



# 2025年9月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2025年8月

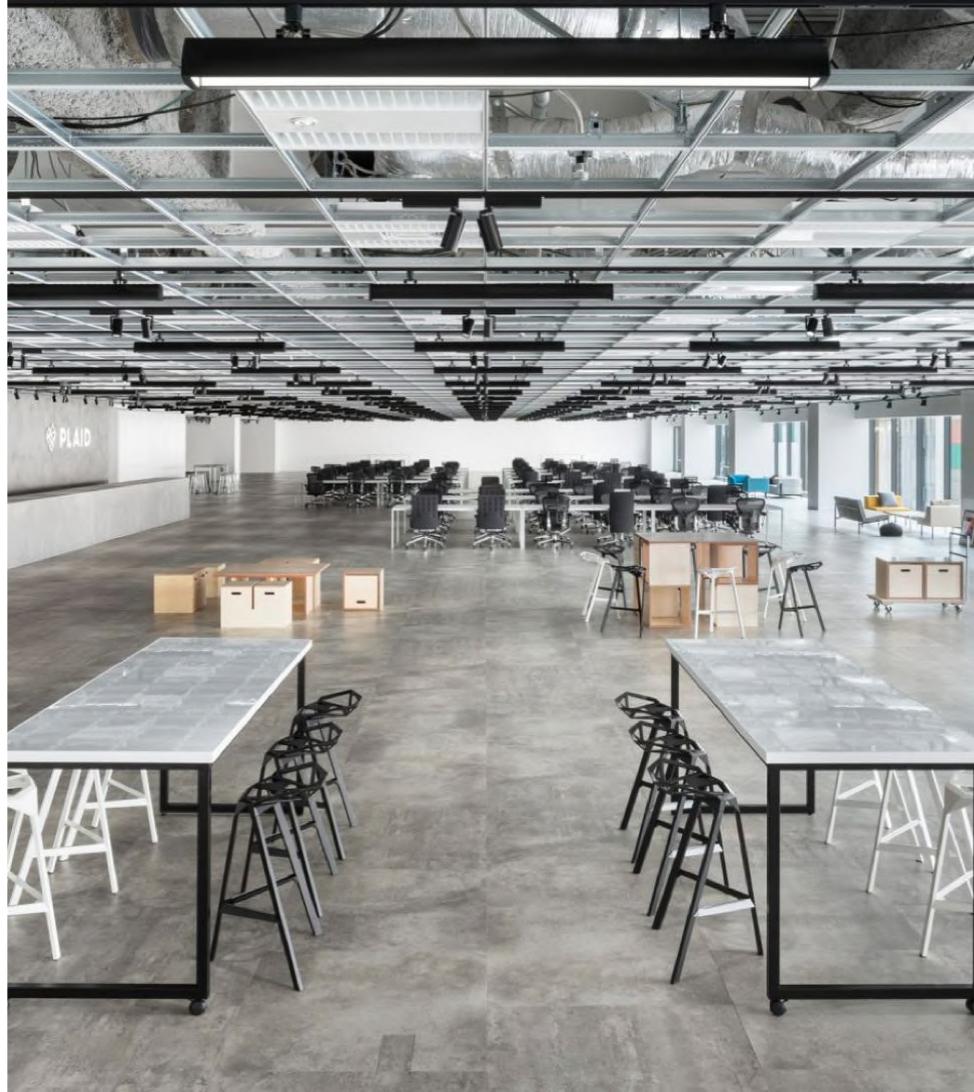
## 本資料の取り扱いについて

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

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

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

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



## 財務実績サマリー

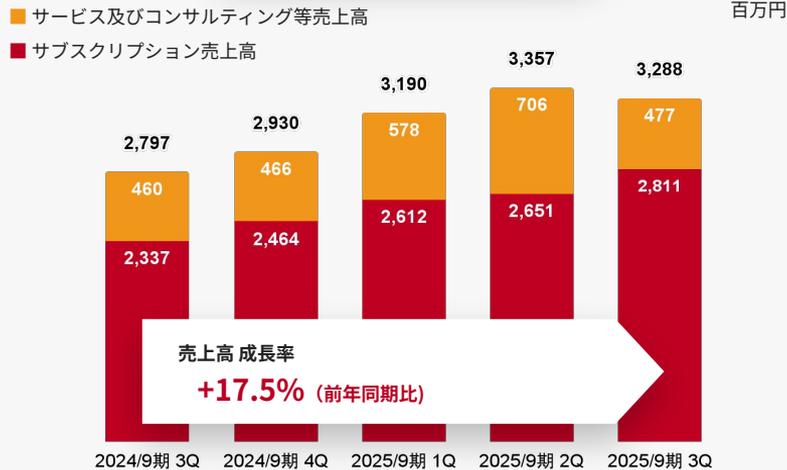
百万円		四半期			累計		
		2024/9期 3Q	2025/9期 3Q	前年同期比	2024/9期 3Q	2025/9期 3Q	前年同期比
売上高	連結	2,797	3,288	+17.5%	8,062	9,835	+22.0%
	ブレイド単体	2,543	3,016	+18.6%	7,185	8,851	+23.2%
	グループ会社	380	482	+26.9%	1,217	1,547	+27.1%
	連結調整額	-126	-210	-	-340	-563	-
売上総利益率 <sup>(1)</sup>	連結	72.9%	72.4%	-0.5pt	71.3%	72.6%	+1.3pt
	KARTE領域 <sup>(4)</sup>	75.1%	74.7%	-0.5pt	74.7%	74.6%	-0.1pt
調整後営業利益 <sup>(2)</sup>	連結	145	403	+177.8%	363	1,390	+281.9%
	ブレイド単体	313	551	+76.0%	716	1,686	+135.2%
	グループ会社	-189	-156	-	-400	-320	-
	連結調整額	21	8	-61.9%	47	24	-48.9%
ARR <sup>(3)</sup>	連結	9,508	11,428	+20.2%	-	-	-
	ブレイド単体	8,444	9,812	+16.2%	-	-	-

連結

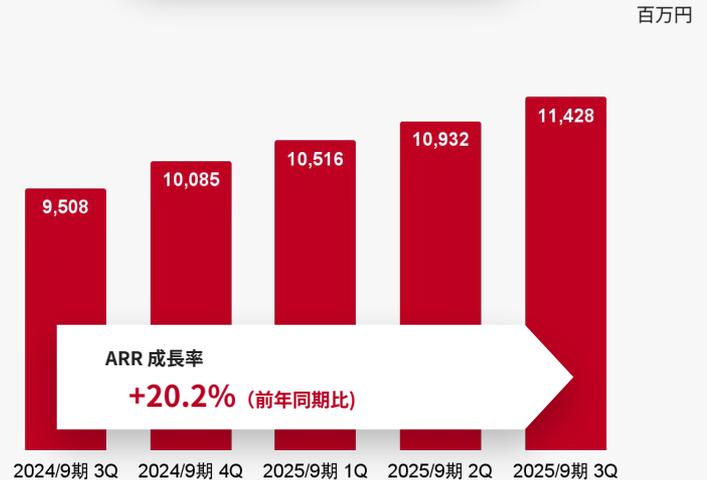
## サブスクリプション売上高とARRが着実に成長

- 3Qのサブスクリプション売上高は、前四半期比の純増額が+160百万円と着実に成長
- サービス及びコンサル等売上高は、季節需要の反動によって減少するも、3Q累計実績は前年同期比で増加
- 4Qも両売上高共に順調に増加する見込であり、通期の売上高は概ね想定通りの水準で着地する見通し

### 連結売上高



### 連結ARR



## 売上総利益率<sup>(1)</sup>は引き続き良好な水準で推移

- 3Qの連結売上総利益率は72.4%
- KARTE領域<sup>(2)</sup>の売上総利益率はPLAID ALPHAにおける外注費の減少により向上

売上総利益率\_連結



2024/9期 3Q 2024/9期 4Q 2025/9期 1Q 2025/9期 2Q 2025/9期 3Q

売上総利益率\_KARTE領域

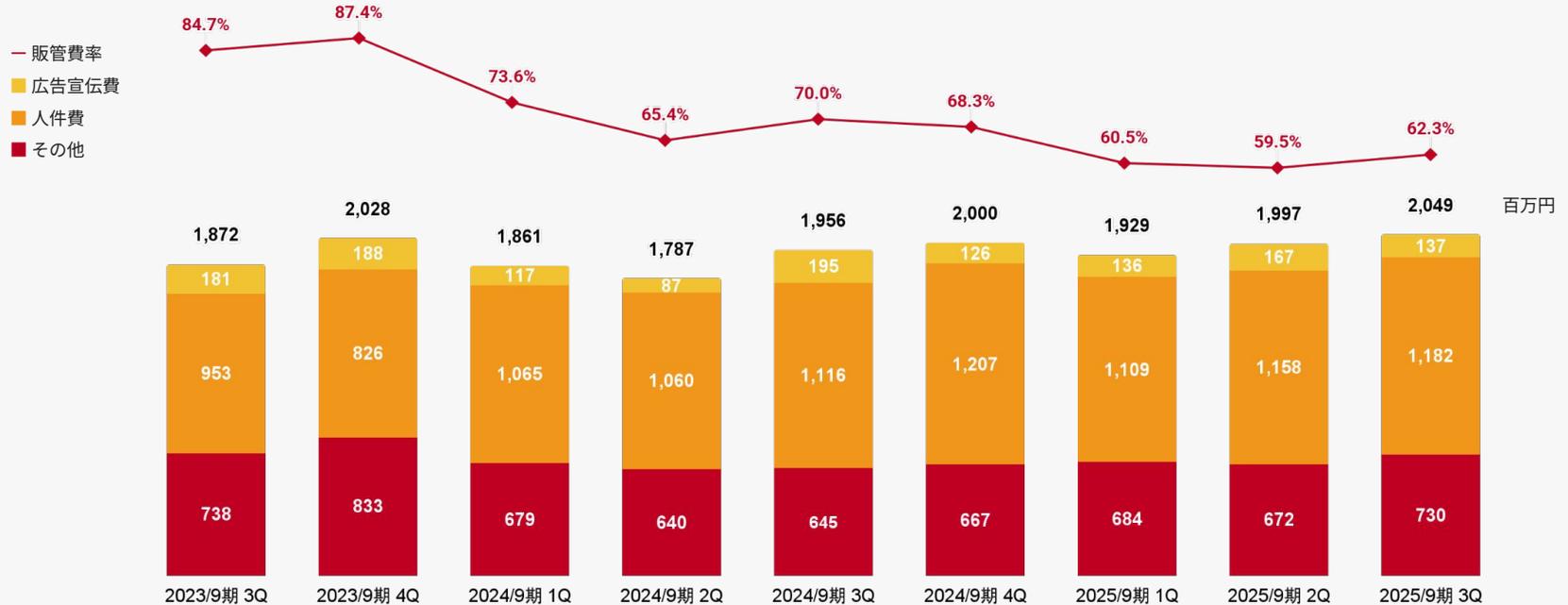


2024/9期 3Q 2024/9期 4Q 2025/9期 1Q 2025/9期 2Q 2025/9期 3Q

2025年9月期 第3四半期実績

## 販管費は適切な水準で推移

- 販管費は人材採用や開発にかかる外注費の増加により、前四半期比で増加
- 4Qの販管費も、採用強化や自社主催のマーケティングイベント実施等によって増加する見込

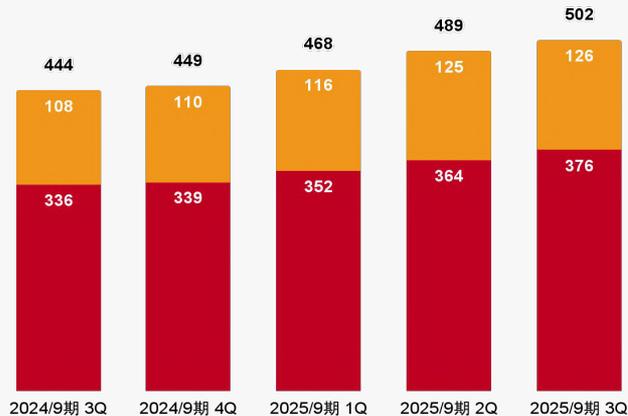


## 従業員数<sup>(1)</sup>と従業員一人当たり売上高<sup>(2)</sup>はともに増加

- 3Q末の従業員数は前四半期比+13名の502名
- グループ全体で積極採用を進めており、4Q末の従業員数は520名程度で着地する見通し

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

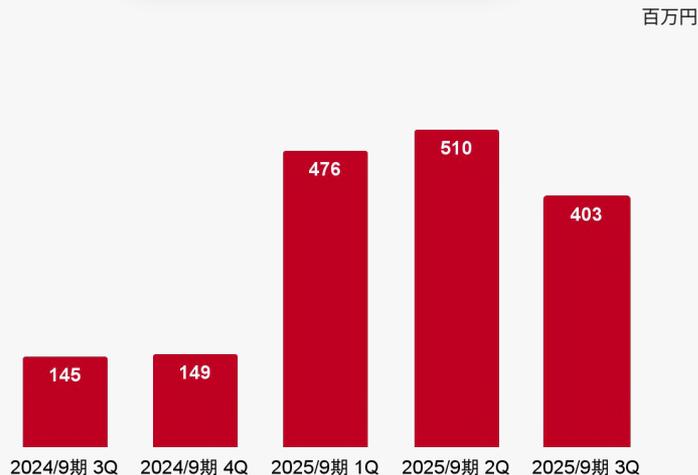
千円



## 調整後営業利益<sup>(1)</sup>は前年同期比で大幅増益

- グループ全体で成長投資を進める中においても、調整後営業利益は大幅増益の403百万円で着地
- 4Qの調整後営業利益は販管費の増加により3Q比で減少する見込であるが、通期の調整後営業利益は業績予想を相応に上回って着地する見通し

