



2022年9月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（マザーズ：4165） | 2022年2月

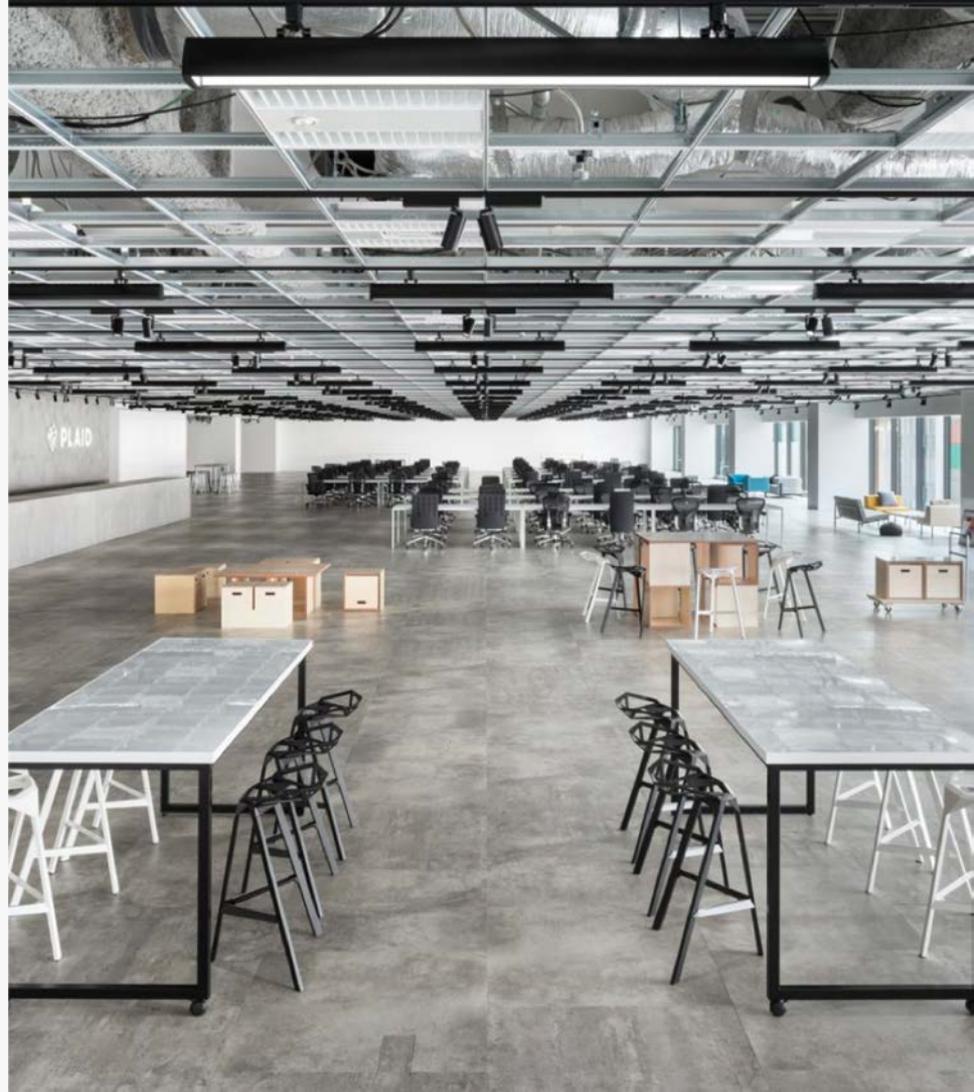
本資料の取り扱いについて

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すぎません。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らず、またこれを保証するものではありません

1. ミッション&成長戦略
2. 2022年9月期 第1四半期実績
3. ビジネスアップデート
4. Appendix



データによって 人の価値を 最大化する

人の発想力や柔軟性に敵うアルゴリズムはまだ存在しない。
だからこそ、人の創造性を引き出すテクノロジーで世界を変えていく。

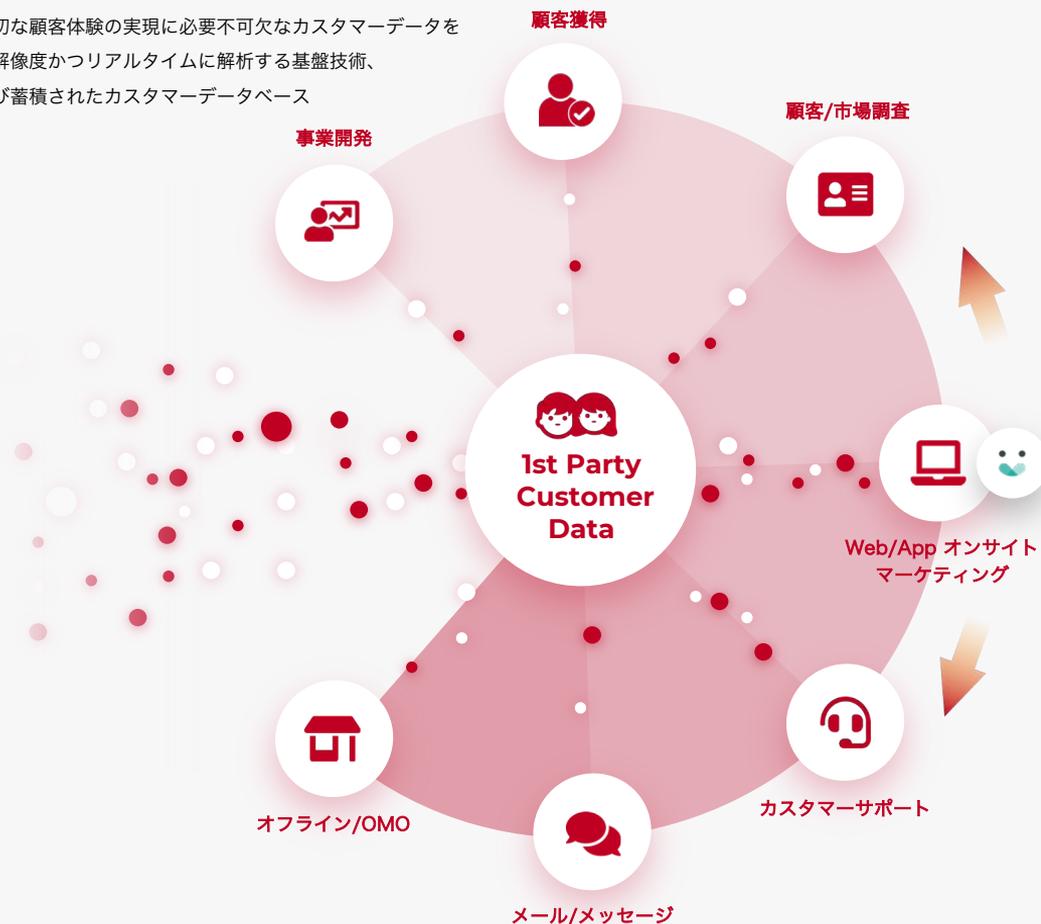
顧客中心の企業活動を カスタマーデータの 活用支援を通じて実現する

適切な顧客体験の実現には、カスタマーデータを用いた解像度の高い顧客理解が必要不可欠と考えている

プレイドは、コア・バリューである解像度の高い顧客理解を可能とする独自のリアルタイム解析基盤及び蓄積されたカスタマーデータベースを軸に、顧客中心の企業活動を支援していく

プレイドのコア・バリュー

適切な顧客体験の実現に必要な不可欠なカスタマーデータを高解像度かつリアルタイムに解析する基盤技術、及び蓄積されたカスタマーデータベース



カスタマーデータの解析規模

- ・ 2021年12月の解析MAU⁽¹⁾数は6億人を超え、2015年のKARTE提供開始以降、カスタマーデータの解析規模の拡大が続いている
- ・ 今後もプロダクトの展開を通じて、顧客中心の企業活動支援に向けたデータ環境の拡充を図る

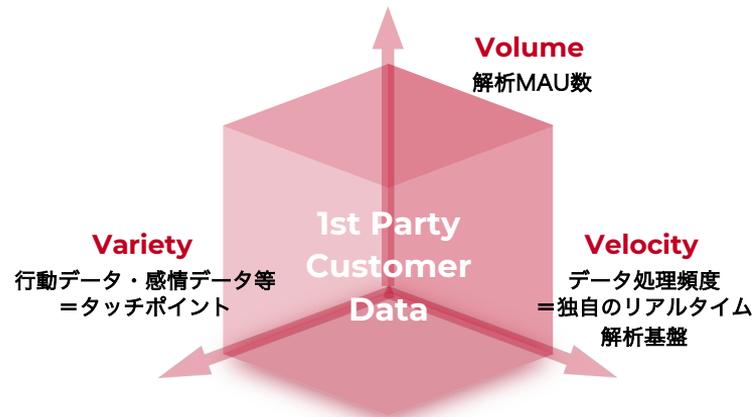
百万MAU ⁽²⁾⁽³⁾

解析MAU数の推移

CAGR 54.9%
(2015/12月 - 2021/12月)



顧客中心の企業活動支援に必要なデータ環境



カスタマーデータを軸とするプレイドの事業領域

- 顧客接点を有し、カスタマーデータ活用がKey Success Factorとなる事業領域に対して、プロダクト/サービスを順次提供
- カスタマーサポート領域、顧客獲得領域において、β版プロダクトでの検証を開始



1. ミッション&成長戦略
2. 2022年9月期 第1四半期実績
3. ビジネスアップデート
4. Appendix



2022年9月期 第1四半期ハイライト

- 1 プロダクト/サービスともにリカーリング収益を順調に積み上げ。連結ベースで前年同期比45.6%の売上高成長
- 2 独自開発のリアルタイム解析基盤のアップデートを進めており、SaaS事業を中心に売上総利益率が大幅に向上
- 3 成長投資の進捗により販管費が増加する一方、売上総利益の大幅な増加により、営業赤字幅は期初計画対比で抑制

売上高 / 前年同期比成長率：連結

1,760百万円 (2022/9期 1Q) / **45.6%**

顧客社数⁽²⁾：連結

686 (2021/12月末時点)

