



株式会社クロス・マーケティンググループ

2023年6月期 1Q決算・会社説明資料

2022年11月

CONTENTS

- 1 グループ概要・事業内容**
- 2 2023年6月期 1Q決算概要**
- 3 トピックス**
- 4 2023年6月期 業績及び配当予想**
- 5 参考データ**

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	
主要財務指標 (2022年6月期)	売上高 249.0億円 営業利益 25.2億円 ROE 31.9% 総資産 131.3億円 自己資本 57.6億円 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 (2022年9月末現在)	連結子会社 31社、持分法適用関連会社 4社	
従業員数 (連結、2022年9月末現在)	1,446名(内、臨時従業員256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

副会長



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。



デジタルマーケティング事業

22/6期売上高 100.8億円
売上構成比 40.5%

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

83.7億円
33.6%

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



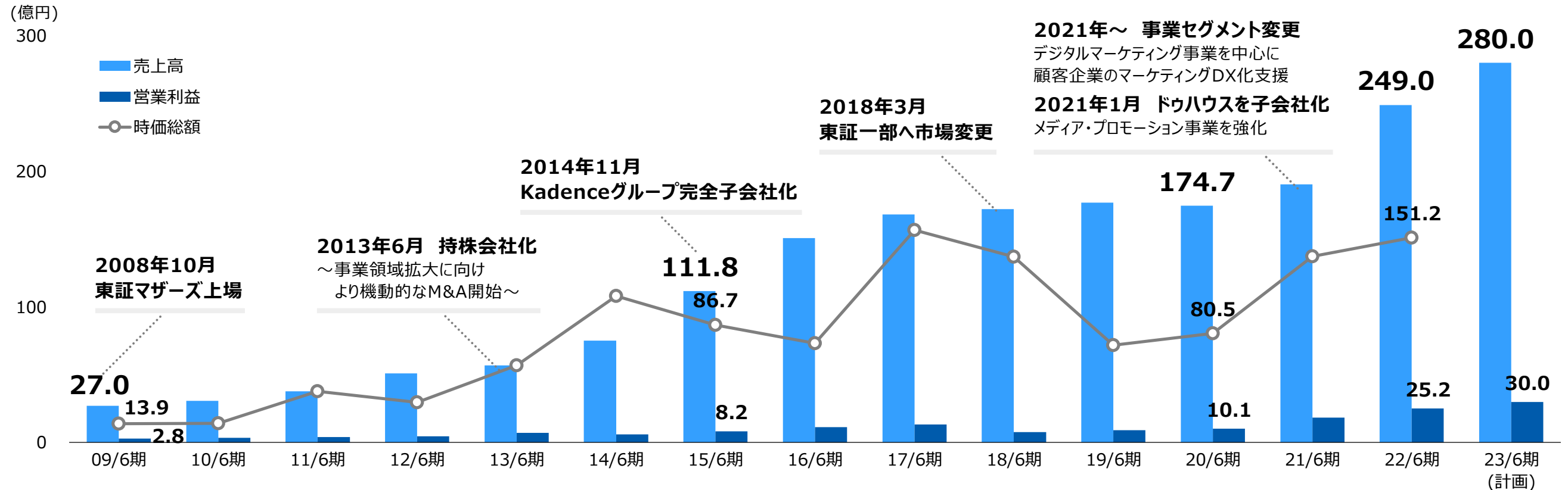
インサイト事業

64.5億円
25.9%

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



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19件33社*のM&Aを実行



マーケティングソリューション(D&M、ドウ・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。



767万人*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



*2022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



5,000社、
72,000窓口の
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

767万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



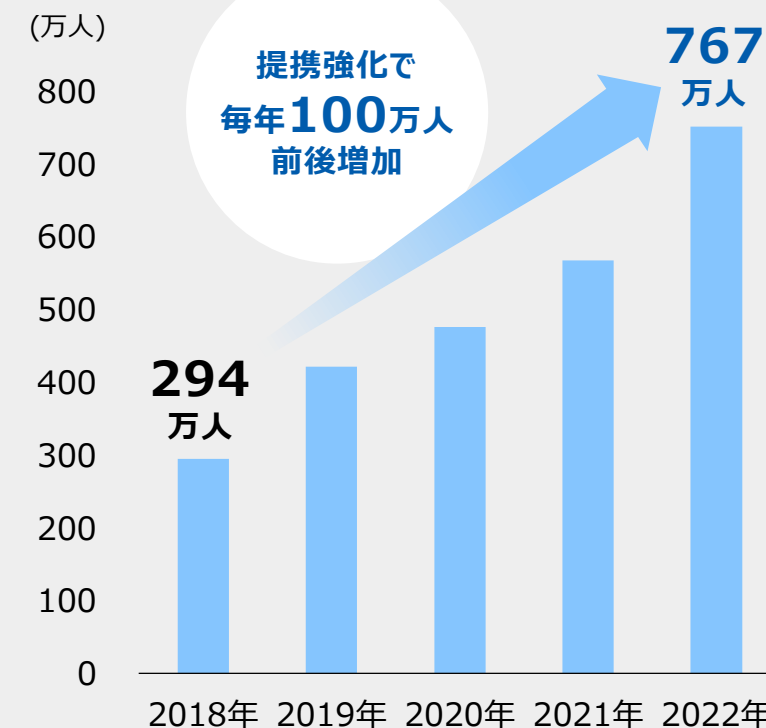
約30社と提携

リサーチパネル

Loyalty Marketing, Inc.

dジョブ

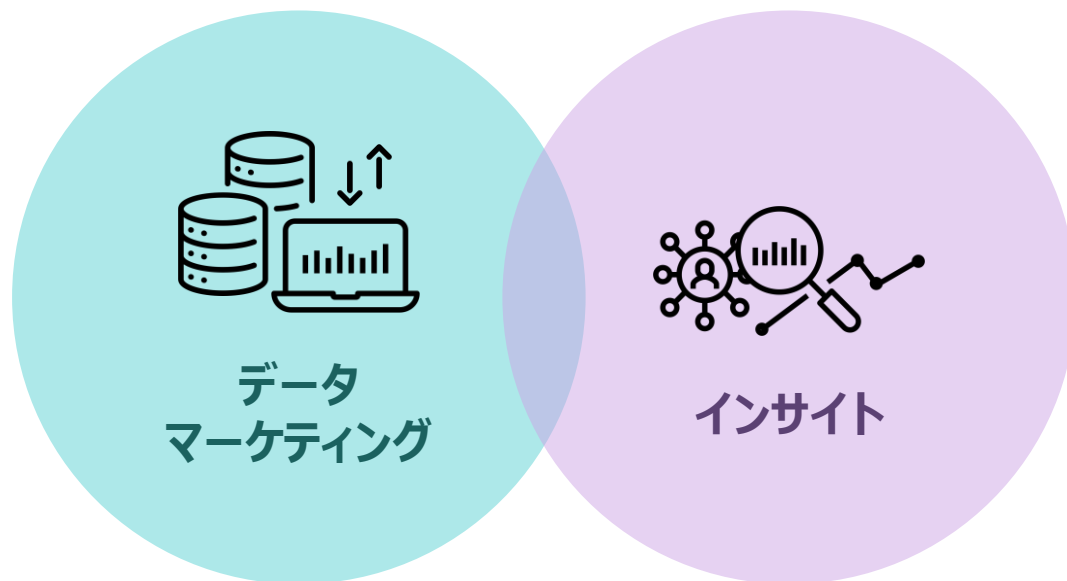
パネル基盤の成長



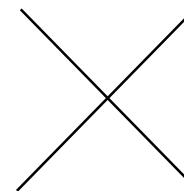
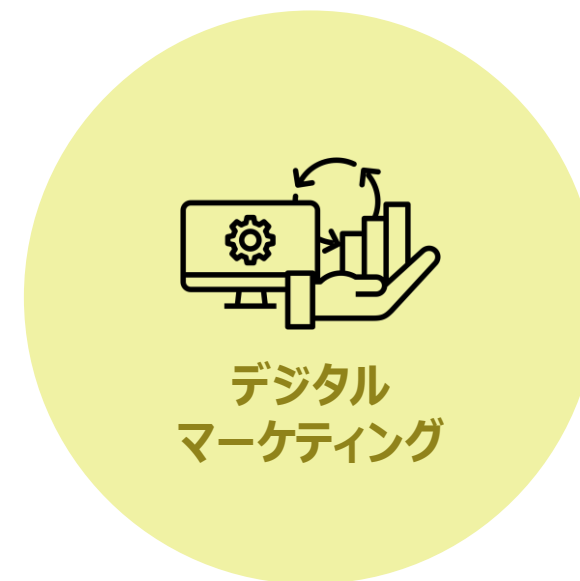
※ 2023年6月期から当社グループのパネルシステムと提携しているパネル数において、基本属性を取得しており、パネル間の重複ユーザーを調整したユニーク数を算出し掲載しております。

