

2021年11月22日

各 位

会社名 AI CROSS 株式会社
代表者名 代表取締役社長 原田 典子
(コード：4476 東証マザーズ)
問合せ先 取締役 菅野 智也
(TEL. 050-1745-3021)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○開催状況

開催日時 2021年11月22日 19:00～20:00
開催方法 インターネットによるオンライン開催
説明会資料名 個人投資家向けオンライン会社説明会

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

以上

Smart Work, Smart Life



個人投資家向けオンライン会社説明会

AI CROSS株式会社

(証券コード：4476)

2021.11.22





1 : AI CROSSの事業概要

2 : FY2021 3Q業績ハイライト

3 : FY2021 3Qトピック

4 : FY2021 4Q以降の取り組み

5 : 今後の経営戦略

6 : Appendix

2021年8月の子会社AIX Tech Venturesの設立により、
当2021年12月期第3四半期より連結決算に移行しております。



1

AI CROSSの 事業概要

拡大領域

メッセージングサービス

絶対リーチ!



育成領域

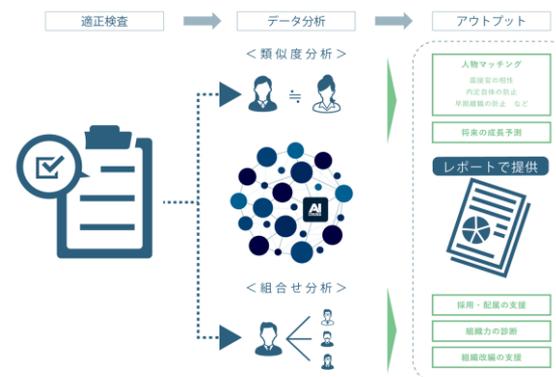
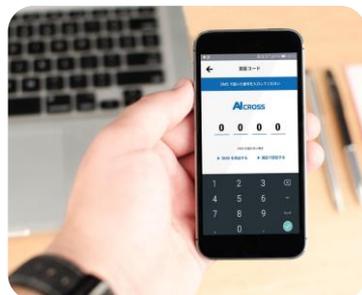
HR関連サービス

HYOU MAN BOX

SMSのサービス提供を通して培った知見を生かした『SMS単体では実現出来ない』顧客コミュニケーションサービスの提供

「AIとテクノロジーによる人材スキルの可視化と適材適所活用」や多彩な働き方を実現するHR領域サービスの提供

- チャットボットソリューション
- ドタキャン防止ソリューション
- 安否確認ソリューション
- DM効率化ソリューション
- 本人認証ソリューション
- 決済ソリューション



携帯番号に紐付き、コスト効率／1通で他ツールを圧倒するコミュニケーション

今後は「会員連絡」・「販促」など、より付加価値の
高い領域でのコミュニケーション活用が期待される

确实



メッセージ到達
99.9%

安い



紙DMと比較して
1/28以上 低コスト化可能

(※) 紙DM1通あたりの製作費+印刷+送料 (A4両面/100通)
¥345と想定し、SMS¥12/1通を比較した場合

広範囲



日本で使われる1.8億の
携帯電話番号へつながる

法人とユーザーのコミュニケーション課題を解決

なりすまし
被害



ユーザー本人に
なりすます不正が相次
ぐID/パスワード

つながらない



督促業務での非効
率な電話対応と
かさむ人件費

高コストな
郵送



紙のダイレクトメ
ールによる印刷・
制作・発送コスト

開かれない
メルマガ



乱用した結果
見られなくなった
メール

SMSが解決

SMSを加えた
『二段階認証』

スマホへ確実に
メッセージ送達

必要な情報を
高い開封率で送達

重要なユーザー
への連絡手段

メッセージング領域で獲得しうる市場規模は約900億円と想定

▶ **SAM** (※) 約 **900** 億円



SAM サービスから獲得しうる市場規模

MA・メール配信システム :
ダイレクトメールのSMS置き換え (※)

