



Smart Work, Smart Life
テクノロジーでビジネススタイルをスマートに

2024年12月期 決算説明資料

AI CROSS株式会社

(証券コード：4476)

2025.2.14



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」というビジョンのもと、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。



原田典子

1 : FY2024.4Q 業績ハイライト	P.04
2 : FY2024.4Q KPIサマリー	P.14
3 : FY2024.4Q ビジネスラインの状況	P.19
4 : 中期経営計画 AIX2027 2025-2027	P.23
5 : Topics	P.44
6 : Appendix	P.47

(※ 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、見直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。

(※ 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。

FY2024.4Q 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。



FY2024.通期業績ハイライト (2024年1月1日～12月31日)



Smart Work, Smart Life
テクノロジーでビジネススタイルをスマートに

売上高

上場来
最高

3,705 百万円

前年同期比 +13.87% 

営業利益

上場来
最高

335 百万円

前年同期比 +14.65% 

経常利益

上場来
最高

326 百万円

前年同期比 +12.04% 

親会社株主に
帰属する当期純利益

148 百万円

前年同期比 ▲5.26% 



上場来
最高

売上高

984 百万円

前四半期比 +3.82%

前年同期比 +22.95%

営業利益

▲12 百万円

前四半期比▲109.46%

前年同期比▲123.25%

経常利益

▲19 百万円

前四半期比▲114.29%

前年同期比▲136.32%

四半期純利益

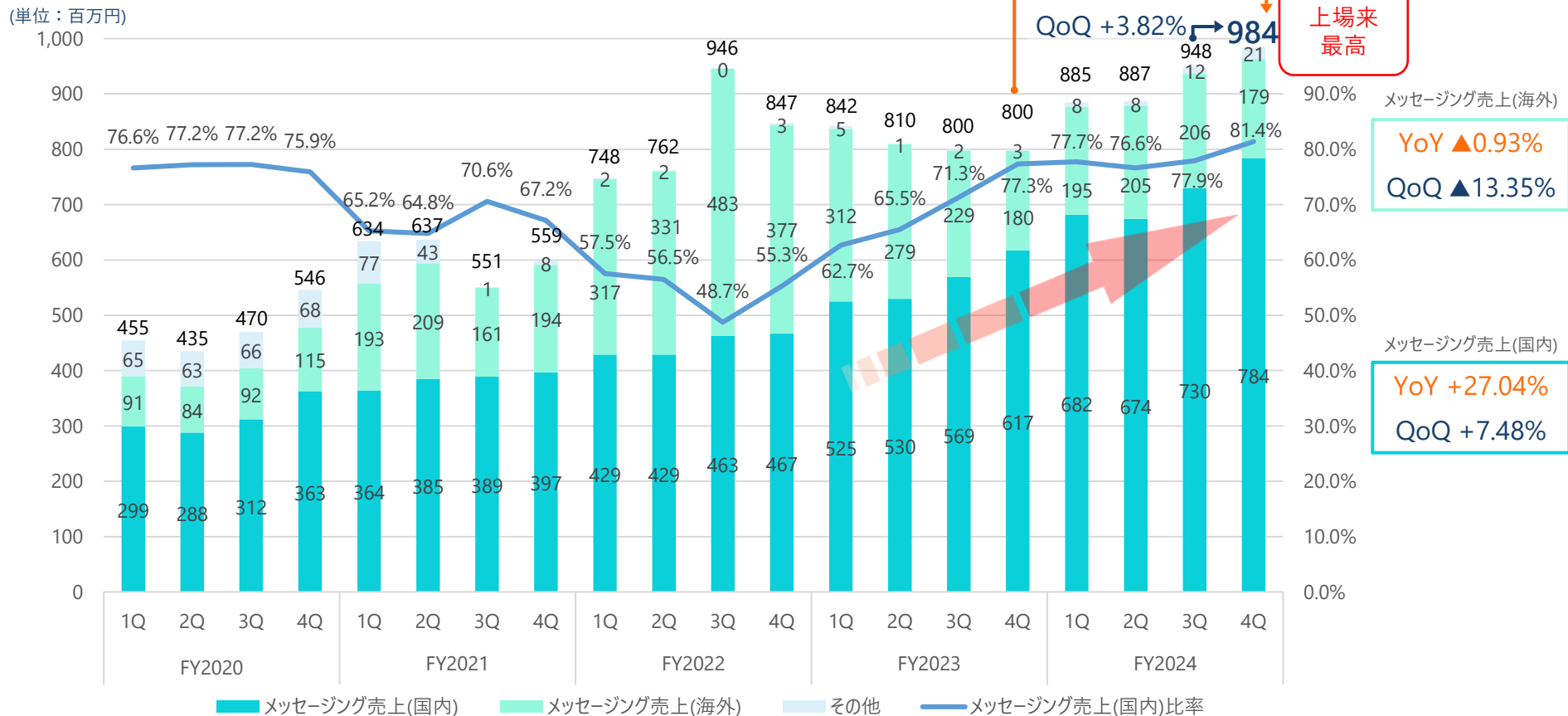
▲43 百万円

前四半期比▲165.63%

前年同期比▲221.37%

売上高（四半期毎推移）

- 2023年第3四半期以降、収益性の高い国内顧客の獲得および配信数の拡大に営業方針を変更し、四半期売上高は前四半期に引き続き上場来最高を達成。営業方針変更以降、メッセージング売上（国内）の比率は81.4%となる。
- 前四半期比は、売上高合計では36百万円の増収（+3.82%）、前年同期比においては、売上高合計は183百万円の増収（+22.95%）うちメッセージング国内売上高は167百万円の増収（+27.04%）



(※1) FY2021.2Qにおけるビジネスチャット事業の譲渡に伴い、FY2021.3Q以降「その他」売上が減少しております。

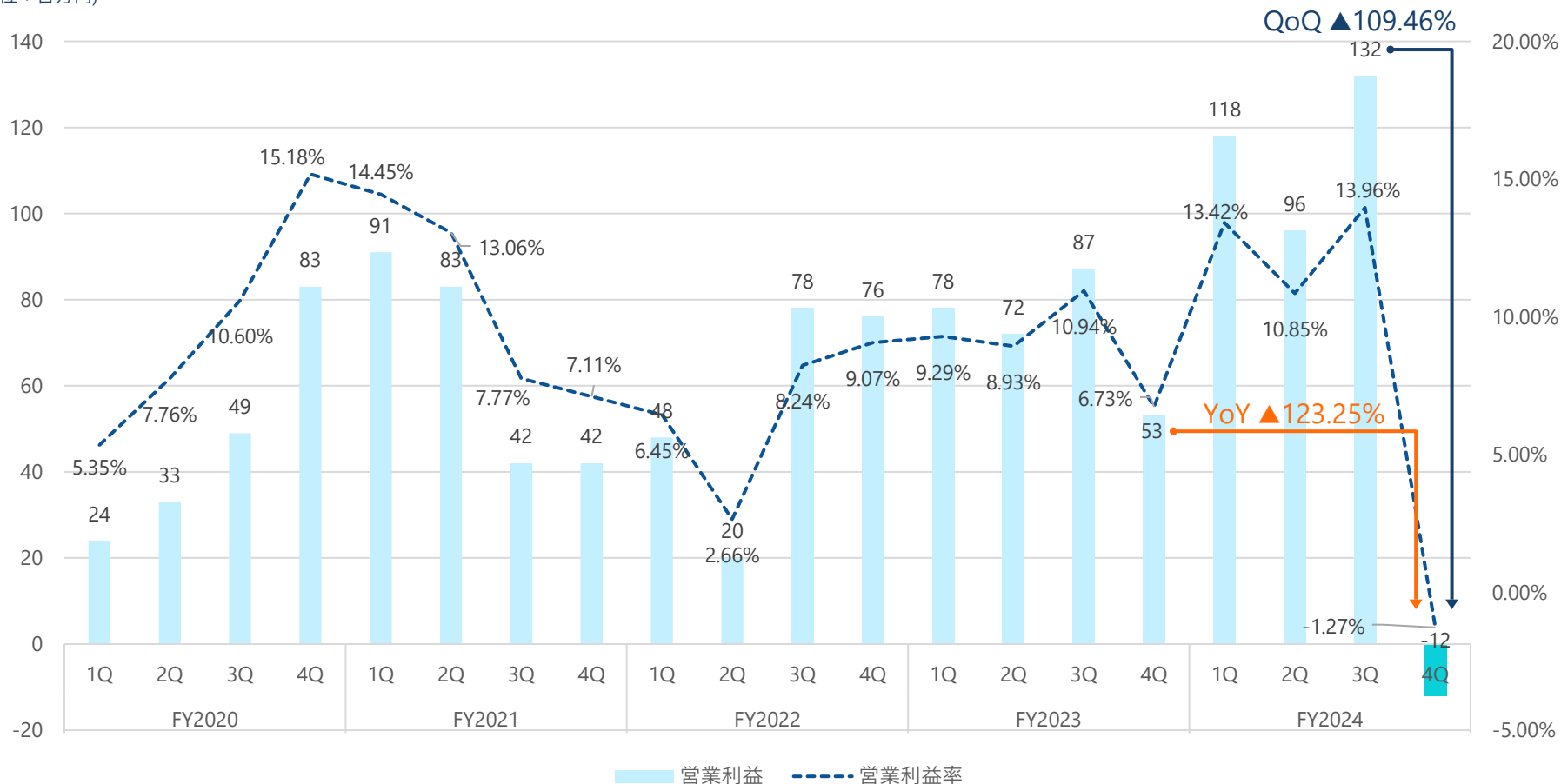
(※2) メッセージング売上(国内)比率：メッセージング売上全体における、メッセージング売上(国内)の比率



営業利益（四半期毎推移）

- 前四半期比は、株主優待費用および一時的な人件費の発生により▲144百万円の減益（▲109.46%）、前年同期比においても、▲66百万円の減益（▲123.25%）

(単位：百万円)

