



株式会社クロス・マーケティンググループ

2024年6月期 通期決算・会社説明資料

2024年8月

CONTENTS

- 1 2024年6月期 通期決算概要
- 2 トピックス
- 3 2025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 通期決算概要

Summary

1

- **24/6期売上高262億円(前期比4%増)、営業利益18.4億円(5%減)、経常利益19.1億円(2%増)、当期純利益11.9億円(18%増)**
- **売上高・経常利益・当期純利益で業績予想を達成**

Summary

2

- **デジタルマーケティング**：メディア・プロモーション領域における単価回復と新規連結効果により、**18%増収**と全社業績をけん引
- **リサーチ(データマーケティング・インサイト)**：国内堅調も、海外需要一巡により、リサーチ合計で**3%減収**

Summary

3

- **4Q(4-6月)売上高68億円(26%増)、営業利益1.5億円(前期は損失2.2億円)**
- **業績改善傾向が継続。海外収益好転に、新規連結効果も加わる**

デジタルマーケティング事業の成長を主因に、売上高は過去最高を更新

(億円)	23/6期 通期 実績	24/6期 通期		
		予想*	実績	YoY 成長率
売上高	250.9	260.0	261.8	+4%
デジタルマーケティング事業	90.4	110.0	106.6	+18%
データマーケティング事業	97.5	85.0	88.1	-10%
インサイト事業	63.0	65.0	67.1	+6%
売上総利益 (売上総利益率)	103.9 (41.4%)	—	102.3 (39.8%)	-2% (-1.6pt)
販管費	84.4	—	83.8	-1%
営業利益 (営業利益率)	19.5 (7.8%)	19.0 (7.3%)	18.4 (7.0%)	-5% (-0.7pt)
経常利益	18.8	18.0	19.1	+2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	10.1	10.0	11.9	+18%

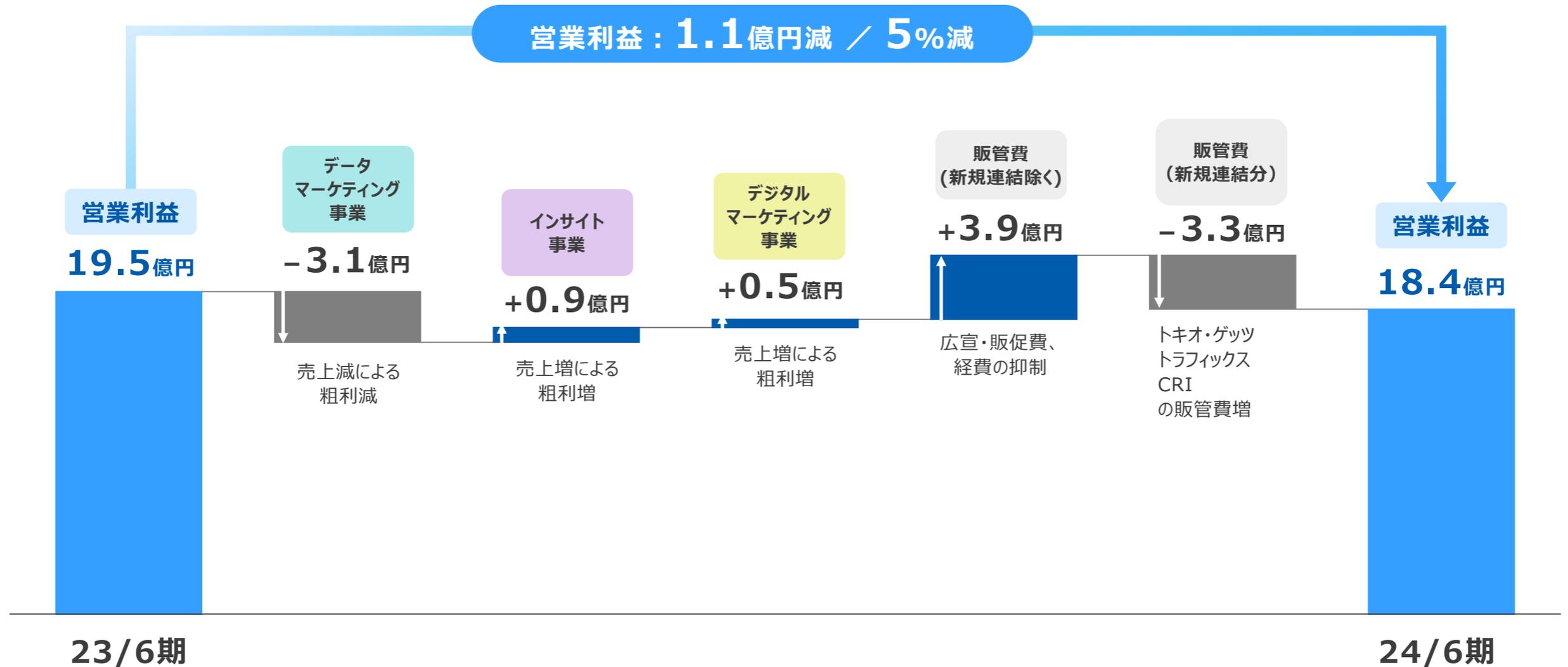
* 2024年2月13日公表値

業績の回復トレンド継続

データマーケティング事業も、4Qには海外収益好転でプラス転換

	24/6期										
	(億円)	1Q (7-9月)	YoY 成長率	2Q (10-12月)	YoY 成長率	3Q (1-3月)	YoY 成長率	4Q (4-6月)	YoY 成長率	通期	YoY 成長率
売上高		56.3	-8%	68.9	-0.2%	68.3	+3%	68.5	+26%	261.8	+4%
デジタルマーケティング事業		22.0	-2%	29.0	+23%	26.1	+16%	29.4	+34%	106.6	+18%
データマーケティング事業		19.6	-15%	20.7	-25%	24.9	-12%	22.9	+23%	88.1	-10%
インサイト事業		14.7	-6%	19.1	+7%	17.2	+10%	16.1	+16%	67.1	+6%

