

Switch

to

2026年8月期 第3四半期決算説明資料

MATERIAL GROUP | 東証グロース 156A 2026.7.14

Red.

すべての個性に情熱を灯せ。

MATERIAL
GROUP

2026年8月期第3四半期決算 キーメッセージ

1

前年同期比で連結粗利¹+38.8%/営業利益+55.9%となり、高い成長率を実現
通期計画進捗率は営業利益89.6%、経常利益95.7%と通期達成に障害はない

2

過去最大の新卒入社もPRパーソン1人あたり粗利は前期比で改善見込
来期以降の生産性改善に向けて、引き続きAI関連の積極的な投資を実行中

3

トレプロのM&AによってPRプラットフォーム事業の粗利は前年同期比で
+361.2%と急成長。下期で競争環境の変化に対応し、来期以降の更なる成長
を目指す

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。

2026年8月期第3四半期決算 エグゼクティブサマリー

2026年8月期第3四半期連結業績

売上高	粗利 ¹	営業利益	四半期純利益
6,662 百万円 (前年同期比+41.5%)	4,551 百万円 (前年同期比+38.8%)	1,031 百万円 (前年同期比+55.9%)	590 百万円 (前年同期比+42.9%)

- ・ 前年同期比で粗利+38.8%/営業利益+55.9%と高い成長率を実現、計画進捗率は営業利益89.6%/経常利益95.7%と通期達成に障害なし
- ・ PRパーソン1人当たり粗利は前期比で改善見込。来期以降のさらなる生産性改善に向けて引き続きAIへの投資を実行中
- ・ トレプロのM&AによってPRプラットフォーム事業の粗利は前年同期比で+361.2%と急成長。下期で競争環境の変化に対応し、来期以降の更なる成長を目指す

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
204 人 (前年同期比+15.4%)	1,395 千円 (前年同期比+1.9%)	421 社 (前年同期比+11.7%)	2,505 千円 (前年同期比+115.5%)

- ・ PRパーソンの中途入社は、2026/7までに29名入社を予定(年間の入社数計画26名)
- ・ 26年4月には46名の新卒が入社
- ・ Bridge参画の影響もあり、デジタル広告運用の顧客が増加
- ・ 上記影響で、顧客単価も向上

Topics/M&Aの状況

- ・ IFRSの任意適用を決議。2026年8月期の有価証券報告書よりIFRSに基づく開示を予定。
- ・ AIに選ばれるブランドを設計/運用するLLMOコンサルティングを開始。マテリアルのPRの知見と、BridgeのSEOの知見と独自のLLMO計測ツールを組み合わせ、新たなサービスを展開。
- ・ マテリアル取締役山村嘉克がCampaign Asia-Pacific「50 Over Fifty 2026」に選出
- ・ 引き続き、M&Aの検討は積極的に実施中

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	6,662
外注費	2,111
粗利¹	4,551
販管費(管理)	3,519
人件費	2,339
地代家賃	302
その他	877
営業利益	1,031
のれん償却費	129
のれん償却前営業利益 ²	1,160

制度会計	
売上	6,662
売上原価	2,714
外注費	2,111
人件費	541
その他	61
売上総利益	3,948
販管費(財務)	2,917
人件費	1,798
地代家賃	302
その他	816
営業利益	1,031
のれん償却費	129
のれん償却前営業利益	1,160

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. のれん償却前営業利益は営業利益にのれん償却費を足して算出。

AGENDA

1. 会社/中期経営計画の概要
2. 2026年8月期第3四半期業績
3. セグメント別の状況
4. Topics/事例紹介
5. 株主還元等の方針
6. Appendix

AGENDA 1

会社/中期経営計画の概要

従来型のPR会社

- 広報業務の支援
- リテナー型（月額固定報酬）
- 広報予算にアクセス
- メディア露出獲得のための施策

PR発想をコアとした マーケティング支援会社

- マーケティング課題解決の支援
- プロジェクト型
- マーケティング予算にアクセス
- 広告/デジタルを含む統合的な施策

事業セグメント

PRコンサルティング事業をコア事業、デジタルマーケティング事業を準コア事業として注力、将来のさらなるアップサイドを作るための事業の育成も行っている

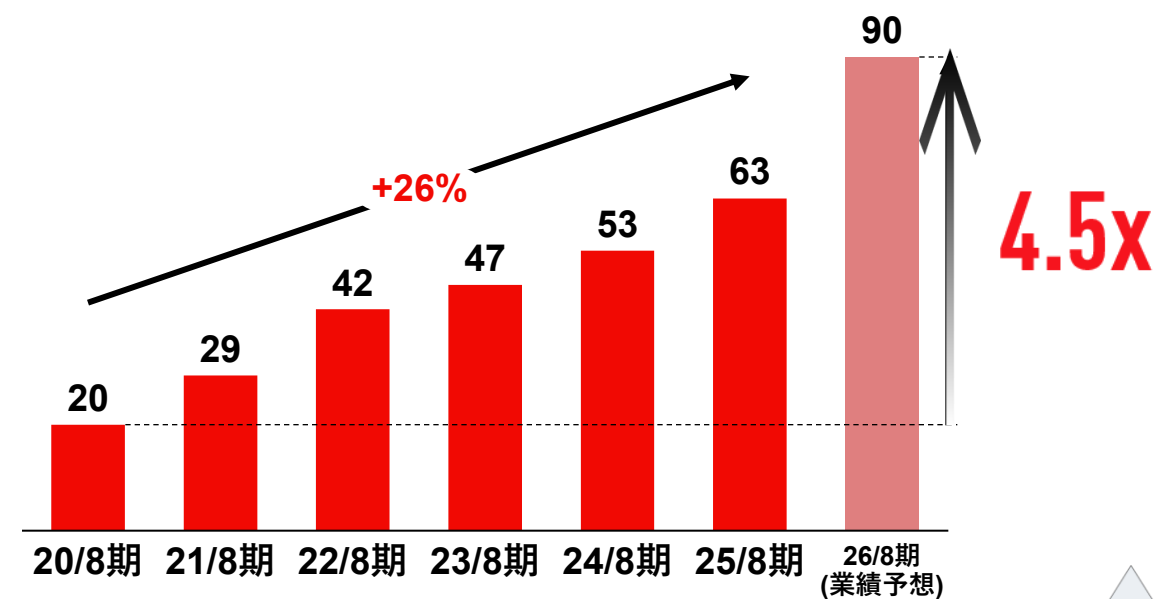
		主な顧客	価値提供の源泉	事業の位置付け	売上構成比 ¹
PRコンサルティング PRの各種手法を用いて、ステークホルダーの認知度向上・認知の変容を戦略から実行まで支援	 株式会社マテリアル  株式会社ルームズ  キャンドルウィック株式会社	中堅~大手企業	プロフェッショナル 人材	コア事業	69.6%
デジタルマーケティング デジタル広告による集客から購買行動まで、インターネット上での購買導線・接客の最適化を支援	 株式会社マテリアルデジタル  株式会社Bridge	中堅~大手企業	プロフェッショナル 人材・プロダクト	準コア事業	14.8%
PRプラットフォーム 中小スタートアップ企業の課題を、プラットフォームの力で解決	 株式会社トレプロ  株式会社マテリアルリンクス  株式会社CONNECTED MATERIAL	中小／ スタートアップ 企業	プラットフォーム	育成事業	15.6%

