



2026 年 9 月 14 日

各 位

会社名 株式会社クロスフォー
代表者 代表取締役社長 内藤 彰彦
(コード番号：7810 東証スタンダード市場)
問合せ先 取締役 山口 毅
(TEL.057-008-9640)

『中期経営計画 2030』の策定に関するお知らせ

当社は、2026 年 9 月 14 日開催の取締役会において、『中期経営計画 2030』を決議いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 「中期経営計画 2030」について

当社グループを取り巻く事業環境の変化を踏まえ、今後の持続的な成長及び中長期的な企業価値の向上に向けた経営方針、重点施策及び経営目標を明確にするため、新たに「中期経営計画 2030」を策定いたしました。

2. 添付資料

「中期経営計画 2030」の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

CROSSFOR

株式会社クロスフォー 東証スタンダード 7810

中期経営計画 2026-2030

独自技術と現場力で、世界に選ばれる高収益ジュエリー企業へ

売上目標 FY2030

80億円

年平均成長率 +9.7% (FY2026実績起点)

営業利益 FY2030

8億円

利益成長×8.5倍 (FY2026実績起点)

営業利益率

10.0%

1.7% → 10.0%

本資料に記載の将来見通しは、現時点で入手可能な情報に基づく当社の判断であり、リスクおよび不確実性を含みます。実際の業績等は今後の様々な要因により大きく異なる可能性があります。

00 FY2025 実績

売上37.57億・営業利益0.55億

01 現状と課題

FY2026実績：売上55億・利益率1.7%

02 中期目標サマリー

FY2030：売上80億・営業利益8億・利益率10%

03 財務ロードマップ

5年間の売上・利益・利益率推移

04 売上構成（FY2030）

国内61.3%／海外30.4%／DtoC 8.4%

05 重点戦略

国内・海外・Varielle・AI・固定費レバレッジ

06 AI・人材戦略

82名→90名、1人当たり売上0.89億円

07 M&A・海外拠点戦略

米国営業所・3軸M&A

08 まとめ・社長メッセージ

売上80億・利益8億・利益率10%の達成へ

売上高

37.57億円

前期比 110%

営業利益

0.55億円

営業利益率 1.5%

海外売上

12.4億円

FY2026実績・起点

グループ社員数

82名

国内・子会社含む

年平均成長率（FY2026実績 → FY2030目標）

指標	FY2026実績・起点	FY2030目標	年平均成長率（4年）
売上高	55.3億円	80.0億円	+9.7%
営業利益	0.94億円	8.0億円	+70.8%

【重要】販管費は固定費主体の費用構造 – 粗利の増加が営業利益に反映されやすい（発揮には粗利率の改善が前提）

販管費は成長投資により増加するが、粗利増の範囲内に規律を維持し、粗利率改善と併せて利益率改善を支える

中期ビジョン

独自技術と現場力で、世界に選ばれる高収益ジュエリー企業へ

2030年に実現する姿

 グローバルブランド

米国・インド・タイを重点市場に当社独自の特許技術を活かしたDancing Stone、テニスチェーンを軸として、世界市場で認知される日本発のジュエリーメーカーを目指す

 高収益事業モデル

海外事業の成長とDtoC事業を育成
海外事業粗利率50%、DtoC事業粗利率75%の高付加価値セグメントが収益を牽引

 少数精鋭の強い組織

AI活用で一人当たり付加価値を向上
粗利/人：18百万円→30百万円（+67%）
営業利益/人：1.1百万円→8.9百万円
90名体制で売上80億を実現する高効率経営

