

2021年2月26日

各 位

会社名 AI CROSS 株式会社
代表者名 代表取締役社長 原田 典子
(コード：4476 東証マザーズ)
問合せ先 取締役 菅野 智也
(TEL. 050-1745-3021)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○開催状況

開催日時 2021年2月26日 19:00～20:00
開催方法 インターネットによるオンライン開催
開催場所 東京都港区六本木一丁目6番1号 泉ガーデンタワー22階
説明会資料名 個人投資家向けオンライン会社説明会

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

以上

Smart Work, Smart Life

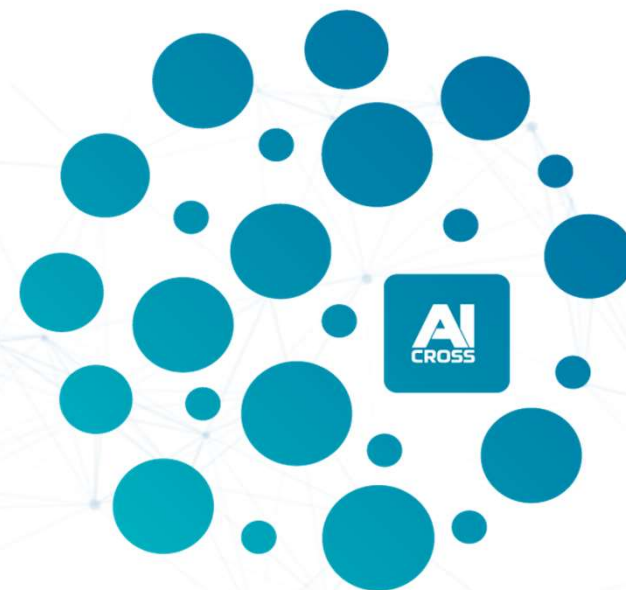
AICROSS

個人投資家向けオンライン会社説明会

AI CROSS株式会社

(証券コード : 4476)

2021.2.26



- ① 事業概要
- ② FY2020 業績ハイライト
- ③ 成長戦略およびFY2021 業績目標
- ④ Appendix

1

事業概要

企業も、そこで働くヒトも、もっとスマートに。

アメリカで子育てと仕事の両立



日本に帰国後、子育てのしにくさがバネになる



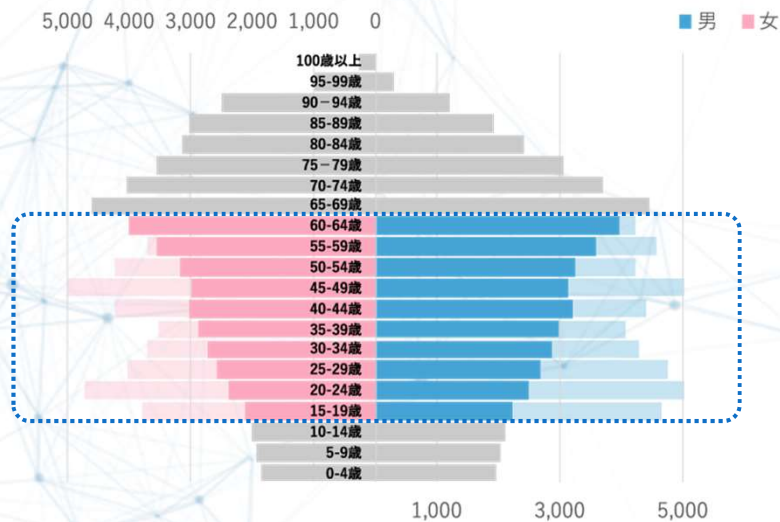
従業員が最高のパフォーマンスを出す
環境づくりが企業の生産性向上につながる

日本社会と働き方ICT市場



労働人口の減少

日本の労働人口は 2040年までに
1,200万人も減少



2040年人口ピラミッド予測 (単位: 千人)

出典: 国立社会保障・人口問題研究所



働き方ICT市場の拡大

「働き方の多様化」が求められ、働き方ICT市場規模は 大幅拡大が見込まれる



ICTで社内外ビジネスコミュニケーションを 円滑にするサービスの提供

メッセージン
グサービス

絶対リーチ!

働き方
改革ICT
市場

ビジネスチャッ
トサービス

InCircle
TALK InCircle

HR関連サービ
ス

絶対リーチ!HR

2

FY2020
業績ハイライト

FY2020 業績ハイライト



コロナ禍の中でも大幅増収、
広告費等の大規模投資を吸収しなお増益を実現

売上高	1,908	百万円	前期比	131.5%
営業利益	191	百万円	前期比	100.3%
経常利益	190	百万円	前期比	112.0%
当期純利益	135	百万円	前期比	108.8%

コロナ禍による単価下落により営業利益は未達も、 売上および純利益は当初予想を達成

(単位：百万円)

	FY2020業績予想	FY2020実績	達成率
売上高	1,900	1,908	100.4%
営業利益	200	191	95.5%
経常利益	197	190	96.2%
当期純利益	134	135	100.1%