1. 2026年8月期業績予想における当社グループの連結売上高に占める各事業セグメントの外部顧客への売上高の割合

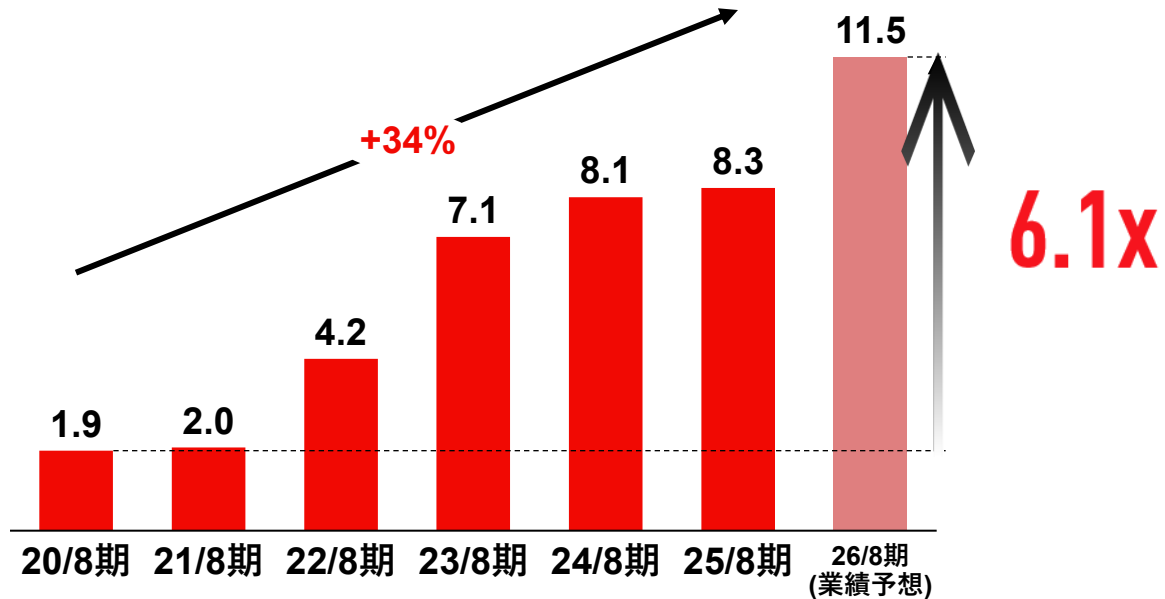
ここまでの成長振り返り

今期終了時点では、過去6年間で売上高4.5倍、営業利益6.1倍に成長する見込み

売上高（億円）



営業利益（億円）



力強いオーガニック成長



ユニークな
プランニング力



強い採用力



経営管理の
高度化



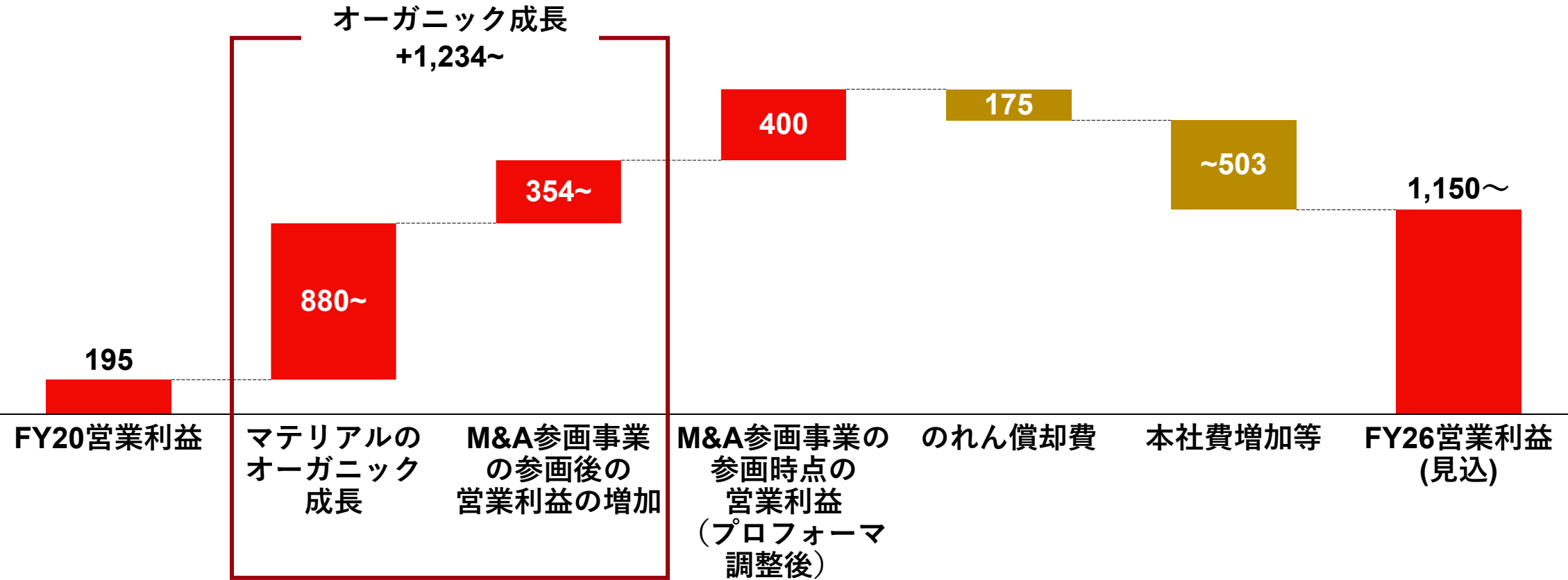
6期で9件のM&A実績

PL影響は26/8期～

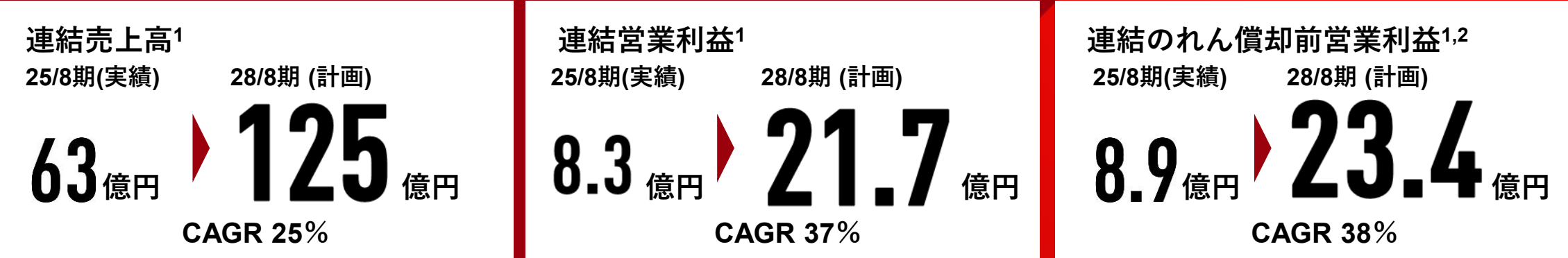
PRプラットフォーム	デジタルマーケティング	PRコンサルティン	PRプラットフォーム	デジタルマーケティング	PRコンサルティン	PRコンサルティン	デジタルマーケティング	PRプラットフォーム
2020年3月	2021年2月	2021年2月	2022年11月	2023年9月	2023年11月	2025年6月	2025年8月	2025年9月

ここまでの成長振り返り
 中核子会社マテリアルを中心としたオーガニック成長を基軸に営業利益成長を実現

FY20～FY26の営業利益成長の内訳（百万円）

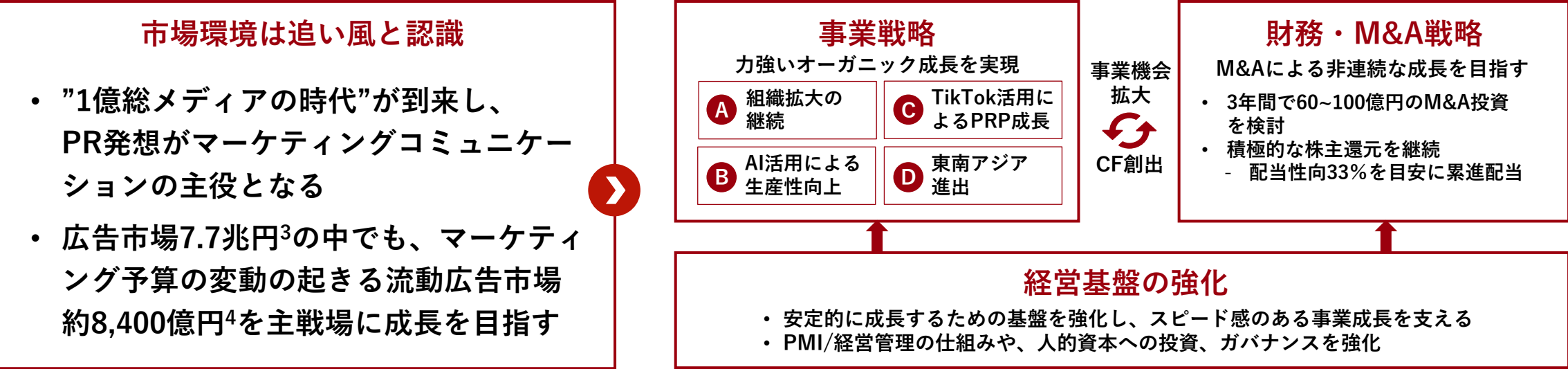


中期経営計画サマリー（2026年8月期～2028年8月期）



1.新規のM&Aを含まない計画 2. 営業利益にのれん償却費を足して算出。IFRS導入の検討を前提としてのれん償却前営業利益（Non-GAAP）を記載

中長期で実現したいVision：マーケティング業界の第4極となる



3. 株式会社電通「2024年 日本の広告費」

AIに対する当社の対応、認識及び中期経営計画への影響

AIの進化により、PRコンサルティング事業を中心に生産性を大きく改善できる見込み

急速に進化するAIへの対応と認識

当社の付加価値の源泉はAI代替困難

- 当社の提供サービスの付加価値の源泉はAIによる生成が難しく、引き続き価値を持つと想定
 - － エキスパートとしての経験値からくる判断力
 - － 顧客/メディアとの人間同士の深い関係性
 - － イベントの実行力等のフィジカルな要素
- 結果として仕事はなくなり、顧客に対してより本質的な領域へのフォーカスが可能に

業務基盤レベルでAI活用が可能

- 個別業務の“AI活用”にとどまらず、業務基盤と呼べる水準でのAI活用が現実的に実現可能に
- 社内にAI業務基盤開発専任チームを置き、プロジェクト推進中

“PC業務”はAIが代替する見込

- 上記の業務基盤の構築により、比較的多くの工数を占める“PC業務”はAIが代替する見込



中期経営計画への財務影響

- 市場拡大の追い風も受けながら、顧客/メディア理解を強みに引き続き高い成長を目指す
- 生産性改善(PRパーソン1人あたり粗利の向上)による営業利益率の向上影響大

求められる組織の変革

- 顧客/メディア理解、イベントの企画/運営等に特化した人材をより速いスピードで育成するための教育システムの構築
- 組織構成/人事制度といった組織運営のインフラをアップデートする必要あり