 顧客・取引先

独自性、品質、安定供給を強みに顧客、取引先のブランド価値向上と持続的成長に貢献する

 従業員

AIを現場で徹底活用
バックオフィス・営業サポート・EC業務（見積もり作成等）で活用し少数精鋭モデルを構築
人材をプロフィット部門へ配置転換

 株主・金融機関

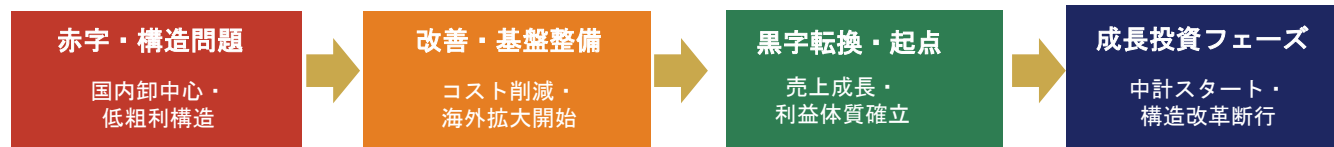
売上80億・営業利益8億・利益率10%の達成
持続的な利益成長

01-2 現状と課題 – 3年間の再建から成長投資フェーズへ

4/22

FY2023～FY2026の財務推移と変革の必要性

	FY2023 2023.07期	FY2024 2024.07期	FY2025 2025.07期	FY2026 実績(速報)
売上高（億円）	30.06	34.13	37.57	55.3
営業利益（億円）	▲2.03	▲0.16	0.55	0.94
営業利益率	▲6.8%	▲0.5%	+1.5%	+1.7%
フェーズ	赤字期	改善期	黒字転換	転換点



現状の課題と変革の必要性

① 利益構造の転換

国内基盤を維持しながら、好粗利領域へのシフトにより利益構造を転換する
海外（粗利50%）・DtoC（粗利75%）

② 新成長エンジンの確立

売上50億超の転換点
海外（米・インド・タイ）・DtoC事業・M&Aという新たな成長ドライバーを確立する好機

③ 少数精鋭モデルへの転換

AIを活用した現場業務の効率化により、少数精鋭型の成長モデルを構築し、組織全体の生産性向上を実現

2030年7月期 数値目標

売上高

80億円

年平均成長率 +9.7%

FY2026実績55.3億→FY2030 80億

営業利益

8億円

利益成長×8.5倍

FY2026実績 0.94億 → 8.0億

営業利益率

10.0%

1.7%→10.0%

+8.3pt改善

グループ社員数

90名

82名→90名

年2～3名 厳選採用

「売上を伸ばす会社」から「利益を伴って成長する会社」へ — この5年間がその変革期間である

利益×8.5倍を可能にする構造的根拠

- ① 固定費主体の販管費構造 — 粗利の増加が営業利益に反映されやすい（前提：粗利率の改善）
- ② 高粗利セグメントの構成比向上 — 海外粗利率50%・DtoC粗利率 75%が利益を牽引
- ③ 固定費を抑制しながら売上拡大 — 人員9.8%増（82名→90名）で売上45%増（55億→80億）を実現

