



株式会社クロス・マーケティンググループ

2026年6月期 通期決算補足資料

2026年8月10日

CONTENTS

- 1 2026年6月期 通期決算概要**
- 2 トピックス**
- 3 2027年6月期 業績予想及び配当予想**
- 4 参考データ**

Summary

1

- **26/6期 売上高332.0億円(15%増)、営業利益17.9億円(29%減)**
- **デジタルマーケティング事業の大幅拡大により、売上高が過去最高を更新**
- **米関税政策や一部新興国政情不安に伴う受注減からの回復遅れに、中東情勢緊迫化が重なり4Q損益が悪化し、営業利益は29%減少**

Summary

2

- **デジタルマーケティング事業：前期比33%増収で全社を牽引。既存事業が11%伸び、新規M&A効果も大きく寄与**
- **リサーチ・インサイト事業：海外苦戦も、国内堅調で1%増収を確保**

Summary

3

- **27/6期は、売上高400億円、営業利益25億円を予想**
- **配当方針における配当性向目安を15%から20%へと引き上げ、年間配当予想は16.0円(前期比1.0円増)**

1 2026年6月期 通期決算概要

売上高332.0億円(前期比15%増)、営業利益17.9億円(29%減)
売上高は、期初計画を上振れるとともに過去最高を更新

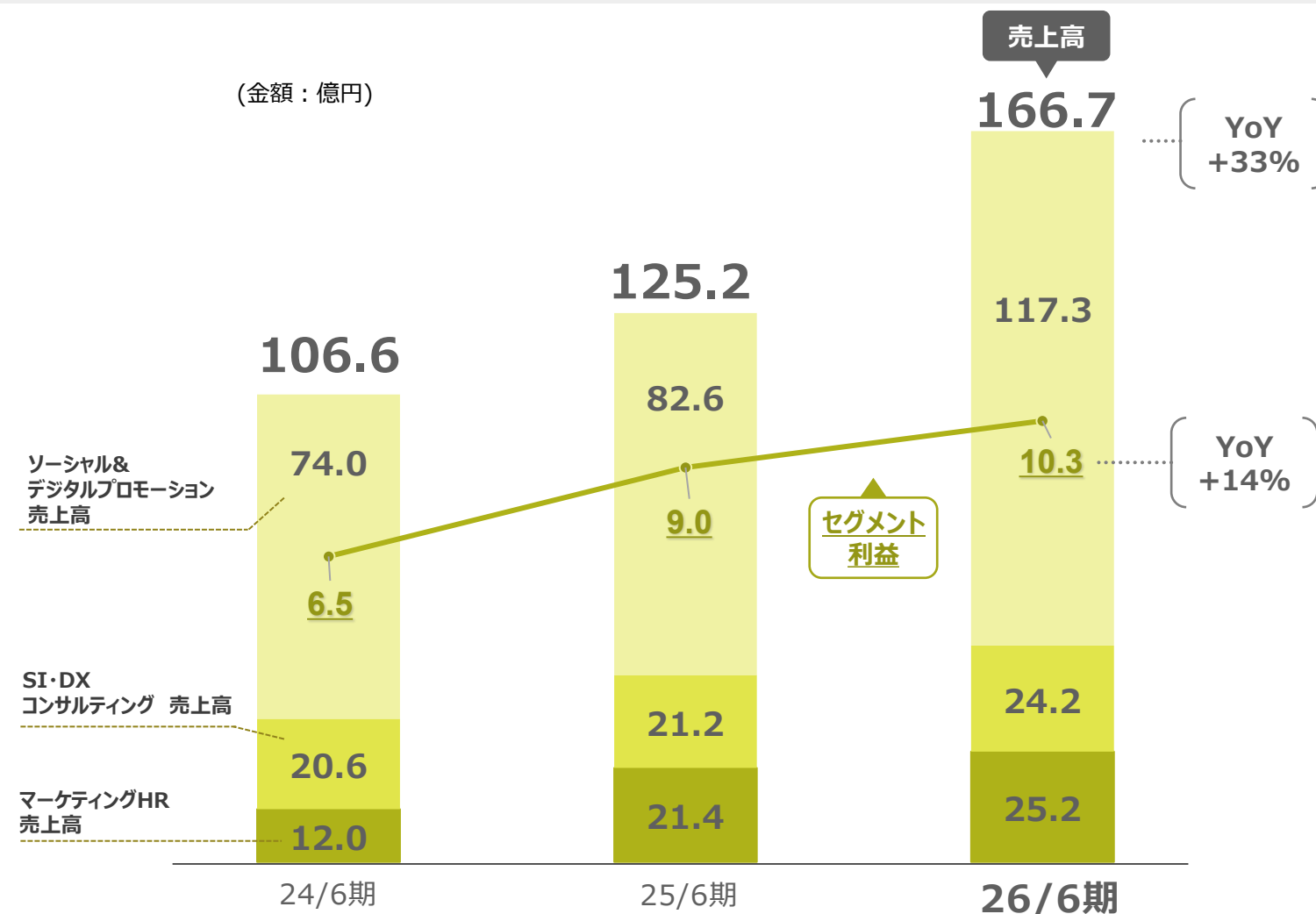
(億円)	25/6期 通期 実績	26/6期 通期		
		期初計画	実績	前期比 成長率
売上高	289.0	320.0	332.0	+15%
デジタルマーケティング事業	125.2	148.0	166.7	+33%
リサーチ・インサイト事業	163.8	172.0	165.3	+1%
売上総利益 (売上総利益率)	110.7 (38.3%)	—	112.6 (33.9%)	+2% (-4.4pt)
販管費 (販管費比率)	85.5 (29.6%)	—	94.7 (28.5%)	+11% (-1.1pt)
営業利益 (営業利益率)	25.2 (8.7%)	28.0 (8.8%)	17.9 (5.4%)	-29% (-3.3pt)
EBITDA*1 (EBITDAマージン)	31.3 (10.8%)	—	23.7 (7.1%)	-24% (-3.7pt)
経常利益	24.0	27.0	18.1	-25%
親会社株主に帰属する 当期純利益	13.6	15.5	8.0	-41%

