

株式会社クロス・マーケティンググループ

2023年6月期 1Q決算説明資料

2022年11月14日

CONTENTS

- 1 2023年6月期 1Q決算概要
- 2 トピックス
- 3 2023年6月期 業績及び配当予想
- 4 参考データ

1 2023年6月期1Q決算概要

Summary

1

- 売上高**61.0億円**(前年同期比**14%増**)、営業利益**5.1億円**(**5%増**)
- **7-9月期として、過去最高業績を更新**

Summary

2

- **収益性の高いリサーチビジネスが国内外とも堅調、全体業績を牽引**
- **一部、マーケティング予算削減の動きを受けたデジタルマーケティング事業は伸び悩み**

Summary

3

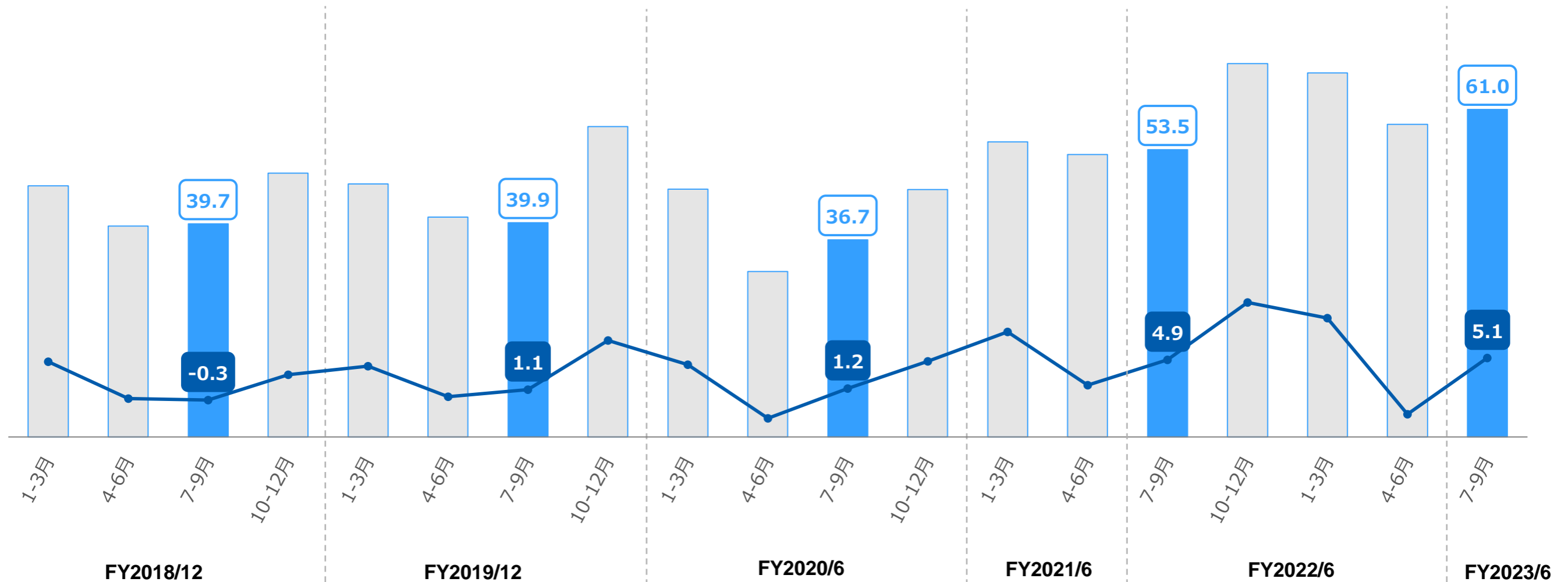
- **1Q業績は売上高・利益ともに計画線**
- **通期予想は変更無し**

第1四半期は売上高**14%**増・営業利益**5%**増・当期純利益**22%**増
