

証券コード：3675 (東証プライム)

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・会社説明資料

| CONTENTS

1. グループ概要・事業内容
2. 2022年6月期第3四半期決算概要
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	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	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 30社、持分法適用関連会社 2社	
従業員数 (連結)	1,420名 (内、臨時従業員264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

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

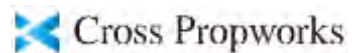
一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会

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

 Cross Communication Cross Propworks  Fittio Data and Marketing  株式会社 ドゥ・ハウス
HUMAN NETWORKS 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

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

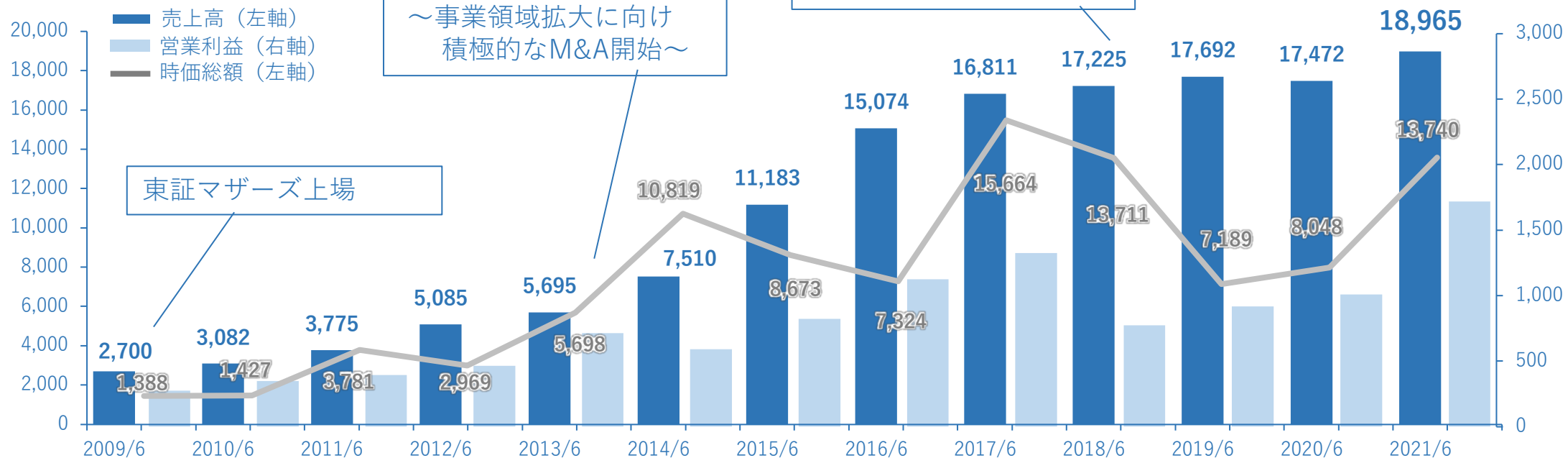
**Discover
Something
New.**

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**

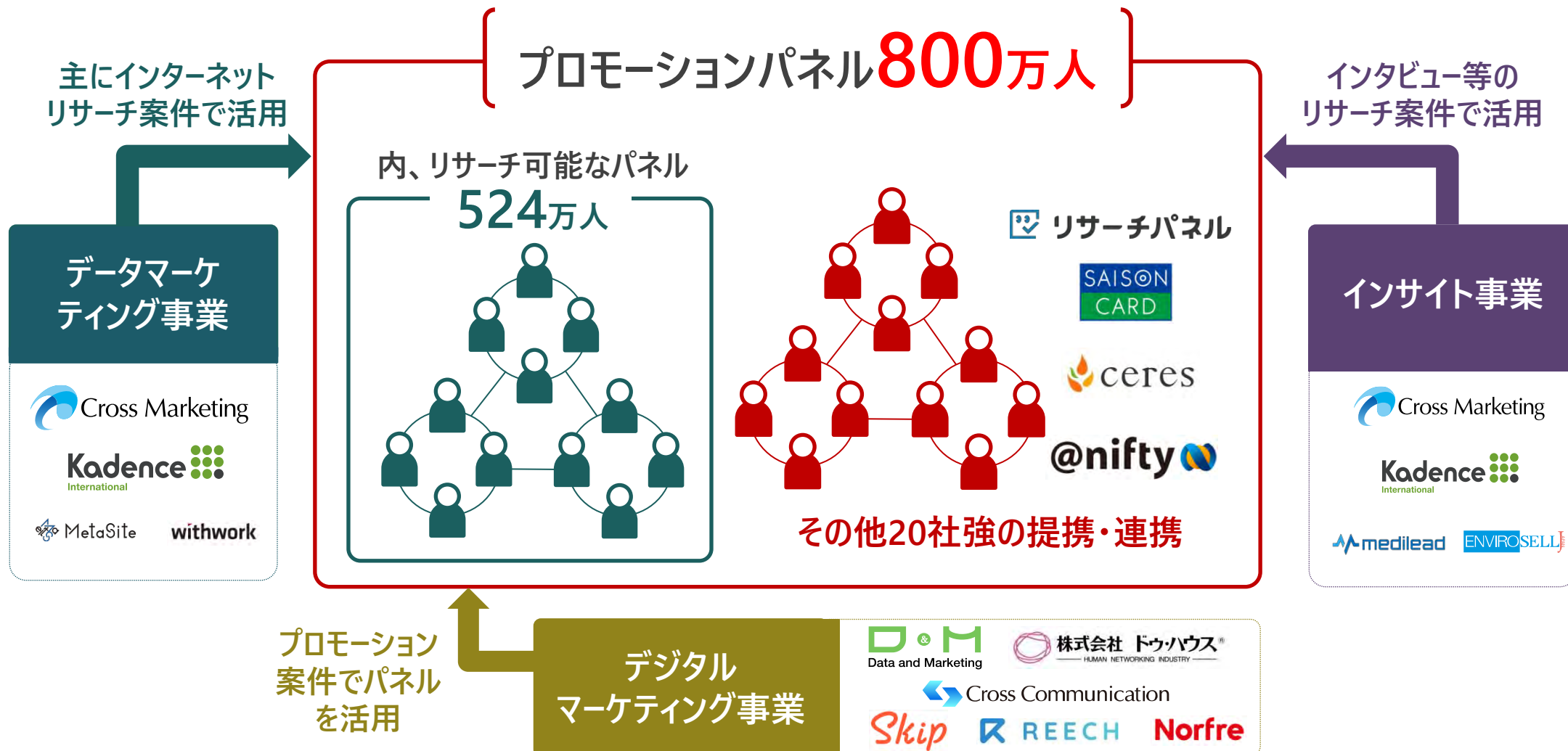


**5000社、72,000窓口
の顧客基盤**

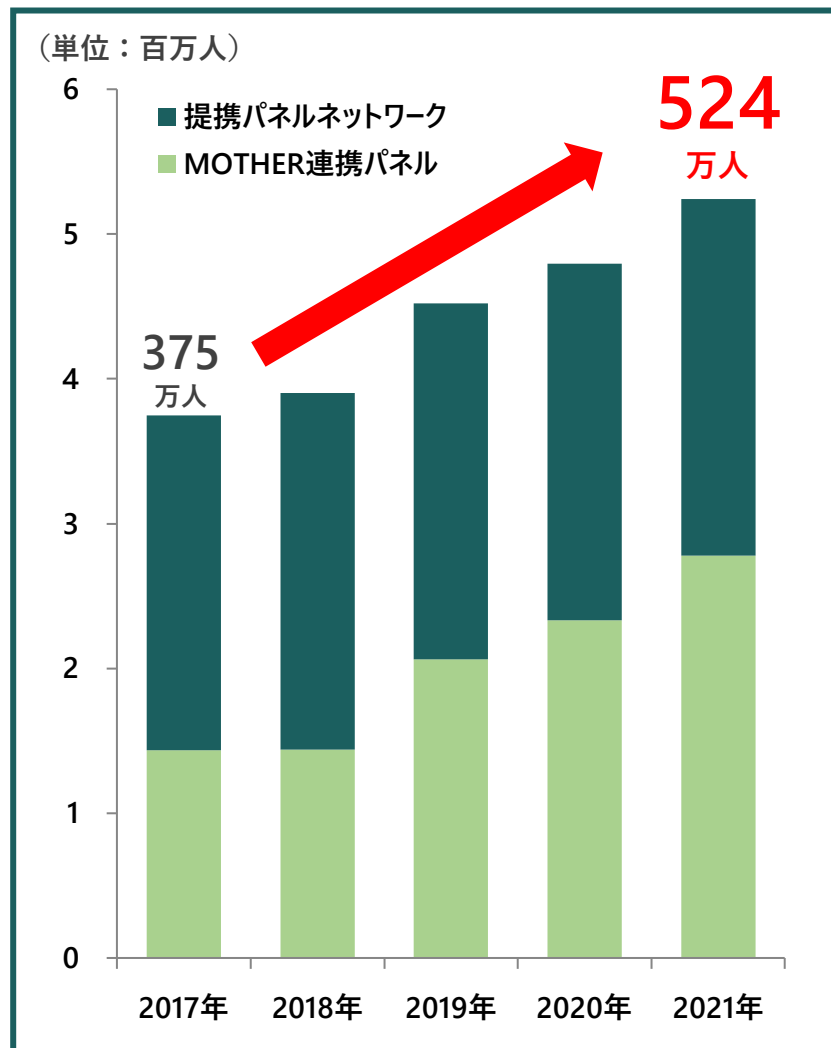


**ネットリサーチシステム・
100名超のエンジニア組織**

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



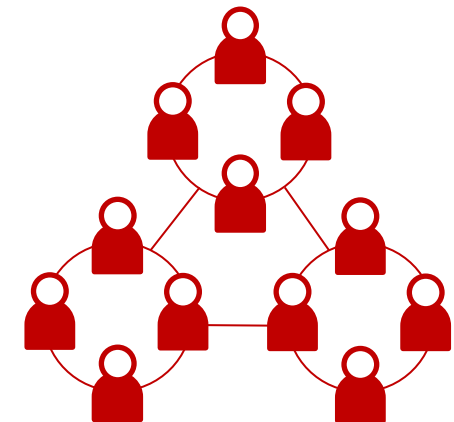
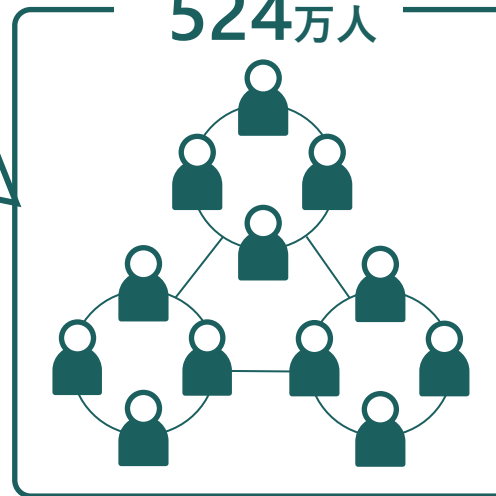
パネル基盤の成長と、プロモーションネットワークの広がり ～パネル数の継続的な増加を推進し資産としての価値を高めている～



