



2025年9月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2025年5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せん、またこれを保証するものではありません

1. **2025年9月期 第2四半期実績**
2. 2025年9月期 通期業績予想
3. ビジネスアップデート
4. Key takeaways
5. 成長戦略
6. Appendix



財務実績サマリー

百万円		四半期			累計		
		2024/9期 2Q	2025/9期 2Q	前年同期比	2024/9期 2Q	2025/9期 2Q	前年同期比
売上高	連結	2,733	3,356	+22.8%	5,264	6,547	+24.4%
	プレイド単体	2,371	2,945	+24.2%	4,641	5,835	+25.7%
	グループ会社	446	602	+35.0%	836	1,064	+27.2%
	連結調整額	-84	-191	-	-213	-352	-
売上総利益率 ⁽¹⁾	連結	69.4%	72.2%	+2.8pt	70.5%	72.8%	+2.3pt
	KARTE領域 ⁽⁴⁾	73.4%	73.0%	-0.5pt	74.5%	74.6%	+0.1pt
調整後営業利益 ⁽²⁾	連結	174	510	+192.7%	218	986	+351.0%
	プレイド単体	231	534	+131.2%	403	1,135	+181.0%
	グループ会社	-74	-31	-	-211	-164	-
	連結調整額	17	7	-	26	15	-
ARR ⁽³⁾	連結	8,887	10,932	+23.0%	-	-	-
	プレイド単体	7,950	9,428	+18.6%	-	-	-

連結

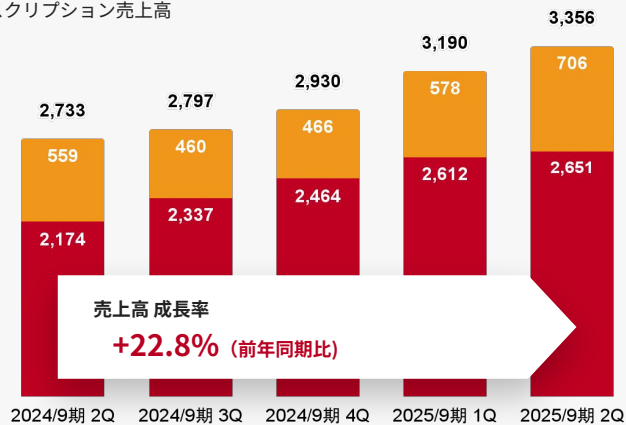
売上高/ARR⁽¹⁾ともに良好な進捗

- サブスクリプション売上高が着実に増加。2Qの前四半期比の増加ペースの落ち着きは、ブレイド単体において契約時期が1Qおよび3Qに寄った影響。1Qの純増額は例年の傾向に比べて大きく、3Qも高い水準で着地する見通しであり、事業状態は引き続き良好
- サービス及びコンサル等売上高は、PLAID ALPHAおよびエモーションテックの牽引によって前四半期比で大きく増加

連結売上高

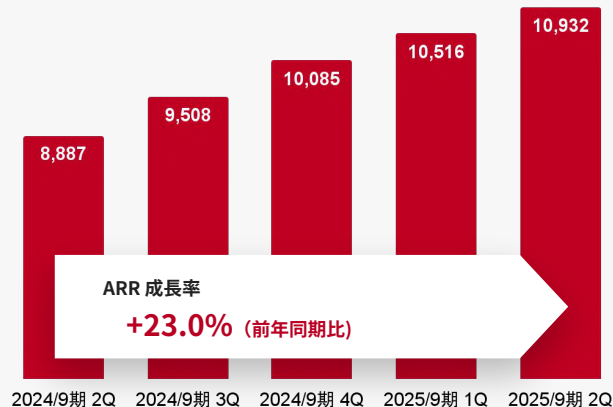
- サービス及びコンサルティング等売上高
- サブスクリプション売上高

百万円



連結ARR

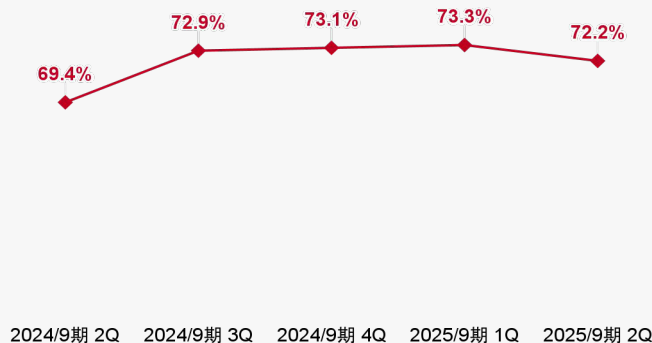
百万円



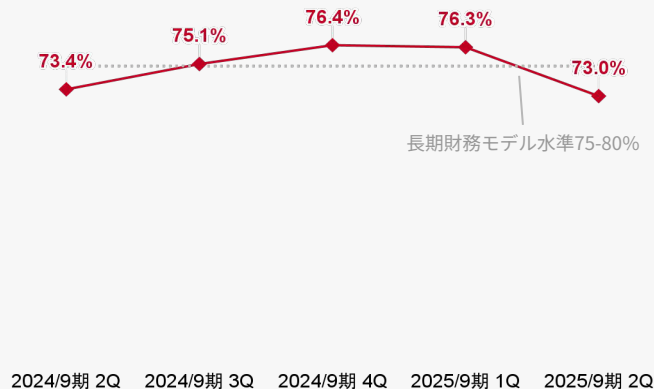
売上総利益率⁽¹⁾は安定的に推移

- 連結の売上総利益率は72.2%と安定的に推移
- KARTE領域⁽²⁾の売上総利益率はPLAID ALPHAにおいて旺盛な顧客需要に対応するため外部パートナーの活用を増加させている影響もあり、73.0%で着地

売上総利益率_連結

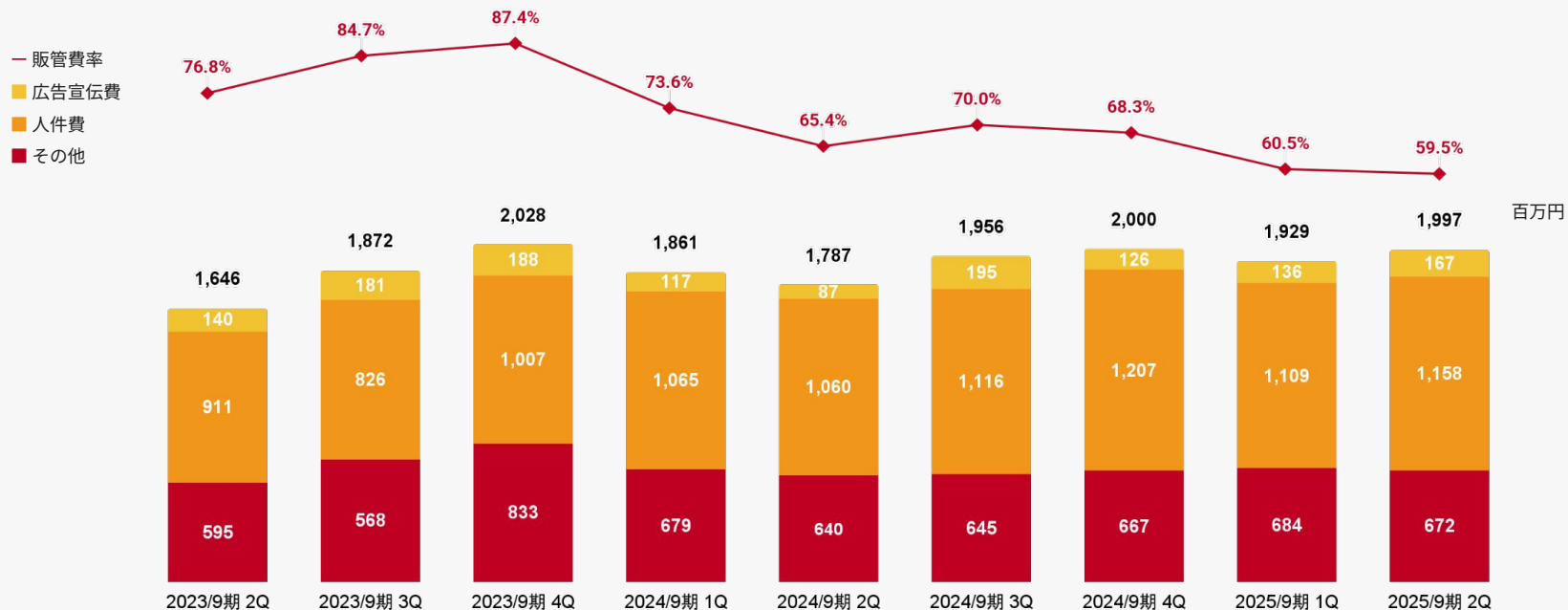


売上総利益率_KARTE領域



販管費は適切なコントロールが続く

- 販管費は主に採用の進捗により、前四半期比で増加
- 3Q以降も販管費は採用強化やマーケティング投資によって増加する見込であるが、販管費率は適切にコントロールしていく

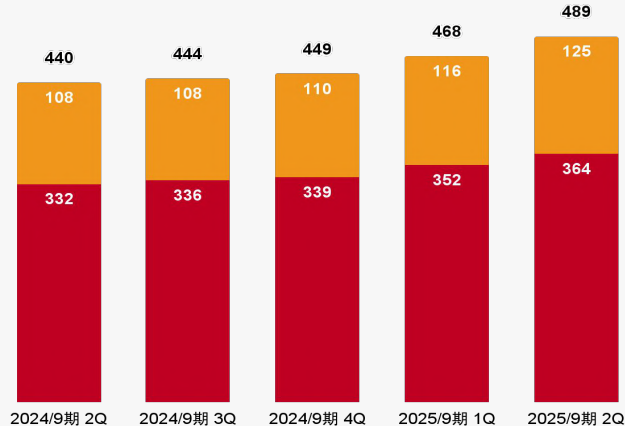


従業員数⁽¹⁾/従業員一人当たり売上高⁽²⁾ともに増加

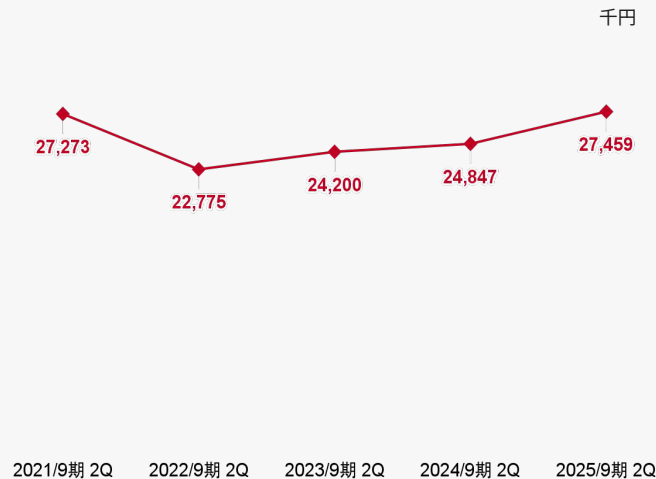
- 2Q末の従業員数は前四半期比+21名の489名であり着実に増加している
- 持続的な成長に向けてグループ全体で採用強化を進めていく

