



株式会社クロス・マーケティンググループ

2023年6月期 上期決算説明資料

2023年2月13日

CONTENTS

- 1** 2023年6月期 上期決算概要
- 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 上期決算概要

Summary

1

- **売上高130億円**(前年同期比6%増)、**営業利益13億円**(22%減)
- **売上高は過去最高更新。販管費増により営業利益は減少**

Summary

2

- **収益性の高いリサーチビジネスが国内外で堅調**
- **一部顧客のプロモーション予算削減等の影響が続き、デジタルマーケティング事業は伸び悩み**

Summary

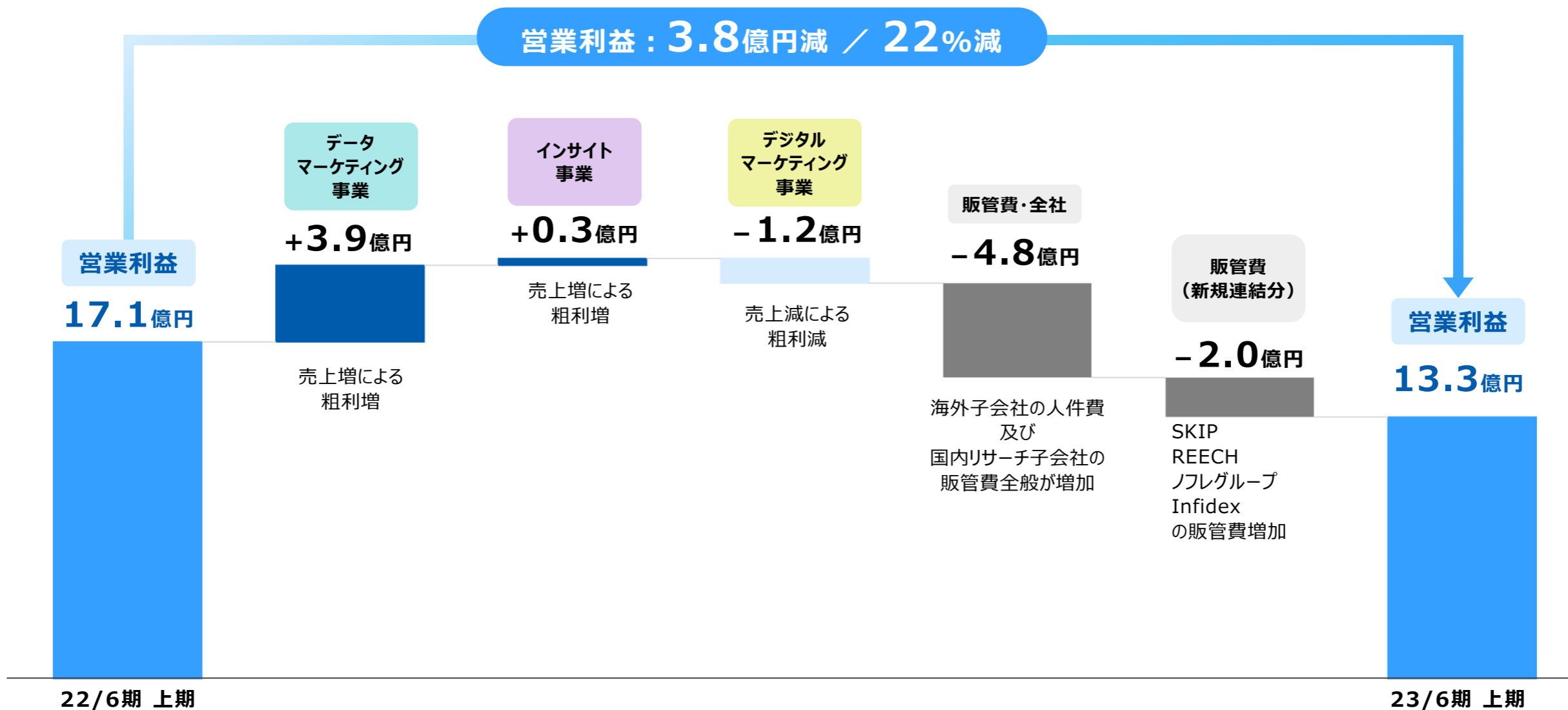
3

- **一株当たり中間配は計画通り6.0円**(前年同期比+1.7円の増配)
- **通期予想に変更無し**

売上高は6%増・売上総利益率は40%超。販管費増により営業利益は22%減
 リサーチビジネス(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 上期 実績	23/6期 上期	
		実績	前年同期比 伸び率
売上高	123.0	130.0	+6%
デジタルマーケティング事業	50.7	46.0	-9%
データマーケティング事業	41.7	50.5	+21%
インサイト事業	30.6	33.5	+10%
売上総利益 (売上総利益率)	51.3 (41.7%)	54.3 (41.8%)	+6% (+0.1pt)
販管費	34.2	41.0	+20%
営業利益 (営業利益率)	17.1 (13.9%)	13.3 (10.2%)	-22% (-3.7pt)

