



株式会社クロス・マーケティンググループ

2026年6月期 上期決算・会社説明資料

Summary

1

- 2026年6月期上期(2025年7-12月)売上高151.0億円(2%増)、営業利益11.2億円(17%減)
- 第2四半期(10-12月)が増収に転じ、売上高83.9億円が過去最高を更新

Summary

2

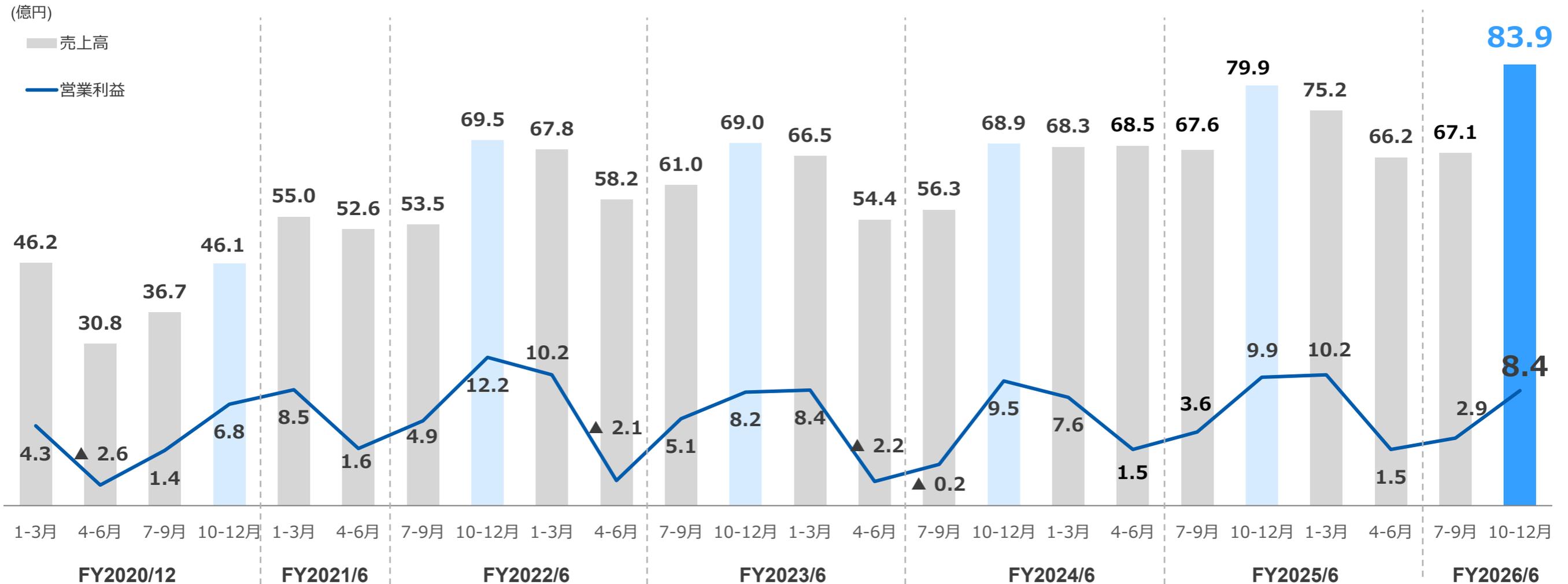
- デジタルマーケティング事業：10%増収と好調、各区分増収で全体を牽引
- リサーチ・インサイト事業：3%減収ながら、下期増収に向け復調傾向

