



Cross Marketing Group

2020年12月期
第2四半期決算説明資料

2020.8.17

CONTENTS

- 1 2020年2Q実績及び3Q見通し
Afterコロナにおける対応方針 ----- 3ページ
- 2 2020年12月期 第2四半期連結決算概要 ----- 6ページ
- 3 2020年12月期 第2四半期事業セグメント別の状況 ----- 11ページ
- 4 2020年12月期 第2四半期トピックス ----- 15ページ
- 5 2020年12月期第3四半期の見通し及び対応について ----- 23ページ
- 6 株主還元・配当金額 ----- 25ページ
- 7 参考資料 ----- 27ページ

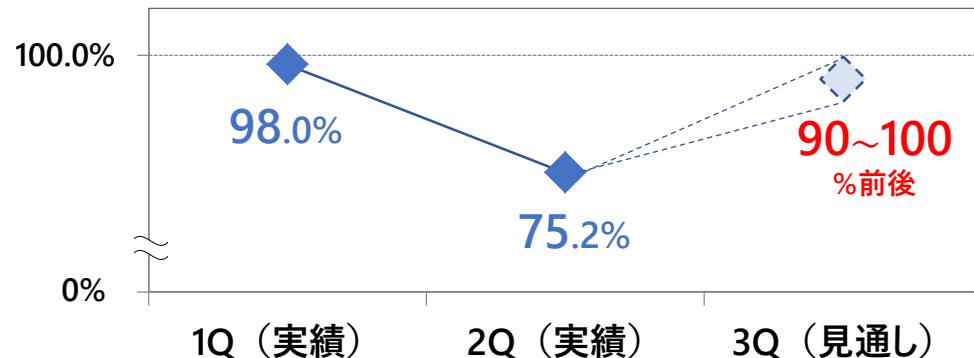
CONTENTS 1

2020年2Q実績及び3Q見通し Afterコロナにおける対応方針

2020年第2四半期実績及び第3四半期見通し

日本での緊急事態宣言、各国の都市封鎖の影響もあり、事業が停滞していた2Qから経済活動の回復もあり、3Qに向けて前年同水準へ向けて回復

連結売上高
前年同四半期
比推移



- ・堅調な事業の貢献とともに、海外拠点で大型案件の計上を3Qに予定。COVID-19の影響により売上の減少が著しい2Qから回復基調に変化。3Qの連結売上高は前年同四半期90~100%前後を見込む。

連結販管費
前年同四半期
比推移



- ・不要不急の費用を抑え、組織体制の見直し等を実施し、前年同四半期を下回る水準を見込む。3Qの販管費前年比は前年同四半期90~95%前後を見込む。また、リモート業務体制の整備に伴い、本社オフィス面積の減少も予定する（年間の利益インパクト1億円規模を予定）

※上記の売上高及び販管費率の見通しは足元の業績動向を踏まえて試算した結果を示したものです。
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。

社会・価値観の変化に対応する企業グループとなるべく 「維持と成長を両立するための変革」を推進

短期・中期的なリスク	対応方針
働き方・組織マネジメントの変化	安全な就業環境を前提にオフィス・リモートワークを両立 人事評価制度・マネジメントの改善を推進
オンライン調査案件の継続的な低迷	インターネット・デジタルマーケティングを中心としたサービス 提供体制への変革を推進
営業活動・顧客開拓の在り方が変わる (顧客との接点・関係の変化)	デジタルマーケティング・CRMシステム強化により、 顧客との新たな関係構築を推進
消費行動・価値観・事業環境の変化	既存事業を含めた新しい価値観・付加価値を提供するための 事業投資を推進
事業活動鈍化による成長スピードの減速	20億円を借入(6/11開示)、事業維持と成長のための投資を継続 ※20年6月末で現預金残高53億円を確保（過去最高水準）

CONTENTS 2

2020年12月期 第2四半期 連結決算概要

海外を中心に2Q（4~6月）はCOVID-19の影響を大きく受けるも、上期累計で利益を確保

コロナ過の緊急対応として、手元資金の確保とコストコントロールを実施し、事業継続と成長のための投資が可能な体制を構築

海外を中心に売上は前年を下回るもITソリューション・その他の事業の貢献、
全社におけるコストコントロールにより、上期累計(1～6月)で利益確保

	FY19 上期 実績	(単位：百万円)	
		FY20 上期 実績	前年比
		金額	
売上高	8,808	7,700	87.4%
営業利益	423	166	39.2%
経常利益	341	186	54.4%
四半期純利益	△955	32	—

COVID-19の影響が限定的だった1Q(1-3月)の状況から
日本での外出自粛要請、海外拠点での都市封鎖等の実施により、
2Q(4-6月)は売上・利益ともに前年同期を大きく下回る結果に

(単位：百万円)

FY19 1Q (1-3月) 実績	FY20 1Q (1-3月) 実績	前年比	FY19 2Q (4-6月) 実績	FY20 2Q (4-6月) 実績	前年比
売上高 4,711	4,618	98.0%	4,097	3,081	75.2%
営業利益 409	427	104.3%	14	△261	—

2Q(4-6月)の営業利益における
前年同期との事業別の売上総利益・
販管費の差異を算出
→次ページ（P10）参照

営業利益

14
百万円

【リサーチ事業】

(国内・海外)
売上減による
粗利減

△438
百万円

【ITソリューション事業】
【その他の事業】

売上増による粗利増
+11百万円

コストコントロール・
環境変化による
販管費の差異内訳

【販管費】
人件費・業務委託費
広告宣伝費等の
費用削減・減少

+58百万円

【販管費】

交通費・消耗品費
接待交際費等の
費用削減・減少

+46百万円

【販管費】

その他経費の
(のれん償却費等)
削減・減少

+47百万円

営業利益

△261
百万円

2019年2Q
(実績)

