

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

2026年12月期 第2四半期 決算説明資料

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2026.8.14

FY2026.2Q 業績ハイライト



売上高

1,224 百万円

前四半期比 ▲8.05% ↓
前年同期比 +23.51% ↑

営業利益

143 百万円

前四半期比 ▲26.91% ↓
前年同期比 +438.54% ↑

経常利益

142 百万円

前四半期比 ▲27.61% ↓
前年同期比 +428.33% ↑

四半期純利益

105 百万円

前四半期比 ▲13.39% ↓
前年同期比 +118百万円 ↑ (※2)

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

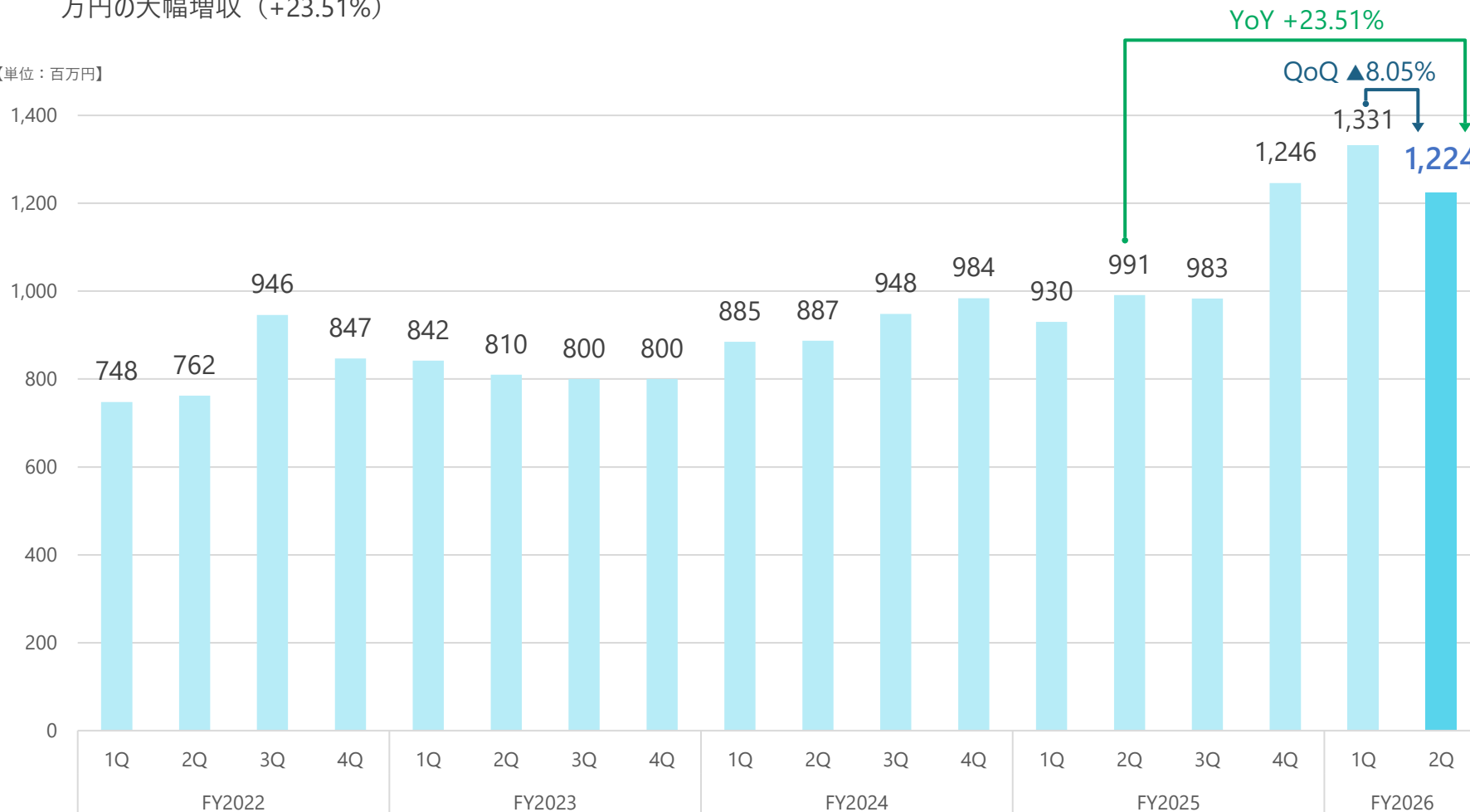
(※2) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり四半期純利益はマイナスとなっております。従って、前年同期比においては増減額で比較しております。



