

2026年4月14日

各位

会社名 マテリアルグループ株式会社
代表者名 代表取締役 CEO 青崎 曹
(コード番号: 156A 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 吉田 和樹

当社グループの事例のご紹介

個人投資家の皆様に向けた IR 活動の一環として、当社グループの事業内容や取り組みへのご理解をより深めていただくため、当社子会社マテリアルの事例をご紹介します。

当社グループは、クライアントや協業パートナーと密接に連携しながら、PR 発想に基づくプランニング力、メディア等への露出を実現するエグゼキューション力を活かしたソリューションを提供しています。

本リリースでは、当社グループがどのようにクライアントの課題解決や社会との関係構築を支援しているのか、またその中でどのような強みを発揮しているのかについて、具体的な事例を通じてお伝えいたします。

今後も当グループは、多様な業種・業態のクライアントとともに、事業課題の解決・社会との関係性の強化や社会課題の解決に取り組んでまいります。

■動画による直近の事例のご紹介

掲載先 URL : <https://youtu.be/MHHlgRDgieY>

■動画で紹介している事例について

大阪・関西万博「日本館」

クライアント：経済産業省（大日本印刷株式会社の委託業務として実施）／事例ページ：

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

リリース配信、内覧会、各種イベントなど、開幕前から閉幕まで継続的な PR 施策を実施。会期中は英語対応スタッフと共に常駐し、広報体制の構築、メディアリレーション構築を行い、国内外メディアへ継続的に情報を発信した結果、在阪メディアのみならずキー局・在京メディアにも広く露出を獲得。海外メディアでも日本館について紹介されました。

ペアーズ「恋愛可処分時間」

クライアント：株式会社エウレカ／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/121/>

令和における恋愛との向き合い方の変化を可視化するため「恋愛可処分時間」調査を実施。恋愛にかける時間が短くても積極的に行動するマッチングアプリのペアーズユーザーのファクトを軸に、メディア露出・診断コンテンツ・インフルエンサー活用を組み合わせた IMC 設計で展開。記事はYahoo! トップ掲載で1300件超のコメントを獲得し、診断コンテンツはX公開初日にトレンド1位、期間中2万件超の参加を達成しました。

特水 新TV-CM 「特別な水 登場/展開」篇

クライアント：サントリー食品インターナショナル／事例ページ：

<https://materialpr.jp/works/view/123/>

「特水」の新商品認知獲得に向けたCMPRを実施。出演者のギャップと初共演から10年の節目をメディアフックに、メイキング・インタビュー質問案を設計。「水のフラフラ」「ウォーターダンス」等、CM特徴を表すキーワードを戦略的に盛り込みリリース展開。TVではメイキングやインタビュー映像を中心に露出を獲得し、WEBではOOH施策とCM放送開始を連動させた情報で掲載を獲得しました。

メインパートナーを務める 育成年代向け4人制サッカー『4v4』ショートドラマ施策

クライアント：KDDI株式会社／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/125/>

小学3年生～6年生の児童と保護者層への「4v4」認知最大化を目的にショートドラマ施策を実施。サッカーファンに人気の元プロサッカー選手を起用し、親子向けに成長と絆のストーリーを展開。親視線・子視線の2軸で「4v4」を身近な目標として訴求した結果、第一弾はオーガニック再生のみで60万回超を記録。自然拡散により、ジュニアサッカー層とその保護者に対し、「4v4」の認知度を飛躍的に向上させました。

『メンズビオレ THE FACE ディープモイスト』ショートドラマ

クライアント：花王株式会社／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/124/>

20代～30代男性向けに、メンズビオレ THE FACE の密着泡洗顔の効果認知を目的にショートドラマPRを実施。ホラーコンテンツとのコラボで意外性を強め、没入感の高いストーリーを展開。泡で覆われた男性や「カサカサ」というセリフで肌のかさつきと商品効果を表現した結果、「やばい不法侵入された」篇が118万回再生、100万アカウントにリーチ。Instagramでも公開5日で100万回再生を突破し、認知拡大を実現しました。

FMV 2026年春モデル 新製品発表会

クライアント：富士通クライアントコンピューティング株式会社／事例ページ：

<https://materialpr.jp/works/view/126/>

ブランドリニューアル2年目の新製品発表会で、社長登壇による戦略発表と3社代表のクロストークを実施。時流に即した「AI要素」に焦点を当て、IT・テック・ビジネス系メディアへアプローチ。技術性能と生活実感を掛け合わせ「人に寄り添うAI」を訴求した結果、テレビ2件、新聞2件、ウェブ276件の計280件の露出を獲得し、広告換算額は2.4億円超え、ブランド価値の最大化に貢献しました。

■マテリアルグループについて

マテリアルグループは、あらゆるビジネスの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。クライアントの事業課題をともに解決し、社会との関係性を強化するパートナーとしてクライアントの成功に寄与します。「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）」をビジョンに掲げ、「すべての個性に情熱を灯し、可能性を最大化する」ことをミッションに、異なる得意領域を持つ各社が集い、ブランドとステークホルダーの望ましい関係を構築するあらゆるコミュニケーション事業を展開しています。

会社概要

名称	マテリアルグループ株式会社
URL	https://materialgroup.jp/
設立	2014年08月18日
代表者	代表取締役 CEO 青崎 曹
証券コード	156A
上場市場	東京証券取引所グロース市場
所在地	東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 35階
事業内容	グループ事業の経営方針策定および経営管理

本件に対するお問い合わせ先

マテリアルグループ株式会社／IR担当

Mail：ir@materialpr.jp

以上