



株式会社クロス・マーケティンググループ

2023年6月期 通期決算補足資料

2023年8月

Summary

1

- **通期売上高250.9億円(前期比1%増)、営業利益19.5億円(23%減)**
- **売上高が過去最高更新。販管費増により営業利益は減少**
- **概ね、修正後の計画どおり**

Summary

2

- **データマーケティング事業が2桁増収し、全体売上高成長を牽引**
- **一部顧客のプロモーション予算削減等の影響により、デジタルマーケティング事業は減収**

Summary

3

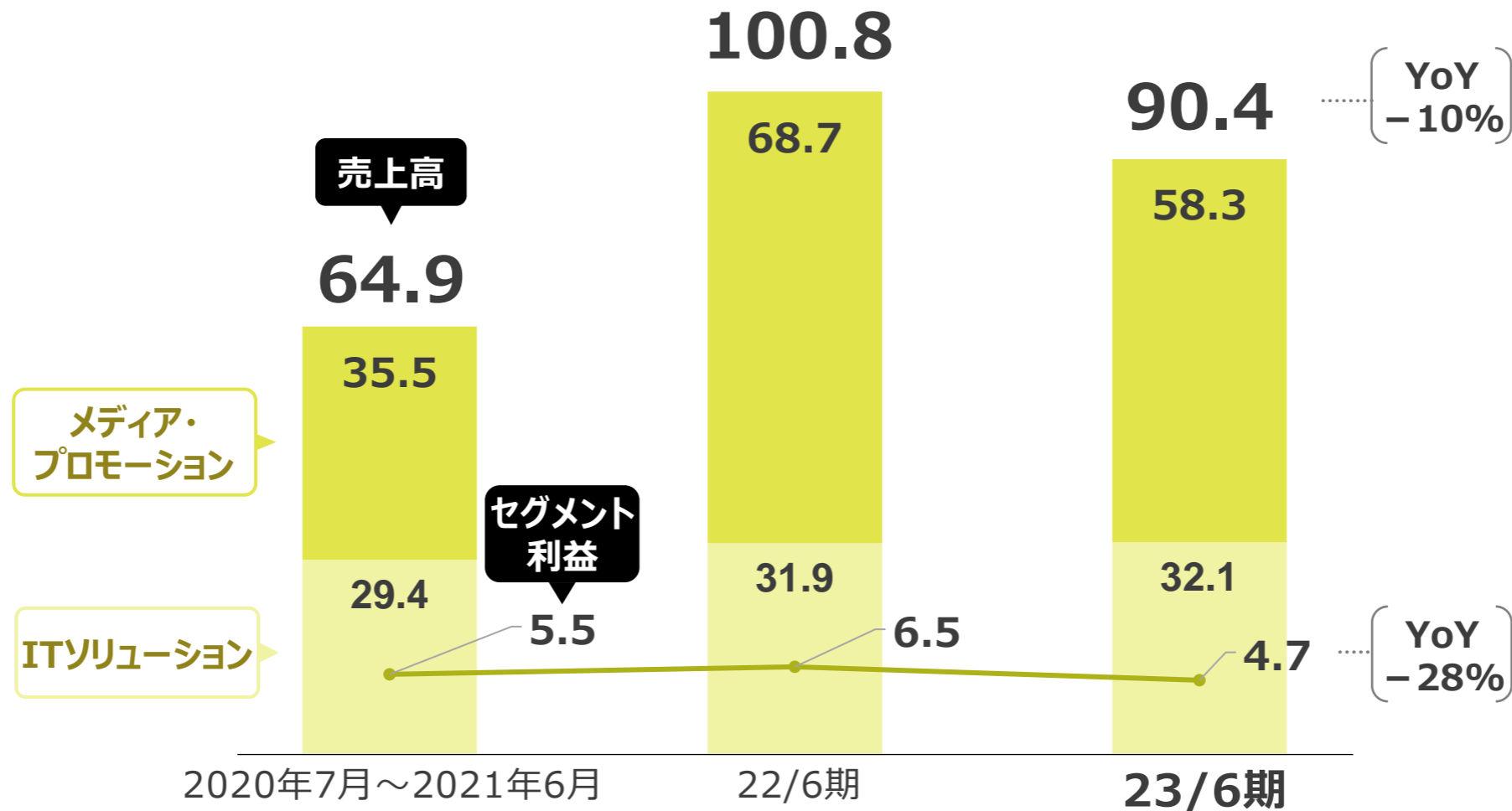
- **24/6期計画：売上高300億円、営業利益30億円**
- **株主還元：通期1株当たり配当13.0円(前期比1.0円増)を計画**

