



FY2026 事業計画及び成長可能性に関する事項

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2026.2.13



Smart Work, Smart Life

人生のいい時間をつくりつづける。



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. ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 事業計画
5. リスク情報
6. 付録

Business Model

ビジネスモデル



Smart AI Engagement事業

AIでコミュニケーションの次元を高める

SMS、RCSなどのメッセージングサービスでのデータ、さらにはWeb上に点在するデータなど、様々なテクノロジー・チャネル上にある情報を集約し、AIで多面的に分析・学習・予測することで、今まで実現できなかった企業と従業員、企業とユーザーなど、新たなエンゲージメントの創出を目指しています。

メッセージングサービス

絶対リーチ!

幅広い業界・用途で活用される「法人向けのSMS（ショートメッセージサービス）」をベースとして、企業とユーザー間の新しいコミュニケーションを創造するサービスの企画・開発・提供を実施



SMS単体利用

ECサイト・アプリでの本人認証

保険更新やお客様、
ご宅訪問時連絡

業務連絡やプロモーション活用

AIサービス



専門知識がなくても、保有するデータを用いて高精度な予測分析と、データに基づいた意思決定を支援するサービスをベースとして、企業における意思決定やDXを推進するサービスを企画・開発・提供を実施



導入事例

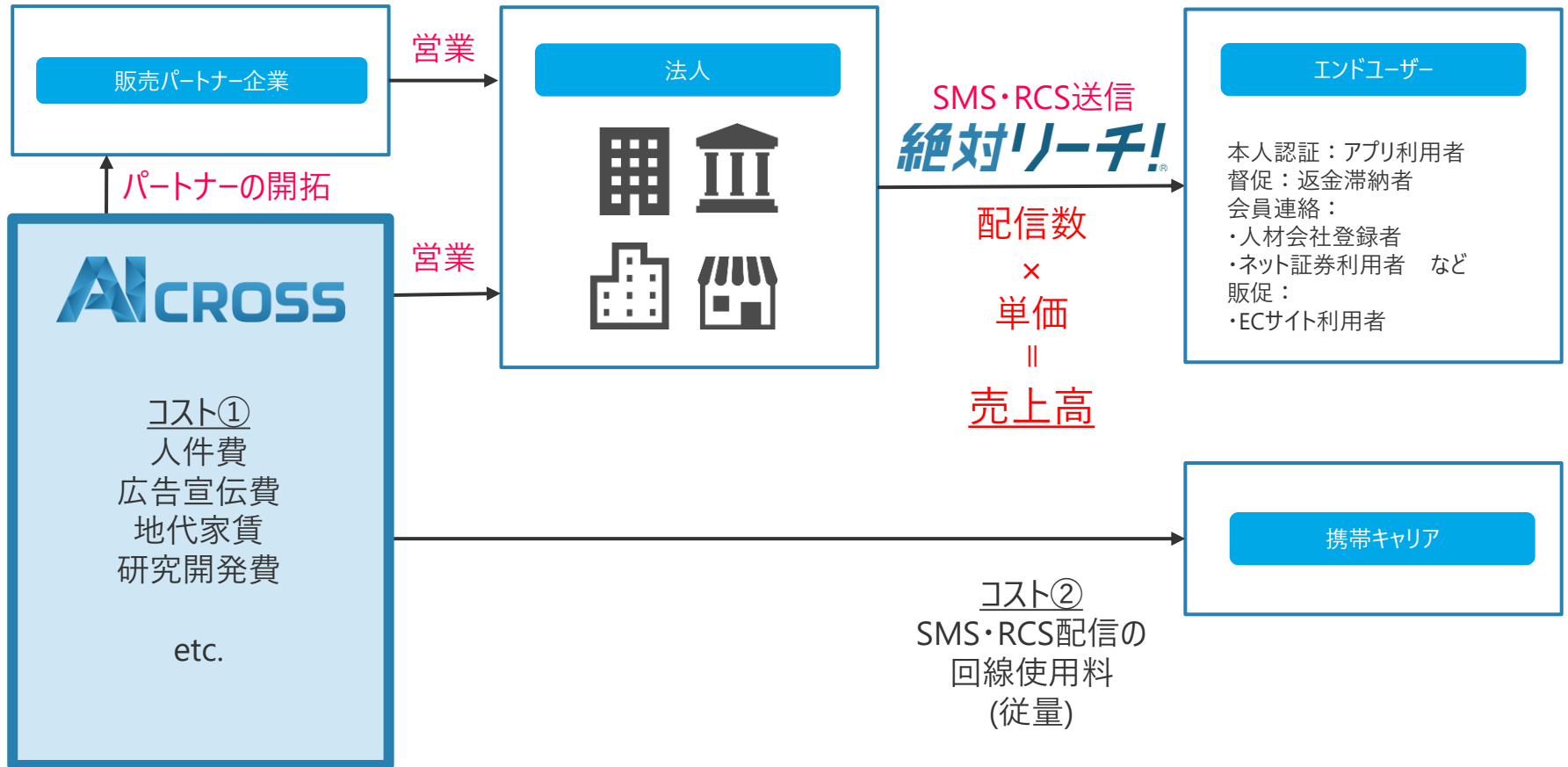
販売量予測・来客数予測
・在庫予測

売上予測・出荷量予測・
発注量予測

プロモーション配信最適化・
離脱顧客の特定と防止



直接販売および販売パートナーを介したサービス提供型モデル





メッセージングサービスの収益分解



売上高

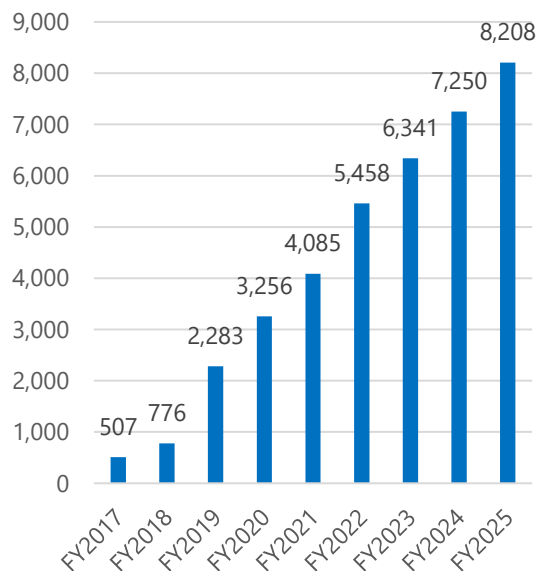


KPIの推移



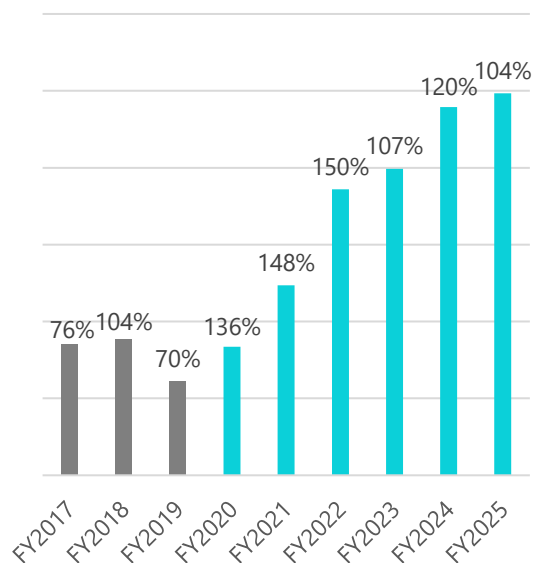
取引社数

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拡大



1社あたりのSMS配信通数

取引企業との関係強化による配信通数の拡大を実現

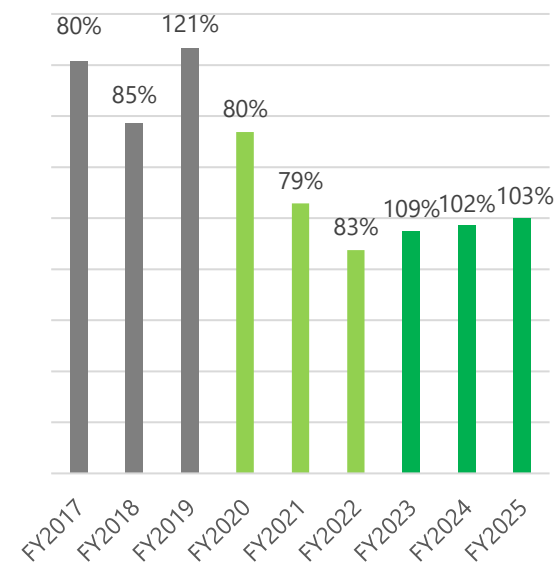


(※)%の表示は1社配信通数成長率



平均単価推移

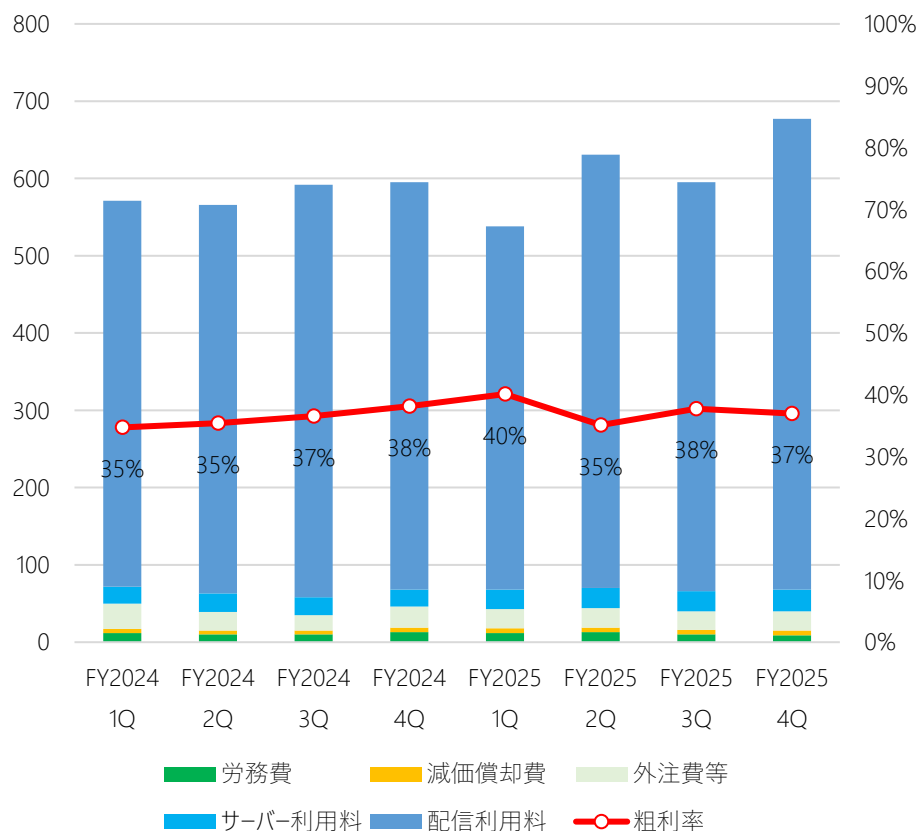
業界特化およびCXツールへのSMSの進化により、平均単価増加を実現





メッセージングサービスの原価の推移

(単位：百万円)



