

Switch

to

2026年8月期 第2四半期決算説明資料

MATERIAL GROUP | 東証グロース 156A 2026.4.14

Red.

すべての個性に情熱を灯せ。

MATERIAL
GROUP

2026年8月期第2四半期決算 キーメッセージ

1

前年同期比で連結粗利¹+42.6%/営業利益+82.1%となり、高い成長率を実現
上期計画比で粗利/営業利益ともに超過となる一方で、通期業績予想は維持

2

下期は、AI関連の積極的な投資を予定するとともに、生産性向上も背景に
人員へのインセンティブ支給を見込む

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
+365.1%と急成長。供給制約等もあり、同事業の下期の粗利成長は若干の
鈍化を見込むも、営業利益ベースで通期計画に対して堅調に進捗

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。

2026年8月期第2四半期決算 エグゼクティブサマリー

2026年8月期第2四半期連結業績

<p>売上高</p> <p>4,399百万円 (前年同期比+45.2%)</p>	<p>粗利¹</p> <p>3,000百万円 (前年同期比+42.6%)</p>	<p>営業利益</p> <p>707百万円 (前年同期比+82.1%)</p>	<p>中間純利益</p> <p>395百万円 (前年同期比+66.0%)</p>
--	---	---	--

- 前年同期比で粗利は+42.6%、営業利益も+82.1%と高い成長率を実現。上期計画比では超過となるも通期業績予想は維持。下期は、AI関連の積極的な投資を予定するとともに、生産性向上も背景に人員へのインセンティブ支給を見込む。
- 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+365.1%と急成長。供給制約等もあり、同事業の下期の粗利成長は若干の鈍化を見込むも、営業利益ベースで通期計画に対して堅調に進捗

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	
<p>PRパーソン数</p> <p>198人 (前年同期比+18.9%)</p>	<p>1人当たり粗利</p> <p>1,415千円 (前年同期比+2.6%)</p>	<p>顧客数</p> <p>425社 (前年同期比+9.2%)</p>	<p>顧客単価</p> <p>2,444千円 (前年同期比+67.3%)</p>

- PRパーソンの中途入社は、2026/4までに22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

- 中長期的な企業価値の向上へのコミットメントをより一層強化するため、当社及び子会社の取締役がAPファンド²より395,088株（発行済株式総数の4%）の株式を取得
- Financial Timesのアジア太平洋地域における急成長企業ランキング2026に日本のPR会社として唯一選出
- 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。2.株式会社アドバンテッジパートナーズがサービスを提供する戦略PR投資事業有限責任組合、10X Investment Ltd.、Retweet and Share Ltd.の3社を総称。

(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	4,399
外注費	1,399
粗利¹	3,000
販管費(管理)	2,292
人件費	1,516
地代家賃	200
その他	576
営業利益	707
のれん償却費	83
のれん償却前営業利益 ²	790

制度会計

売上	4,399
売上原価	1,756
外注費	1,399
人件費	316
その他	41
売上総利益	2,643
販管費(財務)	1,935
人件費	1,200
地代家賃	200
その他	535
営業利益	707
のれん償却費	83
のれん償却前営業利益	790

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. 2026年8月期第2四半期業績
2. セグメント別の状況
3. Topics/事例紹介
4. 株主還元等の方針
5. Appendix

AGENDA 1

2026年8月期第2四半期業績

連結業績：2026年8月期第2四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

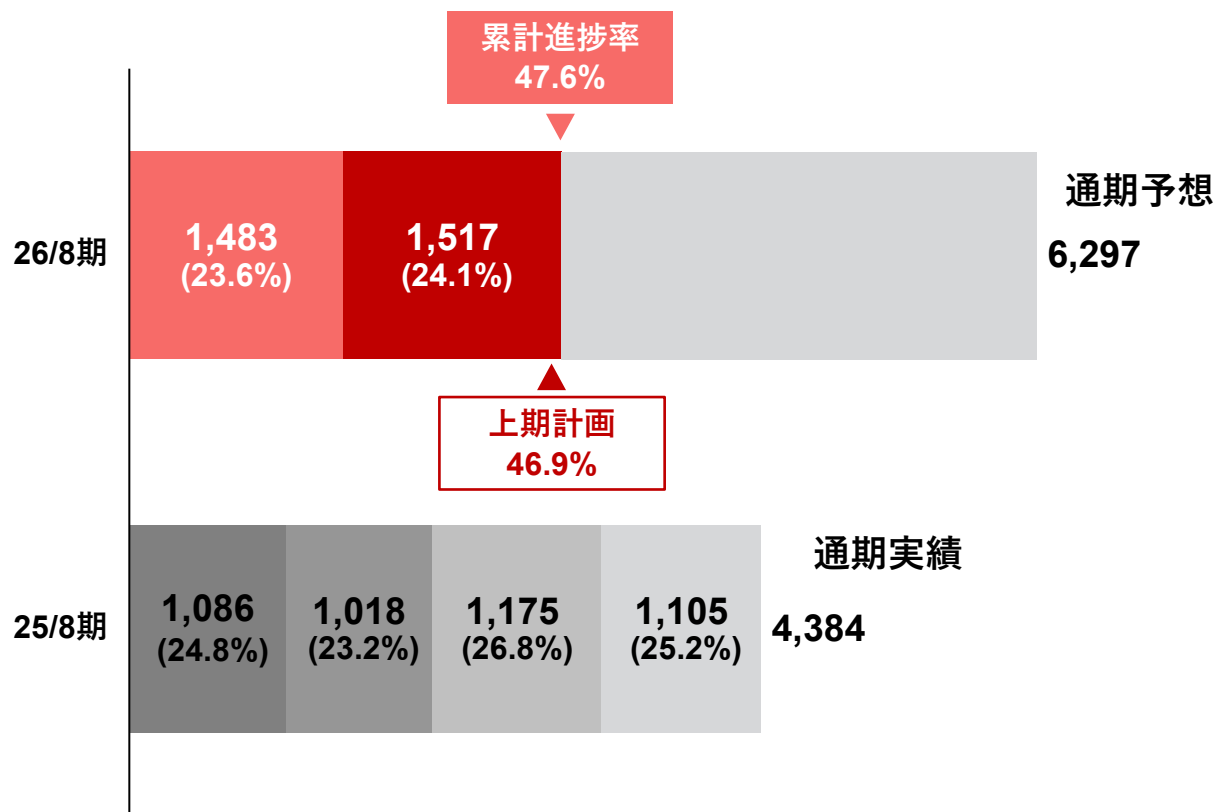
単位：百万円	25/8期 Q2実績	26/8期 Q2実績	前年 同期比	通期 業績予想	進捗率	上期 業績予想	達成率	
売上高	3,029	4,399	+45.2%	8,964	49.1%	4,208	104.5%	<ul style="list-style-type: none"> PRCの堅調な成長に加えて、M&A影響のあるDM/PRPの規模拡大によって、前年同期比で粗利が42.6%成長 上期予想を超過するも、通期予想は維持。下期偏重の業績予想達成に向けて引き続き顧客の獲得に注力
粗利 ¹	2,103	3,000	+42.6%	6,297	47.6%	2,954	101.6%	
売上総利益	1,858	2,643	+42.2%	5,527	47.8%	2,593	101.9%	
売上総利益率	61.3%	60.1%	▲1.3%	61.7%	▲1.6%	61.6%	▲1.5%	
営業利益	388	707	+82.1%	1,150	61.5%	522	135.4%	<ul style="list-style-type: none"> M&A影響、生産性改善により前年同期比で営業利益は82.1%の成長を実現。なお営業利益も上期予想超過するも通期予想は維持 下期はAI Agentの活用等AIを前提とした業務の構築に向けた積極的なAI投資及び人員へのインセンティブ支給を見込む
営業利益率	12.8%	16.1%	+3.3%	12.8%	3.2%	12.4%	3.7%	
のれん償却前 営業利益 ²	415	790	+90.3%	1,321	59.8%	603	131.0%	
経常利益	387	673	+73.7%	1,037	64.9%	499	134.9%	営業外費用にM&A案件のアドバイザー費用14百万円、支払利息11百万円、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 当期純利益	238	395	+66.0%	612	64.5%	289	136.9%	

