



株式会社クロス・マーケティンググループ

2024年6月期 通期決算補足資料

Summary

1

- **24/6期売上高262億円(前期比4%増)、営業利益18.4億円(5%減)、経常利益19.1億円(2%増)、当期純利益11.9億円(18%増)**
- **売上高・経常利益・当期純利益で業績予想を達成**

Summary

2

- **デジタルマーケティング**：メディア・プロモーション領域における単価回復と新規連結効果により、**18%増収**と全社業績をけん引
- **リサーチ(データマーケティング・インサイト)**：国内堅調も、海外需要一巡により、リサーチ合計で**3%減収**

Summary

3

- **4Q(4-6月)売上高68億円(26%増)、営業利益1.5億円(前期は損失2.2億円)**
- **業績改善傾向が継続。海外収益好転に、新規連結効果も加わる**

デジタルマーケティング事業の成長を主因に、売上高は過去最高を更新

(億円)	23/6期 通期 実績	24/6期 通期		
		予想*	実績	YoY 成長率
売上高	250.9	260.0	261.8	+4%
デジタルマーケティング事業	90.4	110.0	106.6	+18%
データマーケティング事業	97.5	85.0	88.1	-10%
インサイト事業	63.0	65.0	67.1	+6%
売上総利益 (売上総利益率)	103.9 (41.4%)	—	102.3 (39.8%)	-2% (-1.6pt)
販管費	84.4	—	83.8	-1%
営業利益 (営業利益率)	19.5 (7.8%)	19.0 (7.3%)	18.4 (7.0%)	-5% (-0.7pt)
経常利益	18.8	18.0	19.1	+2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	10.1	10.0	11.9	+18%