国内外のリサーチ需要増により、データマーケティング事業が17%増収
 売上総利益率は40%超を堅持。人員拡充等により販管費は8%増加

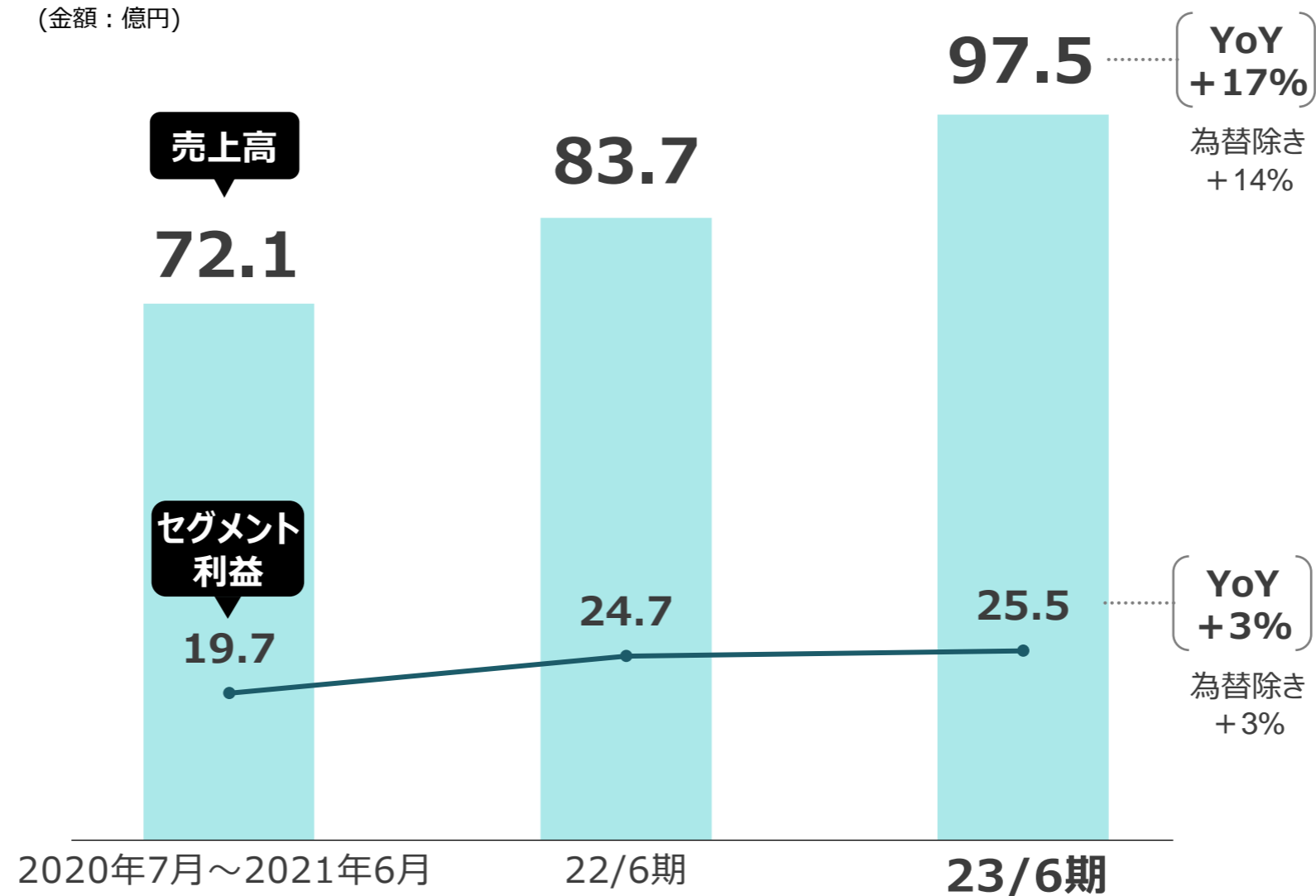
(億円)	22/6期 通期 実績	23/6期 通期	
		実績	前年同期比 伸び率
売上高	249.0	250.9	+1%
デジタルマーケティング事業	100.8	90.4	-10%
データマーケティング事業	83.7	97.5	+17%
インサイト事業	64.5	63.0	-2%
売上総利益 (売上総利益率)	103.4 (41.5%)	103.9 (41.4%)	+1% (-0.2pt)
販管費	78.2	84.4	+8%
営業利益 (営業利益率)	25.2 (10.1%)	19.5 (7.8%)	-23% (-2.4pt)