売上、利益とも過去最高を更新

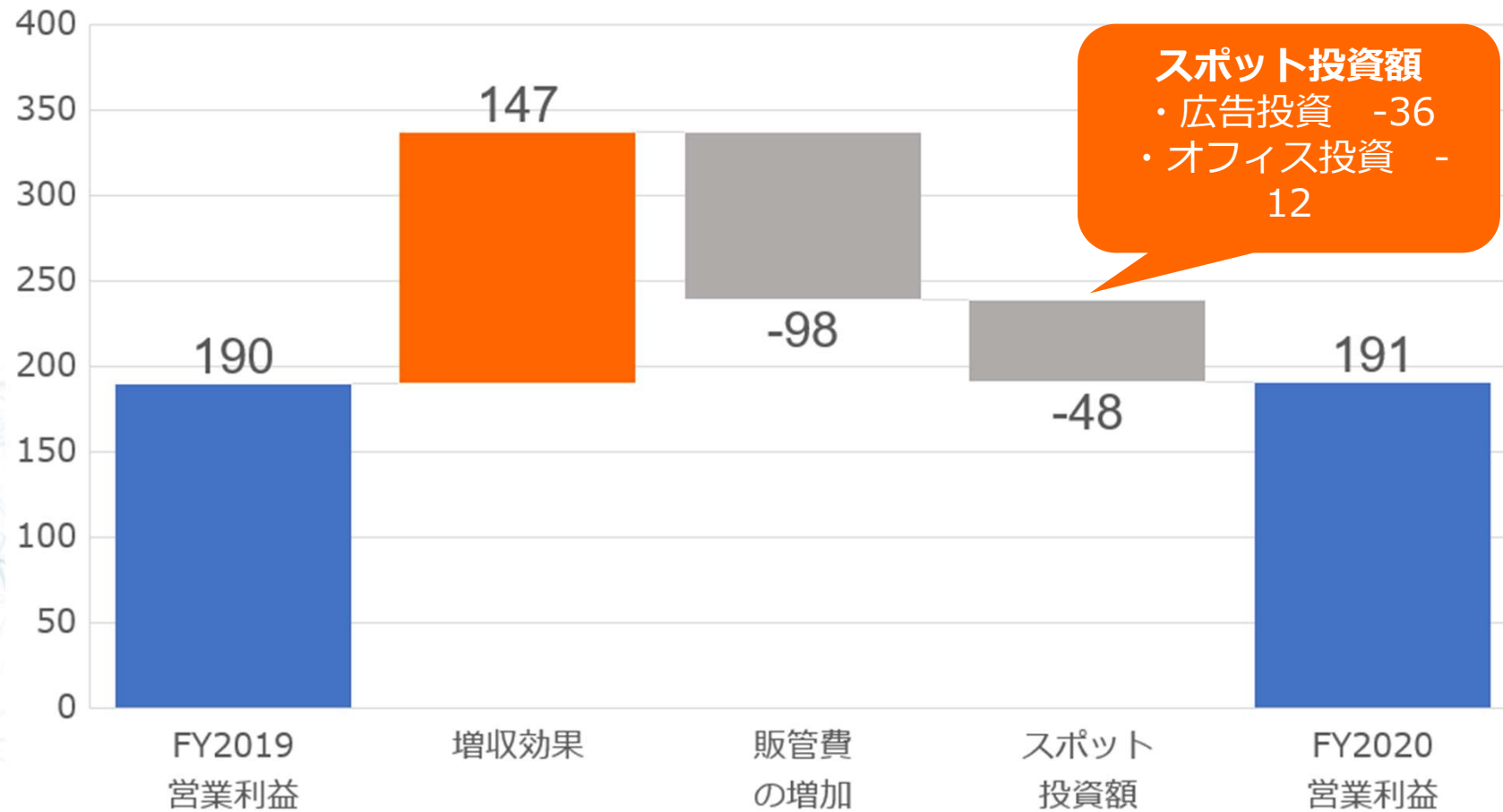
(単位：百万円)

	FY2019実績	FY2020実績	前期比
売上高	1,450	1,908	131.5%
メッセージングサービス	1,197	1,646	137.5%
ビジネスチャットサービス	221	243	109.9%
HR関連サービスほか	32	18	58.3%
営業利益	190	191	100.3%
経常利益	170	190	112.0%
当期純利益	124	135	108.8%