全体像

「① 国内収益性×② 海外拡大×③ DtoC×④ 生産性×⑤ M&A」― 売上×1.45倍・利益×8.5倍へ

利益成長の5ドライバー

① 国内事業の収益性改善

原価率 78%→75%、売上上位20社の低採算取引（粗利20%未満）を是正
FY2030 売上49.0億円・粗利率25%の安定収益基盤

② 海外売上の拡大

海外売上 12.4億→24.3億円
（年平均成長率+18.3%）
米・ASEAN・インド・タイの4拠点体制、粗利率50%

③ DtoC事業の黒字化

粗利率75%の高収益DtoCチャネルを育成。
2026年11月 単月黒字化を目標
FY2030 売上6.7億円

利益成長の5ドライバー（続き）と、その到達点

④ 生産性向上（AI・ERP・在庫）

1人当たり売上 0.67億円→0.89億円（+33%）
試算表入力50%削減、在庫を3軸でA～D管理

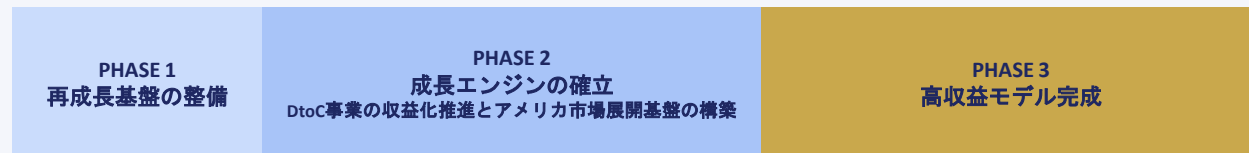
⑤ M&A・アライアンス

国内異業種・DtoCブランド・海外現地化で非連続成長。シナジー優先・財務健全性を判断軸に厳選実行

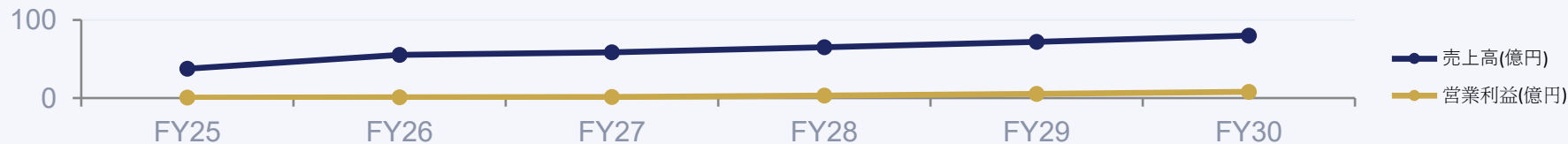
 = FY2030 の到達点

売上80億円・営業利益8億円・営業利益率10%
売上×1.45倍に対し、利益は×8.5倍。

	FY2025 実績	FY2026 Phase 1	FY2027 Phase 2	FY2028 Phase 2	FY2029 Phase 3	FY2030 Phase 3
売上高	37.57億円	55.3億円	59.2億円	65.6億円	72.8億円	80億円
営業利益	0.55億円	0.94億円	1.2億円	3.3億円	5.4億円	8億円
営業利益率	1.5%	1.7%	2.0%	5.0%	7.4%	10.0%
社員数	82名	82名	84名～85名	86名～87名	88名～89名	90名
海外売上	—	12.4億円	14.4億円	17.1億円	20.4億円	24.3億円



※ FY2025・FY2026は実績。FY2027以降は中期経営計画の目標値（将来の業績を保証するものではありません）



利益×8.5倍を「粗利増」と「販管費規律」に分解（FY2026 → FY2030）

FY2026 営業利益

0.94億円

営業利益率 1.7%

中計の起点（実績速報）

粗利の増加

+約12.3億

高粗利mixシフト

海外50%・DtoC75%が牽引 ※概算

販管費の増加

約+5.2億

成長投資（人員・海外・AI）

売上対比では規律を維持 ※概算

FY2030 営業利益

8.0億円

営業利益率 10.0%

利益×8.5倍 / +8.3pt

「売上を伸ばす会社」から「利益を伴って成長する会社」へ— この5年間がその変革期間である

なぜ営業利益率が 1.7% → 10% に上がるのか（利益増減の構造）

- ① 高粗利mixシフト — 海外・DtoCの構成比拡大で全社粗利率が約26.6%→約33.8%へ。粗利は約14.7億→約27.0億に拡大（セグメント粗利積上げ29.2億から間接原価約2.2億を控除）。
- ② 国内の原価率改善 — 原価率78%→75%、売上上位20社の低採算取引（粗利20%未満）を是正し国内粗利を底上げ
- ③ 販管費は成長投資で増えるが売上対比で規律維持 — 販管費増 約5.2億は粗利増 約12.3億の範囲内
※内訳金額は会社モデルに基づく概算（起点はFY2026、粗利率約26.6%）

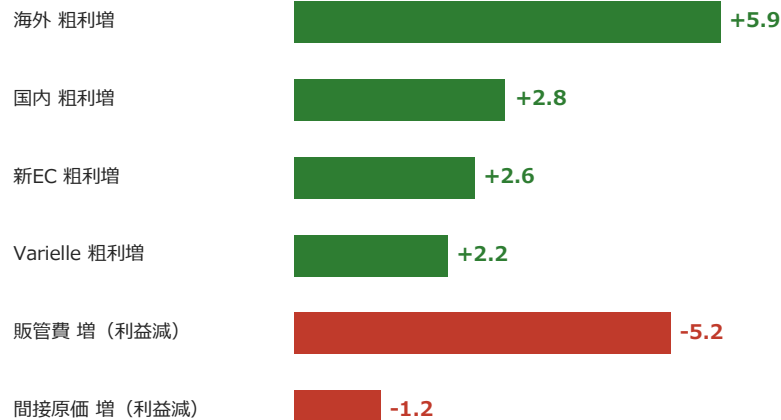
（億円）	FY26	FY27	FY28	FY29	FY30
売上高	55.3	59.2	65.6	72.8	80.0
国内	42.6	43.0	45.1	47.4	49.0
海外	12.4	14.4	17.1	20.4	24.3
Varielle	0.4	1.3	1.9	2.5	3.3
新EC	0.0	0.5	1.4	2.5	3.4
総粗利	14.7	16.1	19.4	23.0	27.0
うち海外粗利	6.2	7.2	8.6	10.2	12.1
うちDtoC粗利	0.2	1.3	2.3	3.5	5.0
販管費(控除)	-13.8	-14.9	-16.1	-17.5	-19.0
営業利益	0.9	1.2	3.3	5.4	8.0
営業利益率	1.7%	2.0%	5.0%	7.4%	10.0%