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、販管費は前期並みに抑制



売上高18%増、セグメント利益38%増 メディア・プロモーションが牽引し、売上高は過去最高を更新

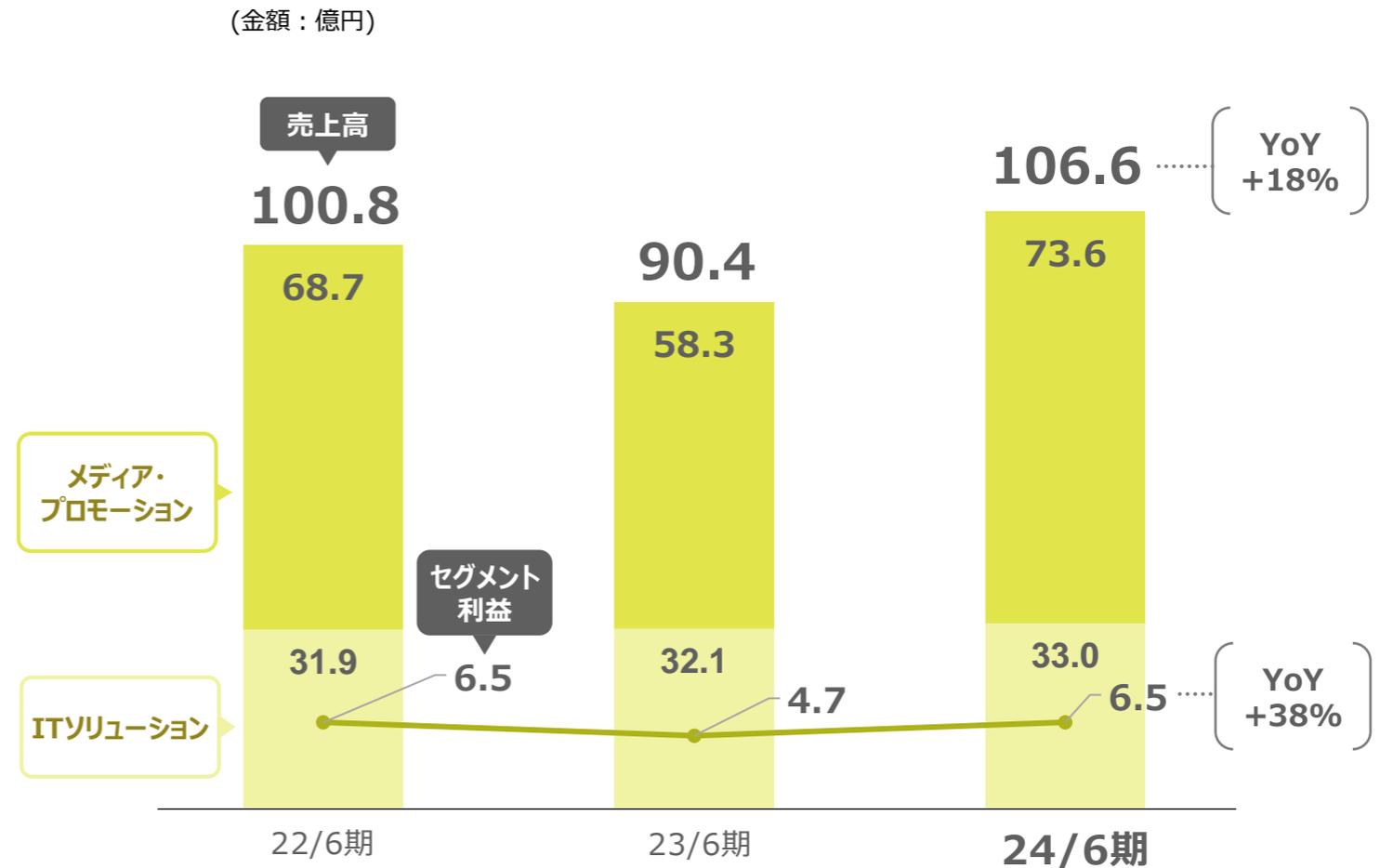
ハイライト

- メディア・プロモーション：26%増収。単価回復や新規連結のトキオ・ゲッツ、3PL事業*1を開始したパスクリエなどが寄与

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% 4Q -5%

- ITソリューション：3%増収。新規連結のクリエイティブリソースインスティテュートが増収に貢献
- セグメント利益は38%増益。売上の増加に伴い粗利が増加

*1 サードパーティーロジスティクスの略。荷主企業と配送業者間に介在し商品・貨物を仲介する物流事業



売上高10%減、セグメント利益13%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6%増収。オンラインリサーチ需要が底堅く推移
- ・4Q(4-6月)は、北米復調で海外も23%増収へ転換

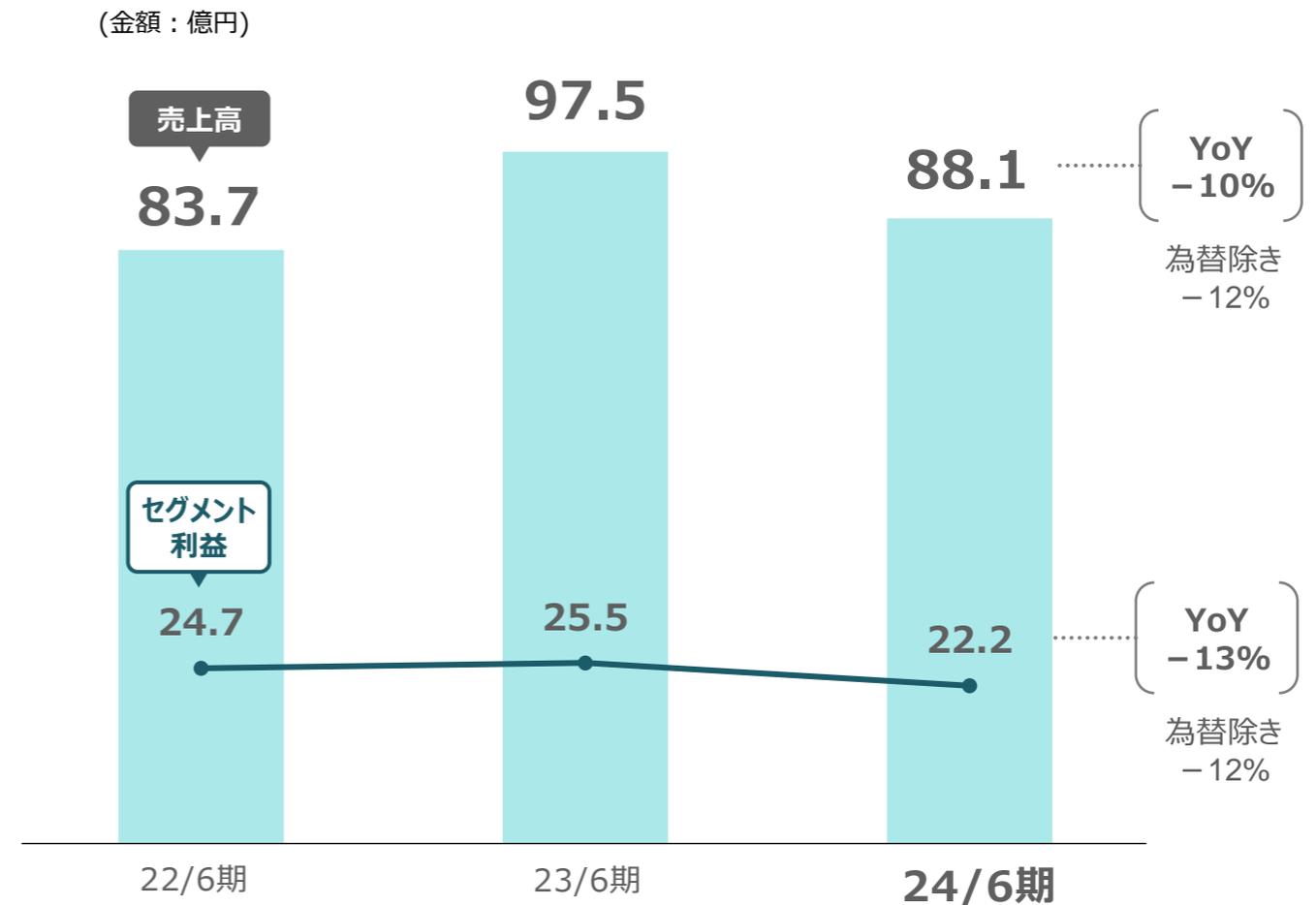
ローライト

- ・海外は通期で33%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2.5億円、利益影響は軽微

*1 2023年6月期通期の実績為替レートとの比較



売上高6%増、セグメント利益6%増 国内外ともに堅調に推移し、増収増益。売上高は過去最高を更新

ハイライト

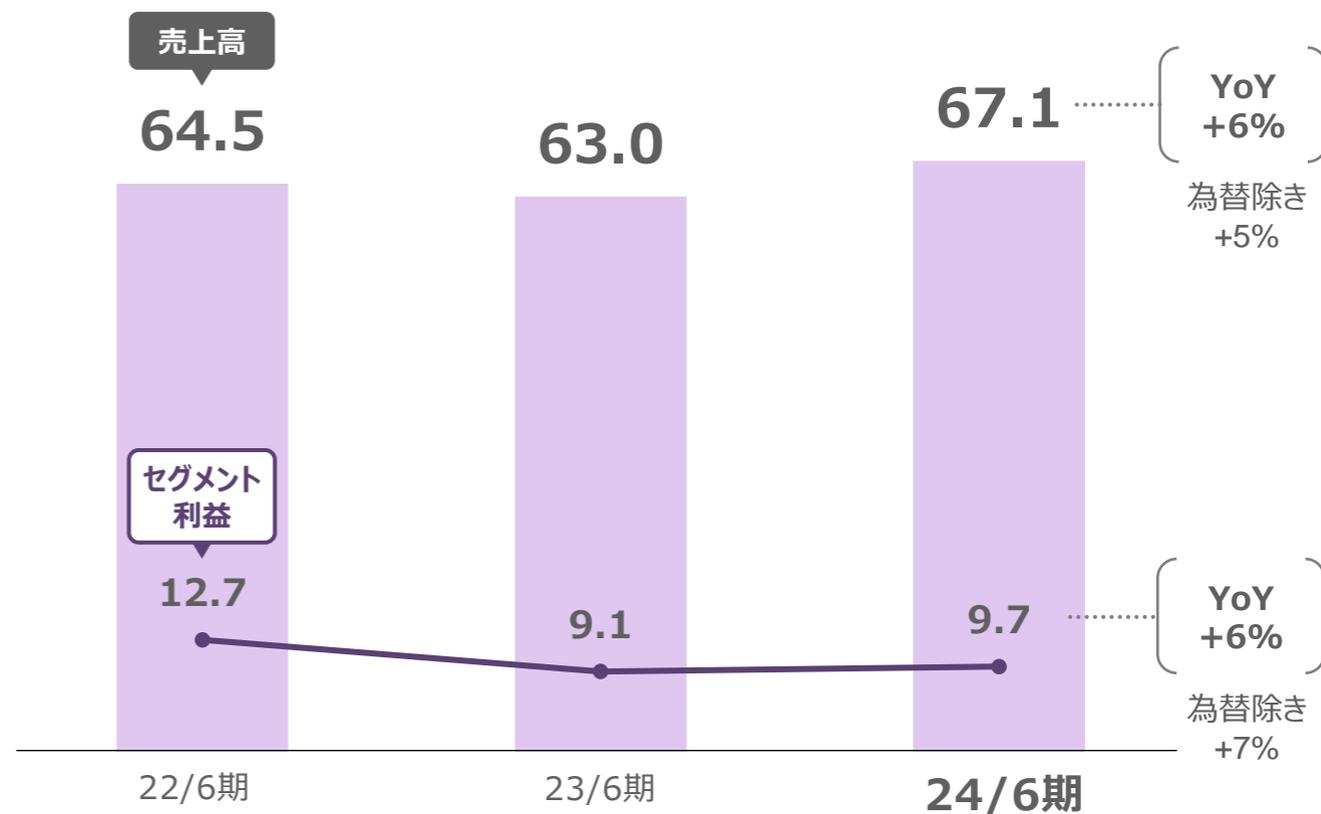
- ・国内は合計で4%増収。CLTやグループインタビューなどオフライン調査が増加
- ・海外は13%増収。インドネシア好調持続。
- ・英国が4Q (4-6月)に増収へ転換

