COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

クロス・マーケティンググループ

3675 東証１部

企業情報はこちら >>>

2020 年 9 月 28 日（月）

執筆：客員アナリスト
宮田仁光
FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**

FISCO
FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01
1. マーケティングソリューションをベースにデジタルトランスフォーメーションの推進で業況拡大 01
2. マーケティングソリューションとデジタルトランスフォーメーションが強みをさらに強化 01
3. 第 2 四半期業績は新型コロナの影響で苦戦したが積極戦略も展開 01
4. 今期業績は厳しそうだが、「After コロナ」には最高益更新も視野に 02

■会社概要 03
1. 事業概要 03
2. 沿革 03
3. 業界環境 04

■事業内容 05
1. 国内リサーチ事業 05
2. 海外リサーチ事業 06
3. IT ソリューション事業 07
4. その他の事業（プロモーション事業） 07
5. 事業の強み 08

■事業戦略 09
1. 2020 年以降をにらんだ戦略 09
2. 2020 年 12 月期第 2 四半期の具体的な取り組み 10

■業績動向 11
1. 2020 年 12 月期第 2 四半期の業績動向 11
2. 2020 年 12 月期第 2 四半期のセグメント別業績動向 13

■業績の見通し 15
1.「After コロナ」への対応と第 3 四半期の業況 15
2. 第 3 四半期の売上高見通しと方針 16
3. 2020 年 12 月期の業績見通し 17
4. 中期成長イメージ 18

■株主還元策 19

■情報セキュリティ 19

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

「After コロナ」は再び成長を目指す

1. マーケティングソリューションをベースにデジタルトランスフォーメーションの推進で業況拡大

クロス・マーケティンググループ <3675> は、リサーチ事業、IT ソリューション事業、その他の事業と 3 つの事業を展開している。主力のリサーチ事業では、ネットリサーチを核に内外の様々な顧客のリサーチニーズに対して、分析からコンサル、レポーティングまでワンストップのサービスを提供している。IT ソリューション事業では、モバイル向けシステムの企画・開発・運用やエンジニアの派遣などを行っている。その他の事業では、マーケティング支援のためのプロモーション事業を行っている。設立はマーケティングリサーチ業界でも最後発だったが、今や業界大手の一角を占める業容となった。現在、各事業をクロスオーバーしたマーケティングソリューションをベースに、急速なデジタル化に対応するデジタルトランスフォーメーションを推進し、多様化する顧客ニーズに対応し成長を続けているところである。

2. マーケティングソリューションとデジタルトランスフォーメーションが強みをさらに強化

同社リサーチ事業の特徴は、パネル（登録モニター）の質と量にある。量については、アクティブパネル数が同社に 219 万人、提携先も合わせると 465 万人おり、十分確保できていると言える（2019 年 10 月時点）。質については、パネルの基本属性を常に最新に保ち、利用しやすいよう事前にカテゴライズしているほか、悪質な不正回答者を登録抹消するなど、パネルの品質管理を徹底している。強みは、セールスやリサーチャー、ディレクターなどすべての担当者が一丸となって顧客の課題解決に当たるサポート体制や、課題に対し適切に提案・設計するリサーチャーの経験、グループ内外の機能を機動的に利用する組織体制などにある。こうしたベーシックな特徴・強みに加えて、マーケティングソリューションをベースとしたデジタルトランスフォーメーションの推進による業容拡大は、今後、更なる差別化要因になっていくと思われる。

3. 第 2 四半期業績は新型コロナの影響で苦戦したが積極戦略も展開

2020 年 12 月期第 2 四半期の業績は、売上高 7,700 百万円（前年同期比 12.6% 減）、営業利益 166 百万円（同 60.8% 減）と厳しい結果となった。これは、新型コロナウイルス感染症の影響により、世界的に経済活動が大きく制限されたことに起因する。同社も、IT ソリューション事業やその他の事業以上に経済環境を反映しやすいリサーチ事業が苦戦、とりわけ多くの都市で封鎖措置が取られた海外リサーチ事業は非常に厳しかった。このように新型コロナウイルス感染症の影響が非常に大きく注目が集まってしまうが、同社は今期からデジタルトランスフォーメーションの推進による成長戦略も積極的に展開しており、カスタマージャーニー型データ分析や DtoC（メーカー直販）ブランドの成長支援といった新たなサービスを開発する一方、新会社の設立や統合、業務提携などの展開も推進している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

4. 今期業績は厳しそうだが、「After コロナ」には最高益更新も視野に

「After コロナ」への対応として、同社は「維持と成長を両立するための変革」を推進する考えである。だが現状、新型コロナウイルス感染症に収束の見通しが立っていないことから、2020 年 12 月期の通期業績予想を「未定」とした。しかし、第 3 四半期に入っての足元の業況は、非常事態宣言のあった第 2 四半期が底となり、回復傾向を示しつつあるようだ。このため、第 3 四半期の業績に関して、売上高が前年同期比前後というところまで立ち直る見込みとなったため、販管費をコントロールすることで業績回復に道筋を付けていく考えである。この結果、2020 年 12 月期の業績は、2019 年 12 月期並みを確保することは難しそうだが、2021 年 12 月期以降へ向けて弾みとなりそうだ。何より中長期的な同社の戦略に大きな変更がないと思われるので、「After コロナ」には遠からず、最高益更新や中期成長トレンドへの回帰が見えてくる可能性があると考える。