売上高（四半期毎推移）

- 前四半期比においては、前四半期のSMS配信のスポット需要増加の影響、AIトランスフォーメーション事業およびマーケティングソリューション事業の受託獲得進捗の遅れにより売上高合計は107百万円の減収（▲8.05%）
- 前年同期比においては、スマートメッセージング事業の拡大および株式会社ロウプの子会社化による連結寄与により売上高合計は233百万円の大幅増収（+23.51%）

【単位：百万円】

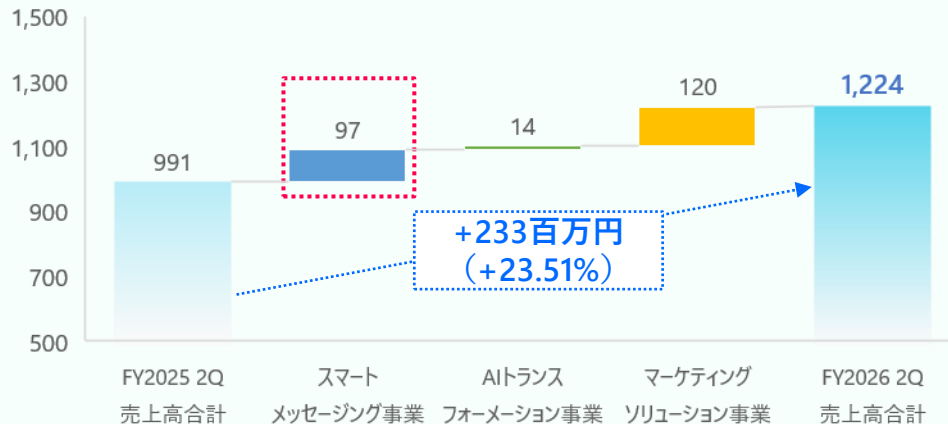


（※ 1） 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年第4四半期より連結範囲に含めております。



【単位：百万円】

前年同期比（FY2025.2Q - FY2026.2Q）における増減要因



スマートメッセージング事業：+97百万円

- SMS配信用途拡大およびRCS利用社数の増加

AIトランスフォーメーション事業：+14百万円

- Deep Predictorの利用社数の増加

マーケティングソリューション事業：+120百万円

- 株式会社ロウプの子会社化による連結寄与（※1）