為替影響

- ・円安効果*1は売上0.8億円、利益影響は軽微

*1 2023年6月期通期の実績為替レートとの比較

(金額：億円)



海外事業合計では、需要一巡を主因に19%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
- ・4Q(4-6月)には北米・英国が回復、全体で増収転換

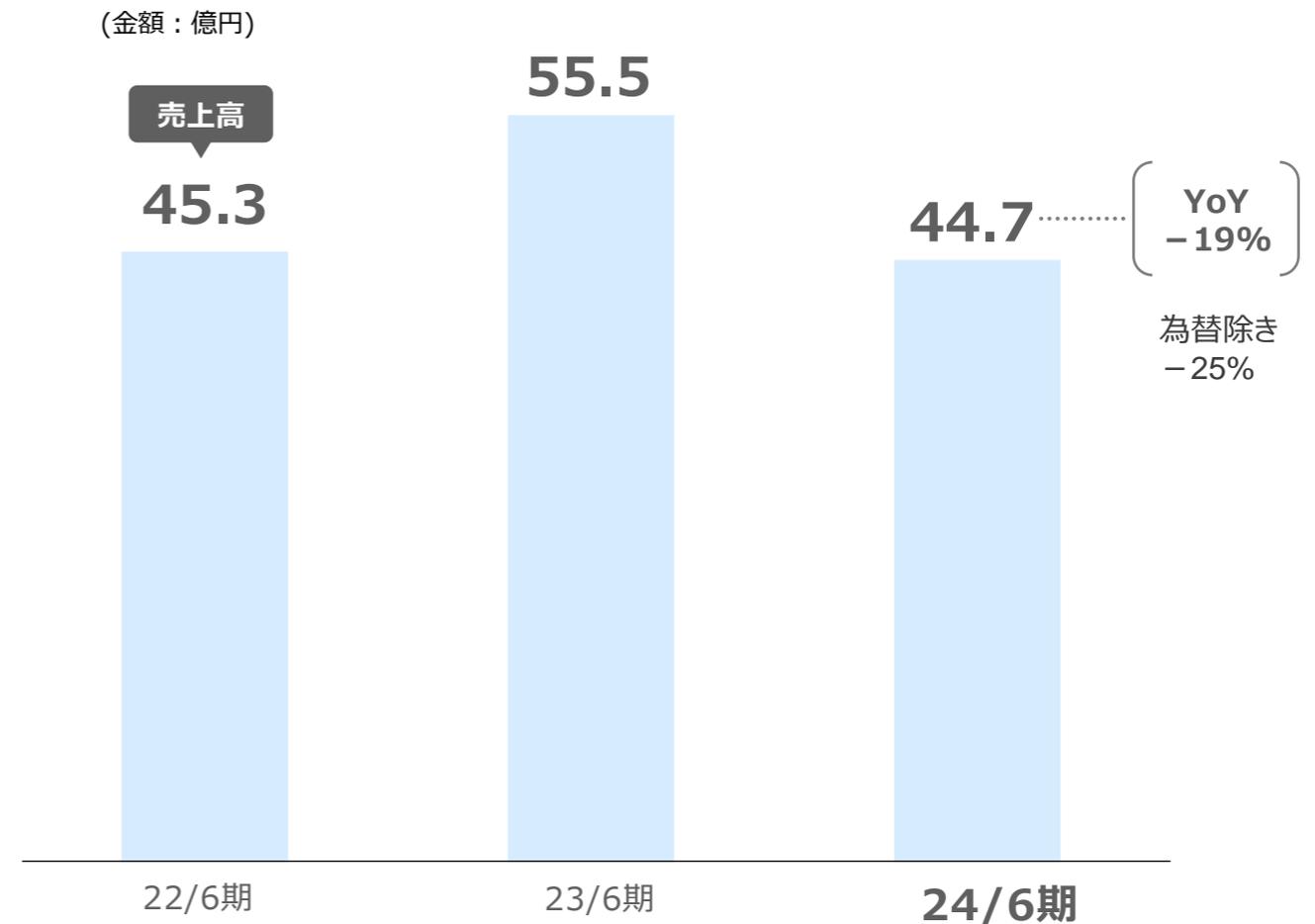
ローライト

- ・3Qまでの先進国の需要一巡を主因に、通期では19%減収

為替影響

- ・円安効果*1は海外合計で売上高3.2億円

*1 2023年6月期通期の実績為替レートとの比較



2 トピックス

グループの更なる成長へ向け、M&Aを実行 デジタルマーケティング事業におけるシナジー・事業拡大効果が発現

連結開始	会社名	概要
2023年7月	トキオ・ゲッツ TOKYO GETS	エンタテインメントコンテンツを活用した企業プロモーション、イベント・商品化
2024年1月	トラフィックス  TRAFFICS	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
2024年4月	クリエイティブリソースインスティテュート <i>Creative Resource Institute</i>	ディレクター・エンジニアの派遣事業 ブランディングプランニング セールスプロモーション、広告制作
2024年5月	パスクリエ  PathCrie	サードパーティーロジスティクス事業 (次ページ詳細)

2024年5月より、連結子会社パスクリエにおいて3PL事業を開始 新領域への事業展開によりグループ全体の成長力を強化

株式会社パスクリエ

物流・ロジスティクス事業
(3PL事業)

EC・卸売事業

エクスクリエ もらえる・ためせる®
モラマX.net をはじめとする

グループ会社との連携

当社グループのさらなる事業成長の加速

3PL (サードパーティーロジスティクス)

