

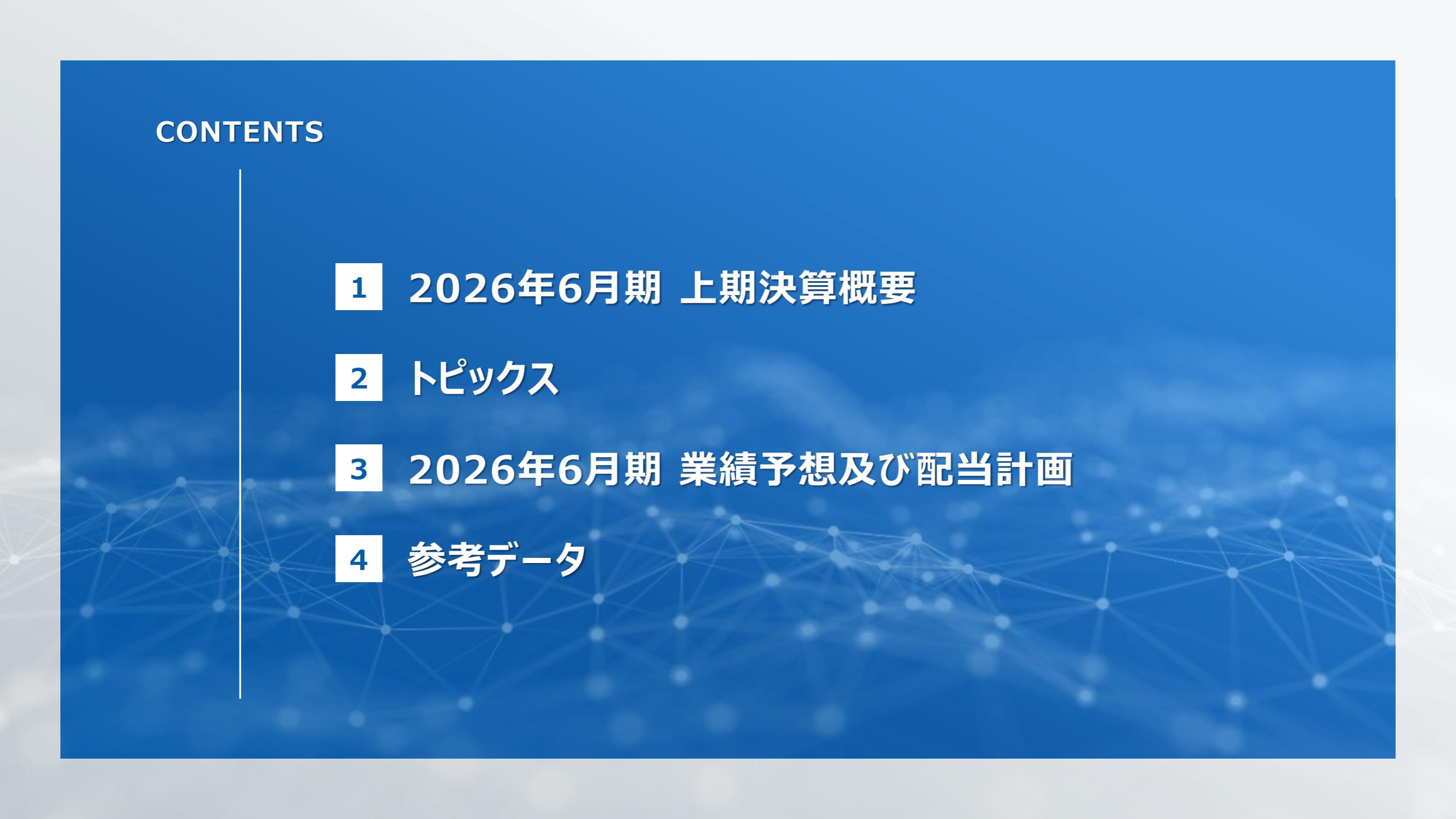


株式会社クロス・マーケティンググループ[®]

2026年6月期 上期決算補足資料

2026年2月12日

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 業績予想及び配当計画**
 - 4 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・インサート事業：3%減収ながら、下期増収に向け復調傾向
-

