



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2023年12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

なお、今後の本資料のアップデートは、每期本決算後の12月を目途に実施する予定です

1. **2023年9月期 通期実績**
2. 2023年9月期 第4四半期実績
3. 中長期成長に向けて
4. 2024年9月期 通期業績予想
5. Appendix



通期実績

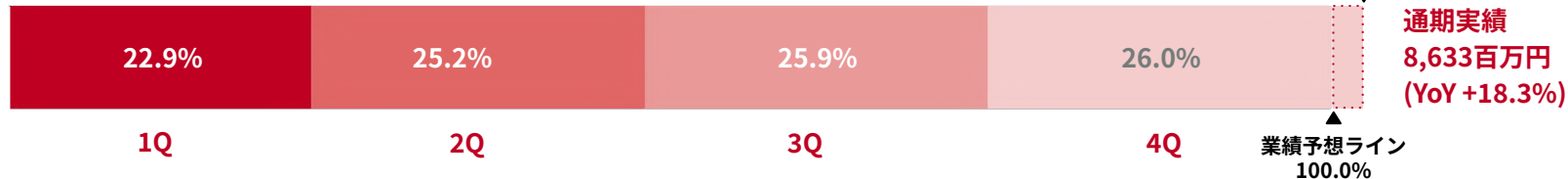
- 売上高は、連結 8,633百万円（YoY+18.3%、業績予想 8,523百万円）、ブレイド単体 7,644百万円（YoY+16.7%、計画 7,401百万円）といずれも業績予想・計画を上回って着地
- 連結調整後営業利益⁽¹⁾は▲490百万円であり、上方修正後の通期業績予想⁽²⁾▲630百万円（修正前 ▲979百万円）を上回って着地

(百万円)	2022/9期 実績	2023/9期 実績	2023/9期 業績予想	業績予想比
売上高				
連結	7,295	8,633	8,523	+1.3%
前年同期比	34.0%	18.3%	16.8%	+1.5pt
ブレイド単体	6,551	7,644	7,401	+3.3%
前年同期比	20.3%	16.7%	13.0%	+3.7pt
調整後営業利益				
連結	▲718	▲490	▲630	+140
調整後営業利益率	▲9.9%	▲5.7%	▲7.4%	+1.7pt

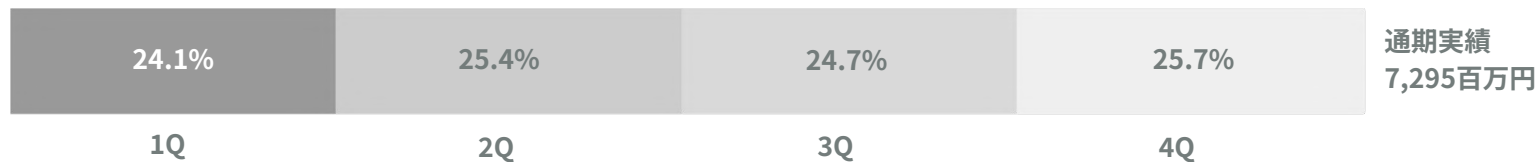
通期業績予想に対する進捗率

- 2023/9期の連結売上高は通期業績予想比101.3%で着地

2023/9期 連結売上高



2022/9期 連結売上高



財務実績サマリー

百万円		2022/9期 ⁽¹⁾	2023/9期 ⁽¹⁾	増減額	増減率
売上高	連結	7,295	8,633	1,338	+18.3%
	ブレイド単体	6,551	7,644	1,093	+16.7%
	KARTE領域	6,507	7,319	812	+12.5%
	新規領域	44	326	282	+640.6%
	グループ各社	812	1,293	482	+59.3%
サブスクリプション売上高 ⁽²⁾	連結	6,473	7,335	862	+13.3%
	ブレイド単体	6,141	6,730	589	+9.6%
	KARTE領域	6,141	6,699	558	+9.1%
	グループ各社	329	607	278	+84.5%
売上総利益率 ⁽³⁾	連結	73.7%	72.8%	-	▲0.9pt
	ブレイド単体	74.8%	72.4%	-	▲2.5pt
	KARTE領域 ⁽⁴⁾	74.9%	75.9%	-	+1.0pt
調整後営業利益 ⁽⁵⁾	連結	▲718	▲490	229	-
	ブレイド単体	▲429	▲192	237	-
	KARTE領域	▲350	95	445	-
	新規領域	▲79	▲286	▲207	-
	グループ各社	▲302	▲334	▲32	-
ARR ⁽⁶⁾	連結	6,638	8,035	1,397	+21.0%
	ブレイド単体	6,247	7,264	1,017	+16.3%
	KARTE領域	6,247	7,229	982	+15.7%

(注) 1. 連結金額とブレイド単体及びグループ各社合計額との差分は連結調整 / 2. 経常的に得られるプロダクトの月額利用料の合計 / 3. 受注損失引当金控除後 / 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 / 5. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用 / 6. 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

KPI実績サマリー

売上高 / 前年同期比成長率：連結

8,633百万円 (2023/9期 通期) / **18.3%**

顧客社数⁽³⁾：連結

1,064 (2023/9月末時点)

ARR⁽¹⁾ / 前年同期比成長率：連結

8,035百万円 (2023/9月末時点) / **21.0%**

顧客単価⁽⁴⁾：連結

629千円 (2023/9月末時点)

売上総利益率⁽²⁾：連結

72.8% (2023/9期 通期)

従業員数：連結 / 単体

389人 / 316人 (2023/9月末時点)

1. 2023年9月期 通期実績
2. **2023年9月期 第4四半期実績**
3. 中長期成長に向けて
4. 2024年9月期 通期業績予想
5. Appendix



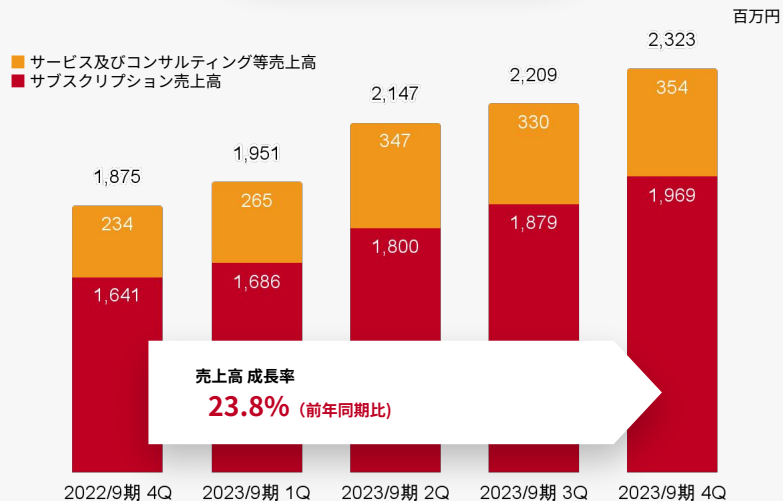
連結

2023年9月期 第4四半期末績

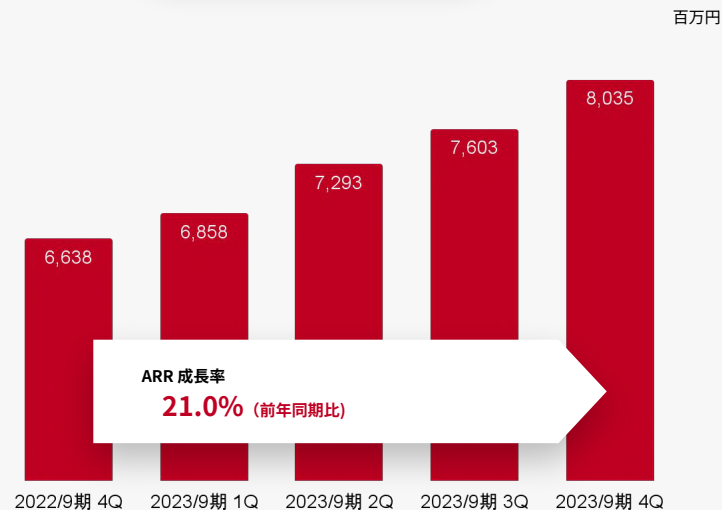
連結売上高/ARR⁽¹⁾ともに成長が加速

- 第4四半期連結売上高は前年同期比+23.8%と、第3四半期連結売上高の前年同期比+22.7%から加速
- プレイド単体及びグループ各社のARR拡大に加え、サービス及びコンサル等売上高も堅調に推移

連結売上高



連結ARR



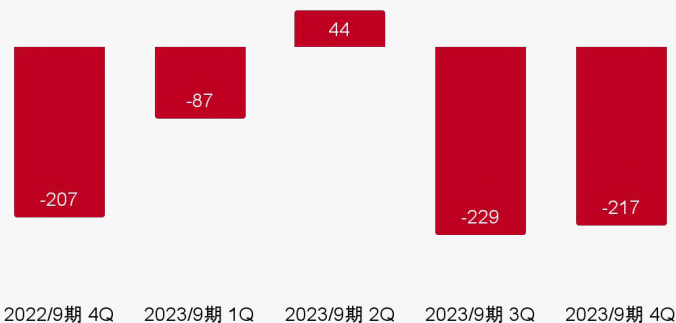
2023年9月期 第4四半期実績

連結調整後営業利益⁽¹⁾は4Qも想定を上回って着地

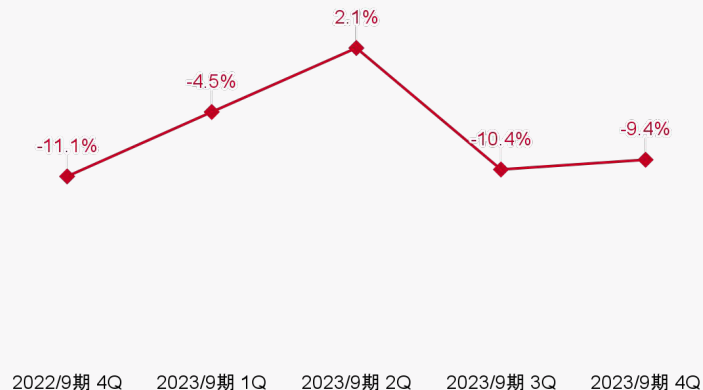
- 第4四半期連結売上高が計画比良好に推移し、4Qも調整後営業利益は想定を上回って着地
- 適切なコストコントロールの元、計画の範囲内でマーケティングなど追加の成長投資を実施

調整後営業利益

百万円



調整後営業利益率

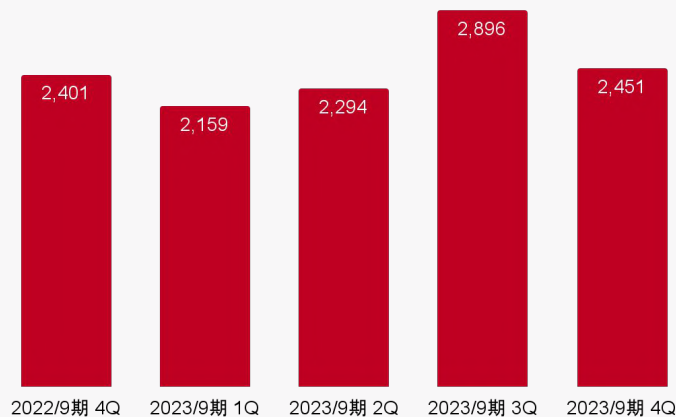


現預金水準は引き続き良好、減損により自己資本比率は40%超に減少したものの安全水準を維持

- ネットキャッシュは引き続き良好な水準を維持
- 尚、2023/5に資金調達を行ったエモーションテックが、更なる成長を企図して先行投資を進める影響で、4Qに減損損失を計上⁽¹⁾
- 自己資本比率は、ブレイドの収益力改善などによって中期的に向上していく見込み

ネットキャッシュ

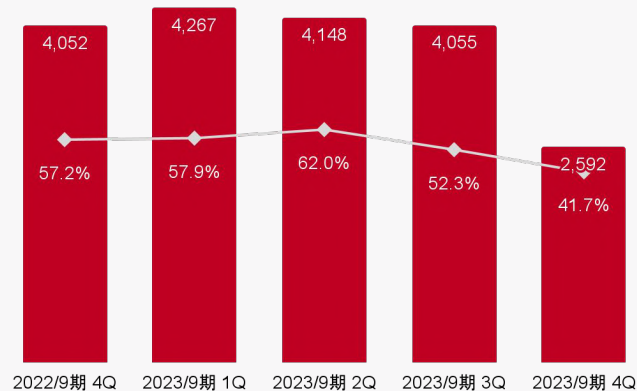
百万円



自己資本

百万円

■ 自己資本
— 自己資本比率



ご参考：エモーションテックの成長戦略

エンタープライズ企業との取引拡大

- 各業界を代表するエンタープライズ企業との取引が近年増加
- 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/運用支援まで入り込んだ価値提供による取引拡大を推進