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）

すべてのセグメントが堅調に推移し、上期の粗利計画を小幅に上回る

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/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、顧客の積み上がりに伴い、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、顧客の積み上がりに伴い、下期にかけて収益が拡大

連結業績：2026年8月期第2四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 Q2実績	26/8期 Q2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	2,588	3,139	+21.3%	6,235	50.4%	<ul style="list-style-type: none"> 粗利は+18.0%と着実に成長 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 通期予想に対して計画通り進捗
	粗利	1,742	2,055	+18.0%	4,218	48.7%	
	のれん償却前 営業利益	562	765	+36.1%	1,397	54.8%	
DM デジタルマーケティング	売上	344	726	+110.7%	1,326	54.8%	<ul style="list-style-type: none"> 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+82.1%の成長 のれん償却前営業利益も同様に58.4%の成長 通期予想に対して計画通り進捗しているが、下期の成長に向けて引き続き顧客獲得に注力
	粗利	284	517	+82.1%	1,024	50.5%	
	のれん償却前 営業利益	103	164	+58.4%	296	55.3%	
PRP PRプラットフォーム	売上	134	593	+341.0%	1,400	42.3%	<ul style="list-style-type: none"> 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 供給制約等もあり、下期の粗利成長は若干の鈍化を見込むも、営業利益ベースで通期計画に対して堅調に進捗
	粗利	98	457	+365.1%	1,052	43.4%	
	のれん償却前 営業利益	27	166	+495.8%	291	57.0%	

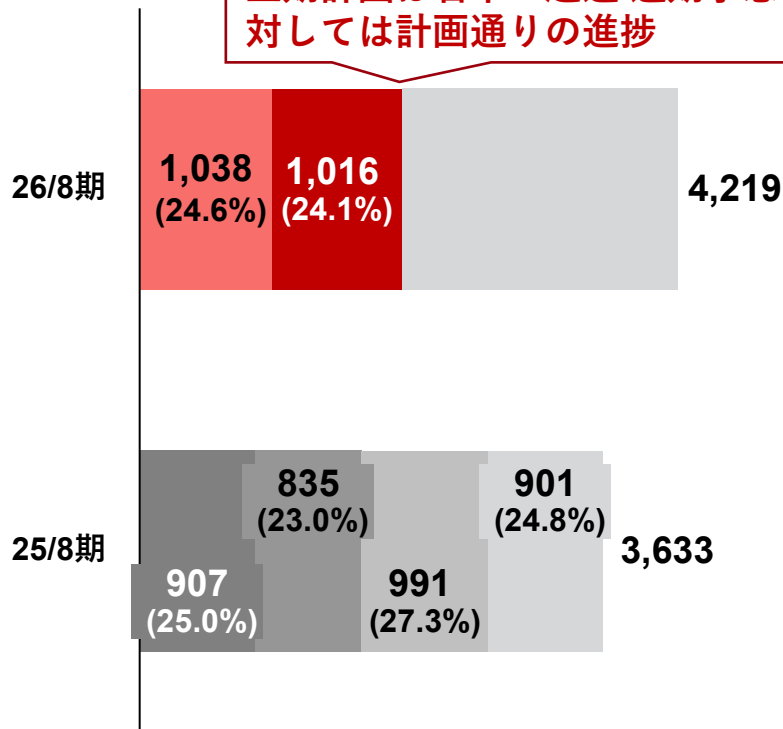
1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。2. のれん償却前営業利益は営業利益にのれん償却費を足して算出。

