



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 第3四半期 決算説明資料

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2024.11.14



FY2024.3Q 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

948 百万円

前四半期比 +6.78%

前年同期比 +18.38%

営業利益

上場来
最高

132 百万円

前四半期比 +37.40%

前年同期比 +51.05%

上場来
最高

経常利益

133 百万円

前四半期比 +40.37%

前年同期比 +42.38%

四半期純利益

66 百万円

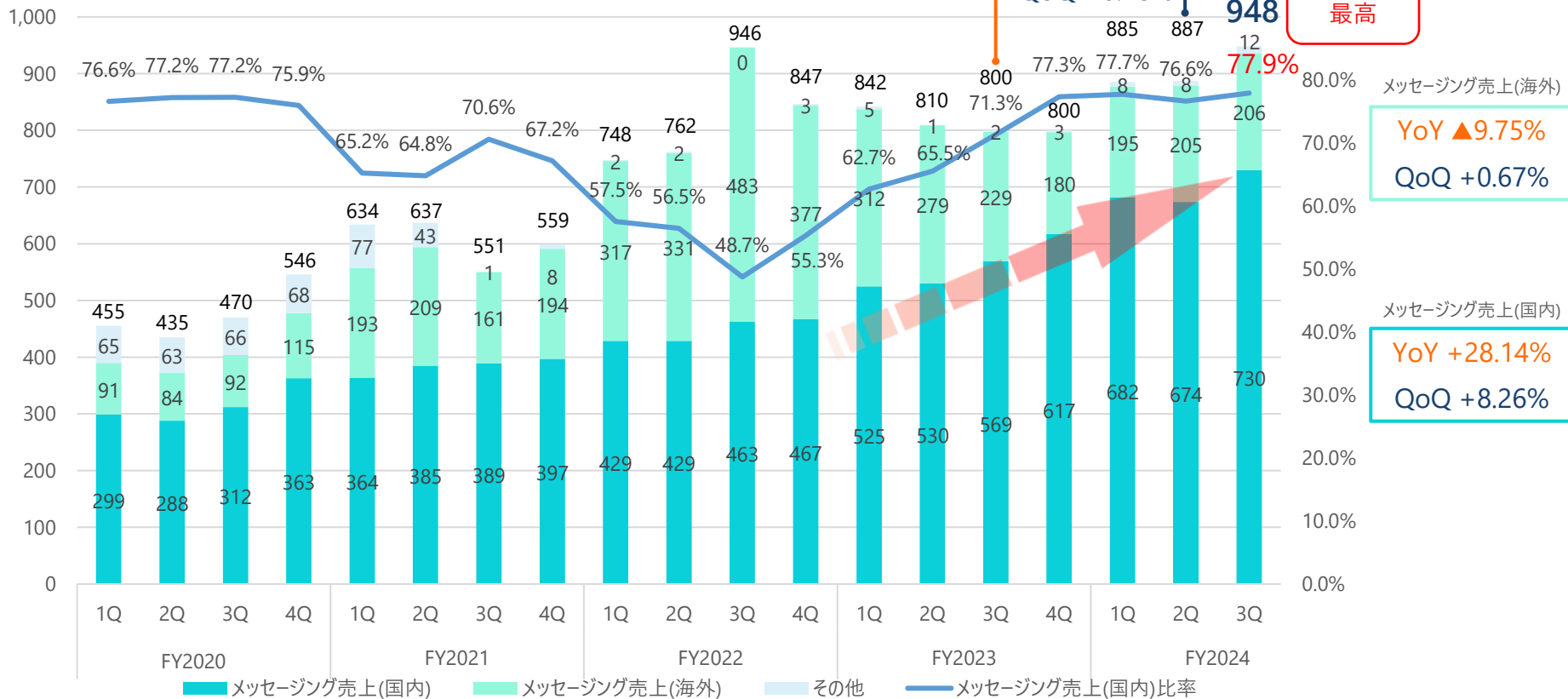
前四半期比 +25.64%

前年同期比 +14.25%

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変更以降、四半期売上高は上場来最高を達成。営業方針変更後以降、メッセージング売上（国内）の比率は77.9%となる。
- 前四半期比は、売上高合計では60百万円の増収（+6.78%）、前年同期比においては、メッセージング売上高合計は147百万円の増収（+18.38%）うち国内売上高は161百万円の増収（+28.14%）

