



株式会社クロス・マーケティンググループ

2025年6月期 2Q決算・会社説明資料

Summary

1

- **上期累計 売上高147.5億円(18%増)、営業利益13.5億円(45%増)。**
概ね計画通りの上期業績
- **業績好調継続と新規連結効果により、上期売上高が過去最高を更新**

Summary

2

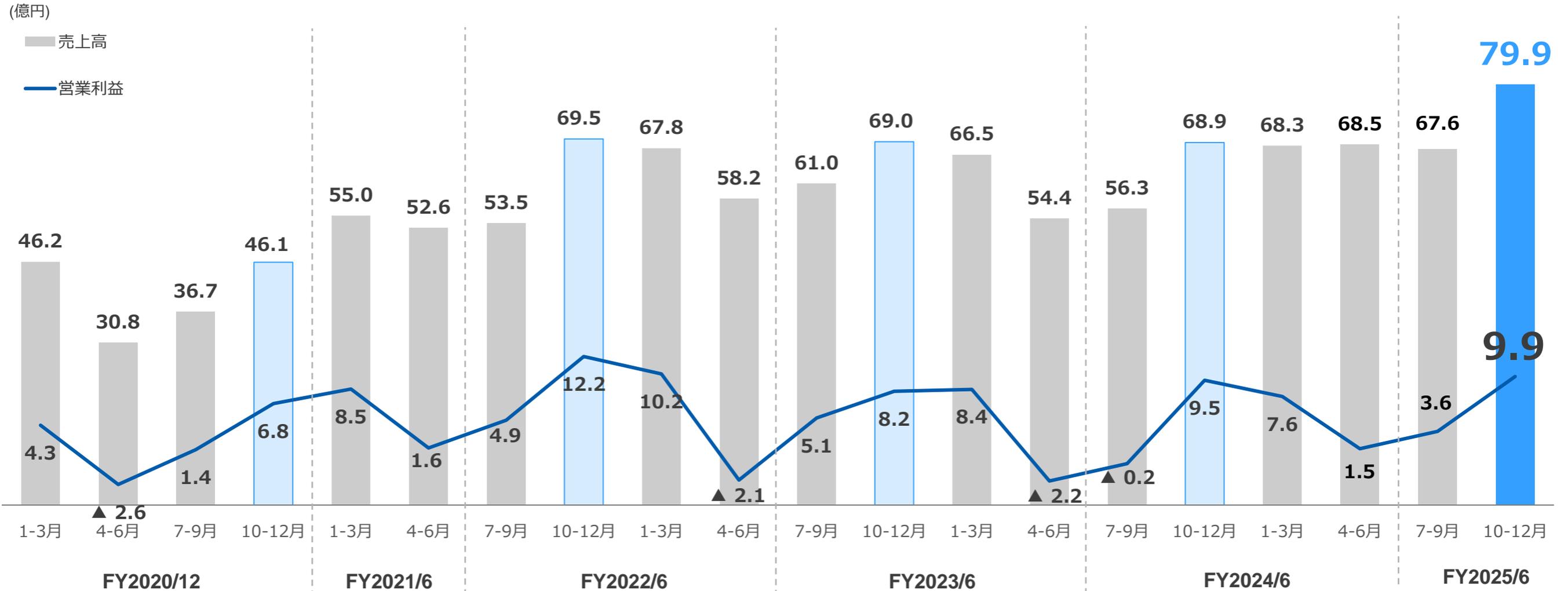
- **デジタルマーケティング事業**：既存事業堅調と新規連結効果により増収増益
- **リサーチ2事業(データマーケティング、インサイト)**：国内はオンラインリサーチ好調、海外は米英回復が寄与