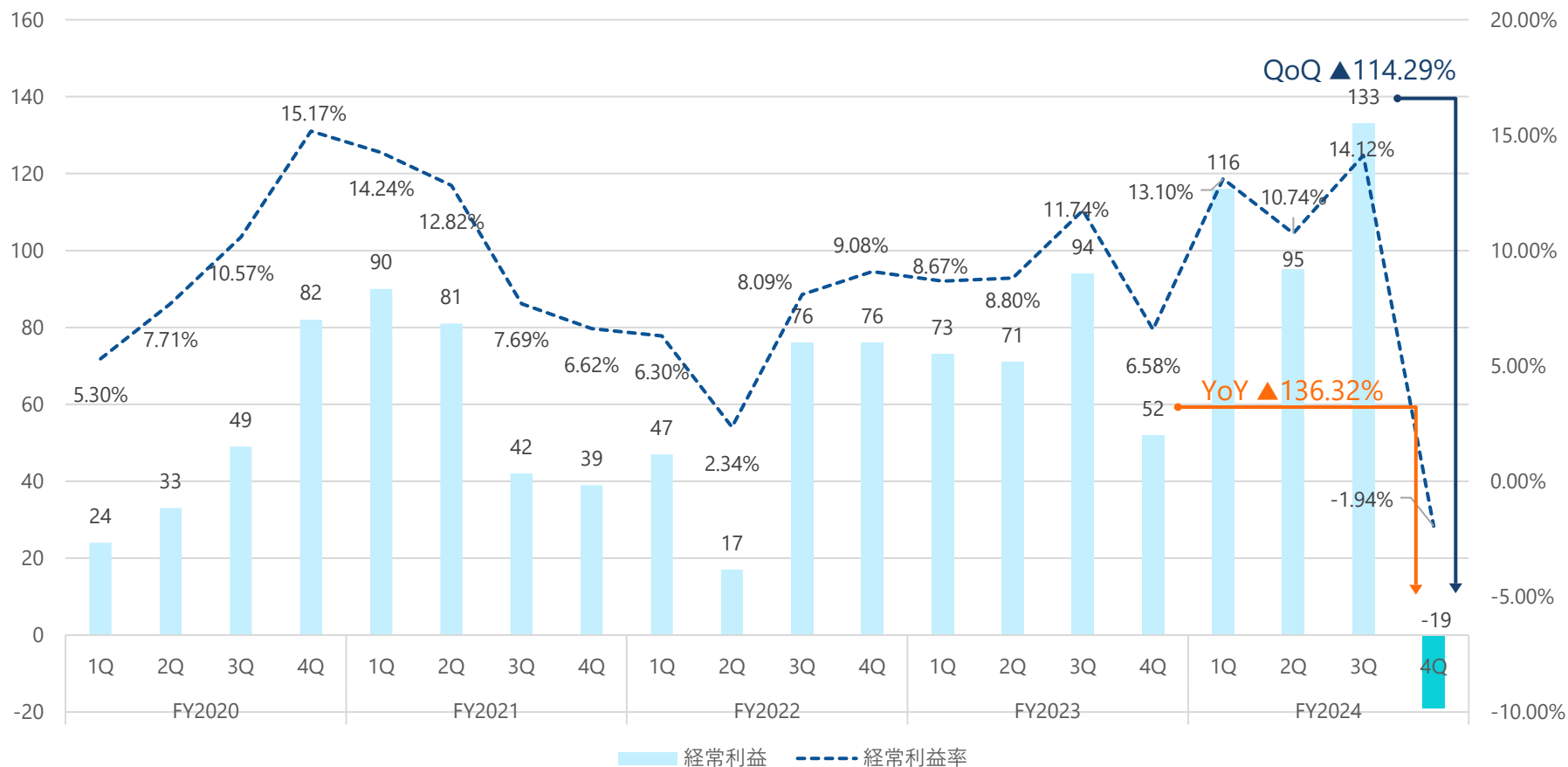




経常利益（四半期毎推移）

- 営業利益と同様の推移

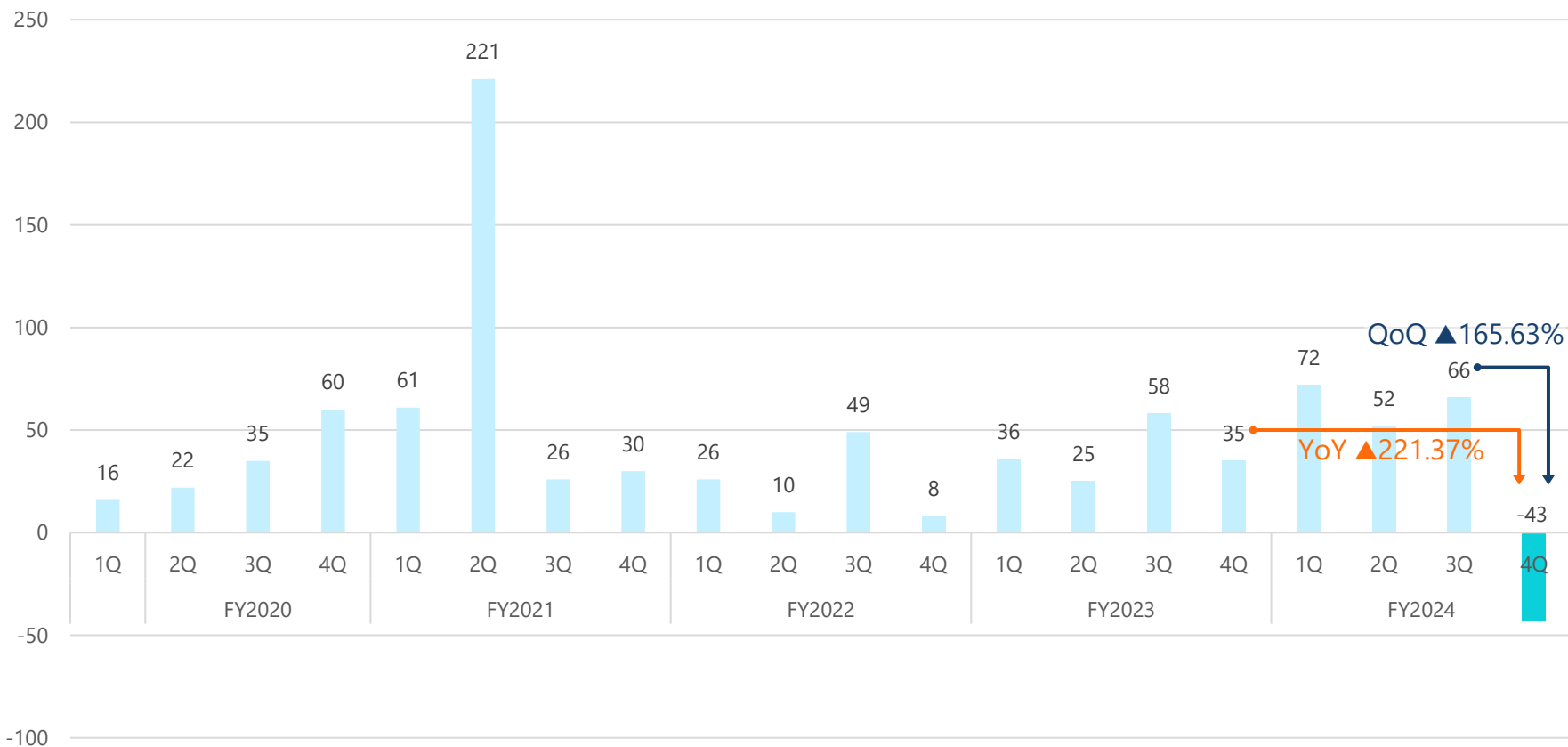
(単位：百万円)



四半期純利益（四半期毎推移）

- 前四半期比においては、経常利益の減少により110百万円の減益（▲165.63%）、前年同期比においても、79百万円の減益（▲221.37%）

(単位：百万円)



(※) FY2021.2Qはビジネスチャット事業の譲渡益を特別利益として257百万円計上しております。



(参考) 前年同連結累計期間比

前事業年度より収益性の高い国内顧客に注力した結果、売上高は第3四半期から
営業利益・経常利益は第1四半期から上場来最高を継続

(単位：百万円)

	2024年12月期	2023年12月期	増減額	前年同期比
売上高	3,705	3,254	+451	+13.87%
営業利益	335	292	+42	+14.69%
経常利益	326	291	+35	+12.04%
親会社株主に帰属する 当期純利益	148	156	▲8	▲5.26%

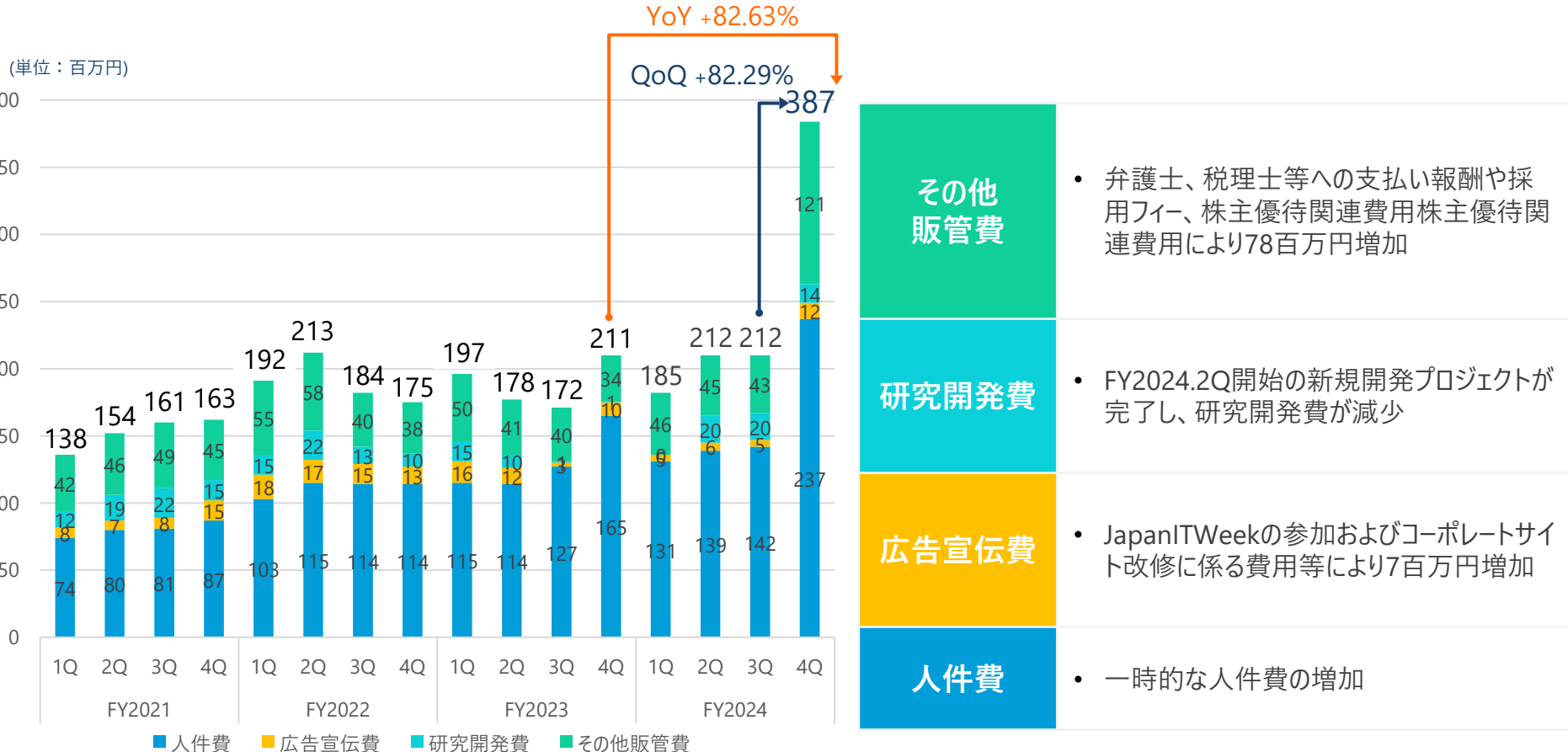
上場来
最高

上場来
最高

上場来
最高

四半期毎 販売費および一般管理費推移 (四半期毎推移)

- 前四半期比は、株主優待関連費用の計上および一時的な人件費により174百万円の増加 (+82.29%)
- 前年同期比においては、全四半期同様に175百万円の増加 (+82.63%)
- 前四半期比の分類毎の変動理由は以下の通り



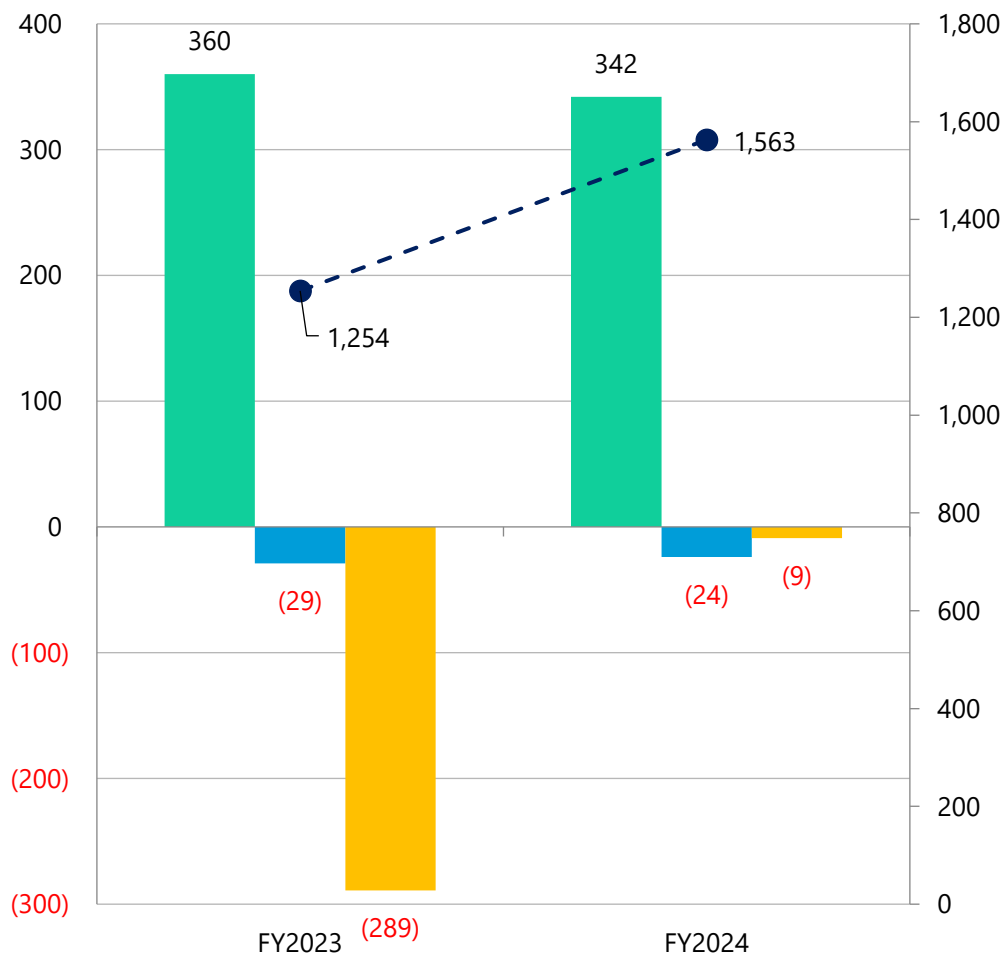
(※ 1) FY2021.1Q~FY2021.2Qは単体決算、FY2021.3Q以降は連結決算数値

(※ 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

FY2024は前期に比べて納税支出が増加したものの、業績伸長に伴う営業収入の増加により営業CFは前期とほぼ同じ水準

投資
キャッシュ・
フロー

機能強化のソフトウェア開発を前期から引き続き行っており、大きな変動なし

財務
キャッシュ・
フロー

FY2023は自己株式の取得による支出により財務CFが大きくマイナス

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

A horizontal decorative bar on the left side of the slide, transitioning from a dark blue on the left to a lighter cyan on the right with a rounded end.

