



株式会社クロス・マーケティンググループ

2025年6月期 通期決算補足資料

2025年8月12日

CONTENTS

- 1 2025年6月期 通期決算概要
- 2 トピックス
- 3 前中期経営計画の振り返り
- 4 中期経営方針
- 5 2026年6月期 業績予想及び配当予想
- 6 参考データ

Summary

1

- ・ **25/6期 売上高289億円(前期比10%増)、営業利益25.2億円(37%増)**
- ・ 期初計画は未達ながら、二桁増収・増益で過去最高を更新
- ・ データマーケティング事業、デジタルマーケティング事業が全体をけん引

Summary

2

- ・ **中期経営方針 : 『Unite & Generate』**
- ・ **5年以内に、売上高500億円・営業利益50億円を目指す**
- ・ 26/6期より、事業セグメントを2区分に再編

Summary

3

- ・ **26/6期計画 売上高320億円(11%増)、営業利益28億円(11%増)**
- ・ 配当は15.0円(前期比1.0円増)と、増配を継続

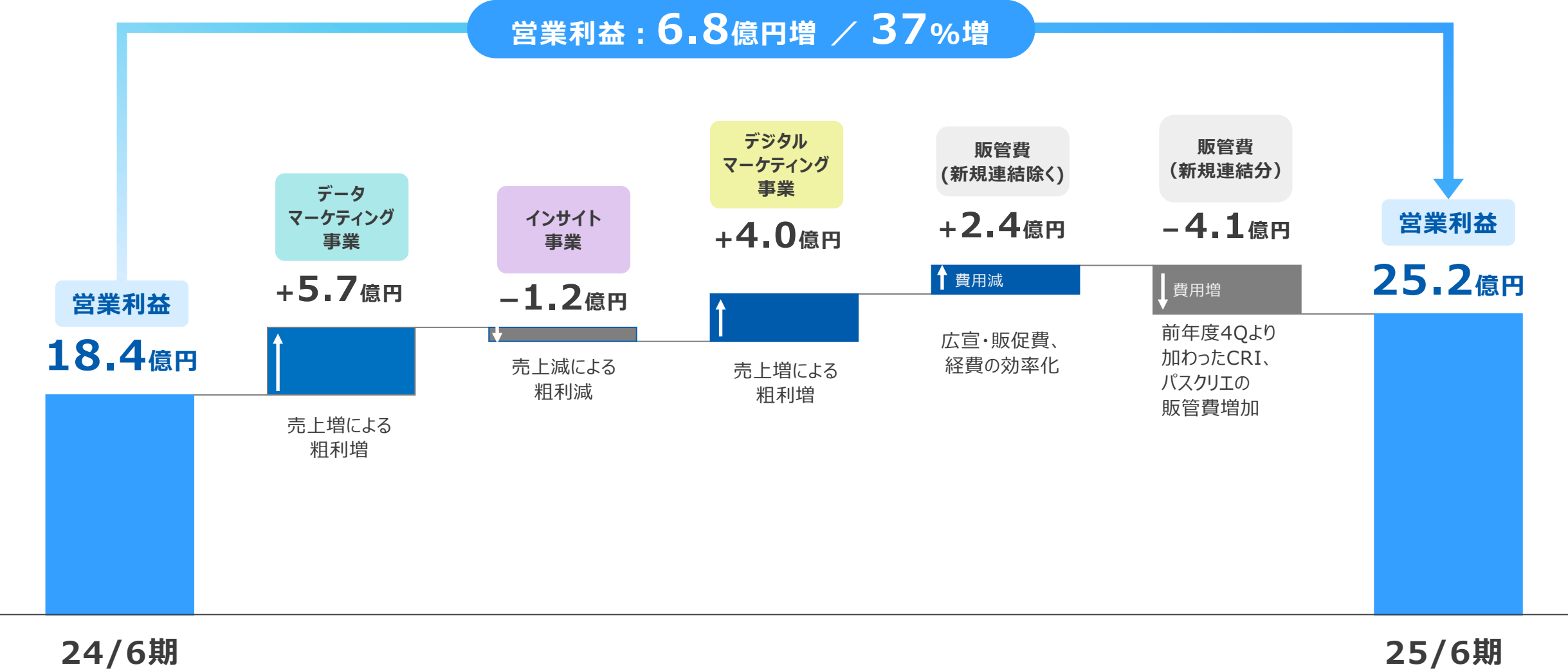
1 2025年6月期 通期決算概要

売上高289億円(前期比10%増)、営業利益25億円(37%増)：過去最高を更新

(億円)	24/6期 通期 実績	25/6期 通期		
		期初計画	実績	YoY 成長率
売上高	261.8	300.0	289.0	+10%
デジタルマーケティング事業	106.6	130.0	125.2	+17%
データマーケティング事業	88.1	100.0	99.1	+12%
インサイト事業	67.1	70.0	64.6	-4%
売上総利益 (売上総利益率)	102.3 (39.1%)	—	110.7 (38.3%)	+8% (-0.7pt)
販管費	83.8	—	85.5	+2%
営業利益 (営業利益率)	18.4 (7.0%)	30.0 (10.0%)	25.2 (8.7%)	+37% (+1.7pt)
EBITDA*1 (EBITDAマージン)	24.7 (9.4%)	—	31.3 (10.8%)	+27% (+1.4pt)
経常利益	19.1	29.0	24.0	+26%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11.9	18.0	13.6	+14%