調整後営業利益



調整後営業利益率

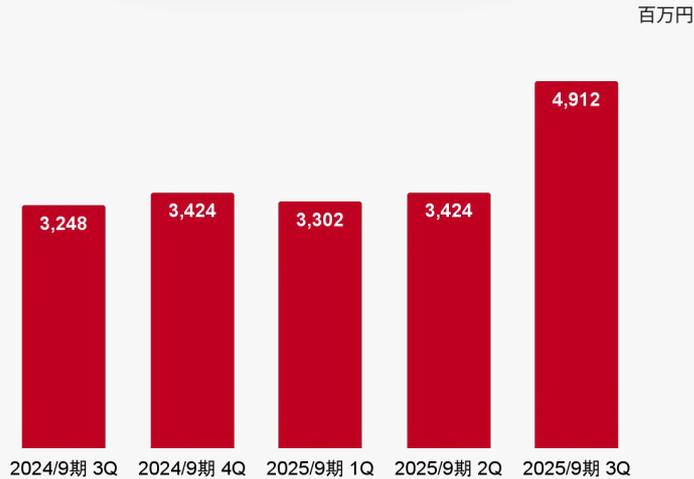


2025年9月期 第3四半期実績

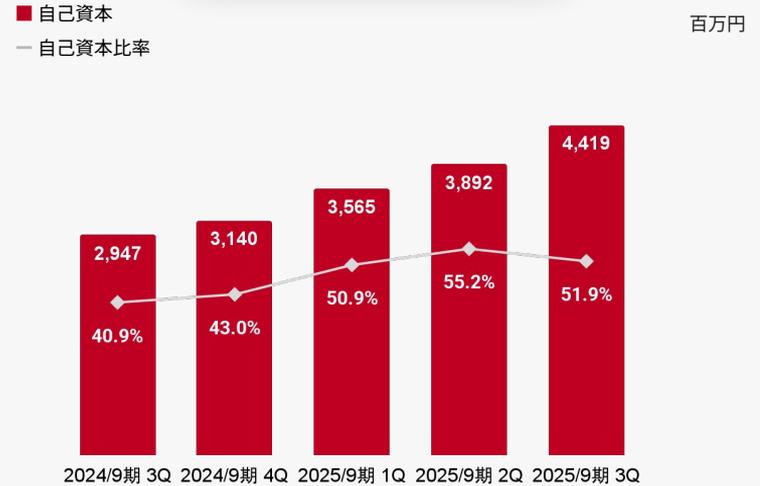
## バランスシートは引き続き健全な状態

- 3Qは契約更新が集中するため、年額一括払等によりネットキャッシュが増加
- 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



### 自己資本



# プレイド単体 / グループ会社

## 売上高とARR<sup>(1)</sup>が着実に成長

- サブスクリプション売上高は、前四半期比で約100百万円の純増。4Qも同水準の純増額となる見込
- サービス及びコンサル等売上高は、PLAID ALPHAが引き続き牽引しており着実に規模を拡大
- 4Qも順調な積み上がりを見込んでおり、通期の売上高は概ね想定通りの水準で着地する見通し

### 売上高

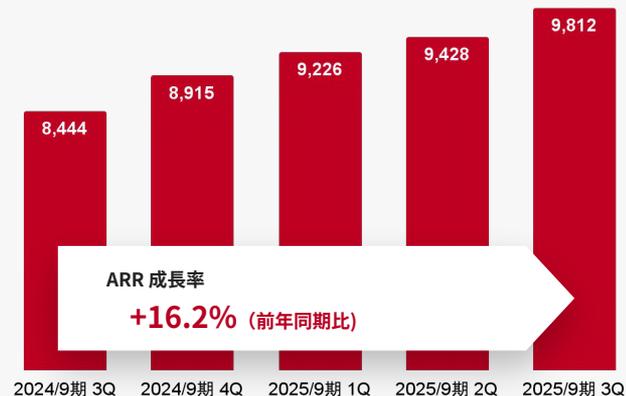
- サービス及びコンサルティング等売上高
- サブスクリプション売上高

百万円



### ARR

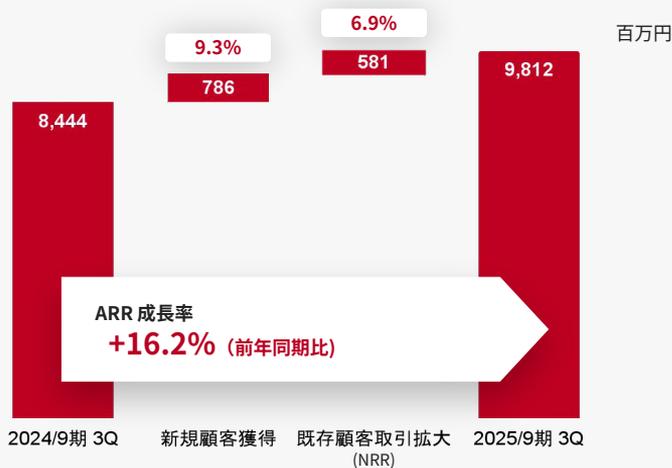
百万円



ARR<sup>(1)</sup>成長率の要因分析

- 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
- 3Q末の顧客全体のNRR<sup>(2)(3)</sup>は106.9%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115.0%前後で概ね推移しており、当該顧客層の比率を高めていく

## ARR成長内訳



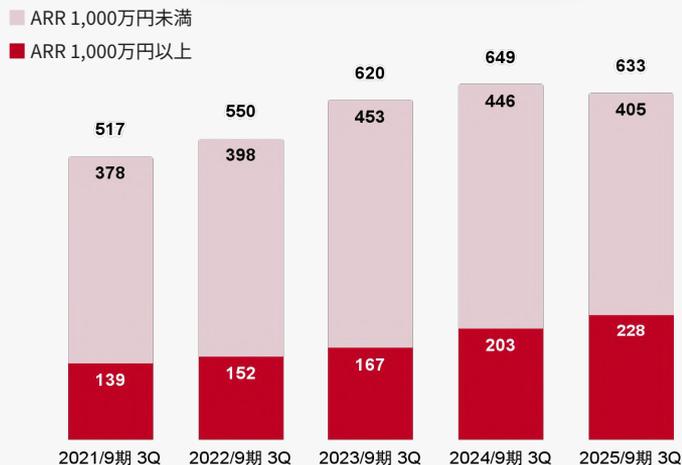
## NRR



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

- ARR1,000万円以上の顧客社数と月額単価が着実に増加
- 当該顧客層へのアプローチを強化し、良質かつ強固な顧客基盤を構築していく

### 顧客社数\_年度別推移



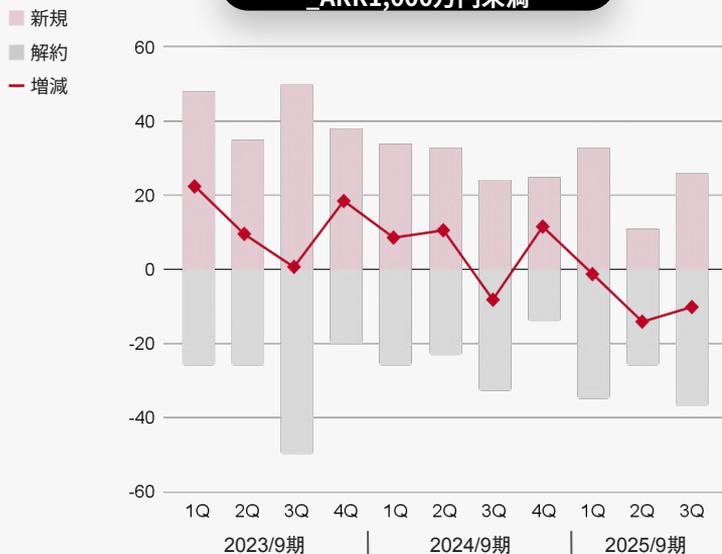
### 顧客月額単価\_年度別推移



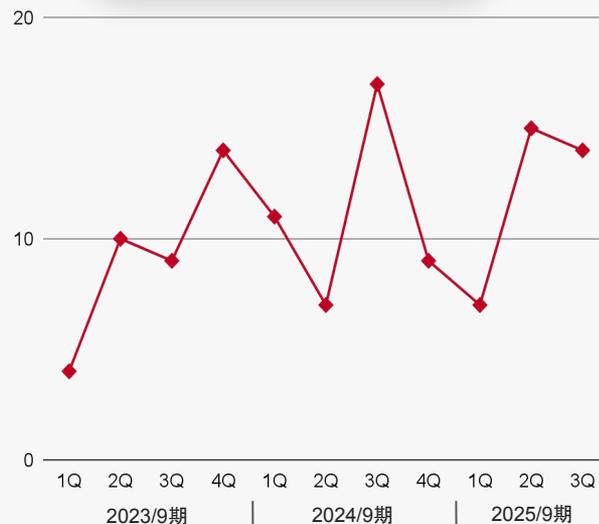
## (ご参考) ARR<sup>(1)</sup>1,000万円未満の顧客社数増減分解

- 契約更新が最も多い3Qも、ARR1,000万円未満の解約社数は昨年の3Qと概ね同水準
- 顧客社数の減少は、SMBの新規獲得減少とARR1,000万円以上へのアップリフトによるものであり、エンタープライズフォーカスの戦略に基づいて適切にコントロールできている

新規及び解約社数推移  
ARR1,000万円未満



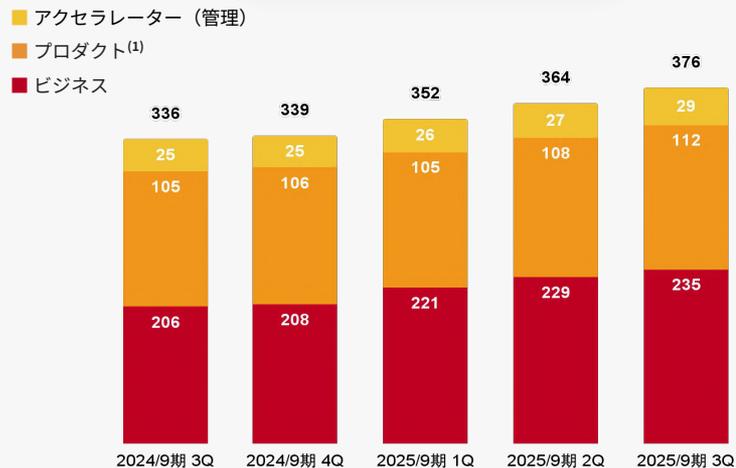
ARR1,000万円以上への  
アップリフト件数



## 従業員数推移

- 全職種の採用が進み、3Q末の従業員数は前四半期比+12名の376名
- 4Qもバランス良く採用が進み、年度末の従業員数は390名程度で着地する見込
- 直近数年で従業員一人当たり売上高が急速に高まっているため、事業状況を踏まえながら適切に採用を強化していく

