



# 2024年9月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2024年8月

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものになりません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っており、またこれを保証するものではありません

1. 2024年9月期 第3四半期実績
2. ビジネスアップデート
3. Key Takeaways
4. 成長戦略
5. Appendix



## 財務実績サマリー

百万円		四半期			3Q累計		
		2023/9期 3Q	2024/9期 3Q	前年同期比	2023/9期	2024/9期	前年同期比
売上高	連結	2,210	2,797	+26.6%	6,310	8,062	+27.8%
	プレイド単体	1,952	2,543	+30.3%	5,578	7,185	+28.8%
	グループ会社	366	380	+3.8%	929	1,217	+31.0%
	連結調整額	-108	-126	-	-197	-340	-
売上総利益率 <sup>(1)</sup>	連結	72.0%	72.9%	+0.9pt	73.0%	71.3%	-1.7pt
	プレイド単体	73.4%	68.9%	-4.5pt	73.3%	69.8%	-3.5pt
	KARTE領域 <sup>(4)</sup>	76.3%	75.1%	-1.1pt	75.9%	74.7%	-1.2pt
調整後営業利益 <sup>(2)</sup>	連結	-229	145	-	-272	363	-
	プレイド単体	-152	313	-	-69	716	-
	グループ会社	-84	-189	-	-220	-400	-
	連結調整額	7	21	-	17	47	+176.5%
ARR <sup>(3)</sup>	連結	7,603	9,508	+25.1%	-	-	-
	プレイド単体	6,939	8,444	+21.7%	-	-	-

(注) 1. 受注損失引当金控除後 / 2. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費用+その他一時費用 / 3. Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出 / 4. 受注損失引当金控除後、RightTouch社とのグループ内取引調整後

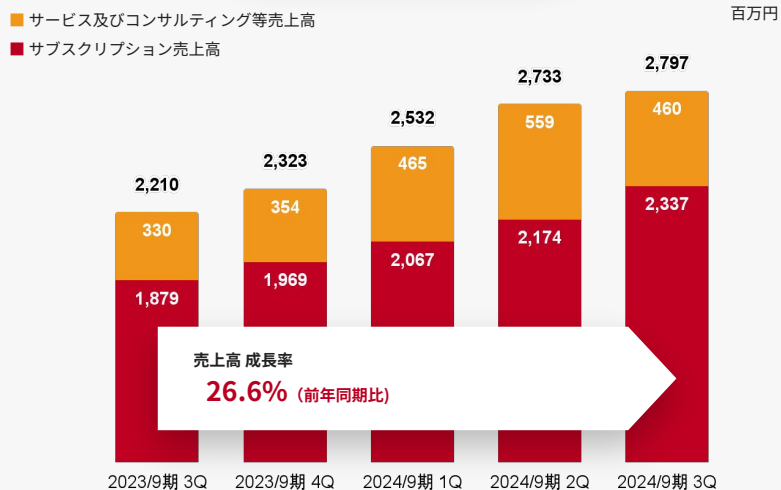
連結

2024年9月期 第3四半期実績

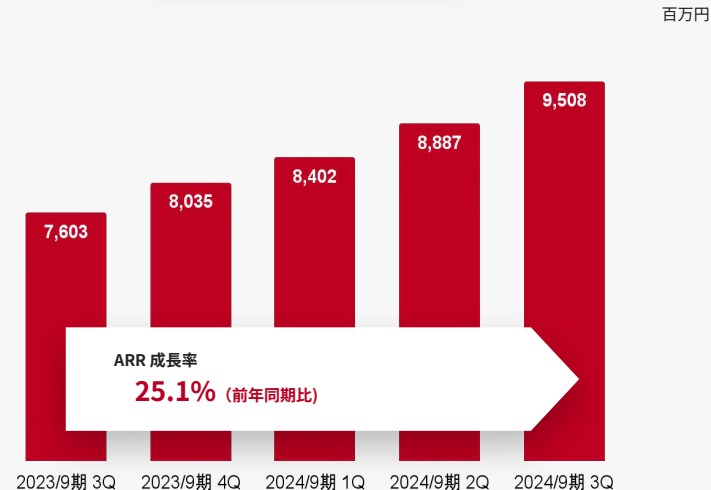
## 売上高/ARR<sup>(1)</sup>ともに修正後計画通りに推移

- サブスクリプション売上高が引き続き堅調に推移、ARR成長率も加速（2Q: 21.9% → 3Q: 25.1%）
- サービス及びコンサル等売上高は2Q比減少しているが修正後計画通りの着地

連結売上高



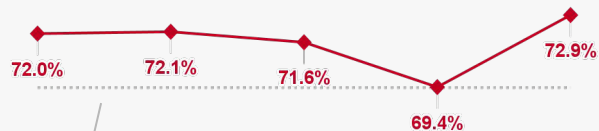
連結ARR



## 売上総利益率<sup>(1)</sup>は2Q比向上の72.9%

- 2Qで計上された一過性費用の解消に加え、これまで売上原価に計上していた一部のグループ内取引を販管費に振り替えた影響もあり、売上総利益率が向上

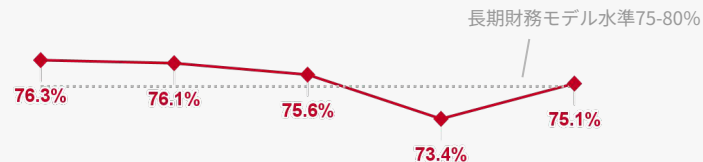
売上総利益率\_連結



2024/9期 修正後計画水準

2023/9期 3Q 2023/9期 4Q 2024/9期 1Q 2024/9期 2Q 2024/9期 3Q

売上総利益率\_KARTE領域<sup>(2)</sup>

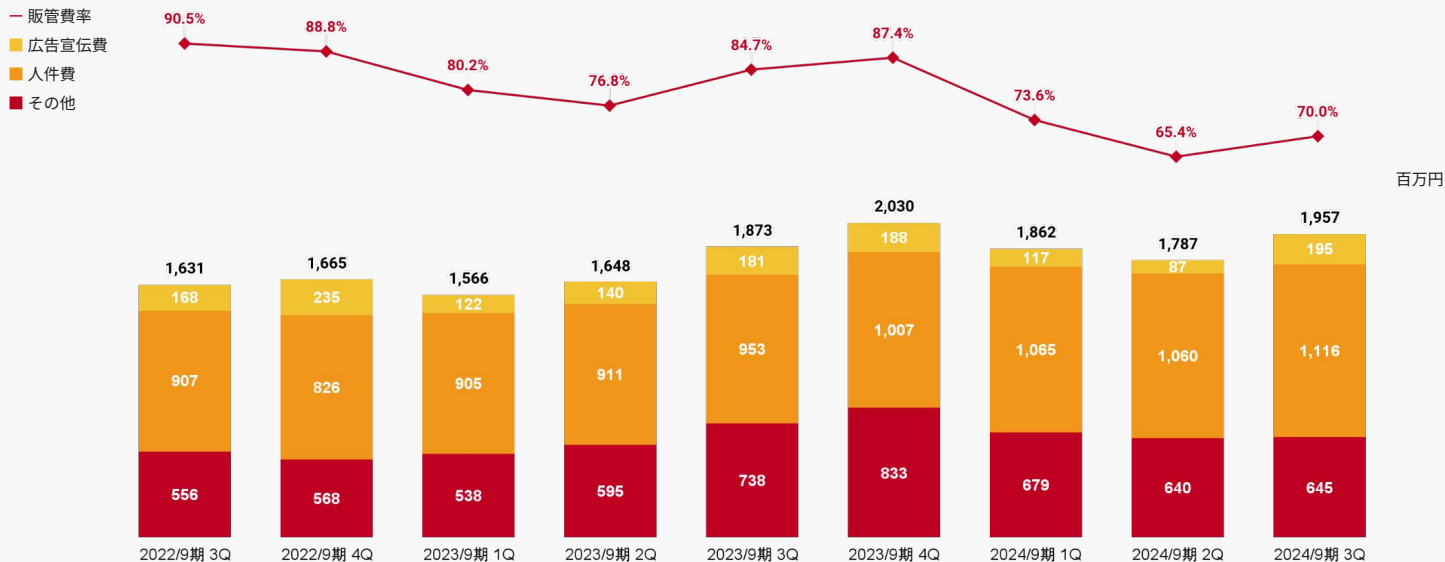


長期財務モデル水準75-80%

2023/9期 3Q 2023/9期 4Q 2024/9期 1Q 2024/9期 2Q 2024/9期 3Q

## 販管費は適切なコントロールが続く

- 前頁の通り、一部の売上原価を販管費に振り替えた影響で販管費率が上昇しているが、当該影響を除くと2Q比で微増程度
- 業績予想修正時に織り込んだ最大3億円の追加成長投資は、最終的に約1億円を使用する見込であり、大半が4Qに計上される予定



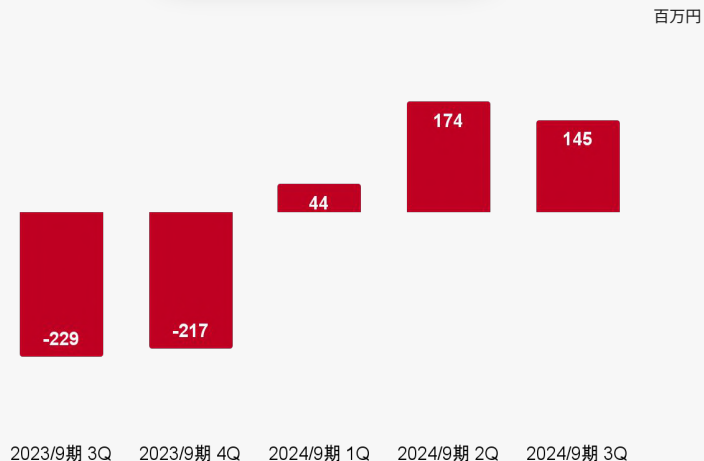


2024年9月期 第3四半期末績

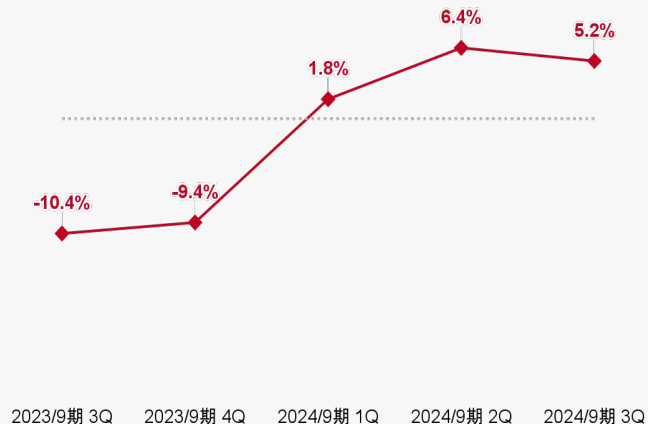
## 調整後営業利益<sup>(1)</sup>は引き続き黒字

- 3Q累計の調整後営業利益は363百万円となり、年度計画の275百万円を上回って推移
- 4Qは追加の成長投資に伴う費用計上が見込まれるため、3Q比でやや減益となる想定だが、年度計画の達成確度は高い