Summary

3

- **25/6期 通期業績計画に変更なし**
- **売上高300億円、営業利益30億円を目指す**

25/6期2Q：10-12月期として過去最高の売上高を更新 季節性はあるものの、収益基盤が着実に拡大

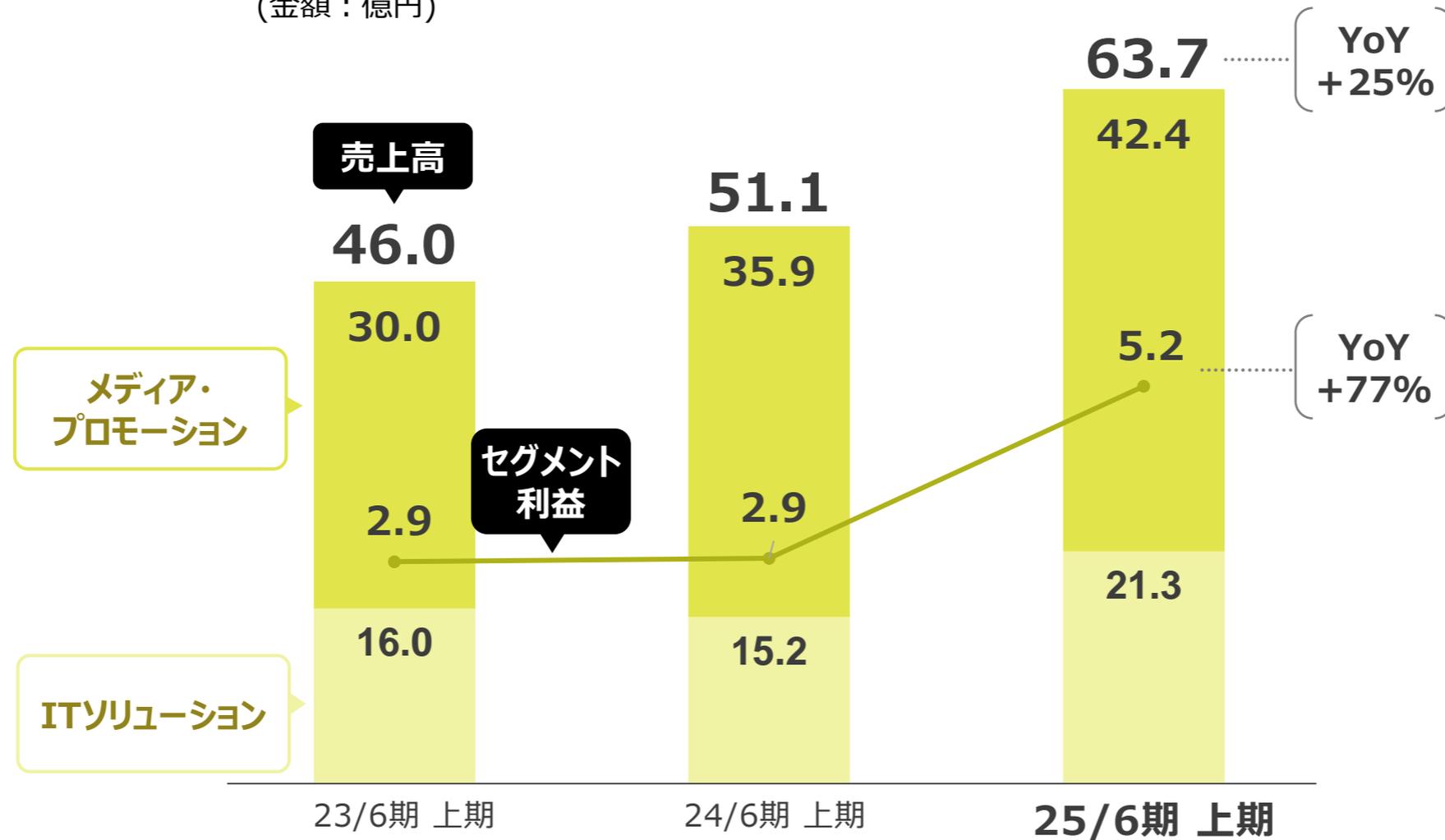


デジタルマーケティング、データマーケティングが増収・増益をけん引
増収と販管費の効率化により、営業利益は大幅増

	25/6期						
	(億円)	1Q (7-9月)	YoY 成長率	2Q (10-12月)	YoY 成長率	上期累計	YoY 成長率
売上高		67.6	+20%	79.9	+16%	147.5	+18%
デジタルマーケティング事業		30.8	+40%	32.8	+13%	63.7	+25%
データマーケティング事業		23.0	+17%	28.0	+35%	50.9	+26%
インサイト事業		13.8	-6%	19.1	+0.3%	33.0	-2%
売上総利益 (売上総利益率)		25.2 (37.3%)	+25% (+1.4pt)	31.8 (39.8%)	+9% (-2.6pt)	57.0 (38.6%)	+15% (-0.8pt)
販管費 (売上高販管費比率)		21.7 (32.1%)	+6% (-4.2pt)	21.9 (27.4%)	+11% (-1.2pt)	43.5 (29.5%)	+9% (-2.5%)
営業利益 (営業利益率)		3.6 (5.3%)	黒転 (-)	9.9 (12.4%)	+5% (-1.4pt)	13.5 (9.1%)	+45% (+1.7pt)