プロダクトの大型アップデート

- ”エンドユーザーの声”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とするプロダクトの大型アップデートを予定
- 当該アップデートによるサブスクリプション売上の大幅な拡大を企図



AIを活用したソリューション推進

- 2023/6に「GPT-4」「ChatGPT」を活用したテキストAI分析サービスをリリース
- 従来のテキスト分析における課題であった、文章の読み込みや分類、示唆を得るための解釈に要していた各種コストを大幅に効率化



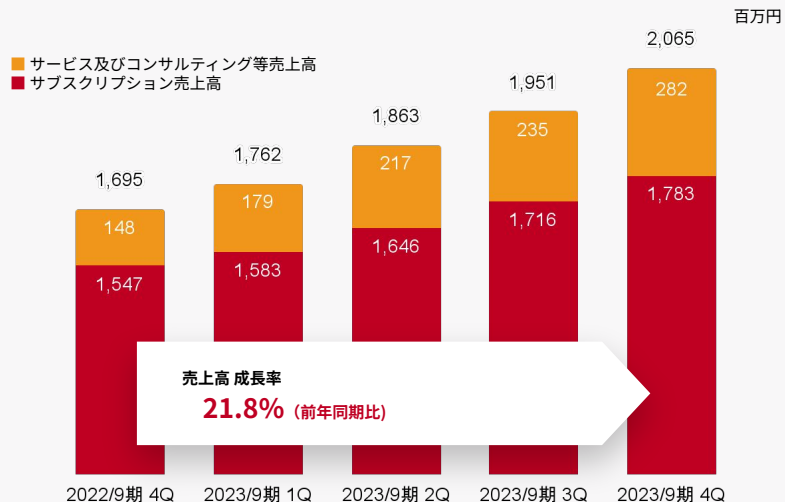
プレイド単体

2023年9月期 第4四半期末績

売上高/ARR⁽¹⁾は全ての四半期で計画を上回った

- 売上高は前年同期比+21.8%
- サブスクリプション売上高が堅調に推移し、サービス及びコンサル等売上高も引き続き拡大
- 第4四半期のARR増加額は325百万円で、過去4四半期で最大となった

売上高



ARR



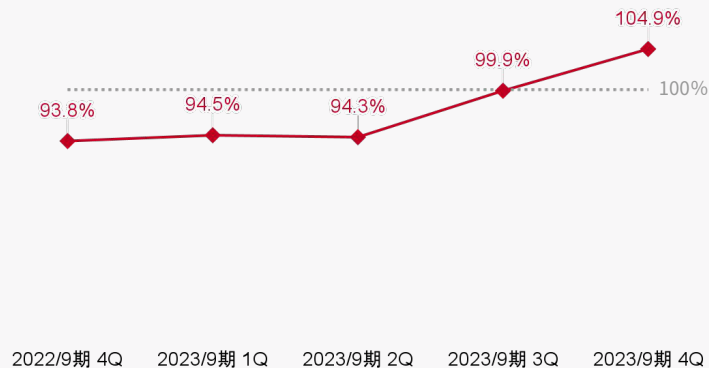
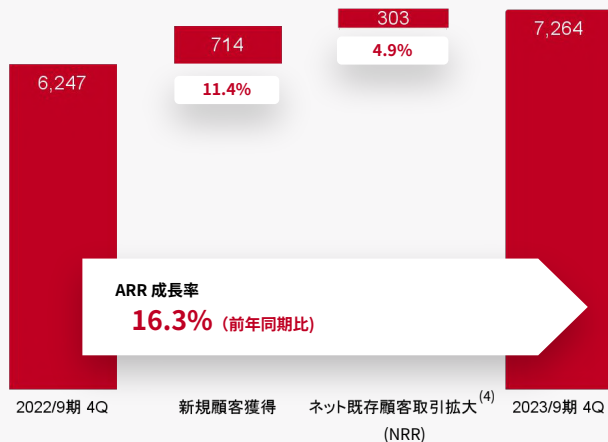
ARR⁽¹⁾成長率の要因分析

- 4Q末のNRR⁽²⁾⁽³⁾は104.9%
- 年度を通じて顧客継続率が計画以上の水準で推移したことに加え、アップ/クロスセルも順調に積み上がり、想定よりも早く100%超に回復

ARRブリッジ

NRR

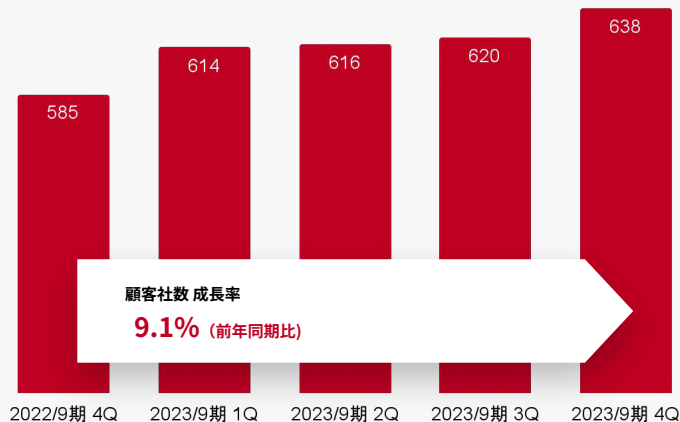
百万円



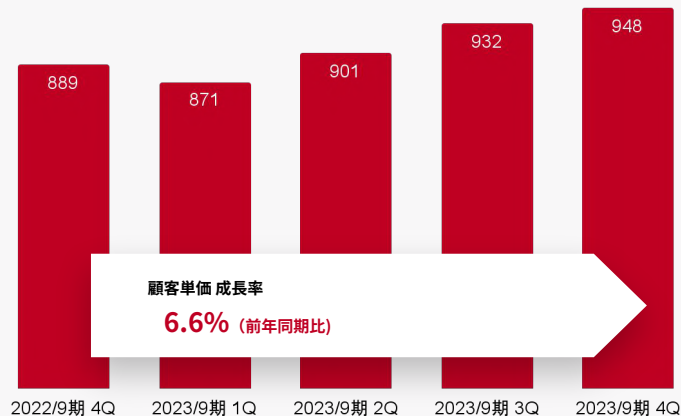
顧客社数⁽¹⁾及び顧客単価⁽²⁾

- 顧客社数は前四半期比+18社となり順調に増加
- 顧客単価は上昇トレンドが続いており、過去最高水準（2022/9期 2Q: 944千円）を上回った

顧客社数



顧客単価



千円

プレイド単体ARRに関するManagement Discussion & Analysis (MD&A)

- 2024/9期は下記の取り組みを継続し、更なる成長加速を目指す

	分析	当面の取り組み方針
新規顧客獲得 New customer acquisition	<ul style="list-style-type: none"> 増加額は計画をやや上回った <ul style="list-style-type: none"> 単価が計画を上回った 受注件数、受注率は計画を僅かに下回った 	<ul style="list-style-type: none"> 継続) エンタープライズセールス人材の獲得及び育成：セールス人材の育成に注力。今後の成長見通しに鑑みながら採用も進める 継続) インダストリーカットのセールス体制：インダストリー別に組織を編成、業界/業種・顧客毎の特性に合わせて最適な提案が出来る体制を強化する 継続) パイプライン管理の改善：商談レビューをより一層強化し、取引展望や受注確度等に基づきリソース配分を最適化する
既存顧客取引拡大 Gross Expansion	<ul style="list-style-type: none"> 増加額は概ね計画通りであった <ul style="list-style-type: none"> 既存顧客内の横展開⁽¹⁾金額は計画を下回ったが、アップ/クロスセルが計画を上回った BlocksやDatahub、Messageを中心に各プロダクトの販売が進んだ 	<ul style="list-style-type: none"> 継続) エンタープライズシフトに対応するカスタマーサクセス強化：プロジェクトマネジメント人材の採用が一定進んでおり、今後は、顧客継続率向上及びアップ/クロスセルの機会拡大のための他チーム（特にセールス）との連携を強化する 継続) 既存顧客への新規プロダクトのクロスセル：Blocks、Signals、Messageなど新規プロダクトによって既存顧客との取引拡大（=顧客単価向上）を進める
解約/ダウンセル Contraction	<ul style="list-style-type: none"> 解約/ダウンセル金額は計画より抑制 <ul style="list-style-type: none"> 計画以上の顧客継続率⁽²⁾を達成しており良好な水準を維持 	<ul style="list-style-type: none"> 継続) カスタマーサクセス・オペレーション標準化：標準化が一定進み、良好な顧客継続率の維持に繋がっている 継続) カスタマーサクセス人材の獲得及び育成：計画以上の顧客継続率を維持しているものの、継続率の更なる向上やアップ/クロスセル機会拡大を見据え、今後の成長見通しに鑑みながら採用を進める

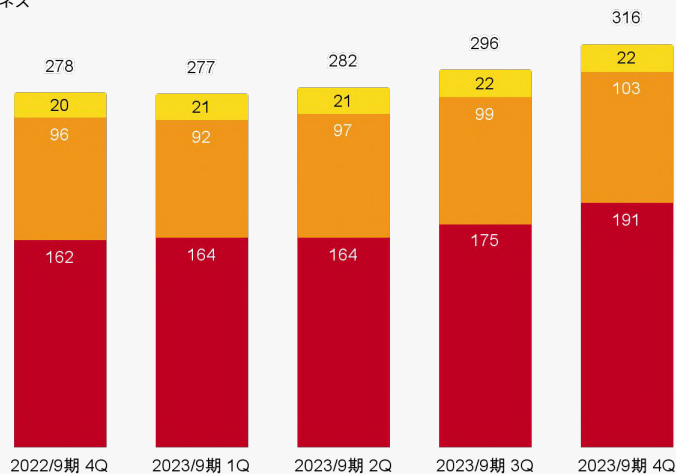
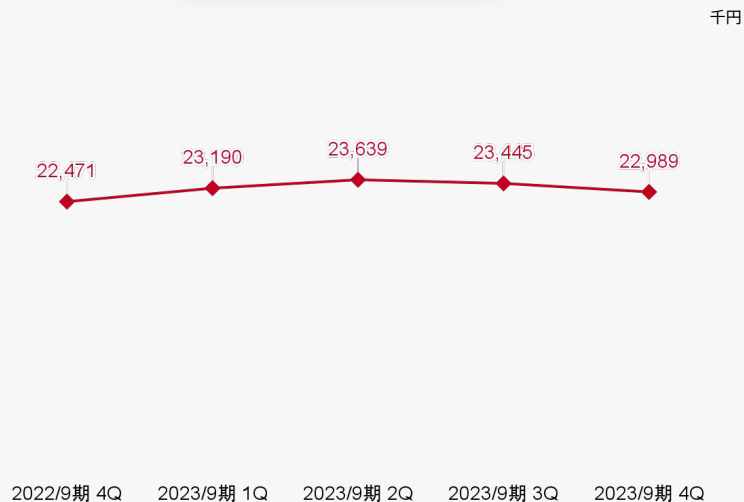