データマーケティング及びインサイト事業が牽引

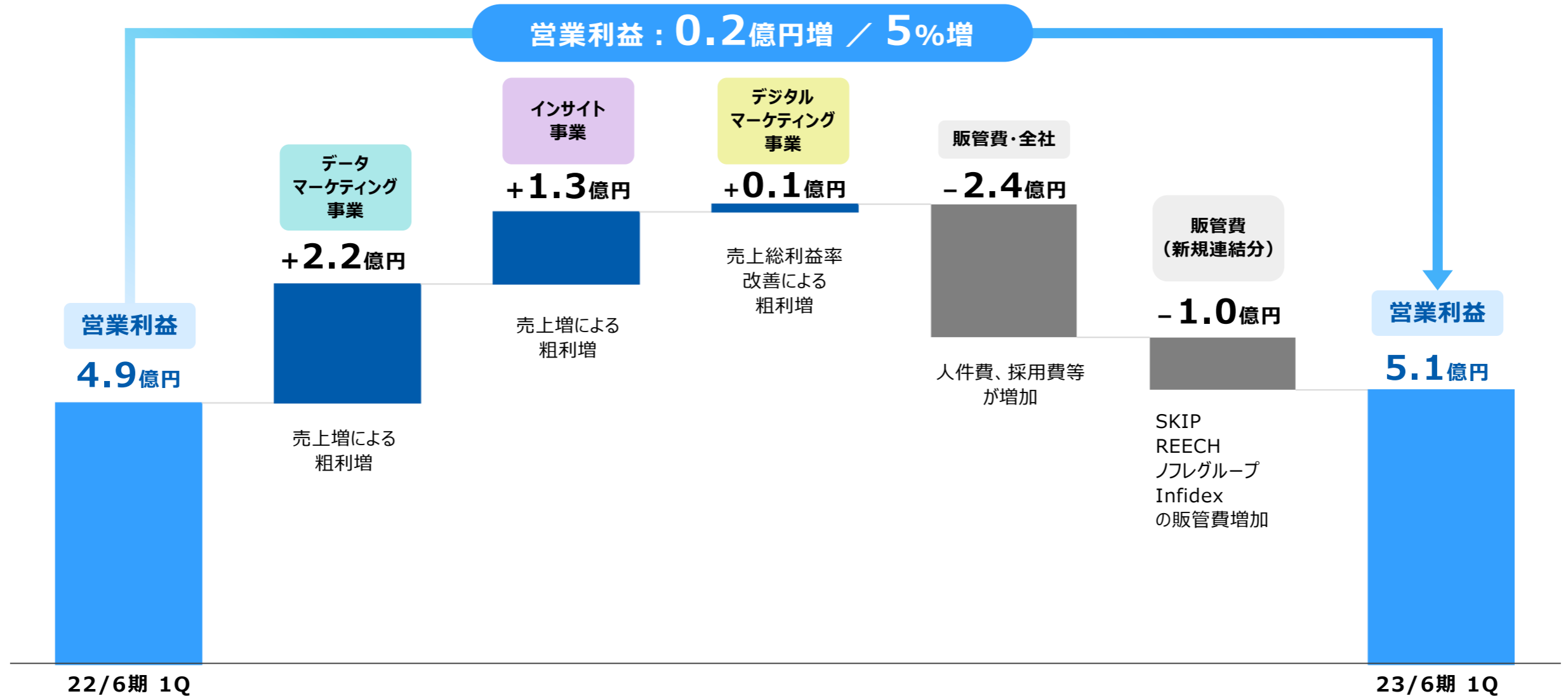
(億円)	22/6期 1Q 実績	23/6期 1Q	
		実績	前年同期比 伸び率
売上高	53.5	61.0	+14%
デジタルマーケティング事業	23.1	22.4	-3%
データマーケティング事業	17.5	22.9	+31%
インサイト事業	12.9	15.7	+22%
営業利益 (営業利益率)	4.9 (9.1%)	5.1 (8.4%)	+5% (-0.7pt)
経常利益	4.5	5.4	+19%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2.7	3.3	+22%

過去最高業績を更新 季節性はあるものの、7-9月収益は着実に拡大

(億円) □売上高 ●営業利益



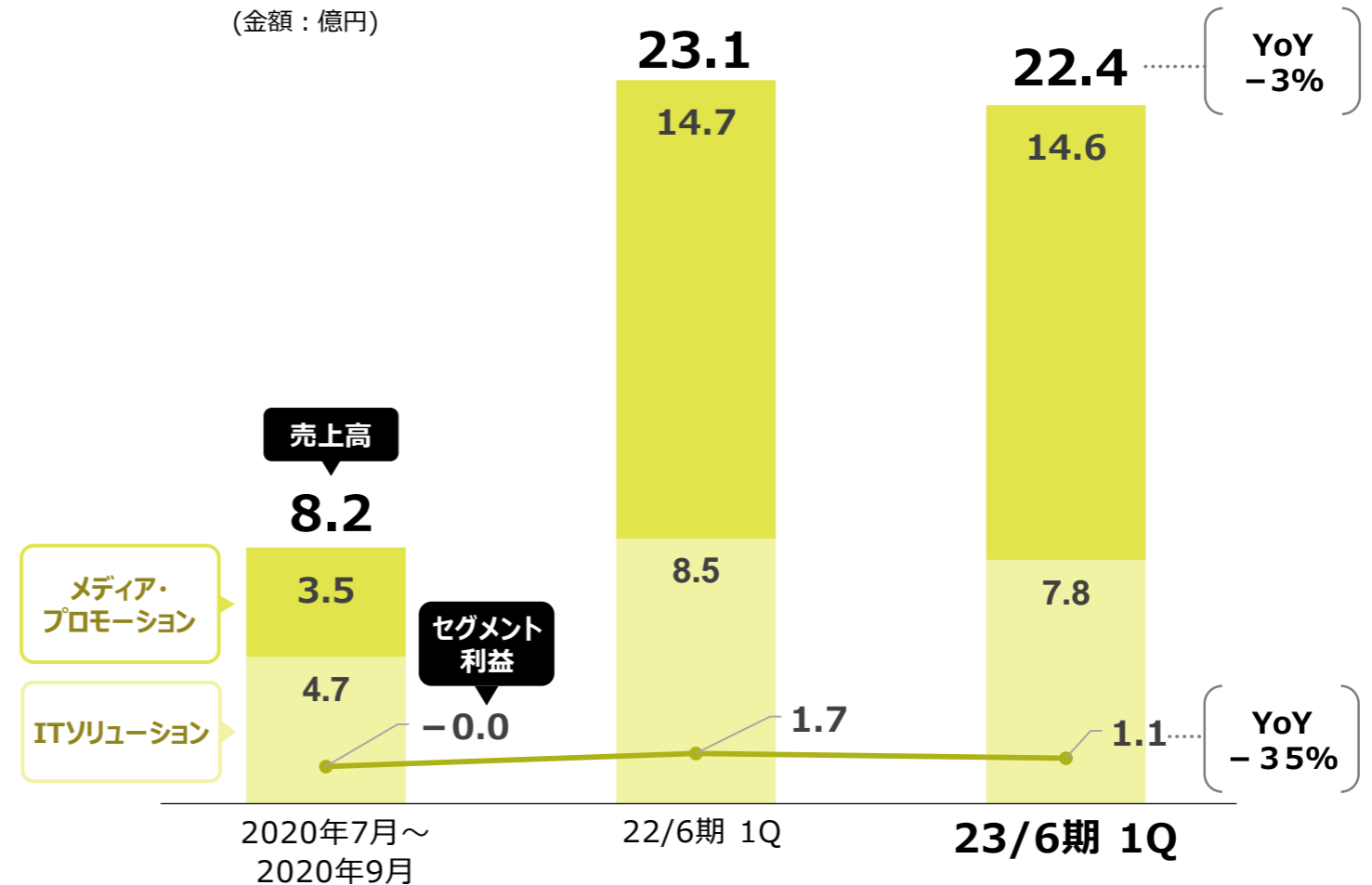
各セグメントで売上総利益が増加 人員増と新規連結子会社増による販管費の増加を吸収



