期黒字化を達成**
- 2027年2月期は、海外事業でもPR×ショート動画施策を推進し、黒字拡大を目指す

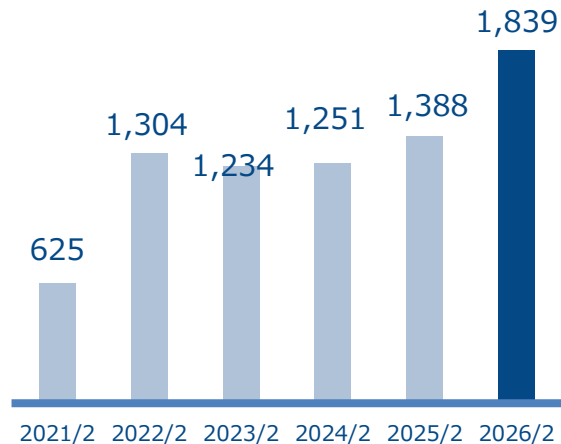
### 【売上高（百万円）】

3,669百万円（前年同期比**104.0%**）



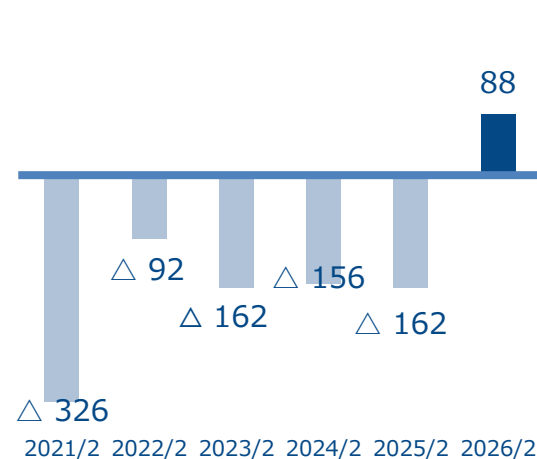
### 【売上総利益（百万円）】

1,839百万円（前年同期比**132.5%**）



### 【営業利益（百万円）】

88百万円（前年同期**250百万円増**）

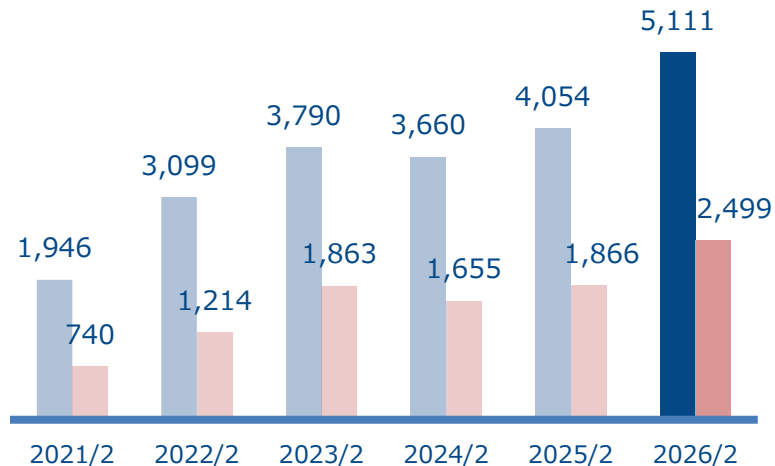


# タクシーサイネージ事業

- 2026年2月期は、広告枠・メディア枠の販売が順調に推移し、売上高、売上総利益ともに**過去最高を更新**
- 2027年2月期は、新たな広告メニューの販売とタクシーサイネージのノウハウを活かした事業展開で、収益機会の創出を図る

【売上高（百万円）】5,111百万円（前年同期比**126.1%**）

【売上総利益（百万円）】2,499百万円（前年同期比**133.9%**）



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法人タクシー利用者の約42%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

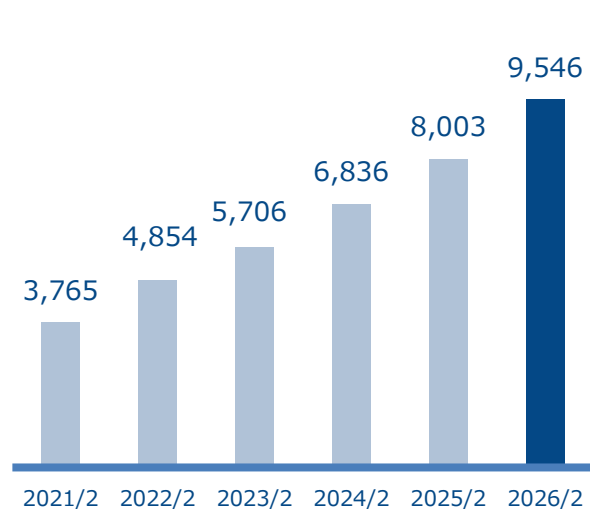
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

# プレスリリース配信事業（年度推移）

- 2026年2月期は、機能改修や広告・販促投資が結実し、**全ての指標で過去最高を更新**（売上高・売上総利益・営業利益）
- 2027年2月期も、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

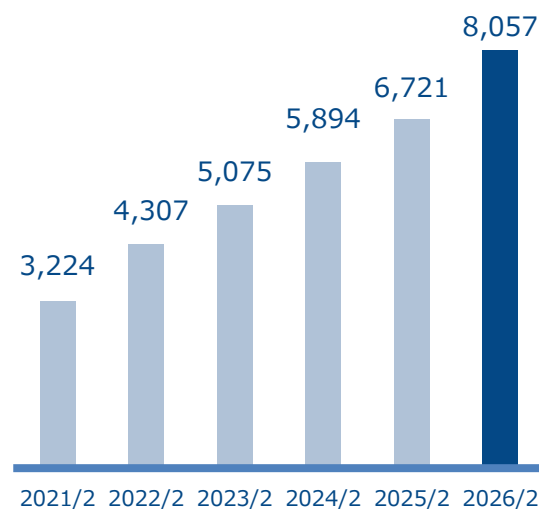
【売上高（百万円）】

9,546百万円（前年同期比**119.3%**）



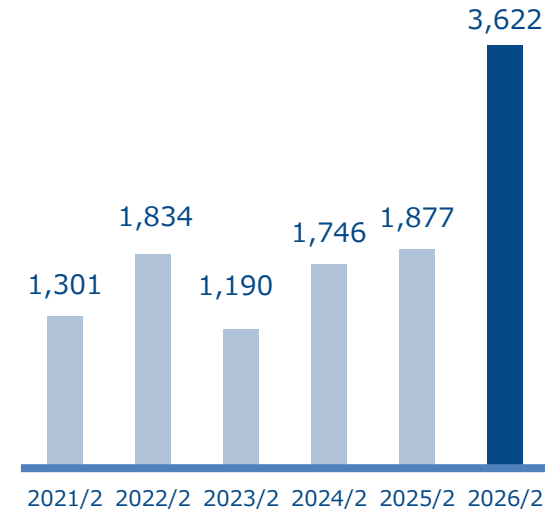
【売上総利益（百万円）】

8,057百万円（前年同期比**119.9%**）



【営業利益（百万円）】

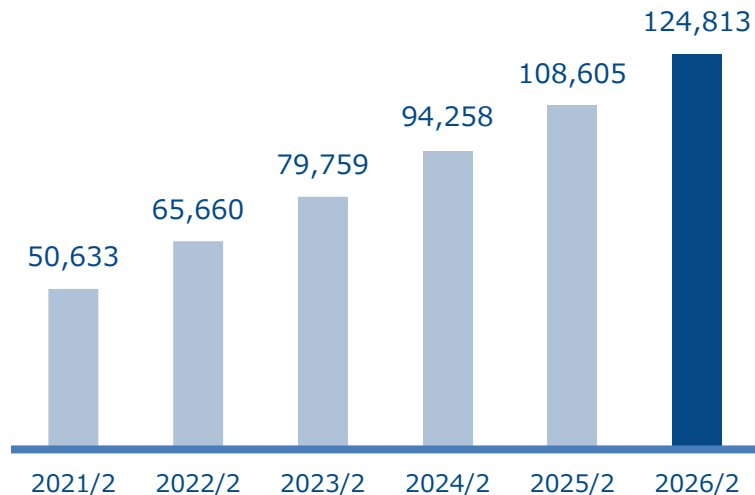
3,622百万円（前年同期比**193.0%**）



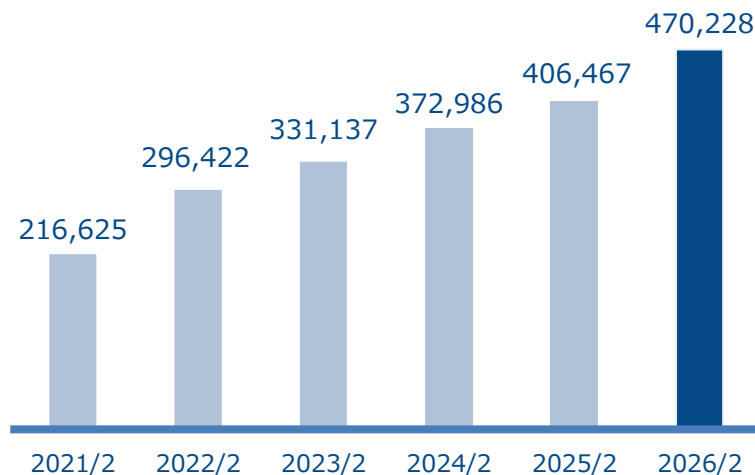
## 利用企業社数とプレスリリース配信数の推移

- 2026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
- 2027年2月期も、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）】124,813社（前年同期比**114.9%**）



【プレスリリース配信数（件）】470,228件（前年同期比**115.7%**）



# 利用企業社数の推移と上場企業の利用割合

国内No.1のプレスリリース配信プラットフォーム「PR TIMES」  
 利用企業社数12万社以上、上場企業の65%超が利用

## PR TIMES 東証プライム

PR TIMES プレスリリース・ニュースリリース配信サービスPR TIMES PR TIMESの読み 料金プラン ご登録 お問い合わせ

国内シェア **No.1** 上場企業の **65%** 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



