

株式会社クロス・マーケティンググループ 個人投資家向け会社説明資料

2022年2月22日

| CONTENTS

1. グループ概要・事業内容
2. 2022年6月期第2四半期決算概要
3. トピックス
4. 2022年6月期業績予想について
5. 株主還元・配当金額
6. 中期経営計画 概要

1. 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
代表者	五十嵐 幹
創 業	2003年4月1日 クロス・マーケティンググループを設立し、 持株会社体制への移行は2013年6月3日
資本金	6億4,671万円
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	連結子会社 27社、持分法適用関連会社 2社
従業員数 (連結)	1,361名（内、臨時従業員250名）



代表取締役紹介

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

| 外部要職

株式会社レアジョブ

社外取締役

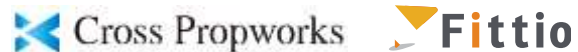
一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会

副会長



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



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



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





Mission

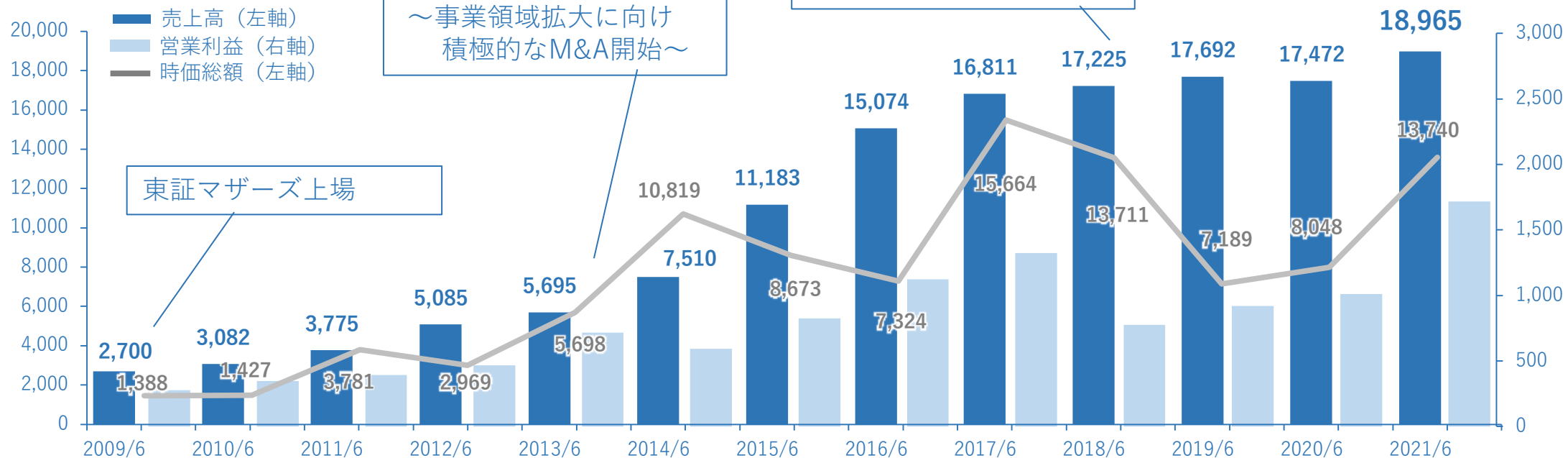
**Discover
Something
New.**

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。

子会社設立とM&Aでの 事業領域の拡大と専門領域への深化

(単位：百万円)



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）

「生活者のWHY(なぜ)の解明」を軸に、「データマーケティング事業」、「インサイト事業」、「デジタルマーケティング事業」の各サービスのDX化・デジタル化を進め、「マーケティングDXソリューション」が提供出来るグループ。2021年よりデジタルシフト、DX支援を強化し、更なる成長を目指しております。



グループ全体の強み（資産・インフラ）



**800万人超※の
パネルネットワーク**

※リサーチを含むプロモーションパネルネットワークの総数の概算



**データアナリティクス技術・
300名超のアナリスト組織**

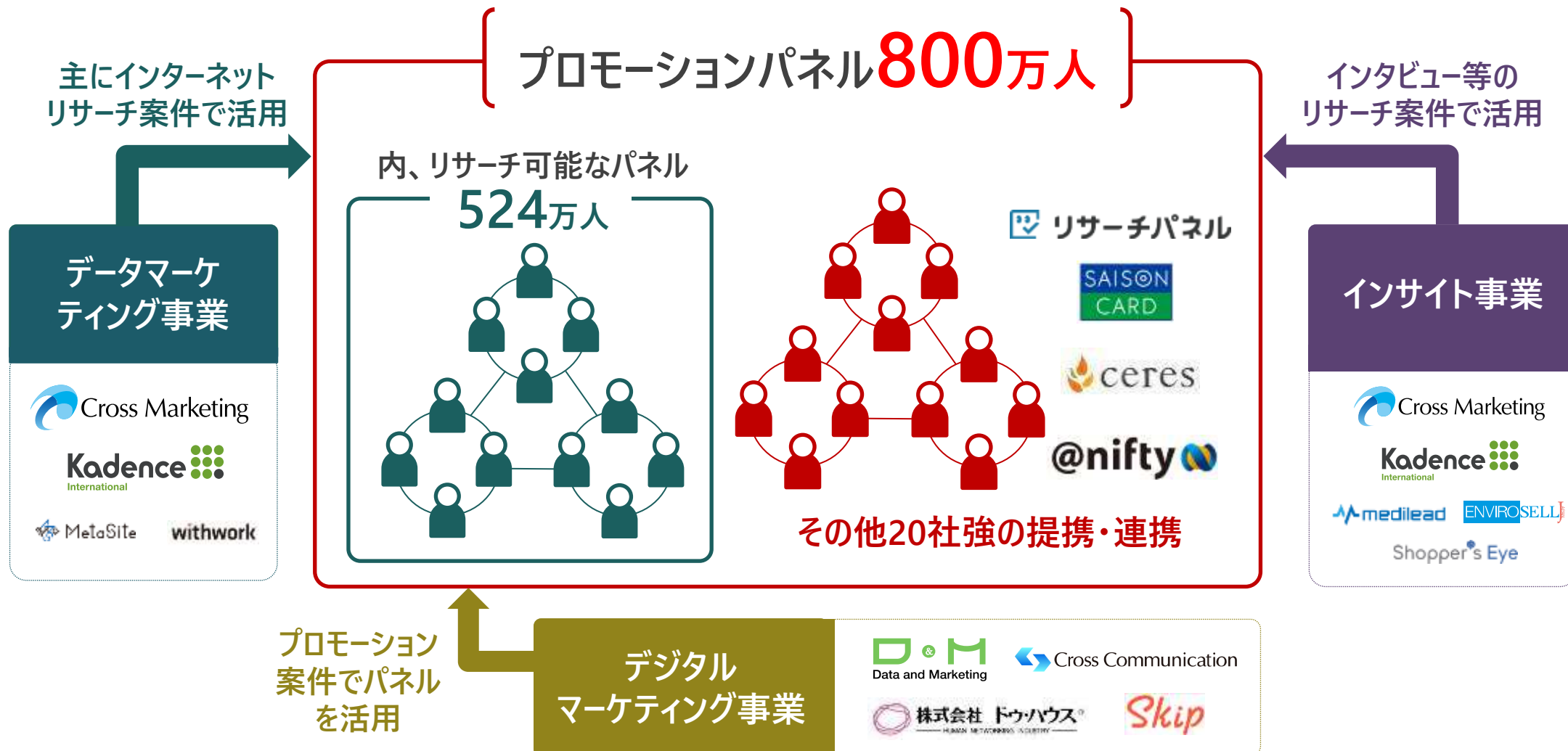


**5000社、72,000窓口
の顧客基盤**

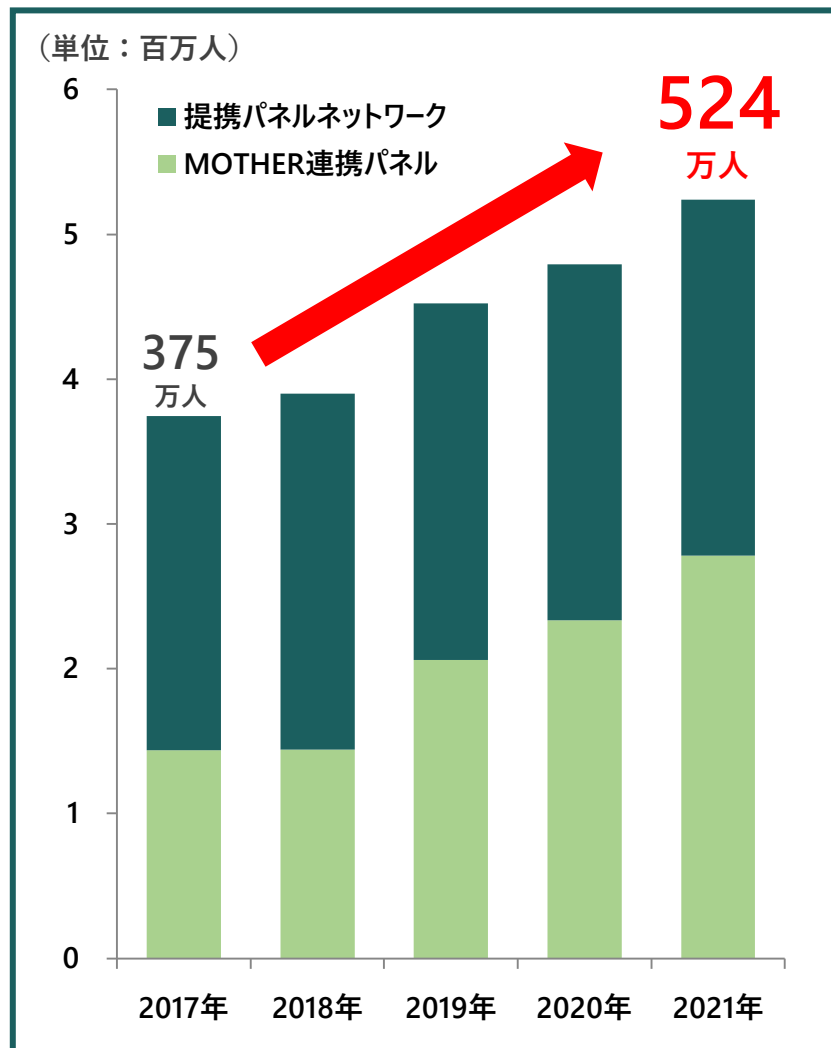


**ネットリサーチシステム・
100名超のエンジニア組織**

大規模ネットワークを、顧客ニーズに合わせた多様なサービスで活用



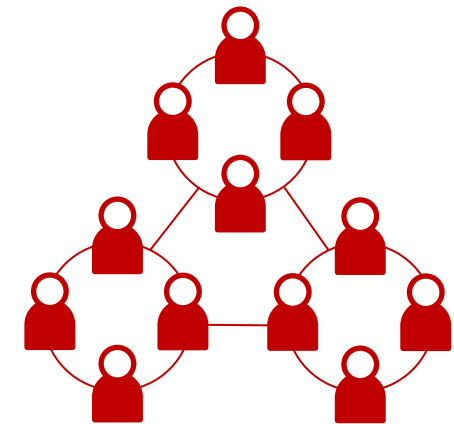
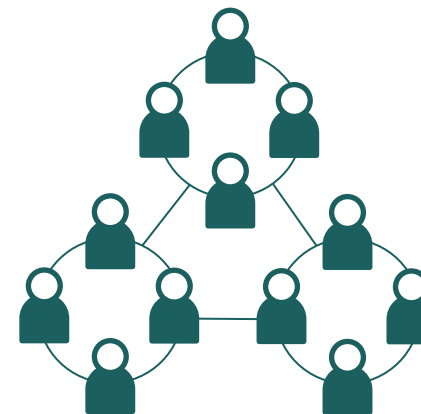
パネル基盤の成長と、プロモーションネットワークの広がり ～パネル数の継続的な増加を推進し資産としての価値を高めている～