従業員数

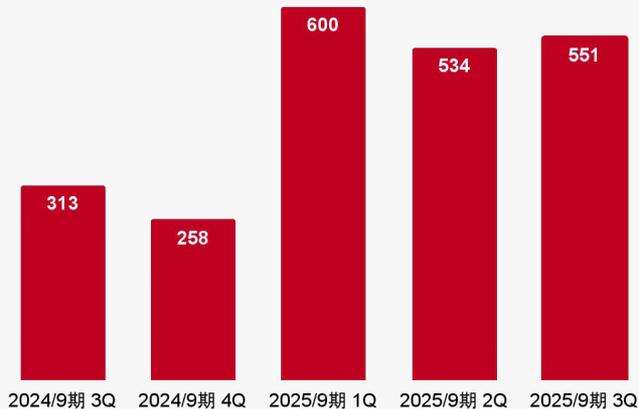
従業員一人当たり売上高<sup>(2)</sup>

## 調整後営業利益<sup>(1)</sup>は551百万円で着地

- ・ 順調な業績推移により、3Qも調整後営業利益は前年同期比で大幅増益

調整後営業利益

百万円



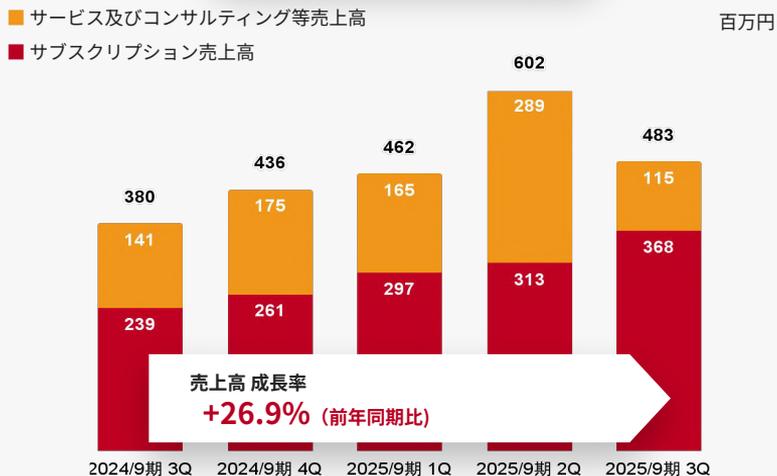
調整後営業利益率



## グループ会社はサブスクリプション売上高が大きく増加

- 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大きく増加
- サービス及びコンサル等売上高は、エモーションテックの季節需要の反動等により減少となっており、持続的な増収に向けた戦略や活動のブラッシュアップを進めている

### 売上高



### 調整後営業利益



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





生田目 雅史 氏

東京海上ホールディングス  
株式会社 専務執行役員  
グループデジタル戦略総括



暦本 純一 氏

東京大学 情報学環  
教授



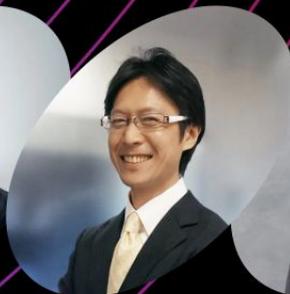
山口 絵理子 氏

株式会社マザーハウス  
代表取締役 兼  
チーフデザイナー



國分 功一郎 氏

東京大学大学院  
総合文化研究科  
教授



小野 和俊 氏

株式会社クレディセゾン  
取締役 兼  
専務執行役員 CDO 兼 CTO



井原 正博 氏

一般財団法人  
GovTech東京  
業務執行理事 兼 CTO



磯和 啓雄 氏

株式会社三井住友  
フィナンシャルグループ  
執行役専務 グループCDIO



高橋 誉則 氏

カルチャー・コンビニエンス・クラブ  
株式会社  
代表取締役社長 兼 CEO



**XDIVE**

AI時代の価値創造を再定義する

**2025.7.24** THUR. /  
10:00 - 20:00

@TOKYO MIDTOWN HALL

# 主なアジェンダ

Opening Keynote

人間とAIが共進化するには？企業のテクノロジー活用を推進する未来を描く力

DX BX AI

東京海上ホールディングス株式会社 生田目 雅史 氏  
東京大学 情報学環 暦本 純一 氏  
株式会社ダイヤモンド社 山口 圭介 氏 (モデレーター)



新時代の旅行体験をどのように創造するか？

ブランド価値を「データ×AI」で拡張する「るぶ」が目指す新しい顧客体験

AI BX CX

株式会社JTBパブリッシング 盛崎 宏行 氏  
株式会社ブレイド 古市 倫大 (モデレーター)



Afternoon Keynote

AI共生社会の価値の源泉とは？夢中から生まれるパーパスの力

BX EX AI

株式会社マザーハウス 山口 絵理子 氏  
東京大学大学院総合文化研究科 國分 功一郎 氏  
株式会社ブレイド 仁科 奏 (モデレーター)



AIとデータを活用してブランド価値を拡張するには？

アーバンリサーチが実践するコンテキストデータを活用したブランドマーケティング

AI CX BX

株式会社アーバンリサーチ 小野田 和晃 氏  
株式会社ブレイド 鈴木 剛  
株式会社ブレイド 池田桃子 (モデレーター)



Evening Keynote

デジタル組織変革の秘訣とは？価値創出を導くコラボレーションの力

DX CX

株式会社クレディセゾン 小野 和俊 氏  
一般財団法人GovTech東京 井原 正博 氏  
株式会社ブレイド 濱崎 豊 (モデレーター)



CXとEXを両立させるデジタルサービス開発の要諦とは？

「三菱地所のレジデンスクラブ」のメジャーアップデートにおける「顧客中心」の事業間連携プロジェクト成功の鍵

DX CX

三菱地所株式会社 成田 健志 胡 氏  
NRIデジタル株式会社 吉田 純一 氏  
株式会社ブレイド 大畑 充史 (モデレーター)



効率化に留まらないAIによる「新たな価値創造」とは？

AI×マーケティング：アクセントゥアとブレイドが考えるデータ駆動型ビジネス変革

DX CX AI

アクセントゥア株式会社 山崎 孔輔 氏  
株式会社ブレイド 牧野 祐己  
株式会社ブレイド 坂部 雅之 (モデレーター)



Closing Keynote

挑戦を支える原動力とは？イノベーションが生まれ続ける組織文化の力

EX BX

株式会社三井住友フィナンシャルグループ 磯和 啓雄 氏  
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 高橋 誉則 氏  
株式会社U-ZERO 三村 真宗 氏 (モデレーター)



## 直近におけるプレイド単体事業の振り返り

- ・ エンタープライズフォーカス戦略を遂行する体制の整備が進んだが、高度化余地は大きい
- ・ 採用強化とオペレーション改善を通じたデリバリー体制の高度化による持続的な成長を目指す

	売上高 FY25 Q3累計	YoY	振り返り	取り組み方針
<b>KARTE</b> サブスクリプション 売上高	70.3億円	+19.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 戦略のブラッシュアップやパイプライン管理の改善、事業データ整備、育成プログラムの充実などエンタープライズ企業開拓に向けた体制を整備</li> <li>・ 2025/1/1付で適用した料金改定は、当初想定比、良好な運営が出来た</li> <li>・ KARTE×AIの事例化が進み、次なる成長ドライバー確立に向けた取り組みが進展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採用強化とAI活用等のオペレーション改善を通じて、組織強化を進める</li> <li>・ マーケティングとABMの連動を強め、効果的なパイプライン創出を進める</li> <li>・ KARTE×AIの拡販に向けた開発強化、デリバリー体制の整備を進める</li> </ul>
<b>PLAID ALPHA/ STUDIO ZERO</b> サービス及び コンサル等売上高	18.1億円	+40.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ KARTEの運用に加えて戦略立案まで含めて包括的に支援する象徴的事例が増加</li> <li>・ 採用強化や外部パートナーの活用を含むオペレーションの整備によってデリバリーの安定性が改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ エンタープライズフォーカスの事業活動により、1社あたりの取引額を拡大させる</li> <li>・ AI &amp; エージェントソリューションなどKARTEの機能拡張に合わせてサービス提供範囲を拡大</li> <li>・ AI活用を通じたオペレーション改善により、持続的に生産性を向上させる組織を構築する</li> </ul>

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



## Key takeaways

### 1 売上高と利益成長を両立するQuality Growthが着実に進んでいる

- ・ エンタープライズ企業との取引拡大が全体を牽引しており売上高が成長
- ・ グループ全体で成長投資を進める中においても、利益成長が着実に進んでいる

### 2 エンタープライズフォーカス戦略の高度化に向けた組織強化を進める

- ・ 戦略のブラッシュアップやパイプライン管理の改善など、エンタープライズ企業開拓に向けた体制整備が進んだ
- ・ 一方でその高度化余地は大きく、売上高成長の加速や持続的な生産性向上を実現していくため、人員拡充やオペレーション改善を中心に体制強化を進める

### 3 「データ×AI」におけるプレゼンス向上にむけた事業活動に注力

- ・ KARTEが蓄積するユニークな1st Party Customer DataとAIの掛け合わせが、当社の新たな成長ドライバーに
- ・ マーケティング、プロダクト開発、販売体制を全方位的に強化し、「データ×AI」におけるプレゼンス向上を目指す

## 目次

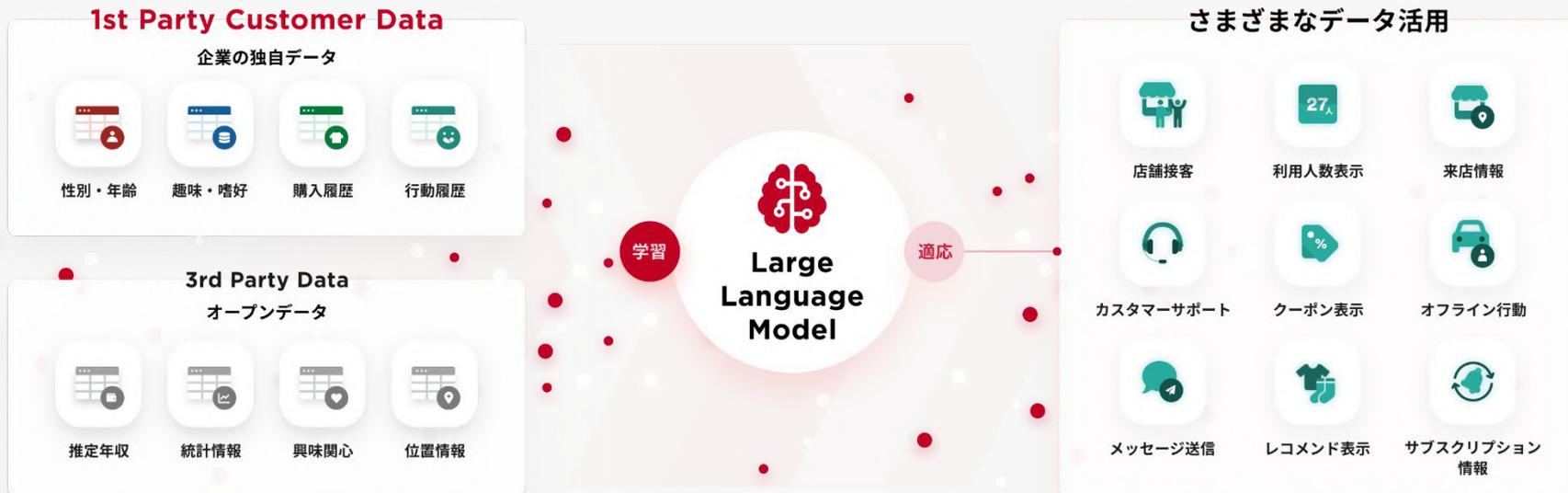
1. 2025年9月期 第3四半期実績
2. ビジネスアップデート
3. Key Takeaways
4. **成長戦略**
5. Appendix