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）

各セグメントにおいて、上期/通期ともに堅調な進捗

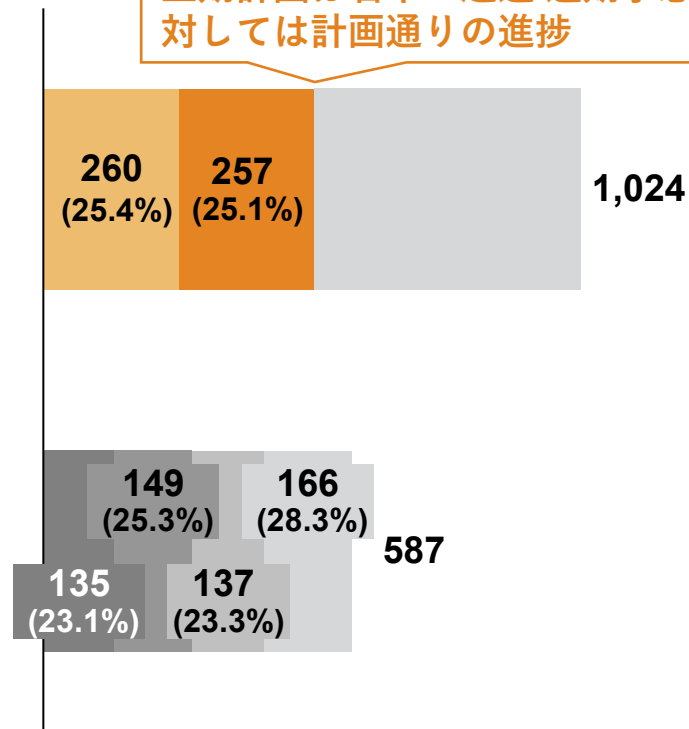
PRC（単位：百万円）

上期計画は若干の超過/通期予想に対しては計画通りの進捗



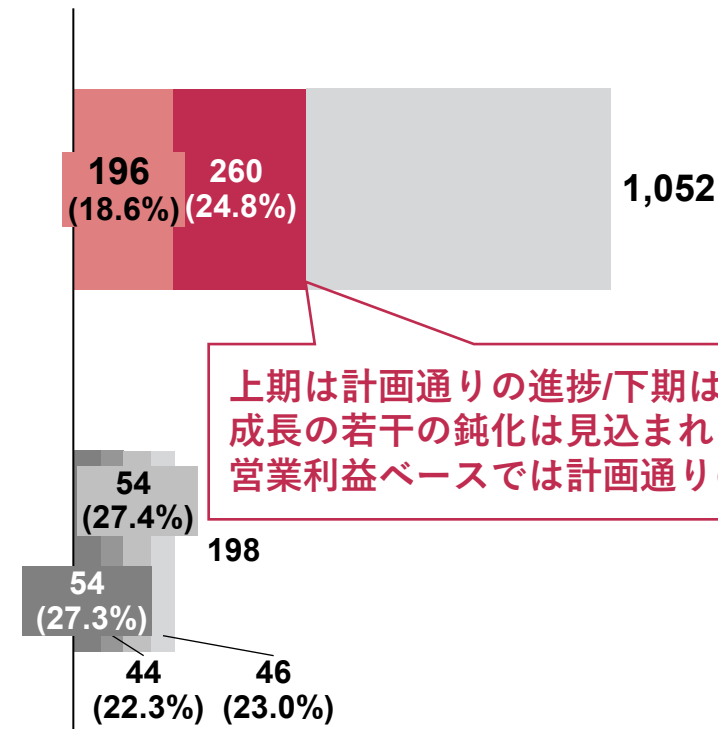
DM（単位：百万円）

上期計画は若干の超過/通期予想に対しては計画通りの進捗



PRP（単位：百万円）

上期は計画通りの進捗/下期は粗利成長の若干の鈍化は見込まれるが、営業利益ベースでは計画通りの見込

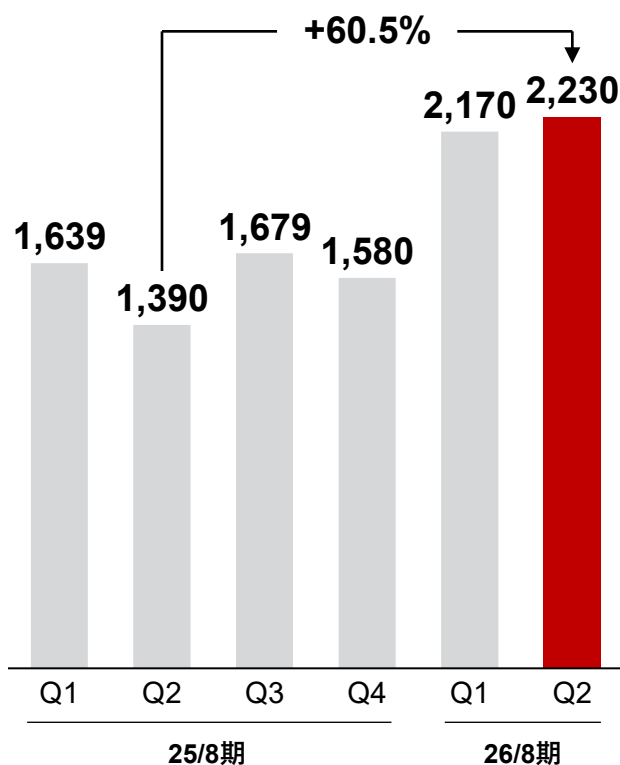


1.粗利は、案件から得られる売上高から、案件進行に係る外注費を差し引いた金額。

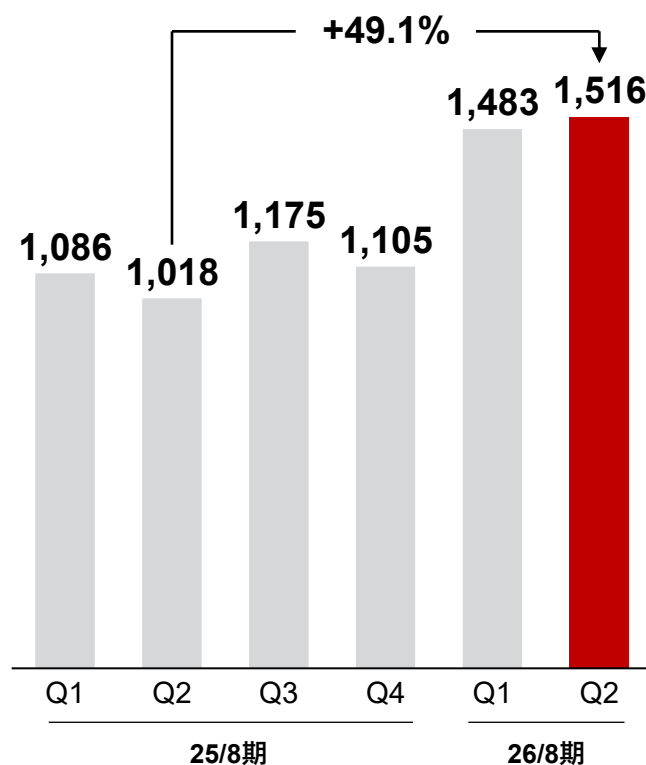
連結業績：売上・粗利¹・営業利益の四半期会計期間別推移

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

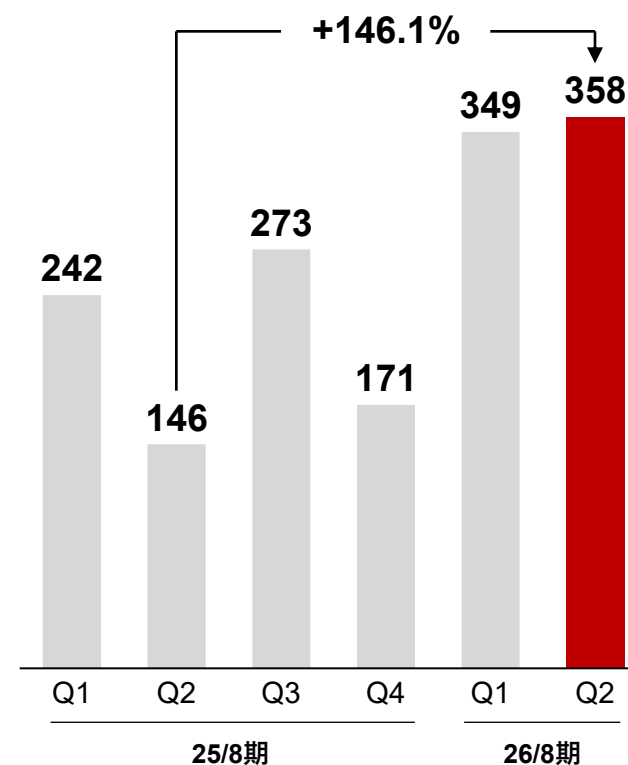
売上（単位：百万円）



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 2

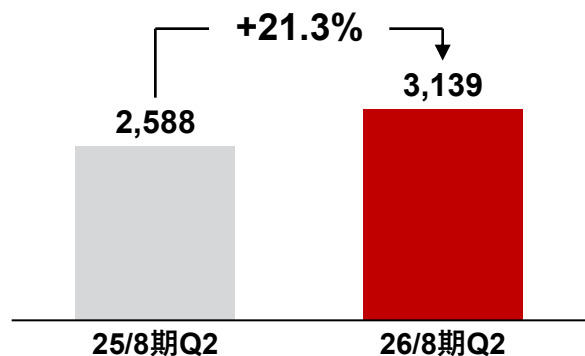
セグメント別の状況

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

中核子会社のマテリアルの20%超成長もあり、着実に成長

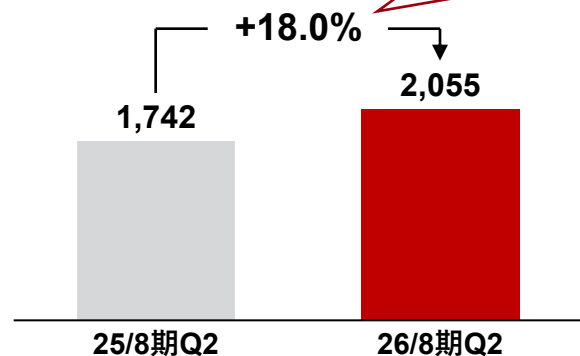
売上（単位：百万円）

累計期間推移



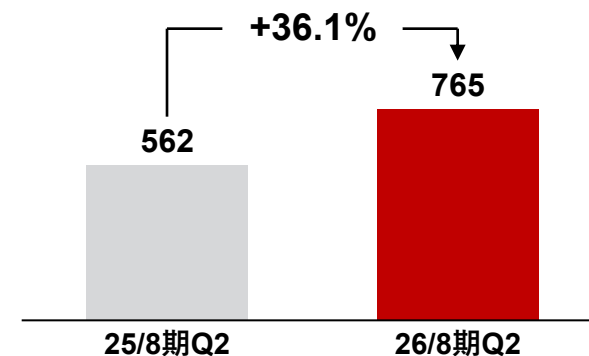
粗利（単位：百万円）

中核子会社マテリアルは前年同期比22.1%の成長

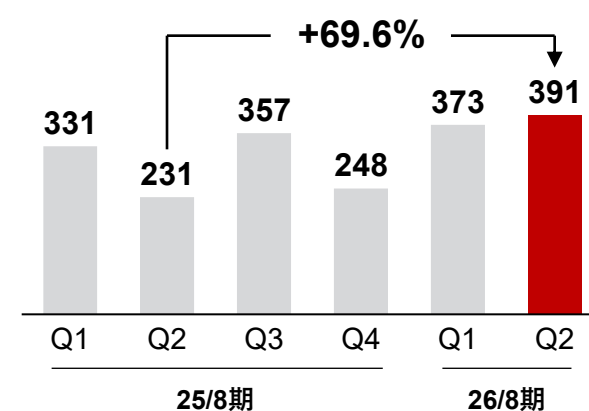
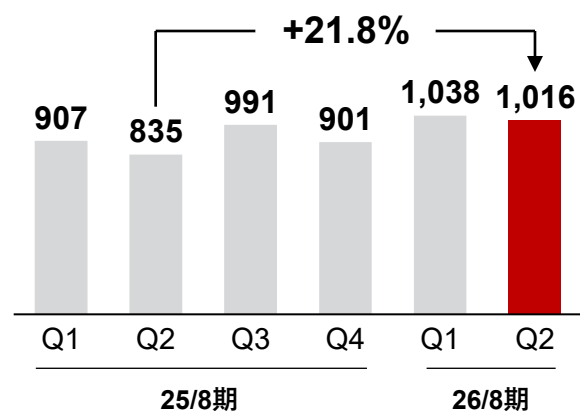
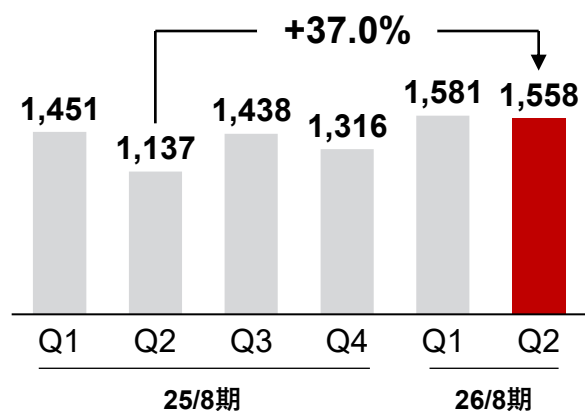


