



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

---

2026年2月

## CONTENTS

- 1 2026年6月期 上期決算概要
- 2 トピックス
- 3 2026年6月期 業績予想及び配当予想
- 4 グループ概要・事業内容
- 5 中期経営方針
- 6 参考データ

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

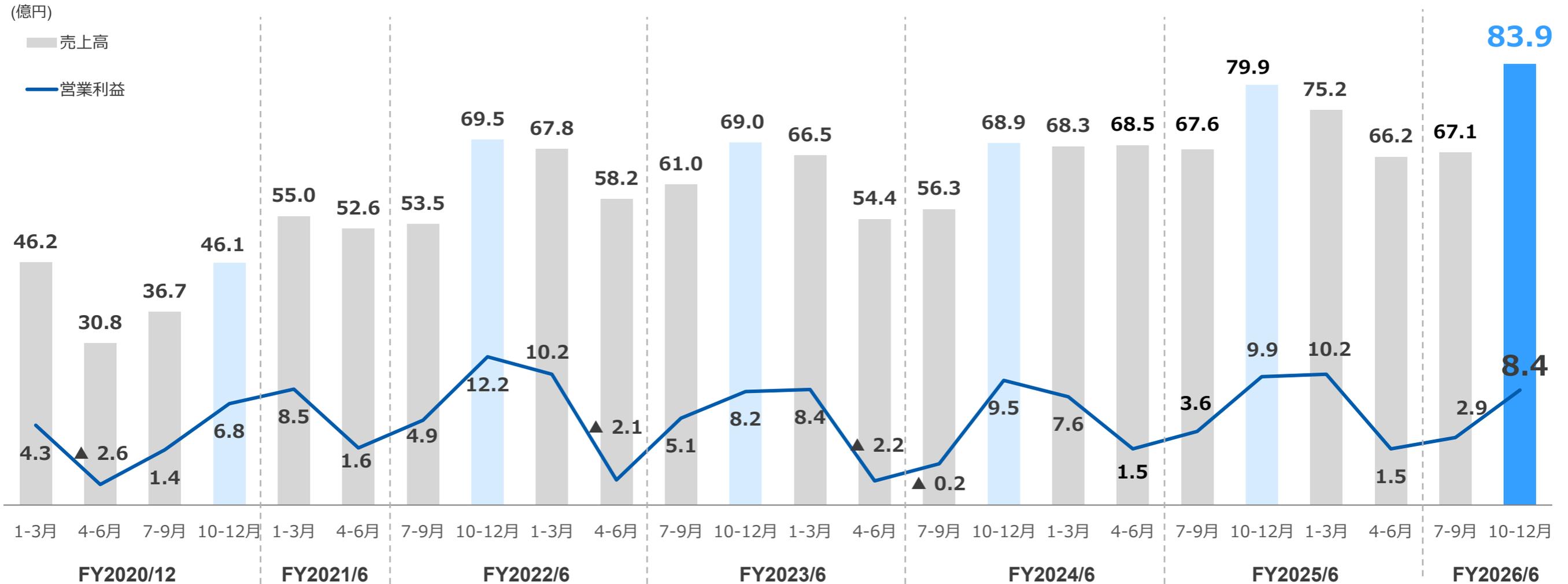
Summary

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

# **1** 2026年6月期 上期決算概要

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

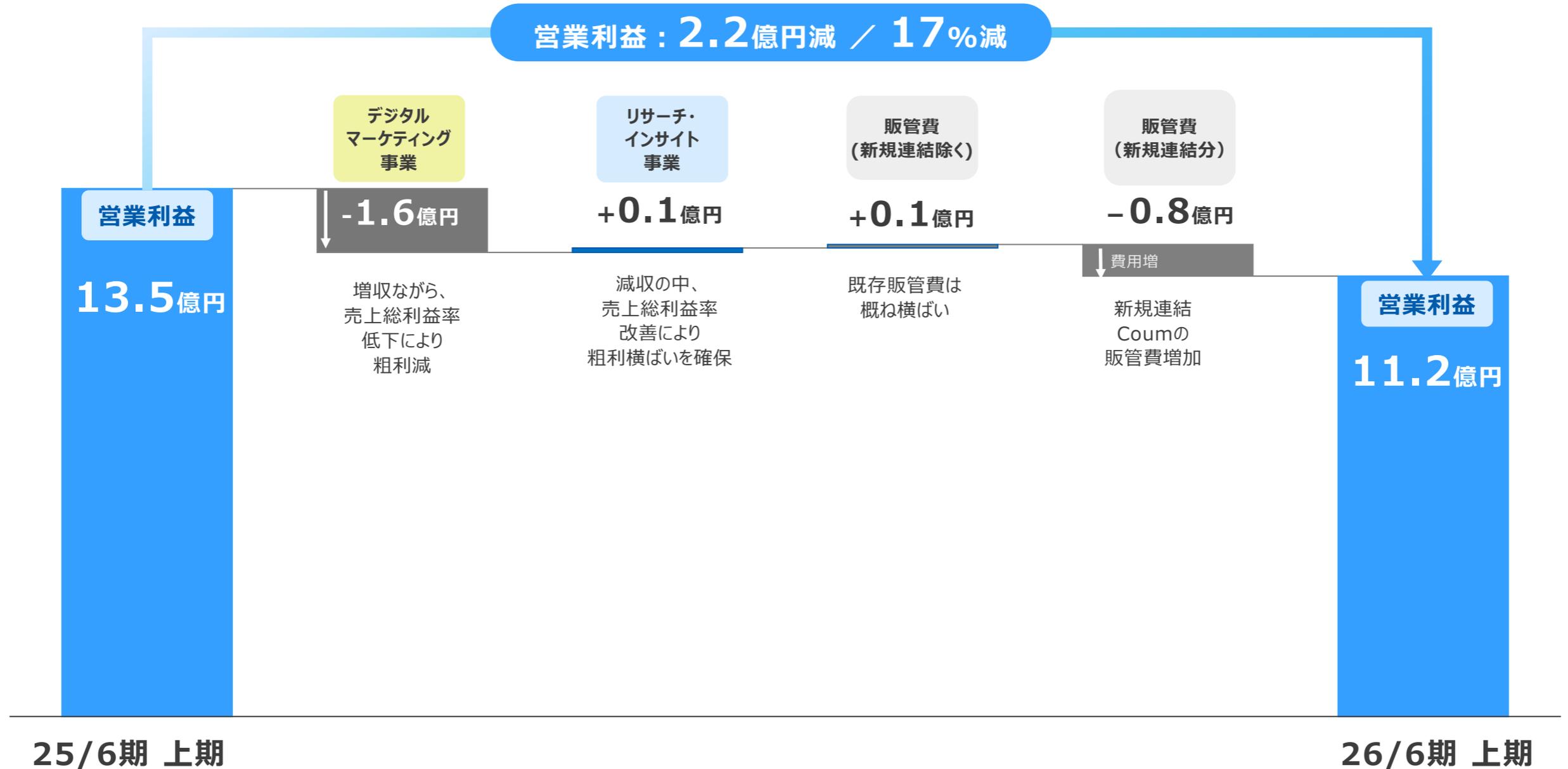


上期累計売上高は過去最高の151億円、デジタルマーケティング事業がけん引  
 リサーチ・インサイト事業は第2四半期に底打ち感、下期増収転換へ

(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
<b>売上高</b>	<b>67.1</b>	-1%	<b>83.9</b>	+5%	<b>151.0</b>	+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