Key Points

- マーケティングソリューションとデジタルトランスフォーメーションを軸に業況拡大
- 2020 年 12 月期は新型コロナウイルス感染症の影響で大苦戦も、積極経営を継続
- 「After コロナ」は最高益更新や中期成長トレンド回帰が見えてくる可能性

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

ネットリサーチを核に多様化する顧客ニーズに対応し成長余地を広げる

1. 事業概要

同社の事業セグメントはリサーチ事業、IT ソリューション事業、その他の事業の 3 つに分けられる。祖業のリサーチ事業では、ネットリサーチを核に、オフラインリサーチも含めたマーケティングリサーチ全般に関する事業を展開しており、定量調査も定性調査も、オンラインもオフラインも、国内外の幅広い調査にワンストップでサービスを提供している。IT ソリューション事業では、モバイル向けシステムの企画・開発・運用やエンジニアの派遣などを行っている。その他の事業では、マーケティング支援に関わるプロモーション事業を行っている。これまで同社は、ネットリサーチを核に各事業の機能をより強くクロスオーバーし、マーケティングリサーチからマーケティングソリューションへと事業領域を強化拡大してきた。そして現在、マーケティングソリューションをベースに、急速なデジタル化に対応したデジタルトランスフォーメーション※を推進し、多様化する顧客ニーズへの対応力を高めることを目的に、業容を拡大し、成長の余地を広げているところである。

※ デジタルトランスフォーメーション（DX）：IT の浸透が、人々の生活をあらゆる面においてより快適にするという概念。

今後も引き続き期待される中長期成長

2. 沿革

同社は、2003 年 4 月に現代表取締役社長兼 CEO の五十嵐幹（いがらしみき）氏により、ネットリサーチ専業の株式会社クロス・マーケティングとして設立された。2006 年 5 月に（株）EC ナビ（現（株）VOYAGE GROUP（CARTA HOLDINGS<3688>）：アドプラットフォーム事業やポイントメディア事業を運営）と資本・業務提携、これを弾みに 2007 年 3 月には（株）電通リサーチ（現（株）電通マクロミルインサイト）や（株）ビデオリサーチなど大手リサーチ会社とも資本提携した。2008 年 10 月に東証マザーズに上場し、2011 年 8 月に（株）インデックスよりモバイル向けソリューション事業（現 IT ソリューション事業）を譲り受け、中国（上海）に子会社を設立して海外進出を果たすなど事業領域の拡大を図ってきた。2013 年に社名を株式会社クロス・マーケティンググループとして持株会社化、2018 年 3 月には東京証券取引所市場第 1 部への上場市場変更を果たすとともに、（株）リサーチ・アンド・ディベロプメントやサポタント（株）といった有力企業を次々と獲得するなど M&A や新規事業、構造改革を加速、後発ながらマーケティングリサーチ業界大手の 1 社として急速に頭角を現してきた。2020 年に入って、新型コロナウイルス感染症の影響により、残念ながら業界ともども業績が一時足踏みしている。しかし、中長期的に拡大が予測されるマーケティングリサーチ市場において、同社は成長戦略を継続展開していることから、「After コロナ」では引き続き中長期成長が期待されている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

沿革

年月	
2003年 4月	東京都渋谷区にて創業
2004年 1月	東京都中央区に移転
2006年 5月	（株）VOYAGE GROUP 及びその子会社（株）リサーチパネルと資本・業務提携
2008年10月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
2011年 8月	（株）インデックスよりモバイルソリューション事業の一部を譲受し、（株）クロス・コミュニケーションが営業開始
2012年 5月	中国（上海）に子会社 Cross Marketing China を設立・営業開始
2013年 6月	単独株式移転により（株）クロス・マーケティンググループを新設し、持株会社制へ移行
2013年 8月	Markelytics 社及び MedePanel 社の株式取得
2014年 5月	本社を東京都新宿区に移転（東京オペラシティ）
2014年11月	欧米アジア等 8 ヶ国に展開する Kadence グループを完全子会社化
2014年 2月	関連会社リサーチ・アンド・ディベロプメントを連結子会社化
2014年 4月	クロス・コミュニケーションが函館に子会社クロス・プロップワークスを設立
2015年 7月	（株）メディリード、（株）ディーアンドエムを設立・営業開始
2015年 8月	Cross Marketing（Thailand）Co., Ltd（現 Kadence International（Thailand）Co., Ltd.）を設立
2015年11月	クロス・コミュニケーションが JIN SOFTWARE（株）（現（株）クロス・ジェイ・テック）を子会社化
2016年 4月	（株）ショッパーズアイ営業開始
2018年 3月	東京証券取引所 市場第 1 部へ市場変更
2018年 4月	（株）クロスベンチャーズを設立
2018年10月	クロス・コミュニケーションがサポタント（株）を子会社化
2019年11月	サポタント（株）と（株）クロス・ジェイ・テックが合併し、（株）Fittio に商号変更
2020年 6月	ネットとオフラインのシナジー強化へ向け（株）クロス・マーケティングが（株）R&D を吸収合併