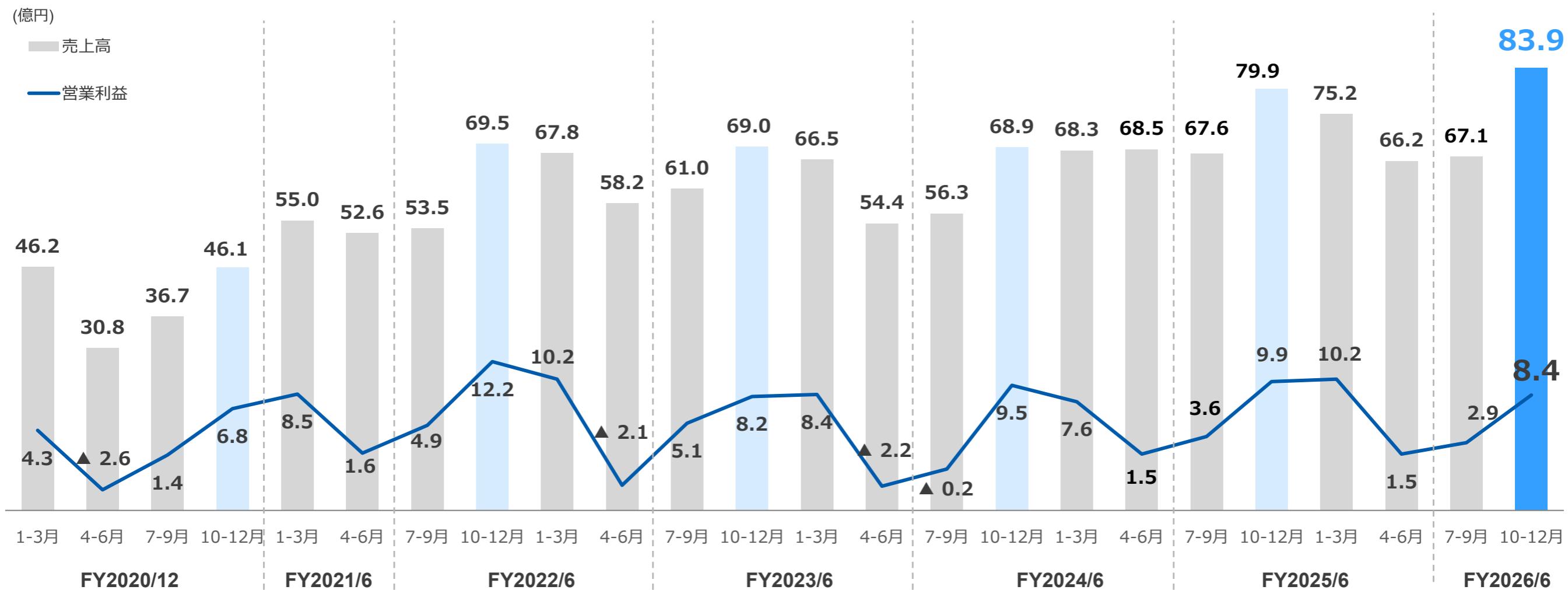
Summary

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



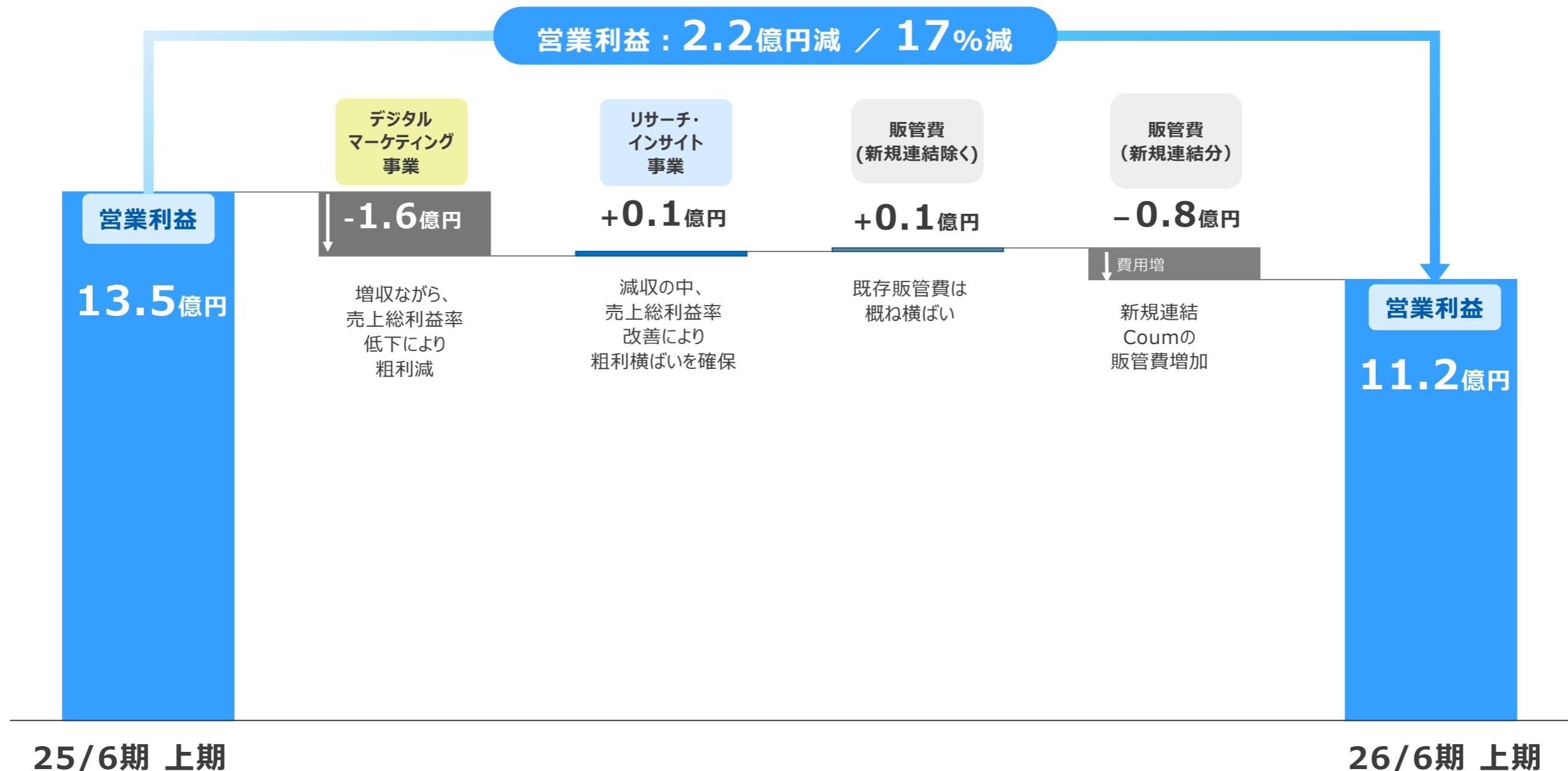
**上期累計売上高は過去最高の151億円、デジタルマーケティング事業がけん引
リサーチ・インサイト事業は第2四半期に底打ち感、下期増収転換へ**

(億円)	26/6期				上期累計	YoY 成長率
	1Q (7-9月)	YoY 成長率	2Q (10-12月)	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	<u>+10%</u>
<u>リサーチ・インサイト事業</u>	34.6	<u>-6%</u>	46.4	<u>-1%</u>	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

