

Switch to Red.

2026年8月期 通期決算説明資料

MATERIAL GROUP | 東証グロース 156A 2026.10.14

すべての個性に情熱を灯せ。

MATERIAL
GROUP

2026年8月期通期決算 キーメッセージ

1

前期比で連結粗利¹+35.7%/営業利益+39.7%と高い成長率を実現
計画に対しては、営業利益101.0%/経常利益107.5%と上振れ着地

2

過去最大の新卒入社も、のれん償却前営業利益率は+1.3%改善
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でPRプラットフォーム事業²の粗利が前期比+611.5%
のれん償却前営業利益も計画比102.5%と上振れ着地

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.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

2026年8月期通期決算 エグゼクティブサマリー

2026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
8,714百万円 (前期比+38.6%)	5,951百万円 (前期比+35.7%)	1,162百万円 (前期比+39.7%)	656百万円 (前期比+40.1%)

- 前期比で粗利+35.7%/営業利益+39.7%と高い成長率を実現、計画に対しては営業利益101.0%/経常利益107.5%と上振れ着地
- 過去最大の新卒入社も、のれん償却前営業利益率は15.4%（前期比+1.3%）に改善。引き続きAIへの投資を実行中
- トレプロのM&AでPRプラットフォーム事業²の粗利は前期比+611.5%、のれん償却前営業利益も予想比102.5%で着地

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人あたり粗利	顧客数	顧客単価
206人 (前期比+11.7%)	1,341千円/月 (前期比+2.1%)	419社 (前期比+6.0%)	2,551千円/年 (前期比+71.8%)

- PRパーソンの中途入社は、26/8期通期で31名(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

- 東南アジア6ヵ国を拠点にPRコンサルティング事業を展開するVeroグループの株式取得に係る基本合意書を締結
- 新たなPRリテナーの形を作るマテリアル・スマートリテナープログラム、市場の反応をAIで読み解くTSUKUYOMI、LLMOコンサルティングといったAI関連サービスを提供開始
- マテリアルリンクスにて、クリエイターが所属するプロダクションレーベル「APPERZ」を設立

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.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

(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

- ・ 社内の人員で稼得した案件収益を明確に把握するため（社内では粗利を売上に相当する指標と位置付け）
- ・ 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	8,714
外注費	2,763
粗利¹	5,951
販管費(管理)	4,788
人件費	3,104
地代家賃	409
その他	1,273
営業利益	1,162
のれん償却費	175
のれん償却前営業利益 ²	1,337

原価性の判定

原価性の判定

制度会計	
売上	8,714
売上原価	3,608
外注費	2,900
人件費	567
その他	141
売上総利益	5,105
販管費(財務)	3,943
人件費	2,400
地代家賃	409
その他	1,132
営業利益	1,162
のれん償却費	175
のれん償却前営業利益	1,337

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月期通期業績
3. セグメント別の状況
4. 2027年8月期業績予想
5. Topics/事例紹介
6. 株主還元等の方針
7. Appendix

AGENDA 1

会社/中期経営計画の概要

従来型のPR会社

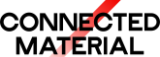
- 広報業務の支援
- リテナー型（月額固定報酬）
- 広報予算にアクセス
- メディア露出獲得のための施策

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

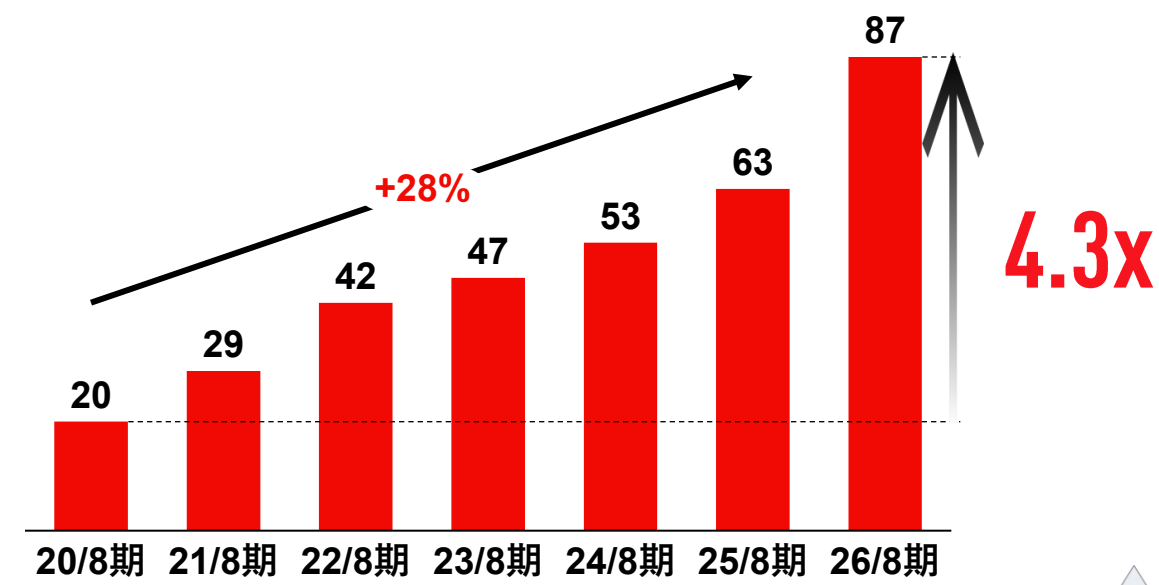
		主な顧客	価値提供の源泉	事業の位置付け	売上構成比 ^{1,2}
PRコンサルティング PRの各種手法を用いて、 ステークホルダーの認知度向上・ 認知の変容を戦略から実行まで支援	 株式会社マテリアル  株式会社ルームズ  キャンドルウィック株式会社	中堅~大手企業	プロフェッショナル 人材	コア事業	70.7%
デジタルマーケティング デジタル広告による集客から 購買行動まで、インターネット上での 購買導線・接客の最適化を支援	 株式会社マテリアルデジタル  株式会社Bridge	中堅~大手企業	プロフェッショナル 人材・プロダクト	準コア事業	16.8%
PRプラットフォーム 中小スター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	12.5%

1. 2026年8月期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 2.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

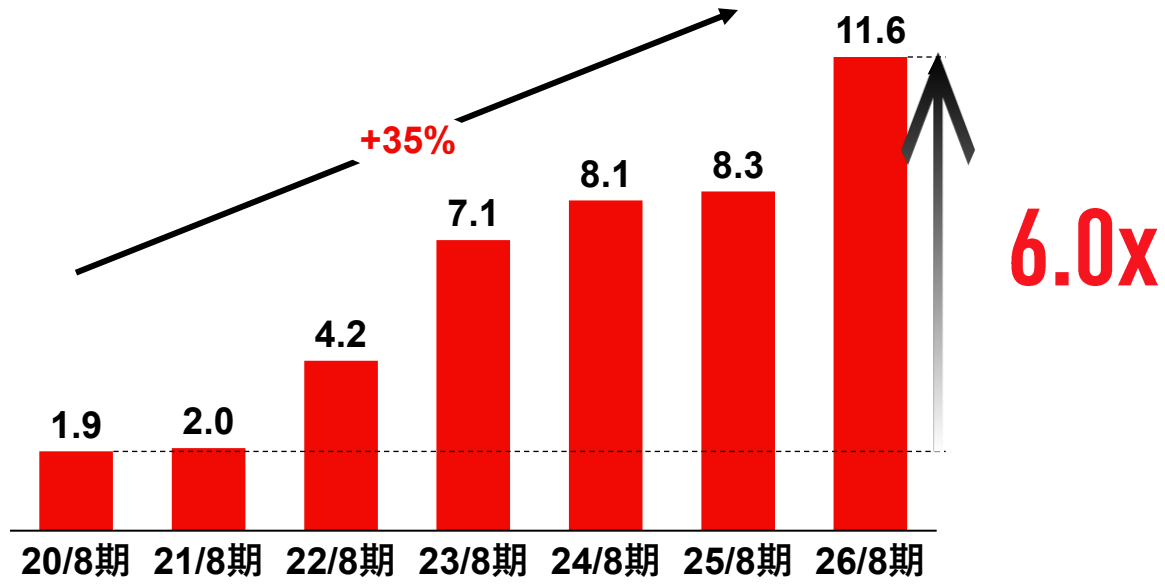
ここまでの成長振り返り

過去6年間で売上高4.3倍、営業利益6.0倍に成長

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

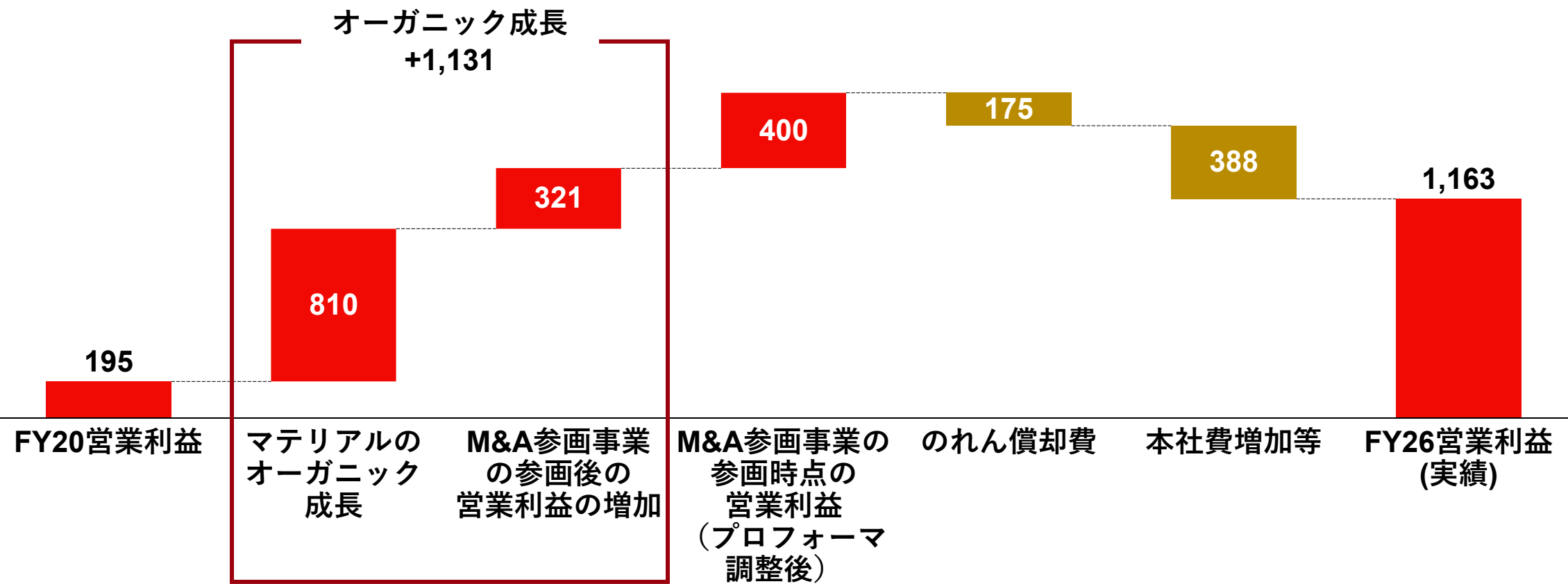
7期で9件のM&A実績

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

中計重点施策はAIの進化等を踏まえ見直し、改めて開示予定
IFRSを任意適用予定（26/8期有報より）。次回はIFRSベースで開示

連結売上高¹

25/8期(実績)

28/8期(計画)

63 億円 ▶ 125 億円

CAGR 25%

連結営業利益¹

25/8期(実績)

28/8期(計画)

8.3 億円 ▶ 21.7 億円

CAGR 37%

連結のれん償却前営業利益^{1,2}

25/8期(実績)

28/8期(計画)

8.9 億円 ▶ 23.4 億円

CAGR 38%

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適用の決議を踏まえ、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

市場環境は追い風と認識

- “1億総メディアの時代”が到来し、PR発想がマーケティングコミュニケーションの主役となる
- 広告市場8.1兆円³の中でも、マーケティング予算の変動の起きる流動広告市場約8,900億円⁴を主戦場に成長を目指す