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



激変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Panasonic



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



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」

260媒体以上掲載！



利用企業社数  
**124,813社**  
 2026年2月

108,000社  
 2025年2月

94,000社  
 2024年2月

79,000社  
 2023年2月

28,000社  
 2019年2月

2018年8月29日  
 東証1部市場変更

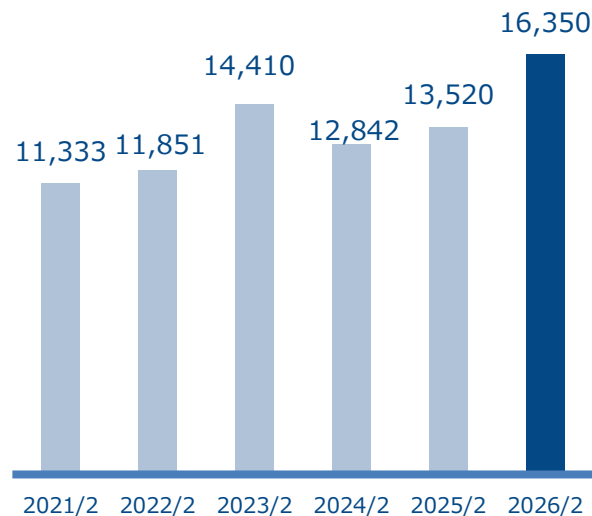


# ダイレクトマーケティング事業（年度推移）

- 2026年2月期は、**売上高と売上総利益が過去最高を更新**
- 2027年2月期も、市況感を見つつ広告投資をコントロールし、通期の売上高・営業利益計画の達成を目指す

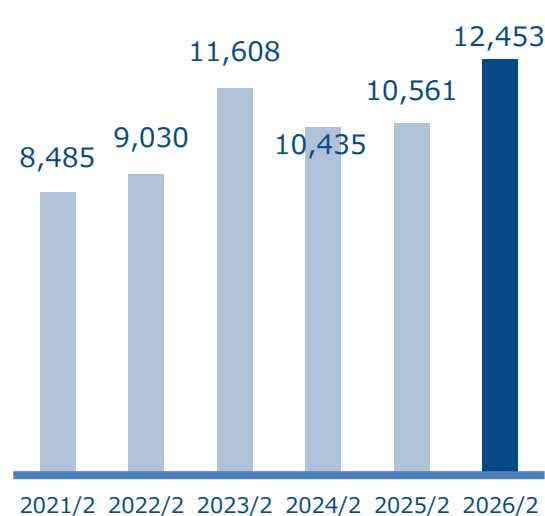
【売上高（百万円）】

16,350百万円（前年同期比**120.9%**）



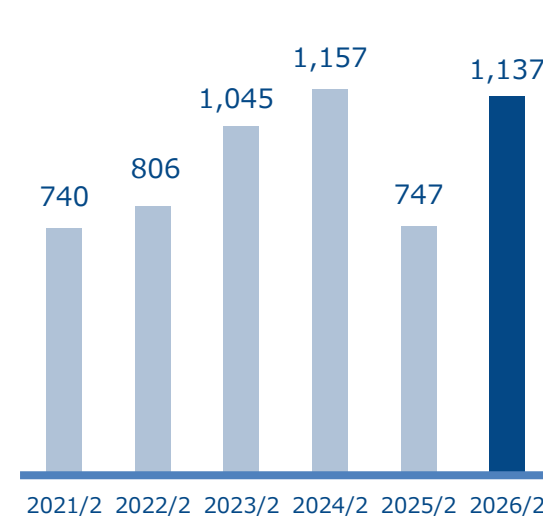
【売上総利益（百万円）】

12,453百万円（前年同期比**117.9%**）



【営業利益（百万円）】

1,137百万円（前年同期比**152.2%**）



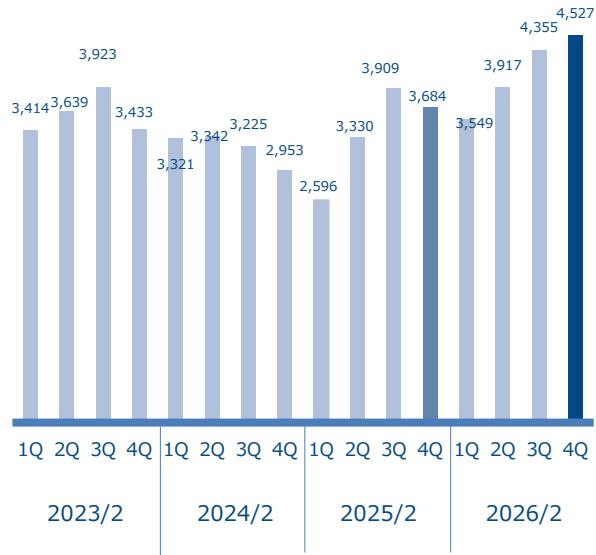
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

# ダイレクトマーケティング事業（四半期推移）

- **四半期ベースで売上高が過去最高を更新**
- ビタブリッドジャパンは2027年2月期に向けた広告投資を実行

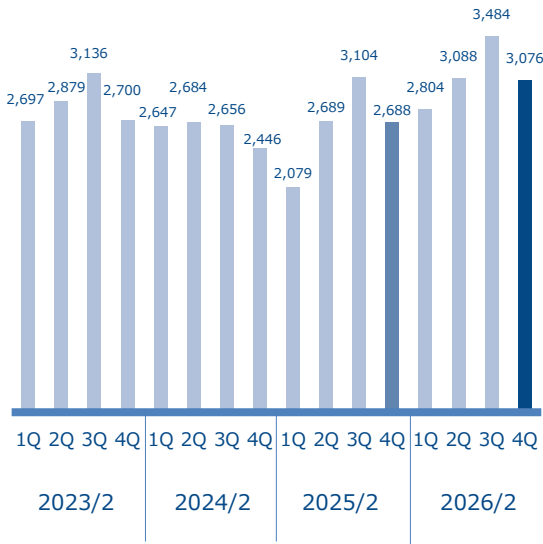
【売上高（百万円）】

4,527百万円（前年同期比**122.9%**）



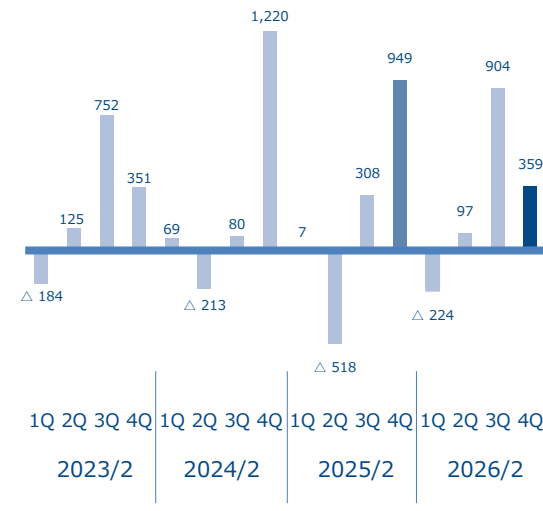
【売上総利益（百万円）】

3,076百万円（前年同期比**114.4%**）



【営業利益（百万円）】

359百万円（前年同期比**37.9%**）



- **2026年4月2日に東京証券取引所に上場**
- 特許技術や独占設計の独自性の高い高機能商品を展開
- D2Cのサブスクリプションモデルにて提供する収益積上型に加え、ドラッグストアや主要ECモールでの販売で販路拡大中



主力製品である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、日本ダイエット総市場**売上No.1**



「ビタブリッドCフェイス」は特許技術を用いたビタミンC成分配合の**ロングセラー商品**

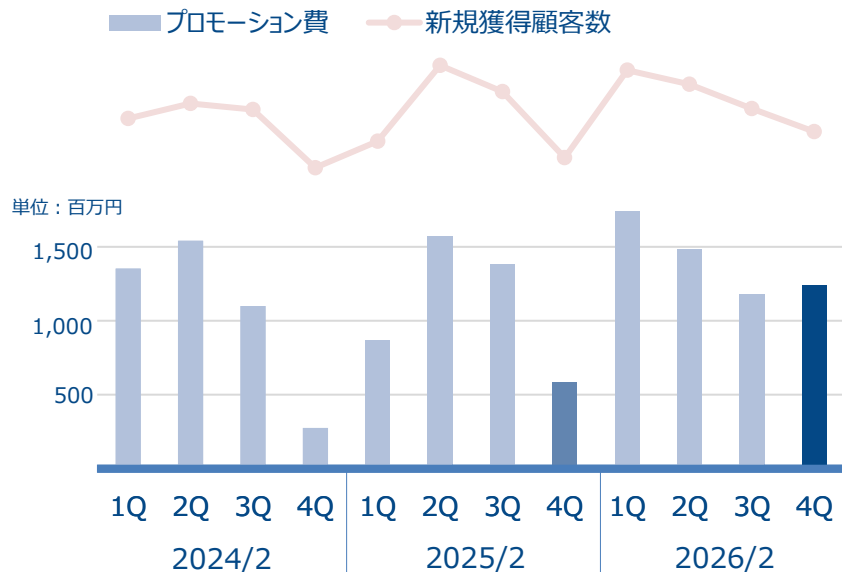


7つの機能性を有するGABAを用いた多機能サプリメント「Vitabrid Daily GABA」は、**販売数が大きく成長中**

# 新規獲得顧客と優良顧客の推移 (ビタブリッドジャパン)

- 2026年2月期は、広告投資に伴い**新規獲得顧客数が堅調に拡大**
- 優良顧客が順調に拡大し、2025年2月期第1四半期と比較して**21%増**
- 2027年2月期も、上期に広告投資し獲得した顧客が下期にかけて継続顧客となることで、計画の達成を図る

【新規獲得顧客数とプロモーション費用の推移】



【優良顧客数の成長指数と継続率】



※本スライドはD2Cのみを対象として記載し、他の販売チャネルを除く

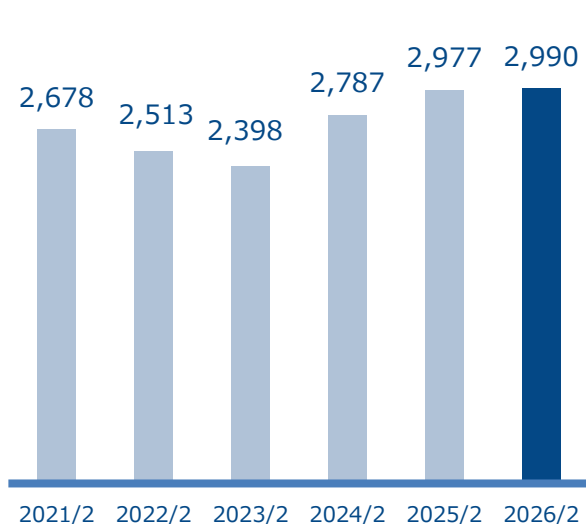
※2025/2期1Qを1.00として計算  
 ※優良顧客とは商品特性に応じた採算性の基準となる一定のLTV水準（3~5万円）に達し、かつ直近1年以内に購入実績があり、定期購入を継続している顧客  
 ※優良顧客継続率は前月末時点の優良顧客数に対し、当月末時点でも優良である顧客の割合