営業利益の増減要因（前期比）

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区分がともに增收し、全体業績を牽引

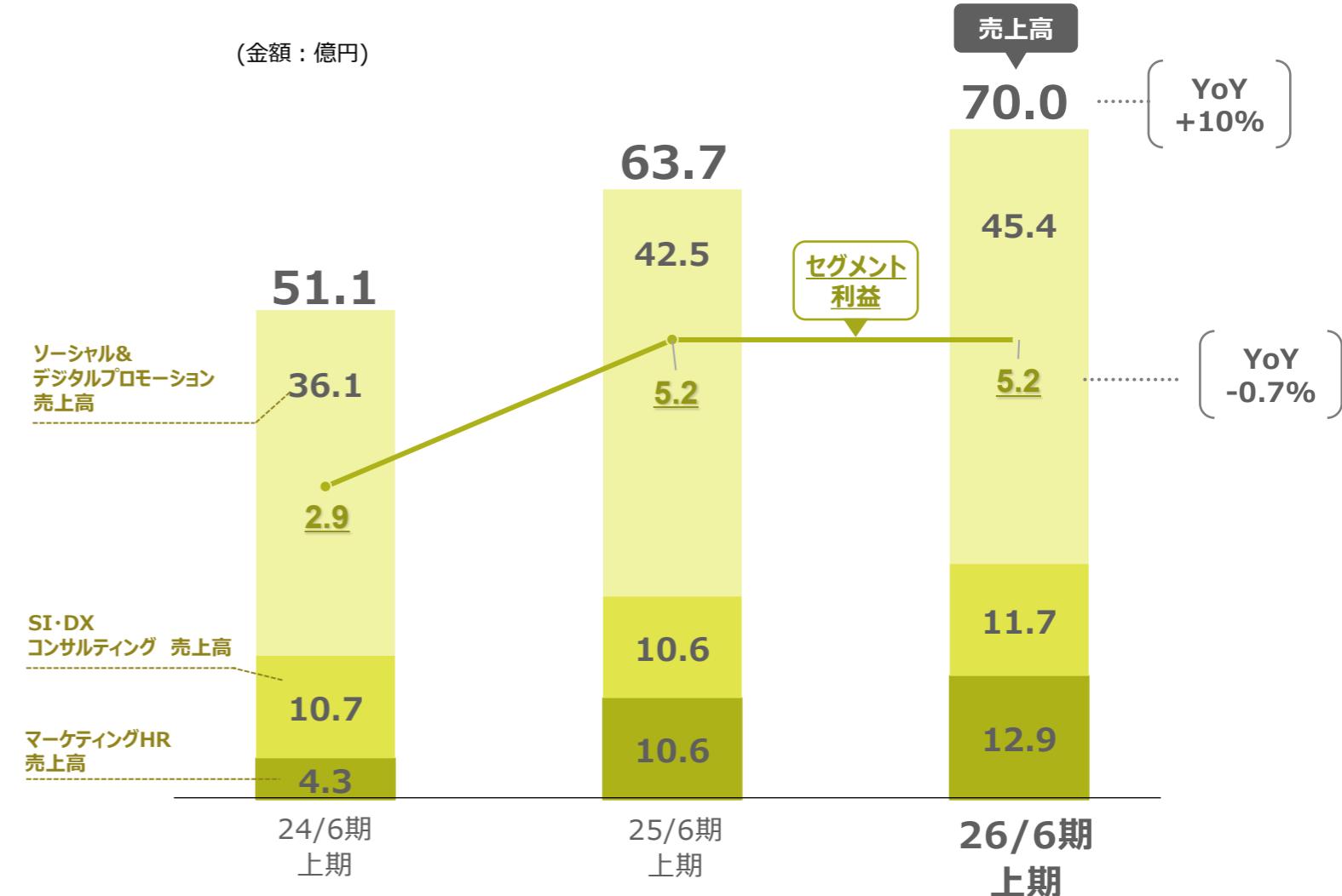
ハイライト

- ・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}のパスクリ工減収をカバー
- ・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