(※) 日本の労働人口6,800万人/3通/日 × 20営業日・ロイヤルカスタマの内10%をSMSへの置き換えとしてAI CROSS独自に算出/

MA利用企業ダイレクトメールの内SMSへの置き換え

SOM アプローチしている顧客の市場規模

- 本人認証
- 業務連絡
- 督促
- プロモーション
- 事前連絡
- その他

規模算出のための参考データ (※) 市場規模は下記レポート・IR資料を参考としつつ、AI ROSSが独自の調査・戦略・分析により算出した市場規模

SOM

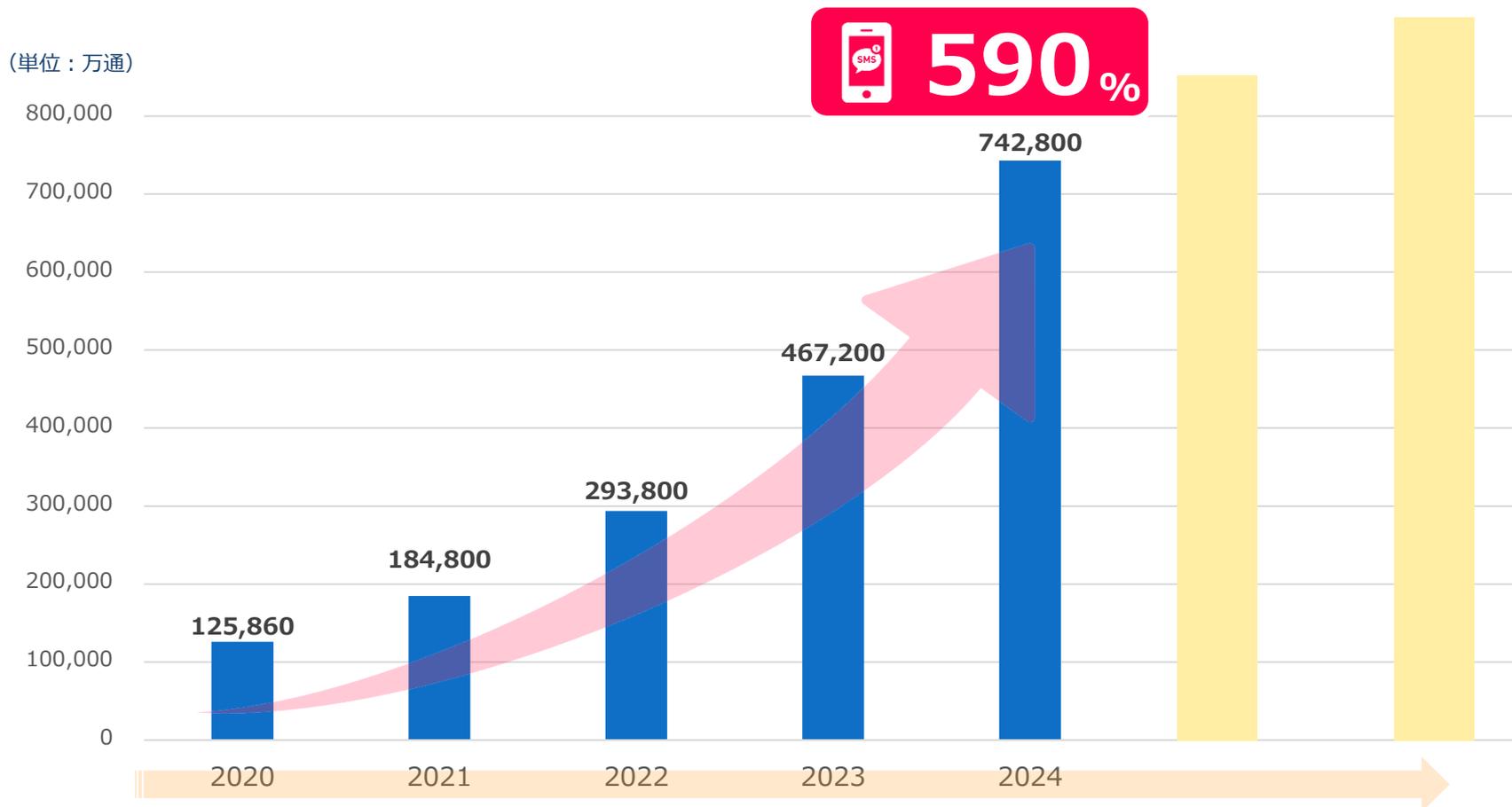
- ① デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社 ミックITリポート「国内法人・海外法人・キャリア別A2P-SMS市場と用途動向」
- ② 株式会社アクリート IR資料「2020年12月期通期決算補足説明資料」
- ③ 株式会社ファブリカコミュニケーションズ IR資料「新株式発行並びに株式売出届出目論見書 (令和3年3月)」
- ④ 当社 IR資料

SAM

- ① 株式会社電通 リポート「2020年 日本の広告費 | プロモーション メディア」
- ② 株式会社アイ・ティー・アール レポート「メール/Webマーケティング市場2021」
- ③ 株式会社アララ IR資料「新株式発行並びに株式売出届出目論見書 (令和2年11月 第2回訂正分)」



2024年までの国内SMS配信数伸び率590%が見込まれる高成長市場



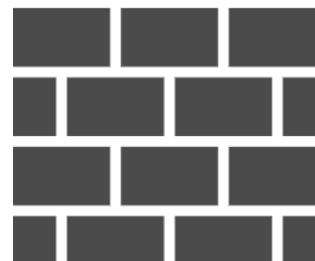
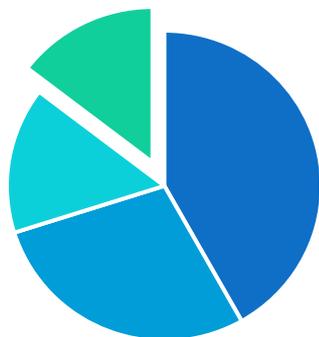
※ 出典：ミックITリポート2020年 11月号 デロイト トーマツ ミック経済研究所



根幹となるSMS市場は参入障壁が高く、BIG4社による寡占市場

寡占市場による安定性

高い参入障壁



BIG4 :

AI CROSS ・ アクリート ・ 大手通信キャリア系企業 ・ メディア4u

寡占市場

4社で、SMS市場の
ほぼ全てを占める。

規模の経済性

仕入先が通信会社（キャリア）で
ある関係上、通信量で
仕入れ価格が決定。

2

FY2021 3Q 業績ハイライト



FY2021 3Q累計/FY2020 3Q累計 比較

前年同期比で大幅な増収・増益を実現

	FY2021 Q1~Q3	FY2020 Q1~Q3	増減額	前期比
売上高	1,823 百万円	1,361 百万円	461 百万円	133.90 %
営業利益	217 百万円	108 百万円	109 百万円	201.51 %
経常利益	214 百万円	107 百万円	106 百万円	199.59 %
純利益	310 百万円	74 百万円	236 百万円	418.27 %

売上高

FY2021 3Qまでの累計売上は対前年累計と比較して130%以上の大幅な伸びを実現。

継続的なパートナー関係強化施策等による取引社数（前期末比115%）・配信数（前期比145%）拡大が大きく寄与。

※FY2020は単体決算、FY2021は連結決算数値

FY2021通期業績予想に対して段階利益はほぼ達成

FY2021

	Q1~Q3		通期業績予想		
					3Q進捗率
売上高	1,823	百万円	2,529	百万円	72.06 %
営業利益	217	百万円	229	百万円	94.92 %
経常利益	214	百万円	229	百万円	93.58 %
純利益	310	百万円	332	百万円	93.41 %