調整後営業利益



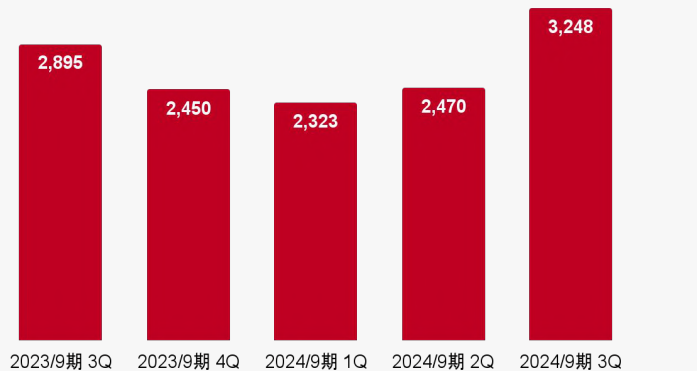
調整後営業利益率



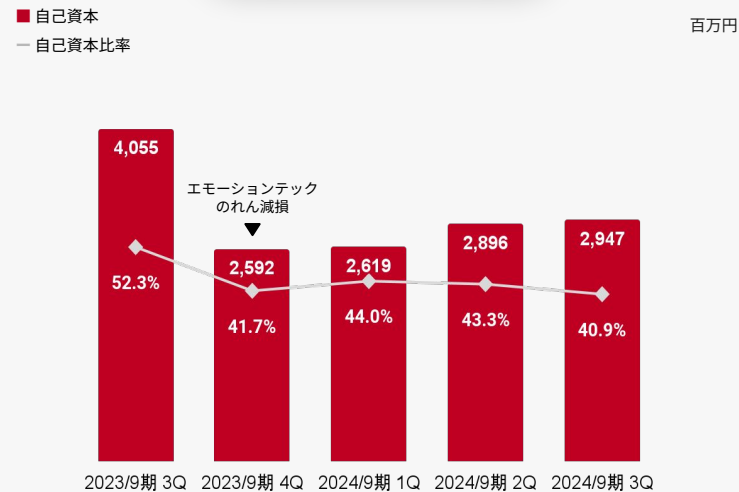
## 現預金水準は引き続き良好、自己資本比率も安全水準を維持

- 3Qは契約更新が集中するため、年額一括払等によりネットキャッシュが増加
- 自己資本はブレイド単体の収益力向上などにより増加していく見込

ネットキャッシュ



自己資本



# プレイド単体 / グループ会社

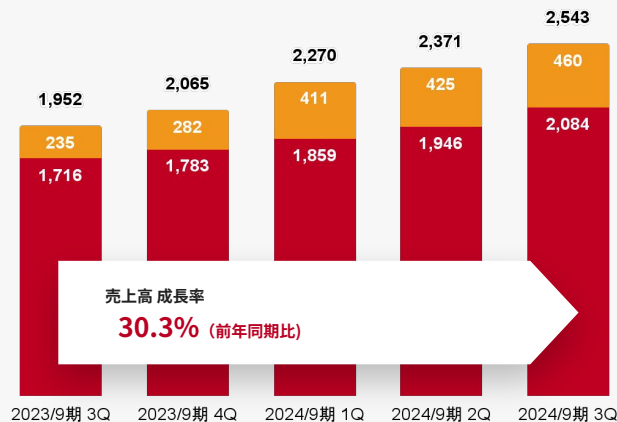
## 売上高/ARR<sup>(1)</sup>ともに成長ペースが加速

- サブスクリプション売上高、サービス及びコンサル等売上高ともに堅調に推移し、売上高成長率はYoY 30%超に
- ARR成長率も加速 (2Q: 19.3% → 3Q: 21.7%)

### 売上高

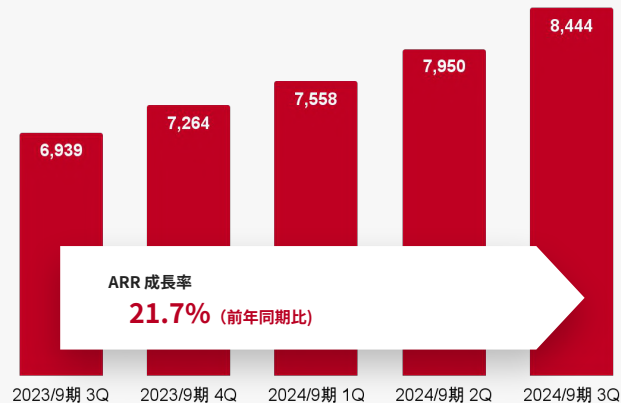
- サービス及びコンサルティング等売上高
- サブスクリプション売上高

百万円



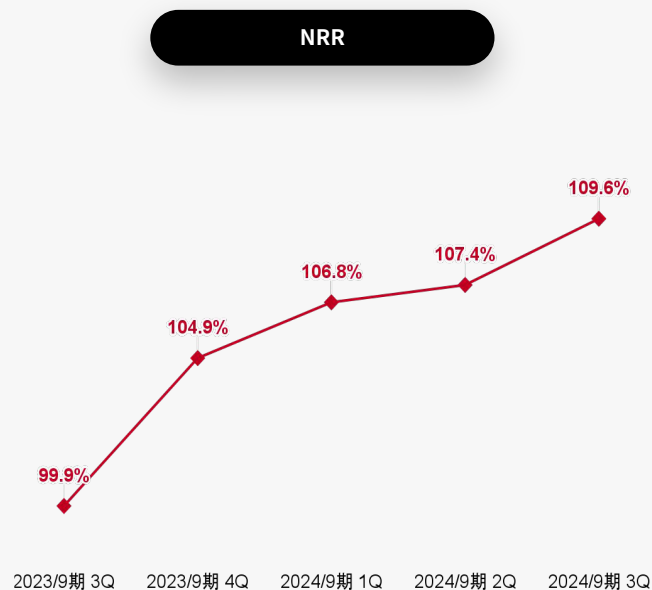
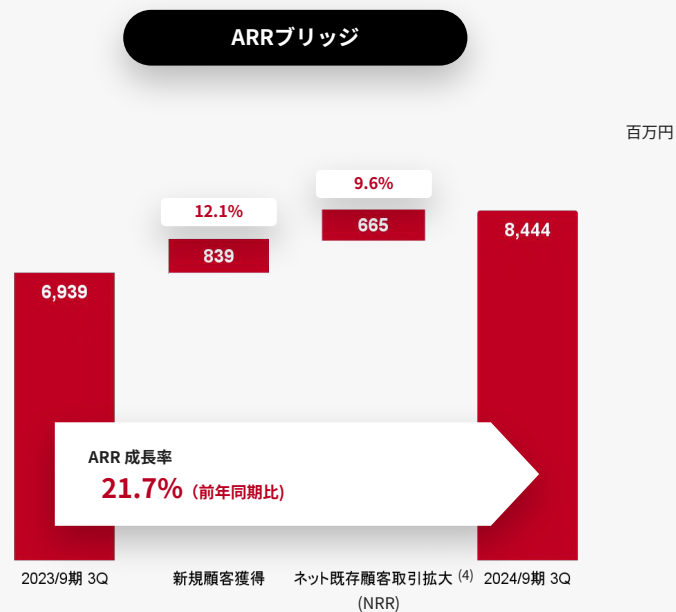
### ARR

百万円



ARR<sup>(1)</sup>成長率の要因分析

- 3Q末のNRR<sup>(2)(3)</sup>は109.6%
- 良好な顧客継続率に加え、2Q比で積み上げ額が増加したアップセル/クロスセルによって堅調に推移

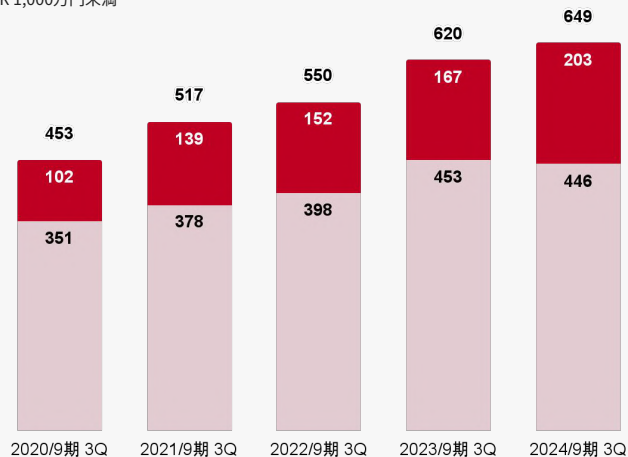


## 顧客社数<sup>(1)</sup>及び顧客単価<sup>(2)</sup>

- エンタープライズ企業群に対して「マルチプロダクト×プロフェッショナルサービス」をワンストップで提供する戦略が有効に機能しており、ARR 1,000万円以上の顧客社数/単価は増加が続く

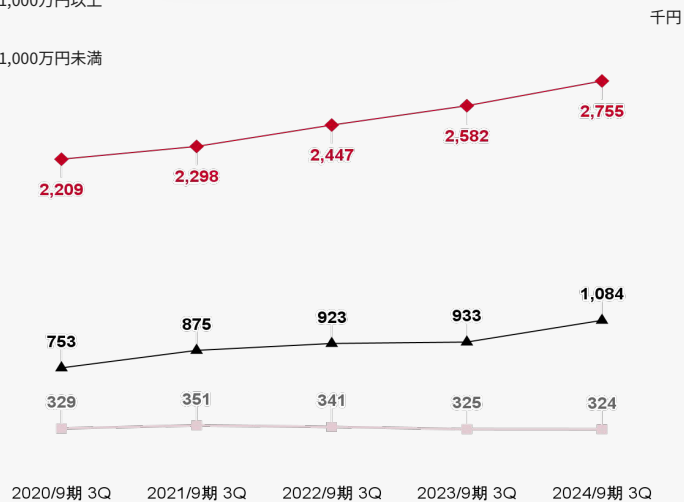
顧客社数

■ ARR 1,000万円以上  
■ ARR 1,000万円未満



顧客単価

◆ ARR 1,000万円以上  
▲ 全体  
■ ARR 1,000万円未満

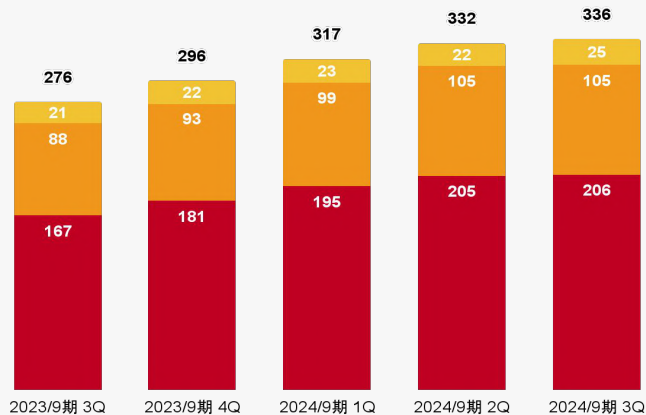


## 従業員数<sup>(1)</sup>推移

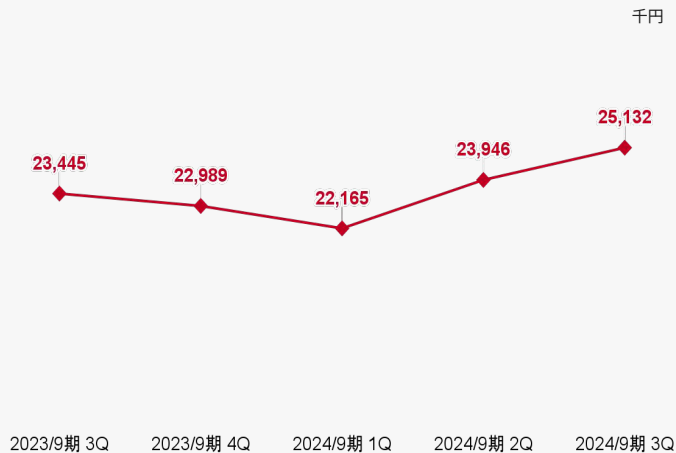
- 3Q末の従業員数は336名
- 4Qは主にカスタマーサクセスやSTUDIO ZEROの採用が進む
- 年度末の従業員数は340-350名程度となる見込であり、人材の確保は順調に進捗

