



株式会社クロス・マーケティンググループ

2025年6月期 上期決算・会社説明資料

2025年2月

CONTENTS

- 1 2025年6月期 上期決算概要
- 2 トピックス
- 3 2025年6月期業績予想及び配当計画
- 4 グループ概要・事業内容
- 5 参考データ

1 2025年6月期 上期決算概要

Summary

1

- **上期累計 売上高147.5億円(18%増)、営業利益13.5億円(45%増)。**
概ね計画通りの上期業績
- **業績好調継続と新規連結効果により、上期売上高が過去最高を更新**

Summary

2

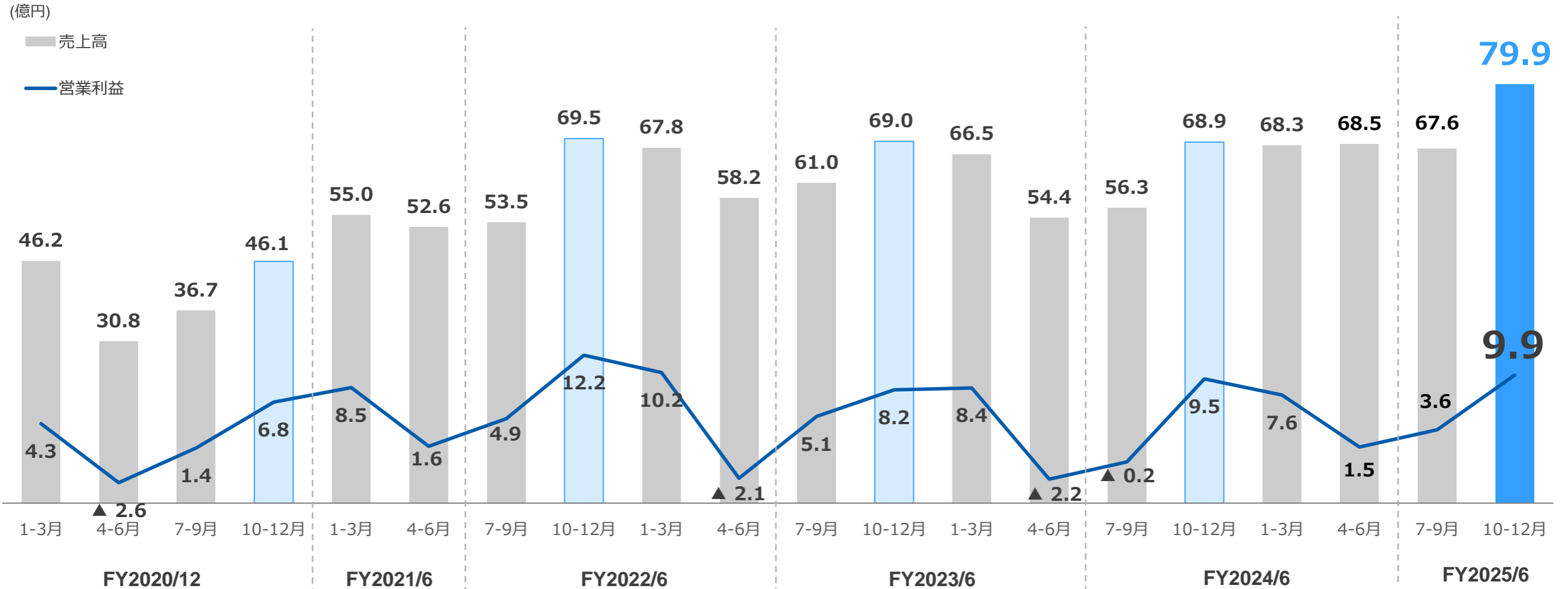
- **デジタルマーケティング事業**：既存事業堅調と新規連結効果により増収増益
- **リサーチ2事業(データマーケティング、インサイト)**：国内はオンラインリサーチ好調、海外は米英回復が寄与

Summary

3

- **25/6期 通期業績計画に変更なし**
- **売上高300億円、営業利益30億円を目指す**

25/6期2Q：10-12月期として過去最高の売上高を更新 季節性はあるものの、収益基盤が着実に拡大

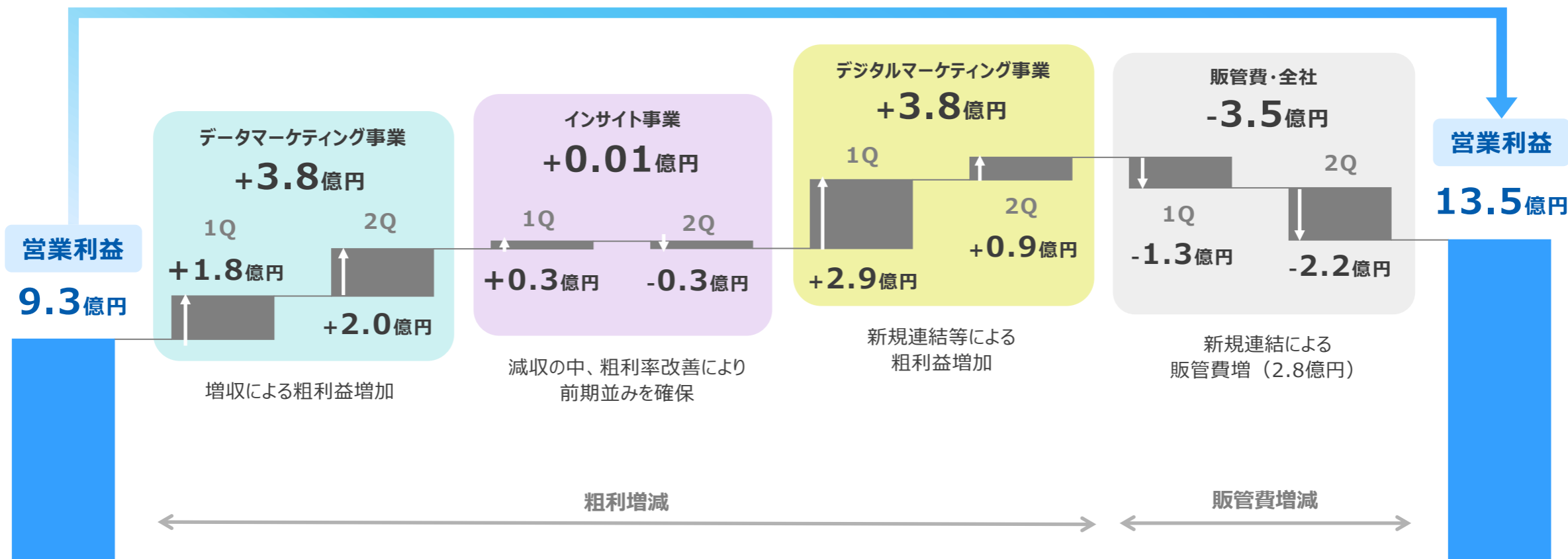


デジタルマーケティング、データマーケティングが増収・増益をけん引
増収と販管費の効率化により、営業利益は大幅増

	25/6期						
	(億円)	1Q (7-9月)	YoY 成長率	2Q (10-12月)	YoY 成長率	上期累計	YoY 成長率
売上高		67.6	+20%	79.9	+16%	147.5	+18%
デジタルマーケティング事業		30.8	+40%	32.8	+13%	63.7	+25%
データマーケティング事業		23.0	+17%	28.0	+35%	50.9	+26%
インサイト事業		13.8	-6%	19.1	+0.3%	33.0	-2%
売上総利益 (売上総利益率)		25.2 (37.3%)	+25% (+1.4pt)	31.8 (39.8%)	+9% (-2.6pt)	57.0 (38.6%)	+15% (-0.8pt)
販管費 (売上高販管費比率)		21.7 (32.1%)	+6% (-4.2pt)	21.9 (27.4%)	+11% (-1.2pt)	43.5 (29.5%)	+9% (-2.5%)
営業利益 (営業利益率)		3.6 (5.3%)	黒転 (-)	9.9 (12.4%)	+5% (-1.4pt)	13.5 (9.1%)	+45% (+1.7pt)