【単位：百万円】

前四半期比（FY2026.1Q - FY2026.2Q）における増減要因



スマートメッセージング事業：▲45百万円

- SMS配信数の減少（前四半期の一時的な利用増加の影響）

AIトランスフォーメーション事業：▲21百万円

- AIコンサル案件の獲得進捗の遅れの影響、他方、Deep Predictor利用社数は増加

マーケティングソリューション事業：▲39百万円

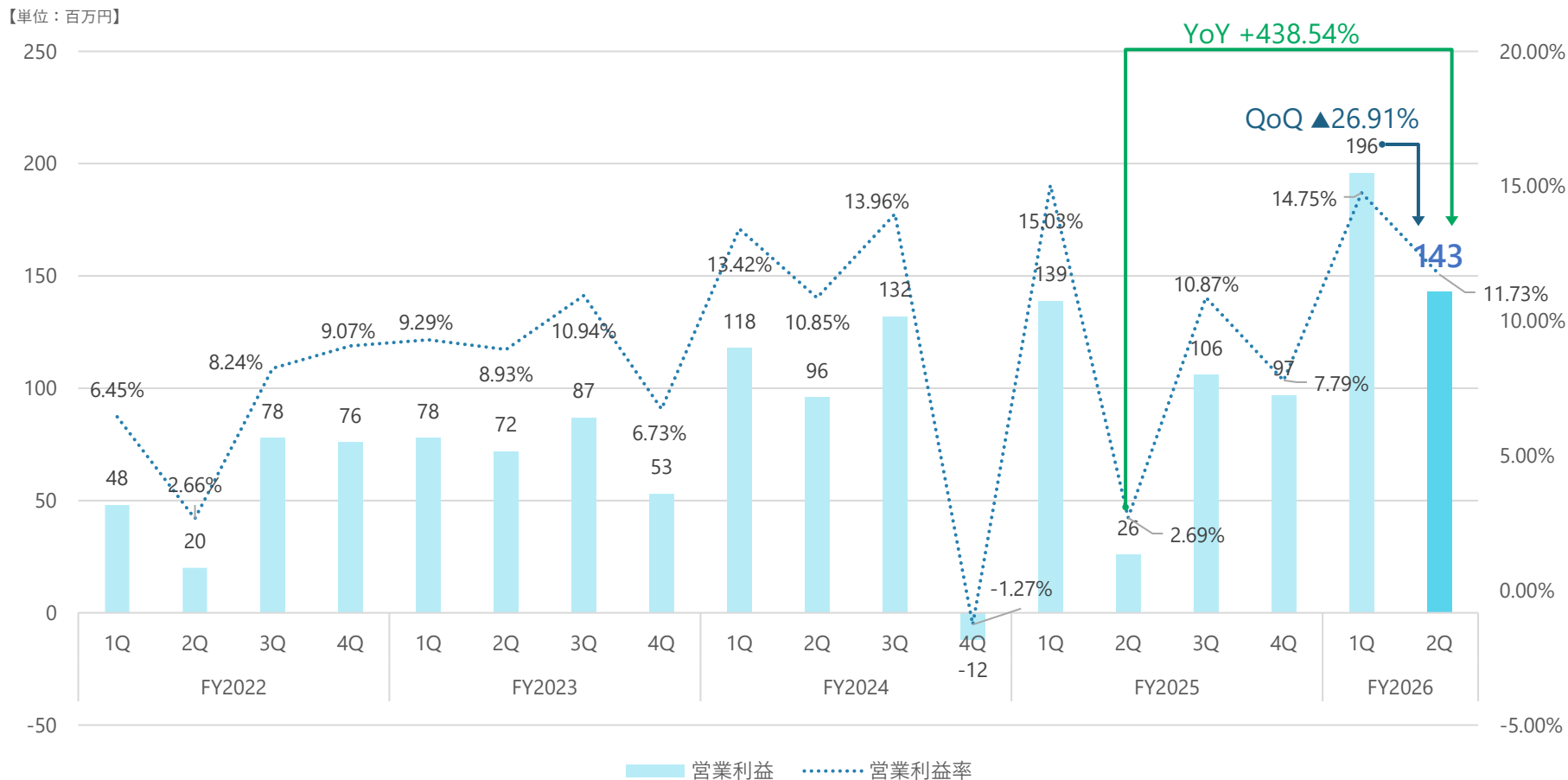
- 継続的なWebサイト運用と関連するアプリ保守案件及び既存顧客向けの追加・改善案件は、概ね計画どおり推移、一方、新規案件については、受注が計画を下回る結果

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



営業利益（四半期毎推移）

- 売上高の減少および比較的利益率の高いAIカスタマイズ案件の受注獲得の進捗遅れにより、前四半期比は52百万円の減益（▲26.91%）
- FY2025.2Qに株主優待関連費用が発生した影響および株式会社ロウプの子会社化による連結寄与により、前年同期比は116百万円の増益（+438.54%）