（単位：百万円）

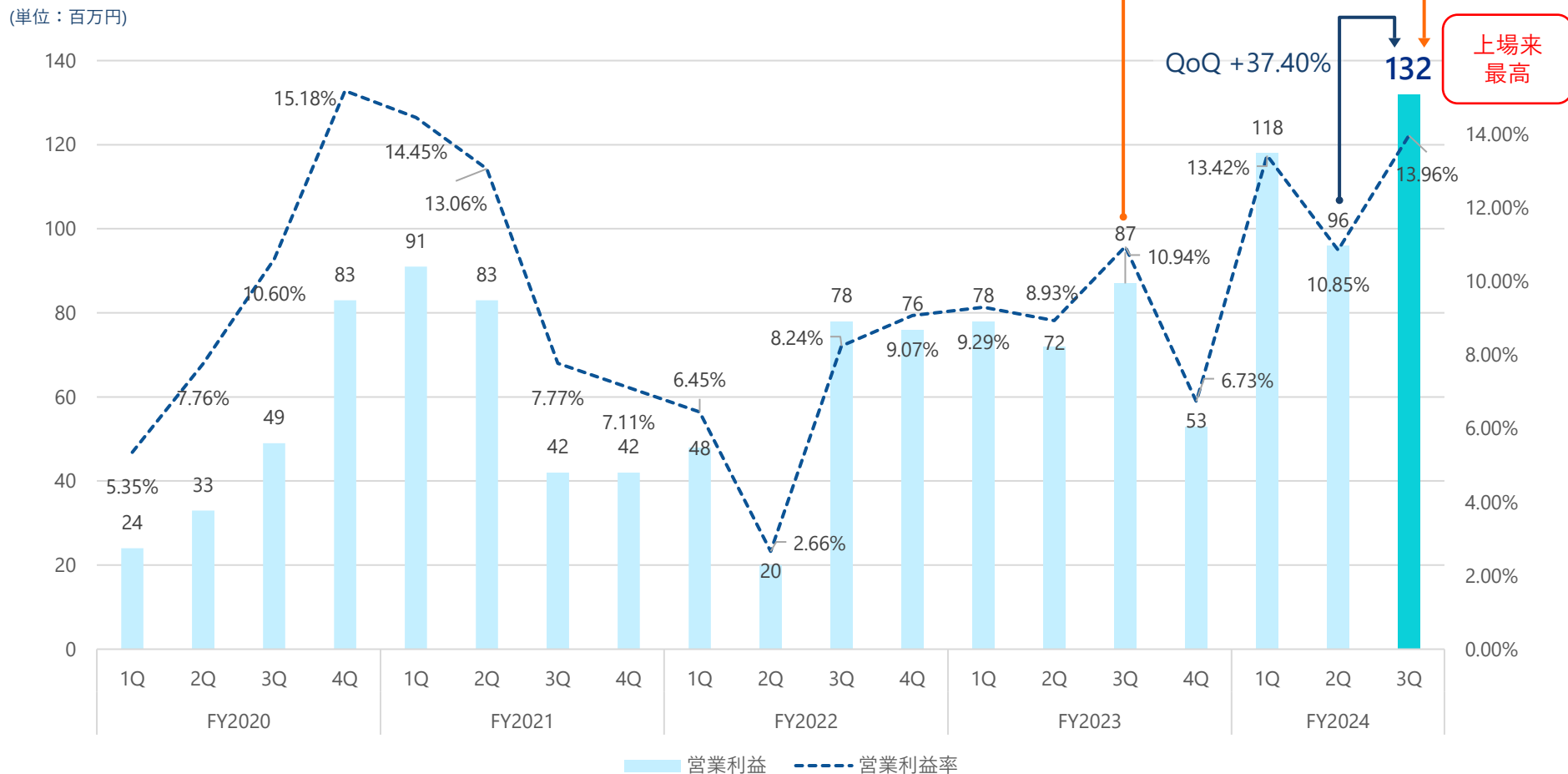


(※1) FY2021.2Qにおけるビジネスチャット事業の譲渡に伴い、FY2021.3Q以降「その他」売上が減少しております。
 (※2) メッセージング売上(国内)比率：メッセージング売上全体における、メッセージング売上(国内)の比率



営業利益（四半期毎推移）

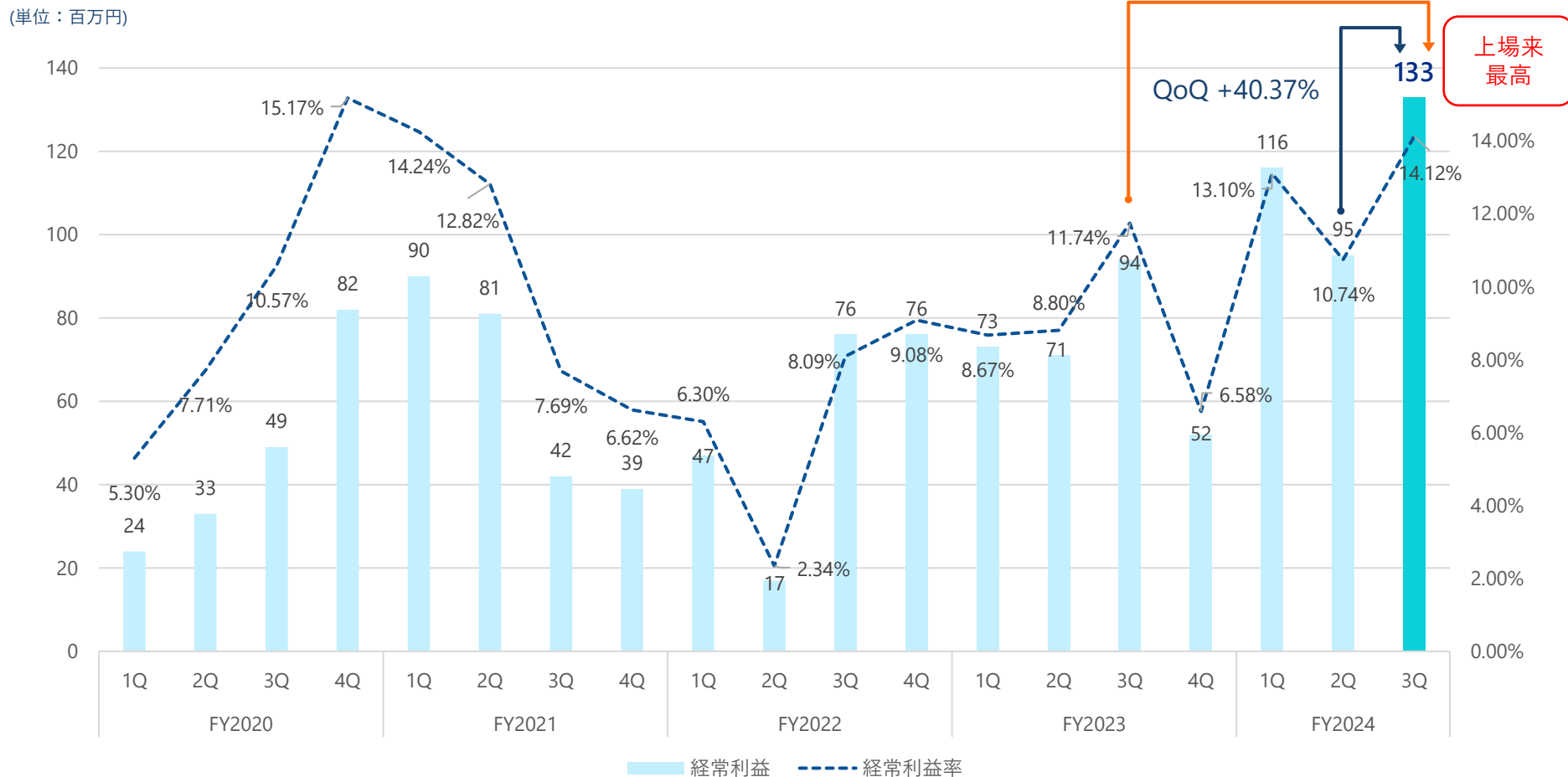
- 前四半期比は、売上高の増加に伴い36百万円の大幅増益（+ 37.40%）、前年同期比においても、44百万円の大幅増益（+ 51.05%）