売上高3%減、セグメント利益35%減

単価下落により小幅ながら減収。人員増強と新規連結*1により販管費が増加

- メディア・プロモーション売上高は前期比横ばい。原材料高の影響を受けたFMCG*2メーカー等の顧客のマーケティング予算削減により、受注単価が低下。一方、取引数（社数ベース）は増加した。
- ITソリューションはyoy16%減収。取引数は前期並みながら、受注単価が低下した。

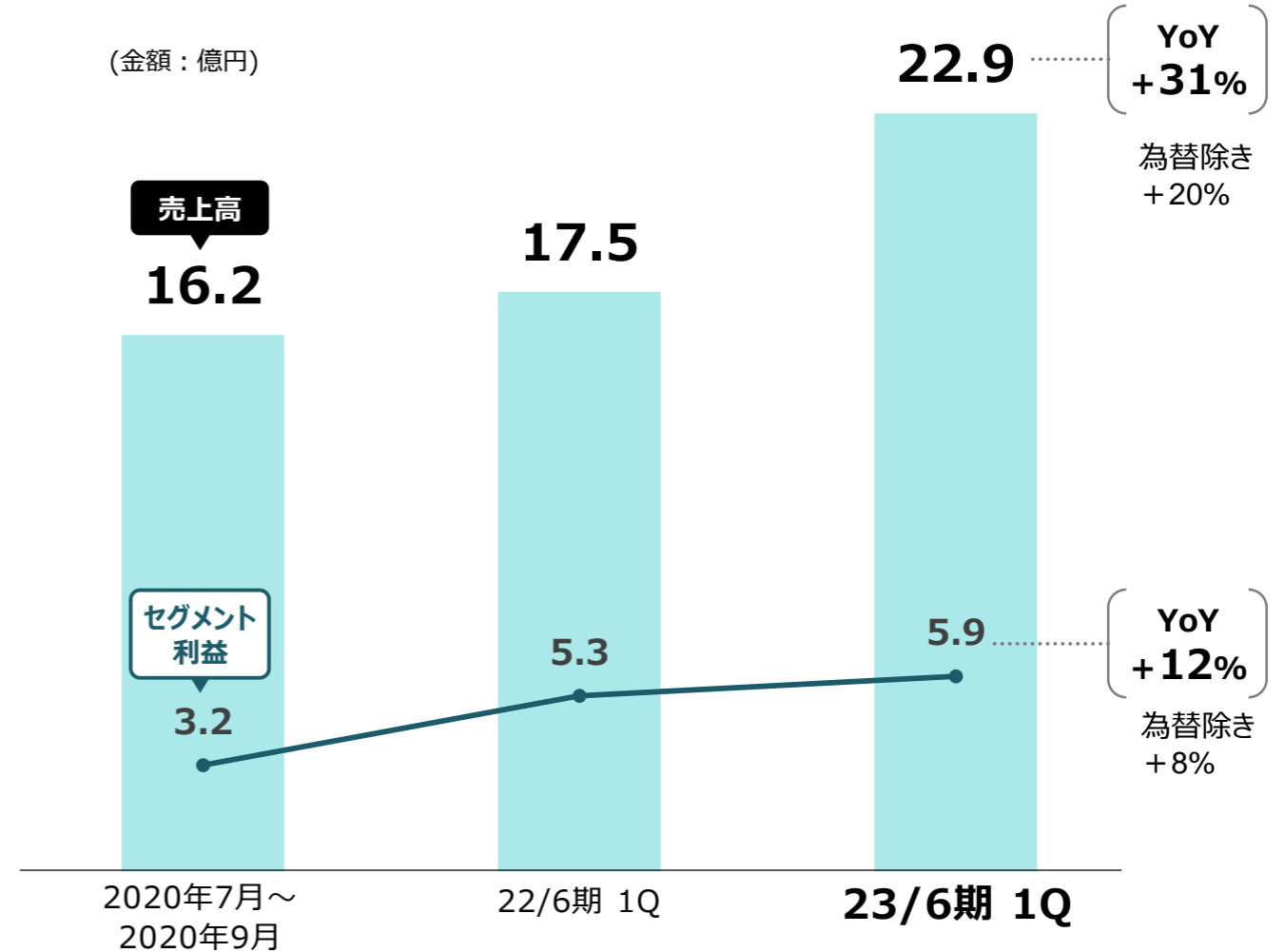


*1 SKIP、REECH、ノフレ食品、ノフレコミュニケーションズ、Infidex

*2 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

売上高31%増、セグメント利益12%増で全社収益を牽引 国内外で、堅調なリサーチ需要を取り込む

