



株式会社クロス・マーケティンググループ

# 2025年6月期 3Q決算・会社説明資料

---

## Summary

### 1

- **3Q累計 売上高222.7億円(15%増)、営業利益23.7億円(40%増)**
- **過去最高売上高を更新。全てのセグメントで増益**

## Summary

### 2

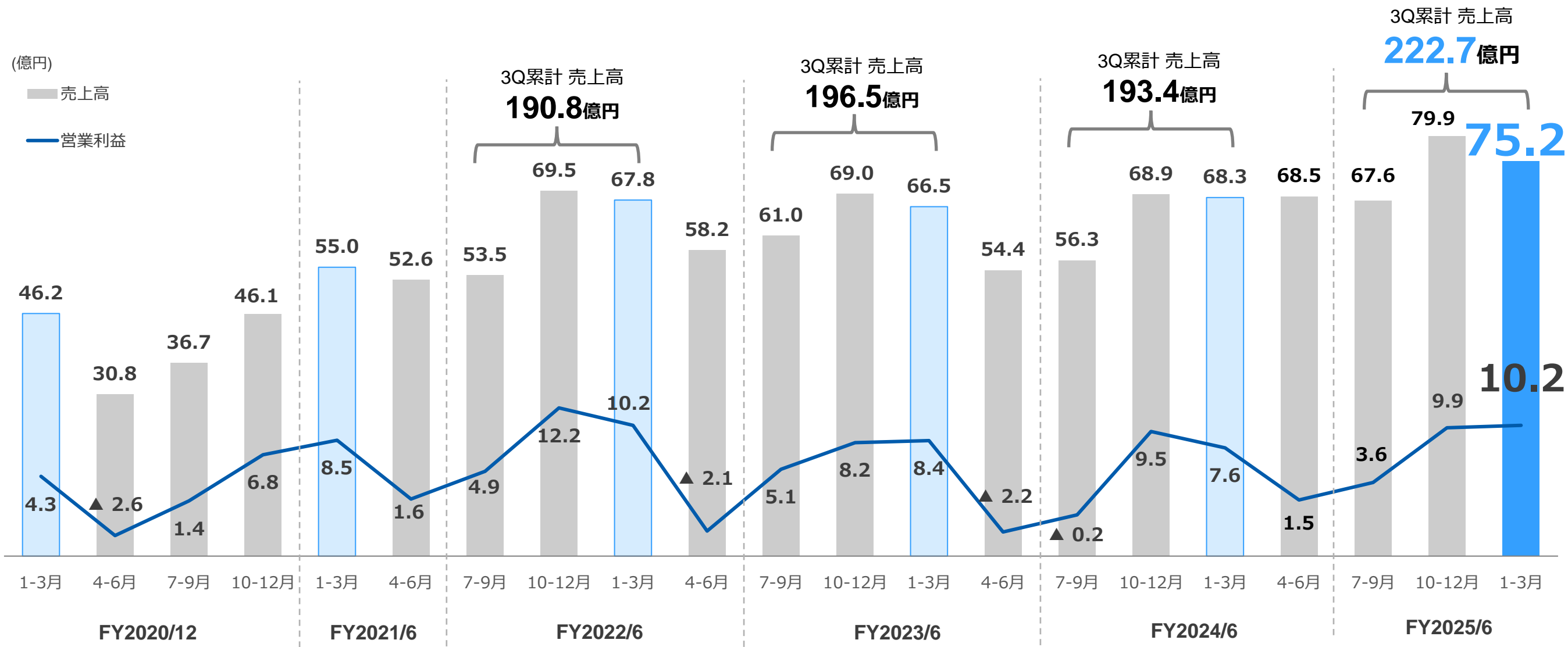
- **デジタルマーケティング**：既存事業・新規連結とも好調。セグメント利益28%増
- **データマーケティング**：国内が好調継続、海外は回復。セグメント利益40%増
- **インサイト**：一部領域苦戦で減収も、利益率を改善。セグメント利益11%増

