

**株式会社クロス・マーケティンググループ
2022年6月期 2Q 決算説明資料**

2022年2月14日

CONTENTS

1.	2022年6月期 2Q 決算概要P3
2.	セグメント別の状況P9
3.	トピックスP13
4.	業績予想P21
5.	株主還元P23
6.	参考資料P25

1. 2022年6月期 2Q 決算概要

2Q累計(6ヶ月) **営業利益17.1億円**(前年同期間比**2倍**)
通期(12ヶ月) **過去最高営業利益13.4億円を既に超過**

デジタルマーケティング事業売上高が2.4倍で全体を牽引
データマーケティング事業、インサイト事業も**2ケタ増収**

通期(12ヶ月)業績**予想比で高進捗**、下期も**好調継続の見通し**
成長への投資加速、変異株動向等も踏まえ**通期業績予想を上方修正**

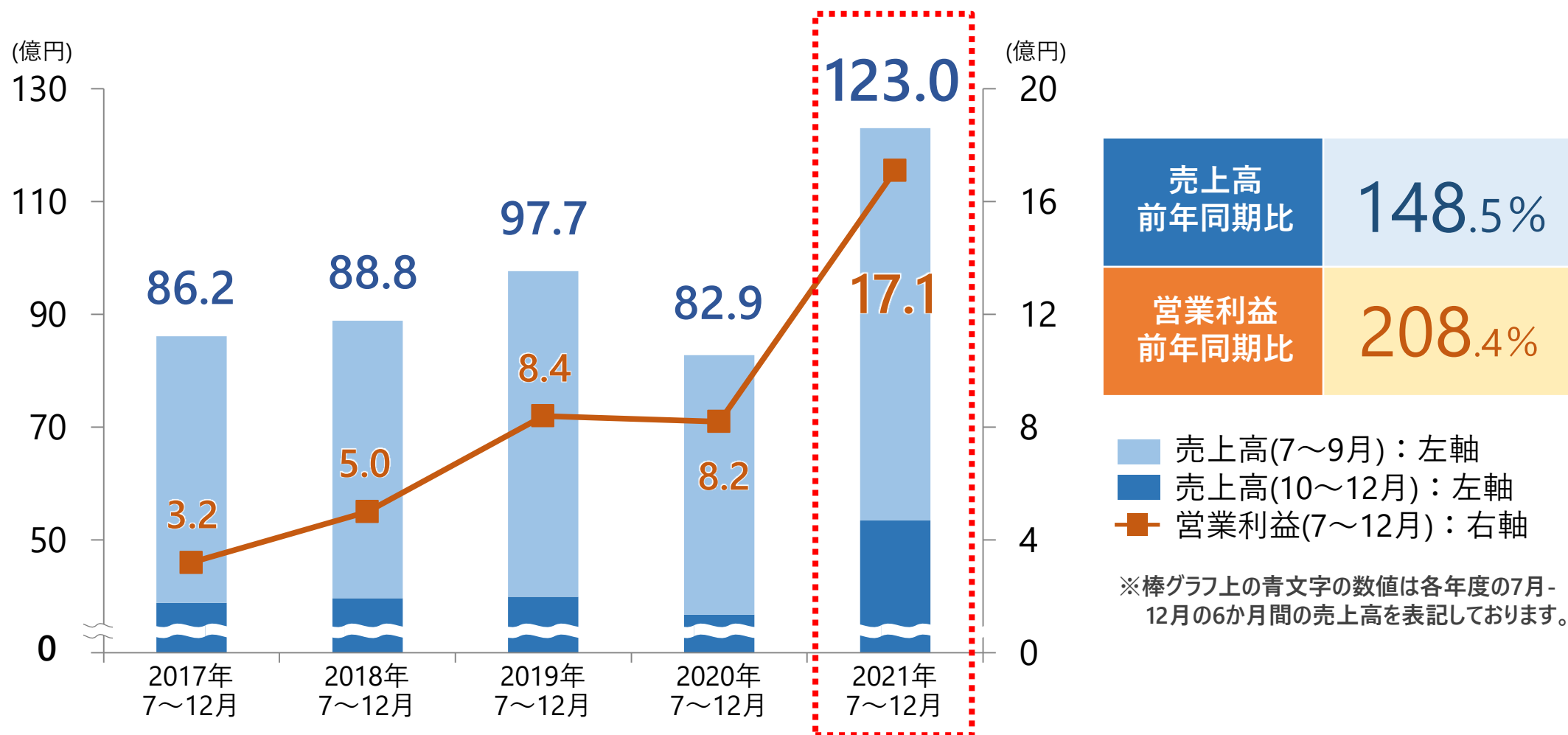
前年同期間比売上高1.5倍、営業利益2倍 半期6か月の連結業績で通期ベースの過去最高営業利益も更新

(単位：億円)	2020年7～12月 実績	2021年7～12月 実績	
		金額	前年比
売上高	82.9	123.0	148.5%
営業利益	8.2	17.1	208.4%
経常利益	8.9	16.6	186.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	4.3	11.1	255.5%

