



# 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） | 2024年12月

## 本資料の取り扱いについて

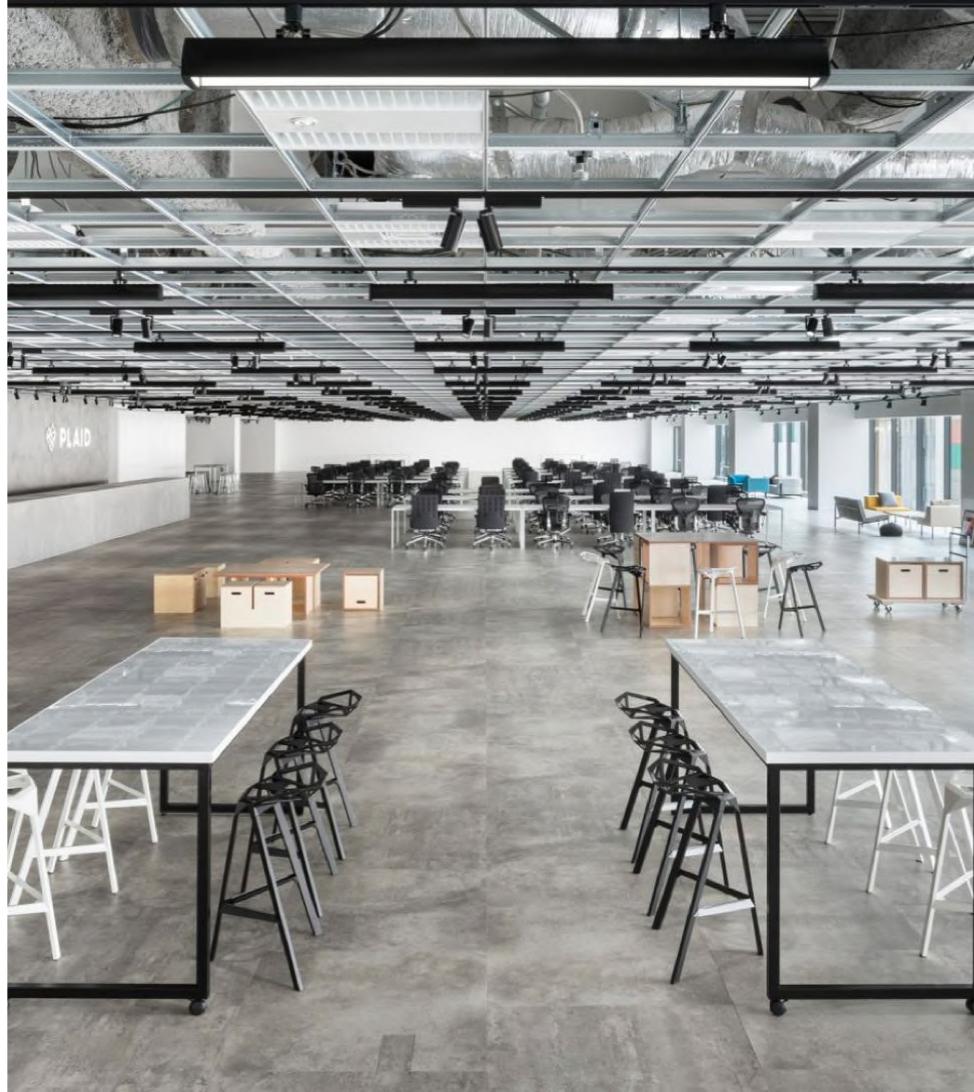
本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものになりません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください

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. **2024年9月期 通期実績**
2. 2024年9月期 第4四半期実績
3. 2025年9月期 通期業績予想
4. 成長戦略
5. Key takeaways
6. Appendix



## 通期実績サマリー

- 2024/9通期の連結売上高は10,992百万円（YoY+27.3%）、連結調整後営業利益<sup>(1)</sup>は513百万円で着地
- プレイド単体が全体を牽引し、期初計画および5月修正計画から大きく上回った
- 尚、9月修正計画は僅かに下回って着地したが、コンサル案件の売上計上タイミングの月ズレ等によるものであり、良好な事業状態は2025/9期以降も継続する見通し

百万円		2023/9期	2024/9期					
		実績	期初計画	5月修正計画	9月修正計画	実績	前年同期比	
売上高	連結	8,633	10,666	10,809	11,012	10,992	+27.3%	
	プレイド単体	7,644	9,126	9,589	9,847	9,825	+28.5%	
	グループ会社	1,293	1,863	1,809	1,652	1,654	+27.9%	
	連結調整額	-304	-323	-588	-486	-487	-	
調整後営業利益	連結	-490	14	273	574	513	-	
	プレイド単体	-192	379	657	1,046	975	-	
	グループ会社	-333	-441	-431	-527	-517	-	
	連結調整額	35	77	47	55	55	-	

1. 2024年9月期 通期実績
2. **2024年9月期 第4四半期実績**
3. 2025年9月期 通期業績予想
4. 成長戦略
5. Key takeaways
6. Appendix



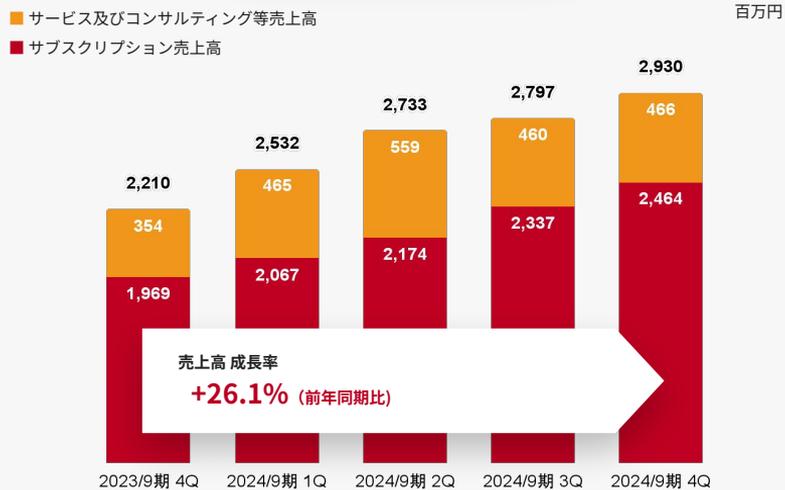
連結

2024年9月期 第4四半期実績

## 売上高/ARR<sup>(1)</sup>ともに堅調に推移

- サブスクリプション売上高は良好な成長が続いており、ARRは100億円を突破
- サービス及びコンサル等売上高も年度を通して着実に規模を拡大

連結売上高



連結ARR



## 売上総利益率<sup>(1)</sup>は安定的に推移

- 4Qの売上総利益率は73.1%
- 連結売上高の大半を占めるKARTE領域の売上総利益率は76.4%と引き続き良好な水準で推移

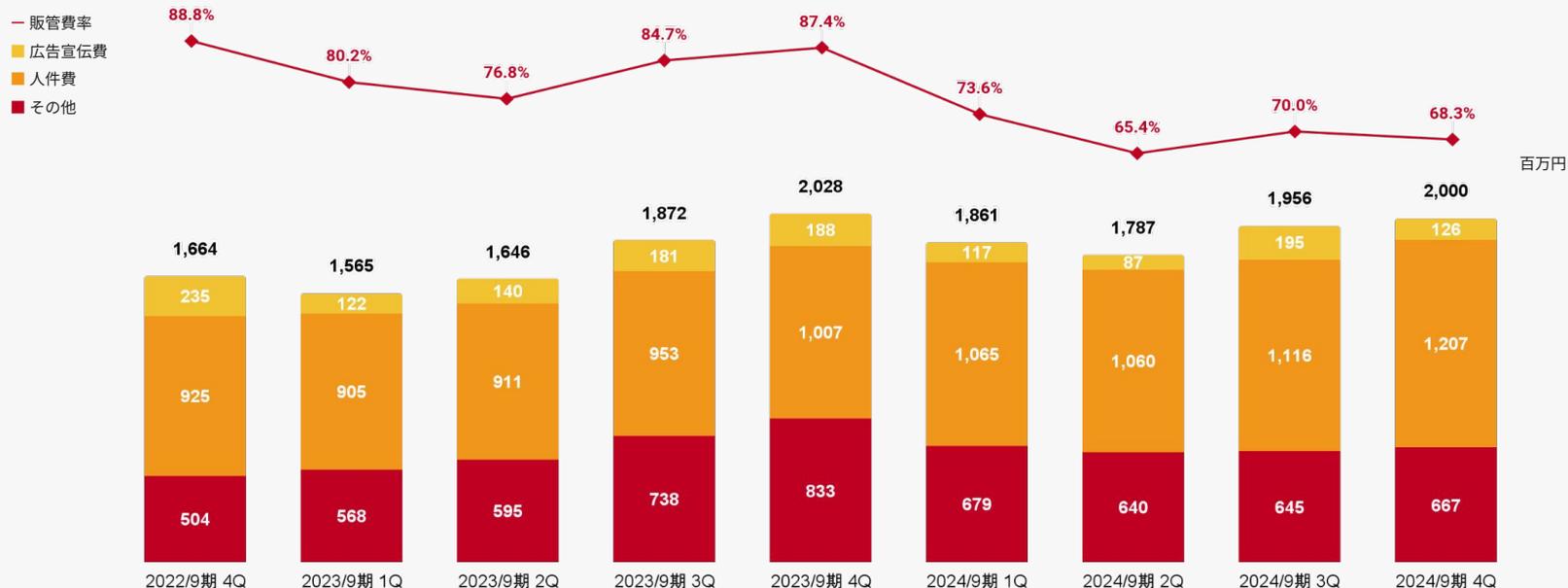
売上総利益率\_連結

売上総利益率\_KARTE領域<sup>(2)</sup>

2024年9月期 第4四半期実績

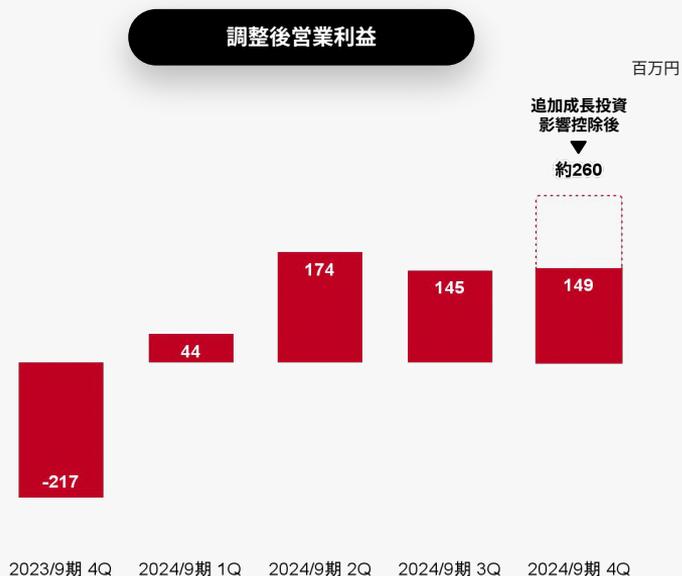
## 販管費は適切なコントロールが続く

- ・ プレイド単体において、賞与支給のほか、採用や育成強化に向けた追加成長投資を4Qに実行
- ・ 引き続き、効率的な投資による生産性向上を図っていく



## 収益力は着実に向上

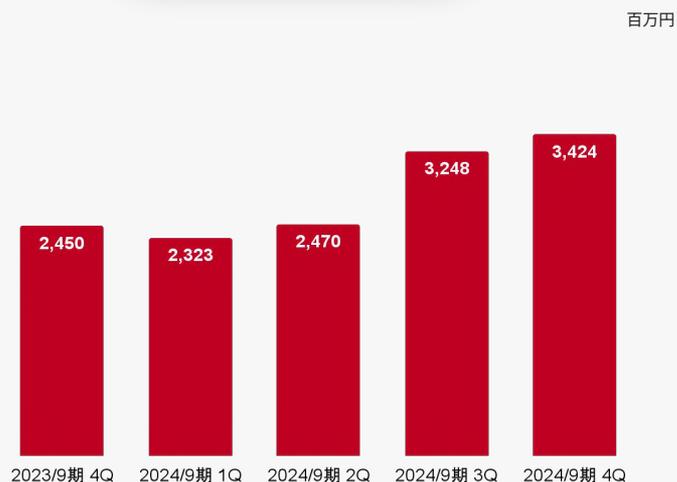
- 4Qの調整後営業利益<sup>(1)</sup>は、追加成長投資に伴う費用計上によって3Q比で横ばいで着地
- 追加成長投資の影響を控除した調整後営業利益は約260百万円であり、収益力は着実に向上している