ARR⁽¹⁾ / 前年同期比成長率：連結

6,377百万円 (2021/12月末時点) / **33.6%**

NRR⁽³⁾：単体

111.3% (直近3ヶ月平均)

売上総利益率：連結 / 単体

73.0% / 75.1% (2022/9期 1Q)

従業員数：連結 / 単体

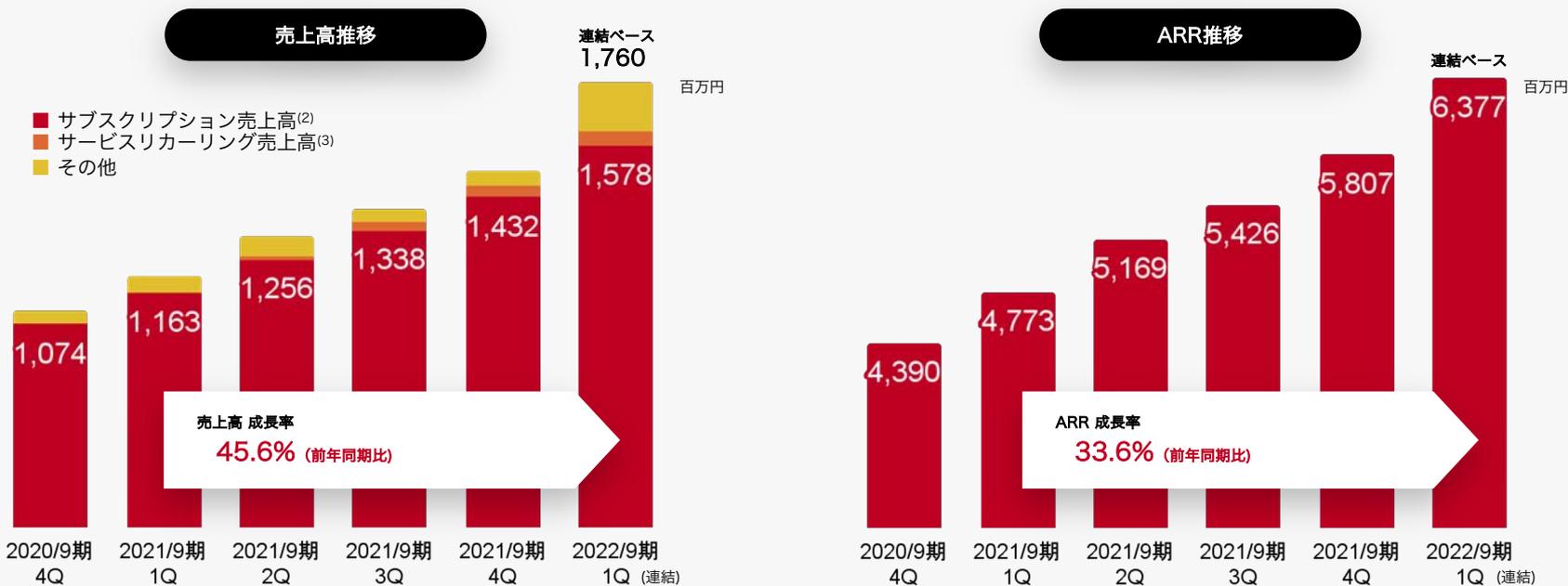
291人 / 240人 (2021/12月末時点)

(注) 1. 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。既存の契約が更新のタイミングで全て更新される前提で、既存の契約のみから、期末月の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標 / 2. 各期末時点のプロダクト導入顧客社数の合計 / 3. Net Revenue Retention (Rate)の略語。(i) 1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったものとして算出

財務実績 - 連結 -

売上高・ARRともに高成長を継続

- ・ 当期よりEmotion Tech社のPL連結を開始
- ・ リカーリング収益の順調な積み上げに加えて、非リカーリング収益の貢献もあり、売上高は連結ベースで前年同期比45.6%成長
- ・ 連結ベースのARR⁽¹⁾は60億円を突破



通期業績予想に対する売上高の進捗率は、前年同期を上回り順調に推移

2022年9月期 1Q実績 売上高

1,760百万円

22.5%
~23.7%

通期業績予想⁽¹⁾

(上限) 7,828百万円
(下限) 7,419百万円

2021年9月期 1Q実績 売上高

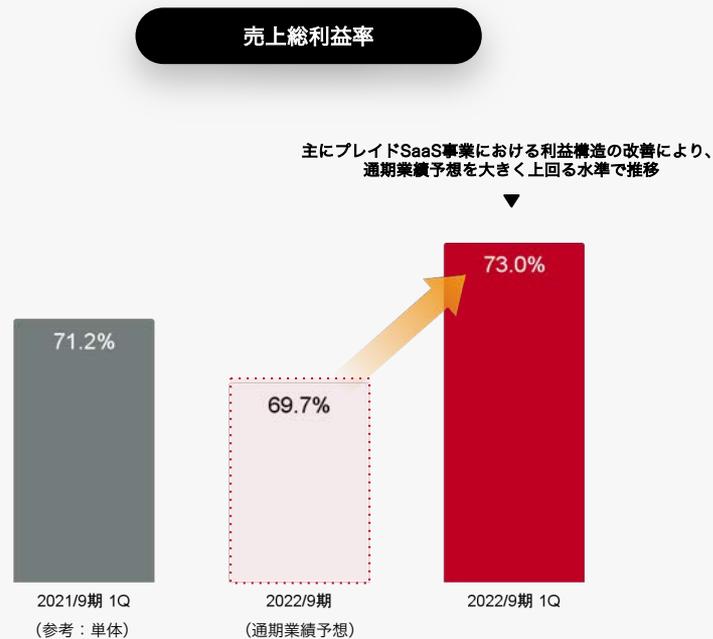
1,209百万円

22.2%

通期実績
5,444百万円

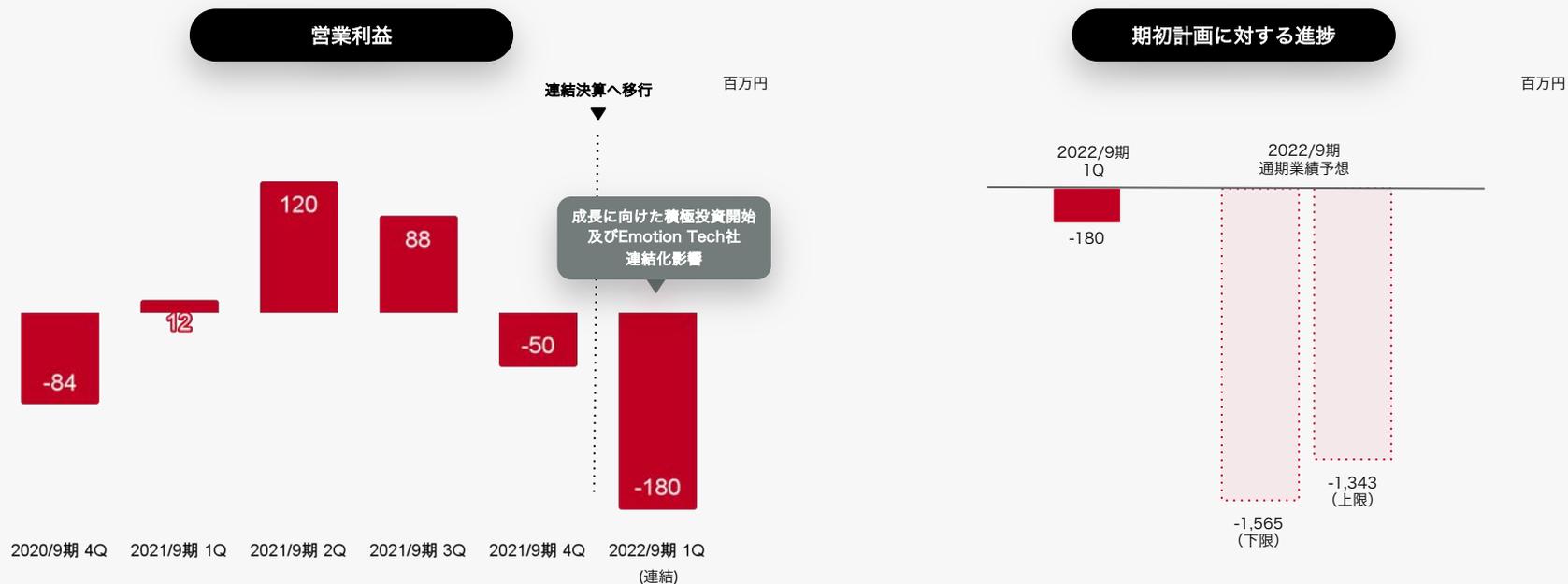
売上総利益は売上高を上回る前年同期比49.3%で成長

- ・ 売上総利益率が前年同期比で1.8pt向上し、売上総利益は売上高成長率を上回る前期比49.3%で成長
- ・ 当四半期の売上総利益率は73.0%であり、通期業績予想の水準である69.7%を大きく上回る



営業赤字幅は期初計画対比で抑制

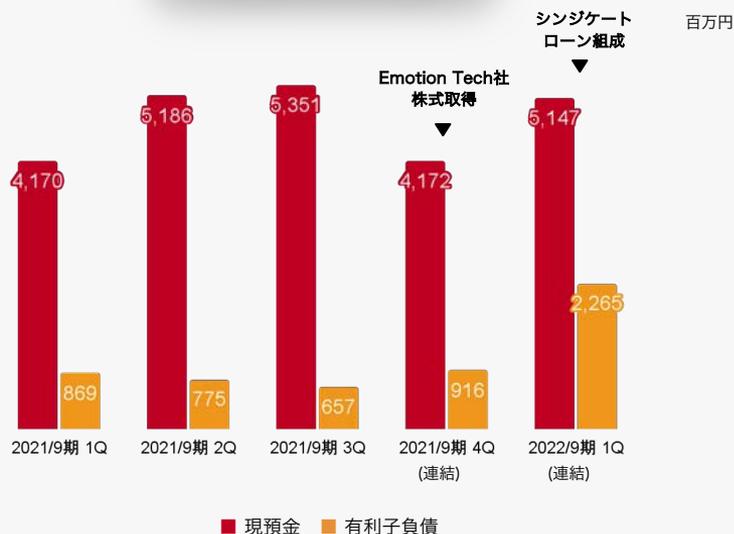
- ・ 販管費が増加した一方、売上総利益率上昇に伴い売上総利益が大幅に増加したため、営業赤字幅は期初計画対比で抑制
- ・ 人材獲得を中心とする成長投資は順調に進捗（P.23ご参照）



