

A vertical bar with a color gradient from blue at the top to purple at the bottom.

## 2025年12月期 決算説明資料

AI CROSS株式会社  
(証券コード：4476)

2026.2.13



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。

1. 第4四半期におけるグループ体制の変更について
2. FY2025.4Q 業績ハイライト
3. FY2025.4Q メッセージングサービスKPIサマリー
4. FY2026 事業戦略と業績予想
5. Topics
6. 株主優待について
7. 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) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウパを完全子会社化し、2025年第4四半期から連結範囲に含めております。

(※3) 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、予めご承知おきください。

(※4) 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。

# 第4四半期における グループ体制の変更について



### 株式会社ロウプの連結化

2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプ（以降「LOWP（ロウプ）」という）を完全子会社化し、2025年第4四半期から連結範囲に含めております。

### マーケティングソリューション事業の新設

LOWP（ロウプ）の完全子会社化に伴い、同社が展開している広告宣伝に関する企画・制作およびマーケティングリサーチ等の事業を「マーケティングソリューション事業」として新設しました。これにより、当社グループの事業区分は「Smart AI Engagement事業」と「マーケティングソリューション事業」の2事業となりました。

# FY2025.4Q 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。



上場来  
最高

売上高

**4,151** 百万円

前年同期比 +12.03% 

営業利益

上場来  
最高

**370** 百万円

前年同期比 +10.60% 

上場来  
最高

経常利益

**366** 百万円

前年同期比 +12.30% 

四半期純利益

**165** 百万円

前年同期比 +11.29% 

（※ 1） 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



上場来  
最高

## 売上高

**1,246** 百万円

前四半期比 +26.77% 

前年同期比 +26.64% 

## 営業利益

**97** 百万円

前四半期比 ▲9.13% 

前年同期比 +109百万円  (※2)

## 経常利益

**90** 百万円

前四半期比 ▲16.26% 

前年同期比 +109百万円  (※2)

## 四半期純利益

**44** 百万円

前四半期比 ▲15.57% 

前年同期比 +87百万円  (※2)

(※1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウプ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。

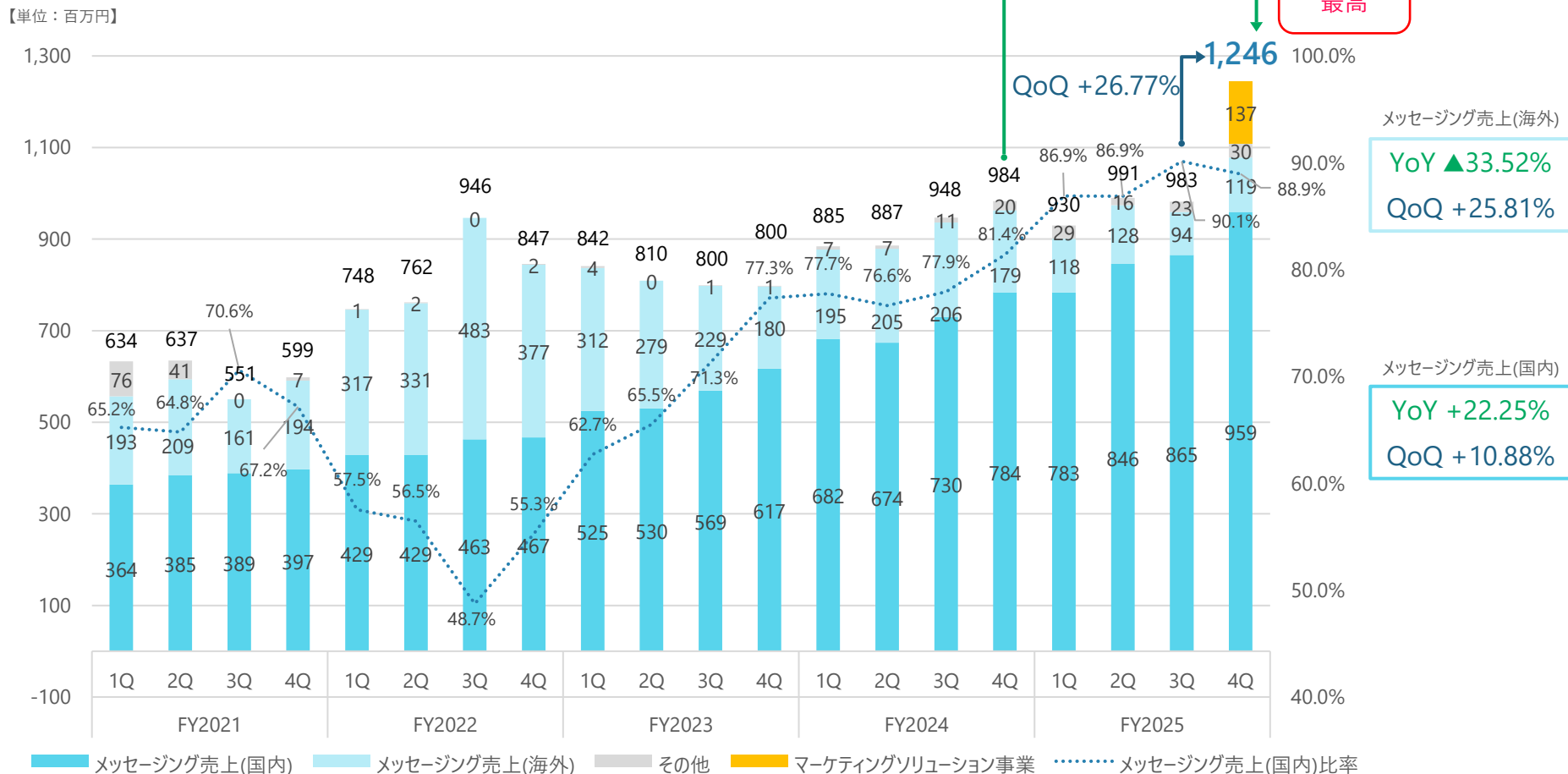
(※2) FY2024.4Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり各段階利益はマイナスとなっております。従って、前年同期比においては増減額で比較しております。





# 売上高（四半期毎推移）

- ・メッセージングサービスにおいて国内顧客および配信数の増加が継続し、また LOWP（ロウプ）の子会社化による連結寄与もあり、前四半期比で売上高合計は263百万円増収（+26.77%）、国内顧客のメッセージング売上は94百万円の増収（+10.88%）
- ・前年同期比においては、売上高合計は262百万円の増収（+26.64%）、うちメッセージング国内売上高は174百万円の増収（+22.25%）

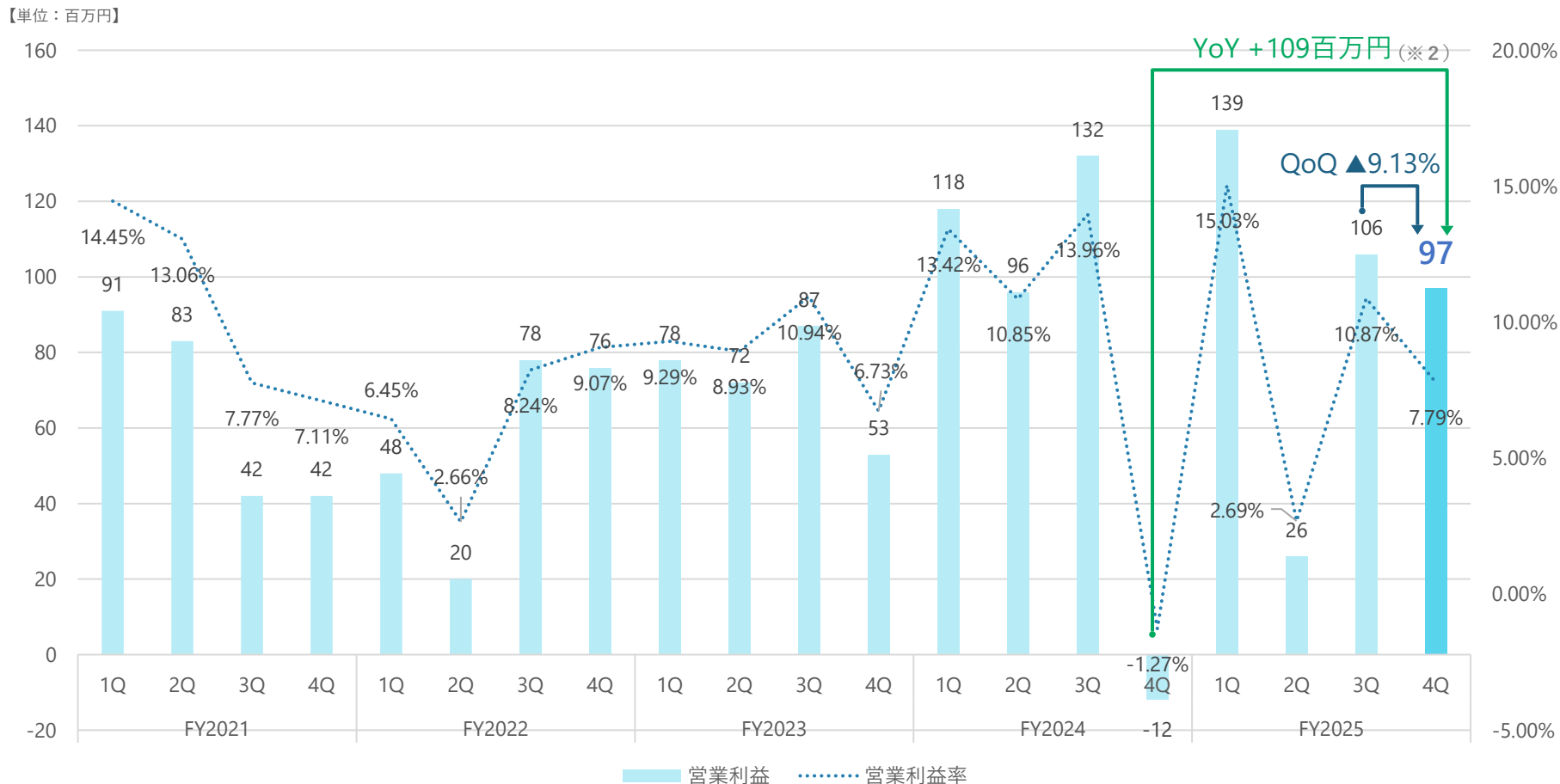


（※ 1） 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウプ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



## 営業利益（四半期毎推移）

- 株主優待関連費用が増加したものの、FY2025.3QにLOWP（ロウプ）の子会社化に関連する株式取得手続き費用等に伴う影響もあり、前四半期比は9百万円の減益（▲9.13%）
- FY2024.4Qに株主優待関連費用および一時的な人件費の増加があり、前年同期比においては109百万円の増益



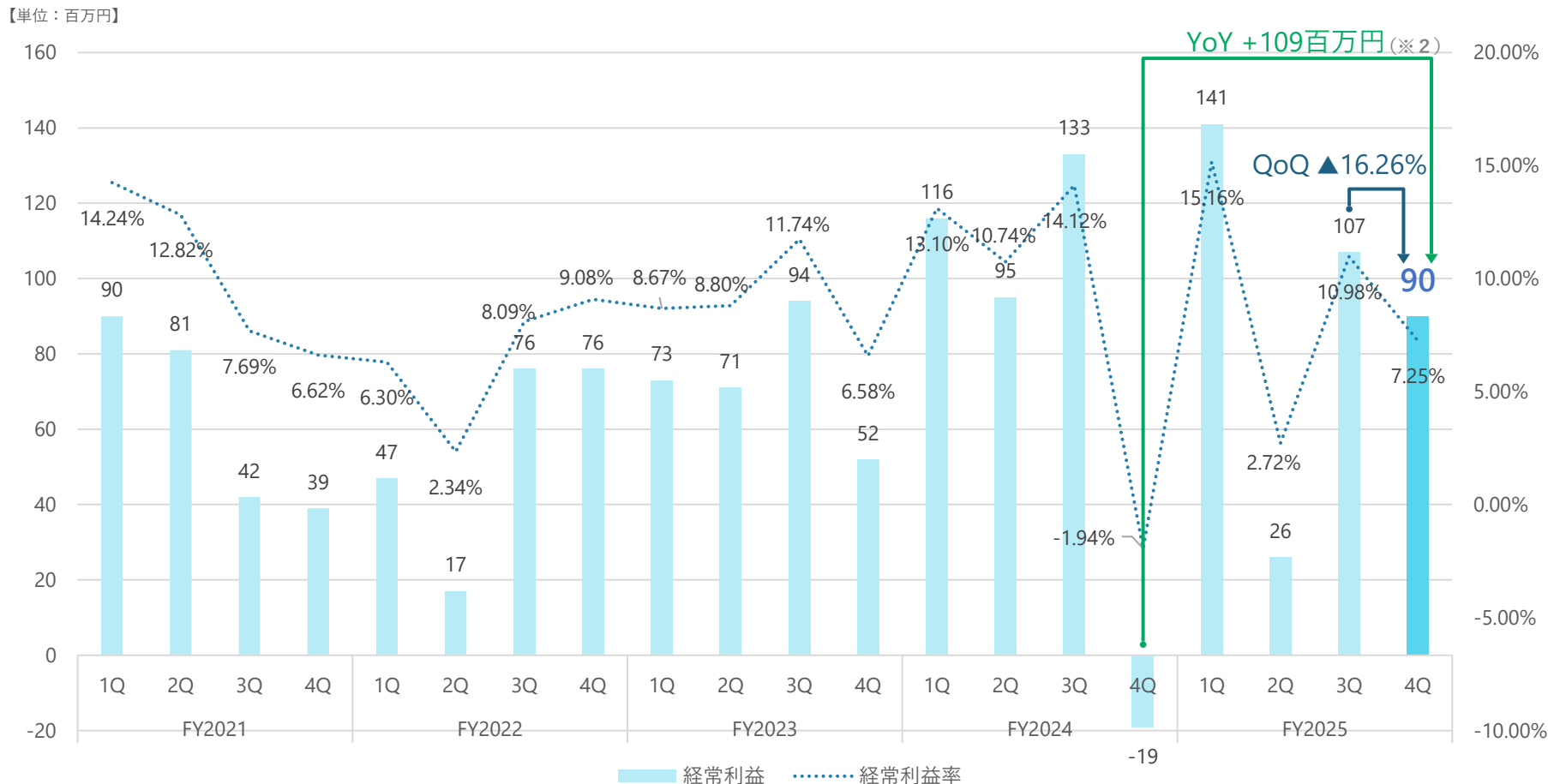
(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウプ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。