営業利益 △275百万円

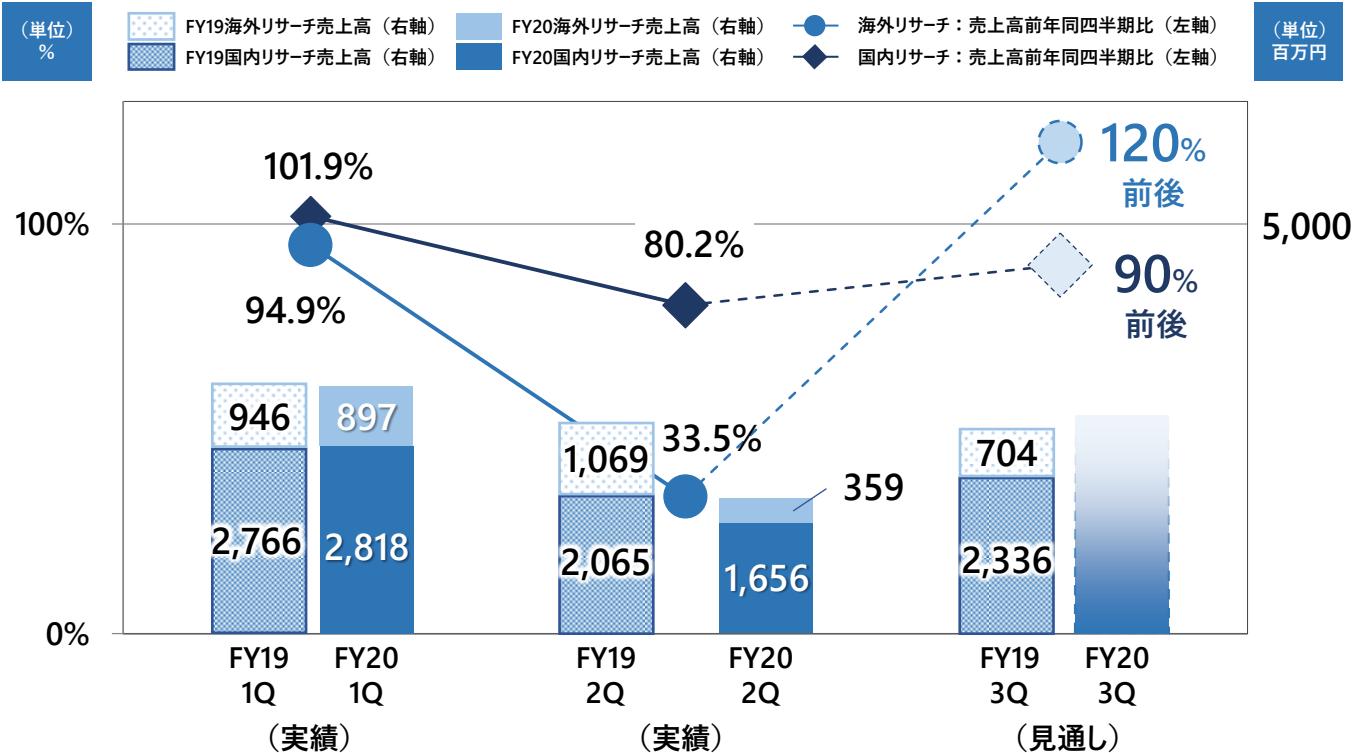
2020年2Q
(実績)

CONTENTS 3

2020年12月期 第2四半期 事業セグメント別の状況

2Q(4~6月)はCOVID-19の影響により、海外は都市封鎖等で事業活動ほぼ停止
 国内も緊急事態宣言下により売上減少がみられるものの、
 国内主力のCM社は売上高前年比90%、SE社は前年比110%増と健闘

リサーチ事業【国内・海外】上期実績及び3Q見通し



業績前年同期比【上期累計】

国内リサーチ 売上高	4,474百万円 (前年比92.6%)
海外リサーチ 売上高	1,256百万円 (前年比62.3%)
セグメント利益	739百万円 (前年比84.6%)