荷主企業と配送業者間に介在し商品・貨物を仲介する物流事業



自己株式取得の実施を決定

目的

株主還元策の一環として、また機動的な資本政策の遂行やインセンティブプランの多様化を可能にすることを目的として、自己株式の取得を行う。

株式数

700,000株（上限）
* 発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 3.6%

取得価額

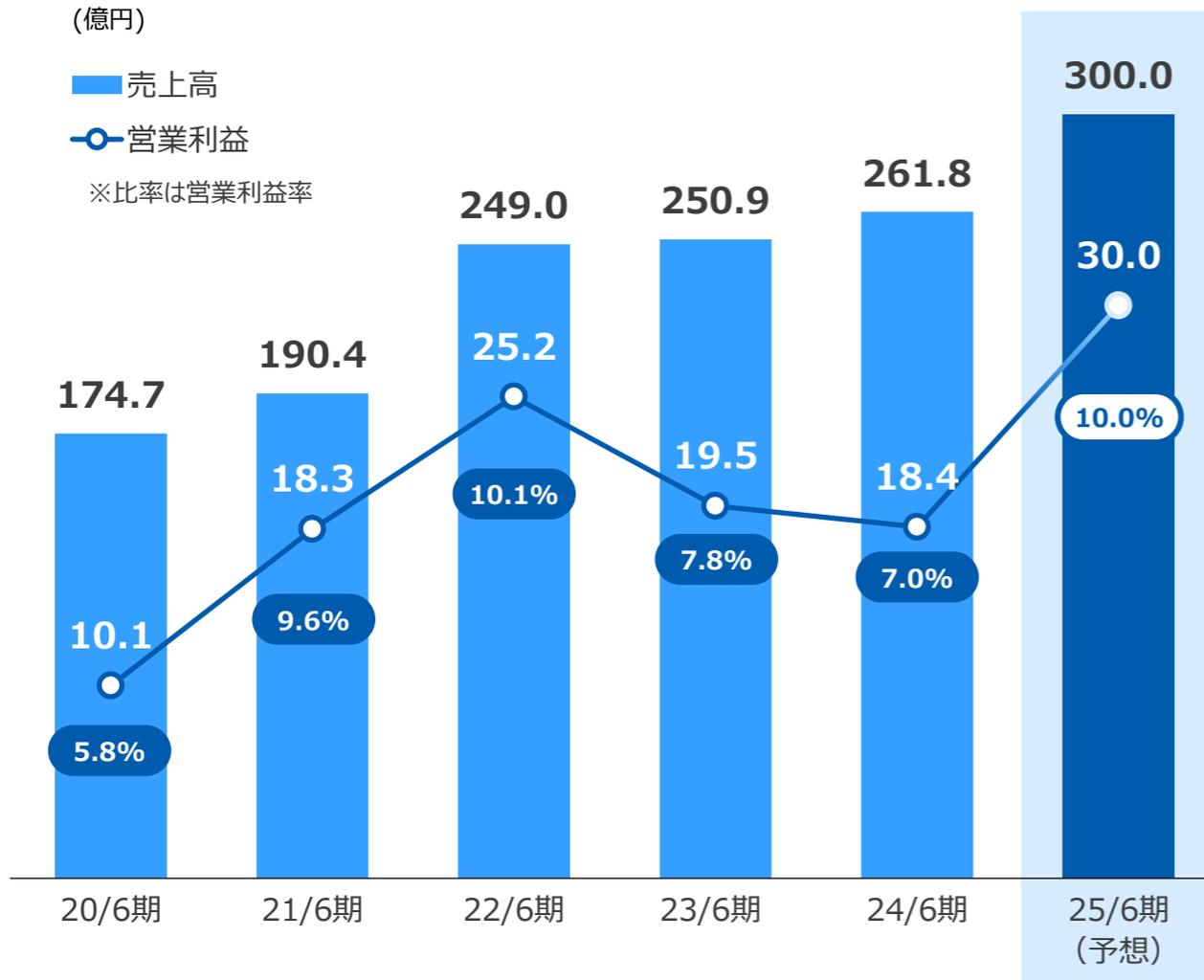
400,000,000円（上限）

取得期間

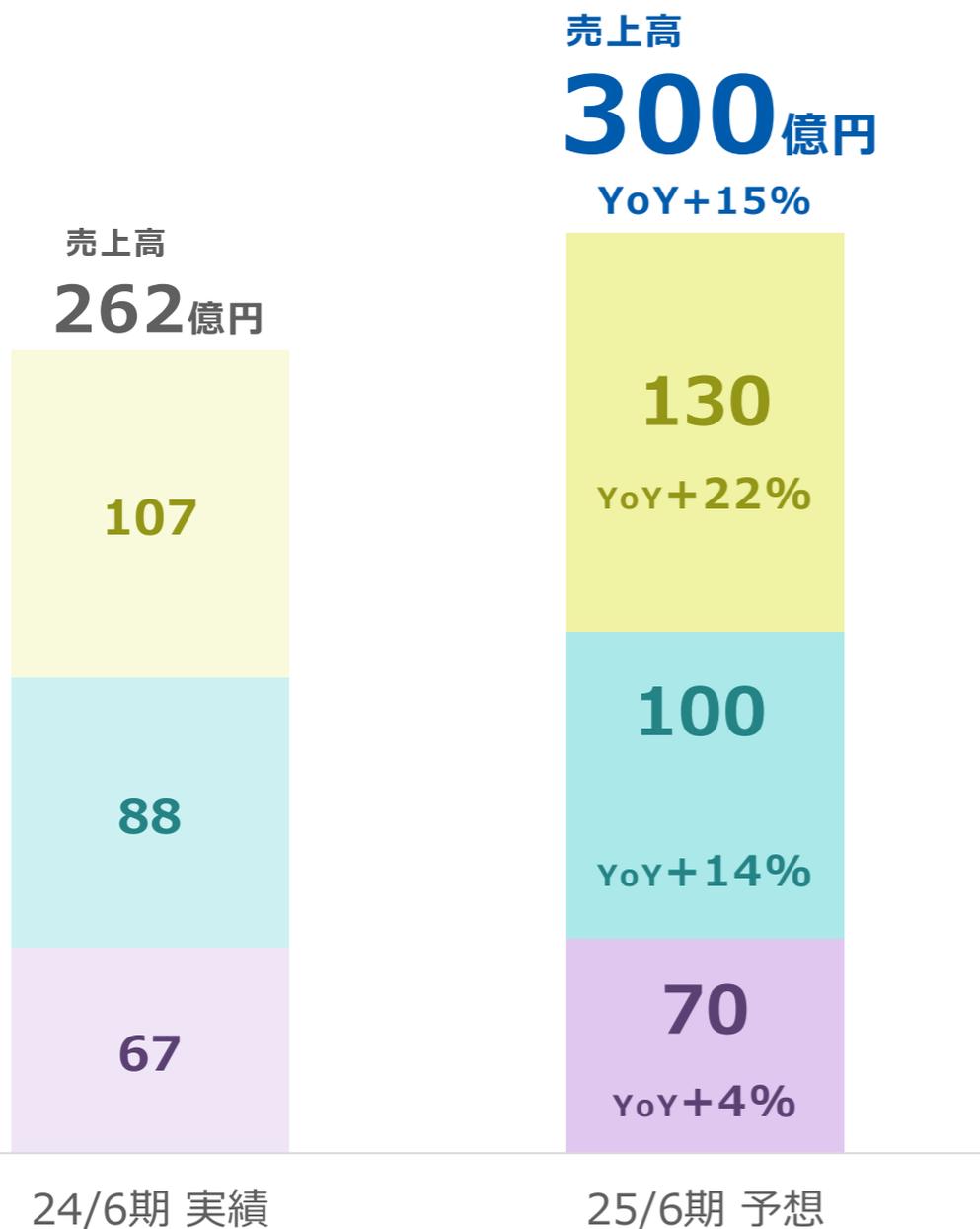
2024年8月13日～2025年2月12日

3 2024年6月期 業績予想及び配当計画

中期経営計画・最終年度の業績目標に変更無し
 売上高300億円(15%増)・営業利益30億円(63%増)を目指す



(億円)	24/6期 実績	25/6期 予想	YoY
売上高	261.8	300.0	+15%
デジタル マーケティング	106.6	130.0	+22%
データ マーケティング	88.1	100.0	+14%
インサイト	67.1	70.0	+4%
営業利益	18.4	30.0	+63%
経常利益	19.1	29.0	+52%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11.9	18.0	+51%
EPS	62.1	93.3	+50%
一株当たり配当 (円)	13.0	14.0	+1.0



