

# Integrated Report 2023

# Content

目次

## 01 経営理念

|      |   |
|------|---|
| 経営理念 | 3 |
| 沿革   | 4 |

## 02 トップメッセージ

|          |   |
|----------|---|
| トップメッセージ | 8 |
|----------|---|

## 03 価値創造ストーリー

|         |    |
|---------|----|
| 価値創造モデル | 12 |
| 中期利益計画  | 13 |

## 04 経営戦略

|                |    |
|----------------|----|
| FAST COMPANY戦略 | 15 |
| 事業紹介           | 29 |

## 05 サステナビリティ

|                  |            |    |
|------------------|------------|----|
| サステナビリティ委員会メッセージ | SDGs/ESG理念 | 42 |
| サステナビリティ推進体制     |            | 43 |
| マテリアリティ（重要課題）    |            | 45 |
| 環境               |            | 46 |
| 社会               |            | 49 |
| ガバナンス            |            | 52 |

## 06 企業情報

|          |    |
|----------|----|
| 財務情報     | 58 |
| 各種機関への賛同 | 63 |
| 会社概要     | 64 |

### 編集方針

当社グループは、当社グループの持続的な企業価値創造に向けた経営および企業活動全般をステークホルダーの皆さまにより深くご理解いただくことを目的に、今回初の統合報告書を発行しました。本統合報告書においては、投資家の皆さまが特に必要とされる情報を抽出し、当社グループの目指す姿と各事業の取り組みや現状などを紹介し、それらを支える価値創造の基盤などを整理し、グループの全体像をお伝えすることに注力しました。今後もステークホルダーの皆さまのご意見を反映しながら、統合報告書の質的向上を図っていきます。

### 参考ガイドライン

国際統合報告評議会「国際統合報告フレームワーク」

### 報告対象

期間：2023年2月期（2022年3月～2023年2月末）

範囲：当社グループおよびその子会社・関連会社

数値：2023年2月末時点

### 将来見通しに対する注意事項

本報告書に記載されている意見や予測などは、作成時点での当社判断であり、リスクや不確実性を含んでいるため、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。さまざまな重要な要因により、これらの見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

01

---

# Management Philosophy

経営理念

VISION

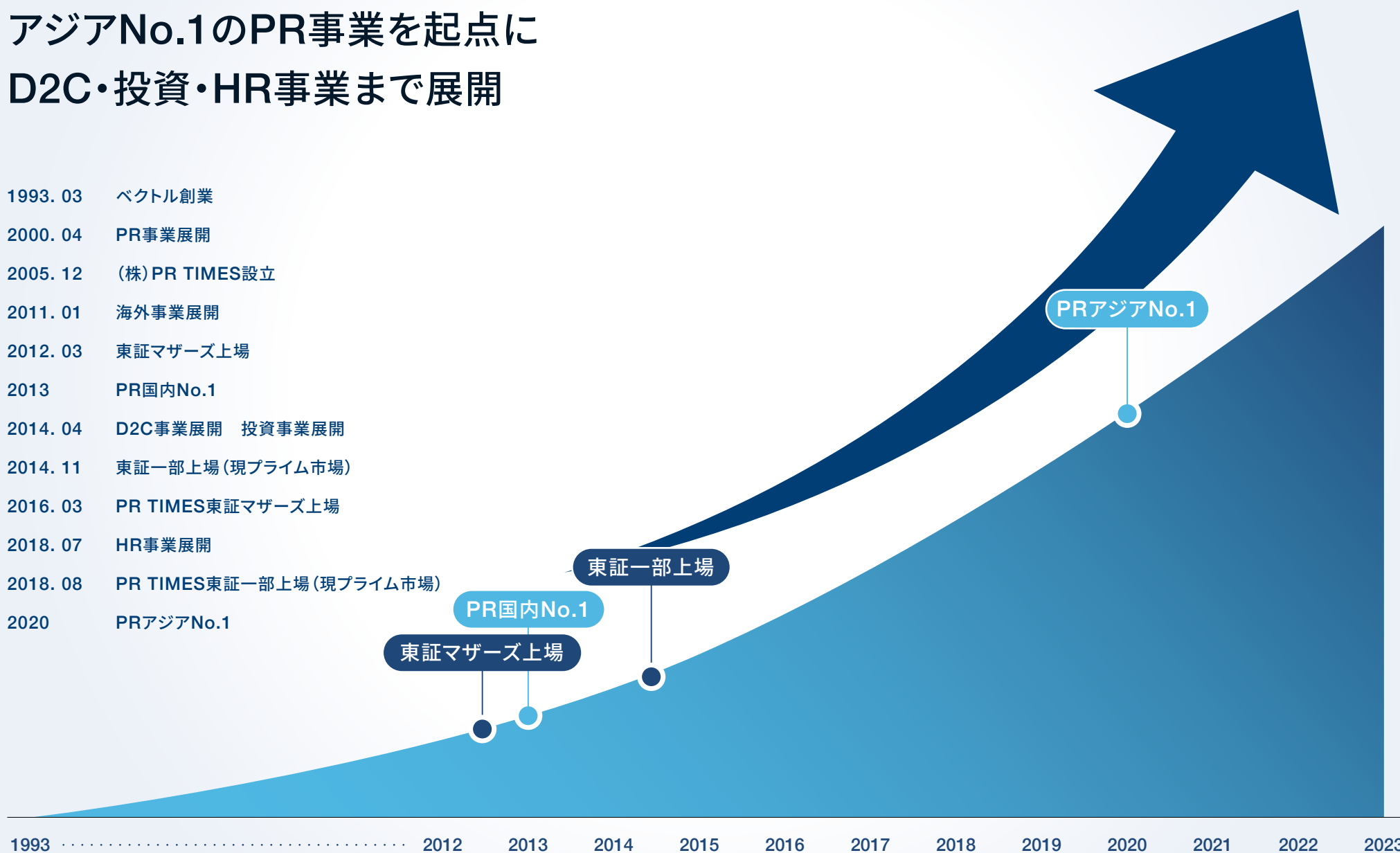
いいモノを世の中に広め  
人々を幸せに

## 沿革



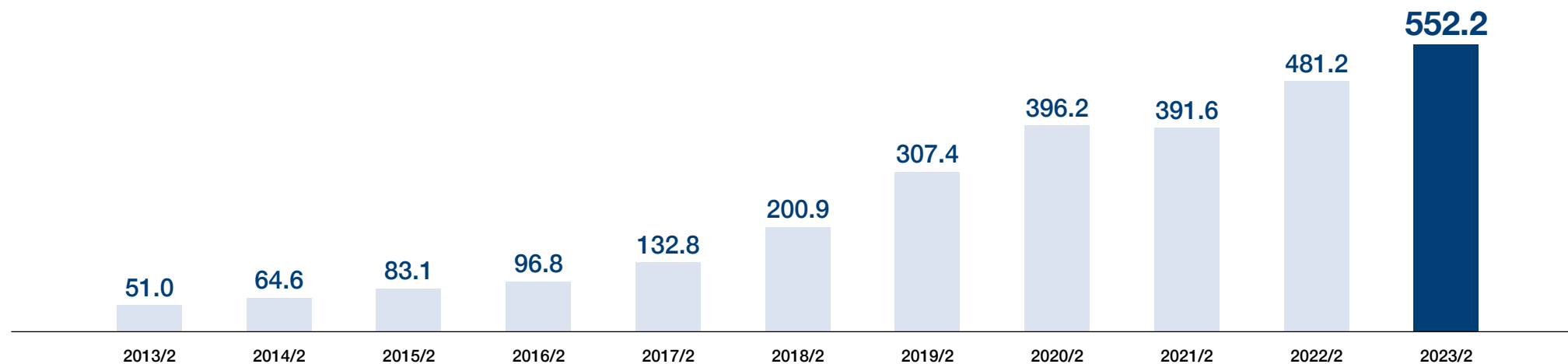
## アジアNo.1のPR事業を起点に D2C・投資・HR事業まで展開

|          |                         |
|----------|-------------------------|
| 1993. 03 | ベクトル創業                  |
| 2000. 04 | PR事業展開                  |
| 2005. 12 | (株)PR TIMES設立           |
| 2011. 01 | 海外事業展開                  |
| 2012. 03 | 東証マザーズ上場                |
| 2013     | PR国内No.1                |
| 2014. 04 | D2C事業展開 投資事業展開          |
| 2014. 11 | 東証一部上場(現プライム市場)         |
| 2016. 03 | PR TIMES東証マザーズ上場        |
| 2018. 07 | HR事業展開                  |
| 2018. 08 | PR TIMES東証一部上場(現プライム市場) |
| 2020     | PRアジアNo.1               |



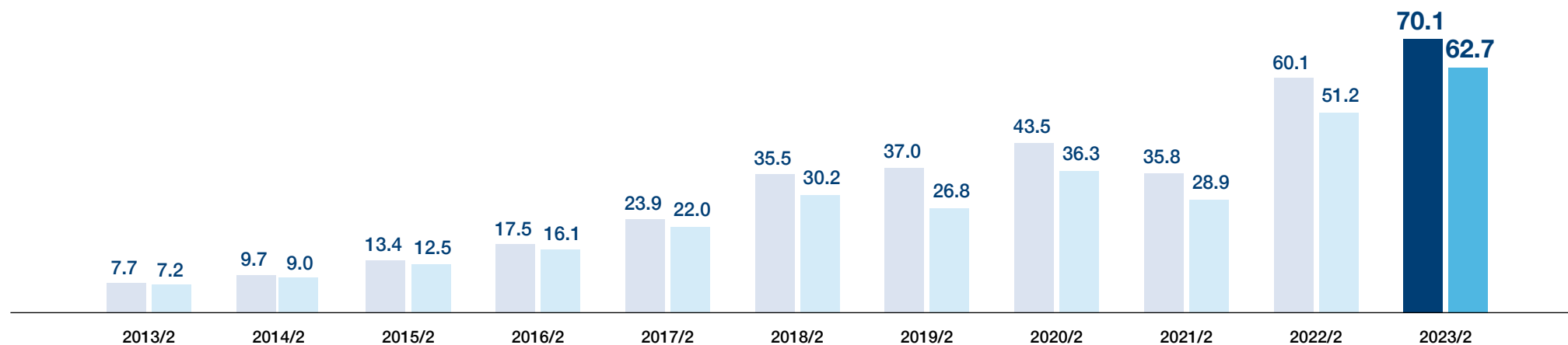
## 売上高推移

(単位：億円)



## EBITDAおよび営業利益の推移

(単位：億円) ■ EBITDA ■ 営業利益



02

---

# Top Message

トップメッセージ

## 次の10年に向け、変化を恐れず、 常に新しいことに挑戦

### 2023年2月期を振り返って

コロナ禍を経て、モノの広め方は激動に変化している中、2022年は当社にとって創業30周年という節目の年でもありました。この1年を振り返ると、モノの広め方がよりデジタルに移行し、当社の掲げる「FAST COMPANY」という戦略に時代が合致してきたと実感しております。

また、「FAST COMPANY」戦略をより強固にするため、デジタル領域のM&Aを積極的に実行するなど、次の10年に向けた成長基盤を構築できた年だったと思っております。

株式会社ベクトル  
創業者・代表取締役会長兼社長 西江 肇司



## 広告業界の「FAST COMPANY」を目指して

当社は、顧客の「いいモノを世の中に広める」ために、PRを起点とした最先端のコミュニケーション手法を低価格でシンプルかつスピーディにモノを広める「FAST COMPANY」という考えを基軸に、時代の変化に対応しながら顧客をサポートすることで事業を拡大してまいりました。

当社が狙う広告業界においては、総広告費は7兆円を突破しました。その中でも、インターネット広告費は社会のデジタル化を背景に継続して成長を続けた結果、3兆円を超え、広告市場を牽引しました。一方で、テレビ・新聞・雑誌・ラジオといったマスコミ4媒体広告費は減少傾向にあります。以前は、テレビ・新聞・雑誌・ラジオに広告を出稿していればモノが広まる時代でしたが、インターネットやSNSが普及したことで、モノの広め方が劇的なスピードで変わり続けており、現在はただ広告を出せばモノが広まる時代ではなくなりました。また、広告業界は複雑な構造となっており、顧客が総合的なコミュニケーション戦略を代理店に依頼する場合、PRを依頼するのであればPR会社に、インフルエンサーを起用するのであれば、インフルエンサーマーケティング会社に、広告運用を依頼するのであれば広告運用会社にと、複数の関係者が絡むことで、顧客にとってはトータルコストが高くなる傾向になるだけでなく、コミュニケーションにおいても手間がかかることとなります。

当社は、市場環境の変化にいち早く対応しながら、顧客に合ったコミュニケーション戦略をワンストップで提供できることが強みであります。当社は、PRを得意とする子会社、インフルエンサーマーケティングを得意とする子会社、SNS運用や広告運用を得意とする子会社など、今の時代に適したモノの広め方をするために必要なインフラをすべて完備しております。そうすることで、顧客にとって低価格でスピーディなコミュニケーション戦略を実現しております。直近では、社会のデジタル化が加速していることを踏まえ、デジタル領域を中心に積極的なM&Aを実施し、モノを広めるためのインフラを拡充することで、当社の「FAST COMPANY」構想を強化しております。変化を恐れず、常に対応し続けてきたからこそ、PRグローバルランキングでアジア1位、世界7位までの規模となることができました。これからも、時代を見据えたコミュニケーション戦略を確立し、広告業界の「FAST COMPANY」として、顧客にとって最良なモノの広め方を提供していきたいと考えております。

## 次の10年に向けた成長への取り組み

当社は、「FAST COMPANY」という考えのもとモノを広める支援を図る「PR COMPANY」領域を主軸としながら、顧客の成長支援を加速するため、人事・採用面の支援を図る「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」と全部で4つの事業領域を展開し、継続したグループの拡大を目指しております。主要事業と関係のない事業展開に見えますが、すべての事業が密接に絡み合い、主要事業の強化に繋がっております。

まず、「COMPANY FACTORY」領域においては、生活者に直接モノを販売する事業である「D2C」と領域拡大に繋がる「新規事業」を展開しております。インターネットで直接モノを買う時代になり、生活者の購買プロセスを把握することは事業を行う上で不可欠といえます。その意味でも、「D2C」事業を展開する意義はありますが、何よりも顧客のモノを広めるだけでなく、「D2C」のノウハウを活かして購買まで支援できるため、売上最大化まで含めた幅広い提案が可能になりました。また、時代の変化に対応するため、「新規事業」にて、時代に合ったモノの広め方を提供するために必要な事業を作り上げ、常にPRを起点とした最先端のコミュニケーション手法を確立し、提供できる体制を構築しております。



次に、「HR COMPANY」領域においては、企業に対して人事評価制度の導入や人事評価クラウドサービスを中心に提供する「人事評価」事業、採用活動の入り口に求職者と企業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ーなマッチングを実現する「採用支援」事業を展開しております。

言うまでもなく、企業が継続的に成長するためには、優秀な人材の採用・育成が必要不可欠です。2021年から「採用支援」事業を手掛ける「JOBTV」は大きな可能性を秘めており、当社事業の柱の一つになると考えております。デジタル化が急進し、動画の活用が浸透している中、私が学生の頃から就活市場は大きく変わっていないため、「動画」という変化を加えることでこの市場に風穴をあけることができると考えております。実際、「JOBTV」の開始以降、求職者・企業双方の声を聞き大きな手応えを感じているため、より一層のサービス強化を図ってまいります。

また、企業の採用強化には、企業の魅力を適切に伝える必要があり、当社はその魅力を適切な人に「PR」を用いて効果的に伝えることができます。「HR」領域を展開することで、そういったシナジーも生まれております。当社は、モノを広める「PR」だけでなく、企業の成長に不可欠な「HR」まで手掛けることで、付加価値を高めております。

最後に、「INVESTMENT」領域においては、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」と「IR」を合わせたバリューアップサポートを実施する「投資」事業を展開しております。これまで、200社以上のベンチャー企業に出資し、28社がIPOを実現し、その後もIRをはじめとしたグロースへの支援を行っています。政府が、官民を挙げてのスタートアップ支援強化を打ち出していることもあり、ベンチャー企業は今後も増加していくと見込んでおります。当社であれば、出資だけでなく、「PR」・「IR」も支援できるという強みがあるため、主要クライアントである大企業だけでなく、ベンチャー企業にも顧客層を拡大することができます。また、最先端の事業を行うベンチャー企業に出資することで、どのような事業が成功するのか、どのようなモノの広め方を求めているのかを把握できるため、当社の事業領域すべてに還元され、当社ならではのシナジーが生まれております。

これらのことから、4つの事業領域はすべてが密接に絡み合い、主要事業の強化はもちろん、当社ならではの付加価値の向上に繋がっております。次の10年に向けた成長を見据え、この4つの事業領域から生み出されるシナジーを活かして事業領域を強化するとともに、変化を恐れず、常に新しいことに挑戦してまいります。

## いいモノを世の中に広め人々を幸せに

当社は、「いいモノを世の中に広め人々を幸せに」を企業理念とし、創業当初から社会にさまざまな価値を提供してまいりました。現在では、幅広い事業を展開し、クライアント、パートナー、株主の皆様、社員含めさまざまなステークホルダーと関わり、人々の生活や社会に大きく関与しているため、我々の社会的責任、使命は大きいと考えております。昨今、コロナウイルスの影響やデジタル化で、事業環境が大きく変化し、気候変動・環境問題も深刻化する中、企業としての社会的責任を果たし、SDGs視点を持ったサステナビリティの活動に取り組むことは、長期的な企業の成功のためにも欠かすことができません。当社だからこそ提供できる価値、活動を模索し、これからも常に新たなことに挑戦し続けることで、持続的な成長を目指してまいります。引き続き、当社へより一層のご支援を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