FY2024.4Q KPIサマリー



KPIサマリー（四半期状況）

取引社数

7,250 社 (FY2024.4Q末時点)

前四半期比 +4.54% 

前年同期比 +14.34% 

SMS配信数

197.9 百万通

前四半期比 +0.50% 

前年同期比 +29.91% 

メッセージングサービス
ARPU（顧客平均売上高）※

13.2 万円／社

前四半期比 ▲1.59% 

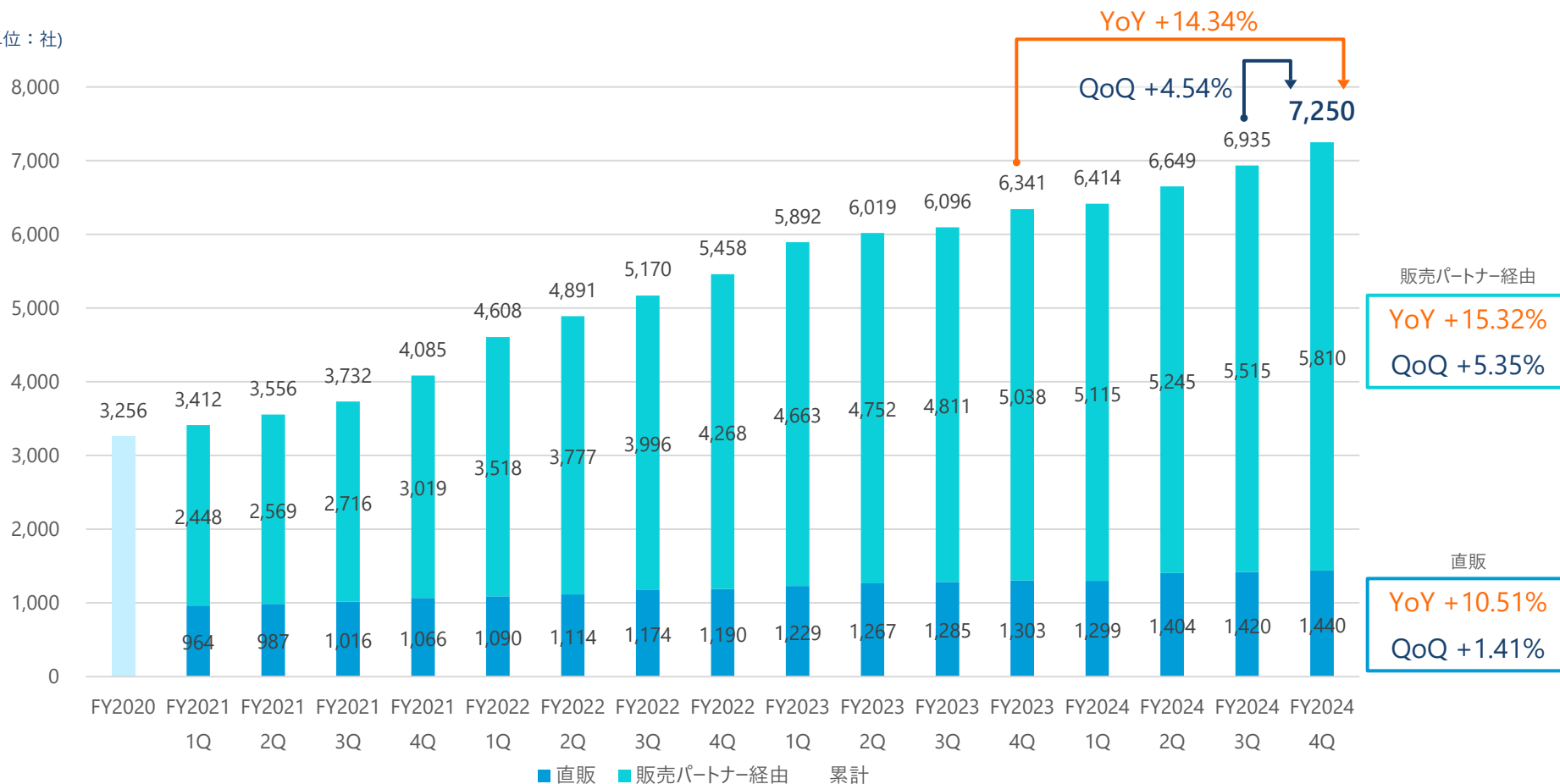
前年同期比 +5.57% 

(※) FY2024.4Q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315社の増加 (+4.54%)、前年同期比で909社の増加 (+14.34%)
- 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

(単位：社)

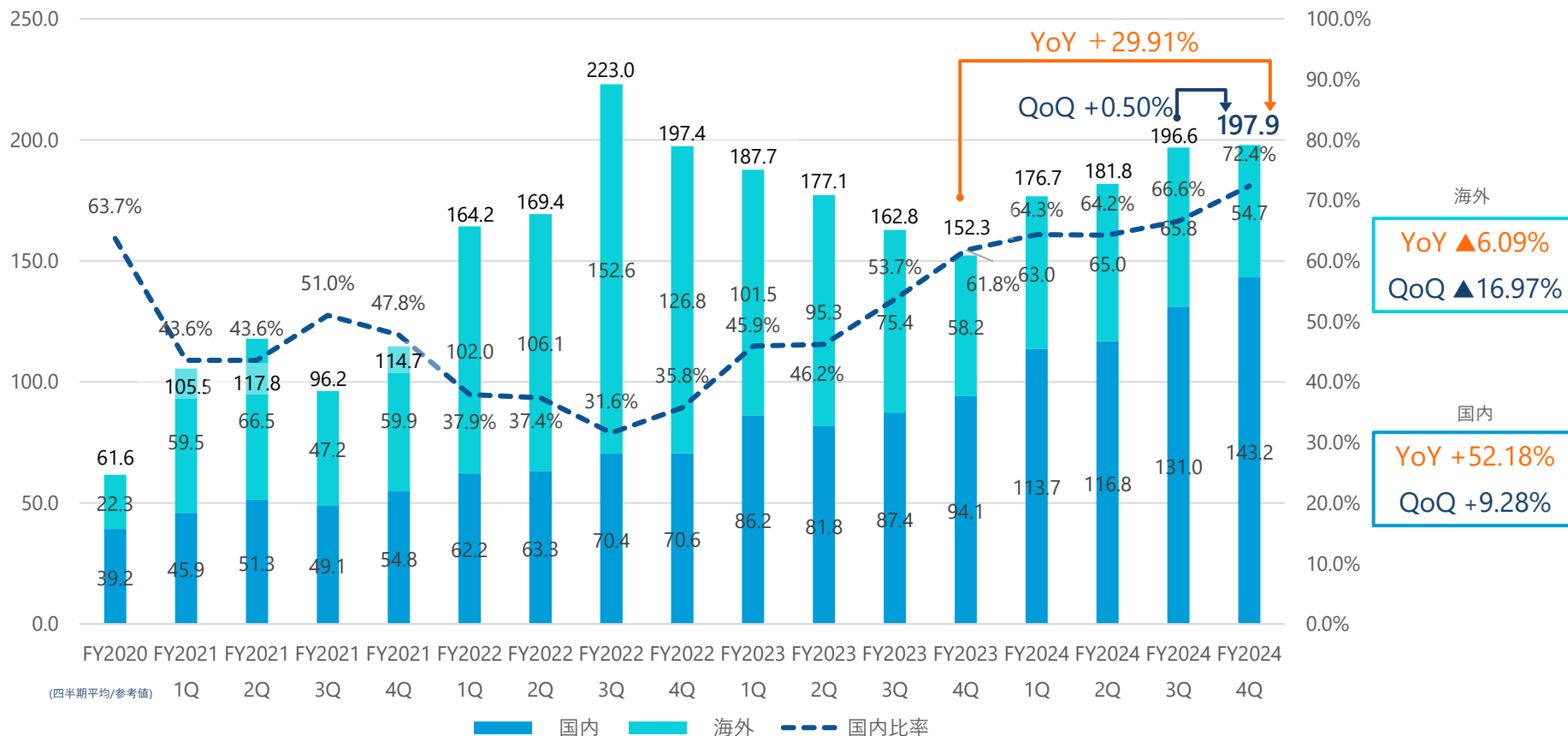


(※) FY2020に関しては四半期ごとの内訳データがないため各期末の数値

SMS配信数

- 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12.2百万通の増加 (+9.28%)、SMS配信数合計は1.0百万通の増加 (+0.50%)
- 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49.1百万通の増加 (+52.18%)

(単位：百万通)

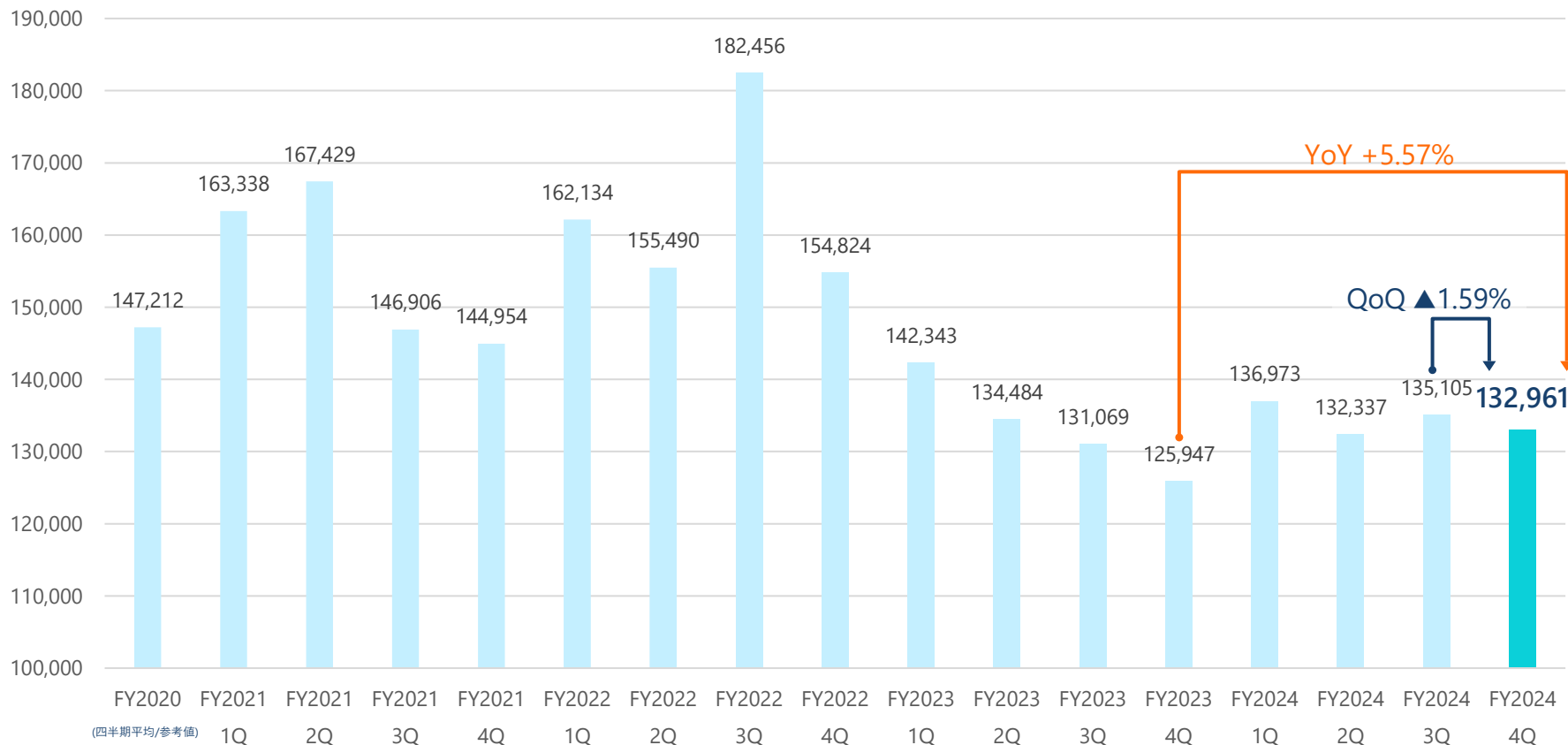


(※) FY2020は国内および海外の四半期毎の内訳データがないため、年間のSMS配信総数を4で割った参考数値

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2,144円の減少 (▲1.59%)
- 前年同期比においては、国内顧客の獲得と配信数の拡大に継続して注力したことにより、国内顧客のメッセージングサービスARPUが増加し、7,014円の増加 (+5.57%)

(単位：円)



(※) 各四半期におけるメッセージングサービス売上を各四半期末時点の取引社数で割ることにより算出

(※) FY2020は四半期毎の内訳データがないため、年間のARPUを4で割った参考数値



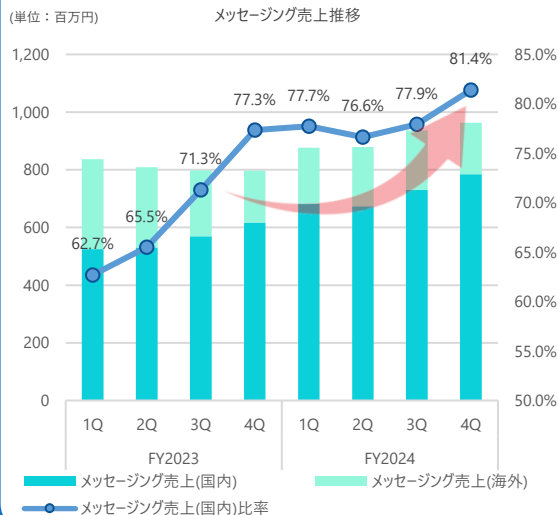
FY2024.4Q ビジネスラインの状況

メッセージングサービス：顧客ポートフォリオ転換に向けた注力施策

- ① FY2023.3Qより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ことにより、国内比率は81.4%となり、FY2023.4Q以降高い水準を維持
- ② 比較的顧客単価の高い金融や人材関連サービスに注力することで、国内顧客への注力に加えさらに利益率改善を牽引
- ③ カスタマージャーニーにおける課題にSMSおよびRCSを活用し、統合型ソリューションサービスを提案
統合型ソリューションサービス「リピカム」の人材業界を中心とした実績をさらに蓄積