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

マーケティングリサーチ業界にも新型コロナが影を落とした

3. 業界環境

消費の多様化や企業業績の拡大などとともに、マーケティングリサーチは安定して市場を拡大してきた。マーケティングリサーチを大別すると、調査するフィールドがインターネット上か現実社会かで、ネットリサーチとオフラインリサーチに分けられる。なかでもネットリサーチは、訪問調査や郵送調査、電話調査など従来からあるオフラインリサーチに比べ、スピードやコスト、スケールの点で優れている。このためネットリサーチは、2000 年以降、インターネットの利用の広がりとともに急速に市場を拡大した。加えて業界の大手 3 社※は、マーケティングリサーチをプロモーションや IT ソリューション、コンサルティングと融合することで、マーケティングソリューションへと業容の幅を広げ、大手以外は独自性を発揮することで生き残りを図っている。さらに近年、デジタルトランスフォーメーションの流れのなかで、ビッグデータの調査・分析に対応するため最新 IT 技術を駆使することが必要となっている。

※ 大手 3 社：マクロミル <3978>、インテージホールディングス <4326>、同社の 3 社。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2020 年に入って新型コロナウイルス感染症が猛威を振るっているが、マーケティングリサーチ業界にも大きな影を落とした。特に 4 月－ 6 月の 3 ヶ月は緊急事態宣言の発令などがあり、世の中全般が営業や外出を自粛する動きとなった。海外では都市封鎖などもあり、経済活動の低迷がより強まる地域も多かった。このため、人と人との接触の可能性が高いオフライン調査や、新型コロナウイルス感染症の影響を強く受ける業種を中心に、リサーチ活動の中止や延期といった事態が生じ、各社とも非常に厳しい業績となった。7 月以降は、一旦落ち着いた新型コロナウイルス感染症が再拡大したものの、経済活動も徐々に再開されたことから、業界各社の業況も改善方向にあると思われる。しかし、業界全体として、4 月－ 6 月の業績低迷から戻るには少なくとも 1 年程度の時間がかかることが見込まれることから、効率化を促進するデジタルトランスフォーメーションがさらに加速すると予想される。次項で同社事業の詳細について述べるが、業績についてはその後に詳述する。

上場マーケティングリサーチ会社の 2020 年 4 月－ 6 月の業績

（単位：百万円）

コード	銘柄名	売上高	前年同期差	営業利益	前年同期差	リサーチの特徴
4326	インテージホールディングス	10,676	-653	-774	-896	マーケティングリサーチ国内最大手。パネル調査に強み
3978	マクロミル	7,718	-2,307	-5,653	-6,580	ネット調査主体。低コストで国内外の市場調査。分析サービスも
3675	クロス・マーケティンググループ	3,081	-1,016	-261	-275	ネット軸、オフラインも。企画から集計分析までワンストップ
3695	GMO リサーチ	696	-70	-25	-25	ネット調査主体。集計・分析など業務支援。内外に調査協力者
6555	MS&Consulting	206	-446	-202	-224	ミステリーショッパー専門。小売企業が主要顧客。コンサルも
2467	バルクホールディングス	316	4	-113	34	ユーザーニーズ調査やブランド調査。マルエツ向け 2 割

注：MS&Consulting（6555）は 3-5 月を集計
出所：各社決算短信、決算説明資料、ホームページよりフィスコ作成

事業内容

進化し業容を拡大するリサーチ事業

1. 国内リサーチ事業

同社のネットリサーチは、企画に沿ったアンケートプログラムを開発してアンケートサーバー上に設置、抽出されたパネルからアンケートを取り、論理矛盾や不正回答などのデータクリーニングを行って調査結果を集計、多くの場合分析レポートを作成して顧客に納品する――という流れになっている。特徴は、パネルの量と質、分析レポートなど付随する付加価値サービスにある。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ネットリサーチにとって最も重要なのがパネルの量と質である。量については、直近 1 年以内にアンケートに回答したアクティブパネル数が 219 万人、提携先も合わせたアクティブパネル数は 465 万人と日本最大規模のアンケートパネル数を誇る（2019 年 10 月時点）。質については、性別・年代・居住地といった基本情報のほか、同居家族構成や居住形態など基本的な属性を網羅しているほか、データの信頼性を確保するため、（株）リサーチパネルが毎年会員登録情報を更新し、パネルの基本属性を常に最新の状態に保っている。また、アンケートの調査回答内容をチェックし、悪質な不正回答者を登録抹消するなどパネルの品質管理も徹底している。スムーズな調査を実現するため、自動車保有や疾病などあらかじめ特定のテーマでセグメントした、20 を超える専門的なパネルを用意している。以上から、同社のネットリサーチは精度の高い効率的な調査が可能となっている。

さらに、実際に調査協力者を集めてインタビューなどを行うオフラインの定量調査・定性調査や、既存の調査方法に IT などを組み合わせるデジタルマーケティングも展開している。通常のアンケートに加えて SNS などを利用した投稿データの収集・分析や、アンケートデータと既存データを統合したデータドリブンな意思決定体制を構築するサポートも行っている。2015 年に子会社化したメディリードでは、医師・医療従事者や患者のパネルに対してリサーチし、健康管理プログラムや発症リスクモデルの策定支援、創薬・治験などに関する論文・研究・医療技術評価の支援などのサポートをしている。このような専門領域に特化したサービスは、専門人材の確保や新しい技術への対応などが必要なため、非常に付加価値の高いサービスと言える。このため、メディリードのマーケティングソリューションは非常に高く評価されており、業容を拡大しているところである。

