

INTEGRATED REPORT

2024

01 経営理念

経営理念	03
沿革	04

02 トップメッセージ

トップメッセージ	08
----------	----

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	27

05 サステナビリティ

サステナビリティ委員長メッセージ	43
SDGs/ESG理念	
サステナビリティ推進体制	44
マテリアリティ（重要課題）	46
環境	47
社会	50
ガバナンス	53

06 企業情報

財務情報	59
各種機関への賛同	64
会社概要	65

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：2024年2月期（2023年3月～2024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：2024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。

CONTENT

Management Philosophy

経営理念



The background is a blurred office interior with large windows and a blue overlay. The text is centered on the blue overlay.

VISION

いいモノを世の中に広め
人々を幸せに

沿革

1993 3月 セールスプロモーション(SP)事業を目的として
当社設立

6月 (株)ベクトルに商号変更

2000 4月 PR事業を中心とした体制に移行

2004 5月 (株)ベクトルスタンダード(現(株)アンティル)、
(株)ベクトルコミュニケーション
(現(株)プラチナム)を設立

2005 12月 (株)WOMCOM(現(株)シグナル)、
(株)キジネタコム(現(株)PR TIMES)を設立

2011 1月 維酷公共関係諮問(上海)有限公司を
中国上海市に設立

3月 (株)VECKSを設立

2012 3月 東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
(証券コード:6058)

6月 維酷公共関係集團國際有限公司(Vector Group
International Limited)を香港に設立

8月 (株)イニシャル、
(株)ソーシャルスカウト(現(株)Starbank)を設立

2013 9月 (株)IRアドバイザー
(現(株)IR Robotics)を子会社化

2014 3月 Vector Group Ltd.をタイ(バンコク)に設立

4月 (株)ビタブリッドジャパンを設立

5月 VECTOR GROUP COMPANY LIMITEDを
ベトナム(ホーチミン)に設立

6月 Vector Group International Limitedが
台湾支社を設置

10月 (株)ニューステクノロジーを設立

11月 上場市場を東京証券取引所市場第一部
(現プライム市場)へ変更

2015 6月 (株)ビデオワイヤー(現(株)NewsTV)を設立

2016 3月 (株)ビッグデータ・テクノロジー
(現(株)100キャピタル)を設立
(株)PR TIMES(証券コード:3922)が
東証マザーズに上場

2017 2月 PacRim Marketing Group, Inc., PRTech, LLC、
(株)PacRim Marketing Groupを子会社化

7月 (株)OPENERS
(現(株)スマートメディア)を子会社化

12月 (株)ブランドコントロール
(現(株)ブランドクラウド)を子会社化

2018 2月 MICROAD Malaysia SDN.BHD(現 Vector
Marketing PR Malaysia SDN. BHD.)を子会社化

7月 (株)あしたのチーム、
ラグル(株)(現(株)スマートメディア)を子会社化

8月 (株)PR TIMESが上場市場を
東京証券取引所市場第一部(現プライム市場)へ変更

11月 (株)Direct Techを設立

2020 1月 塔酷(上海)營銷策劃有限公司を
中国上海市に設立

3月 (株)イベックを設立

9月 パブリックアフェアーズジャパン(株)を設立

9月 メディカルテクノロジー(株)を設立

12月 (株)Liver Bank
(現(株)INFLUENCER BANK)を設立

12月 Vectorcom Inc.を子会社化

2021 3月 Performance Technologies(株)を設立

2022 7月 (株)ジオベック
(現(株)クラウドビューティ)を子会社化

11月 MasterVisions(株)を子会社化

11月 (株)アミーを子会社化

12月 (株)キーワードマーケティングを子会社化

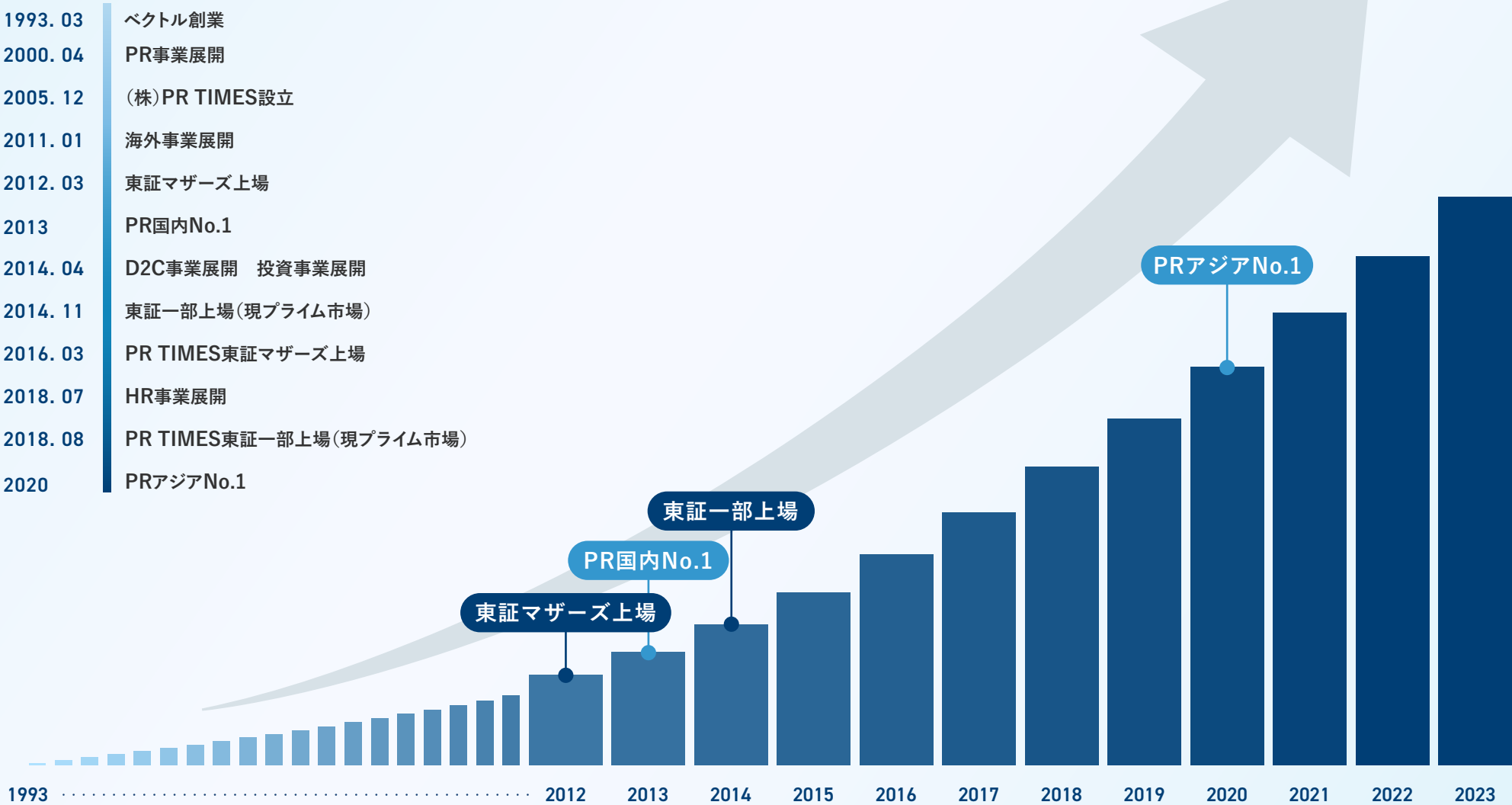
2023 3月 (株)トライハッチを子会社化

6月 ビジコネット(株)を子会社化

7月 Owned(株)を子会社化

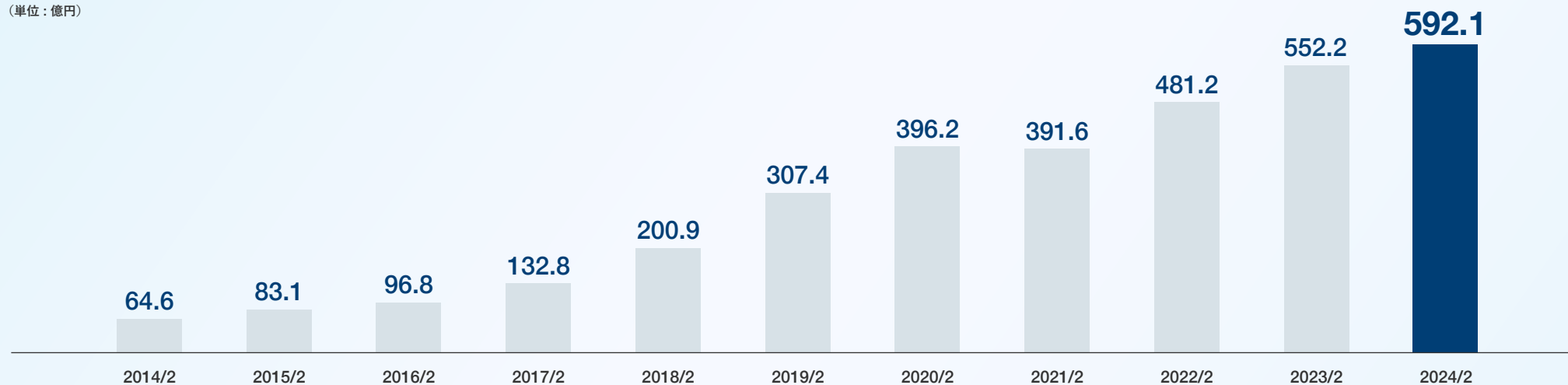
9月 (株)KRIKを子会社化

アジアNo.1のPR事業を起点に D2C・投資・HR事業まで展開



売上高推移

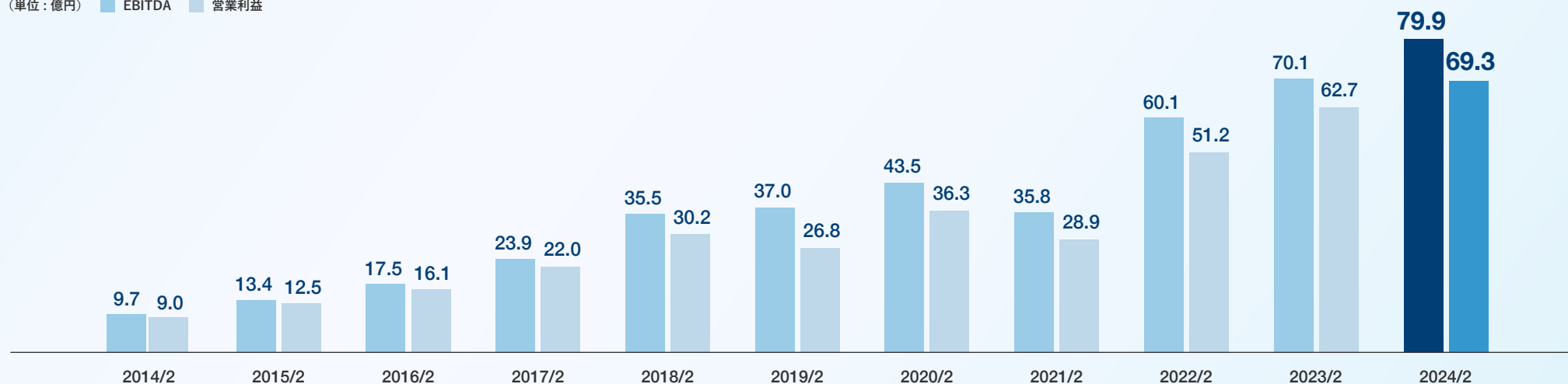
(単位：億円)



※当社は2023/2より、投資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、2019/2以降については遡及適用後の数値を記載

EBITDAおよび営業利益の推移

(単位：億円) ■ EBITDA ■ 営業利益



※当社は2023/2より、投資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、2019/2以降については遡及適用後の数値を記載

Top Message

トップメッセージ



02

常に変化を恐れず、 新しいことに挑戦

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



2024年2月期を振り返って

2024年2月期は、売上高、営業利益共に過去最高の実績を上げることができ、増収増益を達成いたしました。また今期は、前期から積極的に行っているデジタルマーケティング領域のM&Aにより、当社グループのサービスを更に拡充いたしました。

2023年3月1日に連結子会社化を行った株式会社トライハッチは、店舗を持った顧客のマーケティング課題を戦略PRを通じてコンサルティングを行いつつ、SNSの運用代行やMEO管理、マーケティング活動の効果測定までをワンストップで実施しております。

また2023年7月14日に連結子会社化を行ったOwned株式会社は、顧客Webサイトの検索結果を上位表示させるSEOコンサルティングや、リスティング広告・SNS広告などの運用型広告の運用代行を手掛けております。いずれの企業もデジタルマーケティング領域を武器とし、生活者の購買行動における川下にあたるロウワーファネルにアプローチをする事業に強みを持っております。

今後もこうした当社のコア事業とのシナジーが見込まれる企業の積極的なM&Aを積極的に推進し、オーガニック成長を加速させるとともに、非連続的な成長も目指して参ります。

2025年2月期につきましては、2022年4月14日に発表いたしました中期利益計画に記載の通りの営業利益を前提として計画をしております。

広告業界の「FAST COMPANY」を目指して、次の10年に向けた成長への取り組み

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ーにモノを広める「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ー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6位※までの規模となることができました。次の10年に向けた成長を見据え、今後も常に新しいことに挑戦し続けてまいります。