グループ全体

- ・ グループ間シナジーの最大化、低利益ビジネス見直し、業務効率化等の利益率改善を徹底

デジタルマーケティング事業

- ・ 既存ビジネスは二けた成長の前提
- ・ 前期実施の新規連結効果は約10億円を想定

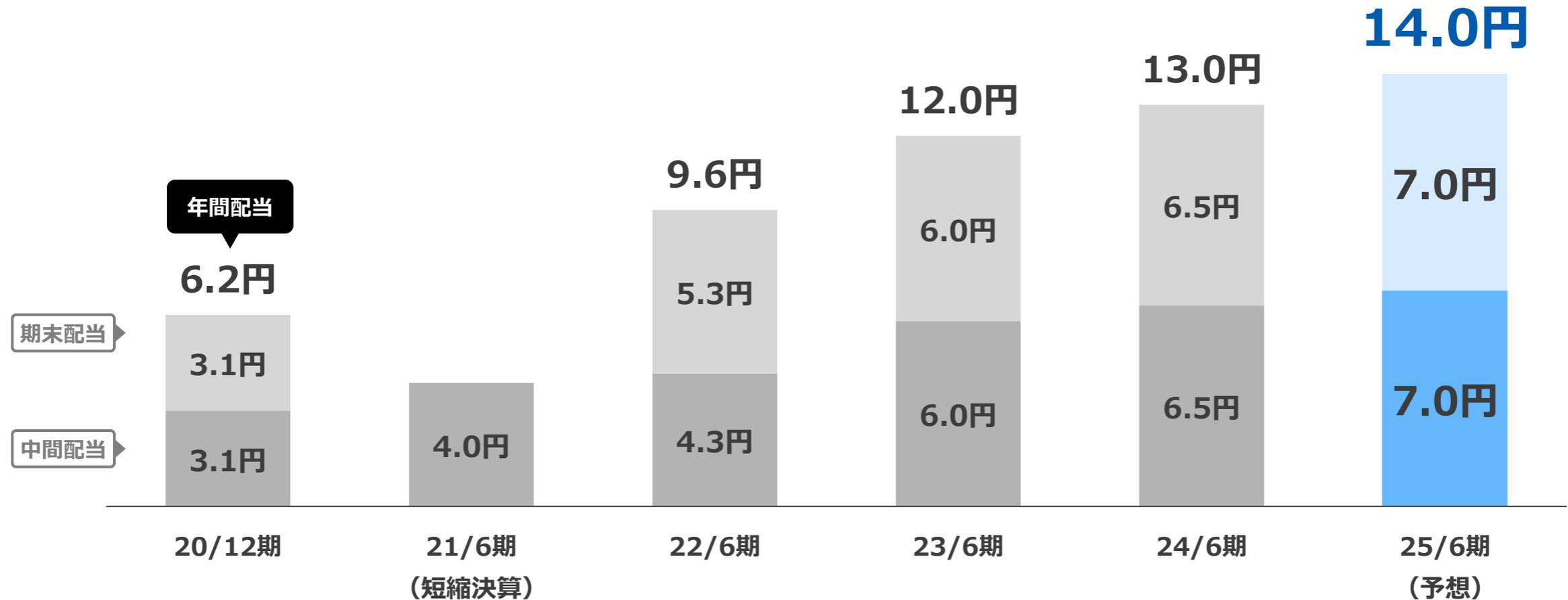
データマーケティング事業

- ・ 国内オンライン調査堅調
- ・ 海外事業の前期比回復

インサイト事業

- ・ 国内オフライン調査堅調
- ・ インドネシア成長持続を見込む

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配
 25/6期通期では**14.0円**（中間7.0円、期末7.0円）



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 (2024年6月期)	売上高 261.8億円 営業利益 18.4億円 ROE 18.2% 総資産 166.3億円 自己資本 70.8億円 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6月末現在)	連結子会社 31社、持分法適用関連会社 4社	
従業員数 (連結、2024年6月末現在)	1,707名(内、臨時従業員216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 取締役に就任
- 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



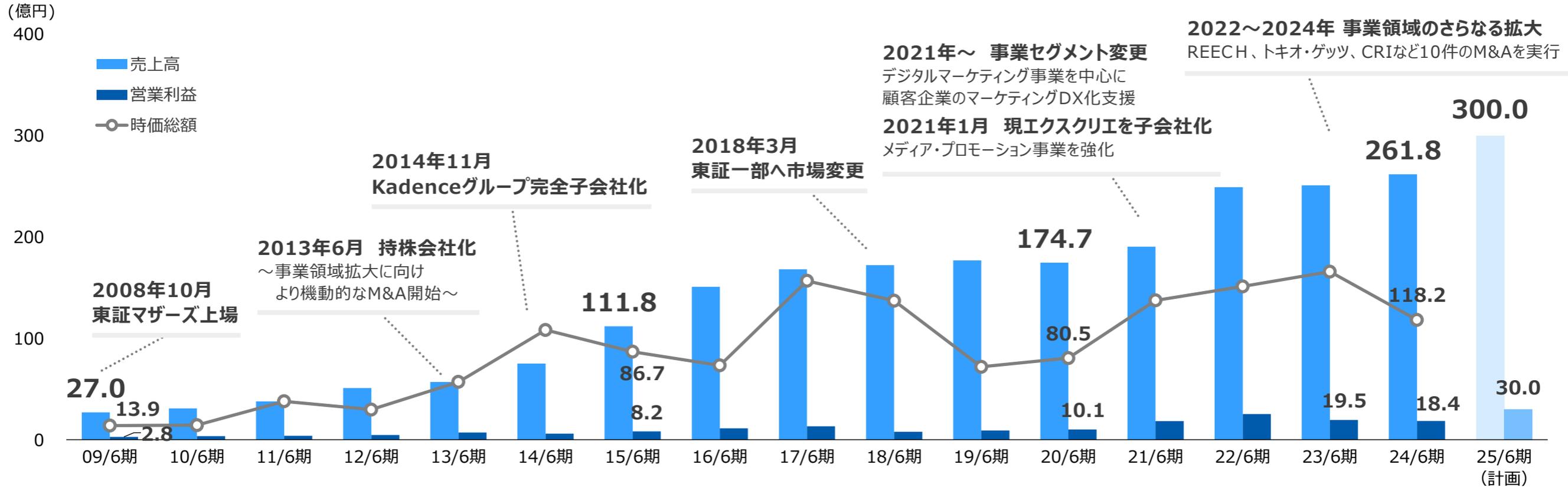
未来を
つくる。

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23件37社*のM&Aを実行



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6月末時点



Cross Marketing Group

デジタルマーケティング事業

24/6期売上高 106.6億円
売上構成比 40.7%

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

88.1億円
33.7%

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

67.1億円
25.6%

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

1,185万人*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6月末時点

データアナリティクス
技術・
約**300**名の
アナリスト組織



250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

1,185万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



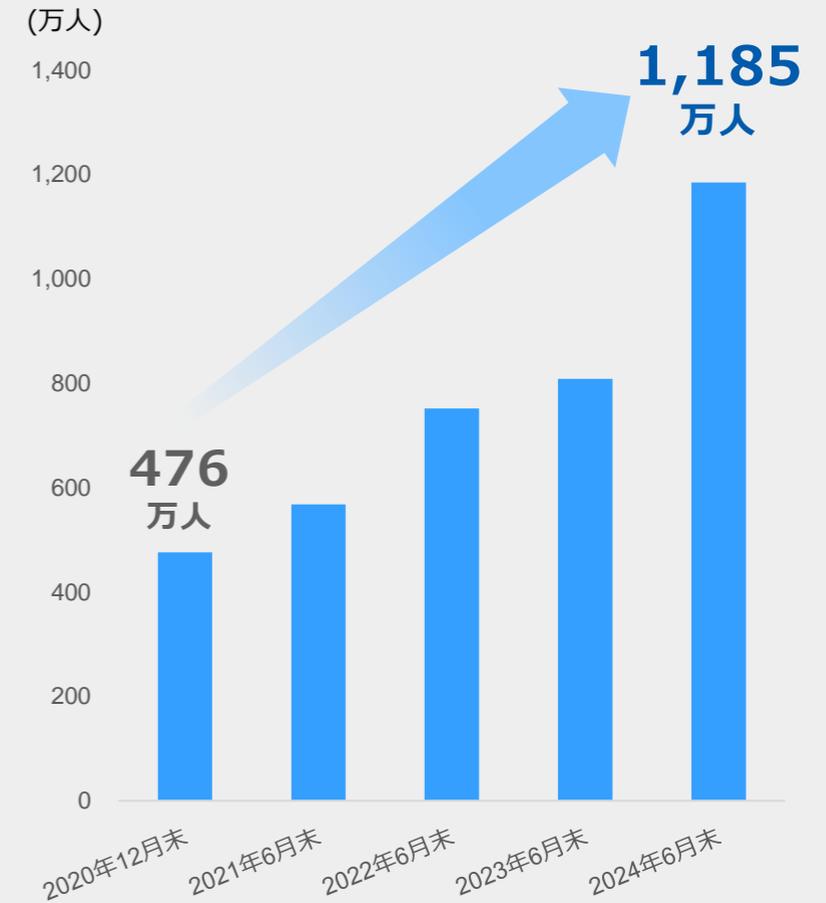
約30社と提携

リサーチパネル

Loyalty Marketing, Inc.

