

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

2022年8月15日

# CONTENTS

1.	2022年6月期 通期決算概要	.....P 3
2.	セグメント別の状況	.....P 7
3.	トピックス	.....P12
4.	2023年6月期 業績予想	.....P16
5.	株主還元	.....P19
6.	参考資料	.....P21

# 1. 2022年6月期 通期決算概要

**売上高249.0億円**(前年同期間比**31%増**)  
**営業利益25.2億円**(同**38%増**)  
**過去最高業績を更新**

**デジタルマーケティング事業売上高が55%増**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桁増収**

**2023/6期計画は、営業利益19%成長、増配継続を見込む**  
**中期経営計画の利益目標を一年前倒し**

## 売上高31%増・営業利益38%増。過去最高業績

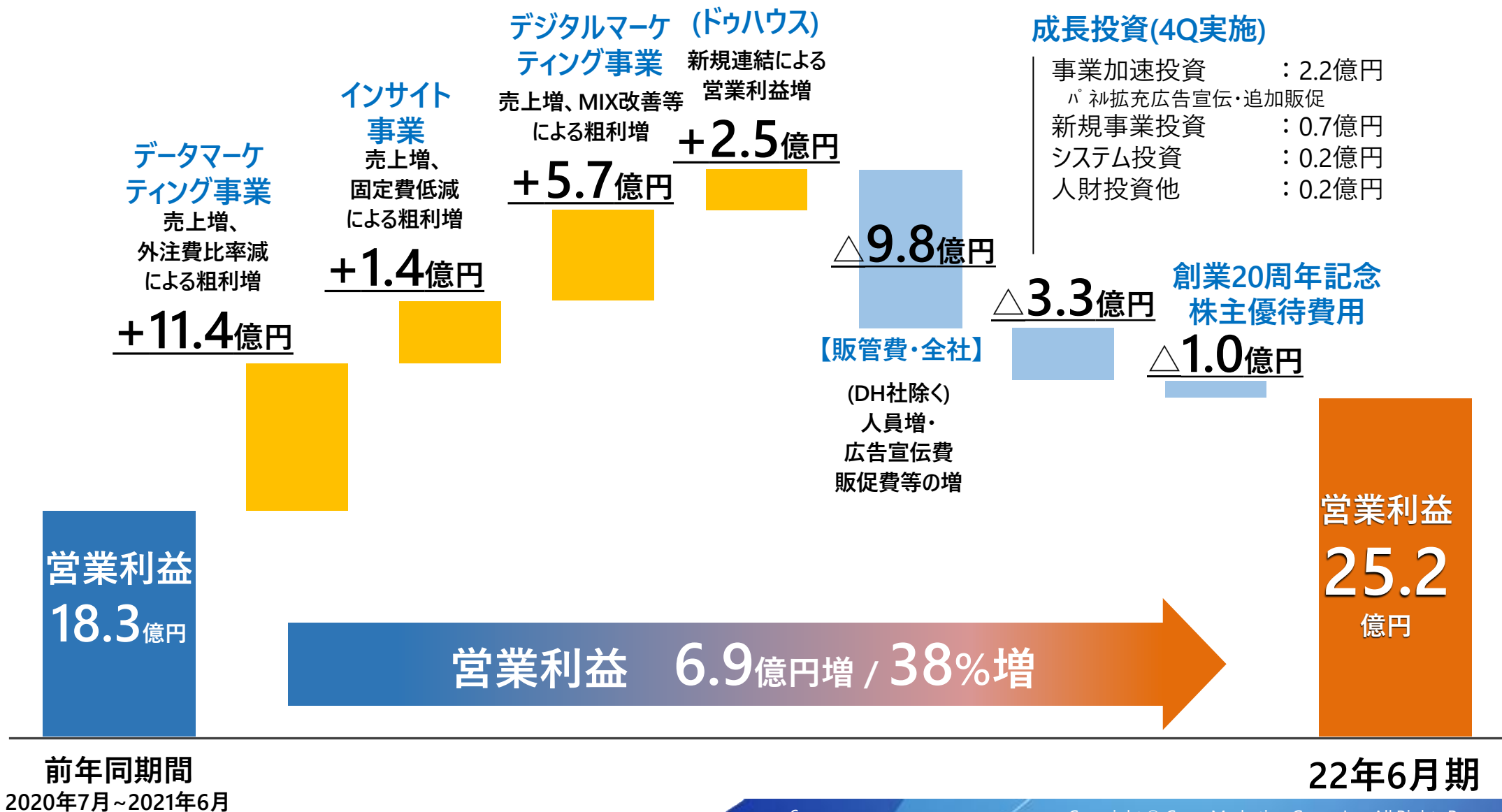
旺盛なマーケティングDX需要を捉えた既存事業の増収、M&Aによる事業規模拡大、コスト構造改革が収益成長に貢献

(単位：億円)	2020年7月～ 2021年6月(12ヵ月) 前年同期間実績	22/6期 通期累計(12ヵ月)		
		予想	実績	前年同期間比 伸び率
売上高	190.4	245.0	<b>249.0</b>	+31%
営業利益 (営業利益率)	18.3 (9.6%)	25.0 (10.2%)	<b>25.2</b> (10.1%)	+38% (+0.5pt)
経常利益	19.4	24.0	<b>25.0</b>	+29%
親会社株主に帰属 する当期純利益	9.7	15.0	<b>15.6</b>	+60%