## 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**

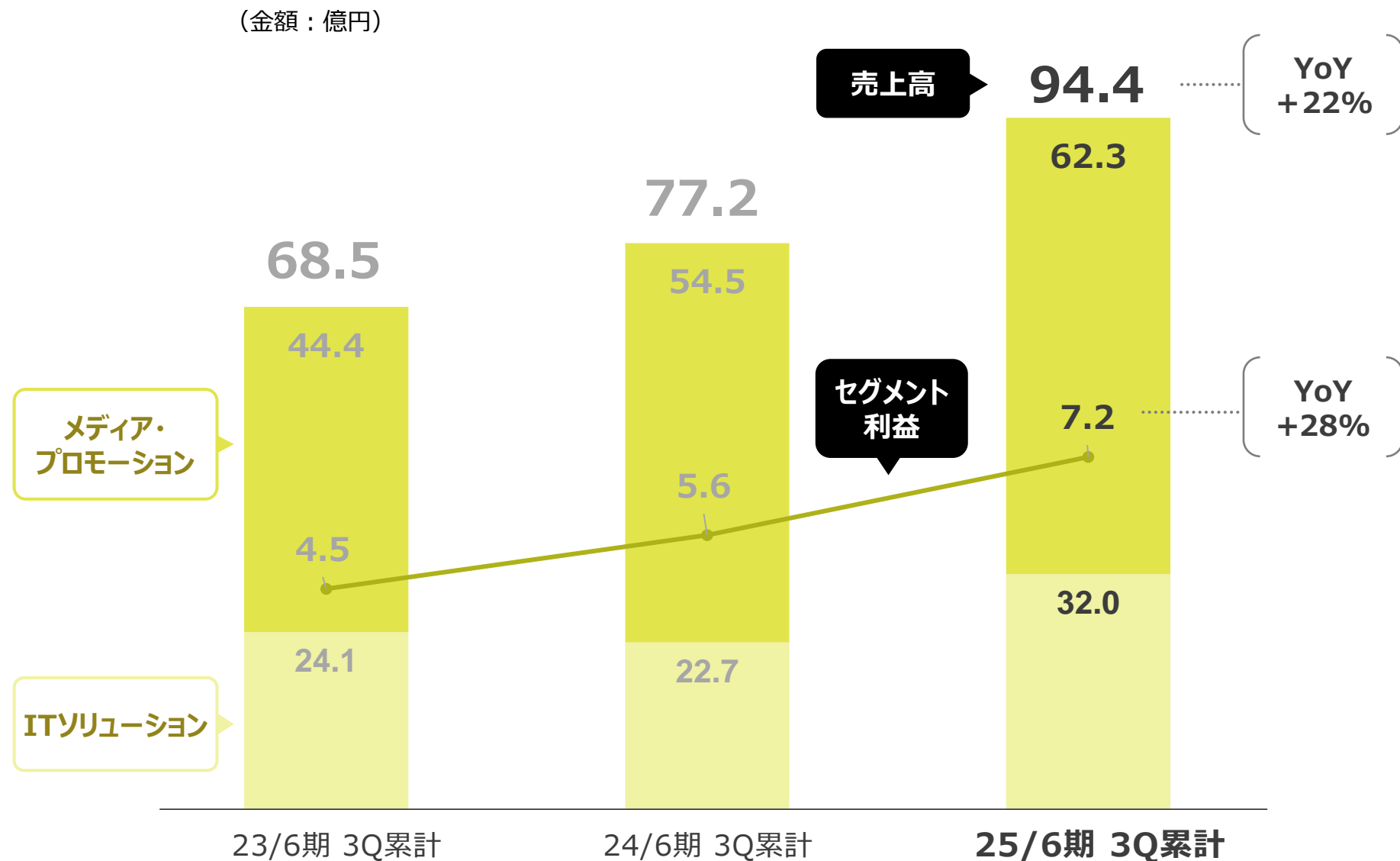
25/6期3Q累計として、過去最高の売上高を更新  
季節性はあるものの、収益基盤が着実に拡大