経常利益（四半期毎推移）

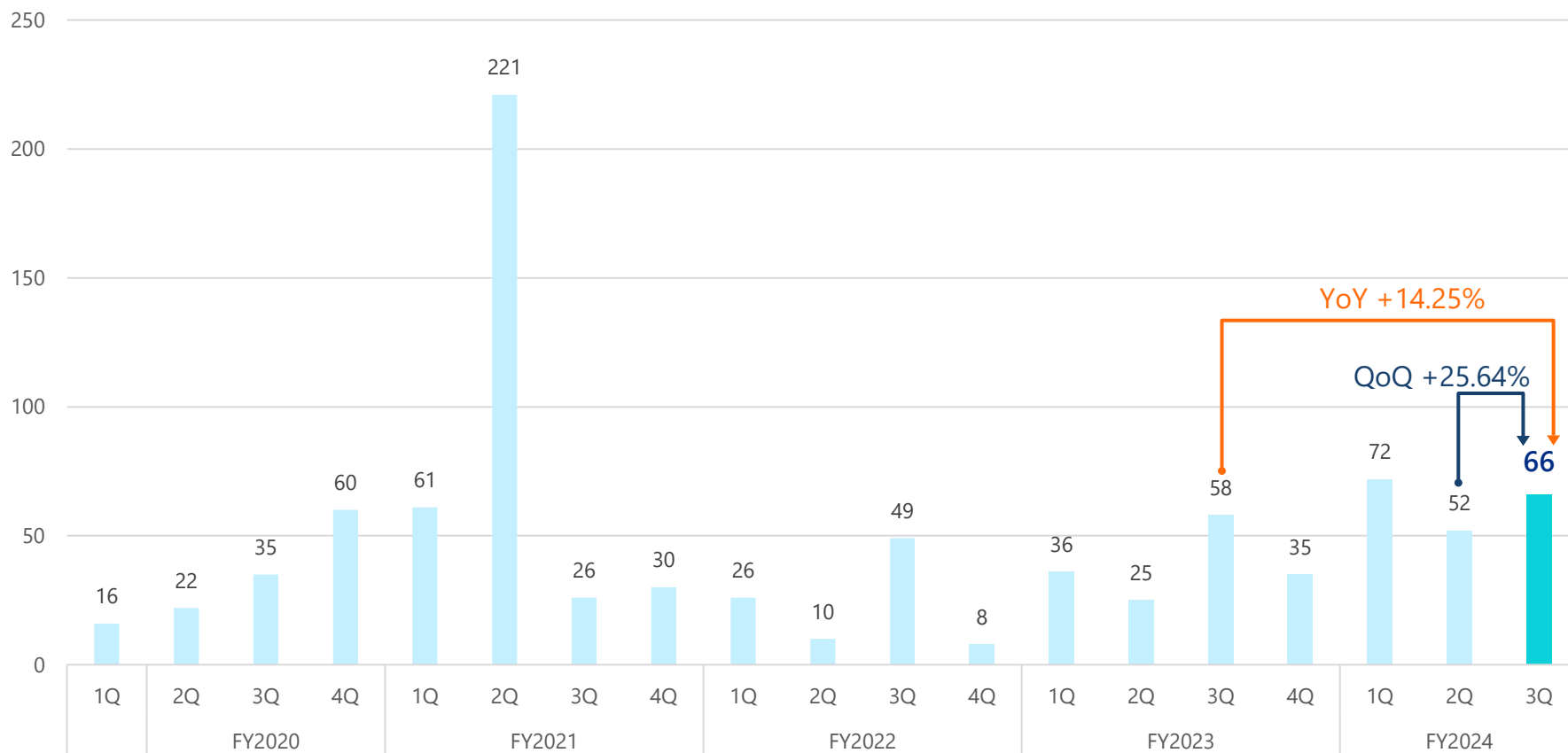
- 営業利益と同様の推移



四半期純利益（四半期毎推移）

- 前四半期比においては、FY2024.3Qに投資有価証券の評価損失16百万円が発生したものの、経常利益の増加により13百万円の増益（+25.64%）、前年同期比においても、8百万円の増益（+14.25%）

