



2026年12月期 第2四半期 決算説明および事業資料

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2026.8.29

1. FY2026.2Q 業績ハイライト
2. FY2026.2Q スマートメッセージング事業KPIサマリー
3. FY2026.2Q ビジネスラインの状況
4. Topics
5. Appendix

(※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4四半期から連結範囲に含めております。

(※2) 本資料に記載されたすべての意見や予測、見通しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを、予め承知おきください。

(※3) 本資料に記載されている会社名、サービス名は各社の商標または登録商標です。

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。

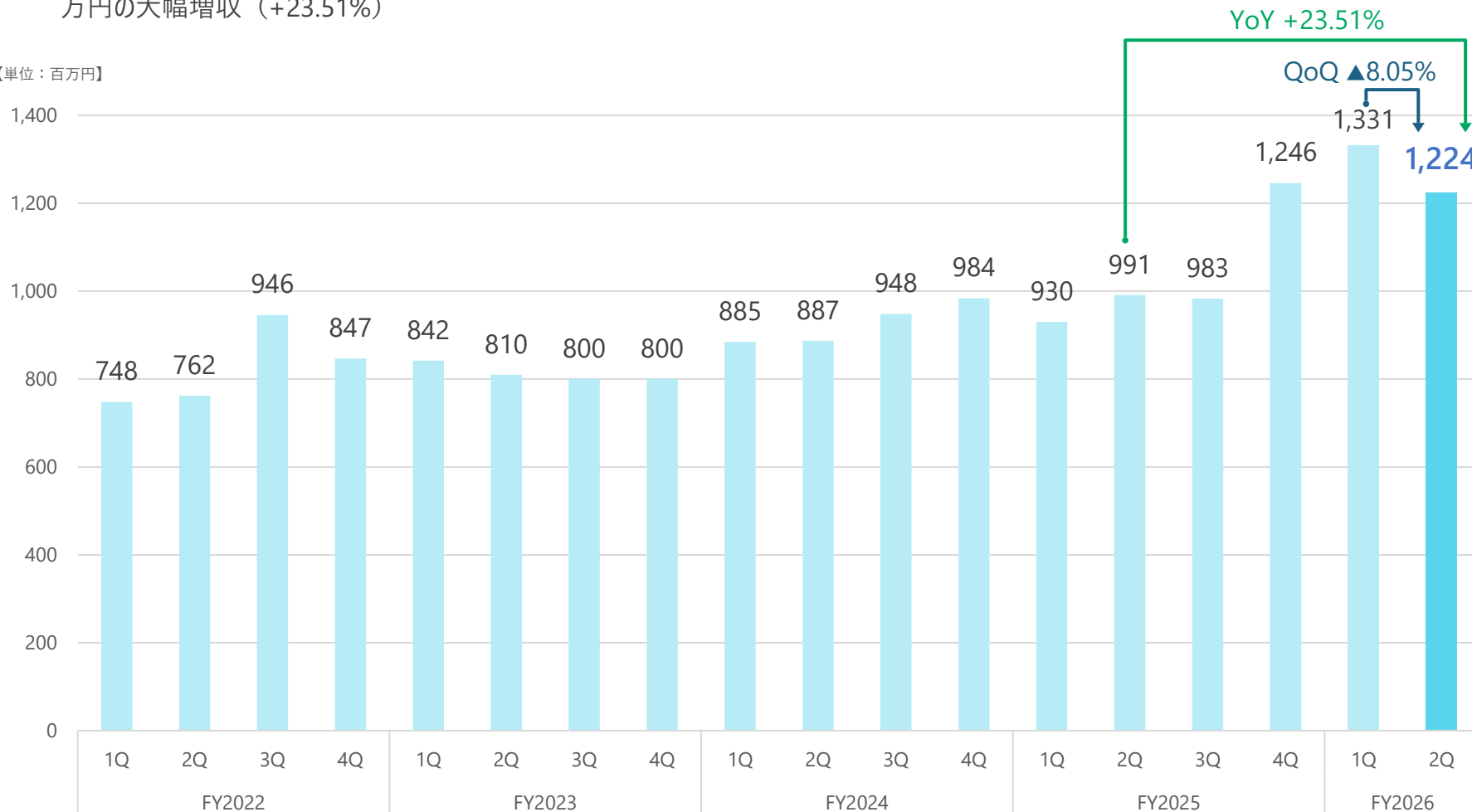
(※2) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用等の計上があり四半期純利益はマイナスとなっております。従って、前年同期比においては増減額で比較しております。