AGENDA 2

2026年8月期第3四半期業績

連結業績：2026年8月期第3四半期の前年同期比及び業績予想に対する進捗率

M&A影響もあり、前年同期比で高い成長率を実現、通期予想に対して堅調に進捗

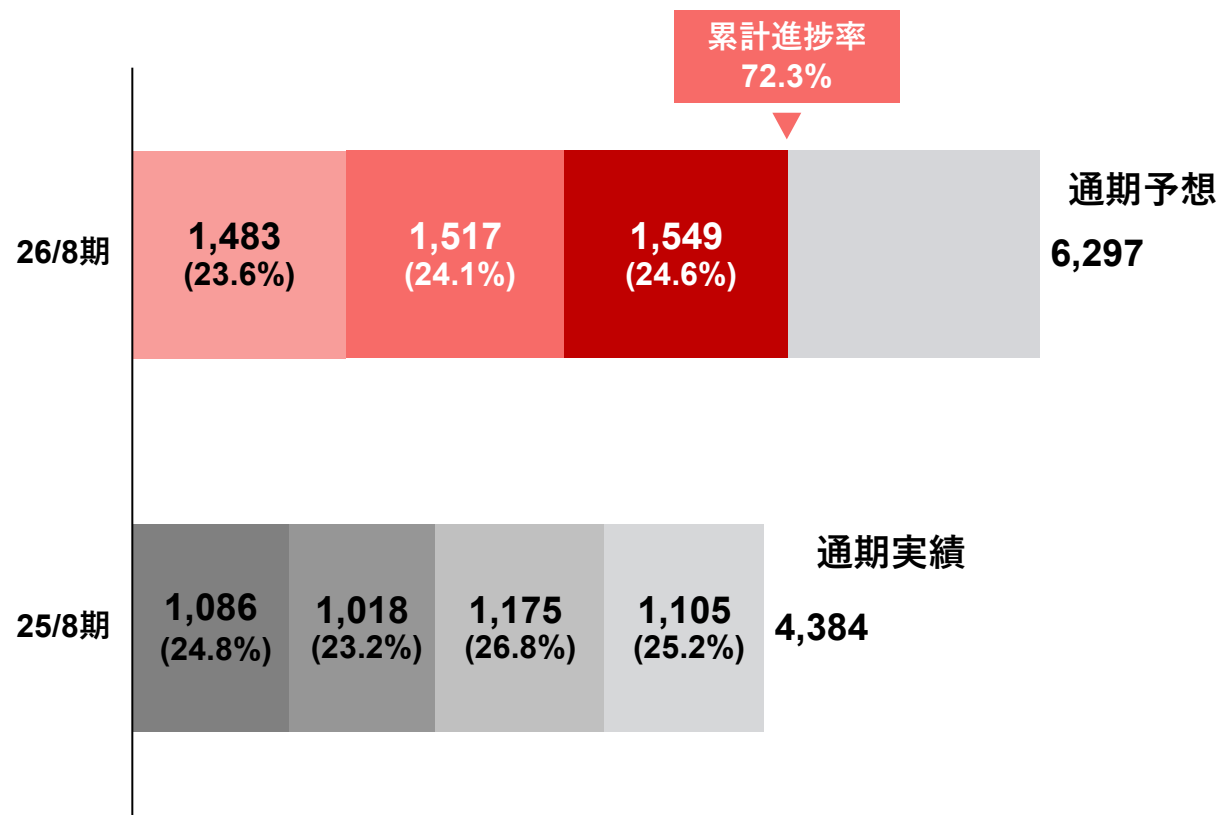
単位：百万円	25/8期 Q3実績	26/8期 Q3実績	前年 同期比	通期 業績予想	進捗率	
売上高	4,708	6,662	+41.5%	8,964	74.3%	- PRCの堅調な成長に加えて、M&A影響のあるDM/PRPの規模拡大によって、前年同期比で粗利が38.8%成長 - 計画比では、PRPが供給制約等もあり計画比で遅れるも、PRC・DMは堅調に進捗
粗利 ¹	3,278	4,551	+38.8%	6,297	72.3%	
売上総利益	2,881	3,948	+37.0%	5,527	71.4%	
売上総利益率	61.2%	59.3%	▲1.9%	61.7%	▲2.4%	
営業利益	661	1,031	+55.9%	1,150	89.6%	- M&A影響、生産性改善により前年同期比で営業利益は55.9%の成長を実現。業績予想に対する進捗率も89.6%と順調 - PRパーソン1人あたり粗利も改善し、営業利益率の改善に寄与
営業利益率	14.0%	15.5%	+1.4%	12.8%	+2.6%	
のれん償却前 営業利益 ²	701	1,160	+65.3%	1,321	87.8%	
経常利益	665	992	+49.2%	1,037	95.7%	営業外費用にM&A案件のアドバイザー費用21百万円、支払利息16百万円、トレプロのM&Aに係るローン手数料6百万円他を計上
親会社株主に帰属する 四半期純利益	413	590	+42.9%	612	96.4%	

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費を足して算出。

連結業績：業績予想に対する進捗状況（粗利¹）

PRプラットフォーム事業において計画対比で遅れはあるも、連結では堅調に進捗

四半期毎の粗利進捗（単位：百万円）



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/11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
 ※従来12月が2番目の繁忙期であったが、**トレンド変化**によって粗利水準は11月>12月となり、Q1とQ2はほぼ同水準の粗利が見込まれる

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

PRプラットフォーム事業の拡大

同事業における**TREND PRODUCE事業（トレプロ社）**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

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：2026年8月期第3四半期のセグメント別の前年同期比及び業績予想に対する進捗率

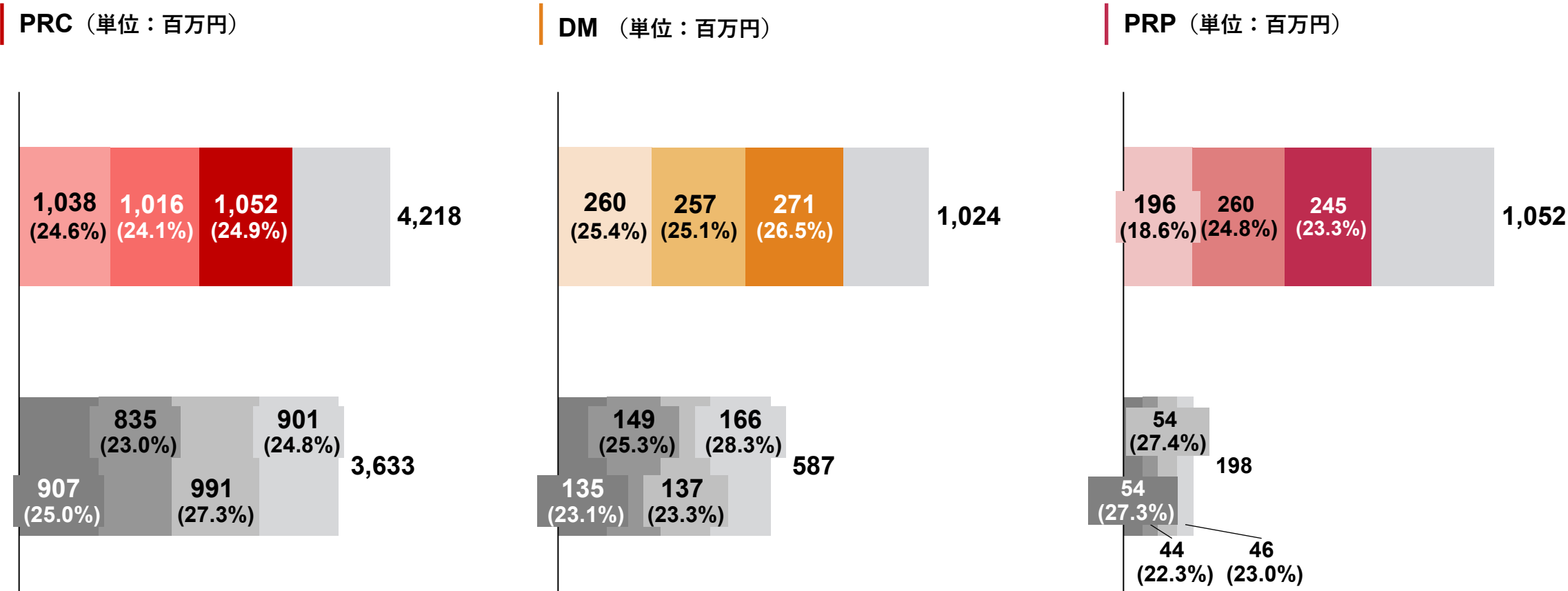
M&A影響もありDM/PRPの粗利¹・のれん償却前営業利益²が前年同期比で規模拡大

単位：百万円		25/8期 Q3実績	26/8期 Q3実績	前年同期比	通期 業績予想	進捗率	
PRC PRコンサルティング	売上	4,026	4,743	+17.8%	6,235	76.1%	- 粗利は+13.7%と着実に成長、中核子会社マテリアルの粗利成長率は17.5% - のれん償却前営業利益は、生産性の改善等の影響もあり大きく成長、通期計画に対しても順調に進捗
	粗利	2,732	3,108	+13.7%	4,218	73.7%	
	のれん償却前 営業利益	919	1,118	+21.5%	1,397	80.0%	
DM デジタルマーケティング	売上	517	1,117	+115.8%	1,326	84.2%	- Bridge参画により規模が拡大、デジタル広告運用の顧客が増加し、粗利は+87.5%の成長 - のれん償却前営業利益も同様に70.7%の成長 - 粗利、営業利益ともに通期予想に対して計画通り進捗
	粗利	421	789	+87.5%	1,024	77.1%	
	のれん償却前 営業利益	137	234	+70.7%	296	79.0%	
PRP PRプラットフォーム	売上	216	908	+320.0%	1,400	64.8%	- トレプロ参画より規模が拡大粗利/のれん償却前営業利益ともに成長 - 営業利益で通期計画に対して順調に進捗 - 来期成長に備え、一時的に広告宣伝費を抑え、供給体制・サービスプランの見直しを実施しており、下期は粗利成長が一時的に鈍化
	粗利	152	704	+361.2%	1,052	66.9%	
	のれん償却前 営業利益	54	258	+375.8%	291	88.7%	

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. のれん償却前営業利益は営業利益にのれん償却費を足して算出。