*1：EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

データマーケティング事業、デジタルマーケティング事業の増収に伴う粗利増と、
販管費のコントロールにより、営業利益は37%増加

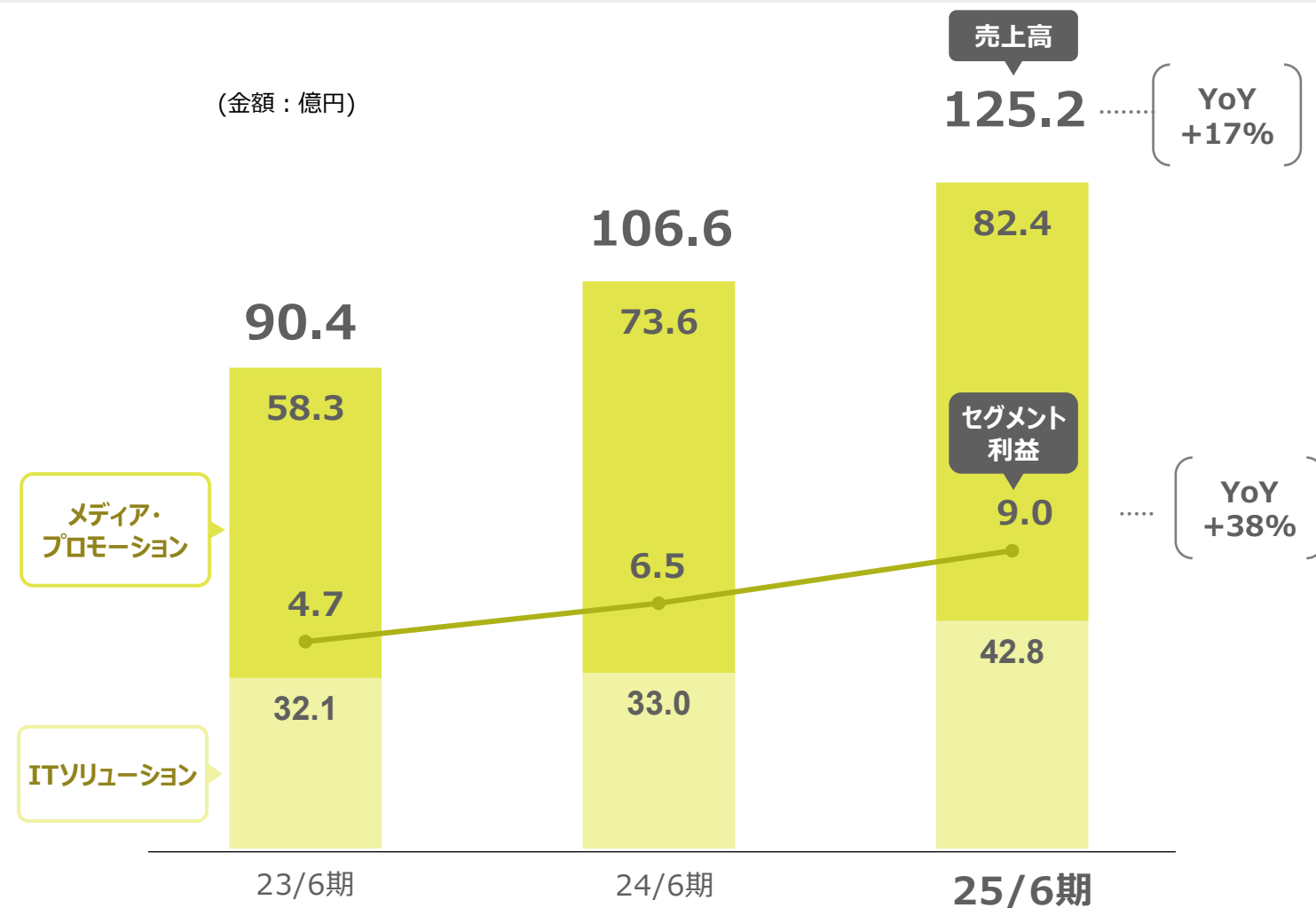


売上高17%増、セグメント利益38%増 メディア・プロモーション、ITソリューションとも好調

ハイライト

- ・メディア・プロモーション：12%増収。インフルエンサーマーケティングやIPプロモーションの高成長領域がけん引。3PL事業*1のパスクリエも寄与
- ・ITソリューション：30%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。売上の増加に伴う粗利増が主因

*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12%増、セグメント利益34%増 国内オンラインリサーチ堅調に加え、北米事業の回復が寄与し、過去最高業績を更新

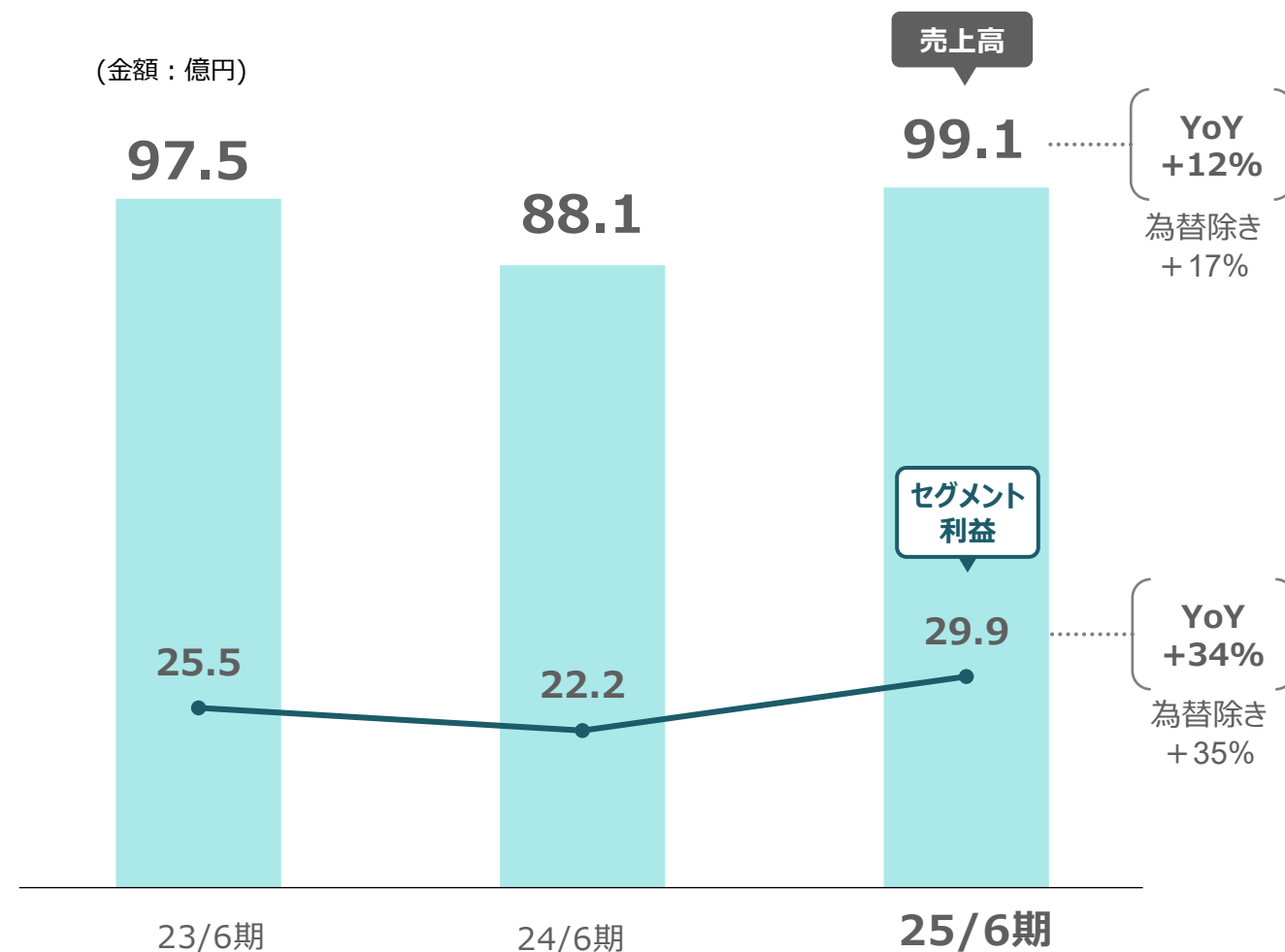
ハイライト

- ・国内は5%増収。オンラインリサーチ需要が底堅く推移
- ・海外が29%増収、主力の北米が、前年苦戦した反動で大幅に回復
- ・セグメント利益は34%増益。AI活用を含む生産性改善で、利益率は30%に到達