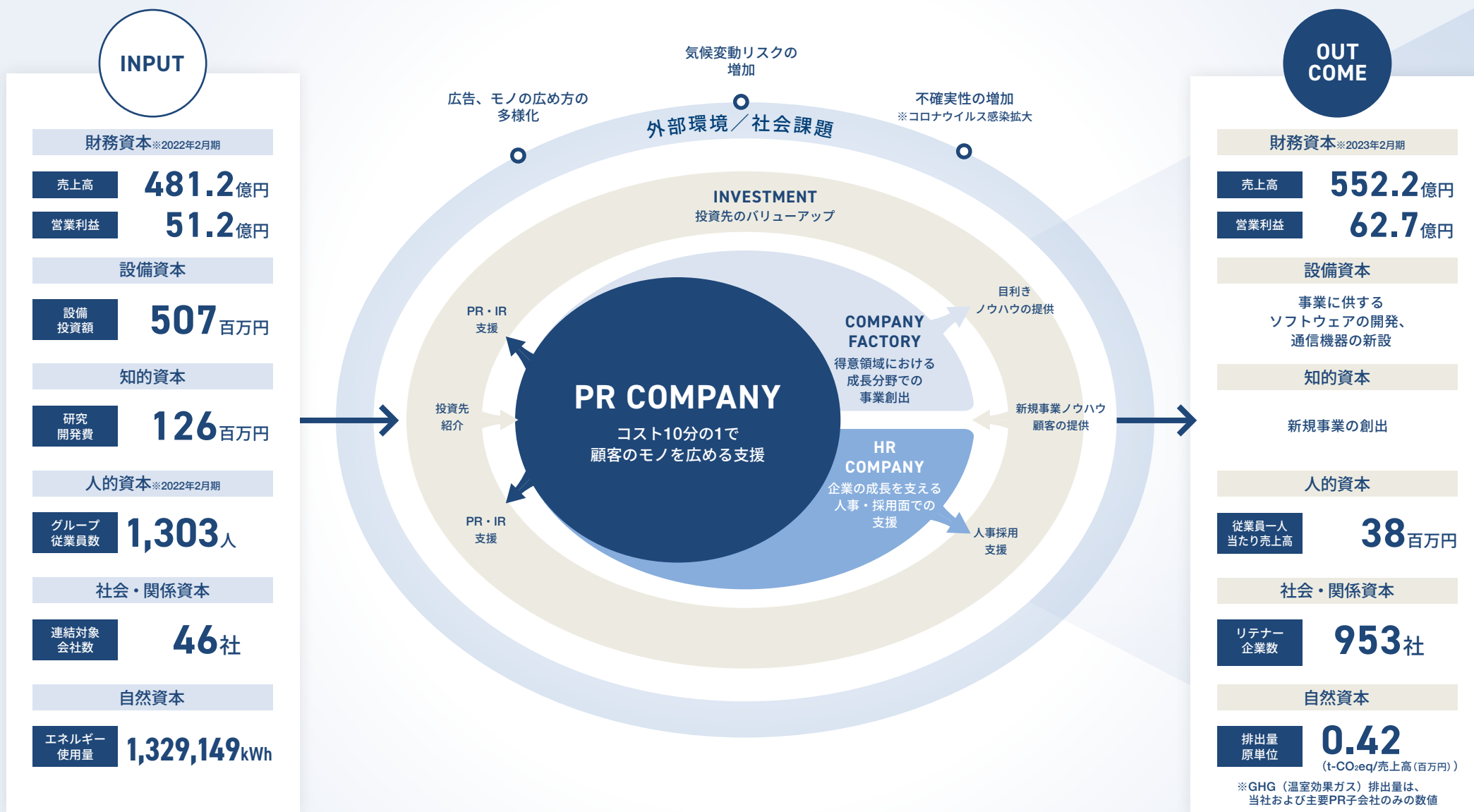


03

---

# Value Creation Story

価値創造ストーリー



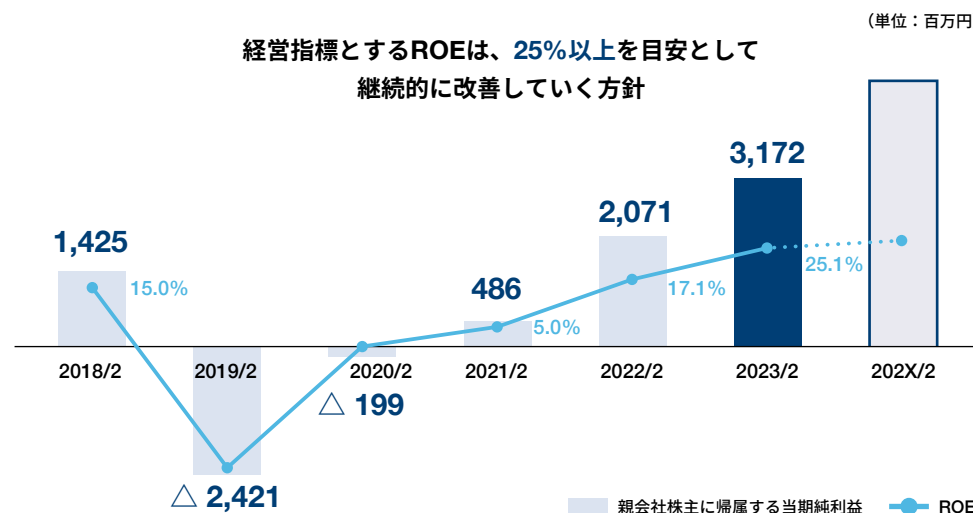
## 中期利益計画

| 中期利益計画<br>(単位：百万円) | 2023年2月期<br>(実績) | 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             | 7,013            | 7,920            | 9,160            | 10,660           |
| 営業利益               | 6,276            | 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。
- ・ROEにつきましては、**25%以上**を目安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。
- ・今後の市場状況および実績等を踏まえ、中期利益計画を適宜アップデートしてまいります。

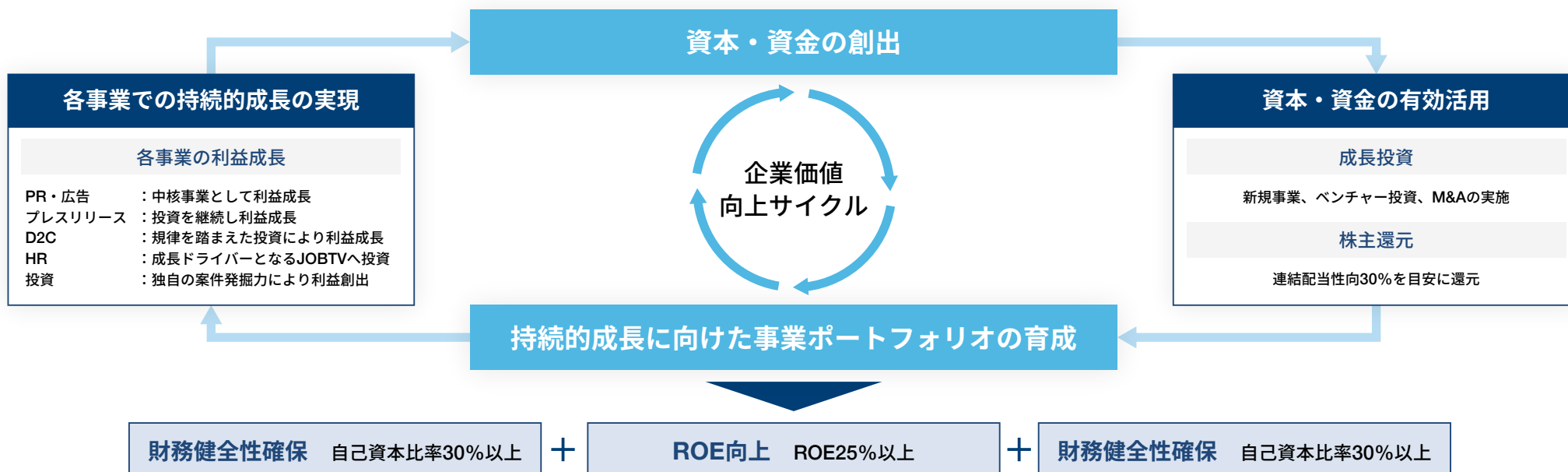
※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

## ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移



## 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のアロケーション



04

---

# Management Strategy

經營戰略

## グローバルPR企業ランキング

## アジア1位・世界7位

※PProvoke

| 2023 | 2022 | Agency                         | HQ     | Fee Income<br>2022 (\$) | Fee Income<br>2021 (\$) | Staff | Growth<br>vs<br>2021 (USD) | Growth<br>vs 2021<br>(Constant<br>Currency) |
|------|------|--------------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|-------|----------------------------|---------------------------------------------|
| 1    | 1    | Edelman <sup>nb</sup>          | USA    | 1,079,738,000           | 984,921,000             | 6,433 | 9.6%                       | 9.6%                                        |
| 2    | 2    | Weber Shandwick <sup>nb</sup>  | USA    | 920,000,000             | 860,000,000             |       | 7.0%                       | 7.0%                                        |
| 3    | 3    | BCW                            | USA    | 840,000,000             | 772,000,000             |       | 8.8%                       | 8.8%                                        |
| 4    | 4    | FleishmanHillard <sup>nb</sup> | USA    | 750,000,000             | 680,000,000             |       | 10.3%                      | 10.3%                                       |
| 5    | 5    | Ketchum <sup>nb</sup>          | USA    | 600,000,000             | 550,000,000             |       | 9.1%                       | 9.1%                                        |
| 6    | 7    | Real Chemistry <sup>nb</sup>   | USA    | 555,000,000             | 475,000,000             | 1,977 | 16.8%                      | 16.8%                                       |
| 7    | 14   | Vector                         | Japan  | 494,080,000             | 292,400,000             | 1,421 | 69.0%                      | 69.0%                                       |
| 8    | 6    | Brunswick                      | UK     | 454,718,000             | 469,125,000             | 1,250 | -3.1%                      | 8.1%                                        |
| 9    | 9    | MSL                            | France | 425,000,000             | 387,000,000             | 2,110 | 9.8%                       | 9.8%                                        |
| 10   | 8    | FGS Global <sup>nb</sup>       | USA    | 421,000,000             | 390,000,000             | 1,099 | 7.9%                       | 7.9%                                        |

出所：PProvoke media 2023 Global Rankings



PR業界  
アジアNo.1から

PR業界  
世界No.1へ

広告業界の  
FAST COMPANYへ  
7兆円の  
広告市場を開拓

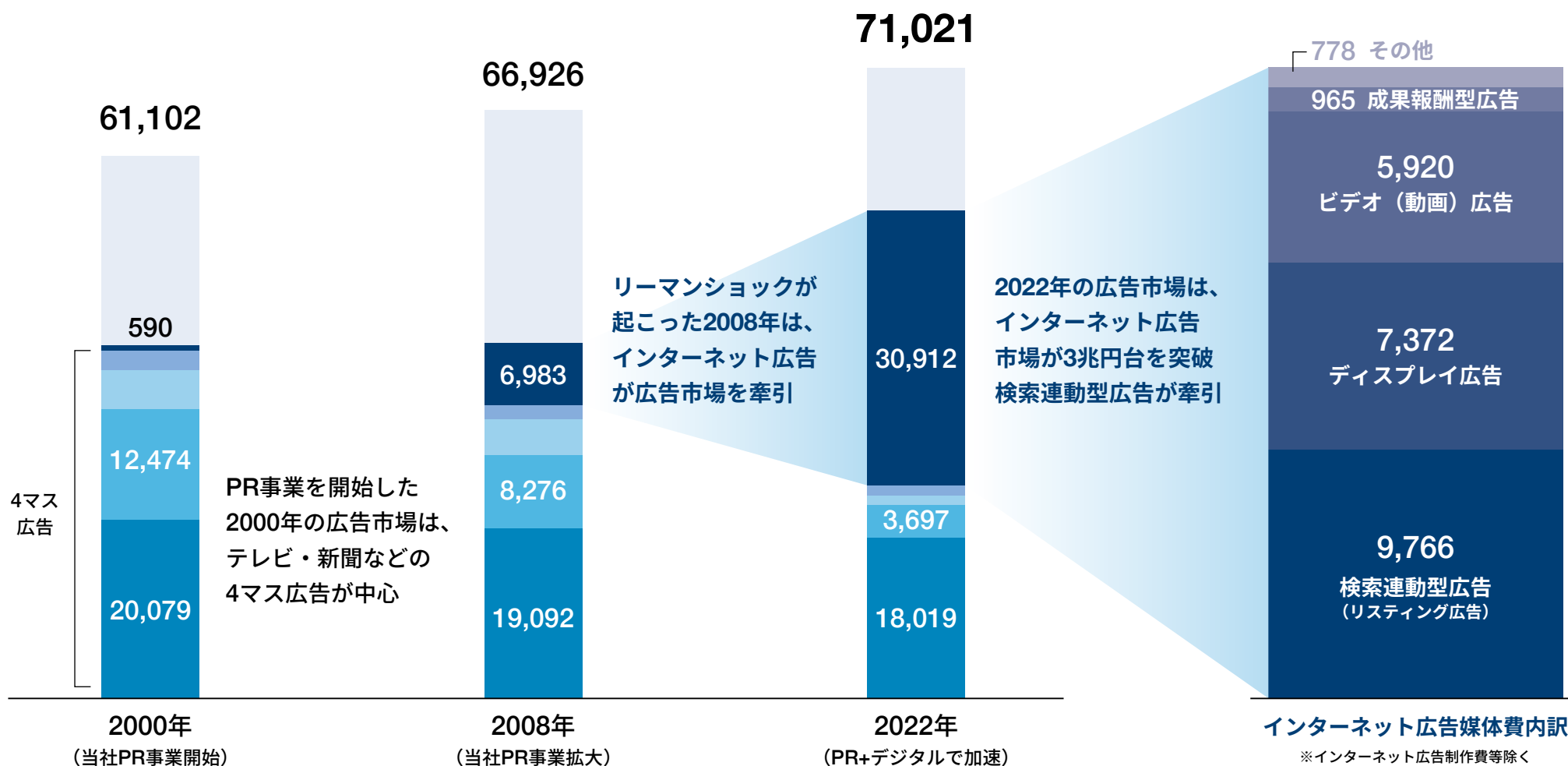
# 広告業界のFAST COMPANYへ “Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

## 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

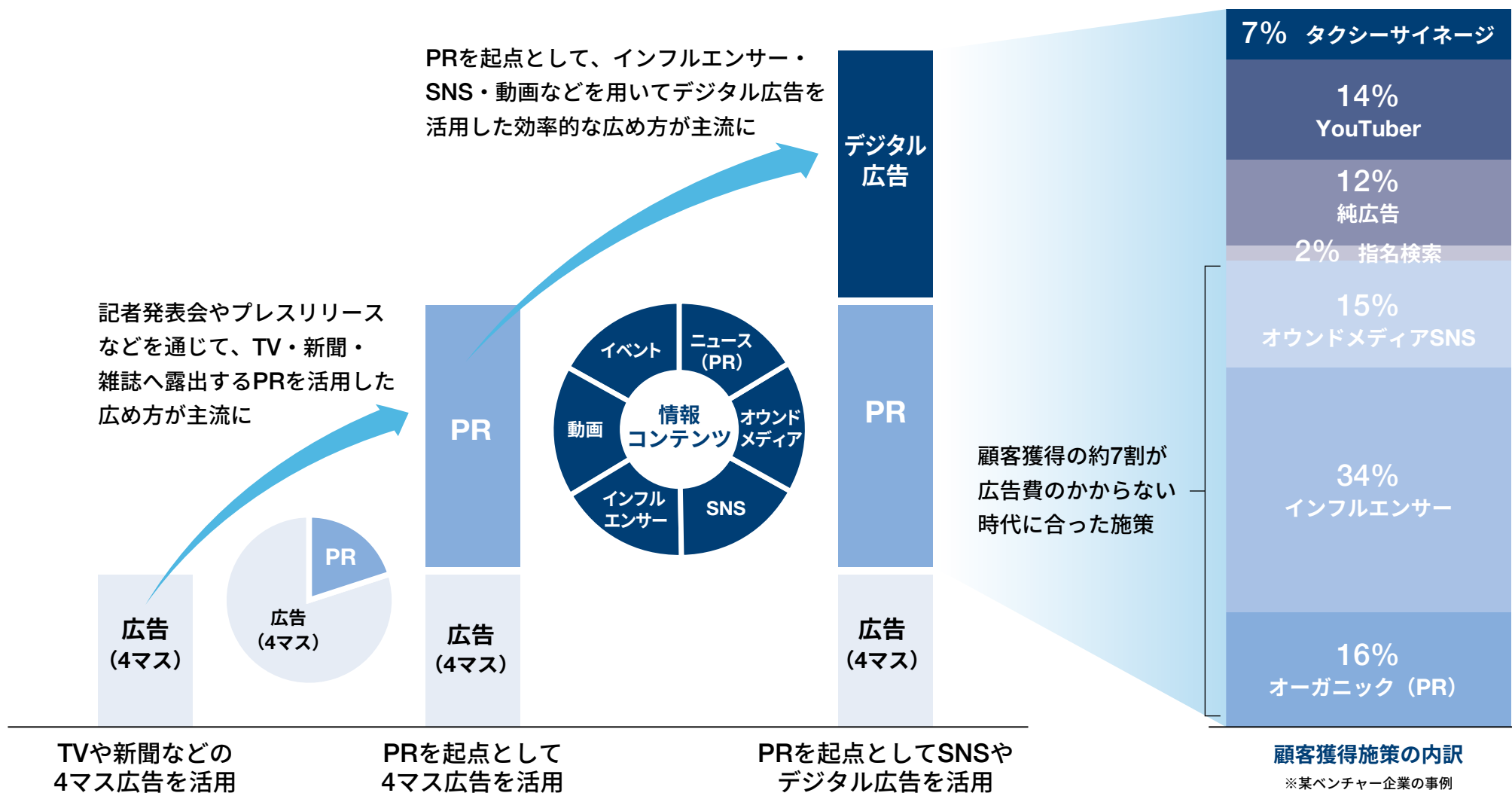
単位：億円

■ テレビ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ ラジオ ■ インターネット ■ その他（屋外・交通等）

