

Switch

to

# 2024年8月期 第2四半期決算説明資料

MATERIAL GROUP | 東証グロース 156A 2024.4.12

Red.

すべての個性に情熱を灯せ。

MATERIAL  
GROUP

2024年8月期第2四半期 ハイライト

## キャンドルウィックの参画により、グローバル化への第一歩を踏み出す

これまでマテリアルグループでは言語・ケイパビリティの課題で、海外クライアントからのご要望にお応えできない事が多くありました。

キャンドルウィックは、海外政府及び外資系企業のインバウンドPR支援の領域で、20年に渡る輝かしい実績を持つPRエージェンシーです。

キャンドルウィックのバイリンガルPRパーソンと連携し、これまでお応えできていなかったグローバル案件を積極的に手掛けてまいります。

マテリアルグループはグローバル化への小さくも意味のある一歩を踏み出しました。



## 2024年8月期第2四半期累計期間 エグゼクティブ・サマリー

<p><b>2024年8月期 第2四半期連結業績</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高26.6億円(前年同期比+20.9%)、粗利<sup>1</sup> 18.0億円(同+18.1%)と堅調に推移</li> <li>営業利益4.3億円(同+35.9%)、EBITDA<sup>2</sup> 4.7億円(同+31.5%)となり、大きく伸長</li> </ul>
<p><b>PR コンサルティング</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高22.8億円(前年同期比+20.9%)、粗利14.7億円(同+16.0%)と、下期偏重の当事業において、上期も堅調に推移。賞与支給影響もあり、EBITDAは5.4億円(前年同期比+6.9%)で着地</li> <li>PRパーソン数は147人(前年同期比+17人)となり、PRパーソン1人あたり粗利も1,353千円(同+47千円)とそれぞれ成長</li> </ul>
<p><b>デジタル マーケティング</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高2.5億円(前年同期比+28.2%)、粗利2.3億円(同+35.3%)と順調に成長 EBITDAは1.0億円となり、前年同期比+1,021.0%と大きく伸長</li> <li>顧客数は381件(前年同期比+35件)、顧客単価は1,192千円(同+220千円)となり、デジタルコンサル/広告運用領域の拡張により単価が向上</li> </ul>
<p><b>連結業績予想</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現時点で通期業績予想に変更無し</li> <li>連結売上高の業績予想に対する進捗は46.2%(前年同期は47.4%)。連結粗利では44.4%(同47.6%)であり社内計画上の上期進捗44.6%に対して想定通りの進捗</li> <li>季節性の観点で重要な下期においてしっかりと計画達成をすることが肝要と認識</li> </ul>
<p><b>第2四半期までの Topics他</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>キャンドルウィック社/ナノカラー事業のグループ参画により、コア/準コア事業の体制を強化</li> <li>東京証券取引所グロース市場へ上場を果たし、M&amp;A機会創出・実行に向けた活動を改めて活発化</li> <li>Campaign Agency of the year 2023等、グローバルのAwardを引き続き受賞</li> <li>マテリアルが「One CAREER 就活口コミアワード 2024」ベンチャー部門Gold企業/第7位に選出</li> </ul>

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及びのれん償却費を足した数値

# AGENDA

1. **カンパニーハイライト**
2. **2024年8月期第2四半期業績**
3. **セグメント別の状況**
4. **Topics**
5. **Appendix**

AGENDA 1

# カンパニーハイライト

# Switch to Red.

個性に情熱を灯し、  
価値観や常識を変え、  
世界を熱くする。

私たちマテリアルグループは、  
あらゆるビジネスのマーケティングコミュニケーションを  
総合的に支援する専門事業集団です。  
事業課題をともに解決し、クライアントと社会の関係性を強化する  
パートナーとして成功に寄与します。

私たちは、チャレンジャーであり創造者です。  
どんな時でも挑戦的な精神を持ち、現状を打破し前進します。

Switch to Red.

既存の価値観や常識にとらわれず、あらゆる個性に情熱を灯す。  
さあ、この世界をもっと熱くしよう。

## 従来型のPR会社

- 広報業務の支援
- リテナー型
- 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

マーケティングコミュニケーションのパラダイムシフト

## 打ち手がマス広告に縛られない、PR発想による戦略設計が今後の主役に

	一方通行の時代	1億総メディアの時代
目的	多くの人に <u>知らせること</u>	多くの人から <u>リアクションを得ること</u>
起点	企業が <u>伝えたいこと</u>	企業と生活者/顧客の <u>共通の興味関心</u>
手段	<u>マス広告</u> が中心	<u>ライブコミュニケーション</u> が中心
成果とコストの関係	大きな成果には <u>大きなコスト</u>	<u>コストをレバレッジ</u> して成果創出
不可欠な発想術	<u>統一的</u> なメッセージ・ <u>尖った</u> クリエイティブ	<u>PR発想/ストーリーテリング</u>



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
<p><b>PRコンサルティング</b></p> <p>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</p> <p><b>MATERIAL</b> 株式会社マテリアル</p> <p><b>ROOMS</b> PR&amp;COORDINATE 株式会社ルームズ</p> <p><b>Candlewick</b> Communication Design キャンドルウィック株式会社</p>	中堅~大手企業	プロフェッショナル人材	コア事業
<p><b>デジタルマーケティング</b></p> <p>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</p> <p><b>MATERIAL DIGITAL</b> 株式会社マテリアルデジタル</p>	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 (育成から格上げ)
<p><b>PRプラットフォーム</b></p> <p>中小スタートアップ企業のPR課題を、プラットフォームの力で解決</p> <p><b>CONNECTED MATERIAL</b> 株式会社CONNECTED MATERIAL</p> <p><b>PRAS</b> 株式会社PRAS</p>	中小/スタートアップ企業	プラットフォーム	育成事業

1. 2023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売上高の割合は以下のとおりです。PRコンサルティング事業：85.8%、デジタルマーケティング事業：8.8%、PRプラットフォーム事業：5.4%

## 競争力の源泉



グローバル水準のプランニング力



年間約6,300人の応募を集める  
強い採用力と  
若手でも活躍できるカルチャー

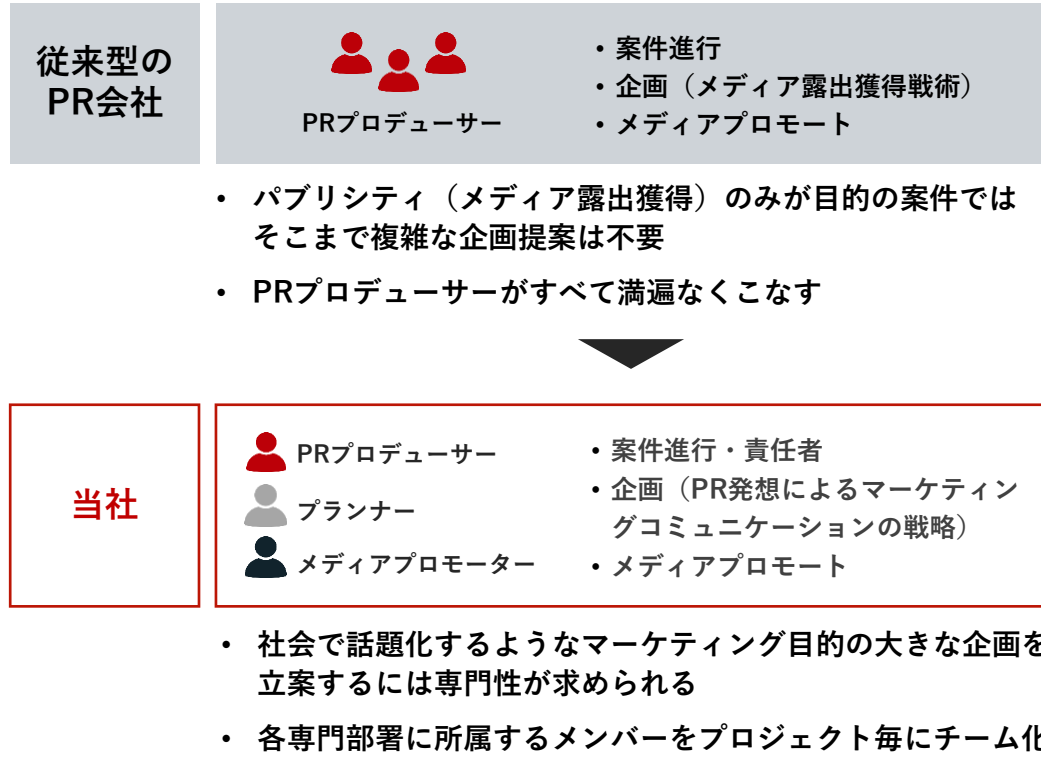


安定的に成長するための  
経営管理の高度化

グローバル水準のプランニング力

# いまだ業界でも珍しいプランニング専門部署を当社は9年前から組成し、 専門性を高めて案件に取り組む結果、グローバルのAwardを受賞するなど高い評価を得ている

## 分業したプロジェクト体制により専門性を蓄積



## 国内PR企業において、最高峰の評価を受賞

### ———— Campaign Agency of the Yearは3年連続の受賞 ————



- ・アジア最大の広告専門誌『Campaign Asia-Pacific』が主催するアワードにおいて3年連続で「Japan PR Agency of the Year」を受賞

### — Campaign Agency of the Year Global 2021（PR Agency） —



- ・Globalでは2021でアジア初となるBronze（世界3位）を受賞
- |        |                                  |
|--------|----------------------------------|
| Gold   | FleishmanHillard（USA,売上900億円規模）  |
| Silver | Weber Shandwick（USA,売上1,000億円規模） |
| Bronze | Material（Japan）                  |

その他、カンヌライオンズ等の多数の国際的なAwardを受賞

プランニング力の強みによる支援範囲の独自性

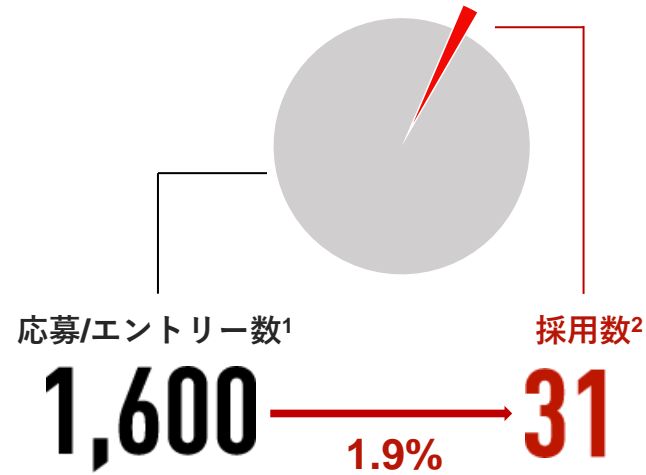
## プランニングで培ったPR発想を強みに、マーケティング課題全体を支援できる組織に進化