粗利益は増加するも、販管費増加 成長する海外・国内リサーチ及び新領域への投資を継続

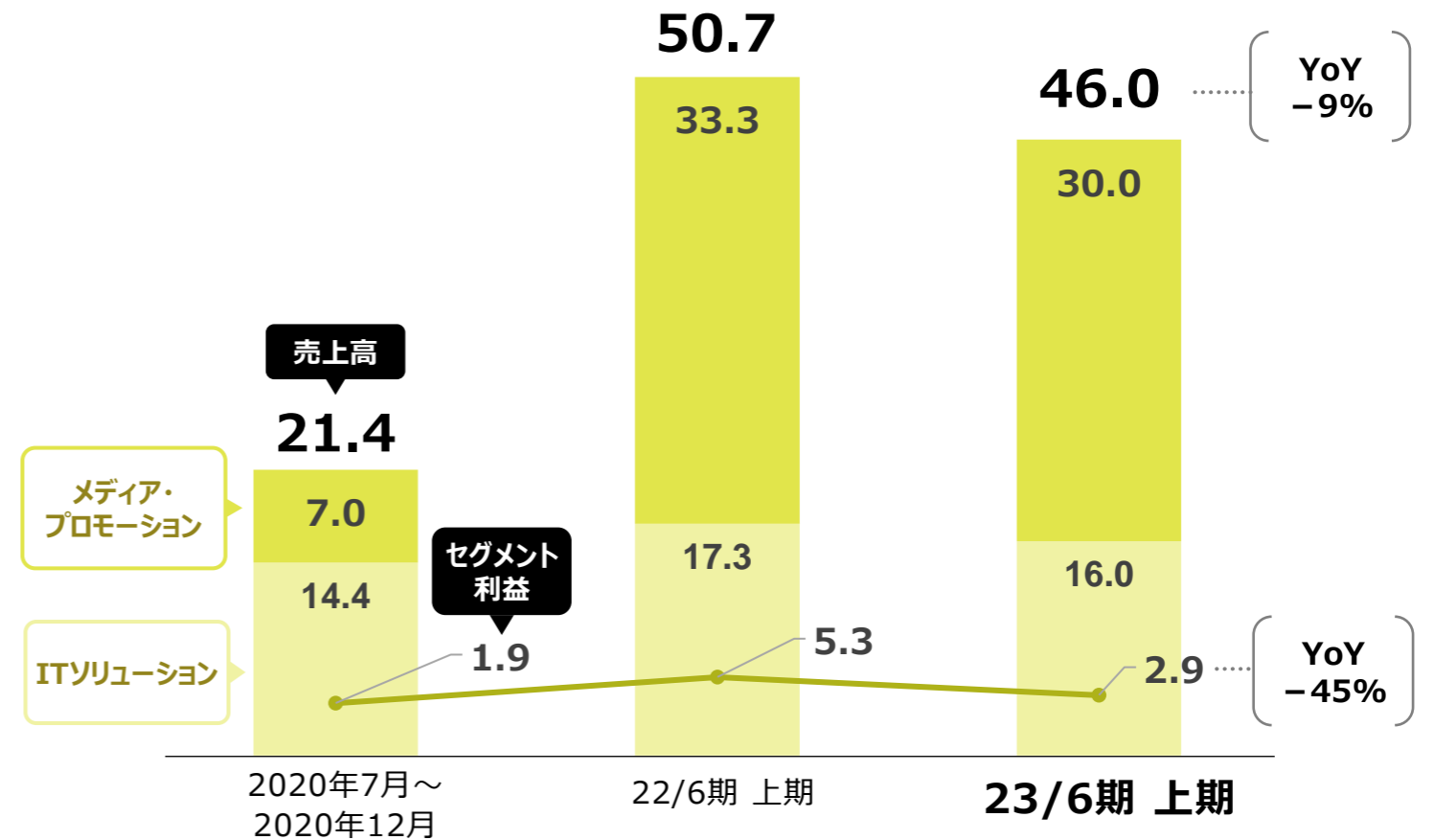


売上高9%減、セグメント利益45%減

単価下落により減収。減収効果および新規連結*1による販管費増をうけ減益

- メディア・プロモーションはYoY10%減収。原材料高の影響を受けたFMCG*2メーカー顧客のマーケティング予算の一時的な削減により、受注単価が低下。一方、取引数は増加した。
- ITソリューションはYoY8%減収。取引数は増加も、受注単価が低下。
- 新規連結子会社の販管費が増加。

(金額：億円)



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

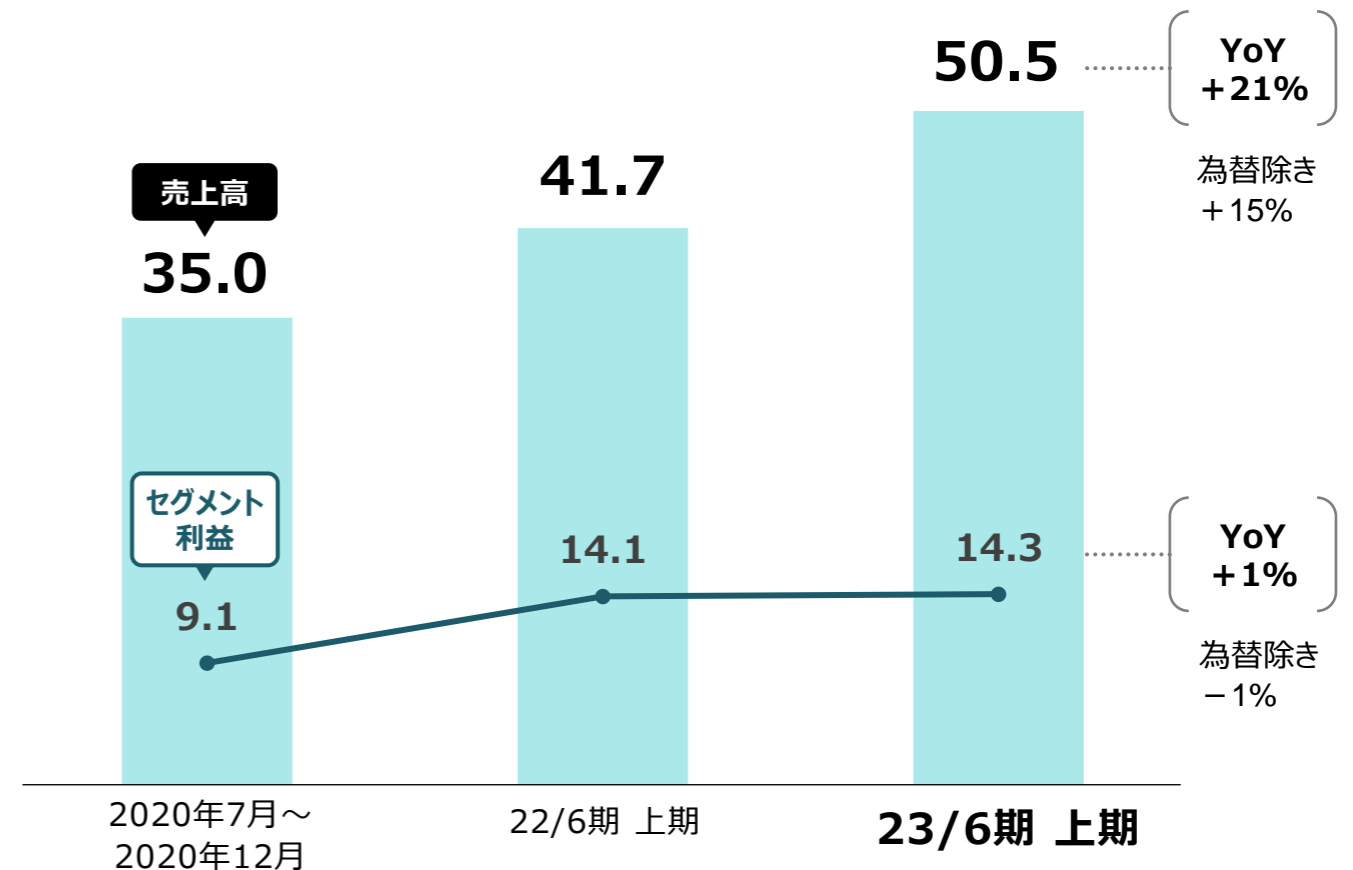
*2 FMCG：Fast Moving Consumer Goodsの略で飲料、食品、化粧品など比較的短期間で消費される製品（日用消費財）のこと