従業員数

■ グループ会社
■ プレイド単体



従業員一人当たり売上高

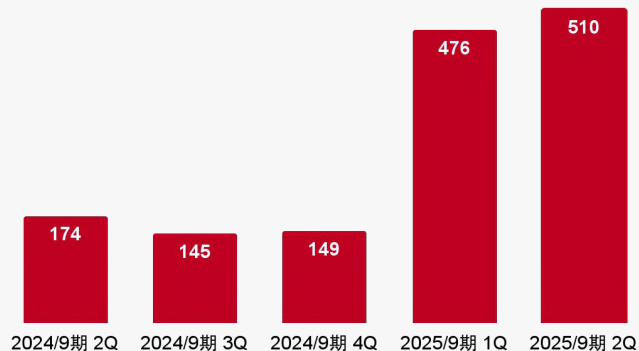


調整後営業利益⁽¹⁾は前年同期比で大幅増益

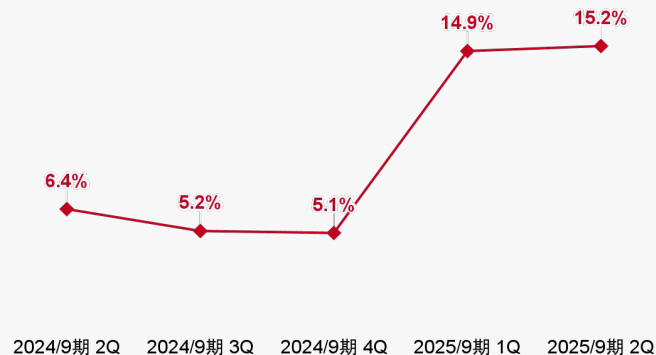
- 良好な売上高推移と適切なコストコントロールが奏功し、2Qも調整後営業利益は前年同期比で大幅増益
- 下期は採用強化やマーケティング投資により、前年同期比の増益ペースは落ち着く見通しであるが、堅調な業績推移を踏まえて通期業績予想を上方修正（詳細はP.21ご参照）

調整後営業利益

百万円



調整後営業利益率

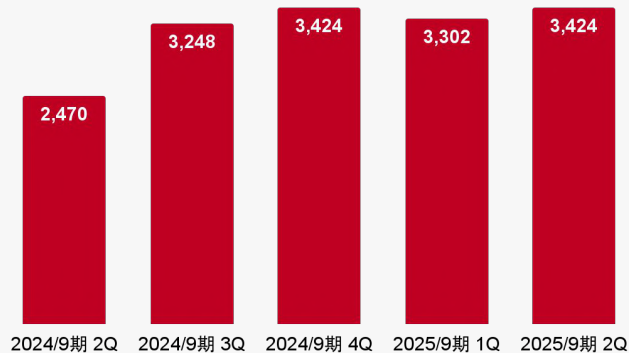


バランスシートは引き続き健全な状態

- ・ 収益力の向上に伴い、ネットキャッシュ/自己資本ともに安定的に増加

ネットキャッシュ

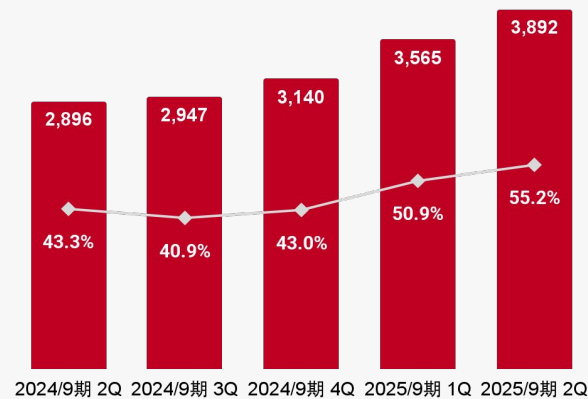
百万円



自己資本

百万円

■ 自己資本
— 自己資本比率



プレイド単体 / グループ会社

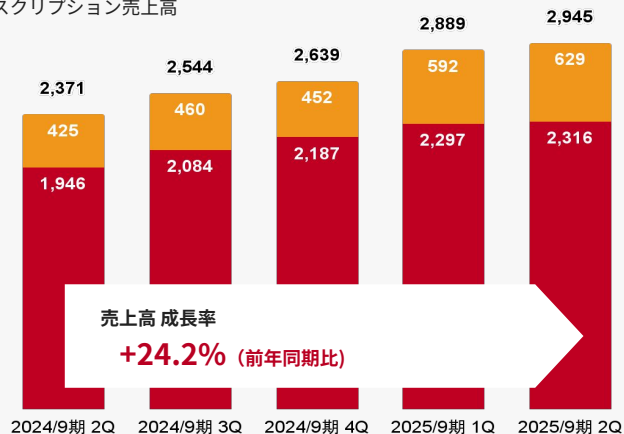
売上高/ARR⁽¹⁾ともに良好な進捗

- サブスクリプション売上高は持続的に成長。2Qの前四半期比の増加ペースの落ち着きは、契約時期が1Qおよび3Qに寄った影響。1Qの純増額は例年の傾向に比べて大きく、3Qも高い水準で着地する見通しであり、事業状態は引き続き良好
- サービス及びコンサル等売上高も順調に規模を拡大

売上高

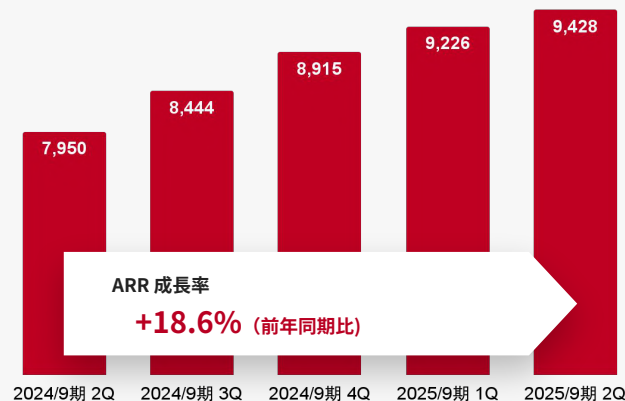
■ サービス及びコンサルティング等売上高
■ サブスクリプション売上高

百万円



ARR

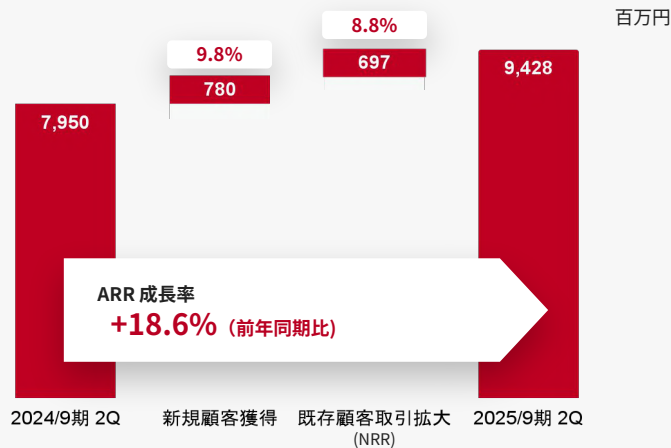
百万円



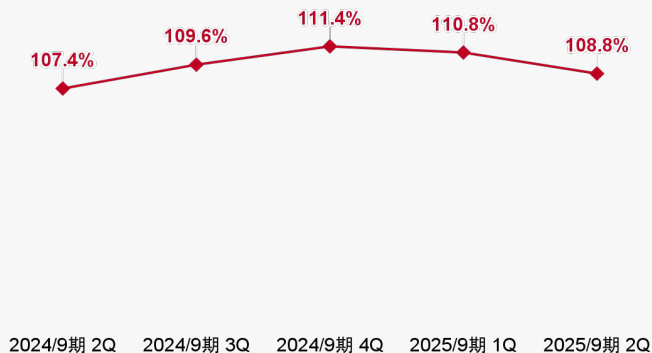
ARR⁽¹⁾成長率の要因分析

- 新規顧客獲得と既存顧客取引拡大がバランス良くARR成長に寄与
- 2Q末の顧客全体のNRR⁽²⁾⁽³⁾は108.8%と安定的に推移
- 戦略上注力しているARR1,000万円以上の顧客層のNRRは約115.0%で推移しており、当該顧客層の比率を高めながらNRRを引き上げていく

ARR成長内訳



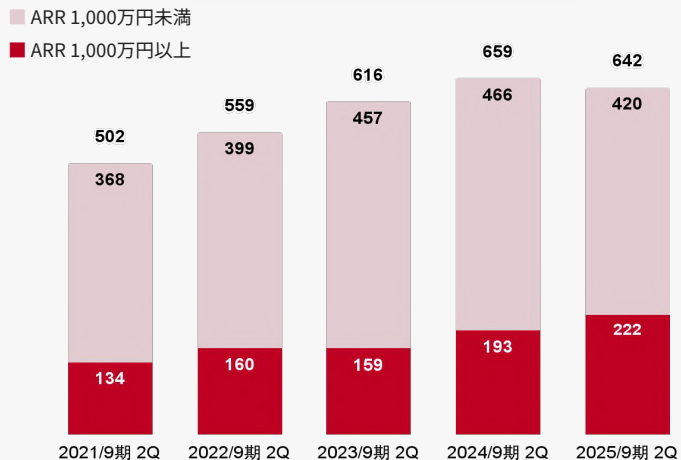
NRR



顧客社数⁽¹⁾及び顧客単価⁽²⁾

- ARR1,000万円以上の顧客社数と月額単価が着実に増加
- ARR1,000万円未満の顧客社数減少は、上記に注力している結果であり、足許における戦略が反映されている（次頁ご参照）
- 顧客社数全体に占めるARR1,000万円以上の割合が前年同期比+5ptの約35%まで向上しており、良質かつ強固な顧客基盤構築が進んでいる

顧客社数_年度別推移

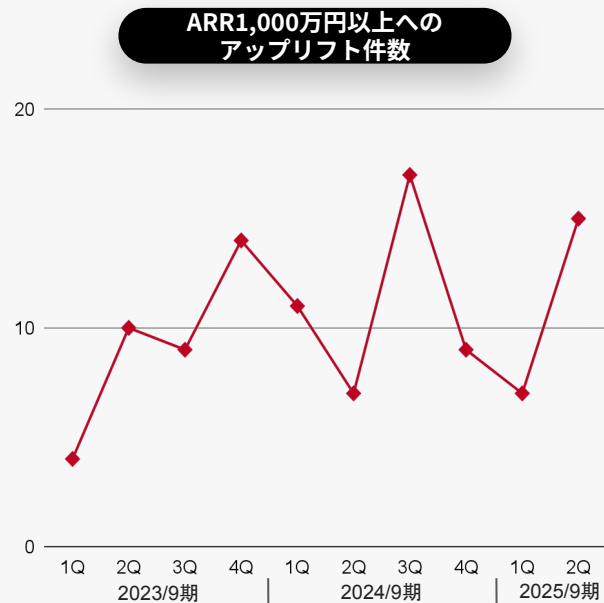
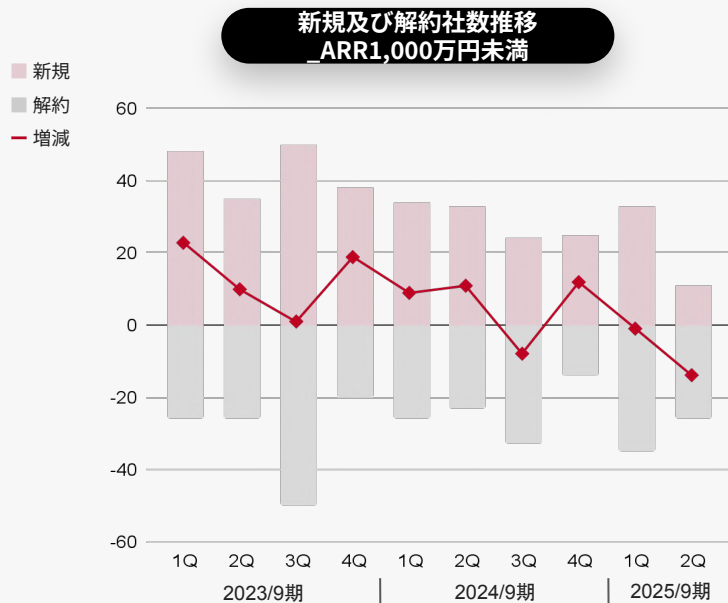


