



株式会社クロス・マーケティンググループ

# 2024年6月期 1Q決算・会社説明資料

---

2023年11月

## CONTENTS

- 1 グループ概要・事業内容
- 2 2024年6月期 1Q決算概要
- 3 トピックス
- 4 2024年6月期業績予想及び配当計画
- 5 参考データ

# **1** グループ概要・事業内容

<p><b>社名</b></p>	<p>株式会社クロス・マーケティンググループ</p>	<p>証券コード：3675 東証プライム市場</p>
<p><b>代表者</b></p>	<p>五十嵐 幹</p>	
<p><b>創業</b></p>	<p>2003年4月1日</p>	
<p><b>主要財務指標</b> (2023年6月期)</p>	<p>売上高 250.9億円 営業利益 19.5億円 ROE 17.1% 総資産 143.1億円 自己資本 60.0億円 資本金 6.5億円</p>	
<p><b>事業内容</b></p>	<p>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</p>	
<p><b>関連会社数</b> (2023年9月末現在)</p>	<p>連結子会社 30社、持分法適用関連会社 3社</p>	
<p><b>従業員数</b> (連結、2023年9月末現在)</p>	<p>1,517名(内、臨時従業員245名)</p>	



## 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



**Discover  
Something  
New.**

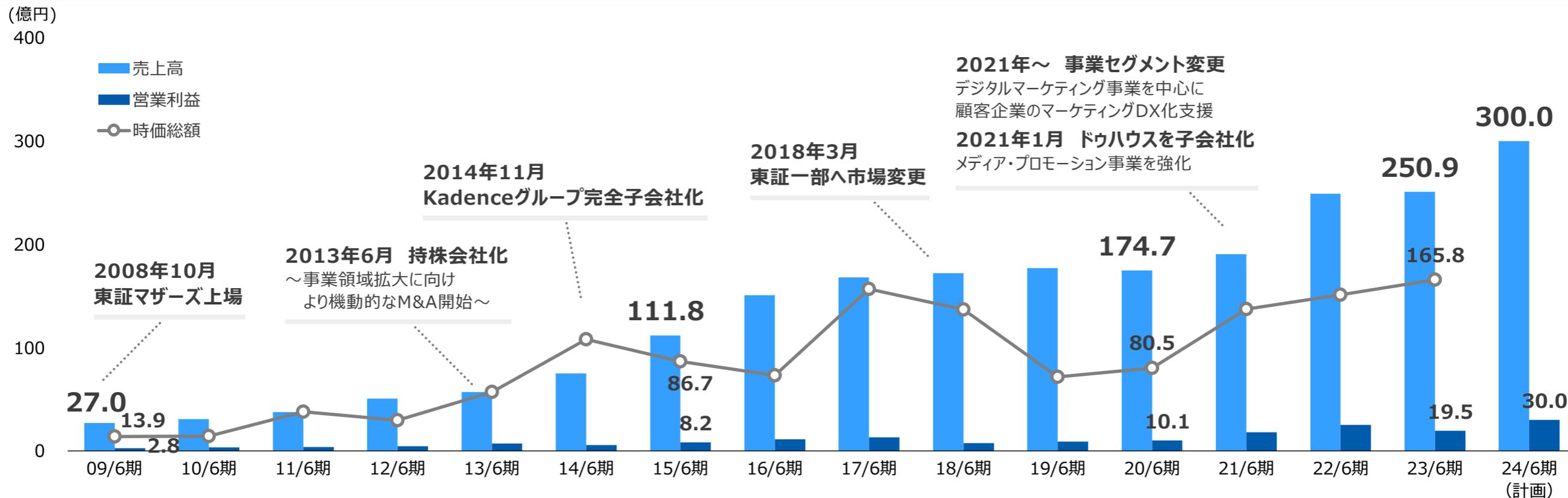
未来を  
つくる。

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20件34社\*のM&Aを実行



マーケティングソリューション(D&M、ドゥ・ハウス取得)

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Fittio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)

\*2023年9月末時点



# Cross Marketing Group

## デジタルマーケティング事業

23/6期売上高 90.4億円  
売上構成比 36.0%

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

 Cross Communication

 Cross Propworks  Fittio

 **DxM**  
Data and Marketing  株式会社 ドウハウス®  
HUMAN NETWORKING INDUSTRY

 **Norfre**  **REECH**

 **TOKYO GETS**  **MDIU**  
Marketing Design for Innovation

## データマーケティング事業

97.5億円  
38.9%

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

 medilead

 **ENVIROSELL** JAPAN

## インサイト事業

63.0億円  
25.1%

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

**1,133万人\***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



\*2023年9月末時点

データアナリティクス  
技術・  
**300名超**の  
アナリスト組織



**100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

**1,133**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



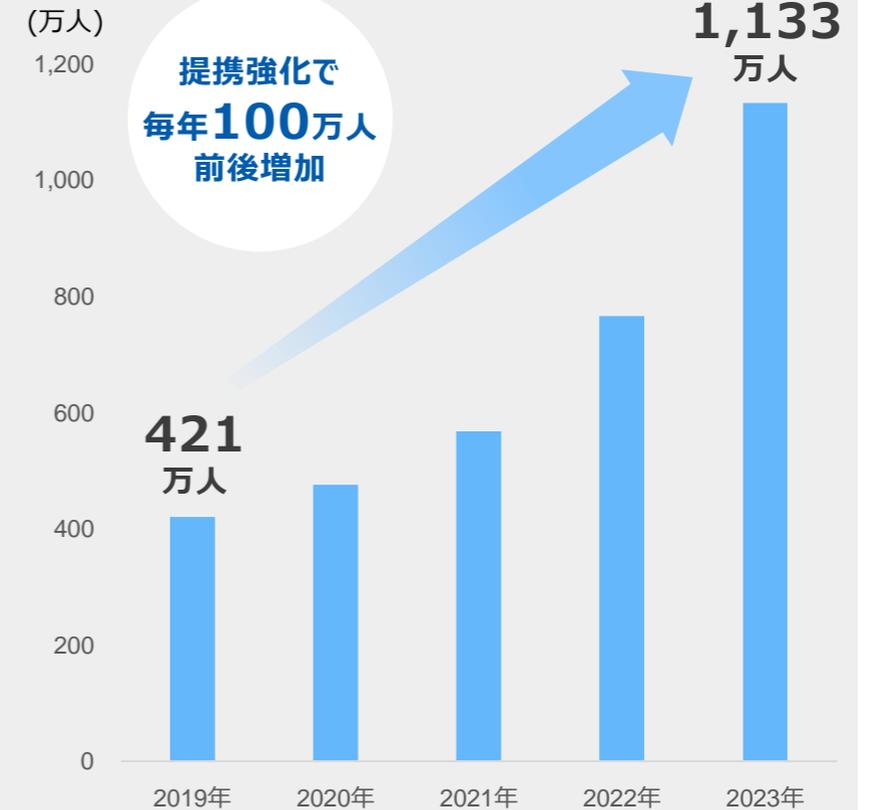
約30社と提携

リサーチパネル

Loyalty Marketing, Inc.

