

Switch to Red.

2025年8月期 通期決算説明資料

MATERIAL GROUP | 東証グロース 156A 2025.10.14

すべての個性に情熱を灯せ。

MATERIAL
GROUP

2025年8月期通期決算 キーメッセージ

1

連結粗利¹は概ね計画どおり
全てのセグメントで堅調に推移し、前期比で+18.7%の成長を実現

2

採用の前倒し、各新規事業に係る費用が発生し、営業利益成長は緩やかだが
中期的成長の布石となる先行投資という位置づけ
(PRパーソンは年間の中途入社数計画31名に対して38名が入社)

3

DM事業はデジタル広告運用の顧客獲得が堅調。Q3に一時的に粗利減少も
Q4で成長軌道に戻す (Q4会計期間比でDM事業の粗利は+38.2%の成長)

1.粗利は、案件から得られる売上高から案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

2025年8月期通期決算 エグゼクティブサマリー

2025年8月期通期連結業績

売上高	粗利 ¹	営業利益	当期純利益
6,288百万円 (前期比+19.1%)	4,384百万円 (前期比+18.7%)	832百万円 (前期比+2.7%)	468百万円 (前期比▲33.9%)

- ・粗利は前期比で+18.7%となり、堅調に成長を実現
- ・営業利益はPRパーソンの採用前倒し/オフィス増床影響に加えて、各新規事業に係る費用も発生し、前期比で+2.7%と緩やかに成長
- ・M&Aアドバイザリー費用81百万円の計上と、前期に繰延税金資産を追加計上した影響もあり、当期純利益は前期比▲33.9%

セグメント別の成長ドライバー

PRコンサルティング事業		デジタルマーケティング事業	
PRパーソン数	1人当たり粗利	顧客数	顧客単価
184人 (前年同期比+20.7%)	1,312千円 (前年同期比▲1.2%)	395件 (前年同期比+4.5%)	1,485千円 (前年同期比+25.3%)

- ・PRパーソンの中途入社は、年間で38名入社(年間の入社数計画31名)
- ・25年4月には37名の新卒も入社(計画35名)
- ・デジタル広告運用の顧客が着実に増加
- ・上記影響で、顧客単価も大きく向上

M&Aの状況

- ・25年6月にPRコンサルティング事業にて、ヘアメイク事業を行うエムズアップ社のM&Aを実行
- ・25年8月にデジタルマーケティング事業にて、デジタル広告運用事業を行うBridge社のM&Aを実行
- ・25年9月にPRプラットフォーム事業にて、TikTokを用いた採用・集客の支援を行うトレプロ社のM&Aを実行
- ・25/8期のIM受領件数は126件とソーシング活動も継続的に実施

1.粗利は、案件から得られる売上高から案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

(参考) 当社グループで重視している業績管理数値

業績管理上は管理会計ベースの粗利と販管費を重視

当社グループで重視している数値と制度会計との差異内容

単位：百万円

粗利・販管費(管理)を重視する理由

- ・ 社内リソースで稼得した案件収益を明確に把握するため（社内では粗利がトップラインの位置付け）
- ・ 案件の内容によって外注費率が大きく異なるため

ただし、制度会計では販管費(管理)に含まれる一部原価性費用を売上原価へ振替



管理会計

売上	6,288
外注費	1,904
粗利¹	4,384
販管費(管理)	3,551
人件費	2,486
地代家賃	333
その他	731
営業利益	832
償却費等	154
EBITDA²	986

制度会計

売上	6,288
売上原価	2,442
外注費	1,904
人件費	484
その他	53
売上総利益	3,846
販管費(財務)	3,013
人件費	2,001
地代家賃	333
その他	678
営業利益	832
償却費等	154
EBITDA	986

原価性の判定

原価性の判定

1.粗利は案件から得られる売上高から案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2. EBITDAは連結営業利益及びセグメント利益に減価償却費、のれん償却費及び株式報酬費用を足して算出。

AGENDA

1. 2025年8月期通期業績
2. セグメント別の状況
3. Topics/事例紹介
4. 2026年8月期業績予想
5. 株主還元等の方針
6. Appendix

AGENDA 1

2025年8月期通期業績

連結業績：2025年8月期通期の前期比及び業績予想の達成率

採用前倒し/増床/新規事業関連の費用発生で営業利益成長は緩やかだが、粗利は+18.7%成長

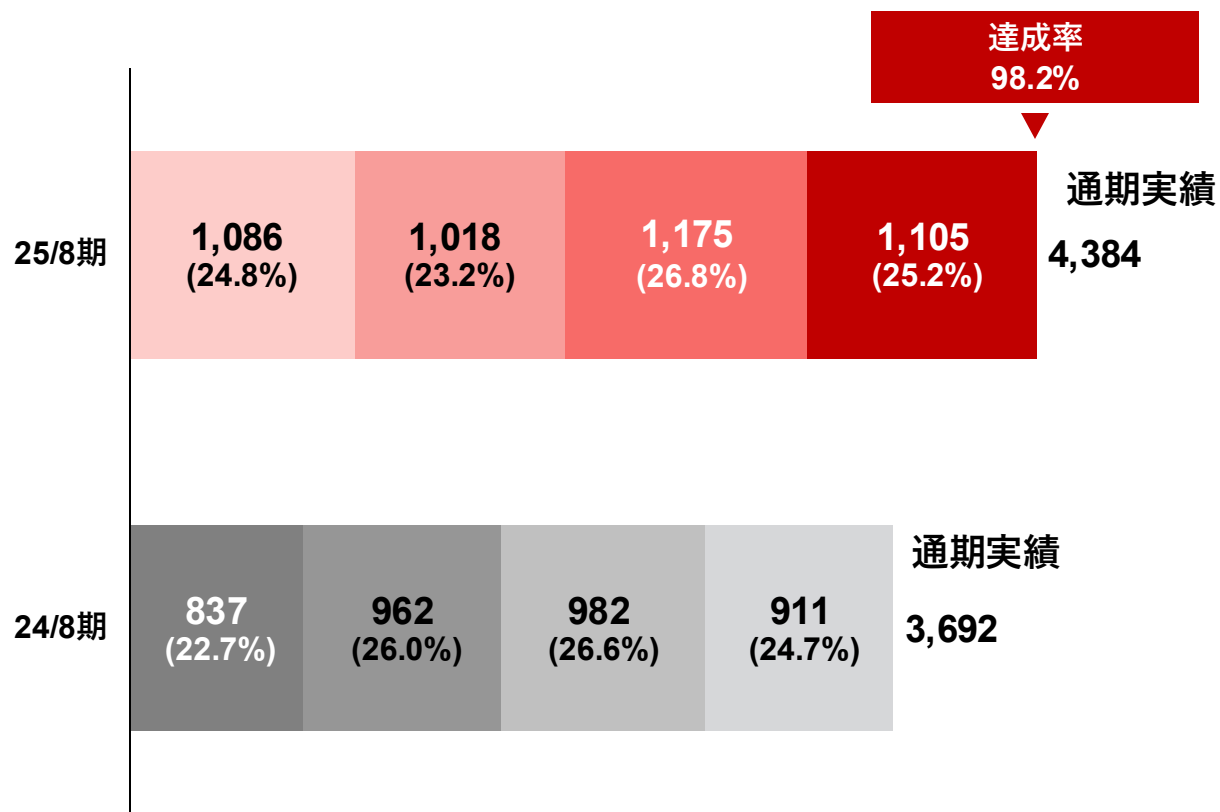
単位：百万円	24/8期 通期実績	25/8期 通期実績	前期比	通期 業績予想	達成率	
売上高	5,281	6,288	+19.1%	6,303	99.8%	- PRCを中心にすべてのセグメントで順調に事業拡大し、前期比で粗利が18.7%成長 - 通期予想に対しても、トップラインは概ね計画どおり
粗利 ¹	3,692	4,384	+18.7%	4,463	98.2%	
売上総利益	3,194	3,846	+20.4%	3,929	97.9%	
売上総利益率	60.5%	61.2%	+0.7%	62.3%	▲1.2%	
営業利益	810	832	+2.7%	976	85.3%	- 営業利益は、オフィス増床影響に加えて、PRパーソンの採用前倒し/新規事業に係る費用発生で、成長は緩やか - M&A投資/オフィス拡張の償却費等を除く利益指標であるEBITDAは、前期比+8.8%成長
営業利益率	15.3%	13.2%	▲2.1%	15.5%	▲2.2%	
EBITDA ²	906	986	+8.8%	1,114	88.5%	
経常利益	763	753	▲1.3%	975	77.3%	- 経常利益は、M&A案件のアドバイザー費用として81百万円の計上もあり、前期比▲10百万円 - 当期純利益は、前期に繰延税金資産を追加計上した影響もあり、前期比▲240百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	709	468	▲33.9%	642	73.0%	

1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2. EBITDAは営業利益に減価償却費、のれん償却費及び株式報酬費用を足して算出。

連結業績：業績予想の達成状況（粗利¹）

連結の粗利は概ね計画どおり

四半期毎の粗利進捗（単位：百万円）



1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。



PRコンサルティング事業の季節性

クライアントのマーケティング支出が多い年度末(3月・12月)が繁忙期※となり、特に**Q3(3～5月)**において粗利水準が最も高くなる
 ※今期は、施策実施ピークの前倒しの影響で、Q1の粗利構成割合が上昇

デジタルマーケティング事業の拡大

同事業における**デジタルコンサル/広告運用**は、拡大中のサービスであり、顧客の積み上げに伴い、下期にかけて収益が拡大

連結業績：2025年8月期通期のセグメント別の前期比及び業績予想の達成率

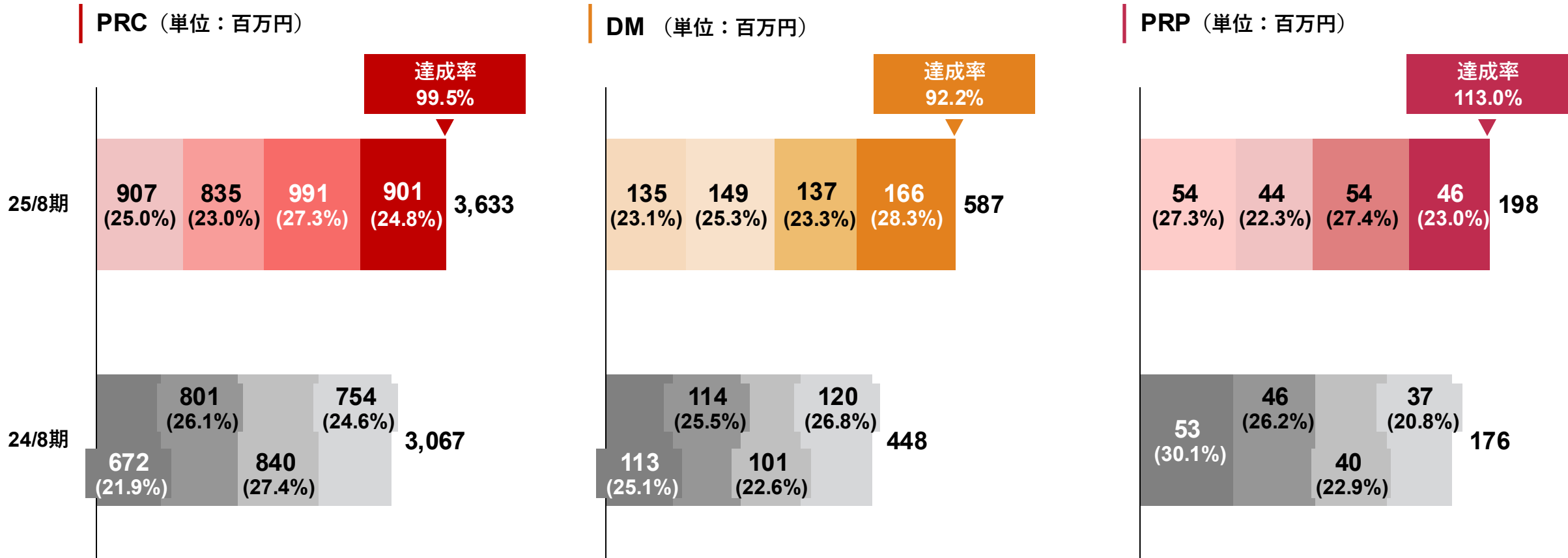
全セグメントで粗利¹・EBITDA²ともに前期比で着実に成長

単位：百万円		24/8期 通期実績	FY25/8期 通期実績	前期比	通期 業績予想	達成率	
PRC PRコンサルティング	売上	4,521	5,342	+18.2%	5,360	99.7%	- 粗利は+18.4%と順調に成長、計画をほぼ達成 - EBITDAはPRパーソンの前倒し採用の影響等もあり、前期比成長は粗利に比して緩やか
	粗利	3,067	3,633	+18.4%	3,651	99.5%	
	EBITDA	1,117	1,210	+8.3%	1,319	91.7%	
DM デジタルマーケティング	売上	514	716	+39.3%	677	105.8%	- デジタル広告運用の顧客が増加し、前期比で粗利は+31.0%の成長を実現 - EBITDAは17.5%成長、人件費・広告宣伝費の増加もあり、粗利に比して緩やかな伸び - Q3の顧客獲得遅れで粗利・EBITDAは計画未達
	粗利	448	587	+31.0%	636	92.2%	
	EBITDA	184	216	+17.5%	248	87.3%	
PRP PRプラットフォーム	売上	289	292	+1.1%	265	110.3%	- 粗利・EBITDAともに前期比で成長 - 特にEBITDAは赤字事業であった人材事業の売却影響もあり大幅成長 - 粗利・EBITDAともに計画を大きく超過
	粗利	176	198	+12.2%	175	113.0%	
	EBITDA	▲13	67	-	20	328.7%	

1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2. EBITDAは営業利益に減価償却費、のれん償却費及び株式報酬費用を足して算出。