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】

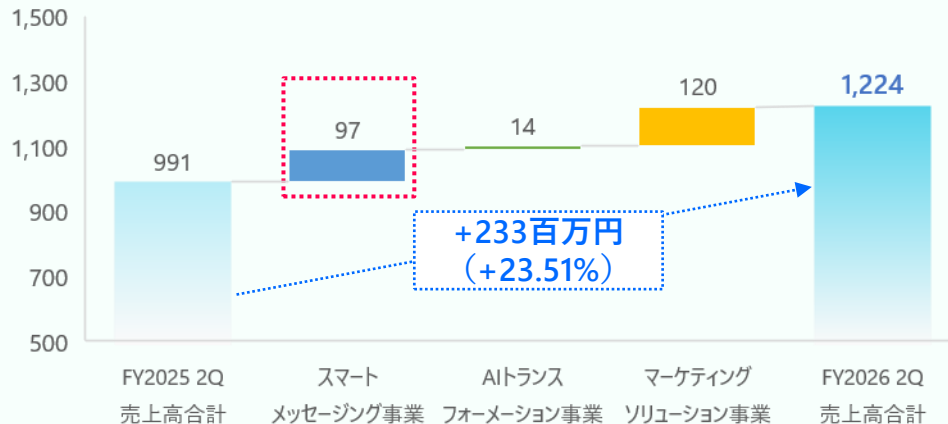


（※ 1） 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年第4四半期より連結範囲に含めております。



【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

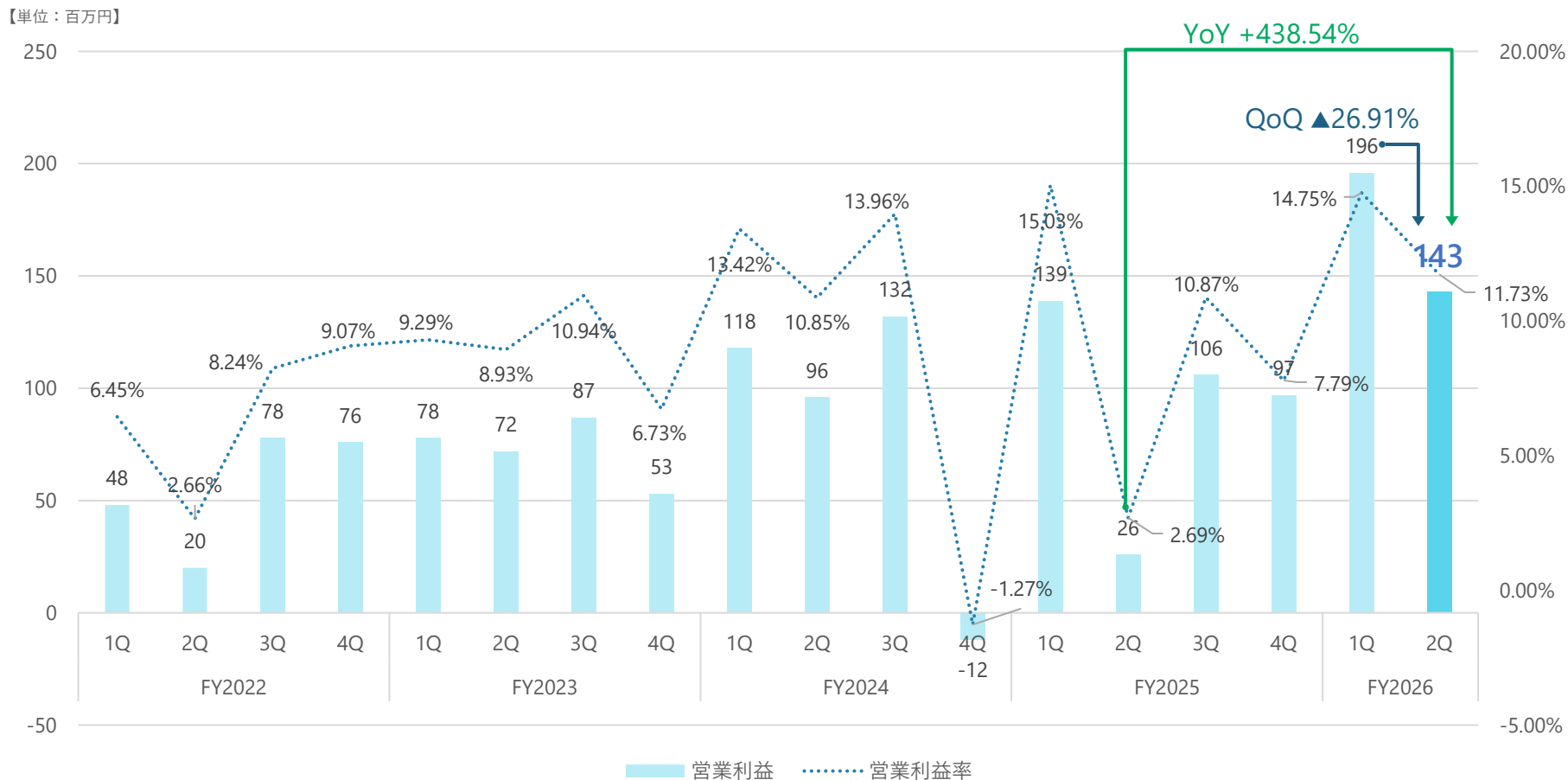
- 継続的なWebサイト運用と関連するアプリ保守案件及び既存顧客向けの追加・改善案件は、概ね計画どおり推移、一方、新規案件については、受注が計画を下回る結果