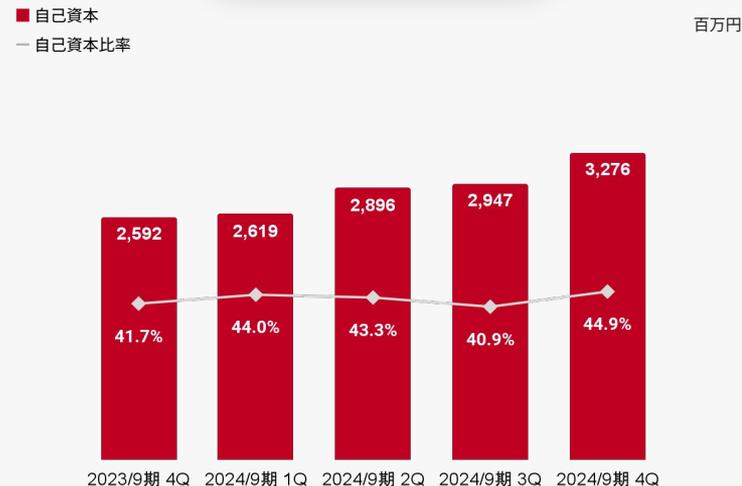
## 現預金水準は引き続き良好、自己資本比率も安全水準を維持

- ・ 収益力向上に伴い、ネットキャッシュ・自己資本は安定的に増加していく見込

### ネットキャッシュ



### 自己資本



# プレイド単体 / グループ会社

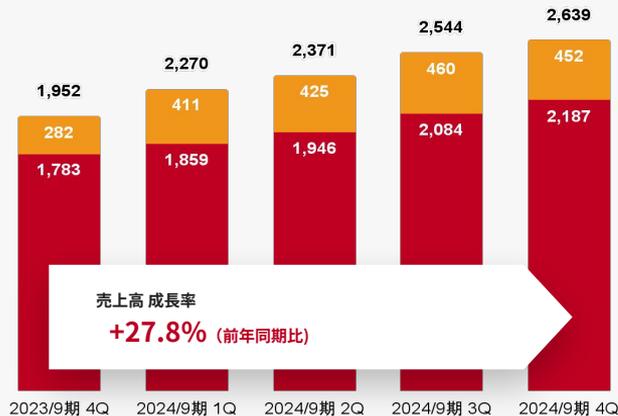
## 売上高/ARR<sup>(1)</sup>ともに堅調に推移

- 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成長が続く
- ARR成長率も加速している（1Q: +17.7% → 2Q: +19.3% → 3Q: +21.7% → 4Q: +22.7%）

### 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



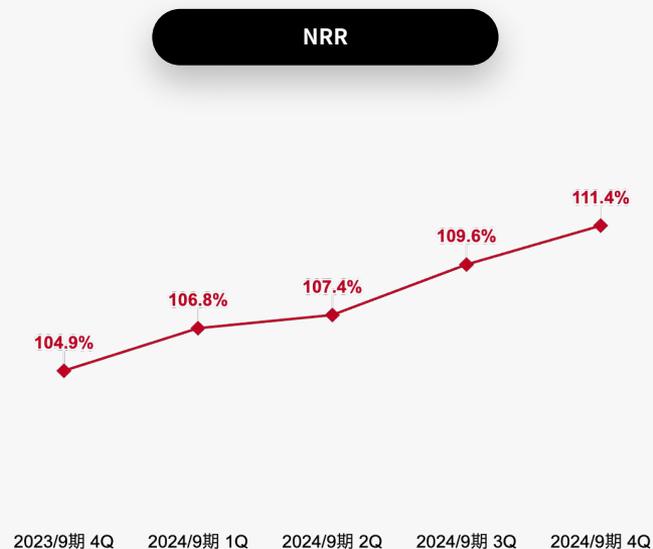
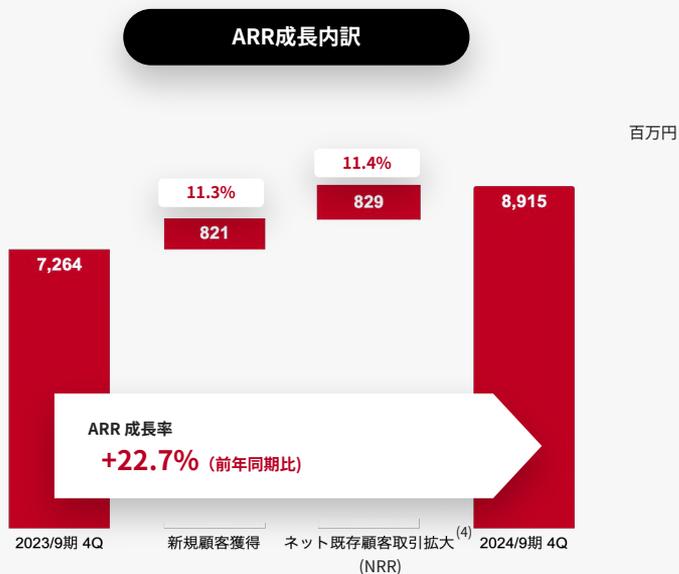
### ARR

百万円



ARR<sup>(1)</sup>成長率の要因分析

- 4Q末のNRR<sup>(2)(3)</sup>は111.4%
- 顧客継続率の安定とアップセル/クロスセルの進捗により、NRRは良好な水準で推移

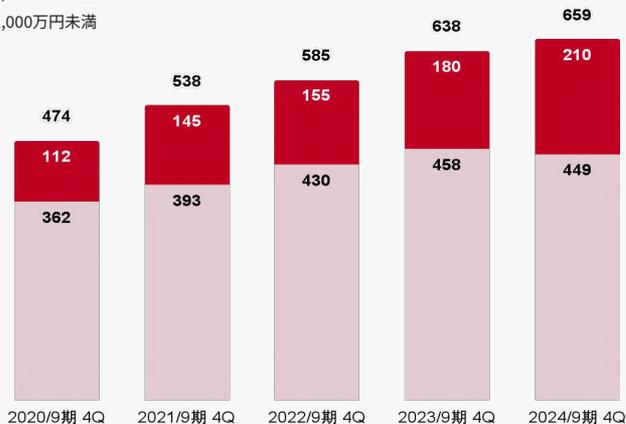


## 顧客社数<sup>(1)</sup>及び顧客単価<sup>(2)</sup>

- 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

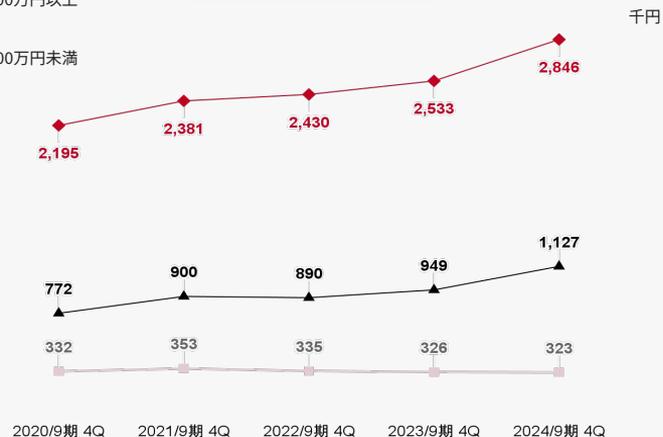
顧客社数

■ 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

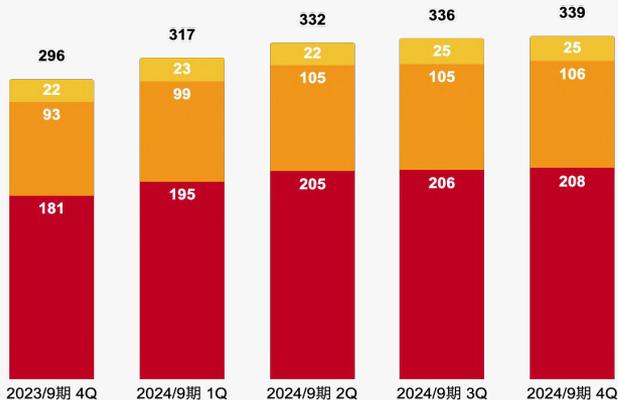


## 従業員数<sup>(1)</sup>推移

- 4Q末の従業員数は339名
- 3Q決算時点で想定していた着地見込をやや下回ったが、入社時期のズレによるものであり、翌四半期に増加する予定
- 足許、従業員の一人当たり売上高が急速に高まっており、今後の成長力を踏まえながら適切に採用を進めていく

従業員数

- アクセラレーター（管理）
- プロダクト
- ビジネス

従業員一人当たり売上高<sup>(2)</sup>

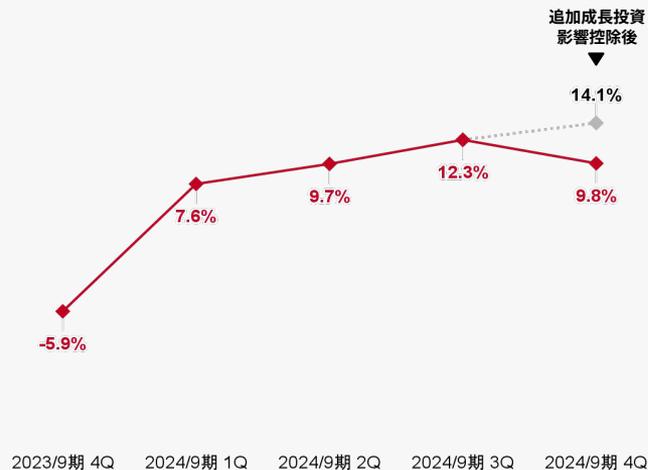
## 追加成長投資の影響を控除した4Qの調整後営業利益は約370百万円

- 好調な業績推移を踏まえて、賞与支給のほか採用や育成強化に向けた追加成長投資を4Qに実行
- プレイド単体の収益力は順調に向上している

調整後営業利益



調整後営業利益率



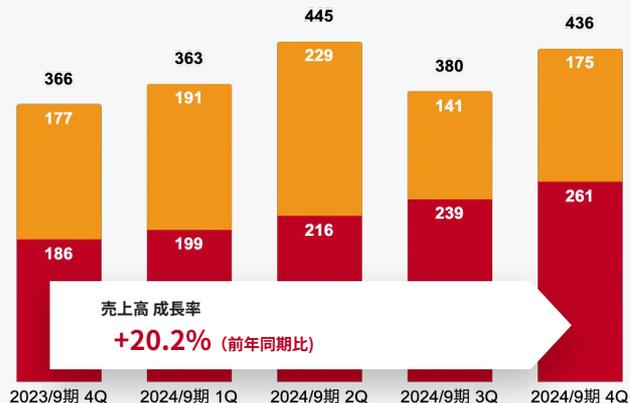
## グループ会社のサブスクリプション売上高は順調に成長

- サブスクリプション売上高はRightTouchおよびアジトの牽引によって前年同期比+40.3%の成長
- サービス及びコンサル等売上は前年同期並みに留まり、エモーションテックの経営改革を通じた成長回復に注力

### 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



1. 2024年9月期 通期実績
2. 2024年9月期 第4四半期実績
- 3. 2025年9月期 通期業績予想**
4. 成長戦略
5. Key takeaways
6. Appendix



## 2025年9月期 通期業績予想

- 売上高はYoY+23.5%の13,575百万円、調整後営業利益<sup>(1)</sup>は876百万円（同利益率6.5%）を見込む
- トップライン成長に直接寄与する投資に加えて、グループ経営高度化やオペレーション強化に向けた投資（採用/育成、システム導入等）も適切に実行しつつ、持続的な利益成長を実現していく
- また次頁の通り、2025年1月1日よりプレイドが提供する一部サービスにおいて約+10%の月額利用料金を改定
- 当該改定の影響は本業績予想に殆ど織り込んでおらず、新規契約ならびに既存契約更新が集中する3月、4月の動向を踏まえた上で、適宜情報アップデートを行う予定

(百万円)	2024/9期	2025/9期	
	実績	予想	増減
売上高	10,992	13,575	2,583
前年同期比	+27.3%	+23.5%	-3.8pt
調整後営業利益	513	876	363
調整後営業利益率	4.7%	6.5%	+1.8pt

## プレイドが提供する一部サービスの月額利用料金の改定について

- 2018年以降、約6年に渡りサービスの利用料金を据え置き
- その期間における継続的な機能リリースや、サービス提供にかかるコスト上昇を背景として、以下の通り利用料金を改定

改定日	2025年1月1日
対象サービス	KARTE (KARTE Web) / KARTE for App / KARTE Datahub および対象サービスの価格が基準となるオプション
対象契約	改定日以降、新たに締結する或いは更新する上記サービスを利用する全ての契約
改定幅	約+10%