連結業績：セグメント別の業績予想の達成状況（粗利¹）

DMはQ3に若干の顧客獲得遅れがあり計画未達も、PRCはほぼ計画達成、PRPは計画超過

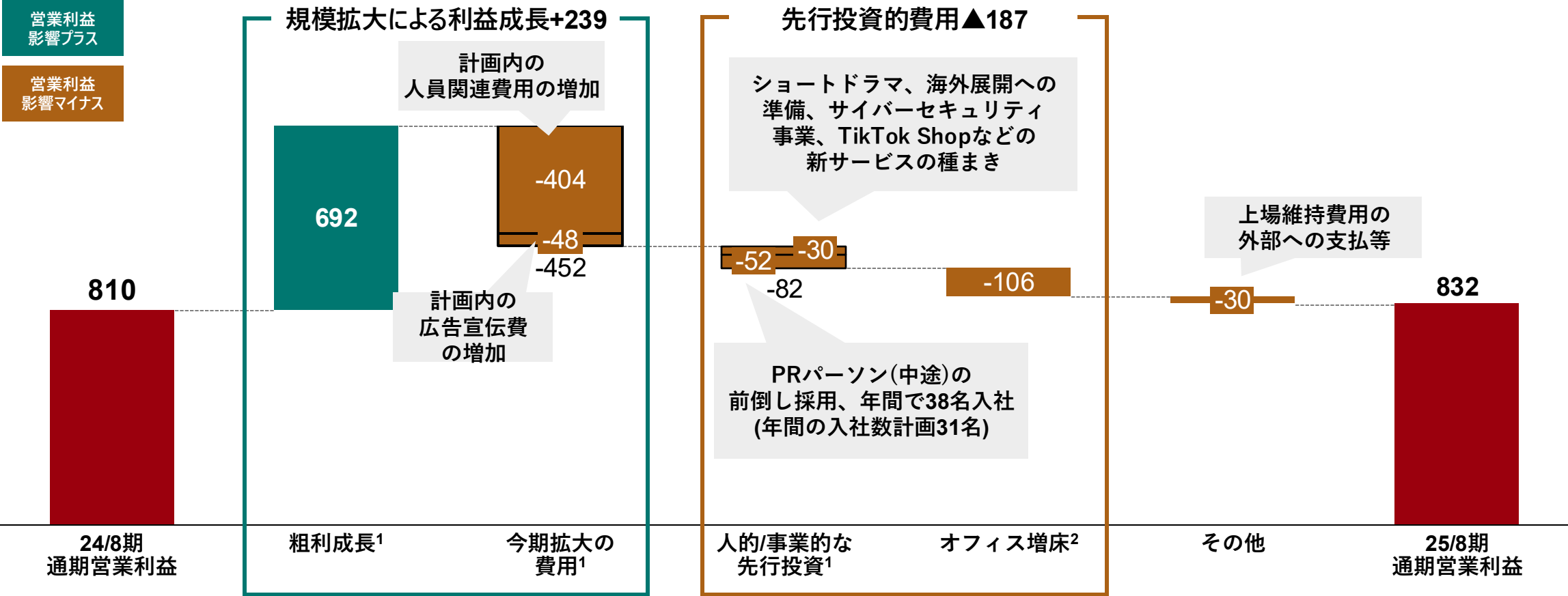


1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

連結業績：営業利益の前期比増減要因（粗利と販管費(管理)の増減の内訳）

着実に事業拡大するも、中期的成長の布石となる先行投資を並行して行い、一時的に利益抑制

営業利益の前期実績比（単位：百万円）

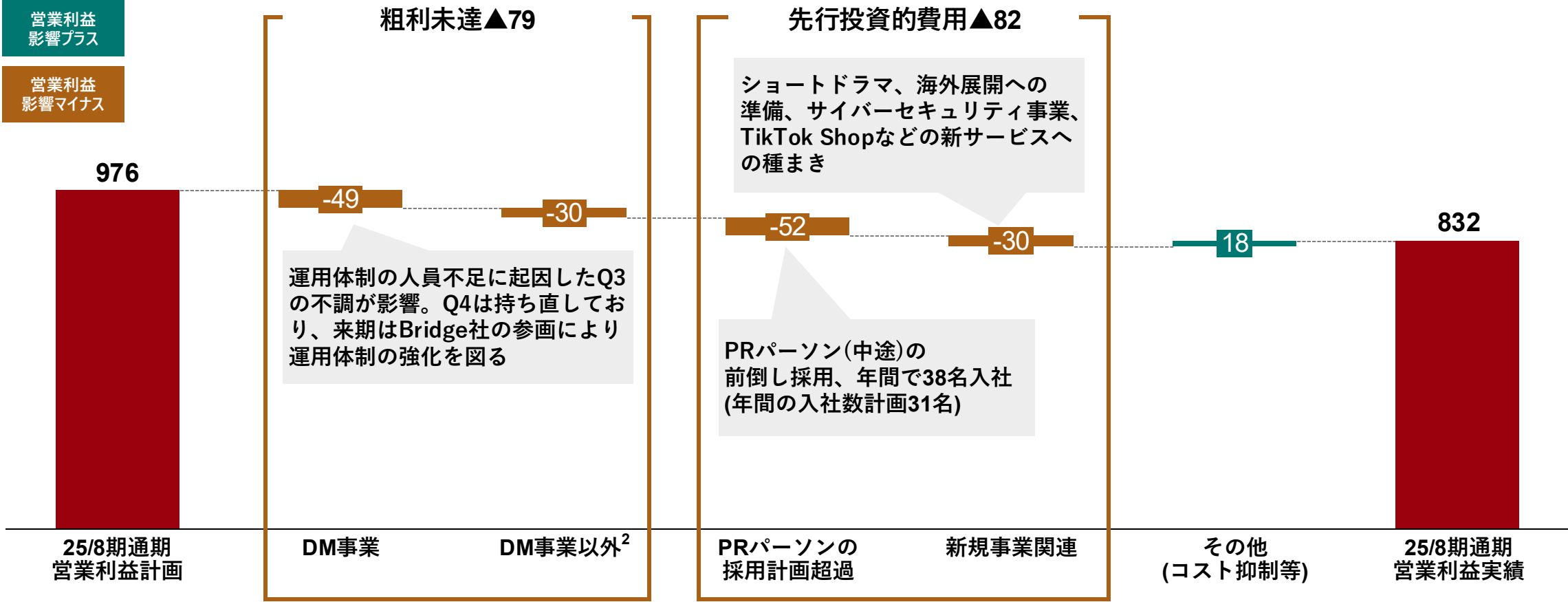


1. 粗利、販管費(管理)の数値を集計。粗利、販管費(管理)の定義はP.4を参照。2. オフィス増床に伴う賃料の増加、各種固定資産の取得に伴う減価償却費(P.47のその他費用に含まれる)の増加を集計

連結業績：営業利益の計画比増減要因

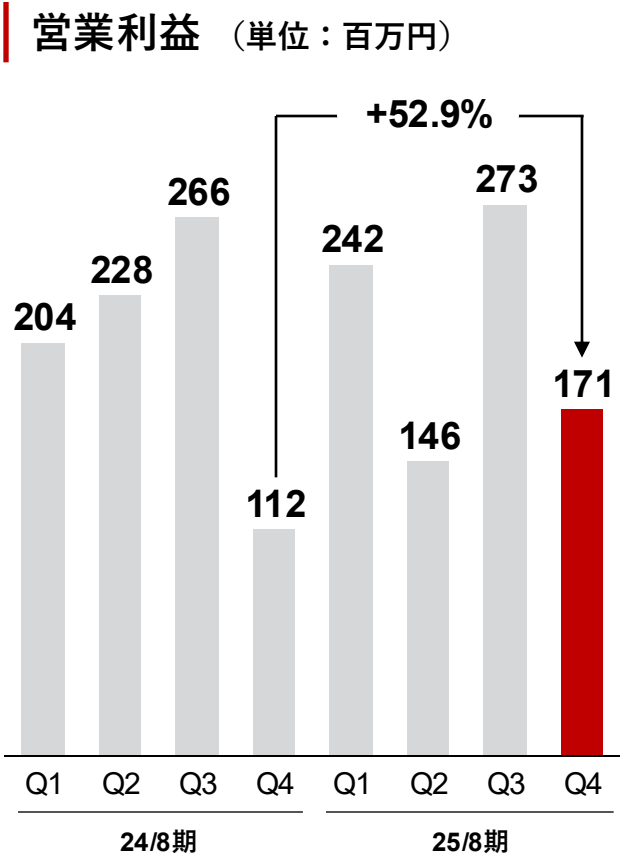
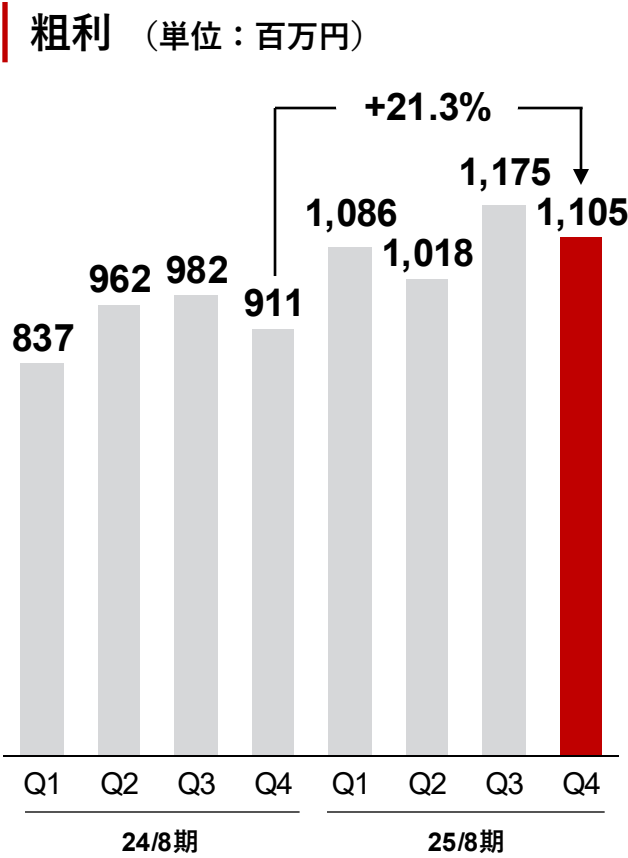
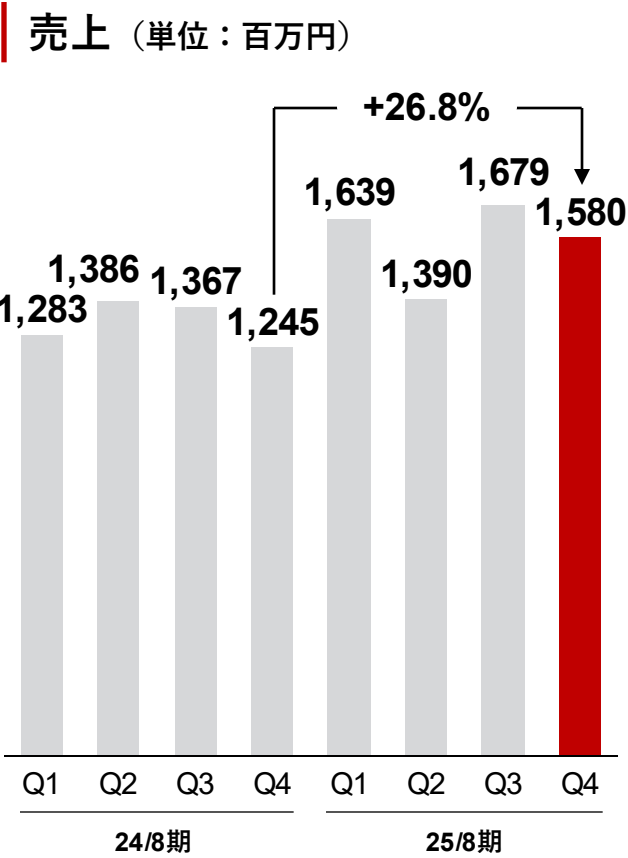
先行投資的費用の発生及びDM事業の粗利未達により営業利益計画は未達

営業利益の計画比増減（単位：百万円）



連結業績：売上・粗利¹・営業利益の四半期会計期間別推移

Q4会計期間では粗利は20%超の成長を実現し、営業利益も大幅に増加



1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

AGENDA 2

セグメント別の状況

PRコンサルティング事業：売上・粗利¹・EBITDA²の累計期間及び会計期間別推移

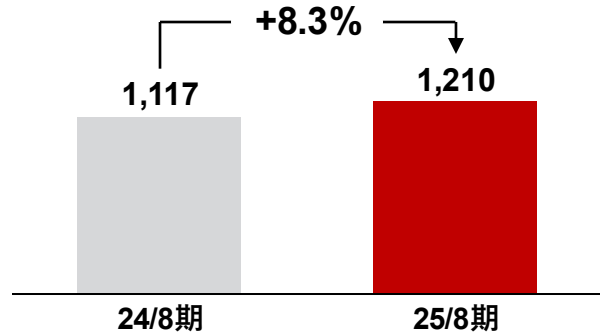
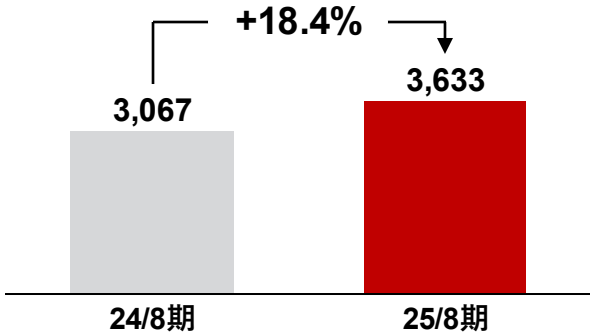
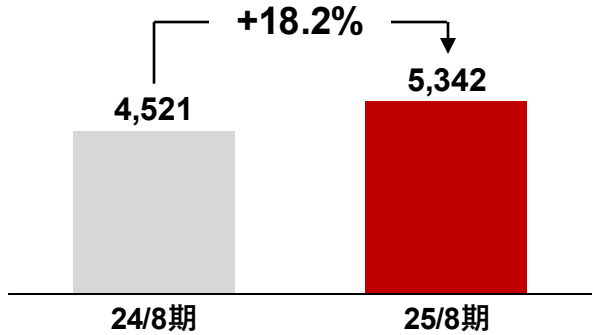
Q4会計期間では粗利は20%近い成長を実現し、EBITDAも+21.6%成長

売上（単位：百万円）

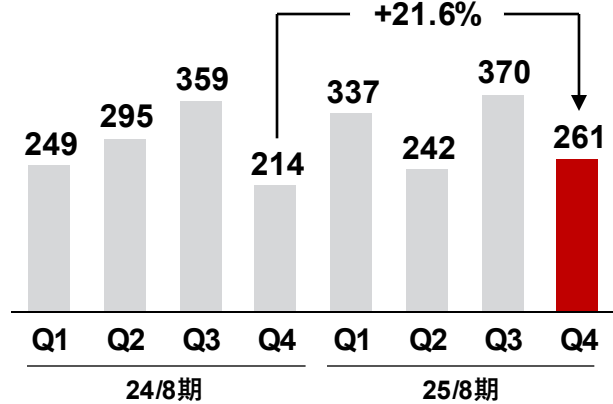
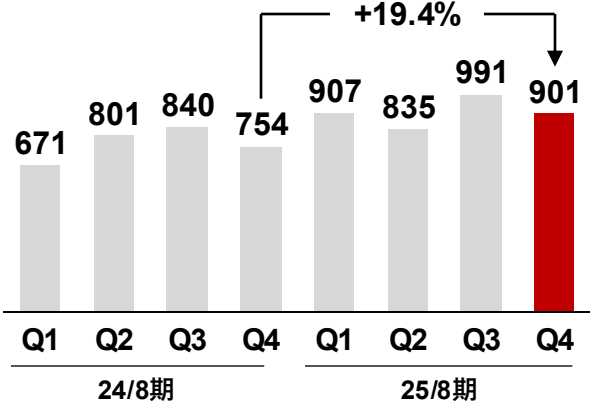
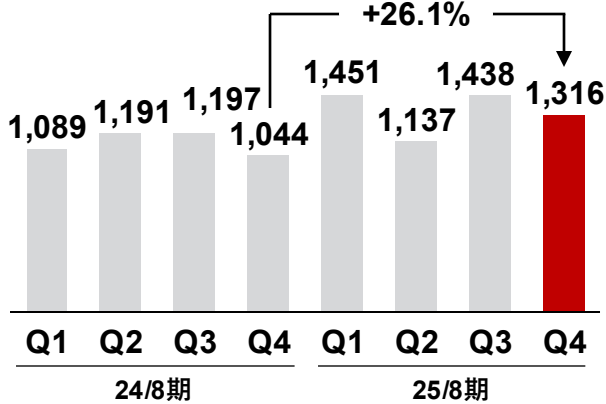
粗利（単位：百万円）