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

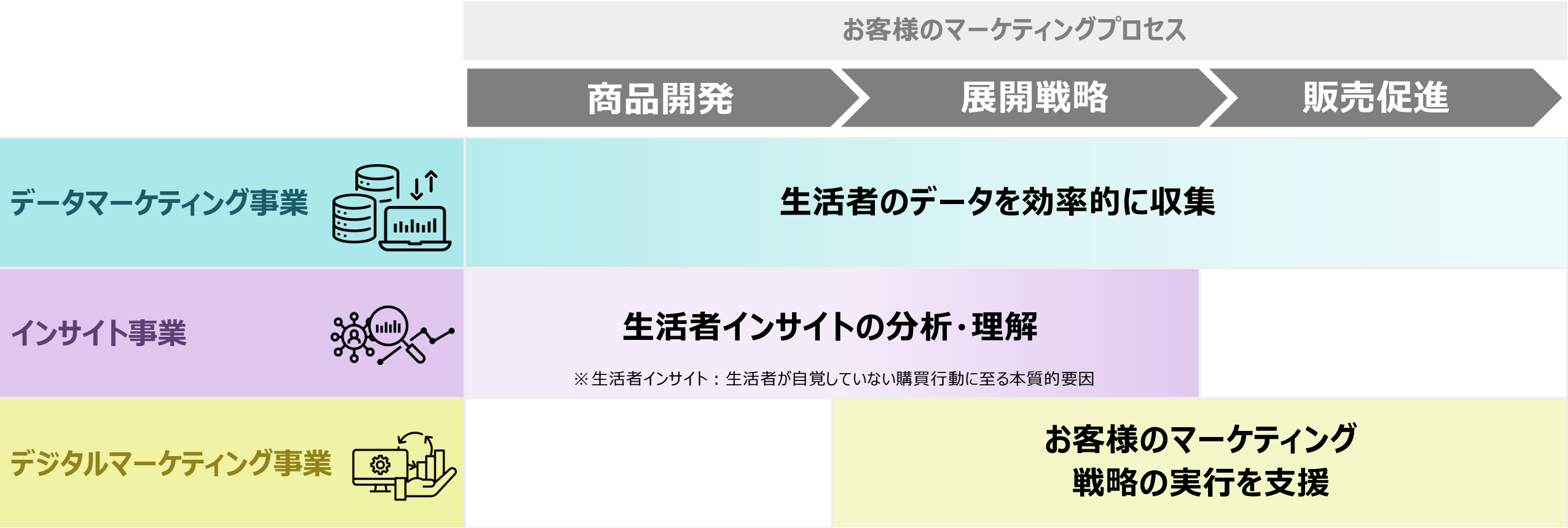


マーケティング実行支援



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

お客様のマーケティング
戦略の実行を支援



販促支援メディアの運営、
インターネット広告サービスの
展開

メディア ・ プロモーション

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

767万人の提携パネルネットワーク



年間210万個の
サンプリング実施

年間案件数
約5,000件



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

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



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

ITソリューション

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



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 **767** 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



インサイト事業

生活者インサイトの
分析・理解



お客様のマーケティング
課題を明確化

オフライン調査案件数（インタビュー・会場調査）
約**1,000**件



国内設備(新宿初台、人形町)



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)

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

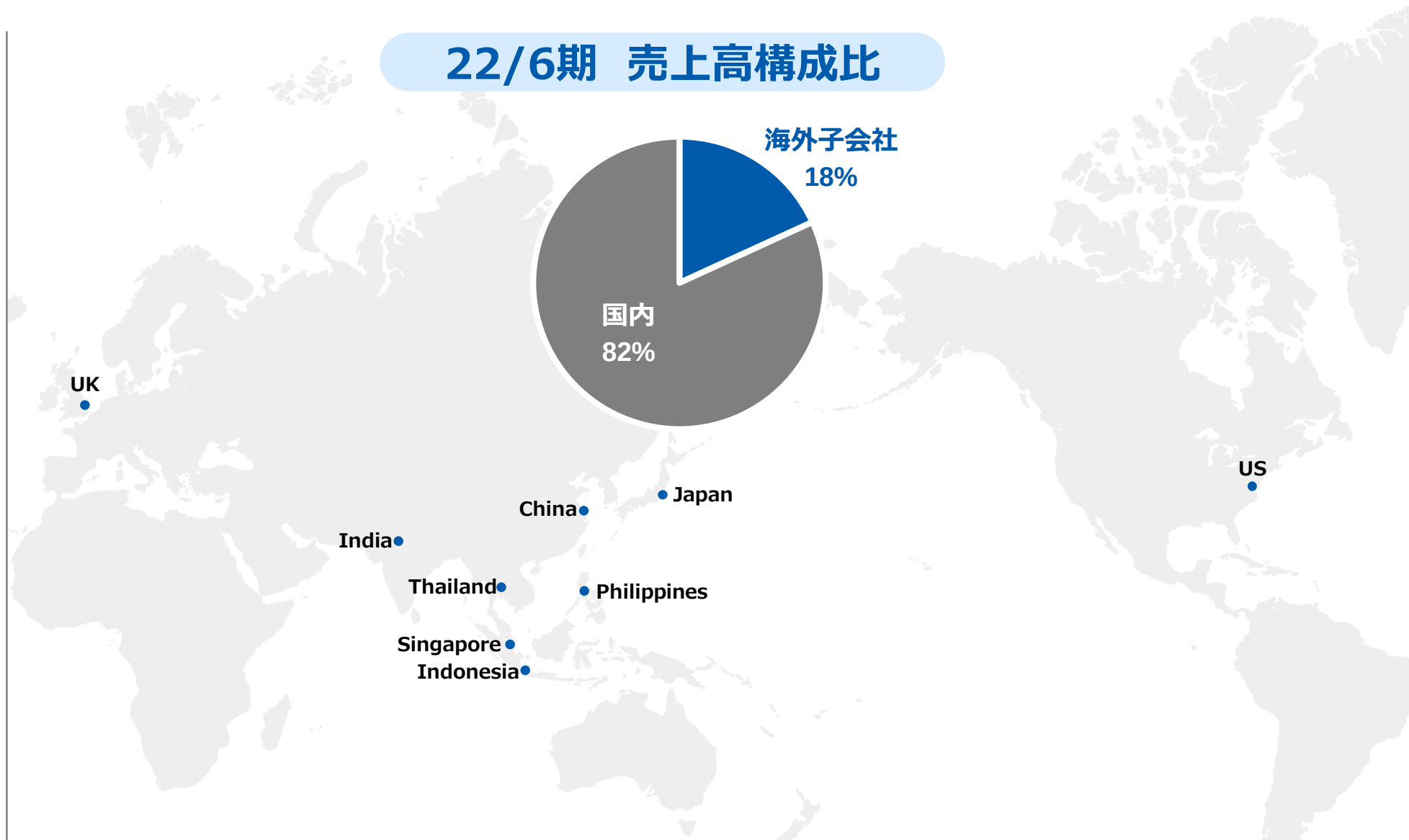
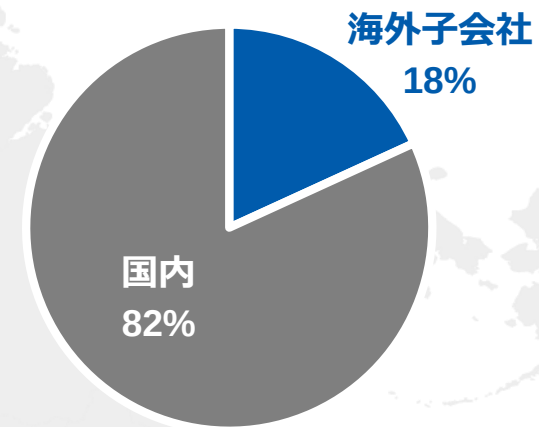