データマーケティングの好調、デジタルマーケティングの新規連結等による粗利益増加で
 新規連結による販管費増を吸収し、営業利益が増加

営業利益：4.2億円増



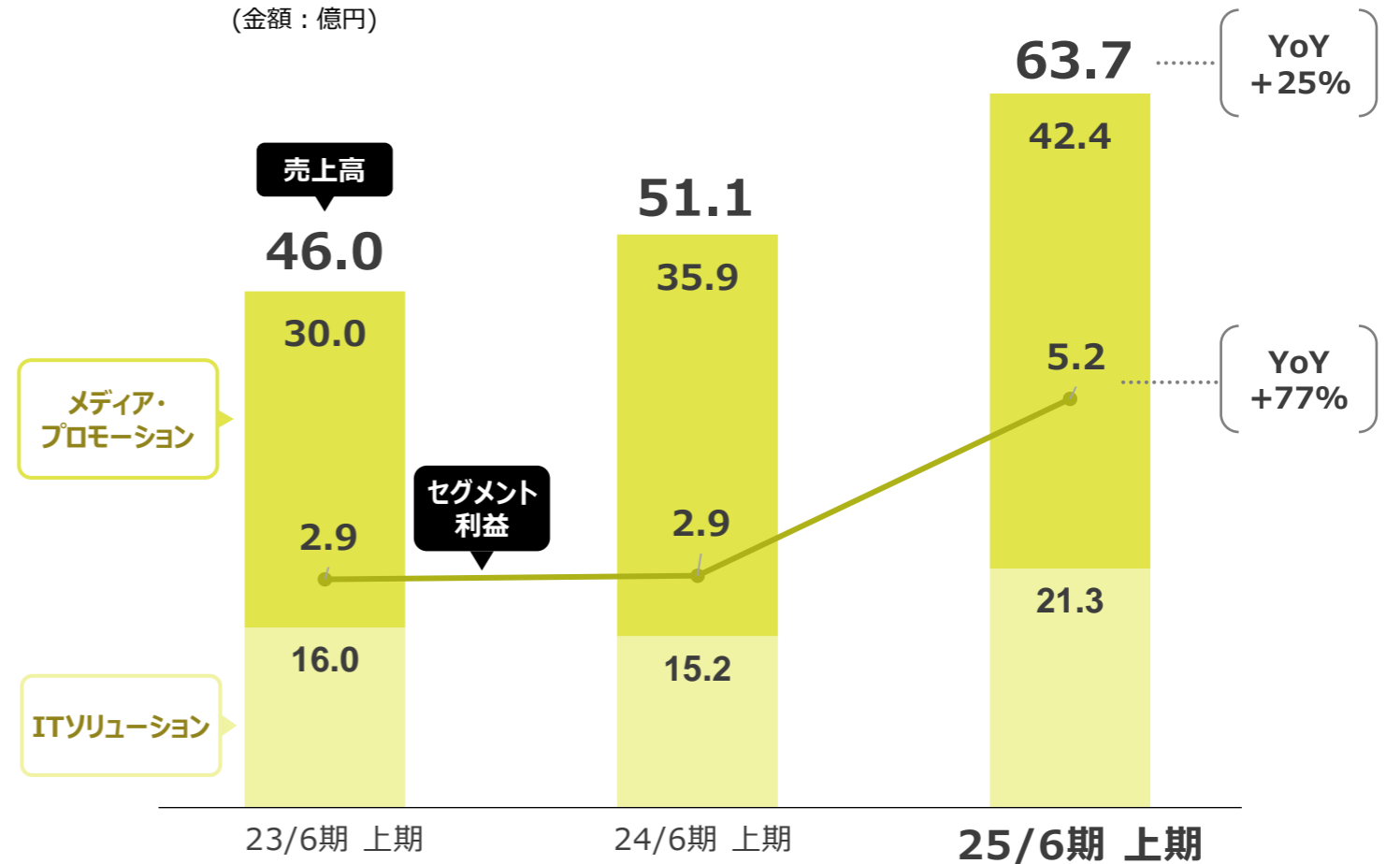
2024年6月期 上期

2025年6月期 上期

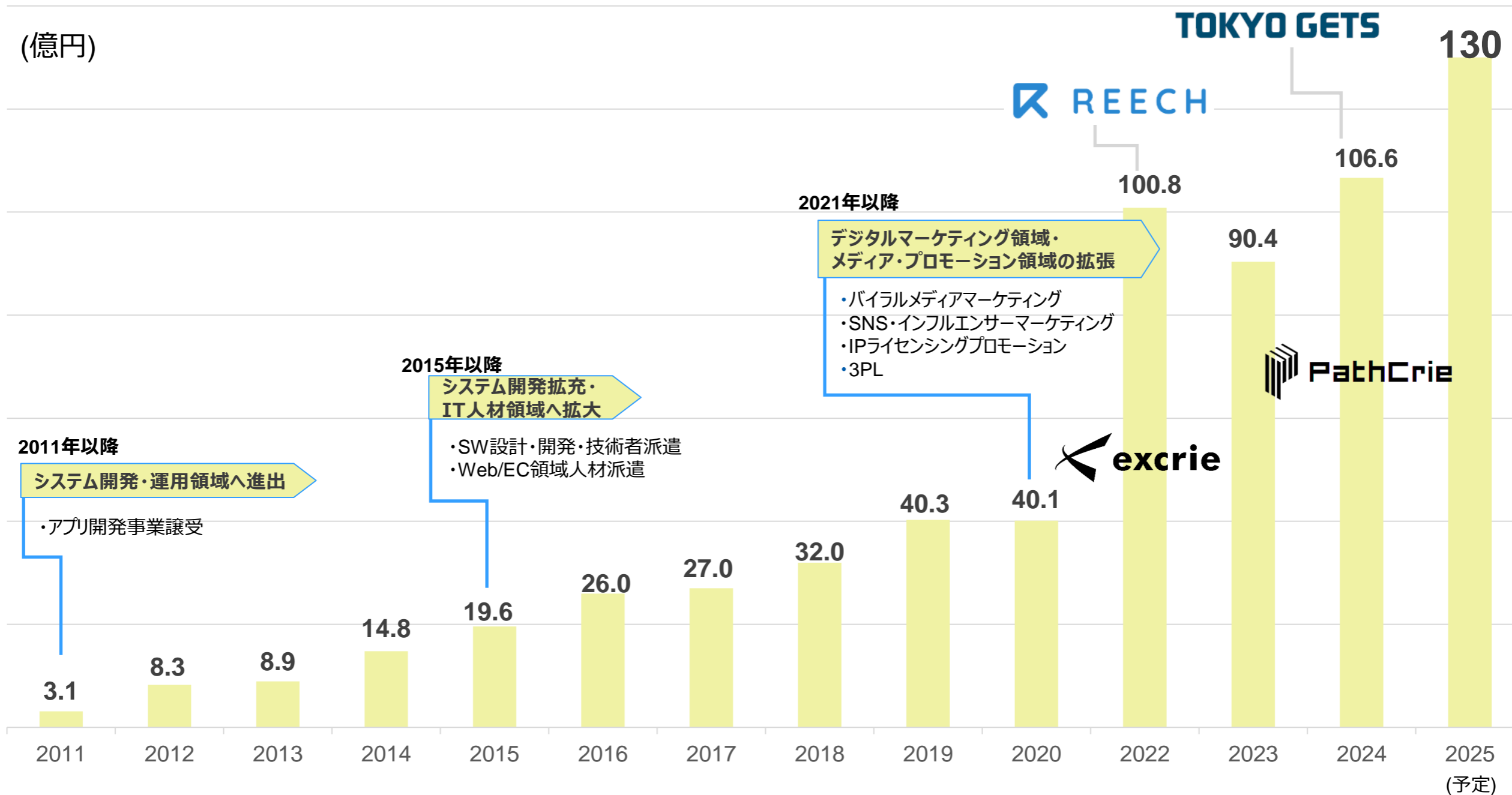
売上高25%増、セグメント利益77%増 高成長事業がけん引、新規連結効果も加わる

ハイライト

- ・メディア・プロモーション領域：18%増収。インフルエンサーマーケティングなどの高成長領域に加え、新規連結のトラフィックス*、パスクリエ*が貢献
- ・ITソリューション領域：40%増収。新規連結のCRI*が大きく貢献
- ・セグメント利益が大幅拡大：増収に伴う粗利増加で、新規連結による販管費増を吸収



* (株)トラフィックス：イベント運営、アウトソーシング、クリエイティブ制作等を行う。2024年1月連結開始
 (株)パスクリエ：主にEC領域のサードパーティロジスティクス等を行う。2024年5月連結開始
 (株)CRI（クリエイティブインスティテュート）：ディレクター・エンジニアの派遣、広告制作等を行う。2024年4月連結開始



売上高26%増、セグメント利益45%増 国内オンラインリサーチ好調継続、海外が大幅回復

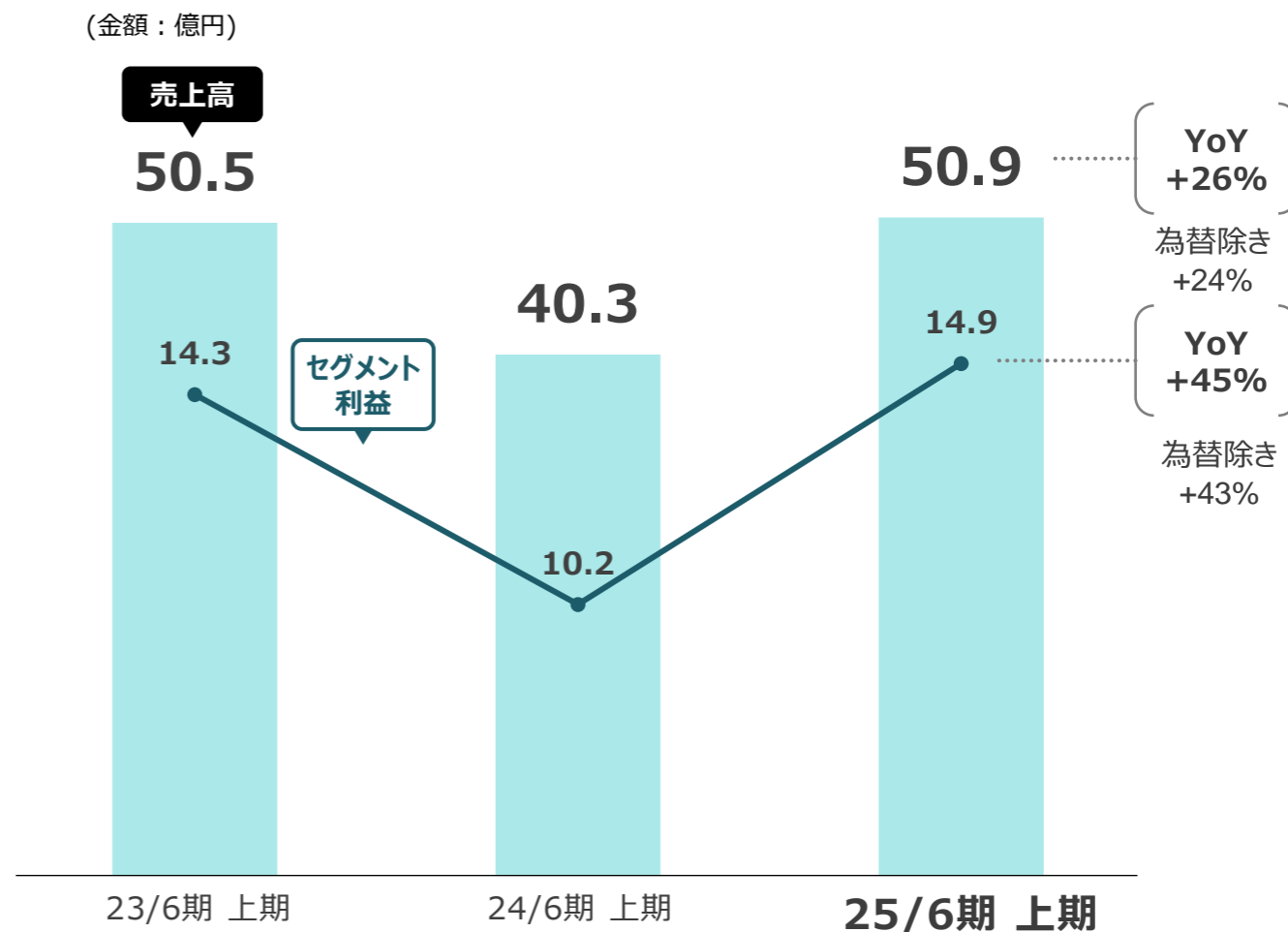
ハイライト

- ・国内はyoy+11%。オンラインリサーチが好調。業種別では通信・エンタメ・自動車・広告代理店等がけん引
- ・海外はyoy+69%。主力の北米が大幅回復
- ・増収に伴う粗利益増加によりセグメント利益はyoy+45%と伸長