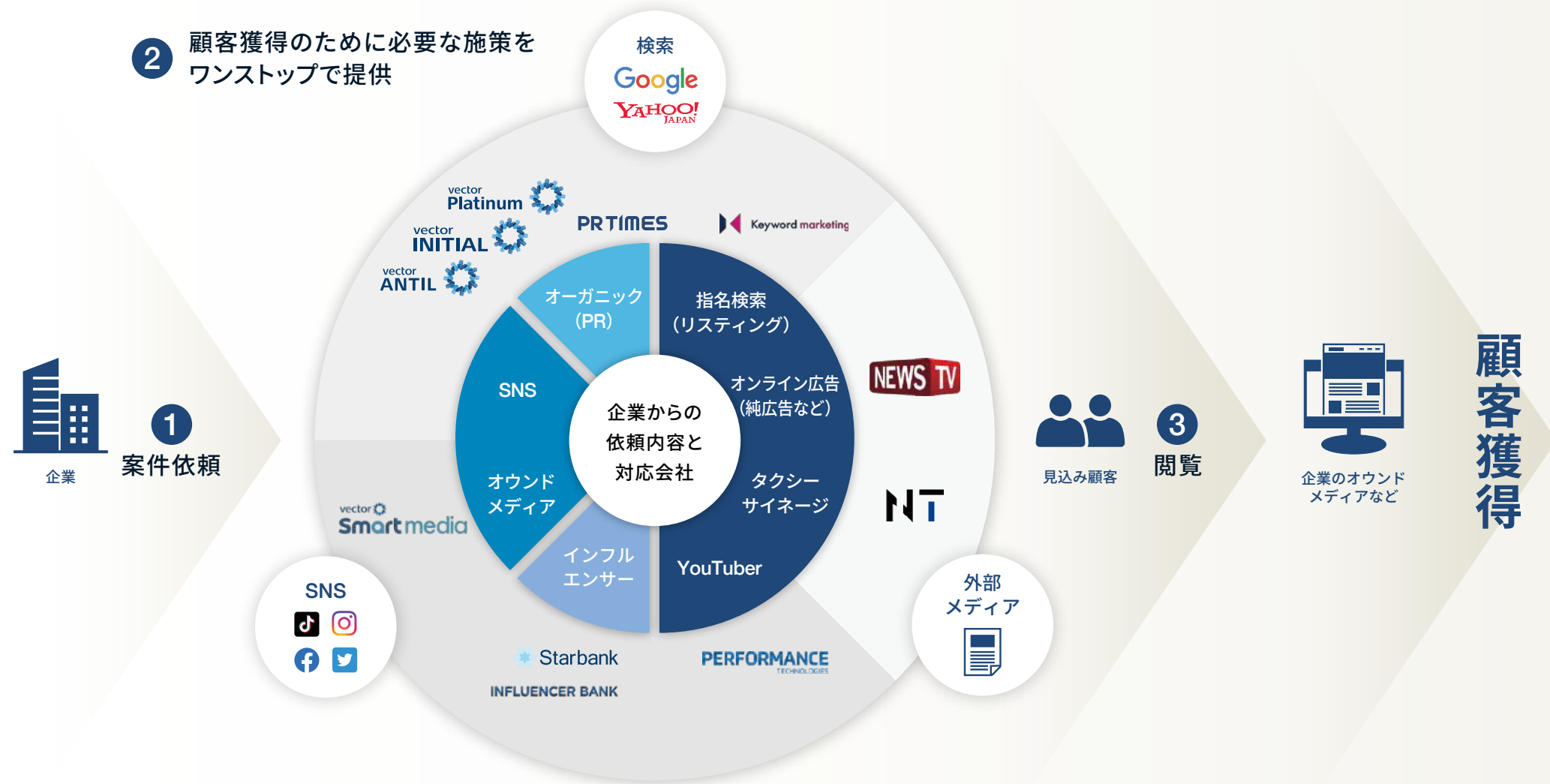
※参照：電通「日本の広告費」



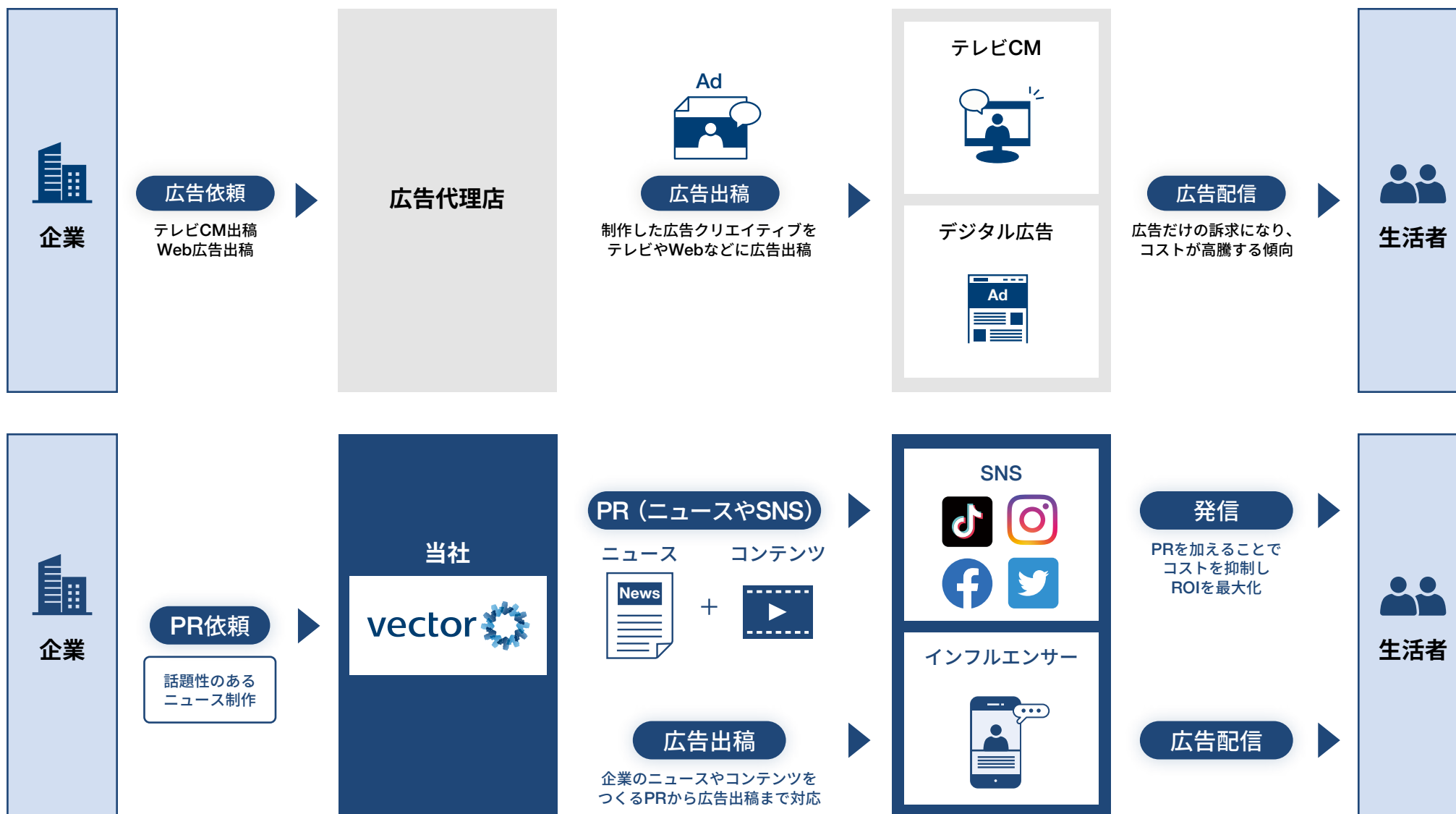
モノの広め方の変遷 現在は、PRを起点としてデジタル広告を活用し、効率的にモノを広める時代



## 顧客獲得までのフロー 企業の顧客獲得に必要な施策をワンストップで提供



## 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



「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。



プレスリリース



6万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50%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 TIMES

PRコンサルティング



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。

vector  
ANTIL

vector  
Platinum

vector  
INITIAL

ビデオリリース



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。

NEWS TV

インフルエンサー



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。

Starbank

デジタルマーケティング



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。

vector  
SIGNAL

NT

vector  
Smartmedia

リスクマネジメント



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。

BRAND CLOUD

0円

50,000,000円/年

## 「FAST COMPANY」構想の基盤強化

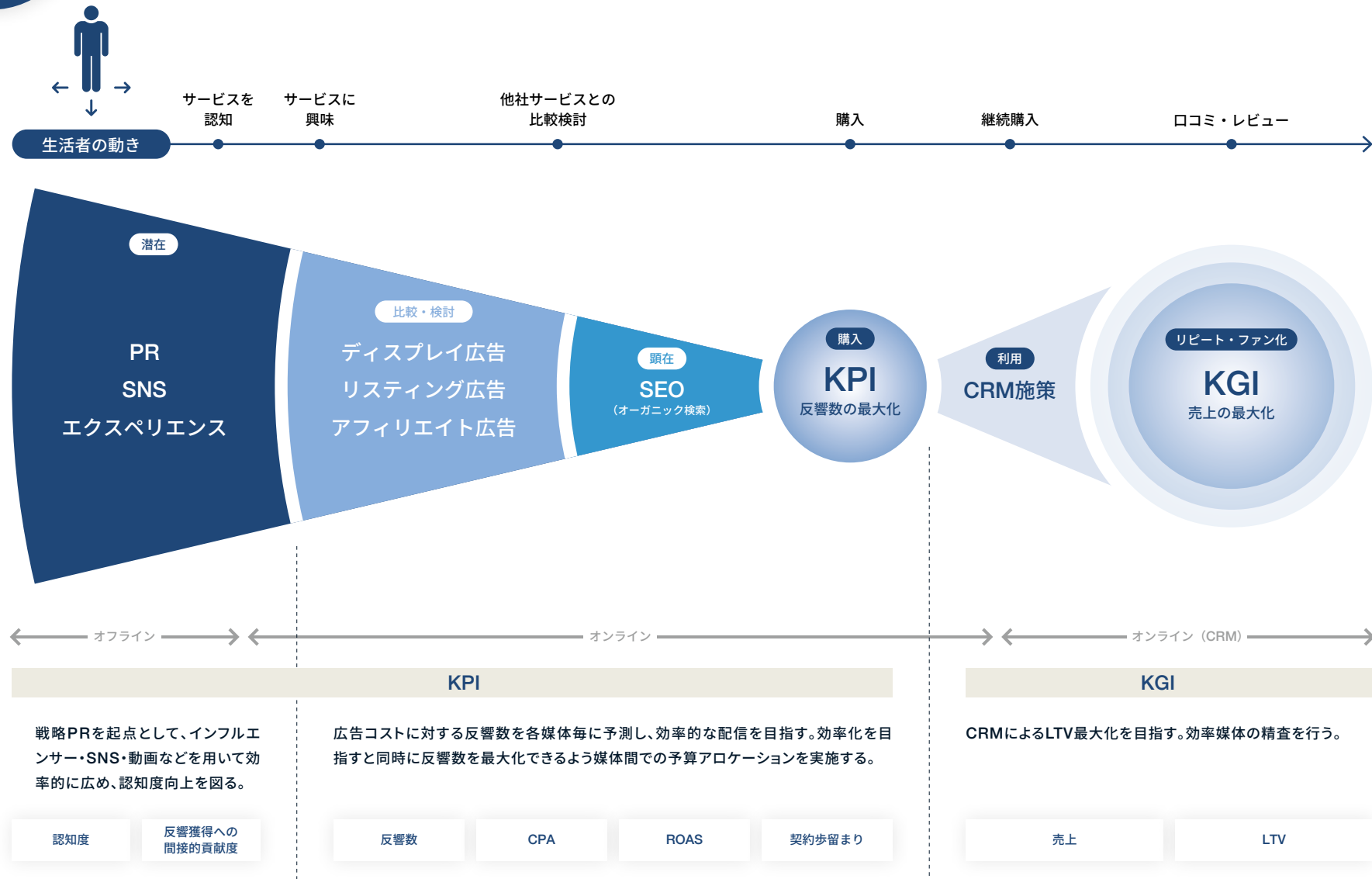
# 「FAST COMPANY」構想の 基盤強化を実現する 2つの重点項目



# 1 M&A

## デジタルマーケティング事業取得によるシナジー

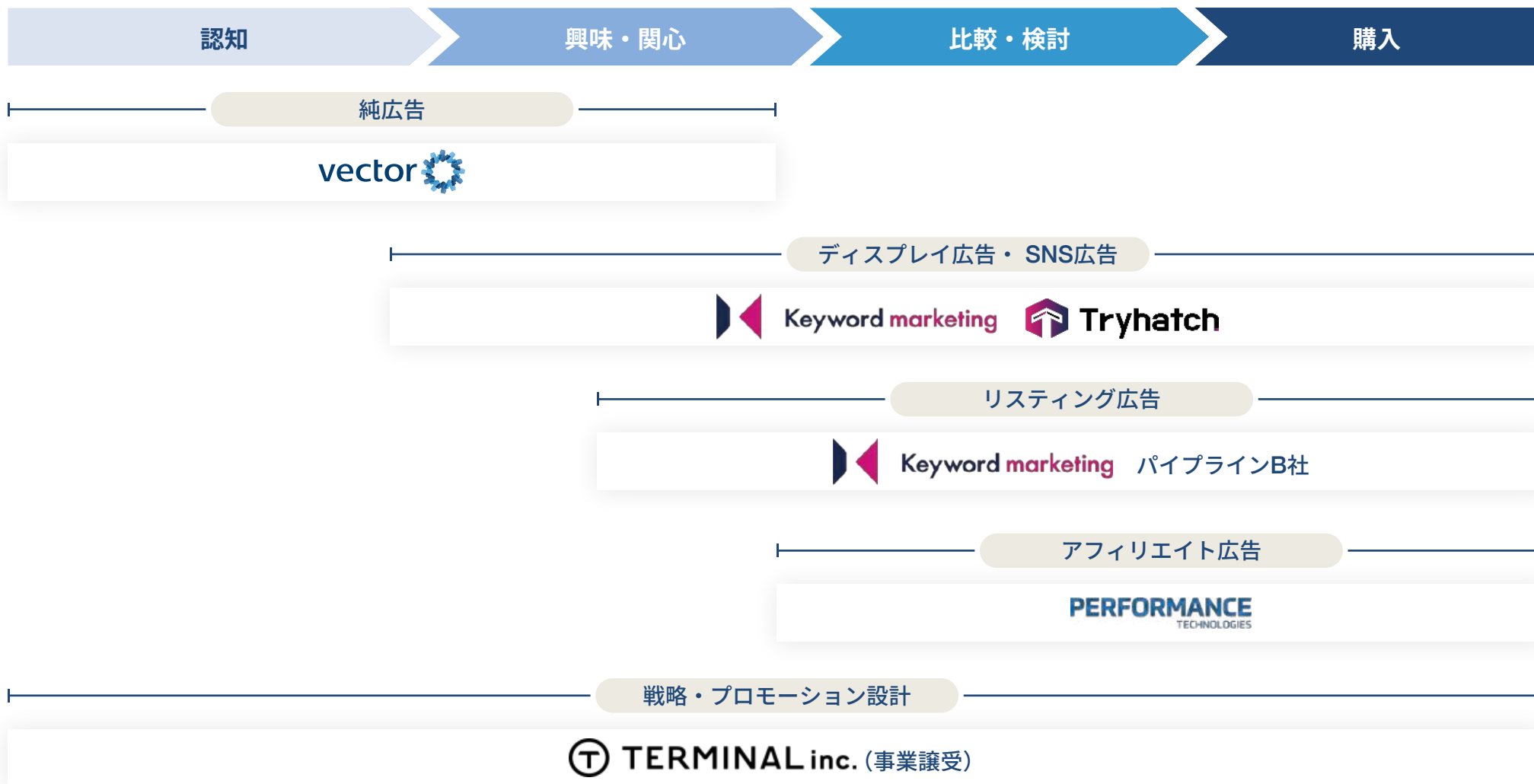
戦略設計やリスティング広告の運用を得意とする会社(事業)を取得したことで  
従来よりも戦略PRを起点に売上の最大化を目的としたデジタル施策の提供が可能



# 1 M&A

## 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



# 1 M&A

## 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（小規模案件）  
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  
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  
上場企業のグループ会社として求められる内部統制を構築

## 2 VCxPR

### ベンチャー投資による顧客拡大

スタートアップ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投資を加速

主要クライアントである大企業だけでなく、スタートアップ企業もカバーすることで顧客層を拡大

メイン顧客である大企業に加え、  
スタートアップにも顧客層を拡大

vector

時代に適した  
モノの広め方を  
いち早くサポート

出資とPR・IR支援を  
セットで提供

認知向上



露出実績



大企業

| タレントキャスティング |                                                            |         |          |                                                |               |
|-------------|------------------------------------------------------------|---------|----------|------------------------------------------------|---------------|
| Starbank    |                                                            |         |          |                                                |               |
| プレスリリース     | PR<br>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<br>マーケティング                                | リスク<br>マネジメント |
| PRTIMES     | vector<br>ANTIL<br>vector<br>Platinum<br>vector<br>INITIAL | NEWS TV | Starbank | vector<br>SIGNAL<br>NT<br>vector<br>Smartmedia | BRAND CLOUD   |



スタートアップ



IPOの実現



IPO実績

大企業をはじめとする  
社外からの案件依頼が増加

大企業の支援で培ったノウハウをもとに、  
スタートアップがモノを広めるために  
必要なサービスを提供し、成長を加速

スタートアップ企業からの  
出資およびPR・IR支援の  
依頼が増加

# 事業紹介

## 当社グループを構成する事業

### PR COMPANY

#### PR・プレスリリース・デジタルマーケ

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



PR TIMES

Smartmedia



### COMPANY FACTORY

#### D2C

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



#### 新規事業

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

MEDICAL  
TECHNOLOGIES

PERFORMANCE  
TECHNOLOGIES

INFLUENCER BANK

### HR COMPANY

#### 人事評価

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



#### 採用支援

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

JOBTV

### INVESTMENT

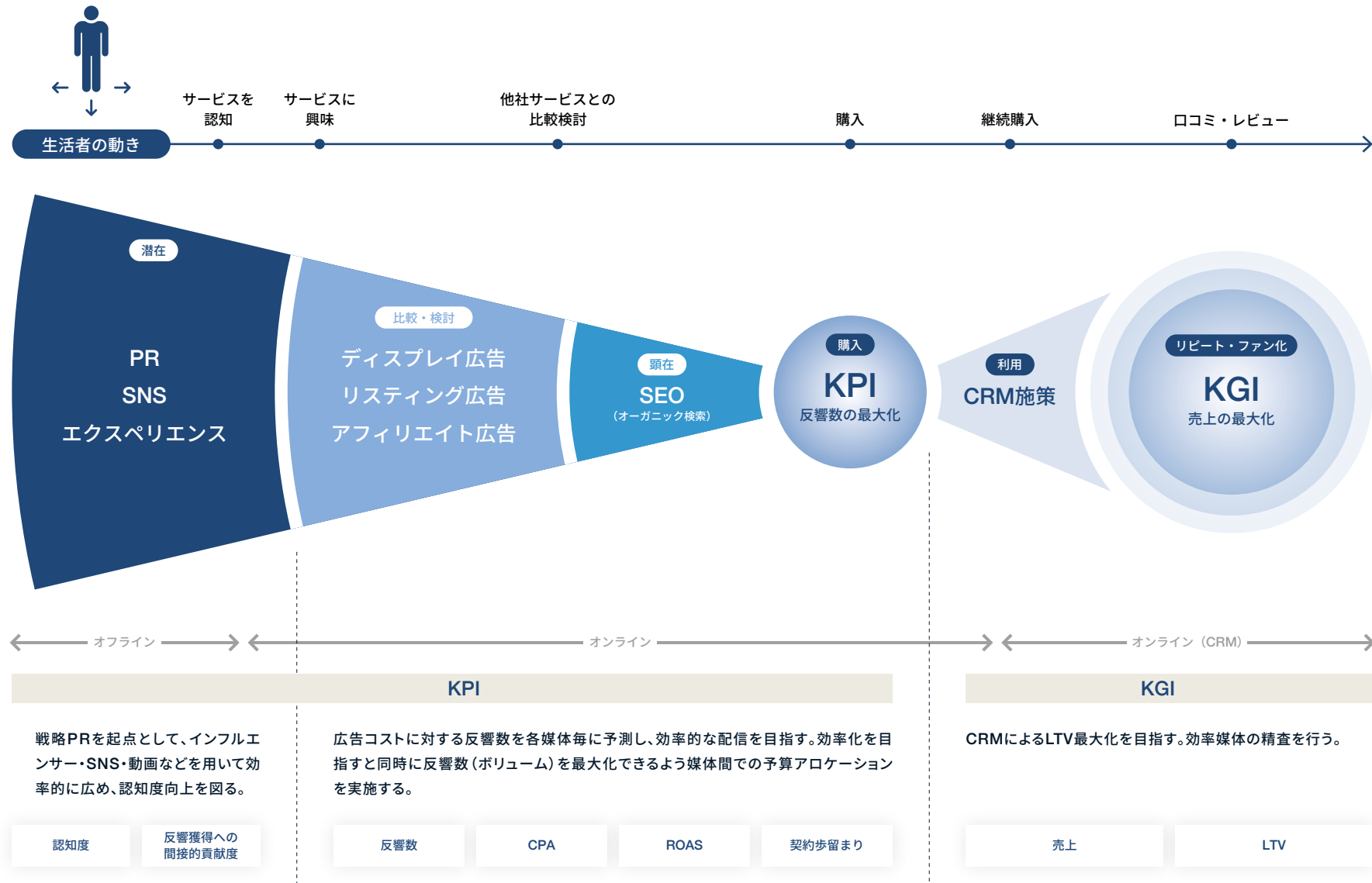
#### 投資

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



## PRを起点としたコミュニケーションサービス

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



## PR×SNS×インフルエンサー×デジタルマーケティングを効果的に活用 時代に合った当社ならではのモノの広め方を実現

### 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



#### 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

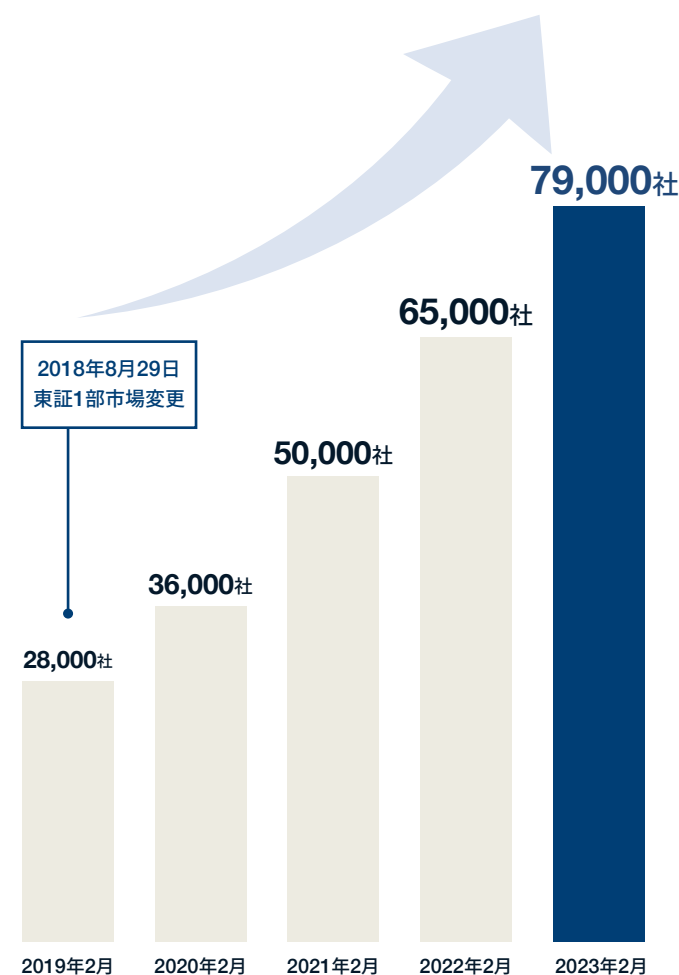
「ガチ中華」「日本初上陸」「一口肉まん」など話題となるキーワードを創出し  
PRと縦型動画を用いてメディアに露出させるとともに広告配信を通じて  
爆発的に話題化させることに成功。「ガチ中華」は2022年のトレンドに