連結業績：セグメント別の業績予想に対する進捗状況（粗利¹）

PRPが供給制約等もあり計画比で遅れるも、PRC・DMは堅調に進捗

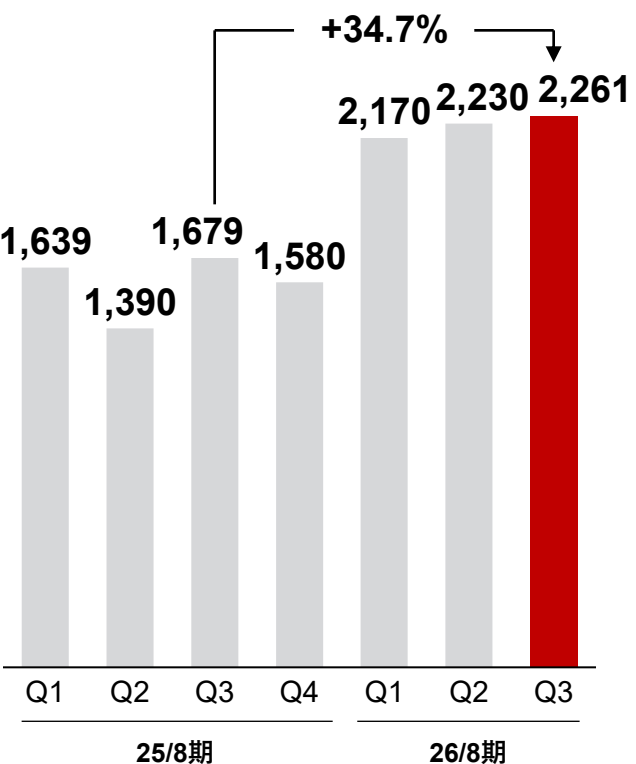


1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

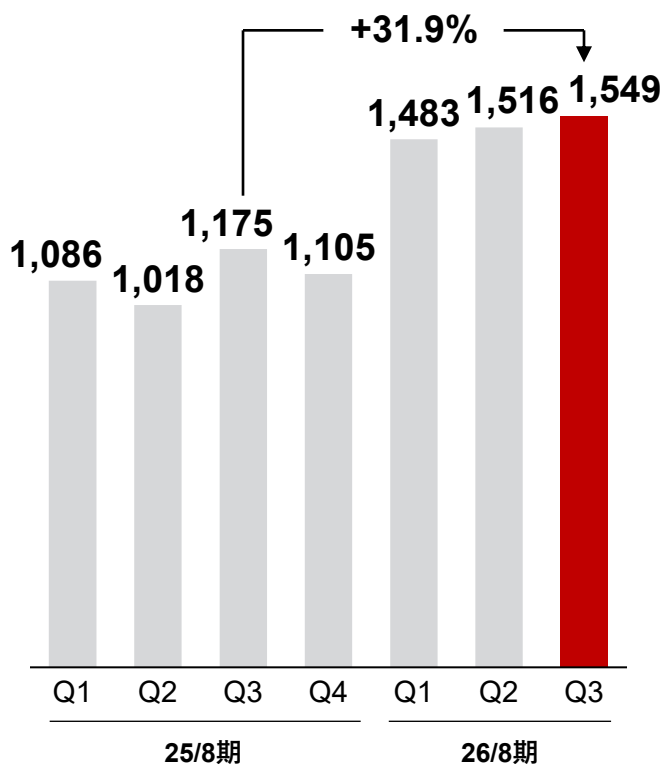
連結業績：売上・粗利¹・営業利益の四半期会計期間別推移

PRCの堅調なオーガニック成長に加え、トレプロ/Bridgeの参画で規模を拡大

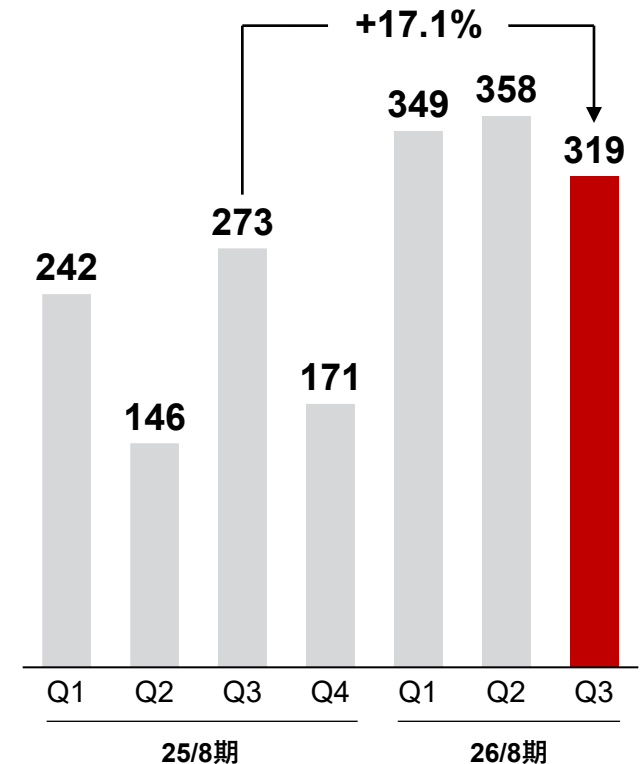
売上（単位：百万円）



粗利（単位：百万円）



営業利益（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。

AGENDA 3

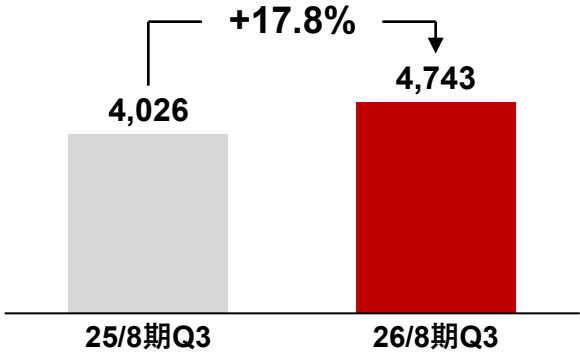
セグメント別の状況

PRコンサルティング事業：売上・粗利¹・のれん償却前営業利益²の会計期間別推移

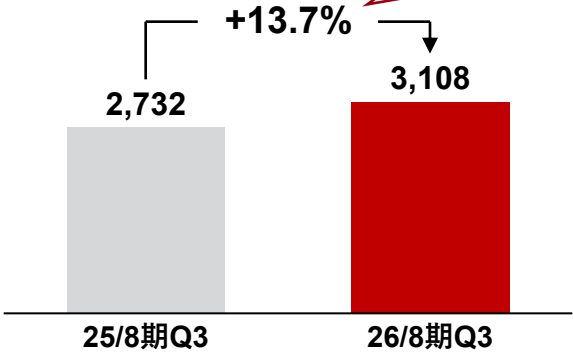
中核子会社マテリアルの18%成長もあり、着実に成長、営業利益率も改善

売上（単位：百万円）

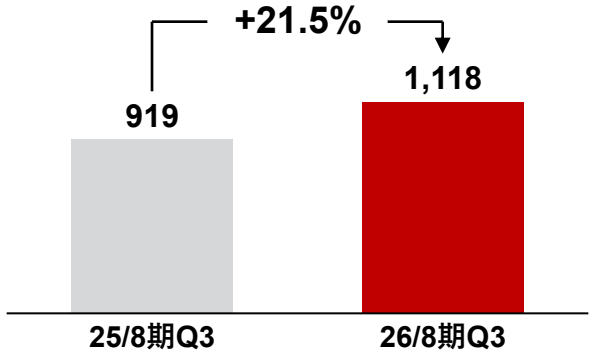
累計期間推移



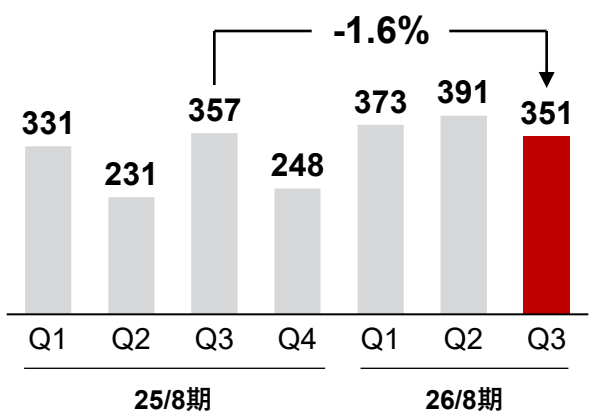
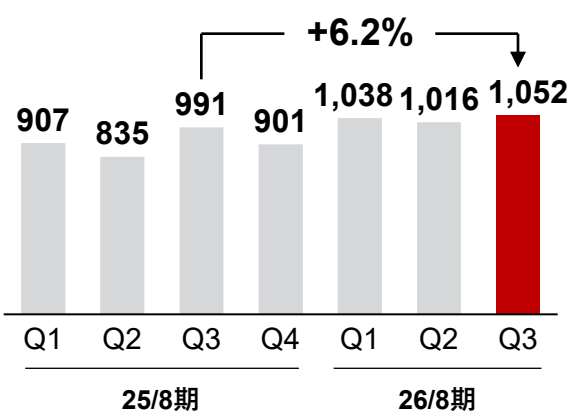
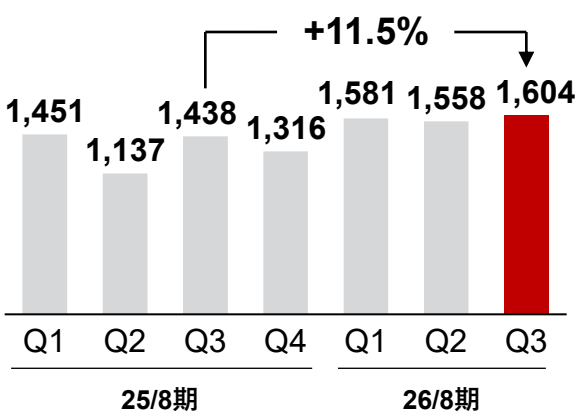
粗利（単位：百万円）
中核子会社マテリアルは前年同期比17.5%の成長



のれん償却前営業利益
（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. のれん償却前営業利益は、セグメント利益にのれん償却費を足した数値。