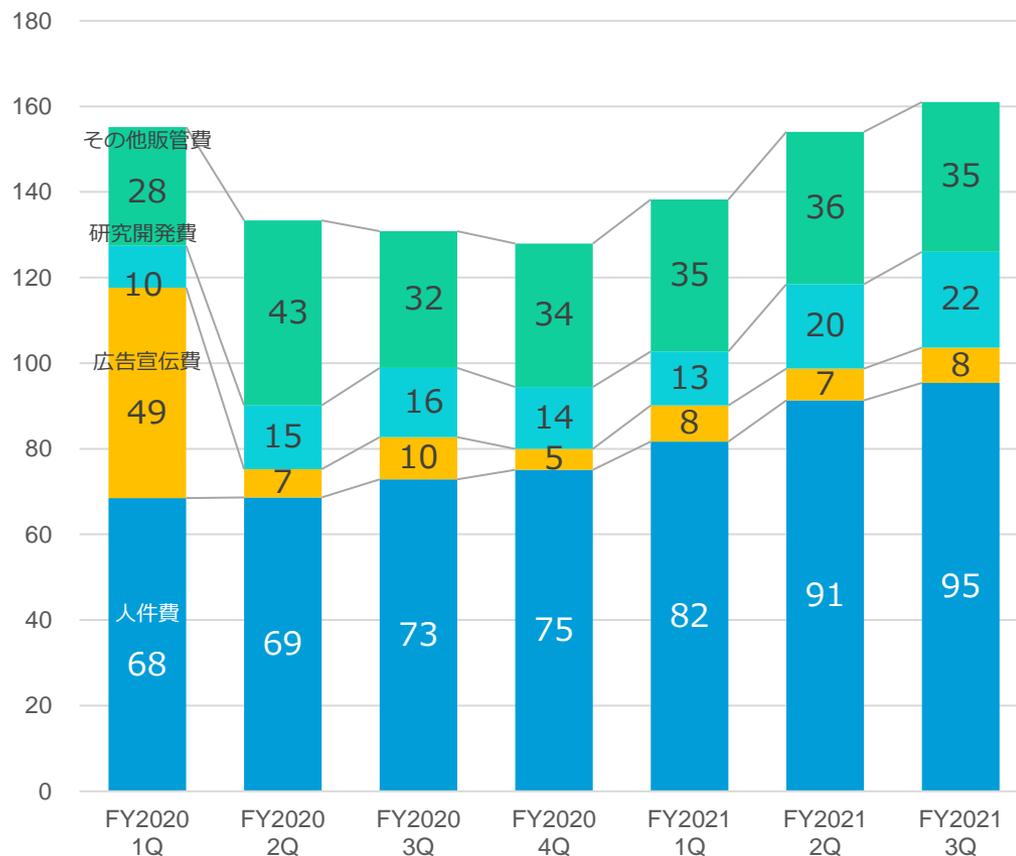
売上高

FY2021 3Qまでの累計売上は18億円となり、通期計画に対して順調に推移。

メッセージング事業について、さらなる配信数の拡大と配信単価の向上により、トップラインの拡大とボトムラインの底上げを目指す。

データサイエンティスト採用など事業強化のための投資を継続

(単位：百万円)