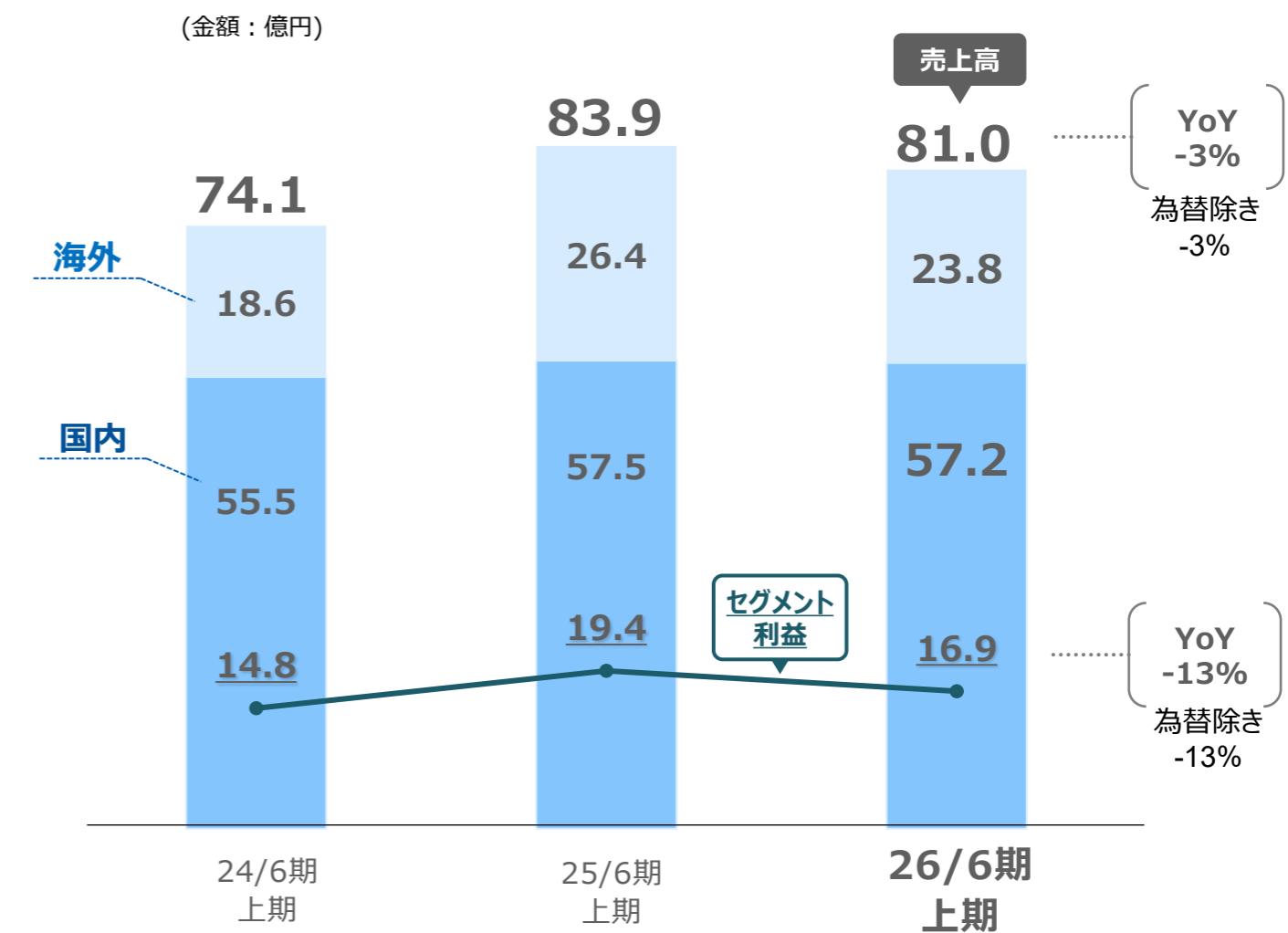
ハイライト

- ・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 投資を中心とした
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為の
インサイトの取得