EBITDA（単位：百万円）

累計期間推移



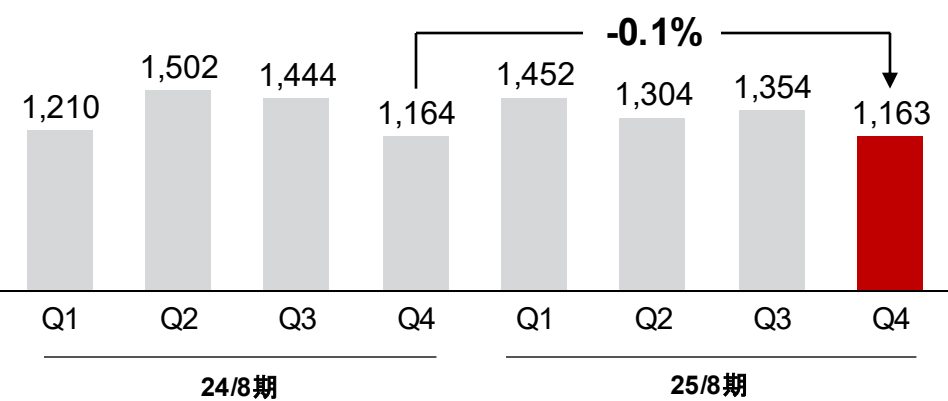
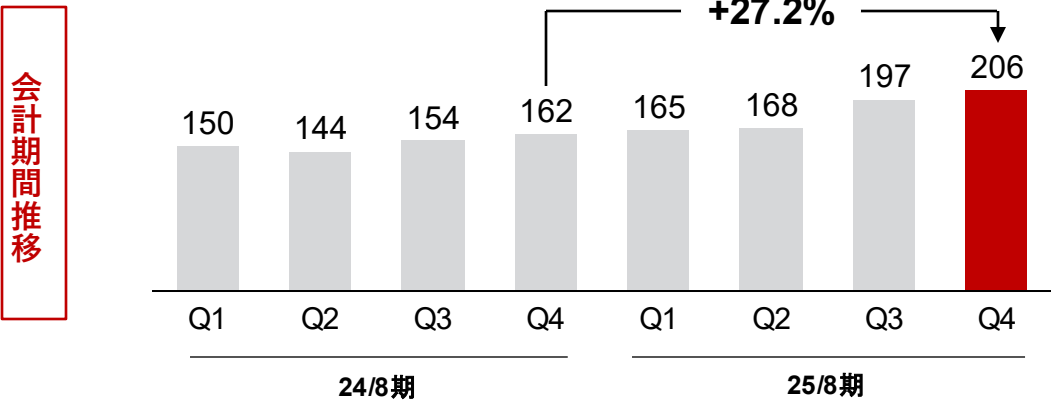
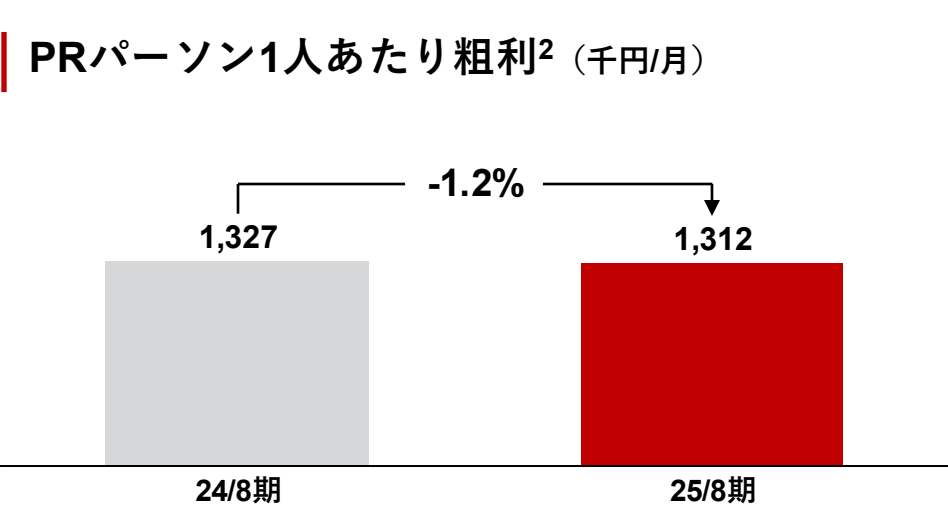
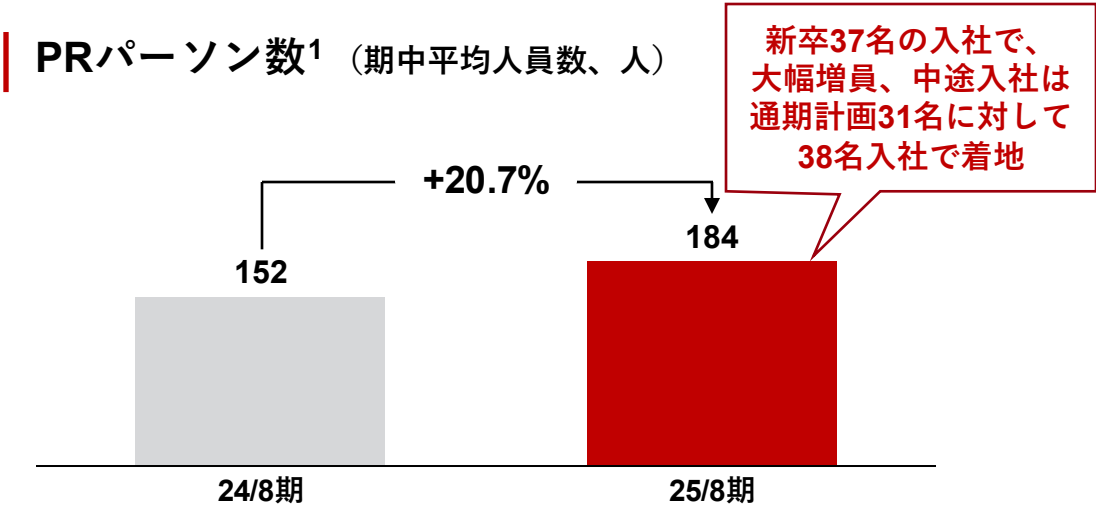
会計期間推移



1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. EBITDAは、セグメント利益に減価償却費及びのれん償却費を足した数値。

PRコンサルティング事業（株式会社マテリアル）：成長ドライバーの実績

PRパーソン数は新卒入社で大きく増加、PRパーソン1人あたり粗利は同水準を維持



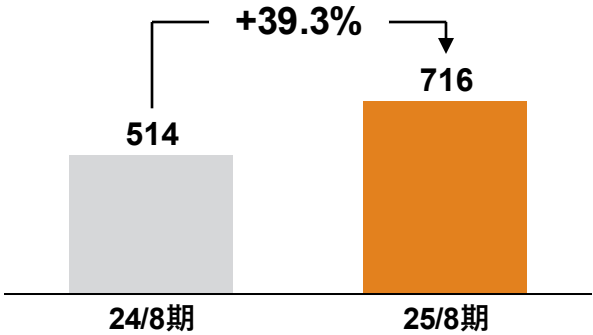
1.株式会社マテリアルの各期間における各月末時点の従業員数の平均値（四捨五入）。2.株式会社マテリアルの各四半期会計期間及び累計期間の粗利をPRパーソン数で除した金額を対応する月数で除した金額。粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

デジタルマーケティング事業：売上・粗利¹・EBITDA²の累計期間及び会計期間別推移

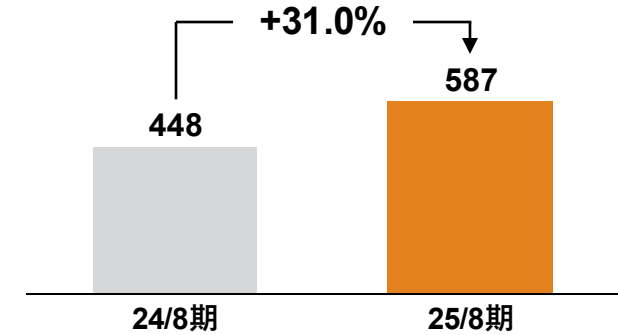
Q3末に中規模顧客を複数獲得し、Q4会計期間比では粗利・EBITDAともに順調に成長

売上（単位：百万円）

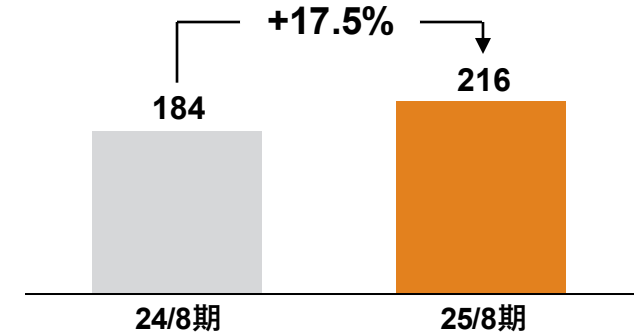
累計期間推移



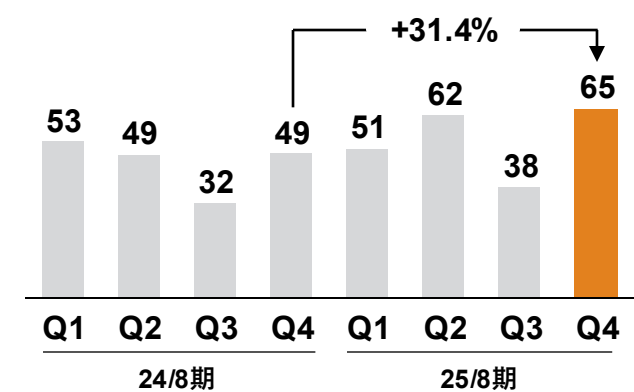
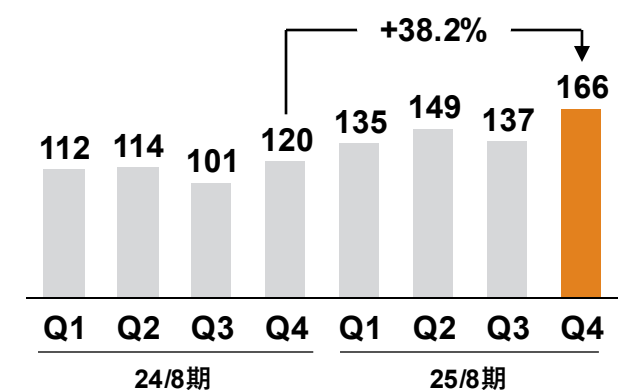
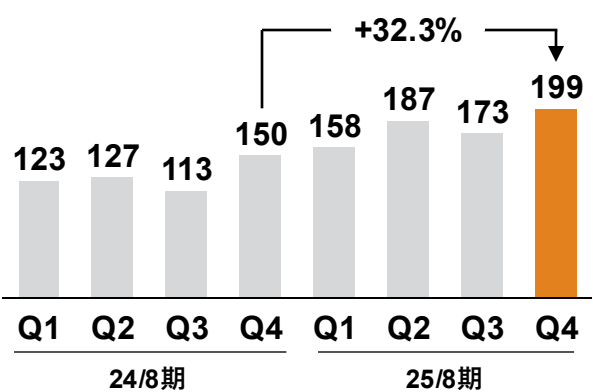
粗利（単位：百万円）



EBITDA（単位：百万円）



会計期間推移



1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. EBITDAは、セグメント利益に減価償却費、のれん償却費及び株式報酬費用を足した数値。

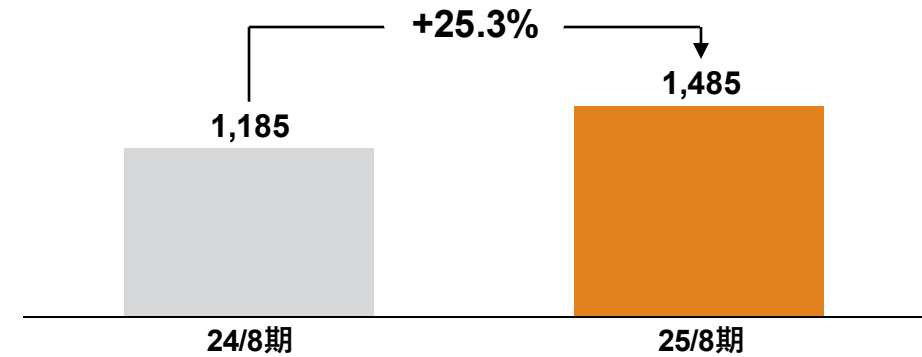
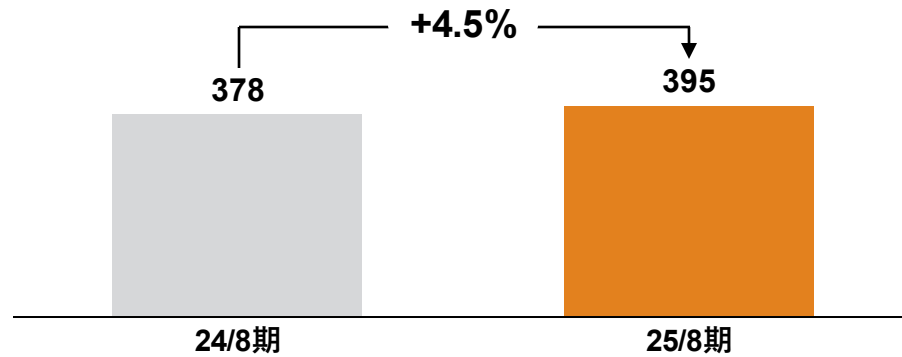
デジタルマーケティング事業：成長ドライバーの実績

デジタル広告運用の顧客が着実に増加し、同影響で顧客単価も大きく向上

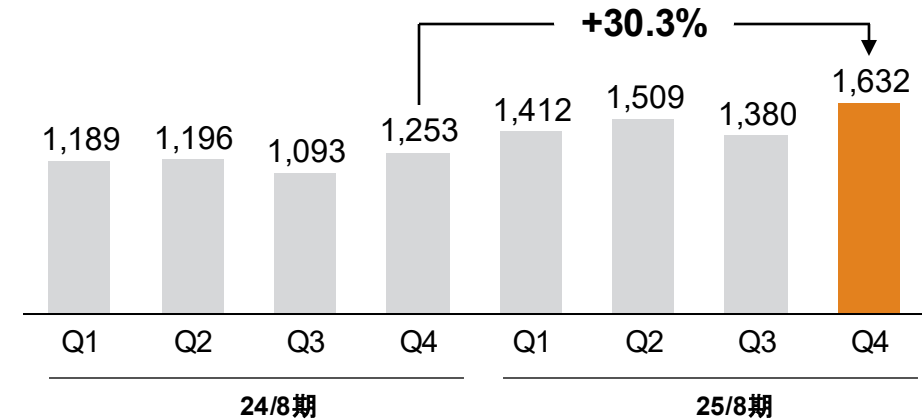
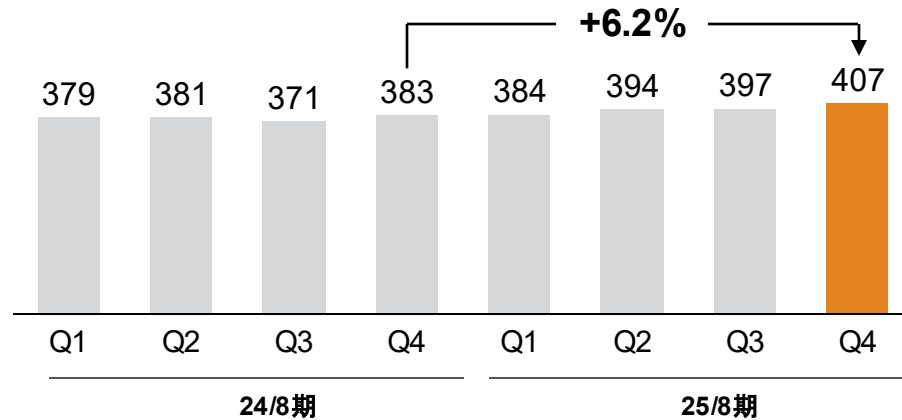
顧客数¹（期中平均）