* 2024年2月13日公表値

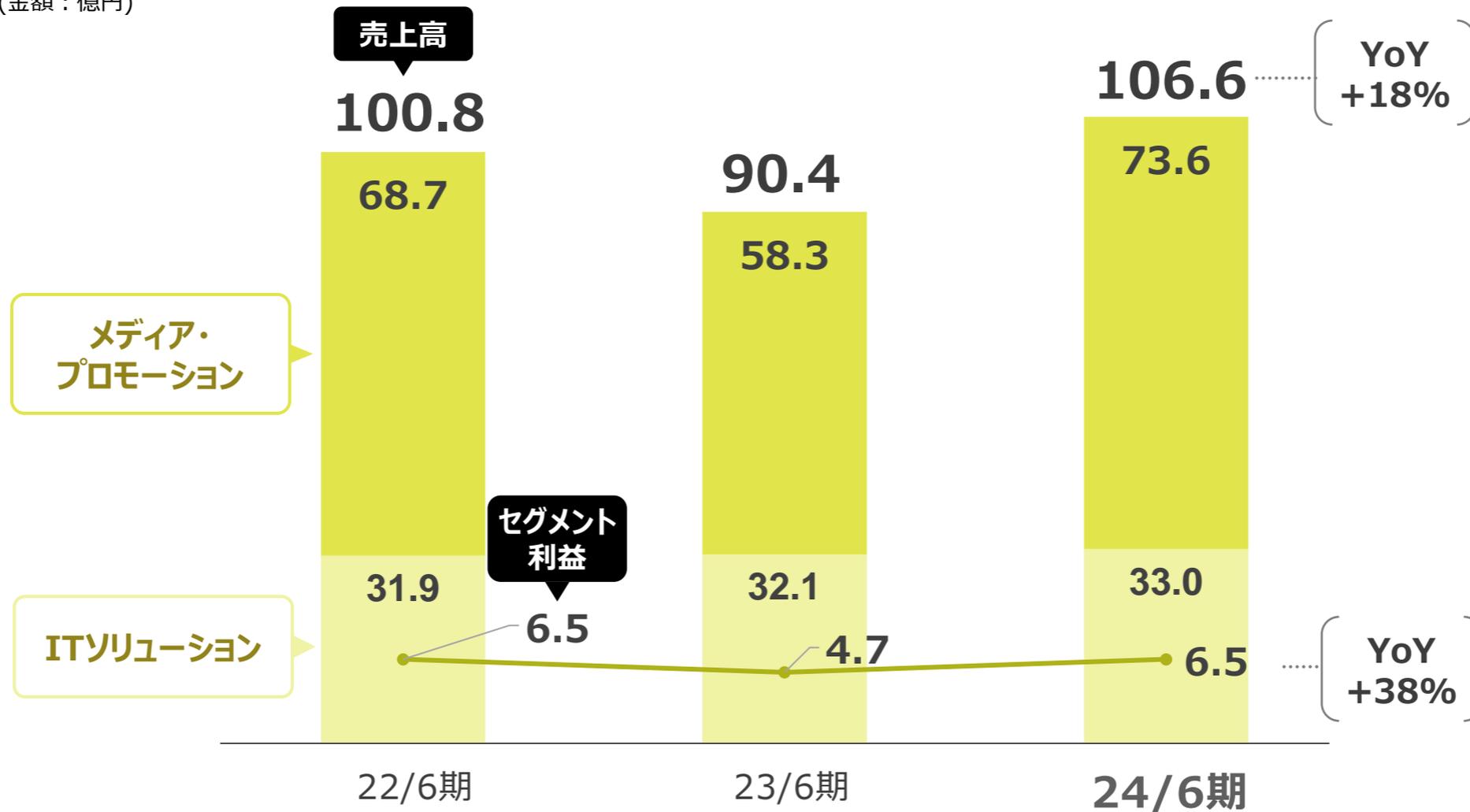
業績の回復トレンド継続

データマーケティング事業も、4Qには海外収益好転でプラス転換

	24/6期										
	(億円)	1Q (7-9月)	YoY 成長率	2Q (10-12月)	YoY 成長率	3Q (1-3月)	YoY 成長率	4Q (4-6月)	YoY 成長率	通期	YoY 成長率
売上高		56.3	-8%	68.9	-0.2%	68.3	+3%	68.5	+26%	261.8	+4%
デジタルマーケティング事業		22.0	-2%	29.0	+23%	26.1	+16%	29.4	+34%	106.6	+18%
データマーケティング事業		19.6	-15%	20.7	-25%	24.9	-12%	22.9	+23%	88.1	-10%
インサイト事業		14.7	-6%	19.1	+7%	17.2	+10%	16.1	+16%	67.1	+6%

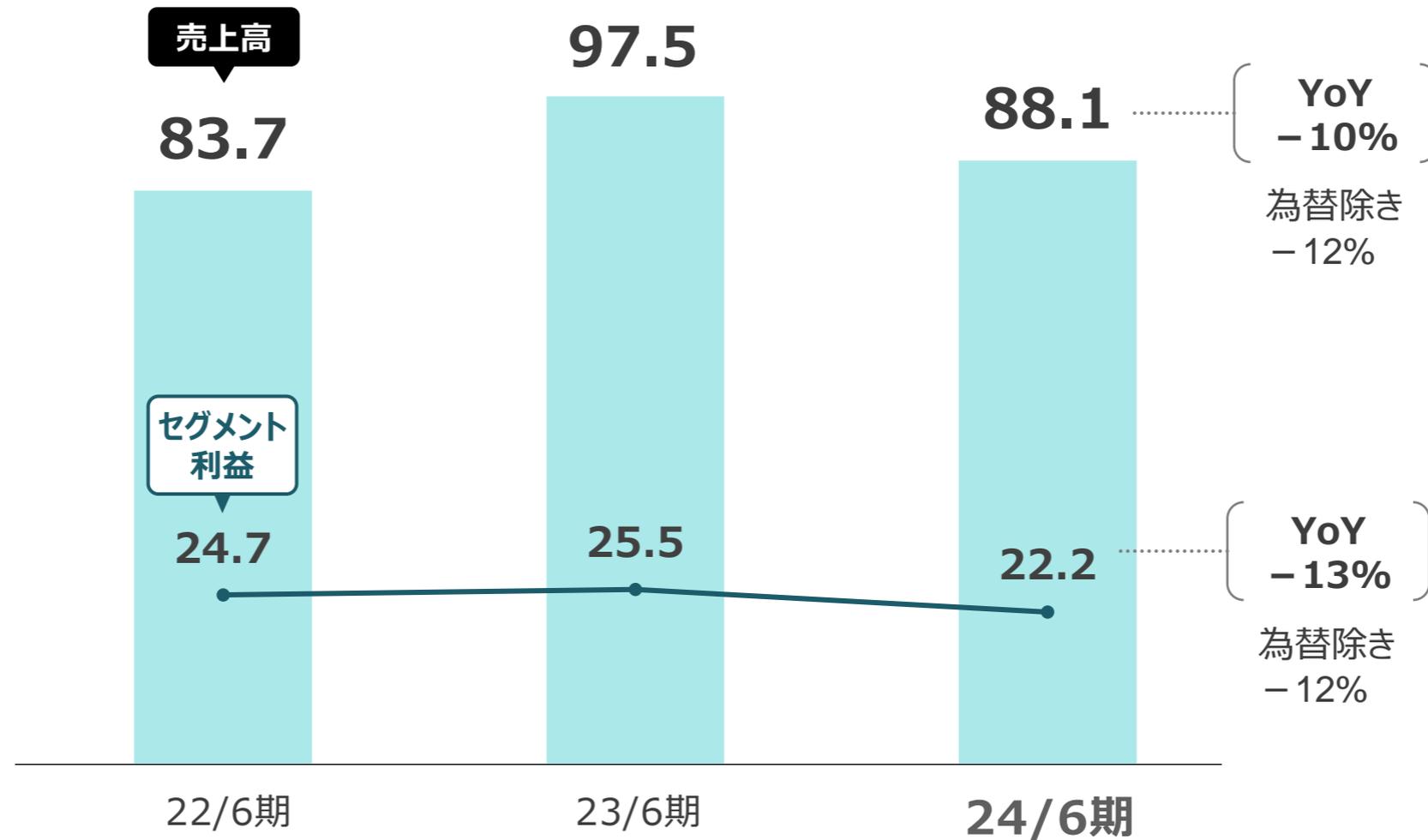
売上高18%増、セグメント利益38%増
 メディア・プロモーションが牽引し、売上高は過去最高を更新

