



株式会社クロス・マーケティンググループ

2024年6月期 第3四半期決算・会社説明資料

2024年5月

CONTENTS

- 1** 2024年6月期 第3四半期決算概要
- 2** トピックス
- 3** 2024年6月期業績予想及び配当計画
- 4** グループ概要・事業内容
- 5** 参考データ

1 2024年6月期 第3四半期決算概要

Summary

1

- **3Q累計 売上高193.4億円**(YoY▲2%)、**営業利益16.9億円**(YoY▲22%)
- 1Qをボトムに、2Q・3Qと復調続き、業績進捗は通期予想線

Summary

2

- **デジタルマーケティング：13%増収**。メディア・プロモーションの単価回復が貢献
- **リサーチ(データマーケティング・インサイト)：合計で9%減収**。国内堅調も、海外における需要一巡が減収の主因

Summary

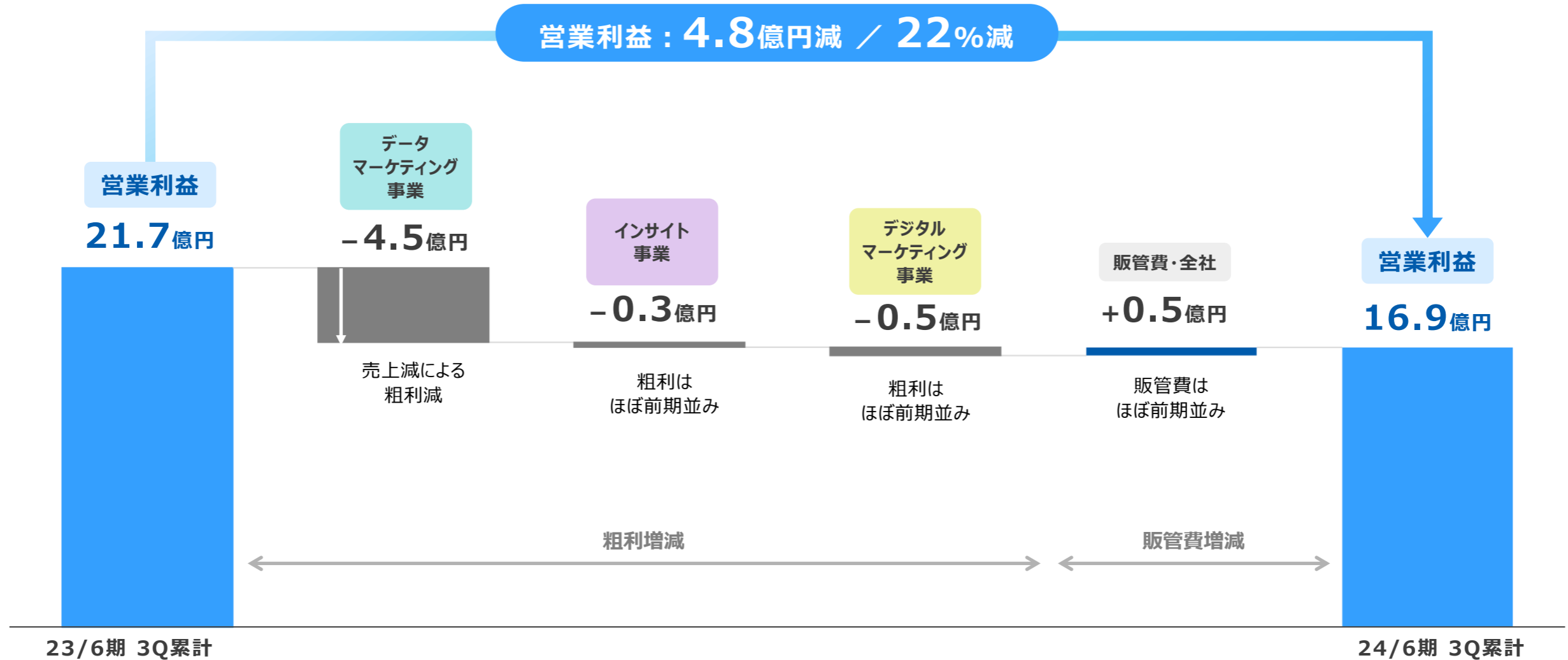
3

- **24/6期通期計画：売上高260億円、営業利益19億円(変更なし)**
- **4Q(4-6月) 好調見通し**：デジタルマーケティング及び国内リサーチ堅調持続、海外リサーチも増収局面へ

デジタルマーケティング事業の成長により、連結売上高は3Q(1-3月)に増収転換
データマーケティング事業は2Qをボトムに復調軌道

(億円)	24/6期						3Q累計	YoY 成長率
	1Q (7-9月)	YoY 成長率	2Q (10-12月)	YoY 成長率	3Q (1-3月)	YoY 成長率		
売上高	56.3	-8%	68.9	-0.2%	68.3	<u>+3%</u>	193.4	-2%
デジタルマーケティング事業	22.0	-2%	29.1	<u>+23%</u>	26.1	<u>+16%</u>	77.2	+13%
データマーケティング事業	19.6	<u>-15%</u>	20.7	<u>-25%</u>	24.9	<u>-12%</u>	65.2	-17%
インサイト事業	14.7	-6%	19.1	+7%	17.2	+10%	51.0	+4%
売上総利益 (売上総利益率)	20.2 (35.9%)	-22% (-6.5pt)	29.2 (42.4%)	+3% (+1.1pt)	28.2 (41.3%)	-1% (-1.7pt)	77.6 (40.1%)	-6% (-2.1pt)
販管費	20.4	-2%	19.7	-3%	20.6	+2%	60.7	-1%
営業利益 (営業利益率)	-0.2 (-)	- (-)	9.5 (13.8%)	+16% (+1.9pt)	7.6 (11.1%)	-10% (-1.6pt)	16.9 (8.7%)	-22% (-2.3pt)

データマーケティング減収に伴う粗利減少が、営業利益減の主因
新規連結等あるも、販管費は抑制し前期並み



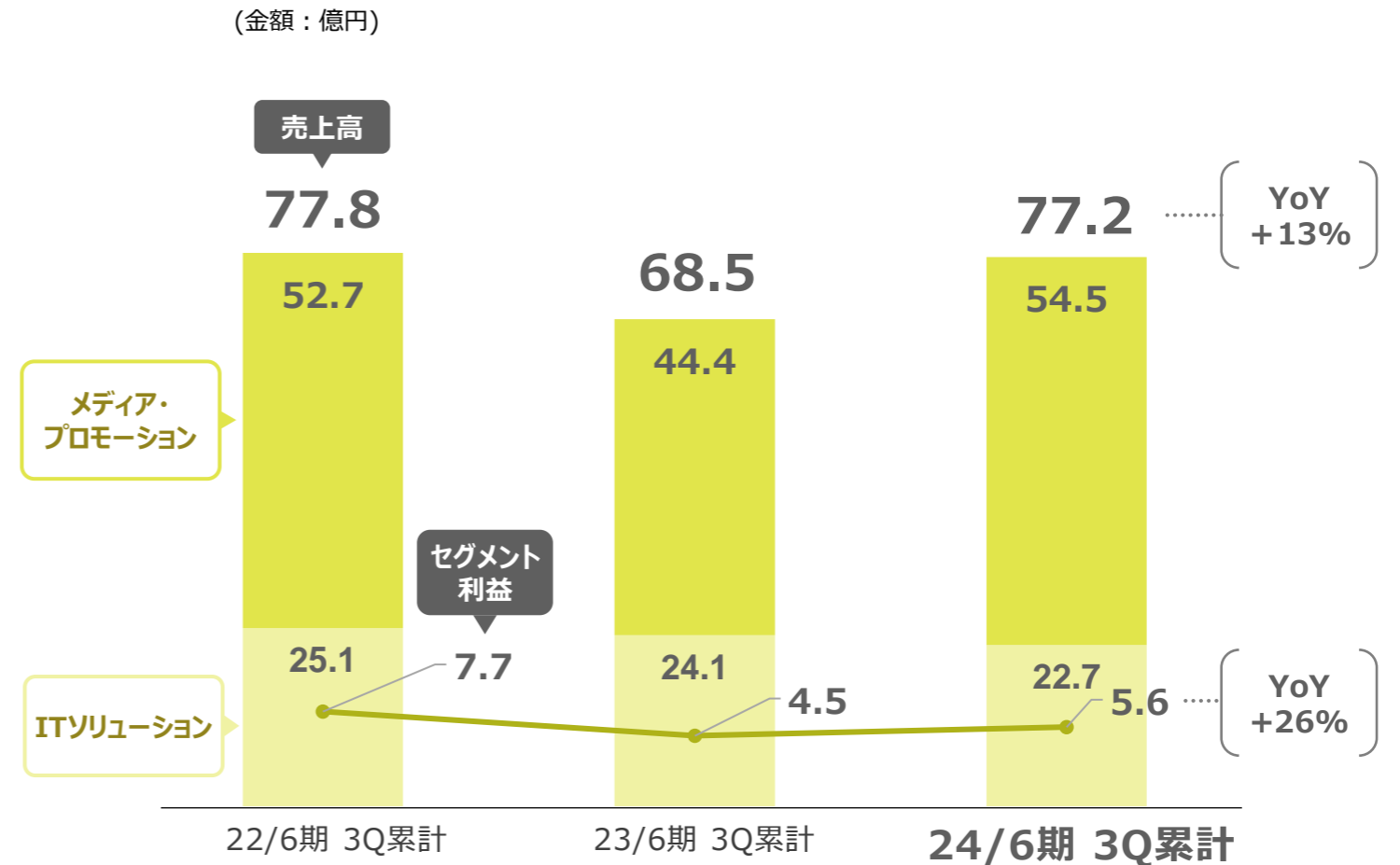
3Q累計売上高13%増、セグメント利益26%増 メディア・プロモーションが本格回復、ITソリューションは損益改善で貢献