売上高21%増、セグメント利益1%増 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増加。販管費は全般的に増加。
- 海外は米国・インドが大幅増収。人件費を中心に販管費が増加。
- 円安効果*1は売上+2.5億円、営業利益+0.3億円。

*1 2022年6月期第2四半期の実績為替レートとの比較

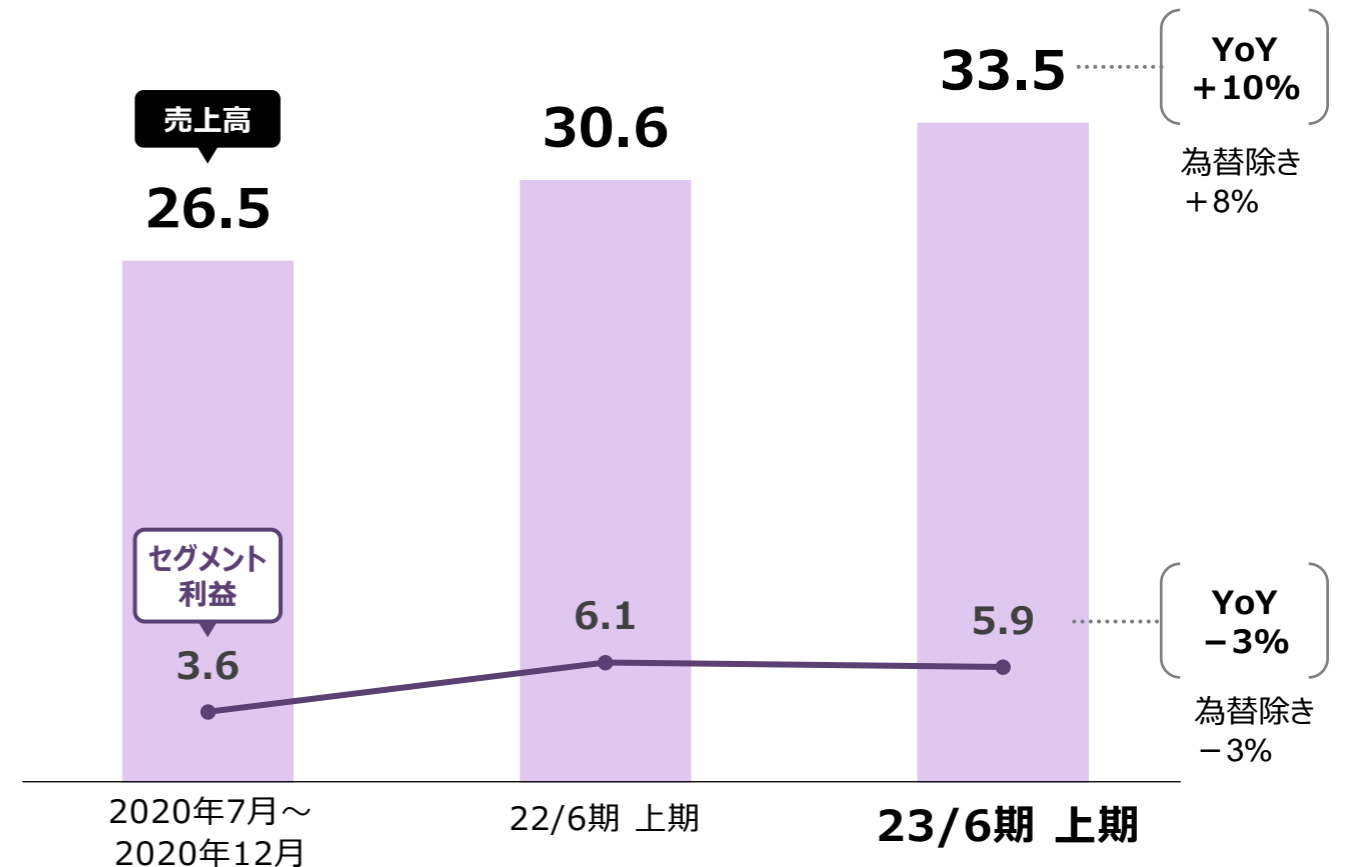
(金額：億円)



売上高10%増、セグメント利益3%減 オンライン堅調持続、オフライン回復傾向

- 国内ではCLT*¹やグループインタビューが回復。販管費は横ばい。
- 海外はインドネシア・シンガポールが増収。人件費を中心に販管費が増加。
- 円安効果*²は売上+0.6億円、営業利益は僅少。