営業利益の前期比増減要因

広告費、オフィス移転費用の大規模スポット投資を
実施しながらも増益を確保

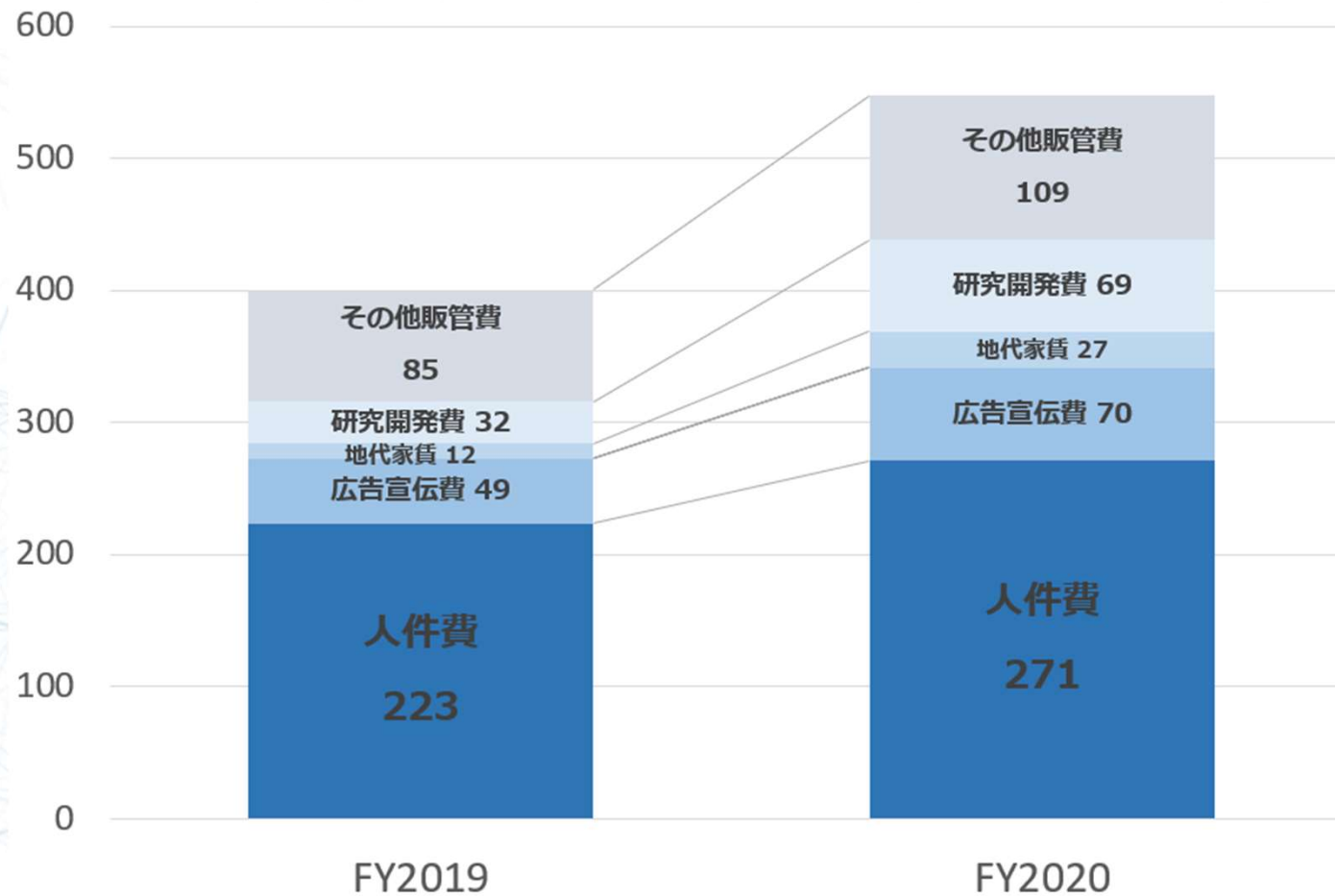
(単位：百万円)



販管費の増減要因

人材、広告、オフィス移転に積極的に投資を実行

(単位：百万円)



四半期業績推移

四半期ベースでも売上、利益とも過去最高を達成

(単位：百万円)

	FY2019 1Q	FY2019 2Q	FY2019 3Q	FY2019 4Q	FY2020 1Q	FY2020 2Q	FY2020 3Q	FY2020 4Q
売上高	293	342	374	440	455	435	470	546
営業利益	47	51	69	21	24	33	49	83
経常利益	46	50	62	10	24	33	49	82
当期純利益	31	34	41	17	16	22	35	60
営業利益率	16.3%	15.2%	18.6%	4.8%	5.4%	7.8%	10.6%	15.2%