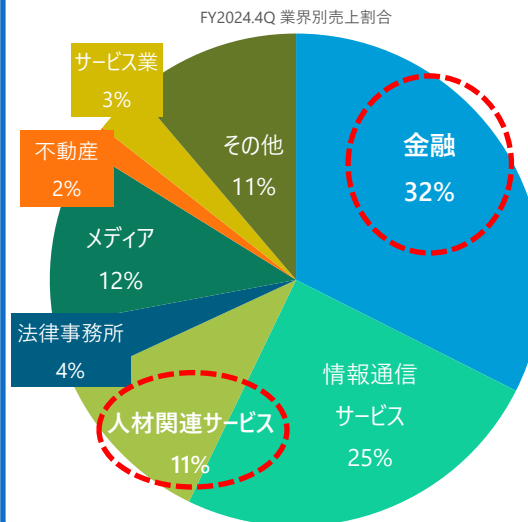
① 継続して国内顧客へ注力

国内比率は81.4%
FY2023.4Q以降高い水準を維持



② 金融を中心とした業界特化施策

金融や人材関連サービスが利益率改善を牽引

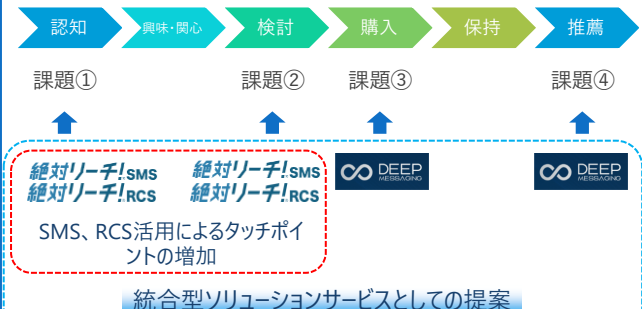


(※) 詳細はP.49「FY2024.4Q：業界特化施策状況」を参照ください。

③ 提供価値の進化 CXツールへのSMSの進化

当社の各プロダクトを活用し、
統合型ソリューションサービスを提案

toC向け物販のカスタマージャーニーにおけるソリューション例

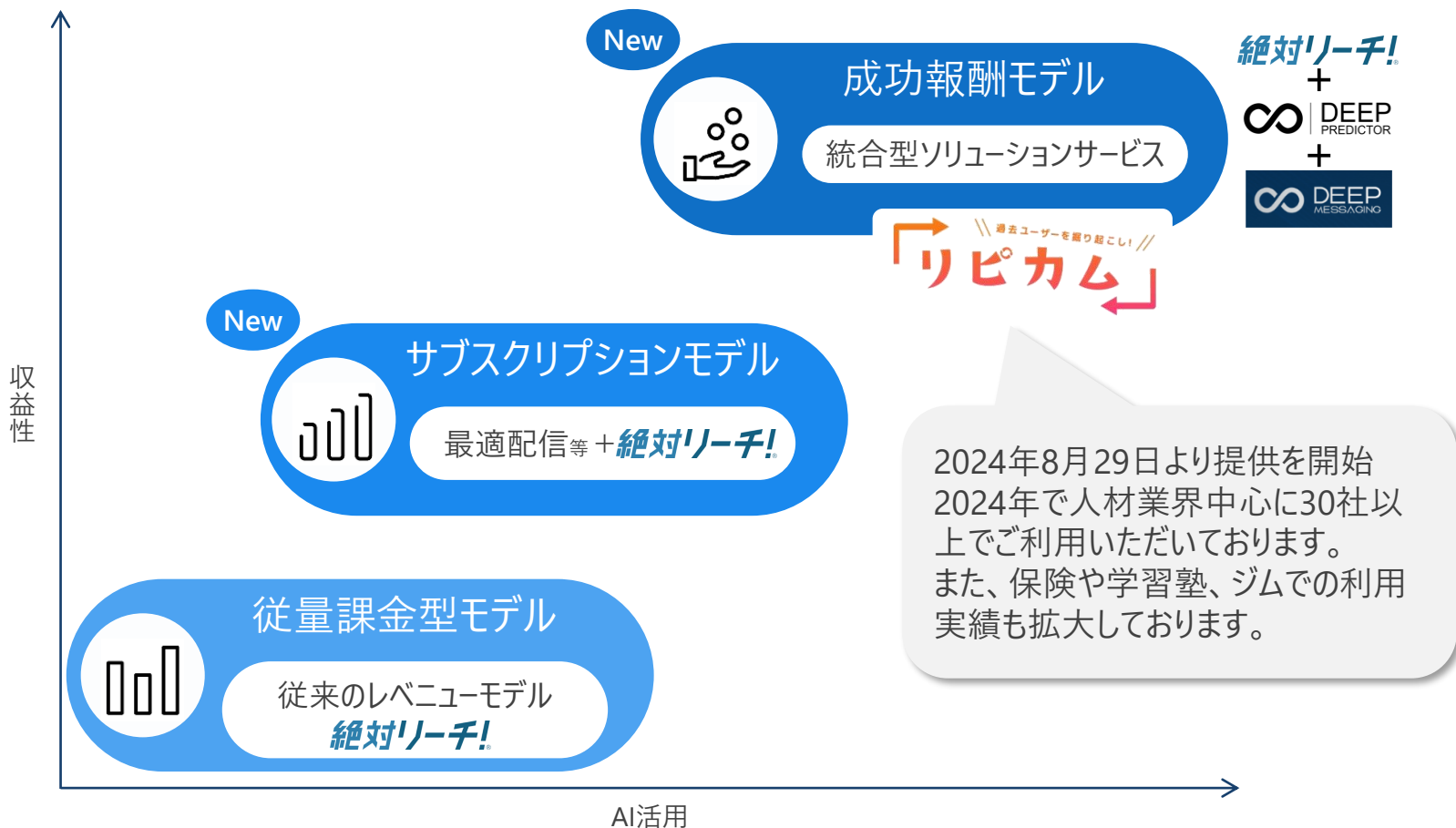


カスタマージャーニーにおける課題にSMSおよびRCSを活用し、
タッチポイント増加の事例を蓄積



メッセージングサービス：レベニューモデルの進化

新たなレベニューモデルを導入し、AI活用により収益性を向上を実現



(※) レベニューモデルの詳細はP.50「目指すべきレベニューモデル」を参照ください。



AI関連の取り組み（FY24.4Qの主な実績）

お客様の課題解決に向けて、売上予測や需要予測などのAI予測のPoC(※)を蓄積

~FY25

事業の柱へ

FY24 注力方針

AIを活用した事業の創出

「新規出店時の売上予測 シンプルプラン」の実績蓄積

お客様ごとの課題に対するAI予測のPoCの主な実績

1. 大手国産パソコンメーカーにおける部品発注最適化
過去の実績に基づきパソコンの修理依頼数を予測し、在庫理論に基づき、適正な修理用部品の発注量・発注時期を算出
2. 小売電気事業者における解約阻止
解約する恐れがある顧客を予測し、顧客に対して施策を打つことで解約阻止を図る
解約阻止手段として当社メッセージングツサービスを利用

22/7月~

メッセージ配信最適化に向けた
AI活用、AI SaaS開発

絶対リーチ!



AI関連サービス

CXツールへのSMSの進化

AIを活用しユーザーの行動変容を促すツールにSMSを進化

メッセージング
サービス

FY2022

FY2023

FY2024

(※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。

A decorative horizontal bar on the left side of the slide, transitioning from a dark blue to a lighter cyan color with a rounded right end.

中期経営計画 AIX2027 2025-2027 (連結)

中期経営計画の位置づけ

AIX2027 (FY2025～FY2027)



AIX2027 (FY2025~FY2027) の位置づけ

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

レベニューモデルの 確立

差別化

メッセージング×AIによるCXの変革

SMS認知の向上
プラットフォームユーザーの増加

顧客ポートフォリオの見直し
生産性の向上

プラットフォームから
ソリューションへ

ソリューション

- SMS配信数拡大
- 顧客基盤拡大
- 新事業への挑戦

- 国内顧客注力
- コスト最適化
- 社内DX推進

- 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

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

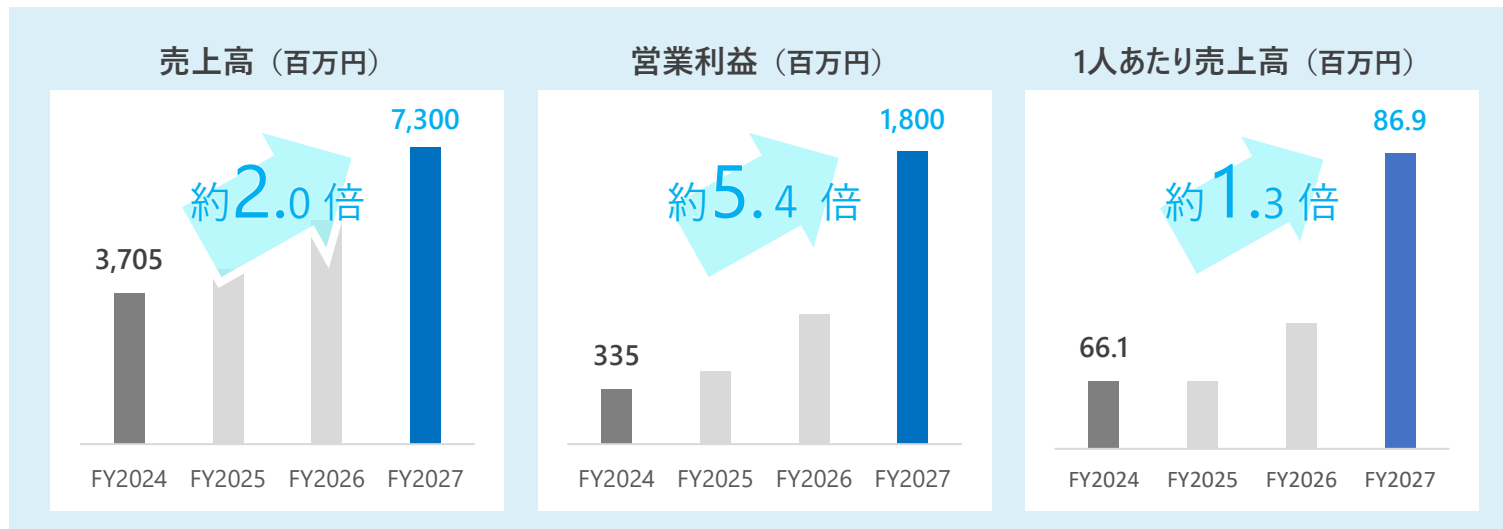
プラットフォーム

中期目標 (KGIおよびKPI)



中期目標 (KGIおよびKPI)

KGI



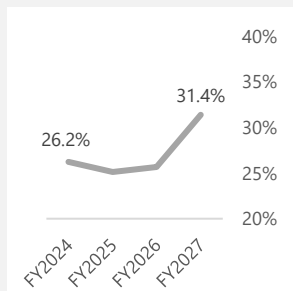
KPI

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

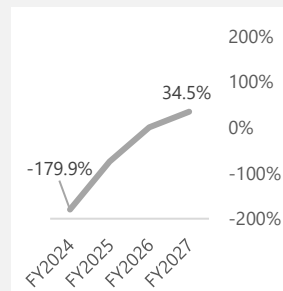
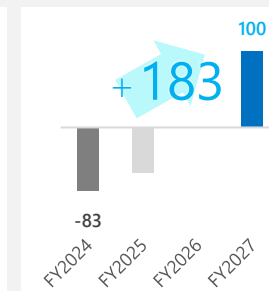


AIサービス

売上高 (百万円)

貢献利益 (百万円)

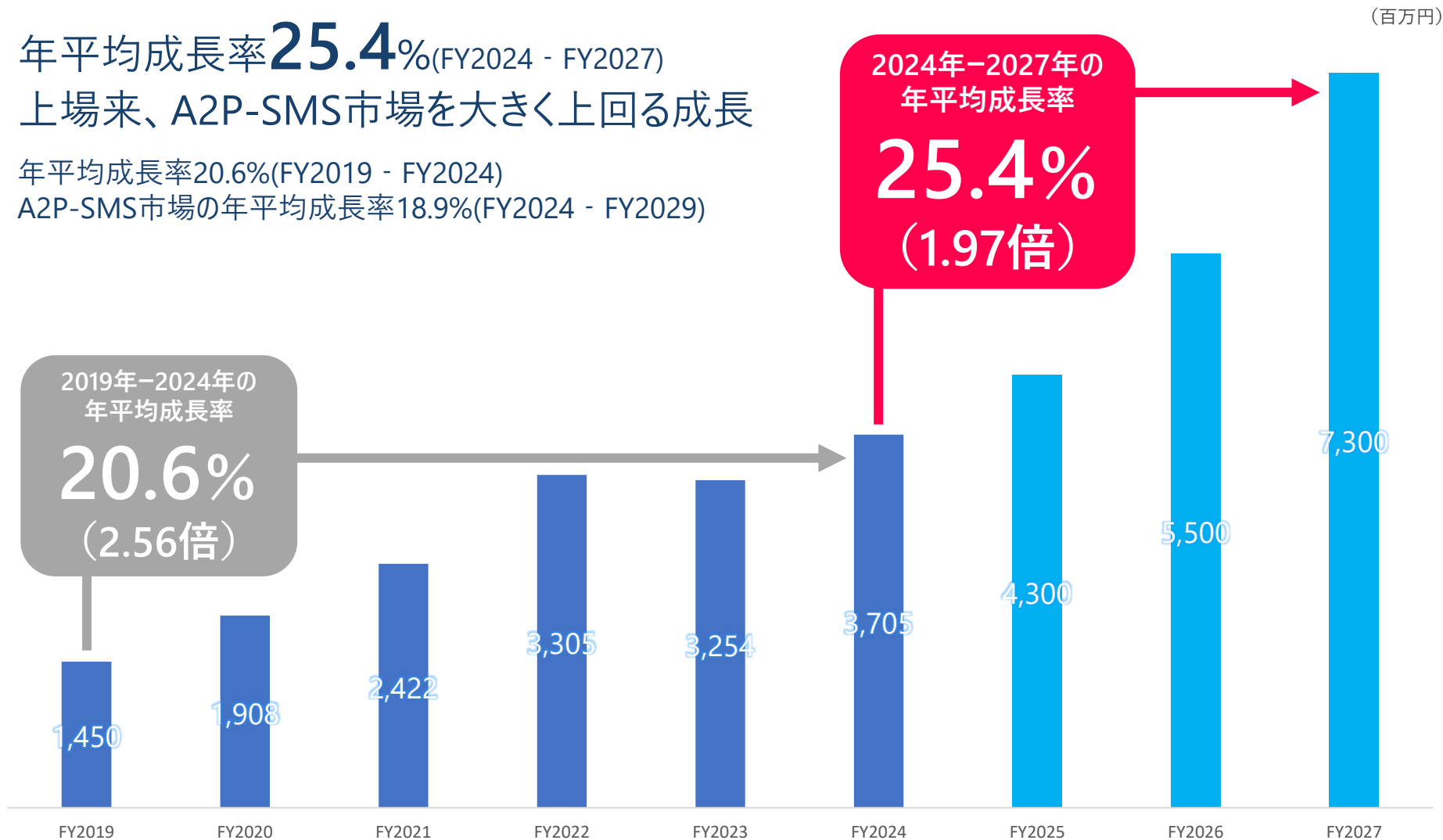
貢献利益率



(※)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)