ハイライト

- メディア・プロモーションは3Q累計23%増収。単価回復や、新規連結のトキオ・ゲッツなどが寄与

メディア・プロモーション 売上単価の前年同期比増減推移
 23/6期 1Q -10% 2Q -24% 3Q -22% 4Q -2%
 24/6期 1Q +7% 2Q +54% 3Q +33%

- ITソリューション：販管費比率改善(-2.6pt)によりセグメント増益に貢献
- セグメント利益は26%増益。2Qに引き続き3Qもセグメント利益率10%を確保



3Q累計売上高17%減、セグメント利益23%減 国内は堅調ながら、海外における需要が一巡

ハイライト

- ・国内は4%増収。オンラインリサーチ需要が引き続き堅調に推移

ローライト

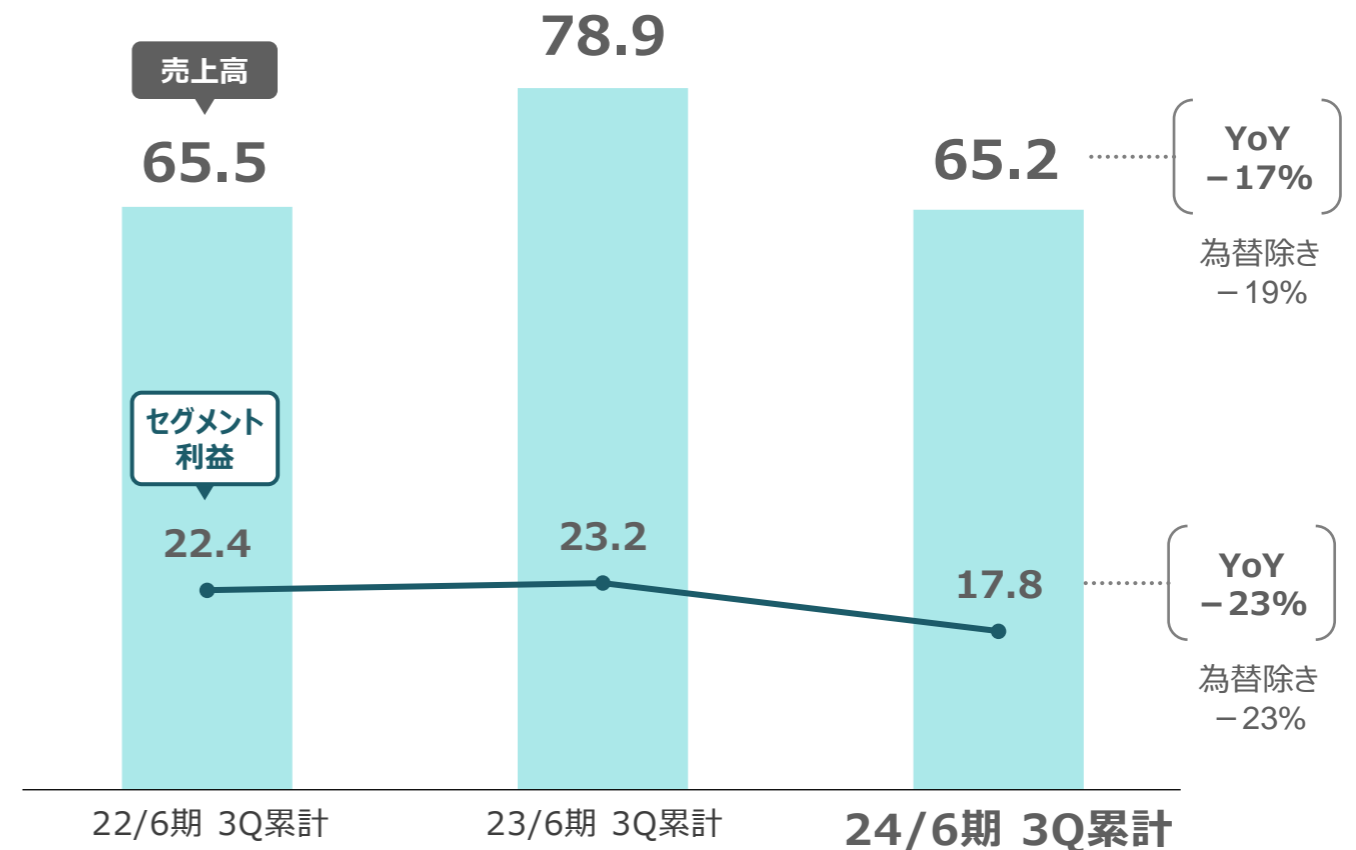
- ・海外は50%減収。主力の北米において、コロナ禍からの回復を背景とした需要が一巡

為替影響

- ・円安効果*1は売上1.1億円、利益影響は軽微

*1 2023年6月期3Qの実績為替レートとの比較

(金額：億円)



3Q累計売上高4%増、セグメント利益15%減 国内外ともに増収確保も、粗利率の低下により減益

ハイライト

- ・国内は合計で2%増収、海外は8%増収。インドネシア好調持続

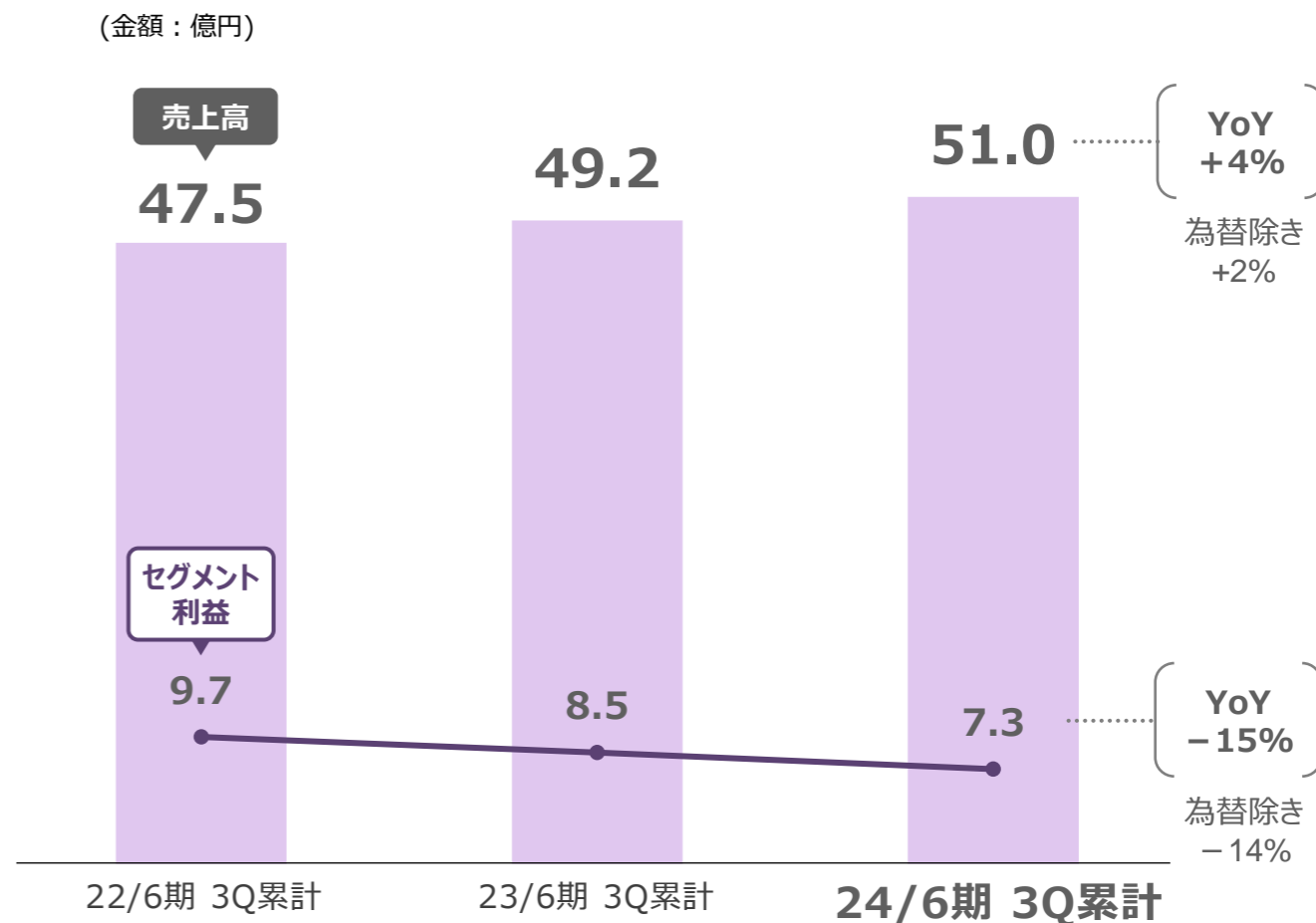
ローライト

- ・一部領域（国内医療分野、海外シンガポール）の原価率上昇でセグメント粗利率低下(-1.9pt)