生活者インサイトの
分析・理解



ノウハウを保有する
グループ企業と
世界9ヶ国の拠点を
軸にサービスを展開

22/6期 売上高構成比



2 2023年6月期1Q決算概要

Summary

1

- ・ 売上高**61.0億円**(前年同期比**14%増**)、営業利益**5.1億円**(**5%増**)
- ・ **7-9月期として、過去最高業績を更新**

Summary

2

- ・ **収益性の高いリサーチビジネス**が国内外とも堅調、全体業績を牽引
- ・ 一部、マーケティング予算削減の動きを受けたデジタルマーケティング事業は伸び悩み

Summary

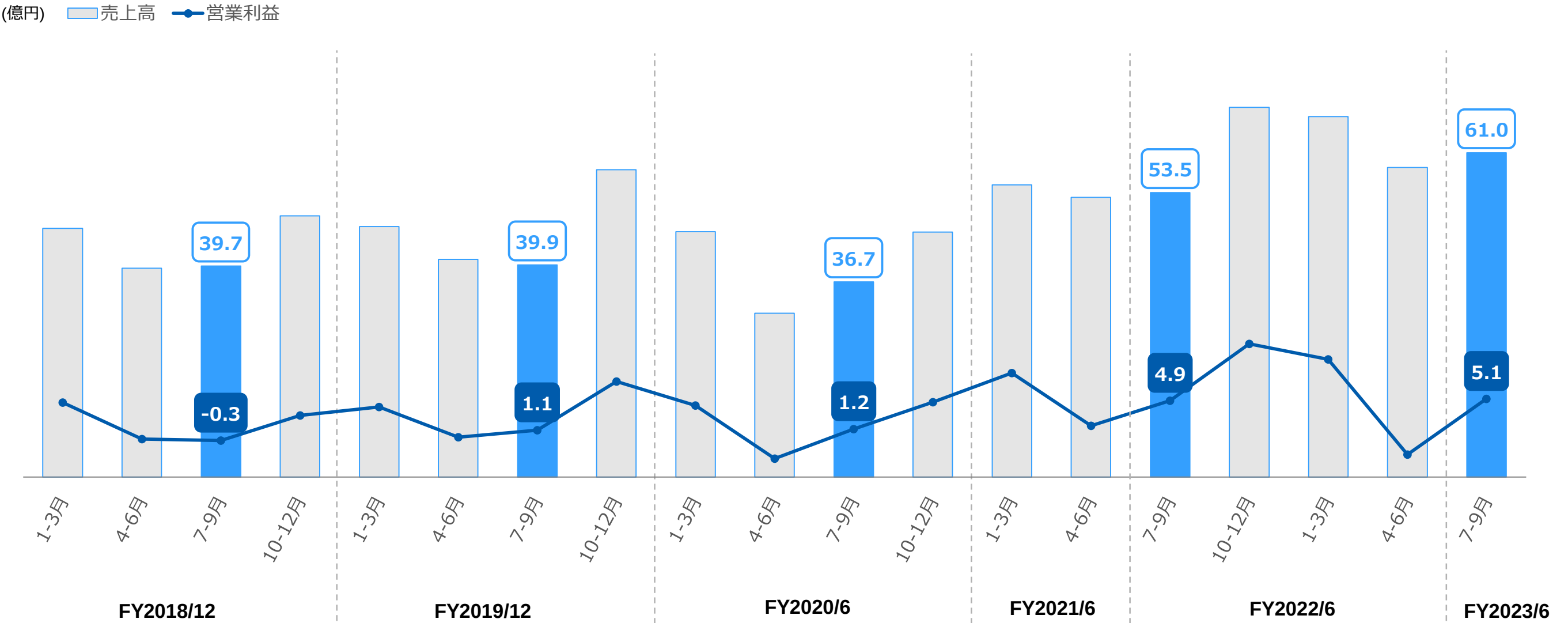
3

- ・ **1Q業績は売上高・利益ともに計画線**
- ・ **通期予想は変更無し**

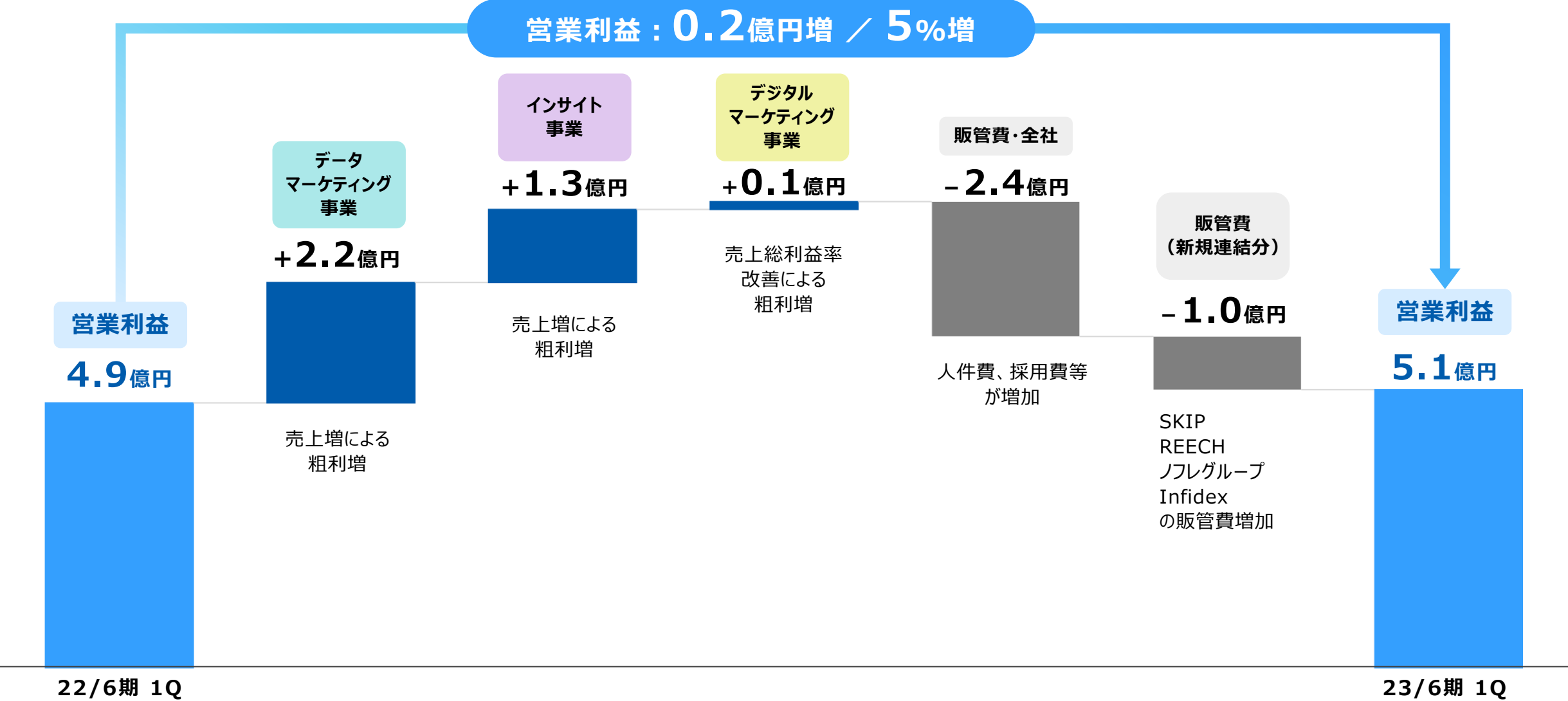
第1四半期は売上高**14%増**・営業利益**5%増**・当期純利益**22%増**
データマーケティング及びインサイト事業が牽引