マーケティングソリューションのロードマップ

出所：同社ホームページより掲載

Kadence グループの構造改革は一段落

2. 海外リサーチ事業

日本企業がアジアなど海外へ進出していることに対して、同社も 2014 年に米英及びアジアでマーケティングリサーチ事業を行う Kadence グループを M&A、アジアへの展開を強化した。しかし、組織上の問題などから連結業績になかなか貢献せず、2018 年 12 月期－ 2019 年 12 月期で構造改革を進めた。足元では Kadence グループの構造改革が一段落したため、更なる組織体制の強化を図っているところである。今後は、米国（西海岸エリア）やアジア未進出エリアへの着実な拠点展開や、アジア英語圏での BPO（Business Process Outsourcing）拠点や R&D センターの開設など、インフラ基盤を強化していく考えである。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

金融向けなど堅牢性が求められるシステム開発に強み

3. IT ソリューション事業

IT ソリューション事業では、マーケティングから企画、開発、運用、プロモーションまで、モバイルやスマートフォン向けサービスに必要なあらゆる機能をワンストップで提供している。具体的には、Web サイトの構築、スマートフォンアプリの開発、各種ツール・パッケージの提供、調査・分析、インフラ・サーバ構築、Web プロモーション、セキュリティ対策、運用アウトソーシングなどである。同社は、金融機関向けアプリや決済・ポイント管理といった堅牢性が求められるシステムや、会員数 100 万人規模の大規模なシステムの構築・運用などに強みを持っている。このため、上場ネット証券会社の保有する口座において同社開発のアプリが高いシェアを占めるなど、証券会社を中心に金融業界で多数の開発・運用実績を誇っており、こうした実績を背景に、カード会社やネット銀行などへも営業を拡大している。また、アプリだけでなく、顧客企業に IT 人材を提供することで、継続性のある運用業務も取り込んでいる。このため、2019 年には Web や EC に特化した人材紹介・派遣を行っているサポタントと（株）クロス・ジェイ・テックを合併して（株）Fittio に商号を変更、顧客向けに開発した Web/EC サイトの運用や保守向け人材派遣を強化した。

同社マーケティングソリューションのキー事業

4. その他の事業（プロモーション事業）

その他の事業の主力が（株）ディーアンドエムで、消費者データを活用したデジタルマーケティングやデジタルプロモーションなど、最先端のマーケティングサービスを提供している。なかでも伝統的 PDCA とは異なる独自の「OODA（Observe、Orient、Decision、Action）」というマーケティングシステムは、顧客のマーケティング戦略を支援するサービスとして好評である。また、TREASURE DATA や Adobe など DMP（Data Management Platform）大手とのデータ連携を進めており、大規模な属性データと企業のデータを連携することで、複雑化する広告主ニーズや市場環境の変化に対応することが可能となっている。プロモーション事業は、リサーチ事業や IT ソリューション事業と連携することで、同社のマーケティングソリューションを一気通貫したサービスとして提供するためのキー事業と言うこともできる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

グループ企業の連携によるサポート体制に強み

5. 事業の強み

同社リサーチの特徴は、回答負荷軽減を意識したアンケート画面作り、的確なターゲット選定のための配信設定、精度の高いハイクオリティなデータクリーニング、高機能なアンケートシステムによる画面作成・配信・データ納品などの即応体制、国内最大規模のパネル数、基本属性だけでなくレアな属性にも対応した調査――ということになるだろう。しかし、こうした機能・サービスは多少なりとも同業大手にもあり、大きな差別化要因とまでは言えない。最大の強みは、機能が分離しがちな大手他社に対して、セールス、リサーチャー、ディレクターなどすべての担当者が一丸となって顧客に接し、グループ企業が一体となって機動的に課題解決に当たるサポート体制にあると考えられる。また、顧客からすると、そうしたサポート体制に加え、課題に対し適切に提案・設計するリサーチャーの経験や、IT ソリューション事業やプロモーション事業の機能を機動的に活用したトータルなマーケティングソリューションの提案なども強みと言えるだろう。以下は同社の事業を構成し、強みを支えるグループ企業である。

グループ企業一覧

マーケティングリサーチ事業	
Cross Marketing	ネットリサーチを初めとするマーケティングリサーチに関するサービスの提供
R&D Research and Development	マーケティングリサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション
medilead	ヘルスケア・メディカル領域のマーケティングリサーチ事業
ENVIROSELL	顧客行動分析と業務コンサルティング
Shopper's Eye	覆面調査により消費者の視点からサービス水準を評価
Kadence International	英国、米国およびアジア各国に展開し、マーケティングリサーチ事業を行う企業グループ。持株会社本社はシンガポール。
MARKELYTICS	欧米メインのクライアントを持つマーケティングリサーチ会社。本社はバンガロール。
Medical World Panel	疾病ごとの医療従事者・患者専用もモニターの管理・運営
withwork	企業のマーケティング課題解決を支援するWEBリサーチ関連サービス、BRP/BPO関連サービスを提供