プロモーションパネル **800万人**

内、リサーチ可能なパネル

524万人



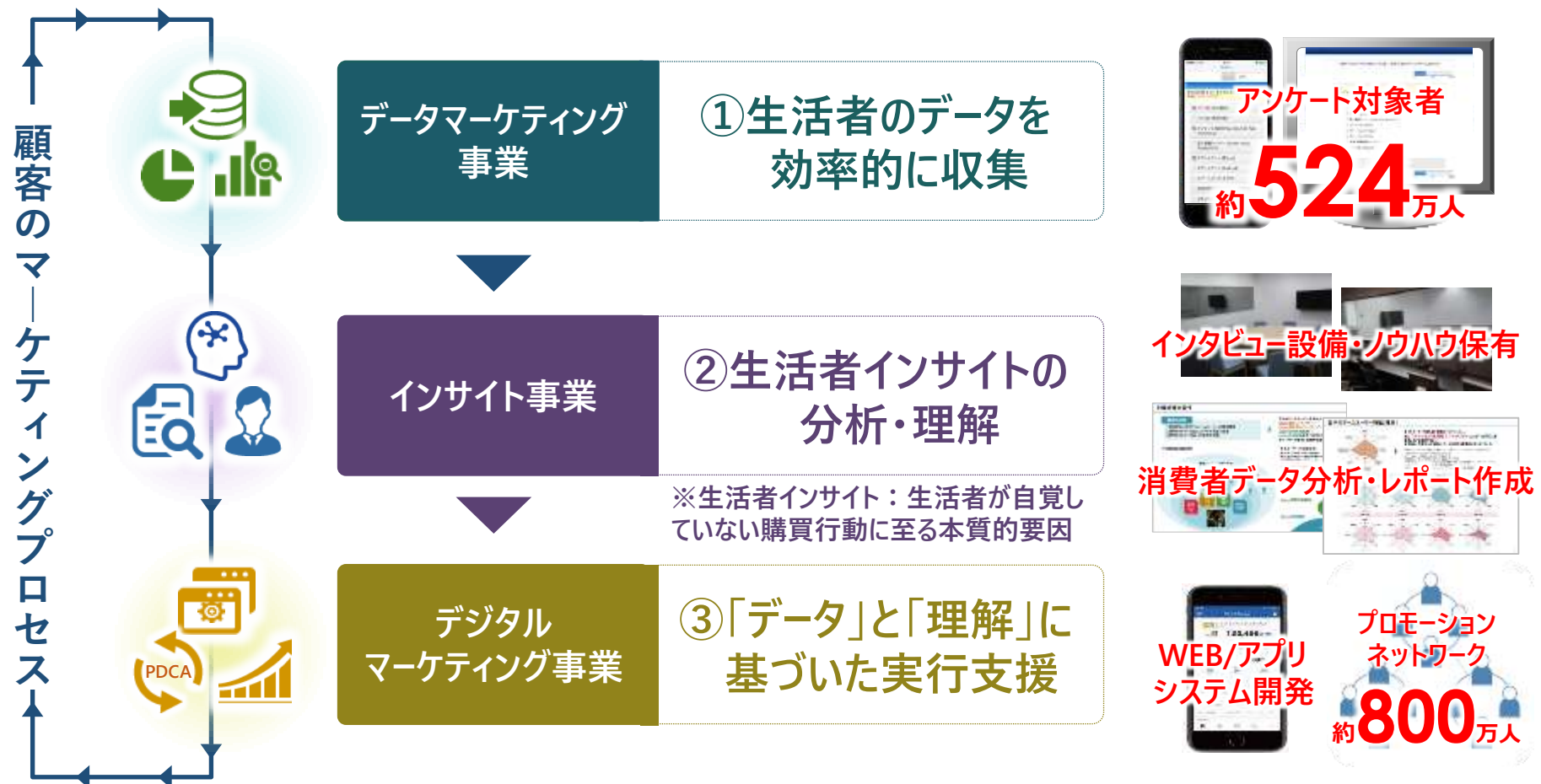
リサーチパネル



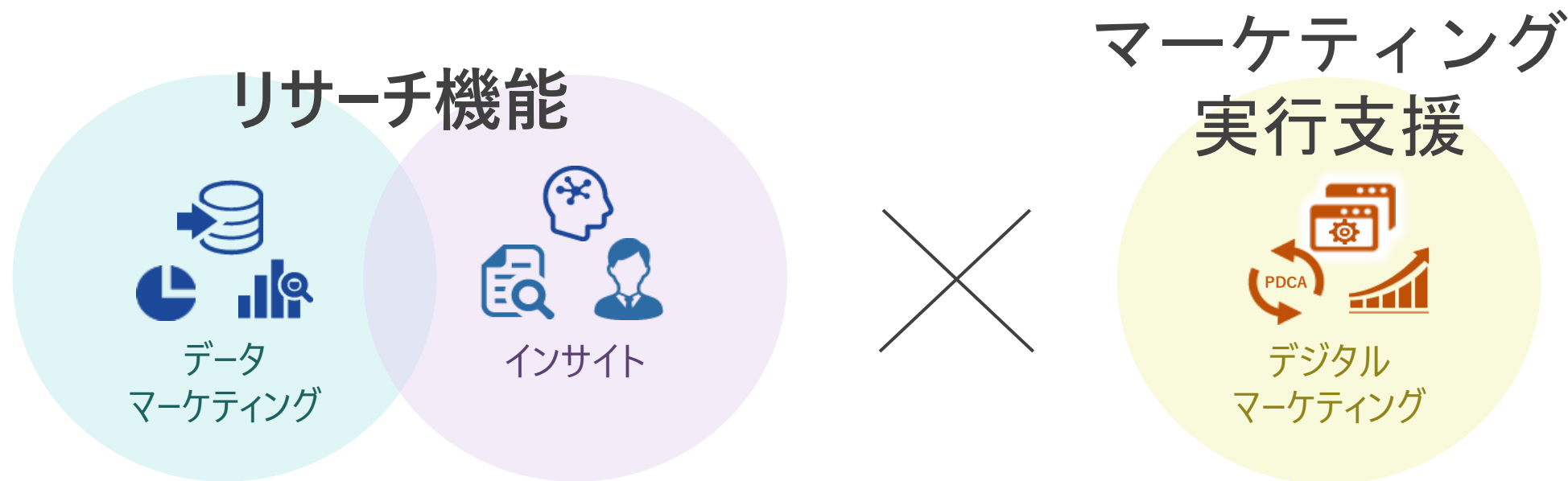
@nifty

その他20社強の提携・連携

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



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



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

デジタルマーケティング事業

「データ」と「理解」に基づいた実行支援



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

かんたん積立・アプリ 株式会社SBI証券様



JAFデジタル会員証 一般社団法人日本自動車連盟様



「キティ★サンリオ壁紙」 株式会社サンリオ様



セゾンPortal・UC Portal 株式会社クレディセゾン様



ソニー銀行アプリ ソニー銀行株式会社様



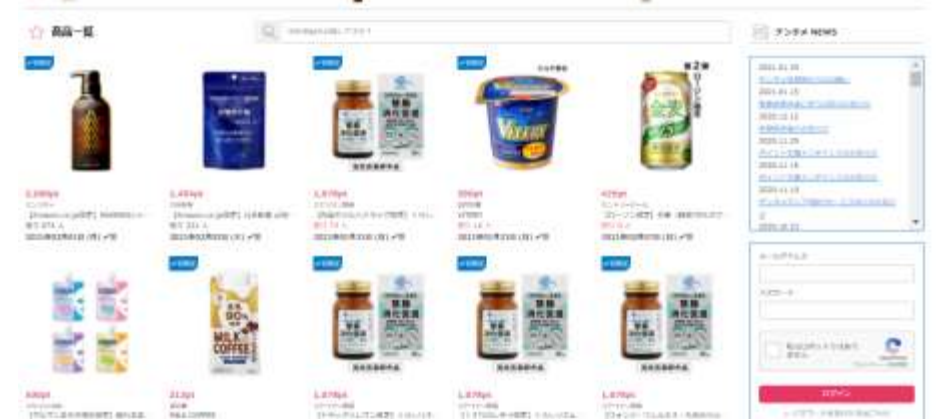
スターフライヤー公式アプリ 株式会社スターフライヤー様



デジタルマーケ
ティング事業「データ」と「理解」に
基づいた実行支援多様なクライアントニーズに応える
マーケティング支援メディアを運営株式会社 ドウ・ハウス®
— HUMAN NETWORKING INDUSTRY —もらえる・ためせる®
モラメ.net

会員数

100万人



デジタルマーケティング事業

「データ」と「理解」に基づいた実行支援

大規模ネットワークを活用し、
サービスの高付加価値化／高収益化を実現

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

年間案件数
約**5,000**件

Data and Marketing

様々な商品・サービスに
狙った効果を実感にもたらし
プロモーションを実施

年間**120**万個の
サンプリング実施

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リサーチ対象
アクティブパネル数

業界最大級

約**524**万人

※2021年7月現在

大規模パネルネットワーク

約**278**万人

+

提携パネル

約**246**万人

顧客

調査依頼

意思決定に必要な
分析結果

当社グループ会社



Cross Marketing

Kadence
International

withwork

MetaSite

年間2万件超の
リサーチ案件

アンケート回答



インサイト
事業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

ネットリサーチをコアサービスに**世界10カ国、20拠点以上**で
総合的なマーケティングリサーチサービスを提供

 Cross Marketing medilead ENVIROSELL Shopper's Eye Kadence
International MetaSite withwork

インサイト
事業

生活者インサイトの
分析・理解



日本・海外にインタビュー・調査可能な
設備を保有し、多数の案件実施実績



国内設備（新宿初台、人形町）



海外フィールドワーク拠点（インド）



調理可能なCLTルーム（人形町）

グループインタビュー年間実績

約**1,300**グループ

CLT年間実績

約**360**本

2. 2022年6月期 第2四半期決算概要

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**

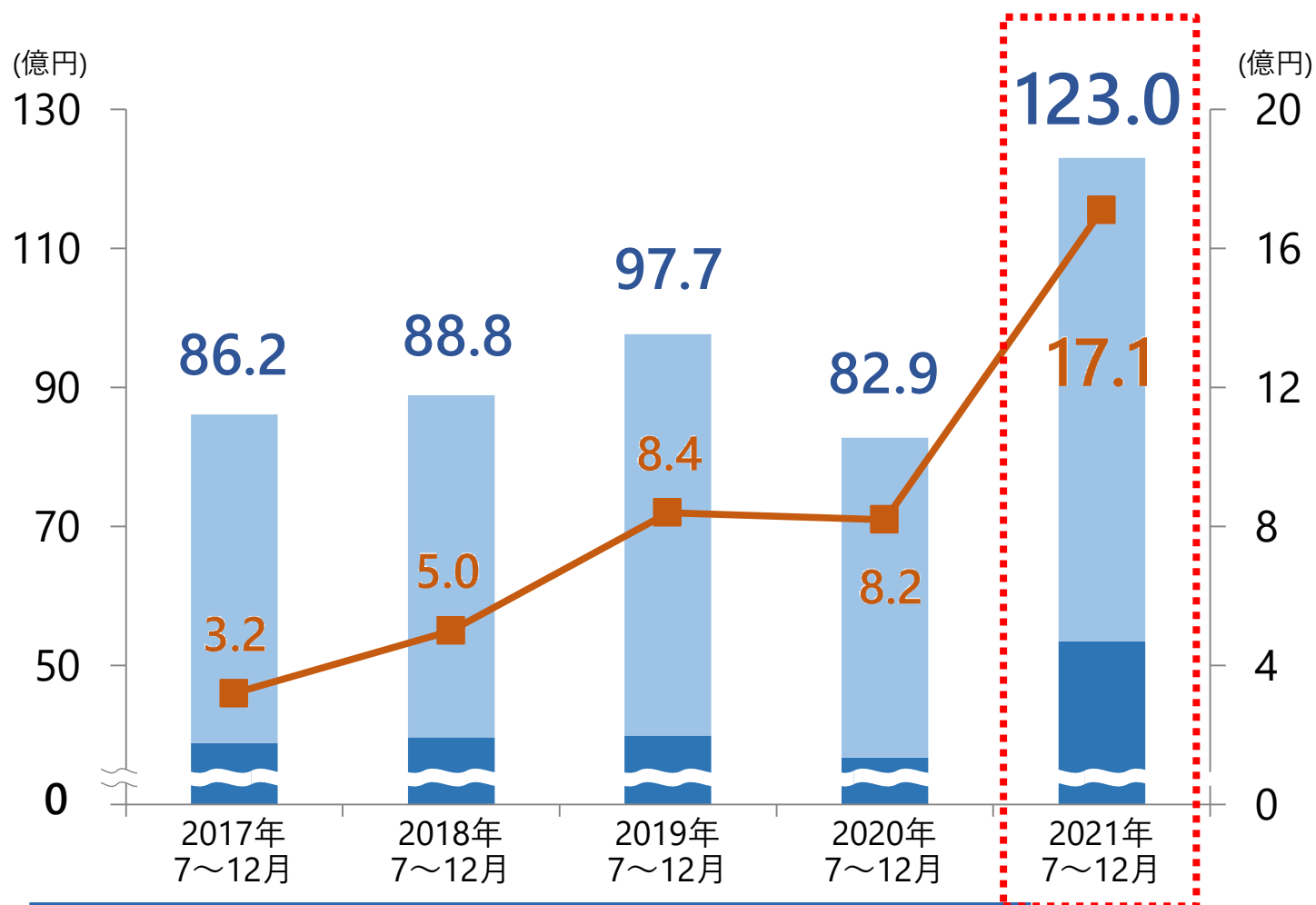
前年同期間比売上高1.5倍、営業利益2倍
半期6か月の連結業績で通期ベースの過去最高営業利益も更新