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

# 22/6期営業利益の増減要因(前年同期間比)

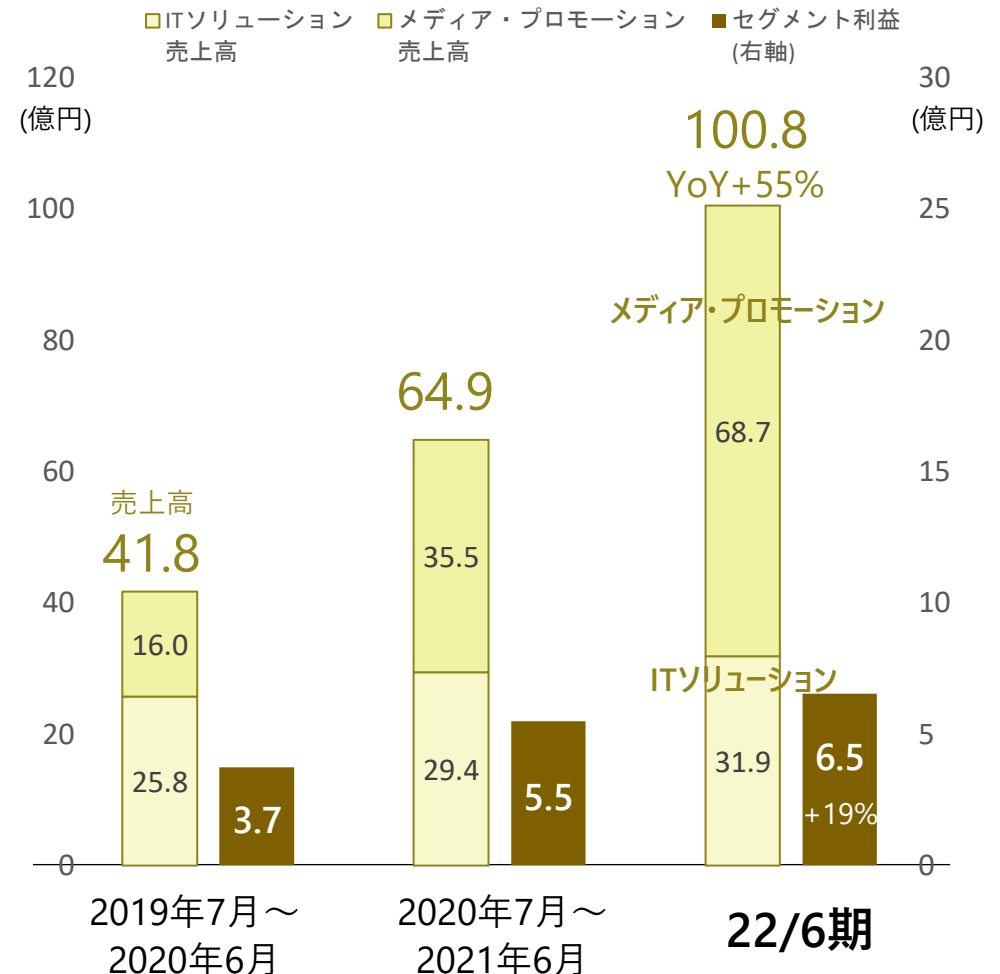
**DX需要を捉えた増収・生産性改善・M&A収益寄与により  
成長基盤強化を狙う追加投資や一時コスト増を吸収し大幅増益**



## 2. セグメント別の状況

## マーケティングDX需要を捉えメディア・プロモーションが拡大 M&Aも寄与し、年間約100億円規模へ成長

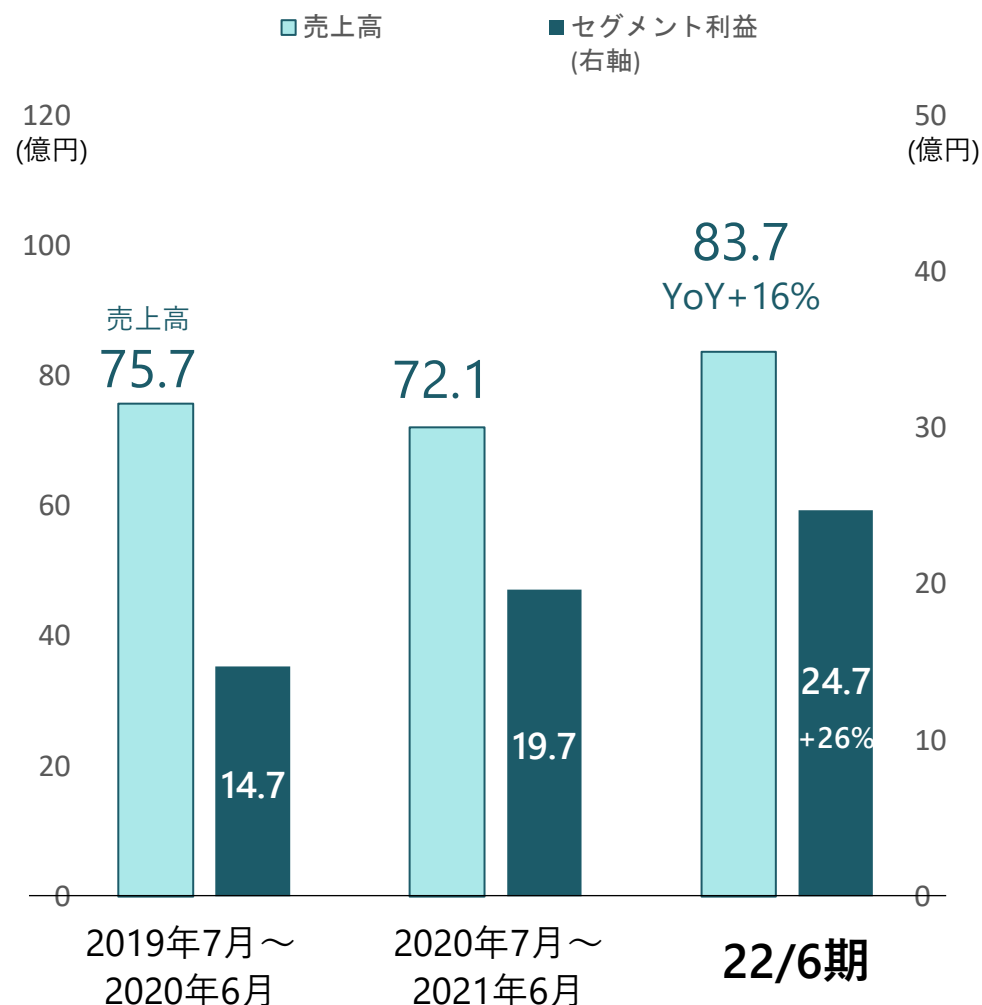
- ✓ 21年1月から連結開始のメディア関連子会社ドウハウスが業績に寄与
- ✓ プロモーション関連子会社D&Mを始め、既存ビジネスも着実に増加
- ✓ 来期以降の成長投資を実行





