

証券コード：3675 (東証プライム)

株式会社クロス・マーケティンググループ 2022年6月期 通期決算 会社説明資料

| CONTENTS

1. グループ概要・事業内容
2. 2022年6月期 通期決算概要
3. トピックス
4. 2023年6月期 業績予想
5. 株主還元・配当金額
6. 参考データ
7. 中期経営計画 概要

1. 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 東証プライム市場
代表者	五十嵐 幹	
創業	2003年4月1日	クロス・マーケティンググループを設立し、 持株会社体制への移行は2013年6月3日
主要財務指標 (2022年6月期)	売上高 249.0億円 営業利益 25.2億円 ROE 31.9% 総資産 131.3億円 自己資本 57.6億円 資本金 6.5億円	
事業内容	デジタルマーケティング事業・データマーケティング事業・インサイト事業	
関連会社数	連結子会社 30社、持分法適用関連会社 2社	
従業員数 (連結)	1,441名 (内、臨時従業員260名)	



代表取締役紹介

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 取締役就任

2003年 クロス・マーケティング 創業

2008年 東証マザーズ上場

2018年 東証一部へ市場変更

2022年 東証プライム市場へ移行

| 外部要職

株式会社レアジョブ

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

副会長

Cross Marketing Group

デジタルマーケティング事業

22/6期売上高 100.8億円
売上構成比 40.5%

デジタルプロモーション、EC・マーケティング支援、システム開発・保守・運用、人材サービス等を提供

Cross Communication

Cross Propworks Fittio

Data and Marketing 株式会社 ドゥ・ハウス®
HUMAN NETWORKING INDUSTRY

Skip Norfre

REECH

データマーケティング事業

83.7億円
33.6%

オンラインを中心としたデータ収集により、顧客のマーケティング活動の意思決定を支援

withwork

MetaSite

Cross Marketing

Kadence International

インサイト事業

64.5億円
25.9%

課題解決に向けたコンサル、生活者理解、生活者の“Why?”の発掘等により、顧客の意思決定を支援

medilead

ENVIROSELL



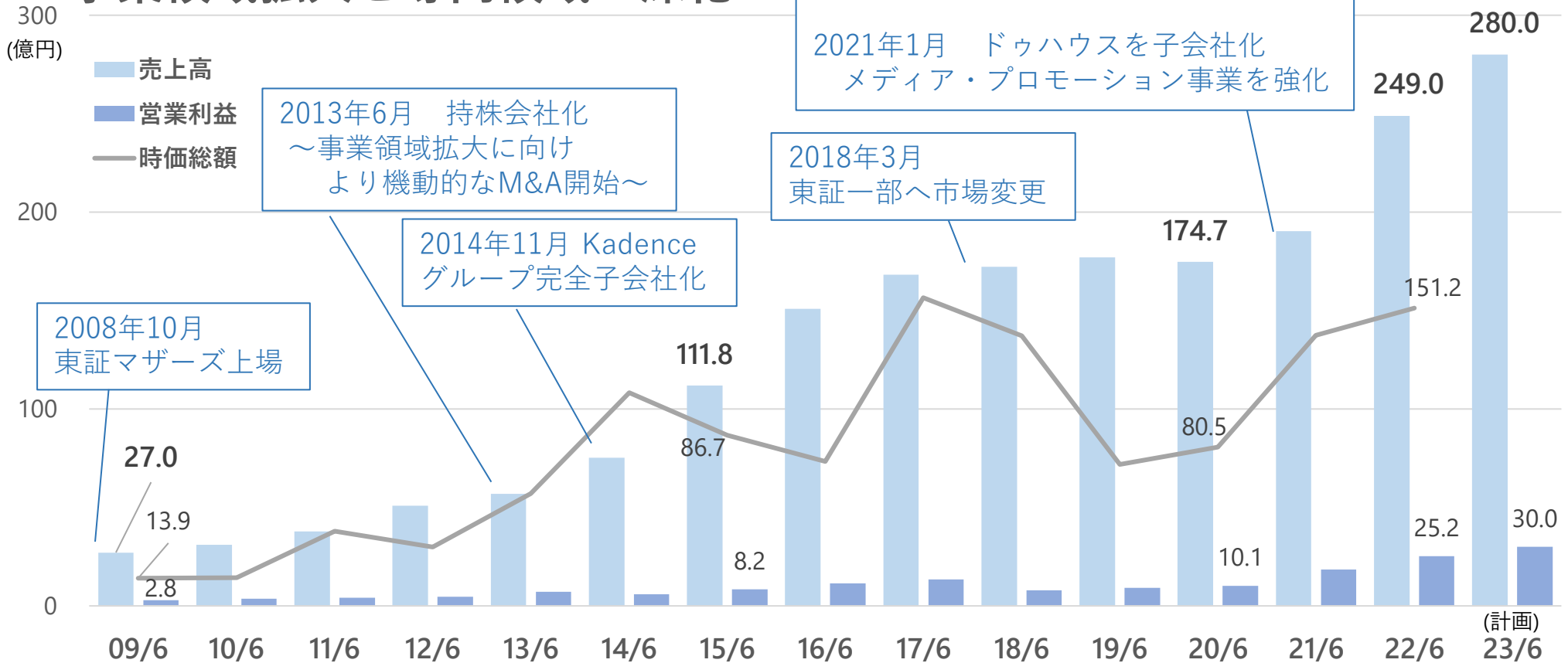
Mission

**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



2021年～ 事業セグメント変更
デジタルマーケティング事業を中心に
顧客企業のマーケティングDX化支援

2021年1月 ドゥハウスを子会社化
メディア・プロモーション事業を強化

2013年6月 持株会社化
～事業領域拡大に向け
より機動的なM&A開始～

2014年11月 Kadence
グループ完全子会社化

2018年3月
東証一部へ市場変更

2008年10月
東証マザーズ上場



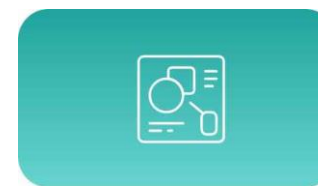
「生活者のWHY(なぜ)の解明」を軸に、「データマーケティング事業」、「インサイト事業」、「デジタルマーケティング事業」の各サービスのDX化・デジタル化を進め、「マーケティングDXソリューション」が提供出来るグループ。2021年よりデジタルシフト、DX支援を強化し、更なる成長を目指しております。



グループ全体の強み（資産・インフラ）



752万人のパネルネットワーク
最大2500項目の詳細プロフィール



データアナリティクス技術・
300名超のアナリスト組織



5000社、72,000窓口
の顧客基盤

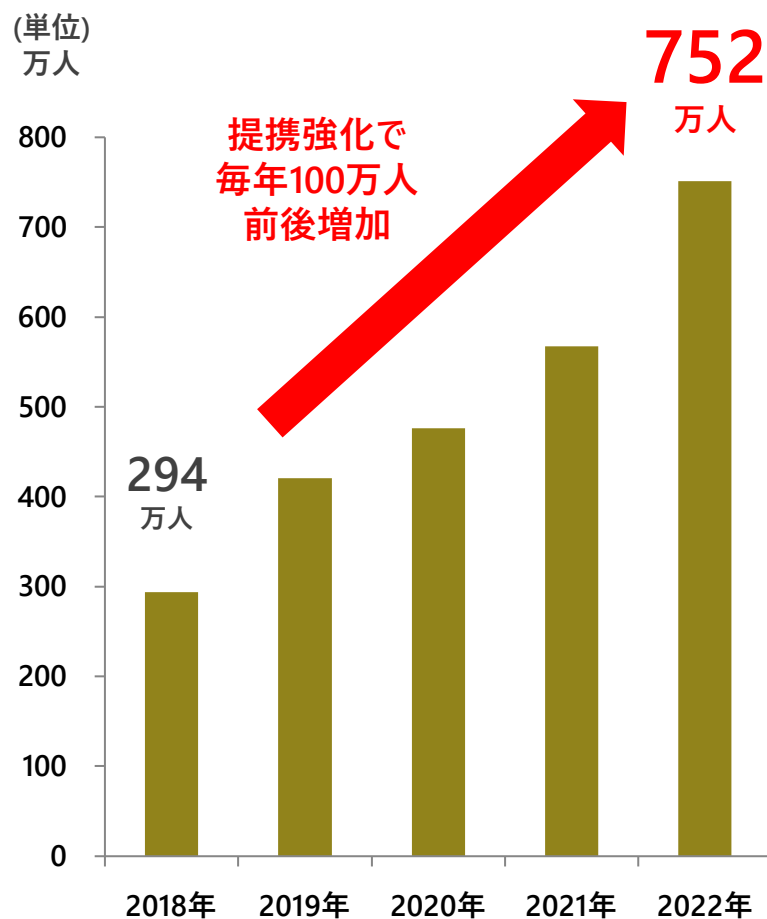


ネットリサーチシステム・
100名超のエンジニア組織

大規模ネットワークを、顧客ニーズに合わせた多様なサービスで活用



パネル基盤の成長と、ネットワークの広がり ～パネル数の継続的な増加を推進し資産としての価値を高めている～



※2023年6月期から当社グループのパネルシステムと提携しているパネル数において、基本属性を取得しており、パネル間の重複ユーザーを調整したユニーク数を算出し掲載しております。



顧客のマーケティングプロセスにおいて、生活者データの収集から分析・理解に加え、施策の実行プロセスをワンストップで提供



データマーケティング事業

①生活者のデータを効率的に収集

インサイト事業

②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

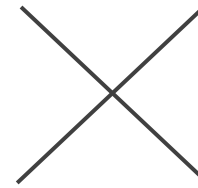
デジタルマーケティング事業

③「データ」と「理解」に基づいた実行支援



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
顧客企業の**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

