



## 2025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)

2025.11.14

# FY2025.3Q 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。



## 売上高

**983** 百万円

前四半期比 ▲0.81%

前年同期比 +3.71%

## 営業利益

**106** 百万円

前四半期比 +301.01%

前年同期比 ▲19.27%

## 経常利益

**107** 百万円

前四半期比 +300.61%

前年同期比 ▲19.40%

## 四半期純利益

**52** 百万円

前四半期比 +65百万円 (※1)

前年同期比 ▲21.11%

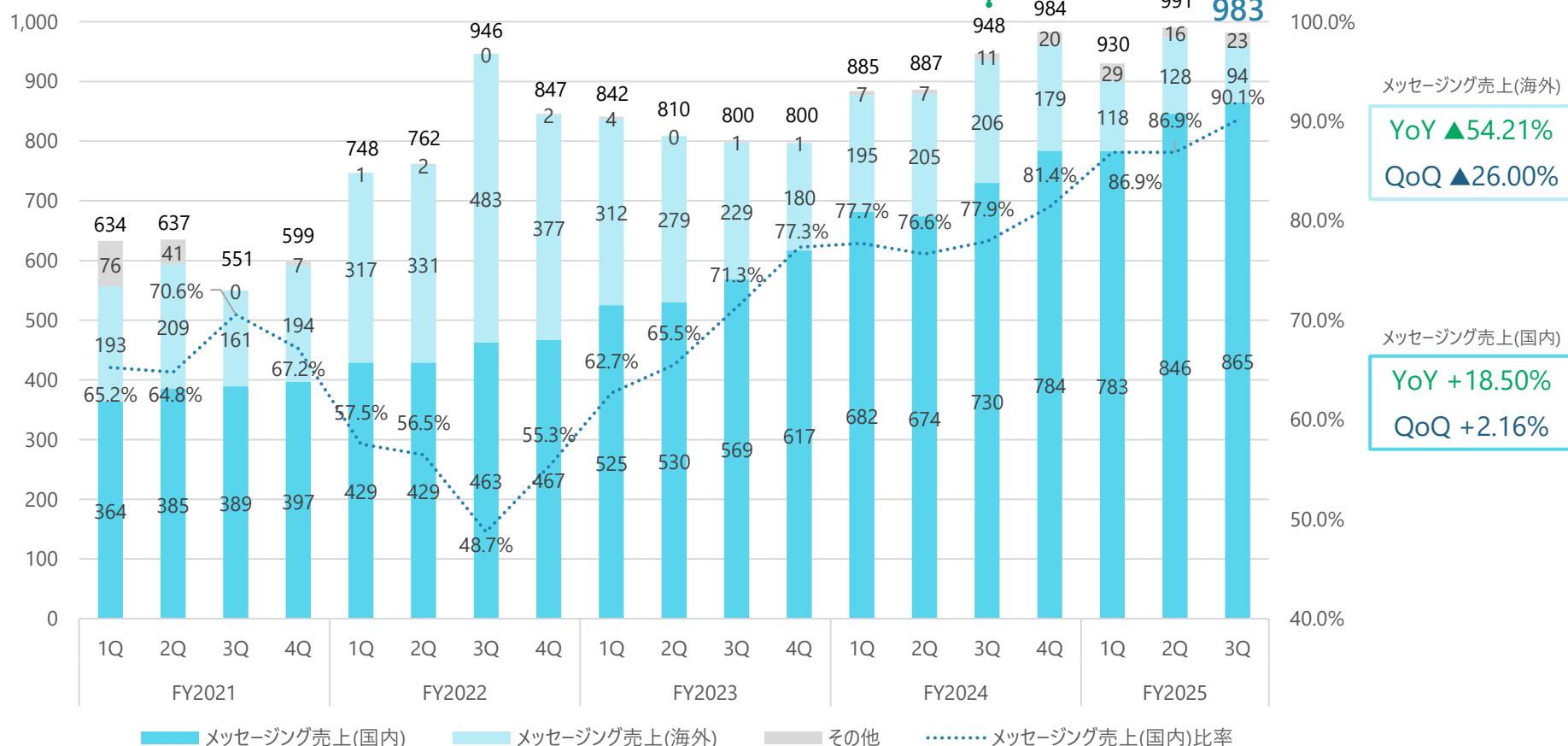
(※1) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用の計上があり四半期純利益はマイナスとなっております。  
従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



# 売上高（四半期毎推移）

- 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、海外顧客の配信数が減少し、前四半期比で売上高合計は8百万円減収（▲0.81%）したものの、国内顧客のメッセージング売上は18百万円の増収（+2.16%）
- 前年同期比においては、売上高合計は35百万円の増収（+3.71%）、うちメッセージング国内売上高は135百万円の増収（+18.50%）