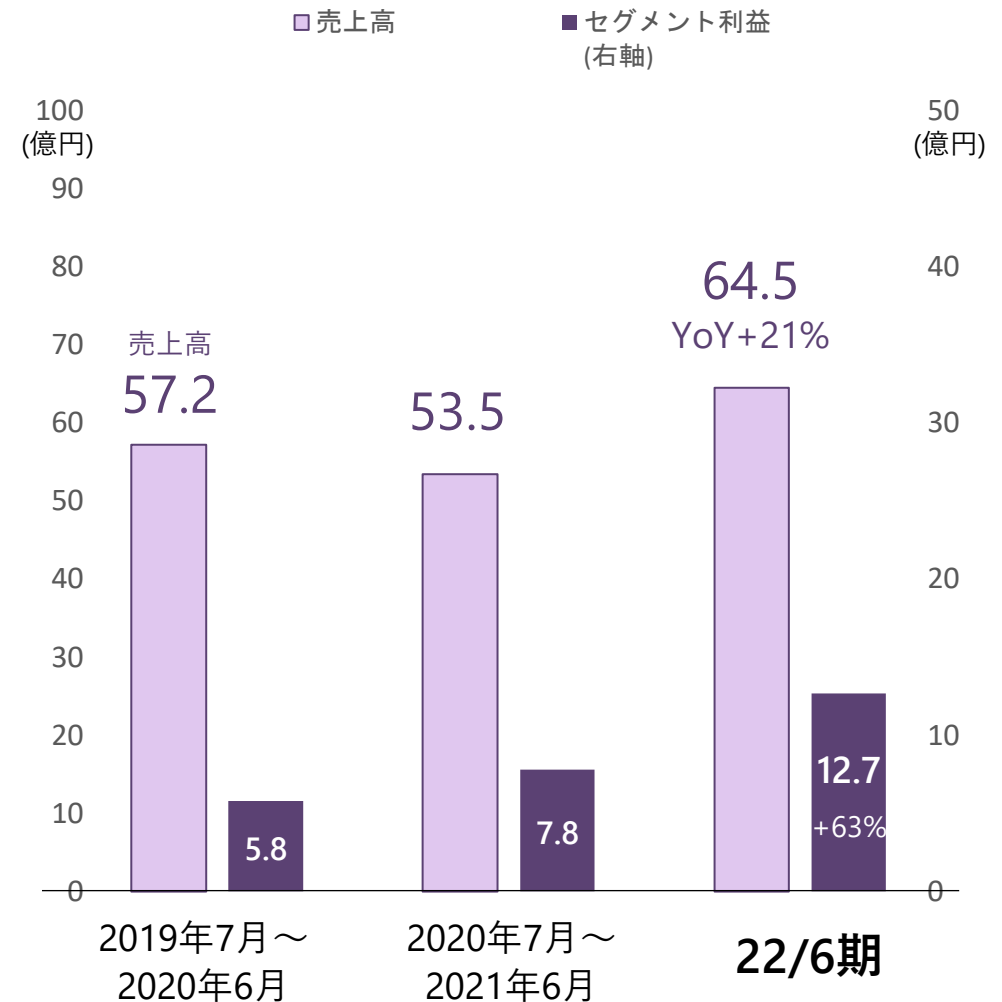
## 国内の収益性改善、海外の売上回復により過去最高収益 セグメント利益率は29.6%と高水準を堅持

- ✓ 国内は高粗利のオンライン案件受注増や業務プロセス効率化により収益性改善
- ✓ 海外は米国・インドを始め、コロナ禍からの回復継続。
- ✓ セグメント利益率は29.6%(YoY+2.3pt)と高水準を堅持



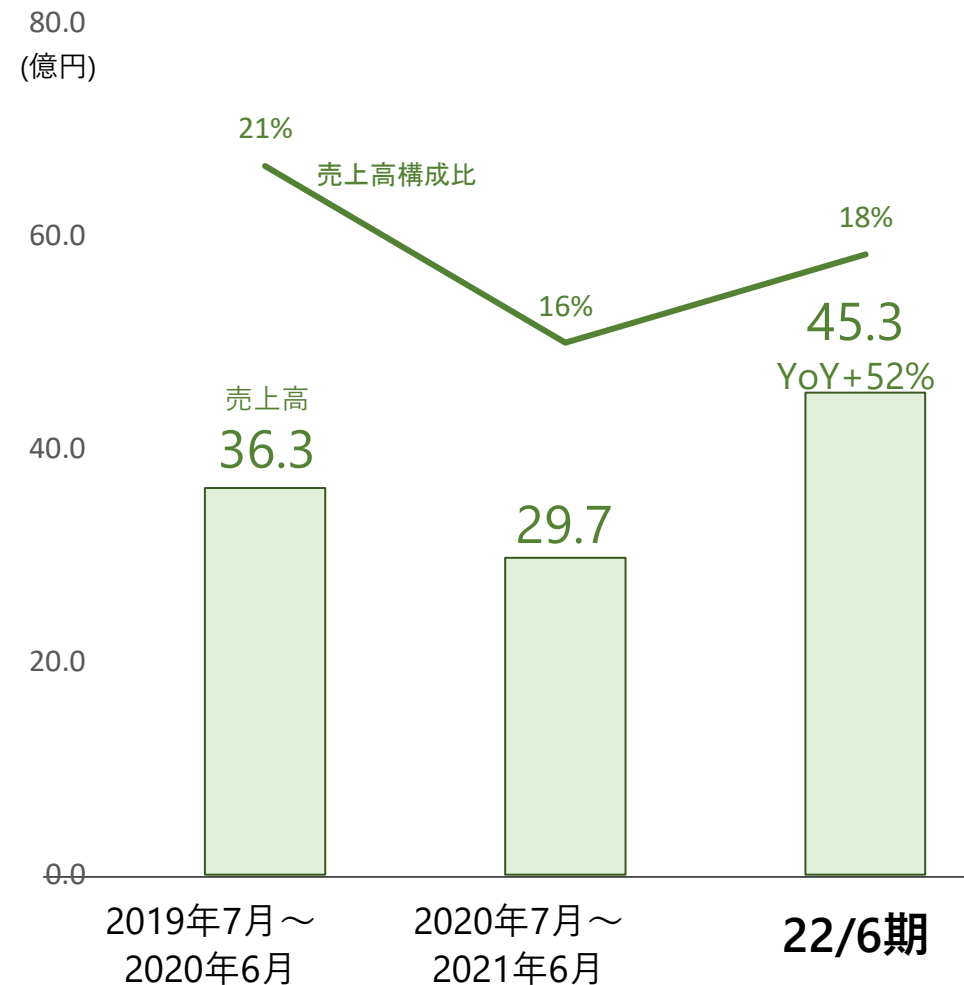
## 売上高はコロナ禍マイナス影響から回復 コスト構造適正化によりセグメント利益率が向上

