

株式会社クロス・マーケティンググループ
2022年6月期 3Q 決算説明資料

2022年5月16日

CONTENTS

1.	2022年6月期 3Q 決算概要P 3
2.	セグメント別の状況P 8
3.	トピックスP12
4.	業績予想P19
5.	株主還元P23
6.	参考資料P26

1. 2022年6月期 3Q 決算概要

1-3Q累計(9ヶ月) **営業利益27.3億円**(前年同期間比**64%増**)
売上高・各利益とも過去最高業績

デジタルマーケティング事業売上高が1.8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**約2割増収**ペース

通期業績予想を再上方修正するとともに
期末配当予想を増額修正

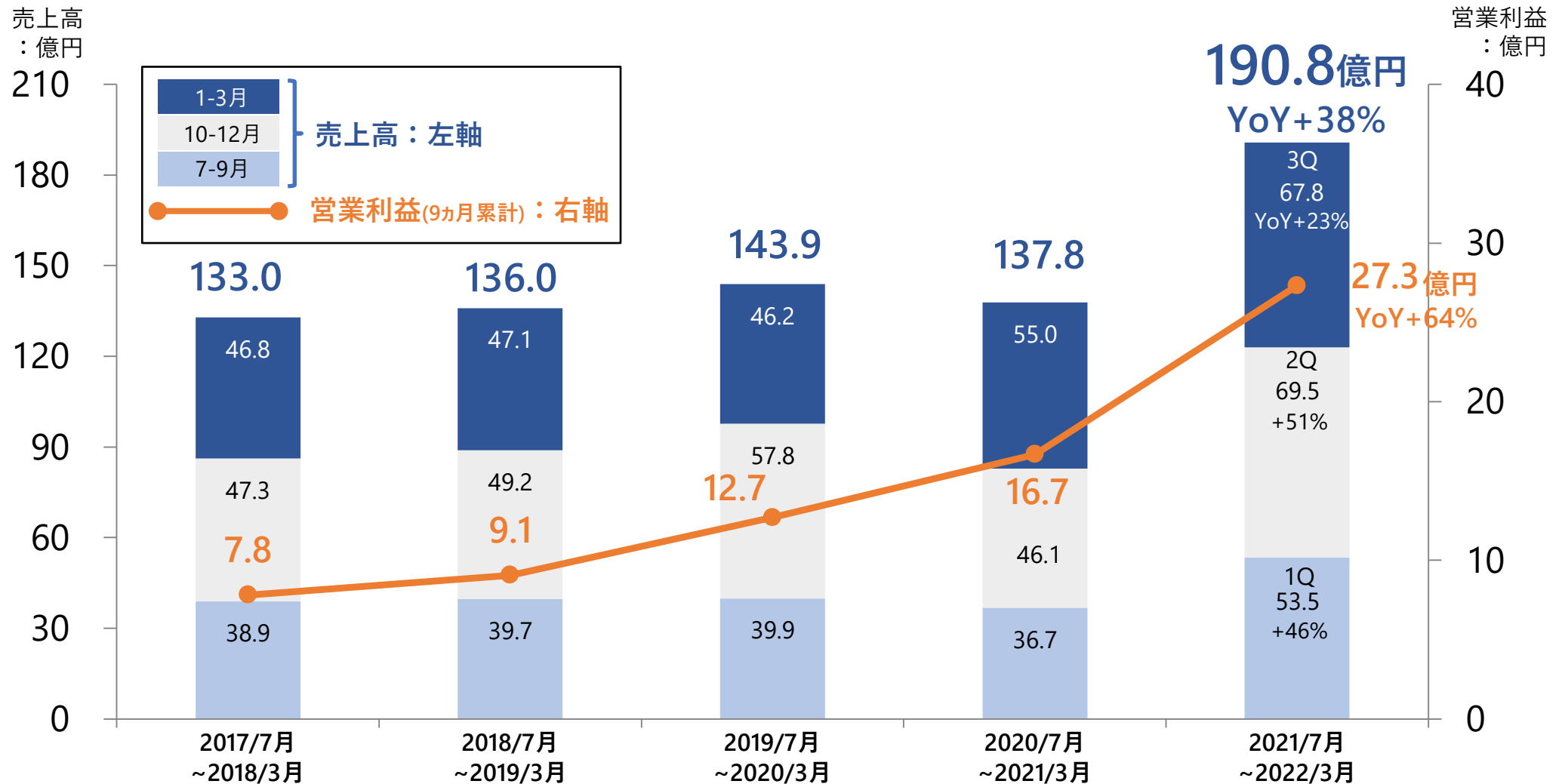
売上・利益とも、予想レンジ上限を上回る水準

前年同期間比で38%増収、営業利益率は2.2ポイント上昇

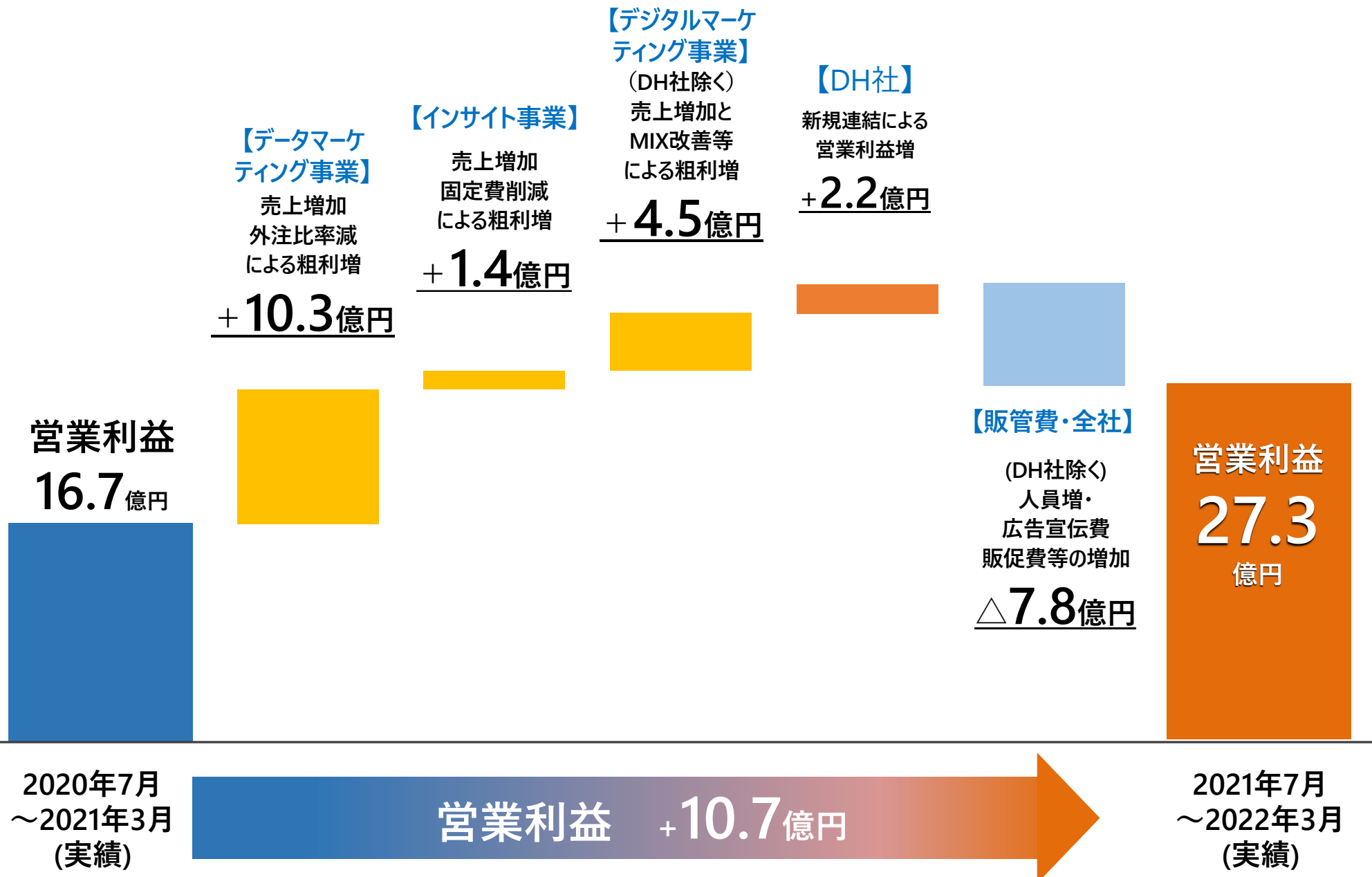
(単位：億円)	2020年7月～ 2021年3月(9ヵ月) 前年同期間実績	22/6期 1-3Q 累計(9ヵ月)		
		予想	実績	前年同期間比 伸び率
売上高	137.8	180～185	190.8	+38.4%
営業利益 (営業利益率)	16.7 (12.1%)	22～24 (11.9%～13.3%)	27.3 (14.3%)	+63.8% (+2.2pt)
経常利益	18.0	21～23	26.8	+48.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	9.3	13.5～14.5	18.1	+94.7%

