



2025年12月期 第1四半期 決算説明資料

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2025.5.15



原田典子

平素より格別のご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

AI CROSSは、設立以来「Smart Work, Smart Life」の理念のもと、テクノロジーを活用して企業の業務効率化と働く人々の生産性向上を支援することを使命として事業を推進してまいりました。

近年、AIをはじめとするテクノロジーの進化が加速し、企業のDX（デジタルトランスフォーメーション）は新たなステージに入っています。こうした変化に対応しながら、私たちは従来のメッセージングサービスを磨き上げ、AIを融合することで、より付加価値の高いソリューションへと進化を遂げています。

一方で、世界経済の不透明感が増す中、日本国内においても少子高齢化や労働人口の減少といった構造的な課題が深刻化しています。このような環境の中で、私たちは単なる業務効率化を超え、テクノロジーの力で企業と働く人々の時間をより価値あるものにし、新たな価値を生み出すことを目指し、挑戦を続けています。

これからも、「Smart Work, Smart Life」というミッションのもと、テクノロジーを活用して新たな可能性を拓き、企業の成長と働く人々のより良い未来を支えてまいります。

株主の皆様には、引き続き温かいご支援を賜りますようお願い申し上げます。

INDEX

1. FY2025.1Q 業績ハイライト
2. FY2025.1Q KPIサマリー
3. FY2025.1Q ビジネスラインの状況
4. Topics
5. 株主還元
6. Appendix

(※ 1) 2021年8月の子会社AIX Tech Venturesの設立により、2021年12月期第3四半期より連結決算に移行しております。

(※ 2) 本資料に記載されたすべての意見や予測、見通しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを、予めご承知おください。

(※ 3) 本資料に記載されている会社名、サービス名は各社の商標または登録商標です。

FY2025.1Q 業績ハイライト

(※) 資料中の各数値は、FY2021.3Qからの連結決算への移行しております。従いまして、FY2021.2Q以前の数値は単体決算数値である点をご留意ください。



売上高

930 百万円

前四半期比 ▲5.43% ↓
前年同期比 +5.08% ↑

営業利益

上場来
最高

139 百万円

前四半期比 +152百万円 ↑ (※1)
前年同期比 +17.73% ↑

経常利益

上場来
最高

141 百万円

前四半期比 +160百万円 ↑ (※1)
前年同期比 +21.57% ↑

四半期純利益

81 百万円

前四半期比 +125百万円 ↑ (※1)
前年同期比 +12.00% ↑

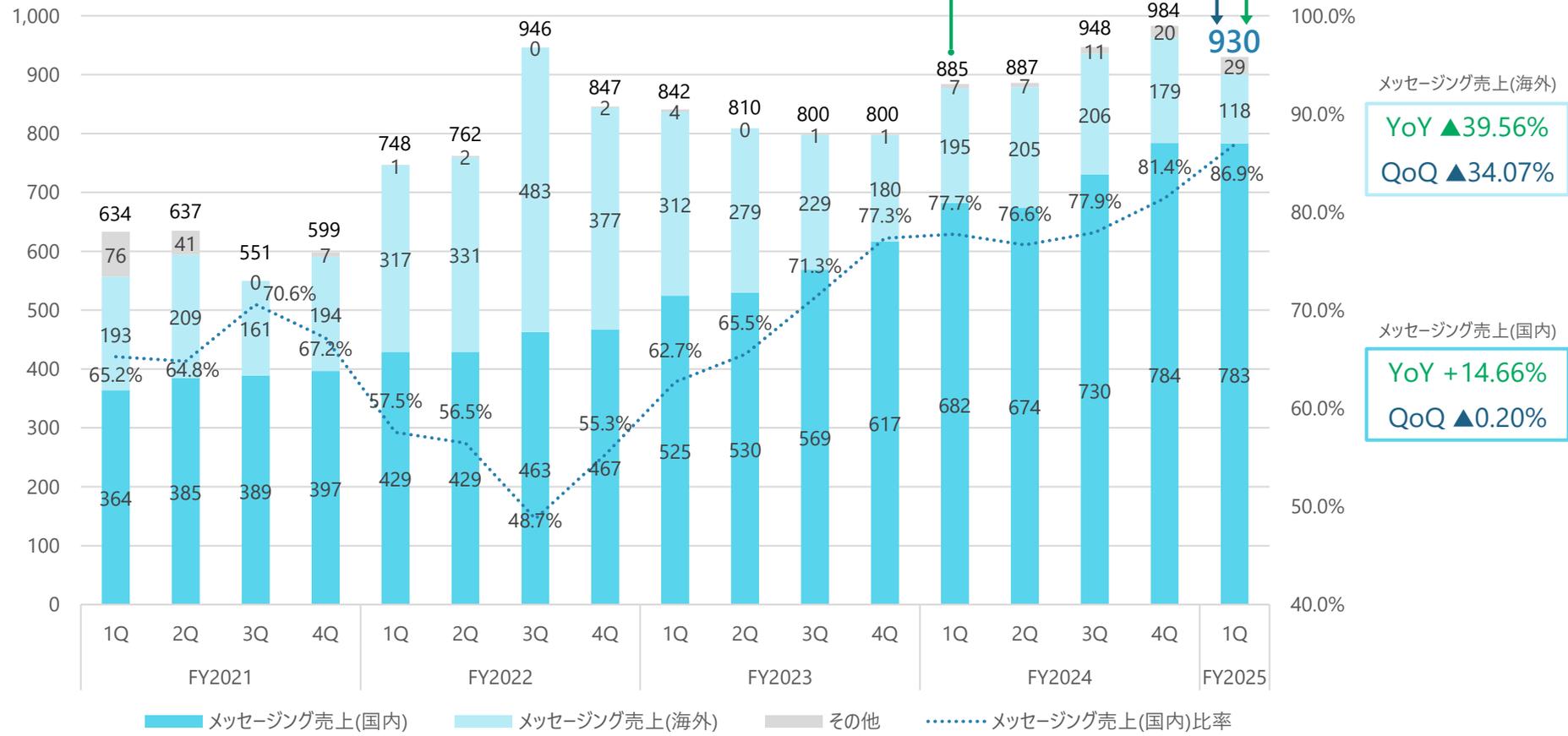
(※1) FY2024.4Qの連結会計期間は、一過性の人件費および株主優待費用の計上があり営業利益以下の段階利益はマイナスとなっております。従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



売上高（四半期毎推移）

- 継続して収益性の高い国内顧客の獲得および配信数の拡大に注力したものの、季節性の影響もあり前四半期比で53百万円の減収（▲5.43%）
- 前年同期比においては、国内顧客の堅調な売上増加により、メッセージング売上（国内）は100百万円の増収（+14.66%）、売上高合計は45百万円の増収（+5.08%）

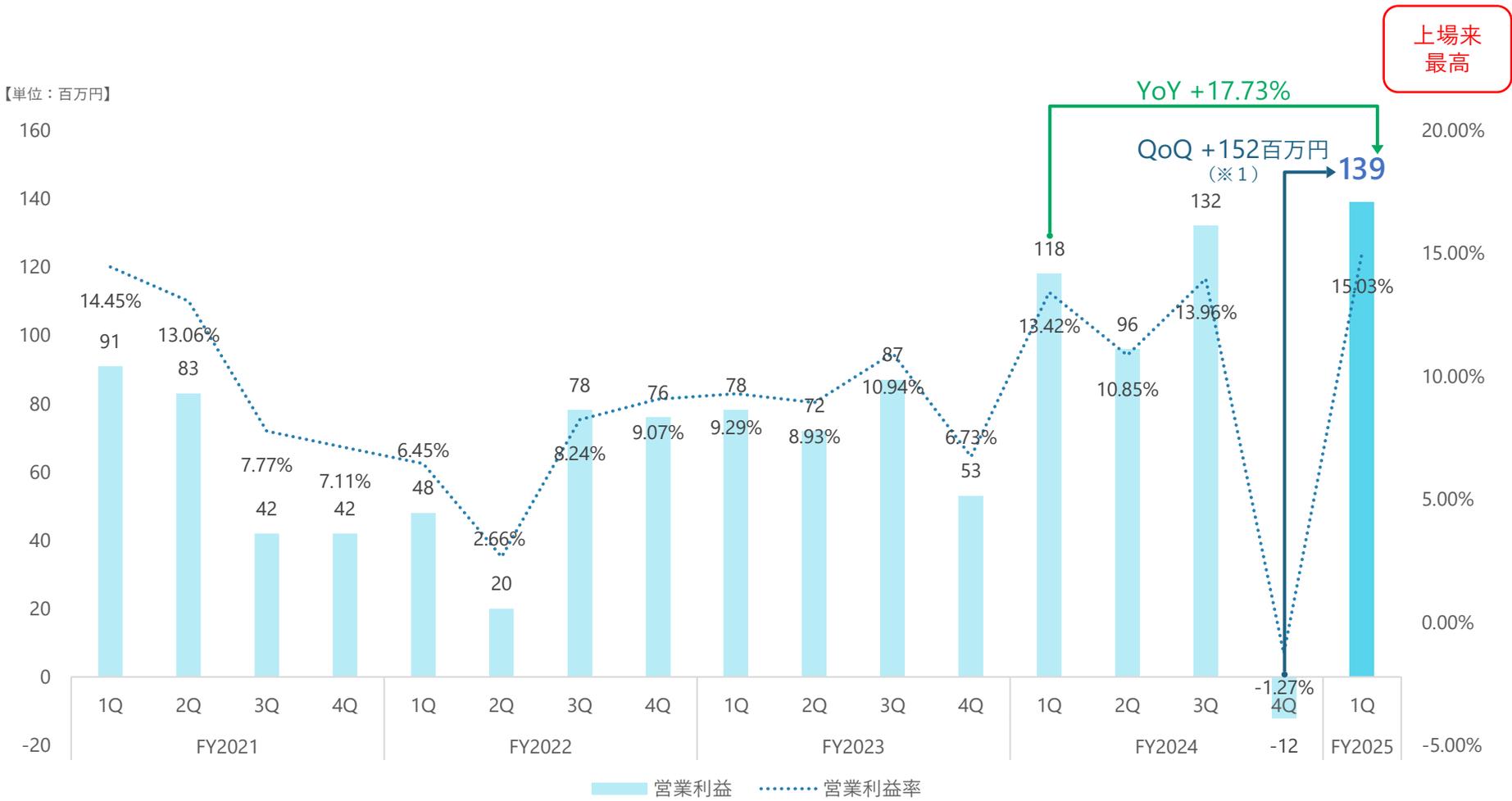
【単位：百万円】





営業利益（四半期毎推移）

- FY2024.4Qの連結会計期間は、一過性の人件費および株主優待費用の計上があり、前四半期比は152百万円の増益
- 前年同期比においては、売上の増加に伴い21百万円の増益（+17.73%）