今後の成長に向けて従業員数は着実に増加

- ・ カスタマーサクセスを中心とするビジネス人材のほかエンジニアの採用も進んだ

従業員数⁽¹⁾

■ アクセラレーター（管理）
■ プロダクト
■ ビジネス

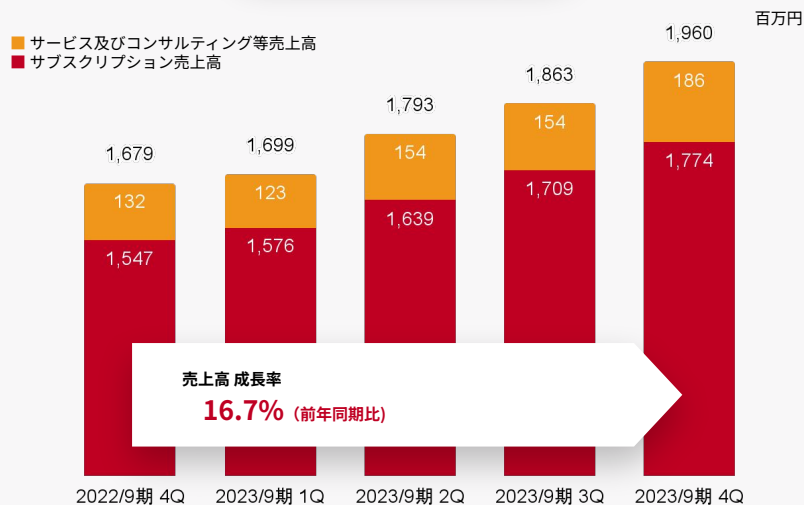
従業員一人あたりARR⁽¹⁾

事業領域別

売上高/ARR⁽¹⁾は引き続き成長が加速

- 売上高は前年同期比+16.7%
- サブスクリプション売上高とともに、プロフェッショナルサービスを中心とするサービス及びコンサル等売上高も拡大

売上高



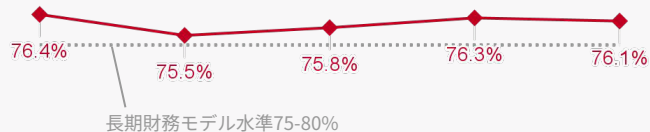
ARR



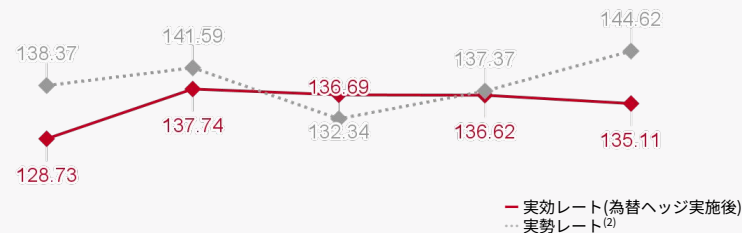
売上総利益率⁽¹⁾は良好な水準を維持

- 売上総利益率は引き続き長期財務モデル以上の水準で推移
- 円安影響は為替ヘッジによって一定程度抑制できている状況

売上総利益率



ドル円レート

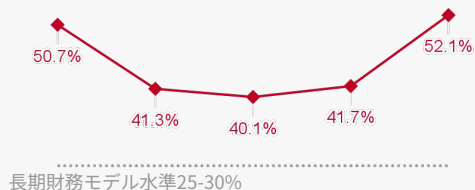


2022/9期 4Q 2023/9期 1Q 2023/9期 2Q 2023/9期 3Q 2023/9期 4Q

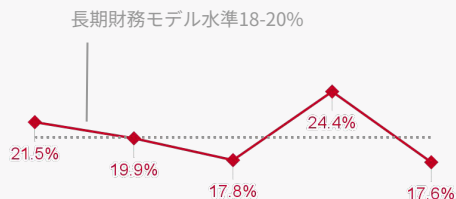
2022/9期 4Q 2023/9期 1Q 2023/9期 2Q 2023/9期 3Q 2023/9期 4Q

販管費は成長投資により増加

- ・ S&M比率が一時的に上昇
- ・ 売上高が年度を通じて計画を上回って推移した事を踏まえ、4Qにマーケティングなど追加の成長投資を実施
- ・ R&D比率は、3Qに計上した一過性の費用がなくなった為、予定通り低下

S&M⁽¹⁾比率

2022/9Q4 2023/9Q1 2023/9Q2 2023/9Q3 2023/9Q4
 プレイド単体 ————— KARTE領域

R&D⁽²⁾比率

2022/9Q4 2023/9Q1 2023/9Q2 2023/9Q3 2023/9Q4
 プレイド単体 ————— KARTE領域

G&A⁽³⁾比率

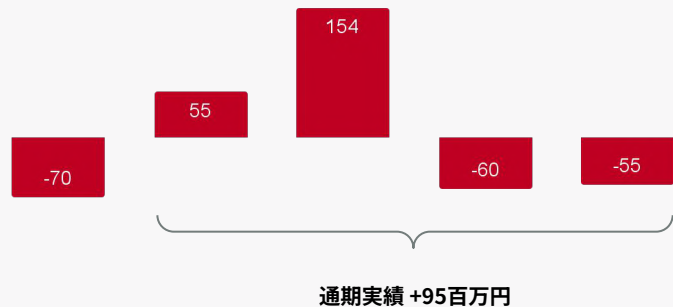
2022/9Q4 2023/9Q1 2023/9Q2 2023/9Q3 2023/9Q4
 プレイド単体 ————— KARTE領域

調整後営業利益⁽¹⁾は年度ベースで黒字転換

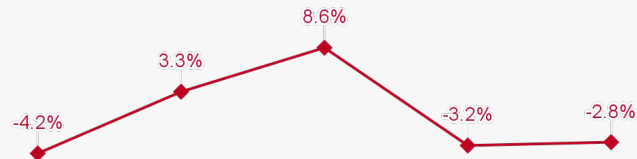
- 好調な売上高推移と適切なコストコントロールにより、通期の調整後営業利益は95百万円と黒字転換を達成

調整後営業利益

百万円



調整後営業利益率



2022/9期 4Q 2023/9期 1Q 2023/9期 2Q 2023/9期 3Q 2023/9期 4Q

2022/9期 4Q 2023/9期 1Q 2023/9期 2Q 2023/9期 3Q 2023/9期 4Q

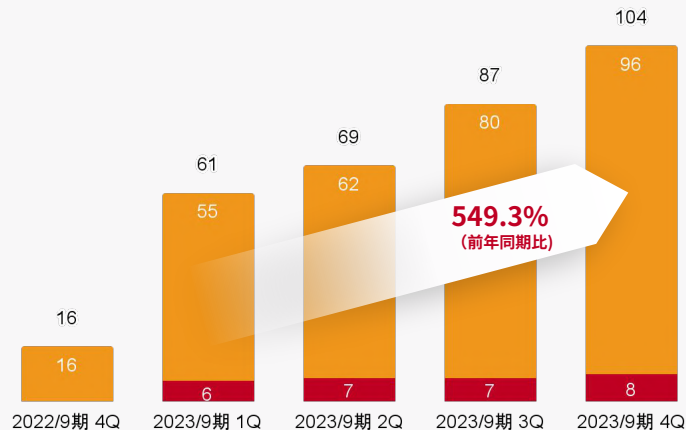
新規領域の売上規模は引き続き拡大

- STUDIO ZEROの強い成長が続いており売上規模が更に拡大

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⁽¹⁾

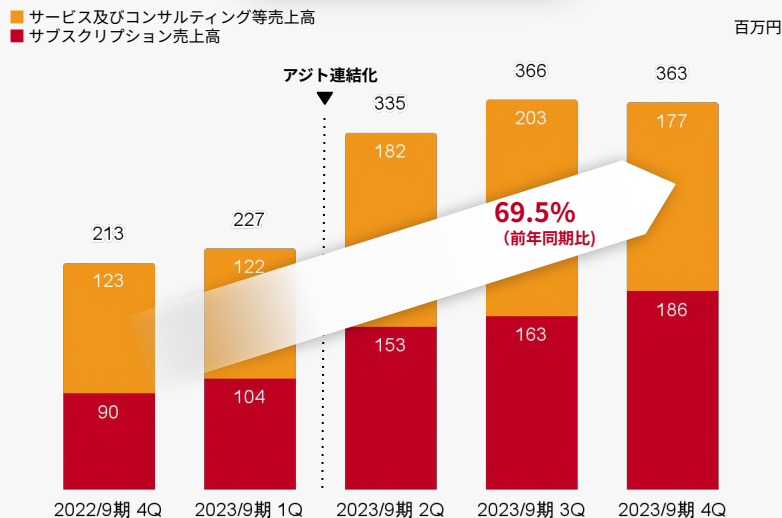
百万円



グループ会社合計売上高も堅調な成長が続く

- ・ サブスクリプション売上、サービス及びコンサル売上ともに前年同期比で大きく拡大
- ・ 尚、前四半期比の売上高は、3Qにエモーションテックの大型コンサル案件があった反動で減少

売上高

調整後営業利益⁽¹⁾

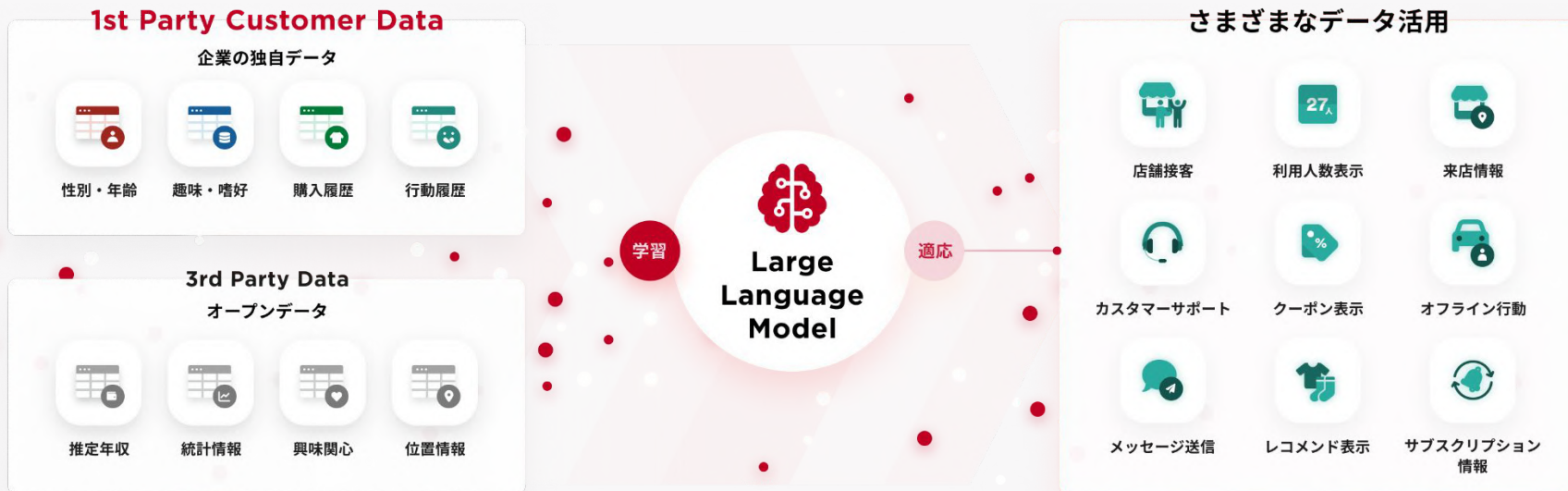
1. 2023年9月期 通期実績
2. 2023年9月期 第4四半期実績
- 3. 中長期成長に向けて**
4. 2024年9月期 通期業績予想
5. Appendix



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



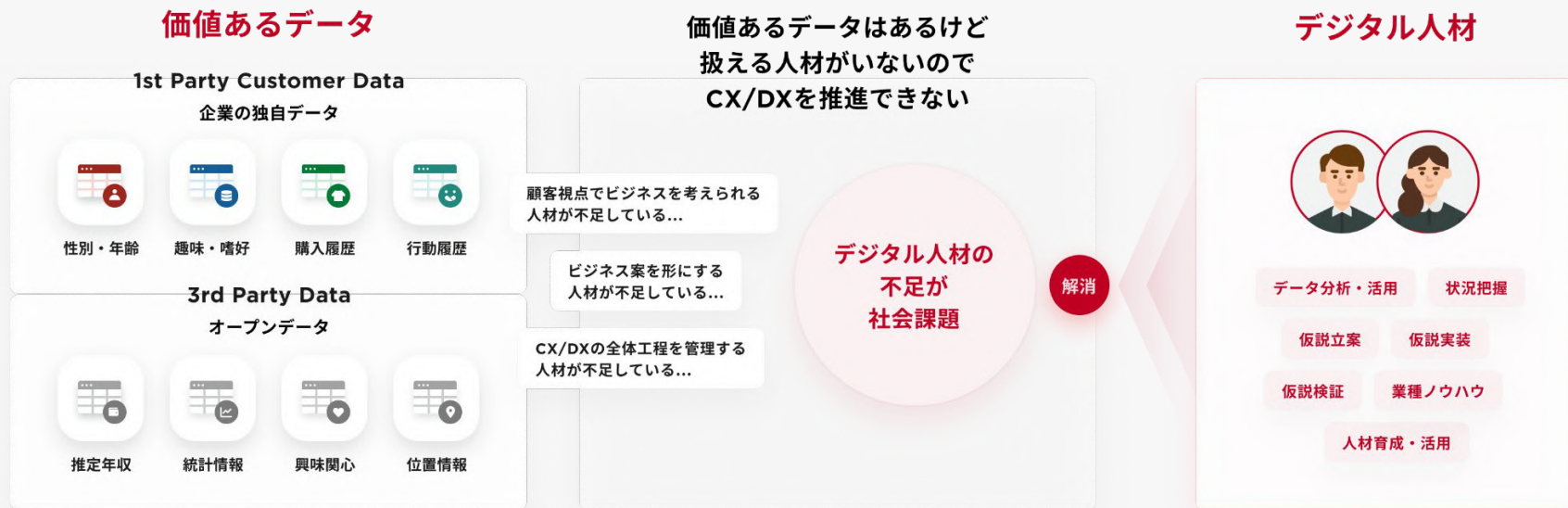
クッキーレス時代の到来

- 2024年後半、デジタル広告の計測などに使われている3rd Party Cookieが完全廃止予定
- AIの進化と相まって、1st Party Customer Dataの活用が企業のデータ戦略の中核に