(金額：億円)



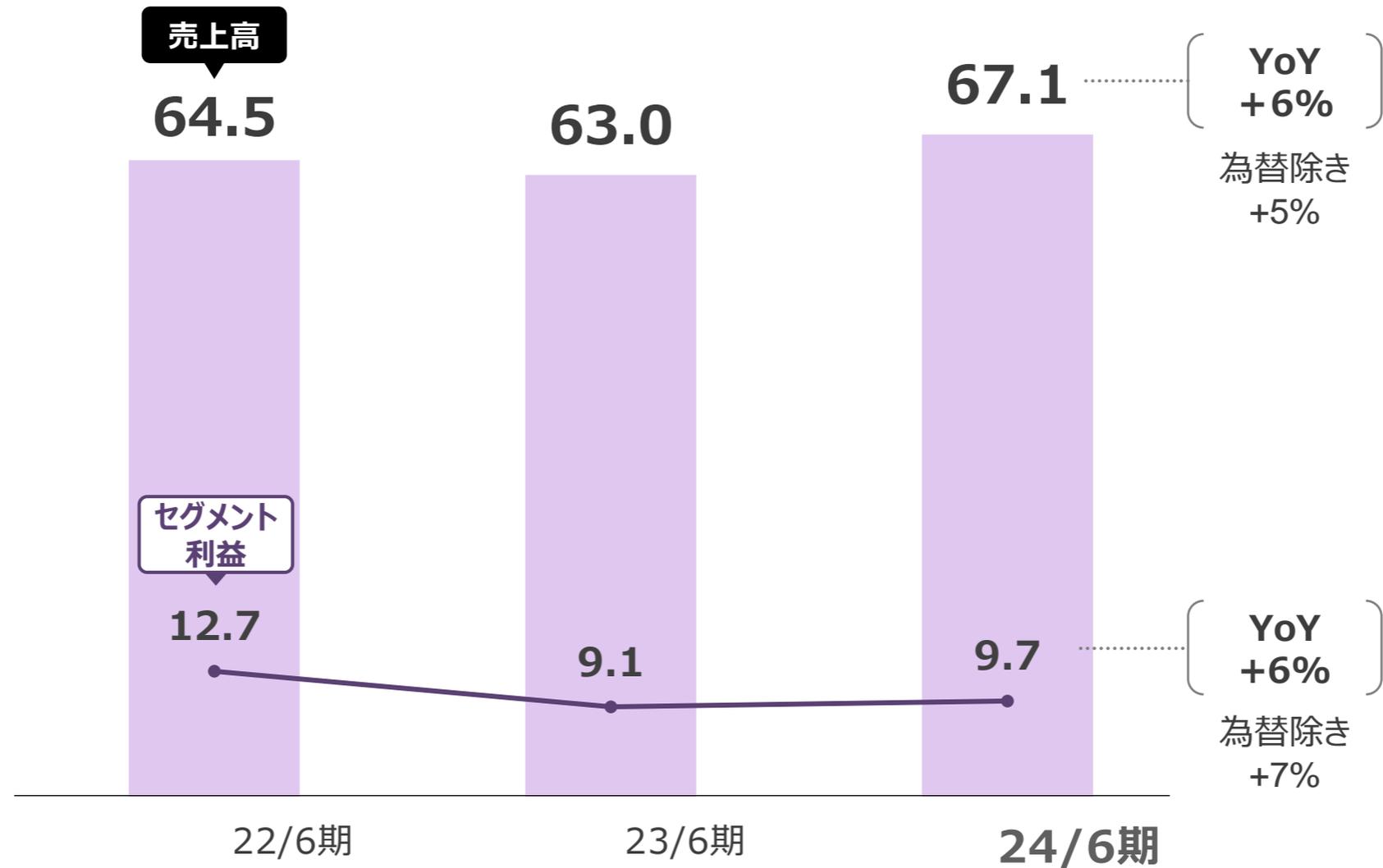
売上高10%減、セグメント利益13%減
国内は堅調ながら、海外における需要が一巡