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

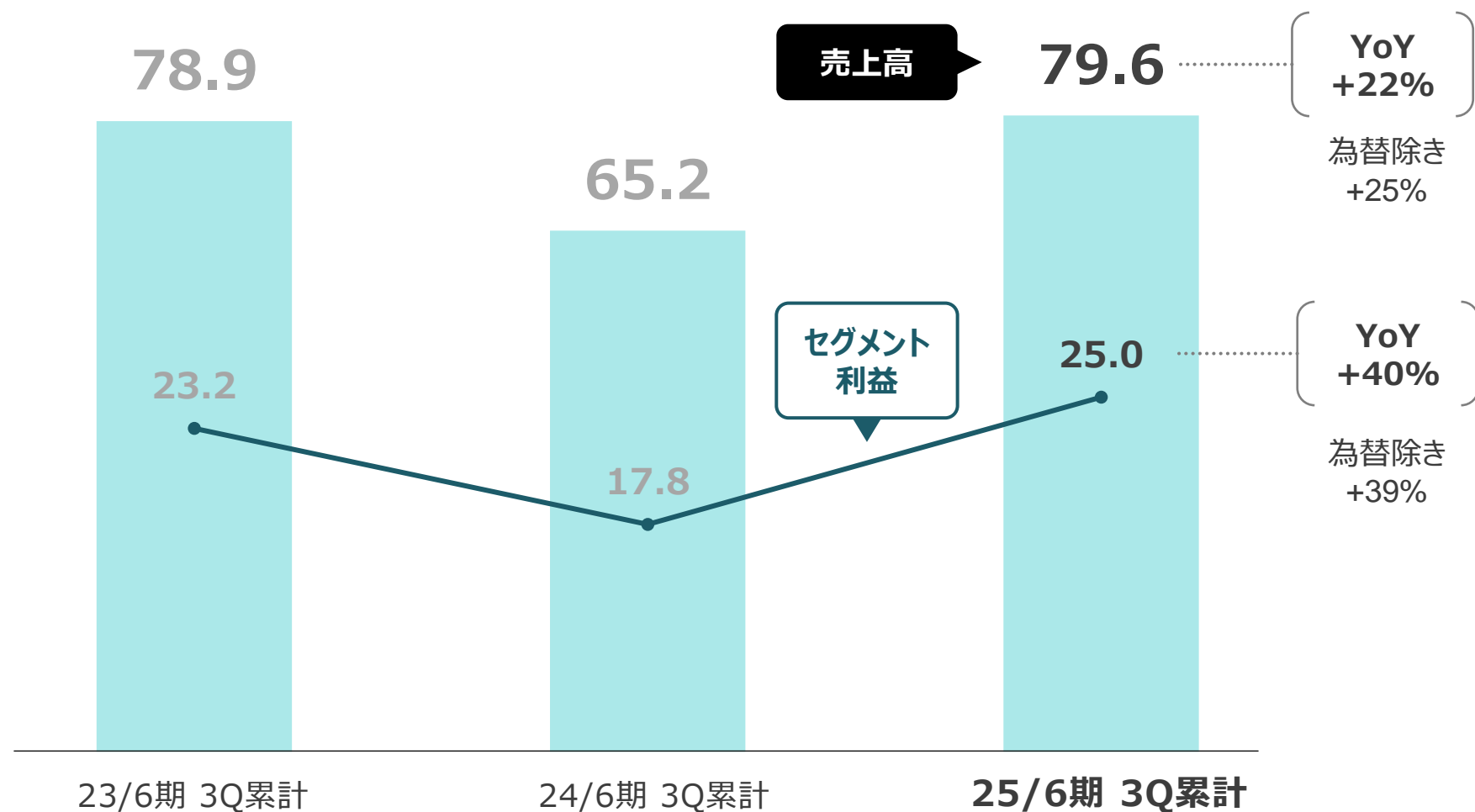
	24/6期	25/6期	
		3Q累計 (7-3月)	YoY 成長率
(億円)			
売上高	193.4	222.7	+15%
デジタルマーケティング事業	77.2	94.4	+22%
データマーケティング事業	65.2	79.6	+22%
インサイト事業	51.0	48.8	-4%
売上総利益 (売上総利益率)	77.6 (40.1%)	87.6 (39.3%)	+13% (-0.8pt)
販管費 (売上高販管費比率)	60.7 (31.4%)	63.9 (28.7%)	+5% (-2.7pt)
営業利益 (営業利益率)	16.9 (8.7%)	23.7 (10.6%)	+40% (+1.9pt)