(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

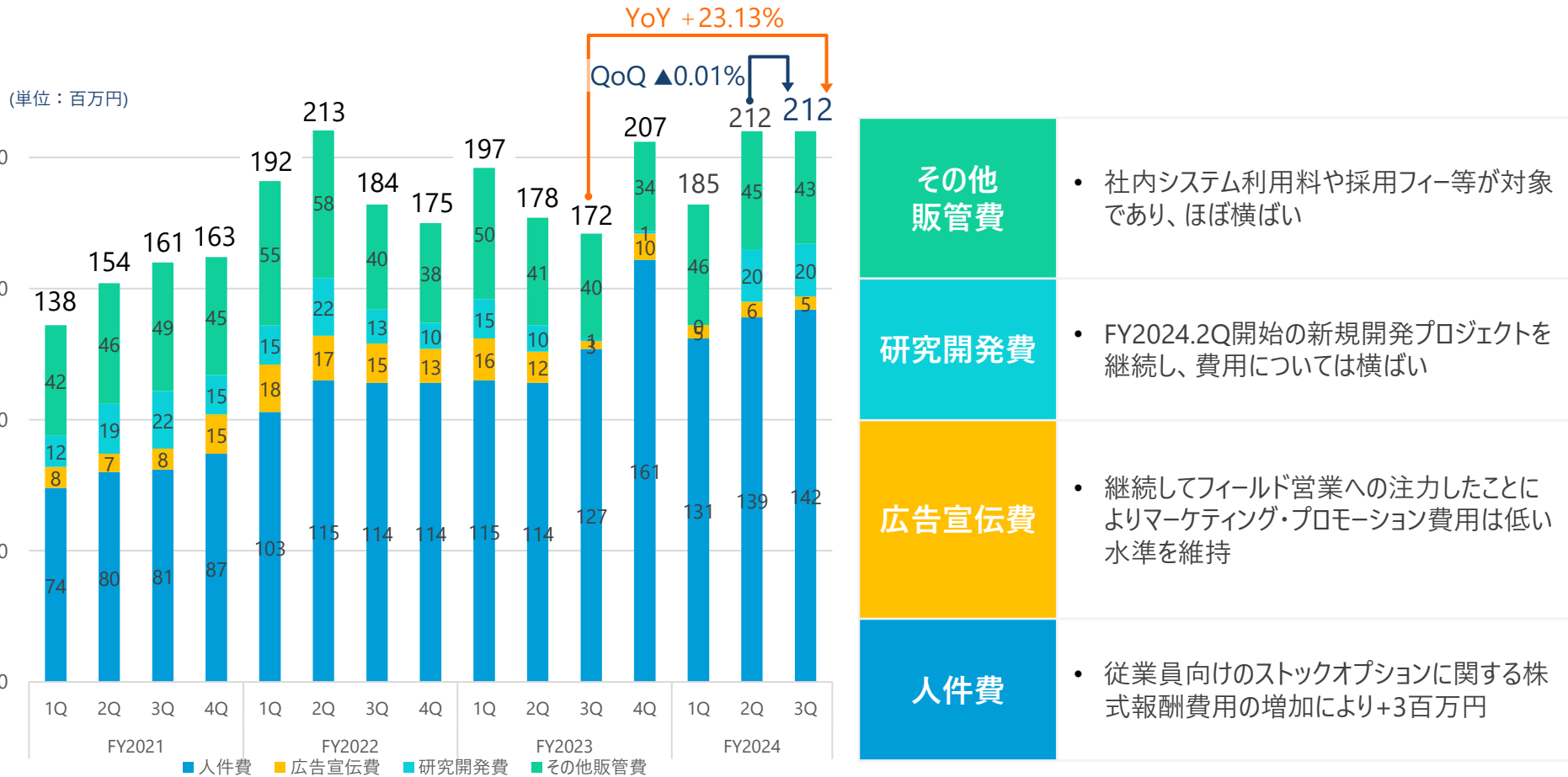
前事業年度より収益性の高い国内顧客に注力した結果、売上高は上場来最高を達成
営業利益・経常利益は第1四半期から上場来最高を継続中

(単位：百万円)

	2024年12月期 第3四半期	2023年12月期 第3四半期	増減額	前年同期比
売上高	2,721 上場来最高	2,453	+267	+10.91%
営業利益	347 上場来最高	238	+109	+45.84%
経常利益	345 上場来最高	238	+106	+44.82%
親会社株主に帰属する 当期純利益	192	120	+68	+59.11%

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、概ね横ばい (▲0.01%)
- 前年同期比においては、新規開発プロジェクトおよび一時的な業務委託費の増加により39百万円の増加 (+23.13%)
- 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。



FY2024業績予想進捗



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

- FY2024.1Qから継続して事業全体が堅調に推移したことにより、3Q時点で各段階利益は通期業績予想を一時的に達成
- 2024年8月14日公表の「株主優待制度導入に関するお知らせ」のとおり、2024年12月末日時点の株主が確定しないと見積もれない費用が、FY2024.4Qにて発生する予定

(単位：百万円)

	FY2024.3Qまでの 累計実績	通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売上高	2,721	3,260	83.49%
営業利益	347	300	115.87%
経常利益	345	295	117.06%
四半期純利益 (当期純利益)	192	175	109.79%

(※) 2024年8月14日開示の「株主優待制度導入に関するお知らせ」のとおり、株主優待制度導入による費用については、現在精査中のため、通期業績予想にあたる影響は、未確定となっております。業績進捗の状況を踏まえて、影響がある場合は速やかに開示します。



FY2024.3Q KPIサマリー



KPIサマリー（四半期状況）

取引社数

6,935 社 (FY2024.3Q末時点)