従業員数

- アクセラレーター（管理）
- プロダクト
- ビジネス



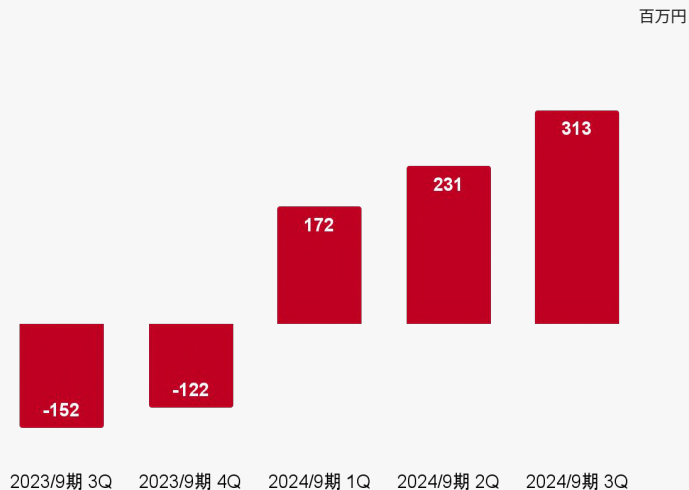
従業員一人あたりARR



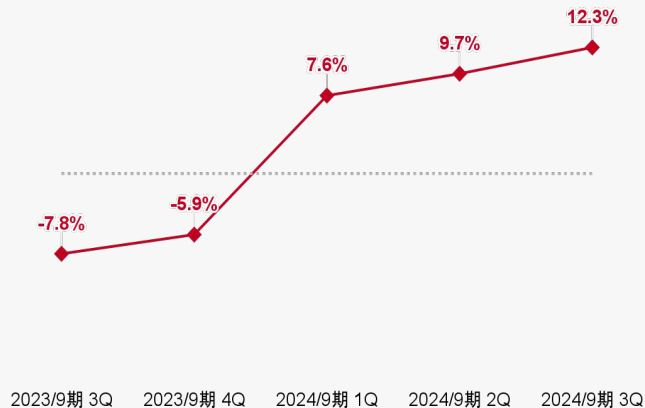
## 調整後営業利益<sup>(1)</sup>は2Q比増益の313百万円

- 調整後営業利益率は、売上高の順調な推移と適切なコストコントロールによって着実に向上している
- 今後も売上成長と収益性向上の両立を意識した運営を行っていく

調整後営業利益



調整後営業利益率





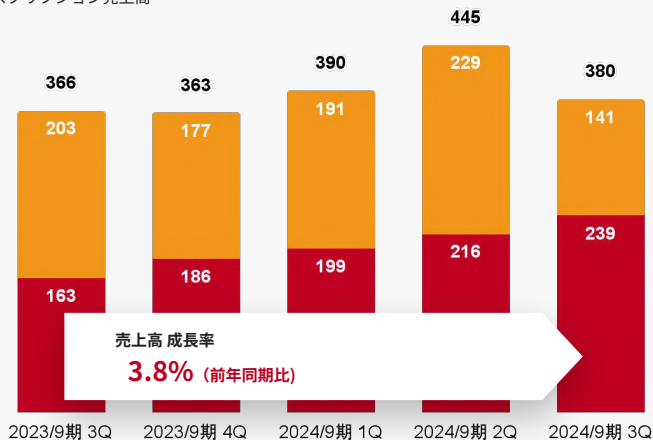
## グループ会社の売上高/調整後営業利益<sup>(1)</sup>は想定を下回った

- サブスクリプション売上高は修正後計画通りに推移した一方、サービス及びコンサル等売上高がエモーションテックの大型案件失注により減少
- 上記に伴い、調整後営業利益のマイナス幅が拡大

### 売上高

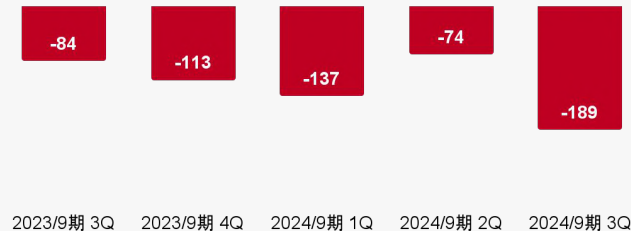
- サービス及びコンサルティング等売上高
- サブスクリプション売上高

百万円



### 調整後営業利益

百万円



## エモーションテックの現状と対策

- 以下の取り組みによる成長を想定していたが、プロダクト開発の遅れや営業活動におけるオペレーション課題等もあり伸び悩み
- プロダクト開発の加速、ビジネスオペレーション改善、コスト削減等の経営改革を推進し、抜本的なPL改善を図る

### プロダクトの 大型アップデート

- ”VoC (Voice of Customer<sup>(1)</sup>) ”を中心とするデータ分析基盤の拡充や、各種データとの連携機能強化を中心にプロダクトを刷新中
- 当該アップデートによるサブスクリプション売上の拡大を推進



### エンタープライズ企業との 取引拡大

- 企業のCXマネジメント設計に加え、当該企業が保有するさまざまなデータの統合支援/運用支援を含む総合的な価値提供による取引拡大を推進



### AIを活用した ソリューション推進

- GPT-4やChatGPTを活用したテキストAI分析サービスを展開
- VoC活用に関する当社ナレッジとAIの組み合わせにより、従来のテキスト分析における課題であった文章の読み込みや解釈に要していた各種コストを大幅に削減



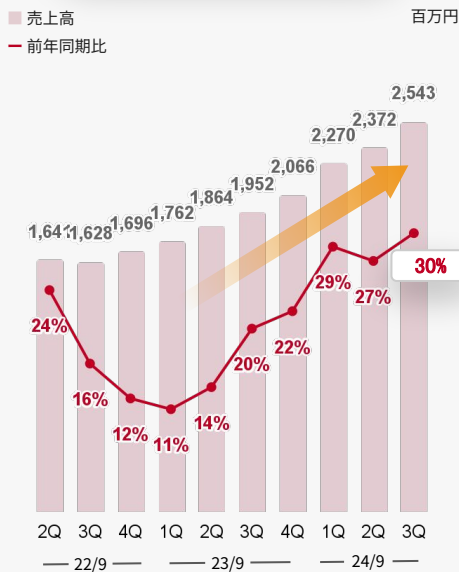
1. 2024年9月期 第3四半期実績
2. **ビジネスアップデート**
3. Key Takeaways
4. 成長戦略
5. Appendix



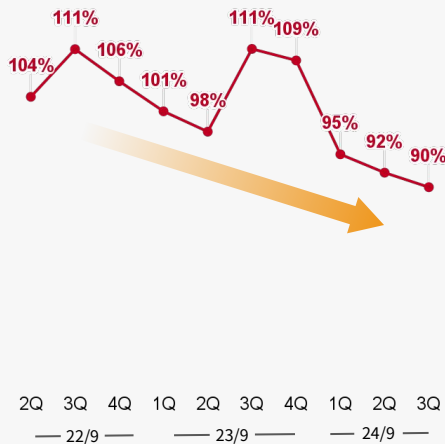
## 直近のプレイド単体事業振り返り - PLサマリー

- 2022/9期 3Qの減収を受けて、全方位的に社内改革を推進
- 上記の結果、売上高成長率は良好な水準に回帰し、収益性の向上も同時に実現

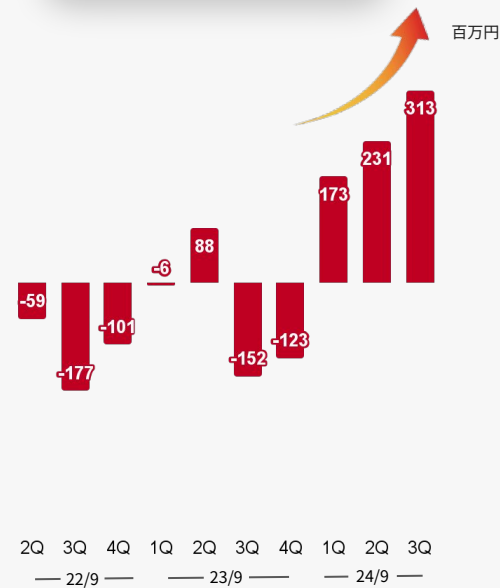
売上高及び成長率



売上原価率+販管费率



調整後営業利益<sup>(1)</sup>



## 直近のプレイド単体事業振り返り - 売上高

### 戦略の明確化

- ・ エンタープライズ企業群に対する「プロダクト×プロフェッショナルサービス」のハイブリッド提供



### 提供価値向上

- ・ 2022年前後に複数リリースしたプロダクトの成長により、企業の広範なニーズに対応できるマルチプロダクト化が進展
- ・ 同時に顧客戦略立案からプロダクト実装・運用まで支援できるプロフェッショナルサービスも急速に業容を拡大
- ・ プロダクトベンダーやコンサルティングファームとは異なる「企業の事業変革を実効性高く支援できるパートナー」としての独自ポジションを確立しつつあり、エンタープライズ企業との包括的な取引が増加

### 組織/制度 再設計

- ・ セールス/カスタマーサクセス横断で業界カットの組織再編を行い、ビジネス部門全体の提案力を強化
- ・ 組織を有効に機能させる為の目標/評価制度の刷新や、個人能力開発に向けたイネーブルメント高度化も推進

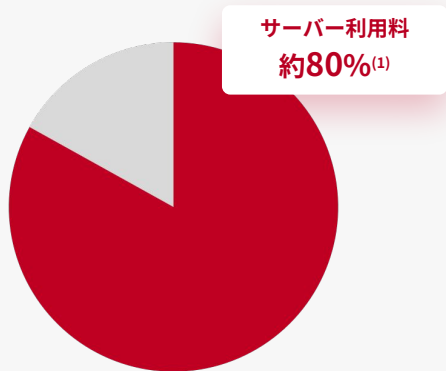
### オペレーション 刷新

- ・ 業界/顧客の重点分類に基づいたアカウントプランニングによる着実な新規顧客獲得、アップセル/クロスセルの推進
- ・ 導入済プロダクトの利用状況の数値化及び、当該スコアのモニタリングに基づく利活用促進や解約抑止アクションの徹底

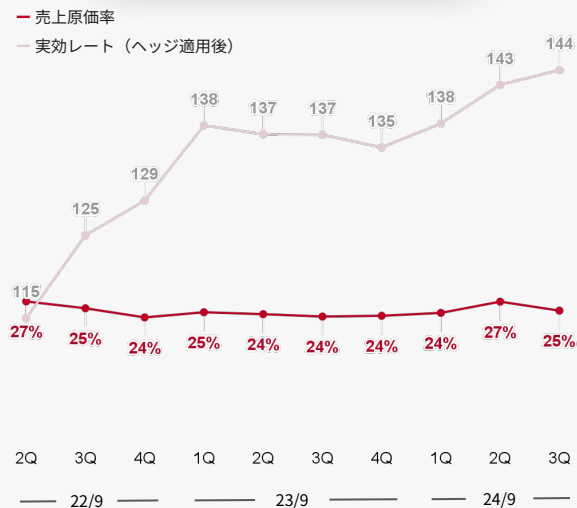
## 直近のプレイド単体事業振り返り - 売上原価

- KARTE領域の売上原価の約80%をUSD建のサーバー利用料が占める
- 2022/9期 2Q以降、急激な円安が進行していた中においても、解析基盤の刷新やサーバー利用の効率化、日次ベースのモニタリングによって、売上原価率は同水準を維持

売上原価構成比

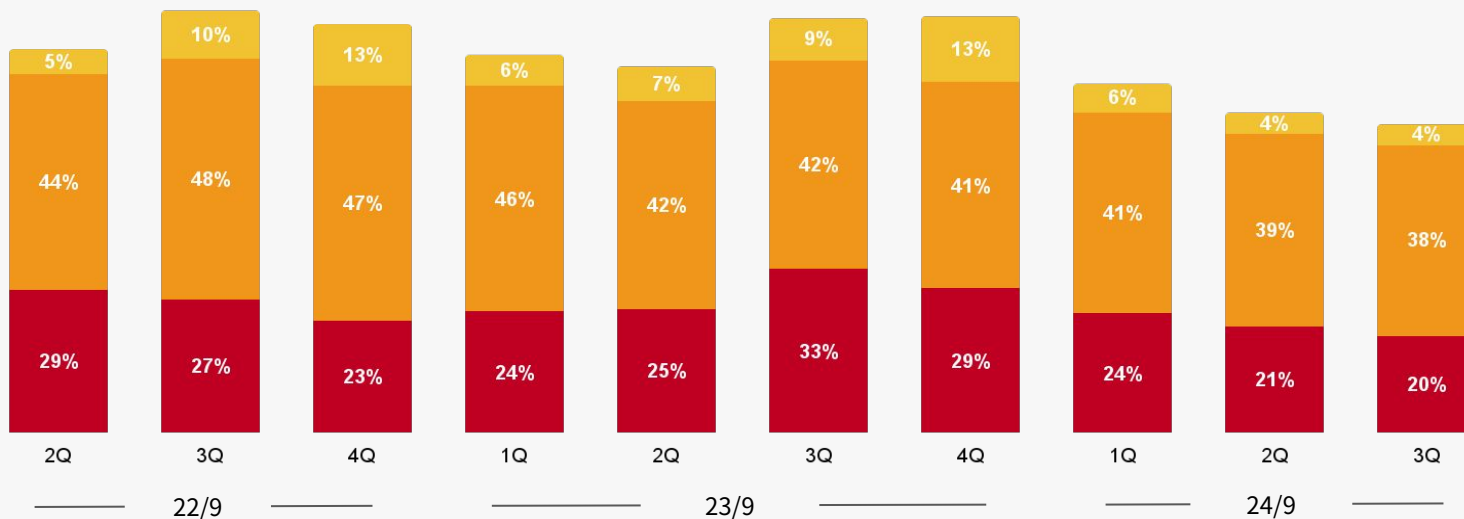
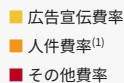