(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

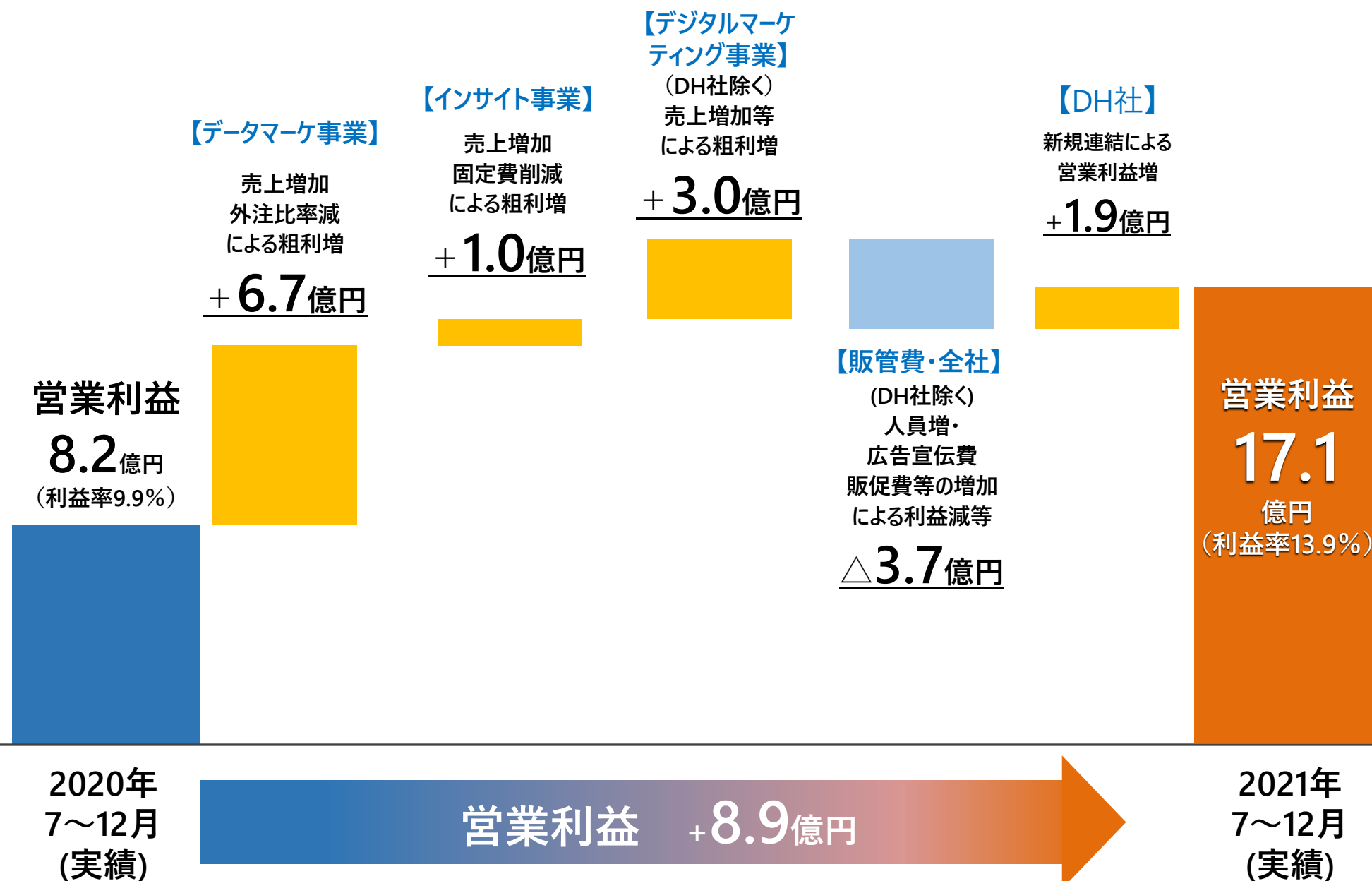
好調なデジタルマーケティング事業に加え、他の事業も堅調に推移



売上高 前年同期比	148.5%
営業利益 前年同期比	208.4%

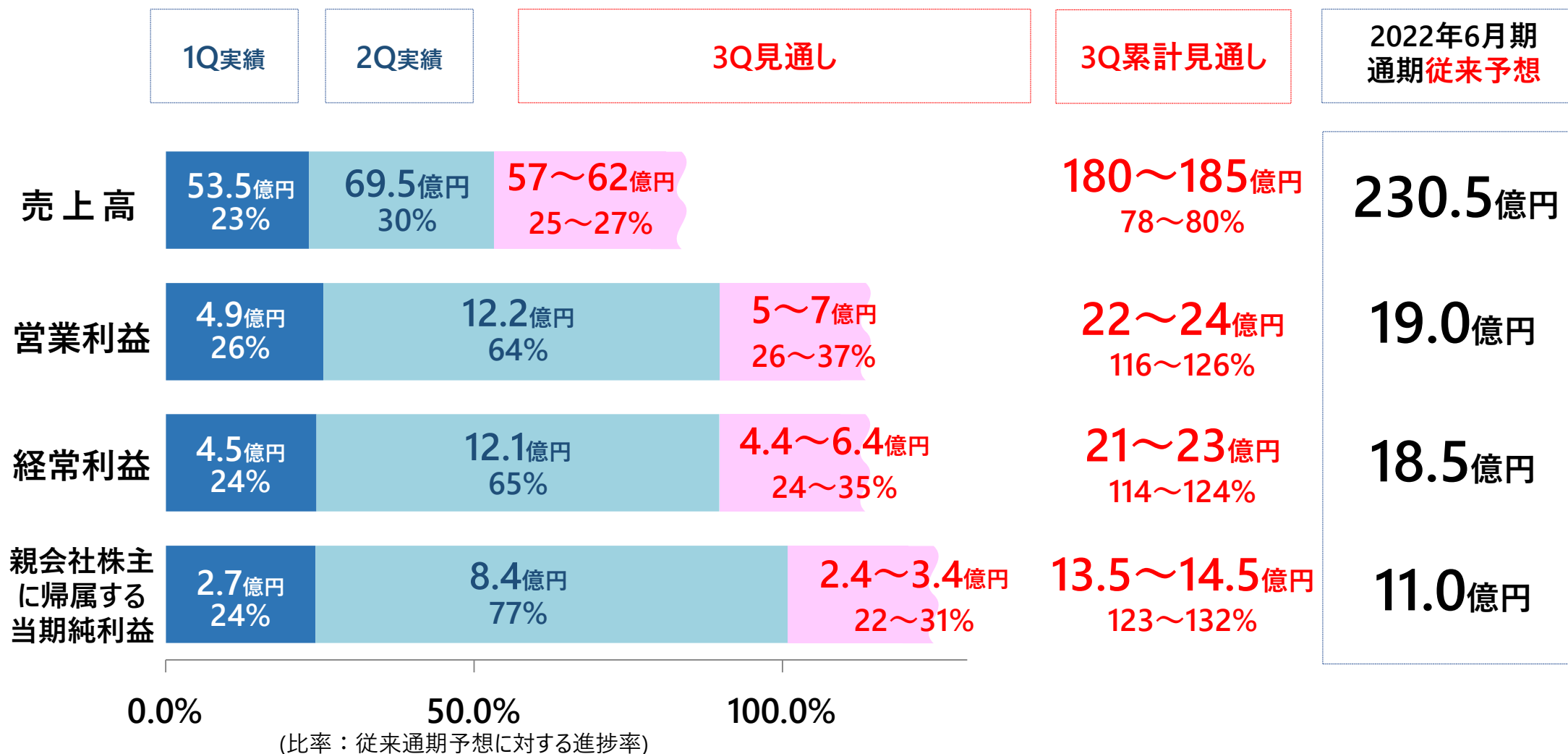
- 売上高(7~9月)：左軸
- 売上高(10~12月)：左軸
- 営業利益(7~12月)：右軸

※棒グラフ上の青文字の数値は各年度の7月-12月の6か月間の売上高を表記しております。



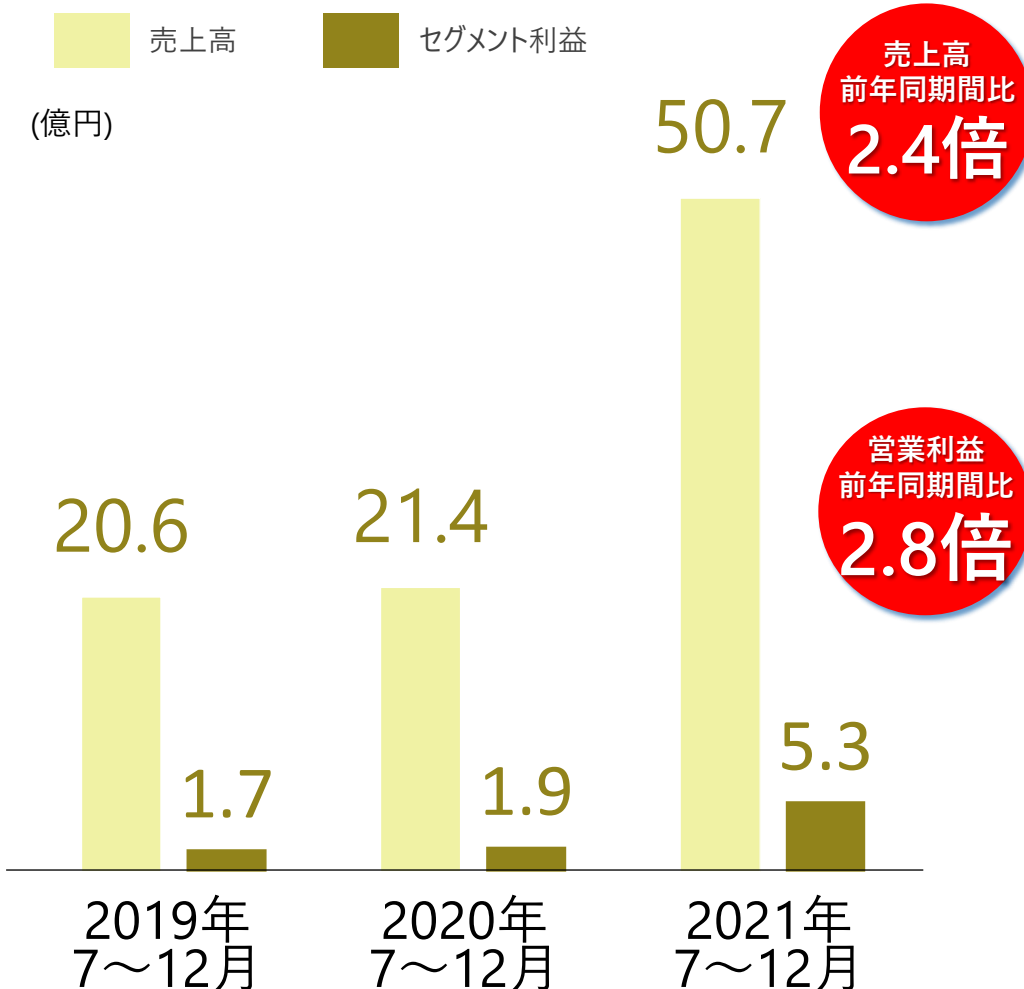
上期業績は、通期従来予想に対し高進捗 3Q累計の利益見通しは、通期従来予想値を上回る見通し