dジョブ

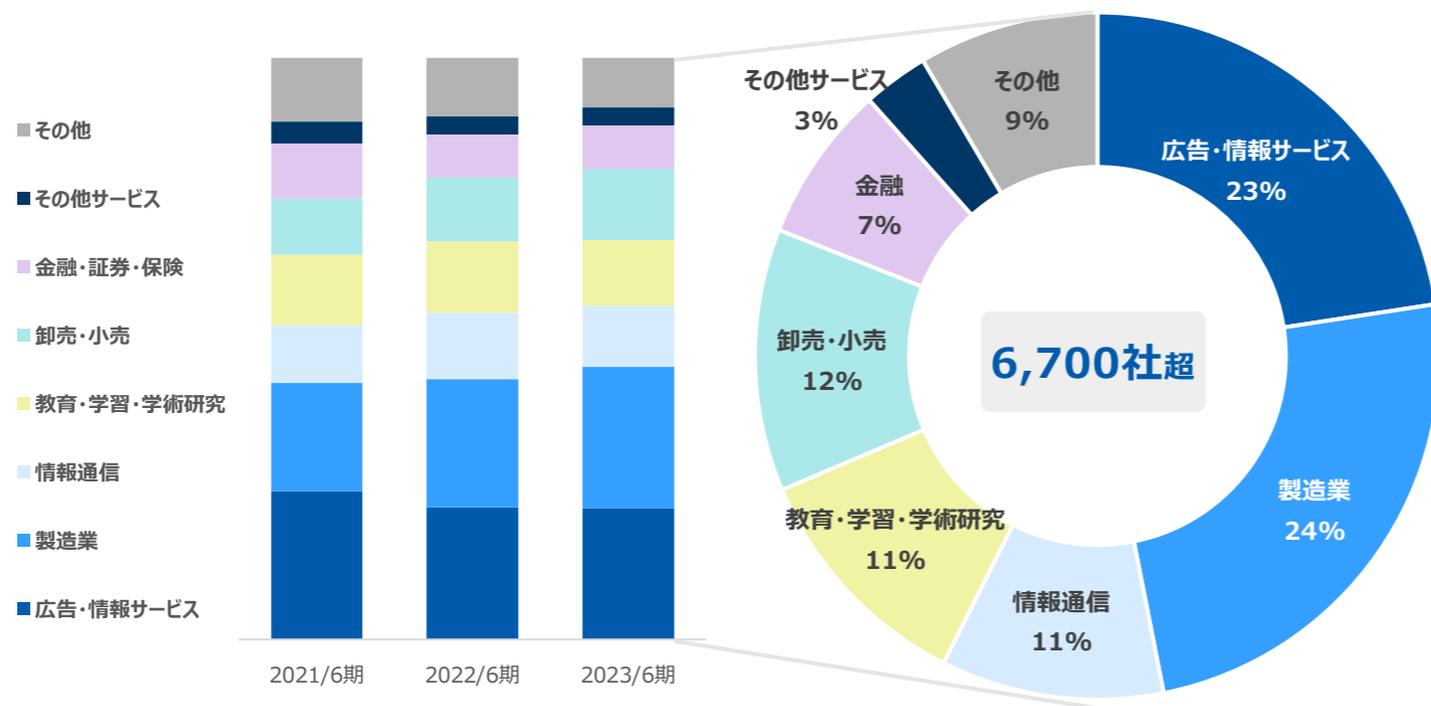
パネル基盤の成長



※ 2023年6月期から当社グループのパネルシステムと提携しているパネル数において、基本属性を取得しており、パネル間の重複ユーザーを調整したユニーク数を算出し掲載しております。

年間6,700社超、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



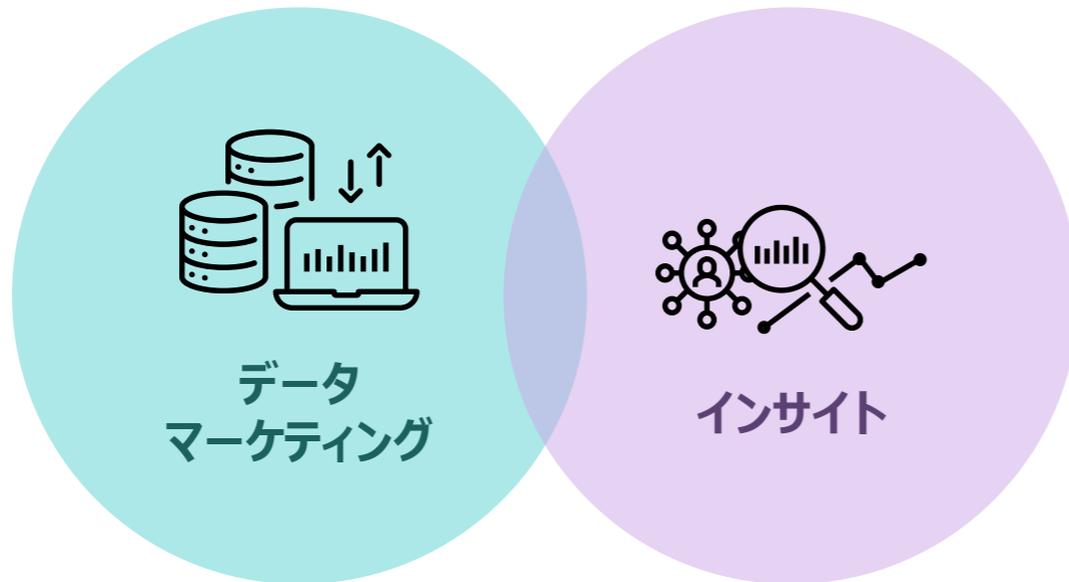
主要顧客の概要、売上構成比（2023/6期）

主要顧客の所属業種	売上高 (百万円)	総売上高 構成比
1位 通信業	386	1.5%
2位 その他サービス業	301	1.2%
3位 製造（FMCG*）業	282	1.1%
4位 情報サービス業	257	1.0%
5位 その他製造業	212	0.9%
・		
・		
上位10社合計	2,372	9.5%
・		
上位100社合計	8,678	34.6%
・		
上位300社合計	12,223	48.7%

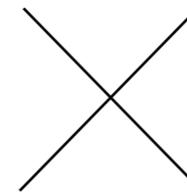
\*FMCG：Fast Moving Consumer Goodsの略で飲料、食品、化粧品など比較的短期間で消費される製品（日用消費財）のこと