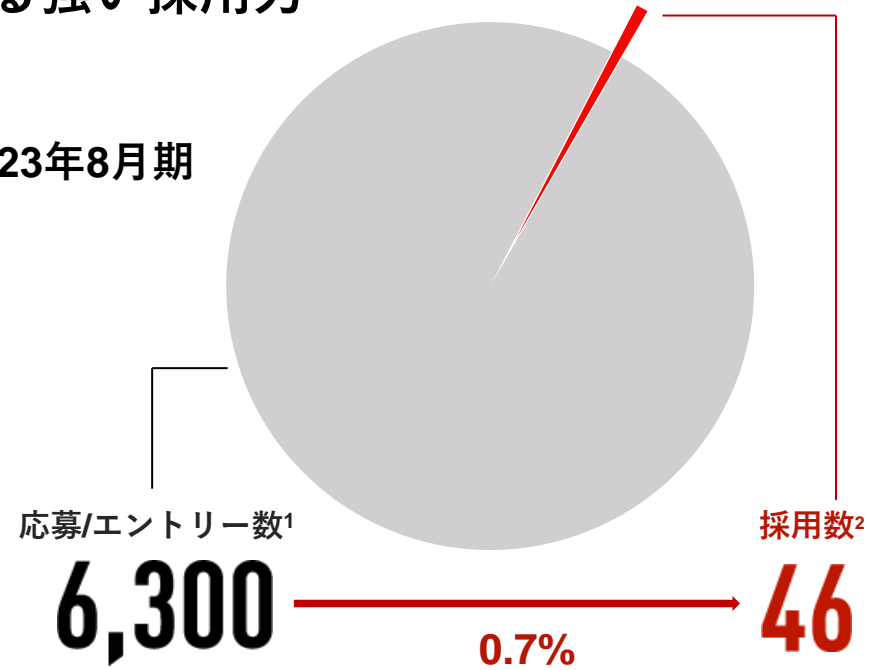
採用力と若手の活躍：採用環境

## 年間約6,300人の応募を集め、優秀人材を厳選する強い採用力

2018年8月期



2023年8月期



実績・受賞等によるブランド力・  
認知度向上



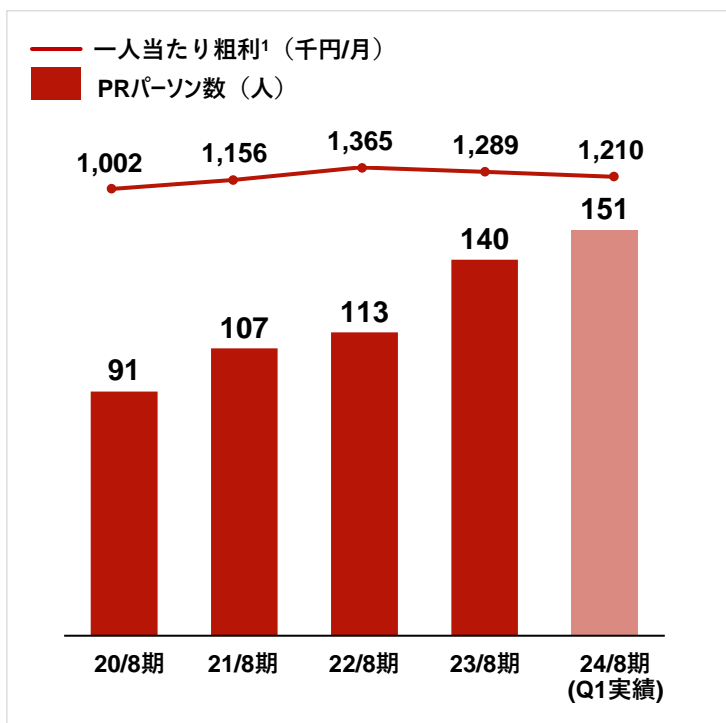
採用戦略とKPI管理に基づく  
コントロールされた採用活動

1. 株式会社マテリアルにおける新卒採用、中途採用の応募/エントリー数の合計 2. 当該期における内定受諾者数。

安定的に成長するための経営管理の高度化：生産性向上

## 組織規模を拡大する中でも、経営管理の高度化により生産性をコントロール

### 組織規模拡大と生産性維持の両立



### 実現を支える仕組み

1

案件パイプラインのリアルタイム把握による適時なアクション設計



SFAツールからリアルタイムに更新されるパイプラインダッシュボード

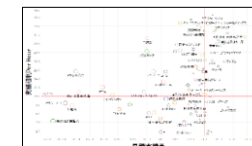
- 高い精度で着地見込を予測
- マネージャーがチームのアクションプランを適時に変更・指示

2

案件別工数に基づく案件の採算管理とリソースアロケーション



案件単位で工数をチャージ (各自日々入力)



案件別の採算や時間単価の分析から、リソース配分等を最適化

3

OPEX (オペレーショナルエクセレンス) チームが業務改善を継続的に取り組む

- 案件を振り返り、品質管理や工数管理の観点から改善策を立案
- 優先度高い課題から実行し、ベストプラクティスを全社に横展開
- これらの改善活動のサイクルを回す

1.粗利÷PRパーソン数 (株式会社マテリアルの期中平均従業員数。四捨五入)。粗利は、売上高から外注費を差し引いた金額。

安定的に成長するための経営管理の高度化：M&Aの実行とPMI活動

## PEファンドの知見を吸収し、ディールからPMIまで着実にM&Aを遂行可能な体制

これまで4期で6件のM&A実績



ノウハウを吸収・蓄積し、ソーシングからクロージングまでのディールプロセスを高度化

当社の経営企画グループ  
 (コンサル/公認会計士/金融機関/M&Aアドバイザー出身者等で構成)

知見提供 ↑

アドバンテッジパートナーズの投資チーム

新会社/事業参画後は全社をあげてPMIに取り組む

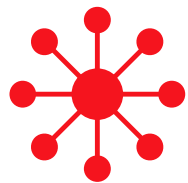
- グループ各社での相互送客をはじめとしたPMIプロジェクトを現場レベルのボトムアップで実施
- ミドルバックオフィス機能は当社（持株会社）の管理部門が巻き取り、堅実なコストシナジーの創出とガバナンスの整備を行う



採用の加速による  
サービス供給体制の強化



デジタルマーケティング事業の  
コア事業への引き上げ



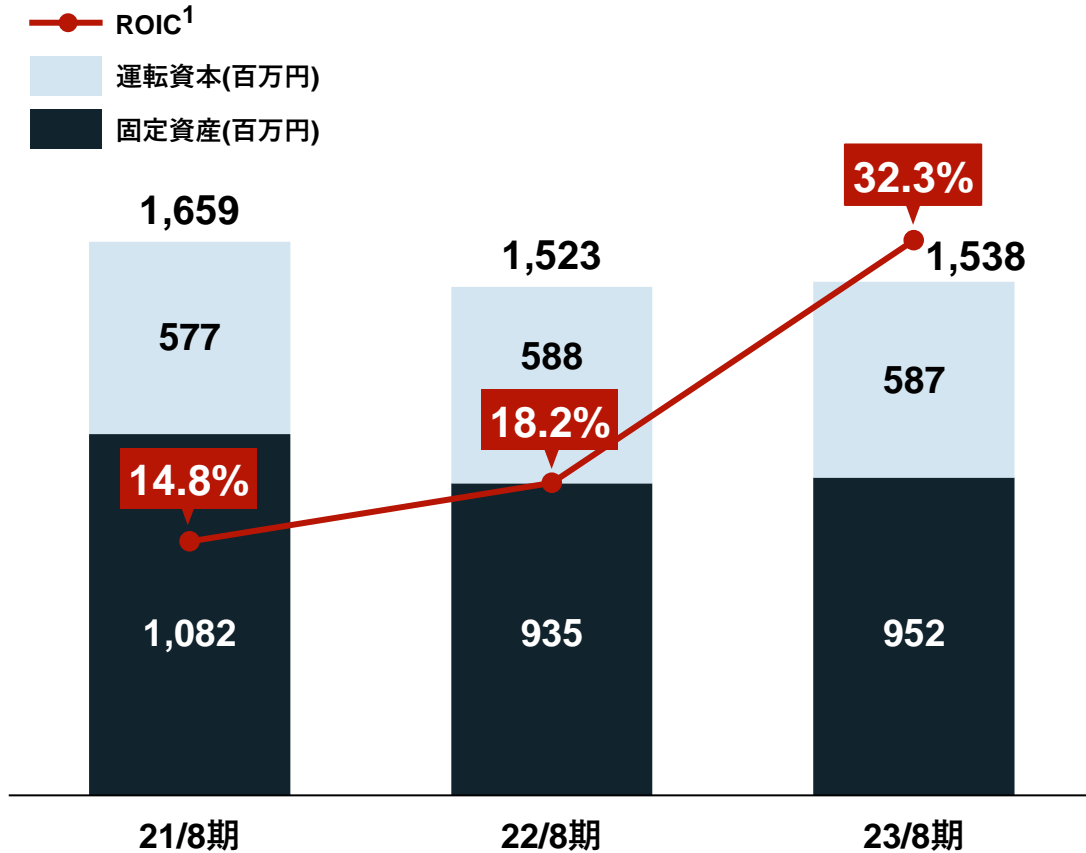
規律を持った戦略的M&Aによる  
事業領域の拡大

成長戦略



株主還元の方針

資本効率の高いビジネスモデルを活かして、上場初年度から株主還元と成長の両立を志向



上場初年度から配当性向33%での配当を予定し、  
今後も積極的な株主還元を志向



高い資本効率を活かし、  
並行して成長投資を行うことで高成長との両立を志向

1.ROICは、税引き後営業利益（連結営業利益に1-30.62%を乗じた金額）を期中平均投下資本（運転資本（売上債権－仕入債務）＋固定資産）で除した値。

AGENDA 2

2024年8月期第2四半期業績

連結業績：2024年8月期第2四半期累計期間の前年同期比及び通期業績予想に対する進捗

## 各段階利益において前年同期比で伸長

単位：百万円

	前期Q2 累計実績	当期Q2 累計実績	前年同期 比増減率	通期 業績予想	進捗率
売上高	2,207	2,669	+20.9%	5,772	46.2%
売上総利益	1,375	1,573	+14.4%	3,644	43.2%
売上総利益率	62.3%	58.9%	▲3.4pt	63.1%	▲4.2pt
営業利益	317	432	+35.9%	1,091	39.6%
営業利益率	14.4%	16.2%	+1.8pt	18.9%	▲2.7pt
経常利益	310	412	+32.8%	1,037	39.9%
親会社株主に帰属する 四半期当期純利益	204	275	+34.7%	750	36.7%