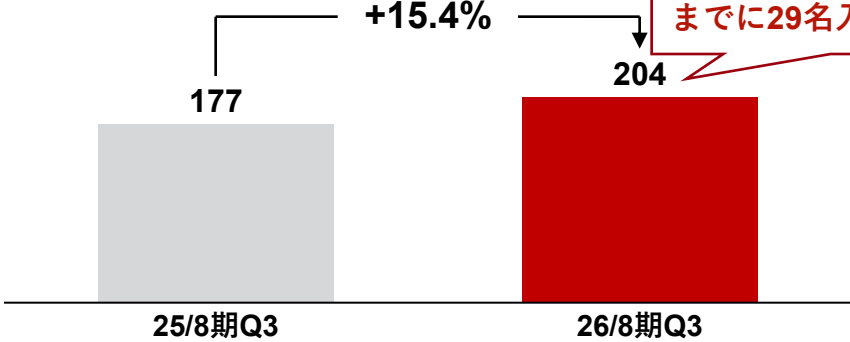
PRコンサルティング事業（株式会社マテリアル）：成長ドライバーの実績

PRパーソン数は26卒入社で増加も、1人あたり粗利は高水準を維持し、前年同期比増

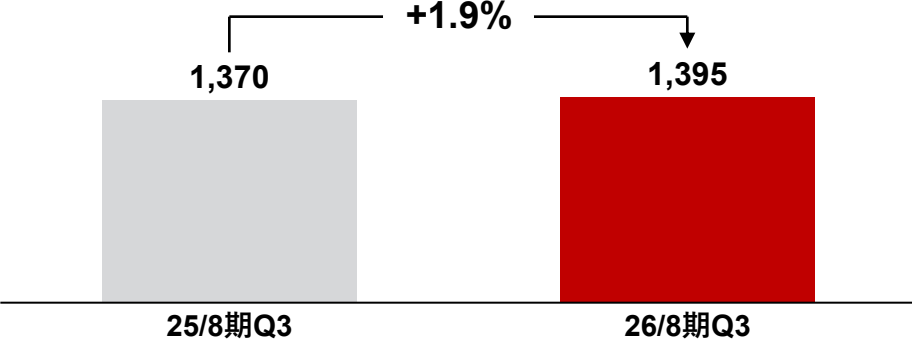
PRパーソン数¹（期中平均人員数、人）

PRパーソン1人あたり粗利²（千円/月）

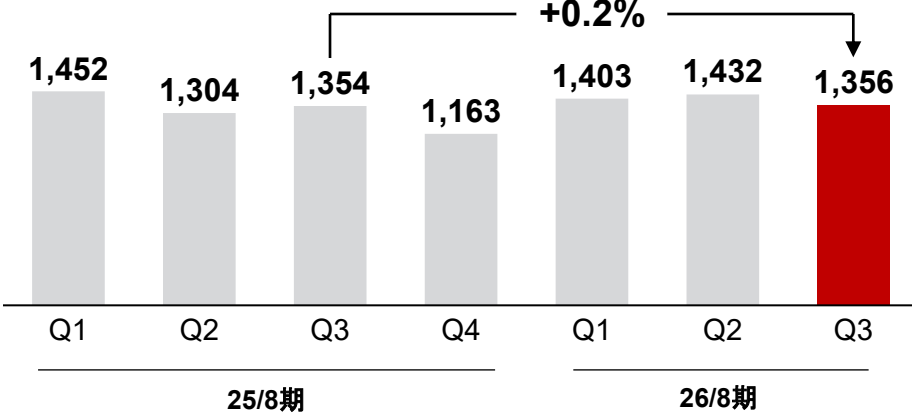
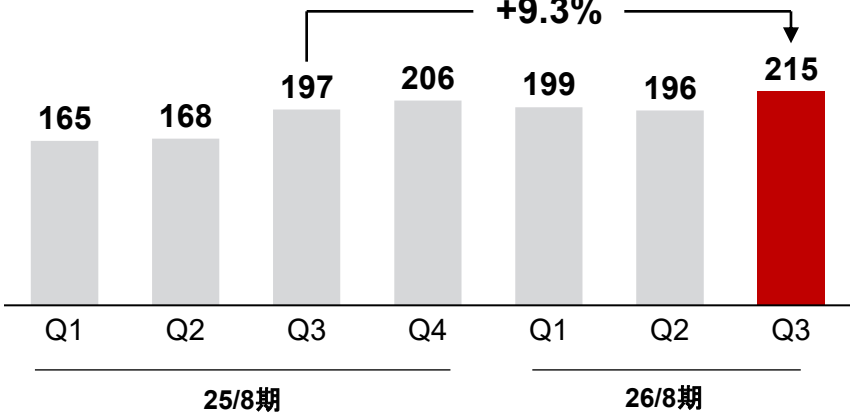
累計期間推移



離職が若干増加するも、
中途採用は引き続き堅調
(通期26名計画に対して7月
までに29名入社予定)



会計期間推移

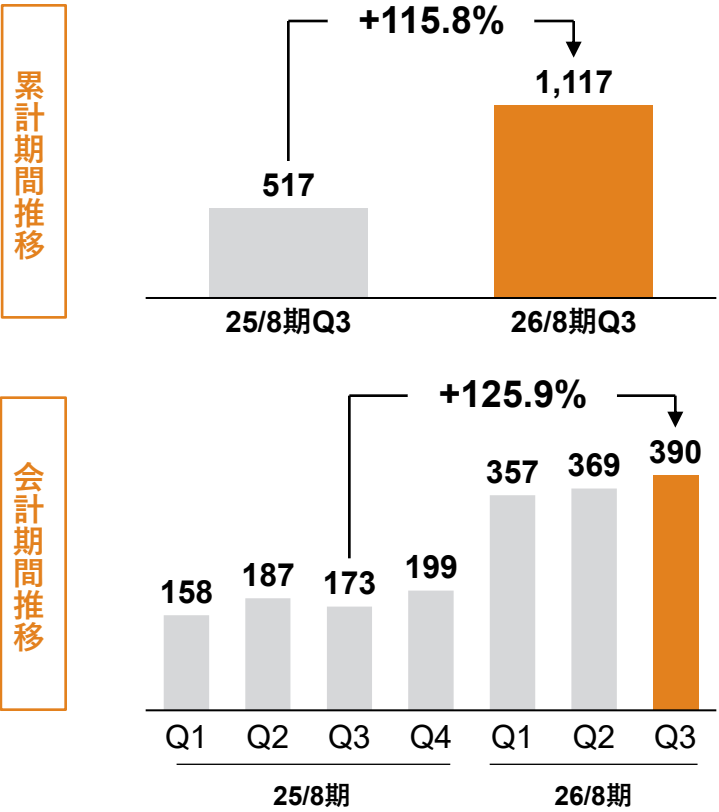


1.株式会社マテリアルの各期間における各月末時点の従業員数の平均値（四捨五入）。2.株式会社マテリアルの各四半期会計期間及び累計期間の粗利をPRパーソン数で除した金額を対応する月数で除した金額。粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

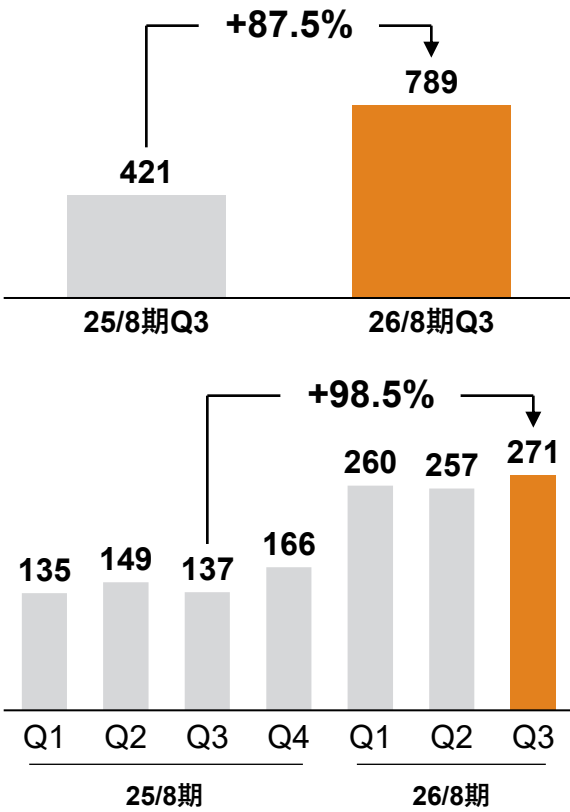
デジタルマーケティング事業：売上・粗利¹・のれん償却前営業利益²の会計期間別推移

Bridge参画影響で、トップライン・利益ともに前年同期比で規模が拡大

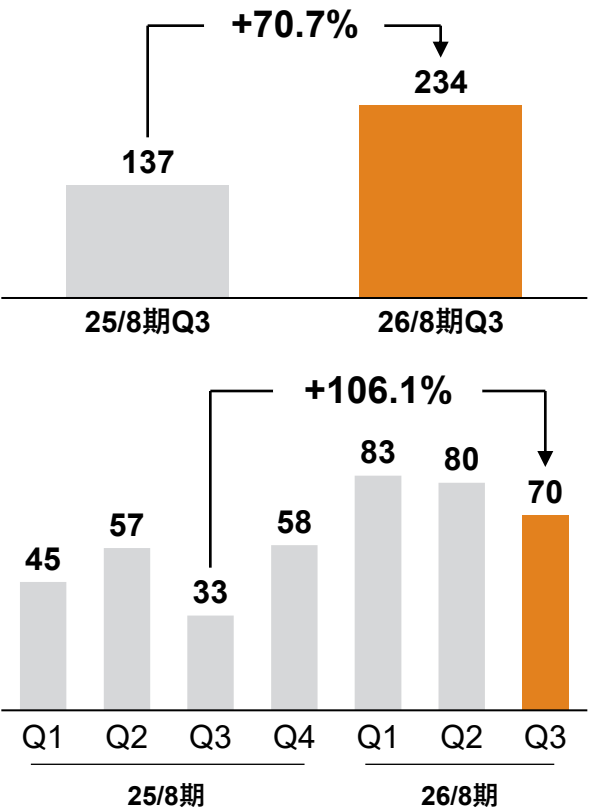
売上（単位：百万円）



粗利（単位：百万円）



のれん償却前営業利益
(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。 2. のれん償却前営業利益は、セグメント利益にのれん償却費を足した数値。