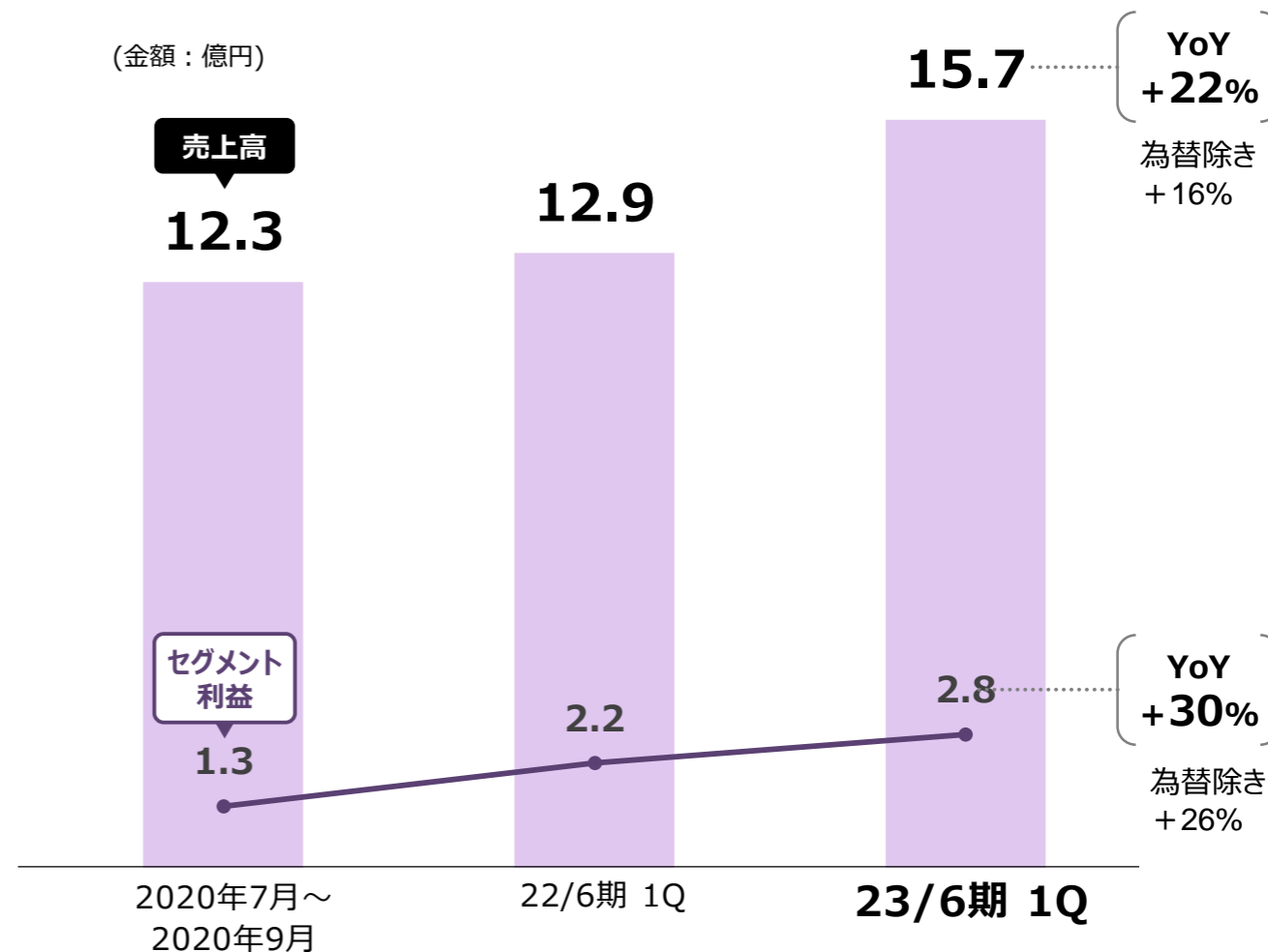
- 不透明な経済情勢においても、リサーチ需要は堅調に推移。
- 国内では主力のオンライン実査件数が二桁%増加。
- 海外は米国・インドが大幅増収。円安効果*1は売上+2.1億円、営業利益+0.2億円。
- セグメント利益率は25.8%と高水準。



*1 2022年6月期第1四半期の実績為替レートとの比較

売上高22%増、セグメント利益30%増 オンライン堅調持続、オフラインも回復傾向

- 国内ではオンライン型インタビュー堅調が継続。オフライン調査も増収に転じた。
- 海外はインドネシア・シンガポールが増収。円安効果*1は売上+0.7億円、営業利益+0.1億円。
- セグメント利益率は17.9%。継続的な生産性改善により利益率が向上。