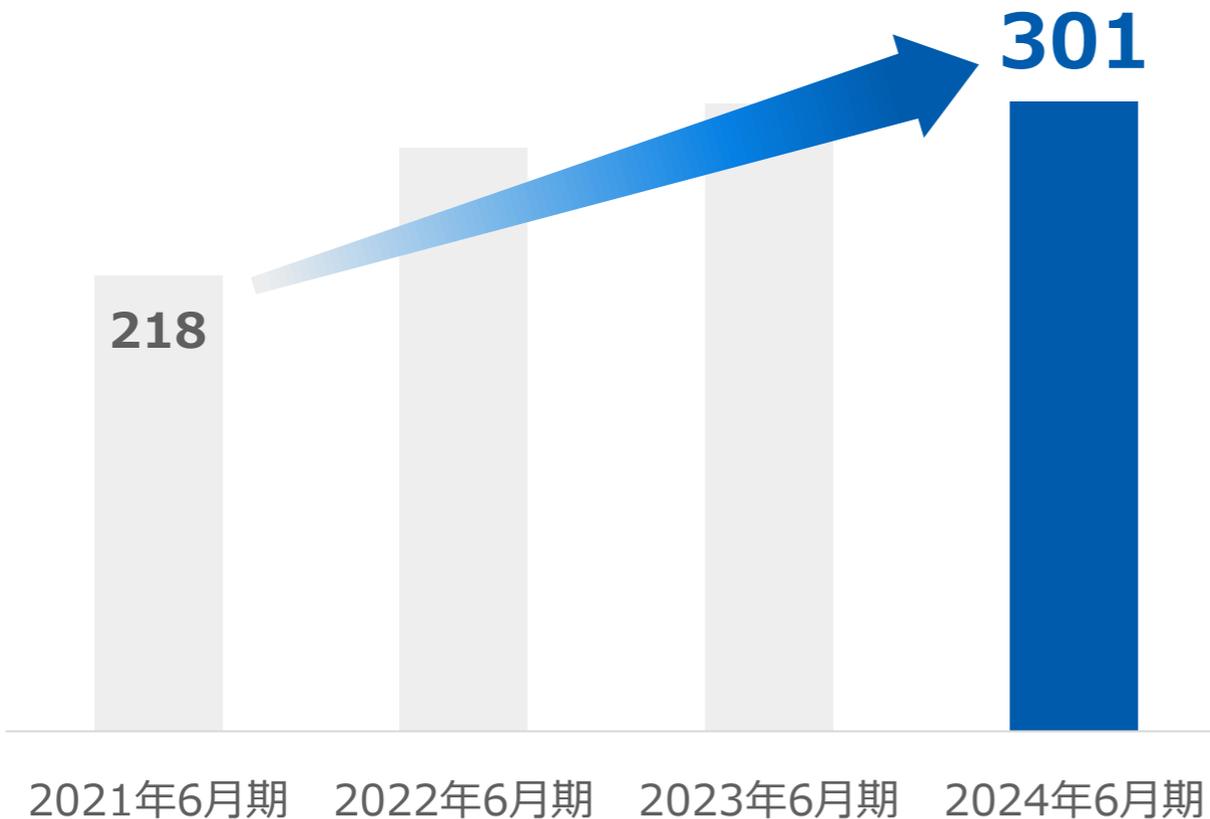
dジョブ

パネル基盤の成長

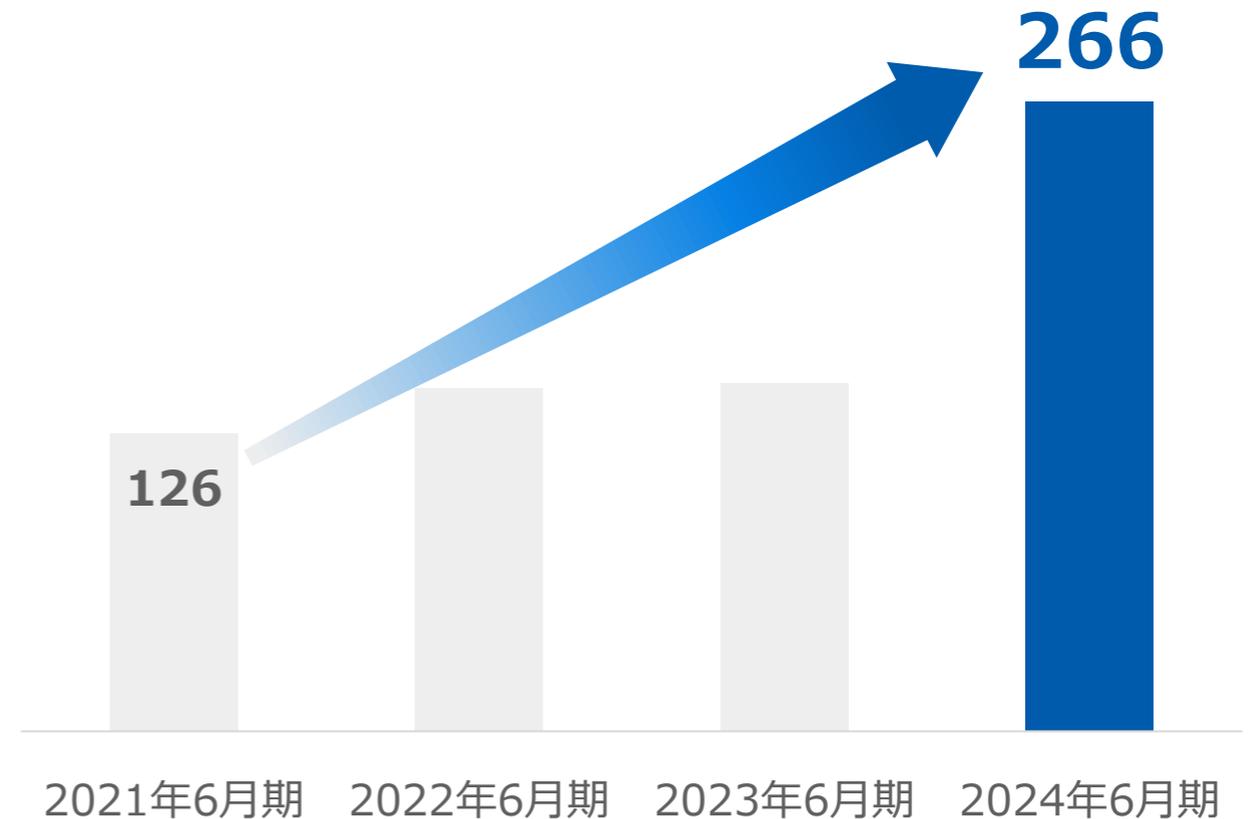


人的基盤拡充：アナリスト・エンジニア数は着実に拡大
M&A・社内育成により、多様化するお客様ニーズへの対応力を強化

アナリスト数推移

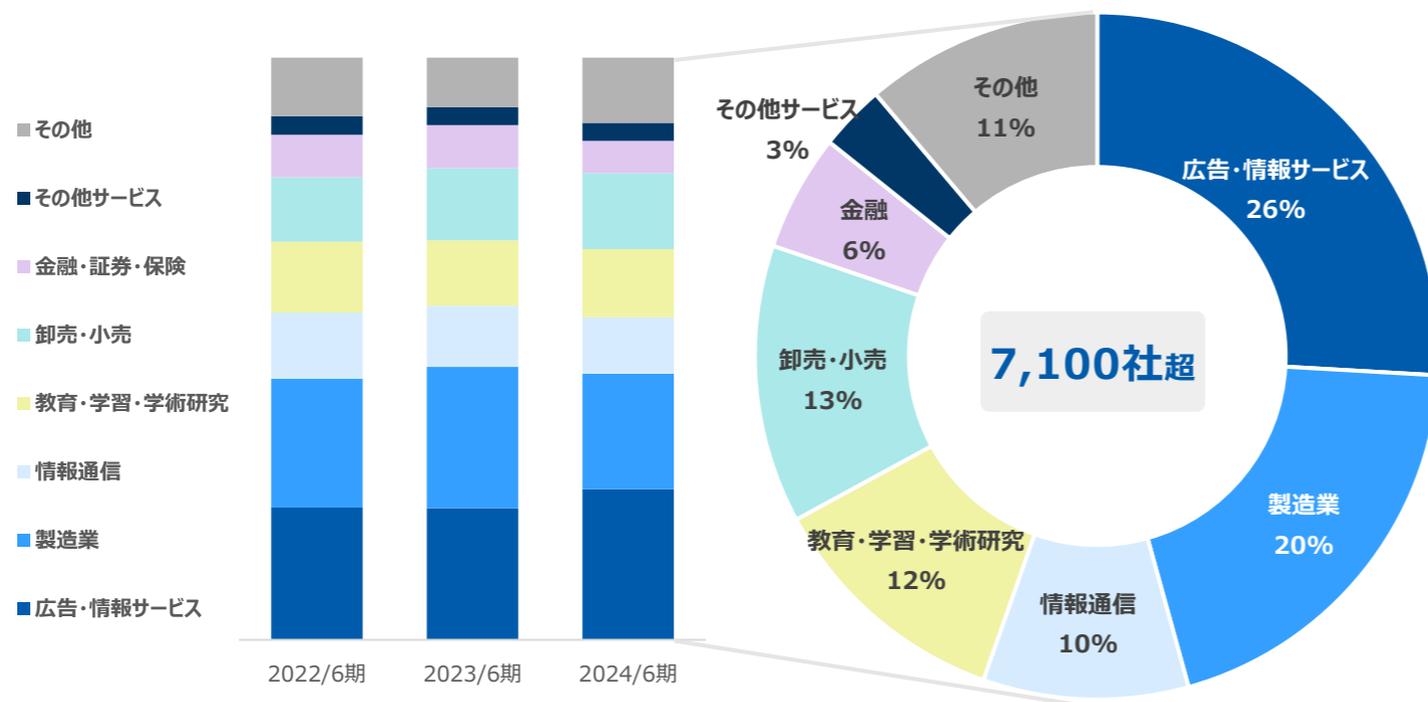


エンジニア数推移



年間7,100社超（前期比で約500社増）、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



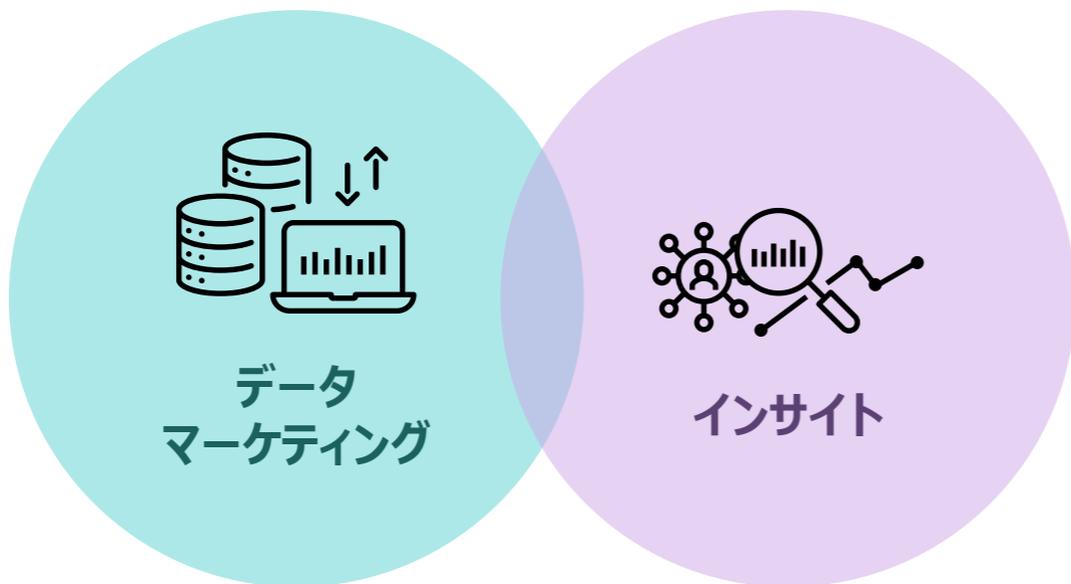
主要顧客の概要、売上構成比（2024/6期）

主要顧客の所属業種	売上高 (百万円)	総売上高 構成比
1位 その他サービス業	402	1.5%
2位 通信業	347	1.3%
3位 製造 (FMCG*) 業	284	1.3%
4位 情報サービス業	275	1.0%
5位 情報サービス業	233	0.9%
・		
・		
上位10社合計	2,693	10.3%
・		
上位100社合計	9,016	34.4%
・		
上位300社合計	13,043	49.8%

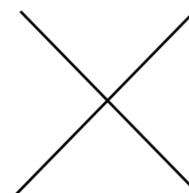
*FMCG : Fast Moving Consumer Goodsの略で飲料、食品、化粧品など比較的短期間で消費される製品（日用消費財）のこと

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