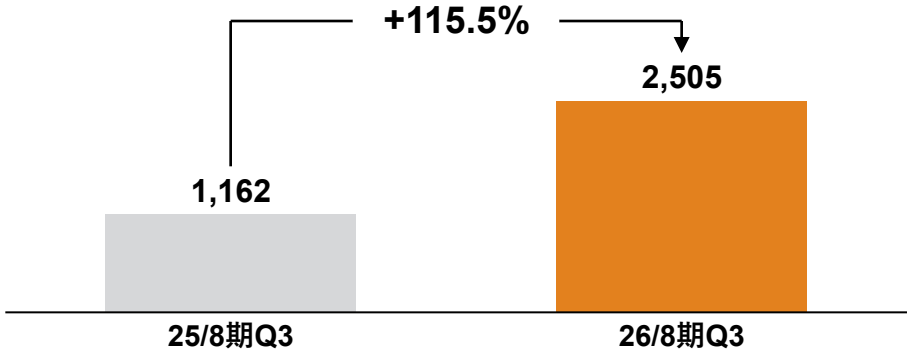
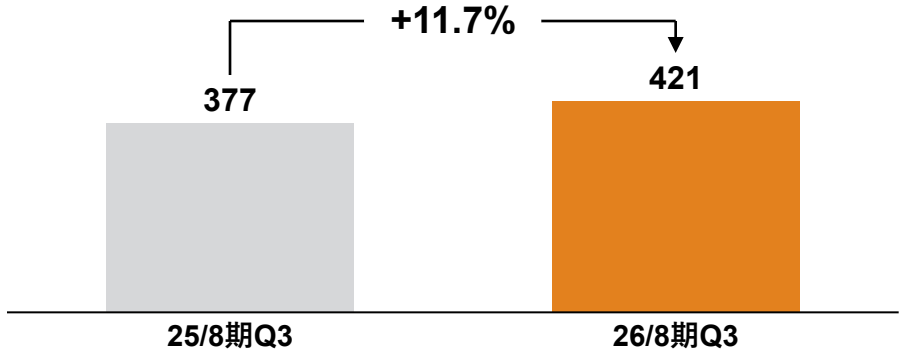
デジタルマーケティング事業：成長ドライバーの実績

Bridge参画の影響で広告運用の顧客が増加、同影響で顧客単価も向上

顧客数¹（期中平均）

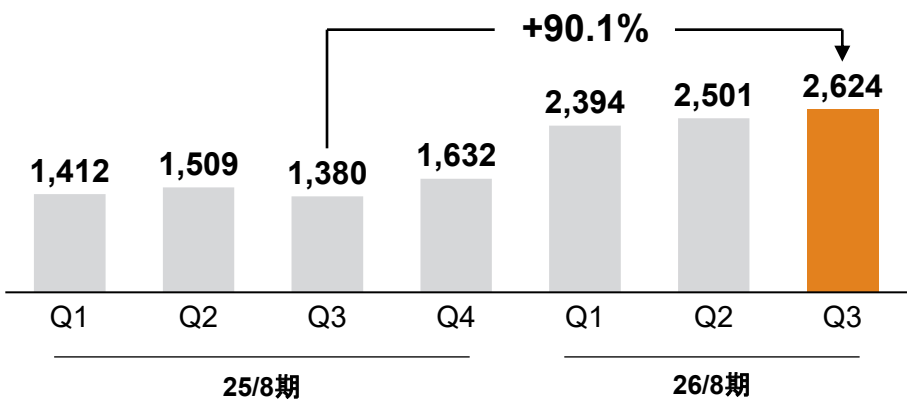
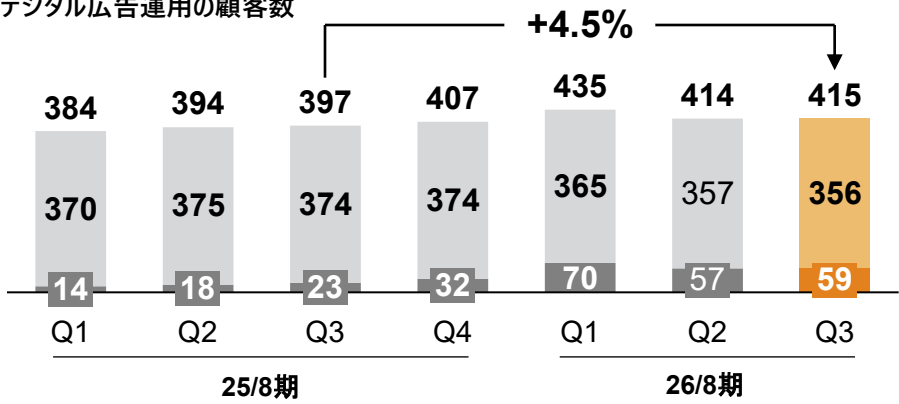
顧客単価²（千円/年）

累計期間推移



会計期間推移

フリップデスク(ツール)他の顧客数
デジタル広告運用の顧客数



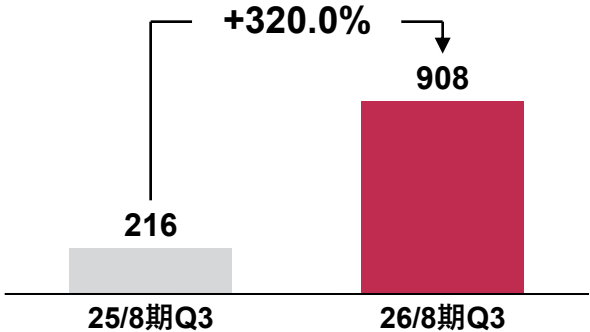
1. 各四半期会計期間及び累計期間における各月末時点のツールの提供及びデジタルマーケティングに係るコンサルティング/広告運用業務を提供している顧客数の平均値。
2. 各四半期会計期間及び累計期間の粗利の合計額を顧客数で除した数値を対応する月数で除し、12を乗じた年換算額

PRプラットフォーム事業：売上・粗利¹・のれん償却前営業利益²の会計期間別推移

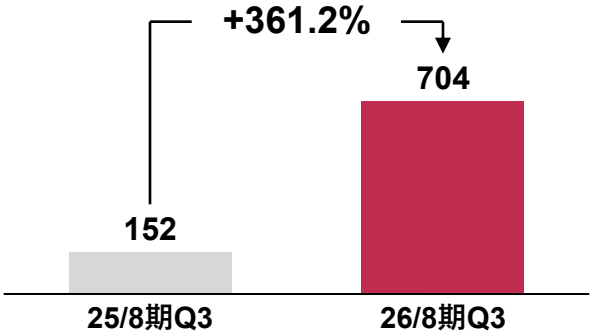
トレプロ参画影響によりトップライン・利益ともに前年同期比で規模が拡大

売上（単位：百万円）

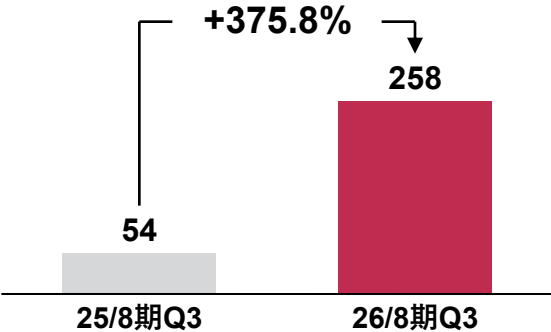
累計期間推移



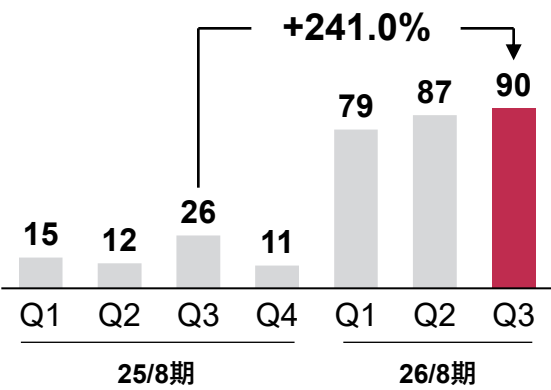
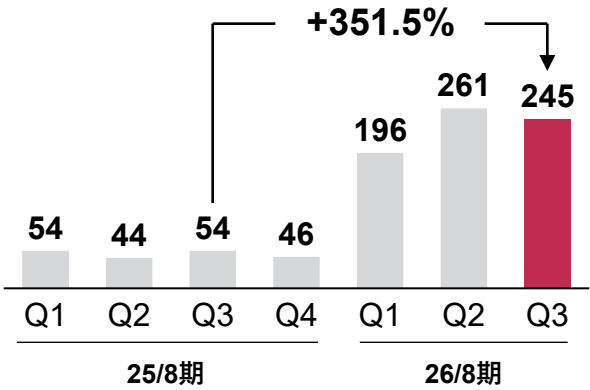
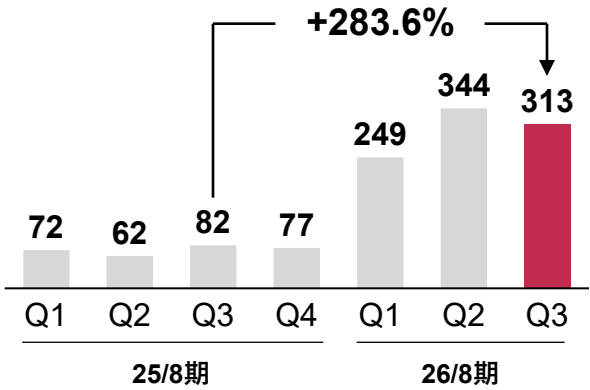
粗利（単位：百万円）



のれん償却前営業利益
（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. のれん償却前営業利益は、セグメント利益にのれん償却費を足した数値。

AGENDA 4

Topics/事例紹介

国際会計基準（IFRS）の適用

IFRSの適用を決議し、2026年8月期有価証券報告書より同基準に基づく開示を予定

IFRS適用の目的と主な財務影響

- IFRS適用の主な目的
 - 将来的な海外展開も見据え、資本市場における財務情報の国際的な比較可能性・利便性の向上を図る
 - 当社グループの企業価値の向上のため、グループ経営管理の基盤強化を図る
- 主な財務影響は以下の2点
 - のれんが非償却となり、営業利益/当期純利益が増加（のれん償却費発生額は2026年8月期の通期見込で175百万円）
 - リース契約に伴う使用権資産及びリース負債をオンバランス化