（※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%）

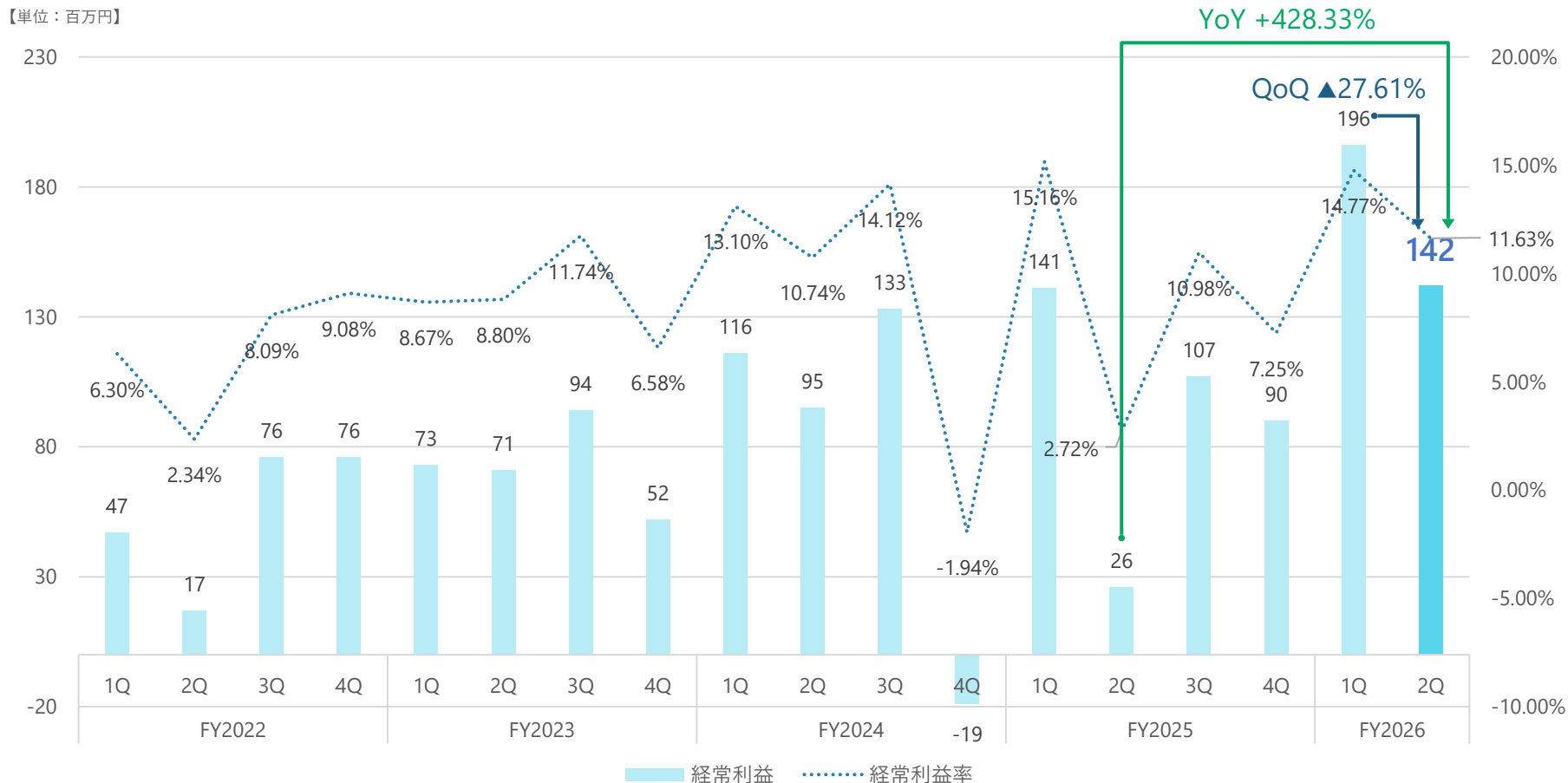


(※ 1) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年第4四半期より連結範囲に含めております。



経常利益（四半期毎推移）

- 営業利益と同様の推移

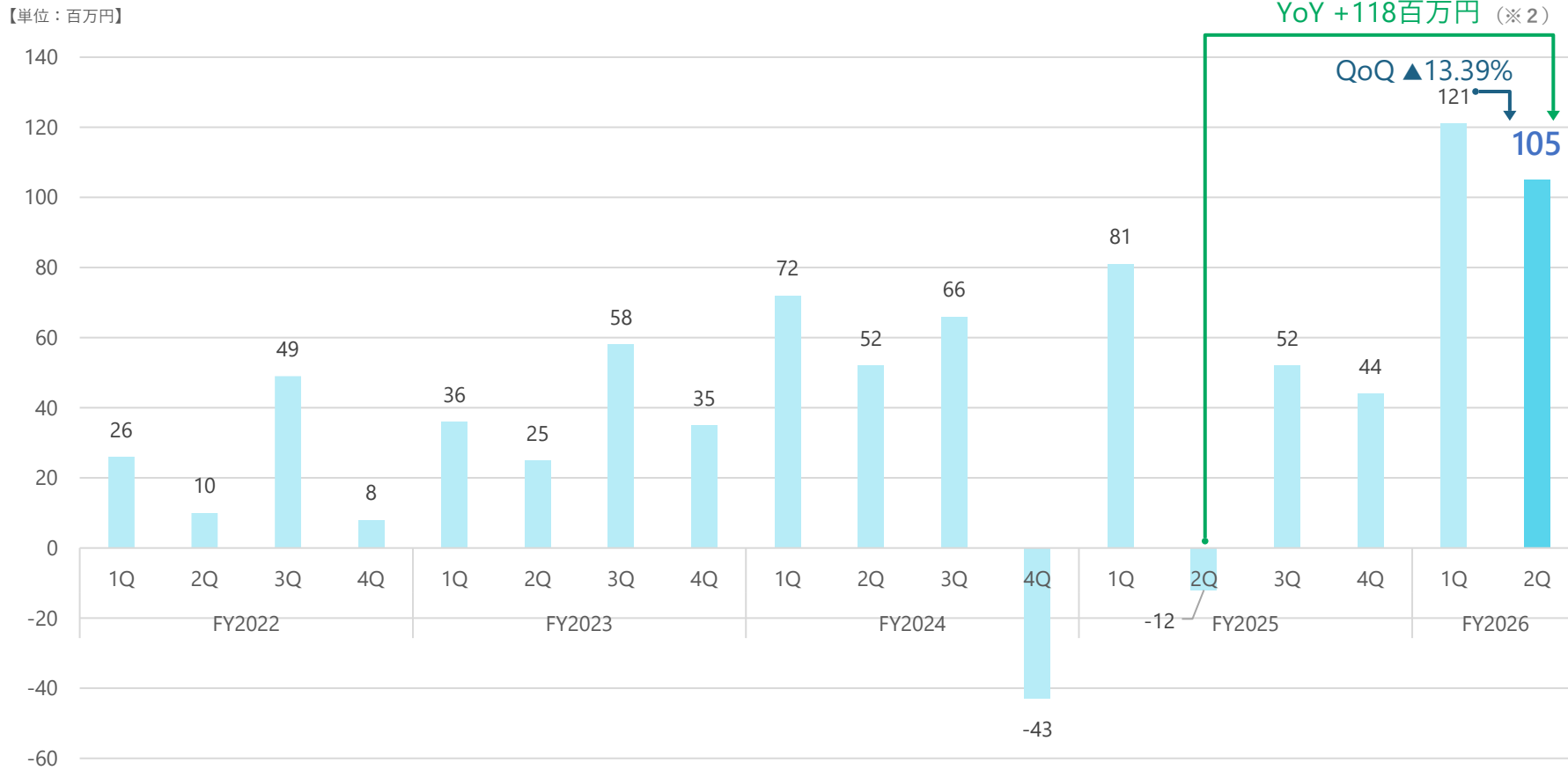


(※ 1) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年第4四半期より連結範囲に含めております。



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	-

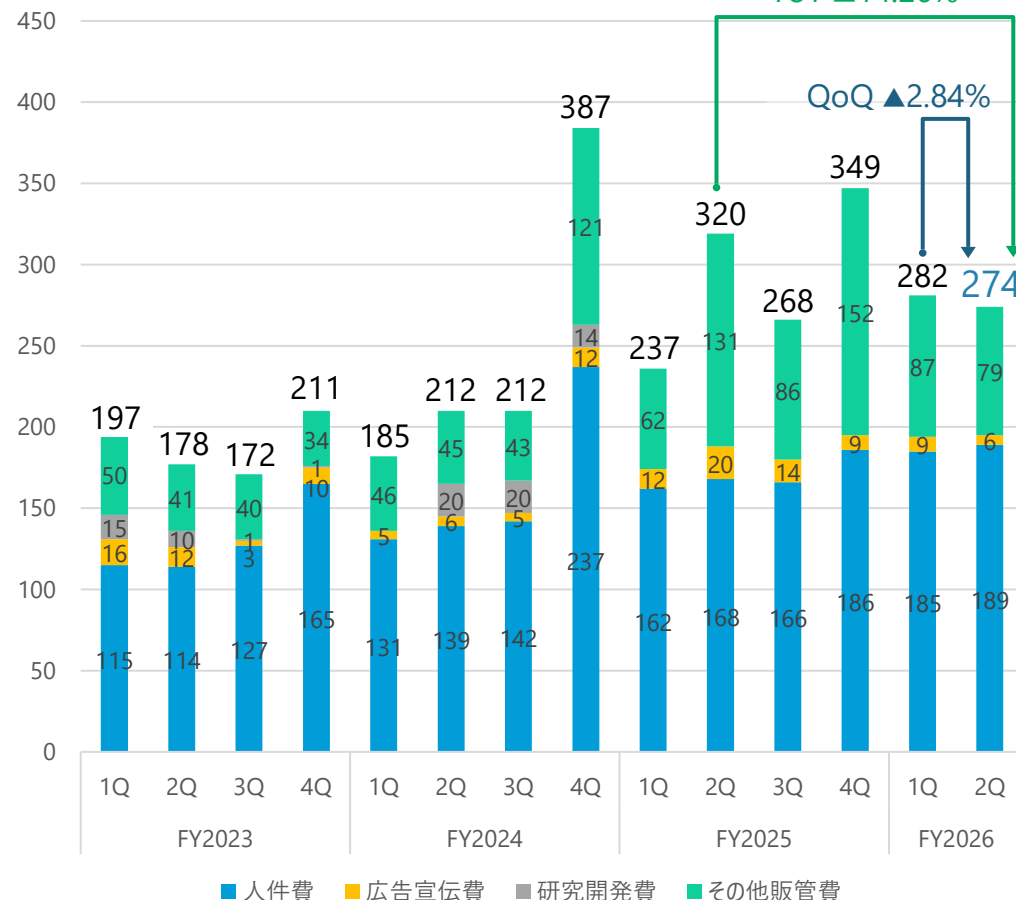
（※1）前期に係る数値については、現行のセグメント区分に組み替えて表示しております。