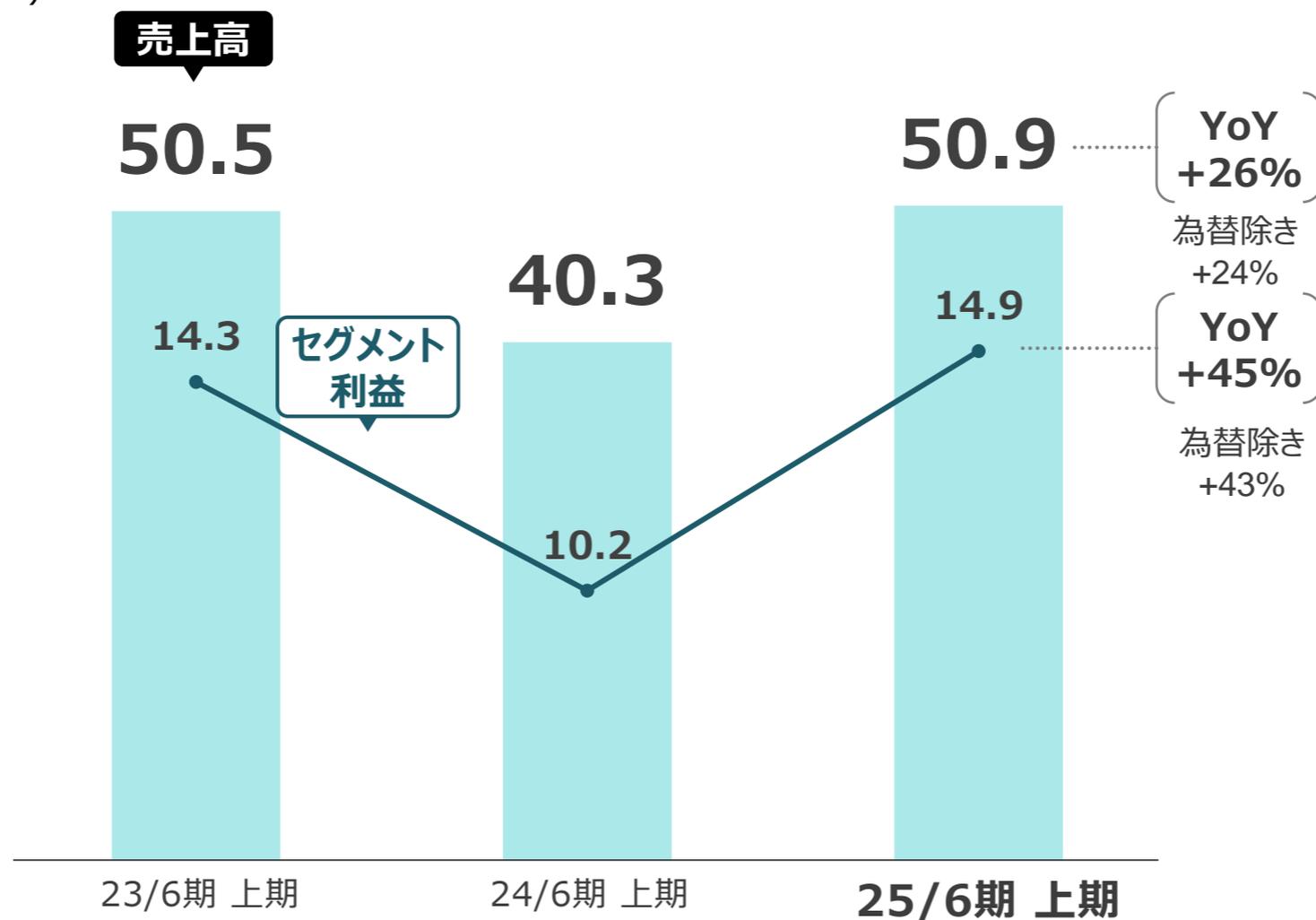
売上高25%増、セグメント利益77%増
 高成長事業がけん引、新規連結効果も加わる

(金額：億円)