顧客単価²（千円/年）

累計期間推移



会計期間推移



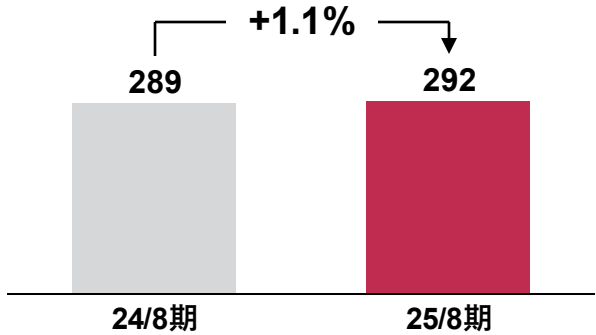
- 各四半期会計期間及び累計期間における各月末時点のツールの提供及びデジタルマーケティングに係るコンサルティング/広告運用業務を提供している顧客数の平均値。
- 各四半期会計期間及び累計期間の粗利の合計額を顧客数で除した数値を対応する月数で除し、12を乗じた年換算額

PRプラットフォーム事業：売上・粗利¹・EBITDA²の累計期間及び会計期間別推移

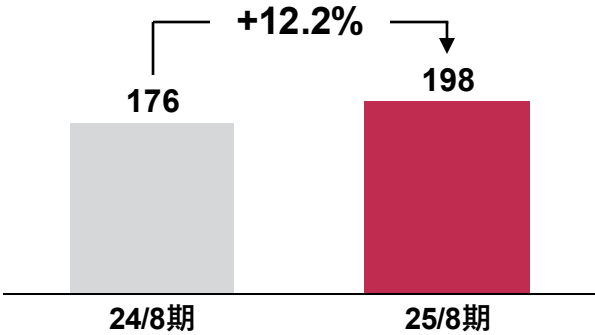
粗利・EBITDAともに大きく成長

売上（単位：百万円）

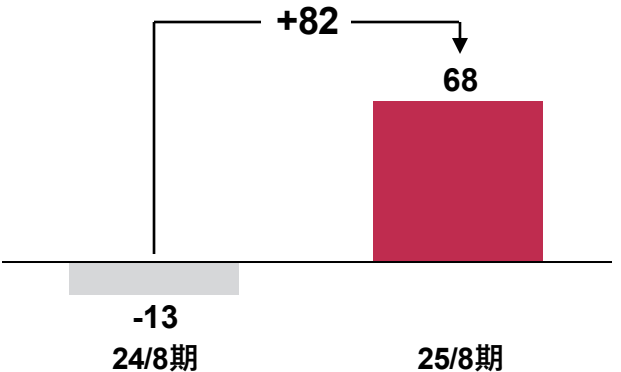
累計期間推移



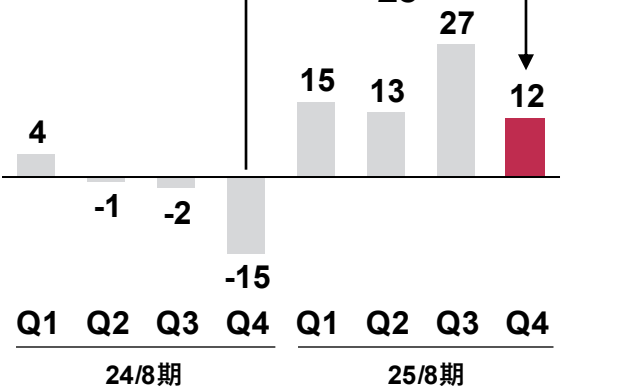
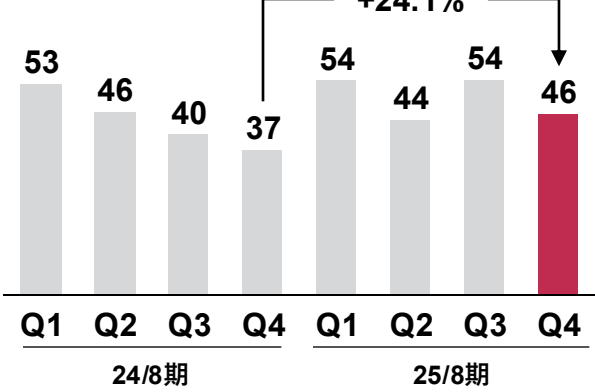
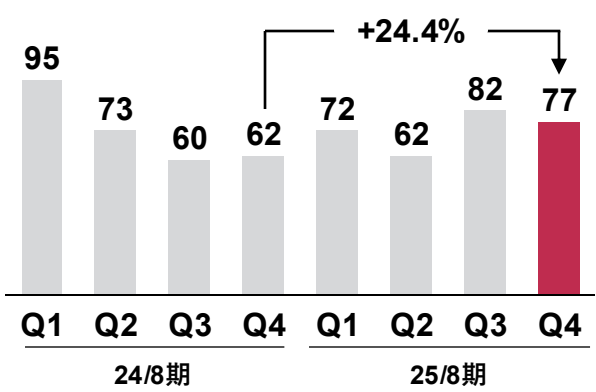
粗利（単位：百万円）



EBITDA（単位：百万円）



会計期間推移



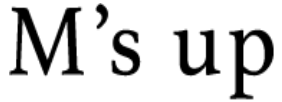
1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. EBITDAは、セグメント利益に減価償却費、のれん償却費及び株式を足した数値。

AGENDA 3

Topics/事例紹介

直近で公表したM&A

直近で実行した3件のM&Aは26/8期から連結PLにインパクト

	所属セグメント	連結PLへの 取込時期	直近期の 年間売上高 ¹	直近期の 年間営業利益(率) ¹	事業内容
 TREND PRODUCE 株式会社 トレプロ	PR プラットフォーム	2025年10月～	639百万円	222百万円 (34%)	TikTokを用いた 採用支援サービス
 Bridge 株式会社 Bridge	デジタル マーケティング	2025年9月～	438百万円	61百万円 (14%)	デジタル広告 運用支援
 M's up 株式会社 エムズアップ MANAGEMENT / PRODUCTION	PR コンサルティング	2025年9月～	87百万円	16百万円 (18%)	ヘアメイク事業

1. 株式会社トレプロは、TLPC株式会社の2024年8月期、株式会社Bridgeは2024年12月期、株式会社エムズアップは2024年7月期の売上高・営業利益・営業利益率の数値（それぞれ監査法人による監査証明は受けていない）。なお、株式会社トレプロ（TLPC株式会社）、株式会社Bridgeの売上高は、新収益認識基準に基づき、取引に含まれる代理人取引について純額処理をした後の数値。

株式会社トレプロの株式譲渡契約（PRプラットフォーム事業）



提供サービス

- TikTokを用いた採用支援サービスTREND PRODUCE（トレプロ）を提供
- 中堅・中小の顧客を中心に、資産性のある自社メディアを活用したオンライン上での求人・集客の仕組みを構築する支援

会社概要（株式会社トレプロ）

代表取締役	金山卓真
資本金	10百万円
所在地	東京都港区芝浦3-14-18 チャンネルスクエア芝浦5F
事業内容	ソーシャルメディア マーケティング/DX支援 /映像スクール事業等

案件概要

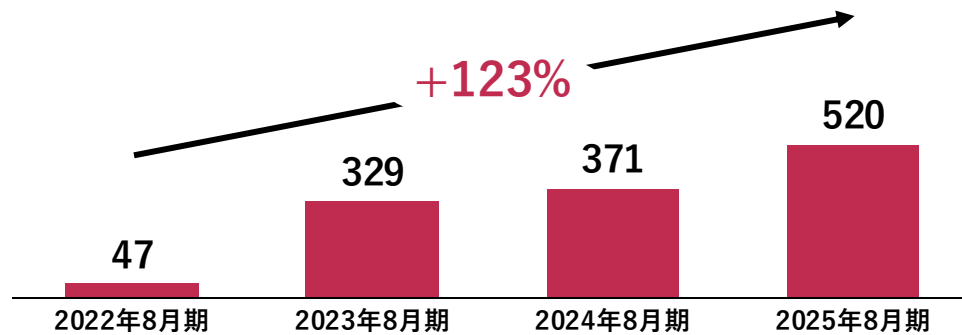
取得価格	株式取得：1,890百万円、アドバイザリー費用等：7百万円
M&Aのスキーム	TLPC株式会社 ¹ の会社分割によって同社の事業を承継する株式会社トレプロ（2025/9/30設立）の株式をマテリアルグループが100%取得
譲渡日	2025/9/30
のれんの会計処理	のれん発生予定額：1,100～1,200百万円程度（監査法人と協議中） 償却期間：概ね10年程度（監査法人と協議中）
連結財務諸表への影響	損益計算書は2025年10月より取込（2026年8月期は11ヶ月分取込） 貸借対照表は2026年8月期第1四半期より取込
取得資金	金融機関からの借入

1.TLPC株式会社はTikTokを活用した採用・集客のブランディング支援を行う企業

株式会社トレプロ（PRプラットフォーム事業）

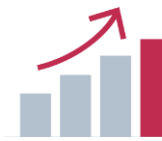
TikTokの活用を、PRプラットフォーム事業の再成長・グループ全体の進化の1つの軸とする

トレプロ事業の売上高¹推移（単位：百万円）



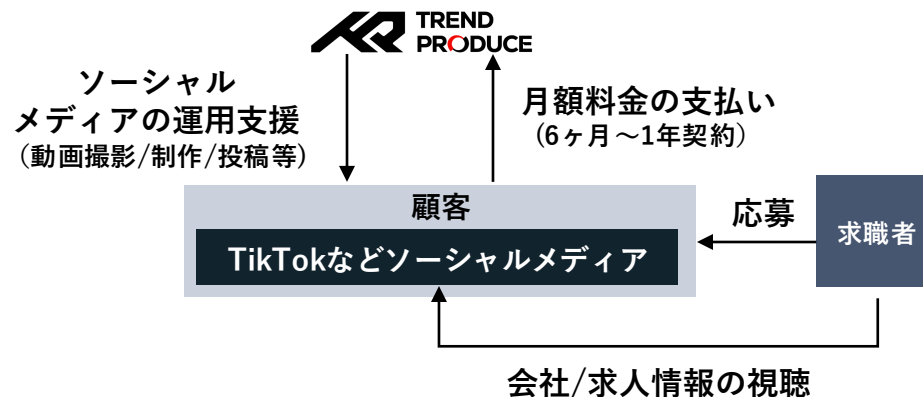
トレプロ社株式取得の目的・背景

PRプラットフォーム成長のエンジンの獲得



TikTok Shopを活用したサービス提供を行う
マテリアルリンクス（2025年6月事業開始）とともに、
成長著しいトレプロ事業によって、育成事業であるPR
プラットフォームを大きく成長させる

トレプロ事業の収益モデル



TikTokに対する深い知見の獲得による グループとしての提供価値の増大



ユーザー数増加が見込まれるTikTokの
アルゴリズム等に対するトレプロ社の深い知見と、当社グ
ループのPR発想に基づくマーケティング
コミュニケーション支援の経験・知見を組み合わせ、顧客
へのサービス提供価値を増大

1.TLPC株式会社の売上高からトレプロ事業以外の売上高を除いた数値。監査法人による監査証明は受けていない。

株式会社Bridgeの株式譲渡契約（デジタルマーケティング事業）



提供サービス

- ・ 大手インターネット広告代理店出身者等の経験豊富な人材を揃え、Webマーケティングにおける最適なソリューションを提案
- ・ 大手生命保険/クレジットカード等の金融領域に強みを持ちながらも、その他ITや不動産等の幅広い業種での支援実績を持つ

会社概要

代表取締役	松本雄介
資本金	44百万円
所在地	東京都渋谷区千駄ヶ谷 5-27-5リンクスクエア新宿16階
事業内容	インターネット広告事業 SEOコンサル事業

案件概要

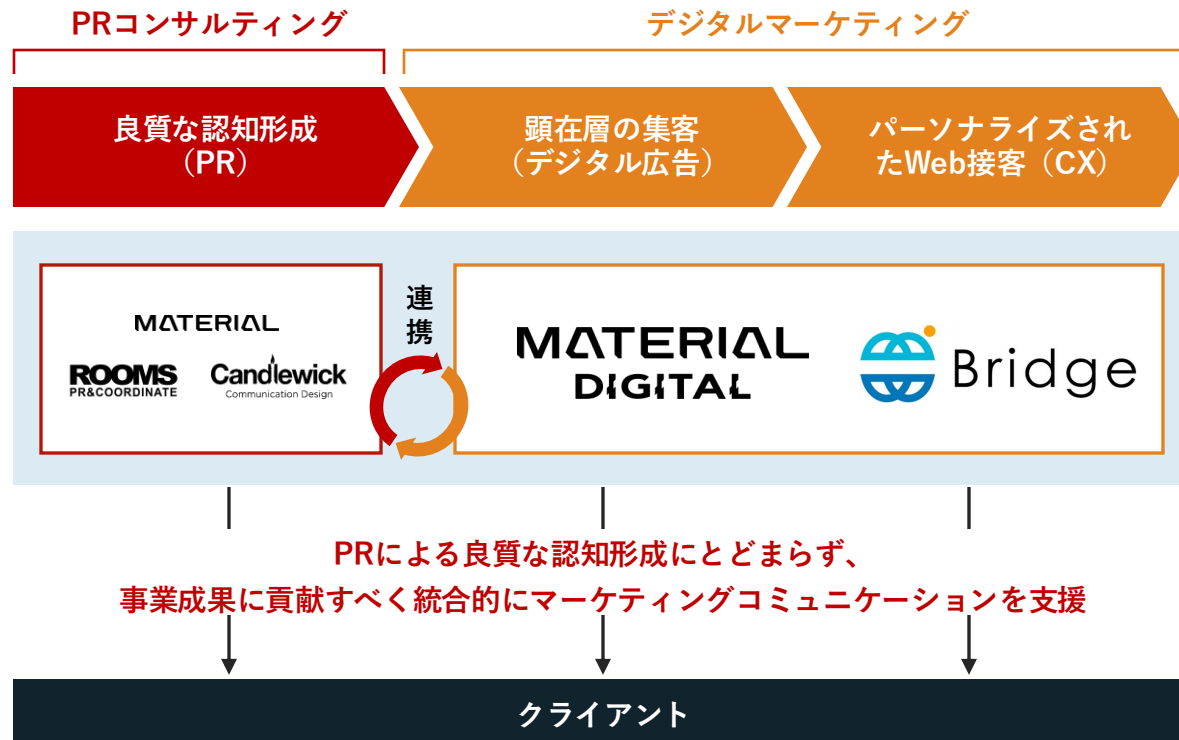
取得価格	株式取得：229百万円、アドバイザー費用等：54百万円
M&Aのスキーム	51%の株式をマテリアルグループが取得 （残り49%は2～3年を目途に、業績進捗に基づく評価額にて取得予定）
譲渡日	2025/8/22（みなし取得日は2025/8/31）
のれんの会計処理	のれん発生額：173百万円 償却期間：10年
連結財務諸表への影響	損益計算書は2025年9月より取込（2026年8月期は12ヶ月分取込） 貸借対照表は2025年8月期第4四半期より取込
取得資金	金融機関からの借入