(金額：億円)



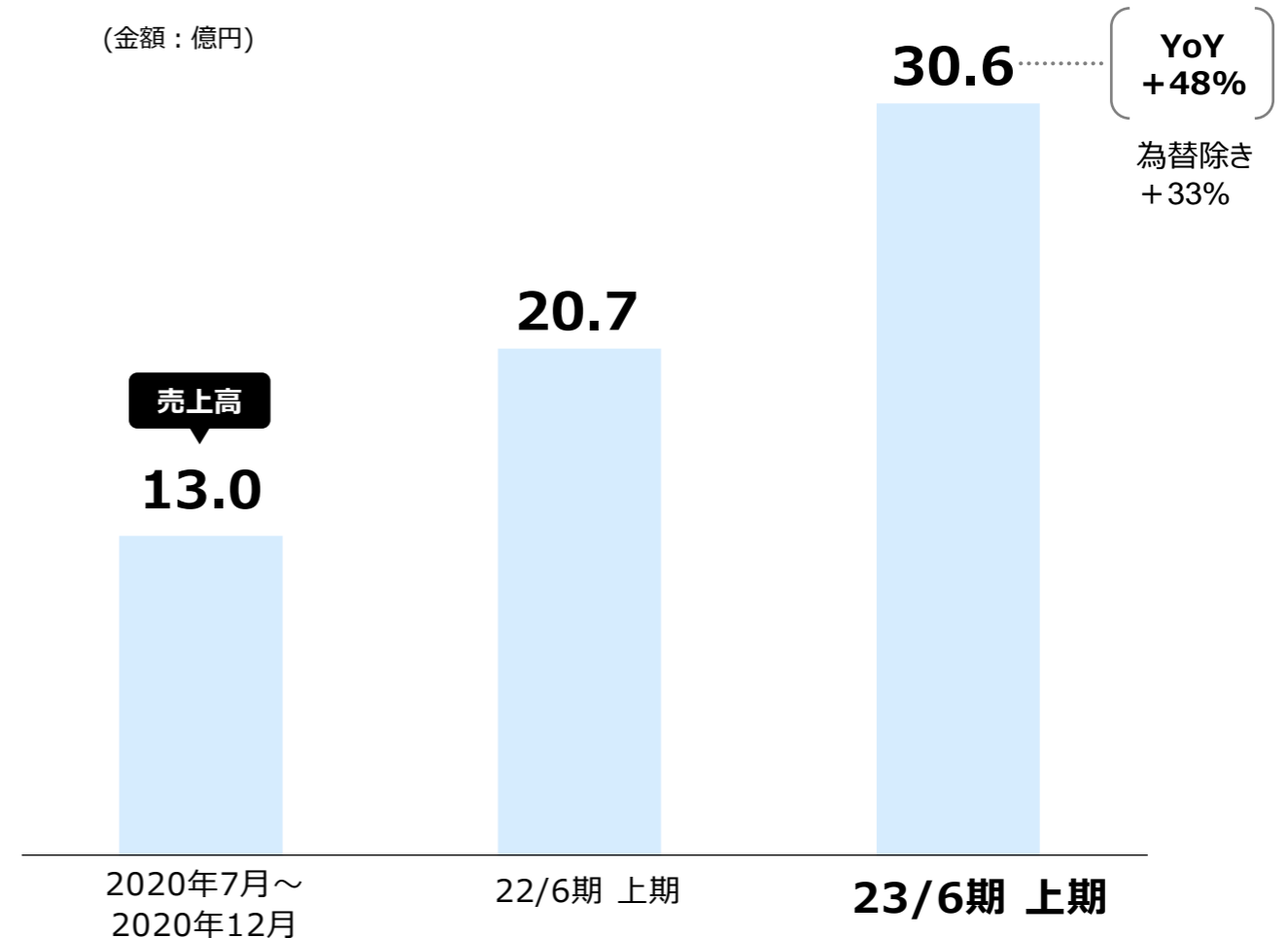
*1 Central Location Test (会場調査) の略。対象者を会場に集めて、アンケートに回答してもらう調査手法。

*2 2022年6月期第2四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、48%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、飲料等のFMCG向けが好調に推移。
- ・インドはFMCG・コンサル・調査会社など複数業界からバランスよく受注。
- ・シンガポールは家電メーカーやテック系企業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 + 3.1億円。