広告投資

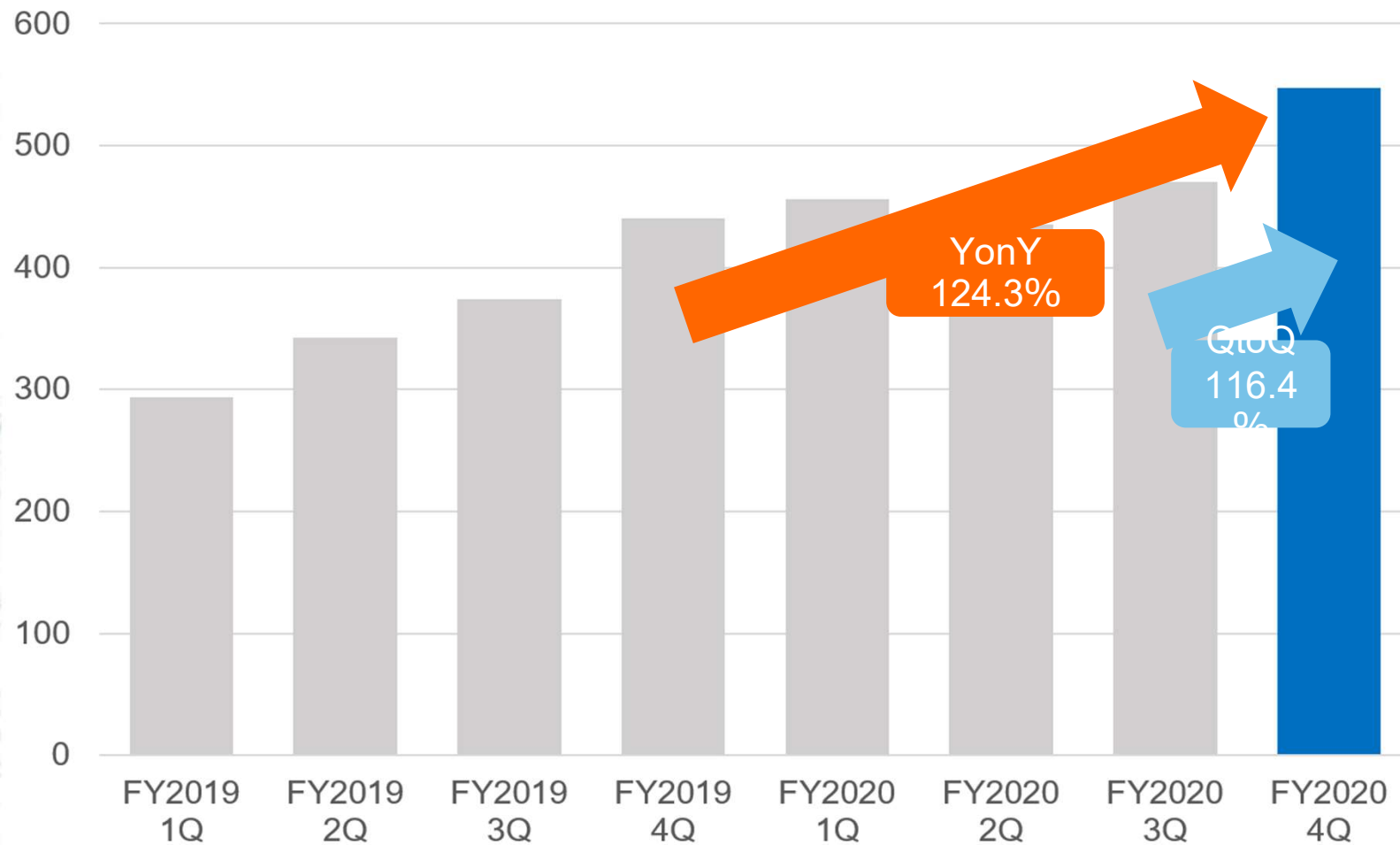
オフィス移転投資

コロナ影響

売上高の四半期推移

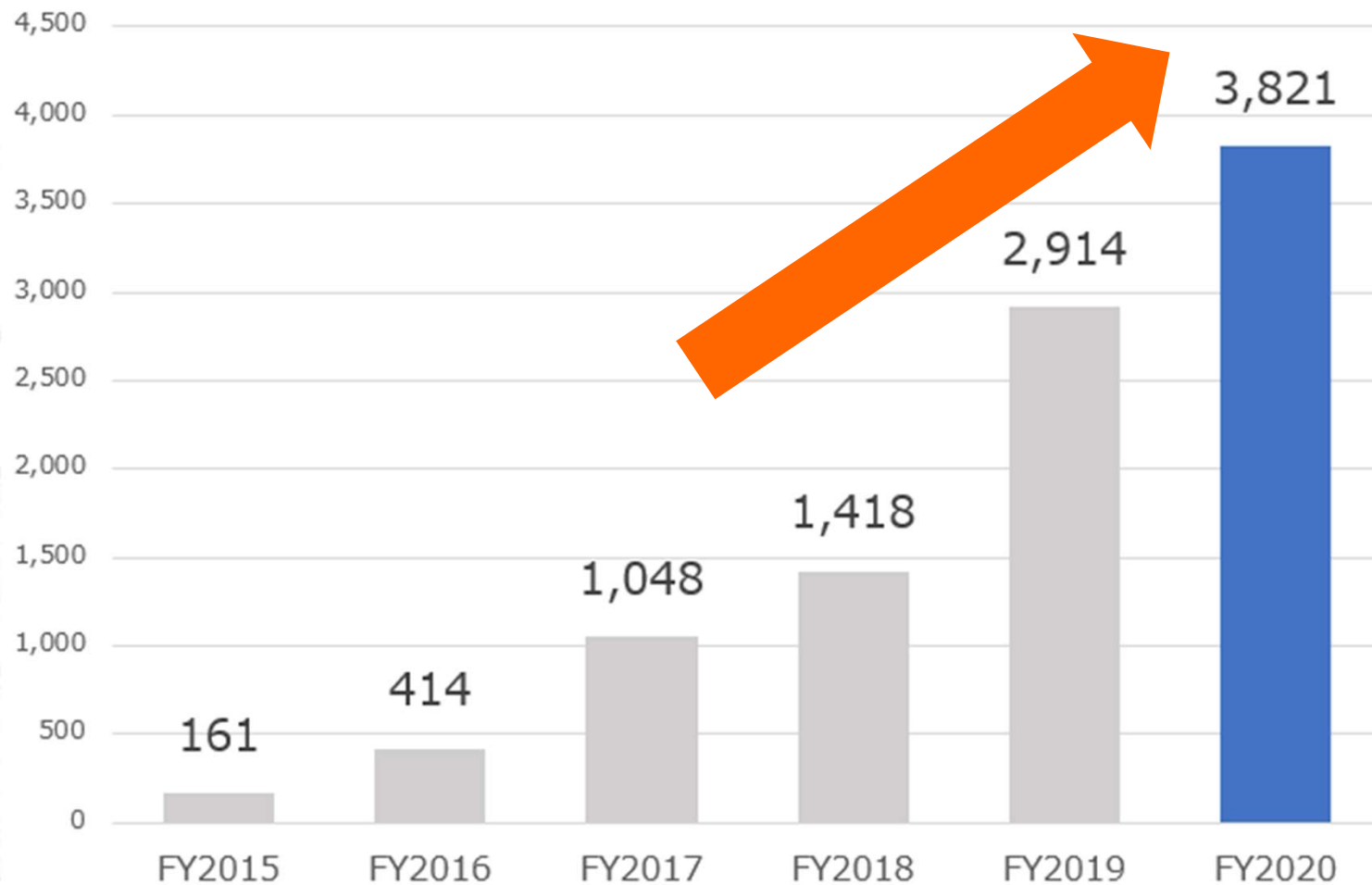
コロナ禍でも高い成長性を維持

(単位：百万円)



取引社数の推移

取引社数も順調に増加



3

成長戦略

中長期で“Smart Work, Smart Life”を目指すための
新たなVISIONを策定

“AIでコミュニケーションの 次元を高める会社”