株式会社Bridge（デジタルマーケティング事業）

デジタル広告の運用力を強化し、PRとデジタルの融合をさらに加速

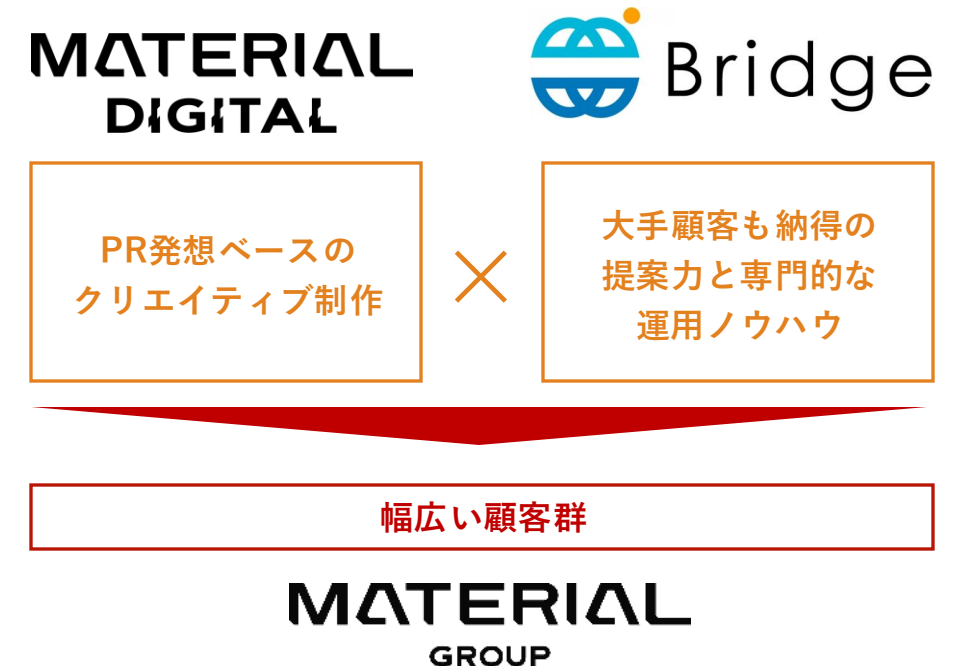
当社グループの考えるPRとデジタルの融合

引き続き、PRからデジタルマーケティングまで、
マーケティングコミュニケーションを一気通貫で支援する体制を目指す



Bridge社株式取得の目的・背景

マテリアルデジタルとBridgeの双方の強みを
かけ合わせることで、マテリアルグループの幅広い
顧客群へより高付加価値なサービス提供が可能に



株式会社エムズアップの株式譲渡契約（PRコンサルティング事業）



提供サービス

- ・アイドルグループのほか、芸能人、タレント、インフルエンサーなど、多様な出演者のヘアメイクおよびスタイリングのサービスを提供

会社概要

代表取締役	石田真弘
資本金	1百万円
所在地	東京都港区南青山 2-2-15ウィン青山942
事業内容	ヘアメイク事業

案件概要

取得価格	株式取得：68百万円、アドバイザー費用等：26百万円
M&Aのスキーム	100%の株式を株式会社ルームズが取得 （2025年8月末にルームズ社が同社を吸収合併）
譲渡日	2025/6/20（みなし取得日は2025/8/31）
のれんの会計処理	のれん発生額：63百万円 償却期間：10年
連結財務諸表への影響	損益計算書は2025年9月より取込（2026年8月期は12ヶ月分取込） 貸借対照表は2025年8月期第4四半期より取込
取得資金	手元資金

「TikTok Socio-Economic Impact Report～日本における経済的・社会的影響～」 ローンチPR (TikTok Japan) ¹



案件概要

- TikTokの日本市場での信頼性を向上するため、対面での発表会の開催と、メディアが扱いやすい文脈に転換した報道参考資料配信により、直接コミュニケーションと個別ニーズに対応したPR展開を実施
- 経済・中小企業・自治体の各ステークホルダーの理想露出から逆算したコンテンツ設計により、「経済的価値」「利用者価値」「クリエイター経済圏価値」の3軸で訴求。「縦型動画市場」を軸とした文脈に転換した報道参考資料を設計

当社グループのミッション

2017年から日本で幅広い層に利用が広がったTikTokの経済的・社会的効果を総合的に分析したレポートを活用し、企業・自治体・メディアを含む幅広いステークホルダーに対して日本市場からの信頼性向上を実現すること。

1. <https://materialpr.jp/works/view/105/>

主な成果

- グッド！モーニング（テレビ朝日）、産経新聞、ABEMA、ライブドアニュースなどで、質の高い露出を獲得
- 「自民党もTikTokを開始」などの行政連携文脈での記事化と、メディアリレーションズの質的向上を達成



当社グループの実施領域

TVPR	リリース	メディア アプローチ	調査	メディア タイアップ
インフルエンサー キャスティング	タレント キャスティング	デジタル 広告運用・制作	イベント 企画・制作	クリエイティブ 企画・制作

「ポケモンジャパンチャンピオンシップス2025」 テレビPR（株式会社ポケモン）¹



©2025 Pokémon. ©1995-2025 Nintendo/Creatures Inc. /GAME FREAK inc. ポケットモンスター・ポケモン・Pokémonは任天堂・クリーチャーズ・ゲームフリークの登録商標です。

案件概要

株式会社ポケモンが、2025年6月21日（土）・22日（日）に、ポケモンバトルの日本一を決める大会「ポケモンジャパンチャンピオンシップス2025（以下、PJCS2025）」を、パシフィコ横浜で開催

当社グループのミッション

「PJCS2025」とその一部の予選大会にもあたる「ポケモンカードゲーム チャンピオンズリーグ」をテレビ番組で露出させ、「PJCS2025」の認知拡大に貢献する

1. <https://materialpr.jp/works/view/110/>

主な成果

- ・ 予選を含め、9番組でのテレビ露出を獲得
- ・ 華丸の「先生！染まりんしゃったね...。」では10分半を超える長尺特集が組まれる
- ・ 「グッド！モーニング」など、イベントの翌日には情報番組でも紹介され、大会の認知拡大に大きく貢献した



当社グループの実施領域

TVPR	リリース	メディア アプローチ	調査	メディア タイアップ
インフルエンサー キャスティング	タレント キャスティング	デジタル 広告運用・制作	イベント 企画・制作	クリエイティブ 企画・制作

AGENDA 4

2026年8月期業績予想

2026年8月期業績予想のポイント

1

トレプロ・BridgeのM&A影響もあり、連結粗利+43.6%、
連結営業利益+38.2%（のれん償却前営業利益+49.1%）と大きく成長

2

営業外費用に検討中のM&A案件の
アドバイザー費用90百万円を織り込むも、経常利益でも+37.6%成長

3

累進配当¹を基本方針とし、1株当たり26円10銭と増配を予定

なお、2026年8月期末から国際会計基準（IFRS）を適用することを検討していることから、
従来のEBITDAに代わって、のれん償却前営業利益を重要指標の1つとして開示します
（IFRS適用の具体的な時期につきましては、確定次第、速やかに開示いたします）

1.原則として減配せず、配当の維持もしくは増配を行う配当政策

2026年8月期 連結業績予想

通期計画は、M&A影響もあり連結営業利益で40%近い成長を見込む

単位：百万円	25/8期 実績	26/8期 業績予想	前年比 増減額	前年比 増減率	26/8期 上期計画	26/8期 下期計画	
売上高	6,288	8,964	+2,675	+42.6%	4,208	4,755	- 売上高/粗利/売上総利益は、新たに参画したトレプロ・Bridgeの影響もあり、大きく成長 - PRコンサルに含まれる中核子会社マテリアルも粗利で19%成長を予定し、既存事業も着実に成長
粗利 ¹	4,384	6,297	+1,913	+43.6%	2,954	3,343	
売上総利益	3,846	5,527	+1,681	+43.7%	2,593	2,934	
売上総利益率	61.2%	61.7%	+0.5%	+0.8%	61.6%	61.7%	
営業利益	832	1,150	+318	+38.2%	522	628	- のれん償却前営業利益は50%近い成長を見込む - 営業利益率は、のれん償却費影響もあり、若干の低下。のれん償却前営業利益率は前年比で+0.6%改善
営業利益率	13.2%	12.8%	▲0.4%	▲3.0%	12.4%	13.2%	
のれん償却前 営業利益 ²	886	1,321	+435	+49.1%	603	718	
のれん償却前 営業利益率	14.1%	14.7%	+0.6%	+4.6%	14.3%	15.1%	
経常利益	753	1,037	+283	+37.6%	499	537	営業外費用に検討中のM&A案件のアドバイザー費用90百万円を織り込むも、経常利益でも+37.6%成長
親会社株主に帰属する 当期純利益	468	612	+143	+30.5%	289	322	

2026年8月期の配当方針としては、**1株あたり26円10銭**で増配を予定

1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2. のれん償却前営業利益は、営業利益にのれん償却を足した金額。

2026年8月期 セグメント別業績予想

PRCのオーガニックな成長に加えて、M&A影響によってDM/PRPが大幅成長

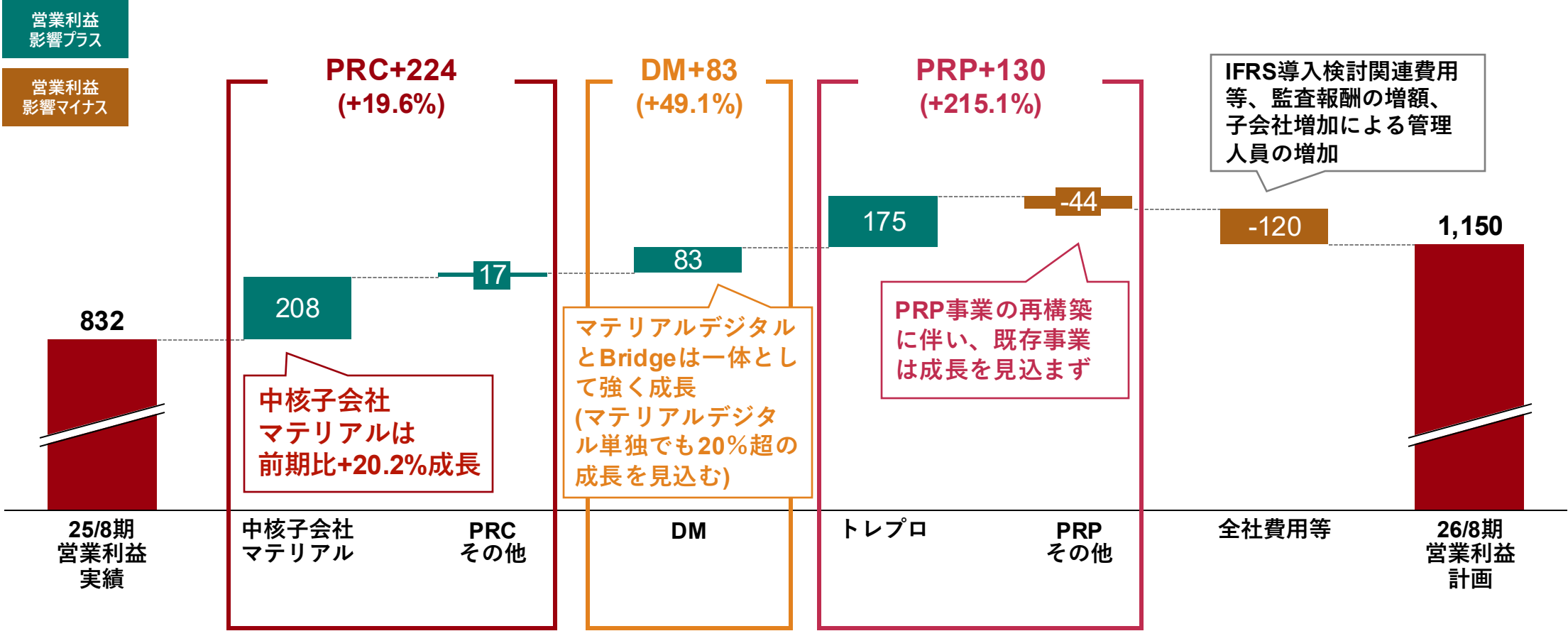
単位：百万円		25/8期 通期実績	26/8期 業績予想	前年比 増減額	前年比 増減率	
PRC PRコンサルティング	売上	5,342	6,235	+892	+16.7%	- 中核子会社マテリアルのPRパーソン数の増加/PRパーソン1人あたり粗利の向上で堅調にトップライン/利益が成長 - FY25比で中途採用数が減少する点/オフィス賃料等の固定費が薄まる影響で利益率は向上
	粗利	3,633	4,218	+585	+16.1%	
	のれん償却前 営業利益 ²	1,168	1,397	+228	+19.6%	
DM デジタルマーケティング	売上	716	1,326	+609	+85.0%	- Bridge社のM&Aによる影響で、トップライン・利益ともに順調に拡大する - 利益率は、人件費の増加等によって低下する見込み
	粗利	587	1,024	+437	+74.5%	
	のれん償却前 営業利益	196	296	+100	+51.2%	
PRP PRプラットフォーム	売上	292	1,400	+1,107	+378.1%	トレプロ社のM&Aによる影響で、トップライン・利益ともに大幅に増加する見込み
	粗利	198	1,052	+854	+430.9%	
	のれん償却前 営業利益	65	291	+225	+343.1%	

1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2.のれん償却前営業利益は、営業利益にのれん償却を足した金額。