# 当社を取り巻く環境

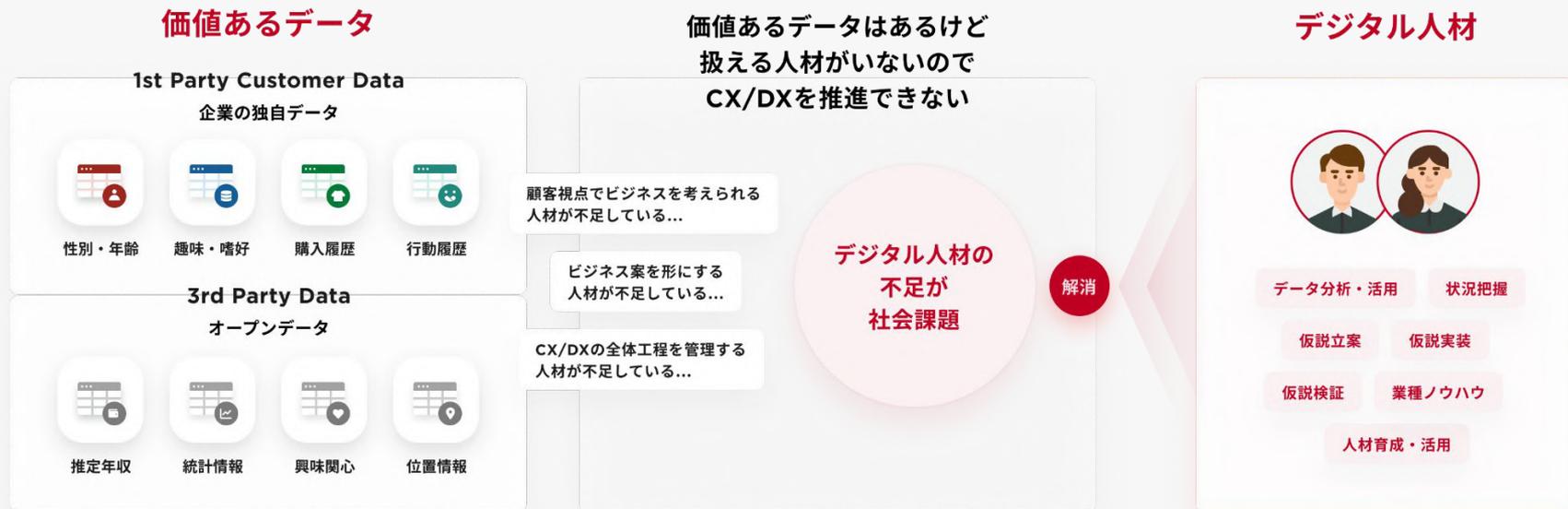
## AIの飛躍的な進化

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



## デジタル人材確保に向けた企業ニーズの向上

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



# 当社の強み

# データによって 人の価値を最大化する

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

## 中長期的に目指す姿

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

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



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

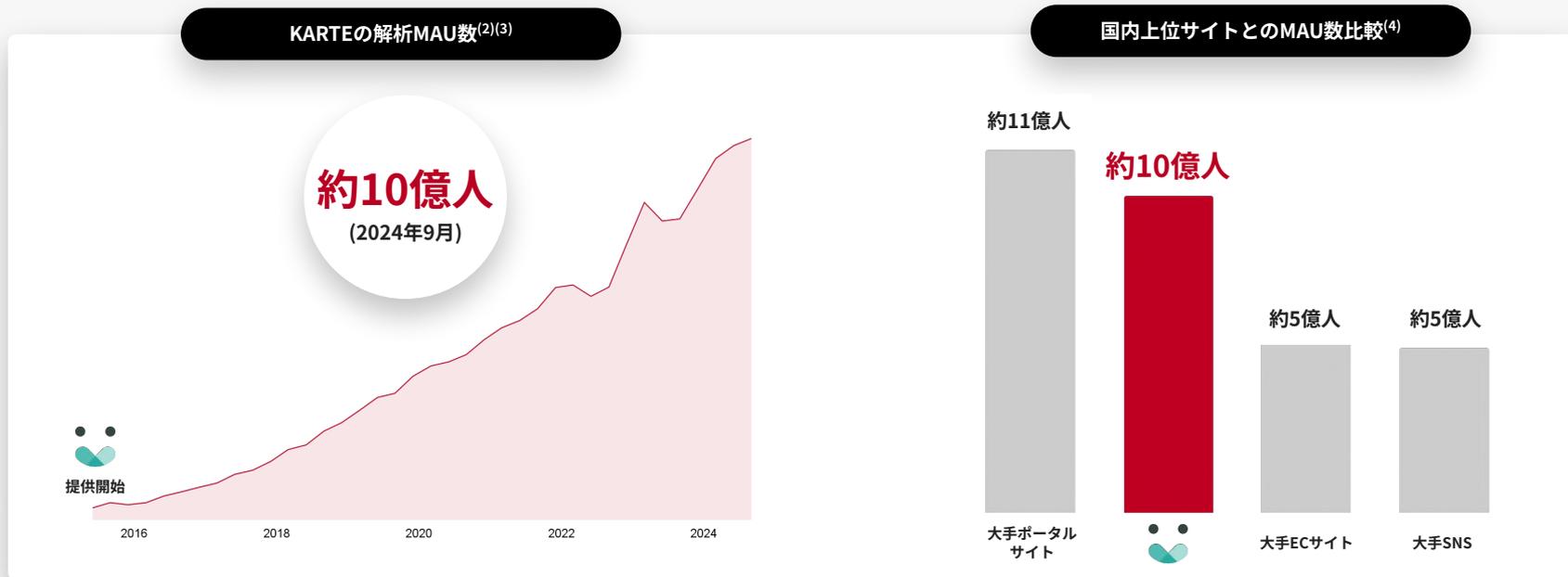


### Business

- 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

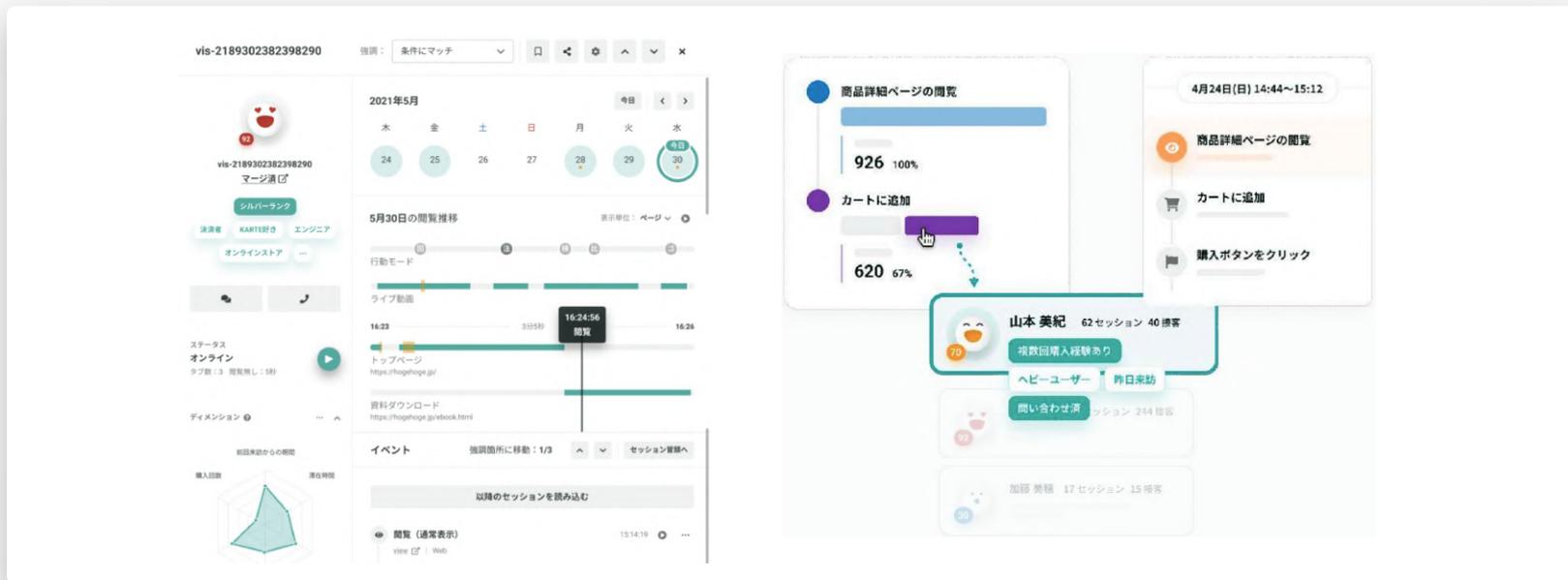
## 1 国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- 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
- 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