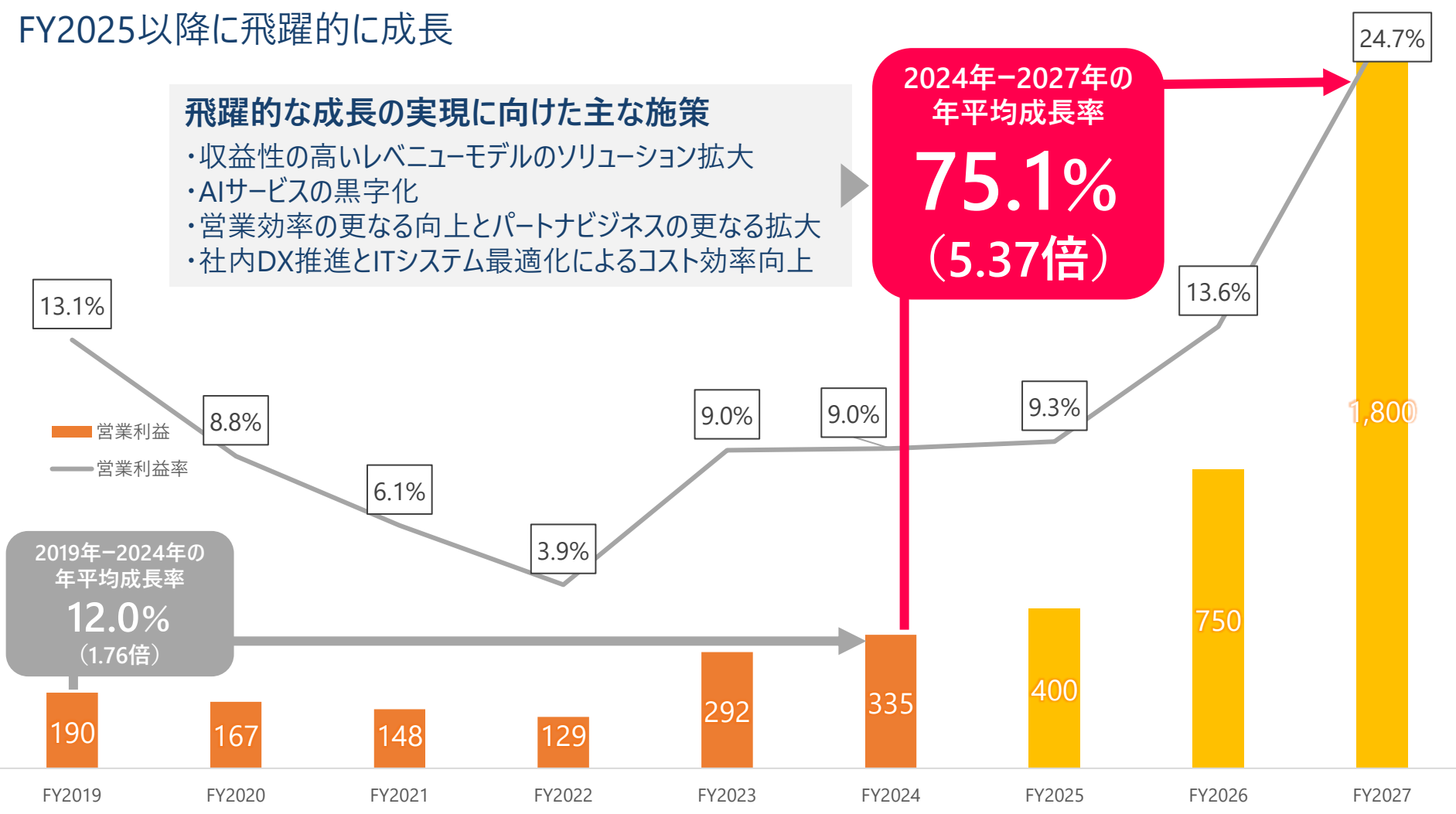
営業利益の推移と中期目標 (KGI)

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

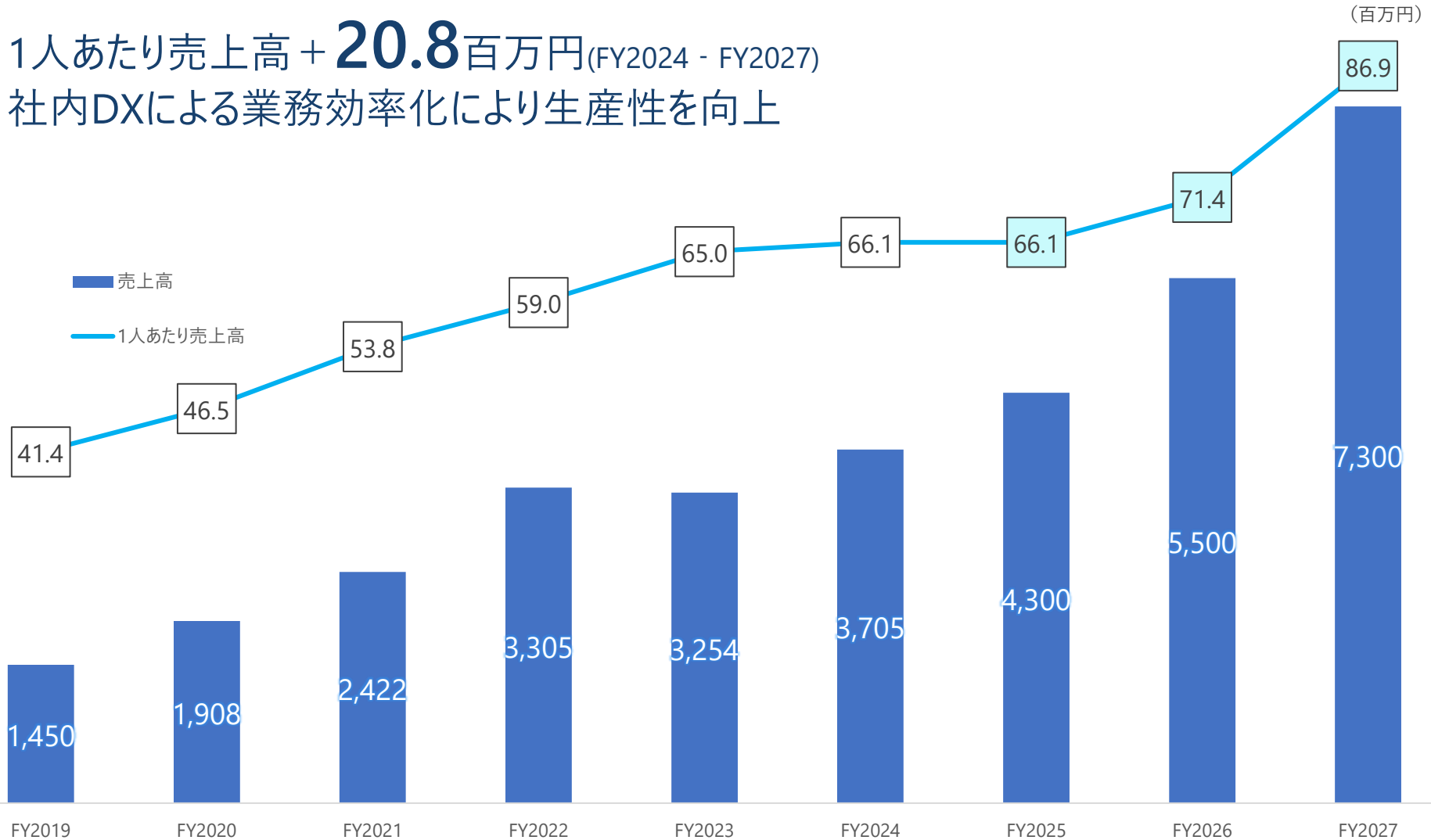
- ・収益性の高いレベニューモデルのソリューション拡大
- ・AIサービスの黒字化
- ・営業効率の更なる向上とパートナービジネスの更なる拡大
- ・社内DX推進とITシステム最適化によるコスト効率向上

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

A2P-SMS 関連市場の動向

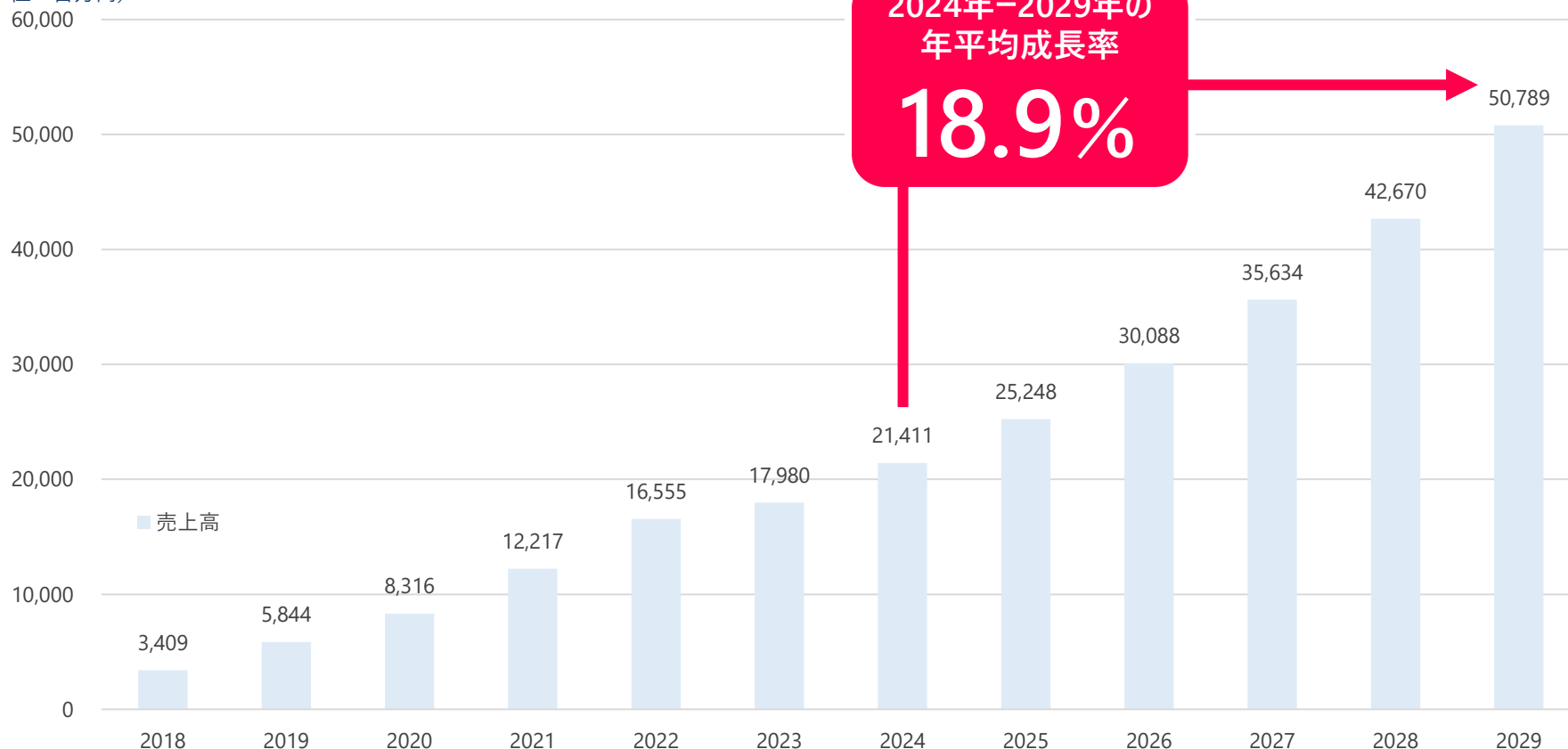
A2P-SMS (Application-to-Person Short Message Service)
アプリケーション（システム）から個人（ユーザー）に送信されるSMS（ショートメッセージサービス）のことを指します。
企業やサービスが顧客に向けて、システムを介してSMSを送信する仕組みです。