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

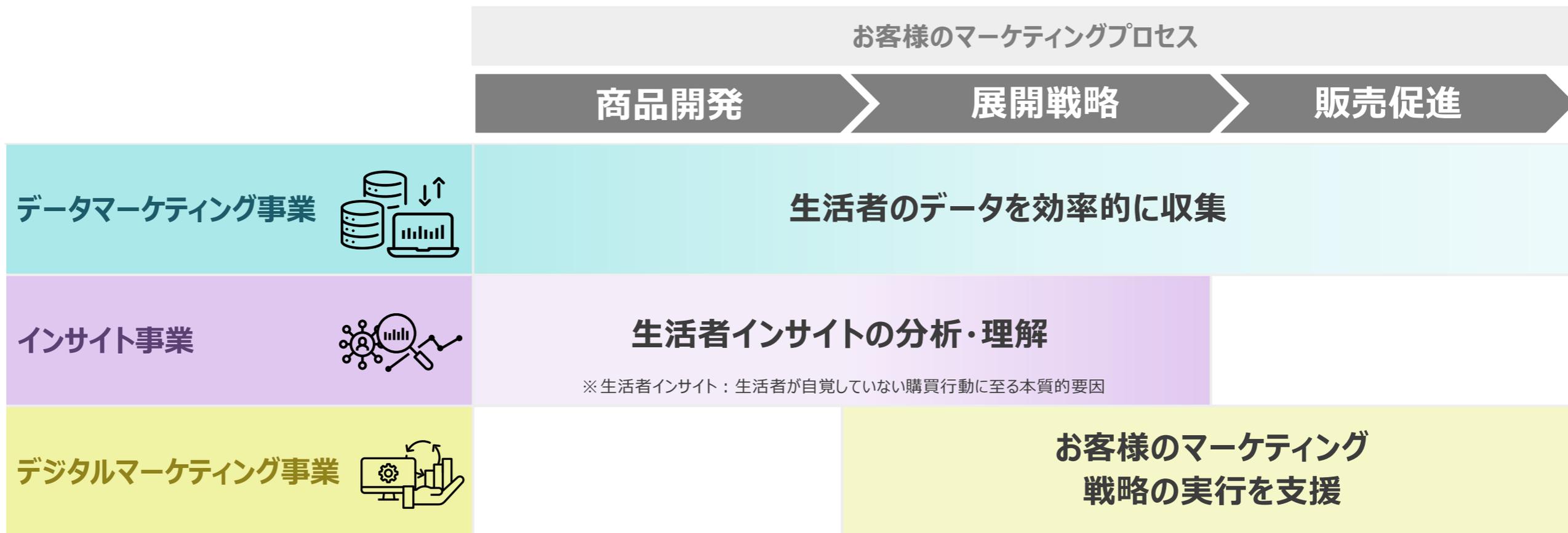


マーケティング実行支援



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



デジタルマーケティング事業  
—メディア—

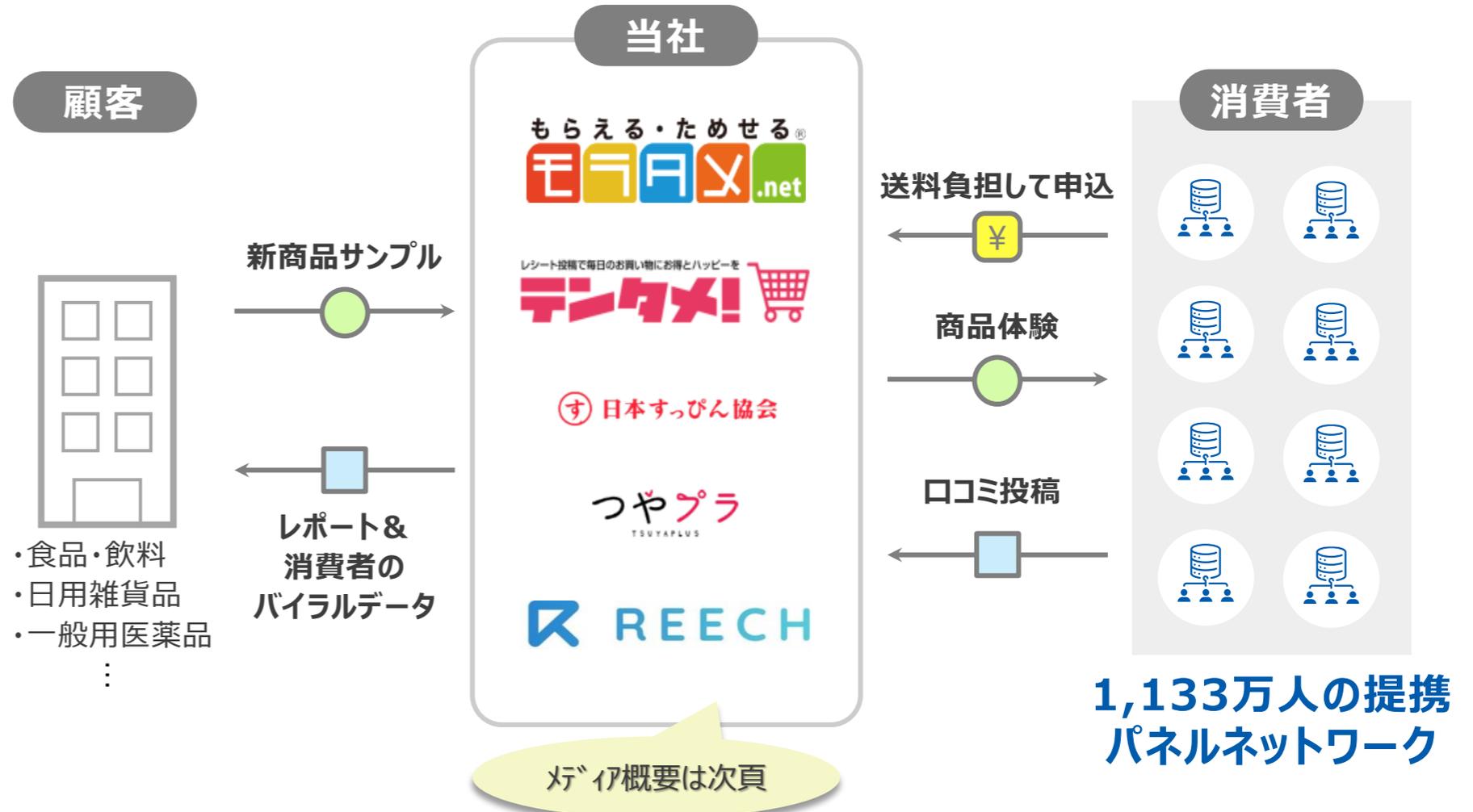
販促支援メディアの運営



FMCG\*トップメーカーとの  
強固な関係と  
年間210万件のサンプリング  
を支える物流体制が強み

\*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

新商品サンプリングを通して顧客へ消費者の声を届けるメディアを運営

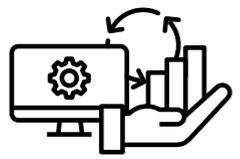


メディア概要は次頁

1,133万人の提携  
パネルネットワーク

## デジタルマーケティング事業 —メディア—

メーカーと生活者を結ぶ  
ソーシャルマーケティング  
メディアを運営



インターネット広告市場の  
中でも特に成長が見込める  
領域へ展開



会員数200万人の  
サンプリングメディアを通じた  
バイラルプロモーション・  
店頭集客支援



インフルエンサー  
マーケティング  
支援事業



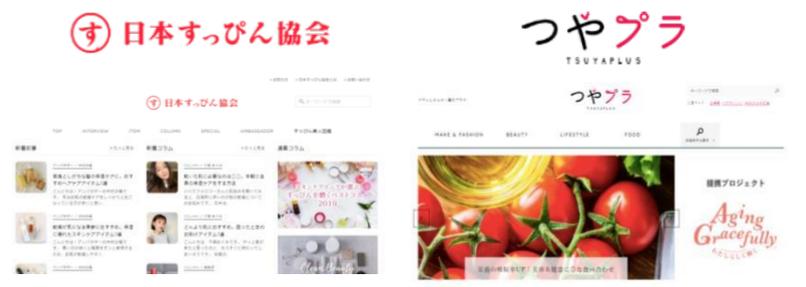
企業とインフルエンサーをつなぐ  
マッチングプラットフォーム



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



固定読者  
400万人保有の  
美容メディア運営



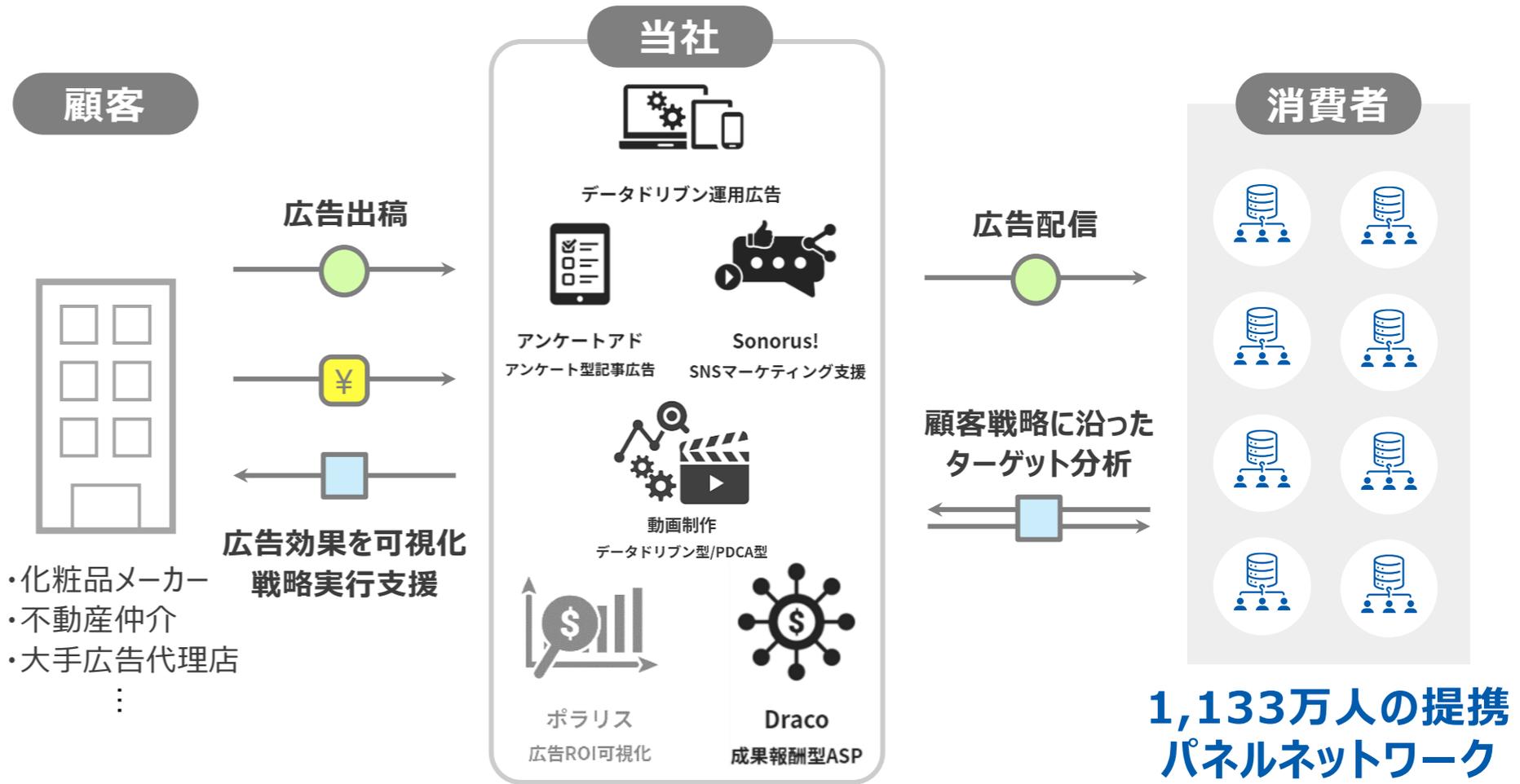
デジタルマーケティング事業  
—プロモーション—

インターネット広告サービス展開



大規模ネットワークが保有する  
詳細な生活者データから、  
正確で最適なプロモーション  
提案が可能

様々な商品・サービスに狙った効果を実確にもたらすプロモーションサービスを実施



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

Cross Communication