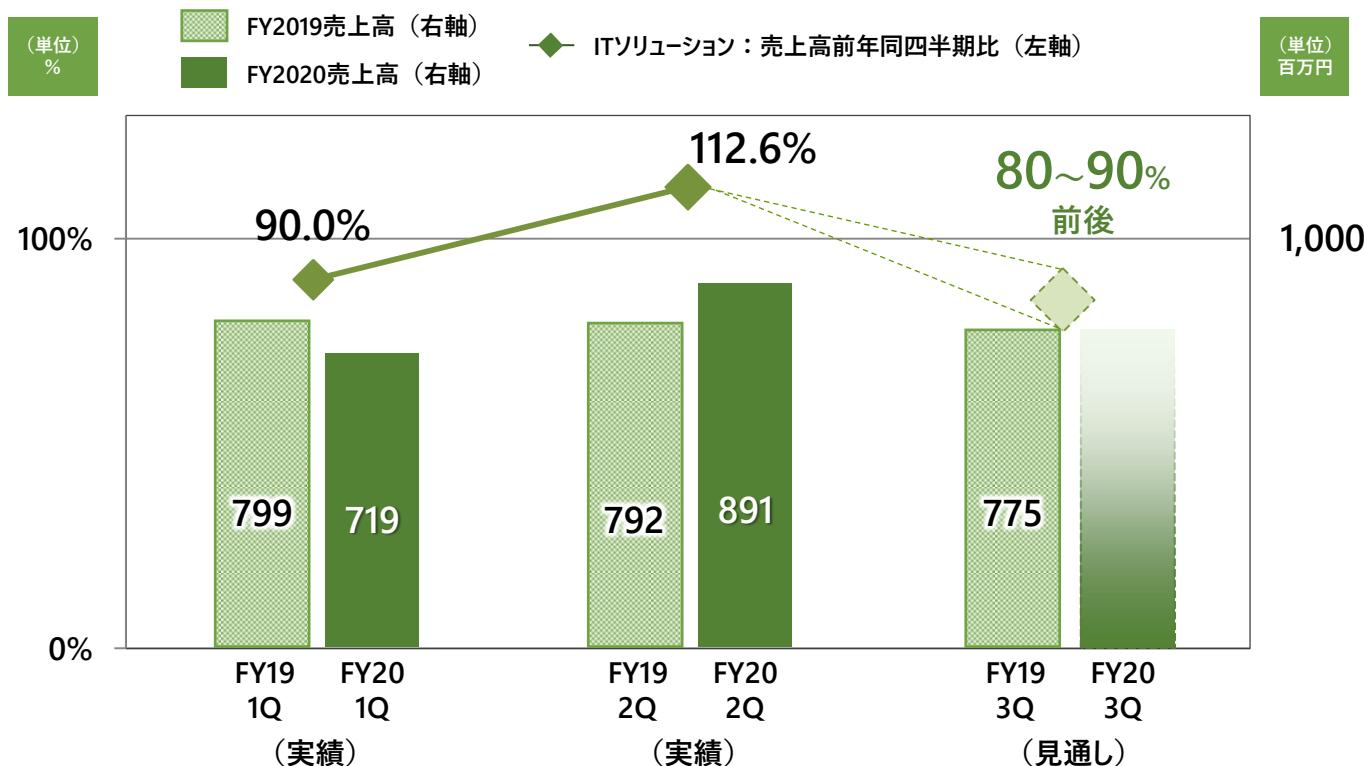
主力CM社の引合は
5月を底に回復傾向へ

SE社は新サービスの貢献等
によりコロナ過で売上増

海外は3Qに大型案件の
計上を予定

COVID-19の影響はあるものの、CCは2Q(4-6月)単体売上高前年比12%増と堅調な水準
CPW,FITTOも堅調に推移し、全体の売上高も上期累計で前年を上回る進捗

ITソリューション事業 上期実績及び3Q見通し



業績前年同期比【上期累計】

売 上 高	1,610百万円 (前年比101.2%)
セグメント利益	61百万円 (前年比38.1%)

CCの大型案件の対応も完了し
2Qにかけて利益水準回復

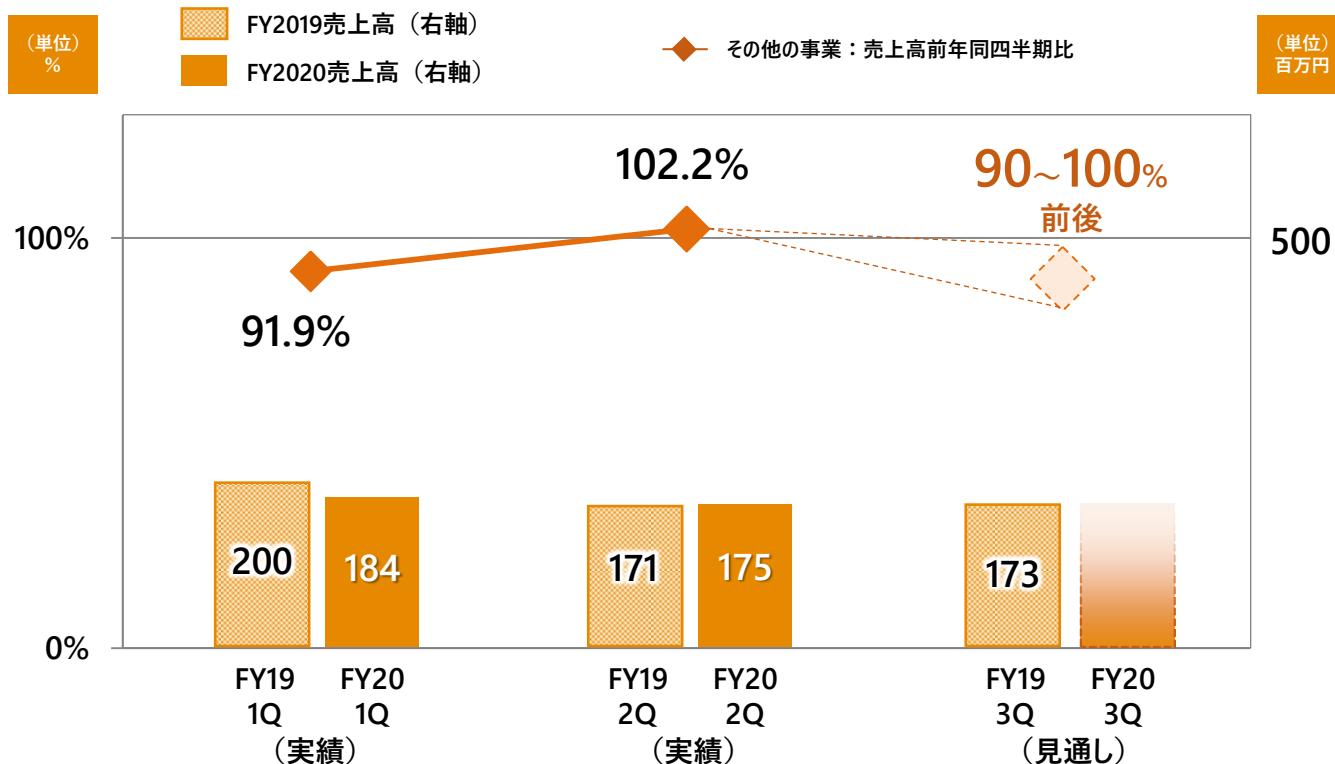
各社受注活動・案件への影響は
出ているものの、マーケティング
強化等で案件・売上確保へ