事業戦略

力強いオーガニック成長を実現

A 組織拡大の継続

C TikTok活用によるPRP成長

B AI活用による生産性向上

D 東南アジア進出

事業機会
拡大
キャッシュ・フローの創出

財務・M&A戦略

M&Aによる非連続な成長を目指す

- 3年間で60~100億円のM&A投資を検討
- 積極的な株主還元を継続
 - 配当性向33%を目安に累進配当

経営基盤の強化

- 安定的に成長するための基盤を強化し、スピード感のある事業成長を支える
- M&A後の統合（PMI）/経営管理の仕組みや、人的資本への投資、ガバナンスを強化

3. 株式会社電通「2025年 日本の広告費」 4. 電通「2025年 日本の広告費」に基づき弊社推計

AGENDA 2

2026年8月期通期業績

連結業績：2026年8月期通期の前期比及び業績予想に対する達成率

M&A影響もあり、前期比で高い成長率を実現、営業利益は計画を上回って着地

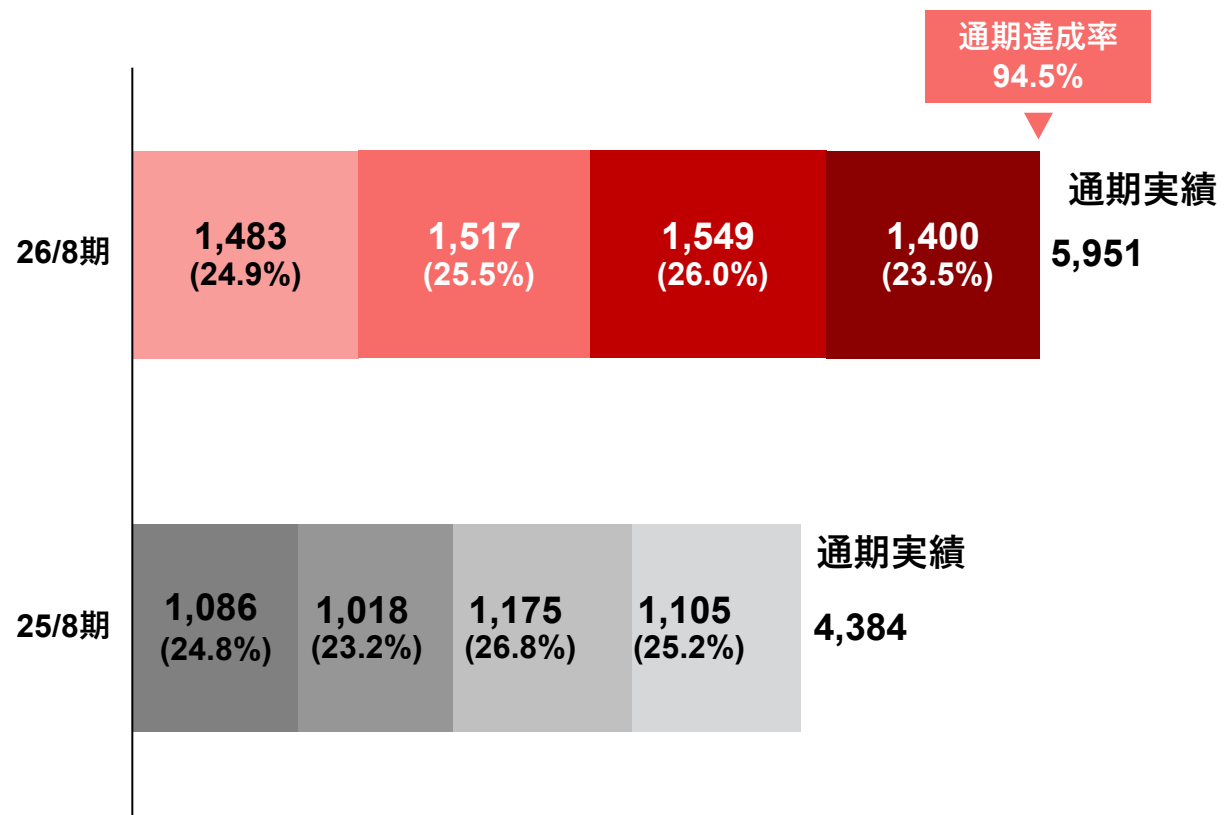
単位：百万円	25/8期 実績	26/8期 実績	前期比	通期 業績予想	達成率	
売上高	6,288	8,714	+38.6%	8,964	97.2%	- PRCの堅調な成長に加えて、M&A影響のあるDM/PRPの規模拡大によって、前期比で粗利が35.7%成長 - 計画比では、DMが上回るも、PRC・PRPが下回り、粗利の達成率は94.5%
粗利 ¹	4,384	5,951	+35.7%	6,297	94.5%	
売上総利益	3,846	5,105	+32.8%	5,527	92.4%	
売上総利益率	61.2%	58.6%	▲2.6%	61.7%	▲3.1%	
営業利益	832	1,162	+39.7%	1,150	101.0%	- M&A影響等により前期比で営業利益は39.7%の成長を実現。計画に対しても101.0%と上振れ着地 - 人件費率の改善等でのれん償却費の増加を吸収し、営業利益率13.3%を確保、のれん償却前営業利益率は+1.3%改善
営業利益率	13.2%	13.3%	+0.1%	12.8%	+0.5%	
のれん償却前 営業利益 ²	886	1,337	+50.9%	1,321	101.2%	
のれん償却前 営業利益率	14.1%	15.4%	+1.3%	14.7%	+0.6%	
経常利益	753	1,114	+47.8%	1,037	107.5%	営業外費用に支払利息24百万円、子会社株式取得関連費用7百万円、その他M&A関連費用14百万円他を計上。特別利益に事業譲渡益15百万円を計上
親会社株主に帰属する 当期純利益	468	656	+40.1%	612	107.3%	

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）

PRC/PRPの下期計画未達により、連結の粗利は予想の94.5%で着地

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

顧客の支出が多い年度末(3月/11月/12月)が繁忙期となり、**Q3(3～5月)の粗利が最も高くなる**
 ※従来は12月が2番目の繁忙期だったが、**今は11月>12月**で、Q1とQ2はほぼ同じ水準

デジタルマーケティング事業の拡大

同事業における**広告運用**は、顧客の積み上がりにより下期にかけて粗利が拡大し、**通期で予想を上回った**

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、供給面の制約などで顧客の積み上げが計画より遅れ、**粗利は予想を下回った**

連結業績：2026年8月期通期のセグメント別の前期比及び業績予想に対する達成率

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

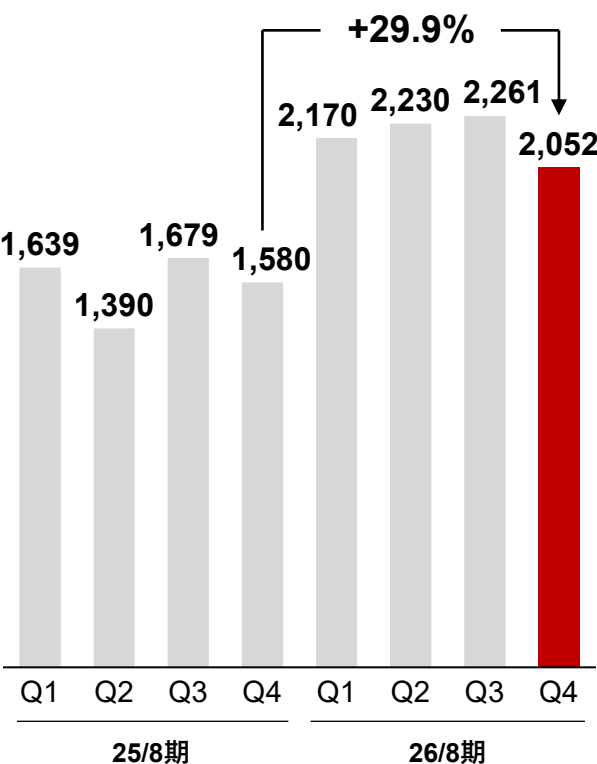
単位：百万円		25/8期 実績	26/8期 実績	前期比	通期 業績予想	達成率	
PRC PRコンサルティング (旧PRAS社を含む) ³	売上	5,489	6,211	+13.2%	6,235	99.6%	- 下期伸び悩むも、粗利は+9.6%と着実に成長、中核子会社マテリアルの粗利は+14.1%成長 - 粗利率低下は一時的変化(提供サービスの相違) - のれん償却前営業利益は計画比96.4%も、生産性改善影響で+11.5%成長（粗利比率では+0.5%の改善）
	粗利	3,706	4,064	+9.6%	4,218	96.3%	
	のれん償却前 営業利益	1,208	1,347	+11.5%	1,397	96.4%	
DM デジタルマーケティング	売上	716	1,517	+111.7%	1,326	114.4%	- 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+82.0%の成長 - のれん償却前営業利益も+51.8%の成長 - 粗利、のれん償却前営業利益ともに計画を上回って着地
	粗利	587	1,068	+82.0%	1,024	104.3%	
	のれん償却前 営業利益	196	297	+51.8%	296	100.4%	
PRP PRプラットフォーム (旧PRAS社を除く) ³	売上	140	1,144	+714.7%	1,400	81.7%	- トレプロ参画で粗利・利益とも大幅成長 - 粗利はトレプロの競合環境の変化、供給体制等の見直しで下期に伸び悩み、計画比84.2% - マテリアルリンクスの粗利は計画の約1.8倍 - 広告宣伝費の抑制等で、のれん償却前営業利益は予想比102.5%
	粗利	124	886	+611.5%	1,052	84.2%	
	のれん償却前 営業利益	25	299	+1,068.6%	291	102.5%	

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て算出。3.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

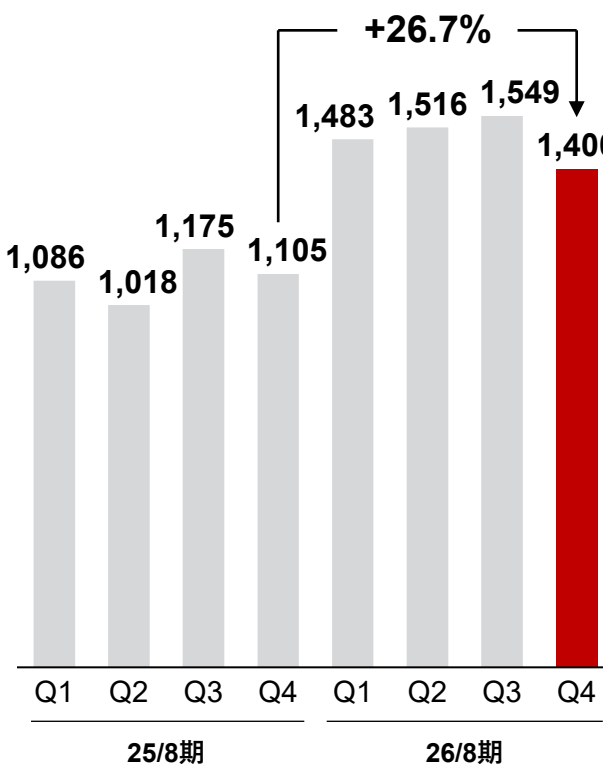
連結業績：売上・粗利¹・営業利益の四半期会計期間別推移

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

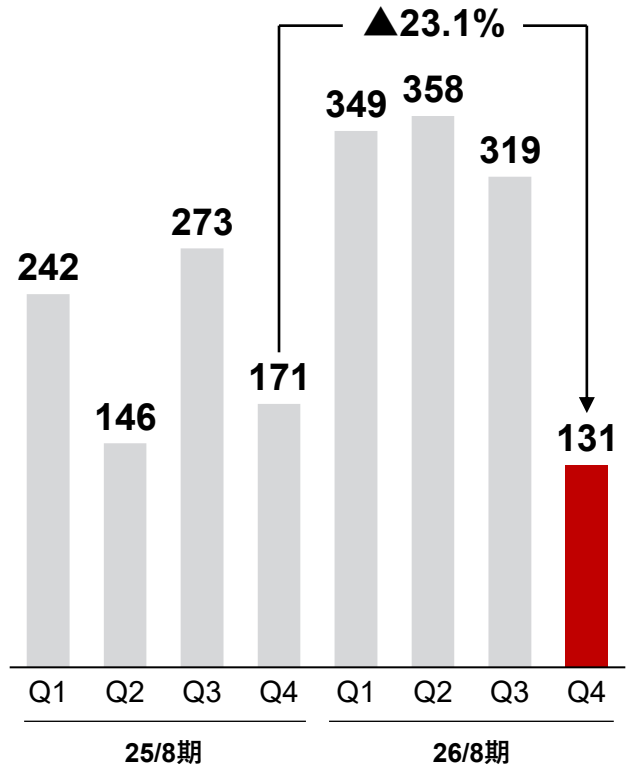
売上（単位：百万円）



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

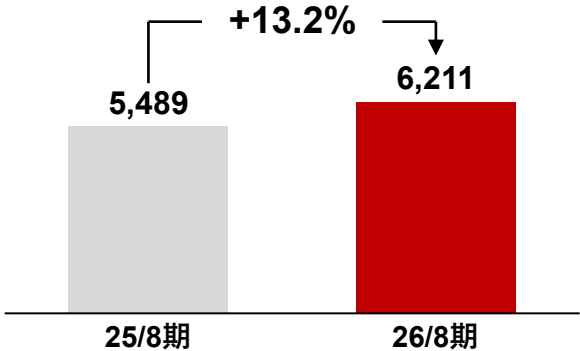
セグメント別の状況

PRコンサルティング事業（旧PRAS社を含む）³：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粗利が14%成長し、売上・粗利・利益とも前期比で拡大

売上（単位：百万円）

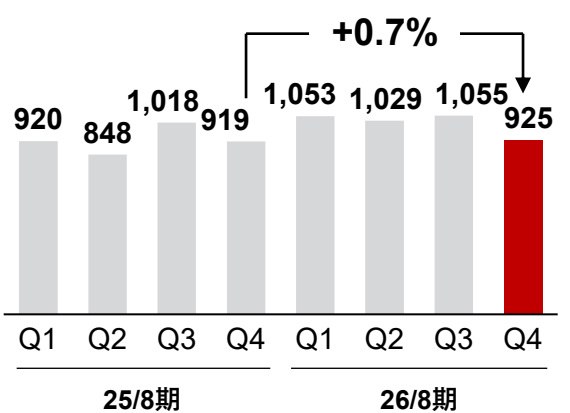
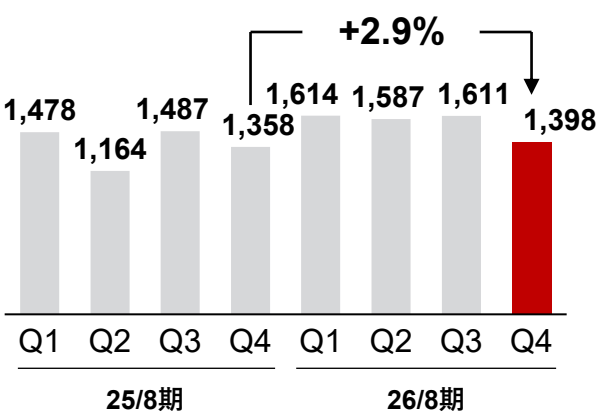
累計期間推移



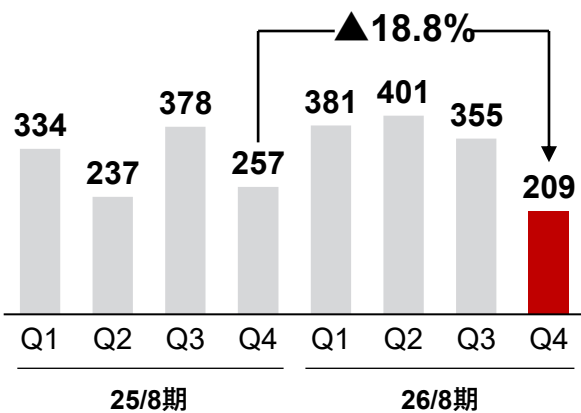
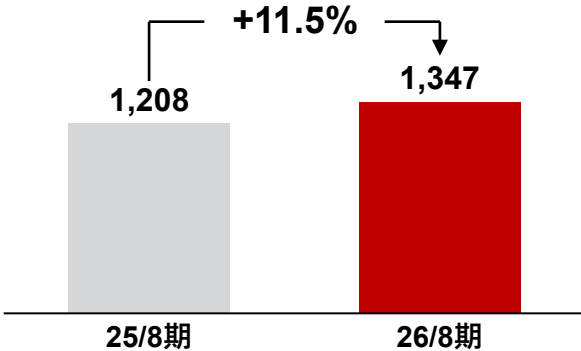
粗利（単位：百万円）