(※ 2) FY2024.4Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり各段階利益はマイナスとなっております。従って、前年同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



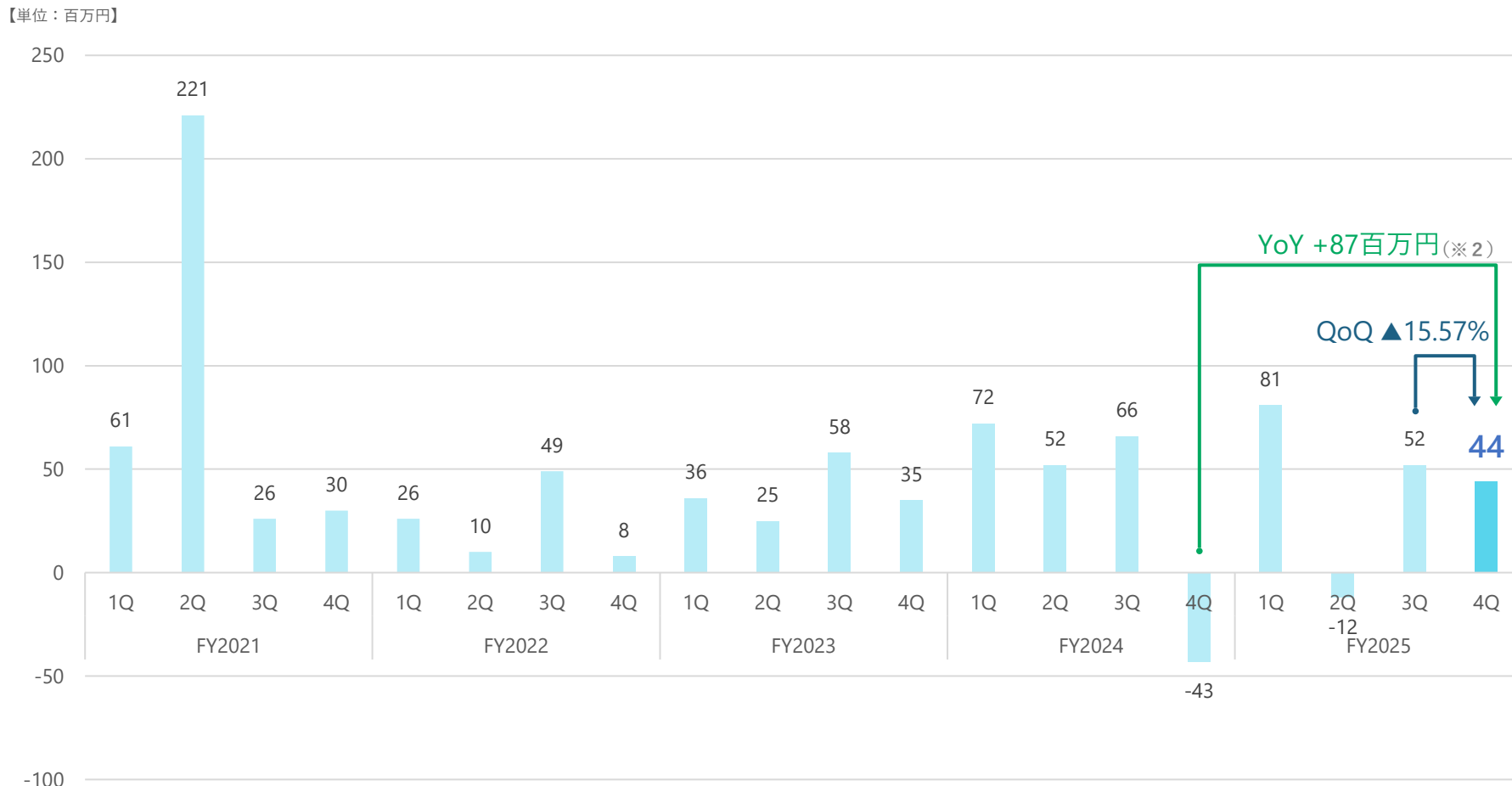
(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。

(※ 2) FY2024.4Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり各段階利益はマイナスとなっております。従って、前年同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）

- 投資有価証券の評価損失5百万円が発生したものの、概ね経常利益と同様の推移



(※1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。

(※2) FY2024.4Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり各段階利益はマイナスとなっております。従って、前年同期比においては増減額で比較しております。



## 売上高、営業利益および経常利益が上場来最高を達成

【単位：百万円】

			2025年12月期	2024年12月期	増減額	前年同期比	
売	上	高	4,151	上場来 最高	3,705	+445	+12.03%
営	業	利 益	370	上場来 最高	335	+35	+10.60%
経	常	利 益	366	上場来 最高	326	+40	+12.30%
親会社株主に帰属する 当期純利益			165		148	+16	+11.29%

(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



2024年12月末基準、2025年6月末、12月末基準の株主優待関連費用を除いた場合の前年同連結累計期間比においても調整後の営業利益および経常利益は前年比30%成長

【単位：百万円】

	2025年12月期	2024年12月期	増減額	前年同期比
売上高	4,151	3,705	+445	+12.03%
調整後営業利益 ※株主優待関連費用除く	536	405	+130	+32.33% ↑
調整後経常利益 ※株主優待関連費用除く	531	396	+135	+34.21% ↑
調整後親会社株主に帰属する 当期純利益 ※株主優待関連費用除く	330	218	+112	+51.33% ↑

(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



LOWP (ロウプ) の連結子会社化およびマーケティングソリューション事業の新設に伴い、当連結累計期間より  
当社グループの事業区分は「Smart AI Engagement事業」と「マーケティングソリューション事業」の2事業となっております。

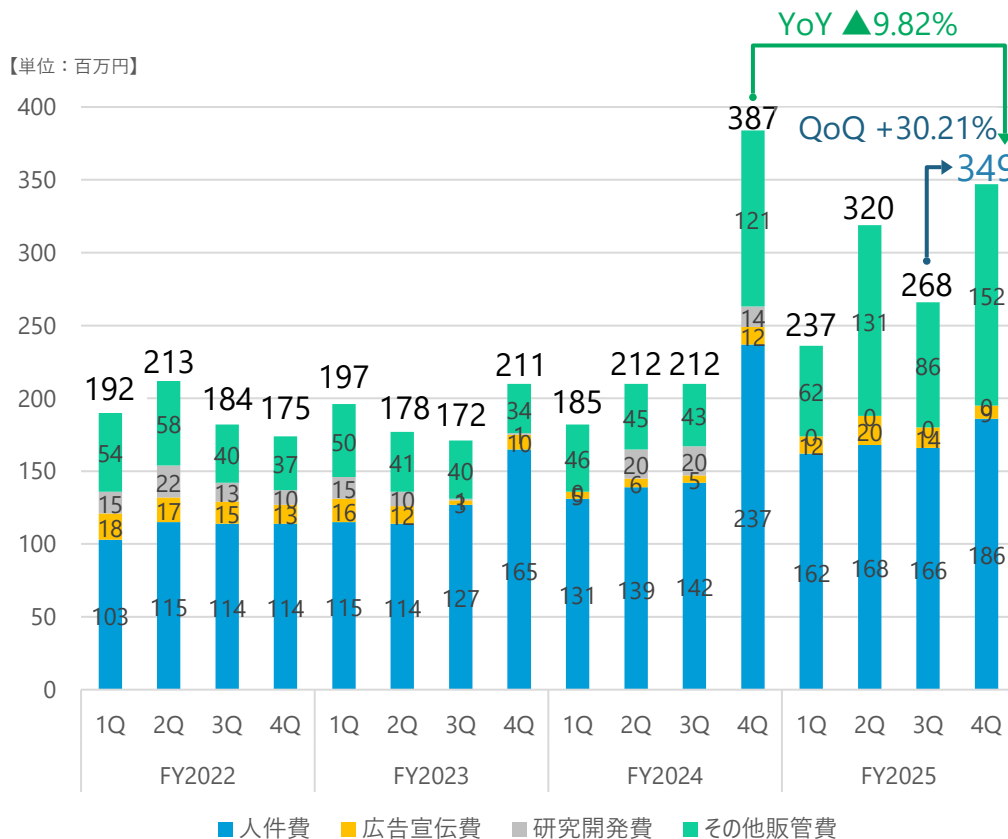
【単位：百万円】

	2025年12月期
売上高	4,151
Smart AI Engagement事業	4,014
マーケティングソリューション事業	137
セグメント利益または損失	370
Smart AI Engagement事業	1,050
マーケティングソリューション事業	12
調整額	▲692



# 四半期毎 販売費および一般管理費推移（四半期毎推移）

【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"> <li>株主優待関連費用の計上</li> <li>FY2025.3QにLOWP（ロウプ）の株式取得手続き費用等による費用計上</li> <li>上記の2点の一過性費用の発生により、前四半期比で66百万円の増加</li> </ul>
研究開発費	<ul style="list-style-type: none"> <li>FY2024.4Qまでに計画した新規開発プロジェクトは完了</li> </ul>
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> <li>「絶対リーチ！RCS」や「リピカム」、「Deep Predictor」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</li> </ul>
人件費	<ul style="list-style-type: none"> <li>LOWP（ロウプ）連結化等にもなう人件費の増加</li> </ul>

（※ 1） 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウプ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。

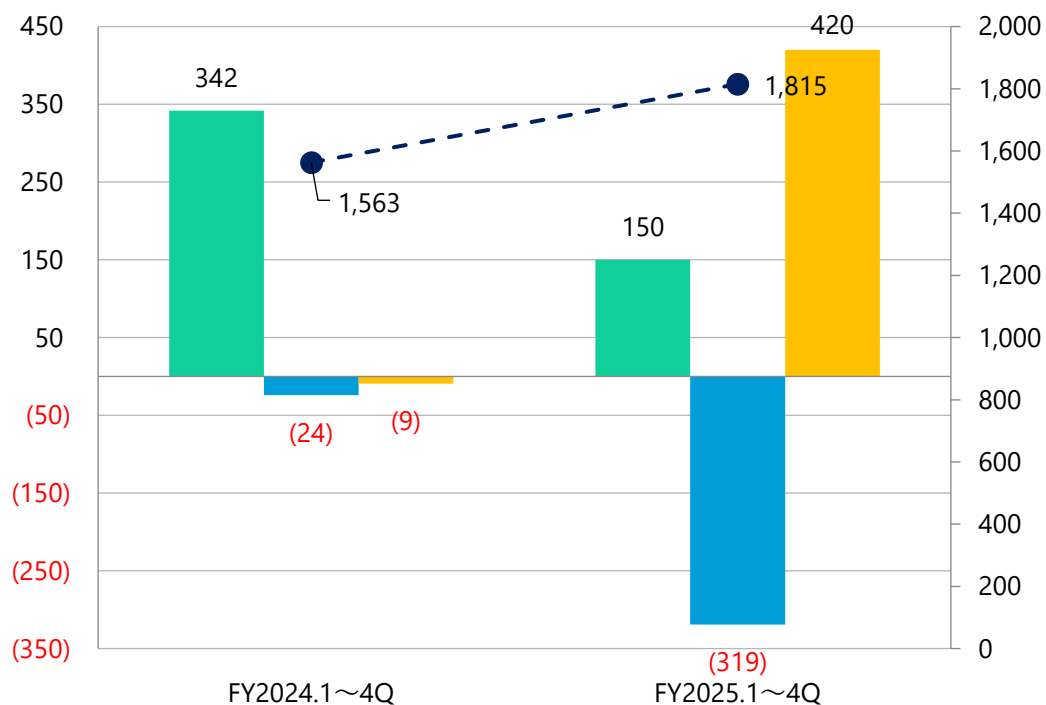
（※ 2） 2022年12月期第3四半期までは採用費を人件費に含めておりましたが、第4四半期より採用費はその他販管費に含めることとし、第3四半期以前の過去数値においても表示変更を行っております。





# キャッシュフローの状況（前年同四半期累計期間比）

(単位：百万円)