プロモーションパネル **800万人**

内、リサーチ可能なパネル

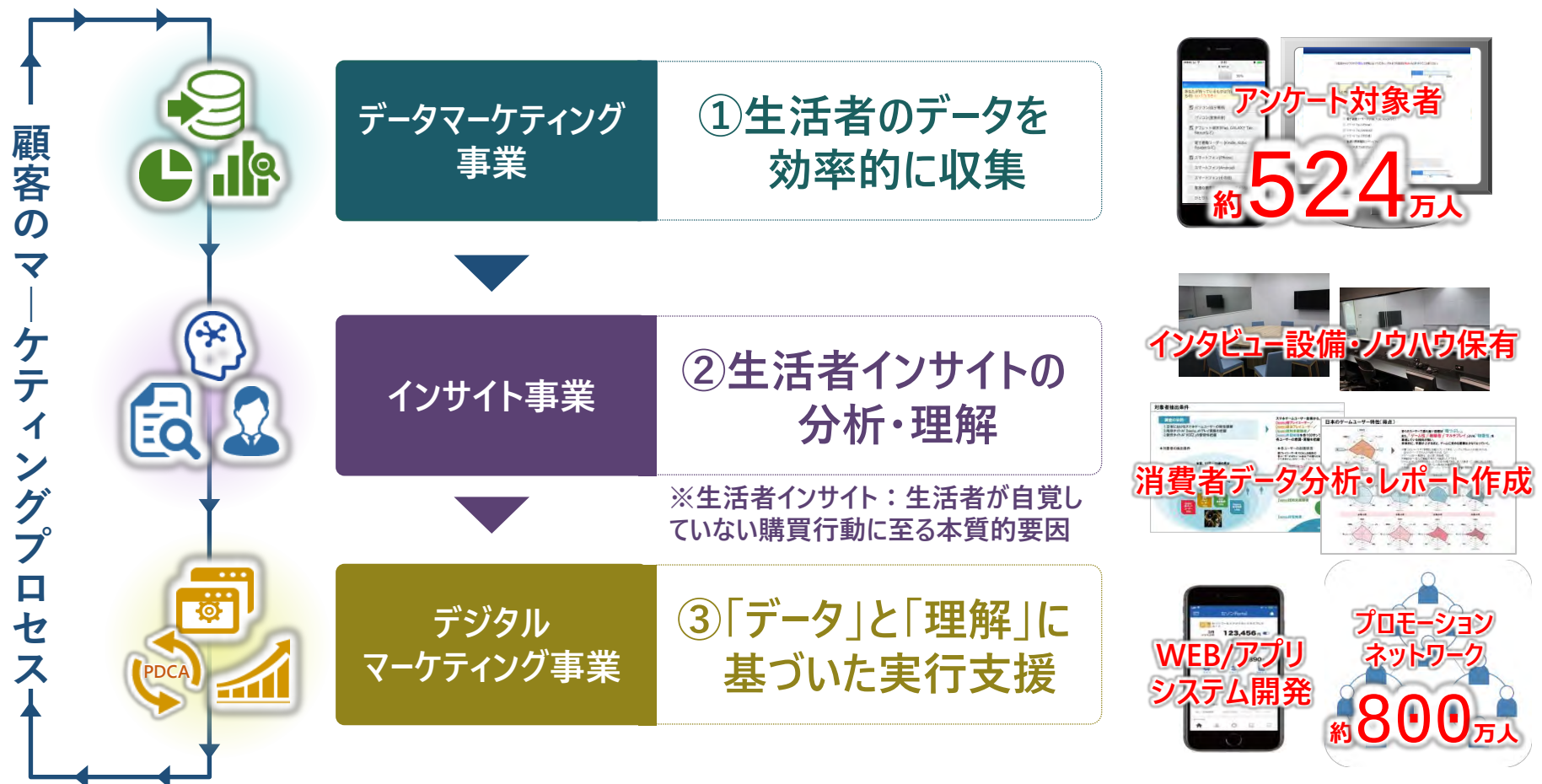
524万人



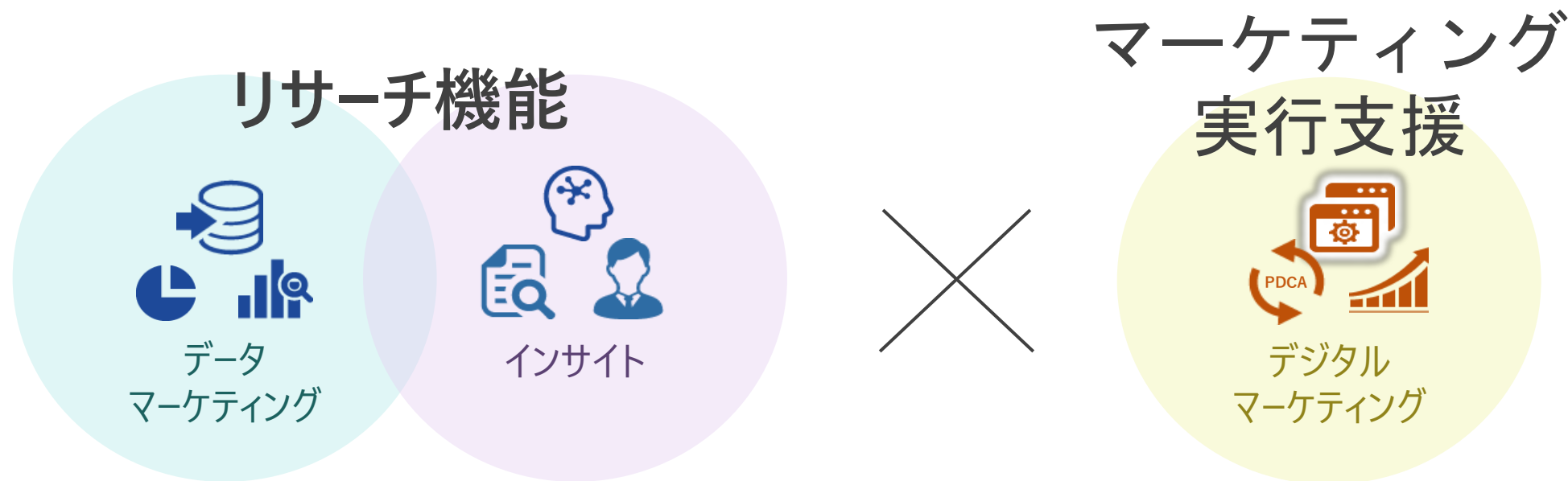
 リサーチパネル  ceres @nifty 

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

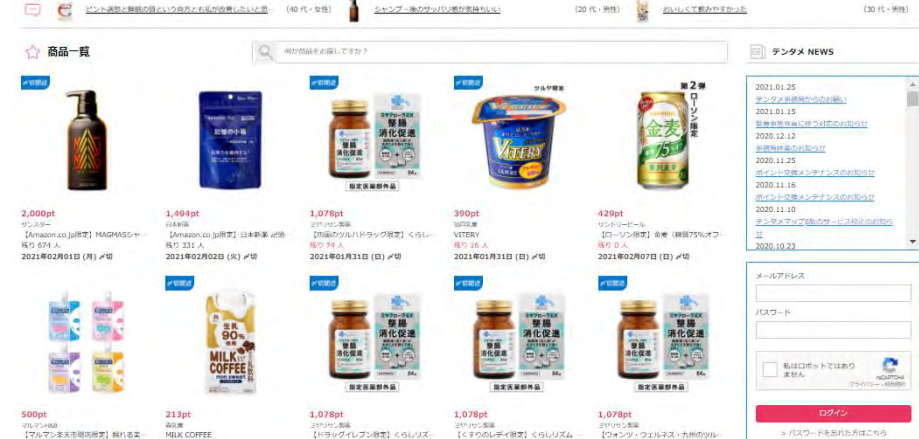


株式会社 ドウ・ハウス®

HUMAN NETWORKING INDUSTRY

もらえる・ためせる®
モタメ.net

レシート投稿で毎日のお買い物にお得とハッピーを
デンタメ!



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
狙った効果を確実にもたらす
プロモーションを実施

年間**120**万個の
サンプリング実施株式会社 ドウ・ハウス®
— HUMAN NETWORKING INDUSTRY —

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

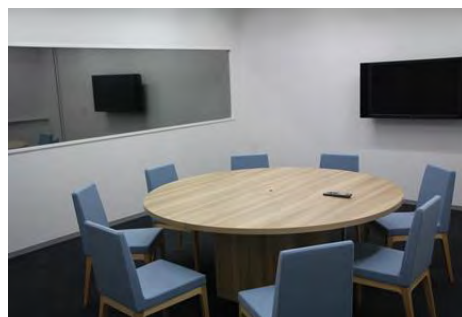


インサイト
事業

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3四半期決算概要

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

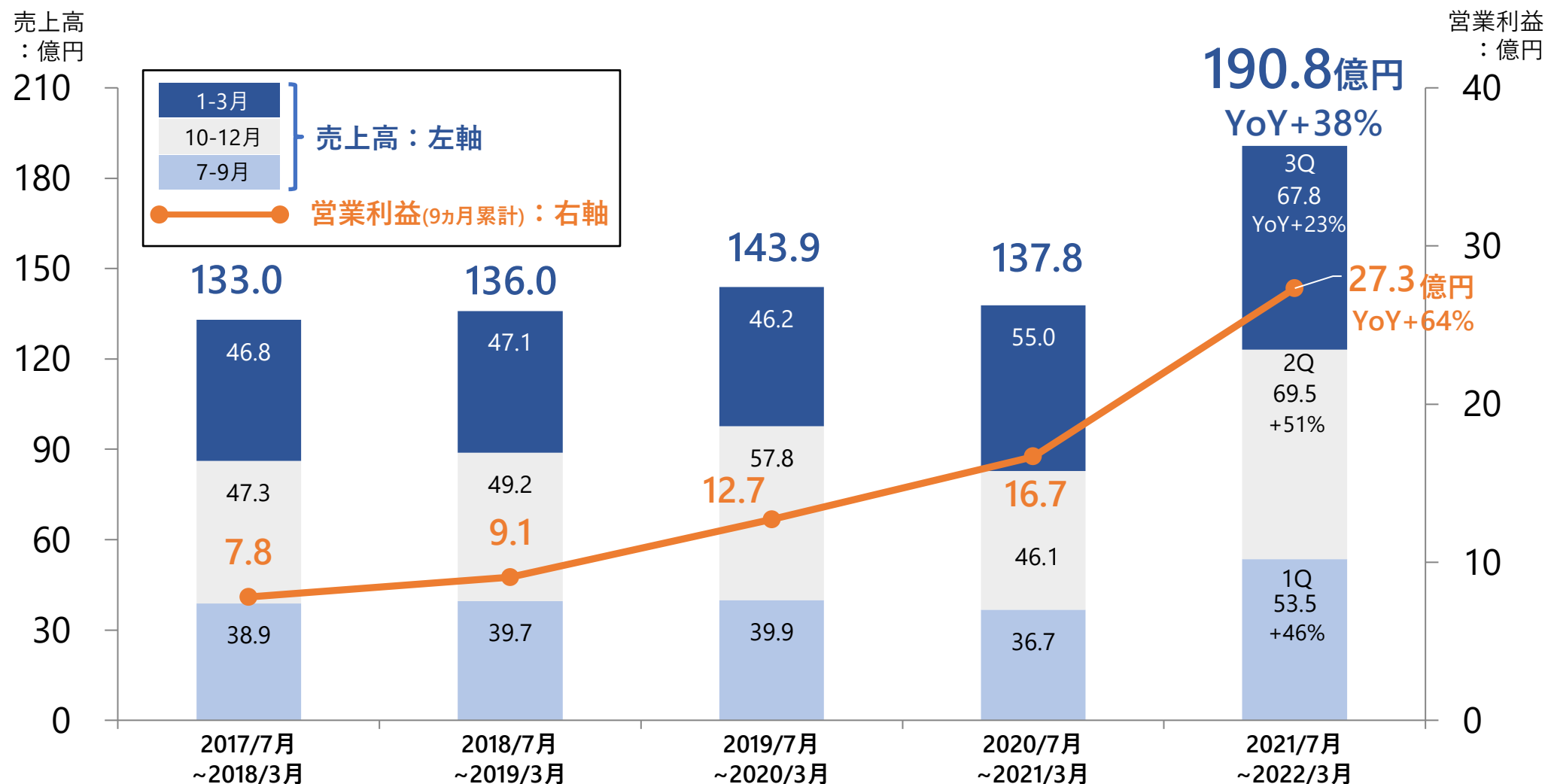
通期業績予想を再上方修正するとともに
期末配当予想を増額修正

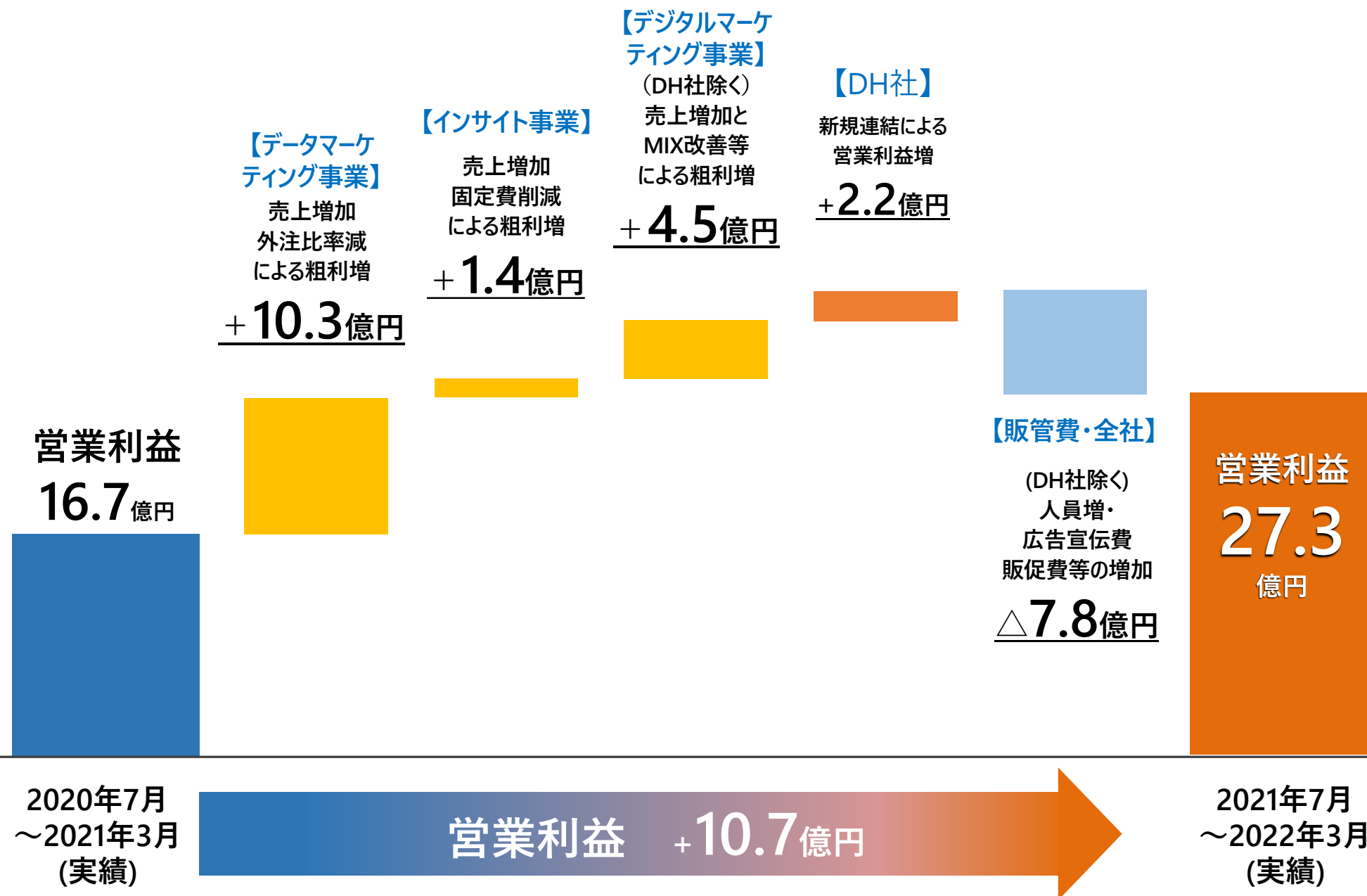
売上・利益とも、予想レンジ上限を上回る水準
前年同期間比で38%増収、営業利益率は2.2ポイント上昇