# HR事業（年度推移）

- 2026年2月期は、JOBTVの新卒イベント等が好調で微増収
- 2027年2月期は、PR・広告事業のノウハウを横展開し、人材採用領域におけるショート動画施策で売上高の拡大を図る

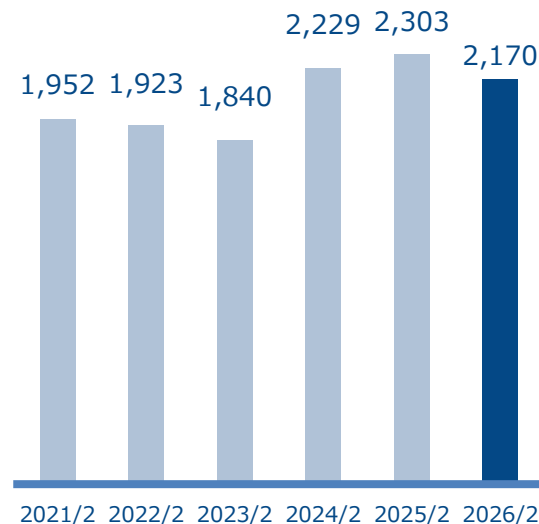
## 【売上高（百万円）】

2,990百万円（前年同期比100.4%）



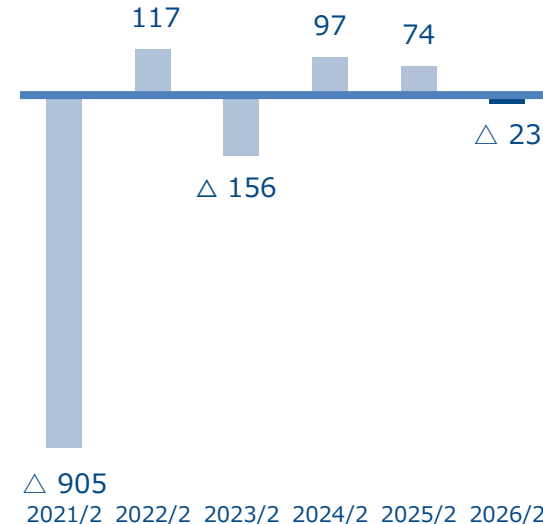
## 【売上総利益（百万円）】

2,170百万円（前年同期比94.2%）



## 【営業利益（百万円）】

△23百万円（前年同期98百万円減）



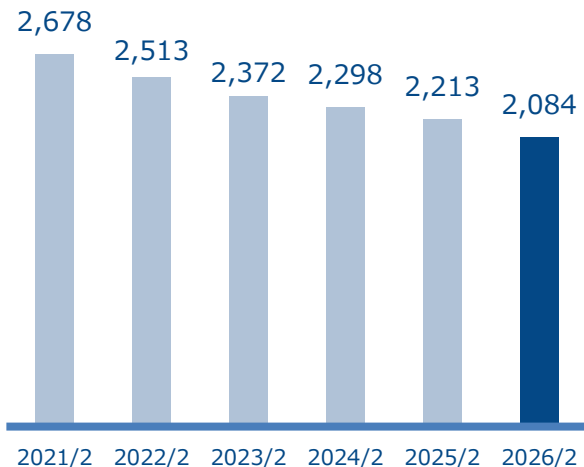
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

# HR事業（あしたのチーム）

- 2026年2月27日に当社が保有するあしたのチーム全株式をウェルネス・コミュニケーションズ社へ売却

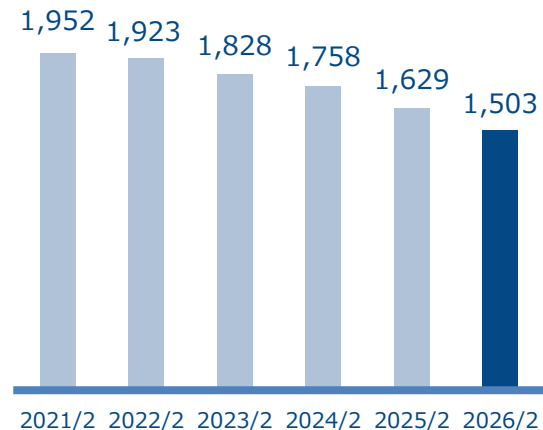
【売上高（百万円）】

2,084百万円（前年同期比94.2%）



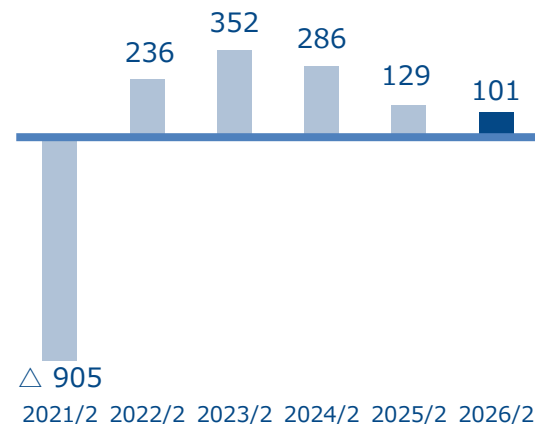
【売上総利益（百万円）】

1,503百万円（前年同期比92.2%）



【営業利益（百万円）】

101百万円（前年同期比78.2%）



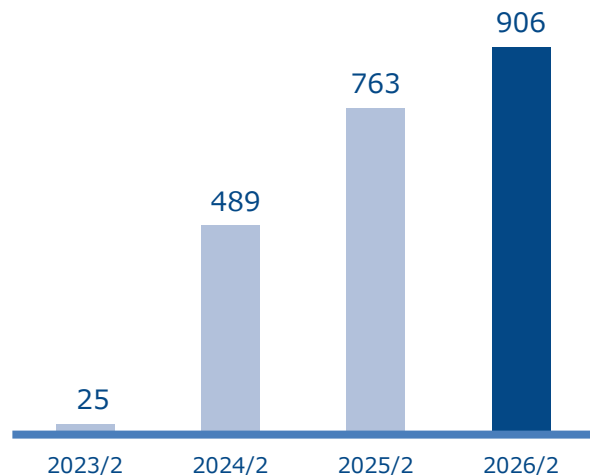
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

# HR事業 (JOBTV)

- 2026年2月期は、ビジコネットの派遣メディア事業の収益悪化とクリニックTVへの事業投資により減益
- 2027年2月期は、PR・広告事業のノウハウを横展開し、人材採用領域におけるショート動画施策で売上高の拡大を図る

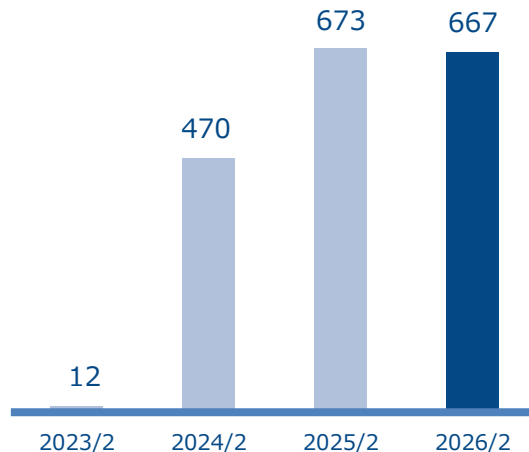
【売上高 (百万円)】

906百万円 (前年同期比**118.6%**)



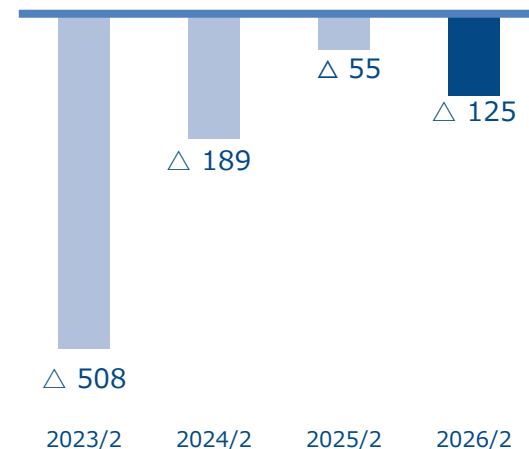
【売上総利益 (百万円)】

667百万円 (前年同期比**99.1%**)



【営業利益 (百万円)】

△125百万円 (前年同期**70**百万円減)



## 動画採用プラットフォーム「JOBTV」を全面リニューアル

**JOBTV** 出会いから惹きつけまで「ショート動画」で完結。

**次世代型採用** に特化した  
**集客エコシステム**  
を本格始動!

**SNS Short**  
**動画メディア**  
**対面型イベント**

**JOBTV** 就活Shorts 就活ドキュメンタリー 企業説明

**動画就活で**  
**理想の企業と出会う**

テキストだけではわからない採用企業の姿を、動画コンテンツでお届け。企業密着、社員インタビュー、職場見学など、リアルな情報を無料で視聴できます。

**今すぐ視聴**

**Business**

株式会社 大塚商会

**就活Shorts**  
短い動画で企業の雰囲気や社員の声をチェック。気になる企業を手軽に見よう。

株式会社ニギギョウド (明日の面接に役立つ)  
アタラス株式会社  
株式会社ライト通信  
アタラス株式会社  
アタラス株式会社  
株式会社リトエフ  
アタラス株式会社  
就活Shorts

**JOBTV公式アンバサダー**  
就活に役立つ動画を配信しているJOBTV公式認定アカウントです。気になるアカウントをフォローしてチェックしてみよう。

企業研究ナビ  
就活アース  
イケメン就活  
就活お助け  
りな先生の就活入門  
はむはむお27年  
就活デザイナー  
ひまわりお27年就活家  
ちゃんおの28年就活家

