

A vertical bar with a gradient from blue at the top to purple at the bottom, positioned to the left of the section header.

2025年12月期 決算説明資料

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2026.2.13

第4四半期における グループ体制の変更について

株式会社ロウプの連結化

2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプ（以降「LOWP（ロウプ）」という）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。

マーケティングソリューション事業の新設

LOWP（ロウプ）の完全子会社化に伴い、同社が展開している広告宣伝に関する企画・制作およびマーケティングリサーチ等の事業を「マーケティングソリューション事業」として新設しました。これにより、当社グループの事業区分は「Smart AI Engagement事業」と「マーケティングソリューション事業」の2事業となりました。

FY2025.4Q 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。



上場来
最高

売上高

4,151 百万円

前年同期比 +12.03% ↑

上場来
最高

営業利益

370 百万円

前年同期比 +10.60% ↑

上場来
最高

経常利益

366 百万円

前年同期比 +12.30% ↑

四半期純利益

165 百万円

前年同期比 +11.29% ↑

(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP (ロウブ) を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



上場来
最高

売上高

1,246 百万円

前四半期比 +26.77%
前年同期比 +26.64%

営業利益

97 百万円

前四半期比 ▲9.13%
前年同期比 +109百万円 (※2)

経常利益

90 百万円

前四半期比 ▲16.26%
前年同期比 +109百万円 (※2)

四半期純利益

44 百万円

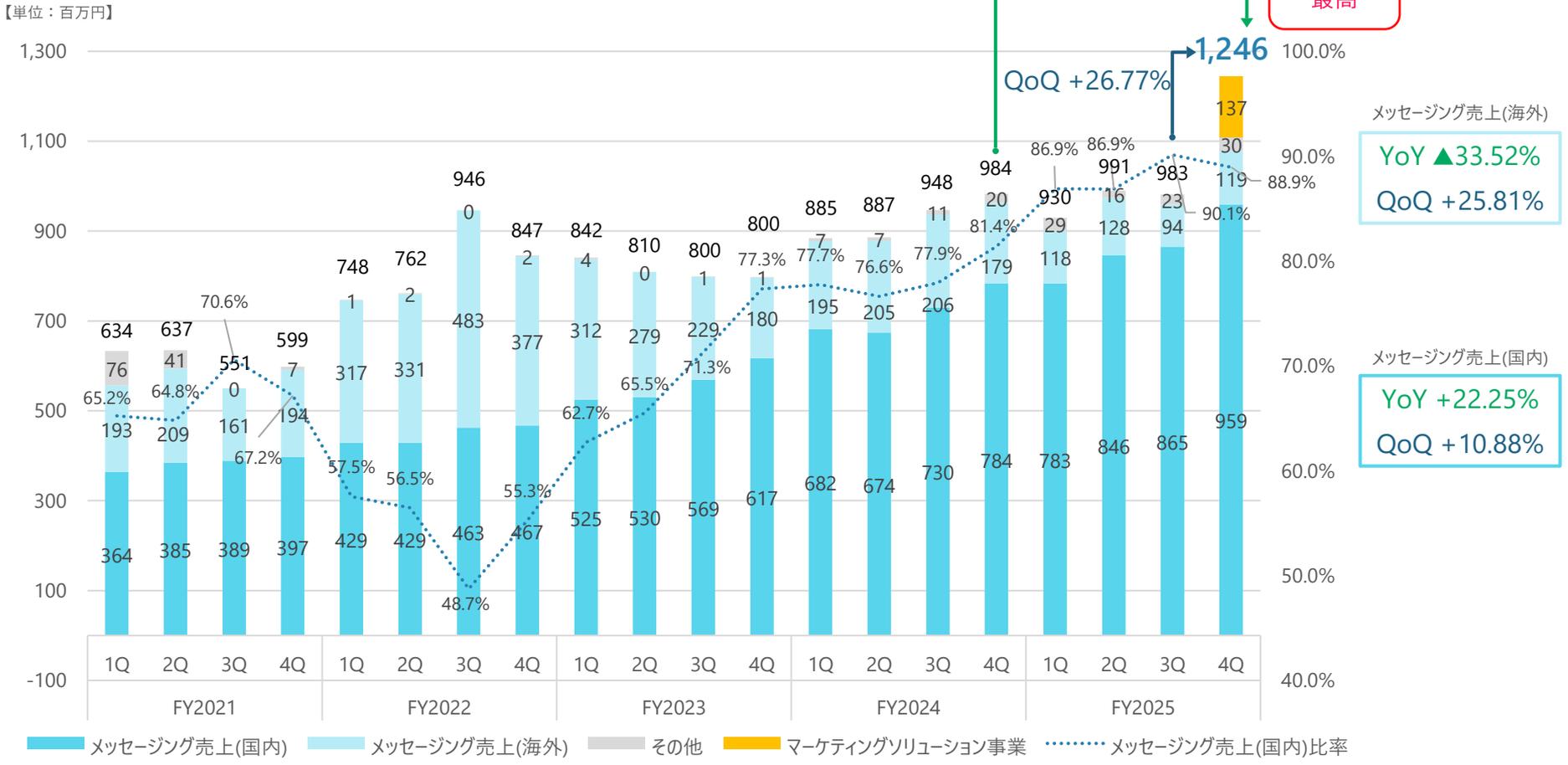
前四半期比 ▲15.57%
前年同期比 +87百万円 (※2)