為替影響

- ・為替変動^{*1}で売上+1.9億円、利益影響は軽微

*1 2024年6月期2Qの実績為替レートとの比較



売上高2%減、セグメント利益1%減 1Qの国内医療領域苦戦が主因ながら、2Q(10-12月)は復調トレンド

ハイライト

- ・ 海外は4%増収。英国が回復、食品関連が伸長
- ・ 値引き抑制等の原価改善により、粗利率は改善

ローライト

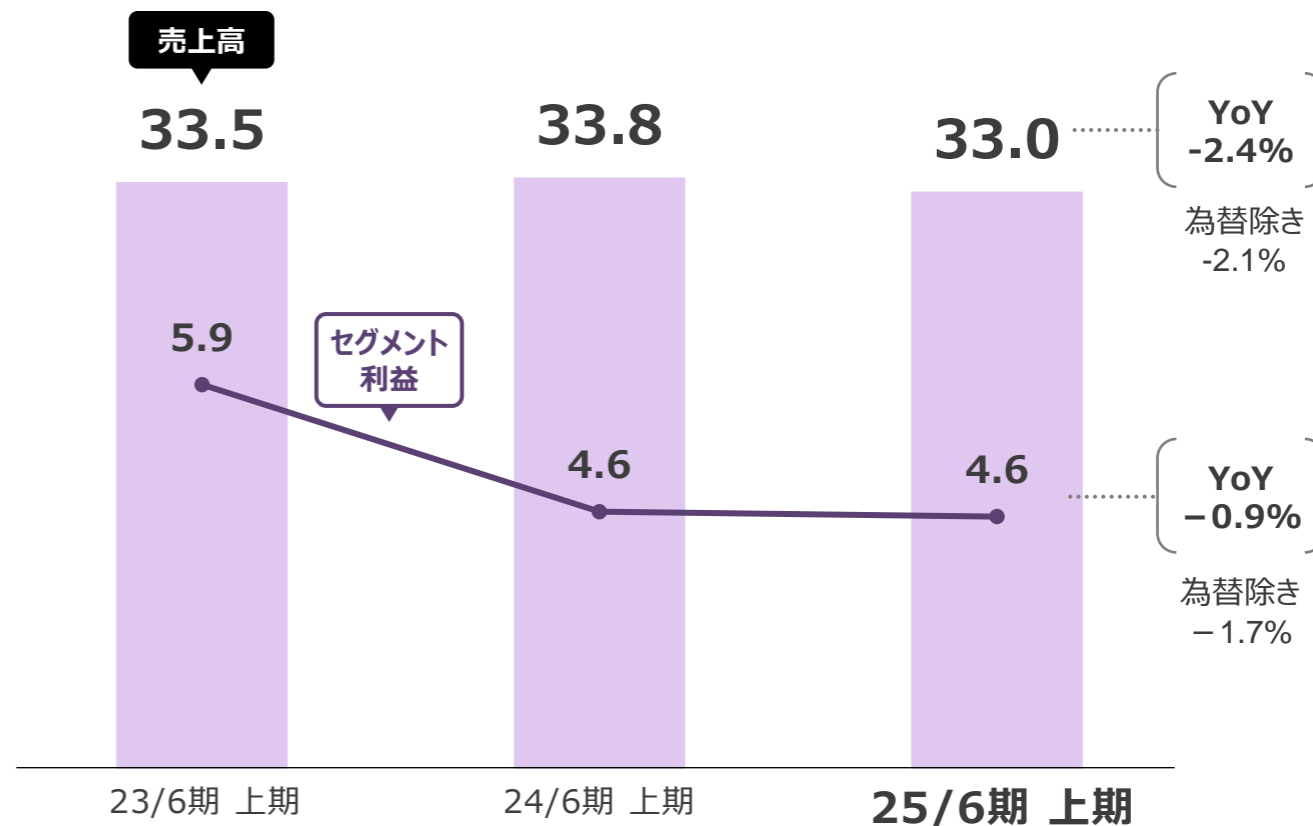
- ・ 国内が4%減収。主に1Qの医療・ヘルスケア領域のリサーチが苦戦。但し、2Qは増収に転換

為替影響

- ・ 為替変動^{*1}で売上+0.5億円、利益影響は軽微

*1 2024年6月期2Qの実績為替レートとの比較

(金額：億円)