のれん償却前営業利益

（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

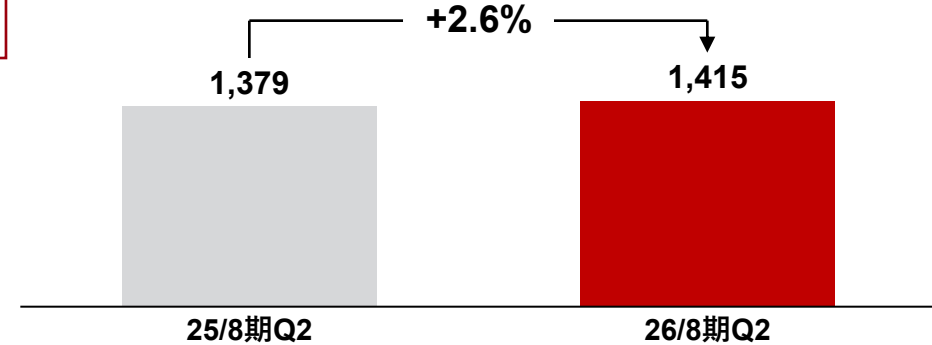
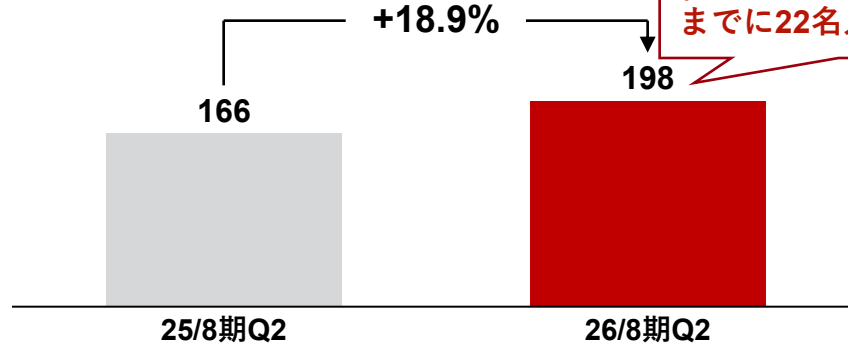
PRパーソン数は25卒入社で増加、1人あたり粗利は高水準を維持し、前年同期比増

PRパーソン数¹（期中平均人員数、人）

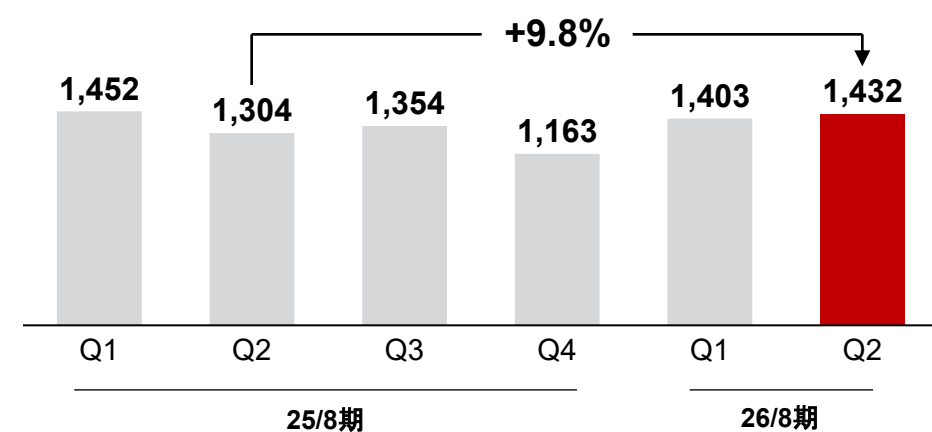
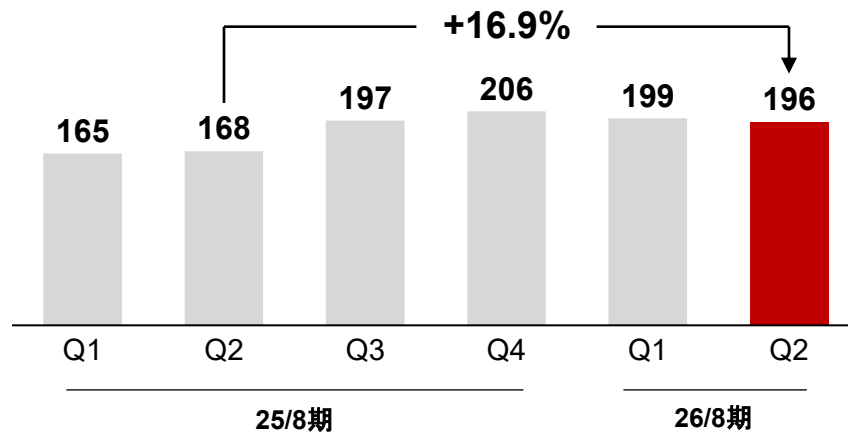
離職が若干増加するも、中途採用は引き続き堅調（通期26名計画に対して4月までに22名入社予定）

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

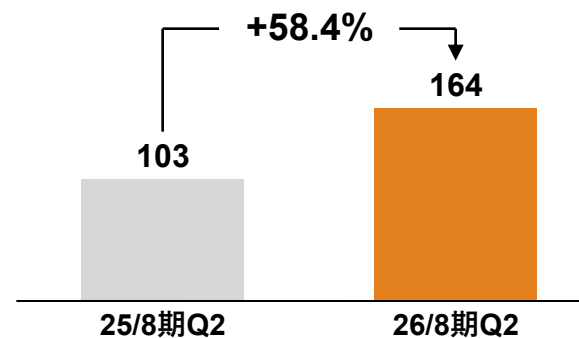
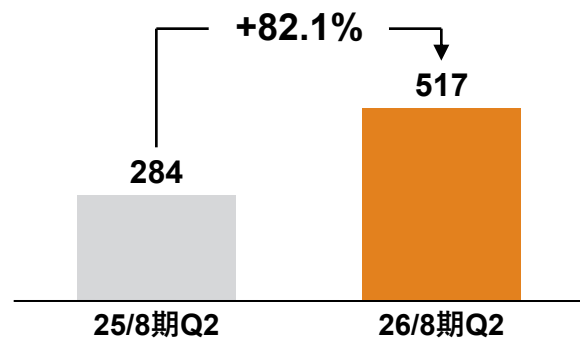
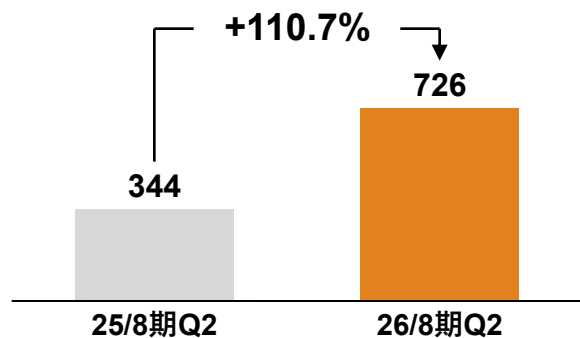
Bridge参画影響で、トップライン・利益ともに前年同期比で規模が拡大