前四半期比 +4.30% 

前年同期比 +13.76% 

SMS配信数

196.9 百万通

前四半期比 +8.27% 

前年同期比 +20.94% 

メッセージングサービス
ARPU（顧客平均売上高）※

13.8 万円／社

前四半期比 +2.09% 

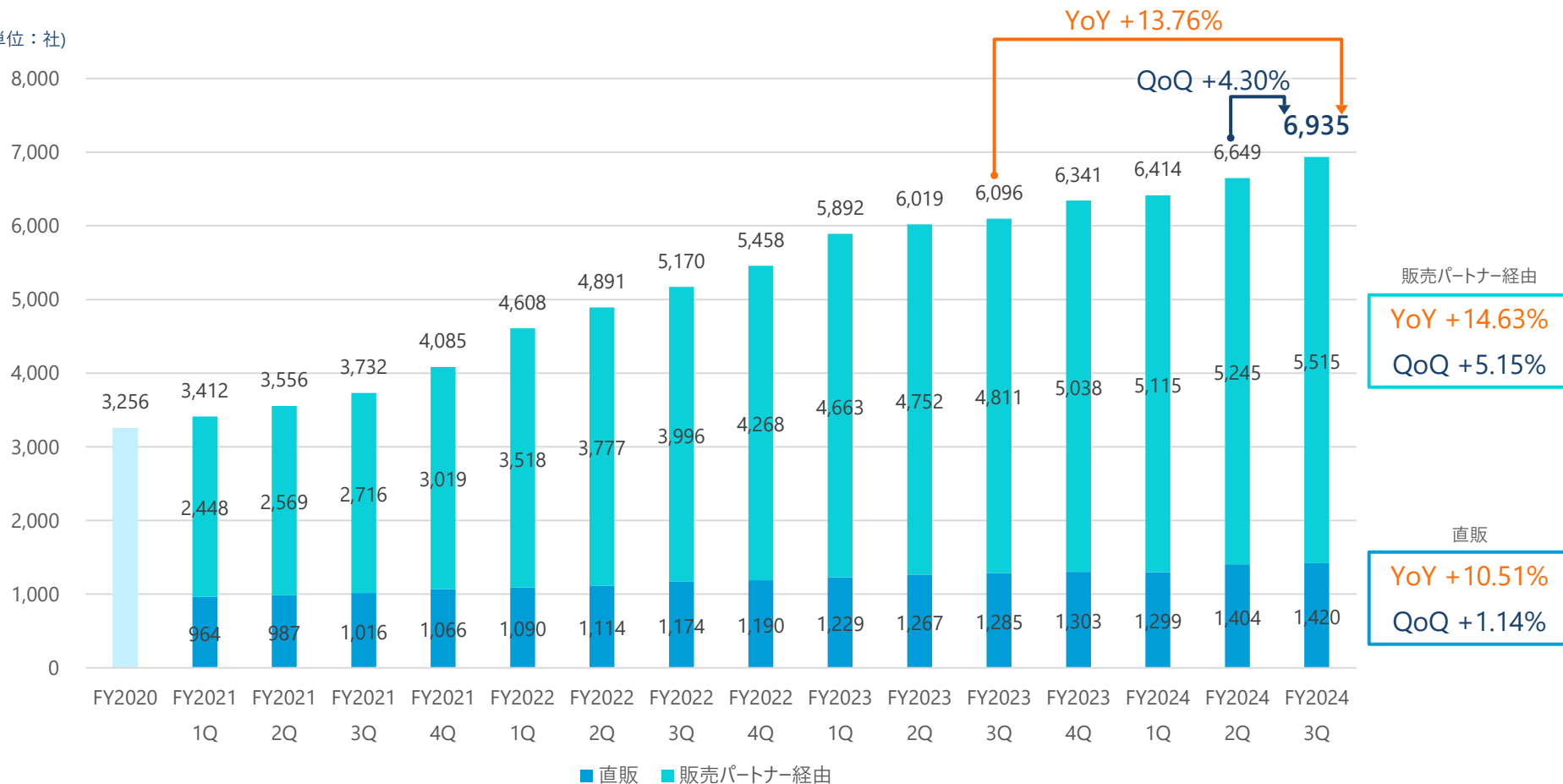
前年同期比 +3.08% 

（※） FY2024.3Q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286社の増加（+4.30%）、前年同期比で839社の増加（+13.76%）
- 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)

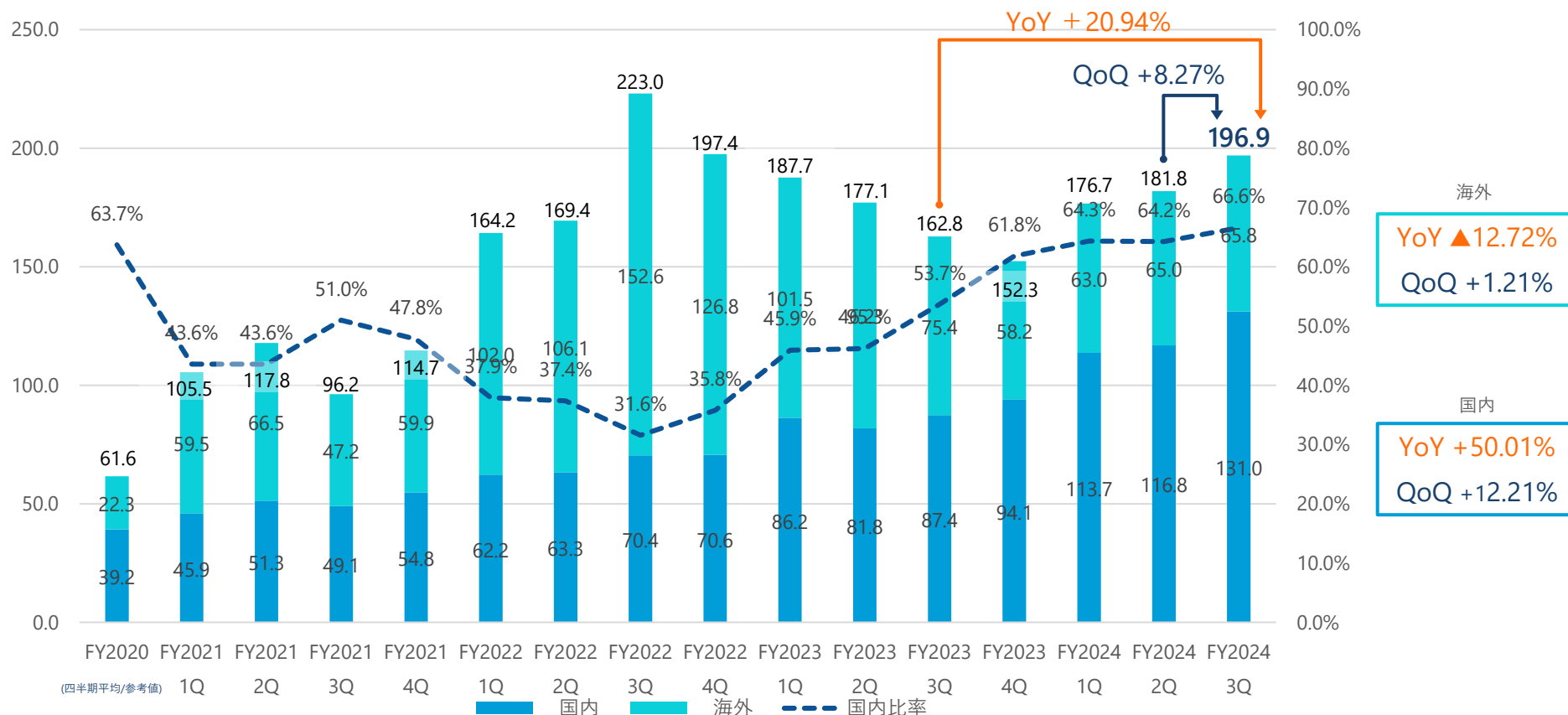


(※) FY2020に関しては四半期ごとの内訳データがないため各期末の数値

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14.3百万通の増加 (+12.21%)、SMS配信数合計は15.0百万通の増加 (+8.27%)
- 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43.7百万通の増加 (+50.01%)