※ FY26は営業利益0.94億が実績。売上・セグメント別粗利は着地見込ベース

※端数処理により合計が一致しない場合があります

FY2026実績→FY2030 営業利益 +7.1億 の内訳（億円）

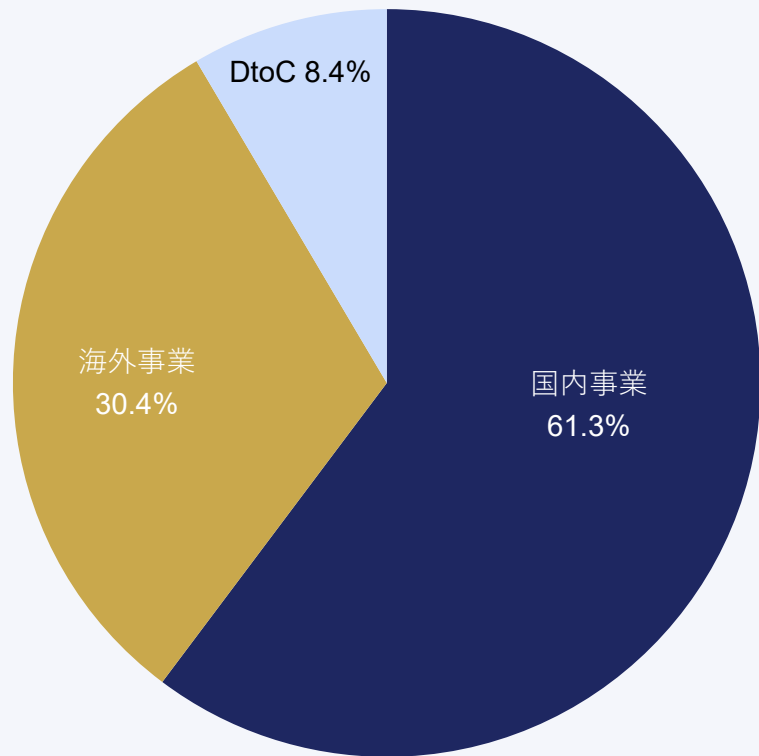
起点 FY2026 営業利益（実績） 0.94 億（利率1.7%）



到達 FY2030 営業利益 8.0 億（利率10.0%）

結論 後半集中の主因は「海外」。 FY26→30の粗利増のうち海外 +5.9億が最大。DtoC（Varielle+新EC）+4.8億が第2、国内 +2.8億が第3。

DtoCは立ち上げ時期（Varielle 25/11・新EC 26/08）ゆえ後半計上 — **FY2028の点火は主に海外(米国)ランプで説明される。実績0.94億からの利益成長は×8.5倍。**



国内事業

61.3%

49.0億円

粗利率 25%

原価率 78%→75% 改善

海外事業

30.4%

24.3億円

粗利率 50%

米10.0／ASEAN12.3／印0.5／タイ1.5億
(FY2026実績：12.4億)