※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.39またはプレスリリースをご参照ください。



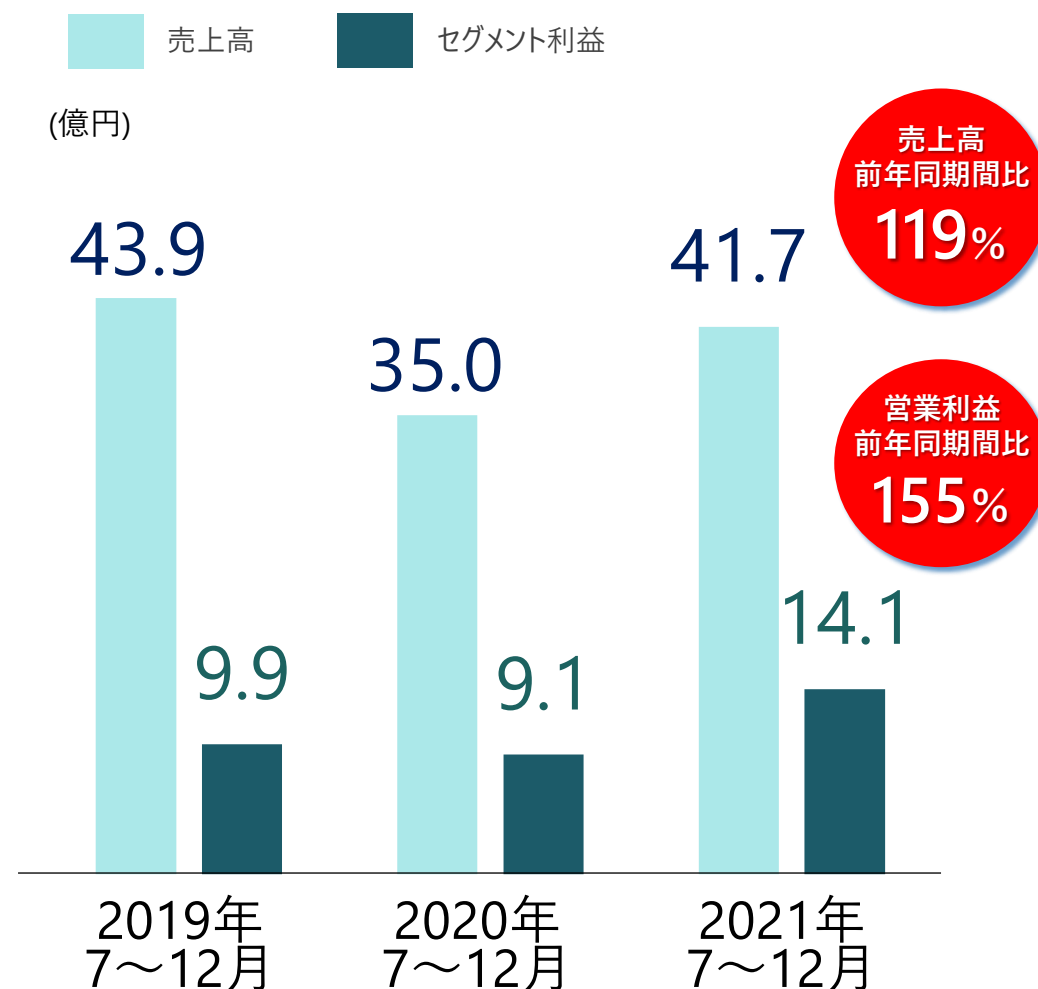
主力セグメントとして、大幅な増収・増益で全社業績をけん引

- ✓ 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



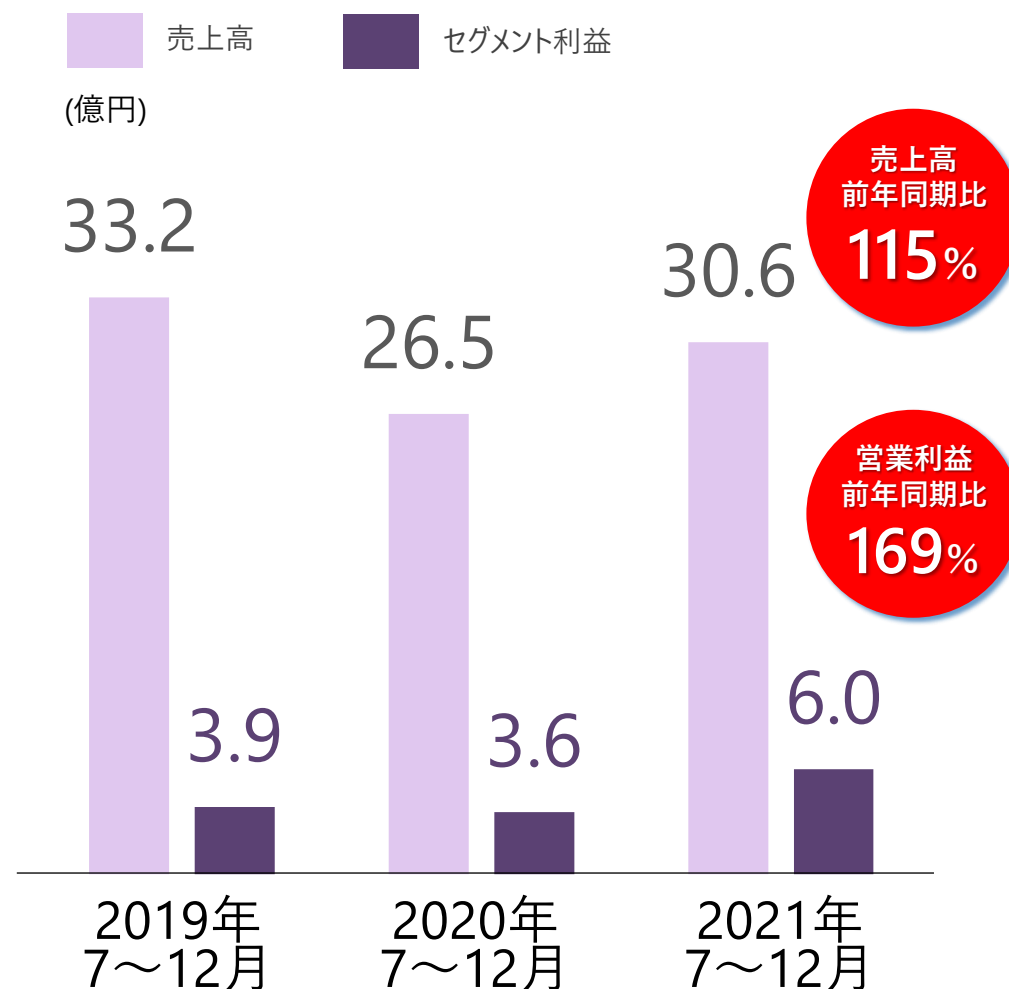
19%増収・55%増益で回復が継続中 セグメント利益率は33.9%へ上昇

- ✓ 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

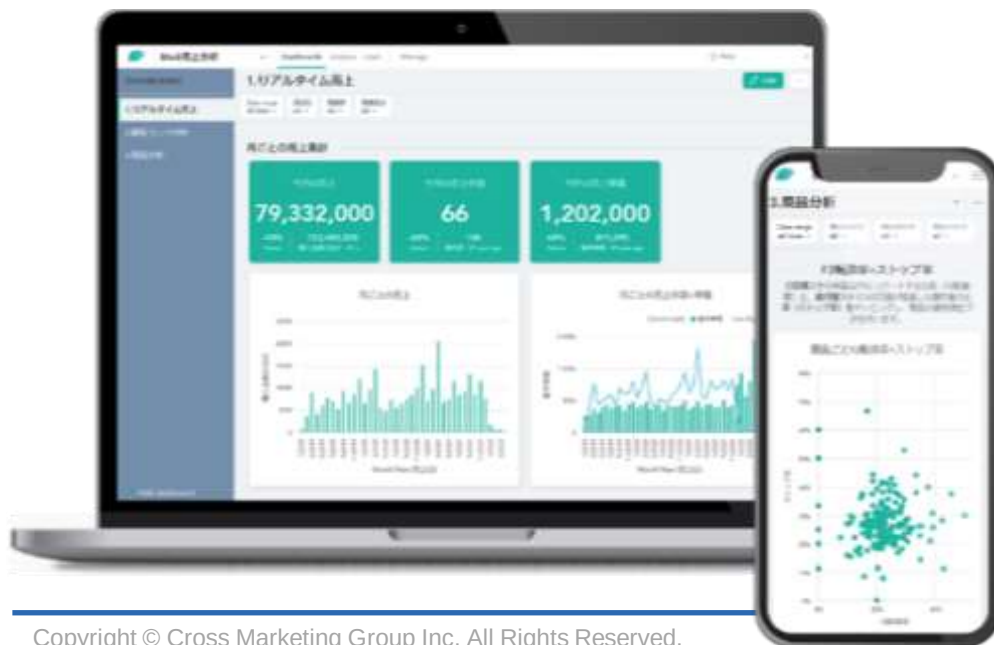


3. トピックス



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



2

CMSを活用して継続的に
改善しやすい環境提供



※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
特別利益(株式譲渡益)の計上

2021年11月30日
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

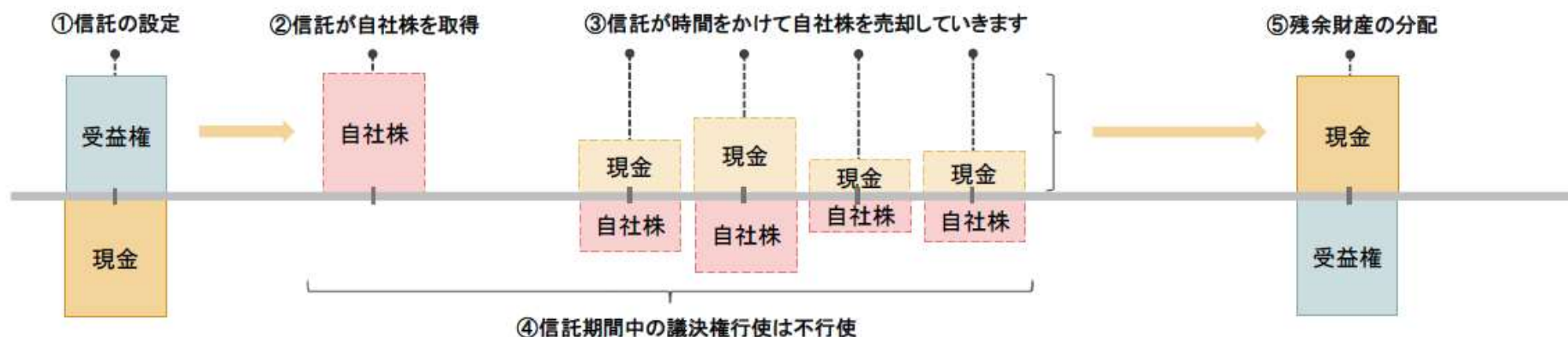
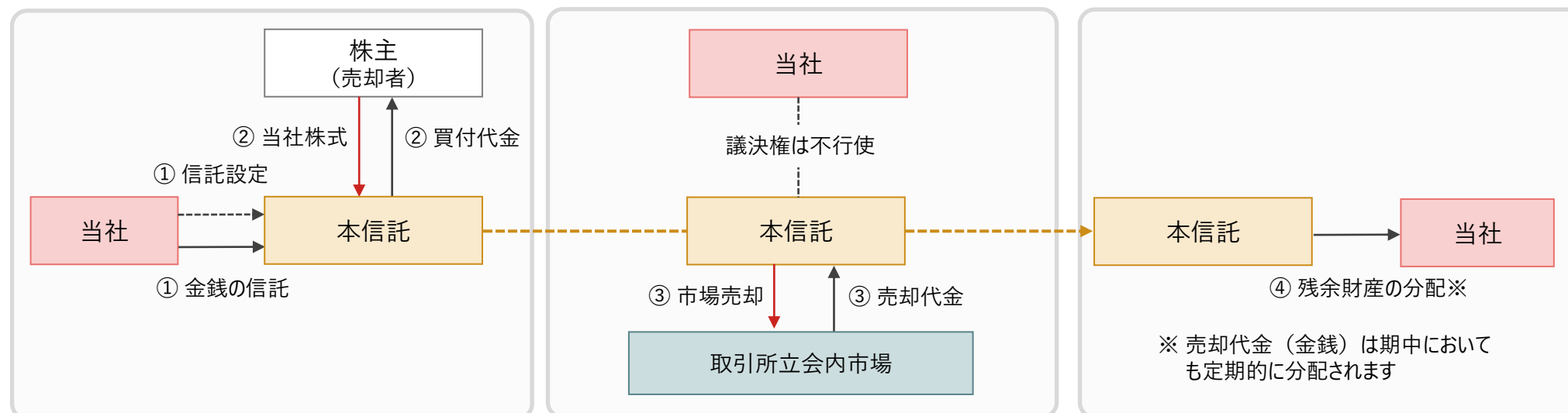
プライム市場の上場維持基準である流通株式時価総額の向上を目的とした株式需給緩衝信託[®]を設定

株式需給緩衝信託[®]のスキーム

株式需給緩衝信託[®]の設定時

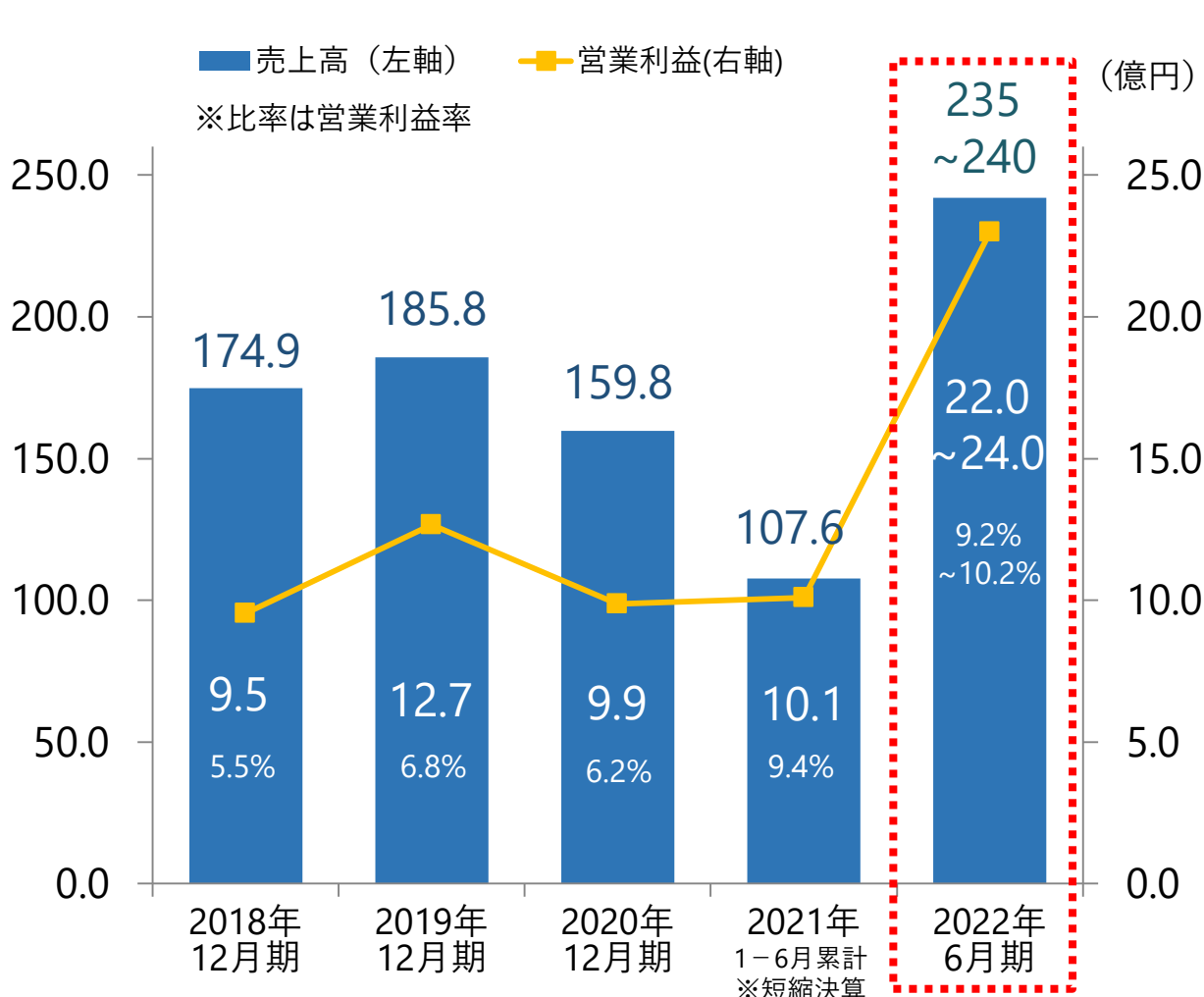
信託期間中

信託終了時



4. 2022年6月期の業績予想について

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



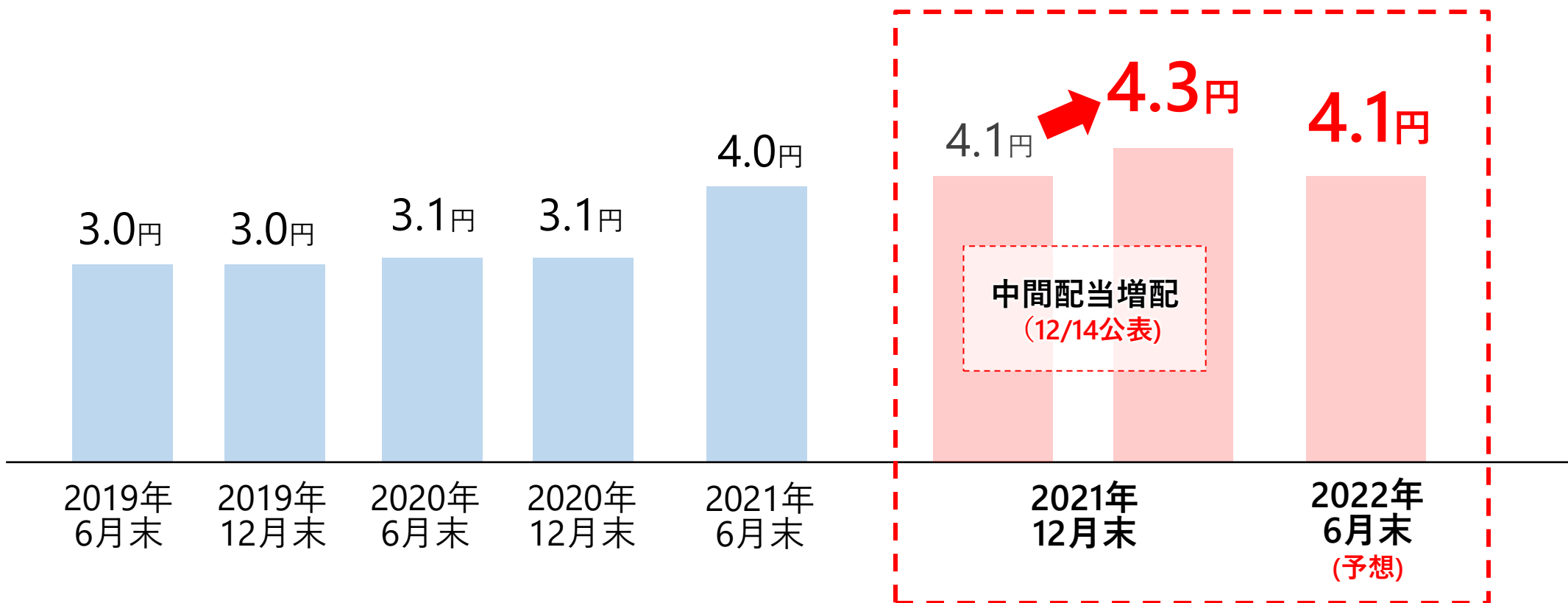
(億円)