為替影響

- ・円高影響^{*1}は売上▲3.9億円、利益影響は軽微

^{*1} 2024年6月期通期の実績為替レートとの比較



売上高4%減、セグメント利益14%減 国内ではヘルスケア領域苦戦が長引き、海外は新興国が厳しかった

ローライト

- ・国内1%増と伸び悩み。1～3Qまでのヘルスケア領域苦戦が足かせに
- ・海外が17%減。インドネシア及びシンガポールが伸び悩む

ハイライト

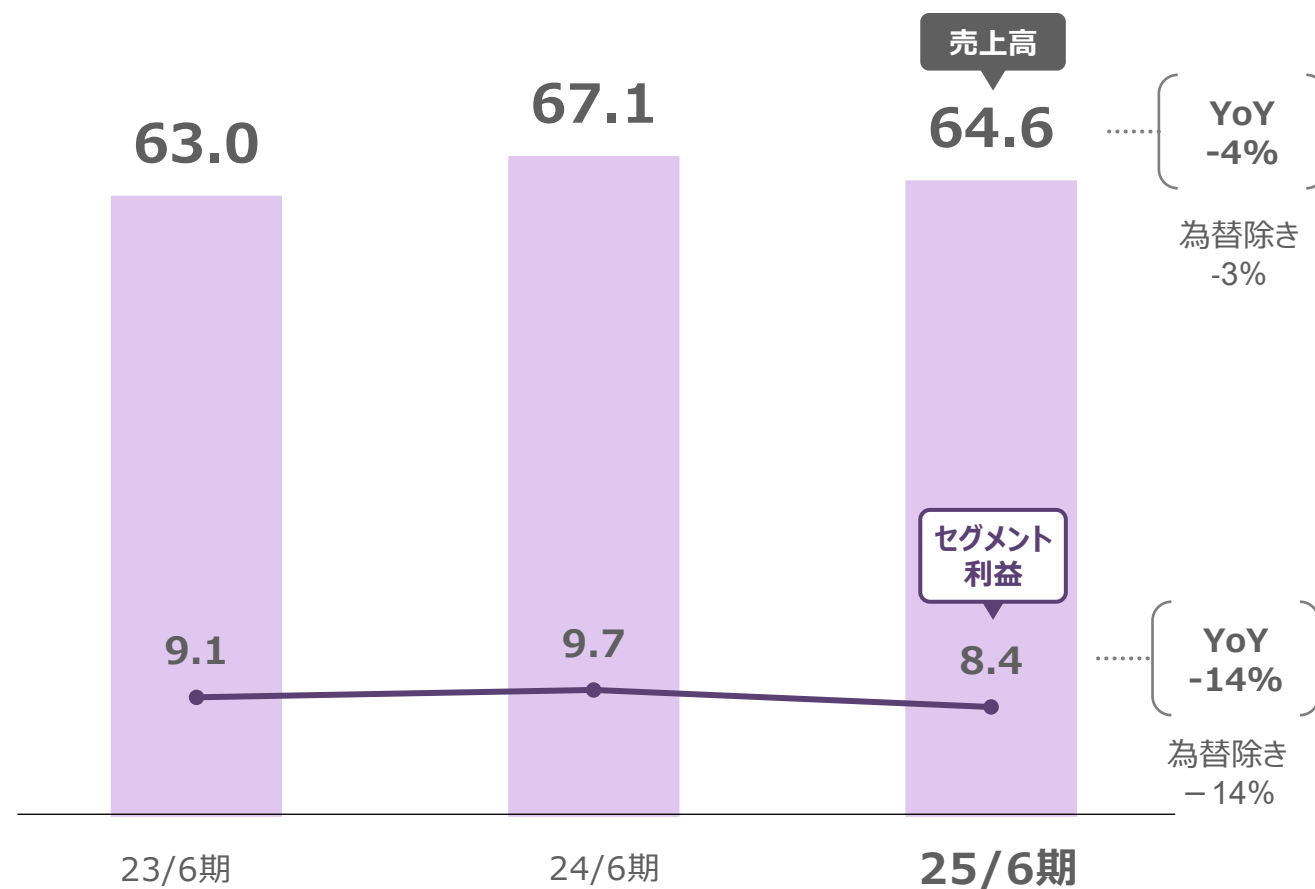
- ・英国拠点は通期ベースで約3割増収と高成長
- ・国内ヘルスケア領域は、4Q(4-6月)増収に転換

為替影響

- ・円高影響*1は売上▲0.8億円、利益影響は軽微

*1 2024年6月期通期の実績為替レートとの比較

(金額：億円)