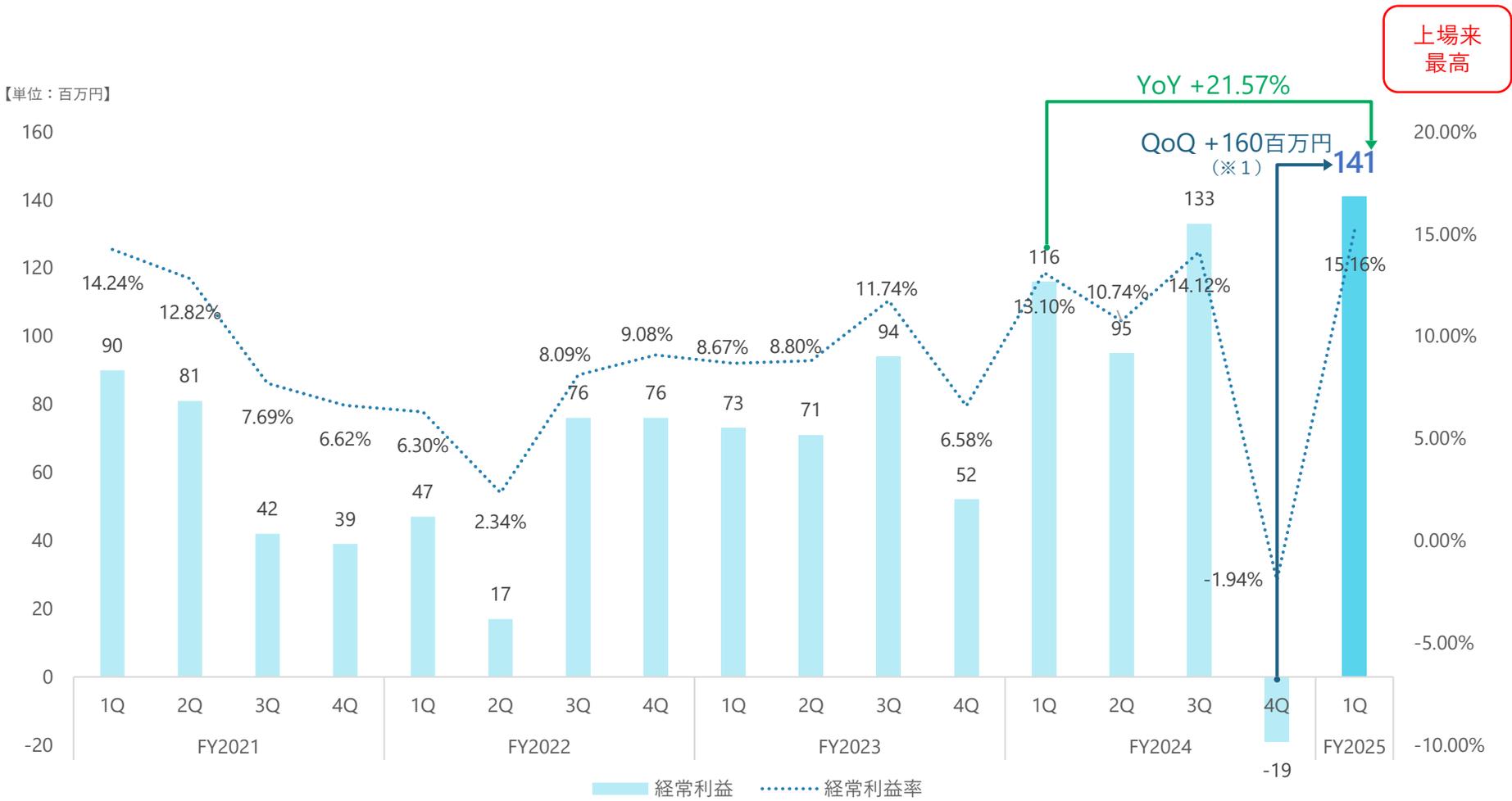


(※1) FY2024.4Qの連結会計期間は、一過性の人件費および株主優待費用の計上があり営業利益以下の段階利益はマイナスとなっております。従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



経常利益（四半期毎推移）

- 営業利益と同様の推移



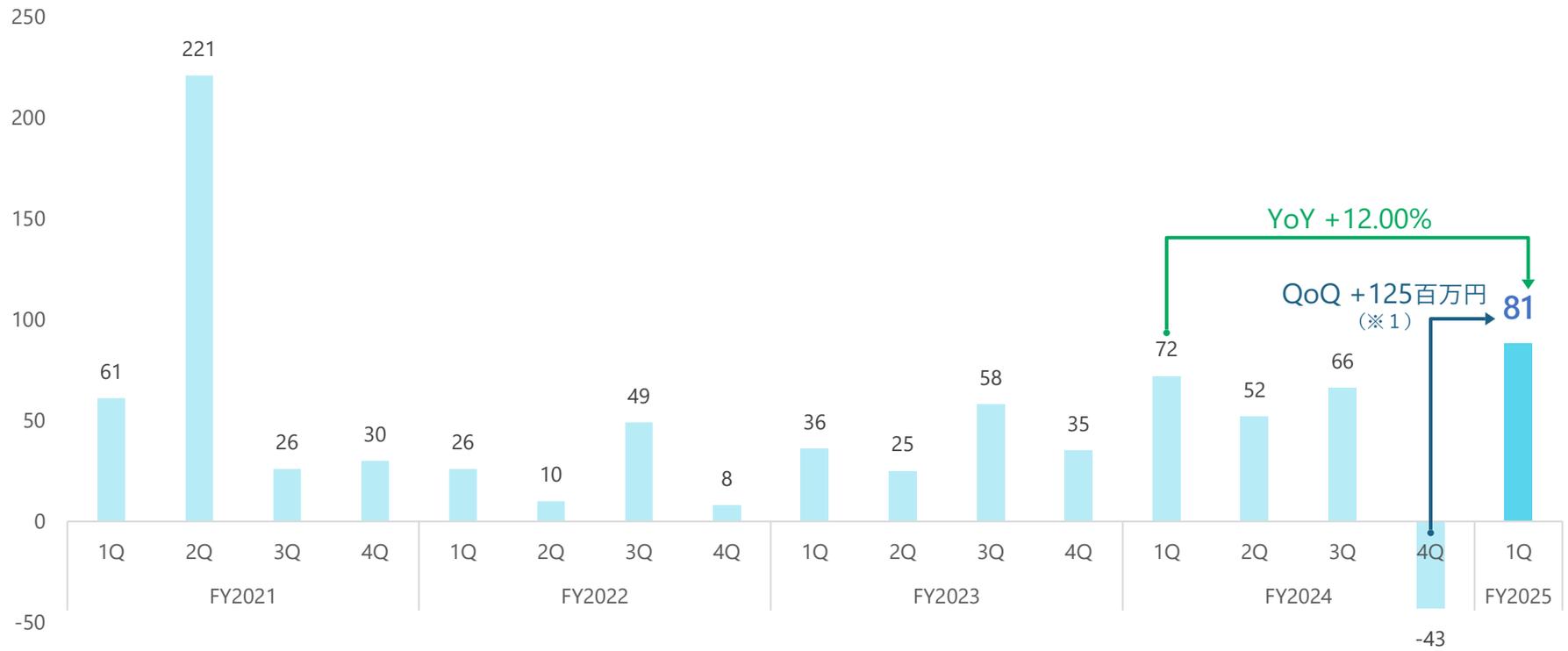
(※1) FY2024.4Qの連結会計期間は、一過性の人件費および株主優待費用の計上があり営業利益以下の段階利益はマイナスとなっております。従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



四半期純利益（四半期毎推移）

- 前四半期比においては、投資有価証券の評価損失7百万円が発生したものの、経常利益の増加により125百万円の増益、前年同期比においても、8百万円の増益（+12.00%）

【単位：百万円】



(※1) FY2024.4Qの連結会計期間は、一過性の人件費および株主優待費用の計上があり営業利益以下の段階利益はマイナスとなっております。従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



継続して収益性の高い国内顧客に注力した結果、
営業利益・経常利益は上場来最高

【単位：百万円】

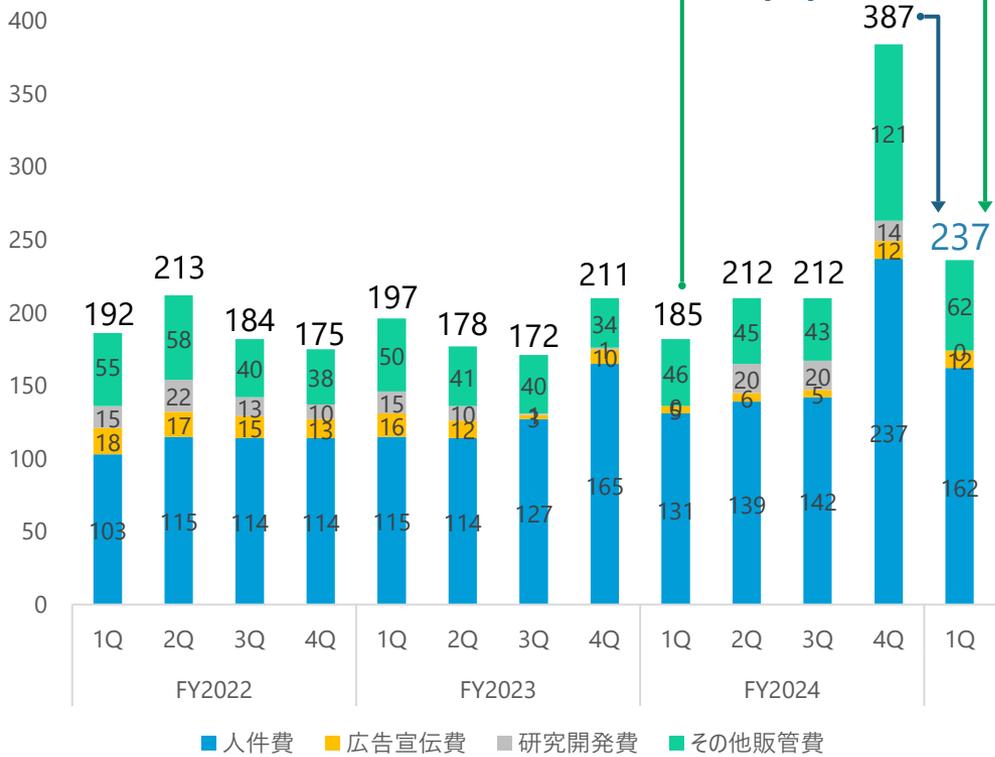
	2025年12月期 第1四半期	2024年12月期 第1四半期	増減額	前年同期比
売上高	930	885	+45	+5.08%
営業利益	139	118	+21	+17.73% 
経常利益	141	116	+25	+21.57% 
親会社株主に帰属する 四半期純利益	81	72	+8	+12.00% 



四半期毎 販売費および一般管理費推移（四半期毎推移）

- 前年同期比においては、採用フィーおよび従業員数の増加に伴う社内システム利用料や人件費の増加により51百万円の増加 (+28.03%)
- 前四半期比の分類毎の変動理由は以下の通り

【単位：百万円】



前四半期比の分類毎の主な変動内容

その他 販管費	<ul style="list-style-type: none"> 支払い報酬や採用フィー、株主優待関連費用株主優待関連費用が70百万円減少 本決算関連費用や社内システムの利用料の増加により12百万円増加
研究開発費	<ul style="list-style-type: none"> FY2024.4Qまでに計画した新規開発プロジェクト完了したことにより減少
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> 「リピカム」や「DeepPredicotr」等の新サービスに係るマーケティング・プロモーション費用
人件費	<ul style="list-style-type: none"> FY2024.4Qの一時的な人件費の増加による差分

(※ 1) 2022年12月期第3四半期までは採用費を人件費に含めておりましたが、第4四半期より採用費はその他販管費に含めることとし、第3四半期以前の過去数値においても表示変更を行っております。



FY2025業績予想進捗

- 当第1四半期は、事業全体が堅調に推移しており、売上・利益ともに概ね計画通りの進捗率で推移
- なお、FY2025第2四半期および第4四半期には、株主優待に係る費用の計上を予定しておりますが通期業績予想への影響はございません。

【単位：百万円】

	FY2025.1Q	通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売上高	930	4,300	21.65%
営業利益	139	400	34.98%
経常利益	141	390	36.18%
四半期純利益 (当期純利益)	81	210	38.76%

FY2025.1Q KPIサマリー



取引社数

7,467 社 (FY2025.1Q末時点)