中核子会社マテリアルは前期比14.1%の成長

会計期間推移



のれん償却前営業利益
（単位：百万円）

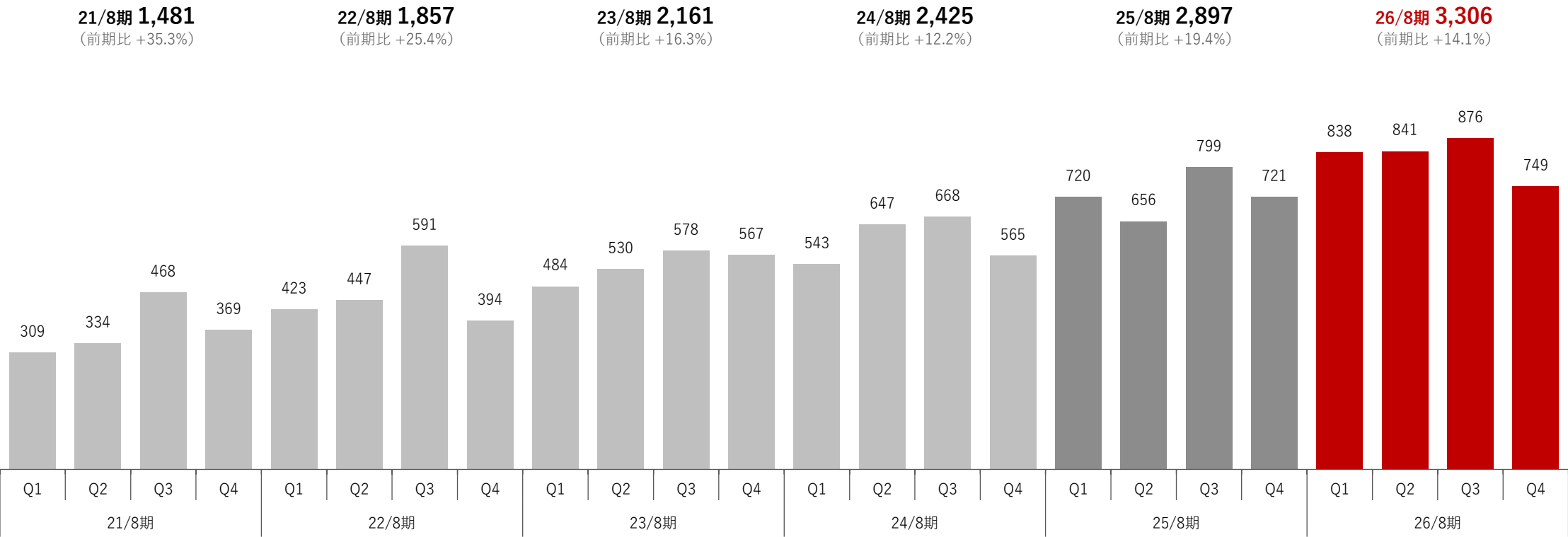


1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. のれん償却前営業利益は、セグメント利益にのれん償却費を足した数値。 3.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

PRコンサルティング事業：中核子会社マテリアル単体の粗利の四半期推移（21/8期～26/8期）

営業人員の稼働状況等により四半期ごとの変動はあるものの、通期では継続的に成長

四半期毎の粗利¹（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。

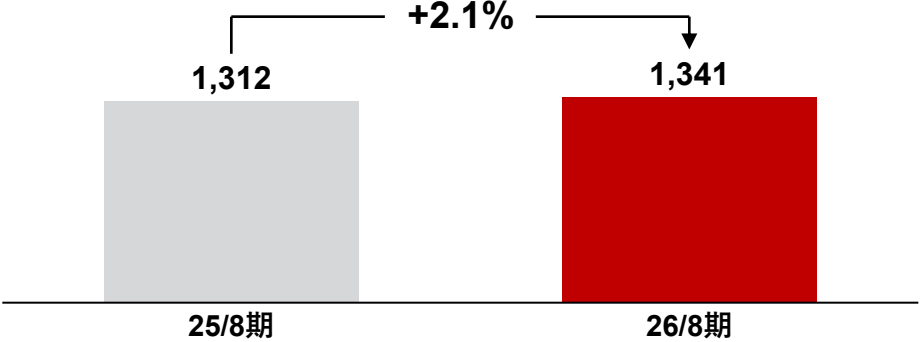
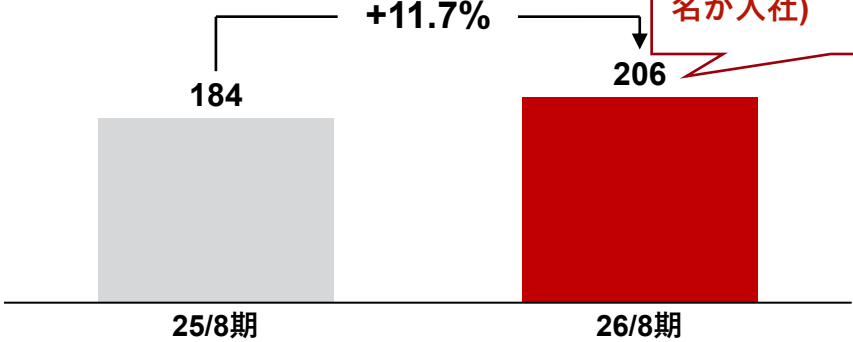
PRコンサルティング事業（株式会社マテリアル）：成長ドライバーの実績

PRパーソン数は新卒入社で前期比11.7%増、1人あたり粗利も+2.1%と上昇

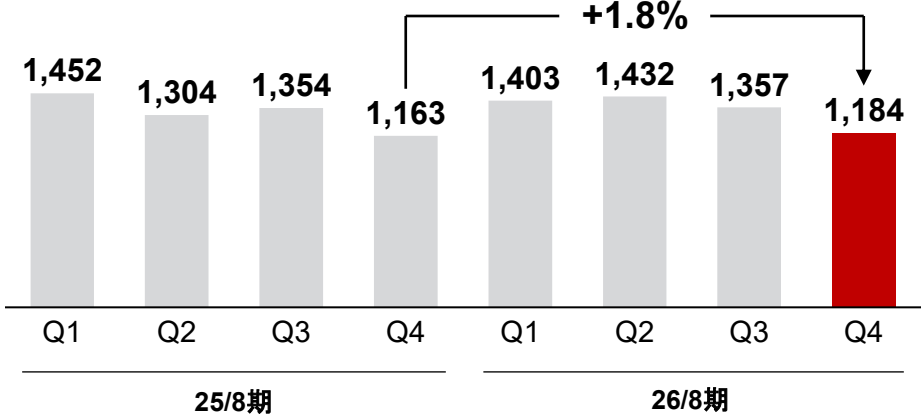
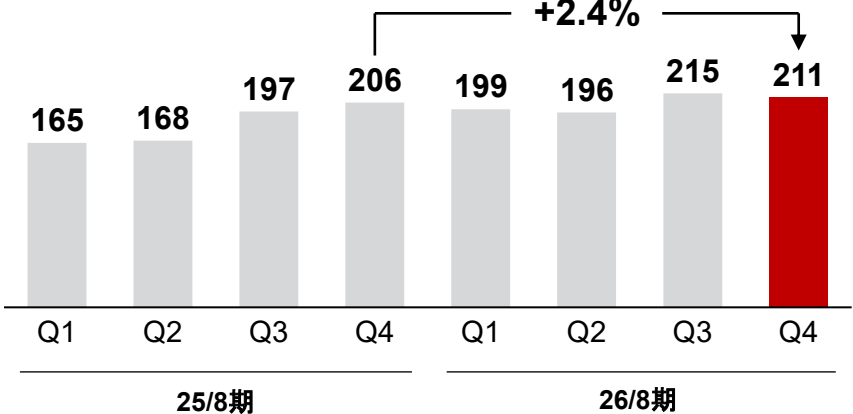
PRパーソン数¹（期中平均人員数、人）

PRパーソン1人あたり粗利²（千円/月）

累計期間推移



会計期間推移

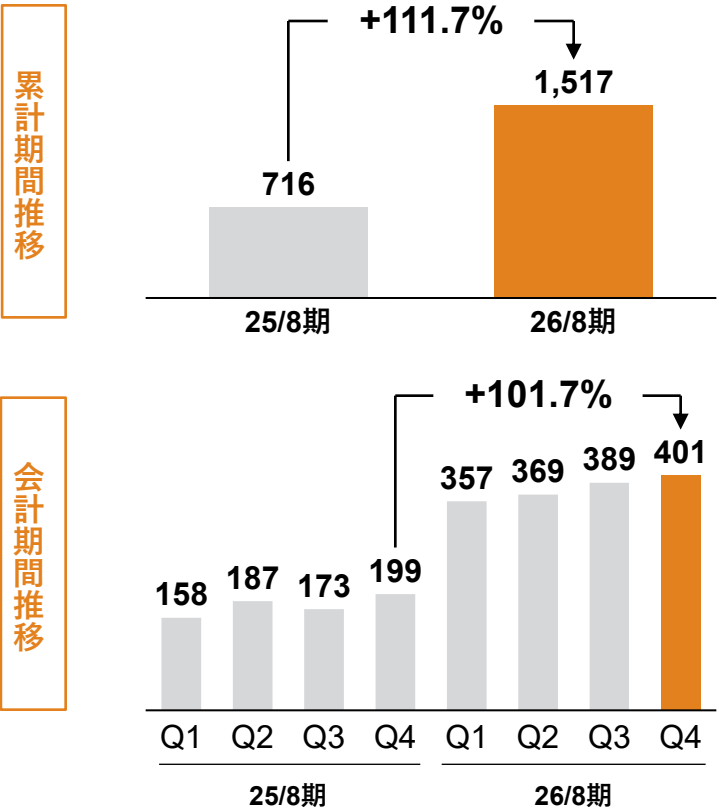


1.株式会社マテリアルの各期間における各月末時点の従業員数の平均値（四捨五入）。2.株式会社マテリアルの各四半期会計期間及び累計期間の粗利をPRパーソン数で除した金額を対応する月数で除した金額。粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

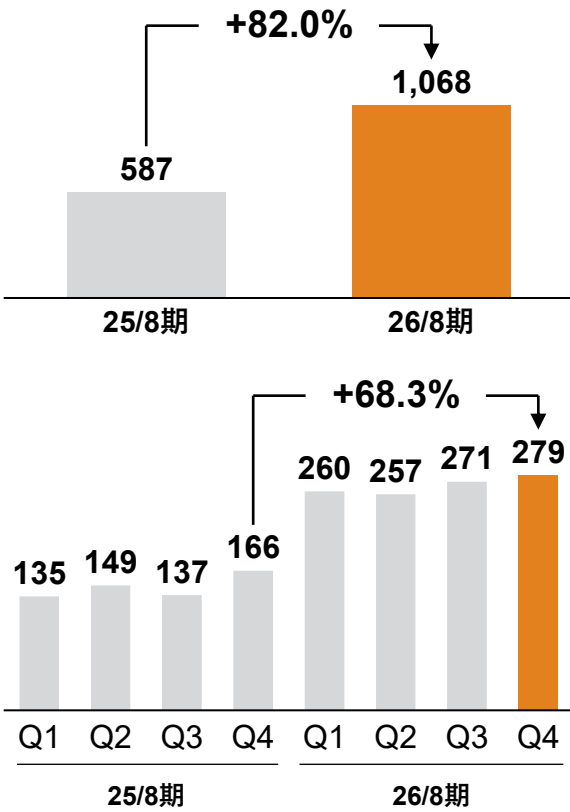
デジタルマーケティング事業：売上・粗利¹・のれん償却前営業利益²の会計期間別推移

Bridge参画の影響で、売上・利益ともに前期比で規模が拡大

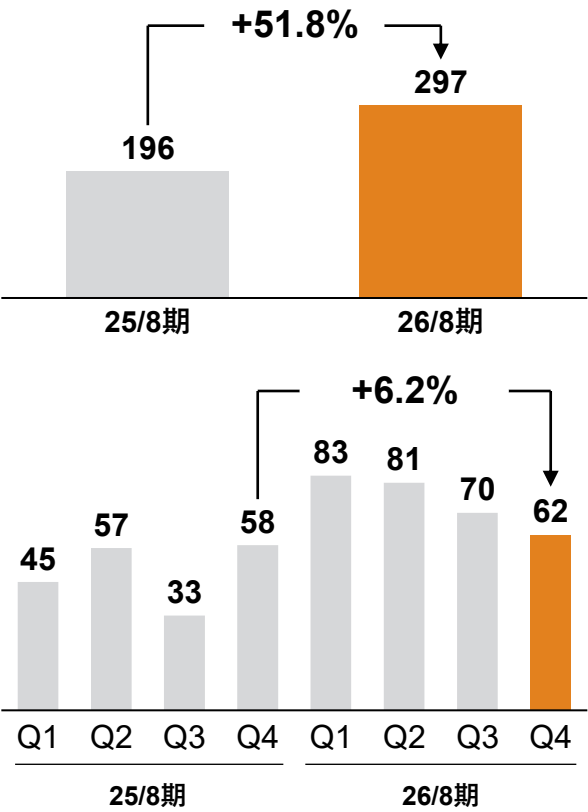
売上（単位：百万円）



粗利（単位：百万円）



のれん償却前営業利益
（単位：百万円）



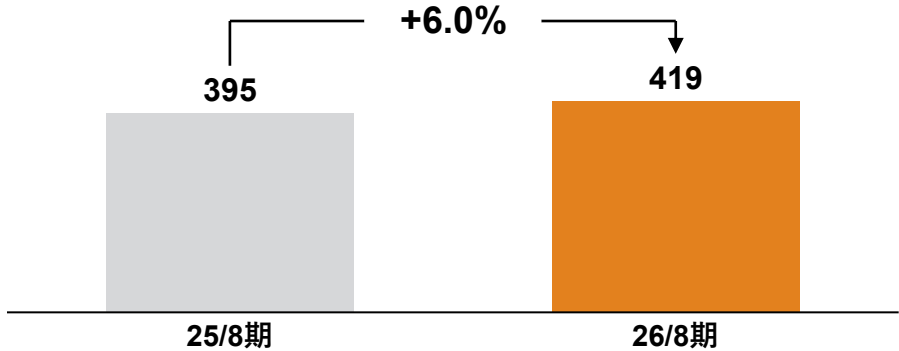
1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. のれん償却前営業利益は、セグメント利益にのれん償却費を足した数値。