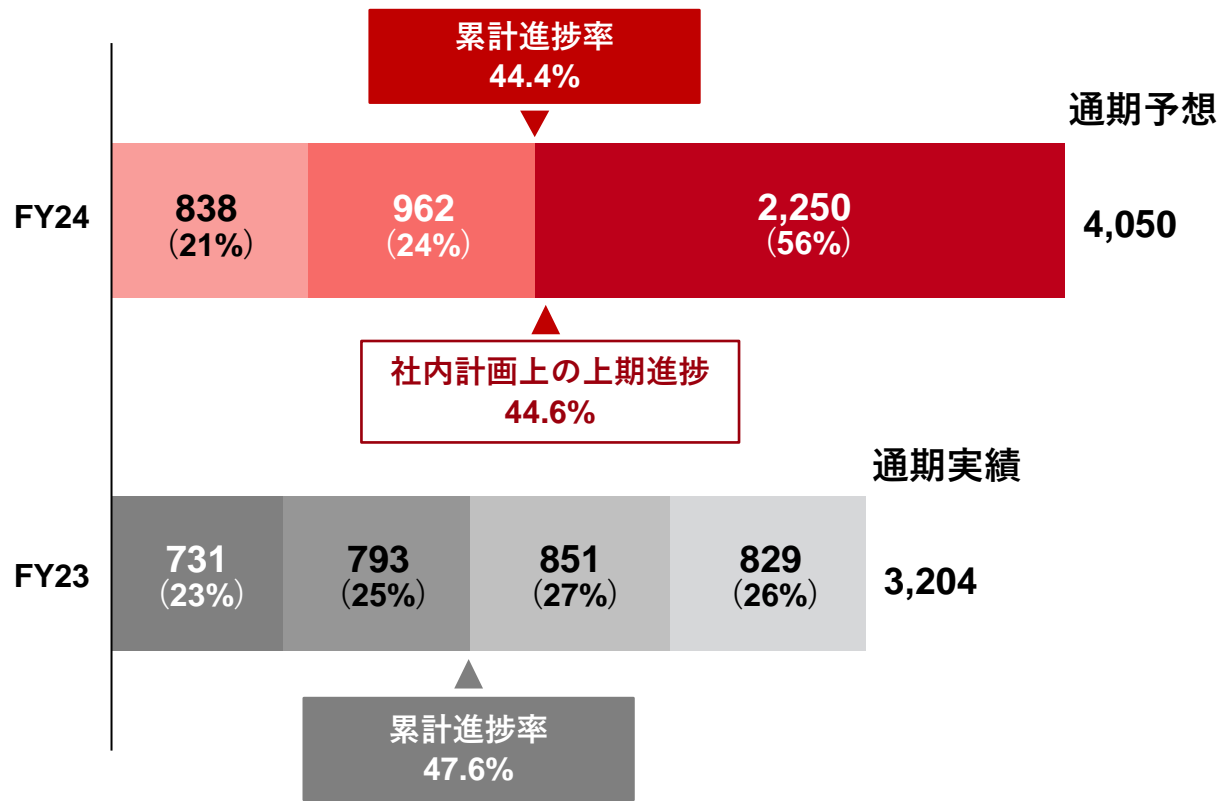
- 売上高及び売上総利益は、PRコンサルティング/デジタルマーケティング事業の伸長により、前年同期比で成長
- 売上総利益率は、PRコンサルティング事業における案件内容の構成変動により前年同期比で低下
- 年間進捗率は想定どおり。PRコンサルティング事業の季節性及びデジタルマーケティング事業の下期拡大の見込みにより、下期偏重予算となっている

- 営業利益はPRコンサルティング事業の規模拡大及びデジタルマーケティング事業の営業利益率改善の影響により、前年同期比+35.9%と大きく伸長
- 営業利益率の改善は、前述のデジタルマーケティング事業の営業利益率改善が寄与
- 年間進捗率に関しては、前述のとおり

連結業績：業績予想の進捗状況（粗利<sup>1</sup>）

## 粗利ベースの進捗率は、季節性・デジタルマーケティング事業拡大の影響を加味して計画通り

### 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
- ・ **Q4(5~8月)**は、閑散期がなく、また当社グループの人員数及び事業運営体制が最も充実するため、各月平均して粗利水準が高くなる傾向
- ・ 結果として粗利水準は、**Q3 > Q4 > Q2 > Q1**となることが通例(下期偏重)

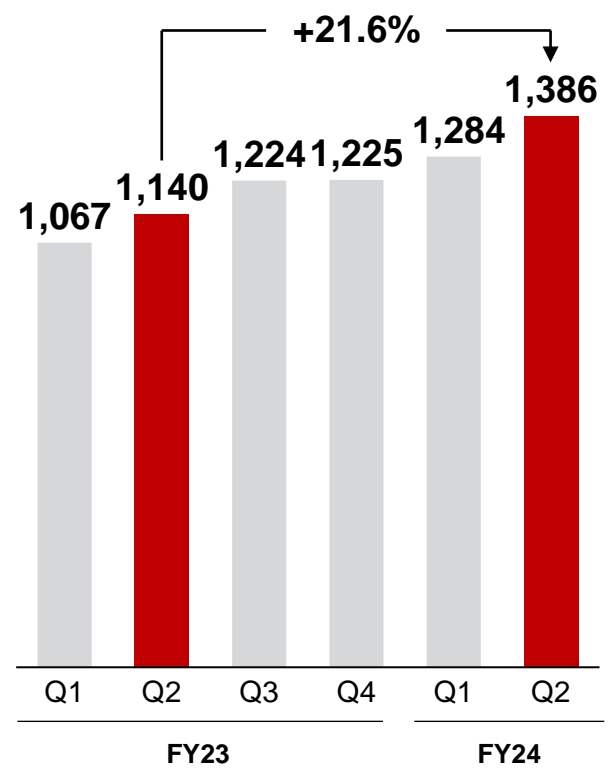
#### デジタルマーケティング事業の拡大

- ・ 同事業のWeb接客ツール「Flipdesk」事業は、いわゆるSaaS型サービスであり、IDの積み上げにより下期にかけて収益が拡大する計画
- ・ 同事業のデジタルコンサル/広告運用は、拡大中のサービスであり、顧客の積み上がりに伴い、下期にかけて収益が拡大する計画

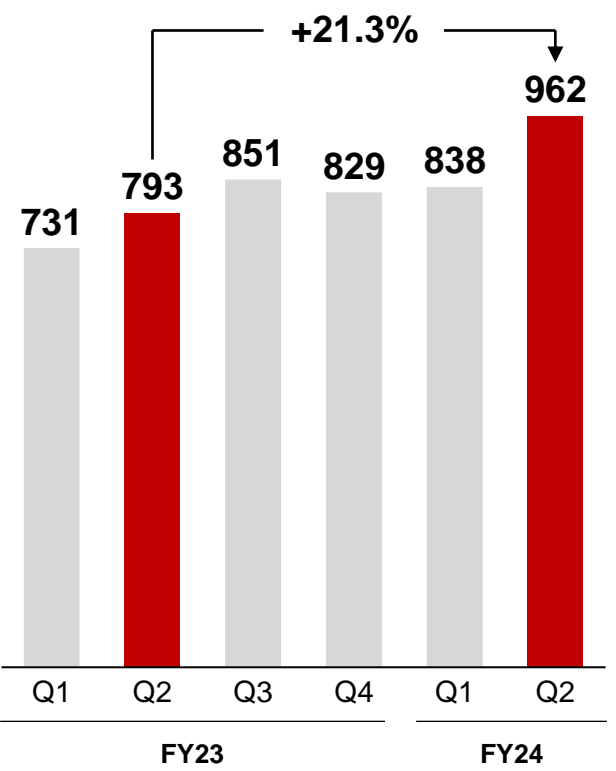
連結業績：売上・粗利・営業利益の四半期会計期間別推移

## Q2会計期間において、売上・粗利・営業利益ともに前年同期比で堅調に成長

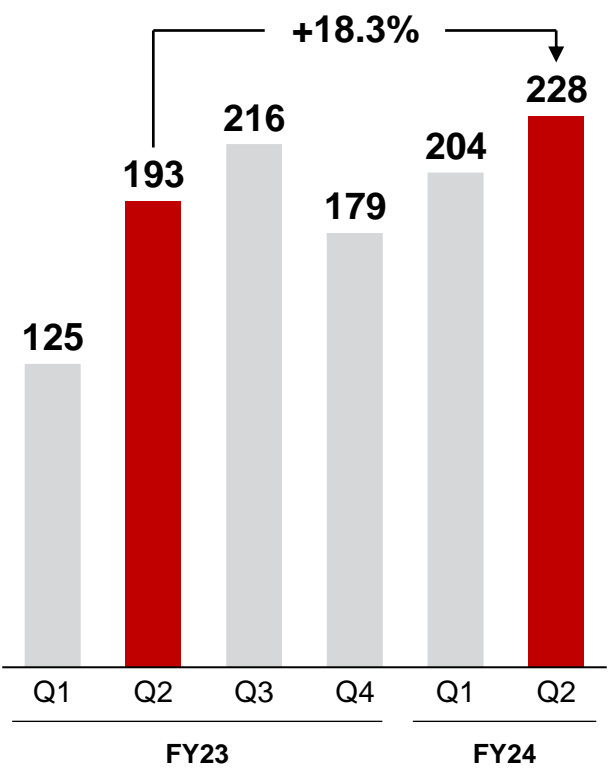
売上（単位：百万円）



粗利<sup>1</sup>（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。

連結業績：Q2累計期間の連結及びセグメント別売上高・粗利・営業利益・EBITDA

## すべてのセグメントにおいて前年同期比で伸長

単位：百万円  
(かっこ内は前年同期増減率)

	売上高	粗利	営業利益	EBITDA	Q2累計期間事業概要
<b>連結</b>	<b>2,669</b> (+20.9%)	<b>1,799</b> (+18.1%)	<b>432</b> (+35.9%)	<b>474</b> (+31.5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>PRCの継続的な成長に加えて、DMの急拡大により売上/粗利は堅調に成長</li> <li>営業利益/EBITDAは、DMの拡大及び利益率が改善が大きく寄与</li> </ul>
<b>PR コンサルティング (PRC)</b>	<b>2,280</b> (+20.9%)	<b>1,472</b> (+16.0%)	<b>528</b> (+6.4%)	<b>544</b> (+6.9%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上/粗利は中核子会社のマテリアルがPRC全体の成長を牽引</li> <li>営業利益/EBITDAは、マテリアルのインセンティブ賞与支給の影響もあり、+6.9%で着地</li> </ul>
<b>デジタル マーケティング (DM)</b>	<b>250</b> (+28.2%)	<b>227</b> (+35.2%)	<b>82</b> (-)	<b>102</b> (+1,021.0%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルコンサル/広告運用の拡大により売上高/粗利は順調に成長</li> <li>利益率の高いデジタル収益の増加及び組織体制の見直しにより営業利益/EBITDAは大きく改善</li> </ul>
<b>PR プラットフォーム (PRP)</b>	<b>168</b> (+30.4%)	<b>99</b> (+15.0%)	<b>1</b> (-)	<b>4</b> (-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>CPR事業において中規模のスポット案件の受注もあり、第2四半期累計で黒字化(前期は12百万円の営業赤字)</li> </ul>