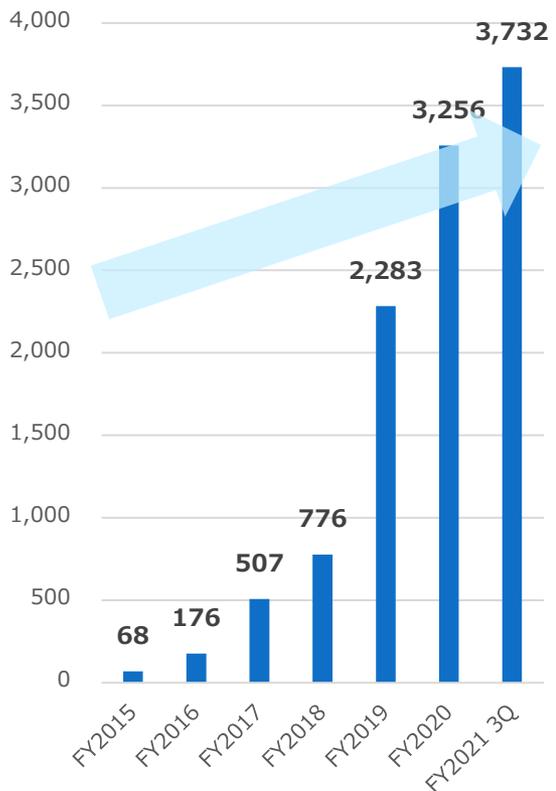


※FY2020 1Q~FY2021 2Qは単体決算、FY2021 3Qは連結決算数値

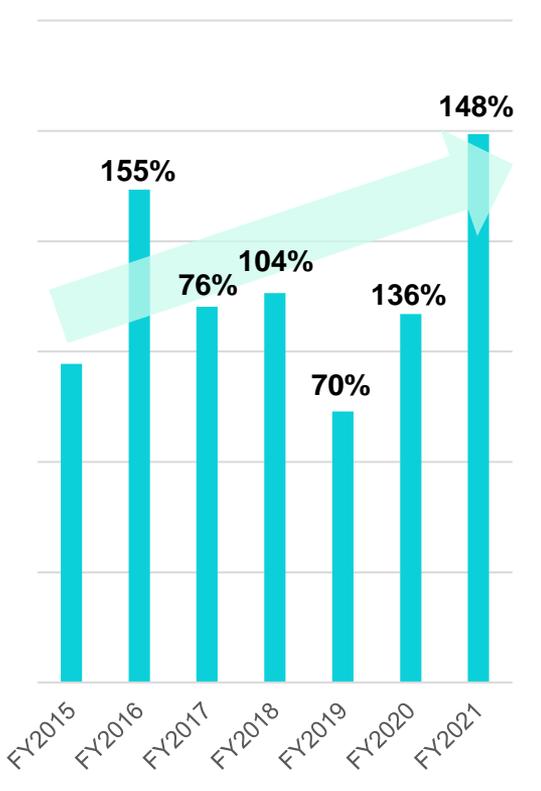


取引社数・1社あたりの配信数拡大に伴い平均単価は低下傾向

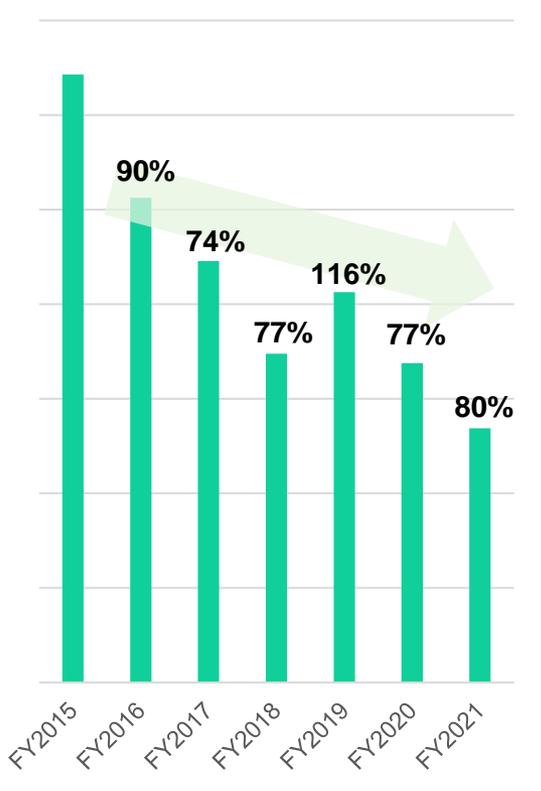
取引社数



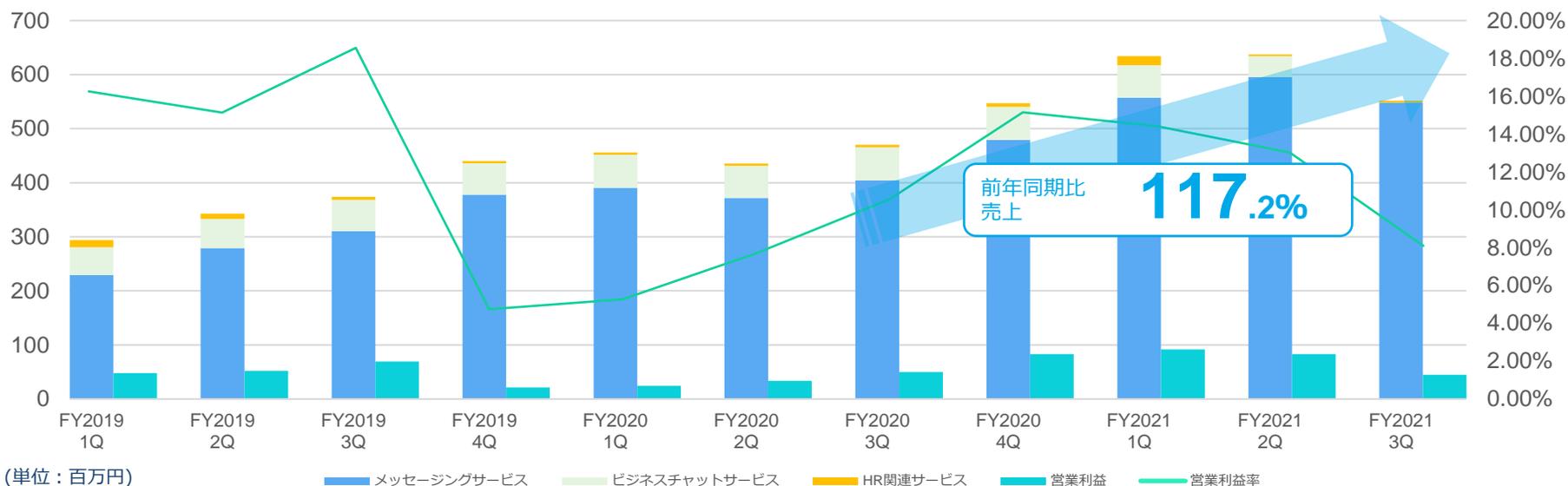
1社あたりのSMS配信通数



平均単価推移



顧客基盤の拡大により着実な事業成長を継続



事業年度	2019				IPO	2020				2021		
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	
売上高	293	342	374	440	455	435	470	546	634	637	551	
営業利益	47	51	69	21	24	33	49	83	91	83	42	
経常利益	46	50	62	10	24	33	49	82	90	81	42	
当期純利益	31	34	41	17	16	22	35	60	61	221	26	
営業利益率	16.3%	15.2%	18.6%	4.8%	5.4%	7.8%	10.6%	15.2%	14.5%	13.1%	7.77%	