厳しかったメディア・プロモーション単価は、回復トレンド
ITソリューションは前期比増収を確保

(金額：億円)

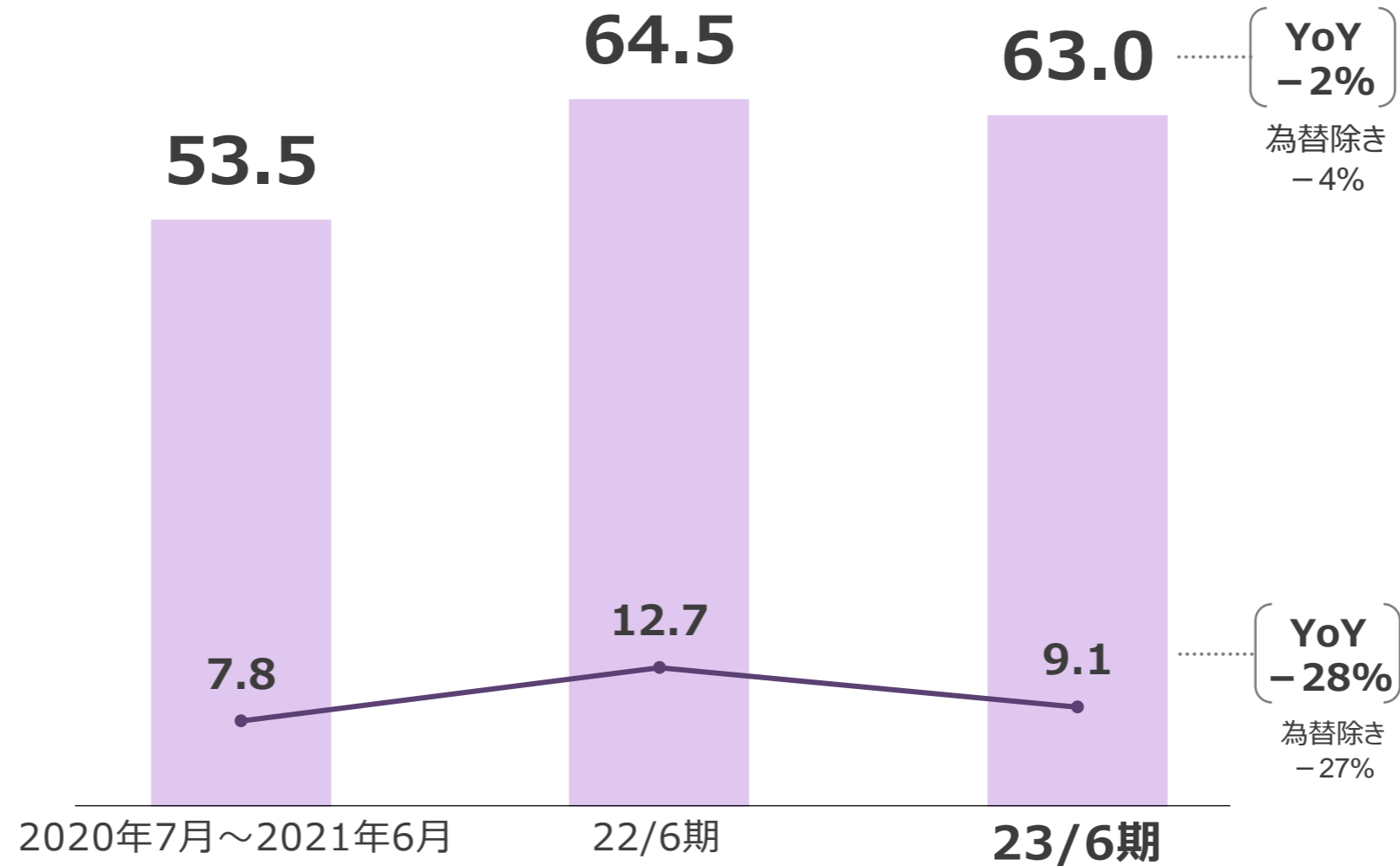


売上高17%増、セグメント利益3%増