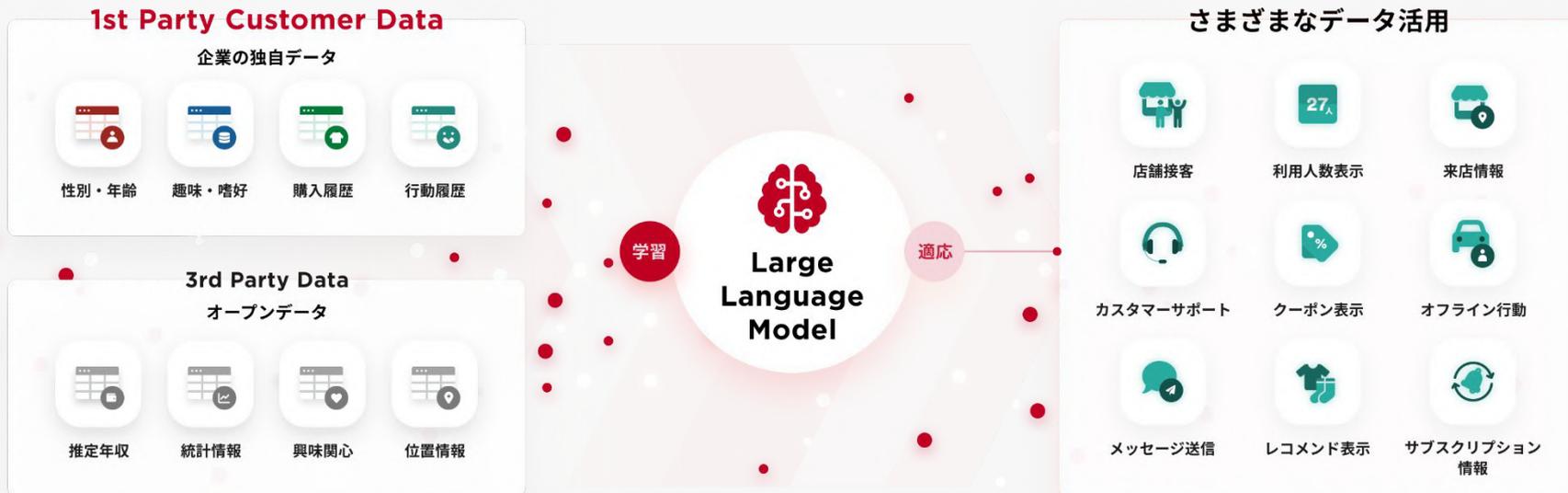
1. 2024年9月期 通期実績
2. 2024年9月期 第4四半期実績
3. 2025年9月期 通期業績予想
- 4. 成長戦略**
5. Key takeaways
6. Appendix



# 当社を取り巻く環境

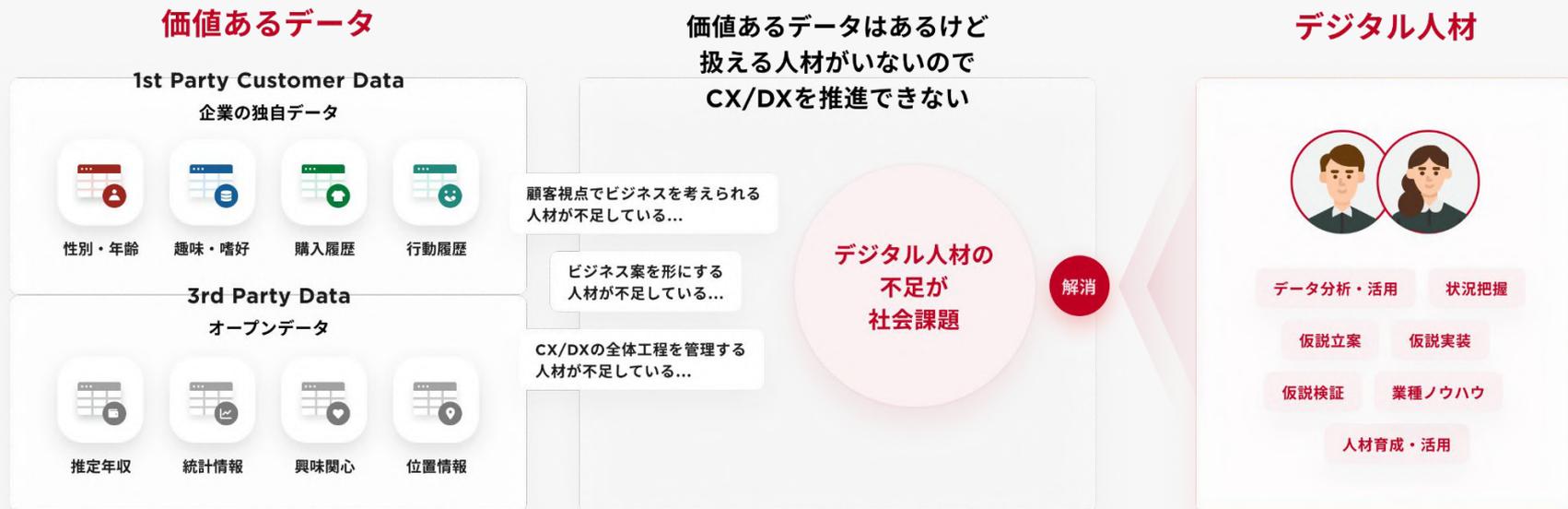
## AIの飛躍的な進化

- ・ 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を実現していく

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



## 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

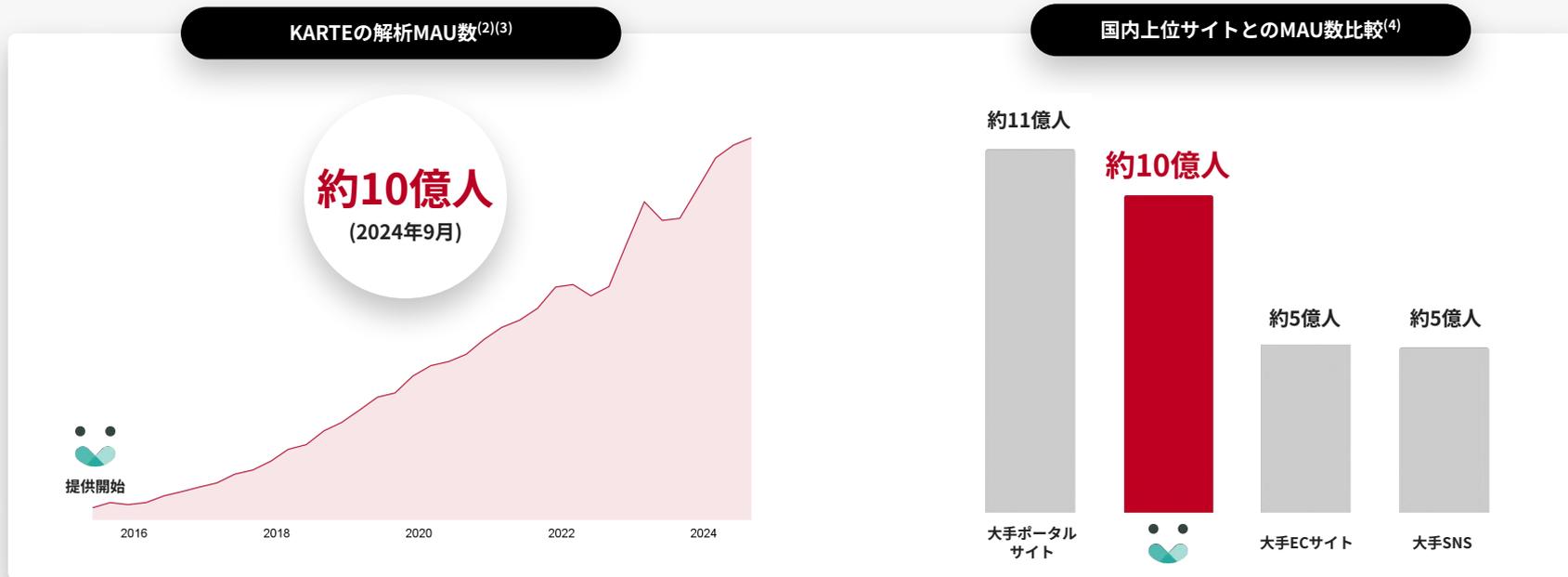


### Business

- 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

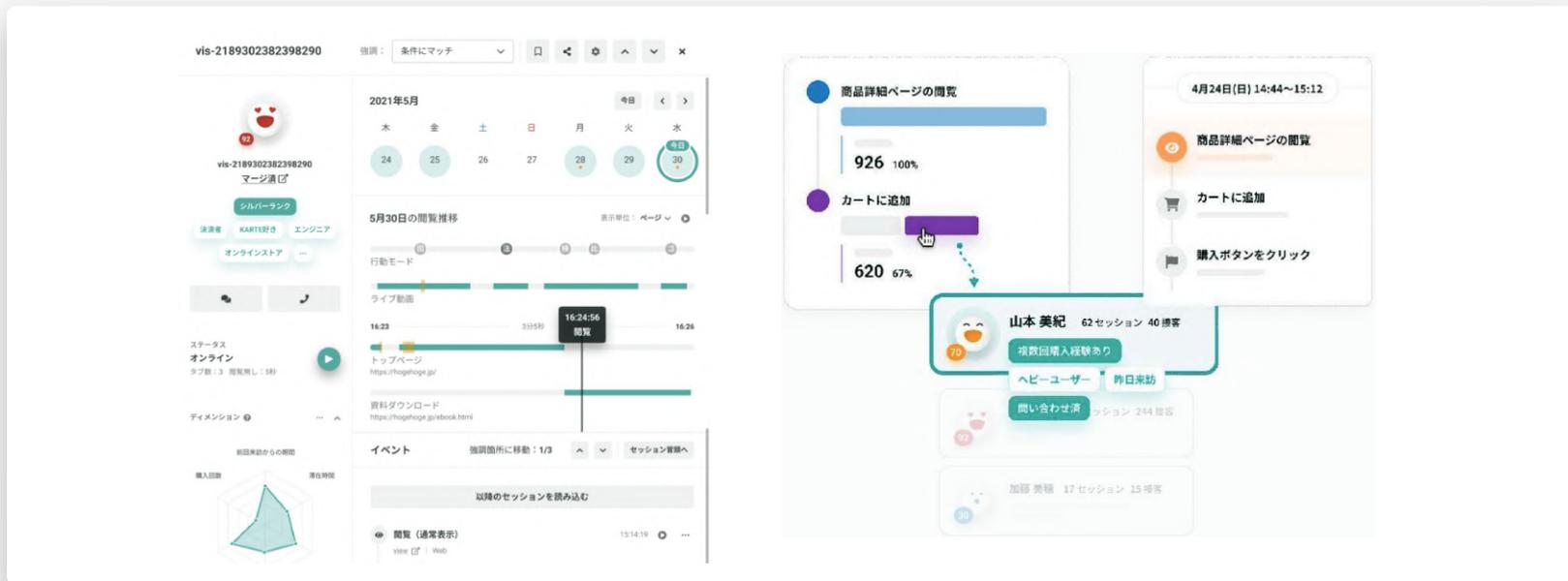
## 1 国内最大級の1st party customer data基盤

- 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
- KARTEによる解析MAU<sup>(1)</sup>数（2024年9月）は約10億人であり、国内最大級のデータ基盤を誇る