*1 2022年6月期第2四半期の実績為替レートとの比較



2 トピックス

新しいテレビの視聴データの取得・分析サービスを提供するREVISIO社に出資

—— 当社グループのパネルを活用した事業連携の強化・推進を通して成長を支援 ——



当社グループが保有する767万人の
生活者ネットワークを活用して、
REVISIO社のサービス構築をサポート



REVISIO

人体認識技術によってテレビ番組・
CMの視聴態勢データを取得し、
BtoB向け視聴分析サービスを提供



**REVISIO社の事業拡大を資金面・サービス面で支援し、
新しい視聴データの利用拡大を推進**



店頭購入型のサンプリング・サービス「テナメ」と 電子レシートサービス「スマートレシート®」がID連携を開始

—— レシート画像のアップロードが不要になり、アンケート回答をよりスムーズに ——



テナメ

テナメは生活者を店頭へ誘導し、商品をトライアルしてもらうサービス。

会員はサイト上の掲載商品を店頭で購入後、簡単なアンケートとレシート画像の投稿を行うことで、商品代の半額から同額相当のポイントをもらうことができる。

<https://www.tentame.net/>



「スマートレシート®」

東芝テックが開発・運営し、東芝データが運営を支援している電子レシートサービス。

対象店舗でのお会計後すぐにレシートが電子化されてアプリ内に表示され、紙のレシートを残さなくてもスマートフォンで購入履歴を確認することができる。

<https://www.toshibatec.co.jp/products/pos/smartreceipt/>

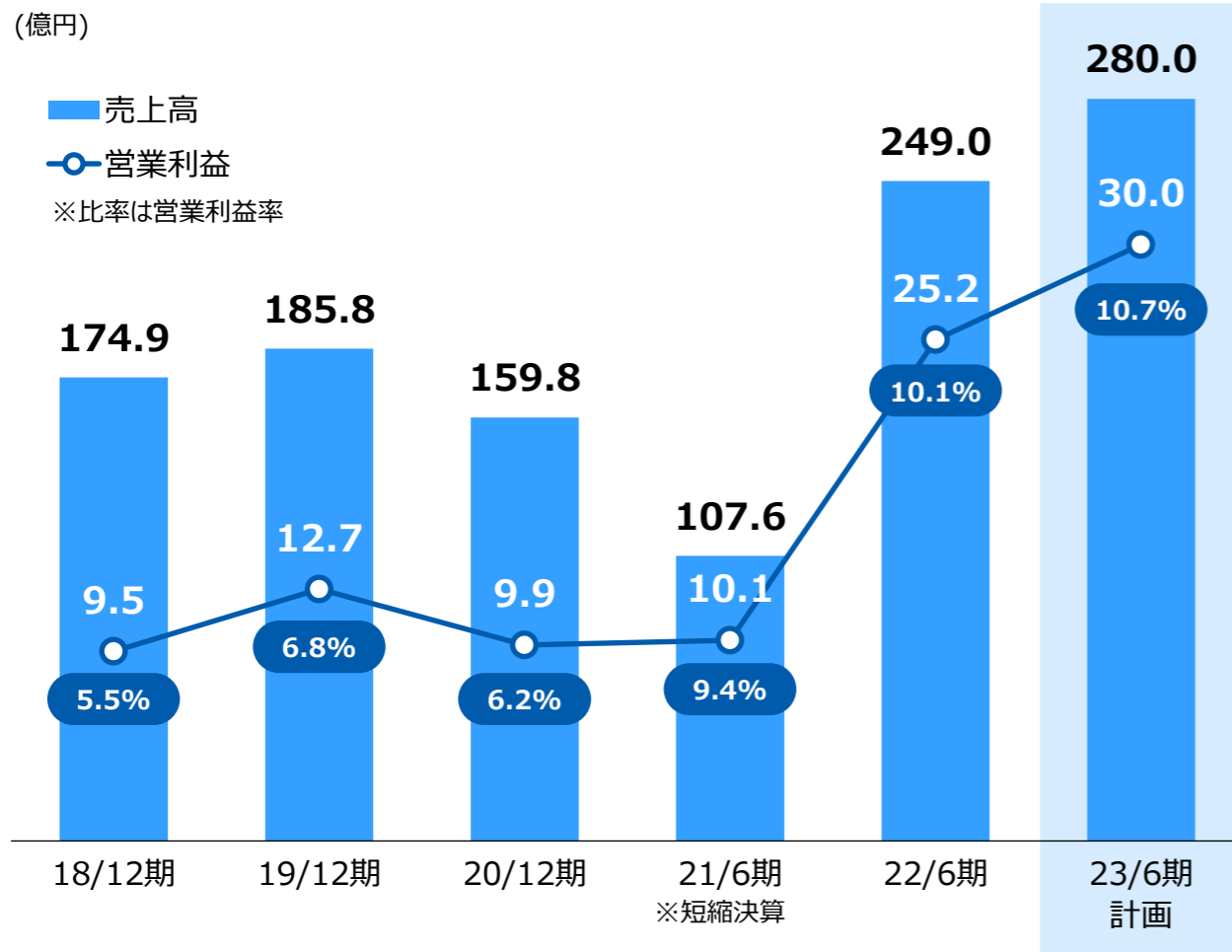
「スマートレシート®」は東芝テック株式会社の登録商標です。

「スマートレシート®」との連携で
レシート画像のアップロードが不要に
参加者のコンバージョン向上



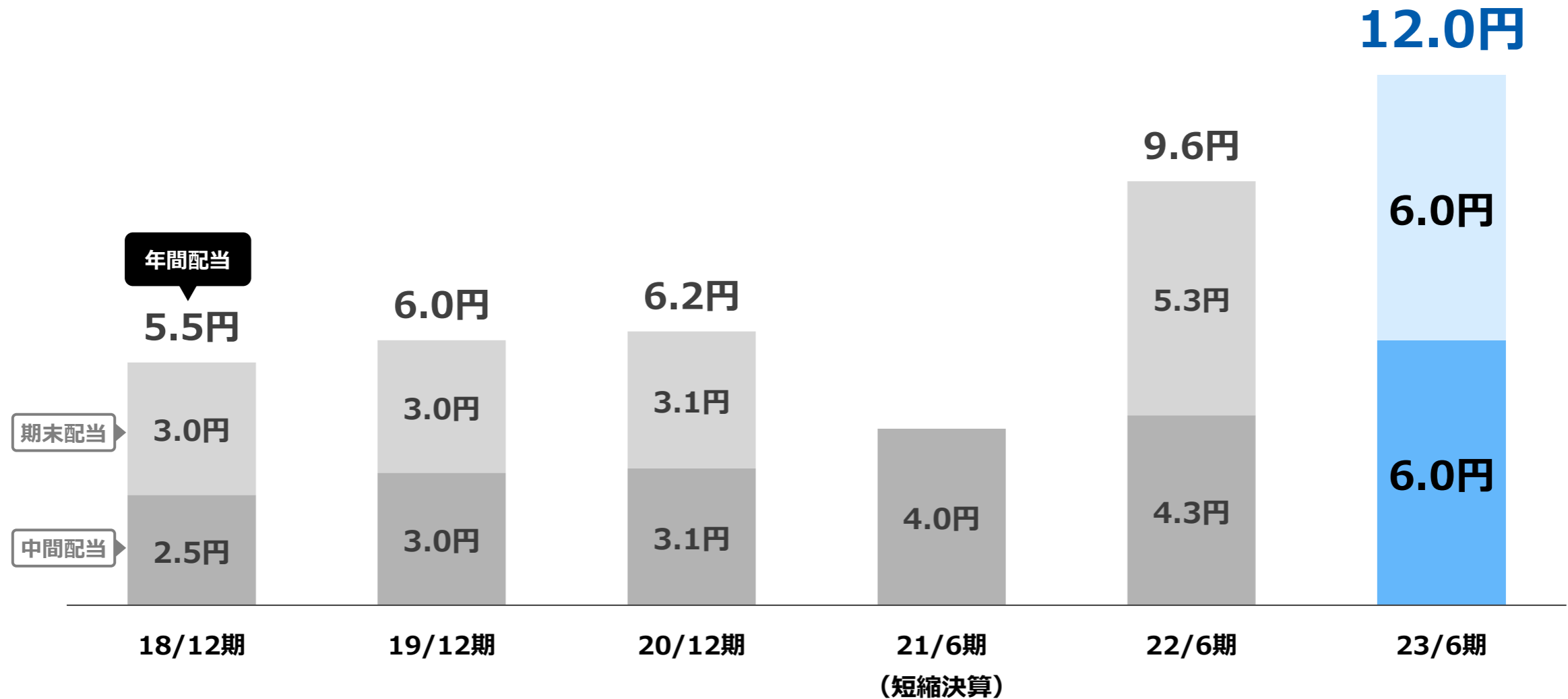
3 2023年6月期 業績及び配当予想

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 1H	23/6期 1H	前年同期比 増減率
売上高	123.0	130.0	+5%
売上総利益	51.3	54.3	+6%
(売上総利益率)	(41.7%)	(41.8%)	(+0.1pt)
販売費 及び 一般管理費	34.2	41.0	+20%
(売上高販管費比率)	(27.8%)	(31.5%)	(+3.7pt)
営業利益	17.1	13.3	-22%