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・配当金額

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



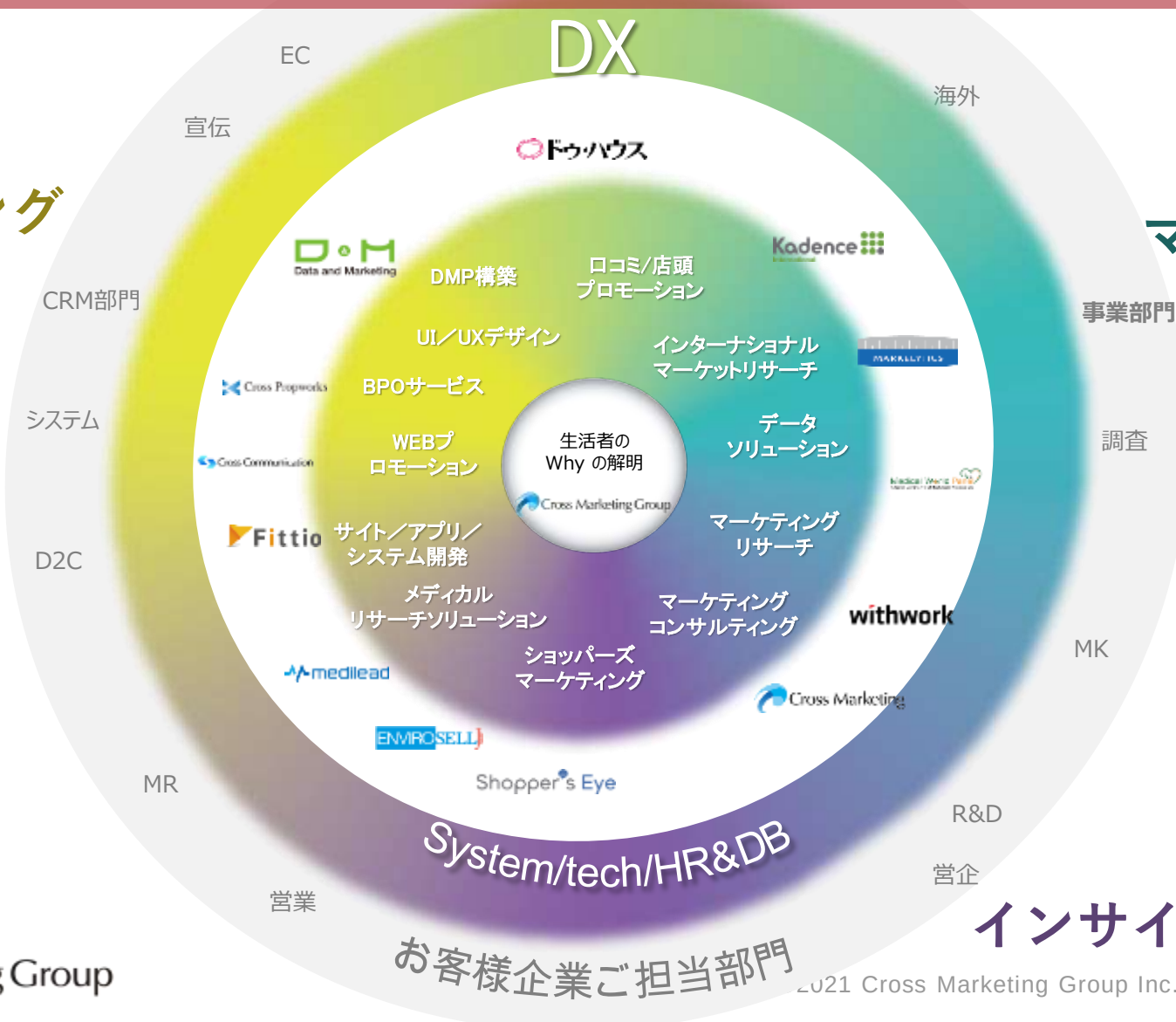
中期経営計画 “DX Action 2024” 概要



我々の目指す姿は、我々の強みである「生活者のWhy（なぜ）の解明」を通して、マーケティング領域において戦略立案からマーケティング施策の実践までを支援し、「パートナー」としてお客様のビジネスを成功に導くグループであることです。