営業 キャッシュ・ フロー	利益の増加に伴い納税支出が増加したことに加え、株主優待費用の支出が新たに発生したため、営業CF全体では前期比でマイナス
投資 キャッシュ・ フロー	LOWP（ロウブ）の株式取得およびRCS関連のソフトウェア開発への投資により、前期比で支出が拡大
財務 キャッシュ・ フロー	LOWP（ロウブ）の株式取得に係る資金の銀行借入を実施したことにより大幅に増加

■ 営業CF ■ 投資CF ■ 財務CF - ● - 現金及び現金同等物の期末残高

（※ 1） 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。

# FY2025.4Q メッセージングサービスKPIサマリー



取引社数

8,208 社 （FY2025.4Q末時点）

前四半期比 +2.61% 

前年同期比 +13.21% 

SMS配信数

213.9 百万通

前四半期比 +12.00% 

前年同期比 +8.15% 

メッセージングサービス  
ARPU（顧客平均売上高）※

13.1 万円／社

前四半期比 +9.49% 

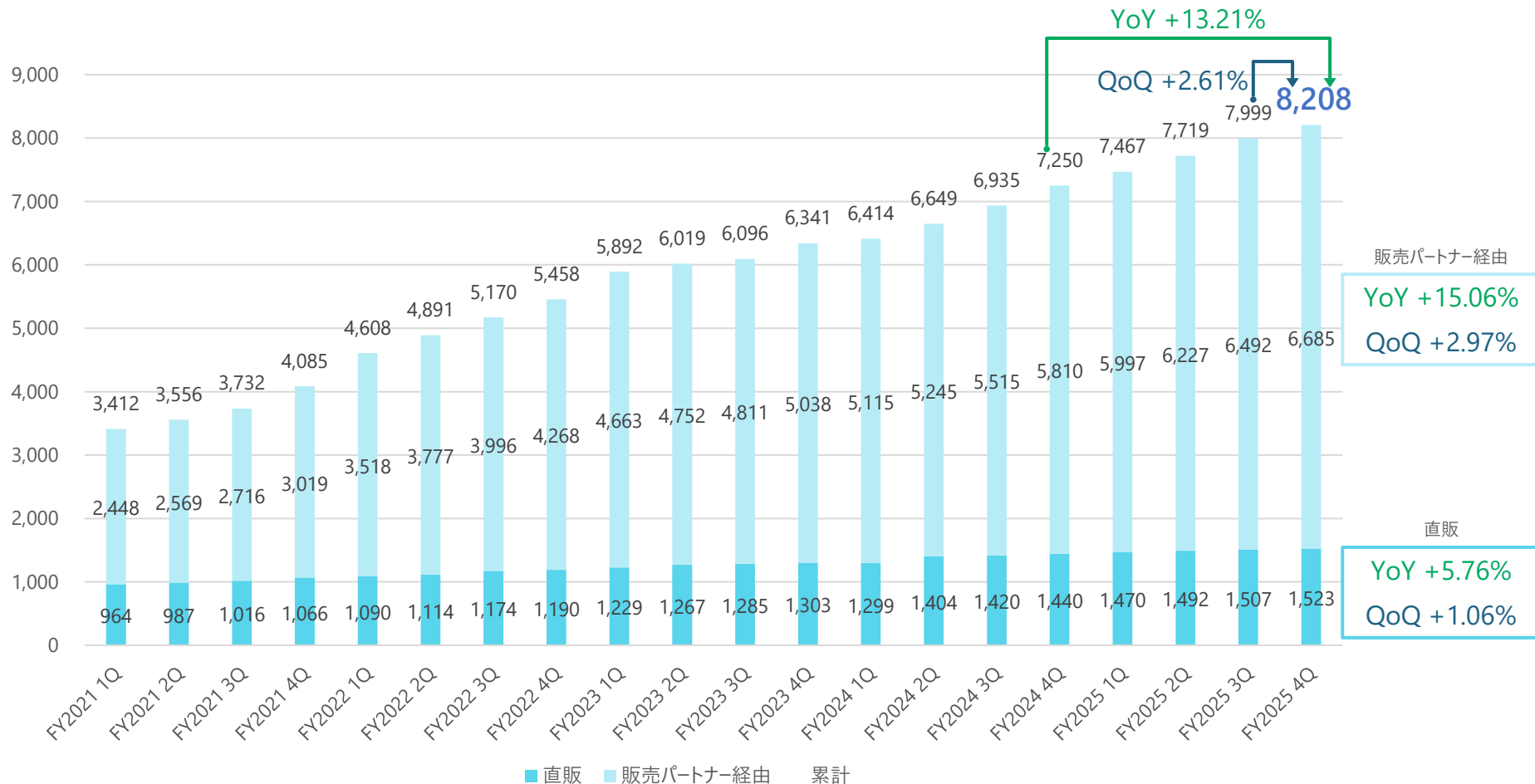
前年同期比 ▲1.18% 

（※） FY2025.4Q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



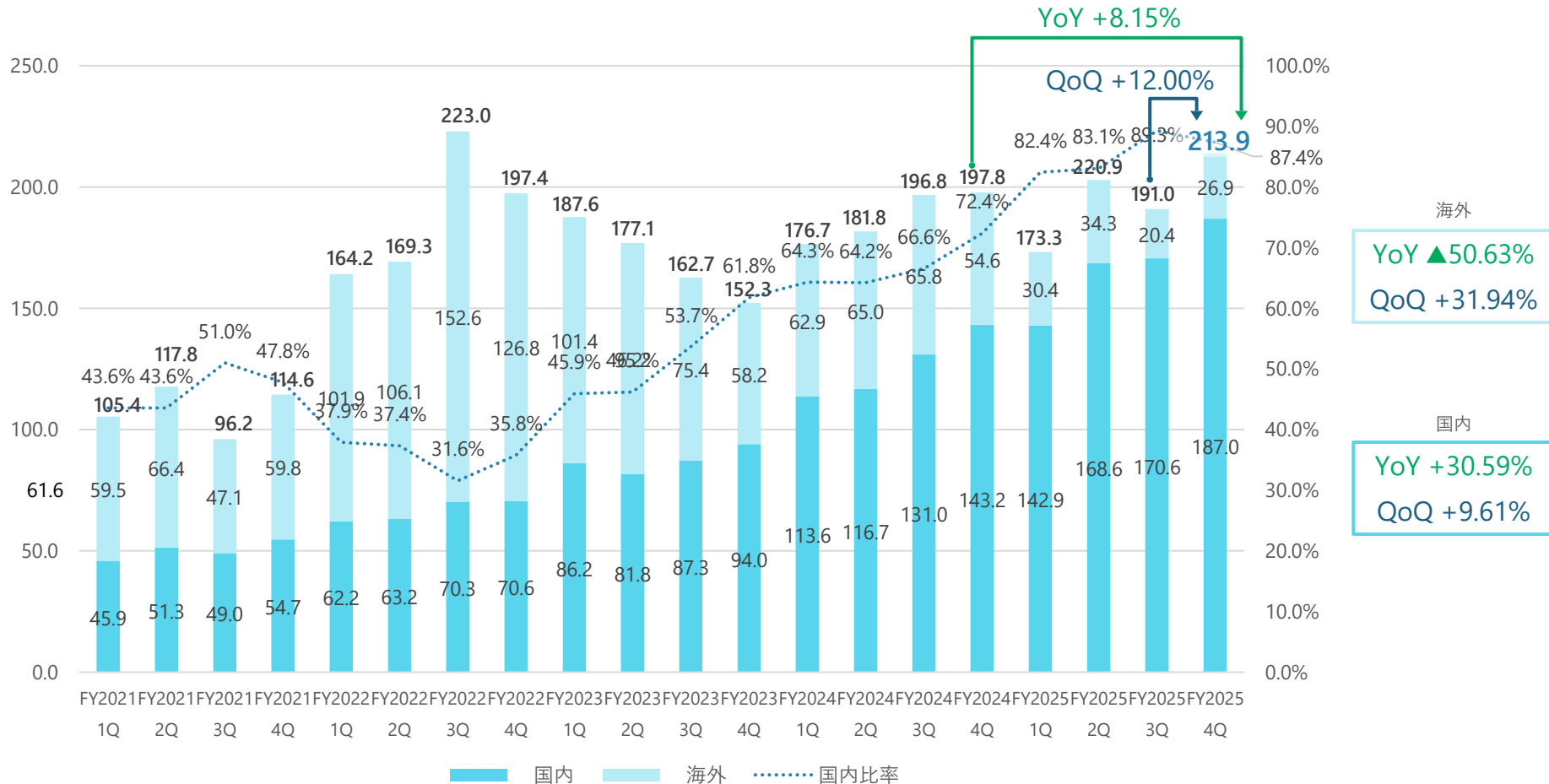
## メッセージングサービス取引社数

- 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209社の増加（+2.61%）、前年同期比で958社の増加（+13.21%）
- 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、前四半期に比べ、SMS配信数合計は22.9百万通増加（+12.00%）、国内顧客のSMS配信数は16.4百万通の増加（+9.61%）
- 前年同期比においても、前四半期同様に、SMS配信数合計は16.1百万通増加（+8.15%）、国内顧客のSMS配信数は43.8百万通の増加（+30.59%）

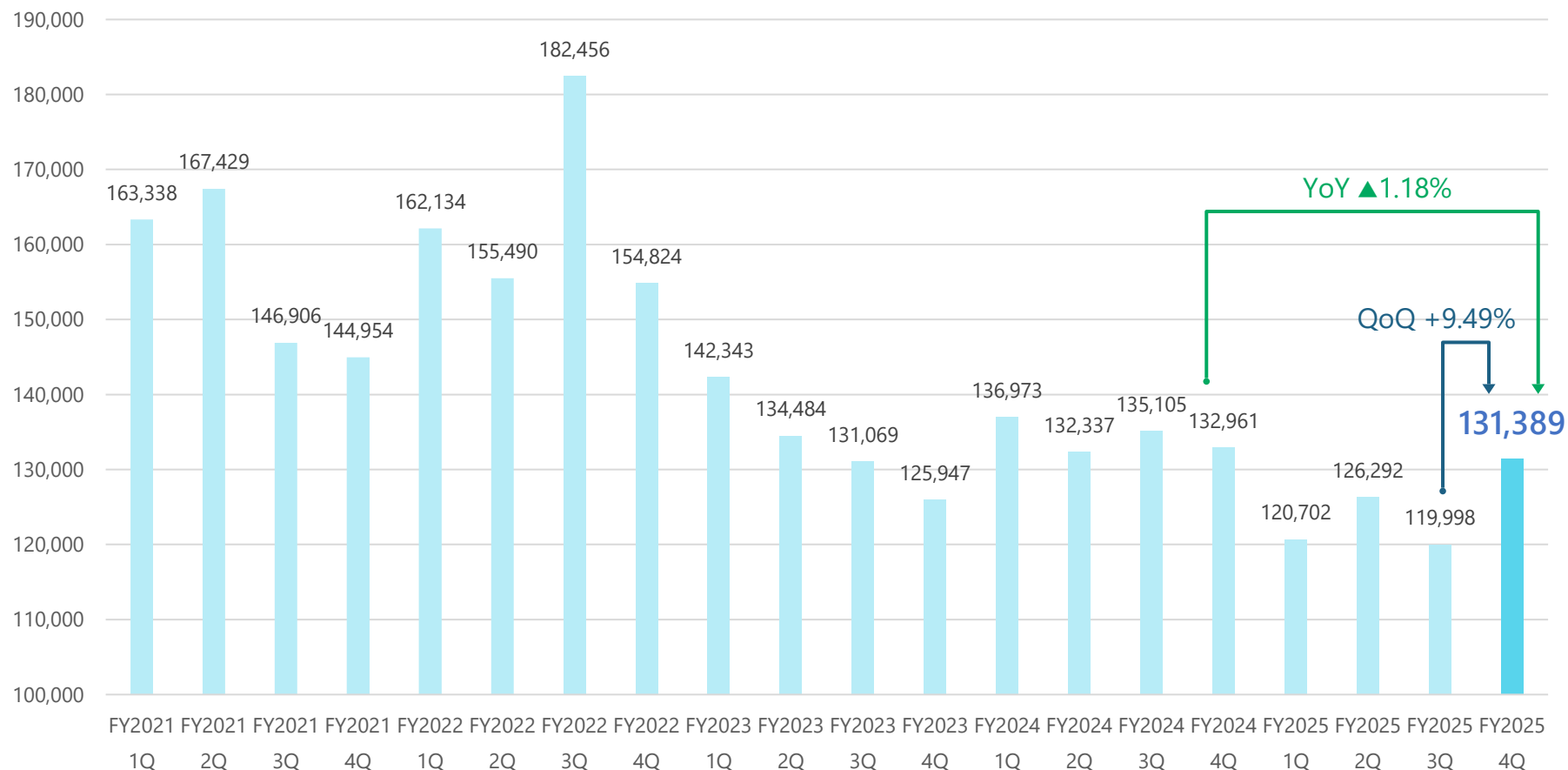




## メッセージングサービスARPU（顧客平均売上高）

- ・ 前四半期比において、大型顧客の売上が増加したことにより、前四半期比で11,391円の増加（+9.49%）
- ・ 前年同期比においても、海外の大型顧客の売上が減少したことにより、1,582円の減少（▲1.18%）