(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





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

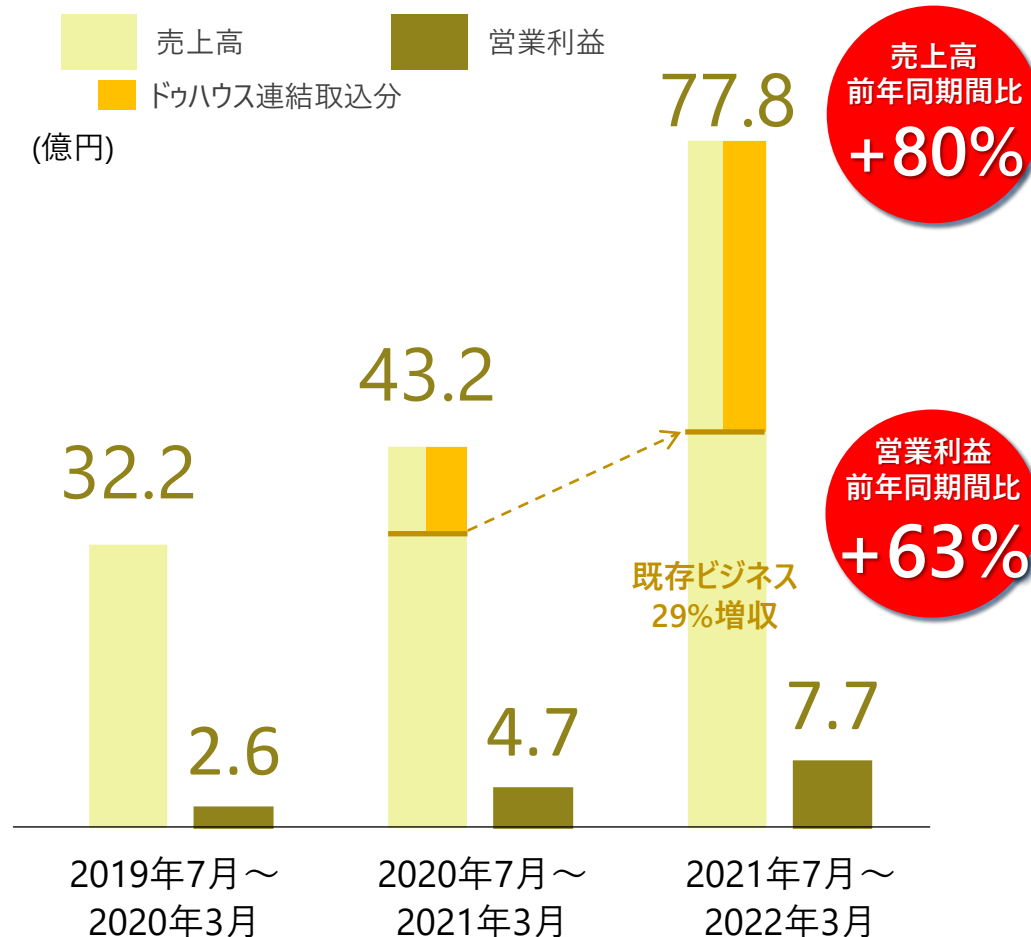
21/7月～22/3月(9ヵ月)売上高33.1億円、営業利益2.7億円

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

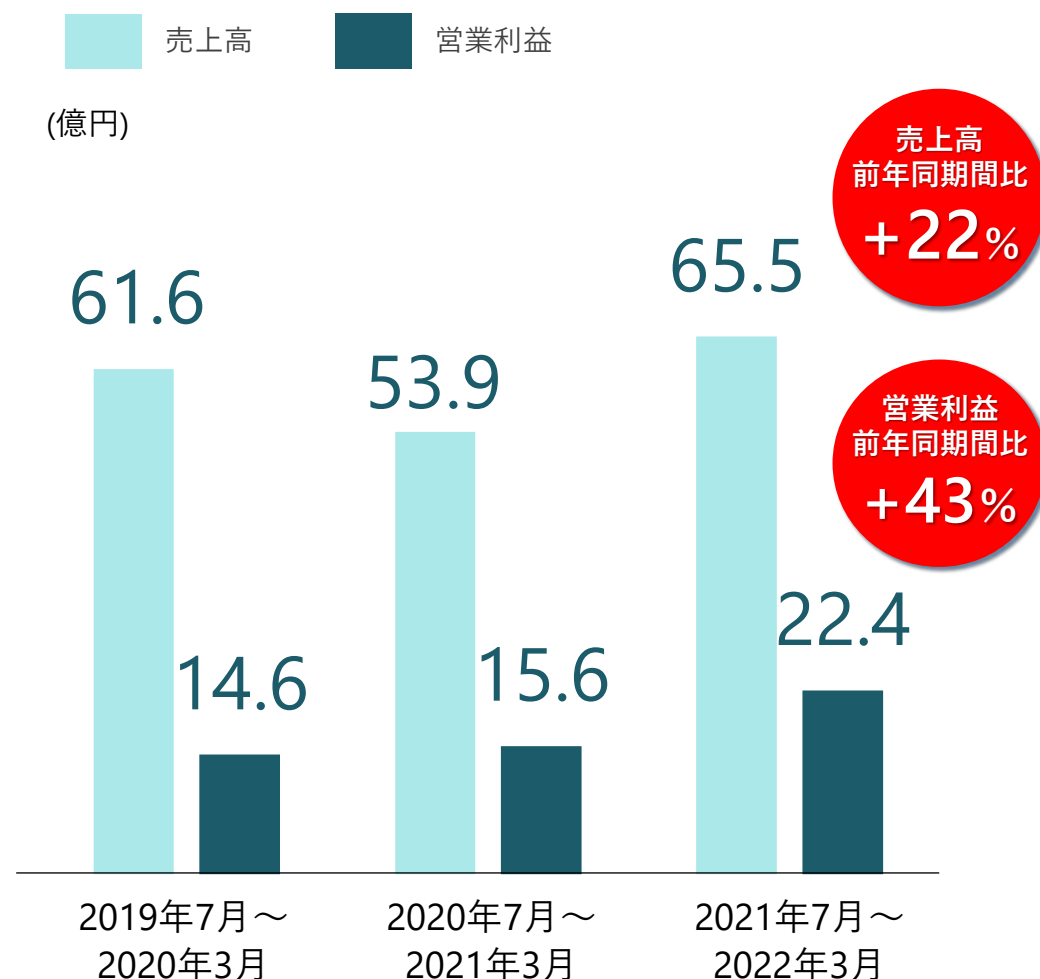
*ドウハウス除く既存事業：29%増収、30%増益

- ✓ 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



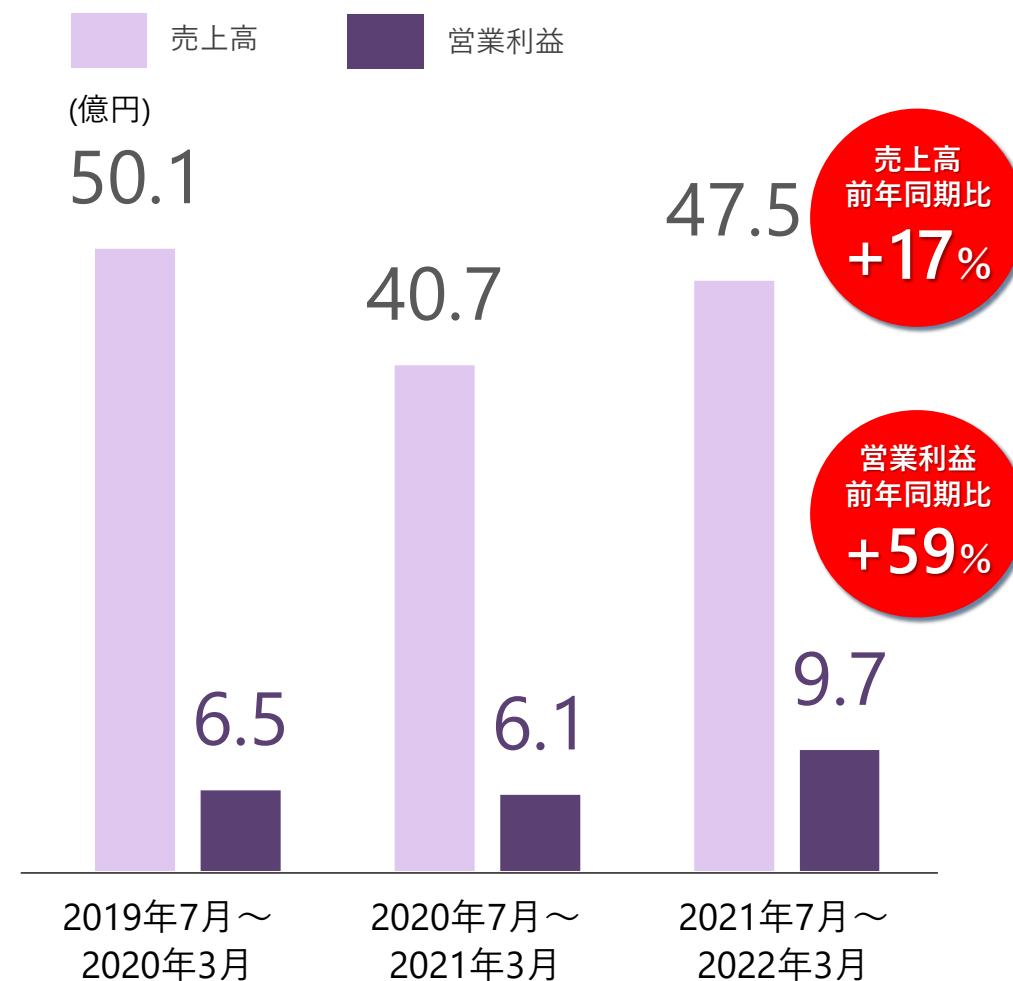
国内外でコロナ影響から順調に回復し、過去最高業績を達成 セグメント営業利益率は34.2%へ上昇

- ✓ 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

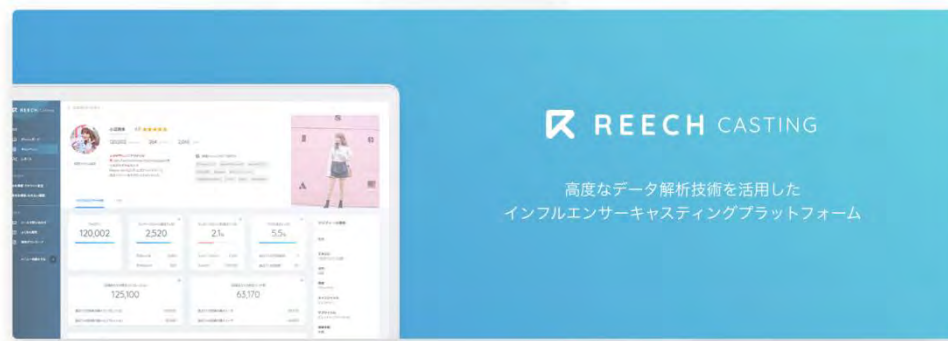
- ✓ 国内はオンライン型インタビューの受注増等により収益は堅調持続
- ✓ 海外は組織体制見直しとコスト適正化で黒字化定着



3. トピックス (2022年1～3月)