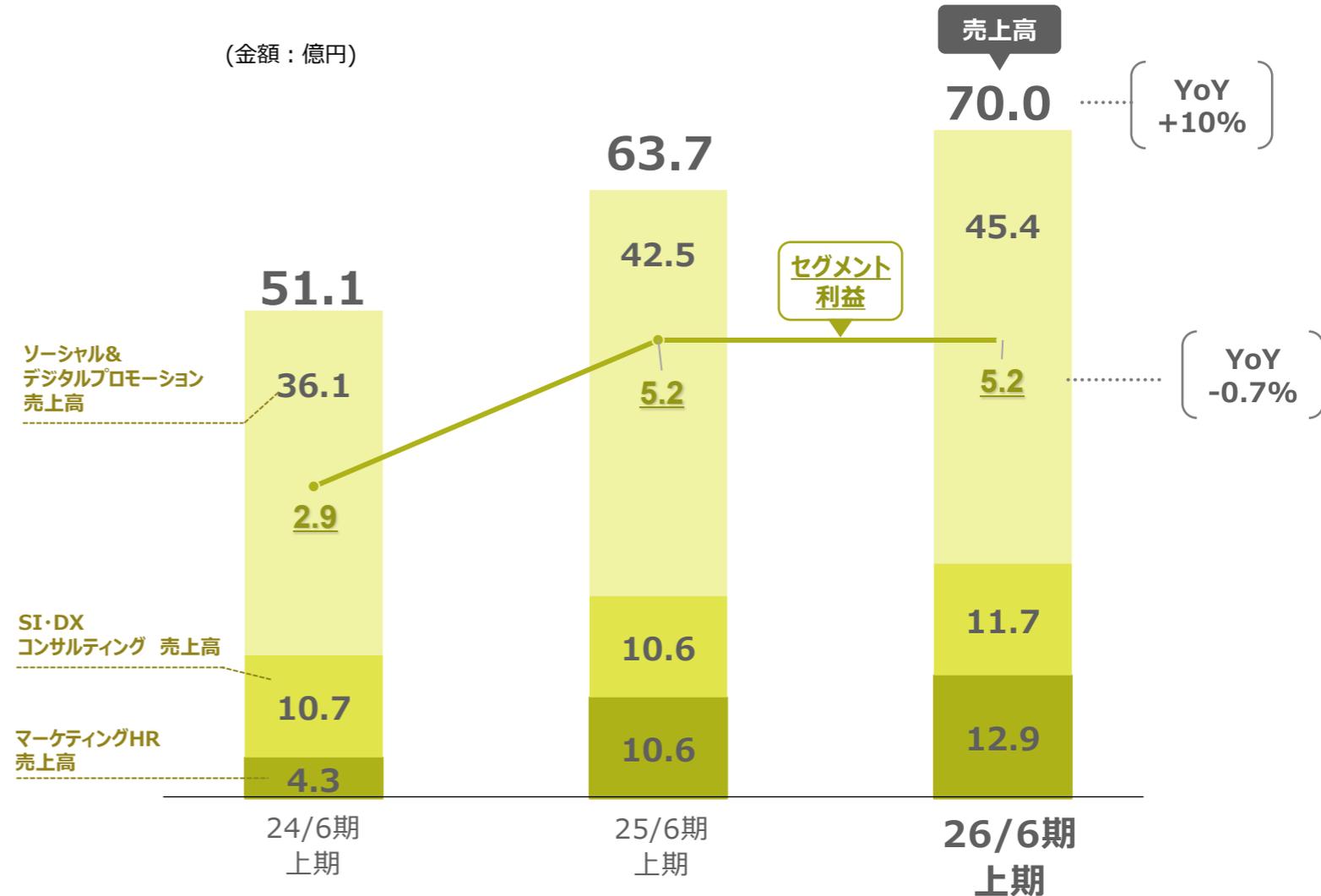
### ハイライト

- ・ **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

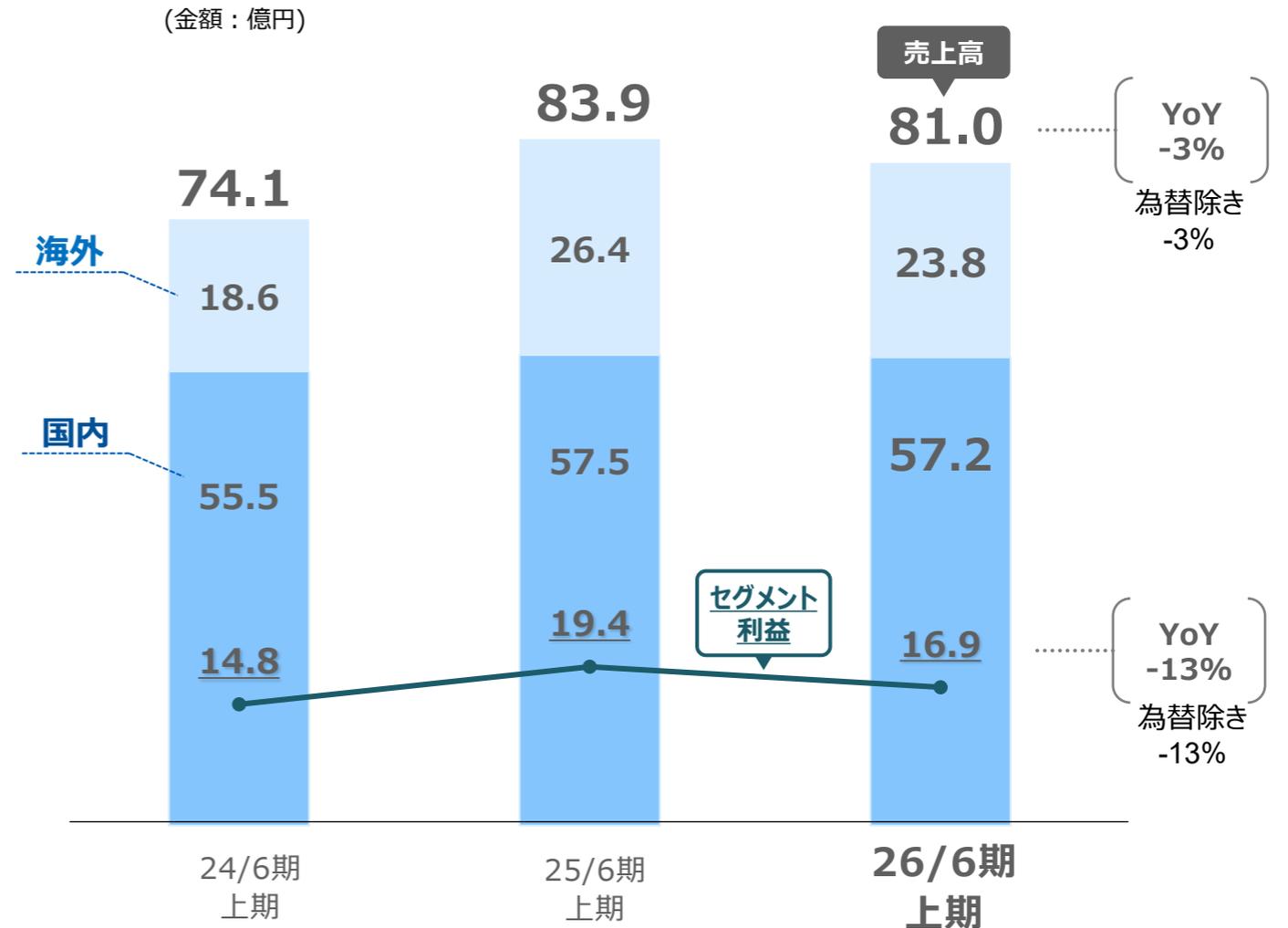
ハイライト

- ・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



## 2 トピックス

## 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

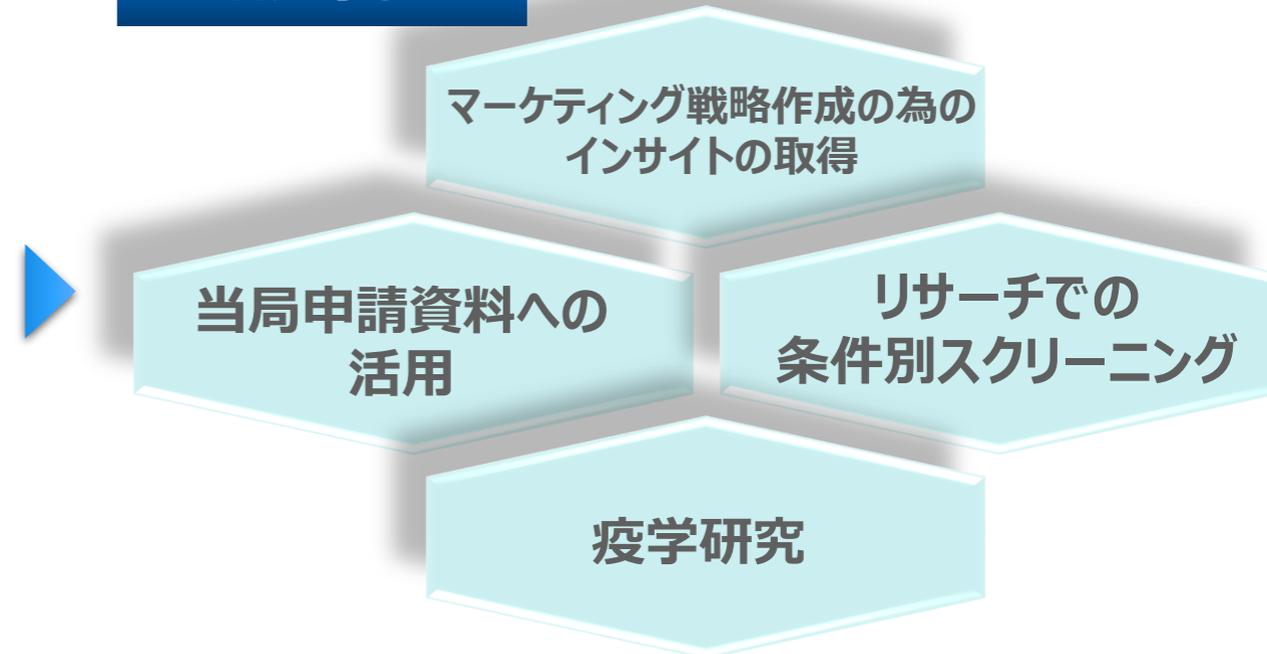
#### 3つのデータフィールド

**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

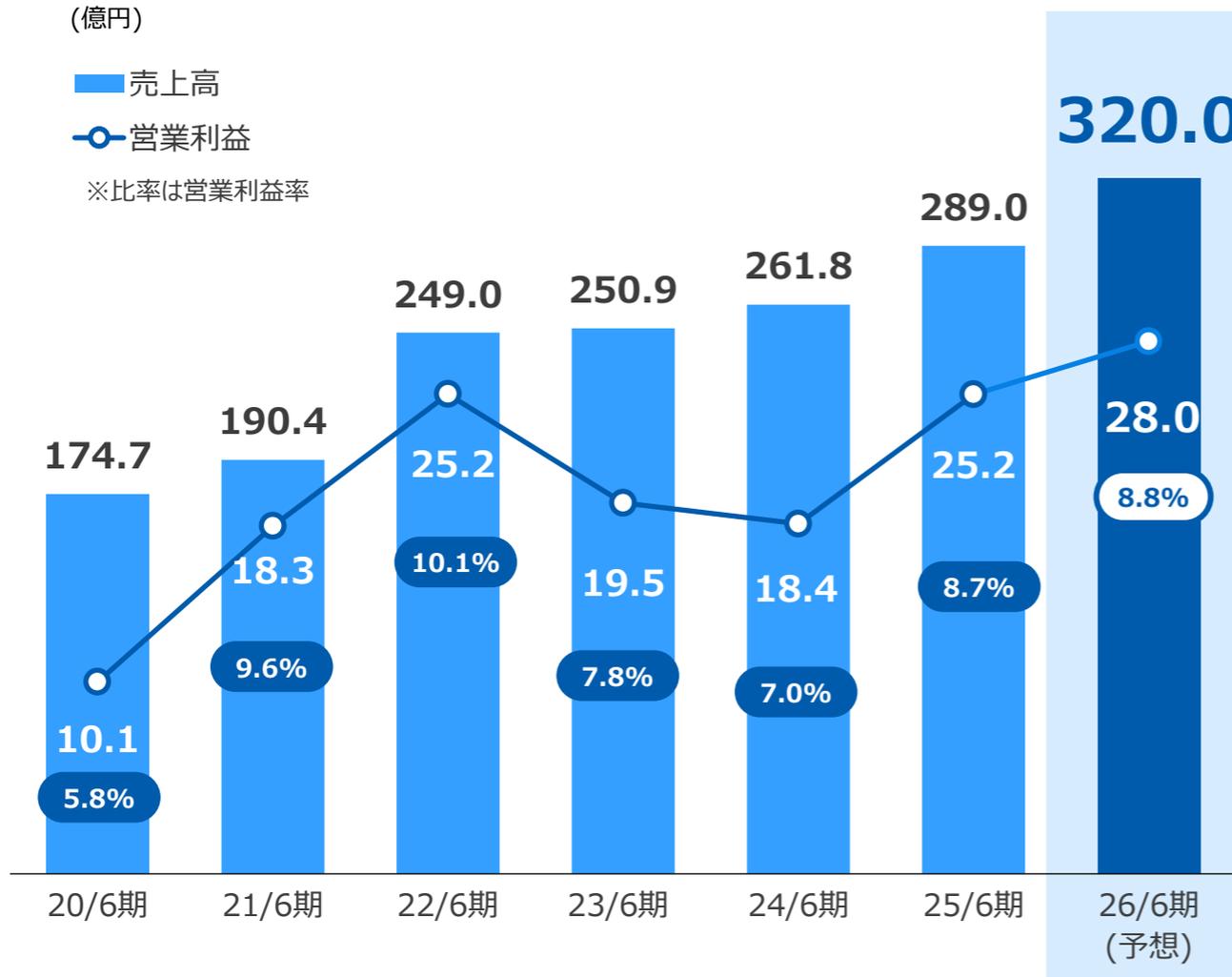
**約1万人** **Care Field**  
 介護されている方に対しての介護に関する調査データ