安全性の高いバランスシート

- ・ 当四半期末時点で50億円超の現預金（ネットキャッシュ約30億円）を保有しており、健全な水準を維持
- ・ また、急な資金需要にも対応できる安定的な事業資金枠として5億円のコミットメントラインも設定済

現預金及び有利子負債



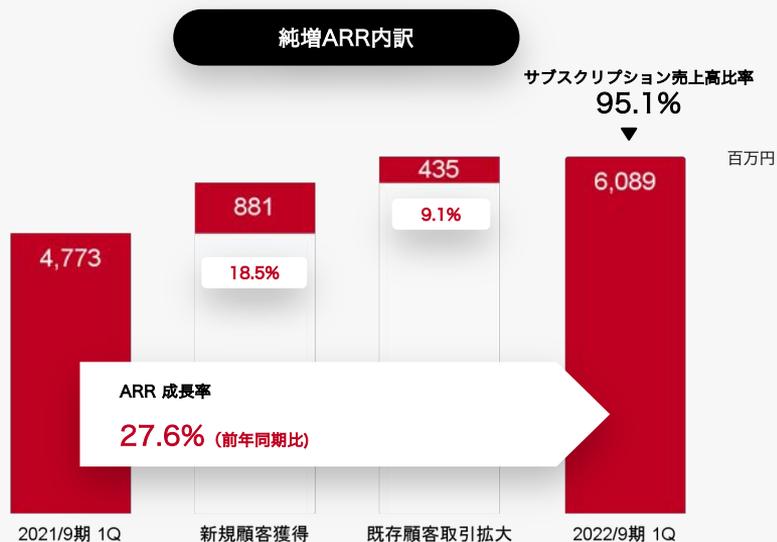
ご参考：自己資本



財務実績 - プレイド単体 -

ARR成長率は計画どおりの進捗

- ・ 単体でのサブスクリプション売上高比率⁽¹⁾は95.1%であり、引き続き高い水準
- ・ ARR⁽²⁾の成長を新規顧客獲得と既存顧客取引拡大がともに牽引
- ・ NRR⁽³⁾は111.3%であり、良好な水準を維持



(注) 1.売上高のうち、経常的に得られるプロダクトの月額利用料の合計が占める割合 / 2.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。既存の契約が更新のタイミングで全て更新される前提で、既存の契約のみから、期末月の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標 / 3.Net Revenue Retention (Rate)の略語。 (i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を (ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったものとして算出

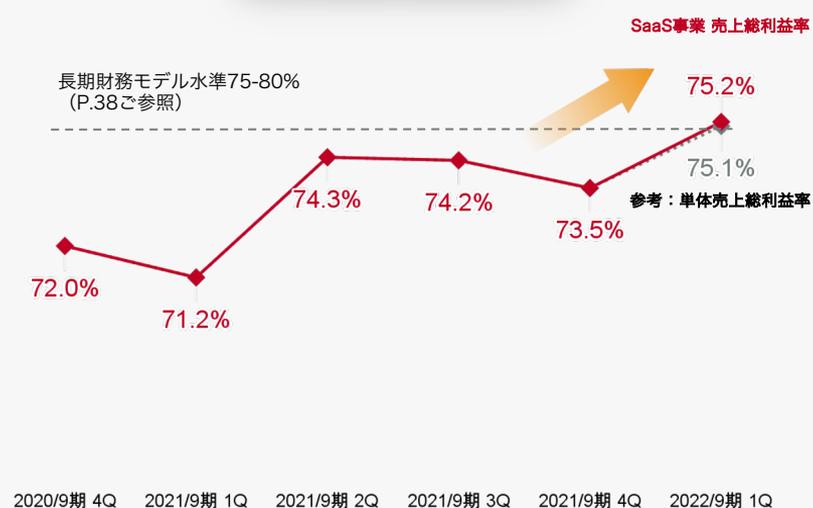
独自開発のリアルタイム解析基盤アップデートにより売上総利益率が大幅に向上

- ・ SaaS事業の売上総利益率は前年同期比で3.9pt上昇し75.2%まで向上、長期財務モデル開示から約1.5年で目標レンジに到達
- ・ 独自開発のリアルタイム解析基盤アップデートにより、サーバー利用に係るコストが大幅に低減

売上総利益



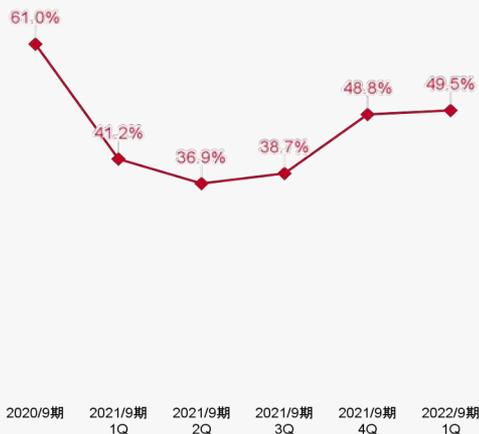
SaaS事業 売上総利益率



人材獲得を中心とする成長投資を実施

- ・ ビジネスメンバーの採用、マーケティング投資等を加速させたことによりS&M比率が上昇
- ・ エンジニア・デザイナーの採用も順調に進んでおり、R&D比率が上昇

S&M⁽¹⁾比率



R&D⁽²⁾比率

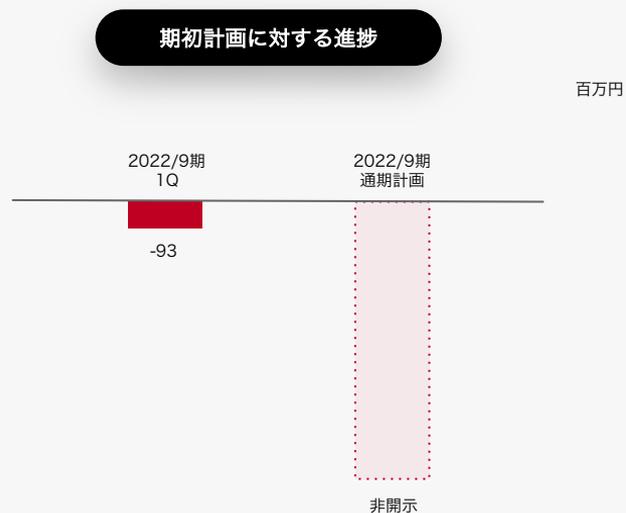
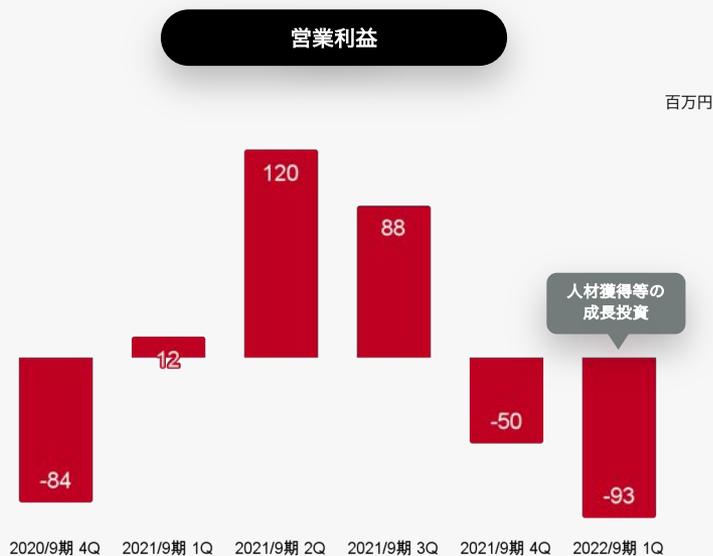


G&A⁽³⁾比率



営業赤字幅は期初計画対比で抑制

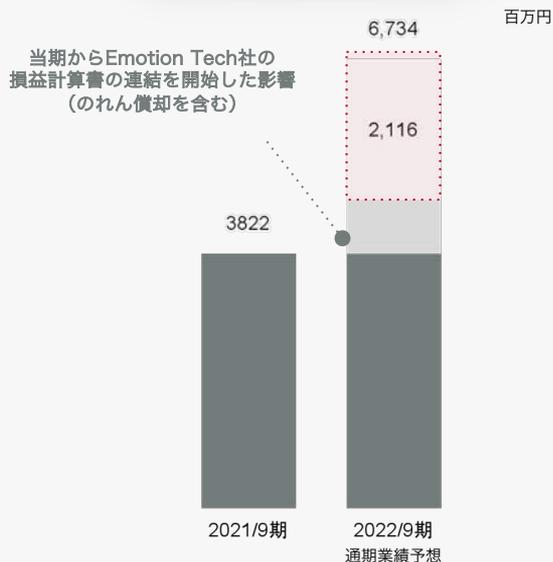
- ・ 人材獲得を中心とする成長投資は順調に進捗（P.23ご参照）
- ・ 販管費が増加した一方、売上総利益率上昇に伴い売上総利益が大幅に増加したため、営業赤字幅は期初計画対比で抑制