(億円)	22/6期 1Q 実績	23/6期 1Q	
		実績	前年同期比 伸び率
売上高	53.5	61.0	+ 14%
デジタルマーケティング事業	23.1	22.4	- 3%
データマーケティング事業	17.5	22.9	+ 31%
インサイト事業	12.9	15.7	+ 22%
営業利益 (営業利益率)	4.9 (9.1%)	5.1 (8.4%)	+ 5% (- 0.7pt)
経常利益	4.5	5.4	+ 19%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2.7	3.3	+ 22%

過去最高業績を更新
季節性はあるものの、7－9月収益は着実に拡大



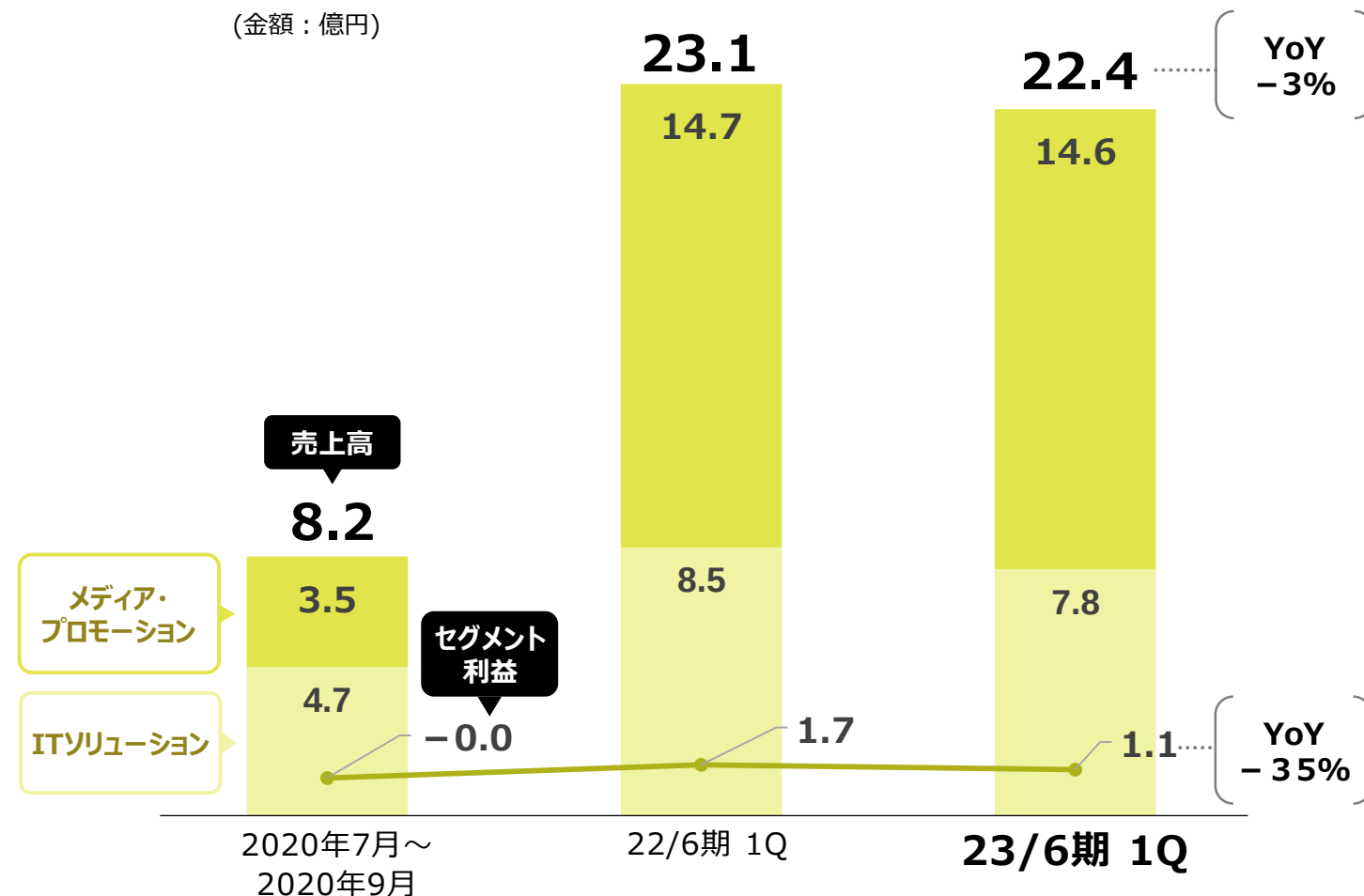
各セグメントで売上総利益が増加
人員増と新規連結子会社増による販管費の増加を吸収



売上高3%減、セグメント利益35%減

単価下落により小幅ながら減収。人員増強と新規連結*1により販管費が増加

- ・メディア・プロモーション売上高は前期比横ばい。原材料高の影響を受けたFMCG*2メーカー等の顧客のマーケティング予算削減により、受注単価が低下。一方、取引数（社数ベース）は増加した。
- ・ITソリューションはyoy16%減収。取引数は前期並みながら、受注単価が低下した。



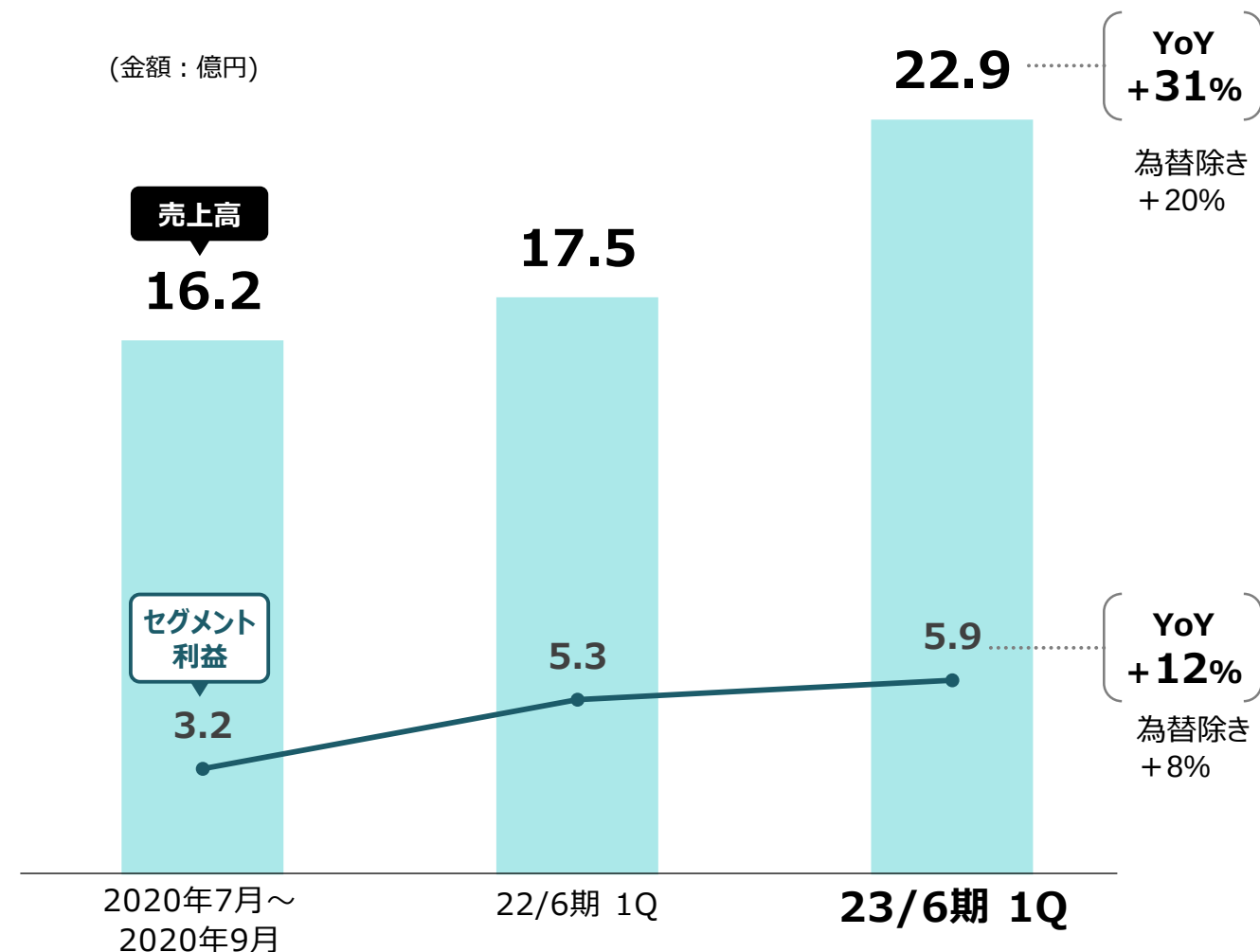
*1 SKIP、REECH、ノフレ食品、ノフレコミュニケーションズ、Infindex