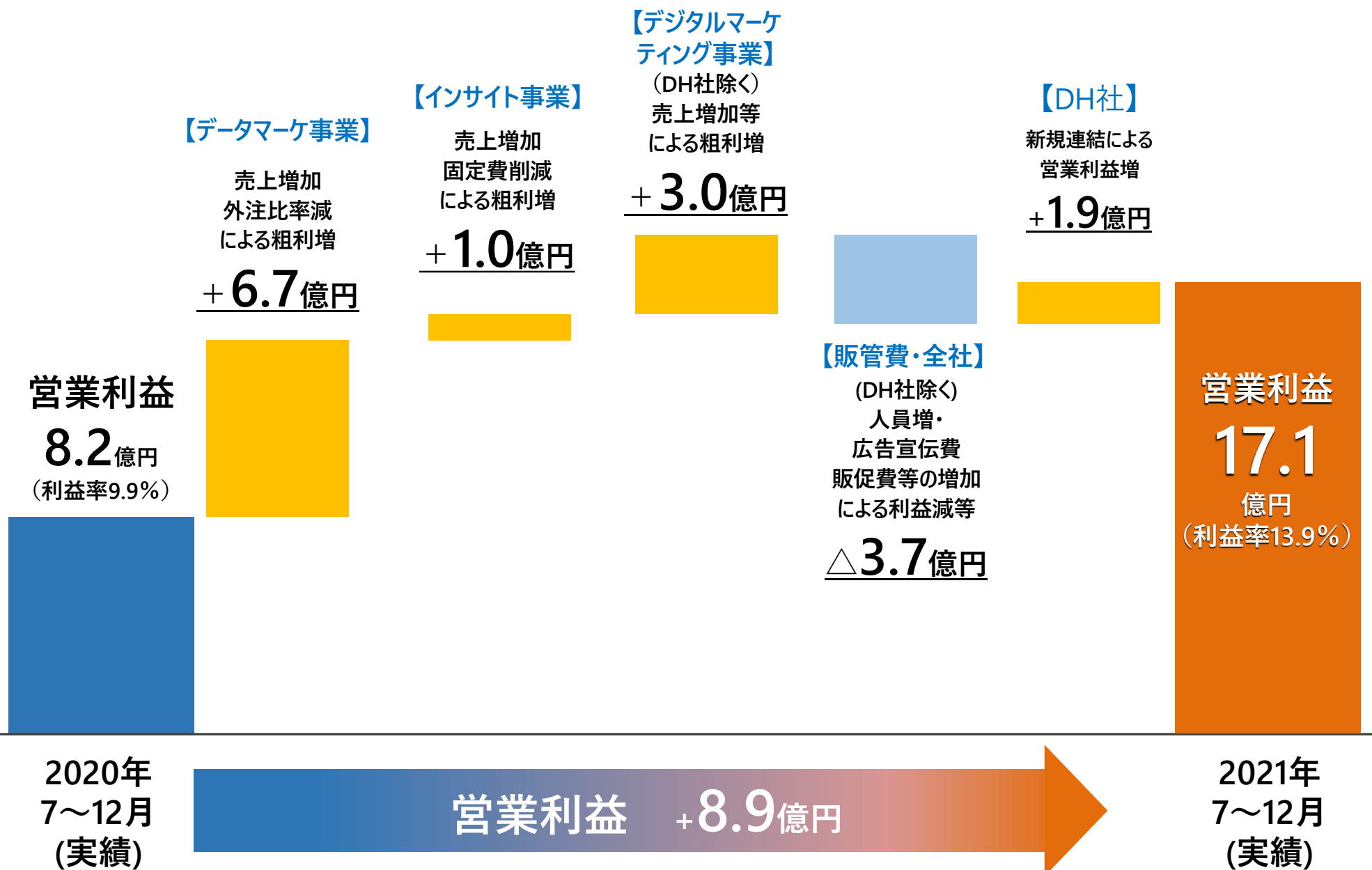
※2021年6月をもって決算期変更しているため、2021年7～12月の実績に対して同期間である2020年12月期第3及び第4四半期連結会計期間(2020年7～12月)の業績と比較しております。

過去最高

好調なデジタルマーケティング事業に加え、他の事業も堅調に推移

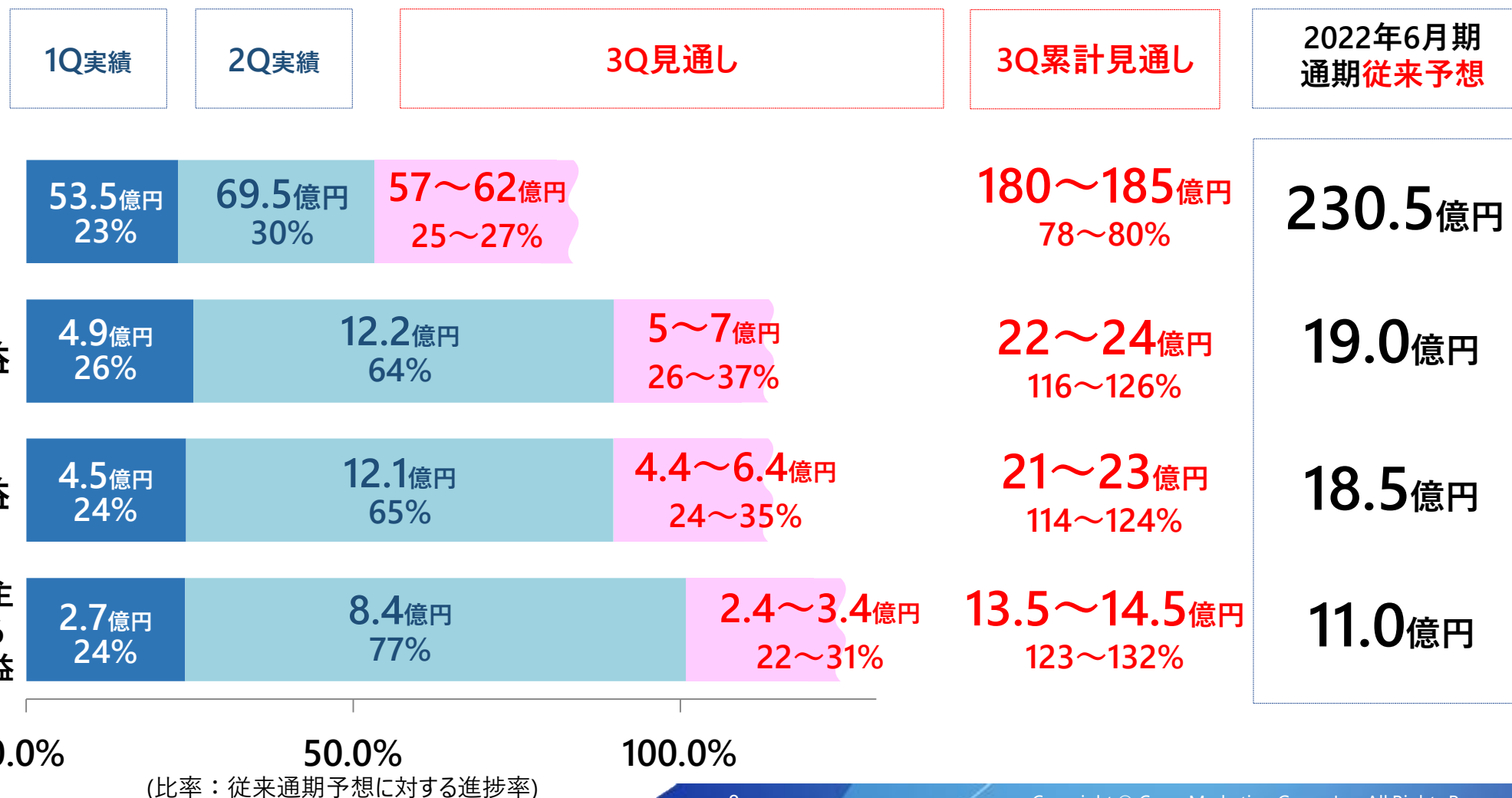


営業利益の増減要因(前年同期比)