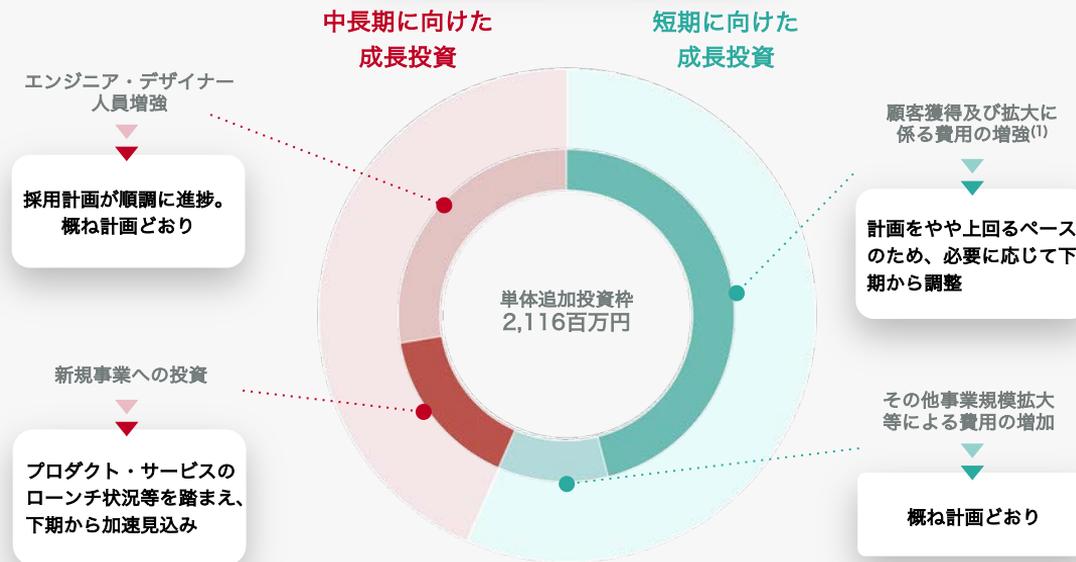
期初想定の成長投資は概ね計画どおりに実行

- ・ 通期業績予想における当期の成長投資について、投資額の進捗及び投資バランス共に概ね計画どおりに実行

販管費前期比較



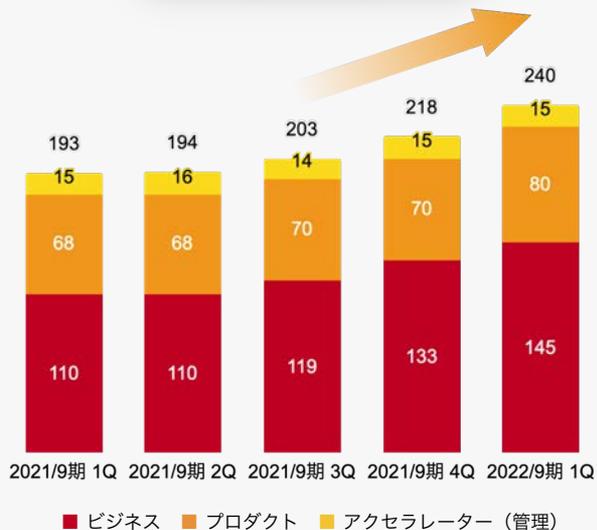
単体追加投資の主な内訳と進捗



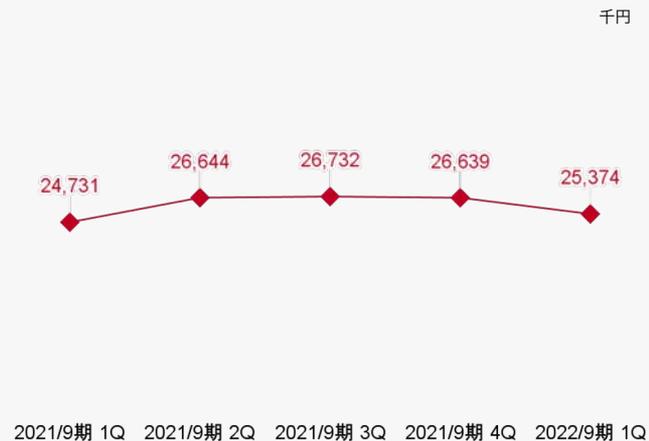
人材獲得は期初計画通り順調に進捗

- ・ 2021年9月期第3四半期から再開した人材獲得は順調に進捗
- ・ 従業員一人あたりARRは安定した水準で推移

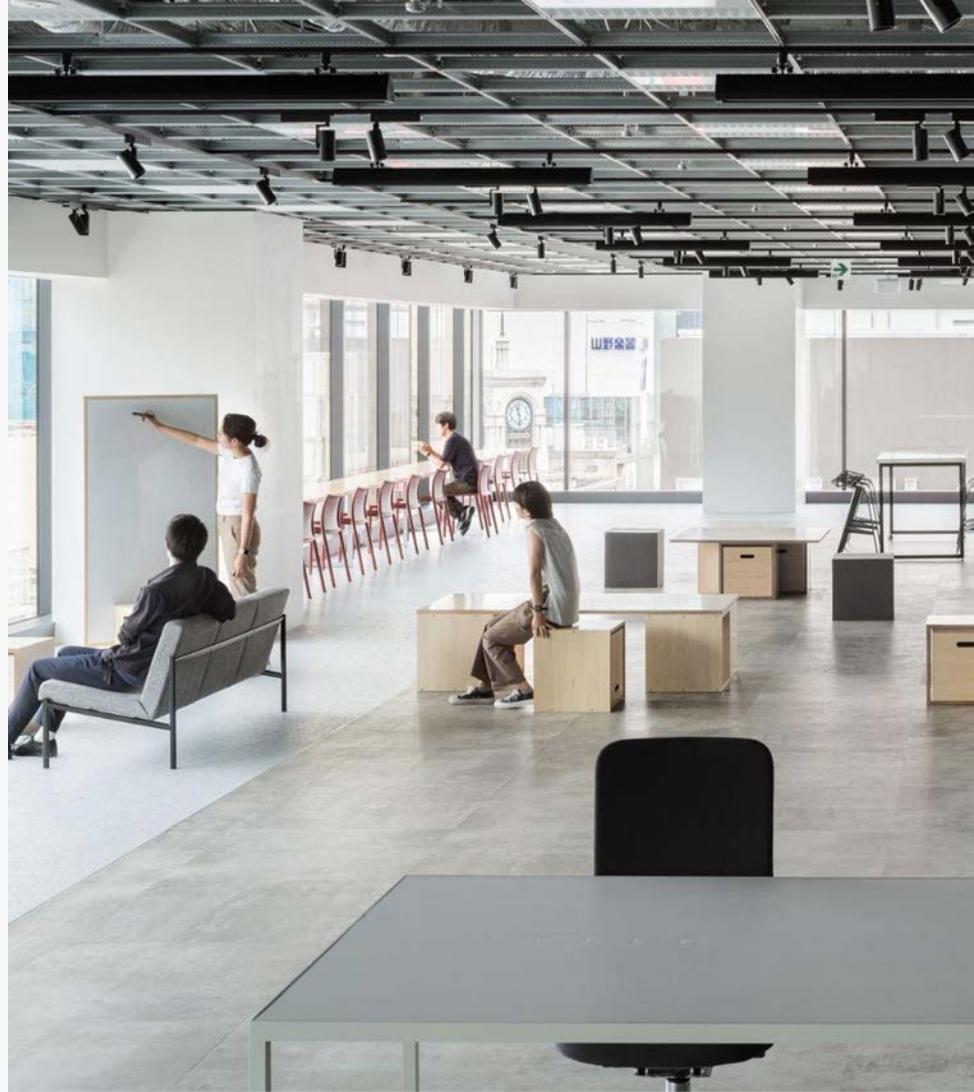
従業員数推移



従業員一人あたりARR



1. ミッション&成長戦略
2. 2022年9月期 1Q実績
- 3. ビジネスアップデート**
4. Appendix



KARTE / KARTE for Appの国内潜在市場規模アップデート

- ・ KARTE / KARTE for Appの国内潜在市場規模を、従来開示の「ウェブサイト数」から「企業数（ウェブサイト・アプリ）」へアップデート
- ・ 更に、業界や事業モデル・KARTE導入実績等の各種要素に基づく絞り込みにより、SAM約8,200社、SOM約3,800社を選定
- ・ 今回アップデートはKARTE / KARTE for Appのみを対象としており、KARTE Blocksを始めとする他のプロダクトは対象外

「ウェブサイト数」ベースの国内潜在市場規模



「企業数」ベースの国内潜在市場規模



(注) 1.2019年2月時点のSimilar Web社のデータに基づく、30,000UU以上の日本のWebサイト数であり、30,000UU以上のウェブサイトをKARTEの導入可能性のあるウェブサイトとして定義 / 2. ウェブサイトベースの潜在市場規模 (注1) 及び2021年6月時点のAppannie社のデータに基づく365日以内にupdate履歴があり且つ5,000ダウンロードされたスマートフォンアプリの国内の運営企業をKARTE・KARTE for Appの導入可能性のある企業と定義 / 3.SOM = Service Obtainable Marketの略であり、SAM (注4) のうち、業界や事業モデル等に鑑みて、現在のKARTE・KARTE for Appの導入可能性が特に高いと見込まれる企業数 / 4. SAM = Service Addressable Marketの略であり、機能強化やプライシング変更などによりKARTE・KARTE for Appの導入可能性が高まると見込まれる企業数 / 5.TAM = Total Addressable Marketの略であり、(注1) 及び (注2) に記載の基準により算出した、ウェブサイト並びにスマートフォンアプリの国内の運営企業数の総和

KARTE Blocks / KARTE Entry Seriesの成長に向けた取り組み

- ・ 事業規模の最大化に向けた仮説・検証を継続

足許の進捗



- ・ プロモーション活動を行い、テックタッチ⁽¹⁾により展開中
- ・ 約1,200サイトがサインアップ
(一部は有償プラン導入済)



Next Step

- ・ オンボーディングプロセスの磨き込みによる実利用率および有償化率の向上



- ・ プロモーション活動は行わず、企業ニーズやプロダクトの強化点を分析中
- ・ 十数社が利用 (一部は有償プラン導入済)



- ・ マーケティング施策による認知度向上
- ・ プロダクトのブラッシュアップ

STUDIO ZERO 「PLAID Chime」 の提供開始

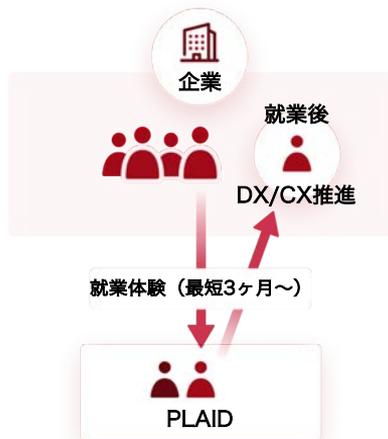
- ・ 企業間共創の取り組みを加速するため、顧客体験価値向上に長けたデジタル人材育成プログラム「PLAID Chime」を各社に提供開始
- ・ 顧客目線の獲得を目的とする研修や就業体験、協業プロジェクト立ち上げ等、企業の課題や状況に合わせた新たな価値共創を推進