- ・ 「探す」から「没入する」JUI/UXへ  
ショート動画の連続再生やリッチコンテンツの拡充など、Z世代が日常的に触れているSNSアプリに近い直感的な操作性を実現。学生の滞在時間と回遊性を劇的に向上
- ・ 採用ドキュメンタリーの導入  
表面的なPR動画ではなく、現場の葛藤や企業のリアルをシネマティックに描き、企業理解を促進し、深い共感を生み出す
- ・ データ活用の強化  
企業側が使いやすい管理画面へと刷新。学生の視聴行動や興味関心データを可視化し、集客エコシステムの効果を企業の採用活動に直接還元する管理機能を提供

## SNS×動画メディア×対面型イベントを統合した“集客エコシステム”を本格始動 SEESAS×JOBTVの「集客エコシステム」

# JOBTV

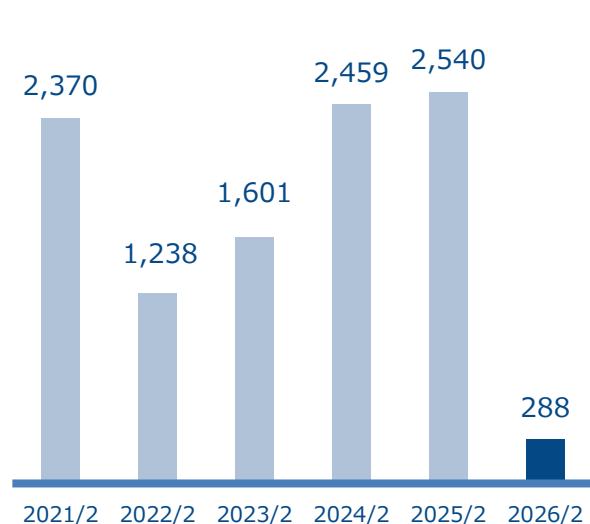
Z世代の行動モデル	Surf (回遊) Encounter (出会い)	Engage (共感)	Search (検索・理解)	Action (行動)	Share (共有)
JOBTVの機能・役割	SNSオーガニック運用	新生JOBTVメディア	新生JOBTVメディア	対面型就活イベント	
集客エコシステムの価値	ショート動画を活用し、企業ランキングや第三者視点のコンテンツなどを通じてZ世代の潜在層にリーチ	ショート動画に最適化したUIで動画配信プラットフォームのような直感的な操作性を実現 企業のリアルな働き方や社員のストーリーを描く採用ドキュメンタリー動画により、学生の共感を醸成	動画に興味を持った学生が、そのままシームレスにメディア内の企業ページや詳細情報を深掘りし、企業理解を深める	メディアで熱量の高まった学生と直接対面する機会を創出 ビジネスコンテスト型ワークやPR企画立案型ワーク等の独自企画により、企業価値観と学生ポテンシャルの「本質的なマッチング」を実現	熱量を持った学生にSNSでシェアしてもらうことで、さらに情報が広がっていく構造を作っていく

## 投資事業（年度推移）

- 2026年2月期は、他事業の成長により連結業績が予想以上に向上したため、戦略的に翌期以降での保有株式売却を選択
- 2027年2月期も、スタートアップ市場の環境悪化を踏まえ、より厳選して出資を実行

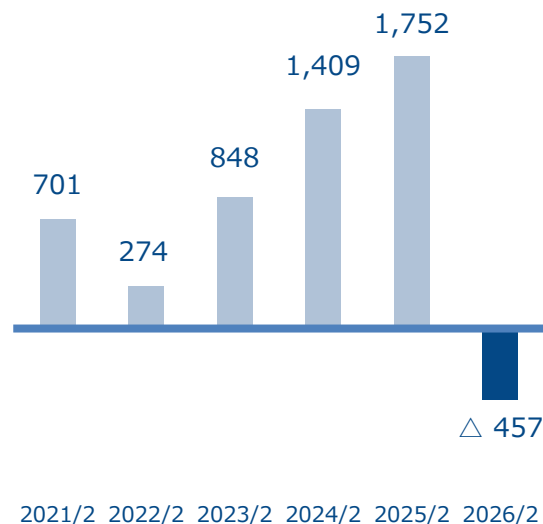
### 【売上高（百万円）】

288百万円（前年同期比11.4%）



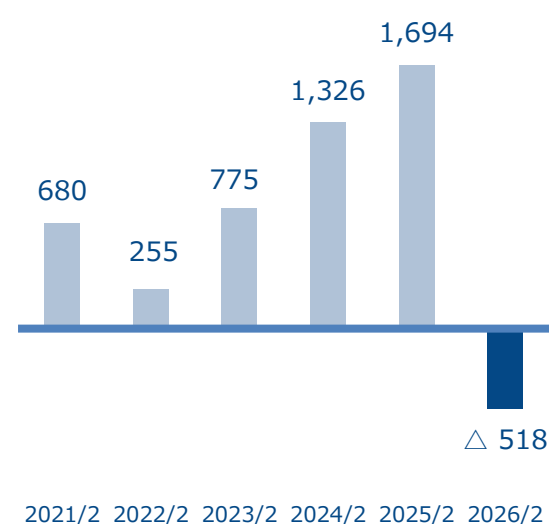
### 【売上総利益（百万円）】

△457百万円（前年同期2,209百万円減）



### 【営業利益（百万円）】

△518百万円（前年同期2,213百万円減）



# 成長分野への豊富な投資実績

 = IPO済

### IoT - セキュリティ - テクノロジー - バイオ



### 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



## 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34社）

上場日	社名
2016年3月31日	エアトリ
2016年11月18日	フィル・カンパニー
2016年12月20日	リネットジャパングループ
2017年8月3日	シェアリングテクノロジー
2017年12月12日	一家ホールディングス
2017年12月13日	グローバル・リンク・マネジメント
2018年12月11日	ピアラ
2019年2月22日	識学
2019年3月19日	ミンカブ・ジ・インフォノイド
2019年6月21日	ブランディングテクノロジー
2019年6月25日	インフォネット
2019年10月8日	AI CROSS
2019年12月17日	ウィルズ
2019年12月18日	BuySell Technologies
2020年3月26日	サイバーセキュリティクラウド
2020年7月7日	TWOSTONE&Sons
2020年9月28日	ヘッドウォータース

上場日	社名
2020年12月18日	インバウンドテック
2020年12月23日	交換できるくん
2021年6月29日	Waqoo
2021年7月6日	BCC
2021年9月28日	ROBOT PAYMENT
2021年9月28日	リベロ
2021年11月24日	ラストワンマイル
2022年3月28日	メンタルヘルステクノロジーズ
2022年4月4日	セカンドサイトアナリティカ
2022年9月29日	プログリット
2023年3月31日	シーラホールディングス
2023年6月29日	W TOKYO
2023年11月22日	バリュークリエーション
2024年3月26日	ハッチワーク
2024年9月25日	ROXX
2025年7月24日	フラー
2026年3月25日	ベーシック

# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2025年2月期	2026年2月期	前年同期差	前年同期比
売上高	59,254	63,794	+4,539	107.7%
売上総利益	39,308	42,649	+3,341	108.5%
E B I T D A	9,148	10,559	+1,411	115.4%
営業利益	8,029	9,116	+1,087	113.5%
経常利益	7,655	9,144	+1,488	119.4%
税金等調整前 当期純利益	7,290	8,891	+1,601	122.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,195	5,109	+914	121.8%

# 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2025年2月期末	2026年2月期	前期末差	前期末比
資産合計	42,881	47,293	+4,412	110.3%
現預金	17,125	22,273	+5,148	130.1%
のれん	2,976	2,856	△120	95.9%
営業投資有価証券 + 投資有価証券	3,125	2,783	△342	89.1%
その他	19,653	19,380	△273	98.6%
負債合計	21,544	20,152	△1,392	93.5%
借入金+社債	10,514	7,595	△2,918	72.2%
その他	11,029	12,556	+1,526	113.8%
純資産	21,337	27,141	+5,804	127.2%

# 連結キャッシュ・フロー計算書

	2025年2月期	2026年2月期	増減額	増減要因
(単位：百万円)				
現金及び現金同等物の 期首残高	15,820	17,125	+1,305	
営業活動による キャッシュ・フロー	5,675	10,349	+4,673	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	△1,478	△3,149	△1,671	子会社株式の取得による支出の増加 等
財務活動による キャッシュ・フロー	△2,901	△2,092	+808	PR TIMES株式の売却等
現金及び現金同等物の 期末残高	17,125	22,273	+5,148	

# 2027年2月期業績予想

---

## 2027年2月期連結業績予想

2027年2月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2026年2月期 (実績)	2027年2月期 (計画)	前年同期比	2027年2月期 上期計画	2027年2月期 下期計画
売上高	63,794	68,000	106.6%	31,800	36,200
営業利益	9,116	10,000	109.7%	3,220	6,780
経常利益	9,144	9,800	107.2%	3,120	6,680
親会社株主に 帰属する当期純利益	5,109	5,500	107.7%	1,550	3,950

・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還元をすることとしており、2027年2月期の配当は、**1株あたり36円**を予定