Summary

3

- 26/6期業績は、下期偏重傾向
- 通期業績計画に変更なし
- 売上高320億円、営業利益28億円を目指す

第2四半期売上高は83.9億円、過去最高を更新 季節性はあるものの、収益基盤が着実に拡大

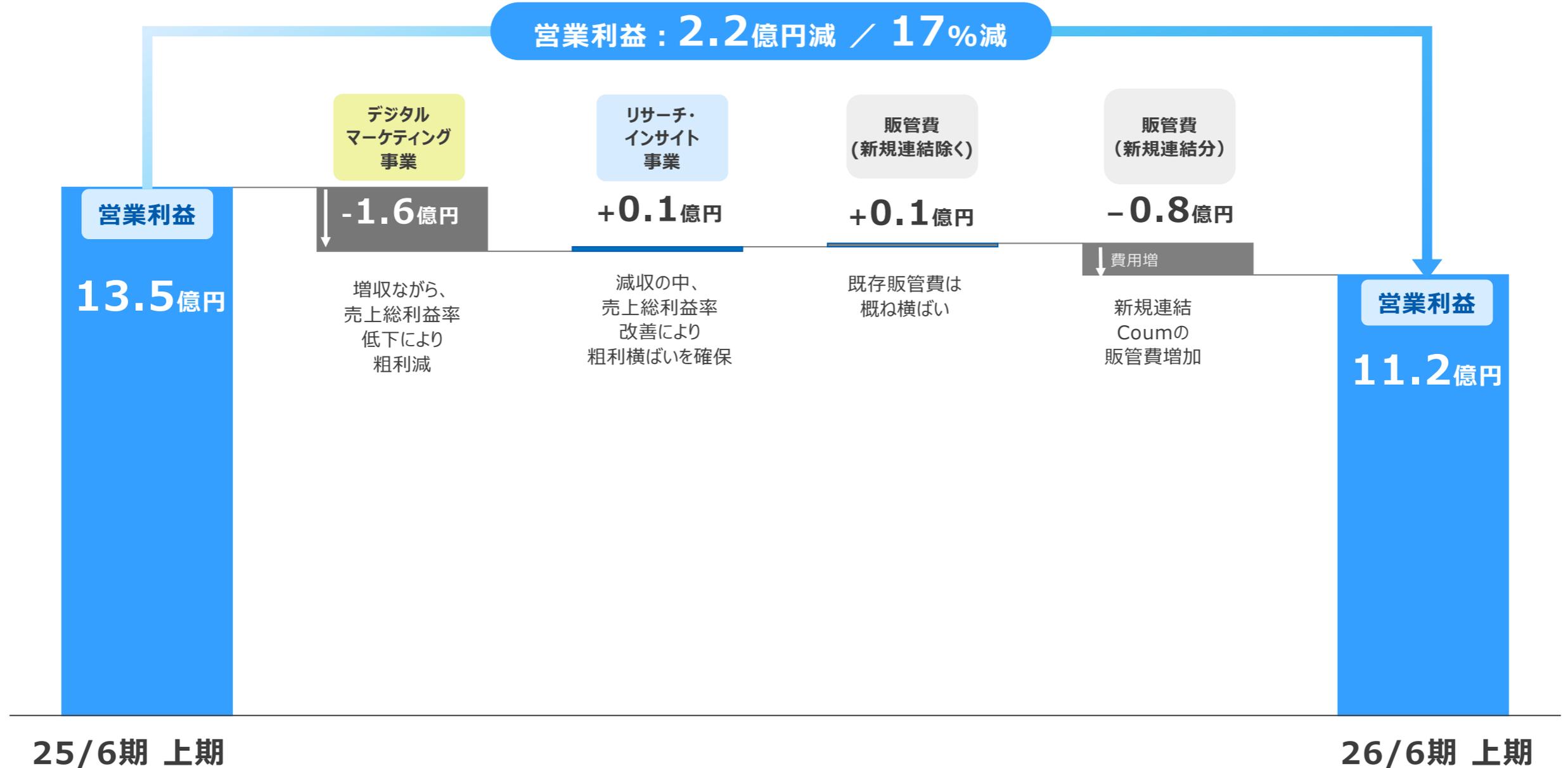


上期累計売上高は過去最高の151億円、デジタルマーケティング事業がけん引
 リサーチ・インサイト事業は第2四半期に底打ち感、下期増収転換へ

(億円)	26/6期					
	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	67.1	-1%	83.9	+5%	151.0	+2%
<u>デジタルマーケティング事業</u>	32.5	+5%	37.5	+14%	70.0	+10%
<u>リサーチ・インサイト事業</u>	34.6	-6%	46.4	-1%	81.0	-3%
売上総利益 (売上総利益率)	24.7 (36.8%)	-2% (-0.5pt)	30.8 (36.7%)	-3% (-3.1pt)	55.5 (36.8%)	-3% (-1.9pt)
販管費 (販管費比率)	21.8 (32.6%)	+1% (+0.5pt)	22.4 (26.7%)	+3% (-0.7pt)	44.3 (29.3%)	+2% (-0.2pt)
営業利益 (営業利益率)	2.9 (4.3%)	-19% (1.0pt)	8.4 (10.0%)	-16% (-2.4pt)	11.2 (7.4%)	-17% (-1.7pt)
EBITDA*1 (EBITDAマージン)	4.3 (6.4%)	-19% (-1.5pt)	9.8 (11.6%)	-16% (-2.8pt)	14.1 (9.3%)	-17% (-2.1pt)
経常利益	2.9	-2%	9.1	-10%	12.0	-8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1.2	-14%	6.0	-5%	7.3	-7%