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

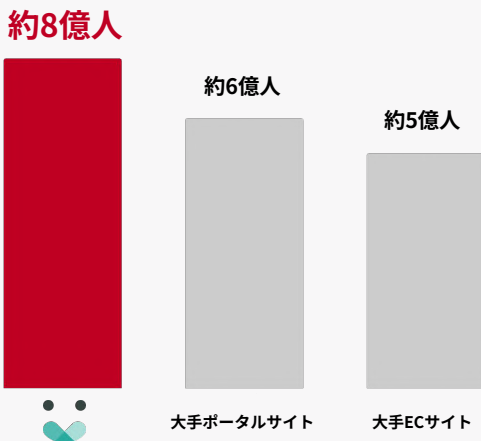
1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- 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⁽¹⁾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⁽⁵⁾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

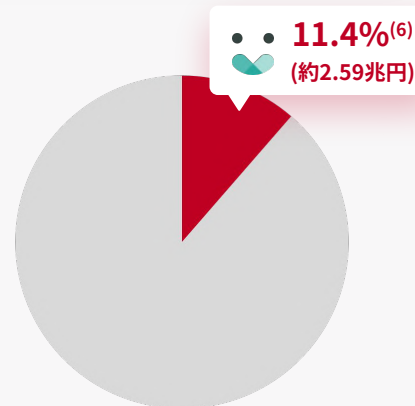
KARTEの解析MAU数⁽²⁾⁽³⁾



国内上位サイトとのMAU数比較⁽⁴⁾



国内EC市場に占める解析GMV割合



(注) 1.Monthly Active Usersの略語。ウェブサイトやネットサービス、スマートフォンアプリなどで、ある1ヶ月の間に1回でも利用や活動のあった利用者の数の合計を指す / 2.KARTEが導入されている全ウェブサイト/アプリの閲覧イベントを対象として集計 / 3. 研究開発目的の解析MAU数を含む / 4. similarweb社のデータに基づき当社作成。比較サイト数値は2023年9月の月間合計訪問者数 / 5. Gross Merchandise Valueの略語 (流通取引総額) / 6. EC領域における解析流通金額。2022年3月~2023年2月末日までの単年実績をBtoC-EC市場規模 (経済産業省「令和4年日本国内電子商取引に関する市場調査」) で除して算出

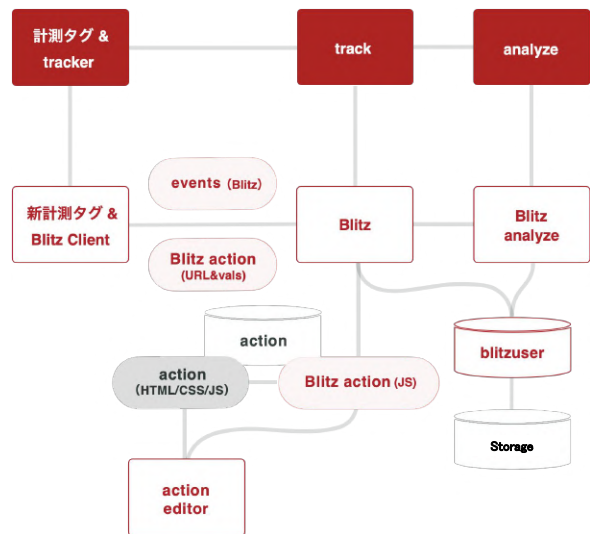
2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ

- 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

The image displays two screenshots from the KARTE analytics platform. The left screenshot shows a user profile for 'vis-2189302382398290' with a 'シルバーランク' (Silver Rank) badge. It features a calendar for May 2021, a 'ライブ動画' (Live Video) timeline, and a '間質 (通常表示)' (Intermittent) section. The right screenshot is titled '検索キーワードランキング作成' (Search Keyword Ranking Creation) and shows a table of search results with columns for 'レコード数' (Record Count) and 'Bytes Processed'. A callout box highlights the values '119,351,254' and '312.3GB'. Below the table, a SQL query is visible, and a context menu is open with options like '新しい列を追加' (Add New Column) and 'この列をキーグループビンギン' (Use this column as key group binning).

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



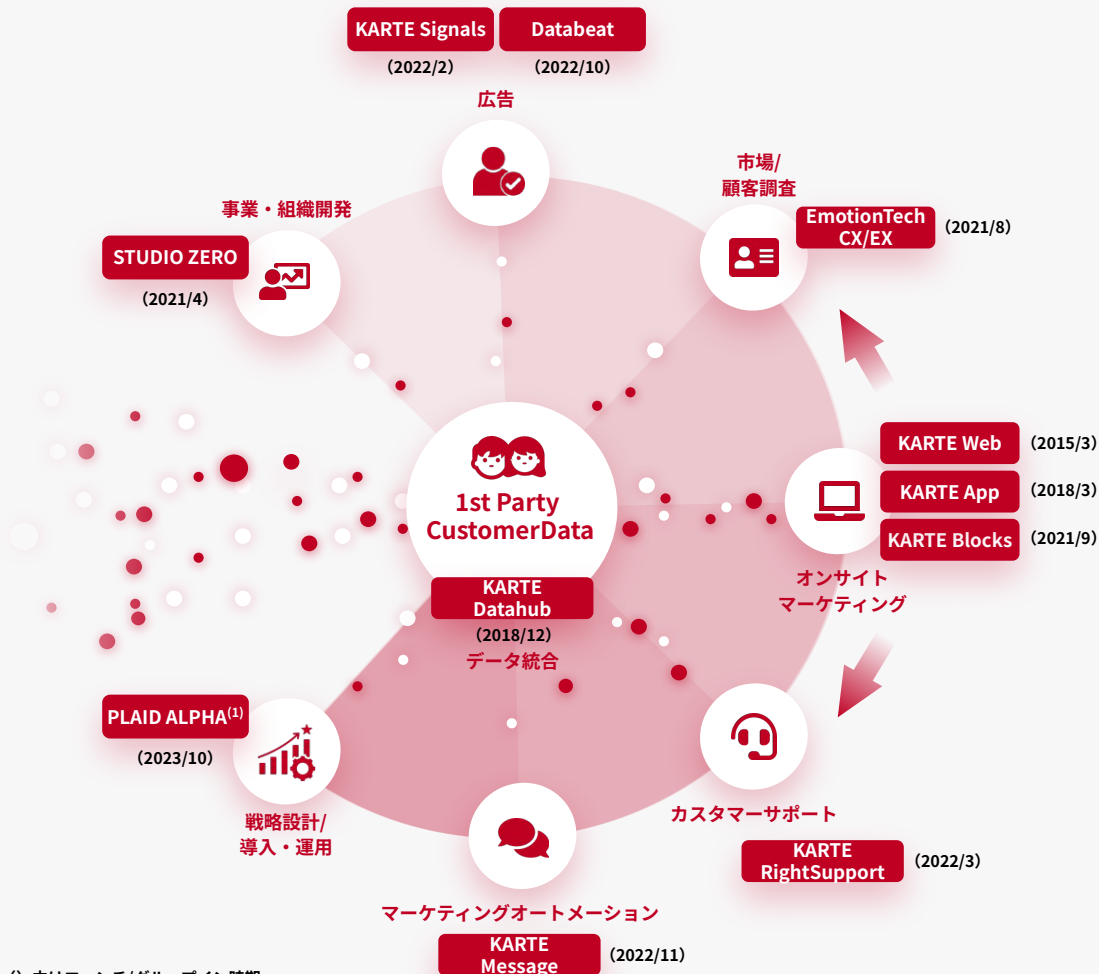
4 高解像度なユーザー理解に基づく企業活動を実現するシームレスなマルチプロダクト群

KARTE Web/Appの提供を通じて、オンサイト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

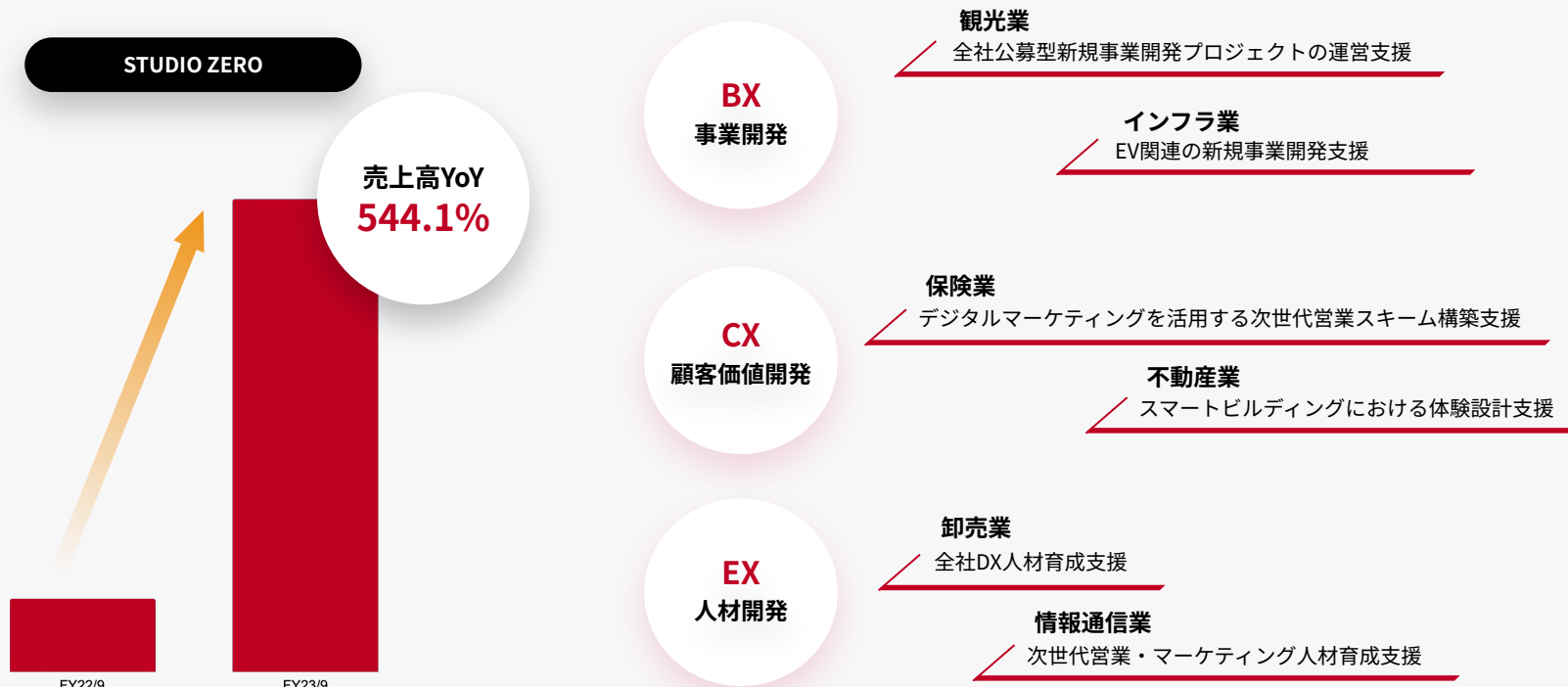
(注) 1. 従来「TEAM」と称して提供していたプロフェッショナルサービスを提供価値を拡大させた上で刷新。名称を「PLAID ALPHA」に変更した上で2024/9期より本格的に事業展開を開始