**売上高94.4億円(22%増)、セグメント利益7.2億円(28%増)**  
インフルエンサーマーケティングなどの高成長領域けん引、新規連結効果も加わる



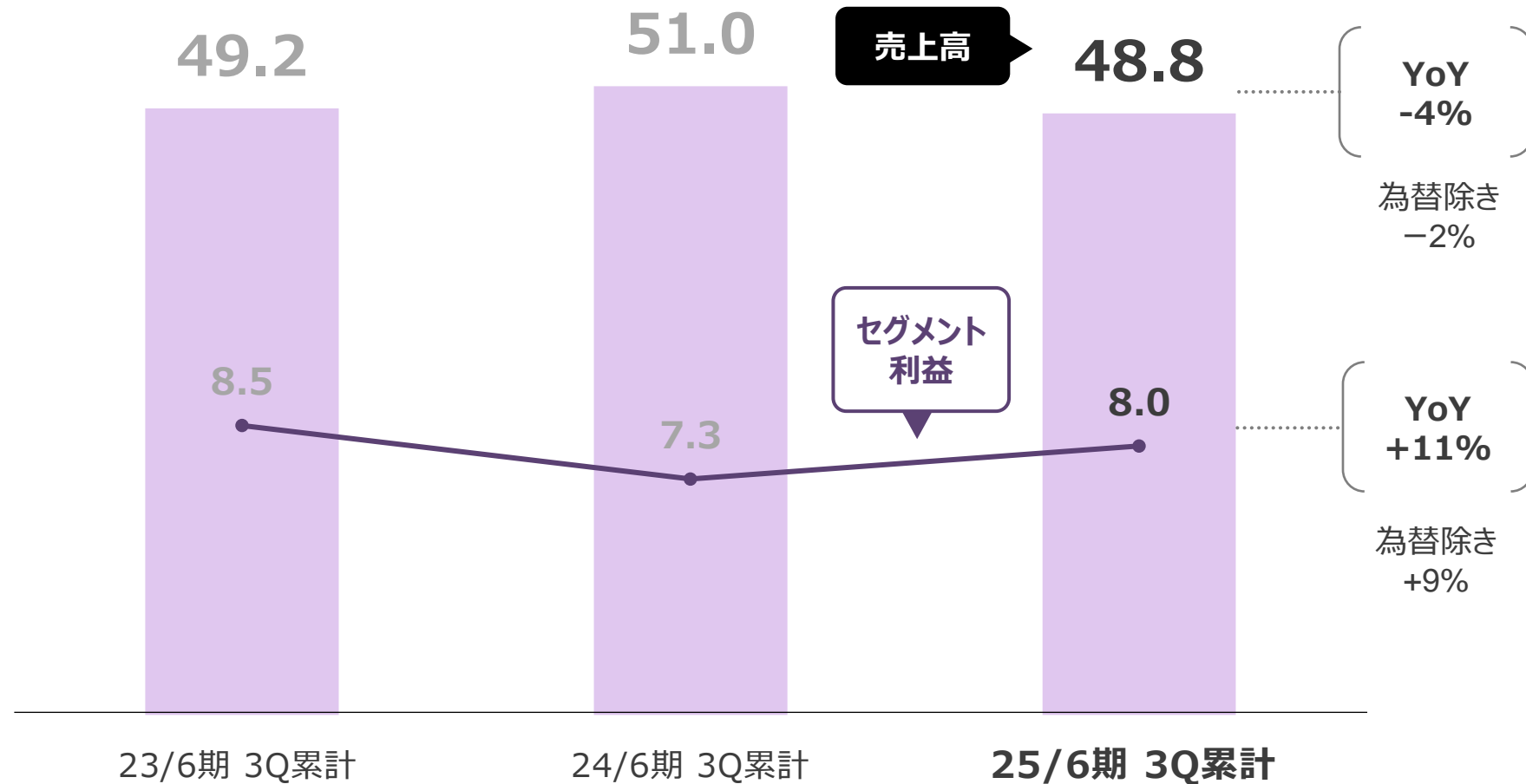
## 売上高79.6億円(22%増)、セグメント利益25.0億円(40%増) 国内オンラインリサーチ好調継続、海外が大幅回復

(金額：億円)



売上高48.8億円(4%減)、セグメント利益8.0億円(11%増)  
国内外で一部領域苦戦も、粗利率改善と販管費効率化で増益を確保

(金額：億円)





## AIチャットボットを利用した マーケティングリサーチツール「Light Depth」を提供開始

### 概要

連結子会社クロス・マーケティングは、ウェブアンケートの記入式自由回答において、AIチャットボットが会話形式で回答者と対話することで、深い洞察を効率的に収集し要約するインタビュー型ウェブアンケートサービス「Light Depth（ライトデプス）」の提供を開始

### インタビュー型ウェブアンケートサービス「Light Depth」とは

#### 1.自然な会話を通じて回答者の本音を聞き出す

簡単な指示文をもとにして、AIの挙動を決定するプロンプトを自動的に生成

\* 特許出願済 特願2025-024691

#### 2.回答に応じて柔軟に質問を変更し、必要な情報を確実に収集

AIチャットボットが、チャットインタビューに入る前のアンケート回答を回答者別に学習し、回答者の特徴を細やかに理解したインタビューが可能

#### 3.大規模なサンプル数でも、個々のチャット回答を整理・要約

AIが回答者とのチャットのやり取りを分析し、重要なポイントを抽出しつつ、回答結果を整理し要約することで、チャットインタビューの結果をよりわかりやすく提示

\* 特許出願済 特願2025-024692





## 実践女子大学との産学連携の取り組み

### 概要

実践女子大学 生活科学部現代生活学科と連携し、  
PBL（課題解決型授業）※の取り組みを実施

※PBL（Project(Problem) Based Learning）とは、文部科学省が推進するアクティブラーニングの一つで、正解のない課題を通して問題解決へのアプローチ方法を身につけることなどがその目的