(単位：百万通)

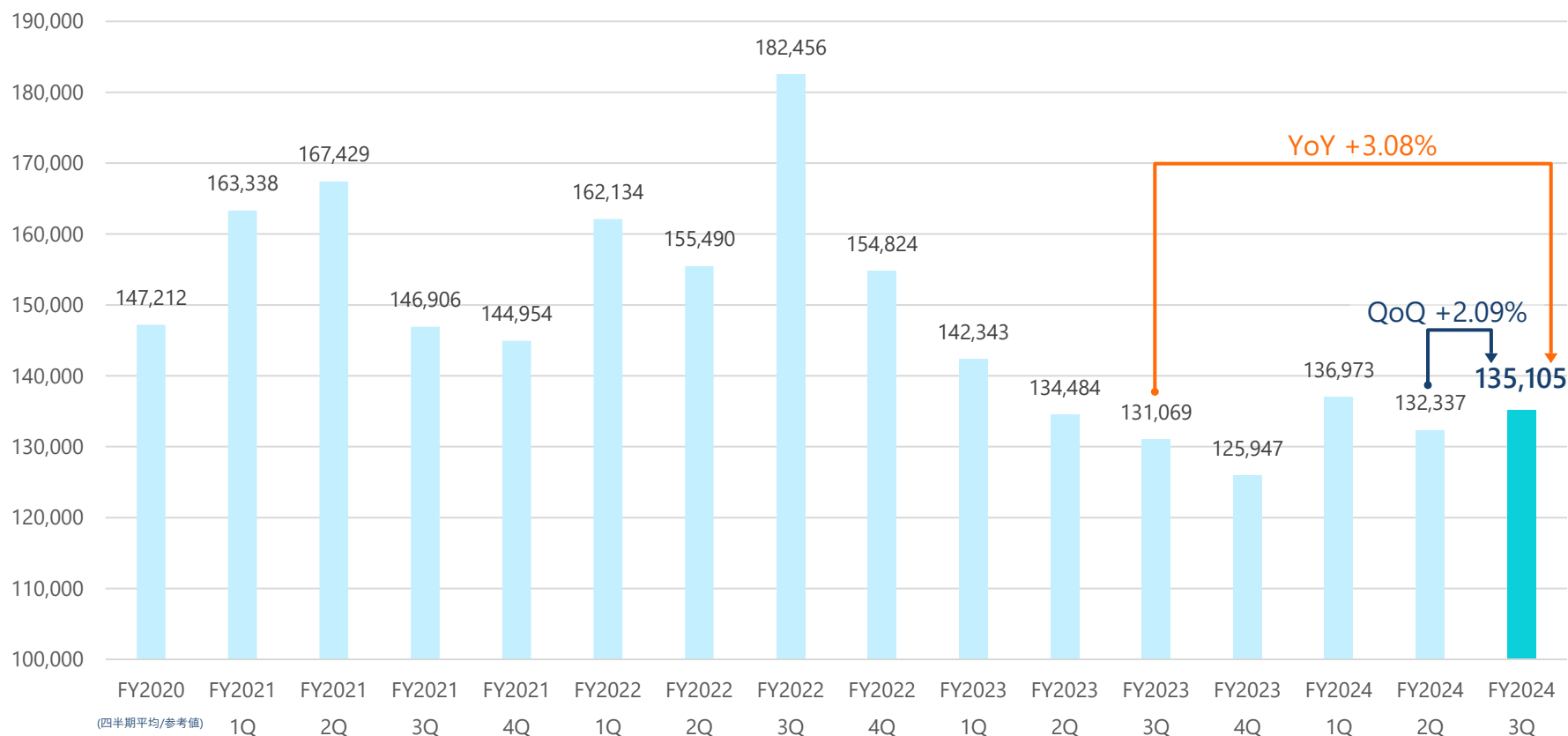


(※) FY2020は国内および海外の四半期毎の内訳データがないため、年間のSMS配信総数を4で割った参考数値

メッセージングサービスARPU（顧客平均売上高）


- 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、前四半期比で2,768円の増加（+2.09%）
- 前年同期比においても、前四半期同様に4,036円の増加（+3.08%）

(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

A decorative horizontal bar on the left side of the slide, consisting of a dark blue rounded rectangle transitioning into a lighter cyan rounded rectangle.

FY2024.3Q ビジネスラインの状況

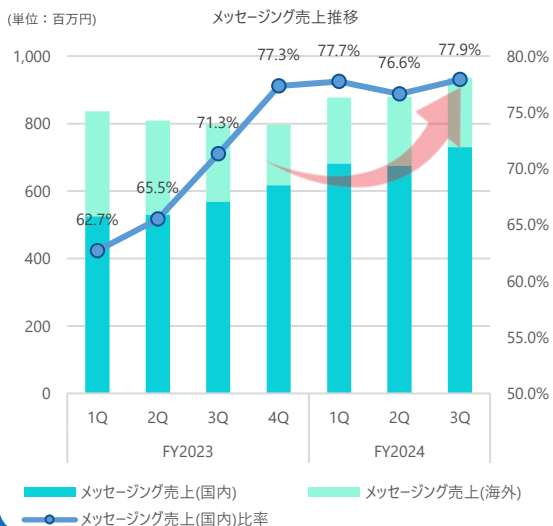
メッセージングサービス：顧客ポートフォリオ転換に向けた注力施策

- 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77.9%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を活用し、統合型ソリューションサービスを提案
また、絶対リーチ！RCSをリリースし、SMSに加えRCSをタッチポイントの更なるツールとして提供 **絶対リーチ！RCS**

