



株式会社クロス・マーケティンググループ

# 2024年6月期 1Q決算補足資料

---

Summary

1

- **売上高56.3億円(前期比8%減)、営業損失0.2億円**
- **販管費は前年同水準に抑制も、売上総利益率低下により減益**

Summary

2

- **デジタルマーケティング**：メディア・プロモーションの受注単価が底打ち
- **リサーチ(データマーケティング・インサイト)**：国内は底堅く推移も、海外における需要一巡を主因に減収

Summary

3

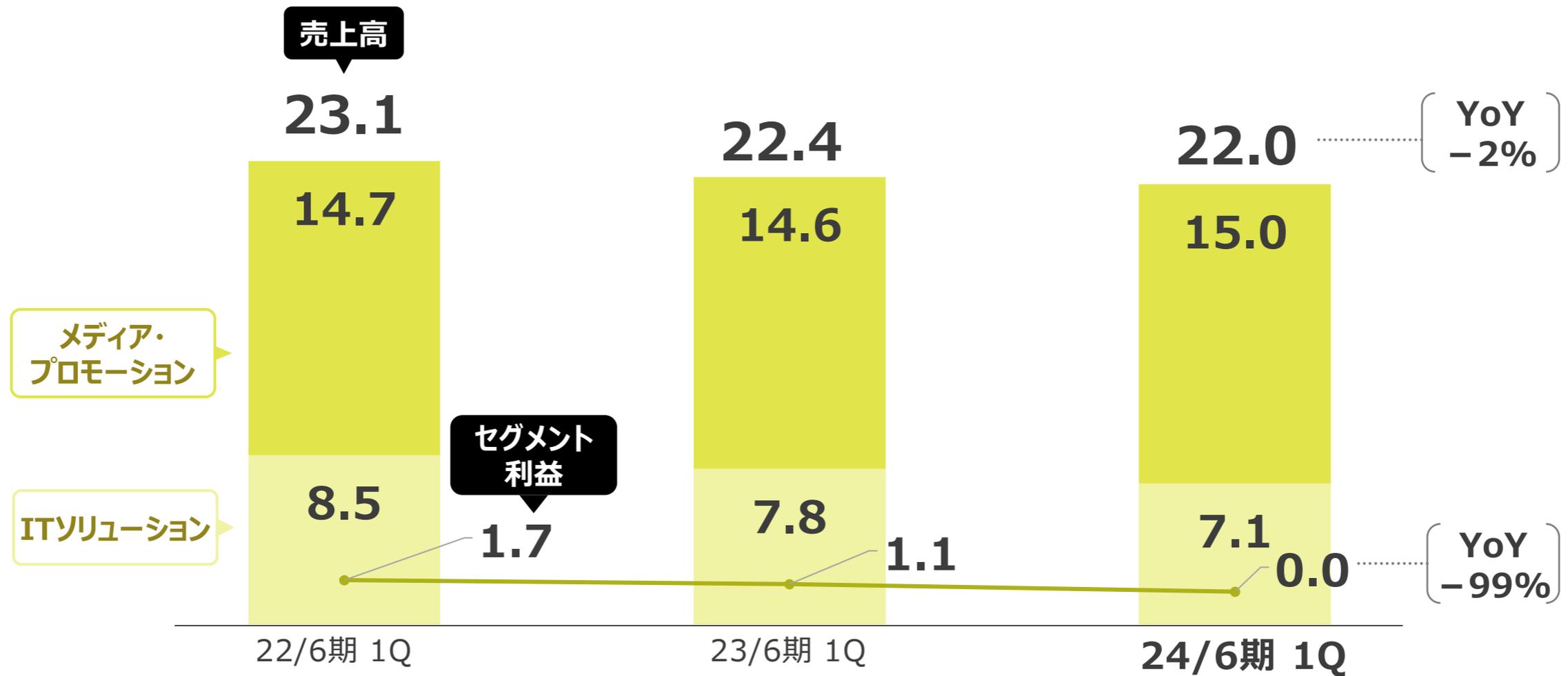
- **24/6期計画**：売上高300億円、営業利益30億円は変更なし

データマーケティング事業の減収を主因に、**売上高は8%減**  
**販管費は横ばい**も、売上総利益減により営業損失を計上

(億円)	23/6期 1Q 実績	24/6期 1Q	
		実績	前年同期比 伸び率
売上高	61.0	56.3	-8%
デジタルマーケティング事業	22.4	22.0	-2%
データマーケティング事業	22.9	19.6	-15%
インサイト事業	15.7	14.7	-6%
売上総利益 (売上総利益率)	25.9 (42.4%)	20.2 (35.9%)	-22% (-6.5pt)
販管費	20.8	20.4	-2%
営業利益 (営業利益率)	5.1 (8.4%)	-0.2 (-)	- (-)