下期以降、D2C支援サービス等
推進し、さらなる成長に向けて
各施策実行へ

その他事業の状況

COVID-19の影響により一部営業活動に影響も、売上高は前年水準を維持
下期以降に向けて、人員計画・営業手法等の見直しで成長トレンドへ巻き直し

他の事業 上期実績及び3Q見通し



業績前年同期比【上期累計】

売上高	359百万円 (前年比96.6%)
セグメント利益	82百万円 (前年比154.9%)

外部との連携強化を継続し、
より高い付加価値提供を推進

人員計画の見直し等により、
販管費を一定程度抑制

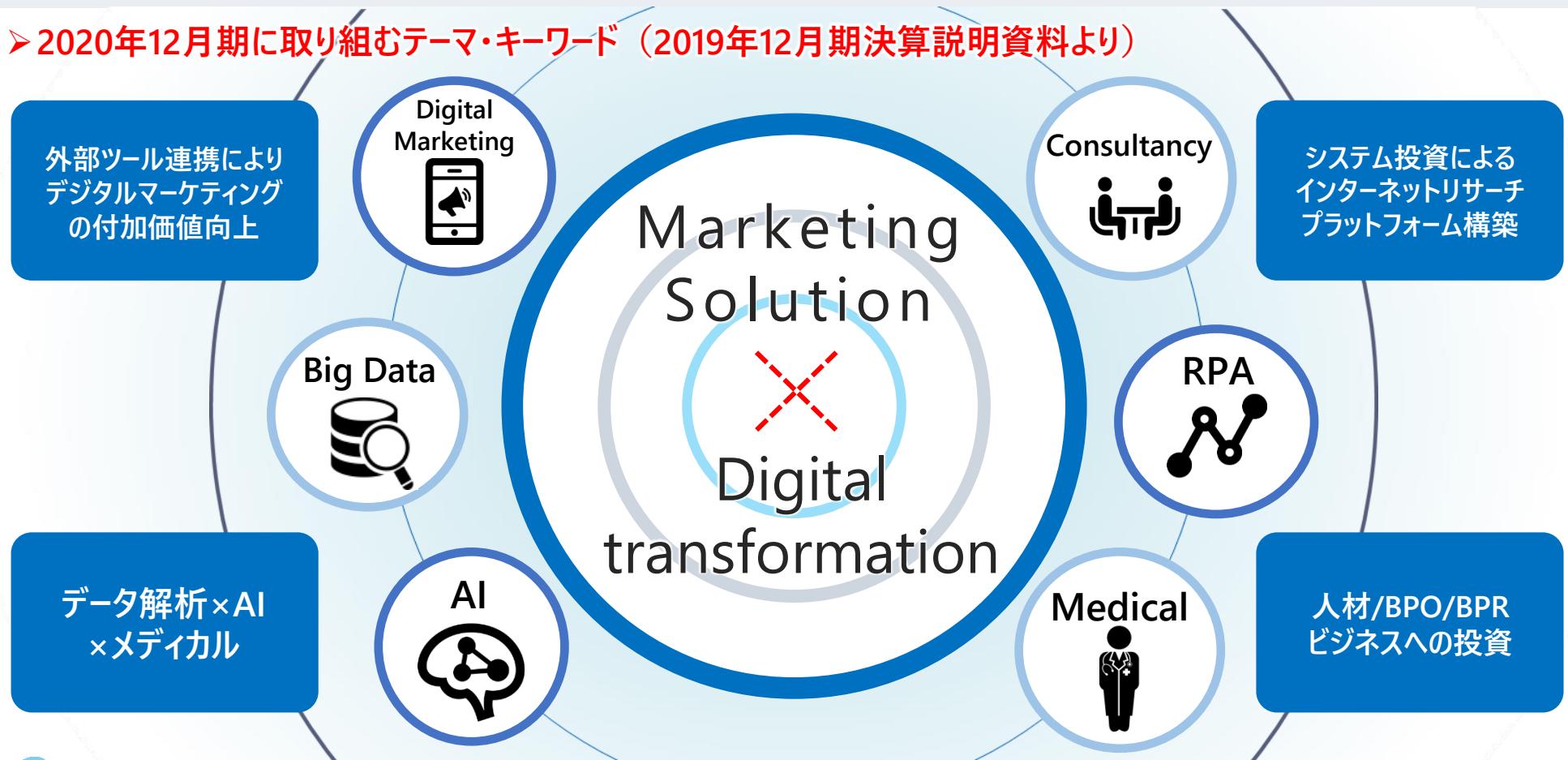
COVID-19が新規顧客開拓に
影響、インバウンド営業強化

CONTENTS 4

2020年12月期 第2四半期トピックス・ 各事業の取り組み

「デジタルマーケティング」「AI・Big Data」領域でサービス提供拡大 ITソリューション領域でも顧客企業のデジタルシフトに貢献

▶2020年12月期に取り組むテーマ・キーワード（2019年12月期決算説明資料より）



【案件事例紹介】 ビッグデータ解析案件の受注拡大

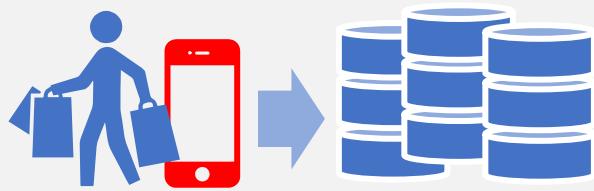
大手顧客から大規模位置情報データを活用した観光地動態分析案件を2年連続受注

データエンジニアリング
(エンジニアによる大量データ集計)