うち、  
デジタル  
関連<sup>1</sup>

**379**

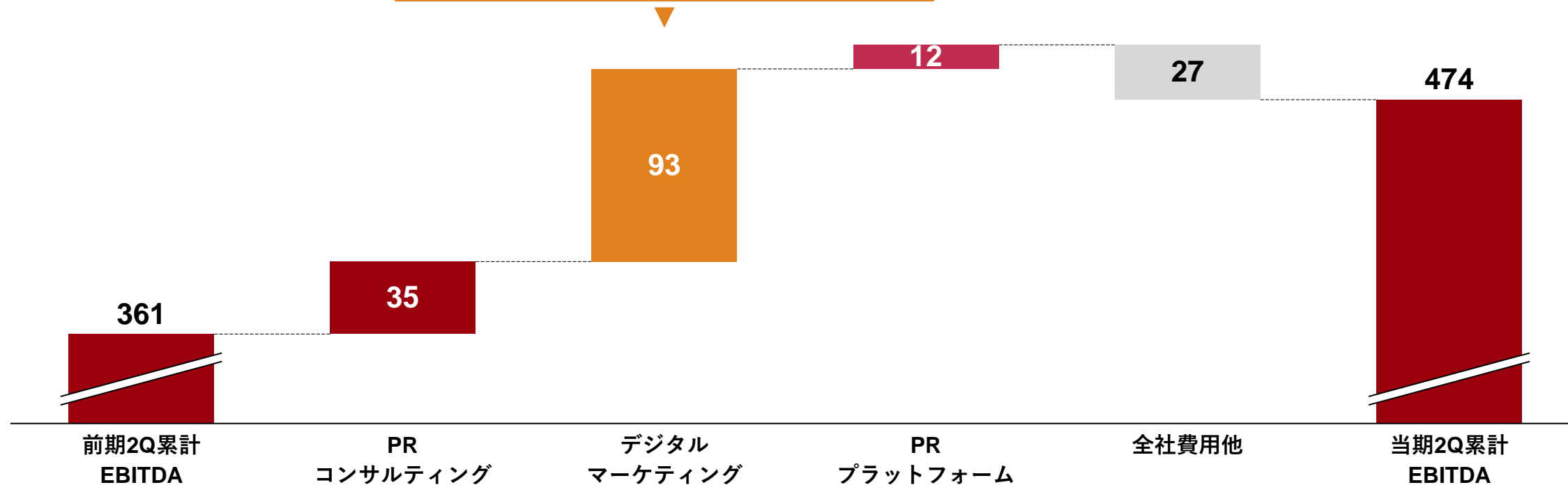
1. PRコンサルティング事業に含まれるデジタルマーケティング関連のコンサルティング業務から発生する売上高及びデジタルマーケティング事業の売上高を合計した数値（内部取引消去後の数値）。2.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。3. EBITDAはセグメント利益に減価償却費、のれん償却費を足して算出。

連結業績：Q2累計期間のEBITDAの増減要因

## 特にデジタルマーケティング事業の伸長により、EBITDAは前年同期比+113百万円増加

EBITDA (単位：百万円)

粗利率の高いデジタルコンサル・広告運用領域の伸長/コスト構造の改善により EBITDAは前年同期比で+1,021.0%の伸長



1. EBITDAは、営業利益に減価償却費及びのれん償却費を足した数値。

AGENDA 3

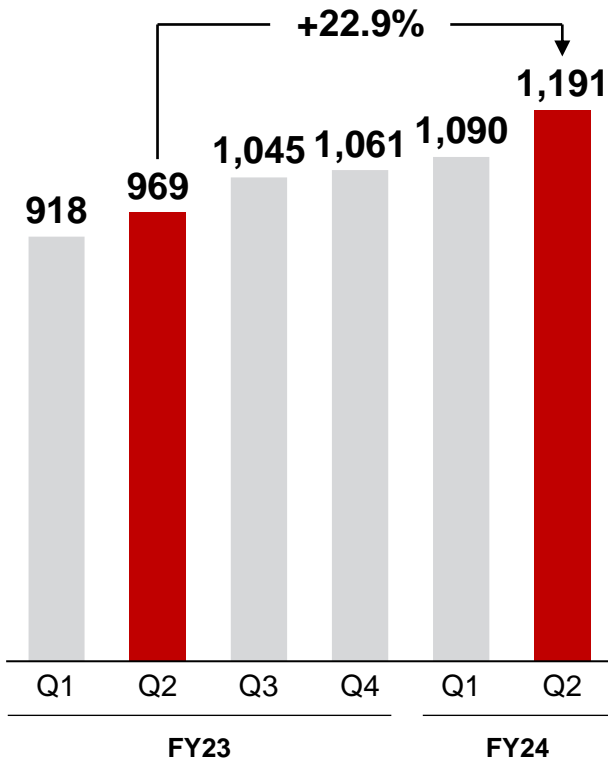
## セグメント別の状況



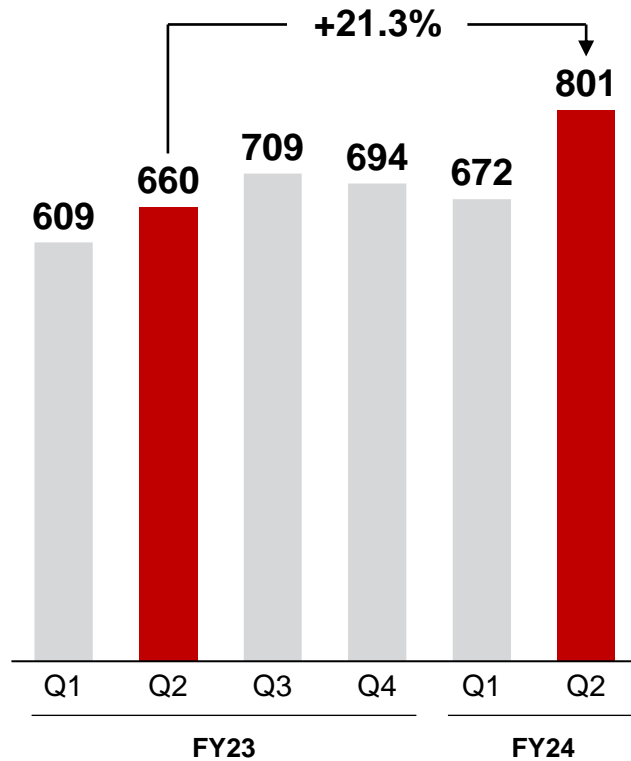
PRコンサルティング事業：売上・粗利・EBITDAの四半期会計期間別推移

## 売上・粗利は引き続き拡大、EBITDAは賞与支給額の増加影響を受け+2.9%で着地

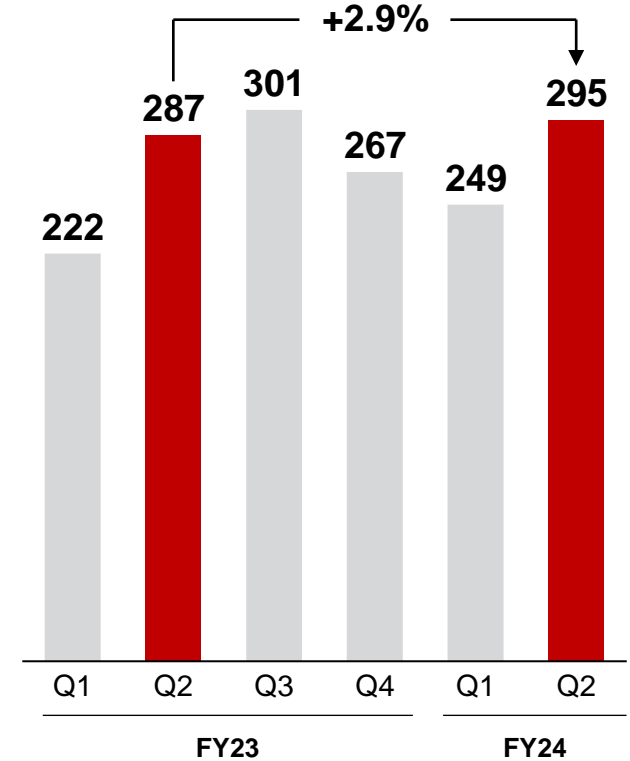
売上（単位：百万円）



粗利<sup>1</sup>（単位：百万円）



EBITDA<sup>2</sup>（単位：百万円）

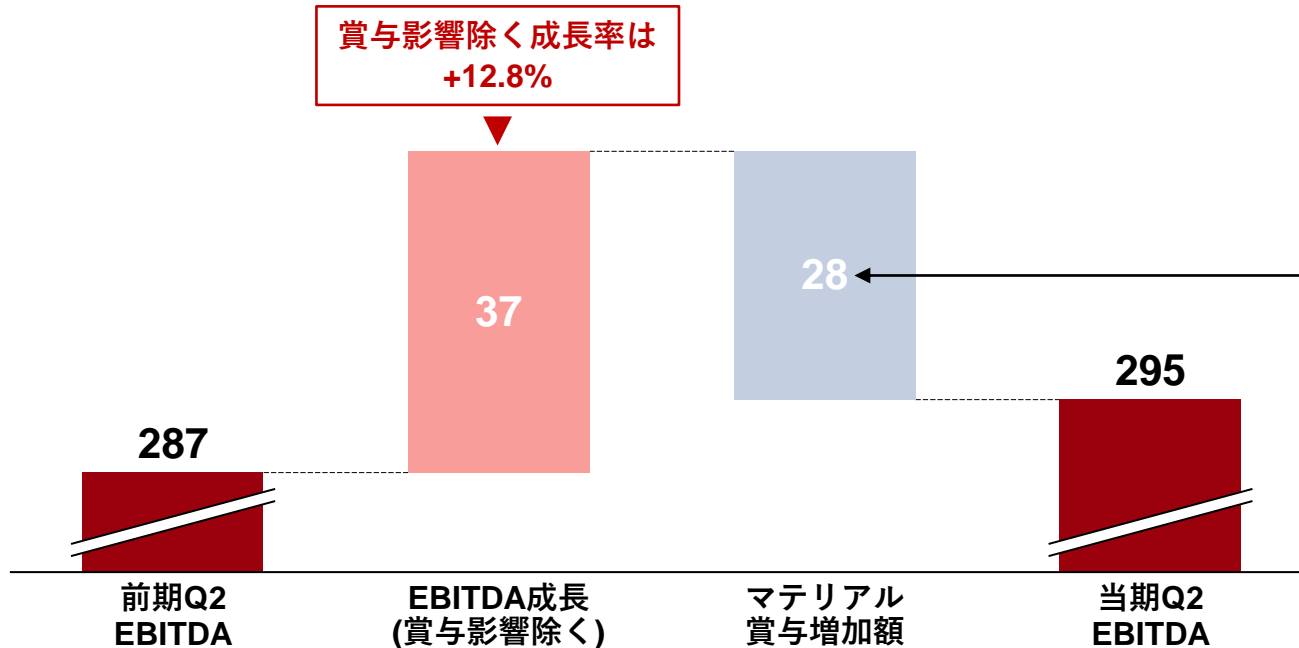


1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. EBITDAは、営業利益に減価償却費及びのれん償却費を足した数値。