前四半期比 +2.99% 

前年同期比 +16.42% 

SMS配信数

181.7 百万通

前四半期比 ▲8.13% 

前年同期比 +2.89% 

メッセージングサービス
ARPU（顧客平均売上高）※

12.0 万円／社

前四半期比 ▲9.22% 

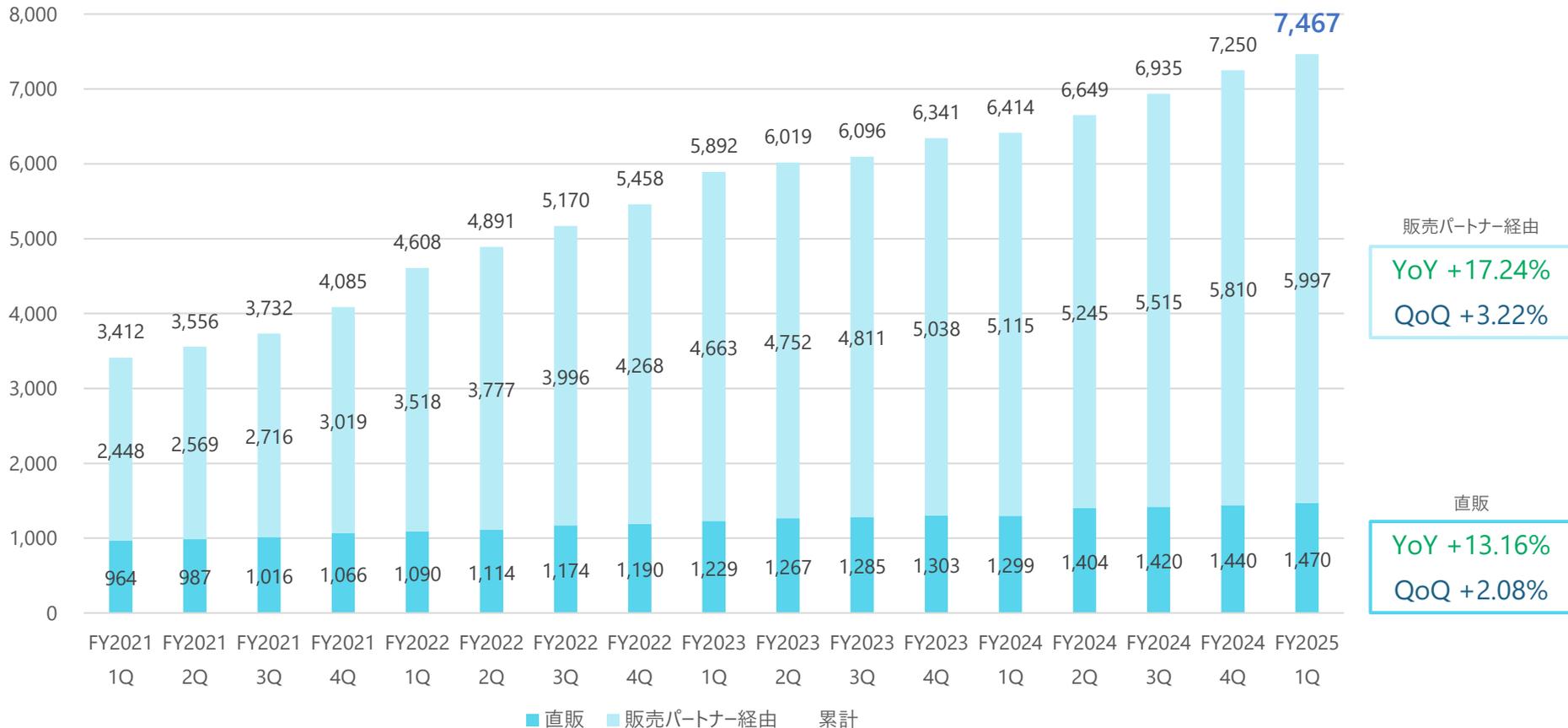
前年同期比 ▲11.88% 

（※） FY2025.1Qにおけるメッセージングサービス売上を同時点における取引社数で割ることにより算出

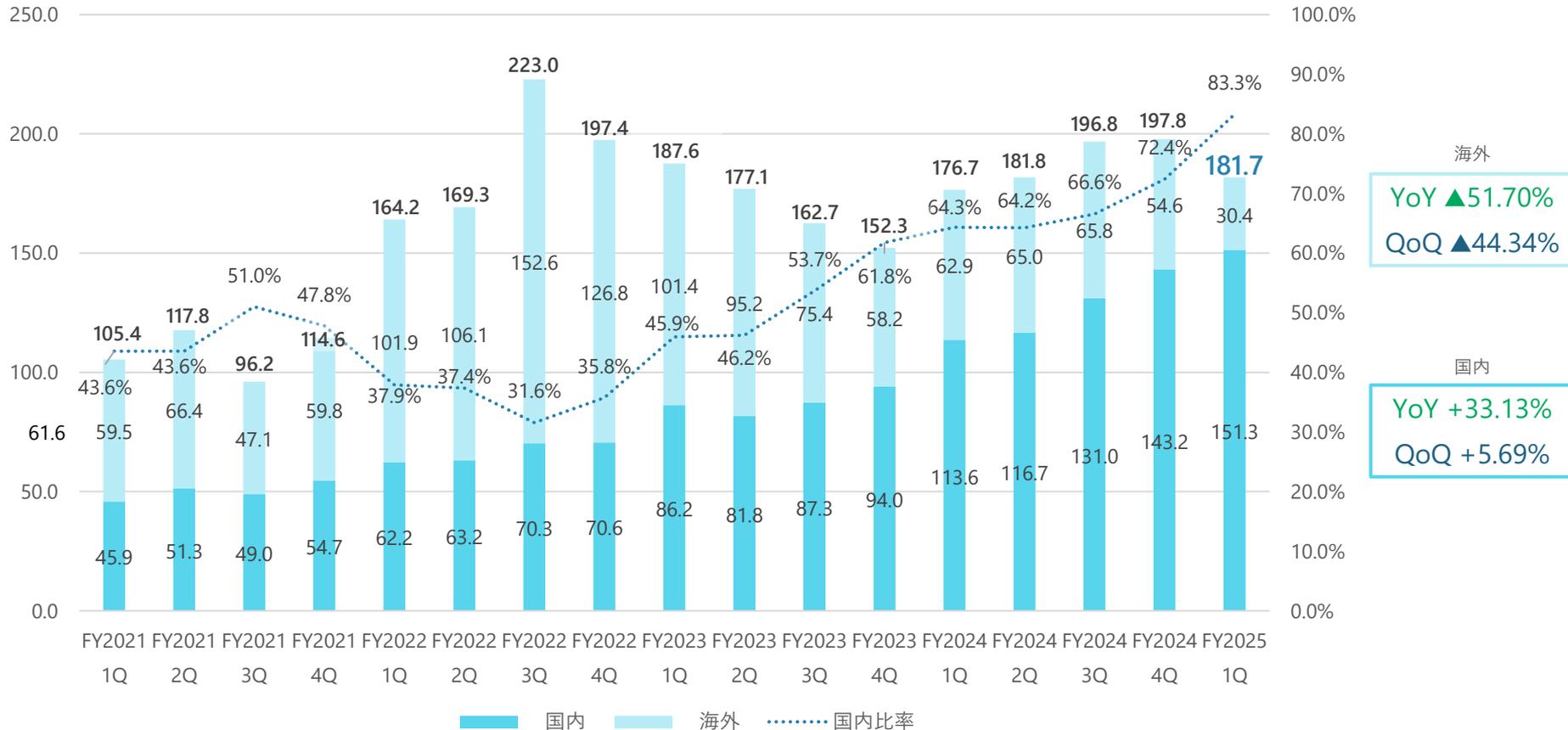


メッセージングサービス取引社数

- 販売パートナー企業経由の顧客増加等により引き続き堅調な伸びを維持しており、前四半期比で217社の増加 (+2.99%)、前年同期比で1,053社の増加 (+16.42%)
- SMSと親和性の高い顧客アセットを保有する販売パートナーとの取り組みに集中し、国内顧客の獲得強化を継続



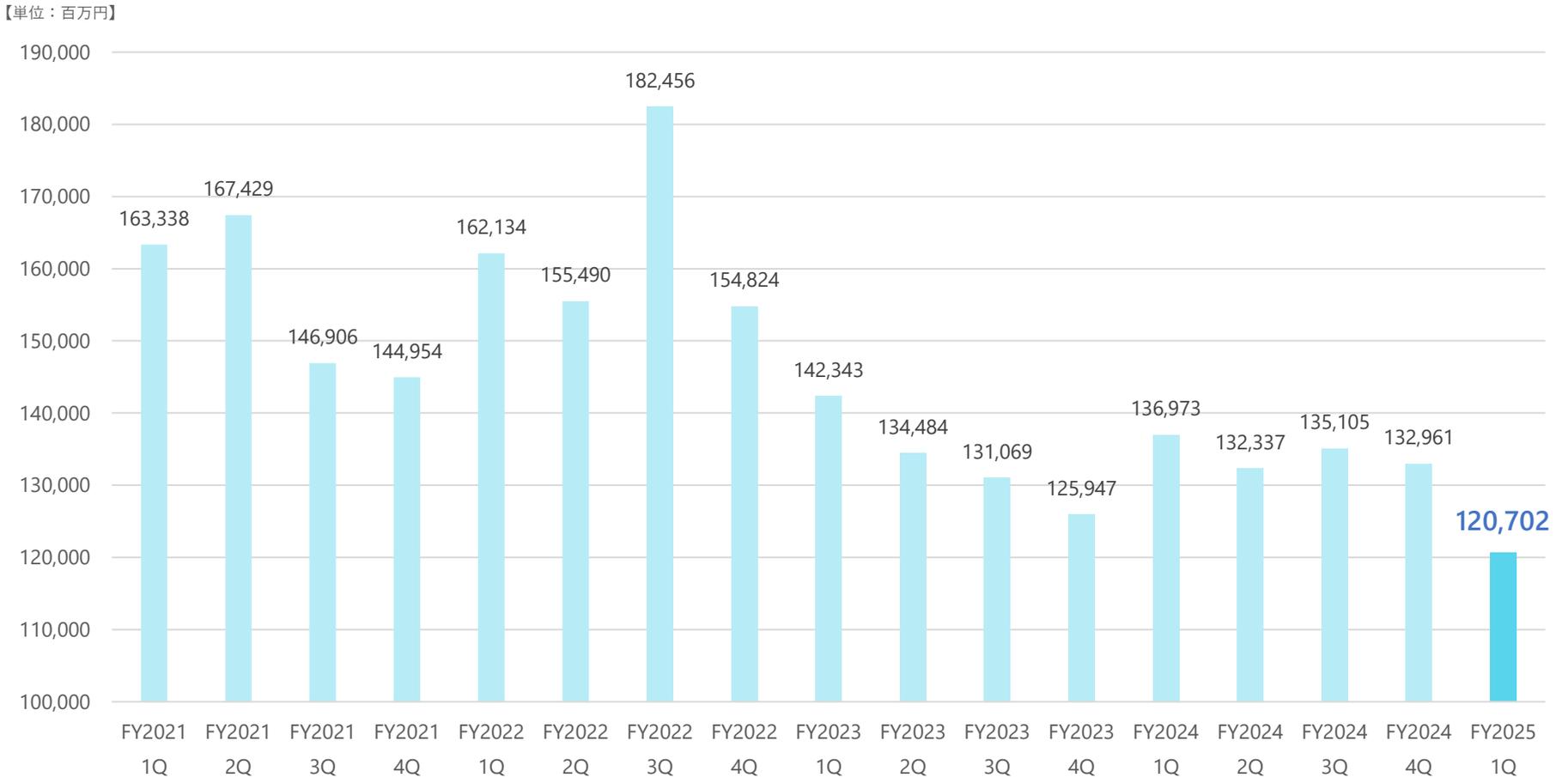
- 継続して収益性の高い国内顧客の獲得および配信数の拡大に注力した結果、国内顧客のSMS配信数は前四半期比で8.2百万通の増加（+5.69%）、他方で海外顧客のSMS配信数が減少したことにより、SMS配信数合計は16.1百万通の減少（▲8.13%）
- 前年同期比においても、前四半期同様に国内顧客の獲得および配信数の拡大に注力した結果、国内顧客のSMS配信数は37.7百万通の増加（+33.13%）