新VISIONに伴い会計上の事業名（セグメント名称）も変更

ビジネスコミュニケーションプラットフォーム事業

Smart AI Engagement 事業

AIでコミュニケーションの次元を高める会社

企業とその先のユーザーのコミュニケーションのあり方を変える



さまざまなサービスからデータを
集積・分析・融合することで
新しい価値を創造。

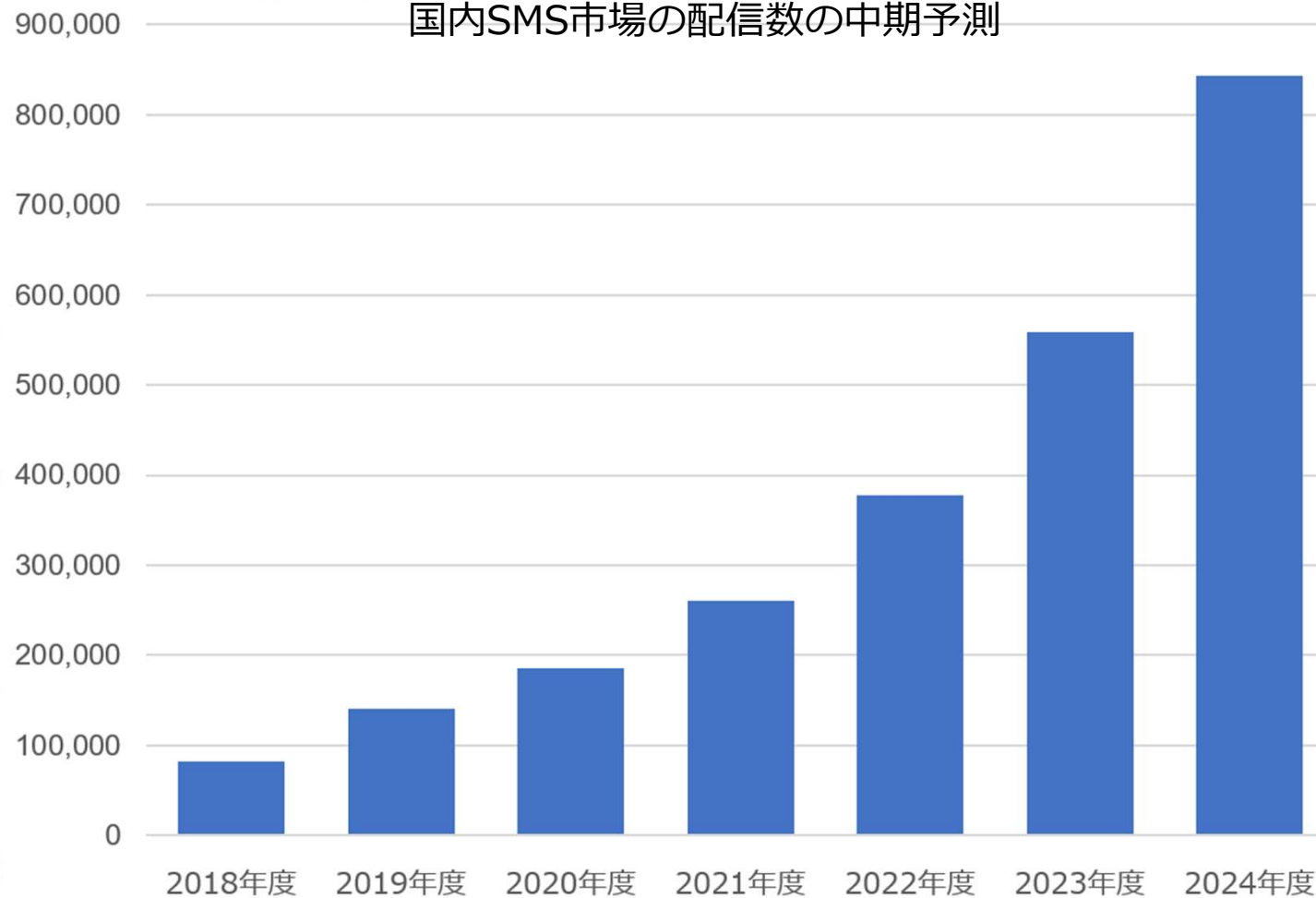
AI CROSSは創造した価値によって、
企業・ヒト・モノ・データ間に
新たなつながりを創出し、企業と
その先のユーザーコミュニケーションのあり方を変える会社になる。

メッセージングサービスの市場ポテンシャル

引き続き高い市場成長が予測される

(単位：万通)

国内SMS市場の配信数の中期予測



※出典：ミックITレポート2020年 11月号 デロイト トーマツ ミック経済研究所

メッセージングサービスの市場ポテンシャル

海外のSMSプレイヤーの動向

海外におけるSMSプレイヤー同士の
M&A

被買収	M&A	買収
-----	-----	----

3Cinteractive (英国) → IMI Mobile (米国)

Open Market (英国) → Infobip (英国)

コロナ禍影響によるDX化の伸展により、
市場の予想を上回ってマーケット成長している

日本市場にも必ずこの流れが波及してくる

SMSは、“Short Message Service”から “Smart Messaging Service”へ

SMS（ショートメッセージサービス）

SMS送信するために全て担当者が考えなくてはならない

- 利用企業**
- どんなお客様に配信するか
ターゲット抽出・検討がたいへん
 - どんな内容をお客様に配信するか
考えるのがめんどろ
 - どんなタイミングで送るのが
効果的か考えるのがめんどろ