ITソリューション事業	
Cross Communication	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
Cross Propworks	函館において、グループ内のデータ加工・処理業務等のアウトソーシングサービスを提供。
Fittio	IT・Web業界に特化した人材供給、支援

その他の事業	
D&M Data and Marketing	消費者データを活用し、最先端のマーケティングサービスを提供
CROSS VENTURES	投資事業並びにそれに付随する業務

出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業戦略

デジタルトランスフォーメーションで進化するリサーチ

1. 2020 年以降をにらんだ戦略

足元の IT の急速な普及によって、ビッグデータがそこかしこに氾濫するようになった。マーケティング面においても、顧客がビッグデータを自動的に蓄積できるようになってきたものの、一方で精緻に解析・応用することが大きな課題となっている。これを解決するのが、顧客のビッグデータと同社のリサーチデータやコンサルティング能力などを最速･最適に結び付けた、データエンジニアリング（エンジニアによる大量データの集計）とマーケティングソリューション（マーケターによる分析）による高付加価値なレポーティングサービスである。まさにマーケティングソリューションとデジタルトランスフォーメーションの融合であり、同社はこうした新たな局面に積極的に取り組むことで、マーケティングによる支援能力を進化させている。

具体的には、メディリードでは、前述したように、医師や患者に対するリサーチにとどまらず、医薬という専門分野に特化したコンサルティングやデータサイエンス（分析）、論文支援など高付加価値サービスを提供している。一方、デジタルトランスフォーメーションはリサーチのネットシフトや自動化を促進するため、同社にとっても生産性の向上が見込まれる。なお、こうした動きに対し、同業大手のみならずコンサル会社や広告代理店なども動き出しているが、同業に対してはシステムの融通性・機動性、外部企業に対してはリサーチ機能で優位性があると考えられる。

デジタル技術を生かした事業展開のイメージ図

出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

新型コロナのなか、成長戦略を継続

2. 2020 年 12 月期第 2 四半期の具体的な取り組み

2020 年 12 月期第 2 四半期は新型コロナウイルス感染症のインパクトが大きく、どうしてもそちらに注目が集まってしまう。そのようななかで同社は、マーケティングソリューションをベースにデジタルトランスフォーメーションを展開する成長戦略を引き続き積極的に継続しており、足元でも新たなサービスを開発・市場投入している。カスタマージャーニー型データ分析、DtoC（メーカー直販）ブランドの成長支援、AI を用いた Web クローリング、位置情報ビッグデータ分析、セルフ型アンケート「Qwantz（クウォンツ）」など、以下に示すようなサービスである。ほかにも、災害時のリスクヘッジや人材の強化・採用を目的に福岡にマーケティングリサーチ運用拠点として（株）ウィズワークを設立、ネットリサーチ主力のクロス・マーケティングとオフライン主力のリサーチ・アンド・ディベロプメントを統合して ICT などを背景とした顧客側のマーケティング活動の進化に対応、ディーアンドエムがテモナ（株）と業務提携してテモナのサブスクリプションシステムを利用する事業者のマーケティング支援を推進、（株）クロス・コミュニケーションは安定性と堅牢性が求められる大和証券グループ本社 <8601> の新スマホ証券「CONNECT」を開発した。

2020 年第 2 四半期の新サービス

a）カスタマージャーニー型データ分析

企業のビッグデータ活用に向けた CRM 分析サービスで、企業のビッグデータ活用の課題に対し、カスタマージャーニー型データへの変換や顧客と課題の具体化、テストマーケティングなどをフルカスタマイズでサポートするサービスである。新型コロナウイルス禍のマーケティング支援推進ツールとして、足元で受注が拡大しているもようだ。なお、カスタマージャーニー型データ分析とは、従来のマーケティングでは見えないはずの顧客（個客）の行動・思考・感情（カスタマージャーニー）を、ビッグデータ解析によって見える化することである。

カスタマージャーニー型データ分析の例

注：図は、意識データと行動データ、マクロとミクロの顧客データによる分析をベースにした、LTV（Life Time Value）の算出～収益改善のシミュレーション～改善施策～テストマーケティングによる成果検証――というマーケティングのフローを示している。
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

b）DtoC（メーカー直販）ブランドの成長支援

（株）クロスベンチャーズの出資する（株）ニューロープと（株）クロス・コミュニケーションが D2C ブランド向けに共同開発した、豊富なデータマーケティングの実績を生かしたターゲティングサービスである。ファッション AI 技術で SNS 上の画像データを解析してデータベース化、ファン予備軍を抽出して効率的にファンを獲得、最終的にファンとの継続的なコミュニケーションにつなげる。

c）AI を用いた Web クローリング

ビッグデータ時代における顧客の意思決定を支援するサービスで、AI を利用して、世界 17 億以上の Web サイトからデータを収集・連携・分析する。メディリードが提供している。

d）位置情報ビッグデータ分析

ディーアンドエムが業務提携したクロスロケーションズ（株）の位置情報ビッグデータ分析により居住地域が推定された消費者に対して、ディーアンドエムがアンケート・行動分析・レポート作成を実施するサービス。新規開拓や既存顧客のリピート促進、広告による集客効率の向上などが目的である。

e）セルフ型アンケート「Qwantz（クウォンツ）」

料金が「安い」、納品が「速い」、利用者が「簡単」に操作できるセルフ型アンケートで、ディーアンドエムが提供している。500 万人超の性別・年齢・居住地などのデモグラフィック情報を、パートナー企業のサイト接触データやアプリ利用データと連携することにより、効果的にアンケート配信先を絞り込むことができる。