DtoC

8.4%

6.7億円

粗利率 75%

DtoCモデル 高収益

起点 FY2026.07実績：利益成長×8.5倍（0.94億→8億） 売上成長×1.45倍を大幅に上回る収益改善

01 国内基盤の確立・国内営業部門の強化

49.0億円

① DS・中空・テニスチェーンで既存顧客深耕

▶ アクションプラン

当社独自の商品群と海外調達力を活かし、既存取引先との取引深耕
1件当たりの単価向上を推進する
平均単価/件 現状：平均480万円 → 目標：平均600万円

② ライブコマース売上 2億円 → 10億円

▶ アクションプラン

展示会を起点とした新規ライバー獲得に向け、トレンドを反映した商品開発と提案力の強化を推進する
ライブ販売：国内営業部が主体となり、年間11回出展予定の展示会を通じて新規顧客を開拓するとともに、販売力の高いライバーとの関係深化を図る
新規獲得 現状：5件/年 → 目標：20社/年

③ 異業種チャネルを持つ国内業者との資本提携・M&A

▶ アクションプラン

同業内での新規開拓余地が限定的なため、異業種への展開に向けて資本提携・M&Aを推進し、新たな収益源を確立する
役員主導のもと、外部専門機関を活用しながら、資本提携先およびM&A案件の探索・検討を積極的に推進する

02 海外事業の成長加速

24.3億円

FY2026実績 12.4億円（ASEAN11.2・米1.0・印0.03・タイ0.15）→ FY2030目標 24.3億円



ASEAN

FY26: 11.2億

→ FY30: 12.3億

既存10億 + 大手ブランド獲得2.3億

▶ アクションプラン

大手ブランド案件の契約締結を推進し新規収益の獲得に繋げる

US アメリカ

FY26: 1.0億

→ FY30: 10.0億

30兆円市場・問屋小売へ半完成品販売

▶ アクションプラン

中小規模小売店、問屋を新規ターゲットとし、既存商流と競合しない形で売上拡大を図る

IN インド

FY26: 250万

→ FY30: 5,000万

現地法人済・国内市場開拓・大手小売獲得

▶ アクションプラン

大手小売チェーン店との契約獲得で取引基盤を強化（粗利率80%）

TH タイ

FY26: 1,500万

→ FY30: 1.5億

現地法人済・DS・テニスチェーンでSV市場開拓

▶ アクションプラン

タイに集積するSVジュエリー輸出企業への営業を強化し新規取引先を獲得する

03 DtoC育成

6.7億円

① SNS広告・AIデータ活用で認知拡大

▶ アクションプラン

Instagram・TikTok・Google広告でブランド認知拡大
蓄積データをAIで分析・自動化して高速PDCA回転

② 粗利率 現状70%→目標75%

▶ アクションプラン

海外仕入れ先の開拓・ボリュームディスカウントで原価低減
平均単価2.5万円を維持しながら原価構造を改善

KPI

粗利率：	現状70%→目標75%
平均単価：	2.5万円（維持）
売上目標：	6.7億円（FY2030）

04 固定費効率の最大化

利益×8.5倍

① 変動費率15%未満・少数精鋭モデルの徹底

▶ アクションプラン

5カ年の増員を8名までに抑制（82名→90名）
バックオフィス業務、EC業務にAIを徹底活用し業務を効率化・定型業務の自動化を推進

② 高粗利事業の構成比を拡大

▶ アクションプラン

Varielle（粗利率75%）・EC事業（粗利率75%）のDtoC比率向上
高粗利セグメントの構成比拡大で利益率10%を実現

固定費効率による利益押し上げ効果

人員増加率：	8名増（+9.8%）
売上増加率：	25億増（+44.7%）
利益成長：	0.94億→8億（×8.5倍）
1人当たり売上：	0.67億→0.89億（+33%）

広告依存・外注から、Instagram起点・内製運用へ。2026年11月 単月黒字化を目指す

①

現状の課題

ファネル改善

セッション数は目標との乖離は大きくないが、広告に依存する状況
ATC率・購入率が伸び悩みCVR改善も課題

②

打ち手

内製×毎日投稿

5月末に外注フル契約を解約し内製化（年間外注費4200万円相当の削減）
Instagram毎日投稿・甲府職人ストーリーで差別化

③

目標KPI

黒字化と拡大

IGフォロワー 9,000→50,000→100,000人。
月商 30万→1,100万→2,800万円。FY2030
Varielle売上3.3億＋新EC3.4億＝DtoC計6.7億
・粗利率70→75%。