(営業利益率)	(13.9%)	(10.2%)	(-3.7pt)
経常利益	16.6	12.7	-24%
特別損益	0.7	-0.1	-
法人税等	5.8	4.8	-16%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	11.1	7.6	-31%

- 1** **売上高増加**
 リサーチビジネス（データマーケティング及び
 インサイト事業）が全体を牽引して過去
 最高売上高を更新
- 2** **販管費が増加**
 成長する海外子会社、及び国内リサーチ
 子会社及び新規連結子会社で増加
- 3** **特別損益**
 前年同期の子会社株式売却益が剥落

(億円)	2022年6月末	2022年12月末	増減
流動資産	107.2	116.3	+9.1
現金及び預金	55.4	55.7	+0.2
受取手形及び売掛金	34.2	44.5	+10.3
その他	17.6	16.2	-1.4
固定資産	24.2	26.8	+2.6
のれん	3.8	4.3	+0.4
その他	20.4	22.5	+2.2
総資産	131.3	143.1	+11.7
流動負債	50.4	55.4	+5.0
買掛金	13.3	11.3	-1.9
短期借入金※	11.5	12.9	+1.5
その他	25.6	31.2	+5.5
固定負債	19.6	24.5	+4.9
長期借入金	16.7	21.7	+4.9
その他	2.9	2.8	-0.0
純資産	61.4	63.2	+1.8
自己資本比率	43.9%	43.5%	-0.4pt

1 現預金水準を堅持

事業成長投資、借入金返済への充実に十分な水準を継続

2 M&Aによりのれんが微増

SKIP、REECH、ノフレグループ、Infidex及びMDIU社買収に係るのれんを計上

3 自己資本比率は43.5%

自己資本比率は小幅低下も、健全な水準を確保

※一年以内返済の長期借入金含む

(億円)	22/6期 1H	23/6期 1H	増減額
営業キャッシュフロー	9.8	3.7	-6.1
税引き前純利益	17.4	12.6	-4.7
減価償却費・のれん償却額	1.3	1.9	+0.6
売上債権の増減額	-9.6	-6.9	+2.7
法人税等の支払額	-4.9	-5.3	-0.5
その他	5.6	1.4	-4.2
投資キャッシュフロー	-2.7	-3.6	-0.9
財務キャッシュフロー	-4.6	0.3	+4.8
短期借入金純増減額	0.4	0.3	-0.1
長期借入の返済	-4.2	-4.0	+0.2
その他	-0.7	+4.0	+4.7
現金同等物期末残高	54.1	55.3	+1.2