業績動向

新型コロナウイルスの影響で大幅減益

1. 2020 年 12 月期第 2 四半期の業績動向

2020 年 12 月期第 2 四半期の業績は、売上高 7,700 百万円（前年同期比 12.6% 減）、営業利益 166 百万円（同 60.8% 減）、経常利益 186 百万円（同 45.6% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 32 百万円（同黒字転換）と厳しい業績となった。これはひとえに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が理由である。感染拡大に伴う緊急事態宣言の発令などにより、同社の事業活動が大幅に制限されたからである。海外においても新型コロナウイルス感染症の影響は大きく、国内以上に同社の事業活動が制限される地域もあった。このため、IT ソリューション事業やその他の事業以上に経済環境を反映しやすいリサーチ事業、とりわけ海外リサーチ事業が苦戦することとなった。こうした社会環境、経済環境を背景に同社は、不要不急の支出の削減、リモートワーク環境の整備、十分な手元流動性の確保などを進めた一方で、持続的な成長を実現するための投資やグループシナジーの追求などの戦略は継続した。なお、2020 年 12 月期第 2 四半期の親会社株主に帰属する四半期純利益が大幅増益となったのは、前年同期に発生した Kadence グループ構造改革によるのれん減損損失の反動による。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2020 年 12 月期第 2 四半期業績

（単位：百万円、%）

	19/12 期 2Q	売上比	20/12 期 2Q	売上比	増減率
売上高	8,808	100.0	7,700	100.0	-12.6
売上総利益	3,371	38.3	2,937	38.1	-12.9
販管費	2,947	33.5	2,771	36.0	-6.0
営業利益	423	4.8	166	2.2	-60.8
経常利益	341	3.9	186	2.4	-45.6
親会社株主に帰属する四半期純利益	-955	-10.8	32	0.4	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

第 2 四半期を第 1 四半期 3 ヶ月と第 2 四半期 3 ヶ月に分けると、第 1 四半期はまだ新型コロナウイルス感染症の影響がほとんど生じていない状況だったが、第 2 四半期に入ると急速に感染が拡大、国内では緊急事態宣言が出されて外出や営業の自粛が広がり、海外では主要都市における都市封鎖などにより経済活動が麻痺する地域さえあった。こうした状況を受けて同社は急遽人件費や広告宣伝費などを抑制、交通費や消耗品費など緊急事態宣言に伴う縮減や前期減損に伴うのれん償却費の減少もあって、第 2 四半期だけで 177 百万円の販管費を削減した。しかし、第 2 四半期がもともと利益獲得期ではないこともあって、売上・粗利の減少をカバーできず、利益を棄損することとなった。

第 1 四半期と第 2 四半期の 3 ヶ月業績の比較

（単位：百万円、%）

第 1 四半期 3 ヶ月	19/12 期 1Q	売上比	20/12 期 1Q	売上比	増減率
売上高	4,711	100.0	4,618	100.0	-2.0
売上総利益	1,875	39.8	1,867	40.4	-0.4
販管費	1,465	31.1	1,440	31.2	-1.7
営業利益	409	8.7	427	9.2	4.3
経常利益	366	7.8	412	8.9	12.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	192	4.1	250	5.4	30.1

第 2 四半期 3 ヶ月	19/12 期 2Q	売上比	20/12 期 2Q	売上比	増減率
売上高	4,097	100.0	3,081	100.0	-24.8
売上総利益	1,496	36.5	1,069	34.7	-28.5
販管費	1,481	36.2	1,330	43.2	-10.2
営業利益	14	0.3	-261	-8.5	-
経常利益	-24	-0.6	-226	-7.4	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	-1,146	-28.0	-218	-7.1	-

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

IT ソリューション事業とプロモーション事業はおおむね順調

2. 2020 年 12 月期第 2 四半期のセグメント別業績動向

2020 年 12 月期第 2 四半期のセグメント別業績は、リサーチ事業が売上高 5,970 百万円（前年同期比 14.9% 減）、営業利益 739 百万円（同 15.4% 減）、IT ソリューション事業が売上高 1,711 百万円（同 0.7% 増）、営業利益 61 百万円（同 61.9% 減）、その他の事業が売上高 369 百万円（同 3.2% 減）、営業利益 82 百万円（同 54.9% 増）となった。リサーチ事業売上高の内訳は、国内が 4,474 百万円（同 7.4% 減）、海外が 1,256 百万円（同 37.7% 減）だった。

2020 年 12 月期第 2 四半期のセグメント業績

（単位：百万円、%）

調整前売上高	19/12 期 2Q	売上比	20/12 期 2Q	売上比	増減率
リサーチ	7,013	79.6	5,970	77.5	-14.9
国内リサーチ	4,831	54.8	4,474	58.1	-7.4
海外リサーチ	2,015	22.9	1,256	16.3	-37.7
IT ソリューション	1,698	19.3	1,711	22.2	0.7
その他	381	4.3	369	4.8	-3.2