SMS（スマートメッセージングサービス）

AIによる自動最適化

SMS送受信履歴や協会社からのデータの分析によって、最適なターゲットのレコメンド

データ受信・開封・アクション履歴などから最適なテンプレートメッセージのレコメンド

SMS送受信履歴や協会社からのデータの分析によって、最適な送信回数やタイミングのレコメンド

(例) 000を対象にデータを送ってはどうでしょう？

このカテゴリのお客様への推奨テンプレートメッセージ

このカテゴリのお客様へは00回、朝方送ると最適です

SMS受信によって企業へのエンゲージが弱まっていく

- 受信者**
- たくさんSMSが届いて見るのがめんどろ
 - 興味の無い内容にうんざり

利用企業、受取者双方にとってwin-winのサービスへ

最適なコミュニケーション頻度でのアプローチ

ユーザーの開封・アクション履歴により最適なメッセージや内容の送付を実践

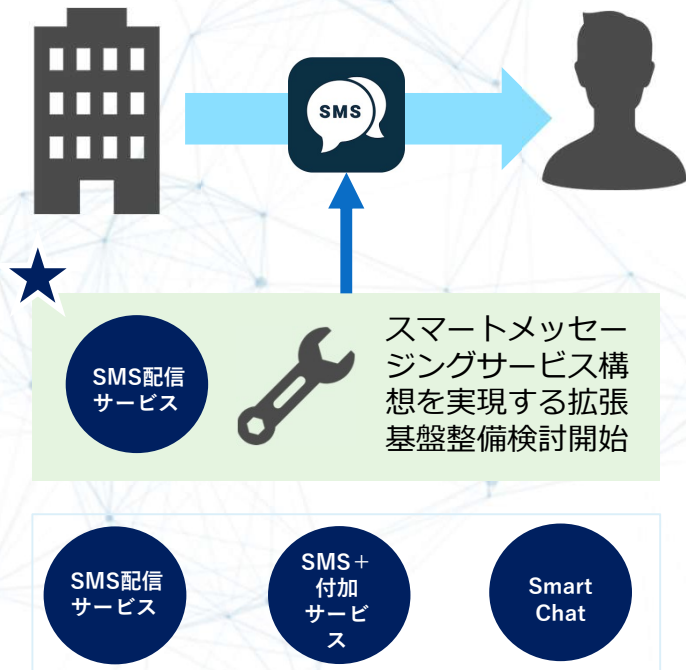
メッセージング領域戦略

SMS関連領域でのシェア No.1を狙う

SMS単体でのサービス提供から、SMSのベストプラクティスを実現するスマートメッセージングサービスの提供により、提供先企業だけでなく、その先のユーザーまで価値を届けることで、企業とヒトの間に新しいコミュニケーションの形を創造する