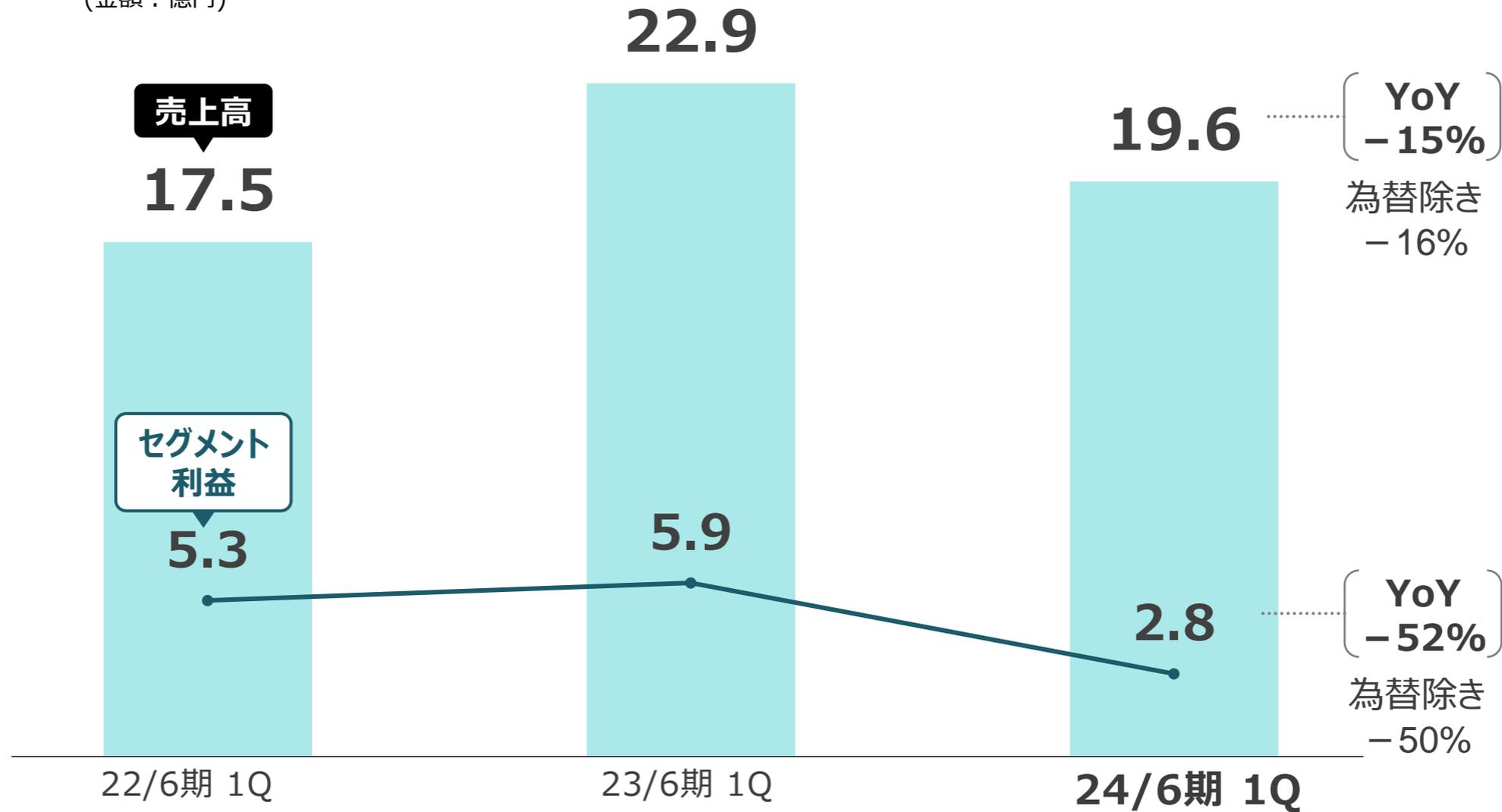
メディア・プロモーションは、受注単価が回復。5四半期ぶりに増収転換  
ITソリューションは、受託開発・人材関連が伸び悩み