顧客月額単価_年度別推移



(ご参考) ARR1,000万円未満の顧客社数増減分解

- ・ エンタープライズ企業との取引獲得/拡大に注力する中、主にSMBの新規獲得が過去比で減少
- ・ 解約社数は過去同水準で推移しているが、アップセル/クロスセルによってARR1,000万円以上へのアップリフトが進んでいることも相まってARR1,000万円未満の顧客社数が減少しているものであり、エンタープライズシフトが着実に進捗している

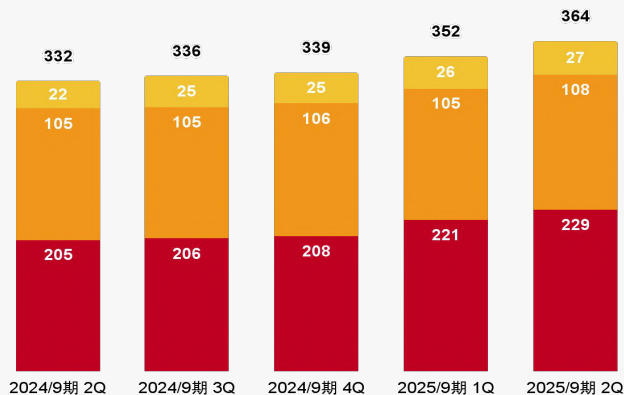
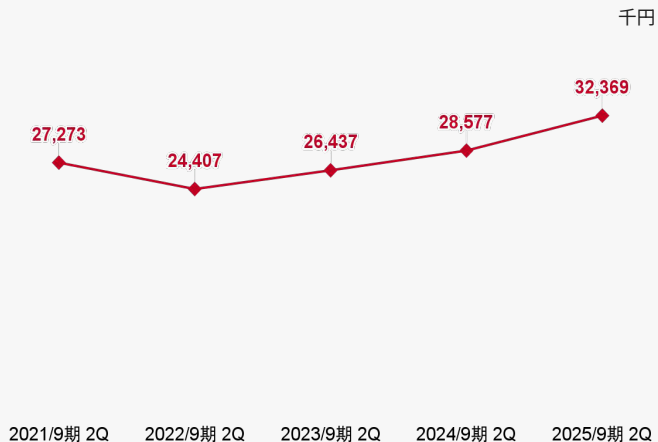


従業員数推移

- プロフェッショナルサービス人材を中心に採用が進み、2Q末の従業員数は364名
- セールスやカスタマーサクセス、管理系人材の採用強化を進める
- 同時にAI活用など各種オペレーションの刷新も進め、持続的に生産性を向上させていく

従業員数

- アクセラレーター（管理）
- プロダクト⁽¹⁾
- ビジネス

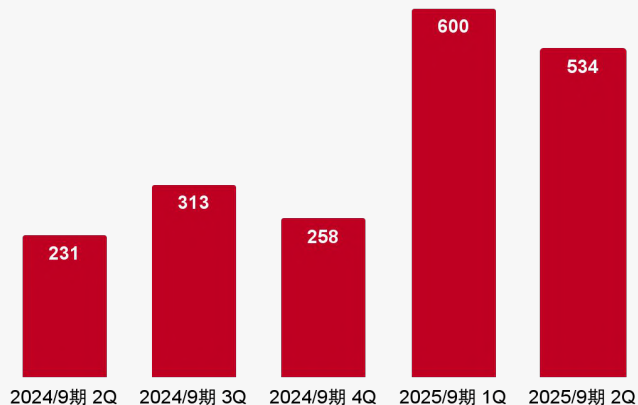
従業員一人当たり売上高⁽²⁾

調整後営業利益⁽¹⁾は534百万円で着地

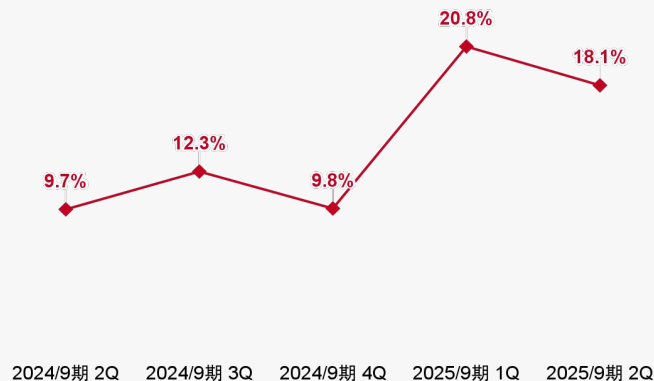
- ・ 順調な売上高推移と適切なコストコントロールの結果、2Qも調整後営業利益は前年同期比で大幅増益
- ・ 良好な事業状態を背景として、3Q以降も着実な利益創出が続く見通し

調整後営業利益

百万円



調整後営業利益率



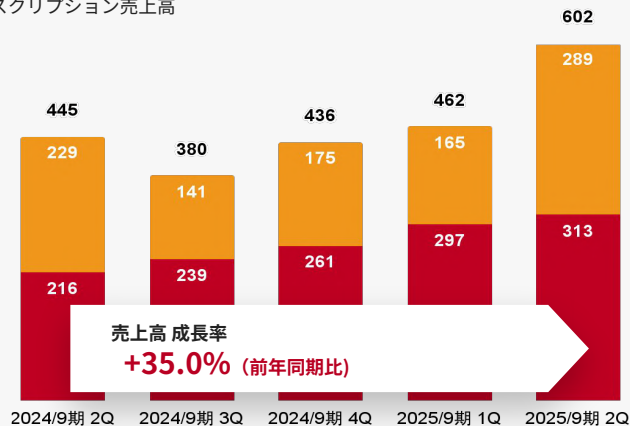
グループ会社は売上高が大きく伸長し、赤字幅も縮小

- RightTouchおよびアジトの牽引により、サブスクリプション売上高は引き続き増加
- サービス及びコンサル等売上は、エモーションテックにおける大型契約の獲得によって大幅増加

売上高

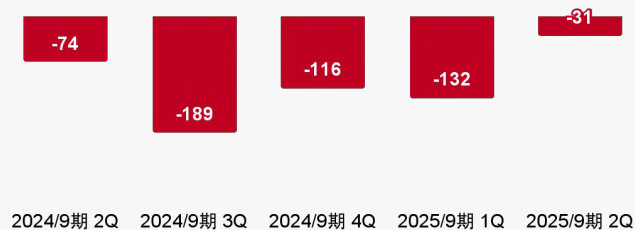
- サービス及びコンサルティング等売上高
- サブスクリプション売上高

百万円



調整後営業利益

百万円



1. 2025年9月期 第2四半期実績
- 2. 2025年9月期 通期業績予想**
3. ビジネスアップデート
4. Key takeaways
5. 成長戦略
6. Appendix



2025年9月期 通期業績予想

- ・ 良好な業績推移を踏まえ、通期予想を上方修正
- ・ 売上高がプレイド単体/グループ会社ともに順調に進捗している中、全社レベルで生産性の改善が進んでおり収益力が大きく向上
- ・ 調整後営業利益は前年同期比+190.5%の1,490百万円、営業利益は前年同期比+371.8%の1,231百万円で着地する見込

(百万円)	2024/9期 実績	2025/9期		
		期初予想	今回発表	増減額
売上高	10,992	13,575	13,575	-
前年同期比	+27.3%	+23.5%	+23.5%	-
調整後営業利益	513	876	1,490	614
前年同期比	-	+70.9%	+190.5%	-
営業利益	260	678	1,231	553
前年同期比	-	+160.1%	+371.8%	-

1. 2025年9月期 第2四半期実績
2. 2025年9月期 通期業績予想
- 3. ビジネスアップデート**
4. Key takeaways
5. 成長戦略
6. Appendix



支援事例：大阪ガスマーケティング株式会社様

- ・ オフライン活動に加えてWebチャンネルを強化する方針下、1 to1 アプローチが可能なKARTEが採用され、PLAID ALPHAが包括的に支援
- ・ マーケティング戦略策定やWebサイト刷新/改善等の課題解決をリードしながらプロジェクトを共に推進

課題/目標

支援内容

顧客起点の マーケティング の実現

- ・ Webチャンネルを活用した申込数の最大化
- ・ 広告予算アロケーションの最適化



- ・ 顧客起点によるクラスタ分類/カスタマージャーニーマップ策定、施策実行
- ・ 媒体共通の測定指標の定義、重回帰分析を用いた最適な予算配分算出

マーケティング活動の 内製化・高度化

- ・ チャンネルの課題把握及び打ち手検討、PDCAサイクルの確立
- ・ 広告運用の内製化による、コスト削減及び施策スピード向上



- ・ 仮説思考でのPDCAスキームの設計/型化
- ・ 広告運用内製化に向けた組織/人材/採用要件設計

Webサイトの 刷新・改善

- ・ Webサイトの抜本的な見直しによる申込数増
- ・ 高優先度の解決策の先行実施



- ・ 顧客起点アプローチによる課題抽出/戦略策定/デザインコンセプト開発
- ・ KARTEを通じた高優先度の解決策の既存サイトへのクイック実装



AI活用に向けたPoCプロジェクトを開始

- KARTEとAI技術を組み合わせ、さまざまな場面でのAI活用を促進/支援する取り組みが本格的にスタート

主な事例



サマリー

行動データ × AIによる高解像度の顧客理解

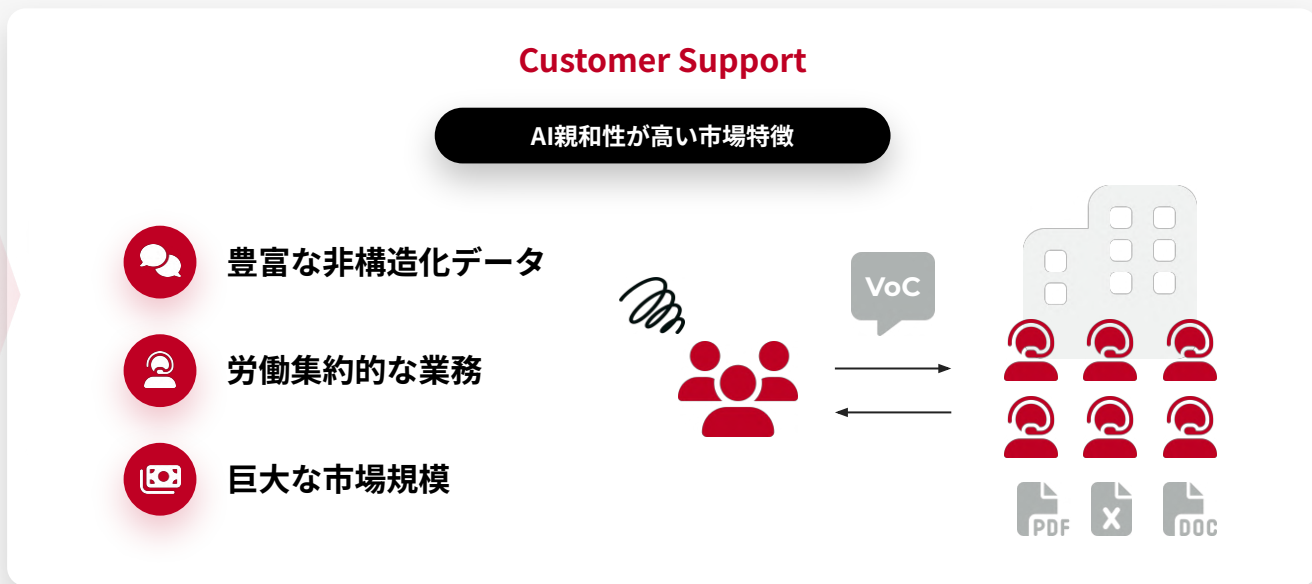
- 2024年10月ごろより取り組みを開始。丸井様が保有する購買情報や、KARTEで収集/蓄積した行動データをAIモデルにより分析、自社サービスを利用するユーザーを新たな切り口でグルーピング
- 今後は分析結果を元にした商品分類、ユーザーセグメントの作成、施策検討などを実施する想定