※2021年6月をもって決算期変更しているため、2021年7月～2022年3月の実績に対して前年同期間である2020年7～2021年3月の業績と比較しております。

需要拡大を捉えた既存事業の成長とM&A寄与による増収の中、国内外でのコスト構造改革効果が発現し、**業績は過去最高を更新**



営業利益の増減要因(前年同期間比)



2. セグメント別の状況

収益性強化とM&A効果により、利益率改善を伴って力強く成長

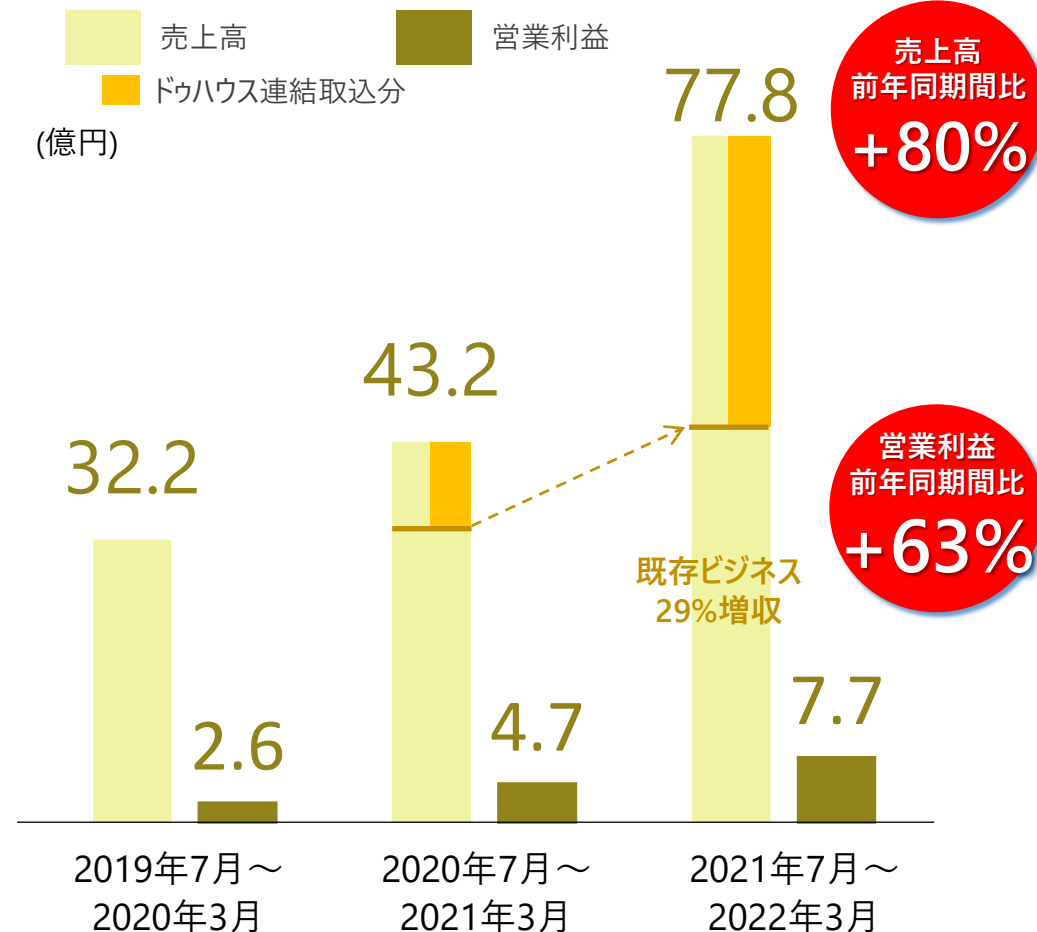
- ✓ 21年1月から連結開始のメディア関連子会社ドウハウス*が業績に寄与

*ドウハウスの単体業績：33%増収、約3倍増益
 21/7月~22/3月(9ヵ月)売上高33.1億円、営業利益2.7億円
 20/7月~21/3月(9ヵ月)売上高24.8億円、営業利益0.9億円