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



本中期経営計画「DX Action 2024」指針

マーケティングDXパートナー

我々は、**デジタル**の力を使い

生活者に纏わるあらゆるデータの分析による“**生活者理解**”“**Whyの解明**”を通し

顧客の**マーケティングソリューションの実践**、及び

マーケティングプロセス変革までを支援し

戦略立案から実行までワンストップサービスで

顧客ビジネスを成功に導いていきます。

Triple Three

時価総額

300億円



2021年137億円

※1



グループ連結売上高

300億円



2021年190億円

※2



グループ連結営業利益

30億円



2021年18億円

※3



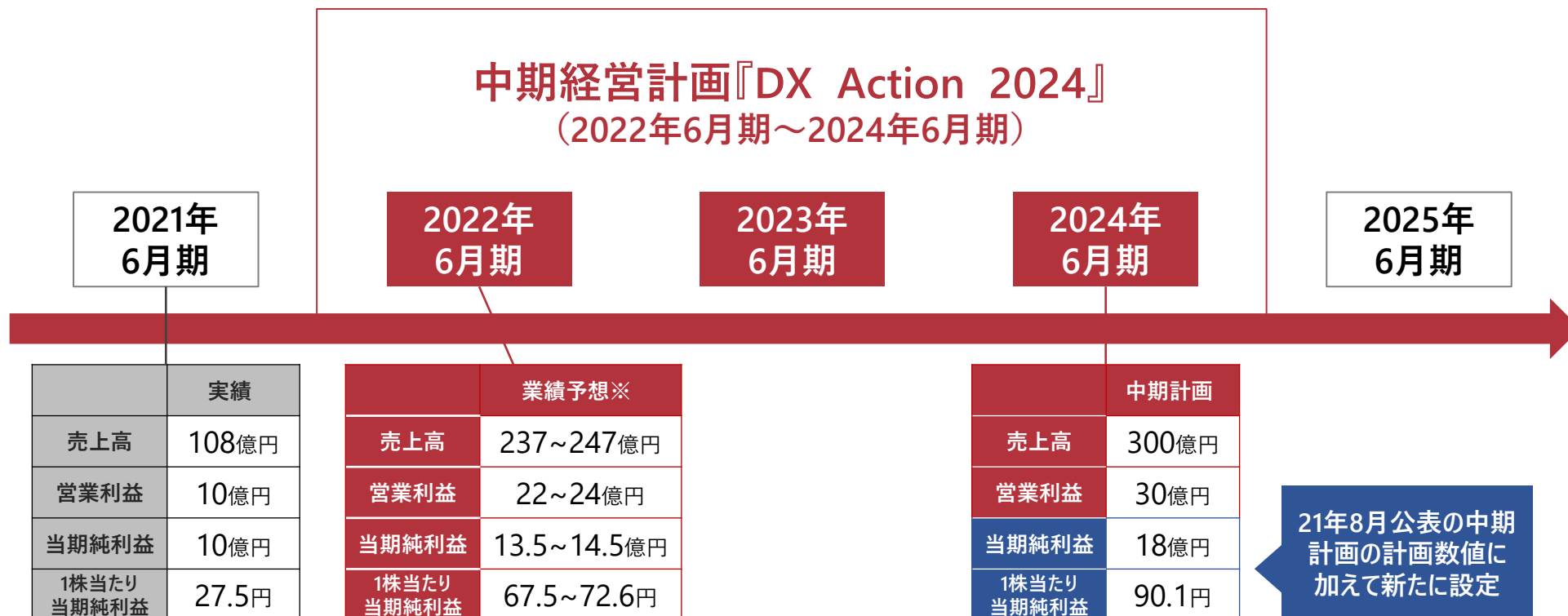
※1

2021年6月30日付株価（終値）

※2,3

グループ連結売上高、連結営業利益の2021年数値は
2020年7月～2021年6月までの数値となります

プライム市場の上場維持基準の適合に向けて 中期計画の業績目標に当期純利益を設定

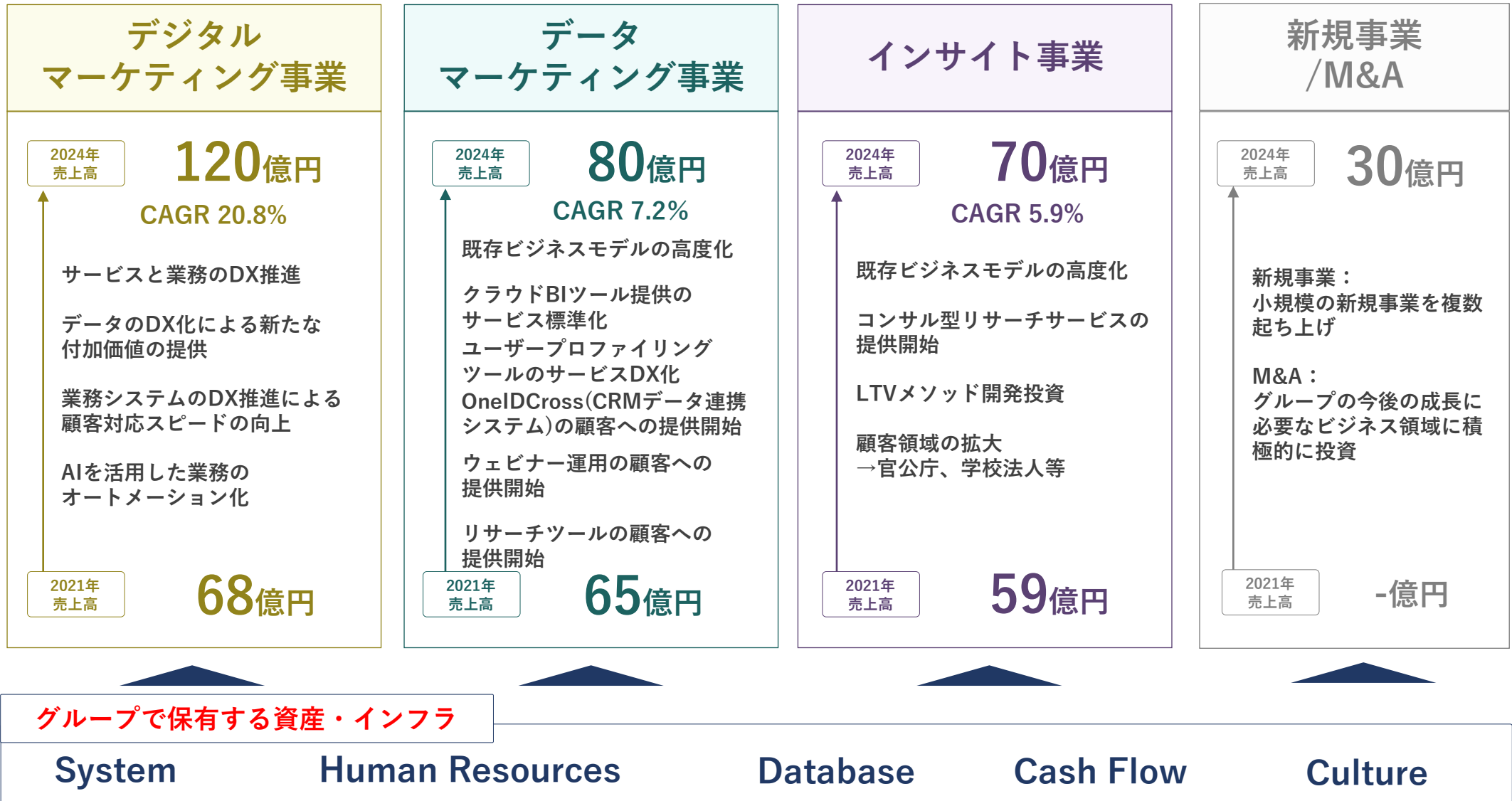


※2022年6月期業績予想は、2022年2月14日に修正公表した数値です。

・ 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



海外展開

グローバルにおけるグループネットワーク拡大強化

■既存拠点の統廃合等効率化

主にアメリカでの成長投資

■未展開エリアでの展開可能性模索

アジア：マレーシア

メコン領域－ラオス

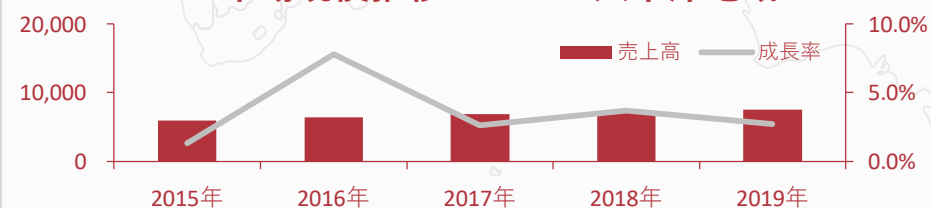
－ミャンマー

－カンボジア

欧州：ドイツ・フランス

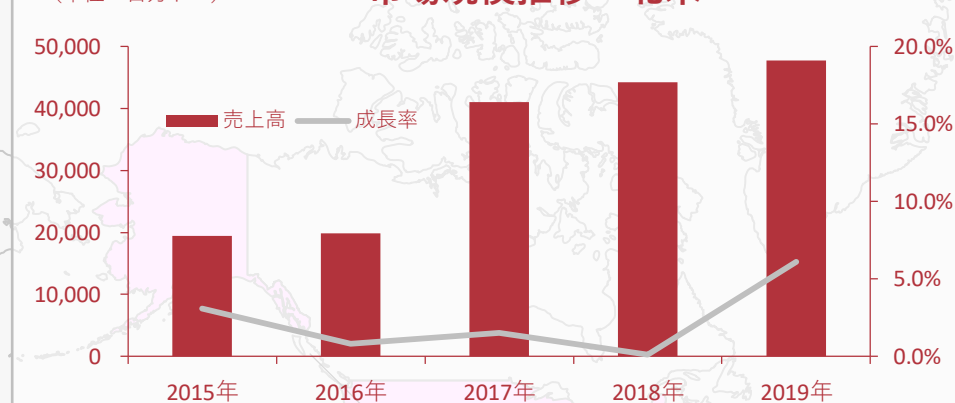
(単位：百万ドル)

市場規模推移：アジア太平洋地域



(単位：百万ドル)

市場規模推移：北米



世界のインサイト市場規模

(単位：百万ドル)

アフリカ・中東 2,718 南米 1,992

アジア太平洋
13,081欧州
23,780全世界
89,903北米 48,332
うち、アメリカは
47,136

■ 既展開地域
■ 展開検討地域

株主還元方針

配当による株主還元を安定的に継続しながら、資金需要、今後の事業投資計画等に鑑み、「事業拡大と共に、原則、連結配当性向15%前後を目安に**継続増配**」

過去実績

当面の方針

配当

連結配当性向
15%に基づく
安定配当

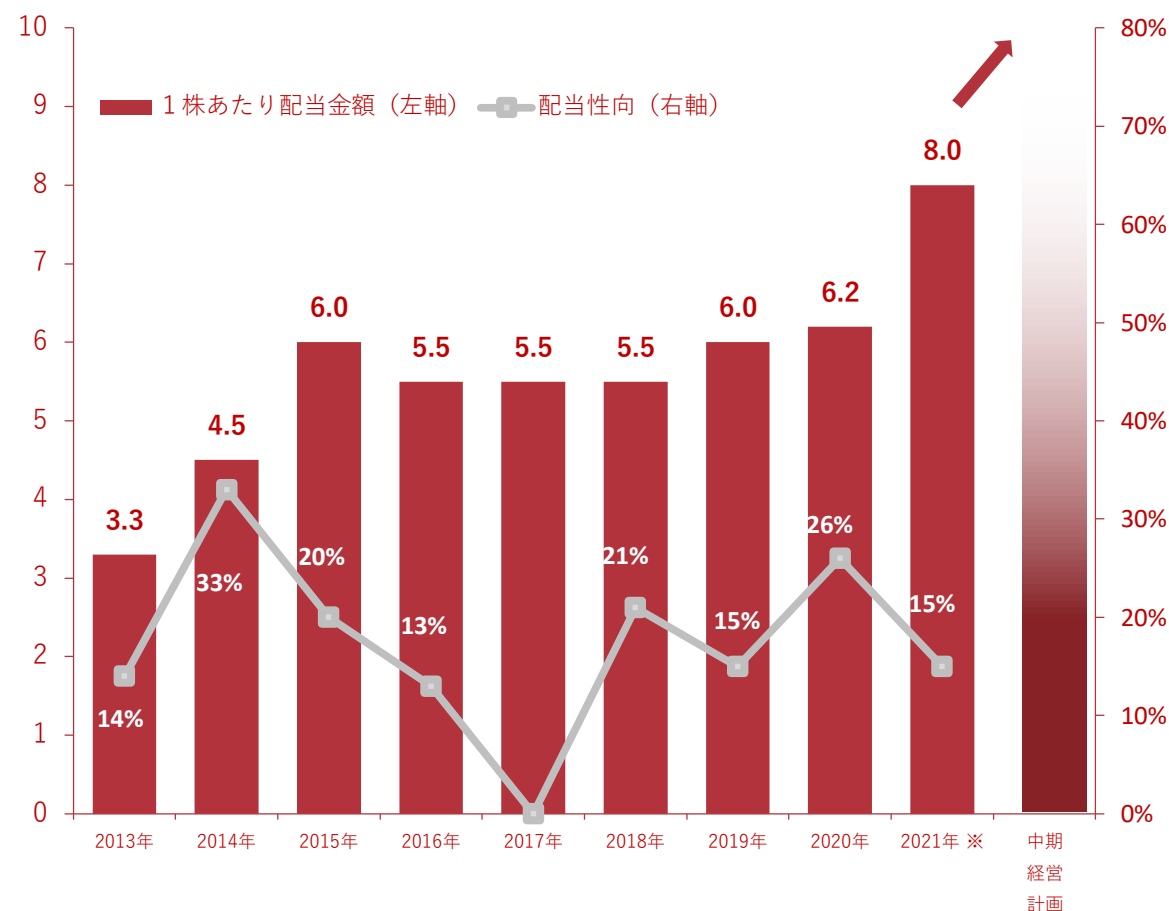
原則、連結配当性
向15%に基づく

業績拡大とともに
継続増配

自己
株式
取得
等

株主還元施策
として適宜実施
(2008年の上場
以降4回実施)

株価水準、財政状
況を踏まえて
機動的に実施



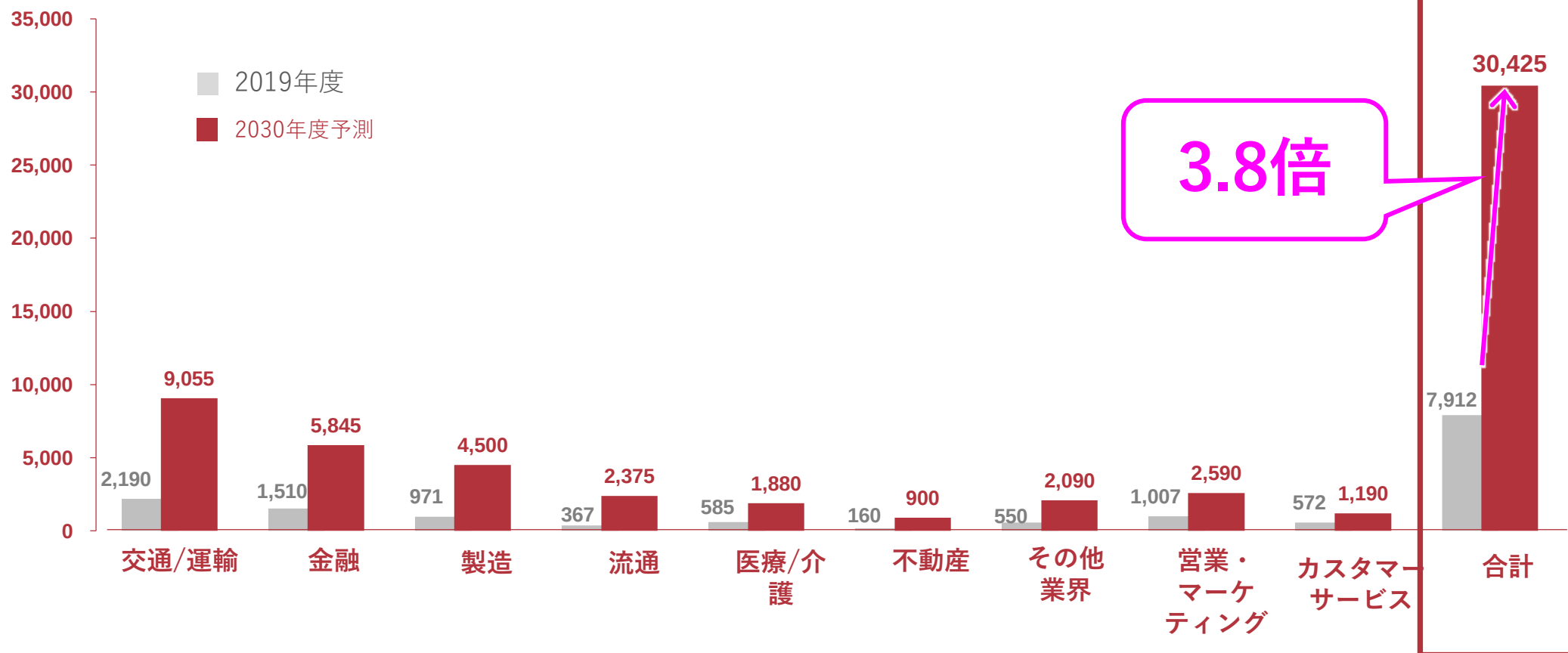


Cross Marketing Group

Appendix

国内のDX市場の投資金額は2019年度から2030年度にかけて3.8倍となる予測であり、市場は急拡大している

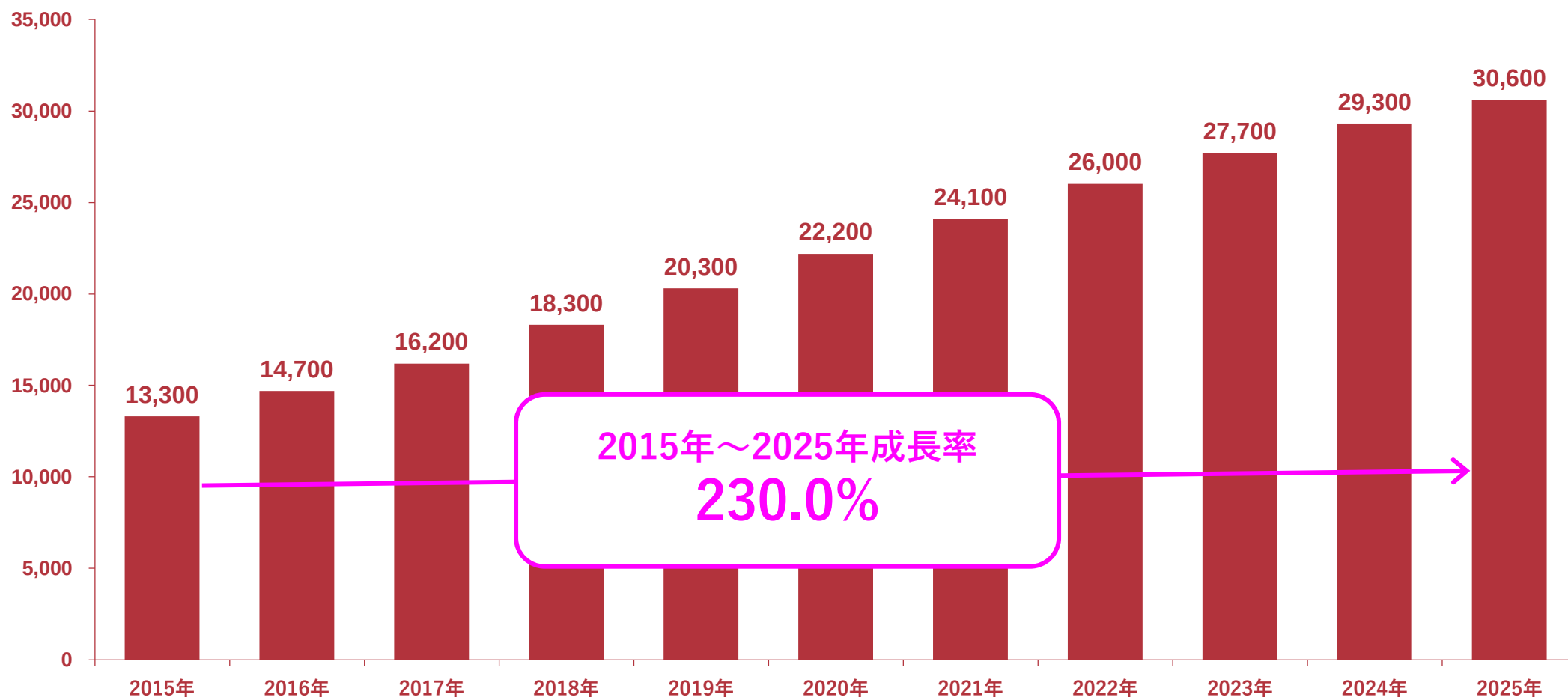
(単位：億円)