海外事業全体で10%増収 主力の北米、英国の成長がけん引

ハイライト

- ・主力北米の回復に加え、英国の成長が海外事業全体をけん引

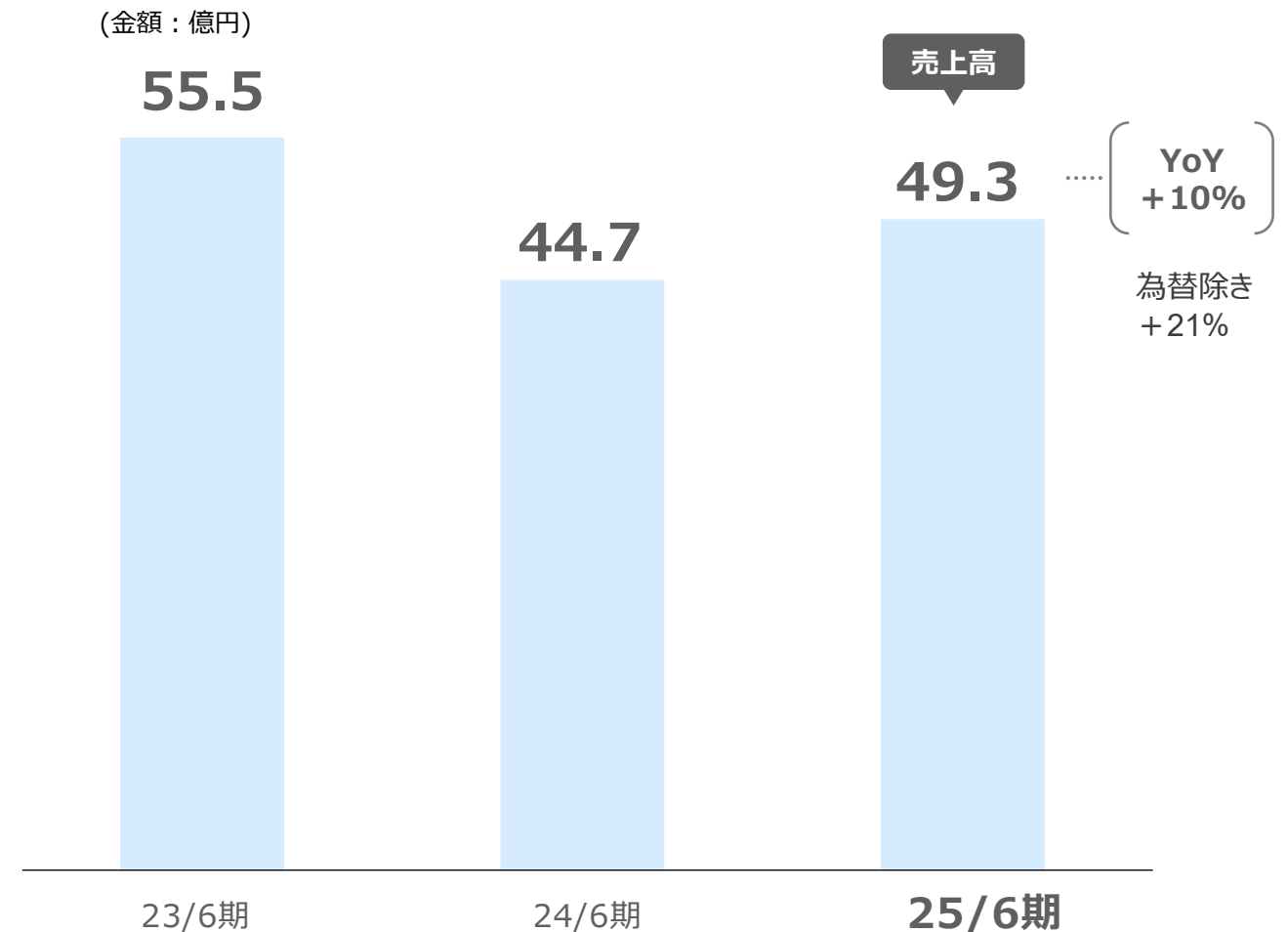
ローライト

- ・インドネシア、インドなど、新興国拠点が伸び悩んだ

為替影響

- ・円高影響*1は海外合計で売上▲4.6億円

*1 2024年6月期通期の実績為替レートとの比較



2 トピックス

Coum株式会社を子会社化（2025年6月） 経営戦略・事業戦略の策定などクライアントのより上流の課題解決力を強化



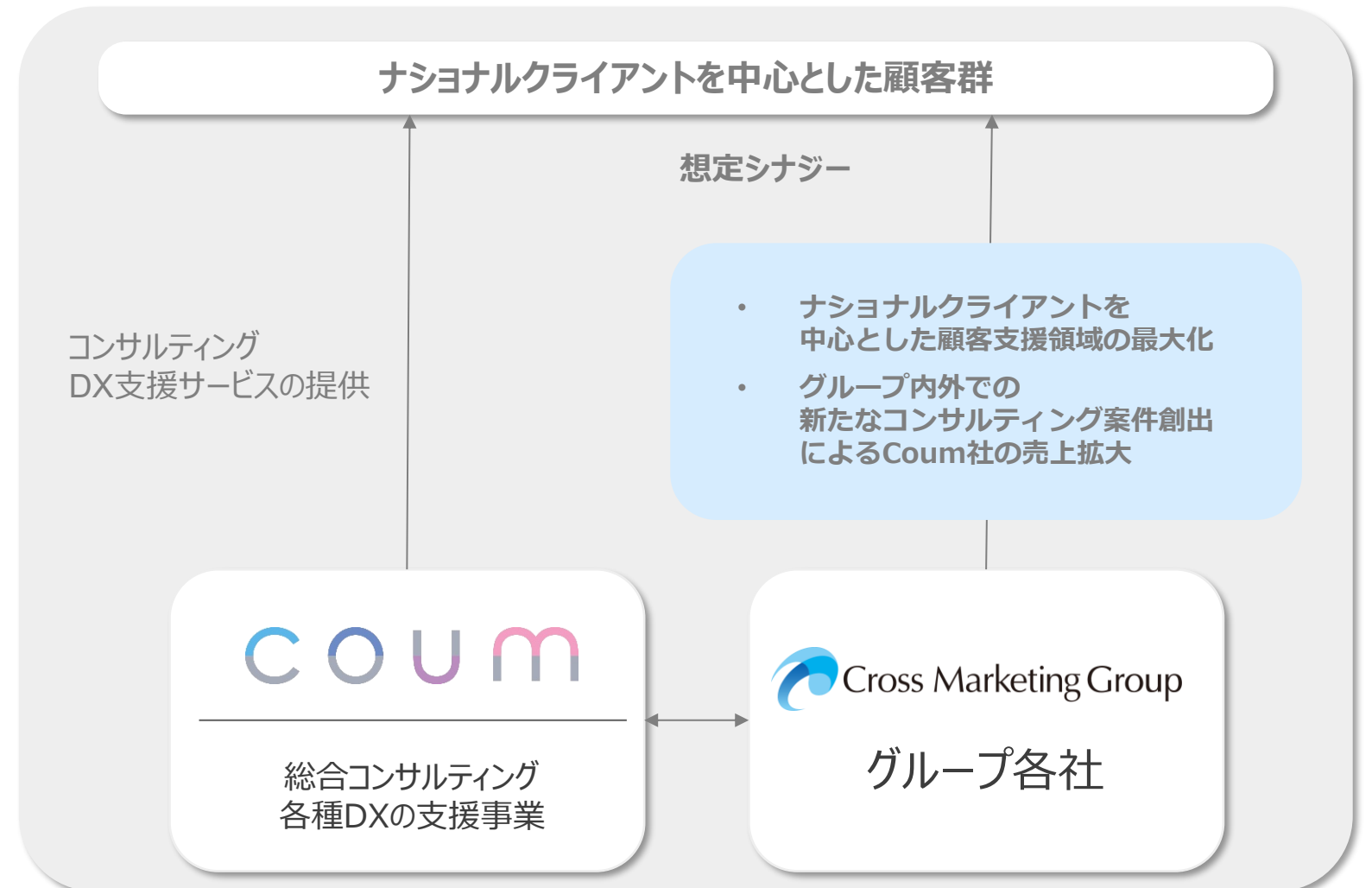
■ 企業概要

- ・ 会社名：Coum株式会社（コウム株式会社）
- ・ 設立：2019年3月
- ・ 社員数：18名（2025年6月時点）

■ 事業概要

- ① 総合コンサルティング
- ② 顧客接点のDX
- ③ 業務プロセスのDX

- ・ 直前期売上高：約3億円



REECH社にてネクストトレンド社から一部事業を譲受（2025年6月） インフルエンサーマーケティング領域の成長を加速



■ 企業概要

- ・ 会社名：株式会社ネクストトレンド
- ・ 設立：2017年4月

■ 事業概要

- ・ インフルエンサーアフィリエイト広告事業
 - ・ インフルエンサーマーケティング事業
 - ・ WEB広告運用事業
-
- ・ 対象事業直前期売上高：約7億円

インフルエンサーの選定から施策実行までを一気通貫支援



グループ間連携によりワンストップでサービスを提供

3 前中期経営計画の振り返り

中期目標が未達成ながら、過去最高の売上高・営業利益を更新
デジタルマーケティング事業が100億円超の売上規模へ成長

全社・連結		2021/6期*1	中期目標	2025/6期実績	成果	課題認識
	売上高	190億円	300億円	 289億円	・過去最高の売上高、営業利益を更新 ・4年間で12件のM&Aを実行しサービスラインナップ拡充、子会社統合進展 ・EBITDAで30億円を達成	・グループシナジーの更なる創出による成長力と収益力の強化 ・より高い株式市場評価を獲得する取り組みの推進
	営業利益 (EBITDA*2)	18億円 (20億円)	30億円 —	 25億円 (31億円)		
	時価総額	137億円	300億円	 145億円*3		
事業領域別売上高	データマーケティング	72億円	80億円	 99億円 【CAGR+18%】	・国内：高利益率を保ちながら事業規模を拡大 ・海外：先進国(米英)の事業拡大が加速	・国内：コンサルティング・インサイト領域への拡大、デジタルマーケティング領域との更なるシナジー創出 ・海外：外部環境変化への耐性強化、新興国拠点の更なる成長
	インサイト	53億円	70億円	 67億円 【CAGR+6%】		
	デジタルマーケティング	65億円	120億円	 125億円 【CAGR+18%】	・デジタルマーケティング事業が100億円超の売上規模へ成長 ・高成長領域（インフルエンサーマーケティング、IPコンテンツ）進出	・グループ各社相互提案を通じた顧客への付加価値提供の拡大 ・各子会社の経営品質の更なる改善 ・成長事業領域への投資と展開加速
	（うち、新規・M&A）	-	（30億円）	 （33億円）		

* 1：2021/6期：2020年7月～2021年6月までの12か月間の業績
* 2：EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費
* 3：2025年6月30日終値基準