- ✓ デジタルプロモーション関連子会社D&Mを始め、既存ビジネス*も好調

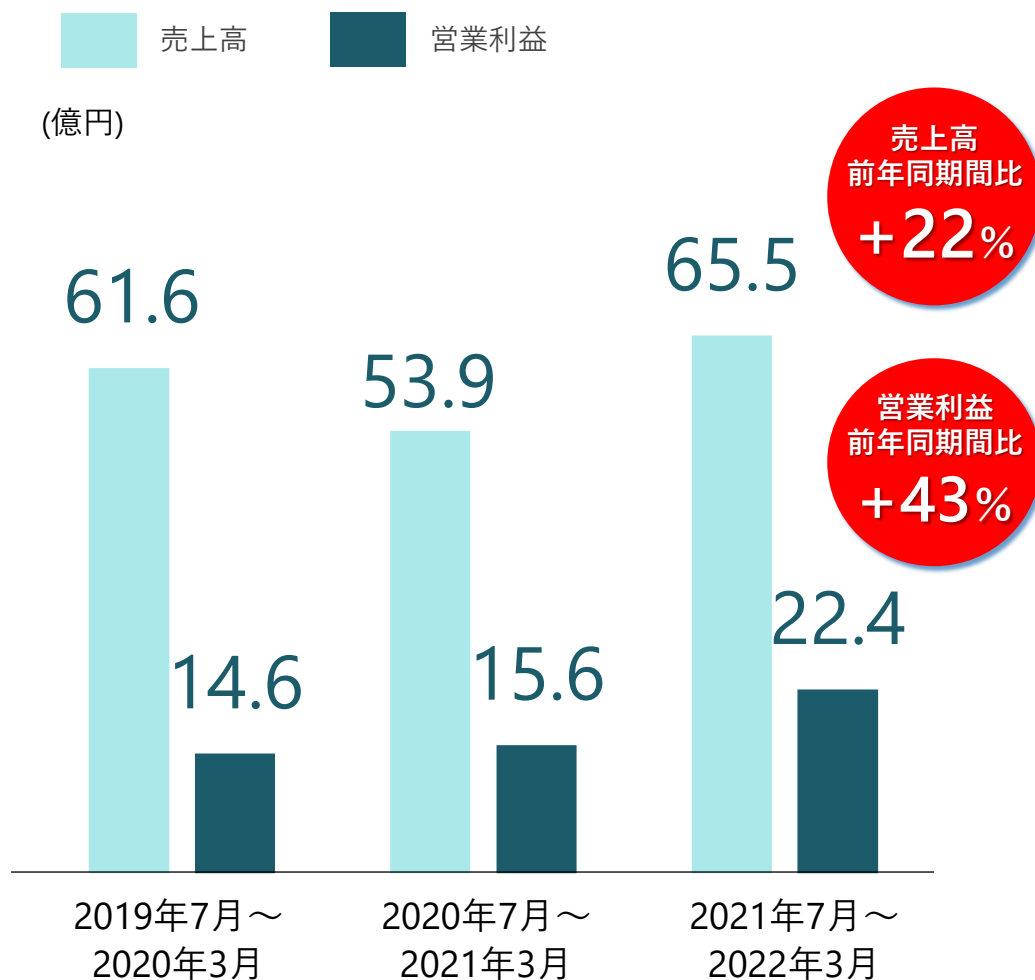
*ドウハウス除く既存事業：29%増収、30%増益

- ✓ メディア、プロモーションなど高収益ビジネスの拡大によるMIX改善効果で、セグメント利益率は9.9%へ上昇



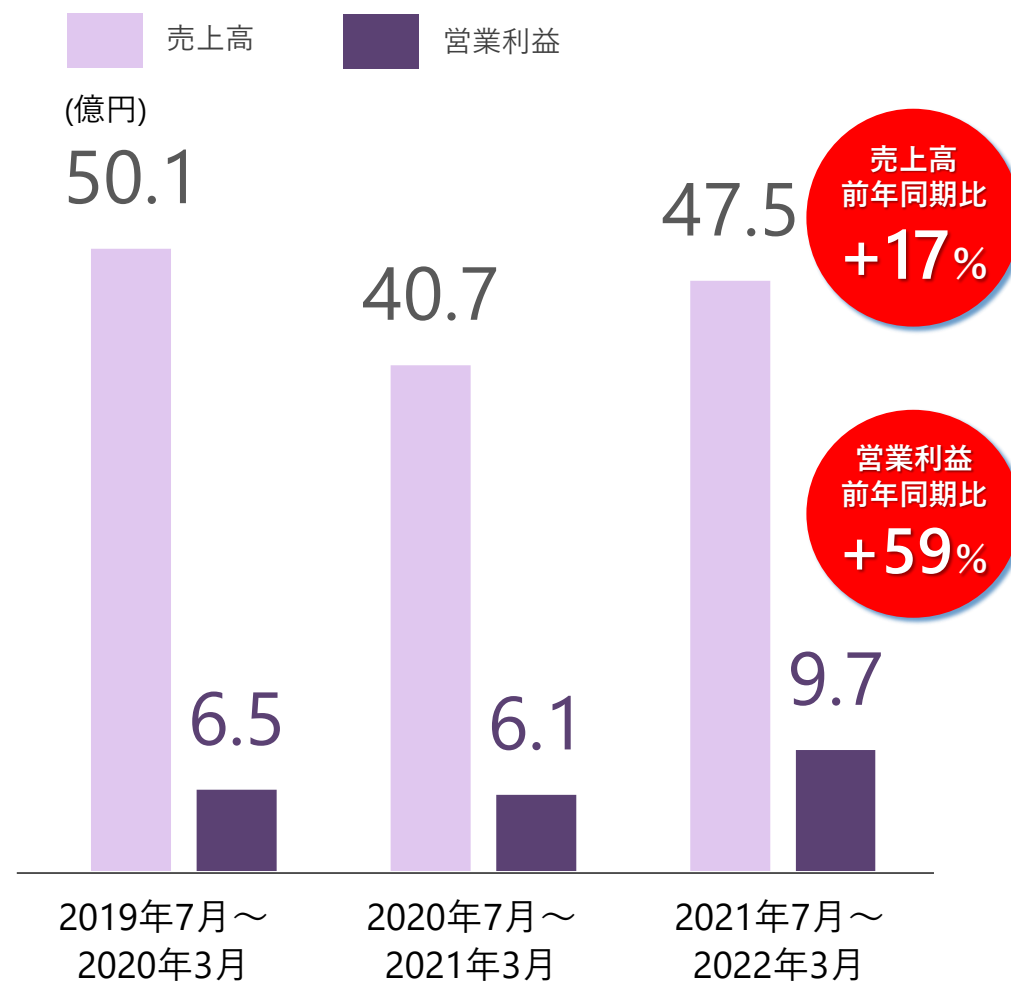
国内外でコロナ影響から順調に回復し、過去最高業績を達成 セグメント営業利益率は34.2%へ上昇

- ✓ 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
- ✓ 海外は大型案件継続とコスト見直しにより利益貢献
- ✓ セグメント営業利益率は34%と高水準



売上高はコロナ禍マイナス影響から回復途中 コスト構造適正化により営業利益は過去最高を達成

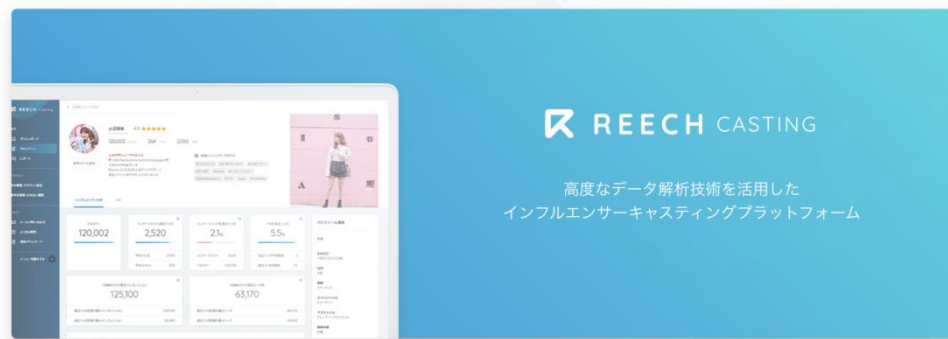
- ✓ 国内はオンライン型インタビューの受注増等により収益は堅調持続
- ✓ 海外は組織体制見直しとコスト適正化で黒字化定着