為替影響

- ・円安効果*1は売上1.0億円、利益影響は軽微

*1 2023年6月期3Qの実績為替レートとの比較



海外事業合計では、需要一巡を主因に34%減収 新興国は成長継続

ハイライト

- ・インドネシアは、政府系エネルギー、自動車、消費財など、業界の偏りなく受注し、好調
- ・インドは、コンサル・調査会社からの調査需要を吸収し、堅調に推移

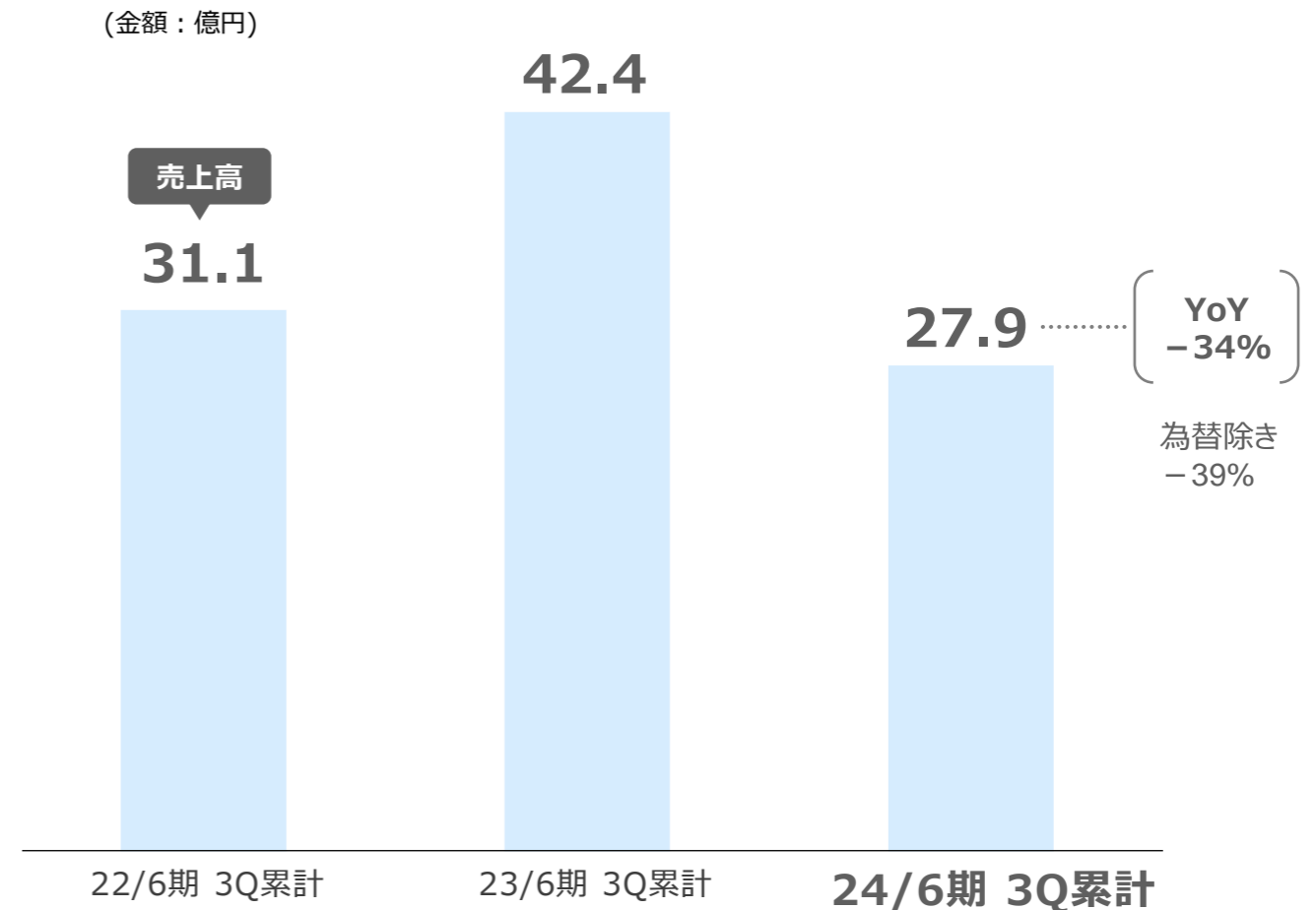
ローライト

- ・北米需要一巡で全体として34%減収

為替影響

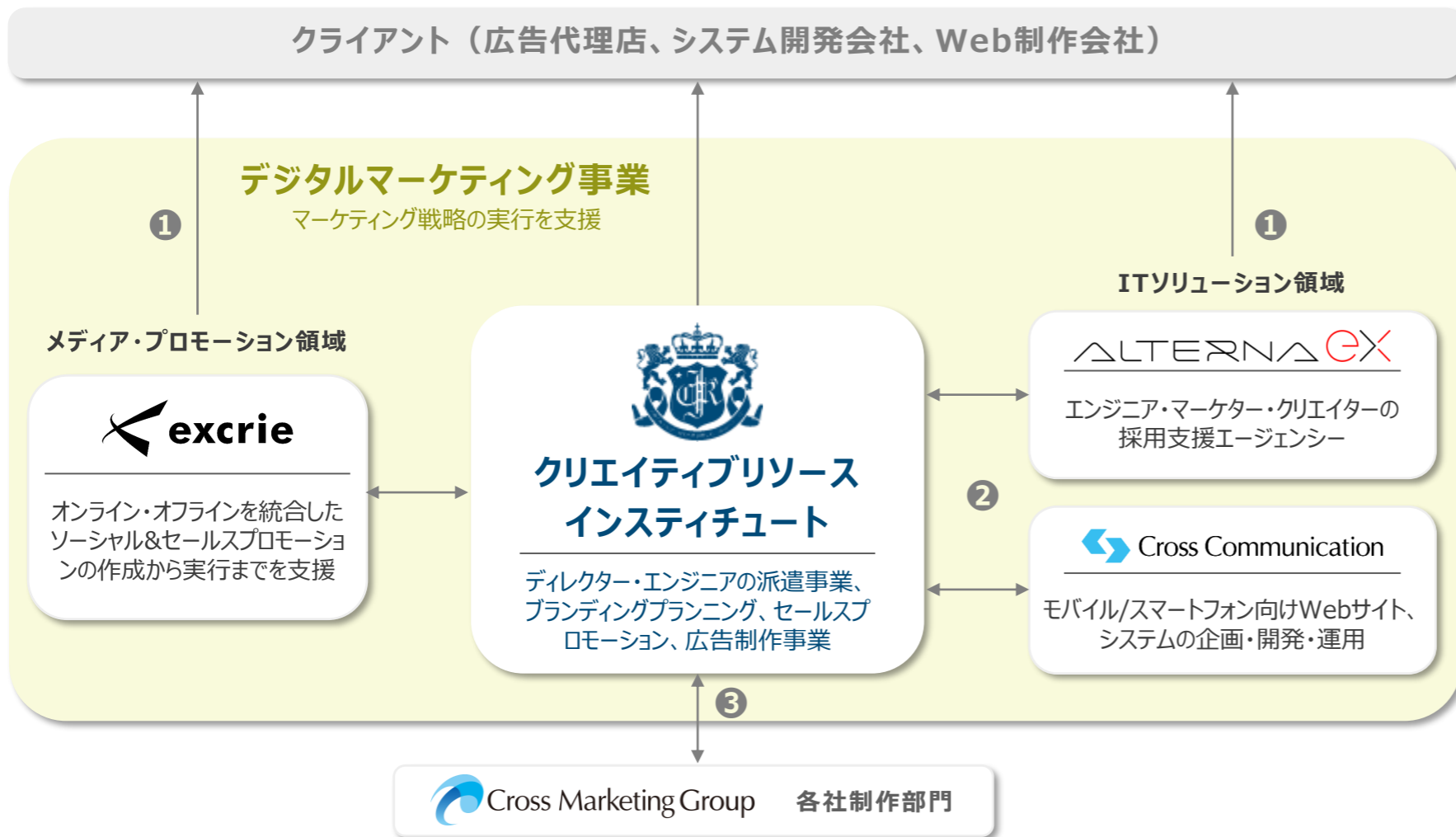
- ・円安効果*1は海外合計で売上高2.1億円

*1 2023年6月期3Qの実績為替レートとの比較



2 トピックス

デジタルマーケティング事業のさらなる拡大に向けて クリエイティブリソースインスティテュート（CRI）の株式を取得（2024年4月）



想定される事業シナジー

- ① **顧客支援の最大化・効率化の実現**
 - i. エクスクリエとのマーケティング・プロモーション領域のサービス連携による、広告代理店を中心とした顧客の売上拡大
 - ii. オルタナエクスとのディレクター・エンジニア人材の連携や、顧客へのデジタル人材の派遣増加
- ② **グループ各社におけるエンジニア人材の更なる基盤拡充**
 - i. オルタナエクスとクロス・コミュニケーションとの連携によるエンジニア育成
 - ii. CRI社独自のエンジニア育成の仕組み拡充
- ③ **グループ各社の制作部門との連携による生産性とデザイン力の向上**
 - i. CRI社のデザイン制作、広告制作、Webプロモーションのノウハウをグループ各社へ展開