(※1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP (ロウブ) を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。
(※2) FY2024.4Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり各段階利益はマイナスとなっております。従って、前年同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）

- メッセージングサービスにおいて国内顧客および配信数の増加が継続し、また LOWP（ロウプ）の子会社化による連結寄与もあり、前四半期比で売上高合計は263百万円増収（+26.77%）、国内顧客のメッセージング売上は94百万円の増収（+10.88%）
- 前年同期比においては、売上高合計は262百万円の増収（+26.64%）、うちメッセージング国内売上は174百万円の増収（+22.25%）



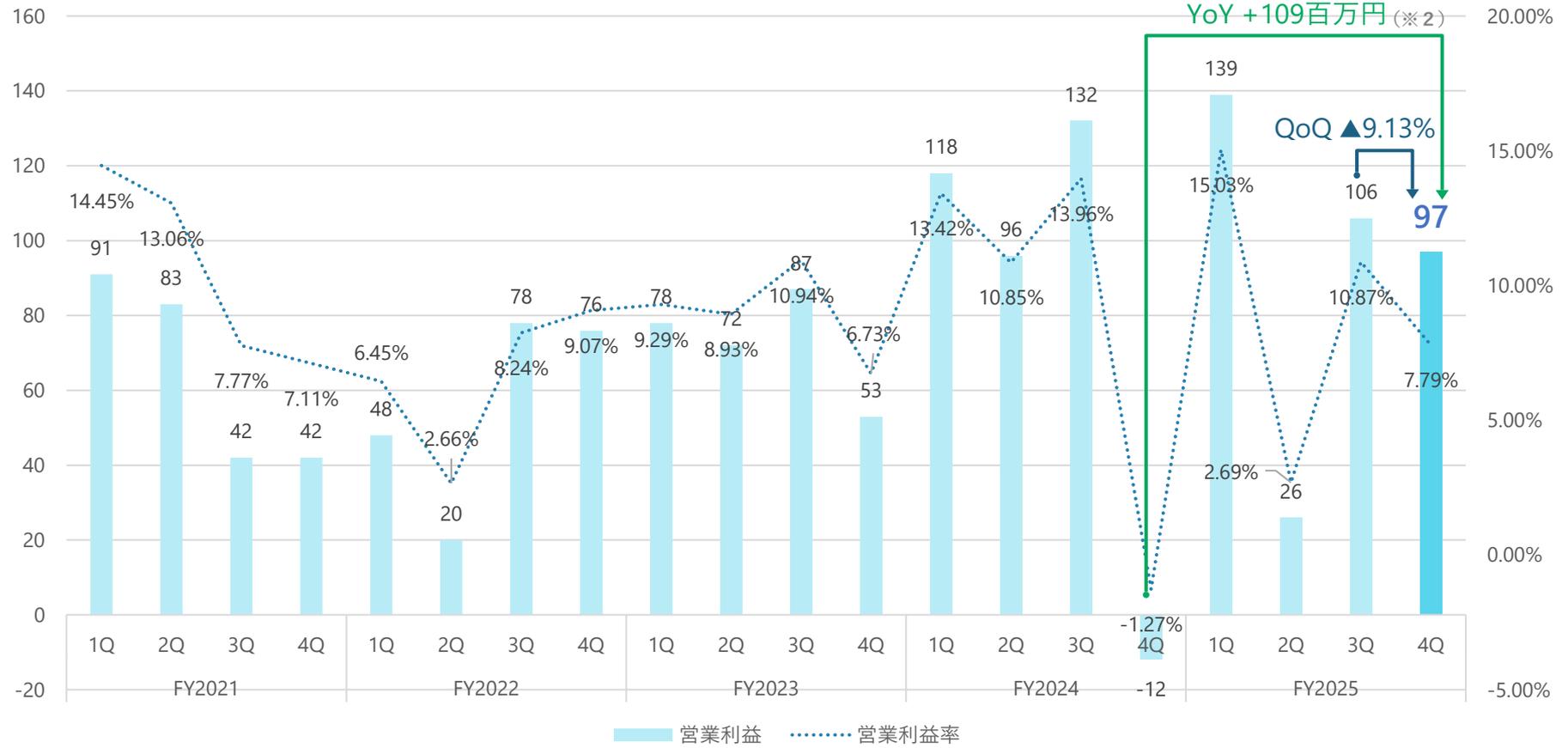
(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウプ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



