



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社C R I ・ ミドルウェア

<東証グロース市場：3698>

2025年 12月 19日

© CRI Middleware Co., Ltd.

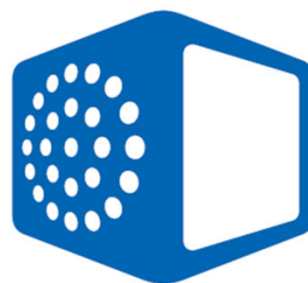
【1】会社概要

(1) 会社プロフィール

■ 社 名	株式会社 C R I ・ ミドルウェア
■ 代 表 者	代表取締役社長 押見 正雄
■ 本 社	東京都渋谷区桜丘町20-1 渋谷インフォスタワー11階
■ 設 立	2001年 8月 1日
■ 市 場	東京証券取引所グロース (3698)
■ 資 本 金	7億84百万円
■ 決 算 期	9月30日
■ 社 員 数	連結173名 単体153名
■ 事 業 内 容	音声・映像分野に特化したミドルウェアに関する許諾事業等
■ グループ会社	株式会社ツーファイブ 上海希艾維信息科技有限公司

(2025年9月30日現在)

(2) 企業理念



CRIWARE®

「音と映像で社会を豊かに」

～日本発の独自技術、音声・映像のデジタル信号処理に強み～

高品質で

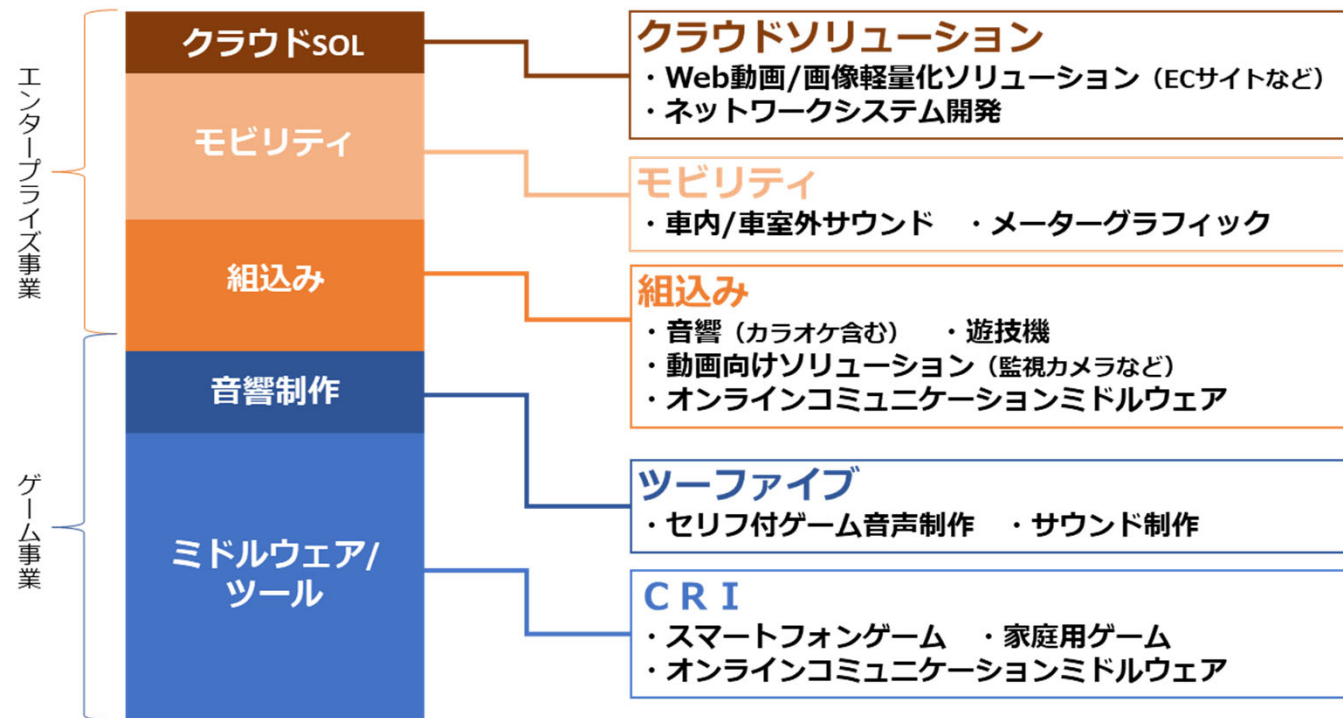
小さく軽く

きれいに再生

【2】 ビジネスモデル

(1) 事業の内容

- ・ ゲーム事業、エンタープライズ事業の2事業で、事業展開しております。



(1) 事業の内容 ～ゲーム事業～

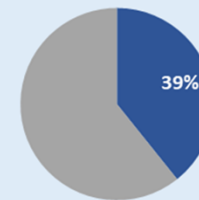


スマートフォンゲーム、家庭用ゲーム開発向けに、音声・映像技術を提供。中国・欧米を中心に海外展開を推進中。2022年より次世代製品TeleXusの提供を開始。

主要製品

- ・統合型サウンドミドルウェア「CRI ADX®」
- ・高画質・高機能ムービーミドルウェア「CRI Sofdec®」
- ・オンラインコミュニケーションミドルウェア「CRI TeleXus®」
- ・音声解析リップシンクミドルウェア「CRI LipSync™」
- ・ネットワーク動画再生ミドルウェア「CRI Clovis™」

売上構成比
(2025年9月期)

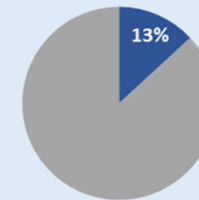


売上推移 (百万円)



2020年9月期1QよりPL連結。主にスマホアプリや家庭用ゲームソフトの音声制作を実施。近年は、需要の高まりとともに、セリフ付ゲーム音声の制作が中心。

売上構成比
(2025年9月期)



売上推移 (百万円)



(1) 事業の内容 ～エンタープライズ事業～



※24年9月期より分野区分の見直しを行ったため、22年9月期以前の数値は非公表となります。

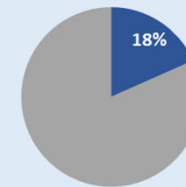
モビリティ分野

移動手段となるモビリティ業界向けに、CRIがこれまで培ってきた音声・映像などのあらゆる技術をアレンジし提供。モビリティ業界に新たな価値と体験を提供し続ける。

主要製品

- ・車載サウンドソリューション「CRI ADX® Automotive」
- ・車載メーターグラフィックソリューション「CRI Glassco®」
- ・オンラインコミュニケーションミドルウェア「CRI TeleXus®」

売上構成比
(2025年9月期)



売上推移 (百万円)



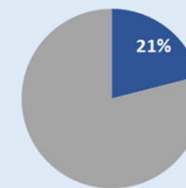
組み込み分野

家電、IoT機器、電子玩具、遊技機などの組み込み機器向けに、音声・映像技術を提供。2019年にはカラオケ向けに独自AIシステムの提供を発表。

主要製品

- ・組み込みマイコン用サウンドミドルウェア「CRID-Amp Driver®」
- ・フルデジタルオーディオソリューション「CRI SOLIDAS®」
- ・高圧縮トランスコードシステム「CRI DietCoder®」
- ・オンラインコミュニケーションミドルウェア「CRI TeleXus®」

売上構成比
(2025年9月期)



売上推移 (百万円)



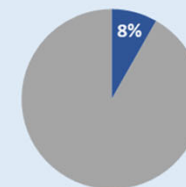
クラウドソリューション分野

動画を活用して、ブランドイメージ向上やユーザーのWeb体験向上を実現するWeb動画ミドルウェアを提供。またこれらの開発や提供で培った経験や技術を駆使し、ネットワークシステム開発分野へも参入。

主要製品

- ・Web動画ソリューション「CRI LiveAct®」
- ・画像軽量化ソリューション「OPTiX SmartJPEG」

売上構成比
(2025年9月期)

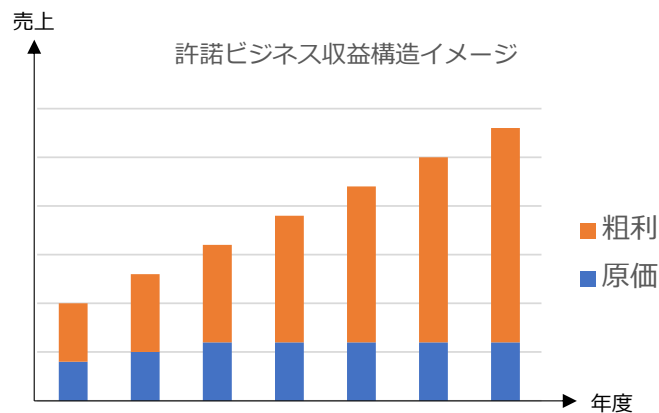


売上推移 (百万円)



(2) 事業の収益構造

技術の許諾ビジネス



当社の事業は、音声・映像のデジタル信号処理技術をミドルウェア化・拡販し、許諾料をいただくビジネスモデルです。

「**×(かける) n**」を実現できるため、高い利益率を実現可能です。

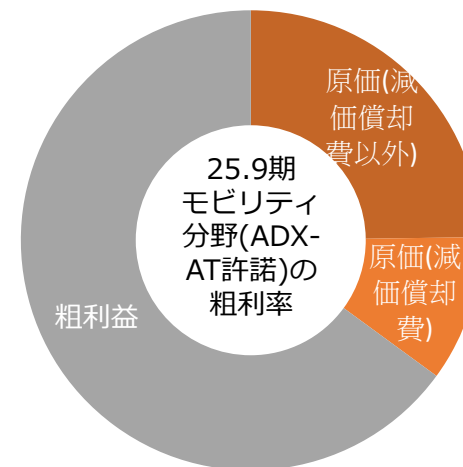
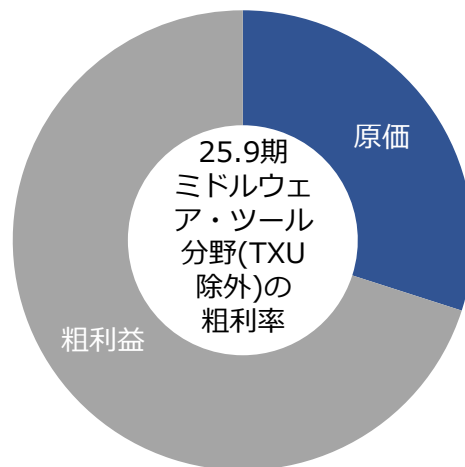
受託ビジネスは、許諾製品を利用していただくために行っています。特にエンタープライズ事業では、将来の許諾収益への布石として受託ビジネスが多くなっています。

(2) 事業の収益構造 ～許諾ビジネスの高い利益率～

許諾ビジネスの収益構造は、売上が固定費を上回ると、粗利率が飛躍的に高くなります。

通常の実託中心のソフトウェア事業に比べ、**高い利益率**を実現できます。

ゲーム事業／ミドルウェア・ツール分野（CRI TeleXusに関する損益を除外）及び
エンタープライズ事業／モビリティ分野のADX-AT許諾の粗利率は、以下のとおりです。