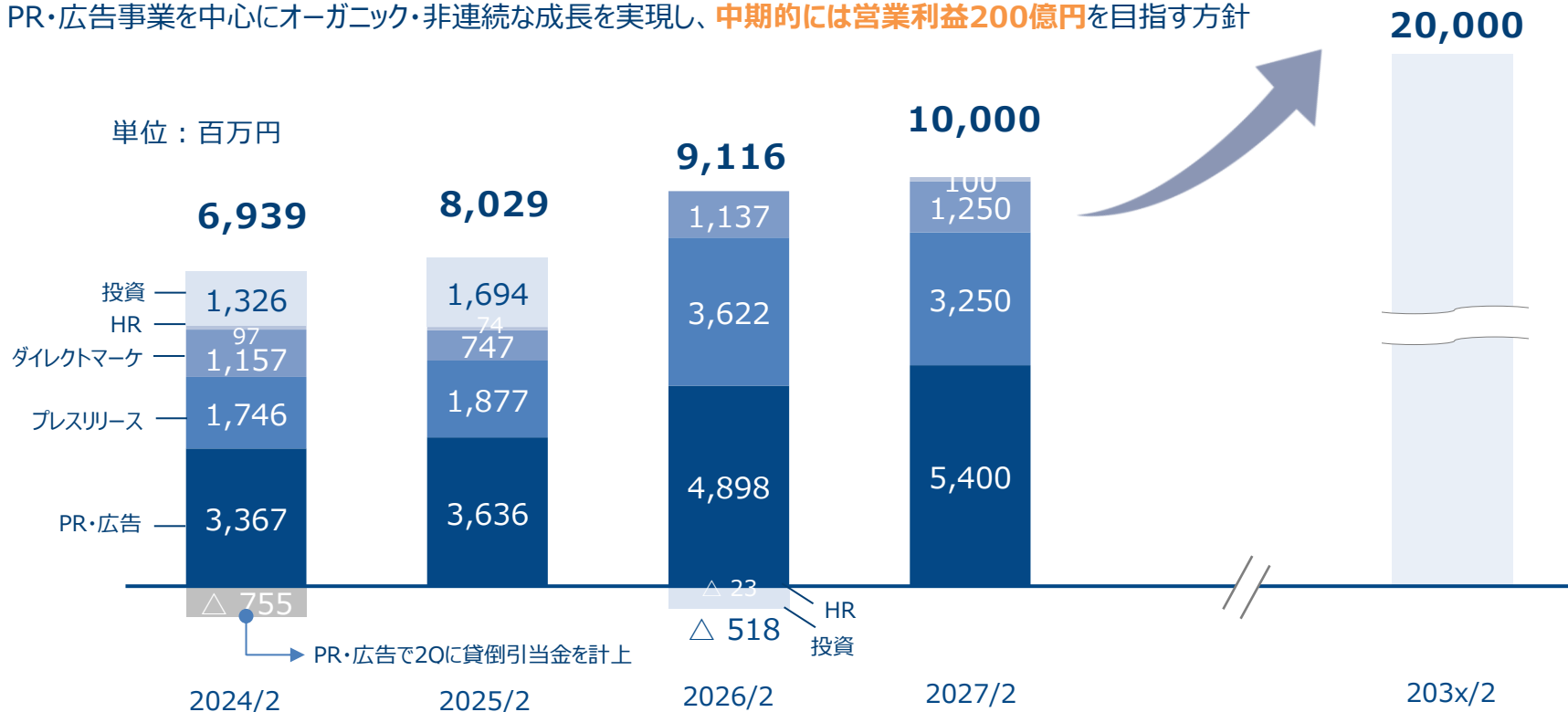
## セグメント別利益計画

セグメント別利益計画 (単位：百万円)	2026年2月期 (実績)	2027年2月期 (計画)	前年同期比	2027年2月期 上期計画	2027年2月期 下期計画
連結	9,116	10,000	109.7%	3,220	6,780
PR・広告	4,898	5,400	110.2%	2,300	3,100
プレスリリース	3,622	3,250	89.7%	1,650	1,600
ダイレクトマーケティング	1,137	1,250	109.9%	△550	1,800
HR	△23	100	—	△30	130
投資	△518	0	—	△150	150

- 中期経営計画通りの100億円を計画
- PR・広告事業による利益貢献の拡大
- 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、増益見込み

# 利益成長イメージ

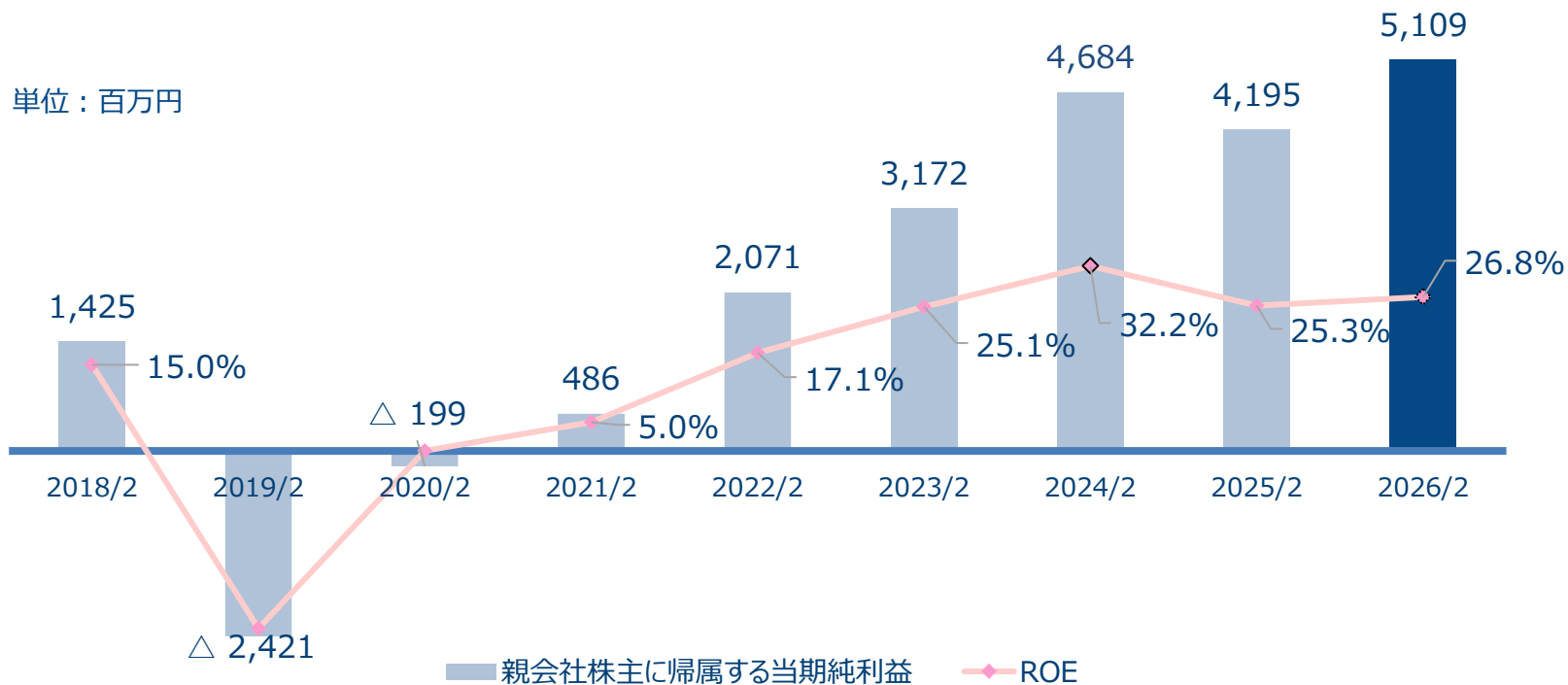
- PR・広告事業を中心にオーガニック・非連続な成長を実現し、**中期的には営業利益200億円**を目指す方針



※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



# 經營戰略

---

アジアNo.1 PR会社から  
世界No.1 PR会社へ

国内PR市場1,500億円マーケットから  
広告市場8兆円をターゲットに

# 広告業界のFAST COMPANYへ

“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

ユニクロがファッション業界を、ニトリが家具業界を変えたように、広告業界で革命を巻き起こす

## 広告業界のFAST COMPANYという定義

	総合代理店	当社
提供価値	オートクチュール	ファストファッション
スピード	数ヶ月	即時/スピーディー
コスト	数億円	安価
品質	リッチ	最適品質

# FAST COMPANY構想で 0円から1億円でモノを広めるインフラカンパニーへ

## メディア運営

カテゴリメディアの運営と育成、ネットワークを実施



gracemode

クリエイターズラボ

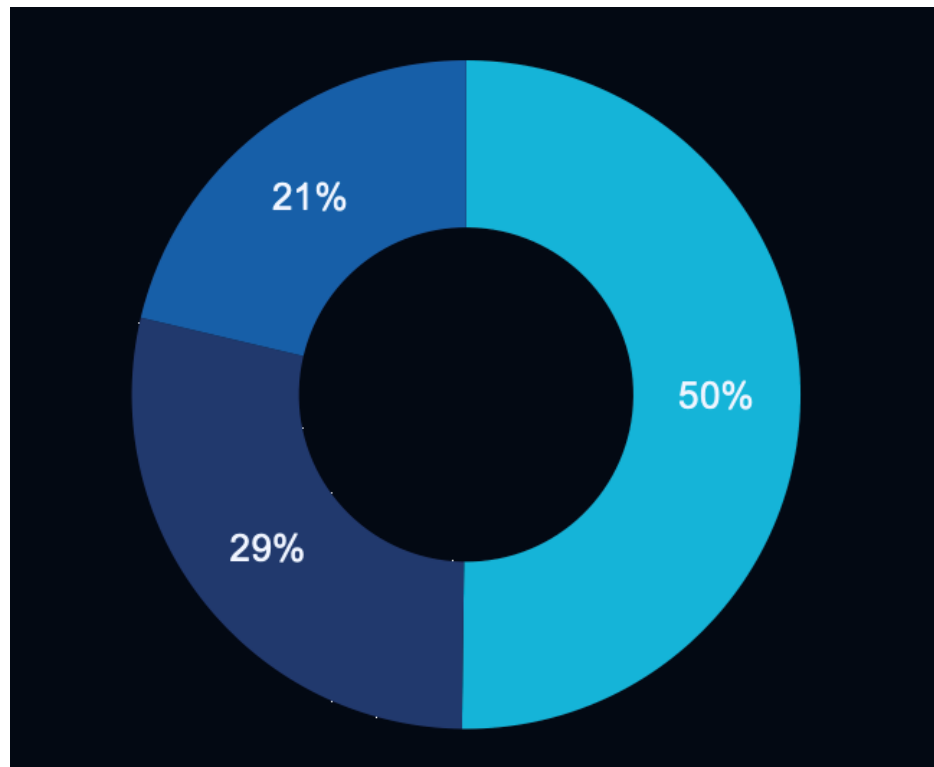
プレスリリース	PRコンサルティング	ショート動画	インフルエンサー	デジタルマーケティング	デジタルサイネージ
 <p>国内シェアNo.1、クライアント数4万社実績のリリース配信サービス。上場企業の65%以上が導入している信頼性とメディアへの露出の高さが評価されています。</p> <p><b>PR TIMES</b></p>	 <p>PRのプランニングから実行まで数々の実績を持つPRコンサルタントが最適なコミュニケーションを実施。</p> <p>vector <b>ANTIL</b></p> <p>vector <b>Platinum</b></p> <p>vector <b>INITIAL</b></p>	 <p>Tiktok、Instagramのリール、Youtube Shortsなど、ショート動画プラットフォームでの情報接触が急速に拡大。</p> <p><b>タテガタ NEWS TV</b></p> <p><b>ショート動画取材班</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><b>INFLUENCER BANK</b></p> <p><b>Starbank</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。広告配信、オウンドメディアの構築・運営やPR・IR動画の制作にも対応。</p> <p>44 <b>Keyword marketing</b></p> <p>vector Digital</p>	 <p>東京都内で最大規模のタクシーサイネージ・メディアや、DOOH（デジタル屋外広告）を活用して企業様の次世代コミュニケーションを強力にサポート。</p> <p><b>GROWTH</b></p> <p>vector DOOH</p>