連結業績予想：営業利益のFY25実績比

Bridge/トレプロ社のM&A影響に加えて、重要子会社も引き続き堅調な成長率を維持

営業利益の計画比増減（単位：百万円）

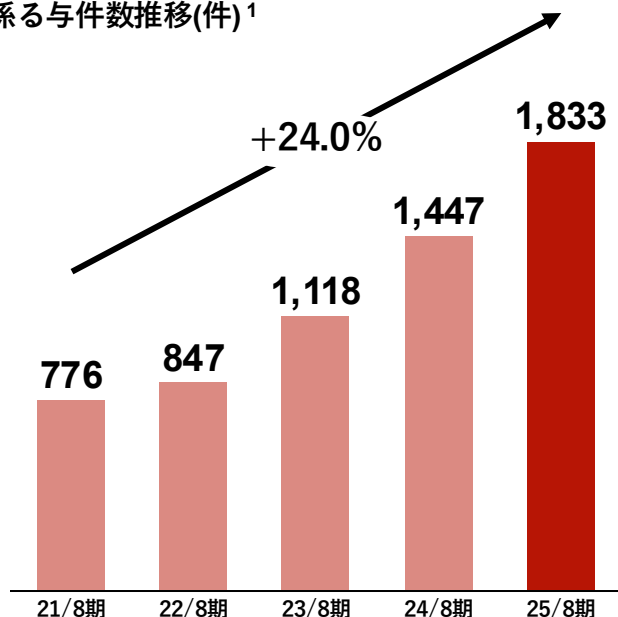


採用の加速によるサービス供給体制の強化

旺盛な需要に対して、ボトルネックである供給体制をさらに強化する

市場ニーズを背景に当社グループへの
与件（案件引き合い）は増加

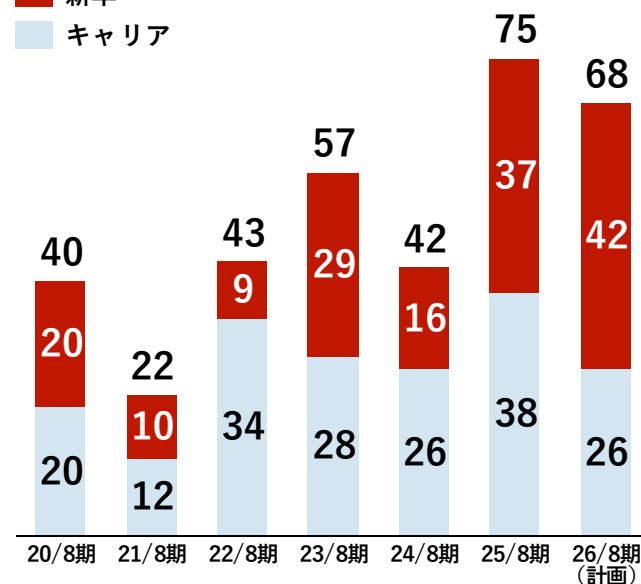
直接取引に
係る与件数推移(件)¹



優秀な人材の獲得を加速し、ボトルネックを解消する

入社人数推移(人)²

■ 新卒
■ キャリア



新卒

市場環境の変化とストーリーテリング/
PR発想の重要性に共感する優秀層を採用

- 若い世代の方がSNSを始めとする情報流通の変化をより強く実感しており、ストーリーテリング/PR発想の重要性を良く理解している
- 大手広告代理店を選択しがちであった優秀層が当社グループを選び始めている

キャリア

業界の変化を感じ、市場理解の深い
周辺領域から優秀な人材を獲得

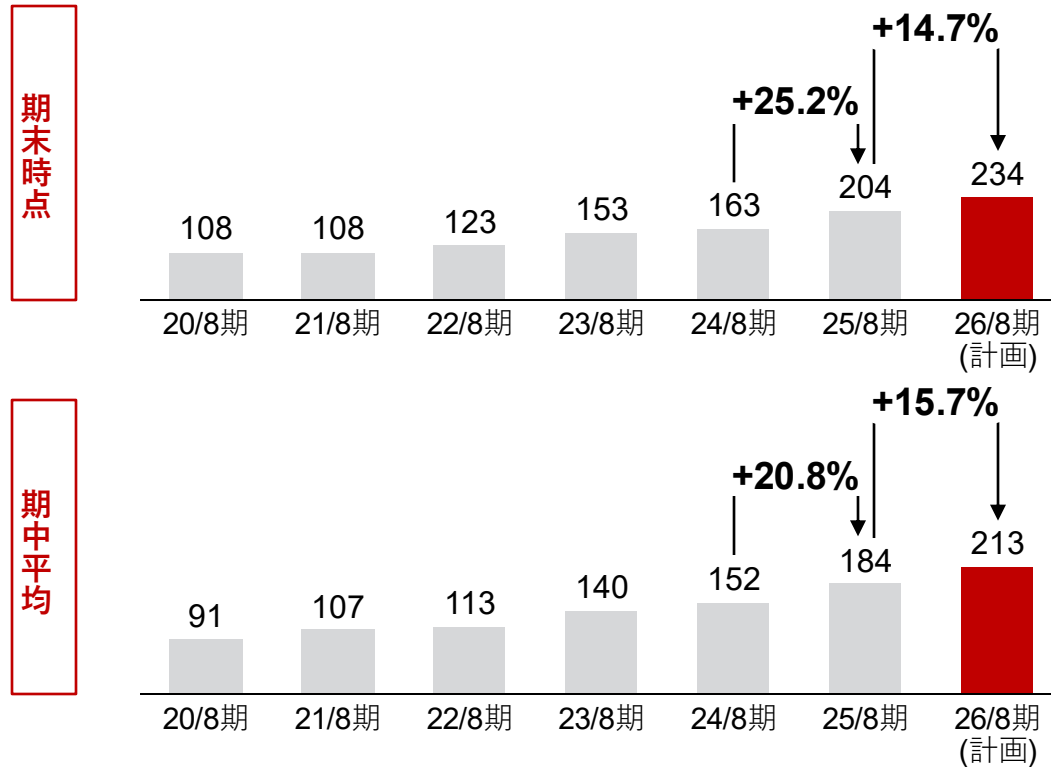
- 大手広告代理店やメディア側にいた人材がキャリアチェンジで当社を選択することが増えている

1. 顧客から株式会社マテリアルに対して、広告代理店を経由せずに提案依頼が来た案件数。2. 各年度に入社した人数の推移。26/8期は、本資料公表時点の計画数値。

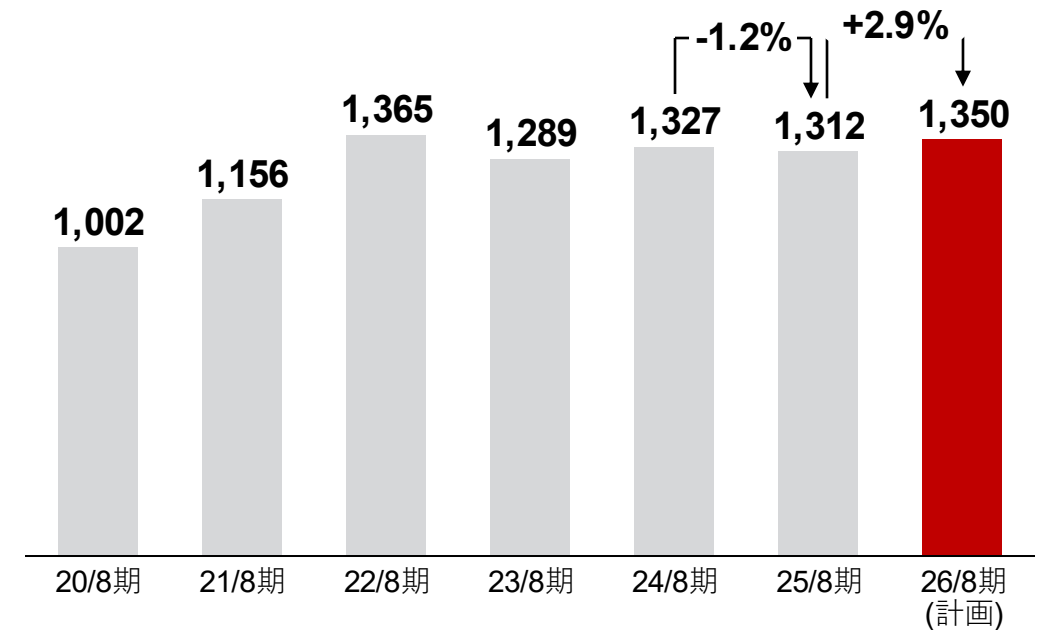
マテリアルの成長ドライバーの実績と計画

25/8期比で採用は抑制するもPRパーソン数は着実に増加、1人あたり粗利も改善を目指す

PRパーソン数¹（人）



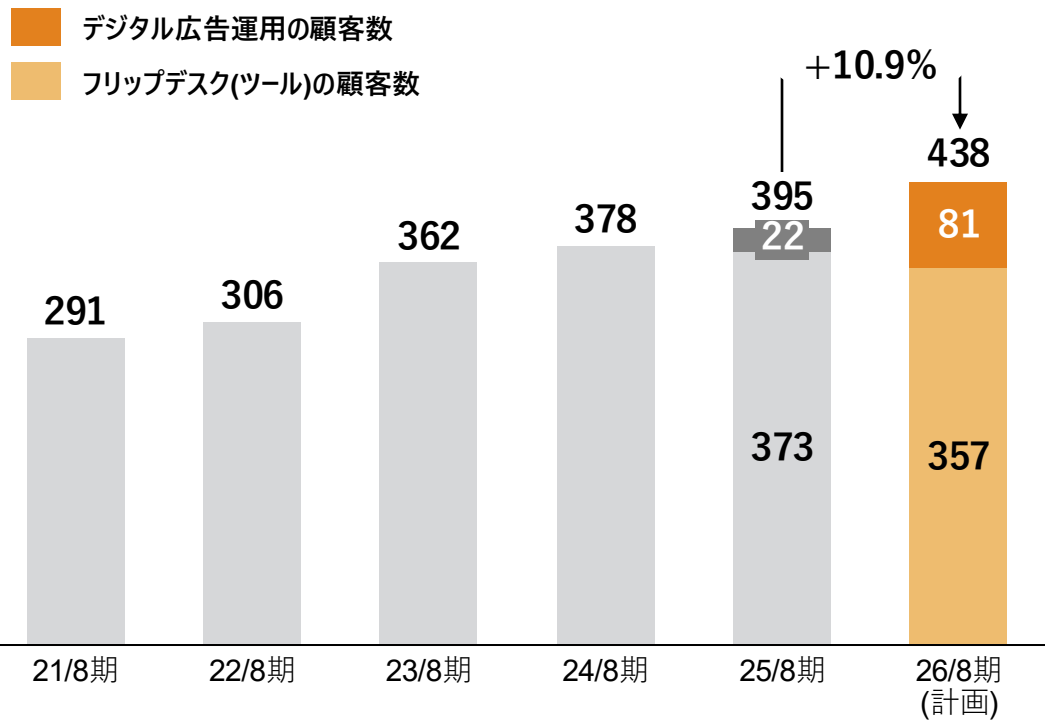
PRパーソン1人あたり粗利²（千円/月）



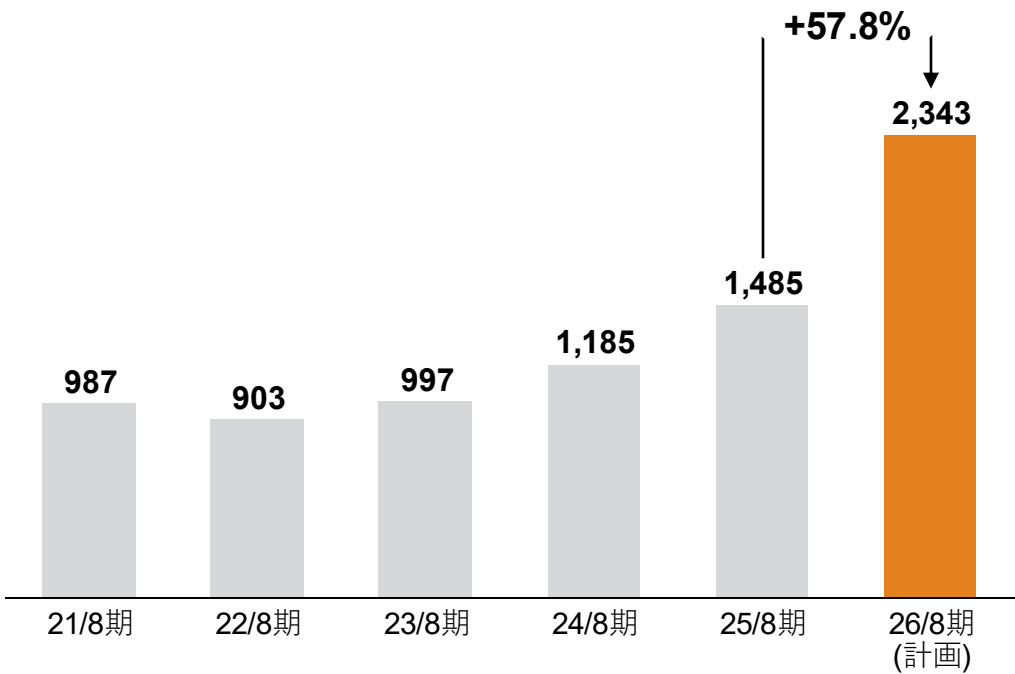
1.株式会社マテリアルの各期間における各月末時点の従業員数の平均値（四捨五入）。2.株式会社マテリアルの各四半期会計期間及び累計期間の粗利をPRパーソン数で除した金額を対応する月数で除した金額。粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

Bridge社参画影響もあり、デジタル広告運用の顧客が増加し、顧客単価が大きく向上

顧客数¹（期中平均）



顧客単価²（千円/年）

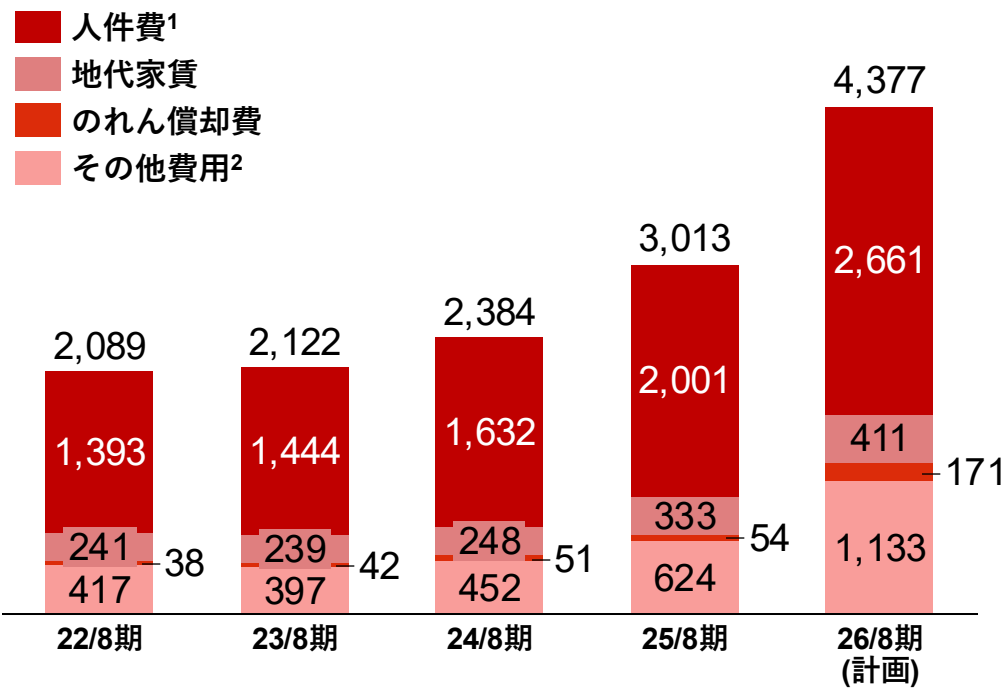


1. 各四半期会計期間及び累計期間における各月末時点のツールの提供及びデジタルマーケティングに係るコンサルティング/広告運用業務を提供している顧客数の平均値。2. 各四半期会計期間及び累計期間の粗利の合計額を顧客数で除した数値を対応する月数で除し、12を乗じた年換算額