国内外で、堅調なリサーチ需要を取り込む



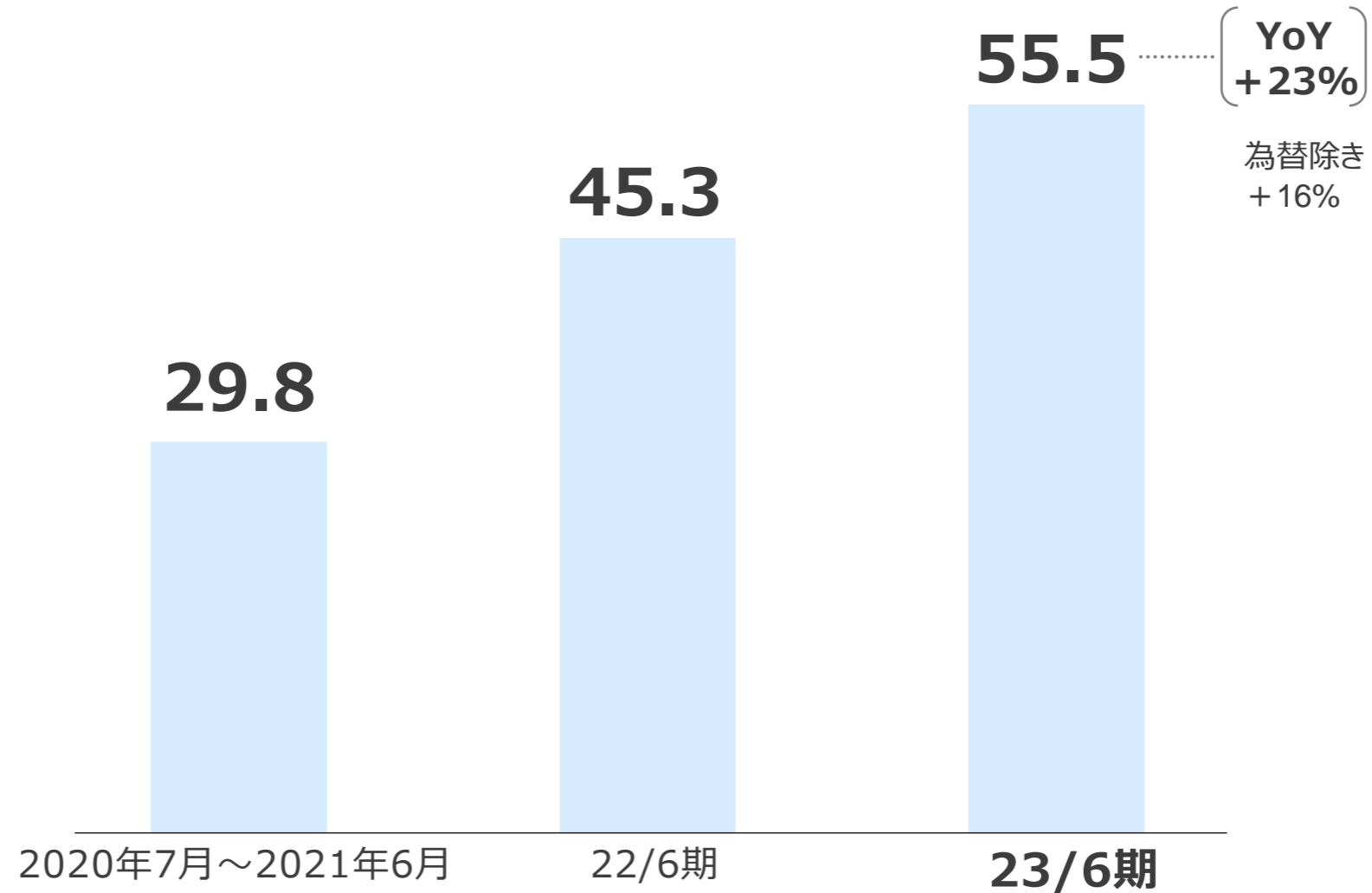
売上高2%減、セグメント利益28%減
オフライン調査が回復。国内外での販管費増により減益