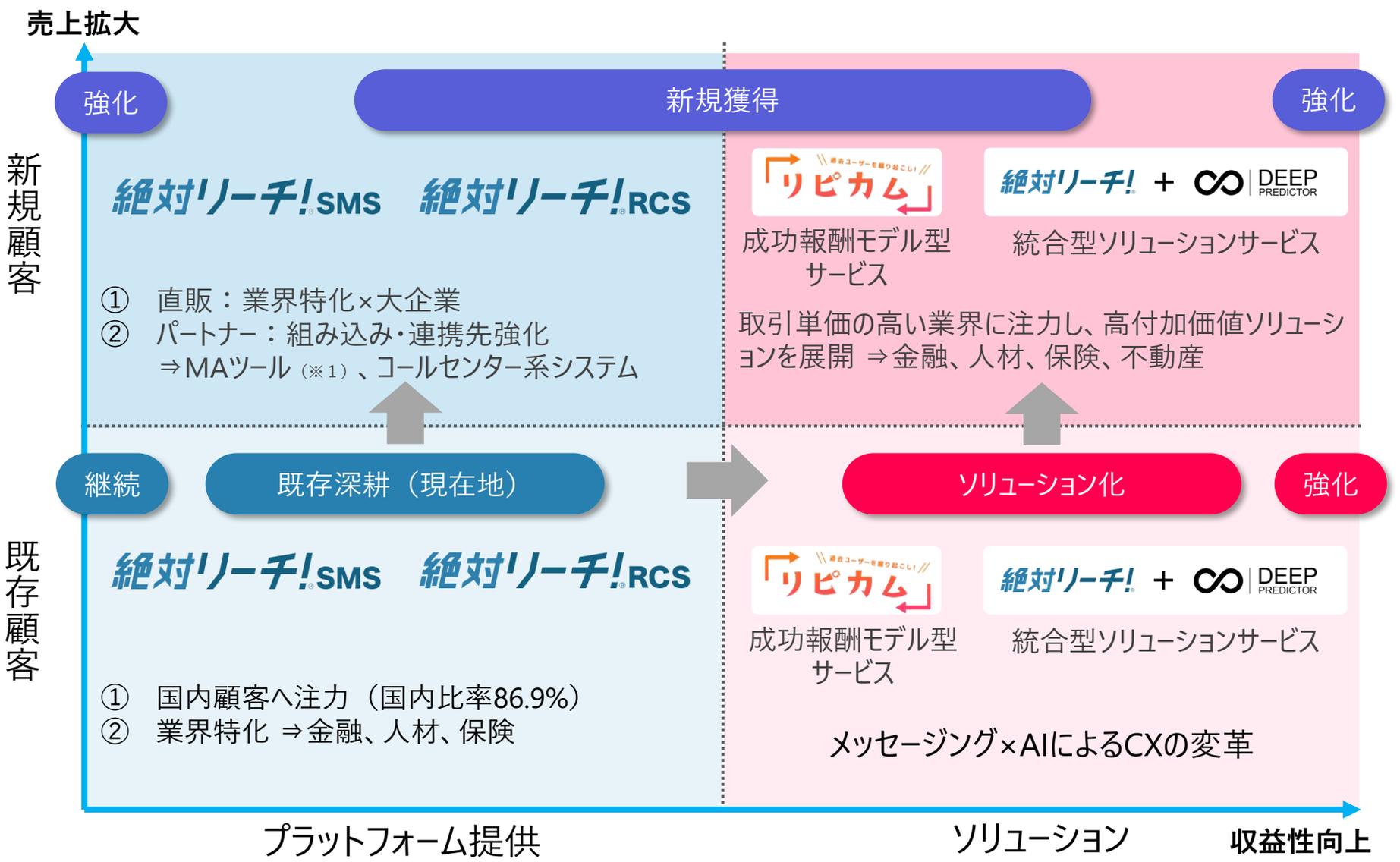


メッセージングサービスARPU（顧客平均売上高）

- 海外の大型顧客の売上減少により、前四半期比で12,259円の減少（▲9.22%）、前年同期比においても16,271円の減少（▲11.88%）



FY2025.1Q ビジネスラインの状況

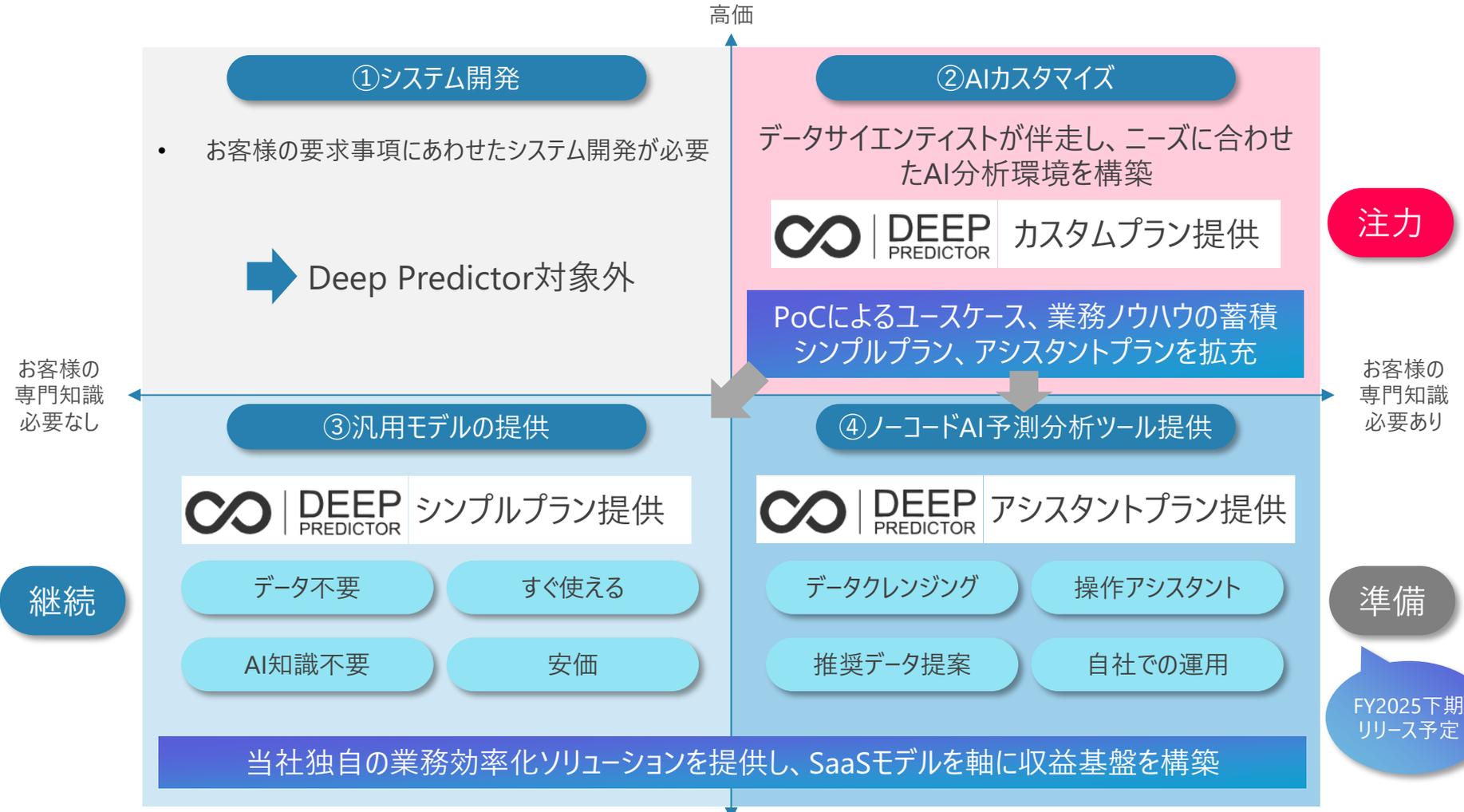


(※1) MAツールとは、顧客情報を一元管理し、メール・SMS配信やスコアリング、Web行動の分析などを通じて、マーケティングプロセスを自動化・効率化するシステムを指します。



AIサービス「Deep Predictor」サービス戦略

顧客状況やニーズに合わせて提供価値の異なる②～④の3つのサービスモデルを展開





カスタムプラン提供

アルファクラブ武蔵野株式会社
葬儀事業での店舗出店における
候補物件の売上予測

- ✓ 過去データや商圈データ等により出店物件の売上を予測
- ✓ 物件1件あたりの調査時間を1時間から10分に短縮

案件の詳細については、P23「ノーコードAI『Deep Predictor』：売上予測スピードを6倍に〜アルファクラブ武蔵野様『Deep Predictor』導入事例〜」をご確認ください。

統合型ソリューションサービス提供



株式会社キャリアインデックス
AIレコメンド+SMSによる
求人サービス「Lacotto (※1)」での応募者獲得

- ✓ 「Deep Predictor」のAIレコメンドにより求職者にマッチした案件を提供
- ✓ 「絶対リーチ！SMS」による案件情報のSMS配信を含め、統合型ソリューションサービス「リピカム」として提供
- ✓ 月当たり60~70件の応募者の獲得とCVR (※2) の向上



シンプルプラン提供

外食チェーン
新規出店時の売上予測

- ✓ 汎用的な売上予測モデルを利用し、お客様のデータ準備作業なく、売上予測を実施
- ✓ 新規出店時の物件選定の業務効率化（効果については検証中）

(※1) Lacotto：株式会社キャリアインデックスが提供する、様々な求人サイトをまとめて検索できる求人サービスであり、サービス内でユーザーは求職案件を検索し応募が可能

(※2) CVR（Conversion Rate / コンバージョン率）：Webサイトや広告などでの訪問者数のうち、特定の行動を取った人の割合を示す指標

Topics



ノーコードAI『Deep Predictor』: 売上予測スピードを6倍に

～アルファクラブ武蔵野様『Deep Predictor』導入事例～



導入の背景と課題

- アルファクラブ武蔵野（冠婚葬祭・互助会事業を展開）では、近年ニーズが高まる家族葬向けの小型店舗の出店を加速中
- しかし、従来の出店プロセスでは売上予測の誤差が大きく、出店判断の不確実性が高いという課題を抱えていた
- 売上予測を行うための情報収集にも時間がかかり、現場担当者の負荷が大きい状態だった

比較・効果まとめ

Before(従来) 	After(導入後) 
出店物件の売上予測に1時間かかっていた	予測時間が 10分に短縮 (6倍速) (※)
属人的な判断	AIによる定量判断 で精度・スピードUP
出店判断に時間・負荷が大きい	迅速な意思決定 で機会損失を回避

ビジネスインパクト

- **作業時間の大幅削減（業務効率化）**
売上予測作業が1物件あたり約1時間 → 約10分に短縮
限られた人材・時間で、より多くの案件を分析可能に
- **意思決定のスピード向上（出店戦略の加速）**
候補物件の精査スピードが6倍に向上しチャンス損失を防止
- **属人性の排除（再現性と品質の安定）**
分析の質と一貫性を担保
- **判断基準の定量化（社内合意形成の円滑化）**
「この物件は出すべきか」を数値で可視化

※1物件の売上予測を行うために物件の調査時間を含めて約1時間かかっていたところ、わずか10分で予測完了を実現

「絶対リーチ！RCS」：美容サロンの実来店率を10%向上

～株式会社クリア様『絶対リーチ！RCS』導入事例～



絶対リーチ! RCS

導入の背景と課題

- 株式会社クリア（脱毛サロン「メンズクリア」「ストラッシュ」運営）は、全国170店舗以上を展開
- 新規顧客の獲得と既存顧客の再来店促進に注力する中で、仮予約から来店までの歩留まり改善と休眠顧客への再アプローチが課題に
- 従来のSMS施策では情報量や表現力に限界があり、来店意欲を高めるには不十分だった

比較・効果まとめ

Before(従来)	After(導入後)
テキスト中心のSMSによるフォロー	画像・リンク付きメッセージで訴求力UP
開封・反応率が低くCVRも限定的	実来店率が 約10%増加 、CVRは 最大2倍 に向上
再アプローチが属人的かつ非効率	自動化・セグメント化された配信で継続運用が可能