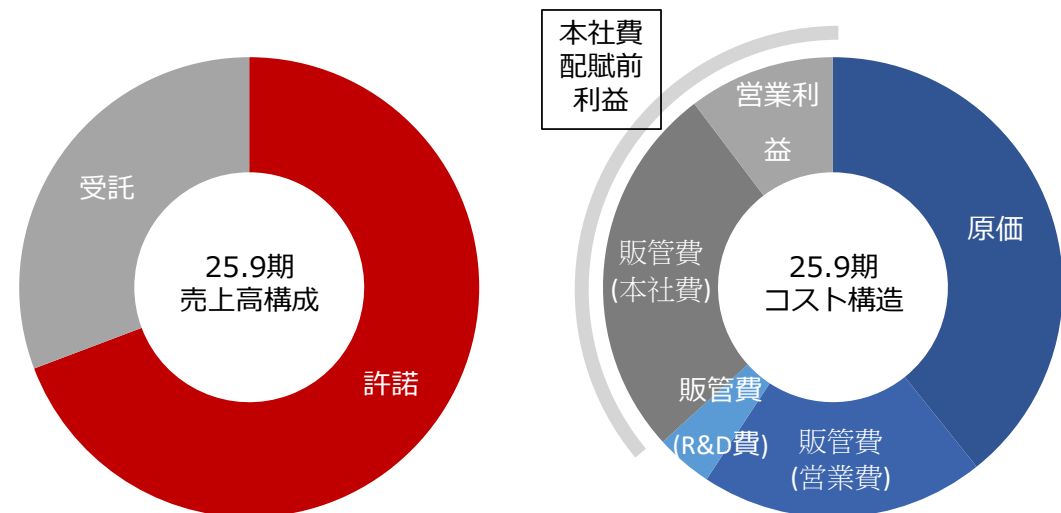


(2) 事業の収益構造 ～ゲーム事業の高い収益率～

ゲーム事業は、創業以来長きに亘り築き上げてきた当社グループの中核事業です。本事業には、当社及びCRiChinaが行うミドルウェア・ツール分野（ほぼ許諾売上）と、ソーファイブが行う音響制作分野（受託売上）が含まれます。

現在、ミドルウェア・ツール分野でCRI TeleXusへの研究開発投資（R&D費）を行っていることから、営業利益率が10.3%とやや低下しています。今後、CRI TeleXusの売上拡大に伴い、利益率は改善していく見込です。

また、本社費について、全体の60～70%をゲーム事業で負担しています。本社費の配賦率は、予算時の本社費配賦前利益額で決定しています。

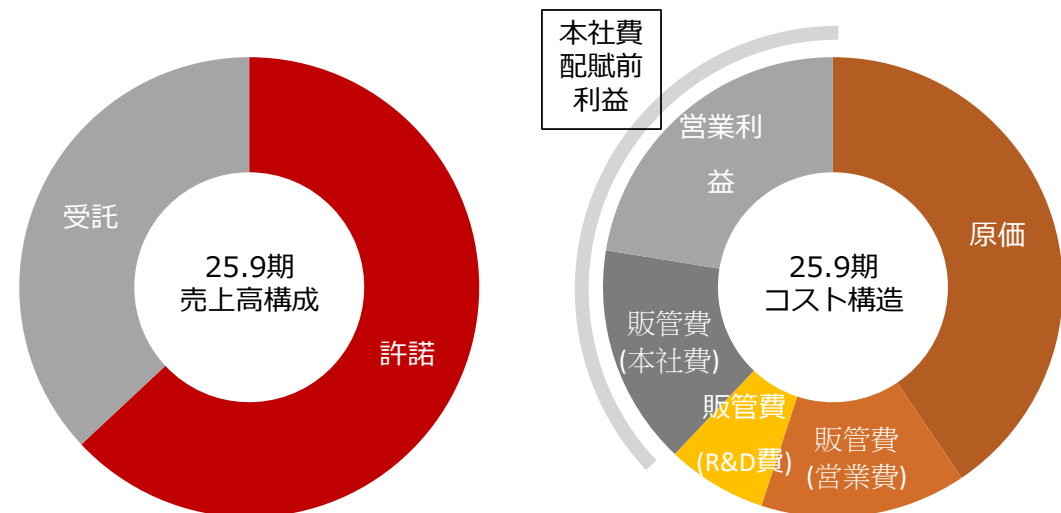


(2) 事業の収益構造 ～投資段階のエンタープライズ事業～

エンタープライズ事業は、ゲーム事業で培った技術やノウハウを他産業へ展開している事業です。
モビリティ、組込み、クラウドソリューションの3分野で構成されています。

現在、コロナの影響も払拭され、各ビジネスとも損益分岐点を越えたことに加え、25.9期は大型の許諾売上が複数あったことから、営業利益率は22.4%と大きく改善しています。今後も許諾売上の継続的な拡大により、25.9期のような売上高構成を維持していくことを目論みます。

モビリティ分野は大規模なソフトウェア投資が完了しており、2～3年後に減価償却費（原価）が軽くなることで、営業利益率は上昇する見込です。



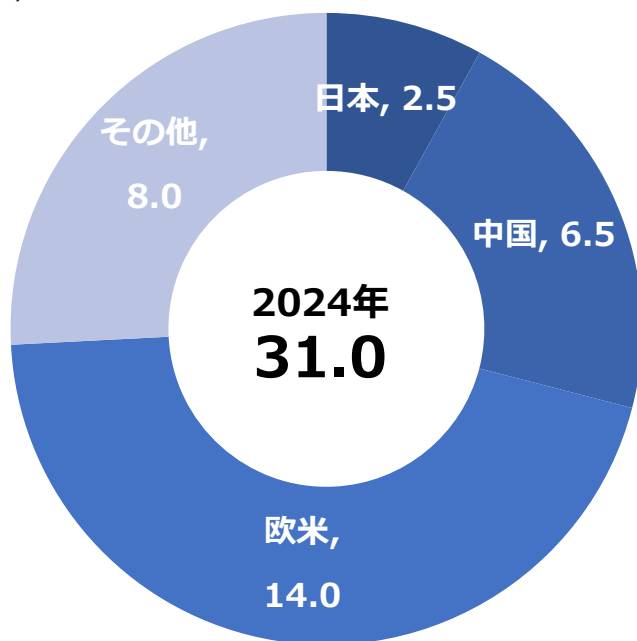
【3】 市場環境

※ 全事業の市場・競合環境を網羅してはおりません。

(1) 市場規模 ～ゲーム事業～

・ 世界ゲームコンテンツ市場 (2024年)

(兆円)



※出典：ファミ通ゲーム白書2025

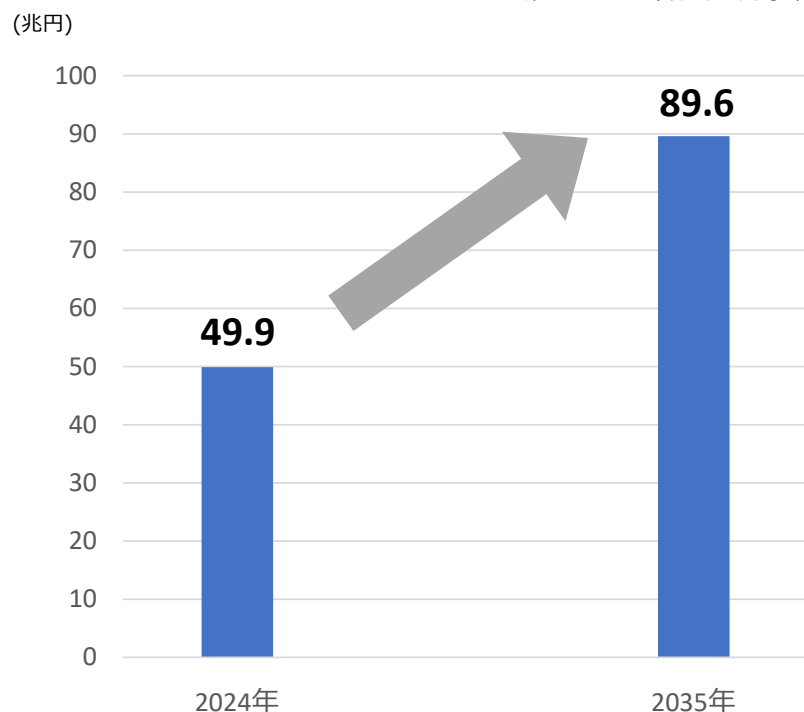
・ 市場に対する当社グループの認識

- ・ ゲーム市場全体としては、前年比5%程度増加。
- ・ 日本市場はほぼ前年並み。PCゲーム市場が、スマホとのマルチプラットフォームタイトルの増加やインディーゲームの増加によりここ数年拡大を続けている。
- ・ 中国市場は、経済がやや低迷する中、2年連続でプラスとなった。
- ・ 欧米市場は、プロジェクト中止や人員整理ニュースが散見されるが、依然最大市場であり、巻き返すものと見ている。

(1) 市場規模 ～エンタープライズ(モビリティ)事業～

・ 車載電装システム市場 (2035年予測)

※当社モビリティ分野の対象市場



・ 市場に対する当社グループの認識

- ・ 車両の価値に占めるソフトウェアの割合が上昇したSDV (Software Defined Vehicle) へシフトすることで、売り切り型からリカーリング型へ変化すると見られている。自動車メーカー各社はSDVの軸となるビークルOSにおいて主導権を握るべく、競争が激化している。
- ・ アップデートによりコンテンツを更新するゲーム業界の技術が、SDVの考え方と一致しており、当社技術へのニーズは高まってきている。

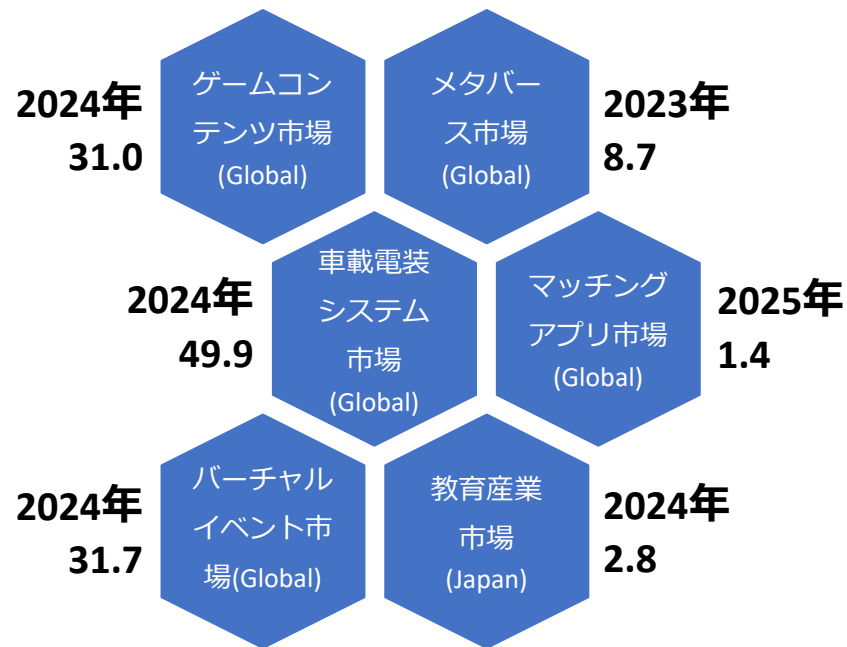
※出典：富士キメラ総研「車載電装デバイス&コンポーネンツ総調査 2025 上巻」

(1) 市場規模 ～両事業共通(TeleXus関連)事業～

・ TeleXusの主な市場規模

※当社TeleXus製品の対象市場

(兆円)