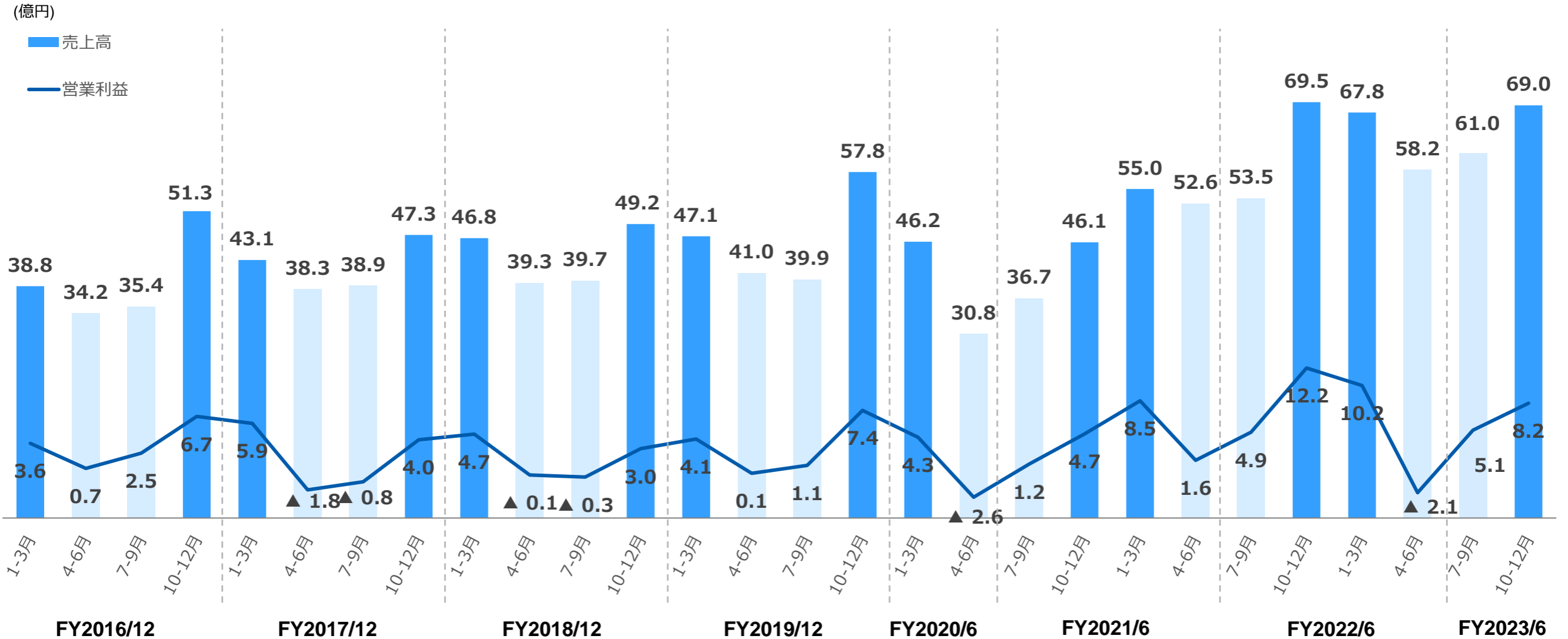
① 税引前純利益が減少

② 投資CFはマイナスが小幅増
前年同期の株式売却収入の影響

③ 現預金水準の堅持
事業成長投資、借入金返済への充実に十分な水準を継続

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	持続可能な資源の利用	<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 ・脱プラスチックに関する調査 ・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 	●	●	●							
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 	●	●								
	人的資本	<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成 ・働き方改革に関する調査 	●	●								
	消費者課題の解決/ 消費者の保護	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナ感染症拡大環境下において、生活者の意識・行動変化を継続的・多角的に調査し結果を公表 ・個人情報保護方針 		●								
	コミュニティ参画、発展に貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・産学連携で人材育成支援 ・地域社会への具体的支援 ・がん患者コミュニティと、コロナ禍でのワクチン接種について共同調査 	●	●								
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 		●								
	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

「企業版ふるさと納税」制度を活用し 地域活性化を支援



「企業版ふるさと納税」制度を活用し、山梨県富士川町の「富士川町まち・ひと・しごと創生推進事業」に対し寄附を行いました。

富士川町の企業版ふるさと納税は、「富士川町まち・ひと・しごと創生推進事業」を目的とした寄附の募集で、当社の寄附金もこどもたちのスポーツ振興、地域住民の健康づくりなどの目的に使用されます。

詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

スマートフォン向けメタバースの 「DIJI SHURI XR」へ協賛 首里城復興をサポート



日本最大級のお試しサイト「モラタメ.net」を通じて、全世界ダウンロード数が1,000万を突破したスマートフォン向けメタバース『REALITY』内に公開される「DIJI SHURI XR（デージ・シュリ・エクスアール）」へ協賛し、首里城復興をデジタルでも見守るプロジェクトに参画いたします。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 実践女子大学とPBLの取り組み



実践女子大学生生活科学部現代生活学科と、PBL（課題解決型授業）の取り組みを開始しました。当社の事業と、同学科で実施されている授業「ビジネスプランニング」の親和性が高いことから本取り組みがスタートしました。

本取り組みは、現代生活学科の必修科目「ビジネスプランニング」として学生約60名を対象に行います。グループワーク等を経て2023年1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います。

詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

中期経営計画 数値目標

Triple Three

時価総額

2024年

300億円



2021年

137億円*1



*12021年6月30日付株価(終値)