判定：6か月後にGo/No-Goを判定。CVR・フォロワー・黒字化進捗を基準に投資継続を決定する。

3フェーズロードマップ

PHASE 1 FY2026

- ・内製体制へ移行
- ・CVR改善（LP・カゴ落ち導線）

PHASE 2 FY2027-28

- ・2026年11月 単月黒字化
- ・フォロワー5万人
- ・月商1,100万円を定着

PHASE 3 FY2029-30

- ・フォロワー10万人
- ・月商2,800万円
- ・Varielle3.3億（DtoC計6.7億）

FY2026実績12.4億円 → FY2030目標24.3億円（年平均成長率+18.3%） ※海外事業における重点国・重点エリア



ASEAN

CF Hong Kong

FY26: 11.2億円

FY30: 12.3億円

パーツ販売

- 既存顧客売上 10億円維持・深耕
- 大手ブランド獲得で+2.3億円
- 欧米・アジア市場の製造受託強化

中国経済低迷の影響を最小限に抑えながら大手ブランドとの契約締結を推進し、欧米・アジア市場向け輸出企業からの受注強化により売上維持と新たな収益機会の創出を図る

US アメリカ

本社

FY26: 1.0億円

FY30: 10.0億円

半製品・完成品販売

- 30兆円市場・最重要成長市場
- 問屋・小売店へ半製品・完成品の販売

既存顧客との競争を避け、中小規模の小売店、問屋向けに半製品、完成品の提案を強化し、未開拓顧客層の取り込みを推進する

IN インド

CF India

FY26: 250万円

FY30: 5,000万円

パーツ販売

- 現地法人設立済
- 国内大手小売チェーン獲得
- SEEPZ（経済特区）既存顧客の売上増

大手小売チェーンとの取引開始を足掛かりに、インド国内のインディペンデント小売店への展開を推進する

TH タイ

CF Thailand

FY26: 1,500万円

FY30: 1.5億円

パーツ販売

- 現地法人設立済
- DS・テニスチェーンでSV市場開拓
- ASEANハブとして近隣国展開

タイ発の海外向けSVジュエリー輸出企業への営業展開を進め、新たな収益機会を創出する

海外売上合計（FY2030）：24.3億円 | 平均粗利率 50% | 全社利益成長を牽引する最大ドライバー



インドSEEPZ（経済特区）活用による米印連携戦略

アメリカで直接取引できない問屋・小売店をSEEPZの顧客と繋ぎ、取りこぼしをなくす。インドと米国の2拠点で北米市場を重層的にカバー。

売上目標に加え、投資家が進捗を追える運営KPIを設定（FY2026 → FY2030）

海外売上高

24.3億円

FY26 12.4億 → FY30

年平均成長率 +18.3%

海外売上比率

約30%

FY26 約22% → FY30

全社売上に占める比率

海外拠点数

4 拠点

米・香港・インド・タイ

現地法人で多層カバー

海外平均粗利率

約50%

国内（25%）を大きく上回る

利益貢献度の高い構成

海外は「最大の成長ドライバー」かつ「粗利率の高いセグメント」— 全社の利益率改善を牽引する

地域別の積み上げKPI（FY2026 → FY2030 目標）

- ① アメリカ — 1.0億 → 10.0億。30兆円市場へ問屋・小売向けに半製品・完成品を販売（最重要成長市場、FY2028に営業所設立：運営費 年0.5～1.0億円を予算化）
- ② ASEAN 11.2 → 12.3億 / インド 0.03億 → 0.5億 — 既存深耕＋大手ブランド獲得。SEEPZ（経済特区）活用で米、インドを連携
- ③ タイ 0.15 → 1.5億 / 運営KPI — 新規ライセンス獲得数・海外主要顧客数を毎月モニタリング