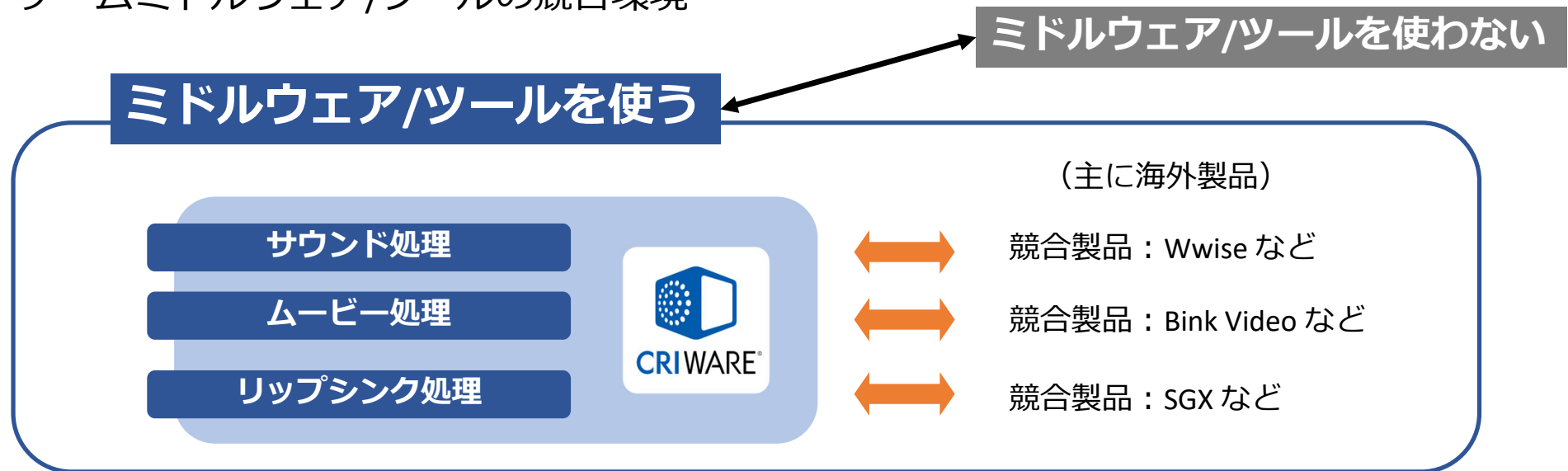
・ 市場に対する当社グループの認識

- ・ ボイスチャットやWebを通じた動画配信など、オンライン上でのコミュニケーション行為は定着してきている。
- ・ メタバースについては、熱狂的なブームが一段落し、リアルイベントの補助的な位置付けに落ち着いてきている。
- ・ オンライン上で行われる会議、ゲーム、イベント、コンサート、ショッピング、教育、自動運転の車内など、TeleXus活用の可能性は無限にあると考えている。

※ 出典：令和6年版情報通信白書、Global Growth Insights, imarc、矢野経済研究所「教育産業市場に関する調査を実施（2025年）」等

(2) 競合環境 ～ゲーム事業～

・ゲームミドルウェア/ツールの競合環境

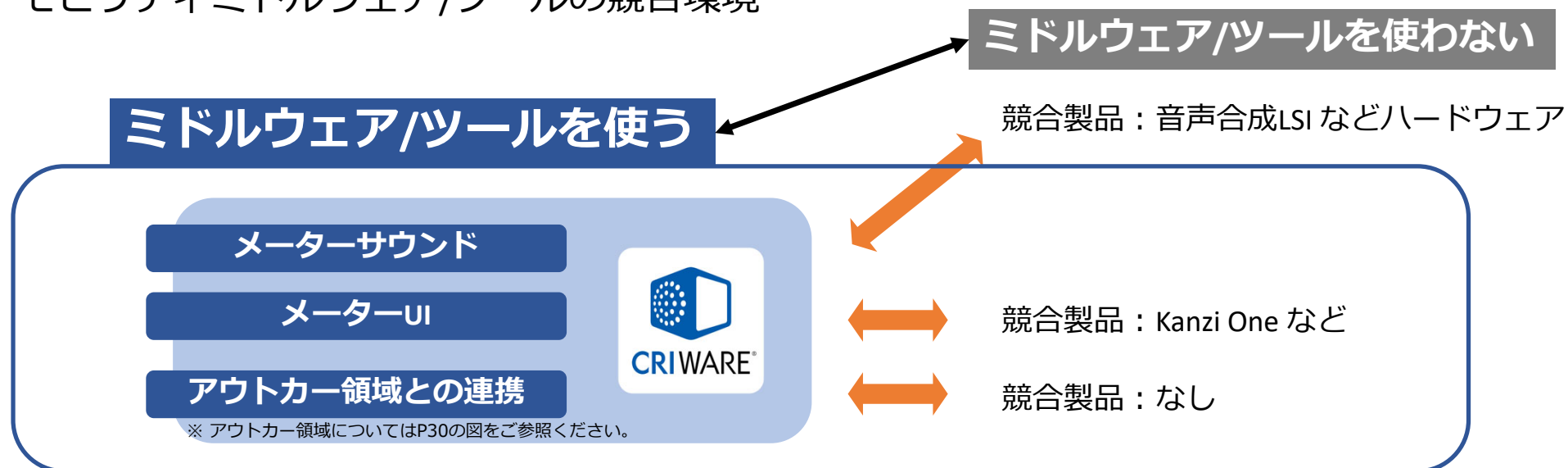


差別化

- ①信頼性：ゲーム会社のサポートを通じて磨かれた技術と累計10,000を超える採用実績
- ②参入障壁：業界浸透度が高く、ゲーム固有の開発環境や特徴に精通した開発経験
- ③多機能：ゲーム開発に必要なさまざまな機能が揃ったオールインワンパッケージ

(2) 競合環境 ～エンタープライズ(モビリティ)事業～

- モビリティミドルウェア/ツールの競合環境



差別化

- ①信頼性：モビリティ向けCRIWAREは累計約1,800万台に採用
- ②SDV対応：ゲーム由来のアップデート可能なデータドリブン型システム
- ③開発プロセスの革新：車両メーカー主体で多様なデザインが可能なワークフロー

【4】競争力の源泉

経営資源・競争優位性



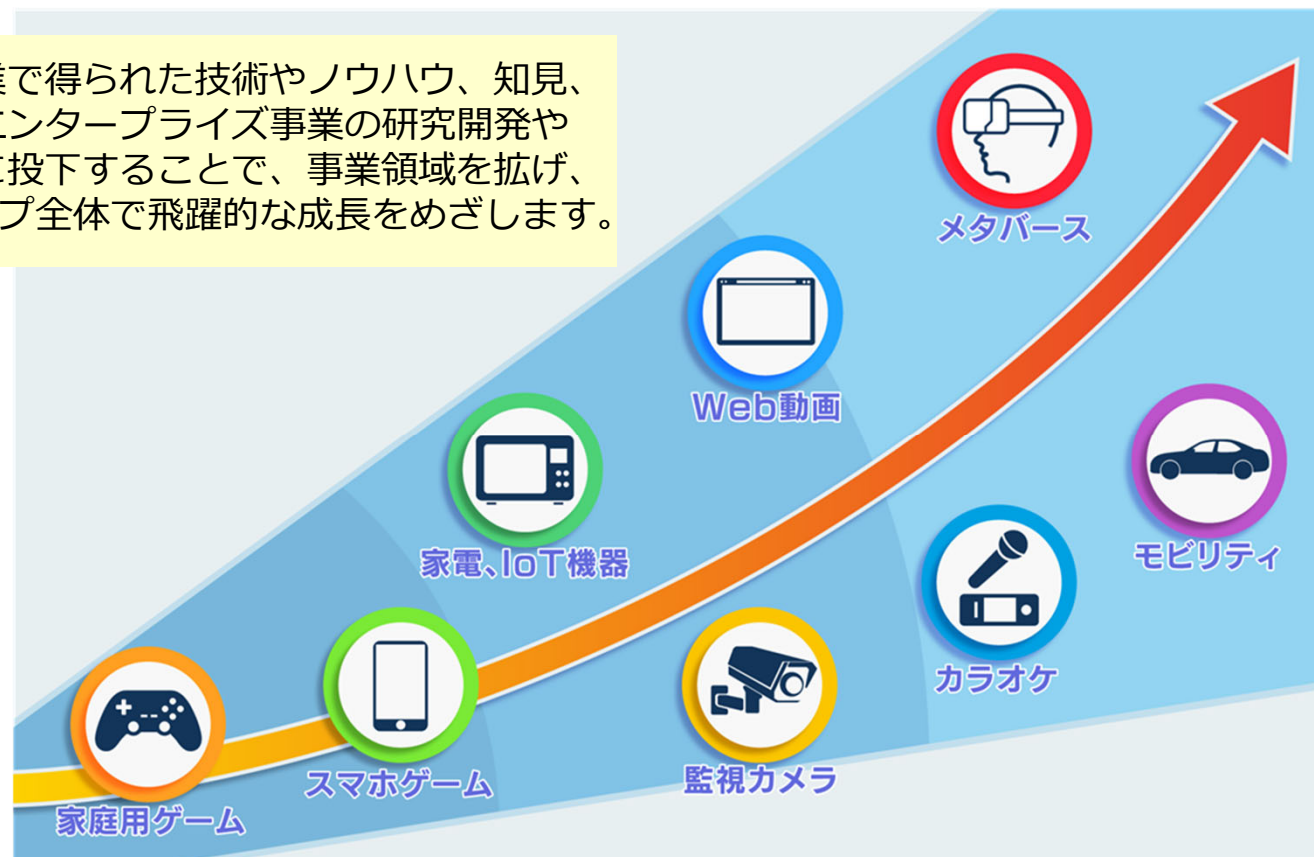
経営資源		競争優位性
1. 人財	音声と映像に特化したプロ技術者集団	当社は、音声・映像の最先端分野であるゲームや音響など各業界から信頼を得ている技術者が100名程集まる、世界最大規模の音声と映像の技術者集団です。
2. 技術・知的財産、ノウハウ	音声・映像のデジタル信号処理技術	高度かつ難解なデジタル信号処理技術を、研究開発に留まらずに実装する技術を保有しています。カラオケや遊技機、家電製品、自動車など、実社会において使われ、機能している技術であることが当社の強みです。
3. ブランド	CRIWARE	音声・映像のデジタル信号処理技術をミドルウェア化し、「CRIWARE」として許諾販売しています。「CRIWARE」のゲーム事業でのライセンス数は全世界累計で8,700ライセンスを超えており、これまでの歴史やユーザー数の多さも相まって、ワールドワイドに認知されている信頼の証（＝ブランド）です。
4. ビジネスモデル	許諾中心のビジネスモデル	音声・映像のデジタル信号処理技術をミドルウェア化・拡販し、許諾料をいただくビジネスモデルが当社事業の中心です。「 \times (かける) n 」を実現できるが故に、高い利益率を弾き出すことが可能なビジネスモデルとなっています。