上期業績は、通期従来予想に対し高進捗 3Q累計の利益見通しは、通期従来予想値を上回る見通し

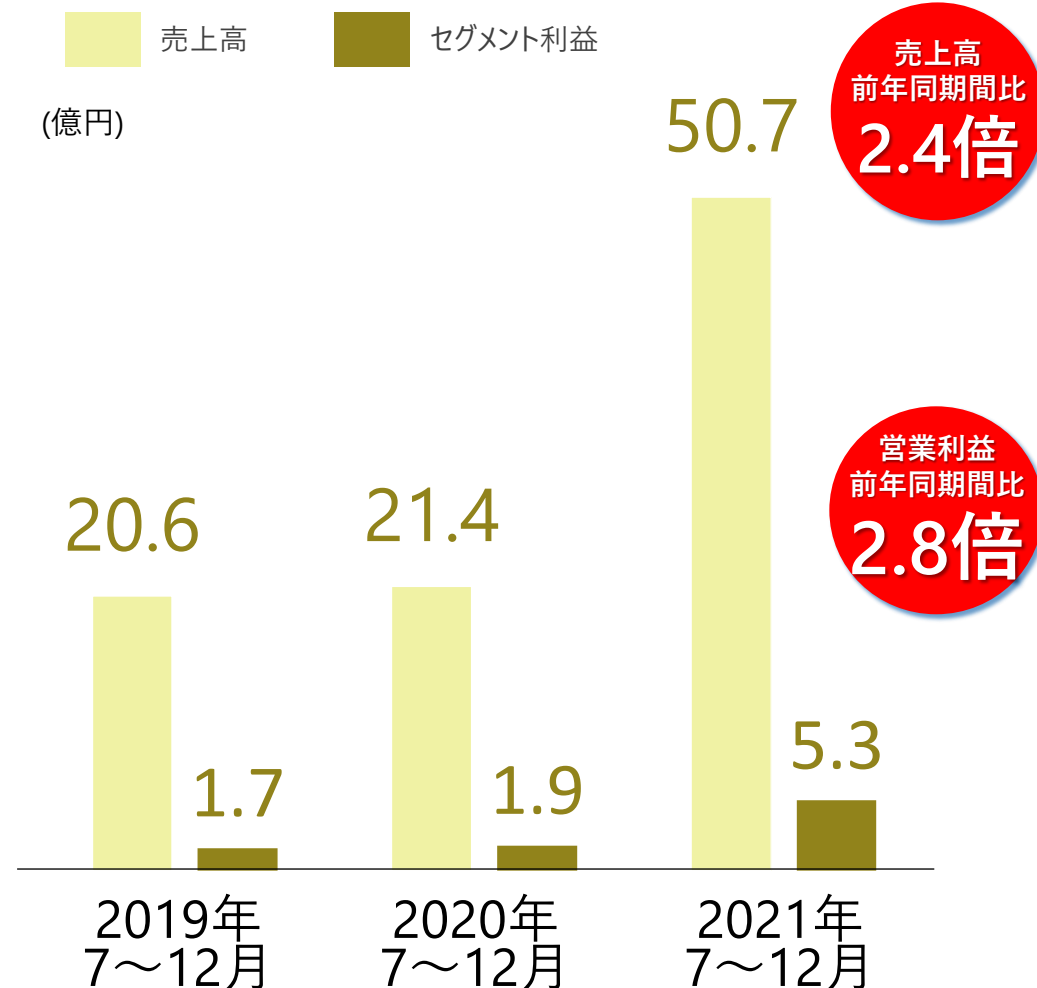
※2022年6月期通期業績予想について、2022年2月14日に上方修正を公表しております。詳しくは本資料p.22またはプレスリリースをご参照ください。



2. セグメント別の状況

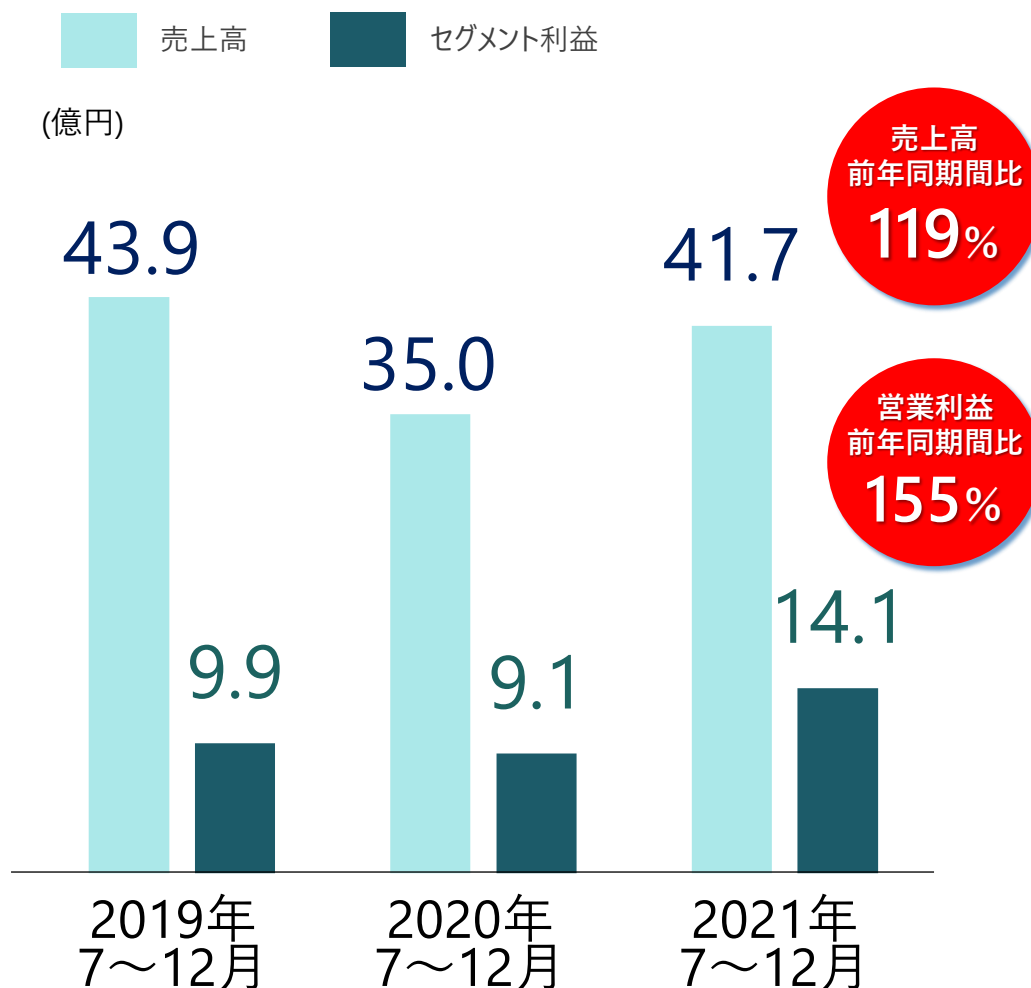
主力セグメントとして、大幅な増収・増益で全社業績をけん引

- ✓ 21年1月から連結開始のドウハウス社が業績拡大に寄与
(売上高約22億円/セグメント利益約1.9億円)
- ✓ デジタルプロモーションのD&M社をはじめ、既存ビジネスも好調を持続
- ✓ セグメント利益率は10.4%と、二桁へ到達