## 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

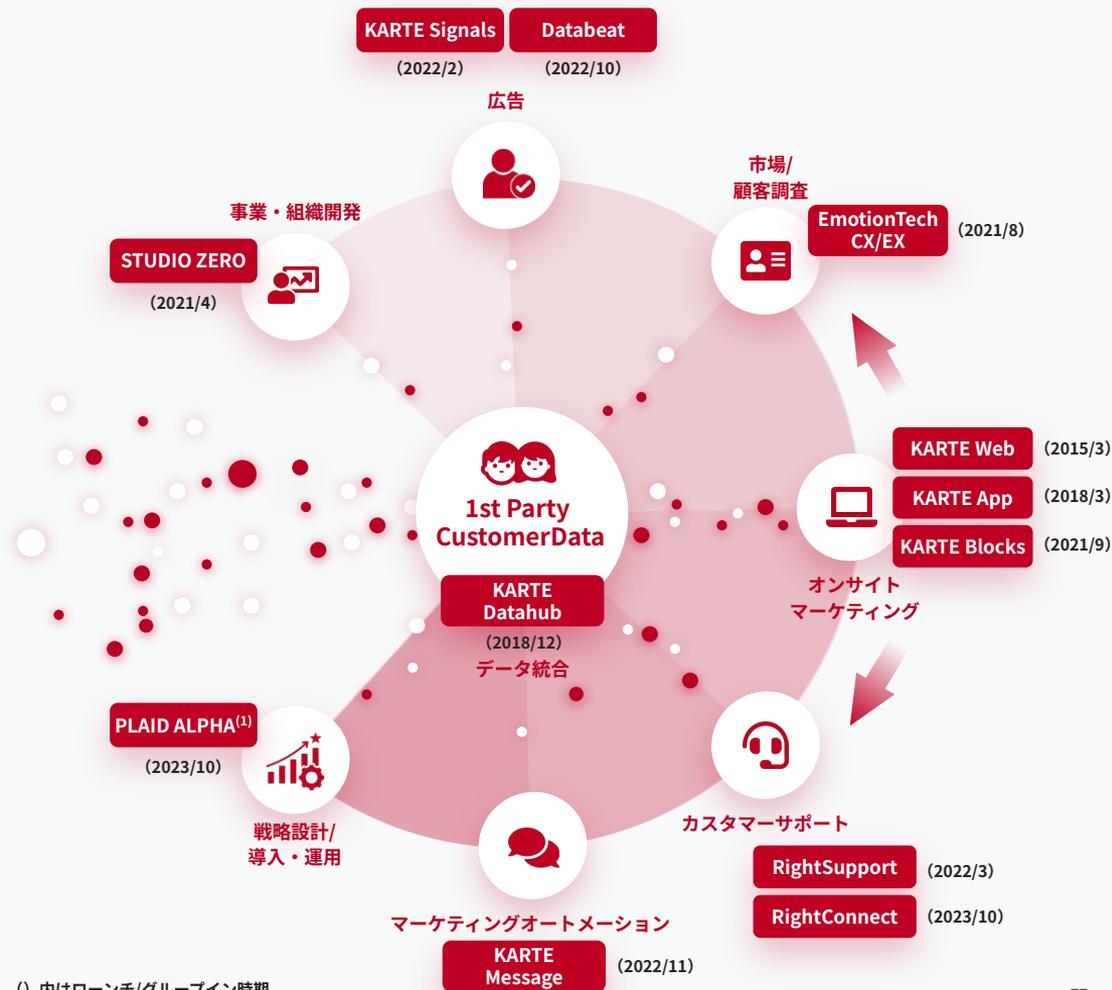


## 4 高解像度なユーザー理解に基づいた企業活動を支援するシームレスなマルチプロダクト群

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



## 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

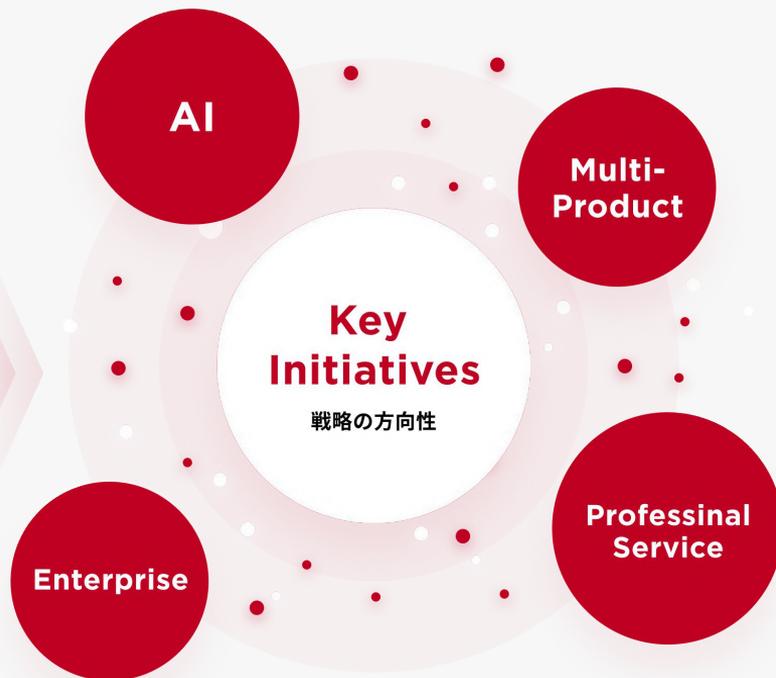
# 戦略の方向性

## 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



## マルチプロダクト×プロフェッショナルサービス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「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

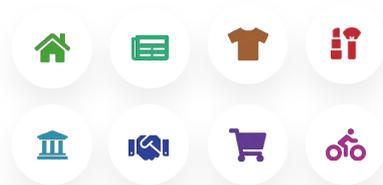
### マルチプロダクト× プロフェッショナル サービス



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



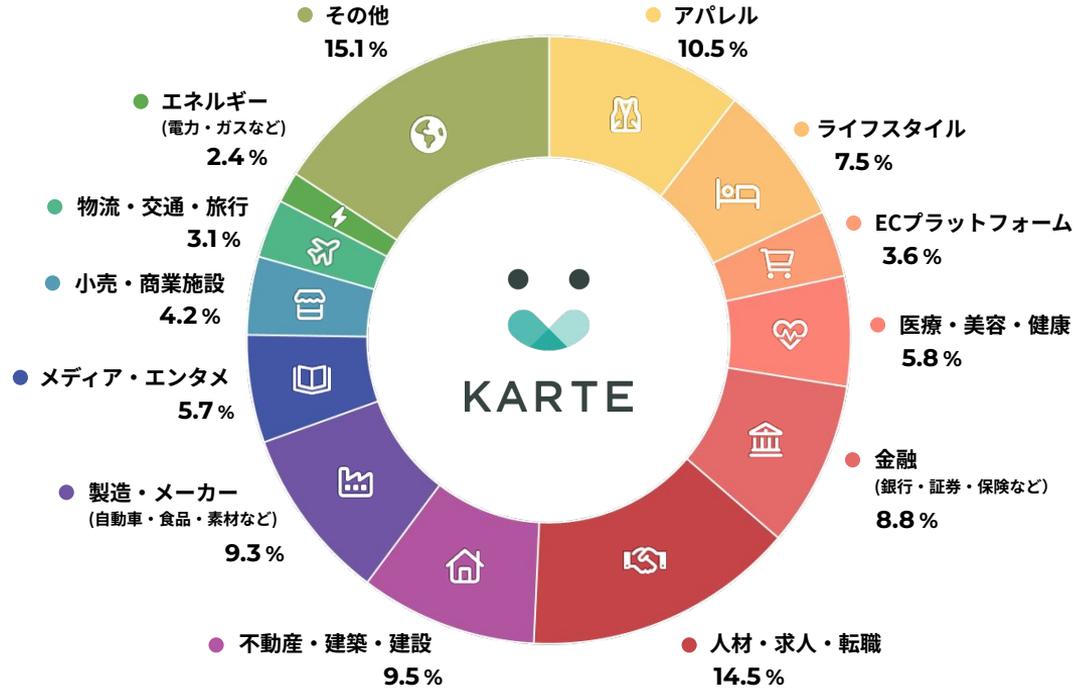
### エンタープライズ 企業群



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

戦略の方向性

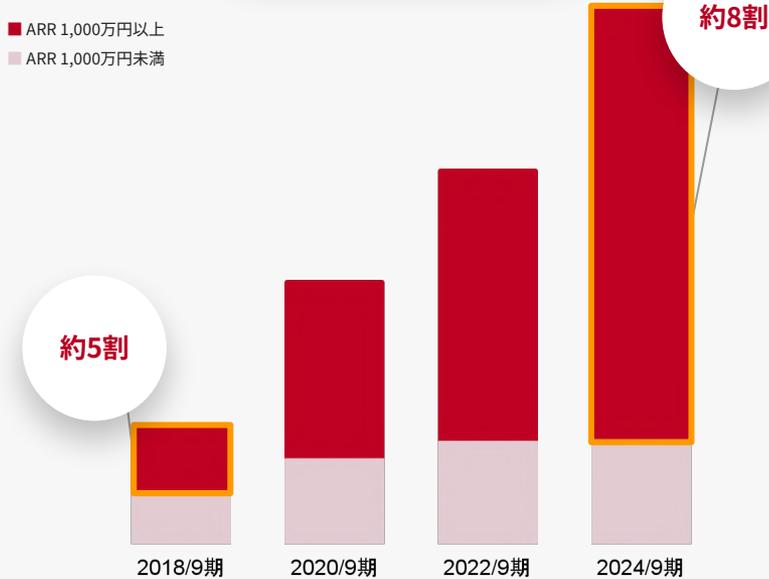
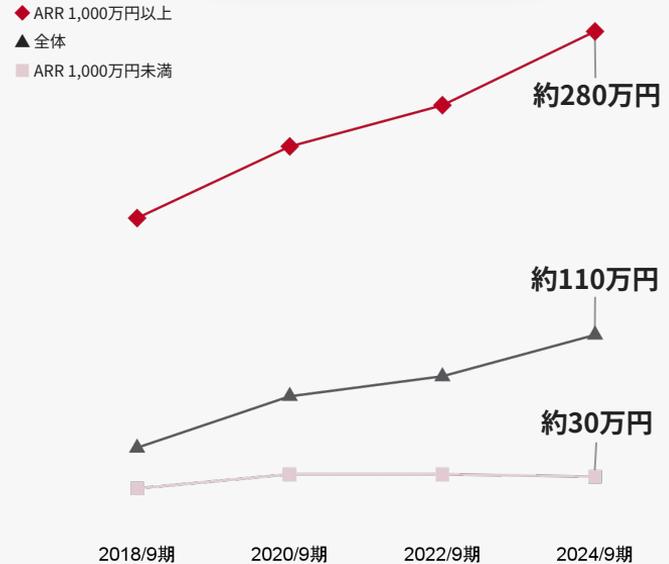
## KARTE導入ウェブサイト・アプリ数の 業界別割合(2024年9月末)<sup>(1)</sup>



## 高単価帯顧客群がARR全体の約8割を占める

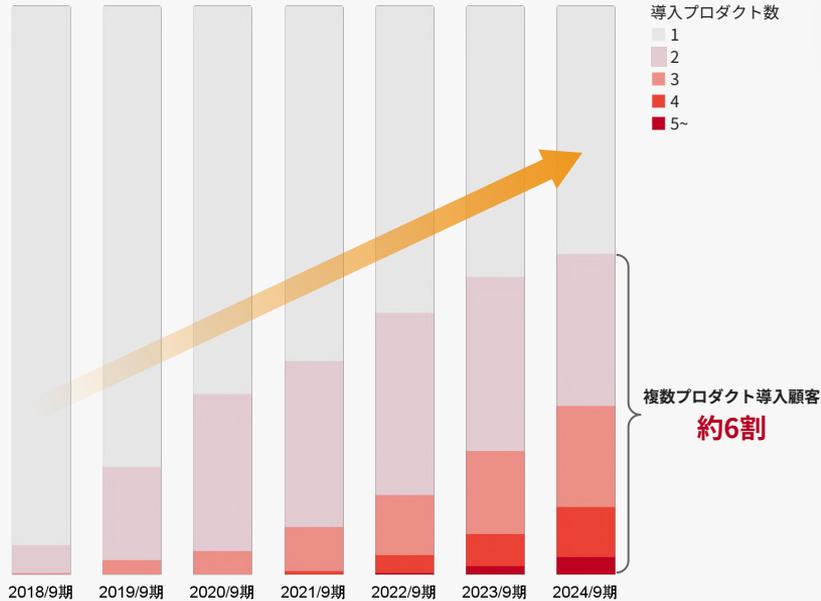
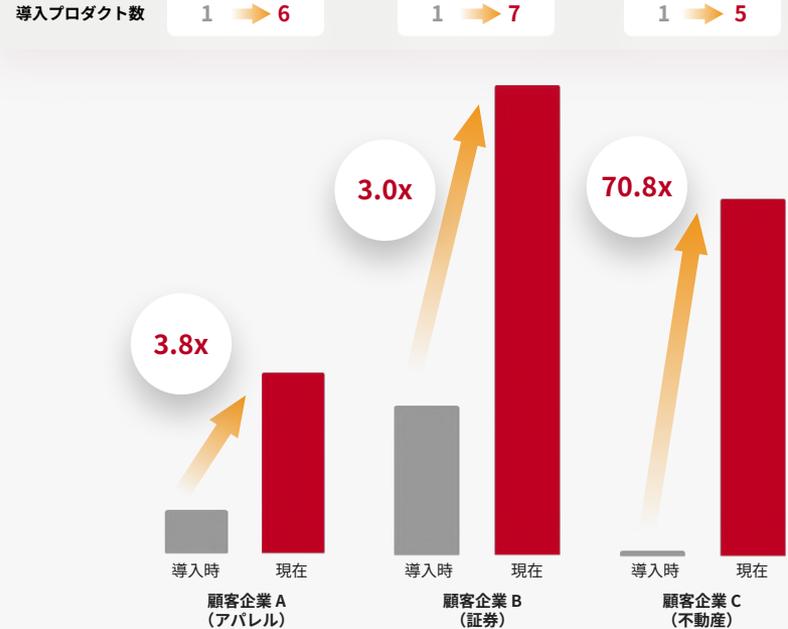
- ・ プレイド単体ARRにおいて、ARR1,000万円以上の高単価帯顧客群が占める割合が年々増加
- ・ 当該顧客群の平均単価は約280万円であり、全体平均の約110万円に対して約2.5倍