トラフィックスを子会社化（2024年2月） 関西エリアにおけるプロモーション支援事業を強化



■ 事業概要

- ・ イベント運営・事務局代行等のアウトソーシング
- ・ Web/紙媒体のクリエイティブ制作
- ・ システムソリューション
- ・ 自社Saasソリューション開発

■ 事業シナジー

- ・ オフラインでのイベント運営やキャンペーンをワンストップで実施
- ・ 関西エリアでの対応力の強化・グループの事業拡大

グループ間連携によりワンストップでサービスを提供



オンラインのみならずオフラインでの顧客支援も可能に

3 2024年6月期 業績予想及び配当計画

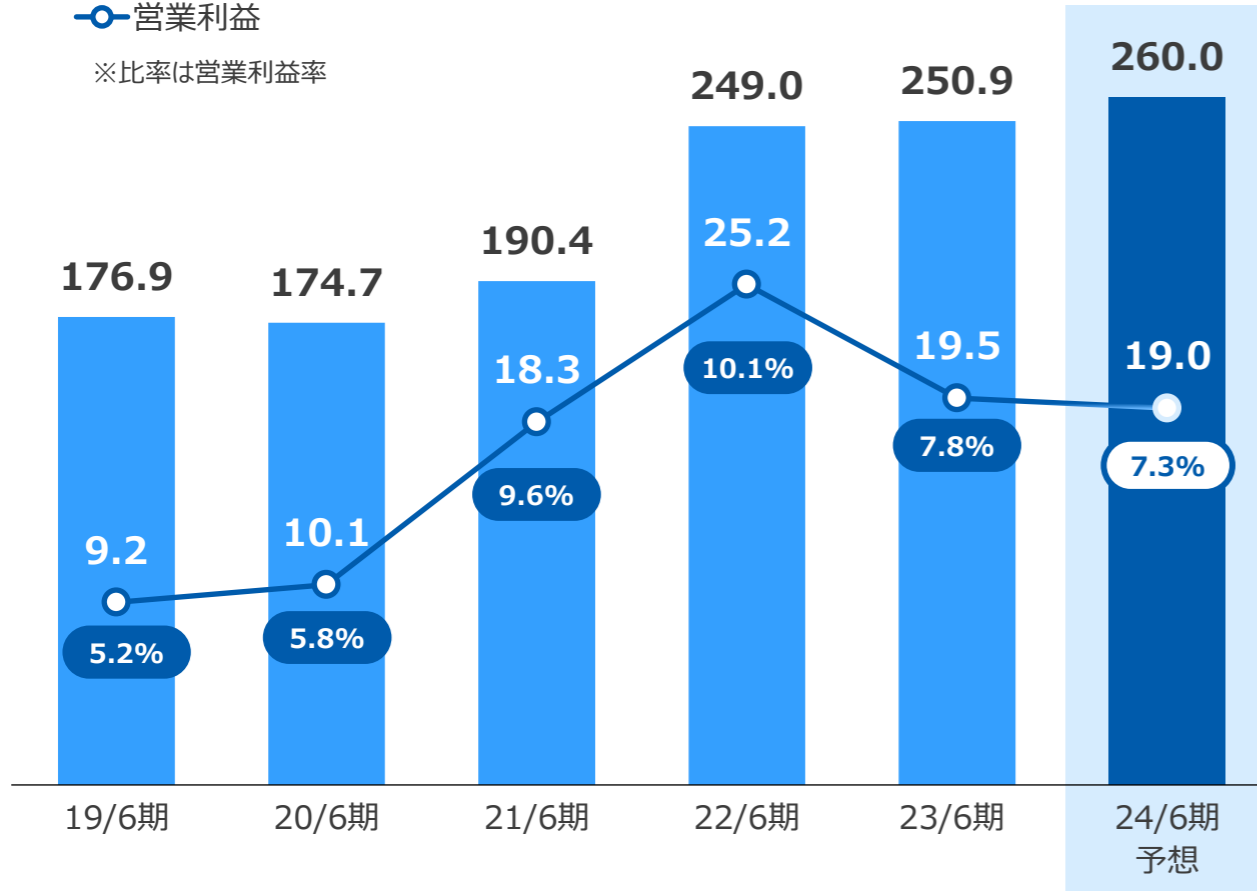
通期計画：売上高260億円、営業利益19億円 2024年2月公表予想から変更なし

(億円)