マーケティングソリューション
(マーケターによる分析)



による高付加価値レポートサービスを提供



スマートフォンアプリ
から収集した
100億レコード超の
位置情報データ

データマーケターによる
加工・集計処理



都道府県別の
観光地の動態分析 &
レポートサービス

【新サービス紹介】コロナ不況期のマーケティング支援推進

LTVを基準とした顧客アセット分析「カスタマージャーニー型データ分析」が受注拡大

厳しい環境下での最適なマーケティングを導く
データマーケティングメソッドとして、サービス提供が拡大
(2020年2月新サービスとして提供開始)

- 意識データ×行動データ／マクロ×ミクロでの顧客データ分析による、リサーチ会社ならではのメソッド
- LTV算出～収益改善シミュレーション～改善施策の方向性～テストマーケで成果検証



【新サービス紹介】

AIを用いたオープンデータ関連サービスを提供開始 ビッグデータ時代における顧客の意思決定を支援

【サービス概要】

「Open Data Collection」、「～Fusion」、「～Analysis」のサービスにより、世界中の17億以上のWEBサイトからAIを利用して、データを収集・連携・分析する一連のプロセスを効率化・高度化したサービスを提供。

— 【例】「Open Data Collection」の流れ —

収集するデータの条件を設定

AI × Webクローリング

収集したデータを特定の形式に整形



【AI × WEBクローリングのイメージ】



世界中の17億以上のWEBサイトから
指定した情報を自動で収集・整理

【案件事例紹介】

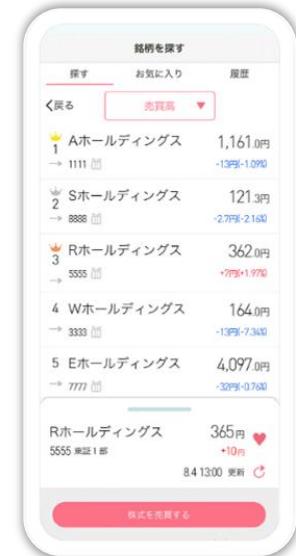
大和証券グループの新スマート証券 「CONNECT」開発



安定稼働が求められる金融機関向けアプリ開発のノウハウを活かし
デザインからインフラ基盤までの全プロセスを開発



大和証券グループが運営する新しい証券会社
口座開設から取引まで全てがスマートフォン一台に

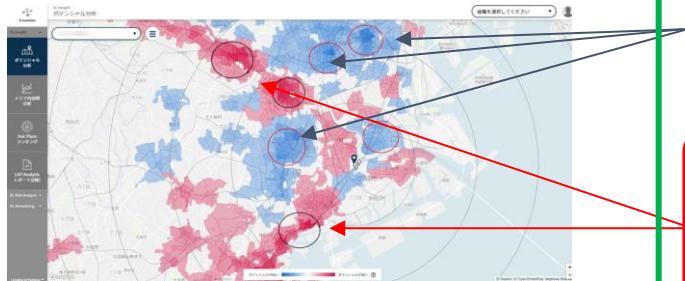


【新サービス紹介】

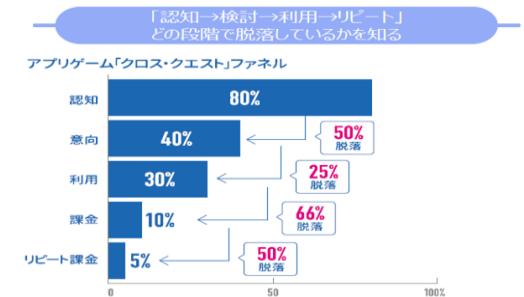
位置情報ビッグデータ分析サービスを提供する クロスロケーションズ社と業務提携、共同でサービス開発