#### 活用事例



## **3** 2026年6月期 業績予想及び配当予想

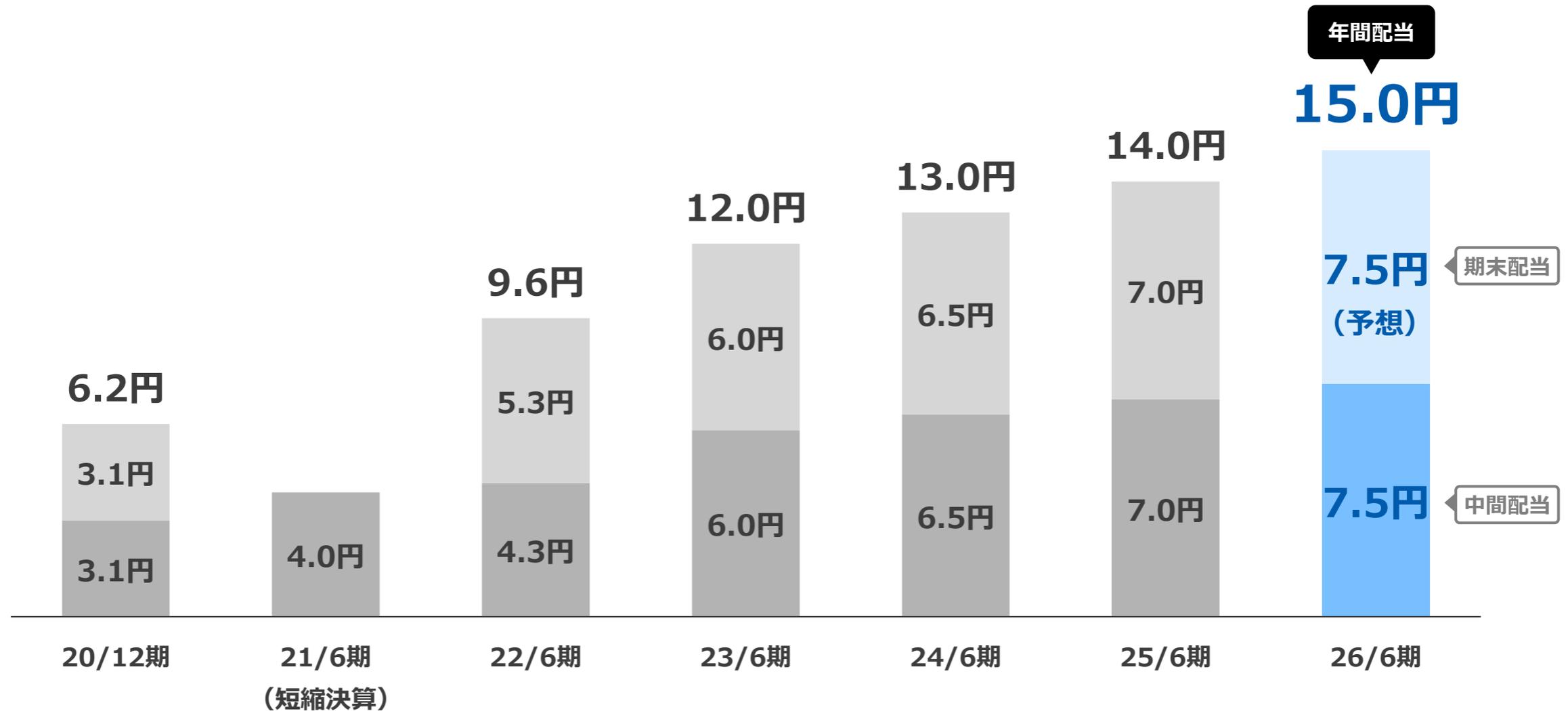
26/6期業績は下期偏重傾向。通期業績目標に変更無し  
 売上高320億円(11%増)、営業利益28億円(11%増)を目指す



(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）



## 4 グループ概要・事業内容

社名	株式会社クロス・マーケティンググループ	証券コード：3675
代表者	五十嵐 幹	
創業	2003年4月1日	
主要財務指標 (2025年6月期)	売上高 289.0億円 営業利益 25.2億円 ROE 18.0% 総資産 164.2億円 自己資本 79.9億円 資本金 6.5億円	
事業内容	デジタルマーケティング事業、リサーチ・インサイト事業	
関連会社数 (2025年6月末現在)	連結子会社 31社、持分法適用関連会社 1社	
従業員数 (連結、2025年12月末現在)	1,747名(内、臨時従業員173名)	



## 五十嵐 幹

### プロフィール

1973年 東京都生まれ

1996年 慶應義塾大学 経済学部卒

1996年 日本アジア投資(VC)入社

2000年 ネット企業創業 取締役に就任

2003年 (株)クロス・マーケティング 創業

2008年 東京証券取引所に新規上場

2013年 持株会社体制に移行

(株)クロス・マーケティンググループ 代表取締役社長兼CEO

### 外部要職

株式会社レアジョブ 社外取締役

株式会社オズビジョン 社外取締役

一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会 会長

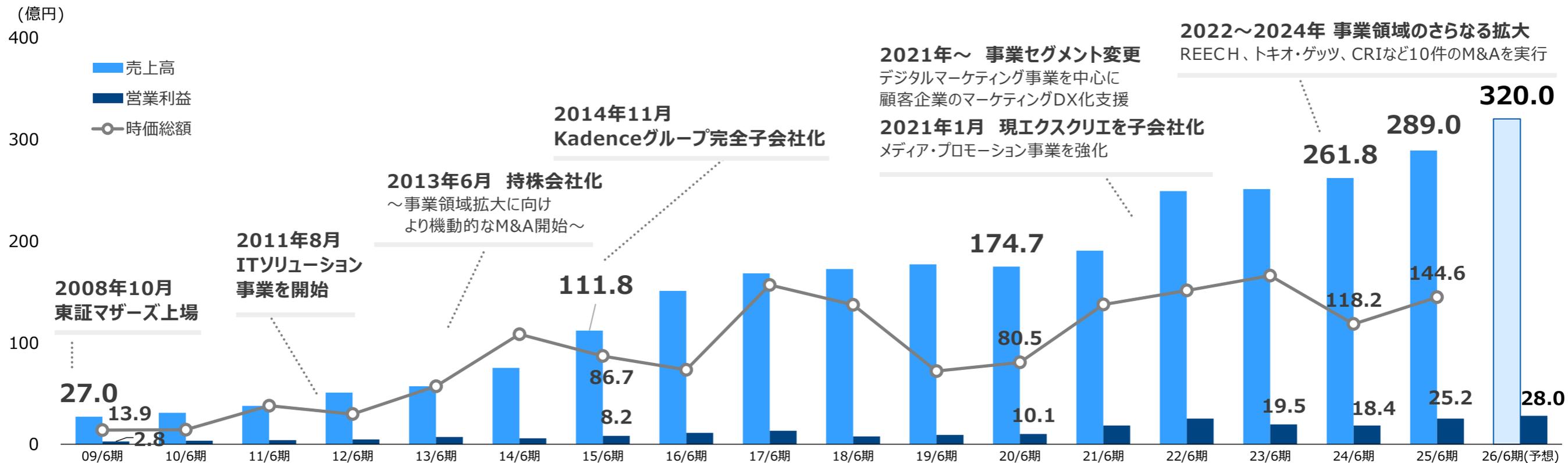


**Discover  
Something  
New.**

未来を  
つくる。

私たちの願いはお客様の成功、課題の抽出も、解決策の企画も、実行案の提示も。すべてはお客様の夢の実現のため。思い描く未来に近づけるため。そのプロセスに、ワクワクする。そのゴールに、ココロときめく、道を拓き、明日を導き、未来をつくる。それがクロス・マーケティンググループのミッションです。

## M&A・子会社設立により事業領域拡大と専門領域の深化 国内外で25件39社\*のM&Aを実行



- マーケティングソリューション(現エクスクリエ取得)
- 海外展開(中国・シンガポールに現地法人設立、Kadence International取得)
- ITソリューション(クロス・コミュニケーション事業取得、現オルタナイクス取得)
- マーケティングリサーチ(マーケティングコンサルティング開始、R&D取得、メディリード設立、ショッパーズアイ取得)

\*2025年9月末時点

**1,543万人\***の  
パネルネットワーク  
最大**2,500**項目の  
詳細プロフィール



\*2025年12月末時点

データアナリティクス  
技術・  
約**300**名の  
アナリスト組織



**250**名超の  
エンジニア組織



**幅広い業種**  
に広がる顧客基盤



大規模ネットワークを、お客様ニーズに合わせた多様なサービスで活用

デジタルマーケティング事業

プロモーション案件で  
パネルを活用

リサーチ・インサイト事業

インターネットリサーチ、  
インタビュー案件でパネルを活用

**1,543万人\***の提携パネルネットワーク  
最大2,500項目の詳細プロフィールを保有



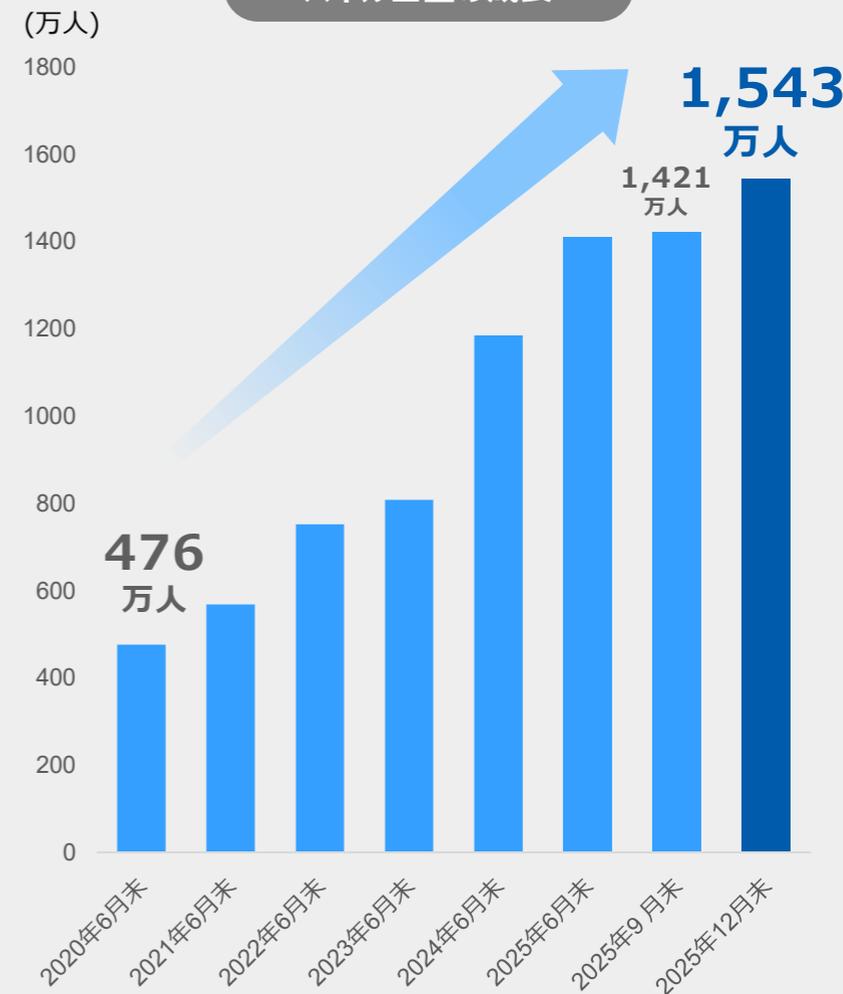
約30社と提携

リサーチパネル

Loyalty Marketing, Inc.