出典：株式会社富士キメラ総研「2020デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

デジタルD2C市場も拡大しており、2025年の市場規模は
2015年の2.3倍となる見込み

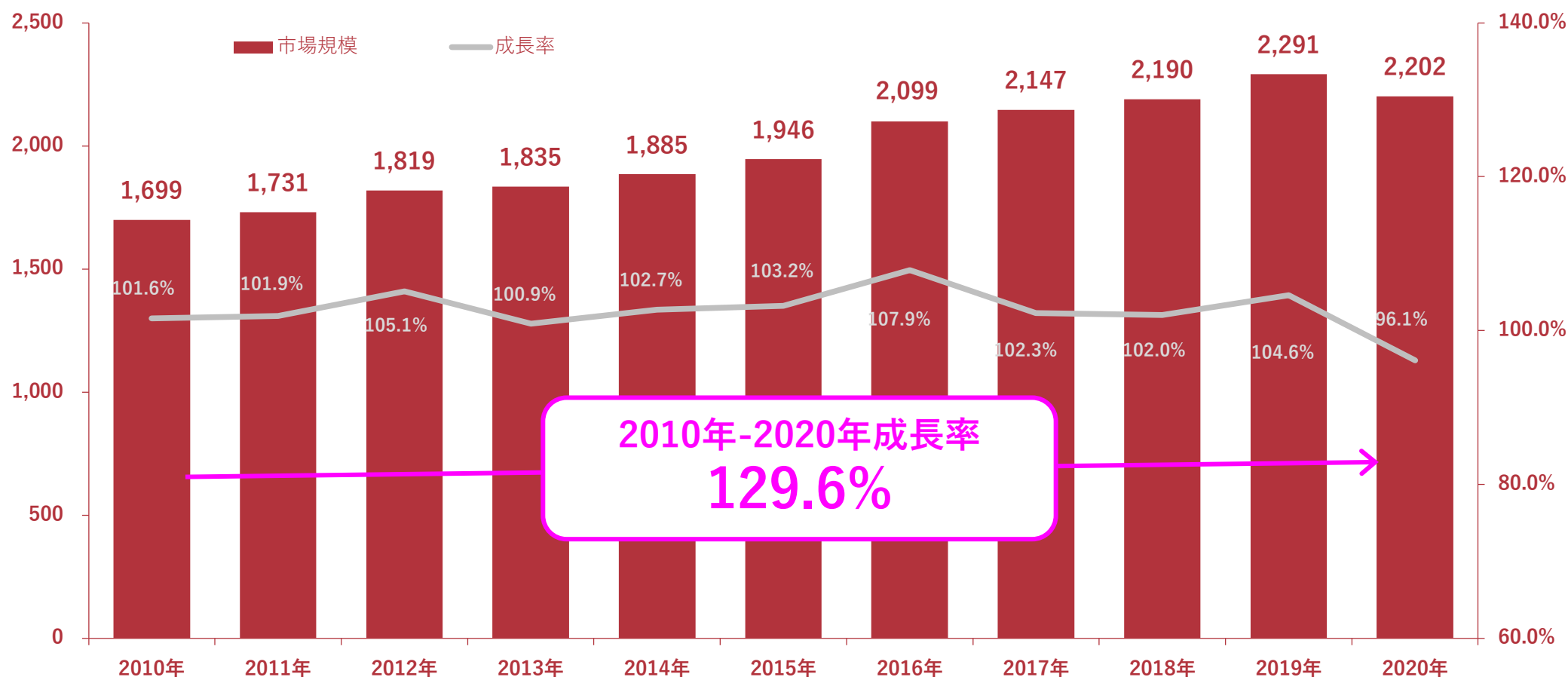
(単位：億円)



出典：売れるネット広告社

国内リサーチ市場規模は、2020年はコロナのため減少しているが、それ以前は継続して安定成長のトレンド

(単位：億円)



出典：一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会 経營業務実態調査

ESOMARによるリサーチ市場の定義変更と 世界のインサイト市場規模

ESOMARによるリサーチ市場の定義変更：

“「さまざまなデータを収集・分析し、クライアントにインサイトを提供する」産業”

テクノロジー領域企業、コンサル系領域企業も含み世界の市場規模は約10兆円

インサイト産業（新定義）の
グローバル市場規模

9.8兆円

従来の定義による
マーケティング・
リサーチの
グローバル市場規模

5.2兆円

世界のインサイト産業領域企業TOP 10

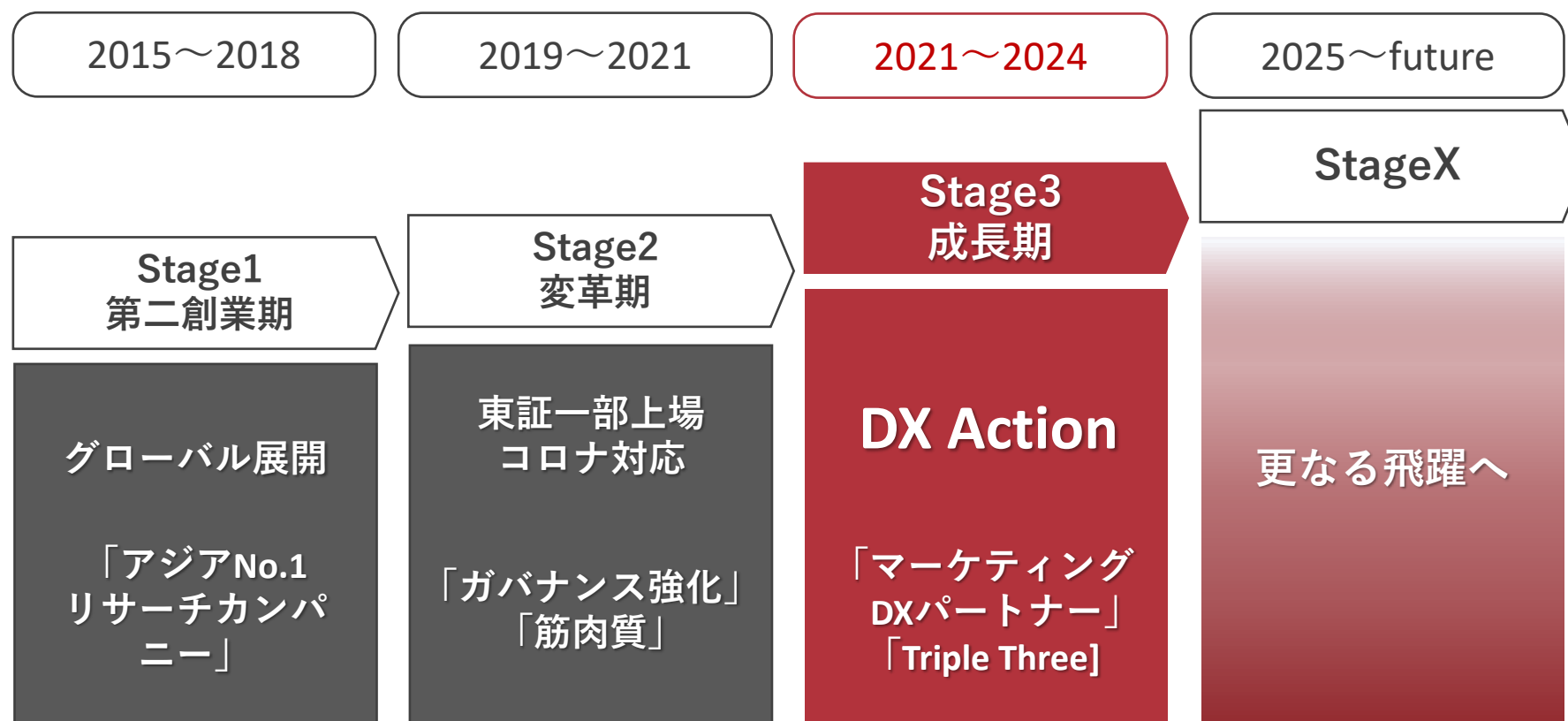
ランキング		企業名	本社 所在国	2019年売上高	
2019	2018			世界計	前年比
1	1	Nielsen	USA	6,498	-0.3
2	3	Gartner	USA	4,245	6.8
3	2	IQVIA	USA	4,139	7.6
4	—	Adobe Systems	USA	3,206	31.2
5	4	Kantar	UK	2,870	9.8
6	—	Salesforce.com	USA	2,506	32.0
7	5	IPSOS	France	2,243	8.6
8	—	IHS Markit	UK	2,198	5.6
9	6	GfK	Germany	1,673	5.2
10	—	CoStar Group	USA	1,400	17.4

（単位：百万USドル、%）

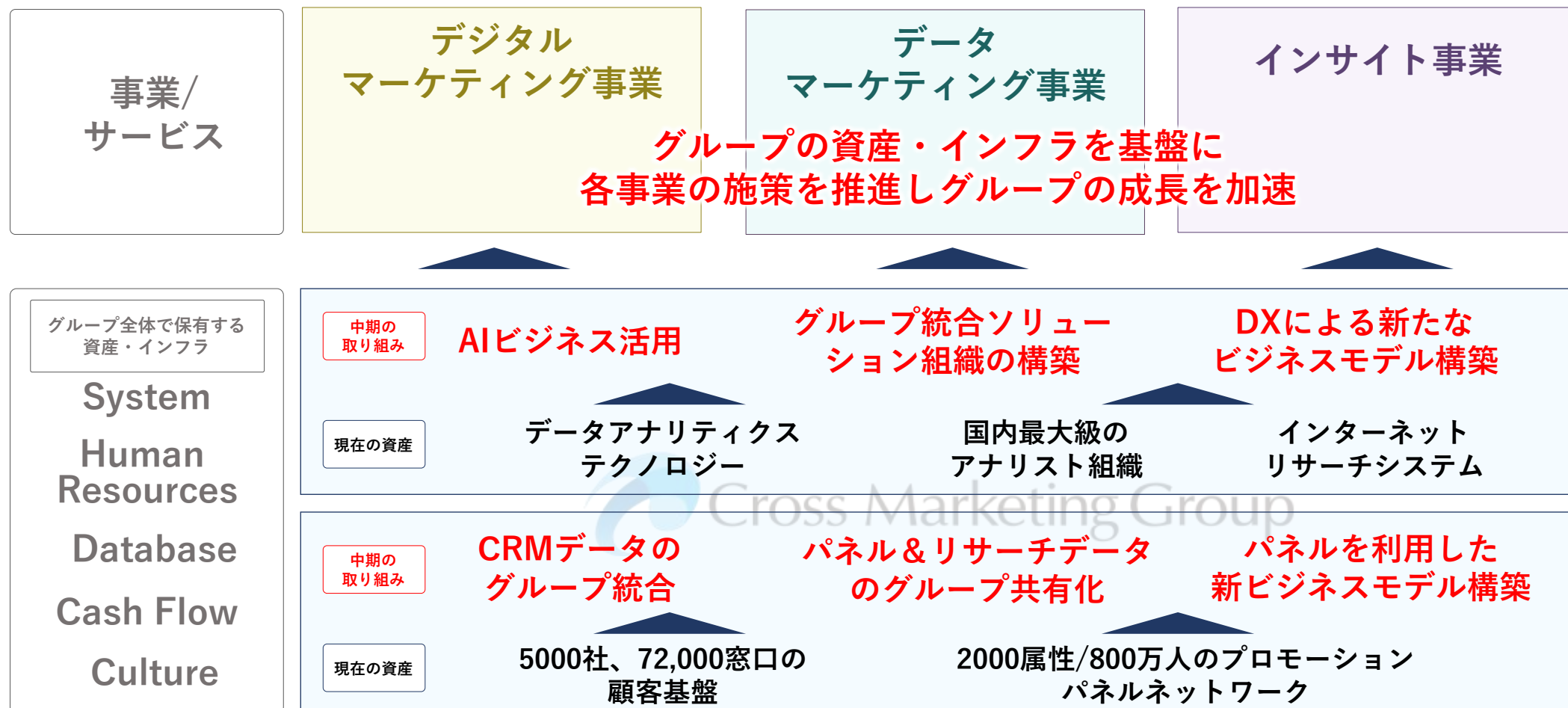
※ 1USドル=110円換算

出典：ESOMAR “Global Market Research 2020” 及び
一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

長期ビジョンを実現すべくStage3成長期として
「DX Action」を軸に将来の更なる飛躍への土台とする



グループの資産・インフラを有機的・効率的に活用する仕組みと体制構築を推進し、各種事業の強化、投資、M&Aを通じてグループ全体の成長の加速を目指す



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

人材戦略の目的：

- ・ 成果を出せる体制づくりと当社ならではの人材育成モデルを構築
- ・ 労働衛生環境の整備と積極的な投資
- ・ カルチャーの醸成、浸透による組織スピードの向上
- ・ 事業拡大に並走できる人材採用力の強化

人材の育成強化

- ・ タレントマネジメントによる人材の可視化と分析
- ・ 人材開発体系の構築・運用・グループ内展開
- ・ 次世代経営陣育成
- ・ キャリア開発支援（社内研修、社外教育機関への派遣）
 - － 職種別DX人材研修
 - － 階層別研修
 - － 幹部候補向け研修

エンゲージメント向上と
「成果を出せる」体制・組織構築

- ・ マネジメント層の強化
- ・ 新卒・第二新卒向けメンター制度
- ・ 社内ネットワーク構築支援
- ・ キャリアパス（キャリアアップ）構築支援
- ・ 「カルチャーブック」によるCMGの文化形成
- ・ 健康経営法人（ホワイト500）取得



採用力の強化

- ・ アルumniネットワーク構築による退職者の再雇用推進
- ・ 採用経路の拡大と自社で活躍できるポテンシャルある人材の採用

株式会社クロス・マーケティンググループは、
「Discover Something New 未来をつくろう」のMISSIONのもと、
国際連合が提唱するSDGs（持続可能な開発目標）に賛同いたします。
今後、SDGs宣言を制定し、持続可能な社会の実現につとめてまいります。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