サステナブルな社会の実現に向けて 当社ができること

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。一方で、昨今の社会にはさまざまな課題が山積しており、その内容は人権、経済・社会、地球環境など多岐に亘ります。当社としてはそれら多くの課題を認識し中長期的な視点を持ち、サステナブルな企業経営を推進してまいります。

2022年にはサステナビリティ委員会を設立し、当社グループにおけるSDGsを踏まえた重要な社会課題（マテリアリティ）を特定、重要テーマに沿った取り組みをスタート

致しました。例えば、D&Iの推進・先進性や創造性を発揮する人材育成という面では、当社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に欠かせない「人材」への取組が着実に進捗しています。また、環境への貢献という面では、当社グループは、2021年7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するとともに、パリ協定のターゲットである2030年までのGHG（温室効果ガス）排出量の削減目標を策定し、積極的な情報開示と透明性向上に努めております。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。

※出典：PRovoke media 2024 Global Rankings

Value Creation Story

価値創造ストーリー



INPUT

財務資本 ※2023年2月期

売上高 **552.2** 億円

営業利益 **62.7** 億円

設備資本

設備投資額 **905** 百万円

知的資本

研究開発費 **183** 百万円

人的資本 ※2023年2月期

グループ従業員数 **1,427** 人

社会・関係資本

連結対象会社数 **48** 社

自然資本

エネルギー使用量 **1,396,776.7** kWh



OUT COME

財務資本 ※2024年2月期

売上高 **592.1** 億円

営業利益 **69.3** 億円

設備資本

事業に供する
ソフトウェアの開発、
通信機器の新設

知的資本

新規事業の創出

人的資本

従業員一人当たり
売上高 **38** 百万円

社会・関係資本

リテナー企業数 **749** 社

※契約期間が6か月以上で月額フィーが発生する案件

自然資本

排出量原単位 **0.44**
(t-CO₂eq/売上高(百万円))

※GHG(温室効果ガス)排出量は、当社および主要PR子会社のみの数値

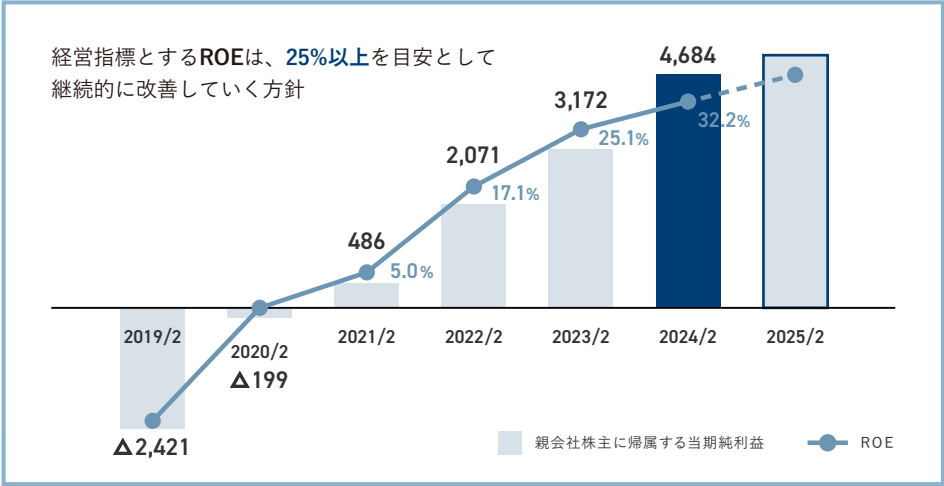
中期利益計画

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

- ・2026年2月期は、EBITDA10,900百万円、営業利益10,000百万円を計画しております。
- ・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。

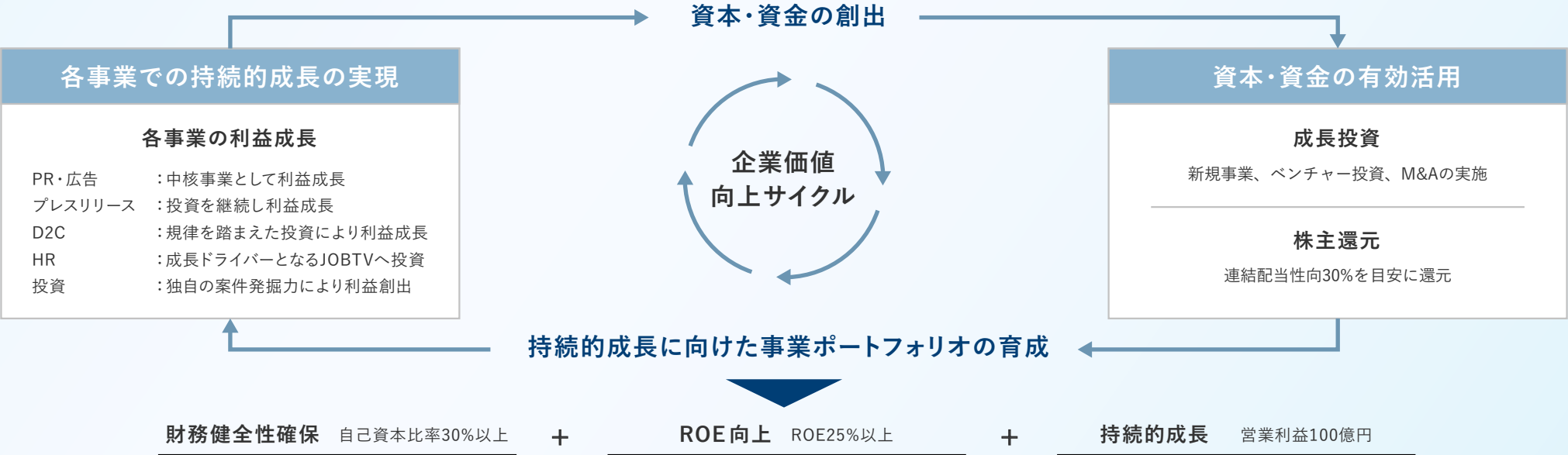
※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

ROEと親会社株主に帰属する当期純利益の推移 (単位:百万円)



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



Management Strategy

經營戰略

04

グローバルPR企業ランキング アジア1位・世界6位

※PRovoke

2024	2023	Agency	HQ	Fee Income 2023(\$)	Fee Income 2022(\$)	Staff	Growth vs 2022(USD)	Growth vs2022 (Constant Currency)
1	1	Edelman ^{nb}	USA	1,037,907,000	1,079,738,000	6,116	-3.9%	-3.9%
2	2	Weber Shandwick ^{nb}	USA	776,000,000	740,000,000		4.9%	4.9%
3	3	BCW	USA	730,000,000	750,000,000		-2.7%	-2.7%
4	4	FleishmanHillard ^{nb}	USA	720,000,000	735,000,000		-2.0%	-2.0%
5	5	Real Chemistry ^{nb}	USA	595,000,000	555,000,000	1,968	7.2%	7.2%
6	7	Vector Inc. ^{nb}	Japan	525,578,752	494,080,000	1,527	6.4%	6.4%
7	6	Ketchum	USA	520,000,000	525,000,000		-1.0%	-1.0%
8	8	Brunswick	UK	497,840,000	471,900,000	1,370	5.5%	0.5%
9	9	FGS Global	USA	455,000,000	421,000,000	1,099	8.1%	8.1%
10	13	Media Consulta	Germany	420,073,612	350,220,000	2,344	19.9%	19.9%

出所：PRovoke media 2024 Global Rankings

The diagram features a light blue world map in the background. A large, dark blue upward-pointing arrow is centered at the top. Three overlapping circles are arranged in a triangle: a large dark blue circle at the top, a medium blue circle on the left, and a medium dark blue circle at the bottom. The top circle is labeled '広告市場' and '7兆円のマーケット'. The left circle is labeled 'PR業界の世界No.1'. The bottom circle is labeled 'PR市場' and '1,500億円のマーケット'. The right side of the diagram is labeled '広告業界のFAST COMPANY'.

広告市場

7兆円のマーケット

PR業界の
世界No.1

広告業界の
FAST COMPANY

PR市場

1,500億円のマーケット

The background is a blurred office interior with large windows and modern furniture. A semi-transparent blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, serving as a background for the text.

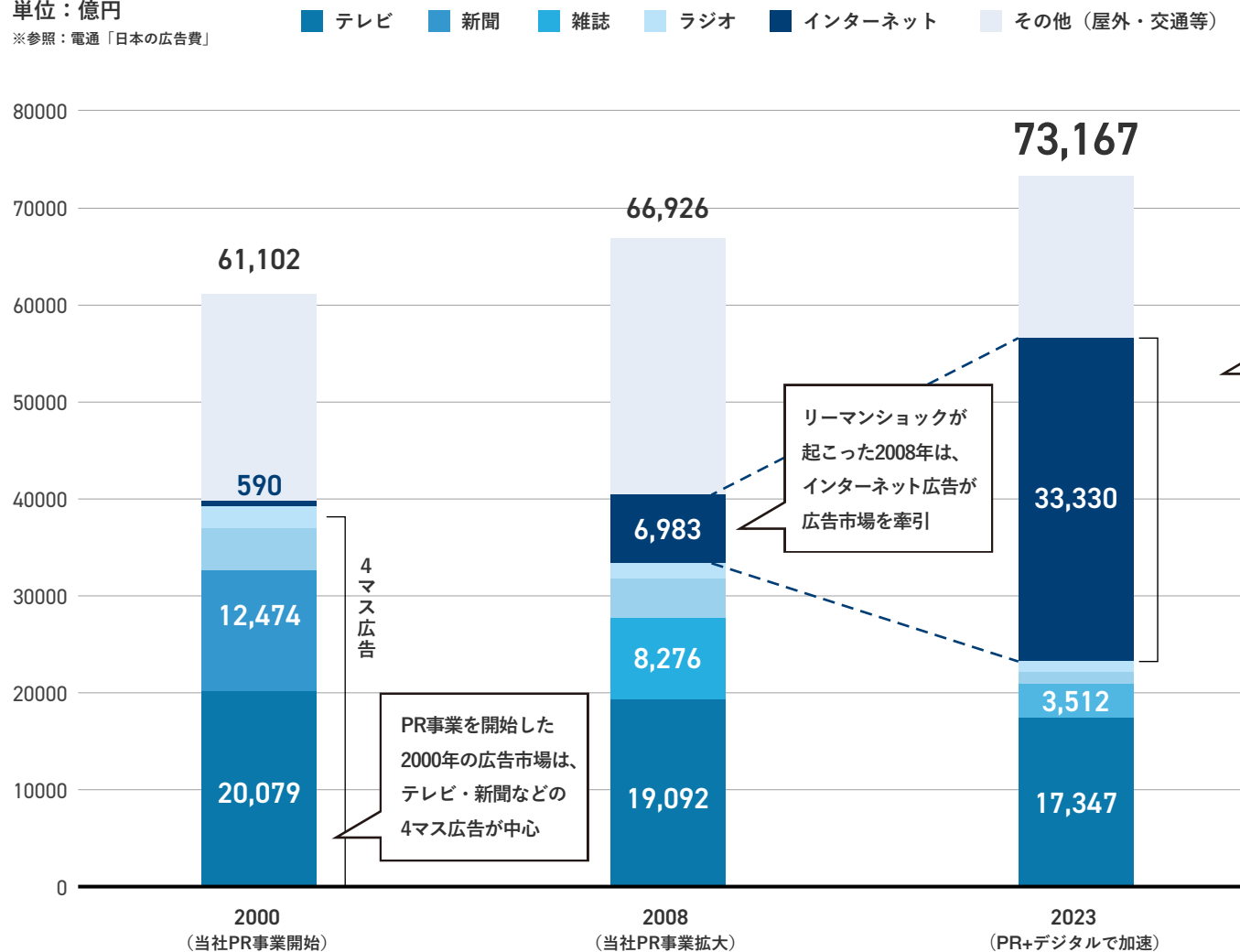
広告業界のFAST COMPANYへ
“Low Cost” “Middle Quality” “Speedy”