【単位：百万円】

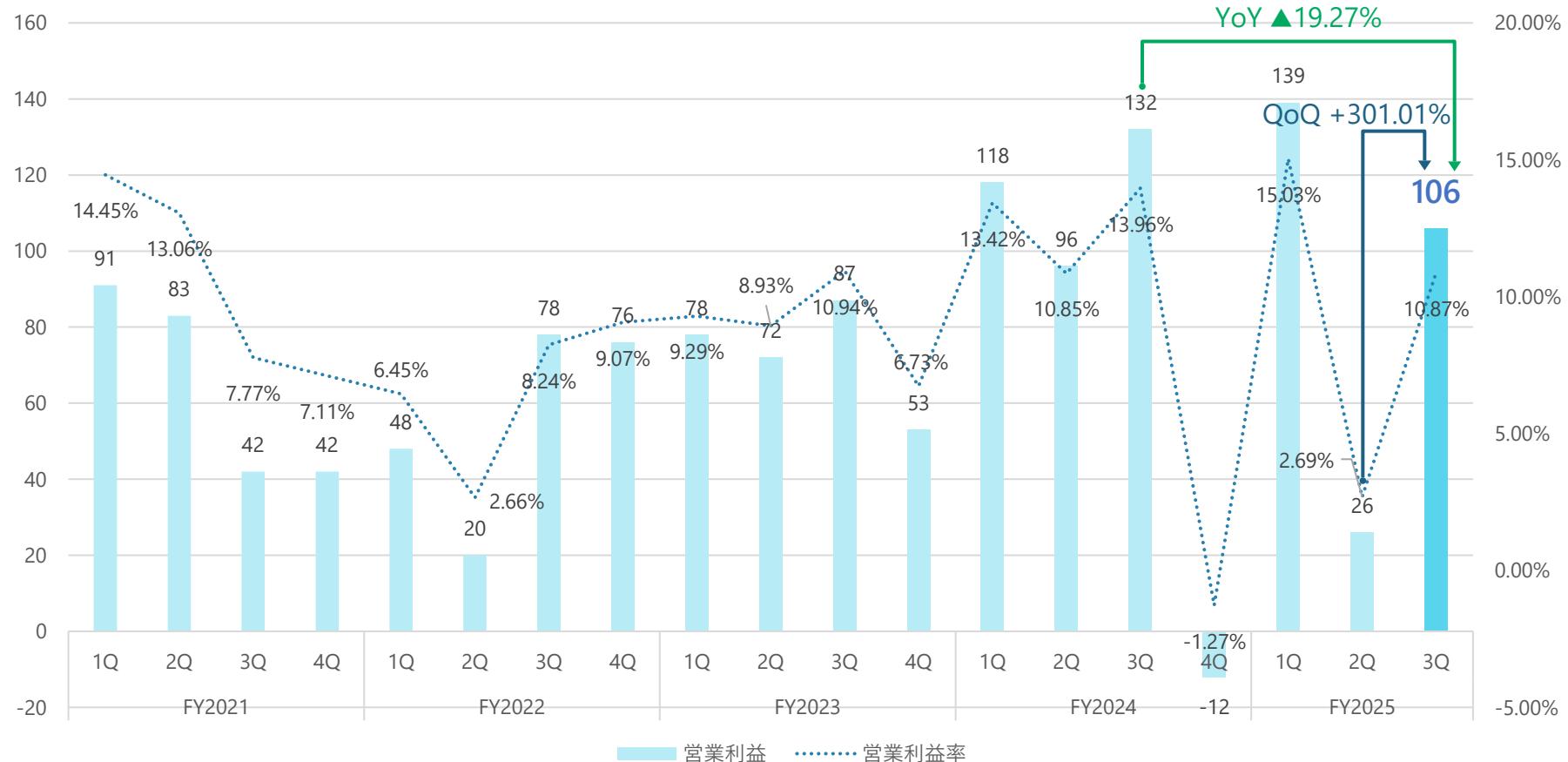




## 営業利益（四半期毎推移）

- FY2025.2Qに2025年6月末基準の株主優待費用の計上の影響で、前四半期比は80百万円の増益 (+301.01%)
- 株式会社ロウプの子会社化に関する株式取得手続き費用等の影響により、前年同期比においては25百万円の減収 (▲19.27%)