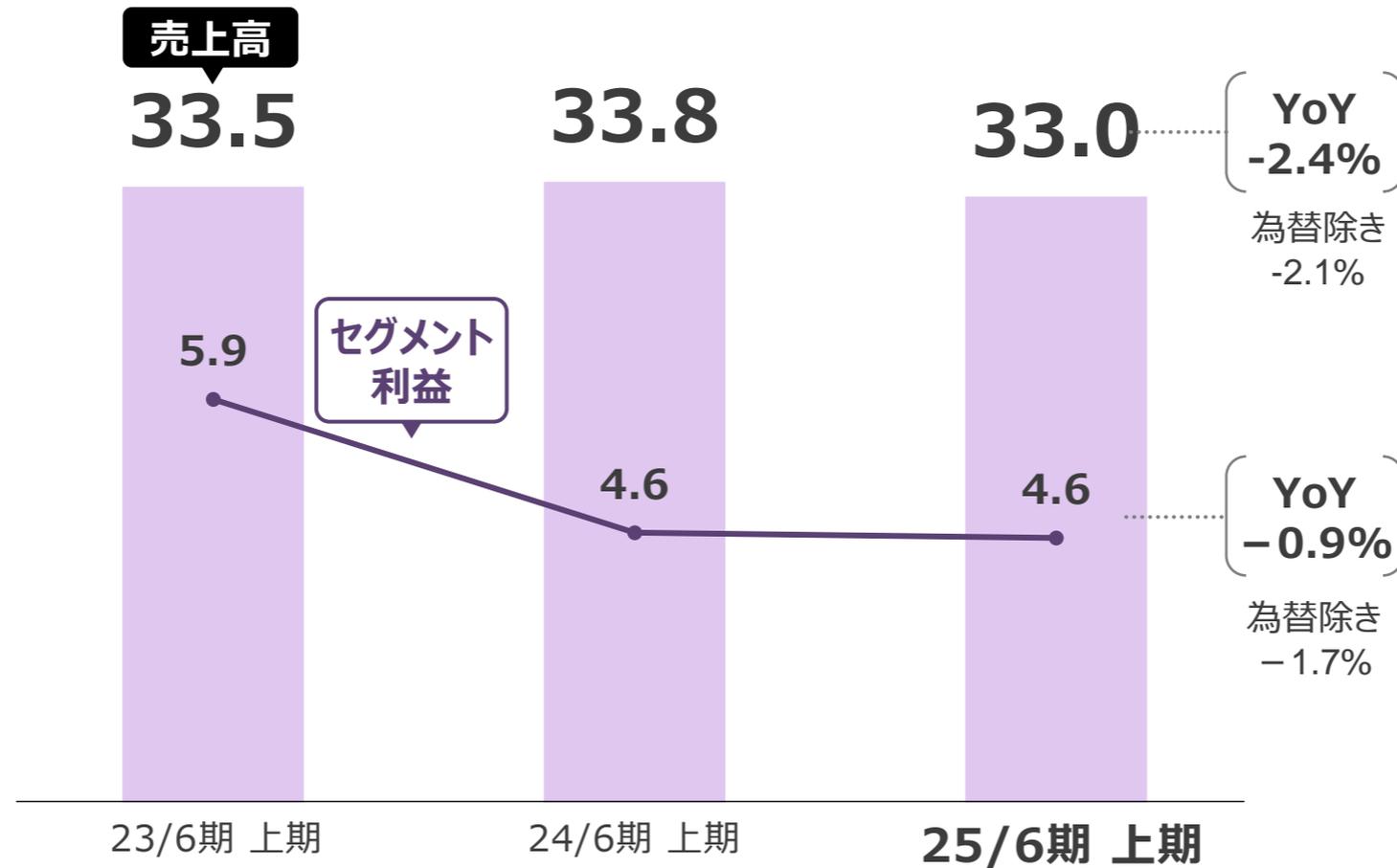
売上高26%増、セグメント利益45%増
国内オンラインリサーチ好調継続、海外が大幅回復