デジタルマーケティング事業

「データ」と「理解」に基づいた実行支援

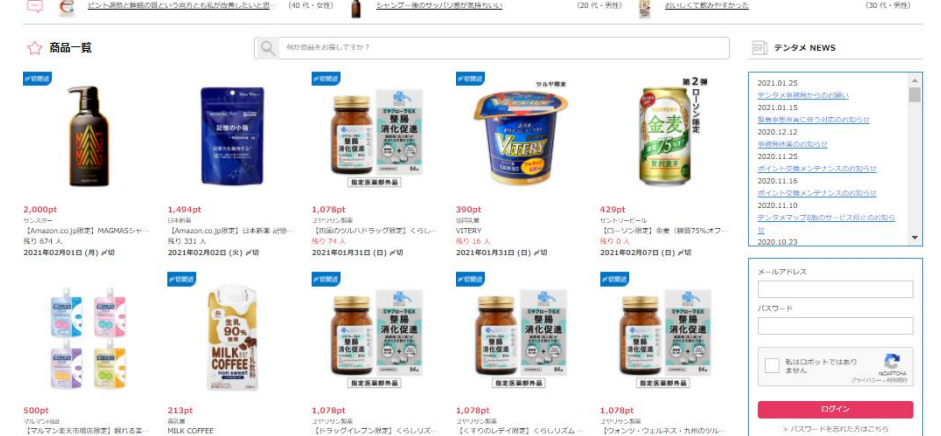


多様なクライアントニーズに応えるマーケティング支援メディアを運営



会員数

200万人



デジタルマーケティング事業

「データ」と「理解」に基づいた実行支援



大規模ネットワークを活用し、サービスの高付加価値化／高収益化を実現

大規模ネットワークが保有する詳細な生活者データから、正確で最適なプロモーション提案が可能

年間案件数
約**5,000**件



様々な商品・サービスに狙った効果を実践にもたらしプロモーションを実施



年間**210**万個の
サンプリング実施



デジタルマーケティング事業

「データ」と「理解」に基づいた実行支援



システム・アプリ開発・運用・保守、IT人材支援／アウトソーシングを提供

かんたん積立・アプリ
株式会社SBI証券様



JAFデジタル会員証
一般社団法人日本自動車連盟様



「キティ★サンリオ壁紙」
株式会社サンリオ様



セゾンPortal・UC Portal
株式会社クレディセゾン様



ソニー銀行アプリ
ソニー銀行株式会社様



スターフライヤー公式アプリ
株式会社スターフライヤー様



データマーケティング事業

生活者のデータを効率的に収集



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

リサーチ対象
アクティブパネル数

業界最大級

752万人

※2022年6月現在

顧客

調査依頼



意思決定に必要な
分析結果



当社グループ会社



Cross Marketing

Kadence
International

withwork

MetaSite

年間2万件超の
リサーチ案件



アンケート回答



インサイト
事業

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

ネットリサーチをコアサービスに**世界10カ国、20拠点以上**で
総合的なマーケティングリサーチサービスを提供



Cross Marketing

medilead

ENVIROSELL

Kadence International

MetaSite

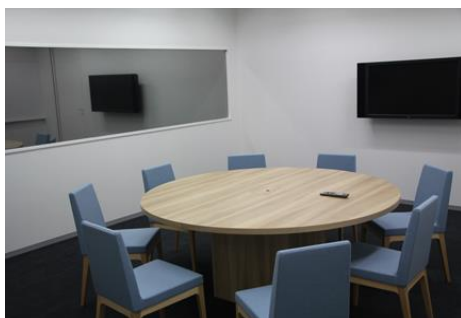
withwork

インサイト
事業

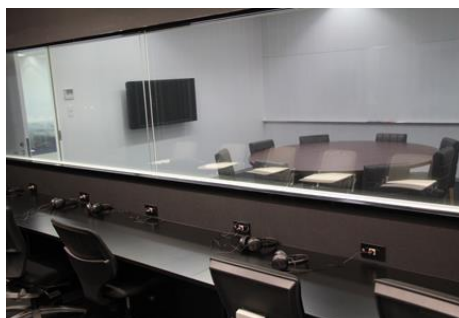
生活者インサイトの
分析・理解



日本・海外にインタビュー・調査可能な
設備を保有し、多数の案件実施実績



国内設備（新宿初台、人形町）



海外フィールドワーク拠点（インド）



調理可能なCLTルーム（人形町）

オフライン調査案件数
(インタビュー、会場調査)

約**1,000**件

2. 2022年6月期 通期決算概要

売上高249.0億円(前年同期間比**31%増**)
営業利益25.2億円(同**38%増**)
過去最高業績を更新

デジタルマーケティング事業売上高が55%増で全体を牽引
データマーケティング事業、インサイト事業も**2桁増収**

2023/6期計画は、営業利益19%成長、増配継続を見込む
中期経営計画の利益目標を一年前倒し

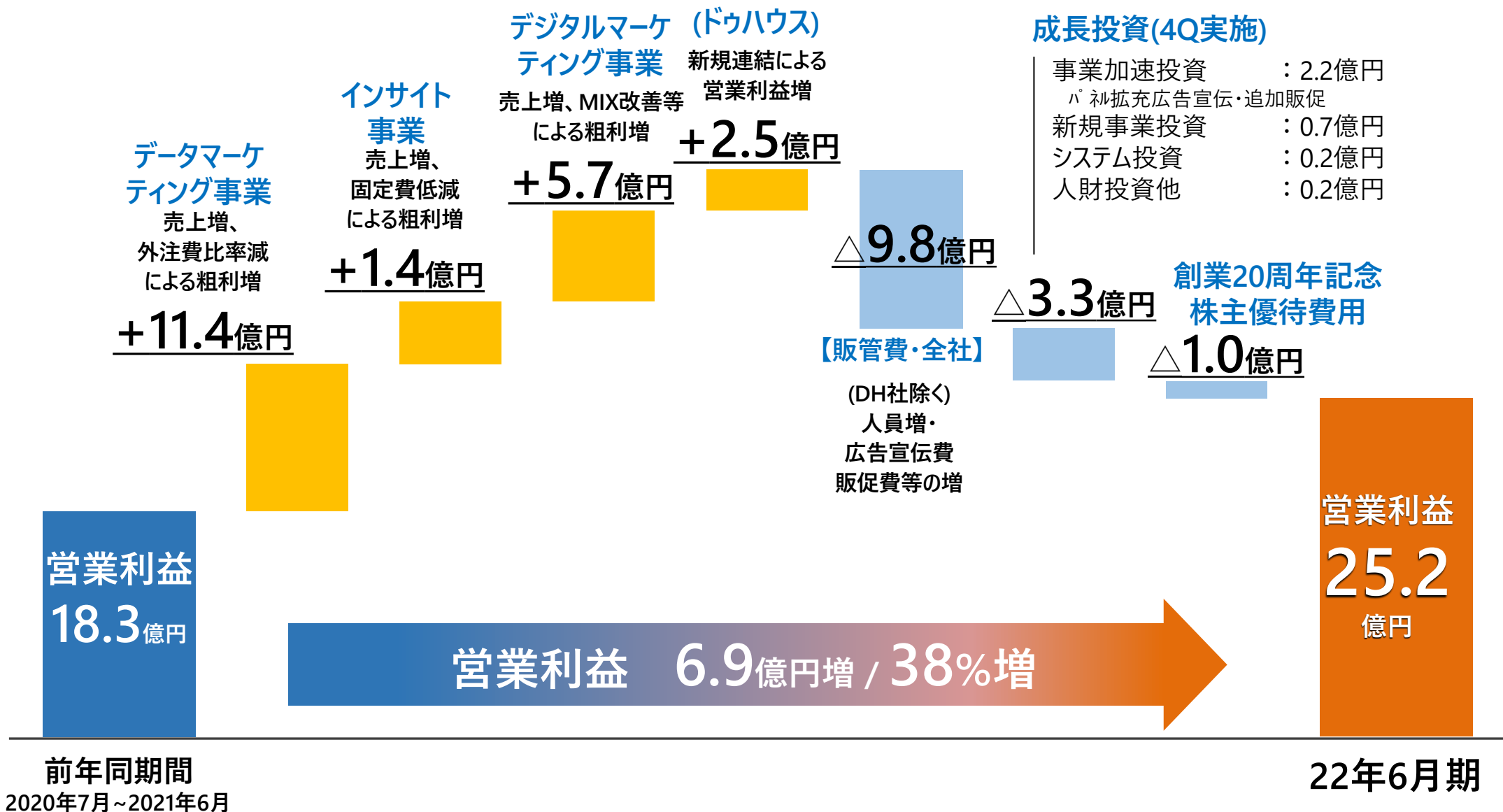
売上高31%増・営業利益38%増。過去最高業績

旺盛なマーケティングDX需要を捉えた既存事業の増収、M&Aによる事業規模拡大、コスト構造改革が収益成長に貢献

(単位：億円)	2020年7月～ 2021年6月(12ヵ月) 前年同期間実績	22/6期 通期累計(12ヵ月)		
		予想	実績	前年同期間比 伸び率
売上高	190.4	245.0	249.0	+31%
営業利益 (営業利益率)	18.3 (9.6%)	25.0 (10.2%)	25.2 (10.1%)	+38% (+0.5pt)
経常利益	19.4	24.0	25.0	+29%
親会社株主に帰属 する当期純利益	9.7	15.0	15.6	+60%

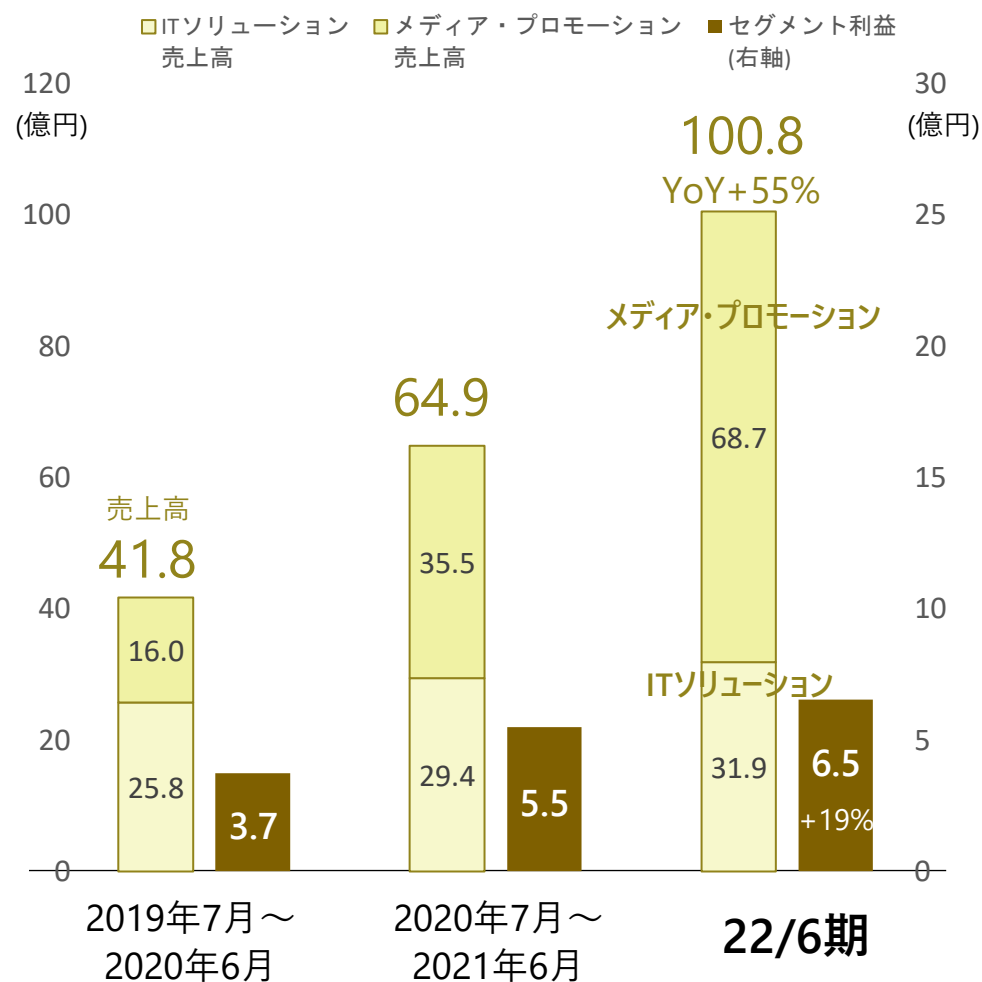
※2021年6月をもって決算期変更しているため、2022年6月期通期(2021年7月～2022年6月)実績に対して前年同期間である2020年7～2021年6月の業績と比較しております。