【単位：百万円】

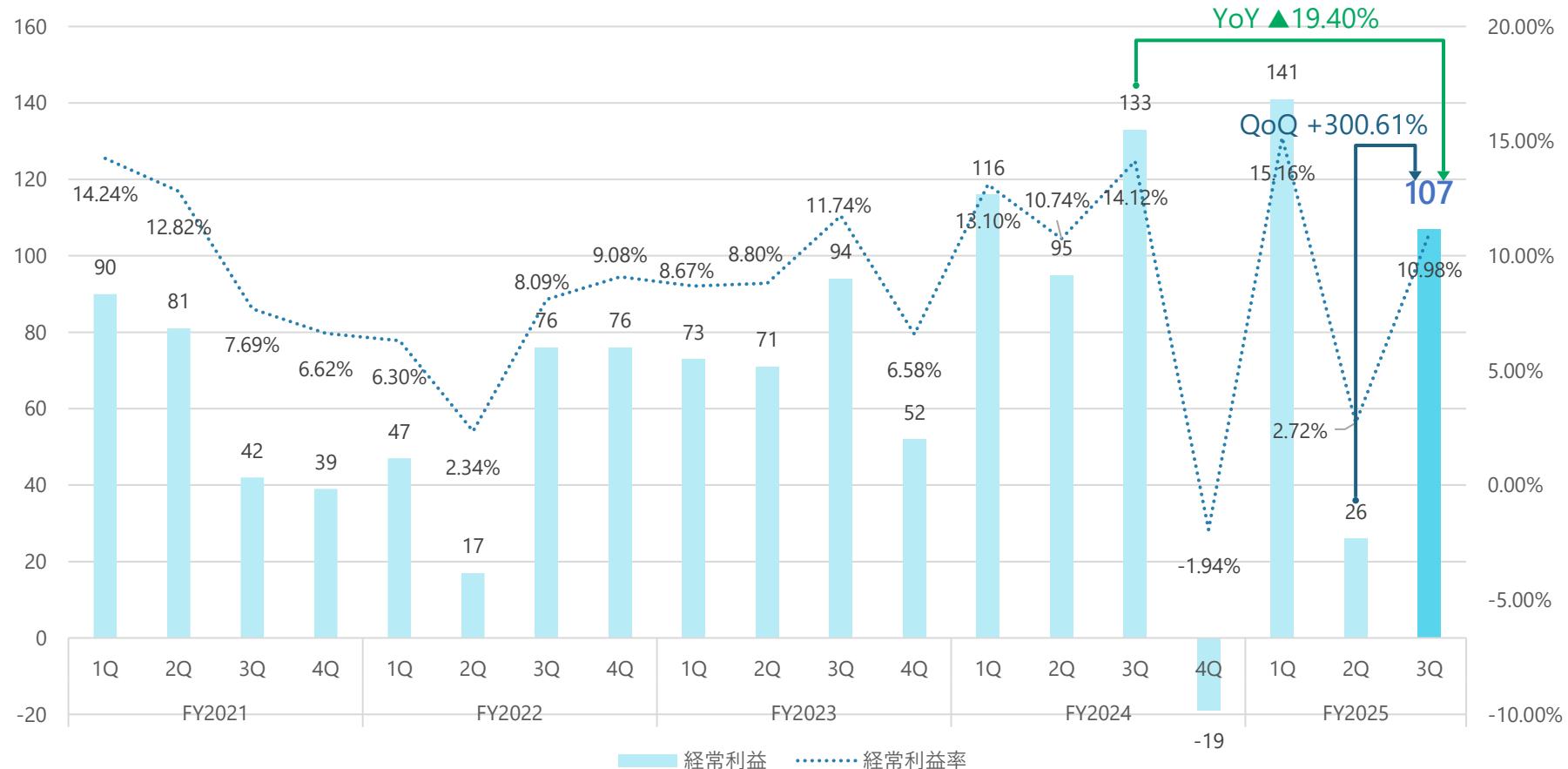




## 経常利益（四半期毎推移）

- ・ 営業利益と同様の推移

【単位：百万円】

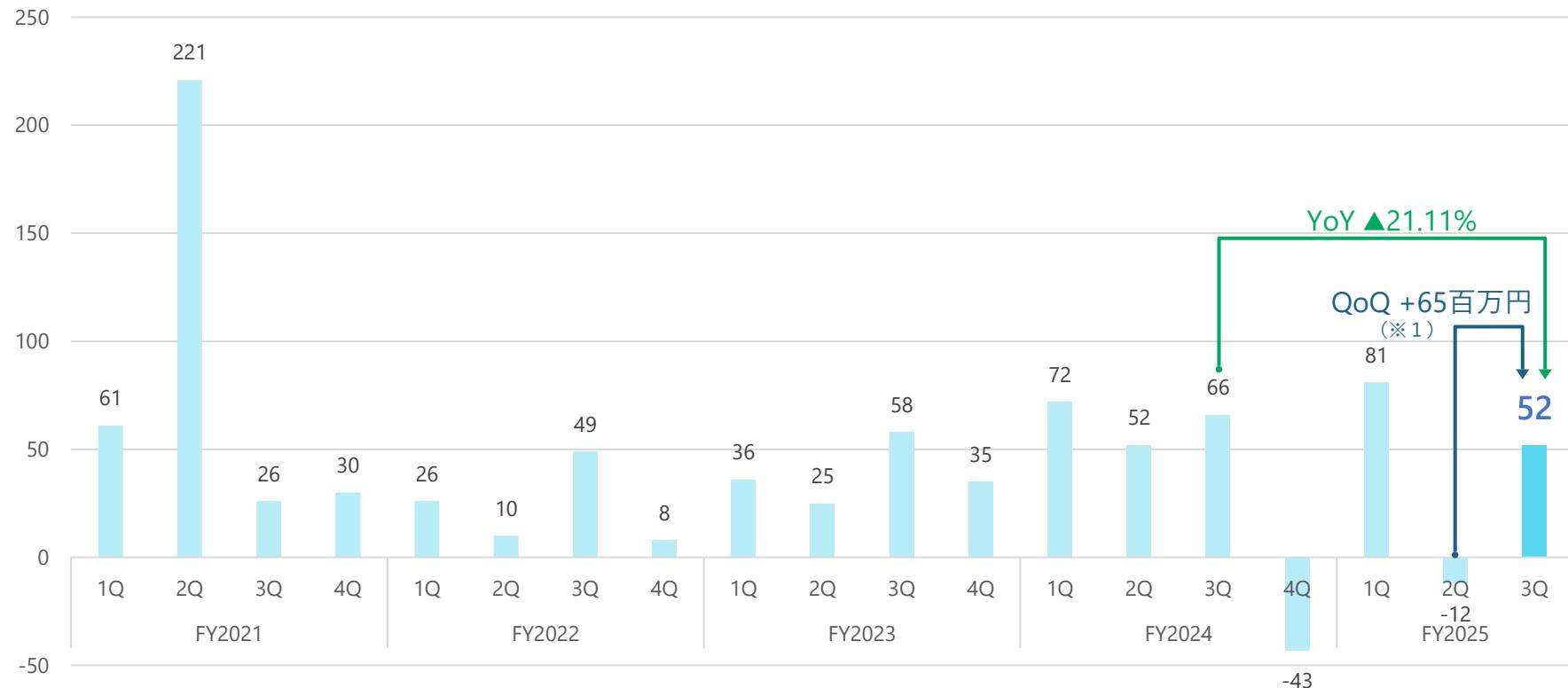




# 四半期純利益（四半期毎推移）

- ・ 経常利益と同様の推移

【単位：百万円】



(※1) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用の計上があり四半期純利益はマイナスとなっております。  
従って、前四半期比においては増減額で比較しております。