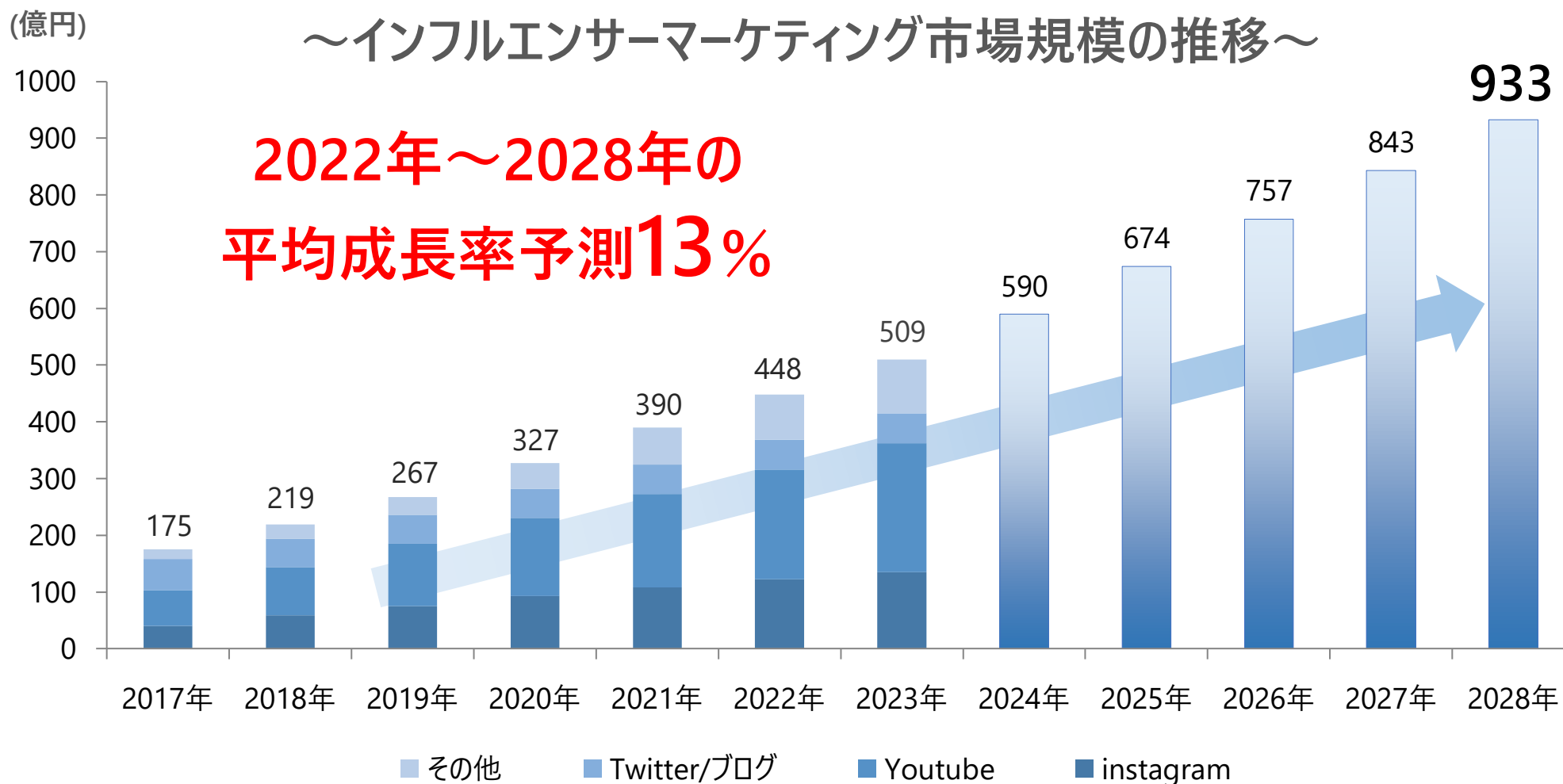


インフルエンサーマーケティング支援事業への 本格進出に向けてREECH社の株式取得



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



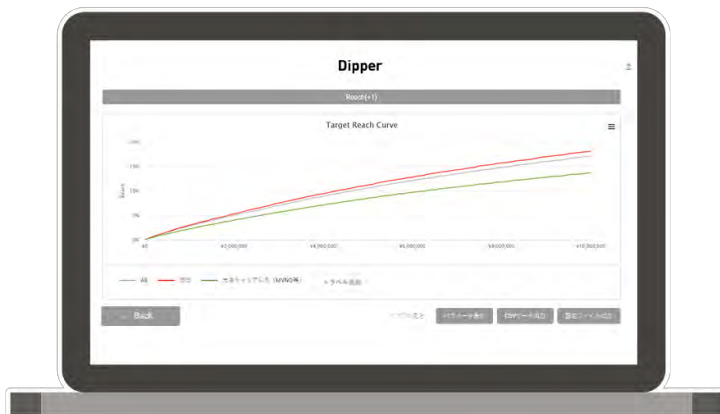
2022年4月(2022年6月期第4四半期)から連結取り込み開始



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

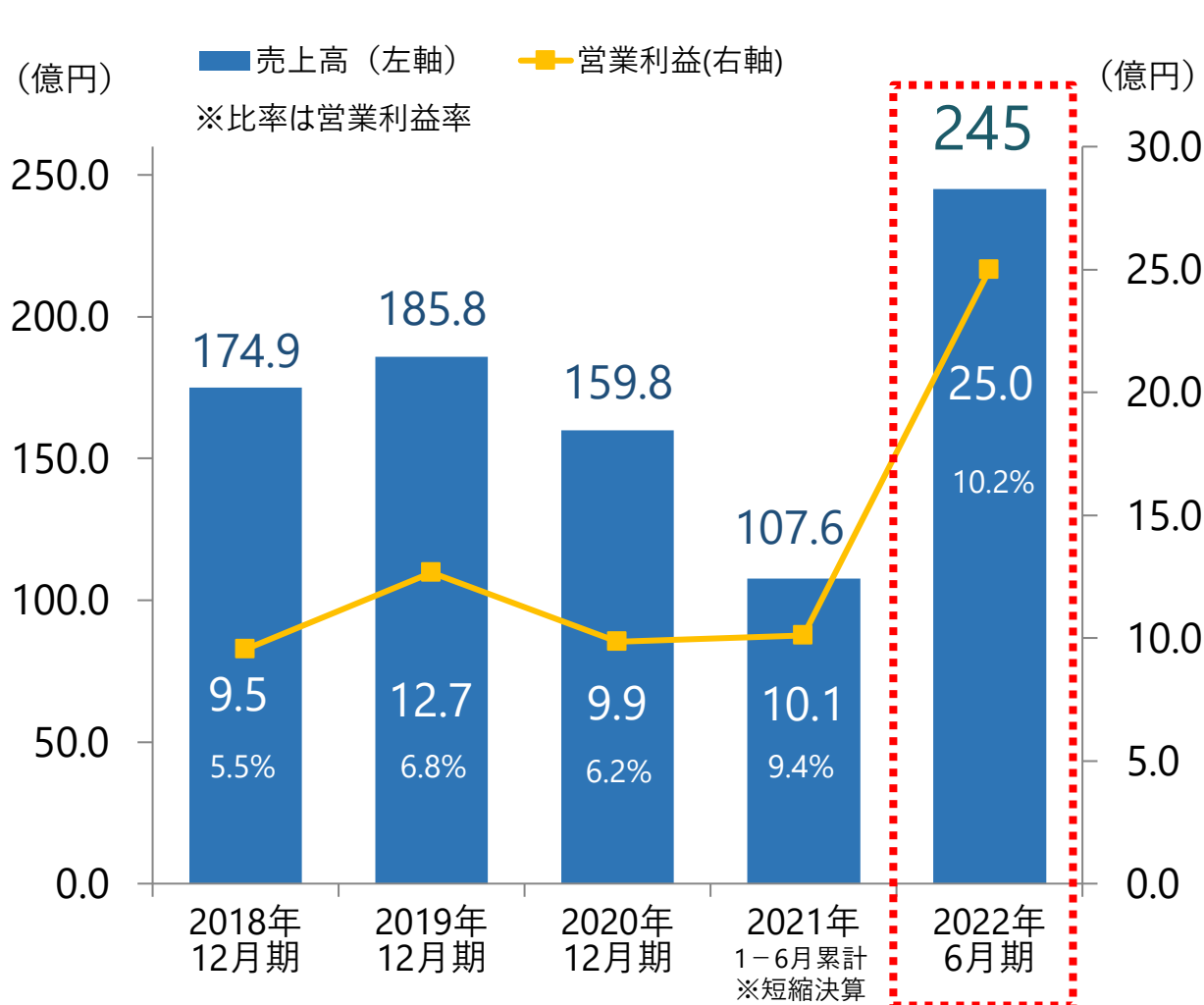
本信託の実施による売却完了と2022年3月末時点における株主の状況を反映した場合、**流通株式比率は59.7%**となっております。

※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P67,68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. 2022年6月期業績予想について

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

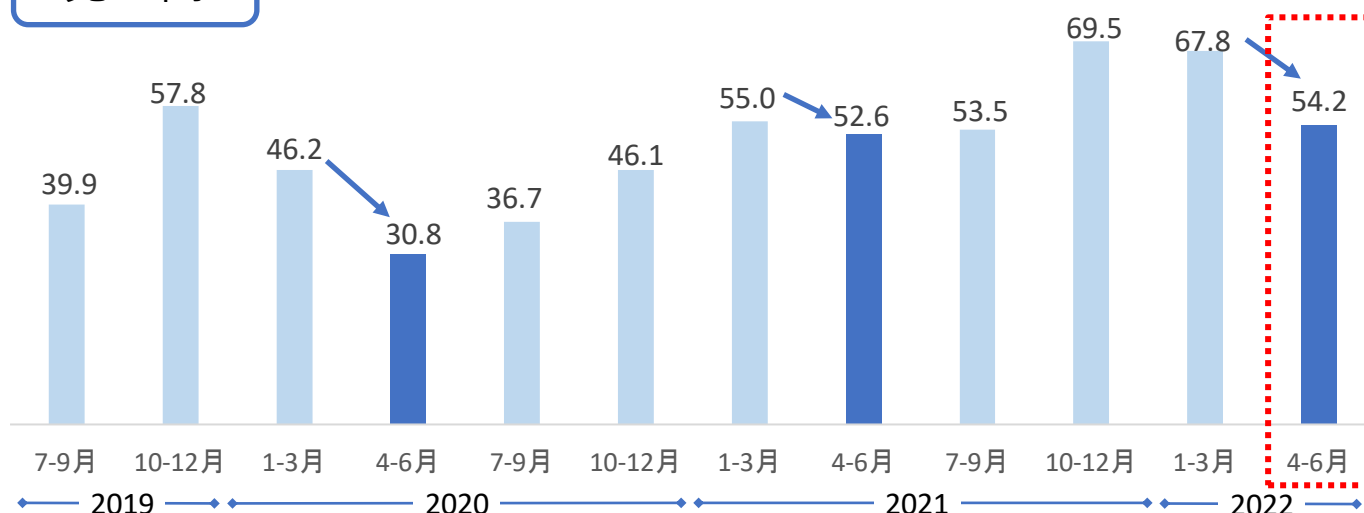


(億円)

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

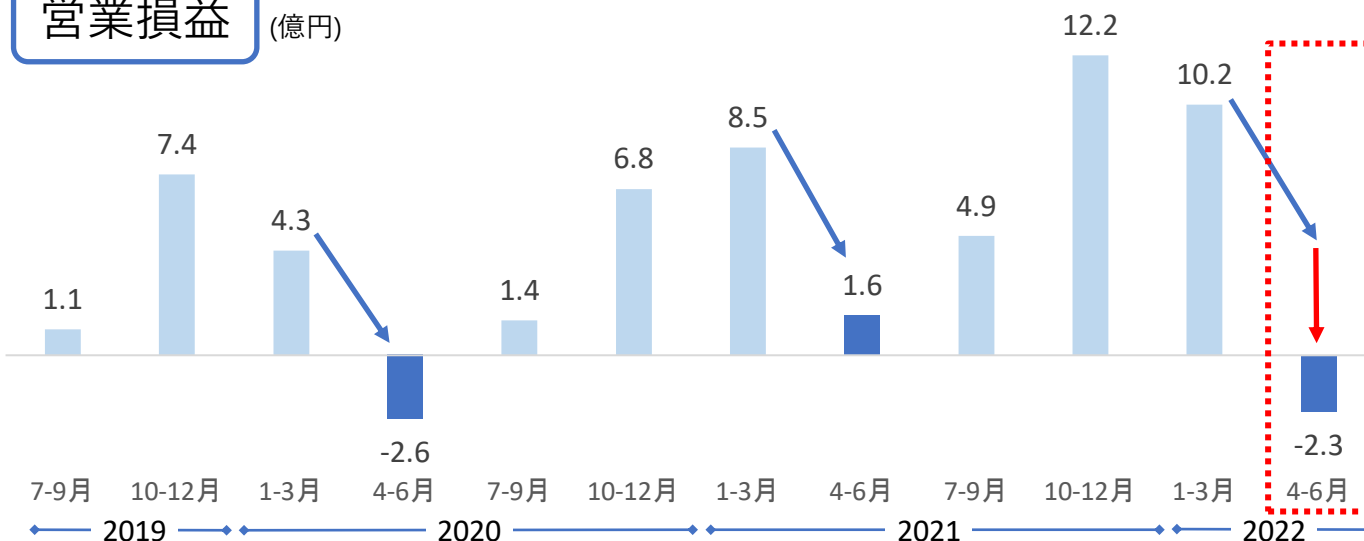
売上高 (億円)