顧客群毎のARR構成比率

顧客群毎のARPC<sup>(1)</sup>

## マルチプロダクト化によりクロスセルが着実に拡大

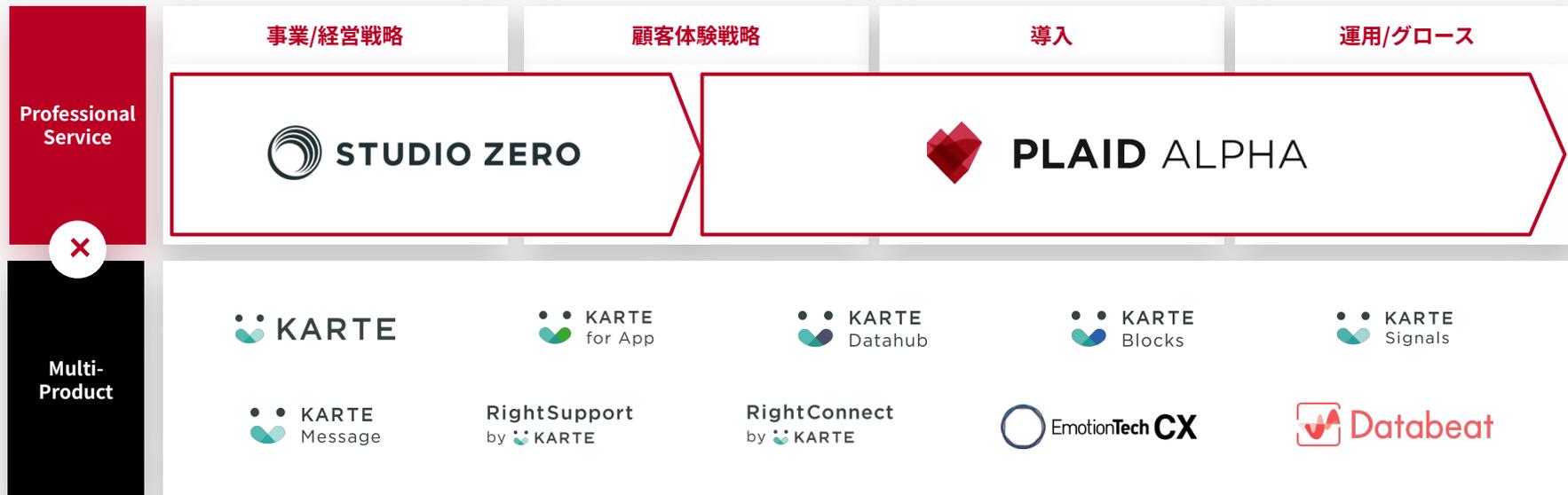
- 複数プロダクトを導入する顧客割合は着実に増加しており、クロスセルが顧客単価上昇に大きく寄与

顧客別 導入プロダクト数<sup>(1)</sup>クロスセルによる顧客単価上昇ケース<sup>(2)</sup>

戦略の方向性

# 「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により一気通貫で価値提供

- マルチプロダクト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



## 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

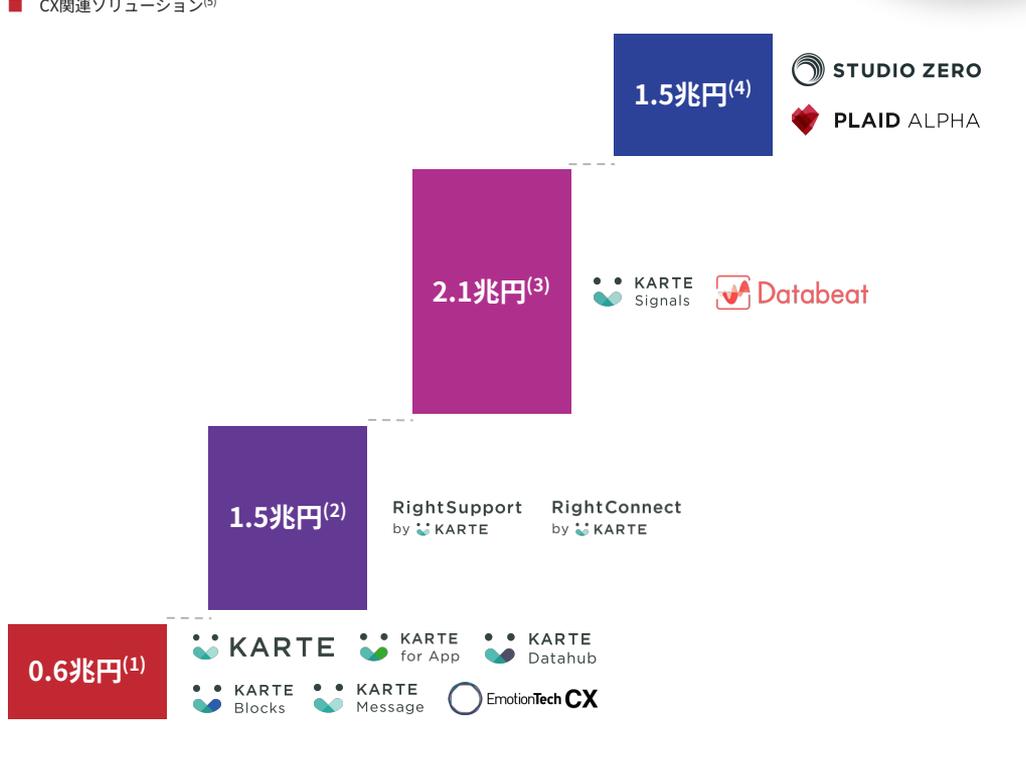
## グループ全体の潜在市場規模

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

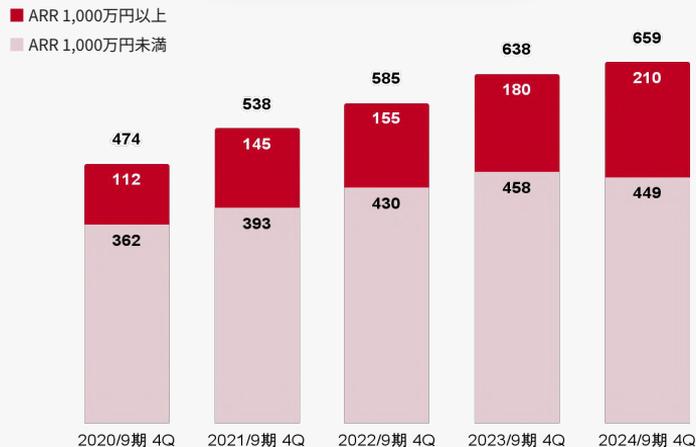
# 戦略実現に向けた取り組み

エンタープライズ×マルチプロダクト×プロフェッショナルサービス

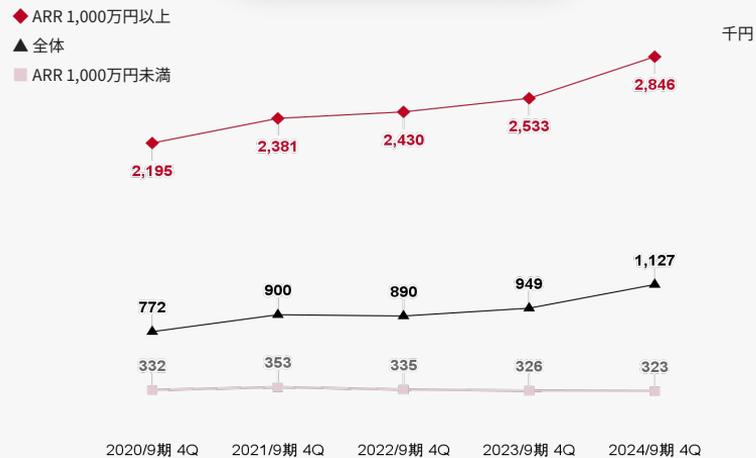
## (再掲) 顧客社数<sup>(1)</sup>及び顧客単価<sup>(2)</sup>

- 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



顧客単価



## プロフェッショナルサービス拡大により高単価帯顧客群が増加

- ・ エンタープライズ企業群へのプロダクト導入促進のため、2022/9期以降プロフェッショナルサービスを本格化
- ・ STUDIO ZERO及びPLAID ALPHAとも売上高が順調に拡大しており、高単価帯顧客群の増加に寄与



## エンタープライズ企業に対する多面的な価値提供事例が増加

- ・ プロダクトとプロフェッショナルサービスを合わせて提供し、包括的に支援する取引事例が増加している

### 主な事例



### サマリー

- ・ 丸井グループにおいて、顧客コミュニケーション基盤構築のため KARTEシリーズを採用、柔軟性に富んだデータ活用による顧客価値創出を目指す
- ・ 基盤刷新プロジェクトおよび導入後のグロース支援は、プロフェッショナルサービス「PLAID ALPHA」が担う

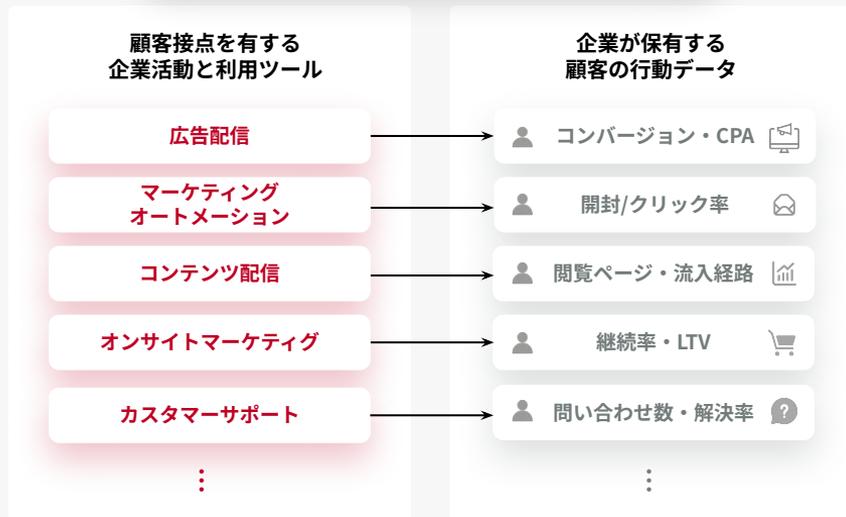


- ・ WOWOWにおいて、KARTEシリーズを軸に顧客コミュニケーション基盤を刷新、カスタマーデータ活用で一貫性のある顧客体験を実現し、ツール統合で運用コストも削減
- ・ 基盤刷新プロジェクトはプロフェッショナルサービス「PLAID ALPHA」が伴走支援

## 分断されている顧客の行動データ統合に向けた企業ニーズが高まっている

- 企業活動毎に異なるツールを利用しているため、顧客の行動データが分断され、解像度高く顧客を理解することが困難になっている
- 顧客中心経営に対する意識が高まる中、分断された顧客の行動データ統合を進める企業が増加

### 現在の企業状態



× 行動データがツール毎に分断され、顧客を立体的に捉えられない

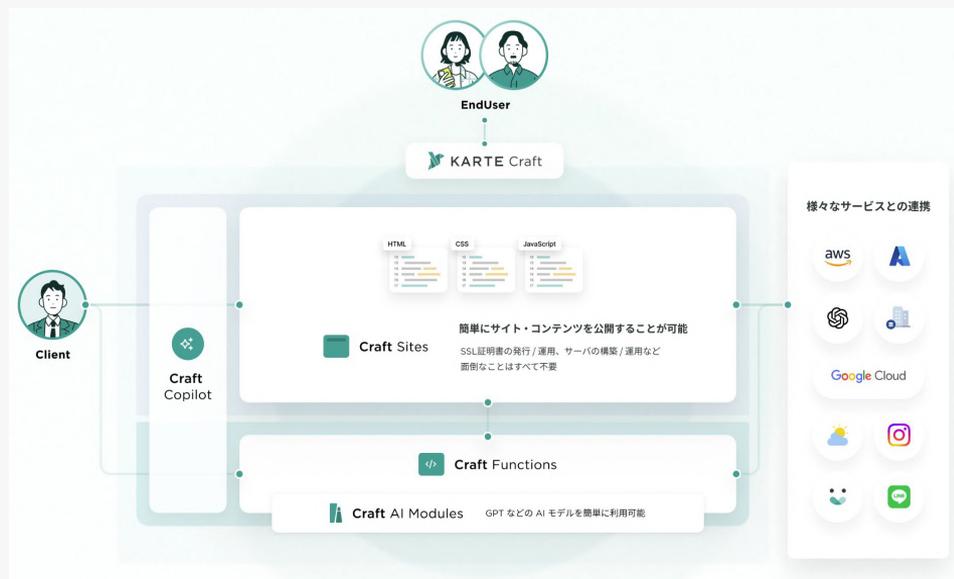
### 今後の企業状態



○ 統合された行動データに基づく、解像度高い顧客理解

## AI技術を活用したプロダクト「KARTE Craft」の提供開始

- KARTEの解析データを活用した独自機能やアプリケーション開発を効率化するPaaS<sup>(1)</sup>として2024年4月に「KARTE Craft」をリリース
- 複数のAIモデルを用いたコード/画像生成機能を提供するほか、KARTEシリーズの各プロダクトへのAI技術導入の検証を進めている



😊 60代の女性が、ソファに座って孫とビデオ通話をしている様子の画像を生成してください。ームです。女性は温かい笑顔で、孫との会話を楽しそうにスマートフォンを見ています。孫くったフォトフレームが近くに置いてあると良いでしょう。全体的な雰囲気は、幸せで、温かをお願いします。