PRコンサルティング事業：Q2会計期間のEBITDA増減要因

## マテリアルの賞与支給額の増加という一過性の要因を除くと、EBITDAは+12.8%成長

EBITDA（単位：百万円）



### マテリアルのインセンティブ賞与の概要

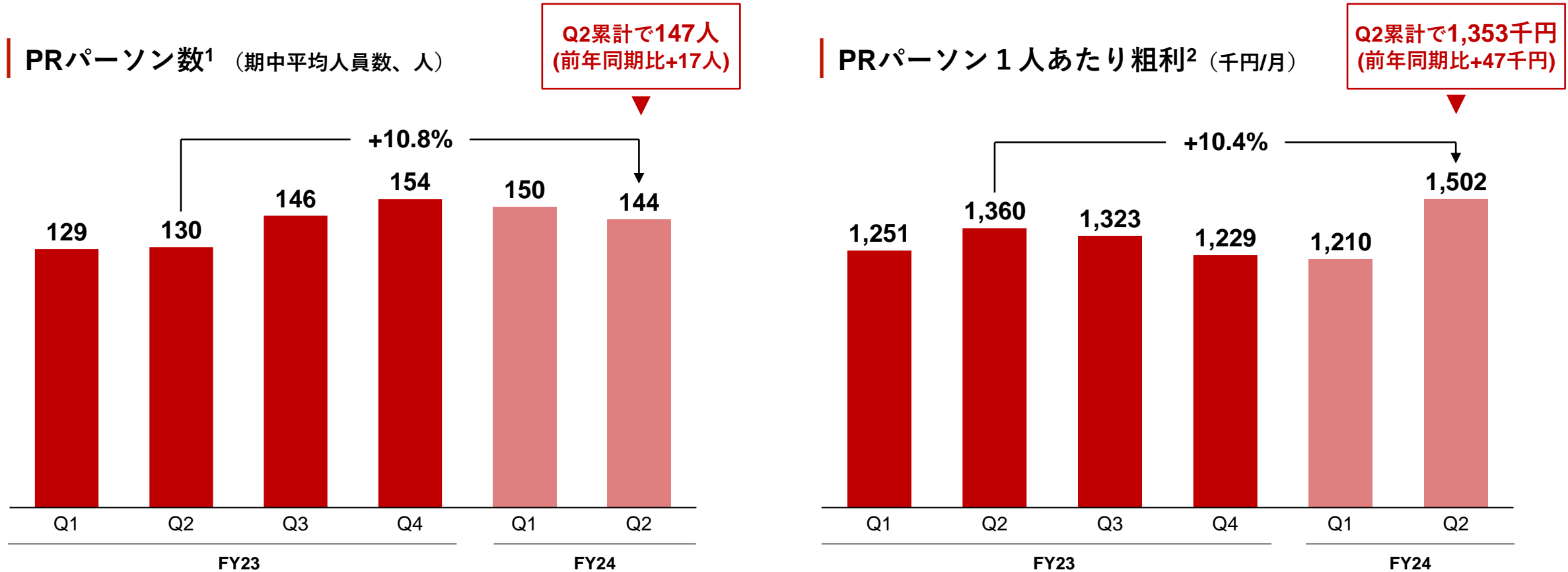
マテリアルのインセンティブ賞与について、前期Q2の支給額が少なかった影響で、前年同期比でのEBITDA成長の一時的な押し下げ要因となる

- 粗利目標の達成状況の相違により、前期Q2の5百万円の計上に対して、当期Q2は33百万円の計上となり、EBITDAで▲28百万円の影響
- 同インセンティブ賞与は主に四半期ごとの粗利目標の達成状況に応じて支給される賞与
- マテリアル全社及び各従業員が所属するチーム別の達成状況により支給有無を決定（支給する場合の個人別の額は概ね固定）

1. EBITDAは、営業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

## 一時的にPRパーソン数は減少するも、PRパーソン1人あたり粗利が大きく改善

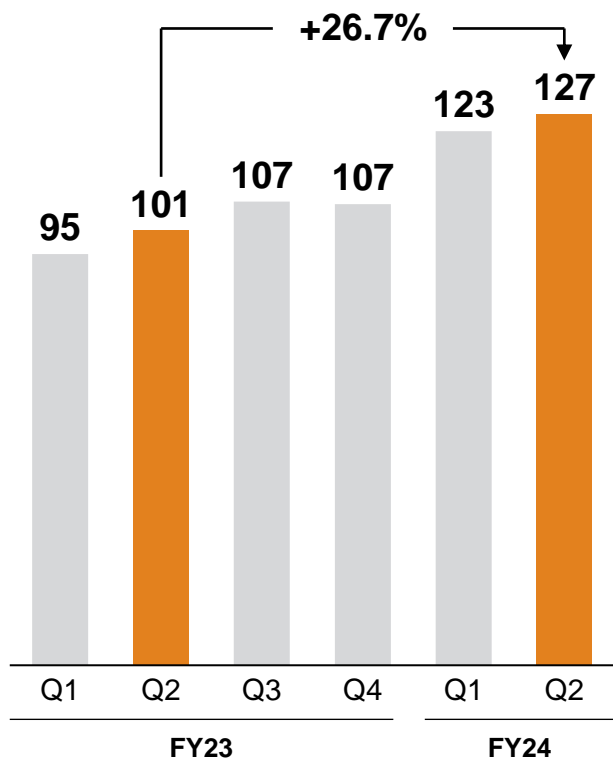


1.株式会社マテリアルの各期間における各月末時点の従業員数の平均値（四捨五入）。2.株式会社マテリアルの各四半期会計期間の粗利をPRパーソン数で除した金額を3で除した金額。粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

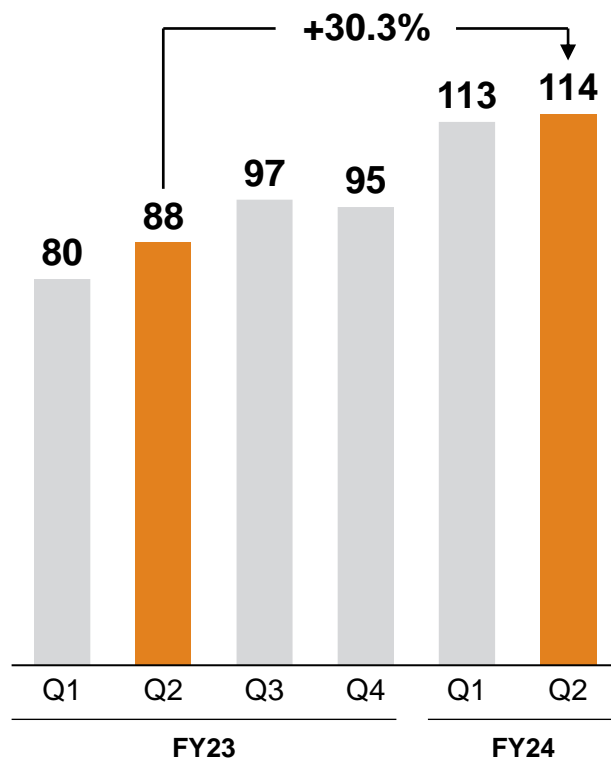
デジタルマーケティング事業：売上・粗利・EBITDAの四半期会計期間別推移

## コンサル・広告運用領域拡大、コスト構造の改善により売上・粗利・EBITDAが大きく成長

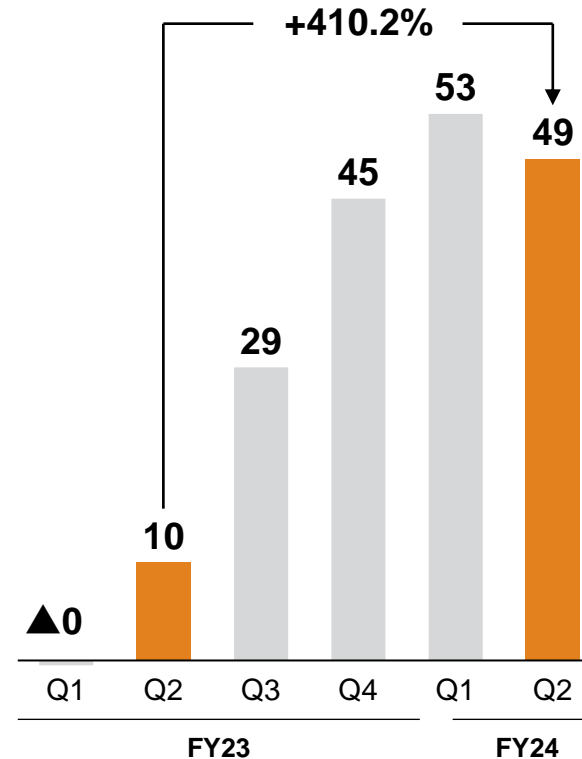
売上（単位：百万円）



粗利<sup>1</sup>（単位：百万円）



EBITDA<sup>2</sup>（単位：百万円）

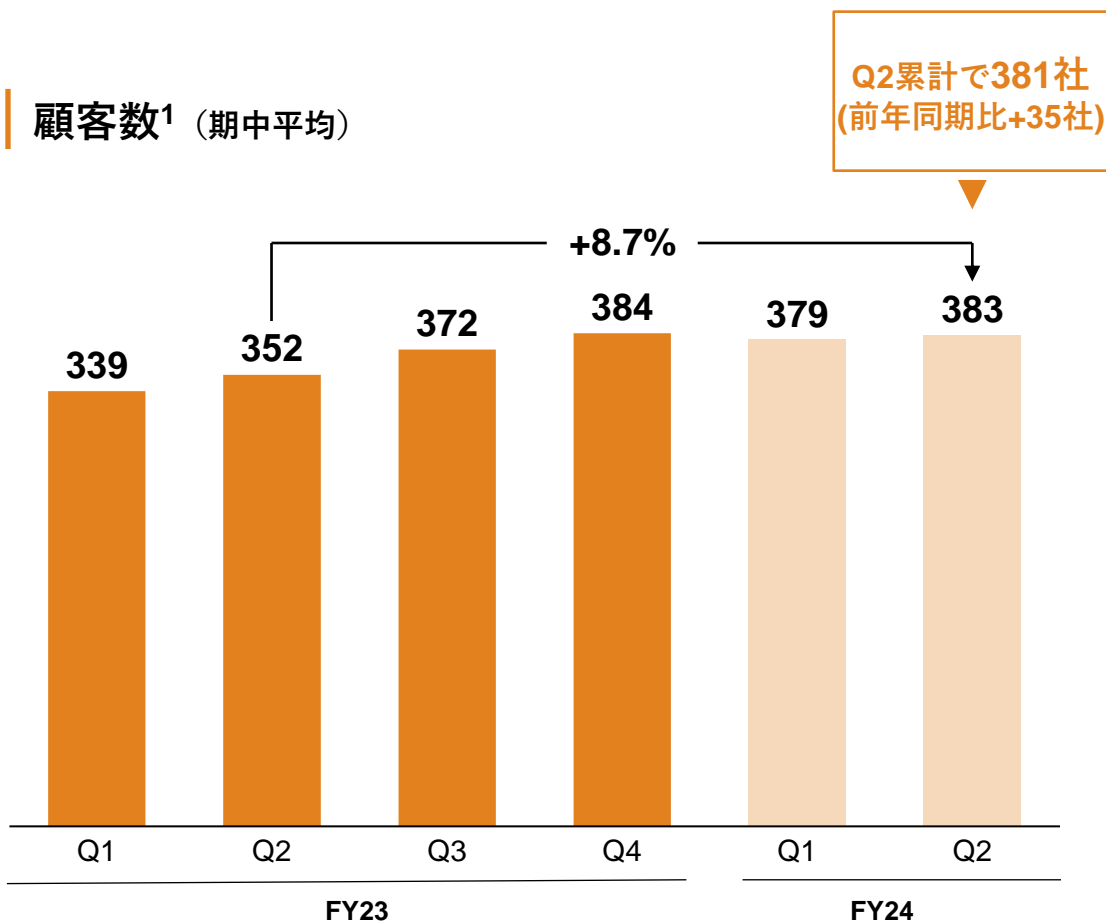


1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。 2. EBITDAは、営業利益に減価償却費及びのれん償却費を足した数値。