dジョブ

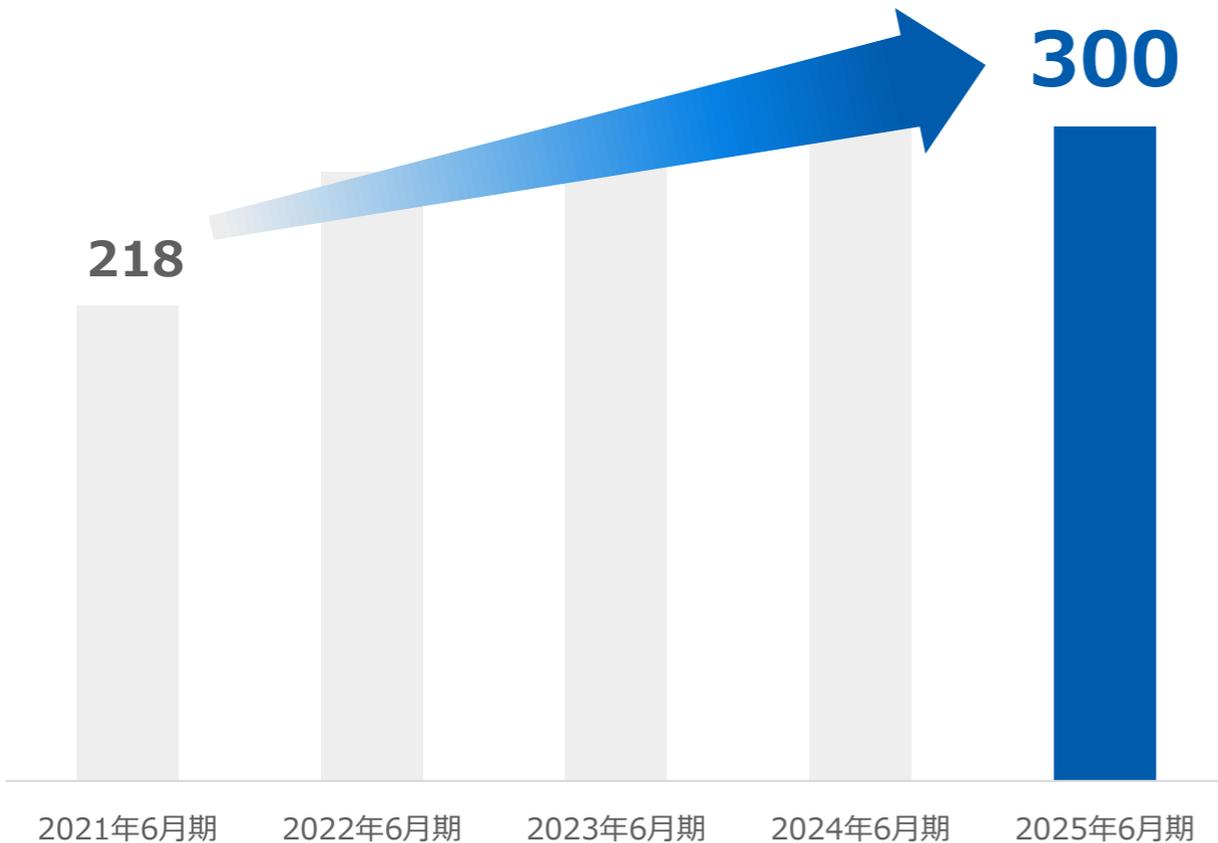
パネル基盤の成長



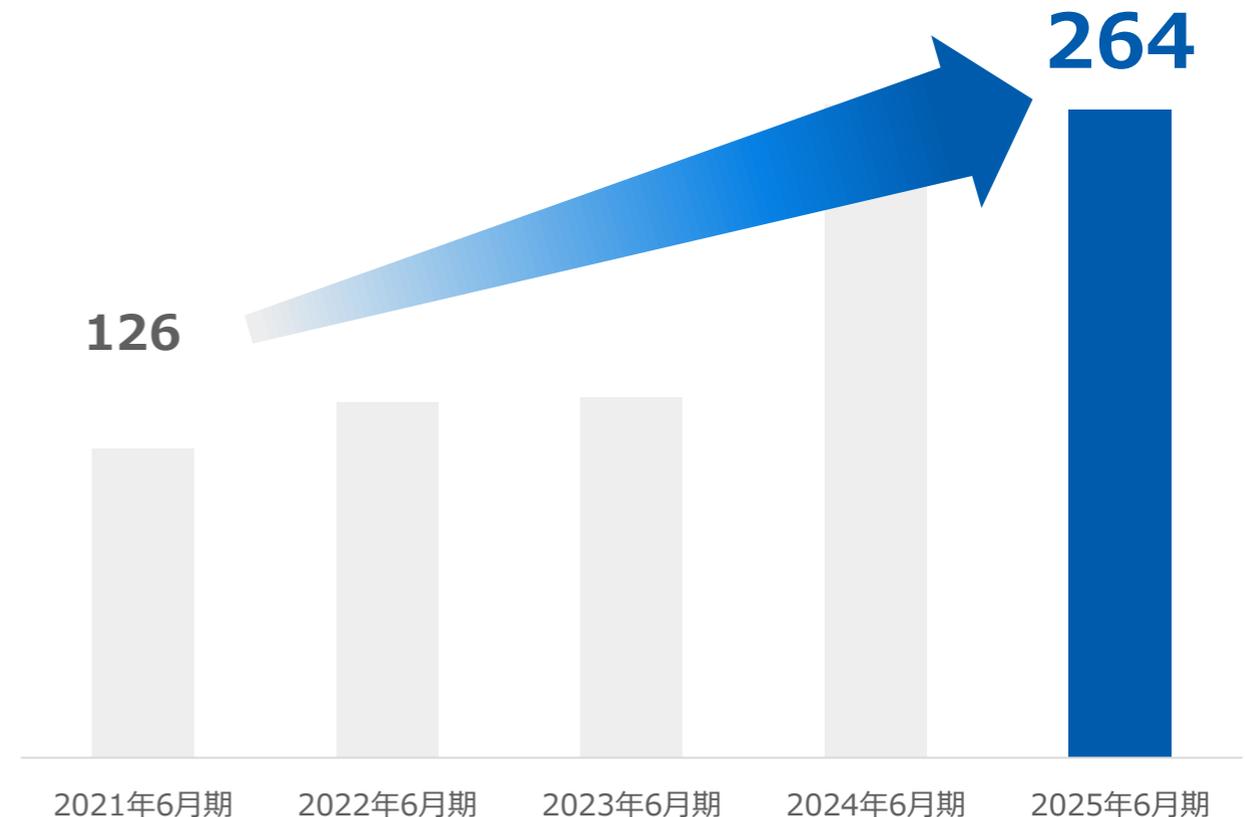
\*2025年12月末時点

人的基盤：アナリスト・エンジニア数が拡大  
M&A・社内育成により、多様化するお客様ニーズへの対応力を強化

アナリスト数推移

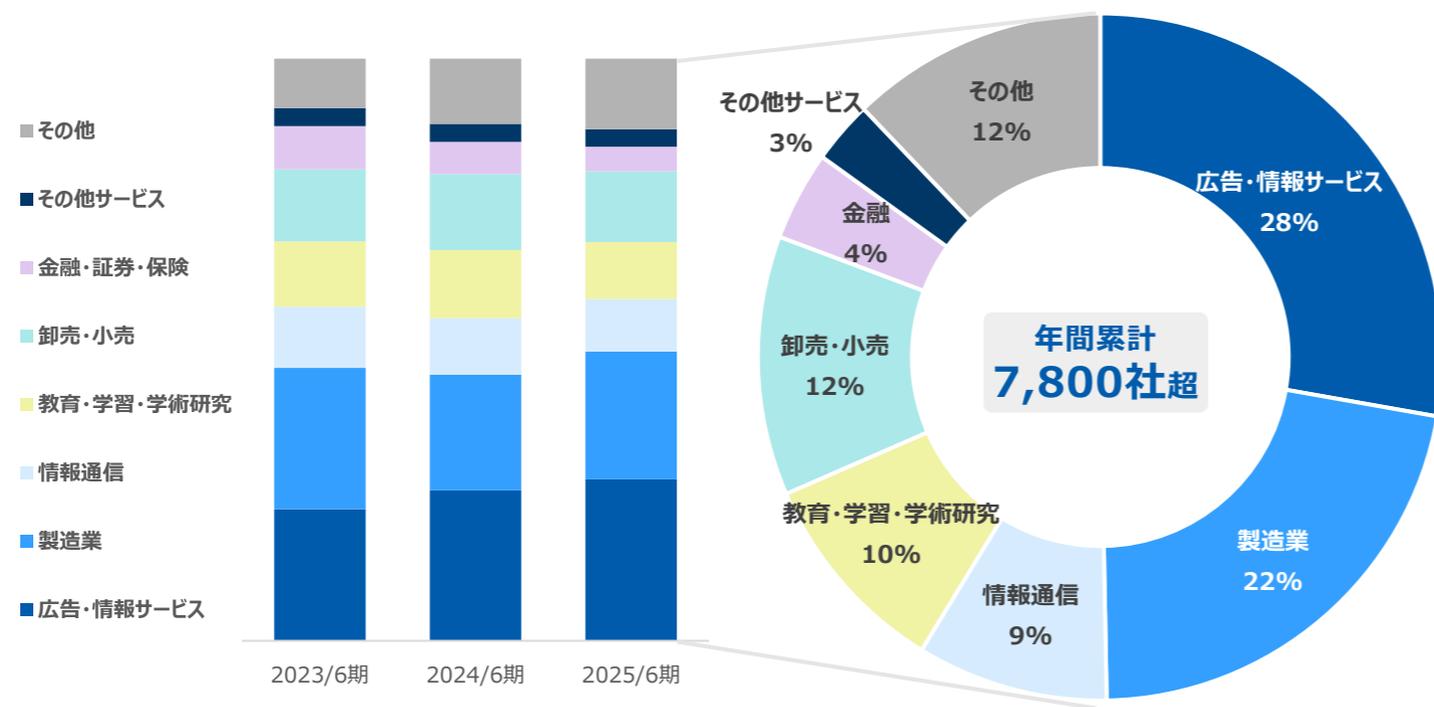


エンジニア数推移



幅広い業種に顧客基盤を保有：四半期平均取引社数1,953社、年間累計7,812社（前期比9%増）  
 特定顧客に大きく依存しないビジネスを展開

顧客業種別売上高構成

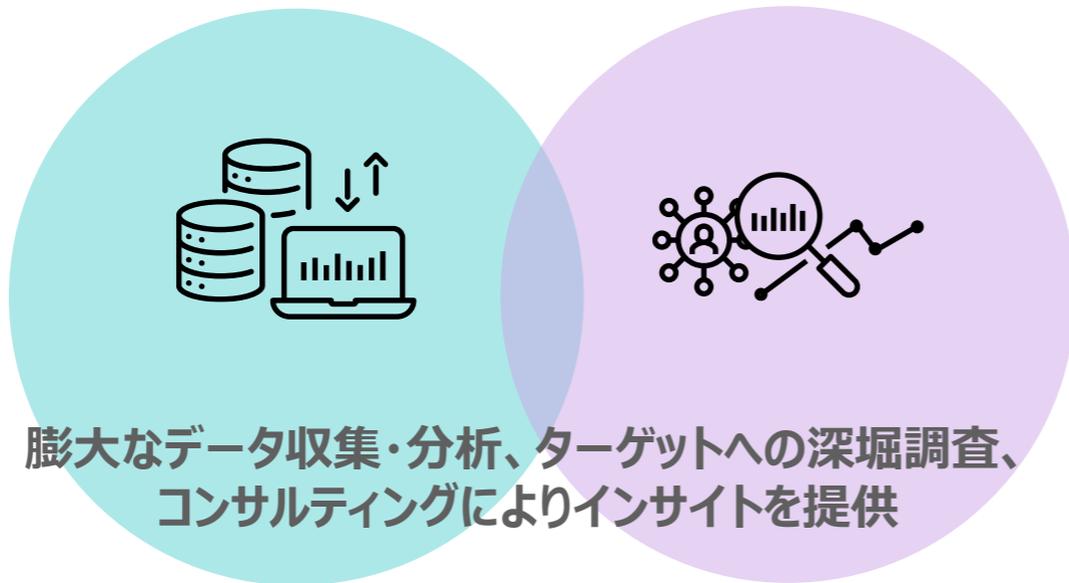


主要顧客の概要、売上構成比（2025/6期）

	主要顧客の所属業種	売上高 (百万円)	総売上高 構成比
1位	通信業	438	1.5%
2位	その他サービス業	415	1.4%
3位	その他サービス業	378	1.3%
4位	広告・情報サービス業	372	1.3%
5位	小売業	343	1.2%
	・		
	・		
	上位10社合計	3,101	10.7%
	・		
	上位100社合計	9,899	34.3%
	・		
	上位300社合計	13,980	48.4%