✦ ※この回答はAIによって生成されています



1. 2024年9月期 通期実績
2. 2024年9月期 第4四半期実績
3. 2025年9月期 通期業績予想
4. 成長戦略
5. **Key takeaways**
6. Appendix



## Key takeaways

### 1 2024/9期は年度を通して順調に推移

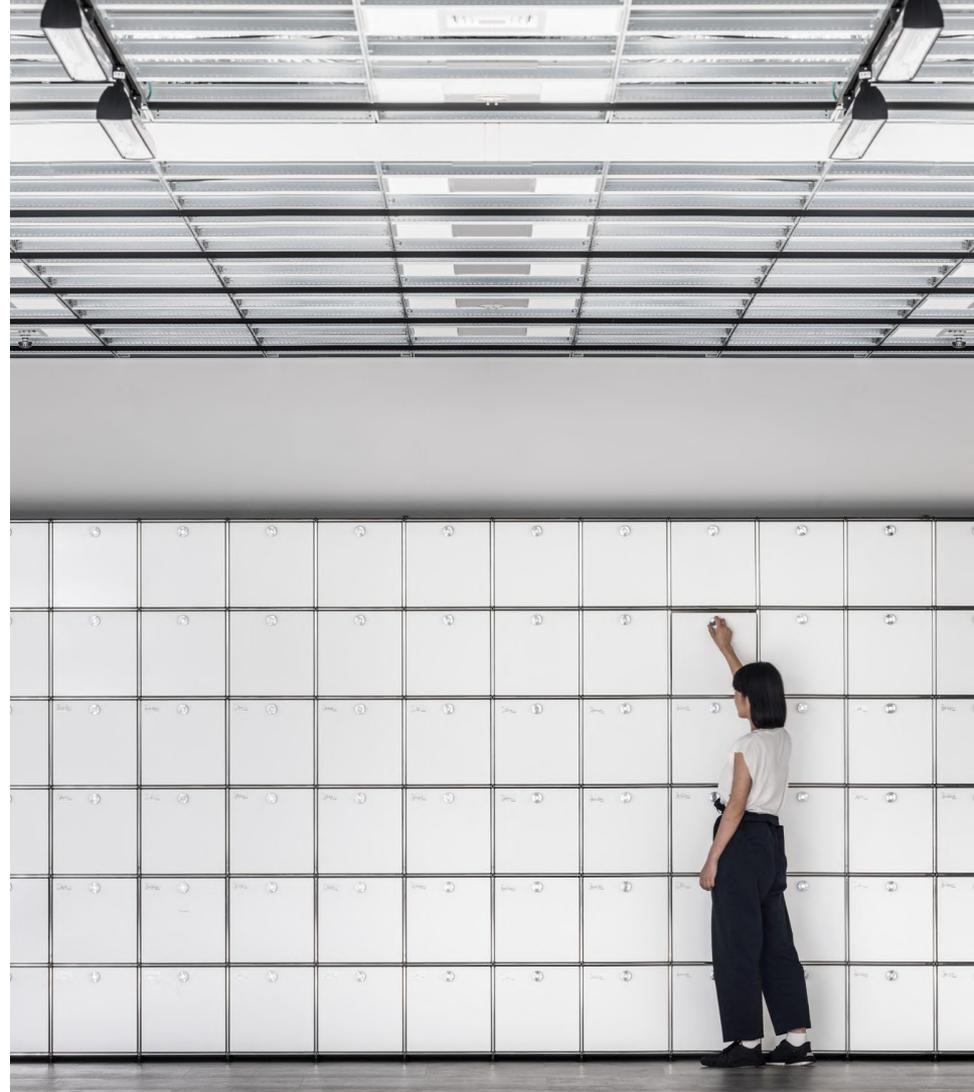
- 当社が掲げる「マルチプロダクト×プロフェッショナルサービス」の戦略が有効に機能し、サブスクリプション売上高、サービスコンサル等売上高ともに着実に増加した
- 効率的な投資活動によってコストもコントロールされ、調整後営業利益が大幅に増加

### 2 2025/9期の見通しは引き続き良好であり、戦略の深掘りと中長期成長に向けた準備を進める

- 顧客中心経営に対する企業の意識が高まる中、顧客体験戦略の刷新や顧客の行動データ統合を進める企業が増加しており、当社の更なる戦略推進に向けた機会が到来している
- かかる中、2025/9期の事業見通しも引き続き良好であり、堅調な業績推移を見込む
- 合わせてグループ経営高度化や社内オペレーション強化に向けた投資も適切に行い、中長期成長に向けた準備を進める

## 目次

1. 2024年9月期 通期実績
2. 2024年9月期 第4四半期実績
3. 2025年9月期 通期業績予想
4. 成長戦略
5. Key takeaways
6. **Appendix**



# 財務情報

## 損益計算書（会計期間）

(百万円)	2024/9期 4Q	2023/9期 4Q	YoY	2024/9期 3Q	QoQ
売上高	2,930	2,322	+26.1%	2,797	+4.7%
サブスクリプション売上高	2,463	1,968	+25.1%	2,337	+5.4%
サービス及びコンサル等売上高	466	354	+31.7%	460	+1.3%
売上総利益	2,095	1,696	+23.5%	2,033	+3.1%
売上総利益率	71.5%	73.0%	-1.5pt	72.7%	-1.2pt
販売費及び一般管理費	2,001	2,030	-1.4%	1,957	+2.2%
対売上高比率	68.3%	87.4%	-19.1pt	70.0%	-1.7pt
人件費	1,207	1,007	+19.8%	1,116	+8.1%
対売上高比率	41.2%	43.4%	-2.2pt	39.9%	+1.3pt
広告宣伝費	126	188	-33.1%	195	-35.5%
対売上高比率	4.3%	8.1%	-3.8pt	7.0%	-2.7pt
その他	667	833	-19.9%	645	+3.5%
対売上高比率	22.8%	35.9%	-13.1pt	23.1%	-0.3pt
営業利益	94	-333	-128.4%	76	+24.3%
営業利益率	3.2%	-14.3%	+17.6pt	2.7%	+0.5pt
調整項目	54	115	-53.0%	69	-21.3%
のれん償却額	13	48	-72.2%	13	-
株式報酬費用	40	67	-39.1%	55	-26.4%
その他一時費用	-	-	-	-	-
調整後営業利益	149	-217	-168.5%	145	+2.6%
調整後営業利益率	5.1%	-9.4%	+14.5pt	5.2%	-0.1pt

## 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	長期財務 モデル
売上総利益率	73.3%	74.8%	75.9%	75.2%	75-80%
S&M	41.6%	49.0%	44.2%	31.9%	25-30%
R&D	18.7%	22.2%	19.7%	19.5%	18-20%
G&A	9.8%	10.3%	11.6%	9.5%	8-10%
営業利益率	3.1%	-6.6%	0.4%	14.3%	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

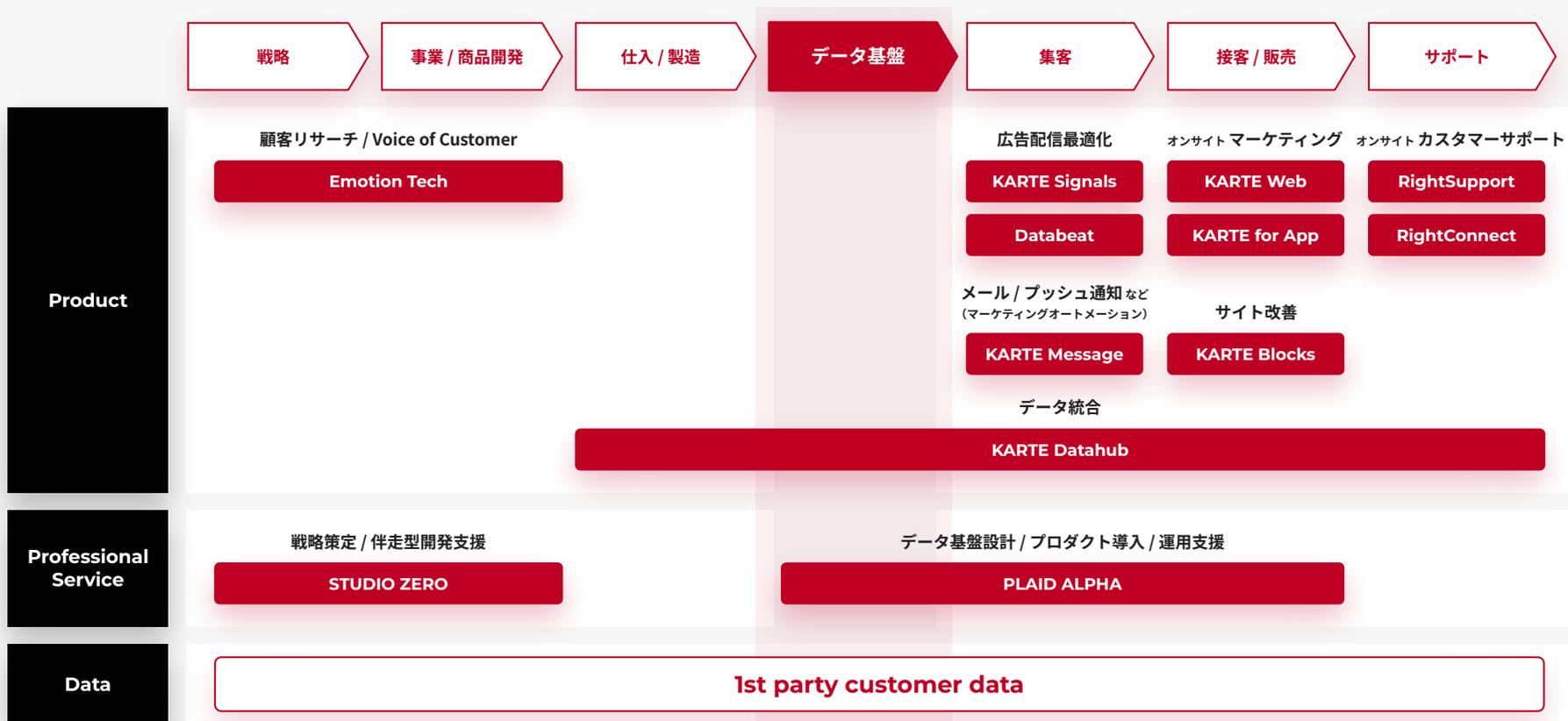
従業員数 （連結） 449名（2024年9月末時点）



## 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"> <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/ CODATUM	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>	

## 主なプロダクト/サービス提供図



## 主なプロダクト/サービス一覧 -1

提供内容	プロダクト/サービス名	概要
オンサイトマーケティング	 KARTE  KARTE for App	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
サイト改善	 KARTE Blocks	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	 KARTE Datahub	企業が持つデータを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
広告配信最適化	 KARTE Signals	KARTEで蓄積されたデータ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	 KARTE Message	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
データ基盤設計 プロダクト導入/運用支援	 PLAID ALPHA	顧客データ基盤設計から、プロダクト導入/運用支援まで一気通貫で提供するプロフェッショナルサービス

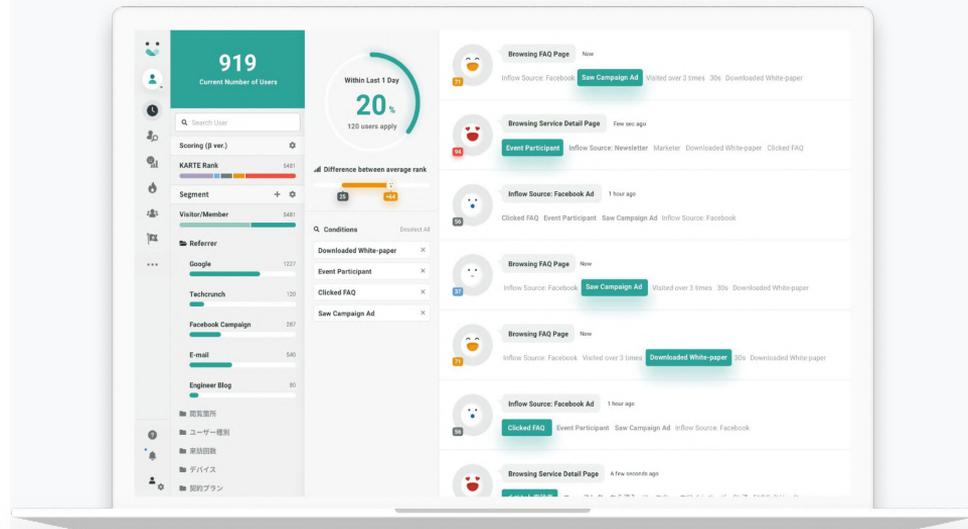
## 主なプロダクト/サービス一覧 -2

提供内容	プロダクト/サービス名	概要
<b>戦略策定</b> <b>伴走型開発支援</b>		「産業と社会の変革を加速させる」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開発を伴走型で支援するプロフェッショナルサービス
<b>オンサイト</b> <b>カスタマーサポート</b>	<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
<b>オンサイト</b> <b>カスタマーサポート</b>	<b>RightConnect</b> by  KARTE	顧客一人ひとりの問い合わせ前データが、企業のオペレータに還元され、電話応対時の用件をスムーズに把握できるようになり、応対品質・応対時間を大きく改善
<b>顧客リサーチ</b> <b>Voice of Customer</b>		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
<b>広告配信最適化</b>		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ターの運用工数削減とデータ活用の環境構築を支援