() 内はローンチ/グループイン時期

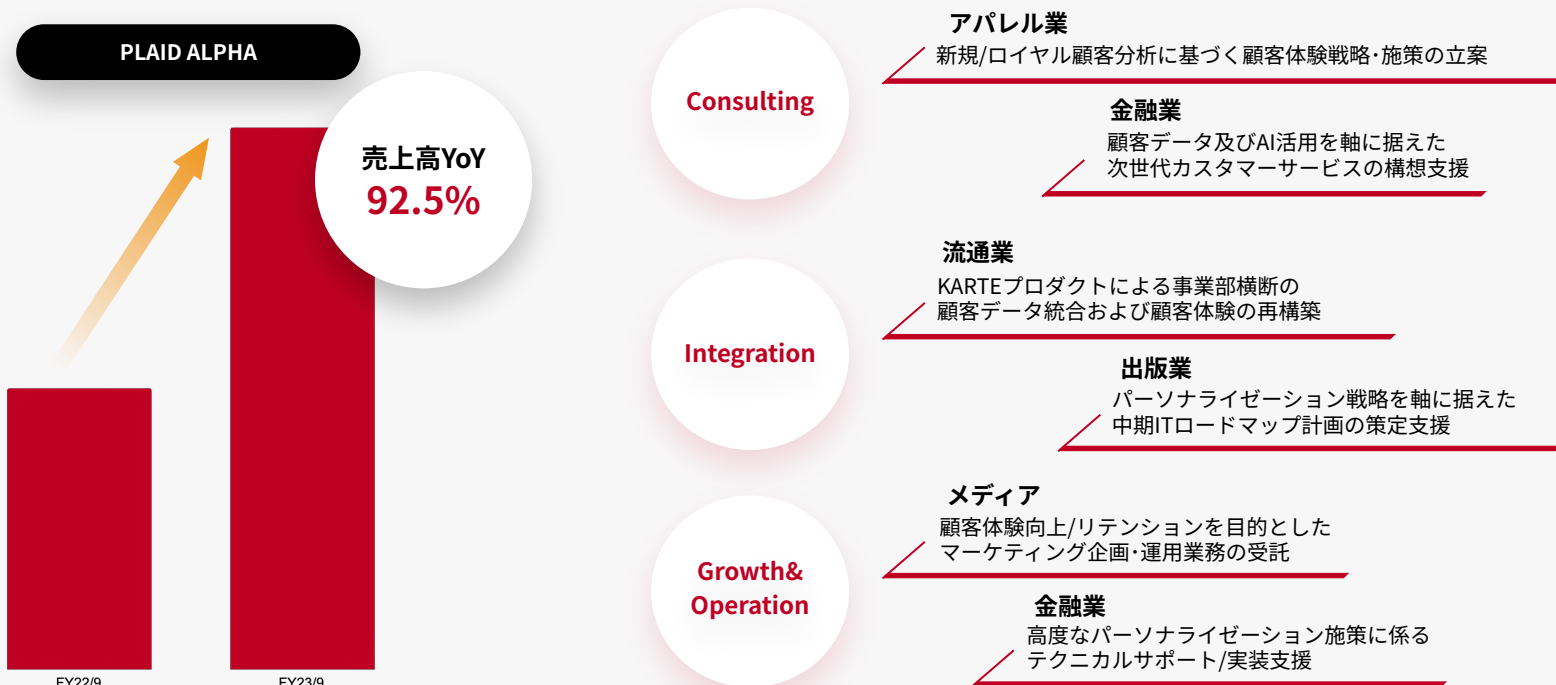
5 企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス (1/2)

- 事業改革や組織変革に関する企業ニーズの高まりを受け、伴走型事業支援を行うSTUDIO ZEROが急成長



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 (2/2)

- 前身サービス「TEAM」のニーズ急拡大（対前年同期比売上が約2倍）を受け2024/9期より提供サービスを拡充、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」事業として本格始動



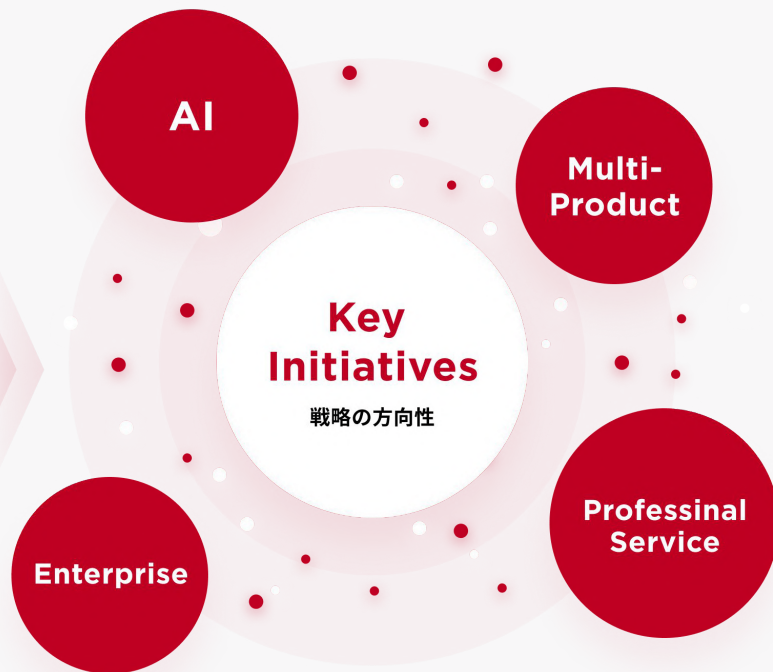
戦略の方向性

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

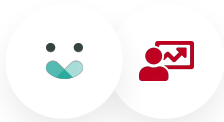
- 1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤
- 2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ
- 3 常に最新のデータ鮮度を保つ独自のリアルタイム解析エンジン
- 4 高解像度なユーザー理解に基づく企業活動を実現するシームレスなマルチプロダクト群
- 5 企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス



「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

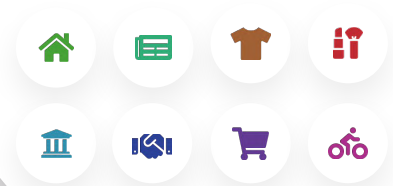
プロダクト×ヒトの ハイブリッドモデル



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



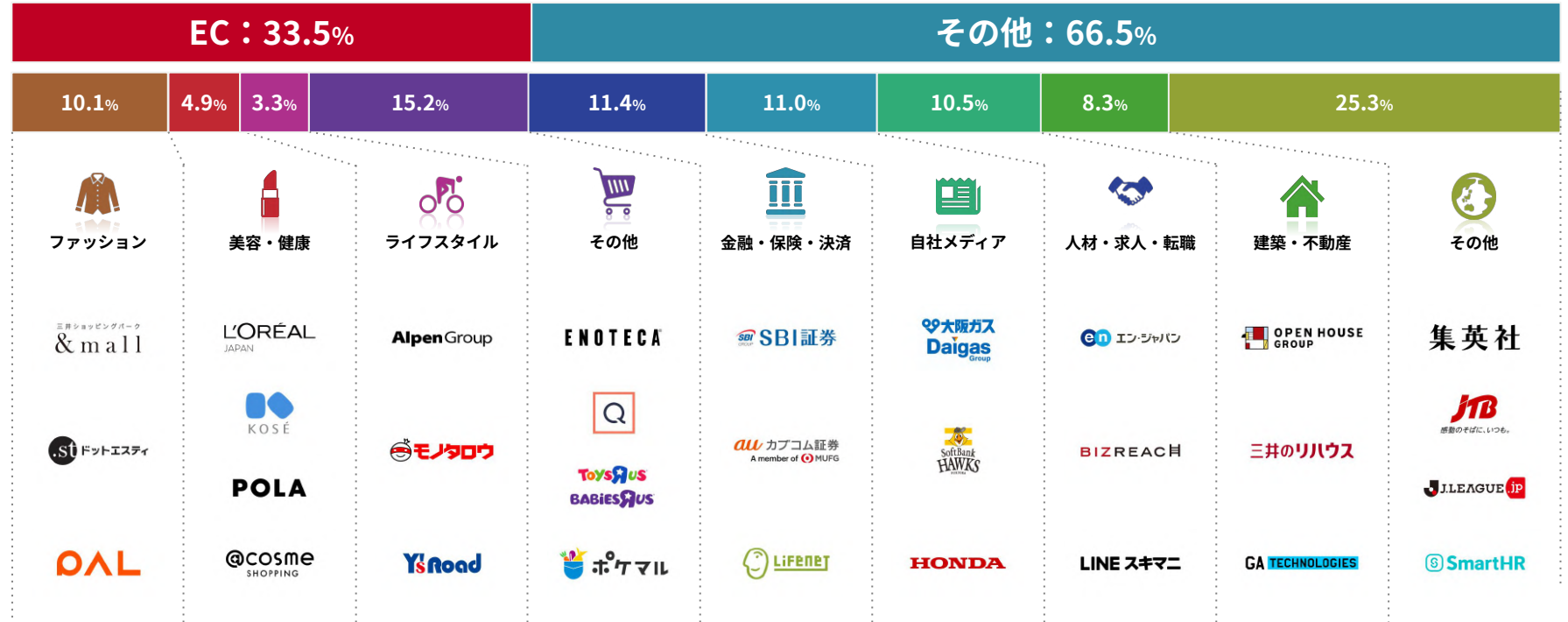
エンタープライズ 企業群



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)⁽¹⁾

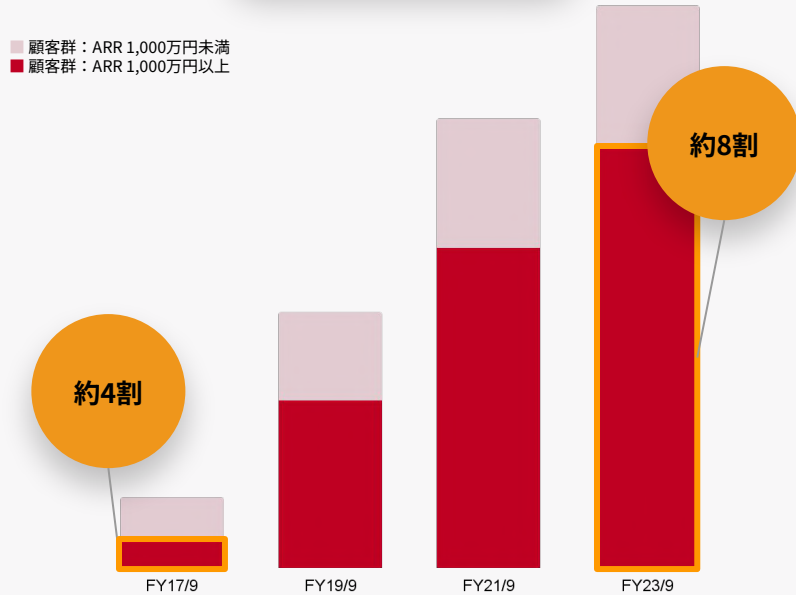
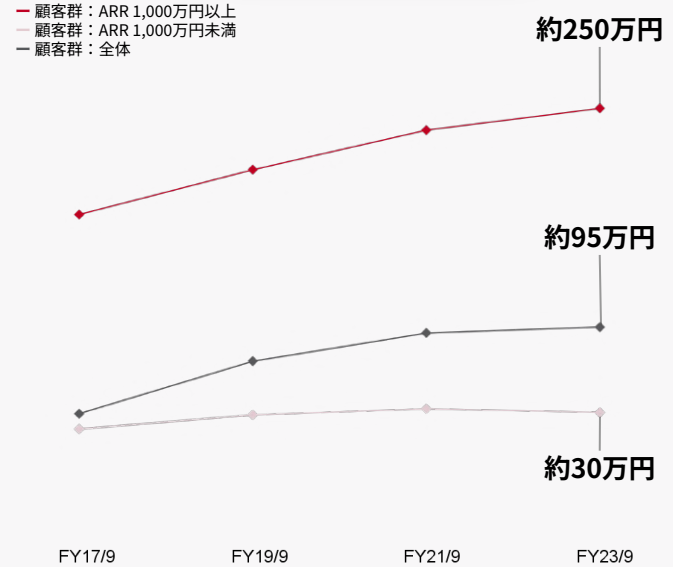
- KARTE提供開始以降、各業界において日本を代表するエンタープライズ企業への導入が着実に進む