接客体験のアップデートにAIを活用

- 2025年1月ごろよりHIS様の全国の店舗にて相談予約ダッシュボードの活用を開始。KARTEで取得された相談毎のユーザー行動データの集計とAIモデルによる要約をKARTE Craftにより可視化
- 相談予約に来られるお客様への接客の準備や担当コンサルタントのアサインにダッシュボードの情報を活用
- 今後は接客時のヒアリング内容を踏まえた最適な商品提案を行うAI Agentの実装やオンラインマーケティングでの活用を予定

AI親和性の高いカスタマーサポート領域への進出/展開

- ・ カスタマーサポート領域はVoC（Voice of Customer）や企業ナレッジなど大量の非構造化データ、労働集約性の高い業務などの特徴からAI活用との親和性・期待値が非常に高く、プレイドグループのRightTouchが当領域を推進



カスタマーサポート領域で提供する各プロダクトでEnterprise × AIを本格推進

- 「RightVoC by KARTE」「RightVoicebot by KARTE」「スマートエージェント」などのAIを中心に据えたプロダクト群
- そのほか、RightTouchの主プロダクト「RightSupport by KARTE」を含む各事業で積極的にAI機能を展開

Right VoC by KARTE

煩雑なVoC活用を
AIで自動化、高速化



Right Voicebot by KARTE

データ × AIの
自律型ボイスボット



スマートエージェント

タスク実行まで伴走できる
対話型エージェント



1. 2025年9月期 第2四半期実績
2. 2025年9月期 通期業績予想
3. ビジネスアップデート
4. **Key takeaways**
5. 成長戦略
6. Appendix



Key takeaways

1 エンタープライズフォーカス戦略が着実に進捗

- ・ 全社に占めるエンタープライズ企業との取引割合が着実に増加しており、前年同期比+5ptの約35%まで向上
- ・ 持続的な成長を支える良質で強固な顧客基盤の構築が進んでいる

2 売上高成長と生産性改善により収益力が大きく向上しており、通期業績予想を上方修正

- ・ 着実な戦略進捗により売上高は順調に成長。採用等の成長投資を進める一方で生産性も改善しており、収益力が大きく向上
- ・ 期初の利益予想を大きく上回り、調整後営業利益は前年同期比+190.5%の1,490百万円、営業利益は前年同期比+372.0%の1,231百万円で着地する見込

3 非連続的な成長に向けたAIの実装が本格化

- ・ AIによってKARTEに蓄積される高精細かつ超大量の1st Party Customer Dataが、より使いやすく、より価値を発揮できる状態に
- ・ エンタープライズフォーカス戦略の上に、AI実装による新たな成長を乗せ、非連続的な成長を実現していく

目次

1. 2025年9月期 第2四半期実績
2. 2025年9月期 通期業績予想
3. ビジネスアップデート
4. Key Takeaways
- 5. 成長戦略**
6. Appendix

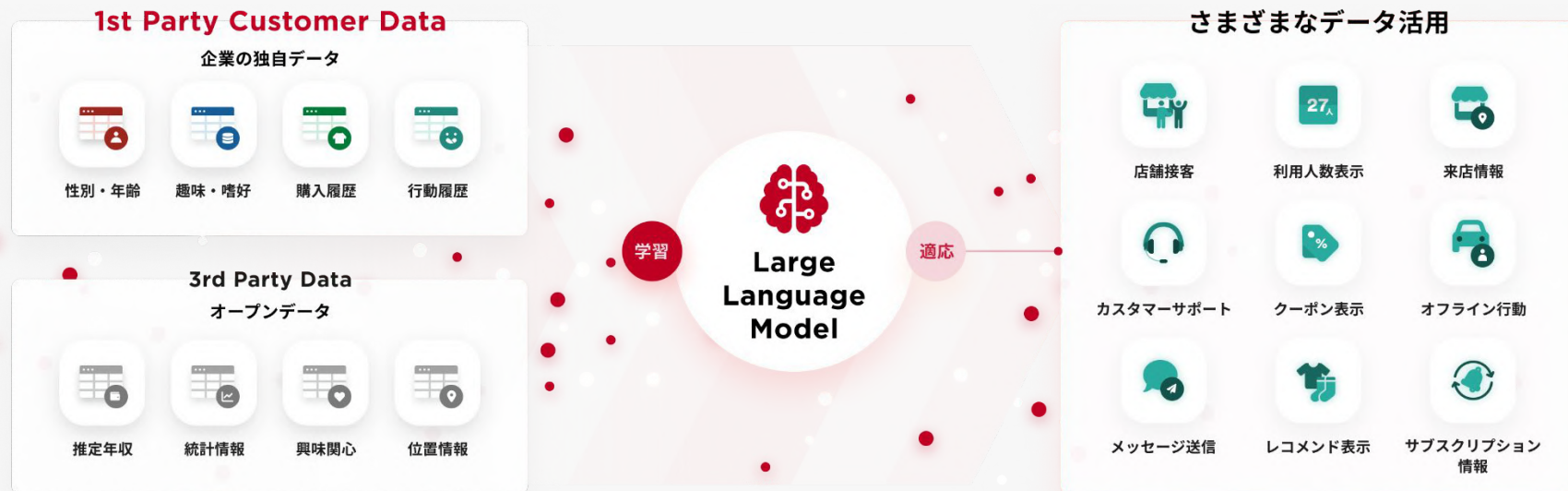


当社を取り巻く環境



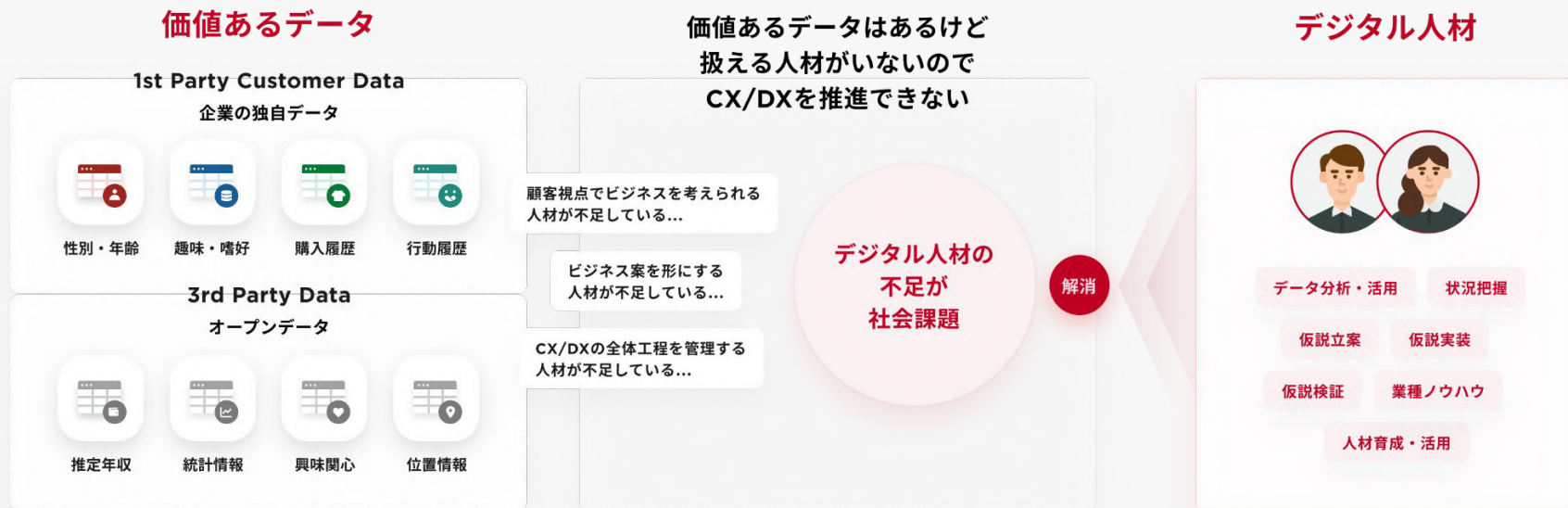
AIの飛躍的な進化

- ・ 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

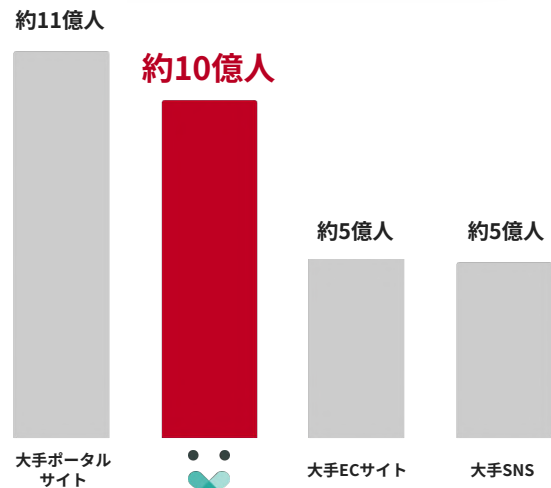
1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- 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⁽¹⁾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

KARTEの解析MAU数⁽²⁾⁽³⁾

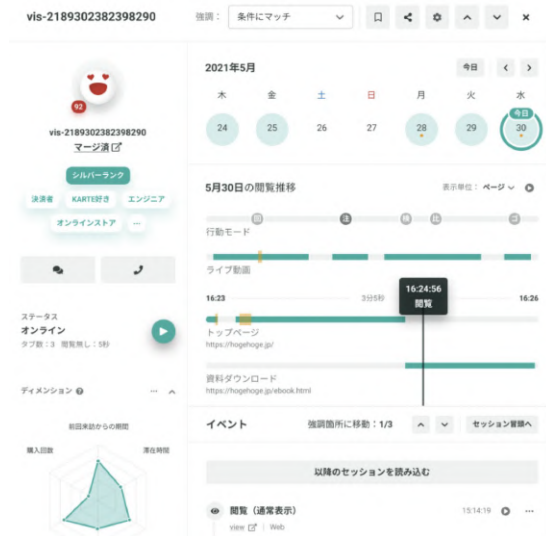


国内上位サイトとのMAU数比較⁽⁴⁾



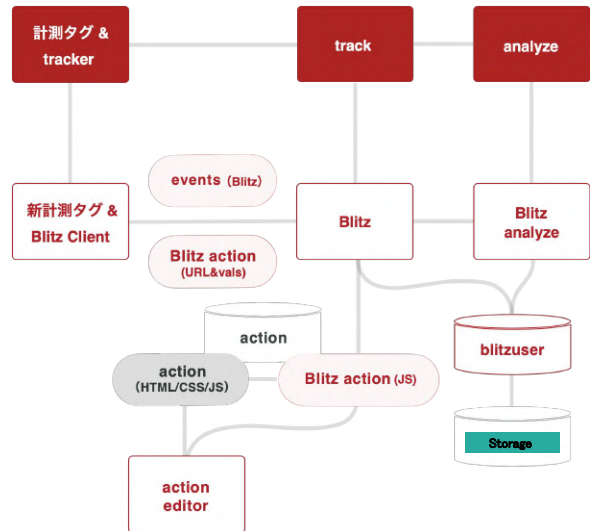
2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ

- 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まれており、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

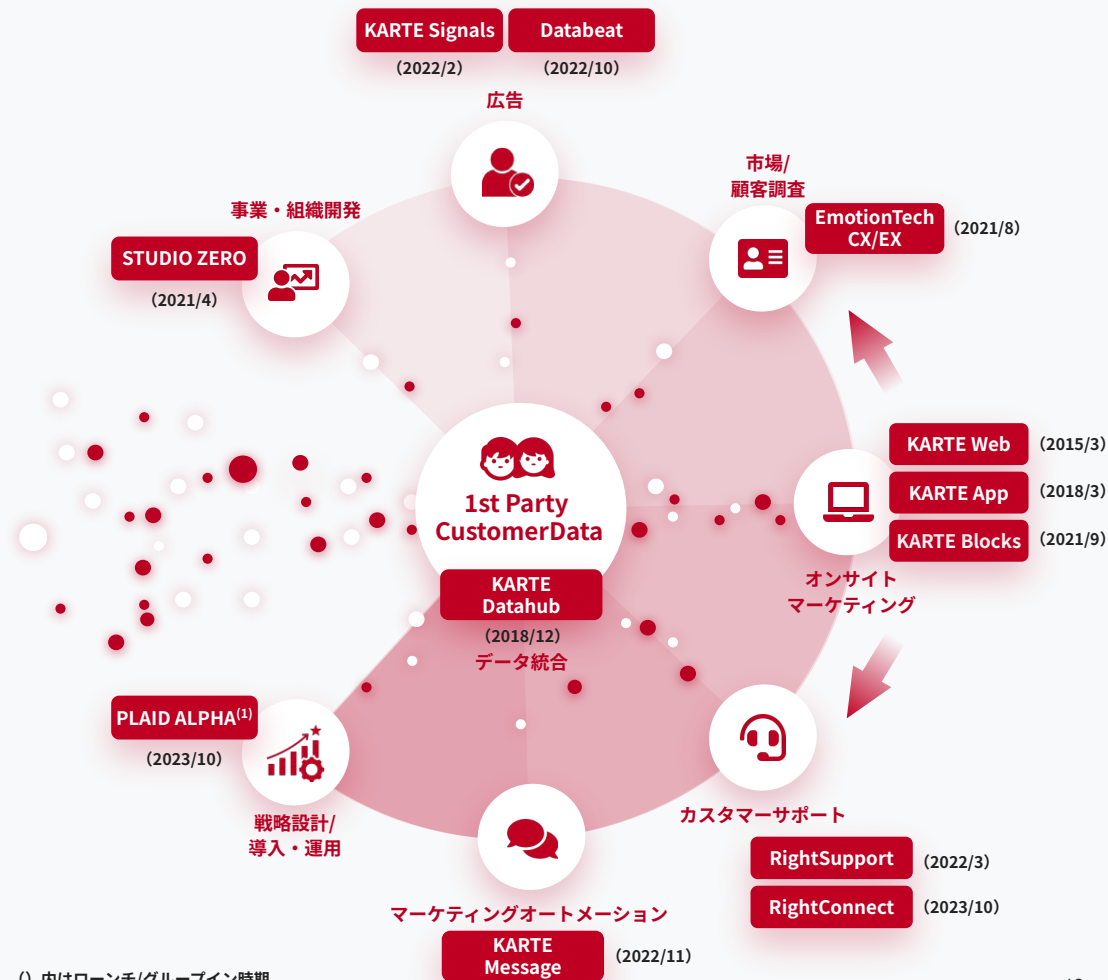


4 高解像度なユーザー理解に 基づいた企業活動を支援する シームレスなマルチプロダクト群

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

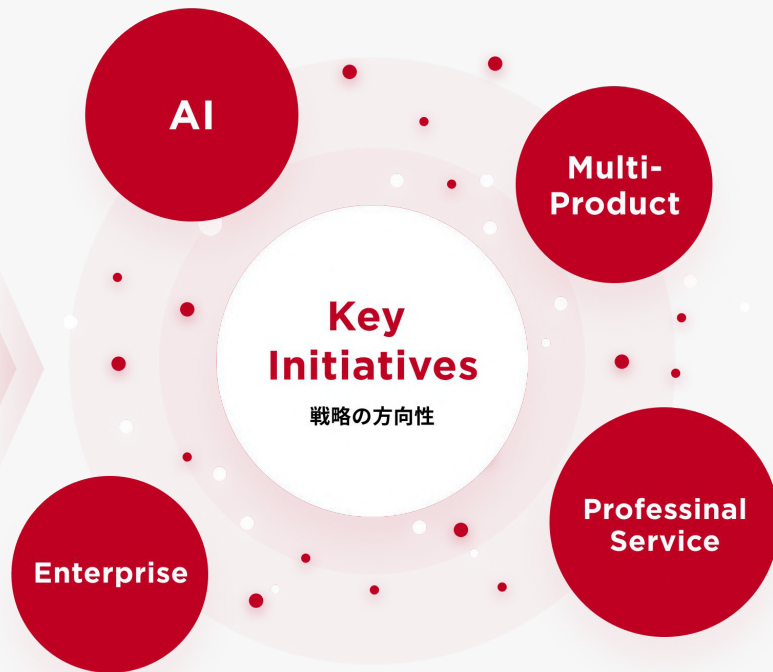


中長期成長に向けたKey Initiatives

- 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

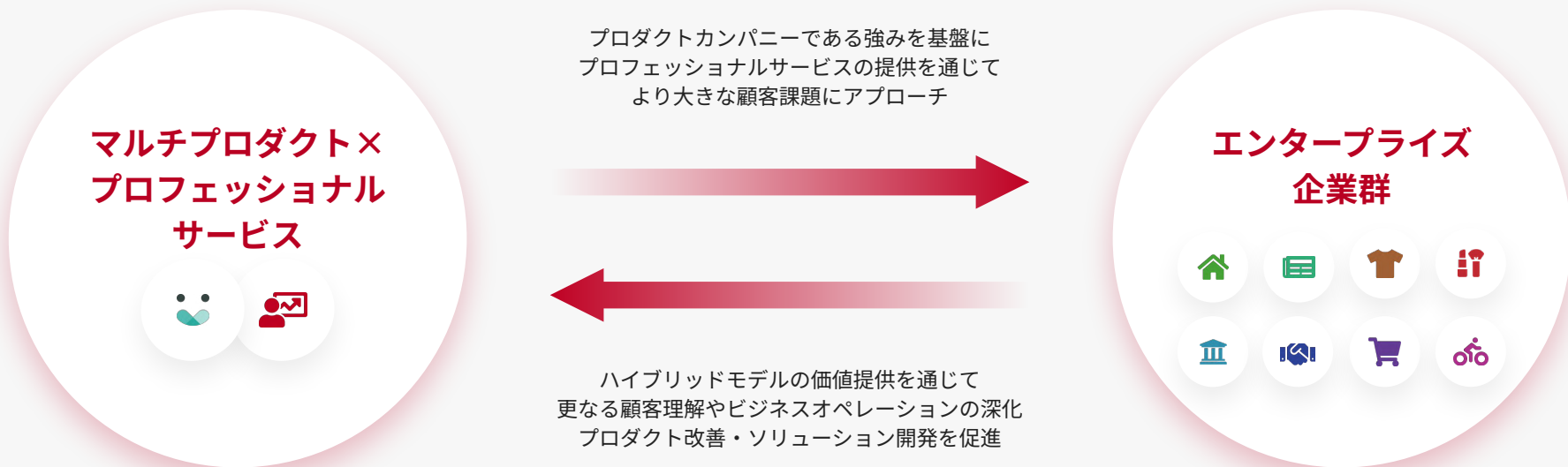
当社の強み

- 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



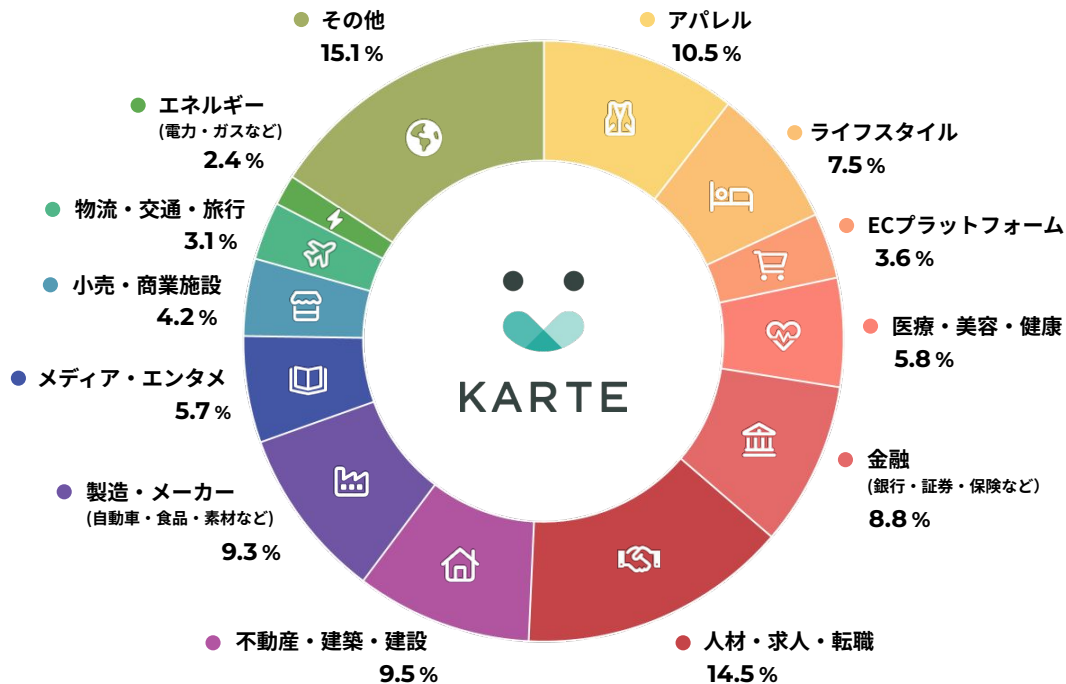
マルチプロダクト×プロフェッショナルサービスによりエンタープライズ企業群へのアプローチを強化