(金額：億円)



経済回復による需要増を取り込み、23%増収 北米、インド、インドネシアが寄与

(金額：億円)



2023年6月期において、事業の連携強化、マネジメント効率化のため、
グループ各社の合併・統合を実施

2023年4月合併



Cross Communication

×

Norfre

2023年7月合併



株式会社 ドウ・ハウス®
— HUMAN NETWORKING INDUSTRY —

×

Skip

2023年7月合併

withwork

×

Infidex

デジタルマーケティング事業の成長加速に向け グループ子会社間の事業再編へ

デジタルマーケティング事業 メディア・プロモーション

サンプリング・メディア

 ドウ・ハウス

DxM
Data and Marketing

インターネット広告

Skip

メディア

IPコラボレーション

TOKYO GETS

 **REECH**

ソーシャル・マーケティング

メディア・プロモーション領域の
主要企業の事業を再編

成長性の高いマーケットに対する
投資を集中することで
さらなる事業拡大を目指す

※SKIP社はドウ・ハウス社と2023年7月1日に合併済み
※ディーアンドエム社とドウ・ハウス社を2024年1月に合併予定

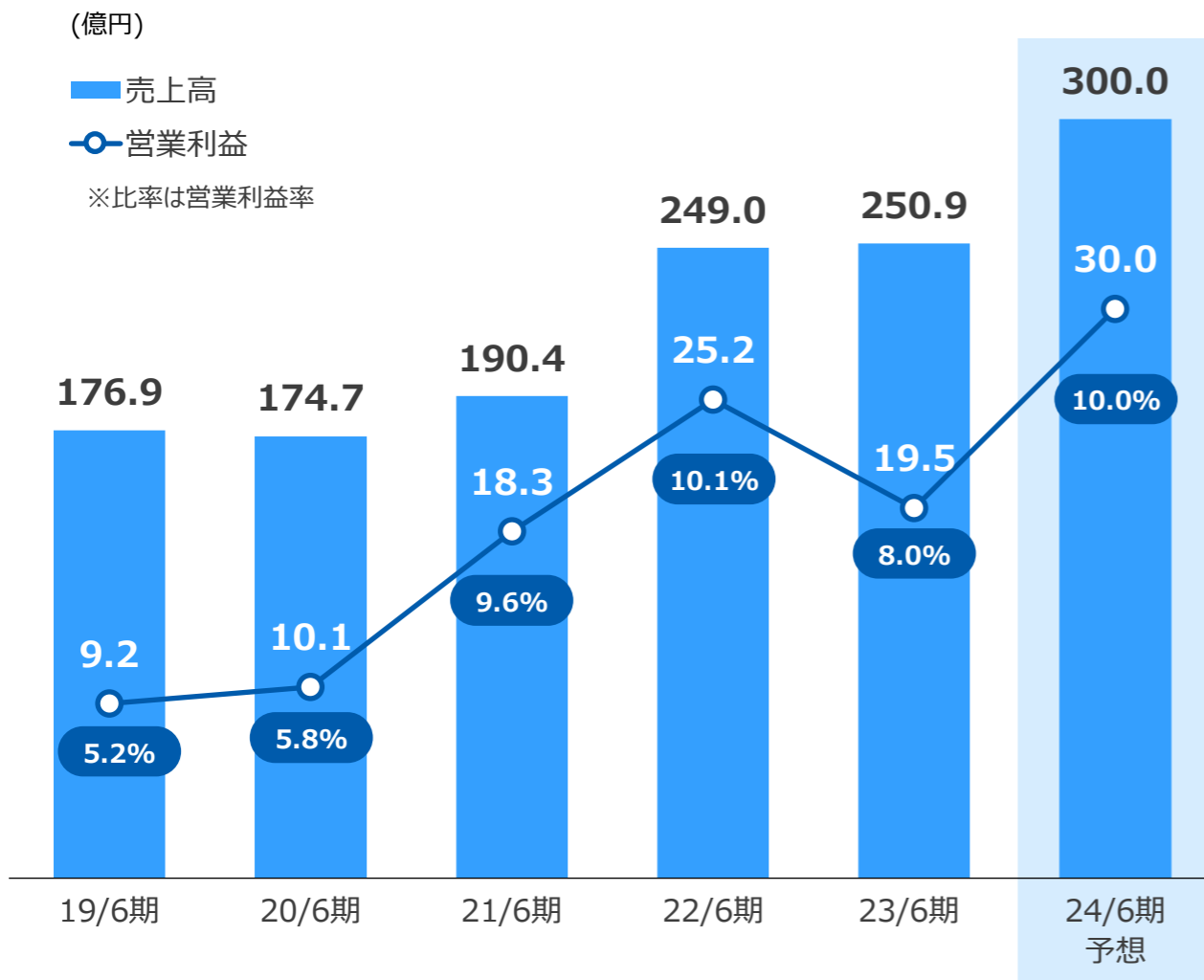
サステナビリティ基本方針とマテリアリティ(重要課題)を整理し、2023年7月公表 グループ全体でのサステナビリティ活動を本格化