**DX需要を捉えた増収・生産性改善・M&A収益寄与により
成長基盤強化を狙う追加投資や一時コスト増を吸収し大幅増益**



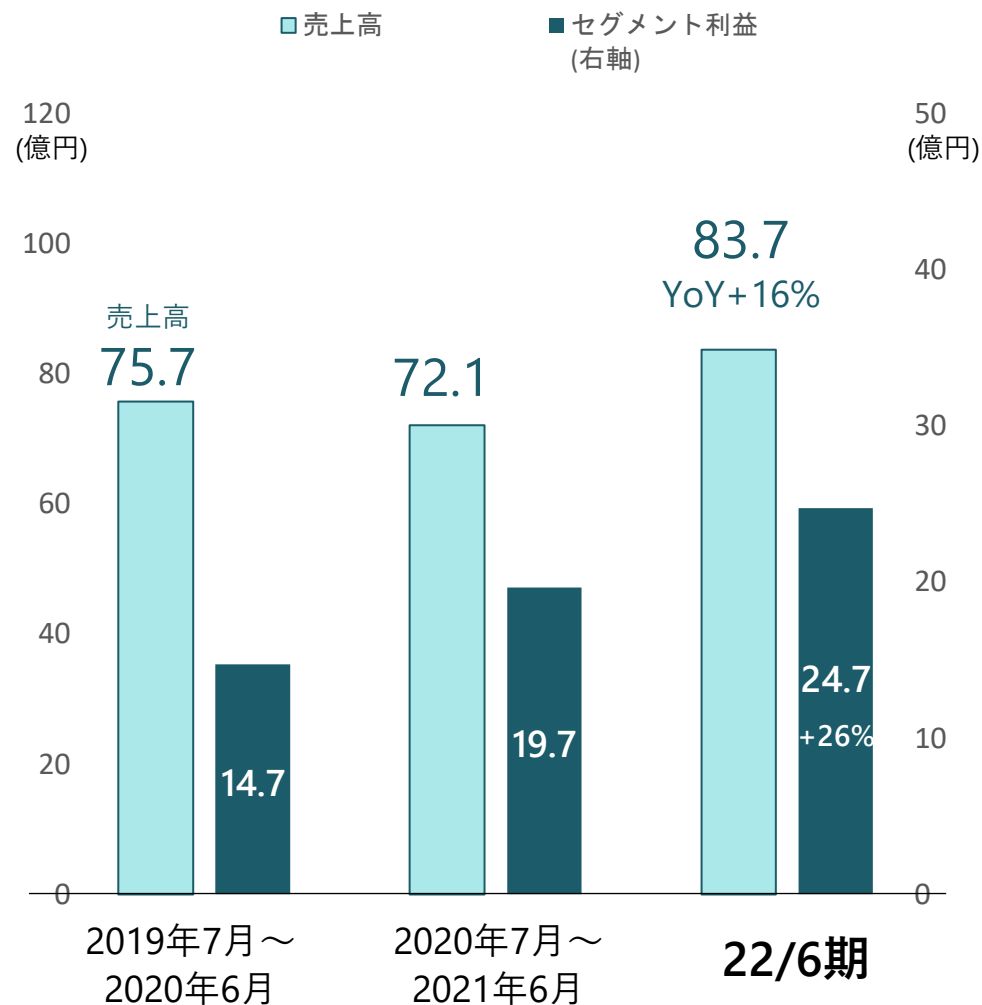
マーケティングDX需要を捉えメディア・プロモーションが拡大
M&Aも寄与し、年間約100億円規模へ成長

- ✓ 21年1月から連結開始のメディア関連子会社ドウハウスが業績に寄与
- ✓ プロモーション関連子会社D&Mを始め、既存ビジネスも着実に増加
- ✓ 来期以降の成長投資を実行



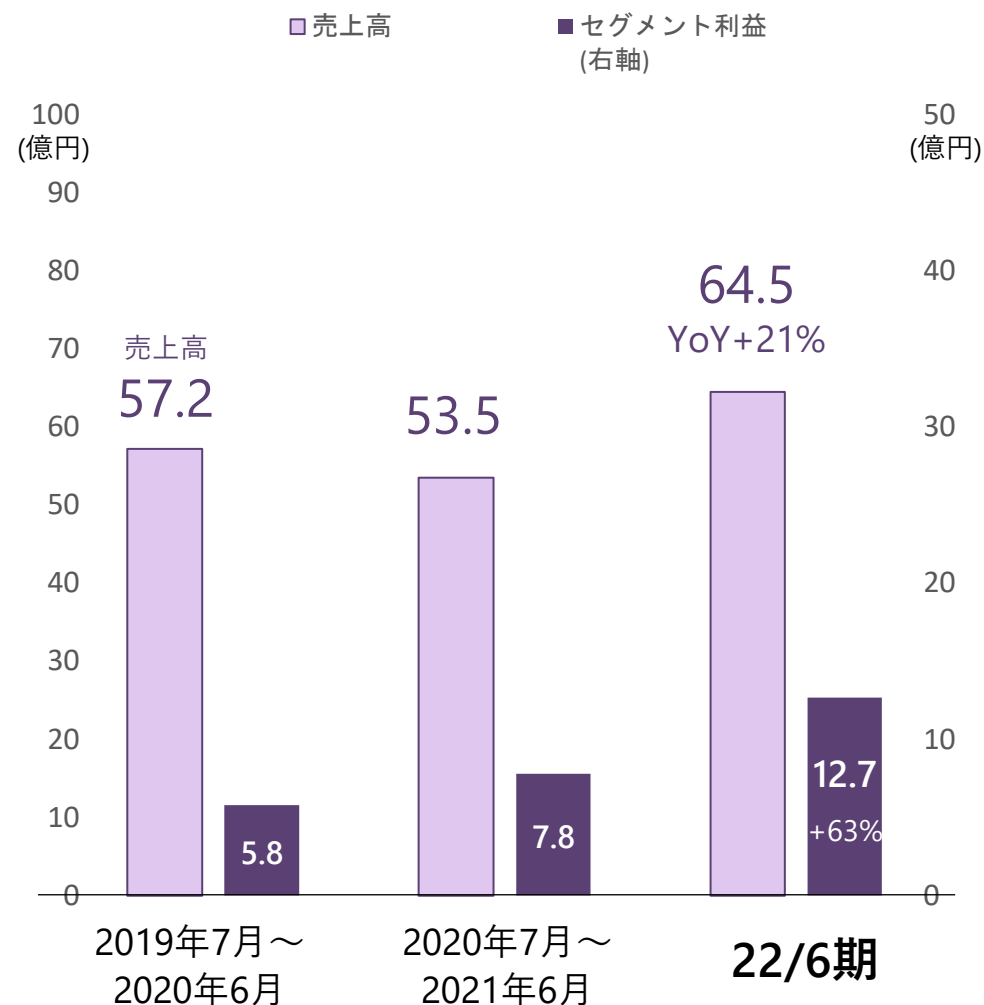
国内の収益性改善、海外の売上回復により過去最高収益
セグメント利益率は29.6%と高水準を堅持

- ✓ 国内は高粗利のオンライン案件受注増や業務プロセス効率化により収益性改善
- ✓ 海外は米国・インドを始め、コロナ禍からの回復継続。
- ✓ セグメント利益率は29.6%(YoY+2.3pt)と高水準を堅持



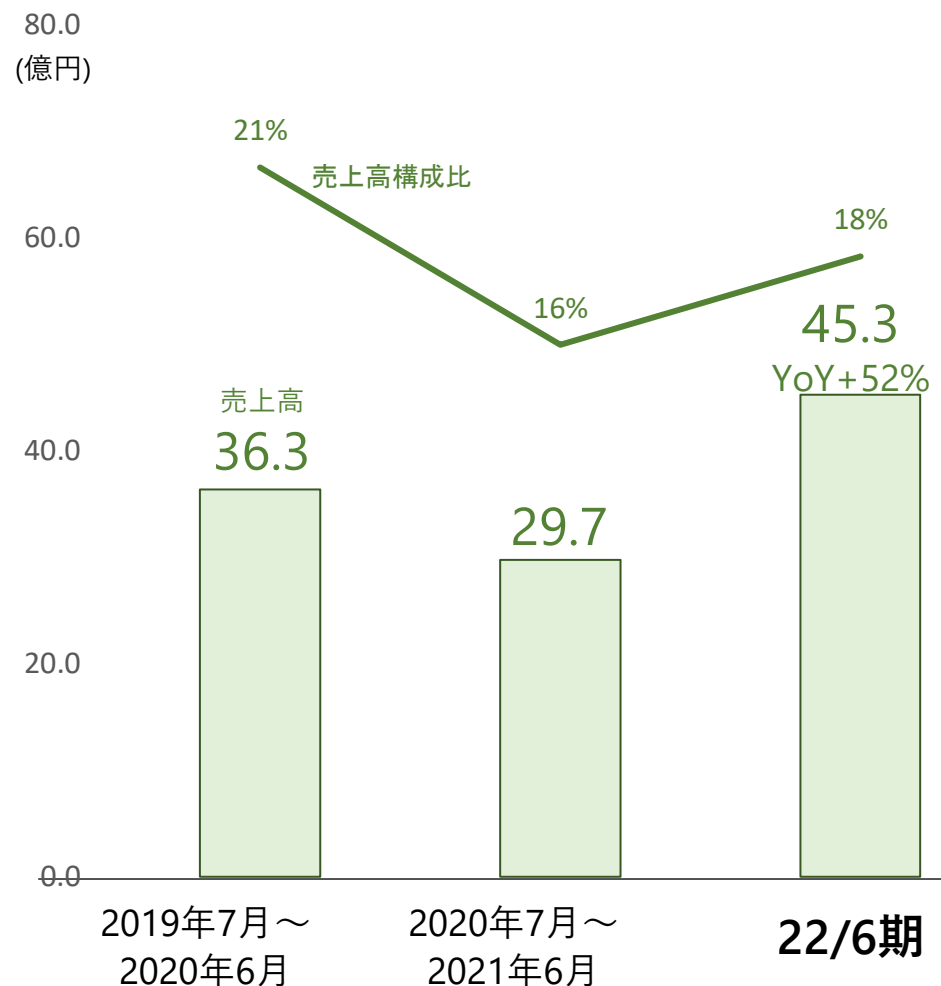
売上高はコロナ禍マイナス影響から回復
コスト構造適正化によりセグメント利益率が向上

- ✓ 国内はオンライン型インタビューの受注増等により堅調
- ✓ 海外はインドネシア・シンガポールを始めコロナ禍から回復。コスト構造適正化も寄与して収益性改善
- ✓ セグメント利益率は19.7%(YoY+5.1pt)へ上昇



売上回復が継続。コロナ影響前を超える売上規模へ成長

- ✓ 柱の米国の売上拡大が海外事業を牽引。テック系大企業の消費者データ需要は引き続き旺盛
- ✓ インドネシアは年度後半の売上回復により大幅な売上成長。エネルギー、金融業顧客からの消費者調査案件が好調
- ✓ 海外売上高構成比は18%、YoYで2pt上昇



3. トピックス

デジタルマーケティング関連領域を中心に合計4社のM&Aを実施

Skip

スキップ(株)

2022年1月実施

固定読者400万人保有の
美容メディア運営

日本すっぴん協会



つやプラ

TSUTAPLUS



REECH

(株)REECH

2022年3月実施

インフルエンサーマーケティング
支援事業への本格進出



企業とインフルエンサーをつなぐ
マッチングプラットフォーム



インフルエンサーの検索・分析・
管理等に使うデータベースサービス

Norfre

ノフレ食品(株)

ノフレコミュニケーションズ(株)

2022年3月実施

食品業界へのDXコンサルティング強化及び
食品の企画・製造・販売のノウハウ蓄積



デジタルマーケティング事業



2021年10月

調査・分析ノウハウを活かした
CMS「DRAW」の提供を開始



データマーケティング事業



Cross Marketing

2021年12月

顧客志向のCRM活動を
実現するカスタマーサクセスBI
『CrossData』の提供開始

カスタマーサクセスBI



Cross Marketing

2022年4月

最大650万人、2000種類のユーザー
属性から効果の高いセグメントを
明らかにする広告シミュレーターツール
『Dipper』提供開始



2022年6月

「REECH DATABASE」に
Twitterユーザーの検索・
分析機能を提供開始



「REECH DATABASE」は、独自のAI・データ分析
技術を用いてインフルエンサーマーケティングを
効率化する検索・分析・管理ツールです。



Cross Marketing

2021年9月

お客様の案件情報の集約や課題解決を推進するCRMツールとして
お客様専用ポータルサイト「Cross Marketing Console」提供開始

- ・案件情報に簡単にアクセス
- ・各サービスの進捗が一目で分かる
- ・課題に応じた最新サービス情報



グループ全体で「持続可能な社会の実現」に向けた取り組みを推進



3

すべての人に
健康と福祉を

17

パートナーシップで
目標を達成しよう

不安解消に向け、がん患者コミュニティとの共同調査を展開

株式会社メディリードと、こどもを持つがん患者のコミュニティサービスを運営する一般社団法人キャンサーペアレンツは、がん患者における新型コロナワクチン接種に関するアンケートを実施しました。新型コロナウイルス感染症の流行ががん治療にどのような影響を与えているのか、がん患者さん視点で調査した点や、前年と比較した状況が、あらたな脅威に立ち向かう医療関係者や患者コミュニティに評価されました。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。