リサーチ(生活者の理解)とマーケティング実行支援を組み合わせることで  
お客様の**事業推進・成長**に直結する付加価値の提供を実現

## リサーチ機能

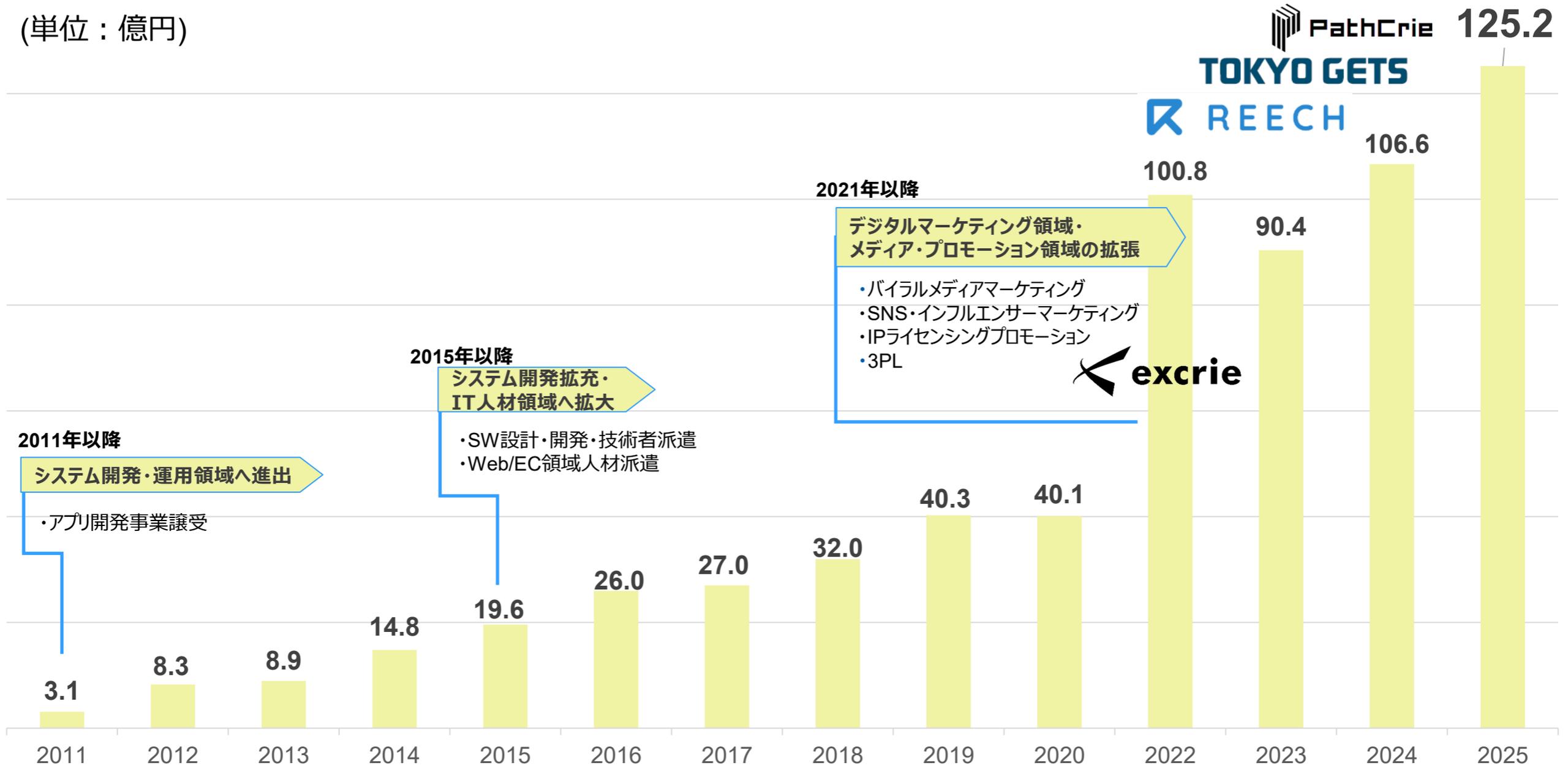


## マーケティング実行支援



データと理解に基づいた**総合マーケティングソリューション**

(単位：億円)