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

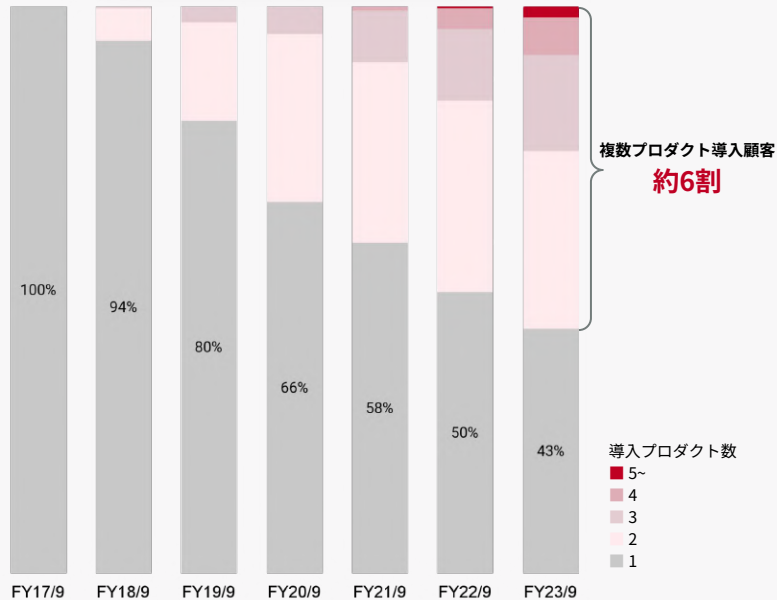
顧客群毎のARR構成比率

顧客群毎のARPC⁽¹⁾

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

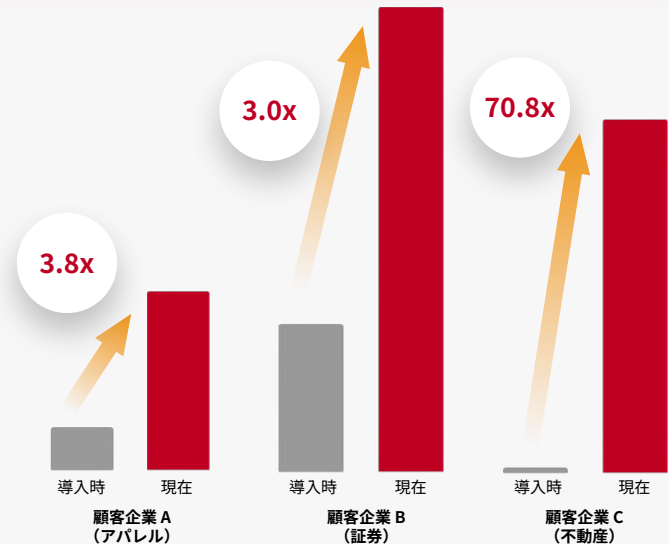
クロスセルによる顧客単価上昇ケース⁽¹⁾

導入プロダクト数

1 → 6

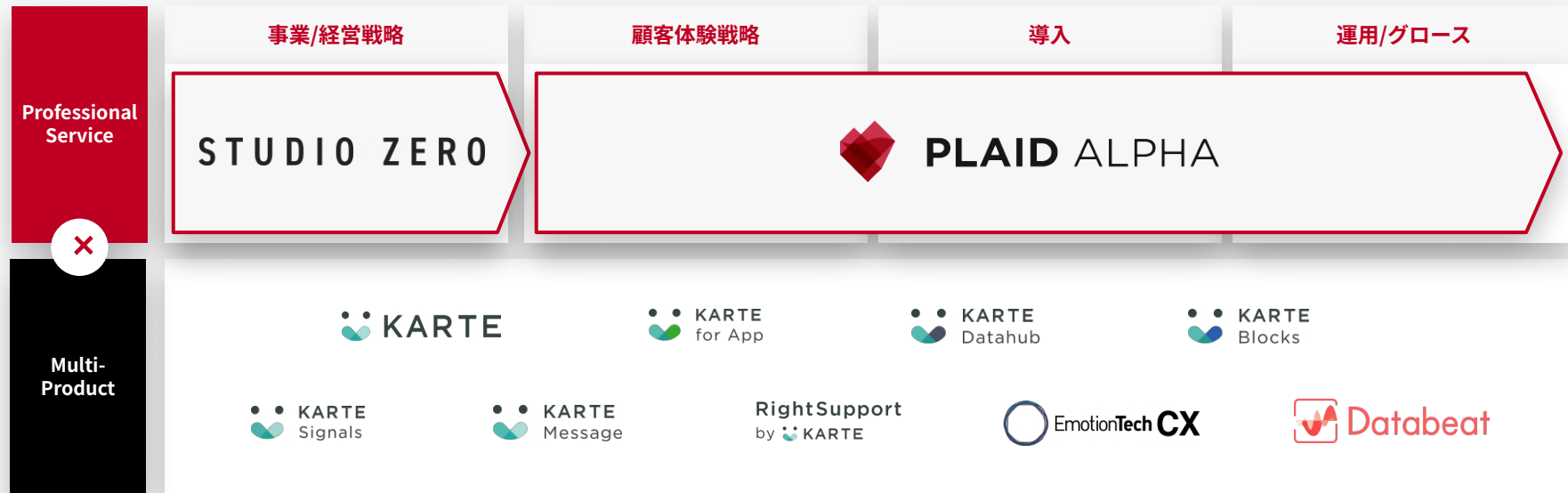
1 → 7

1 → 5



「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

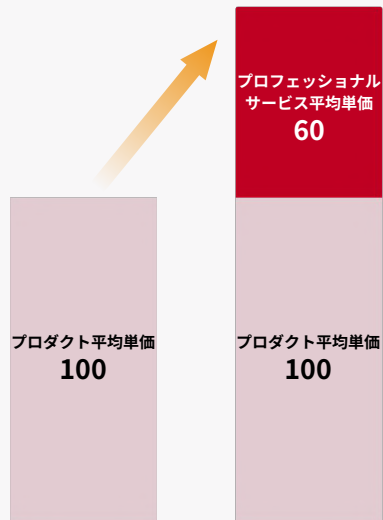
- マルチチャネルのプロダクト群を基盤に顧客課題の上流から下流までワンストップで支援



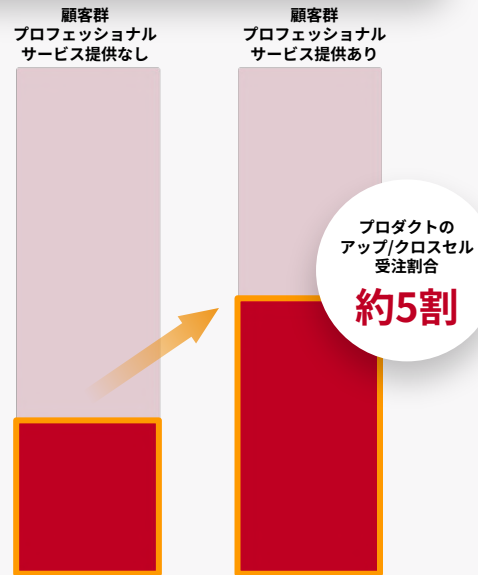
プロフェッショナルサービスが顧客単価合計を大きく引き上げ

- 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⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾



プロダクトのアップ/クロスセル受注割合⁽³⁾⁽⁴⁾



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

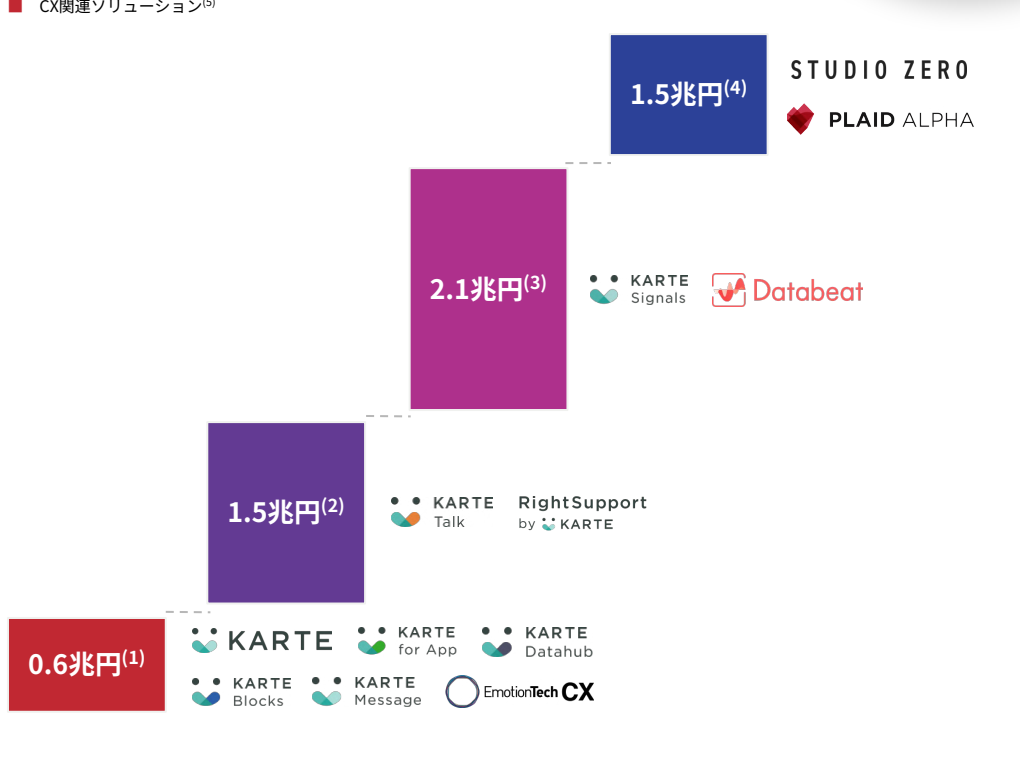
グループ全体の潜在市場規模

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⁽⁶⁾
- 広告
- カスタマーサポート
- CX関連ソリューション⁽⁵⁾



プロダクト/サービスの拡大

1. 2023年9月期 通期実績
2. 2023年9月期 第4四半期実績
3. 中長期成長に向けて
- 4. 2024年9月期 通期業績予想**
5. Appendix



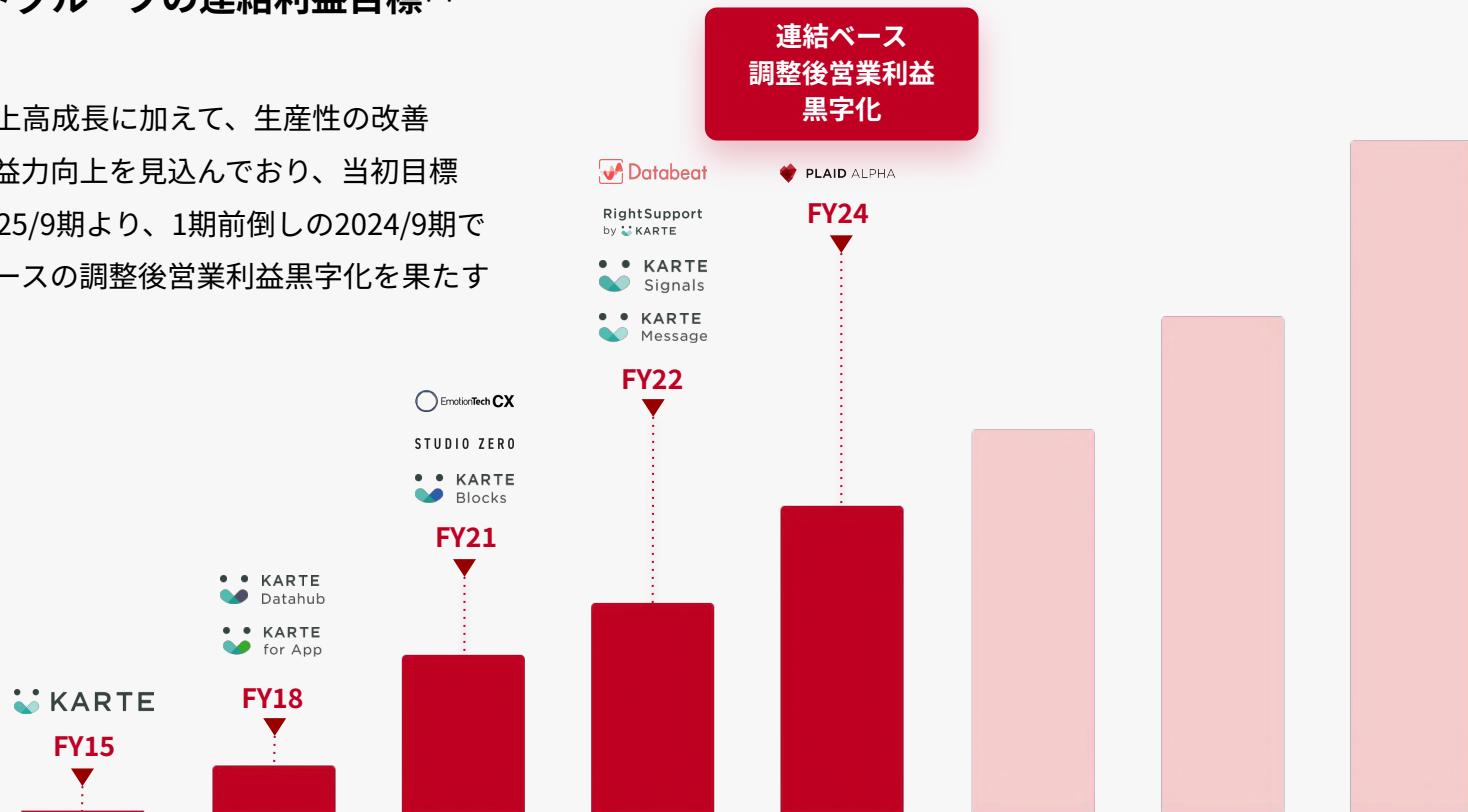
2024年9月期 通期業績予想

- 連結売上高はYoY+23.5%の10,666百万円
- 連結調整後営業利益は、ブレイド単体の収益力増強によって黒字転換を見込む
- 当初目標の2025/9期から1期前倒しで黒字化を予定