各戦略の5年間の数値目標と施策の積み上げ

	PHASE 1 FY2026 再成長の土台	PHASE 2 FY2027-28 ドライバー確立	PHASE 3 FY2029-30 高収益モデル完成
 国内	42.6億 ライブコマース市場への販売強化 既存顧客深耕	43億→45億 新規20社/年 資本提携・M&A 1社	49.0億 独自の高付加価値商品の拡販 粗利率25%達成
 海外	12.4億 重点国・重点エリアの開拓	14億→17億 販売基盤の強化 収益機会の拡大	24.3億 収益基盤の確立 粗利率50%
 DtoC	立上げ SNS広告 ブランド認知拡大	1.8億→3.3億 AIデータ活用 高速PDCA回転	6.7億 粗利率75% DtoCモデル確立
 固定費効率化	利益率1.7% AI導入開始 82名維持	利益率2%-5% 少数精鋭化 生産性向上	利益率10% 90名で80億 利益×8.5倍

4つの戦略が積み上がり、FY2030に売上80億・営業利益8億・利益率10%を達成

人員・生産性の推移

	FY2026	FY2030
グループ社員数	82名	90名
1人当たり売上	0.67億円	0.89億円
粗利/人（付加価値）	18百万円	30百万円
営業利益/人	1.1百万円	8.9百万円
生産性改善	–	+67%

 AI活用による業務効率化

- 管理部・商品管理・営業支援の定型業務をAI化
- FAX発注書OCR・受発注処理・在庫管理の自動化
- 次期ERP導入はFY2031以降（現行ERP償却終了後）に検討
- 「AIは人を置き換えるツールではなく、人が付加価値の高い仕事に集中するためのツール」