(金額：億円)



売上高6%増、セグメント利益6%増
 国内外ともに堅調に推移し、増収増益。売上高は過去最高を更新

(金額：億円)

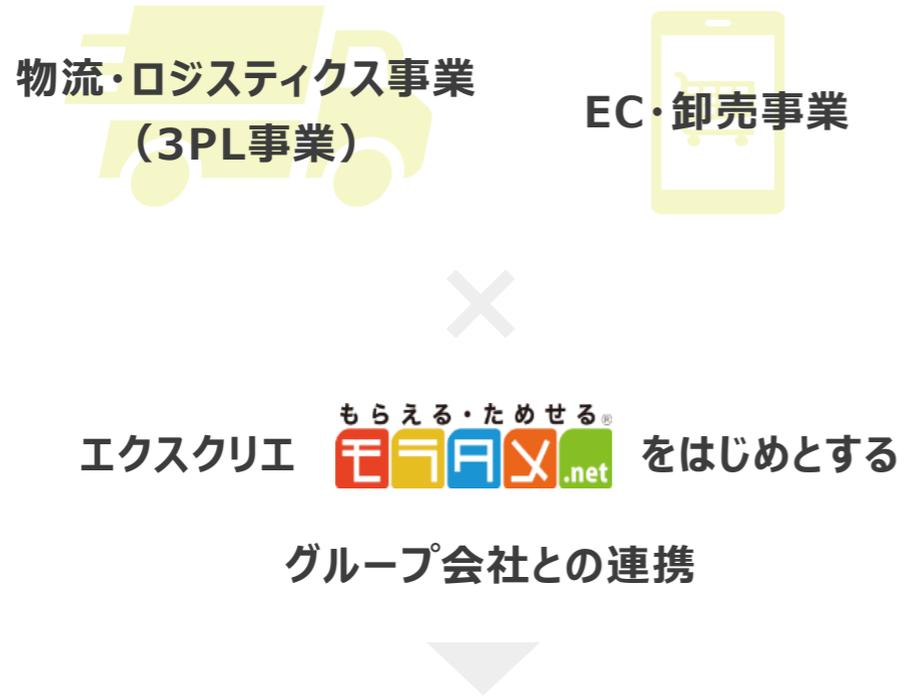


グループの更なる成長へ向け、M&Aを実行 デジタルマーケティング事業におけるシナジー・事業拡大効果が発現

連結開始	会社名	概要
2023年7月	トキオ・ゲッツ TOKYO GETS	エンタテインメントコンテンツを活用した企業プロモーション、イベント・商品化
2024年1月	トラフィックス  TRAFFICS	イベント運営・事務局代行等のアウトソーシング Web／紙媒体のクリエイティブ制作 システムソリューション
2024年4月	クリエイティブリソースインスティテュート <i>Creative Resource Institute</i>	ディレクター・エンジニアの派遣事業 ブランディングプランニング セールスプロモーション、広告制作
2024年5月	パスクリエ  PathCrie	サードパーティーロジスティクス事業 (次ページ詳細)