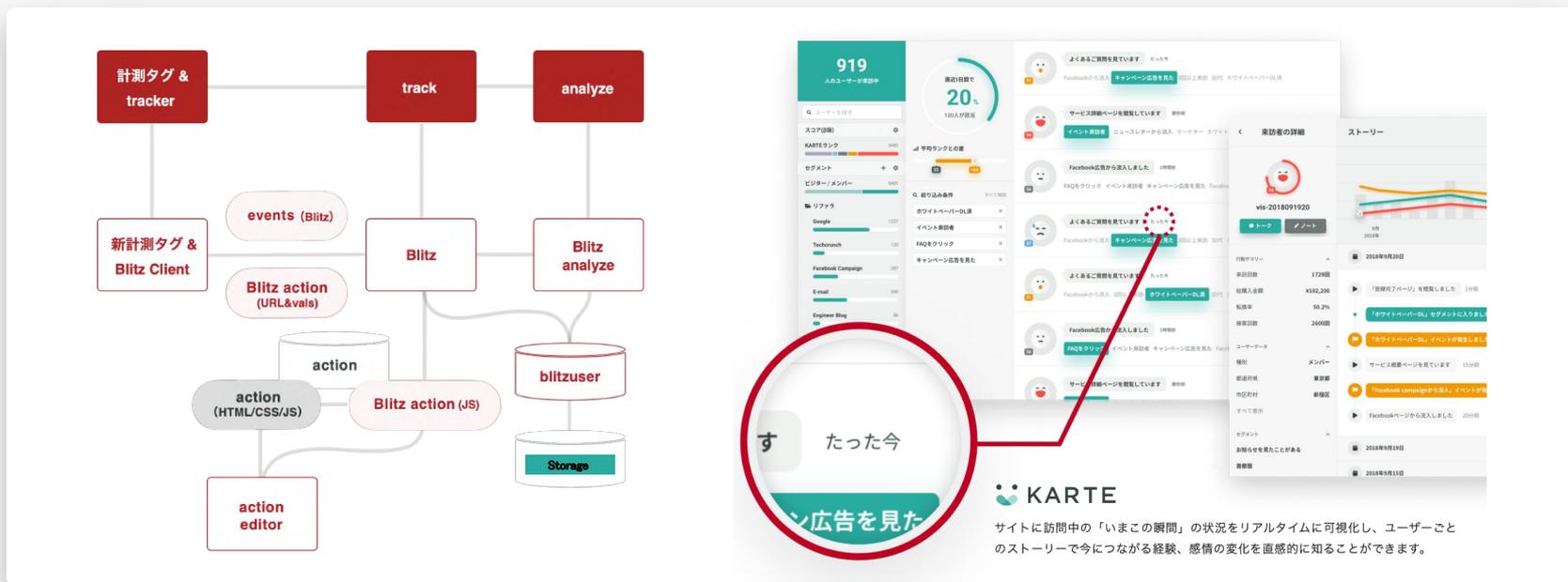
## 2 ユーザー単位のデータ蓄積を可能にするプロダクトアーキテクチャ

- ・ 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

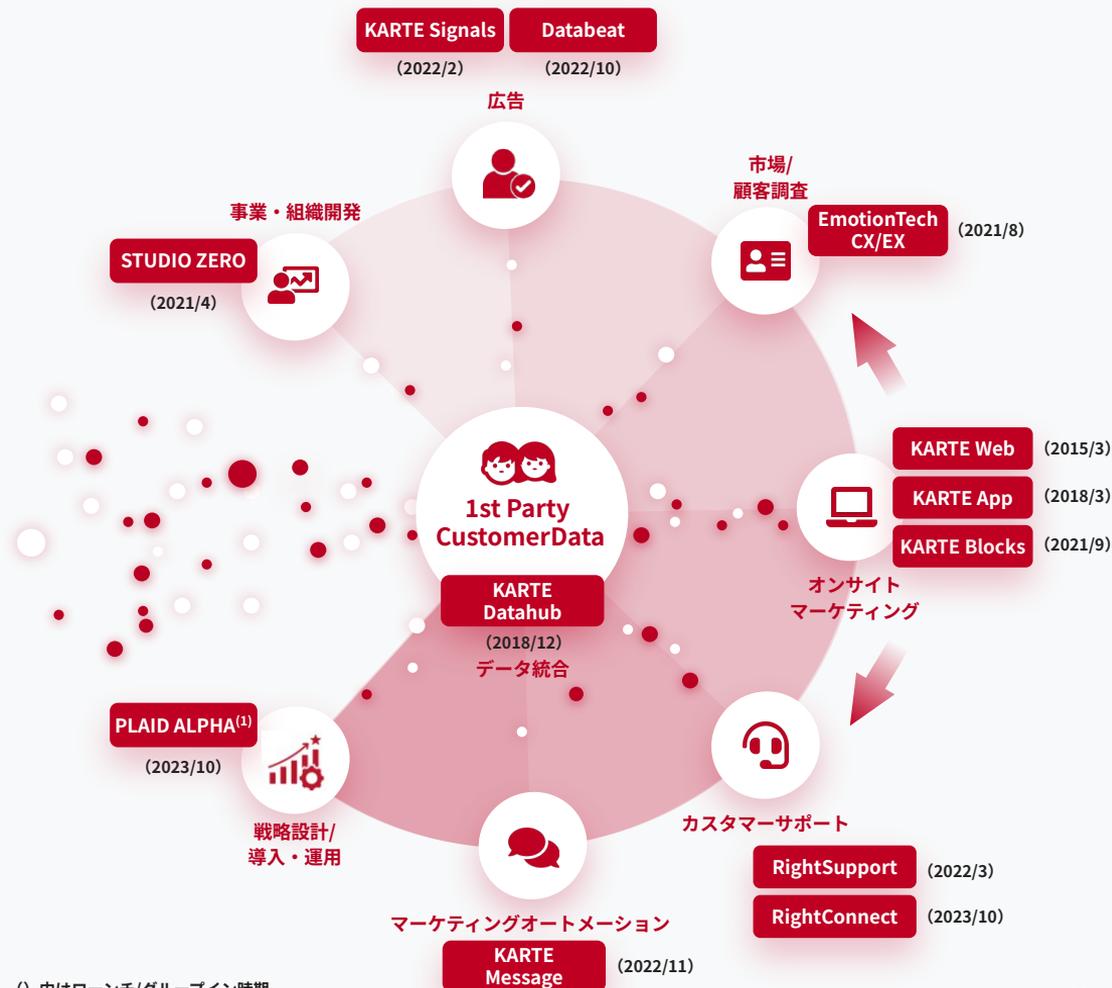


## 4 高解像度なユーザー理解に基づいた企業活動を支援するシームレスなマルチプロダクト群

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

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

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



## 5 企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス

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



### BX（事業開発）

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

### CX（顧客価値開発）

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

### EX（人材開発）

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



### Consulting

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

### Integration

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

### Growth & Operation

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

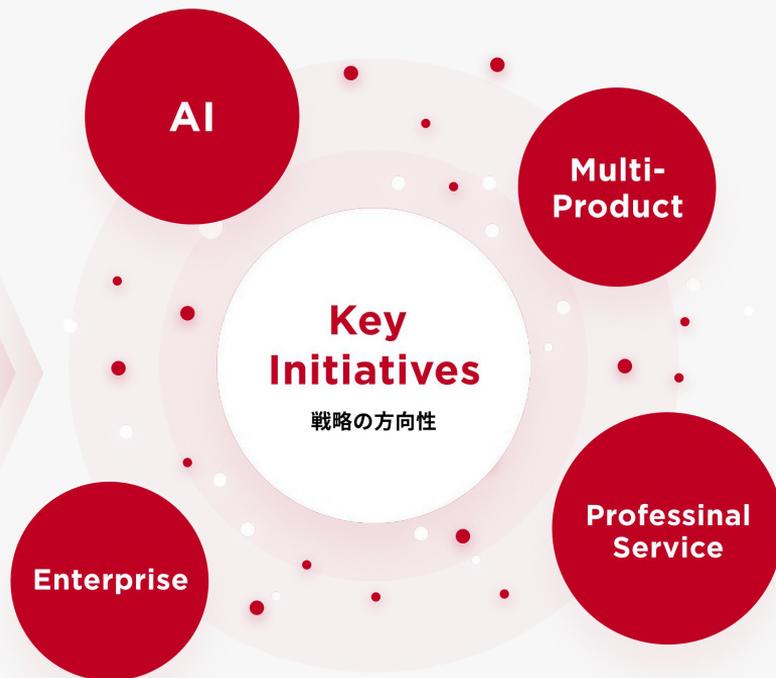
# 戦略の方向性

## 中長期成長に向けたKey Initiatives

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

### 当社の強み

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



## 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

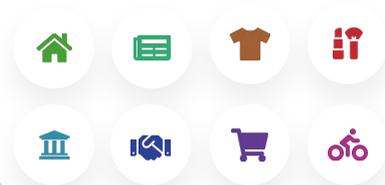
### マルチプロダクト× プロフェッショナル サービス



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



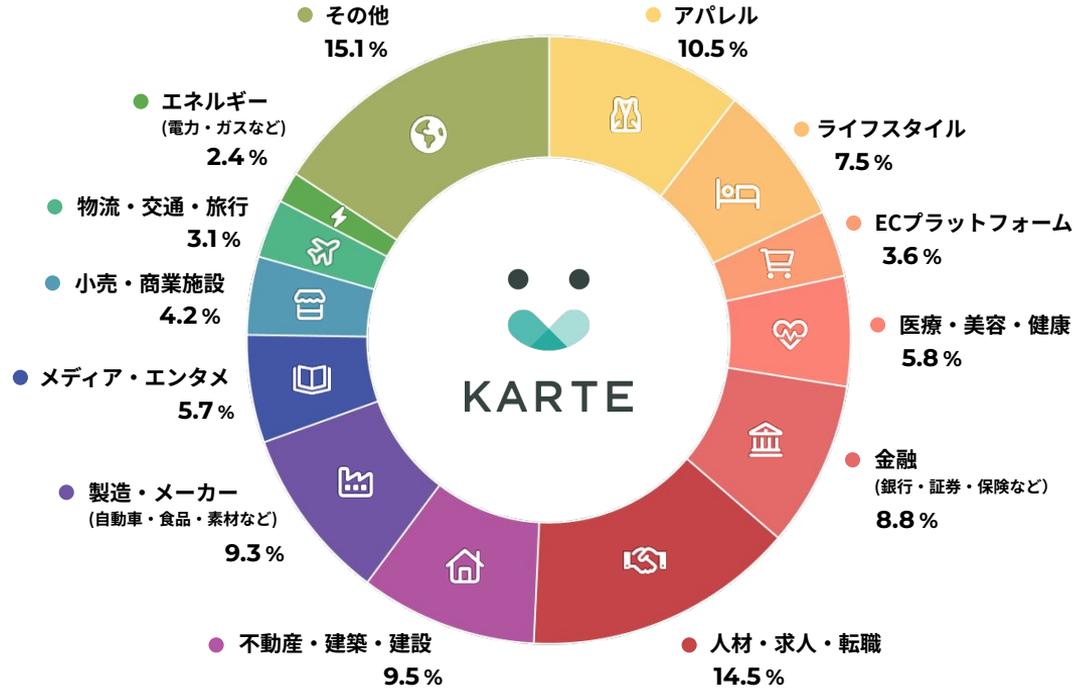
### エンタープライズ 企業群



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>

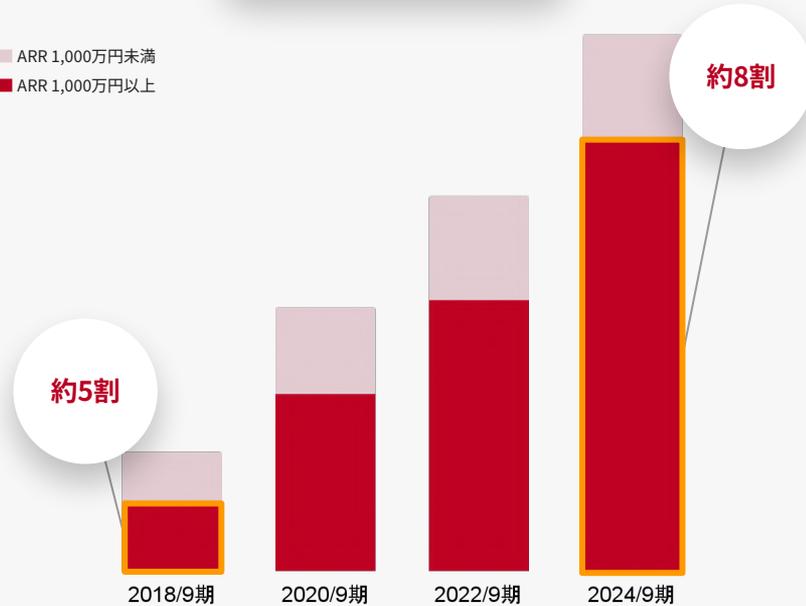


## 高単価帯顧客群がARR全体の約8割を占める

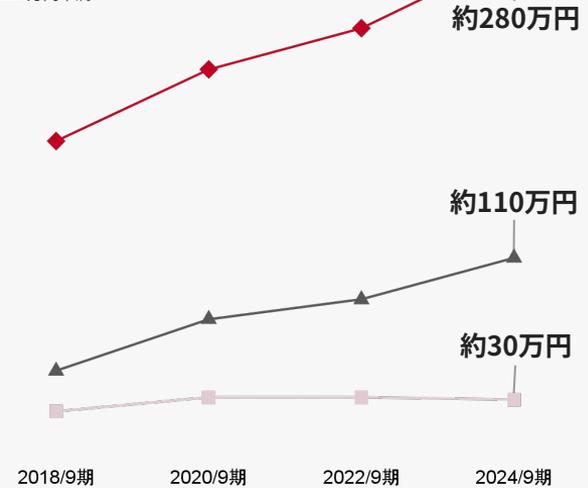
- ・ プレイド単体ARRにおいて、ARR1,000万円以上の高単価帯顧客群が占める割合が年々増加
- ・ 当該顧客群の平均単価は約280万円であり、全体平均の約110万円に対して約2.5倍