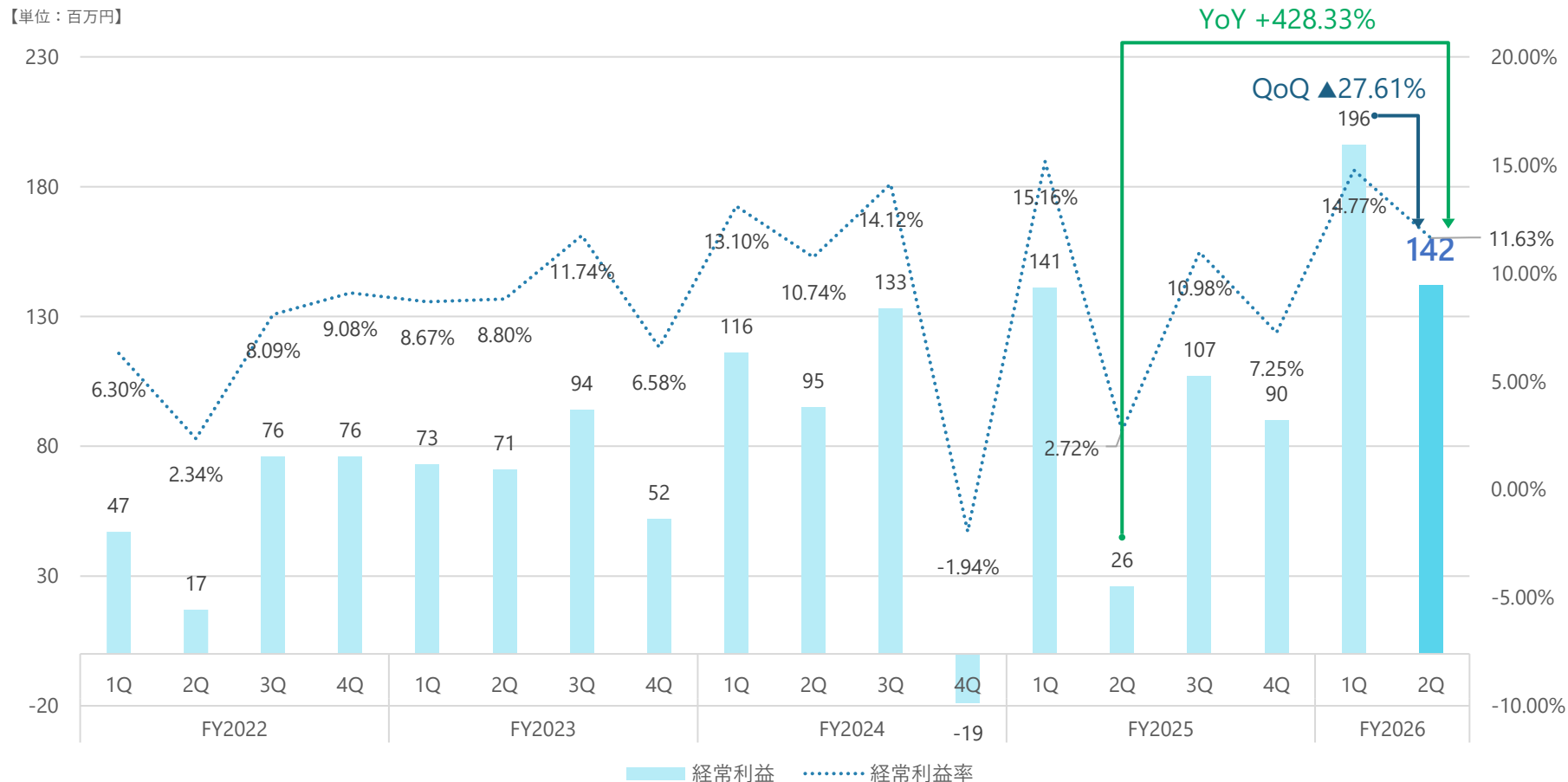


(※ 1) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年第4四半期より連結範囲に含めております。



経常利益（四半期毎推移）

- 営業利益と同様の推移

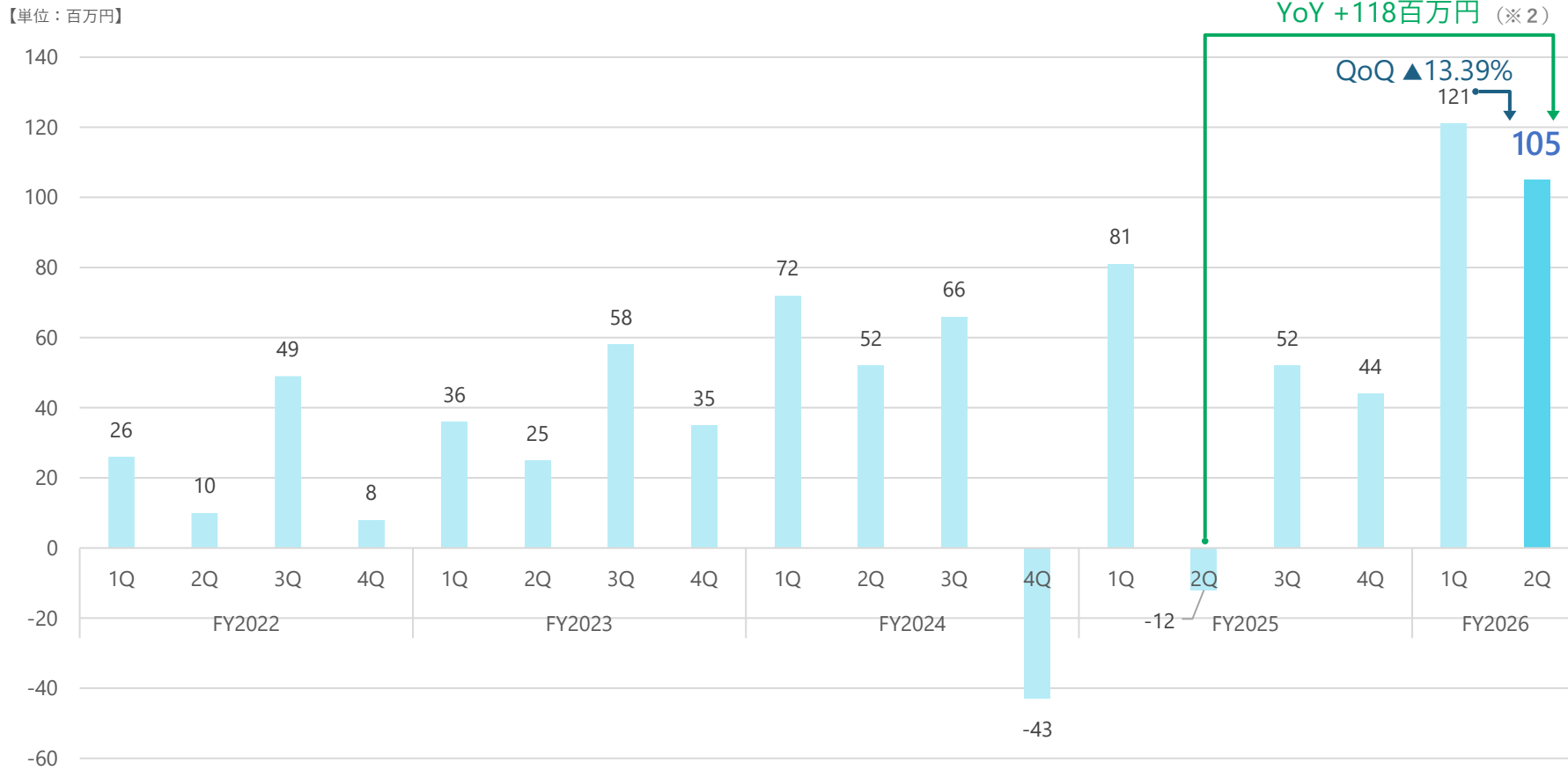


(※ 1) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年第4四半期より連結範囲に含めております。



四半期純利益（四半期毎推移）

- 投資有価証券の売却益19百万円が発生したものの、経常利益の減少の影響により、前四半期比は16百万円の減益（▲13.39%）
- 他方、前年同期比については経常利益の増加に、上記譲渡益の影響もあり、118百万円の増益



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

(※ 2) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用等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、前年同期比においては増減額で比較しております。



第2四半期連結累計期間において 売上高、営業利益および経常利益が上場来最高を達成

【単位：百万円】

			2026年12月期 第2四半期 (※1)	2025年12月期 第2四半期	増減額	前年同期比	
売	上	高	2,555	上場来 最高	1,921	+633	+32.97%
営	業	利 益	339	上場来 最高	166	+173	+104.05%
経	常	利 益	338	上場来 最高	168	+170	+101.68%
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益			226	68	+158	+231.28%	