売上原価率<sup>(2)</sup>及び為替レート実績



## 直近のプレイド単体事業振り返り - 販管費

- ・ エンタープライズ企業群へのフォーカスや重点業界分類など戦略の明確化に伴って、効率的なマーケティング投資や人材獲得が可能に
- ・ 販管費全般においてROIを意識した投資やモニタリング強化が進んでおり、収益力増強の大きな要因となっている



1. 2024年9月期 第3四半期実績
2. ビジネスアップデート
- 3. Key Takeaways**
4. 成長戦略
5. Appendix





## Key Takeaways

### 1 持続的な成長を実現する事業基盤が構築されている

- 売上高成長率が良好な水準まで回帰してきていると同時に収益性も大幅に改善しており、良好な事業進捗を見せている
- 戦略の明確化や組織再設計、オペレーション刷新、コストモニタリング強化など全方位的な社内改革が奏功しているものであり、再現性が高い安定的な事業基盤が構築されている
- 来年度も事業見通しは良好であり、持続的な成長が期待できる状況

### 2 年度計画達成に向けて売上/調整後営業利益<sup>(1)</sup>ともに順調

- プレイド単体業績が全体を牽引しており、売上高/調整後営業利益ともに順調に推移
- 特に調整後営業利益は3Q累計363百万円と、年度計画275百万円を既に上回っており、達成確度は高い
- 事業基盤の更なる強化に加えて、連結子会社も含めたグループ全体の提供価値向上に注力することで、一層の成長を目指していく

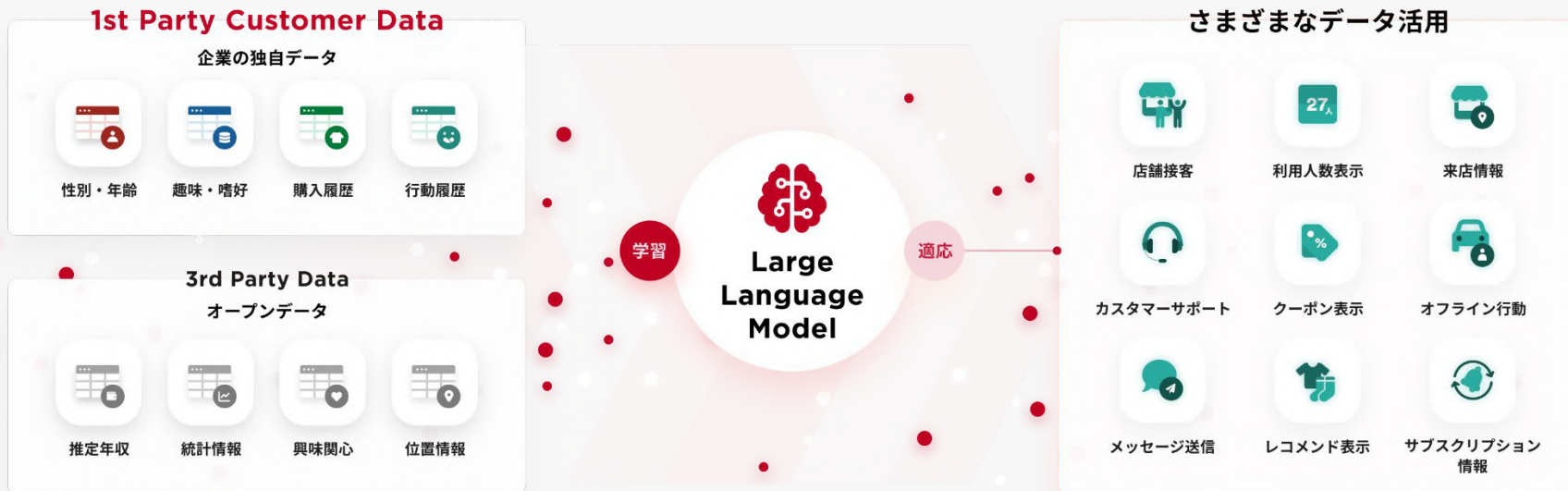
1. 2024年9月期 第3四半期実績
2. ビジネスアップデート
3. Key Takeaways
- 4. 成長戦略**
5. Appendix



# 当社を取り巻く環境

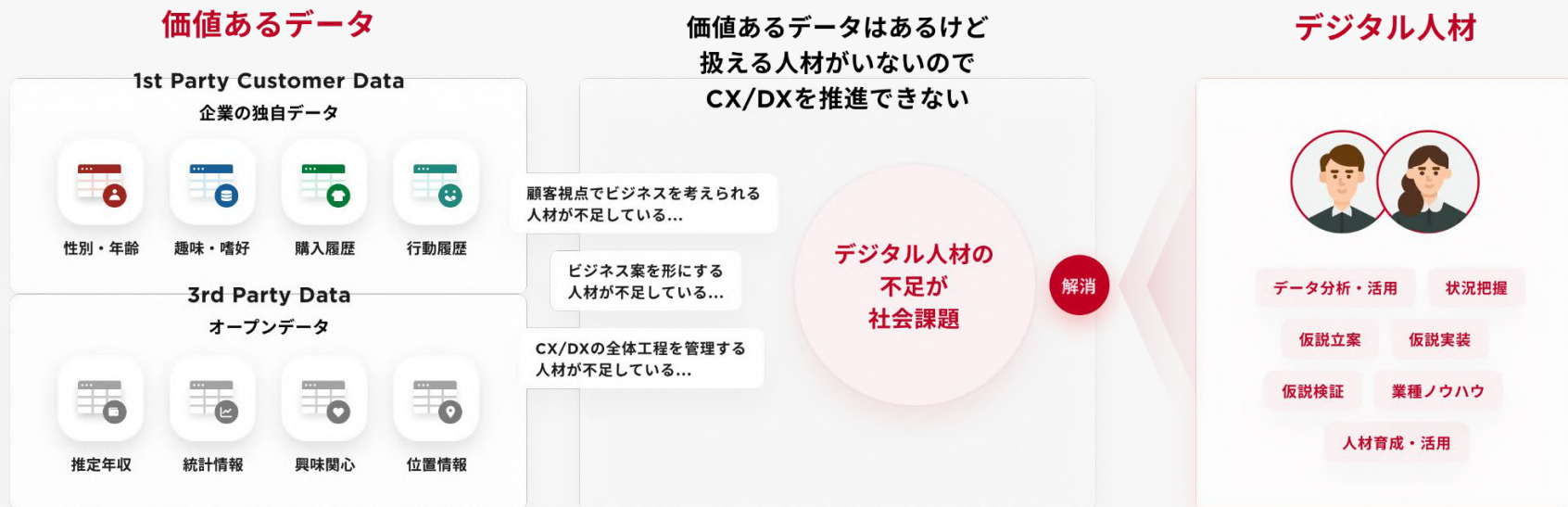
## AIの飛躍的な進化

- ・ 超大量データを処理できる高い学習力を有し、且つさまざまなサービスに活用できる”強いAI”が登場
- ・ AIに学習させるデータの種類や質が差別化要因となるため、サービス提供企業の独自データとなる1st Party Customer Dataの価値が相対的に向上



## デジタル人材確保に向けた企業ニーズの向上

- AIに代表されるテクノロジーが飛躍的な進化を遂げる中、日本ではデジタル人材の不足が社会課題に
- テクノロジーを扱える人材、及びその先のビジネスを設計できる人材、その双方が不足しており人材確保に向けた企業ニーズが一層高まっている



# 当社の強み

# データによって 人の価値を最大化する

人の発想や直感を生かし、  
その創造性をテクノロジーで拡張することで次の社会を拓く

## 中長期的に目指す姿

- ・ ”マルチチャンネル × 1st Party Customer Data × リアルタイム”をワンストップで提供するデータ活用の新しいプラットフォームを目指す
- ・ 当社プロダクトのデータ分析/活用に、大規模言語モデル(LLM)などのAI技術を本格的に取り入れ、プラットフォーム全体の価値向上も実現していく

さまざまなチャンネルからデータを蓄積

カスタマーデータの解析/可視化

あらゆるチャンネルで活用 / ユーザーへ還元



リアルタイムにワンストップで実現



## 当社の強み



### Technology

- 1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤
- 2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ
- 3 常に最新のデータ鮮度を保つ独自のリアルタイム解析エンジン



### Business

- 4 高解像度なユーザー理解に基づく企業活動を実現するシームレスなマルチプロダクト群
- 5 企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス

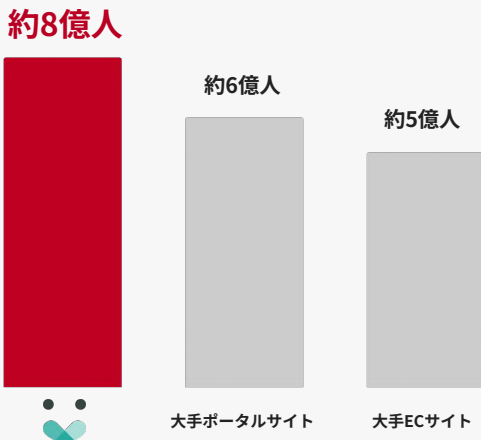
## 1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- KARTEを提供開始した2015年以降、膨大な規模の1st Party Customer Dataを解析
- 2023年9月の解析MAU<sup>(1)</sup>数は約8億人、またKARTE利用の約3割を占めるBtoC-ECにおいては市場全体に対するKARTEの解析GMV<sup>(5)</sup>割合が10%を超えている等、国内最大級のデータ基盤を誇る