3

FY2021 3Q トピック

付加価値向上×配信価値向上の取り組み： メッセージングサービス

ゼウス提供「メールリンク決済」サービスへのSMS提供による業務提携



ゼウスが提供する事業者向け決済サービスのうち、メールで決済URLを案内する「メールリンク決済型」の手段多様化として絶対リーチ!(R)SMSが採用



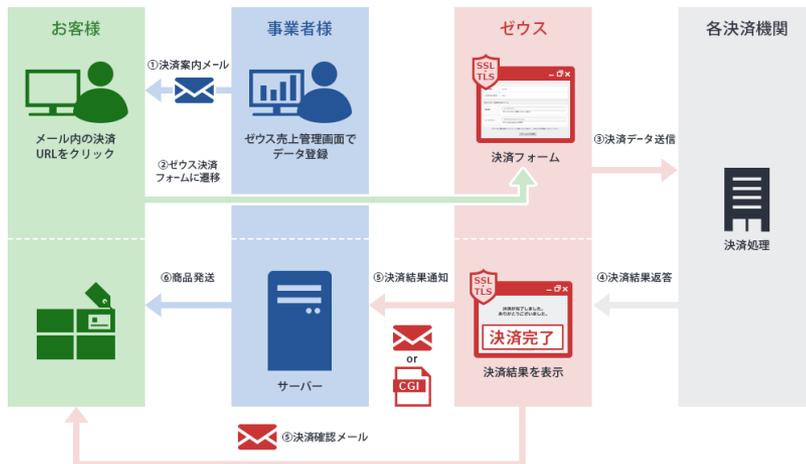
従来の連絡手段での課題

- ・登録されたメールアドレスが不明、もしくは変更されている場合、確認に時間がかかってしまう事象が発生



連絡手段の多様化を実現

- ・番号ポータビリティにより固定化が進むスマホ番号宛にSMSを介して決済URLの送信が可能になり、手段が多様化



SaaS型OMO※ツール提供ベンチャー企業「UPBOND社」への出資を実施



UPBOND
Bond your customers

UPBOND社のシステム連携や協業を図ることで、
SMSの販促用途（高単価・未開拓）の拡大を狙い、
AIを駆使した新たな業態への足掛かりとすることを志向

※OMO…Online Merges with Offlineの略で「オンラインとオフラインが融合した世界」を指す。
オンライン（インターネット）とオフライン（リアル店舗等）の境界線をなくして個々の顧客に最適なサービスを提供し、
CX（顧客体験）の向上を目指そうという考え方。

4

FY2021 4Q以降の 取り組み

メッセージング領域の拡大・HR関連サービスの育成

拡大領域

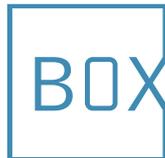
メッセージングサービス

絶対リーチ![®]



育成領域

HR関連サービス

HYOU
MAN 

配信数の拡大 × 配信価値の向上

メッセージングサービスの収益分解



売上高

HR関連サービスの育成

継続的な新規サービスの創出・拡大機会を
探る事で、継続的な成長を加速

AI CROSS

Smart AI Engagement事業

メッセージングサービス

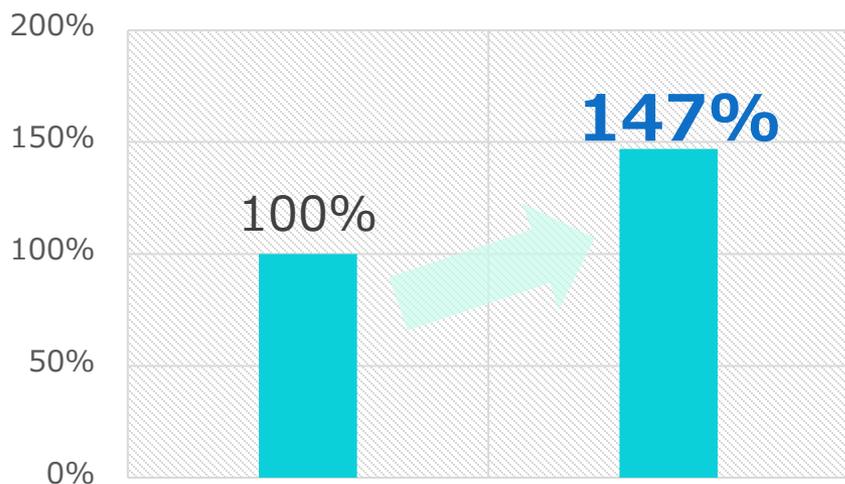


HR関連サービス

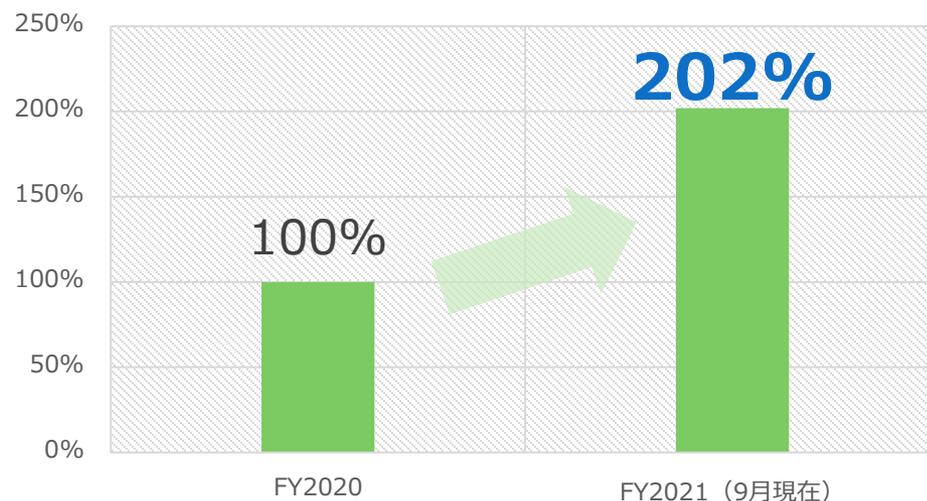
継続的なパートナー関係強化による販売代理店の増加・配信数拡大

販売代理店専任チーム組成およびエンジニア・営業による定期ミーティング実施。
利用者・到達率・反応率レポートの実施による共同改善体制の構築

販売代理店数の増加率



大手海外SMS事業者売上推移



	FY2020	FY2021 (9月現在)
販売代理店数	85社	125社

<関係強化取組み結果の一例>

大手海外SMS事業者に関して、活動を行ったところ、
利用通数の大幅拡大した結果、対前年比売上202%を実現。

メッセージング成長戦略：配信単価の向上策一例 配信数の拡大策一例

特定業界にて高シェアを持つパートナーへの個別ソリューション提供の開始

- 既存サービスを特定業界にて高シェアを持つ顧客向けにカスタマイズすることでアップセルを実現

(一例)