IFRS適用に向けたスケジュール

決算期		開示書類	適用会計基準
2026年 8月期	第1～3 四半期	四半期決算短信 半期報告書	日本基準
	期末	決算短信※ 連結精算書類 有価証券報告書	
2027年 8月期	第1～3 四半期	四半期決算短信 半期報告書	IFRS
	期末	決算短信 連結計算書類 有価証券報告書	

※2027年8月期の業績予想は日本基準・IFRS双方の基準に基づいて開示する予定。また2026年8月期決算短信については後日IFRSに基づく開示も予定。

新サービス

BridgeがLLMO（大規模言語モデル最適化）コンサルティングサービスを開始
—生成AIに選ばれるブランドをつくる。SEO×PRを一気通貫で支援—

LLMOコンサルティングサービス



【背景と目的】

ChatGPTやGeminiをはじめとする生成AIサービスの利用が急速に拡大しています。ユーザーが製品やサービスの情報を検索エンジンではなく生成AIに問い合わせるケースが増え、AIが回答の中でどのブランドを引用、推薦するかが、企業の認知や選好に直接影響を与える時代が到来しています。

こうした環境変化のなかで、従来のSEO（検索エンジン最適化）だけでは自社ブランドをAIの回答に反映させることは困難です。Bridgeが培ってきたSEOの深い知見、独自のLLMO計測ツール、そしてマテリアルが培ってきたPRの知見を組み合わせ、AIに選ばれるブランドを設計、運用するLLMOコンサルティングサービスを開始します。

<https://www.bridge-world.jp/llmo/>

Award関連

マテリアル取締役 山村嘉克、アジアを牽引する50歳以上のリーダーを選ぶ Campaign Asia-Pacific「50 Over Fifty 2026」に選出

| 50 Over Fifty 2026



「50 Over Fiftyは、アジア太平洋地域のマーケティング・広告・コミュニケーション業界において、50歳以上でありながら現在も革新的な取り組みや強いリーダーシップを発揮し、業界の発展を牽引し続ける人物を選出するアワードです。豊かな経験と知見を持つシニアプロフェッショナルの活躍を広く発信し、あらゆる世代が力を発揮できる業界環境の構築を目的として、毎年Campaign Asia-Pacificが実施しています。

<https://campaign50over50.com/>

KFC : THE NEXT CHAPTER-新生 KFC 事業戦略 & 新アンバサダー発表会-

(日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社) ¹



案件概要

CEOセッションを通じて新戦略や新店舗展開など、新たなスタートを切るKFCのブランドビジョンを発信。また新ブランドアンバサダーに就任した 佐藤葉里さんが登壇し、新CMを初公開。さらに、佐藤さんとゲストのレイナーによるPRアトラクションを展開し、会場を盛り上げた。第三部では、インフルエンサーおよびメディア関係者を対象とした新商品の試食会を実施。

1. <https://materialpr.jp/works/view/136/>

当グループのミッション（目的）

発表会+インフルエンサー施策を通して、メディア・SNSの双方から新生KFCの幕開けを印象づけること。

主な成果

- ・ ビジネス、エンタメ、食品の3軸で露出を獲得。
- ・ 発表会に来場したメディアからの露出を中心に、総件数600件以上の露出を獲得。



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

「La Sana」新シリーズ『for Style』ローンチPR（株式会社ヤマサキ）¹



案件概要

『for Style』ローンチに伴い、KVクリエイティブの制作をメインに、WEB・CM制作やLP制作などを含め、認知および話題最大化のPRにおけるプロモーション施策を総合的にご提案。ミュージ（アンバサダー）に韓国の人気女性グループをキャスティングし、商品ターゲットである若いユーザーへのリーチ及び認知獲得を狙った。

1. <https://materialpr.jp/works/view/127/>

当グループのミッション（目的）

ヘアケアブランド「La Sana」から出る新しいシリーズ『for Style』のローンチにおける認知の最大化及びSNSでの話題作り。

主な成果

- ・ ミュージを起用したプロモーションや、キャンペーンを通じたファンダムへのアプローチにより若年層の取り込みを設計。
- ・ ローンチ時のリリースを通じてSNS上の発話を醸成。



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

AGENDA 5

株主還元等の方針

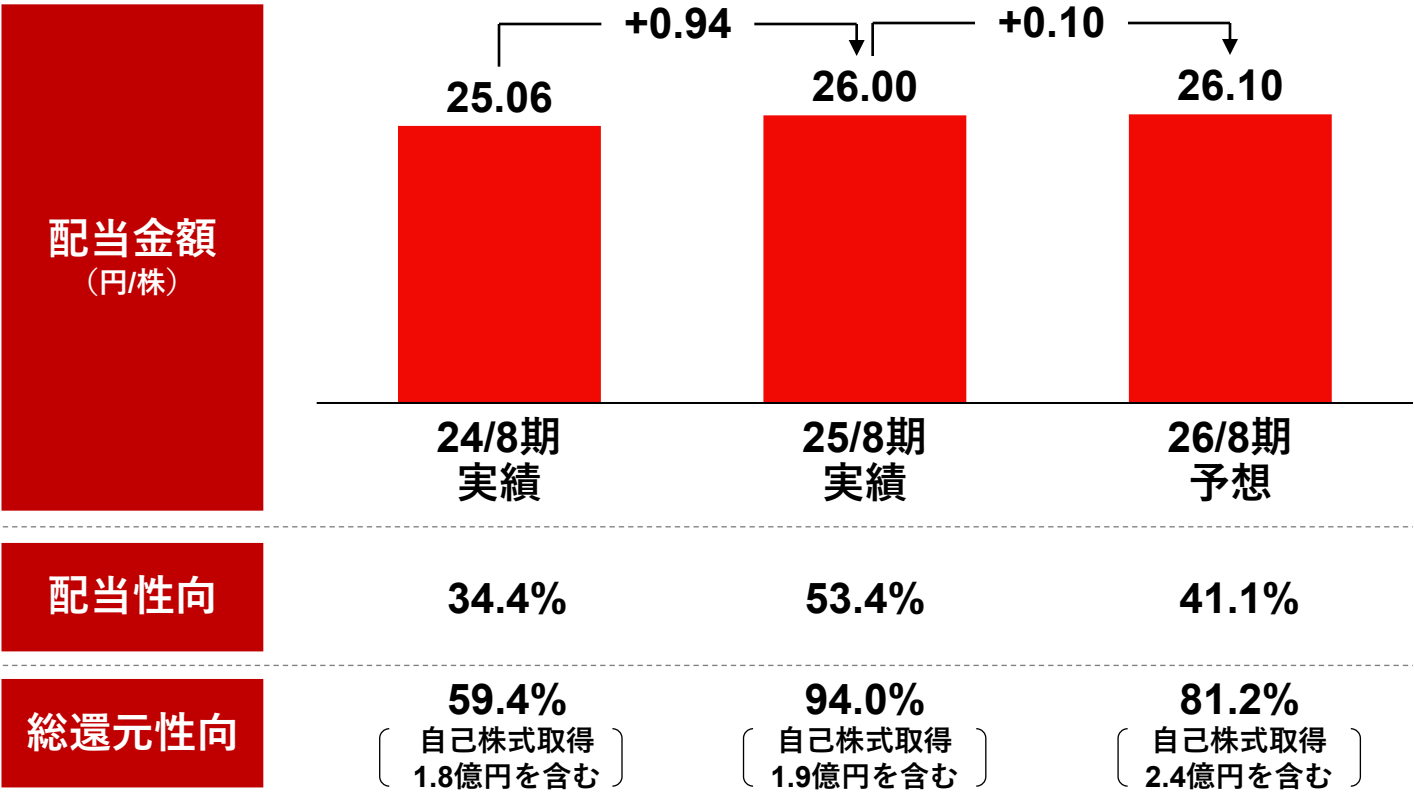
株主還元

26/8期の1株当たり配当金額は、26円10銭で業績予想より変更なし

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



AGENDA 6

Appendix

連結損益計算書

	25/8期 Q3累計	26/8期 Q3累計	前年同期比	前年同期比(%)
単位：百万円				
売上高	4,708	6,662	+1,954	+41.5%
売上原価	1,827	2,714	+886	+48.5%
売上総利益	2,881	3,948	+1,067	+37.0%
販売費及び一般管理費	2,220	2,917	+697	+31.4%
営業利益	661	1,031	+369	+55.9%
営業外収益	5	6	+0	+16.0%
営業外費用	1	45	+43	+2,365.7%
経常利益	665	992	+326	+49.2%
特別利益	0	15	+15	-%
特別損失	0	-	▲0	-%
税金等調整前四半期純利益	665	1,007	+342	+51.5%
法人税等	252	411	+159	+63.4%
非支配株主に帰属する 四半期純利益	-	5	+5	-%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	413	590	+177	+42.9%

連結貸借対照表

単位：百万円		2025年8月末	2026年5月末	前期末比
	現金及び預金	1,261	1,436	+175
	売上債権	1,013	1,374	+361
	その他流動資産	180	237	+57
	流動資産	2,454	3,048	+593
	有形固定資産	116	177	+61
	無形固定資産	804	1,735	+931
	投資その他の資産	521	1,492	+971
	固定資産	1,441	3,405	+1,964
資産合計		3,896	6,454	+2,558
流動負債		1,563	2,708	+1,145
固定負債		120	1,353	+1,232
負債合計		1,684	4,061	+2,377
資本金		117	117	-
資本剰余金		312	305	▲6
利益剰余金		1,903	2,246	+342
自己株式		▲176	▲336	▲160
新株予約権		1	1	▲0
非支配株主持分		54	59	+5
純資産合計		2,212	2,393	+180