海外事業合計で42%増収 北米・英国が大きく回復

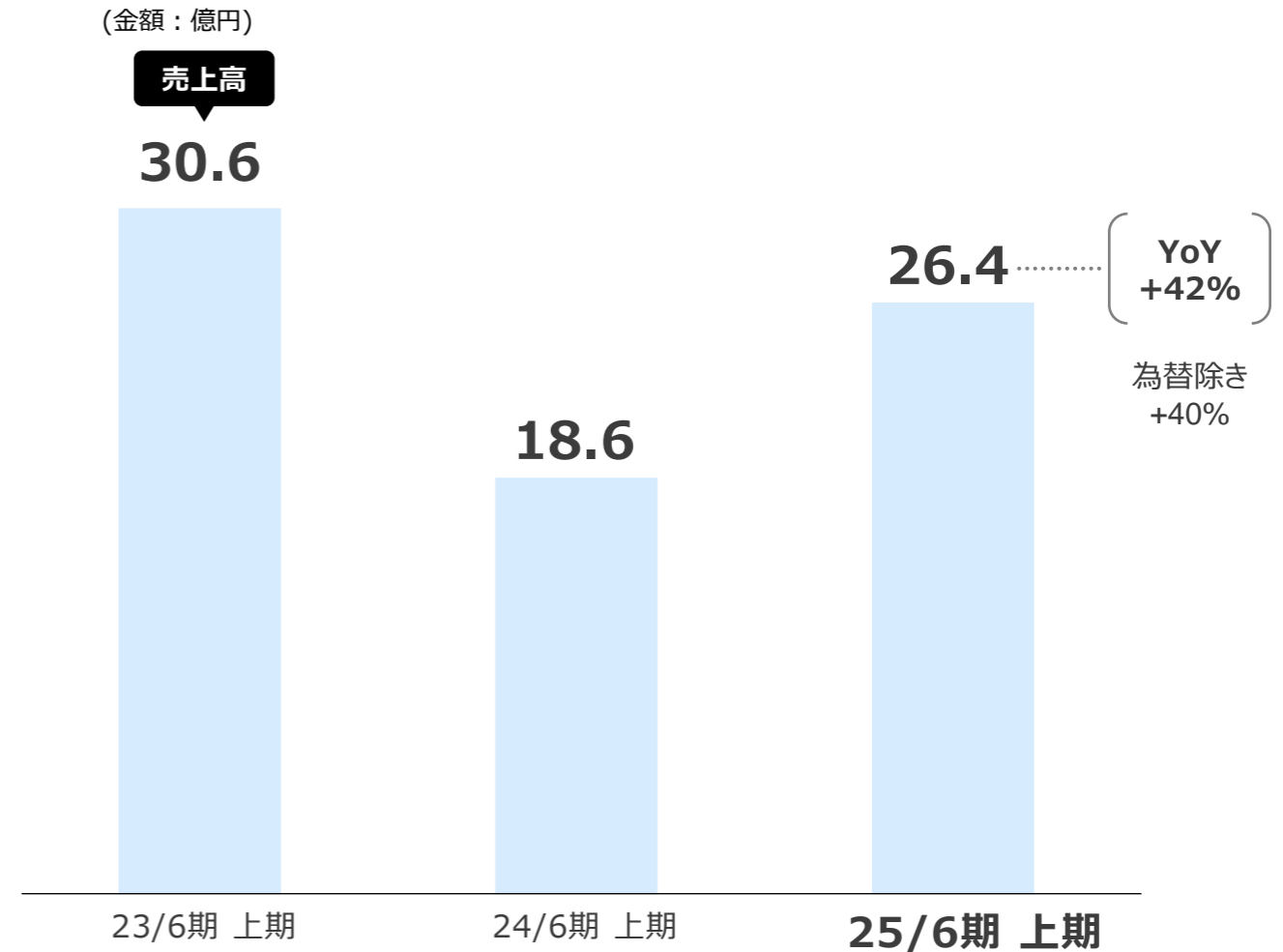
ハイライト

- ・北米、英国の回復持続。調査会社、情報通信、食品などが伸長
- ・インドも成長。飲料、調査会社などが伸長

為替影響

- ・為替影響*1は海外合計で売上高+2.4億円

*1 2024年6月期2Qの実績為替レートとの比較



2 トピックス

連結子会社クロス・マーケティングと連結子会社REECHの協業例

A社様（化粧品・トイレタリー業種）



経緯

クロス・マーケティングで市場調査を発注いただいているお客様



課題

メンズメイクがテーマのリサーチをしたいが、クロス・マーケティングのモニターのみでは条件が細かく実施が難しい



対策

インフルエンサーデータベースを持つREECHと協業することで条件に該当するモニターをリクルート

➡お客様が求める細かい条件に対応したリサーチが可能になり受注



株式会社クロス・マーケティング

マーケティングリサーチに関するサービスの提供

REECH株式会社

インフルエンサーマーケティング事業



マーケティングリサーチとインフルエンサーマーケティング支援を掛け合わせることで、よりきめ細かなリサーチニーズに対応することが可能に！

連結子会社クロス・マーケティングと連結子会社クロス・プロップワークスの協業例

B社様（情報通信業）



クロス・プロップワークスでセールス代行支援を行っているお客様より課題の相談を受ける



自社ツールの販売をもう一段加速したい
そのための課題がどこにあるか分からない



事業再構築に向けて、リサーチで市場の声を集める

➡リサーチ + 実施後の事業再構築支援を一貫してできることがリサーチ競合他社との差別化につながり受注



株式会社クロス・マーケティング

マーケティングリサーチに関するサービスの提供

株式会社クロス・プロップワークス

各種データの入力・加工・集計や
チェック、システム品質検証、
サイト運用等のBPO事業



マーケティングリサーチとセールス支援を掛け合わせることで、商品の企画・開発から販売まで一貫したサポートが可能に！

連結子会社エクスクリエと北海道伊達市が「地域活性化起業人」による業務協定を締結

概要

連結子会社エクスクリエが北海道伊達市へ地域活性化起業人を派遣する業務協定

任期：2025年1月14日から1年間 *最大3年間の延長あり

配属先：企画財政部企画課企画調整係

業務内容：ふるさと納税業務を通じた地域独自の魅力及び価値向上



地域活性化企業人とは

地域活性化起業人とは、総務省が推進する企業人材派遣制度で、地方公共団体が三大都市圏に所在する民間企業等の社員を一定期間受け入れる制度です。

地方自治体が取組む地域課題に対し、社員の専門的なノウハウや知見を活かしながら即戦力人材として業務に従事することで、地域活性化を図る取り組みとなります。



自己株式取得を実施。3.7億円、発行済み株式数の3%を取得し終了

目的

株主還元策の一環として、また機動的な資本政策の遂行やインセンティブプランの多様化を可能にすることを目的として、自己株式の取得を行う。

取得総数

567,900株（上限700,000株）

* 発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 3.0%

取得総額

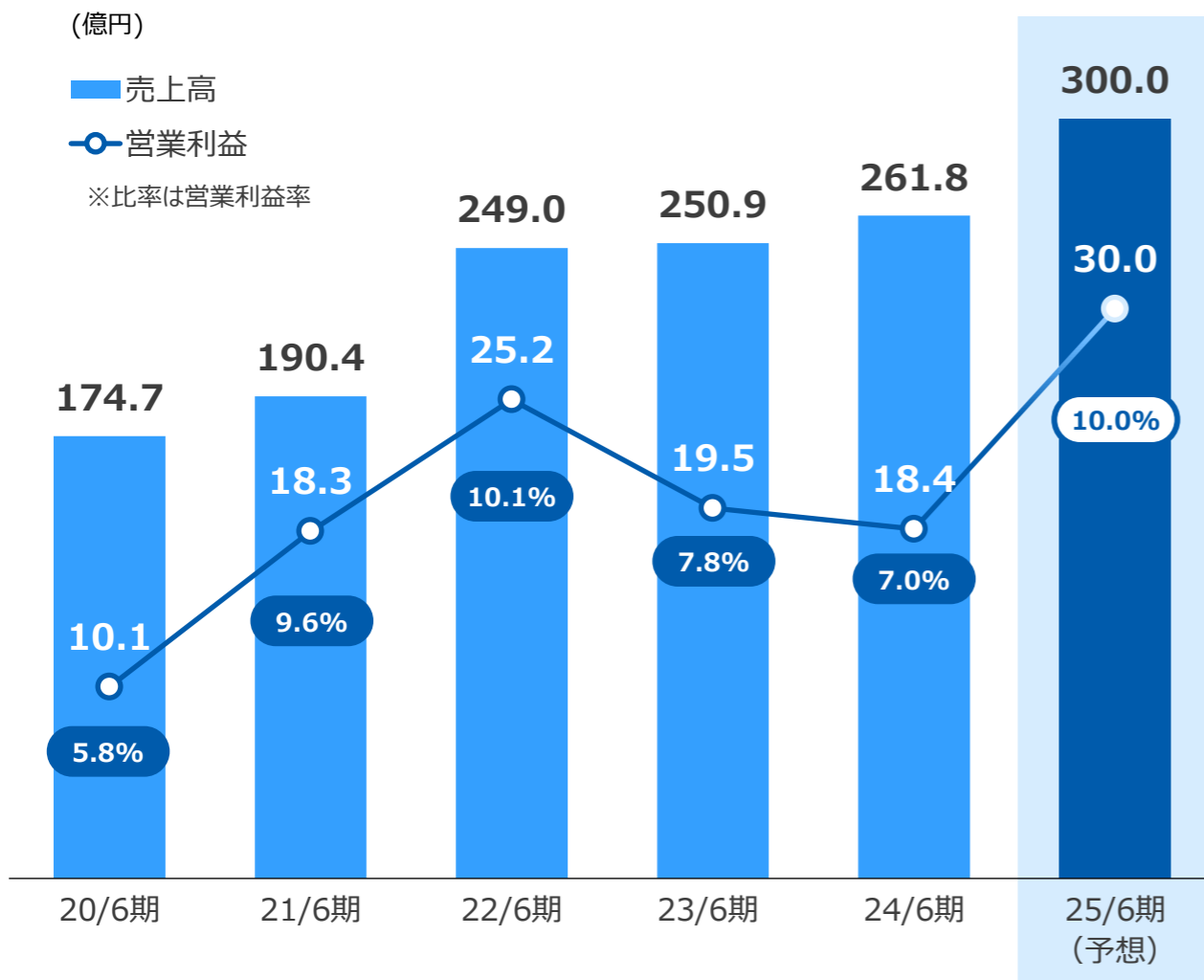
372,310,800円（上限400,000,000円）

取得期間

2024年8月13日～2025年2月12日

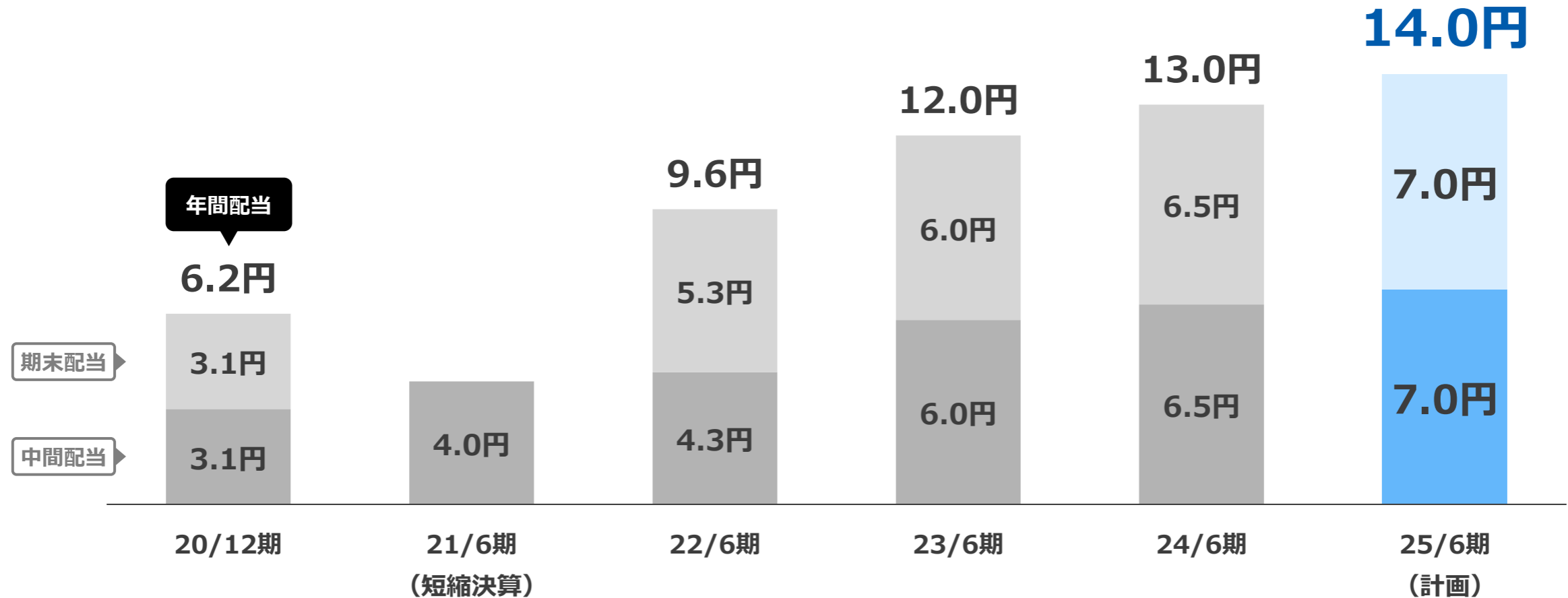
3 2025年6月期 業績予想及び配当計画

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(15%増)・営業利益30億円(63%増)を目指す



(億円)	24/6期 実績	25/6期 予想	YoY
売上高	261.8	300.0	+15%
デジタル マーケティング	106.6	130.0	+22%
データ マーケティング	88.1	100.0	+14%
インサイト	67.1	70.0	+4%
営業利益	18.4	30.0	+63%
経常利益	19.1	29.0	+52%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11.9	18.0	+51%
EPS	62.1	93.6	+51%
一株当たり配当 (円)	13.0	14.0	+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
 25/6期通期では**14.0円**（中間7.0円、期末7.0円）



4 グループ概要・事業内容

社名	株式会社クロス・マーケティンググループ	証券コード：3675 東証プライム市場
代表者	五十嵐 幹	
創業	2003年4月1日	
主要財務指標 (2024年6月期)	売上高 261.8億円 営業利益 18.4億円 ROE 18.2% 総資産 166.3億円 自己資本 70.8億円 資本金 6.5億円	
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	
関連会社数 (2024年12月末現在)	連結子会社 30社、持分法適用関連会社 1社	
従業員数 (連結、2024年12月末現在)	1,683名(内、臨時従業員188名)	



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.**

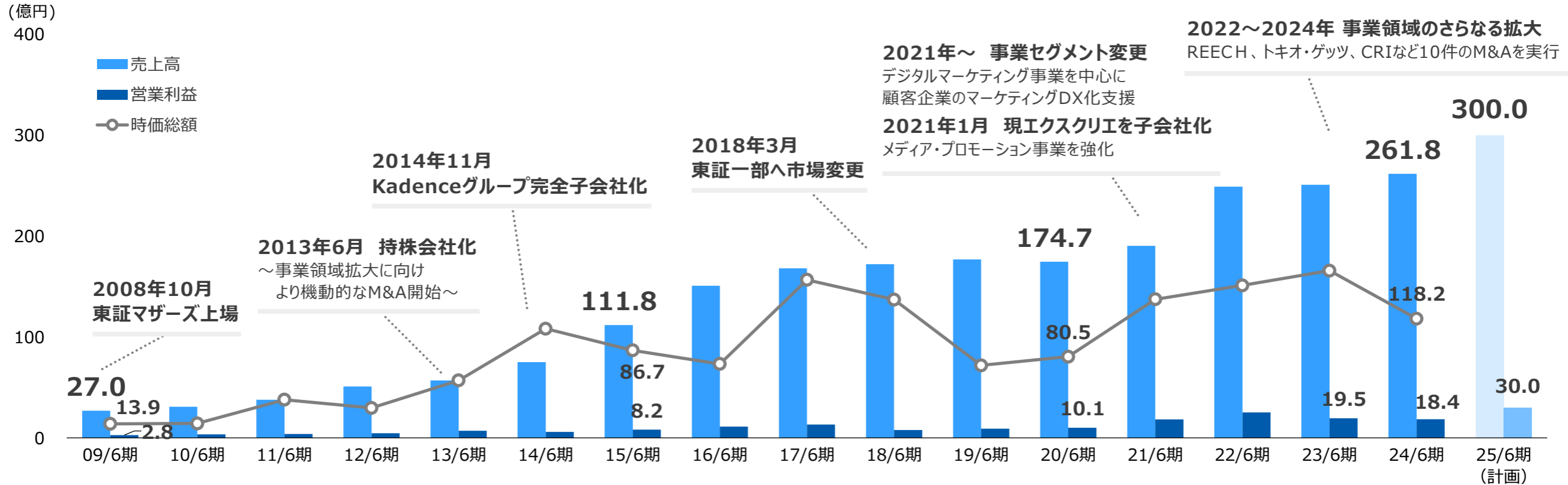
未来を
つくる。

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23件37社*のM&Aを実行



マーケティングソリューション(現エクスクリエ取得)

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、現オルタナエクス取得)

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)