【単位：百万円】



# FY2026 事業戦略と業績予想



## 基本的な戦略はFY2026以降も継続

売上拡大

新規顧客

既存顧客

強化

新規獲得

FY2026注力

**絶対リーチ!SMS 絶対リーチ!RCS**

- ① 直販：業界特化×大企業
- ② パートナー：組み込み・連携先強化  
⇒MAツール（※1）、コールセンター系システム

継続

既存深耕（現在地）

**絶対リーチ!SMS 絶対リーチ!RCS**

- ① 国内顧客へ注力（国内比率86.9%）
- ② 業界特化 ⇒金融、人材、保険



成功報酬モデル型  
サービス

取引単価の高い業界に注力し、高付加価値ソリューションを展開 ⇒金融、人材、保険、不動産

**絶対リーチ!RCS + DEEP PREDICTOR**

統合型ソリューションサービス

ソリューション化



成功報酬モデル型  
サービス

**絶対リーチ!RCS + DEEP PREDICTOR**

統合型ソリューションサービス

メッセージング×AIによるCXの革新

プラットフォーム提供

ソリューション

収益性向上

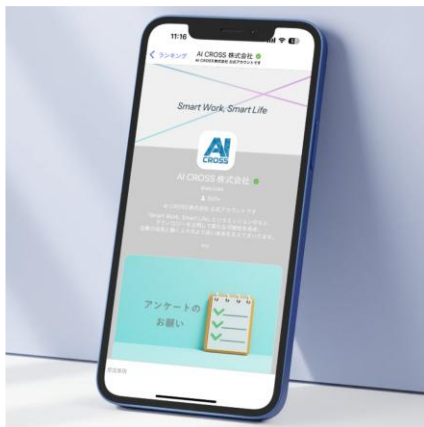
（※1） MAツールとは、顧客情報を一元管理し、メール・SMS配信やスコアリング、Web行動の分析などを通じて、マーケティングプロセスを自動化・効率化するシステムを指します。





# RCS普及の追い風と当社の成長戦略

RCSは、**圧倒的な到達率**を持つSMSに、アプリレベルの**表現力**と**データ活用**を組み合わせた次世代メッセージサービスです。  
今後、アプリインストール不要という強みを活かし、企業コミュニケーションの新たな標準になり得るサービスです。



## RCSのメリット

### 高い信頼性

キャリア認証を受けた公式アカウントとして、企業名・ロゴを表示することで真正性を担保

### 顧客反応の可視化

メッセージの開封状況を正確に把握でき、データとして可視化し、業務改善や効果検証に活用可能

### 豊かな表現力

画像や動画などのリッチコンテンツに対応  
アクションボタンやチャットボットで双方向コミュニケーションを実現

## メッセージングサービスの比較

	RCS	SMS	アプリ
到達性	◎	◎	×
信頼性	◎	△	○
UX (※1)	◎	△	◎
自動化	◎	△	◎

(※1) ユーザーエクスペリエンスの略で、ユーザーが製品・サービスを利用する前、利用中、利用後に得られる総合的な体験（感情や使い心地）を指します。

## RCS普及の追い風（市場環境）



iOS18  
iPhone でRCSが利用可能に



2025/4  
KDDIがiPhone向けRCSを提供開始



次期仕様公開  
セキュリティ&UXがさらに向上

## 絶対リーチ! RCS

統合型ソリューションサービスへ

「到達」だけでなく「会話 ⇒ 解決/購入」ニーズに対応

### プロダクトの進化

チャットボットの  
高度化

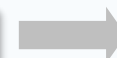
AI連携

UI/UXの  
更なる改善

### 展開領域

FY2026注力

カスタマーサポート



マーケティング



## 顧客状況やニーズに合わせて提供価値の異なる①～③の3つのサービスモデルを展開





大企業からの引き合い増加によりPoC (※1) の受注が増加、各業界の課題に対するソリューションのナレッジが自社に着実に積み上がっている

## 1. 【某大手産業機器メーカー】 販売予測の精度向上、属人化解消事例

### 課題

- 予測業務が属人化し、**予測精度にばらつき**があり、**信頼性に欠ける**

### 「Deep Predictor」による対策効果検証

- 販売実績、外部の気象データや経済データを基に自動で販売予測を行い、**予測精度および速度の向上、属人化解消**について検証中

## 2. 【某大手住宅設備メーカー】 商談スコアリングによる受注効率改善事例

### 課題

- 商談の選別が不十分で、**成約率が低く、受注効率が悪い**

### 「Deep Predictor」による対策効果検証

- 商談実績、取引先データを基に商談の成約率をスコアリング
- スコアリング結果を基に商談の優先度を変更することによる、**受注効率向上**について検証中

## 3. 【某地域インフラの中核企業】 解約予測による解約抑止事例

### 課題

- 解約抑止が十分に機能しておらず、競合への乗り換えが発生

### 「Deep Predictor」による対策効果検証

- 解約履歴および顧客属性、顧客の行動データを基に、解約率を予測
- 解約率の高い顧客に対し、営業活動による解約阻止を行い、**解約率低下**について検証中

(※1) PoC: “Proof of Concept”の略。新しい技術やソフトウェアの開発において、その実現可能性や有用性を確認するための重要なステップのこと。

# AIサービス「Deep Predictor」カスタムプラン、アシスタントプラン」に注力

「Deep Predictor」は、製造・流通・小売・サービス業などにおいて、販売予測・顧客スコアリング・売上予測を通じ、在庫最適化、マーケティング効率化、出店判断の高度化を支援します。

## 利用シーンや求める高度さに応じて、以下の2つのプランを提供

### DEEP PREDICTOR カスタムプラン

データサイエンティストが伴走し、複雑なデータ構造や高度な要件にも対応する、**個別最適型**のプラン


PoCによるノウハウ蓄積から  
アシスタントプランの磨き込み


### DEEP PREDICTOR アシスタントプラン


データサイエンティスト不在でも、  
現場の担当者自身が操作し、予測AIを活用できるプラン

### DEEP PREDICTOR アシスタントプランとは

#### 予測AI導入のハードル

 データサイエンティストが必要だが、採用・外注コストが高すぎる

 データ整備に膨大な工数が必要

 汎用的なツールすぎて、自分たちの業務にどう当てはめるべきか分からない

#### アシスタントプランで提供する機能

##### ① データサイエンティスト不要

直感的なUIに沿って、データ整備、モデル構築、予測が可能  
AIエージェント「アイラ」による操作サポート

##### ② データクレンジングをサポート

表記揺れの自動補正や欠損値のスマートな補完を実現  
AIの前処理業務負荷を軽減

##### ③ 業務に寄り添う「実務特化」の機能群

推奨データ提案、ROI分析、発注量算出などの予測後、後処理機能等を提供予定

提供  
予定



#### 代理店チャネルを活用した 販売拡大へ

- 操作性・手離れの良さを活かし、販売代理店による自走型販売を実現
- 直販は重点顧客・高度案件に集中し、ユースケース創出と価値訴求を強化

#### SaaS型成長モデルへ



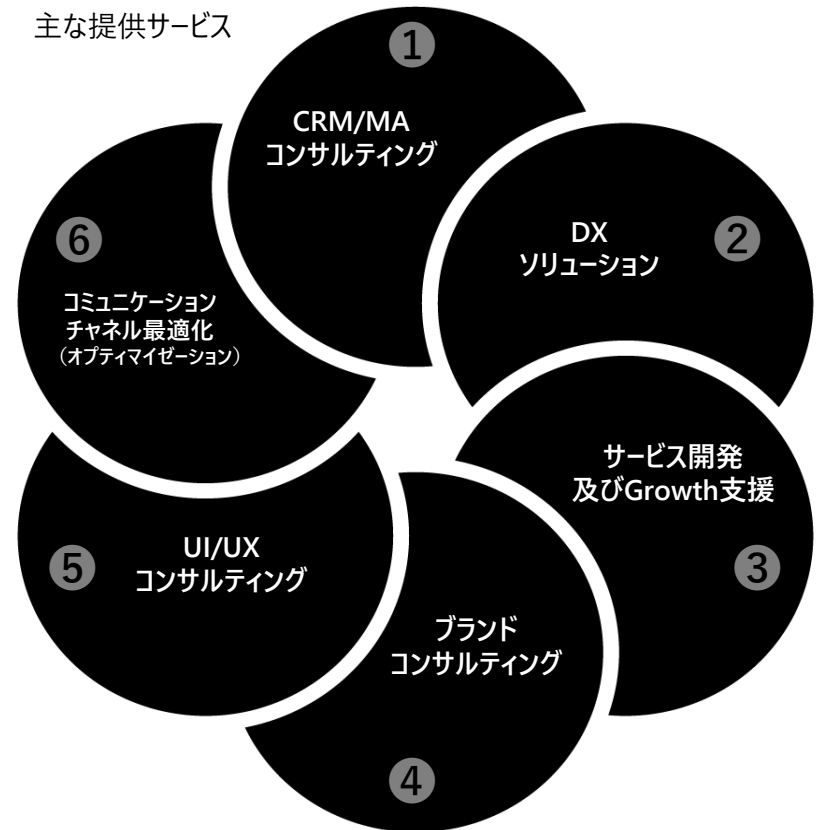
2025年10月1日より連結子会社化したLOWP（ロウプ）にて、新設のマーケティングソリューション事業を推進いたします。

# LOWP

クライアントのビジョンを中心に  
データとインサイトの力で顧客体験の価値創造を  
クライアント企業と共に。  
「Co-Creation Partner」

LOWP（ロウプ）は、企業と顧客との接点全体を見据え、マーケティング活動の設計から構築、運用、改善までを一貫して支援する会社です。  
ブランド戦略、顧客データ活用、デジタル施策の実行を通じて、「顧客体験の高度化を支援する総合マーケティングサービス」を提供しています。

主な提供サービス



### 「マーケティング設計力」×「メッセージング基盤」による新たな顧客体験価値を創造します。

LOWP（ロウプ）は、企業と顧客との接点全体を俯瞰し、マーケティング設計から運用・改善までを担う上流領域に強みを有しています。一方、AI CROSSは、国内トップクラスのSMSやRCSといったメッセージングサービスや新たに開発したAIサービスのプラットフォームを有しています。

両社の融合により、多種多様な事業者が有する最終消費者との接点に関する課題やニーズへ幅広いソリューションを提供することが可能となります。



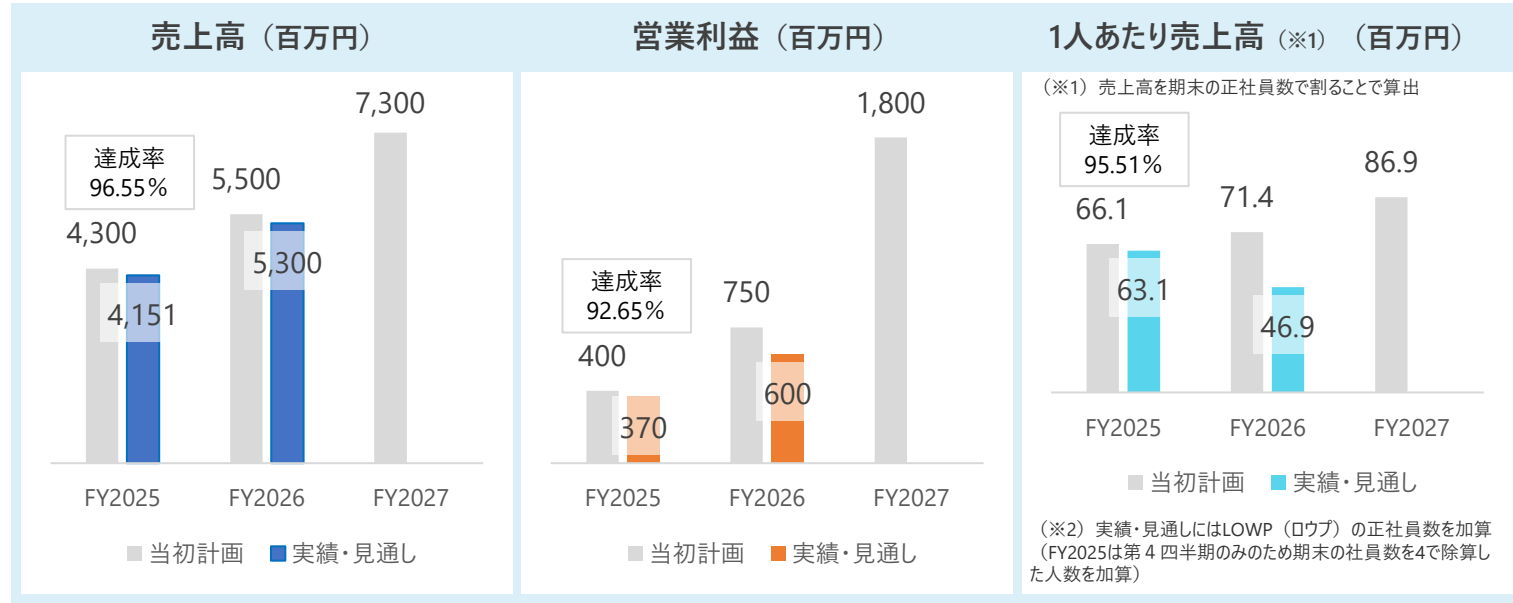
- ・ メッセージング事業の安定した売上基盤を確保しつつ、AI事業の拡大とLOWP（ロウプ）の子会社化による連結寄与により、売上成長を確保
- ・ 収益については、AI事業の黒字化、株主優待制度の廃止等により各段階利益は大幅に増加し、「利益額」及び「質」の面でも大幅に向上