*1：EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

売上高166.7億円(33%増)、セグメント利益10.3億円(14%増) 3区分が全て好調で、二桁増収増益。M&A効果も加わり、全社での事業規模拡大を牽引

ハイライト

- ・ **ソーシャル&デジタルプロモーション**：売上高117.3億円(42%増)。新規連結効果(+24.4億円)が大きく貢献、インフルエンサーマーケティングやIPプロモーションが高成長を継続して既存領域も13%増
- ・ **SI・DXコンサルティング**：売上高24.2億円(14%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25.2億円(17%増)。デジタル人材派遣、BPOサービスともに好調
- ・ **セグメント利益**は10.3億円(14%増)。売上高拡大が主因



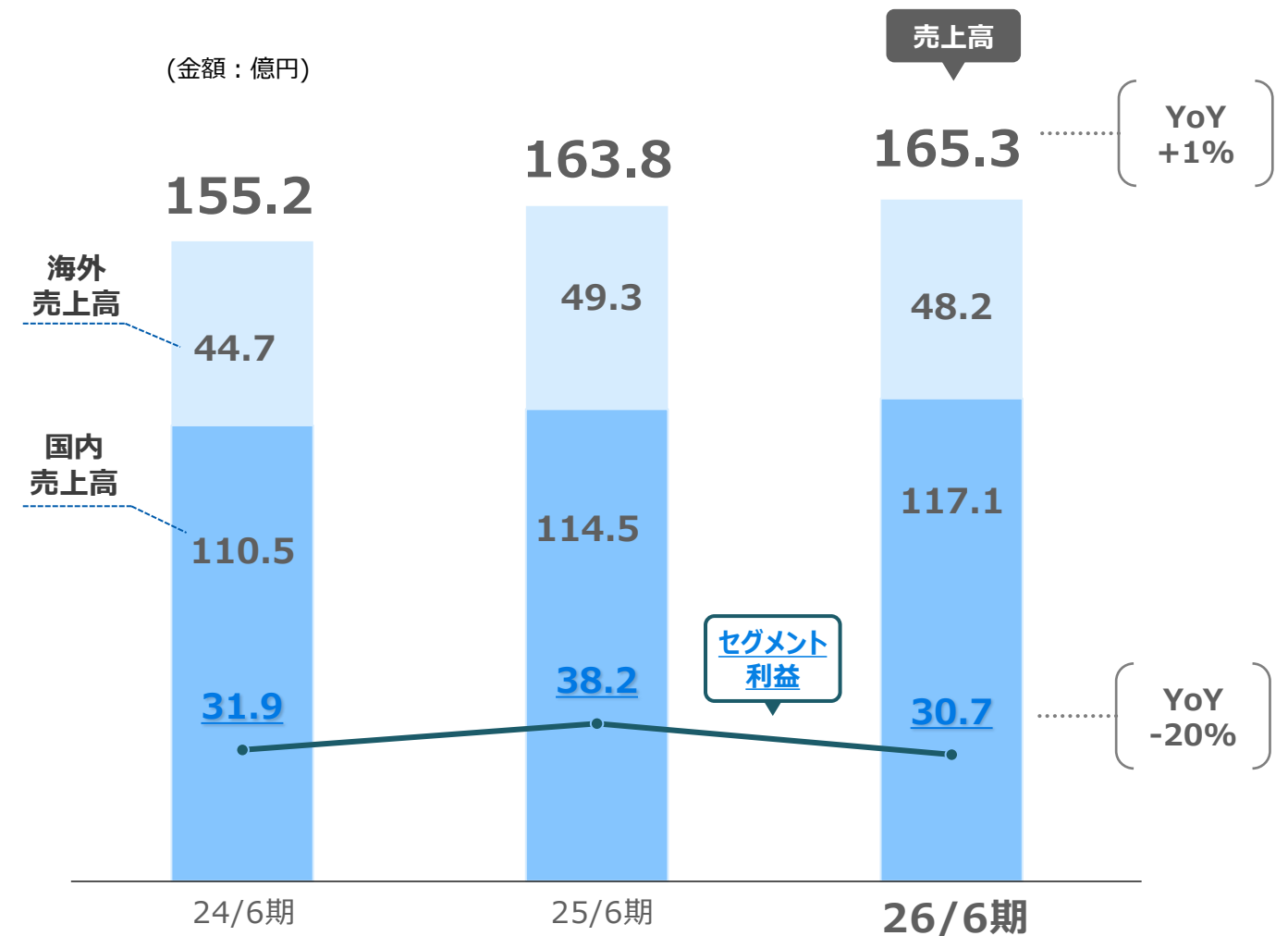
売上高165.3億円（1%増）、セグメント利益30.7億円（20%減） 海外が苦戦も、国内は増収を確保

ハイライト

- ・ **国内**：売上高117.1億円(2%増)と前期比増収を確保。業種別では自動車、食品、飲料、レジャー、官公庁等が健闘

ローライト

- ・ **海外**：売上高48.2億円(2%減)。米関税や政情不安に伴う受注減からの回復遅れ等により、インド、インドネシア、英国等が苦戦
- ・ **セグメント利益**:30.7億円(20%減)。海外減収が主要因



2 トピックス

自己株式取得の実施を決定

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。

株 式 数

50万株（上限）

＊発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 2.7%

取 得 価 額

3億円（上限）

取 得 期 間

2026年8月12日 ～ 2027年2月10日

生成AIを活用・実装した、新たなリサーチ・サービスを投入 ～お客様に好評なサービスの一部をご紹介します～

リサーチAIスターター

- お客様自身が現在行っている調査データの分析プロセス全体を、AIを駆使したワークフローとして再構築するとともに、分析マニュアルも作成

➤ 誰でも、短時間で、品質を担保してデータ主導のインサイトを得ることが可能に

ポイント

- ✓ AIツールの提供ではなく、お客様側に今あるAIツールを使いこなすための伴走支援サービス
- ✓ 一連の分析プロセス全体を言語化・型化して分析ワークフロー図を作成し、納品
- ✓ 単発の作業外注ではなく、お客様が自走するための分析マニュアルを納品