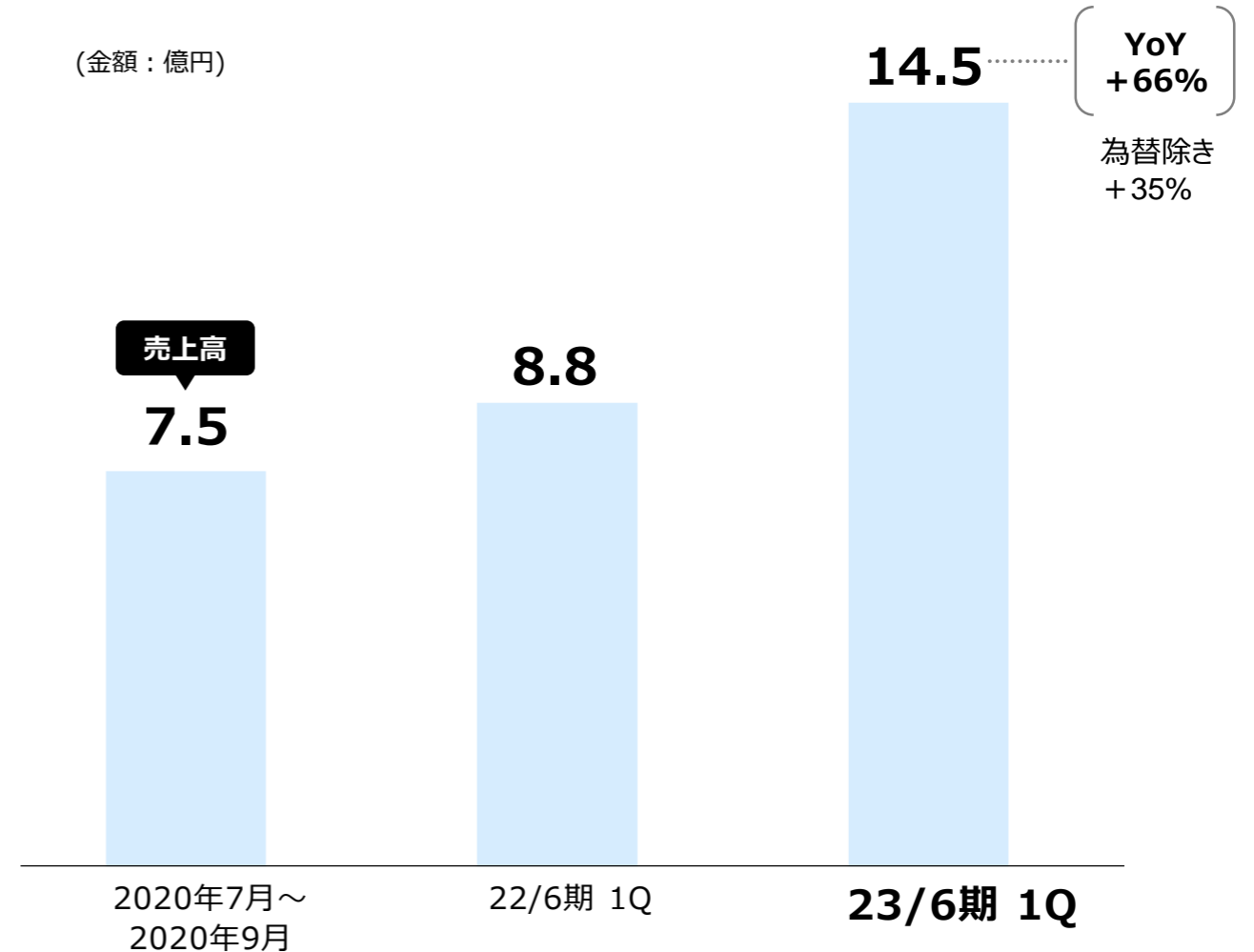
*1 2022年6月期第1四半期の実績為替レートとの比較

経済回復による需要増を取り込み、6割超の増収 北米、インドネシア、インドが寄与

- ・北米は引き続き大幅増収。
- ・インドネシアは政府系エネルギー、金融、飲料、自動車等幅広く増加。
- ・インドは自動車・FMCG向けが伸長。
- ・シンガポールは家電メーカーやSNS運営大手の現地受容性調査が寄与。
- ・円安効果*1は海外合計で売上高 + 2.7億円。

*1 2022年6月期第1四半期の実績為替レートとの比較

(金額：億円)



2 トピックス



LINE社のSales Partnerで SNSマーケティングサービスを提供するInfidex社の株式取得



「LINE公式アカウント」・
「LINE広告」を中心とした
広告商品を販売する
Sales Partner

Infidex社概要

会社名	株式会社Infidex
所在地	福岡県福岡市
設立	2014年10月
事業内容	LINE公式アカウント販売事業等



デジタルマーケティング事業の各社と連携して、
SNSを活用した顧客のマーケティング活動の支援を推進
2022年7月（2023年6月期第1四半期）から連結開始



グループ全体のDX化推進やAIを活用したビジネスモデル変革に向け DXソリューションとIT人材採用育成DXを展開しているMDIU社の株式取得

MDIU社概要



会社名 株式会社MDIU

事業内容 DX推進アドバイザー
ソフトウェア等の設計・開発・運用
人材採用パッケージソフトの設計・
開発・運用

代表者 江口 天

代表者紹介



江口 天
株式会社MDIU 代表取締役
一般社団法人ITキャリア推進協会アド
バイザーボードメンバー

東京大学大学院修了後、NTT研究所で暗号アルゴリズムの研究開発に従事。その後、ヨーロッパに渡り、ドイツ及び日本のマイクロソフトで**NLPエンジニア**として活動。帰国後、対話技術をメインにしたAIソリューションを提供し、並行して複数企業の**AI分野のアドバイザー**を担当する。