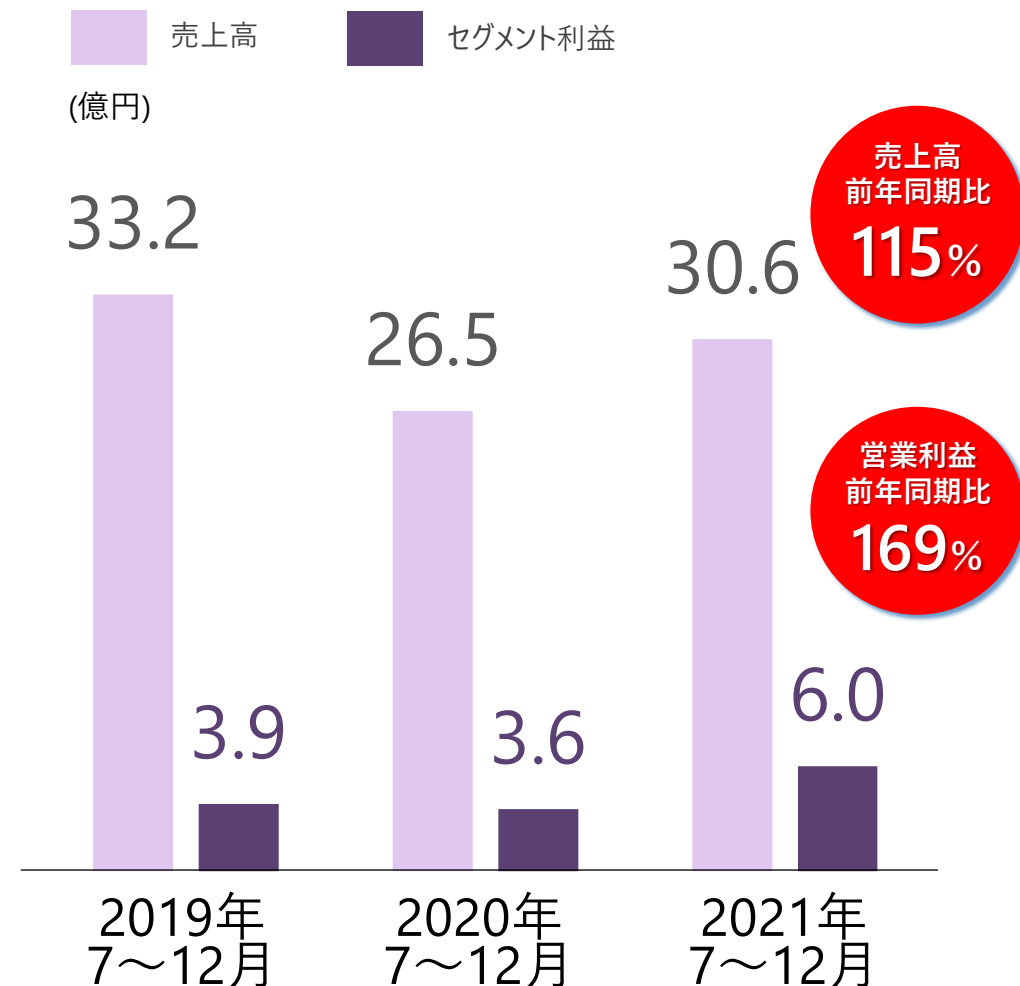
19%増収・55%増益で回復が継続中 セグメント利益率は33.8%へ上昇

- ✓ 海外は大型案件継続とコスト見直しにより利益貢献継続
- ✓ 国内では高粗利のオンライン案件受注増により利益率が更にアップ。全社ビジネスの利益率改善に寄与
- ✓ セグメント利益率は33.9%と高水準



2Qは増収が加速。コスト構造適正化も進展

- ✓ 海外は組織体制見直しとコスト適正化で黒字化定着
- ✓ 国内ではオンライン型インタビューの受注増等により堅調持続
- ✓ 2Q(10-12月)は1Q(7-9月)比で増収率が加速



3. トピックス



顧客志向のCRM活動を実現する カスタマーサクセスBI『CrossData』の提供開始 ～クラウド上で、現場社員1人1人が顧客データを活用できる環境を提供～

カスタマーサクセス BI



「CROSS DATA」の特徴

- 1) 現場の社員1人1人が、顧客データを業務に活かせるビジネス環境を実現
- 2) データ活用のプロによる顧客視点でのダッシュボード構築・運用支援
- 3) データ更新やユーザー管理の委託により、安定した運用を実現



調査・分析ノウハウを活かした戦略的サイト企画を活かす
 CMS(コンテンツ・マネジメント・システム)※「DRAW」の提供を開始
 ～的確なターゲット把握とアジャイル改善が可能なCMSで常に最適なサイトを構築～

1

マーケットやユーザーを理解した
 うえでの戦略的サイト企画



顧客・マーケット
 分析

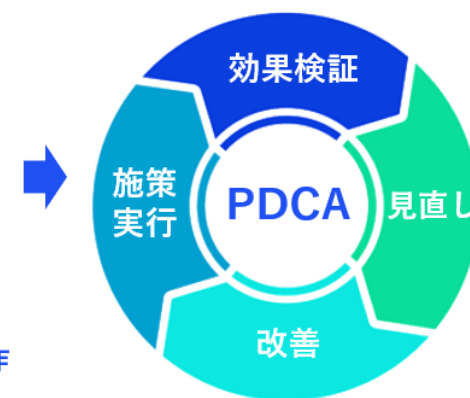
訴求検討

2

CMSを活用して継続的に
 改善しやすい環境提供



DRAW (CMS)
 によるサイト・LP制作



※CMS：コンテンツ・マネジメント・システム「webサイトやコンテンツを構築・管理・更新できるシステムのこと」



固定読者379万人保有の美容メディア運営会社スキップ社の株式を取得



スキンケアやインナービューティなど美肌情報に特化した美容メディア



主に40-50代女性が抱える美容健康の悩みに特化し、専門家が執筆する美容健康メディア



クロス・マーケティングとショッパーズアイの事業統合を実施



覆面調査という独自のサービスを持つショッパーズアイと
グループの中核企業であるクロス・マーケティングと統合し、
グループ連携強化し効率的なサービス提供体制構築

合併効力発生日 2022年3月1日(予定)

海外子会社であるMarkelytics社等計 4 社の株式を売却



インド、シンガポールにおける展開エリアの**重複の解消**及び、
海外における**経営資源をKadenceグループに集約**し、
今後の海外事業における**事業の拡大・収益基盤の強化**を推進

株式譲渡実行日

2021年11月30日

特別利益(株式譲渡益)の計上

88百万円

プライム市場の上場維持基準である流通株式時価総額の向上を目的とした株式需給緩衝信託[®]を設定

信託の目的

流通株式時価総額（流通株式数）の更なる向上ならびにコーポレート・ガバナンスの強化を目的として大株主から売却される当社株式を念頭に、当該売却による当社株式の市場需給の悪化を軽減させること