営業利益（四半期毎推移）

- 株主優待関連費用が増加したものの、FY2025.3QにLOWP（ロウブ）の子会社化に関連する株式取得手続き費用等に伴う影響もあり、前四半期比は9百万円の減益（▲9.13%）
- FY2024.4Qに株主優待関連費用および一時的な人件費の増加があり、前年同期比においては109百万円の増益

【単位：百万円】



(※ 1) 2025年10月1日に株式取得によりLOWP（ロウブ）を完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。
 (※ 2) FY2024.4Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり各段階利益はマイナスとなっております。従って、前年同期比においては増減額で比較しております。

FY2025.4Q

メッセージングサービスKPIサマリー



取引社数

8,208 社 (FY2025.4Q末時点)

前四半期比 +2.61% 

前年同期比 +13.21% 

SMS配信数

213.9 百万通

前四半期比 +12.00% 

前年同期比 +8.15% 

メッセージングサービス
ARPU（顧客平均売上高）※

13.1 万円／社

前四半期比 +9.49% 

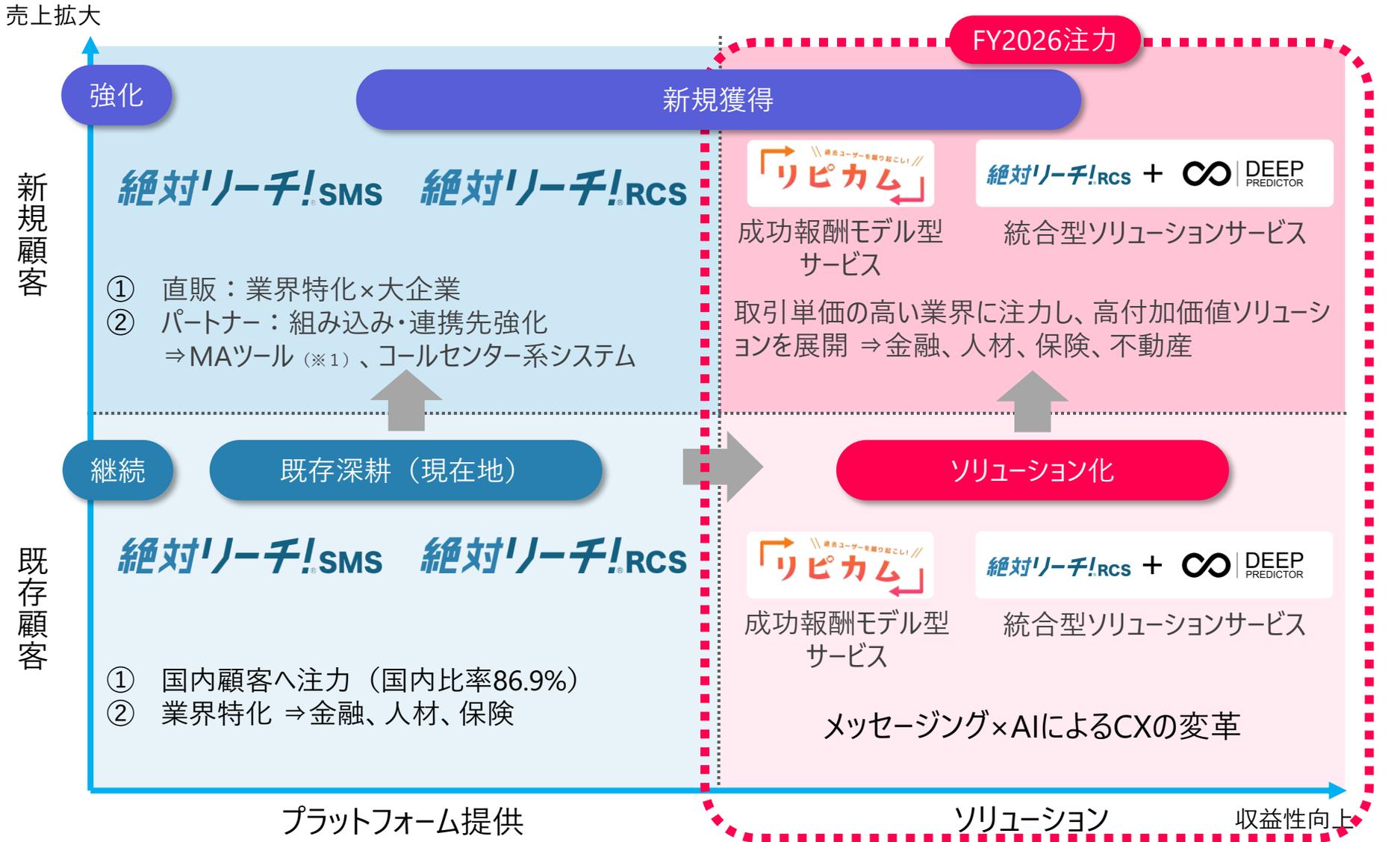
前年同期比 ▲1.18% 

（※） FY2025.4Q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

FY2026 事業戦略と業績予想



基本的な戦略はFY2026以降も継続

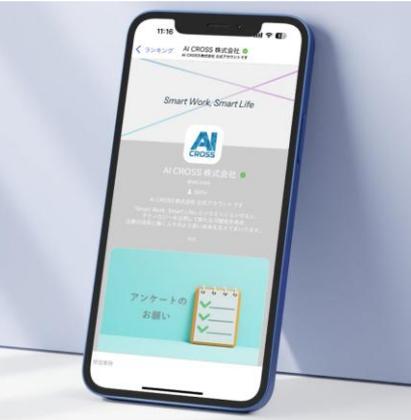


(※1) MAツールとは、顧客情報を一元管理し、メール・SMS配信やスコアリング、Web行動の分析などを通じて、マーケティングプロセスを自動化・効率化するシステムを指します。