*2 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

売上高31%増、セグメント利益12%増で全社収益を牽引 国内外で、堅調なリサーチ需要を取り込む

- ・不透明な経済情勢においても、リサーチ需要は堅調に推移。
- ・国内では主力のオンライン実査件数が二桁%増加。
- ・海外は米国・インドが大幅増収。円安効果*1は売上+2.1億円、営業利益+0.2億円。
- ・セグメント利益率は25.8%と高水準。

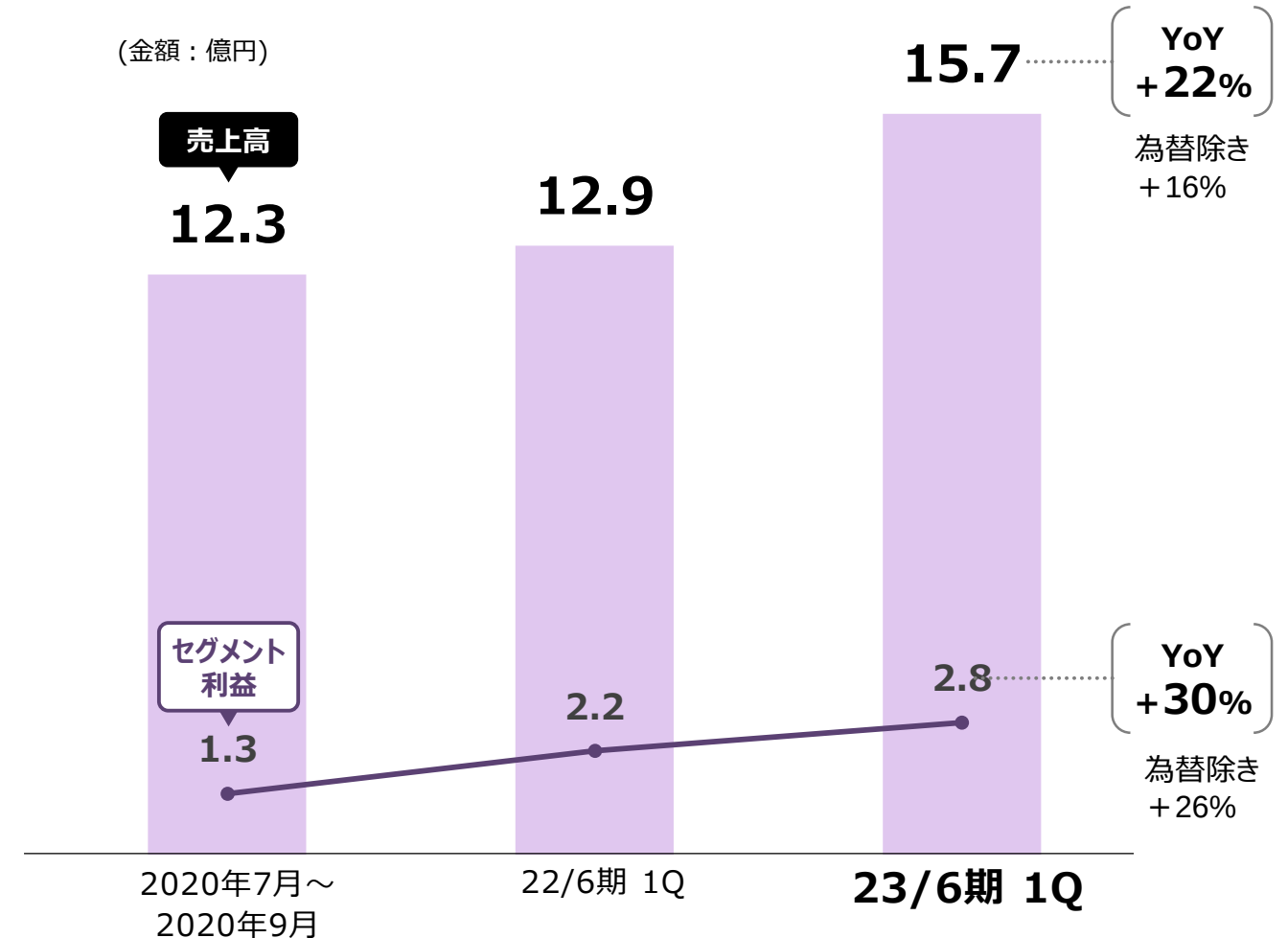
*1 2022年6月期第1四半期の実績為替レートとの比較



売上高22%増、セグメント利益30%増 オンライン堅調持続、オフラインも回復傾向

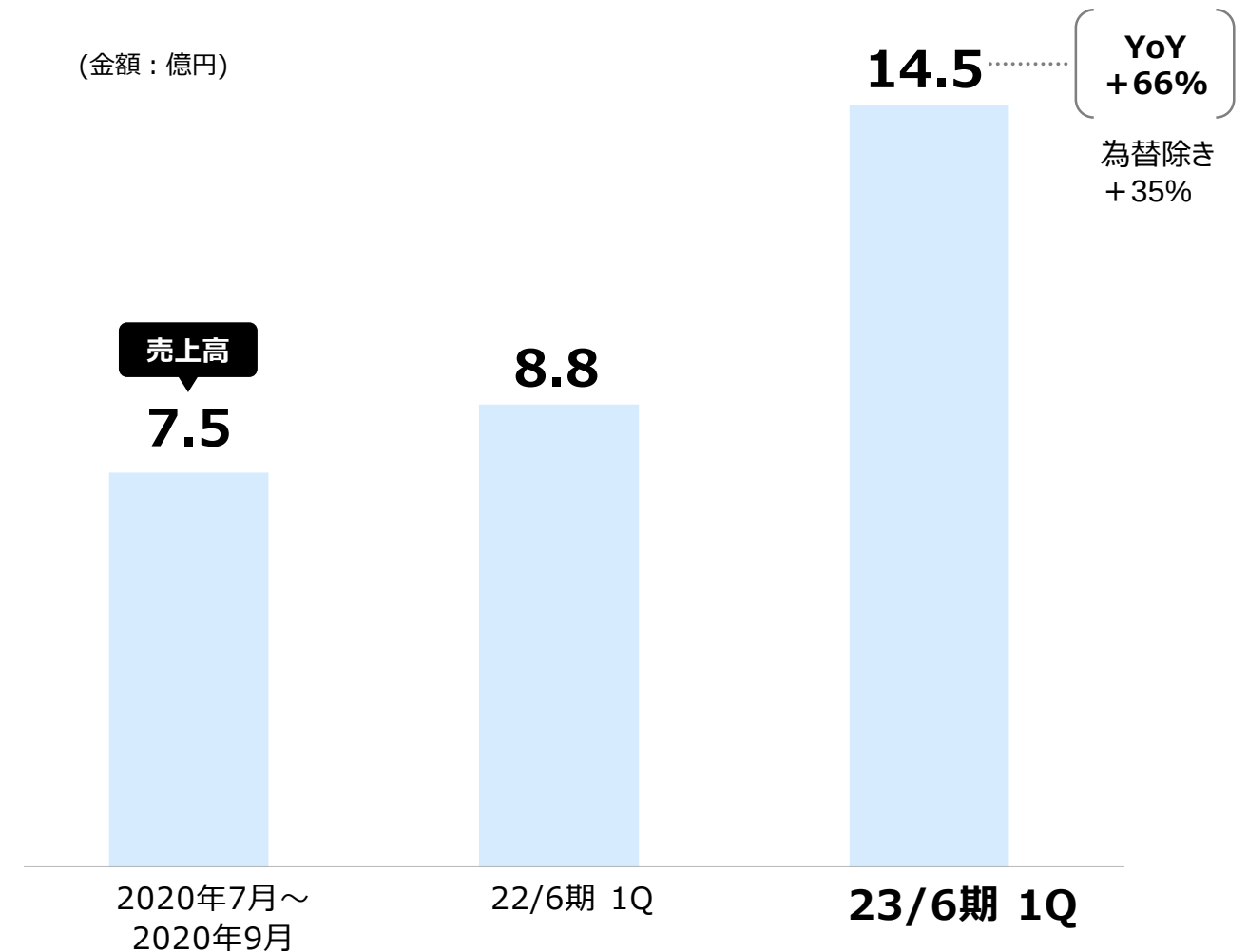
- ・国内ではオンライン型インタビュー堅調が継続。オフライン調査も増収に転じた。
- ・海外はインドネシア・シンガポールが増収。円安効果*1は売上+0.7億円、営業利益+0.1億円。
- ・セグメント利益率は17.9%。継続的な生産性改善により利益率が向上。

*1 2022年6月期第1四半期の実績為替レートとの比較



経済回復による需要増を取り込み、6割超の増収 北米、インドネシア、インドが寄与

- ・北米は引き続き大幅増収。
- ・インドネシアは政府系エネルギー、金融、飲料、自動車等幅広く増加。
- ・インドは自動車・FMCG向けが伸長。
- ・シンガポールは家電メーカーやSNS運営大手の現地受容性調査が寄与。
- ・円安効果*1は海外合計で売上高 + 2.7億円。



*1 2022年6月期第1四半期の実績為替レートとの比較