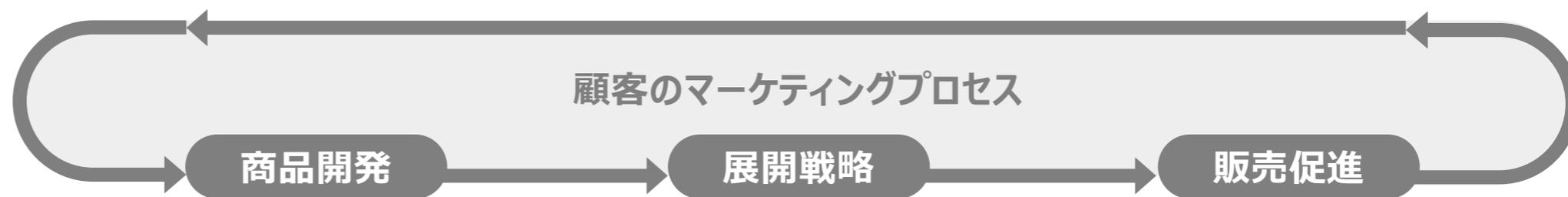


マーケティング実行支援



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



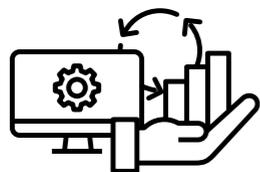
デジタルマーケティング事業
 お客様のマーケティング戦略の実行を支援



※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

デジタルマーケティング事業
ーメディア・プロモーションー

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



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

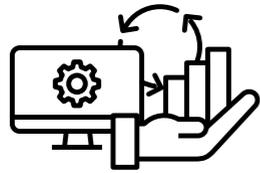


1,185万人の提携パネルネットワーク



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
大和コネク特証券株式会社様

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



ディレクター・エンジニアの派遣事業
ブランディングプランニング
セールスプロモーション
広告制作事業

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 **1,185**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