売上（単位：百万円）

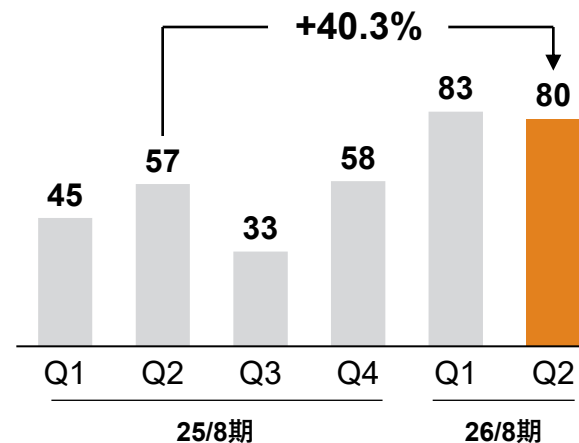
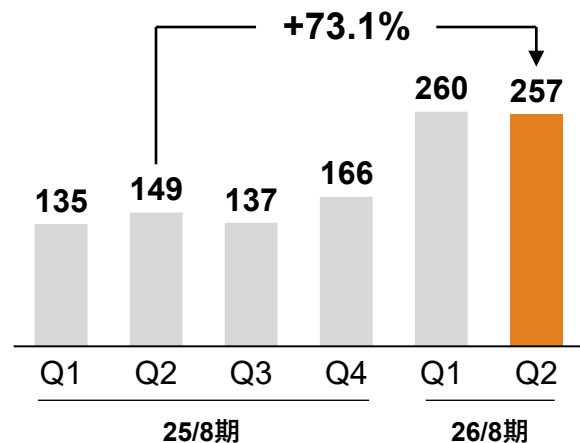
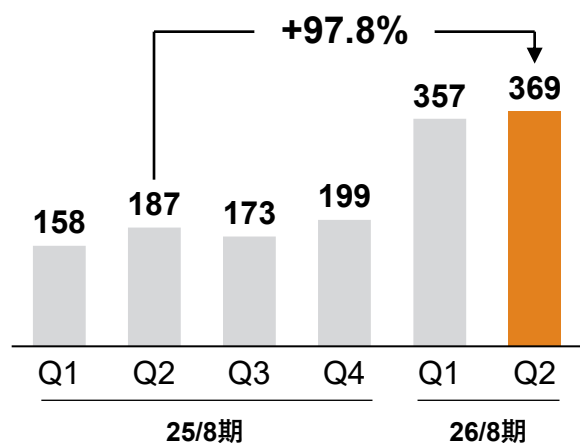
粗利（単位：百万円）

のれん償却前営業利益
（単位：百万円）

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. 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。

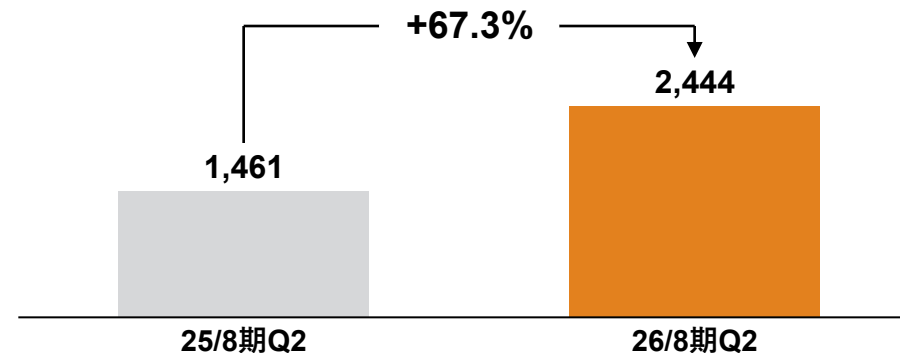
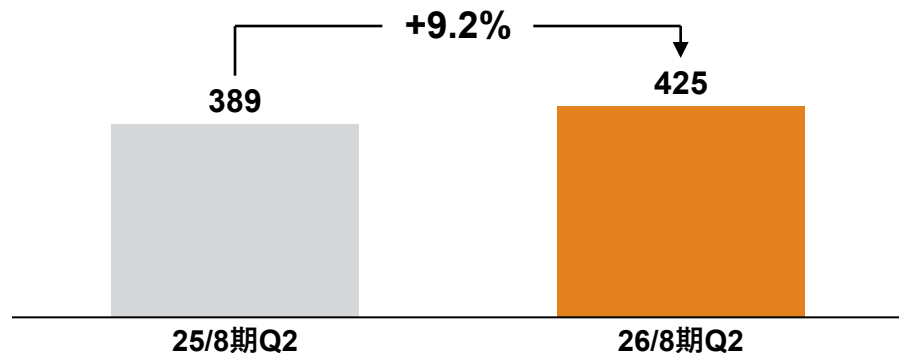
デジタルマーケティング事業：成長ドライバーの実績

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）

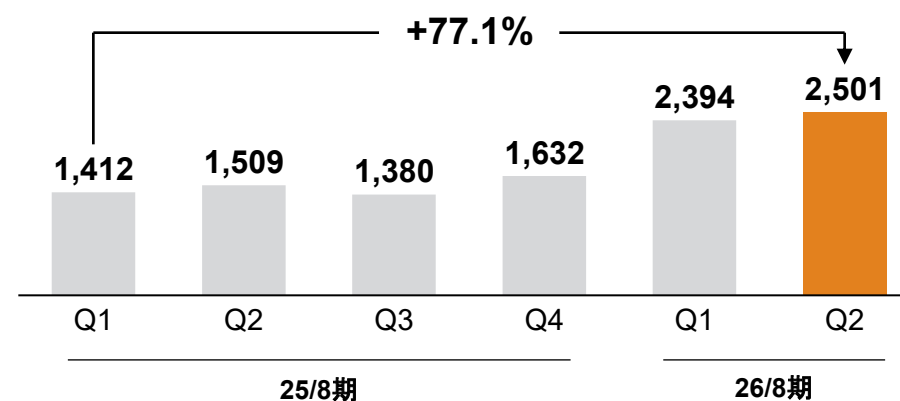
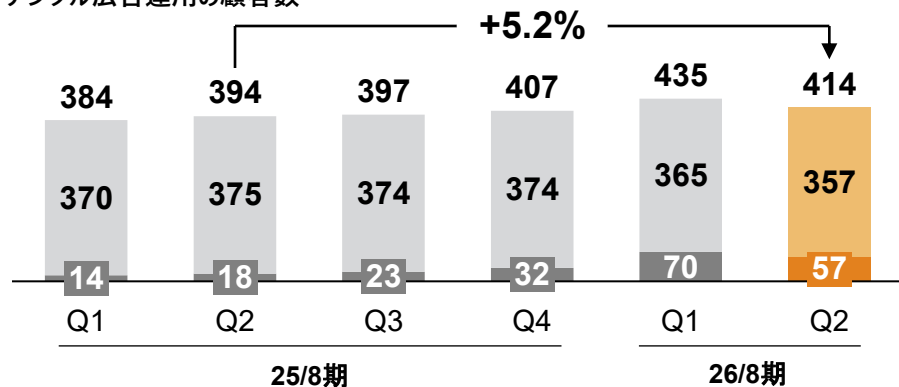
顧客単価²（千円/年）

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

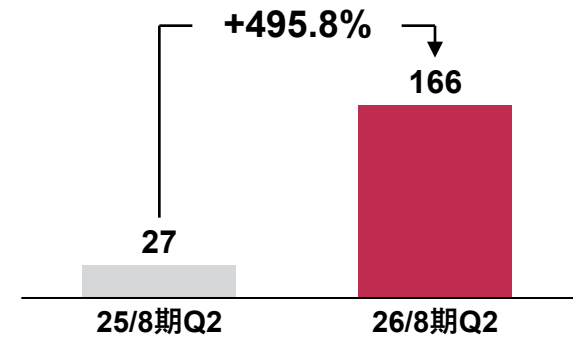
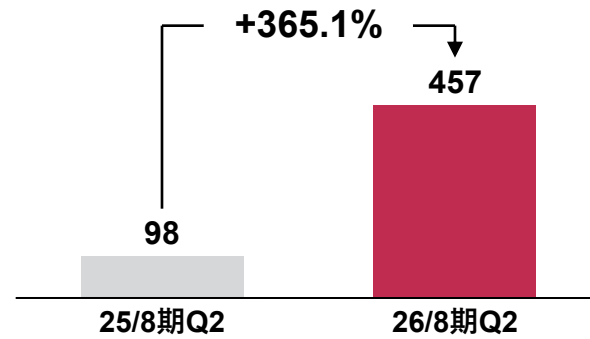
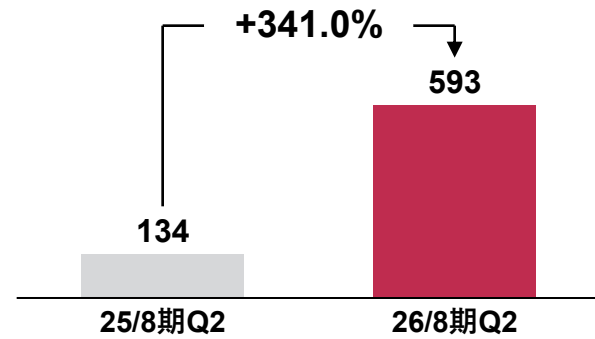
トレプロ参画影響によりトップライン・利益ともに前年同期比で規模が拡大