QiQUMOAi

- アンケートを簡単に作成・配信できるセルフ型アンケートツール「QiQUMO（キクモ）」に、AIアシスタント機能を実装

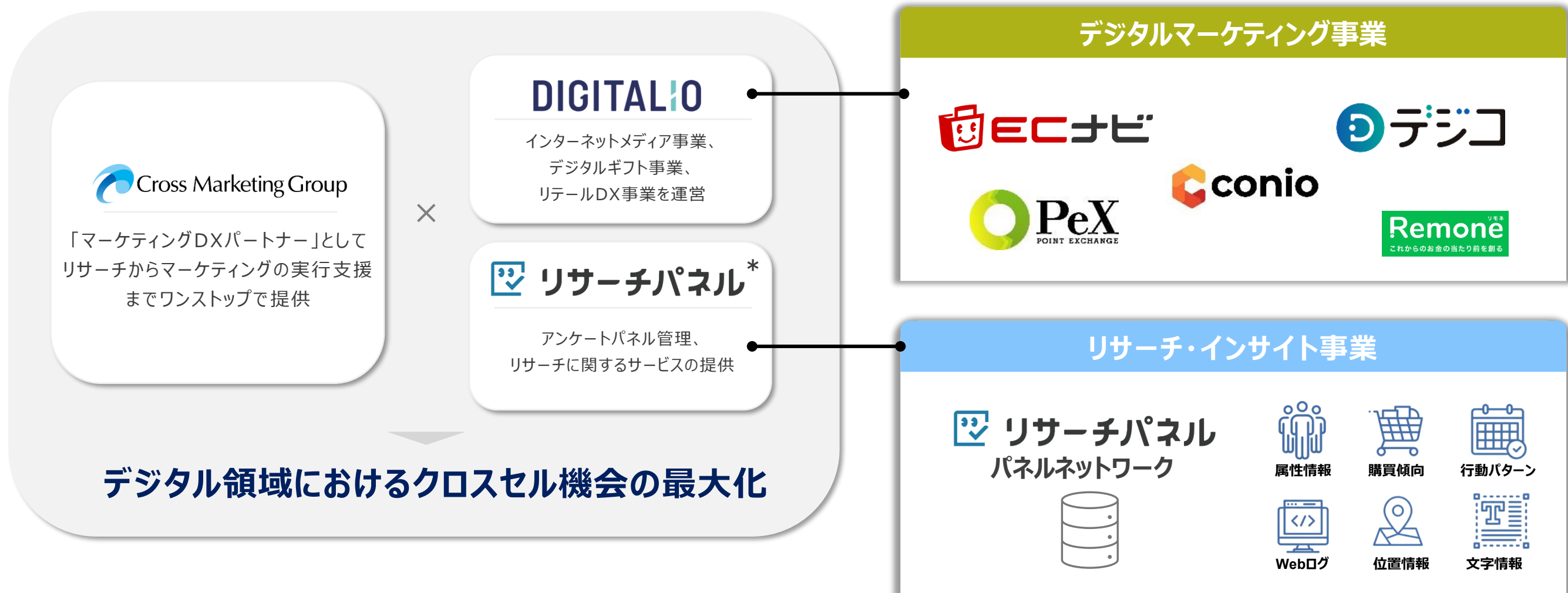
➤ アンケートの効果を最大限に発揮するアシスタントAIが、追加料金なしで利用可能に

ポイント

- ✓ 目的を入力するだけで、AIアシスタントが前提条件等を整理し、設問を自動生成
- ✓ 「どこから手を付けてよいかわからない」「質問が抜けている気がする」等のマーケターが抱える不安を解消し、調査をより気軽に直感的なものに変えることが可能
- ✓ 1400万人のモニターにアンケート配信可能



株式会社DIGITALIO、株式会社リサーチパネルの2社を連結子会社化（2026年4月） デジタルマーケティング事業、リサーチ・インサイト事業の両セグメントを強化



* (株)リサーチパネルは、これまでも当社の持分法適用会社であり、主要提携先の1つでした。

DIGITALIO社の主要なサービス紹介



利用者数日本最大級の 「毎日貯まるポイントサイト」

- ・登録会員**900万人**以上
- ・月間**2.9億PV**
- ・強力な送客・データプラットフォーム



日本最大級の 「ポイント交換サイト」

- ・ポイント流通量月間約**15億円**以上
- ・約**90**サービスと提携
- ・ポイント交換による独自経済圏を構築



様々なギフトに交換できる 「デジタルギフト」

- ・交換先は**6000種類**以上
- ・累計提携社数**1,600社**超



スタートリング株式会社を子会社化（2026年4月） デジタルマーケティング事業／IPプロモーション領域における新たな付加価値を創出



「マーケティングDXパートナー」として
リサーチからマーケティングの実行支援
までワンストップで提供

×

STARTLING
INC.
Leaps and Bounds

IPを活用したアパレルその他商品の
企画、デザイン、OEM生産および
自社ブランド商品の販売

IPプロモーション領域において新たな付加価値を創出

デジタルマーケティング事業 シナジー例

× **TOKYO GETS**

IPプロモーション
イベント・商品化

（シナジー例）
IP特化型ブランドの立ち上げ



×  **excrie**

ソーシャル&セールスプロモーション

（シナジー例）
製作商品のメディア掲載・ECサイト制作

×  **REECH**

インフルエンサーマーケティング

（シナジー例）
インフルエンサーとのコラボ商品製作

スタートリング社の主要な実績・商品紹介

ONE PIECE FILM RED
× 伊勢丹

三越伊勢丹新宿本店にて開催された
「ONE PIECE FILM RED×伊勢丹」
POP UP STOREにて
「ARTIMATION」の先行販売商品を発売しました。