■ 売上高

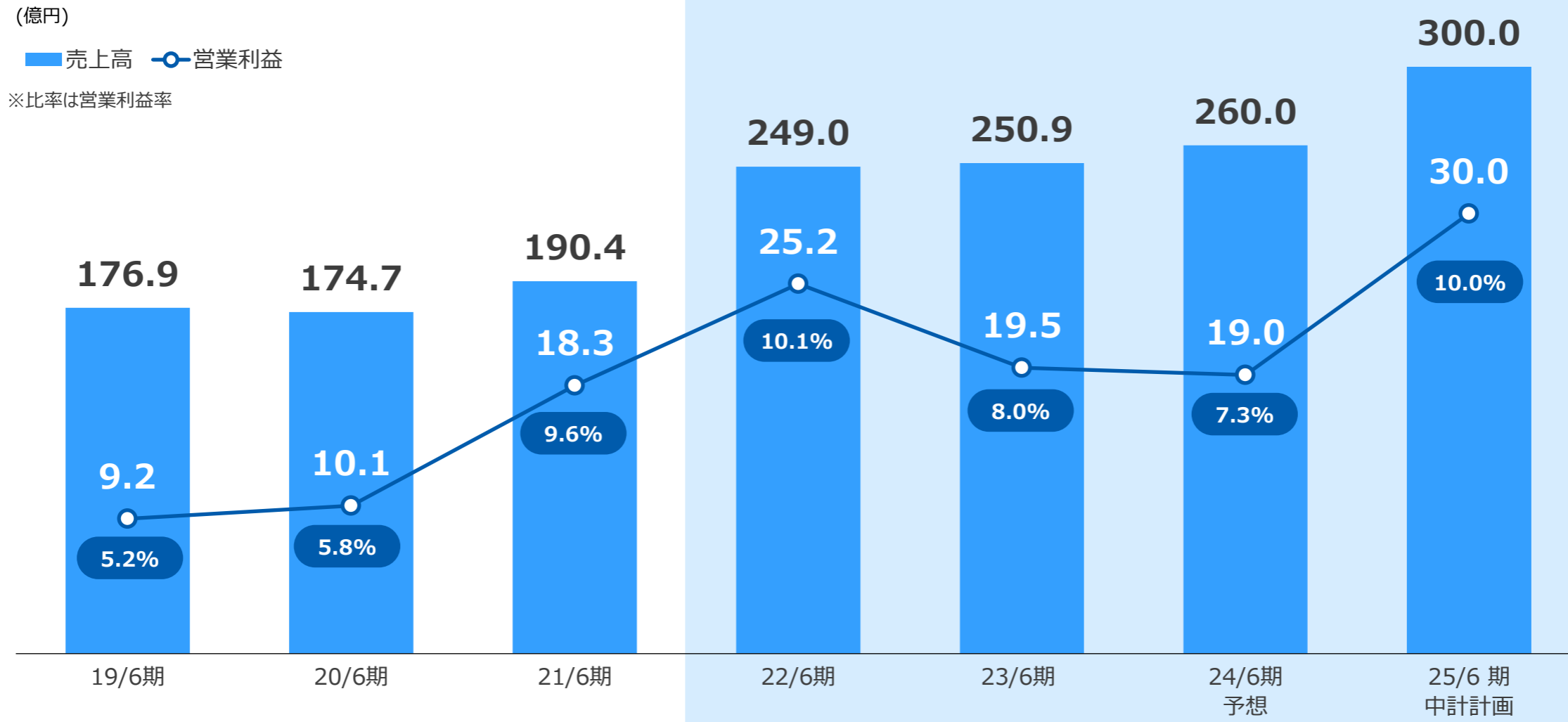
○ 営業利益

※比率は営業利益率

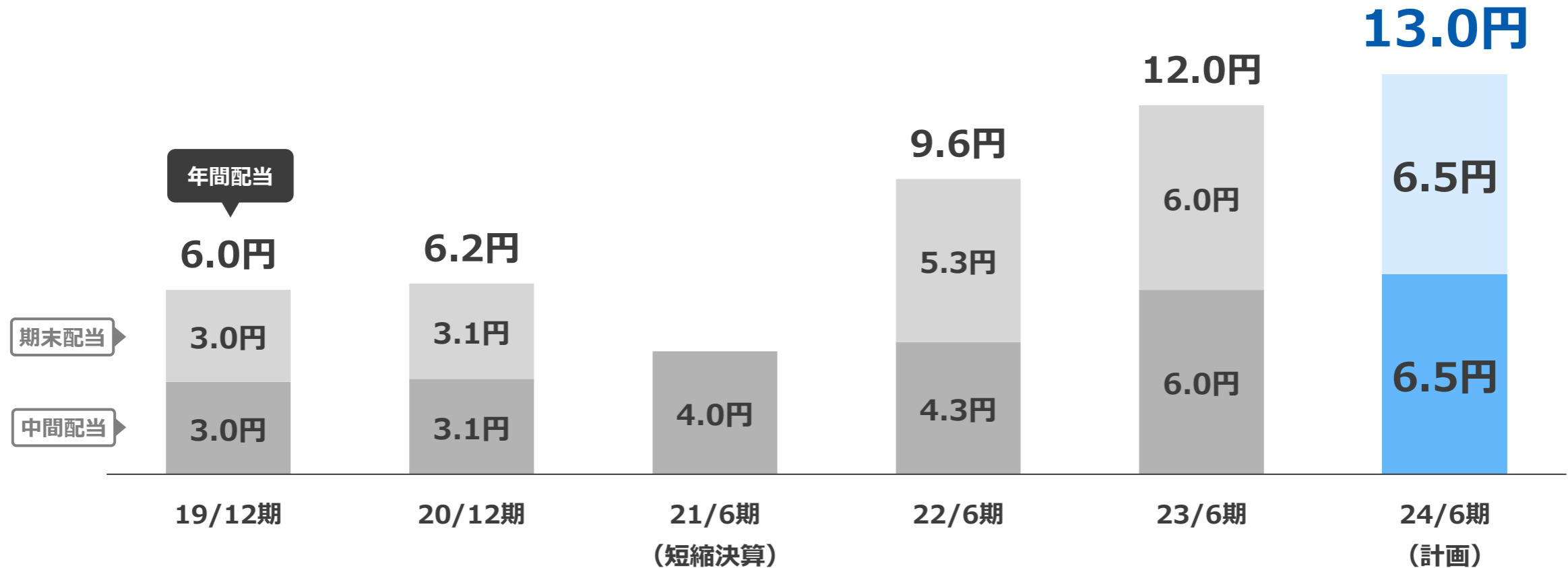


(億円)	23/6期 実績	24/6期 予想	YoY
売上高	250.9	260.0	+4%
デジタルマーケティング	90.4	110.0	+22%
データマーケティング	97.5	85.0	-13%
インサイト	63.0	65.0	+3%
営業利益	19.5	19.0	-3%
経常利益	18.8	18.0	-4%
親会社株主に帰属する当期純利益	10.0	10.0	-1%
EPS	51.0	52.0	+2%
一株当たり配当 (円)	12.0	13.0	+1.0

中期経営計画期間を1年間延長 最終年度目標：売上高300億円・営業利益30億円



配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配
 24/6期通期では13.0円(上期6.5円、下期6.5円)を計画



4 グループ概要・事業内容

社名	株式会社クロス・マーケティンググループ	証券コード：3675 東証プライム市場
代表者	五十嵐 幹	
創業	2003年4月1日	
主要財務指標 (2023年6月期)	売上高 250.9億円 営業利益 19.5億円 ROE 17.1% 総資産 143.1億円 自己資本 60.0億円 資本金 6.5億円	
事業内容	デジタルマーケティング事業・データマーケティング事業・インサイト事業	
関連会社数 (2024年3月末現在)	連結子会社 30社、持分法適用関連会社 4社	
従業員数 (連結、2024年3月末現在)	1,451名(内、臨時従業員226名)	



五十嵐 幹

プロフィール

- 1973年 東京都生まれ
- 1996年 慶應義塾大学 経済学部卒
- 1996年 日本アジア投資(VC)入社
- 2000年 ネット企業創業 取締役へ就任
- 2003年 クロス・マーケティング 創業
- 2008年 東証マザーズ上場
- 2018年 東証一部へ市場変更
- 2022年 東証プライム市場へ移行

外部要職

株式会社レアジョブ

社外取締役

一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会
会長



**Discover
Something
New.**

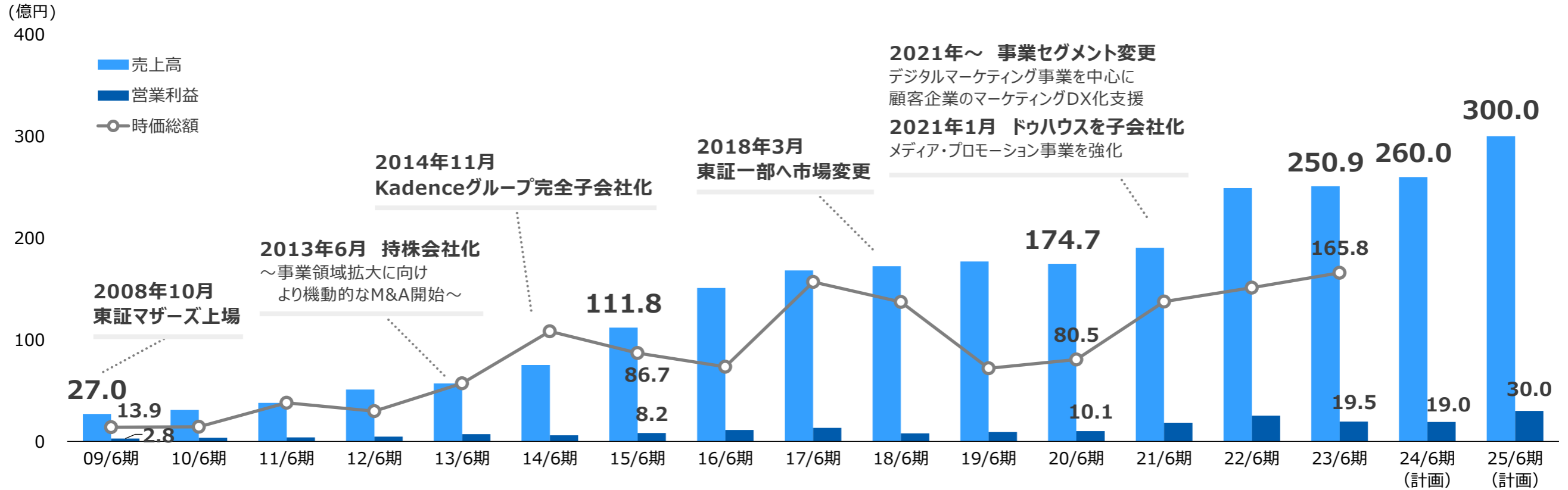
未来を
つくる。

私たちの願いはお客様の成功、課題の抽出も、解決策の企画も、実行案の提示も。すべてはお客様の夢の実現のため。思い描く未来に近づけるため。そのプロセスに、ワクワクする。そのゴールに、ココロときめく、道を拓き、明日を導き、未来をつくる。それがクロス・マーケティンググループのミッションです。

祖業であるネットリサーチ会社から、積極的な事業領域の拡大を推進。
今後は、デジタルの力でお客様のビジネスを成功に導いていく
「マーケティングDXパートナー」へと飛躍することを目指しております。



M&A・子会社設立により事業領域拡大と専門領域の深化 国内外で22件36社*のM&Aを実行



2021年～ 事業セグメント変更
デジタルマーケティング事業を中心に
顧客企業のマーケティングDX化支援
2021年1月 ドウハウスを子会社化
メディア・プロモーション事業を強化

2014年11月
Kadenceグループ完全子会社化

2018年3月
東証一部へ市場変更

2013年6月 持株会社化
～事業領域拡大に向け
より機動的なM&A開始～

2008年10月
東証マザーズ上場

マーケティングソリューション(現エクスクリエ取得)

海外展開(中国・シンガポールに現地法人設立、Kadence International取得)

ITソリューション(クロス・コミュニケーション事業取得、現オルタナエクス取得)

マーケティングリサーチ(マーケティングコンサルティング開始、R&D取得、メディリード設立、ショッパーズアイ取得)

*2024年3月末時点



Cross Marketing Group

デジタルマーケティング事業

23/6期売上高 90.4億円
売上構成比 36.0%

マーケティングメディア運営、
デジタルプロモーション、
アプリ開発・保守・運用、人材サービス等



データマーケティング事業

97.5億円
38.9%

オンラインを中心としたデータ収集により、
顧客のマーケティング活動の
意思決定を支援



インサイト事業

63.0億円
25.1%

課題解決に向けたコンサル、
生活者理解、生活者の“Why?”の
発掘等により、顧客の意思決定を支援

1,147万人*の
パネルネットワーク
最大**2,500**項目の
詳細プロフィール



*2024年3月末時点

データアナリティクス
技術・
300名超の
アナリスト組織



100名超の
エンジニア組織



幅広い業種
に広がる顧客基盤



大規模ネットワークを、お客様ニーズに合わせた多様なサービスで活用

デジタルマーケティング
事業

プロモーション案件で
パネルを活用

データマーケティング
事業

主にインターネット
リサーチ案件で活用

インサイト事業

インタビュー等の
リサーチ案件で活用

1,147万人の提携パネルネットワーク
最大2,500項目の詳細プロフィールを保有



約30社と提携

リサーチパネル

Loyalty Marketing, Inc.

dジョブ

パネル基盤の成長

(万人)