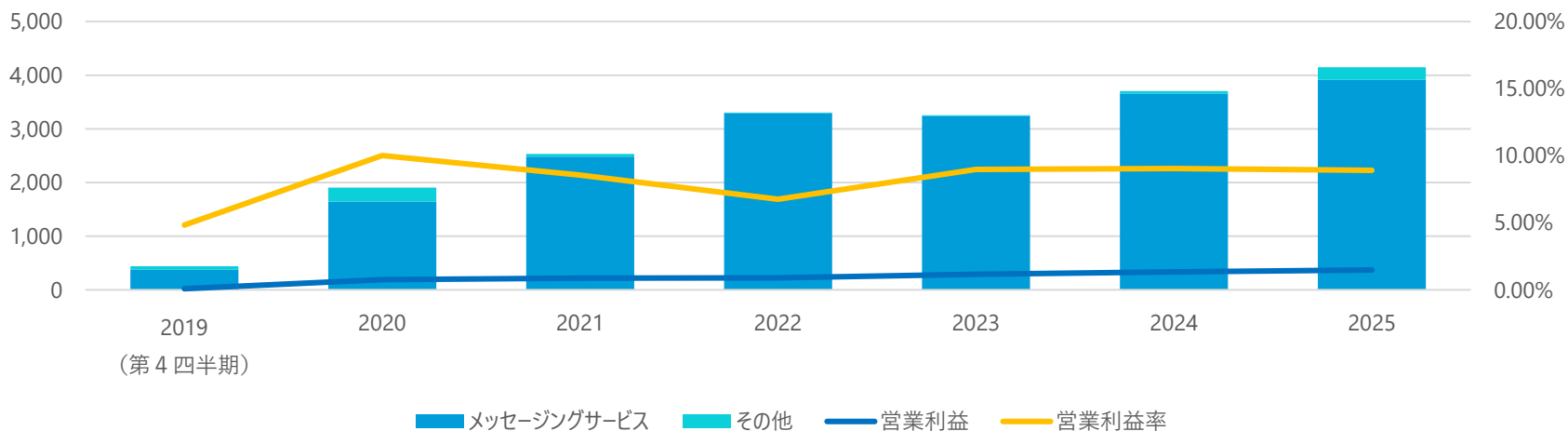
▷ 今後の傾向

粗利率は、レベニューモデルを変革し、ソリューション提供を推進し向上の見込

配信利用料	配信利用料はキャリアへ支払うコスト。SMS配信数に比例して変動。
サーバー利用料	AWSのクラウド利用料。
外注費等	業務委託の開発運用人員。今後は微増。
減価償却費	新規開発プロジェクトなど。今後は微増。
労務費	開発・運用の人件費。業務効率化により横ばい。



2019年10月の上場以来、着実に事業の拡大を実現



(単位: 百万円)

IPO

事業年度	2019 (第4四半期)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
売上高	440	1,908	2,536	3,305	3,254	3,705	4,151
営業利益	21	191	216	223	292	335	370
経常利益	10	190	210	218	291	326	366
当期純利益	17	135	306	95	156	148	165
営業利益率	4.83%	10.01%	8.55%	6.76%	8.98%	9.04%	8.93%

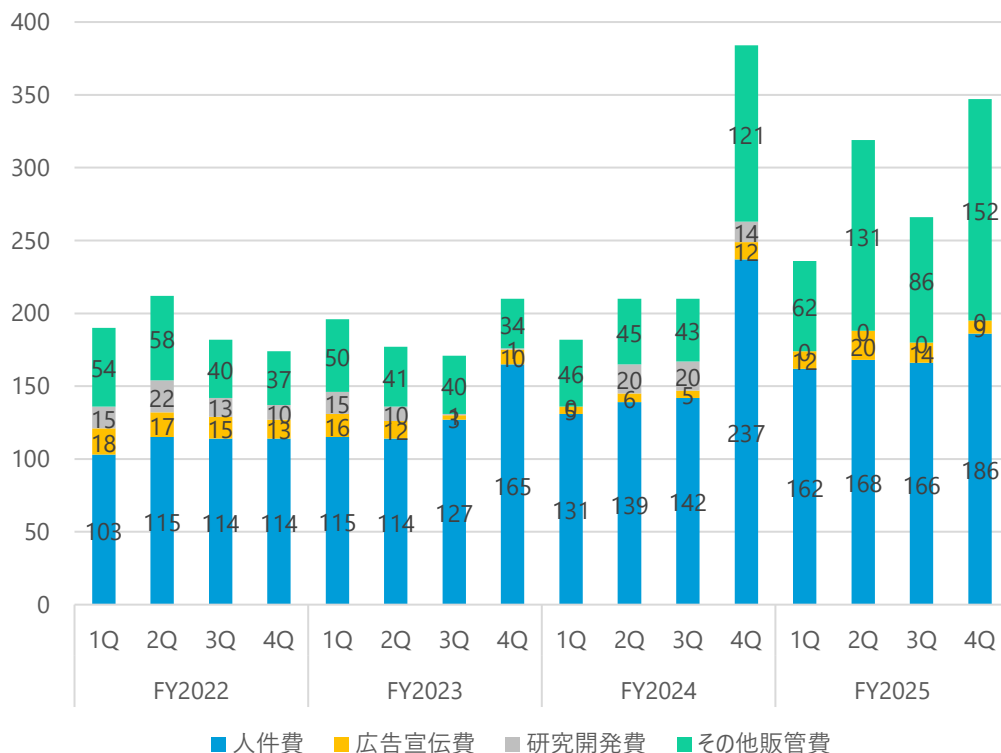
(※ 1) 2019年10月上場後の業績のため、2019年については第4四半期のみの数値

(※ 2) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウブを完全子会社化し、2025年第4四半期から連結範囲に含めております。



全社の販管費の推移

(単位：百万円)



その他 販管費

弁護士、税理士等への支払い報酬や社内システム利用料、株主優待関連費用等。

研究開発費

FY2024.2Q開始の新規開発プロジェクトがFY2024.4Qに完了し、今後大幅な増加見込みはない見通し。

広告宣伝費

FY2023.3Q以降、施策の変更により減少傾向だが、事業状況によって変動する見込み。

人件費

FY2025.4Qに一時的に増加しているが、FY2025.3Qを基準に微増の見通し。

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

(※ 2) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウブを完全子会社化し、2025年第4四半期から連結範囲に含めております。