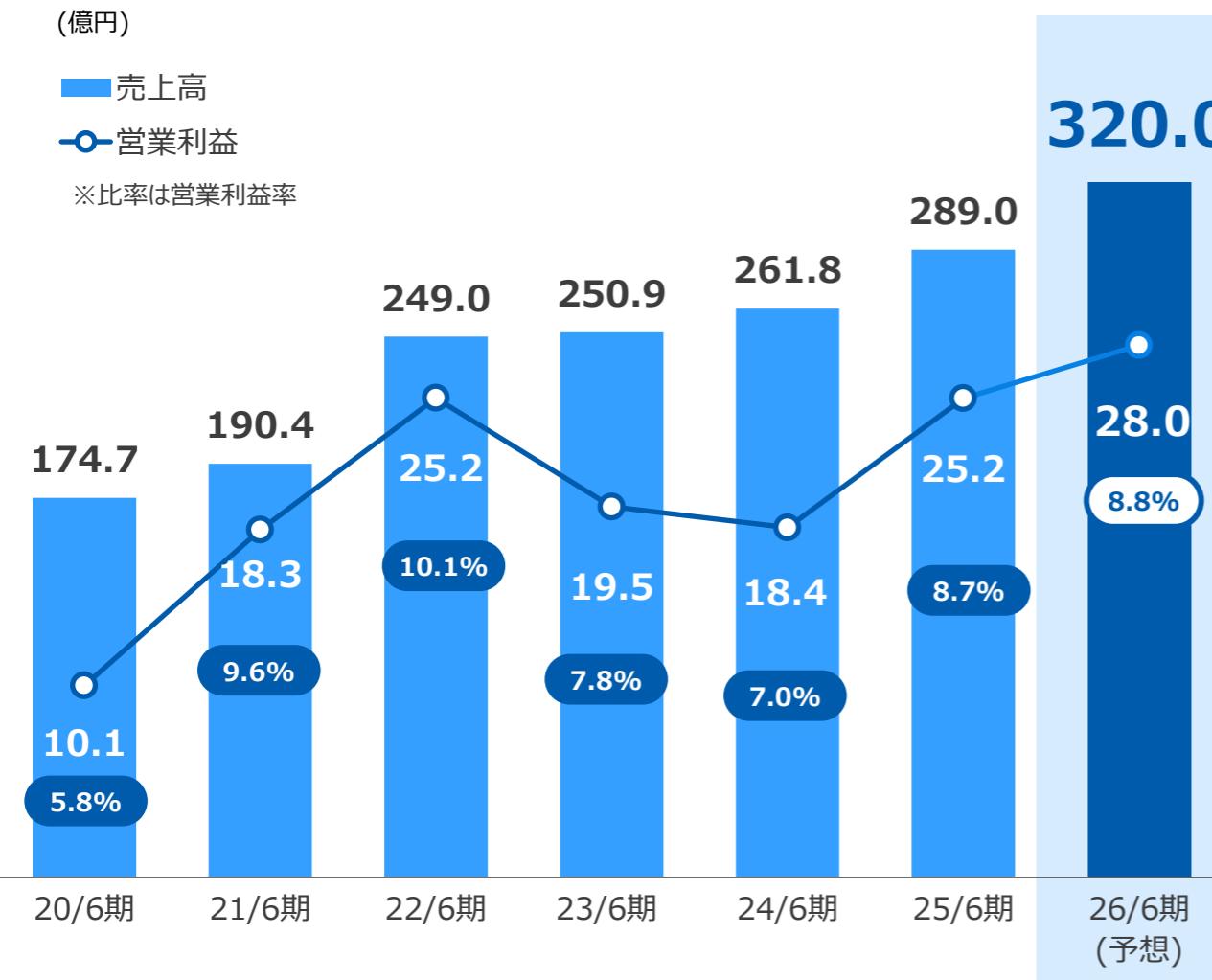
当局申請資料への
活用

リサーチでの
条件別スクリーニング

疫学研究

3 2026年6月期 業績予想及び配当予想