(金額：億円)



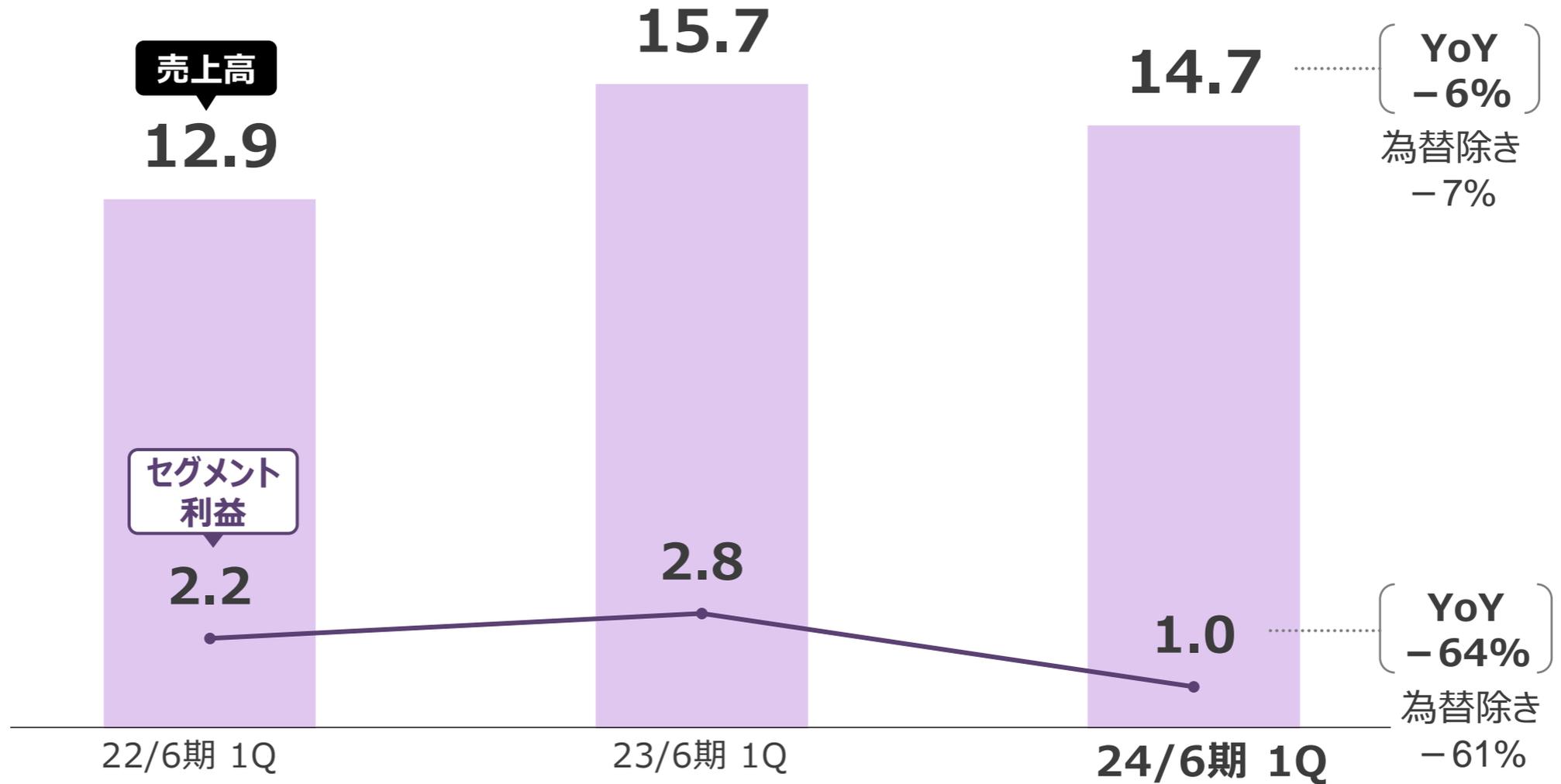
売上高15%減、セグメント利益52%減  
国内は堅調ながら、海外における需要が一巡

(金額：億円)



売上高6%減、セグメント利益64%減  
国内は前年並みを確保も、海外は厳しさ続く

(金額：億円)