(金額：億円)



売上高2%減、セグメント利益1%減
 1Qの国内医療領域苦戦が主因ながら、2Q(10-12月)は復調トレンド

(金額：億円)



自己株式取得を実施。3.7億円、発行済み株式数の3%を取得し終了

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。

取得総数

567,900株（上限700,000株）
* 発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 3.0%

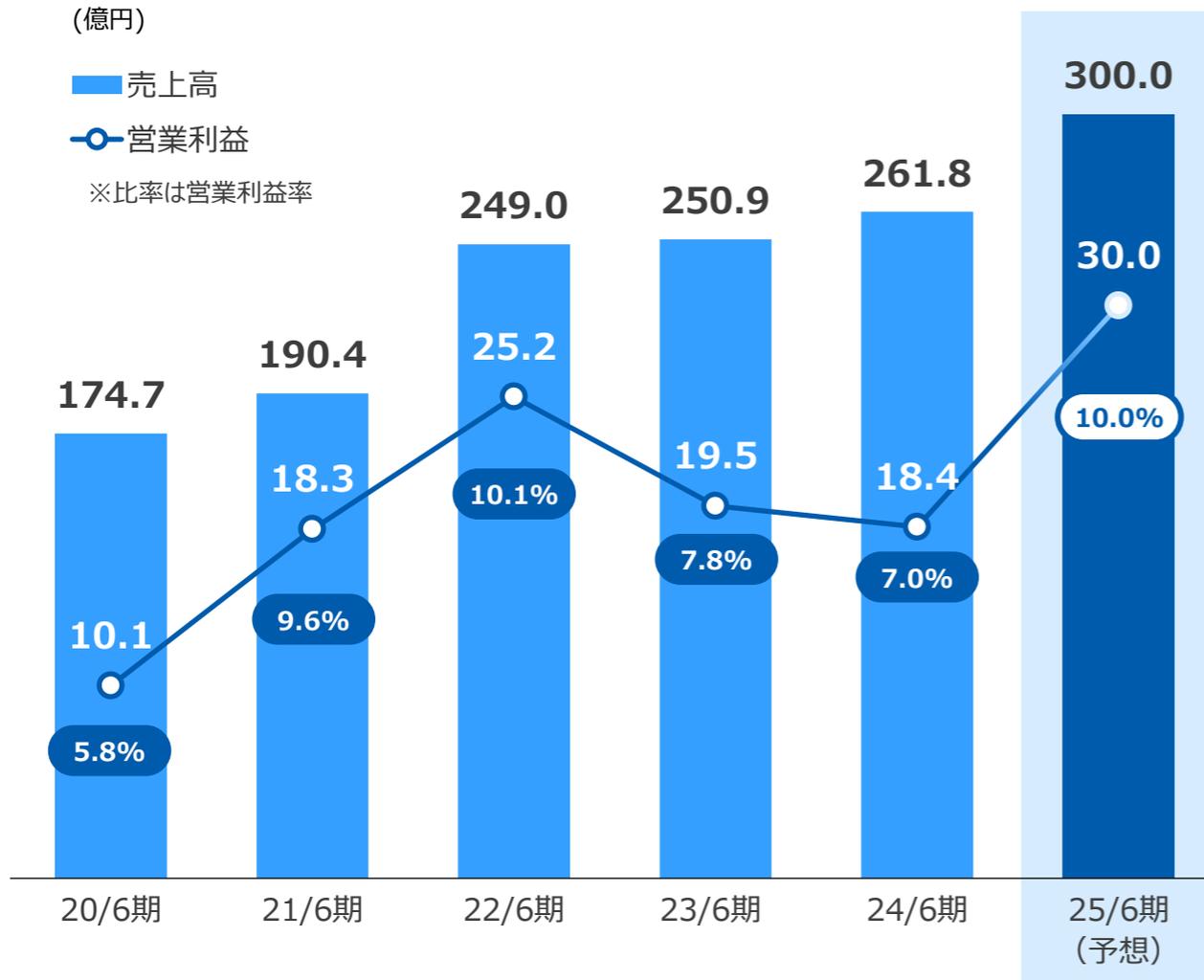