売上（単位：百万円）

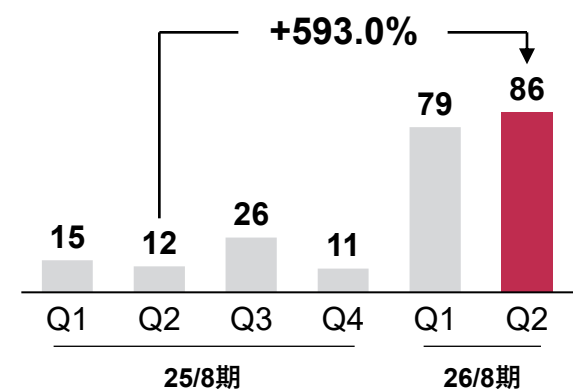
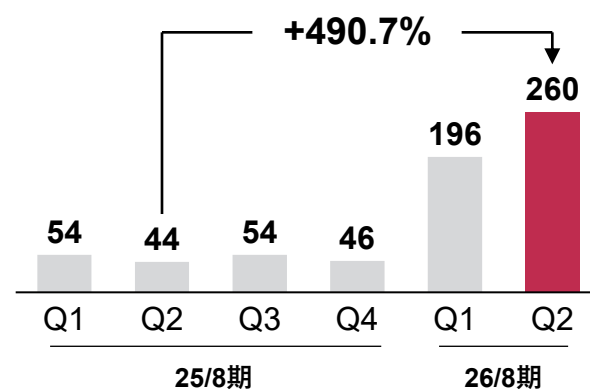
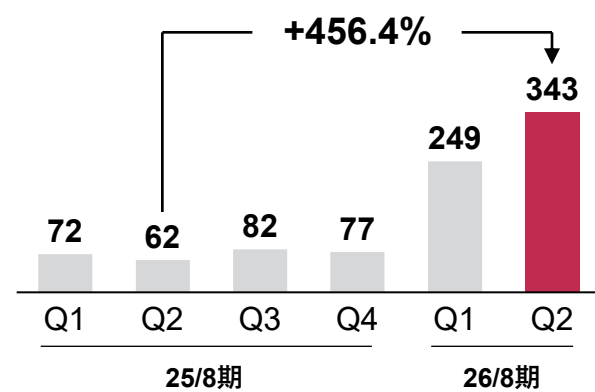
粗利（単位：百万円）

のれん償却前営業利益（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. 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 3

Topics/事例紹介

当社取締役等による当社株式取得

中長期的な企業価値向上に向けて、当社グループ役員がAPファンド¹より株式を取得

株式取得の概要

- APファンドより、合計4%の株式を当社代表取締役CEO青崎曹、取締役CFO吉田和樹及び子会社の取締役が株式を取得（市場外における譲渡）
- 取得価格は、2026/3/26時点の東京証券取引所における当社株式の終値（851円）
- 本件取引に係る取得資金として、各種資産保全策を講じた上で、当社より貸付を実施

本取引の背景

当社の今後の業績拡大へのコミットメントをより一層強化し、中長期的な企業価値向上に向けた経営努力を促すことを目的

取得した取締役の譲渡前後の持株比率

単位：株	譲渡人 (APファンド)	譲受人			合計
		青崎曹 (代表取締役CEO)	吉田和樹 (取締役CFO)	当社子会社の 取締役	
譲受前	4,392,824 (44.47%)	133,573 (1.35%)	95,329 (0.97%)	52,012 (0.53%)	280,914 (2.84%)
譲渡後	3,997,736 (40.47%)	281,731 (2.85%)	243,487 (2.47%)	150,784 (1.53%)	676,002 (6.84%)
増減	395,088 (▲4.0%)	148,158 (+1.5%)	148,158 (+1.5%)	98,772 (+1.0%)	395,088 (+4.0%)

1.株式会社アドバンテッジパートナーズがサービスを提供する戦略PR投資事業有限責任組合、10X Investment Ltd.、Retweet and Share Ltd.の3社を総称。

Award関連

マテリアルグループ、イギリスのメディアFinancial Timesのアジア太平洋地域における急成長企業ランキング2026に日本のPR会社として唯一選出

High-Growth Companies Asia-Pacific 2026



「High-Growth Companies Asia-Pacific」は、イギリスの経済紙Financial Timesと世界最大級の統計・市場データプラットフォームStatistaが共同で実施する、アジア太平洋地域における高成長企業を対象とした国際ランキングです。2018年より毎年発表されており、今年で第8回目の公表となります。オーストラリア・中国・香港・インド・インドネシア・日本・マレーシア・ニュージーランド・フィリピン・シンガポール・韓国・台湾・タイ・ベトナムの14カ国・地域を対象に、2021年から2024年にかけての売上高年平均成長率（CAGR）に基づき、上位500社を選出しています。

<https://www.ft.com/content/c5a3ba72-0333-4830-8280-6bd1592e1f85>

大阪・関西万博「日本館」 (経済産業省 (大日本印刷株式会社からの委託業務として実施))¹



提供：経済産業省

当グループのミッション (目的)

「大阪・関西万博「日本館」における広報・メディア対応業務を大日本印刷株式会社の委託業務として実施すること。

主な成果

- ・ 開幕前から継続的にメディア露出を獲得。在阪メディアのみならず、キー局ならびに在京メディアにも広く露出。
- ・ また国内のみならず海外のメディアでも紹介された。



写真提供：経済産業省

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

案件概要

開幕前から国内外のメディア対応やリリース配信、PRイベントの企画立案、取材誘致を実施。会期中は英語対応スタッフと共に常駐。広報事務局マニュアルの作成のほか、国内・海外のメディアに対して取材調整・アテンドなどの広報活動を実施。また、モーメントに合わせたPR施策の提案や取材誘致を実施し、日本館の情報発信を行った。

1. <https://materialpr.jp/works/view/120/>

『メンズビオレ THE FACE ディープモイスト』 ショートドラマ制作 (花王株式会社) ¹



当グループのミッション (目的)

- ① 「肌を変えるためには、洗顔を変える」という手段があるという”気づき”
- ② 「洗顔を変えるなら、メンズビオレ THE FACEの密着泡で洗顔すると良いという“商品認知”→冬の乾燥、肌のかさつきが気になる時期に乾燥肌向け「ディープモイスト」を訴求

主な成果

- “やばい不法侵入された”は118万回再生、100万アカウントにリーチ獲得。
- 再生回数が伸びにくいInstagramにて、公開後5日足らずで100万回再生を突破するなど商品認知拡大を実現。※Instagramのみの数字になります。
- 「案件でこんなに面白いの初めてすぎる怖くて最高」などプロモーションコメディに対するポジティブなコメントや読後感を獲得。



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

案件概要

コンセプトは「メンズビオレ THE FACE × プロモーションコメディ (ホラー系)」花王の“メンズビオレ THE FACE” × “ホラーコンテンツ”という意外性を尖らせつつ、ショートドラマのストーリーへの没入感と、続きが気になる情報設計に。