【5】事業計画

(1) 成長戦略 ～基本方針～

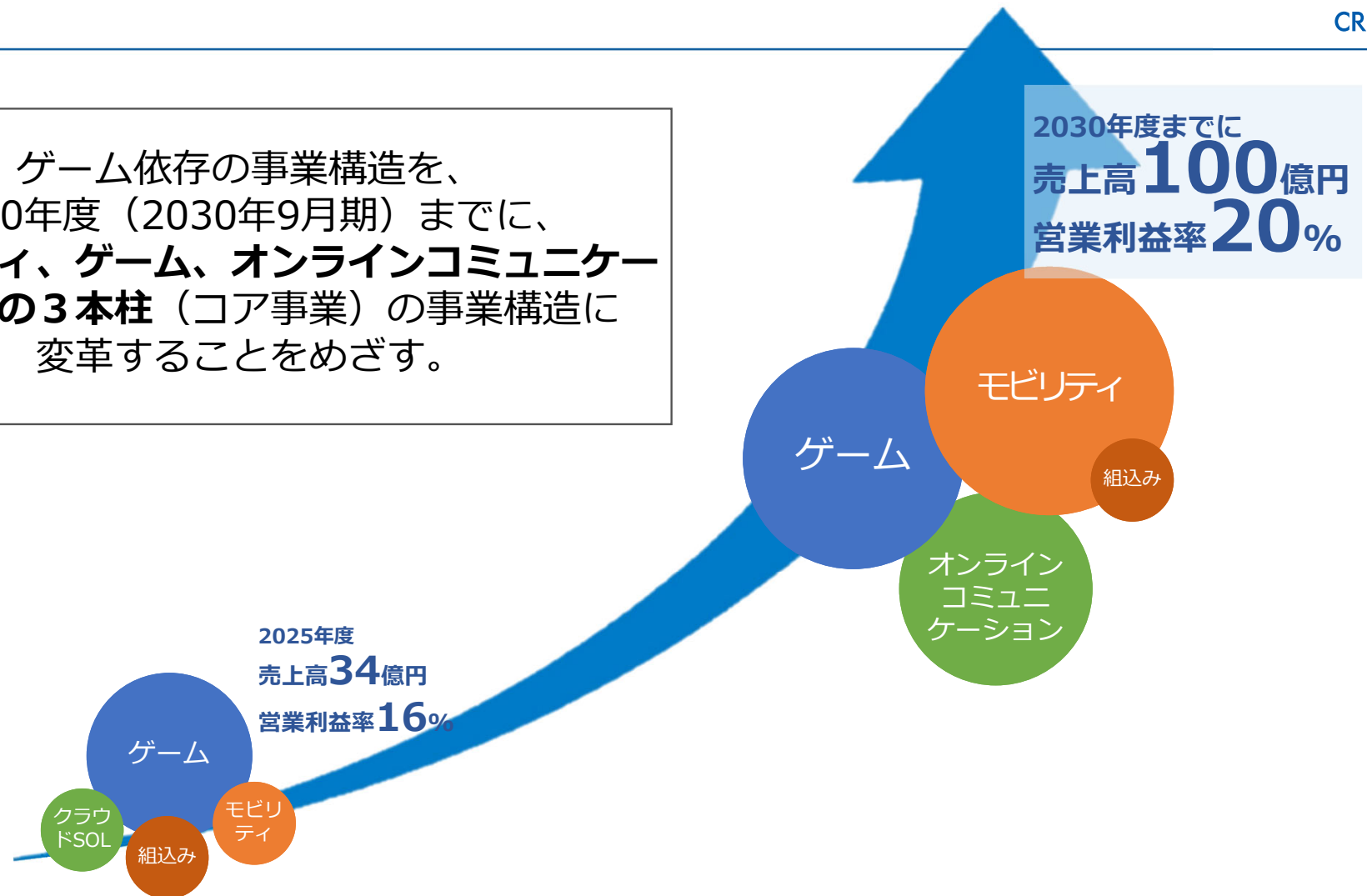
ゲーム技術をエンタープライズへ

ゲーム事業で得られた技術やノウハウ、知見、資金を、エンタープライズ事業の研究開発や営業強化に投下することで、事業領域を拡げ、CRIグループ全体で飛躍的な成長をめざします。



(1) 成長戦略 ～めざす姿～

ゲーム依存の事業構造を、
2030年度（2030年9月期）までに、
モビリティ、ゲーム、オンラインコミュニケーションの3本柱（コア事業）の事業構造に
変革することをめざす。



(1) 成長戦略① ～モビリティ～

■ 音声製品

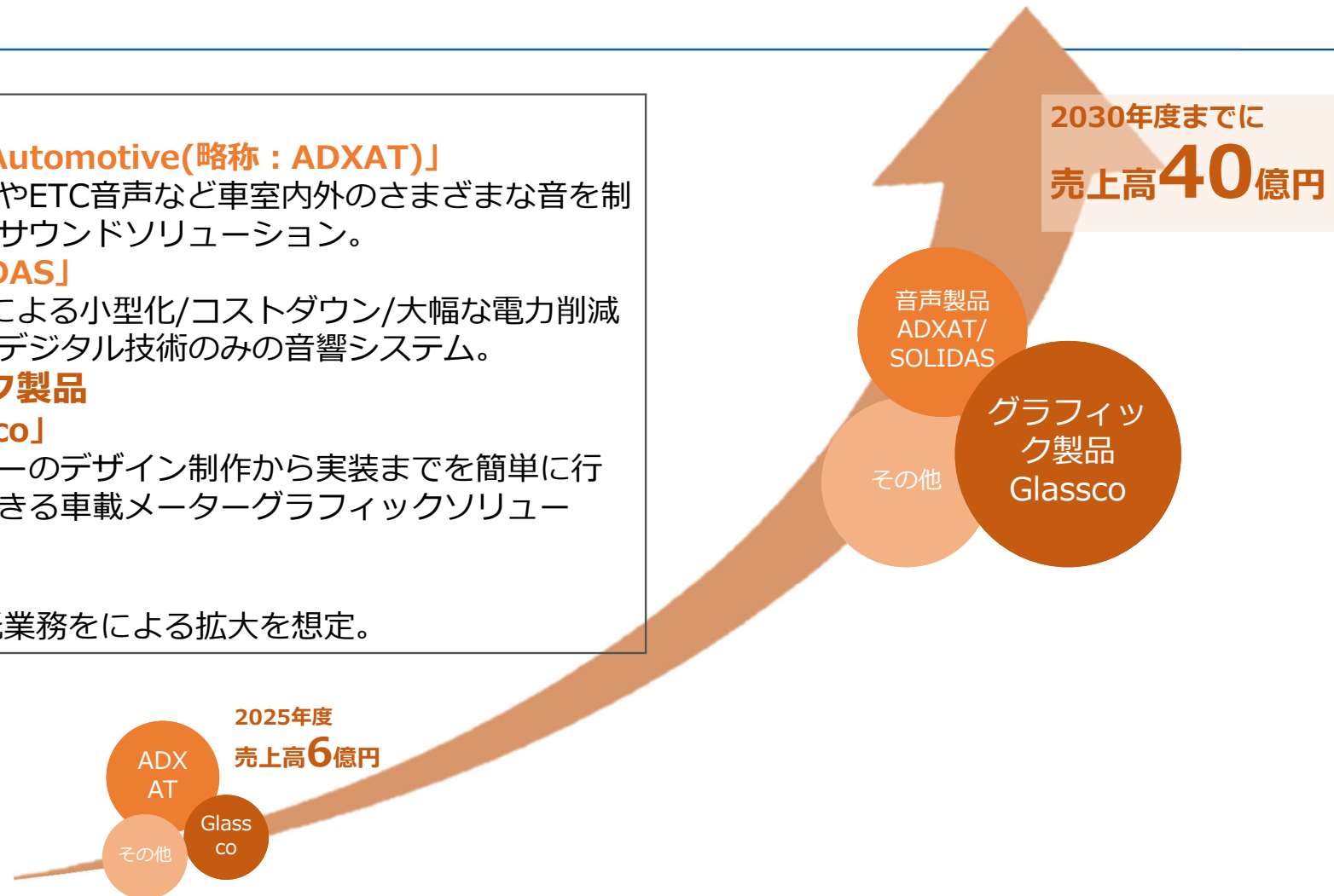
- ・「CRI ADX Automotive(略称：ADXAT)」
情報提示音やETC音声など車室内外のさまざまな音を制御する車載サウンドソリューション。
- ・「CRI SOLIDAS」
1チップ化による小型化/コストダウン/大幅な電力削減を実現するデジタル技術のみの音響システム。

■ グラフィック製品

- ・「CRI Glassco」
車載メーターのデザイン制作から実装までを簡単に行うことができる車載メーターグラフィックソリューション。

■ その他

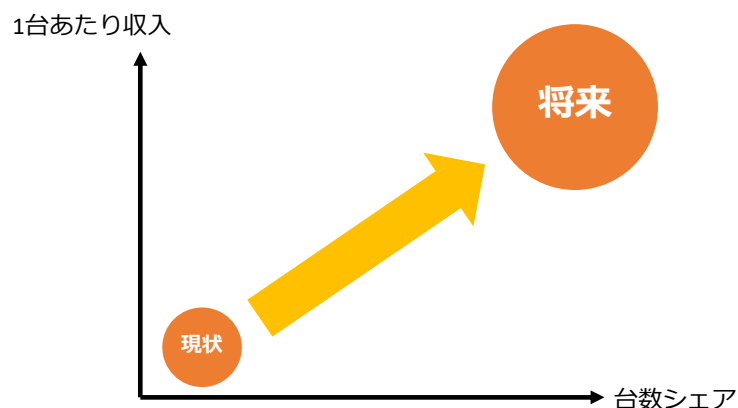
M&Aや受託業務をによる拡大を想定。



(1) 成長戦略① ～モビリティ／音声製品～

音声製品の成長戦略

- ・ ADXAT/SOLIDASは、日系メーカーだけでなく、海外メーカーとも関係を構築し、2030年までに**四輪車の世界生産台数*の20%強（2000万台）**への採用をめざす。（年間採用台数3倍強目標）
- ・ 現在メータークラスタ中心に進めている機能展開先を、今後は車両接近通報装置やETCなど他の機能へ拡げることや、カーオーディオや統合コックピットへのSOLIDASの採用を推進することで、**車両1台あたりから得られる収入増**を目論む。（台当たり収入1.5倍増目標）



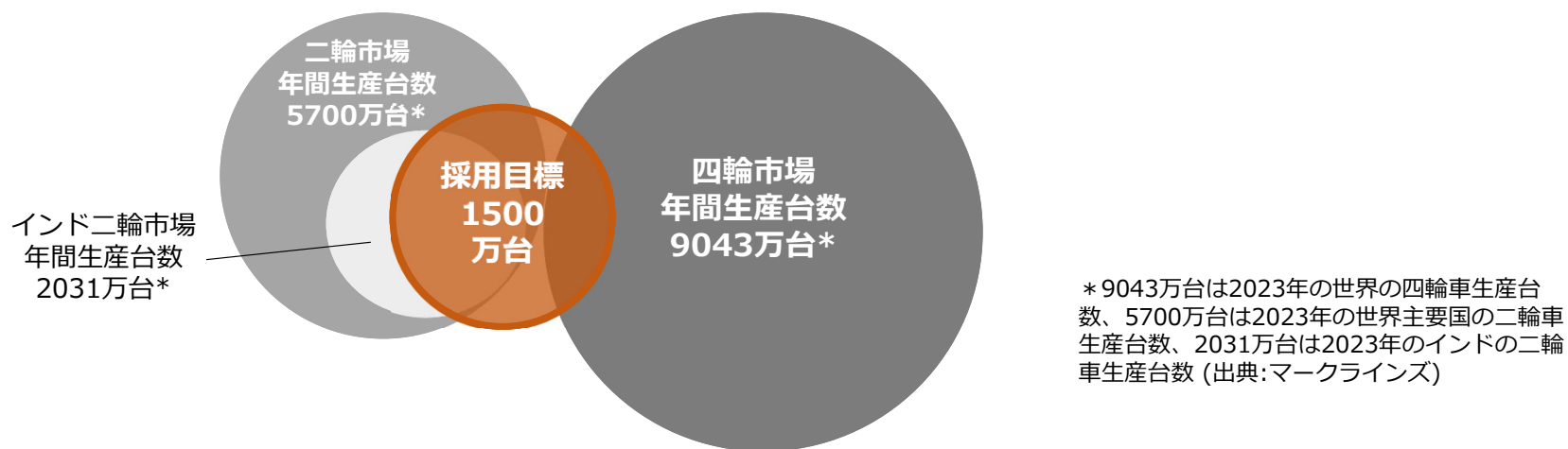
* 9043万台は2023年の世界の四輪車生産台数 (出典:マークラインズ)