4 中期経営方針

中期テーマ

Unite & Generate

クロス・マーケティンググループは「ジェネレートカンパニー」を目指す

中期成長指針
売上高 500億円
営業利益 50億円

中期で目指す姿

- 中期で目指す姿の実現に向け、
テーマを「**Unite & Generate**」とする
グループシナジーを積極的に推進（**Unite**）し、新たな付加価値の創出。それらを通じて高い成長率を実現する
- クロス・マーケティングのグループとして各グループ会社の経営の品質を圧倒的に向上させる（**Generate**）
 - ・ **人材育成投資**（経営人材の積極的な採用及び既存従業員の育成）
 - ・ **投資**（AI投資による生産性の向上、システム投資・インフラ整備）
 - ・ **周辺領域のM&A**
- 5年以内（2030年6月期）に
連結売上高500億円 営業利益50億円を実現する



中期テーマ

Unite & Generate

クロス・マーケティンググループは「ジェネレートカンパニー」を目指す

アクションプラン ～事業セグメントの変更及び

- 事業セグメントをこれまでの3区分から2区分に集約し、より事業シナジー創出のための基礎とする

インサイト事業とデータマーケティング事業を統合し

リサーチ・インサイト事業とする。当該事業は顧客の求める付加価値の大きな変化に対応すべく単なるリサーチ業務にとどまらず、よりコンサル・インサイト領域の深化及び拡大を進め、デジタルマーケティング事業とのより積極的なシナジーを創出することで、新たな付加価値の提供を実現する

デジタルマーケティング事業は、特に、IP／インフルエンサーマーケティング、EC事業を中心にM&Aを積極推進し、サービス展開のラインナップを増やすことで、より顧客ニーズとマーケットの拡大に合わせた事業拡大を推進する

- デジタルマーケティング事業のうち、「マーケティングHR」、及び「IP／インフルエンサーマーケティング」を戦略的注力（Core-Development＝コアデブ）領域に設定し、概ねCAGR+20%の売上高成長でグループ全体をけん引する

中期で目指す姿実現のためのアクション

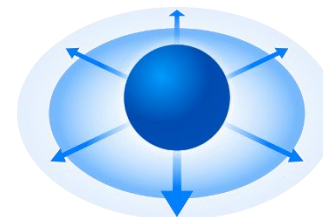
事業セグメント → 3区分から2区分に集約

（インサイト事業とデータマーケティング事業を統合）

事業シナジー
創出のための基礎

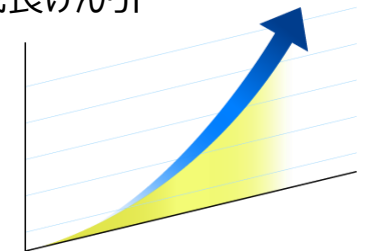
リサーチ・インサイト事業

- ・ リサーチ業務の深化、領域拡大
- ・ 他事業シナジー、付加価値提供



デジタルマーケティング事業

- ・ M&A積極推進、ラインナップ拡充
- ・ Core-Dev.(戦略的注力)領域による成長けん引

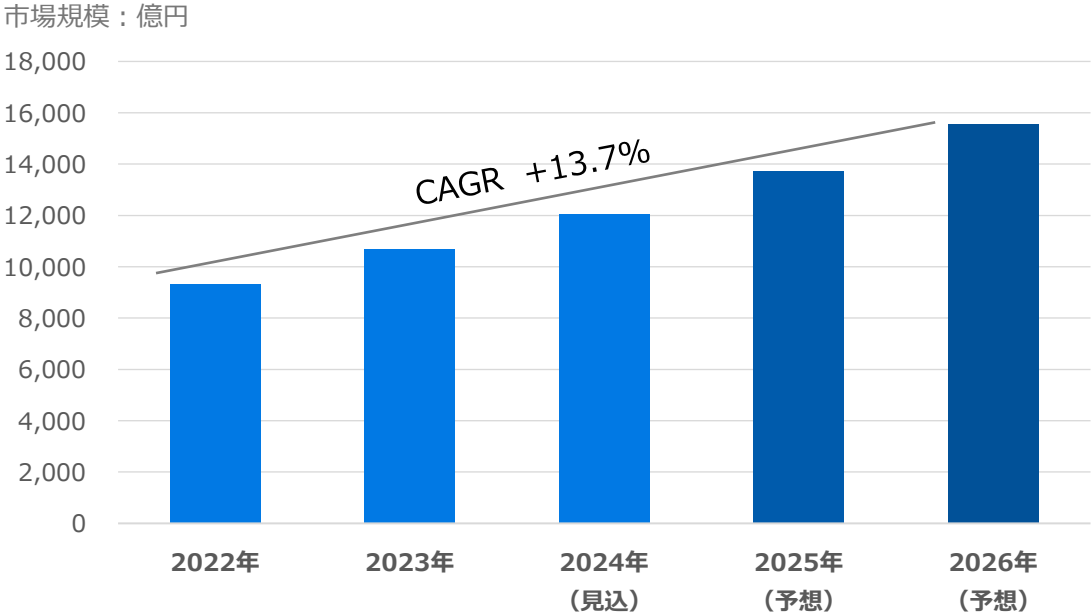


Core-Dev.①
IP/インフルエンサーマーケティング事業領域

ソーシャルメディアマーケティング市場

ソーシャルメディアマーケティング市場は2023年に1兆円を超え、年率約14%で伸びている

ソーシャルメディアマーケティング市場規模



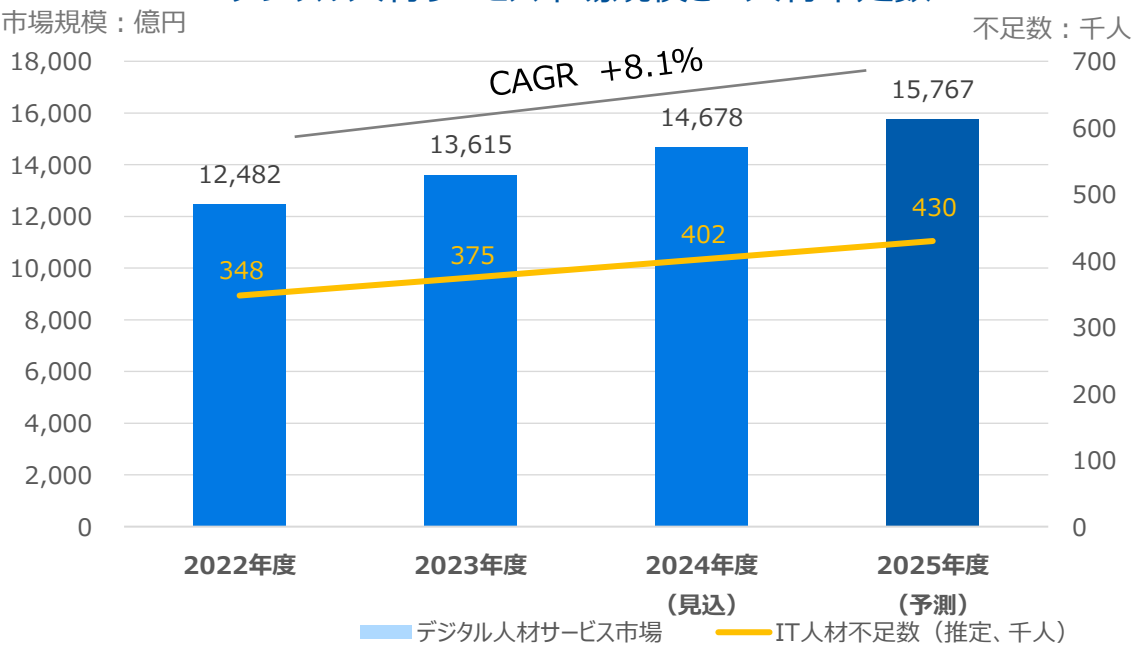
出典：サイバーバズ／デジタルインファクト調べ

Core-Dev.②
マーケティングHR事業領域

デジタル／IT人材市場

デジタル人材サービス市場は1.5兆円規模、年率8%と堅調に伸びる
IT人材不足数は、今後も40万人規模で続くと推定されている

デジタル人材サービス市場規模とIT人材不足数



出典：経済産業省 IT人材供給に関する調査、IT人材不足数推定（中位シナリオ）及び矢野経済研究所 デジタル人材を対象とした人材サービス市場規模推移・予測より当社作成