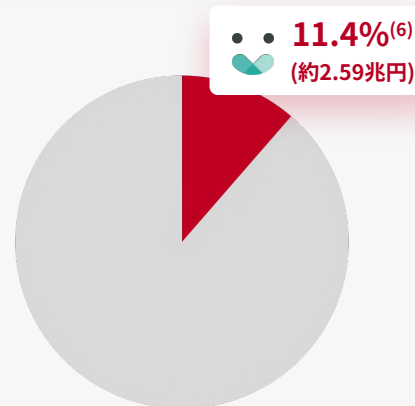
KARTEの解析MAU数<sup>(2)(3)</sup>



国内上位サイトとのMAU数比較<sup>(4)</sup>

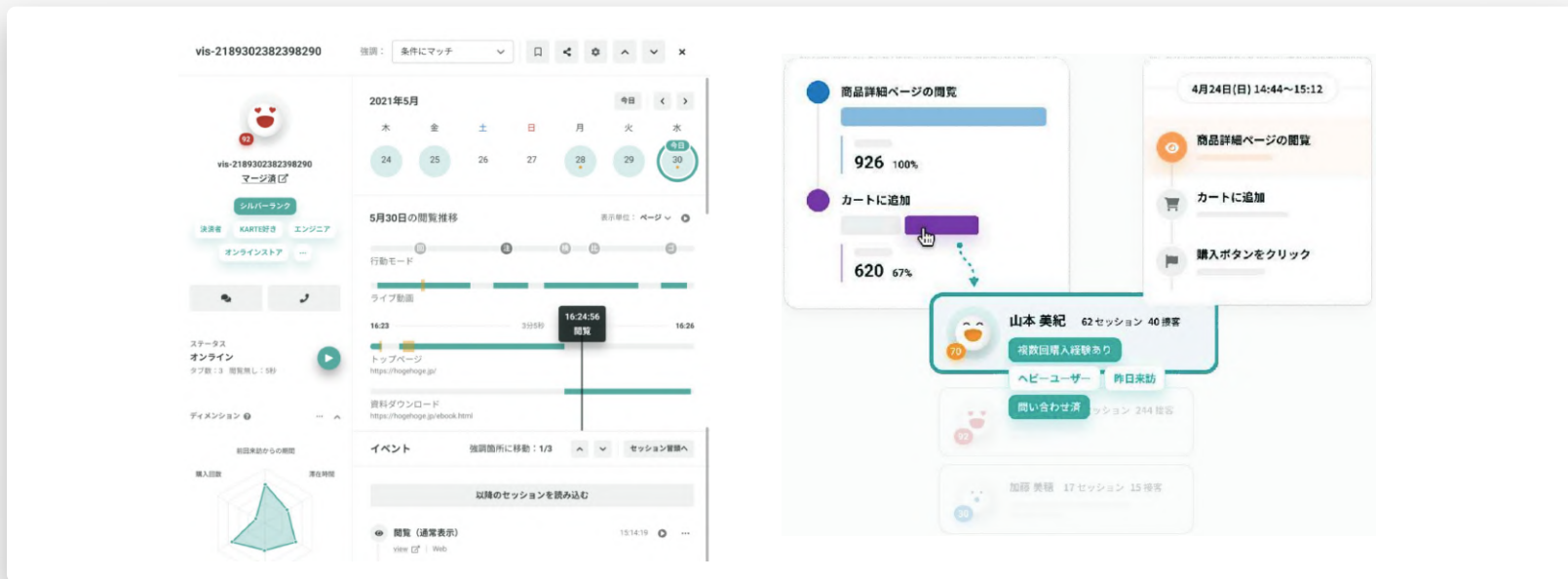


国内EC市場に占める解析GMV割合



## 2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ

- 企業がCX/DXを推進する際の課題の1つとして、ユーザーデータの種類によって、そのデータ構造が異なるために、本来1人のユーザーに紐づくデータが分断され、ユーザー単位では容易にデータを活用/統合できないスキーマ問題が存在
- KARTEはユーザー単位で各種データが蓄積されるアーキテクチャが組み立てられており、導入企業は自社開発を必要とせず活用しやすいデータ環境を即座に構築可能



### 3 常に最新のデータ鮮度を保つ独自のリアルタイム解析エンジン

- 既存の分散データ処理システムでは解決困難であった、ユーザー1人ひとりに合わせたインタラクティブな対応をオンラインでも可能にする為、独自のリアルタイム解析エンジンを開発（2022年、更なる高速化や軽量化等を実現するエンジン「Blitz」に刷新）
- タイムラグが存在せず、常に最新の状態を保った良質なデータ環境を企業に提供

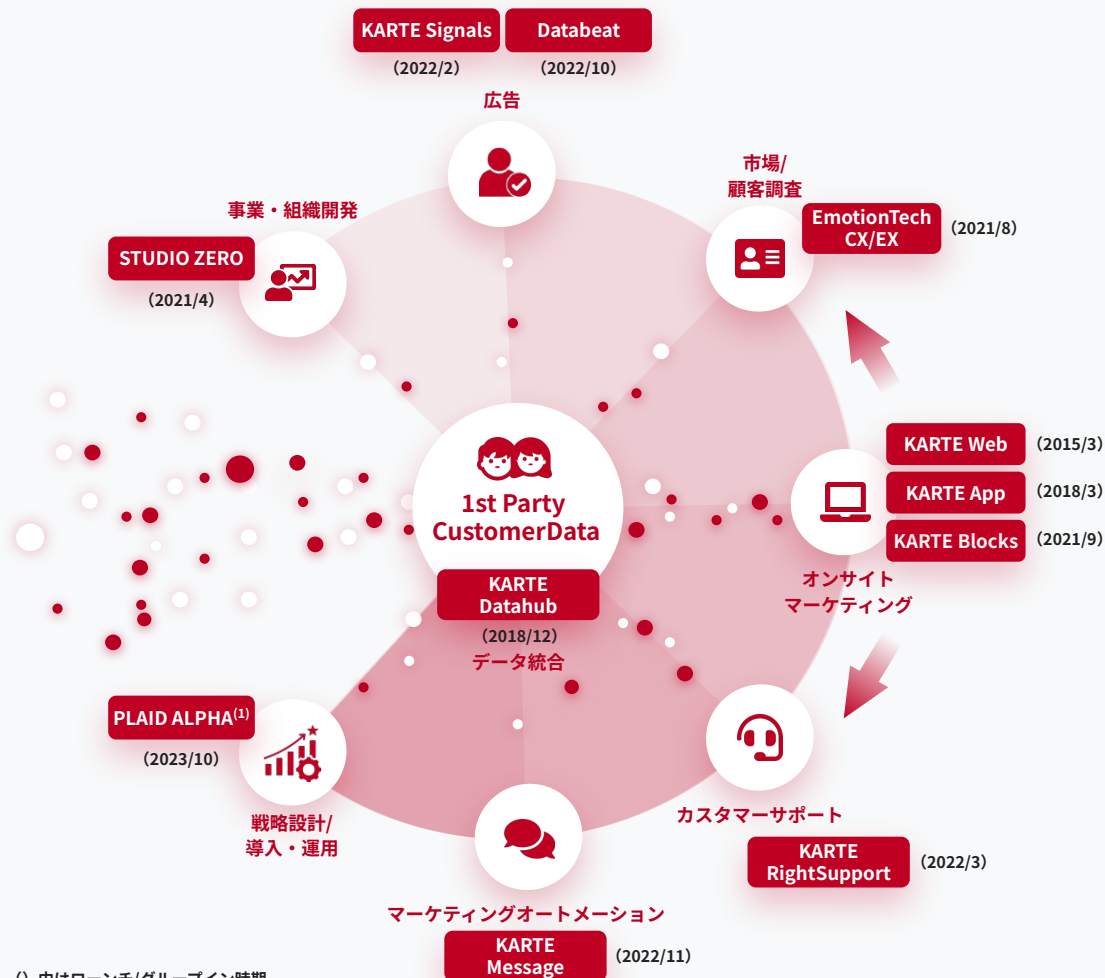


## 4 高解像度なユーザー理解に基づく企業活動を実現するシームレスなマルチプロダクト群

KARTE Web/Appの提供を通じて、オンラインマーケティング領域より事業を開始以降、リアルタイム解析エンジンを共通インフラとしながら、各領域（各企業活動）向けに最適化されたアプリケーションをリリースし、シームレスなマルチプロダクト群を形成

マーケティングは全域のカバーが進んでおり、今後は同領域の更なる強化と合わせて、カスタマーサポートを始めとする隣接領域の展開を推進していく

(注) 1. 従来「TEAM」と称して提供していたプロフェッショナルサービスを提供価値を拡大させた上で刷新。名称を「PLAID ALPHA」に変更した上で2024/9期より本格的に事業展開を開始



## 5 企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス

- 事業改革や組織変革を求める企業に対して伴走型事業支援を行うSTUDIO ZERO、データ分析を軸とした戦略設計から実装/運用まで支援するPLAID ALPHA、2つのプロフェッショナルサービスを提供することでより上流の顧客課題にアプローチ



### BX（事業開発）

- 観光業 : 全社公募型新規事業開発プロジェクトの運営支援
- インフラ業 : EV関連の新規事業開発支援

### CX（顧客価値開発）

- 保険業 : デジタルマーケティングを活用する次世代営業スキーム構築支援
- 不動産業 : スマートビルディングにおける体験設計支援

### EX（人材開発）

- 卸売業 : 全社DX人材育成支援
- 情報通信業 : 次世代営業・マーケティング人材育成支援



### Consulting

- アパレル業 : 新規 / ロイヤル顧客分析に基づく顧客体験戦略・施策の立案
- 金融業 : 顧客データ及びAI活用を軸に据えた次世代カスタマーサービスの構想支援

### Integration

- 流通業 : KARTEによる事業部横断の顧客データ統合 / 顧客体験の再構築
- 出版業 : パーソナライゼーション戦略を軸に据えた中期ITロードマップ計画の策定支援

### Growth & Operation

- メディア : 顧客体験向上 / リテンションを目的としたマーケティング企画・運用業務の受託
- 金融業 : 高度なパーソナライゼーション施策の技術サポート / 実装支援

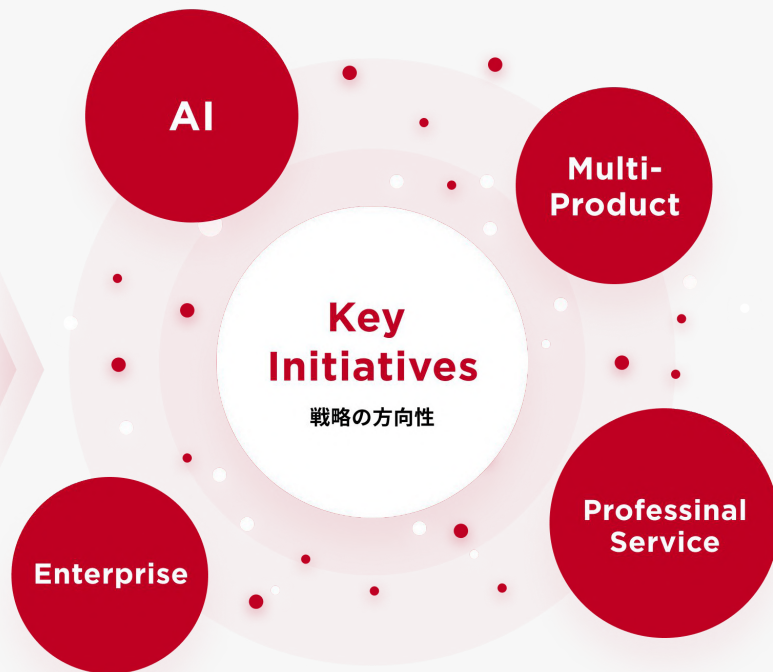
# 戦略の方向性

## 中長期成長に向けたKey Initiatives

- 当社の強みを活かし、エンタープライズ企業に対して、マルチプロダクト×プロフェッショナルサービスのハイブリッドモデルを提供していく
- 合わせて行動データ分析の高度化や使いやすさの向上などを実現するAI技術を本格的に取り入れ、プロダクトの更なる強化も図る

### 当社の強み

- 1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤
- 2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ
- 3 常に最新のデータ鮮度を保つ独自のリアルタイム解析エンジン
- 4 高解像度なユーザー理解に基づく企業活動を実現するシームレスなマルチプロダクト群
- 5 企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス





## 「プロダクト×ヒト」のハイブリッドモデルによりエンタープライズ企業群へのアプローチを強化

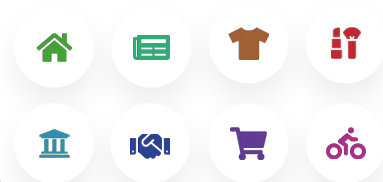
- ・ エンタープライズ企業群への展開を強化するため「プロダクト×ヒト」のハイブリッドモデルにシフト
- ・ プロダクト提供に留まらない多面的な価値提供を通じて顧客課題を解決