Cross Propworks Fittio

Norfre



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



## 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 **1,133**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



## 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

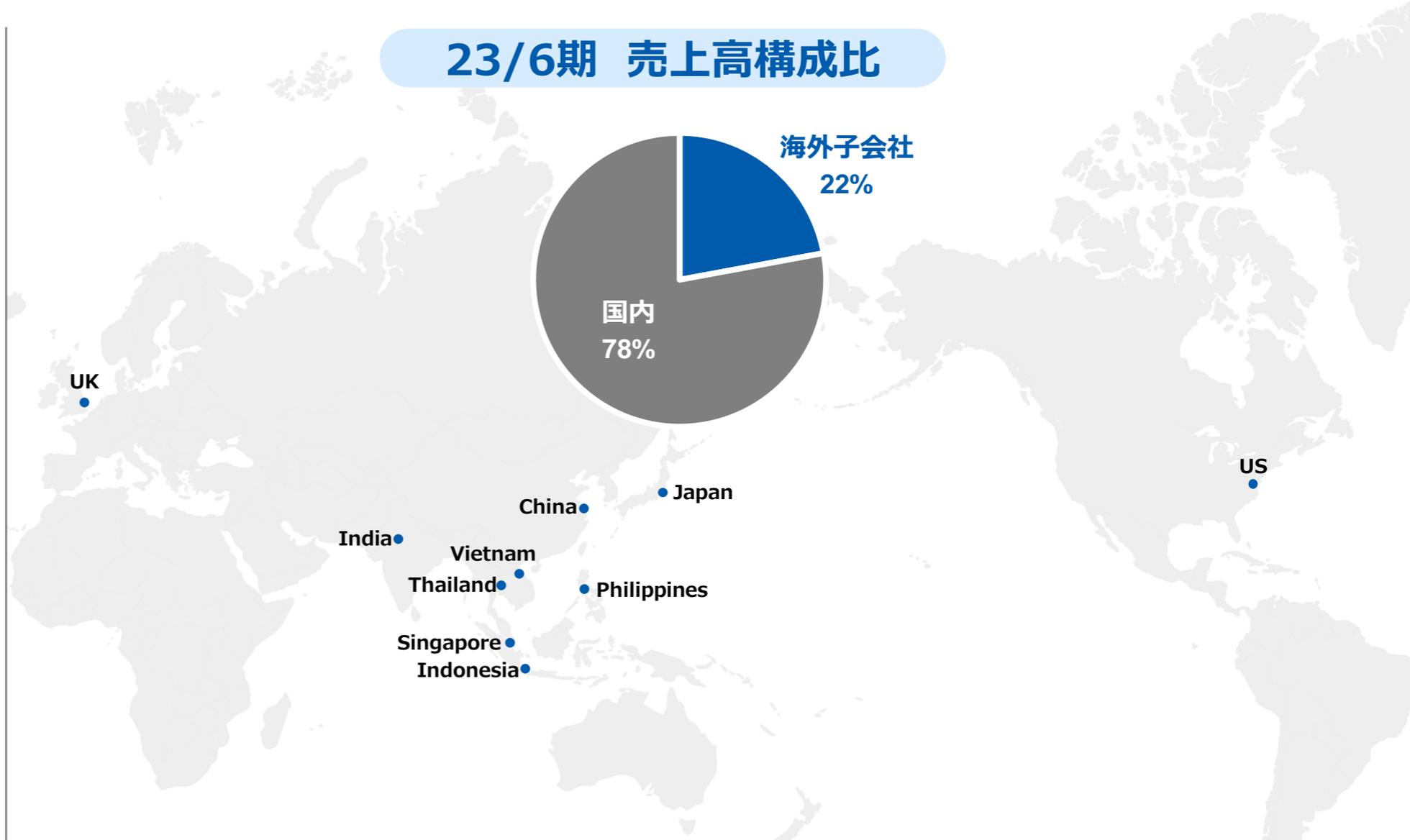
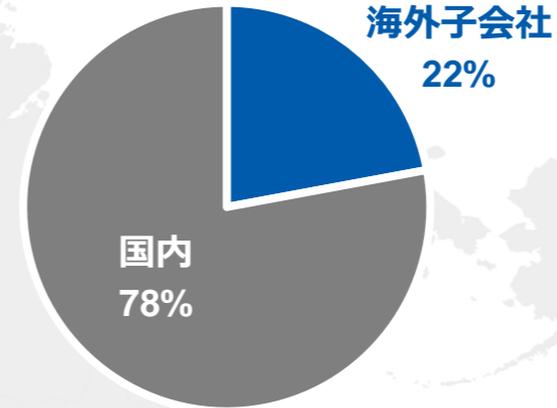


生活者インサイトの  
分析・理解



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

## 23/6期 売上高構成比



## **2** 2024年6月期 1Q決算概要

## Summary

### 1

- **売上高56.3億円(前期比8%減)、営業損失0.2億円**
- **販管費は前年同水準に抑制も、売上総利益率低下により減益**

## Summary

### 2

- **デジタルマーケティング**：メディア・プロモーションの受注単価が底打ち
- **リサーチ(データマーケティング・インサイト)**：国内は底堅く推移も、海外における需要一巡を主因に減収

## Summary

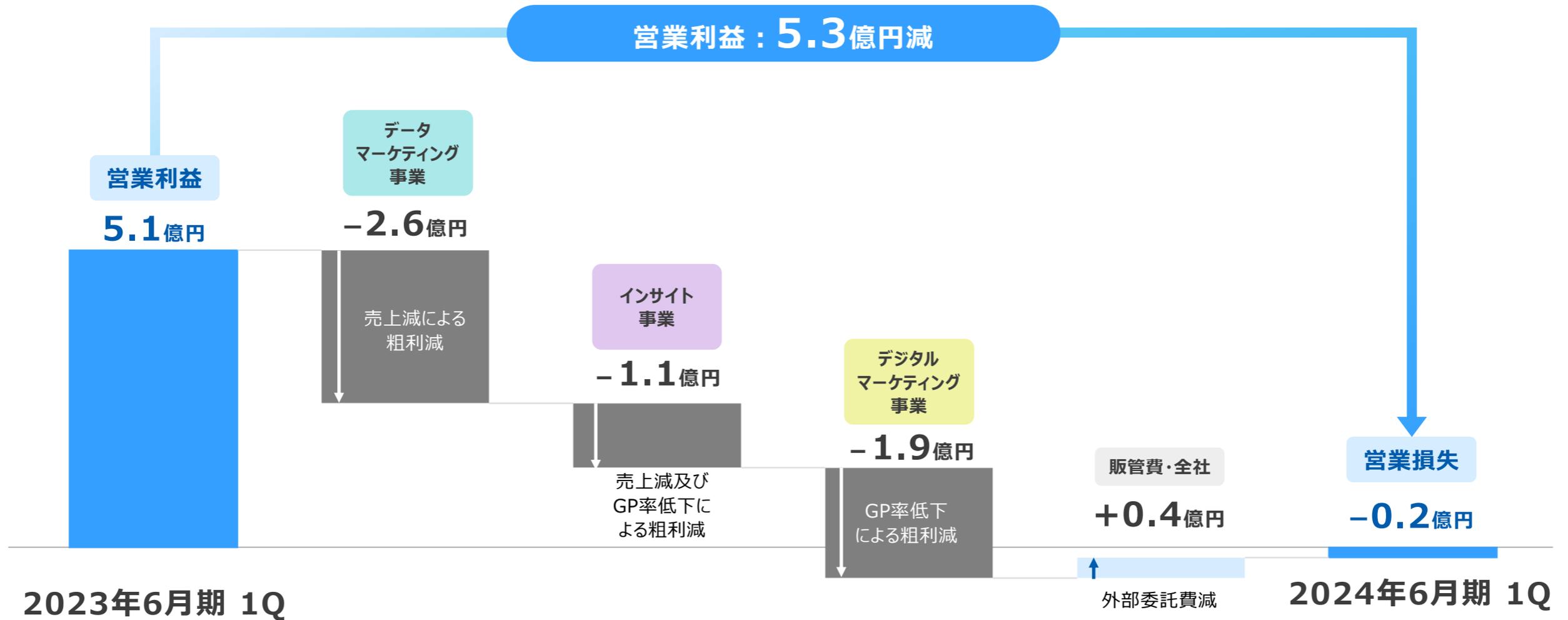
### 3

- **24/6期計画**：売上高300億円、営業利益30億円は変更なし

データマーケティング事業の減収を主因に、**売上高は8%減**  
**販管費は横ばい**も、売上総利益減により営業損失を計上

(億円)	23/6期 1Q 実績	24/6期 1Q	
		実績	前年同期比 伸び率
売上高	61.0	56.3	-8%
デジタルマーケティング事業	22.4	22.0	-2%
データマーケティング事業	22.9	19.6	-15%
インサイト事業	15.7	14.7	-6%
売上総利益 (売上総利益率)	25.9 (42.4%)	20.2 (35.9%)	-22% (-6.5pt)
販管費	20.8	20.4	-2%
営業利益 (営業利益率)	5.1 (8.4%)	-0.2 (-)	- (-)