4Q売上高予想：54.2億円

・季節性により3Q比減収

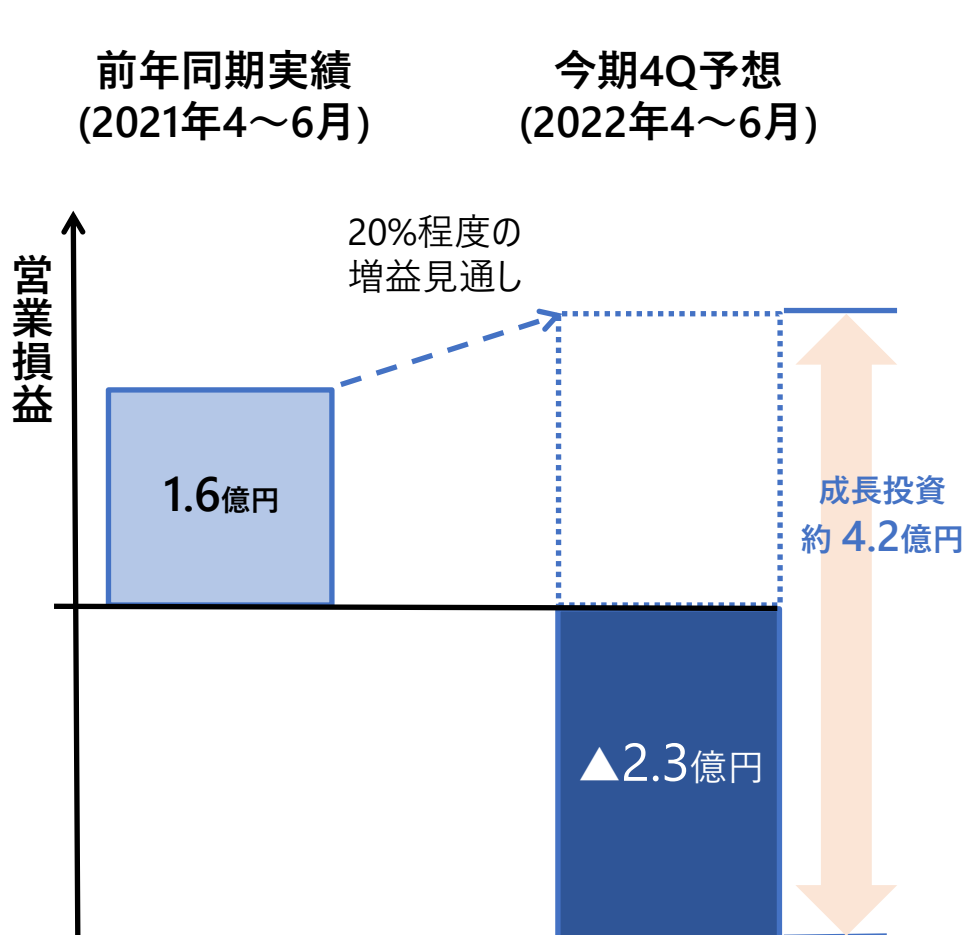
営業損益 (億円)



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

1. 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：ドゥハウス、D&M等)

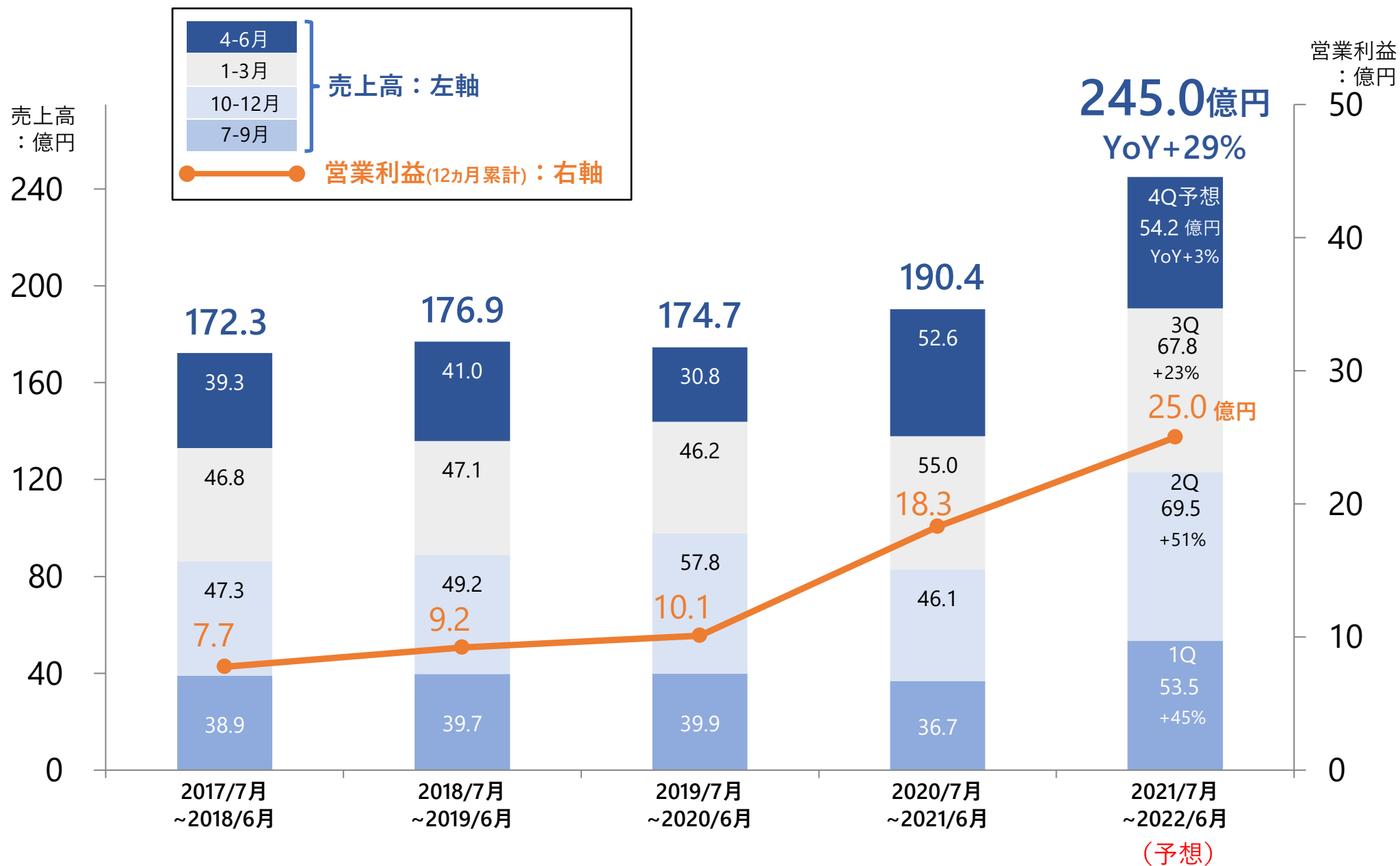
-新規事業成長投資 : 0.7億円
REECH・ノル・SKIP各社、Dipper・AI等システム投資等

-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

2. 株主優待費用 : 0.3億円

(増配関連費用は含まず)