*2024年6月末時点



Cross Marketing Group

デジタルマーケティング事業

24/6期売上高 106.6億円
売上構成比 40.7%

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



データマーケティング事業

88.1億円
33.7%

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



インサイト事業

67.1億円
25.6%

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

1,389万人*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



*2024年12月末時点

データアナリティクス
技術・
約**300**名の
アナリスト組織



250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

1,389万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



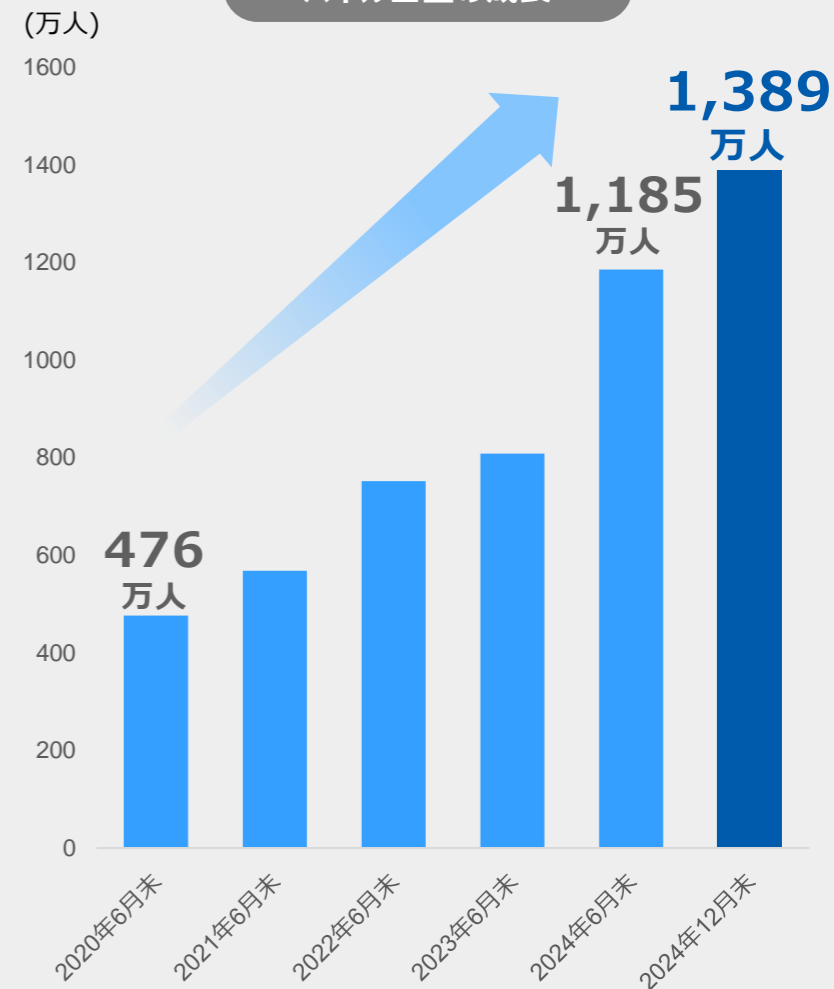
約30社と提携

リサーチパネル

Loyalty Marketing, Inc.