売上高は上場来最高

一方、2025年12月期より株主優待関連費用を第2四半期に計上し、また第3四半期に  
株式会社ロウプの子会社化に関連する株式取得手続き費用等が発生したこと、各段階利益は前年同期比で減少

【単位：百万円】

	2025年12月期 第3四半期	2024年12月期 第3四半期	増減額	前年同期比
売 上 高	2,905	2,721	+183	+6.75%
営 業 利 益	273	347	▲74	▲21.33%
経 常 利 益	275	345	▲69	▲20.09%
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益	120	192	▲71	▲37.05%



(参考) 調整後前年同連結累計期間比

**AI CROSS**  
Smart Work, Smart Life

## 2025年6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

2025年6月末基準の株主優待関連費用により各段階利益は減少したが、

その影響を除外すると、売上高は堅調に推移

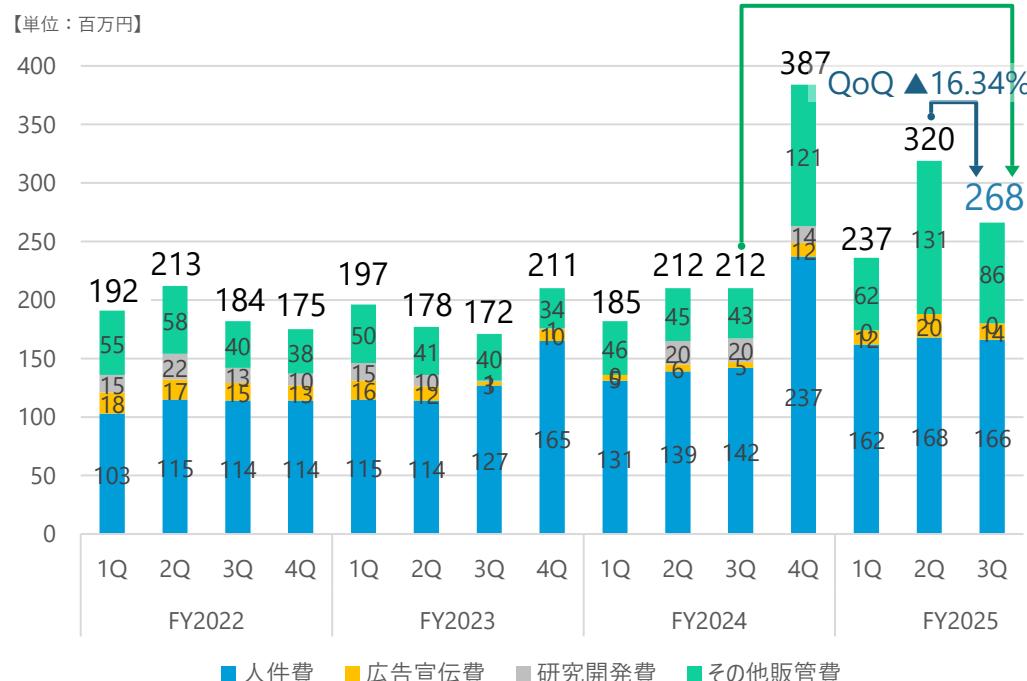
【単位：百万円】

	2025年12月期 第3四半期	2024年12月期 第3四半期	増減額	前年同期比
売 上 高	2,905	2,721	+183	+6.75%
調整後営業利益 ※株主優待関連費用除く	352	347	+4	+1.34%
調整後経常利益 ※株主優待関連費用除く	354	345	+9	+2.73%
調整後 親会社株主に帰属する 四半期純利益 ※株主優待関連費用除く	199	192	+7	+3.95%



# 四半期毎 販売費および一般管理費推移（四半期毎推移）

- 前年同期比においては、従業員数の拡充に伴う人件費やシステム利用料、株式会社ロウプの子会社化に関する株式取得手続き費用等の増加により55百万円の増加 (+26.25%)
- 前四半期比の分類毎の変動理由は以下の通り



## 前四半期比の分類毎の主な変動内容



- 株式会社ロウプの子会社化に関する株式取得手続き費用等が増加したものの、FY2025.2Qに発生した株主優待関連費用が減少し、55百万円の減少
- FY2024.4Qまでに計画した新規開発プロジェクトは完了
- 「リピカム」や「Deep Predicotr」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
- 概ね横ばい