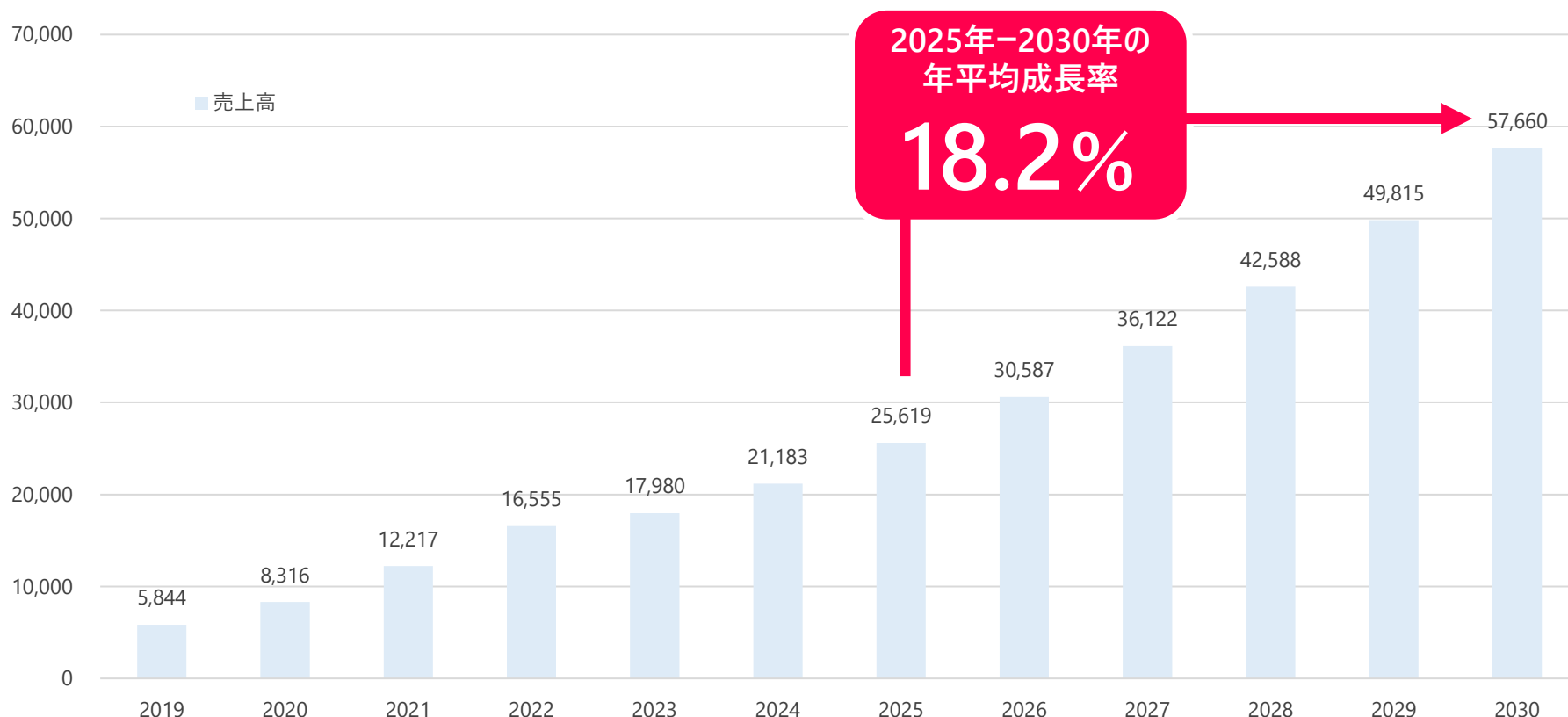
Market Condition

市場環境



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

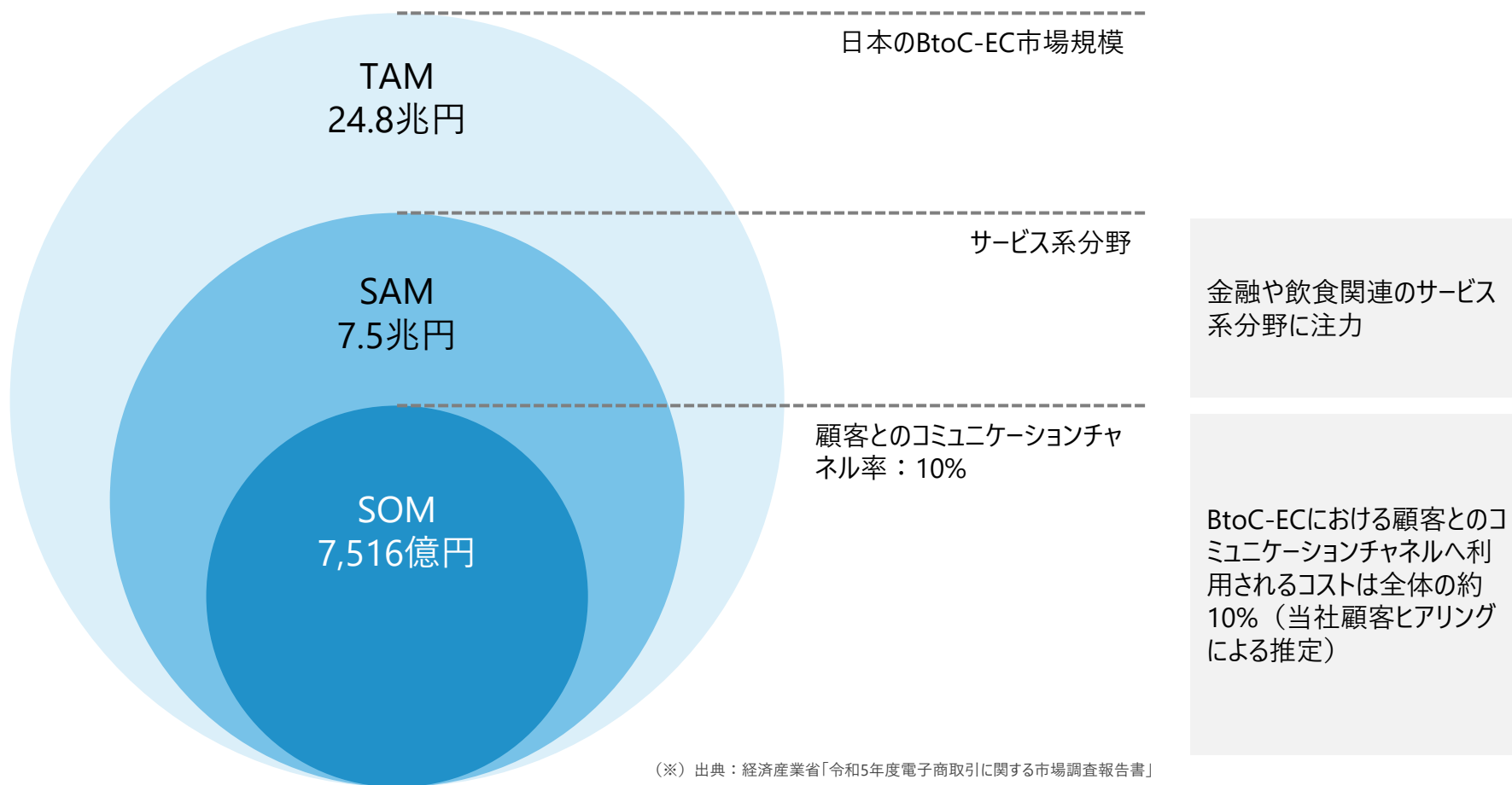
（単位：百万円）



（※）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



根幹となるSMS市場は参入障壁が高く、BIG4による寡占市場

寡占市場による安定性



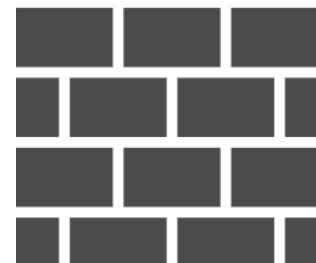
BIG4 :