調整前セグメント利益	19/12 期 2Q	利益率	20/12 期 2Q	利益率	増減率
リサーチ	874	12.5	739	12.4	-15.4
IT ソリューション	159	9.4	61	3.5	-61.9
その他	53	13.9	82	22.3	54.9

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

国内リサーチ事業では、新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言の発令を受け、企業の事業活動が制限されたことなどから、特に第 2 四半期において、顧客企業によるリサーチ予算の見直しや進行案件の中止・延期が発生した。特に感染拡大防止のための非接触という観点から、オフライン調査の案件数が大幅に減少した。一方、インターネットによる調査案件も、受注やサービス提供に努めたものの、緊急事態宣言の影響を直接受けた業種を中心に伸び悩むこととなった。なお、2020 年 10 月（予定）に、ネットリサーチ主力のクロス･マーケティングがオンライン調査主力のリサーチ・アンド・ディベロプメントを吸収することになったが、新型コロナウイルス感染症の影響と言うより、リサーチ・アンド・ディベロプメントを M&A したときからのシナジーを狙った既定路線である。海外リサーチ事業では、都市封鎖や外出規制などにより多くの海外拠点で国内以上に営業活動が制限されたが、前期の構造改革に続いて拠点別の状況を考慮しつつ組織体制を大幅に見直したこともあって、売上高は大きく減少することとなった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

IT ソリューション事業とその他の事業への新型コロナウイルス感染症の影響は、受注活動については若干生じたもようだが、売上げについてはあまり生じておらず堅調と言えるだろう。IT ソリューション事業では、第 2 四半期を通じて大型の受託開発案件にリソースを集中しており、営業利益は、第 2 四半期へ向けて回復しつつあるものの、大型案件への対応でコストが増加し減益となった。

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

その他の事業では、リサーチ事業とのグループ内連携、営業体制やサービスの強化、他社との連携などを推進した。しかし、売上高は新規開拓の鈍化や案件の延期・中止などの影響により微減、営業利益は粗利率管理の徹底や各種費用の見直しなどにより増益を確保した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■業績の見通し

維持と成長を両立するための変革を推進

1.「After コロナ」への対応と第 3 四半期の業況

未だワクチンさえない新型コロナウイルス感染症だが、同社は「After コロナ」へ向けて、社会や価値観の変化に対応する企業グループとして「維持と成長を両立するための変革」を推進する考えである。そのなかで現状考えられる「After コロナ」における短中期的なリスクと具体的な対応方針を打ち出した。「After コロナ」ではまず、働き方や組織マネジメントが変化すると見ており、対応方針として、安全な就業環境を前提にオフィスワークとリモートワークを両立し、それを支える人事評価制度やマネジメント改革を推進する。新型コロナウイルス感染症によってオフライン調査案件の低迷に加速がつきそうだが、それ以上にネットリサーチへのシフトやデジタルトランスフォーメーションを推進する。非接触などの観点から営業活動や顧客開拓の在り方が変わると考えられるが、デジタルマーケティングや CRM システムを強化することで顧客との新たな関係を構築する。消費行動や価値観、事業環境の変化に対しては、新しい価値観や付加価値を提供できるよう既存事業への投資も進める。事業活動鈍化による成長スピードの減速懸念に対しては、新たに借り入れた 20 億円（2020 年 6 月開示）を背景に事業維持と成長のための投資を継続する。後にも述べるがマーケティングリサーチの市場は、過去・現在・未来と変容しながらも長期的に拡大を続けている。そうした市場だからこそ、「After コロナ」への新たな対応は必要となるが、積極的な事業活動を継続していくという戦略に変更はないと考えられる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

第 2 四半期を底に第 3 四半期は回復へ

2. 第 3 四半期の売上高見通しと方針

足元の動向としては、緊急事態宣言のあった第 2 四半期が底となり、第 3 四半期には業況が回復しつつあるようだ。プロモーションなど堅調なセグメントの貢献に加え、海外拠点で第 3 四半期に大型案件の計上が予定されていることから、同社は連結全体の第 3 四半期売上高を前年同期比 10% 減～横ばいと見込んでいる。一方、不要不急の費用の抑制や組織体制の見直し、リモート業務の整備による本社オフィス面積の減床などにより、販管費を同 10% 減～ 5% 減にコントロールする方針である。