(※ 1) 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。



- ・引き続き、事業全体が堅調に推移しており、売上・利益ともに概ね計画通りの進捗率で推移
- ・第2四半期に2025年6月末基準の株主優待に係る費用を計上
- ・第4四半期に2025年12月末基準の株主優待に係る費用の計上を予定
- ・2025年9月19日開催の取締役会において、2025年10月1日付で株式会社ロウプの株式を取得し、子会社化することについて決議いたしました。本件がFY2025業績予想に与える影響について現在精査中であり、今後、公表すべき事項が生じた場合には速やかに開示いたします。

【単位：百万円】

	FY2025.3Q	通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売 上 高	2,905	4,300	67.56%
営 業 利 益	273	400	68.37%
経 常 利 益	275	390	70.76%
四 半 期 純 利 益 (当期純利益)	120	210	57.59%

# FY2025.3Q KPIサマリー



## 取引社数

**7,999 社**

(FY2025.3Q末時点)

前四半期比 +3.63% 前年同期比 +15.34% 

## SMS配信数

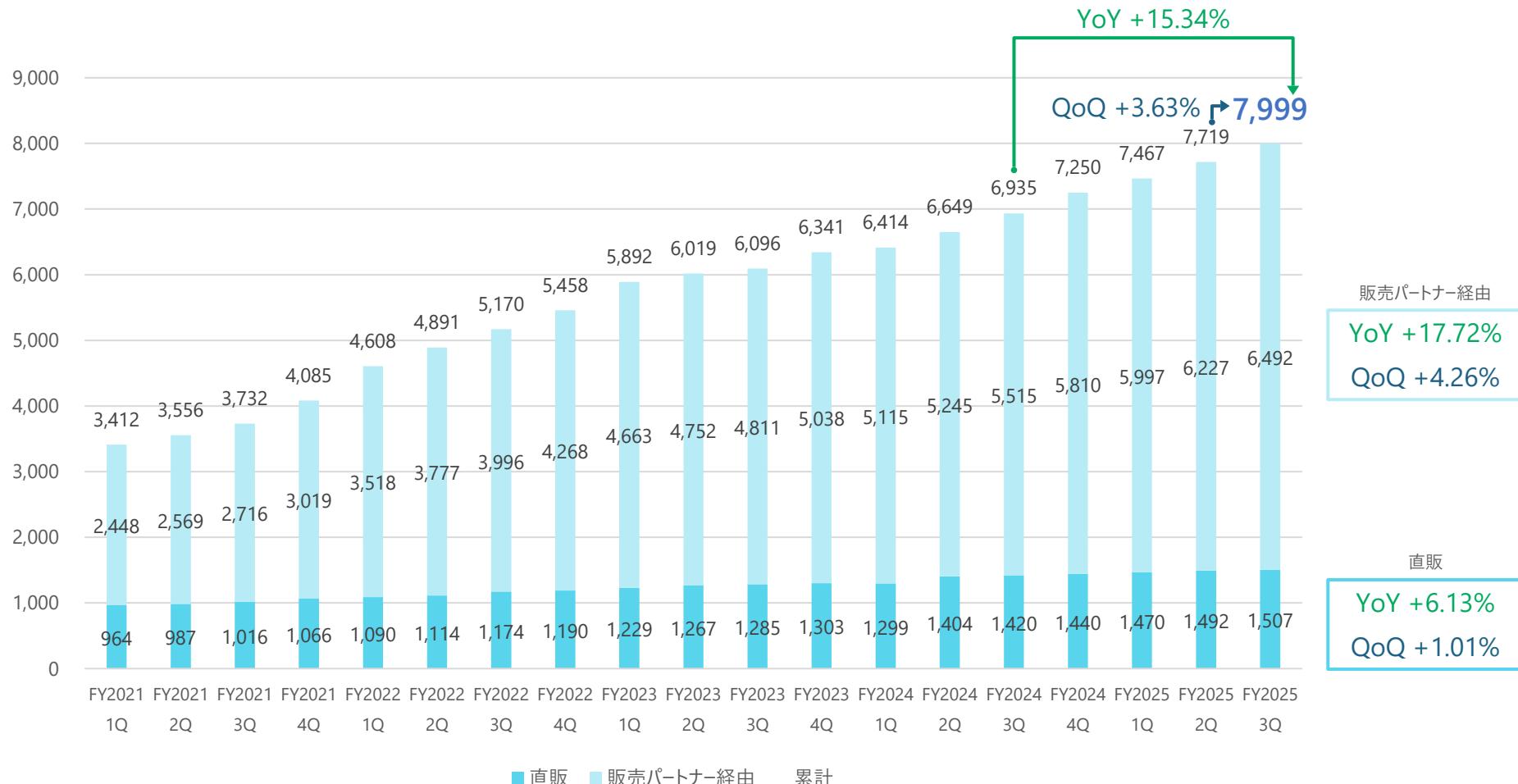
**191.0 百万通**前四半期比 ▲5.85% 前年同期比 ▲2.95% メッセージングサービス  
ARPU（顧客平均売上高）※**11.9 万円／社**前四半期比 ▲4.98% 前年同期比 ▲11.18% 