人材会社A社のコールセンター業務の一部を、
同社専用SMS + チャットボットの仕組みに置き換え

- SMSの配信数・単価を高め、年間売上 **180%以上UP** (1,000万円/年)

今後は他パートナー・ユーザーへの横展開およびデータ分析を加えた
アップセルを目論む

Hyouman BOX（ヒューマン ボックス）のサービス育成を推進

HYOU
MAN BOX

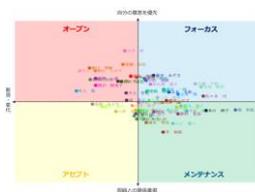
個性の可視化とAIによる分析で、人材活用の最適化を支援するクラウドサービス（BtoB向けSaaS）

①個性可視化：個人の深層



今まで可視化が難しかった
個人の資質（非認知能力）
の可視化を実現

②適材適所：組み合わせ予測・可視化



個人の適正の可視化から相性・組織全体のバランスなど最適な組み合わせを予測を実施

③離職コスト：変化をキャッチ



定期的に、人・組織を多面的に測定することで、社員やチーム、会社の変化をキャッチ。組織の変化に迅速に対応することが可能

④人事戦略：データに基づいた人事決定



勘や経験に依存した属人的な人事から、データを重視した戦略人事への転換を実現し、より効率的で、成長性の高い組織を実現

データにもとづく従業員の個性を生かした組織づくりに大きな課題あり

個性可視化



社風や環境が
合わず、力が
発揮できない

適材配置



人材の最適な
組み合わせが
わからない

離職コスト



残った社員の
モチベーション低下
や採用コスト発生

人事戦略



属人化した
人事戦略による
非生産的な組織

Hyouman BOXで課題解決を目指す領域

5

今後の経営戦略

年平均 **30%** 以上の成長を継続

データ活用／分析による付加価値拡大

既存事業ドメイン

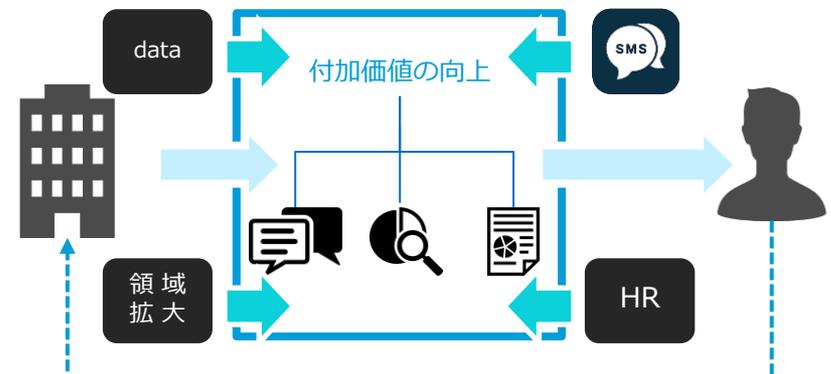
SMS・チャットによるコミュニケーションで業務の効率化を実現するサービス会社



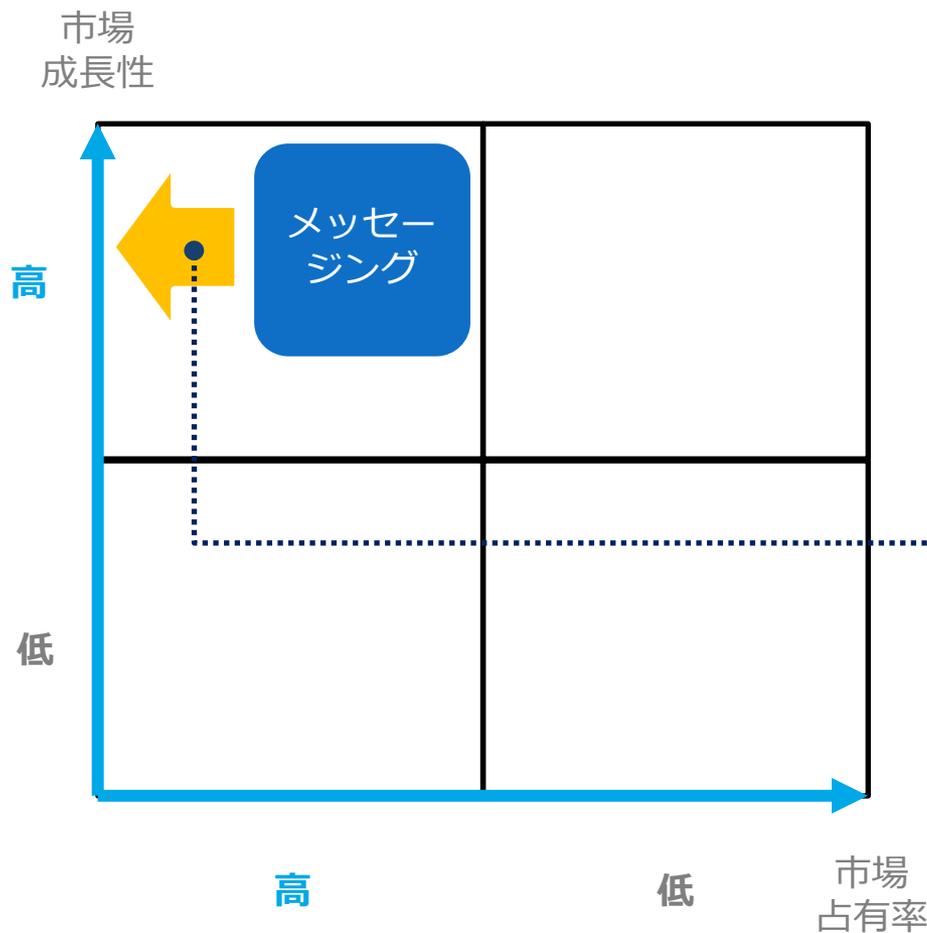
価値向上のためのシナジーを追加

AI CROSSが目指す姿

社内外のコミュニケーションデータの活用・分析によって、企業の生産性を向上させる会社



M&Aによる市場占有率の向上、ベンチャー投資による自社事業周辺領域への進出



	自社メリット	M&A・投資
メッセージング	<ul style="list-style-type: none"> 市場成長性 市場でのポジショニング確立 	<ul style="list-style-type: none"> 市場での占有率のさらなる拡大 <ul style="list-style-type: none"> データ活用による差別化 SMS配信数拡大

自社サービス拡充戦略

+