プログラム提供内容

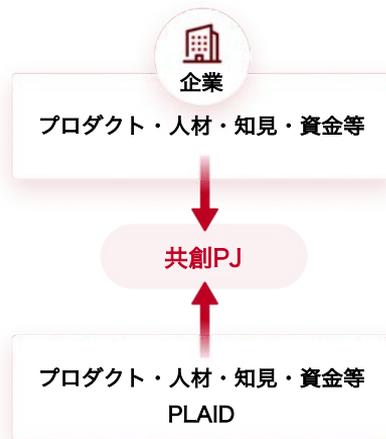
間接的な人材開発



直接的な人材開発



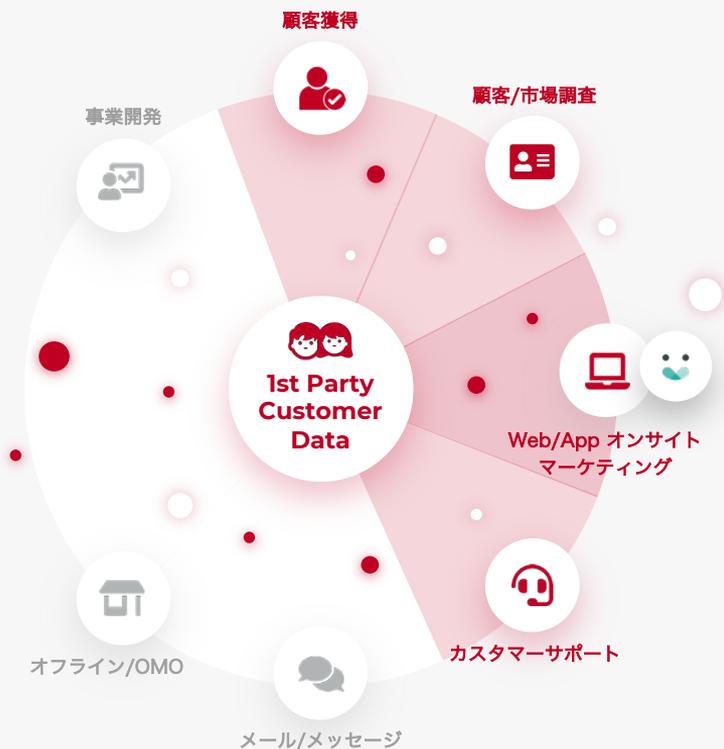
事業共創



主な導入企業



新規事業領域参入への進捗



2022年9月期における、事業領域拡大への取り組み

顧客/市場調査領域

Emotion Techのグループ参画を受けて、更なる連携強化。1st party domainでの顧客/市場調査領域に共同ソリューションを展開

カスタマーサポート領域

顧客の行動データや声をベースに、「問い合わせ前」のサイレントカスタマーを含めて、適切な顧客体験の設計を可能にするプロダクトの開発・ローンチ

顧客獲得領域

1st party dataを活用し、サイト内外を含めて一貫した顧客コミュニケーションを可能にするプロダクトの開発・ローンチ

足許の進捗



KARTE
RightSupport

クローズドβ版を検証中



KARTE Signals

β版を2022年2月ローンチ

※2021年9月期 第4四半期 決算説明資料から再掲



KARTE RightSupportの検証を開始

- ・ 企業のカスタマーサポート領域における事業を展開する新会社「株式会社RightTouch」を設立
- ・ KARTE RightSupport の開発においては、PoC（概念実証）として複数社のカスタマーサポート業務で実際にご利用いただいている

現状の課題

IoC⁽¹⁾（顧客のお困りごと）をとらえきれず、
機会損失が発生



カスタマーサポートに寄せられる顧客の声は全体の4%。96%はサイレントカスタマー



問い合わせをして課題が迅速に解決した顧客のリピート率は、問い合わせをしなかった顧客の約9倍



コールセンターに架電する顧客の80%が事前にホームページなどで検索行動をした上で、欲しい情報が見つからなかった

（出典）顧客ロイヤリティ協会・佐藤知恭

提供ソリューション

IoCを問い合わせ前に収集・解析

Web上でのエフォートレスな顧客体験を設計



KARTEの解析基盤を用いたIoCを解像度高く把握



Webサイトを拡張し、一人ひとりのお困りごとに合わせた情報にマッチング。ノーコードでWebサイトの改修・拡張が可能



レポート・ダッシュボード機能により、顧客行動や課題を様々な角度で定量化/可視化。問題解決のPDCAを促進

主な導入企業

GOLDWIN

My Money

PLUS

SBI証券

So-net

ソニー銀行

KARTE Signalsの提供開始

- ・ 1st party data活用によりサイト内外で一貫した顧客体験を実現する「KARTE Signals」のオープンβ版の提供を開始
- ・ KARTE Signalsは広告ソリューションとの連携を前提にしており、第一弾としてGoogle広告およびFacebook/Instagram広告との連携を開始

現状の課題



データを活用した広告施策により顧客体験を向上させたい企業は多いが、**開発リソースの不足**や**媒体毎の特性理解**等ハードルが高い

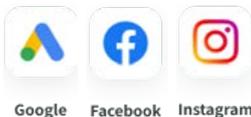


3rd party cookieの規制影響により、広告効果の測定に必要なコンバージョン情報に一部欠損が生じ、広告効果の測定が精度高く行えない状態に陥っている

提供ソリューション



サイト内アクションを強みとするKARTEとの組み合わせにより、**サイト内外で一貫した顧客体験**を実現



各種媒体連携のための**企業側の開発なし**で、**媒体を横断した広告一括配信**を実現



KARTE Datahubで統合された**1st party data**の活用により、規制本格化に伴うコンバージョン情報の欠損を補填し、**広告効果を改善**

主な導入企業

おうちで食イオン
イオンネットスーパー

再春館製薬所
Saishunkan Pharmaceutical co.,Ltd

ブランド
Brandear®

ポケマル

人を、想う力。街を、想う力。
三菱地所

1. ミッション&成長戦略
2. 2022年9月期 第1四半期実績
3. ビジネスアップデート
4. Appendix

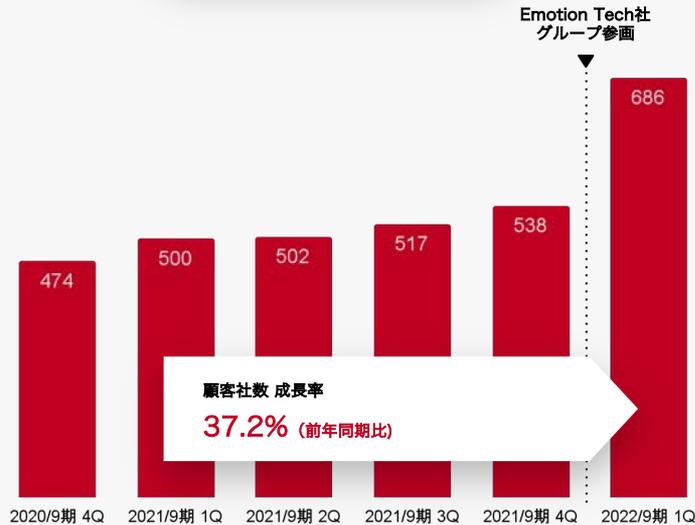


財務情報

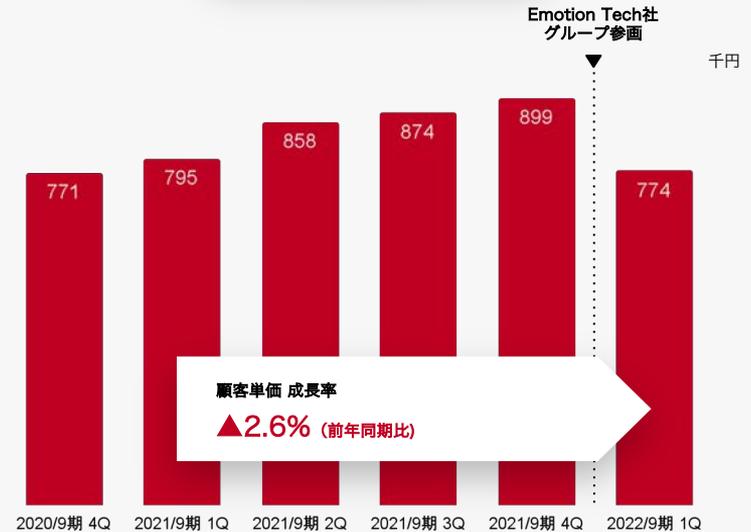
顧客社数及び顧客単価

- Emotion Tech社のグループ参画に伴い顧客社数が大幅に増加⁽¹⁾
- なお、KARTE Blocksのフリープランについては、顧客社数に含まない

顧客社数 (2)



顧客単価 (3)



顧客社数及び顧客単価

- 顧客社数・顧客単価ともに順調に進捗（KARTE Blocks及びKARTE Entry Seriesのフリープランは、顧客社数に含まない）
- 契約件数及び契約単価は本四半期決算より開示せず、顧客社数及び顧客単価に集約

顧客社数 (1)



顧客単価 (2)