## 各セグメントでの減収、粗利率低下の影響により減益 販管費は前年同期並みに抑制



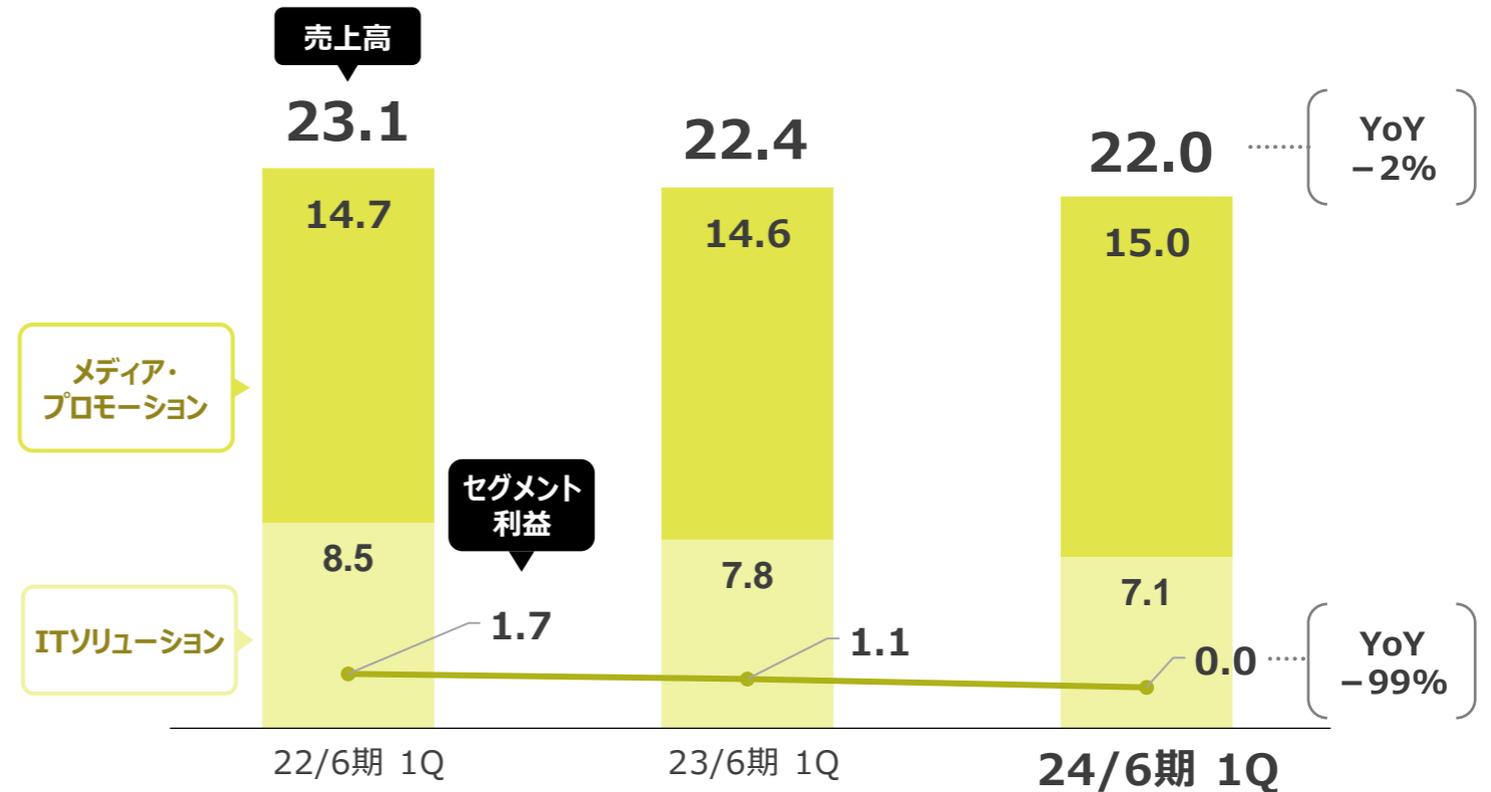
メディア・プロモーションは、受注単価が回復。5四半期ぶりに増収転換  
ITソリューションは、受託開発・人材関連が伸び悩み

- メディア・プロモーション：2%増収。新規連結のトキオ・ゲッツが寄与  
受注単価はYoY+7%と回復基調

メディア・プロモーション 単価の前年同期比増減推移  
23/6期 1Q -9% 2Q -24% 3Q -25% 4Q -2%  
24/6期 1Q +7%

- ITソリューション：10%減収。受託開発や、人材分野が伸び悩み
- セグメント利益減少：サービス構成比の変化により粗利率低下。販管費抑制で黒字確保

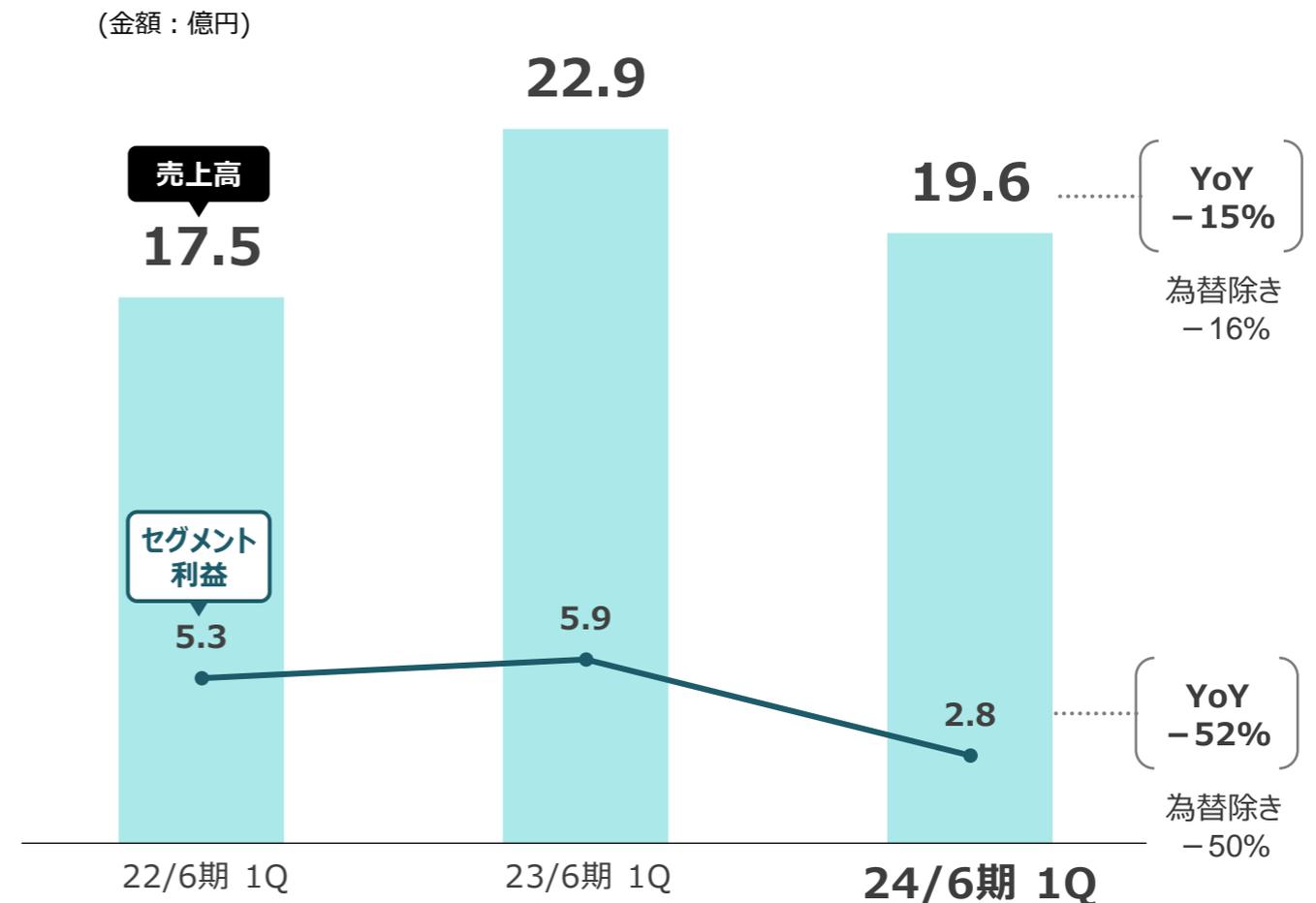
(金額：億円)