### 取り組み内容

本取り組みは、2024 年度後期の現代生活学科の必修科目「ビジネスプランニング」として学生 55 名が対象。

連結子会社トキオ・ゲッツが参加し、**「自社 IP の開発にあたり、女子大生に好まれそうな新しいキャラクターとそれを活用した商品展開」をテーマに実施**。学生は経営学の基礎などを学んだ後、グループワーク等を経て、テーマに沿ったプレゼンテーションを 2025 年 1 月に実施。プレゼン後の学生へのフィードバックを含め、ビジネス視点に関する学びを提供。



実践女子大学

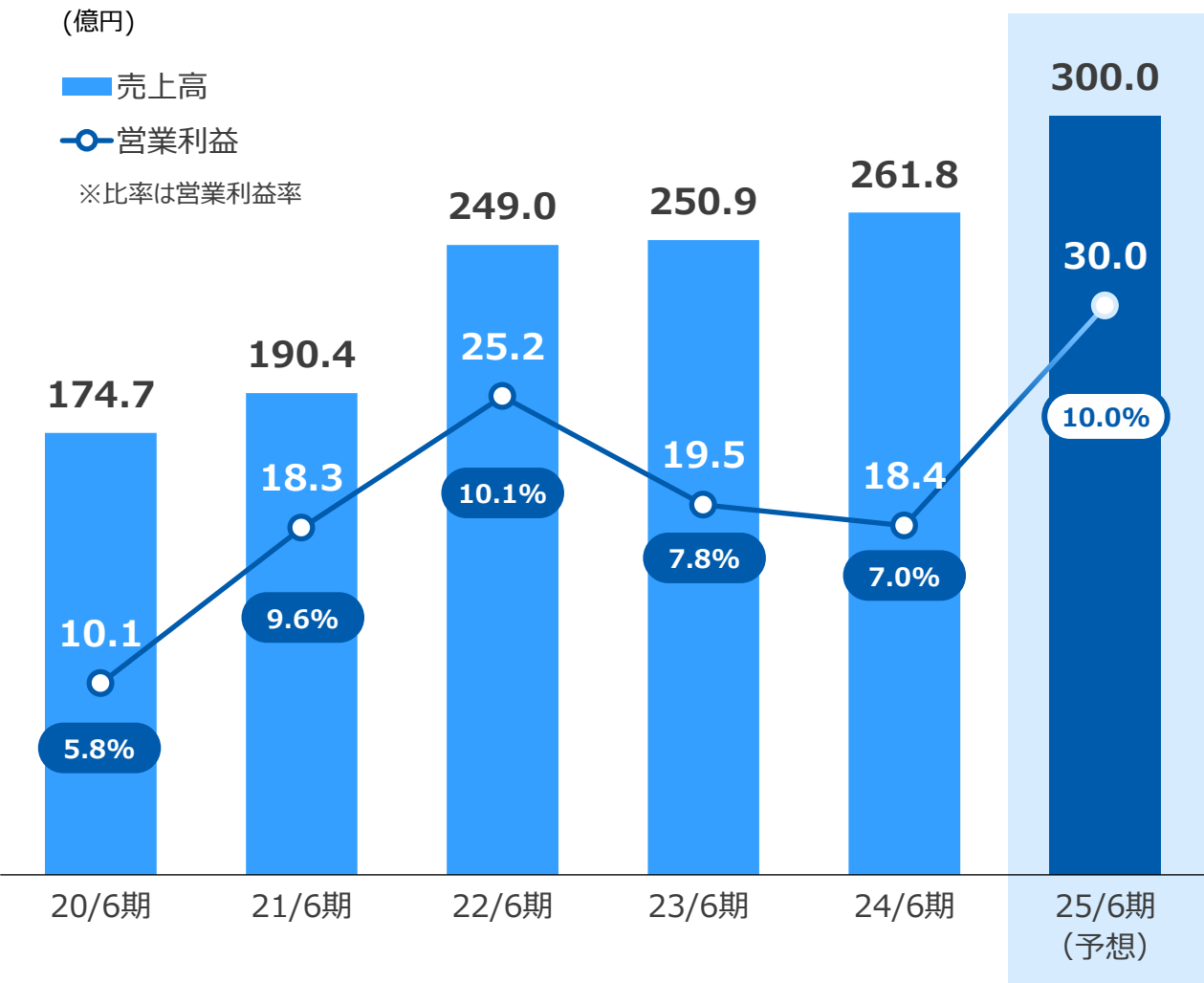
TOKYO GETS



Cross Marketing Group



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



	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）