2020年12月期第3四半期の連結売上高と販管費の見通し（前年同期比の伸び）

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

国内リサーチ事業は、ネットリサーチの引き合いが底を打ったこと、オフライン案件で実査が再開されること、覆面調査が引き続き堅調なことなどから 5 月を底に回復傾向が続いているため、Zoom を使った対面調査や Web セミナーなどを強化する方針である。しかし、顧客の事業活動の回復状況から同社業績の V 字回復を想定せず、第 3 四半期 3 ヶ月の国内リサーチ事業の売上高は前年同期比 10% 減を見込んでいる。海外リサーチ事業については、オフライン調査が中心の拠点は回復が遅いものの、事業活動が徐々に再開していること、米国で大型案件が予定されていることから、同 20% 増を見込んでいる。加えて、オンライン化や支出削減、体制の見直しも進める予定である。IT ソリューション事業は、受託開発や人材派遣などで第 2 四半期の受注活動に制限が生じたことから、同 20% 減～ 10% 減を見込んでいる。このため、受注済みの案件に注力するとともに、新サービスやマーケティングを強化して案件数を確保する意向である。その他の事業は、新規開拓が引き続き厳しい状況のなか、一部既存顧客からの案件も減少しており、同 10% 減～横ばいを見込んでいる。社内外の連携強化を継続するとともに、人員計画や営業方針・手法を見直し、インバウンドマーケティングも強化する方針である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

今期の増益は難しそうだが、来期へ向けて弾みとなる

3. 2020 年 12 月期の業績見通し

同社は、2020 年 12 月期の通期の業績予想を「未定」とした。理由は、世界的に新型コロナウイルス感染症の収束の見通しが依然として立っておらず、今後の外部環境の変化についても不透明な状況が見込まれることから、現時点で業績予想を合理的に見積もることが困難なためとしている。なお、業績予想の合理的な算出が可能となった際は速やかに公表する方針である。

しかし、第 3 四半期に入って、新型コロナウイルス感染症の影響は残っているものの、日本を含め各国において経済活動が少しずつ戻ってきている。同社も主力の内外リサーチ事業を中心に、売上高が前年同期並みの水準へ向けて回復傾向に入ってきた。IT ソリューション事業とその他の事業については、第 2 四半期で受注活動が減速した影響で第 3 四半期はやや厳しい局面が予想されるが、第 4 四半期には回復することが期待されている。利益面でも、販管費のコントロールを徹底することによって業績回復を後押ししようとしている。以上から通期業績をイメージすると、売上・利益ともに第 4 四半期へ向けて尻上がりに回復傾向となるものの、第 2 四半期のマイナスを完全にカバーすることは難しいと予想される。しかし、2021 年 12 月期においては、コストコントロールがさらに進展することから、2019 年 12 月期並みの売上高に戻り、利益水準を回復することは可能で、経済動向の回復次第ではピーク利益の更新も再び視野に入ってくるかもしれない。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

「After コロナ」を切り拓いて再び成長軌道へ

4. 中期成長イメージ

マーケティングリサーチ業界は、市場の成長とともにニーズやターゲットが多様化し、データがますます氾濫する時代に対応していかなければならなくなった。その際、マーケティングソリューションにおいてはコンサルティングなどアナログの側面がより重視されるようになり、一方、加速度的に高度化するデジタル技術を確実にキャッチアップするためにデジタルトランスフォーメーションが必要とされている。同社は、マーケティングソリューションでは、グループ内外との連携によって、リサーチを核にソリューションからコンサルティング、人材派遣、専門分野特化などへとサービスメニューを広げ、デジタルトランスフォーメーションでは、自動化などによって調査票作成をはじめリサーチプロセスの利便性を高めるとともに、莫大なデータを瞬時に処理・分析していくよう機能の向上を図っていくと想定される。現状、新型コロナウイルス感染症の対策のため一時停止しているような状況だが、一方で、同社は中長期の成長を見据えた施策を次々と放っている。そのようななか、各事業の業況が足元で徐々に回復、将来が少しずつ見通せるようになってきた。マーケティングソリューションとデジタルトランスフォーメーションによって「After コロナ」を切り拓き、中期成長軌道に回帰していく同社の姿もじきに見通せるようになると考える。

出所：会社資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

株主還元策

2020 年 12 月期は中間配当 3.1 円、期末配当は未定

同社は、株主に対する利益還元を経営上の重要な課題の 1 つとして認識しており、配当による安定的な利益還元を継続しながら、現在の旺盛な資金需要、今後の事業投資計画を鑑み、連結配当性向 15% 前後を目途に配当金額を決定することを配当方針としている。2020 年 12 月期の通期連結業績予想に関して、中間配当については 2020 年 12 月期第 1 四半期において一定の収益を獲得できたとともに、配当による安定的な利益還元の継続という配当方針に基づき、期初の予想（3.1 円）を維持することにした。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響のなか、経営の安定性や持続的キャッシュ・フローの維持を最優先課題としつつ、通期の業績予想を「未定」としたことに伴い、期末配当についても「未定」とすることにした。今後、2020 年 12 月期の通期連結業績やキャッシュフローの状況を考慮しながら、業績見通しの合理的な算出ができ次第、期末配当予想についても速やかに公表する予定となっている。

注：17/12 期、19/12 期は当期純損失を計上しているため配当性向を記載していない
出所：決算短信よりフィスコ作成

情報セキュリティ

同社は、リサーチ事業においてアンケート回答者の個人情報を取得することがある。個人情報を取得する可能性のある同社、（株）ユーティル、ディーアンドエム、リサーチパネル及びメディリードは、（一財）日本情報経済社会推進協会が運営するプライバシーマーク制度の認定事業者となり、個人情報の適切な取得・管理・運用を行っている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■
〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9
株式会社フィスコ
電話：03-5774-2443（情報配信部）
メールアドレス：support@fisco.co.jp