3. トピックス

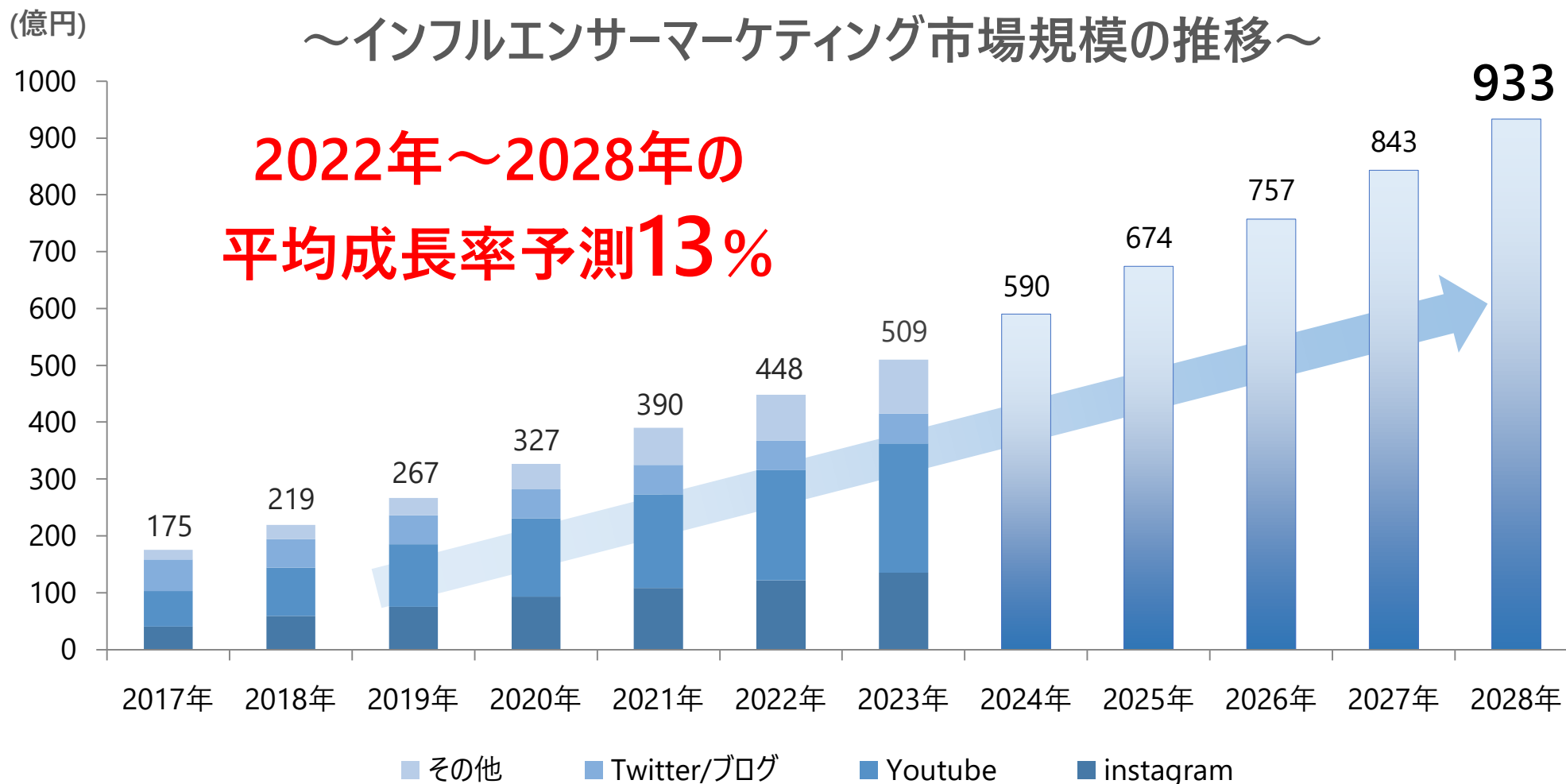


インフルエンサーマーケティング支援事業への 本格進出に向けてREECH社の株式取得



2022年4月(2022年6月期第4四半期)から連結取り込み開始

インフルエンサーマーケティング市場は 現在の500億円から**2028年には933億円へ拡大**



出典：株式会社デジタルインファクト「インフルエンサーマーケティング市場規模調査（2019年実施）」

インフルエンサーマーケティングのビジネスモデルは**広告出稿企業**や**SNSユーザー数の拡大,インフルエンサーの増加**により継続的な拡大を見込む





Norfre

食品系DXコンサルティングのノフレコミュニケーションズ社、 食品の企画・製造・販売のノフレ食品社の株式取得



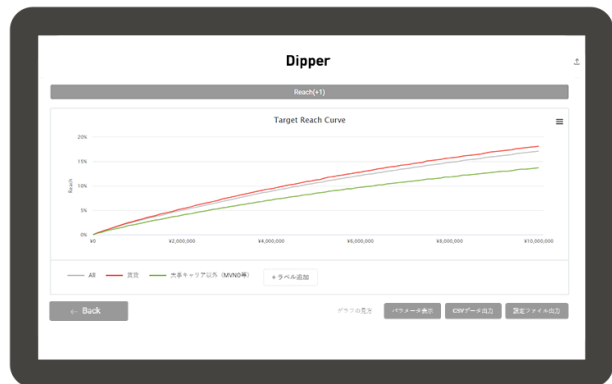
2022年4月(2022年6月期第4四半期)から連結取り込み開始



最大**650万人**、**2000種類**のユーザー属性から効果の高いセグメントを明らかにする広告シミュレーターツール『Dipper』提供開始
～**クッキーレス時代**に対応した**デジタルマーケティングソリューション**～

2022年4月18日リリース

 **Dipper**
-beta ver.-



「Dipper」の特徴

- 1) 無料でユーザー登録、利用可能
- 2) 多様な属性セグメントからリーチシミュレーションが可能
- 3) 広告効果の結果をDipperに搭載し、独自にカスタマイズすることが可能



今後様々な出稿媒体に拡張予定！

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[®]実施結果について

2022年5月13日までに全ての株式売却が完了いたしました

売却株式の総数	： 1,600,000株
売却価額の総額	： 1,407,813,474円
信託の期間(売却期間)	： 2022年2月15日～2022年5月13日

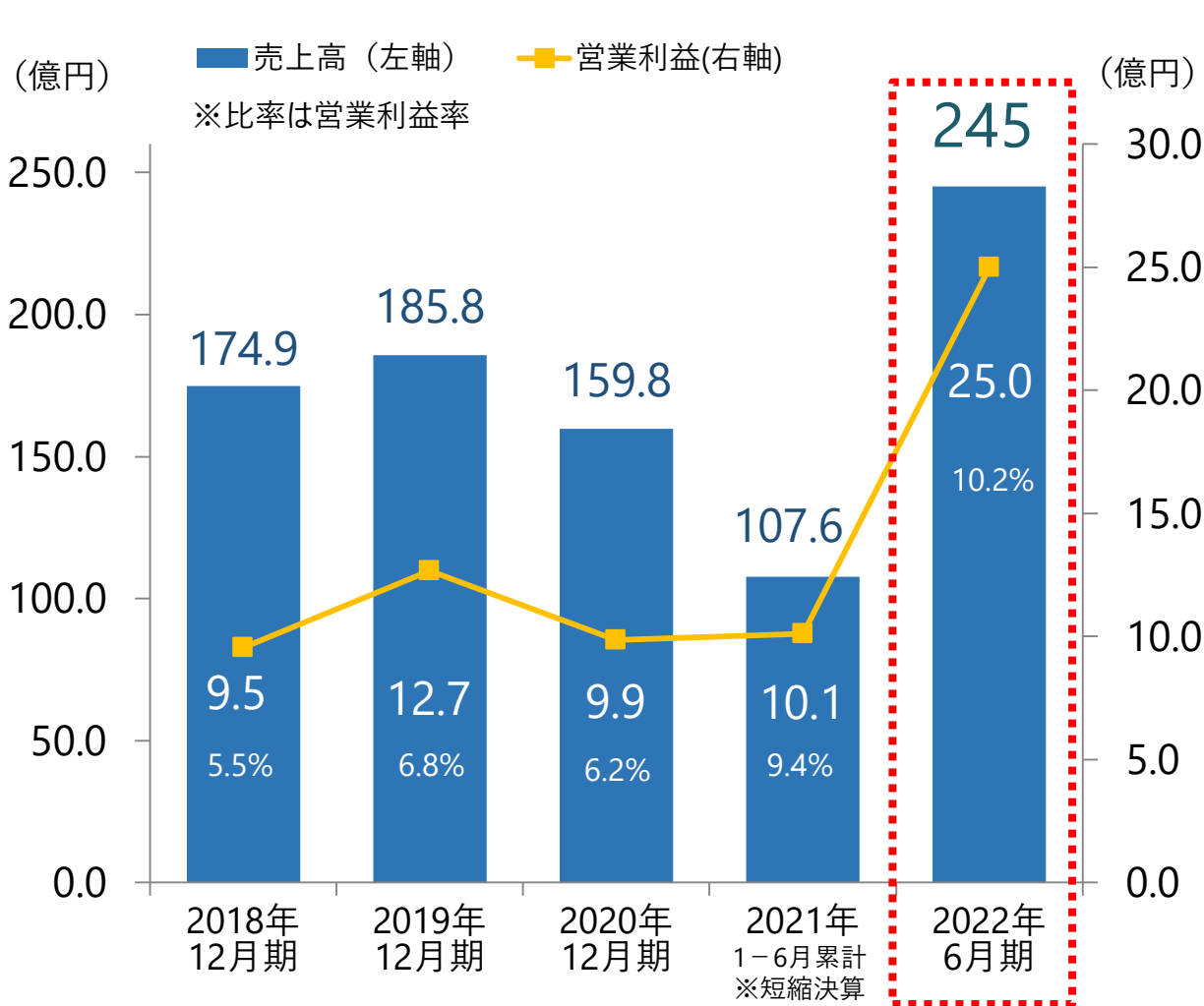
本信託の実施による売却完了と2022年3月末時点における株主の状況を反映した場合、**流通株式比率は59.7%**となっております。