日本の広告市場の推移

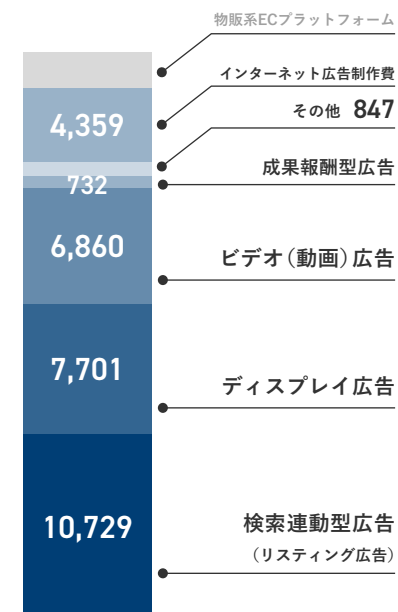
4マス広告が減少する中、インターネット広告が拡大し、広告市場は7兆円に

単位：億円

※参照：電通「日本の広告費」



2022年には、インターネット広告市場が3兆円台を突破
検索連動型広告が牽引

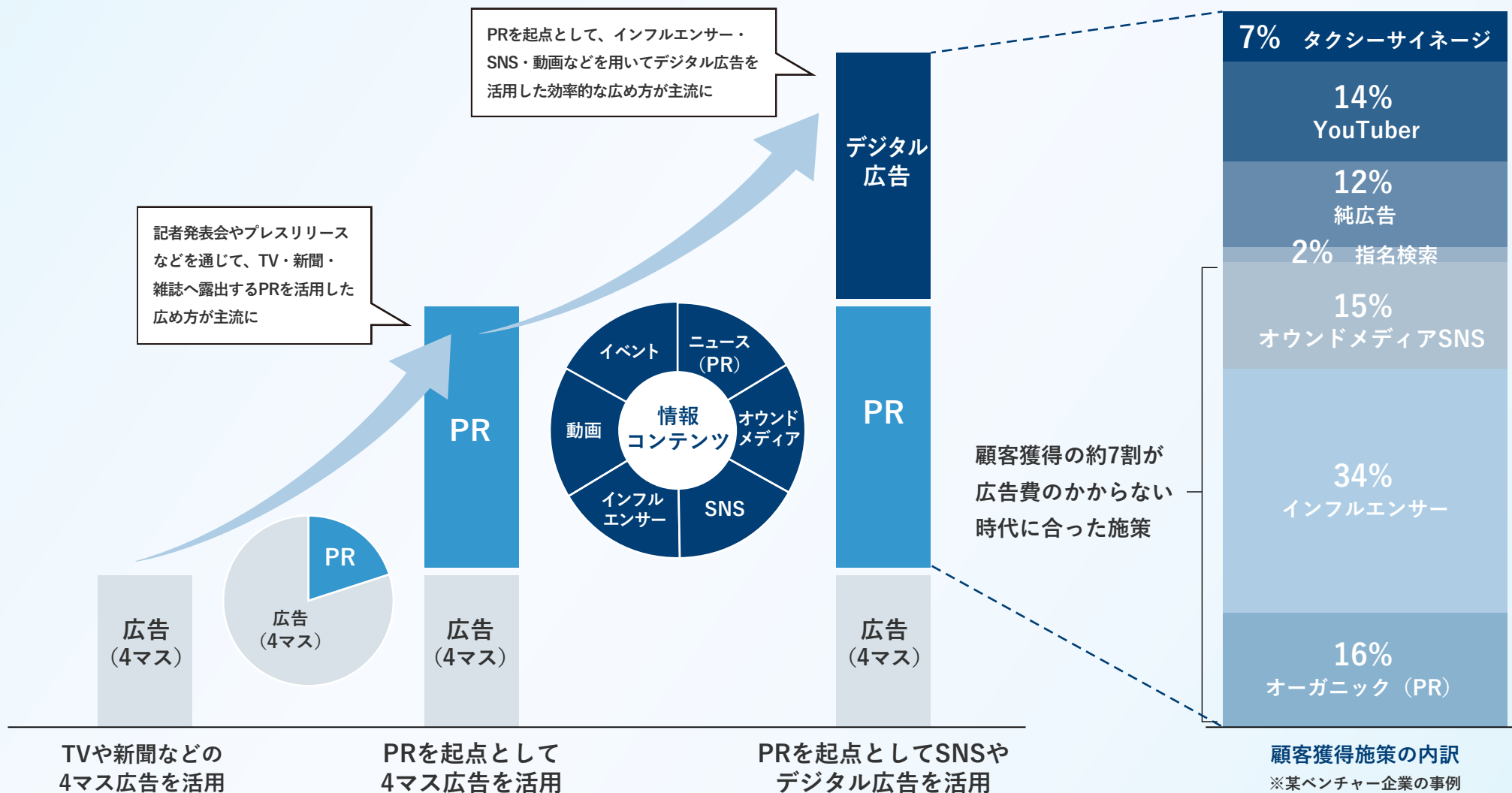


インターネット広告費内訳

※インターネット広告制作費等除く

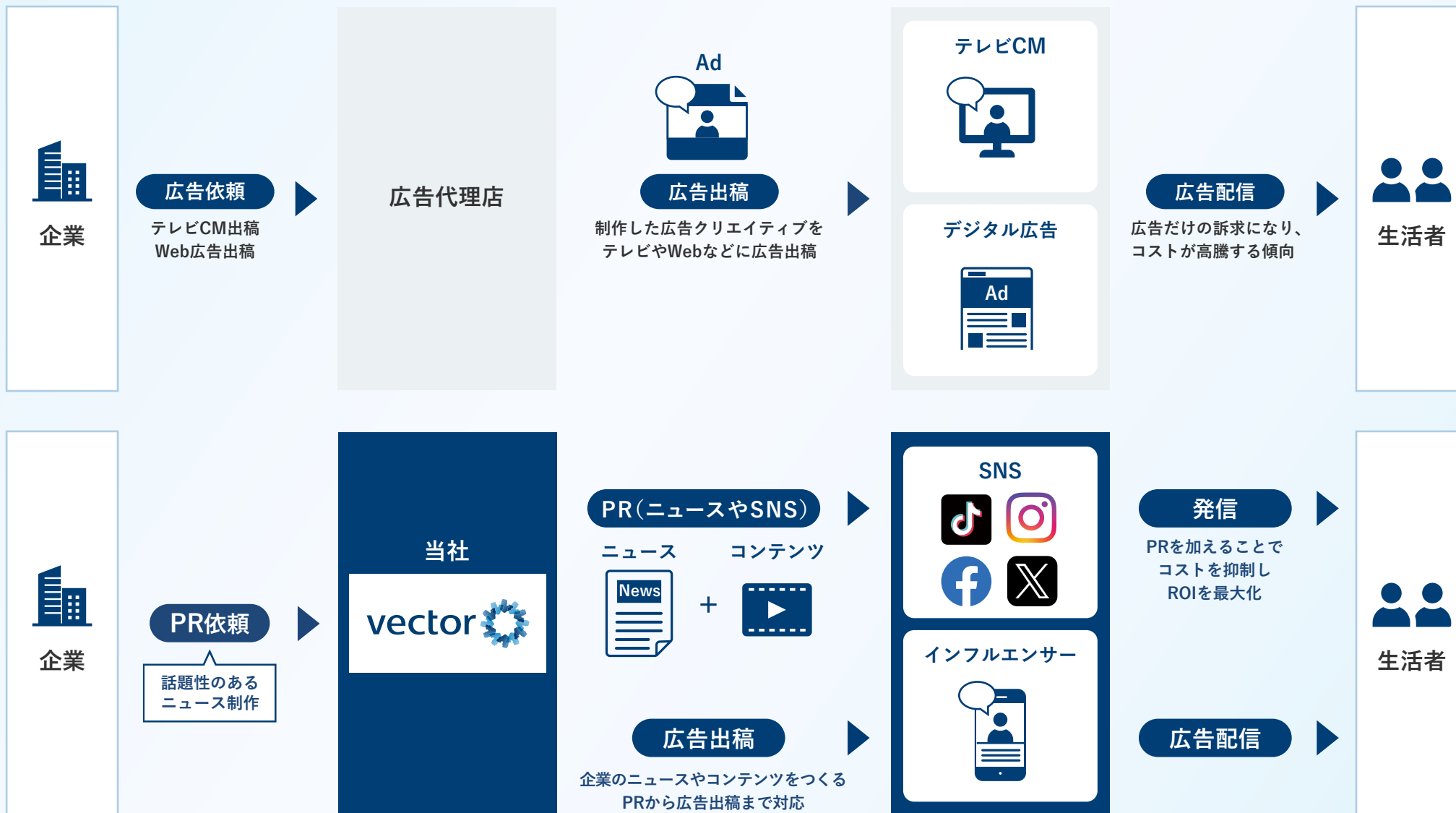
モノの広め方の変遷

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



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



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



9万社以上のクライアントが利用する国内シェアNo.1のプレスリリース配信サービス。上場企業の58%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。