ビジネスインパクト

- 実来店率が**10%向上**（予約フォロー施策）
- CVRが**最大2倍**に改善（失注顧客施策）
- 画像・リンクを活用した「来たくなる」配信設計を実現
- 配信タイミング設計やABテストなど独自運用ノウハウを構築
- RCS導入によりLINEやSMSに次ぐ**“第3の接点”**を確立
- 今後は予約確定前やSMSからの移行も展望

株主還元

基準日（2025年6月末日）現在の当社株主名簿に記載または記録された、当社株式を300株（3单元）以上保有されている株主様を対象に15,000円分の株主優待を提供

※株主優待制度の詳細については、2024年12月2日に開示しました「[株主優待制度の一部変更に関するお知らせ](#)」をご参照ください。

デジタルギフト「デジコ」もしくはQUOカードからお選びいただけます

即時受取

えらべるギフト  デジコ



※PayPayマネーライトは出金不可です。※「QUOカードPay」もしくは「クオ・カード ペイ」およびそれらのロゴは株式会社クオカードの登録商標です。※© 2025 iTunes K.K. All rights reserved. ※「au PAY」は、KDDI株式会社の商標です。

※上記ギフトを含め合計7種類選択可能

後日郵送受取



QUOカードをお選びいただいた場合は、お手続き完了後から3か月以内を目途に、お届けの住所へ郵送致します。

Appendix

Appendix – 01

中期経営計画 (AIX2027)

～2025年2月14日発表～



メッセージングサービスのプラットフォーム提供から**メッセージングサービス×AI**によるマーケティングソリューション提供へ

～FY2022

FY2023～FY2024

FY2025～FY2027

AIX2027

スケールアップ × 収益力強化

SMS認知の向上
プラットフォームユーザーの増加

- SMS配信数拡大
- 顧客基盤拡大
- 新事業への挑戦

収益力強化 ×

顧客ポートフォリオの見直し
生産性の向上

- 国内顧客注力
- コスト最適化
- 社内DX推進

レベニューモデルの確立

プラットフォームから
ソリューションへ

- CXツールへのSMSの進化
- レベニューモデルの進化
- パートナービジネスの更なる拡大

差別化

メッセージング×AIによるCXの変革

ソリューション

FY2027で営業利益 約**5.4倍**(※)を目指す

(※)FY2024の営業利益に対しての倍率

プラットフォーム



KGI



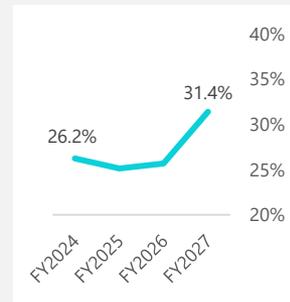
KPI

メッセージングサービス

売上高 (百万円)

貢献利益(*) (百万円)

貢献利益率

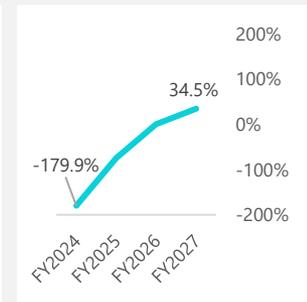
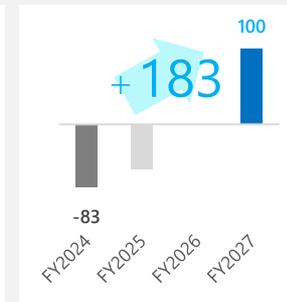


AIサービス

売上高 (百万円)

貢献利益 (百万円)

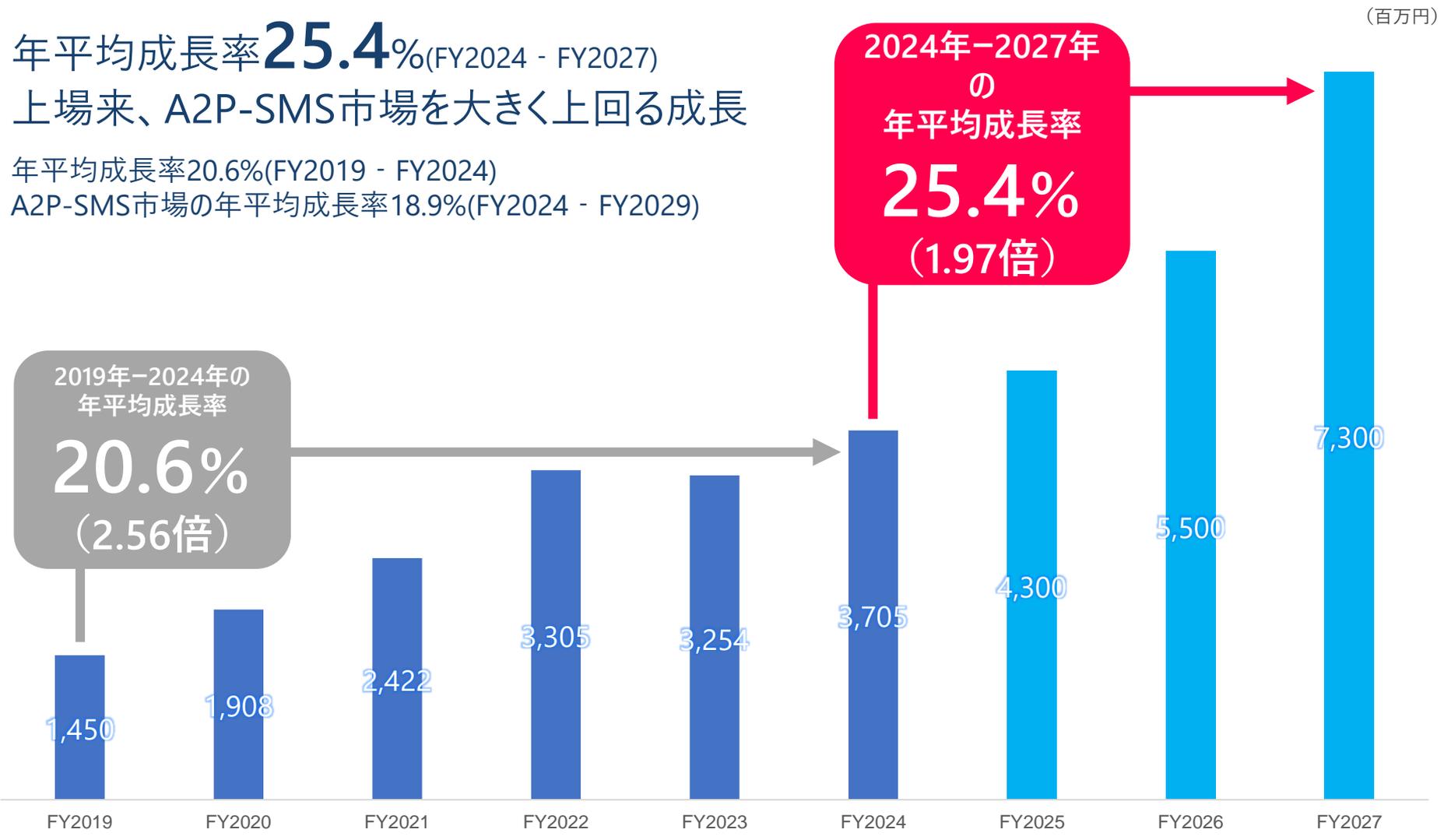
貢献利益率



(※)貢献利益：各サービスの売上高から、各サービスに直接係る売上原価と販管費及び一般管理費を差し引いた各サービスの利益

年平均成長率**25.4%**(FY2024 - FY2027)
上場来、A2P-SMS市場を大きく上回る成長

年平均成長率20.6%(FY2019 - FY2024)
A2P-SMS市場の年平均成長率18.9%(FY2024 - FY2029)



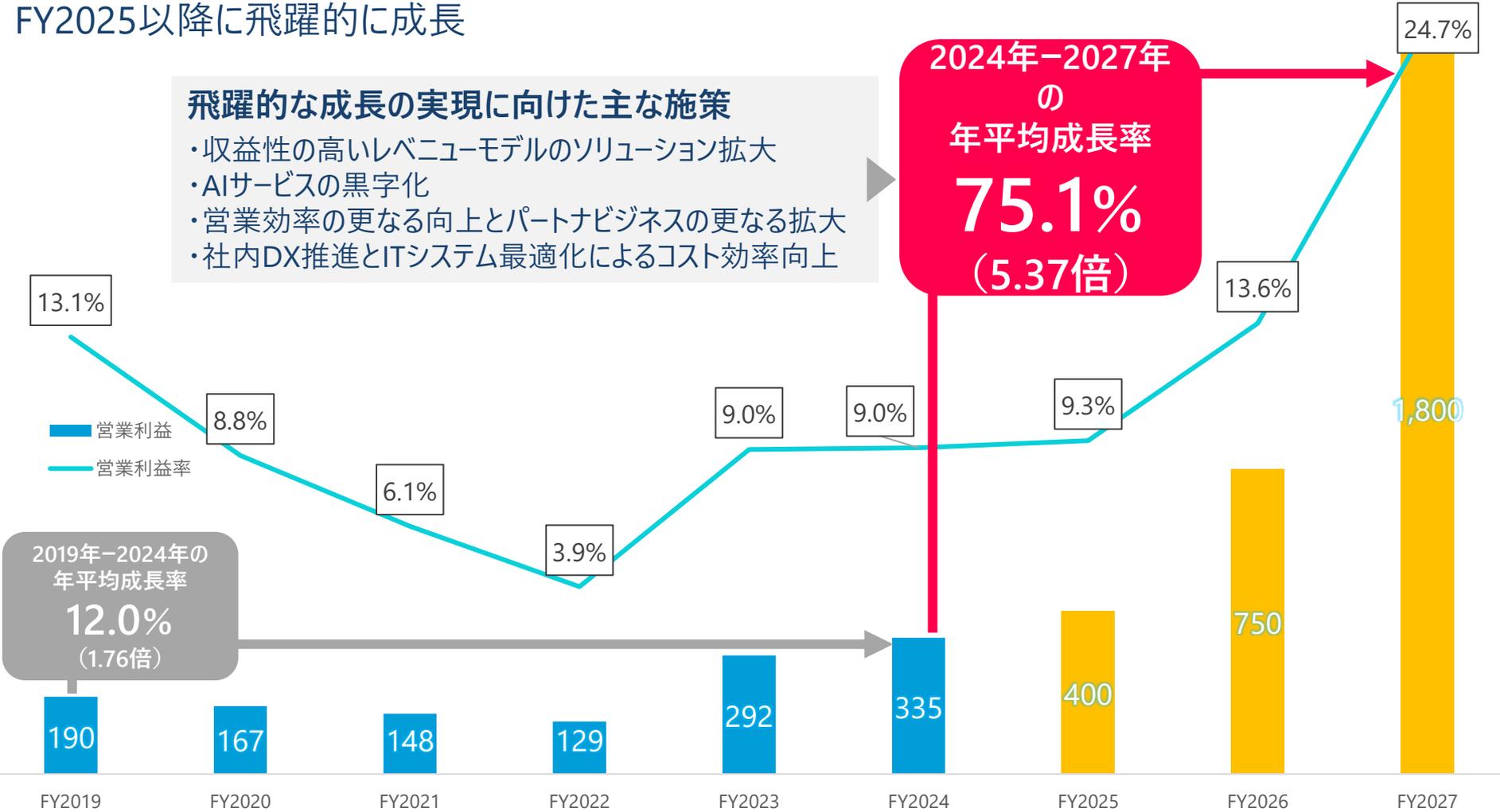


年平均成長率 **75.1%** 営業利益率 + **15.7%** (FY2024 - FY2027) FY2025以降に飛躍的に成長

飛躍的な成長の実現に向けた主な施策

- ・収益性の高いレベニューモデルのソリューション拡大
- ・AIサービスの黒字化
- ・営業効率の更なる向上とパートナービジネスの更なる拡大
- ・社内DX推進とITシステム最適化によるコスト効率向上