デジタルマーケティング事業：成長ドライバーの実績

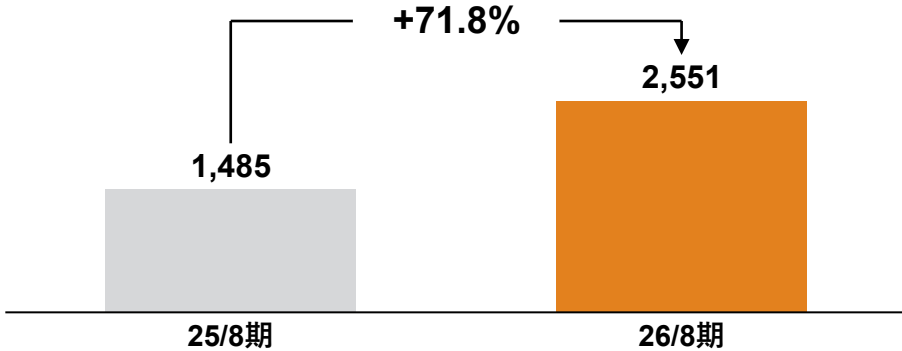
Bridge参画の影響で広告運用の顧客が増加、同影響で顧客単価も向上

顧客数¹（期中平均）

累計期間推移

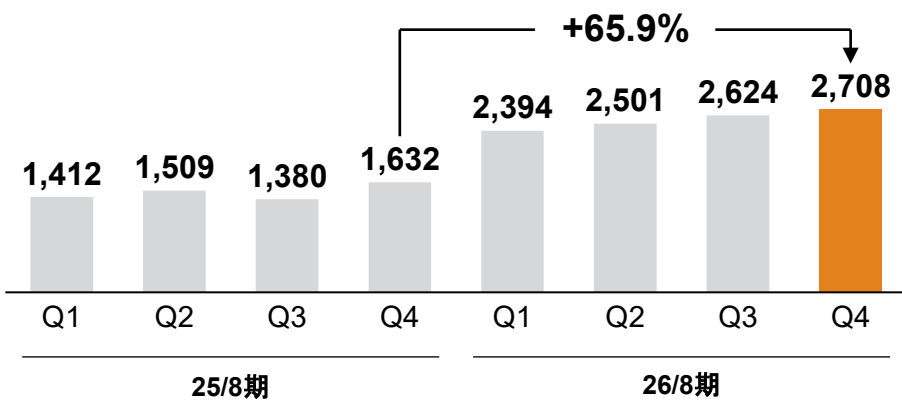
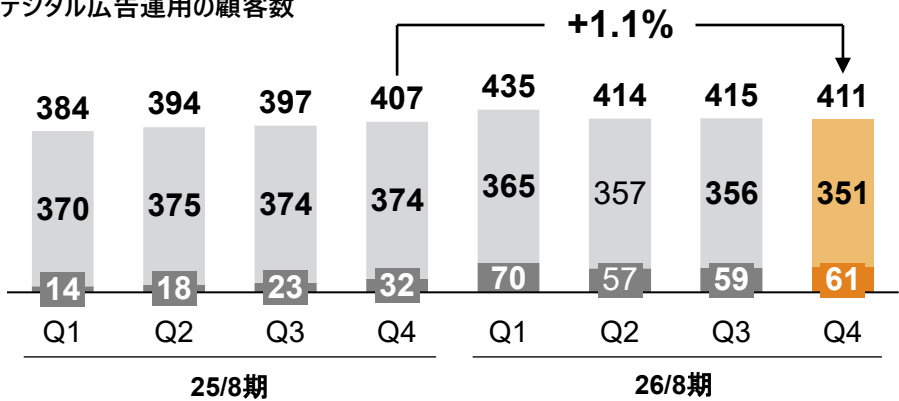


顧客単価²（千円/年）



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

会計期間推移

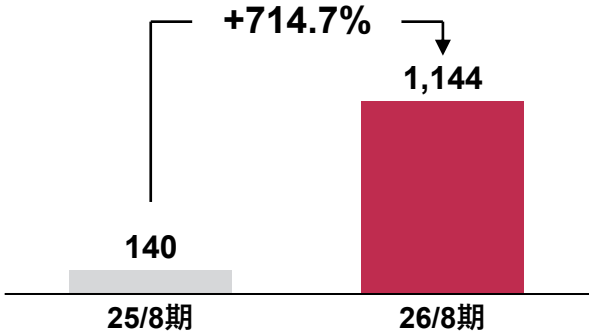


1. 各四半期会計期間及び累計期間における各月末時点のツールの提供及びデジタルマーケティングに係るコンサルティング/広告運用業務を提供している顧客数の平均値。
2. 各四半期会計期間及び累計期間の粗利の合計額を顧客数で除した数値を対応する月数で除し、12を乗じた年換算額

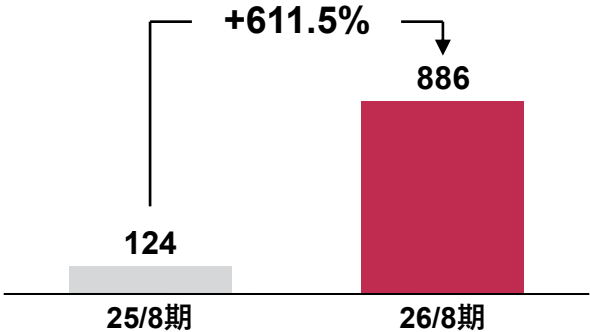
PRプラットフォーム事業（旧PRAS社を除く）³：売上・粗利¹・のれん償却前営業利益²の会計期間別推移 トレプロ参画とマテリアルリンクスの成長で、売上・利益ともに規模が拡大

売上（単位：百万円）

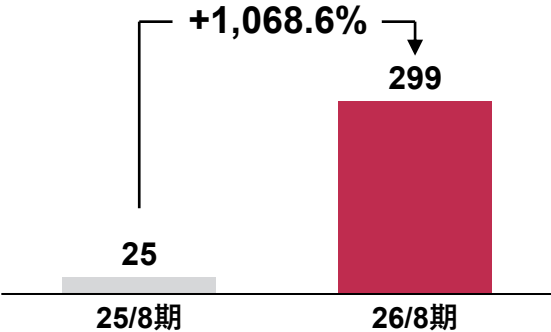
累計期間推移



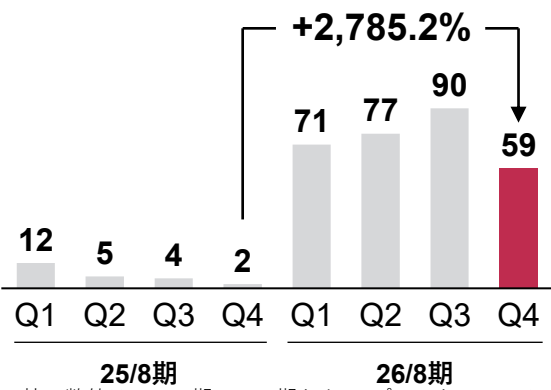
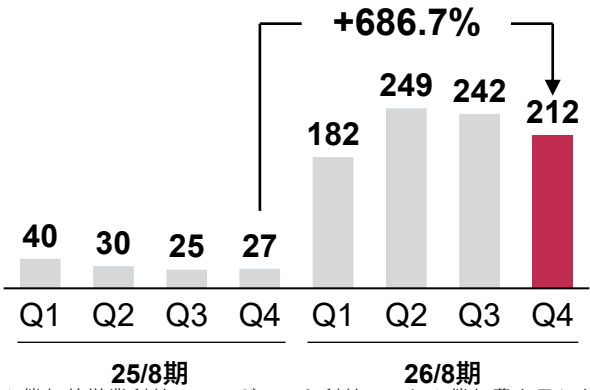
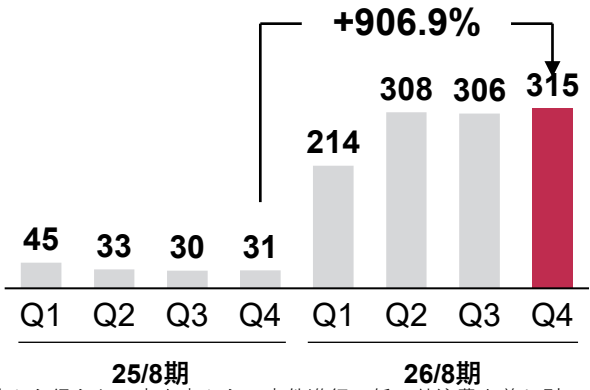
粗利（単位：百万円）



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。 3.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

AGENDA 4

2027年8月期業績予想

2027年8月期業績予想のポイント

1

AIの進化を中期的成長に取り込むための準備期間として位置付け、粗利は10.7%成長にとどまるも、営業利益は17.8%の成長を見込む

2

業務基盤のレベルでのAIの組み込みにより生産性向上に取り組むとともに、AI時代に求められる組織への転換を行う

3

PRプラットフォーム事業は、トレプロ事業の着実な顧客積上げに加えて、マテリアルリンクスにおいても人員強化により拡大を見込む

なお、2026年8月期の有価証券報告書より国際会計基準（IFRS）の任意適用を予定
本資料の業績予想は主として日本基準ベースの業績予想を記載、
IFRSに基づく業績予想は別途開示を予定（IFRSベースの営業利益予算の試算値はp.30を参照）

2027年8月期 連結業績予想

粗利の2桁成長に加えて、下期からの生産性改善により営業利益で+17.8%の成長を見込む

単位：百万円	26/8期 実績	27/8期 業績予想	前期比 増減額	前期比 増減率	27/8期 上期計画	27/8期 下期計画	
売上高	8,714	9,601	+886	+10.2%	4,361	5,239	特に上期をAIの進化を中期的成長に取り込むための準備期間として位置付け、通期でも粗利成長は10.7%に留まる
粗利 ¹	5,951	6,588	+637	+10.7%	3,007	3,580	
売上総利益	5,105	5,885	+779	+15.3%	2,668	3,217	
売上総利益率	58.6%	61.3%	+2.7%	+4.6%	61.2%	61.4%	
営業利益	1,162	1,370	+207	+17.8%	477	892	- 特に下期の生産性改善影響もあり、営業利益は+17.8%と粗利の伸びを上回る成長を見込む - 営業利益率は14.3%、のれん償却前営業利益率は16.2%と、前期比で+0.9%/+0.8%の改善 - AI関連費用は、27/8期は74百万円（前期比+62.5%）を見込む
営業利益率	13.3%	14.3%	+0.9%	+6.9%	10.9%	17.0%	
のれん償却前営業利益 ²	1,337	1,553	+216	+16.2%	569	984	
のれん償却前営業利益率	15.4%	16.2%	+0.8%	+5.4%	13.1%	18.8%	
経常利益	1,114	1,288	+173	+15.6%	401	886	営業外費用に検討中のM&A案件のアドバイザー費用50百万円等を織り込むも、経常利益でも+15.6%成長
親会社株主に帰属する当期純利益	656	732	+75	+11.5%	223	508	

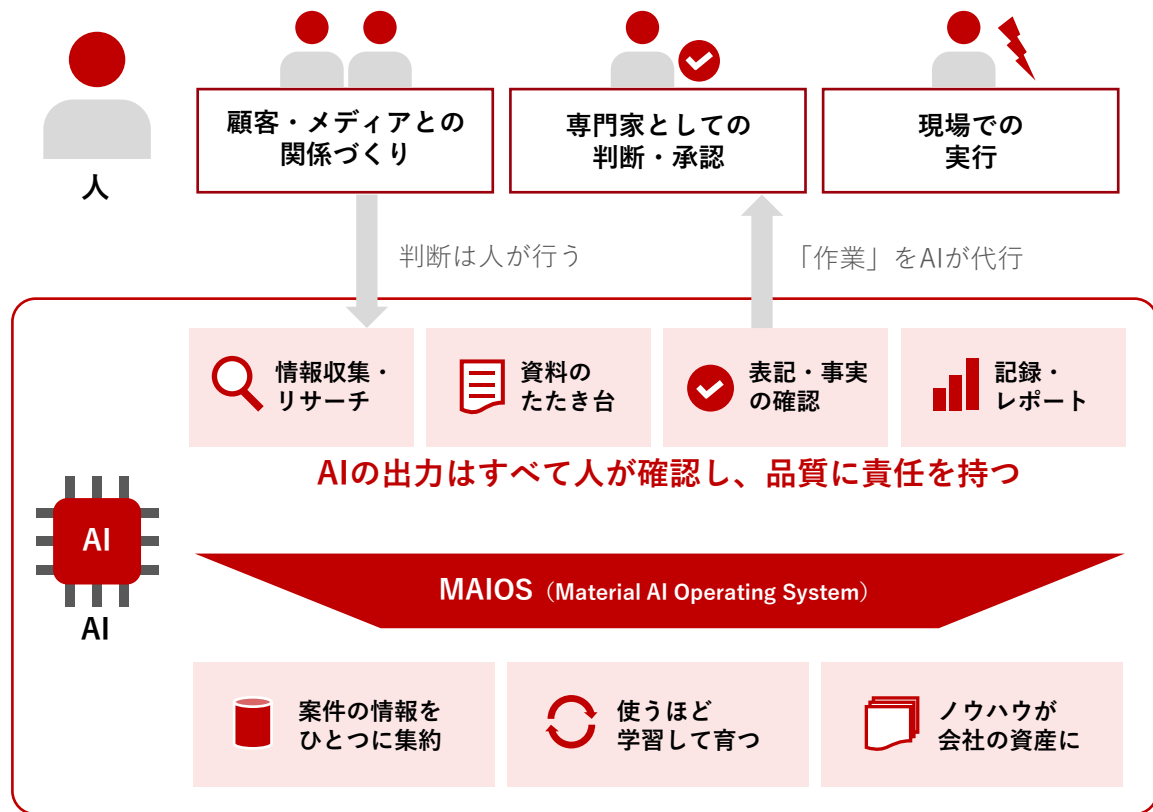
2027年8月期の配当方針としては、**1株あたり26円40銭**を予定（3期連続の増配を予定）