（※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。



四半期毎 販売費および一般管理費推移（四半期毎推移）

【単位：百万円】



分類毎の主な変動内容、用途

その他販管費

<前四半期比>

- 前四半期に一過性の支払報酬費用等が発生し12百万円の減少
- 従業員採用による採用フィーや人件費関連費用等により4百万円の増加

<前年同期比>

- 株主優待廃止による関連費用の減少

広告宣伝費

- 「絶対リーチ！RCS」や「Deep Predictor」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

人件費

<前四半期比>

- 従業員採用により微増

<前年同期比>

- 株式会社ロウプの連結影響で9百万円の増加
- 従業員の増加で11百万円の増加

（※ 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。



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

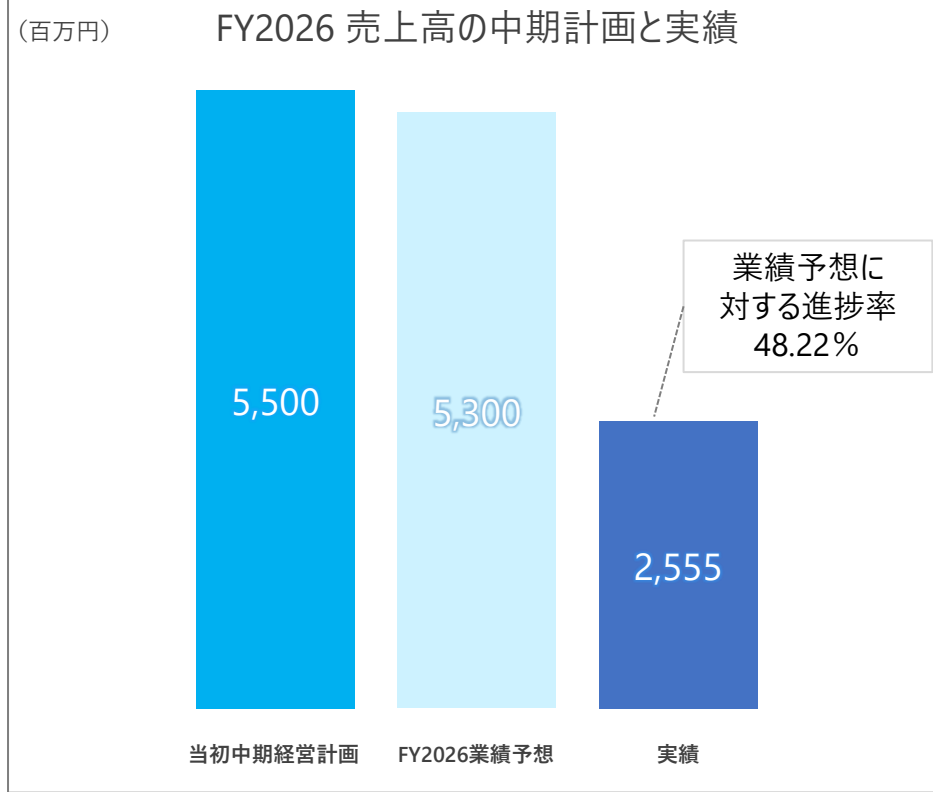
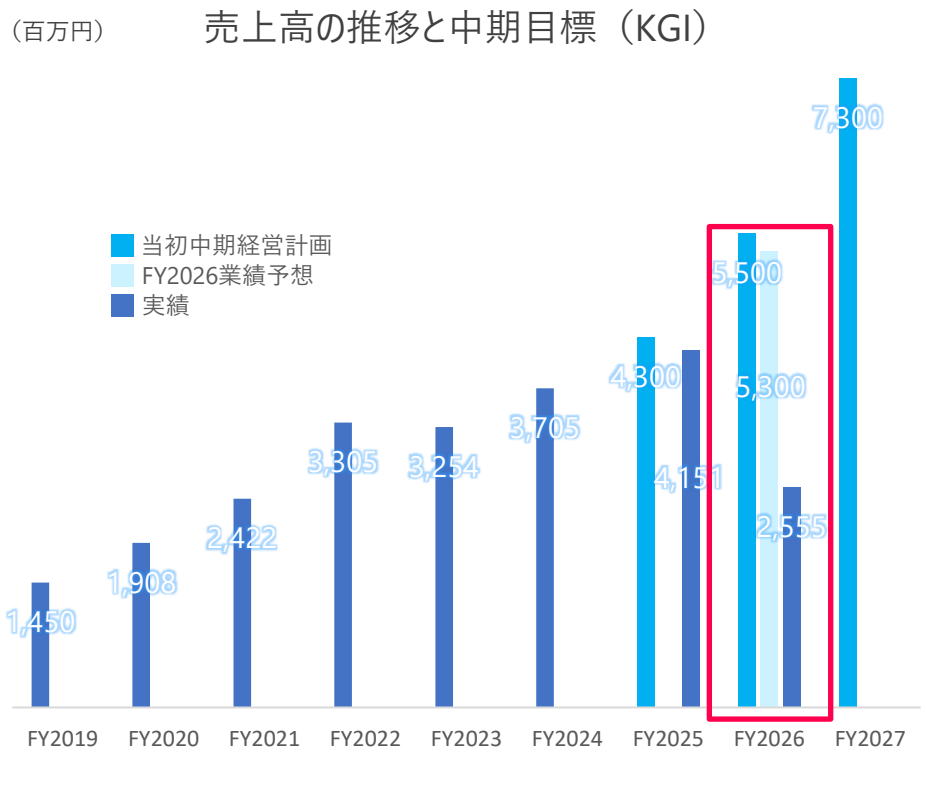
【単位：百万円】