1,200

1,000

800

600

400

200

0

421
万人

1,147
万人

2019年

2020年

2021年

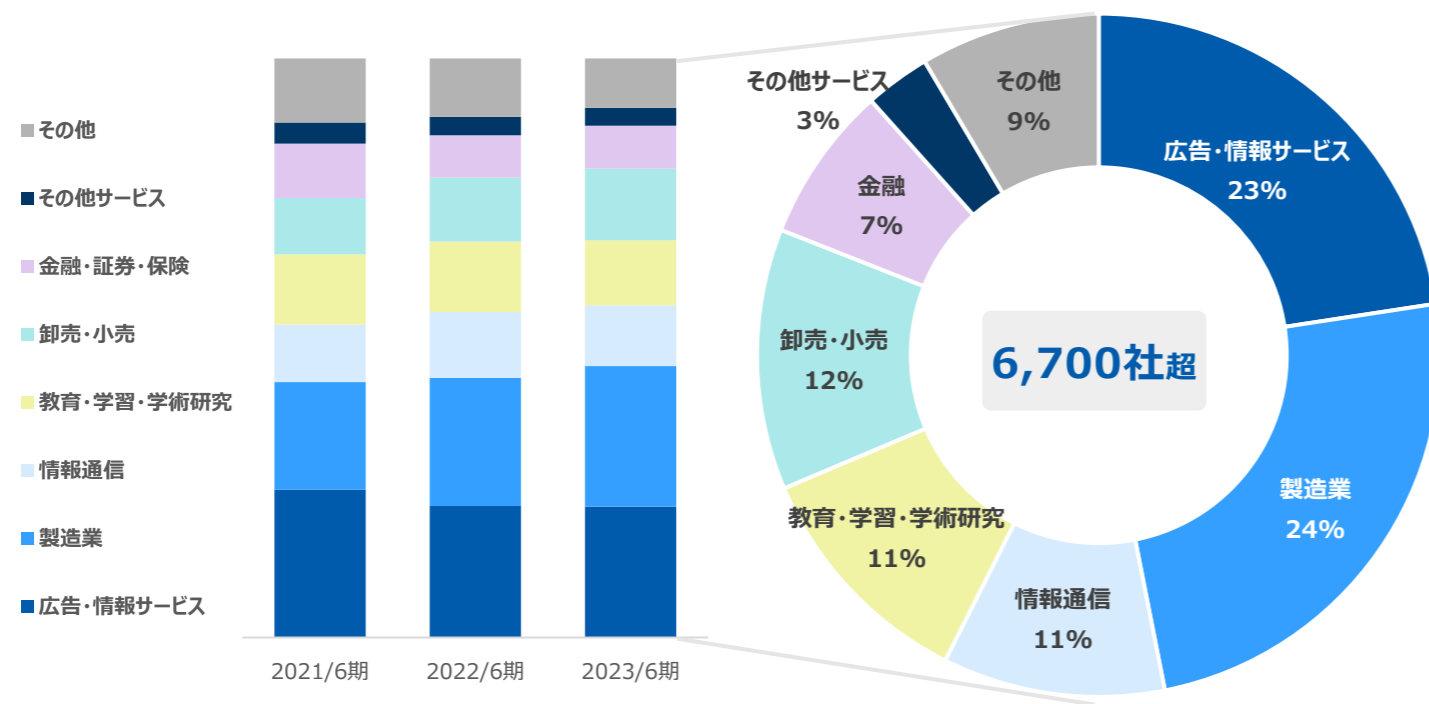
2022年

2023年

※ 2023年6月期から当社グループのパネルシステムと提携しているパネル数において、基本属性を取得しており、パネル間の重複ユーザーを調整したユニーク数を算出し掲載しております。

年間6,700社超、幅広い業種に広がる顧客基盤 特定顧客に大きく依存しないビジネスを展開

顧客業種別売上高構成



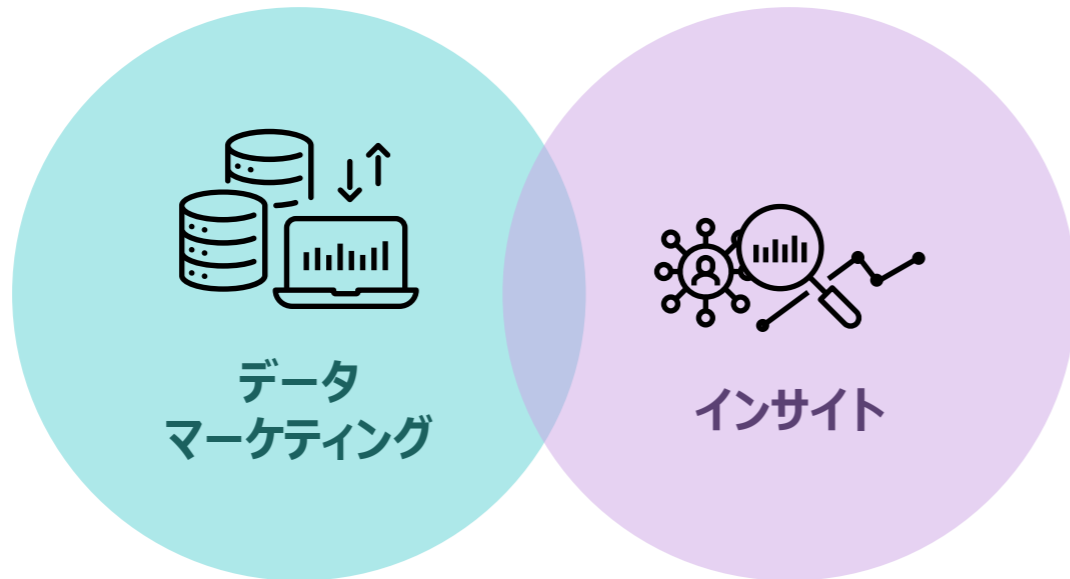
主要顧客の概要、売上構成比 (2023/6期)

主要顧客の所属業種	売上高 (百万円)	総売上高 構成比
1位 通信業	386	1.5%
2位 その他サービス業	301	1.2%
3位 製造 (FMCG*) 業	282	1.1%
4位 情報サービス業	257	1.0%
5位 その他製造業	212	0.9%
・		
・		
上位10社合計	2,372	9.5%
・		
上位100社合計	8,678	34.6%
・		
上位300社合計	12,223	48.7%

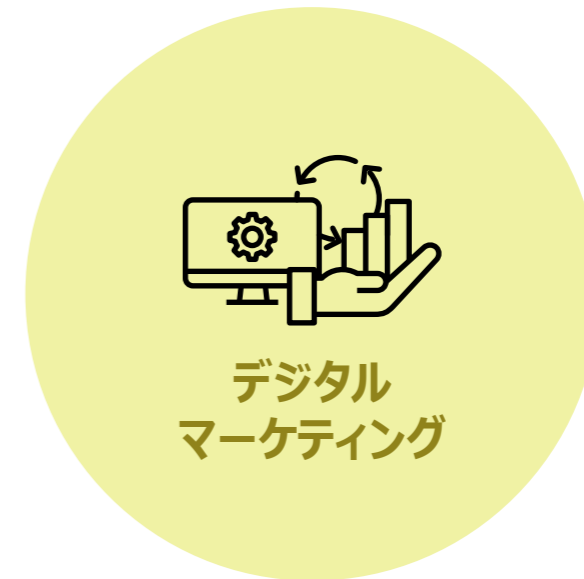
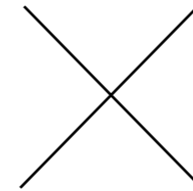
*FMCG : Fast Moving Consumer Goodsの略で飲料、食品、化粧品など比較的短期間で消費される製品 (日用消費財) のこと

リサーチ(生活者の理解)とマーケティング実行支援を組み合わせることで
お客様の**事業推進・成長に直結する付加価値**の提供を実現

リサーチ機能

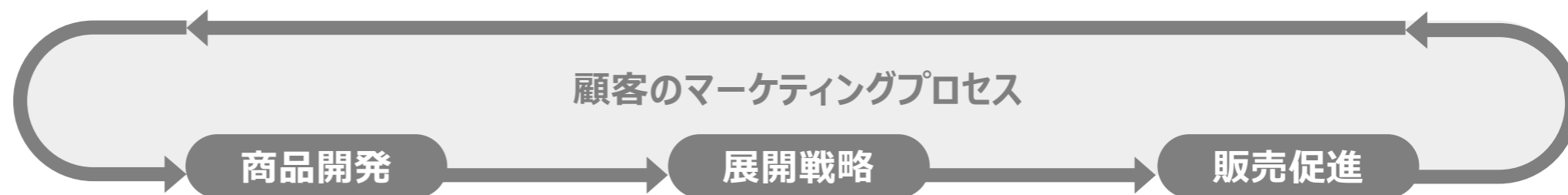


マーケティング実行支援



データと理解に基づいた**総合マーケティングソリューション**

お客様のマーケティングプロセスにおいて、
生活者データの収集から分析・理解に加え、施策の実行プロセスをワンストップで提供



データマーケティング事業

生活者のデータを効率的に収集



インサイト事業

生活者インサイト*の分析・理解



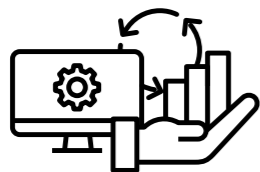
デジタルマーケティング事業

お客様のマーケティング戦略の実行を支援



デジタルマーケティング事業
—メディア・プロモーション—

販促支援メディアの運営
インターネット広告サービス展開



お客様のマーケティング施策の
プランニングから実行・測定まで
トータルサポート

データ × テクノロジー × インターネット
セールスプロモーションサービスを提供



販促支援メディア

インターネット広告



レシート投筒で毎日のお買い物にお得とハッピーを
デンクメ!