# 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

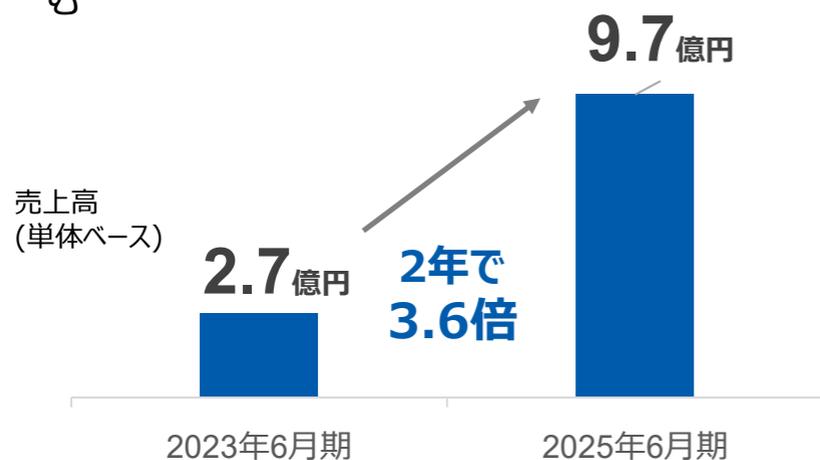


## 事業内容

- 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

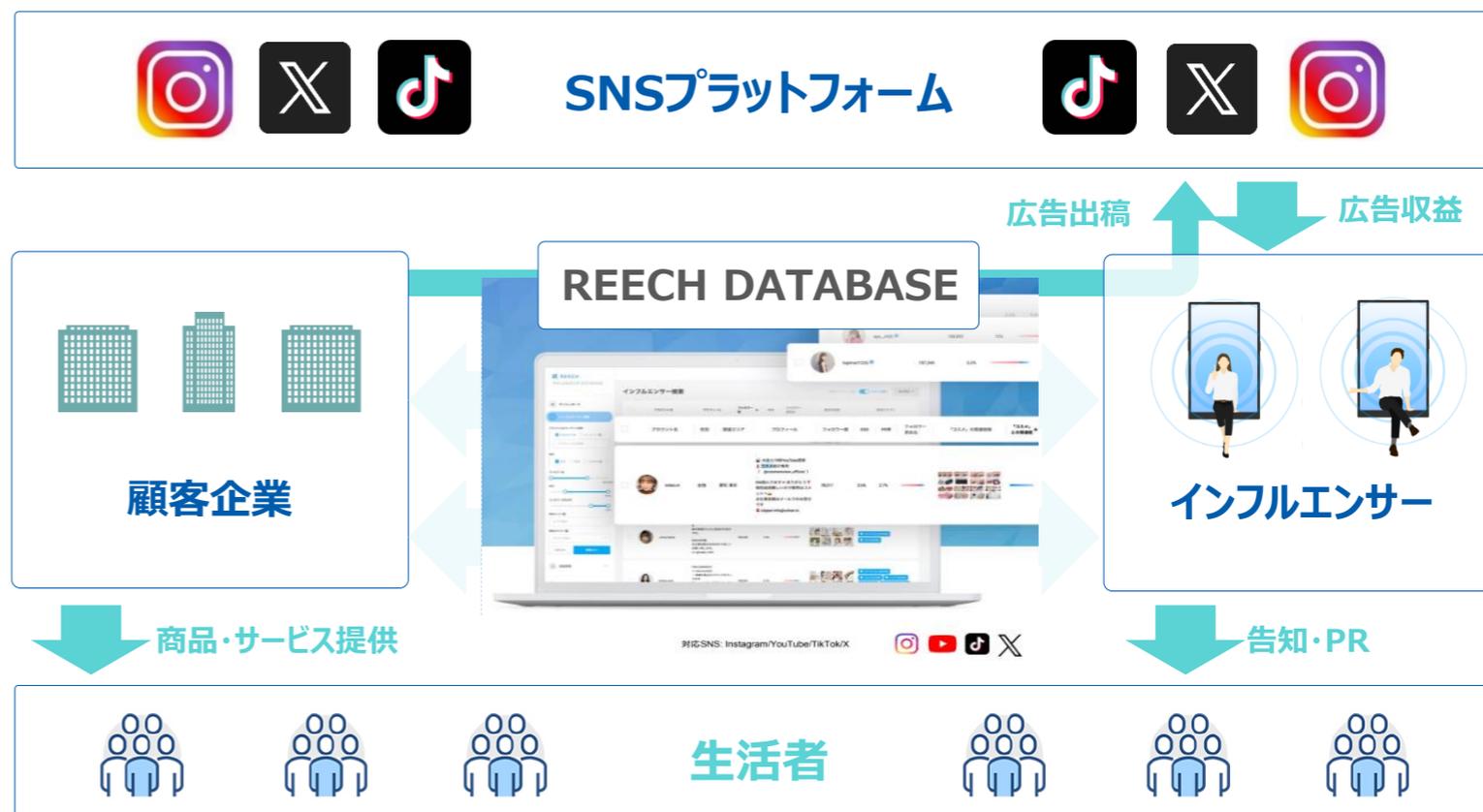
■ 2022年3月株式取得、22年4月より損益連結開始

■ SNSプラットフォーム広告出稿やSNSユーザー数の拡大、インフルエンサーの増加により継続的な拡大を見込む



## 事業①：データベースマーケティング

- ✓ 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



事業②：インフルエンサープロモーション支援

40万アカウント/投稿2.5億件  
以上のインフルエンサーデータを活用

内製化支援  
インフルエンサーマーケティングの内製化、効率化、自動化を推進し、コスト削減に

フォロワー数≠影響度  
属性や過去投稿、エンゲージメント詳細を踏まえ  
結果の出るインフルエンサーを提案

年間200本以上のPR実績  
多数のPR実績に基づくキャスティング、ディレクション  
技術を提供可能

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

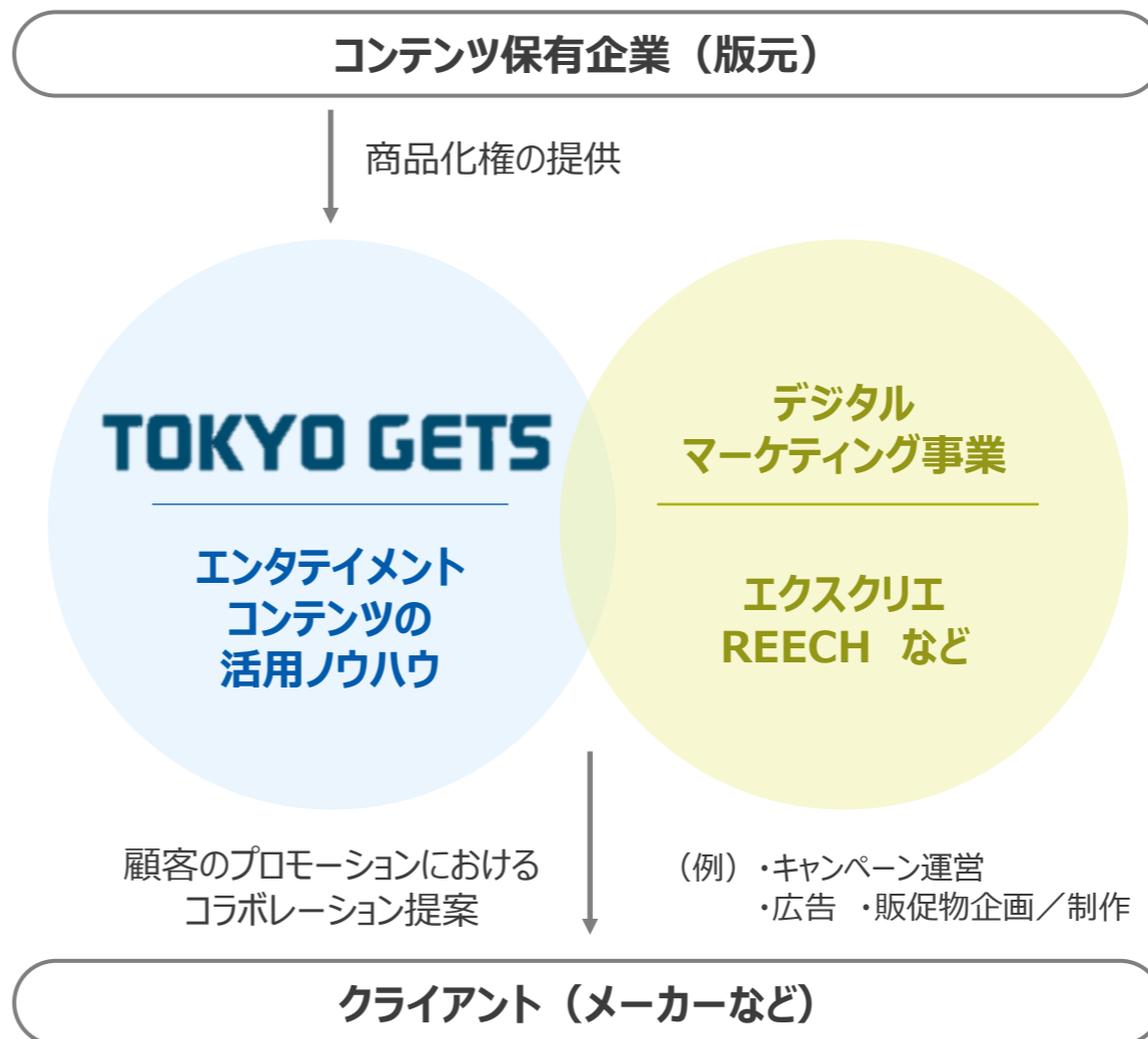
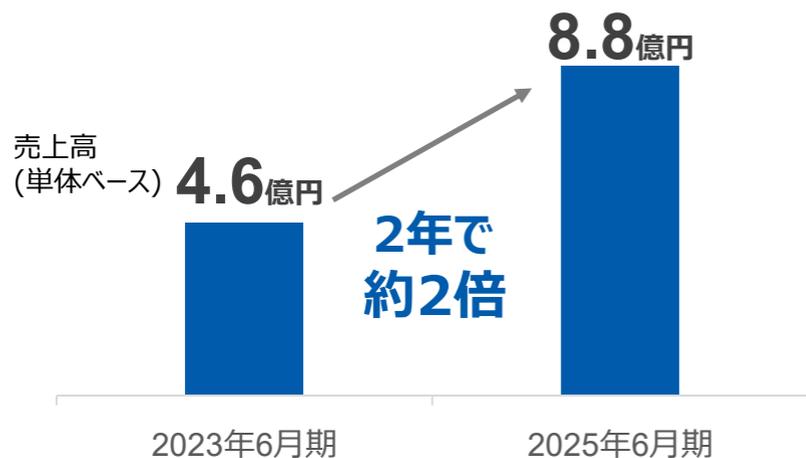
エンタテインメントコンテンツを活用した企業プロモーション、イベント・商品化を支援

# TOKYO GETS

### 事業内容

#### IPプロモーション支援事業

- 2023年5月株式取得、23年7月より連結取り込み開始
- 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

1,100件を超えるタイアップ実績

**話題性**  
コンテンツの高い認知度とファンによる話題化  
導入流通にとっても魅力的

**拡散性と購買力**  
ファンネットワークによる拡散性が高い  
景品やグッズ展開は強力に購買意欲を刺激



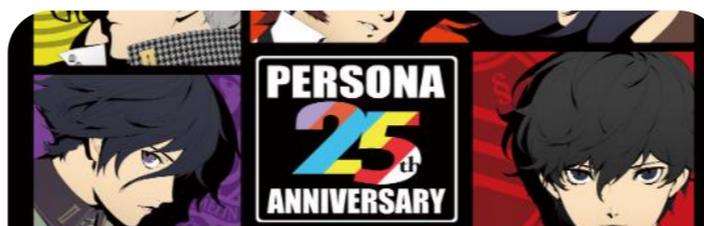
## 活用シーン・事例



### 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

## 5 中期經營方針

中期テーマ

## Unite & Generate

クロス・マーケティンググループは「ジェネレートカンパニー」を目指す

中期成長指針  
売上高 500億円  
営業利益 50億円

### 中期で目指す姿

- 中期で目指す姿の実現に向け、  
テーマを「**Unite & Generate**」とする  
グループシナジーを積極的に推進（**Unite**）し、新たな付加価値の創出。それらを通じて高い成長率を実現する
- クロス・マーケティングのグループとして各グループ会社の経営の品質を圧倒的に向上させる（**Generate**）
  - ・ **人材育成投資**（経営人材の積極的な採用及び既存従業員の育成）
  - ・ **投資**（AI投資による生産性の向上、システム投資・インフラ整備）
  - ・ **周辺領域のM&A**
- 5年以内（2030年6月期）に  
**連結売上高500億円 営業利益50億円を実現する**



中期テーマ

## Unite & Generate

クロス・マーケティンググループは「ジェネレートカンパニー」を目指す

### アクションプラン ～事業セグメントの変更～

- 事業セグメントをこれまでの3区分から2区分に集約し、より事業シナジー創出のための基礎とする

インサイト事業とデータマーケティング事業を統合し **リサーチ・インサイト事業**とする。当該事業は顧客の求める付加価値の大きな変化に対応すべく単なるリサーチ業務にとどまらず、よりコンサル・インサイト領域の深化及び拡大を進め、デジタルマーケティング事業とのより積極的なシナジーを創出することで、新たな付加価値の提供を実現する

**デジタルマーケティング事業**は、特に、IP／インフルエンサーマーケティング、EC事業を中心にM&Aを積極推進し、サービス展開のラインナップを増やすことで、より顧客ニーズとマーケットの拡大に合わせた事業拡大を推進する

- デジタルマーケティング事業のうち、「マーケティングHR」、及び「IP／インフルエンサーマーケティング」を戦略的注力（Core-Development＝コアデブ）領域に設定し、概ねCAGR+20%の売上高成長でグループ全体をけん引する

#### 中期で目指す姿実現のためのアクション

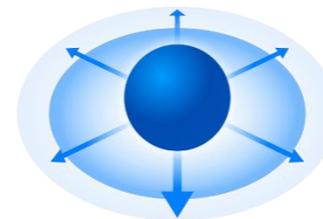
### 事業セグメント → 3区分から2区分に集約

(インサイト事業とデータマーケティング事業を統合)