	FY2025実績		FY2026業績予想	対前期増減率
売上高	4,151百万円	売上高	5,300百万円	27.7%
営業利益	370百万円	営業利益	600百万円	61.9% <b>UP</b>
営業利益率	8.9%	営業利益率	11.3%	-
経常利益	366百万円	経常利益	590百万円	61.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	165百万円	親会社株主に帰属する当期純利益	360百万円	117.9% <b>UP</b>



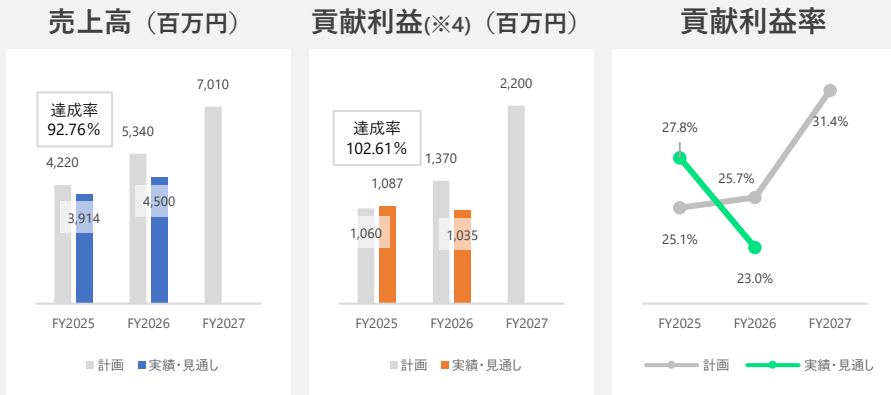
# 中期経営計画（AIX2027）進捗と推移について

## KGI

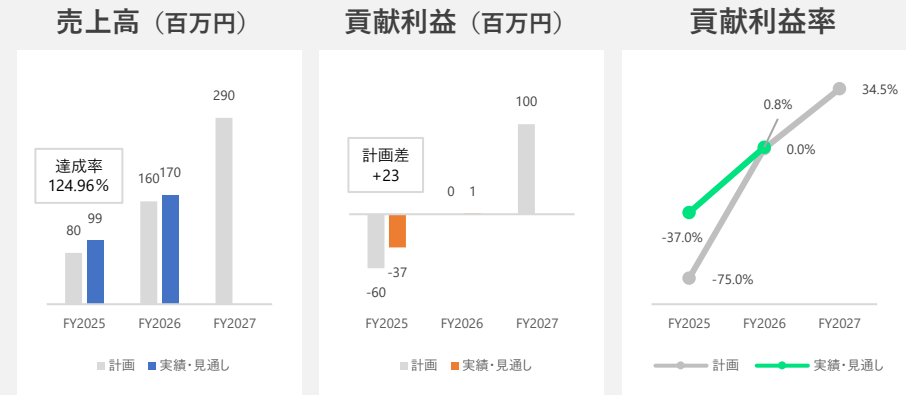


## KPI(※3)

### メッセージングサービス



### AIサービス



（※3）マーケティングソリューション事業のFY2026の見通しは売上高：630百万円、貢献利益：89百万円、貢献利益率14.1%であり、KGIの売上高はメッセージングサービスおよびAIサービス、マーケティングソリューション事業の売上高の合計となります。

（※4）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

# Topics



パルシステム茨城 栃木  
pal\*system



絶対リーチ! RCS

## 導入の背景と課題：

- 新規加入者に対しては、重要な顧客接点を目的に電話や訪問を中心としたフォローを行っている
- 月100件以上の対応が発生し、電話が繋がらないケースも多く再架電が必要になるなど、現場職員の業務負荷や心理的なプレッシャーが大きな課題となっていた

## 導入内容：

『全員に一括で配信し、必要な方だけ対応する』  
運用へ変更

- 加入後1か月が経過した組合員に対し、**アンケート案内を「絶対リーチ！ RCS」で一括配信**
- RCS公式アカウントの**公式認証マーク**や**画像を活用した視覚的なメッセージ**により情報を分かりやすく届けことが可能
- 返信があった組合員にのみ個別対応する運用に切り替えることで、従来の「全員に電話をかける」体制から脱却



- 企業名表示＋公式認証マークで安心
- ビジュアル訴求で回答を促進
- 「絶対リーチ！ RCS」搭載のチャットボットを作成し配信→回答集計可能

## 導入効果：

業務負荷を抑えながら、広く確実に情報を届ける体制を構築

- 電話・訪問対応が大幅に削減され、**現場職員の業務負荷が軽減されました。**
- 対応件数に追われることがなくなり、**心理的な余裕が生まれ、他の重要業務に時間を充てられるようになりました。**

# 株主優待について



## 株主優待制度廃止の理由

当社は、株主の皆様への利益還元の機会を提供するとともに、より多くの株主様に中長期的に当社株式を保有いただくことを目的として株主優待制度を導入いたしました。

一方で、主たる事業における競争環境の激化や収益性を取り巻く状況の変化を背景に、当社としてはSMSからRCSへのコミュニケーション進化への対応、既存のAI事業の拡大による更なる成長の加速が不可欠な局面を迎えています。

このような環境下において、積極的な事業投資が重要であると考え、当社全体の収益性を重視しつつ、経営資源の配分について改めて検討した結果、株主優待制度を廃止することといたしました。

今後は、事業競争力の強化および持続的な成長を通じた企業価値の向上に努め、株主の皆様への中長期的な利益還元の実現を目指してまいりますので、何卒ご理解ならびに変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

## 廃止となる株主優待制度の概要

基準日（12月末日及び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単位）以上保有されている株主様を対象に、基準日毎に各15,000円分のQUOカードもしくはデジタルギフト（年間合計30,000円分）を進呈する制度。

## 廃止の時期

当社株主優待制度は、2025年12月末日を基準日とする株主優待の実施をもって廃止いたします。  
なお、2025年12月末日を基準日とする株主優待につきましては、従来どおり実施いたします。

# Appendix

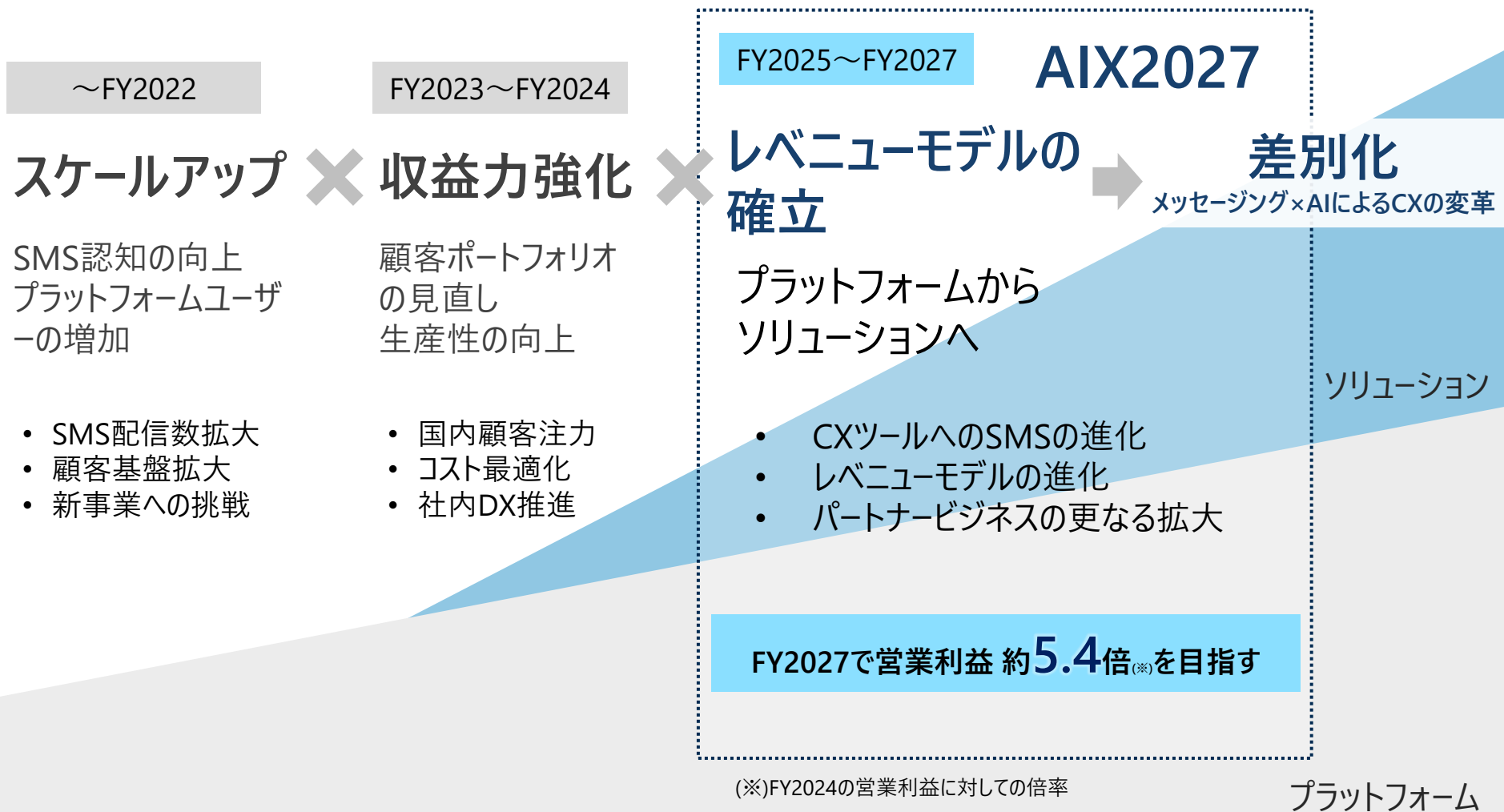
# Appendix – 01

## 中期経営計画（AIX2027）

～2025年2月14日発表～



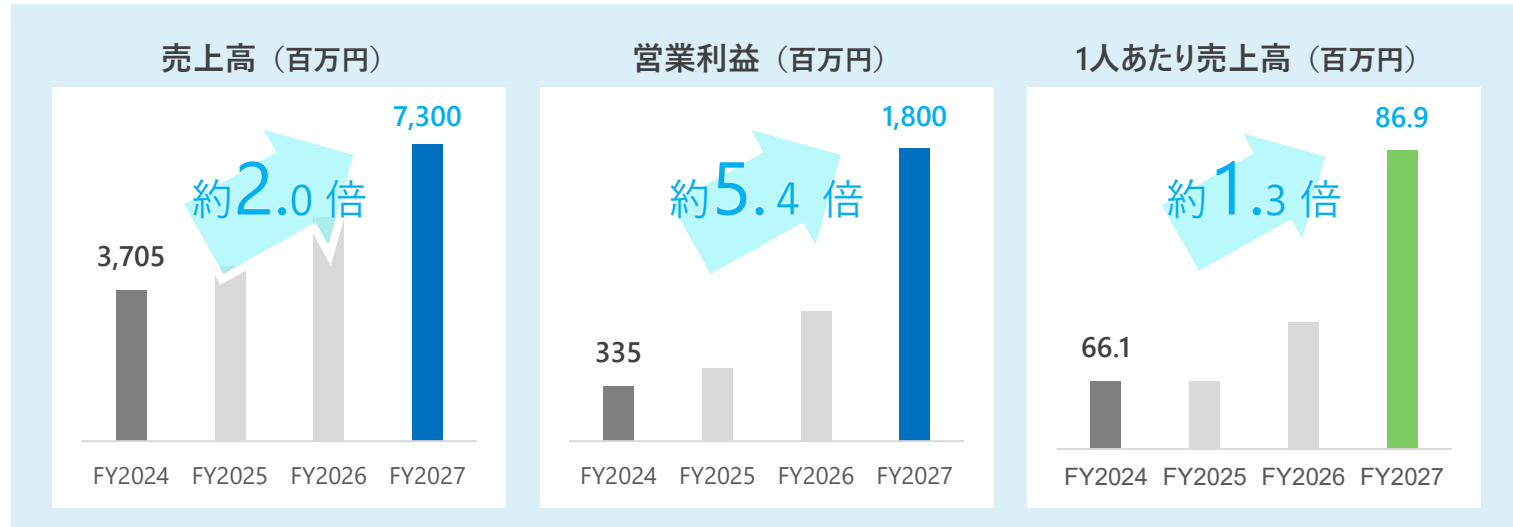
メッセージングサービスのプラットフォーム提供から**メッセージングサービス×AI**によるマーケティングソリューション提供へ





# 中期目標（KGIおよびKPI）

## KGI



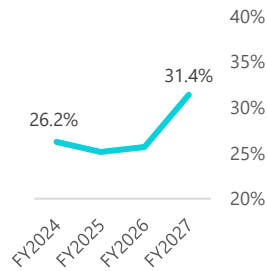
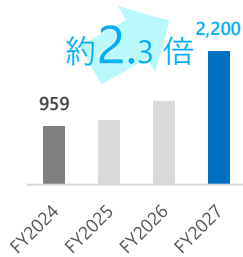
## KPI