0円

100,000,000円/年

テレビCMの衰退  
AIによるネット広告崩壊  
広告業界は変化期を迎えている

比率の大きいデジタル広告市場の中で、最も伸びているのがショート動画



**50.2%**  
4兆459億円

インターネット広告費

**28.5%**  
2兆2,980億円

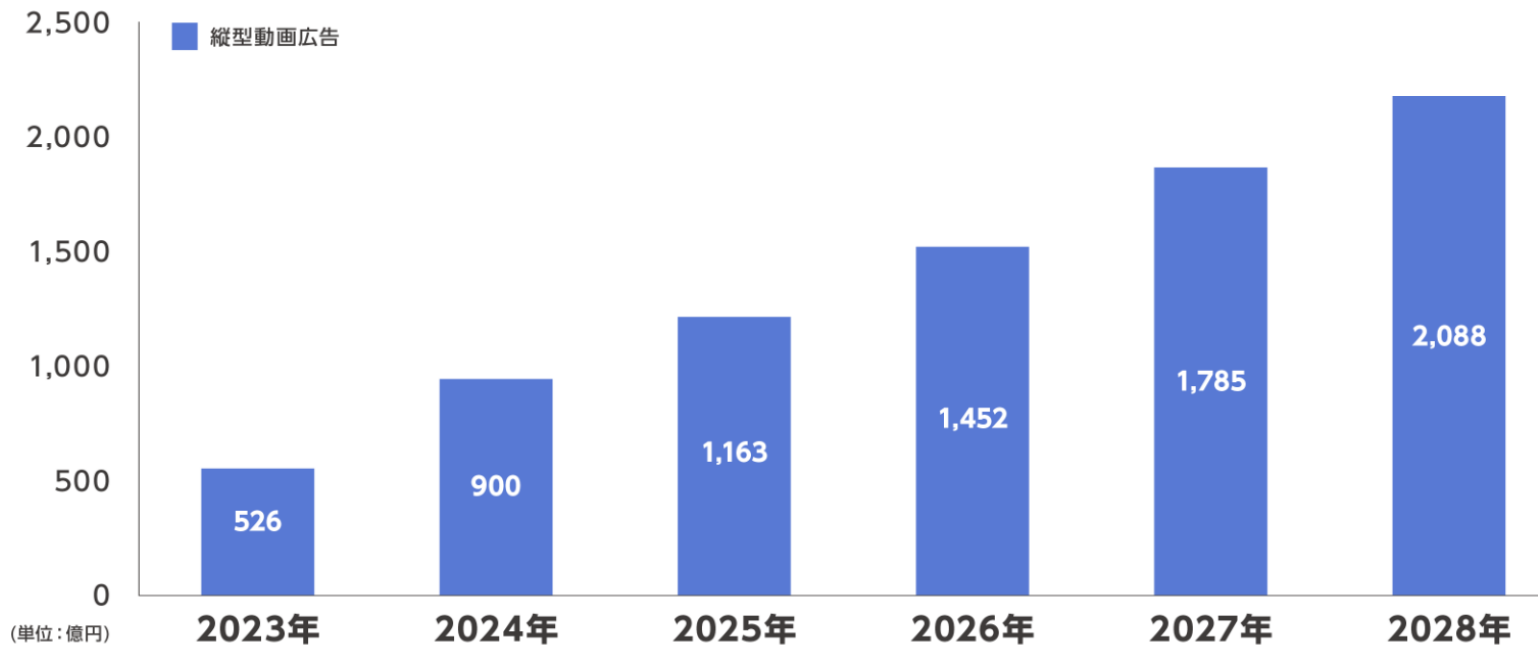
マスコミ4媒体広告費

**21.3%**  
1兆7,184億円

プロモーションメディア広告費

▶ デジタル市場で最も成長中 = ショート動画

2024年の市場規模は、**昨年対比171.1%**の900億円に到達  
2025年には1,163億円、2028年には2,088億円に達する見込み

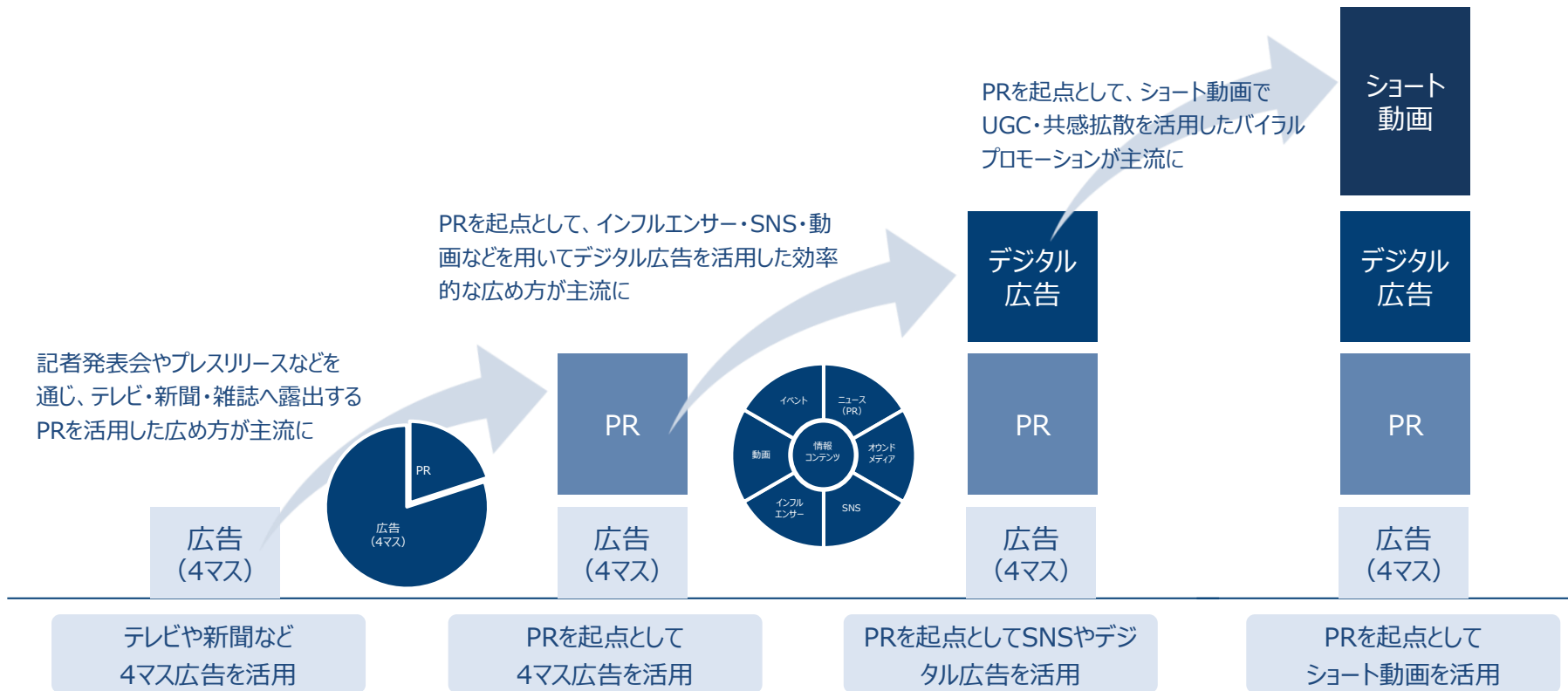


出典：サイバーエージェント/デジタルインファクト調べ

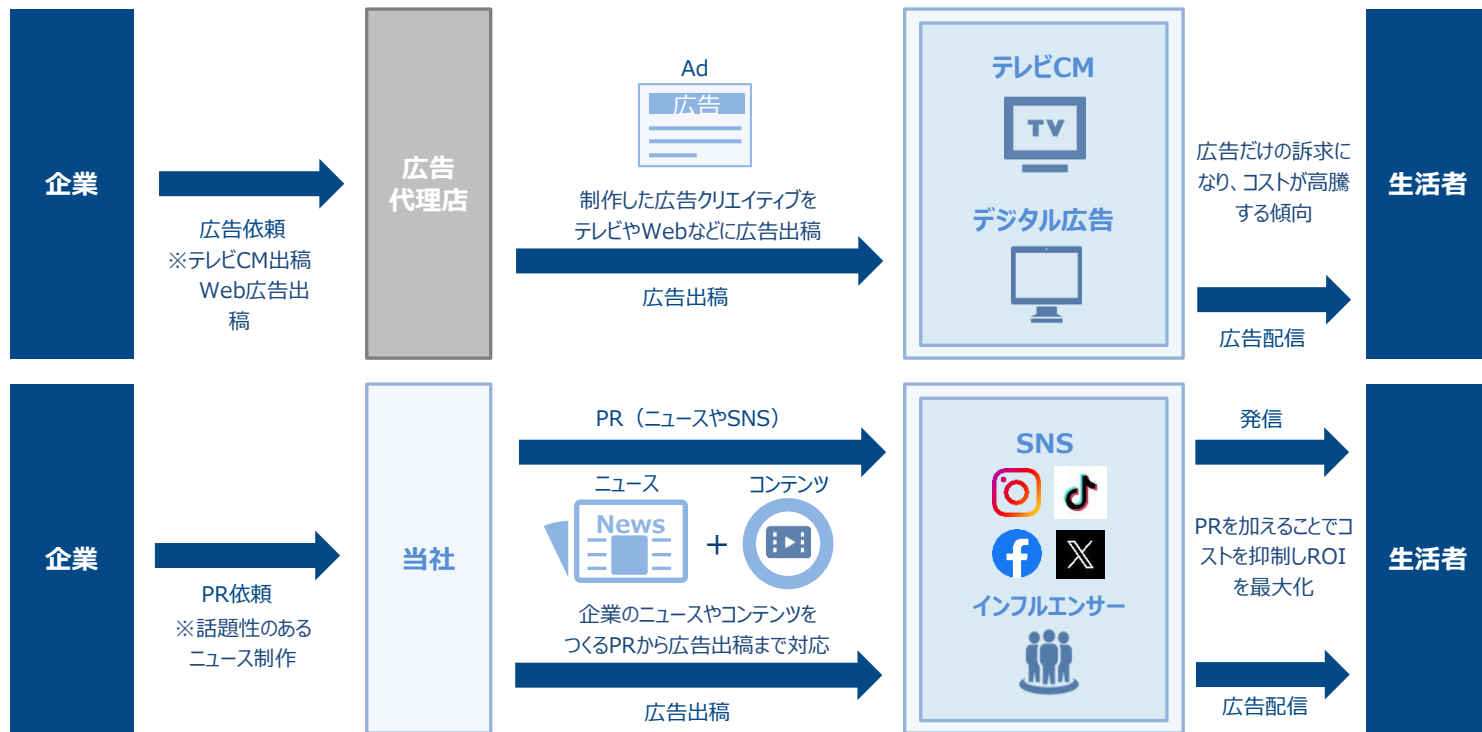
# PR×Short Video構想

ベクトルはショート動画に全振りし、モノを広める次世代のインフラへ

## PRを起点としてショート動画で瞬間拡散する時代



## 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



# ショート動画とは？：媒体

ショート動画とは、一般的に15秒から60秒程度の短い縦型動画  
TikTok、Instagramリール、YouTubeショートなどが代表的なプラットフォーム



## ▼ショート動画媒体

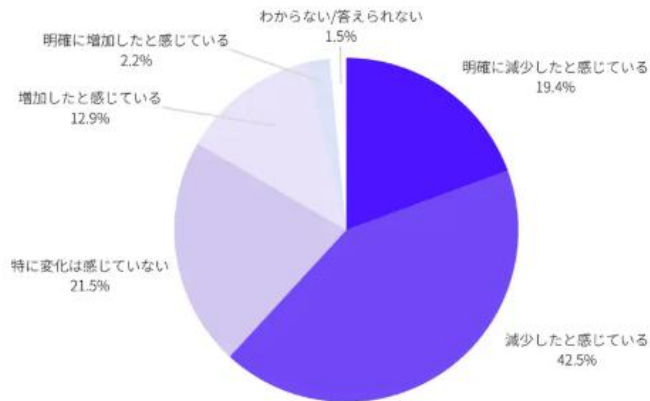


## ▼TikTokの国内ユーザー数の推移



## AI OverViewsの影響で、Google検索全体が減少傾向

Q.2025年3月以降、「AI Overviews」の影響で、自社のウェブサイトへの自然検索からの流入に変化を感じていますか



約6割（61.9%）が減少したと回答  
約2割（15.1%）が増加したと回答

Google検索からニュースサイトへのトラフィックが激減し「AIによる概要」の導入でさらなる危機が訪れるとの指摘

AI検索がもたらす“世界秩序の変化”と、「Google 検索」の終焉

GoogleのAI要約表示で外部リンクのクリック率が半減、Pew Researchが分析結果を公表

## 背景②：有名インフルエンサーマーケの衰退

影響力の大きさはフォロワー数と単純比例するわけではなくなった  
米国では、フォロワー単価ではなく  
動画視聴回数に応じた成果報酬型モデルが主流になりつつある

Q 購入に至った商品を紹介していたインフルエンサーのフォロワー数はどれくらいでしたか？(単一回答)



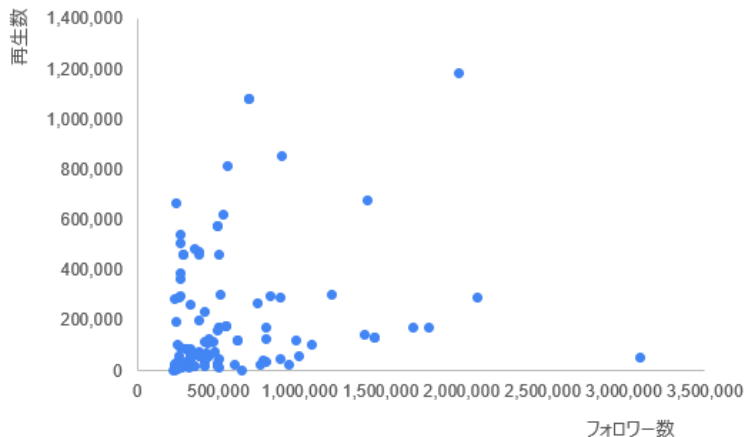
購買のきっかけは、フォロワー数「1万人未満」の  
“ナノインフルエンサー”

### 背景③：ナノインフルエンサーの時代に

インフルエンサーは、フォロワーの35%程度しかリーチしない一方で  
UGCの投稿はアルゴリズムに乗るとフォロワー数に関係なく視聴回数は伸びていく

35%程度のフォロワーにしかリーチしていない

フォロワー数とリーチ数の散布図



ベクトルのイベント系メディア：トレステ



# 事例：PR×ショート動画エージェンシー

京鼎樓（ジンディンロウ）を訴求する文脈開発から、SNSで話題になる情報開発を実施  
PR×ショート動画施策を実施し、大きな売上向上に寄与