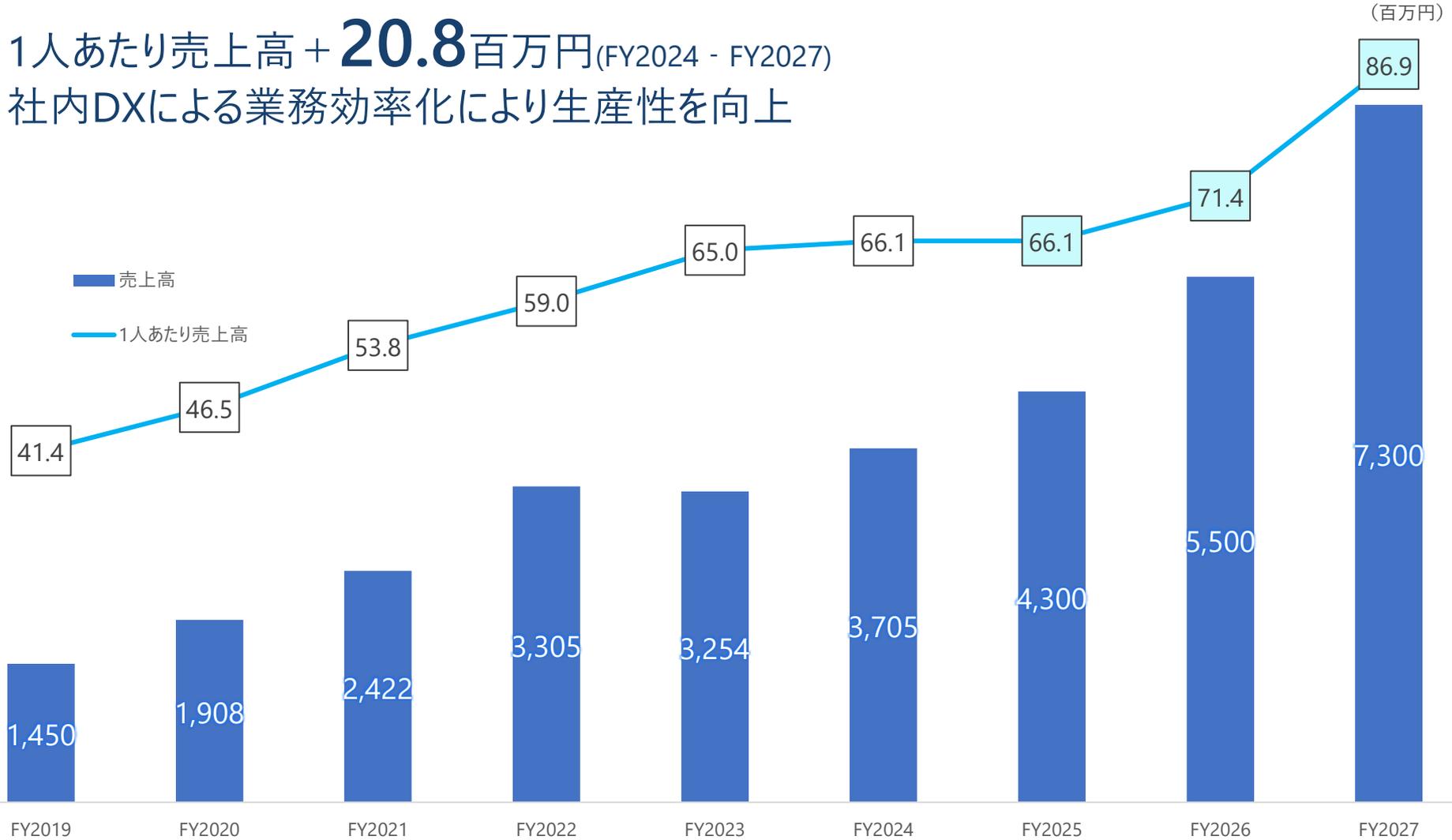
2024年-2027年
の
年平均成長率
75.1%
(5.37倍)





1人あたり売上高（※）推移と中期目標（KGI）

1人あたり売上高 + **20.8**百万円(FY2024 - FY2027)
社内DXによる業務効率化により生産性を向上



(※) 1人あたり売上高は、売上高を正社員数で割ることで算出

コロナ後の市場における消費者のライフスタイルや価値観が多様化・ニッチ化が進む中、急速に進化する生成AIやAIエージェント等によるDXによって、多様化する消費者のニーズに柔軟に対応し、持続可能な競争優位性を築くことが必要不可欠になっている

メッセージング×AIで最適なCXを実現し、プラットフォームからソリューションへ進化

FY25

FY26

FY27

目指す姿

磨き上げたメッセージングサービスにAIを融合させ、CX領域の新たな市場を切り拓く

基本方針

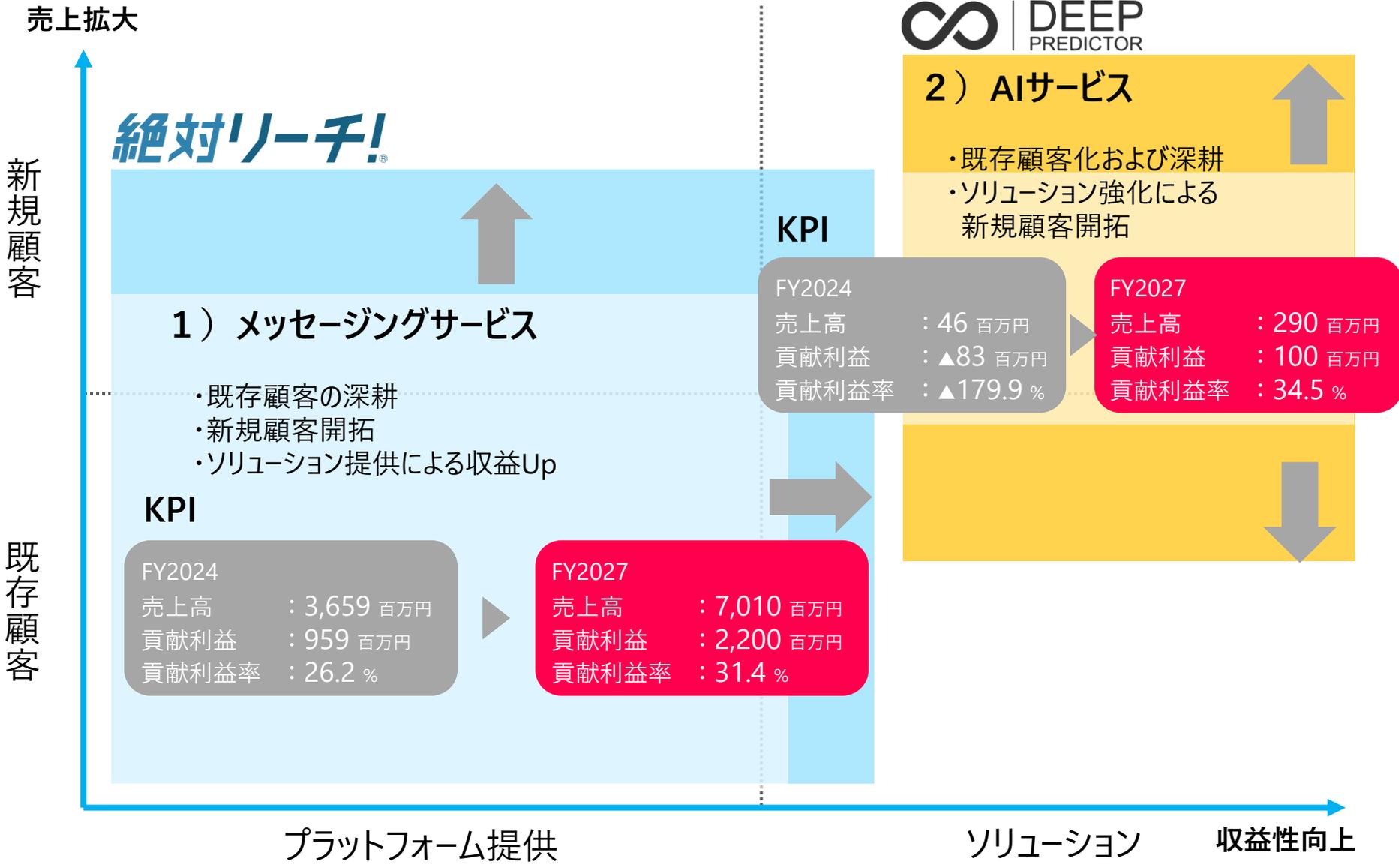
- 1) メッセージングサービス：CXツールへの進化
ソリューション化によるサービス力向上と更なる収益力の強化
- 2) AIサービス：AIの普及とニッチ市場の開拓
AIの優位性が発揮される領域において、当社独自の業務効率化ソリューションを提供し、SaaSモデルを軸に収益基盤を構築
- 3) 経営基盤の強化
管理部門をStrategic Operations Groupとして統合、レベニューの多様化に適した全社横断でのDX強化を図る

KGI

売上高：4,300百万円
営業利益：400百万円
1人あたり売上高：66.1百万円

売上高：5,500百万円
営業利益：750百万円
1人あたり売上高：71.4百万円

売上高：7,300百万円
営業利益：1,800百万円
1人あたり売上高：86.9百万円





1-1) メッセージングサービスの具体的な施策

FY27のKPI達成に向けた課題

2019年のIPO以降も当社根幹ビジネスとして成長を維持 (※1)

売上高 3.06x

貢献利益 959百万円

貢献利益率 26.2%

(※1) 売上高はFY2019とFY2024の比較、貢献利益、貢献利益率はFY2024の実績

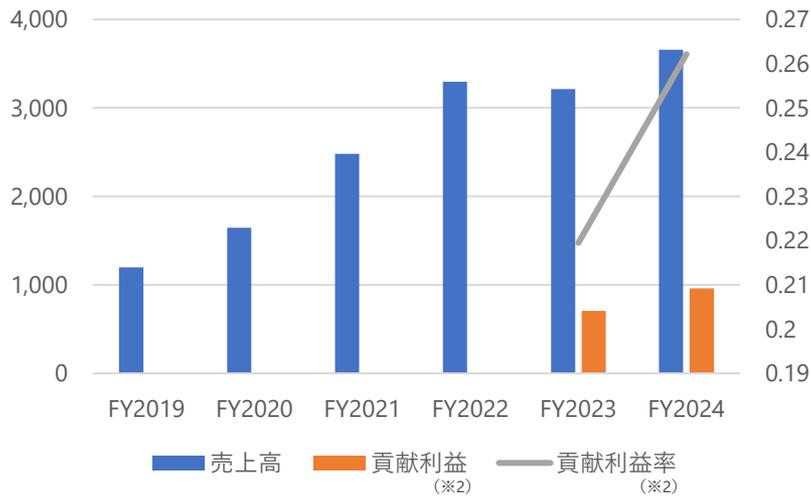
「通数」×「単価」の収益モデルからのシフト

業界特化ソリューション

販売の多角化

レベニューモデルの進化

(百万円)