※2022年6月期第3四半期までの財務諸表への影響についてはP36,37を参照ください。

※ 株式需給緩衝信託[®]は野村證券株式会社の登録商標です

4. 業績予想

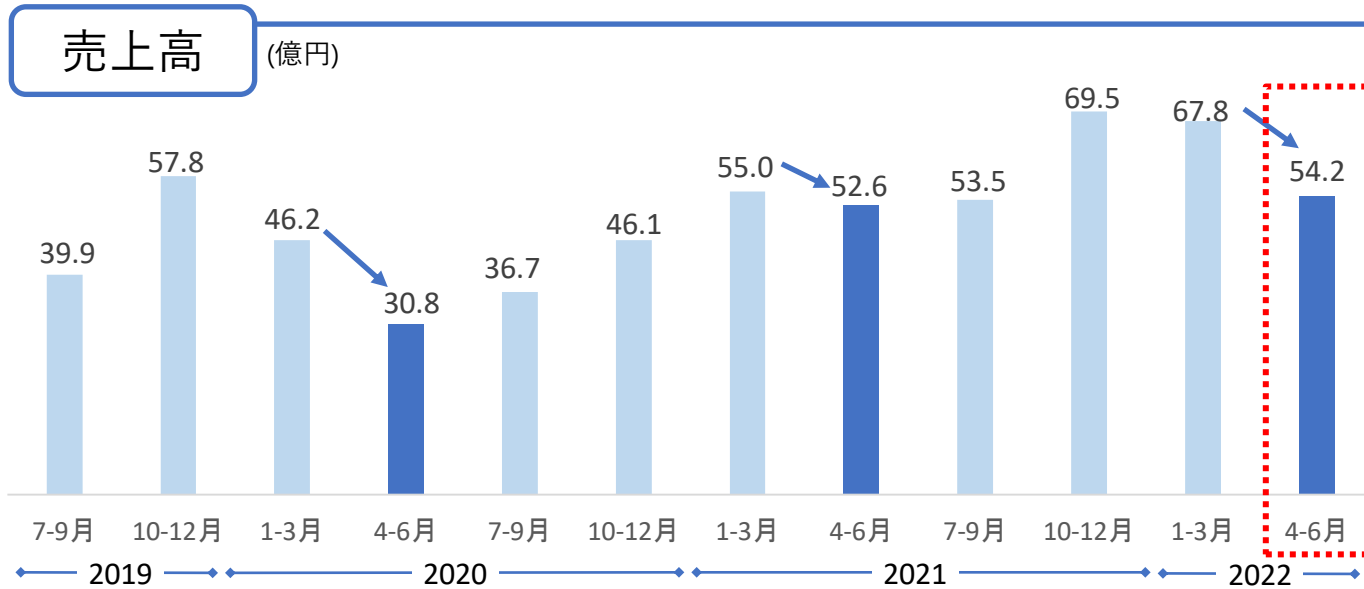
通期予想を再上方修正。DX/デジタルシフトへの取り組みを加速し、中期計画の売上高300億円達成に向けて、過去最高業績を目指す



(億円)

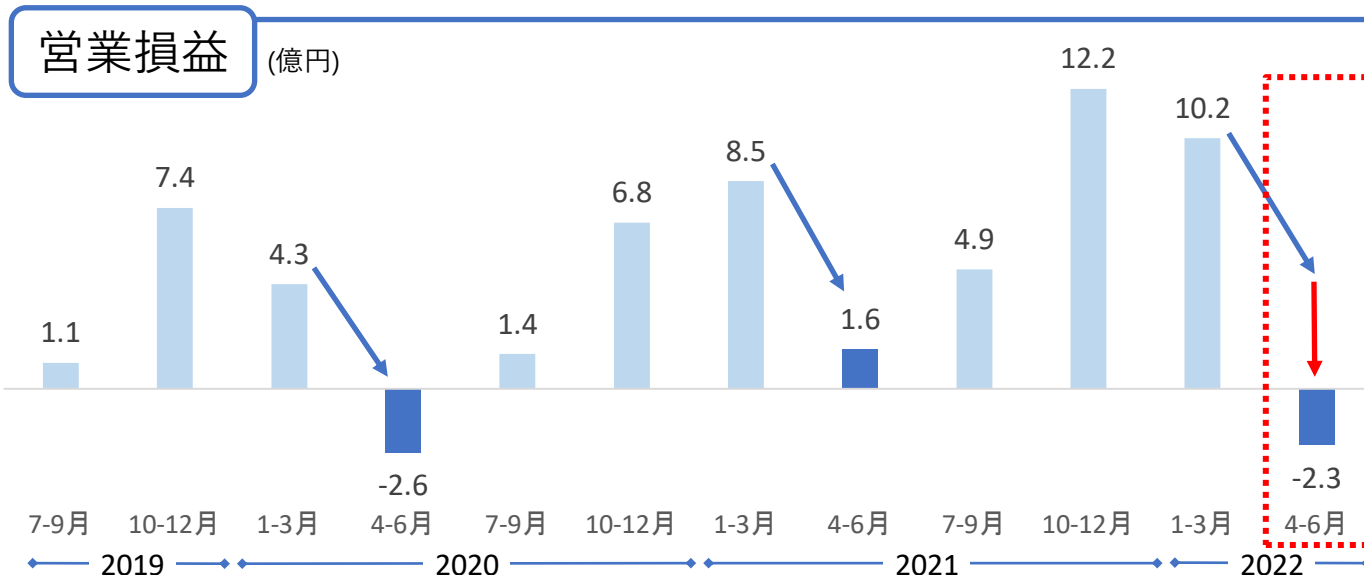
2022年6月期通期連結業績予想 (21年7月~22年6月)		
	前回	今回
売上高	235~240	245
デジタルマーケティング	約103	約104
データマーケティング	約73	約79
インサイト	約61.5	約62
営業利益	22~24	25
経常利益	21~23	24
親会社株主に帰属する当期純利益	13.5~14.5	15