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。

AIによる生産性向上：取り組みの全体像

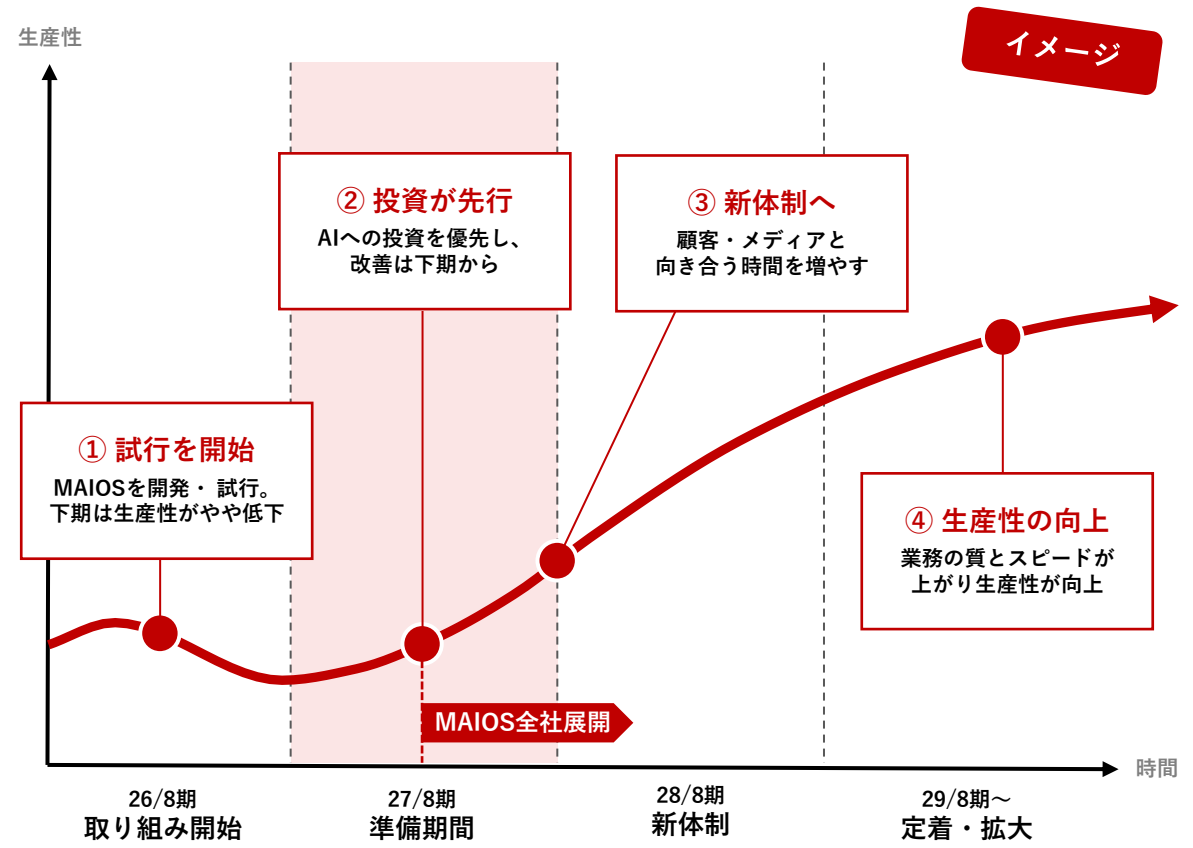
AIを活用し、PRパーソンが価値を生む時間を増やしていく

MAIOS¹：PRパーソンを支えるAIの土台



1.MAIOS (Material AI Operating System) は、PR業務の各工程をAIで支える当社独自の社内基盤。中核子会社マテリアルでトライアル運用中で、27/8期中に全社へ展開する予定

生産性向上に向けたロードマップ



※27/8期はAIへの投資が先行し、生産性の改善は下期からの想定。時期・効果は変わる可能性あり

2027年8月期 セグメント別業績予想

PRC・PRPが粗利成長を牽引し、全セグメントでのれん償却前営業利益が2桁成長

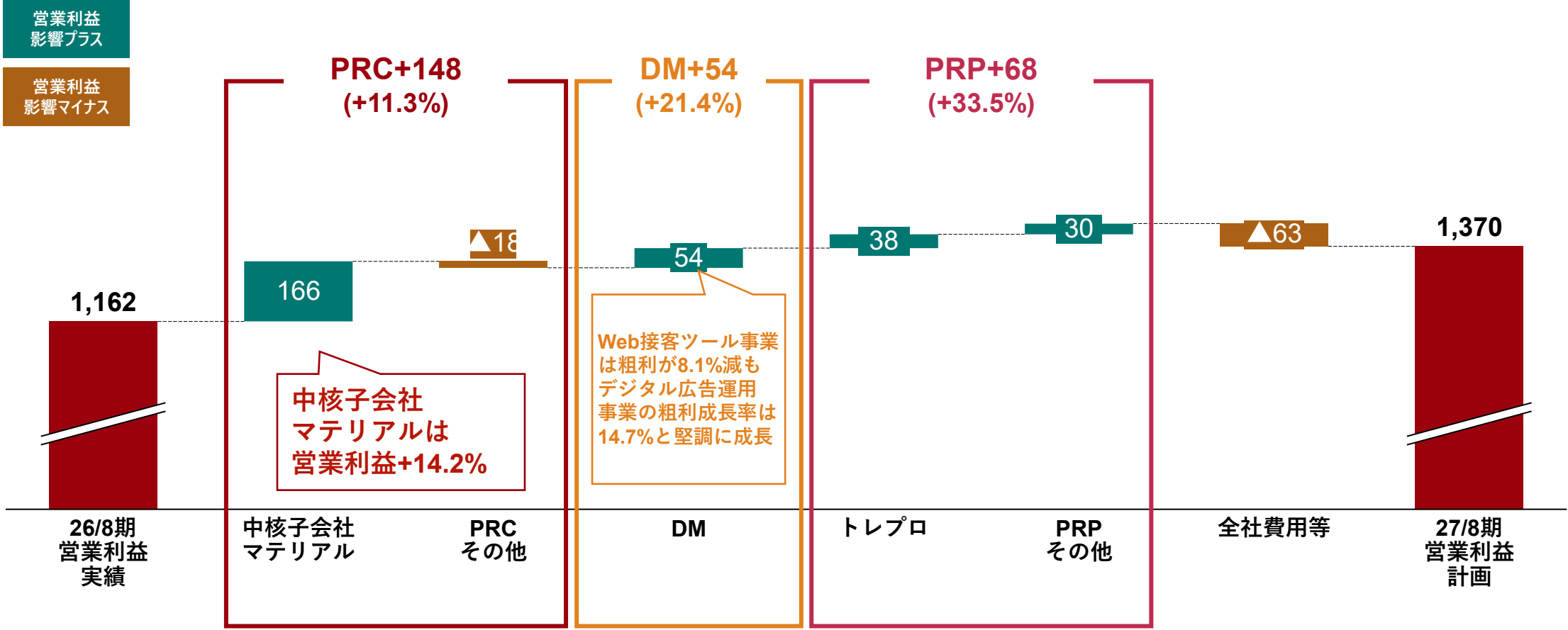
単位：百万円		26/8期 通期実績	27/8期 業績予想	前期比 増減額	前期比 増減率	
PRC PRコンサルティング	売上	6,211	6,797	+585	+9.4%	- 中核子会社マテリアルの下期にかけたPRパーソン1人あたり粗利の向上で堅調に利益成長 - のれん償却前営業利益率は22.0%（+0.3%）に向上
	粗利 ¹	4,064	4,379	+315	+7.8%	
	のれん償却前 営業利益 ²	1,347	1,495	+147	+11.0%	
DM デジタルマーケティング	売上	1,517	1,601	+84	+5.5%	- Web接客ツール事業の粗利は8.1%減となるも、デジタル広告運用事業は14.7%成長 - のれん償却前営業利益率は22.0%（+2.4%）に向上する見込
	粗利	1,068	1,148	+80	+7.5%	
	のれん償却前 営業利益	297	352	+54	+18.2%	
PRP PRプラットフォーム	売上	1,144	1,665	+520	+45.5%	- トレプロは、競合環境の変化に対応しつつ、着実に顧客を積み上げる - マテリアルリンクスも人員強化に伴い、粗利が180%成長する見込
	粗利	886	1,060	+173	+19.6%	
	のれん償却前 営業利益	299	375	+76	+25.6%	

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FY26実績比

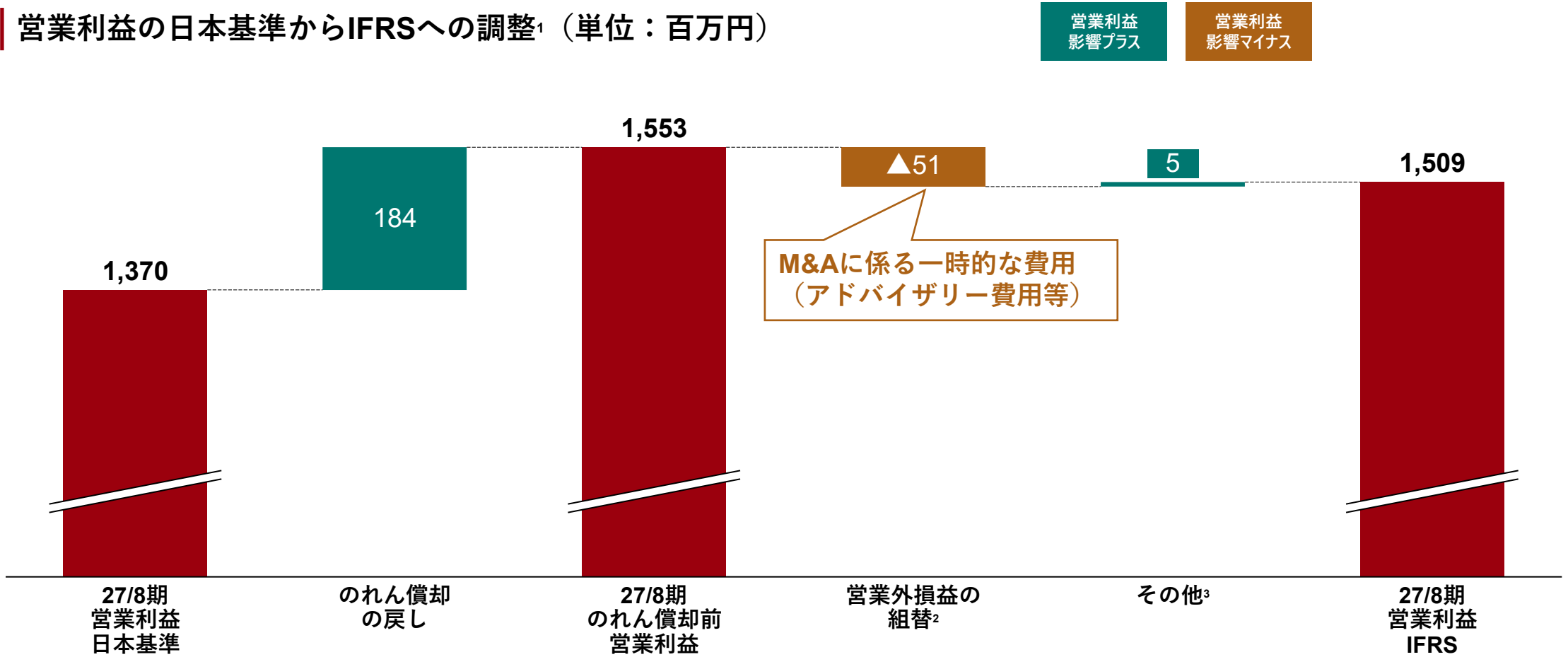
中核子会社マテリアルの増益（+166百万円）を中心に、全セグメントで増益を見込む