位置情報ビッグデータ分析
消費者の居住地域推定



対象者へアンケート実施
居住地域と行動を分析
レポートを作成



マーケティング課題の解決に繋がる施策の導出
「新規開拓」「既存顧客のリピート促進」「広告による集客効率の向上」

実施金額が「安い」、納品が「速い」、利用者が「簡単」に 操作できるお客様の声に答えたセルフ型アンケート 『 Qwantz (クウォンツ) 』の提供を開始

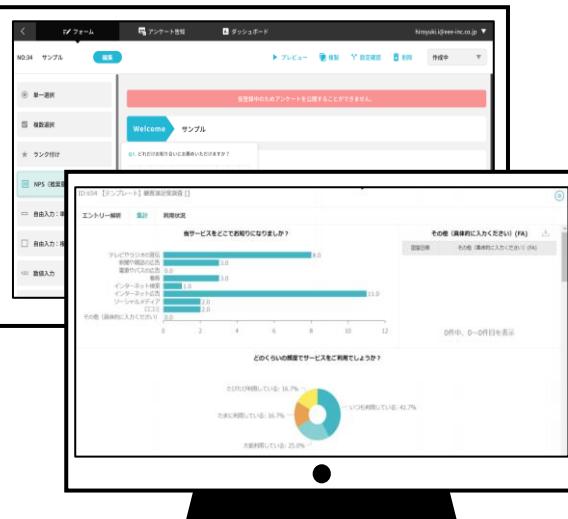
【新サービス紹介】

セルフ型アンケートシステム

Qwantz



パートナー企業とのデータ連携で
より効果的なアンケート配信先の
絞り込みが可能に



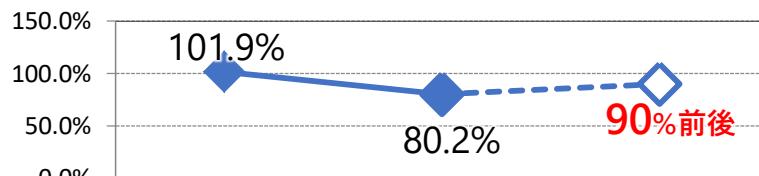
CONTENTS 5

2020年12月期第3四半期の 見通し及び対応について

新型コロナウイルス感染症に対する3Q業績見通し・対応

売上高動向（前年同四半期比）

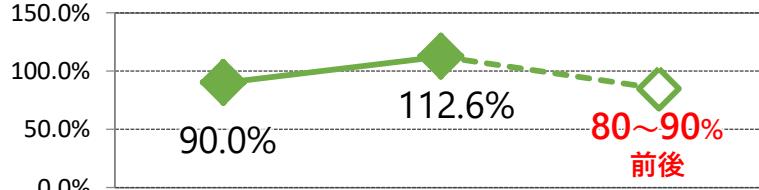
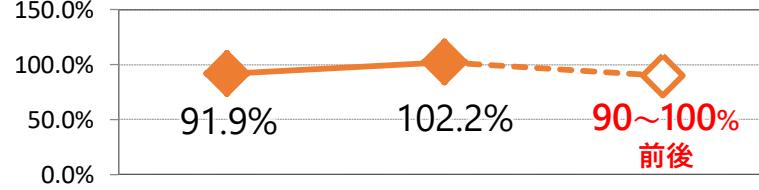
国内リサーチ



海外リサーチ



ITソリューション

デジタルマーケティング
(その他)

第3四半期(7-9月)見通し・対応

- ✓ オフライン案件も実査再開へ
- ✓ 引合は回復するも顧客の事業活動鈍化で伸び悩みもWEBセミナー等の販促・マーケティング活動強化

- ✓ 事業活動が徐々に再開
- ✓ オフライン調査中心の拠点は回復が遅い状況
- ✓ USにおける大型案件、3Q計上見込み
サービスオンライン化、支出削減・体制見直しを推進

- ✓ 受注も含めて営業活動等に一定の影響
- ✓ 2Qの受注活動に制限があったため、3Q見通しに影響
受注済案件に注力しつつ、新サービス・マーケティング強化等で案件確保

- ✓ 一部顧客からの案件減少
- ✓ 新規開拓は引き続き厳しい状況
顧客との関係強化、営業方針・手法の見直し、インバウンドマーケティング強化等実施

連結売上高

3Q(7-9月)の連結売上高は前年同期並みへ回復傾向、通期業績見通しは「未定」

※上記の売上高の見通しは足元の業績動向を踏まえて試算した結果を示したものです。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。

CONTENTS 6

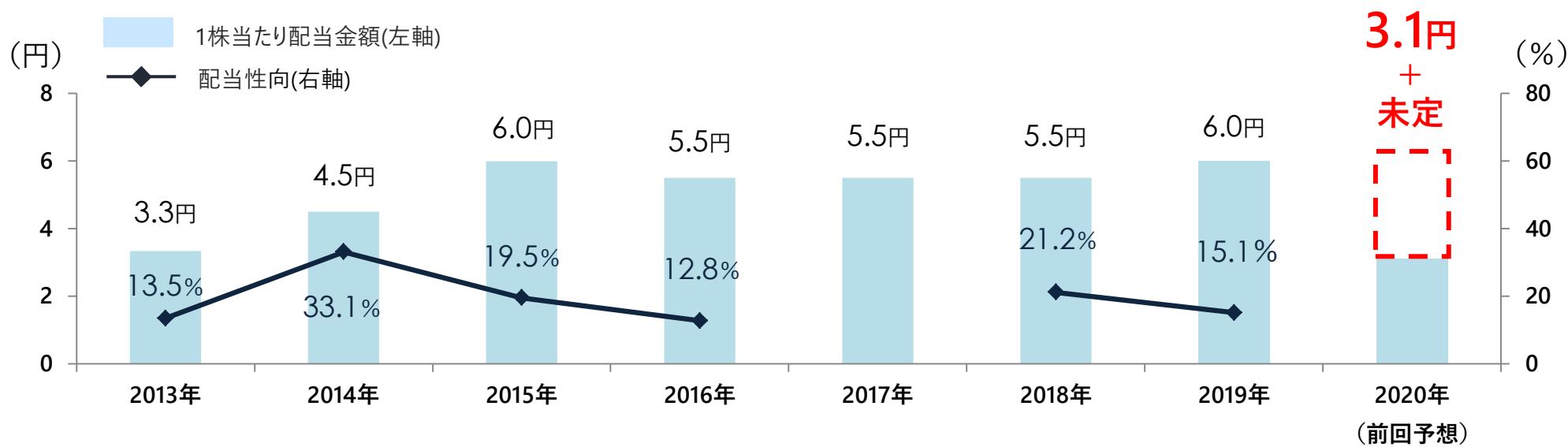
2020年12月期 株主還元・配当金額

2020年の中間配当は予想通り（1株3.1円）を実施
通期業績予想が「未定」のため、期末配当予想は未定（期初予想3.10円）

2020年12月期 配当金予想：未定（中間：3.10円、期末：未定）

配当方針

「連結配当性向15%前後を目安に配当金額を決定」



※当社は、株式を2013年2月18に2分割、2014年6月1日に3分割しており、1株当たり配当金は過去に遡及して記載しております。

※過去の1株当たり配当金は分割遡及後、小数点2位を切り捨てて記載しております。

※2017年、2019年は当期純損失を計上しているため、配当性向は記載しておりません。



Cross Marketing Group

CONTENTS 7

參考資料

2020年12月期上期 連結損益計算書

単位：百万円	FY2019.2Q (累計)	FY2020.2Q (累計)	YoY
売上高	8,808	7,700	87.4%
売上原価	5,437	4,763	87.6%
売上総利益	3,371	2,937	87.1%
売上総利益率	38.3%	38.1%	-0.2pt
販売費及び一般管理費	2,948	2,771	94.0%
営業利益	423	166	39.2%
営業利益率	4.8%	2.2%	-2.6pt
経常利益	341	186	54.4%
特別利益	—	—	—
特別損失	△1,060	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	△955	32	—