## 文脈開発

課題：国内での認知  
向上と売上貢献

競争が国内で有名で、間違  
えられて認識されている

台湾三大小籠包

豊富な種類の  
小籠包/点心

## 情報開発

SNSのトレンドから  
「点心ツインタワー」という  
コンテンツ創造



## PR×ショート動画



[https://www.tiktok.com/@koji\\_gourmet/video/7419228049616538898](https://www.tiktok.com/@koji_gourmet/video/7419228049616538898)



<https://www.tiktok.com/@greenmascot/video/7419262259358207250>



<https://www.tiktok.com/@tokyopresso.jp/video/7419245458071047432>

3年で3,000社の顧客基盤の確立

日本No.1のシェア

3,000社の  
クライアント

0年

3年

## ショート動画構想

### ショート動画UGC

メディア運営



gracemode

クリエイターズラボ

UGC投稿（再生保証型/投稿報酬型）

タテガタ



INFLUENCER BANK

ショート動画量産施策

TTO(TikTokオーガニック)  
切り抜き隊

### ショート動画AD

ショート動画広告分析ツール



AI動画生成によるCPA改善



### ショート動画コマース

ショップリンクの貼れる  
販促クリエイターによる販売支援



TikTok Shop

TikTok GO

一元管理できるDXツールの開発中

# 効果測定 & 配信ツール

SNSのトップクリエイターとの連携を拡大。タイアップだけでなく、SNSライクなコンテンツ開発を実施していく。

gracemode ※その他M&A予定

+

縦型動画マーケティング施策一覧

拡散

縦型動画の  
中立メディアの  
運営/取材

サブスク型  
インフルエンサー  
キャスティング

ブランド  
インフルエンサー  
からの第三者配信

自社SNS  
アカウントの運用

再生数課金型  
プラットフォーム

縦型動画  
広告制作

TIKTOK  
コマース対応

リーチ保証  
Or  
切り抜き拡散PKG

クライアント商品を広める縦型動画の中立メディアを運営。日本最大の縦型動画メディアネットワークを確保。

縦型動画取材班



サブスク型のクリエイターキャスティングプラットフォームを運営。SNSスクールのHERO@ZZとも連携。

プラットフォーム

インフルエンサー  
コミュニティ



SNSスクール



クライアント商品を広める縦型動画の中立メディアを運営。日本最大の縦型動画メディアネットワークを確保。



TiktokやInstagramのリールの台頭により、自社運用を開始する企業が増加。独自のノウハウと制作支援で再現性高い運用を実現。

縦型動画 works

ツール



従来のフォロワー重視型のキャスティング時代が変化。コンテンツドリブンの時代に対応し、再生数で課金される広告発注システムを開始。



縦型動画のトレンドや最新の獲得データから逆算したクリエイティブ制作を実施。

刈取型広告



コンテンツ広告



中国最大級のアフィリエイトプラットフォーム「熱度」と独占契約。熱度の豊富な知見を活かし、日本企業およびクリエイターによるTikTok Shop活用を包括的に支援することが可能に。