営業利益の前期比増減（単位：百万円）



連結業績予想：営業利益の日本基準からIFRSへの調整

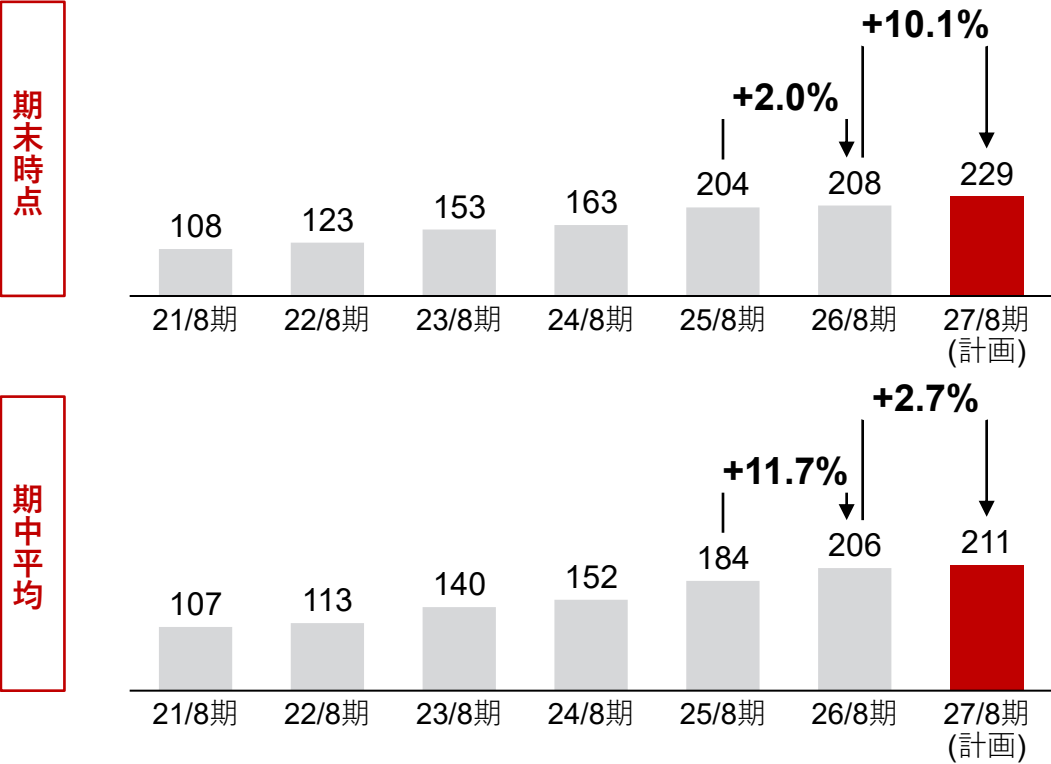
IFRSではのれんを償却しないため、営業利益は1,509百万円を見込む



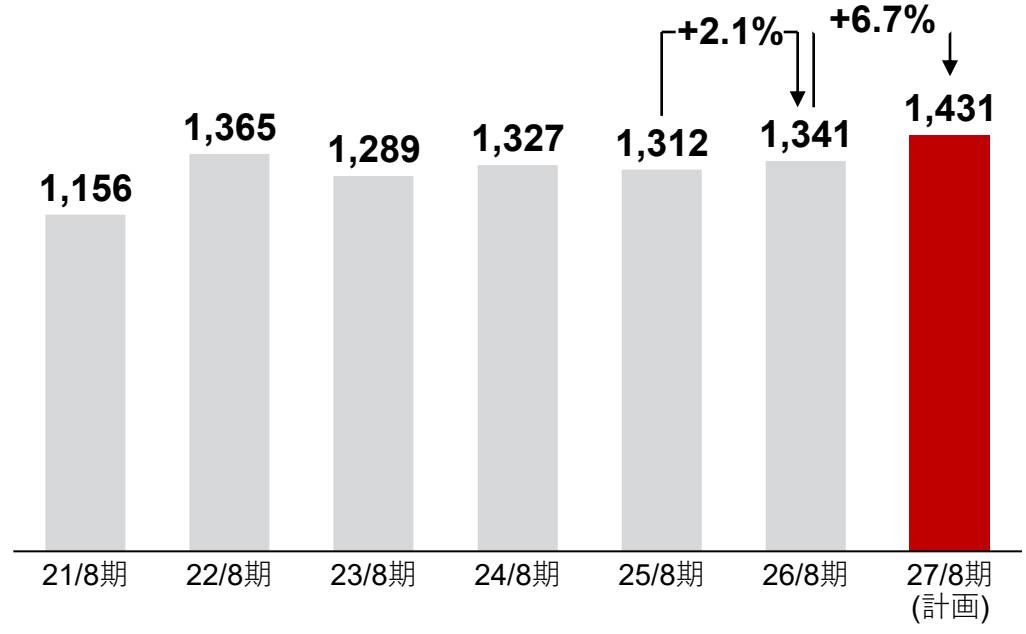
マテリアルの成長ドライバーの実績と計画

26/8期比でPRパーソン数は微増も、AI活用等により1人あたり粗利の改善を目指す

PRパーソン数¹（人）



PRパーソン1人あたり粗利²（千円/月）

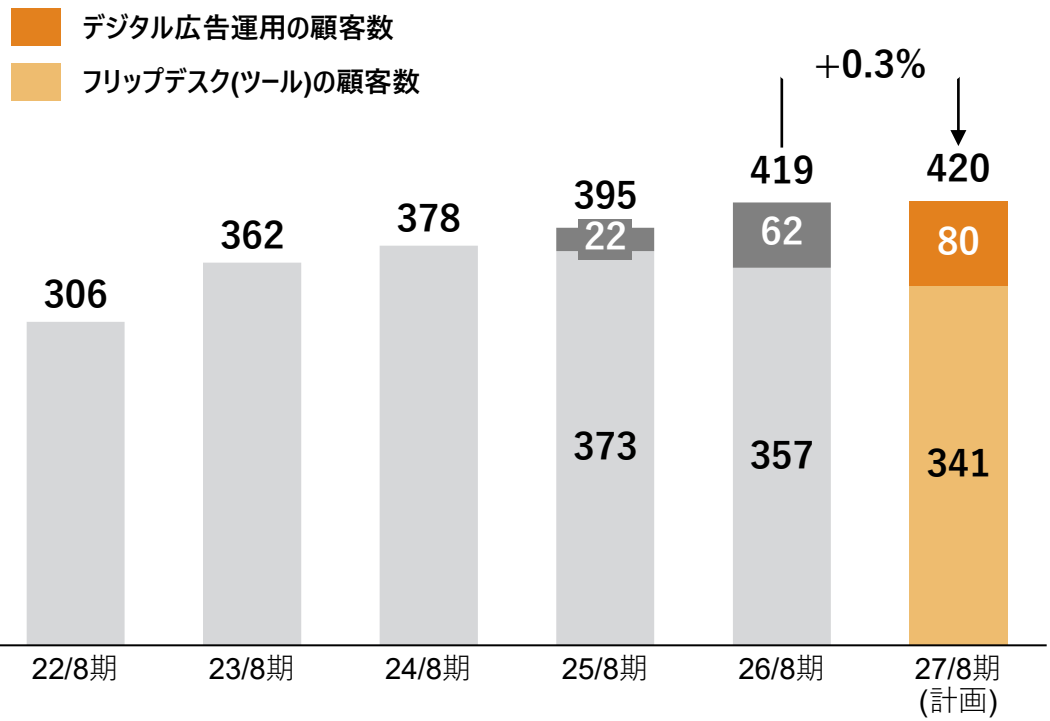


1.株式会社マテリアルの各期間における各月末時点の従業員数の平均値（四捨五入）。2.株式会社マテリアルの各四半期会計期間及び累計期間の粗利をPRパーソン数で除した金額を対応する月数で除した金額。粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

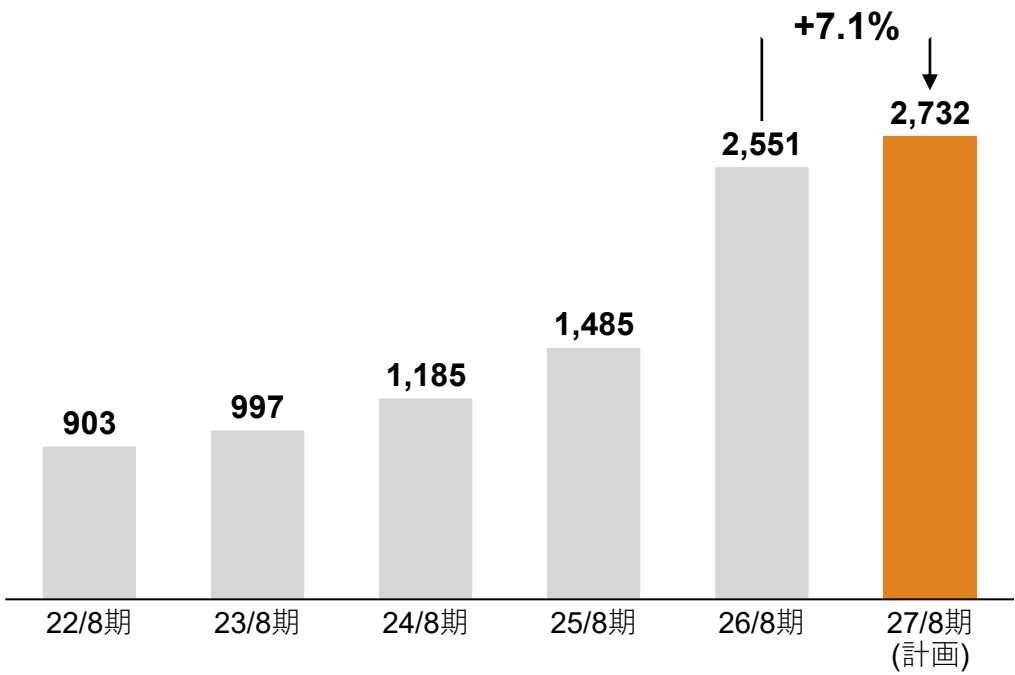
デジタルマーケティング事業：成長ドライバーの実績と計画

デジタル広告運用の顧客増加により、27/8期も顧客単価の向上を見込む

顧客数¹（期中平均）



顧客単価²（千円/年）

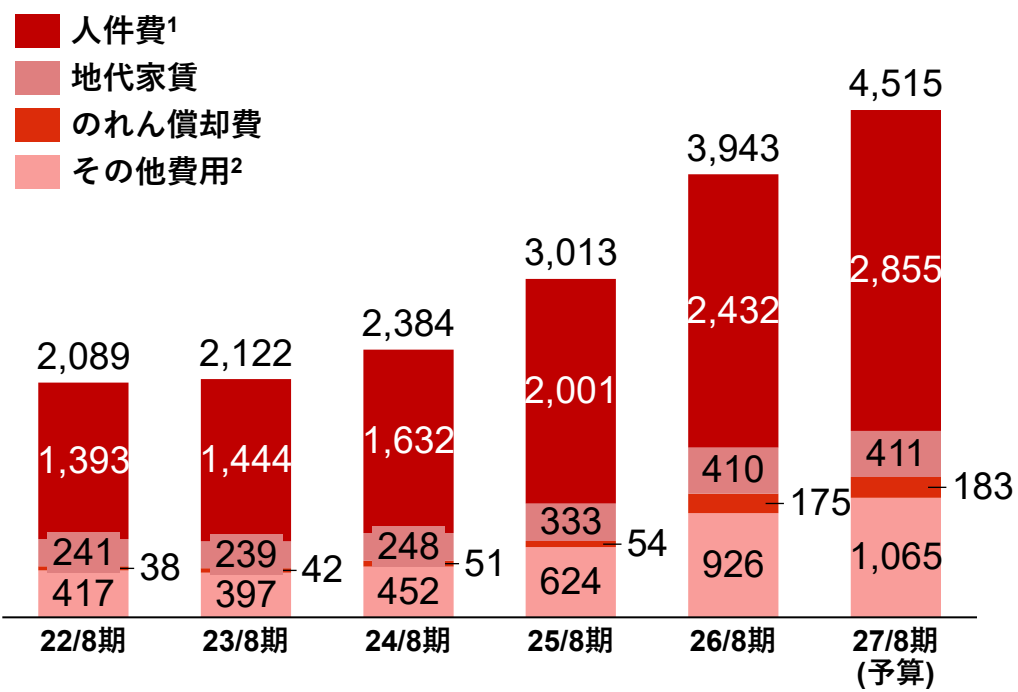


1. 各四半期会計期間及び累計期間における各月末時点のツールの提供及びデジタルマーケティングに係るコンサルティング/広告運用業務を提供している顧客数の平均値。2. 各四半期会計期間及び累計期間の粗利の合計額を顧客数で除した数値を対応する月数で除し、12を乗じた年換算額

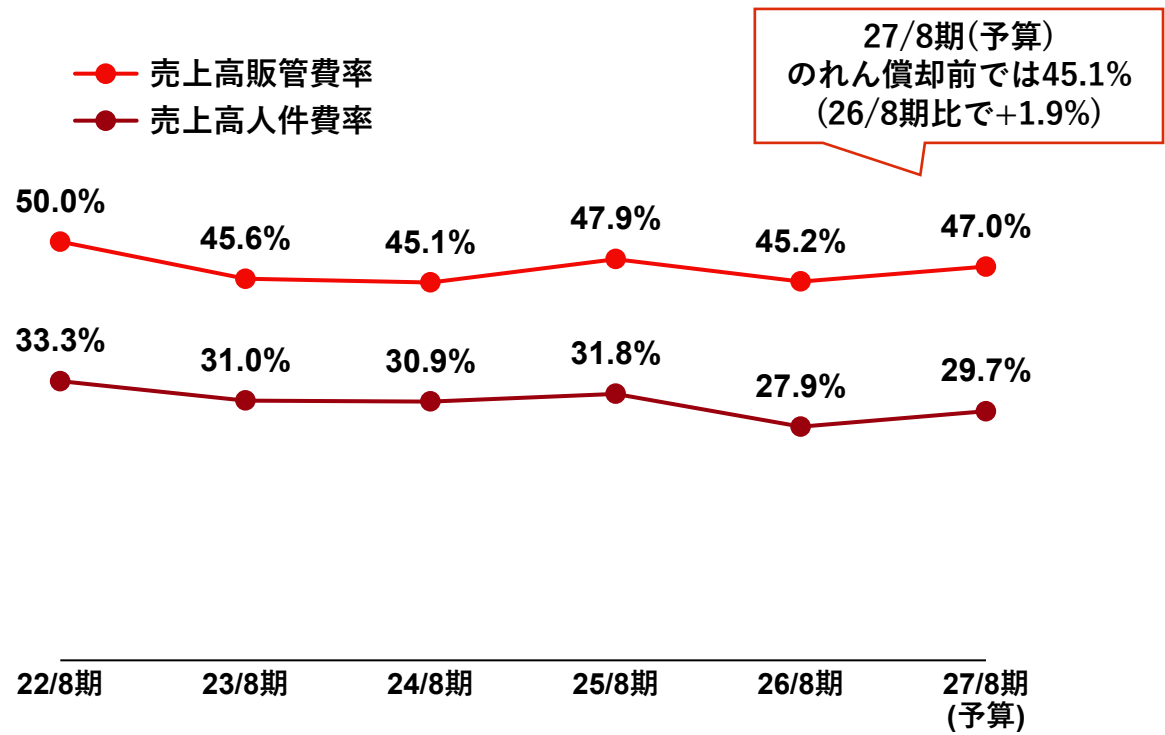
連結：販売費及び一般管理費(財務)の推移

27/8期はAIへの投資と人員増で販管費率が一時的に上昇する計画

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

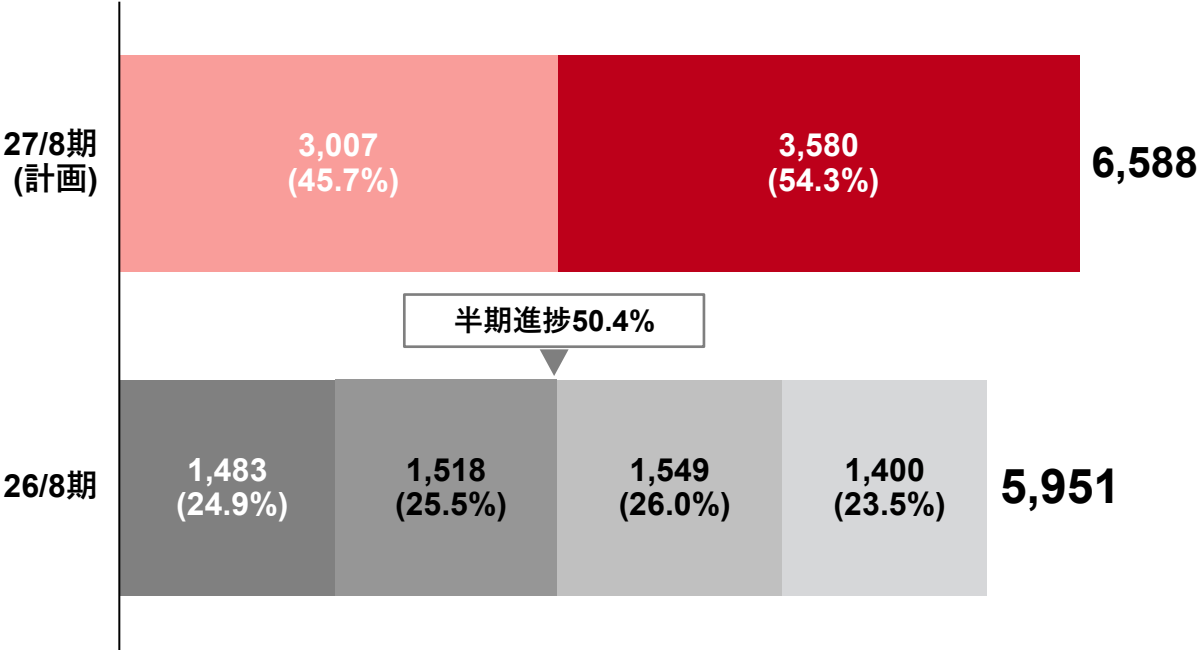
2027年8月期 連結業績予想（上期）

特に上期は、AI活用に向けた準備期間として前期比で減益となるも、通期では2桁増益を計画

27/8期の上期計画と前年同期比増減

単位：百万円	26/8期 実績	27/8期 業績予想	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	4,399	4,361	▲38	▲0.9%
粗利 ¹	3,001	3,007	+6	+0.2%
売上総利益	2,643	2,668	+25	+1.0%
売上総利益率	60.1%	61.2%	+1.1%	+1.8%
営業利益	707	477	▲230	▲32.6%
営業利益率	16.1%	10.9%	▲5.1%	▲32.0%
のれん償却前 営業利益 ²	790	569	▲221	▲28.0%
のれん償却前 営業利益率	18.0%	13.1%	▲4.9%	▲27.4%
経常利益	673	401	▲272	▲40.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	395	223	▲172	▲43.5%