『デジタルマーケティング』、『リサーチ・インサイト』の2事業セグメントへ
～従来のデータマーケティング事業とインサイト事業を整理統合～

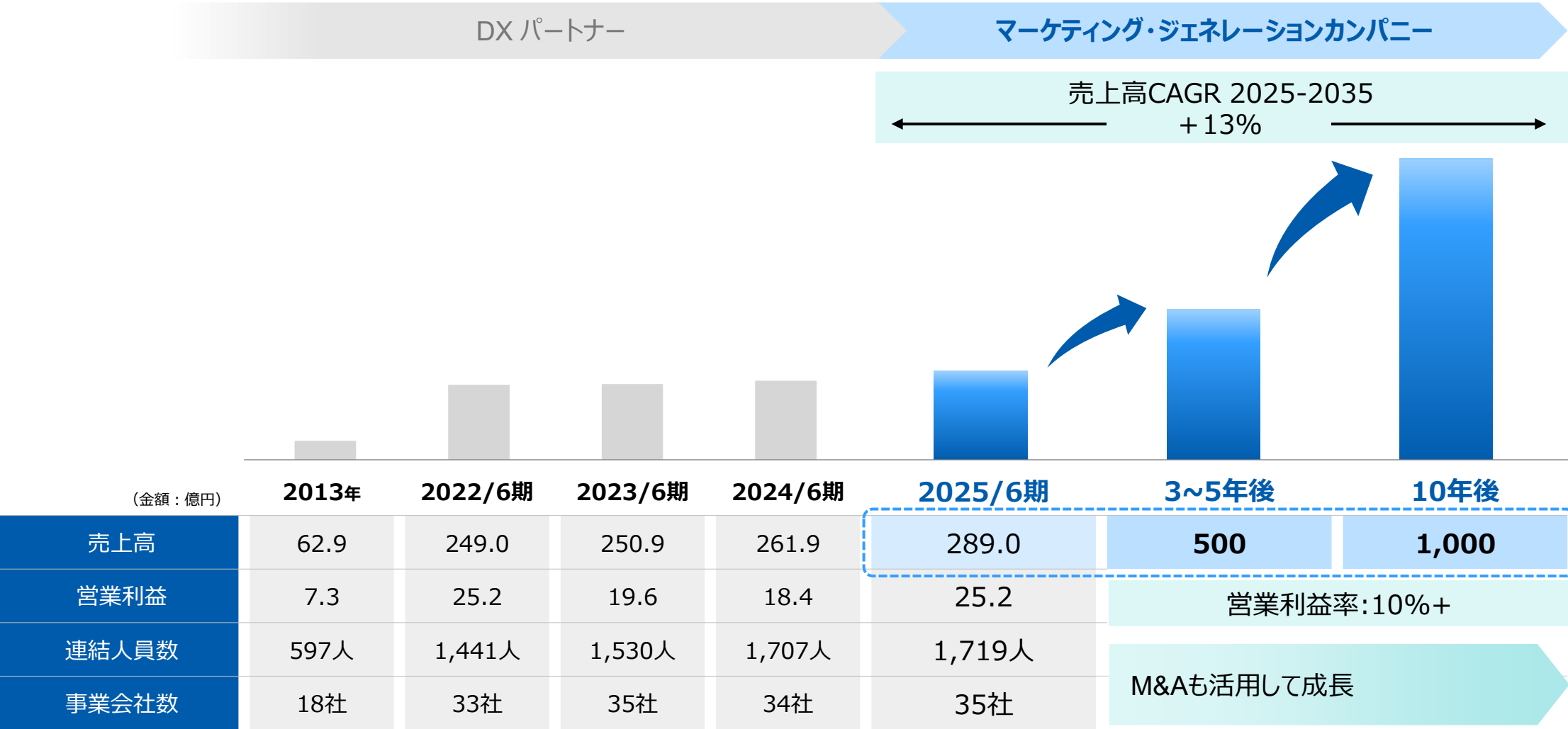
現状	25/6期売上高	新セグメント／内訳	25/6期売上高	ビジネス概要	主要子会社
デジタルマーケティング事業 125 億円		デジタルマーケティング事業 125 億円			
メディアプロモーション		ソーシャル&デジタルプロモーション		IP/インフルエンサーマーケティング サンプリングメディア、 サードパーティロジスティクス	エクスクリエ、REECH、トキオゲッ ツ、パスクリエ
ITソリューション		SI・DXコンサルティング		システム／アプリ開発・保守運用、 DXコンサルティング	クロスコミュニケーション、COUM
		マーケティングHR		マーケティング/IT/DX領域人材サービ ス、BPOサービス	オルタナエクス、クリエイティブリソー スインスティチュート
データマーケティング事業 99 億円		リサーチ・インサイト事業 164 億円			
国内		国内		消費者リサーチ 市場データ収集分析	クロスマーケティング、メディリード
海外		海外		マーケティング・コンサルティング	Kadenceグループ各社
インサイト事業 65 億円					
国内					
海外					

「未来をつくろう。」というミッションの下、「新たな価値を生み出し、社会に届ける」ことが、CMGの社会への提供価値である



5 年以内に、 連結売上高500億円 営業利益50億円 を達成する

マーケティング・ジェネレーションカンパニーとしてグループ企業の事業価値を高め、CMGの企業価値向上を牽引する



AI時代に対応した新組織セッアップを実行

- グループ内横断型のAI活用促進組織「CMG AIワーキンググループ」の活動開始
- 事業プロダクト化と社内技術支援をミッションとした「AI技術専門組織」を立ち上げ

実行施策

最新状況

1 活用基盤の整備

組織全体の活用カルチャーなど活用や活用促進のための基盤整備



- ・ 生成AI活用のための社内共有ライブラリの構築
- ・ 組織毎のAI定量指標（利用率など）を定点観測
- ・ 統制とリスク回避のためのルールやガイドライン策定