グループ連結売上高

2024年

300億円



2021年

190億円*2



*2グループ連結売上高の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値

グループ連結営業利益

2024年

30億円



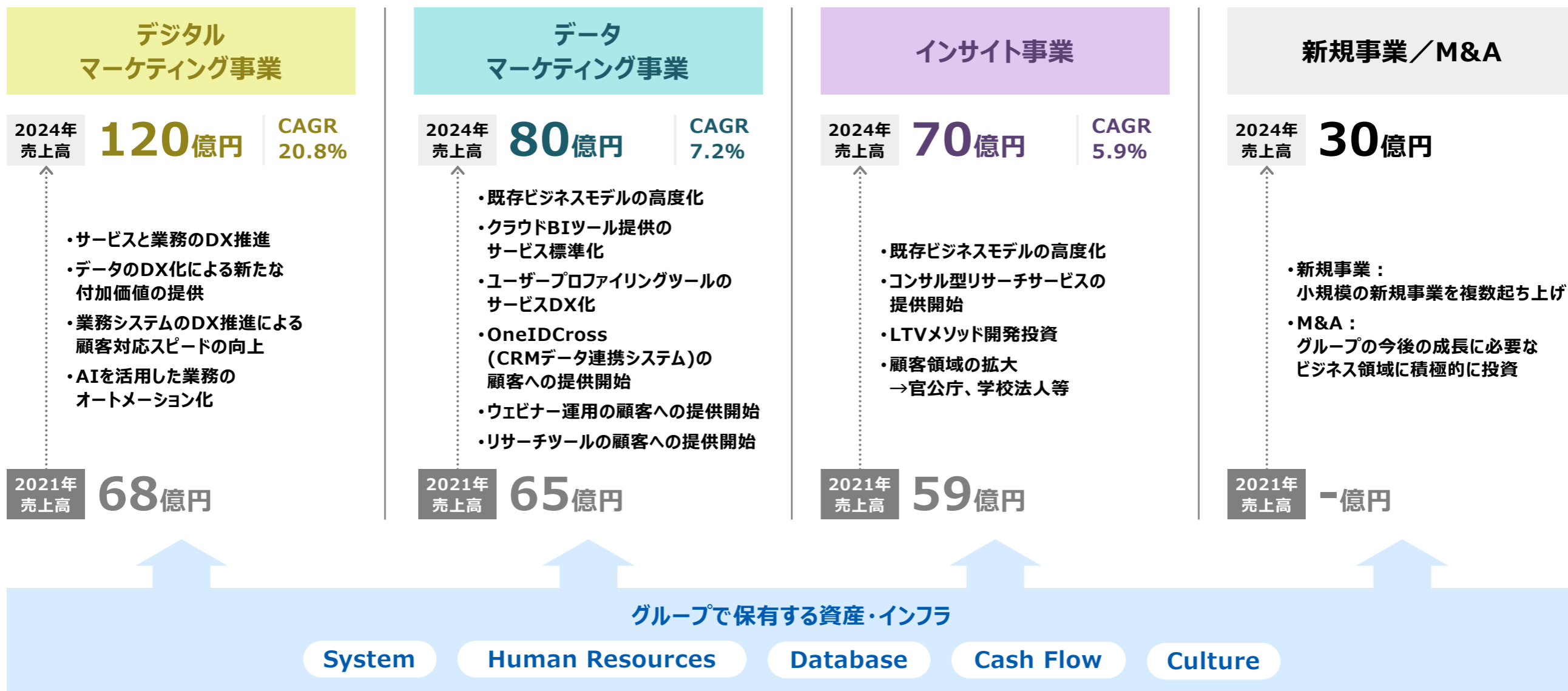
2021年

18億円*3



*3グループ連結営業利益の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値

各セグメント施策及び数値目標



※売上高の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値

グローバル戦略

海外展開

グローバルにおける グループネットワーク拡大強化

- 既存拠点の統廃合等効率化
主にアメリカでの成長投資

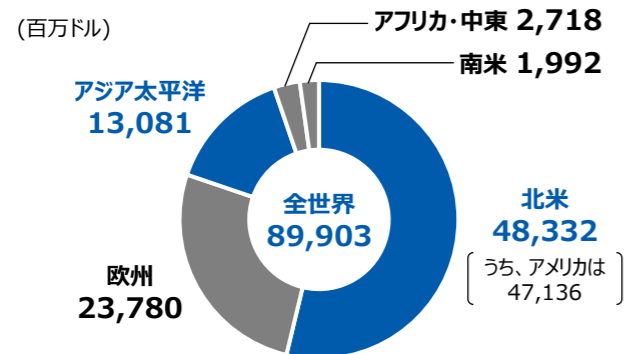
- 未展開エリアでの展開可能性模索

アジア： マレーシア
メコン領域（ラオス、ミャンマー、カンボジア）
欧州： ドイツ・フランス

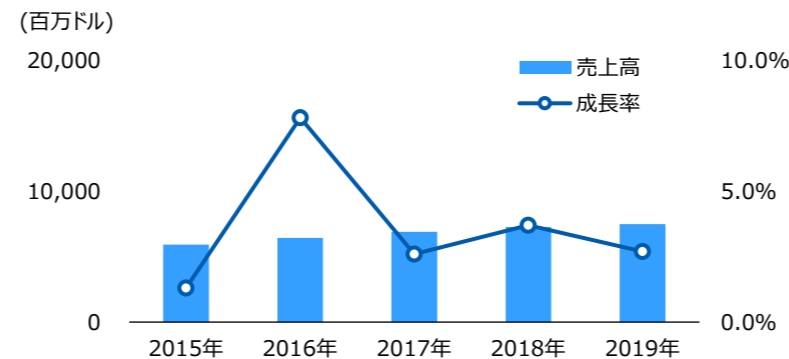
■ 既展開地域
■ 展開検討地域



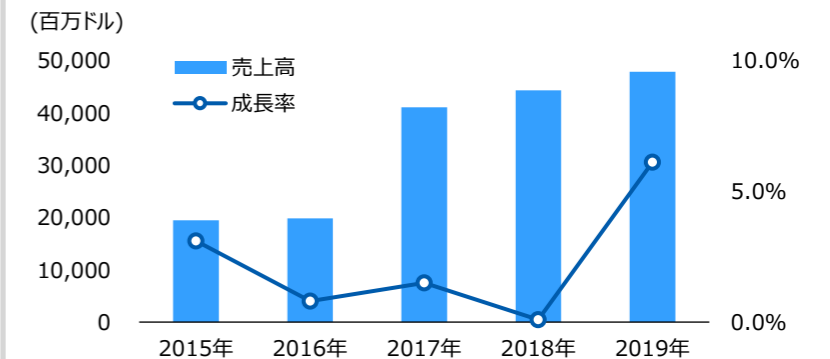
世界のインサイト市場規模



市場規模推移：アジア太平洋地域



市場規模推移：北米



M&A戦略：グループの今後の成長に必要なビジネス領域に積極的に投資

	事業M&A			インキュベーション CVC
	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	
目的	サービスの拡充	ネットワークの 拡大・強化	サービスの質の向上	情報収集と キャピタルゲイン
想定企業	ソフトウェア開発・ Saas関連企業 ヘルスケア・消費財等 のDXを手掛ける企業	データマーケティング 領域企業	インサイト領域企業	グループへ応用・ 転用のできる技術や サービスを保有する 企業
投資規模・ Valuation	1～5億円	1～10億円	1～10億円	1～3億円

カルチャー・風土

CMG Culture Book

会社として大切にしたい価値観やカルチャーを言語化し、「Culture Book」として一冊の本にまとめて、社員に配布しています。

CMGはビジネスも様々で海外も含め、多方面に展開しています。そこには様々な価値観を持った仲間がいます。

私達は多様な価値観を受け入れつつ、大切にしたいことを明確にし、共有していくことで、個人の成長や個人と組織の結びつき、組織間の連携を強めていきます。



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 IR室
Mail : ir@cm-group.co.jp

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