次期ERP導入の方針（本計画期間外）

現行ERPの減価償却は2030年9月に終了。次期ERPは現行データ整理→選考→開発（約2年）を経て稼働

次期ERPはAIとの親和性を重視して選定。投資・減価償却の発生はFY2031以降のため本計画のCFには影響なし

フェーズ別AI導入計画

Phase 1
FY2026
AI活用
現場導入開始

Phase 2
FY2027-28
AI活用拡大
オペレーション効率化

Phase 3
FY2029-30
少数精鋭
90名体制完成

数値計画を「実行する体制」。Growth Partnersがハンズオンで推進

推進体制

GPが4つのプロジェクトを設計し、月次ステアリングコミッティで進捗・KPIを管理する伴走型支援

4つの変革プロジェクト

① 収益向上 PJ

営業・販売チャネル拡大、原価率改善がテーマ
ライバー販売強化、異業種連携、神社仏閣など好粗利販路の横展開

② リソース最適化 PJ

生産DX、在庫管理高度化、部門別採算がテーマ
生産管理システム化、在庫管理基準策定、在庫ポートフォリオの最適化、部門別採算の精緻化

③ 非連続成長 PJ

自社ECの収益向上とM&A検討がテーマ
ECの内製化・ブランド構築によるDtoC収益化

実行を支える仕組み

④ 採用 PJ

営業・ライバー開拓・生産・新卒の採用活動を並走して、採用チャネルを拡充。営業人員増による収益積み上げ、製造人員増による技術継承を推進

📅 月次ステアリングコミッティ

毎月、PJごとに「今月／今後／2-3か月先」の取組を可視化し、経営の判断スピードを向上

💡 GPの関与領域

戦略立案・パートナー紹介・M&A発掘・採用設計等、現場に入り込み伴走

利益成長 × 再評価 = 株主価値の最大化

エクイティストーリー

「赤字からの再建」を完了し、「高収益・成長フェーズ」へ― 株主価値が再評価される転換点

企業価値を生む3つのレバー

① 利益成長 × 8.5倍

営業利益 0.94億円 → 8.0億円
売上は×1.45倍だが、利益は×8.5倍。利益成長の源泉

② 収益の「質」の向上

営業利益率 1.7% → 10.0% (+8.3pt)
低粗利の国内卸中心から、高粗利mix（海外50%・DtoC75%）へ構造転換

③ 再評価（マルチプル）の余地

「再建企業」から「高収益・成長企業」への転換
市場の評価尺度（PER等）が一段引き上がる契機に

株主価値向上の道筋

💰 利益成長

営業利益×8.5倍の利益成長が、企業価値創造の源泉となる

📈 再評価（リレーティング）

利益率10%の高収益モデル定着で、成長企業としての評価獲得を目指す（将来予想であり株価を保証するものではありません）

🛡️ 持続的成長の基盤

独自技術・製造基盤・少数精鋭の組織力が、持続的な成長を支える

中長期の成長余地。現時点で数値目標は織り込まず、将来の成長オプションとして位置づける

①

PARA setting

軽量化技術

0.1mmの薄い土台にダイヤを留める高度技術。金高騰下の軽量化ニーズに応える次世代セッティング（特許申請済み）

②

AI活用

商品企画・需要予測

蓄積データのAI分析で、商品企画・需要予測・在庫最適化を高度化。ヒット率と在庫回転の改善を狙う

③

知財・特許戦略

参入障壁の維持

Dancing Stoneを代表とした特許群を核に新技術を順次展開し模倣困難性を維持

位置づけ：いずれも将来の成長オプションであり、事業化の時期・規模は研究進捗による。中計の数値目標には含めていない。

研究・開発のステージ

STAGE 1 探索・研究

- ・要素技術の検証
- ・特許出願の継続

STAGE 2 事業性評価

- ・市場性の見極め
- ・量産可否の検討

STAGE 3 実装・収益化

- ・有望テーマの事業化
- ・新たな収益柱へ育成

既存事業の成長に加え、M&A投資と海外拠点展開を成長加速の戦略オプションとして積極的に検討する

① 国内基盤の確立

営業部門の強化

異業種の取引先を持つ国内業者とのM&A
・資本提携を通じて新市場の獲得を図る

② DtoC・EC

ブランド取得

EC・SNS基盤を持つジュエリーブランドの
取得を通じてDtoC事業の機能補完と成長を
加速させる

③ 海外パートナー

現地拠点取得

米・インド・タイを重点市場とし、米では
代理店網の強化及び資本提携・M&Aを通
じて販売体制を構築し、インド、タイでは
既存現地法人を軸に市場展開を加速する

投資方針：シナジー・ROIと財務健全性を重視し、投資規律を保ちながら案件に応じて実行する

3フェーズ成長ロードマップ

PHASE 1 FY2026

- ・ M&A候補スクリーニング
- ・ Varielle立ち上げ
- ・ AI導入開始

PHASE 2 FY2027-28

- ・ M&A実行（シナジー優先）
- ・ 米国営業所設立
- ・ 基幹システム統合推進

PHASE 3 FY2029-30

- ・ M&Aシナジー業績貢献
- ・ 海外構成比拡大
- ・ 利益率10%達成

売上80億・営業利益8億・利益率10%の達成へ

クロスフォーは2026年7月期に創業以来初の売上50億円超を達成し、新経営体制のもと再成長フェーズへ移行します。創業以来の特許技術・製造基盤・取引先との信頼を受け継ぎつつ、本中計で3つの転換を実行します — ①国内：ライブコマース市場への売上拡大 ②海外：パーツ販売に加え、半製品・完成品を強化 ③AIの徹底的な現場活用。

国内事業 – ライブコマースを第2の柱に

従来の卸深耕に加え、ライブコマース市場への売上拡大を国内成長の柱に据える（2億→10億円・新規ライバー獲得 年20社）。DtoClはVarielle・新ECの2チャンネルで育成し、少人数でもスピード感ある成長を目指す

海外事業 – パーツに加え、半製品・完成品を強化

強みであるパーツ販売を維持・深耕しつつ、半製品・完成品の販売を強化する。米国は中小規模小売店・問屋チャネルを新規開拓し、既存商流と競合せず未開拓顧客層を取り込む
インド・タイは既存顧客への提案強化・取扱SKU拡大で、追加投資を抑えながら売上成長

AIの徹底的な現場活用

AIを現場業務に徹底導入 — 営業資料作成・商品企画・翻訳・問い合わせ対応・受発注・在庫販売分析まで日常業務に組み込む
売上拡大に伴う人員増を抑制し、既存人員の生産性を向上
90名で売上80億円を回す少数精鋭経営を実現し、固定費レバレッジで利益率を改善。

M&A・資本提携

経営陣主導で金融機関・M&A仲介・業界ネットワークを活用し、販路・製造技術・ブランド・海外展開でシナジーの高い企業を継続探索
財務健全性を維持しつつ、収益貢献・補完性・PMI実行可能性を重視し厳選実行

この3つの転換により、2030年7月期に売上80億円・営業利益8億円・営業利益率10%の達成を目指します。