取得総額

372,310,800円（上限400,000,000円）

取得期間

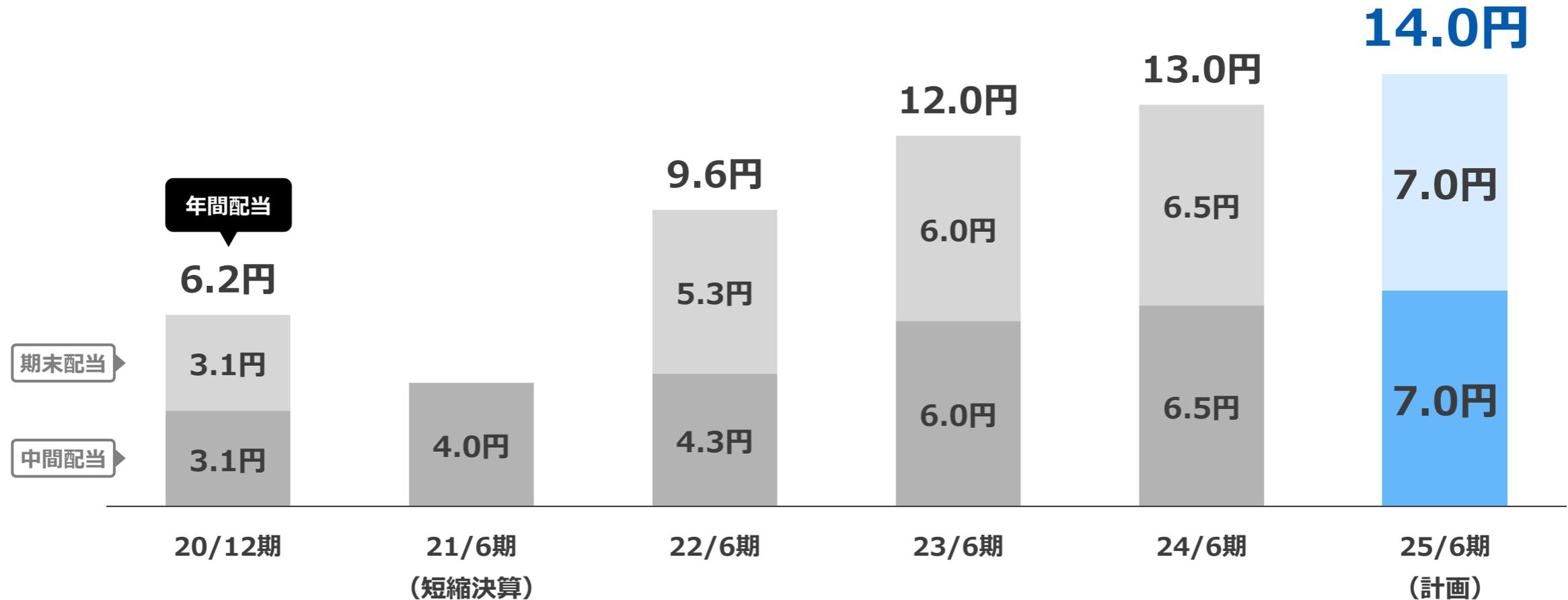
2024年8月13日～2025年2月12日

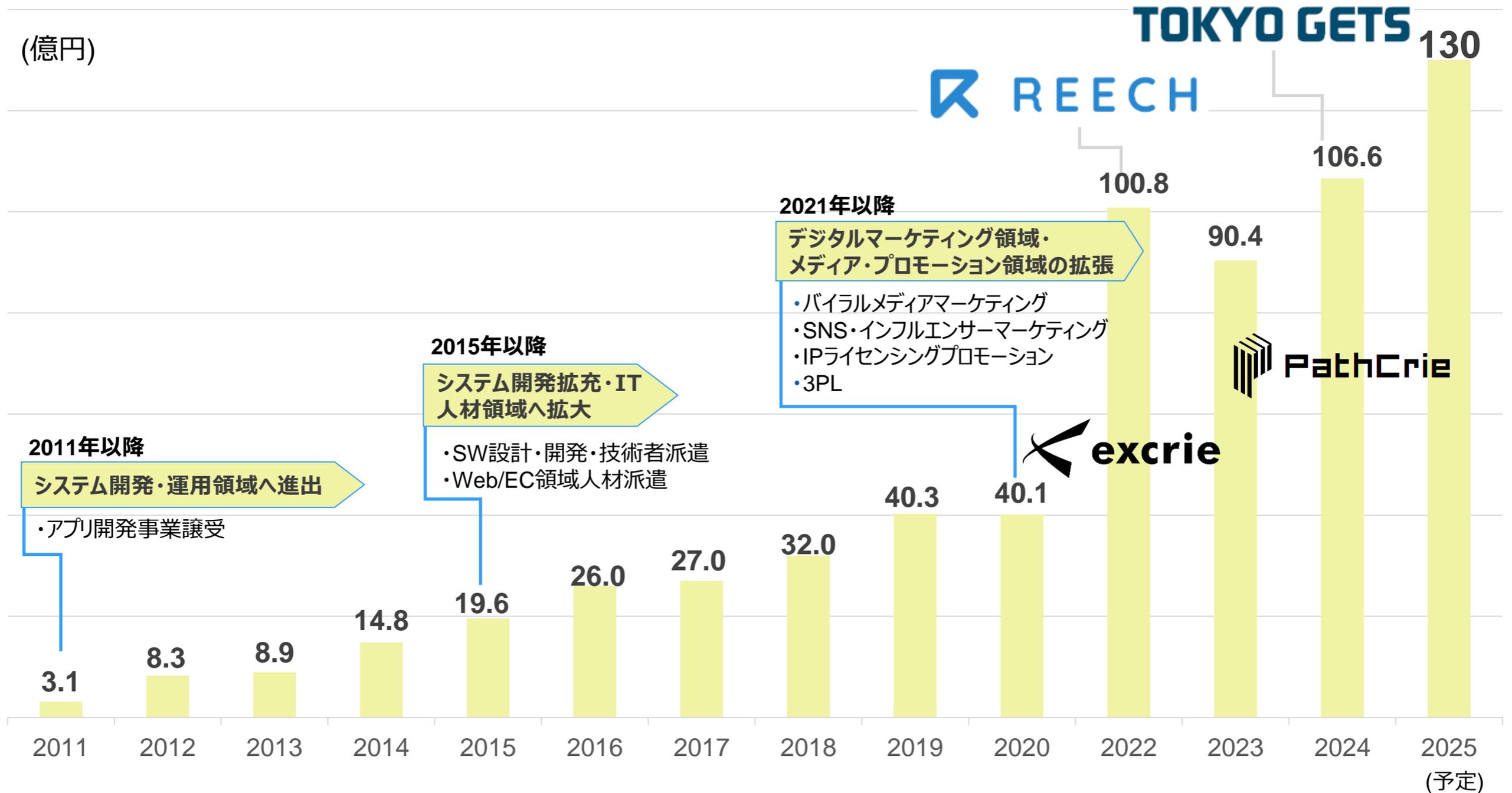
中期経営計画・最終年度の業績目標に変更無し 売上高300億円(15%増)・営業利益30億円(63%増)を目指す



(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	93.6	+51%
一株当たり配当 (円)	13.0	14.0	+1.0