取得する株式の上限：1,600,000株もしくは16億円を超えない株数

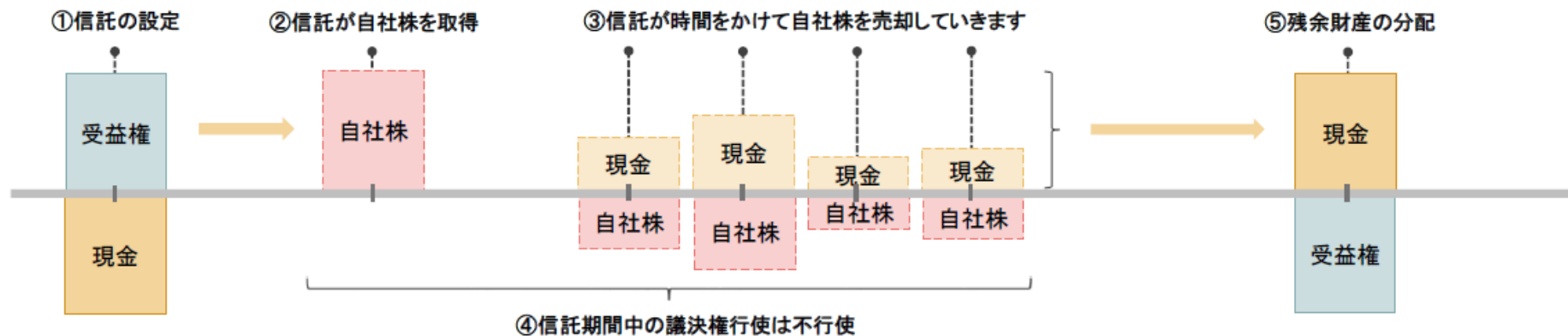
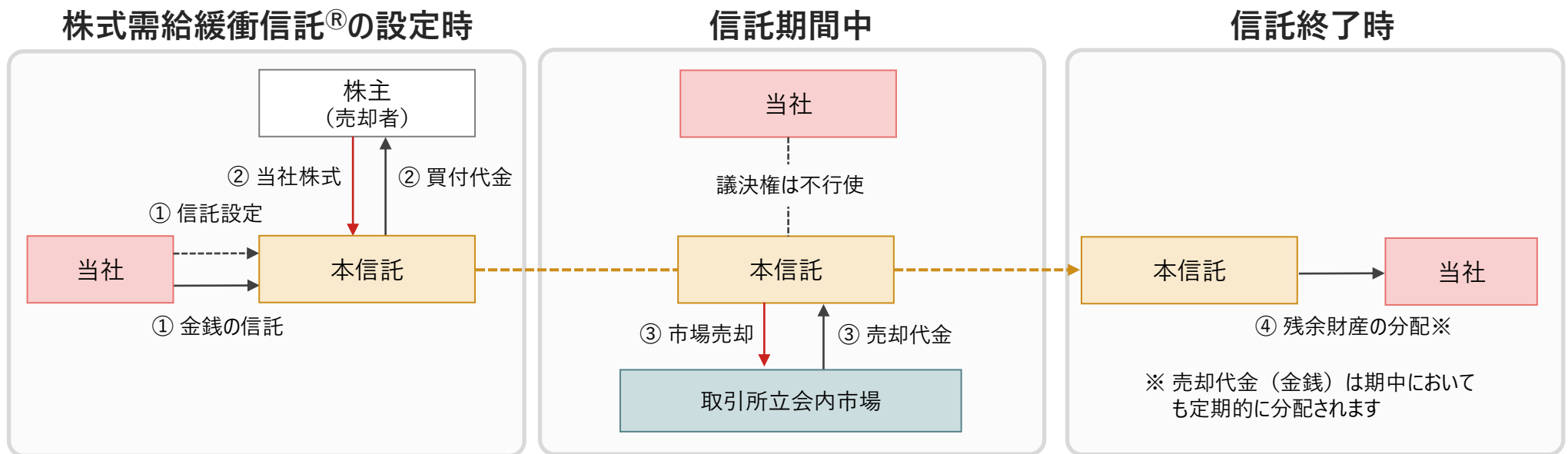
信託の期間：2022年2月14日～2022年6月30日（予定）

株式売却の執行方針：市場出来高に対して平均して7%程度

※ 株式需給緩衝信託[®]は野村證券株式会社の登録商標です

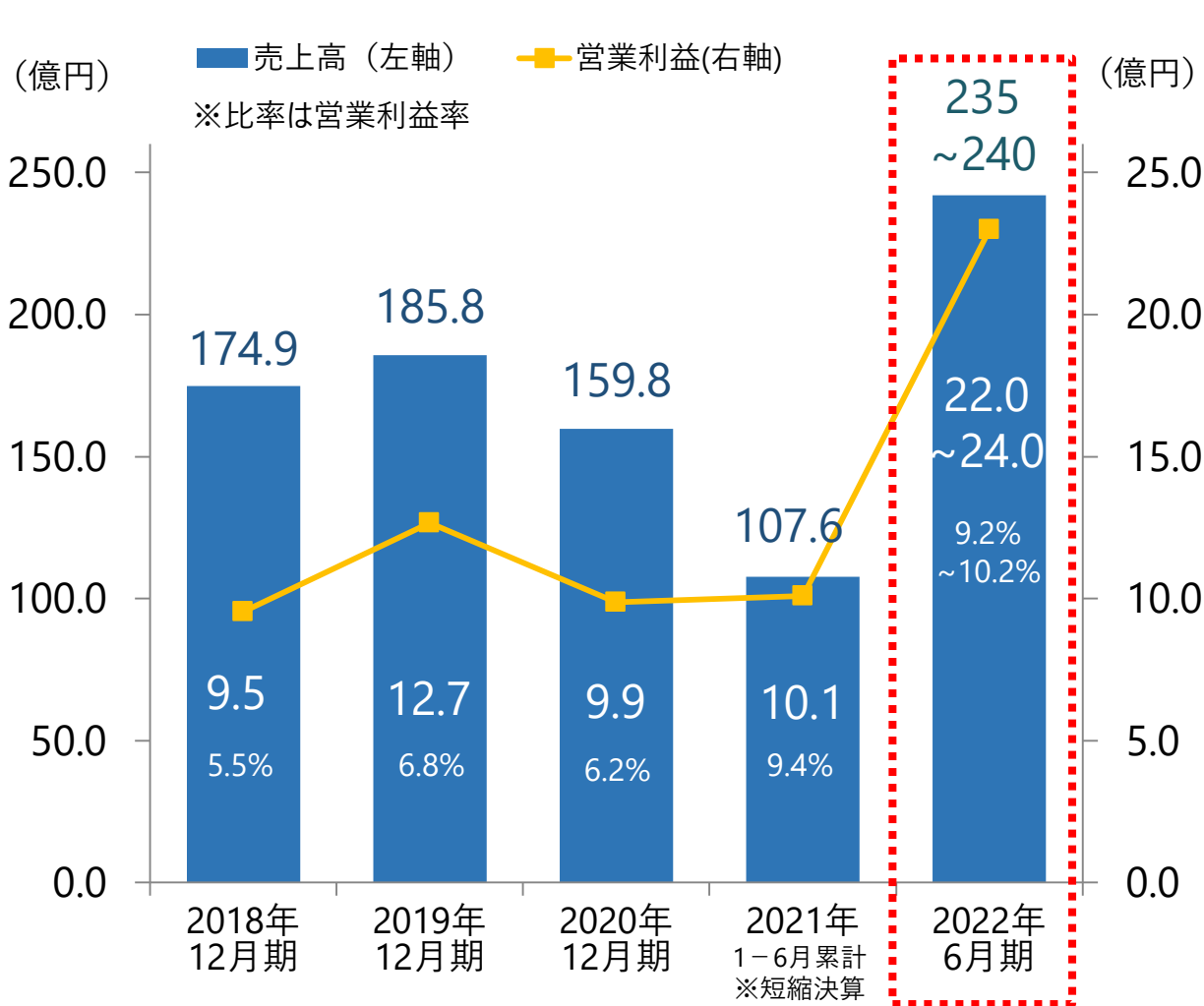
プライム市場の上場維持基準である流通株式時価総額の向上を目的とした株式需給緩衝信託[®]を設定