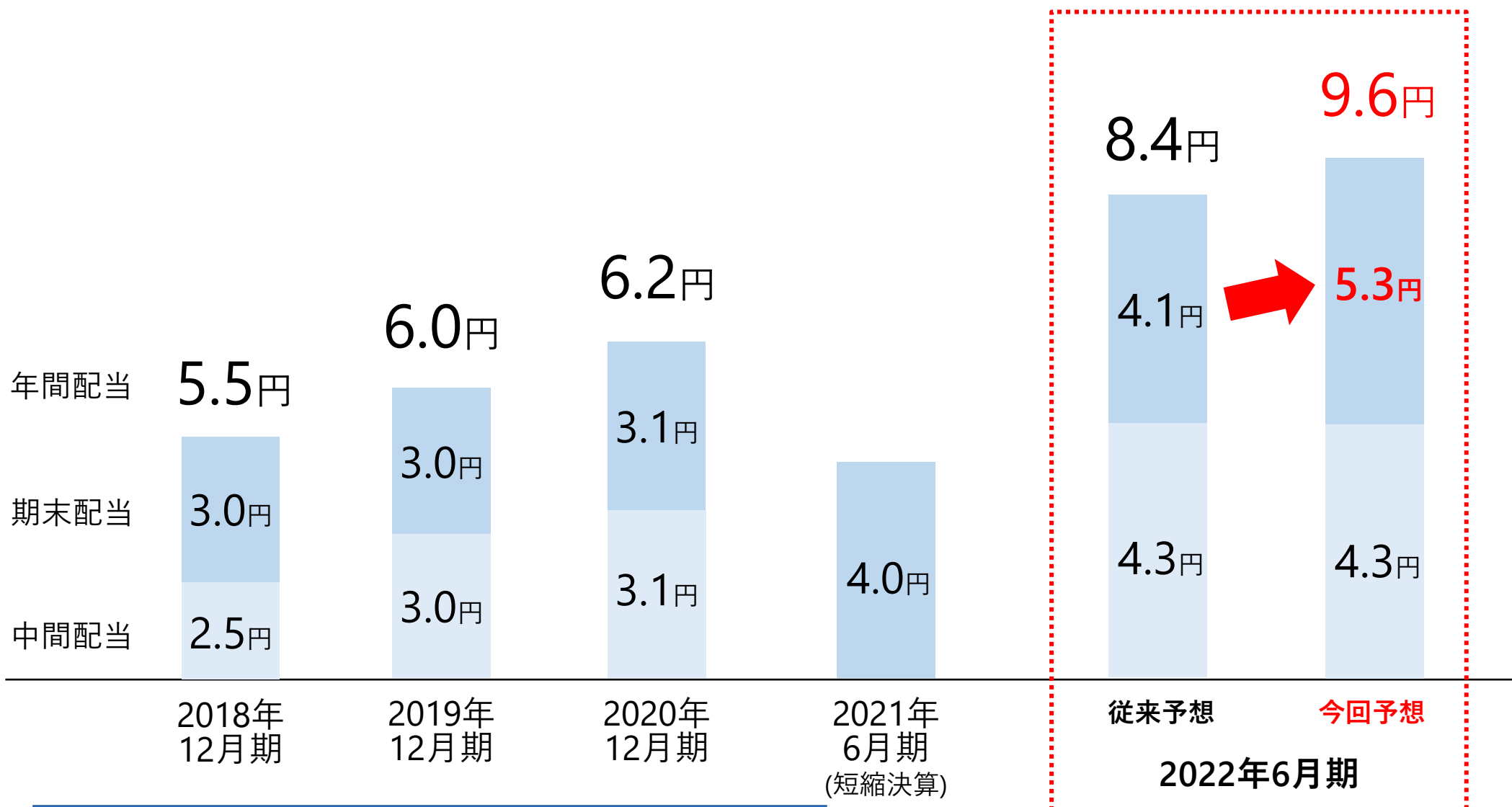
5. 株主還元・配当金額

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



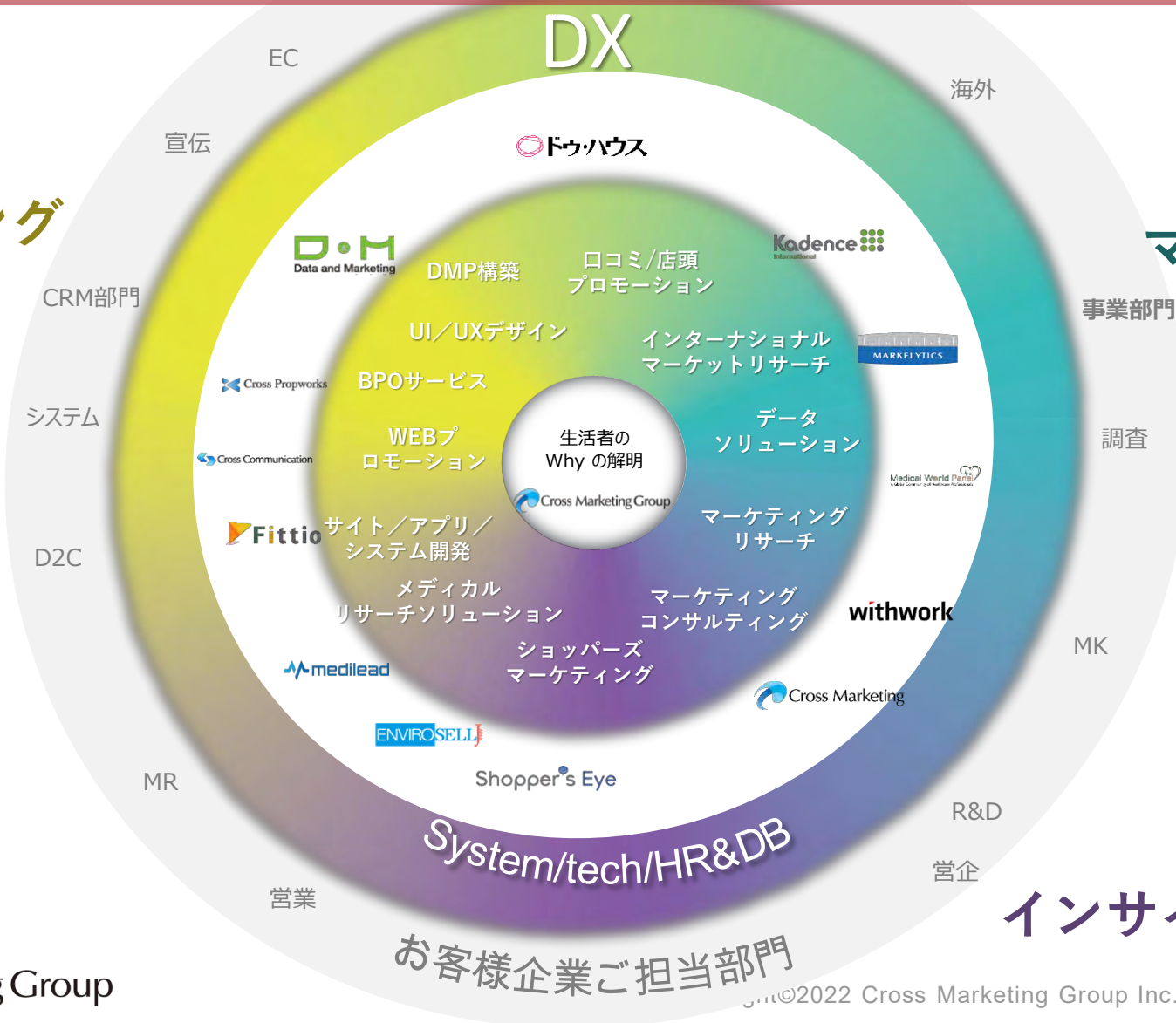
中期経営計画 “DX Action 2024” 概要



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

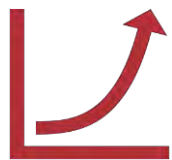
時価総額

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**

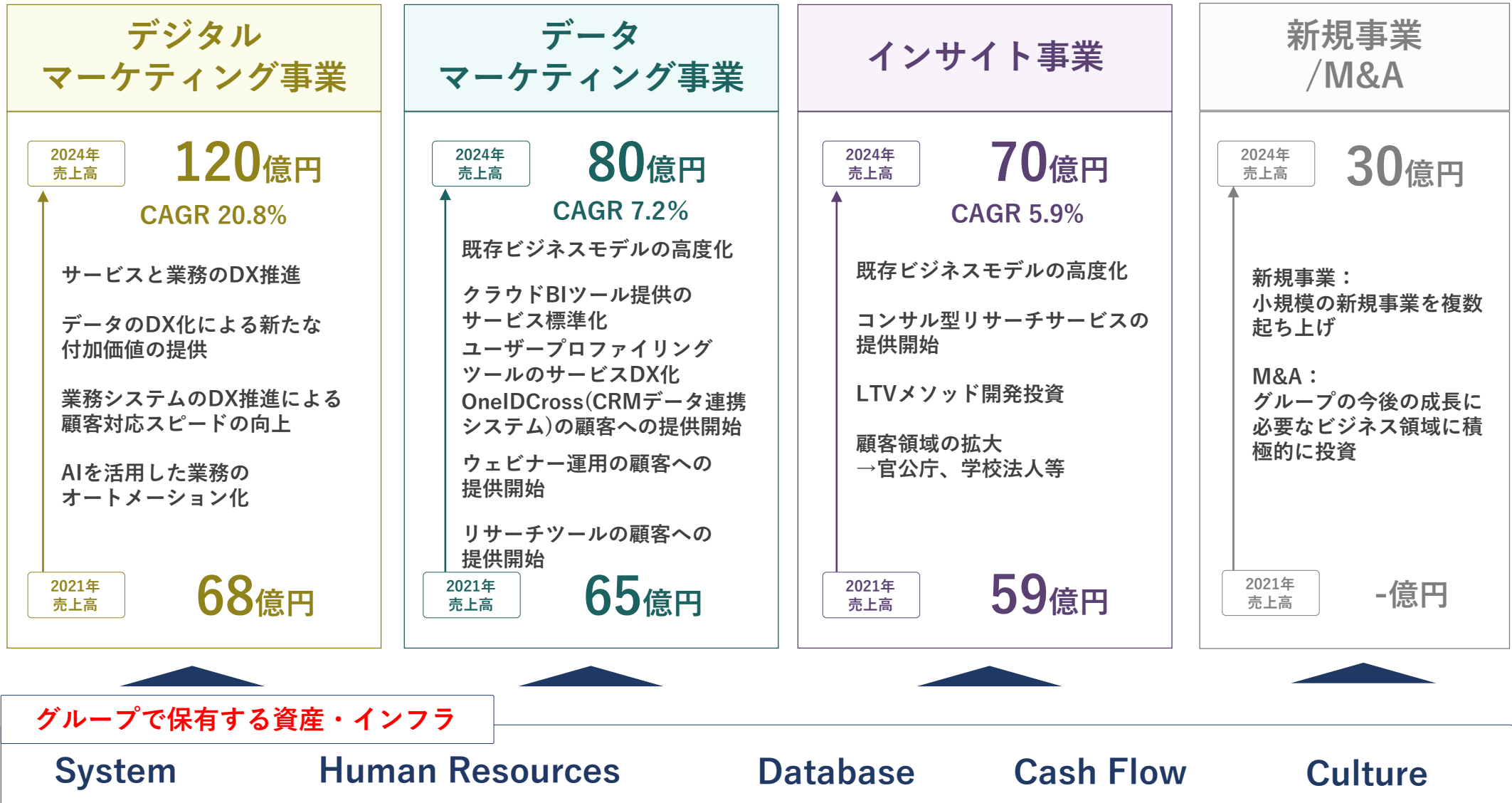
中期経営計画『DX Action 2024』
(2022年6月期～2024年6月期)

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
実績	業績予想※		中期計画	
売上高 190.4億円	売上高 245億円		売上高 300億円	
営業利益 18.3億円	営業利益 25億円		営業利益 30億円	
当期純利益 9.3億円	当期純利益 15億円		当期純利益 18億円	
1株当たり 当期純利益 46.5円	1株当たり 当期純利益 76.1円		1株当たり 当期純利益 90.1円	

- 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



※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

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

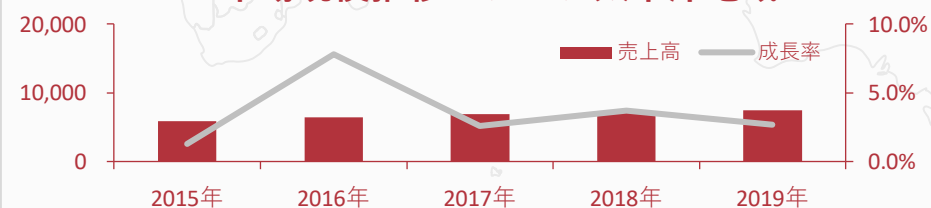
－ミャンマー

－カンボジア

欧州：ドイツ・フランス

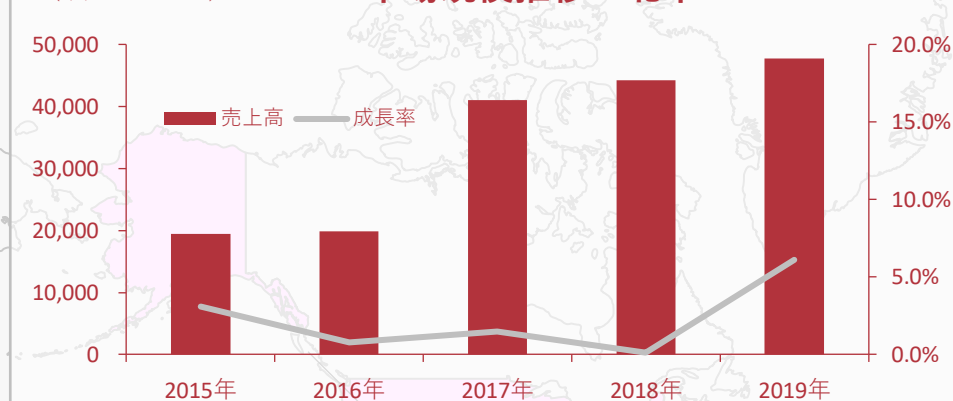
(単位：百万ドル)