	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%



売上高の推移と中期目標（KGI）の進捗

- FY2026上期の売上高は2,555百万円、通期連結業績予想に対する進捗率は48.2%、受託系案件の獲得進捗の遅れの影響もあるが概ね予想通りで推移
- FY2026業績予想は、SMS市場におけるRCSの法人顧客利用普及が計画時の見立てより時間を要しているため、2025年2月14日発表の中期経営計画に対して▲200百万円としている

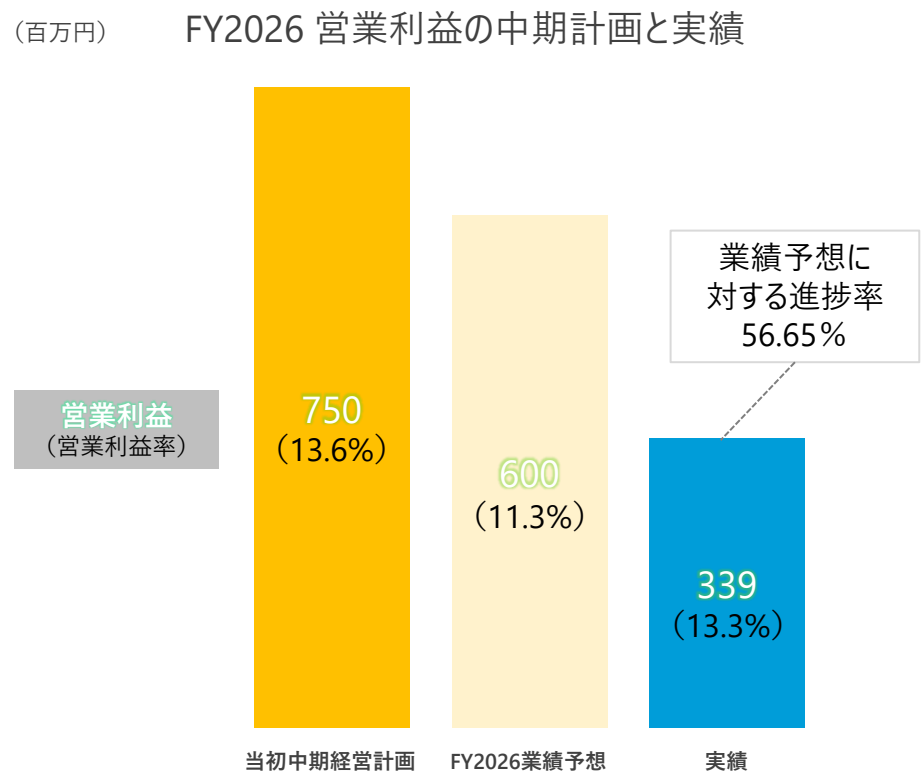
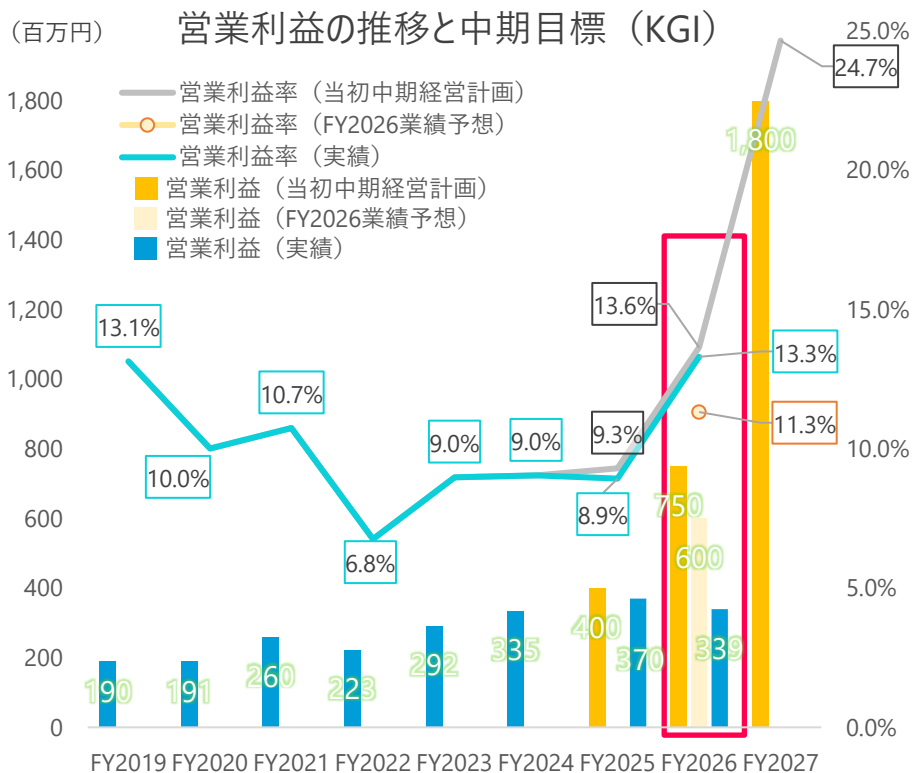


(※ 1) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウプを完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



営業利益の推移と中期目標（KGI）の進捗

- FY2026上期の営業利益は339百万円、通期業績予想に対する進捗率は56.65%となり、SMS配信数の増加およびAIトランスフォーメーション事業の黒字化により、FY2026業績予想の達成に向けて想定の範囲内で推移
- FY2026業績予想は、収益性の高いRCSの売上の積み上がりが当初想定より緩やかとなることを鑑みて、当初中期経営計画に対して▲150百万円を設定
売上高の計画差▲200百万円に対して営業利益の減少幅が相対的に大きいのは、RCS領域の収益性が高いことによるものであり、同領域の拡大が中期経営計画の達成に向けた最重要課題