9

産業と技術革新の
基盤をつくらう

11

住み続けられる
まちづくりを

13

気候変動に
具体的な対策を

配達限界地域へのドローン配送を実証実験

日本最大級の商品お試しサイト『モラタメ.net』で株式会社エアロネクスト協力のもと、ドローン配送によって山梨県小菅村に商品をお届けしました。株式会社エアロネクストの物流専用ドローン最新機を用いることにより、小菅村で手に入りにくい発売から間もない入浴剤等の生活用品を配送しました。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。



1

貧困を
なくそう

3

すべての人に
健康と福祉を

10

人や国の不平等
をなくそう

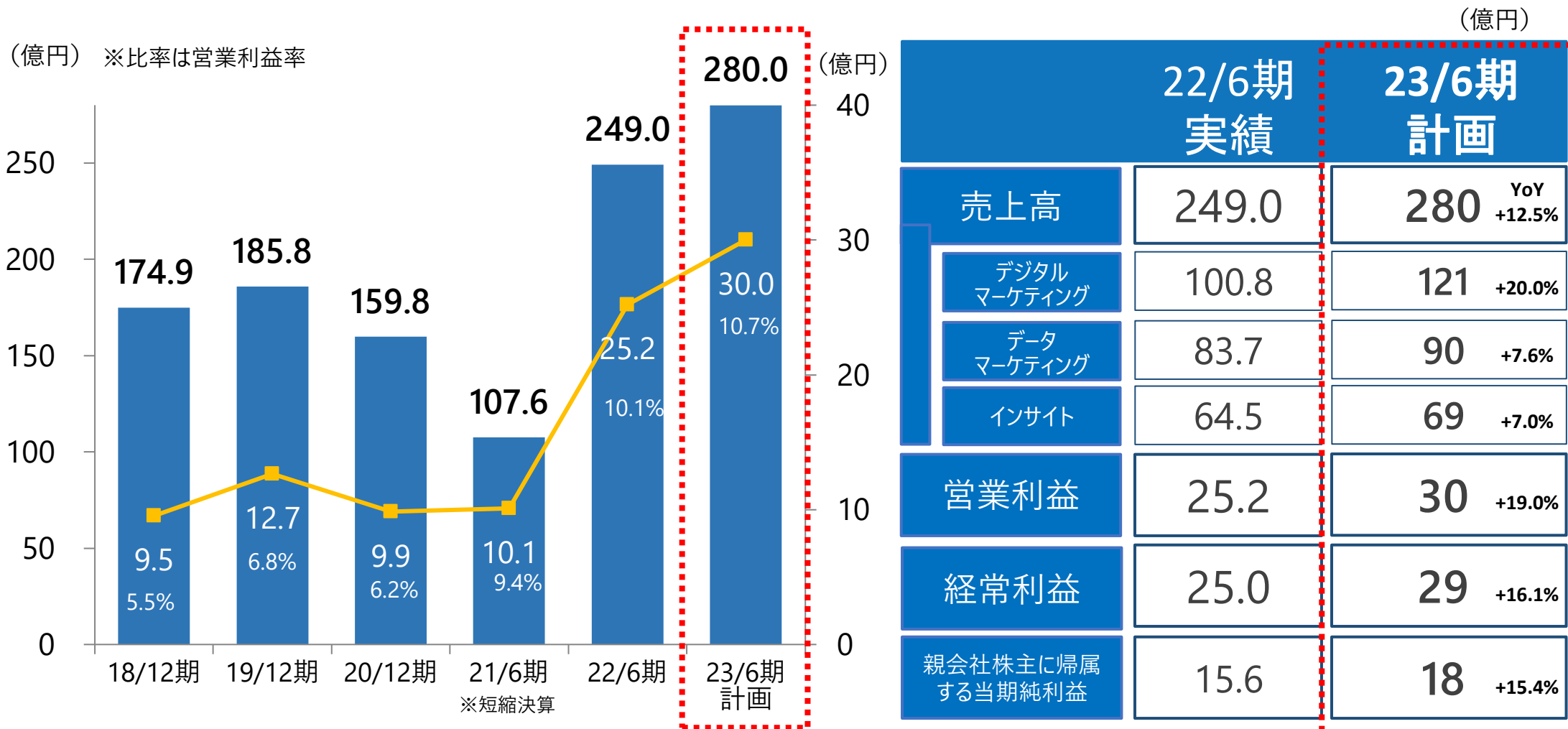
「国境なき医師団」「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」を支援

アンケート画面作成や結果回収をお客様ご自身で行えるセルフアンケートツール「QiQUMO(キクモ)」の収益の一部を含めた支援金を、特定非営利活動法人 国境なき医師団日本、並びに公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンへ寄付しています。また、寄付以外にも、両団体が活動していくうえで必要となる調査への協力やマーケティング支援などを行っています。詳しくは、[こちらのサイト](#)でご紹介いたします。

4. 2023年6月期 業績予想

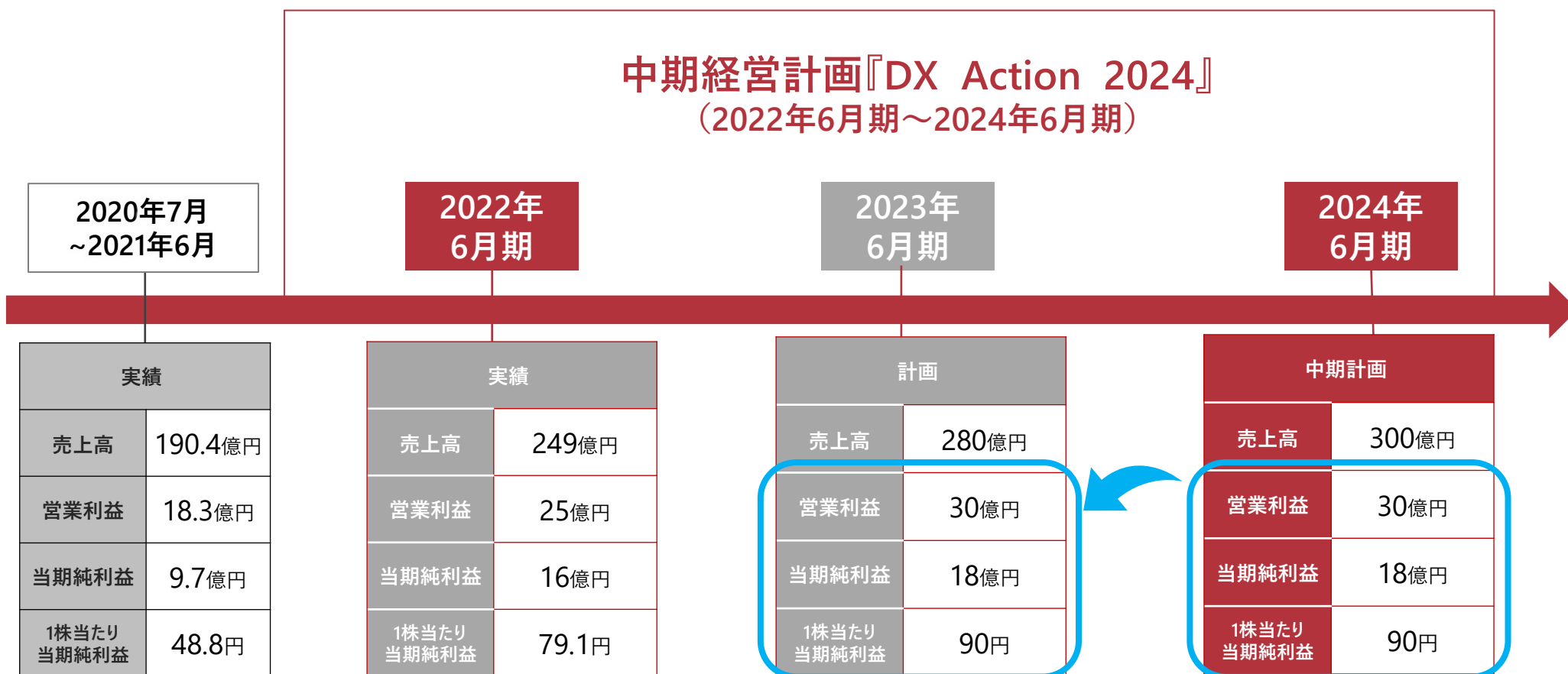
最高業績の更新を計画

中期計画最終年度の営業利益目標30億円の前倒し達成を狙う



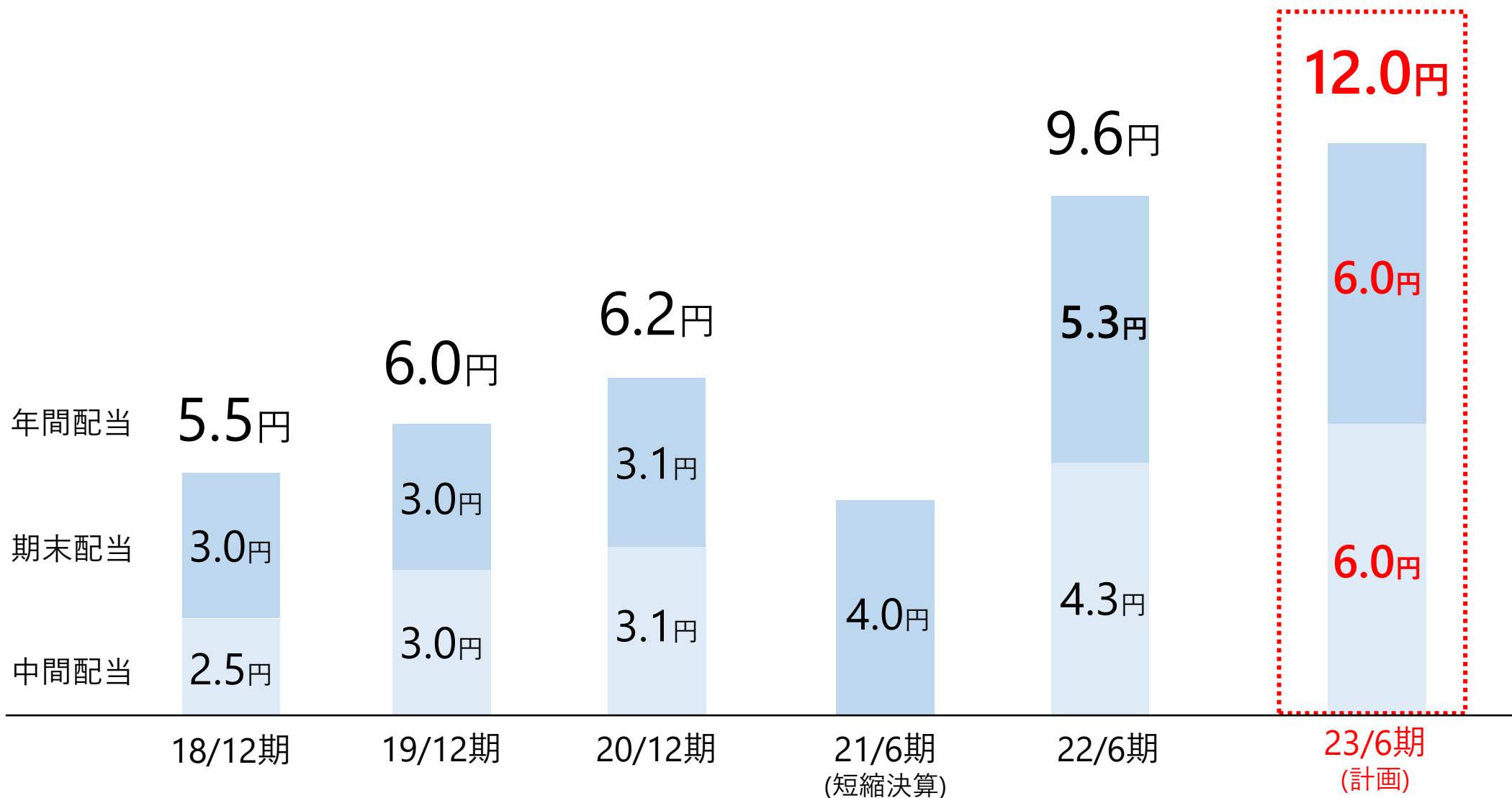
中期経営計画最終年度の利益目標値は一年前倒し

中期経営計画『DX Action 2024』 (2022年6月期～2024年6月期)