AI CROSS・アクリート・大手通信キャリア系企業・メディア4u

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。

Competitive

競争力の源泉



8,000社を超える様々な業界・職種の顧客との取り組み実績を
活かした企業コミュニケーションの課題解決提案力

顧客リストを活用した新規サービス創出時および様々な業界での取り組みノウハウの水平展開実現が可能





多様な顧客ニーズに対応する新規サービス・ソリューション・価値提供能力

当社の各サービスを活用し、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

絶対リーチ!

SMS、RCS単体では出来ない顧客コミュニケーション
を様々なサービスと組み合わせることで柔軟に実現



チャットボット
ソリューション



本人認証
ソリューション



アンケート
ソリューション



安否確認
ソリューション



DM効率化
ソリューション



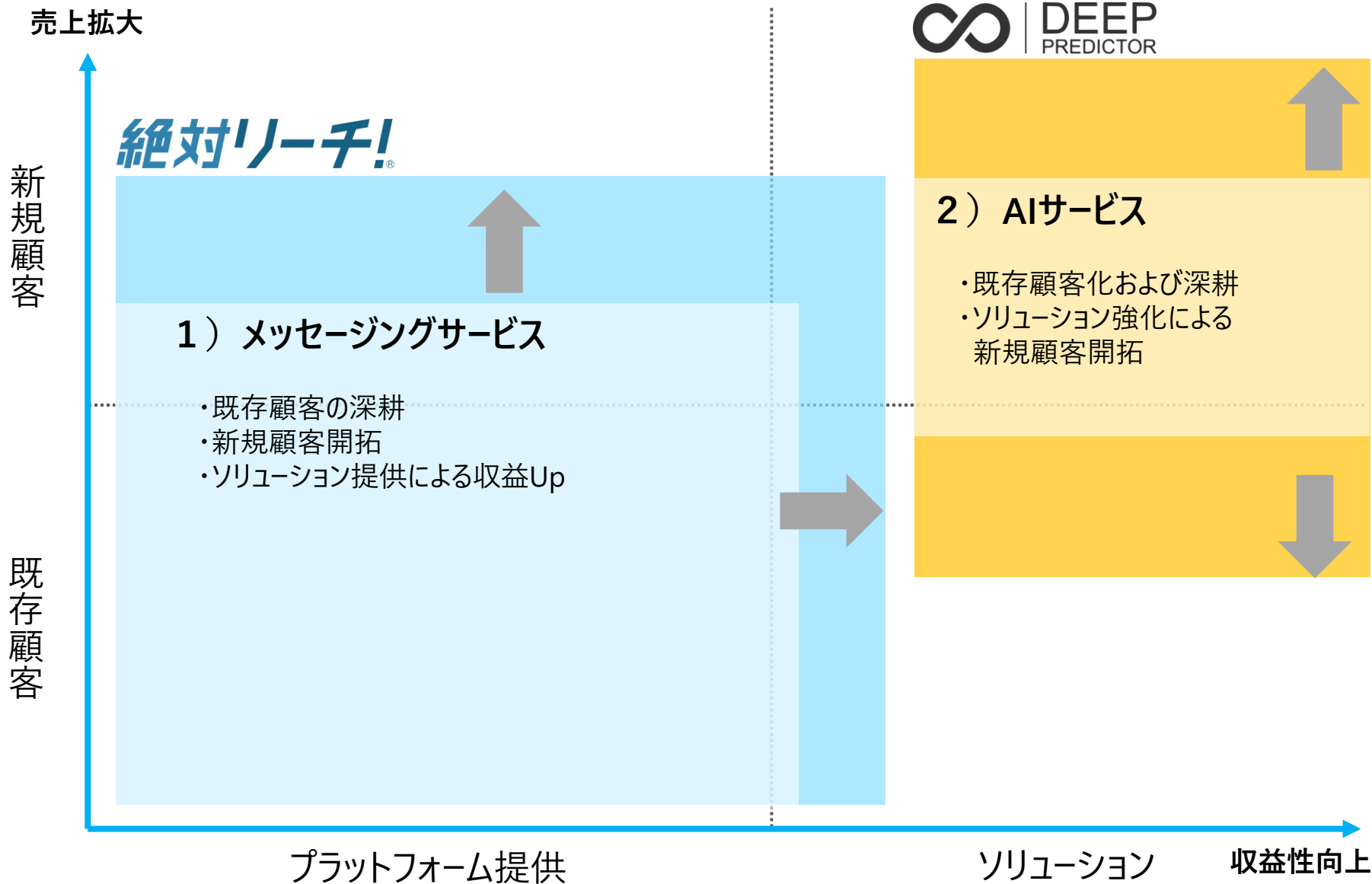
決済
ソリューション



DeepPredictorの活用や当社
データサイエンティストによるデー
タ分析を活用することで、CXツ
ールにSMS、RCSを進化

Business Plan

事業計画





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 (※2)

売上高 3.06x

貢献利益 959百万円

(※1)