3 トピックス



LINE社のSales Partnerで SNSマーケティングサービスを提供するInfindex社の株式取得



「LINE公式アカウント」・
「LINE広告」を中心とした
広告商品を販売する
Sales Partner

Infindex社概要

会社名	株式会社Infindex
所在地	福岡県福岡市
設 立	2014年10月
事業内容	LINE公式アカウント販売事業等



デジタルマーケティング事業の各社と連携して、
SNSを活用した顧客のマーケティング活動の支援を推進
2022年7月（2023年6月期第1四半期）から連結開始



グループ全体のDX化推進やAIを活用したビジネスモデル変革に向け DXソリューションとIT人材採用育成DXを展開しているMDIU社の株式取得

MDIU社概要

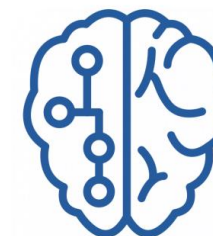


代表者紹介



江口 天
株式会社MDIU 代表取締役
一般社団法人ITキャリア推進協会アド
バイザリーボードメンバー

AIの活用によるイノベーション



会社名 株式会社MDIU

事業内容 DX推進アドバイザー
ソフトウェア等の設計・開発・運用
人材採用パッケージソフトの設計・
開発・運用

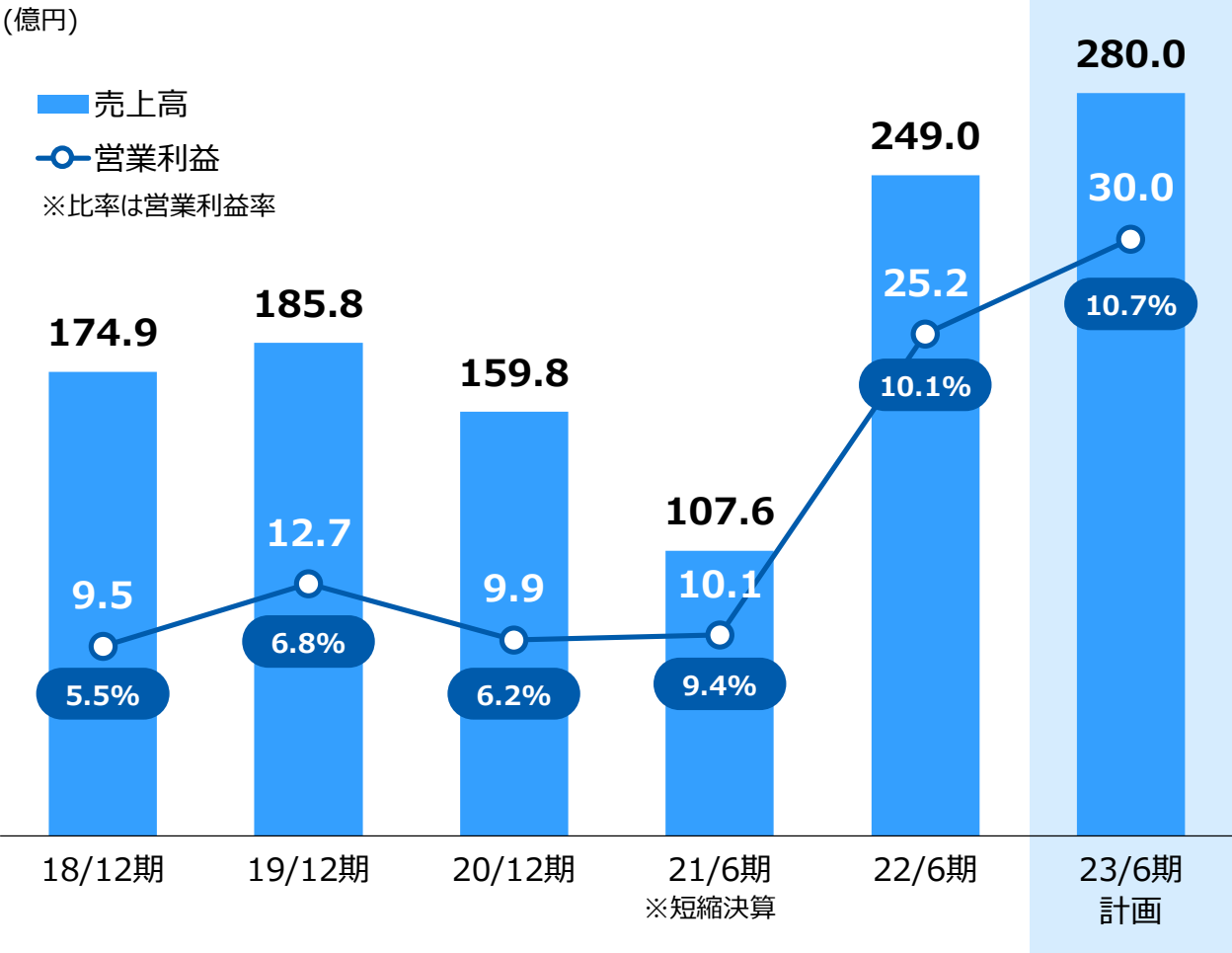
代表者 江口 天

東京大学大学院修了後、NTT研究所で暗号アルゴリズムの研究開発に従事。その後、ヨーロッパに渡り、ドイツ及び日本のマイクロソフトで**NLPエンジニア**として活動。帰国後、対話技術をメインにしたAIソリューションを提供し、並行して複数企業の**AI分野のアドバイザー**を担当する。