株式需給緩衝信託[®]のスキーム



4. 業績予想

通期業績予想を上方修正。DX/デジタルシフトへの取り組みを加速し、中期計画の売上高300億円達成に向けて、過去最高業績を目指す



2022年6月期予想は、売上高及び営業利益の各予想レンジの中央値でグラフ表示

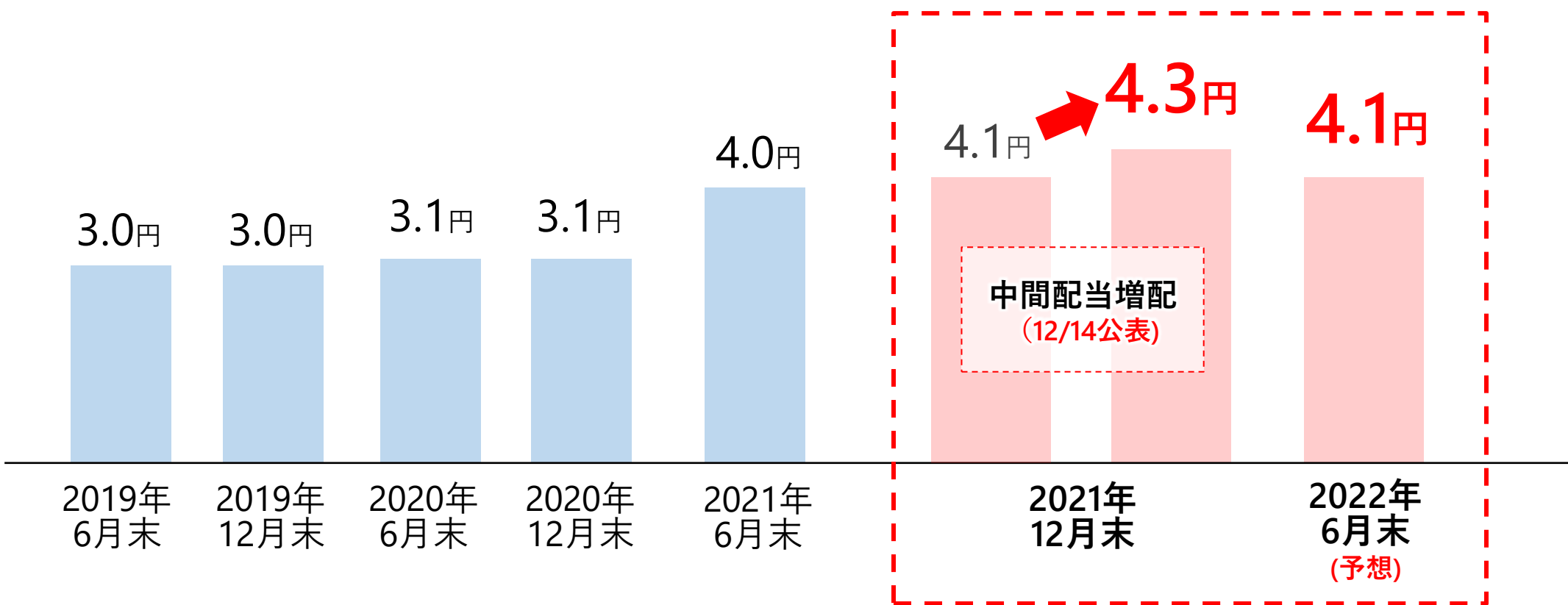
(億円)

2022年6月期通期連結業績予想 (21年7月~22年6月)		
	前回	今回
売上高	230.5	235~240
デジタルマーケティング	100.1	約 103
データマーケティング	70.0	約 73
インサイト	60.4	約 61.5
営業利益	19.0	22.0~24.0
経常利益	18.5	21.0~23.0
親会社株主に帰属する当期純利益	11.0	13.5~14.5

5.株主還元

配当方針である配当性向15%を目安にした継続増配を前提
中間配当金を4.1円から**4.3円に増配**(2021年12月14日公表済)
通期では**8.4円**を予定

半期ごとの1株当たり配当金額推移



6. 参考資料

会社概要

社名	株式会社クロス・マーケティンググループ
代表者	五十嵐 幹
設立	2013年6月3日 持株会社体制への移行に伴い新規設立、 クロス・マーケティングの設立は2003年4月1日
資本金	6億4,671万円
従業員数 (連結)	1,354名 (内、臨時従業員238名)
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

事業セグメント概要・主要子会社



ビジネスモデル

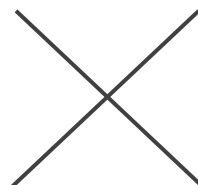
マーケットリサーチを起点に
顧客のマーケティングに関わる様々な課題の解決を支援する
総合的なマーケティングソリューションカンパニー



強み

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
顧客企業の**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