2024年5月より、連結子会社パスクリエにおいて3PL事業を開始 新領域への事業展開によりグループ全体の成長力を強化

株式会社パスクリエ



当社グループのさらなる事業成長の加速

3PL (サードパーティーロジスティクス)

荷主企業と配送業者間に介在し商品・貨物を仲介する物流事業



自己株式取得の実施を決定

目的

株主還元策の一環として、また機動的な資本政策の遂行やインセンティブプランの多様化を可能にすることを目的として、自己株式の取得を行う。

株式数

700,000株（上限）

* 発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 3.6%

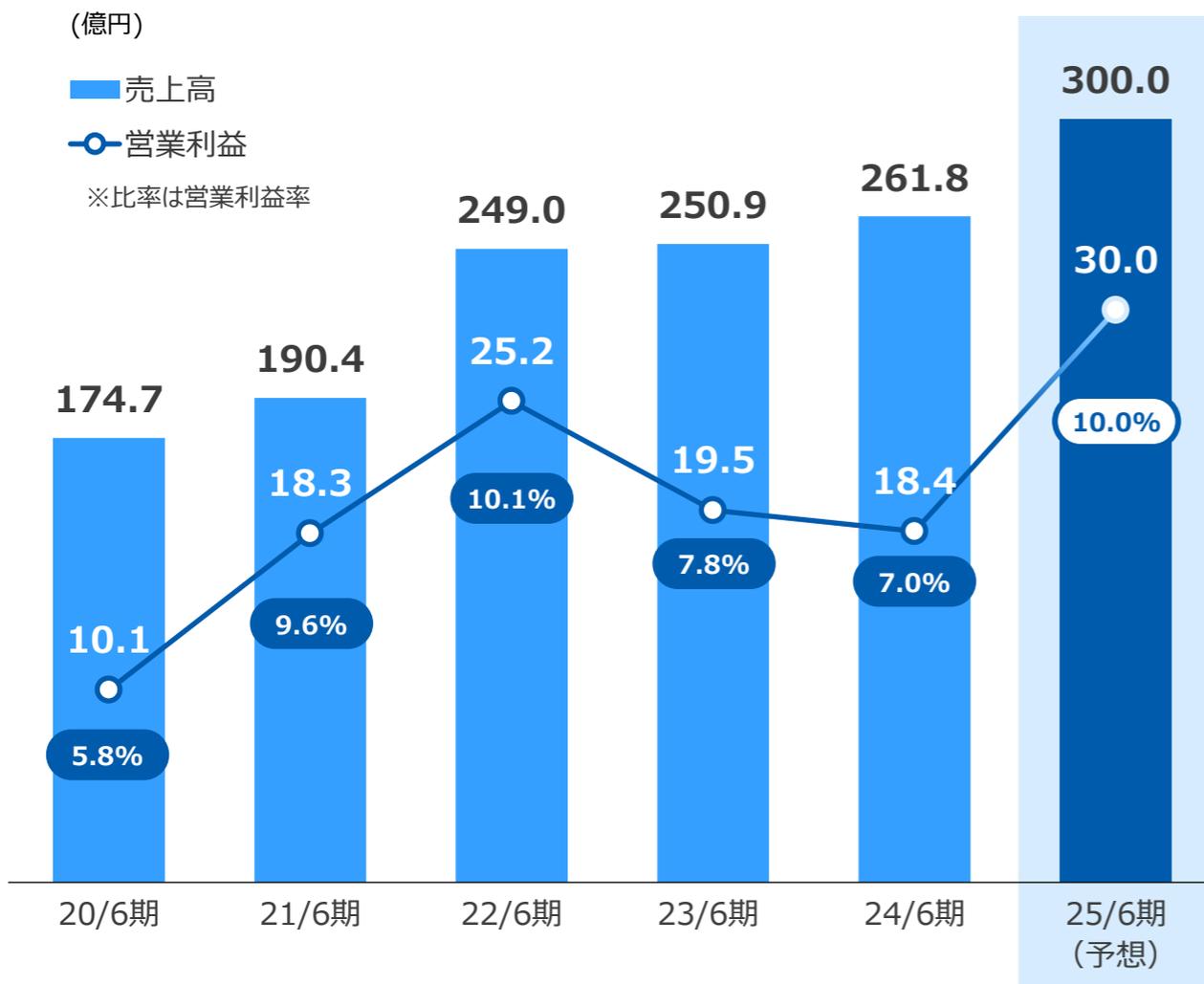
取得価額

400,000,000円（上限）

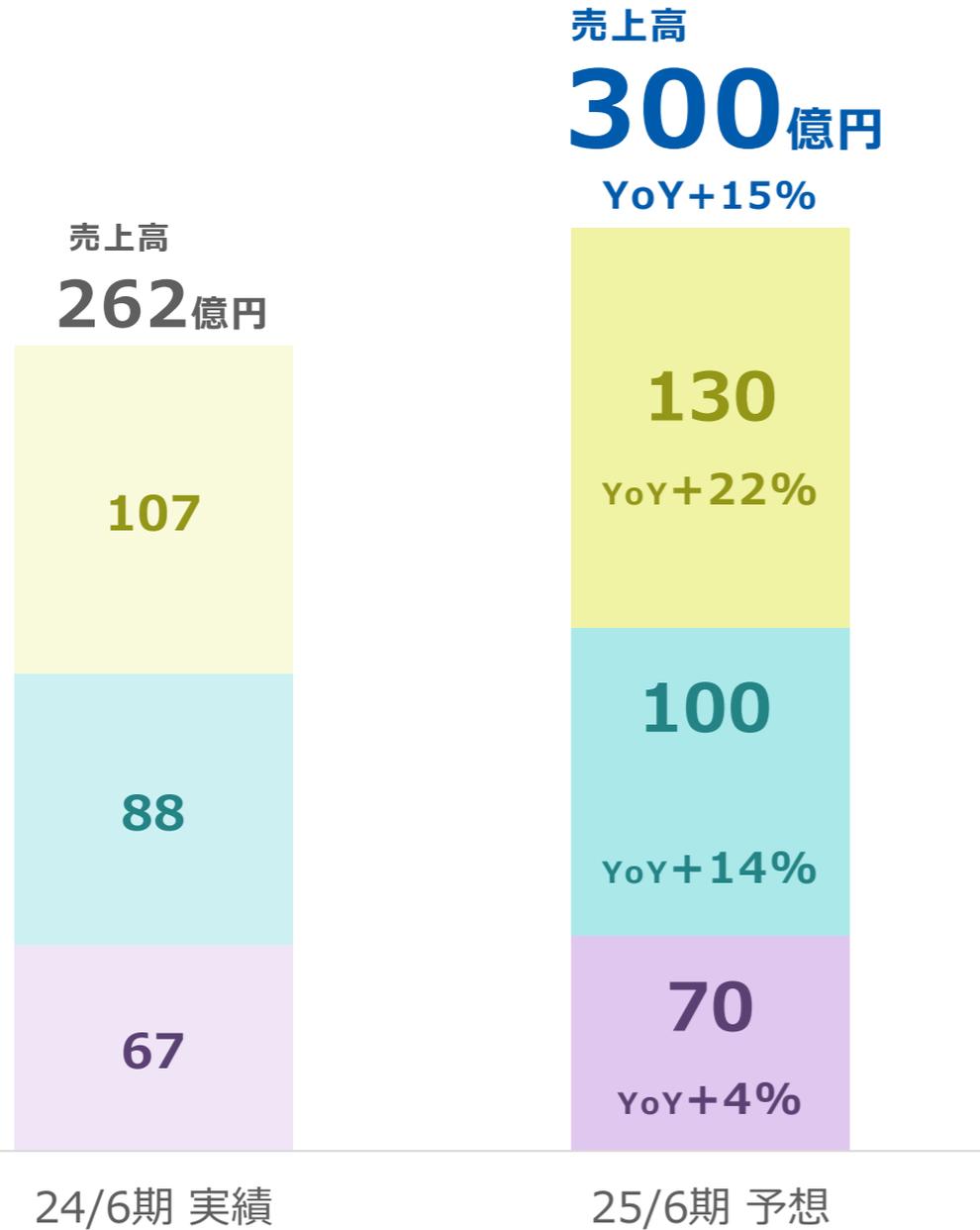
取得期間

2024年8月13日～2025年2月12日

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(15%増)・営業利益30億円(63%増)を目指す



(億円)	24/6期 実績	25/6期 予想	YoY
売上高	261.8	300.0	+15%
デジタル マーケティング	106.6	130.0	+22%
データ マーケティング	88.1	100.0	+14%
インサイト	67.1	70.0	+4%
営業利益	18.4	30.0	+63%
経常利益	19.1	29.0	+52%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11.9	18.0	+51%
EPS	62.1	93.3	+50%
一株当たり配当 (円)	13.0	14.0	+1.0