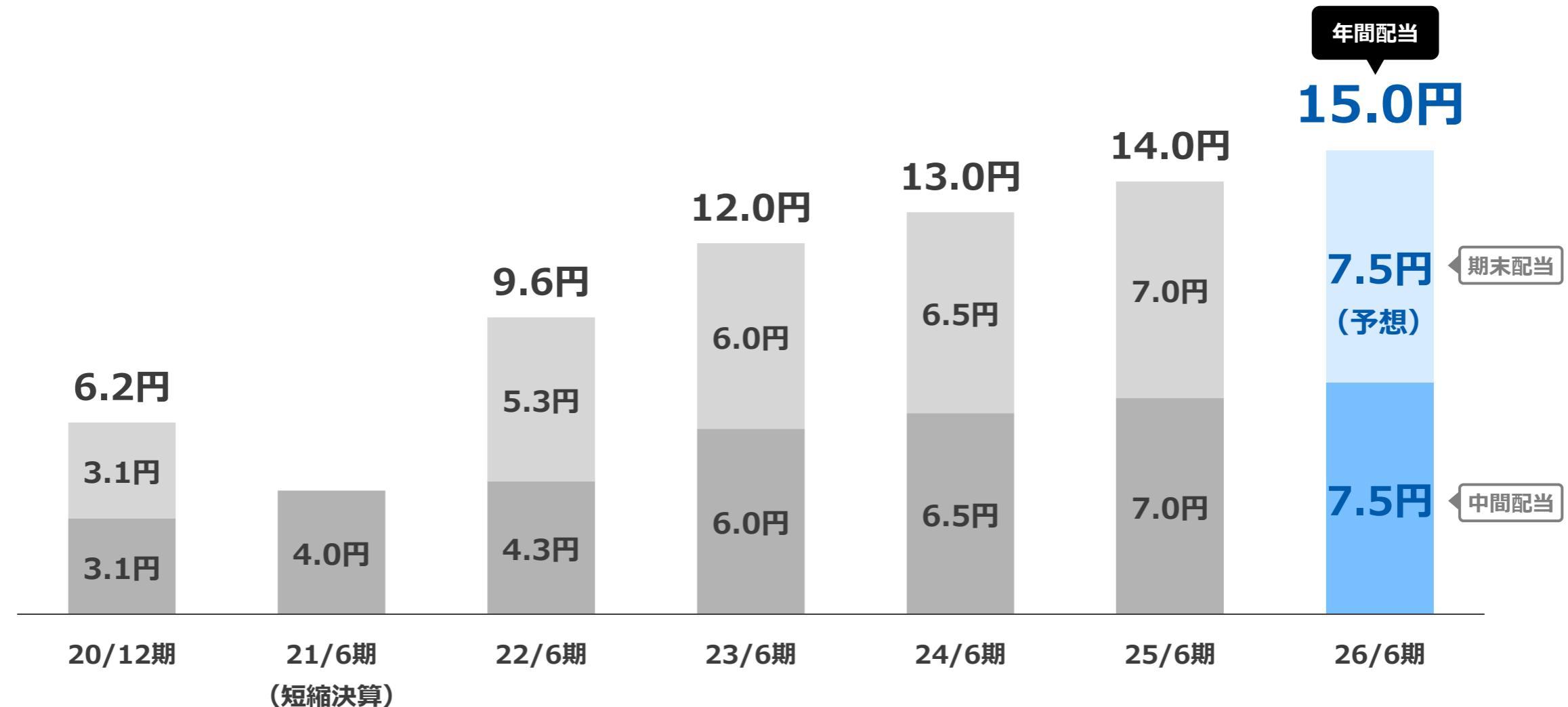
26/6期業績は下期偏重傾向。通期業績目標に変更無し
売上高320億円(11%増)、営業利益28億円(11%増)を目指す