- ✓ 国内はオンライン型インタビューの受注増等により堅調
- ✓ 海外はインドネシア・シンガポールを始めコロナ禍から回復。コスト構造適正化も寄与して収益性改善
- ✓ セグメント利益率は19.7%(YoY+5.1pt)へ上昇



## 売上回復が継続。コロナ影響前を超える売上規模へ成長

- ✓ 柱の米国の売上拡大が海外事業を牽引。テック系大企業の消費者データ需要は引き続き旺盛
- ✓ インドネシアは年度後半の売上回復により大幅な売上成長。エネルギー、金融業顧客からの消費者調査案件が好調
- ✓ 海外売上高構成比は18%、YoYで2pt上昇



## 3. トピックス

## デジタルマーケティング関連領域を中心に合計4社のM&Aを実施

スキップ(株)

2022年1月実施

固定読者400万人保有の  
美容メディア運営

日本すっぴん協会



つやプラ

TSUTAPLUS



(株)REECH

2022年3月実施

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



企業とインフルエンサーをつなぐ  
マッチングプラットフォーム



インフルエンサーの検索・分析・  
管理等に使うデータベースサービス

ノフレ食品(株)  
ノフレコミュニケーションズ(株)

2022年3月実施

食品業界へのDXコンサルティング強化及び  
食品の企画・製造・販売のノウハウ蓄積



# 事業トピックス (主な新サービス等)

## デジタルマーケティング事業



2021年10月

調査・分析ノウハウを活かした  
CMS「DRAW」の提供を開始



Cross Marketing 2021年12月

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

カスタマーサクセスBI  
CrossData



Cross Marketing 2022年4月

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

Dipper  
-beta ver.-



2022年6月

「REECH DATABASE」に  
Twitterユーザーの検索・  
分析機能を提供開始



「REECH DATABASE」は、独自のAI・データ分析  
技術を用いてインフルエンサーマーケティングを  
効率化する検索・分析・管理ツールです。



Cross Marketing

2021年9月

お客様の案件情報の集約や課題解決を推進するCRMツールとして  
お客様専用ポータルサイト「Cross Marketing Console」提供開始

- ・案件情報に簡単にアクセス
- ・各サービスの進捗が一目で分かる
- ・課題に応じた最新サービス情報



## グループ全体で「持続可能な社会の実現」に向けた取り組みを推進



### 不安解消に向け、がん患者コミュニティとの共同調査を展開

株式会社メディリードと、こどもを持つがん患者のコミュニティサービスを運営する一般社団法人キャンサーペアレンツは、がん患者における新型コロナワクチン接種に関するアンケートを実施しました。新型コロナウイルス感染症の流行ががん治療にどのような影響を与えているのか、がん患者さん視点で調査した点や、前年と比較した状況が、あらたな脅威に立ち向かう医療関係者や患者コミュニティに評価されました。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。



### 配達限界地域へのドローン配送を実証実験

日本最大級の商品お試しサイト『モラタメ.net』で株式会社エアロネクスト協力のもと、ドローン配送によって山梨県小菅村に商品をお届けしました。株式会社エアロネクストの物流専用ドローン最新機を用いることにより、小菅村で手に入りにくい発売から間もない入浴剤等の生活用品を配送しました。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。



### 「国境なき医師団」「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」を支援

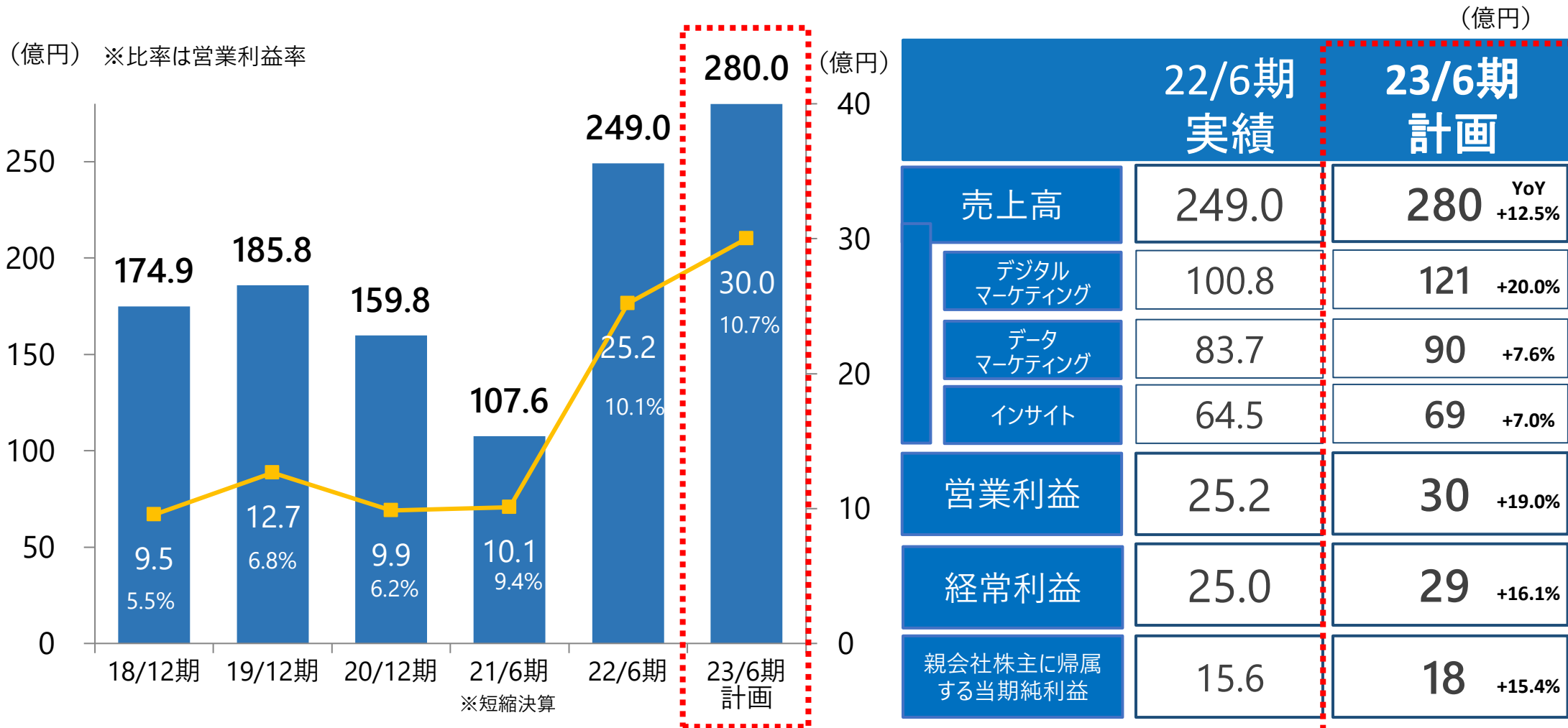
アンケート画面作成や結果回収をお客様ご自身で行えるセルフアンケートツール「QiQUMO(キクモ)」の収益の一部を含めた支援金を、特定非営利活動法人 国境なき医師団日本、並びに公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンへ寄付しています。また、寄付以外にも、両団体が活動していくうえで必要となる調査への協力やマーケティング支援などを行っています。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