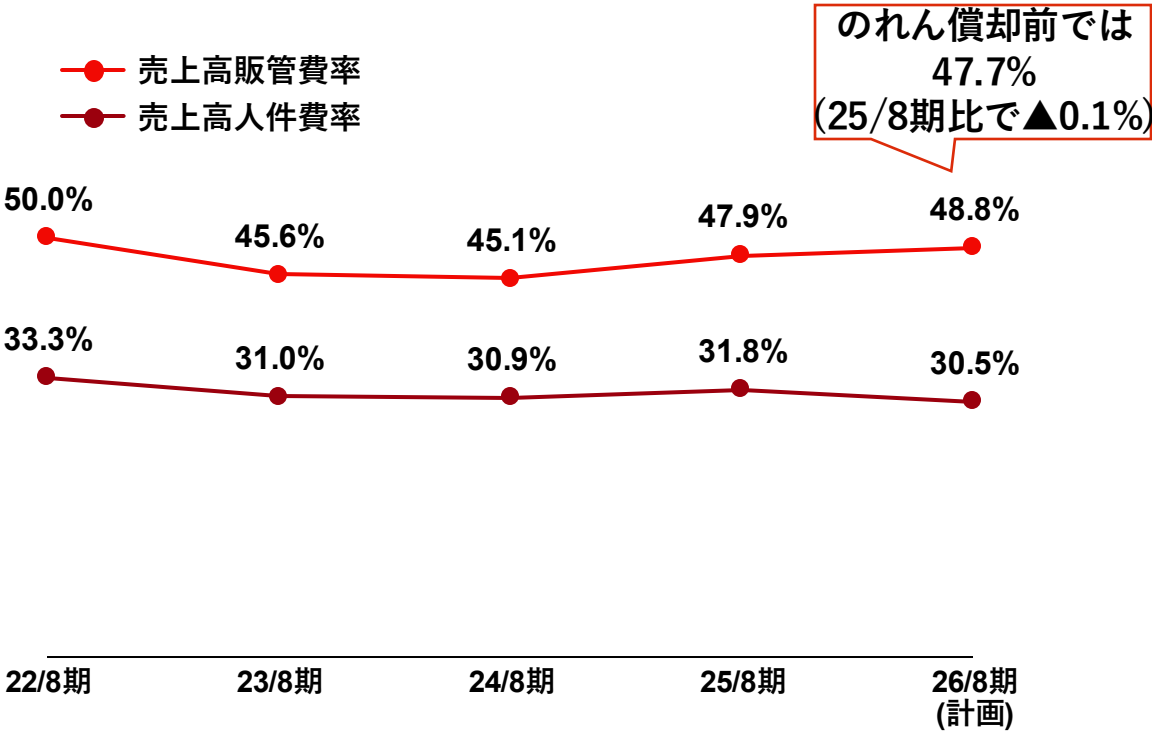
連結：販売費及び一般管理費(財務)の推移

M&A影響もあり販管費は増加するが、のれん償却前の売上高販管費率は低下

販売費及び一般管理費の推移（単位：百万円）



売上高販管費率の推移（単位：％）



1.人件費には、役員報酬・給料手当・雑給・賞与・法定福利費・福利厚生費・通勤費・採用費・業務委託費が含まれる
2.その他費用には、消耗品費・事務用品費・保険料・修繕費・租税公課・研修費・旅費交通費・通信費・水道光熱費・支払手数料・運賃・広告宣伝費・交際費・会議費・新聞図書費・諸会費・車両費・支払報酬・支払リース料・貸倒引当金繰入額・貸倒損失・減価償却費・ソフトウェア・研究開発費が含まれる

2026年8月期 連結業績予想（上期）

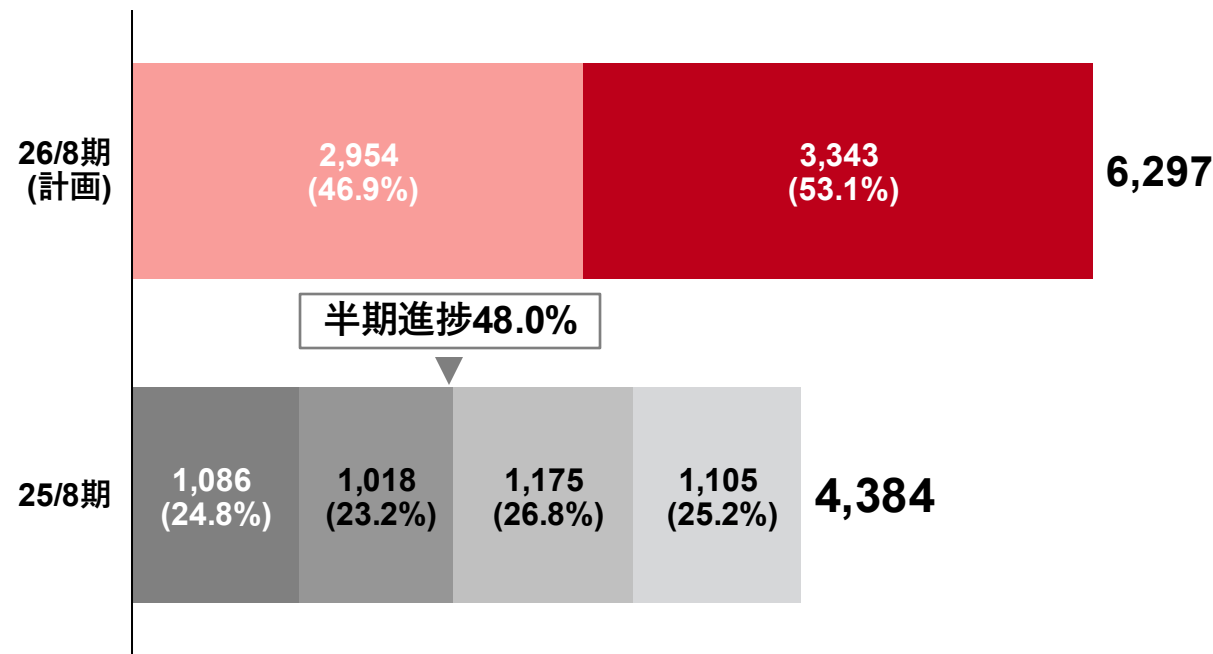
下期偏重ではあるものの、上期計画においても各段階利益で前期比で着実に成長する見込み

26/8期の上期計画と前年比増減

単位：百万円	25/8期 実績	26/8期 業績予想	前年比 増減額	前年比 増減率
売上高	3,029	4,208	+1,179	+38.9%
粗利 ¹	2,103	2,954	+850	+40.4%
売上総利益	1,858	2,593	+734	+39.5%
売上総利益率	61.3%	61.6%	+0.3%	+0.4%
営業利益	388	522	+133	+34.5%
営業利益率	12.8%	12.4%	▲0.4%	▲3.2%
のれん償却前 営業利益 ²	415	603	+188	+45.3%
のれん償却前 営業利益率	13.7%	14.3%	+0.6%	+4.6%
経常利益	387	499	+111	+28.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	238	289	+50	+21.3%

前年の四半期毎の粗利進捗と26/8期の半期計画

PRC事業の季節性/DM事業の拡大に加えて、
トレプロ社の顧客積上の影響で引き続き下期偏重



1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2.のれん償却前営業利益は、営業利益にのれん償却を足した金額。

AGENDA 5

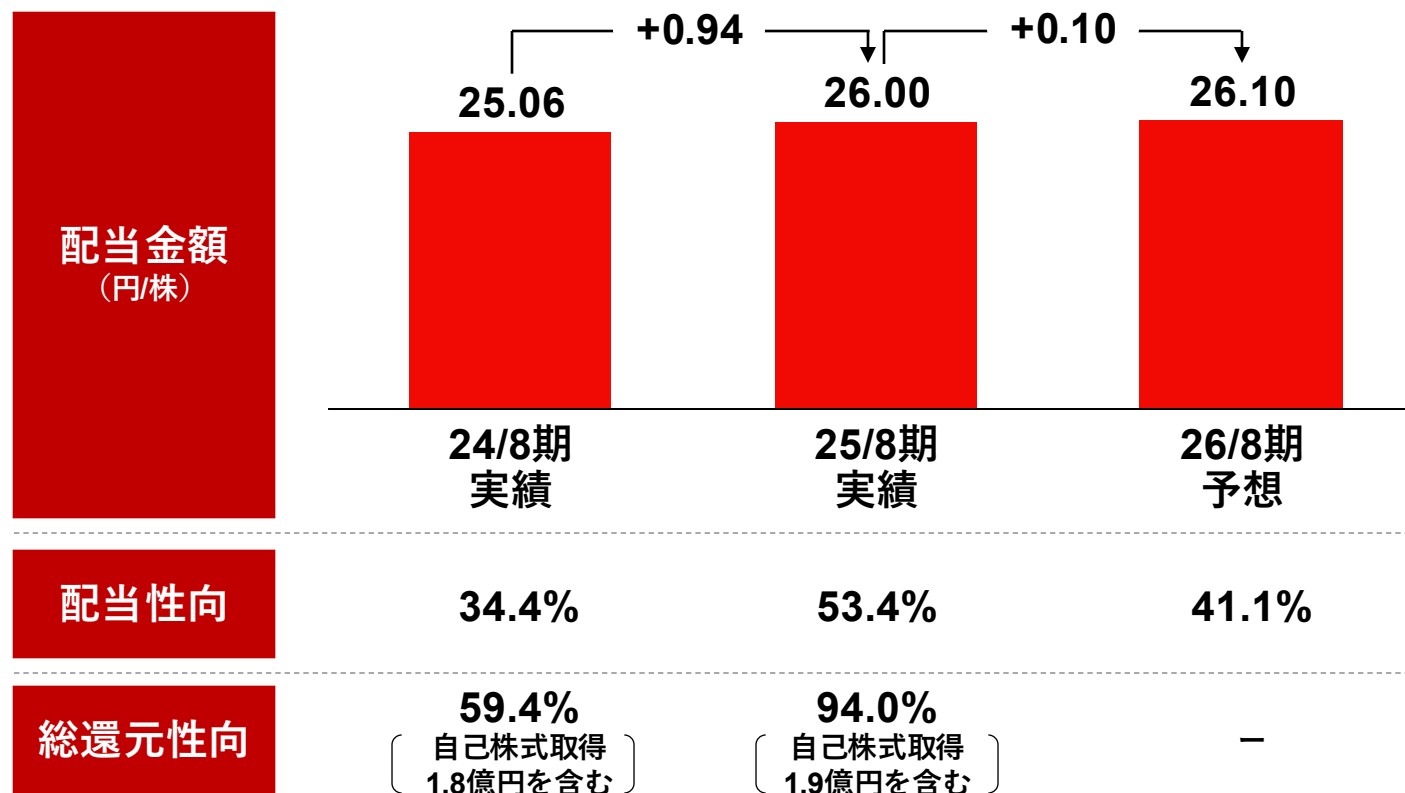
株主還元等の方針

25/8期の1株あたり配当予想は26円00銭から変更なし、26/8期は26円10銭と増配を予定

当社の株主還元方針

- ・ 連結配当性向33%を目安として、累進配当の考え方を採用
- ・ 株価水準や資金余力に応じて、自己株式取得も検討
- ・ 高い資本効率（2025年8月期のROEは22.4%）を活かし、並行して成長投資を行うことで高成長との両立を目指す

株主還元の実績と2026年8月期の予想



株主の皆様と経営陣のセイムボートを担保する制度

中長期の企業価値向上に向けた経営陣のコミットを担保する制度を設計

役員累投

- ・ 当社取締役および当社子会社取締役を対象とした株式累積投資制度を導入済み
 - なお、従業員向けは従業員持株会を組成済み
- ・ 各役員の自己出資により、当社の株式を毎月定額にて証券会社を經由して継続的に取得

業績連動報酬

- ・ 現金報酬の一部を業績連動報酬とし、連結EBITDAおよび一株当たり当期純利益の目標達成率に応じて支給

プライム市場向け ストックオプション

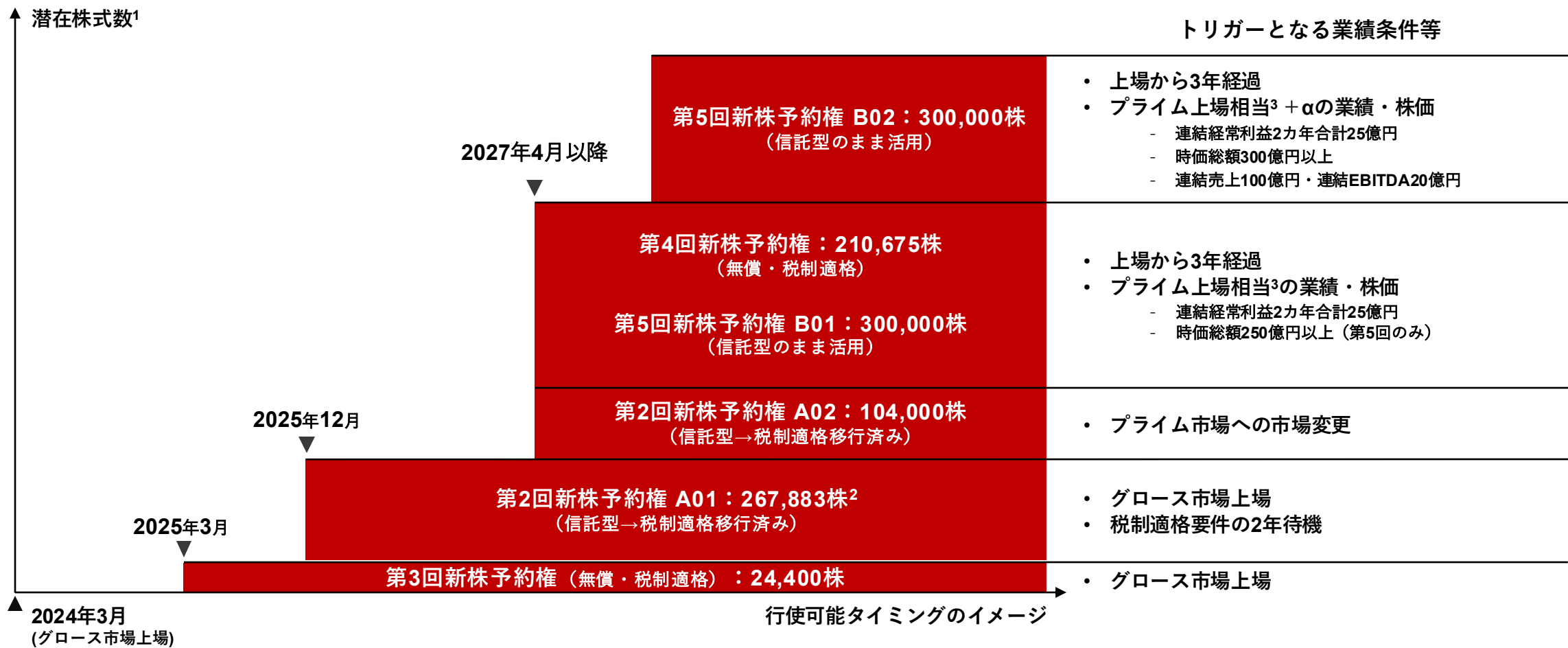
- ・ プライム市場への市場変更、または、プライム上場相当の業績を条件とするストックオプションを付与