PRTIMES

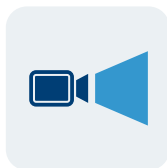
PRコンサルティング



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。



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。



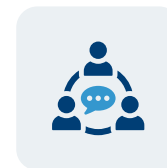
インフルエンサー



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。



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。



リスクマネジメント

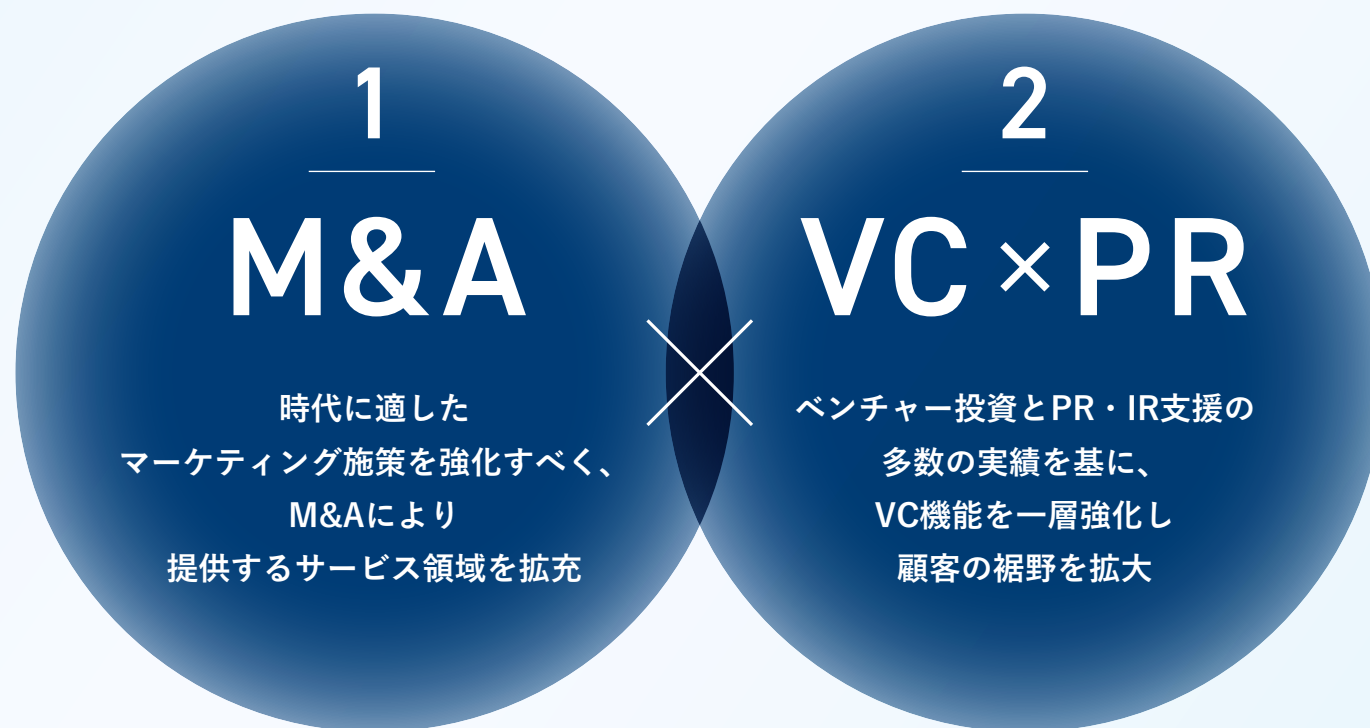


アメリカで培われた理論やノウハウをベースとする独自技術を用いて企業のレピュテーションマネジメントやブランドセキュリティに関するコンサルティングサービスを提供。



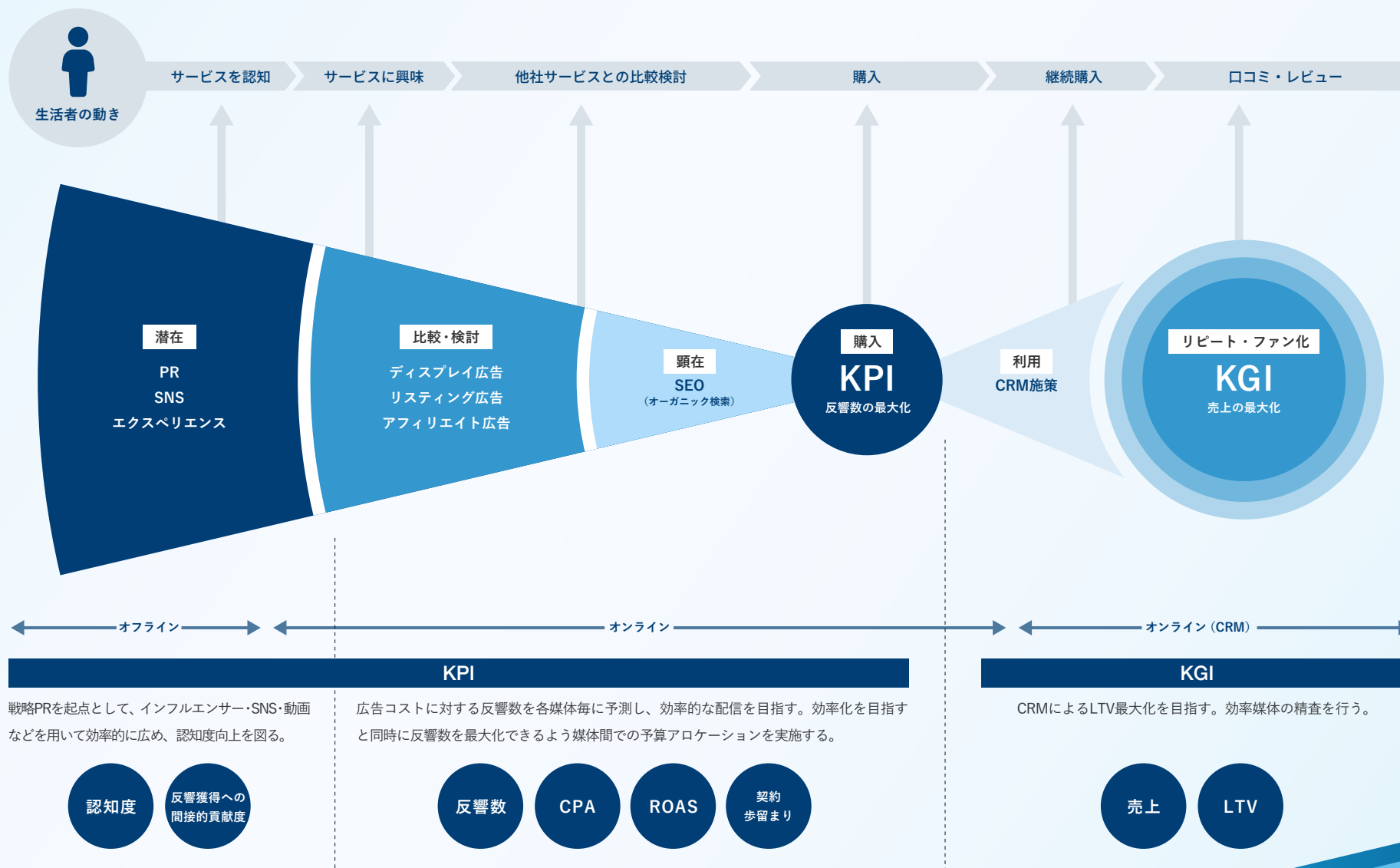
「FAST COMPANY」構想の基盤強化

「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

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

バリュエーション

EV/EBITDA倍率
5～7倍程度を目安に
M&Aを実行

資金調達

買収資金は、
手元現預金、
銀行借入が基本

ガバナンス

M&Aやファイナンスに関する
豊富な知見を有する
過半数の社外取締役を交えた
取締役会にて慎重に判断

PMI

- ・ 投資時の買収の狙いと
その実現状況を
定期的にモニタリング
- ・ 上場グループ会社として
求められる内部統制を構築

2 | VC×PR

ベンチャー投資の方針

投資とPR・IR支援で企業の成長をバックアップ
PR・IR契約を締結する取引出資を中心に新規投資を実施



The image features a light blue background with abstract geometric shapes in the corners. In the top-left corner, there are overlapping blue and white triangular shapes. In the bottom-right corner, there are overlapping blue and white triangular shapes, mirroring the top-left design.

事業紹介

ベクトルグループを構成する事業群

PR・広告事業

vector
ANTILvector
Platinumvector
INITIAL

vector

vector
VECKS

Starbank

News
TechnologyIR
roboticsPublic Affairs
Japan

EVECH

BRAND CLOUD

Keyword marketing

Tryhatch

Owned

NEWS TV

KRIK

プレスリリース配信事業

PR TIMES

ダイレクトマーケティング事業

Vitabrid C¹²
Vilobrid Japan

Japanentry

INFLUENCER BANK

HR事業

あしたのチーム

JOBTV

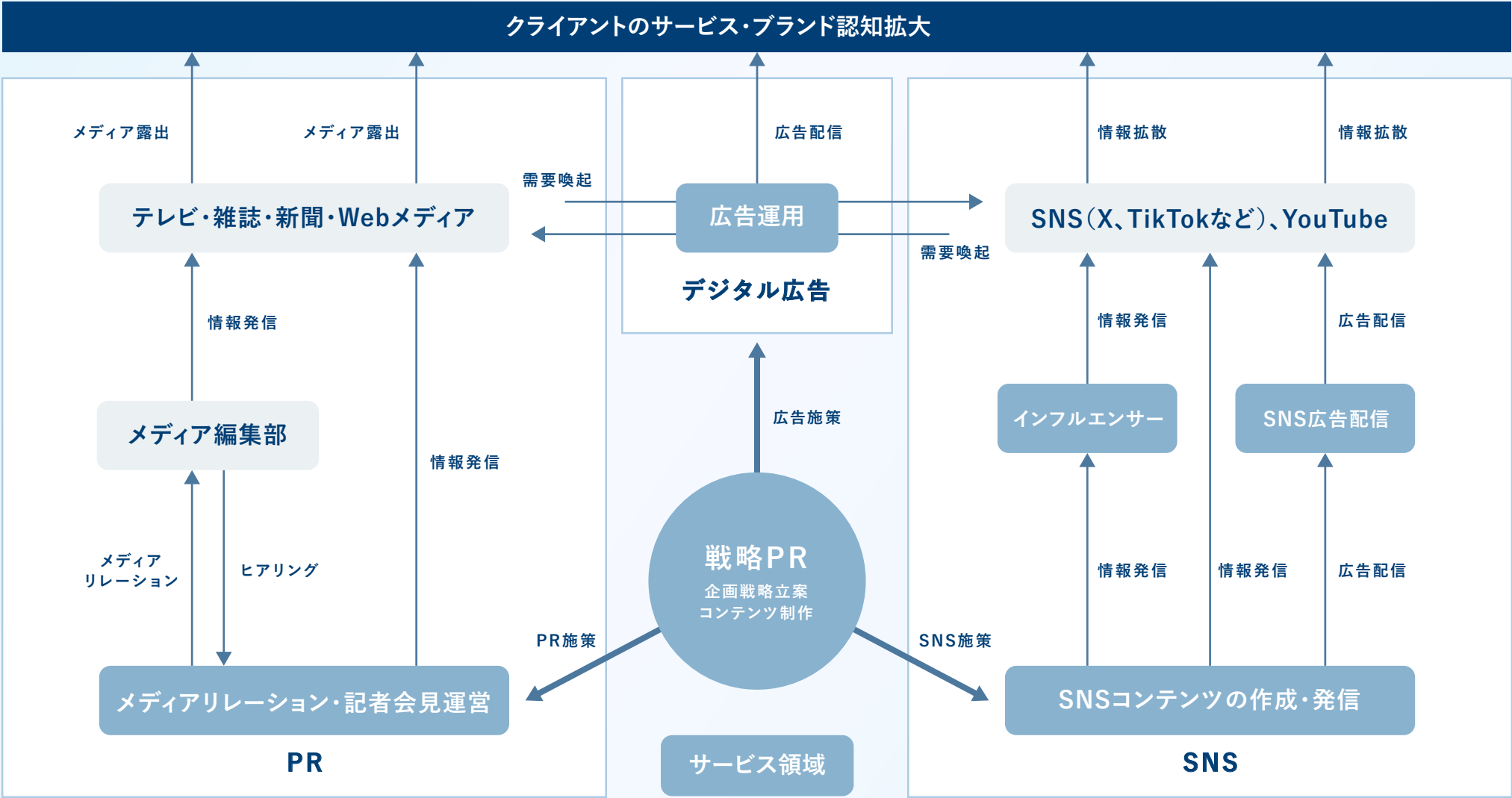
BUSICONET

投資事業

vector
Investment Venture100
capital

戦略PRを起点としたコミュニケーションフロー

戦略PRを起点にメディア露出を図るPR施策、インフルエンサー＆SNS施策、デジタルマーケティングまで統合的に対応



グループシナジーを活かした「FAST COMPANY」事例①

戦略PRを起点に、グループシナジーを駆使し、顧客の統合マーケティングコミュニケーションを支援
戦略構築から認知・購買までをワンストップで提供できることから、1~3億円規模の大型案件が急増

事例：ノルウェー大使館 「Seafood from Norway (ノルウェー産シーフード)」

コミュニケーション全体戦略



寒さは、旨さだ。



原産国に対する意識が低い日本においてノルウェー産シーフードの認知・価値向上と需要強化を目指し、陳列棚の確保に繋がるブランディングや消費者キャンペーンの提案から遂行まで実施。

実行施策

認知向上

広告（デジタル）



広告（紙）

イベント出展



理解促進

コンテンツ開発

LP



広告（デジタル）

店頭PR

PR



SNS・オープンキャンペーン

ターゲットインサイトを捉えたコンセプト開発から、カスタマージャーニーのあらゆる時点やチャネルにてタッチポイントを創出する360°のデジタル×エクスペリエンスキャンペーンを設計・実行し「ノルウェー産」の想起性を向上。

グループシナジーを活かした「FAST COMPANY」事例②

戦略PRとデジタルマーケティング・インフルエンサーマーケティングを中心としたグループ商材を活用し、当社ならではのPRドリブンな統合マーケティングコミュニケーションを実現

事例：「FENDER FLAGSHIP TOKYO」オープニング

コミュニケーション全体戦略



2023年6月に原宿にオープンした世界初の旗艦店「FENDER FLAGSHIP TOKYO」の幅広い世代における認知獲得・来場促進を目的にキャンペーンコンセプト策定から実行までを担当。

実行施策

「FENDER FLAGSHIP TOKYO」
2023年6月30日旗艦店世界初オープン

カウントダウン企画



デジタルサイネージ



動画 & SNS



PR



イベント



オープン50日前に、世界中の50人のアーティストとともにカウントダウン企画を開始、オープンに向けてPR・SNS・動画との連動で話題性を最大化。

広告換算10億+、総動画再生800万回+、待ち時間10時間の来場誘客に成功。

デジタルサイネージ(ニューステクノロジー)

都内最大規模となる約11,500台のタクシー後部座席にサイネージを提供
国内初となる車窓モビリティサイネージや喫煙所サイネージメディアなど幅広く展開



都内最大規模のモビリティメディア「GROWTH」
タクシーの後部座席に設置したサイネージにより月間
770万人のビジネスパーソンへ動画広告を配信



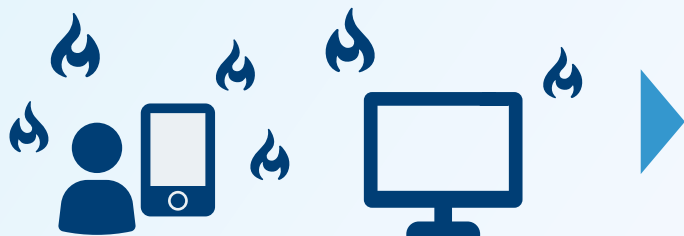
日本初車窓型モビリティサイネージ「Canvas」
日本初の車窓型タクシーサイネージでタクシー車両の
後方窓ガラスを活用して広告を投影



喫煙所サイネージメディア「BREAK」
喫煙所におけるブレイクタイムに適した動画広告やオ
リジナルコンテンツを配信

リスクマネジメント(ブランドクラウド)

「ネット炎上検知」から「レピュテーション改善」までのリスクマネジメントサービスを展開
全8ヵ国対応の国際基準に沿った手法を用いることで、グローバルに対応し他社との差別化を図る



ネット炎上検知

TwitterやFacebook、ブログ、口コミサイト等のSNSやニュースメディア等のWEBメディアをモニタリング・解析し、ネット炎上に発展する可能性がある書き込み等を事前に検知することでネット炎上を阻止

情報漏洩検知

社内における情報漏洩を検知するため、ファイルサーバーのアクセスログやインターネットの検索履歴、印刷履歴等のログデータから、情報漏洩に関する兆候を解析することで情報漏洩を阻止

沈静化コンサルティング

炎上の段階（火種・火種拡散・炎上・大炎上）に応じて、初期対応から沈静化までのコンサルティングを行います。またネット炎上検知・情報漏洩検知サービスと合わせることで、火種を検知し早期解決



レピュテーション改善

炎上後の企業イメージの改善や、認知が低いサービスや商品の浸透、口コミや評判の改善等、企業やサービス、商品等のブランドイメージを向上させるレピュテーション改善



ビデオリリース

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4,500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

The image shows a computer monitor and a smartphone displaying the NEWS TV website. The monitor displays the desktop version of the site, which features a navigation bar at the top with links like HOME, LIFESTYLE, TRAVEL, DATA, BUSINESS, VIDEO, and more. The main content area is titled 'TODAY'S PICK UP' and includes a video player for a segment about 'lokor'. Below this is a section for 'LATEST VIDEO RELEASE' featuring two video thumbnails. The smartphone, positioned in front of the monitor, displays a mobile-optimized version of the same website, showing the 'TODAY'S PICK UP' section and the 'LATEST VIDEO RELEASE' section in a vertical layout.