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

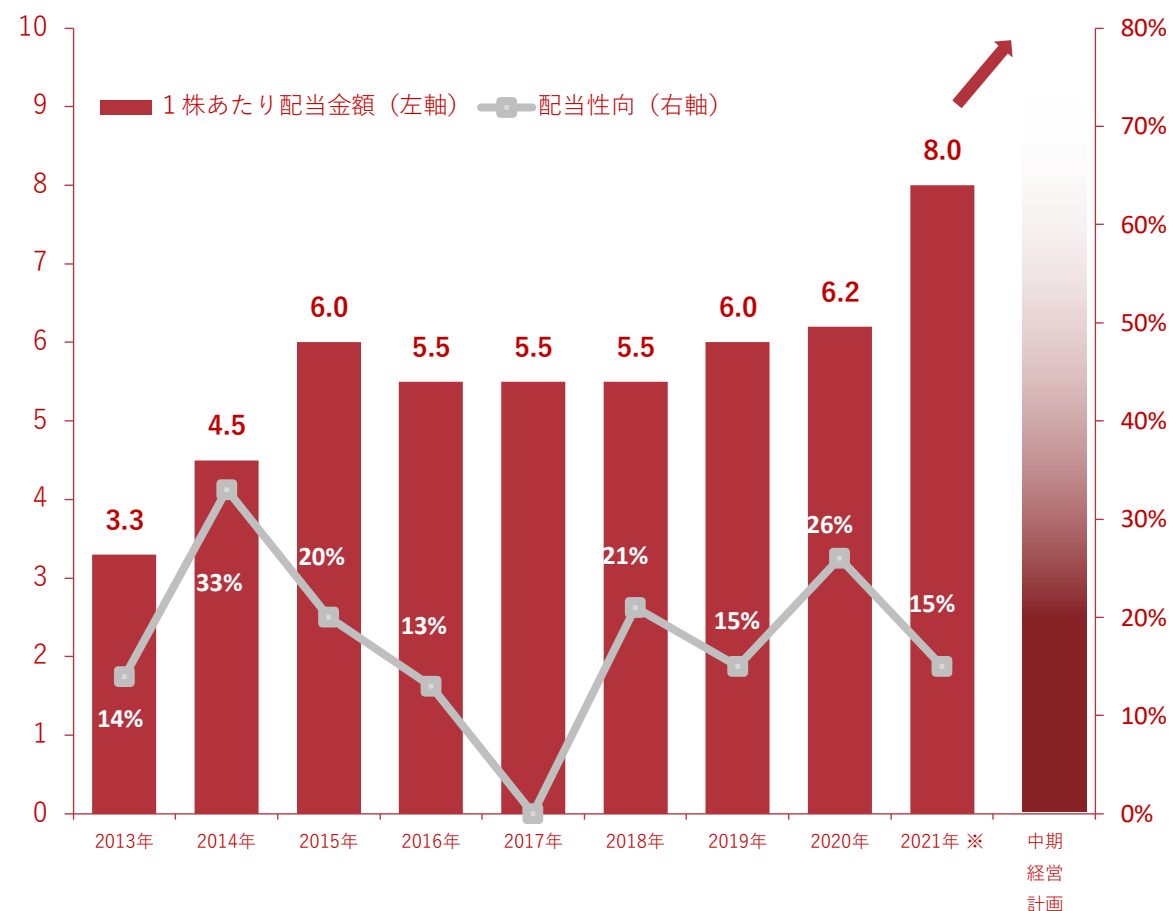
原則、連結配当性
向15%に基づく

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



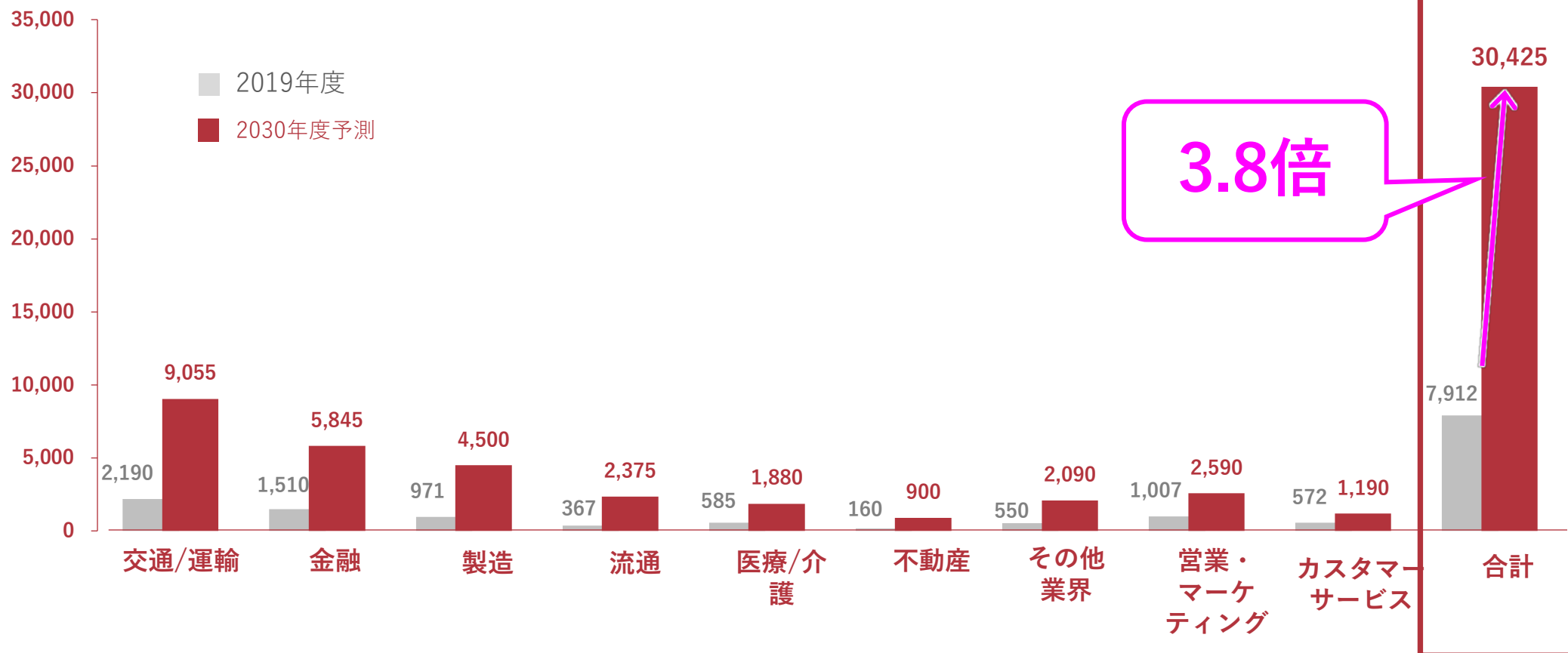


Cross Marketing Group

Appendix

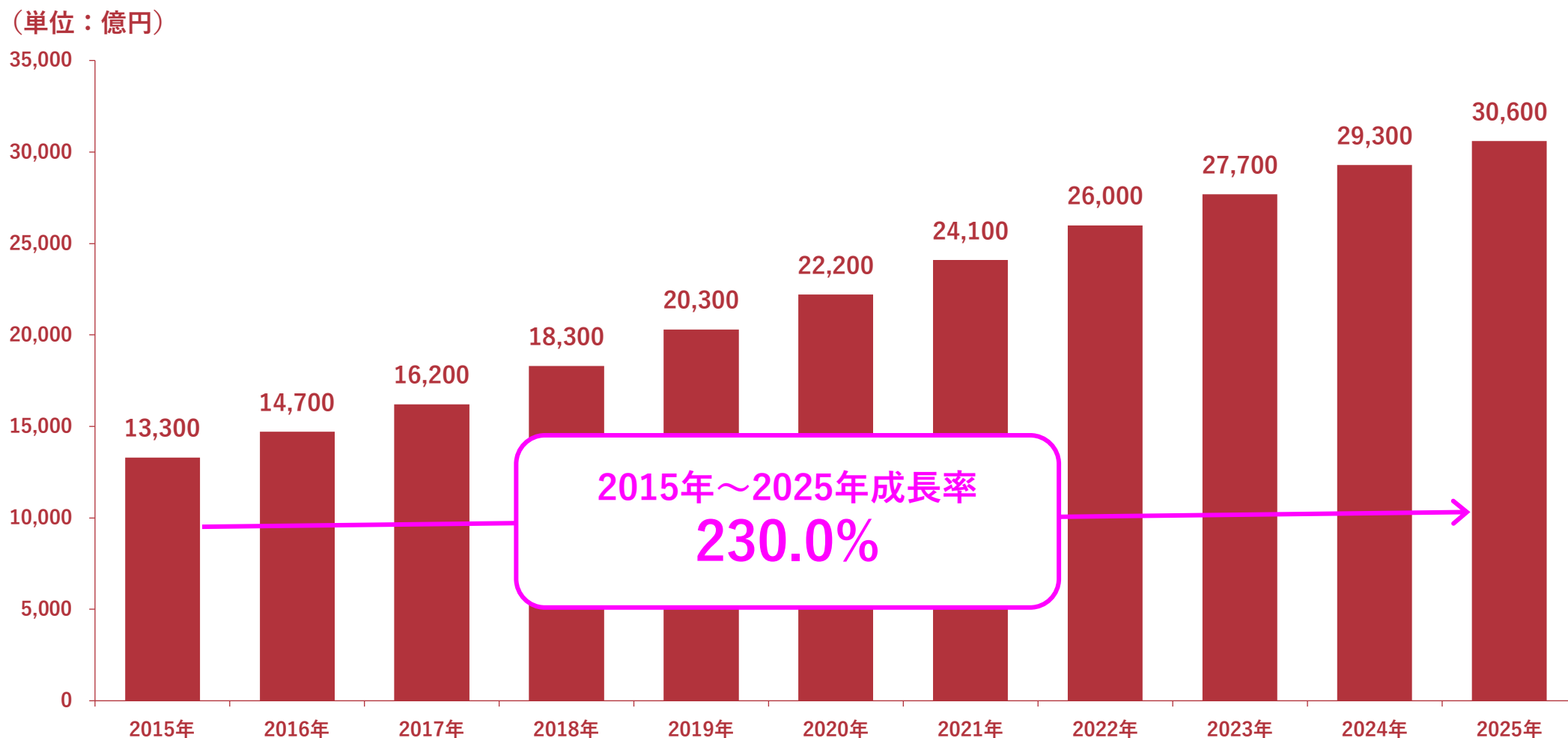
国内のDX市場の投資金額は2019年度から2030年度にかけて3.8倍となる予測であり、市場は急拡大している

(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

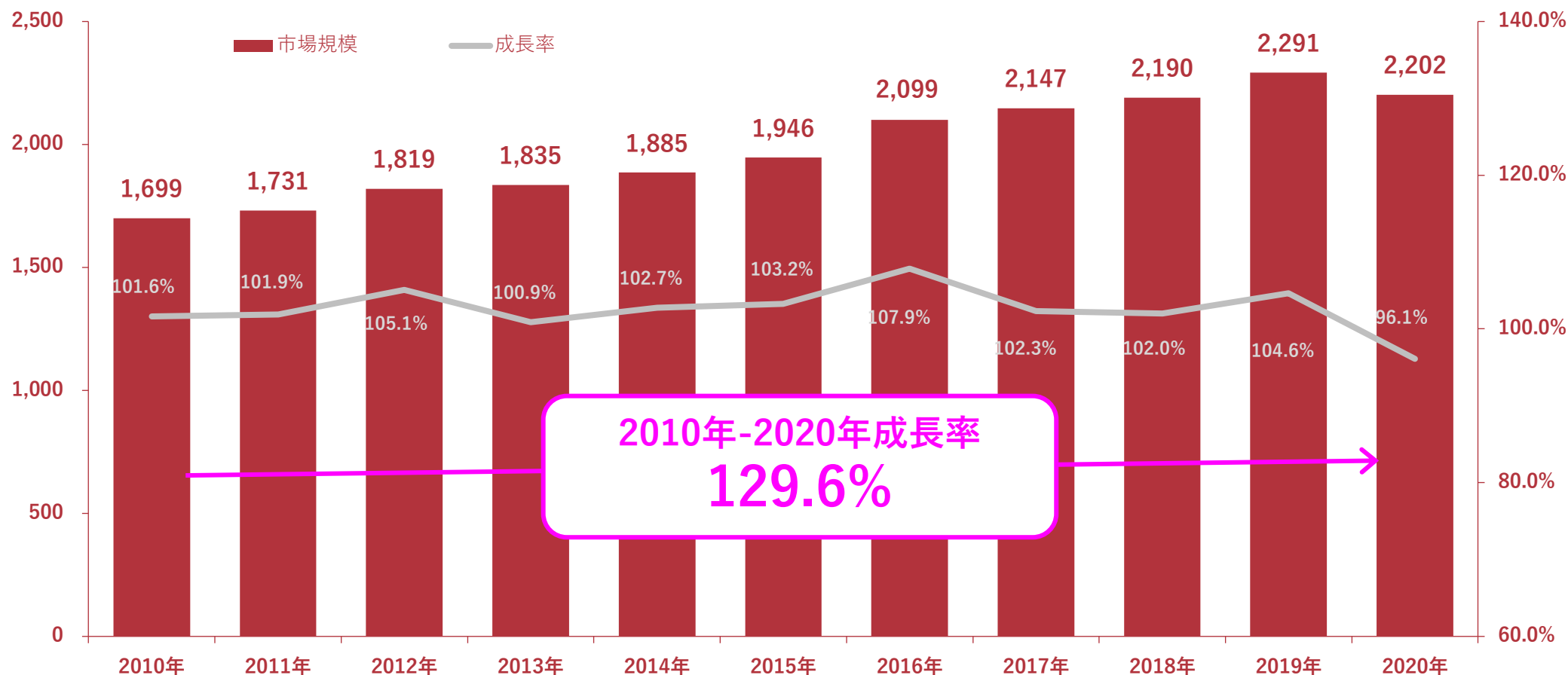


出典：売れるネット広告社

国内リサーチ市場の市場規模推移

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

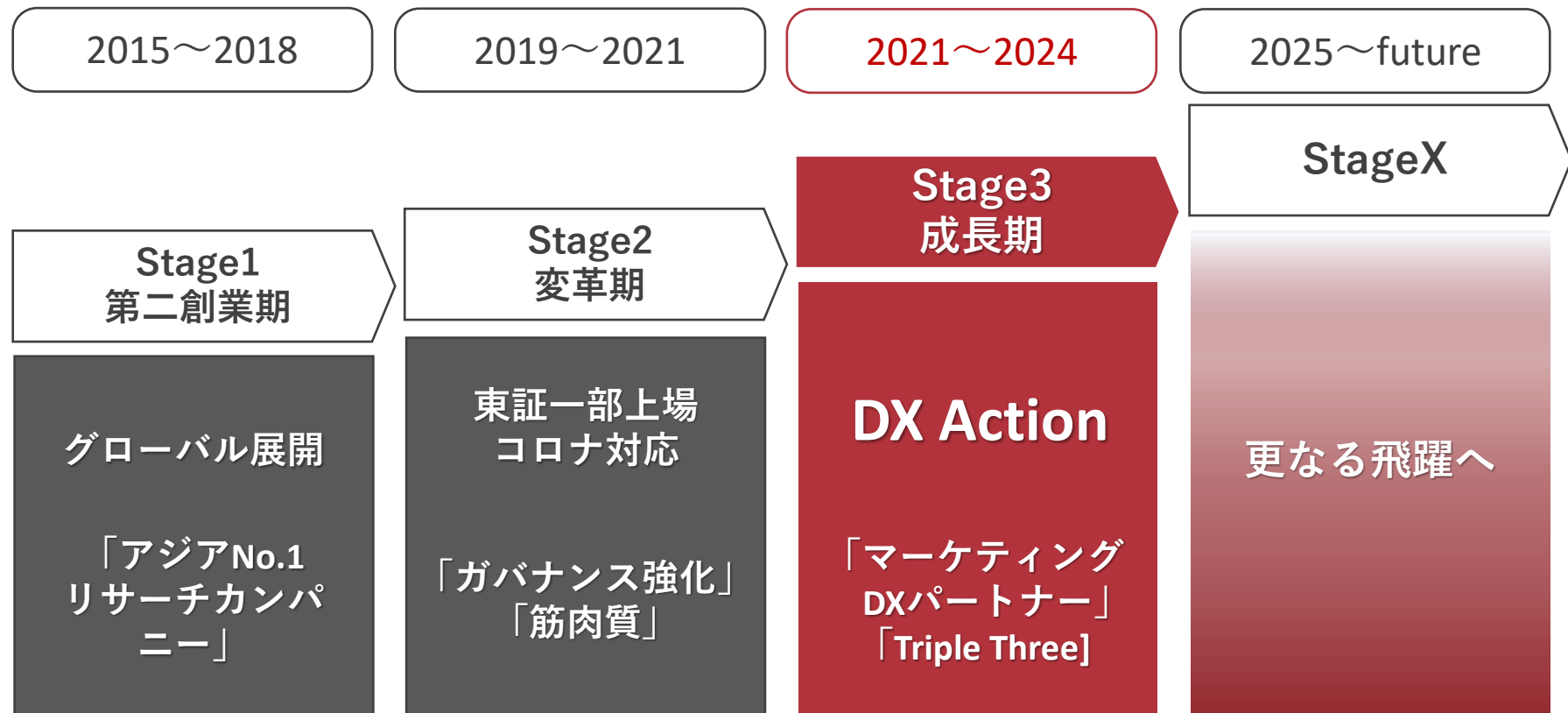
ランキング		企業名	本社 所在国	2019年売上高	
2019	2018			世界計	前年比
1	1	Nielsen	USA	6,498	-0.3
2	3	Gartner	USA	4,245	6.8
3	2	IQVIA	USA	4,139	7.6
4	—	Adobe Systems	USA	3,206	31.2
5	4	Kantar	UK	2,870	9.8
6	—	Salesforce.com	USA	2,506	32.0
7	5	IPSOS	France	2,243	8.6
8	—	IHS Markit	UK	2,198	5.6
9	6	GfK	Germany	1,673	5.2
10	—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