### 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

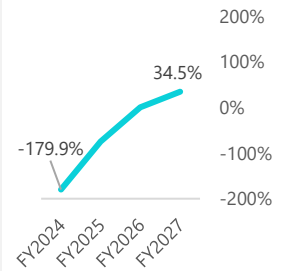
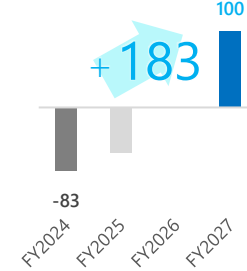


### AIサービス

売上高（百万円）

貢献利益（百万円）

貢献利益率

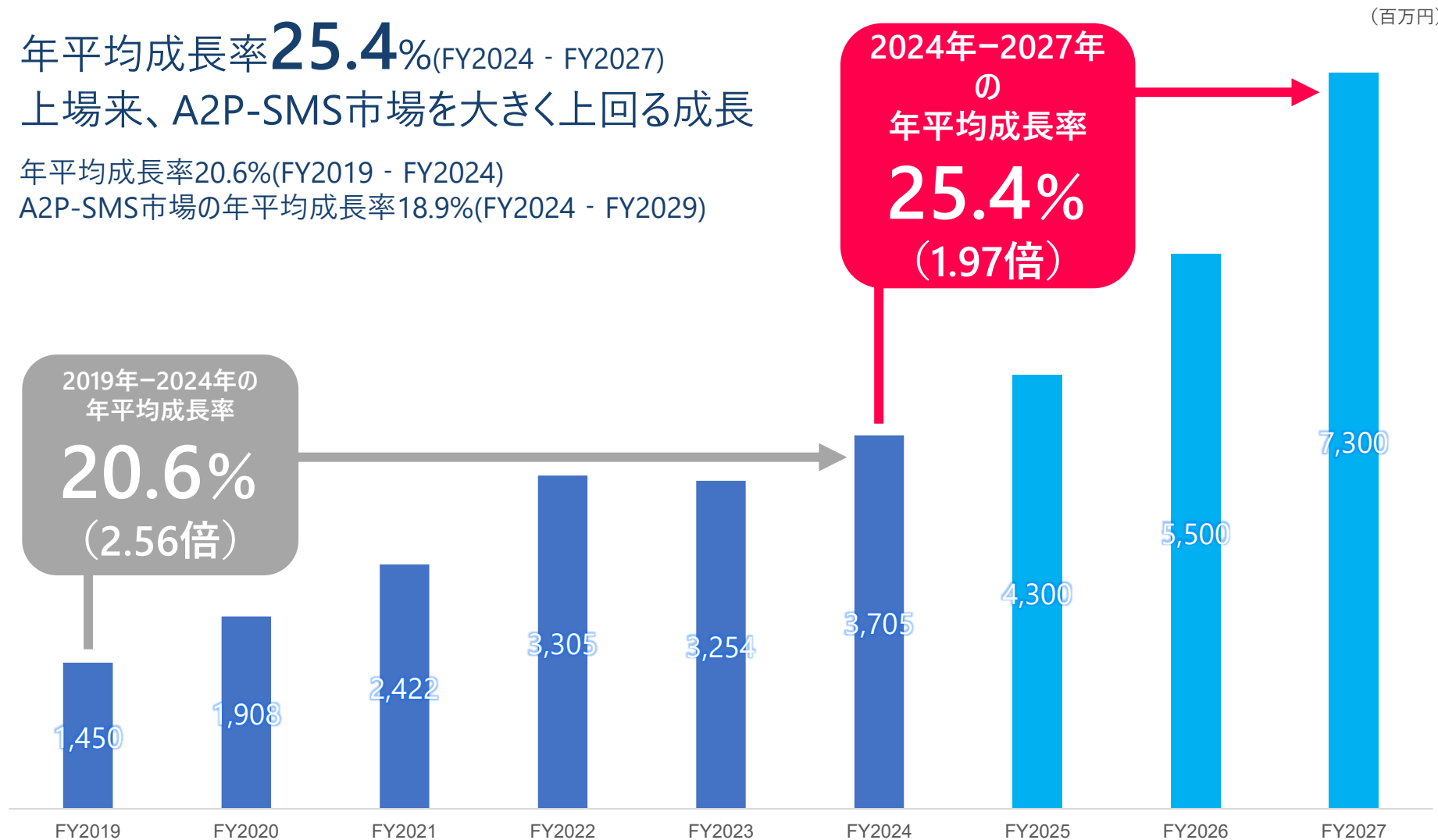


(※)貢献利益：各サービスの売上高から、各サービスに直接係る売上原価と販管費及び一般管理費を差し引いた各サービスの利益



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)





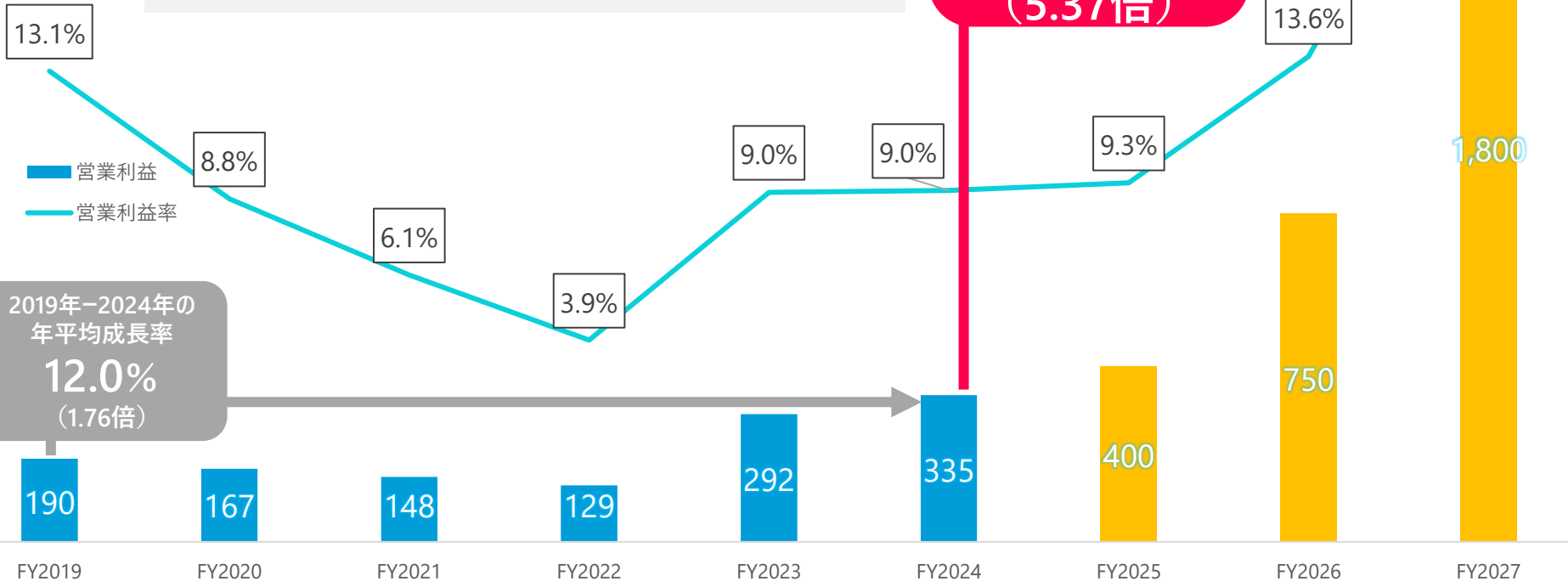


年平均成長率**75.1%** 営業利益率 + **15.7%**(FY2024 - FY2027)  
FY2025以降に飛躍的に成長

## 飛躍的な成長の実現に向けた主な施策

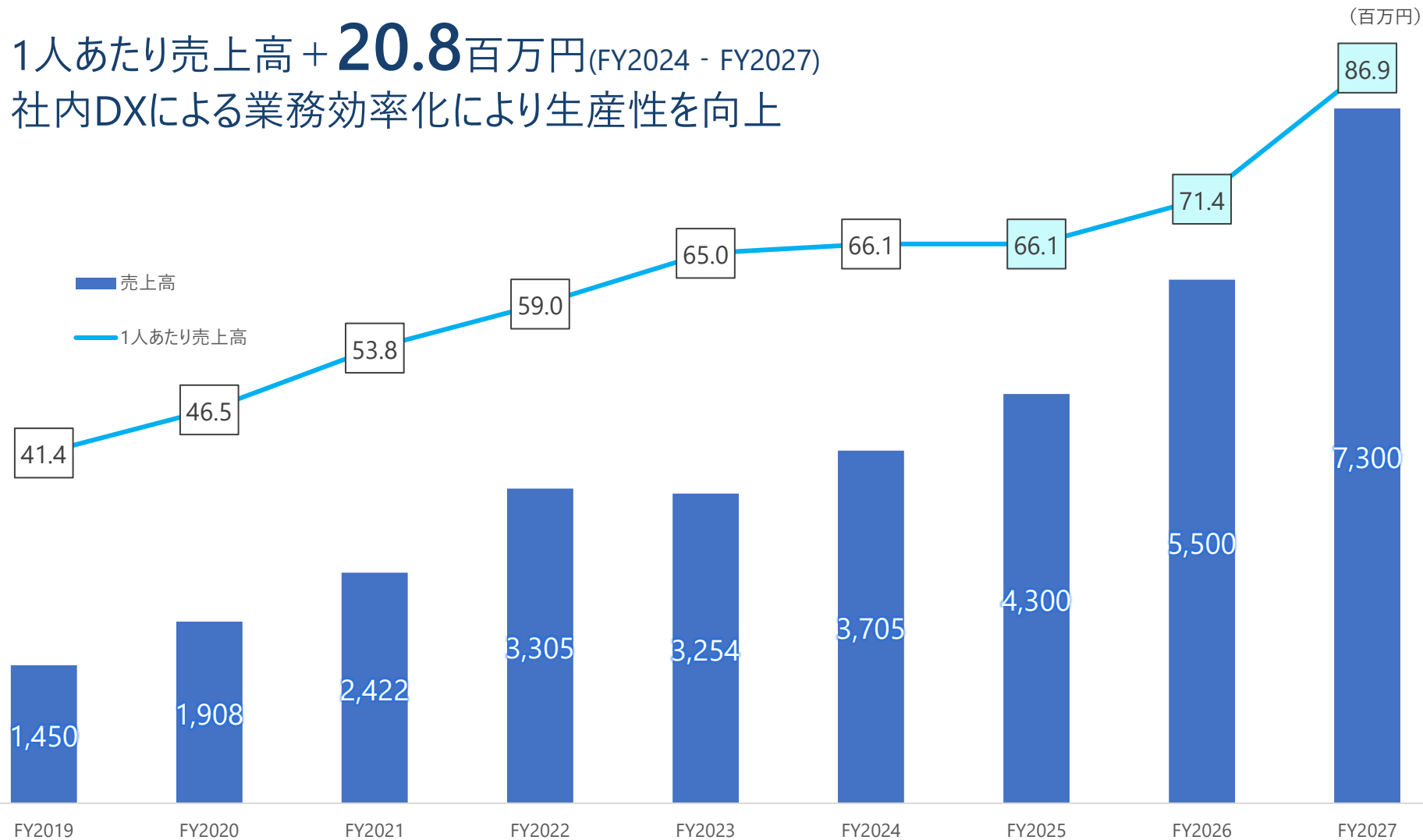
- ・収益性の高いレベニューモデルのソリューション拡大
- ・AIサービスの黒字化
- ・営業効率の更なる向上とパートナービジネスの更なる拡大
- ・社内DX推進とITシステム最適化によるコスト効率向上

2024年-2027年  
の  
年平均成長率  
**75.1%**  
(5.37倍)