(百万円)	2023/9期	2024/9期	
	前期実績	今期予想	増減
売上高			
連結	8,633	10,666	2,032
前年同期比	18.3%	23.5%	+5.2pt
ブレイド単体	7,644	9,126	1,481
前年同期比	16.7%	19.4%	+2.7pt
調整後営業利益			
連結	▲490	14	504
ブレイド単体	▲192	379	571

プレイドグループの連結利益目標⁽¹⁾

更なる売上高成長に加えて、生産性の改善による収益力向上を見込んでおり、当初目標だった2025/9期より、1期前倒しの2024/9期での連結ベースの調整後営業利益黒字化を果たす



Key Takeaways

外部環境

- AIの進化や3rd Party Cookie完全廃止という不可逆なトレンドの中、企業のデータ戦略の中心は必然的に1st Party Customer Dataになっていく
- データ戦略が変化していく中、データを活用するテクノロジー人材、及びその先の収益化を実現できるビジネス人材、その双方が不足しており企業では人材確保に向けたニーズも高まっている

内部環境

- 当社は創業時より一貫して、“マルチチャネル × 1st Party Customer Data × リアルタイム”のプラットフォーム提供に向けて事業を展開
- かかる中で、当社の1st Party Customer Data基盤は国内最大規模まで成長、加えて直近数年でローンチしたプロダクトも各々が高い成長を遂げており、強力なマルチプロダクト群を形成しつつある
- 拡張性が高い当社のプロダクト群とプロフェッショナルサービスは、もとより相乗効果を発揮しやすい性質である上、外部環境も追い風になってきており、エンタープライズ企業群に対する提供価値を飛躍的に高められる好機が到来している

業績

- プレイド単体の収益力増強によって、連結調整後営業黒字時期が当初目標から1期前倒しになる等、グループ全体の収益力が高まっている
- 外部環境と内部環境の接合が望ましい状態になってきており、ビジネス機会を着実に捕捉しながら持続的かつ高い成長を実現していく

1. 2023年9月期 通期実績
2. 2023年9月期 第4四半期実績
3. 中長期成長に向けて
4. 2024年9月期 通期業績予想
5. **Appendix**



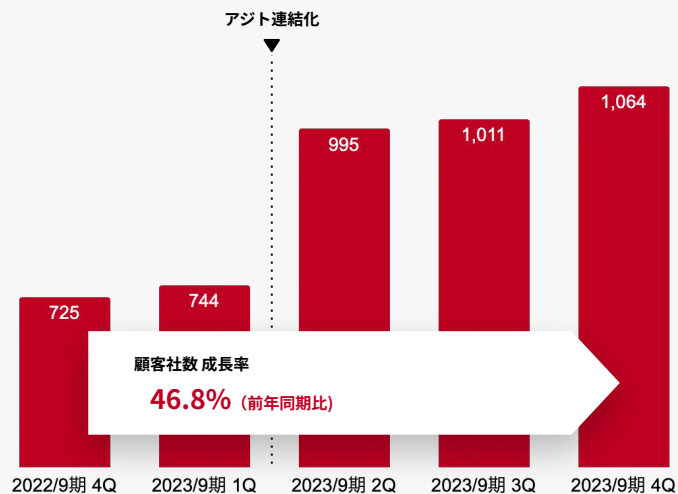
財務情報

売上高の開示区分

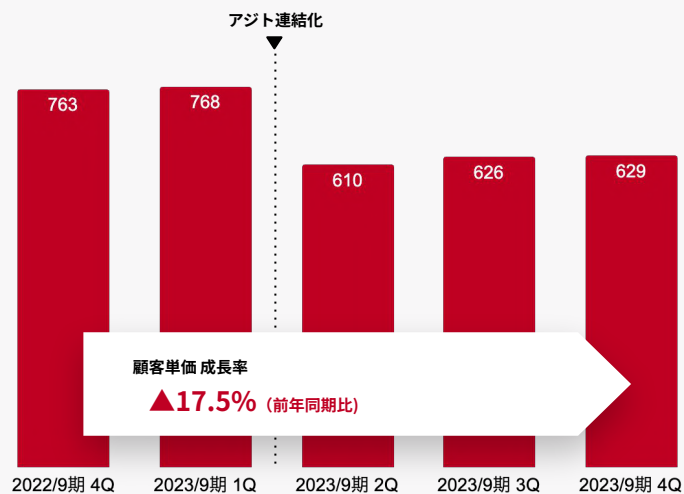
2022/9期	2023/9期	定義
サブスクリプション売上高	サブスクリプション売上高	経常的に得られるプロダクトの月額利用料合計
サービスリカーリング売上高	サービス及び コンサルティング等売上高	経常的に得られるサービスの月額利用料合計
その他		非経常的に得られるサービスに関連する売上高、コンサルティング売上高やプロダクト初期費用など上記に含まれない売上高

顧客社数⁽¹⁾⁽²⁾及び顧客単価⁽³⁾

顧客社数



顧客単価



損益計算書（会計期間）

(百万円)	2023/9期 4Q	2022/9期 4Q	YoY	2023/9期 3Q	QoQ
売上高	2,322	1,876	+23.8%	2,210	+5.1%
サブスクリプション売上高	1,968	1,641	+19.9%	1,879	+4.7%
サービス及びコンサル等売上高	354	234	+50.9%	330	+7.1%
売上総利益 ⁽¹⁾	1,696	1,417	+19.7%	1,535	+10.5%
売上総利益率	73.0%	75.5%	▲2.5pt	69.4%	+3.6pt
販売費及び一般管理費	2,030	1,665	+21.9%	1,873	+8.4%
対売上高比率	87.4%	88.8%	▲1.4pt	84.7%	+2.7pt
人件費	1,007	925	+8.9%	953	+5.6%
対売上高比率	43.4%	49.3%	▲5.9pt	43.1%	+0.2pt
広告宣伝費	188	235	▲19.9%	181	+3.9%
対売上高比率	8.1%	12.6%	▲4.4pt	8.2%	▲0.1pt
その他	833	504	+65.2%	738	+13.0%
対売上高比率	35.9%	26.9%	+9.0pt	33.4%	+2.5pt
営業利益	▲333	▲248	+34.0%	▲338	▲1.4%
営業利益率	▲14.3%	▲13.3%	▲1.1pt	▲15.3%	+0.9pt
調整項目	115	40	+182.4%	109	+6.1%
のれん償却額	48	40	+21.0%	48	▲0.0%
株式報酬費用	67	0	+7731.9%	60	+10.9%
その他一時費用	-	-	-	-	-
調整後営業利益	▲217	▲207	+4.8%	▲229	▲5.0%
調整後営業利益率	▲9.4%	▲11.1%	+1.7pt	▲10.4%	+1.0pt

(注) 1. 受注損失引当金控除前

損益計算書（累計期間）

(百万円)	2023/9期	2022/9期	YoY
売上高	8,633	7,295	+18.3%
サブスクリプション売上高	7,335	6,473	+13.3%
サービス及びコンサル等売上高	1,298	822	+57.9%
売上総利益 ⁽¹⁾	6,236	5,367	+16.2%
売上総利益率	72.2%	73.6%	▲1.3pt
販売費及び一般管理費	7,118	6,249	+13.9%
対売上高比率	82.4%	85.7%	▲3.2pt
人件費	3,778	3,394	+11.3%
対売上高比率	43.8%	46.5%	▲2.8pt
広告宣伝費	633	679	▲6.8%
対売上高比率	7.3%	9.3%	▲2.0pt
その他	2,706	2,175	+24.4%
対売上高比率	31.3%	29.8%	+1.5pt
営業利益	▲881	▲882	-
営業利益率	▲10.2%	▲12.1%	+1.9pt
調整項目	391	163	+138.7%
のれん償却額	185	160	+15.8%
株式報酬費用	205	3	-
その他一時費用	-	-	-
調整後営業利益	▲490	▲718	-
調整後営業利益率	▲5.7%	▲9.9%	+4.2pt

(注) 1.受注損失引当金控除前

貸借対照表(1)

(百万円)	2020/9期	2021/9期	2022/9期	2023/9期
流動資産合計	2,642	4,956	5,148	5,300
現金及び預金	2,091	4,172	4,240	3,827
受取手形及び売掛金	475	645	710	980
その他	75	138	197	492
固定資産合計	426	2,027	1,942	918
流動負債合計	1,084	1,640	1,881	2,461
固定負債合計	380	390	1,139	1,009
純資産合計	1,604	4,953	4,070	2,748

(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

キャッシュ・フロー内訳(1)

(百万円)	2020/9期	2021/9期	2022/9期	2023/9期
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲1,012	410	▲809	▲325
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲167	▲1,330	▲135	▲89
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,897	2,999	1,012	0
現金及び現金同等物の増減額	717	2,080	68	▲413
現金及び現金同等物の期末残高	2,091	4,172	4,240	3,827

(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

長期財務モデル⁽¹⁾⁽²⁾ (KARTE領域)

	2020/9期	2021/9期	2022/9期	2023/9期	長期財務 モデル
売上総利益率	71.2%	73.3%	74.8%	75.9%	75-80%
S&M	61.0%	41.6%	49.0%	44.2%	25-30%
R&D	23.7%	18.7%	22.2%	19.7%	18-20%
G&A	13.4%	9.8%	10.3%	11.6%	8-10%
営業利益率	▲26.9%	3.1%	▲6.6%	0.4%	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证するものではありません。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） 389名（2023年9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"> 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 	
	新規領域	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
RT ⁽¹⁾ /ET ⁽²⁾ /アジト	グループ各社	<ul style="list-style-type: none"> 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 	

各領域が中期的に目指す状態と足許のフォーカス

領域		中期的に目指す状態	足許のフォーカス
ブレイド	KARTE領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロダクトやデリバリー力の進化により、企業のCX向上を支援する強固なプラットフォームが形成されている ・ グループ全体の成長を牽引するコア領域として、高い生産性を生み出している 	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロダクトの磨き込みや新規開発 ・ Marketing/Sales/Customer Successのオペレーション改革及び人員増強によるデリバリー力強化 ・ 各種制度設計など生産性向上に向けた仕組み構築
	新規領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ CXに限らず、ユーザー視点のDX⁽¹⁾やEX⁽²⁾向上支援に関する豊富な実績を有し、各業界において高いプレゼンスが確立されている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ API提供の強化や、Technology/Integration/ Businessパートナーとの共創による事例積み上げ ・ STUDIO ZEROは業界横断的にコンサルティングサービスを提供中
RT/ET/ アジト	グループ各社	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各社が業界において高いプレゼンスを確立し、且つブレイドのプロダクトとの更なる融合により、プラットフォームの有力なチャネルとして機能している 	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロダクトの磨き込みや新規開発、人員増強を通じた市場開拓

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	RightSupport 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 ^{®(1)} 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

(注) 1. ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、NPS、そしてNPS関連で使用されている顔文字は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標又はサービスマーク