## 売上高15%減、セグメント利益52%減 国内は堅調ながら、海外における需要が一巡

- 国内は、リサーチ需要が引き続き堅調に推移し、前期並み
- 海外では、主力の北米において、コロナ禍からの急回復を背景とした需要が一巡  
人材基盤拡充により販管費が増加
- 円安効果<sup>\*1</sup>は売上+0.2億円、営業利益影響は軽微

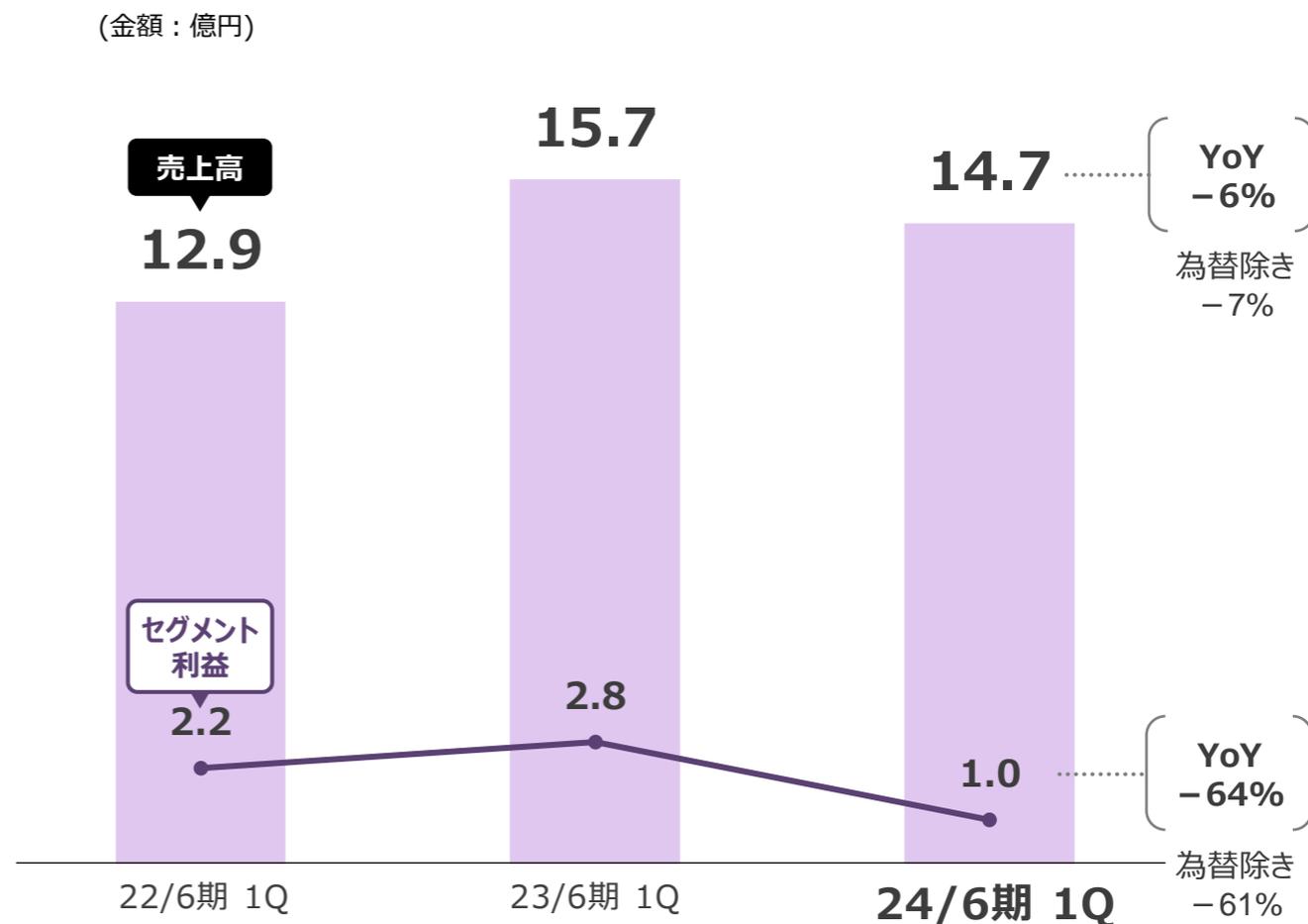
\*1 2023年6月期1Qの実績為替レートとの比較



## 売上高6%減、セグメント利益64%減 国内は前年並みを確保も、海外は厳しさ続く

- 国内では、フルサービスのオンライン調査が増加。一方、医療・ヘルスケア領域のリサーチは低調な動きが継続
- 海外は、主に英国において苦戦。人件費を中心に販管費が増加
- 円安効果\*<sup>1</sup>は売上+1.1億円、営業利益影響は軽微

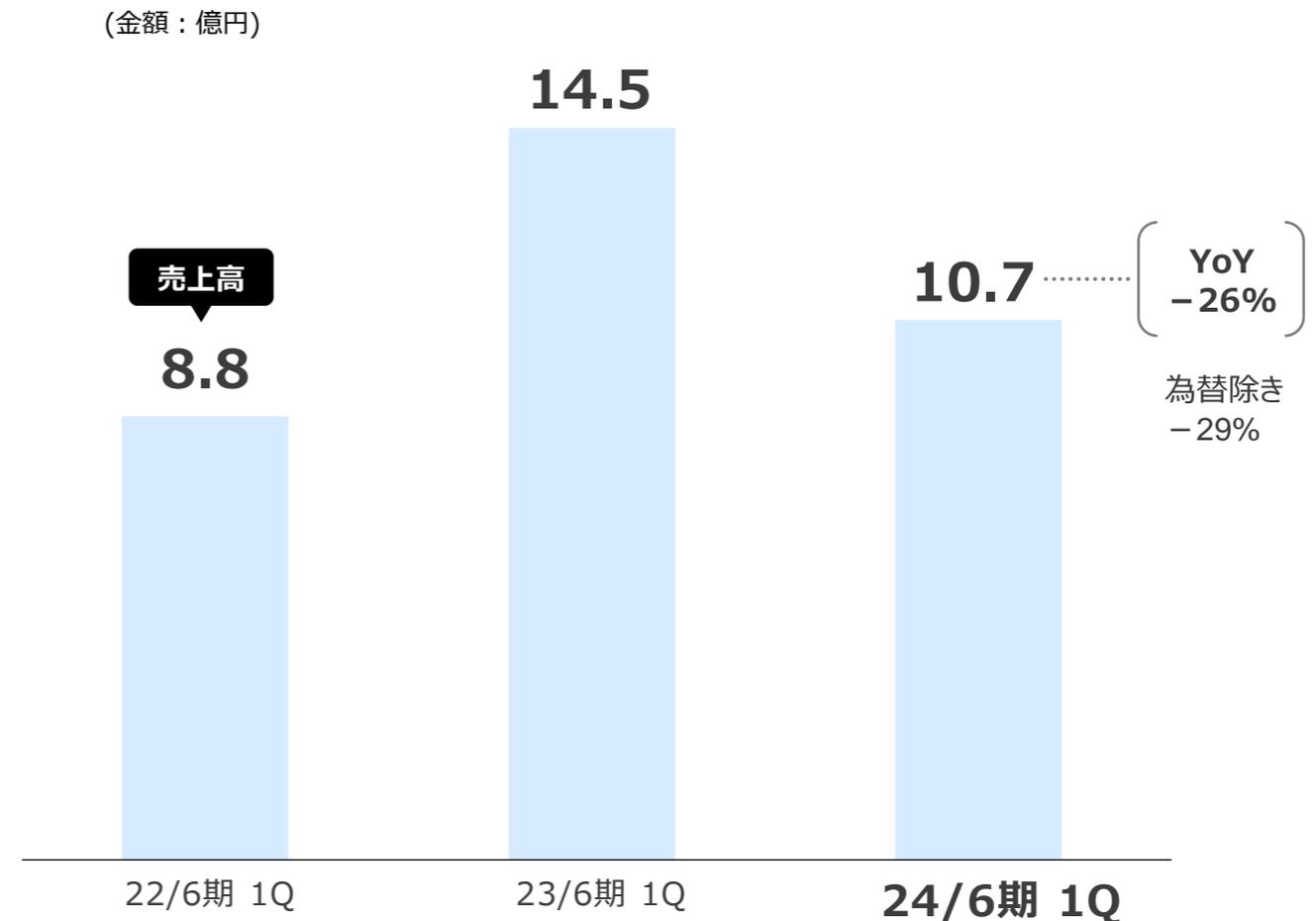
\*1 2023年6月期1Qの実績為替レートとの比較



## 海外事業合計では、需要一巡を主因に26%減収 新興国は成長継続

- ・北米の需要集中が一巡、英国も厳しさ続く
- ・インドは、コンサル・調査会社からの旺盛な調査需要を吸収し好調
- ・インドネシアは、政府系エネルギー、自動車、電機向けなど、業界の偏りなく受注
- ・フィリピン、タイ等も好調ながら寄与度は小
- ・円安効果\*1は海外合計で売上高+0.4億円