*1：EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

デジタルマーケティング事業の粗利減を主因に、営業利益は2.2億円減少



売上高70.0億円(10%増)、セグメント利益5.2億円(0.7%減) 3区分がともに増収し、全体業績を牽引

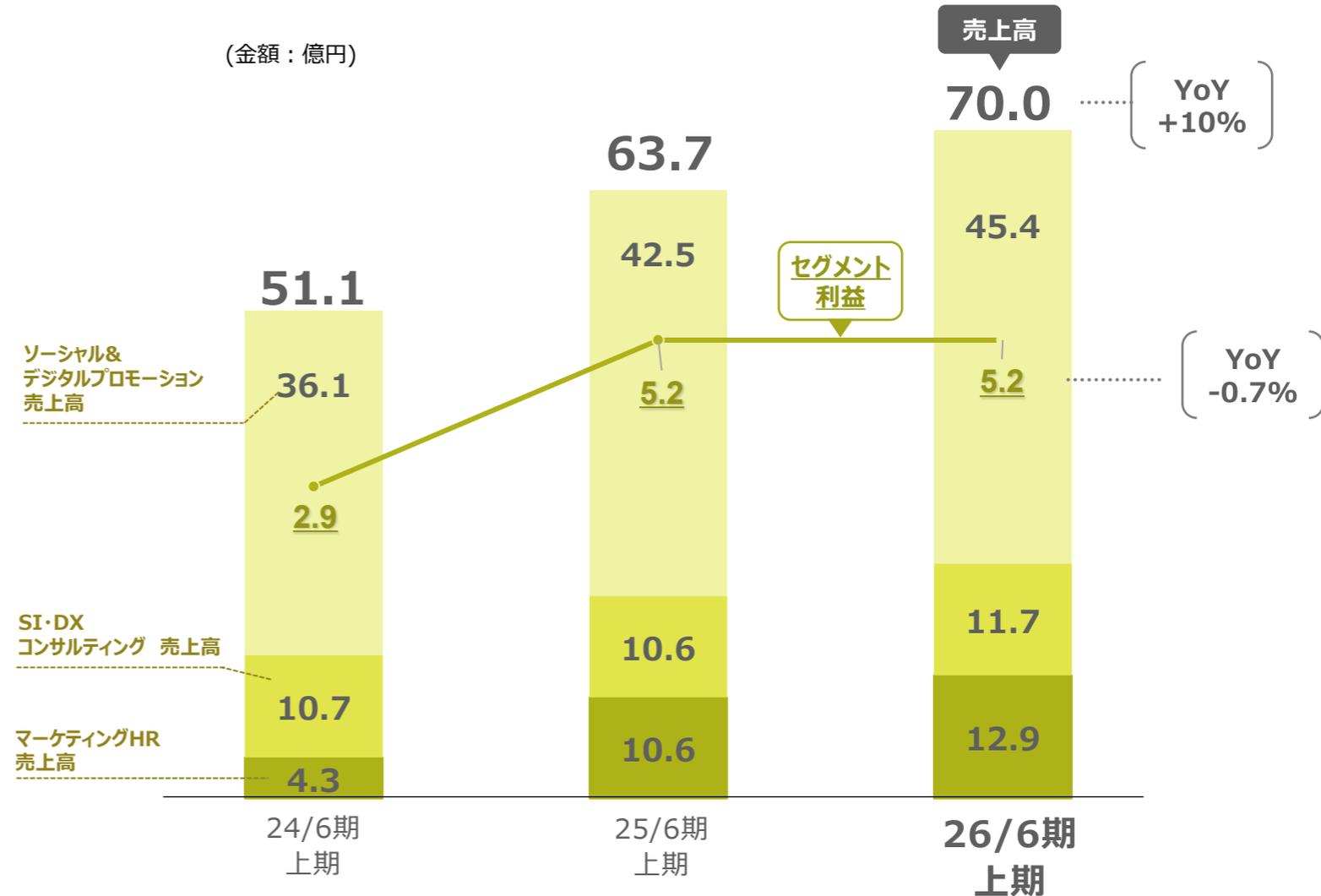
ハイライト

- ・ **ソーシャル&デジタルプロモーション**：売上高45.4億円(7%増)。インフルエンサーマーケティングやIPプロモーションの高成長領域が伸長し、3PL*1のパスクリエ減収をカバー
- ・ **SI・DXコンサルティング**：売上高11.7億円(11%増)。コンサル領域のCoum新規連結が寄与
- ・ **マーケティングHR**：売上高12.9億円(22%増)。デジタル人材派遣、BPOサービスともに好調

ローライト

- ・ **セグメント利益**は5.2億円と前期比横ばい。粗利率低下が主因

*1 サードパーティーロジスティクスの略。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



売上高81.0億円（3%減）、セグメント利益16.9億円（13%減）
国内は堅調も、海外が減収

ローライト

- ・国内は概ね前期比横ばい(0.4%減)、海外は10%減収。米関税影響や為替変動による一部顧客向け案件の長期化/下期へのずれ込みが主因
- ・セグメント利益は13%減。海外減収が主要因