4Q(4-6月)予想：売上高54.2億円、営業損失2.3億円



4Q売上高予想：54.2億円

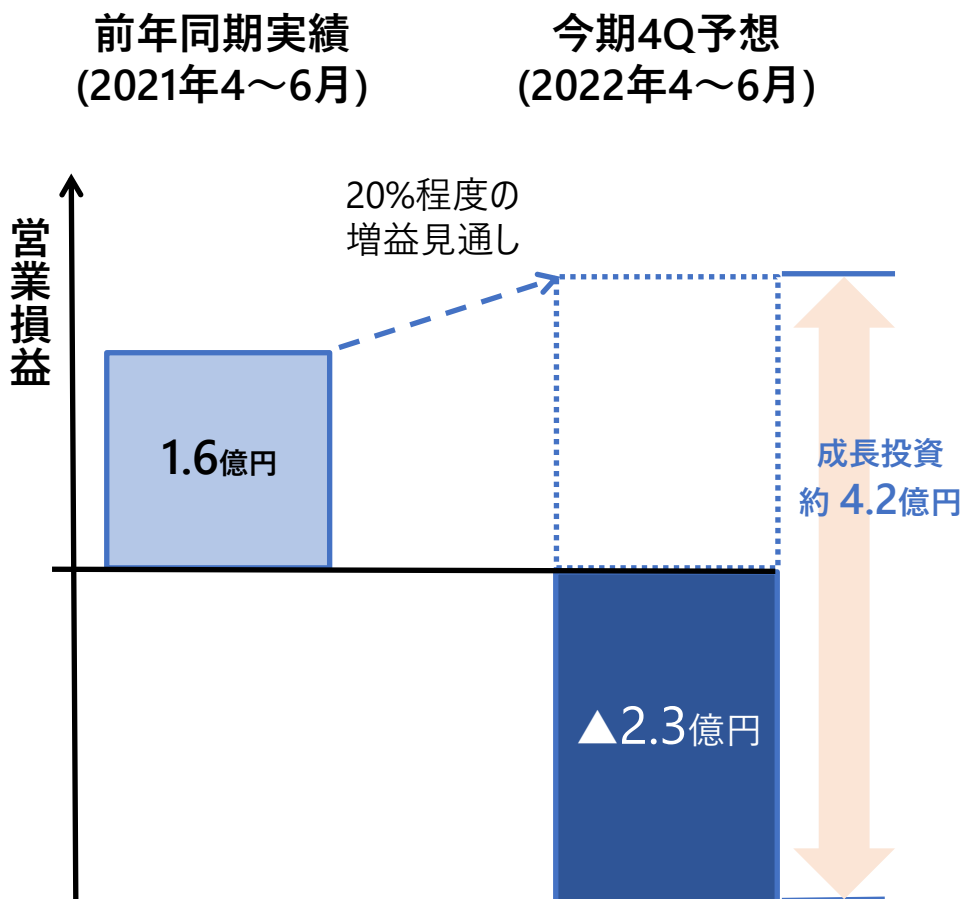
・季節性により3Q比減収



4Q営業損益予想：▲2.3億円

・季節性により3Q比減益
 ・成長投資等で前年同期比減益
 (詳細は次ページご参照)

来期の成長等に向けた投資約4.2億円の実施により 4Q営業損益は▲2.3億円を予想



投資約4.2億円の内訳

- 来期成長への投資 : 3.9億円
 - 成長領域への事業加速投資 : 2.2億円
 パネル拡充広告宣伝・追加販促
 (収益拡大顕著な既存事業領域：ドウハウス、D&M等)
 - 新規事業成長投資 : 0.7億円
 REECH・ノル・SKIP各社、Dipper・AI等システム投資等
 - システム投資 : 0.5億円
 パネルネットワーク関連・開発部門強化等
 - 人財投資他 : 0.5億円
 階層別教育研修拡充、ES施策等
- 株主優待費用 : 0.3億円
 (増配関連費用は含まず)

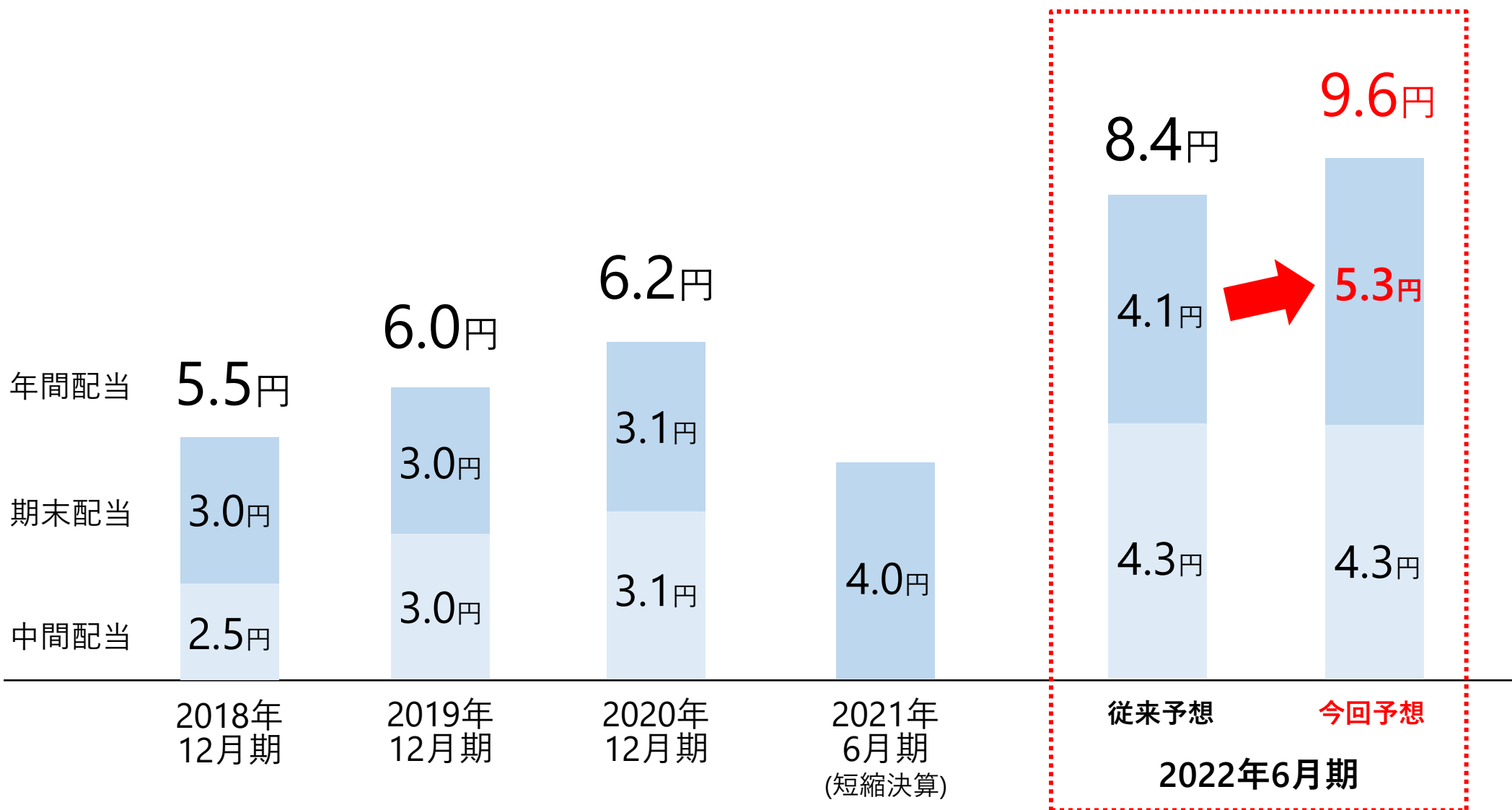
5.株主還元

株主の皆様のご支援に対する感謝の意をこめて、
創業20周年記念優待を実施することを4月14日に公表



当社株式の保有数	優待内容	基準日
100株以上500株未満 保有の株主様	QUOカード 2,000円分	2022年 6月末日
500株以上1,000株未満 保有の株主様	QUOカード 10,000円分	
1,000株以上 保有の株主様	QUOカード 20,000円分	