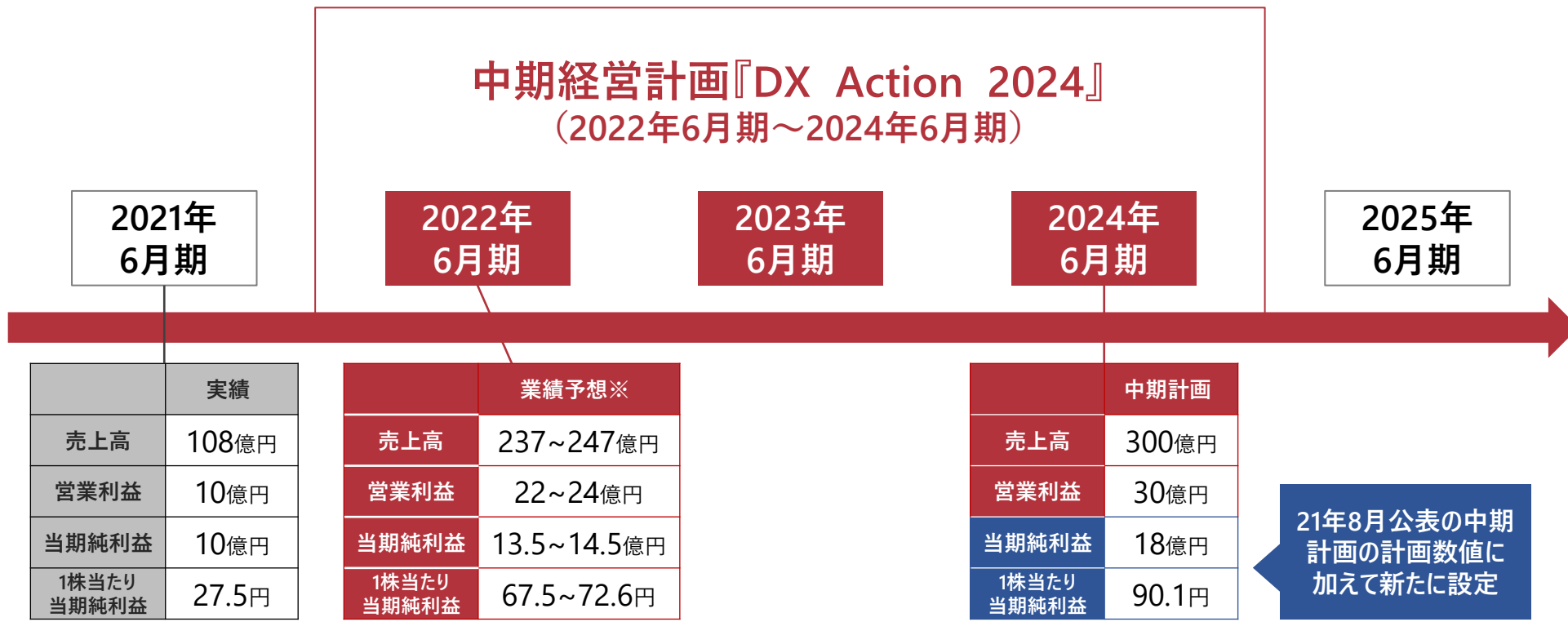
マーケティング
実行支援



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

数値目標

中期経営計画『DX Action 2024』
（2022年6月期～2024年6月期）



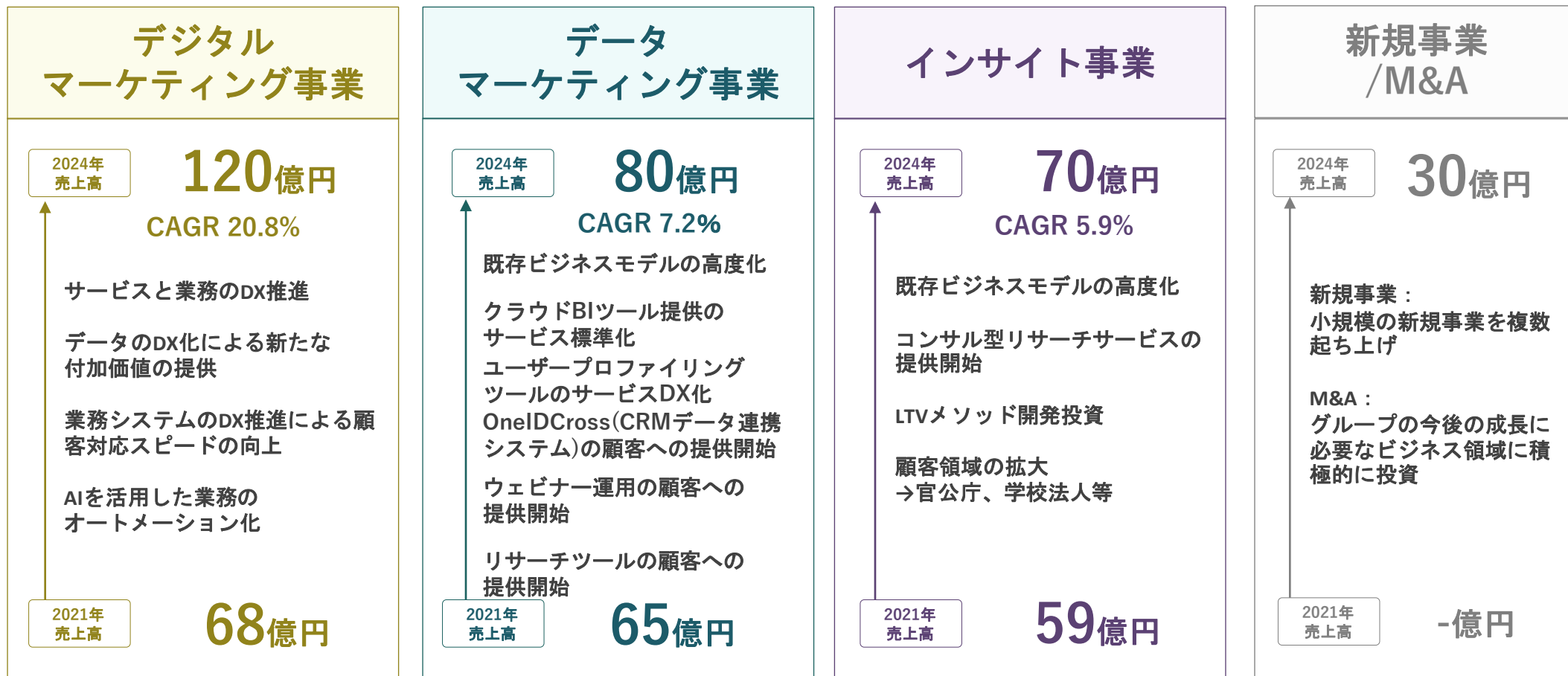
※2022年6月期業績予想は、2022年2月14日に修正公表した数値です。

• EPS目標値

90円
(2024年6月期)

2021年8月公表の中期計画における数値目標において、当期純利益、EPSの目標値を設定し、着実な中期計画の推進により達成を目指す

セグメント別施策



グループで保有する資産・インフラ

System

Human Resources

Database

Cash Flow

Culture

※売上高の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値となります

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

連結業績及び主な指標の推移

	2017年 12月期	2018年 12月期	2019年 12月期	2020年 12月期	2021年 6月期※1
売上高 (百万円)	16,758	17,492	18,580	15,985	10,758
営業利益 (百万円)	727	955	1,267	986	1,007
経常利益 (百万円)	597	840	1,150	1,078	1,048
当期純利益 (百万円)	△703	507	△477	467	540
純資産 (百万円)	3,598	3,900	3,420	3,594	4,339
総資産 (百万円)	9,564	10,429	9,927	11,416	11,775
一株当たり配当金 (円)	5.5	5.5	6.0	6.2	4.0※2
EPS (円)	△36.00	25.92	△24.12	23.67	27.50
BPS (円)	177.75	193.79	166.19	179.58	204.27
ROE (%)	—	14.0	—	13.6	14.3
ROA (%)	6.1	8.4	11.3	10.1	9.0