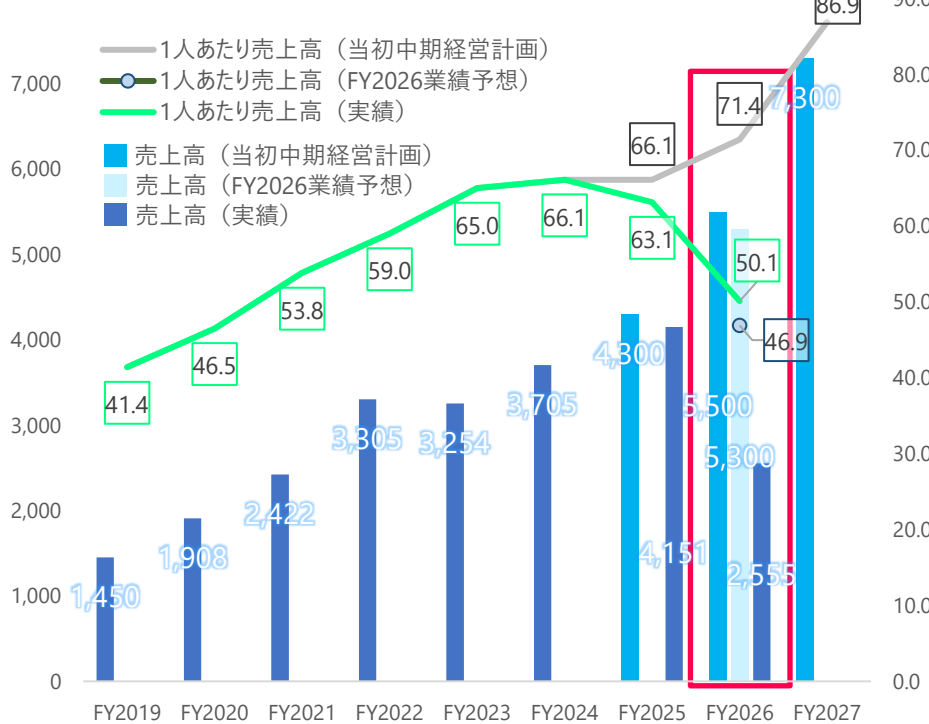
(※ 1) 2025年10月1日に株式取得により株式会社ロウパを完全子会社化し、2025年10月1日から2025年12月31日の3か月間を連結範囲に含めております。



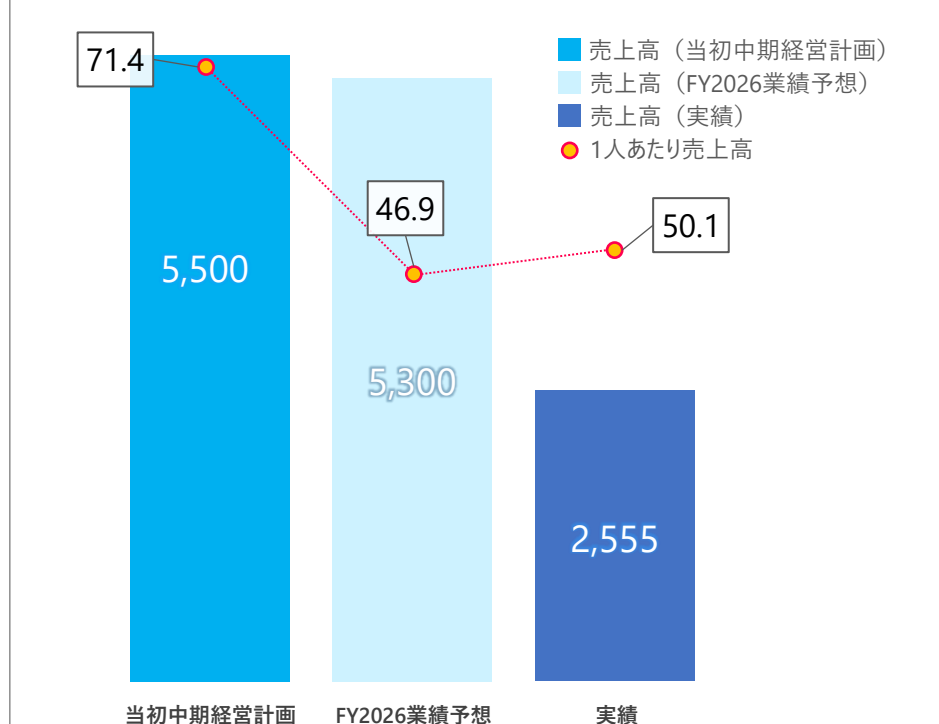
1人あたり売上高（※）推移と中期目標（KGI）の進捗

- FY2026上期の1人あたり売上高はおおむね計画通りの状況
- 1人あたり売上高は、AI CROSS単体では63.8百万円/人と着実に積み上がっており、社内DXによる生産性向上は計画に沿って進捗しているものの、連結ベースでは事業モデルの異なる子会社を含むため、指標としては当初中期経営計画の前提と直接比較できない構造となっている

（百万円） 1人あたり売上高の推移と中期目標（KGI）



（百万円） FY2026 1人あたり売上高の中期計画と実績



（※ 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） 1人あたり売上高は、売上高を正社員数で割ることで算出