- ・現在の社内ナレッジの可視化
- ・データの活用方法に関するコンサルティング
- ・AIを活用した新たなイノベーションの創出

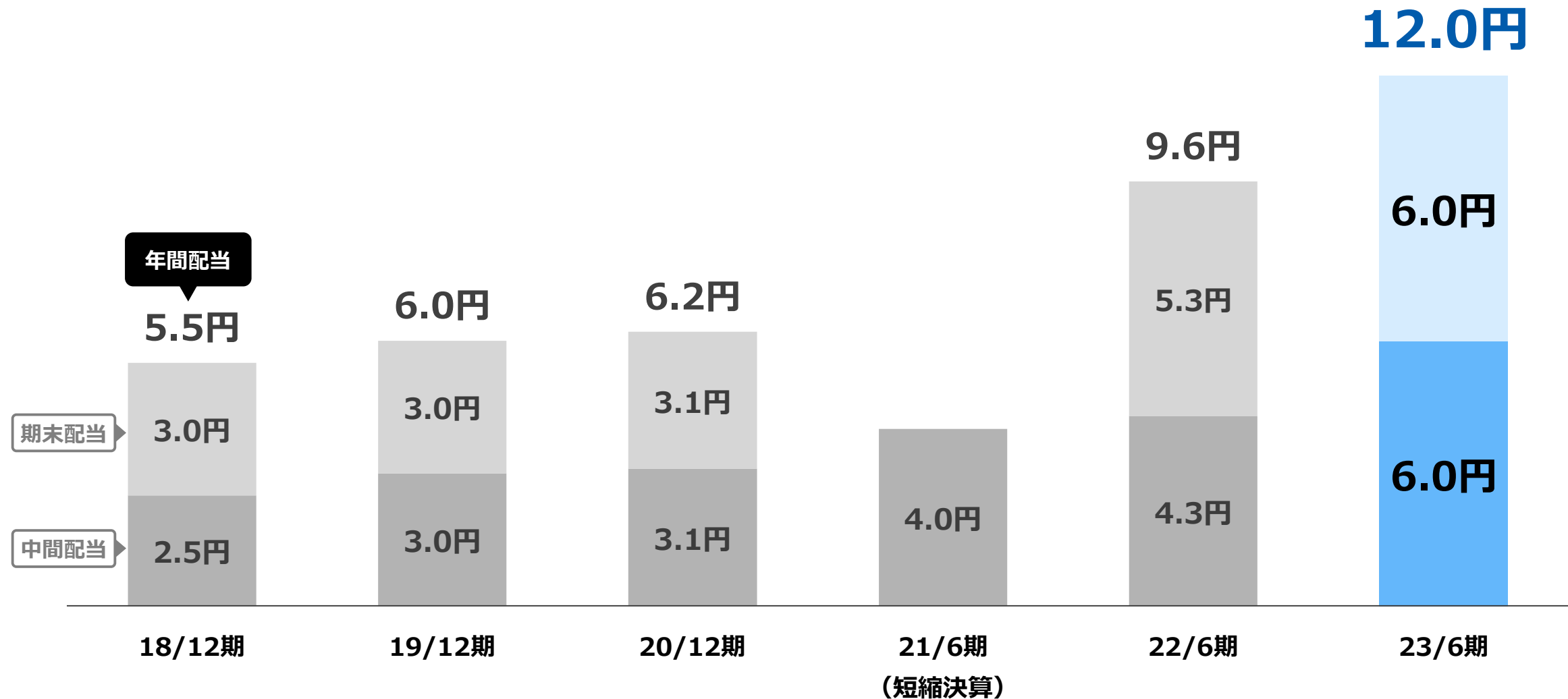
4 2023年6月期 業績及び配当予想

過去最高業績の更新計画に変更無し
売上高280億円(12.5%増)・営業利益30億円(19.0%増)



	22/6期 実績	23/6期 計画	YoY
売上高	249.0	280	+ 12.5%
デジタル マーケティング	100.8	121	+ 20.0%
データ マーケティング	83.7	90	+ 7.6%
インサイト	64.5	69	+ 7.0%
営業利益	25.2	30	+ 19.0%
経常利益	25.0	29	+ 16.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	15.6	18	+ 15.4%

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



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)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)	22/6期 1Q	23/6期 1Q	前年同期比 増減率
売上高	53.5	61.0	+ 14%
売上総利益	21.9	25.9	+ 18%
(売上総利益率)	(40.9%)	(42.4%)	(+ 1.5pt)
販売費 及び 一般管理費	17.0	20.8	+ 22%
(売上高販管費比率)	(31.8%)	(34.0%)	(+ 2.2pt)
営業利益	4.9	5.1	+ 5%
(営業利益率)	(9.1%)	(8.4%)	(- 0.7pt)
経常利益	4.5	5.4	+ 19%
特別損益	- 0.1	- 0.0	-
法人税等	1.6	1.9	+ 17%
非支配株主に帰属する 当期純利益	0.1	- 0.1	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2.7	3.3	+ 22%

1 売上高増加

データマーケティング及びインサイト事業が二桁増収で全体を牽引し、売上高が14%増加

2 売上高販管費比率が上昇

人員増強に伴う人件費増に加え、新規に連結した子会社の販管費増加により、売上高販管費比率が2.2pt上昇

3 営業外収支が改善

為替差損益及び持分法投資損益で利益が増加し営業外収支が改善、経常利益は19%増加

	(億円)	2022年6月末	2022年9月末	増減
流動資産		107.2	111.3	+4.2
現金及び預金		55.4	49.4	-6.0
受取手形及び売掛金		34.2	39.1	+4.9
その他		17.6	22.9	+5.3
固定資産		24.2	25.9	+1.7
のれん		3.8	4.1	+0.3
その他		20.4	21.8	+1.4
総資産		131.3	137.2	+5.9
流動負債		50.4	51.0	+0.7
買掛金		13.3	15.8	+2.6
短期借入金※		11.5	13.0	+1.6 ①
その他		25.6	22.2	-3.4
固定負債		19.6	26.6	+7.0
長期借入金		16.7	23.7	+7.0 ①
その他		2.9	2.9	+0.0
純資産		61.4	59.6	-1.7
自己資本比率		43.9%	42.8%	-1.1pt ②