(1) 成長戦略① ～モビリティ／グラフィック製品～

グラフィック製品の成長戦略

Glasscoは、ADXATで構築してきたTier1との関係を糸口に、メーターグラフィック分野へ進出。

低スペックなマイコンでも高品質なグラフィック提供ができる強みを活かし、まずは**二輪市場**を中心に展開。2030年までに、**二輪・四輪車の世界生産台数*の10%（1500万台）**への採用をめざす。特に、世界最大の二輪市場である**インド二輪市場で1000万台**（市場シェア約50%）の採用を目論む。



(1) 成長戦略① ～モビリティ／グラフィック製品～

萩原エレクトロニクスと協業し インドの二輪市場へ展開を開始 (2025/4/24発表)

「CRI Glassco」、萩原エレクトロニクスと協業し、世界最大の二輪市場へ展開を開始。

✓ 萩原エレクトロニクスのインド海外子会社と連携し、現地でのサポート体制を構築。

✓ ノーコード開発による開発コスト削減で、インド向け市場への普及拡大。

NEWS RELEASE

2025年4月24日
株式会社CRI・ミドルウェア
(コード番号: 3098, 東証ダウズ)

**CRI、萩原エレクトロニクスとの協業により
インドの二輪車市場向け展開を開始**
～ノーコード開発のデジタルメーターが世界最大の成長市場を牽引～

株式会社CRI・ミドルウェア（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：押見 正雄、以下「CRI」）は、萩原エレクトロニクス株式会社（本社：名古屋市東区、代表取締役社長執行役員：藤島 剛、以下「萩原エレクトロニクス」）との協業により、車両向けデジタルメーター映像ソリューション「CRI Glassco®」をインド市場に向け展開開始いたします。ノーコードで簡単にデジタルメーターの開発が可能なCRI Glasscoが、世界最大のバイク市場であるインドのメーターを牽引します。



NO-CODE開発で
高価な開発環境が不要に

electronica India 2025に出展 (2025/9/17~9/19)

日時 2025年9月17日(水)~2025年9月19日(金)
場所 インド・ベンガルール
Bangalore International Exhibition Centre (BIEC)

✓ 世界のトップメーカーの最新技術と製品が勢揃いする業界屈指のリーディングメッセ「electronica」のインド版。注目度の高い南西アジア最大級の業界専門展示会。

✓ 電子部品・製造機器・光技術からパワーエレクトロニクス、セミコンダクター、電子基盤・回路関連分野まで、エレクトロニクスの全てを網羅するポータルを提供。



(1) 成長戦略② ～ゲーム事業～

■ 国内ミドルウェア事業

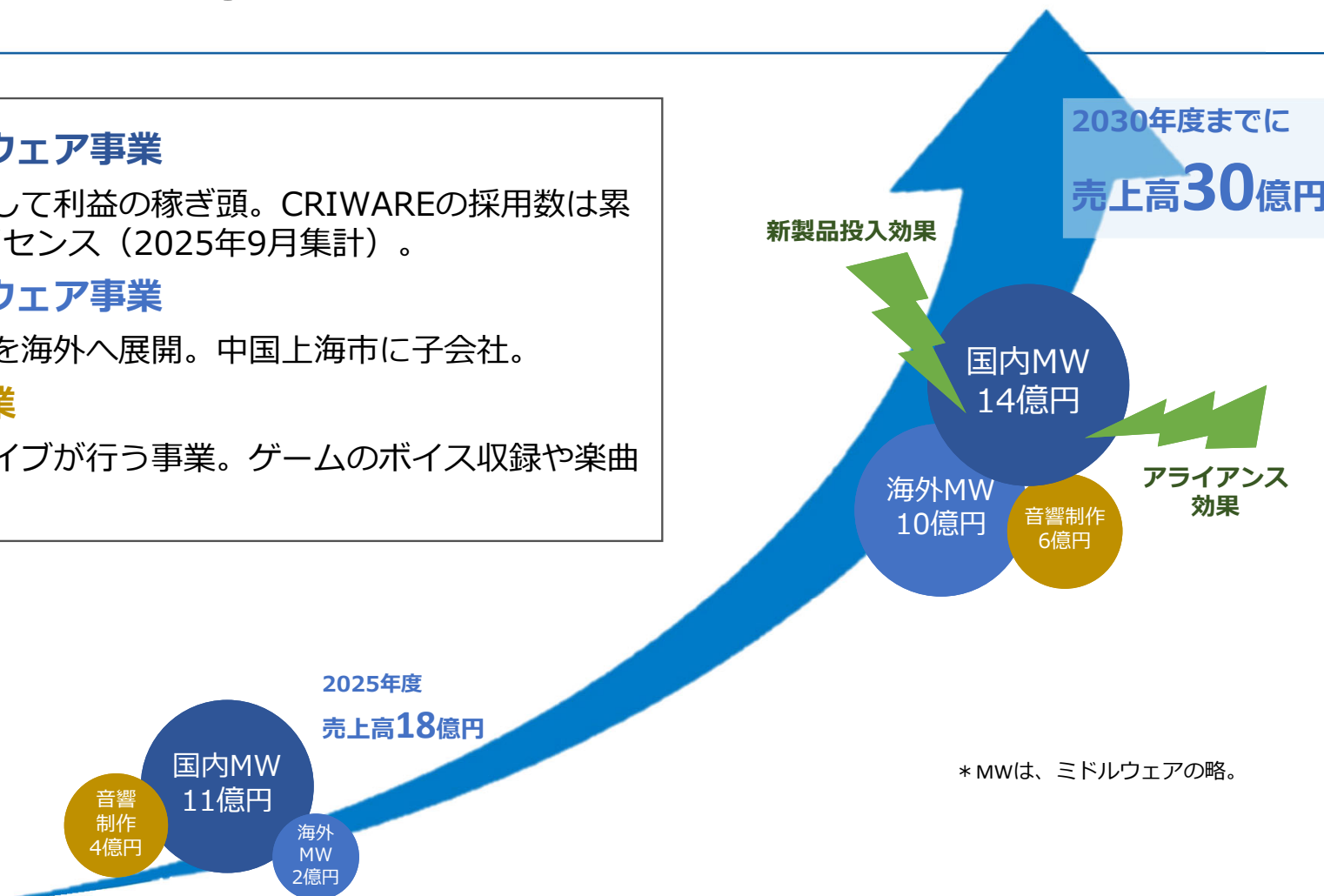
当社主力事業にして利益の稼ぎ頭。CRIWAREの採用数は累計で10,020ライセンス（2025年9月集計）。

■ 海外ミドルウェア事業

国内の成功体験を海外へ展開。中国上海市に子会社。

■ 音響制作事業

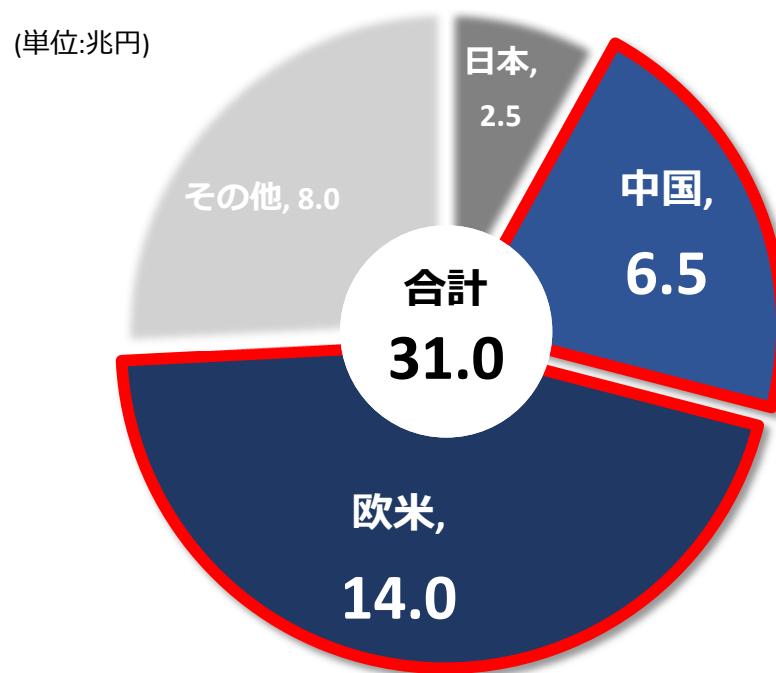
子会社ツーファイブが行う事業。ゲームのボイス収録や楽曲制作が中心。



* MWは、ミドルウェアの略。

(1) 成長戦略② ～ゲーム事業～

世界ゲームコンテンツ市場 (2024年)



海外は日本の10倍近くある
中国・欧米市場に注力

* 出典：ファミ通ゲーム白書2025

(1) 成長戦略② ～ゲーム事業／国内MW事業～



国内ミドルウェア事業成長戦略

既存のミドルウェアビジネスは、自社の新製品/新機能や他社製品との連携による**機能強化や製品ラインナップ拡充**により、シェア拡大を目論む。

また、市場に対し新製品の投入を継続して行い、CRIWARE**ブランドの市場浸透**を推進する。



Diarkis



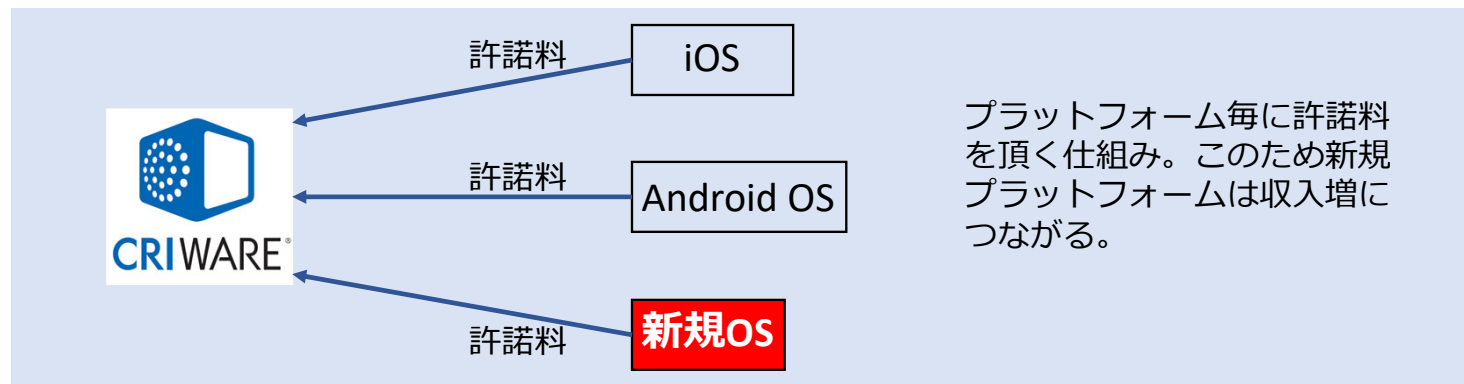
CRI-CLOVIS

(1) 成長戦略② ～ゲーム事業／海外MW(中国)事業～

海外ミドルウェア事業成長戦略（中国）

中国目標
6億円

- ・ 顧客との繋がりをタイトル単位から会社単位に昇華させるべく、顧客のニーズに寄り添う**アカウント営業体制を強化**。当社の技術力を再認識させることで、売上拡大を目論む。（売上2倍目標）
- ・ 中国ビジネスは、既にスマートフォン市場に拡がりつつある**iOS・Androidに続く第3のOSへ対応**。中国市場でのCRIWARE許諾ビジネスの拡大を図る。（売上1.5倍効果）