5. 株主還元・配当金額

配当方針：配当性向15%前後を目安とした継続的な増配
 23/6期通期では12.0円(上期6.0円、下期6.0円)を計画



6. 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。

	2018年 12月期	2019年 12月期	2020年 12月期	2021年 6月期※1	2022年 6月期
売上高 (百万円)	17,492	18,580	15,985	10,758	24,899
営業利益 (百万円)	955	1,267	986	1,007	2,522
経常利益 (百万円)	840	1,150	1,078	1,048	2,498
当期純利益 (百万円)	507	△477	467	540	1,559
純資産 (百万円)	3,900	3,420	3,594	4,339	6,136
総資産 (百万円)	10,429	9,927	11,416	11,775	13,133
一株当たり配当金 (円)	5.5	6.0	6.2	4.0※2	9.6
EPS (円)	25.92	△24.12	23.67	27.50	79.07
BPS (円)	193.79	166.19	179.58	204.27	291.24
ROE (%)	14.0	—	13.6	14.3	31.9
ROA (%)	8.4	11.3	10.1	9.0	20.1

※1 2021年6月期は決算期変更により6か月間の短縮決算期となっております。

※2 2021年6月期の配当金額は短縮決算により6か月間分の業績を反映したのになります。

単位：億円	2020年7月 ～2021年6月	2022年 6月期	前年同期比 増減率
売上高	190.4	249.0	+31%
売上総利益	77.0	103.4	+34%
(売上総利益率)	(40.5%)	(41.5%)	(+1.1pt)
販売費 及び 一般管理費	58.8	78.2	+33%
(売上高販管費比率)	(30.9%)	(31.4%)	(+0.5pt)
営業利益	18.3	25.2	+38%
(営業利益率)	(9.6%)	(10.1%)	(+0.5pt)
経常利益	19.4	25.0	+29%
特別損益	-2.7	-1.8	—
法人税等	7.9	6.8	-13%
非支配株主に帰属する 当期純利益	-0.9	0.8	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9.7	15.6	+60%

売上高増加

1 主力のデジタルマーケティング事業がけん引（ドゥハウス社の連結も寄与）、データマーケティング、インサイトもコロナ禍の影響から売上回復。

営業利益率改善

2 業務プロセス改善による生産性改善、リモートワーク推進等による固定費低減等により、営業利益率が改善(前年同期間比+0.5pt)

特別損失を計上

3 株式需給緩衝信託関連損(1.7億円)を特別損失として計上

単位：億円	2021年6月末	2022年6月末	増減
流動資産	95.6	107.2	+11.6
現金及び預金	51.7	55.4	+3.7
受取手形及び 売掛金	31.5	34.2	+2.7
その他	12.3	17.6	+5.2
固定資産	22.2	24.2	+2.0
のれん	2.3	3.8	+1.5
その他	19.9	20.4	+0.5
総資産	117.8	131.3	+13.6

単位：億円	2021年6月末	2022年6月末	増減
流動負債	50.5	50.4	-0.1
買掛金	14.5	13.3	-1.2
短期借入金※	12.0	11.5	-0.5
その他	24.0	25.6	+1.6
固定負債	23.9	19.6	-4.2
長期借入金	21.1	16.7	-4.3
その他	2.8	2.9	+0.1
純資産	43.4	61.4	+18.0
自己資本比率	34.0%	43.9%	+9.9pt

※一年以内返済の長期借入金含む

1 借入金の返済

営業キャッシュフローの積み上がりにより、長短借入金を順調に返済

2 純資産の増加、自己資本比率の上昇

利益剰余金等の増加により純資産が厚みを増し、負債低減と相まって自己資本比率が上昇

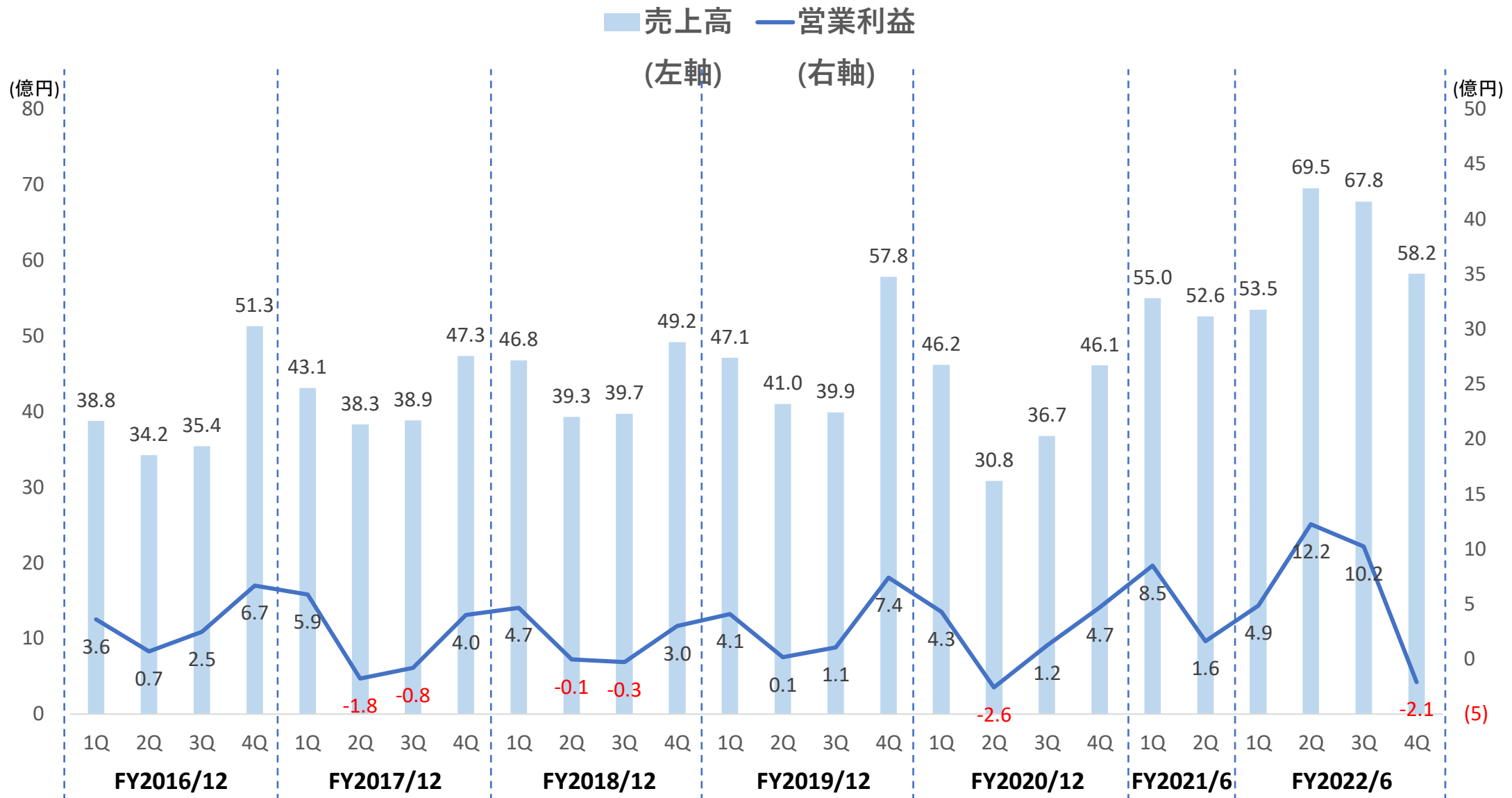
単位：億円	2020年7月 ～2021年6月	2022年 6月期	前年同期 収支比較	
営業キャッシュフロー	15.4	19.5	+4.1	1
税引前純利益	16.7	23.2	6.5	
減価償却費・のれん償却額	3.0	3.2	0.2	
売上債権の増減額	-6.8	0.2	7.0	
棚卸資産の増減	0.6	-4.0	-4.6	
仕入債務の増減	1.3	1.7	0.4	
法人税等の支払額	-4.4	-7.7	-3.3	
その他	5.0	3.0	-2.1	
投資キャッシュフロー	1.8	-9.0	-10.8	
財務キャッシュフロー	-19.4	-7.8	+11.6	
短期借入金の純増減額	-3.3	0.9	+4.2	
長期借入金の純増減額	-14.0	-7.0	+7.0	2
その他	-2.1	-1.8	+0.4	
換算差額	0.4	0.9	+0.5	
現金及び現金同等物増減額	-1.8	+3.6	+5.4	
現金及び現金同等物期末残高	51.4	55.0	+3.6	