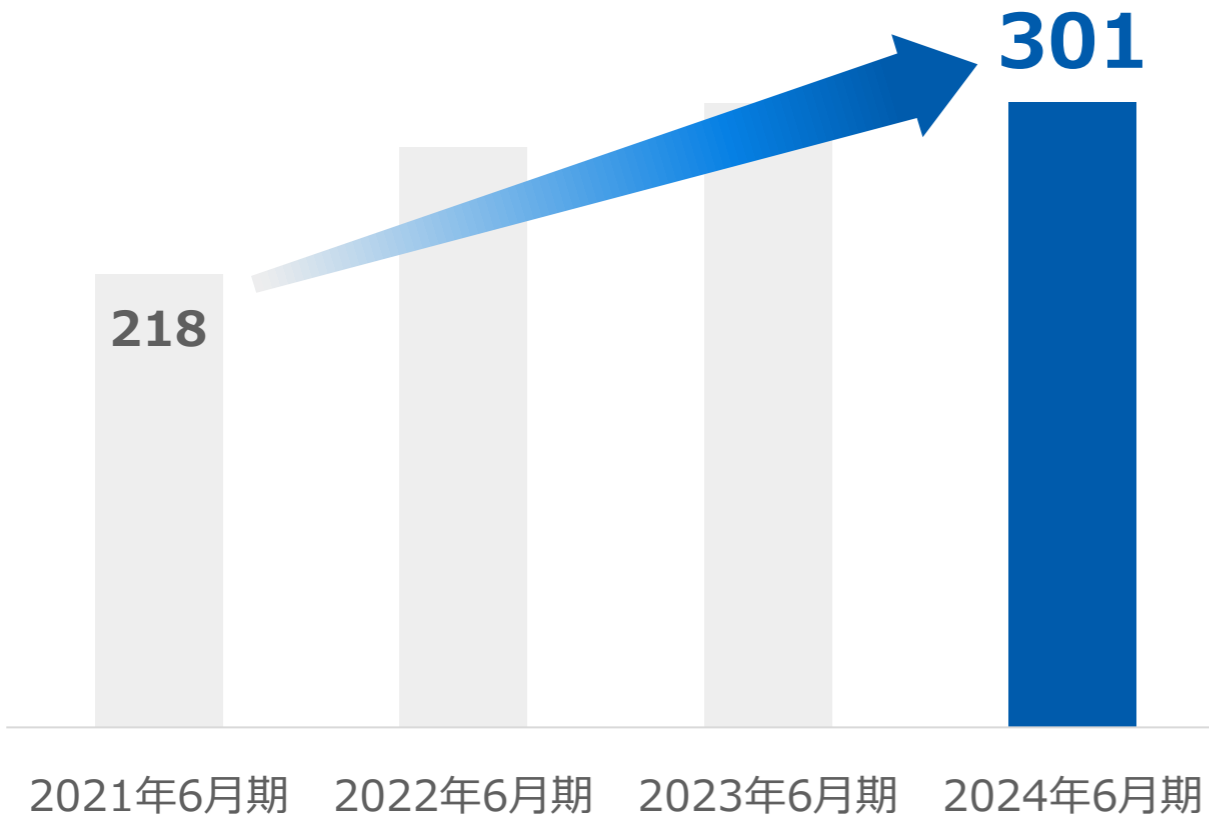
dジョブ

パネル基盤の成長

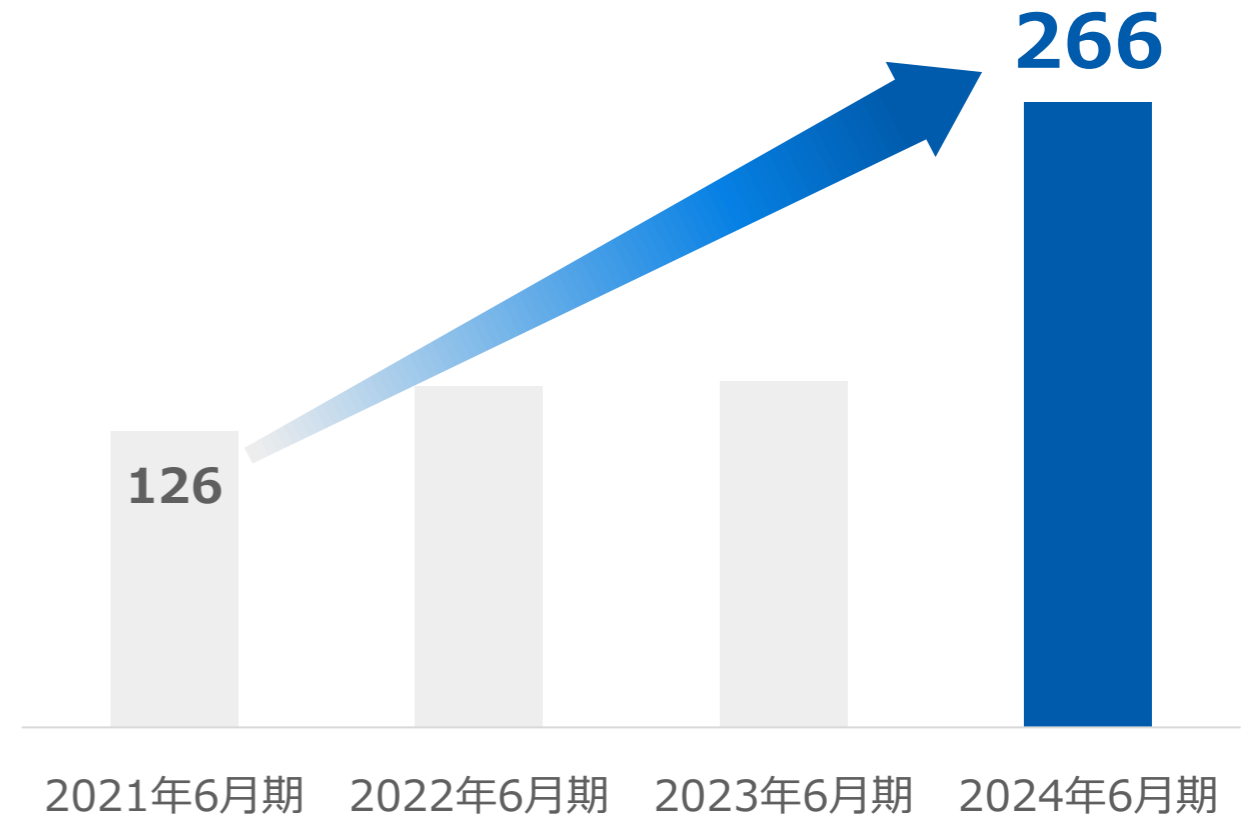


人的基盤拡充：アナリスト・エンジニア数は着実に拡大
M&A・社内育成により、多様化するお客様ニーズへの対応力を強化

アナリスト数推移

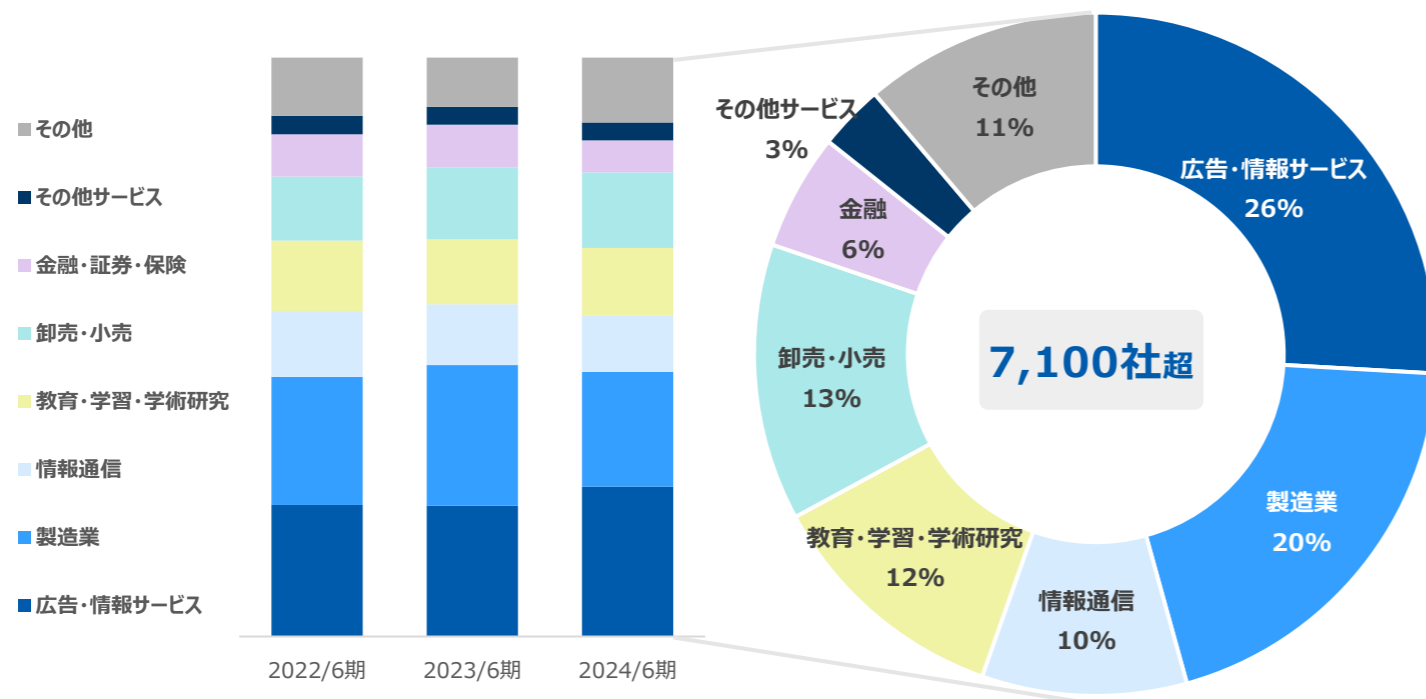


エンジニア数推移



年間7,100社超（前期比で約500社増）、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



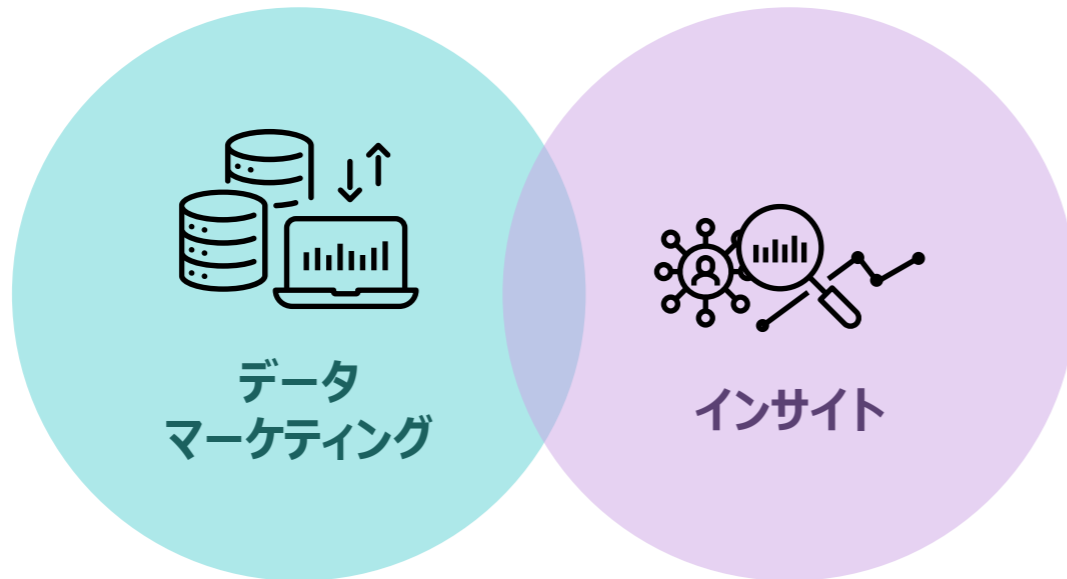
主要顧客の概要、売上構成比（2024/6期）

	主要顧客の所属業種	売上高 (百万円)	総売上高 構成比
1位	その他サービス業	402	1.5%
2位	通信業	347	1.3%
3位	製造（FMCG*）業	284	1.3%
4位	情報サービス業	275	1.0%
5位	情報サービス業	233	0.9%
	・		
	・		
	上位10社合計	2,693	10.3%
	・		
	上位100社合計	9,016	34.4%
	・		
	上位300社合計	13,043	49.8%

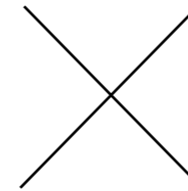
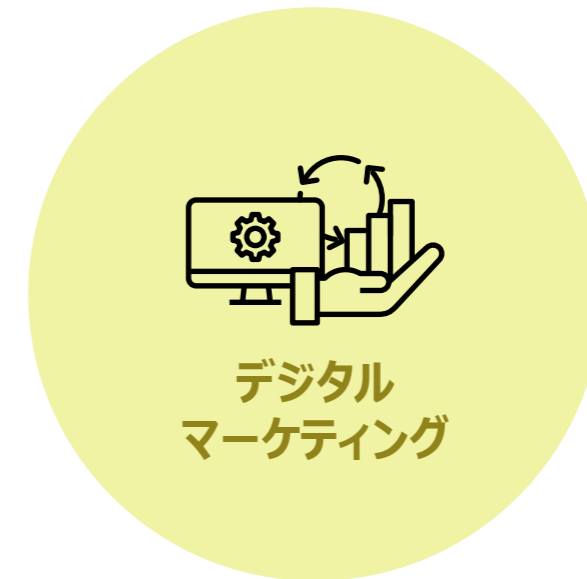
*FMCG：Fast Moving Consumer Goodsの略で飲料、食品、化粧品など比較的短期間で消費される製品（日用消費財）のこと

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

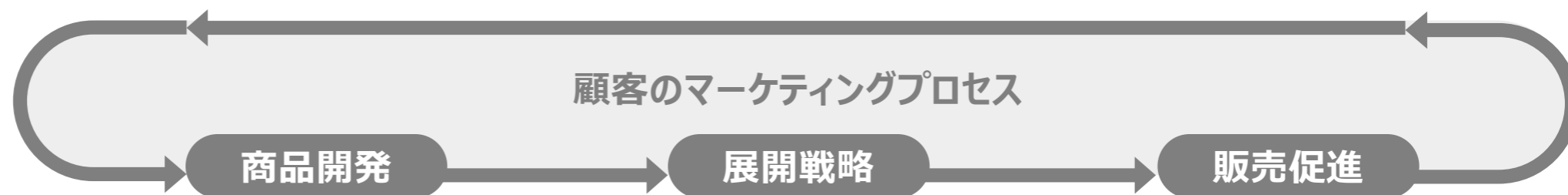


マーケティング実行支援



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



データマーケティング事業
 生活者のデータを効率的に収集



インサイト事業
 生活者インサイト*の分析・理解



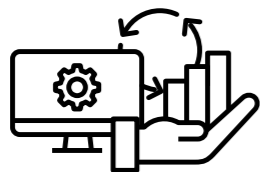
デジタルマーケティング事業
 お客様のマーケティング戦略の実行を支援



※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
ーメディア・プロモーションー

販促支援メディアの運営
インターネット広告サービス展開



お客様のマーケティング施策の
プランニングから実行・測定まで
トータルサポート

データ × テクノロジー × インターネット
セールスプロモーションサービスを提供



販促支援メディア

インターネット広告



ソーシャルメディア・マーケティング



IPコラボレーション

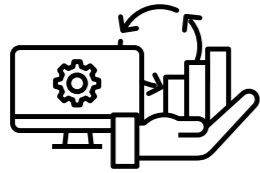


1,374万人の提携パネルネットワーク



デジタルマーケティング事業
—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



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

主力事業



モバイル/スマートフォン向け
Webサイト、システムの企画・
開発・運用



スマホ証券アプリ開発
大和コネク特証券株式会社様

バンキングアプリ開発
ソニー銀行株式会社様



エンジニア・マーケター・クリエイターの
採用支援エージェンシー



ディレクター・エンジニアの派遣事業
ブランディングプランニング
セールスプロモーション
広告制作事業

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 **1,389**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

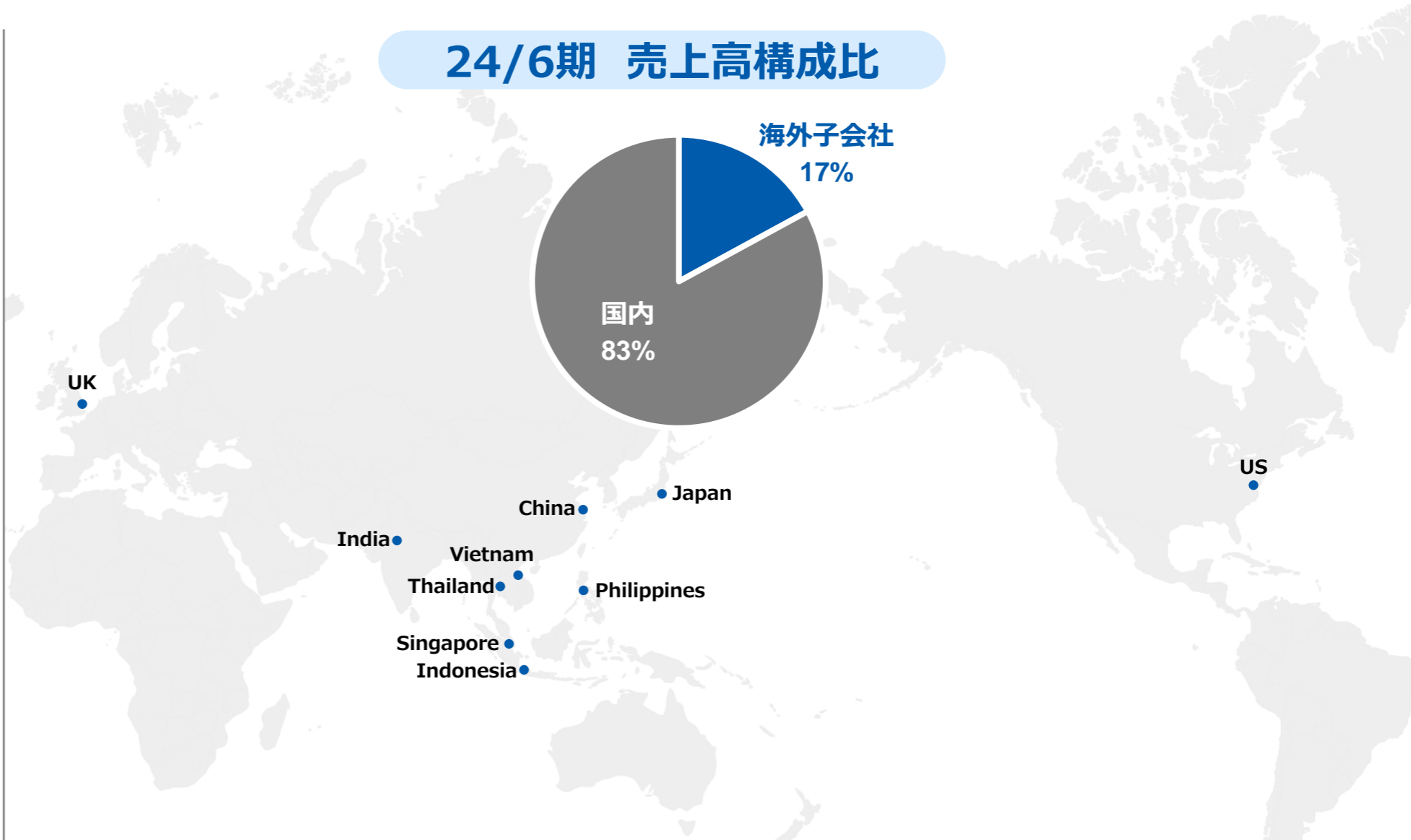
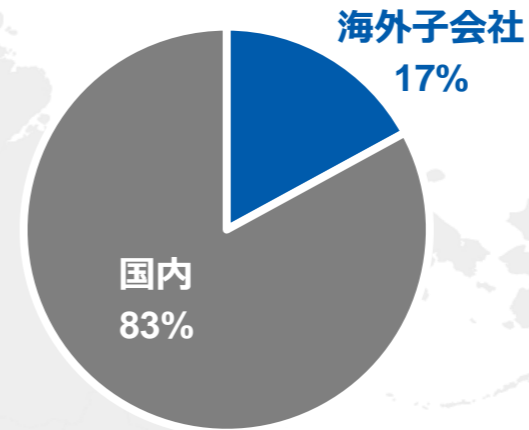