事業シナジー  
創出のための基礎

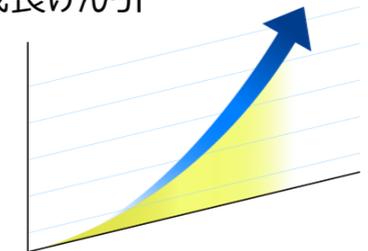
#### リサーチ・インサイト事業

- リサーチ業務の深化、領域拡大
- 他事業シナジー、付加価値提供



#### デジタルマーケティング事業

- M&A積極推進、ラインナップ拡充
- Core-Dev.(戦略的注力)領域による成長けん引

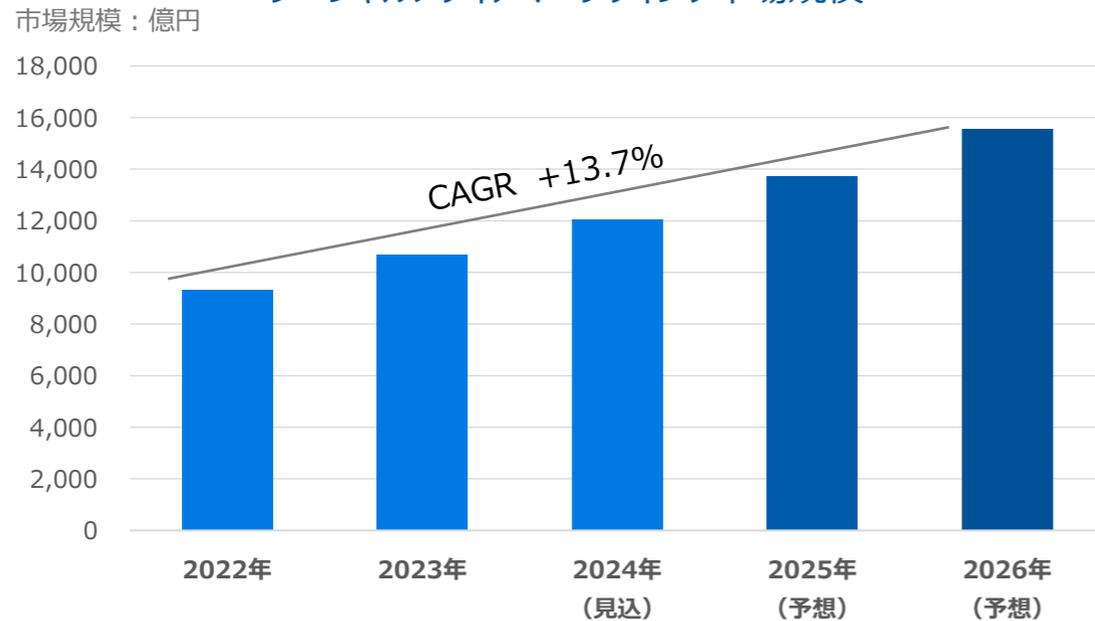


Core-Dev.①  
IP/インフルエンサーマーケティング事業領域

ソーシャルメディアマーケティング市場

ソーシャルメディアマーケティング市場は2023年に1兆円を超え、年率約14%で伸びている

ソーシャルメディアマーケティング市場規模



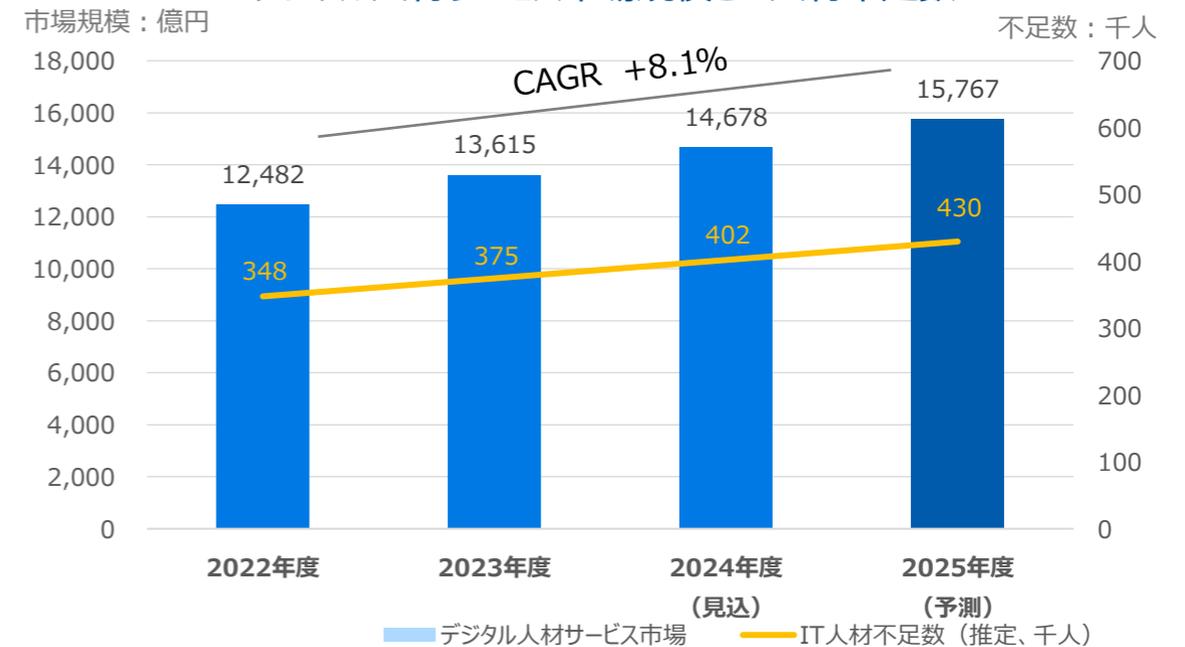
出典：サイバーバズ/デジタルインファクト調べ

Core-Dev.②  
マーケティングHR事業領域

デジタル/IT人材市場

デジタル人材サービス市場は1.5兆円規模、年率8%と堅調に伸びる  
IT人材不足数は、今後も40万人規模で続くと推定されている

デジタル人材サービス市場規模とIT人材不足数



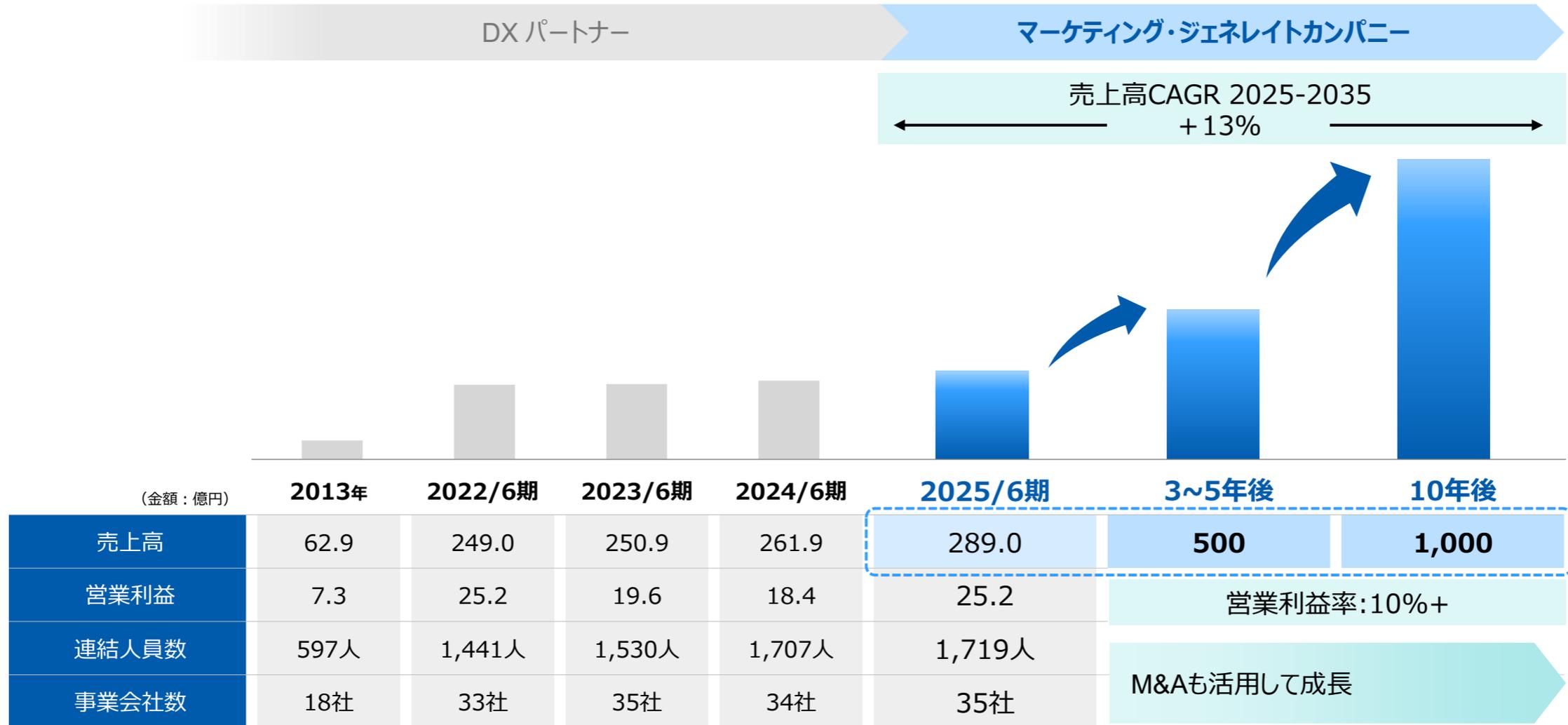
出典：経済産業省 IT人材供給に関する調査、IT人材不足数推定（中位シナリオ）及び矢野経済研究所 デジタル人材を対象とした人材サービス市場規模推移・予測より当社作成

「未来をつくろう。」というミッションの下、「新たな価値を生み出し、社会に届ける」ことが、CMGの社会への提供価値である



## 5年以内に、連結売上高500億円 営業利益50億円 を達成する

マーケティング・ジェネレートカンパニーとしてグループ企業の事業価値を高め、CMGの企業価値向上を牽引する



## AI時代に対応した新組織セットアップを実行

- グループ内横断型のAI活用促進組織「CMG AIワーキンググループ」の活動開始
- 事業プロダクト化と社内技術支援をミッションとした「AI技術専門組織」を立ち上げ

### 実行施策

### 最新状況

#### 1 活用基盤の整備

組織全体の活用カルチャーなど活用や活用促進のための基盤整備



- 生成AI活用のための社内共有ライブラリの構築
- 組織毎のAI定量指標（利用率など）を定点観測
- 統制とリスク回避のためのルールやガイドライン策定

- 社内CMG AI Portalの公開
- AI情報局、相談窓口の開設
- 生成AI特化研修の計画策定

#### 2 業務効率化

生成AIを活用した既存業務の工数削減と生産性およびサービス品質の向上



- 各組織の業務プロセス改革（BPR）の実行
- 生成AI活用場所の特定（複数人対応メイン業務）
- 当社各組織・業務に対応したAIツールの開発

- 各組織活用プロジェクト推進
- 情報収集⇔事例化サイクルの実行
- 業務専用AIツールの提供開始

#### 3 サービスへの応用

生成AIを活用した既存プロダクトのアップデート、新規プロダクト開発



- 生成AI新技術の情報収集と検証テスト
- 生成AIを活用した既存サービスの機能追加
- 生成AIを活用した新プロダクトの開発

- AIプロダクトのPoCの実行
- AIインタビューサービスリリース
- 次世代AIリサーチシステム開発

## 4 参考データ

エクセル形式の [Fact Sheet](http://www.cm-group.co.jp/ir) は当社IRサイト( [www.cm-group.co.jp/ir](http://www.cm-group.co.jp/ir) )内の[こちら](#)に掲載しております。  
どうぞご利用ください。

(億円)	24/6期	25/6期	前期比 増減率
売上高	261.8	289.0	+10%
売上総利益	102.3	110.7	+8%
(売上総利益率)	(39.1%)	(38.3%)	(-0.7pt)
販売費 及び 一般管理費	83.8	85.5	+2%
(売上高販管費比率)	(32.0%)	(29.6%)	(-2.4pt)
営業利益	18.4	25.2	+37%
(営業利益率)	(7.0%)	(8.7%)	(+1.7pt)
経常利益	19.1	24.0	+26%
特別損益	0.2	0.8	-
法人税等	7.4	9.8	+33%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11.9	13.6	+14%

1 売上高・営業利益が過去最高

デジタルマーケティング事業、及びデータマーケティング事業が牽引

2 売上高販管費比率を抑制

M&Aによる事業規模拡大のなか、販売費や経費等の効率化が進展

(億円)	2024年6月末	2025年6月末	増減額
<b>流動資産</b>	<b>127.6</b>	<b>128.7</b>	<b>+1.1</b>
現金及び預金	73.8	76.3	+2.6
受取手形及び売掛金	38.5	37.5	-0.9
その他	15.3	14.8	-0.5
<b>固定資産</b>	<b>38.7</b>	<b>35.5</b>	<b>-3.2</b>
のれん	12.3	11.8	-0.6
その他	26.4	23.8	-2.6
<b>総資産</b>	<b>166.3</b>	<b>164.2</b>	<b>-2.1</b>
<b>流動負債</b>	<b>58.7</b>	<b>54.2</b>	<b>-4.5</b>
買掛金	12.3	12.2	-0.1
短期借入金※	16.3	15.8	-0.4
その他	30.1	26.1	-4.0
<b>固定負債</b>	<b>36.8</b>	<b>30.2</b>	<b>-6.6</b>
長期借入金	33.5	26.7	-6.9
その他	3.3	3.5	+0.2
<b>純資産</b>	<b>70.8</b>	<b>79.9</b>	<b>+9.0</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>42.6%</b>	<b>48.6%</b>	<b>+6.0pt</b>

## ① 現預金の増加

事業成長投資、借入金返済への充実に十分な水準を確保

## ② 借入金の減少

短期・長期借入金の返済

## ② 自己資本比率は48.6%

前期末比で上昇

## ③

※一年以内返済の長期借入金含む

(億円)	24/6期	25/6期	増減額
<b>営業キャッシュフロー</b>	<b>15.7</b>	<b>19.6</b>	<b>+3.8</b>
税引き前純利益	19.3	23.4	+4.0
減価償却費・のれん償却額	5.9	6.1	+0.2
売上債権の増減額	-7.1	1.9	+9.0
法人税等の支払額	-9.0	-8.7	+0.4
その他	6.6	-3.1	-9.7
<b>投資キャッシュフロー</b>	<b>-12.4</b>	<b>-4.8</b>	<b>+7.6</b>
<b>財務キャッシュフロー</b>	<b>4.5</b>	<b>-11.4</b>	<b>-16.0</b>
短期借入金純増減額	0.5	0.6	+0.1
長期借入の純増減額	6.9	-7.5	-14.5
その他	-2.9	-4.5	-1.6
<b>現金同等物期末残高</b>	<b>73.8</b>	<b>76.3</b>	<b>+2.6</b>