### プロダクト×ヒトの ハイブリッドモデル



プロダクトカンパニーである強みを基盤に  
プロフェッショナルサービスの提供を通じて  
より大きな顧客課題にアプローチ

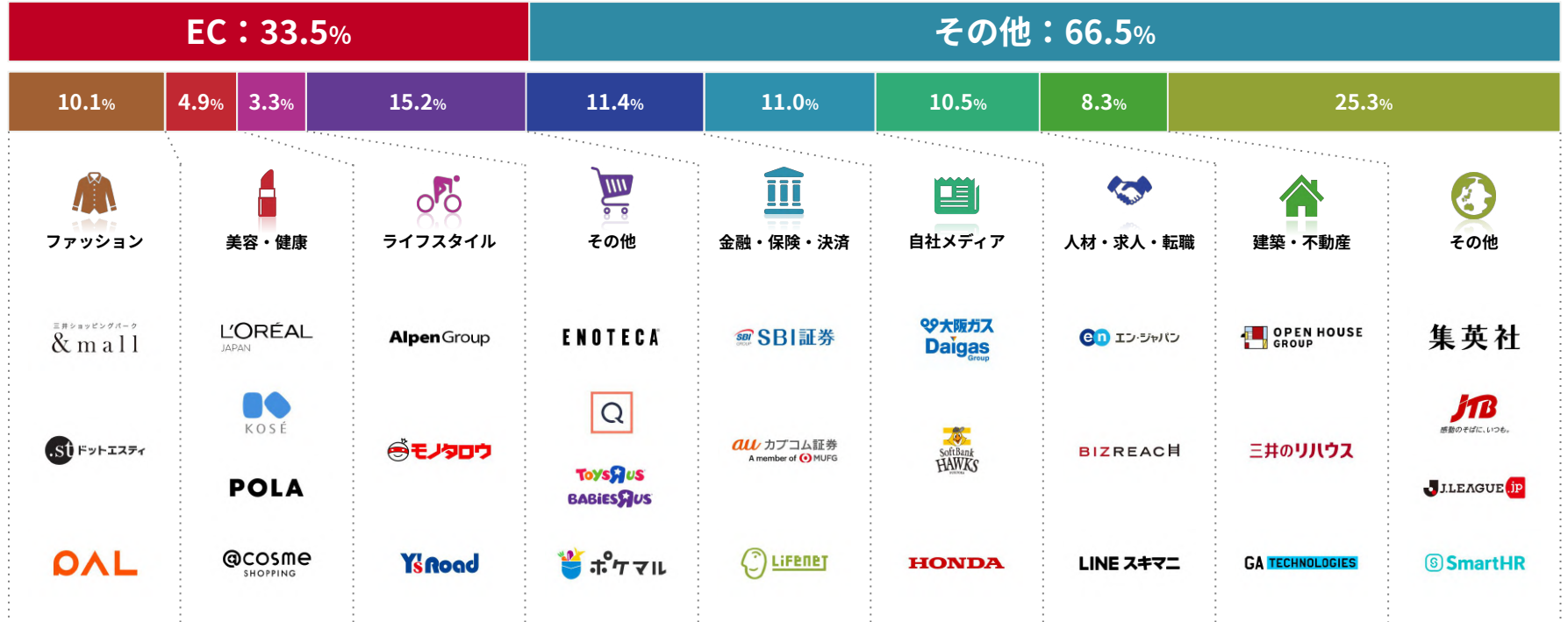
### エンタープライズ 企業群



ハイブリッドモデルの価値提供を通じて  
更なる顧客理解やビジネスオペレーションの深化  
プロダクト改善・ソリューション開発を促進

## KARTE導入ウェブサイト・アプリ数の業界別割合(2023年9月末)<sup>(1)</sup>

- KARTE提供開始以降、各業界において日本を代表するエンタープライズ企業への導入が着実に進む

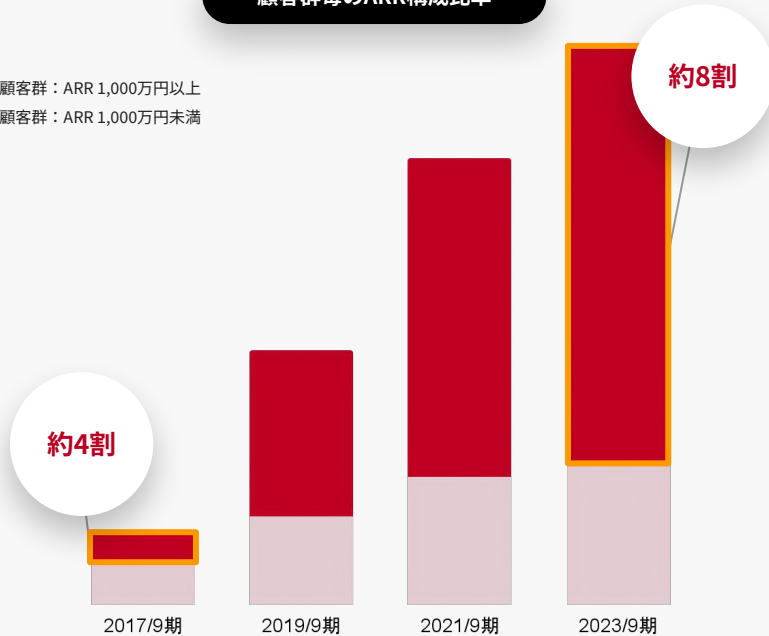


## 高単価帯顧客群がARR全体の約8割を占める

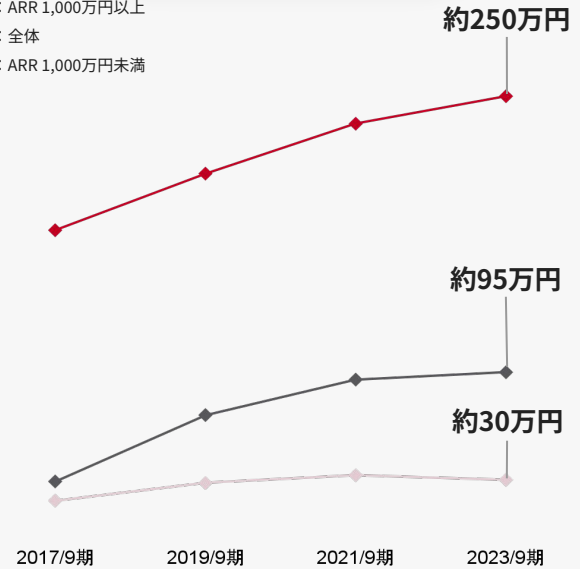
- プレイド単体ARRにおいて、ARR1,000万円以上の高単価帯顧客群が占める割合が年々増加
- 当該顧客群の平均単価は約250万円であり、全体平均の約95万円に対して約2.6倍

顧客群毎のARR構成比率

- 顧客群：ARR 1,000万円以上
- 顧客群：ARR 1,000万円未満

顧客群毎のARPC<sup>(1)</sup>

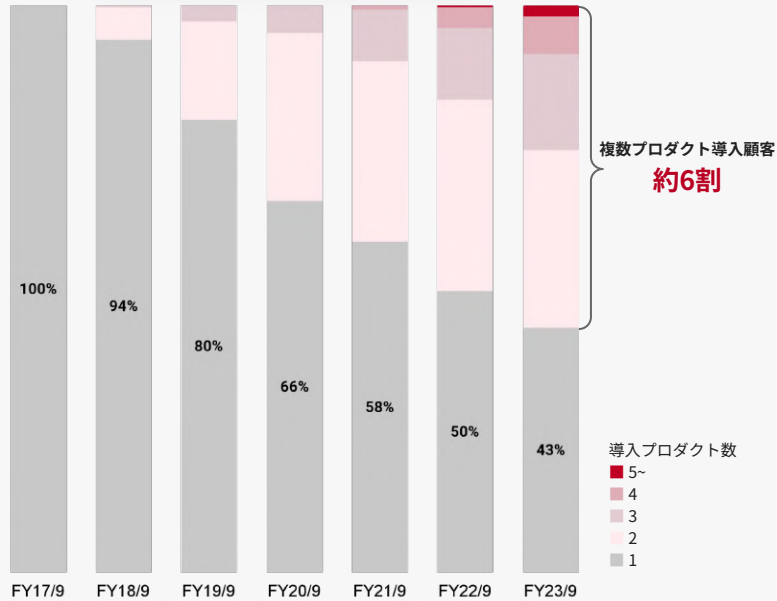
- 顧客群：ARR 1,000万円以上
- 顧客群：全体
- 顧客群：ARR 1,000万円未満



## マルチチャネルを形成するプロダクト展開によりクロスセルが着実に拡大

- 約6割の顧客<sup>(1)</sup>が複数プロダクトを導入しており、クロスセルが顧客単価上昇に大きく寄与

顧客別 導入プロダクト数

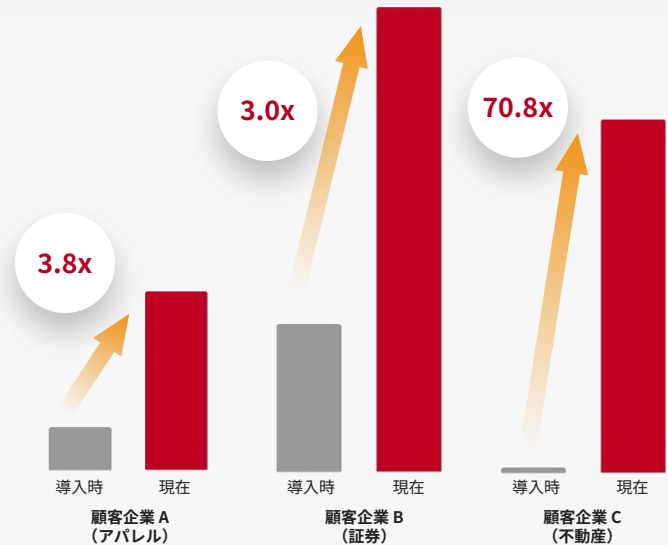
クロスセルによる顧客単価上昇ケース<sup>(2)</sup>

導入プロダクト数

1 → 6

1 → 7

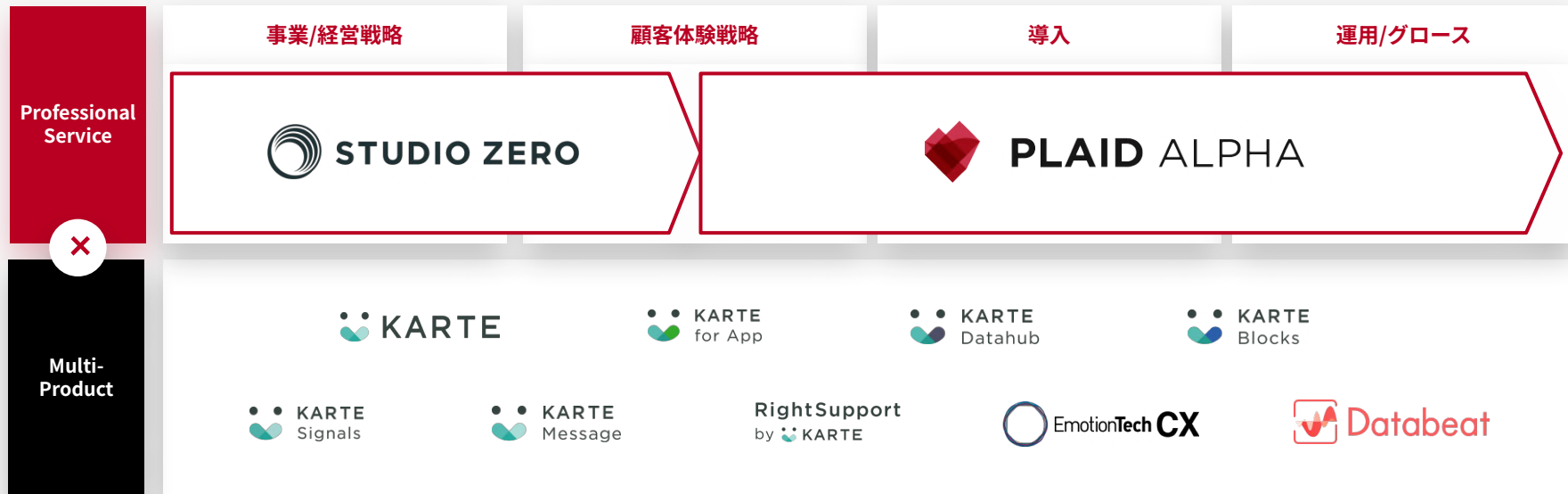
1 → 5



戦略の方向性

## 「プロダクト×プロフェッショナルサービス」のハイブリッドモデルにより一気通貫で価値提供

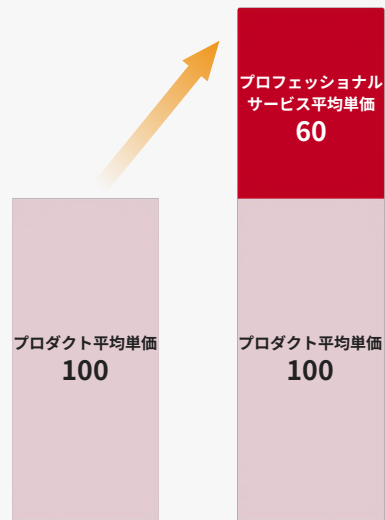
- マルチチャネルのプロダクト群を基盤に顧客課題の上流から下流までワンストップで支援