グループ全体

- ・ グループ間シナジーの最大化、低利益ビジネス見直し、業務効率化等の利益率改善を徹底

デジタルマーケティング事業

- ・ 既存ビジネスは二けた成長の前提
- ・ 前期実施の新規連結効果は約10億円を想定

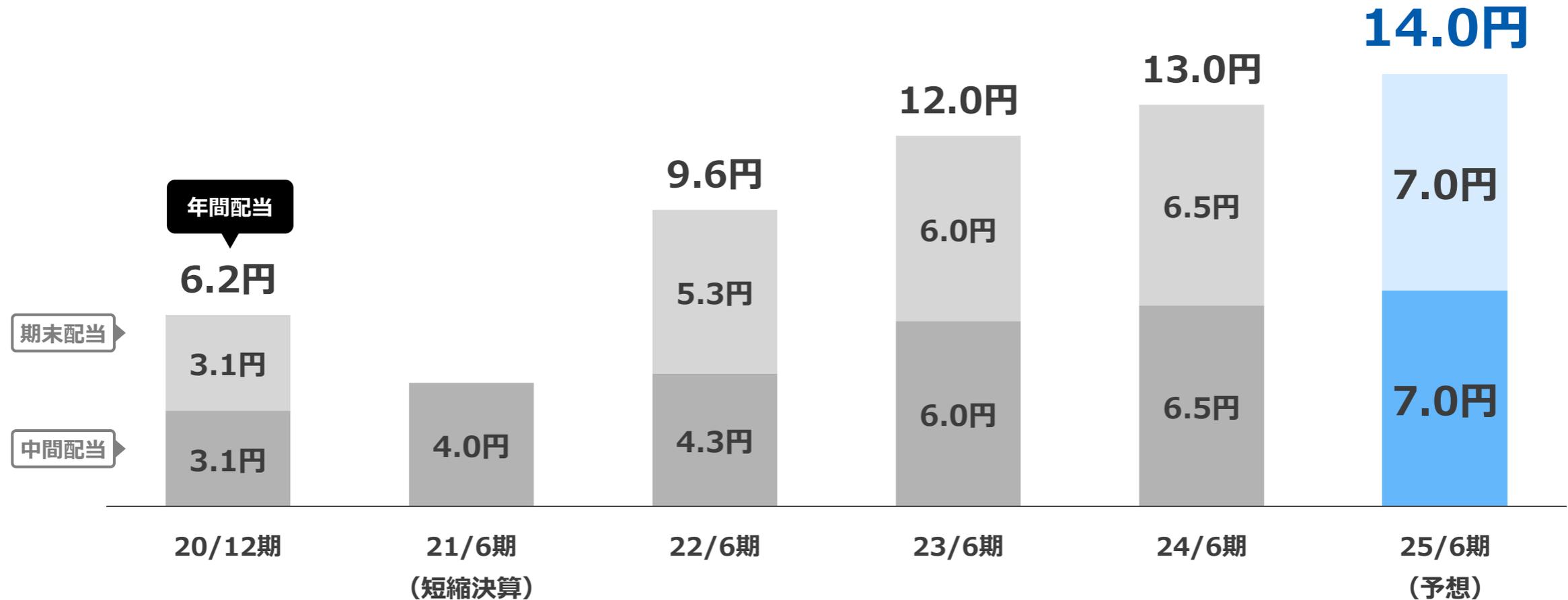
データマーケティング事業

- ・ 国内オンライン調査堅調
- ・ 海外事業の前期比回復

インサイト事業

- ・ 国内オフライン調査堅調
- ・ インドネシア成長持続を見込む

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配
 25/6期通期では**14.0円**（中間7.0円、期末7.0円）





Cross Marketing Group