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）

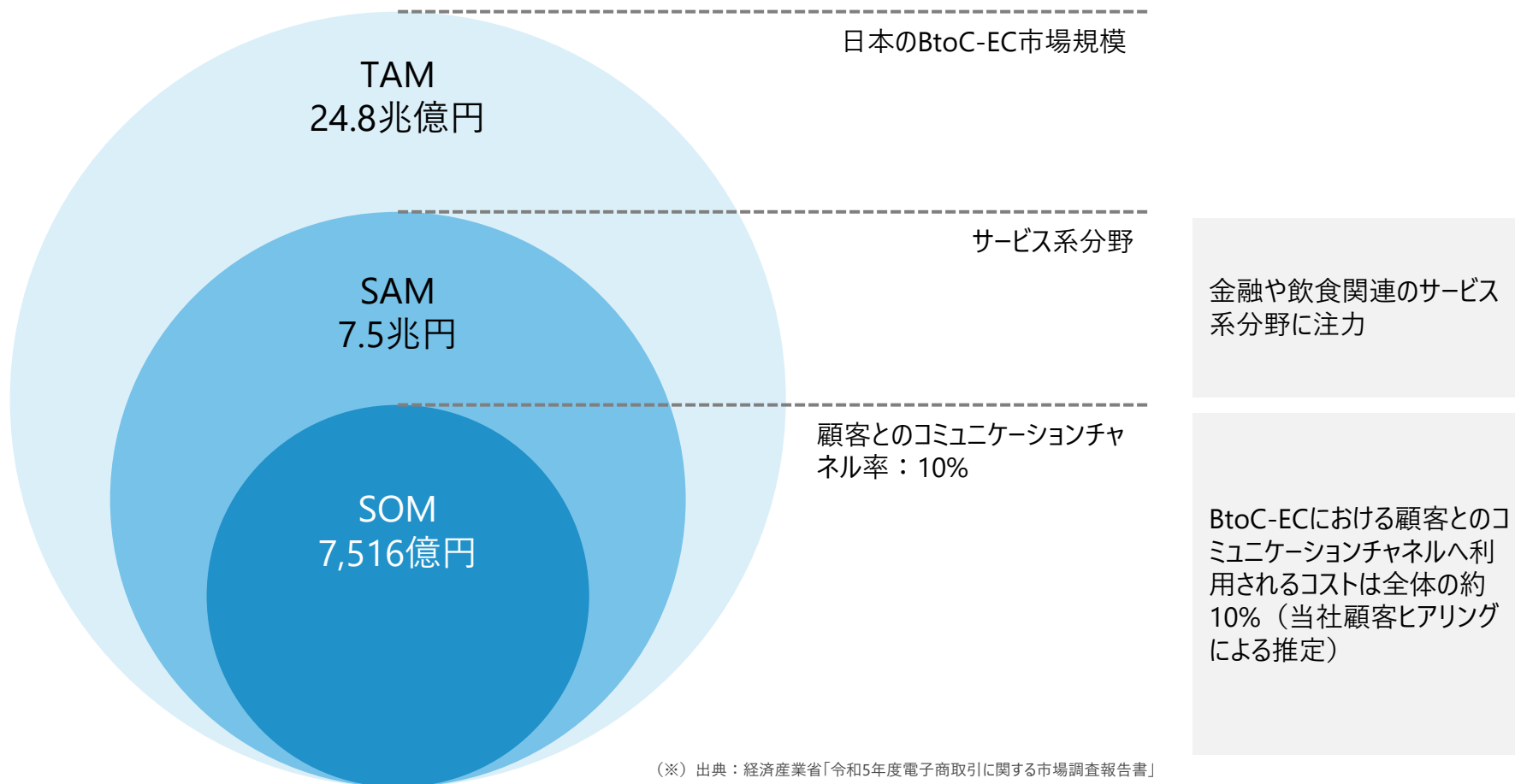


（※）出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社 ミックITレポート 2024年11月号「価格競争が激化し、配信数と売上高の成長率に乖離が表れるA2P-SMS市場」



関連市場の動向（日本のEC市場（2023年度））

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



FY27に向けた Growth Roadmap

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

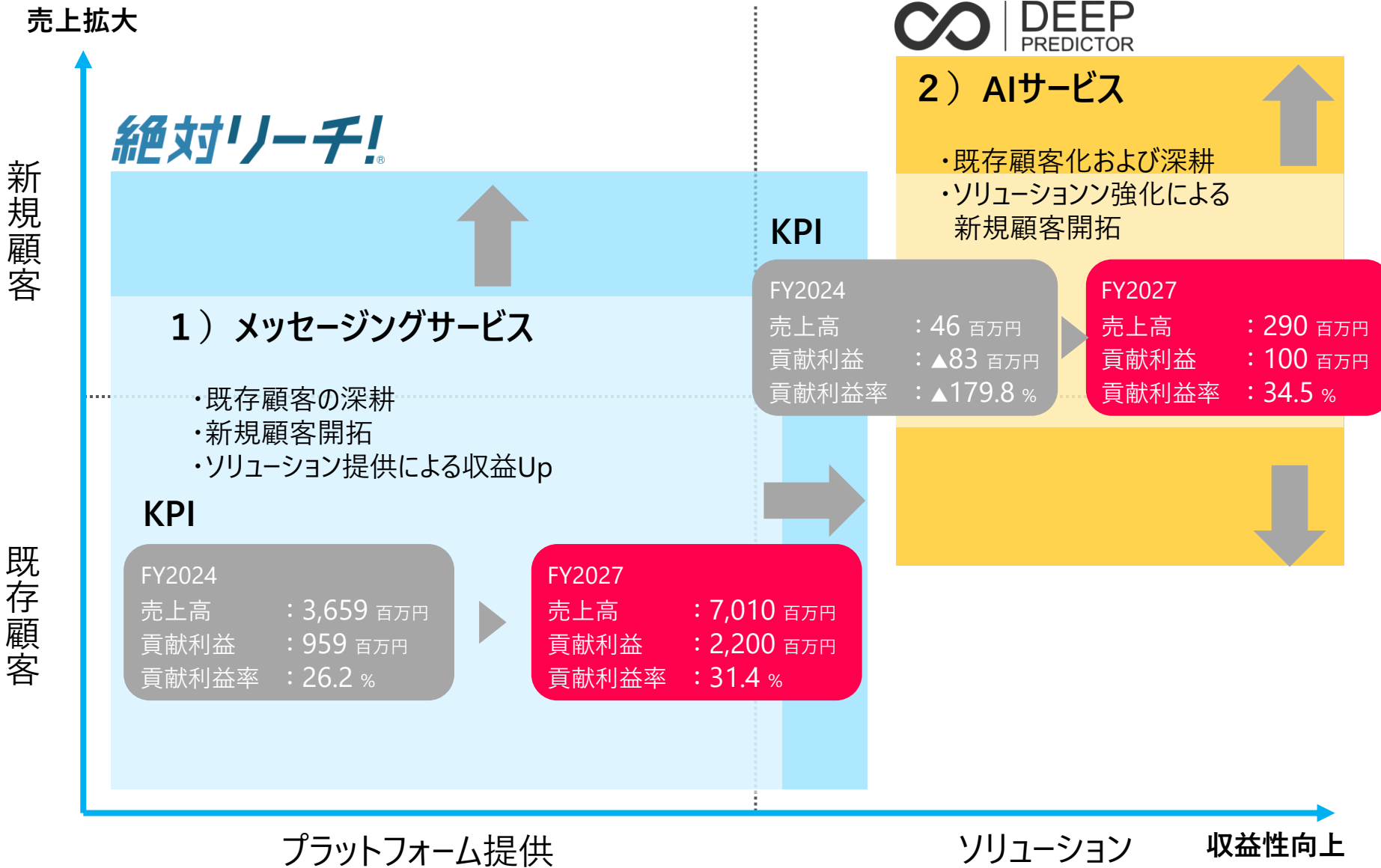
売上高：4,300百万円
営業利益：400百万円
1人あたり売上高：66.1百万円

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



FY27 KPI達成にむけた各サービスの現在地と方向性



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

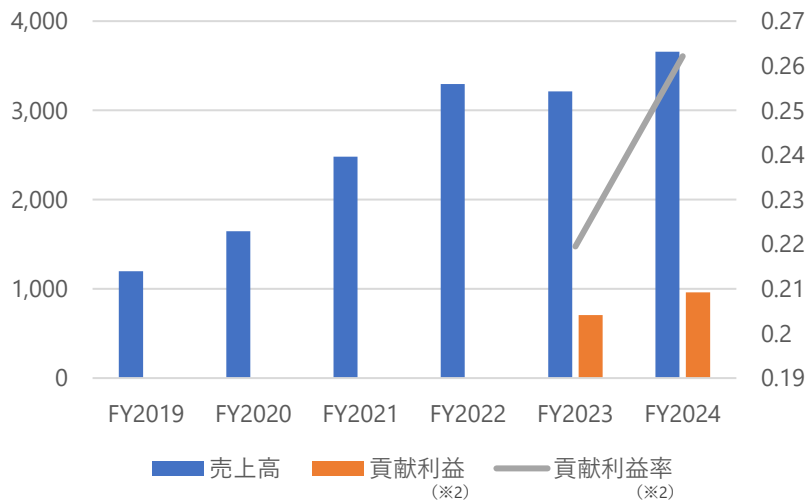
「通数」×「単価」の収益モデルからのシフト

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

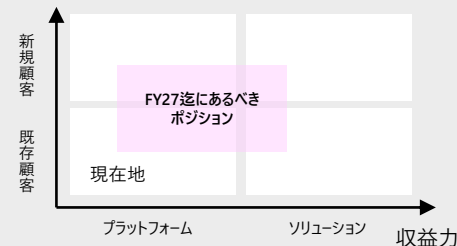
営業組織再編により、重点施策を推進

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

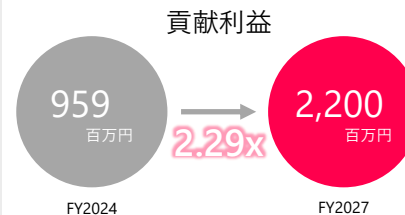
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

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

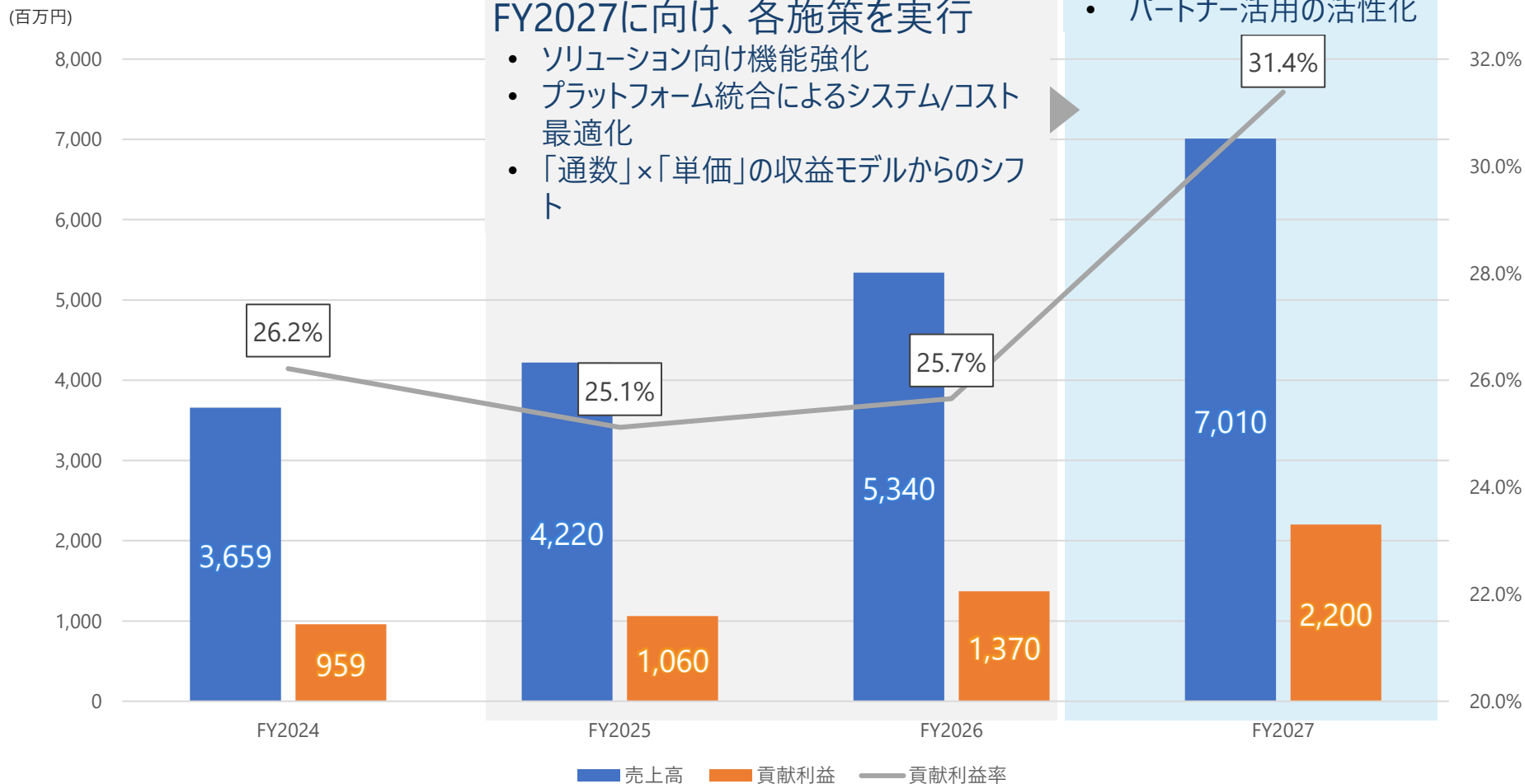
1-2) メッセージングサービスの業績目標 (KPI)