アンケートアド
アンケート型記事広告

データドリブン運用広告



ソーシャルメディア・マーケティング



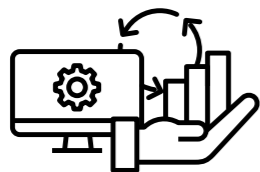
IPコラボレーション

1,147万人の提携パネルネットワーク



デジタルマーケティング事業
—ITソリューション—

お客様のマーケティング
戦略の実行を支援



システム・アプリ開発・運用・保
守、IT人材支援／アウトソー
シングを提供

主力事業



モバイル/スマートフォン向け
Webサイト、システムの企画・
開発・運用

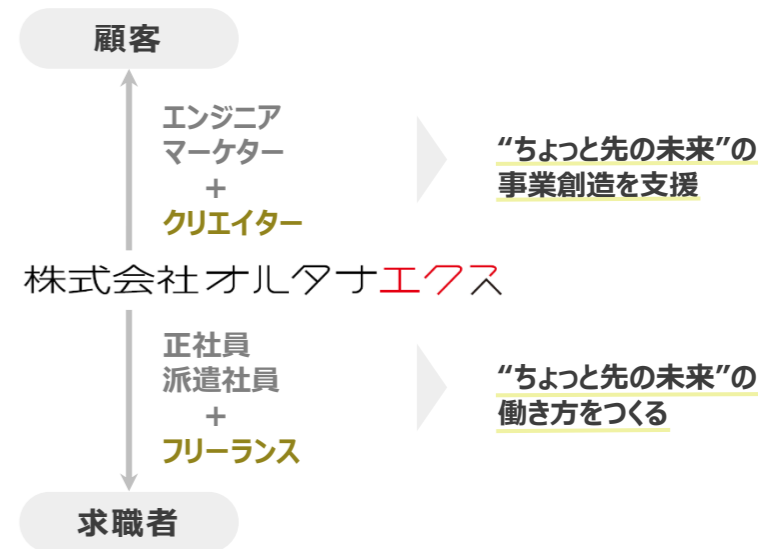


スマホ証券アプリ開発
大和コネクセ証券株式会社様

バンキングアプリ開発
ソニー銀行株式会社様



エンジニア・マーケター・クリエイターの
採用支援エージェンシー



データマーケティング事業

インターネットを活用した
アンケート調査で
Fact Finding

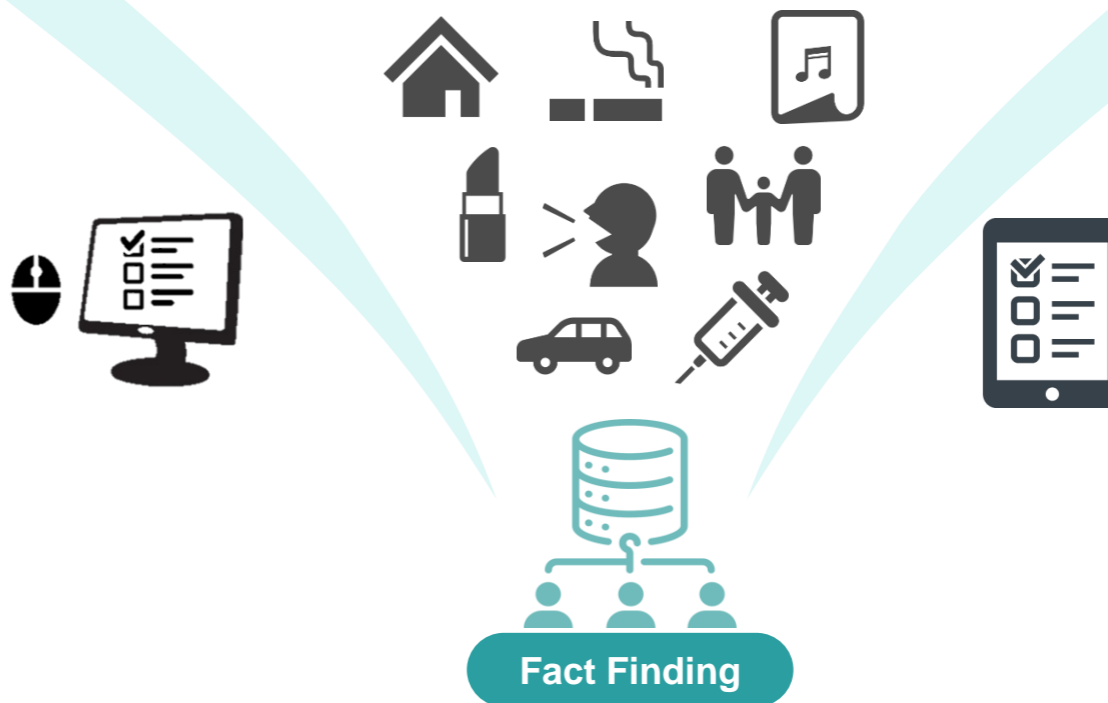


日本最大級の
パネルネットワークにより
効率的なデータ収集

業界最大級 **1,147** 万人の提携パネルネットワーク
最大2,500項目の詳細プロフィール保有



オンラインアンケート ・ データコレクション



インサイト事業

Fact Findingに基づく
生活者インサイトの
分析・理解

※ 生活者インサイト：生活者が自覚していない購買行動に至る本質的要因



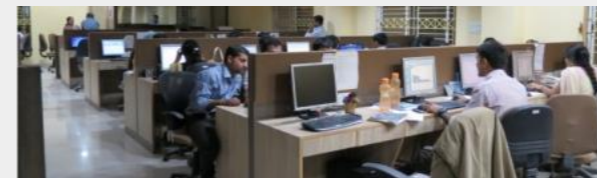
お客様のマーケティング
課題解決に向けた
コンサルティング

生活者データ/ファクトを基にした
深掘り調査、分析レポート作成

オフライン調査案件数（インタビュー・会場調査）
約**1,000**件



調理可能なCLTルーム(人形町)



海外フィールドワーク拠点(インド)



国内設備
(新宿初台、人形町)

Kadenceグループ

北米・欧州・アジアの調査拠点

生活者データを
効率的に収集

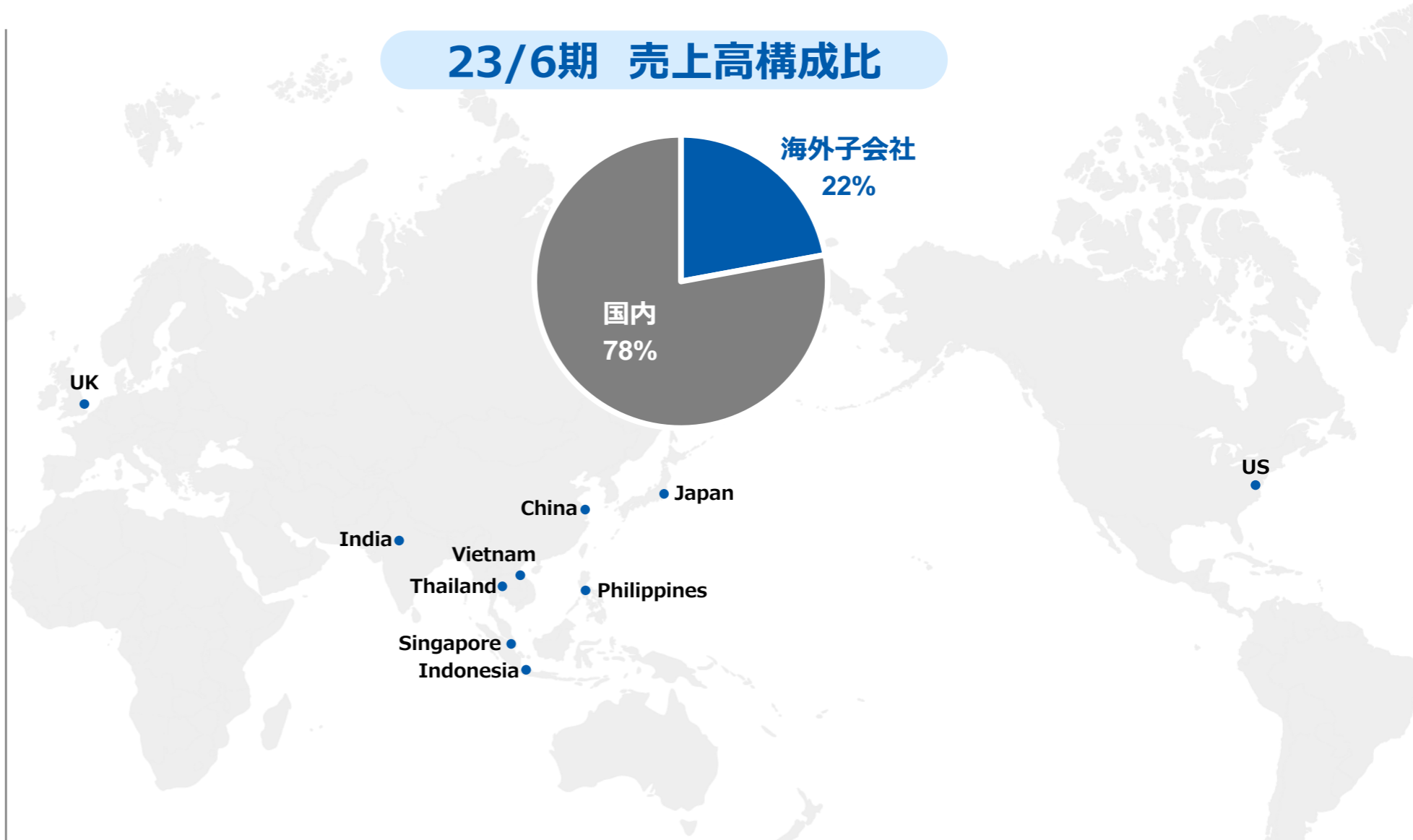
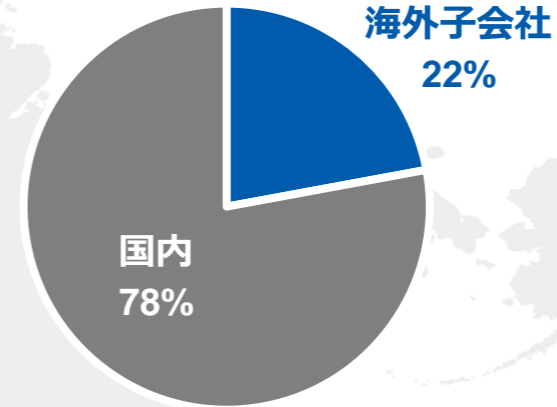