貢献利益率 26.2%

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

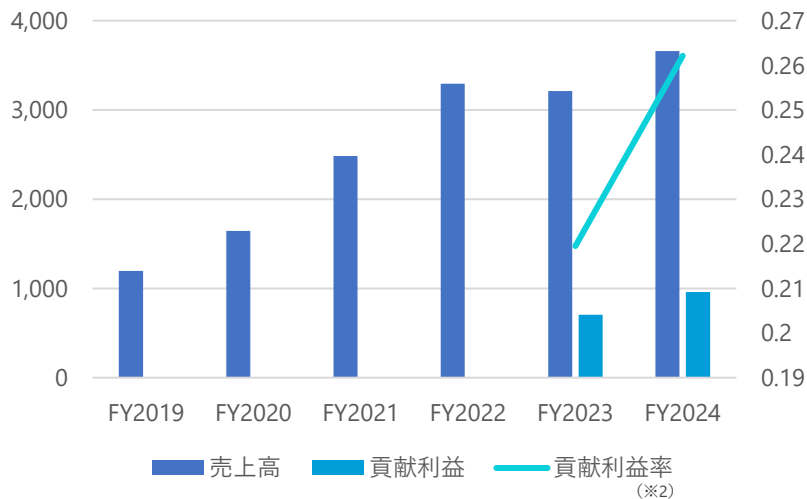
「通数」×「単価」の収益モデルからのシフト

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。

(※1) 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

FY27のKPI達成に向けた具体的な施策

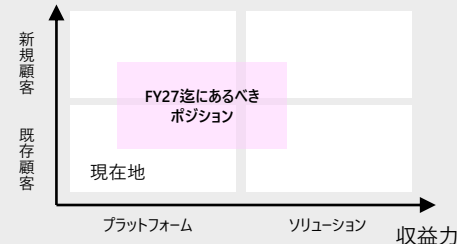
営業組織再編により、重点施策を推進

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

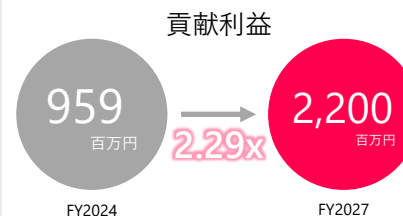
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

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

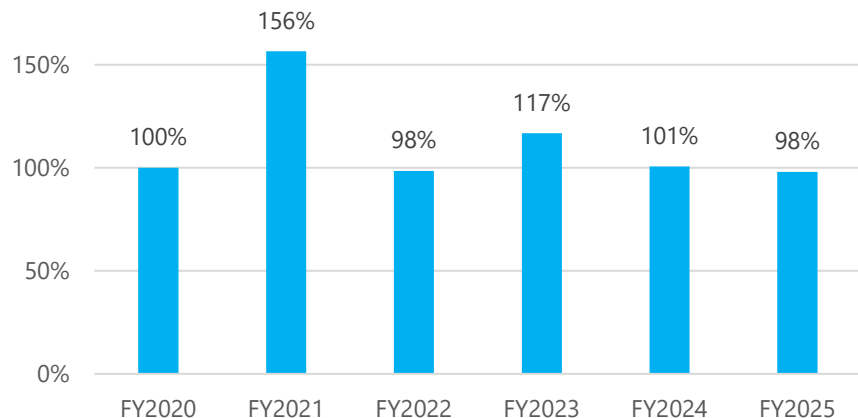
貢献利益の飛躍的な増加



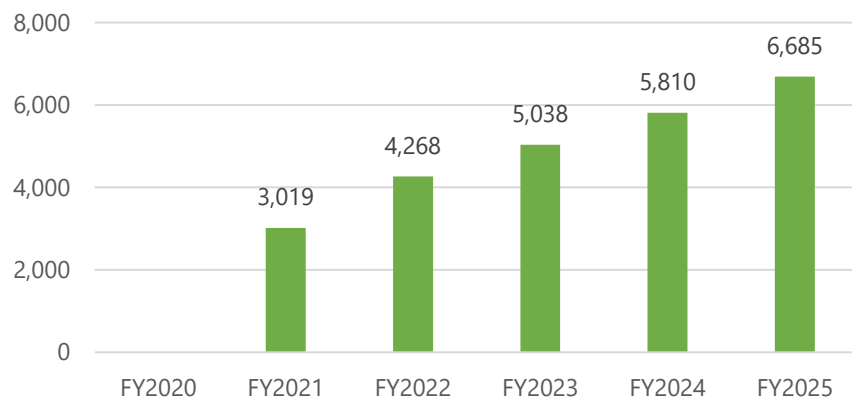
オンボーディングによる既存販売パートナーの配信数増加に注力

SMS、RCS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

販売パートナー数の増加率



販売パートナー経由利用社数



(※) FY2020に関しては販売パートナー経由の利用者数データがないため、FY2021からの数値となります。

既存販売パートナーへのオンボーディング活動強化により、販売パートナー経由の利用社数が増加

	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
販売パートナー数	85社	133社	131社	153社	154社	151社



AIサービスの現状課題

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

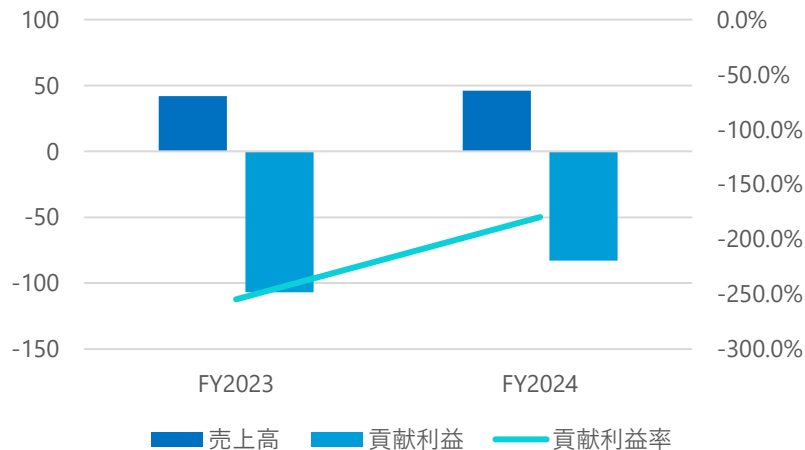
PMF (Product Market Fit (※2)) の達成

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の数値目標達成に向けた具体的な施策

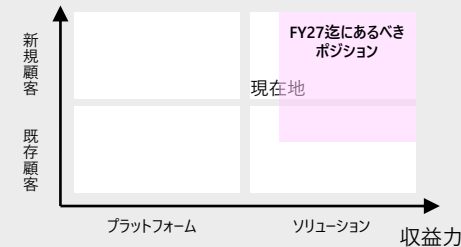
コンセプト変更 「高い予測精度」から「高い業務効果（実感）」へ

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

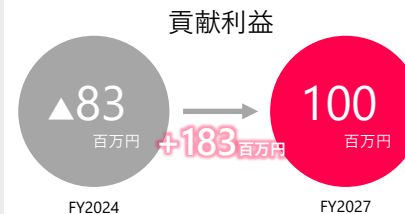
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