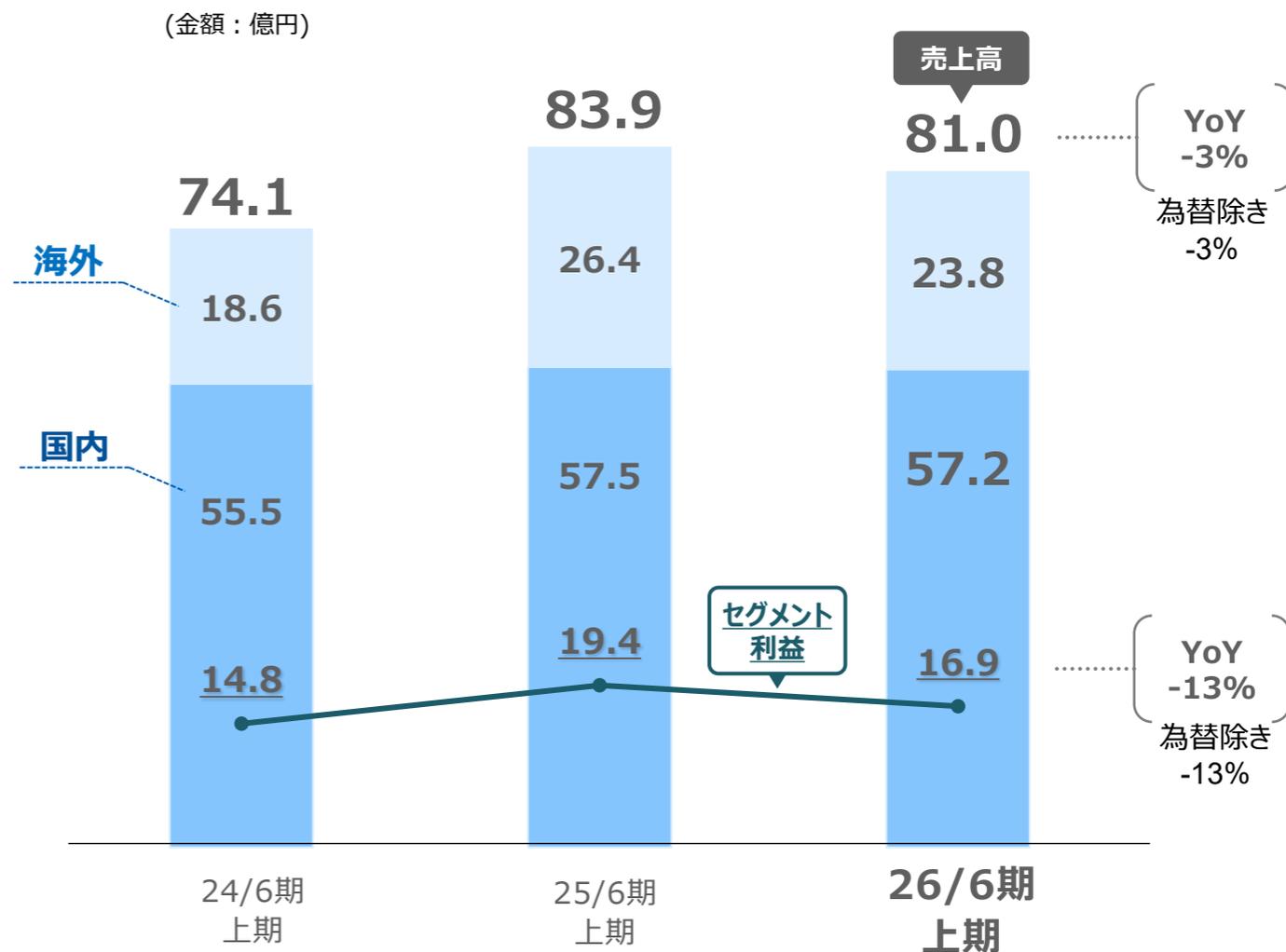
ハイライト

- ・受注は復調傾向であり、国内外ともに3Q増収転換見通し

為替影響

- ・為替影響*1は売上▲0.3億円、利益影響軽微

*1 2025年6月期2Q末の実績為替レートとの比較



東京証券取引所スタンダード市場へ、市場変更しました

プライム上場基準

- ▶ 流通株式時価総額が未達
- ▶ 2026年6月30日までの改善期間

市場変更申請

- ▶ 2025年10月8日にスタンダード市場変更申請を実施

2026年1月14日、スタンダード市場変更の承認を受け
1月21日よりスタンダード市場に上場いたしました

市場区分変更以降においても、持続的成長と企業価値向上に取り組むことに変更はございません
 成長戦略に沿った施策を着実に実行し、中長期的な成長を実現してまいります

成長戦略「Unite & Generate」



組織力強化

グループ会社間のシナジー創出や
 経営人材の積極的な採用



生産性向上

A I 投資を中核とした
 I Tシステム／インフラ投資



積極的なM&A

周辺事業領域を含めた
 積極的なM & Aの実行

連結子会社メディリード 約30万人の疾患情報パネルをリニューアル

Medilead Market Place [詳細はこちら](#)



800疾患以上の患者背景情報を紐解く大規模データベース

3つのデータフィールドで構成されており、疾患情報に関する幅広いデータを取得することが可能

2018年から毎年実施しているMMP構築調査を2025年も実施し、一般生活者約30万人の疾患情報パネルを更新
 今回の更新では、難病項目の追加や細分化、悪性リンパ腫種別の細分化、「経済毒性*」に関する項目を新規追加