生活者インサイトの
分析・理解



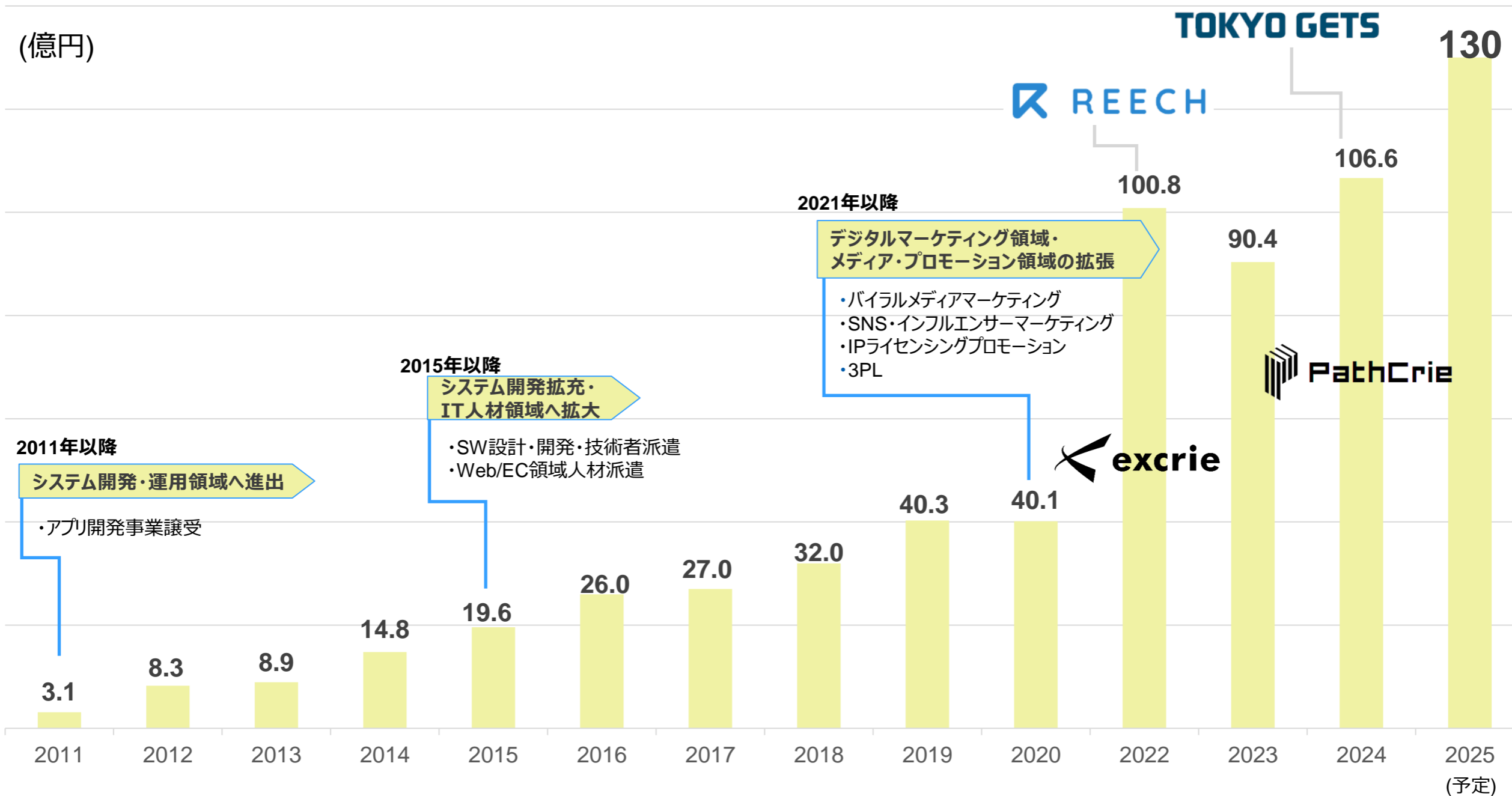
ノウハウを保有する
グループ企業と
世界10ヶ国の拠点を
軸にサービスを展開

24/6期 売上高構成比



5 成長領域紹介・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。



株式会社REECH

インフルエンサーと企業をつなぐデータベースツールを提供

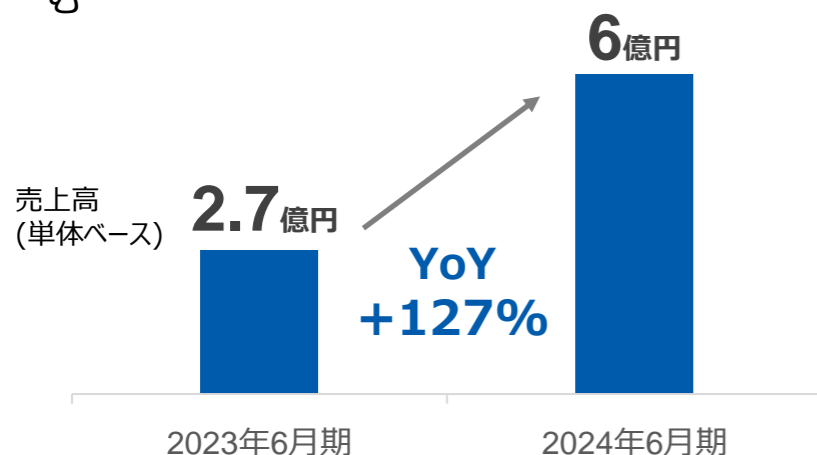


事業内容

- ① SNS上のデータを取得し構築した**独自データベース「REECH Data Base」**を活用したマーケティング支援
- ② **インフルエンサー**を活用したプロモーション支援

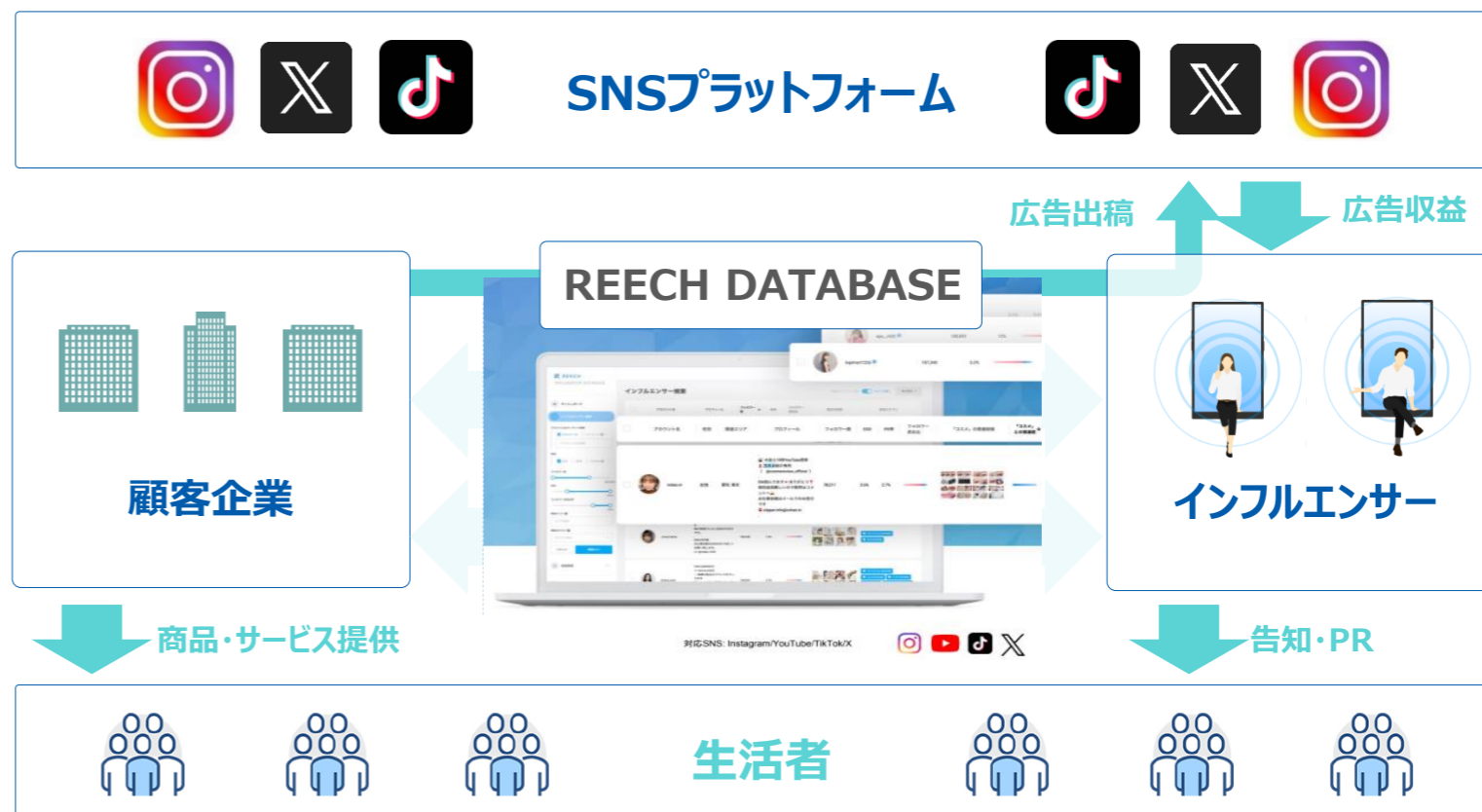
■ 2022年3月株式取得、22年4月より損益連結開始

■ SNSプラットフォーム広告出稿や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



事業①：データベースマーケティング

- ✓ Instagram/YouTube/TikTok/XからSNS上のデータを取得し構築した独自データベース「REECH Data Base」に、**膨大な**投稿データを蓄積
- ✓ このデータから、実績と傾向を導き、SNS施策の話題性と拡散力を強化するご提案が可能