RCSは、**圧倒的な到達率**を持つSMSに、アプリレベルの**表現力**と**データ活用**を組み合わせた次世代メッセージサービスです。今後、アプリインストール不要という強みを活かし、企業コミュニケーションの新たな標準になり得るサービスです。

RCSのメリット



- 高い信頼性** キャリア認証を受けた公式アカウントとして、企業名・ロゴを表示することで真正性を担保
- 顧客反応の可視化** メッセージの開封状況を正確に把握でき、データとして可視化し、業務改善や効果検証に活用可能
- 豊かな表現力** 画像や動画などのリッチコンテンツに対応。アクションボタンやチャットボットで双方向コミュニケーションを実現

メッセージングサービスの比較

	RCS	SMS	アプリ
到達性	◎	◎	×
信頼性	◎	△	○
UX (※1)	◎	△	◎
自動化	◎	△	◎

(※1) ユーザーエクスペリエンスの略で、ユーザーが製品・サービスを利用する前、利用中、利用後に得られる総合的な体験（感情や使い心地）を指します。

RCS普及の追い風（市場環境）

- iOS18 iPhone でRCSが利用可能に
- 2025/4 KDDIがiPhone向けRCSを提供開始
- 次期仕様公開 セキュリティ&UXがさらに向上

絶対リーチ! RCS 統合型ソリューションサービスへ 「到達」だけでなく「会話 ⇒ 解決/購入」ニーズに対応



パルシステム茨城 栃木
pal*system



絶対リーチ! RCS

導入の背景と課題：

- 新規加入者に対しては、重要な顧客接点を目的に電話や訪問を中心としたフォローを行っている
- 月100件以上の対応が発生し、電話が繋がらないケースも多く再架電が必要になるなど、現場職員の業務負荷や心理的なプレッシャーが大きな課題となっていた