- ・ 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



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

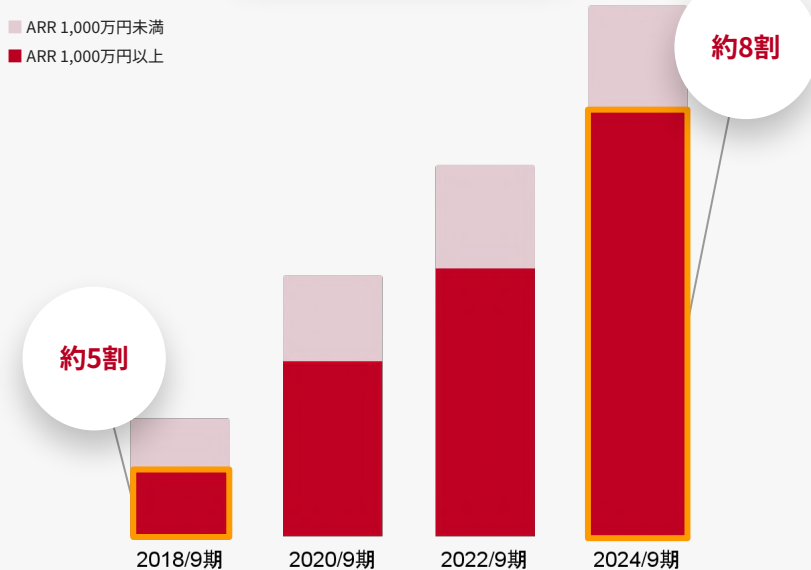
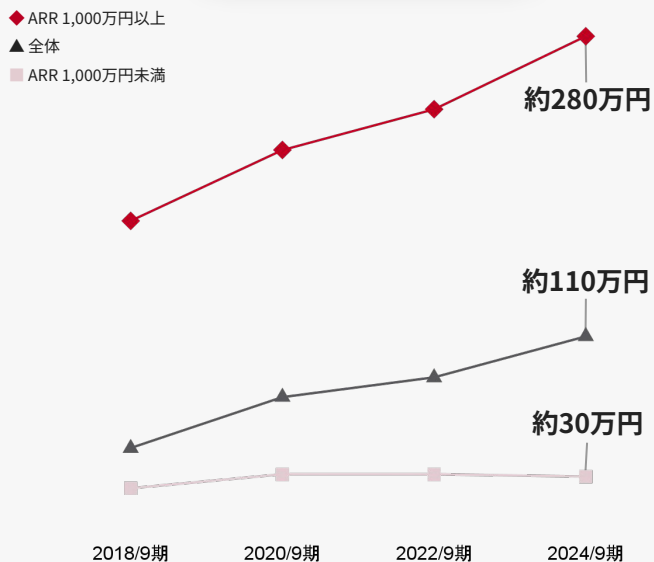
Enterprise



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

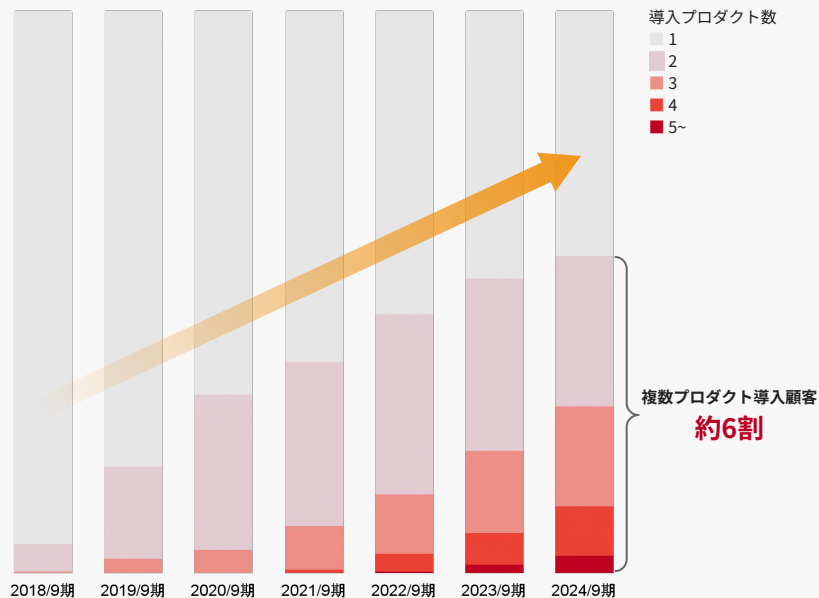
顧客群毎のARR構成比率

顧客群毎のARPC⁽¹⁾

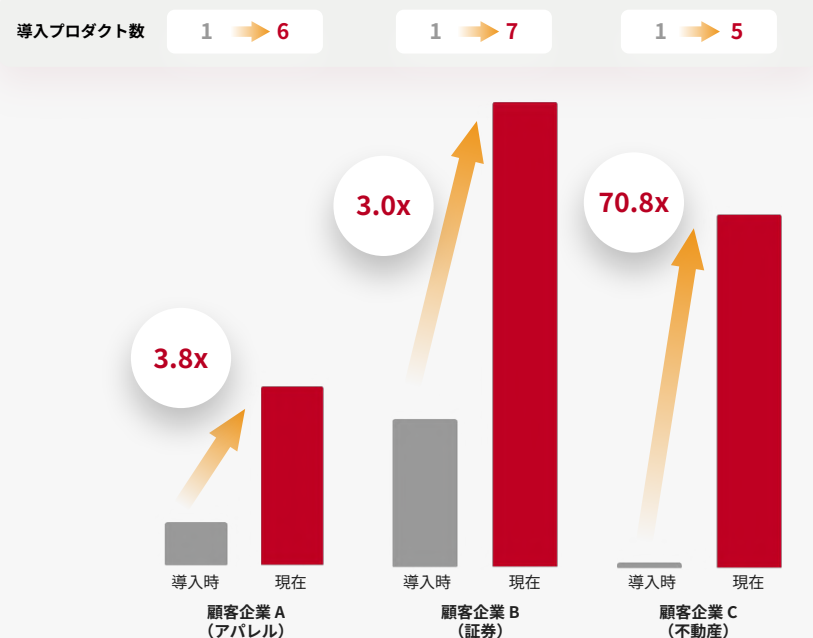
マルチプロダクト化によりクロスセルが着実に拡大

- 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⁽¹⁾

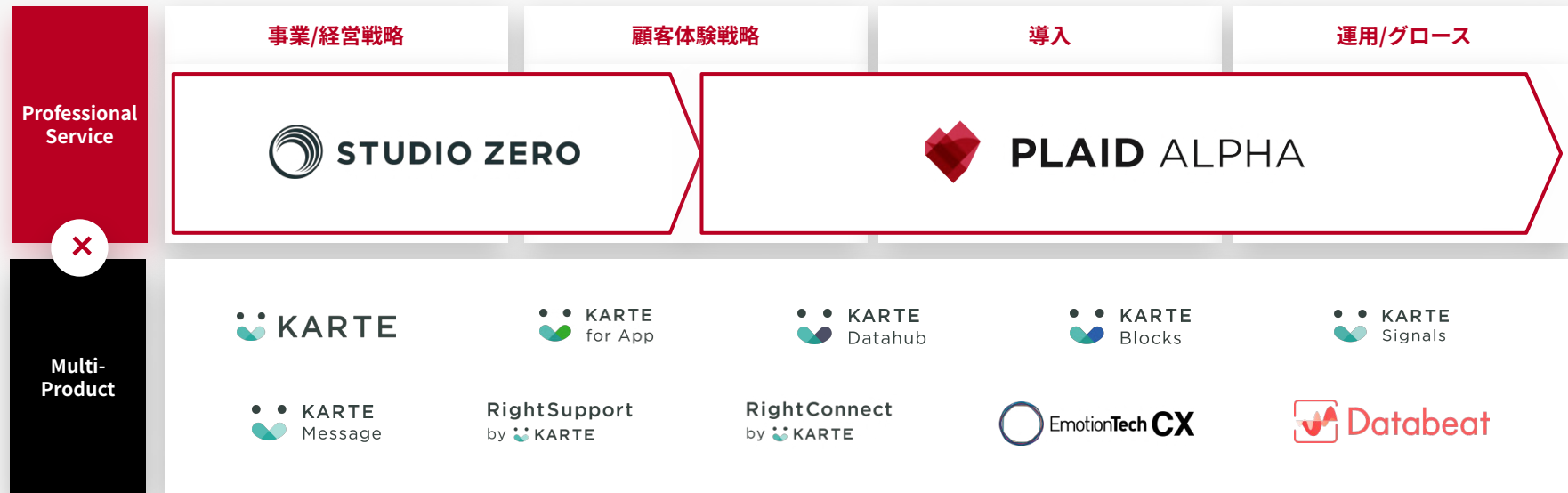


クロスセルによる顧客単価上昇ケース⁽²⁾



「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

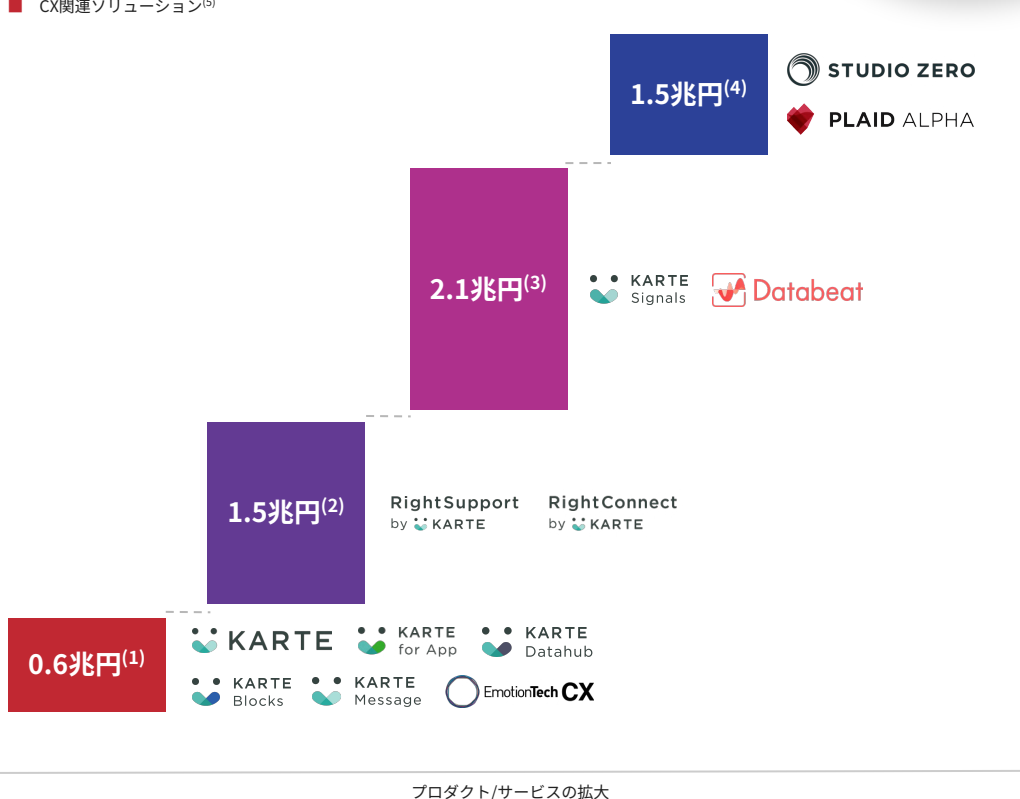
グループ全体の潜在市場規模

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⁽⁶⁾
- 広告
- カスタマーサポート
- CX関連ソリューション⁽⁵⁾



1. 2025年9月期 第2四半期実績
2. 2025年9月期 通期業績予想
3. ビジネスアップデート
4. Key Takeaways
5. 成長戦略
6. **Appendix**



財務情報

長期財務モデル⁽¹⁾⁽²⁾ (KARTE領域)

	2024/9期 2Q	2024/9期 3Q	2024/9期 4Q	2025/9期 1Q	2025/9期 2Q	長期財務 モデル
売上総利益率	73.4%	75.1%	76.4%	76.3%	73.0%	75-80%
S&M	32.2%	30.3%	31.2%	26.8%	25.9%	25-30%
R&D	19.3%	18.6%	18.1%	16.2%	16.5%	18-20%
G&A	9.2%	8.7%	9.1%	7.6%	8.2%	8-10%
営業利益率	12.7%	17.5%	18.0%	25.7%	22.4%	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