M&A・ベンチャー投資で成長加速





目指すコミュニケーション領域 市場規模予測

コミュニケーション領域DXの最大市場規模は約3,500億円と想定

▶ TAM

獲得できる可能性のある
最大の市場規模

HR Techを含む
コミュニケーションの
DX領域

▶ SAM

メッセージングサービスの
顧客として想定する
市場規模

メッセージング
サービスとしての拡張領域

▶ SOM

SMSでの顧客として
獲得可能な市場規模

現状のSMS領域



TAM規模算出は、下記レポート引用および各社IR情報を参考にしつつ、AI ROSSによる独自の調査・分析により算出

(※1) 引用元: 株式会社富士キメラ総研プレスリリース『2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望』(2020/10/23発表 第20112号)
<https://www.fcr.co.jp/pr/20112.htm>

(※2) 引用元: ItmediaビジネスONLINE『HR市場は2023年に2504億円へ拡大 ただし個人情報に関する問題も浮き彫りに』(2019年12月27日 16時30分 公開)
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1912/27/news100.html>

6

Appendix

会社名	AI CROSS株式会社（証券コード：4476）	
所在地	〒105-0003 東京都港区新橋3-16-11愛宕イーストビル13F	
事業内容	Smart AI Engagement事業 メッセージングサービス開発・運営 HR関連サービス企画・開発・運営	
設立	2015年3月	
役員構成	代表取締役社長	原田 典子
(女性役員比率： 50%)	取締役	菅野 智也
	取締役	櫻井 稚子
	取締役（監査等委員）	鈴木 さなえ
	取締役（社外、監査等委員）	田中 正則
	取締役（社外、監査等委員）	仙石 実
従業員数	45名（2021年10月末時点） ※パートタイマー及びアルバイトを含む	



代表取締役社長

原田 典子

1998年慶應義塾大学経済学部卒業。ドイツ系ソフトウェア企業、SAP でテクニカルコンサルタントとして働いた後、システム開発ベンチャー企業に入社。同社アメリカ法人設立のため渡米。シアトル、サンノゼ、ニューヨークなどでアメリカのネットビジネス、ITトレンドの調査及び提携・アライアンス業務などを行う。2015年3月より現職。



取締役

菅野 智也

2001年中央大学理工学部卒業。SMS事業部の営業部長として着任した後、BtoBtoC市場での潜在化ニーズの掘り起こし、活用モデルの検討・提案及び提携・アライアンス業務にてサービス推進を担い、2018年1月営業部長に就任。2018年3月より現職。