(1) 成長戦略② ～ゲーム事業／海外MW(欧米)事業～



海外ミドルウェア事業成長戦略（欧米）

欧米目標
4億円

- ・ 欧米ビジネスは、GDCなど世界的なゲームイベントへの出展により、CRIWAREの認知度向上を目論む。**現地販売代理店を2～3社へと増加**させ、市場への影響力を加速させる。また、**2028年までに米国子会社の立上げを視野**に入れる。

DICO Deutschland GmbH.



- ・ 欧米は、既にDestinyやHitmanシリーズなどビッグタイトルへの導入実績があり、顧客が導入しやすい**映像関連ミドルウェア（CRI SofdecやCRI Clovisなど）をドアノックに拡販**を進める。



CRI-SOFDEC®



CRI-CLOVIS

(1) 成長戦略② ～ゲーム事業／音響制作事業～

音響制作事業成長戦略

ゲームキャラクターの音声収録や楽曲制作を実施。

業界内での評判を高め、**既存顧客からのリピートオーダー**を確実に取り込むとともに、新規顧客の取り込みを図る。

また、CRI Chinaと緊密に連携し、需要旺盛な中国現地企業の「**日本人声優によるボイス収録需要**」の取り込みを強化する。

目標
6億円



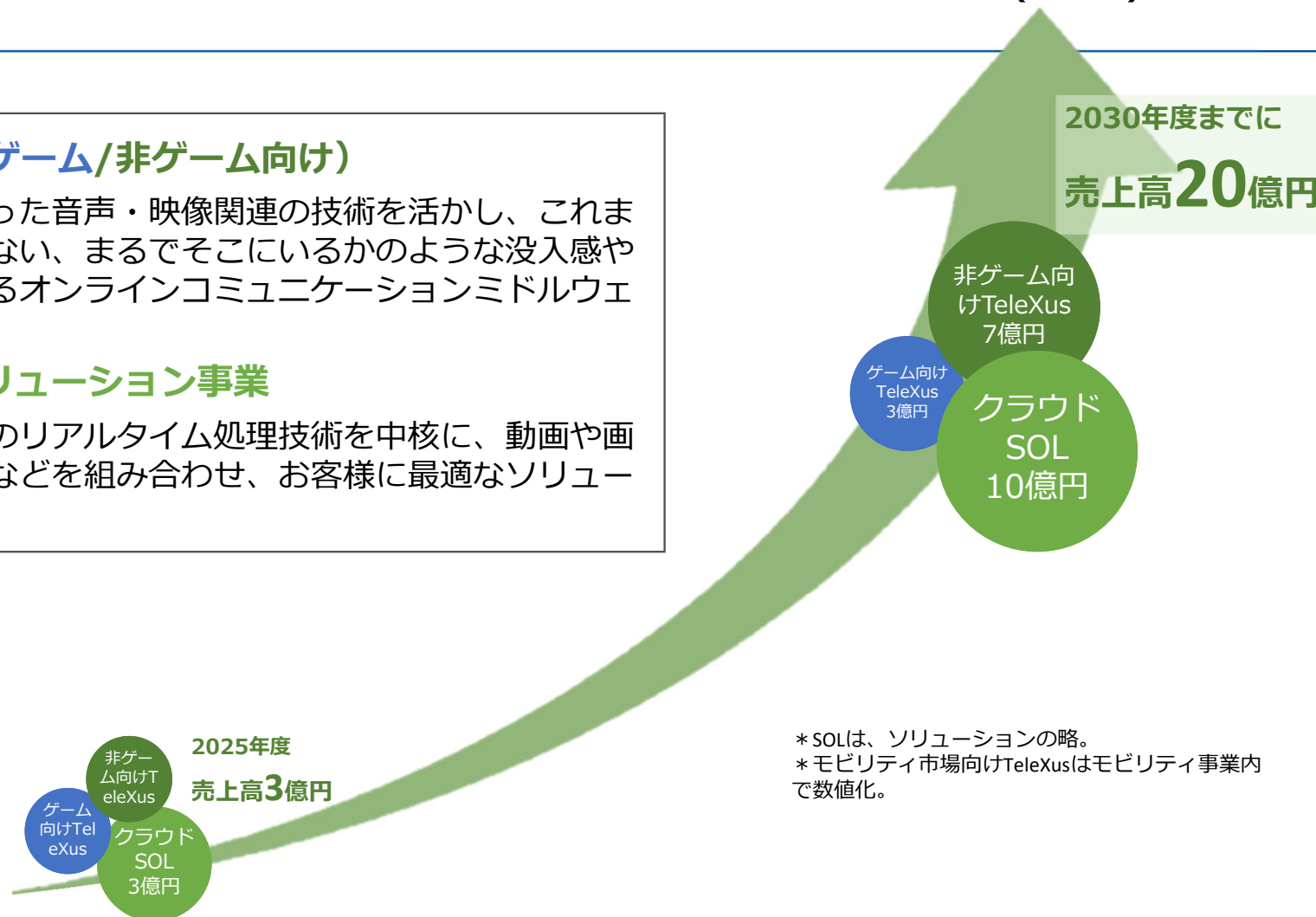
(1) 成長戦略③ ～オンラインコミュニケーション(OLC)事業～

■TeleXus (ゲーム/非ゲーム向け)

ゲーム事業で培った音声・映像関連の技術を活かし、これまで実現できていない、まるでそこにいるかのような没入感や臨場感を再現するオンラインコミュニケーションミドルウェア。

■クラウドソリューション事業

オンライン上でのリアルタイム処理技術の中核に、動画や画像の軽量化技術などを組み合わせ、お客様に最適なソリューションを提供。



* SOLは、ソリューションの略。
* モビリティ市場向けTeleXusはモビリティ事業内で数値化。

(1) 成長戦略③ ～OLC事業／ゲーム向けTeleXus～

ゲーム向けTeleXus成長戦略

ゲーム向
け目標
3億円

- ・ CRIWAREで培った音声や映像技術に対する実績をベースに、**ボイスチャットの採用実績を積み上げる**。
- ・ また、新機能リリースにより他のボイスチャットとの差別化を図り、ユーザーの利用量を増加させることで、収入増を目論む。

採用事例1

MyDearest が2024年7月にリリースのVR対戦アクションゲーム『ブレイゼンブレイズ』に「TeleXus」が採用。低遅延、低負荷で、アプリケーションの動作を阻害しないところが評価。

採用事例2

バンダイナムコエンターテインメントの『ドラゴンボール ゼノバース2』にも「TeleXus」が採用。

<https://www.cri-mw.co.jp/business/cases/17925/>



(1) 成長戦略③ ～OLC事業／非ゲーム向けTeleXus～

非ゲーム向けTeleXus成長戦略

非ゲーム
向け目標
7億円

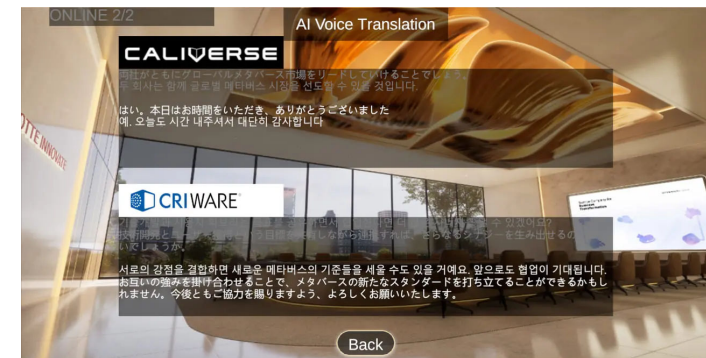
- ・あらゆる市場がターゲットになりうるが、その中でも特に**利用者が多く、現状抱える制限や問題がTeleXusによって解消される**と思われる「モビリティ」「イベント」「教育」の3市場向けに注力。
- ・**M&Aやアライアンス**も活用し、新市場開拓を推し進める。

採用事例1

NTTコノキューが提供していた3Dバーチャルオフィスサービス「NTT XR Lounge」に「TeleXus」が採用。
低遅延、空間オーディオ、多人数ボイスチャットが評価。

採用事例2

韓国ロッテグループのメタバース「Caliverse」への導入準備が開始。国際的な大規模イベントのバーチャル会場にも「TeleXus」が採用。



(1) 成長戦略③ ～OLC事業／クラウドSOL事業～

クラウドSOL事業成長戦略

クラウド
SOL目標
10億円

- ・ オンライン上での**リアルタイム処理技術**を中核に、**動画や画像の軽量化技術**などを組み合わせ、お客様に最適なソリューションを提供。
- ・ 2026年3月までは研究開発期間と定め、**新製品の開発に注力**。今後の新たな収益源として期待。

中核技術1：リアルタイム処理技術

オンライン上でユーザーの待ち時間を極力なくするための技術に優位性。オンライン展示会やネットオークションなどで活用されている実用的な技術。

中核技術2：動画及び静止画の処理技術

オンライン上でサーバーやパケットに対する負荷の高い、動画や静止画を早く、軽く、綺麗に再生する技術に優位性。



(2) FY26 成長戦略 ～全社方針～

売上高3,910百万円、営業利益600百万円

中長期で100億円企業をめざし、26年9月期は以下の施策を実施。

- ・モビリティは全世界展開を見据え、技術開発投資やグローバル対応を強化。
- ・新たな収益源として新製品開発への投資は継続。
- ・主な技術開発投資内容は以下のとおり。

26年9月期研究開発投資予定額：	2.5億円 （前期比0.6億円増）
➤ 上記の内、ゲーム/TeleXus関連：	0.9億円 （前期比0.2億円増）
➤ 上記の内、モビリティ関連：	0.7億円 （前期比0.2億円増）
➤ 上記の内、組込み関連：	0.5億円 （前期比0.2億円増）
➤ 上記の内、クラウドソリューション関連：	0.3億円 （前期比同水準）

(2) FY26 成長戦略 ～ゲーム事業～

■ ゲーム事業

ミドルウェア/ツールは次世代「LipSync^{*}」を市場投入。海外は欧米、中国ともに今後の飛躍に向けた足場固めを行うシーズン。音響制作は中国ビジネス拡大に注力。