\*1 2023年6月期1Qの実績為替レートとの比較



## 3 トピックス

Cross Communication 開発・運用支援

大和コネク特証券様のアプリが「2023年度グッドデザイン賞」受賞



大和コネク特証券株式会社のスマートフォンアプリ「コネクト」

特徴

- ・わかりやすい画面遷移
- ・直感的に操作可能なユーザビリティ
- ・オリジナルフォントの開発

評価ポイント

デジタル・ネイティブ世代の投資初心者のお客様に対して、長期資産形成をサポートするために必要な証券サービスの機能をひとつのアプリに集約しながらも、親しみやすいデザイン性と直感的な操作性を実現したこと

# ドウ・ハウス 運営のWebサンプリングメディア「モラタメ」と 総合ショッピングサイト「au PAY マーケット」が協業開始



## 「お試しモニター by モラタメ」の特徴

### サンプリングコスト0円でエントリー可能

「au PAY マーケット」内、「お試しモニター by モラタメ」では、モラタメの「タメせる」の仕組みを活用したサンプリングサービスを展開。モラタメの「タメせる」は、商品代の半額程度の送料（お試し費用）を、ユーザー自身が負担することで、商品をお届けするサービス。メーカーは「費用を払ってもこの商品を試したい」と思う意欲的なユーザーへ、配送コストを抑えてサンプリングが可能。

### 一気通貫なサポートにより、効果を最大限発揮

「お試しモニター by モラタメ」では、商品の認知・理解・トライアル・購入までを一気通貫でサポート。ユーザーの動きを追いながら、トライアルから購入までの効果を最大限発揮。

### 商品体験後はショップページに誘導し、購入につなげる

「お試しモニター by モラタメ」内で商品体験した後は、「au PAY マーケット」内のショップページに誘導し、購入促進を行う。ユーザーのクーポン利用の状況を追跡することで、どの程度購買に寄与したかを把握することが可能。

## 4 2024年6月期 業績予想及び配当計画

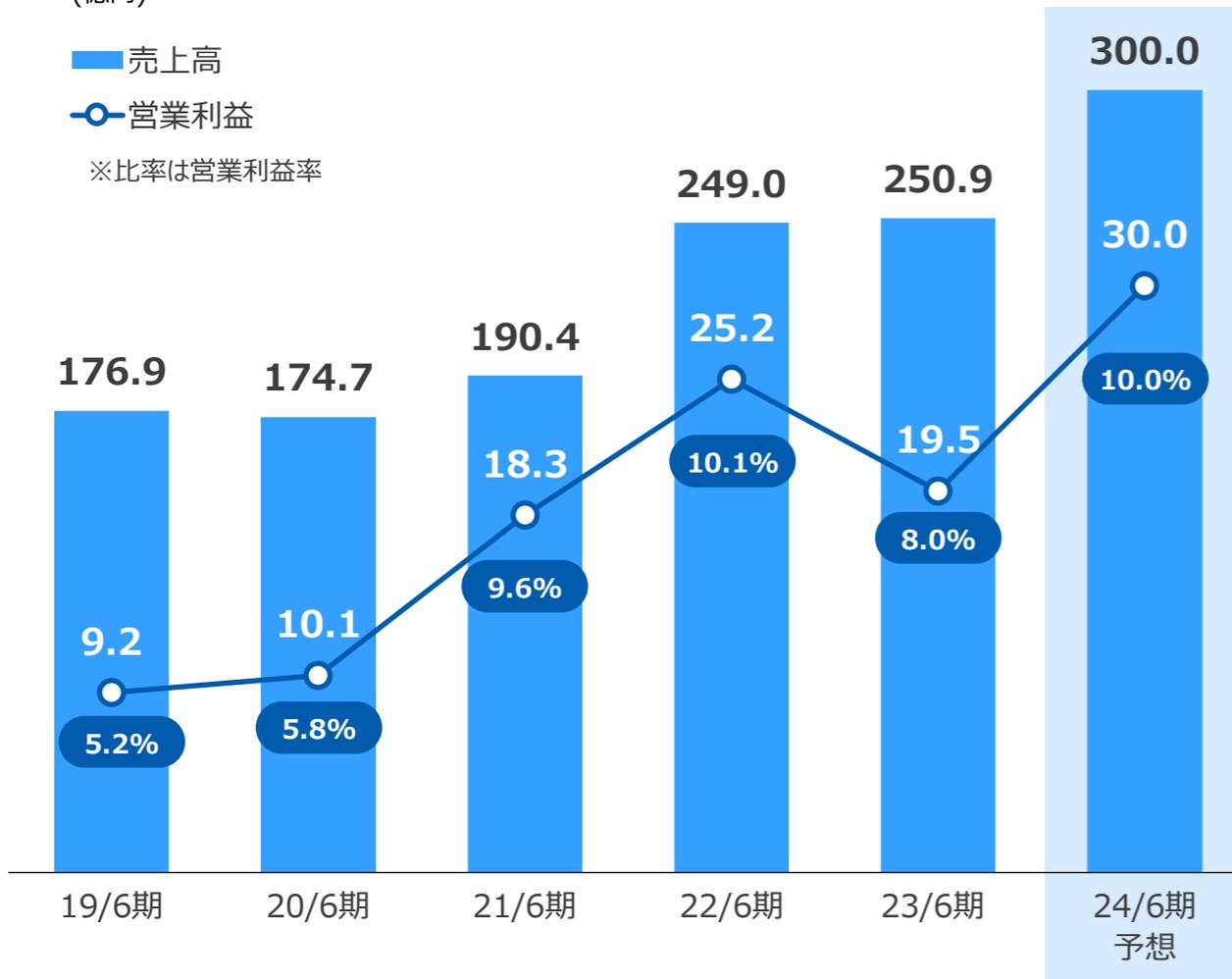
中期経営計画・最終年度の業績目標に変更無し  
 売上高300億円(20%増)・営業利益30億円(54%増)を目指す

(億円)

■ 売上高

○ 営業利益

※比率は営業利益率



(億円)	23/6期 実績	24/6期 予想	YoY
売上高	250.9	300.0	+20%
デジタルマーケティング	90.4	120.0	+33%
データマーケティング	97.5	110.0	+13%
インサイト	63.0	70.0	+11%
営業利益	19.5	30.0	+54%
経常利益	18.8	29.0	+54%
親会社株主に帰属する当期純利益	10.0	18.0	+79%
EPS	51.0	90.1	+77%
一株当たり配当 (円)	12.0	13.0	+1.0

## 商戦期での収益拡大本格化に向けた取り組み 事業再編シナジー、受注単価回復、販管費は抑制

### デジタル マーケティング

- ・ 事業再編を通じたシナジー効果を狙う
- ・ 2Q・3Q商戦期での収益拡大本格化に向けて受注活動活発化
- ・ メディア・プロモーションの単価回復に注力。足もとは順調な軌道