Cross Communication 開発・運用支援

大和コネク特証券様のアプリが「2023年度グッドデザイン賞」受賞



大和コネク特証券株式会社のスマートフォンアプリ「コネクト」

特徴

- ・わかりやすい画面遷移
- ・直感的に操作可能なユーザビリティ
- ・オリジナルフォントの開発

評価ポイント

デジタル・ネイティブ世代の投資初心者のお客様に対して、長期資産形成をサポートするために必要な証券サービスの機能をひとつのアプリに集約しながらも、親しみやすいデザイン性と直感的な操作性を実現したこと

# ドウ・ハウス 運営のWebサンプリングメディア「モラタメ」と 総合ショッピングサイト「au PAY マーケット」が協業開始



## 「お試しモニター by モラタメ」の特徴



### サンプリングコスト0円でエントリー可能

「au PAY マーケット」内、「お試しモニター by モラタメ」では、モラタメの「タメせる」の仕組みを活用したサンプリングサービスを展開。モラタメの「タメせる」は、商品代の半額程度の送料（お試し費用）を、ユーザー自身が負担することで、商品をお届けするサービス。メーカーは「費用を払ってもこの商品を試したい」と思う意欲的なユーザーへ、配送コストを抑えてサンプリングが可能。



### 一気通貫なサポートにより、効果を最大限発揮

「お試しモニター by モラタメ」では、商品の認知・理解・トライアル・購入までを一気通貫でサポート。ユーザーの動きを追いながら、トライアルから購入までの効果を最大限発揮。



### 商品体験後はショップページに誘導し、購入につなげる

「お試しモニター by モラタメ」内で商品体験した後は、「au PAY マーケット」内のショップページに誘導し、購入促進を行う。ユーザーのクーポン利用の状況を追跡することで、どの程度購買に寄与したかを把握することが可能。

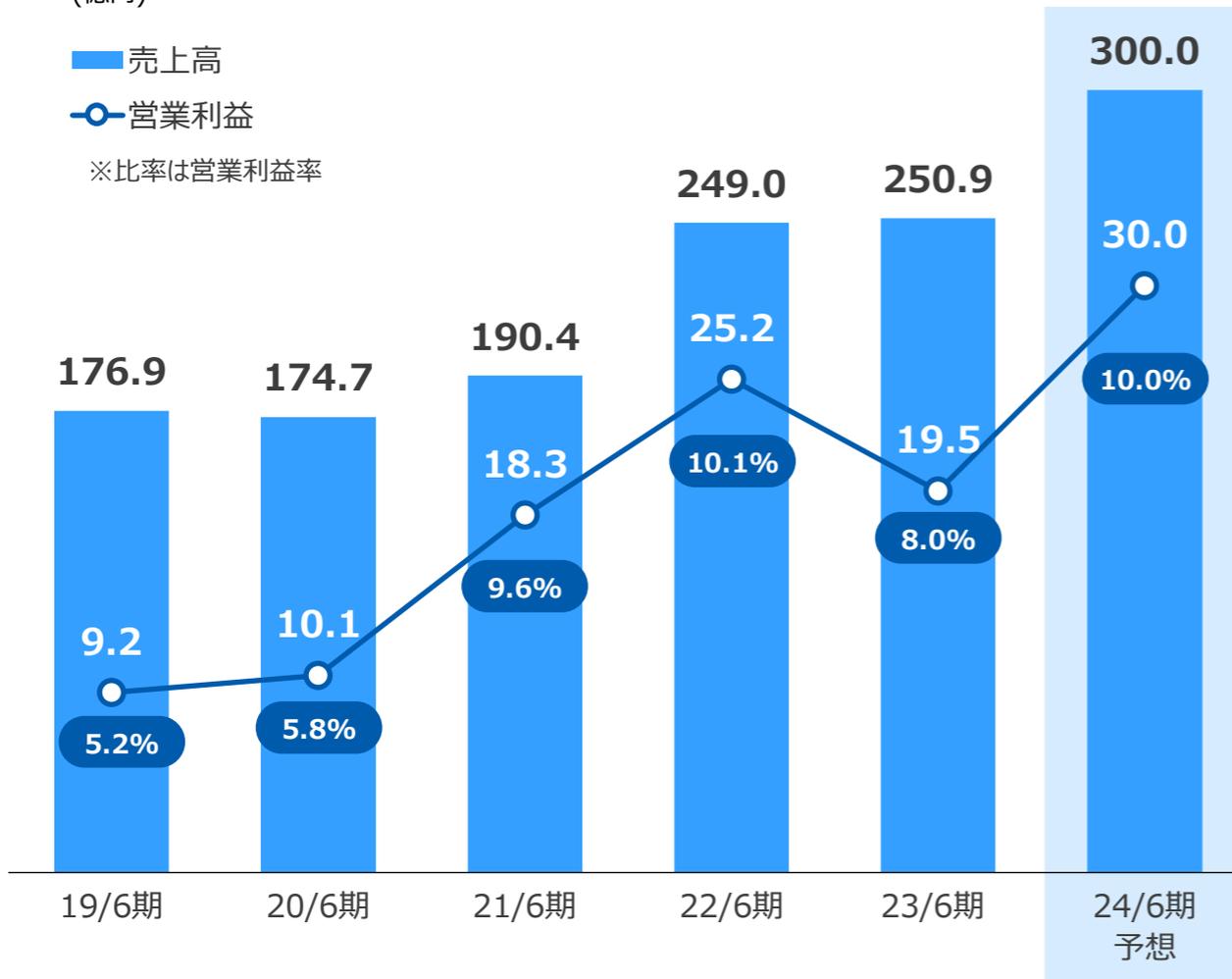
## 中期経営計画・最終年度の業績目標に変更無し 売上高300億円(20%増)・営業利益30億円(54%増)を目指す