エミリー、パリへ行く
× Heather

Netflixの大人気ドラマ「エミリー、パリへ行く」と
ヘザーのコラボレーション。
クロップドTEEやフォトL/S TEE、ワンピース、小物、
雑貨など、全15のアイテムをローンチ。

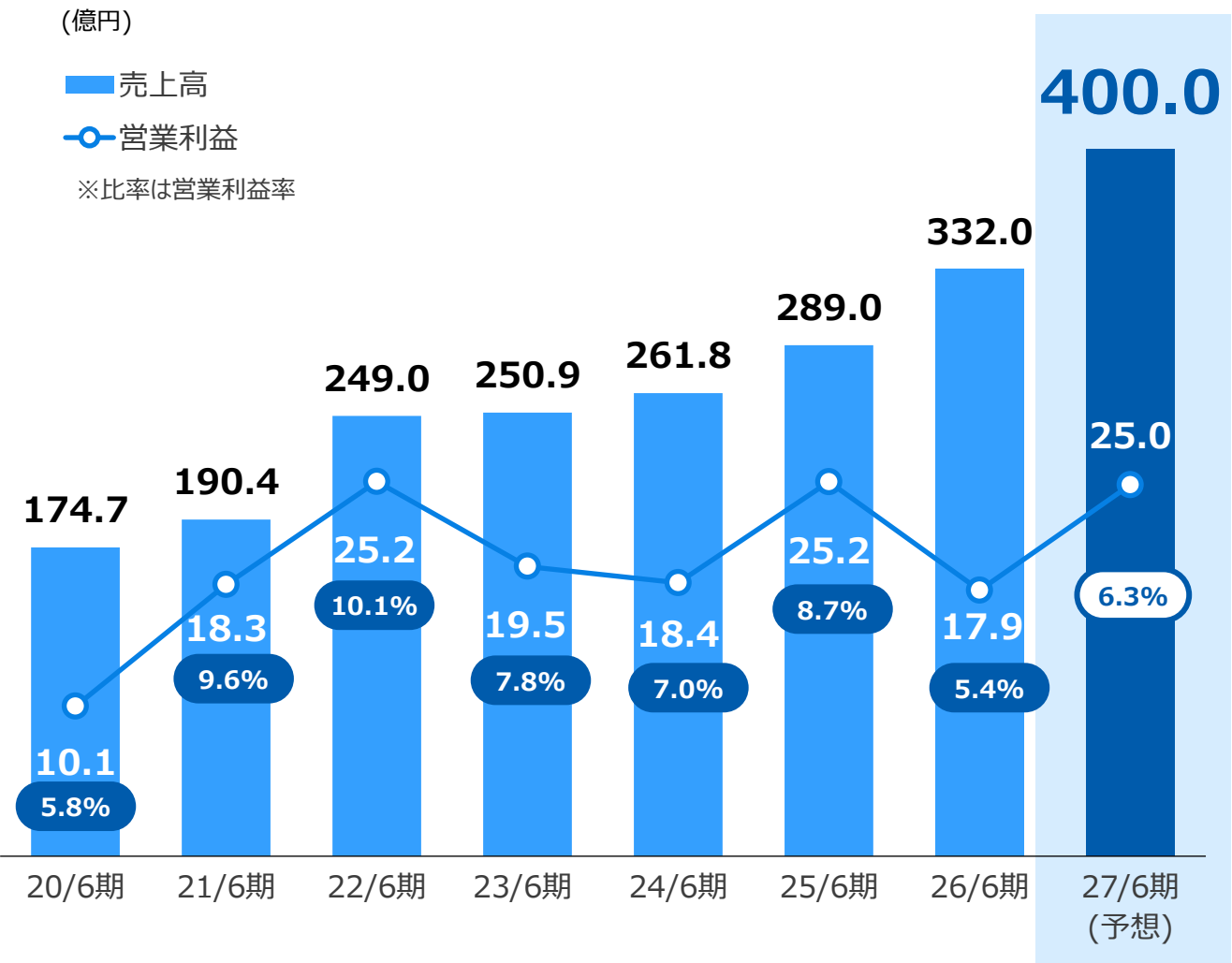
学研の図鑑LIVE恐竜
× HAWKINSマッハGT
× ABCマート

HAWKINSマッハGTより
【学研の図鑑LIVE恐竜】コラボスニーカーがリリース。
歩くときと光る細部までこだわった1足。
全国のABCマートにて発売。



3 2027年6月期 業績予想及び配当予想

27/6期業績予想：売上高400億円(21%増)、営業利益25億円(40%増)