(※) FY2025.3Q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



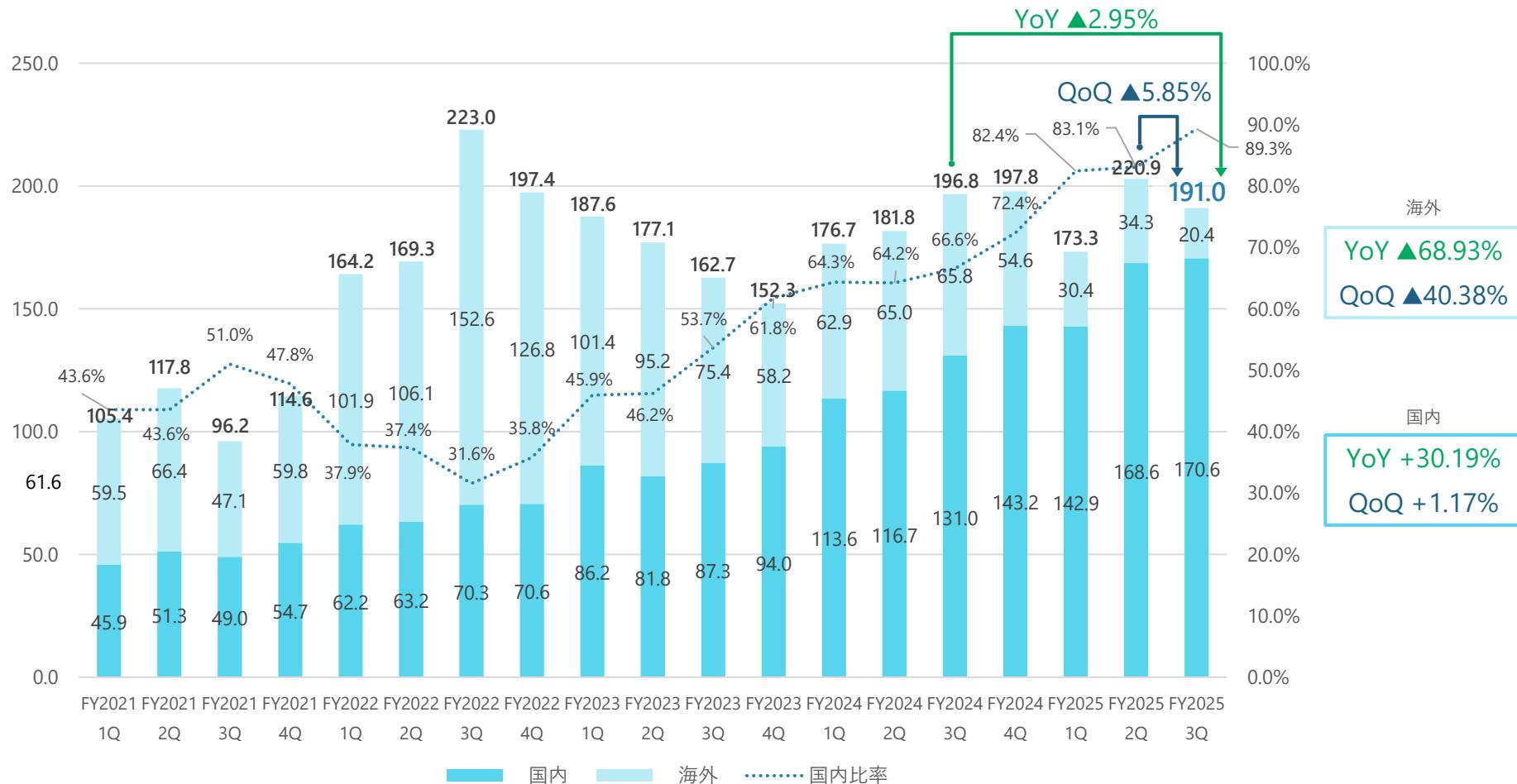
## メッセージングサービス取引社数

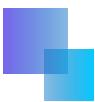
- 販売パートナー企業経由の顧客増加等により引き続き堅調な伸びを維持しており、前四半期比で280社の増加 (+3.63%)、前年同期比で1,064社の増加 (+15.34%)
- SMSと親和性の高い顧客アセットを保有する販売パートナーとの取り組みに集中し、国内顧客の獲得強化を継続





- 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ことにより、海外顧客の配信数が減少し、前四半期において、SMS配信数合計は11.9百万通減少（▲5.85%）したものの、国内顧客のSMS配信数は2.0百万通の増加（+1.17%）
- 前年同期比においても、前四半期同様に、SMS配信数合計は5.8百万通減少（▲2.95%）したものの、国内顧客のSMS配信数は39.6百万通の増加（+30.19%）