1人あたり売上高 + **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

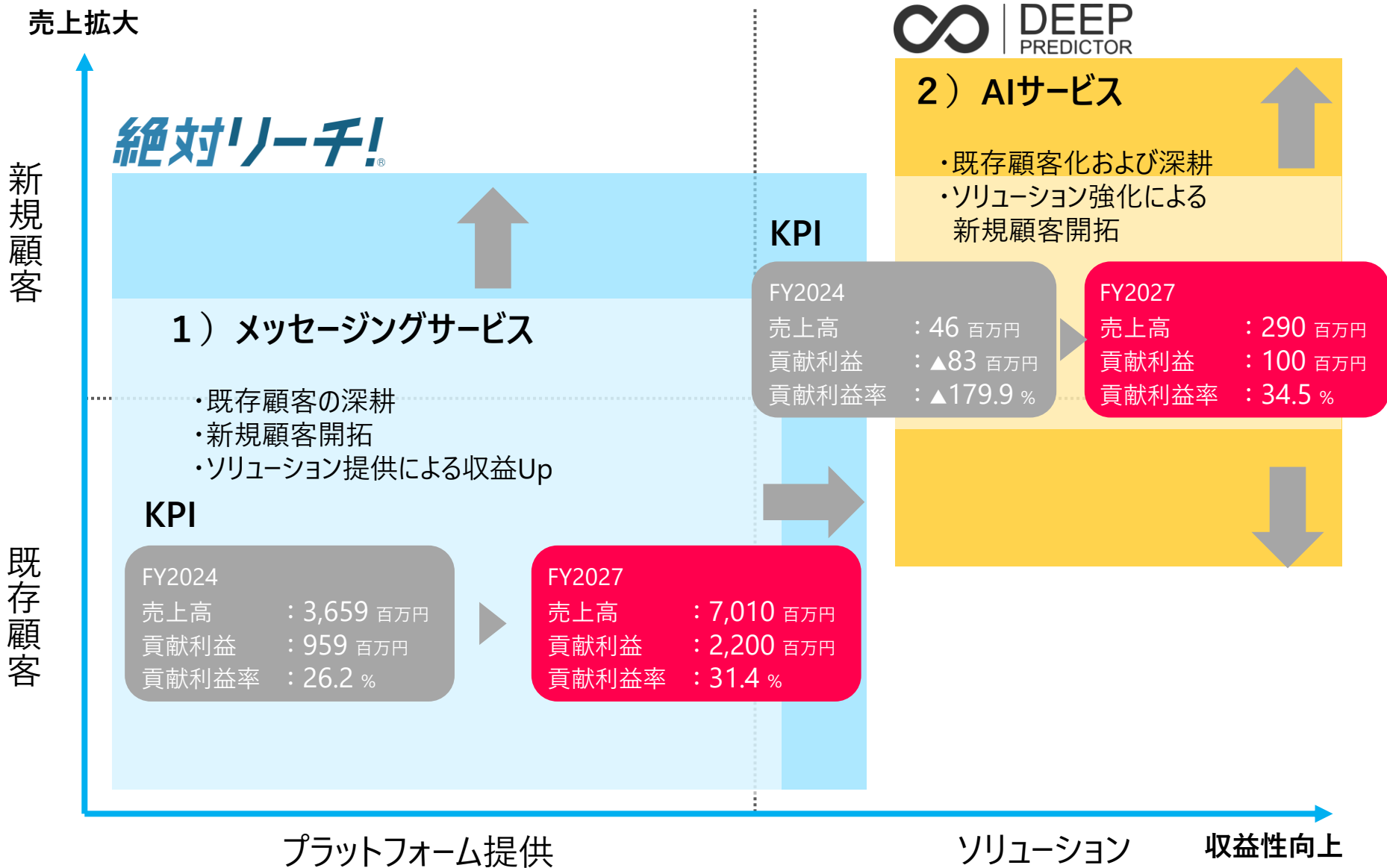
- 1) メッセージングサービス：CXツールへの進化  
ソリューション化によるサービス力向上と更なる収益力の強化
- 2) AIサービス：AIの普及とニッチ市場の開拓  
AIの優位性が発揮される領域において、当社独自の業務効率化ソリューションを提供し、SaaSモデルを軸に収益基盤を構築
- 3) 経営基盤の強化  
管理部門をStrategic Operations Groupとして統合、レベニユーの多様化に適した全社横断でのDX強化を図る

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

絶対リーチ!

AI CROSS  
Smart Work, Smart Life

### 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

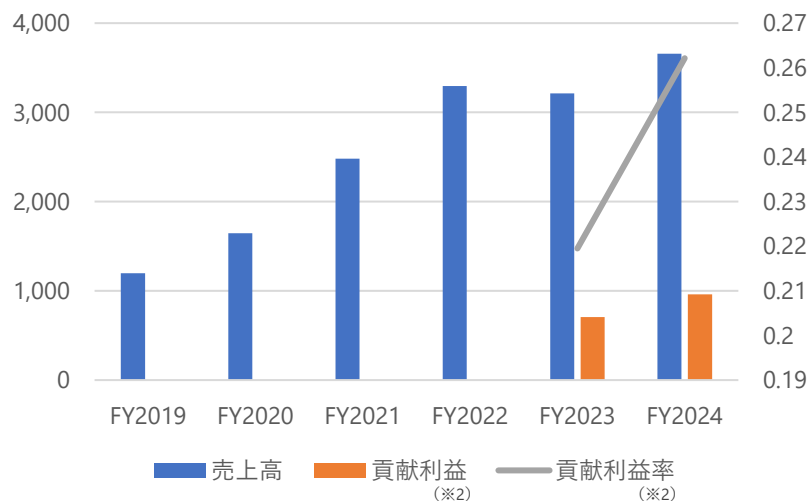
「通数」×「単価」の収益モデルからのシフト

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

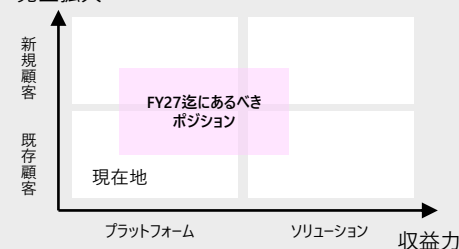
営業組織再編により、重点施策を推進

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

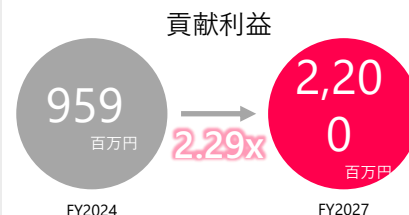
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

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

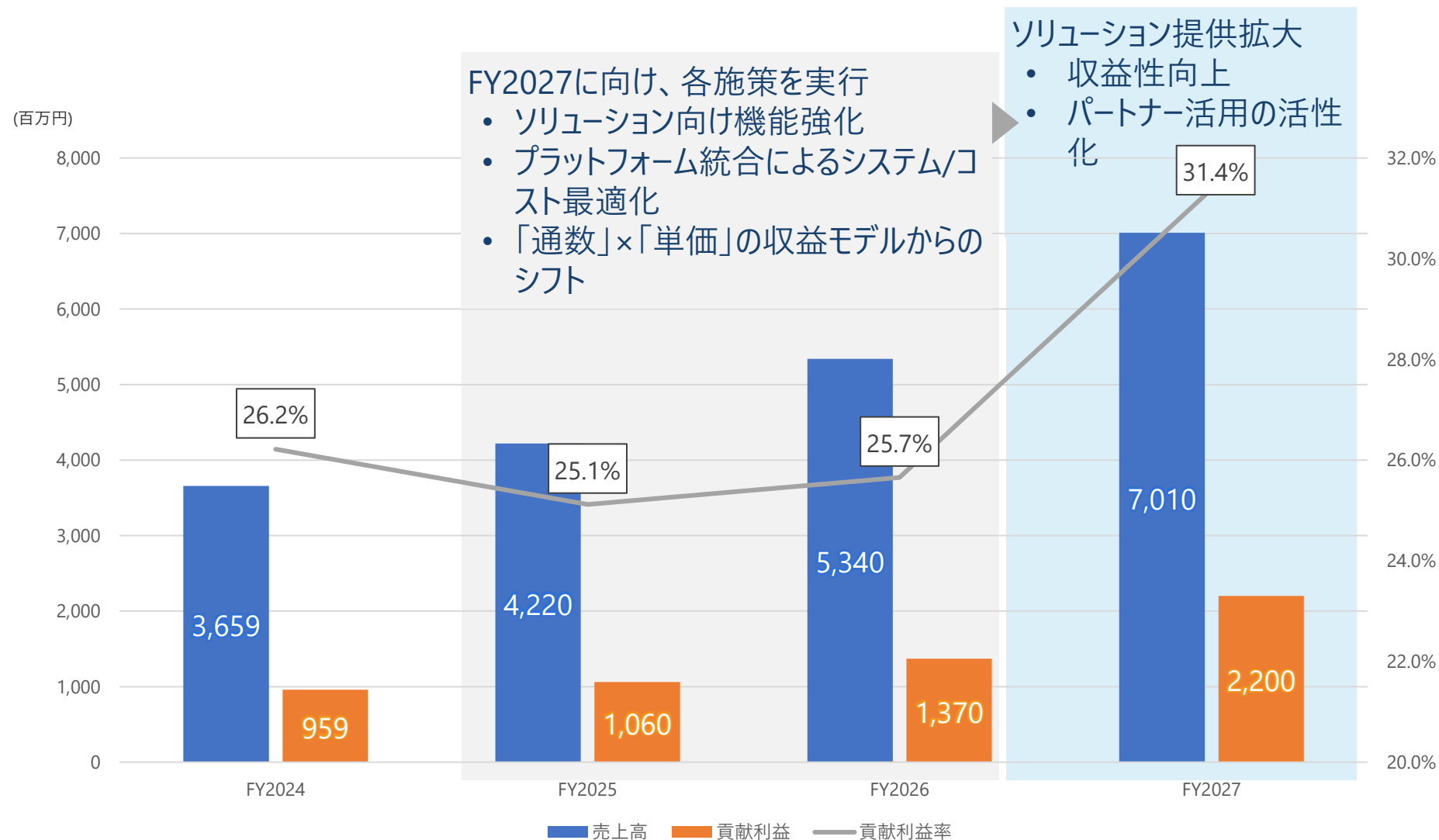
貢献利益の飛躍的な増加



## 1-2) メッセージングサービスの業績目標 (KPI)

絶対リーチ!

AlCROSS  
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Deep Predictor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 ▲179.9%