顧客群毎のARR構成比率

■ ARR 1,000万円未満  
■ ARR 1,000万円以上

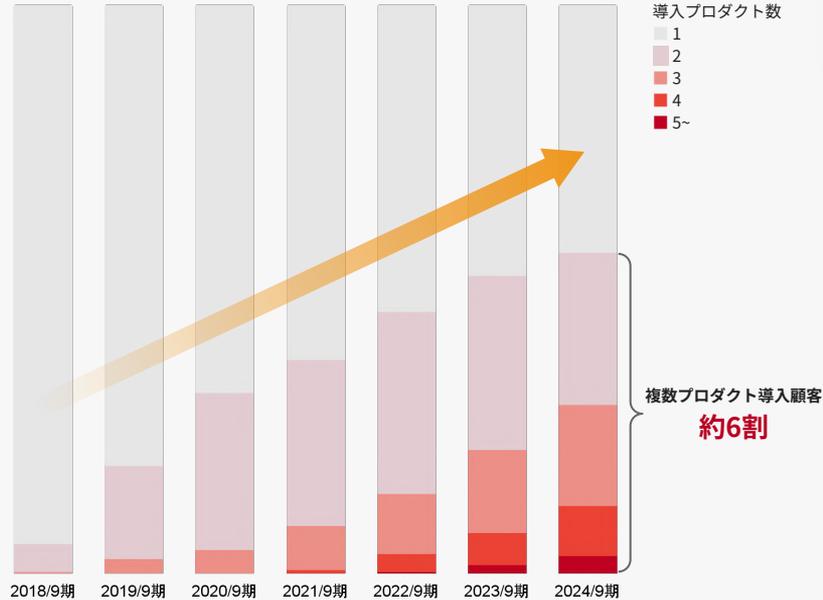
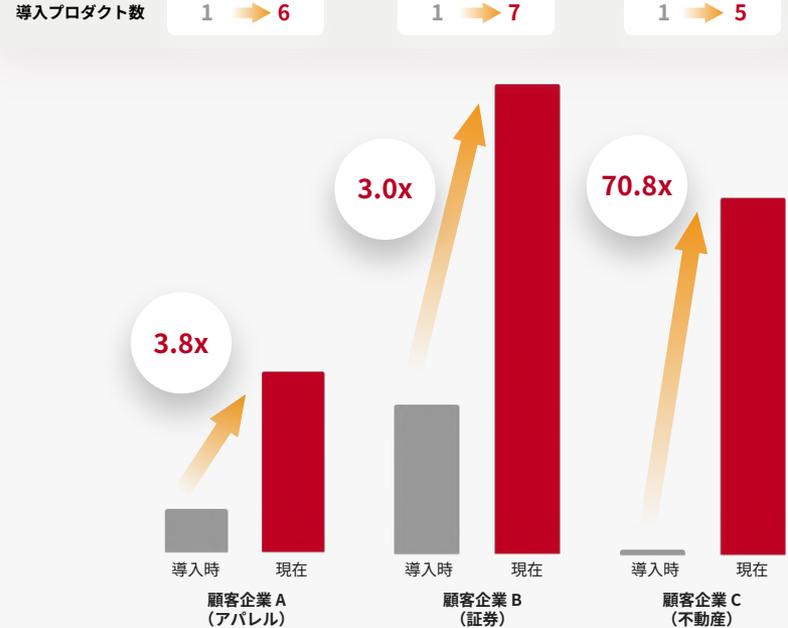
顧客群毎のARPC<sup>(1)</sup>

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



## マルチプロダクト化によりクロスセルが着実に拡大

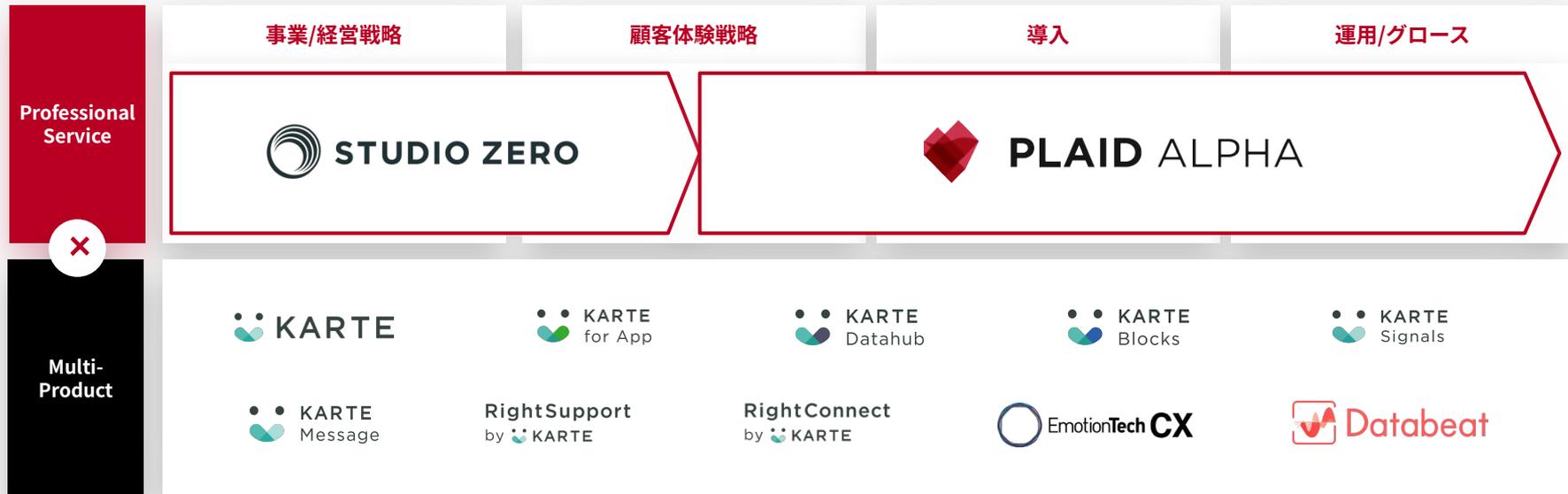
- 複数プロダクトを導入する顧客割合は着実に増加しており、クロスセルが顧客単価上昇に大きく寄与

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

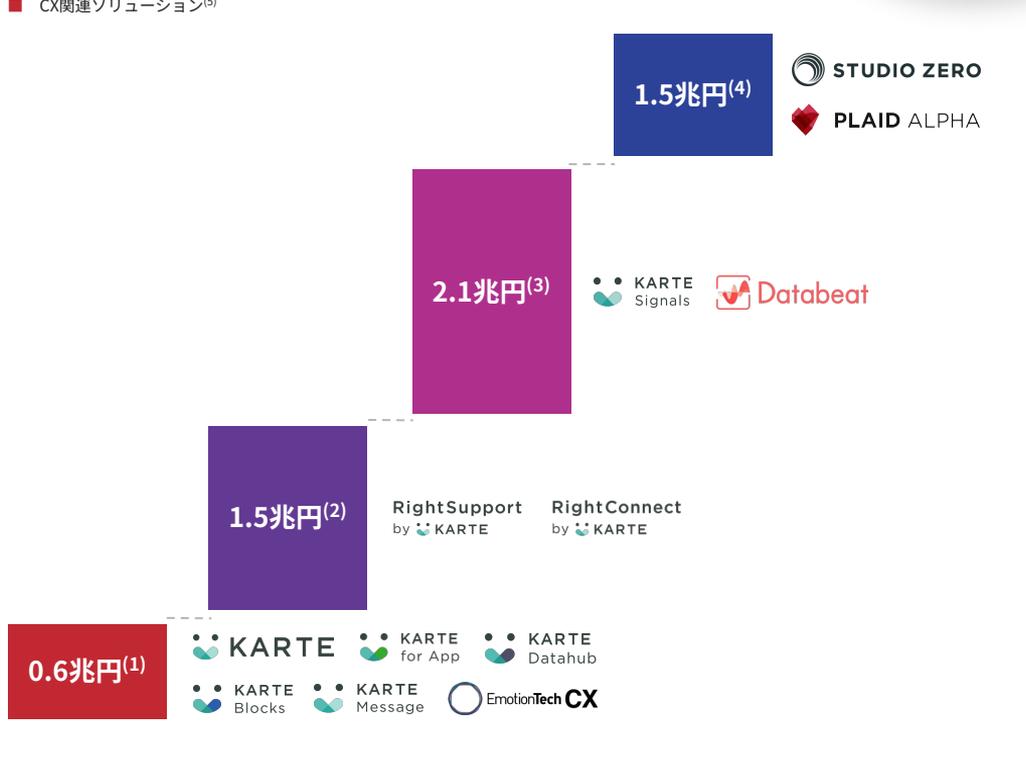
## グループ全体の潜在市場規模

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

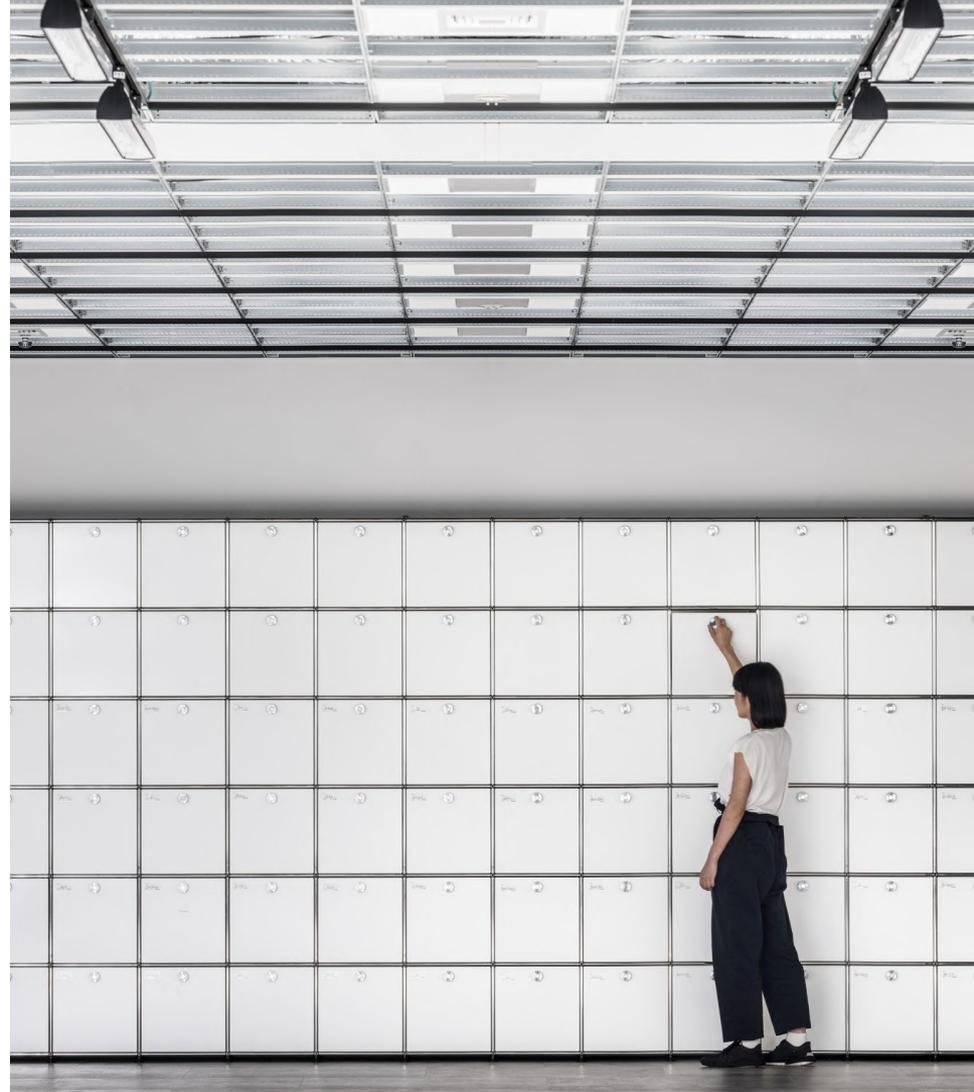
(注) 1.富士キメラ総研「顧客接点・CX変革ソリューション市場分析 2023年版」プロダクト市場規模(2027年度予測)をもとに当社作成/2.2024年度予測のコールセンターサービス市場規模と同年度のコンタクトセンターソリューション市場規模の合算値、株式会社矢野経済研究所「コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場調査(2022年)」(2022年11月15日発表)をもとに当社算出・作成/3.株式会社電通「2022年日本の広告費」をもとに当社作成/4.IDC Japan「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2023年~2027年」をもとに当社作成/5.主に当社グループ事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