導入内容：

『全員に一括で配信し、必要な方にだけ対応する』
運用へ変更

- 加入後1か月が経過した組合員に対し、**アンケート案内を「絶対リーチ！ RCS」で一括配信**
- RCS公式アカウントの**公式認証マーク**や**画像を活用した視覚的なメッセージ**により情報を分かりやすく届けことが可能
- 返信があった組合員にのみ個別対応する運用に切り替えることで、従来の「全員に電話をかける」体制から脱却



- 企業名表示 + 公式認証マークで安心
- ビジュアル訴求で回答を促進
- 「絶対リーチ！ RCS」搭載のチャットボットを作成し配信 → 回答集計可能

導入効果：

業務負荷を抑えながら、広く確実に情報を届ける体制を構築

- 電話・訪問対応が大幅に削減され、**現場職員の業務負荷が軽減されました。**
- 対応件数に追われることがなくなり、**心理的な余裕が生まれ、他の重要業務に時間を充てられるようになりました。**



顧客状況やニーズに合わせて提供価値の異なる①～③の3つのサービスモデルを展開





大企業からの引き合い増加によりPoC (※1) の受注が増加、各業界の課題に対するソリューションのナレッジが自社に着実に積み上がっている

1. 【某大手産業機器メーカー】 販売予測の精度向上、属人化解消事例

課題

- 予測業務が属人化し、**予測精度にばらつきがあり、信頼性に欠ける**

「Deep Predictor」による対策効果検証

- 販売実績、外部の気象データや経済データを基に自動で販売予測を行い、**予測精度および速度の向上、属人化解消**について検証中

2. 【某大手住宅設備メーカー】 商談スコアリングによる受注効率改善事例

課題

- 商談の選別が不十分で、**成約率が低く、受注効率が悪い**

「Deep Predictor」による対策効果検証

- 商談実績、取引先データを基に商談の成約率をスコアリング
- スコアリング結果を基に商談の優先度を変更することによる、**受注効率向上**について検証中

3. 【某地域インフラの中核企業】 解約予測による解約抑止事例

課題

- 解約抑止が十分に機能しておらず、競合への乗り換えが発生

「Deep Predictor」による対策効果検証

- 解約履歴および顧客属性、顧客の行動データを基に、解約率を予測
- 解約率の高い顧客に対し、営業活動による解約阻止を行い、**解約率低下**について検証中

(※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。

「Deep Predictor」は、製造・流通・小売・サービス業などにおいて、販売予測・顧客スコアリング・売上予測を通じ、在庫最適化、マーケティング効率化、出店判断の高度化を支援します。