	26/6期実績	27/6期予想	YoY
売上高	332.0	400.0	+21%
デジタルマーケティング事業	166.7	230.0	+38%
リサーチ・インサイト事業	165.3	170.0	+3%
営業利益	17.9	25.0	+40%
経常利益	18.1	25.0	+38%
親会社株主に帰属する当期純利益	8.0	13.0	+63%
EPS (円)	41.2	67.3	+63%
一株当たり配当 (円)	15.0	16.0	+1.0

連結配当性向の目安を20%前後へ引き上げ

- 株主の皆様へ、安定的かつ積極的に利益を還元していく姿勢を明確化
- 近年の連結配当性向の実績は過去3期平均で25%と、従来の目安15%を上回る推移

従来の配当方針

- 配当による株主への利益還元を安定的に継続しながら、現在の旺盛な資金需要、今後の事業投資計画等に鑑み、「連結配当性向15%前後を目安に継続的な増配を実施」することとしております。

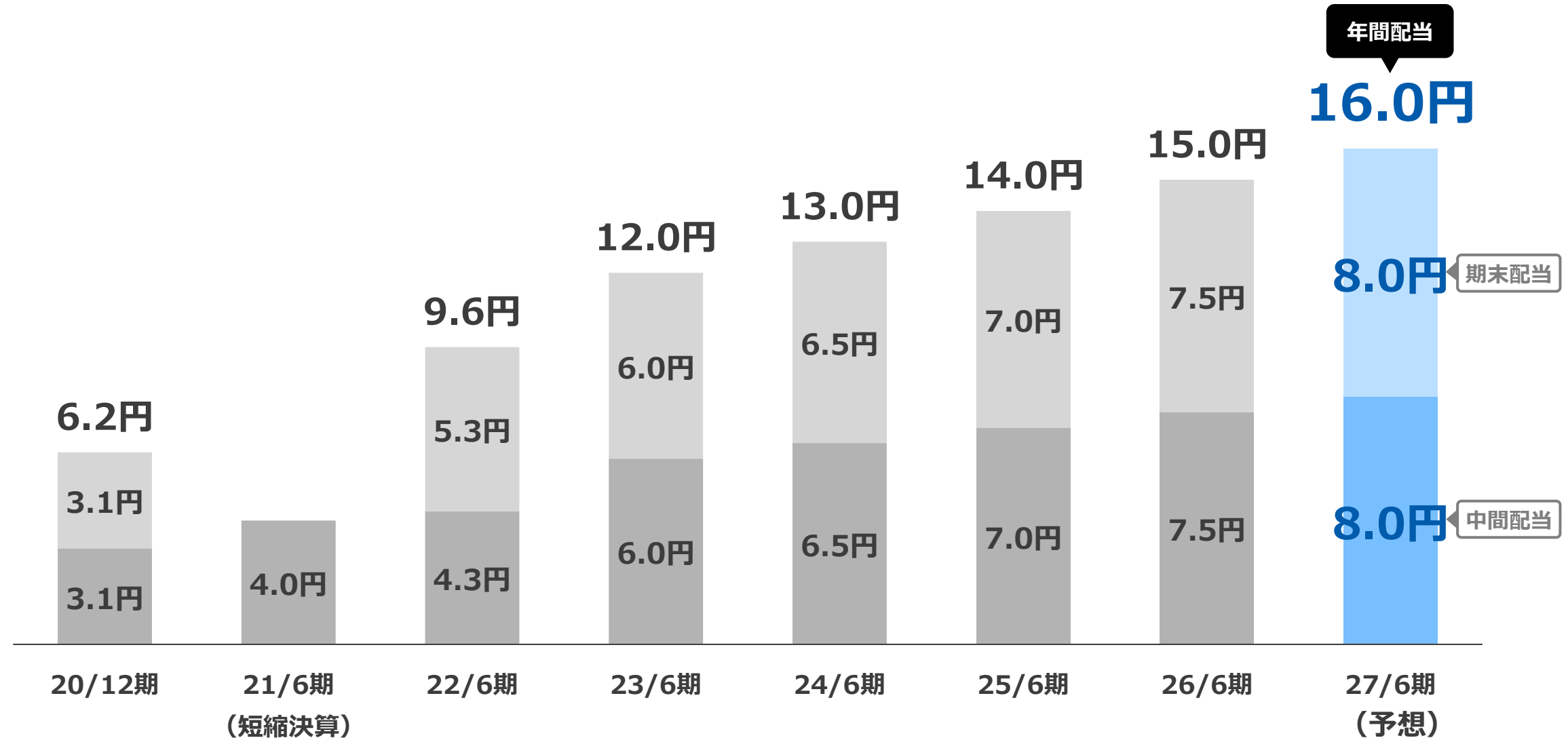


今後の配当方針

- 配当による株主への利益還元を安定的に継続しながら、現在の旺盛な資金需要、今後の事業投資計画等に鑑み、「連結配当性向20%前後を目安に継続的な増配を実施」することとしております。