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、通常高額な動画制作費が無料。
 画・音・映像形式の撮影から撮影・編集・配信まで一気通貫でサービス。
 広告宣伝やPRイベントなど、様々な用途に対応可能なスピード感を実現で
 きます。過去の配信動画の分析を活かした構成提案、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可能です。

```

            graph LR
            A[ヒアリング  
- 取材  
- ターゲット  
- ご要望  
etc.] --> B[動画制作  
- 記者発表  
- インフルエンサー  
- モニタリング  
etc.]
            B --> C[動画配信  
- ターゲティング  
- 配信決定  
- 配信時期  
etc.]
            C --> D[効果測定  
- 視聴率  
- コンバージョン  
- ブランド価値  
etc.]
            
```

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

※BSIPOの法人メディアをネットワークしたNewsTV独自のビデオリソース配信
ネットワーク「NewsTV Network」で、各SNSで配信を行います。
 ※配信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
最短翌日で動画を制作

実績を引継ぎする日、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
ー陣。
 分かりやすい内容への編集、番組終了日の動画制作・配信開始が叶います。

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

メディアタイアップできるくん

メディアタイアッププラットフォーム「メディアタイアップできるくん」提供開始



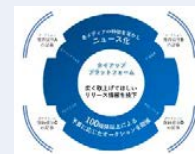
サービス利用の流れ

STEP1 オリエンシート



取り上げてもらいたいニュースリリースの内容をもとに、オリエンシートを記入

STEP2 マッチング



100を超える提携媒体の中から、記入した情報との親和性が高い媒体からのエントリーを獲得し、プラットフォーム上にてマッチング

STEP3 記事作成



オリエンシートの内容をベースに、媒体が記事を作成

STEP4 掲載



予算に応じて、メディアにてタイアップ記事が掲載される

利用企業社数の推移と上場企業の利用割合

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のPR TIMES

PR TIMESの強み 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 **58%** 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の活用拡大と、情報発信力の飛躍的な向上など。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選ばれています。

主なパブリシティ実績

新聞 金経 MJ 日本経済新聞 宣伝会議

広報会議 TechCrunch THE BRIDGE

RBB TODAY ITmedia マイナビニュース

cnet Japan YAHOO! ニュース mixi

事例

ブーム後も新しい仕掛けで盛り上げたい。「面白い企画」を次々と実現し、商品のロングセラー化を狙う湖池屋

多岐な情報なのに世に出せない。増え続けていた情報を裏に出し、従来比2〜3倍のニュースを届けるパナソニック

ケースに応じたさまざまな手法を工夫。質の高い情報発信で、スイーツの魅力を伝える銀座コージコーナ

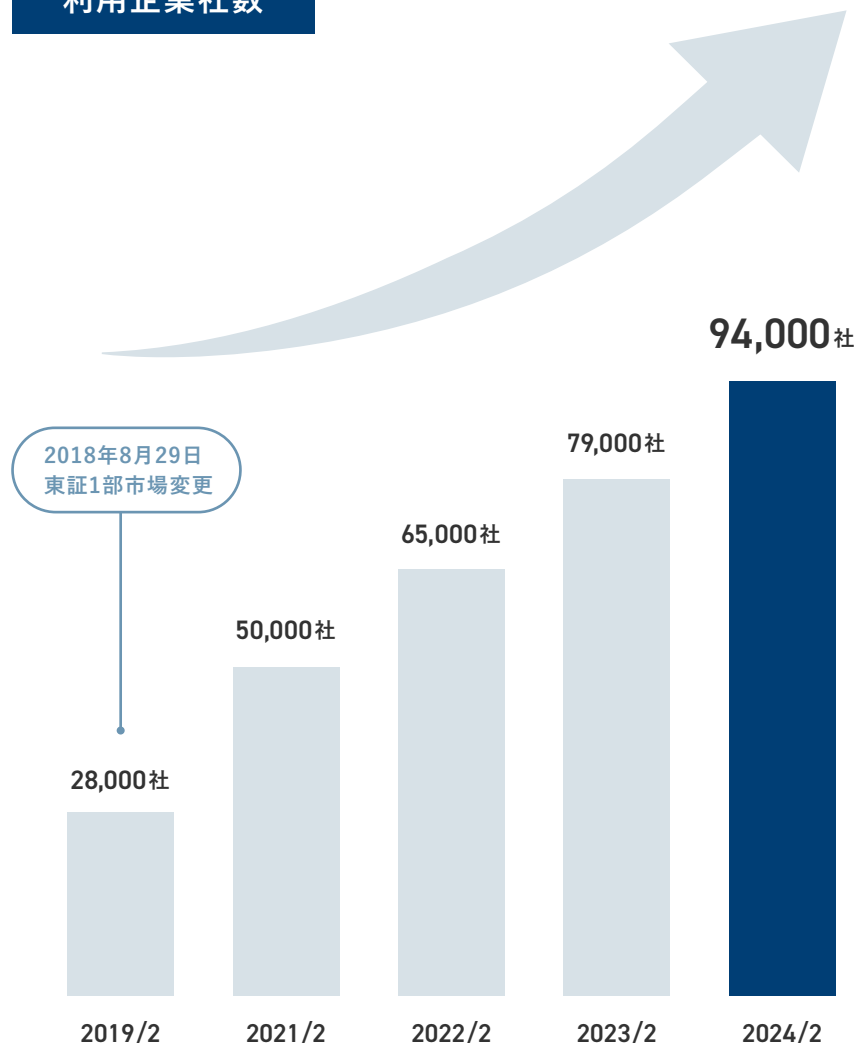
ブランドを「守る」より「広める」ことを重視。次代のファン創出を図る高級車ブランド「アストンマーティン」

200媒体以上掲載!



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94,000社以上、上場企業の58%が利用

利用企業社数



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

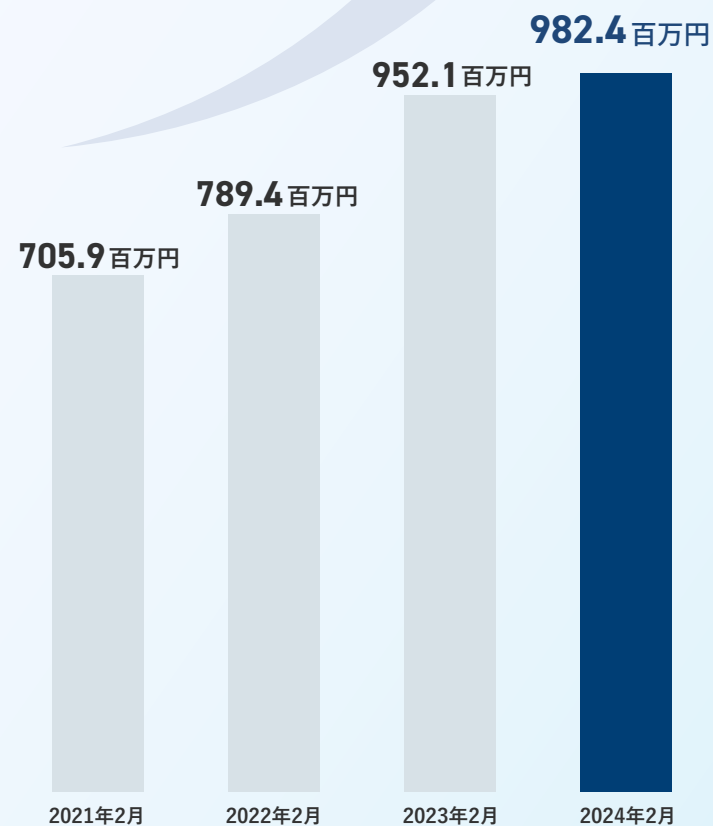


「ジャパンプレミアムDHA&EPA+GABA」は、6年にわたる長い研究開発を経て、日本初となる「8つの機能性」を実現し「DHA」「EPA」「GABA」をトリプル配合したサプリメント



「Vitabrid Daily GABA」は、熟睡できない、ストレスがたまる、疲れが取れないなど、現代人が悩まされる不調を軽減し毎日を豊かに、暮らしに寄り添う「ポジティブサプリ」

営業利益



企業のさまざまなニーズとインフルエンサーを繋いで新しい関係を構築する マッチングプラットフォーム「Influencer Works」を2021年10月より提供開始

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® HR



社員が
『見える』

個性が
『分かる』

組織が
『決まる』



社員名鑑

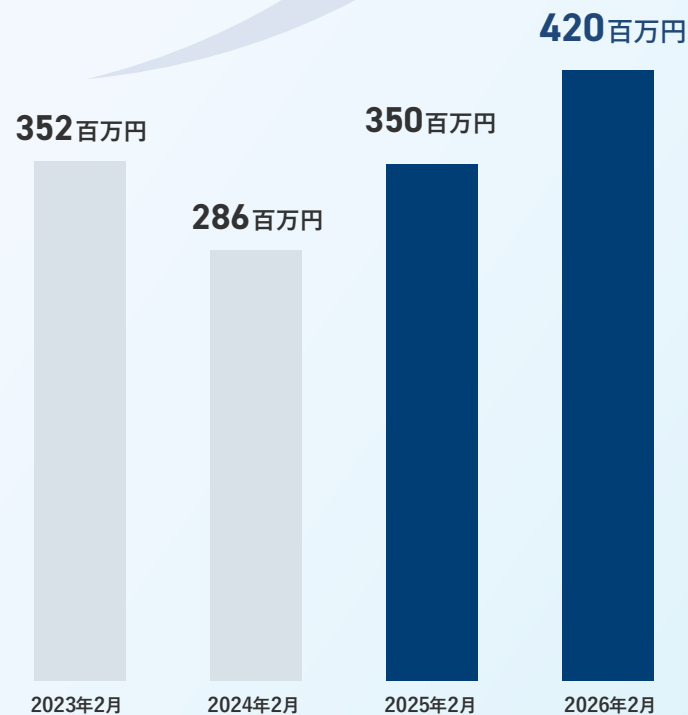


社員データベース

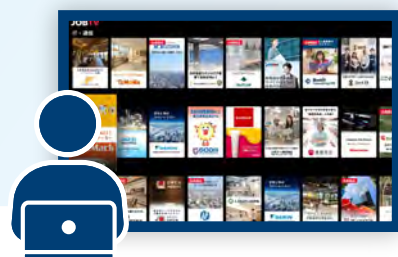


組織図

営業利益



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！



会社説明動画

JOBTV



自己PR動画



企業

- 1 会社や採用ポジションを動画で発信するから魅力が伝わる！
- 2 応募者を動画で選考できるからわかりやすい＆スピーディ！
- 3 スカウト送信で求職者にダイレクトアプローチも可能！

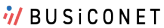
参画企業 **1,000** 社以上！



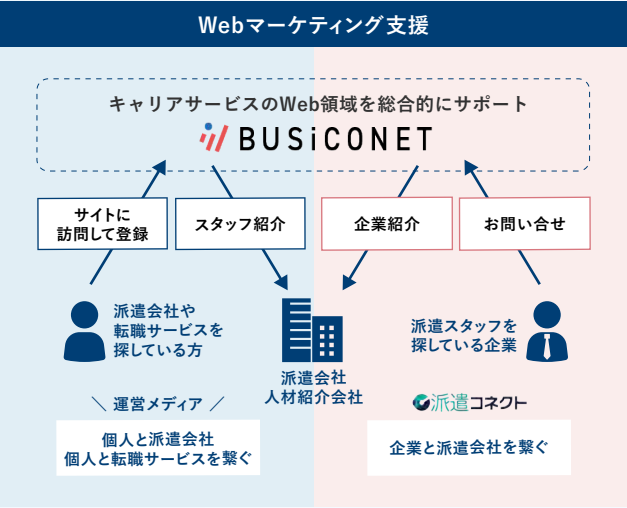
ビジコネット取得によるシナジー

- ・キャリアサービスのWeb領域を総合的にサポートするビジコネット株式会社を2023年6月28日に連結子会社化
- ・メディア運営のノウハウ活用と転職Webメディアの求職者をJOBTVへ送客することにより、収益の拡大を図る

株式取得概要

会社名	 ビジコネット株式会社
事業内容	転職Webメディアの運営 Webマーケティング支援
取得金額	17.9億円
株式取得日	2023年6月28日

事業内容



人材サービス提供事業者のWeb集客を支援するサービスを複数展開「Webマーケティング」と「集客力」を強みとし案件を数多く提供

FINDAWAY取得によるシナジー

- ・採用コンサルティングやエンジニアの紹介事業に強みを持つ株式会社FINDAWAYを2024年3月29日に連結子会社化
- ・FINDAWAYが持つ顧客と採用コンサルティングのノウハウをJOBTVに活用することで、人材支援事業の拡大を図る

株式取得概要

会社名	 株式会社FINDAWAY
事業内容	人材採用コンサルティングの提供 人材Web広告メディアの企画制作
取得金額	70.8%
株式取得日	2024年3月29日

事業内容

人材コンサルティング															
調査・選定・PR				応募者管理・運用				選考・診断・内定				採用・研修・労務			
人材採用計画立案	採用コンセプト立案	求人メディア選定	取材・制作・撮影	内定フォロー・診断ツール選定	掲載母集団の形成	応募者への対応	面接官トレーニング	会社説明会・企画開催	書類選考・面談	適性診断テスト	メール・電話フォロー	人材選考	最終人材選考	リクルーターフォロー	内定者フォロー
・的確な求人メディア選定	・会社案内パンフレットの企画	・HPアクセス、滞在時間増加	・合同説明会ブース内装	・説明会呼び込み対応	・大学連携、学内セミナー	・採用代行のサポート	・人事業務の効率化	・応募者情報の一元管理	・他社と差をつける会社説明会	・講師中傷対策	・適性診断ツールの活用	・リクルーター研修	・人材獲得ノウハウの共有	・内定者フォローツールの活用	・内定者研修、辞退防止