事業②：インフルエンサープロモーション支援

40万アカウント/投稿2.5億件
以上のインフルエンサーデータを活用

内製化支援
インフルエンサーマーケティングの内製化、効率化、自動化を推進し、コスト削減に

フォロワー数≠影響度
属性や過去投稿、エンゲージメント詳細を踏まえ
結果の出るインフルエンサーを提案

年間200本以上のPR実績
多数のPR実績に基づくキャスティング、ディレクション
技術を提供可能

活用シーン・事例



アレンジレシピ訴求

- パスタソースの新たな食べ方を提案したい

食・料理に関連するTik Tokerを起用
SNSで**大きく話題**になり
480万回再生を突破した投稿も



キャンペーン告知

- 商品認知を拡大したい
- 同時に行うキャンペーンの告知を行いたい

子供向け・親子向けのYouTuberを起用
商品認知拡大と併せて
キャンペーン誘導を実施



新商品認知拡大

- 新作商品の認知拡大をしたい
- キービジュアルにインフルエンサーを起用したい

キービジュアル**撮影・制作**から
インフルエンサー**投稿**まで実施
キービジュアルは店頭販促物などに活用

株式会社トキオ・ゲッツ

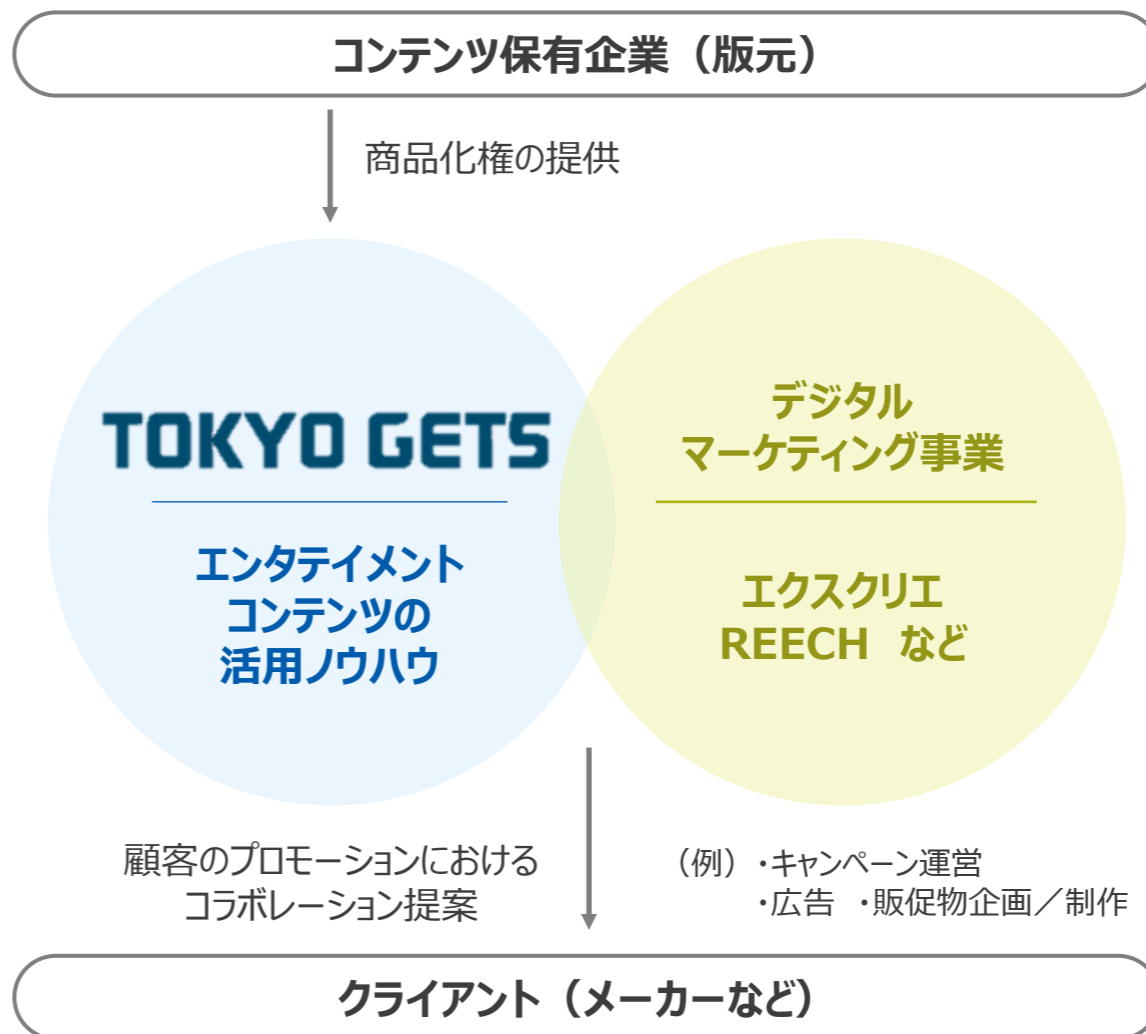
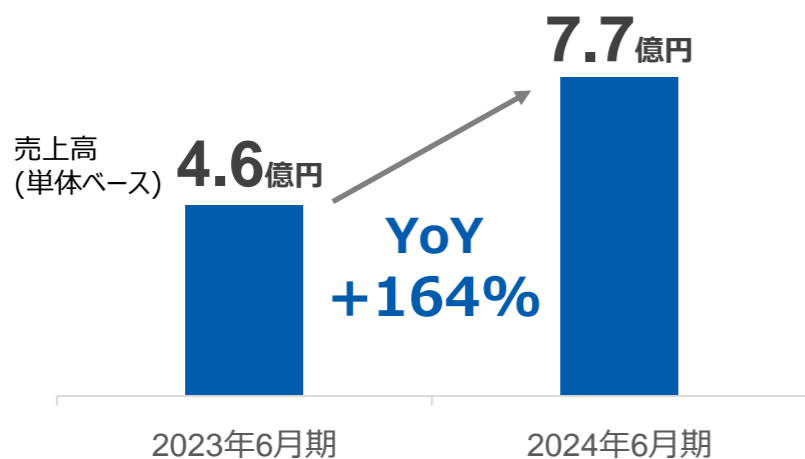
エンタテインメントコンテンツを活用した企業プロモーション、イベント・商品化を支援

TOKYO GETS

事業内容

IPプロモーション支援事業

- 2023年5月株式取得、23年7月より連結取り込み開始
- エンタテインメントコンテンツを施策へ活用。企画提案から著作権元との交渉まで、ワンストップでご支援



TOKYO GETS

特徴・強み

- ✓ 生活者の注目度が高く商材との親和性が高いIPコンテンツとプロモーション企画のタイアップを実現
- ✓ コンテンツが持つ話題性、注目度、購買力を活用し、各種施策成果をより一層向上。企画提案から著作権元との交渉まで、ワンストップでご支援が可能

1,100件を超えるタイアップ実績

話題性
コンテンツの高い認知度とファンによる話題化
導入流通にとっても魅力的

拡散性と購買力
ファンネットワークによる拡散性が高い
景品やグッズ展開は強力に購買意欲を刺激



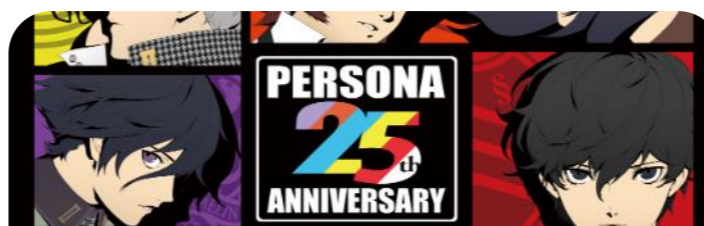
活用シーン・事例



新商品話題作り

- 新商品発売時にターゲットである30~40代男性と相性の良いコンテンツとコラボして話題を作りたい

SNSは2ヶ月で**2万ツイート**され
ファンの中で話題となった



瞬間風速的な売り上げ作り

- 商品認知率が下がってしまったため上げたい
- 店頭露出が増えるタイミングがあるので瞬間風速的な売り上げを作りたい

キャンペーン開始後すぐ**話題**となり
コラボパッケージはあまりの人気の
追加生産を実施



流通商談支援

- 知名度の低い商品のため売場確保が難しい
- 話題のコンテンツとコラボすることで流通商談を有利に進め配荷率を上げたい

大手競合を差し置き**6フェイス**獲得
配荷率UPに大きく貢献

(億円)	24/6期 上期	25/6期 上期	前年同期比 増減率
売上高	125.1	147.5	+18%
売上総利益	49.4	57.0	+15%
(売上総利益率)	(39.5%)	(38.6%)	(-0.8pt)
販売費 及び 一般管理費	40.1	43.5	+9%
(売上高販管費比率)	(32.0%)	(29.5%)	(-2.5pt)
営業利益	9.3	13.5	+45%
(営業利益率)	(7.4%)	(9.1%)	(+1.7pt)
経常利益	8.8	13.0	+48%
特別損益	0.0	-0.1	-
法人税等	3.0	5.1	+68%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5.8	7.8	+35%

- 1 **売上高が大幅増**
国内外の消費者調査、プロモーションが好調。新規連結効果も加わった
- 2 **売上総利益が増加**
増収に伴う増加
- 3 **販管費を効率化**
費用効率化により、販管費の増加は売上高の伸び以下に

(億円)	2024年6月末	2024年12月末	増減	
流動資産	127.6	130.9	+3.3	
現金及び預金	73.8	64.8	-9.0	① 現預金は64.8億円 借入金返済等により期末比で減少
受取手形及び売掛金	38.5	47.7	+9.2	
その他	15.3	18.3	+3.0	
固定資産	38.7	37.7	-1.0	
のれん	12.3	11.0	-1.3	② のれん残高は減少 連結子会社ののれんの償却が進展
その他	26.4	26.7	+0.3	
総資産	166.3	168.6	+2.3	
流動負債	58.7	61.9	+3.2	
買掛金	12.3	16.9	+4.6	
短期借入金※	16.3	15.8	-0.5	③ 未払い金や借入金が減少 未払法人税・消費税等が減少したほか、短期及び長期借入金を返済
その他	30.1	29.2	-0.9	
固定負債	36.8	32.1	-4.7	
長期借入金	33.5	28.5	-5.0	③
その他	3.3	3.7	+0.4	
純資産	70.8	74.5	+3.7	
自己資本比率	42.6%	44.2%	+1.6pt	④ 自己資本比率は44.2% 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

(億円)	24/6期 上期	25/6期 上期	増減額
営業キャッシュフロー	-2.8	3.8	+6.6
税引き前純利益	8.8	12.9	+4.1
減価償却費・のれん償却額	2.6	3.4	+0.8
売上債権の増減額	-15.2	-9.2	+6.0
法人税等の支払額	-5.9	-5.5	+0.4
その他	7.0	2.2	-4.8
投資キャッシュフロー	-2.1	-2.3	-0.2
財務キャッシュフロー	-6.5	-10.3	-3.8
短期借入金純増減額	0.2	0.6	+0.5
長期借入の純増減額	-5.0	-6.0	-1.0
その他	-1.7	-5.0	-3.3
現金同等物期末残高	53.2	64.8	+11.6

① 税引前純利益が増加

② 現預金水準の堅持
前年同期末比では、現預金同等物残高は増加

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>