# KARTE



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



## 特徴1

### 顧客一人ひとりを可視化

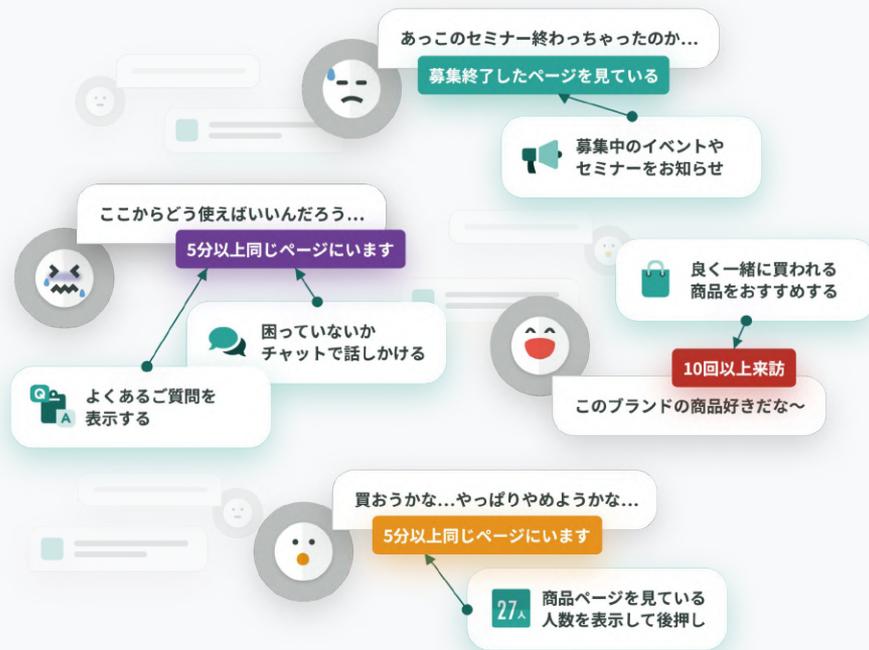
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



## 特徴2

### リアルタイム解析基盤

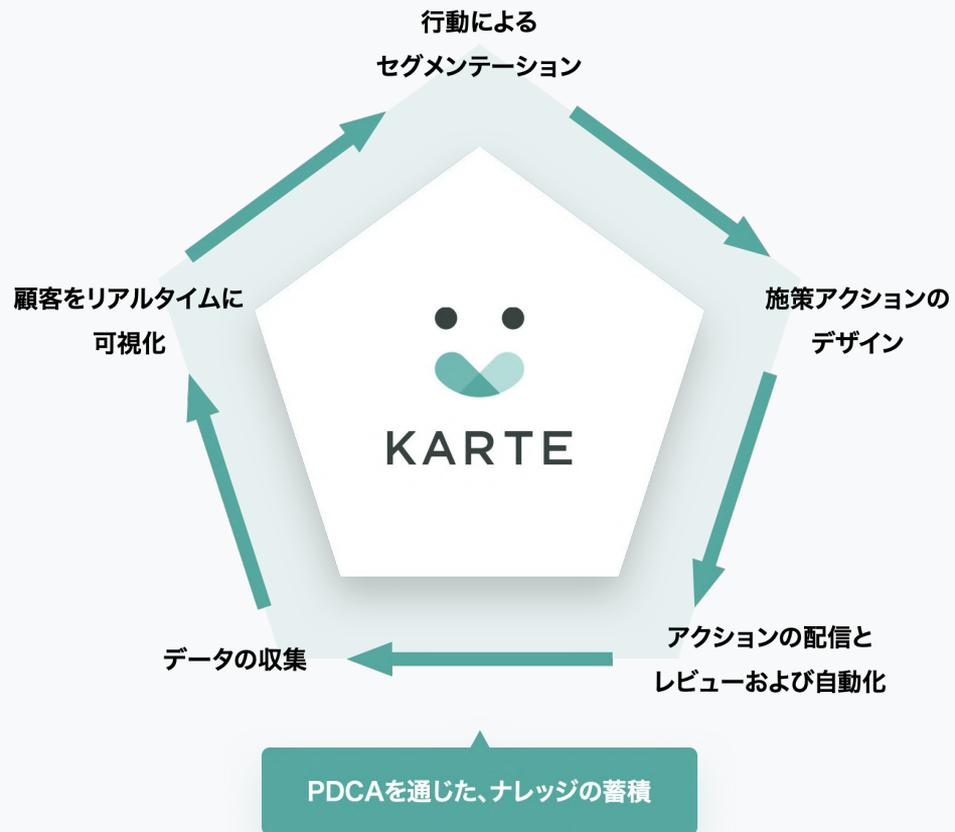
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



### 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



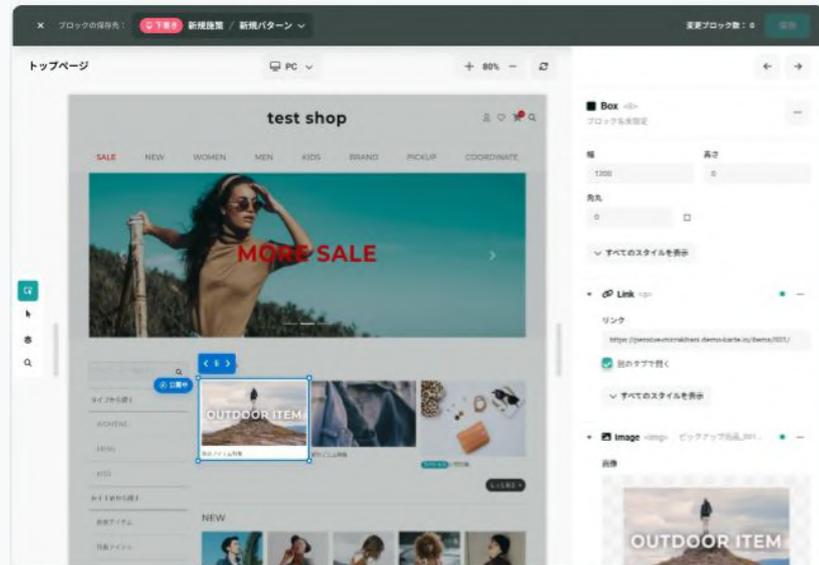
## KARTE Blocks



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/効果測定を可能にし、

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



## 特徴1

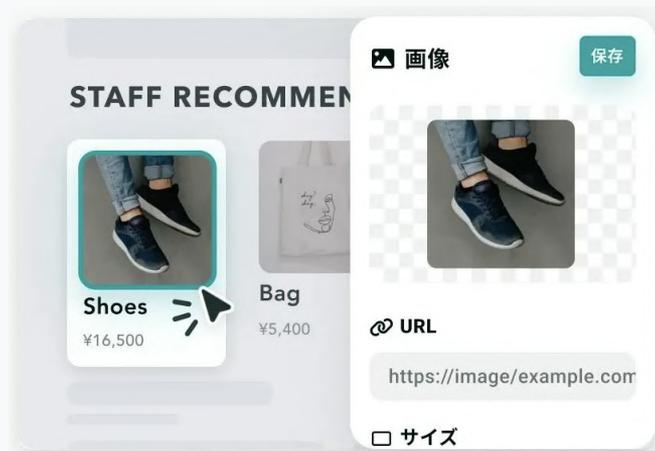
### 直感的な編集

タグの導入のみで、どのサイトもブロック化。  
ブロック単位で置き換え、非表示、新規追加や並び替えまでも直感的に

## 特徴2

### 思いどおりに配信

CMSのようにサイトを高速に更新することや、A/Bテストやパーソナライズでユーザーに合わせて思い通りに届けることが可能



### 特徴3

## 正しくデータ評価

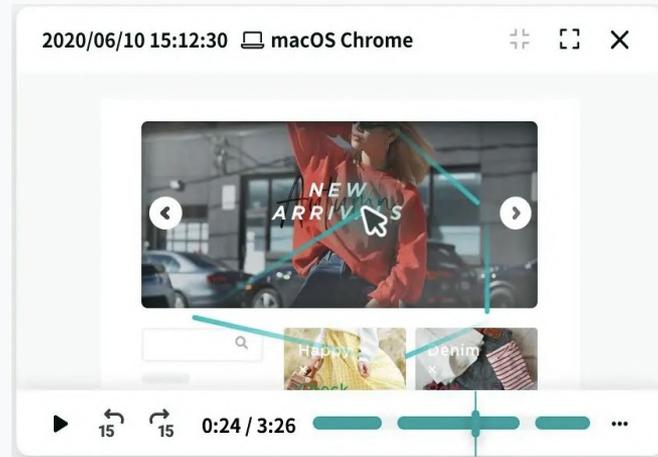
サイトや施策目的にあったKPIを設定。ブロックの表示数、クリック率、経由CV率などを自動で可視化ツールをまたがず、そのままワンストップで改善に繋がられ、SQL不要で効果分析も可能



### 特徴4

## ユーザーを見る

セグメント別の分析を容易に実施でき、具体的な課題と成果を見つけることが可能。閲覧時の状況を動画で確認することで、改修による顧客体験の変化も捕捉が可能



# KARTE Datahub



# KARTE Datahub

企業が持つデータをKARTEに接続

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

The screenshot displays the KARTE Datahub interface. On the left is a navigation sidebar with icons for home, search, and various data management functions. The main area is titled 'クエリ' (Query) and shows a SQL query for analyzing order and sales data. Below the query is a table of execution results with columns for ID, URL, and execution time.

```
WITH product_items AS (  
  SELECT  
    product_item  
  FROM (  
    SELECT SPLIT('{{product_items}}', ',') AS product_items  
  ), UNNEST(product_items) AS product_item  
)  
contract AS (  
  SELECT  
    Id AS contract_id  
    , CONCAT('https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/', Id, '/view/') AS  
    , ContractNumber AS contract_number  
    , PreContractNumber_c AS pre_contract_id  
    , CONCAT('https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/', PreContractNumber,  
    , useCompany_c AS use_company_id  
    , AccountId AS billing_company_id  
    , ContractStatus_c AS contract_status
```

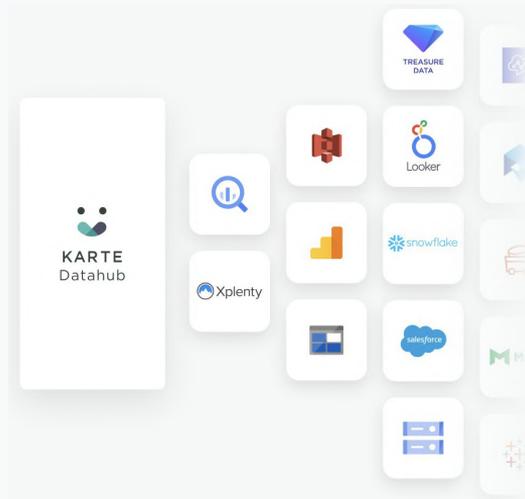
実行結果	実行後クエリ	実行時間
1	203920jklkaughadefj	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/flafsa/test/view 21663
2	203920khdhkdldthgm	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/kslath/test/view 13452
3	203920sirvovxmatnjdku	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/gldfsc/test/view 63452
4	203920uauvakakwhaa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/gktdnc/test/view 78678
5	203920nuskeuqthskhu	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/ovkfdm/test/view 87652
6	203920ldtsjcnvfrhkksaa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/vogdfe/test/view 98423
7	203920pduvvnjkzieuqdg	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/ejdsfdc/test/view 15689
8	203920kzbykshhwkafa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/jfhdsjfd/test/view 85432
9	203920mfthsqjwisdikd	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/rofbndf/test/view 98752
10	203920ldtsjcnvfrhkksaa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/vogdfe/test/view 34752

Dashboard components include: a large number '15,433,000' with a '+10.2%' change indicator; a donut chart showing a distribution with 0.00%, 75.00%, and 25.00% segments; and an XY chart showing a distribution of 'contract\_count' over time.