損益計算書(1)

| (百万円) | 2022/9期 1Q | 2021/9期 1Q | YoY | 2021/9期 4Q | QoQ |
|-------------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|----------------|
| 売上高 | 1,760 | 1,209 | +45.6% | 1,509 | +16.6% |
| サブスクリプション売上高 (プレイドSaaS) | 1,507 | 1,163 | +29.6% | 1,432 | +5.2% |
| サブスクリプション売上高 (その他) | 70 | - | - | - | - |
| その他 | 182 | 46 | +294.5% | 77 | +136.1% |
| 売上総利益 | 1,285 | 861 | +49.3% | 1,109 | +15.9% |
| 売上総利益率 | 73.0% | 71.2% | +1.8pt | 73.5% | ▲0.5pt |
| 販売費及び一般管理費 | 1,465 | 848 | +72.8% | 1,160 | +26.3% |
| 対売上高比率 | 83.3% | 70.1% | +13.1pt | 76.8% | +6.4pt |
| 広告宣伝費 | 185 | 90 | +104.6% | 208 | ▲11.2% |
| 対売上高比率 | 10.5% | 7.5% | +3.0pt | 13.8% | ▲3.3pt |
| 人件費 | 734 | 530 | +38.4% | 611 | +20.0% |
| 対売上高比率 | 41.7% | 43.9% | ▲2.2pt | 40.5% | +1.2pt |
| 地代家賃 | 81 | 77 | +5.3% | 77 | +5.3% |
| 対売上高比率 | 4.6% | 6.4% | ▲1.8pt | 5.1% | ▲0.5pt |
| 販売手数料 | 33 | 27 | +22.8% | 32 | +3.7% |
| 対売上高比率 | 1.9% | 2.3% | ▲0.4pt | 2.1% | ▲0.2pt |
| その他 | 430 | 122 | +252.4% | 229 | +87.4% |
| 対売上高比率 | 24.5% | 10.1% | +14.4pt | 15.2% | +9.2pt |
| 営業利益 | ▲180 | 12 | - | ▲50 | - |
| 営業利益率 | ▲10.2% | 1.1% | ▲11.3pt | ▲3.4% | ▲6.9pt |
| 営業外収益 | 0 | 1 | ▲40.4% | 0 | ▲20.7% |
| 営業外費用 | 16 | 175 | ▲90.5% | 69 | ▲76.2% |
| 経常利益 | ▲196 | ▲161 | - | ▲119 | - |
| 特別利益 | - | - | - | 75 | ▲100.0% |
| 特別損失 | - | 70 | ▲100.0% | - | - |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | ▲184 | ▲232 | - | ▲47 | - |

(注) 1.2021/9/28にEmotion Tech社の議決権の64%を取得。2021/9期においては、貸借対照表のみが連結対象となるが、2021/9期4Q会計期間において、損益計算書上でも段階取得差益等の連結調整が一部発生

貸借対照表(1)

| (百万円) | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期 1Q |
|-----------|---------|---------|------------|
| 流動資産合計 | 2,642 | 4,956 | 5,975 |
| 現金及び預金 | 2,091 | 4,172 | 5,147 |
| 受取手形及び売掛金 | 475 | 645 | 702 |
| その他 | 75 | 138 | 125 |
| 固定資産合計 | 426 | 2,027 | 2,027 |
| 流動負債合計 | 1,084 | 1,640 | 1,801 |
| 固定負債合計 | 380 | 390 | 1,388 |
| 純資産合計 | 1,604 | 4,953 | 4,812 |

(注) 1.右表については、2020年9月期は単体、2021年9月期以降は連結

販売費及び一般管理費内訳 (プレイド単体)

| (百万円) | 2020/9期 | 2021/9期 1Q | 2021/9期 2Q | 2021/9期 3Q | 2021/9期 4Q | 2022/9期 1Q |
|--------|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| S&M | 2,443 | 497 | 488 | 542 | 737 | 785 |
| 対売上高比率 | 61.0% | 41.2% | 36.9% | 38.7% | 48.8% | 49.5% |
| R&D | 951 | 227 | 237 | 269 | 286 | 346 |
| 対売上高比率 | 23.7% | 18.8% | 17.9% | 19.2% | 19.0% | 21.9% |
| G&A | 538 | 123 | 135 | 140 | 136 | 151 |
| 対売上高比率 | 13.4% | 10.2% | 10.3% | 10.0% | 9.0% | 9.6% |

長期財務モデル⁽¹⁾ (プレイドSaaS事業)

| | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期 1Q | 長期財務 モデル |
|--------|---------|---------|---------------|-------------|
| 売上総利益率 | 71.2% | 73.3% | 75.1% | 75-80% |
| S&M | 61.0% | 41.6% | 49.5% | 25-30% |
| R&D | 23.7% | 18.7% | 21.9% | 18-20% |
| G&A | 13.4% | 9.8% | 9.6% | 8-10% |
| 営業利益率 | ▲26.9% | 3.1% | ▲5.9% | 20-25% |

(注) 1.長期財務モデルは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する。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る。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證するものではなく、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ない

STUDIO ZEROについて

各産業のフラッグシップとなる事例を共創する「STUDIO ZERO」

- ・ 2021年4月に事業開発組織「STUDIO ZERO」を立ち上げ
- ・ 日本を代表する大企業や地域経済を支える中小企業、新進気鋭のスタートアップ・ベンチャー、行政・公的機関などのパートナーとともに、データを活用した顧客視点での新規事業の立ち上げや、既存事業の変革を実現していくことで、プレイドが目指す世界観を示していく



【事例】顧客データを活用した商品企画のスキームづくりに挑戦 - 三井物産様 -



プレイド、三井物産と新会社「.me」（ドットミー）を設立

データによって生活者の解像度を高めたブランド開発（D2C事業）やメーカーのDX推進支援を展開

2021年8月20日
株式会社プレイド

株式会社プレイド（東京都中央区：代表取締役CEO 倉橋健太 以下、「プレイド」とする）は、三井物産株式会社（東京都千代田区：社長 堀健一 以下、「三井物産」とする）と共同でデータを活用した顧客中心のものづくりを展開する新会社「株式会社ドットミー」（以下、「ドットミー」とする）を本年7月に設立し、第三者割当増資を引き受ける形で出資参画することをお知らせします。

両社は、ドットミーで展開予定のD2Cブランドの市場トライアルを実施し、正式ローンチに向けた準備を開始しています。

尚、本新会社設立への資本参画は当社の事業開発組織「STUDIO ZERO」の第一弾案件となります。STUDIO ZERO では今後も、「データであらゆる産業を振興する」を目的に企業や行政などと共同で事業を立ち上げ、新たな価値を創出することを目指して参ります。

【事例】 デジタル社会における自治体運営の在り方に関する検証を開始 - 奈良市様 -



プレイドと奈良市が包括的連携に関する協定を締結

市民サービス向上を目的とした「デジタル市役所構想」の実現に向けた各種取り組みを支援

2022年1月14日
株式会社プレイド

株式会社プレイド（東京都中央区：代表取締役CEO 倉橋健太）と奈良市（市長 仲川げん）は奈良市が目指している「市民の皆様に対するサービスを向上させ、人間本位のゆとりと豊かさを実感できるデジタル社会の実現」の一環として、市公式ホームページをデジタル社会に適合した、より分かりやすく、より使いやすいサービスに発展させる「デジタル市役所構想」を実現するために包括的連携・協力に関する協定を締結しましたので、お知らせします。

奈良市では、実際に市役所に出向かなくてもオンライン上ですべての手続きが完結できる「デジタル市役所構想」を掲げ、その実現に向けて様々な取り組みを進めています。今回の奈良市との包括的連携により、プレイドの有するテクノロジーおよび民間事業者に提供してきたノウハウやナレッジを生かすことで、市民一人ひとりの市役所の活用や行政との各種手続き、コミュニケーションに際してのさらなる利便性向上に貢献してまいります。

また、2022年1月より、奈良市民に対する個別最適な情報発信の有効性及び課題についても検証開始いたします。

【事例】CX視点で事業成長を目指す人材を増やす取り組み - 国内大手企業様 各社 -



立ちどまらない保険。

MS&AD 三井住友海上



STUDIO ZERO、デジタル時代における共創型人材育成プログラム「PLAID Chime」を、三井物産など数社に提供開始

プログラム参加企業社員とブレイド社との協業プロジェクトも視野に、CX視点で次の企業成長を目指す人材との「共創」プログラム

2022年1月5日
株式会社ブレイド

株式会社ブレイドの事業開発組織「STUDIO ZERO」は、企業におけるCX（顧客体験）の価値向上に長けたデジタル人材を育成するプログラム「PLAID Chime」（ブレイド チャイム）を開発し、三井物産や損害保険ジャパンなど数社で提供を開始したことをお知らせします。

生活者のデジタルシフトを機に、従来の商品やサービスはこれまで以上に激しい競争環境に晒されています。企業はIT投資等に注力するなど生活者の変化に適応すると同時に、オンラインを含め広がる顧客接点を軸とするCX（顧客体験）の向上に注力する企業も増えており、企業内にCX関連部門を新設したり、CX起点の商品開発で新規事業をスタートするなどその動きは活発化しています。

今回STUDIO ZEROが三井物産や損害保険ジャパンなど複数社に提供を開始したプログラム「PLAID Chime」は、ブレイドがこれまでCXプラットフォーム「KARTE」を500社以上の多くの企業に提供し、CXを各社の企業活動に根付かせてきた経験や、大企業からデジタル関連部門以外の人材がブレイドに出向する人材開発等を通じて培ってきたアセットをもとに考案されました。データ活用を通じて顧客目線を獲得するためのインプットやトレーニングはもちろんのこと、ブレイドをパートナーとしたCX起点の価値開発や協業プロジェクトの立ち上げも可能となっており、企業の課題や状況に合わせた「共創」プログラムであることが特徴です。

会社概要

当社概要

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) | 291名 (2021年12月末時点) |
| 事業内容 | CX ⁽¹⁾ プラットフォーム「KARTE」の提供 |

(注) 1.Customer Experience (カスタマーエクスペリエンス) の略語であり、一般的に「顧客体験」と訳されるが、顧客がよいと感じられる体験、つまり「顧客が体験して得られる価値」までも含めて定義



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



主なプロダクト / サービスラインナップ -1

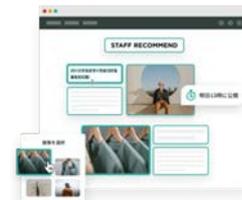
プロダクト / サービス



KARTE /
KARTE for App



KARTE Datahub



KARTE Blocks

概要

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。解析結果に応じたアクション（体験）の自由自在な設計が可能

顧客データや行動データなど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。Google BigQueryとシームレスに連携