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53%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

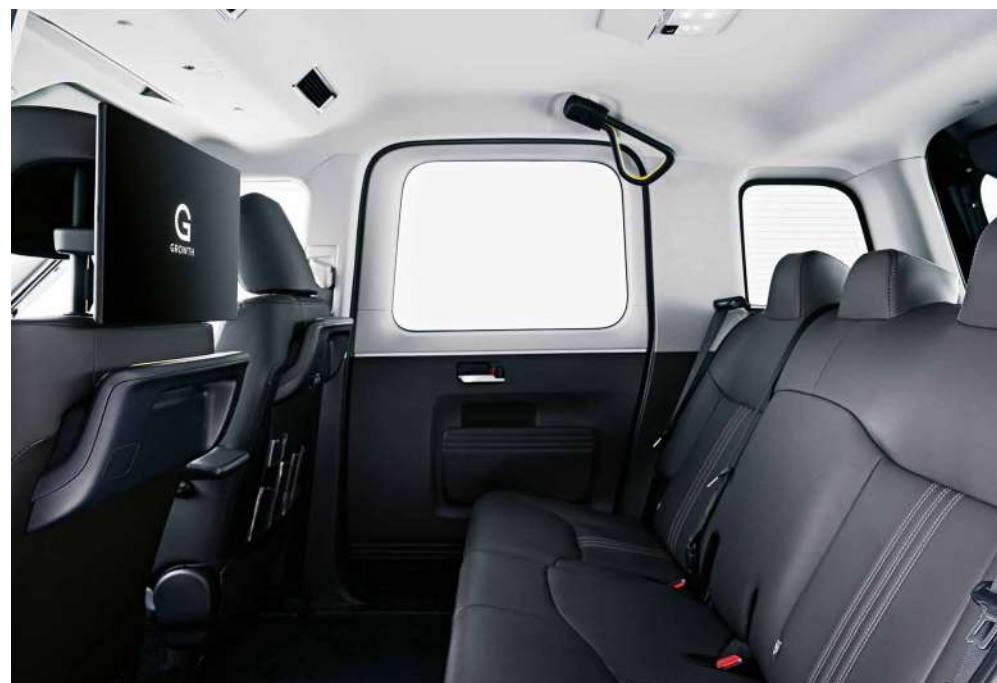
# PR TIMES 東証プライム

利用企業社数

The screenshot shows the PR TIMES website interface. At the top, there's a navigation bar with 'PR TIMES プレスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES' and a search bar. Below the navigation bar, there are tabs for '総合', 'テクノロジー', 'モバイル', 'アプリ', 'エンタメ', 'ビューティー', 'ファッション', 'ライフスタイル', 'ビジネス', 'グルメ', and 'スポーツ'. The main content area displays a grid of press releases with headlines like 'eスポーツ・サッカー大会「FIFAコミュニティシリーズ」がソニー・インタラ...', '官民連携による国内生成AI投資強化を受けて不動産DXに向けた研究開発を...', '医薬基盤・健康・栄養研究所、プランテックス、ロート製薬薬用植物の植物工...', 'Steam版「機動戦士ガンダム バトルオペレーション2」2023年5月31日...', 'ペットの飼育環境を生かす意でできるサービス「ペットのボタン」とNPO法人人...', and '【国内初】エクステディーシー（XDC）取扱い開始のお知らせ'. A sidebar on the right lists '新着プレスリリース' with items like '卵白プロテイン REVOPRO(R) から「宇治抹茶味」新発売！', '双日、「デジタルトランスフォーメーション（DX）銘柄2023」に初選定', '協力謎解きアドベンチャー「ミステリーレコード」6月1日（木）よりシーズン2開幕！新モンスター「ナポレオン」...', and '【こたみのチャンネルxヴィレッジヴァンガード】～コラボグッズ発売決定！～'. At the bottom right, there's a box titled 'プレスリリース配信サービスのPR TIMES' with statistics: '様々なメディアもユーザーも見て読んでいる！ 7,500万PV/月', '国内最多のプレスリリース件数 31,000件/月', '上場企業利用数 53%超', and '熱量や想いが伝わるコンテンツ表現力'. It also mentions 'だから取材が入る、ニュースになる、話題になる！ 企業にもメディアにも選ばれる理由は' and has a 'こちら' button.



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し、ビジネスパーソンを中心とした  
都内タクシーの利用者月間約770万人に動画広告やコンテンツを配信



## GROWTH

仕事での決裁権があり、プライベートにおいても購買力の高い層が中心。日常的な移動の中心手段としてのタクシー利用が多く、繰り返し情報コンテンツに接触。



## Canvas

乗車体験がより多彩にアップデート。車内のサイネージを自社メディアとして活用し、ブランドの世界観やサービスの魅力をさらに深く訴求することができるようになりました。



## メディア運営で培ったノウハウを活かし、オウンドメディアの制作から運用まで、 企業のコンテンツマーケティングを支援

### Ownd (オウンド) が選ばれる3つの理由

01

#### プロの編集部が伴走

貴社の課題整理をし、数値目標を明確にした上で、毎月戦略策定とコンテンツ企画を行います。



02

#### サイト制作から運用まで 一気通貫でサポート

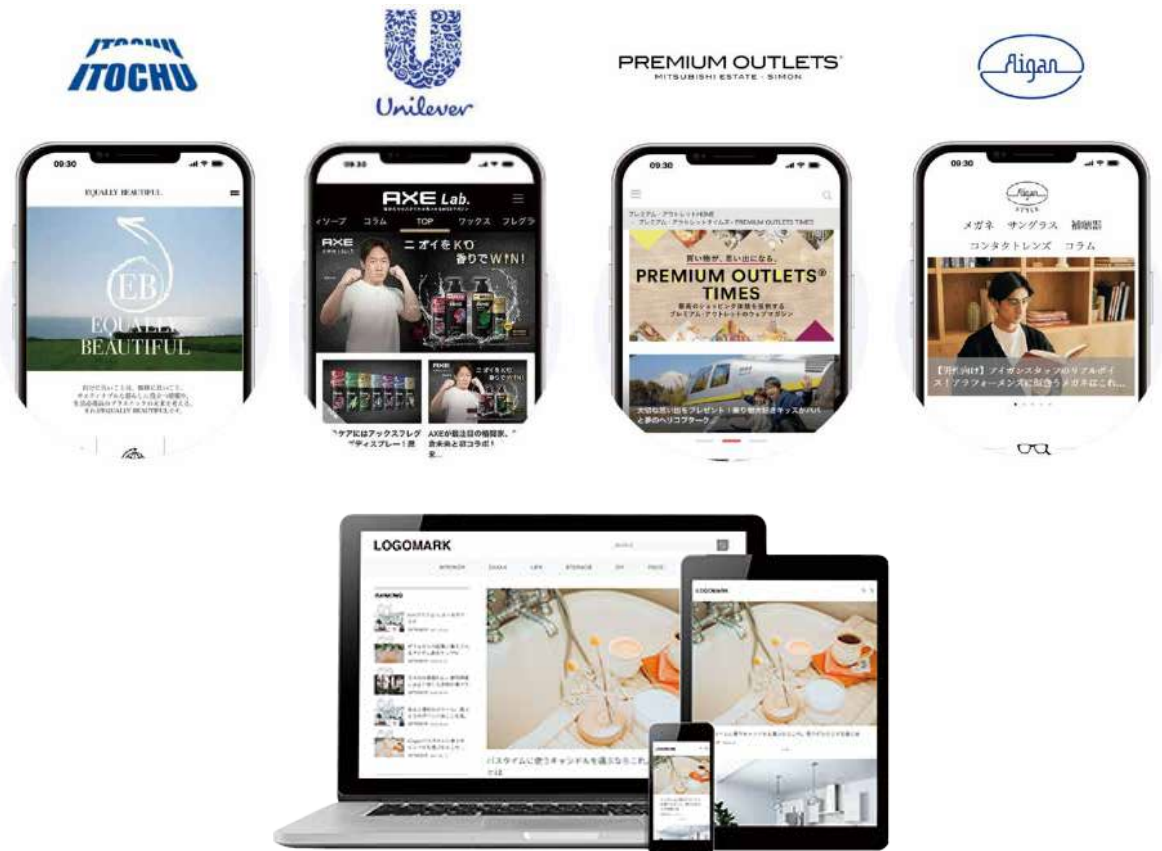
オウンドメディアの立ち上げ～日々の運営を一気通貫で行うことができるほか、自社CMSによるメディア作り、集客コンテンツを体系的にできる点などの特徴があります。貴社内にてSEO記事制作を実施する際のコンサルプランもご用意しています。

|        | スマートメディア                   | SEO 会社                   | コンテンツ制作会社          | Web 制作会社      |
|--------|----------------------------|--------------------------|--------------------|---------------|
| サイト構築  | ◎ 立ち上げからサーバー稼働まで           | ○ サーバー保守は別料金             | × サイト稼働の立ち上げは別料金   | ○ サーバー保守は別料金  |
| CMS    | ◎ 自由運用が可能なCMSを採用           | × 特定のCMSを推奨              | × 特定のCMSを推奨        | × 特定のCMSを推奨   |
| 戦略設計   | ◎ SEO・マーケティングで長期の成長をプランを設計 | × 集客のみ                   | × 集客のみ             | △ 長期の成長を計画しない |
| 運営     | ◎ SEO・広告・自社運用メディアを統合       | △ SEOのみ                  | × 集客のノウハウは少ない      | △ Web広告のみ     |
| メディアの質 | ◎ 集客はもちろん、認知向上にも役立つ        | △ SEOのみを重視し、集客に役立つ記事は少ない | △ 読み物として読まれる記事は少ない | △ 広告配信を重視した記事 |

03

#### マーケティングにおける 幅広い課題を解決

認知向上からブランディング、そして販売促進まで、マーケターの方が抱える課題を解決します。



Ownd (オウンド) とは、生活者に「見られる」オウンドメディアの構築・運営を10名以上の編集者で構成された編集チームが一気通貫で担う、オウンドメディアのフルサポートサービスです。

SEOやSNSを活用した集客はもちろん、一度サイトに訪問した方を「ファン」にするための企画・運営が得意です。

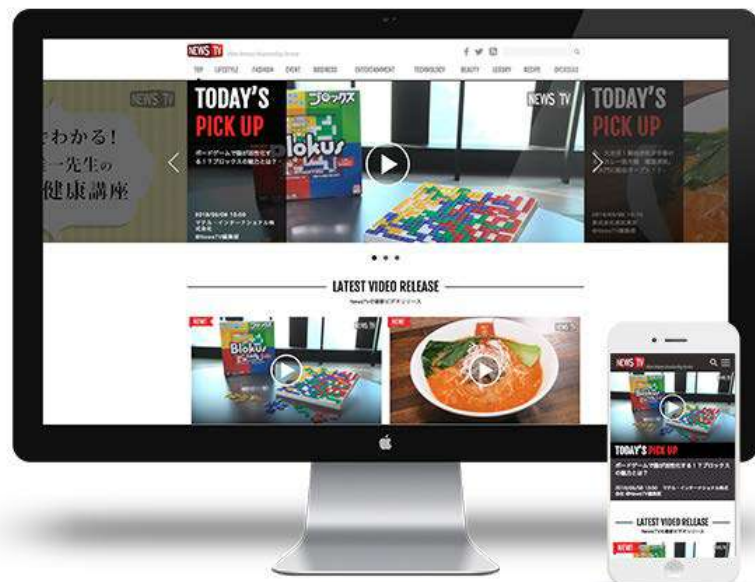
撮影から動画制作、広告配信まで一気通貫で提供し、2015年のサービス開始から累計4,000本以上の制作・配信実績と高いリピート率を誇る業界No.1のニュース動画配信サービス

動画を通じて、  
伝えたいことを伝えたい人に

ターゲットに届く「動画制作&広告配信」の一貫サービス  
それが『ビデオリリース』です。

**NEWS TV**

**累計4000本突破！**



動画の無料制作から配信までをワンストップであなたの会社や商品を、動画で伝えます。

NewsTVではビデオリリースを無償で、迅速に、そして実績値に基づき高いクオリティで制作します。さらに、独自の配信プラットフォームを通じたデータドリブンな配信運用を行い、“伝えたい人”に伝えたい情報を届けます。

NEWS TVが選ばれる**3つ**のポイント

**[01] POINT**

**動画制作費が無料！**  
制作から配信まで、  
ワンストップで手軽に導入

NewsTVでは、源泉高額な動画制作費が無料。  
更に動画制作の企画から撮影・編集・配信運用までを自社で一環。  
記者会見やPRイベントなど、財源ある情報も配信できるスピード感を実現できます。過去の配信動画の分析を基にした構成提案、制作を行いますので、ユーザーに刺さる動画を制作することができます。

**[02] POINT**

**「NewsTV Network」と  
SNSで拡散。配信対象の自由な  
カスタマイズが可能**

約4,000の法人メディアをネットワークしたNewsTV独自のビデオリリースネットワーク「NewsTV Network」でSNSで配信を行います。  
4億以上のデータを活用して様々なニーズに応じたターゲティング配信を行うことができます。

**[03] POINT**

**動画制作のプロが  
最短即日で動画を制作**

動画を制作するのは、テレビ局などで長年活躍してきた経験豊富なディレクター一隊。  
お客さまのすぐ目の届く、最短即日での動画制作・配信開始が叶います。

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

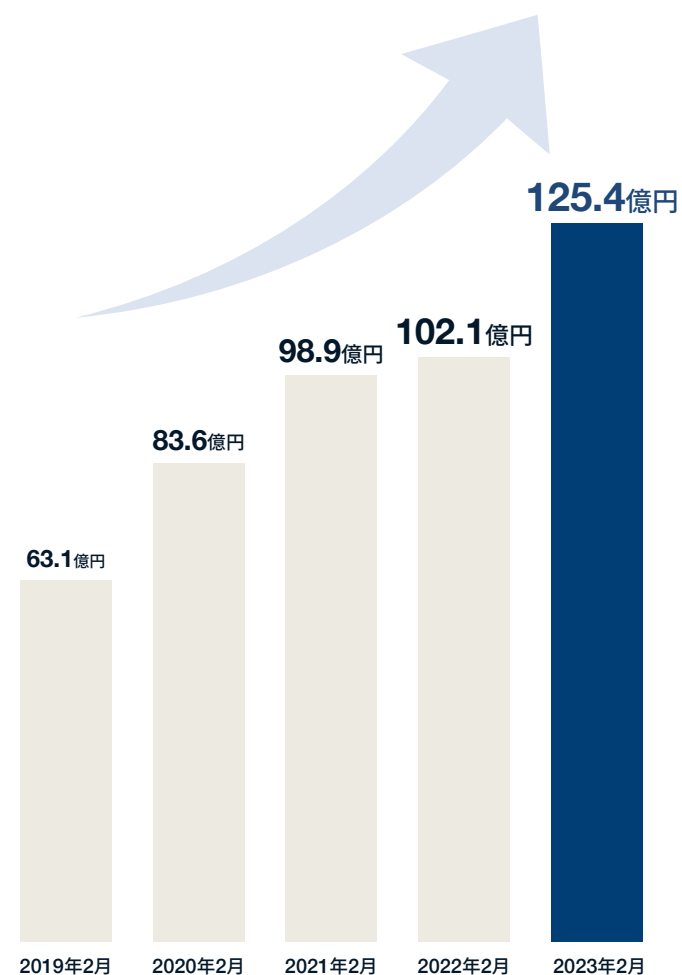


世界で唯一、ビタミンC12時間浸透を実現したパウダー  
美肌用化粧水・発毛促進剤・機能性表示食品も展開



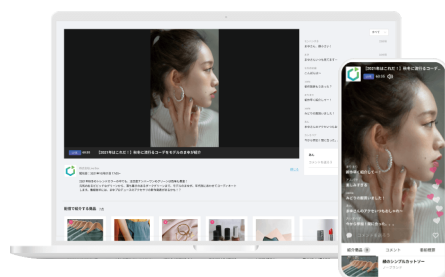
「ターミナリアファースト」は発売開始から  
好調を維持し、累計販売個数517万個を突破

売上高



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

## INFLUENCER BANK（自社でライブコマースできるくん）



企画からライブ配信、分析・改善案の提示まで  
ワンストップで支援するライブコマースサービス

### 3つの特徴

#### SNS同時配信機能



自社SNSアカウントで同時配  
信を行うことによりリアルタイ  
ムでの集客が可能

#### データ分析レポート機能



分析結果から消費者の本音を  
見つけだし今後のマーケティング  
施策に活用が可能

#### 多彩なデザインテンプレート



ライブ配信画面では企業や商  
品イメージに合う最適なデザイ  
ンの選択が可能

## Matching platform「インフルエンサーワークス」



10,000人以上のインフルエンサーと  
企業を繋ぐマッチングプラットフォーム  
商品提供のみでPR依頼し放題！  
宣伝商品数・SNS種類・依頼人数すべて制限なし