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

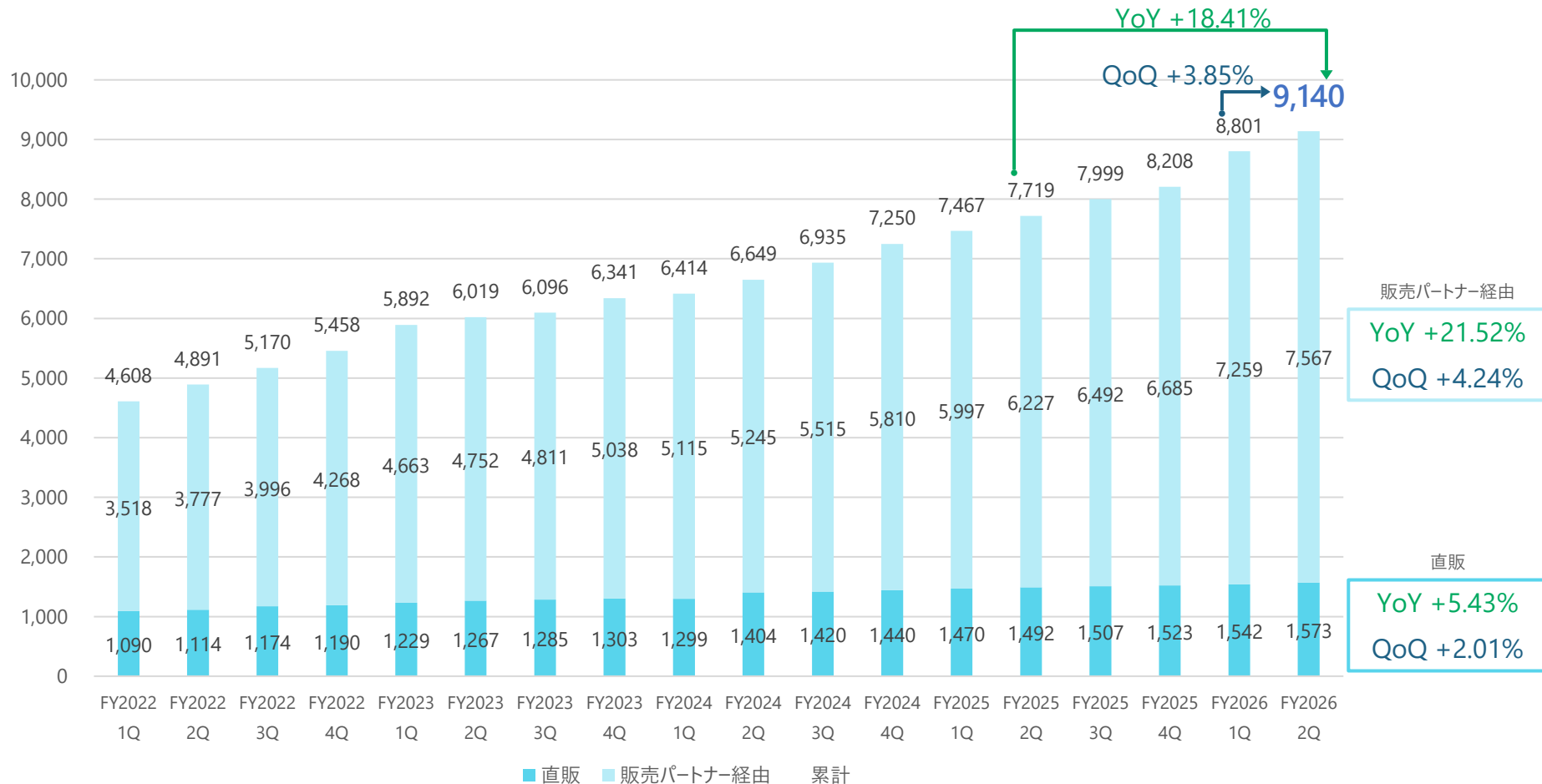
前四半期比 ▲7.66% 

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

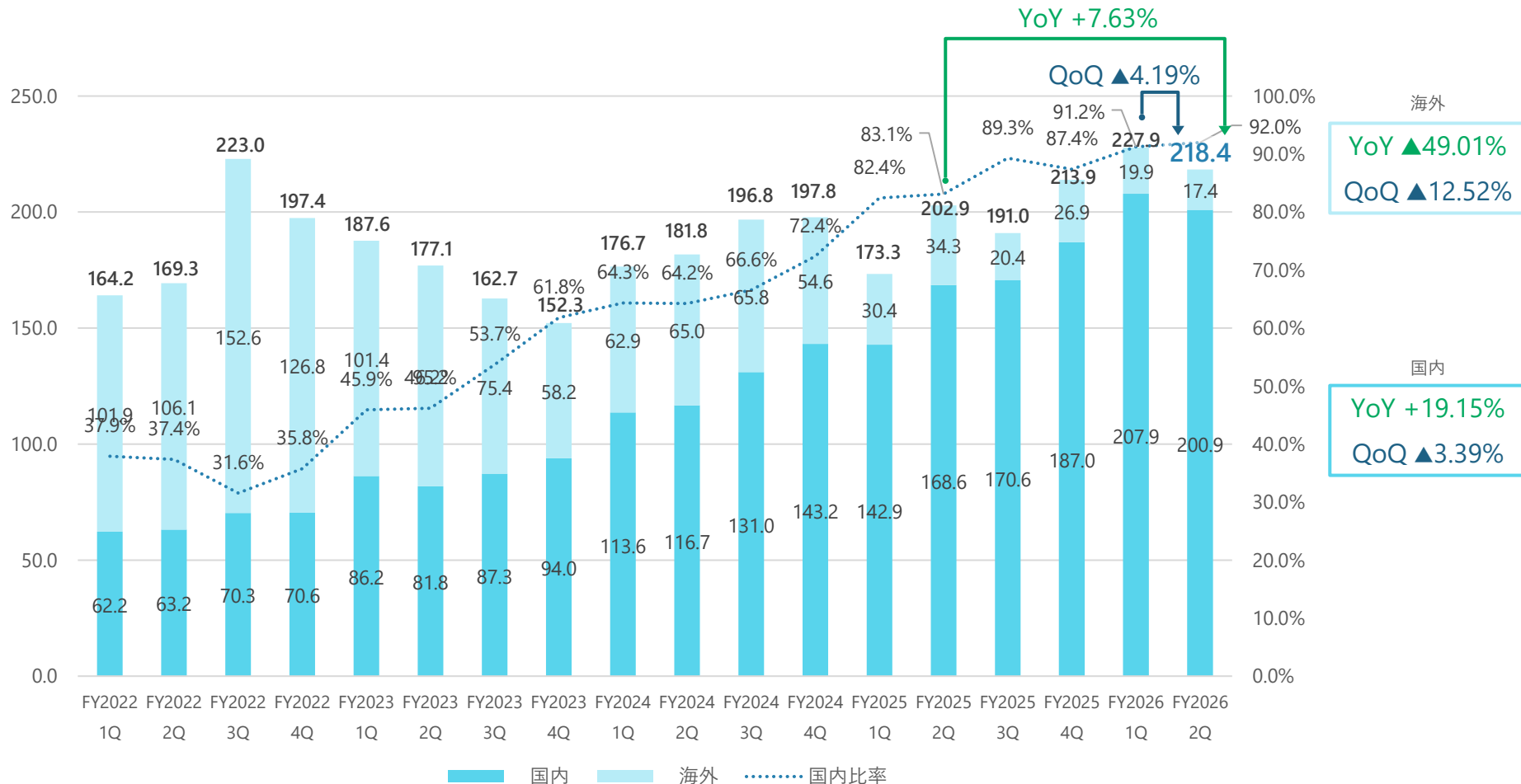


- 販売パートナー企業経由の顧客増加等により引き続き堅調な伸びを維持しており、前四半期比で339社の増加（+3.85%）、前年同期比で1,421社の増加（+18.41%）
- SMSと親和性の高い顧客アセットを保有する販売パートナーとの取り組みに集中し、国内顧客の獲得強化を継続





- FY2026.1Qに季節性のSMS配信数増加があり、前四半期に比べ、SMS配信数合計は9.5百万通減少（▲4.19%）、国内顧客のSMS配信数は7.0百万通の減少（▲3.39%）
- 前年同期比においても、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、SMS配信数合計は15.5百万通増加（+7.63%）、国内顧客のSMS配信数は32.3百万通の増加（+19.15%）