サイトのあらゆる要素をBlockに分解し、効果測定、ノーコードで編集、ローコードでカスタマイズなど、エンジニアなしのサイトマネジメントが可能

主なプロダクト / サービスラインナップ -2

| | | | |
|---------------------|---|---|---|
| <p>プロダクト / サービス</p> |  <p>KARTE Entry Series</p> |  <p>EmotionTech CX/EX</p> |  <p>TEAM / STUDIO ZERO</p> |
| <p>概要</p> | <p>KARTEの提供を通じて蓄積されたユースケースとナレッジを活用した各種の目的別パッケージソリューション。第1弾として、EC事業者向けにカート体験を改善する「Cart Package」の提供を開始</p> | <p>NPS^{®(1)}や顧客満足度をはじめとした、顧客の声（感情データ）を収集・計測・分析するシステム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Emotion Tech社が提供</p> | <p>KARTEの活用支援やCXに関するコンサルティングを始めとしたプロフェッショナルサービス。2021年4月、事業開発フェーズにおけるデータ活用に特化した事業開発組織「STUDIO ZERO」を立ち上げ</p> |

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

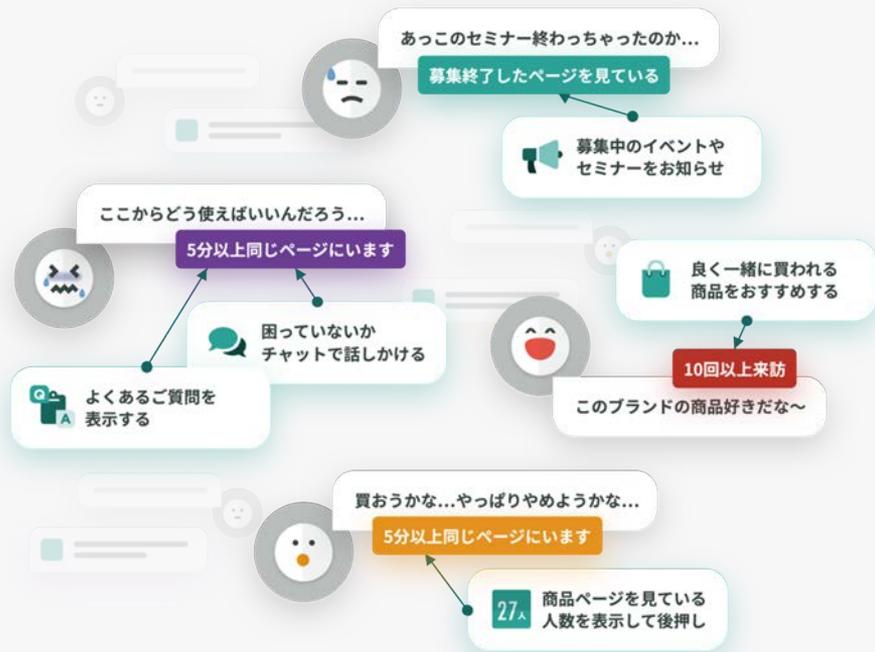
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



特徴2

リアルタイム解析基盤

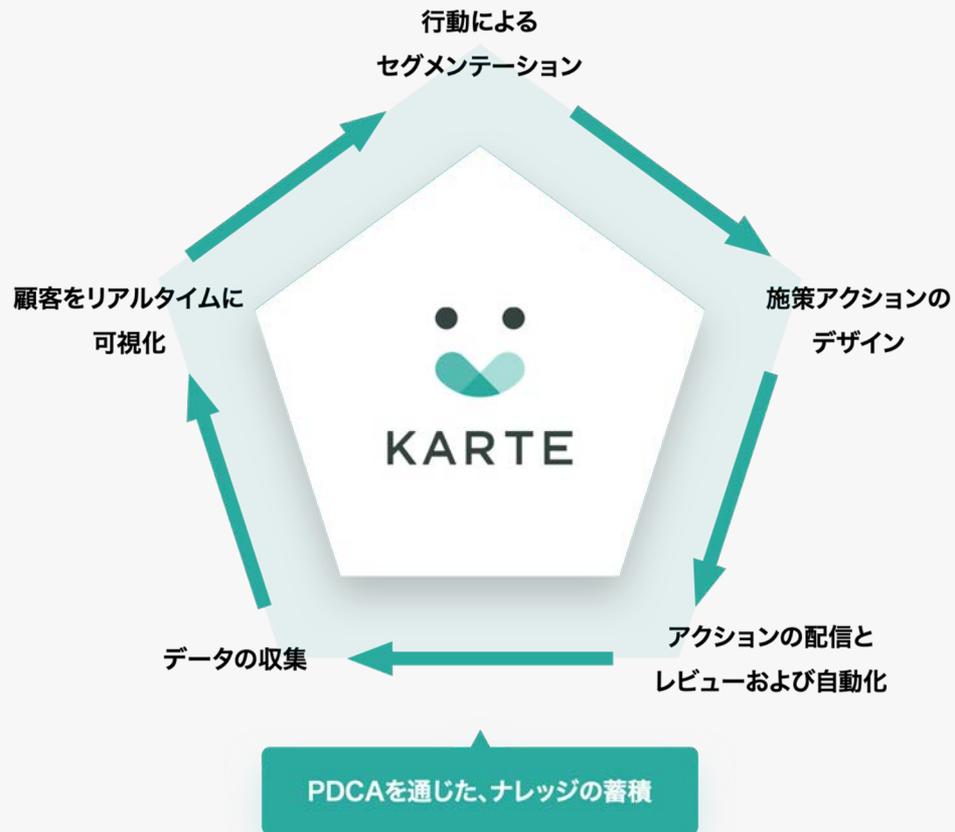
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