### サービスフロー



#### 企業の持っている課題

- ・ SNSでの口コミ数（UGC）を増やしたい
- ・ SNSでの認知を拡大したい
- ・ SNSアカウントのフォロワーを増やしたい
- ・ インフルエンサーに商品のレビューを取りたい
- ・ 投稿画像の二次利用を探している

#### インフルエンサーの持っているアセット

- ・ SNSアカウントのフォロワー
- ・ SNS運用のグロースノウハウ
- ・ カメラ撮影・編集のテクニック
- ・ 広報活動のコンサルティング

人事評価制度に特化した中小・ベンチャー企業向けサービスを展開する「あしたのチーム」  
日本や海外で3,000社を超える導入実績を持つ、人事評価サービスのシェアNo.1企業

シェアNo.1の人事評価システム

社員情報をクラウド上でラクラク管理

**あしたのクラウド**<sup>®</sup> HR



営業利益

社員が  
『見える』

個性が  
『分かる』

組織が  
『決まる』



社員名鑑



社員データベース



組織図

352百万円

400百万円

500百万円

648百万円

2023年2月

2024年2月

2025年2月

2026年2月

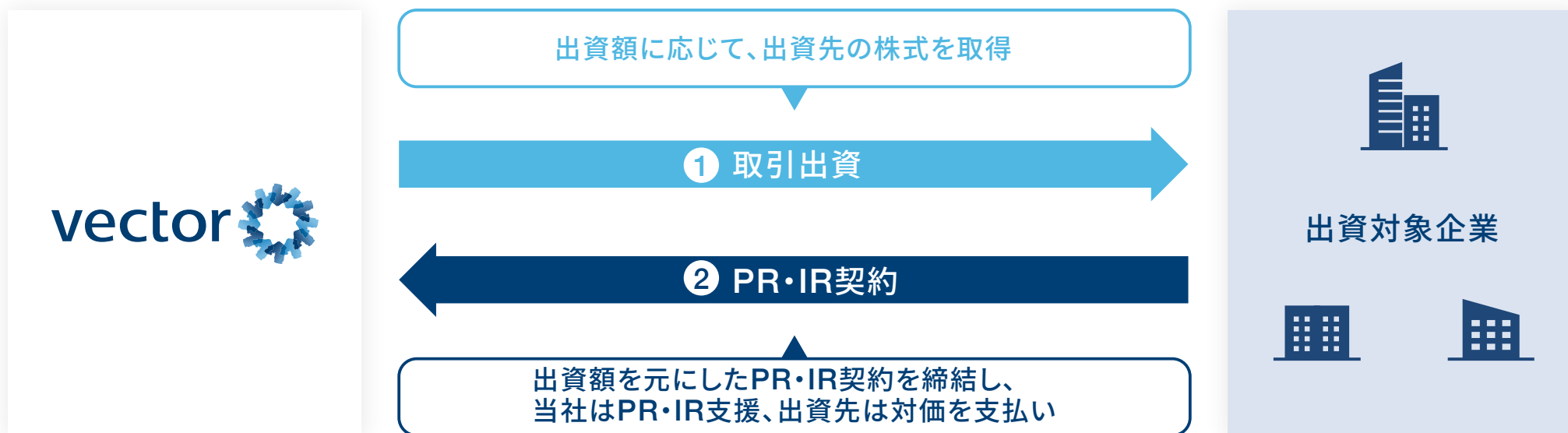
JOBTVは求職者と企業、双方が抱える課題を解決するサービス  
採用活動の入り口に動画を活用し、スピーディなマッチングを実現



参画企業1,000社以上!



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 ※IPO実績全28社 (IPO後もバックアップを継続)



05

---

# Sustainability

サステナビリティ



SDGs /ESGの必要性や取り組みの啓蒙、  
及び我々と多くの企業の取り組みを世の中に広め  
全てのステークホルダーを幸せに



当社は、創業以来の当社グループビジョンである“いいモノを世の中に広め人々を幸せに”の精神に則り、事業を通じてさまざまな社会課題の解決に取り組むことで、社会全体の持続可能な発展への貢献に努めています。

今直面している社会課題の中には、気候変動をはじめとして、ダイバーシティ、持続可能な生産と消費など、当社グループの事業活動と関わるの深いテーマがあります。こうした分野においては、グループ内リソースの有効活用を進めるとともに、さまざまなステークホルダーとの連携によって社会効果のある施策を実現していく考えです。

サステナビリティ方針としては、“SDGs/ESGの取り組みを世の中に広め全てのステークホルダーを幸せに”という理念を掲げております。当グループが提供するPRを主軸としたコミュニケーションサービスを通じて、自社だけではなく、お客様（弊グループクライアント企業）のSDGs/ESGの取り組みをサポートし、世の中に発信・届けることで、日本のSDGs/ESGの環境をよりよくすべく尽力をしなければと考えています。そのためにも、人材は欠かせません。時代の変化に合わせて働き方を変え、また多様な人材を受け入れていくことで、時代にあったサービスを提供し、社会課題を解決していければと考えております。

サステナビリティ委員会 委員長  
株式会社ベクトル 取締役副社長 兼  
株式会社プラチナム 代表取締役  
吉柳 さおり

## サステナビリティ委員会概要

## Summary

## 目的

- － 対応業務領域が複数部署をまたぐため、部署間の連携を効率化し統一するため。
- － コーポレート・ガバナンスの取り組み強化のため。

## 役割

- － サステナビリティ基本方針の策定、仕組みの構築、目標とする指標の設定/審議。
- － 必要な情報の抽出や調査を実施し、執行役員会議や取締役会へ報告・提言。

## 構成

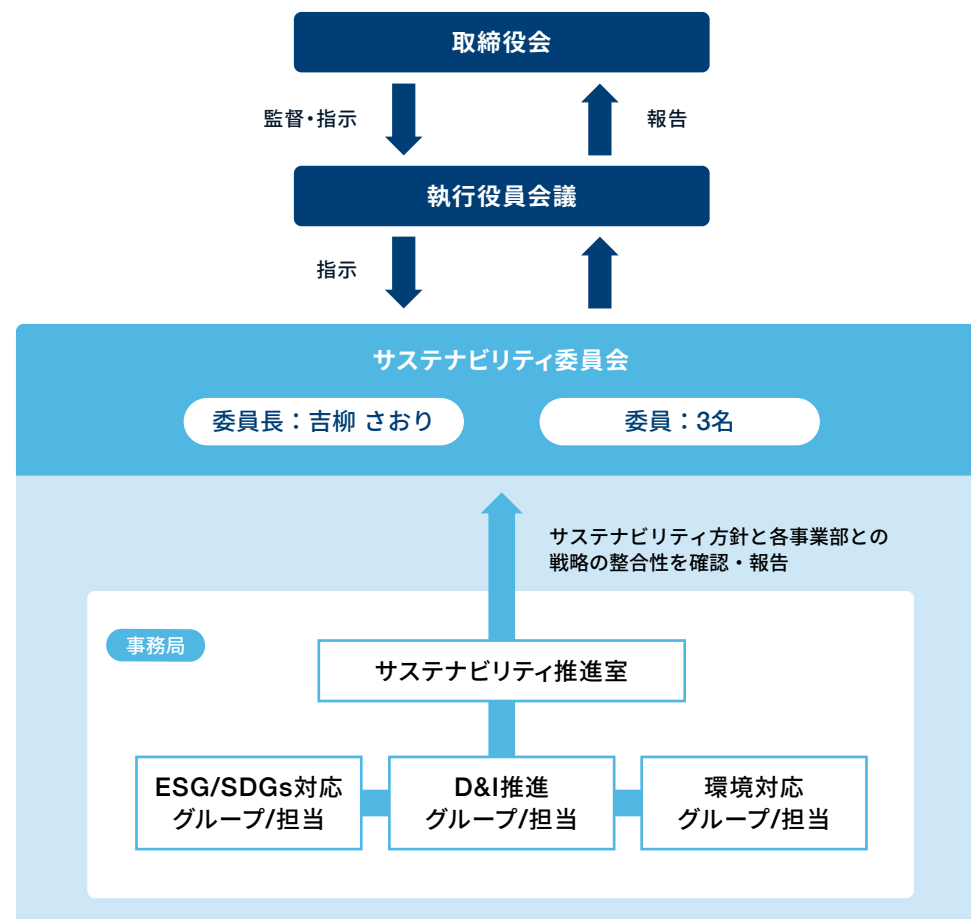
- サステナビリティ委員会は吉柳さおりを委員長として据える。
- 委員会メンバーはサステナビリティ経営への対応を目的に適切と認められるメンバーにより構成。

| 構成     | 構成員・メンバー                                                                                                                 |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 委員長    | 株式会社ベクトル取締役副社長 兼<br>株式会社プラチナム代表取締役社長<br>吉柳さおり                                                                            |
| 委員     | <ul style="list-style-type: none"><li>役員：後藤洋介</li><li>経営企画/IR：吉田信輔</li><li>法務：山田佳孝</li></ul>                             |
| オブザーバー | <ul style="list-style-type: none"><li>社外取締役</li><li>監査役</li></ul>                                                        |
| 事務局    | <ul style="list-style-type: none"><li>サステナビリティ推進室</li><li>D&amp;I推進グループ/担当：西江祐子、清水菜穂子</li><li>環境対応グループ/担当：平林裕子</li></ul> |

## サステナビリティ委員会体制図

## Structure diagram

持続可能な社会の実現に向け、サステナビリティ委員会を設置。



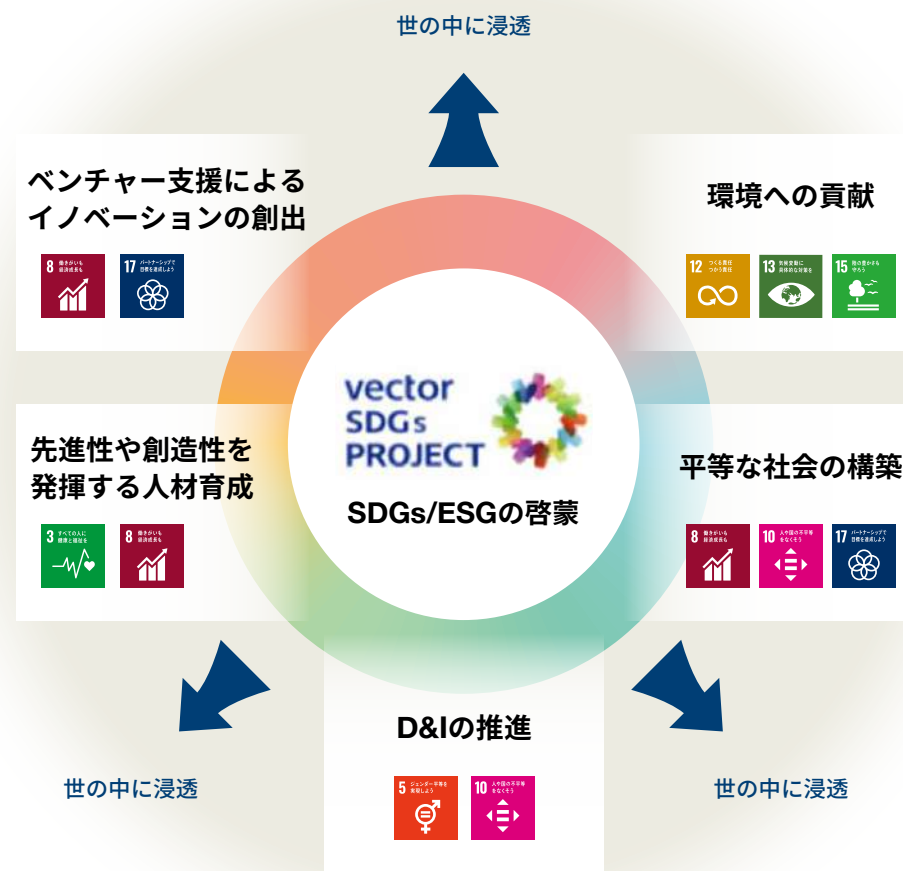
## マテリアリティ特定プロセス

Specific process



## マテリアリティ理念図

Philosophy Chart



| マテリアリティ                  | 概要                                                                                                                                                  | 取り組み実績                                                                    | SDGs 目標                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SDGs/ESG<br>PRコンサルティング   | SDGs/ESGの必要性や取り組みの啓蒙、及び我々と多くの企業の取り組みを世の中に広め、すべてのステークホルダーの幸せに貢献。                                                                                     | 2021年10月「Vector SDGs PROJECT」を発足<br>当社グループの社会課題解決に対する取り組みについて具体的なアクションを決定 |                                                                                                                                                                                |
| ベンチャー支援による<br>イノベーションの創出 | クライアントの多様なマーケティング経験を生かし、企業のイノベーションをサポート。<br>SDGs/ESGへの取り組みに積極的なベンチャー企業への投資を実施。                                                                      | 10を超える業種に対して投資を実施<br>IPO実績（合計）：28社                                        |                                                                                             |
| 先進性や創造性を<br>発揮する人材育成     | 主力事業であるPR事業を中心とした人材育成プログラムを構築。<br>導入研修、専門研修、階層研修と社員に合わせた研修プログラムを展開。                                                                                 | 研修プログラムの拡充<br>キャリアチャレンジ制度<br>社内アントレプレナー制度                                 |                                                                                             |
| D&Iの推進                   | あらゆる声が受け止められ、皆があらゆるままにいられる居場所がある「Belonging」を念頭に信頼の文化を醸成し、ダイバーシティ推進と関連させ「Diversity & Inclusion & Belonging」の実現を目指す。女性活躍推進、海外展開、多国籍なバックグラウンドの社員登用を推進。 | WEPs（女性のエンパワメント原則）への署名<br>30% Club Japanに加盟<br>社員エンゲージメント調査の実施            |                                                                                           |
| 平等な社会の構築                 | 誰もが平等に機会を与えられる社会の実現を目指す。                                                                                                                            | 出資先である「障害者雇用バンク」との連携により、障害者雇用の推進を啓蒙                                       |    |
| 環境への貢献                   | 気候変動リスクに対する情報開示を継続的に実行し、1.5℃目標に対して、計画的に取り組む。<br>社員の意識改革も推進し、持続可能な社会を目指す。                                                                            | 共同購入/ペーパーレス化の推進<br>自社排出量の算定とシナリオ分析の実施                                     |    |

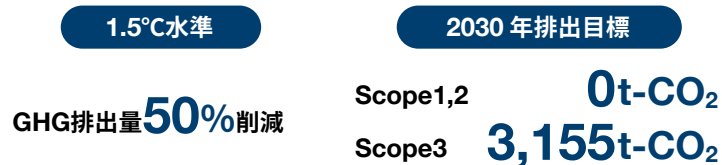
## 気候変動への対応

当社グループでは、事業活動を通じ、温室効果ガスの削減や廃棄物の削減に取り組んでいます。国内外の主なオフィスからの排出や環境負荷低減に引き続き注力し、事業効率の向上と総CO<sub>2</sub>排出量の削減の両立に努めていきます。

## GHG 排出量削減目標と削減策

### GHG排出量削減目標（1.5℃）

当社グループでは、2030年までにScope1,2の実質排出量を0に、Scope3排出量を2030年までに、2021年を基準年として50%削減することを目指して定めています。この排出削減目標を達成するため、2021年からの9年間でScope3排出量を3,155t-CO<sub>2</sub>削減できるように努めてまいります。



### GHG排出量具体的削減策（1.5℃）

2030年までに（Scope1-2：307t-CO<sub>2</sub>）の削減達成に向け、下記取り組みを実施します。

現行の社用車をガソリンからEV化していくことで直接排出量（Scope1）を削減します。また、自社で使用する電力のうち、再生エネルギー由来の電力割合を増やすことで電気使用に伴う間接排出量（Scope2）を削減します。また、非化石証書や再生エネルギー由来クレジットの購入により、排出したCO<sub>2</sub>をオフセットしていきます。以上の取り組みを実施・継続することで、カーボンニュートラルを目指してまいります。

2030年までに（Scope3:3,155t-CO<sub>2</sub>）の削減達成に向け、下記取り組みを実施します。

現在、グループ外に発注している業務を今後一部でも内製化し、効率化を図ることで排出量削減します。また、PRを通じたSDGs/ESG取り組みをサポートし啓蒙していくことで脱炭素化や排出量削減を促し、サプライチェーン全体での排出量削減に取り組めます。

上記取り組みを実施し、GHG排出量の30%削減に努めてまいります。

## 1.5℃シナリオ分析

当社グループでは、サステナビリティ委員会にて、気候変動リスク・機会の検討ならびに、評価・分析を実施しています。今回の1.5℃シナリオ分析では、地球上の気温が1.5℃上昇するような社会情勢の中で生じるリスク（移行リスク・物理的リスク）とビジネス機会に分けて分析しています。

## 想定されるリスクと機会の一覧

| リスク        |           | 指標                           |
|------------|-----------|------------------------------|
| 移行<br>リスク  | 政策・法規制リスク | CO <sub>2</sub> 排出規制         |
|            | 技術リスク     | 新規施設・機材の入替                   |
|            | 市場リスク     | コスト増・需要減                     |
|            | 評判リスク     | 製品・サービスへの悪評                  |
| 物理的<br>リスク | 急性リスク     | 自然災害による財務的影響                 |
|            | 慢性リスク     | 気温上昇による財務的影響<br>海面上昇による財務的影響 |

| 機会         |         | 指標            |
|------------|---------|---------------|
| ビジネス<br>機会 | 資源の効率性  | 交通・流通・建物の効率性増 |
|            | エネルギー源  | 低炭素エネルギー源増    |
|            | 製品・サービス | 新製品・サービスの開発   |
|            | 市場      | 新市場の登場        |
|            | 強靱性     | 省エネ・資源代替      |

## リスク

### 移行リスク

GHG排出規制が強化され、様々な技術革新や生活様式の変化が生じると想定されます。短/中期的には、原材料や電気価格の高騰による悪影響が想定されますが、長期的には変化への対応により、いずれもリスクが低下することが予想されます。

## ビジネス機会

施設・流通の効率化、低炭素エネルギー源への代替、新技術の利用などが進むと想定されます。中期的には低炭素燃料コストが低下し、情報通信業もメリットが大きくなると期待されます。また、事業の一つであるデジタルサイネージやDX化の事業は物質循環を削減することができる意味で、環境配慮型サービスであり、機会増が予見されます。

### 物理的リスク

GHG排出規制が強化され規制強化、技術や生活様式などの変化により、気候変動の物理的悪影響はある程度抑制されると想定されます。そのため、短/中/長期的にも大きなリスクは予見されません。

## 共同購入やペーパーレスによる環境負荷低減を推進

東京本社および各子会社では、資源の有効活用と分別廃棄に対応した、各種文房具の共同購入を推進しています。また、社内での各種ミーティングや会議は、基本的に資料やデータはプロジェクターやモニターで共有する「ペーパーレス」を推進しています。また、コロナウイルスの感染拡大によって、クライアントとの打合せやプレゼンテーションもオンラインで行う機会が増え、ペーパーレスが普及いたしました。（2020年度→2021年度対比 55%減）



## 「バーチャル発表会」による環境負担の軽減

従来のイベントや発表会では廃棄物が多く出ます。オンラインの「バーチャル発表会」実施により廃棄物を減らし、環境負担の軽減に努めます。

### 企業の特別な発表の場を最大資産にする企業PRのニュー・スタンダード バーチャル発表会 & ブランドニュースを提供開始

2021年7月より、CGを用いてブランドの世界観を自由に演出できる「バーチャル発表会」並びに、企業自らが発表会当日にニュース配信を行う「ブランドニュース」の提供を開始します。