サステナビリティ基本方針

私たちクロス・マーケティンググループは、企業理念「未来をつくろう Discover Something New.」、およびビジョン「やればいいじゃん！ Just go for it！」を掲げ、当社グループの事業活動を通じて、持続可能な社会の実現に向けた課題の解決に貢献してまいります。また、私たちは国際連合が採択した持続可能な開発目標（SDGs）の趣旨に賛同しています。私たちの取り組みが17のゴール達成の一助となるよう、グループ全体でサステナビリティ活動を推進してまいります。

カテゴリー	マテリアリティ	基本的な考え方
環境 Environment	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動への対応をはじめとした広範な地球環境の保全 	当社グループは、事業活動を通じて生活者やお客さま企業の地球環境保全に向けたイノベーションを後押しするとともに、私たち自身が消費するエネルギーを抑制し、気候変動などの広範な環境問題の解決に貢献します。
社会 Social	<ul style="list-style-type: none"> 人的資本の充実 多様性、公平性、包摂性(DE&I)の向上 産学官／幅広いパートナーとの連携による社会貢献活動の推進 	当社グループの事業活動において、人材こそが付加価値創出のための最も重要な資本であると認識しています。このため、世界中から多様で高度な専門性を持つ人材を結集し、育成し、活躍の場を提供することが重要と考えます。また、持続可能な社会の実現に貢献するため、パートナーとの連携による取り組みを推進してまいります。
ガバナンス Governance	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンス機能、内部管理体制の充実化 リスクマネジメント、情報セキュリティ、プライバシー保護の更なる強化 ステークホルダーへの適切な情報開示と対話の促進 	当社グループの持続的成長には、海外の拠点、子会社を含むグループ全体におけるコーポレートガバナンス機能、内部管理体制の強化が不可欠であると認識しています。また、当社グループの成長は、関連法令・規制を遵守した上での健全で公正な取引に立脚したものでなければならないと考えています。
ビジネス Business	<ul style="list-style-type: none"> 経済的成長とサステナビリティ活動の両立 	当社グループの祖業である生活者調査とそこから創出される様々な新しいビジネスは、持続可能な社会の実現に向けた課題解決のための取り組みと両立できると考えます。このため、持続可能な社会の実現に向けた課題解決に関わるサービス収益について、その内容の発展と成長を推進します。