安定した営業CFの獲得

- ・前年同期間と比較して+4億円となる営業CFの獲得
- ・投資・借入金の返済に充当するに十分な水準を継続

財務CF：借入金の返済

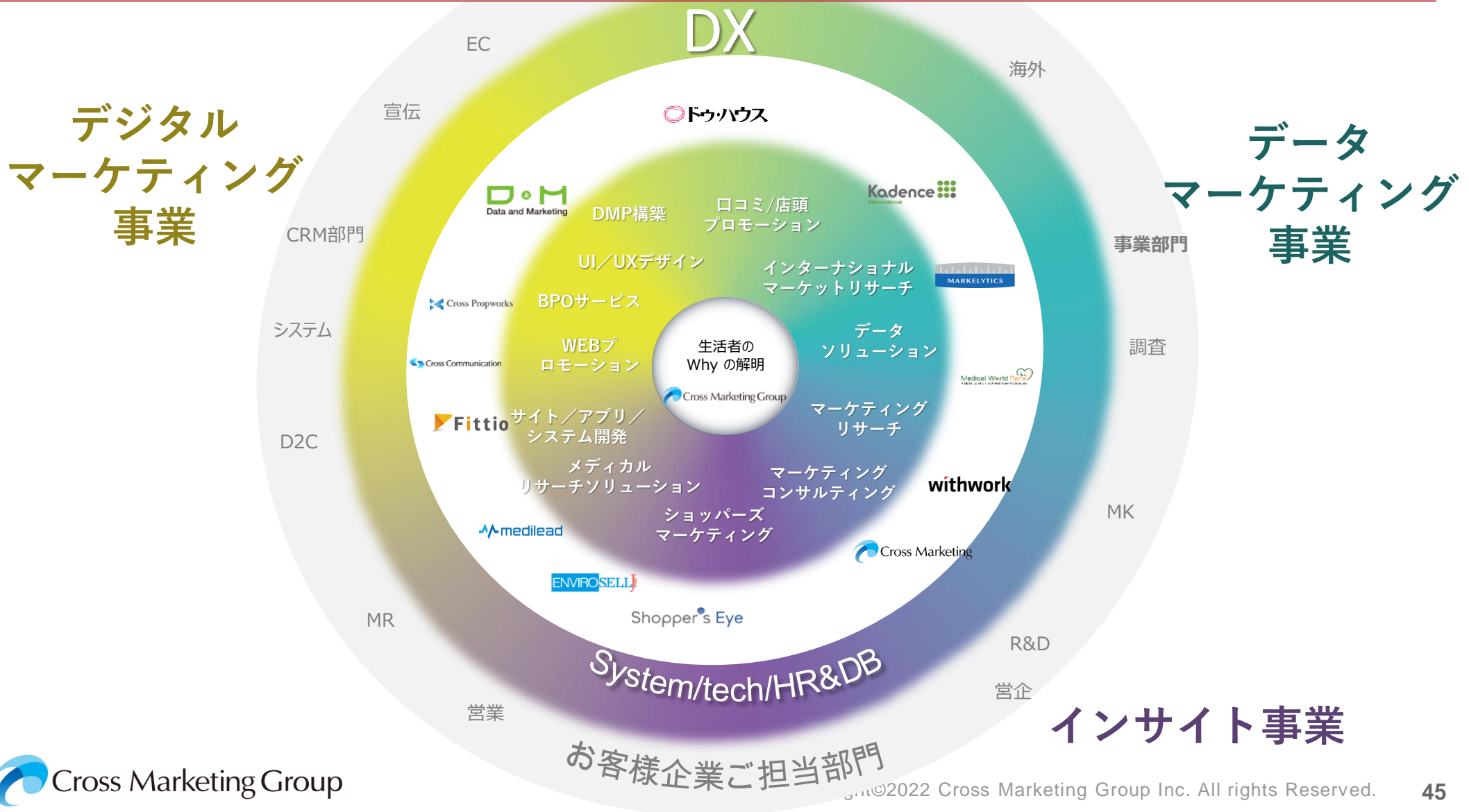
- グループ全体のCFに鑑み、順調に借入金の返済を実施、借入金残高が減少



中期経営計画 “DX Action 2024” 概要



我々の目指す姿は、我々の強みである「生活者のWhy（なぜ）の解明」を通して、マーケティング領域において戦略立案からマーケティング施策の実践までを支援し、「パートナー」としてお客様のビジネスを成功に導くグループであることです。



本中期経営計画「DX Action 2024」指針

マーケティングDXパートナー

我々は、**デジタル**の力を使い

生活者に纏わるあらゆるデータの分析による**“生活者理解”“Whyの解明”**を通し

顧客のマーケティングソリューションの実践、及び

マーケティングプロセス変革までを支援し

戦略立案から実行までワンストップサービスで

顧客ビジネスを成功に導いていきます。

Triple Three

時価総額

300億円



2021年137億円

※1



グループ連結売上高

300億円



2021年190億円

※2



グループ連結営業利益

30億円



2021年18億円

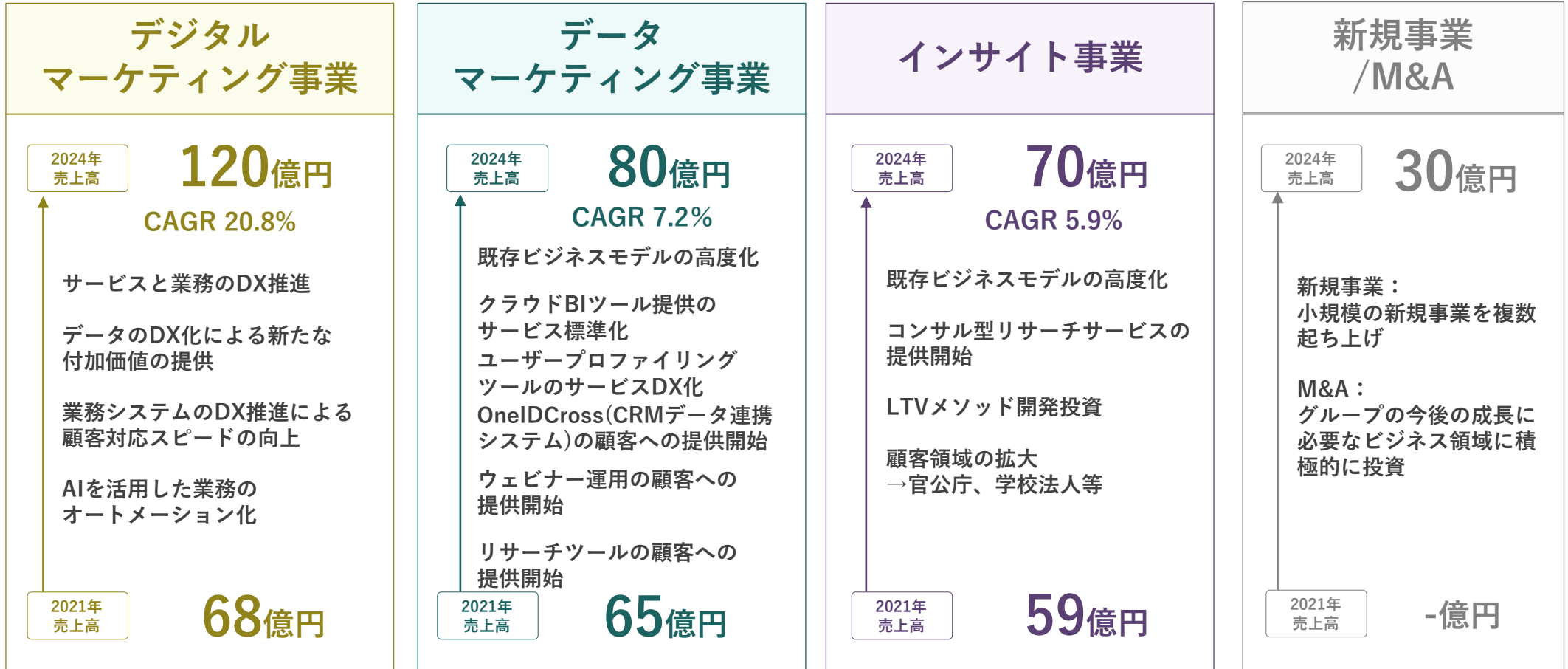
※3



※1
2021年6月30日付株価（終値）

※2,3
グループ連結売上高、連結営業利益の2021年数値は
2020年7月～2021年6月までの数値となります

各セグメント施策及び数値目標



グループで保有する資産・インフラ

System

Human Resources

Database

Cash Flow

Culture

※売上高の2021年数値は2020年7月～2021年6月までの数値となります

海外展開

グローバルにおけるグループネットワーク拡大強化

■ 既存拠点の統廃合等効率化

主にアメリカでの成長投資

■ 未展開エリアでの展開可能性模索

アジア：マレーシア

メコン領域－ラオス

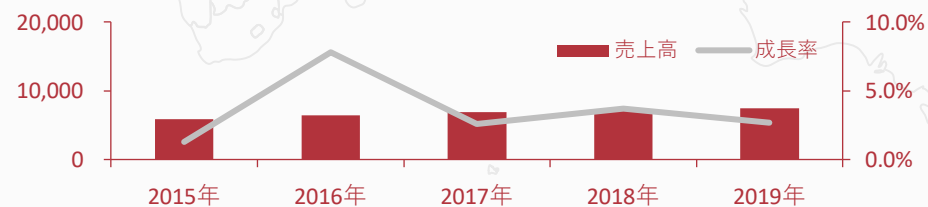
－ミャンマー

－カンボジア

欧州：ドイツ・フランス

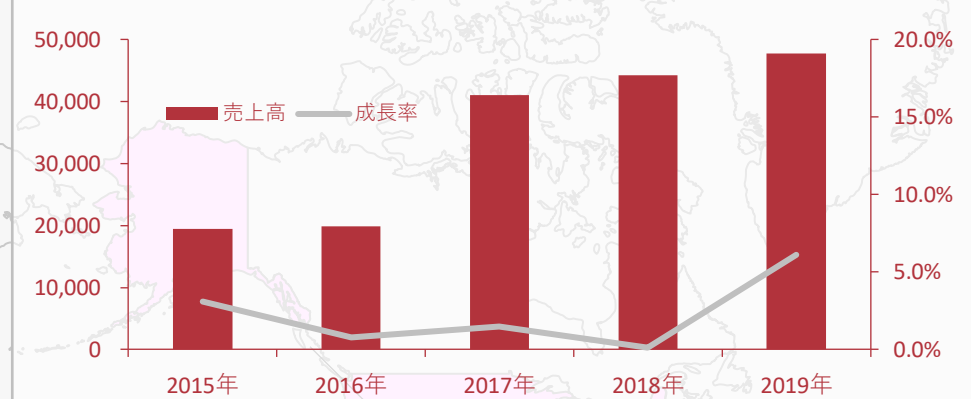
(単位：百万ドル)

市場規模推移：アジア太平洋地域



(単位：百万ドル)

市場規模推移：北米



世界のインサイト市場規模

(単位：百万ドル)

アフリカ・中東 2,718 南米 1,992

アジア太平洋 13,081

欧州 23,780

全世界 89,903

北米 48,332
うち、アメリカは 47,136

■ 既展開地域
■ 展開検討地域

株主還元施策

株主還元方針

配当による株主還元を安定的に継続しながら、資金需要、今後の事業投資計画等に鑑み、「事業拡大と共に、原則、連結配当性向15%前後を目安に**継続増配**」

過去実績

当面の方針

配当

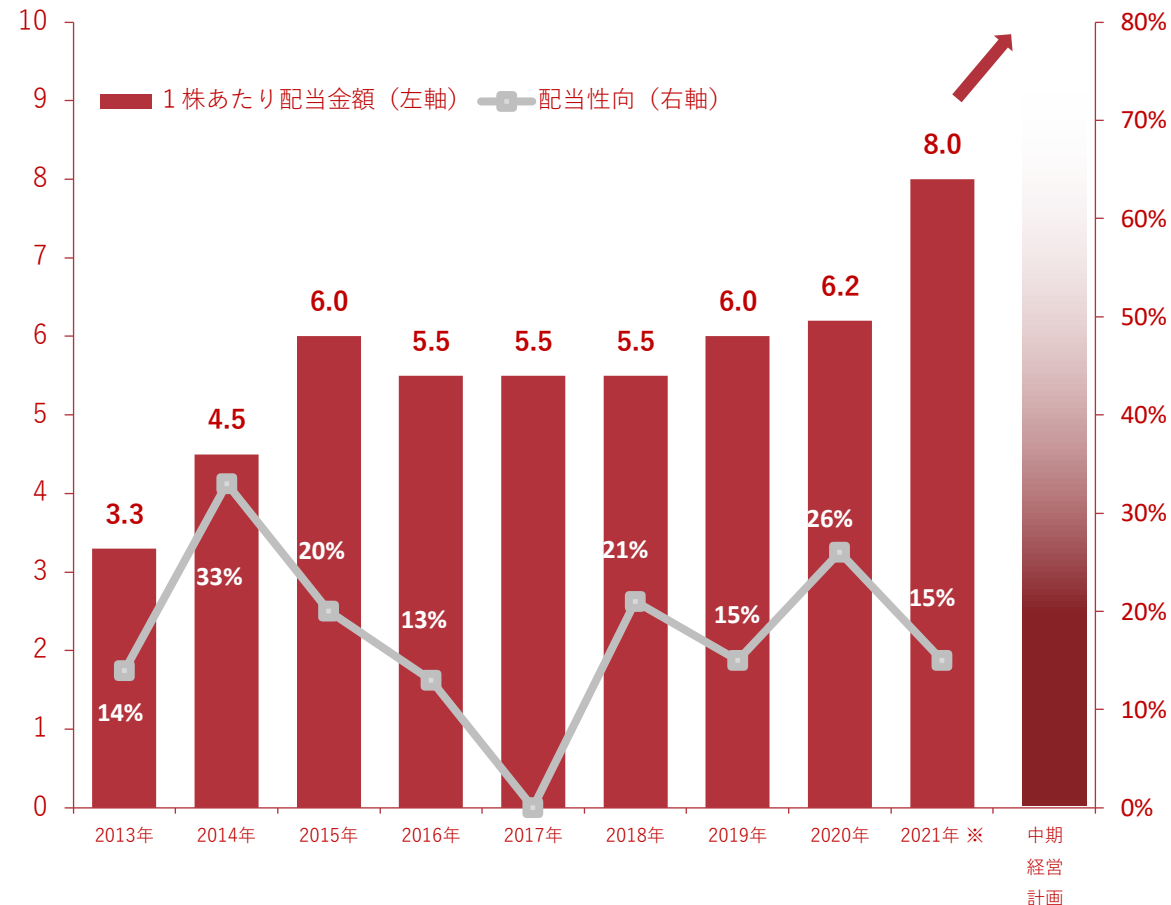
連結配当性向
15%に基づく
安定配当

原則、連結配当性
向15%に基づく
業績拡大とともに
継続増配

自己
株式
取得
等

株主還元施策
として適宜実施
(2008年の上場
以降4回実施)