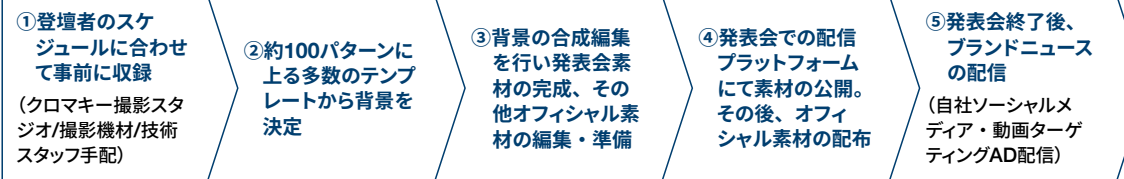
昨今コミュニケーション業界においては、オンラインで配信をおこなう記者発表会やPRイベントが定着し、この傾向は新型コロナウイルス感染症の収束後においても続くことが予想されます。今回のバーチャル発表会 & ブランドニュースは、オンラインで行うことの利点を最大限に活かし、グリーンバックのクロマキー撮影スタジオでプレゼンテーションを収録し、約100パターンに上る会場風景のCGを合成することで、バーチャルでの発表会を作り上げることが可能になります。

#### 特徴

- 1 事前収録**  
登壇者・ゲスト出演者のスケジュールに合わせて事前撮影ができ、さらに、発表コンテンツのクオリティチェックができるフレキシブルな進行
- 2 素材最大活用**  
事前に素材を揃えることができるので発表当日に素材の活用を多岐に展開。企業自らがニュース発信し、オンライン上に発表コンテンツがストックされていくことで持続的な効果が見込める
- 3 費用削減**  
従来イベント制作に必須であった会場費、会場造作、イベント運営費等の大幅削減



#### 制作フロー



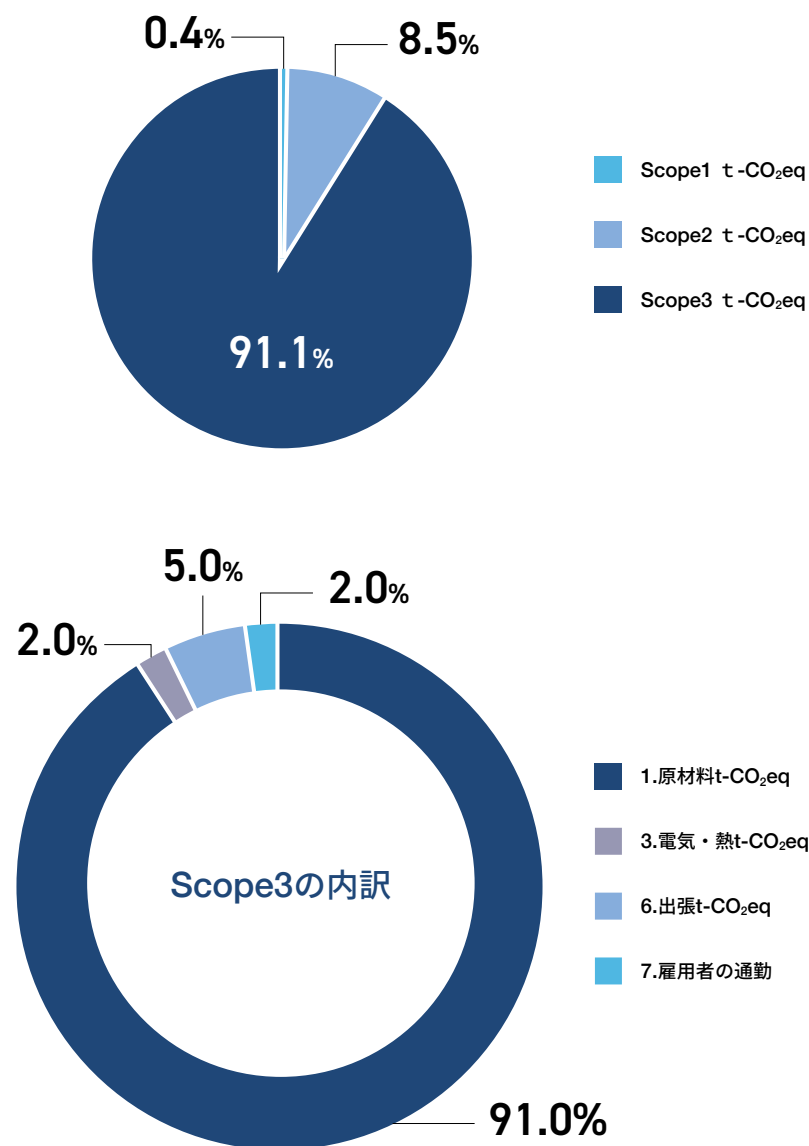
## 自社内の排出量 (Scope1,2)

| 項目                                                  |        | 単位                   | 実績       |          |
|-----------------------------------------------------|--------|----------------------|----------|----------|
|                                                     |        |                      | 2021年2月期 | 2022年2月期 |
| 温室効果ガス排出量<br>(Scope1,2)<br>GHG排出量<br>GreenHouse Gas | 計      | t-CO <sub>2</sub> eq | 207.49   | 614.888  |
|                                                     | Scope1 | t-CO <sub>2</sub> eq | 31.218   | 28.672   |
|                                                     | Scope2 | t-CO <sub>2</sub> eq | 176.272  | 586.216  |

## サプライチェーン全体の排出量 (Scope3)

| 項目                                                |              | 単位                   | 実績        |           |
|---------------------------------------------------|--------------|----------------------|-----------|-----------|
|                                                   |              |                      | 2021年2月期  | 2022年2月期  |
| 温室効果ガス排出量<br>(Scope3)<br>GHG排出量<br>GreenHouse Gas | 計            | t-CO <sub>2</sub> eq | 6,226.712 | 6,310.722 |
|                                                   | 上流合計         | t-CO <sub>2</sub> eq | 6,094.510 | 6,310.722 |
|                                                   | 1.原材料        | t-CO <sub>2</sub> eq | 5,705.92  | 5,751.205 |
|                                                   | 2.資本財        | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 3.電気・熱       | t-CO <sub>2</sub> eq | 34.918    | 97.553    |
|                                                   | 4.輸送,配送(上流)  | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 5.廃棄物        | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 6.出張         | t-CO <sub>2</sub> eq | 202.586   | 315.653   |
|                                                   | 7.雇用者の通勤     | t-CO <sub>2</sub> eq | 151.082   | 146.311   |
|                                                   | 8.リース資産      | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 下流合計         | t-CO <sub>2</sub> eq | 132.202   | 0.000     |
|                                                   | 9.輸送,配送(下流)  | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 10.販売した製品の加工 | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 11.販売した製品の使用 | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 12.販売した製品の廃棄 | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 13.リース(下流)   | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 14.フランチャイズ   | t-CO <sub>2</sub> eq | 0.000     | 0.000     |
|                                                   | 15.投資(11社分)  | t-CO <sub>2</sub> eq | 132.202   | 0.000     |

## 温室効果ガス (Scope1,2,3) の比較



## 社員エンゲージメントサーベイ

社員のウェルビーイング向上推進にあたり、社員の会社に対する考え方や環境について現状や課題を把握することで、具体的な人事施策へつなげるために、エンゲージメントサーベイを実施しています。

## 調査概要

**調査対象** 当社グループ内PR事業会社従業員  
(アンティル、プラチナム、イニシャル)

**調査期間** 1週間（12月2日～9日）

**調査方法** アンケート形式

**設問数** 6問

**設問内容**

- ①職場に、学びや成長の機会がありますか。
- ②職場に、新しいことにチャレンジできる環境がありますか。
- ③会社の事業は、社会をより良くすることに繋がっていると感じますか。
- ④自分の仕事が意義あるものと感じていますか。
- ⑤職場には、得意なものを活かせる環境がありますか。
- ⑥職場で自分の成長を促してくれる人は誰かいますか。

**回答項目** 1（そう思わない）～10（そう思う）のいずれかの数字を選択する形で回答。

**集計方法** 1（そう思わない）を1点、10（そう思う）を10点とする10点満点で、各設問の平均点を算出。平均点を10倍し、100点満点に換算。  
※少数点第2位を四捨五入。

## 調査結果

|                                   |        |
|-----------------------------------|--------|
| ①職場に、学びや成長の機会がありますか。              | 77.1pt |
| ②職場に、新しいことにチャレンジできる環境がありますか。      | 80.5pt |
| ③会社の事業は、社会をより良くすることに繋がっていると感じますか。 | 72.6pt |
| ④自分の仕事が意義あるものと感じていますか。            | 72.4pt |
| ⑤職場には、得意なものを活かせる環境がありますか。         | 73.9pt |
| ⑥職場で自分の成長を促してくれてる人は誰かいますか。        | 72.6pt |

## 分析結果※一部抜粋

## ①職場に、学びや成長の機会がありますか。(77.1pt)

年次や役職に応じて、幅広い分野を網羅的に学ぶことのできる「プロ研」を強化したことにより、全体の64.6%が8以上を選択（24.2%が10pt、8.1%が9pt、32.3%が8pt）するという結果となりました。今後も、「プロ研」の講義内容拡充に努めてまいります。

## ②職場に、新しいことにチャレンジできる環境がありますか。(80.5pt)

77.4%の社員が8以上を選択（22.6%が10pt、11.3%が9pt、43.5%が8pt）し、サーベイ結果からも新しいことにチャレンジできる環境づくりに多くの社員が満足していることが伺えます。当社グループでは、社員の新しいチャレンジを応援する環境があり、週に1回グループ役員3名が出席し、アントレプレナーシップを持つ社員とディスカッションする「新規事業会議」を実施しています。さらに、子会社ごとに新規事業のアイデアピッチイベントを実施したり、新規事業開発チームを結成しています。今後も全ての社員がより新しいことにチャレンジできる環境作りの更なる拡充に努めてまいります。

## ④自分の仕事が意義あるものと感じていますか。(72.4pt)

選択肢5～8それぞれを10%以上の社員が選択しており、全体の回答水準が他設問と比較しやや低いこと、社員によって大きくばらつきがあることが分かる結果となりました。ベクトルSDGsプロジェクトでの「マテリアリティに沿った取り組み」にて、我々の事業を通じて社会課題を解決する取り組みを推進しています。こういった活動の社内認知を向上することで、社員一同が我々の活動を認識、理解し、「いいモノを世の中に広め人々を幸せに」というビジョンの実現にむけ意識をして業務を行うことの浸透を続けて参ります。

## 働きやすい勤務制度の拡充

人的資本経営を行っていくためには、社員のウェルビーイング向上は必須と考えております。そのため当社では、ウェルビーイング向上の施策として、従業員にとって働きやすい環境を整備するために、勤務制度の拡充に努めております。下記にまとめられている制度に加え、エンゲージメントサーベイの結果をもとに今後拡充してまいります。

### 働きやすい勤務制度の整備

変形労働時間制

裁量労働によるみなし労働

フレックスタイム勤務制度

短時間社員制度

### 年次有給休暇の計画付与

- 夏期休暇
- 特別休暇
- 生理休暇

テレワーク勤務ガイドライン

裁判員休暇

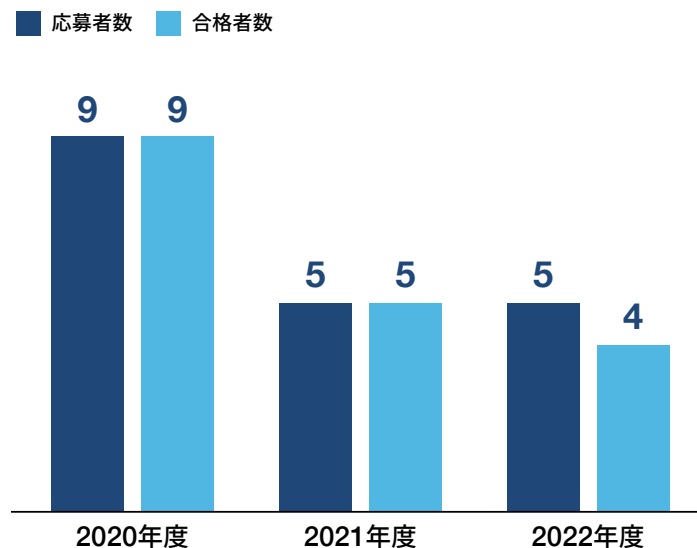
## キャリアチャレンジ制度

「明確な目標」をもって働くために、より「進化」するために、各メンバーが自ら選択をする機会を作ることを目的としています。

現状は、部署によって案件の種類や難易度が異なることで、よりチャレンジングな仕事をするには、場合によっては部署を変える必要もあると考え、社員が意思を持って挑戦をすることが出来るように、キャリアチャレンジ制度として異動希望を制度化しております。

### 制度概要

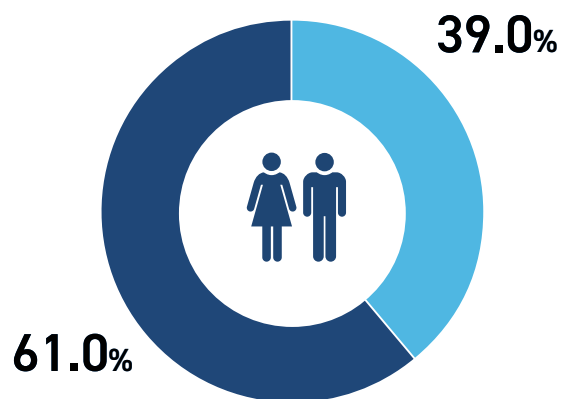
自ら希望する部署へ異動する機会として制度化



## 従業員データ

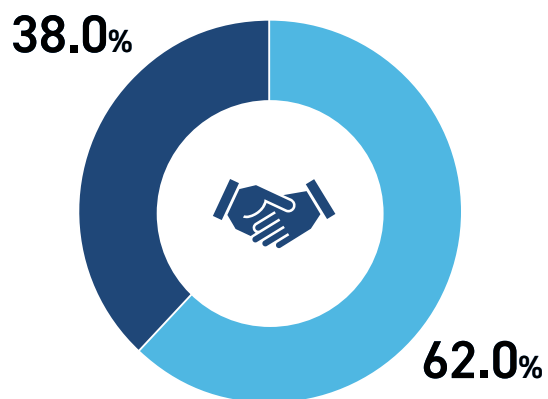
当社グループは、創業以来、女性が第一線で活躍する風土があり、正社員の半数以上が女性です。今後も女性の管理職比率の向上に向け、努力してまいります。  
また、当社グループは43社の子会社で構成されており、代表の年齢構成は下記のようになっております。

男女別比率



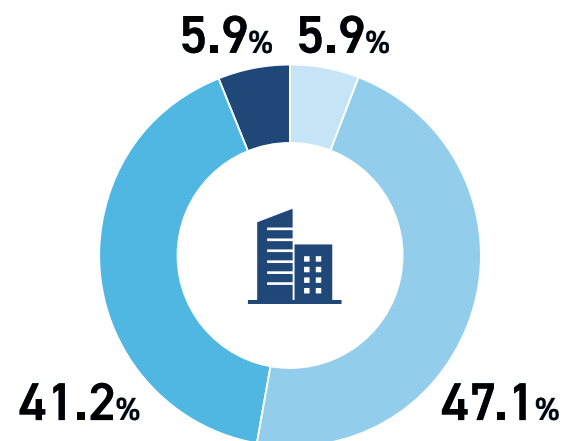
■ 男性 ■ 女性

管理職男女別



■ 男性 ■ 女性

子会社代表年齢構成



■ 21-30歳 ■ 31-40歳 ■ 41-50歳 ■ 51-60歳

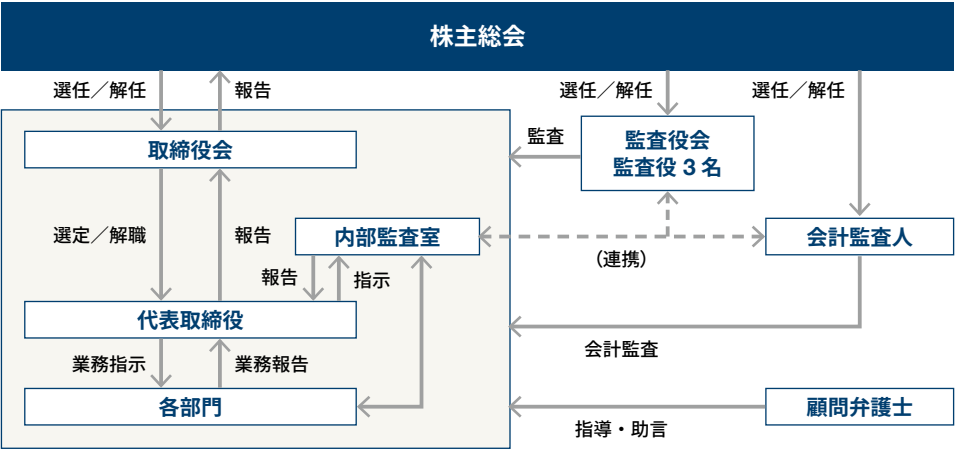
※2023年2月末時点

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、企業が安定した成長・発展を遂げていくためには、経営の効率性と健全性を高めるとともに、公正で透明度の高い経営体制を構築していくことが不可欠であると考えています。特に、クライアント企業の新商品・サービス情報を取り扱う当社にとって、コーポレート・ガバナンスの強化は経営の最重要課題の1つであると思料しており、その実効性を高めるため、適宜、必要な見直しを実施しています。

取締役会は、独立性の高い社外取締役5名および社外監査役2名が参加し、積極的な発言をすることにより、公正な意思決定が下されるよう牽制を働かせています。また、当社グループは監査役制度を採用し、各監査役が取締役の業務遂行の適法性を監査しています。さらに、当社グループでは子会社及び主要な事業の統括責任者から構成されるコンプライアンス・リスク委員会を開催し、コンプライアンス・リスク、オペレーショナルリスク、財務リスクなどの様々なリスクに対する評価、対応、管理、情報伝達を行うことで、グループのガバナンス強化に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制の模式図



経営管理体制の状況

|      |          |
|------|----------|
| 組織形態 | 監査役会設置会社 |
|------|----------|

取締役関係

|            |       |
|------------|-------|
| 取締役会の議長    | 代表取締役 |
| 取締役の人数     | 9名    |
| 社外取締役の選任状況 | 5名    |

監査役関係

|            |        |
|------------|--------|
| 監査役会の設置の有無 | 設置している |
| 監査役の人数     | 3名     |