## 4. 2023年6月期 業績予想



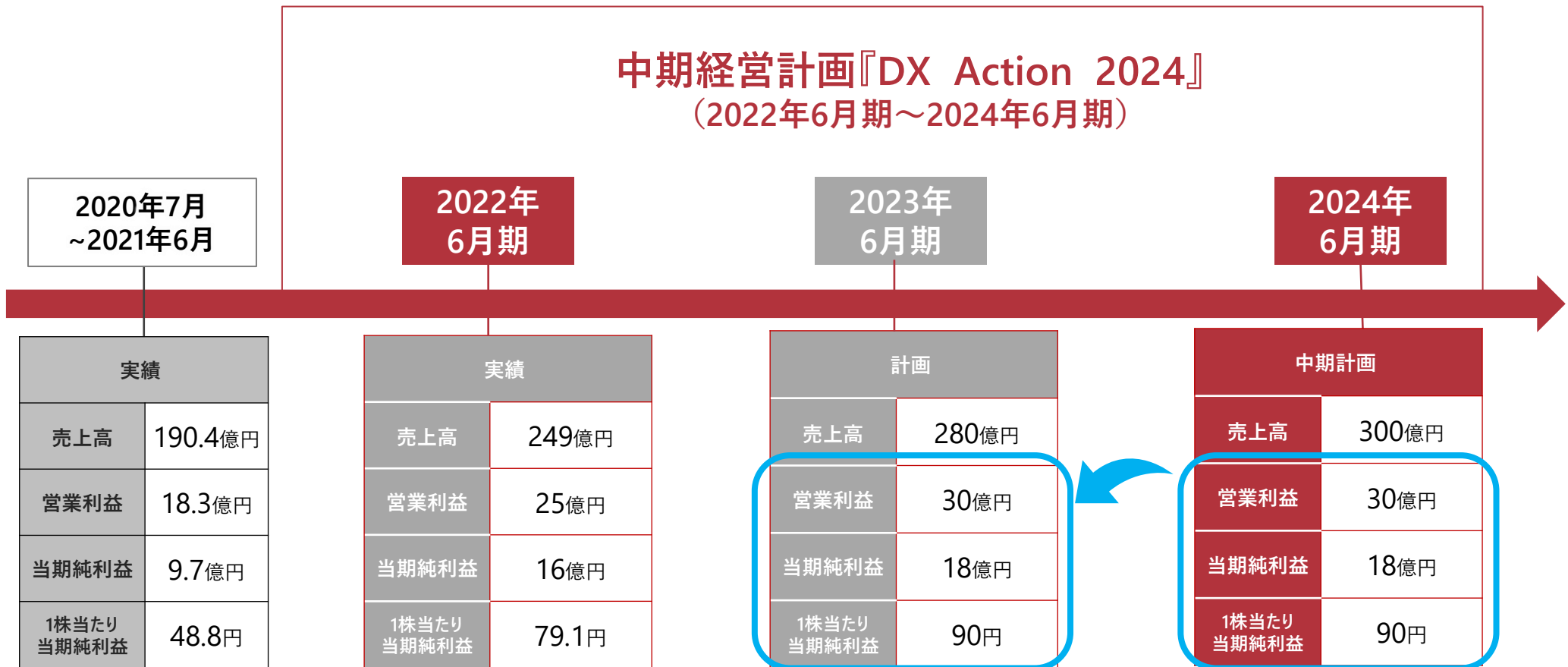
## 最高業績の更新を計画

中期計画最終年度の営業利益目標30億円の前倒し達成を狙う



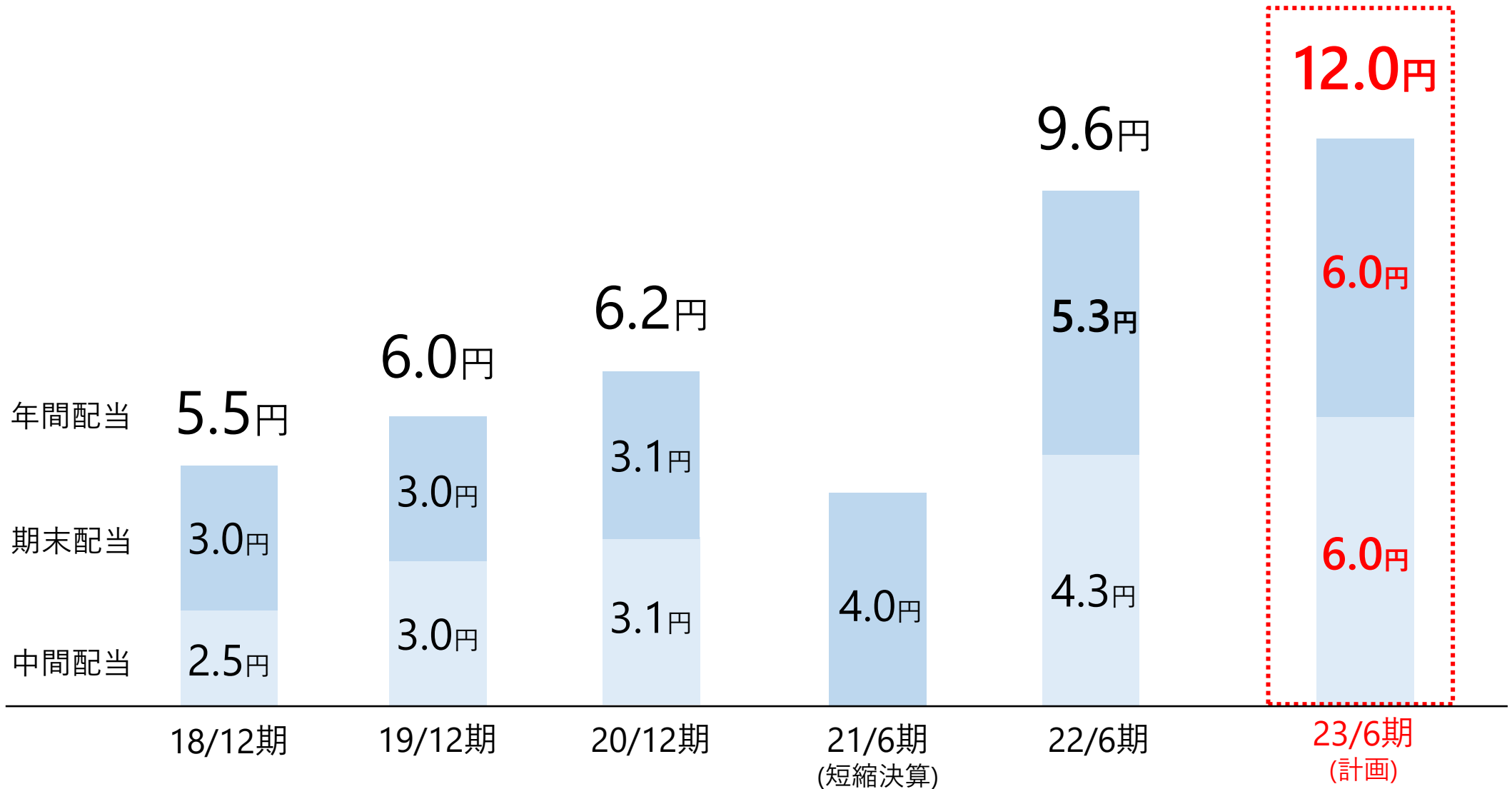
## 中期経営計画最終年度の利益目標値は一年前倒し

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



## 5.株主還元

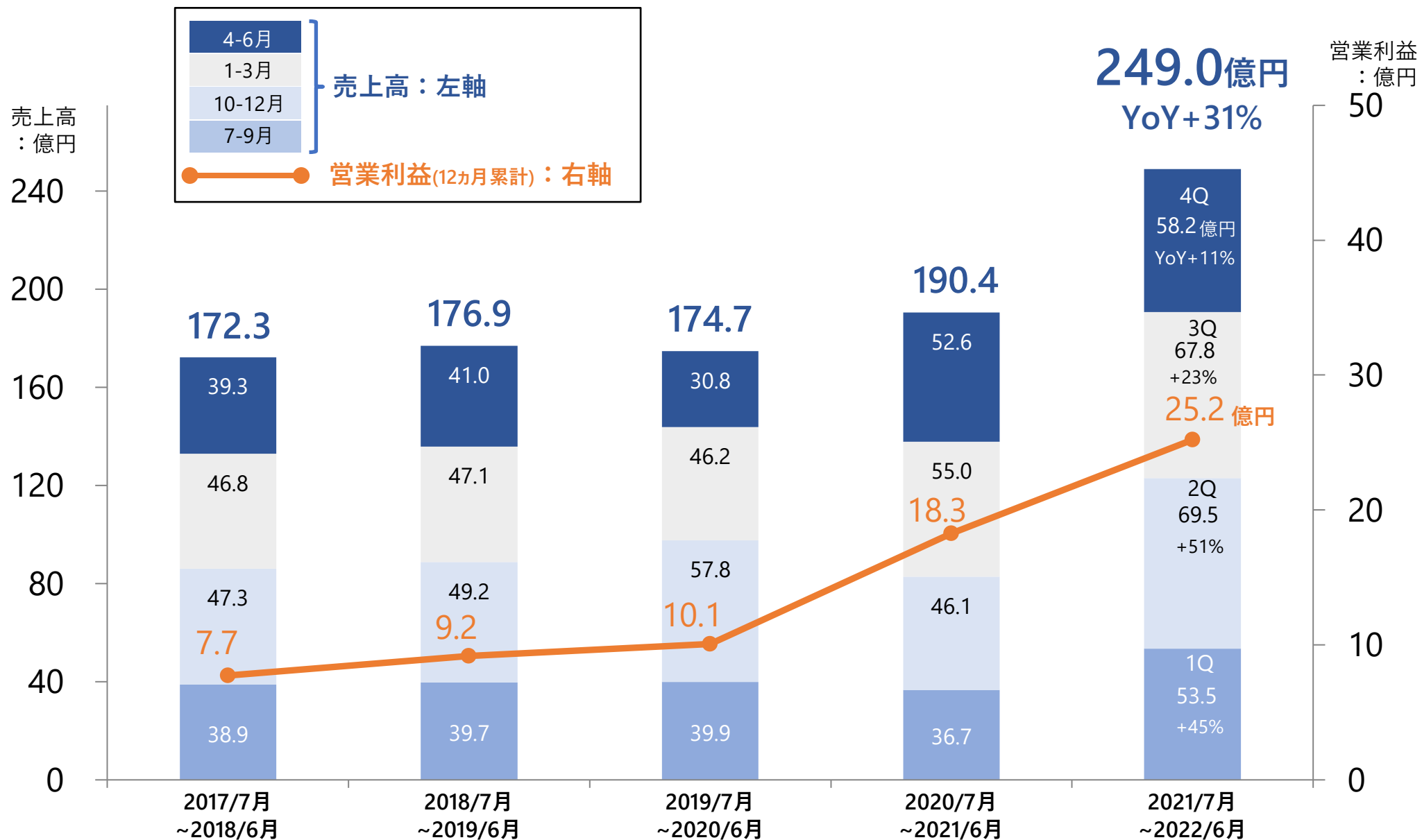
配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配  
**23/6期通期では12.0円(上期6.0円、下期6.0円)を計画**



## 6.参考資料

エクセル形式の [Fact Sheet](#) は[こちら](#)に掲載しております。  
どうぞご利用ください。

### 6月期決算に合わせた主要収益の前年同期間比較・推移



## 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	6億47百万円
従業員数 (連結)	1,441名 (内、臨時従業員260名) ※2022年6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<sup>®</sup>  
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