株価水準、財政状
況を踏まえて
機動的に実施



※2021年配当額は、2021年6月期の6ヶ月での変則決算での配当数値を2倍（12ヶ月分相当）にしたものです

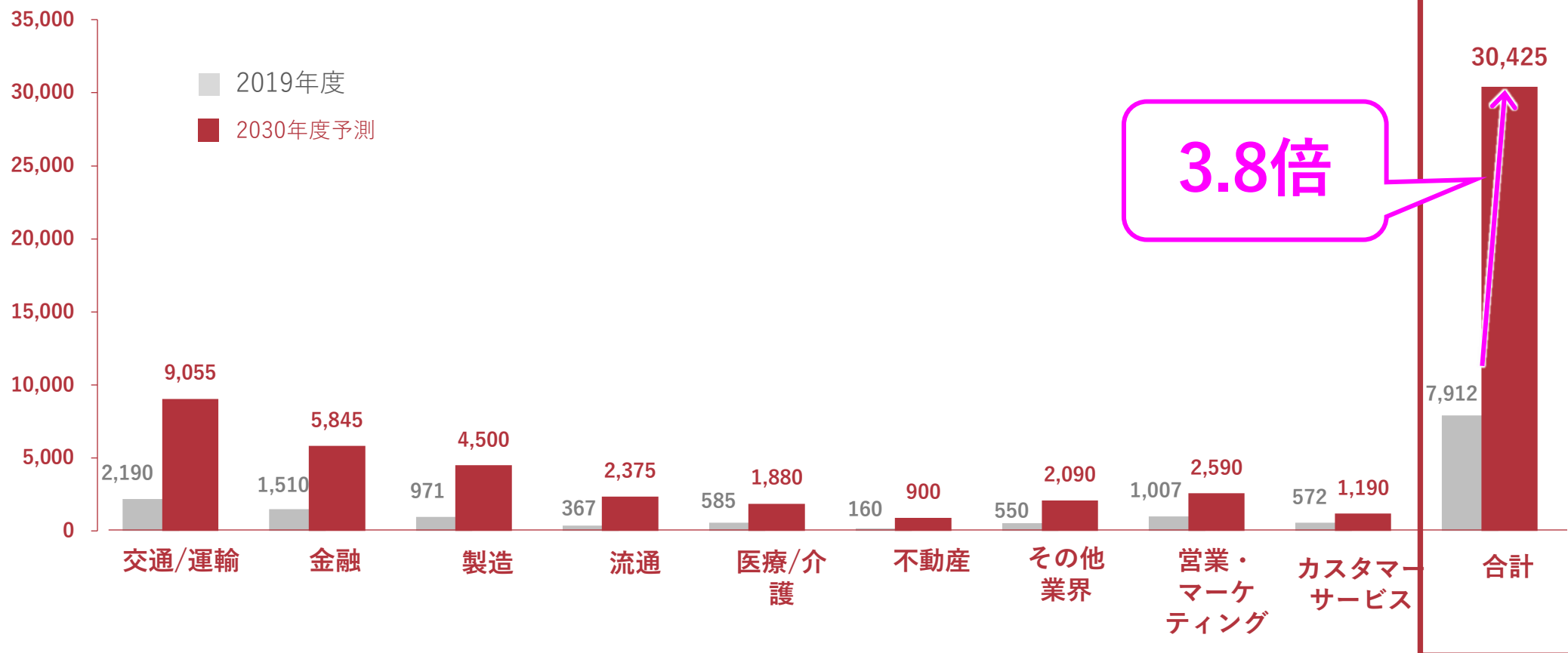


Cross Marketing Group

Appendix

国内のDX市場の投資金額は2019年度から2030年度にかけて3.8倍となる予測であり、市場は急拡大している

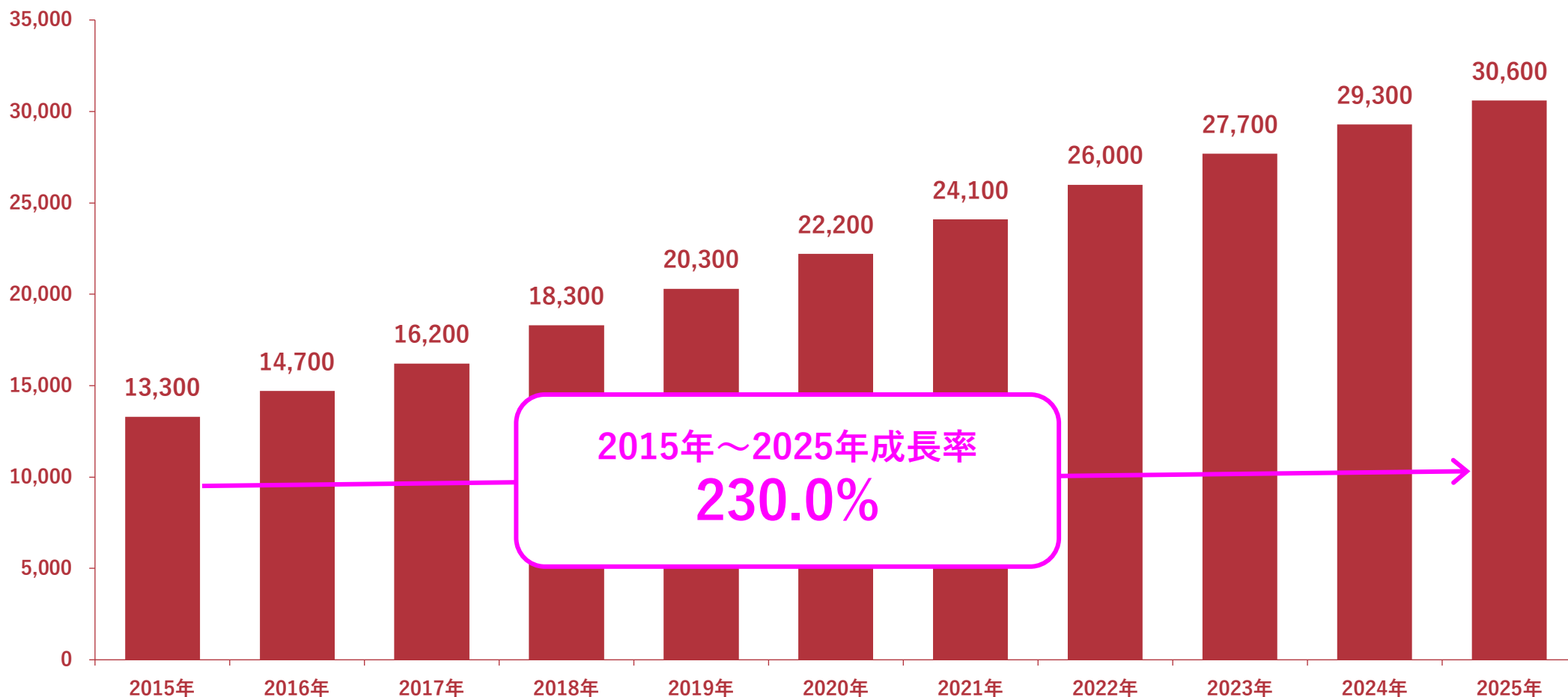
(単位：億円)



出典：株式会社富士キメラ総研「2020デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

デジタルD2C市場も拡大しており、2025年の市場規模は2015年の2.3倍となる見込み

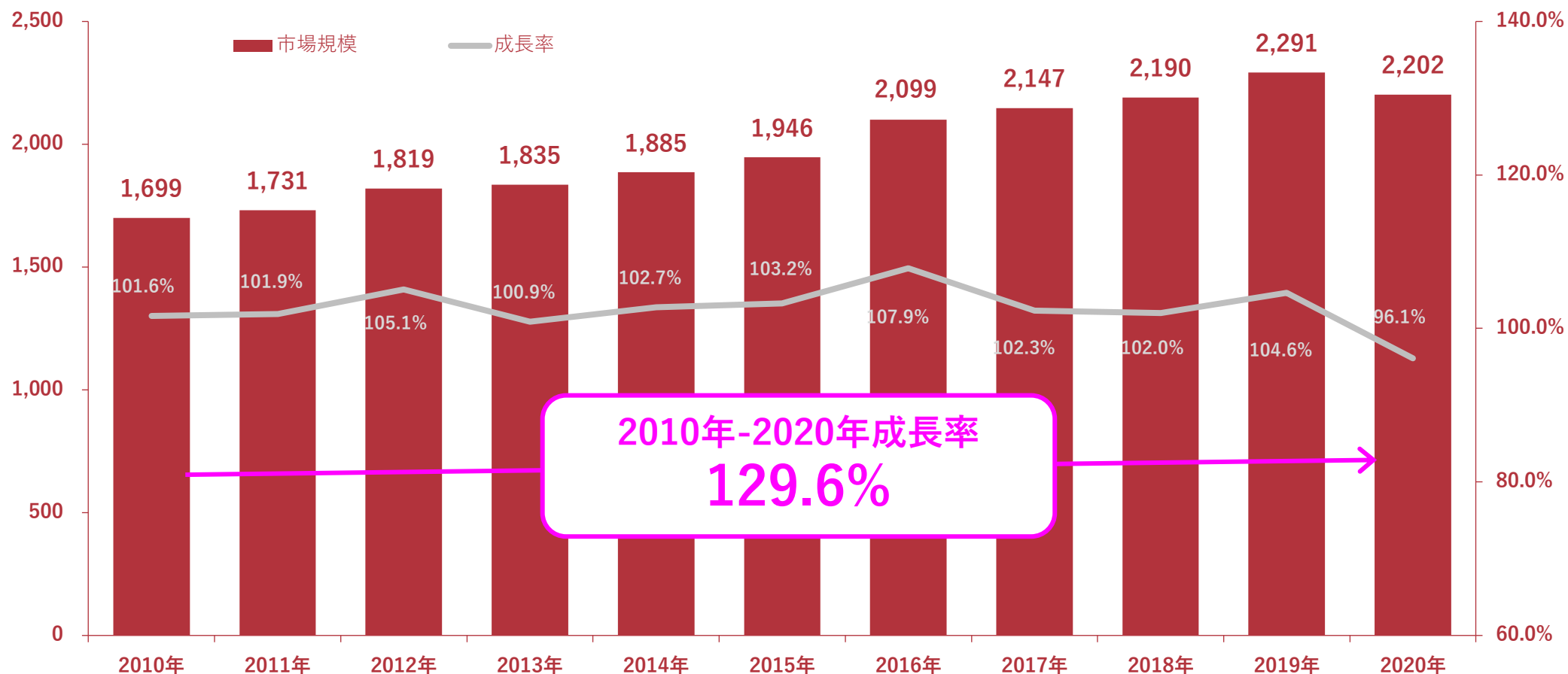
(単位：億円)



出典：売れるネット広告社

国内リサーチ市場規模は、2020年はコロナのため減少しているが、それ以前は継続して安定成長のトレンド

(単位：億円)