Fact Finding

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

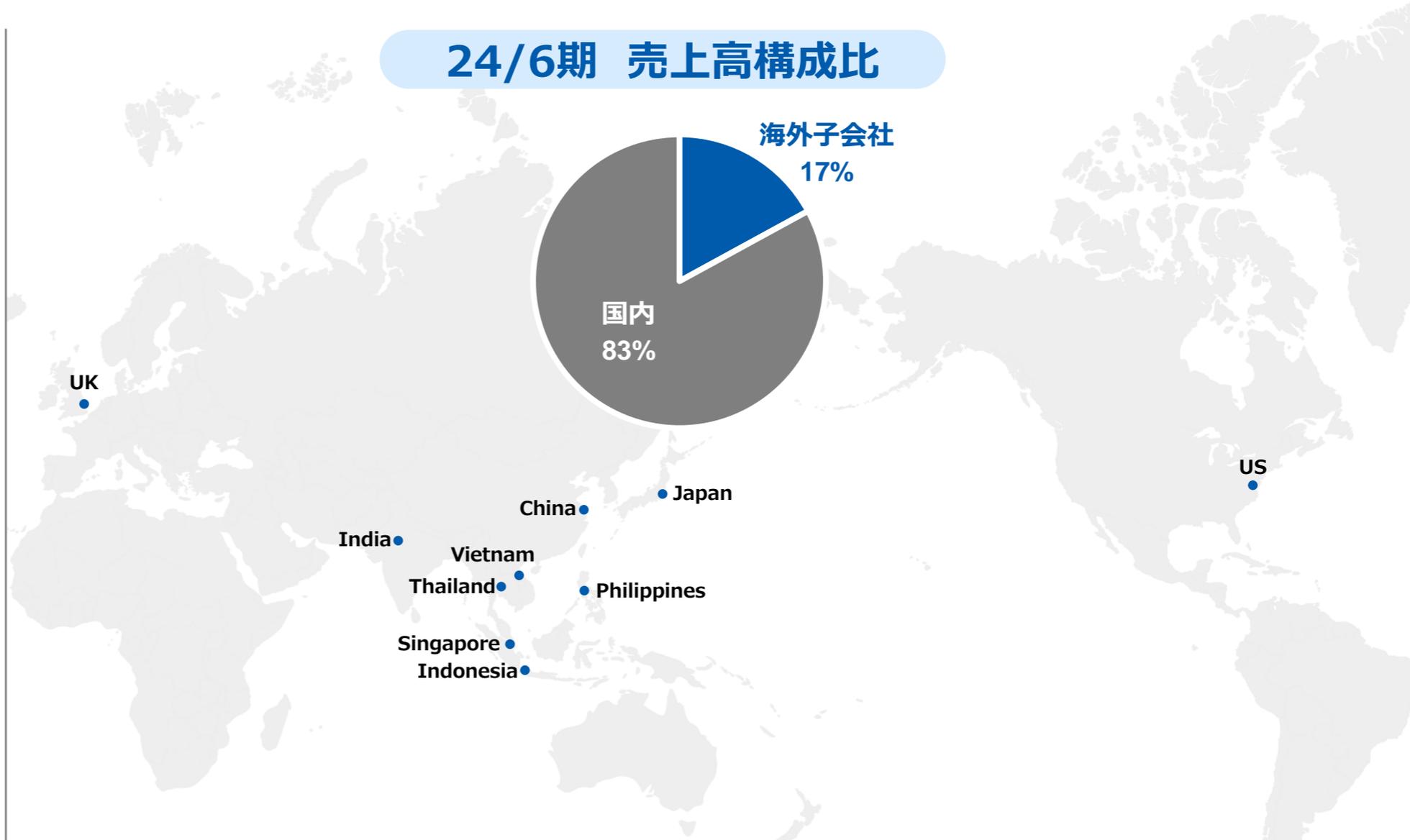
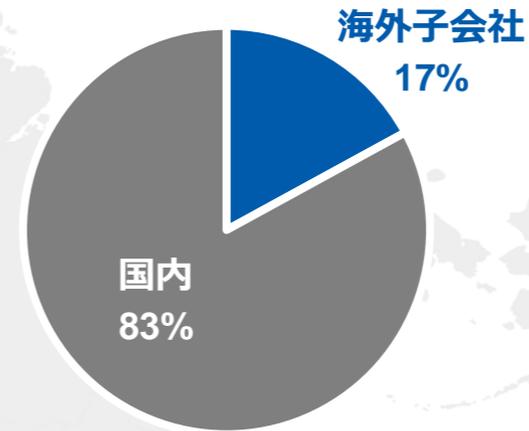


生活者インサイトの
分析・理解



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

24/6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	24/6期	前期比 増減率
売上高	250.9	261.8	+4%
売上総利益	103.9	102.3	-2%
(売上総利益率)	(41.4%)	(39.8%)	(-1.6pt)
販売費 及び 一般管理費	84.4	83.8	-1%
(売上高販管費比率)	(33.6%)	(32.0%)	(-1.6pt)
営業利益	19.5	18.4	-5%
(営業利益率)	(7.8%)	(7.0%)	(-0.8pt)
経常利益	18.8	19.1	+2%
特別損益	-0.3	0.2	-
法人税等	8.2	7.4	-10%
親会社株主に帰属する 当期純利益	10.1	11.9	+18%

1 通期売上高は過去最高
デジタルマーケティング事業が牽引

2 経常利益は小幅増
営業外収支では、地方拠点開設に伴う補助金がプラス要因

3 当期純利益は18%増
グループ会社の統合等による税効果等により法人税等の低減がプラス要因

(億円)	2023年6月末	2024年6月末	増減額
流動資産	112.9	127.6	+14.7
現金及び預金	64.8	73.8	+9.0
受取手形及び売掛金	31.4	38.5	+7.1
その他	16.8	15.3	-1.4
固定資産	30.2	38.7	+8.6
のれん	6.2	12.3	+6.1
その他	23.9	26.4	+2.5
総資産	143.1	166.3	+23.2
流動負債	51.5	58.7	+7.2
買掛金	9.8	12.3	+2.5
短期借入金※	13.4	16.3	+2.9
その他	28.2	30.1	+1.8
固定負債	30.7	36.8	+6.1
長期借入金	27.6	33.5	+5.9
その他	3.1	3.3	+0.1
純資産	60.9	70.8	+9.9
自己資本比率	42.0%	42.6%	+0.6pt

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確保

2 のれん残高が増加

新規連結子会社ののれんが増加要因

自己資本比率は42.6%

前期末水準を堅持

3

※一年以内返済の長期借入金含む

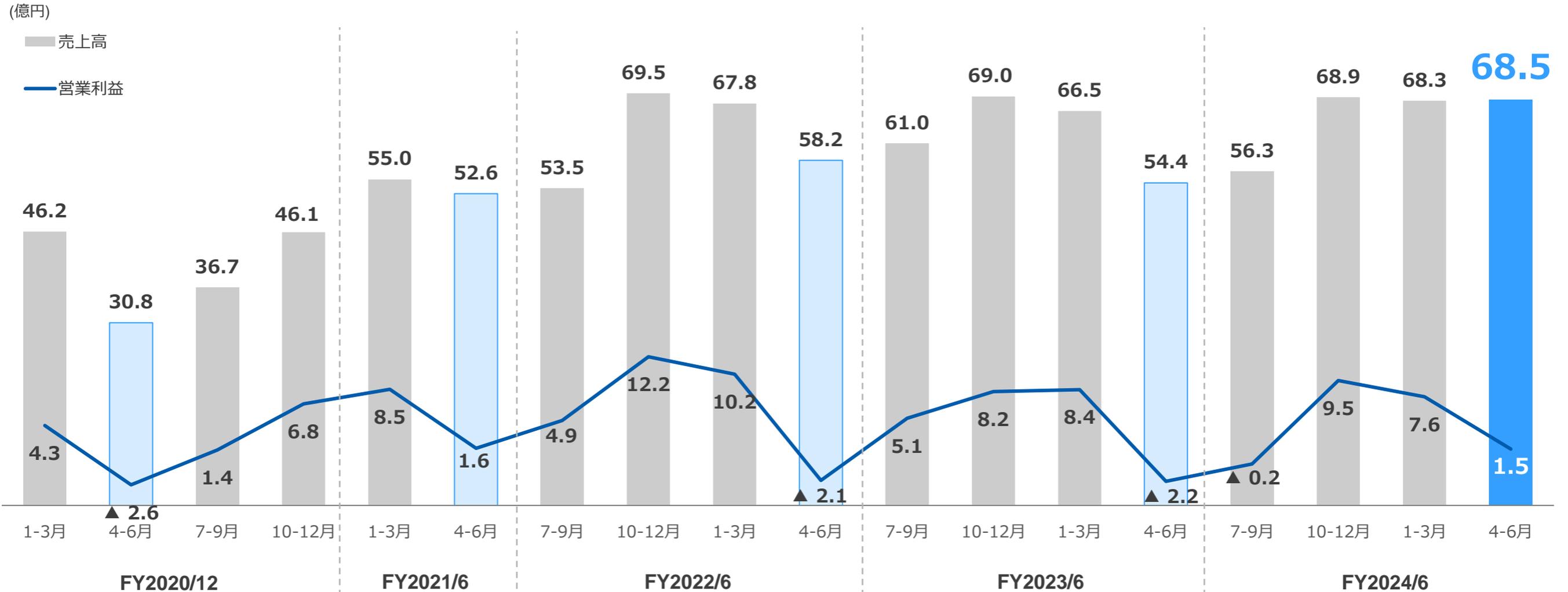
(億円)	23/6期	24/6期	増減額
営業キャッシュフロー	18.0	15.7	-2.3
税引き前純利益	18.5	19.3	+0.9
減価償却費・のれん償却額	4.0	5.9	+1.9
売上債権の増減額	5.6	-7.1	-12.7
法人税等の支払額	-6.5	-9.0	-2.6
その他	-3.6	6.6	+10.2
投資キャッシュフロー	-9.0	-12.4	-3.4
財務キャッシュフロー	0.3	4.5	+4.2
短期借入金純増減額	-0.6	0.5	+1.1
長期借入の純増減額	12.6	6.9	-5.7
その他	-11.7	-2.9	+8.8
現金同等物期末残高	64.8	73.8	+9.0

① 税引前純利益が増加

② 財務CFは前年比でプラス幅が増
前年にあった自己株式取得による支出が主因

③ 現預金が増加
事業成長投資、借入金返済への充実に十分な水準を継続

第4四半期として過去最高の売上高を更新 閑散期、繁忙期の季節性はあるも、四半期収益水準は徐々に拡大



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>