生活者インサイトの
分析・理解



ノウハウを保有する
グループ企業と
世界10ヶ国の拠点を
軸にサービスを展開

23/6期 売上高構成比



5 参考データ

エクセル形式の [Fact Sheet](http://www.cm-group.co.jp/ir) は当社IRサイト(www.cm-group.co.jp/ir)内の[こちら](#)に掲載しております。
どうぞご利用ください。

(億円)	23/6期 3Q累計	24/6期 3Q累計	前年同期比 増減率	
売上高	196.5	193.4	-2%	① 売上高が減少 データマーケティング事業が伸び悩み
売上総利益	82.9	77.6	-6%	
(売上総利益率)	(42.2%)	(40.1%)	(-2.1pt)	② 売上総利益が減少 データマーケティング事業の減収が主因
販売費 及び 一般管理費	61.2	60.7	-1%	③ 販管費は前期並みに抑制
(売上高販管費比率)	(31.1%)	(31.4%)	(+0.2pt)	
営業利益	21.7	16.9	-22%	
(営業利益率)	(11.1%)	(8.7%)	(-2.3pt)	
経常利益	20.9	16.8	-20%	
特別損益	0.8	0.0	-	
法人税等	8.3	7.0	-16%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	12.5	9.9	-21%	

(億円)	2023年6月末	2024年3月末	増減
流動資産	112.9	118.9	+6.0
現金及び預金	64.8	62.3	-2.5
受取手形及び売掛金	31.3	42.7	+11.4
その他	16.8	13.9	-2.9
固定資産	30.2	32.0	+1.8
のれん	6.2	5.5	-0.7
その他	24.0	26.5	+2.5
総資産	143.1	150.9	+7.8
流動負債	51.5	55.6	+4.1
買掛金	9.8	16.1	+6.3
短期借入金※	13.4	13.5	+0.1
その他	28.2	26.1	-2.1
固定負債	30.7	26.6	-4.2
長期借入金	27.6	23.1	-4.5
その他	3.1	3.5	+0.4
純資産	60.9	68.7	+7.9
自己資本比率	42.0%	45.5%	+3.5pt

現預金は60億円強

事業成長投資、借入金返済への充実に十分な水準を確保

売掛金・買掛金の増加

商戦期末による増加に加え、大型長期案件が増えたことによる増加

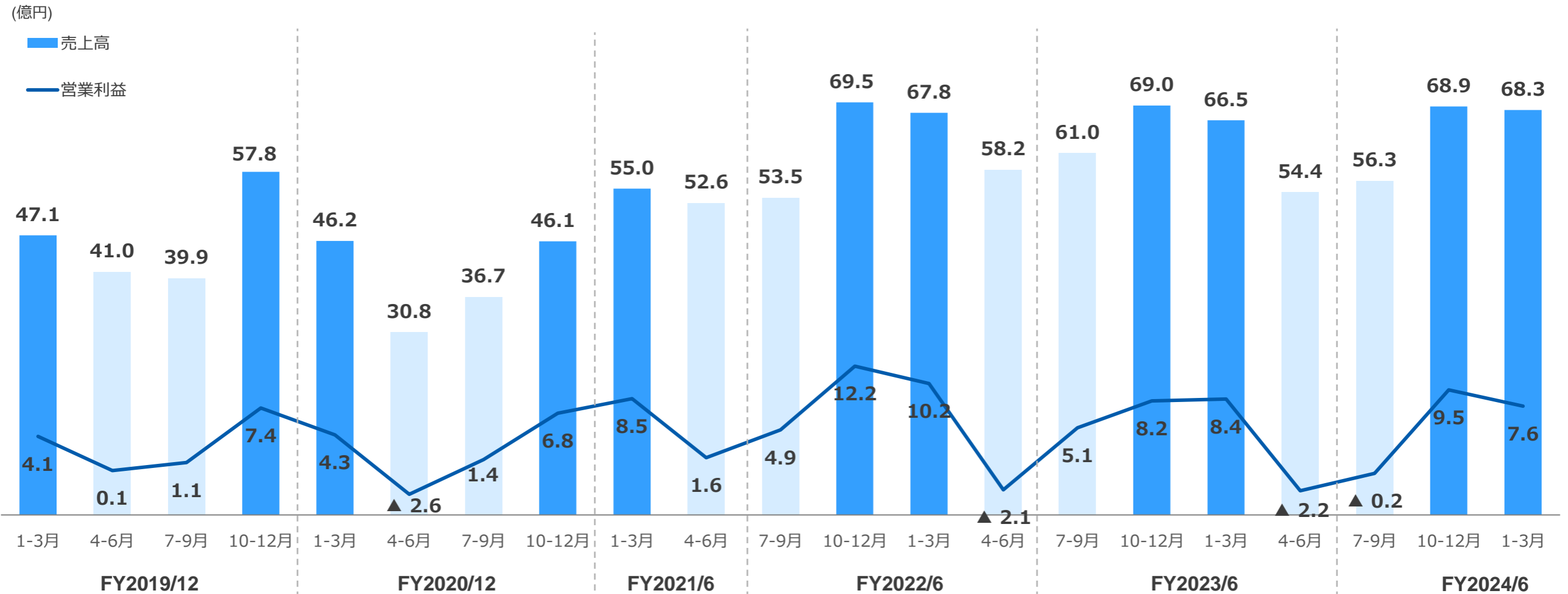
自己資本比率は45.5%

前期末比で上昇、健全な水準を確保

※一年以内返済の長期借入金含む

四半期の収益に季節性あり

10～12月、1～3月が商戦期、4～6月、7～9月は閑散期



カテゴリ	マテリアリティ	具体的取り組み・実績 ※数値はすべて2023年6月期実績
<p>環境 Environment</p>  	<p>気候変動への対応をはじめとした広範な地球環境の保全</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・TCFD提言への賛同を表明し、TCFDコンソーシアムへ参画 ・CO2排出量 (t-Co2) <ul style="list-style-type: none"> Scope1 0 Scope2 305 (オフィス電気使用量に伴う排出量) Scope3 47 (クラウドサービス使用に伴う排出量)
<p>社会 Social</p>   	<p>人的資本の充実</p> <p>多様性、公平性、包摂性(DE&I)の向上</p> <p>産学官/幅広いパートナーとの連携による社会貢献活動の推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・人事評価制度の刷新 ・管理職を対象とした全20回の研修を実施 ・女性管理職比率 22.3% ・男性の育休取得率 61.5% ・全労働者における男女の賃金差異 63.7% ・「モラタメSDGsプロジェクト」で、SDGs達成を支援する団体を支援
<p>ガバナンス Governance</p> 	<p>コーポレートガバナンス機能、内部管理体制の充実化</p> <p>リスクマネジメント、情報セキュリティ、プライバシー保護の更なる強化</p> <p>ステークホルダーへの適切な情報開示と対話の促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・社外取締役比率 60% ・内部通報制度の整備 ・コンプライアンス教育の実施 ・投資家向け説明会開催数 8回
<p>ビジネス Business</p>   	<p>経済的成長とサステナビリティ活動の両立</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティ関連調査売上 <ul style="list-style-type: none"> – 国内：6,979万円 – 海外：6,645万円 ・ドゥハウスおよびREECH、地域活性化イベント受託

本資料に関するご注意

本資料は、業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘するものではありません。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性がありますのでご了承ください。

本資料に関するお問い合わせ先

株式会社 クロス・マーケティンググループ IR室
Mail : ir@cm-group.co.jp

Cross Marketing Group Inc.
<https://www.cm-group.co.jp>