1,000社以上のクライアントとの取引実績と独自性を活かし、人材採用から獲得後のフォローまで、一気通貫での対応が可能

JOBTVの今後の成長戦略

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



新卒支援事業

- JOBTV新卒
- JOBTV新卒ハイクラス

2021年12月より「JOBTV for 新卒」を提供開始。
登録企業社数1,000社以上、
学生登録者数は累計15万人。

転職支援事業

- JOBTV転職
- ハイクラスバンク

2022年12月より「JOBTV 転職」を提供開始。
新卒事業で培ったノウハウを
活用し、転職者を支援。

採用支援事業

- JOBTV採用コンサル
- JOBTV RPO

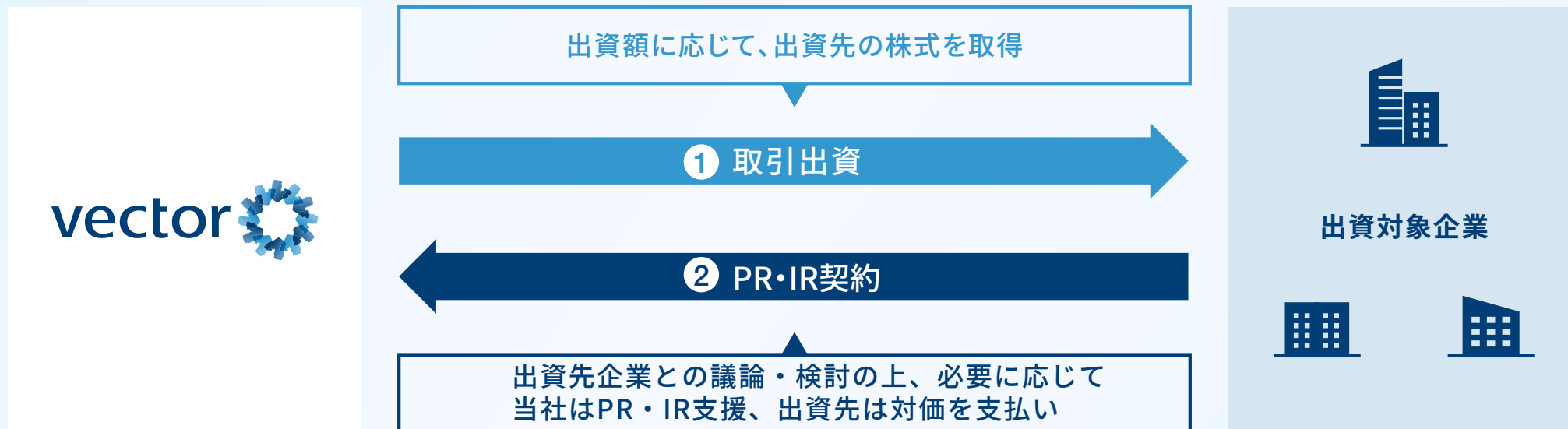
「FINDAWAY」の参画により
企業サイドの人材採用全般
の課題を上流から支援。新卒
や転職に送客できる体制を
構築。

派遣事業

- JOBTV派遣(予定)
- Webスクール

メディア事業のノウハウを活
用した派遣事業とデジタルス
キルが学習できるWebスクー
ル事業を展開。

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32社 (IPO後もバックアップを継続)



Sustainability

サステナビリティ

05

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的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り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。

サステナビリティの方針としては、“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。当社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（当社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かな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
株式会社ブラチナム 代表取締役

吉柳 さおり

サステナビリティ委員会概要

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。

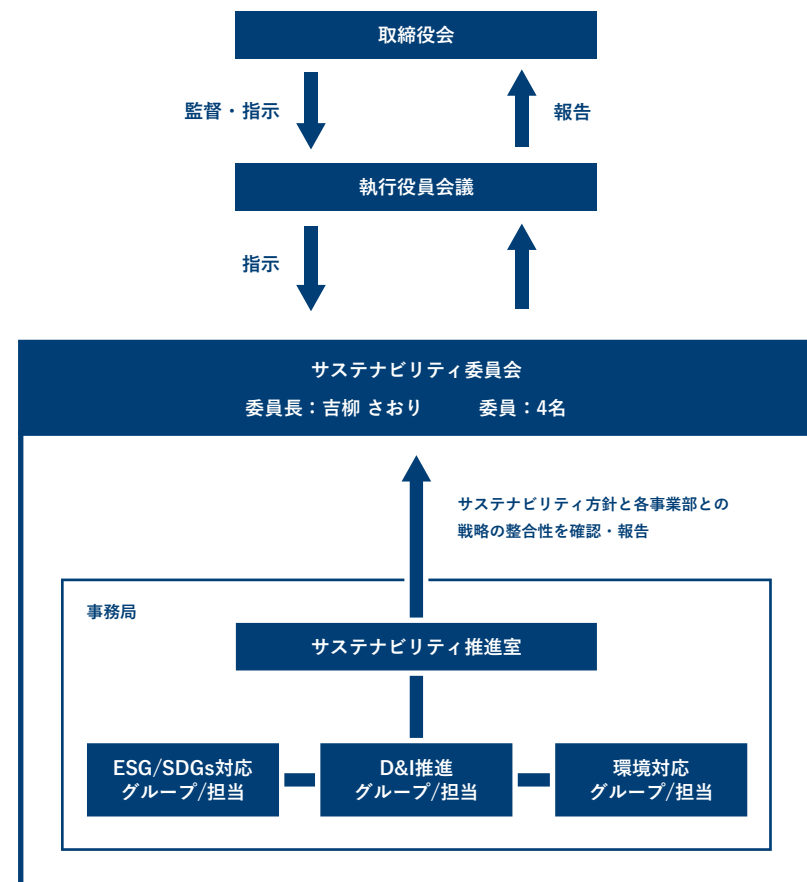
構成

- ・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 株式会社プラチナム代表取締役社長 吉柳さおり
委員	・役員 …………… 後藤洋介 ・IR/ESG …………… 氣賀明 ・法務 …………… 磯和泉 ・経営企画 …………… 菅原菜々子
オブザーバー	・社外取締役 ・監査役
事務局	・サステナビリティ推進室 ・ESG/SDGs対応グループ …… 國分俊輔 ・D&I推進グループ/担当 …… 西江祐子 ・環境対応グループ/担当 …… 平林裕子

サステナビリティ委員会体制図

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

1 マテリアリティ特定プロセス

- ・ 重要な社会課題としてグローバルサステナビリティテーマであるSDGs(持続可能な開発目標)の指標を使用。

2 ビジネスとの関連性の評価

- ・ 「当社グループのビジネスとの関連性」について、事業との関連度で重要性を評価。

3 重要課題の確認

- ・ 「ビジネスとの関連性」を評価し、当社グループにおける重要課題を策定。

4 重要テーマの決定

- ・ 当社グループにおける6つの重要テーマを設定。
- ・ 各ステークホルダーの意見を取り込み定期的な見直しを実施。

マテリアリティ理念図



マテリアリティ

SDGs/ESG
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に貢献。

取り組み実績

- ・2021年10月「Vector SDGs PROJECT」を発足
- ・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

SDGs目標

ベンチャー支援による
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。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。

取り組み実績

- ・10を超える業種に対して投資を実施
- ・IPO実績(合計):32社

SDGs目標

先進性や創造性を
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。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。

取り組み実績

- ・研修プログラムの拡充
- ・キャリアチャレンジ制度
- ・社内アントレプレナー制度

SDGs目標



D&Iの推進

あらゆる声が受け止められ、皆があらひのままで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。

取り組み実績

- ・WEPs(女性のエンパワーメント原則)への署名
- ・30%Club Japanに加盟
- ・社員エンゲージメント調査の実施

SDGs目標



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。

取り組み実績

- ・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

SDGs目標



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°C目標に対して、計画的に取り組む。
社員の意識改革も推進し、持続可能な社会を目指す。

取り組み実績

- ・共同購入/ペーパーレス化の推進
- ・自社排出量の算定とシナリオ分析の実施

SDGs目標



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CO₂排出量の削減の両立に努めていきます。

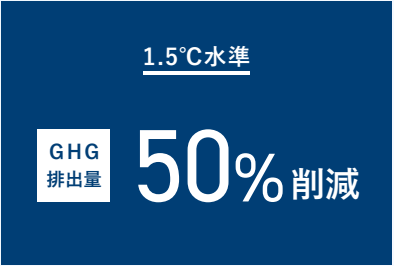
GHG 排出量削減目標と削減策

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%削減することを目標として定めています。
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-CO₂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-CO₂）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、再エネ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、非化石証書や再エネ由来クレジットの購入により、排出したCO₂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-CO₂）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を通した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50%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 リスク	政策・法規制リスク	CO ₂ 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 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 海面上昇による財務的影響

機会		指標
ビジネス 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、機会増が予想されます。

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）

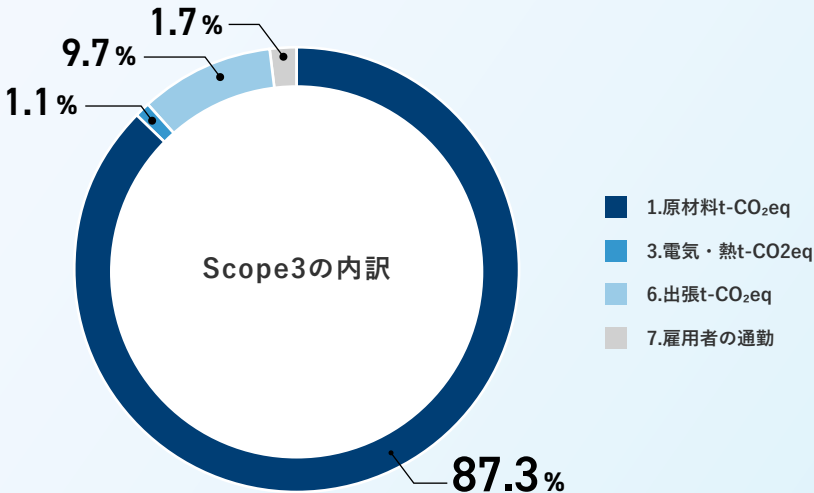
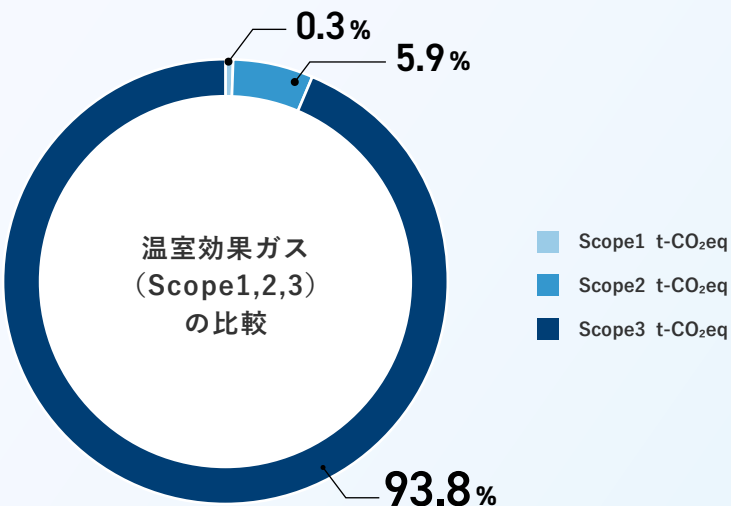


自社内の排出量 (Scope1.2)

項目		単位	実績 (2021年2月期)	実績 (2022年2月期)	実績 (2023年2月期)
温室効果ガス排出量 (Scope1,2) GHG排出量 GreenHouse Gas	計	t-CO ₂ eq	207.49	614.888	566.562
	Scope1	t-CO ₂ eq	31.218	28.672	20.267
	Scope2	t-CO ₂ eq	176.272	586.216	546.295

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)	実績 (2022年2月期)	実績 (2023年2月期)
温室効果ガス排出量 (Scope3) GHG排出量 GreenHouse Gas	計	t-CO ₂ eq	6,226.712	6,310.722	8,689.349
	上流合計	t-CO ₂ eq	6,094.510	6,310.722	8,689.349
	1.原材料	t-CO ₂ eq	5,705.92	5,751.205	7,588.313
	2.資本財	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	3.電気・熱	t-CO ₂ eq	34.918	97.553	100.150
	4.輸送,配送 (上流)	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	5.廃棄物	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	6.出張	t-CO ₂ eq	202.586	315.653	847.330
	7.雇用者の通勤	t-CO ₂ eq	151.082	146.311	153.566
	8.リース資産	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	下流合計	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	9.輸送,配送 (下流)	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	10.販売した製品の加工	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	11.販売した製品の使用	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	12.販売した製品の廃棄	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	13.リース (下流)	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	14.フランチャイズ	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000
	15.投資 (11社分)	t-CO ₂ eq	0.000	0.000	0.000



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繋げるために、エンゲージメントサーベイを実施しています。今後も、それぞれの調査項目を経年でモニタリングし、環境改善に向けて様々な施策を実施することにより、社員のエンゲージメント・ウェルビーイング向上に努めてまいります。

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	2 週間 (2024年2月15日～2月29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。	78.9pt
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。	79.7pt
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。	72.8pt
4. 自分の仕事が意義あるものと感じていますか。	71.8pt
5. 職場には、得意なものを活かせる環境がありますか。	73.4pt
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。	72.8pt