※1 2021年6月期は決算期変更により6か月間の短縮決算期となっております。

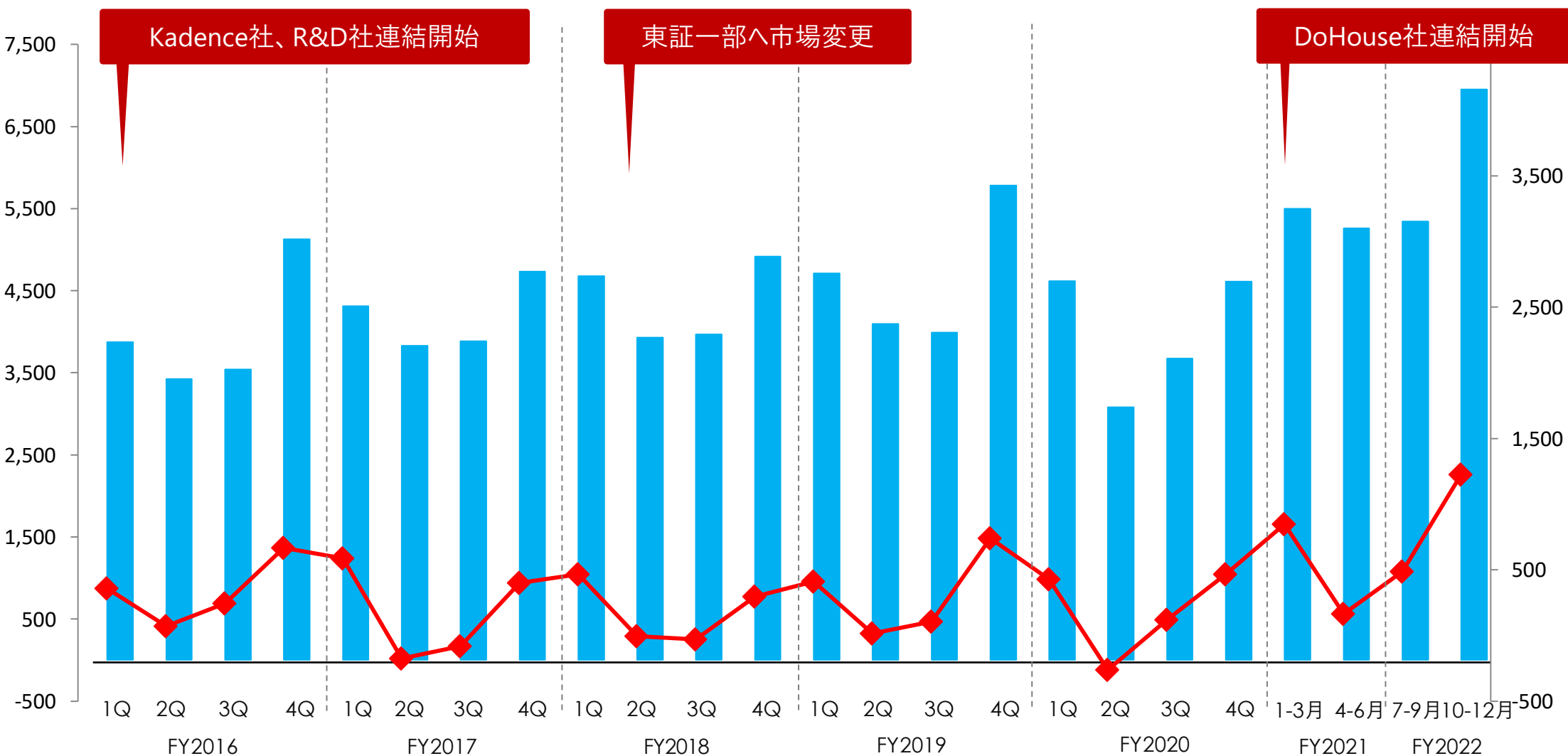
※2 2021年6月期の配当金額は短縮決算により6か月間分の業績を反映したものになります。

連結売上高・営業利益四半期推移

【売上高(左軸、棒グラフ)】【営業利益(右軸、折れ線グラフ)】

(百万円)

(百万円)



連結損益計算書概要

単位：億円	2020年7～12月	2021年7～12月	前年同期間比
売上高	82.9	123.0	148.5%
売上原価	48.9	71.7	146.6%
売上総利益	14.1	51.3	151.2%
売上総利益率	41.0%	41.7%	+0.8pt
販売費 及び 一般管理費	25.7	34.2	133.0%
営業利益	8.2	17.1	208.4%
営業利益率	9.9%	13.9%	+4.0pt
経常利益	8.9	16.6	186.0%
特別損失	1.7	0.1	8.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4.3	11.1	255.5%

売上高増加

主力のデジタルマーケティング事業がけん引（DH社※の連結も寄与）、データマーケティング、インサイトもコロナ禍の影響から売上回復。

1

売上高販管比率改善

システム化、リモートワーク推進による固定費削減、組織体制の見直し等により、販管費及び一般管理費の売上高比率が改善。（前年同期間比△3.2pt）

2

※DH社：株式会社ドウ・ハウス

連結貸借対照表概要

単位：億円	2021年6月末	2021年12月末	増減
流動資産	95.6	106.7	+11.1
現金及び預金	51.7	54.4	+2.7
受取手形及び売掛金	31.5	40.8	+9.3
その他	12.3	11.5	-0.9
固定資産	22.2	21.8	-0.4
のれん	2.3	1.9	-0.4
その他	19.9	19.8	+0.1
総資産	117.8	128.4	+10.7

単位：億円	2021年6月末	2021年12月末	増減
流動負債	50.5	51.8	+1.1
買掛金	14.5	14.9	+0.5
短期借入金※	12.0	11.6	-0.4
その他	24.1	25.1	+1.0
固定負債	23.9	20.5	-3.4
長期借入金	21.1	17.7	-3.4
その他	2.8	2.8	+0.0
純資産	43.4	56.3	+12.9
自己資本比率	34.0%	40.3%	6.3pt

1 借入金の返済

新型コロナウイルス感染症拡大への対応として、手元流動性を確保するために2020年6月に実施した借入金の一部を返済

2 純資産の増加

7～12月の純利益の稼得により利益剰余金等が増加

※一年以内返済の長期借入金含む

連結キャッシュフロー計算書概要

単位：億円	2020年 7～12月	2021年 7～12月	増減額
営業キャッシュフロー	5.0	9.8	+4.8
税引き前純利益	7.3	17.4	+10.0
減価償却費・のれん償却額	1.4	1.3	△0.1
売上債権の増減額	△10.4	△9.6	+0.8
法人税等の支払額	△2.0	△4.9	△2.9
その他	8.6	5.6	△3.0
投資キャッシュフロー	△1.1	△2.7	△1.6
財務キャッシュフロー	△4.7	△4.6	+0.1
短期借入金純増減額	△0.1	0.4	+0.4
長期借入の返済	△4.0	△4.2	△0.2
その他	△0.6	△0.7	△0.1
現金同等物期末残高	52.2	54.1	+1.9

1

安定した営業CFの獲得

- ・前年同期間と比較して+10億円となる営業CFの獲得
- ・投資・借入金の返済に充当するに十分な水準を継続

2

財務CF：借入金の返済

- ・新型コロナウイルス感染の影響を踏まえて実施した借入金をグループ全体のCFに鑑みて返済を実施、借入金残高が減少

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。

本資料に掲載された意見や予測等は資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し、または約束するものではなく、また今後、変更されることがあることをご了承下さい。

～本資料に関するお問合せ先～

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>