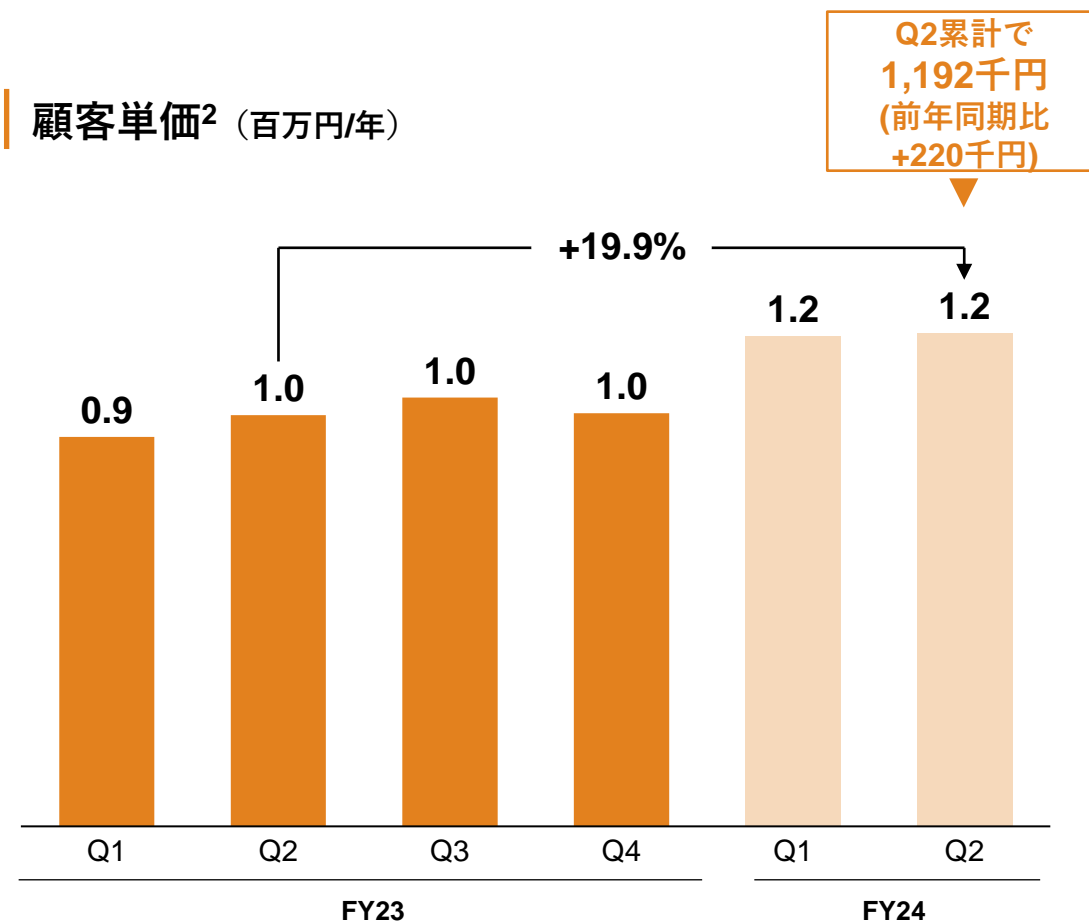
デジタルマーケティング事業：成長ドライバーの実績

## コンサル・広告運用領域拡大により大口顧客が増加。FY24Q2においても高い顧客単価を維持

顧客数<sup>1</sup>（期中平均）



顧客単価<sup>2</sup>（百万円/年）



1. 各四半期会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. 各四半期会計期間の粗利の合計額を顧客数で除した数値を月数3で除し、12を乗じた年換算額

AGENDA 4

# Topics

## PRコンサルティング事業において、2023年11月にキャンドルウィック株式会社を子会社化



- ・ 主として海外政府及び外資系企業のインバウンドPR支援を行う
- ・ 食、美容、旅、教育といった領域におけるパーセプションチェンジに強みを持つ

1. 直近の事業年度（2023年6月期。グループ参画前）における売上高。

### 子会社化の狙い

- ・ 当社グループ人員と同社に所属するバイリンガルPRパーソンの連携により、従来言語・ケイパビリティの点で課題のあったグローバル顧客へのサービス提供範囲の拡張及び質の向上
- ・ グループとして、グローバル案件実行に必要な知見やスキルの獲得

### 本取引の概要・財務インパクト

株式譲渡実行日	2023年11月30日 (連結損益計算書は2023年12月1日から取込)
取得価額	211百万円
のれん発生額	137百万円
同社の年間売上高 <sup>1</sup>	269百万円

Award関連

マテリアルがグローバルレベルのAwardを継続的に受賞

3年連続で**Japan PR Agency of the Year**を受賞



アジア太平洋地域最大の広告マーケティングメディア「Campaign Asia-Pacific」が主催するアワード「Agency of the Year Awards 2023」において、3年連続で「Japan PR Agency of the Year」を受賞

**Regional PR Company of the Year Asia**を受賞



国際的な広告賞である「London International Awards（ロンドンインターナショナルアワーズ）」の2023年表彰において、**Regional PR Company of the Year Asia**を受賞

**PR Agency of the Year**を含む4冠を受賞



アジア太平洋地域を代表する広告賞の一つであるアジア太平洋広告祭「ADFFEST 2024」において、**PR Agency of the Year**を含む4冠を受賞



Award関連

# マテリアルが「ONE CAREER 就活クチコミアワード2024」ベンチャー部門Gold企業/第7位に選出

本ランキングは、就活生と真摯に向き合うベンチャー企業を讃えるもので、就活サイト「ONE CAREER」の掲載企業約4.8万社の中から、採用イベントに関して学生から特に高い評価を得た企業が選出されております。2024年は、「総合」「関西」「東海」「地方都市」「ベンチャー」の5部門に分け、延べ170社が表彰されました。



## ベンチャーランキングについて

1位 タイミー	6位 Schoo
2位 ギークス	7位 <b>マテリアル</b>
3位 Sansan	8位 Speee
4位 Regrit Partners	9位 ブレインパッド
5位 マネーフォワード	10位 リブ・コンサルティング

AGENDA 5

# Appendix

## 連結損益計算書

	FY23 Q2累計	FY24 Q2累計	前年同期比	前年同期比(%)
単位：百万円				
売上高	2,207	2,669	+462	+20.9%
売上原価	831	1,095	+264	+31.8%
売上総利益	1,375	1,573	+197	+14.4%
販売費及び一般管理費 <sup>1</sup>	1,057	1,141	+83	+7.9%
営業利益	317	432	+114	+35.9%
営業外収益	1	1	+0	+27.4%
営業外費用	8	20	+12	+155.4%
経常利益	310	412	+101	+32.8%
特別利益	-	5	+5	-
特別損失	-	-	-	-
税金等調整前四半期純利益	310	418	+107	+34.5%
法人税等	106	142	+36	+34.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	204	275	+70	+34.6%

1.販売費及び一般管理費は、主に人件費、地代家賃及び広告宣伝費で構成

# 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

	2023年8月末	2024年2月末	前期末比
現金及び預金	614	724	+109
売上債権	862	884	+21
その他流動資産	208	177	▲30
流動資産	1,685	1,786	+100
有形固定資産	58	52	▲6
無形固定資産	505	644	+138
投資その他の資産	387	408	+21
固定資産	951	1,105	+153
<b>資産合計</b>	<b>2,637</b>	<b>2,891</b>	<b>+254</b>
流動負債	923	873	▲49
固定負債	281	310	+28
<b>負債合計</b>	<b>1,205</b>	<b>1,184</b>	<b>▲21</b>
資本金	90	90	-
資本剰余金	371	371	-
利益剰余金	969	1,244	+275
非支配株主持分	-	-	-
新株予約権	1	1	-
<b>純資産合計</b>	<b>1,432</b>	<b>1,707</b>	<b>+275</b>

## 連結キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円

	FY23 Q2累計	FY24 Q2累計	前年同期比
現金及び現金同等物の 期首残高	851	614	-
営業活動による キャッシュ・フロー	▲7	270	+278
投資活動による キャッシュ・フロー	▲75	▲88	▲13
財務活動による キャッシュ・フロー	▲491	▲72	+418
現金及び現金同等物の 増減額	▲574	109	683
現金及び現金同等物の 期末残高	276	724	-

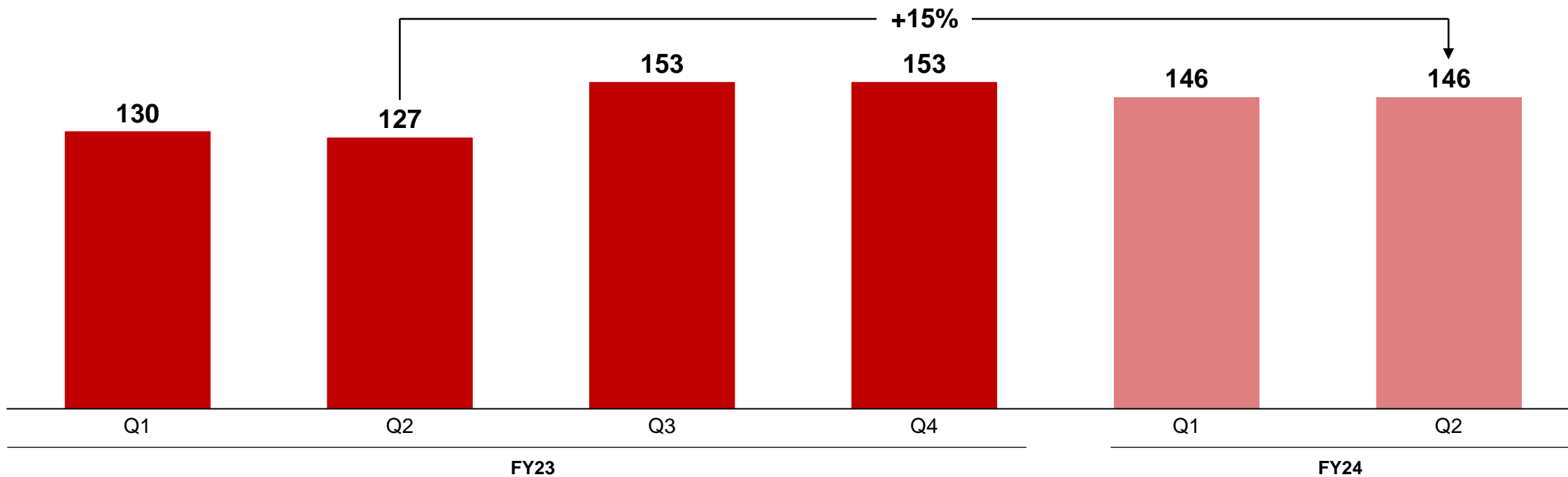
# セグメント別情報

		FY23 Q2累計						FY24 Q2累計						前年同期比					
		報告セグメント				調整額 <sup>1</sup>	全社	報告セグメント				調整額 <sup>1</sup>	全社	報告セグメント				調整額 <sup>1</sup>	全社
単位：百万円		PRC	DM	PRP	計			PRC	DM	PRP	計			PRC	DM	PRP	計		
売上高		1,886	195	129	2,211	▲4	2,207	2,280	250	168	2,699	▲30	2,669	+394	+55	+39	+488	▲26	+462
セグメント利益 又は損失(▲) <sup>2</sup>		496	▲10	▲11	474	▲156	317	528	82	1	611	▲179	432	+31	+92	+13	+137	▲23	+114
EBITDA 調整 項目	減価 償却費	6	7	2	15	6	22	7	7	0	14	3	17	+1	▲0	▲2	▲1	▲3	▲4
	のれん 償却費	6	12	1	20	-	20	8	13	2	24	0	24	+2	▲0	+0	+3	-	+3
EBITDA		509	9	▲7	510	▲150	360	544	102	4	651	▲176	474	+35	+93	+11	+140	▲26	+113
EBITDA Margin(%)		27.0	4.7	▲5.9	23.1	-	16.3	23.9	40.9	2.4	24.1	-	17.8	▲3.1	+36.2	+8.3	+1.0	-	+1.4