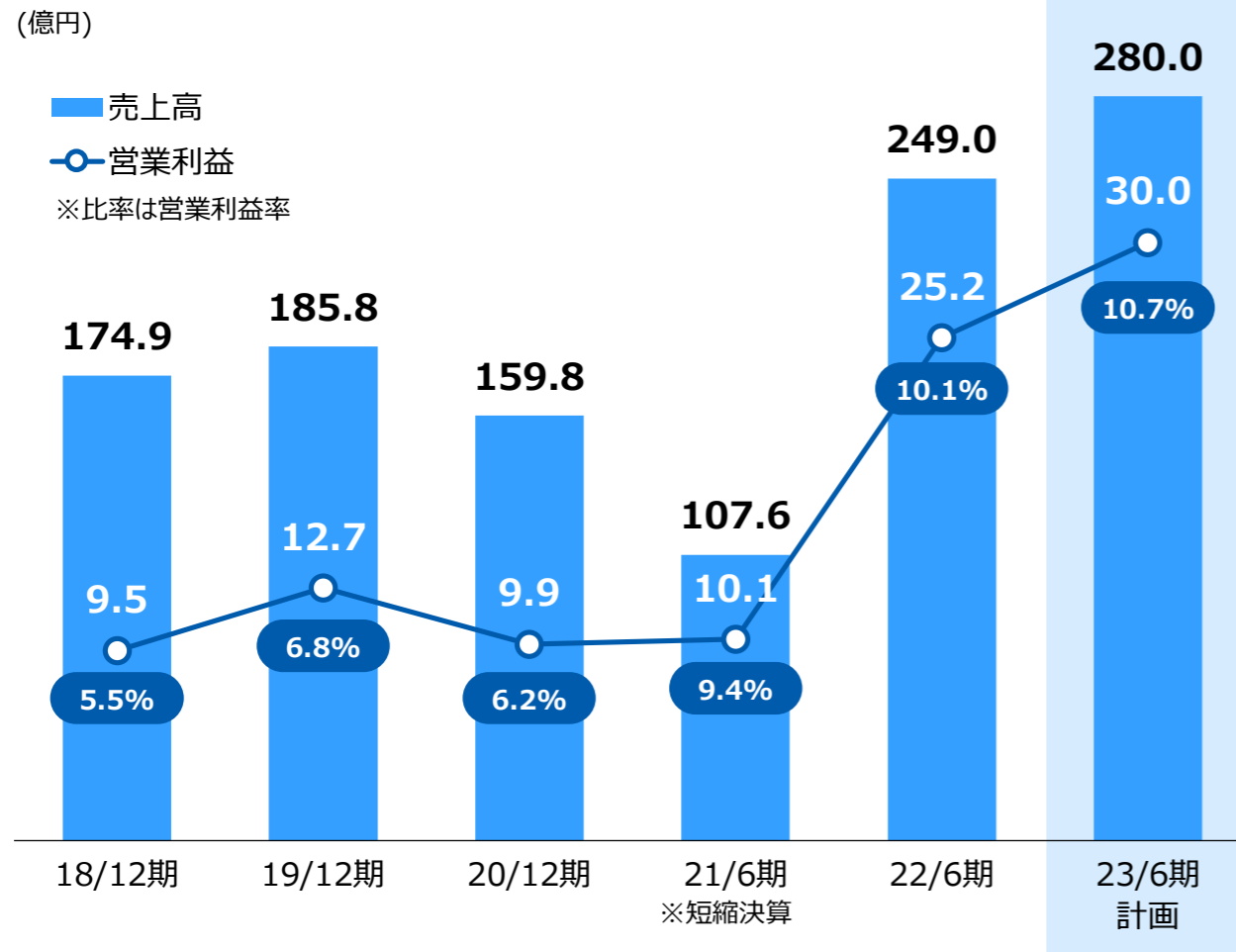
AIの活用によるイノベーション



- ・現在の社内ナレッジの可視化
- ・データの活用方法に関するコンサルティング
- ・AIを活用した新たなイノベーションの創出

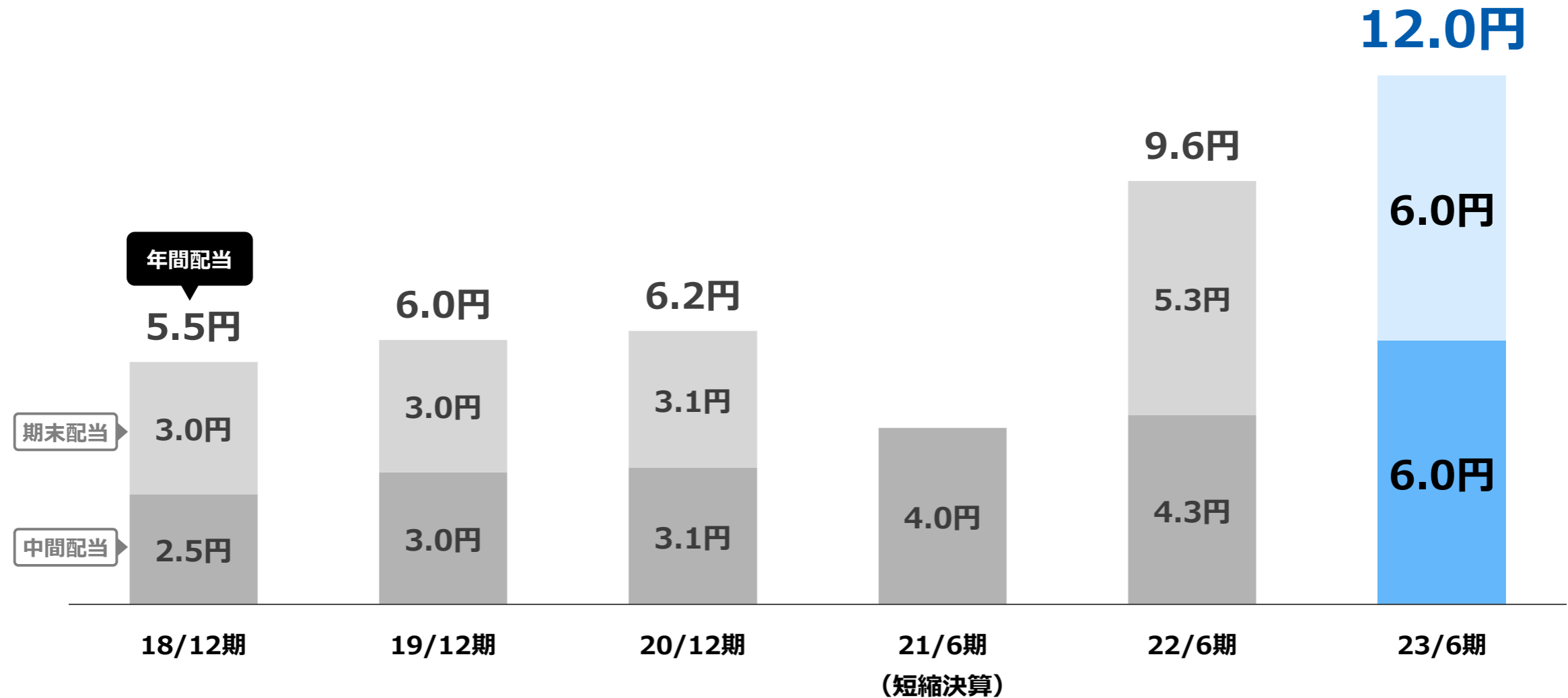
3 2023年6月期業績及び配当予想

過去最高業績の更新計画に変更無し
 売上高280億円(12.5%増)・営業利益30億円(19.0%増)



(億円)	22/6期 実績	23/6期 計画	YoY
売上高	249.0	280	+12.5%
デジタル マーケティング	100.8	121	+20.0%
データ マーケティング	83.7	90	+7.6%
インサイト	64.5	69	+7.0%
営業利益	25.2	30	+19.0%
経常利益	25.0	29	+16.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	15.6	18	+15.4%

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配
 23/6期通期では12.0円(上期6.0円、下期6.0円)を計画



4

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)	22/6期 1Q	23/6期 1Q	前年同期比 増減率
売上高	53.5	61.0	+14%
売上総利益	21.9	25.9	+18%
(売上総利益率)	(40.9%)	(42.4%)	(+1.5pt)
販売費 及び 一般管理費	17.0	20.8	+22%
