

2026 年 7 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 C F O 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/puXzm8tNjx4>

■動画で紹介している事例について

『TOKYO FORWARD 2025「東京 2025 デフリンピック 100 Days To Go!」』

クライアント：東京都／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/130/>

デフ（きこえない・きこえにくい）アスリートを対象とした国際総合スポーツ大会「デフリンピック」の 100 日前イベントにおけるメディア誘致および露出アプローチを担当。メディアが参加しやすいよう、わかりやすい案内状を作成して周知し、一般参加者の通行を妨げない導線整備や個別取材対応を実施。登壇するアスリートの競技に合わせた専門媒体等、幅広くアプローチし、当日は 57 媒体 115 名のメディアを誘致しました。

「ギルティ炭酸 NOPE（ノーブ）」炭酸飲料 戦略説明&新 TV-CM 発表会

クライアント：サントリービバレッジ&フード株式会社／事例ページ：

<https://materialpr.jp/works/view/135/>

大型飲料ブランドの新発売に伴い、新 TV-CM 発表会を開催。新ブランド「ギルティ炭酸 NOPE（ノーブ）」を認知拡大させるための露出設計を行い、キー局 13 件、地方局 17 件、紙 63 件、WEB776 件の合計 869 メディアへの露出を獲得。またソーシャルメディアで「ギルティ」という用語が話題を呼びました。

「La Sana」新シリーズ『for Style』ローンチ PR

クライアント：株式会社ヤマサキ／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/127/>

新シリーズ『for Style』のローンチにおける認知の最大化とソーシャルメディアでの話題創出を目的に、KV クリエイティブ、WEB CM、LP 制作を含む包括的なプロモーションを展開。韓国の人気女性グループをミューズ（アンバサダー）に起用し、若年層の取り込みを設計するとともに、ソーシャルメディア上の発言を醸成しました。

AMAZINGCRE 表参道ヒルズ店 グランドオープン記念イベント

クライアント：株式会社 AMCR JAPAN／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/140/>

アメリカ発・韓国で人気を博すプレミアムゴルフウェアブランドの日本初進出にあたり、表参道ヒルズへの旗艦ショップストア出店を記念した発表会を実施。タレント 1 名につきゴルフ文脈とプライベート文脈の 2 つのトークテーマを設計し、エンタメ・スポーツ・ライフスタイルの 3 領域で記事化ポイントを創出。一次メディア 15 本の記事、Yahoo! ニュース 11 本を含む露出を実現しました。

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

クライアント：日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社／事例ページ：

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

新生 KFC のブランドリニューアル発表の場として、メディア・ソーシャルメディアの双方から幕開けを印象づけることをミッションに発表会を企画・実施。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。新生 KFC の幕開けと新商品の魅力を、質とスピードの両面を意識した情報発信によって効果的に届けた。

クリアクリーン NEXDENT」バタバタ磨きのバタバタプロジェクト

クライアント：花王株式会社／事例ページ：<https://materialpr.jp/works/view/144/>

商品のリニューアルに際し、コンセプト「バタバタ磨きでも粒でツルルン！」の訴求を目的に、名前に「バタ」がつくタレントを起用した発表会を実施。田端駅を「バタバタ×粒くん」でジャックし駅前でサンプリングも展開しました。発表会で TV2 件・WEB193 件の露出を獲得し、推定総インプレッションは約 1 週間で 100 万回を突破。「バタ」がつく芸人の自発的な SNS 投稿も 4,000 いいねを集めました。

■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