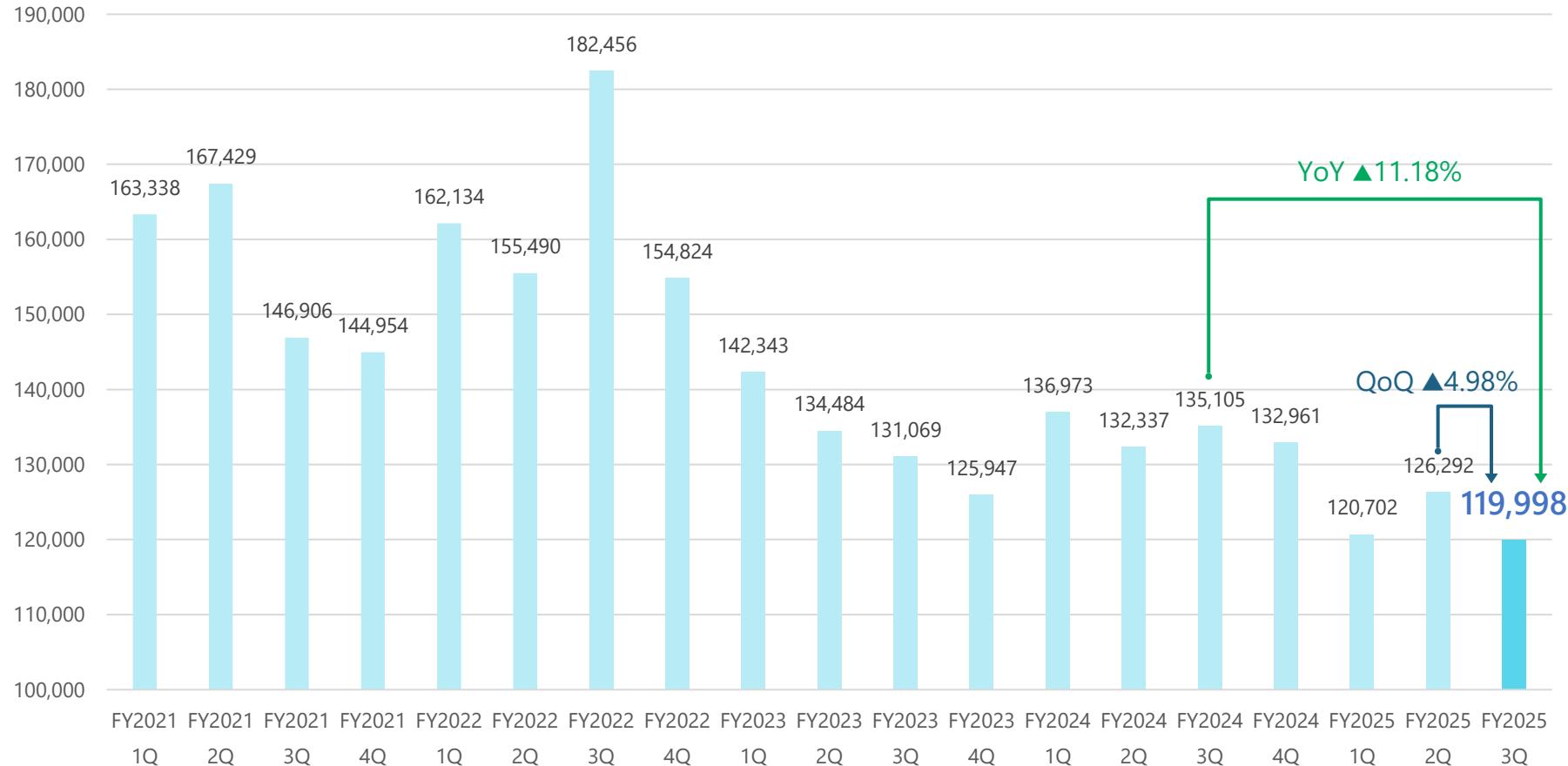




## メッセージングサービスARPU（顧客平均売上高）

- 前四半期比において、海外の大型顧客の売上が減少したことにより、前四半期比で6,294円の増加 (+4.98%)
- 前年同期比においても、前四半期比同様に15,107円の減少 (▲11.18%)