【販管費の減少】
コストコントロールによる費用減少及び環境変化に伴う費用減少により、販管費を削減（△177百万円）

【営業外収入の増加】
海外拠点においてCOVID-19に伴う政府当局からの補助金収入を計上（+41百万円）
【営業外費用の減少】
持分法対象の関連会社の損失が前年同期比で縮小（△61百万円）

2020年12月期 上期 連結貸借対照表（概要）

単位：百万円	FY2019.4Q末	FY2020.2Q末	増減
流動資産	7,780	8,634	111.0%
現金及び預金	2,714	5,314	195.8%
受取手形及び売掛金	3,617	2,069	57.2%
その他	1,449	1,251	86.3%
固定資産	2,147	2,292	106.7%
のれん	287	246	85.9%
その他	1,860	2,046	110.0%
総資産	9,927	10,926	110.1%

単位：百万円	FY2019.4Q末	FY2020.2Q末	増減
流動負債	4,773	4,410	92.4%
買掛金	1,562	1,084	69.4%
短期借入金 (1年内返済の長期借入含む)	1,332	1,667	125.1%
その他	1,879	1,658	88.3%
固定負債	1,734	3,265	188.4%
長期借入金	1,488	3,013	202.4%
その他	245	252	102.9%
純資産	3,420	3,251	95.1%
自己資本比率	34.4%	28.9%	-4.5pt

【短期・長期借入金・現金の増加】
手元資金確保のため20年6月に実施した
20憶円の借入等により借入金・現金が増加

2020年12月期 上期キャッシュフロー

単位：百万円	FY2019.2Q (累計)	FY2020.2Q (累計)	増減額
営業キャッシュフロー	481	1,143	662
税引き前純利益	△720	186	905
減価償却費・のれん償却額	192	116	△76
減損損失	1,060	—	△1,060
売上債権の増減額	546	1,694	1,148
法人税等の支払額	△389	△204	185
その他	△209	△649	△440
投資キャッシュフロー	△118	△256	△138
財務キャッシュフロー	△287	1,737	2,025
短期借入金純増減額	102	5	△98
長期借入による収入	—	2,200	2,200
自己株式取得	—	△100	△100
その他	△390	△367	22
現金同等物期末残高	2,662	5,314	2,652

【営業CFの増加】

・税引き前利益を確保するとともに、19年12月以降の売上債権の回収が進み、営業CFは前年同期から+621百万円増加

【長期借入金の実施】

手元資金の確保のため長期借入金を調達し、財務CF前年同期と比較して+2,025百万円増加

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

設 立 2013年6月3日 持株会社体制への移行に伴い新規設立、
クロス・マーケティングの設立は2003年4月1日

資 本 金 6億4,670万円

従業員数
(連結) 1,385名 (内、臨時従業員217名)

事業内容 リサーチ事業・ITソリューション事業他

マーケティングリサーチ事業

 Cross Marketing	nettトリサーチを初めとするマーケティングリサーチに関するサービスの提供
 Research and Development	マーケティングリサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション
	ヘルスケア・メディカル領域のマーケティングリサーチ事業
	顧客行動分析と業務コンサルティング
	覆面調査により消費者の視点からサービス水準を評価
	英国、米国およびアジア各国に展開し、マーケティングリサーチ事業を行う企業グループ。持株会社本社はシンガポール。
	欧米メインのクライアントを持つマーケティングリサーチ会社。本社はバンガロール。
	疾病ごとの医療従事者・患者専用モニターの管理・運営
	企業のマーケティング課題解決を支援するWEBリサーチ関連サービス、BRP/BPO関連サービスを提供

ITソリューション事業

 Cross Communication	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
 Cross Propworks	函館において、グループ内のデータ加工・処理業務等のアウトソーシングサービスを提供。
	IT・Web業界に特化した人材供給、支援