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



**データマーケティング事業**

①生活者のデータを効率的に収集



**インサイト事業**

②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



**デジタルマーケティング事業**

③「データ」と「理解」に基づいた実行支援



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

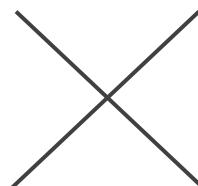
リサーチ機能



データ  
マーケティング



インサイト



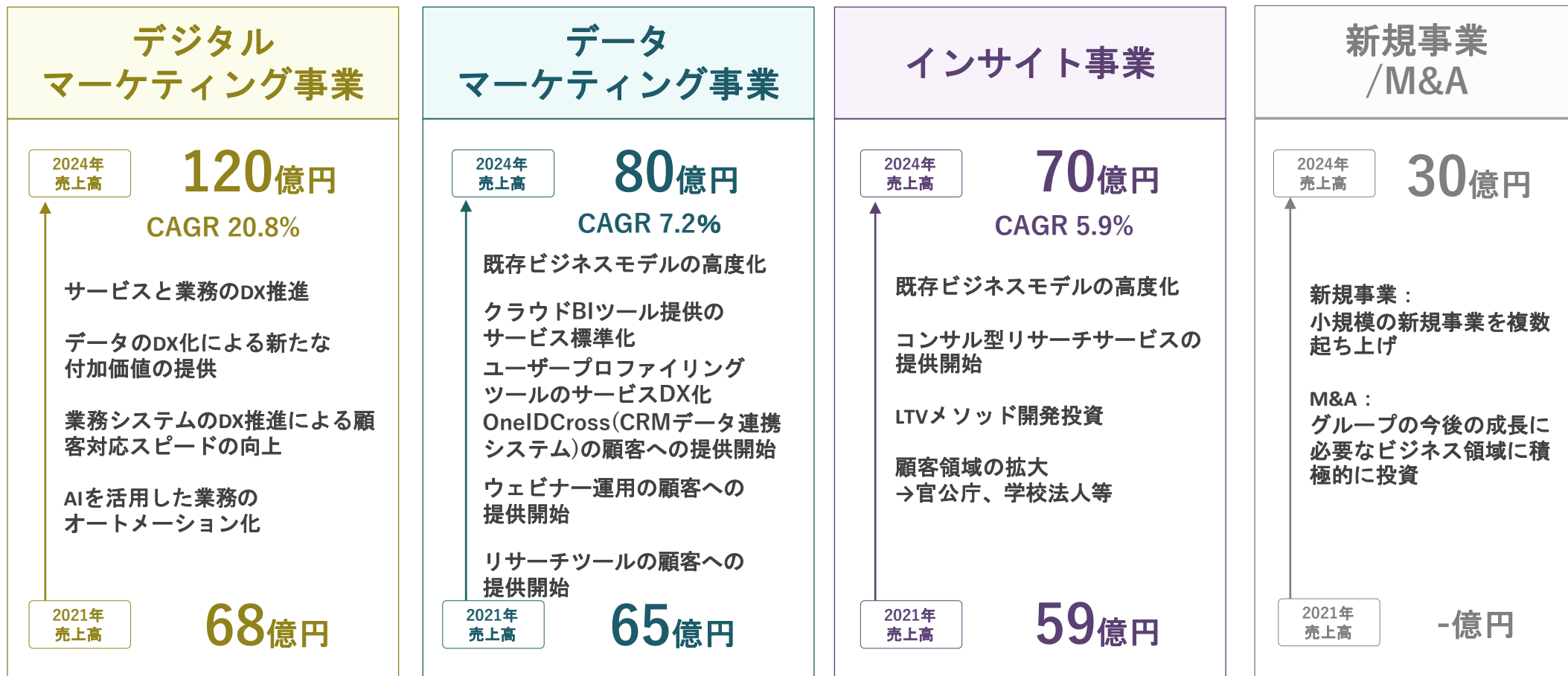
マーケティング  
実行支援



デジタル  
マーケティング

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**

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

	2018年 12月期	2019年 12月期	2020年 12月期	2021年 6月期※1	2022年 6月期
売上高 (百万円)	17,492	18,580	15,985	10,758	24,899
営業利益 (百万円)	955	1,267	986	1,007	2,522
経常利益 (百万円)	840	1,150	1,078	1,048	2,498
当期純利益 (百万円)	507	△477	467	540	1,559
純資産 (百万円)	3,900	3,420	3,594	4,339	6,136
総資産 (百万円)	10,429	9,927	11,416	11,775	13,133
一株当たり配当金 (円)	5.5	6.0	6.2	4.0※2	9.6
EPS (円)	25.92	△24.12	23.67	27.50	79.07
BPS (円)	193.79	166.19	179.58	204.27	291.24
ROE (%)	14.0	—	13.6	14.3	31.9
ROA (%)	8.4	11.3	10.1	9.0	20.1

※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。

## 連結損益計算書概要

単位：億円	2020年7月 ～2021年6月	2022年 6月期	前年同期比 増減率	
売上高	190.4	249.0	+31%	1
売上総利益	77.0	103.4	+34%	
(売上総利益率)	(40.5%)	(41.5%)	(+1.1pt)	
販売費及び一般管理費	58.8	78.2	+33%	
(売上高販管費比率)	(30.9%)	(31.4%)	(+0.5pt)	
営業利益	18.3	25.2	+38%	
(営業利益率)	(9.6%)	(10.1%)	(+0.5pt)	2
経常利益	19.4	25.0	+29%	
特別損益	-2.7	-1.8	3	
法人税等	7.9	6.8	-13%	
非支配株主に帰属する 当期純利益	-0.9	0.8	—	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9.7	15.6	+60%	

### 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（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。

### 営業利益率改善

業務プロセス改善による生産性改善、リモートワーク推進等による固定費低減等により、営業利益率が改善(前年同期比+0.5pt)

### 特別損失を計上

株式需給緩衝信託関連損(1.7億円)を特別損失として計上

連結貸借対照表概要

単位：億円	2021年6月末	2022年6月末	増減
流動資産	95.6	107.2	+11.6
現金及び預金	51.7	55.4	+3.7
受取手形及び売掛金	31.5	34.2	+2.7
その他	12.3	17.6	+5.2
固定資産	22.2	24.2	+2.0
のれん	2.3	3.8	+1.5
その他	19.9	20.4	+0.5
総資産	117.8	131.3	+13.6