（単位：百万USドル、%）

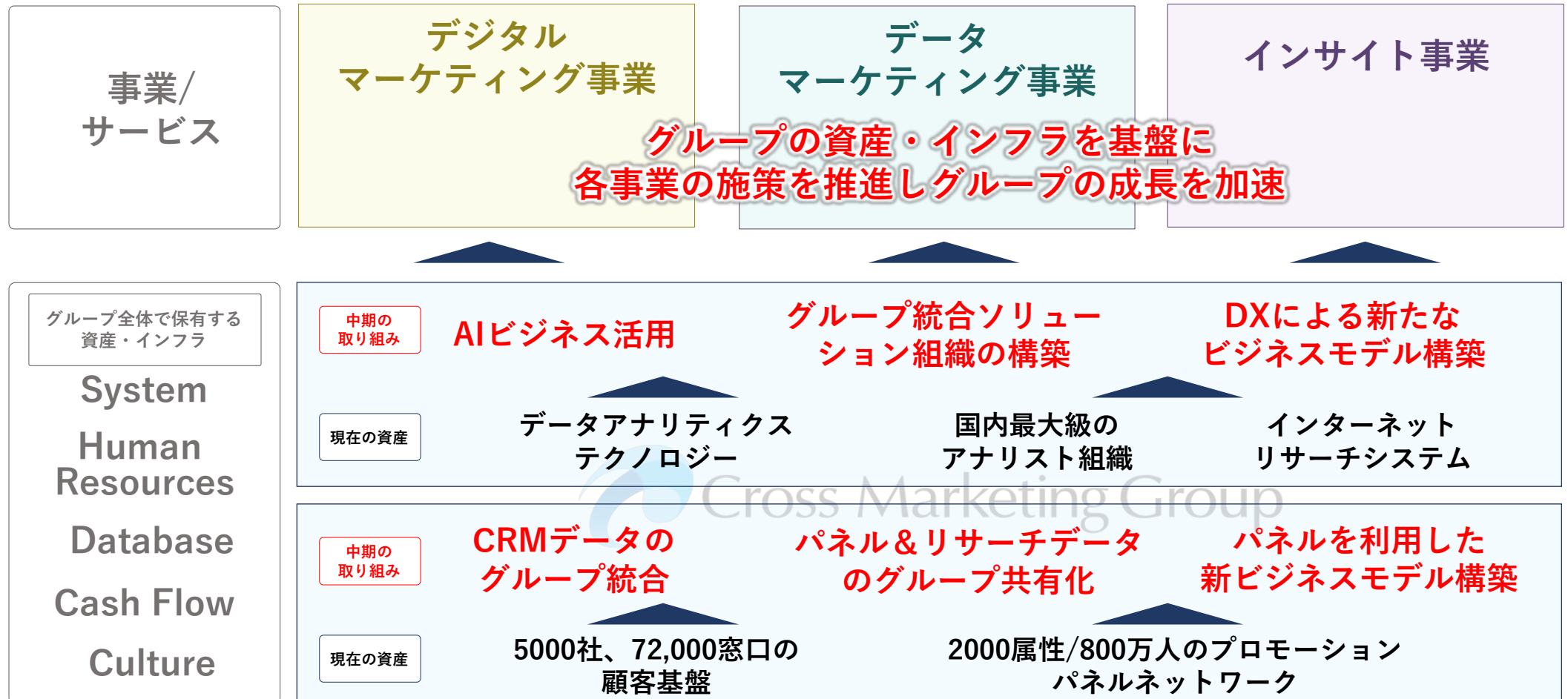
※ 1USドル=110円換算

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

SDGsへの取り組み

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。

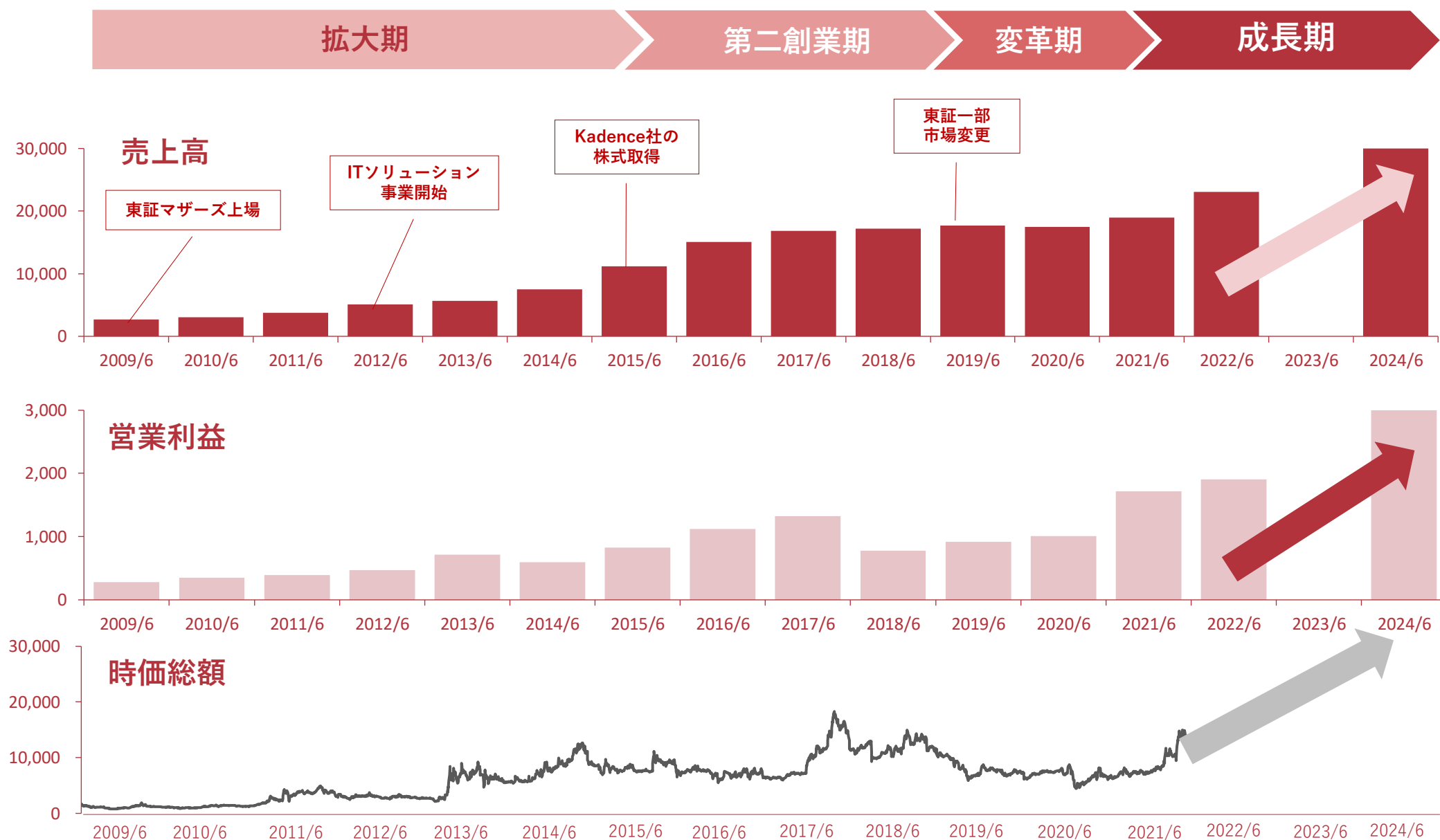
CMGはビジネスも様々で海外も含め、多方面に展開しています。そこには様々な価値観を持った仲間がいます。

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3四半期）

単位：億円	2020年7月 ～2021年3月	2021年7月 ～2022年3月	前年同期間比 伸び率	
売上高	137.8	190.8	+38%	1
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	2
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%	3
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

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

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

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（2022年6月期第3四半期）

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
総資産	117.8	142.1	+24.4 1

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

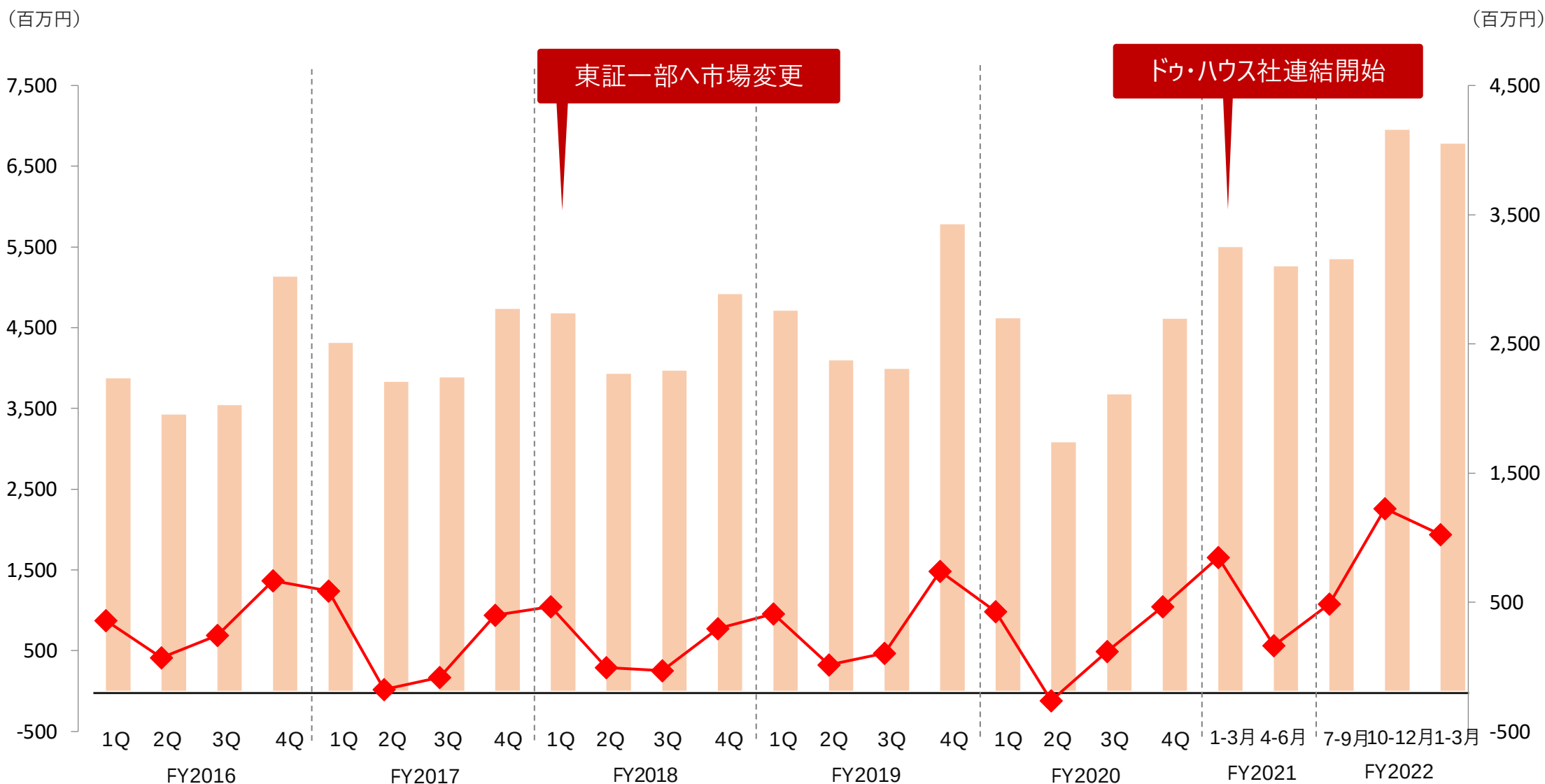
株式需給緩衝信託の設定、及び株式売却の進行により前期末比で増加（固定資産_その他で約7億円、流動負債_短期借入金で約6億円）

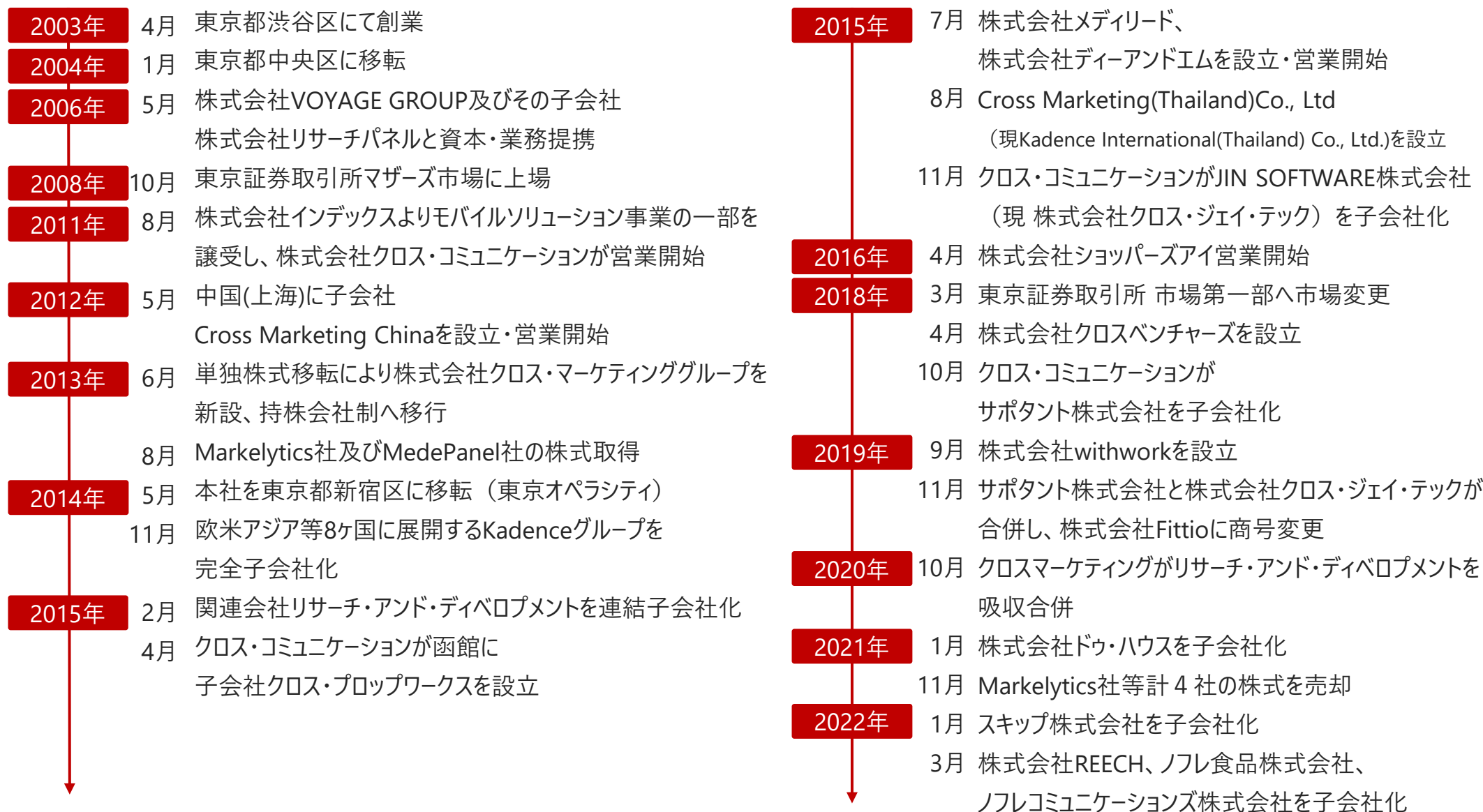
2 純資産の増加

純利益の稼得により利益剰余金等が増加

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)】





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>