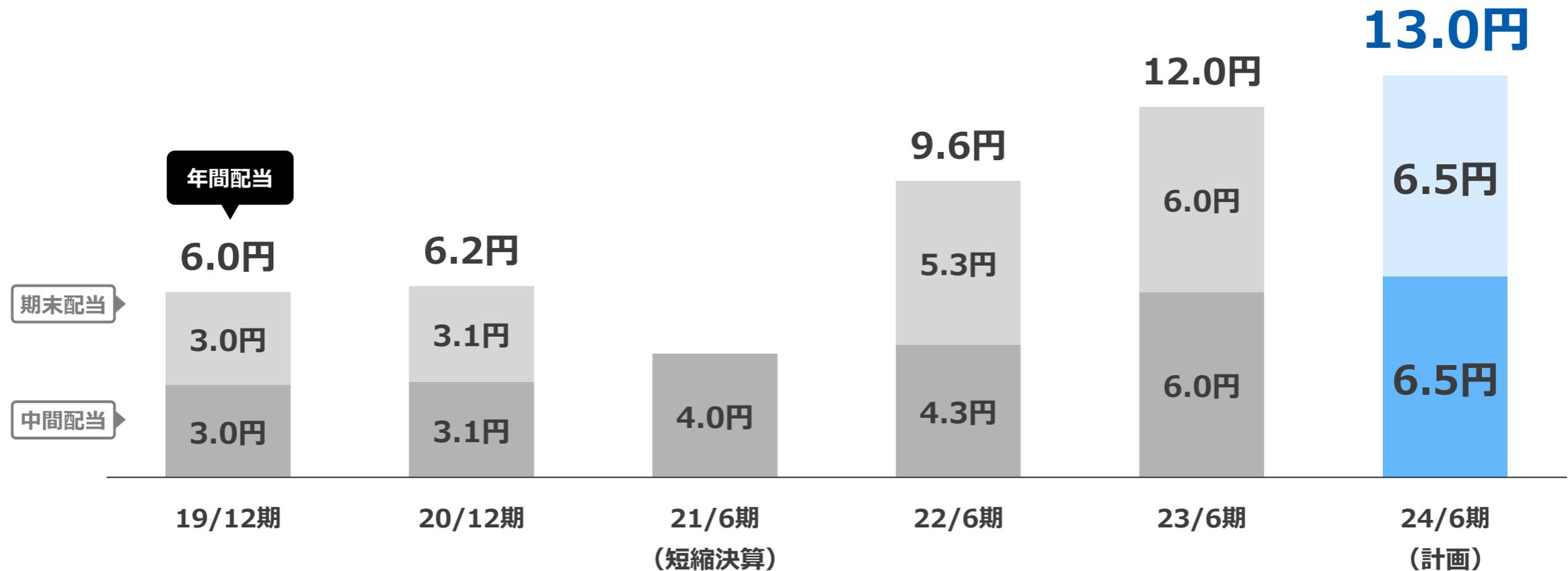
### データ マーケティング

- ・ 国内：顧客業種ごとに強弱も、堅実な成長を見込む
- ・ 海外：北米は需要一巡で減収見込み。インドの高成長が持続

### インサイト

- ・ 国内：オフライン回復基調の継続、日系企業向けグローバル案件拡大へ
- ・ 海外：英国は引き続き保守的な前提。インドネシアの高成長が持続

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配  
 24/6期通期では13.0円(上期6.5円、下期6.5円)を計画



## 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](http://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 1Q	24/6期 1Q	前期比 増減率
売上高	61.0	56.3	-8%
売上総利益	25.9	20.2	-22%
(売上総利益率)	(42.4%)	(35.9%)	(-6.5pt)
販売費 及び 一般管理費	20.8	20.4	-2%
(売上高販管費比率)	(34.0%)	(36.2%)	(+2.2pt)
営業利益	5.1	-0.2	-
(営業利益率)	(8.4%)	(-)	(-)
経常利益	5.4	-0.6	-
特別損益	-0.0	-0.0	-
法人税等	1.9	0.8	-60%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3.3	-1.4	-

- 1 売上高が減少**  
 主に、データマーケティング事業及びインサイト事業が伸び悩み
- 2 売上総利益率が低下**  
 比較的粗利率の低い事業の売上高構成比が上昇
- 3 販管費は前期並みに抑制**

(億円)	2023年6月末	2023年9月末	増減
<b>流動資産</b>	<b>112.9</b>	<b>104.2</b>	<b>-8.7</b>
現金及び預金	64.8	52.6	-12.2
受取手形及び売掛金	31.4	33.7	+2.3
その他	16.8	17.9	+1.0
<b>固定資産</b>	<b>30.2</b>	<b>30.0</b>	<b>-0.2</b>
のれん	6.2	5.8	-0.5
その他	23.9	24.3	+0.3
<b>総資産</b>	<b>143.1</b>	<b>134.2</b>	<b>-8.9</b>
<b>流動負債</b>	<b>51.5</b>	<b>47.2</b>	<b>-4.2</b>
買掛金	9.8	11.7	+1.9
短期借入金※	13.4	13.9	+0.5
その他	28.2	21.6	-6.6
<b>固定負債</b>	<b>30.7</b>	<b>28.6</b>	<b>-2.2</b>
長期借入金	27.6	25.4	-2.2
その他	3.1	3.2	+0.1
<b>純資産</b>	<b>60.9</b>	<b>58.4</b>	<b>-2.5</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>42.0%</b>	<b>42.9%</b>	<b>+0.9pt</b>

**1 現預金は50億円強**

前期末比で減少も、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 のれん残高は減少**

連結子会社ののれんの償却が進展

**自己資本比率は42.9%**

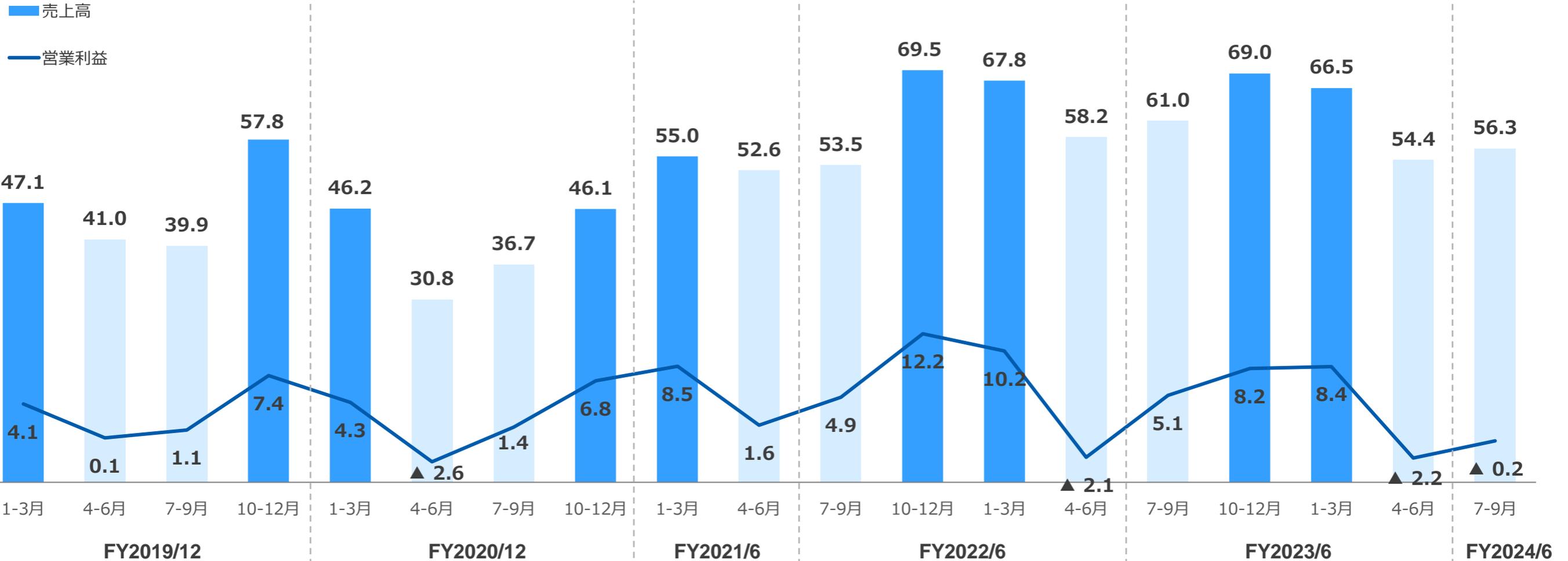
前期末比で小幅上昇、健全な水準を確保

※一年以内返済の長期借入金含む

## 四半期の収益に季節性あり

10～12月、1～3月が商戦期、4～6月、7～9月は閑散期

(億円)



カテゴリ	マテリアリティ	具体的取り組み ※数値はすべて2023年6月期実績									
環境 Environment  	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・TCFD提言への賛同を表明し、TCFDコンソーシアムへ参画</li> <li>・CO2排出量 (t-Co2)                             <table border="0"> <tr> <td>Scope1</td> <td>0</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Scope2</td> <td>305</td> <td>(オフィス電気使用量に伴う排出量)</td> </tr> <tr> <td>Scope3</td> <td>47</td> <td>(クラウドサービス使用に伴う排出量)</td> </tr> </table> </li> </ul>	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)
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)									
社会 Social   	人的資本の充実  多様性、公平性、包摂性(DE&I)の向上  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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人事評価制度の刷新</li> <li>・管理職を対象とした全20回の研修を実施</li> <li>・入社者における女性比率 54.7%</li> <li>・男性の育休取得率 61.5%</li> <li>・<a href="#">「モラタメSDGsプロジェクト」</a>で、SDGs達成を支援する団体を支援</li> </ul>									
ガバナンス Governance 	コーポレートガバナンス機能、内部管理体制の充実化  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  ステークホルダーへの適切な情報開示と対話の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社外取締役比率 60%</li> <li>・内部通報制度の整備</li> <li>・コンプライアンス教育の実施</li> <li>・投資家向け説明会開催数 8回</li> </ul>									
ビジネス Business   	経済的成長とサステナビリティ活動の両立	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サステナビリティ関連調査売上                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– 国内：6,979万円</li> <li>– 海外：6,645万円</li> </ul> </li> <li>・<a href="#">ドゥハウスおよびREECH、地域活性化イベント受託</a></li> </ul>									

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

Cross Marketing Group Inc.  
<https://www.cm-group.co.jp>