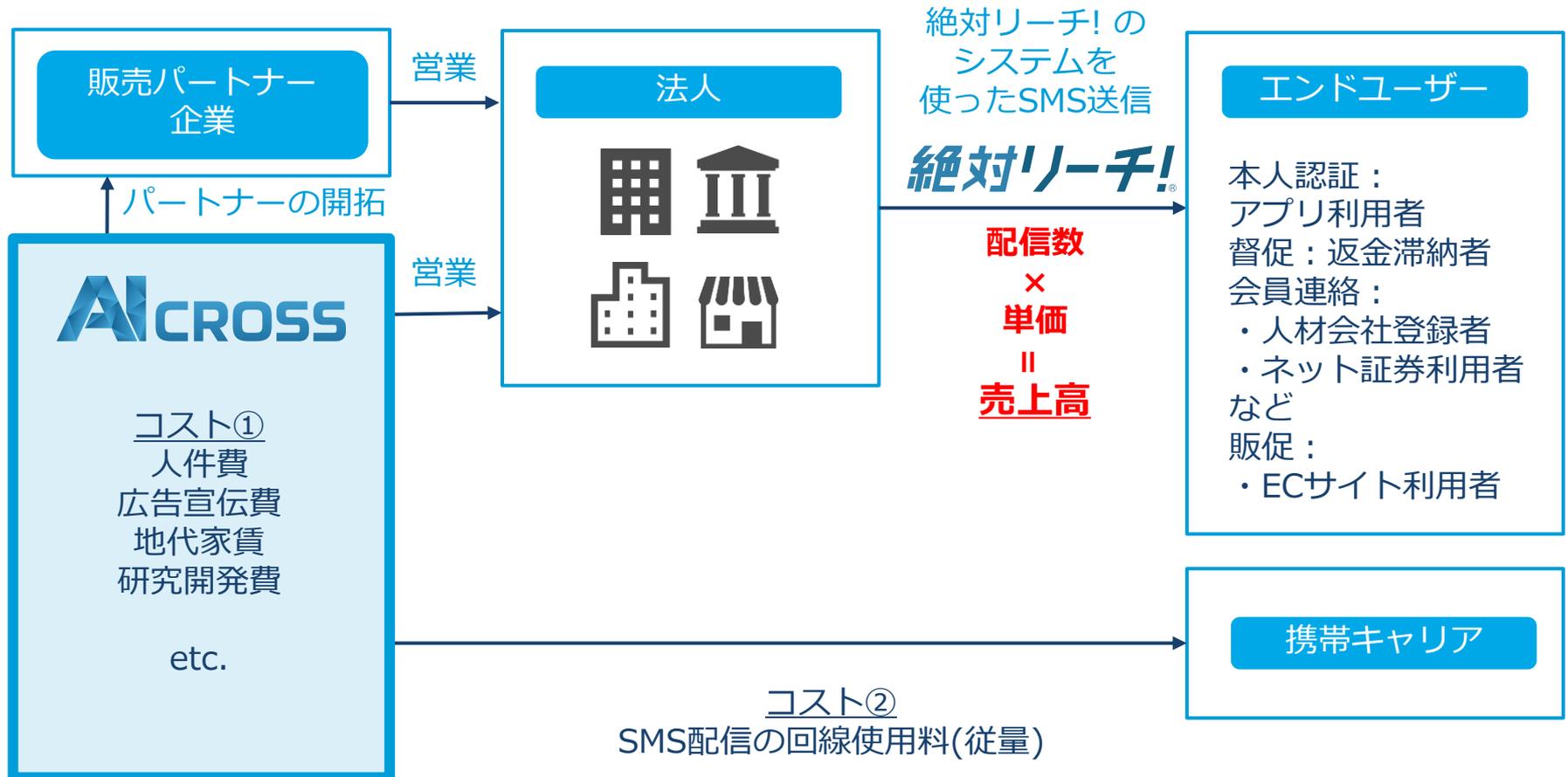
取締役

櫻井 稚子

ABC Cooking Studioに契約社員として入社後、要職を歴任。取締役副社長を経て、代表取締役社長に就任し、翌年より3年間増収増益を果たす。現在は複数社の社外取締役を努めるとともに、NTTドコモ部長職として、新規事業の立上げ・M & Aなどを手掛ける。

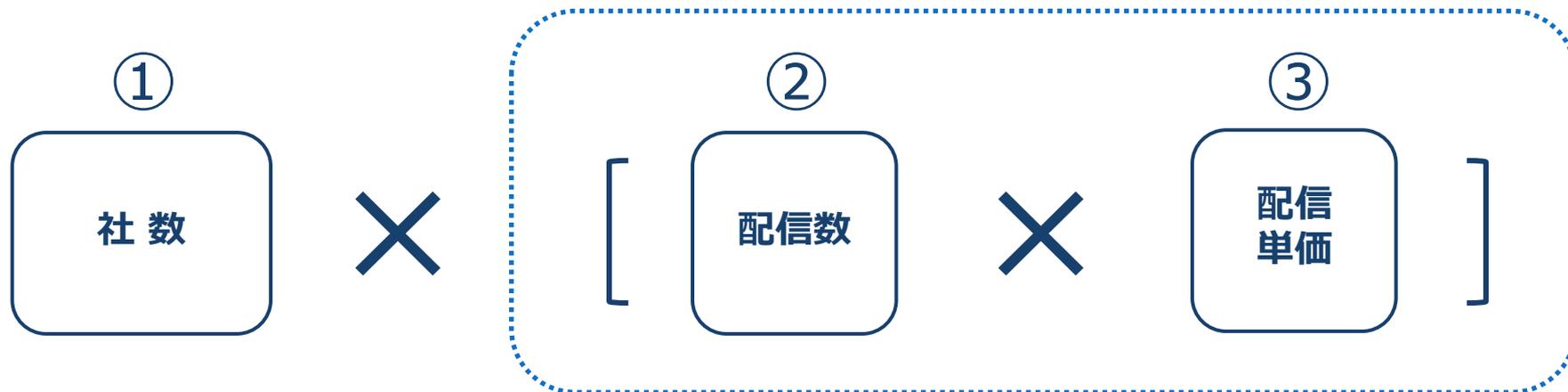
メッセージングサービスの売上と費用の概観

直接販売および販売パートナーを介したサービス提供型モデル





メッセージングサービスの収益分解



売上高

企業も、そこで働くヒトも、そして社会も、もっとスマートにできる

事業設立に至る2つのきっかけ

① 仕事上の経験

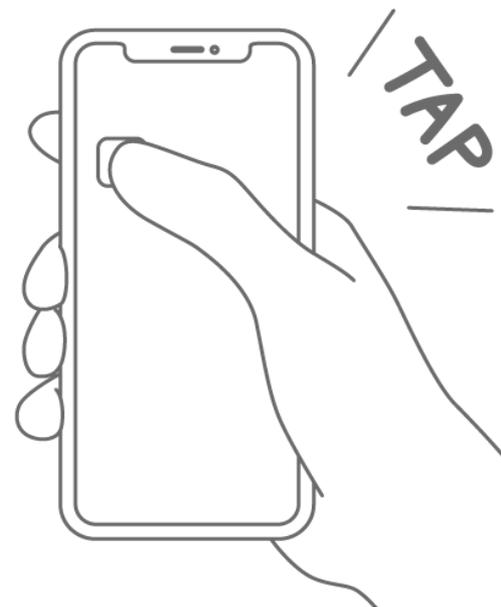
元々アメリカで、日本にない事業という観点で市場調査や提携先の調査を実施。

その時目をつけたのが、ショートメッセージサービス (SMS)。
売上を短期間で68倍にまでする企業もあった。

② 私生活での体験

米国での出産時、妊婦向けの適切なアドバイスを簡潔に送ってくれるSMSを直接活用。子育てをしながら働くことを実現できたことに感動。

一方帰国後、日本では当時まだ郵送がメイン、加えて文字がやたら多く分かりにくく、不便さが際立って見えた。





本資料の取り扱いについて

本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。