	(億円) 25/6期 実績	(億円) 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

参考データ

エクセル形式の **Fact Sheet** は当社IRサイト(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。

	25/上期 (億円)	26/上期	前年同期比 増減率	
売上高	147.5	151.0	+2%	① 売上高が過去最高を更新 デジタルマーケティング事業の好調が全体を牽引
売上総利益	57.0	55.5	-3%	
(売上総利益率)	(38.6%)	(36.8%)	-1.9pt	
販売費 及び 一般管理費	43.5	44.3	+2%	② 販管費は増加 新規連結により販管費は小幅増ながら、売上高販管費比率は抑制
(売上高販管費比率)	(29.5%)	(29.3%)	-0.2pt	
営業利益	13.5	11.2	-17%	③ 営業利益が減少 売上総利益率の低下と、販管費増加が主因
(営業利益率)	(9.1%)	(7.4%)	-1.7pt	
経常利益	13.0	12.0	-8%	
特別損益	-0.1	0.0	-	
法人税等	5.1	4.7	-8%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	7.8	7.3	-7%	

	(億円)	2025年6月末	2025年12月末	増減額
流動資産		128.7	139.6	+10.9
現金及び預金		76.3	75.4	-0.9
受取手形及び売掛金		37.5	43.0	+5.5
その他		14.8	21.2	+6.3
固定資産		35.5	35.4	-0.1
のれん		11.8	10.3	-1.5
その他		23.8	25.1	+1.3
総資産		164.2	175.0	+10.8
流動負債		54.2	62.7	+8.6
買掛金		12.3	18.5	+6.2
短期借入金※		15.8	15.4	-0.4
その他		26.1	28.9	+2.8
固定負債		30.2	24.5	-5.6
長期借入金		26.7	21.4	-5.3
その他		3.5	3.2	-0.3
純資産		79.9	87.7	+7.8
自己資本比率		48.6%	50.1%	+1.5pt

※一年以内返済の長期借入金含む

① 現預金は75.4億円

事業成長投資、借入金返済への充当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

③ 自己資本比率は50.1%

前期末比で上昇

	25/6期 上期 (億円)	26/6期 上期	増減額
営業キャッシュフロー	3.8	7.0	+3.2
税引き前純利益	12.9	12.0	-0.9
減価償却費・のれん償却額	3.4	2.8	-0.6
売上債権の増減額	-9.2	-5.6	+3.6
法人税等の支払額	-5.5	-4.9	+0.7
その他	2.2	2.6	+0.4
投資キャッシュフロー	-2.3	-1.6	+0.6
財務キャッシュフロー	-10.3	-7.3	+3.1
短期借入金純増減額	0.6	-0.4	-1.0
長期借入の純増減額	-6.0	-5.6	+0.4
その他	-5.0	-1.3	+3.6
現金同等物期末残高	64.8	75.4	+10.6