特徴3

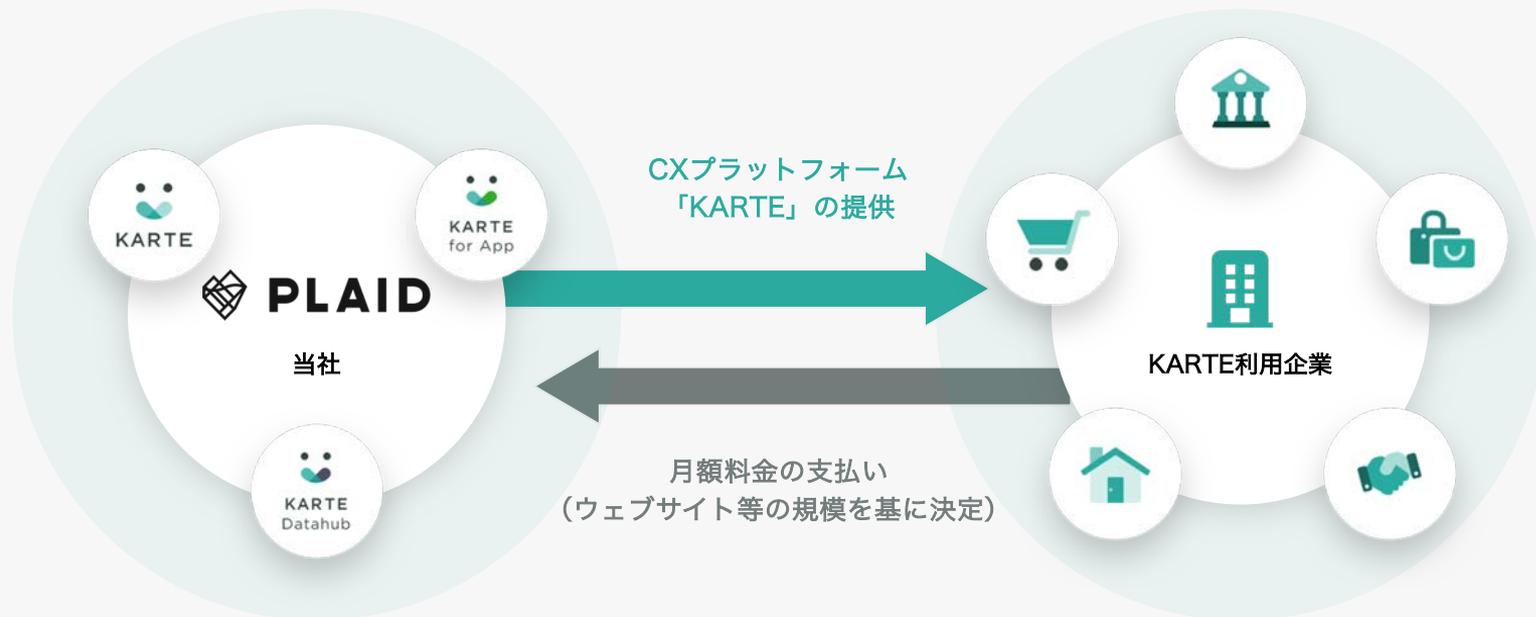
ワンストップで施策実行

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



ビジネスモデル

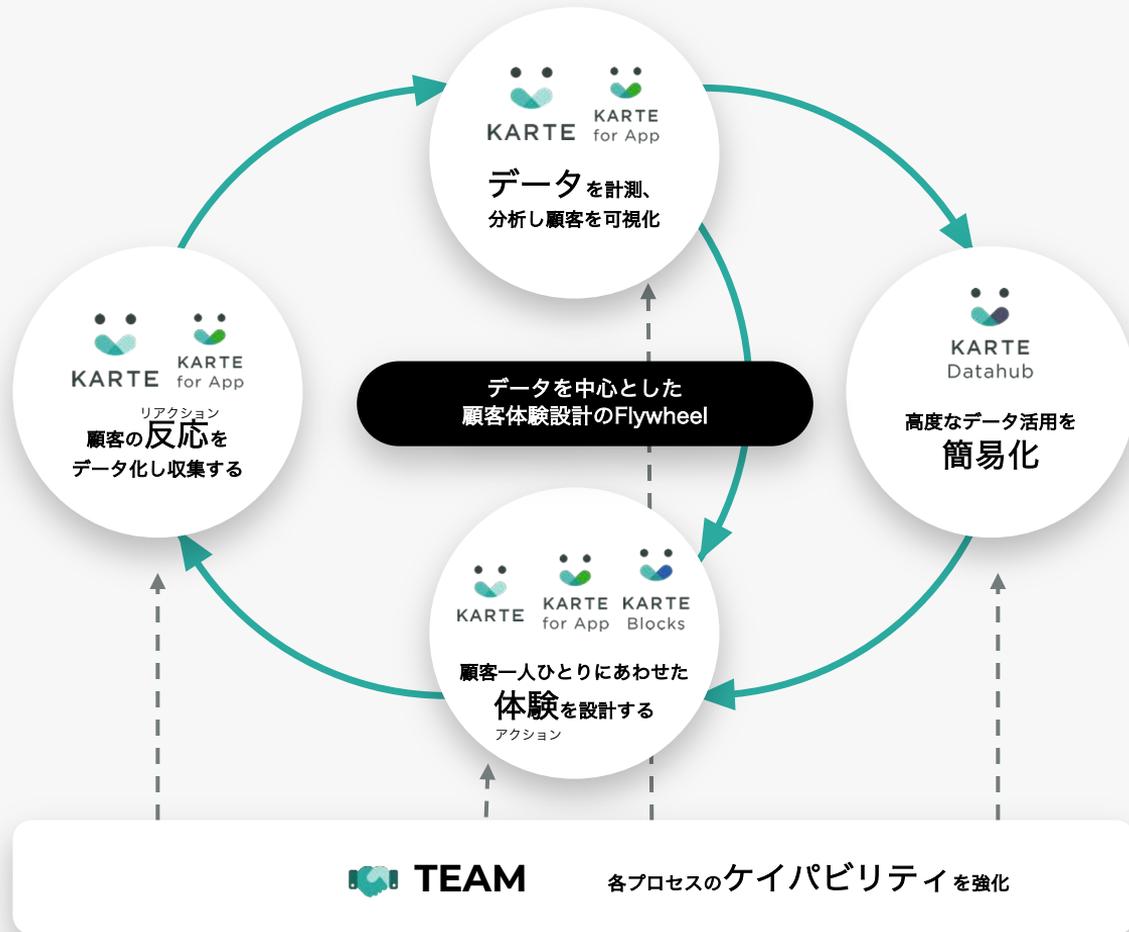
導入対象となるウェブサイトやスマートフォンアプリの規模に応じて課金するサブスクリプションモデル（年間契約）



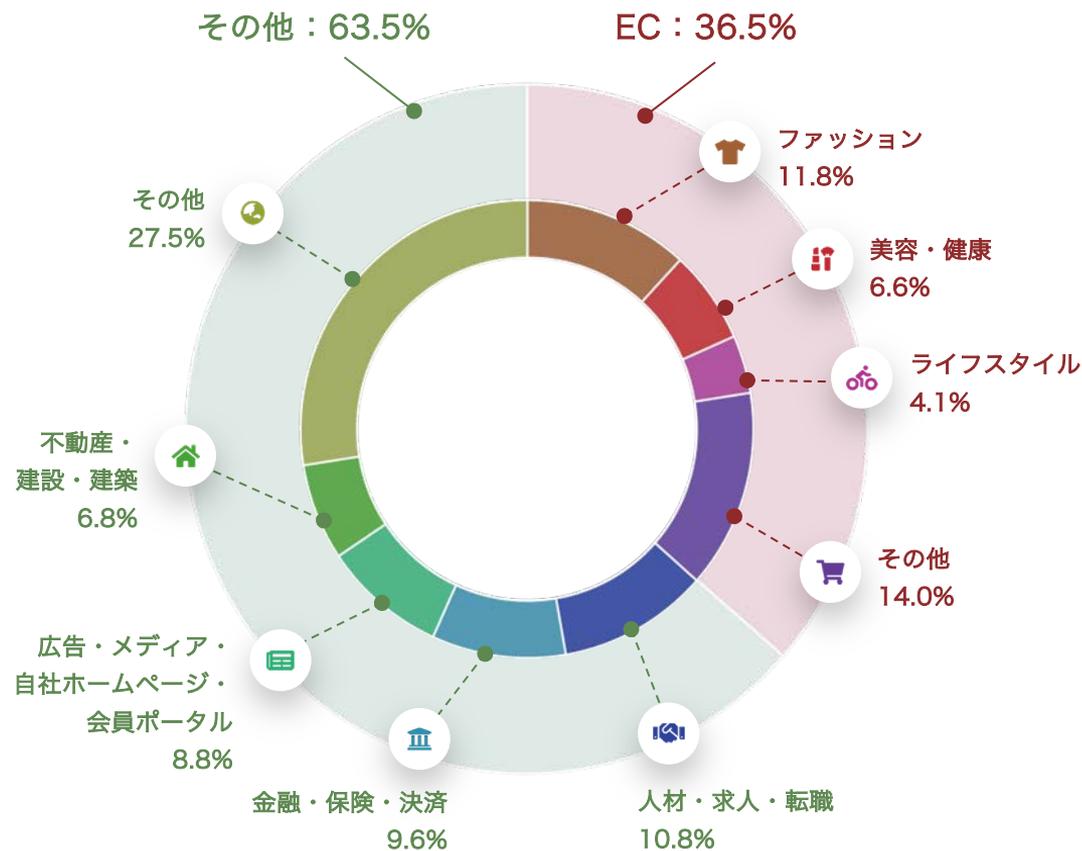
カスタマーデータを中心とした 顧客体験設計支援に注力

顧客体験価値向上は、データの計測・統合・分析と、分析を通じた顧客の可視化・解像度向上、顧客一人ひとりに合わせた体験設計、リアクション収集の循環により実現する

プレイドは各プロセスに対してプロダクトやサービスを提供している



契約件数の業界別割合 (1)



(注) 1.2021年9月末時点における各業界の導入ウェブサイト及びスマートフォンアプリ数の合計を全ての導入ウェブサイト及びスマートフォンアプリ数の合計で除して算出

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

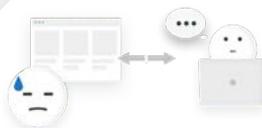


ウェブサイトが複雑化し、
必要な情報にたどり着きづら
くなっている



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

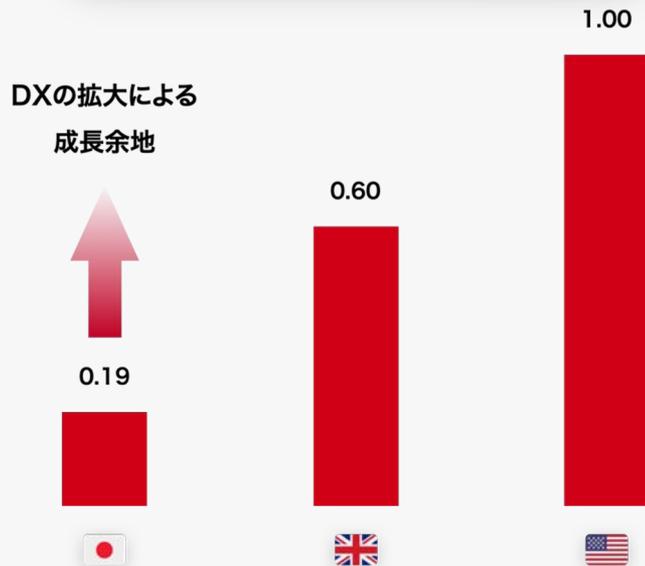
対象・関連市場の規模とポテンシャル

当社が属する市場と関連市場の規模



世界におけるCRMソフトウェア (4)
6.1兆円

各国のクラウドCRM Softwareへの投資額比較(6)



(注) 為替レートはUSD/JPY=109.02を利用 / 1.経済産業省「令和元年度電子商取引市場調査結果」 / 2.電通「2019年 日本の広告費」 / 3.IDC「国内デジタルマーケティング関連サービス市場 セグメント別 / 産業分野別、2020年~2024年」 / 4.上図はGartnerリサーチを基にブレイド社が作成。Gartner, "Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update" 30 Sep 2020, Market Size of customer and relationship management excluding digital commerce market in 2019. / 5.上図のグラフはGartnerリサーチを基にブレイド社にて作成。Source: Gartner, "Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update", Neha Gupta, et al., 30 Sep 2020, CRMソフトウェアの市場規模 (Gartner) / 6.上場企業の広告宣伝費の総額 (Capital IQで取得できる数字) にて算出。なお、CRMソフトウェアの市場規模には上場企業と未上場企業の両方の市場が含まれているが広告宣伝費には未上場企業の数字は含まない。また、各国のクラウド投資額比較については米国を1.00として各国の数値を標準化して算出

セキュリティ・プライバシー保護

当社が事業で扱う情報資産は企業の貴重な情報であり、これを保護するためのセキュリティ及びプライバシー・個人情報保護等への取組みは極めて重要であるとの認識の下、当社では各種対応を行っている。現在では大手金融機関等をはじめとした多くの企業に当社サービスをご利用いただいている

セキュリティ

認証

ISMS(ISO27001)、クラウドセキュリティ認証(ISO27017)等、複数の認証を取得

暗号化

KARTEとの通信はhttps(TLS1.3)を用いており、全て暗号化

権限設定

KARTEではユーザーごとに細かく権限設定を行うことが可能

SLA

KARTEでは99.5%の稼働率をSLAとして設定

自動テスト

マルチブラウザテストを含む数時間以上の自動テストに加え、人の目によるマニュアルテストも実施

オートスケール

負荷に応じて自動でサーバー数が追加され、常に安定した状態で稼働



CLOUD 688345 / ISO 27017



IS 622929 / ISO 27001

冗長化

原則として全てのサーバーを冗長化し、耐障害性を高めている

オペレーション

デプロイ・サーバー操作など日々のオペレーションをコマンド等により自動化することで、ヒューマンエラーを排除

監視

クラウドを含めたインスタンス・データベースなどのコンポーネントは全て監視され、異常があれば即時に対応できるフローを用意

プライバシー・個人情報保護



17002437(01)

認証

プライバシーマークを取得済み

パーミッションの自由度

KARTEへ送信するデータはお客様のプライバシーポリシーに合わせた自由な設計が可能

お客様への注意喚起等

お客様に対して、プライバシー・個人情報保護への取組みについて注意喚起し、ご同意いただく等、法律の要請を超えた対応を行っている

オプトアウト

トラッキングの停止を希望するエンドユーザー向けにオプトアウトのページを設け、周知に努めている

*Maximize the value of people
with the power of data*