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。

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<sup>1</sup>（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。

# 会社概要

ストーリーテリング

## PR発想をコアにした マーケティングコミュニケーションの 専門事業集団

コーポレートブランディング

スタートアップPR

メディアプランニング

インバウンドマーケティング

SNS PR

コミュニケーションデザイン

キャストイング

デジタルマーケティング

クリエイティブ

ESG/SDGs コミュニケーション

プロダクトプレイスメント

クライシスコミュニケーション

社名	マテリアルグループ株式会社 (持株会社)
本社	東京都港区赤坂1丁目12番32号アーク森ビル35階
拠点	東京本社 / 大阪支社
代表者	代表取締役CEO 青崎 曹
設立	2014年8月
資本金	9,000万円 (2024年2月末時点)
決算期	8月

従業員数	268名 (連結、2024年2月末時点)
事業内容	PR・デジタルを中心としたマーケティングコミュニケーション支援
連結 グループ	<p>事業セグメント：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>PRコンサルティング事業           <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> </li> <li>デジタルマーケティング事業           <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社マテリアルデジタル</li> </ul> </li> <li>PRプラットフォーム事業           <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社CONNECTED MATERIAL / 株式会社PRAS</li> </ul> </li> </ul>

主な経営陣

## 各人が明確な役割を持ったチームで経営



青崎 曹

AOSAKI SO

マテリアルグループ

代表取締役CEO

マテリアル

代表取締役社長

マテリアルデジタル

代表取締役社長

- 2011年、創業間もない社員2名のマテリアルに入社。マテリアルの成長の礎を築く。
- 2019年に代表取締役CEOに就任。従来のPRエージェンシーの枠に囚われない新しいグループ形を模索し、グループの急成長を牽引。
- 日本大学卒業



吉田 和樹

YOSHIDA KAZUKI

マテリアルグループ

取締役CFO

マテリアル

取締役

- 有限責任 あずさ監査法人、ポストン コンサルティング グループを経て、2019年にマテリアルグループに参画し、CFOに就任。
- コーポレートの統括と、M&Aを含む事業開発、経営管理高度化等に取り組んでいる。
- 慶應義塾大学卒業

### PR



竹中 久貴

TAKENAKA HISATAKA

マテリアル

取締役

- ADKを経て2015年にマテリアルへ参画。プロデューサーの統括を担う。
- 早稲田大学卒業



尾上 玲円奈

ONOUE REONA

マテリアル

取締役

- NHK、井上PR執行役員を経て、2023年にマテリアルへ参画。新たな専門チームを立ち上げ。
- 早稲田大学、東京大学大学院卒業



関 航

SEKI WATARU

マテリアル

取締役

マテリアルデジタル

- 2014年にマテリアルに中途入社し、プランニング専門部署を立ち上げ。
- ストーリーテリングの概念を確立し、国内外120以上のアワードを受賞。
- 同志社大学卒業



伍 卯

GO U

マテリアルデジタル

取締役CTO

- ドワンゴ、Supership、ビットバンクを経て、2019年よりFlipdeskの開発に従事。
- 南京師範大学、九州工業大学大学院卒業



川端 康介

KAWABATA KOSUKE

マテリアルデジタル

取締役

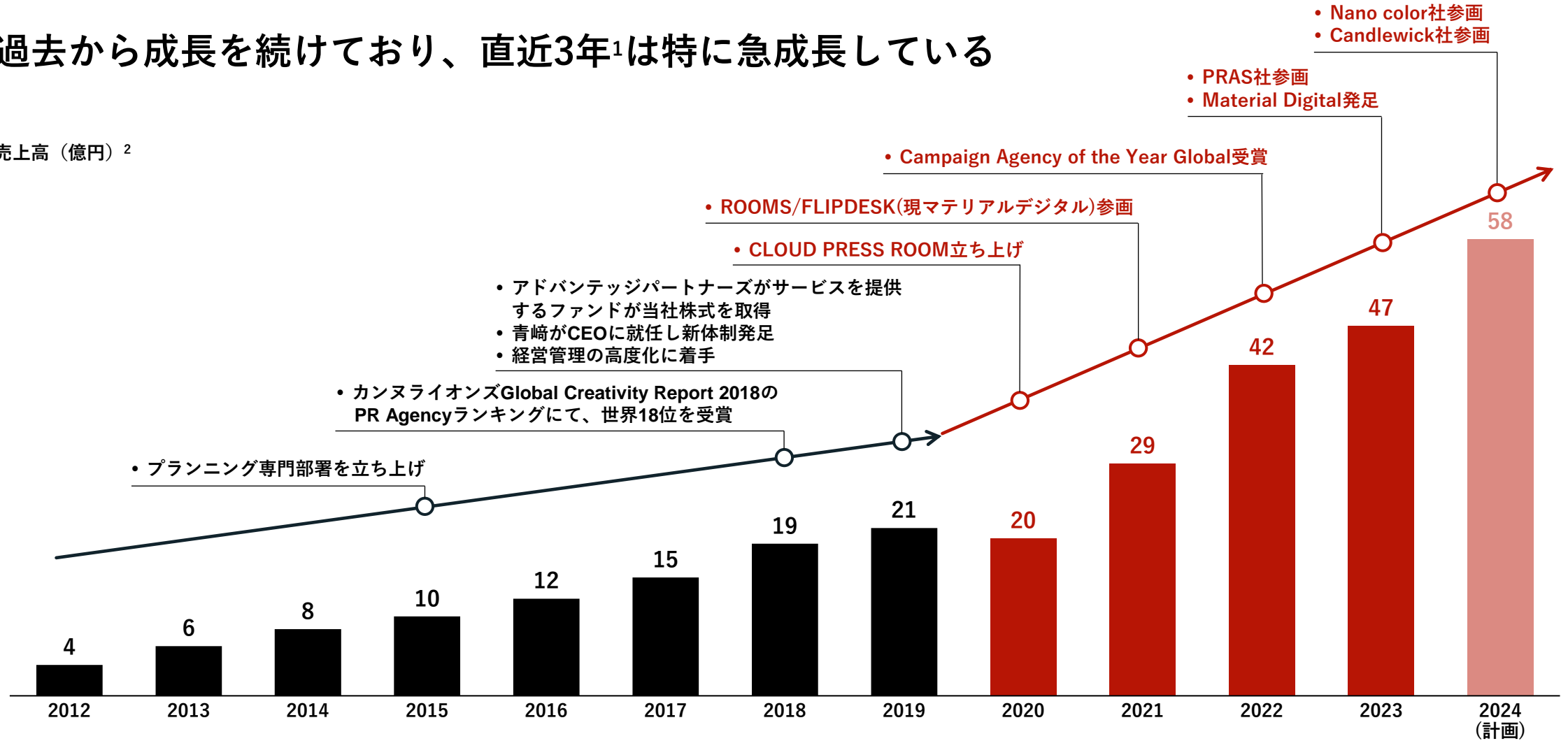
- 事業会社でEC事業の立ち上げを含む事業責任者を経験し、nano color社を創業。
- 2023年M&Aにより当社グループに参画。

### Digital Marketing



# 過去から成長を続けており、直近3年<sup>1</sup>は特に急成長している

売上高（億円）<sup>2</sup>



1. 2020年8月期～2023年8月期 2. 2012年8月期～2015年8月期までは株式会社マテリアルの売上高。2016年8月期～2020年8月期は、株式会社マテリアル、株式会社マテリアルパートナーズ(現株式会社CONNECTED MATERIALの人材事業)、株式会社P-NEWS(現株式会社CONNECTED MATERIALのCLOUD PRESS ROOM事業)の売上高の合計額。2021年8月期までは会社計算規則の規定に基づき算出した数値。2022年8月期～2023年8月期は、監査法人による金商法監査・レビュー済のマテリアルグループ連結財務諸表における売上高。2024年8月期は、本資料公表時点の計画数値。