成長に向けた借入を実行

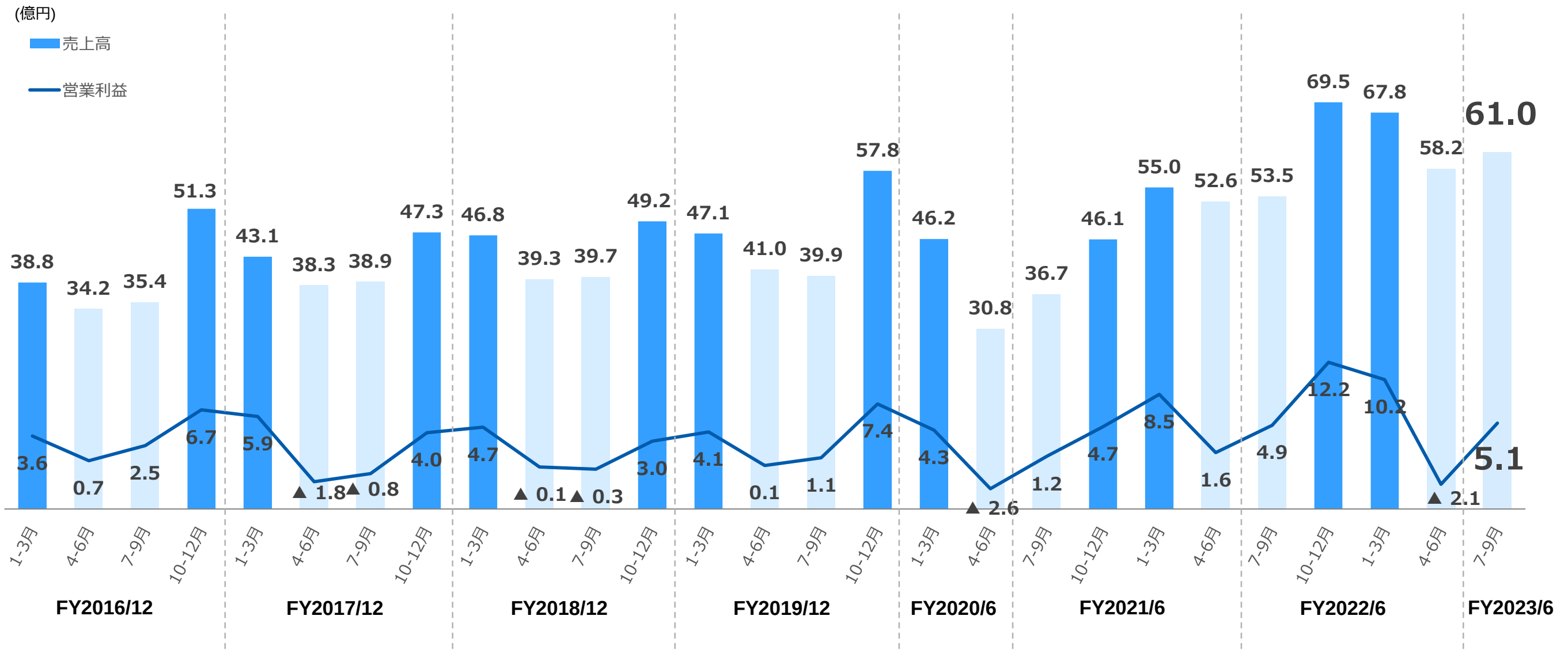
短期借入が1.6億円増、長期借入が7.0億円増

自己資本比率は健全水準を確保

自己資本比率は小幅低下も、42.8%と健全な水準を確保

※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



ESG	分類	具体的取り組み(一部)	1 貧困をなくそう 2 飢餓をゼロに 3 すべての人に健康と福祉を 4 質の高い教育をみんなに 5 ジェンダー平等を実現しよう 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 11 住み続けられるまちづくりを 16 平和と公正をすべての人に 8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 10 人や国の不平等をなくそう 12 つくる責任つかう責任 17 パートナリシップで目標を達成しよう 6 安全な水とトイレを世界中に 13 気候変動に具体的な対策を 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさを守ろう
E	廃棄物および有害物質管理	・リユース/フードロスに関する生活者意識行動調査 ・メーカーの滞留在庫をマーケティング資産として活用/循環型WEBサンプリングサービス開始	●
	生物多様性への影響	・脱プラスチックに関する調査	●
S	人権 / ダイバーシティ・インクルージョン	・SDGs推進団体へ寄付 ・「国境なき医師団」「セーブ・ザ・チルドレン」を支援 ・ジェンダーレス・多様性についての調査	●
	労働慣行	・人材育成 ・働き方改革に関する調査	●
	消費者課題の解決 / コミュニティ参画、発展に貢献	・新型コロナ感染症拡大環境下において、生活者の意識・行動変化を継続的・多角的に調査し結果を公表 ・産学連携で人材育成支援 ・地域社会への具体的支援 ・がん患者コミュニケティと、コロナ禍でのワクチン接種について共同調査	●
G	公正な事業慣行	・コンプライアンス教育の実施 ・内部通報制度の整備	●
	組織統治	・コーポレート・ガバナンス ・リスク・マネジメント ・内部統制システム	●

直近の取り組み事例 一部をご紹介します

滞留している商品を
マーケティング資産として活用
「SDGsサンプリング」開始

株式会社impact connectが連携し、滞留在庫をマーケティング資産として活用する『SDGsサンプリング』の提供を開始しました。

詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

産学連携で人材育成支援
青山学院大学とPBLの取り組み

青山学院大学社会情報学部社会情報学科とPBL（課題解決型授業）の取り組みを3年前から継続して行っており、PBLを通じて柔軟な視点をもった人材の育成を支援しています。

本取り組みは、社会情報学科の必修科目「プロジェクト演習入門Ⅱ」として学生約200名を対象に行います。グループワーク等を経て12月にプレゼンテーションを行い、当社の社員がフィードバックを行う予定です。
詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

メーカー向け社会循環型
WEBサンプリングサービス始動

日本最大級のお試しサイト「モラタメ.net」は、一般社団法人「全国食支援活動協力会」と共同して、メーカー向けに社会循環型WEBサンプリングサービス『モラタメSDGs子ども食堂共創プロジェクト！』を開始しました。
詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

中期経営計画 数値目標

Triple Three

時価総額

2024年

300億円

2021年

137億円*1

*12021年6月30日付株価(終値)

グループ連結売上高

2024年

300億円

2021年

190億円*2

*2グループ連結売上高の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値

グループ連結営業利益

2024年

30億円

2021年

18億円*3

*3グループ連結営業利益の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値

各セグメント施策及び数値目標



※売上高の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値

グローバル戦略

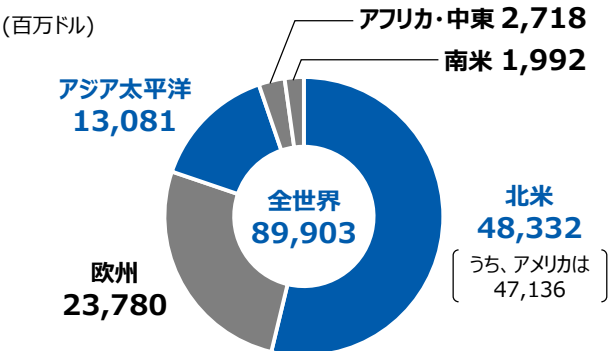
海外展開

グローバルにおける
グループネットワーク拡大強化

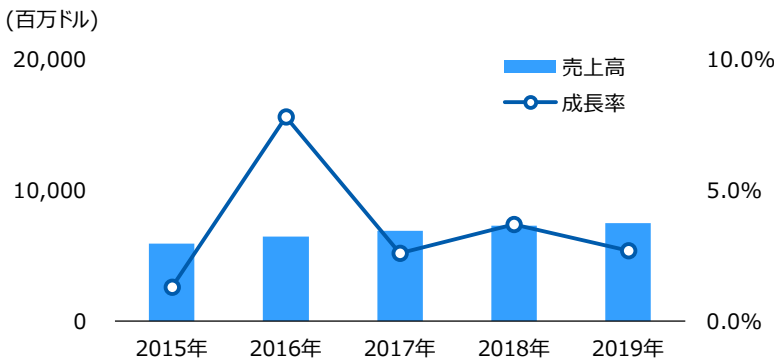
- 既存拠点の統廃合等効率化
主にアメリカでの成長投資
- 未展開エリアでの展開可能性模索
アジア： マレーシア
 メコン領域（ラオス、ミャンマー、カンボジア）
欧州： ドイツ・フランス



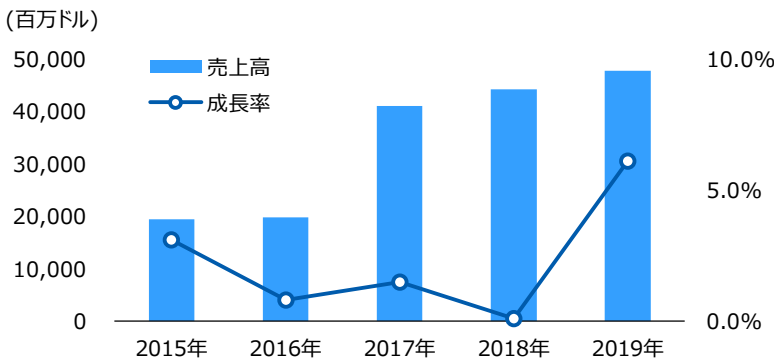
世界のインサイト市場規模



市場規模推移：アジア太平洋地域



市場規模推移：北米



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

カルチャー・風土

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。



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 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>