配当方針である配当性向15%前後を目安にした継続増配を前提
期末4.1円⇒5.3円へ、通期では8.4円⇒9.6円へ、配当予想を増額



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)	1,420名 (内、臨時従業員264名) ※2022年3月末現在
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



デジタルマーケティング事業

デジタルプロモーション、EC・マーケティング支援、システム開発・保守・運用、人材サービス等を提供

Cross Communication

Cross Propworks Fittio

Data and Marketing 株式会社 ドウ・ハウス[®]
HUMAN NETWORKING INDUSTRY

Skip Norfre

REECH

データマーケティング事業

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

withwork

MetaSite

Cross Marketing

Kadence International

インサイト事業

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

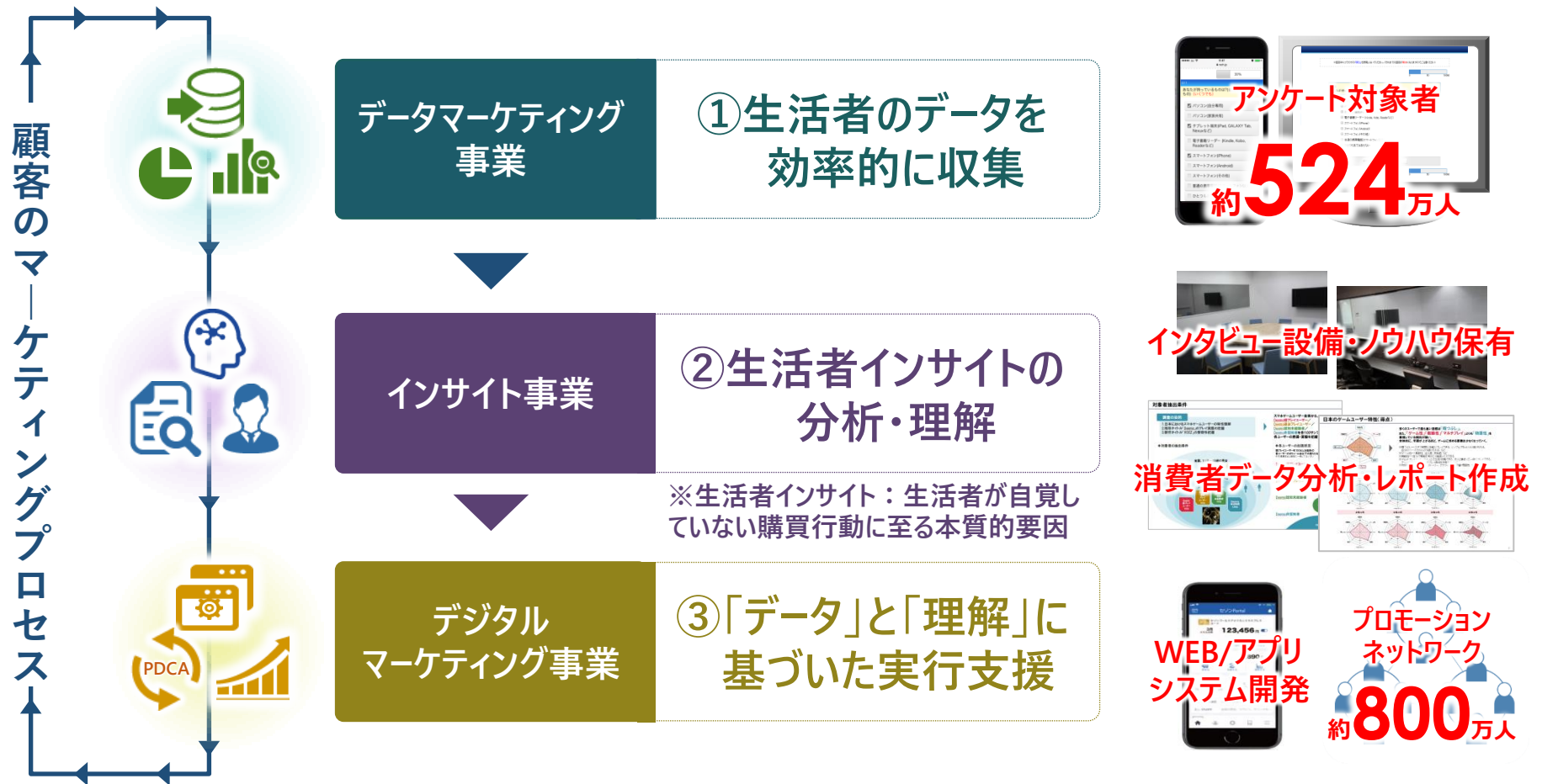
medilead

Shopper's Eye

ENVIROSELL JAPAN

ビジネスモデル

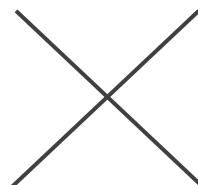
顧客のマーケティングプロセスにおいて、生活者データの収集から分析・理解に加え、施策の実行プロセスをワンストップで提供



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）

2020年7月 ～2021年6月	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期	2025年 6月期
	業績予想※		中期計画	
売上高	190.4億円	245億円	300億円	
営業利益	18.3億円	25億円	30億円	
当期純利益	9.3億円	15億円	18億円	
1株当たり 当期純利益	46.5円	76.1円	90.1円	