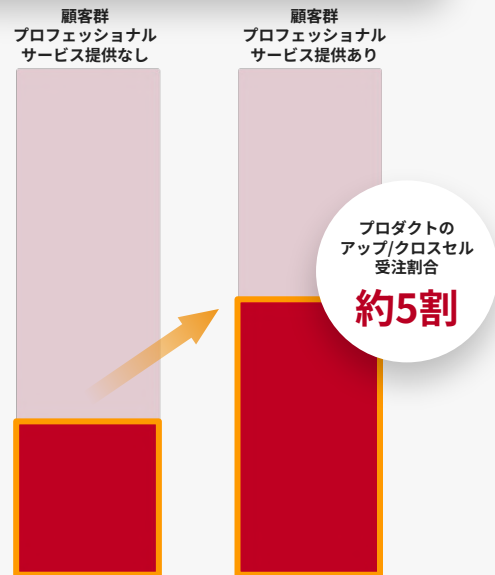
## プロフェッショナルサービスが顧客単価合計を大きく引き上げ

- プロフェッショナルサービスの平均単価はプロダクト平均単価の約6割
- 同サービスはプロダクトのアップ/クロスセルを促進し、プロダクト単価も向上させるため、顧客単価合計を大きく引き上げる

プロフェッショナルサービスの平均単価<sup>(1)(2)(3)</sup>



プロダクトのアップ/クロスセル受注割合<sup>(3)(4)</sup>



## Data×AI：データ分析/活用に大規模言語モデル(LLM)などの新しいAI技術を本格活用する

- LLMなどの新AIによる世の中の大きな変化は、オープンデータが主軸であり、今後あらゆる企業において、当該企業が持つクローズドな独自データをいかに活用するかが事業上非常に重要になると想定
- 当社は、企業のデータ活用を支援するために、強みであるデータ基盤を軸として新しいAI技術を多面的に取り入れることで、提供価値の向上を図っていく



### 行動データとLLM

- **LLM / Foundation Modelを活用した行動データの分析**  
活用イメージ) セグメンテーションの高度化、自然言語によるラベル付、など



### UXとLLM

- **LLMの活用による顧客企業のウェブサイト/サービスやプロダクトにおけるユーザー体験 (UX) 向上**  
活用イメージ) コンポーネントの自動生成、自動提案、など



### 人とLLM

- **人とLLMの協調を考え、データ活用の適用領域を拡大**  
活用イメージ) 多数のAIスキルと人による作業のオーケストレーション、プランニングの自動化、など

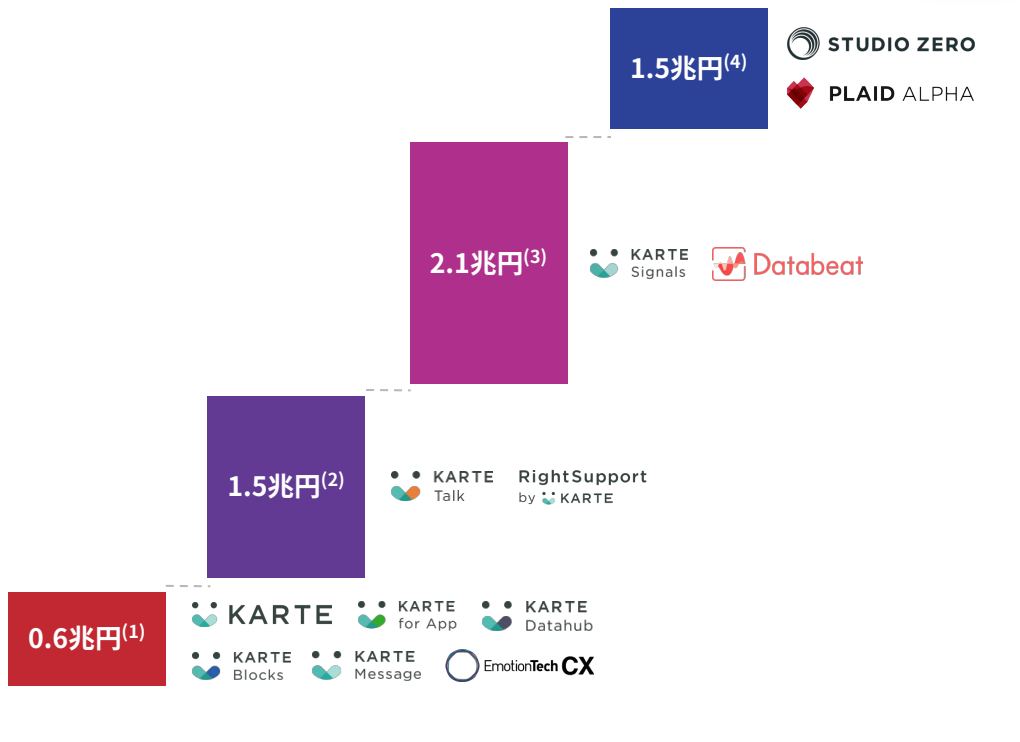
## グループ全体の潜在市場規模

リアルタイムに1st party customer dataを可視化する独自の解析エンジンを戦略のコアとして、プロダクト/サービスラインナップを拡大

グループ全体の潜在市場規模は、事業開始当初の0.6兆円から5.7兆円まで拡大しており、戦略の推進を通じて各市場開拓を図る

(注) 1.富士キメラ総研「顧客接点・CX変革ソリューション市場分析 2023年版」プロダクト市場規模 (2027年度予測) をもとに当社作成 / 2. 2024年度予測のコールセンターサービス市場規模と同年度のコンタクトセンターソリューション市場規模の合算値、株式会社矢野経済研究所「コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場調査 (2022年)」 (2022年11月15日発表) をもとに当社算出・作成 / 3. 株式会社電通「2022年日本の広告費」をもとに当社作成 / 4. IDC Japan「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2023年~2027年」をもとに当社作成 / 5. 主に当社グループ事業領域におけるオンサイトマーケティング、データ統合、市場/顧客調査、マーケティングオートメーションに対応 / 6. 主に当社グループ事業領域における事業・組織開発、戦略策定/導入・運用に対応

- ビジネス及びITコンサルティング<sup>(6)</sup>
- 広告
- カスタマーサポート
- CX関連ソリューション<sup>(5)</sup>



プロダクト/サービスの拡大



1. 2024年9月期 第3四半期実績
2. ビジネスアップデート
3. Key Takeaways
4. 成長戦略
5. **Appendix**



# 財務情報

## 損益計算書（会計期間）

(百万円)	2024/9期 3Q	2023/9期 3Q	YoY	2024/9期 2Q	QoQ
売上高	2,797	2,210	+26.6%	2,733	+2.4%
サブスクリプション売上高	2,337	1,879	+24.3%	2,173	+7.5%
サービス及びコンサル等売上高	460	330	+39.3%	559	-17.7%
売上総利益	2,033	1,535	+32.5%	1,904	+6.8%
売上総利益率	72.7%	69.4%	+3.2pt	69.7%	+3.0pt
販売費及び一般管理費	1,957	1,873	+4.5%	1,787	+9.5%
対売上高比率	70.0%	84.7%	-14.8pt	65.4%	+4.5pt
人件費	1,116	953	+17.1%	1,060	+5.3%
対売上高比率	39.9%	43.1%	-3.2pt	38.8%	+1.1pt
広告宣伝費	195	181	+7.7%	87	+124.6%
対売上高比率	7.0%	8.2%	-1.2pt	3.2%	+3.8pt
その他	645	738	-12.5%	640	+0.8%
対売上高比率	23.1%	33.4%	-10.3pt	23.4%	-0.4pt
営業利益	76	-338	-122.5%	116	-34.7%
営業利益率	2.7%	-15.3%	+18.0pt	4.3%	-1.5pt
調整項目	69	109	-36.6%	57	+19.7%
のれん償却額	13	48	-72.2%	13	-
株式報酬費用	55	60	-8.2%	44	+25.8%
その他一時費用	-	-	-	-	-
調整後営業利益	145	-229	-163.4%	174	-16.7%
調整後営業利益率	5.2%	-10.4%	+15.6pt	6.4%	-1.2pt

## 長期財務モデル<sup>(1)(2)</sup> (KARTE領域)

	2021/9期	2022/9期	2023/9期	2024/9期 1Q	2024/9期 2Q	2024/9期 3Q	長期財務 モデル
売上総利益率	73.3%	74.8%	75.9%	75.6%	73.4%	75.1%	75-80%
S&M	41.6%	49.0%	44.2%	36.9%	32.2%	30.3%	25-30%
R&D	18.7%	22.2%	19.7%	20.9%	19.3%	18.6%	18-20%
G&A	9.8%	10.3%	11.6%	10.1%	9.2%	8.7%	8-10%
営業利益率	3.1%	▲6.6%	0.4%	7.7%	12.7%	17.5%	20-25%

(注) 1. 将来の決定事項に関する仮定に基づいた将来の見通しであることから、今後変わる可能性があり、また当社がコントロールすることができない事業・経済・規制・競争環境に関する不確実性とリスクを内包します。実際の業績は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の事項を含む様々な要因により、見通しとは大きく異なる可能性があります。本プレゼンテーションの内容は長期財務モデルの達成を保証するものではなく、当社はいかなる状況の変化によっても本長期財務モデルについて更新・改訂を行う義務を負うものではありません / 2. 2022/9期まではブレイド単体及び受注損失引当金控除前、2023/9期よりKARTE領域及び受注損失引当金控除後、RightTouch社とのグループ内取引調整後

# 会社情報

Appendix

## プレイドについて

社名 株式会社プレイド（英語表記 PLAID, Inc.）

設立 2011年10月




所在地 〒104-0061  
東京都中央区銀座6-10-1  
GINZA SIX 10F

代表者 倉橋 健太

従業員数 （連結） 444名（2024年6月末時点）



## グループ事業概要

	領域	概要	主なプロダクト/サービス
ブレイド	KARTE領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>KARTEを中心に、企業のCXおよびマーケティングの向上を支援する各種プロダクト/サービスを提供</li> </ul>	
	新規領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブレイドのAPI開放によるデータ連携/技術連携や、企業との各種アライアンスを通じて、パートナーと共に新たな価値を創出</li> </ul>	
RT/ET/ アジト	グループ会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>KARTEがカバーしている領域以外の各領域において最適化されたプロダクト/サービスを提供</li> </ul>	

## 主な提供プロダクト/サービス一覧 -1

提供領域	プロダクト/サービス名	概要
オンサイトマーケティング	 	オンライン上の顧客一人ひとりの「今」を可視化。解析結果に応じた自由自在なアクション設計により企業のマーケティング業務を支援
オンサイトマーケティング		ウェブサイトのあらゆる要素をBlockに分解、スピーディーな改修/仮説検証/効果測定を可能にすることで、継続的なパフォーマンス向上とリッチなサイト運営を実現
データ統合		顧客が持つデータをKARTEに繋げ、社内外に点在するデータをビッグデータのまま統合/分析/可視化することで、より高度なセグメンテーションやアクションを実現
カスタマーサポート	<b>RightSupport</b> by  KARTE	オンライン上でサポートを必要とする顧客一人ひとりの課題を可視化。FAQ等の適切なサポートチャネルにマッチングさせることで、課題の早期解決を実現
広告		KARTEで蓄積されたデータ等の各種広告媒体との連携を通じて、サイト内外一貫した顧客コミュニケーションを実現
マーケティング オートメーション		独自開発したカスタマージャーニー機能を用いて、メールやSMS等によりサイト外にいる顧客コミュニケーションを実現するKARTE版マーケティングオートメーション