利用シーンや求める高度さに応じて、以下の2つのプランを提供



DEEP PREDICTOR カスタムプラン

データサイエンティストが伴走し、複雑なデータ構造や高度な要件にも対応する、**個別最適型**のプラン

PoCによるノウハウ蓄積からアシスタントプランの磨き込み



DEEP PREDICTOR アシスタントプラン

データサイエンティスト不在でも、現場の担当者自身が操作し、予測AIを活用できるプラン

DEEP PREDICTOR アシスタントプランとは

予測AI導入のハードル



データサイエンティストが必要だが、採用・外注コストが高すぎる



データ整備に膨大な工数が必要



汎用的なツールすぎて、自分たちの業務にどう当てはめるべきかわからない

アシスタントプランで提供する機能

① データサイエンティスト不要
直感的なUIに沿って、データ整備、モデル構築、予測が可能
AIエージェント「アイラ」による操作サポート

② データクレンジングをサポート
表記揺れの自動補正や欠損値のスマートな補完を実現
AIの前処理業務負荷を軽減

③ 業務に寄り添う「実務特化」の機能群
推奨データ提案、ROI分析、発注量算出などの予測後、後処理機能等を提供予定



提供予定

代理店チャネルを活用した販売拡大へ

- 操作性・手離れの良さを活かし、販売代理店による自走型販売を実現
- 直販は重点顧客・高度案件に集中し、ユースケース創出と価値訴求を強化

SaaS型成長モデルへ

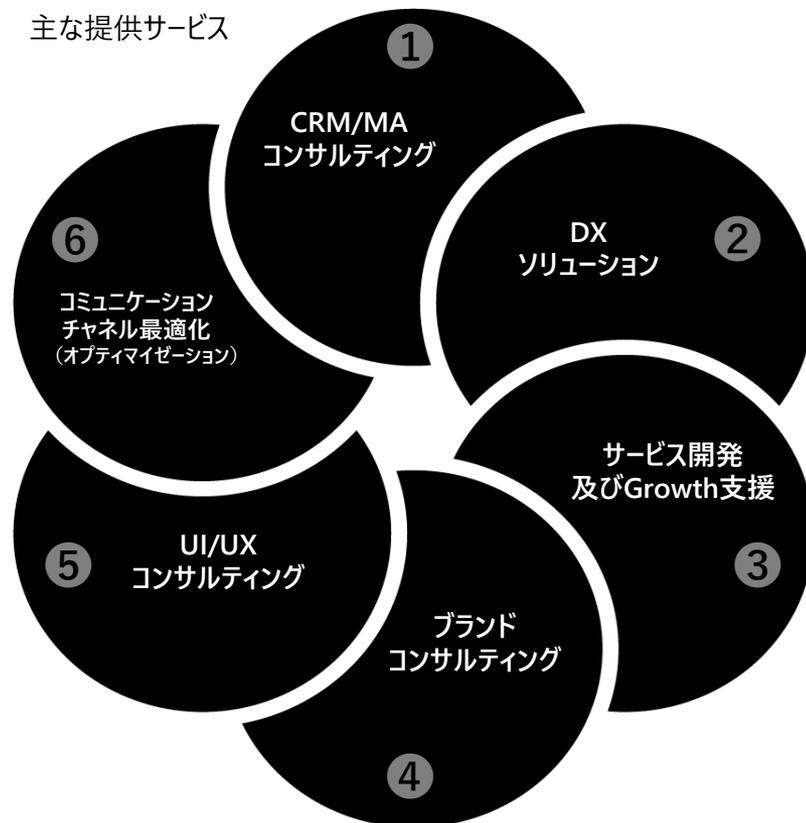
2025年10月1日より連結子会社化したLOWP（ロウプ）にて、新設のマーケティングソリューション事業を推進いたします。

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か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」

LOWP（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。

LOWP（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。



FY2026 業績予想

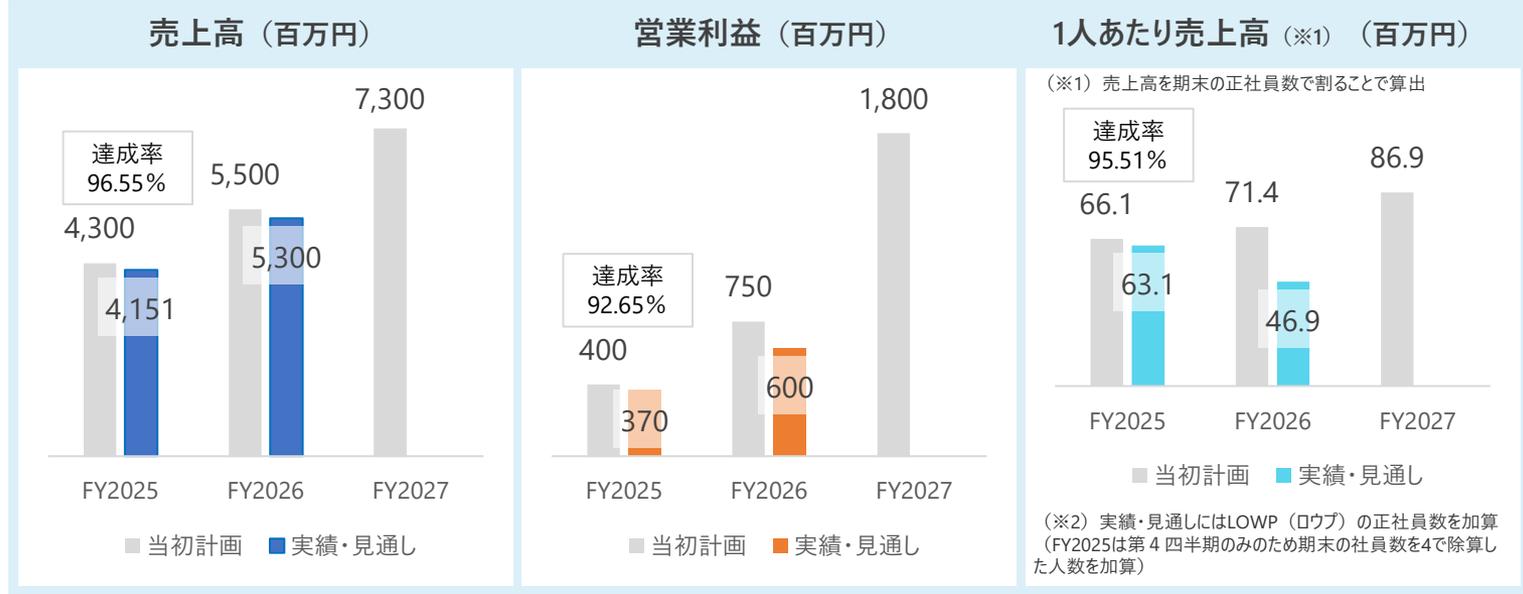
- メッセージング事業の安定した売上基盤を確保しつつ、AI事業の拡大とLOWP（ロウプ）の子会社化による連結寄与により、売上成長を確保
- 収益については、AI事業の黒字化、株主優待制度の廃止等により各段階利益は大幅に増加し、「利益額」及び「質」の面でも大幅に向上