CMG Culture Book

会社として大切にしたい価値観やカルチャーを言語化し、「Culture Book」として一冊の本にまとめて、社員に配布しています。

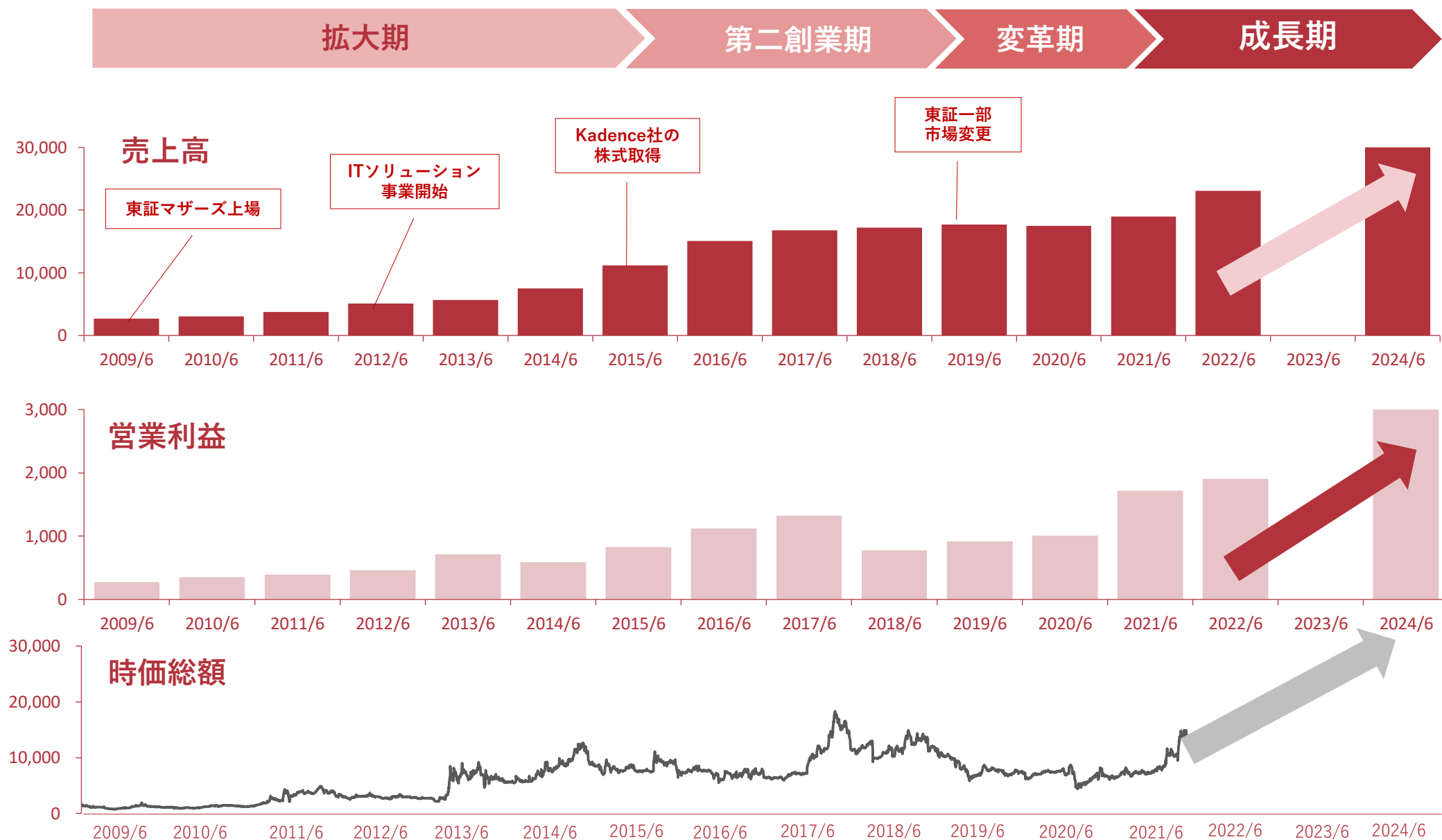
CMGはビジネスも様々で海外も含め、多方面に展開しています。そこには様々な価値観を持った仲間がいます。

私達は多様な価値観を受け入れつつ、大切にしたいことを明確にし、共有していくことで、個人の成長や個人と組織の結びつき、組織間の連携を強めていきます。



やれば
いいじゃん!

(単位：百万円)



	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)	17,492	18,580	15,985	10,758
デジタルマーケティング事業 ※2	3,198	4,026	4,801	4,353
データマーケティング事業 ※2	7,396	7,583	5,570	3,704
インサイト事業 ※2	6,898	6,971	5,614	2,701
営業利益 (百万円)	955	1,267	986	1,007
経常利益 (百万円)	840	1,150	1,078	1,048
当期純利益 (百万円)	507	△477	467	540
純資産 (百万円)	3,900	3,420	3,594	4,339
総資産 (百万円)	10,429	9,927	11,416	11,775
1株当たり配当金 (円)	5.5	6.0	6.2	4.0※3

※1 2021年6月期は決算期変更により6か月間の変則決算となっております。

※2 2018年、2019年の事業セグメント売上高は新セグメントに合わせ新たに算出した参考値を記載しております。

※3 2021年6月期の配当金額は変則決算により6か月間分の業績を反映したものになります。

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※
株価終値 (円)	333	380	362	688
時価総額 (百万円)	6,514	7,589	7,229	13,740
EPS (円)	25.92	△24.12	23.67	27.50
BPS (円)	193.79	166.19	179.58	204.27
ROE (%)	14.0	—	13.6	14.3
ROA (%)	8.4	—	10.1	9.0
PER (%)	12.85	—	15.29	12.51
PBR (%)	1,71	2.29	2.02	3.37

※ 2021年6月期は決算期変更により6か月間の変則決算となっております。
そのため、指標の算出には6ヶ月決算数値を1年分に換算して算出しております。

連結損益計算書概要（2022年6月期第2四半期）

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（2022年6月期第2四半期）

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9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

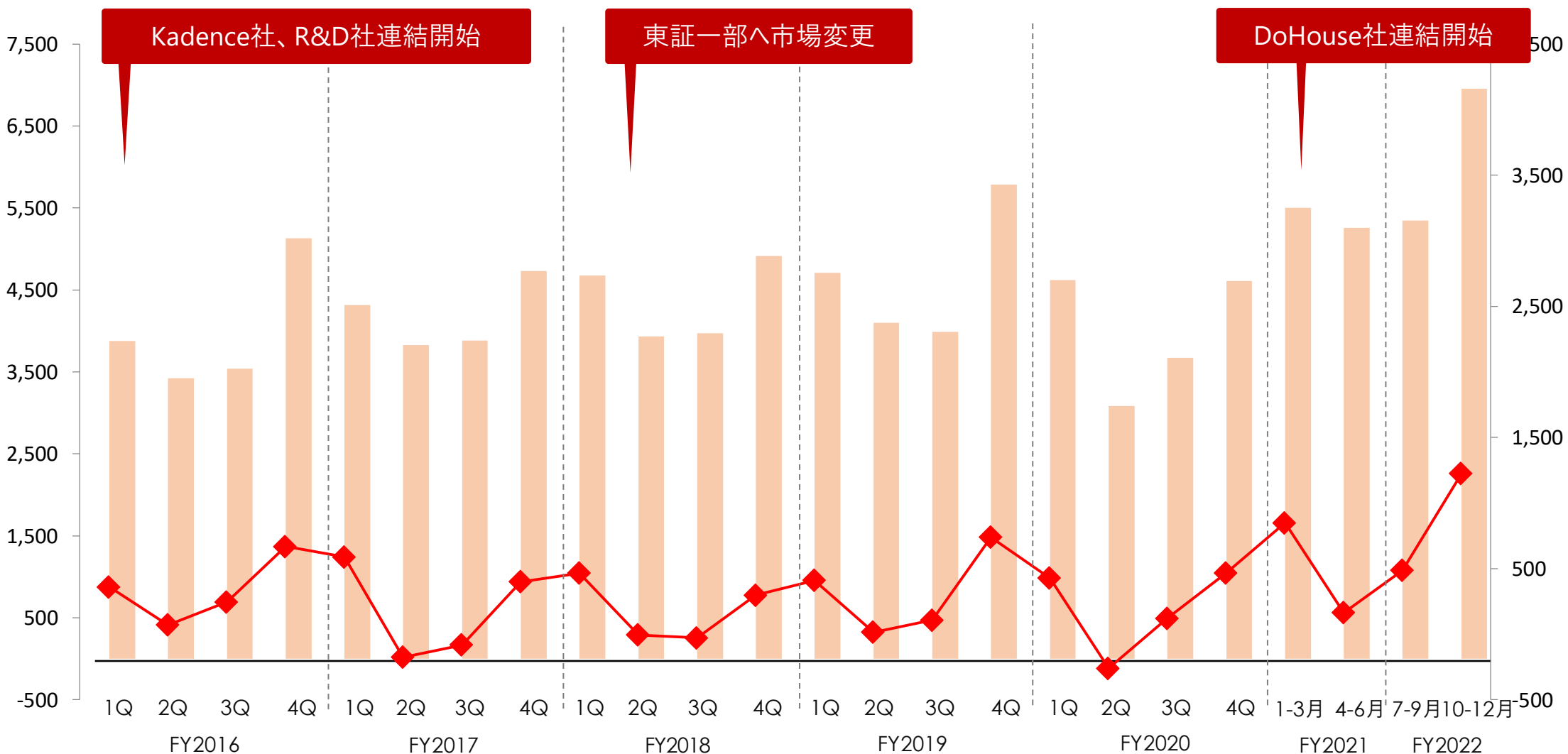
単位：億円	2020年 7～12月	2021年 7～12月	増減額	
営業キャッシュフロー	5.0	9.8	+4.8	
税引き前純利益	7.3	17.4	+10.0	1 安定した営業CFの獲得 ・前年同期間と比較して+10億円となる営業CFの獲得 ・投資・借入金の返済に充当するに十分な水準を継続
減価償却費・のれん償却額	1.4	1.3	△0.1	
売上債権の増減額	△10.4	△9.6	+0.8	
法人税等の支払額	△2.0	△4.9	△2.9	
その他	8.6	5.6	△3.0	
投資キャッシュフロー	△1.1	△2.7	△1.6	
財務キャッシュフロー	△4.7	△4.6	+0.1	
短期借入金純増減額	△0.1	0.4	+0.4	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を鑑みて返済を実施、借入金残高が減少
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	

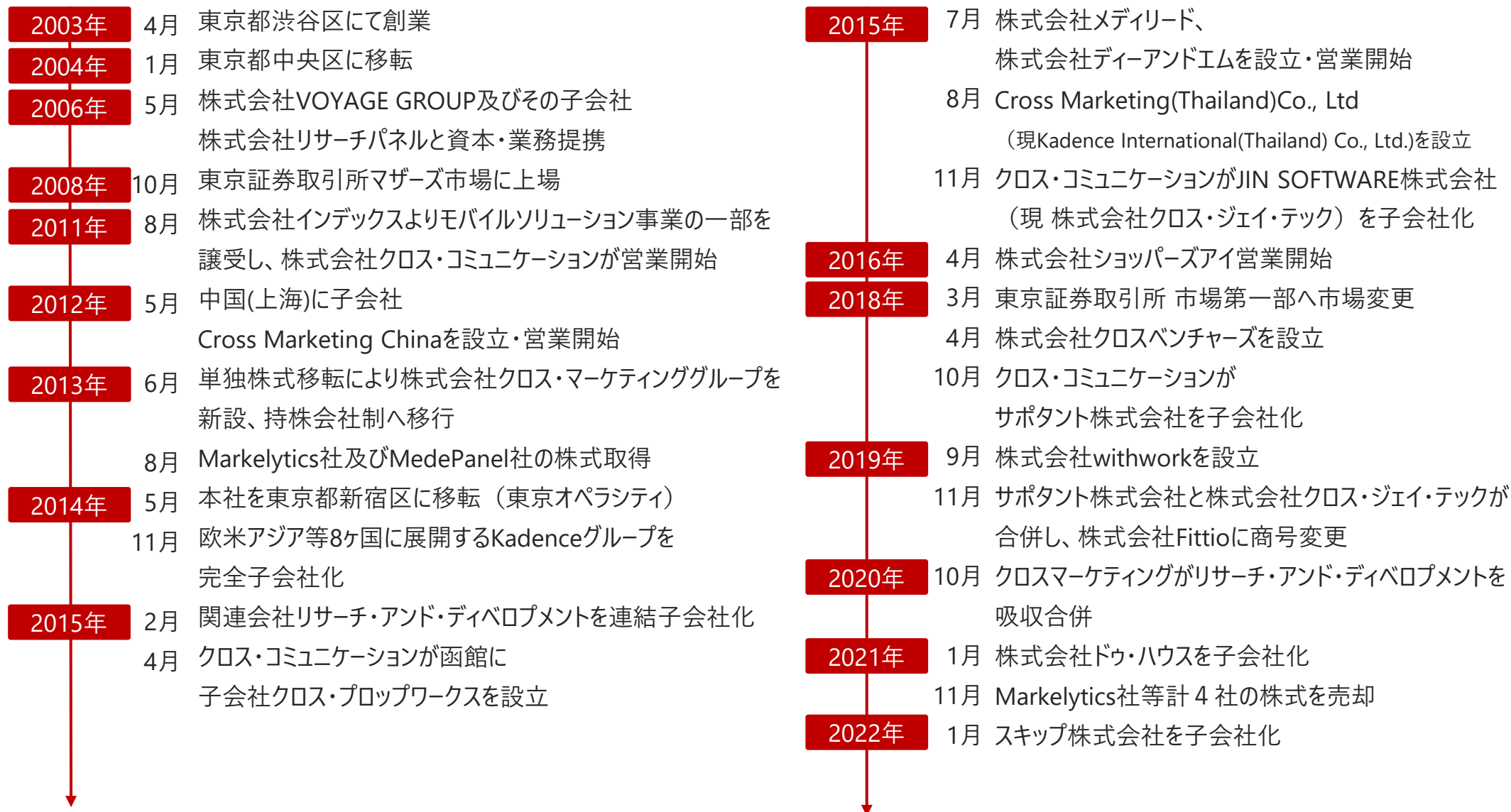
連結売上高・営業利益四半期推移

【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)





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>



Cross Marketing Group