その他の事業

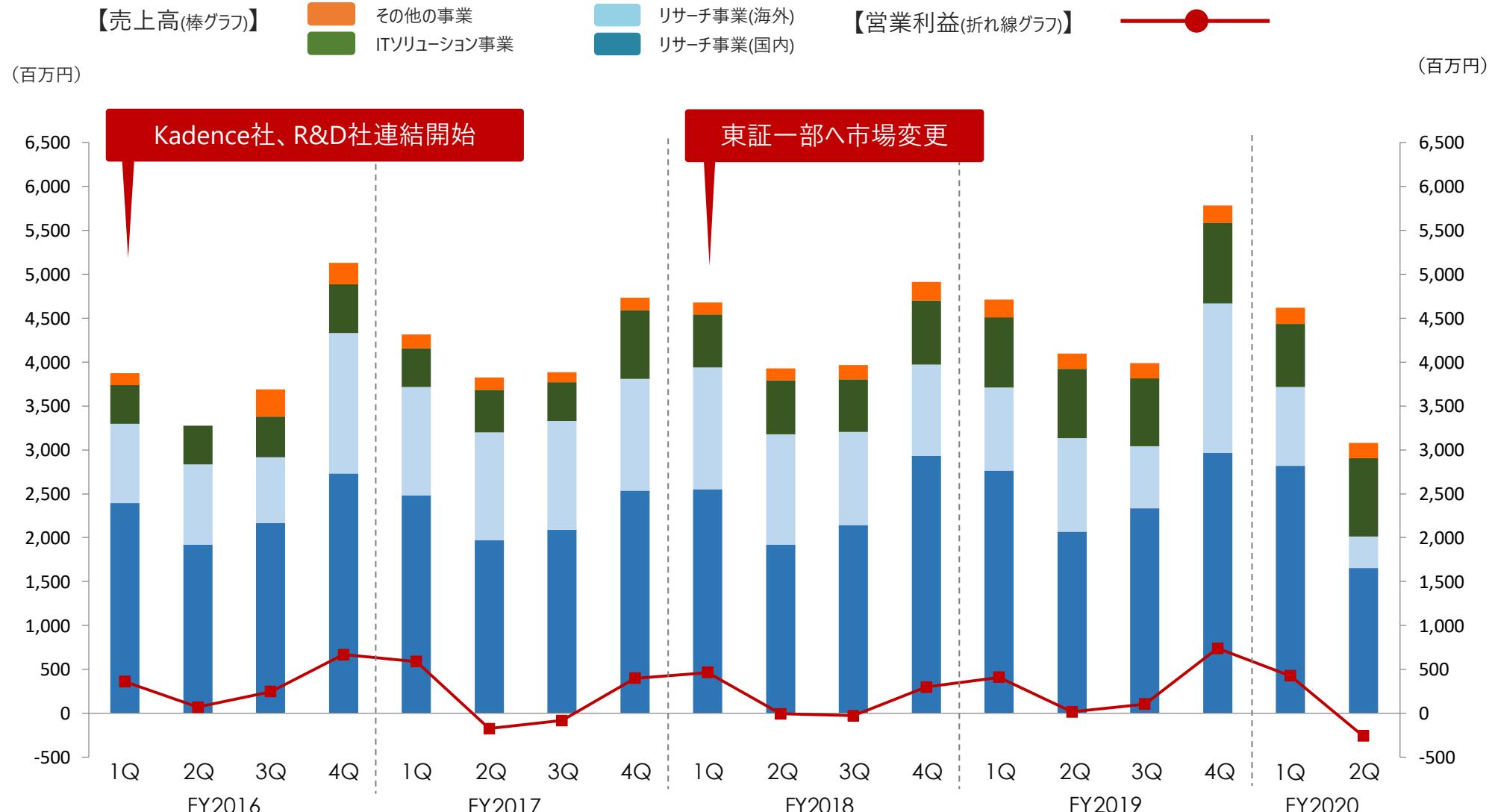
 Data and Marketing	消費者データを活用し、最先端のマーケティングサービスを提供
 CROSS VENTURES	投資事業並びにそれに付随する業務

連結業績及び主な指標の推移（2015～2019）

(単位：百万円)

	2015年 12月期	2016年 12月期	2017年 12月期	2018年 12月期	2019年 12月期
売上高	14,859	15,969	16,758	17,492	18,580
国内リサーチ事業	8,336	9,212	9,074	9,551	10,132
海外リサーチ事業	4,565	4,159	4,982	4,742	4,421
ITソリューション事業	1,704	1,907	2,147	2,542	3,284
その他の事業	253	690	553	656	742
営業利益	1,233	1,342	727	955	1,267
経常利益	1,185	1,267	597	840	1,150
当期純利益	559	837	△703	507	△477
純資産	3,945	4,474	3,598	3,900	3,420
総資産	9,970	9,932	9,564	10,429	9,927
1株当たり配当金(円)	6.0	5.5	5.5	5.5	6.0
EPS(円)	30.81	42.85	△36.00	25.92	△24.12
BPS(円)	193.17	221.49	177.75	193.79	166.19
ROE(%)	17.2	20.7	—	14.0	—
ROA(%)	13.3	12.7	6.1	8.4	11.3

事業セグメント別売上高 及び 連結営業利益推移



2003年	4月 東京都渋谷区にて創業
2004年	1月 東京都中央区に移転
2006年	5月 株式会社VOYAGE GROUP及びその子会社 株式会社リサーチパネルと資本・業務提携
2008年	10月 東京証券取引所マザーズ市場に上場
2011年	8月 株式会社インデックスよりモバイルソリューション事業の一部を譲受し、 株式会社クロス・コミュニケーションが営業開始
2012年	5月 中国(上海)に子会社 Cross Marketing Chinaを設立・営業開始
2013年	6月 単独株式移転により株式会社クロス・マーケティンググループを新設し、持株会社制へ移行 8月 Markelytics社及びMedePanel社の株式取得
2014年	5月 本社を東京都新宿区に移転（東京オペラシティ） 11月 欧米アジア等8ヶ国に展開するKadenceグループを完全子会社化 2月 関連会社リサーチ・アンド・ディベロPMENTを連結子会社化 4月 クロス・コミュニケーションが函館に子会社クロス・プロップワークスを設立
2015年	7月 株式会社メディード、株式会社ディーアンドエムを設立・営業開始 8月 Cross Marketing (Thailand) Co., Ltd (現Kadence International (Thailand) Co., Ltd.)を設立 11月 クロス・コミュニケーションがJIN SOFTWARE株式会社（現 株式会社クロス・ジェイ・テック）を子会社化
2016年	4月 株式会社ショッパーズアイ営業開始
2018年	3月 東京証券取引所 市場第一部へ市場変更 4月 株式会社クロスベンチャーズを設立
2019年	10月 クロス・コミュニケーションがサポタント株式会社を子会社化 11月 サポタント株式会社と株式会社クロス・ジェイ・テックが合併し、株式会社Fittioに商号変更

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>