2021

スマートメッセージングサービス実現のための配信基盤整備開始

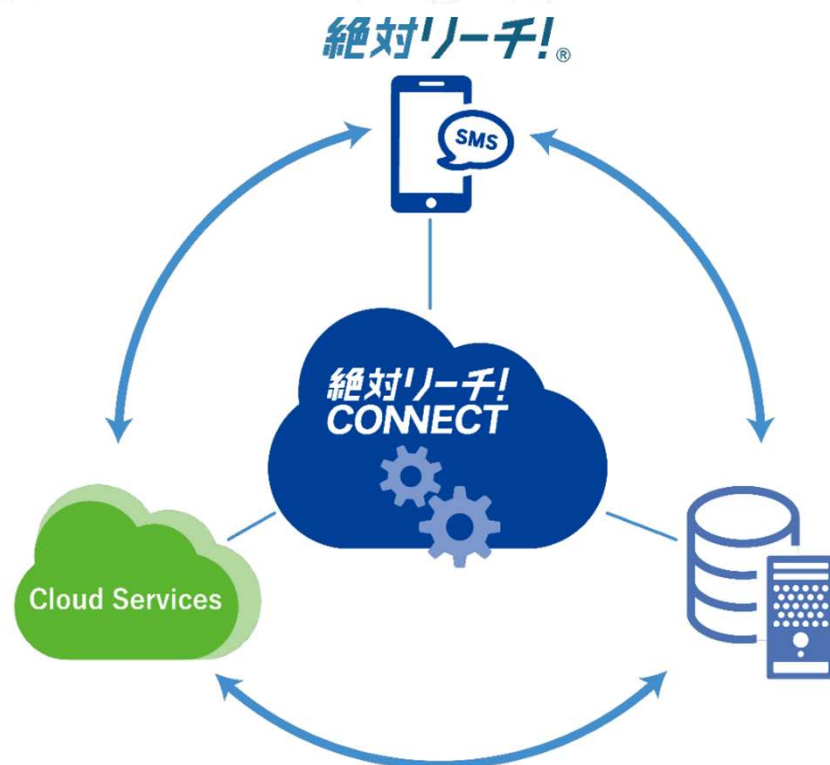


2023年

スマートメッセージングサービスによる企業およびその先のユーザーへの価値提供



新サービス“絶対リーチ！CONNECT”の活用

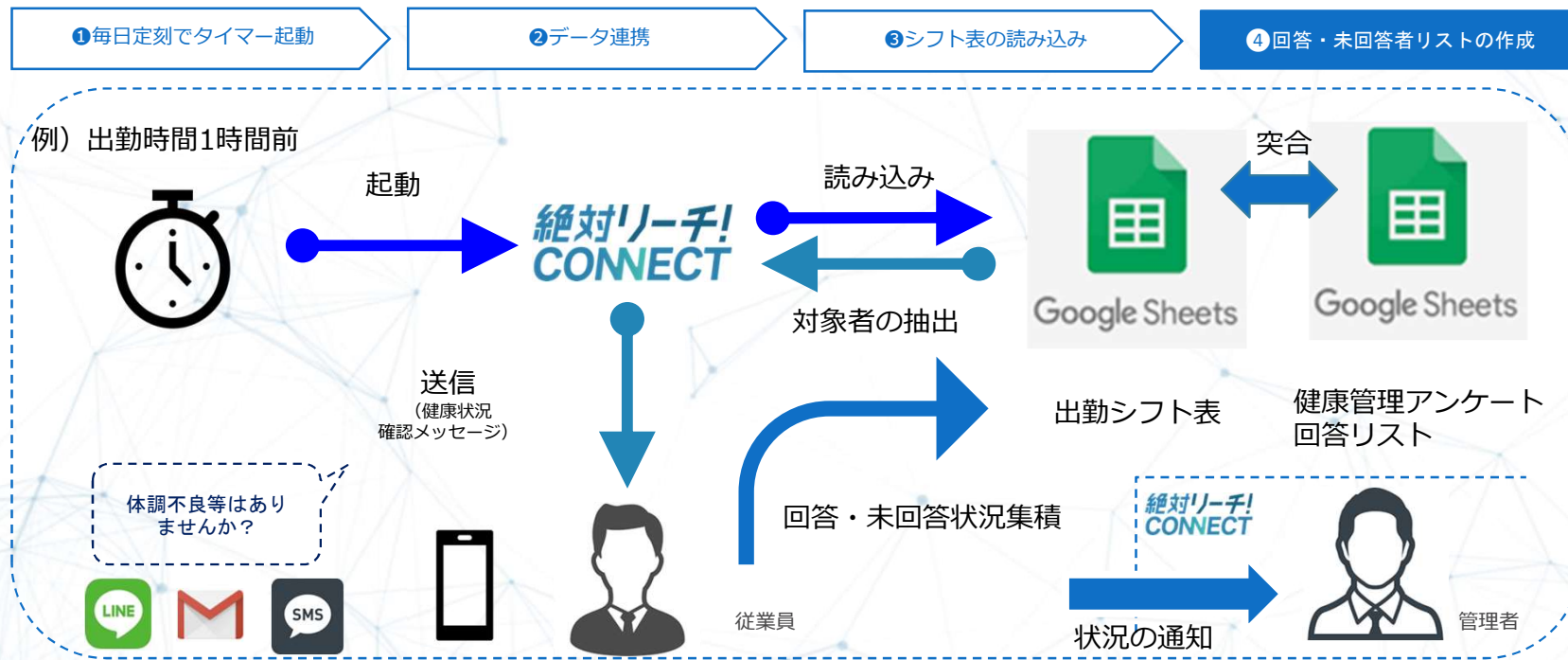


独自開発のiPaaS（Integration Platform as a Service、複数のシステムを連携して業務自動化を実現するサービス）プラットフォームを活用し、『大規模システム開発不要』で、『圧倒的な低コスト』『圧倒的な短期間』でサービスの構築が可能

当社メッセージングプラットフォームと顧客システムとの連携が低コスト・短期間で可能

絶対リーチ！CONNECT

事例紹介-大手報道機関でのスタッフの健康管理のため 大規模スポーツイベントにて利用



ご検討前の課題

①開発コスト:

グループ全体で統一された健康管理アプリを検討していたが、各グループのシステム等の仕様が異なる・様々なステータスの従業員（社員・委託・派遣・バイトなど）がいることにより、システム開発に多大なコストがかかることが判明

②ITリテラシ:

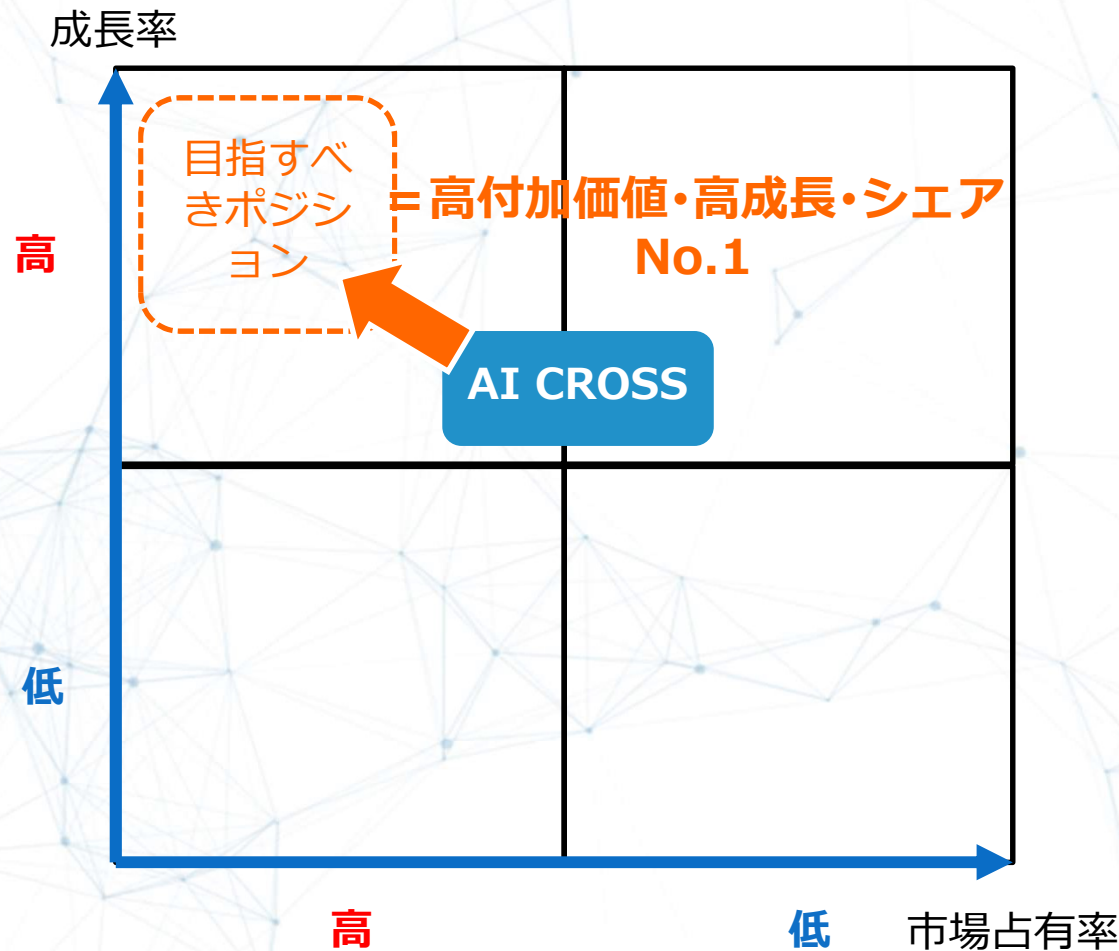
職種によってITリテラシに大きな差があるため、「誰でも」・「かんたんに」・「毎日回答」してもらうための仕組み作りが大変