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

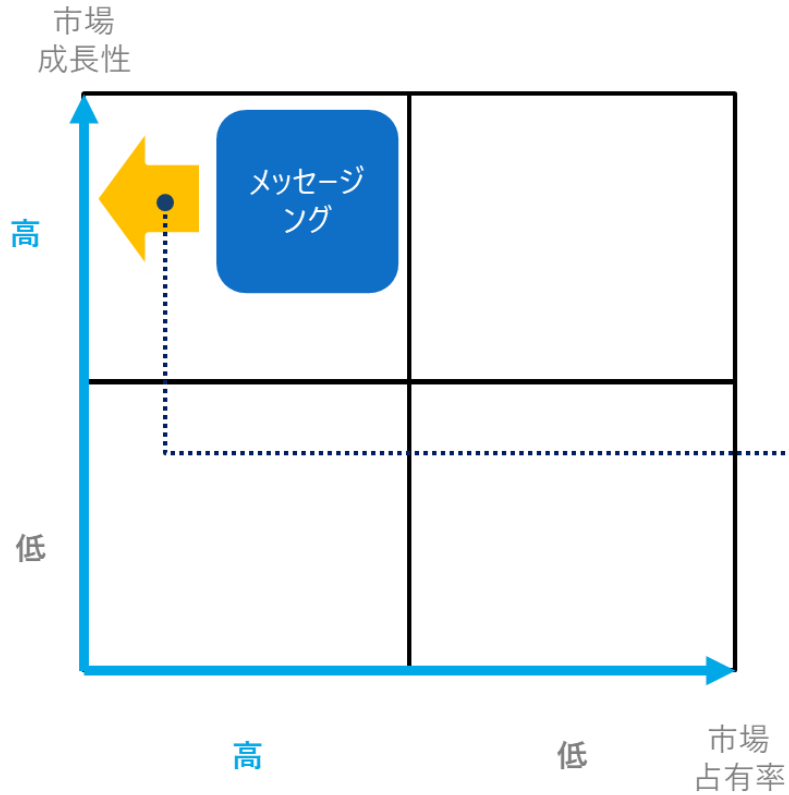


「高い業務効果（実感）」を提供するAIサービスに進化
ニッチトップを目指す

単体サービスでの黒字化へ



基本はメッセージングサービスの自社としての戦略に注力
M&Aおよびベンチャー投資による自社事業周辺領域へ進出し成長を加速



	自社メリット	M&A・投資
メッセージング	<ul style="list-style-type: none">・市場成長性・市場でのポジショニング確立	<ul style="list-style-type: none">・双方の事業成長、事業拡大

自社サービス拡充戦略

+

M&A・ベンチャー投資で成長加速

メッセージングサービス・AIサービスの確実な成長に注力

対象案件を見極め、慎重に判断





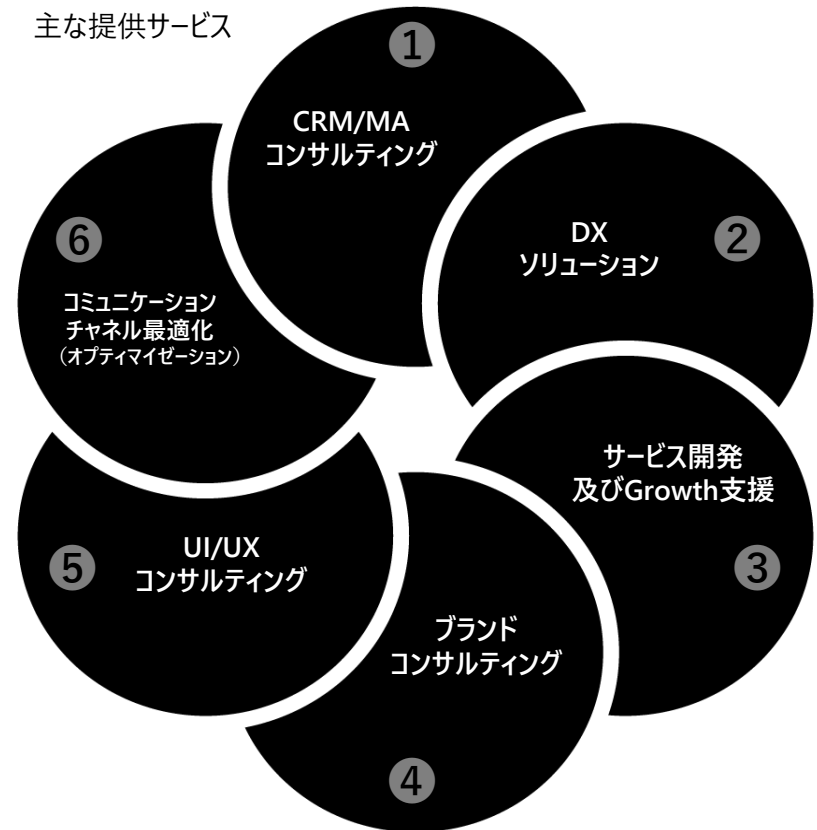
2025年10月1日より連結子会社化した株式会社ロウプにて、新設のマーケティングソリューション事業を推進いたします。