損益計算書（会計期間）

(百万円)	2025/9期 2Q	2024/9期 2Q	YoY	2025/9期 1Q	QoQ
売上高	3,356	2,733	+22.8%	3,190	+5.2%
サブスクリプション売上高	2,650	2,173	+21.9%	2,611	+1.5%
サービス及びコンサル等売上高	706	559	+26.3%	578	+22.1%
売上総利益	2,453	1,904	+28.8%	2,359	+4.0%
売上総利益率	73.1%	69.7%	+3.4pt	74.0%	-0.9pt
販売費及び一般管理費	1,997	1,787	+11.7%	1,930	+3.4%
対売上高比率	59.5%	65.4%	-5.9pt	60.5%	-1.0pt
人件費	1,158	1,060	+9.2%	1,109	+4.4%
対売上高比率	34.5%	38.8%	-4.3pt	34.8%	-0.3pt
広告宣伝費	167	87	+92.0%	136	+22.2%
対売上高比率	5.0%	3.2%	+1.8pt	4.3%	+0.7pt
その他	672	640	+4.9%	684	-1.8%
対売上高比率	20.0%	23.4%	-3.4pt	21.5%	-1.4pt
営業利益	455	116	+291.0%	428	+6.3%
営業利益率	13.6%	4.3%	+9.3pt	13.4%	+0.1pt
調整項目	54	57	-5.8%	47	+14.7%
のれん償却額	8	13	-37.5%	8	-
株式報酬費用	45	44	+3.9%	38	+17.9%
その他一時費用	-	-	-	-	-
調整後営業利益	510	174	+192.7%	476	+7.1%
調整後営業利益率	15.2%	6.4%	+8.8pt	14.9%	+0.3pt

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

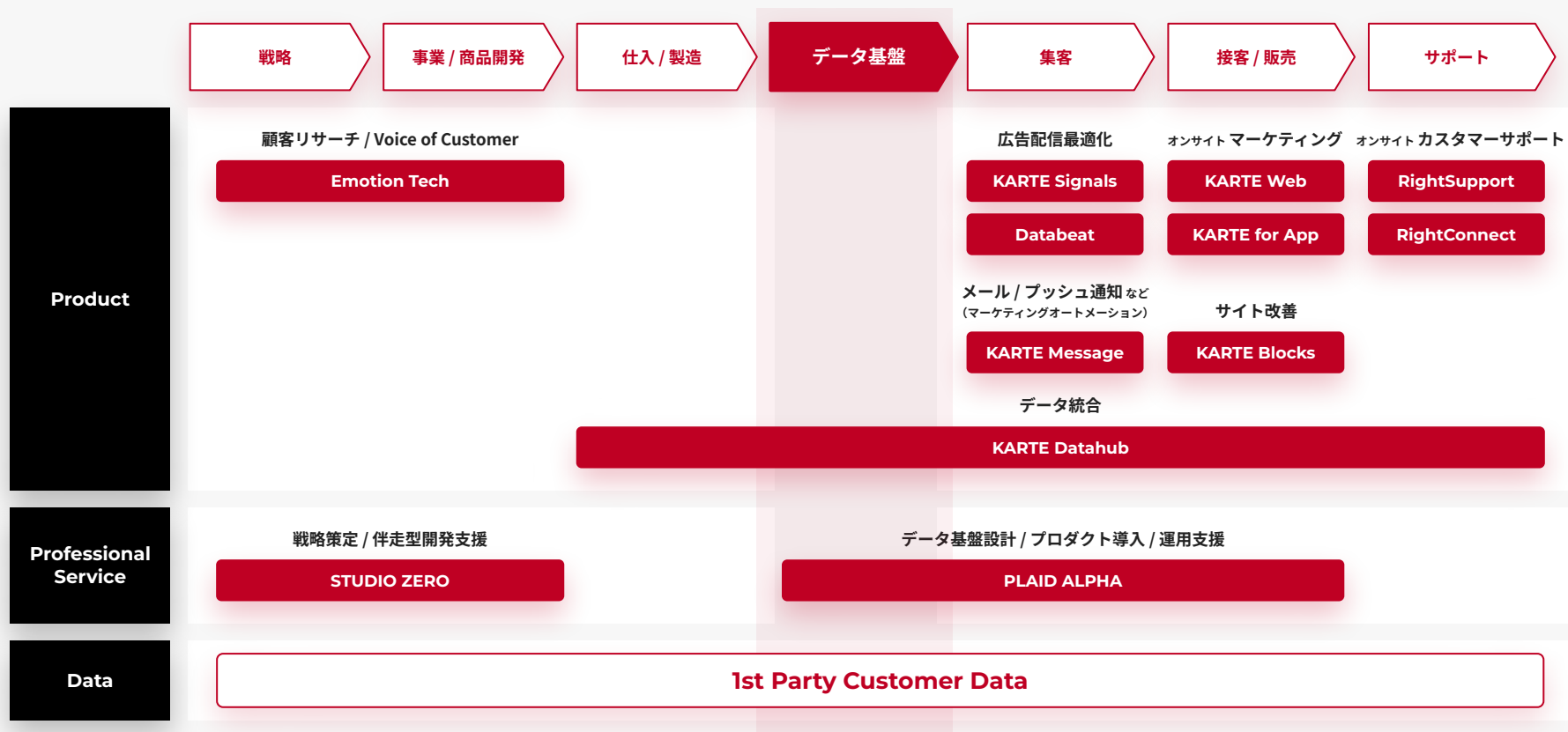
従業員数（連結） 489名（2025年3月末時点）



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	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	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/ET/ アジト/ CODATUM	グループ会社	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	    

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
戦略策定 伴走型開発支援	 STUDIO ZERO	「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
オンサイト 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
オンサイト カスタマーサポート	RightConnect 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、電話対応時の要件をスムーズに把握できるようになり、対応品質・対応時間を大きく改善
顧客リサーチ Voice of Customer	 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
広告配信最適化	 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

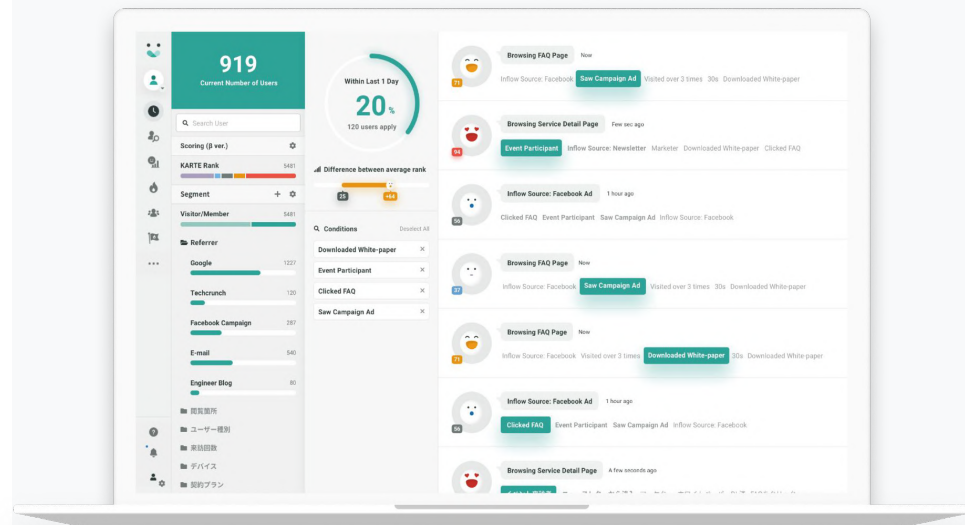


独自のリアルタイム解析エンジンにより、

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

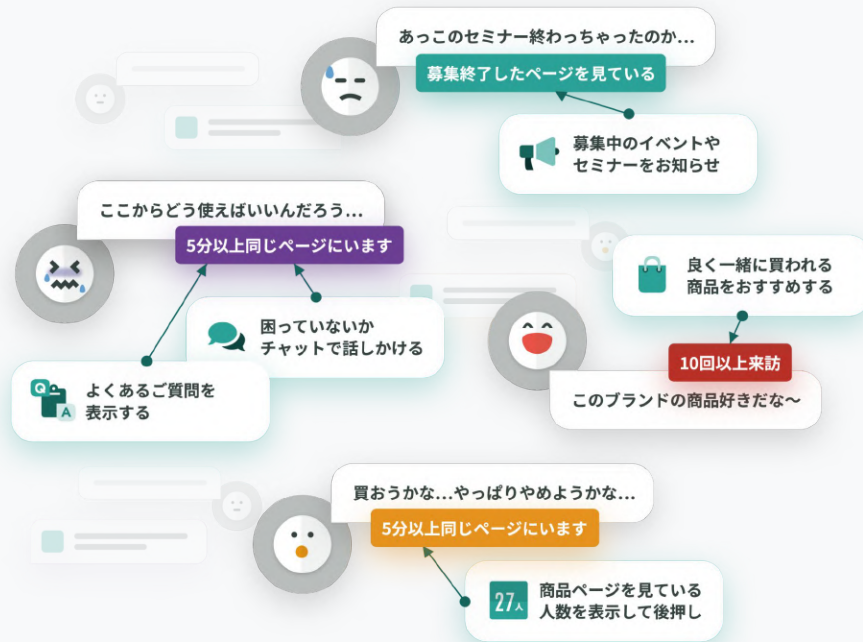
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



特徴2

リアルタイム解析基盤

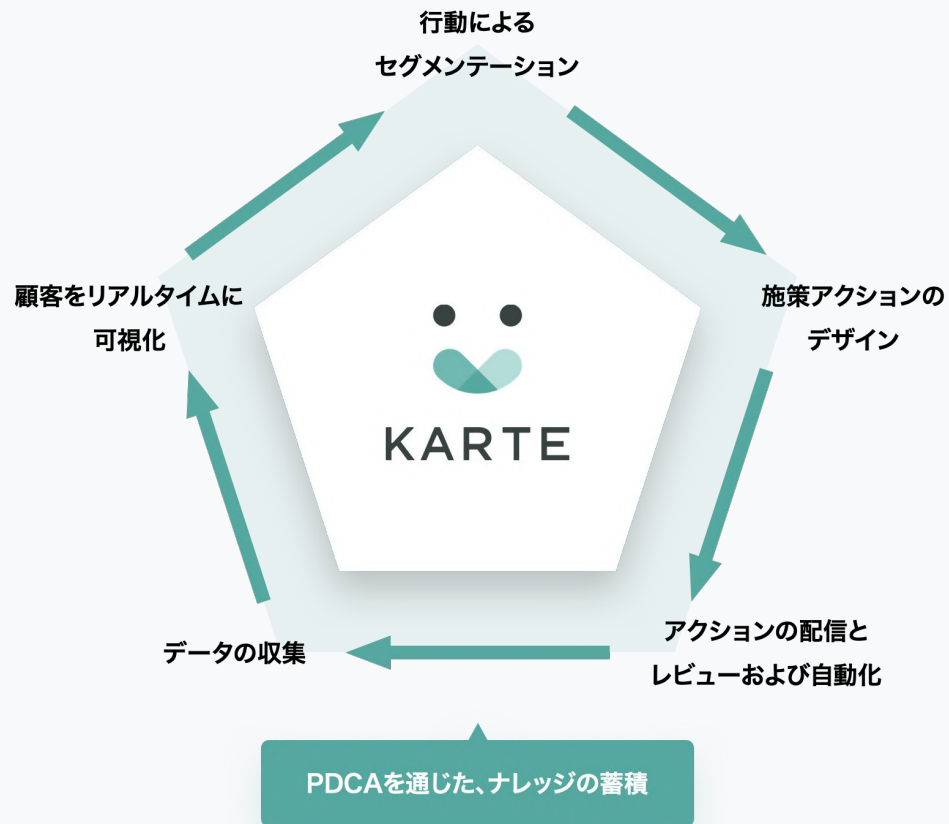
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