1. <https://materialpr.jp/works/view/124/>

AGENDA 4

株主還元等の方針

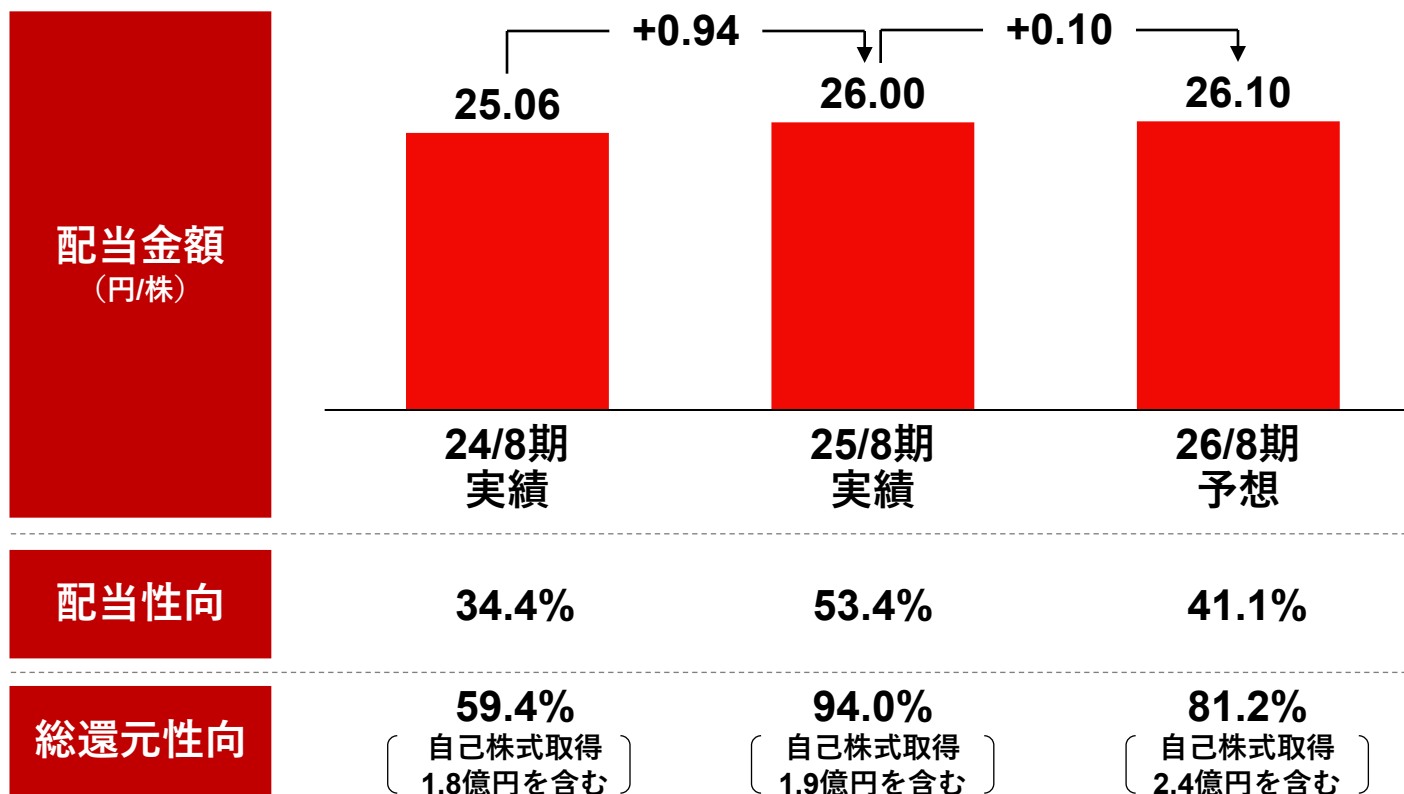
株主還元

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 5

Appendix

連結損益計算書

	25/8期 Q2累計	26/8期 Q2累計	前年同期比	前年同期比(%)
単位：百万円				
売上高	3,029	4,399	+1,370	+45.2%
売上原価	1,171	1,756	+585	+50.0%
売上総利益	1,858	2,643	+784	+42.2%
販売費及び一般管理費	1,469	1,935	+465	+31.7%
営業利益	388	707	+319	+82.1%
営業外収益	4	4	▲0	▲0.9%
営業外費用	5	38	+33	+643.9%
経常利益	387	673	+285	+73.7%
特別利益	0	0	+0	1,412.0%
特別損失	0	-	▲0	-%
税金等調整前中間純利益	387	674	+286	+73.8%
法人税等	149	275	+125	+84.2%
非支配株主に帰属する 中間純利益	-	3	+3	-%
親会社株主に帰属する 中間純利益	238	395	+157	+66.0%

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2月末	前期末比
現金及び預金	1,261	1,309	+47
売上債権	1,013	1,436	+422
その他流動資産	180	281	+101
流動資産	2,454	3,026	+571
有形固定資産	116	127	+11
無形固定資産	804	1,783	+978
投資その他の資産	521	1,098	+577
固定資産	1,441	3,009	+1,567
資産合計	3,896	6,036	+2,139
流動負債	1,563	2,389	+825
固定負債	120	1,454	+1,333
負債合計	1,684	3,843	+2,159
資本金	117	117	-
資本剰余金	312	307	▲5
利益剰余金	1,903	2,051	+147
自己株式	▲176	▲341	▲165
新株予約権	1	1	▲0
非支配株主持分	54	57	+3
純資産合計	2,212	2,192	▲19

連結キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円	25/8期Q2累計	26/8期Q2累計	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	217	341	+123
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲12	▲1,655	▲1,642
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲430	1,361	+1,792
現金及び現金同等物の増減額	▲226	47	+273
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	896	1,309	-

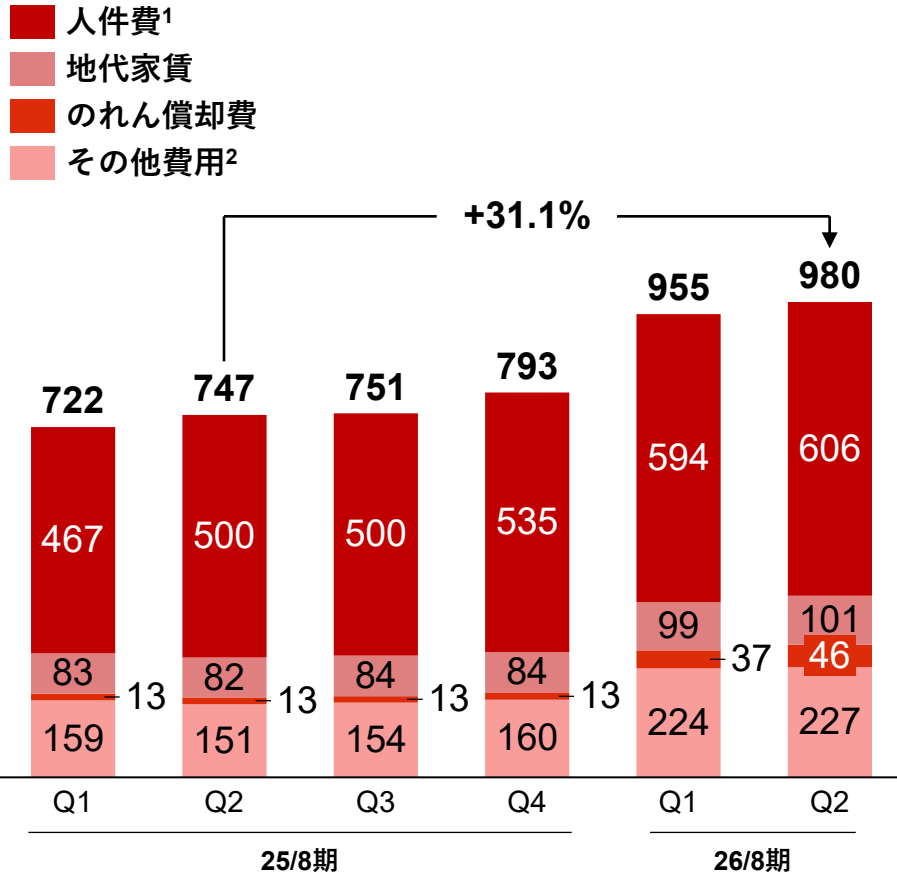
セグメント別情報

単位：百万円	25/8期 Q2累計						26/8期 Q2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
	PRC	DM	PRP	計			PRC	DM	PRP	計			PRC	DM	PRP	計		
売上高	2,588	344	134	3,068	▲38	3,029	3,139	726	593	4,459	▲59	4,399	+551	+381	+458	+1,391	▲21	+1,370
セグメント利益 又は損失(▲) ²	551	90	25	667	▲278	388	751	142	119	1,012	▲305	707	+199	+51	+94	+345	▲26	+319
調整項目	11	13	2	26	-	26	14	21	46	83	-	83	+3	+8	+44	+56	-	+56
のれん償却前 営業利益 ³	562	103	27	694	▲278	415	765	164	166	1,096	▲305	790	+203	+60	+138	+401	▲26	+375
のれん償却前 営業利益率(%)	21.7	30.0	20.8	22.6	-	13.7	24.4	22.6	28.0	24.6	-	18.0	+2.7	▲7.5	+7.3	+2.0	-	+4.3