*主に患者とその家族が直面する治療の長期化と経済的負担からくる心身への悪影響

3つのデータフィールド

約30万人

General Field

一般生活者の疾患情報に関する大規模調査データ

約4万人

Patient Field

何らかの症状・疾患で入通院中の方への調査データ

約1万人

Care Field

介護されている方に対しての介護に関する調査データ

活用事例

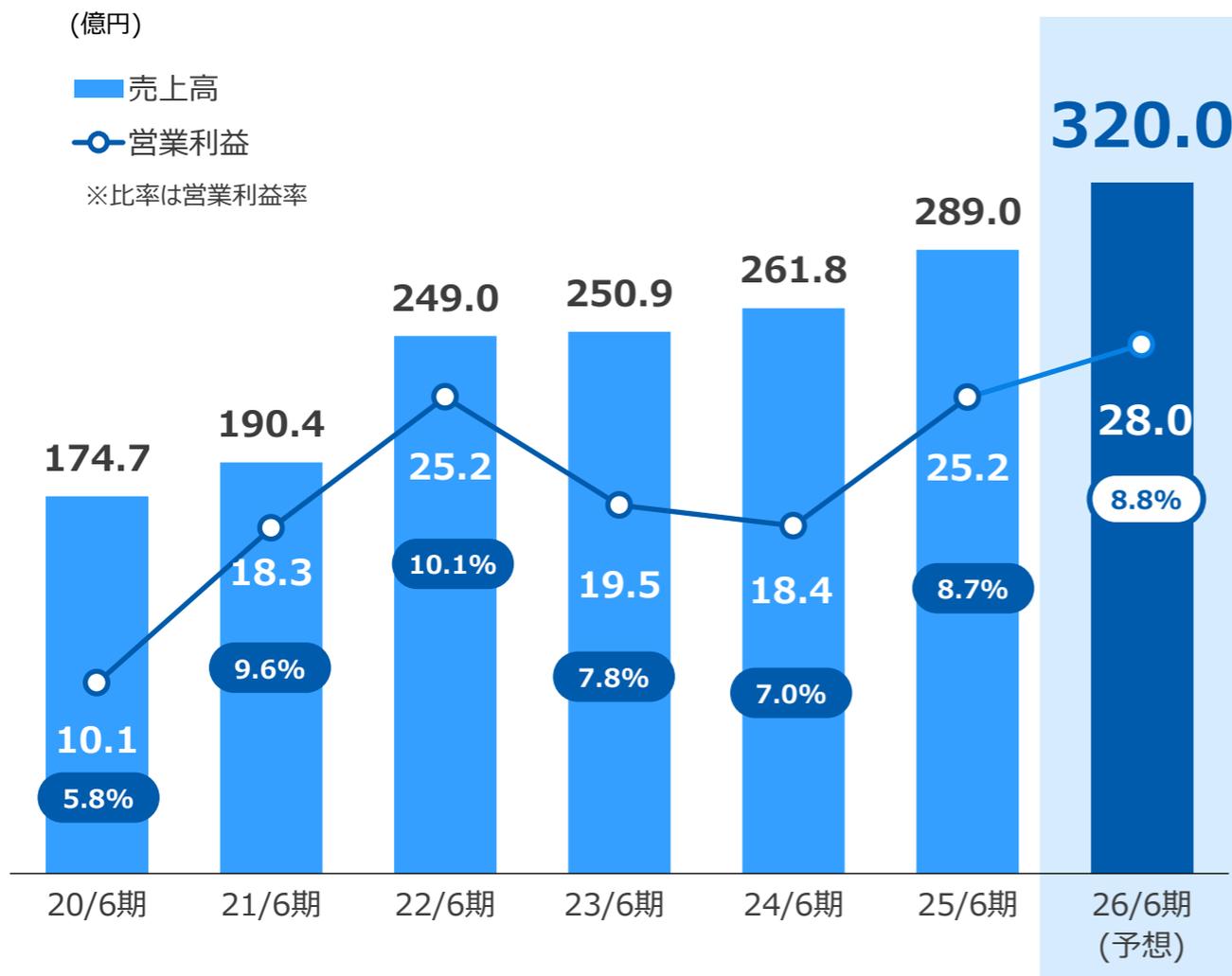
マーケティング戦略作成のための
インサイトの取得

当局申請資料への
活用

リサーチでの
条件別スクリーニング

疫学研究

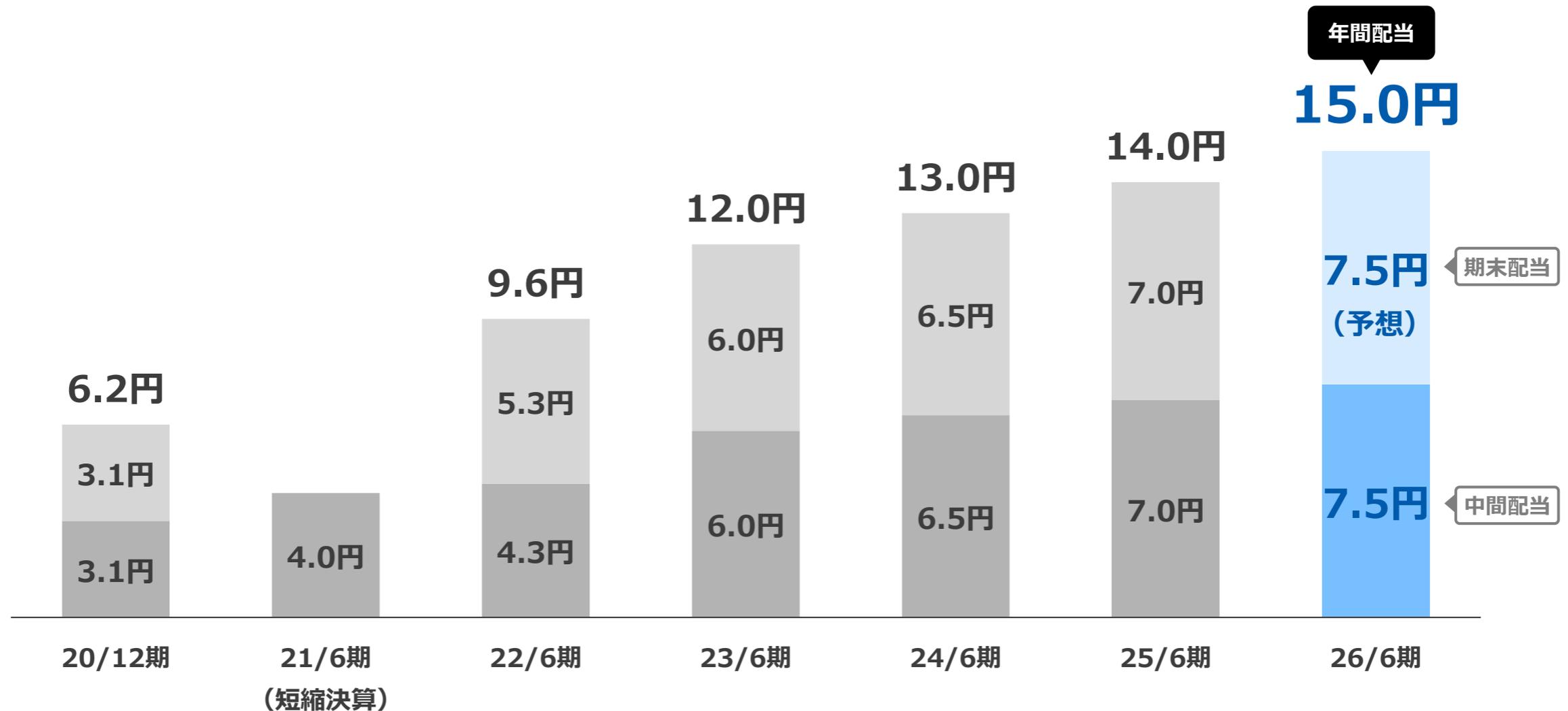
26/6期業績は下期偏重傾向。通期業績目標に変更無し
 売上高320億円(11%増)、営業利益28億円(11%増)を目指す



(億円)	25/6期 実績	26/6期 予想	YoY
売上高	289.0	320.0	+11%
デジタルマーケティング事業	125.2	148.0	+18%
リサーチ・インサイト事業	163.8	172.0	+5%
営業利益	25.2	28.0	+11%
経常利益	24.0	27.0	+12%
親会社株主に帰属する 当期純利益	13.6	15.5	+14%
EPS	70.5	81.7	+14%
一株当たり配当 (円)	14.0	15.0	+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（累進配当）

26/6期予想配当は1株当たり**15.0円**（中間7.5円、期末7.5円）





Cross Marketing Group