ライブコマース

作ったコンテンツの拡散を補完するサービスの提供。リーチ数保証型の第一想起取れるくん。切り抜き拡散舞台の「切り抜き隊」。

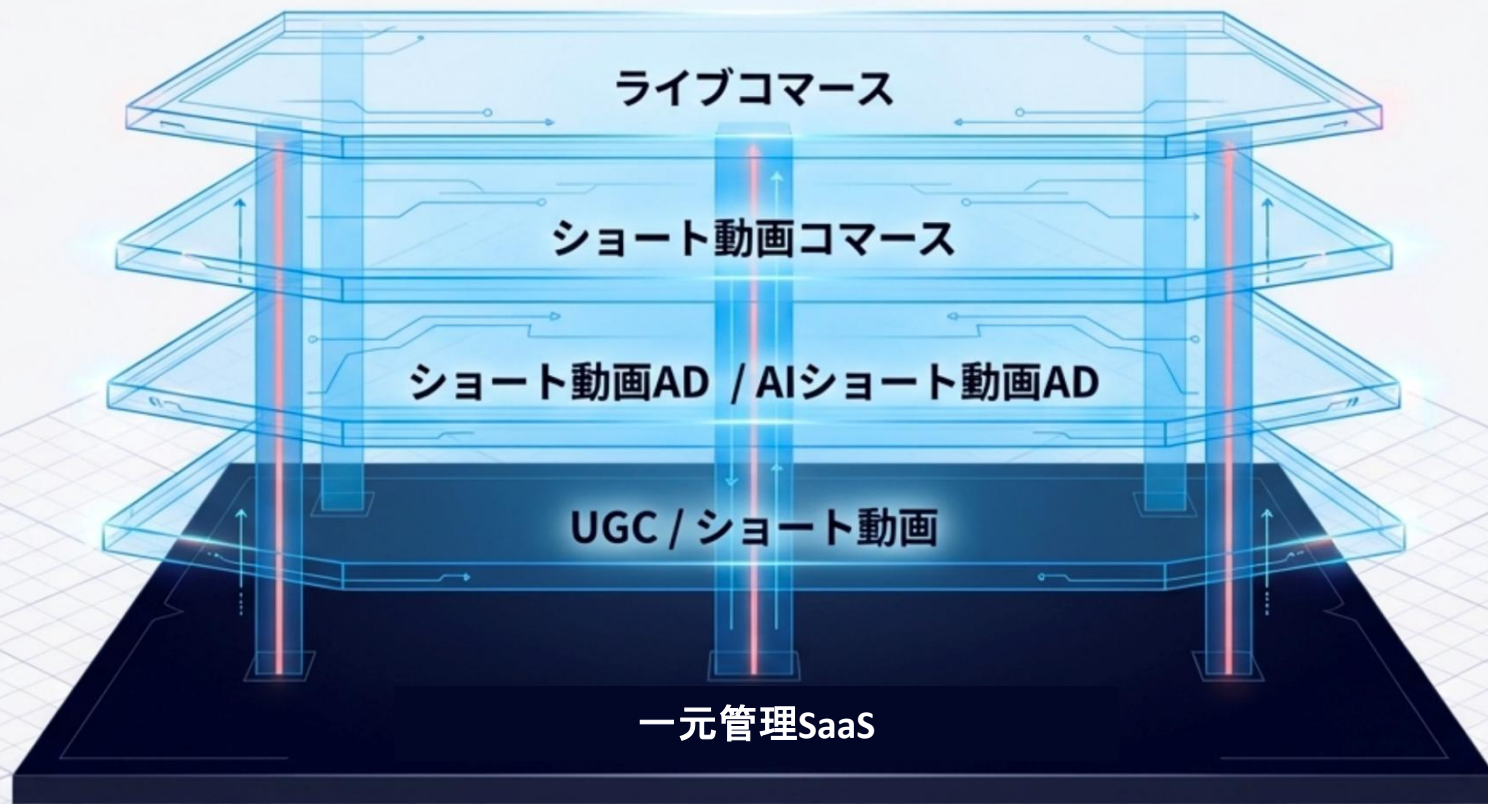
第一想起取れるくん

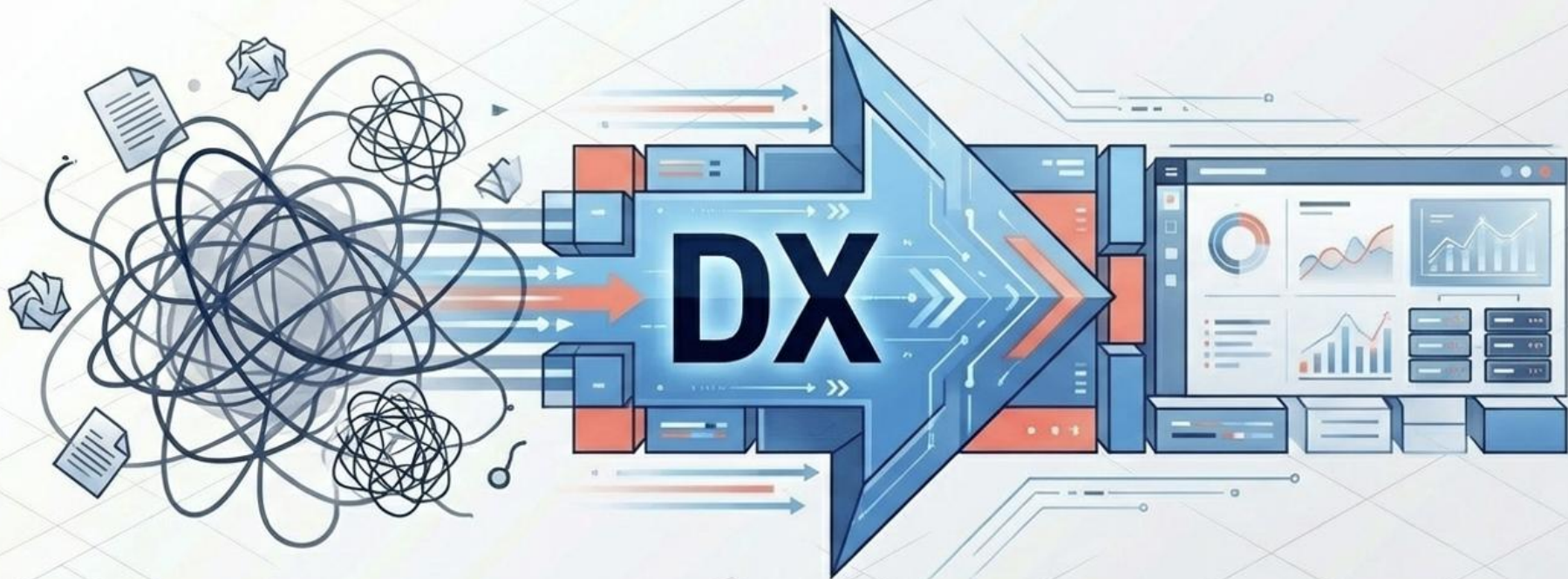
切り抜き隊

+ α



最強のアルゴリズム





**労働集約**  
(Manual Labor)

**PRのDX**  
(PR Digital Transformation)

ショート動画で次なるインフラを作り  
AIを活用しながら、DXも促進していく



## M&Aにおいても、PR×ショート動画の領域へ全振り

買収ターゲット	グループのPR×ショート動画施策の拡充およびシナジー創出に寄与する領域に注力
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
投資方針	大型案件は避け、中小型案件に特化

美容・コスメ領域のメディア・SNS運用を得意とする株式会社gracemodeを2025年4月30日に連結子会社化  
PR×ショート動画施策の一翼を担い、今後さらにベクトルグループ各社とのシナジーを創出

## 株式取得概要

会社名	gracemode 株式会社gracemode
事業内容	SNSを活用した美容・コスメ領域を得意とするメディア・アカウント運用
取得金額	14.9億円
株式取得日	2025年4月30日

## 事業内容

### メディア運用

自社開発した  
SNSメディアの運用

Instagram/TikTokを中心に総フォロワー180万人の女性向けの美容・コスメに特化したSNSメディア「EMME」を運用。メディア平均2.5%以上のエンゲージメント率

総フォロワー数  
180万人

月間  
1.5億imp  
以上

### SNSマーケティング支援

SNSアカウント運用代行

美容メディア運用で得た知見を活かし、ブランドSNSマーケティング事業の支援を実施。Instagram/TikTokのアカウント戦略からコンテンツ企画まで対応

顧客  
支援実績  
急拡大

広告運用  
まで業容  
拡大中

旅行系のメディア・SNS運用を得意とするStoricity, Inc.を2025年4月30日に連結子会社化  
今後さらにベクトルコムとのシナジーを創出

## 株式取得概要

会社名	 Storicity, Inc.
事業内容	旅行系コンテンツの制作 SNSアカウント運用
取得金額	75.8億韓国ウォン（約7.5億円）
株式取得日	2025年4月30日

## 事業内容

旅行系コンテンツ制作  
メディア運営

自社SNSアカウント運用

Instagram/TikTok/YouTubeを中心に総フォロワー420万人の韓国最大の旅行系コンテンツアカウントを運用。コンテンツ制作も自社にて行う。

総フォロワー  
数  
420万人

年間  
8億回再生

インフルエンサー運営

専属・協業インフルエンサー

200人以上の専属・協業インフルエンサーの個人SNSアカウントによって商品・サービスなどの認知拡大に寄与。

合計200名  
のインフ  
レンサー

総フォロワー  
数  
400万人

株式会社トップクリエイターズを設立し、グルメメディアの「コネクト東京グルメ」を取得  
PR×ショート動画施策の一翼を担い、今後さらにベクトルグループ各社とのシナジーを創出

## 事業取得概要

メディア名	 コネクト東京グルメ
事業内容	SNSを活用したグルメ領域を得意とするメディア
取得金額	0.5億円
事業取得日	2025年10月1日

## 事業内容

### メディア運用

#### SNSアカウント運用

Instagram/TikTokを中心にフォロワー数35万人以上のグルメに特化したメディア「コネクト東京グルメ」を運用。飲食店の集客に定評がある。

フォロワー数  
35万人

月間  
3,000万  
imp以上

### connect\_tokyodate



コネクト東京グルメ

756  
投稿

37万  
フォロワー

774  
フォロー中

「日本 No. 1のグルメ情報をお届けしたい」  
■ 20代でIPOを目指す起業家が、ランチや会食、カフェ巡りの中で出会った「最高のお店」を紹介。  
■ 高級エリアを多めにグルメ発信  
■ 月に3000万人が見るメディア  
“何かに挑戦してる君が1番かっこいい”  
PRのご依頼は、DMまで

[connect-tokyo-web.com](#)

@connect\_tokyodate

## 子会社・関係会社の売却

- 各社のステークホルダーと協議の上、6社の売却と1社の清算を実行
- 売却により関係会社株式売却益を2,151百万円計上
- 選択と集中により、グループ全体の資本効率を改善

セグメント	社名	事業内容
PR・広告	アミー	フランチャイズマッチングプラットフォーム事業
PR・広告	クラウドビューティ	クラウド型サロンシステムの提供
PR・広告	パフォーマンステクノロジーズ	パフォーマンスマーケティング事業
PR・広告	トライハッチ	店舗に特化したSaaS事業およびデジタルマーケティング事業
ダイレクトマーケティング	ダイレクトテックチャイナ	中国でのマーケティングコンサル事業
HR	あしたのチーム	人事評価制度に関するコンサルティングサービスおよびクラウドシステムの販売
持分法適用会社	マイクロアド台湾	台湾での広報・PR業務代行およびコンサルティング

## 制作フェーズの自動化とコスト削減

### 動画台本生成

顧客の要望、ターゲット層、プロモーション目的をインプットすることで、AIが「成約率の高い」動画台本を自動で生成します。過去の成功データに基づき、構成・メッセージ・尺を最適化します。

### 動画生成（AvaMo）

生成された台本に基づき、実在しない「AIタレント」が自然な表情と音声で動画を完成させます。撮影・スタジオ手配・タレント費用が一切不要となり、制作コストをゼロに近づけます。

### プレスリリース原稿生成

ベクトルの長年のノウハウを学習したAIが、記者の目に留まりやすいタイトルや、メディアフレンドリーな文章をドラフト生成。広報担当者の工数を大幅に削減します。

## 拡散・最適化戦略

### 切り抜き動画生成

長尺の動画コンテンツからAIがSNS（TikTok等）で流行するフォーマットにあわせたハイライトシーンを自動で選定・編集。多角的なチャネルを支援します。

### AIO（AI検索最適化）

検索結果が生成AIによる要約（AI Overview等）にかわる市場に対応。自社サイトやPR記事の情報をAIが学習し、AI回答で推奨されるための最適化を行います。



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。