コーポレート・ガバナンス体制

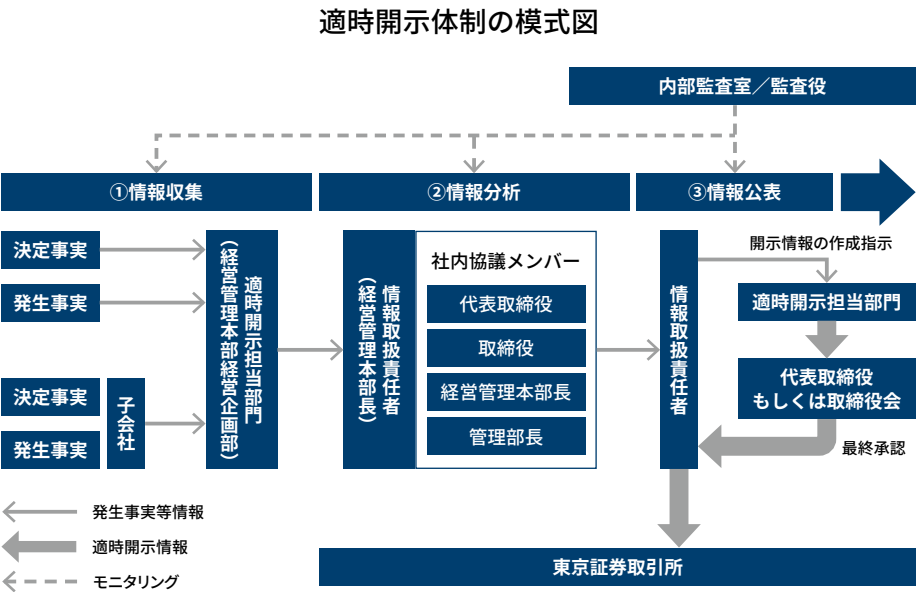
当社は取締役会設置会社及び監査役会設置会社です。

取締役会は、当社の重要な業務執行の意思決定や取締役の業務執行の監督を行います。代表取締役会長兼社長である西江肇司が議長を務め、社内取締役4名、社外取締役5名の9名体制で構成されています。

監査役会は、取締役会から独立した機関として取締役の業務執行の監視を行うものです。常勤監査役である森和虎が議長を務め、社内監査役1名、社外監査役2名の3名体制で構成されています。

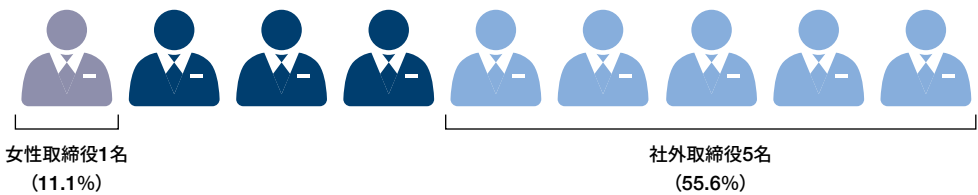
監査役は取締役会に常時出席し、活発な意見交換を行うことにより、取締役の職務執行に対する監督機能を発揮しております。

また、当社の常勤監査役についてはグループ全体の業務監査も行っており、重要な社内稟議のモニタリング等に取り組んでいます。さらに、代表取締役直轄の内部監査室を設置し、経営に対する監督の強化を図っています。



取締役会

当社の取締役会は常勤取締役4名、社外取締役5名により構成されており、月1回の定時取締役会のほか、必要に応じて臨時取締役会を開催し、業務執行の状況を監督しております。

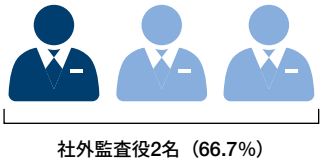


取締役会の出席状況 (2023年2月期)

| 役職名        | 氏名     | 出席状況 (出席率)         | 役職名   | 氏名    | 出席状況 (出席率)         |
|------------|--------|--------------------|-------|-------|--------------------|
| 代表取締役会長兼社長 | 西江 肇司  | 17回 / 17回 (100.0%) | 社外取締役 | 西木 隆  | 17回 / 17回 (100.0%) |
| 取締役副社長     | 長谷川 創  | 17回 / 17回 (100.0%) | 社外取締役 | 松田 公太 | 17回 / 17回 (100.0%) |
| 取締役副社長     | 吉柳 さおり | 17回 / 17回 (100.0%) | 社外取締役 | 富村 隆一 | 17回 / 17回 (100.0%) |
| 取締役 CFO    | 後藤 洋平  | 17回 / 17回 (100.0%) | 社外取締役 | 那珂 通雅 | 17回 / 17回 (100.0%) |
|            |        |                    | 社外取締役 | 野瀬 泰伸 | 17回 / 17回 (100.0%) |
|            |        |                    | 常勤監査役 | 森 和虎  | 17回 / 17回 (100.0%) |
|            |        |                    | 社外監査役 | 玄 君先  | 17回 / 17回 (100.0%) |
|            |        |                    | 社外監査役 | 柳沼 賢司 | 17回 / 17回 (100.0%) |

監査役および監査役会

監査役は、取締役会をはじめ重要な会議に出席する等、コーポレート・ガバナンスの実効性を高めるように企図しております。



## 取締役会の実効性評価

当社は、2023年3月に、全ての取締役会メンバー（取締役9名（うち社外5名）及び監査役3名（うち社外2名））を対象とするアンケート調査を行う方法により、取締役会の実効性評価を実施いたしました。

### 実施内容

|      |                                                                                            |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 評価対象 | 2022年3月から2023年2月までに開催された取締役会                                                               |
| 評価者  | 全ての取締役および監査役（計12名）                                                                         |
| 実施期間 | 2023年2月16日～3月3日                                                                            |
| 質問概要 | 取締役会の構成、取締役会の運営、取締役会の議論、取締役会のモニタリング機能、トレーニング、ご自身の取組み、統括                                    |
| 評価方法 | 各質問に対して自己評価を5段階で行うとともに、当社取締役会の実効性をさらに高めるために必要な点などについて自由記入するアンケートを実施し、取締役会にて分析・議論・評価を行いました。 |

### 分析

#### 前回よりも改善が見られた事項

- 取締役の運営（適切な時期の資料提供、スケジュール調整等の事務局運営）
- ご自身の取組み（社内役員と社外役員の意思疎通、会社の意思決定等に対する社外役員の意見の反映）

#### 課題として抽出された事項

- ご自身の取組み（事前に資料に目を通す等の時間の確保、社外役員間での情報交換）

### 評価結果を踏まえた今後の取組み

継続的に取締役会の実効性について評価分析を行うとともに、抽出された課題において、適宜取締役会にて議論し、改善を進めることを通じて、取締役会の実効性の維持・向上に取り組んでまいります。

## 企業倫理

当社および当社グループは、取締役、従業員（非常勤従業員、臨時従業員等を含む）、及び業務委託先等で業務に従事する者など当社の事業活動に関わるすべての人々の人権を大切にし、雇用や処遇にあたり人種、宗教、性別、年齢、性的指向、性同一性と性表現、障がい、国籍などによる差別やハラスメント等を受けずに自分らしく活躍できる環境づくりに努めています。

さらに、事業活動を行っている国・地域において適用される、最低賃金など賃金に関する法令及び労働基準等を遵守し、適切な賃金水準を提供します。労働者の権利に配慮し従業員代表を適正に選出、良好な労使関係を維持しています。

当社は、取締役および従業員がコンプライアンスに違反する恐れのある行為やハラスメントと感じる行動に気付いた場合等に、リスク委員に相談・報告できる仕組みを構築。またモラル研修などを定期的の実施し、コンプライアンスを遵守した事業活動を行うことに努めています。

## 子会社管理に関する基本的な考え方

当社グループは、会社の持続的な発展のために、経営の透明性、効率性及び健全性を確保するとともに経営責任の明確化を進めております。当社グループは国内のみならず海外においてもグループ会社が増加し、新しいサービス分野も含めその事業領域を急速に広げながら成長を継続しております。

以上を踏まえ、事業規模の拡大に対応した効率的な経営管理体制の整備を進め、法令及び社内諸規程を遵守した業務執行の定着を推進するとともに、内部監査を継続的に実施し、会社業務の適正な運営ならびに財産の保全を図り、さらにその実効性を高めていくための経営効率化に取り組んでまいります。

## 代表取締役会長兼社長

## 西江 肇司

1993年 当社設立、代表取締役  
 2011年 維酷公共関係諮問（上海）有限公司董事長  
 2012年 Vector Group International Limited Director（現任）  
 2014年 Vector Group Ltd.代表  
 2014年 VECTOR GROUP COMPANY LIMITED代表（現任）  
 2020年 当社取締役会長  
 2021年（株）ロングブレスオンラインスタジオ代表取締役（現任）  
 2022年 当社代表取締役会長兼社長（現任）

## 取締役副社長

## 長谷川 創

1993年 創業メンバーとして当社設立に参画  
 1995年 郵政省（現日本郵政（株））入省  
 1997年 当社入社  
 2001年 当社取締役  
 2004年（株）ベクトルスタンダード（現（株）アンティル）設立、代表取締役  
 2015年 維酷公共関係諮問（上海）有限公司董事長（現任）  
 2017年（株）PR TIMES取締役  
 2018年（株）Direct Tech代表取締役  
 2020年 当社代表取締役社長  
 2022年 当社取締役副社長（現任）

## 取締役副社長

## 吉柳 さおり

1995年 当社創業に参画  
 1998年 当社入社  
 2003年 当社取締役  
 2004年（株）ベクトルコミュニケーション（現（株）プラチナム）設立、代表取締役（現任）  
 2022年 当社代表取締役副社長（現任）

## 取締役CFO

## 後藤 洋介

2007年 ソフトブレーン（株）入社  
 2015年（株）VOYAGE GROUP  
 （現（株）CARTA HOLDINGS）入社  
 2019年 当社入社  
 2019年 当社経営管理本部長（現任）  
 2020年（株）あしたのチーム取締役（現任）  
 2020年 当社取締役  
 2021年（株）100キャピタル代表取締役（現任）  
 2022年 当社取締役CFO（現任）  
 2023年（株）ビタブリッドジャパン監査役（現任）

## 社外取締役

## 西木 隆

1993年 三井不動産（株）入社  
 1997年 クレディスイスファースト ポストン証券  
 （現クレディ・スイス証券（株））東京支社入社  
 2001年 Colony Capital Asia Pacific Pte.Ltd.  
 東京支店 入社、COO  
 2003年 ラウンドヒル・キャピタルパートナーズ（株）  
 代表取締役  
 2007年 ブルデンシャル・リアルエステート・インベスターズ・  
 ジャパン（株）代表取締役  
 2010年 カーパル・インベスターズ・ピーティーイー・リミテッド  
 東京支店入社、日本代表  
 2014年 Stream Capital Partners Japan（株）設立、  
 代表取締役  
 2014年（株）アドベンチャー監査役  
 2015年 当社取締役就任（現任）  
 2015年 RPAホールディングス（株）監査役  
 2016年（株）オークファン取締役  
 2018年 RPAホールディングス（株）取締役（現任）

## 社外取締役

## 松田 公太

1990年（株）三和銀行（現（株）三菱UFJ銀行）入行  
 1998年 タリーズコーヒージャパン（株）設立、代表取締役  
 2009年 Eggs'n Things International Holdings Pte. Ltd.  
 設立、President（現任）  
 2010年 東京都選挙区より参議院議員に当選  
 2015年 日本を元気にする会を結党、代表  
 2017年（株）メディアフラッグ  
 （現インパクトホールディングス（株））取締役（現任）  
 2018年 当社取締役（現任）  
 2019年 Eggs'n Things Japan Holdings合同会社  
 （現クージュー（株））設立、代表取締役（現任）

## 社外取締役

## 富村 隆一

1983年 日本 IBM（株）入社  
 1991年（株）リクルート入社  
 1994年 プライスウォーターハウスコンサルタント（株）常務取締役  
 2002年 IBM コーポレーション Vice President  
 （アジアパシフィック ビジネスコンサルティングサービス  
 ストラテジー/マーケティング/オペレーション担当）  
 2004年 日本テレコム（株）  
 （現ソフトバンク（株））代表執行役副社長  
 2006年 同社取締役副社長  
 2006年（株）RHJ インターナショナル・ジャパン  
 （旧リップルウッド・ジャパン）代表取締役  
 2008年（株）シグマックス取締役コーポレートスタッフ担当  
 パートナー  
 2010年 同社取締役副社長  
 2012年（株）プラン・ドゥ・シー取締役  
 2015年（株）新生銀行取締役（現任）  
 2016年（株）シグマックス代表取締役副社長  
 2018年 同社代表取締役社長兼 COO  
 2019年 同社代表取締役社長（現任）  
 2020年 当社社外取締役（現任）

| 社外取締役 | 那珂 通雅                                                 |
|-------|-------------------------------------------------------|
| 1989年 | ソロモン・ブラザーズ・アジア証券会社<br>(現シティグループ証券(株)) 入社              |
| 2004年 | 日興シティグループ証券(株)<br>(現シティグループ証券(株)) 常務執行役員<br>債券本部共同本部長 |
| 2008年 | 同社常務執行役員市場営業本部長                                       |
| 2009年 | シティグループ証券(株) 取締役                                      |
| 2009年 | 同社取締役副社長                                              |
| 2010年 | ストームハーバー証券(株) 設立 代表取締役社長                              |
| 2011年 | GLM(株) 監査役                                            |
| 2014年 | あすかアセットマネジメント(株) 取締役                                  |
| 2014年 | (株) アイススタイル取締役(現任)                                    |
| 2014年 | ストームハーバー証券(株) 取締役会長                                   |
| 2014年 | (株) ジーニー取締役(現任)                                       |
| 2015年 | プリベント少額短期保険(株) 取締役(現任)                                |
| 2016年 | ボードウォーク・キャピタル(株) 設立<br>代表取締役社長(現任)                    |
| 2017年 | (株) アクセルレーター設立 代表取締役社長(現任)                            |
| 2019年 | (株) ビジョン取締役(現任)                                       |
| 2020年 | 当社社外取締役(現任)                                           |

| 社外取締役 | 野瀬 泰伸                                          |
|-------|------------------------------------------------|
| 1984年 | 大和証券(株)(現(株)大和証券グループ本社) 入社                     |
| 1988年 | トランスポートエーショングループジャパン(株) 入社                     |
| 1990年 | 同社日本代表                                         |
| 1993年 | ドイツ銀行東京支店入行                                    |
| 1997年 | スイスユニオン銀行東京支店入行                                |
| 1999年 | リーマン・ブラザーズ証券会社東京支店入社                           |
| 2005年 | 同社マネージング・ディレクター兼<br>グローバルストラクチャードファイナンス日本統括責任者 |
| 2005年 | フィンテックグローバル(株) 投資銀行 本部長                        |
| 2005年 | 同社取締役投資銀行本部長                                   |
| 2007年 | 同社取締役経営戦略本部長                                   |
| 2008年 | 同社取締役副社長経営戦略本部長兼経営企画部長                         |
| 2009年 | 同社取締役副社長                                       |
| 2016年 | (株) グラックス・アンド・アソシエイツ顧問(現任)                     |
| 2020年 | 当社社外取締役(現任)<br>メディタリージャパン(株) 代表取締役             |

| 常勤監査役 | 森 和虎                                   |
|-------|----------------------------------------|
| 1969年 | (株) 三友エージェンシー<br>(現(株)ADKインターナショナル) 入社 |
| 2004年 | 同社営業本部長                                |
| 2016年 | 当社常勤監査役就任(現任)                          |

| 社外監査役 | 玄 君先                 |
|-------|----------------------|
| 1992年 | 最高裁判所司法研修所入所         |
| 1994年 | 三井安田法律事務所入所          |
| 1997年 | モルガン・スタンレー証券株式会社入社   |
| 2003年 | 西村あさひ法律事務所入所         |
| 2004年 | メリルリンチ日本証券株式会社入社     |
| 2007年 | リーマン・ブラザーズ証券株式会社入社   |
| 2015年 | 当社監査役就任(現任)          |
| 2022年 | Bホールディングス(株) 取締役(現任) |

| 社外監査役 | 柳沼 賢司                                 |
|-------|---------------------------------------|
| 1990年 | 国際証券(株)<br>(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券(株)) 入社 |
| 1995年 | (株) メックス入社                            |
| 1997年 | (株) フォーバル入社                           |
| 2000年 | ソフトブレイン(株) 入社                         |
| 2005年 | 同社執行役員                                |
| 2006年 | シーア・インサイト・セキュリティ(株) 取締役               |
| 2008年 | (株) リアリティ取締役                          |
| 2011年 | (株) フィデック(現アクリーティブ(株)) 入社             |
| 2012年 | ソフトブレイン(株) 常勤監査役(現任)                  |
| 2020年 | 当社監査役就任(現任)                           |

06

---

# Corporate Information

企業情報

## 株主還元の基本方針

当社は、株主の皆様に対する利益還元が経営の重要課題であるとの認識のもと、中長期的な事業成長による企業価値の向上と安定的な配当の実施により利益還元を図って参ります。

当社は、中間配当を行うことができる旨を定款で定めておりますが、期末配当による年1回の剰余金の配当を行うことを基本方針とし、健全な財務体質の維持や積極的な事業展開のための内部留保の充実等を勘案しつつ、連結配当性向30%を目安として継続的に配当を実施していきたいと考えております。

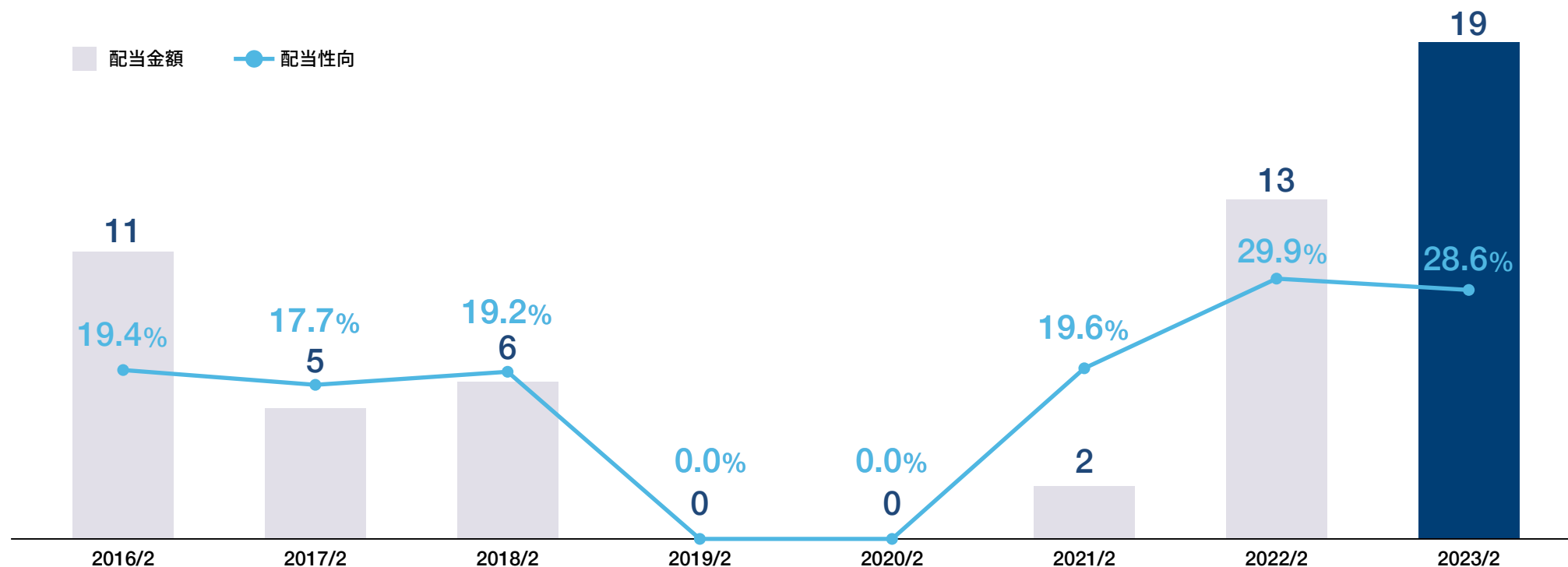
配当の決定機関は、期末配当については株主総会、中間配当については取締役会であります。