* 音声データから自然な口パターンを自動生成する音声解析リップシンクミドルウェア

■ 国内ミドルウェア/ツール分野

1. 新製品の投入

- 去年の「Clovis」に続き、新製品となる次世代「LipSync」の市場投入を計画。新たな収益源として期待。

2. 一括契約の拡大

- 多くのタイトルでCRIWAREが採用されている状況を作りだすべく、一括契約の獲得に注力。シェア拡大を目論む。

■ 海外ミドルウェア/ツール分野

1. 中国は大手顧客との関係強化

- 大手ゲーム各社との関係を強化し、当社技術のソリューション提供を目論む。

2. 欧米は直販+代理店展開

- 既存顧客を抱える北米は、直販中心の戦略で顧客との関係を深化させる。
- 欧州は代理店中心に展開し、新規顧客の獲得に注力。

■ 音響制作分野（ツーフアイブ社）

1. 中国ビジネスの拡大

- 中国企業からの旺盛な需要を着実に取り込むべく、CRI Chinaとの連携を強化。
- ツーフアイブ社長自らの中国訪問を増やし、顧客との関係構築に努める。

2. リピーター顧客の拡大

- サービス品質を評価していただき、増加しているリピーター顧客の更なる拡大に努める。

(2) FY26 成長戦略 ～エンタープライズ事業～

■エンタープライズ事業

モビリティ分野は将来の全世界展開に向け製品のグローバル化を推進。クラウドソリューション分野は前期から続く新製品開発を上期に完了し、下期での市場投入を目論む。

■モビリティ分野

1. 既存2製品を中心に拡大継続

- 「ADXAT」は採用メーカー、車種を国内外に拡大。採用実績を積み上げる。
- 「Glassco」は国内メーカーに加え、インド市場での実績作りに注力。採用実績を積み上げる。

2. 自動車メーカーとの関係構築

- SDVを切り口に、また品質の均一化を図れることを強みに、自動車メーカーとの関係構築に努める。

■組込み分野

1. 次世代製品の開発に着手

- 省電力かつ低発熱を強みとした「D-Amp Driver × GaN」を開発。26年1月のCESに出展予定。
- 事業領域の拡大を図るべく、次世代の映像ソリューションの開発に着手。

2. 継続ビジネスの拡大

- 許諾売上を包含した継続性のある受託案件の獲得に注力。

■クラウドソリューション分野

1. 次世代Web動画製品を市場投入

- 従来の「LiveAct／SmartJPEG」の次世代製品として前期より継続している新製品開発を上期に完了予定。下期に市場投入を計画。

2. 継続ビジネスの拡大

- 許諾売上や保守運用を包含した継続性のある受託案件の獲得に注力。

(3) 経営指標（2030年度の目標値）

当社グループは、中期経営計画（2026-2030）のもと、2030年度までにモビリティ、ゲーム、オンラインコミュニケーションをコア事業とした事業構造に変革し、売上高100億円企業グループとなることをめざしており、2030年度の目標とする経営指標（KPI）として以下を設定しております。当該KPIを採用した理由は、投資家が当社グループの経営方針・経営戦略等を理解するうえで重要な指標であると判断したためであります。



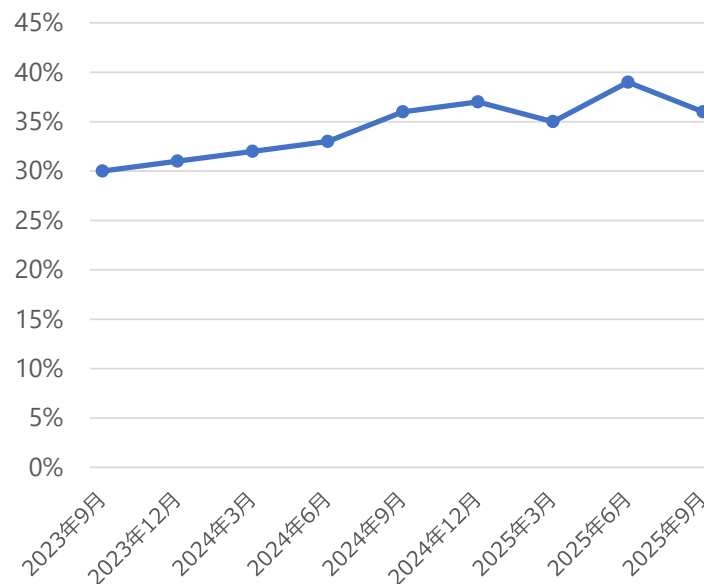
* M&A分を除外して算出。



(3) 参考指標① ～ゲーム事業：CRIWARE採用率（国内）～



スマートフォンゲーム

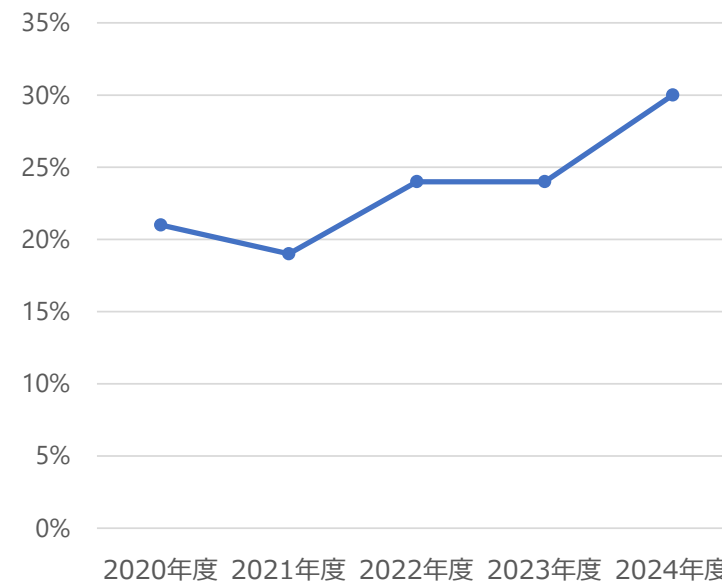


CRIWARE採用率：36% ※

(2025年9月時点)

※App StoreおよびGoogle Play のアプリランキング
上位100位におけるCRIWARE採用アプリ数の割合

家庭用ゲーム

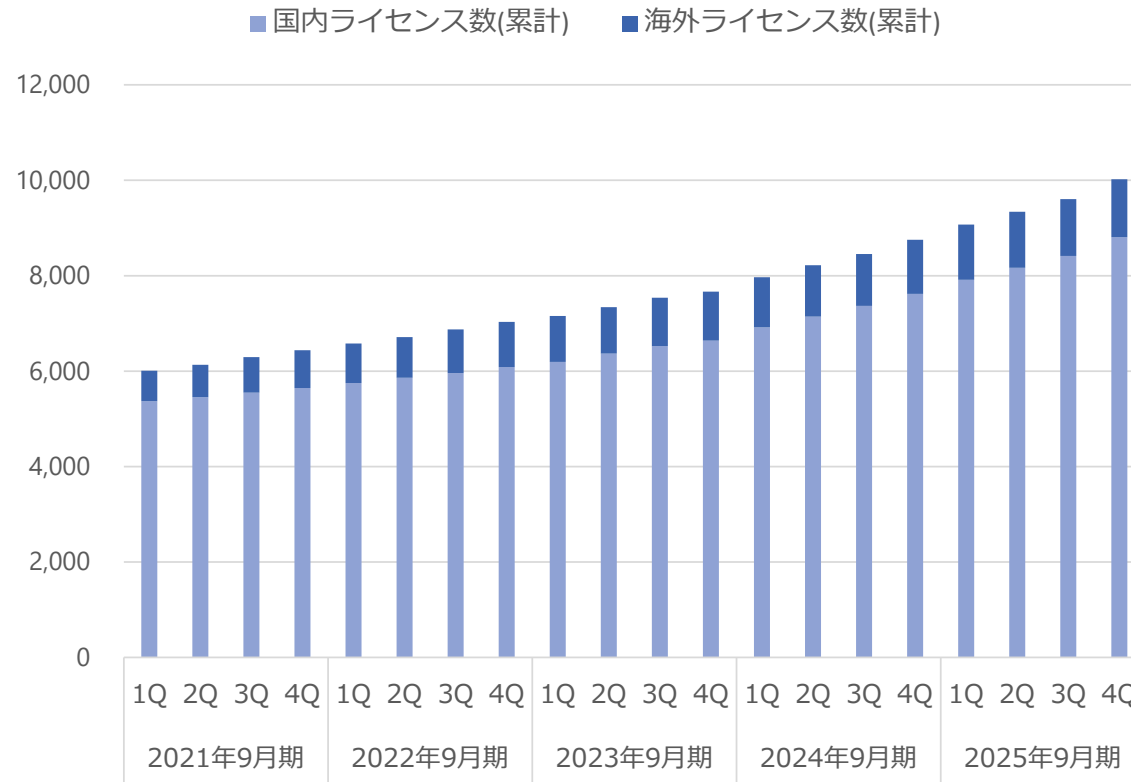


CRIWARE採用率：30% ※

(2024/1/1～2024/12/29 集計)

※ファミ通ゲーム白書2025
「2024年ゲームソフト推定販売本数TOP1000」における
上位300位のうちCRIWARE採用数の割合

(3) 参考指標② ～ゲーム事業：CRIWARE採用数の推移～



CRIWARE採用

10,020
ライセンス

(2025年9月集計)

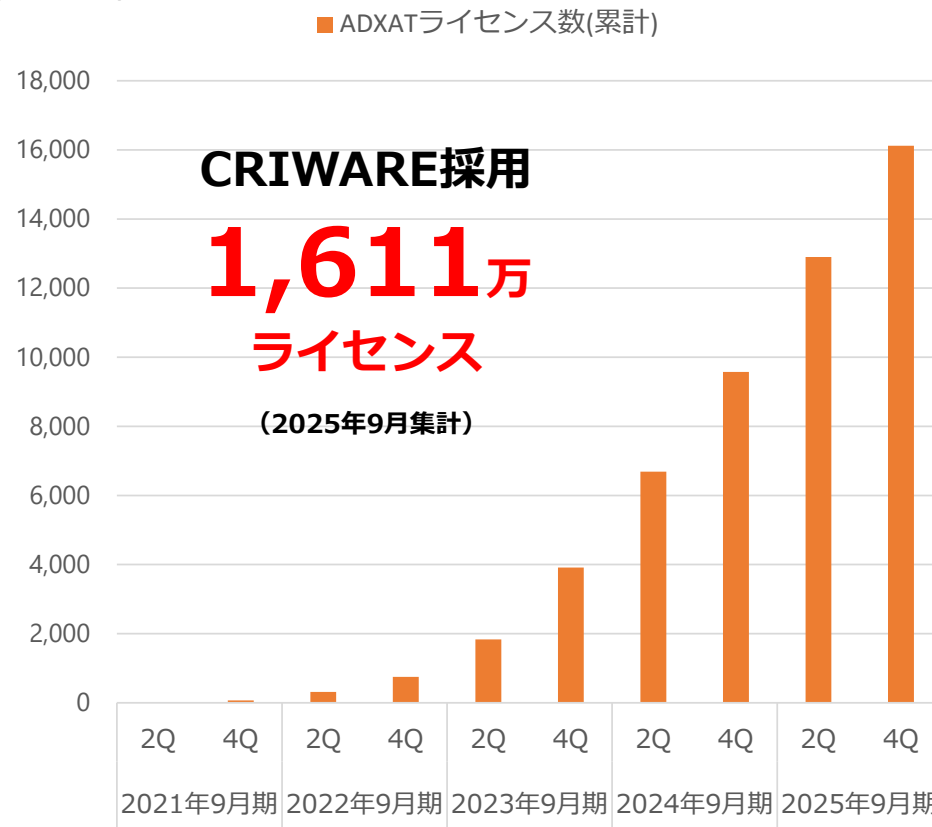
※ 国内ライセンス数は、主契約が国内の契約時点のプラットフォーム別、契約地域別数をカウントしております。