単位：億円	2021年6月末	2022年6月末	増減
流動負債	50.5	50.4	-0.1
買掛金	14.5	13.3	-1.2
短期借入金※	12.0	11.5	-0.5
その他	24.0	25.6	+1.6
固定負債	23.9	19.6	-4.2
長期借入金	21.1	16.7	-4.3
その他	2.8	2.9	+0.1
純資産	43.4	61.4	+18.0
自己資本比率	34.0%	43.9%	+9.9pt

※一年以内返済の長期借入金含む

1 借入金の返済

営業キャッシュフローの積み上がりにより、長短借入金を順調に返済

2 純資産の増加、自己資本比率の上昇

利益剰余金等の増加により純資産が厚みを増し、負債低減と相まって自己資本比率が上昇

## 連結キャッシュフロー計算書概要

単位：億円	2020年7月 ～2021年6月	2022年 6月期	前年同期 収支比較	
営業キャッシュフロー	15.4	19.5	+4.1	1
税引前純利益	16.7	23.2	6.5	
減価償却費・のれん償却額	3.0	3.2	0.2	
売上債権の増減額	-6.8	0.2	7.0	
棚卸資産の増減	0.6	-4.0	-4.6	
仕入債務の増減	1.3	1.7	0.4	
法人税等の支払額	-4.4	-7.7	-3.3	
その他	5.0	3.0	-2.1	
投資キャッシュフロー	1.8	-9.0	-10.8	
財務キャッシュフロー	-19.4	-7.8	+11.6	
短期借入金の純増減額	-3.3	0.9	+4.2	
長期借入金の純増減額	-14.0	-7.0	+7.0	2
その他	-2.1	-1.8	+0.4	
換算差額	0.4	0.9	+0.5	
現金及び現金同等物増減額	-1.8	+3.6	+5.4	
現金及び現金同等物期末残高	51.4	55.0	+3.6	

安定した営業CFの獲得

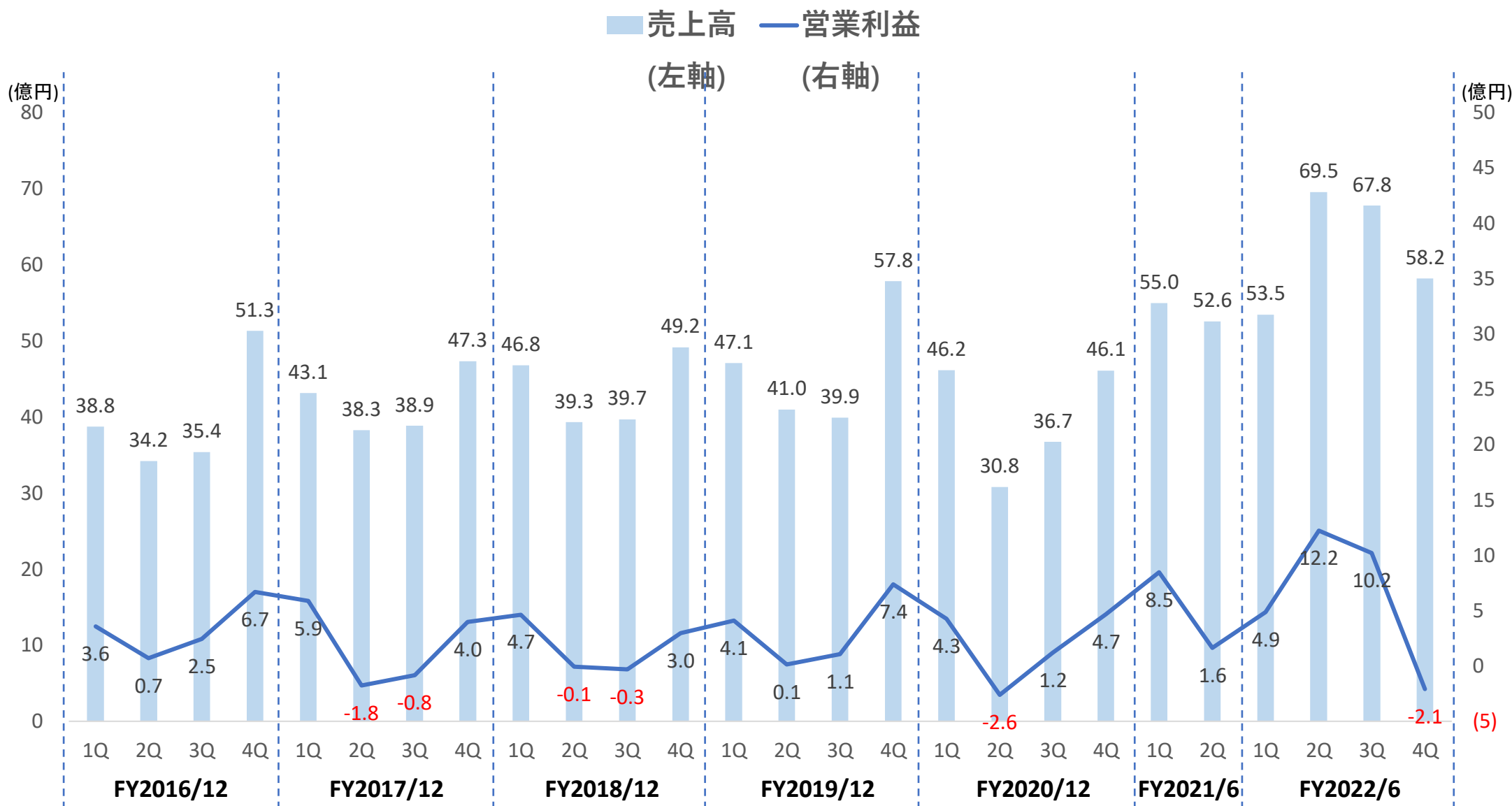
- ・前年同期間と比較して+4億円となる営業CFの獲得
- ・投資・借入金の返済に充当するに十分な水準を継続

財務CF：借入金の返済

グループ全体のCFに鑑み、順調に借入金の返済を実施、借入金残高が減少



連結売上高・営業利益四半期推移



## 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](mailto:ir-cm@cross-m.co.jp)

Cross Marketing Group Inc.

<https://www.cm-group.co.jp>