(※1) 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4四半期より連結範囲に含めております。



2026年12月期 第2四半期 連結業績（セグメント別）

スマートメッセージング事業： 国内顧客数および配信数の継続的な拡大を基盤に、既存顧客のSMS配信用途拡大およびRCS利用社数増加により、売上高、セグメント利益ともに堅調に積み上がり、収益基盤を拡大

AIトランスフォーメーション事業： Deep Predictorの月額利用料収入は契約社数の増加により着実に積み上がる一方、AIを活用した受託開発案件は第1四半期に大型案件が集中した影響で第2四半期は前四半期比で減少。上半期累計では計画を上回る進捗となり、下半期も好調を維持する見通し

マーケティングソリューション事業： 2025年10月より当事業を新設
継続して顧客の新たなテーマに対する提案機会の拡大と既存顧客との取引深耕に取り組み、案件パイプラインの積み上げと受注拡大を図る

【単位：百万円】

	2026年12月期 第2四半期	2025年12月期 第2四半期	増減額	前年同期比
売上高	2,555	1,921	+633	+32.97%
スマートメッセージング事業	2,190	1,876	+314	+16.78%
AIトランスフォーメーション事業	84	45	+38	+83.46%
マーケティングソリューション事業（※2）	280	-	+280	-
セグメント利益または損失	339	166	+173	+104.05%
スマートメッセージング事業	559	509	+50	+9.82%
AIトランスフォーメーション事業	1	▲26	+28	-
マーケティングソリューション事業（※2）	33	-	+33	-
調整額	▲255	▲316	+61	-

（※1）前期に係る数値については、現行のセグメント区分に組み替えて表示しております。

（※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4四半期より連結範囲に含めております。



当第2四半期の売上高および各段階利益は前四半期比で減少したものの、上半期累計ではスマートメッセージング事業を中心に堅調に推移し、通期業績予想に対して順調に進捗

下半期は事業環境および案件受注動向を注視しつつ、通期業績予想の達成に向けて着実に取り組む方針

【単位：百万円】

	FY2026.2Q	通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売上高	2,555	5,300	48.22%
営業利益	339	600	56.65%
経常利益	338	590	57.44%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (当期純利益)	226	360	63.01%

FY2026.2Q スマートメッセージング事業KPIサマリー



取引社数

9,140 社 (FY2026.2Q末時点)

前四半期比 +3.85% 

前年同期比 +18.41% 

SMS配信数

218.4 百万通

前四半期比 ▲4.19% 

前年同期比 +7.63% 

スマートメッセージング事業
ARPU（顧客平均売上高）※

11.7 万円／社

前四半期比 ▲7.66% 

前年同期比 ▲7.09% 

（※） FY2026.2Qにおけるスマートメッセージング事業売上を同時点における取引社数で割ることにより算出

FY2026.2Q ビジネスラインの状況



基本的な戦略はFY2026以降も継続

売上拡大

新規顧客

既存顧客

強化

新規獲得

FY2026注力

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（※1）、コールセンター系システム

既存深耕（現在地）

絶対リーチ!SMS 絶対リーチ!RCS

- ① 国内顧客へ注力（国内比率92.0%）
- ② 業界特化 ⇒金融、人材、保険



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!RCS + DEEP PREDICTOR

統合型ソリューションサービス

ソリューション化



成功報酬モデル型
サービス

絶対リーチ!RCS + DEEP PREDICTOR

統合型ソリューションサービス

メッセージング×AIによるCXの革新

プラットフォーム提供

ソリューション

収益性向上

（※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。



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





「Deep Predictor」の強みである発注業務に直結する需要予測領域での導入に注力するとともに、代理店との協業によるシステム連携案件を新たに実現し、直販に加えた代理店経由での拡販モデルの確立を推進。



大手ライフスタイルEC企業

売上予測の精度向上・属人化解消
発注量計算の自動化

課題

売上予測が属人化しており精度が安定せず、発注業務の作業工数も大きく業務負荷が高い

取り組み内容

- 過去の実績を参考に、週次で売上・需要を自動予測し、属人化解消および精度向上
- 発注量計算まで自動化し、発注業務を効率化

売上予測

属人化解消

業務効率化

精度向上



IKO International, Inc.
(日本トムソン株式会社 米国子会社
ベアリング・精密機器の北米販売拠点)