(※2) 貢献利益および貢献利益率はFY2022以前のデータがないため、FY2023以降のみ表示しています。

FY27のKPI達成に向けた具体的な施策

営業組織再編により、重点施策を推進

既存深耕

新規獲得

ソリューション化

売上拡大



- ・ カスタマーサクセスと新規営業チームを再編
- ・ ソリューション企画部署新設

収益力強化を促進

FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

売上高 1.92x

貢献利益 2.29x

貢献利益率 31.4%

(※3) 売上高、貢献利益率はFY2024とFY2027の比較、貢献利益率はFY2027の目標値



メッセージングサービスのマーケティングソリューション化を推進し、収益力をさらに強化

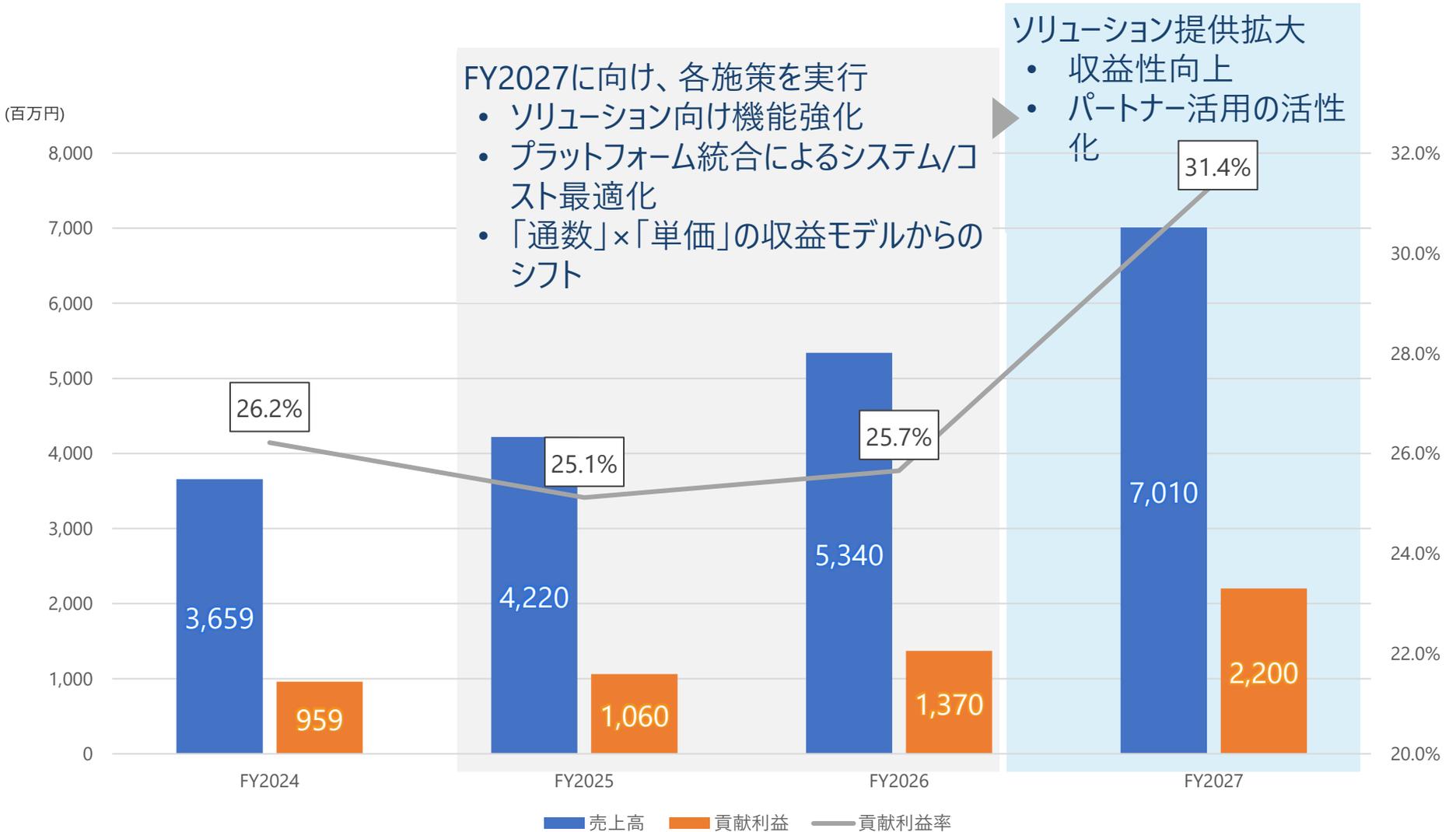
貢献利益の飛躍的な増加



1-2) メッセージングサービスの業績目標 (KPI)

絶対リーチ!

AI CROSS
Smart Work, Smart Life





2-1) AIサービスの具体的な施策



FY27のKPI達成に向けた課題

2023年にDeepPredictorをリリース、「事業の柱」に向け準備開始 (※1)

売上高 46百万円

貢献利益 ▲83百万円

貢献利益率 ▲179.8%

(※1) 売上高、貢献利益、貢献利益率はFY2024の実績

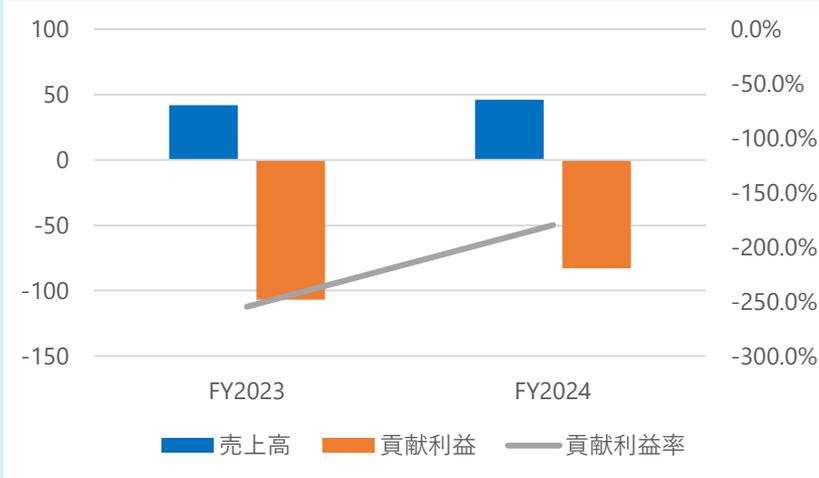
PMF (Product Market Fit (※2)) の達成

PoCの蓄積

ユースケース拡大

業務特化サービスの創出

(百万円)



(※2) PMF (Product Market Fit) とは、製品やプロダクトが特定市場に適合している状態のことです。

FY27のKPI達成に向けた具体的な施策

コンセプト変更 「高い予測精度」から「高い業務効果 (実感)」へ

既存深耕

ターゲット選定

SMSとの親和性

売上拡大



- ターゲット業界およびユースケースを選定 (勝ちパターン確立)
- メッセージング既存顧客への提案

事業の柱へ

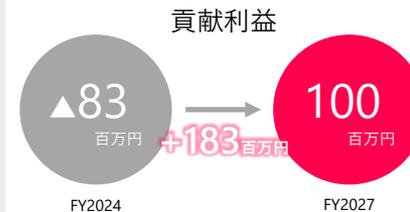
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

売上高 290百万円

貢献利益 100百万円

貢献利益率 34.5%

(※3) 売上高、貢献利益率、貢献利益率はFY2027の目標値



「高い業務効果 (実感)」を提供するAIサービスに進化
ニッチトップを目指す

単体サービスでの黒字化へ

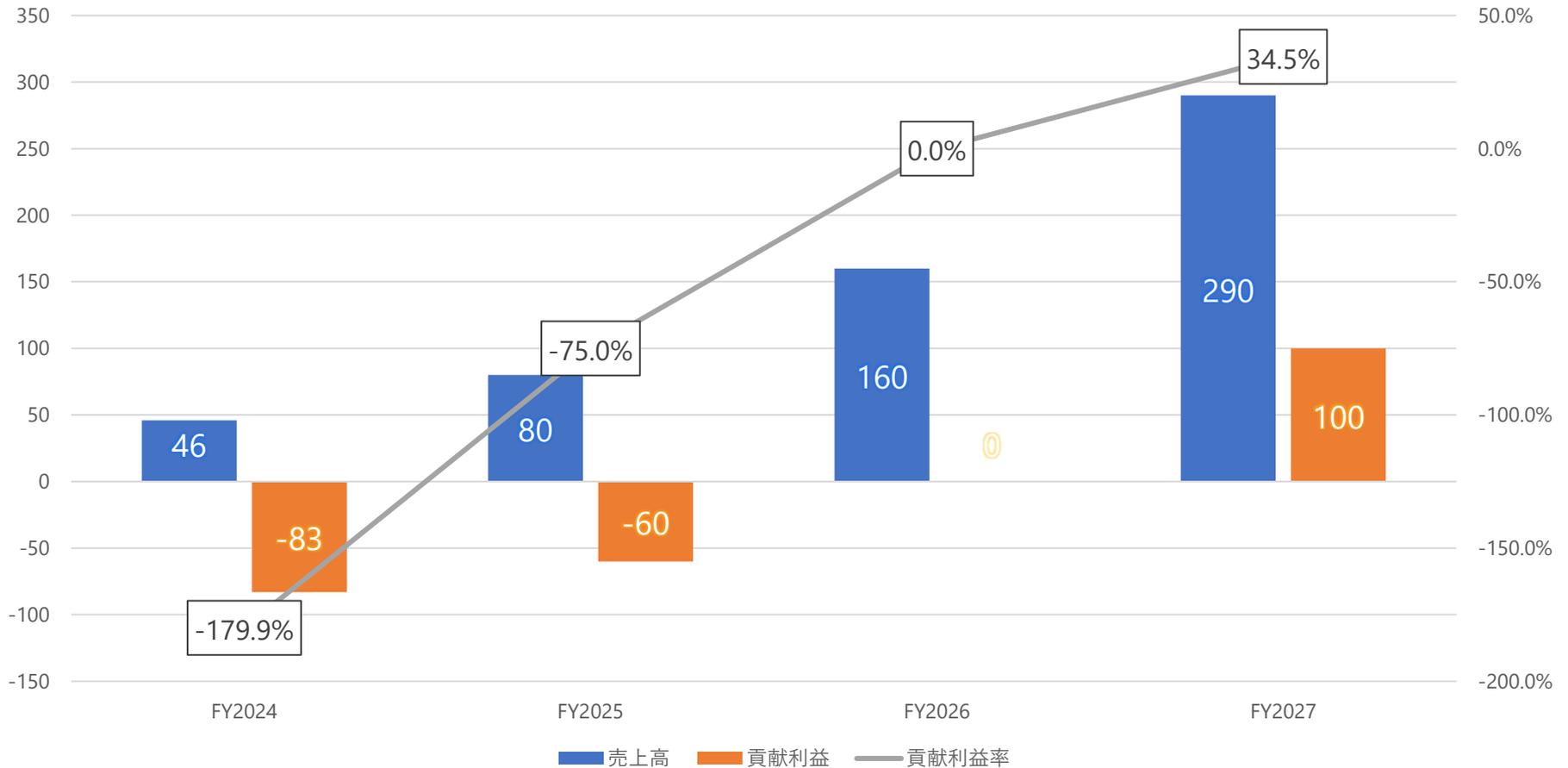


2-2) AIサービスの業績目標 (KPI)



FY2025までは成長投資により一時的に貢献利益がマイナスですが、
FY2027には貢献利益**100**百万円を達成予定

(百万円)