前年の四半期毎の粗利進捗と27/8期の半期計画



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

Topics/事例紹介

M&A

東南アジア6ヵ国でPRコンサルティング事業を展開するVeroグループの株式取得に関する基本合意書の締結を決議

Veroグループの概要

会社名	Vero Marketing Services Pte. Ltd.（以下「VMS社」、シンガポール）
拠点	タイ、ベトナム、インドネシア、フィリピン、シンガポール、マレーシア
人員	200名を超えるコンサルタントを擁する独立系のコミュニケーション・コンサルティング会社
主なサービス	広報・PR、インフルエンサーマーケティング、政府渉外（ガバメント・リレーションズ）。インフルエンサー・KOL（Key Opinion Leader）活用のマーケティング領域が成長を牽引
主な受賞歴	2023年 The SABRE Awards Asia-Pacific 部門賞 2024年 Campaign Asia「Southeast Asia Influencer Agency of the Year」 2025年 PRovoke Media「Asia Agency of the Year」 2026年 The SABRE Awards Asia-Pacific「Best Asia Agency to Work For」ほか2部門
業績 ¹	連結売上高 2,379百万円、連結営業利益 306百万円（2025年12月期）
取得の方法	VMS社の発行済株式の80%を取得（残りの20%も、最終契約に定める条件に従い将来的に追加取得する予定）
取得価額 ²	2,287百万円（発行済株式の80%相当、株式譲渡価格の目途）

株式取得の目的

当社グループの中期的な成長戦略の柱の一つである海外事業展開を加速するため、VMS社の発行済株式の80%を取得することに関する基本合意書を2026年10月14日に締結します。

日本国内の顧客基盤とVeroグループの東南アジアにおける実行体制を組み合わせることで、日系企業の東南アジア進出支援案件の獲得機会の拡大、及びVeroグループの既存顧客に対する当社グループのサービス提供が可能になるものと考えております。

最終契約（株式譲渡契約）の締結は2026年12月14日を予定しています。なお、2027年8月期の業績予想にはアドバイザー費用等を除き本件の影響を織り込んでおりません。

1.VMS社より提供を受けたVeroグループの連結財務数値（12月決算、監査の対象外）。米ドル建ての数値を1米ドル＝158.53円で換算し、百万円未満を切り捨て
2.アドバイザー費用を含まない。現在実施中のデュー・ディリジェンスの結果及び最終契約に向けた協議等により変動する可能性があります。米ドル建ての金額を1米ドル＝158.53円で換算し、百万円未満を切り捨て
※本基本合意書は、最終契約の締結又は本件株式取得の実行を無条件に義務付けるものではなく、デュー・ディリジェンス及び最終契約に向けた協議等を前提とするものです

東南アジア6ヵ国の拠点



新サービス

マテリアル、PR支援の新たなリテナー契約モデル 「マテリアル・スマートリテナープログラム」を開始

新リテナー契約モデル



背景と目的

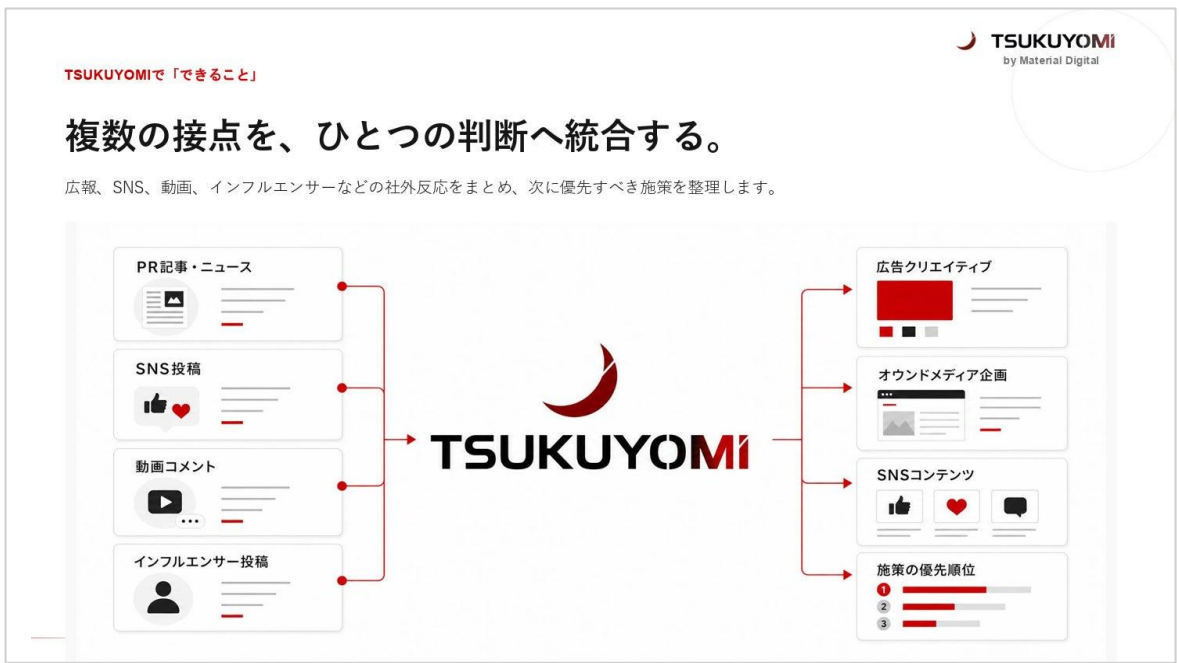
情報収集、メディアリスト管理、報告書の作成、定型文書の作成といった業務において、AIの活用が生産性を大きく向上させている現在、当社はこの変化を「コスト削減の機会」としてではなく、「マテリアルの人材がより本質的なPR業務に集中できる機会」として捉えています。「PRエージェンシーが本来担うべき仕事とは何か」という問いに真摯に向き合い、効率化によって生まれた時間とリソースを、顧客との戦略的議論、メディアや有識者との深い対話、クリエイティブな発想や制作へと振り向ける。それが、今回の取り組みの出発点です。

<https://materialprmenu.jp/smartretainer>

新サービス

マテリアルデジタル、市場の反応をAIで読み解き次の打ち手につなげる新サービス『TSUKUYOMI』を提供開始

新サービス



サービス概要

本サービスは、社外の反応の収集や分類、企画案の下書きをAIが担い、施策の評価と次の一手の判断を専門人材が支援することで、エンゲージメントや再生数といった表面的なバズで終わらせず、「なぜ動いたか」「なぜ売れたか」という成果要因を特定し、広告や自社メディア、ソーシャルメディアの次の打ち手へと整理するサービスです。データの量や数字の報告にとどまらず、「残す・変える・止める」を判断するための仮説と優先順位を明確にします。

<https://materialdigital.jp/lps/tsukuyomi/>

レーベル設立

マテリアルリンクス、プロダクションレーベル「APPERZ」（アッパーズ）を設立

プロダクションレーベル

MATERIAL LINKS



設立背景

クリエイターが直接消費者に商品やサービスを届けるソーシャルコマース市場は拡大を続けています。一方で、ひとりのクリエイターが成果を出しても、その成功は個人の中で完結し、次へ広がっていかない。当社の代表取締役であり、自身も美容クリエイターであるKevinが抱き続けてきたこの課題意識が、本レーベルの出発点です。マテリアルリンクスは、ソーシャルコマース支援で培ったインフルエンサーマーケティングの実践知と、マテリアルグループの持つPR、コミュニケーションの専門性を掛け合わせ、クリエイターと共に次の成長をつくる場として「APPERZ（アッパーズ）」を設立しました。

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月期の通期実績で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貸借対照表に計上

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※ 連結計算書類 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。

リアル『ぽこポケ』体験！「ブクブクうみぞこの街」 in 横浜赤レンガ倉庫（株式会社ポケモン）¹

■ 当社グループのミッション（目的）

『ぽこ あ ポケモン』有料追加コンテンツ第1弾「ブクブクうみぞこの街」の配信を記念し、ゲームの世界を“リアルで体験できる”初のイベントを企画・実施。ファンの熱量を生み出し、メディア露出につなげること。

■ 主な成果

- ・総露出数311件、広告換算額2.2億円超を獲得。
- ・プレスデーには20媒体31名が来場し、TV・ゲーム・エンタメ・横浜・鉄道系まで幅広い媒体で露出。



■ 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

©2026 Pokémon. ©1995-2026 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.
 ©2026 KOEI TECMO GAMES
 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・ゲームフリークの商標です。
 Nintendo Switch は任天堂の商標です。

■ 案件概要

2026年8月6日～9日の4日間、横浜赤レンガ倉庫イベント広場にて『ぽこ あ ポケモン』初のリアルイベントを開催（来場者およそ10,800名）。開催前日のプレスデーには「『ぽこポケ』エリアゲート開通式&先行体験会」を実施し、メディア・インフルエンサー内覧会も開催。同時期に実施した駅広告と連動したリリースを含む、計2本のリリースを配信した。

1. <https://materialpr.jp/works/view/149/>

東芝ブレイブルーパス東京 ショート動画施策（東芝ブレイブルーパス東京株式会社（現 東芝ブレイブルーパス武蔵））¹



案件概要

東芝ブレイブルーパス東京の試合チケット販売促進を目的に、TikTok・YouTube ショート動画を活用して認知拡大と購買誘導を図る施策として実施。既存素材の切り抜き動画を用い、オーガニック投稿と広告配信を組み合わせることで、短納期で36本の制作・納品を実現。また、「衝撃映像」や「解説」など、ペルソナごとに設計した6つのアカウント（YouTube／TikTok）を開設し、それぞれのターゲット層に適した動画を配信することで、幅広い視聴者への訴求を行った。

1. <https://materialpr.jp/works/view/148/>

当社グループのミッション（目的）

東芝ブレイブルーパス東京の試合観戦の機運醸成とチケット販売数増加。

主な成果

- ・目標再生数300,000回再生に対して、達成率198.8%である596,349回再生を達成。
- ・東芝ブレイブルーパス東京の試合の観戦チケット販売数増加に寄与。
- ・一番再生数が伸びた「ラグビーの衝撃映像」アカウントにおいては平均14.3万回/本を達成。また、ラグビー初心者向けのアカウントにおいても約12万回再生を達成。ラグビーの迫力を伝える動画構成で、ラグビーの基本ルールを伝える内容が普段ラグビーに注目していない層に届いた。

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 6

株主還元等の方針

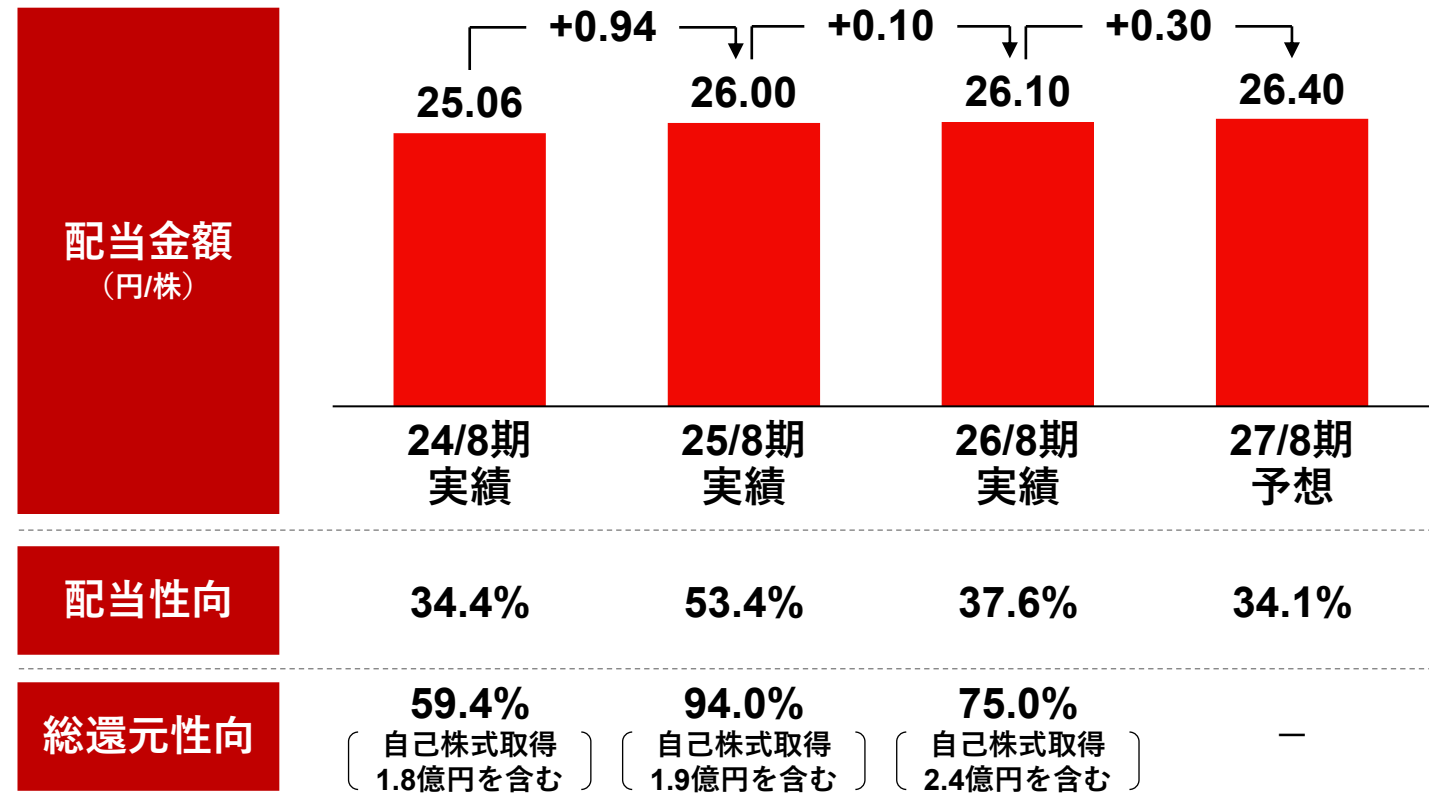
株主還元

26/8期は26円10銭で予想どおり、27/8期は26円40銭に増配予定

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（2026年8月期のROEは28.8%）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2027年8月期の予想