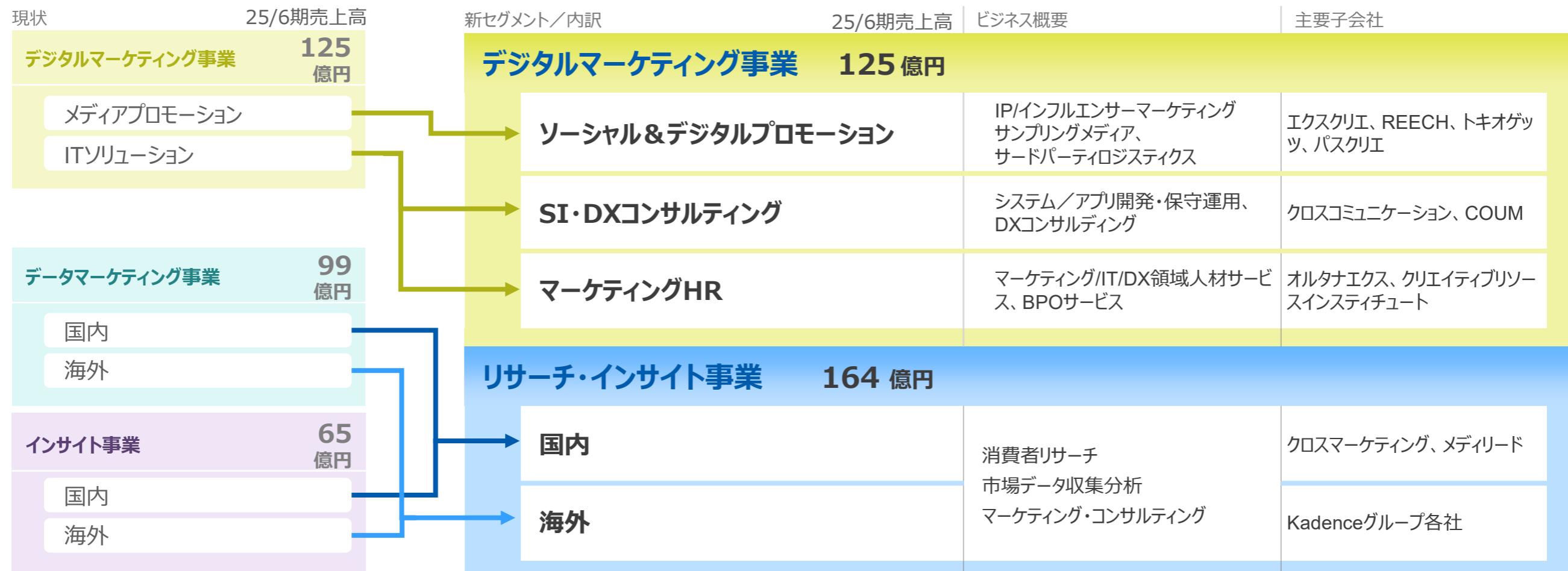
① 税引前純利益及び
償却費が減少

② 売上債権の減少で
キャッシュフローは増加

現預金は75.4億円

前年同期末比で、現預金同等物残高が増加

『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～



※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

(参考)新セグメントベースの25/6期、26/6期 売上高・営業利益

21

(億円)	25/6期					26/6期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期累計	1Q	2Q	3Q	4Q	通期累計
売上高	67.6	79.9	75.2	66.2	289.0	67.1	83.9			
デジタルマーケティング事業	30.8	32.8	30.7	30.9	125.2	32.5	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			
リサーチ・インサイト事業	36.8	47.1	44.5	35.4	163.8	34.6	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			
営業利益	3.6	9.9	10.2	1.5	25.2	2.9	8.4			
デジタルマーケティング事業	2.1	3.1	2.0	1.8	9.0	2.0	3.1			
リサーチ・インサイト事業	7.0	12.5	13.6	5.2	38.2	6.2	10.7			
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、監査を実施しておりません。

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

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