	FY2025実績		FY2026業績予想	対前期増減率
売上高	4,151百万円	売上高	5,300百万円	27.7%
営業利益	370百万円	営業利益	600百万円	61.9% UP
営業利益率	8.9%	営業利益率	11.3%	-
経常利益	366百万円	経常利益	590百万円	61.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	165百万円	親会社株主に帰属する当期純利益	360百万円	117.9% UP



中期経営計画（AIX2027）進捗と推移について

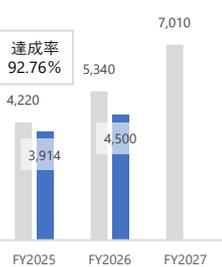
KGI



KPI(※3)

メッセージングサービス

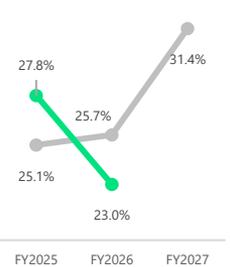
売上高 (百万円)



貢献利益(※4) (百万円)

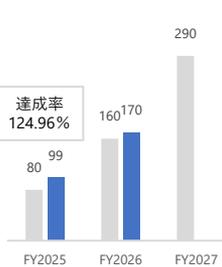


貢献利益率

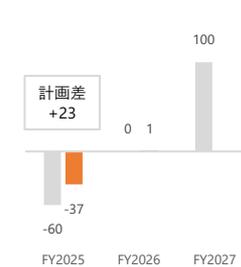


AIサービス

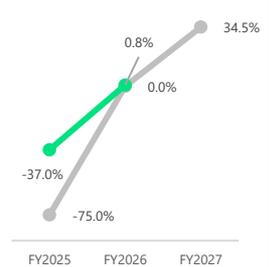
売上高 (百万円)



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

株主優待について

株主優待制度廃止の理由

当社は、株主の皆様への利益還元機会を提供するとともに、より多くの株主様に中長期的に当社株式を保有いただくことを目的として株主優待制度を導入いたしました。

一方で、主たる事業における競争環境の激化や収益性を取り巻く状況の変化を背景に、当社としてはSMSからRCSへのコミュニケーション進化への対応、既存のAI事業の拡大による更なる成長の加速が不可欠な局面を迎えています。

このような環境下において、積極的な事業投資が重要であると考え、当社全体の収益性を重視しつつ、経営資源の配分について改めて検討した結果、株主優待制度を廃止することといたしました。

今後は、事業競争力の強化および持続的な成長を通じた企業価値の向上に努め、株主の皆様への中長期的な利益還元の実現を目指してまいりますので、何卒ご理解ならびに変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

廃止となる株主優待制度の概要

基準日（12月末日及び6月末日）現在の当社株主名簿に記載または記録された、当社株式を300株（3単元）以上保有されている株主様を対象に、基準日毎に各15,000円分のQUOカードもしくはデジタルギフト（年間合計30,000円分）を進呈する制度。

廃止の時期

当社株主優待制度は、2025年12月末日を基準日とする株主優待の実施をもって廃止いたします。なお、2025年12月末日を基準日とする株主優待につきましては、従来どおり実施いたします。