(※1) 売上高、貢献利益、貢献利益率はFY2024の実績

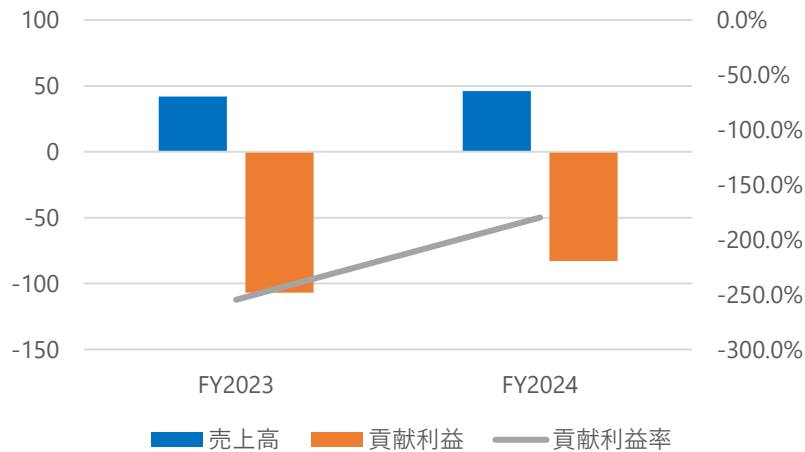
PMF (Product Market Fit (※2)) の達成

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

新規顧客  
既存顧客

プラットフォーム

ソリューション

収益力

FY27迄にあるべき  
ポジション

現在地

- 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

貢献利益



「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

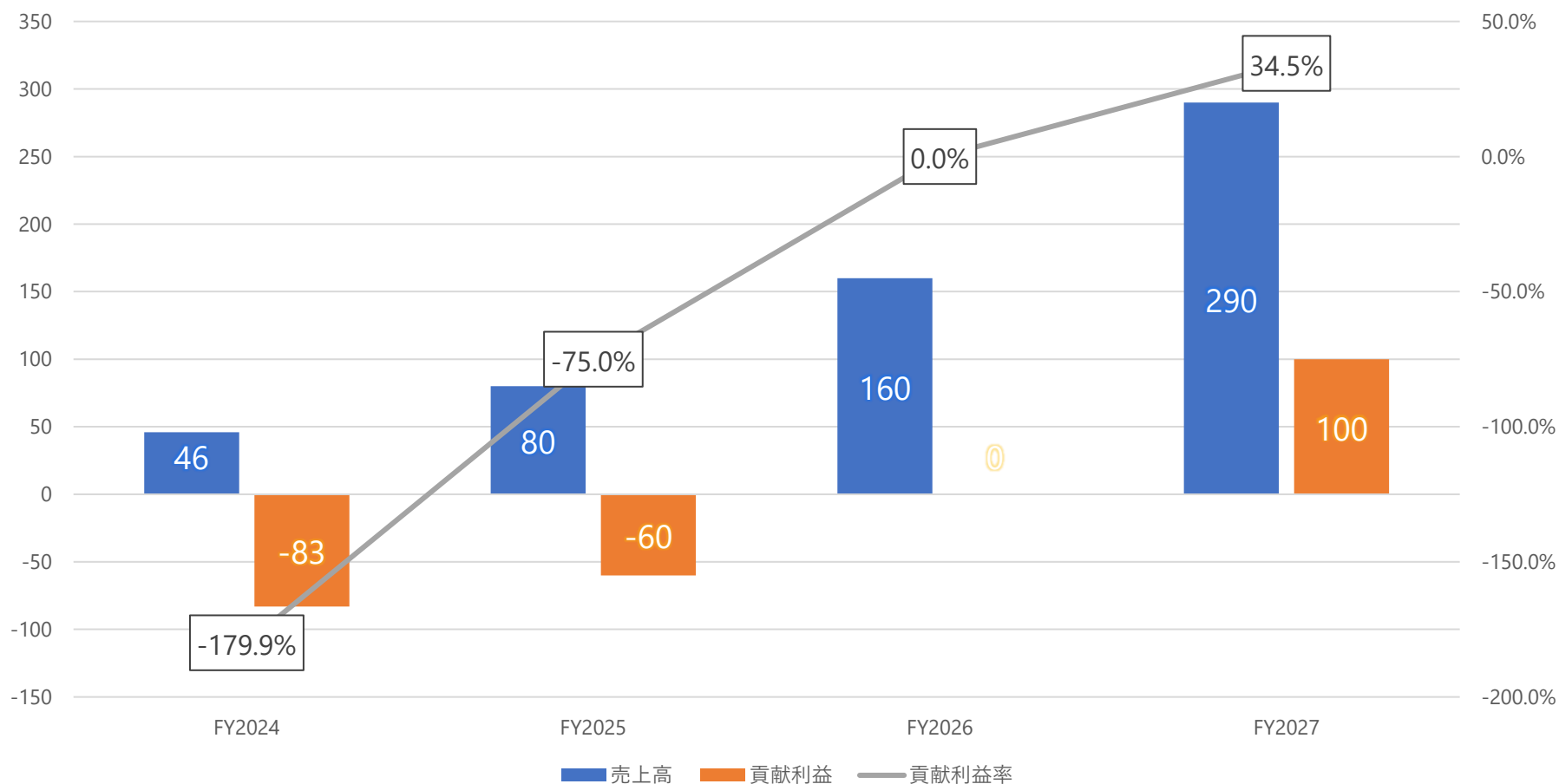


## 2-2) AIサービスの業績目標 (KPI)



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

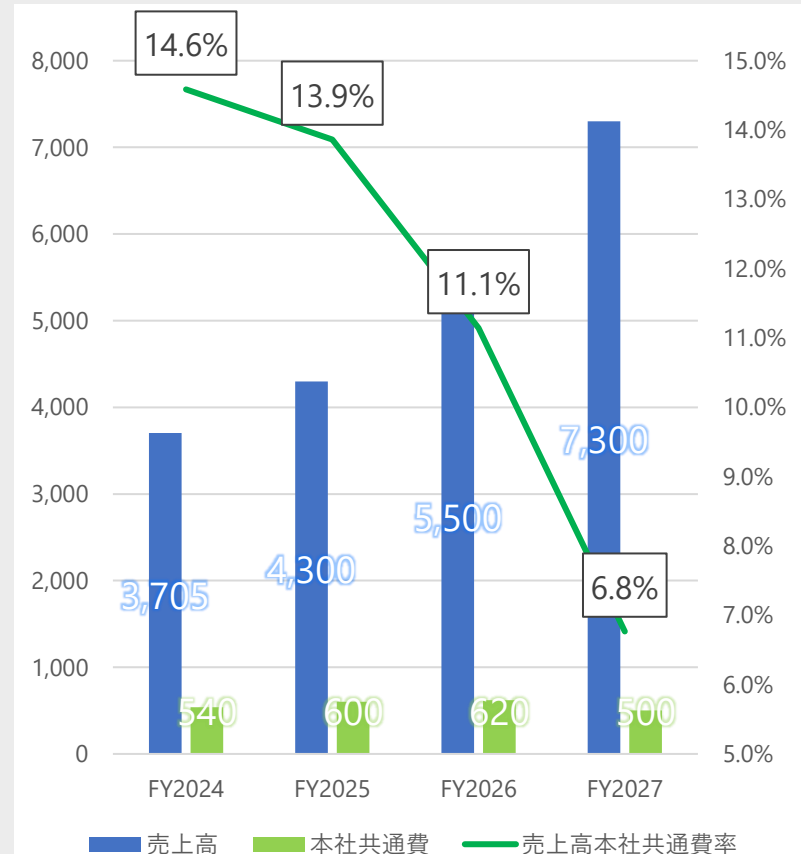
CX向上

(※) 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

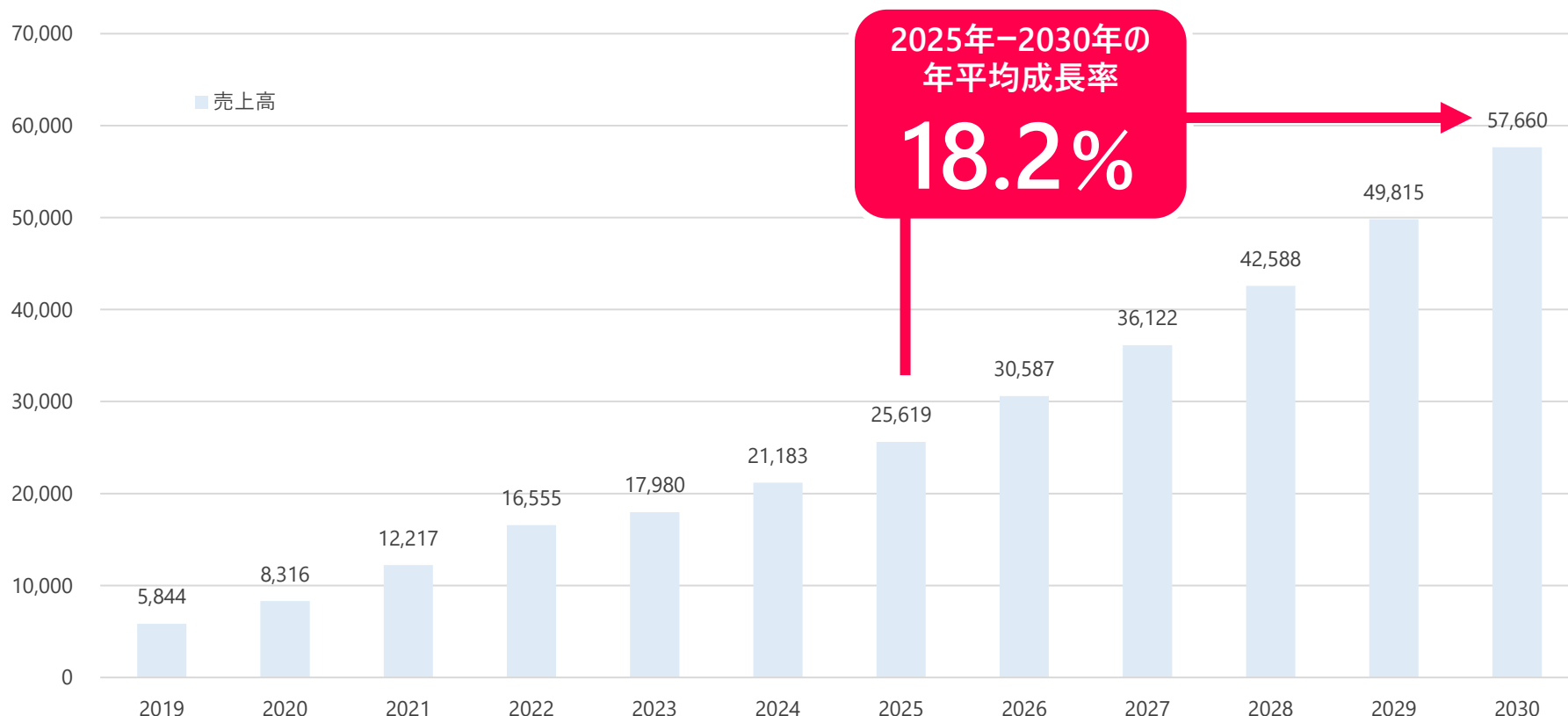
必要な情報を  
高い開封率で送達

重要なユーザーへ  
の連絡手段



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2025年で23.0%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18.2%（FY2025～FY2030）と予測し継続して高い成長率を維持

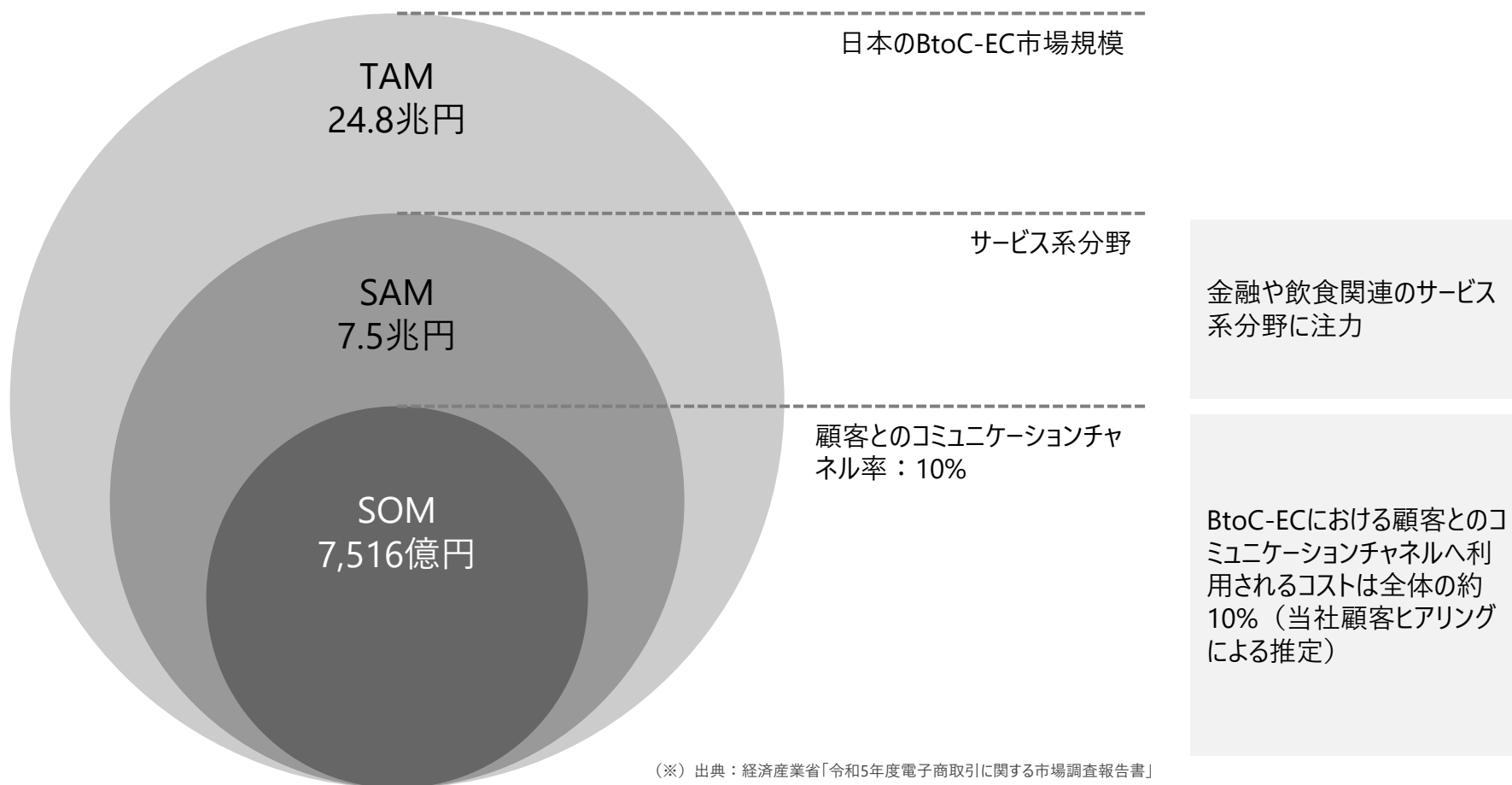
（単位：百万円）



（※）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リポート 2025年12月号「価格競争が続く中で、付加価値を高めて更なる市場拡大を目指す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 – 03

## 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

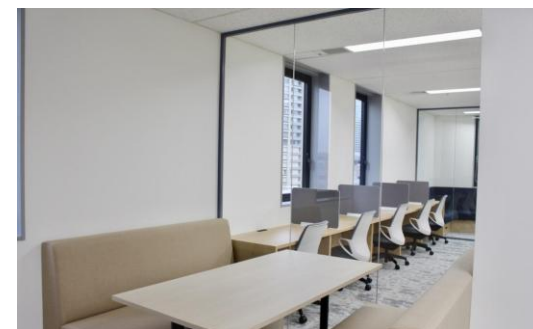
取締役（社外、監査等委員） 松永 暁太

女性役員の  
比率：

40%

従業員数

62名（2025年12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)

慶應義塾大学卒業後、SAPに入社し、コンサルタントとしてキャリアをスタート。その後ベンチャー企業へ転職し、米国法人設立のため2000年に渡米。シアトル、サンノゼ、ニューヨークを拠点に、約10年間にわたり米国市場でのマーケティングや事業提携・アライアンス業務に幅広く携わる。出産を機に帰国し、2015年3月にAI CROSS株式会社を創業、2019年10月には東証マザーズへの上場を果たす。現在は、生成AI活用普及協会（GUGA）の協議員も務め、地方を含めたAI普及活動にも積極的に取り組んでいる。

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。

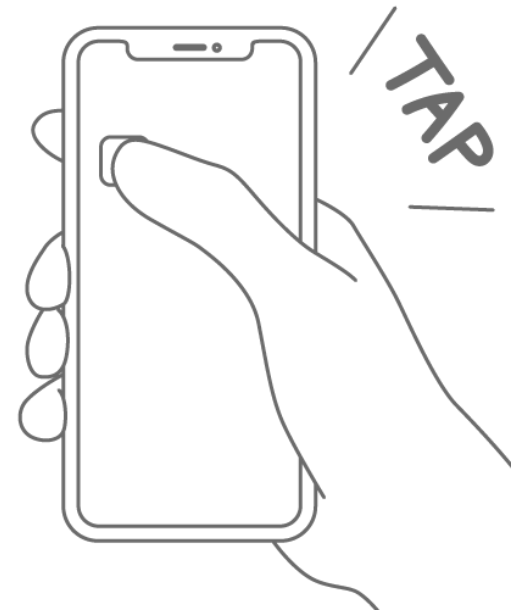
その時目をつけたのが、ショートメッセージサービス（SMS）。

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、妊婦向けの適当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、2025年12月期第3四半期決算の概要、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.sbisec.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（3月5日19時45分開催予定）。

## 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/832](https://finance.logmi.jp/ir_live/832)  
（2月28日14時55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。