譲渡制限付株式報酬

- ・ 2025年8月期より、当社取締役および当社子会社取締役を対象とした譲渡制限付株式報酬制度を導入済み

ストックオプションによるインセンティブ設計

プライム市場を目指した中長期のインセンティブ設計



1. 各新株予約権の詳細は、有価証券報告書参照。なお、記載の株式数は失効した株式数を除く。 2. 第2回新株予約権A01のうち、税制非適格ストックオプションに移行した新株予約権の未行使数は13,411株。3. 「プライム上場相当」とは、プライム市場の上場審査基準（形式基準）の一部（時価総額250億円、最近2年間の利益の額の総額が25億円以上）を満たすことを意図して記載。

AGENDA 6

Appendix

連結損益計算書

	24/8期 Q4累計	25/8期 Q4累計	前期比	前期比(%)
単位：百万円				
売上高	5,281	6,288	+1,006	+19.1%
売上原価	2,087	2,442	+354	+17.0%
売上総利益	3,194	3,846	+652	+20.4%
販売費及び一般管理費	2,383	3,013	+630	+26.4%
営業利益	810	832	+22	+2.7%
営業外収益	3	7	+3	+101.3%
営業外費用	50	86	+35	+71.4%
経常利益	763	753	▲10	▲1.3%
特別利益	58	0	▲58	▲99.9%
特別損失	7	0	▲7	▲99.3%
税金等調整前当期純利益	815	753	▲61	▲7.5%
法人税等	105	284	+179	+170.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	709	468	▲240	▲33.9%

連結貸借対照表/連結キャッシュ・フロー計算書

連結貸借対照表

単位：百万円	2024年8月末	2025年8月末	前期末比
現金及び預金	1,122	1,261	+138
売上債権	673	1,013	+339
その他流動資産	160	180	+19
流動資産	1,957	2,454	+497
有形固定資産	129	116	▲13
無形固定資産	616	804	+187
投資その他の資産	556	521	▲35
固定資産	1,302	1,441	+138
資産合計	3,260	3,896	+636
流動負債	1,011	1,563	+551
固定負債	223	120	▲102
負債合計	1,234	1,684	+449
資本金	117	117	-
資本剰余金	351	312	▲39
利益剰余金	1,679	1,903	+224
自己株式	▲123	▲176	▲52
新株予約権	1	1	▲0
非支配株主持分	-	54	+54
純資産合計	2,025	2,212	+187

連結キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円	24/8期Q4累計	25/8期Q4累計	前期比
現金及び現金同等物の期首残高	614	1,122	-
営業活動によるキャッシュ・フロー	987	694	▲292
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲176	▲58	+118
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲302	▲497	▲194
現金及び現金同等物の増減額	507	138	▲369
現金及び現金同等物の期末残高	1,122	1,261	-

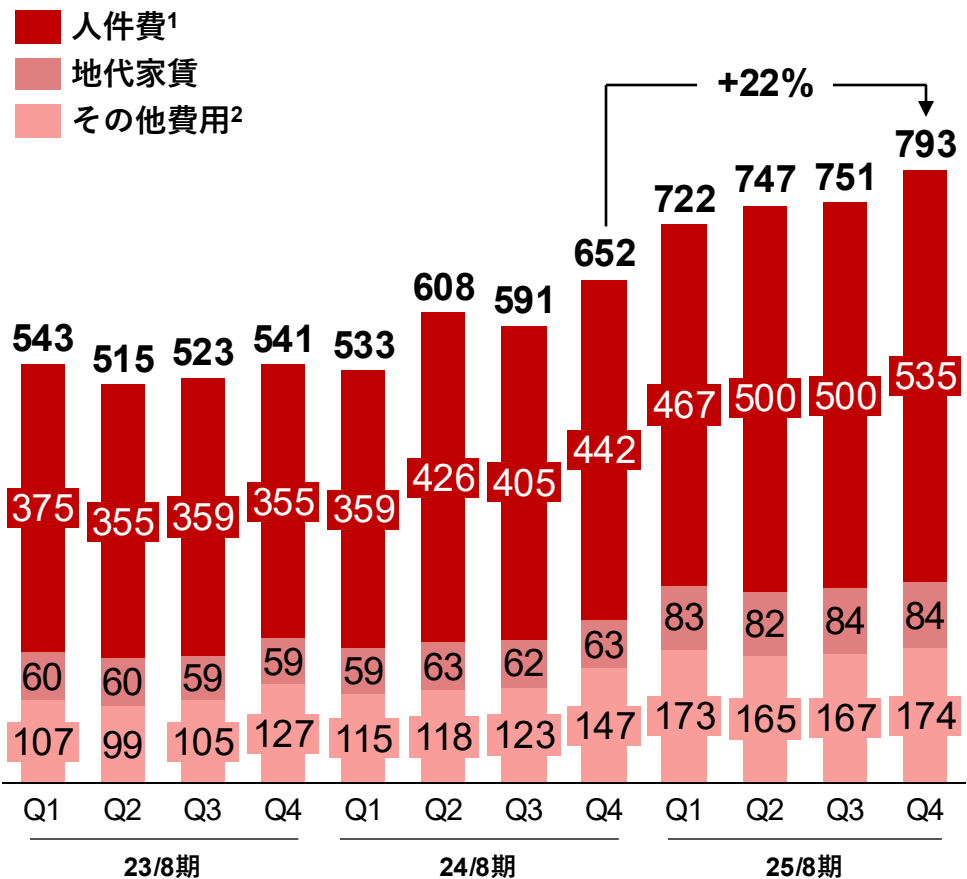
セグメント別情報

		24/8期 Q4累計						25/8期 Q4累計						前期比					
		報告セグメント				調整額 ¹	全社	報告セグメント				調整額 ¹	全社	報告セグメント				調整額 ¹	全社
単位：百万円		PRC	DM	PRP	計			PRC	DM	PRP	計			PRC	DM	PRP	計		
売上高		4,521	514	289	5,326	▲44	5,281	5,342	716	292	6,352	▲64	6,288	+820	+202	+3	+1,026	▲19	+1,006
セグメント利益 又は損失(▲) ²		1,075	142	▲18	1,199	▲388	810	1,145	169	60	1,376	▲544	832	+69	+27	+79	+177	▲155	+22
EBITDA 調整 項目	減価償却費	21	15	0	37	7	45	31	17	0	50	17	67	+10	+2	+0	+12	+9	+22
	のれん償却費	20	26	4	51	-	51	22	26	4	53	-	53	+2	+0	-	+2	-	+2
	株式報酬費用	-	-	-	-	-	-	10	2	1	14	18	32	+10	+2	+1	+14	+18	+32
EBITDA		1,117	184	▲13	1,287	▲380	906	1,210	216	67	1,494	▲508	986	+93	+32	+81	+206	▲127	+79
EBITDA Margin(%)		24.7	35.8	▲4.7	24.2	-	17.2	22.7	30.2	23.2	23.5	-	15.7	▲2.1	▲5.6	+27.9	▲0.7	-	▲1.5

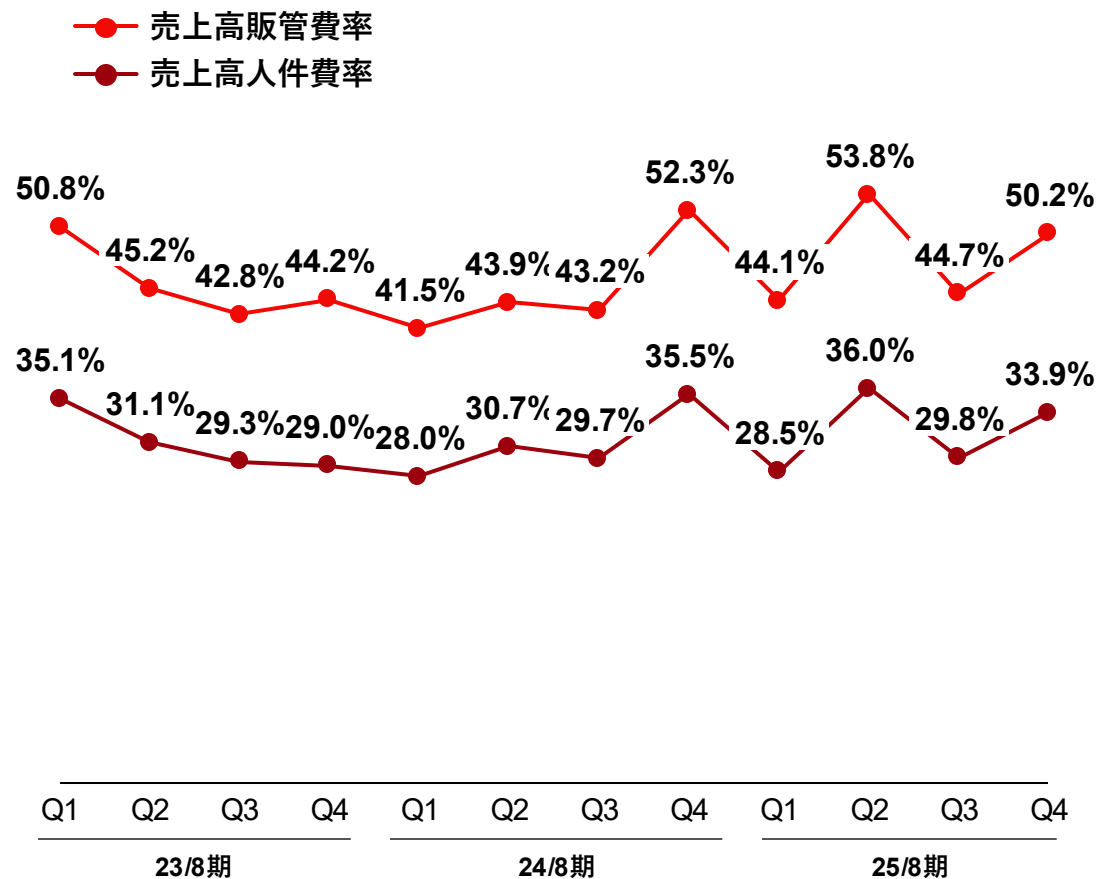
1. 調整額は次のとおりです。(1) セグメント利益又は損失（▲）の調整額には、セグメント間取引消去及び報告セグメントに配分していない全社費用が含まれております。全社費用の主なものは報告セグメントに帰属しない管理部門に係る費用です。(2) 減価償却費の調整額は、報告セグメントに帰属しない管理部門に係る減価償却費です。2. セグメント利益又は損失（▲）は、連結損益計算書の営業利益と調整を行っております。

連結：販売費及び一般管理費(財務)の四半期会計期間別推移

販売費及び一般管理費(財務)の推移 (単位：百万円)



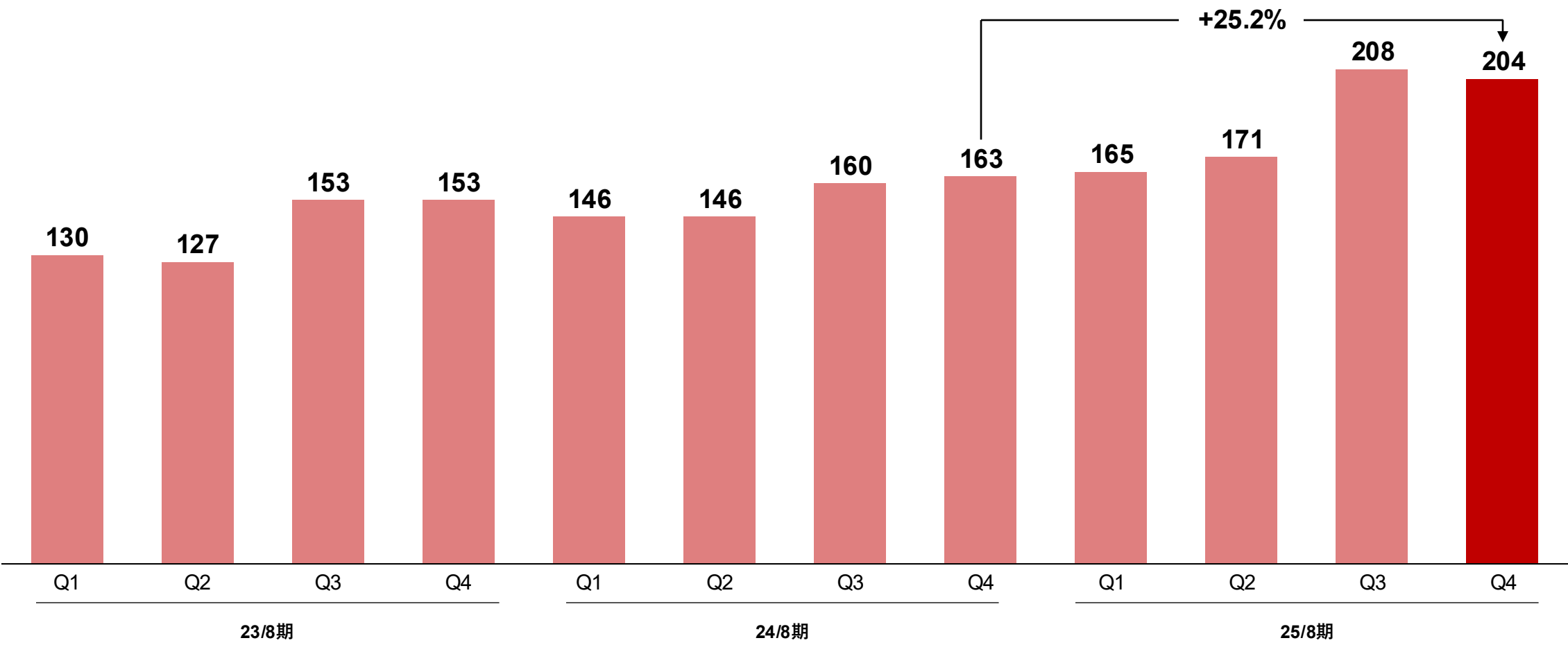
売上高販管費率の推移 (単位：%)



1.人件費には、役員報酬・給料手当・雑給・賞与・法定福利費・福利厚生費・通勤費・採用費・業務委託費が含まれる
2.その他費用には、消耗品費・事務用品費・保険料・修繕費・租税公課・研修費・旅費交通費・通信費・水道光熱費・支払手数料・運賃・広告宣伝費・交際費・会議費・新聞図書費・諸会費・車両費・支払報酬・支払リース料・貸倒引当金繰入額・貸倒損失・減価償却費・ソフトウェア・研究開発費・のれん償却費が含まれる

PRコンサルティング事業（株式会社マテリアル）：各四半期末時点のPRパーソン数の推移

PRパーソン数¹（各四半期末時点、人）



1.株式会社マテリアルの各四半期末時点における各月末時点の従業員数。

本資料の取り扱いについて

(Disclaimer)

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。