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



年次有給休暇の計画付与



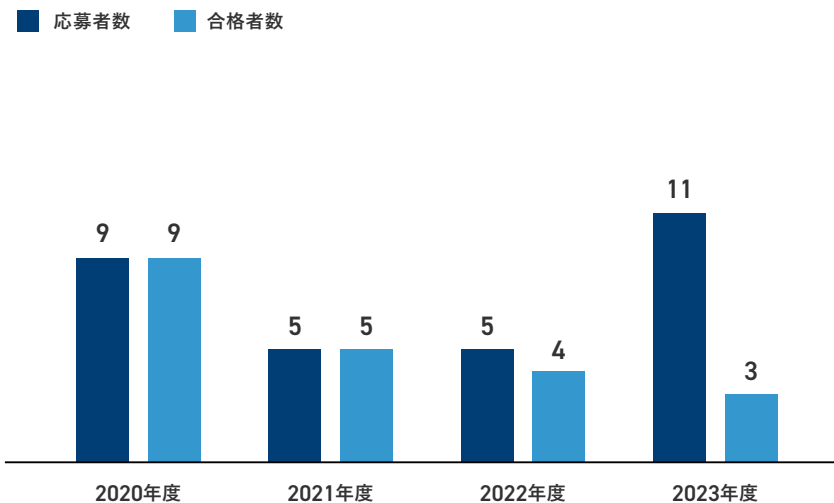
キャリアチャレンジ制度

「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

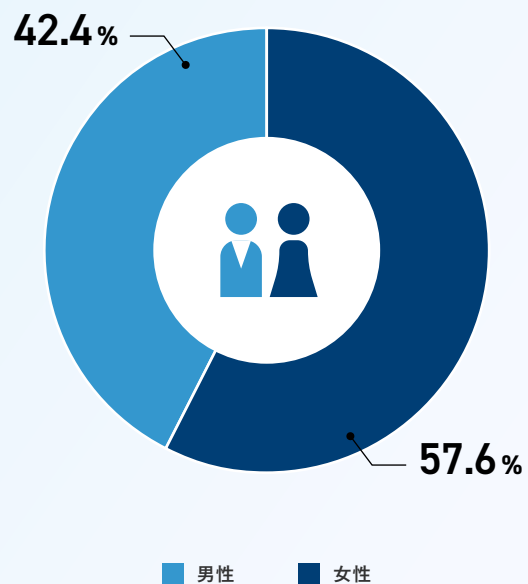


従業員データ

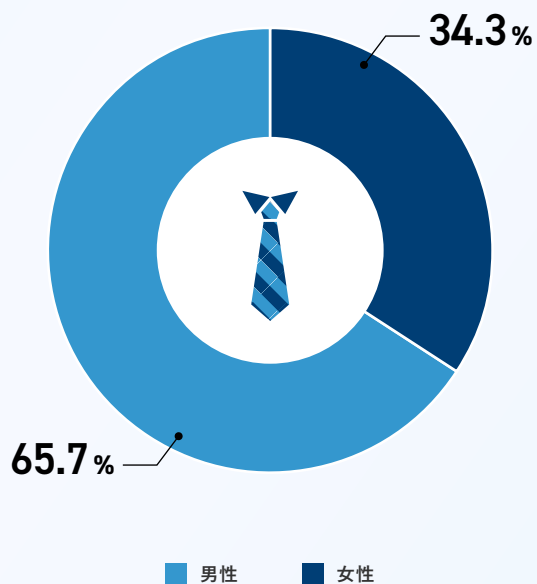
当社グループは、創業以来、女性が第一線で活躍する風土があり、正社員の半数以上が女性です。今後も女性の管理職比率の向上に向け、努力してまいります。

また、当社グループは、当社及び子会社45社並びに関連会社2社の合計48社で構成されており、代表の年齢構成は下記のようにしております。

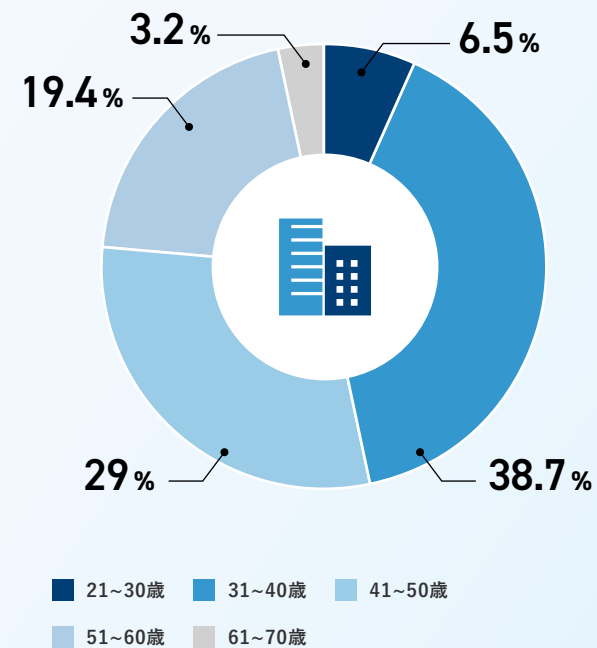
男女別比率



管理職男女別



子会社代表年齢構成



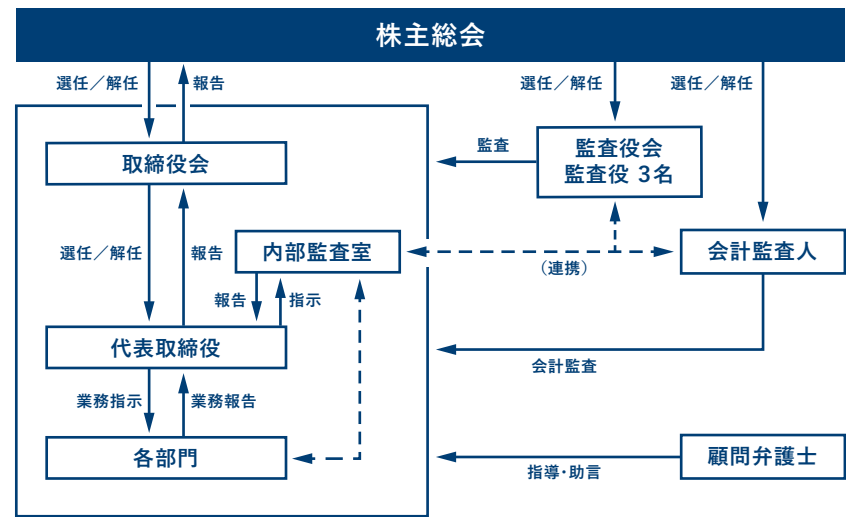
※2024年2月末時点

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1つであると思っており、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

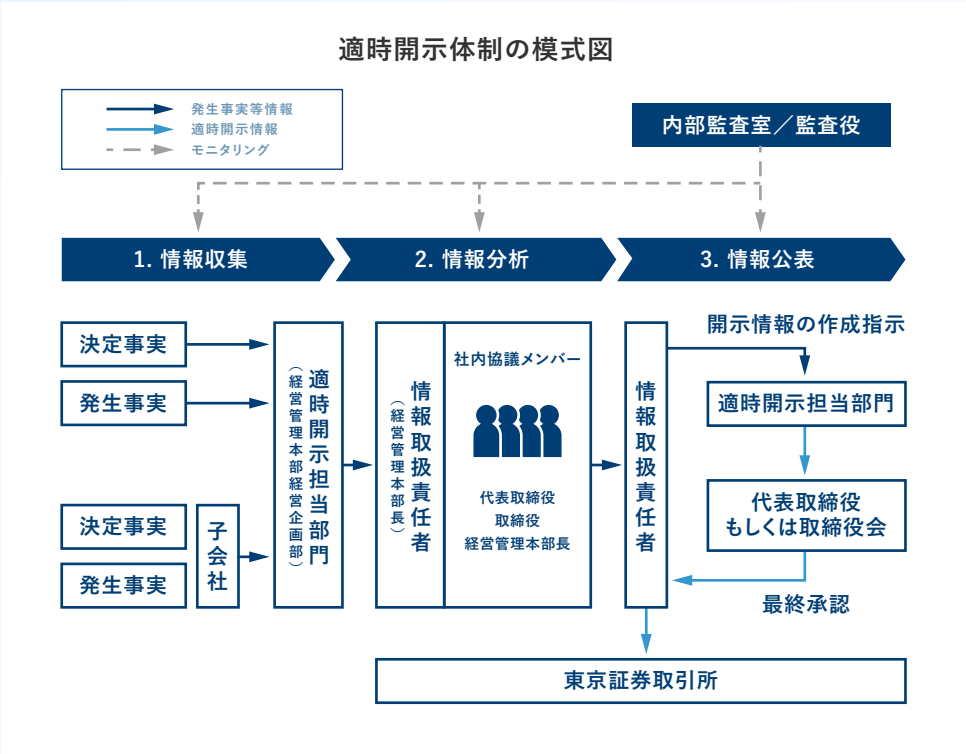
当社は取締役会設置会社及び監査役会設置会社です。

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。

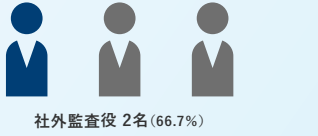


取締役会の出席状況 (2024年2月期)

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	21回/21 回 (100.0%)	社外取締役	西木 隆	21回/21 回 (100.0%)
取締役副社長 グループCOO	長谷川 創	21回/21 回 (100.0%)	社外取締役	松田 公太	21回/21 回 (100.0%)
取締役副社長	吉柳 さおり	21回/21 回 (100.0%)	社外取締役	富村 隆一	21回/21 回 (100.0%)
取締役 CFO	後藤 洋介	21回/21 回 (100.0%)	社外取締役	那珂 通雅	21回/21 回 (100.0%)
			社外取締役	野瀬 泰伸	21回/21 回 (100.0%)
			常勤監査役	森 和虎	21回/21 回 (100.0%)
			社外監査役	玄 君先	21回/21 回 (100.0%)
			社外監査役	柳沼 賢司	21回/21 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、2024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	2023年3月から2024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	2024年2月16日～3月4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）
- ・取締役会の構成（メンバーの多様性、女性が少ない）

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）ロングプ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
グループCOO 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
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
2023年	当社取締役副社長グループCOO（現任） （株）TWOSTONE & Sons取締役（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	カーバル・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（監査等委員）
2020年	同社取締役（現任） RPAテクノロジーズ（株）取締役 （株）セグメント取締役

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、 Director（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
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（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	ブ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）シグマクシス（現（株）シグマクシス・ホールディングス） 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
2016年	（株）シグマクシス（現（株）シグマクシス・ホールディングス） 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）
2023年	（株）シグマクシス・ホールディングス取締役会長 兼取締役会議長（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 (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) (現シティグループ証券(株)) 常務執行役員、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 (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 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
2019年	(株) ビジョン取締役(現任)
2020年	当社社外取締役(現任)
2021年	Houyou(株) (現 實結(株)) 取締役
2022年	HRクラウド(株) 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ジェンシー(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 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) 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(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) (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) リアリット取締役
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)
2024年	ソフトブレイン(株) 取締役(監査等委員)(現任)

Corporate Information

企業情報

06

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。

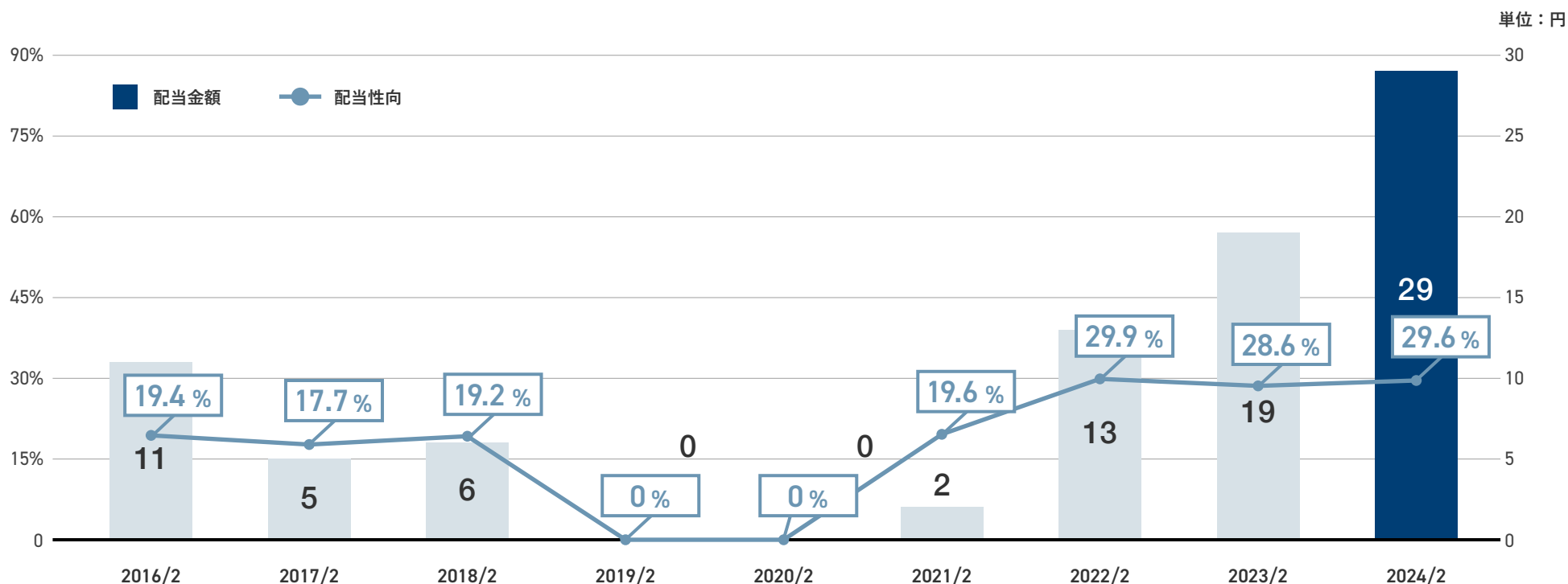
配当の決定機関は、期末配当については株主総会、中間配当については取締役会であります。