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）





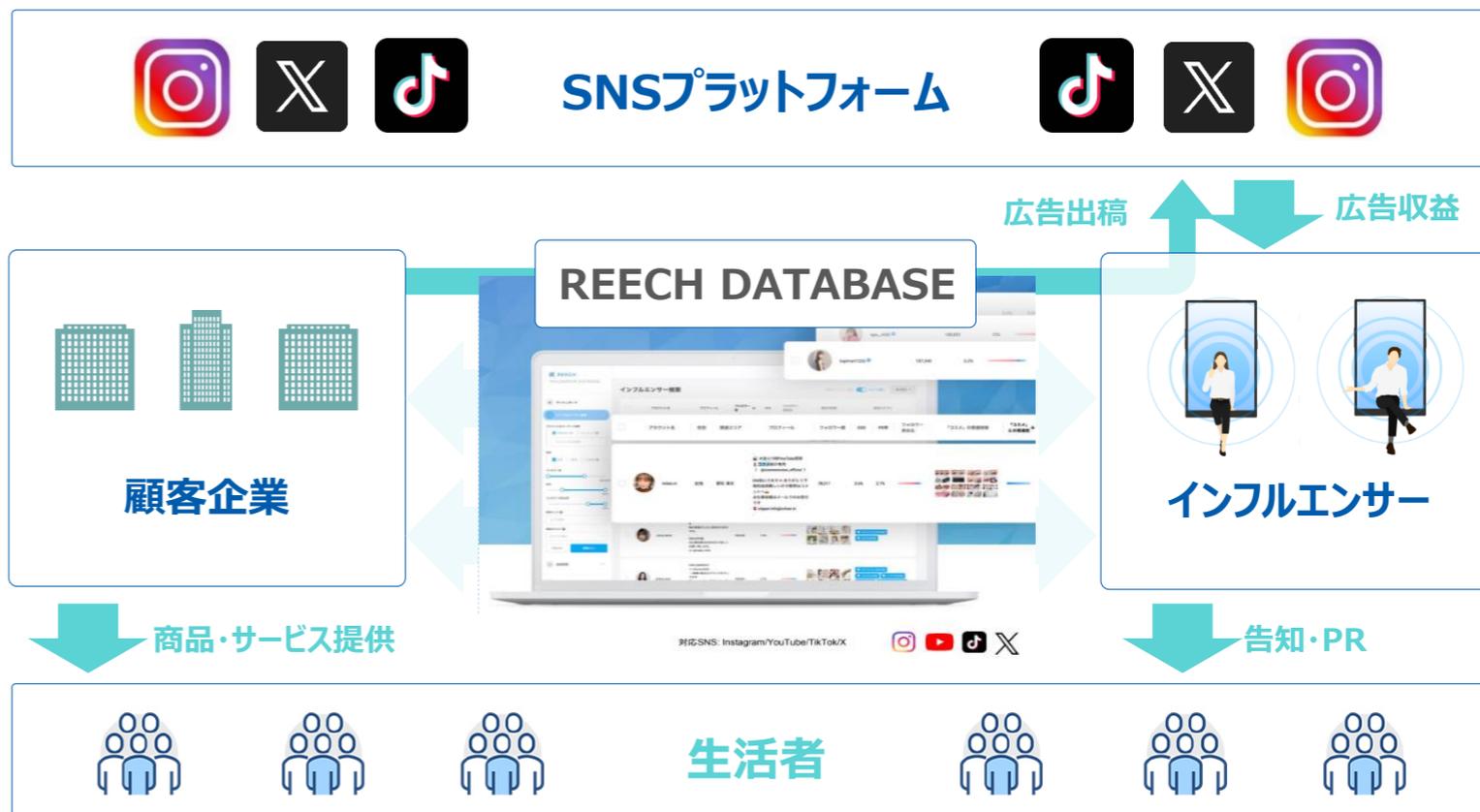
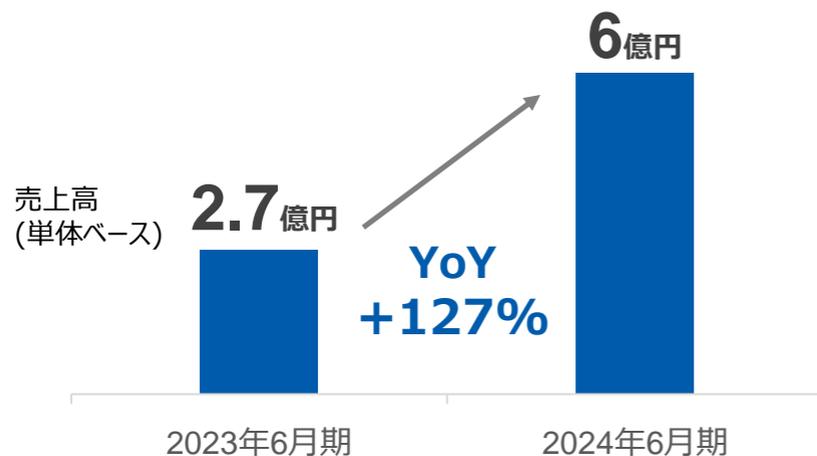
株式会社REECH

インフルエンサーと企業をつなぐデータベースツールを提供



事業内容

- ① SNS上のデータを取得し構築した**独自データベース**「REECH Data Base」を活用したマーケティング支援
- ② **インフルエンサー**を活用したプロモーション支援



特徴、強み

- ✓ Instagram/YouTube/TikTok/XからSNS上のデータを取得し構築した
独自データベース「**REECH Data Base**」に、**膨大な**投稿データを蓄積
- ✓ このデータから、実績と傾向を導き、SNS施策の話題性と拡散力を強化する
ご提案が可能