# At a Glance (2023年8月期のハイライト)

## 連結

売上高

47 億円



粗利<sup>1</sup>

32 億円



営業利益

7.1 億円



## 株式会社マテリアル

PRパーソン数<sup>2</sup>

140 名

PRパーソン  
一人当たり粗利<sup>3</sup>  
**1.3百万円/月**



Japan PR Agency of the Year  
**3年連続受賞**

アジア最大の広告専門誌  
『Campaign Asia-Pacific』が  
主催するアワードにおいて  
受賞しました。



## 株式会社マテリアルデジタル

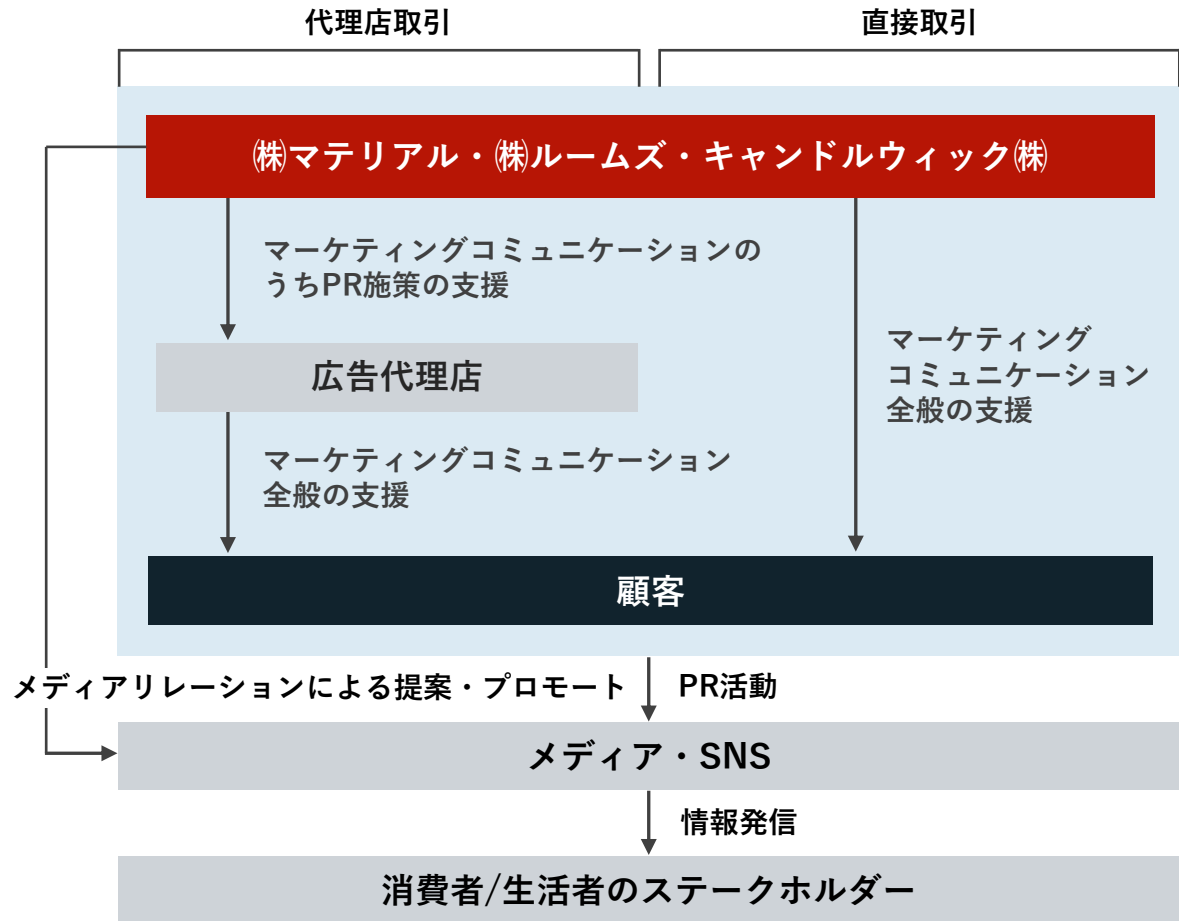
デジタルマーケティング事業の  
EBITDA改善額<sup>4</sup>

+1.8 億円



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.株式会社マテリアルの年間平均従業員数(四捨五入)。3.株式会社マテリアルの粗利をPRパーソン数で除した金額を12で除した金額(四捨五入)。  
4.2022年8月期と2023年8月期を比較。

# プロジェクト毎にPRプロデューサーを中心としたチームを組成するBtoBサービス



## プロジェクト型

(主たる契約形態)

- 施策単位で受注
- 企画の立案と実行
- 主にマーケティング予算

## リテナー型

- 期間単位で受注
- 広報業務の補助・代行
- 主に広報部予算

チーム (例)

- PRプロデューサー
- プランナー
- メディアプロモーター

チーム (例)

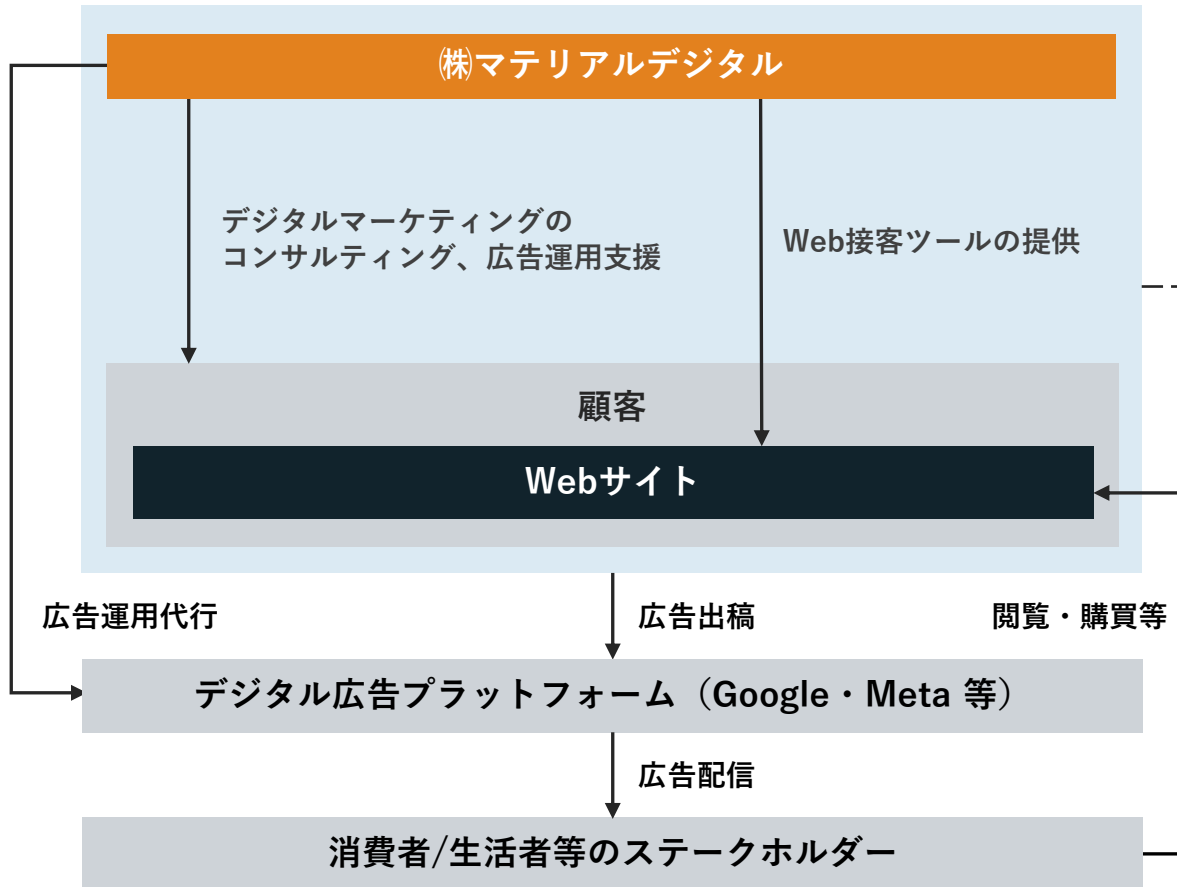
- PRプロデューサー
- メディアプロモーター

PRコンサルティング事業（コア事業）の成長ドライバー

## 質の高いPRパーソン数の増加が重要な成長ドライバー



## デジタルでの集客・接客を起点に、統合的にマーケティングを支援



### デジタルマーケティングの コンサルティング・ 広告運用支援

- マーケティング全般の支援
- コンサルティングだけでなく、  
広告運用、クリエイティブ  
制作を請け負う

### Web接客ツール 「Flipdesk (フリップデスク)」 の提供

- SaaS型でのツール提供
- ECを中心としたクライアント  
Webサイトに導入
- ツール運用の支援コンサルも提供

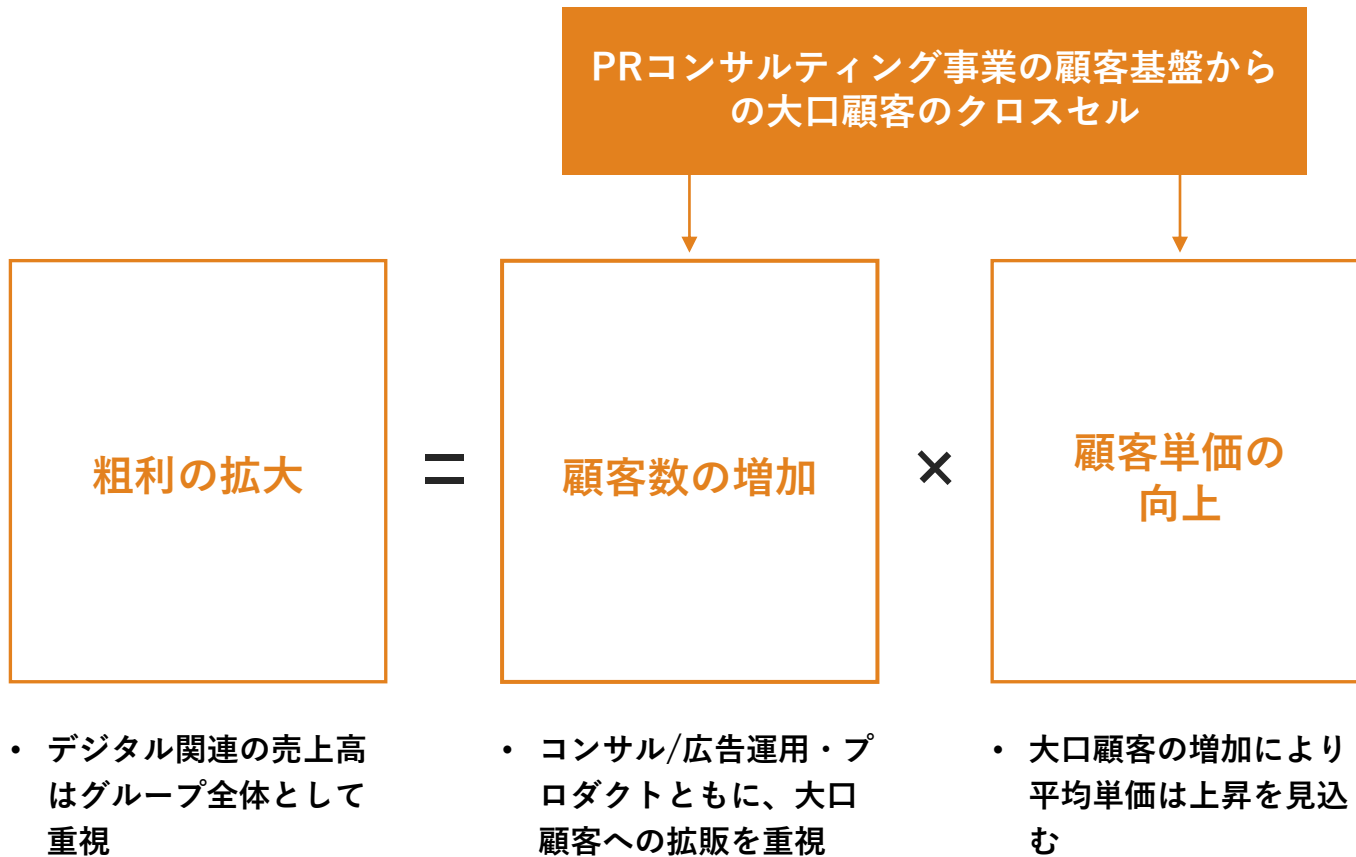
#### チーム (例)

- マーケター/PJ責任者
- ディレクター
- 運用メンバー



デジタルマーケティング事業（準コア事業）の成長ドライバー

## PRコンサルティング事業との連携による大口顧客の獲得が重要



当社の2024年8月期の今後の決算発表及び株主総会の実施予定日

**2024年8月期 第3四半期決算発表**

**2024年7月12日**

**2024年8月期 第4四半期決算発表**

**2024年10月11日**

**2024年8月期 株主総会**

**2024年11月27日**

なお上記スケジュールは変更される場合があります。予めご了承ください。

# 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。