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」

株式会社ロウプは、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。

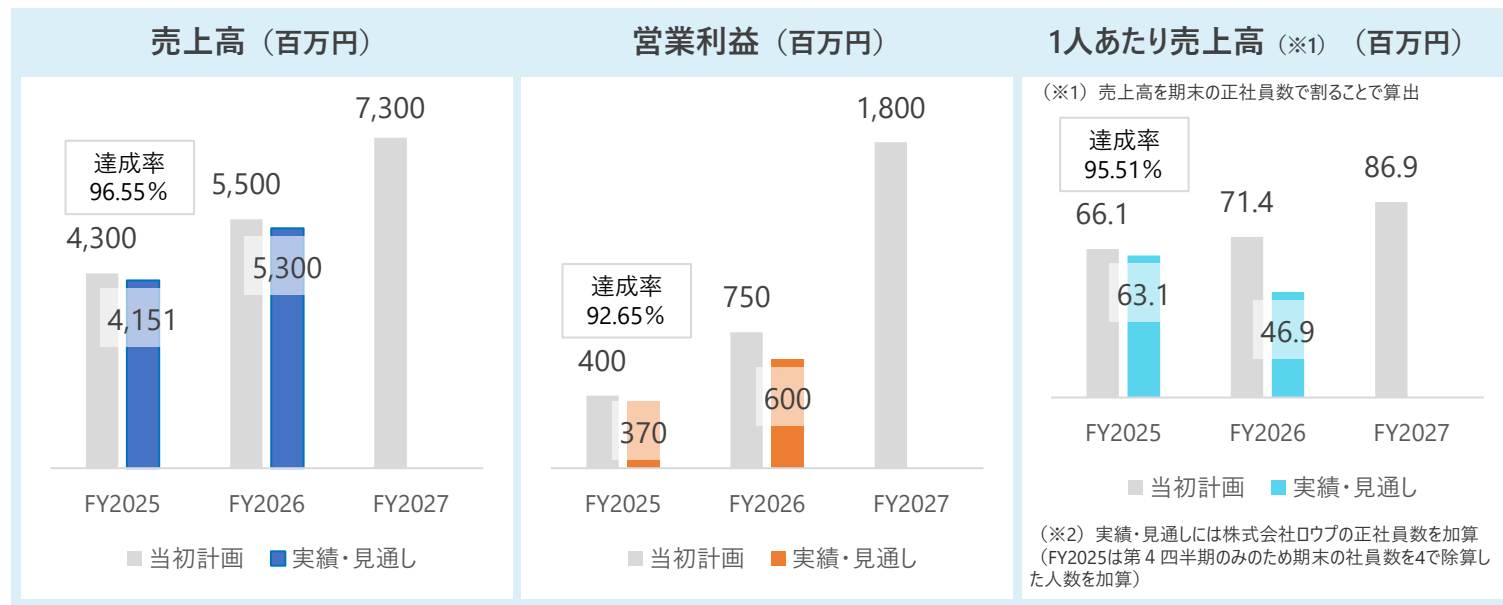
株式会社ロウプは、企業と顧客との接点全体を俯瞰し、マーケティング設計から運用・改善までを担う上流領域に強みを有しています。一方、AI CROSSは、国内トップクラスのSMSやRCSといったメッセージングサービスや新たに開発したAIサービスのプラットフォームを有しています。

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。



成長に対する数値的目標と進捗

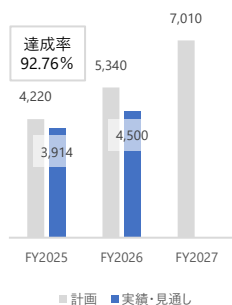
KGI



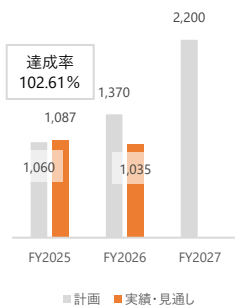
KPI(※3)

メッセージングサービス

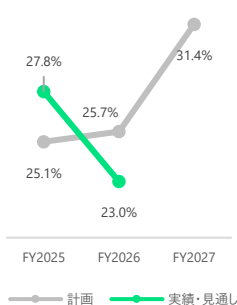
売上高 (百万円)



貢献利益(※4) (百万円)

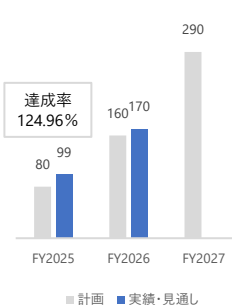


貢献利益率

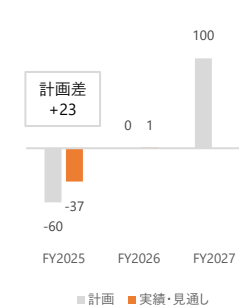


AIサービス

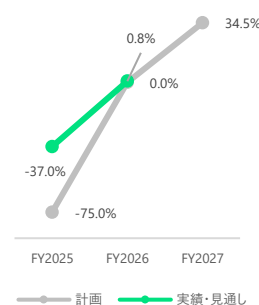
売上高 (百万円)



貢献利益 (百万円)



貢献利益率



(※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

Risk Management

リスク情報



成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を及ぼす可能性のある主要なリスクには、以下のようなものがあります。
なお文中における将来に関する事項は、2025年12月31日現在において、当社が判断したものです。
その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

仕入先に関するリスク



携帯電話事業者により、SMS送信単価の引き上げや契約が継続できなかった場合に、業績に重要な影響を及ぼす（SMS送信原価が上昇する可能性）



携帯電話事業者との強固なリレーションを築いており、リスクが顕在化する可能性は低いと史料



- ・携帯電話事業者とのより深い関係構築
- ・他の仕入れルート of 構築

人材の確保及び育成に係るリスク



人材の採用や育成が計画通りに進まず、適正な人員配置が困難になった場合は、当社の事業及び業績に影響を与える



現状順調な採用環境であるが、採用市場は変化が激しく見通しは不透明



- ・給与制度、福利厚生制度、働き方含めた魅力的な労働環境の提供

Appendix

付録

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

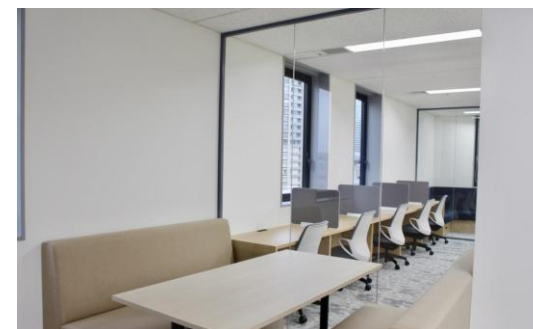
代表取締役	原田 典子
取締役	菅野 智也
取締役（監査等委員）	鈴木 さなえ
取締役（社外、監査等委員）	仙石 実
取締役（社外、監査等委員）	松永 暁太

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





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）。



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、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。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は2026年12月期決算発表と併せて2027年2月に実施する予定でございます。