### 配当方針

中長期的な  
連結配当性向の目安

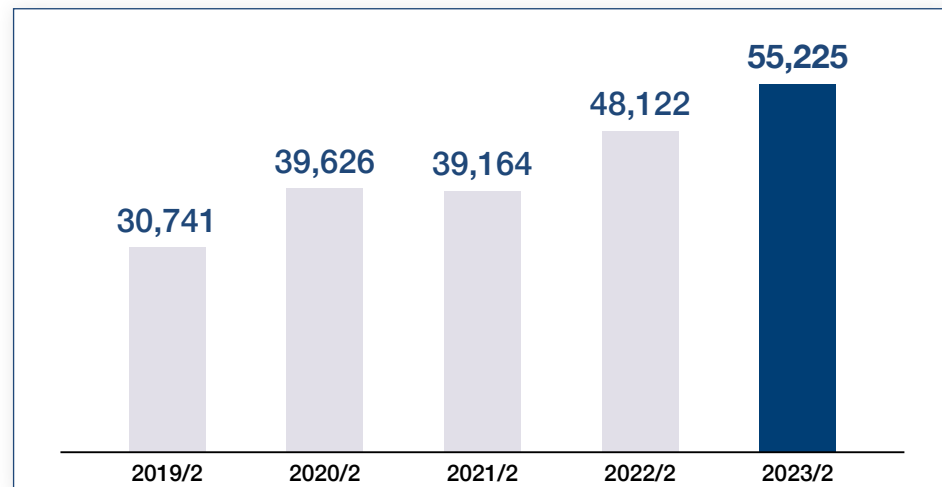
30%

## 配当金額と配当性向の推移

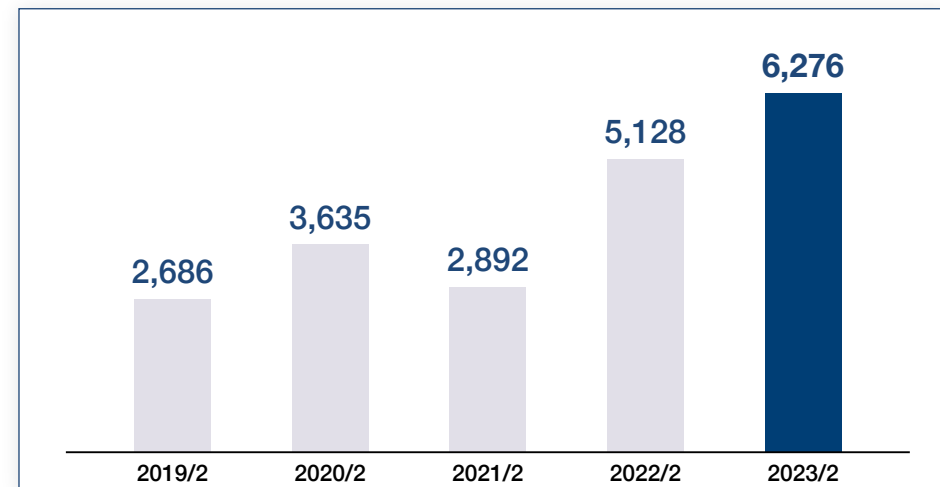


## 主な財務指標の推移

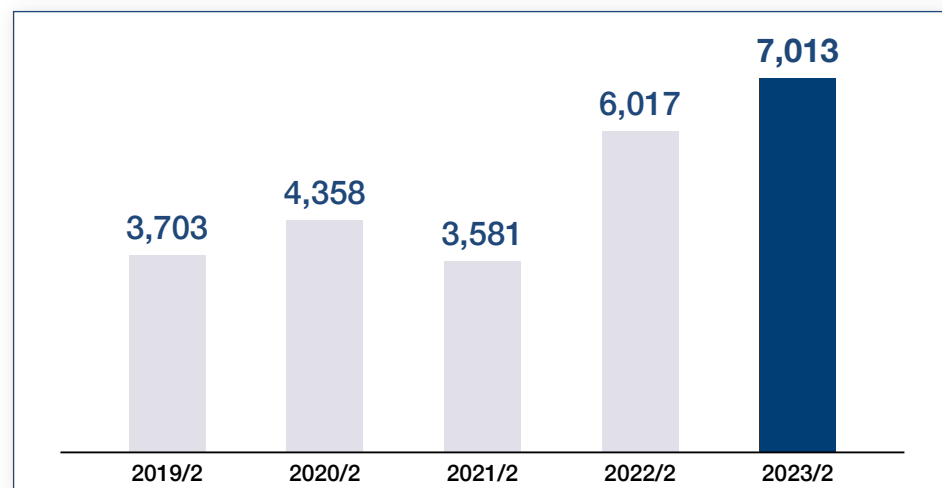
売上高 (単位：百万円)



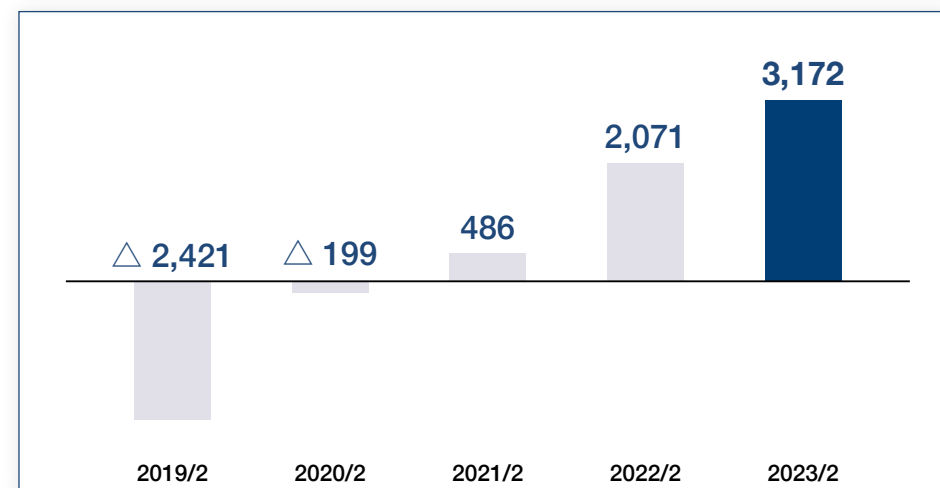
営業利益 (単位：百万円)



EBITDA (単位：百万円) ※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費



親会社に帰属する当期純利益 (単位：百万円)



## 連結業績サマリ

### 売上高

**552.2**億円



前年同期比

**114.8%**

### EBITDA

**70.1**億円



前年同期比

**116.6%**

### 営業利益

**62.7**億円



前年同期比

**122.4%**

### 親会社に帰属する当期純利益

**31.7**億円



前年同期比

**153.1%**

| セグメント別ハイライト               | 売上高                                                                       | 営業利益                                                                 | 売上高                                          | 営業利益                                        |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| PR・広告事業                   | <p>16,872 19,591 17,751 25,965 29,518</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p> | <p>2,206 2,457 1,159 2,125 2,984</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p> | <b>29,518</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>113.7%</b></p> | <b>2,984</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>140.4%</b></p> |
| プレスリリース配信事業<br>(PR TIMES) | <p>2,286 2,891 3,765 4,854 5,706</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>      | <p>518 560 1,301 1,834 1,190</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>     | <b>5,706</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>117.5%</b></p>  | <b>1,190</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>64.9%</b></p>  |
| ビデオリリース配信事業<br>(NewsTV)   | <p>1,646 1,873 1,338 1,361 1,385</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>      | <p>319 326 157 72 34</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>             | <b>1,385</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>101.7%</b></p>  | <b>△34</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>37 百万円増</b></p>  |
| ダイレクト<br>マーケティング事業        | <p>6,519 8,537 11,389 12,326 14,691</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>   | <p>458 557 716 774 984</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>           | <b>14,691</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>119.2%</b></p> | <b>984</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>127.0%</b></p>   |
| メディアCMS事業<br>(スマートメディア)   | <p>1,168 935 863 907 956</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>              | <p>271 223 103 22 3</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>              | <b>956</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>105.3%</b></p>    | <b>3</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>26 百万円増</b></p>    |
| HR事業<br>(あしたのチーム)         | <p>1,942 3,685 2,678 2,513 2,372</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>      | <p>544 686 905 236 352</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>           | <b>2,372</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>94.4%</b></p>   | <b>352</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>149.3%</b></p>   |
| 投資事業                      | <p>1,055 3,145 2,370 1,238 1,601</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>      | <p>0 647 680 255 775</p> <p>19/2 20/2 21/2 22/2 23/2</p>             | <b>1,601</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>129.3%</b></p>  | <b>775</b> 百万円 <p>前年同期比 <b>303.2%</b></p>   |

## 連結貸借対照表 (BS)

| (単位：百万円)        | 2022年2月期末 | 2023年2月期末 | 前期末差   | 前期末比   |
|-----------------|-----------|-----------|--------|--------|
| 資産合計            | 31,575    | 36,343    | +4,768 | 115.1% |
| 現預金             | 13,522    | 13,372    | △149   | 98.9%  |
| のれん             | 354       | 1,780     | +1,426 | 502.9% |
| 営業投資有価証券＋投資有価証券 | 5,363     | 5,495     | +132   | 102.5% |
| その他             | 12,335    | 15,694    | +3,359 | 127.2% |
| 負債合計            | 15,397    | 20,584    | +5,186 | 133.7% |
| 借入金＋社債          | 5,717     | 9,756     | +4,039 | 170.6% |
| その他             | 9,679     | 10,827    | +1,147 | 111.9% |
| 純資産             | 16,178    | 15,759    | △418   | 97.4%  |

## 連結損益計算書 (PL)

| (単位：百万円)        | 2022年2月期 | 2023年2月期 | 前年同期差  | 前年同期比  |
|-----------------|----------|----------|--------|--------|
| 売上高             | 48,122   | 55,225   | +7,102 | 114.8% |
| 売上総利益           | 29,549   | 35,146   | +5,597 | 118.9% |
| EBITDA          | 6,017    | 7,013    | +995   | 116.6% |
| 営業利益            | 5,128    | 6,276    | +1,148 | 122.4% |
| 経常利益            | 5,208    | 6,623    | +1,414 | 127.2% |
| 税金等調整前当期純利益     | 5,116    | 5,712    | +595   | 111.6% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 2,071    | 3,172    | +1,100 | 153.1% |

## 連結キャッシュ・フロー計算書 (CF)

| (単位：百万円)         | 2022年2月期 | 2023年2月期 | 増減額    |
|------------------|----------|----------|--------|
| 現金及び現金同等物の期首残高   | 10,852   | 13,522   | +2,670 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 4,977    | 1,457    | △3,520 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △1,308   | △1,288   | +19    |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △1,060   | △358     | +701   |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 13,522   | 13,372   | △149   |

## 増減要因

|                  |   |                                 |
|------------------|---|---------------------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▶ | 積極的に投資したことで<br>営業投資有価証券が増加      |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▶ | 積極的なM&Aにより、<br>子会社株式の取得による支出が増加 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▶ | 積極的なM&Aや投資を実行するため<br>資金調達       |

## TCFDへの賛同

当社は2021年7月、金融安定理事会（FSB）が設立した、気候変動の影響を考慮した経営・財務情報計画を検討する「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言への賛同を表明しました。

現在TCFDの提言には、世界全体で2400、日本国内では475の企業・団体が賛同しています。



## TCFDコンソーシアムへの加盟

当社は2021年8月、「気候変動関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」による提言への賛同を表明し、賛同する企業や金融機関等の間で議論する場として設立された「TCFDコンソーシアム」に加盟しました。2021年8月26日時点で398の企業・団体が加盟しています。



## 女性のエンパワーメント原則（WEPs）への署名

当社グループは、国連グローバル・コンパクト（UNGC）とUNWomen（United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women）が女性の活躍推進に積極的に取り組むための行動原則を示した「女性のエンパワーメント原則（Women's Empowerment Principles、WEPs）」の趣旨に賛同し、同原則に基づき行動するためのステートメントに署名しました。

In support of

**WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the  
UN Global Compact Office

## 女性の基幹職比率の向上を目指 「30% Club Japan」に加盟

当社グループは、2023年3月に、取締役会を含む企業の意思決定機関、基幹職に定める女性割合の向上を目的とした世界的キャンペーンである「30% Club Japan」の主旨に賛同し、加盟いたしました。

当社グループは、マテリアリティとして、「D&Iの推進」を特定しており、あらゆる声が受け止められ、皆があらゆるままの居場所がある「Belonging」を念頭に信頼の文化を醸成し、ダイバーシティ推進と関連させ「Diversity & Inclusion & Belonging」の実現を目指しております。

「30% Club Japan」への加盟により、経営・意思決定機関の多様性を確保していくことで、社会の持続的な成長への貢献と企業価値の向上を図ってまいります。



## 会社概要

|      |                                                                                                                                  |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 社名   | 株式会社ベクトル VECTOR INC.                                                                                                             |
| 設立   | 1993年3月30日                                                                                                                       |
| 本社   | 東京都港区赤坂4-15-1 赤坂ガーデンシティ18F                                                                                                       |
| 資本金  | 2,880百万円（2023年2月28日現在）                                                                                                           |
| 事業内容 | PR業務代行・コンサルティング<br>ブランディング業務<br>I Rコミュニケーション<br>キャスティング<br>リスクマネジメント業務<br>マーケティングリサーチ業務<br>イベントの企画/実施<br>SNSコミュニケーション<br>マーケティング |
| 社員数  | グループ従業員数 連結：1,427名<br>(2023年2月28日現在)                                                                                             |
| 加盟団体 | 社団法人日本パブリックリレーションズ協会                                                                                                             |

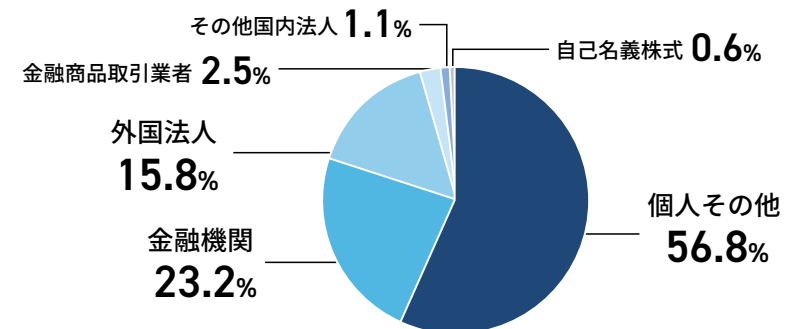
## 大株主の状況

2023年2月28日時点

| 氏名又は名称                                                                   | 所有株式数<br>(株) | 発行済株式<br>(自己株式を除く)<br>の総数に対する<br>所有株式数の割合<br>(%) |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------------------------------|
| 西江肇司                                                                     | 18,780,600   | 39.39                                            |
| 日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口)                                                  | 5,812,700    | 12.19                                            |
| (株)日本カストディ銀行 (信託口)                                                       | 4,385,000    | 9.20                                             |
| 吉柳さおり                                                                    | 927,600      | 1.95                                             |
| THE BANK OF NEW YORK, TREATY JASDEC<br>ACCOUNT (常任代理人 (株)三菱UFJ銀行)        | 745,500      | 1.56                                             |
| STATE STREET BANK AND TRUSTCOMPANY 505019<br>(常任代理人 香港上海銀行東京支店 カストディ業務部) | 601,300      | 1.26                                             |
| 長谷川創                                                                     | 583,300      | 1.22                                             |
| 野村信託銀行(株) (投信口)                                                          | 539,100      | 1.13                                             |
| MSCO CUSTOMER SECURITIES                                                 | 520,855      | 1.09                                             |
| GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL                                              | 398,292      | 0.84                                             |

## 株式分布状況

2023年2月28日現在



## PR・広告事業

### 株式会社アンティル

広報・PR業務代行及びコンサルティング

### 株式会社プラチナム

広報・PR業務代行及びコンサルティング

### 株式会社イニシャル

広報・PR業務代行及びコンサルティング

### 株式会社シングナル

Web PR、ソーシャルメディアマーケティングサービス

### 株式会社VECKS

TV番組、TVCM、各種プロモーションビデオ、WEB動画等の企画及び制作サービス

### 株式会社Starbank

インフルエンサーマーケティング事業、キャストینگ事業

### 株式会社IR Robotics

IR（投資家向け広報）業務

### PacRim Marketing Group

広報・PR業務代行及びコンサルティング

### 株式会社ブランドクラウド

インターネット上のブランドリスクマネジメント事業

### 株式会社パブリックアフェアーズ

パブリックセクター（官公庁、自治体等）向けの戦略的コミュニケーションを支援

### 株式会社イベック

PRイベント等のプロモーション関連業務

### 株式会社ニューステクノロジー

デジタルサイネージ広告、ネイティブアド、アドネットワークサービス

### Vector Group International Limited

香港での広報・マーケティング支援サービス及び当社グループの海外事業の総括

### 維酷公共関係諮問（上海）有限公司

中華人民共和国での広報PR業務代行及びコンサルティング

### Vector Group Ltd.

タイ王国での広報・PR業務代行及びコンサルティング

### VECTOR GROUP COMPANY LIMITED

ベトナム共和国での広報・PR業務代行及びコンサルティング

### PacRim Marketing Group, Inc.

ハワイでの広報PR業務代行及びコンサルティング

### PRTech, LLC

Webサイト、情報ネットワークシステムの企画、開発及びコンサルティング

### Vectorcom Inc.

韓国での広報PR業務代行及びコンサルティング

### Vector Marketing PR Malaysia SDN.BHD

マレーシアでの広報PR業務代行及びコンサルティング

## プレスリリース配信事業

### 株式会社PR TIMES

プレスリリースサイトの運営及びプレスリリース配信サービス

## ダイレクトマーケティング事業

### 株式会社ビタブリッドジャパン

健康美容関連商品におけるダイレクトマーケティング事業

### 株式会社Direct Tech

自社及び他社商品のダイレクト販売に特化したデジタル広告代理業及びPR業務

### 塔酷（上海）营销策划有限公司

中華人民共和国での自社及び他社商品のダイレクト商品に特化したデジタル広告代理業及びPR事業

## ビデオリリース配信事業

### 株式会社NewsTV

動画制作及び配信サービス

## メディアCMS事業

### 株式会社スマートメディア

Webメディアの運営

## HR事業

### 株式会社あしたのチーム

人事評価制度に関するコンサルティングサービス及びクラウドシステムの販売

### 明日之團股份有限公司

台湾での人事評価制度に関するコンサルティングサービス及びクラウドシステムの販売

### Tomorrow's Team Singapore Pte.Ltd.

シンガポール共和国での人事評価制度に関するコンサルティングサービス及びクラウドシステムの販売

### 明日之団（上海）人力资源管理有限公司

中華人民共和国での人事評価制度に関するコンサルティングサービス及びクラウドシステムの販売

### Tomorrow's Team Hong Kong Limited

香港での人事評価制度に関するコンサルティングサービス及びクラウドシステムの販売

## 投資事業

### 株式会社100キャピタル

投資事業

### 100キャピタル第1号投資事業有限責任組合

投資事業