①

**フリーキャッシュフローが増加**

税引き前純利益の増加と、投資キャッシュフローの減少が主因

①

②

**財務CFが前年比マイナス**

長期借入金の返済

③

**現預金が増加**

事業成長投資、借入金返済への充実に十分な水準を継続

## 『デジタルマーケティング』、『リサーチ・インサイト』の2事業セグメントへ ～26/6期(1Q決算)より、従来のデータマーケティング事業とインサイト事業を整理統合～

現状	25/6期売上高	新セグメント/内訳	25/6期売上高	ビジネス概要	主要子会社
<b>デジタルマーケティング事業</b>	<b>125 億円</b>	<b>デジタルマーケティング事業</b>	<b>125 億円</b>		
メディアプロモーション		ソーシャル&デジタルプロモーション		IP/インフルエンサーマーケティング サンプリングメディア、 サードパーティロジスティクス	エクスクリエ、REECH、トキオゲツ ツ、パスクリエ
ITソリューション		SI・DXコンサルティング		システム/アプリ開発・保守運用、 DXコンサルティング	クロスコミュニケーション、COUM
		マーケティングHR		マーケティング/IT/DX領域人材サービ ス、BPOサービス	オルタナエクス、クリエイティブリソ スインスティチュート
<b>データマーケティング事業</b>	<b>99 億円</b>	<b>リサーチ・インサイト事業</b>	<b>164 億円</b>		
国内		国内		消費者リサーチ 市場データ収集分析	クロスマーケティング、メディリード
海外		海外		マーケティング・コンサルティング	Kadenceグループ各社
<b>インサイト事業</b>	<b>65 億円</b>				
国内					
海外					

※新セグメント基準による業績数値については、次ページをご参照ください

(億円)	25/6期					26/6期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期累計	1Q	2Q	3Q	4Q	通期累計
<b>売上高</b>	<b>67.6</b>	<b>79.9</b>	<b>75.2</b>	<b>66.2</b>	<b>289.0</b>	<b>67.1</b>	<b>83.9</b>			
<b>デジタルマーケティング事業</b>	<b>30.8</b>	<b>32.8</b>	<b>30.7</b>	<b>30.9</b>	<b>125.2</b>	<b>32.5</b>	37.5			
ソーシャル&デジタルプロモーション	20.0	22.5	20.0	20.1	82.6	20.0	25.5			
SI・DXコンサルティング	5.6	4.9	5.3	5.3	21.2	5.4	6.3			
マーケティングHR	5.2	5.4	5.4	5.4	21.4	7.1	5.9			
<b>リサーチ・インサイト事業</b>	<b>36.8</b>	<b>47.1</b>	<b>44.5</b>	<b>35.4</b>	<b>163.8</b>	<b>34.6</b>	46.4			
国内	24.4	33.1	33.9	23.1	114.5	24.8	32.4			
海外	12.4	14.0	10.6	12.3	49.3	9.8	14.0			
<b>営業利益</b>	<b>3.6</b>	<b>9.9</b>	<b>10.2</b>	<b>1.5</b>	<b>25.2</b>	<b>2.9</b>	<b>8.4</b>			
<b>デジタルマーケティング事業</b>	<b>2.1</b>	<b>3.1</b>	<b>2.0</b>	<b>1.8</b>	<b>9.0</b>	<b>2.0</b>	<b>3.1</b>			
<b>リサーチ・インサイト事業</b>	<b>7.0</b>	<b>12.5</b>	<b>13.6</b>	<b>5.2</b>	<b>38.2</b>	<b>6.2</b>	<b>10.7</b>			
調整	-5.5	-5.6	-5.4	-5.5	-22.0	-5.4	-5.4			

※2025年6月期の新セグメントごとの業績数値はあくまで参考数値であり、監査を実施していません。



# Cross Marketing Group

## デジタルマーケティング事業

25/6期売上高 125億円  
売上高構成比 43%

ソーシャル&  
デジタルプロモーション

SI・  
DXコンサルティング

マーケティングHR

デジタルプロモーション、マーケティングメディアの運営、  
アプリ開発・保守運用、デジタル／マーケティング人材サービス等を提供

## リサーチ・インサイト事業

25/6期売上高 164億円  
売上高構成比 57%

国内

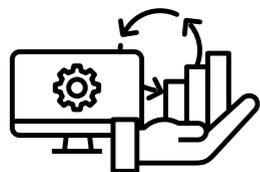
海外

オンラインデータ収集、分析レポート、コンサルティングにより  
顧客のマーケティング活動や意思決定を支援



デジタルマーケティング事業  
ソーシャル&デジタル  
プロモーション

販促支援メディアの運営  
インターネット広告サービス展開



お客様のマーケティング施策の  
プランニングから実行・測定まで  
トータルサポート

データ × インターネット/ソーシャルメディア × IPコンテンツ  
プロモーションサービスを提供



販促支援メディア



インターネット広告



ソーシャルメディア・マーケティング



IPコラボレーション

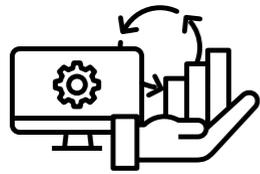


1,543万人の提携パネルネットワーク



デジタルマーケティング事業  
S I・D Xコンサルティング

お客様のマーケティング  
戦略の実行を支援



DXコンサルティング、システム・  
アプリ開発・運用・保守等  
を提供

主力事業



モバイル/スマートフォン向け  
Webサイト、システムの企画・  
開発・運用



総合コンサルティング、顧客接  
点D X、業務プロセスD Xの  
支援



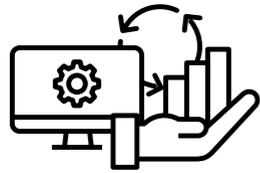
スマホ証券アプリ開発  
大和コネクセ証券株式会社様

バンキングアプリ開発  
ソニー銀行株式会社様



デジタルマーケティング事業  
マーケティングHR

お客様のマーケティング  
戦略の実行を支援



デジタル／マーケティング領域  
のアウトソーシング、人材サービ  
スを提供

主力事業

ALTERNATEX

エンジニア・マーケター・クリエイターの  
採用支援エージェンシー



*Creative Resource Institute*

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  
セールスポモーション  
広告制作事業



## オンラインアンケート／ データ調査

インターネットを活用した  
アンケート調査で  
Fact Finding



日本最大級の  
パネルネットワークにより  
効率的なデータ収集

業界最大級 **1,543**万人\*の提携パネルネットワーク  
最大2,500項目の詳細プロフィール保有



オンラインアンケート ・ データコレクション



オフライン／深掘り調査  
分析レポートの提供

Fact Findingに基づく  
生活者インサイトの  
分析・理解

※ 生活者インサイト：生活者が自覚していない購買行動に至る本質的要因



お客様のマーケティング  
課題解決に向けた  
コンサルティング

生活者データ/ファクトを基にした  
深掘り調査、分析レポート作成



オフライン調査案件数（インタビュー・会場調査）  
約**1,000**件



調理可能なCLTルーム(人形町)



海外フィールドワーク拠点(インド)



国内設備  
(新宿初台、人形町)

## Kadenceグループ

北米・欧州・アジアの調査拠点

生活者データを  
効率的に収集

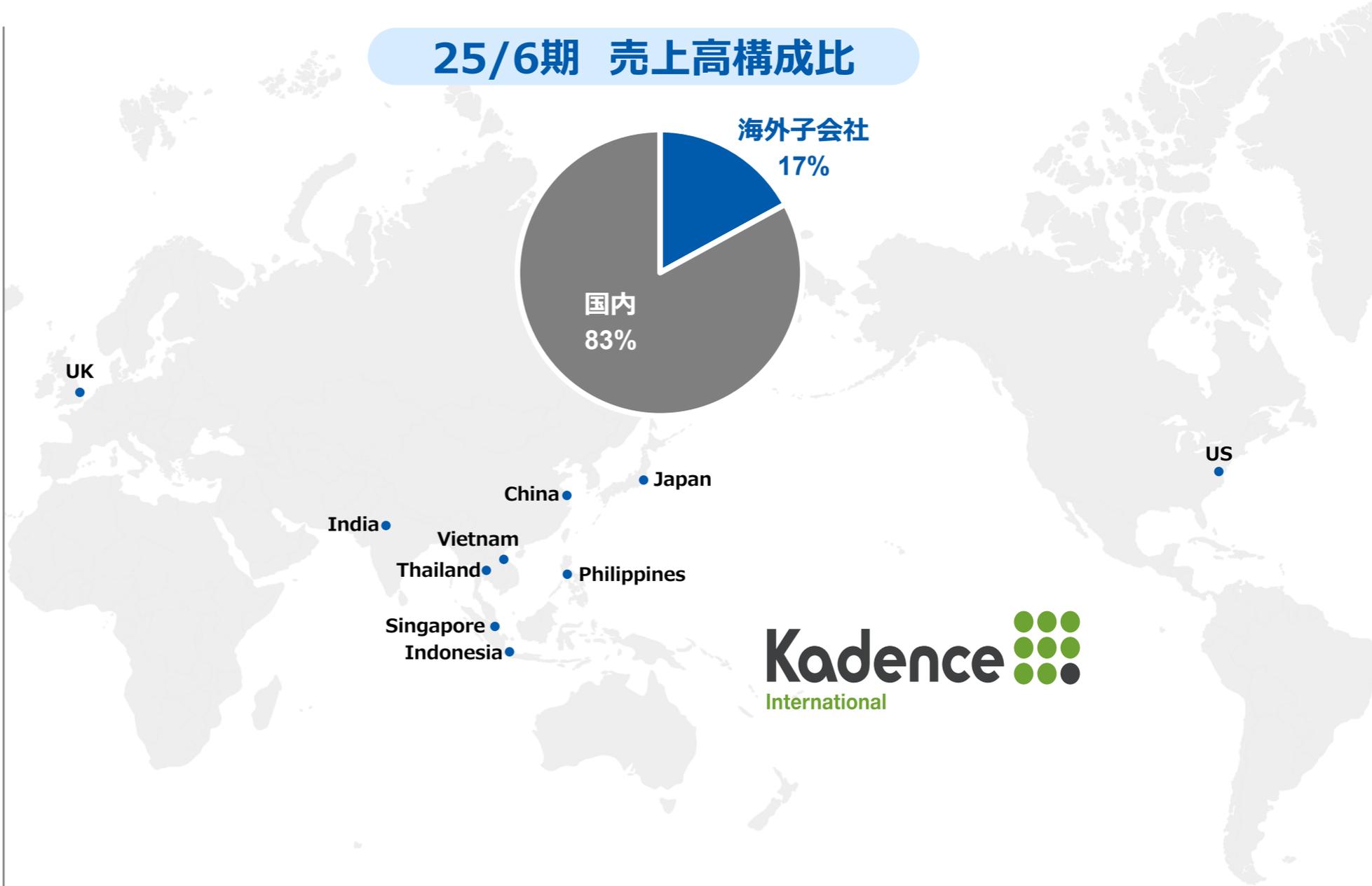
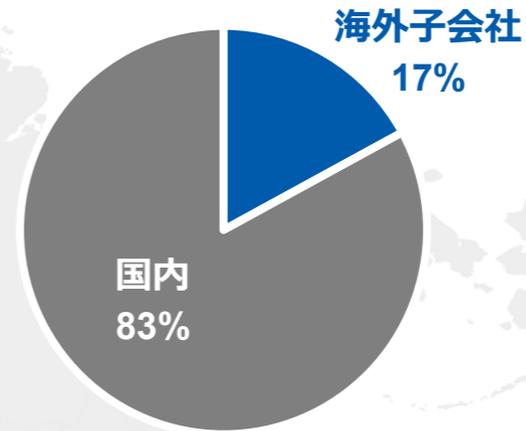


生活者インサイトの  
分析・理解



ノウハウを保有する  
グループ企業と  
世界10ヶ国の拠点を  
軸にサービスを展開

## 25/6期 売上高構成比



## 本資料に関するご注意

本資料は、業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘するものではありません。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性がありますのでご了承ください。

### 本資料に関するお問い合わせ先

株式会社 クロス・マーケティンググループ IR室  
Mail : [ir@cm-group.co.jp](mailto:ir@cm-group.co.jp)

Cross Marketing Group Inc.  
<https://www.cm-group.co.jp>