配当方針

30%

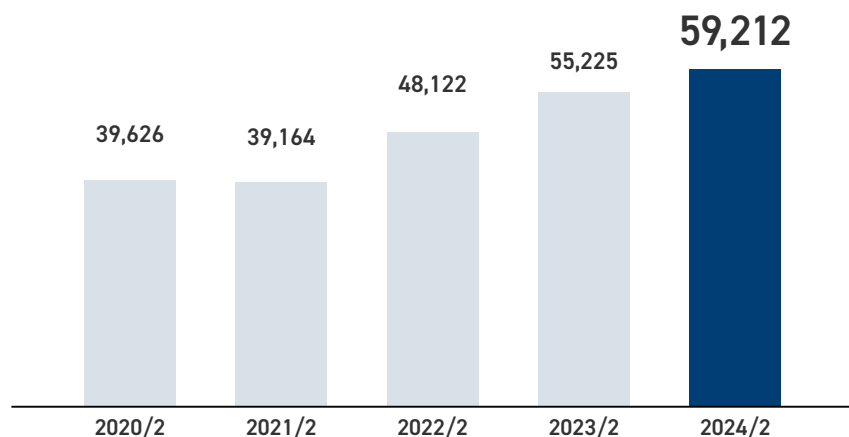
中長期的な
連結配当性向の目安

配当金額と配当性向の推移

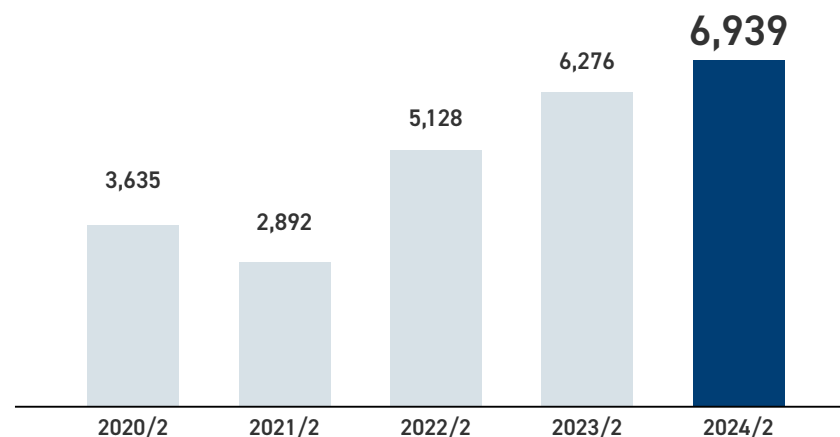


主な財務指標の推移 (単位：百万円)

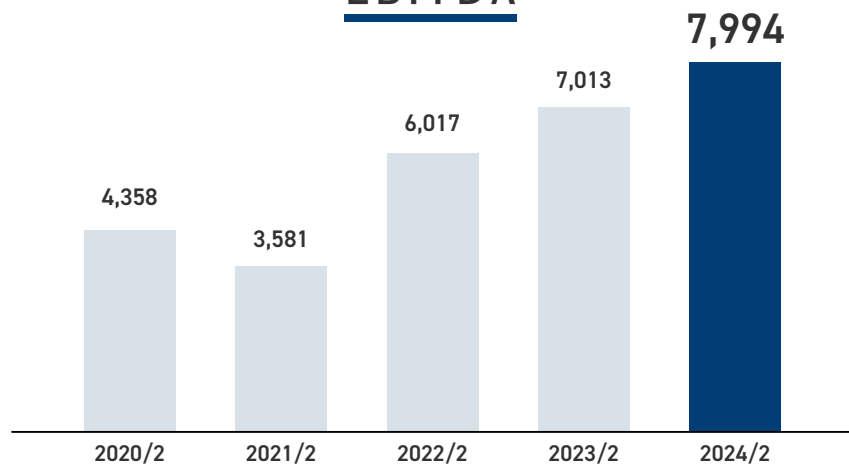
売上高



営業利益

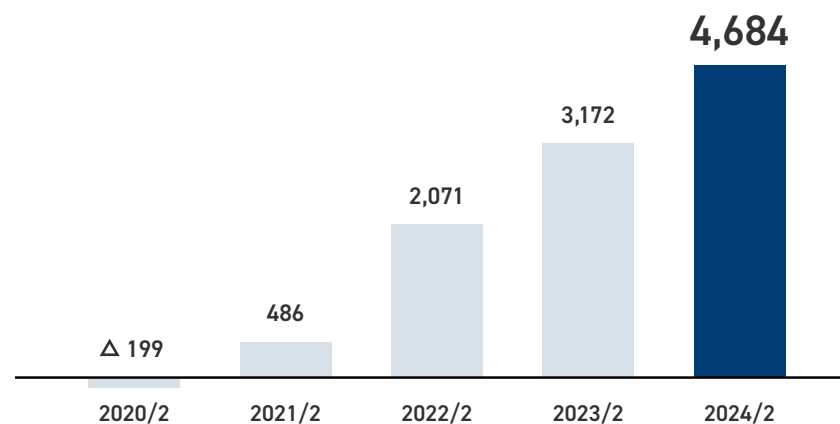


EBITDA



※ 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



連結業績サマリ

売上高

592.1 億円

〔前年同期比 107.2% ▲〕

営業利益

69.3 億円

〔前年同期比 110.6% ▲〕

EBITDA

79.9 億円

〔前年同期比 114.0% ▲〕

親会社に帰属する当期純利益

46.8 億円

〔前年同期比 147.7% ▲〕

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	21,776 20/2 19,404 21/2 27,706 22/2 31,553 23/2 34,598 24/2	2,556 20/2 1,093 21/2 2,146 22/2 3,481 23/2 2,763 24/2	34,598 百万円 [前年同期比 109.6% ▲]	2,763 百万円 [前年同期比 79.4% ▼]
プレスリリース配信事業 (PR TIMES)	2,891 20/2 3,765 21/2 4,854 22/2 5,706 23/2 6,836 24/2	560 20/2 1,301 21/2 1,834 22/2 1,190 23/2 1,746 24/2	6,836 百万円 [前年同期比 119.8% ▲]	1,746 百万円 [前年同期比 146.7% ▲]
ダイレクト マーケティング事業	8,537 20/2 11,389 21/2 12,326 22/2 14,691 23/2 12,912 24/2	557 20/2 716 21/2 774 22/2 984 23/2 1,006 24/2	12,912 百万円 [前年同期比 87.9% ▼]	1,006 百万円 [前年同期比 102.2% ▲]
HR事業 (あしたのチーム)	3,685 20/2 2,678 21/2 2,513 22/2 2,398 23/2 2,787 24/2	△686 20/2 △905 21/2 117 22/2 △156 23/2 97 24/2	2,787 百万円 [前年同期比 116.2% ▲]	97 百万円 [前年同期比 253百万円増 ▲]
投資事業	3,145 20/2 2,370 21/2 1,238 22/2 1,601 23/2 2,459 24/2	647 20/2 680 21/2 255 22/2 775 23/2 1,326 24/2	2,459 百万円 [前年同期比 153.6% ▲]	1,326 百万円 [前年同期比 171.0% ▲]

※1 第1四半期累計期間より、「PR・広告」に「ビデオリリース」「メディアCMS」を統合しております

※2 第1四半期累計期間より、「PR・広告」に含まれていた「JOBTV」を「HR」に変更しております

連結貸借対照表(BS)

(単位：百万円)	2023年2月期末	2024年2月期末	前期末差	前期末比
資産合計	36,343	43,621	+7,277	120.0%
現預金	13,372	15,820	+2,447	118.3%
のれん	1,780	3,633	+1,853	204.1%
営業投資有価証券＋投資有価証券	5,495	5,991	+495	109.0%
その他	15,694	18,175	+2,480	115.8%
負債合計	20,584	23,645	+3,061	114.9%
借入金＋社債	9,756	11,700	+1,943	119.9%
その他	10,827	11,945	+1,118	110.3%
純資産	15,759	19,975	+4,215	126.7%

連結損益計算書(PL)

(単位：百万円)	2023年2月期	2024年2月期	前年同期差	前年同期比
売上高	55,225	59,212	+3,987	107.2%
売上総利益	35,146	37,671	+2,524	107.2%
EBITDA	7,013	7,994	+980	114.0%
営業利益	6,276	6,939	+662	110.6%
経常利益	6,623	6,871	+248	103.7%
税金等調整前当期純利益	5,712	8,347	+2,634	146.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,172	4,684	+1,512	147.7%

連結キャッシュ・フロー計算書(CF)

(単位：百万円)	2023年2月期	2024年2月期	増減額
現金及び現金同等物の期首残高	13,552	13,372	△149
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,457	4,451	+2,994
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,288	△1,146	+141
財務活動によるキャッシュ・フロー	△358	△882	△523
現金及び現金同等物の期末残高	13,372	15,820	+2,447

増減要因

営業活動によるキャッシュ・フロー

└─ 既存事業が順調に推移
税前当期利益が増加

投資活動によるキャッシュ・フロー

└─ M&Aによる子会社の株式取得
子会社株式2社の売却

財務活動によるキャッシュ・フロー

└─ M&A実行のための資金調達
自己株式の取得

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4,872、日本国内では1,470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中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。

2024年5月24日時点で866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。

女性の基幹職比率の向上を目指し「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」の趣旨に賛同し、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、皆があらゆるままでの居場所がある「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	3,038百万円（2024年2月29日現在）
事業内容	PR業務代行・コンサルティング ブランディング業務 IRコミュニケーション キャスティング リスクマネジメント業務 マーケティングリサーチ業務 イベントの企画/実施 SNSコミュニケーション マーケティング
社員数	グループ従業員数 連結：1,548名（2024年2月29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

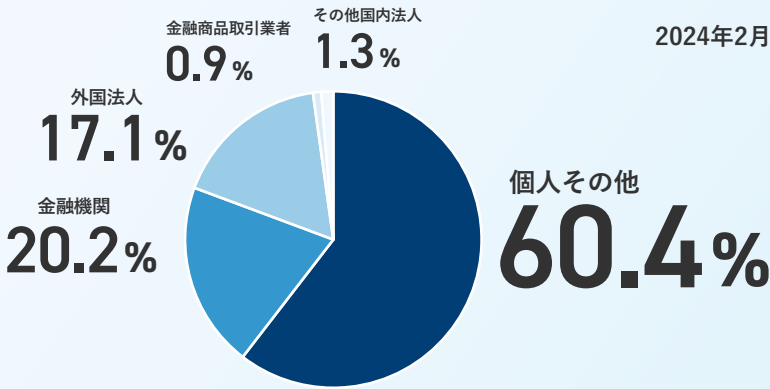
大株主の状況

2024年2月29日時点

氏名又は名称	所有株式数 (株)	発行済株式（自己株式を除く） の総数に対する所有株式数の割合 (%)
西江肇司	18,820,600	40.12
(株) 日本カストディ銀行（信託口）	4,810,600	10.25
日本マスタートラスト信託銀行（株）（信託口）	3,991,600	8.51
吉柳さおり	967,600	2.06
THE BANK OF NEW YORK 133652（常任代理人（株）みずほ銀行決済営業部）	946,000	2.02
THE BANK OF NEW YORK 133612（常任代理人（株）みずほ銀行決済営業部）	745,600	1.59
THE BANK OF NEW YORK, TREATY JASDEC ACCOUNT （常任代理人（株）三菱UFJ銀行）	622,100	1.33
野村信託銀行（株）（投信口）	595,600	1.27
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG（FE-AC） （常任代理人（株）三菱UFJ銀行）	567,501	1.21
GOLDMAN, SACHS & CO. REG （常任代理人 ゴールドマン・サックス証券（株））	517,950	1.10
計	32,585,151	69.46

株式分布状況

2024年2月29日時点



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
パブリックアフェアーズジャパン株式会社	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
株式会社NewsTV	動画制作及び配信サービス
株式会社キーワードマーケティング	運用型広告の運用代行
株式会社トライハッチ	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
Performance Technologies株式会社	パフォーマンスマーケティング事業
株式会社クラウドビューティ	クラウド型サロンシステムの提供
株式会社KRIK	危機管理広報業務代行及びコンサルティング
MasterVisions株式会社	360° カメラを使用した自由支店映像の生成・配信プラットフォーム事業
株式会社アミー	フランチャイズマッチングプラットフォーム事業
Owned株式会社	デジタルマーケティング事業
株式会社ロングプレスオンラインスタジオ	メディアの運営及び配信事業
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

Vectorcom Inc.

韓国での広報PR業務代行及びコンサルティング

WITH&Co Co.,Ltd.

韓国ブランドの海外EC支援事業及びマーケティング事業

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INFLUENCER BANK

インフルエンサーマッチングプラットフォームの運営

株式会社Japan entry

最先端のグローバルビューティーテック製品の販売

塔酷（上海）營銷策劃有限公司

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

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

ビジコネット株式会社

派遣・転職等に関する成果報酬型WEBメディアのウェブマーケティング支援代行

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）人力資源管理有限公司

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

vector 