(売上高販管費比率)	(31.8%)	(34.0%)	(+2.2pt)
営業利益	4.9	5.1	+5%
(営業利益率)	(9.1%)	(8.4%)	(-0.7pt)
経常利益	4.5	5.4	+19%
特別損益	-0.1	-0.0	-
法人税等	1.6	1.9	+17%
非支配株主に帰属する 当期純利益	0.1	-0.1	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2.7	3.3	+22%

1 売上高増加

データマーケティング及びインサイト事業が二桁増収で全体を牽引し、売上高が14%増加

2 売上高販管費比率が上昇

人員増強に伴う人件費増に加え、新規に連結した子会社の販管費増加により、売上高販管費比率が2.2pt上昇

3 営業外収支が改善

為替差損益及び持分法投資損益で利益が増加し営業外収支が改善、経常利益は19%増加

(億円)	2022年6月末	2022年9月末	増減
流動資産	107.2	111.3	+4.2
現金及び預金	55.4	49.4	-6.0
受取手形及び売掛金	34.2	39.1	+4.9
その他	17.6	22.9	+5.3
固定資産	24.2	25.9	+1.7
のれん	3.8	4.1	+0.3
その他	20.4	21.8	+1.4
総資産	131.3	137.2	+5.9
流動負債	50.4	51.0	+0.7
買掛金	13.3	15.8	+2.6
短期借入金※	11.5	13.0	+1.6 ①
その他	25.6	22.2	-3.4
固定負債	19.6	26.6	+7.0
長期借入金	16.7	23.7	+7.0 ①
その他	2.9	2.9	+0.0
純資産	61.4	59.6	-1.7
自己資本比率	43.9%	42.8%	-1.1pt ②