ソリューション提供拡大

- 収益性向上
- パートナー活用の活性化

FY2027に向け、各施策を実行

- ソリューション向け機能強化
- プラットフォーム統合によるシステム/コスト最適化
- 「通数」×「単価」の収益モデルからのシフト



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

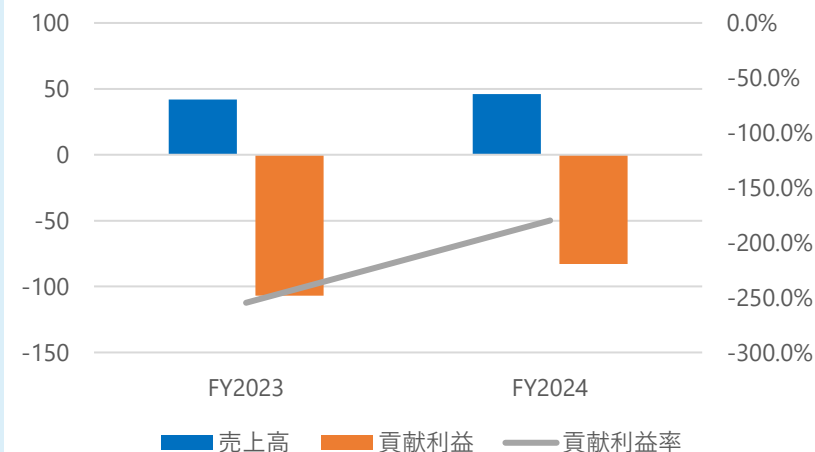
PMF (Product Market Fit (※2)) の達成

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

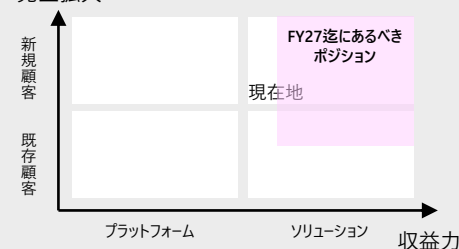
コンセプト変更 「高い予測精度」から「高い業務効果 (実感)」へ

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

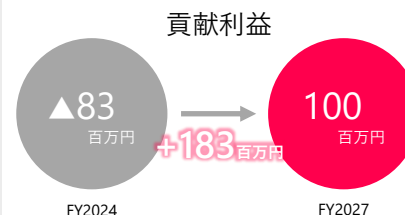
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

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

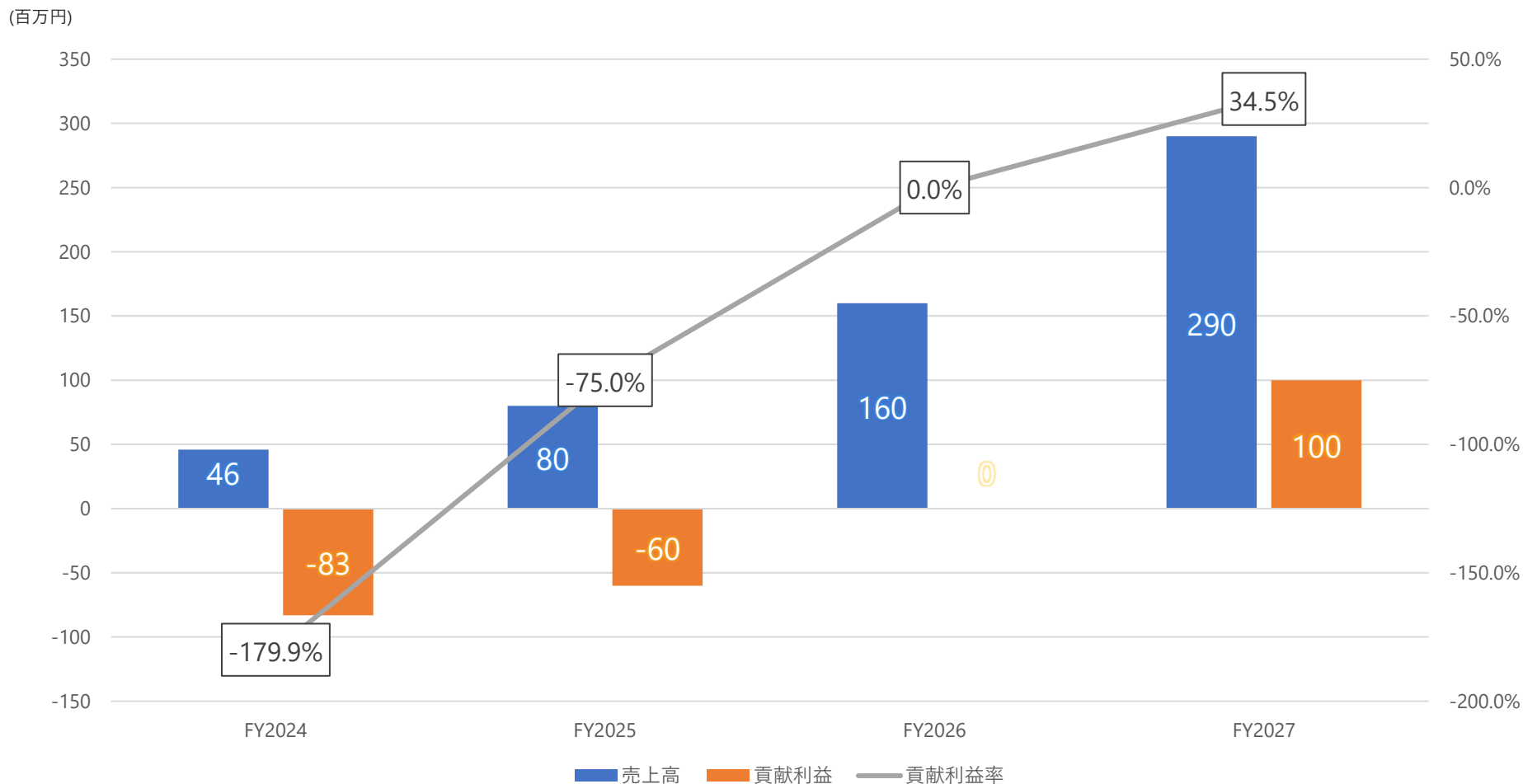


「高い業務効果 (実感)」を提供するAIサービスに進化
ニッチトップを目指す

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





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

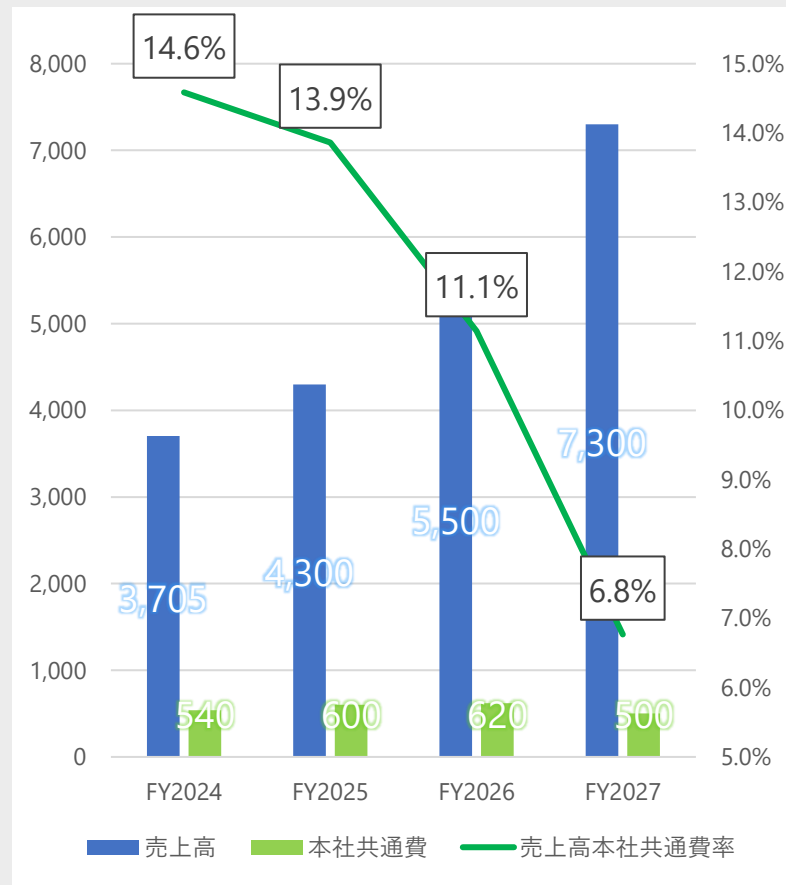
CX向上

(※) 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

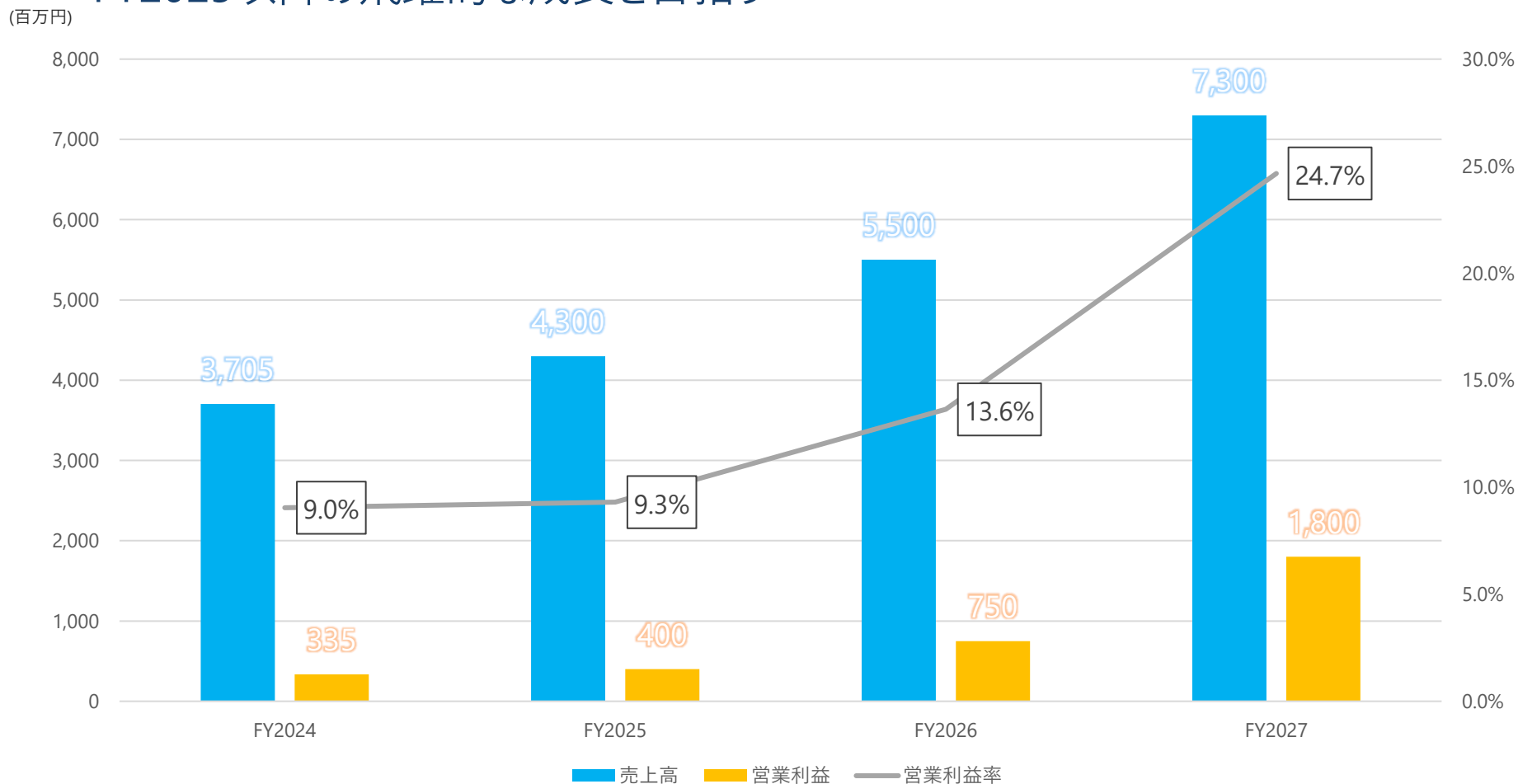
本社共通費の計画



(百万円)

業績計画

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 FY2025以降の飛躍的な成長を目指す





Topics

「リピカム」、AIで求人をレコメンドし想定以上の効果を達成！

～株式会社キャリアインデックス様（Lacotto）の導入事例～



■ 「Lacotto（ラコット）」とは

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す。ユーザーはラコット内での比較検討を通じて簡単に応募できる仕組みであり、現在は求人数が200万件を超える大規模なサービスに成長しています。

■ 課題

リード獲得のアプローチが画一的になっており、新たなアプローチ方法を検討

■ 提供ソリューション 「リピカム」（AIレコメンド）

- ① AIレコメンドによりユーザーにマッチした求人情報を提供
- ② 配信代行による最適な配信運用を提供
- ③ AIによる配信対象者を絞り込み



■ 導入後の効果

- ・ AIチューニングによる精度向上で60~70件/月の応募者の獲得
- ・ レベニューシェアによるコスト最適化
- ・ 配信対象者絞り込みによるCVR(※)向上

(※)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

■ AIを活用し求人案内を最適化「AIレコメンド」

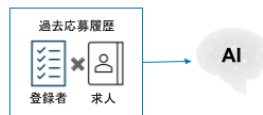
「リピカム」サービスの1つである人材掘り起こしBPOサービスの「AIレコメンド」は、過去の応募履歴をデータ分析することで、応募者にマッチする求人をAIがレコメンドするサービスです。

AIが各登録者のデータを分析し、次に応募する可能性が高い「求人」を予測して抽出します。さらに、求職者の興味の変遷を理解し、特に最近の興味対象に合わせて、応募確率が高い求人を適切に推薦します。

AIレコメンド詳細

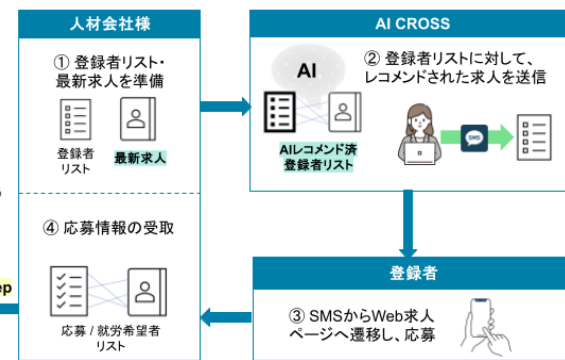
STEP1で過去応募履歴をAI分析しモデルを作成します。作成したモデルを使い、STEP2で登録者にマッチした求人情報をレコメンドし、SMSで送信します。