出典：一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会 経營業務実態調査

ESOMARによるリサーチ市場の定義変更と世界のインサイト市場規模

ESOMARによるリサーチ市場の定義変更：

“「さまざまなデータを収集・分析し、クライアントにインサイトを提供する」産業”

テクノロジー領域企業、コンサル系領域企業も含み世界の市場規模は約10兆円

インサイト産業（新定義）の
グローバル市場規模

9.8兆円

従来の定義による
マーケティング・
リサーチの
グローバル市場規模

5.2兆円

世界のインサイト産業領域企業TOP 10

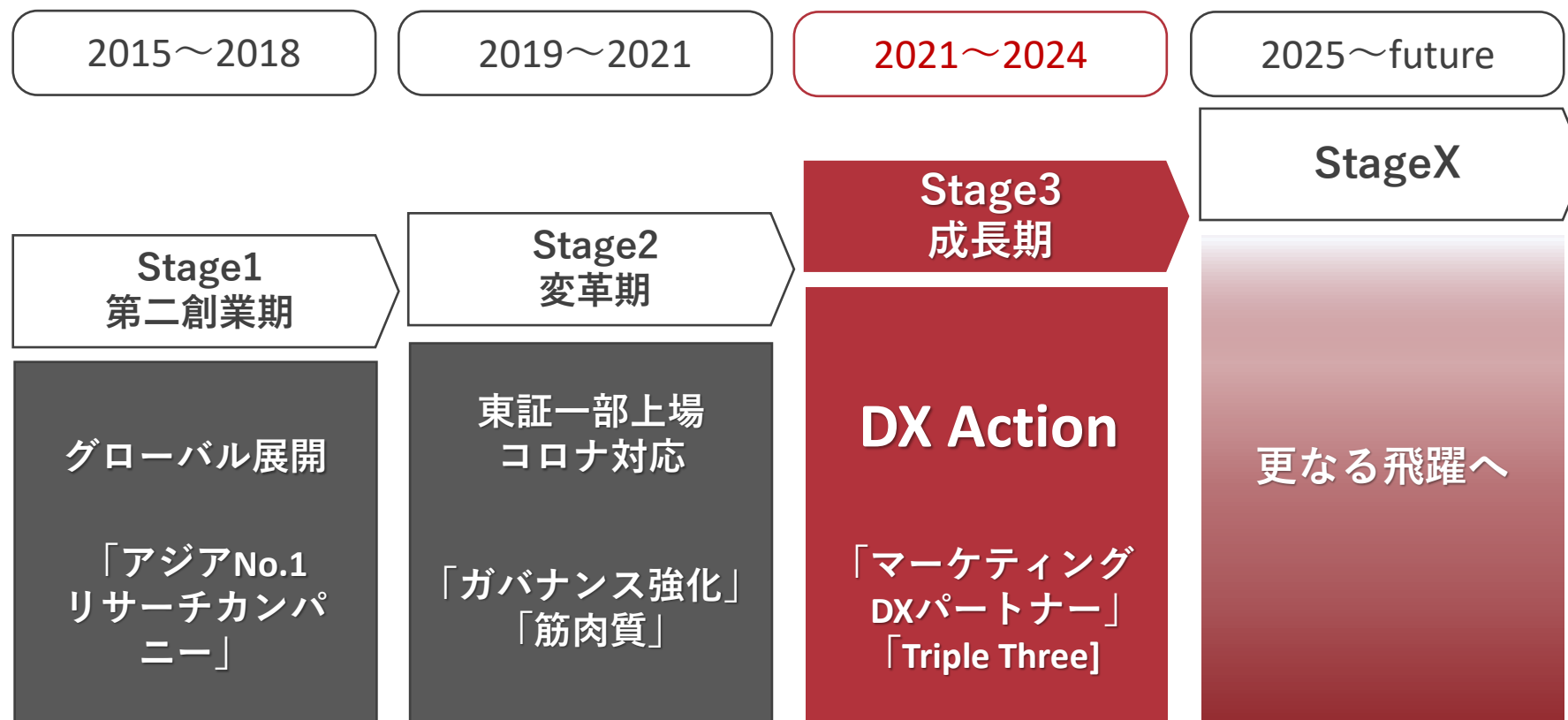
ランキング		企業名	本社 所在国	2019年売上高	
2019	2018			世界計	前年比
1	1	Nielsen	USA	6,498	-0.3
2	3	Gartner	USA	4,245	6.8
3	2	IQVIA	USA	4,139	7.6
4	—	Adobe Systems	USA	3,206	31.2
5	4	Kantar	UK	2,870	9.8
6	—	Salesforce.com	USA	2,506	32.0
7	5	IPSOS	France	2,243	8.6
8	—	IHS Markit	UK	2,198	5.6
9	6	GfK	Germany	1,673	5.2
10	—	CoStar Group	USA	1,400	17.4

(単位：百万USドル、%)

※ 1USドル=110円換算

出典：ESOMAR “Global Market Research 2020” 及び
一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

長期ビジョンを実現すべくStage3成長期として
「DX Action」を軸に将来の更なる飛躍への土台とする



グループの資産・インフラを有機的・効率的に活用する仕組みと体制構築を推進し、各種事業の強化、投資、M&Aを通じてグループ全体の成長の加速を目指す



グループの今後の成長に必要なビジネス領域に積極的に投資

	事業M&A			インキュベーション CVC
	デジタル マーケティング事業	データ マーケティング事業	インサイト事業	
目的	サービスの拡充	ネットワークの 拡大・強化	サービスの質の向上	情報収集と キャピタルゲイン
想定企業	ソフトウェア開発・ Saas関連企業 ヘルスケア・消費財 等のDXを手掛ける 企業	データマーケティ ング領域企業	インサイト領域企業	グループへ応用・ 転用のできる技術 やサービスを保有 する企業
投資規模・ Valuation	1～5億円	1～10億円	1～10億円	1～3億円

人材戦略の目的：

- ・ 成果を出せる体制づくりと当社ならではの人材育成モデルを構築
- ・ 労働衛生環境の整備と積極的な投資
- ・ カルチャーの醸成、浸透による組織スピードの向上
- ・ 事業拡大に並走できる人材採用力の強化

人材の育成強化

- ・ タレントマネジメントによる人材の可視化と分析
- ・ 人材開発体系の構築・運用・グループ内展開
- ・ 次世代経営陣育成
- ・ キャリア開発支援（社内研修、社外教育機関への派遣）
 - － 職種別DX人材研修
 - － 階層別研修
 - － 幹部候補向け研修

エンゲージメント向上と
「成果を出せる」体制・組織構築

- ・ マネジメント層の強化
- ・ 新卒・第二新卒向けメンター制度
- ・ 社内ネットワーク構築支援
- ・ キャリアパス（キャリアアップ）構築支援
- ・ 「カルチャーブック」によるCMGの文化形成
- ・ 健康経営法人（ホワイト500）取得



採用力の強化

- ・ アルumniネットワーク構築による退職者の再雇用推進
- ・ 採用経路の拡大と自社で活躍できるポテンシャルある人材の採用

株式会社クロス・マーケティンググループは、
 「Discover Something New 未来をつくろう」のMISSIONのもと、
 国際連合が提唱するSDGs（持続可能な開発目標）に賛同いたします。
 今後、SDGs宣言を制定し、持続可能な社会の実現につとめてまいります。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



CMG Culture Book

会社として大切にしたい価値観やカルチャーを言語化し、「Culture Book」として一冊の本にまとめて、社員に配布しています。

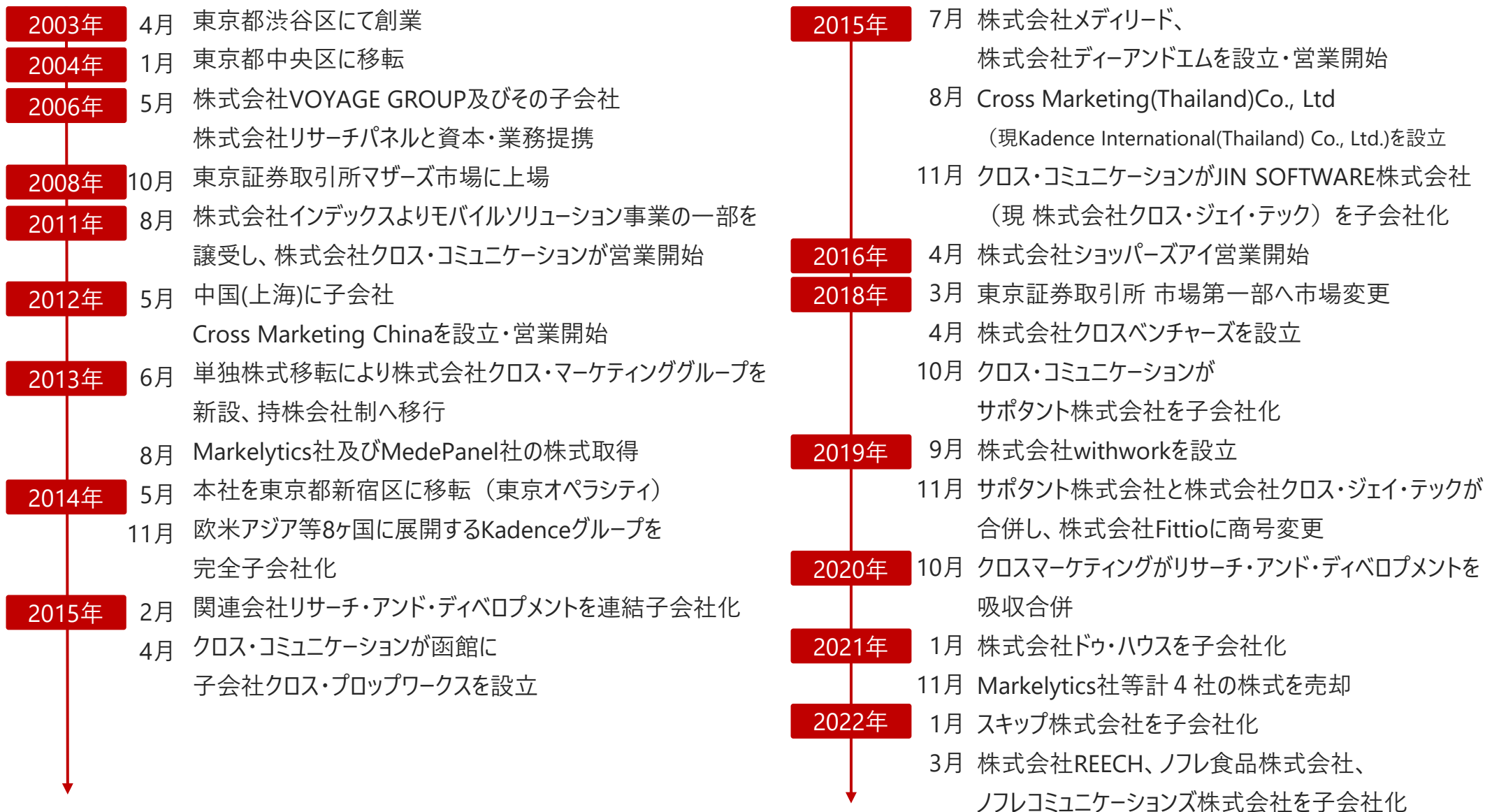
CMGはビジネスも様々で海外も含め、多方面に展開しています。そこには様々な価値観を持った仲間がいます。

私達は多様な価値観を受け入れつつ、大切にしたいことを明確にし、共有していくことで、個人の成長や個人と組織の結びつき、組織間の連携を強めていきます。



Just go for it!

やれば
いじゅん!



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。

本資料に掲載された意見や予測等は資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し、または約束するものではなく、また今後、変更されることがあることをご了承下さい。

本資料に関するお問合せ先

株式会社 クロス・マーケティンググループ グループ経営戦略部

Mail : ir-cm@cross-m.co.jp

Cross Marketing Group Inc.

<https://www.cm-group.co.jp>