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



# 財務情報

## 長期財務モデル<sup>(1)(2)</sup> (KARTE領域)

	2024/9期 3Q	2024/9期 4Q	2025/9期 1Q	2025/9期 2Q	2025/9期 3Q	長期財務 モデル
売上総利益率	75.1%	76.4%	76.3%	73.0%	74.7%	75-80%
S&M	30.3%	31.2%	26.8%	25.9%	24.7%	25-30%
R&D	18.6%	18.1%	16.2%	16.5%	17.0%	18-20%
G&A	8.7%	9.1%	7.6%	8.2%	7.9%	8-10%
営業利益率	17.5%	18.0%	25.7%	22.4%	25.1%	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 3Q	2024/9期 3Q	YoY	2025/9期 2Q	QoQ
売上高	3,288	2,797	+17.5%	3,356	-2.1%
サブスクリプション売上高	2,810	2,337	+20.3%	2,650	+6.1%
サービス及びコンサル等売上高	477	460	+3.6%	706	-32.5%
売上総利益	2,408	2,033	+18.4%	2,453	-1.8%
売上総利益率	73.3%	72.7%	+0.6pt	73.1%	+0.2pt
販売費及び一般管理費	2,050	1,957	+4.7%	1,997	+2.6%
対売上高比率	62.3%	70.0%	-7.6pt	59.5%	+2.8pt
人件費	1,182	1,116	+5.9%	1,158	+2.1%
対売上高比率	36.0%	39.9%	-3.9pt	34.5%	+1.5pt
広告宣伝費	137	195	-29.6%	167	-17.7%
対売上高比率	4.2%	7.0%	-2.8pt	5.0%	-0.8pt
その他	730	645	+13.1%	672	+8.6%
対売上高比率	22.2%	23.1%	-0.9pt	20.0%	+2.2pt
営業利益	358	76	+371.1%	455	-21.3%
営業利益率	10.9%	2.7%	+8.2pt	13.6%	-2.7pt
調整項目	45	69	-34.9%	54	-17.3%
のれん償却額	8	13	-37.5%	8	-
株式報酬費用	36	55	-34.3%	45	-20.4%
その他一時費用	-	-	-	-	-
調整後営業利益	403	145	+177.8%	510	-20.9%
調整後営業利益率	12.3%	5.2%	+7.1pt	15.2%	-2.9pt

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

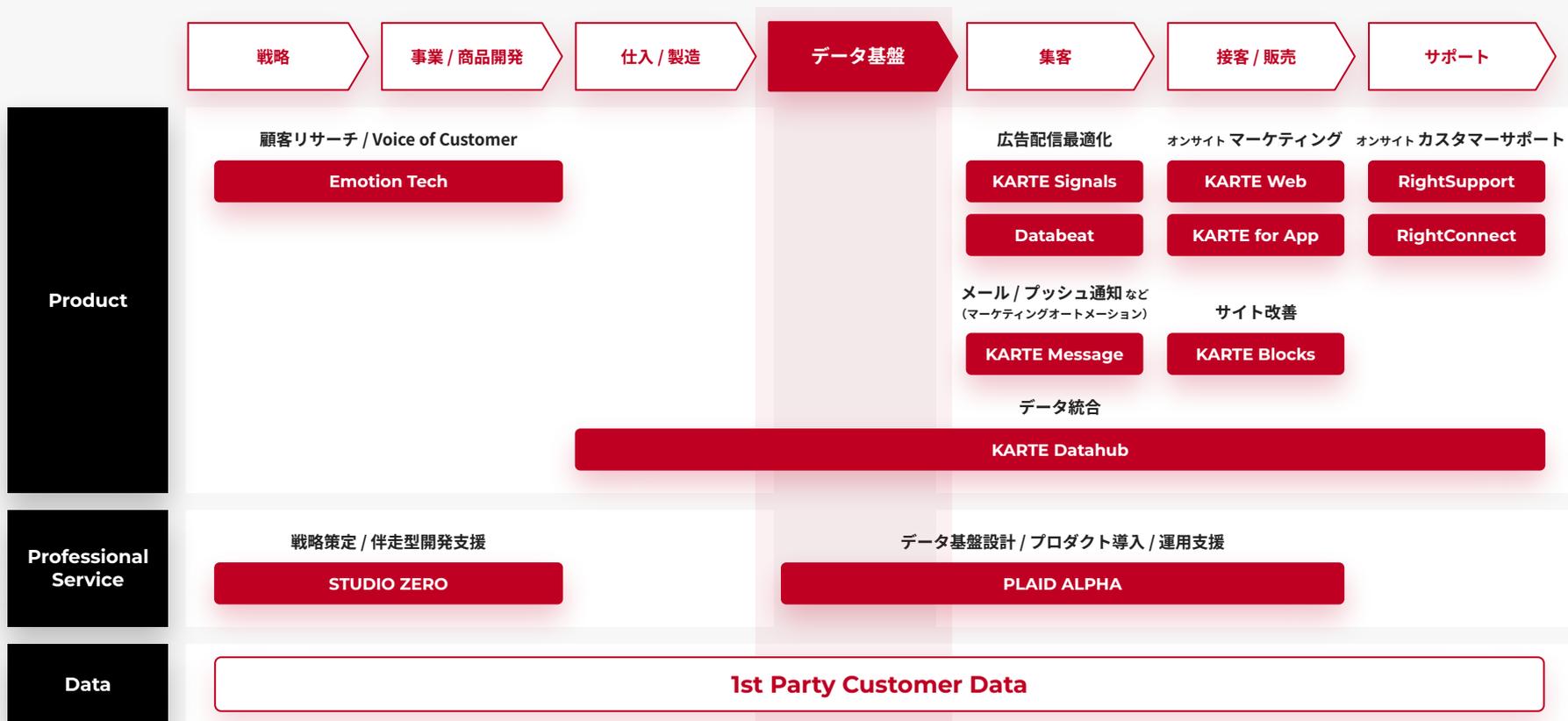
従業員数 （連結） 502名（2025年6月末時点）



## グループ事業概要

	領域	概要	主なプロダクト/サービス
ブレイド	KARTE領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ KARTEを中心に、企業のCXおよびマーケティングの向上を支援する各種プロダクト/サービスを提供</li> </ul>	
	新規領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ブレイドのAPI開放によるデータ連携/技術連携や、企業との各種アライアンスを通じて、パートナーと共に新たな価値を創出</li> </ul>	
RT/ET/ アジト/ 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

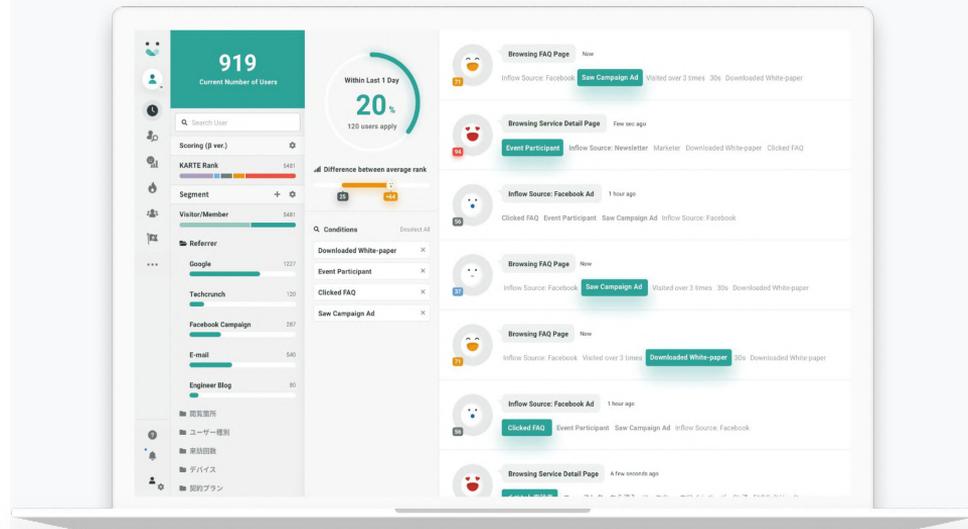
## 主なプロダクト/サービス一覧 -2

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、電話応対時の要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

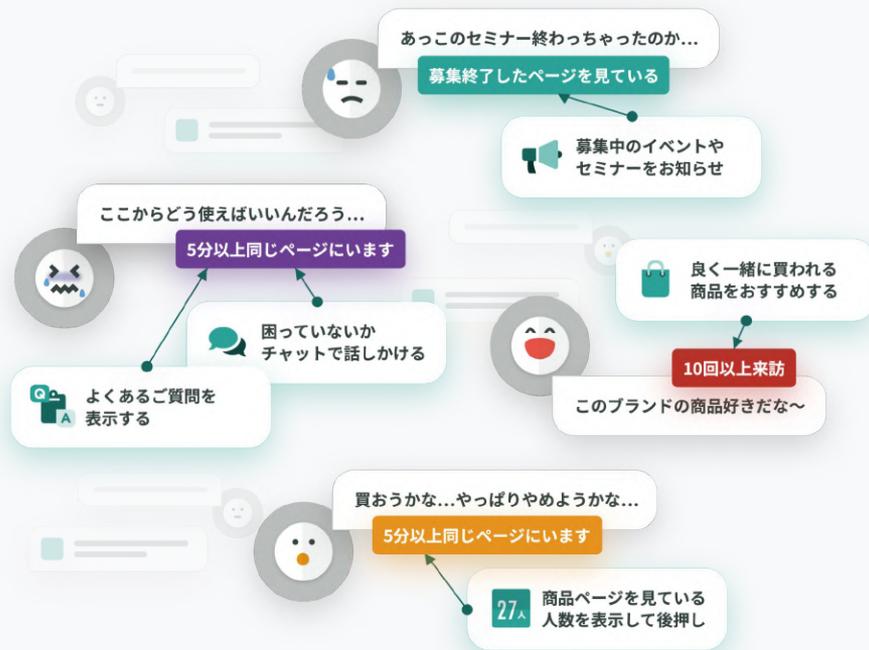
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



## 特徴2

### リアルタイム解析基盤

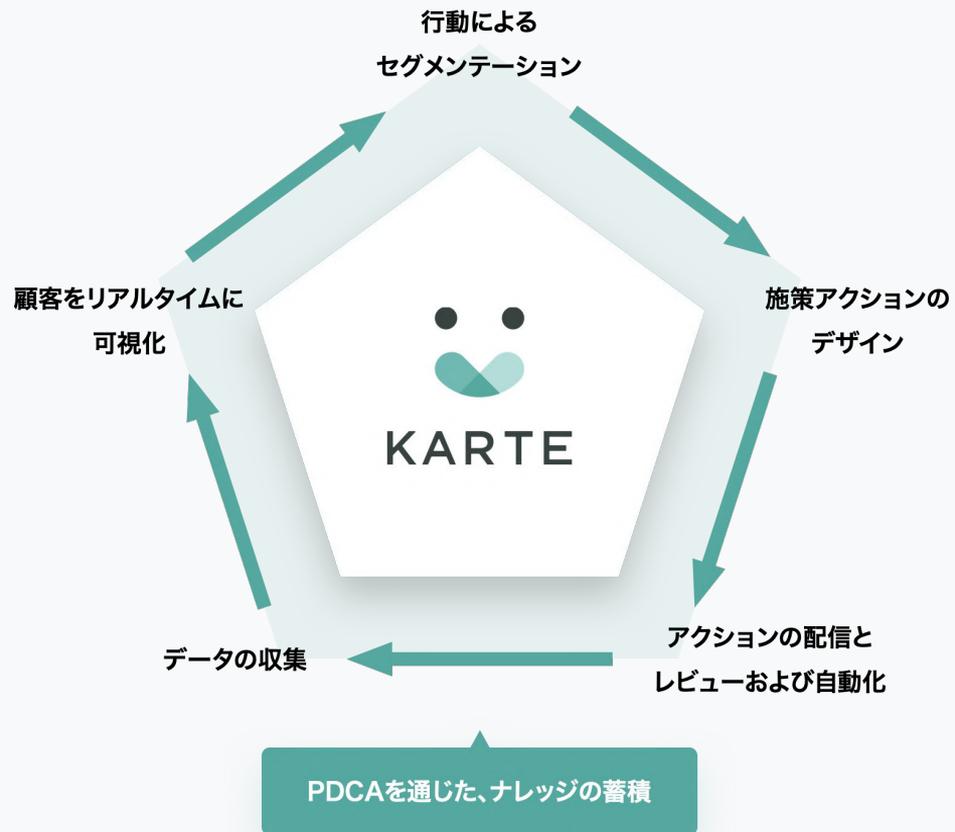
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