配当方針：配当性向20%前後を目安とした継続的な増配（累進配当）

27/6期予想配当は1株当たり**16.0円**（中間8.0円、期末8.0円）

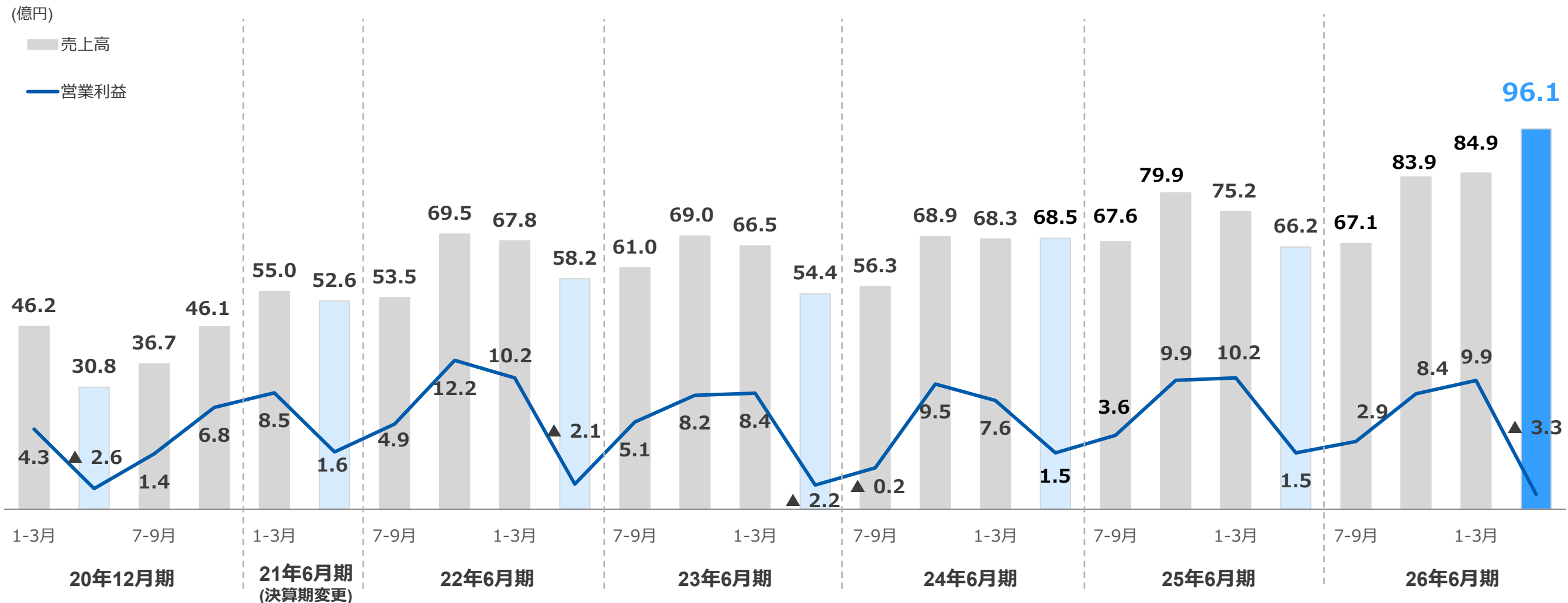


4

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。

季節性はあるものの、収益基盤が着実に拡大
例年、2Q(10-12月)及び3Q(1-3月)が商戦期



	25/6期					26/6期				
(億円)	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	84.9	95.8	332.0
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	37.8	58.6	166.7
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	25.4	46.1	117.3
SI・DXコンサルティング	5.6	4.9	5.3	5.3	21.2	5.4	6.3	6.2	6.3	24.2
マーケティングHR	5.2	5.4	5.4	5.4	21.4	7.1	5.9	6.2	6.1	25.2
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	47.1	37.2	165.3
国内	24.4	33.1	33.9	23.1	114.5	24.8	32.4	35.6	24.3	117.1
海外	12.4	14.0	10.6	12.3	49.3	9.8	14.0	11.5	12.9	48.2
営業利益	3.6	9.9	10.2	1.5	25.2	2.9	8.4	9.9	-3.3	17.9
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	3.4	1.7	10.3
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	12.4	1.4	30.7
調整	-5.5	-5.6	-5.4	-5.5	-22.0	-5.4	-5.4	-5.8	-6.4	-23.1

※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。

(億円)	25/6期	26/6期	前年同期比 増減率
売上高	289.0	332.0	+15% 1
売上総利益	110.7	112.6	+2%
(売上総利益率)	(38.3%)	(33.9%)	-4.4pt
販売費 及び 一般管理費	85.5	94.7	+11%
(売上高販管費比率)	(29.6%)	(28.5%)	-1.1pt 2
営業利益	25.2	17.9	-29%
(営業利益率)	(8.7%)	(5.4%)	-3.3pt
経常利益	24.0	18.1	-25%
特別損益	-0.6	-1.0	-