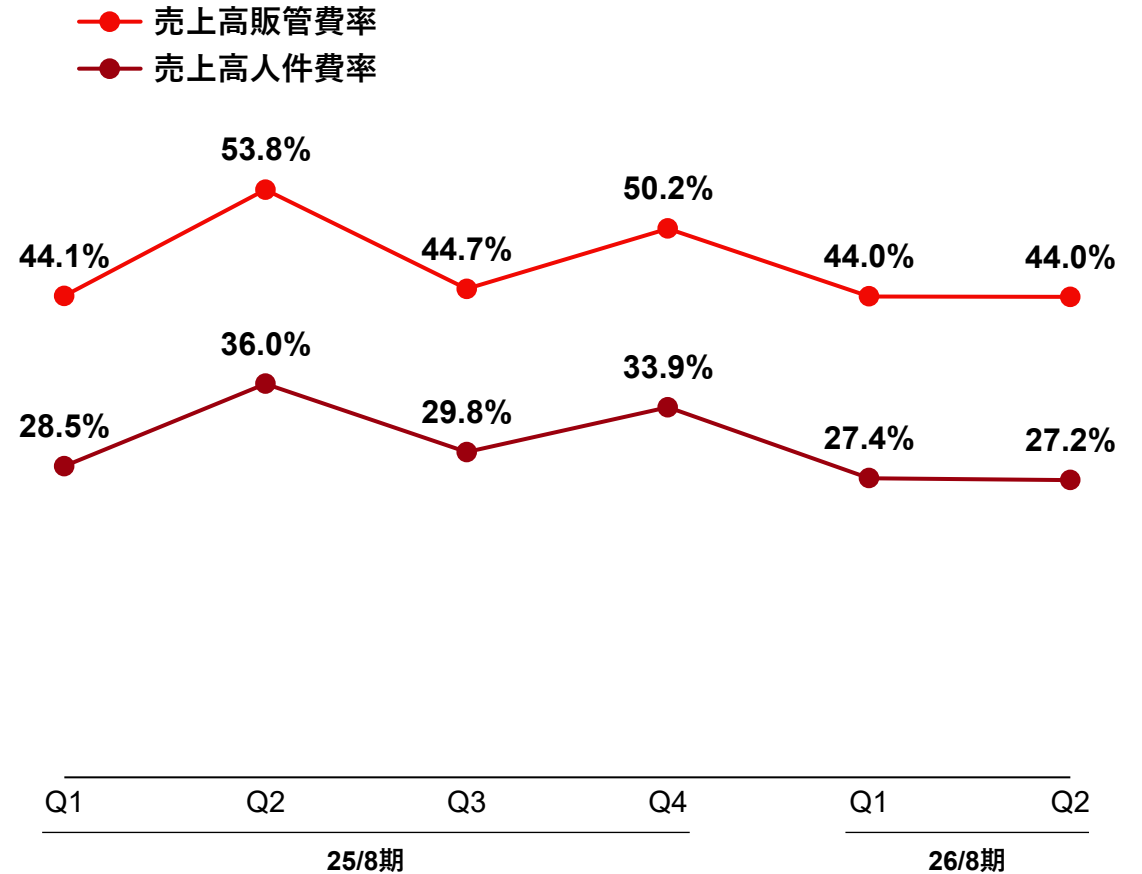
1. 調整額は次のとおりです。(1) セグメント利益又は損失(▲)の調整額には、セグメント間取引消去及び報告セグメントに配分していない全社費用が含まれております。全社費用の主なものは報告セグメントに帰属しない管理部門に係る費用です。2. セグメント利益又は損失(▲)は、連結損益計算書の営業利益と調整を行っております。3. のれん償却前営業利益は営業利益にのれん償却費を足して算出。

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：%)

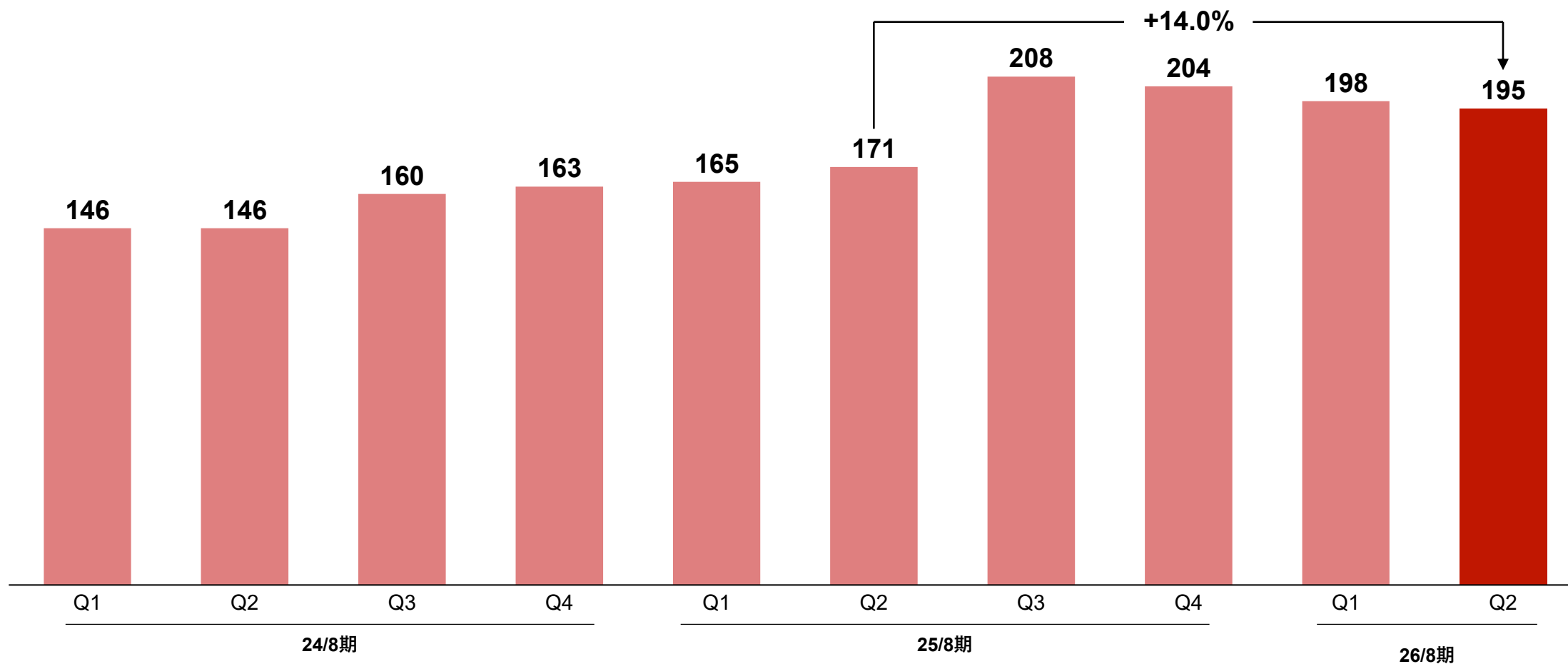


1.人件費には、役員報酬・給料手当・雑給・賞与・法定福利費・福利厚生費・通勤費・採用費・業務委託費が含まれる

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。