※ 海外ライセンス数は、主契約が海外の契約時点のプラットフォーム別、契約地域別(日本を除く)数をカウントしております。

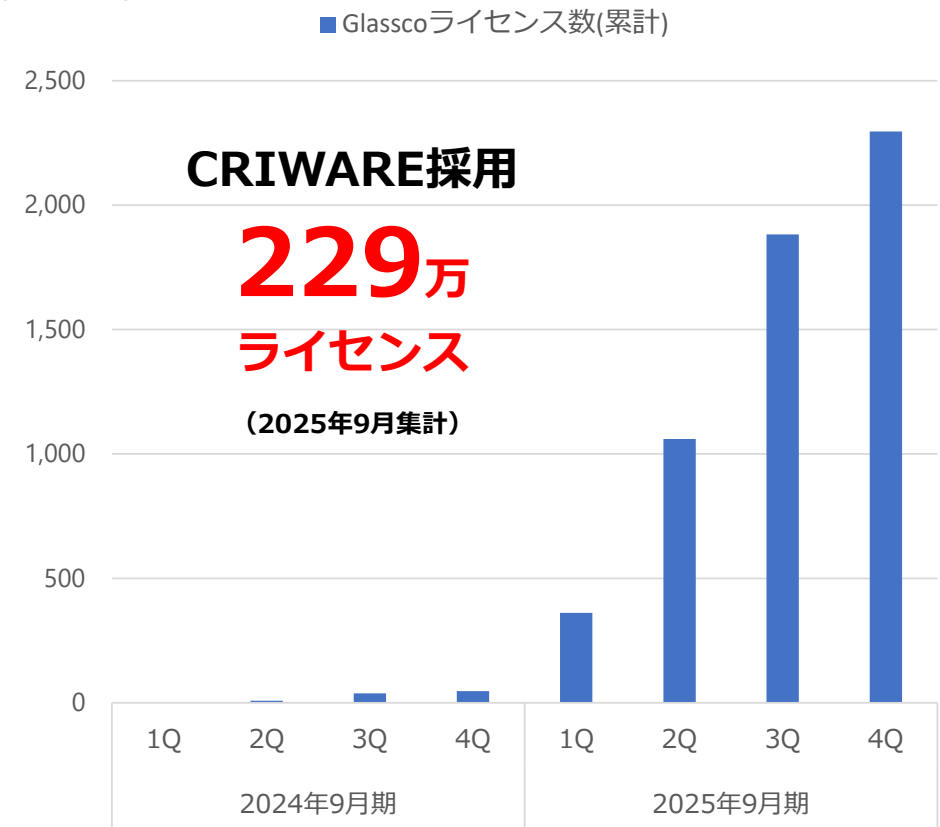
(3) 参考指標③ ～モビリティ：CRIWARE採用数の推移～



(単位:千台)



(単位:千台)



(4) 進捗状況 ～2025年9月期 全社振返り(対期初計画)～

(単位：百万円)

	2025年9月期 期初計画	2025年9月期 実績	増減額	増減率
売上高	3,360	3,448	+ 88	+ 2.6%
営業利益	384	554	+ 170	+ 44.4%
(営業利益率)	11.4%	16.1%	+ 4.6pt	—

＜差異分析＞

エンタープライズ事業において、モビリティ分野の新製品Glasscoが想定を大きく上回る採用実績を積み上げたこと、組込み分野においてリアルカジノ向けの年間許諾売上が計上されたことにより、期初計画を大きく上回る営業利益となった。

(単位：百万円)

	2025年9月期 期初計画	2025年9月期 実績	増減額	増減率
R&D投資	206	187	△ 19	△ 9.2%
ソフト投資	0	0	+ 0	—

＜差異分析＞

当初計画していたTeleXusのR&D人員の一部を成長著しいモビリティ分野へシフトした結果、全体としては、予定していたR&D投資額には若干未達の結果となった。

(4) 進捗状況 ~2025年9月期 各事業振返り(対期初計画) ~



■ ゲーム事業

ミドルウェア/ツールは新製品投入効果や他社製品連携効果で拡大。音響制作は好調を継続。

■ 国内ミドルウェア/ツール分野

1. 新製品の拡販

- 新製品「Clovis」の拡販に注力。

2. 他社製品連携で採用増

- ヤマハ社の「Sound xR」との連携効果により、CRIWAREの採用増を目標。

3. ゲーム向けTeleXus

- 採用タイトルの増加に向け営業を強化。



■ 海外ミドルウェア/ツール分野

1. 映像製品中心に拡販強化

- 中国市場、欧米市場ともにドアノック商材として、映像製品を前面に押し出し攻勢をかける。

2. 販売代理店網の構築

- 営業力は、複数社と販売代理店契約を締結することで直販力を補い強化。
- 当面は中国・北米は直販+代理店、欧州は代理店中心での拡大をめざす。

■ 音響制作分野（ツーフাইブ社）

1. 中国ビジネスの拡大

- グループ会社が中国にある地の利や現地コネクションを最大限に活かし、日本の声優需要が高い中国企業からの受注増に注力。

2. イベントの再開

- コロナ禍で中断していた主催イベントの開催を予定。ツーフাইブ社の知名度向上を目標。

＜進捗状況＞

【ゲーム事業】

対前年同期は増収増益、対期初計画は概ね計画どおりの売上着地となった。

ミドルウェア/ツール分野は、新製品の拡販や中国ビジネスの拡大が想定どおり進まなかったものの、子会社ツーフাইブが行う音響制作分野が、旺盛な中国需要を取り込み、過去最高の業績となったことで、全体としては概ね計画どおりの着地となった。

■ エンタープライズ事業

モビリティはライセンス収入が伸長。組込みはカラオケおよび非ゲーム向けTeleXusにより売上拡大。

■ 組込み分野

1. 選択と集中

- 新製品「SOLIDAS」の拡販に注力。
- カラオケは業務分野を拡大し受注増をめざす。
- 遊技機のサウンド*事業を終了し、経営資源を成長分野へシフト。

2. 非ゲーム向けTeleXus

- 3Qで大型案件を契約予定。



■ モビリティ分野

1. 事業フェーズが投資から回収へ

- 音声製品（ADX-AT）とグラフィック製品（Glassco）は共にソフトウェア投資を完了し、回収フェーズに入る。

2. 高単価製品の売上伸長

- 高単価なグラフィック製品の採用率の拡大による売上増を見込む。

■ クラウドソリューション分野

1. 受託業務量を戦略的に調整

- 複数社から受託していた大型システム開発案件の一部が完了。これを機に戦略的な許諾シフトを行うべく、受託業務の受注量を調整。

2. 許諾シフトのためのR&D投資

- 26年9月期でのリリースをめざし、リアルタイム処理技術、動画・静止画に係る技術を集約した新製品の研究開発投資を開始。

＜進捗状況＞

【エンタープライズ事業】

対前年同期は増収増益、対期初計画も計画を上回る売上着地となった。

モビリティ分野の新製品Glasscoが想定を大きく上回る採用実績を積み上げたことに加え、期初想定していなかったリアルカジノ向けの年間許諾売上が計上されたことで、全体としては計画を上回る着地となった。

(4) 進捗状況

- 次回「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示予定日
 - 2026年12月を予定しております。なお、事業計画を変更した場合など、記載内容に重要な変更が生じた場合は、開示を予定しております。

【6】 リスク情報

認識するリスク及び対応策

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及びその対応策は以下のとおりです。

内容	発生可能性の程度及び影響	対応策
<p>■ 事業内容に関するリスクについて</p> <p>a. 当社のゲーム向け音声・映像関連製品は、国内市場においては、これまでの導入実績やサポートノウハウ、顧客との信頼関係が構築されていることから、他社の競合製品より優位性があると考えており、安定的な収益基盤となっております。また、他社が優位性の高い製品や当社製品の代替となり得る技術を市場投入した場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>全てのゲームプラットフォームへ対応する必要性に加え、乗り換え困難なミドルウェアの特性が大きな参入障壁となっていると考えます。したがって、強力な競合製品が現れる可能性は低いと考えます。なお、優れた競合製品が現れた場合、当社業績への影響は相応にあるものと考えます。</p>	<p>競争優位性の高い製品開発を行い、当社ミドルウェアを採用するメリットを提供し続けます。</p>

認識するリスク及び対応策

内容	発生可能性の程度及び影響	対応策
b. 当社のモビリティ市場向け事業は、体制を強化し、将来の中核事業として育てるための開発投資を継続実施しております。今後、主要顧客との取引関係や自動車業界の動向に変化が生じた場合や当社技術、製品が組み込まれた部品やシステム等において当社起因による不具合が生じた場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	モビリティ市場向けへ製品やシステムを提供することは人の生命の一端を担う重要な責任を負うこととなります。そのため、その製品やシステムに不具合が生じた場合、当社業績への影響は相応にあるものと考えます。	当社と直接的な取引のある部品メーカーと緊密に連携し、幾重もの検証体制を構築することで、当社起因による不具合発生を防ぐよう努めます。
c. 当社のCRI TeleXusは、映像や音声、情報をリアルタイムに送受信するプラットフォームとして、技術開発投資を継続実施しております。今後、予期できない各国の法令・規制等の制定、強化によって、製品仕様に多大な変更を行う必要が生じた場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	CRI TeleXusは、当社が次世代の主力製品と位置づけ、相応の時間とコストをかけ、技術開発投資を行っている製品です。その製品仕様を大きく変更せざるを得ない事態が発生した場合、当社の成長戦略に相応の影響を及ぼすものと考えます。	展開が予想される主要各国の法規制を事前に収集・認識することで、製品の仕様に大きな影響を及ぼさない手法を考え、対応するように努めます。

認識するリスク及び対応策

内容	発生可能性の程度及び影響	対応策
<p>■ 海外事業に関するリスクについて</p> <p>当社グループでは、現在、ゲーム関連市場の拡大が期待される中国を中心に海外事業を展開しております。海外での事業活動におきましては、予期し得ない政策、法制度および許認可制度等の変更、経済情勢の悪化や日本との関係の悪化等の社会環境の変化、テロ・戦争の発生等の影響、感染症の流行による社会的混乱等のリスクが潜在しており、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>海外での事業活動を行ううえで、各国政府の政策変更や法制度の変更は過去にも度々生じており、当社業績への影響は相応にあるものと考えます。</p>	<p>主要各国の法規制動向や現地での報道等を常に収集することに努め、事前の対策が打てるように対応いたします。</p>

※ その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料の取り扱いについて

- 本資料に掲載している情報は、株式会社CRI・ミドルウェア（以下、当社）グループの経営指標等の提供を目的としており、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定はご自身のご判断で行うようお願いいたします。
- 本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性等がありますことを、予めご了承ください。