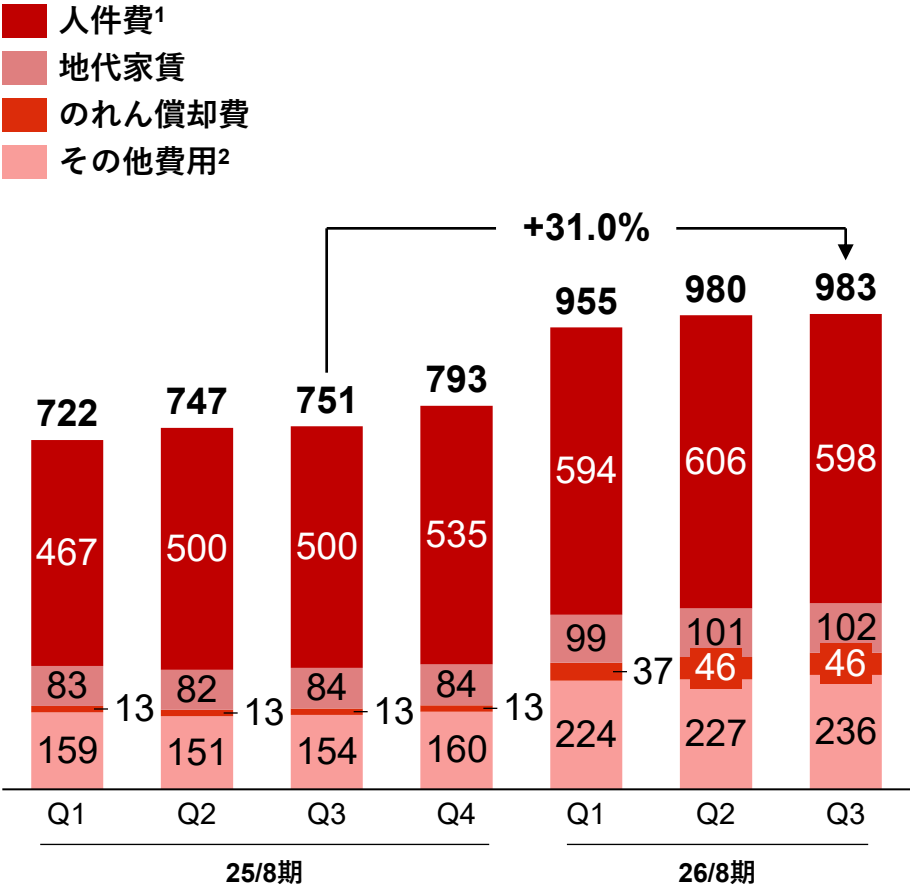
セグメント別情報

		25/8期 Q3累計						26/8期 Q3累計						前年同期比					
		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		4,026	517	216	4,760	▲52	4,708	4,743	1,117	908	6,769	▲106	6,662	+717	+599	+691	+2,008	▲54	+1,954
セグメント利益 又は損失(▲) ²		903	117	50	1,071	▲410	661	1,095	201	185	1,482	▲451	1,031	+192	+84	+134	+411	▲41	+369
調整 項目	のれん 償却費	16	19	3	40	-	40	22	32	73	129	-	129	+5	+12	+70	+88	-	+88
のれん償却前 営業利益 ³		919	137	54	1,111	▲410	701	1,118	234	258	1,611	▲451	1,160	+198	+97	+204	+499	▲41	+458
のれん償却前 営業利益率(%)		22.8	26.5	25.2	23.4	-	14.9	23.6	21.0	28.5	23.8	-	17.4	+0.7	▲5.5	+3.3	+0.5	-	+2.5

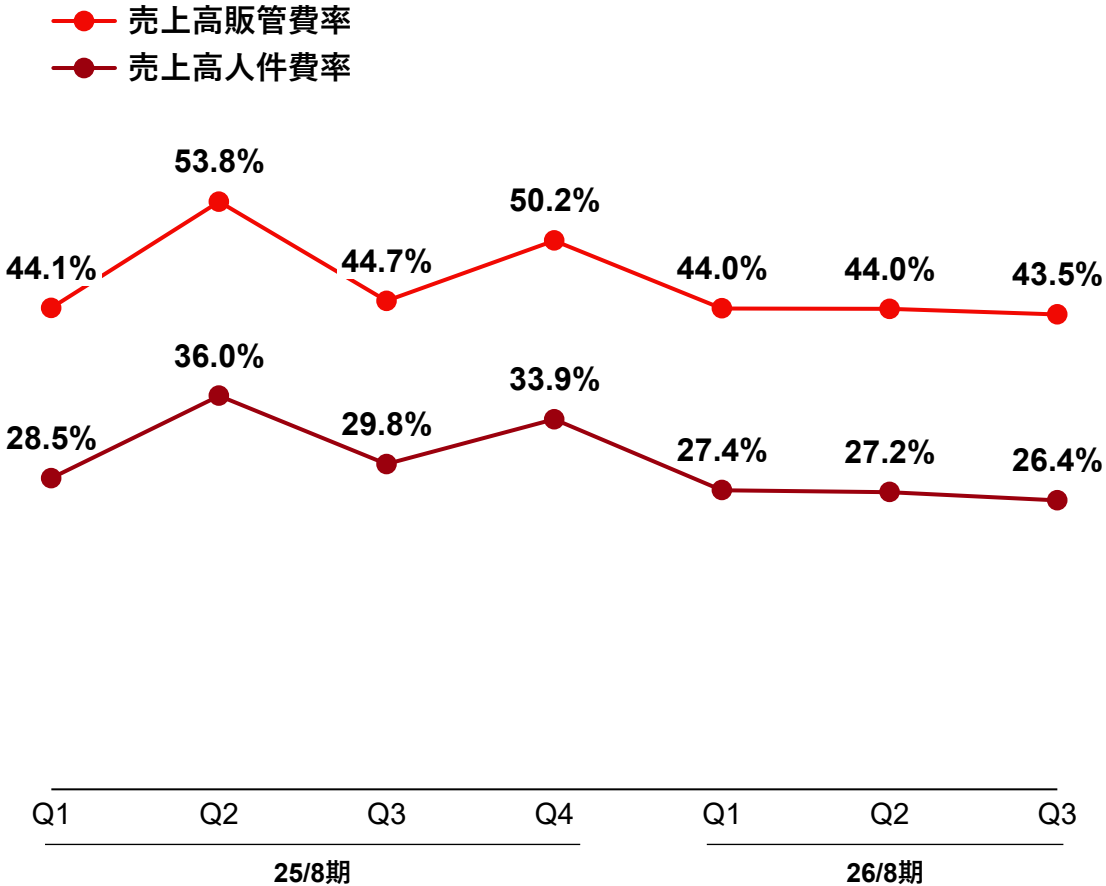
1. 調整額は次のとおりです。(1) セグメント利益又は損失（▲）の調整額には、セグメント間取引消去及び報告セグメントに配分していない全社費用が含まれております。全社費用の主なものは報告セグメントに帰属しない管理部門に係る費用です。2. セグメント利益又は損失（▲）は、連結損益計算書の営業利益と調整を行っております。3. のれん償却前営業利益は営業利益にのれん償却費を足して算出。

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)



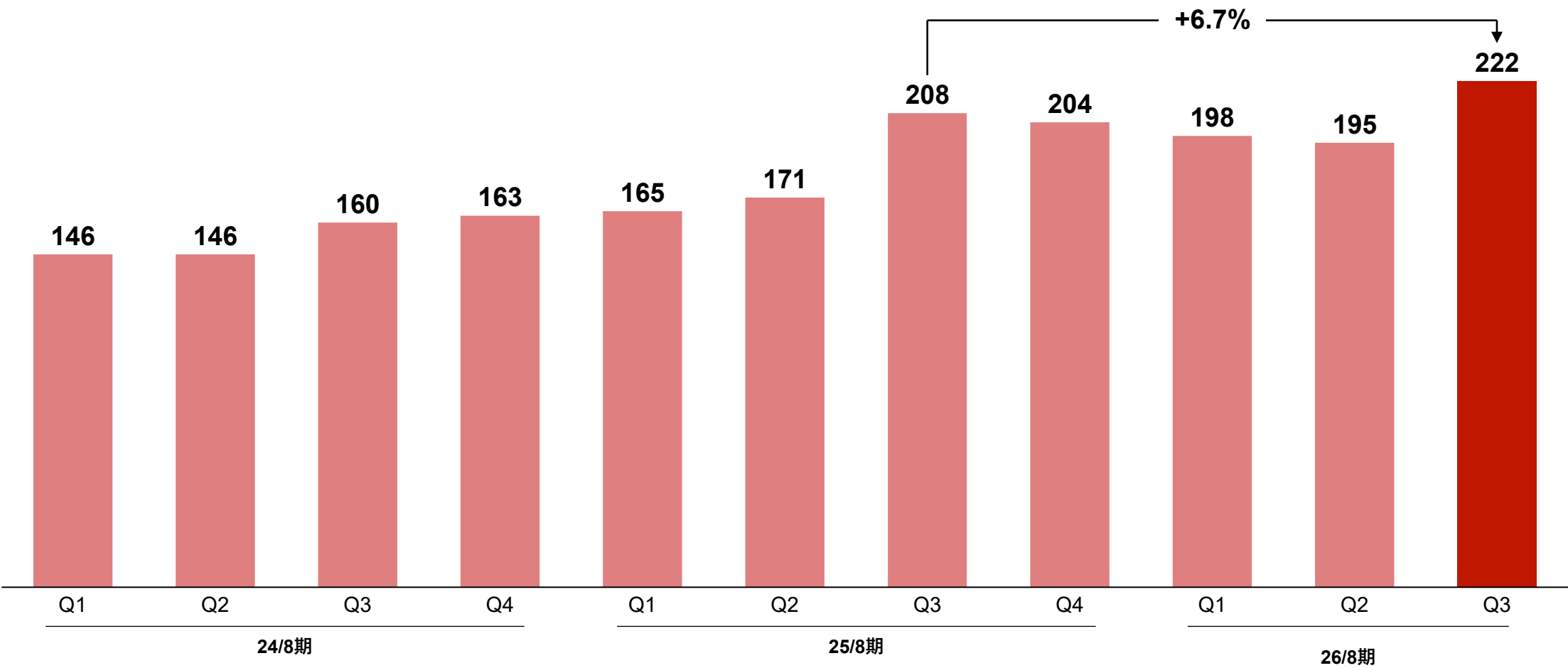
売上高販管費率の推移 (単位：%)



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。