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

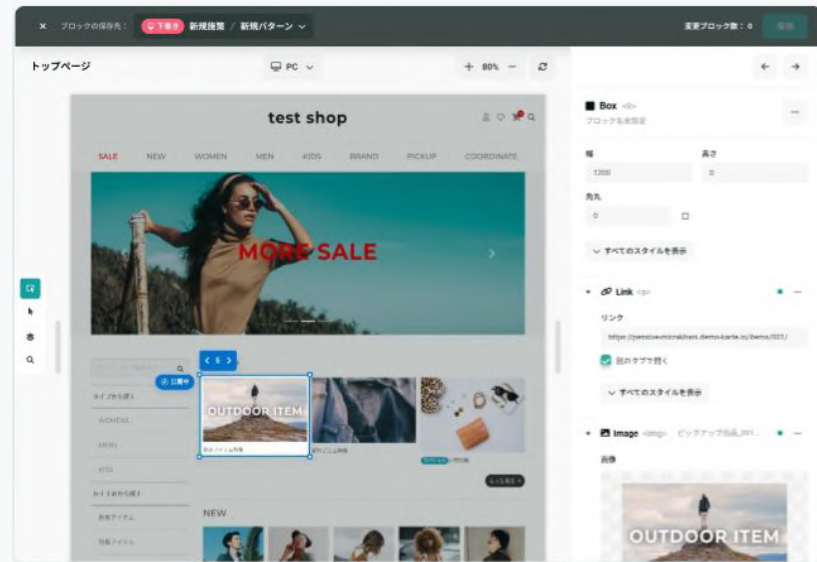


KARTE Blocks



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ーンのサイト運営を実現



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

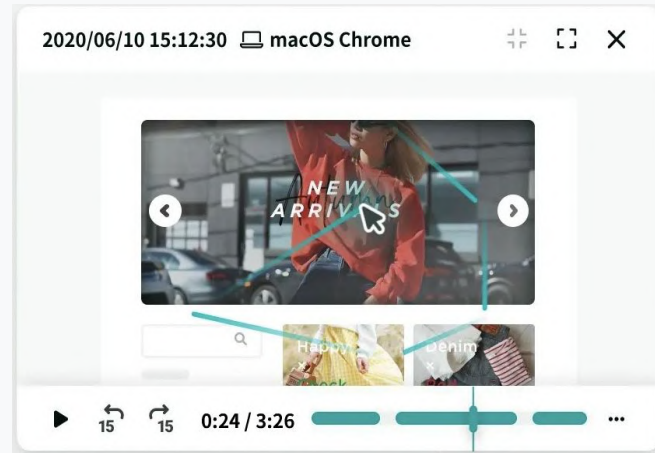
サイトや施策目的にあったKPIを設定。ブロックの表示数、クリック率、経由CV率などを自動で可視化ツールをまたがず、そのままワンストップで改善に繋がられ、SQL不要で効果分析も可能



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

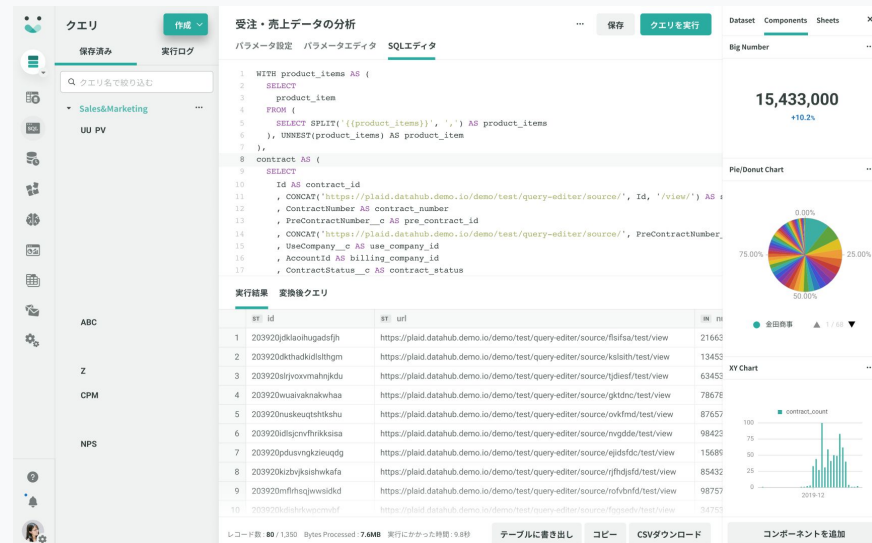


企業が持つデータをKARTEに接続

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



特徴1

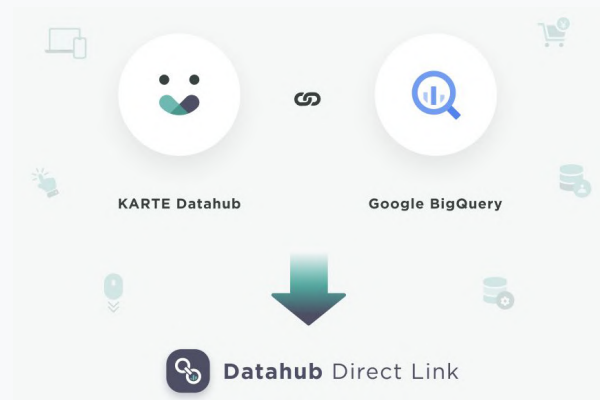
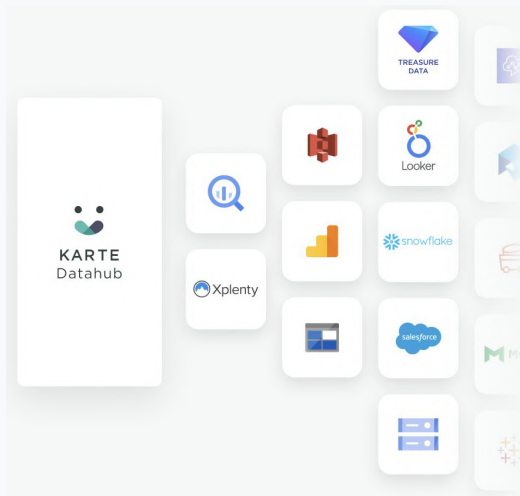
多種多量なデータを柔軟に連携

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

ブレイドと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

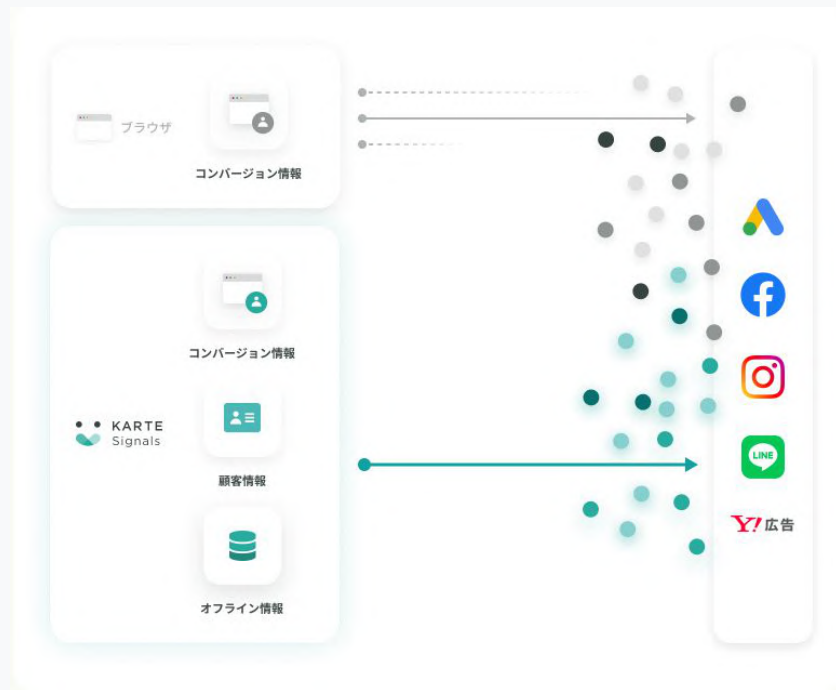


KARTE Signals



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

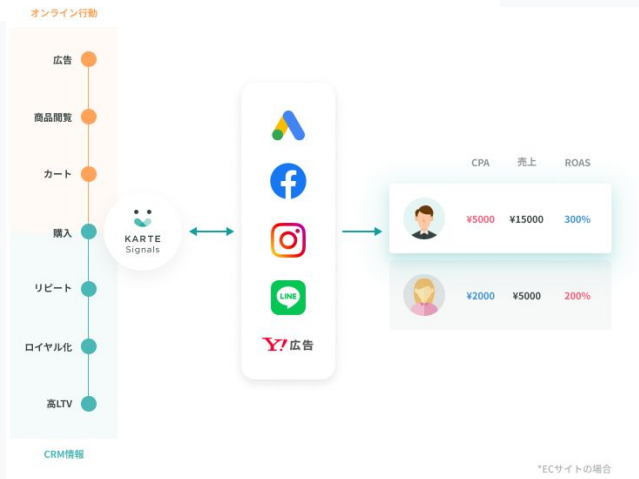


特徴1

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



*ECサイトの場合

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



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

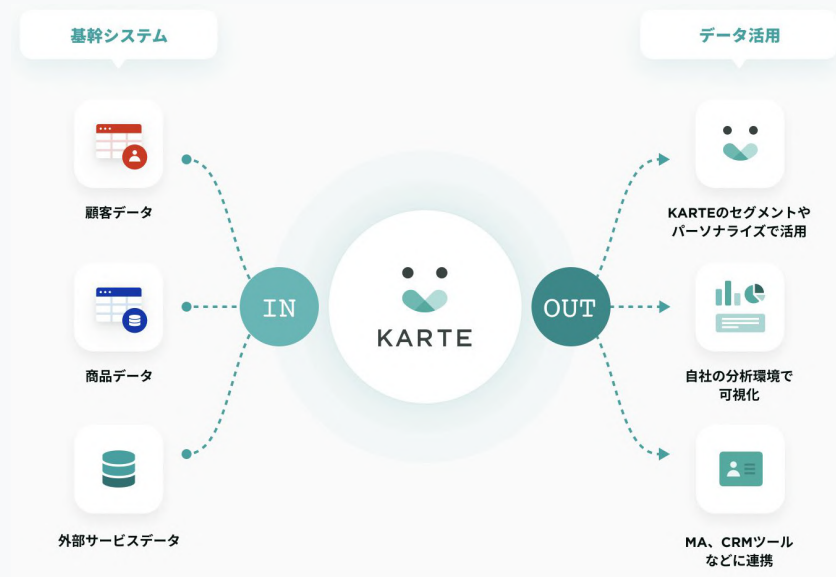
SQLを必要とせず、感覚的にリストを作成・管理
誰に、何を、いつ、を組み合わせて施策を作成。複数のリストを組み合わせた設定も可能



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⁽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

プロダクトの課金モデル

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）