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(20%増)・営業利益30億円(54%増)を目指す



(億円)	23/6期 実績	24/6期 予想	YoY
売上高	250.9	300.0	+20%
デジタルマーケティング	90.4	120.0	+33%
データマーケティング	97.5	110.0	+13%
インサイト	63.0	70.0	+11%
営業利益	19.5	30.0	+54%
経常利益	18.8	29.0	+54%
親会社株主に帰属する当期純利益	10.0	18.0	+78%
EPS	51.0	90.1	+77%
一株当たり配当 (円)	12.0	13.0	+1.0

商戦期での収益拡大本格化に向けた取り組み
事業再編シナジー、受注単価回復、販管費は抑制

デジタル
マーケティング

- ・ 事業再編を通じたシナジー効果を狙う
- ・ 2Q・3Q商戦期での収益拡大本格化に向けて受注活動活発化
- ・ メディア・プロモーションの単価回復に注力。足もとは順調な軌道

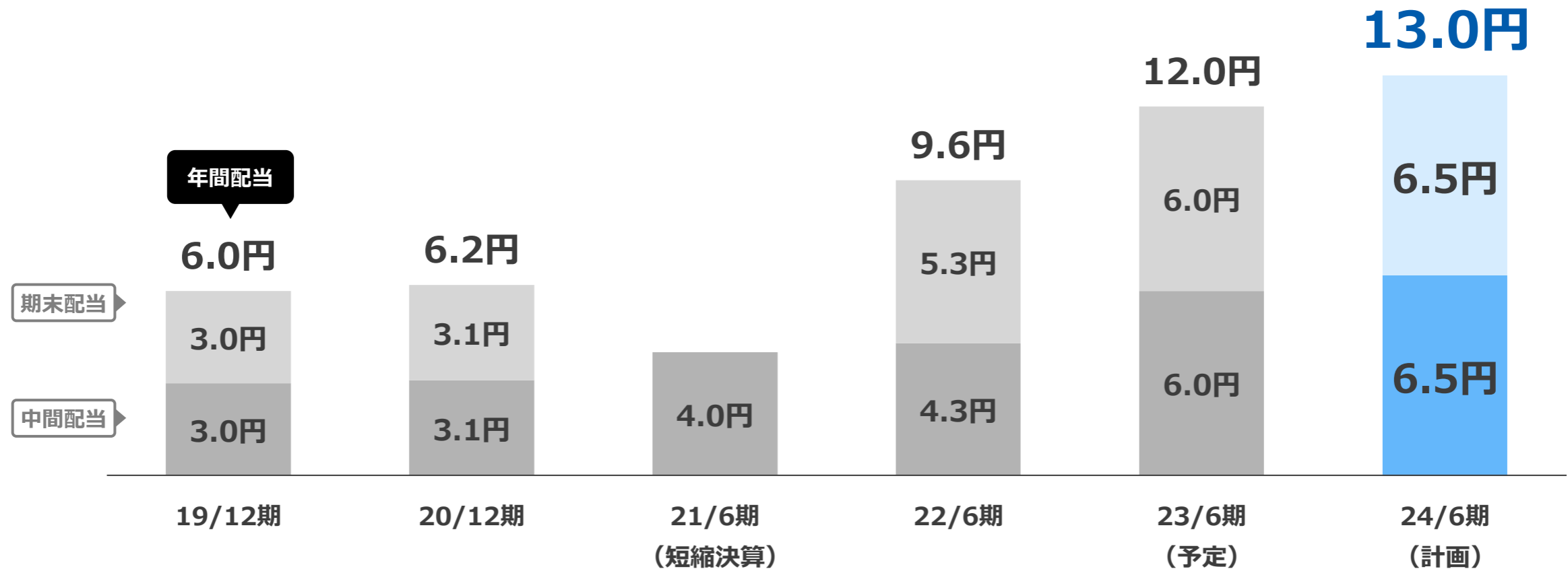
データ
マーケティング

- ・ 国内：顧客業種ごとに強弱あるも、堅実な成長を見込む
- ・ 海外：北米は前期の急拡大から一服。インドの高成長が持続

インサイト

- ・ 国内：オフライン回復基調の継続、日系企業向けグローバル案件拡大へ
- ・ 海外：英国は引き続き保守的な前提。インドネシアの高成長が持続

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配
 24/6期通期では13.0円(上期6.5円、下期6.5円)を計画





Cross Marketing Group