- ・ 社内CMG AI Portalの公開
- ・ AI情報局、相談窓口の開設
- ・ 生成AI特化研修の計画策定

2 業務効率化

生成AIを活用した既存業務の工数削減と生産性およびサービス品質の向上



- ・ 各組織の業務プロセス改革（BPR）の実行
- ・ 生成AI活用場所の特定（複数人対応メイン業務）
- ・ 当社各組織・業務に対応したAIツールの開発

- ・ 各組織活用プロジェクト推進
- ・ 情報収集⇔事例化サイクルの実行
- ・ 業務専用AIツールの提供開始

3 サービスへの応用

生成AIを活用した既存プロダクトのアップデート、新規プロダクト開発

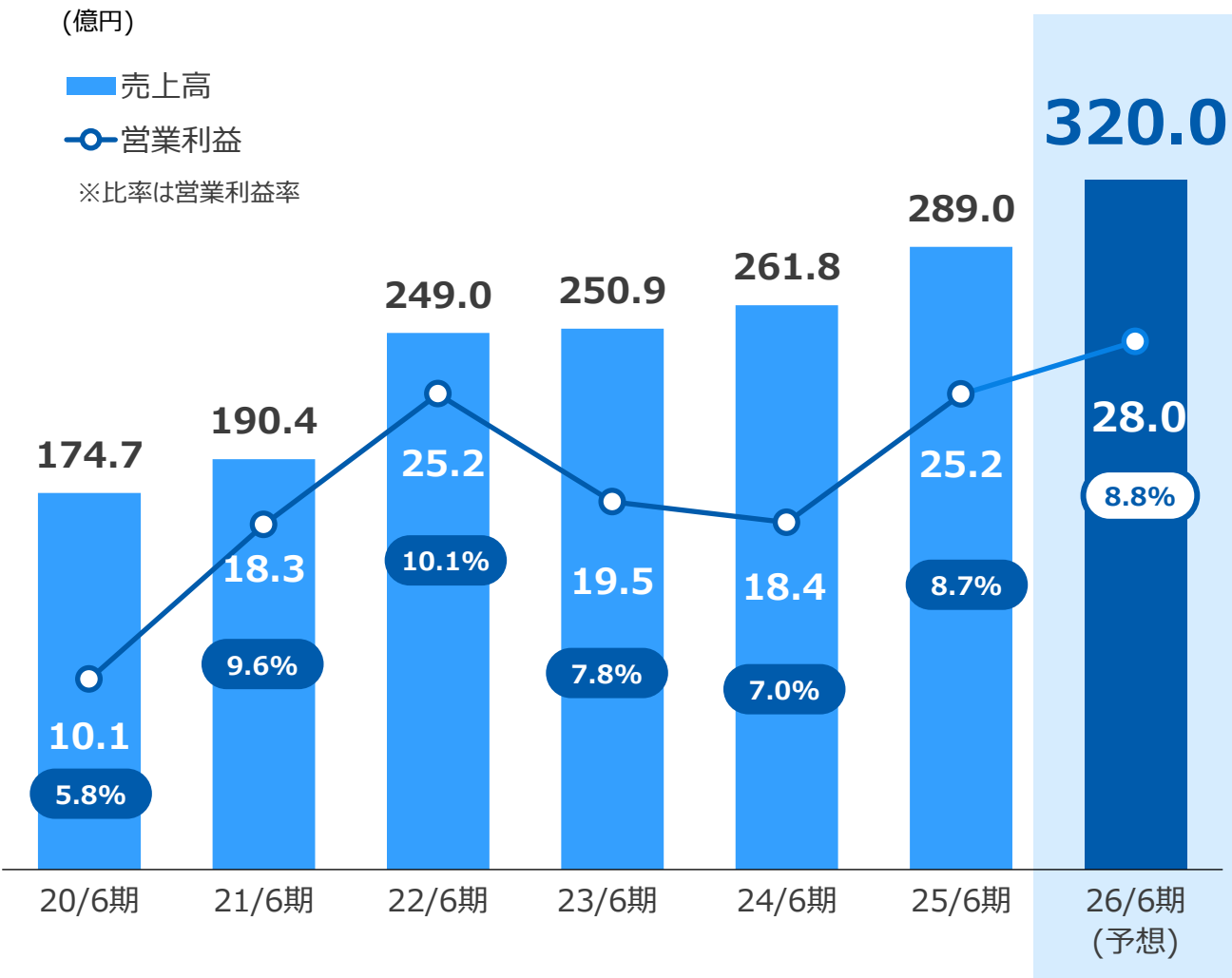


- ・ 生成AI新技術の情報収集と検証テスト
- ・ 生成AIを活用した既存サービスの機能追加
- ・ 生成AIを活用した新プロダクトの開発

- ・ AIプロダクトのPoCの実行
- ・ AIインタビューサービスリリース
- ・ 次世代AIリサーチシステム開発

5 2026年6月期 業績予想及び配当予想

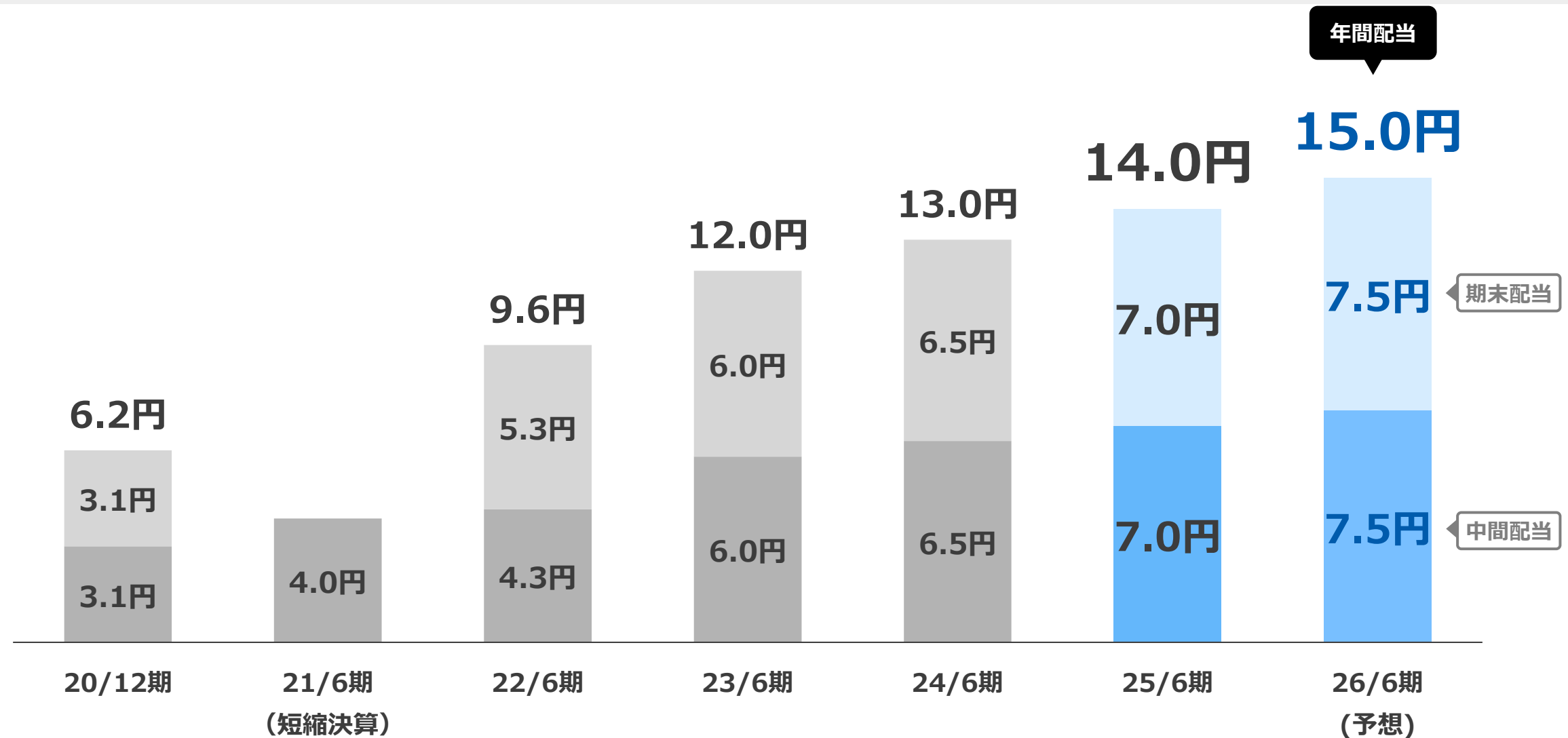
売上高320億円(11%増)、営業利益28億円(11%増)
一株当たり配当額は前期比1円増の15.0円(上期7.5円、下期7.5円) を予想