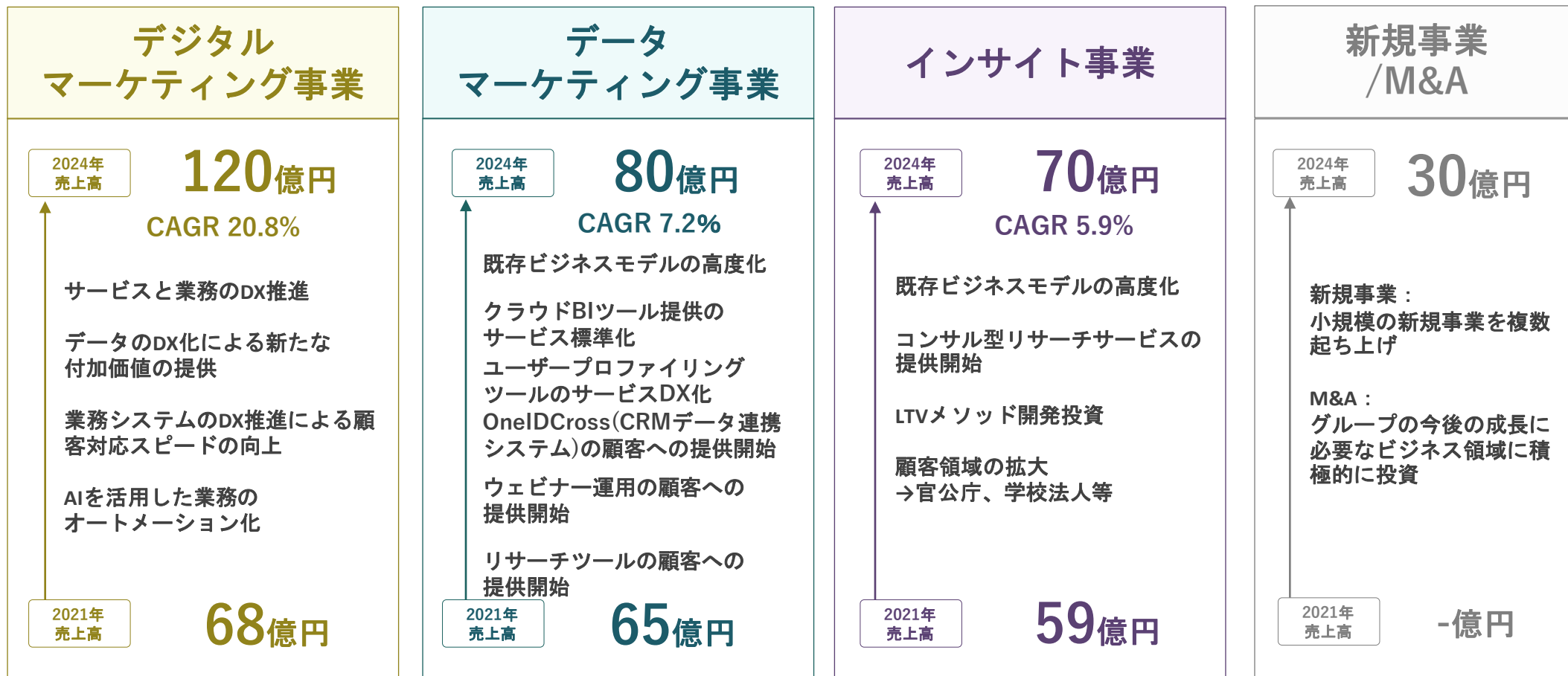
※2022年6月期業績予想は、2022年5月16日に修正公表した数値です。

• 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

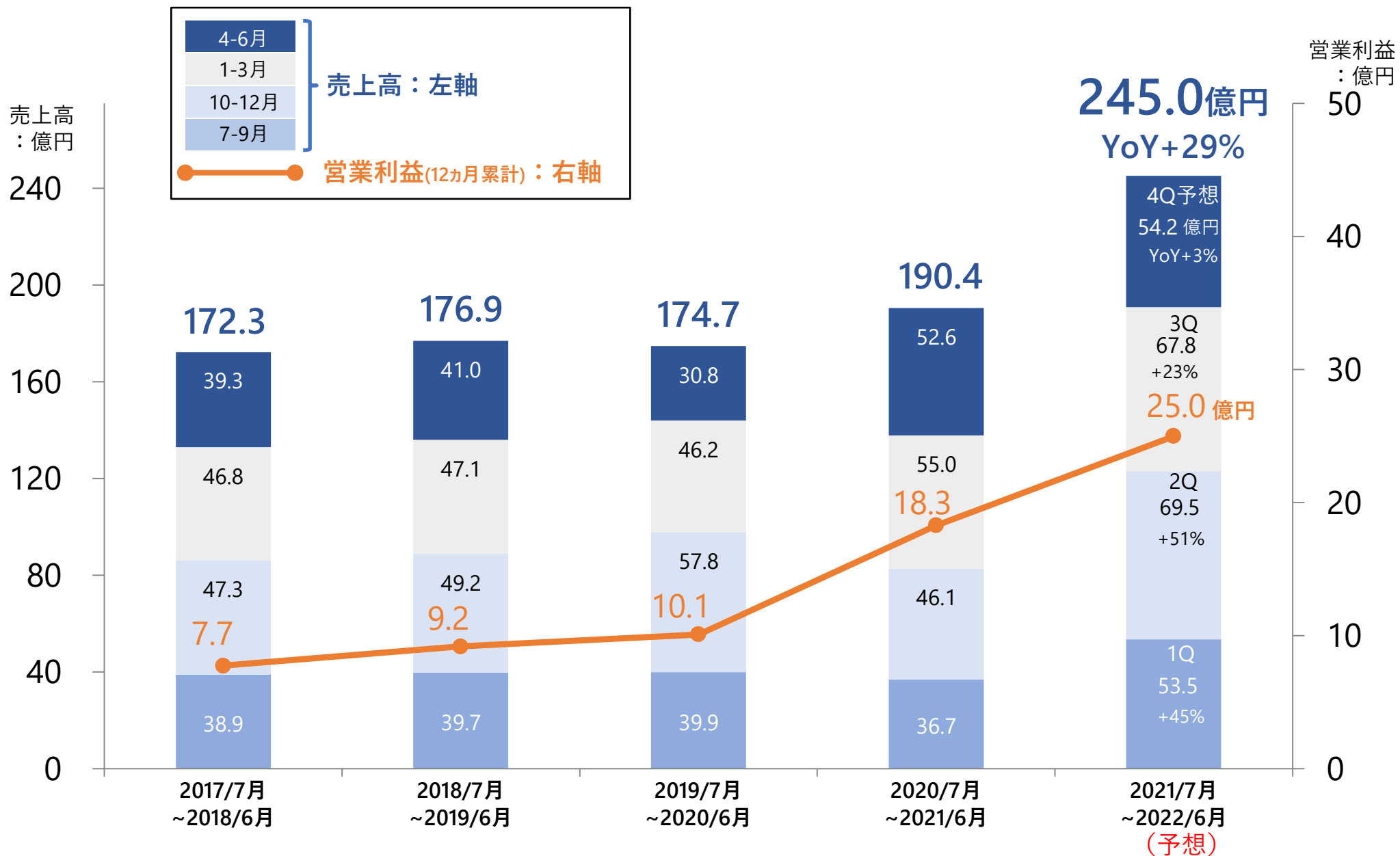
連結業績及び主な指標の推移

	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。

6月期決算に合わせた主要収益の前年同期間比較・推移



連結損益計算書概要

単位：億円	2020年7月 ～2021年3月	2021年7月 ～2022年3月	前年同期比 伸び率
売上高	137.8	190.8	+38%
売上原価	80.7	109.5	+36%
売上総利益	57.2	81.3	+42%
売上総利益率	41.5%	42.6%	+1.2pt
販売費 及び 一般管理費	40.5	54.0	+33%
売上高販管費比率	29.4%	28.3%	-1.2pt
営業利益	16.7	27.3	+64%
営業利益率	12.1%	14.3%	+2.2pt
経常利益	18.1	26.8	+49%
特別損失	2.7	1.5	-43%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9.3	18.1	+95%

売上高増加

1 主力のデジタルマーケティング事業がけん引（ドゥハウス社の連結も寄与）、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。

売上高販管費比率改善

2 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△1.2pt）

特別損失を計上

3 株式需給緩衝信託関連損(1.4億円)を特別損失として第3四半期に計上

連結貸借対照表概要

単位：億円	2021年6月末	2022年3月末	増減
流動資産	95.6	110.8	+15.3
現金及び預金	51.7	48.1	-3.6
受取手形及び売掛金	31.5	46.3	+14.8
その他	12.3	16.4	+4.1
固定資産	22.2	31.3	+9.1
のれん	2.3	4.1	+1.8
その他	19.9	27.2	+7.3 ¹
総資産	117.8	142.1	+24.4

単位：億円	2021年6月末	2022年3月末	増減
流動負債	50.5	57.6	+7.0
買掛金	14.5	16.0	+1.5
短期借入金※	12.0	18.0	+6.0 ¹
その他	24.1	23.6	-0.5
固定負債	23.9	21.2	-2.7
長期借入金	21.1	18.4	-2.7
その他	2.8	2.8	+0.0
純資産	43.4	63.4	+10.0 ²
自己資本比率	34.0%	40.3%	6.3pt

※一年以内返済の長期借入金含む

1 株式需給緩衝信託関係のバランスシート影響

株式需給緩衝信託の設定、及び株式売却の進行により前期末比で増加（固定資産_その他で約7億円、流動負債_短期借入金で約6億円）

2 純資産の増加

純利益の稼得により利益剰余金等が増加

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>