【単位：百万円】



# FY2025.3Q ビジネスラインの状況



売上拡大

新規顧客

既存顧客

強化

新規獲得

強化

## 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<sup>(※1)</sup>、コールセンター系システム

継続

既存深耕（現在地）

ソリューション化

強化

## 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

プラットフォーム提供

ソリューション

収益性向上

## 「リピカム」

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! + DEEP PREDICTOR

## 「リピカム」

成功報酬モデル型  
サービス

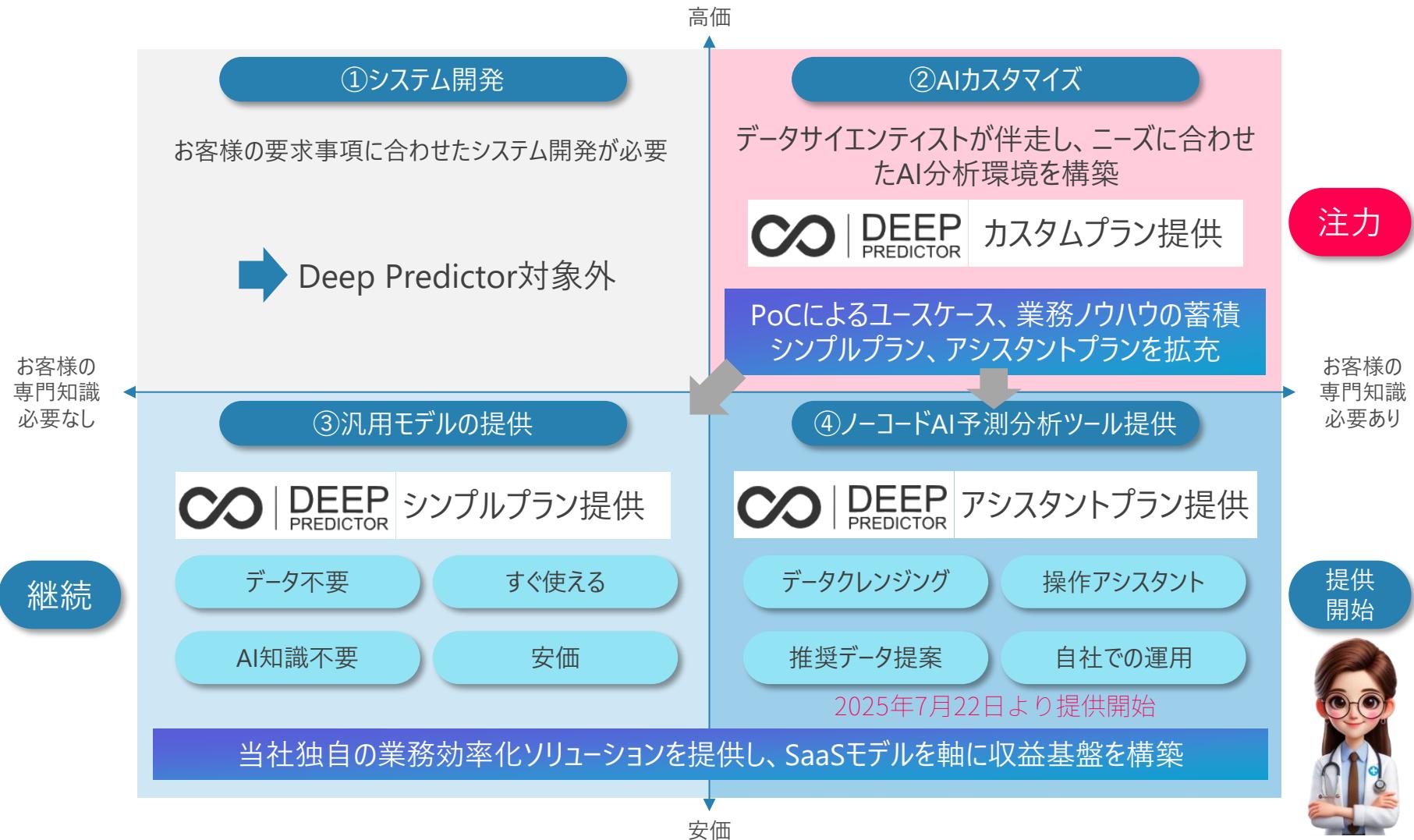
メッセージング×AIによるCXの変革

(※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。



# AIサービス「Deep Predictor」サービス戦略

顧客状況やニーズに合わせて提供価値の異なる②～④の3つのサービスモデルを展開





「Deep Predictor」はエンタープライズ企業でのPoC<sup>(※1)</sup>が着実に進行しており、  
今回はその中から代表的な事例を取り上げてご紹介いたします。

## 1. 【国内最大級 総合家電メーカー】 販売予測の精度向上、工数削減事例

### 課題

- 予測業務が属人化し、販売予測の信頼性に差が発生
- 手作業中心の予測業務により、多大な時間と人員を要する

### 「Deep Predictor」による対策効果検証

- 販売実績、トレンド、季節性を基に自動で販売予測を行い、予測精度の向上と作業工数削減の実現について検証中

## 2. 【東証プライム上場 医療機器メーカー】 販売予測による在庫最適化事例

### 課題

- 感覚的な予測により、予測精度にばらつきがあり、結果として、余剰在庫が発生

### 「Deep Predictor」による対策効果検証

- 学会・イベント・市場動向など外部データを統合した予測により、予測精度の向上と安定化を図り、余剰在庫の削減を検証中
- 将来的に発注量算出まで「Deep Predictor」で対応予定

## 3. 【通信販売のリーディングカンパニー】 優良顧客の抽出による配信リストの最適化事例

### 課題

- 会員向けDMの送付対象顧客の抽出（最大100万通/月）を手作業で実施し、業務負荷が増加

### 「Deep Predictor」を対策効果検証

- 過去の購入率を基に、反応確度の高い顧客を自動抽出し、リスト作成工数の削減を検証中
- 将来的にROIシミュレーションをDeep Predictorで対応予定

(※1) PoC：“Proof of Concept”的略。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。



# 2025年10月1日より株式会社ロウプがグループ参画

**AI CROSS**  
Smart Work, Smart Life

2025年9月19日開催の取締役会において、2025年10月1日付で株式会社ロウプの株式を取得し、子会社化することについて決議いたしました。

## 株式会社ロウプの概要

# LOWP

設立 2005年（平成17年）12月21日

代表者 代表取締役 中西 宗義

事業内容 広告企画・事業及びメディア運営・開発

サービス サービス開発コンサルティング  
MAコンサルティング  
アクセス解析  
ワークショップ企画・運営  
オンライン動画制作  
編集・ライティング  
PR  
リテール・メディア

iRobot

unicharm  
ユニチャーム

Microsoft

Panasonic

SEKISUI HOUSE

JT

asics

FUJITSU

日清製粉グループ

YKK

HOYA

STELLANTIS

CHANEL

A/アートネイチャー

gm

airbnb

FUJITEC

新潮社

DNP

ASAHI YUKIZAI

JNCS

JSAGROUP  
日本製粉グループ

SC-ABeam  
Automotive Consulting

日刊工業新聞社

dentsu

•HAKUHODO•

ADK

DAIKO

M  
McCANN  
WORLDGROUP

jeki

## 代表メッセージ

「LOWPはブランドのビジョンを常に意識して、企業の顧客体験価値を上げるためのデータをベースにしたデジタルコミュニケーションを、戦略から制作・開発まで全てワンストップ提供します」