	25/6期実績	26/6期予想	YoY
売上高	289.0	320.0	+11%
デジタルマーケティング事業	125.2	148.0	+18%
リサーチ・インサイト事業	163.8	172.0	+5%
営業利益	25.2	28.0	+11%
経常利益	24.0	27.0	+12%
親会社株主に帰属する当期純利益	13.6	15.5	+14%
EPS	70.5	81.7	+14%
一株当たり配当(円)	14.0	15.0	+1.0

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配（累進配当）

26/6期予想配当は1株当たり**15.0円**（中間7.5円、期末7.5円）



6 参考データ

エクセル形式の **Fact Sheet** 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)	24/6期	25/6期	前期比 増減率
売上高	261.8	289.0	+10% 1
売上総利益	102.3	110.7	+8%
(売上総利益率)	(39.1%)	(38.3%)	(-0.7pt)
販売費 及び 一般管理費	83.8	85.5	+2%
(売上高販管費比率)	(32.0%)	(29.6%)	(-2.4pt) 2
営業利益	18.4	25.2	+37% 1
(営業利益率)	(7.0%)	(8.7%)	(+1.7pt)
経常利益	19.1	24.0	+26%
特別損益	0.2	0.8	-
法人税等	7.4	9.8	+33%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11.9	13.6	+14%

売上高・営業利益が過去最高
デジタルマーケティング事業、及びデータ
マーケティング事業が牽引

売上高販管費比率を抑制
M&Aによる事業規模拡大のなか、
販売費や経費等の効率化が進展

	2024年6月末	2025年6月末	増減額
(億円)			
流動資産	127.6	128.7	+1.1
現金及び預金	73.8	76.3	+2.6
受取手形及び売掛金	38.5	37.5	-0.9
その他	15.3	14.8	-0.5
固定資産	38.7	35.5	-3.2
のれん	12.3	11.8	-0.6
その他	26.4	23.8	-2.6
総資産	166.3	164.2	-2.1
流動負債	58.7	54.2	-4.5
買掛金	12.3	12.2	-0.1
短期借入金※	16.3	15.8	-0.4
その他	30.1	26.1	-4.0
固定負債	36.8	30.2	-6.6
長期借入金	33.5	26.7	-6.9
その他	3.3	3.5	+0.2
純資産	70.8	79.9	+9.0
自己資本比率	42.6%	48.6%	+6.0pt

1 現預金の増加

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 借入金の減少

短期・長期借入金の返済

2

自己資本比率は48.6%

前期末比で上昇

3

※一年以内返済の長期借入金含む

(億円)	24/6期	25/6期	増減額
営業キャッシュフロー	15.7	19.6	+3.8
税引き前純利益	19.3	23.4	+4.0
減価償却費・のれん償却額	5.9	6.1	+0.2
売上債権の増減額	-7.1	1.9	+9.0
法人税等の支払額	-9.0	-8.7	+0.4
その他	6.6	-3.1	-9.7
投資キャッシュフロー	-12.4	-4.8	+7.6
財務キャッシュフロー	4.5	-11.4	-16.0
短期借入金純増減額	0.5	0.6	+0.1
長期借入の純増減額	6.9	-7.5	-14.5
その他	-2.9	-4.5	-1.6
現金同等物期末残高	73.8	76.3	+2.6

1

フリーキャッシュフローが増加

税引き前純利益の増加と、投資キャッシュフローの減少が主因

2

財務CFが前年比マイナス

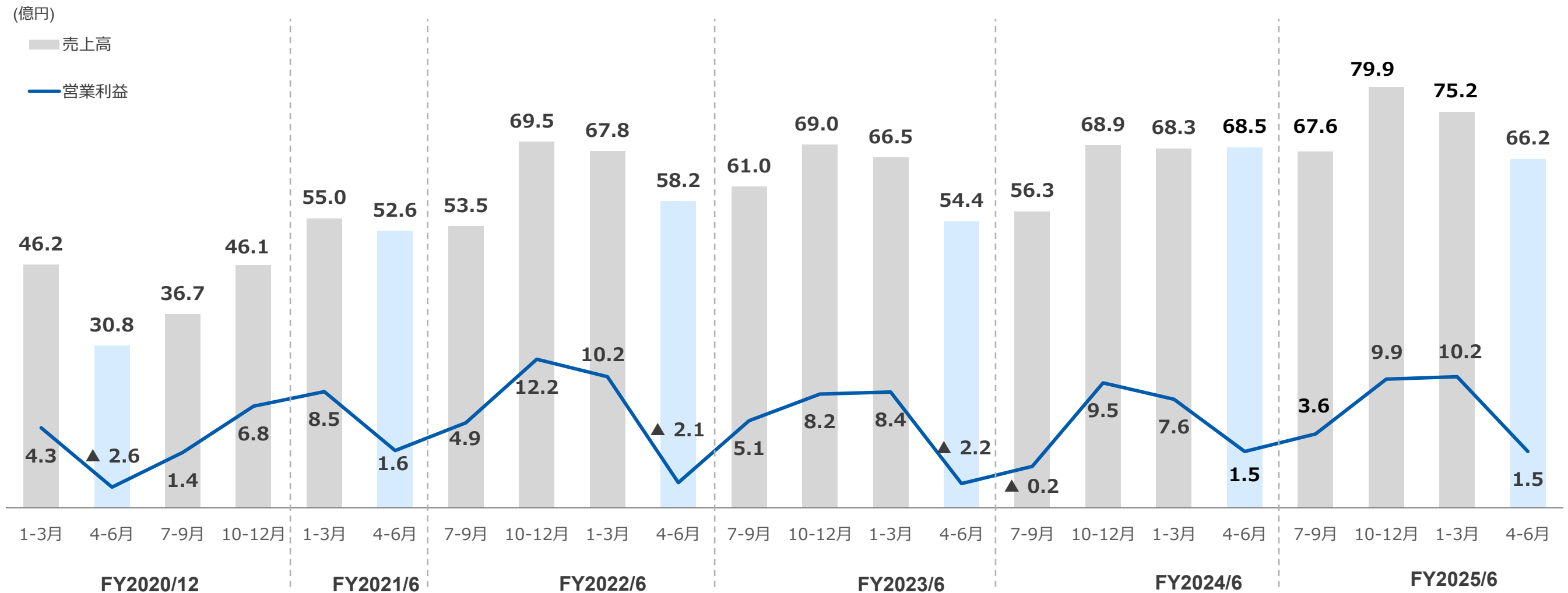
長期借入金の返済

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

**季節性はあるものの、収益基盤が着実に拡大
例年、2Q(10-12月)及び3Q(1-3月)が商戦期**



CONTENTS

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>