法人税等	9.8	9.2	-7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	13.6	8.0	-41%

売上高は過去最高を更新
デジタルマーケティング事業の増収が
全体を牽引

販管費が増加
人件費増や新規連結により
販管費は増加、ただし
売上高販管費比率は抑制

(億円)	2025年6月末	2026年6月末	増減額
流動資産	128.7	225.5	+96.8
現金及び預金	76.3	114.8	+38.4
有価証券	-	11.9	+11.9
受取手形及び売掛金	37.5	56.0	+18.4
その他	14.8	42.8	+28.0
固定資産	35.5	41.6	+6.1
のれん	11.8	15.1	+3.3
その他	23.8	26.5	+2.8
総資産	164.2	267.1	+102.9
流動負債	54.2	140.0	+85.9
買掛金	12.3	19.0	+6.7
契約負債	5.1	22.4	+17.3
短期借入金（一年以内返済長期借入金含む）	15.8	21.3	+5.5
ポイント引当金	0.8	4.5	+3.7
預り金	0.7	44.9	+44.2
その他	19.5	27.9	+8.4
固定負債	30.2	43.4	+13.2
長期借入金	26.7	38.9	+12.2
その他	3.5	4.5	+1.0
純資産	79.9	83.7	+3.8
自己資本比率	48.6%	31.3%	-17.3pt

M&Aにより流動資産が増加

株式会社DIGITALIOのポイント関連事業が加わったことを主因に、現預金、有価証券など流動資産が増加

M&Aにより流動負債が増加

株式会社DIGITALIOのポイント関連事業が加わったことを主因に、契約負債・預り金など流動負債が増加

自己資本比率は31.3%

株式会社DIGITALIO連結による総資産の増加により、前期末比で低下

(億円)	25/6期	26/6期	増減額
営業キャッシュフロー	19.6	18.5	-1.0
税引き前純利益	23.4	17.1	-6.3
減価償却費・のれん償却額	6.1	5.8	-0.3
売上債権の増減額	1.9	6.2	+4.3
法人税等の支払額	-8.7	-8.7	-0.0
その他	-3.1	-1.8	+1.3
投資キャッシュフロー	-4.8	7.8	+12.6
財務キャッシュフロー	-11.4	10.6	+22.1
短期借入金純増減額	0.6	-0.0	-0.7
長期借入の純増減額	-7.5	17.3	+24.8
その他	-4.5	-6.6	-2.1
現金同等物期末残高	76.3	114.8	+38.4

フリーキャッシュフローが増加
営業キャッシュフローの収支は前期並みも、投資キャッシュフローが収入増加

財務キャッシュフローが増加
長期借入金が増加

現金同等物が増加
投資、財務キャッシュフローの収入増加が主因

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>