絶対リーチ！RCS

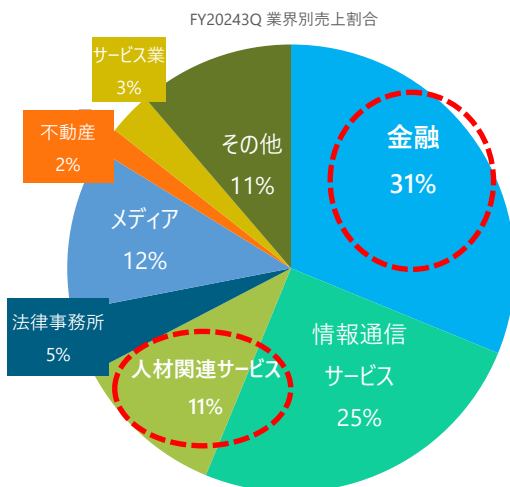
① 継続して国内顧客へ注力

国内比率は77.9%
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



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



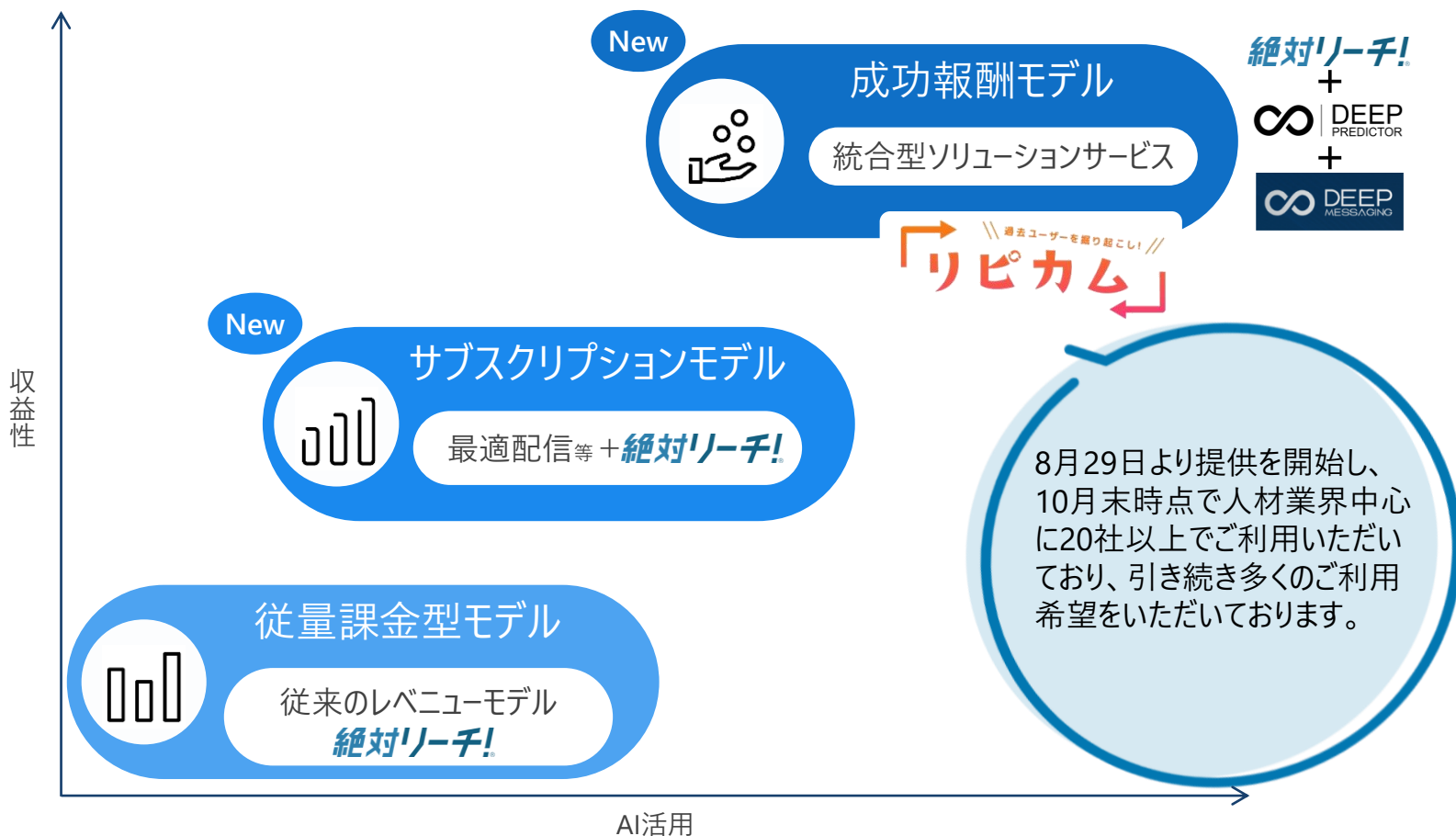
カスタマージャーニーにおける課題にSMSおよびRCSを活用し、
タッチポイント増加の事例を蓄積