### 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



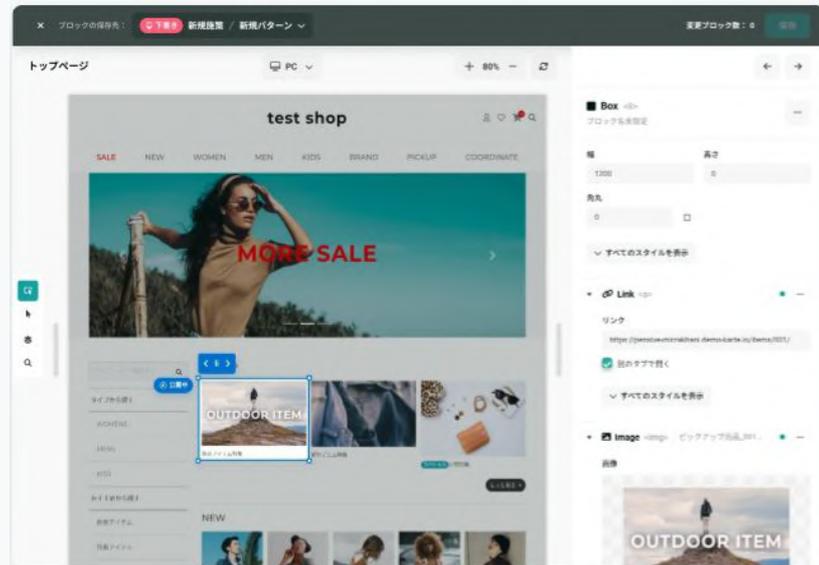
## KARTE Blocks



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

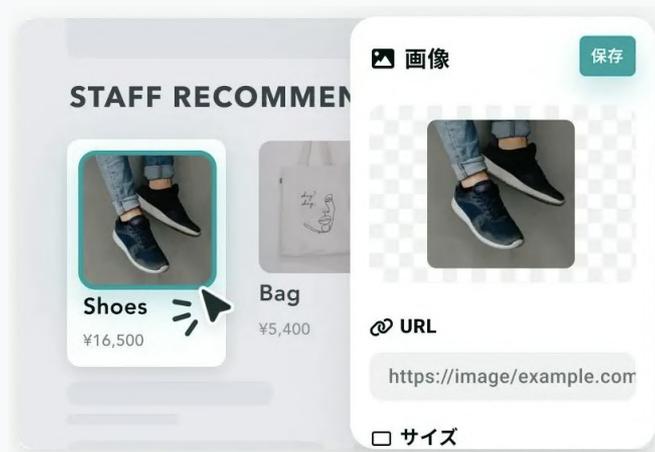
### 直感的な編集

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

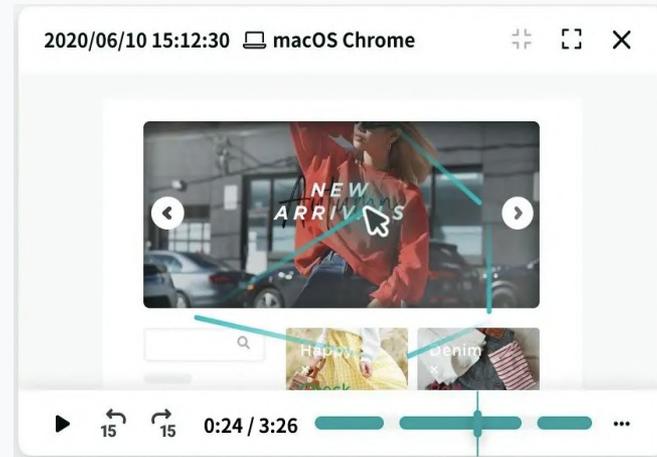
サイトや施策目的にあったKPIを設定。ブロックの表示数、クリック率、経由CV率などを自動で可視化ツールをまたがず、そのままワンストップで改善に繋がられ、SQL不要で効果分析も可能



## 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 a search bar and a list of folders including 'Sales&Marketing' and 'UU PV'. The main area is titled 'クエリ' (Query) and shows a SQL query for '受注・売上データの分析' (Order/Sales Data Analysis). Below the query is a table of execution results with columns for 'id', 'url', and '実行時間' (Execution Time). On the right, a dashboard shows a 'Big Number' of 15,433,000 with a +10.2% change, a 'Pie/Donut Chart' with a legend for '金田商事' (Kanda Shoji), and an 'XY Chart' for 'contract\_count'.

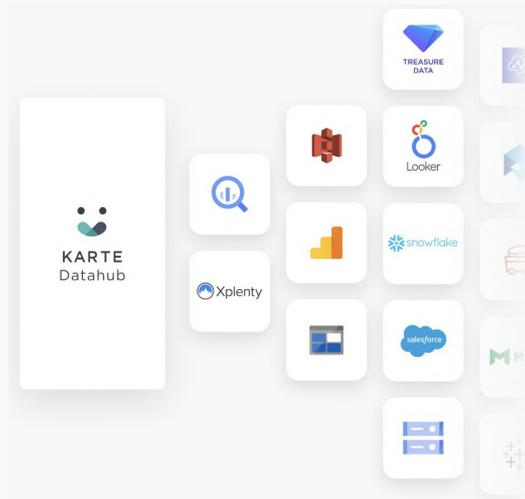
```
WITH product_items AS (  
  SELECT  
    product_item  
  FROM (  
    SELECT SPLIT('{{product_items}}', ',') AS product_items  
  ), UNNEST(product_items) AS product_item  
)  
contract AS (  
  SELECT  
    Id AS contract_id  
    , CONCAT('https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/', 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
```

id	url	実行時間
203920jklkaughadefj	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/flafsa/test/view	21663
203920khdhklidhthgm	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/kslath/test/view	13452
203920sirvovxmatnjkdj	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/gldfsc/test/view	63452
203920uauvakakwhaa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/gktdnc/test/view	78678
203920nuskeuqtshkja	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/ovkfdm/test/view	87652
203920ldtsjcnvfrhkksaa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/vogdsc/test/view	98423
203920pduvvnjkzieuqdg	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/ejdsfdc/test/view	15689
203920kzbykshhwkafa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/rjhdjfsd/test/view	85432
203920mfhtsqjwisdikd	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/rofbndf/test/view	98752
203920ldtsjcnvfrhkksaa	https://plaid.datahub.demo.io/demo/test/query-editor/source/vogdsc/test/view	34752

## 特徴1

### 多種多量なデータを柔軟に連携

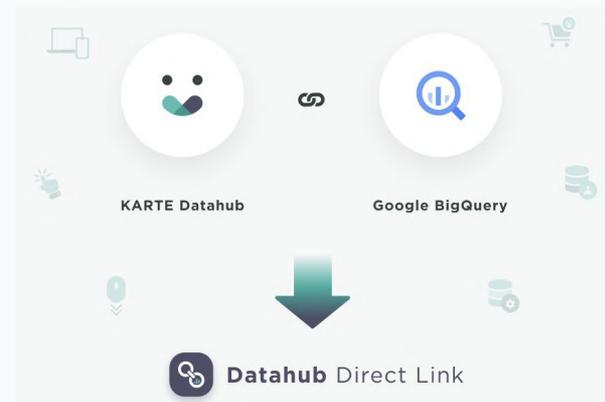
社内の基幹システムや、様々な外部サービスに点在する各種データをKARTEに統合することで、分断されていたデータが顧客軸で結びつき、データ利活用の高度化が可能



## 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

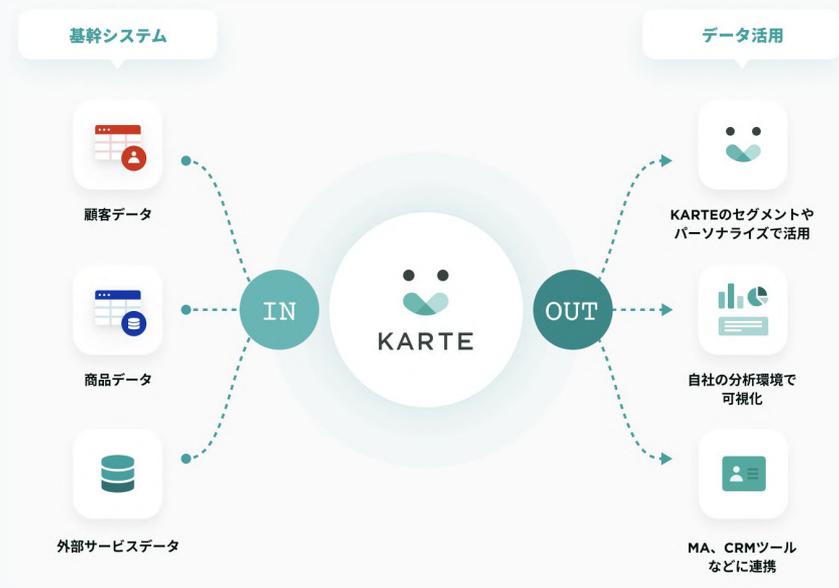
SQLを必要とせず、感覚的にリストを作成・管理  
誰に、何を、いつ、を組み合わせて施策を作成。複数のリストを組み合わせた設定も可能



### 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

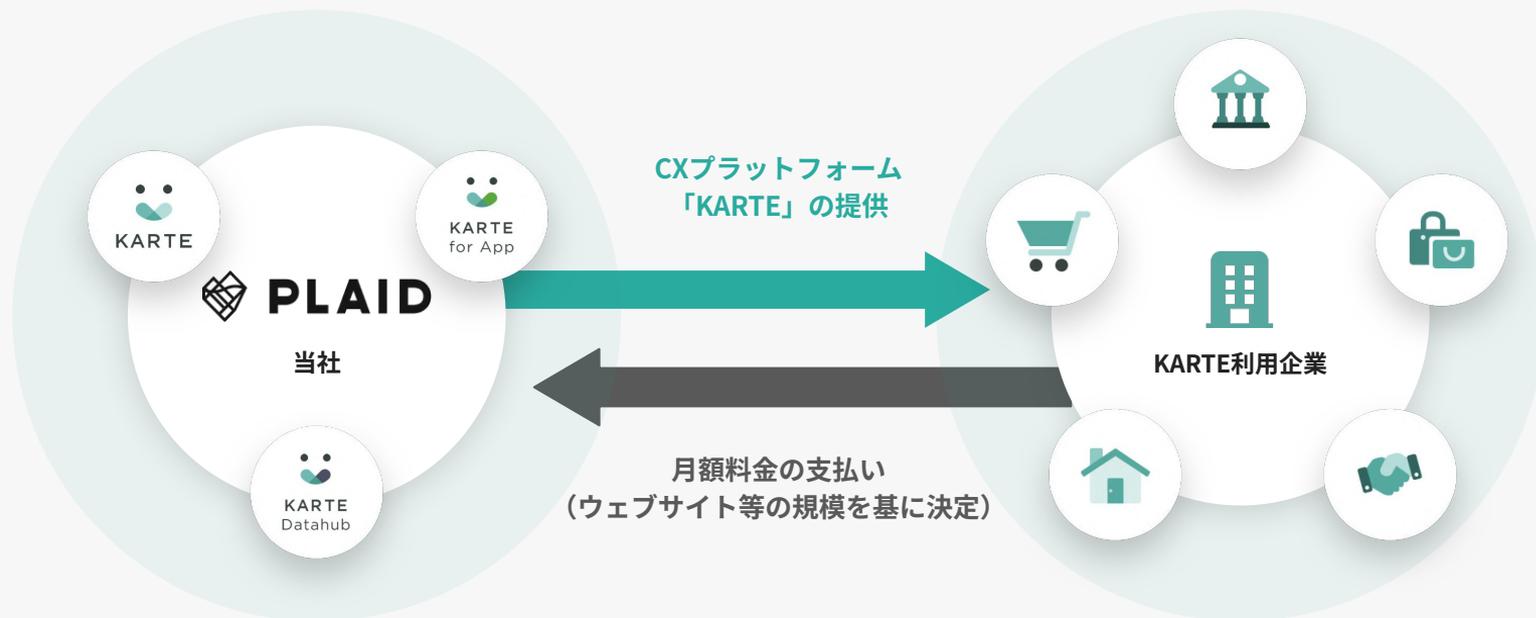


## KARTEの独自性 (オンサイトマーケティングにおける比較)

		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）





**PLAID**