AGENDA 7

Appendix

連結損益計算書

	25/8期	26/8期	前期比	前期比(%)
単位：百万円				
売上高	6,288	8,714	+2,426	+38.6%
売上原価	2,442	3,608	+1,166	+47.8%
売上総利益	3,846	5,105	+1,259	+32.8%
販売費及び一般管理費	3,013	3,943	+929	+30.8%
営業利益	832	1,162	+330	+39.7%
営業外収益	7	12	+5	+68.0%
営業外費用	86	61	▲25	▲29.3%
経常利益	753	1,114	+360	+47.8%
特別利益	0	15	+15	-%
特別損失	0	-	▲0	-%
税金等調整前当期純利益	753	1,130	+376	+49.9%
法人税等	284	464	+180	+63.2%
非支配株主に帰属する 当期純利益	-	8	+8	-%
親会社株主に帰属する 当期純利益	468	656	+188	+40.1%

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	2025年8月末	2026年8月末	前期末比
現金及び預金	1,261	1,292	+31
売上債権	1,013	1,195	+181
その他流動資産	180	259	+79
流動資産	2,454	2,747	+292
有形固定資産	116	193	+76
無形固定資産	804	1,688	+884
投資その他の資産	521	1,333	+812
固定資産	1,441	3,215	+1,773
資産合計	3,896	5,962	+2,066
流動負債	1,563	2,240	+677
固定負債	120	1,257	+1,136
負債合計	1,684	3,497	+1,813
資本金	117	117	-
資本剰余金	312	304	▲7
利益剰余金	1,903	2,312	+408
自己株式	▲176	▲332	▲156
新株予約権	1	1	▲0
非支配株主持分	54	62	+8
純資産合計	2,212	2,465	+252

連結キャッシュ・フロー計算書			
単位：百万円	25/8期	26/8期	前期比
現金及び現金同等物の期首残高	1,122	1,261	-
営業活動によるキャッシュ・フロー	694	1,068	+374
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲58	▲2,161	▲2,103
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲497	1,124	+1,621
現金及び現金同等物の増減額	138	30	▲108
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	0	-
現金及び現金同等物の期末残高	1,261	1,292	-

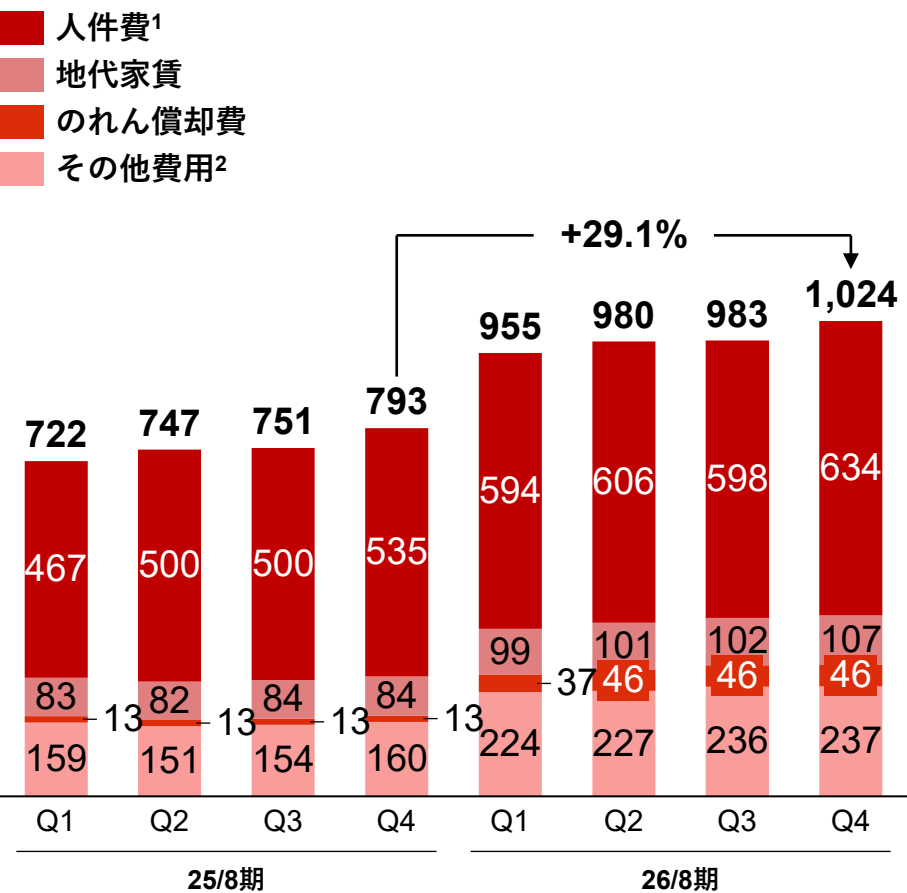
セグメント別情報

		25/8期 ⁴						26/8期 ⁴						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		5,489	716	140	6,346	▲57	6,288	6,211	1,517	1,144	8,873	▲158	8,714	+722	+800	+1,004	+2,527	▲100	+2,426
セグメント利益 又は損失(▲) ²		1,181	169	25	1,376	▲544	832	1,313	254	201	1,769	▲606	1,162	+132	+84	+176	+392	▲62	+330
調整 項目	のれん 償却費	27	26	-	53	-	53	33	43	97	175	-	175	+6	+17	+97	+121	-	+121
のれん償却前 営業利益 ³		1,208	196	25	1,430	▲544	886	1,347	297	299	1,944	▲606	1,337	+138	+101	+273	+513	▲62	+451
のれん償却前 営業利益率(%)		22.0	27.4	18.2	22.5	-	14.1	21.7	19.6	26.1	21.9	-	15.4	▲0.3	▲7.8	+7.9	▲0.6	-	+1.3

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。4.旧PRAS社の数値は、25/8期・26/8期ともPRプラットフォーム事業からPRコンサルティング事業に組み替えて集計。

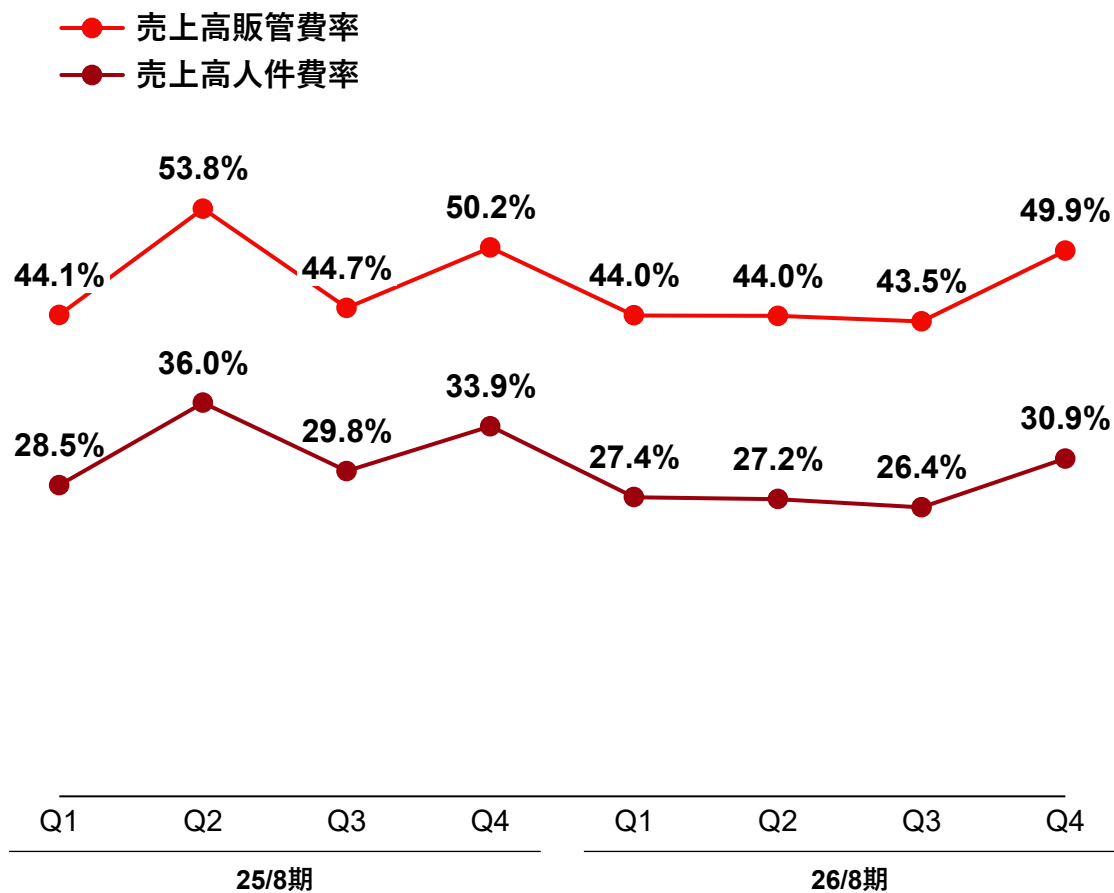
連結：販売費及び一般管理費(財務)の四半期会計期間別推移

販売費及び一般管理費(財務)の推移 (単位：百万円)



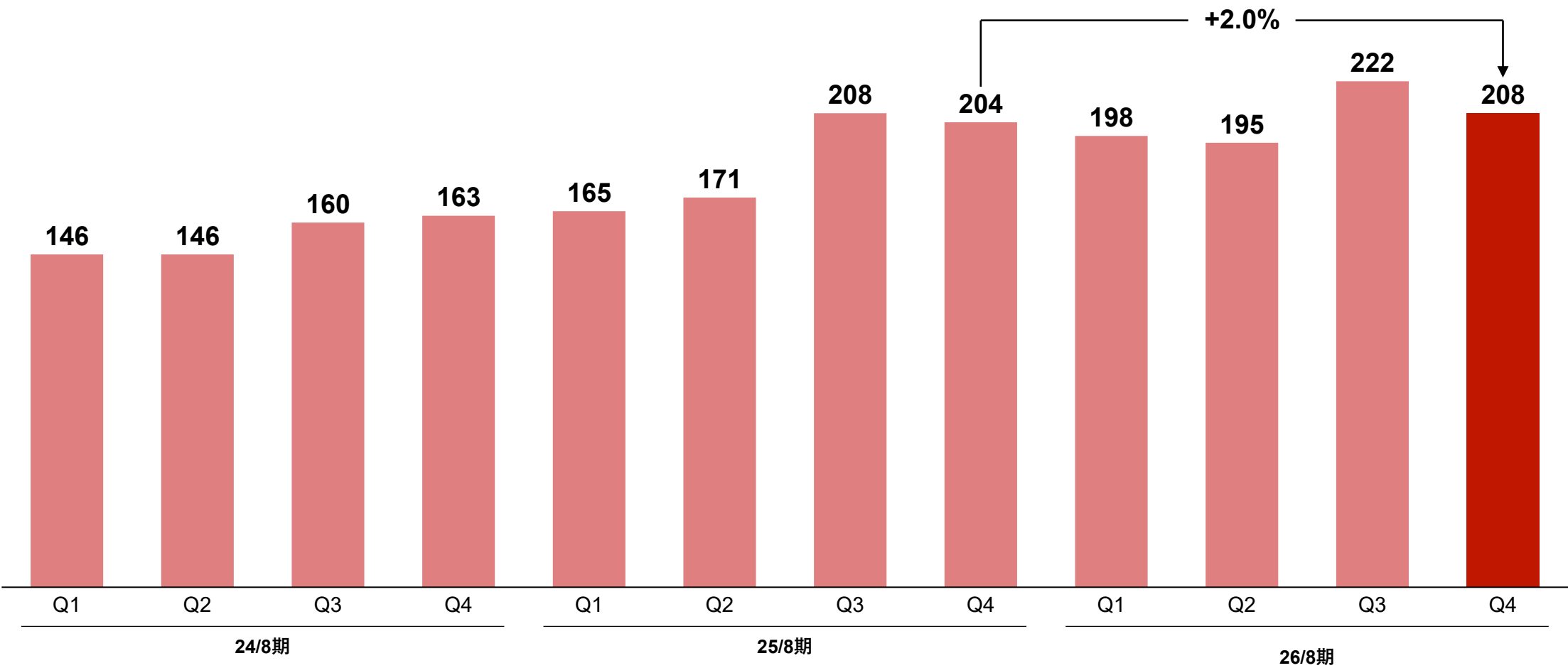
1.人件費には、役員報酬・給料手当・雑給・賞与・法定福利費・福利厚生費・通勤費・採用費・業務委託費が含まれる
 2.その他費用には、消耗品費・事務用品費・保険料・修繕費・租税公課・研修費・旅費交通費・通信費・水道光熱費・支払手数料・運賃・広告宣伝費・交際費・会議費・新聞図書費・諸会費・車両費・支払報酬・支払リース料・貸倒引当金繰入額・貸倒損失・減価償却費・ソフトウェア・研究開発費が含まれる

売上高販管費率の推移 (単位：%)



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、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。