## 特徴1

### 多種多量なデータを柔軟に連携

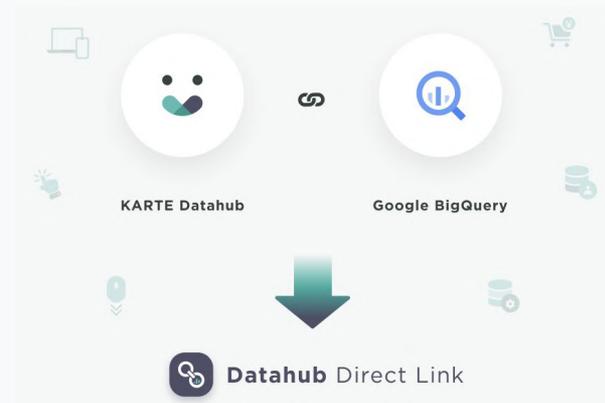
社内の基幹システムや、様々な外部サービスに点在する各種データをKARTEに統合することで、分断されていたデータが顧客軸で結びつき、データ利活用の高度化が可能



## 特徴2

### Google BigQueryとシームレスに連携

プレイドとGoogleの戦略的パートナーシップの一環として「Datahub Direct Link」を提供中。Google BigQueryに蓄積したデータをKARTE Datahubの管理画面上にインターフェースレベルで統合し、シームレスなデータ活用を実現



## 特徴3

### 1からのSQLが不要なデータ分析・活用

豊富なクエリテンプレートによって、1からSQLを書くこ

となく高度なデータ分析や活用が可能

クエリに設定されたパラメータにより、担当者はパラメー

タを変えるだけで様々なSQL実行が可能



## 特徴4

### 業務プロセスの自動化・効率化

ジョブフローにより複雑な処理をスケジュールリング。定期的

なデータ取り込み、あるクエリを実行した後の別クエリ

実行など、手作業が必要であったプロセスを自動化

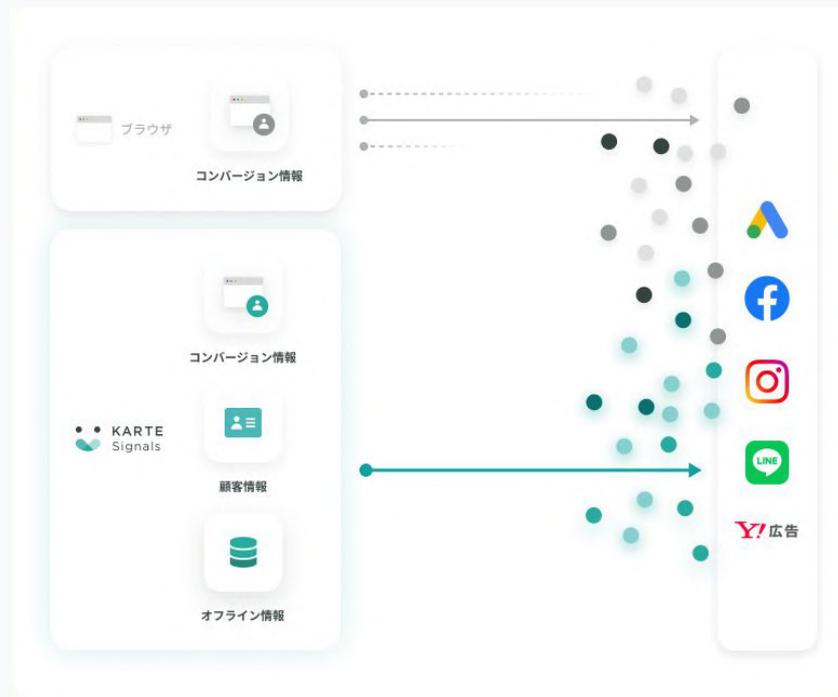


## KARTE Signals



# KARTE Signals

KARTEで蓄積されたデータと各種広告媒体との連携を通じて、サイト内外で一貫した顧客体験を実現  
広告レポートを自動収集し、売上/ROAS/LTVを可視化  
現状把握から次のアクションまでを最短距離で実現

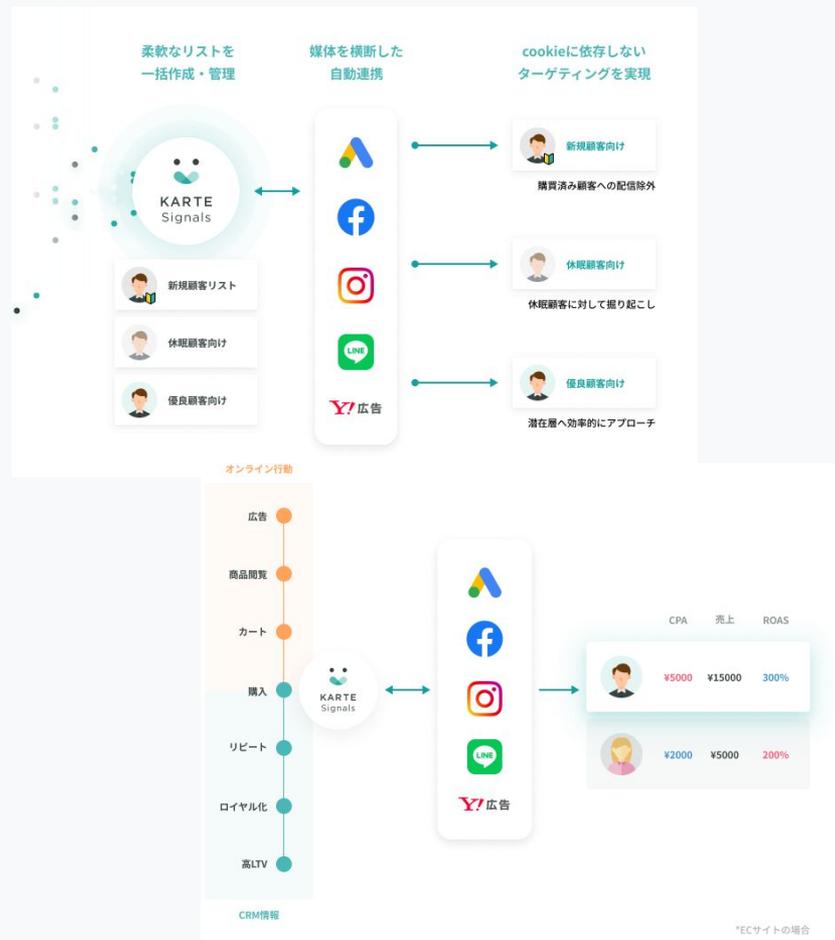


## 特徴1

### ターゲティングや入札最適化の精度向上

3rd Party Cookieで実施していたターゲティングに  
KARTEに蓄積される行動データや自社CRMデータを活用することで精度の大幅な向上を実現

特定ページの閲覧、商品の購入といった短期的なコンバージョンの最適化ではなく、継続購入やLTVの実績などの中長期的なコンバージョンの最適化を実現



## 特徴2

### 広告から売上/ROAS/LTVを可視化

広告レポートを自動収集し、オフラインデータもつなげることで現状把握から次のアクションまでを高速で実現

## 特徴3

### 広告媒体を跨ぐ多様な分析

広告媒体を跨いだ広告のリストを自由に作成し、長期指標までのモニタリング/分析が可能。期間比較や属性比較分析によるインサイトの抽出も



## KARTE Message



# KARTE Message

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



## 特徴1

### メール/SMSなどメッセージを一元管理

伝えたい顧客に合わせたタイミングで、メールやSMS、プッシュ通知を送付。サイト外でのコミュニケーションの設定・効果検証を手間なく実行

## 特徴2

### シンプルな配信設定

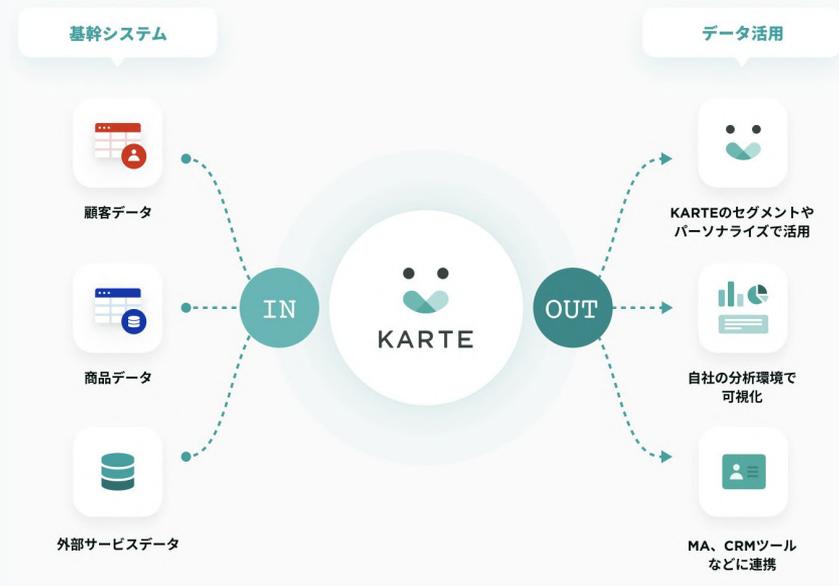
SQLを必要とせず、感覚的にリストを作成・管理  
誰に、何を、いつ、を組み合わせて施策を作成。複数のリストを組み合わせた設定も可能



### 特徴3

## 多種多量なデータを柔軟に連携

社内のデータベース、外部サービスに蓄積された顧客情報を集約し、データを活用した施策に活かすことができ、施策のデータを各種データベースに自動で戻すことも可能

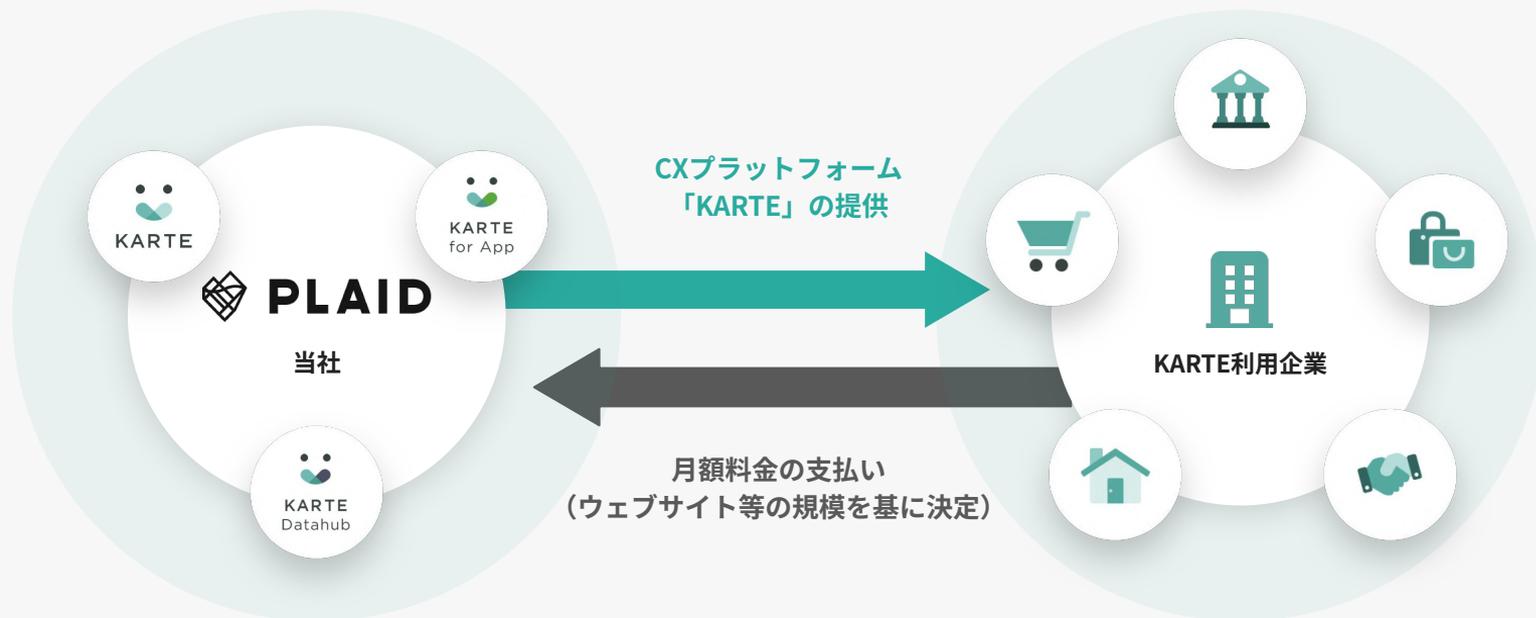


## KARTEの独自性 (オンサイトマーケティングにおける比較)

		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

## 製品の課金モデル

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）



## 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
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場の成長及び需要が当社の見込みを下回るリスク</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
<p>インターネットアクセスについて</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社サービスの競争力が減退するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>
<p>取引先の獲得・維持及び販売拡大について</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>

## 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"> <li>・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</li> <li>・価格決定モデルの改定が適時適切に行われないリスク</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
不正アクセスと情報流出について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社が保有する情報が流出するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ISO/IEC 27017:2015」に基づくISMSクラウドセキュリティ認証の取得</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
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"> <li>・種々の要因によりシステム障害が発生するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスの冗長化及びセキュリティ対策の実施</li> <li>・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</li> </ul>
当社の事業パートナーとの関係について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・パートナーとの関係が悪化するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>
知的財産権について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>

## 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"> <li>・個人情報の流出、喪失等によるリスク</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
当社経営陣及び従業員について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
内部管理体制について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>
自然災害等について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>

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