成長に向けた借入を実行

短期借入が1.6億円増、長期借入が7.0億円増

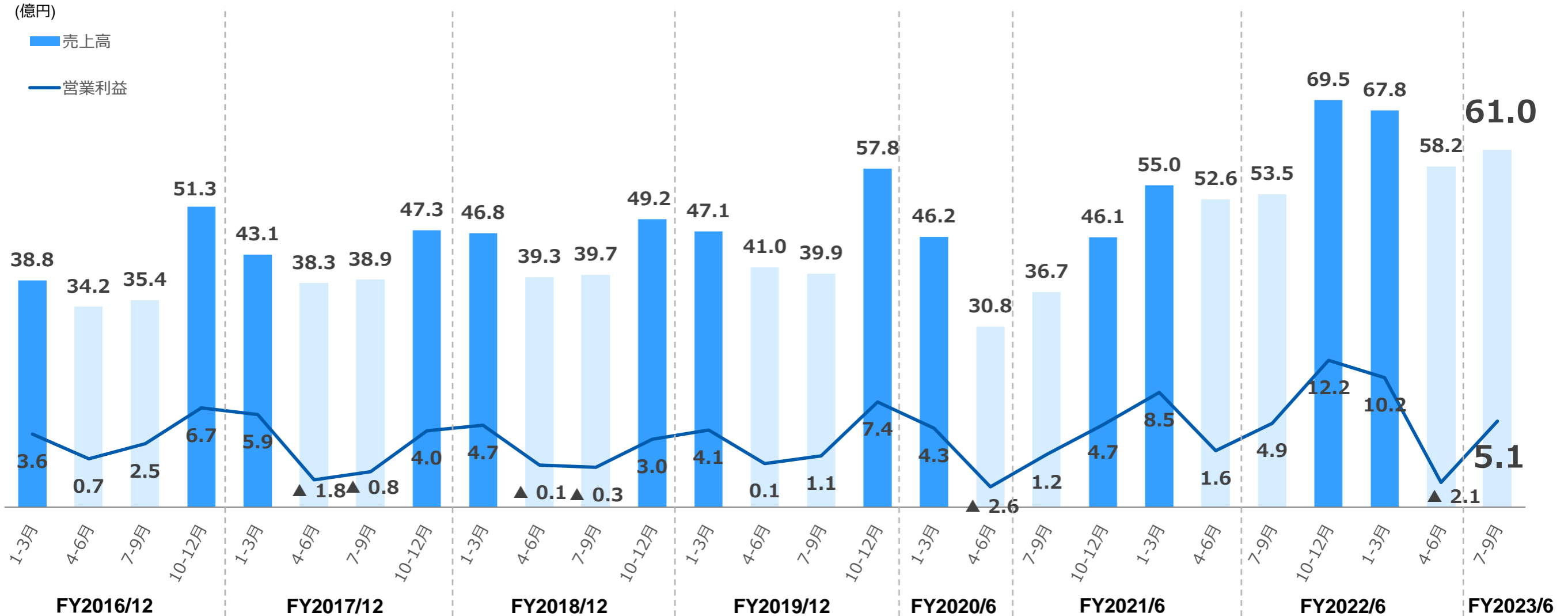
自己資本比率は健全水準を確保



自己資本比率は小幅低下も、42.8%と健全な水準を確保

※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



ESG	分類	具体的取り組み(一部)			
E	廃棄物および有害物質管理	<ul style="list-style-type: none"> ・リユース/フードロスに関する生活者意識行動調査 ・メーカーの滞留在庫をマーケティング資産として活用/循環型WEBサンプリングサービス開始 	●	●	●
	生物多様性への影響	<ul style="list-style-type: none"> ・脱プラスチックに関する調査 		●	●
S	人権 / ダイバーシティ・インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> ・SDGs推進団体へ寄付 ・「国境なき医師団」「セーブ・ザ・チルドレン」を支援 ・ジェンダーレス・多様性についての調査 	●	●	
S	労働慣行	<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成 ・働き方改革に関する調査 	●	●	
G	公正な事業慣行	<ul style="list-style-type: none"> ・コンプライアンス教育の実施 ・内部通報制度の整備 		●	
G	組織統治	<ul style="list-style-type: none"> ・コーポレート・ガバナンス ・リスク・マネジメント ・内部統制システム 		●	

直近の取り組み事例 一部をご紹介します

滞留している商品を マーケティング資産として活用 「SDGsサンプリング」開始



株式会社impact connectが連携し、滞留在庫をマーケティング資産として活用する『SDGsサンプリング』の提供を開始しました。

詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

産学連携で人材育成支援 青山学院大学とPBLの取り組み



青山学院大学社会情報学部社会情報学科とPBL（課題解決型授業）の取り組みを3年前から継続して行っており、PBLを通じて柔軟な視点をもった人材の育成を支援しています。

本取り組みは、社会情報学科の必修科目「プロジェクト演習入門Ⅱ」として学生約200名を対象に行います。グループワーク等を経て12月にプレゼンテーションを行い、当社の社員がフィードバックを行う予定です。

詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

メーカー向け社会循環型 WEBサンプリングサービス始動



日本最大級のお試しサイト「モラタメ.net」は、一般社団法人「全国食支援活動協力会」と共同して、メーカー向けに社会循環型WEBサンプリングサービス『モラタメSDGs子ども食堂共創プロジェクト！』を開始しました。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

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 グループ経営戦略部
Mail : ir-cm@cross-m.co.jp

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