活用シーン・事例



アレンジレシピ訴求

- パスタソースの新たな食べ方を提案したい

食・料理に関連するTik Tokerを起用
SNSで**大きく話題**になり
480万回再生を突破した投稿も



キャンペーン告知

- 商品認知を拡大したい
- 同時に行うキャンペーンの告知を行いたい

子供向け・親子向けのYouTuberを起用
商品認知拡大と併せて
キャンペーン誘導を実施



新商品認知拡大

- 新作商品の認知拡大をしたい
- キービジュアルにインフルエンサーを起用したい

キービジュアル**撮影・制作**から
インフルエンサー**投稿**まで実施
キービジュアルは店頭販促物などに活用

株式会社トキオ・ゲッツ

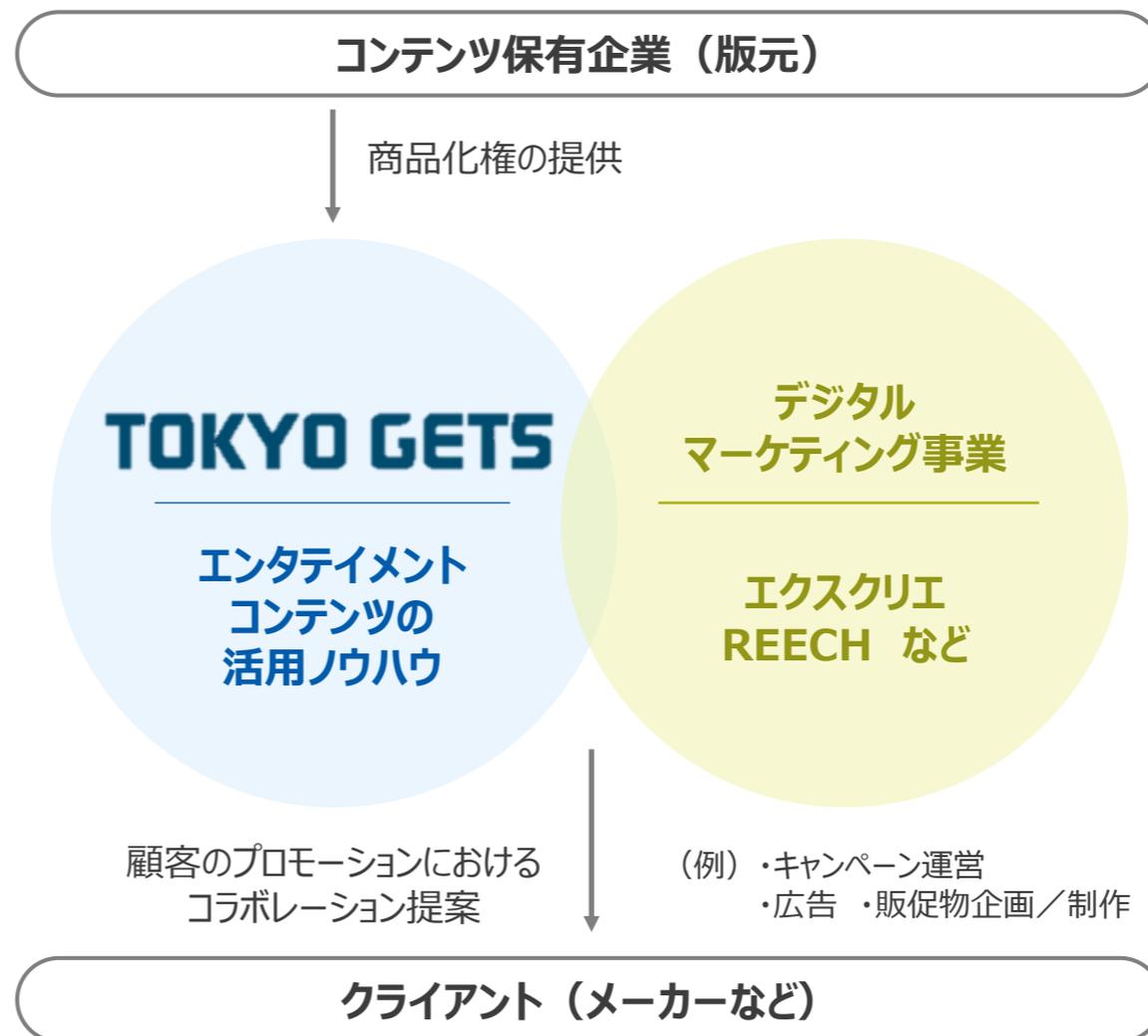
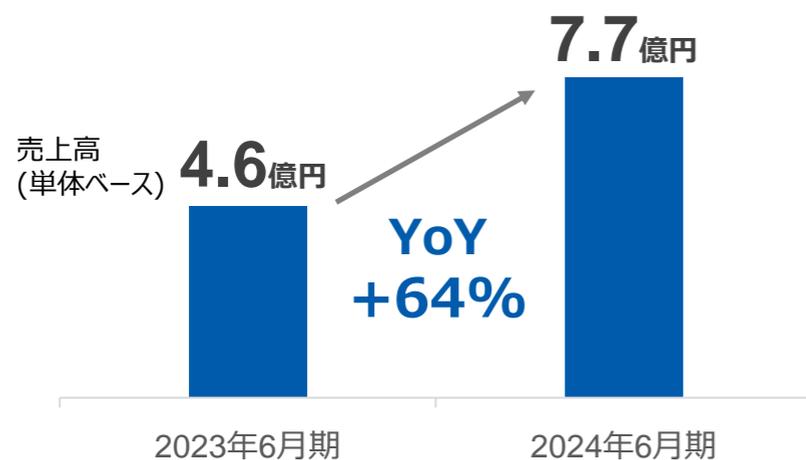
エンタテインメントコンテンツを活用した企業プロモーション、イベント・商品化を支援

TOKYO GETS

事業内容

IPプロモーション支援事業

- エンタテインメントコンテンツを施策へ活用。企画提案から著作権元との交渉まで、ワンストップでご支援



TOKYO GETS

特徴・強み

- ✓ 生活者の注目度が高く商材との親和性が高いIPコンテンツとプロモーション企画のタイアップを実現
- ✓ コンテンツが持つ話題性、注目度、購買力を活用し、各種施策成果をより一層向上。企画提案から著作権元との交渉まで、ワンストップでご支援が可能

活用シーン・事例



新商品話題作り

- 新商品発売時にターゲットである30~40代男性と相性の良いコンテンツとコラボして話題を作りたい

SNSは2ヶ月で**2万ツイート**され
ファンの間で話題となった



瞬間風速的な売り上げ作り

- 商品認知率が下がってしまったため上げたい
- 店頭露出が増えるタイミングがあるので瞬間風速的な売り上げを作りたい

キャンペーン開始後すぐ**話題**となり
コラボパッケージはあまりの人気に
追加生産を実施



流通商談支援

- 知名度の低い商品のため売場確保が難しい
- 話題のコンテンツとコラボすることで流通商談を有利に進め配荷率を上げたい

大手競合を差し置き**6フェイス**獲得
配荷率UPに大きく貢献



Cross Marketing Group