(億円)

■ 売上高

○ 営業利益

※比率は営業利益率



(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	+79%
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

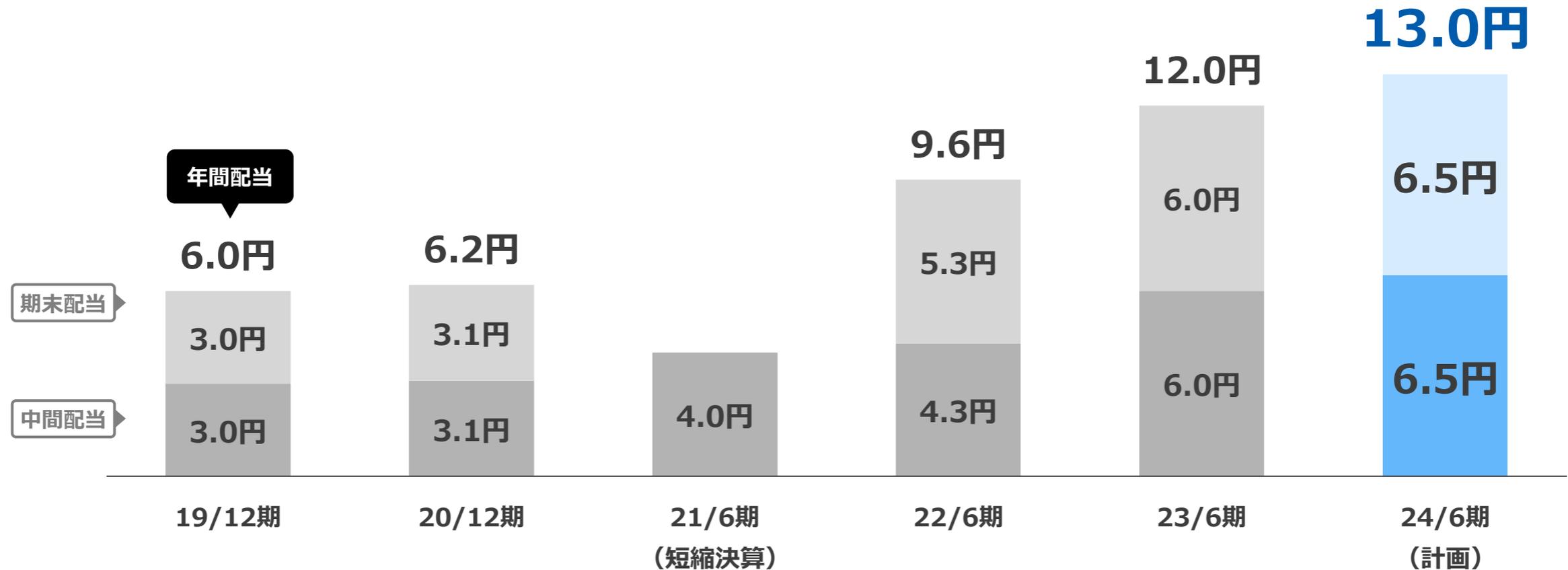
### データ マーケティング

- ・ 国内：顧客業種ごとに強弱も、堅実な成長を見込む
- ・ 海外：北米は需要一巡で減収見込み。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