発注量予測の属人化解消、業務効率化により作業時間を約63%削減

課題

発注業務の属人化による発注量のばらつきの発生や手作業による週3.8時間の業務負荷

取り組み内容

- 発注業務の標準化により、発注数のばらつき、拠点間の重複を解消
- 発注業務作業時間を約3.8時間から約1.4時間に削減、年間124.8時間削減

発注量予測

属人化解消

業務効率化

在庫最適化



大手ITソリューション経由 医薬品卸企業

需給管理基盤と需要予測の連携
各拠点の在庫を最適化

課題

需要予測精度が低く、拠点ごとに在庫が偏在し、全社最適な在庫配置が実現できない

取り組み内容

- 代理店による需給管理基盤の構築とDeep Predictorとの連携の実現
- 拠点ごとの情報を集約することで、拠点ごとの需要予測を自動化し、各拠点の在庫を最適化

需要予測

システム連携

代理店経由

全社最適

Topics



【販売代理店経由の本導入事例】

旭産業株式会社に「Deep Predictor」を提供開始

– 本社・大阪の2拠点にて本番運用



外装材の専門メーカー

旭産業株式会社

旭産業株式会社（外装材専門メーカー）

外装材専門メーカーの旭産業株式会社に、当社のAI需要予測・運用サービス「Deep Predictor」を提供開始しました。販売代理店であるリコージャパン株式会社を通じた導入により、2026年5月より本社および大阪の2拠点にて本番運用を開始しています。

■ 導入前の課題

- ▶ 発注業務は1名体制で、1回あたり約3時間を要し属人化
- ▶ 約1,055アイテムのうち、毎月20アイテム規模の欠品が発生
- ▶ 経験則に基づく発注ロジックのみで、十分な需要予測ができていないと認識

■ 期待する効果

- ▶ 欠品の減少と発注業務時間の短縮
- ▶ 社内製造品の在庫管理の高度化にも活用予定
- ▶ 属人化していた発注の考え方を社内で統一

本番運用開始

2026年5月～

本社・大阪の2拠点にて、需要予測・発注業務から本格運用を開始

導入前の状況

月20アイテムの欠品

約1,055アイテムを扱う中、属人化した発注判断により発生（改善に着手）

導入企業の声

旭産業株式会社 常務取締役 佐藤氏は、約7,000種類の外部要因から自社に効くものを柔軟に選べる予測アプローチと、AI CROSS担当者に安心して相談できる高い理解度を、選定の決め手として挙げています。



「絶対リーチ！RCS」導入事例

– ライフカードが開封率75%・コスト約85%削減へ



ライフカード株式会社

クレジットカード事業を展開するライフカード株式会社に、当社の「絶対リーチ！RCS」が導入されました。画像・カルーセルを活用したリッチな配信により、開封率・反応率を大きく改善しています。

■ 導入前の課題

- ▶ メールは開封状況が把握しづらく、情報到達を確認できず
- ▶ 郵送DMは1通あたり約100円のコストで、施策頻度に制約
- ▶ 開封・反応のデータが取得できず、改善サイクルを回しにくい

■ 導入効果

- ▶ 公式ロゴ・社名表示による送信元の信頼性向上
- ▶ 開封後のクリック・手続き完了までの行動スピードが改善
- ▶ 開封率・クリック率の可視化により、継続的な改善サイクルを実現

多要素認証施策での効果

手続き完了件数2倍

メール運用比で、手続き完了件数が2倍以上に向上

ゴールドカード招待施策での効果

コスト約85%削減見込み

画像・カルーセル配信で郵送DMを代替し、コストを大幅圧縮

施策	開封率	クリック率	主な成果
ゴールドカード招待	56.4%	14.1%	郵送DM比コスト約85%削減見込み
多要素認証の案内	60～70%	25～30%	手続き完了件数が2倍以上に向上
重要書類提出依頼	75%	30%	メール→RCS段階配信で最高値を達成