(※) 詳細はP.30「FY2024.2Q：業界特化施策状況」を参照ください。



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.32「目指すべきレベニューモデル」を参照ください。

「新規出店時の売上予測 シンプルプラン」を提供開始



■新規出店時の売上予測 シンプルプランとは

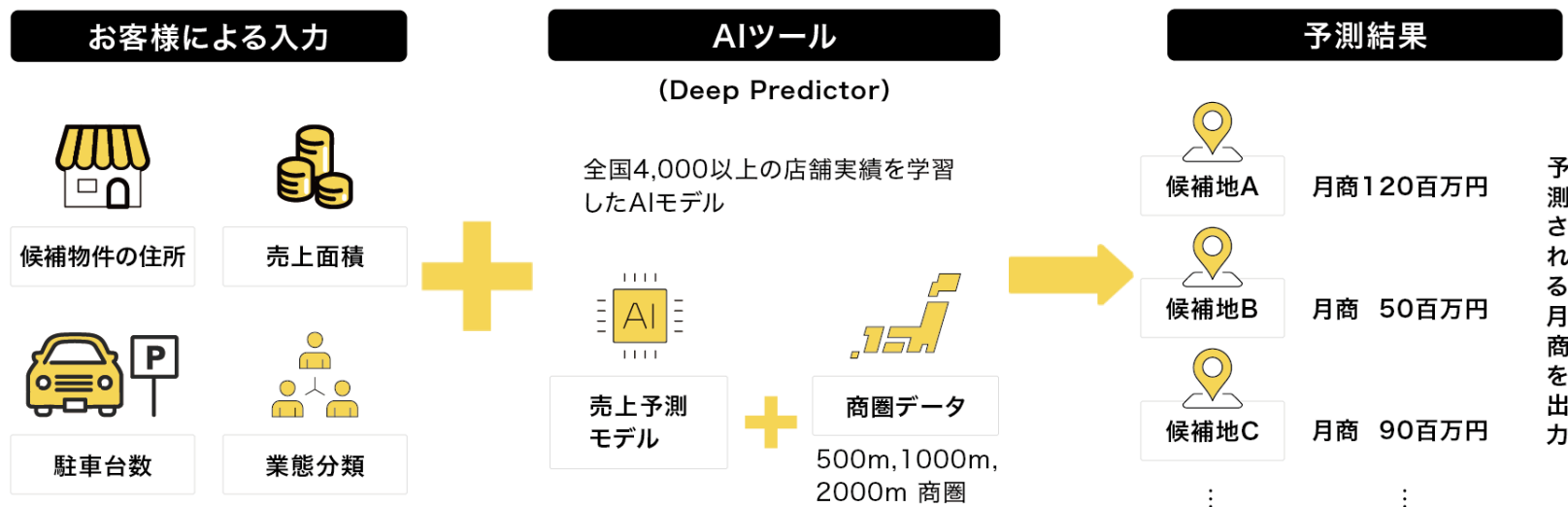
本プランは、全国4,000店舗以上の売上実績データを学習したAIモデルを活用し、データの準備が不要で、簡単な情報を入力するだけで誰でも手軽に売上予測を行えるプランです。

また、お申し込みから最短1営業日でご利用可能です。

月額数万円から利用可能で、店舗開発業務における工数削減や業務の属人化の解消を実現し、出店成功率の向上と退店の減少に貢献します。

<p>POINT.01</p> <p>全国4,000店舗の 実績データから導く売上予測 競合店舗や商圈情報も考慮</p>	<p>POINT.02</p> <p>データの準備不要 簡単2ステップ お客様によるデータの準備は 必要ありません</p>	<p>POINT.03</p> <p>費用が安く 始めやすい 月額数万円からご利用が可能</p>
--	---	--

■新規出店時の売上予測 シンプルプランの利用ステップ





AI関連の取り組み（FY24.3Q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. 大手スーパーにおける仕入最適化
過去の売上・在庫データや外部データを学習し、惣菜や日配品の需要を予測し、仕入を管理
2. 業界特化型のプラットフォームにおける新規出店候補地の売上予測
過去のデータより地域や業界特性を考慮した分析モデルを構築し、売上予測を高精度化
3. 小売店向けの基幹システムと売上予測AIの連携
小売店向けシステムと売上予測AIとしてのDeep Predictorの連携

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。



Topics

「絶対リーチ！RCS」を提供開始

～RCSを活かした独自の強みで、企業とユーザーのコミュニケーションを革新～

当社は「絶対リーチ！RCS」の提供を開始いたしました。RCSはファイルの送受信やコンテンツの共有も可能で開封率・クリック率が高く、近年世界中で普及が広がっているメッセージサービスです。電話やメールをはじめとする「従来のコミュニケーション」では難しかった課題の解決が実現できるため、顧客のビジネスにより一層貢献できると考えています。

2024年10月末時点で導入社数は30社を突破いたしました。

絶対リーチ!RCS

Rich: 動画や画像ファイルのようなリッチコンテンツも配信可能

Communication: 双方向のコミュニケーションスタイル

Service: 世界的に注目がする新しいメッセージングサービス

ファイル送信 (PW付も可能)

進化したUI/UX

1 シナリオ機能 (Webチャットボット) **国内初** ※1

1 4種送り分け **国内初** ※2

スマホ双方向



■主な特徴

- ① 公式アカウントを発行 (キャリアの認証を受けた企業のみ利用可能)
- ② 高いカバレッジ (電話番号のみでメッセージ配信可能)
- ③ 高い視認性
- ④ リッチコンテンツ
- ⑤ 長文配信、リッチカード・カルーセル
- ⑥ 緻密な開封確認

※1：RCSやSMSとWebチャットボットを組み合わせ、配信できる機能。Webチャットボットはノーコードで作成可能。2024年9月現在、国内SMS会社の中で初。当社調べ。

※2：RCSとSMSを4種類のパターンで送り分けができ、利便性高いメッセージ配信ができる機能。2024年9月現在、国内SMS会社の中で初。当社調べ。

絶対リーチ！RCSの概要はこちら ▶ <https://aicross.co.jp/zettai-reach-rcs/>

東京建物不動産販売の成功事例を発表

(統合型ソリューションサービス活用事例)

東京建物不動産販売

TOKYO TATEMONO GROUP

従来の紙業務から脱却した新たなアンケート手法により、アンケート回収率が**3.8%**増加！さらに**30%**のコスト削減も実現

■課題

- ・アンケートの回収率が低く、郵送でのアンケート回答だったため、業務効率も悪かった
- ・オーナー様の回答に対する負担軽減と効率化を実現したかった

■提供ソリューション（統合型ソリューションサービス「リピカム」）

- ①SMSとWebチャットボットを統合しアンケート回答率をUP
- ②配信代行による最適な配信運用を提供
- ③Webチャットで取得したアンケート結果をデータ分析し、回答結果分析を効率化

■導入後の効果

- ・アンケート回収率が**3.8%**増加
- ・**30%**のコスト削減
- ・アンケート結果のデータ化による集計作業の大幅な時間短縮（手作業からの脱却）

■リピカムの実績と今後について

人材業界を中心に20社以上の企業様に利用を頂いています。過去登録者掘り起こしを月数十名～100名程コンスタントに実施出来ている企業もあり、企業の売上向上に寄与しています。

今後は、人材業界での更なる価値提供を行うことと、他業界にも拡大をすることで、企業と顧客との効率的で利便性の高いコミュニケーションの実現を目指して取り組んで参ります。