既存のサービスやアプリケーションを接続するだけで、健康管理の仕組みが構築できること、またお知らせを誰でも利用可能なインターフェースにすることで利用促進が可能のため、テスト利用に至る

ご利用後の感想

- ・日常利用のツールで簡単に回答できるのがよい
- ・選択式で回答できるので外でも打ち間違いが少なくてよい

SMS関連領域でのシェア No.1およびSmart Messaging Serviceの世界観の実現のためにM&Aに積極的に取り組む



M&Aの目的

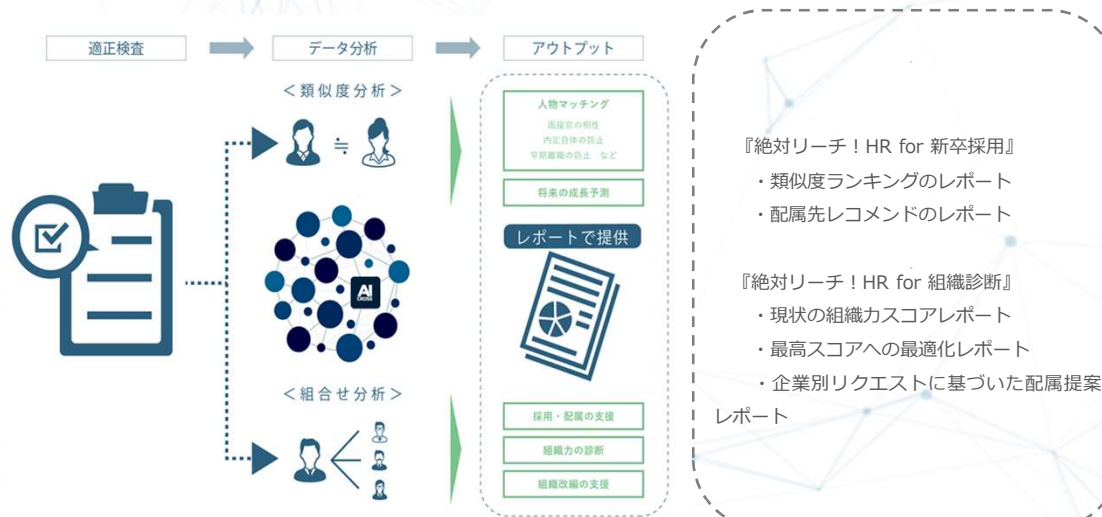
- ▶ Smart Messaging Service実現のための技術力獲得
- ▶ SMS関連領域でのシェア（顧客）獲得
- ▶ 注力業界のデータ獲得

新規サービス - 絶対リーチ！HR

2020年リリース後好評により、今春クラウド版をリリース予定

絶対リーチ！HR

2020年8月より提供開始



2021年 春クラウド版
『HRクラウド（仮称）』
リリース予定

FY2021 注力施策

メッセージング
領域

①代理店販路の強化

▶ 代理店売上比率目標：35%⇒53%

②特定業界・アカウントへの訴求

▶ ニーズの深堀及びSmart Messaging Serviceにつなげるためのデータの獲得

③データ分析基盤新プラットフォームの開発

▶ Smart Messaging Serviceへの移行を見越したシステムの強化

④M&A戦略

HR関連領域

⑤HRクラウド（仮称）今春リリース予定

⑥HR新規サービス年内リリース予定

売上、利益とも高い成長を継続

	FY2020実績	FY2021目標	前期比
売上高	1,908	2,529	132.6%
営業利益	191	255	133.9%
経常利益	190	255	134.2%
当期純利益	135	172	127.4%

4

Appendix

会社概要



会社名

AI CROSS株式会社（証券コード：4476）

所在地

〒105-0003 東京都港区新橋3-16-11愛宕イーストビル13F

事業内容

Smart AI Engagement事業

メッセージングサービス開発・運営

ビジネスチャットサービス企画・開発・運営

HR関連サービス企画・開発・運営

設立

2015年3月

役員構成

**(女性役員比率：
50%)**

代表取締役社長

原田 典子

取締役

菅野 智也

取締役

櫻井 稚子

取締役（監査等委員）

鈴木 さなえ

取締役（社外、監査等委員）

田中 正則

取締役（社外、監査等委員）

仙石 実

従業員数

41名（2020年12月末時点） ※パートタイマー及びアルバイトを含む



代表取締役社長

原田 典子

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トレンドの調査及び提携・アライアンス業務などを行う。2015年3月より現職。



取締役

菅野 智也

2001年中央大学理工学部卒業。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・提案及び提携・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月より現職。



取締役

櫻井 稚子

ABC Cooking Studioに契約社員として入社後、要職を歴任。取締役副社長を経て、代表取締役社長に就任し、翌年より3年間増収増益を果たす。現在は複数社の社外取締役を努めるとともに、NTTドコモ部長職として、新規事業の立上げ・M & Aなどを手掛ける。

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。