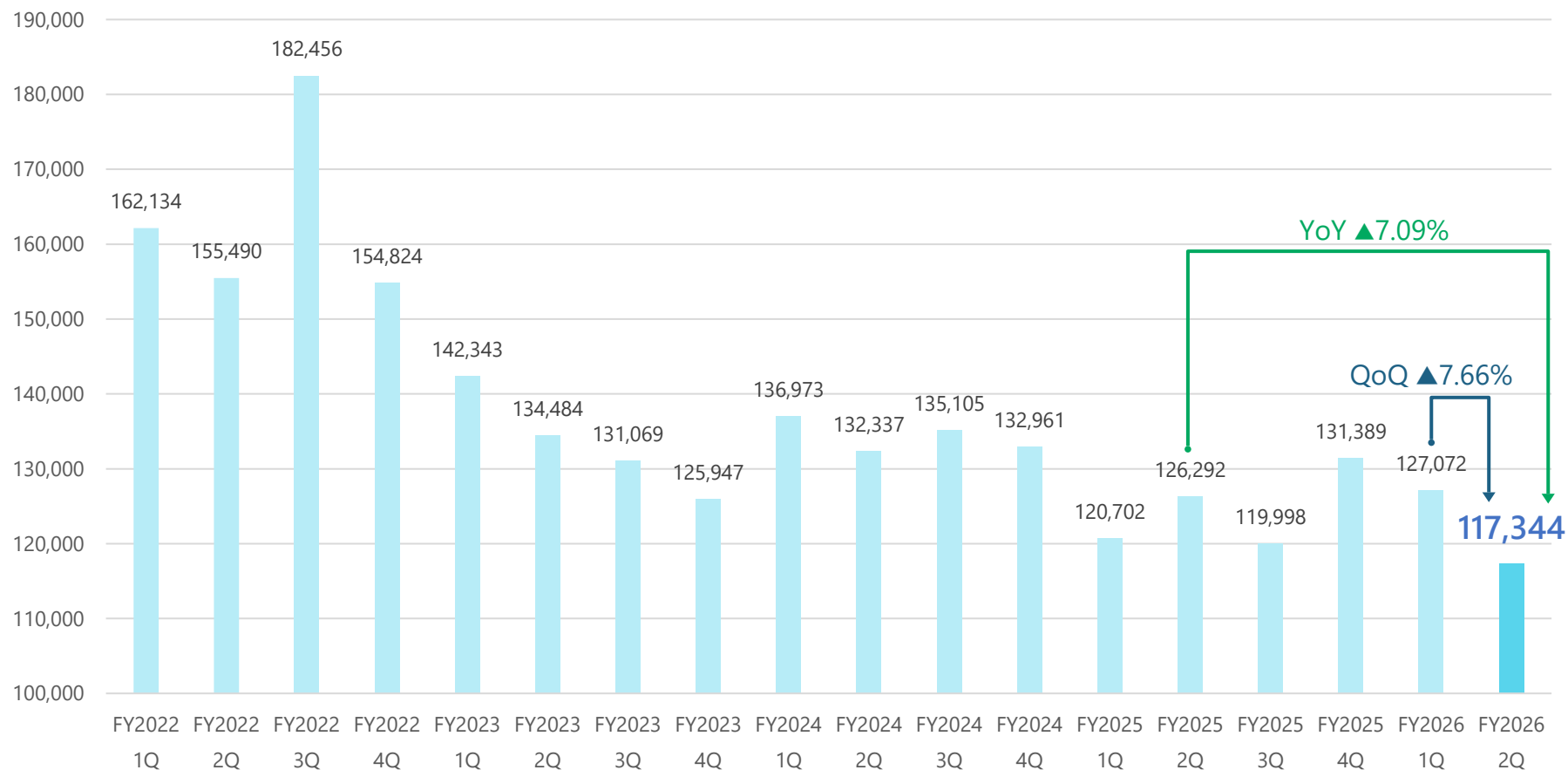




スマートメッセージング事業ARPU（顧客平均売上高）

- 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9,728円の減少（▲7.66%）、前年同期比においても、前四半期比同様に、8,948円の減少（▲7.09%）

【単位：円】



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

継続

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の変革

プラットフォーム提供

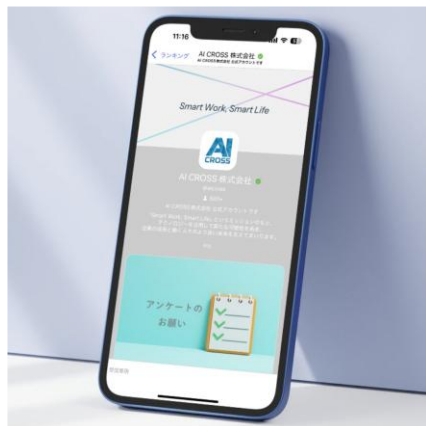
ソリューション

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。



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
2026/3
ソフトバンクがiPhone向けRCSを提供開始

New

2026/8以降
NTTドコモがiPhone向けRCS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

プロダクトの進化

チャットボットの
高度化

AI連携

UI/UXの
更なる改善

展開領域（FY2026注力）

カスタマーサポート

マーケティング



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



継続



「Deep Predictor」カスタムプラン、アシスタントプランに注力

継続

「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分からない

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

発注量算出や予実グラフ作成、架電リスト作成などの予測後、後処理機能等を提供開始

提供
開始

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



「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



FY2026 事業方針

コトバで未来を描き、テクノロジーで未来を創る 「企画力×技術力」を核に、顧客の事業成長と体験価値向上に伴走

提供価値の広がり

CRM/MA支援を基盤として、最適なテクノロジーで顧客課題を解決し、**顧客体験の向上**を目指す

既存の強み
CRM/MA基盤



最適な
テクノロジーの採用



新たな
DX支援・CX創出

- 生成AI活用による企画・制作・運用の自動化に業務効率向上および高度化による品質向上
- 3D・AI技術を活用したバーチャル試着シミュレーターをはじめとする多様なソリューションの提供により、より豊かな顧客体験を創出

競争優位性の深化

企画から実装・改善までを**一気通貫**で担うことで、
構想を成果へとつなげ、
顧客企業との**長期的なパートナーシップ**を実現

1. 顧客理解

2. シナリオ設計

**一気通貫でCX向上を
最適化する仕組みを継続的に実現**

4. 改善最適化

3. MA活用 実装・改善

ワンチーム

- 企画と実装が分断されない体制により、構想を実行へ、実行を成果へとつなげる
- DX/CRMコンサル・アナリスト・クリエイター・エンジニアが横断連携し、顧客接点全体を最適化

事業基盤



信頼、品質

大手広告代理店をはじめとする主要エージェンシーのパートナーとしての高い品質基準と遂行力を有する



企画力、技術力

マーケティング領域に精通した専門スキル人材を擁し、戦略を迅速かつ正確に形にする「企画力」と「技術力」が強み



成果まで伴走支援

ツールの導入をゴールとせず、顧客企業の「事業成長（価値向上）」を最終目標とし、顧客ビジネスに最後まで伴走

(※ 1) CRM（Customer Relationship Management）：顧客情報を一元管理・分析し、営業、マーケティングなど、あらゆる業務の効率化と売上向上につなげることを目的とした手法やそのためのシステム

(※ 2) MA（Marketing Automation）：見込み顧客の獲得から育成、既存顧客への継続的なアプローチまでを、デジタル技術によって自動化・効率化する仕組み

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