3) 経営基盤の強化

データドリブン経営の実現に向けて

2025年1月、本部としてStrategic Operations Groupを新設

DX加速

コスト最適化

部門間連携強化

Strategic Operations Group

DX推進	人事	経理
情シス	採用	財務
総務	法務	労務
IR	PR	ER

- DX推進チームとの連携強化によるバックオフィス業務のITシステム最適化
- 各業務を統括し、人事、業務、財務データ等を統合管理し、分析基盤を構築



RevOps (Revenue Operations) (※) により持続的な収益成長を実現

データドリブンな意思決定

業務効率化

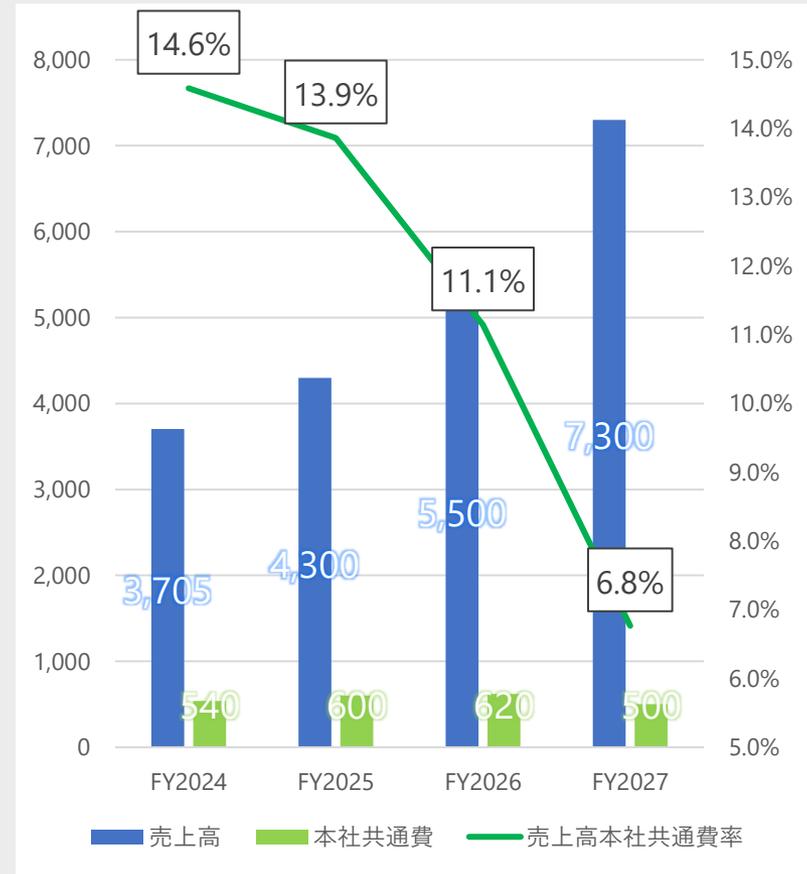
CX向上

(※) RevOps (Revenue Operations) とは、各部門の活動を監視し、全社の収益増加するための総合的なアプローチ

RevOpsによりStrategic Operations Groupが
全社収益力強化を牽引
社内DXを加速し、業務効率化およびコスト最適化

企業成長を加速させる経営基盤を構築

本社共通費の計画



(百万円)

Appendix – 02

メッセージング市場概況

携帯番号に紐付き、コスト効率／1通で他ツールを圧倒するコミュニケーション

今後は「会員連絡」・「販促」など、より付加価値の高い領域での
コミュニケーション活用が期待される

特長

1

確実



メッセージ到達
99.9%

特長

2

安い



紙DMと比較して
1/28以上 低コスト化可能

特長

3

広範囲



日本で使われる1.8億の
携帯電話番号へつながる

(※) 紙DM1通あたりの製作費+印刷+送料 (A4両面/100通)

¥345と想定し、SMS¥12/1通を比較した場合

法人とユーザー間のコミュニケーション課題に対して解決力を持つSMS

企業のコミュニケーション課題とSMSによる解決力一例

なりすまし被害



ユーザー本人になりすます不正が相次ぐ
ID/パスワード

つながらない



督促業務での非効率な電話対応と
かさむ人件費

高コストな
郵送



紙のダイレクトメールによる印刷・制作・
発送コスト

開かれない
メルマガ



乱用した結果見られなくなった
メール

『二段階認証』での
堅牢化

スマホへ確実にメ
ッセージ送達

必要な情報を
高い開封率で送達

重要なユーザーへの
連絡手段



市場環境（A2P-SMS売上高推移（2018年度～2029年度））

A2P-SMS見込顧客は従業員規模20名以上のBtoC向け業種・業者17万8,563法人と考えられ、普及率は2024年で19.3%の見込みであり、今後普及率の増加とともに市場は成長し、売上高の年平均成長率は18.9%（FY2024～FY2029）と予測し継続して高い成長率を維持

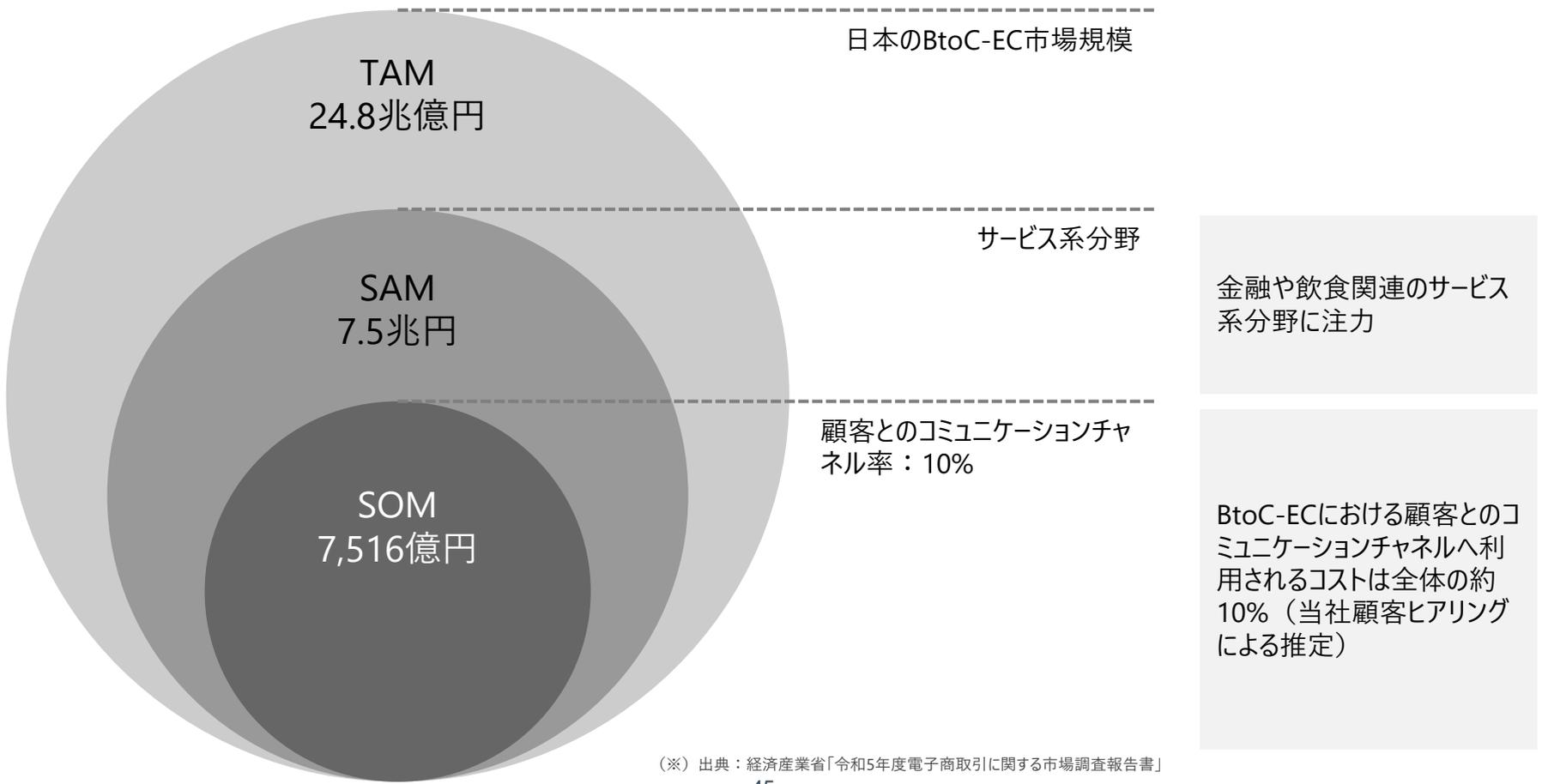
（単位：百万円）



（※） 出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社 ミックITレポート 2024年11月号「価格競争が激化し、配信数と売上高の成長率に乖離が表れるA2P-SMS市場」



メッセージングサービス×AIによるマーケティングソリューションのターゲットとなるBtoC-EC市場は今後も拡大の見通し
EC事業者にとって、購入確認、プロモーション情報の提供など、顧客との迅速かつ直接的なコミュニケーションは顧客満足度向上やリピート購入促進に不可欠であり、メッセージングサービス×AIにより当社の市場機会は拡大



(※) 出典：経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査報告書」

Appendix – 04

AI CROSSのご紹介

会社名

AI CROSS株式会社（証券コード：4476）

所在地

〒105-6020 東京都港区虎ノ門4-3-1城山トラストタワー20F

事業内容

Smart AI Engagement事業

設立

2015年3月

役員構成

代表取締役	原田 典子
取締役	菅野 智也
取締役（監査等委員）	鈴木 さなえ
取締役（社外、監査等委員）	仙石 実
取締役（社外、監査等委員）	松永 暁太

女性役員の
比率：

40%

従業員数

60名（2025年3月末時点） ※パートタイマーおよびアルバイトを含む



Smart Work, Smart Life

人生のいい時間をつくりつづける。

代表取締役CEO

原田 典子 (Harada Noriko)

1998年慶應義塾大学経済学部卒業。ドイツ系ソフトウェア企業、SAPでテクニカルコンサルタントとして働いた後、システム開発ベンチャー企業に入社。同社アメリカ法人設立のため渡米。シアトル、サンノゼ、ニューヨークなどでアメリカのネットビジネス、ITトレンドの調査および提携・アライアンス業務などを行う。

2015年3月代表取締役就任。2022年4月代表取締役CEO就任（現職）。



取締役COO

菅野 智也 (Kanno Tomoya)

SMS事業部の営業部長として着任した後、BtoBtoC市場での潜在化ニーズの掘り起こし、活用モデルの検討・提案および提携・アライアンス業務にてサービス推進を担い、2018年1月営業部長に就任。

2018年3月取締役就任。2022年4月取締役COO就任（現職）。



企業も、そこで働くヒトも、そして社会も、もっとスマートにできる

事業設立に至る2つのきっかけ

①仕事上の経験

元々アメリカで、日本にない事業という観点で市場調査や提携先の調査を実施。

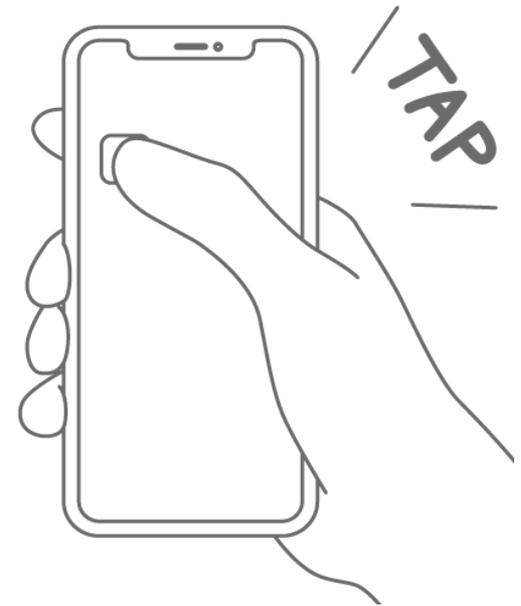
その時目をつけたのが、ショートメッセージサービス（SMS）。

売上を短期間で68倍にまでする企業もあった。

②私生活での体験

米国での出産時、妊婦向けの適切なアドバイスを簡潔に送ってくれるSMSを直接活用。子育てをしながら働くことを実現できたことに感動。

一方帰国後、日本では当時まだ郵送がメイン、加えて文字がやたら多く分かりにくく、不便さが際立って見えた。





会社HPでの動画掲載

当社HP (<https://aicross.co.jp/ir/>) において、本決算の概要、成長戦略等を代表の原田よりご説明する動画をアップいたします

個人投資家向け オンライン 会社説明会

SBI証券様ホームページ
(<https://www.sbisecc.co.jp/ETGate>) において、決算の概要を含むオンライン会社説明会を開催させていただきます（5月21日19時開催予定）。

ログミーファイナンス主催 個人投資家向け IR セミナー

「ログミーファイナンス個人投資家向けオンラインIRセミナー」に参加いたします。詳細は以下のログミーファイナンス公式サイトをご覧ください。
https://finance.logmi.jp/ir_live/712
(5月31日11時05分より当社出演予定)



本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。

これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。

様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。