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

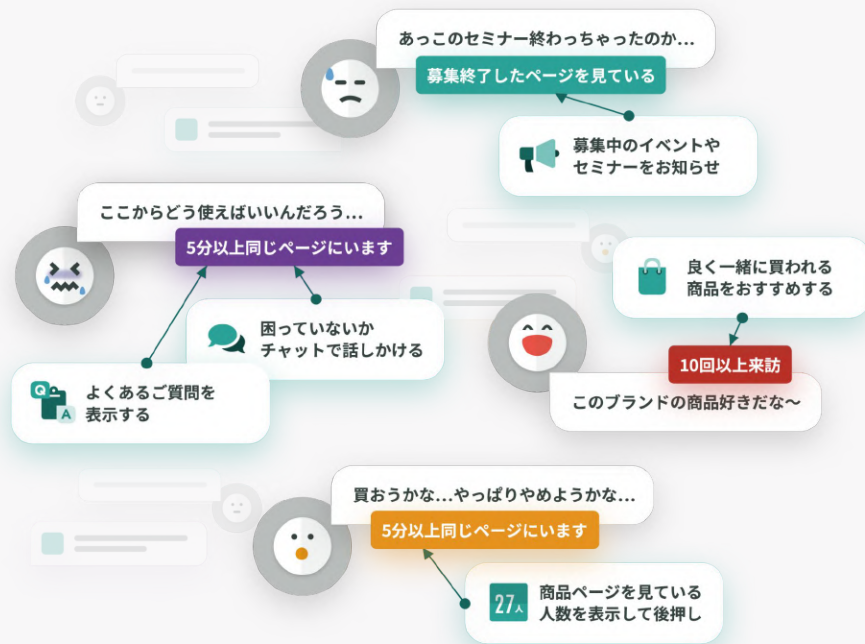
- ・ 検証することが可能



特徴2

リアルタイム解析基盤

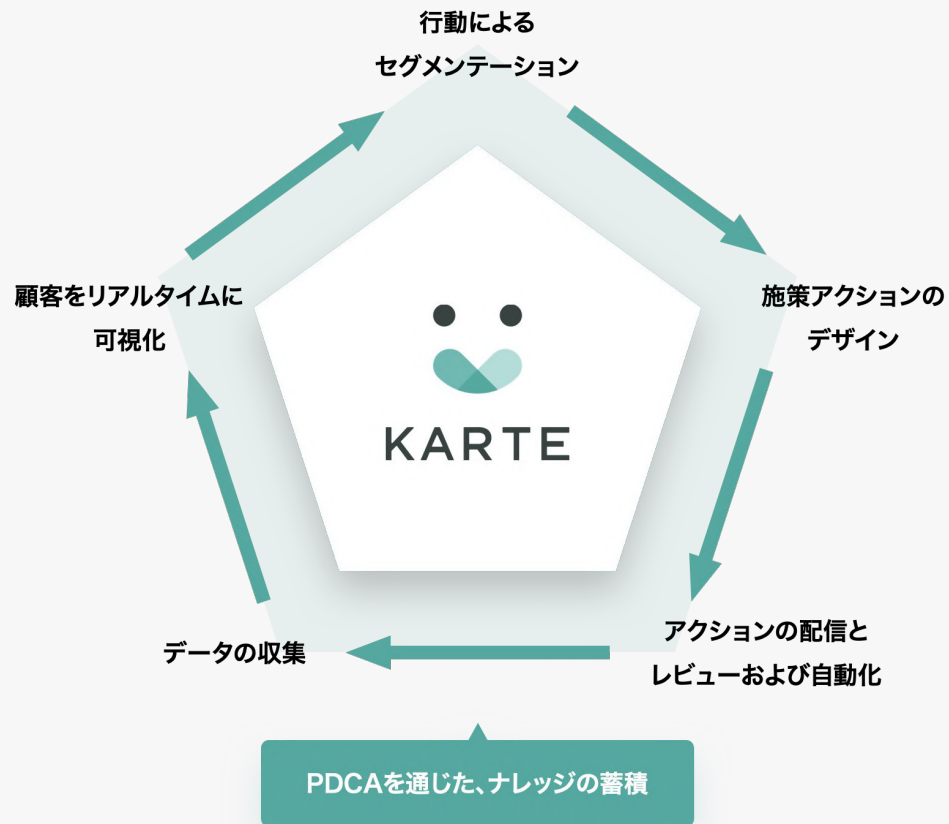
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



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

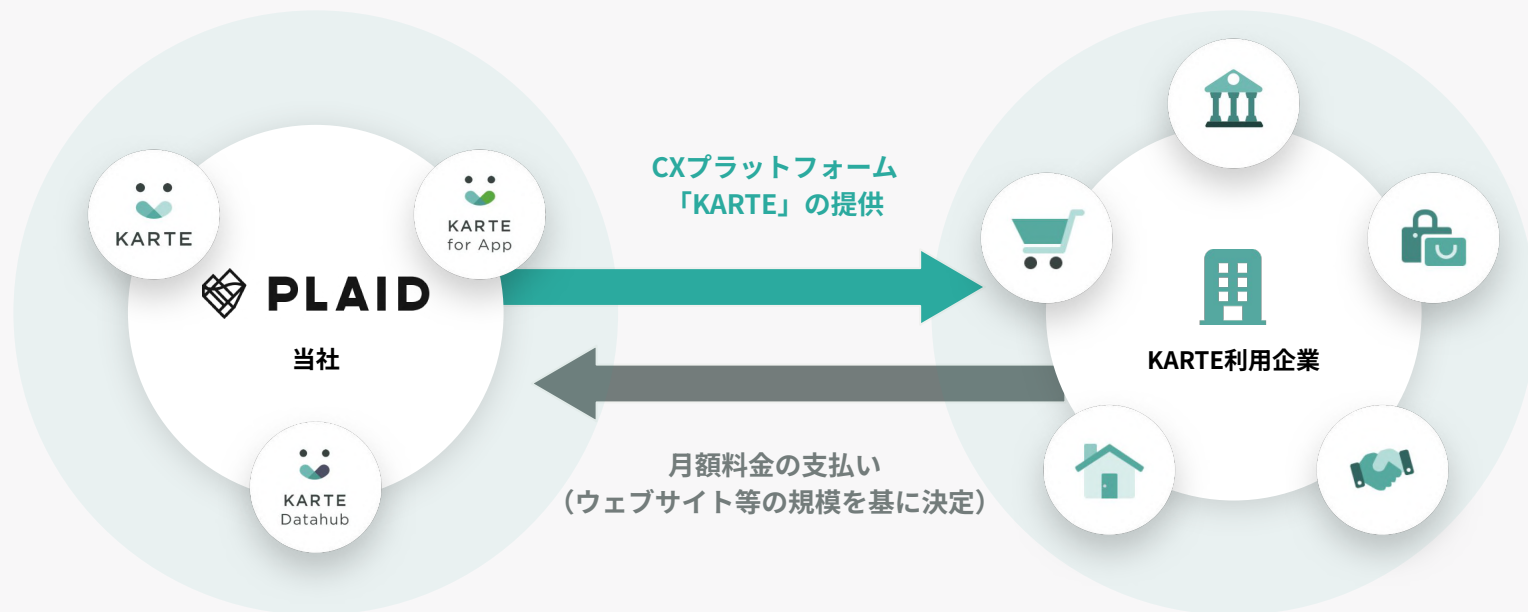


KARTEの独自性 (オンサイトマーケティング領域における比較)

		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 ⁽¹⁾ /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

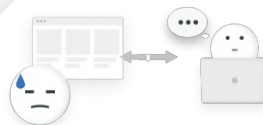


ウェブサイトが複雑化し、
必要な情報にたどり着きづらく
なっている



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

事業遂行上の主要なリスク⁽¹⁾ - 1

	主要なリスクの概要	主要なリスクへの対応策
CX(顧客体験)及びデジタルマーケティングの市場について	<ul style="list-style-type: none"> ・市場の成長及び需要が当社の見込みを下回るリスク ・ターゲットとする市場規模が当社の見込みを下回るリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・CX(顧客体験)及びデジタルマーケティングの市場動向に関する継続的な情報収集 ・CX(顧客体験)やデジタルマーケティングに関するサービスの認知度向上のための事業拡大、積極的なマーケティング活動の実施
市場における競争及び「KARTE」ブランドの確立と維持について	<ul style="list-style-type: none"> ・類似サービスが開発され、それらが安価で又は無料で提供される等競合環境が激化するリスク ・競争環境の激化その他の要因により「KARTE」ブランドの確立及び維持を想定通りに出来ないリスク ・海外市場など競合環境等の異なる新たな市場への展開が想定通りに進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存サービスの機能強化や新機能開発等及び権利保全のための特許取得等を通じた付加価値の向上 ・ブランドの確立及び維持のためのマーケティング活動をはじめとした施策の実施 ・事業リスク等を慎重に検討し、実行の判断を行うための綿密な市場調査の実施
インターネットアクセスについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワーク事業者によるサービスの内容や価格の変更等による、サービスの制限及び費用が増加するリスク ・インターネットの利用者数、利用頻度、データ送信量の増加によってインターネットに障害等が発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスの定期的バックアップ、稼働状況の常時監視等によりトラブルの事前防止又は回避に努めております。
当社サービスの競争力(取引先の支持及び技術革新)について	<ul style="list-style-type: none"> ・当社サービスの競争力が減退するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・当社サービスが解約に至った理由のヒアリングや傾向分析等の結果を参考にした開発活動の実施
取引先の獲得・維持及び販売拡大について	<ul style="list-style-type: none"> ・新規取引先の獲得や既存取引先の維持、販売の拡大想定通りに進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先の獲得・維持及び販売拡大に大きく影響する事業計画及び経営戦略の達成状況や営業 ・マーケティングの活動状況について、KPIの設定とそのモニタリング体制の継続的な強化

(注) 1.本記載は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、主なリスクを要約して掲載しているものです。その詳細については、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。また、前回の事業計画及び成長可能性資料(2022年12月開示)に記載した「新型コロナウイルス感染症拡大の影響について」は、新型コロナウイルス感染症が「5類感染症」に移行したことから重要性が低下したと判断し、また「当社の限られた事業の歴史と事業規模の拡大について」は、事業体制の構築、販売・マーケティング等における実績や知見の蓄積が一定程度進捗したことから重要性が低下したと判断し、記載していません。

事業遂行上の主要なリスク - 2

主要なリスクの概要		主要なリスクへの対応策
当社の価格決定モデル及びコストについて	<ul style="list-style-type: none"> ・価格決定モデルの特性により、売上総利益率が悪化するリスク ・価格決定モデルの改定が適時適切に行われないリスク ・新たなサービスの導入や既存サービスの強化等が計画どおりに進まない又は開発に係る人件費等の投資の回収が想定どおりに進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・価格決定モデル、利用料金の定期的な見直し及びコストの分析の継続的な実施 ・事業及び開発の進捗や計画との差異状況を適時適切に把握の上、投資判断を行うことに努める
不正アクセスと情報流出について	<ul style="list-style-type: none"> ・当社が保有する情報が流出するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・「ISO/IEC 27017:2015」に基づくISMSクラウドセキュリティ認証の取得 ・情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) の国際規格である「ISO/IEC 27001」の認証の取得 ・セキュリティインシデントの事例等を通じた情報セキュリティ対策の強化 ・クラウドサービスの提供元における情報セキュリティ対策のモニタリング
当社プラットフォームのパフォーマンス及び第三者のデータセンターについて	<ul style="list-style-type: none"> ・種々の要因によりシステム障害が発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスの冗長化及びセキュリティ対策の実施 ・クラウドサービスの提供元を含めた当社プラットフォームの稼働状況の常時監視
当社の事業パートナーとの関係について	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナーシップが当社の想定どおりにCXプラットフォームの構築に寄与しないリスク ・パートナーとの関係が悪化するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・各パートナーシップをさらに深化させ、実効的なアライアンスを推進する人材の確保など、適切なリソース配置に努める
知的財産権について	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスに関する知的財産権を取得できず、競合他社が類似サービスを提供することで、事業及び業績に影響を生じるリスク ・サービスが第三者の知的財産権を侵害することで、損害賠償請求を受け、またサービスが継続できなくなるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・競合他社の技術動向の分析と知的財産権の調査を拡充し、適時適切な範囲での知的財産権の早期獲得を戦略的に推進

事業遂行上の主要なリスク - 3

	主要なリスクの概要	主要なリスクへの対応策
プライバシー、個人情報保護、情報セキュリティに係る規制その他の規制について	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報の流出、喪失等によるリスク ・法令等による規制強化、安全管理措置のコストの増加によりサービスが制限されるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティフレームワークによる審査や関連情報のアップデート、最新のインシデント事例等を通じた情報セキュリティ対策の継続強化 ・法令や技術革新の動向による事業活動の影響の早期把握、及び体制強化
当社経営陣及び従業員について	<ul style="list-style-type: none"> ・経営陣及び従業員人材が不足し、事業及び業績に影響を与えるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画に基づく計画的な採用や事業機会の創出による知見の向上や教育の推進 ・多様な人材を確保するため、ビジョンの一層の浸透、及びフレックスタイム、在宅勤務等の働きやすい環境整備の推進
内部管理体制について	<ul style="list-style-type: none"> ・急速な事業展開及び会社規模の拡大に内部管理体制の整備が追いつかず、業務運営に支障をきたすリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業環境の変化や法改正等の動向の早期把握、外部専門家の有効活用及び採用強化等により効率的な体制強化を実施
自然災害等について	<ul style="list-style-type: none"> ・自然災害等によりインターネットや第三者が提供するクラウドサーバー等が被災するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業環境の変化や最新の災害事例を踏まえた事業継続計画の適時の見直しによるその実効性の確保

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