STEP1: モデル作成



Next Step: AIレコメンド(他チャネル)
掘り起こしBPOサービスの実績を元に、LINEやメルマガ等の他チャネルでも求人を案内してみたいか？
※AIレコメンド利用の別の座組

STEP2: AIレコメンド(過去登録者)





「絶対リーチ！RCS」で顧客接点を革新！

～株式会社セールスパートナー様の導入事例～

Sales partner

AI CROSS

Smart Work, Smart Life
テクノロジーでビジネススタイルをスマートに

絶対リーチ! RCS

株式会社セールスパートナーは、スマートフォンやIoTデバイスの普及に伴うリスク対策として、保証・セキュリティ・地震予測などのサブスクリプションサービスを提供しています。「お客様に喜んでもらえるサービスを急速に世の中に広める」というミッションのもと、安心・安全を届ける新商品開発やサービス品質向上に取り組み、パートナー企業とともに新たなビジネスチャンスに挑戦しています。

■「絶対リーチ！RCS」導入の背景と決め手

従来からSMSをユーザーとの連絡手段として活用されており、その中で、新たな選択肢として「絶対リーチ！RCS」の導入を決定いただきました。「絶対リーチ！RCS」は**視覚的な情報提供が可能**であること、**長文メッセージの送信ができること**、**公式アカウントを発信元に使用できること**が大きな特長であり、従来のSMSとは異なる形で、より効果的にユーザーとの接点を作ることが可能になるという期待より導入を決定いただきました。

■「絶対リーチ！RCS」の評価ポイント

① マーケティングの精度向上

テキストメッセージに加え、画像や動画、インタラクティブなボタンなどを組み合わせて情報を発信でき、ユーザーの関心を引きやすくなり、特に少額なサブスクリプション商材や無形商材の販売において、加入促進や利用認識の向上を期待

② 商材の加入促進、利用認識向上

「絶対リーチ！RCS」では開封率やクリック率を追跡することができるため、状況に応じた効果的な次のアクションを取ることができ、マーケティングの精度向上にも寄与

■他のコミュニケーションツールとの比較

① SMSよりも視覚的で直観的

SMSに比べて視覚的で直感的に伝わりやすく、電話と比べると日本語特有の方言や同音異義語による誤解を減らすことが可能

② メールより高い信頼性

メールと異なり、昨今のスパム問題を回避しながら信頼性を確保できる点



Appendix

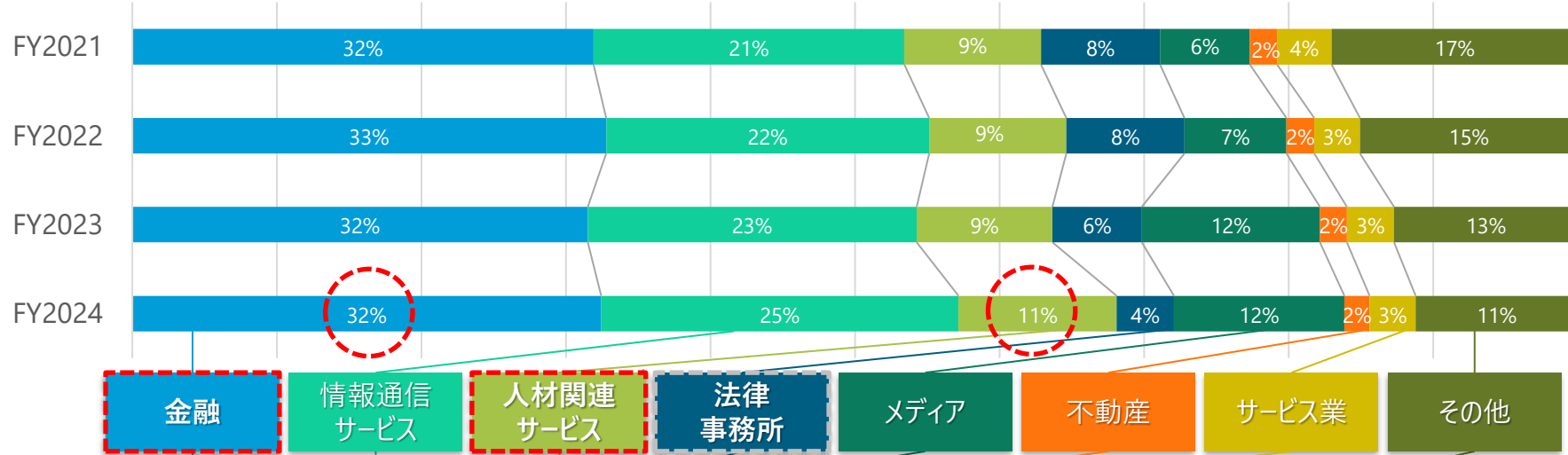
Appendix – 01

施策詳細

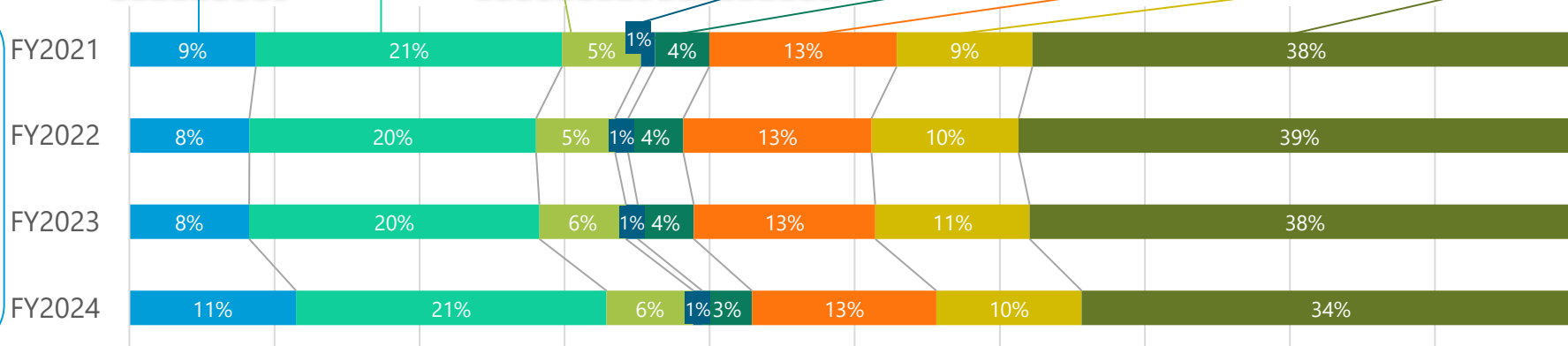
FY2024.4Q：業界特化施策の状況

高い配信単価が期待できる業界（金融、人材関連サービス）のユースケースを積み上げ、積極的に営業活動を展開

業界別売上高比率



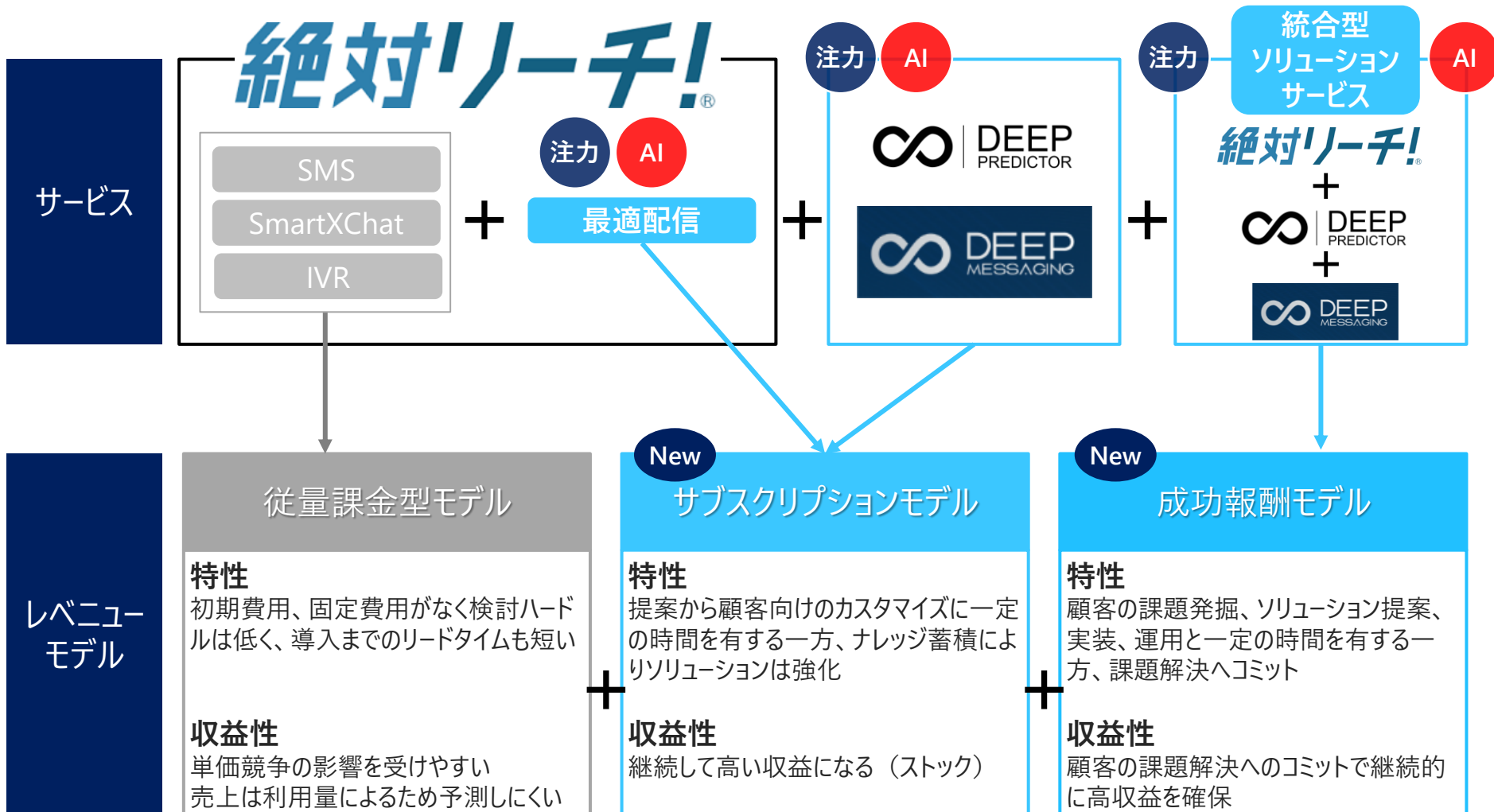
業界別社数比率



(※) 情報通信サービス…ソフトウェア開発、通信インフラ、通信事業者など
(※) メディア…広告、マスメディアなど
(※) サービス業…店舗系など

- ◎金融：事例展開によるへのSmartXChat導入…ユースケース活用
- ◎人材関連サービス：採用シーンの事例蓄積…統合型ソリューション提案
- △法律事務所：他業界の実績を展開予定(一時的に施策保留)

変容する顧客ニーズに対し価値提供のコミットメントを強化するレベニューモデルを導入



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

根幹となるSMS市場は参入障壁が高く、BIG4社による寡占市場

寡占市場による安定性



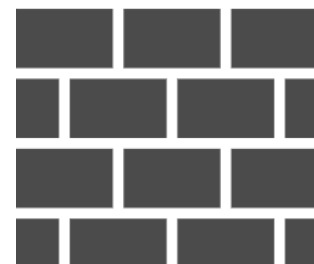
BIG4 :

AI CROSS・アクリート・メディア4u・大手通信キャリア系企業

寡占市場

4社で、SMS市場の
ほぼ全てを占める。

高い参入障壁



規模の経済性

仕入先が通信会社（キャリア）で
ある関係上、通信量で仕入れ価格が決定。

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

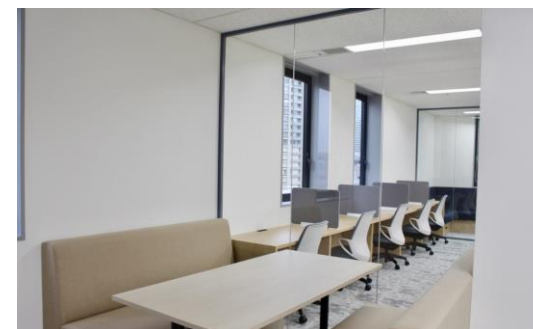
代表取締役	原田 典子
取締役	菅野 智也
取締役（監査等委員）	鈴木 さなえ
取締役（社外、監査等委員）	仙石 実
取締役（社外、監査等委員）	松永 暁太

女性役員の
比率：

40%

従業員数

56名（2024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

テクノロジーでビジネススタイルをスマートに



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。

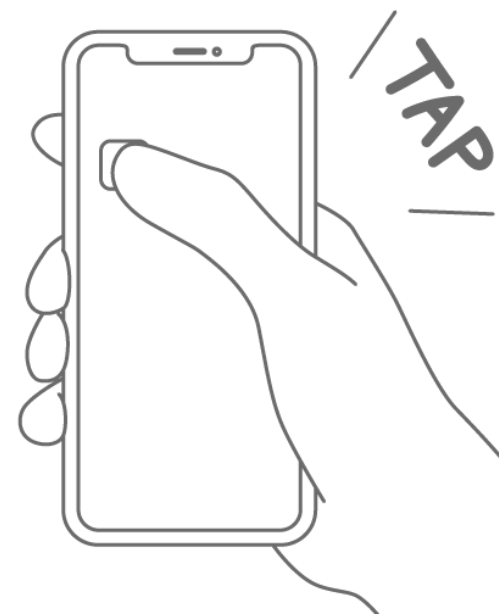
その時目をつけたのが、ショートメッセージサービス（SMS）。

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.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（2月26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/658
(2月23日14時55分より当社出演予定)



本資料の取り扱いについて

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。