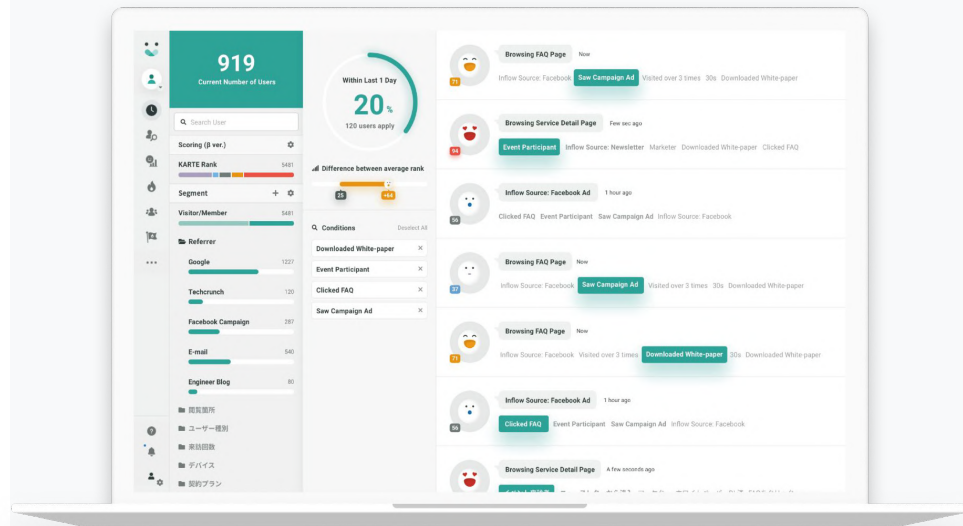
## 主な提供プロダクト/サービス一覧 -2

提供領域	プロダクト/サービス名	概要
顧客体験戦略策定 プロダクト導入/運用支援	 PLAID ALPHA	デジタル戦略立案から実装/導入/運用まで一気通貫で提供するプロフェッショナルサービス。顧客企業が抱えるリソースやケイパビリティにおける課題を解決し顧客企業の価値創造を支援
戦略策定/事業・組織開発	 STUDIO ZERO	「データであらゆる産業を振興する」をミッションに掲げ、企業や行政/公的機関と並走し、新たな価値創出や事業を開発する組織
市場調査/顧客調査	 EmotionTech CX	NPS <sup>®(1)</sup> をはじめとする顧客の感情データを収集/分析するプロダクト及びコンサルティングサービス。2021年9月よりグループ参画したエモーションテック社が提供
広告	 Databeat	広告関連データの自動収集/蓄積から分析、柔軟なデータ出力まで対応可能なMarketing Data Platformを提供。顧客企業におけるマーケティングの運用工数削減とデータ活用の環境構築を支援

## 主要提供プロダクト



独自のリアルタイム解析エンジンにより、  
顧客一人ひとりの「今」を可視化  
解析結果に応じた自由自在な  
アクション（顧客体験設計）を実現



## KARTEの特徴

### 特徴1

顧客一人ひとりを  
可視化

### 特徴2

リアルタイム  
解析基盤

### 特徴3

ワンストップで  
施策実行

## 特徴1

### 顧客一人ひとりを可視化

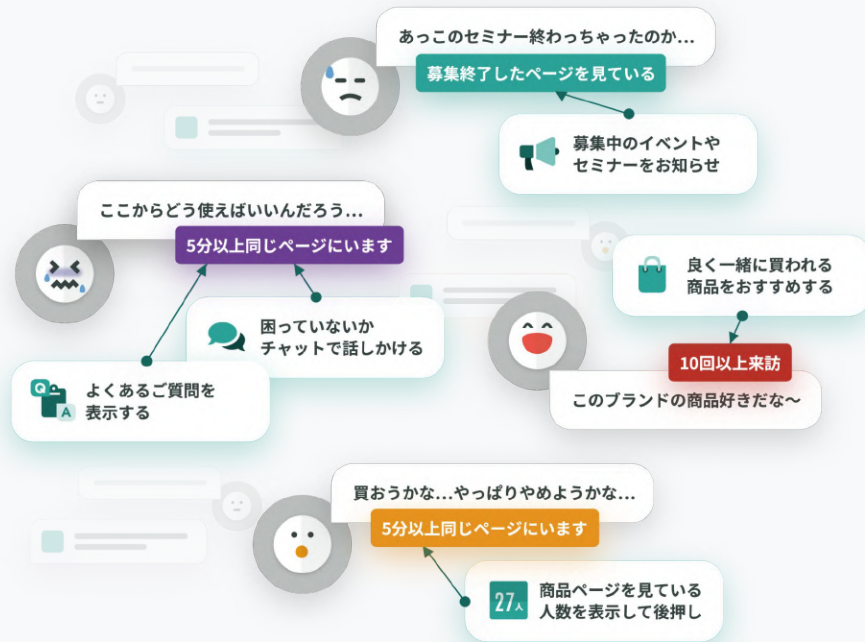
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



## 特徴2

### リアルタイム解析基盤

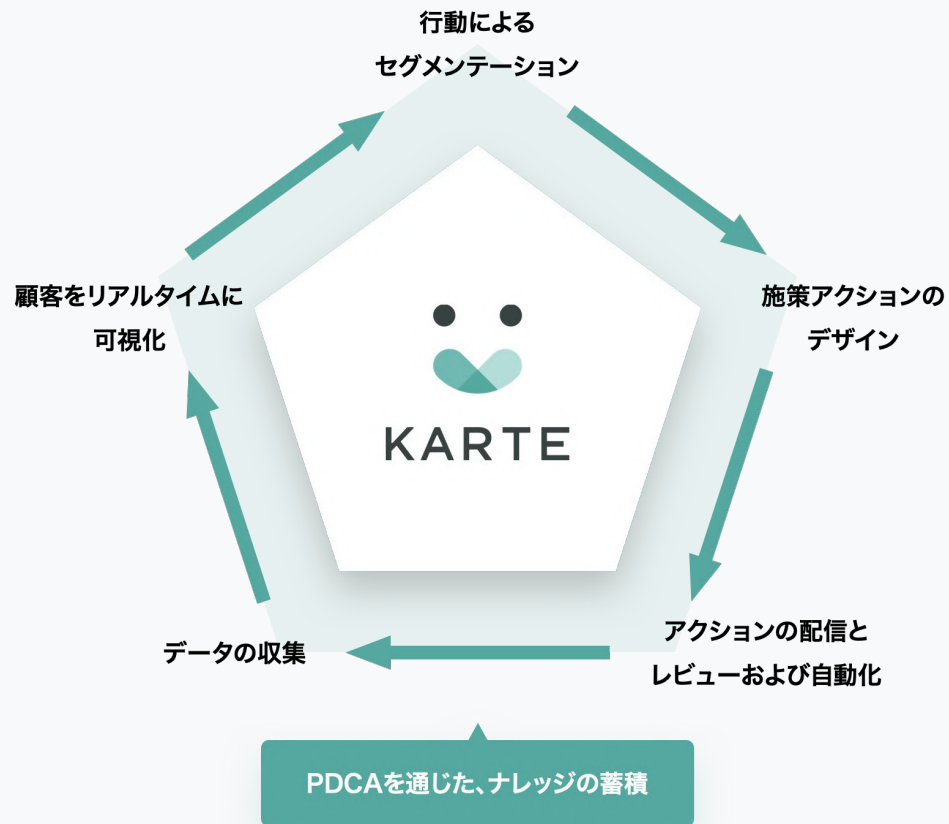
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



### 特徴3

## ワンストップで施策実行

顧客分析やメール配信、ウェブチャットやSMS配信などの各機能に特化したマーケティングツールと異なり、KARTEは顧客分析から施策配信の自動化にいたるまで、あらゆる顧客中心の業務をワンストップで実行可能

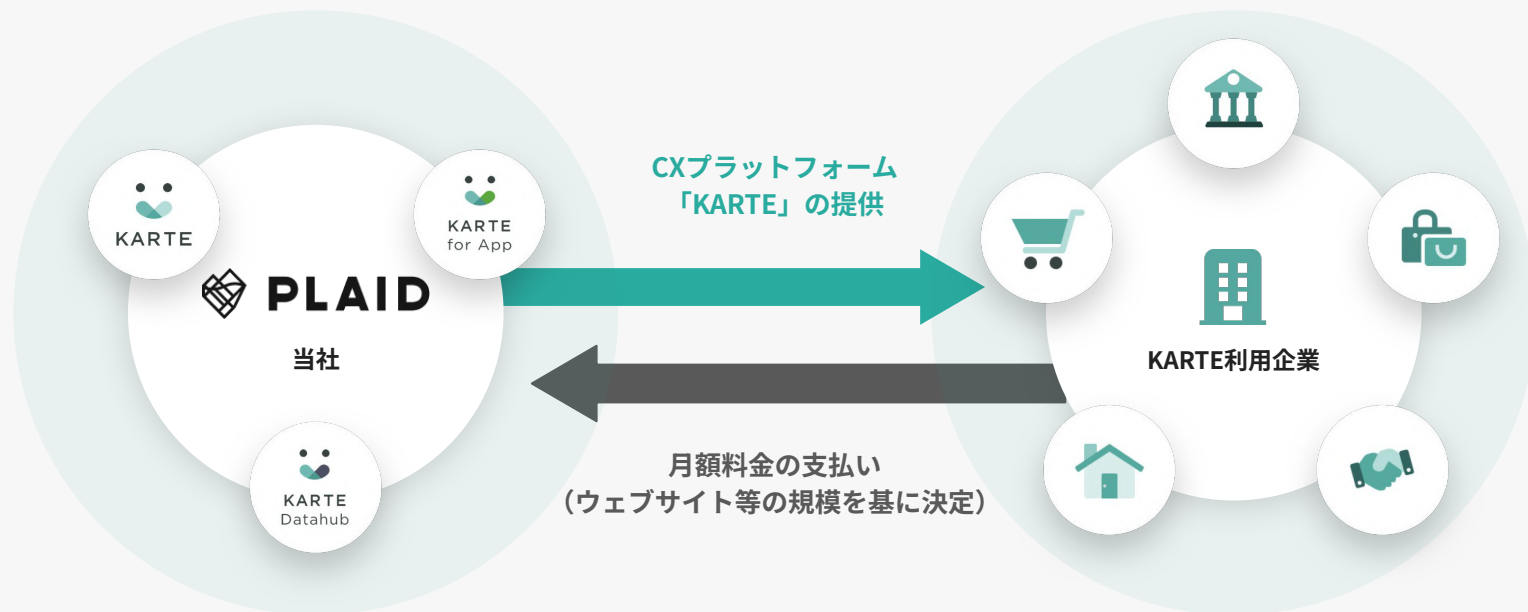


## KARTEの独自性 (オンサイトマーケティング領域における比較)

		統合型マーケティングツール	その他マーケティングツール
リアルタイム性	✓✓✓ 蓄積/分析/アクションの 一貫したリアルタイム性	✓ - ✓✓ リアルタイム性なし/ 一部のみリアルタイム (機能限定等)	✓ - ✓✓ リアルタイム性なし/ 一部のみリアルタイム (機能限定等)
データ蓄積/活用 チャンネル	✓✓✓ マルチチャンネル (ウェブ/アプリ/メール/SMS等)	✓✓✓ マルチチャンネル (ウェブ/アプリ/メール/SMS等)	✓ シングルチャンネル
顧客理解の深さ	✓✓✓ 属性 <sup>(1)</sup> /行動データ双方が蓄積され且つ ユーザー単位の柔軟な可視化が出来る	✓ 属性データ中心であり、 ユーザー単位の可視化も困難	✓ 属性データ中心であり、 ユーザー単位の可視化も困難

## ビジネスモデル

導入対象となるウェブサイトやスマートフォンアプリの規模に応じて課金するサブスクリプションモデル（年間契約）





## デジタルマーケティングのパラダイムシフト



サービスの構築や集客のフェーズから、**顧客に価値を伝えるフェーズ**にシフトしている

## 現状のデジタルマーケティングの課題

### 顧客目線

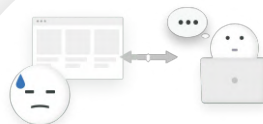


ウェブサイトが複雑化し、  
必要な情報にたどり着きづらく  
なっている



ウェブサイトから送られてくる  
大量のメッセージが煩わしく  
なっている

### 企業目線



ウェブサイト上のリアルタイムな  
顧客行動を知ること、それに基づき  
働きかけることができない



ウェブサイトに来ている顧客ごとに  
パーソナライズされたアクション・  
コミュニケーションができない

顧客を理解しないまま企業が行っているインターネット上の体験設計は  
必ずしもユーザー・顧客の体験向上に寄与していないことが問題となっている



**PLAID**