



株式会社プレイド

2024年9月期第4四半期決算説明会

2024年11月12日

登壇

司会: お集まりいただき、ありがとうございます。これより、株式会社ブレイド2024年9月期第4四半期決算説明会を行います。

本日の説明には、将来の見通しに関する説明が含まれています。これらの説明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、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。加えて、こちらのご注意をよくお読みください。

プレゼンテーション終了後、Q&Aセッションがございます。Q&Aフォームもご用意しておりますので、随時テキストでご質問いただいても構いません。

本日は、代表取締役CEOの倉橋、執行役員 VP of Salesの桑野、VP of Financeの高橋の3名よりご説明いたします。

それでは開始いたします。倉橋さん、よろしくお願いいたします。

倉橋: ブレイド代表の倉橋です。本日は、株式会社ブレイド2024年9月期の通期決算の説明会にお集まりいただき、ありがとうございます。本日、2024年9月期の業績、25年、今期の業績予想と、及びその成長戦略における進捗を全体として話していきたいと思っております。

では、早速本編入ってまいります。よろしくお願いいたします。

まず、通期実績のサマリーでございます。

2024年9月期 通期実績

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⁽¹⁾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				前年同期比
		実績	期初計画	5月修正計画	9月修正計画	実績	
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	-

PLAID © PLAID, Inc. (注) 1. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用

4

詳細は記載のとおりではございますが、全体として非常によい1年になったというふうに考えております。FY24は、非常に好調に推移した1年だったかなというふうに捉えております。

連結の売上は前年同期比プラス27.3%、109.9億円で着地いたしました。当初、FY25を予定しておりました黒字化に関しましても、一期前倒しで着地させることができたということでございます。

プレイド単体の成長も再加速しております。前年同期比でプラス28.5%でございます。一方で、9月の上方修正計画に対してわずかながら届かなかったという結果でございました。オペレーション精度の更なる向上余地と認識しておりますので、この辺りも今期、努めていきたいと考えております。

活動としましては、従来よりお話ししてまいりました、エンタープライズクライアントへのフォーカス、あとはマルチプロダクト、そしてそれと組み合わせたプロフェッショナルサービスの展開が奏功しているということでございます。

その推進において、非常によいリーダーシップが発揮され、プレイド全体の組織状態も非常によい状態が続き、向上し続けているということでございます。これらの観点から、非常にこの持続性がある成長加速モードに入ったというふうに確信しているわけでございます。

われわれが貢献できる市場をさらに拡大していくと捉えておりますし、またそこにもたらすインパクトも、さらに大きなものへ加速していくと考えております。今日はその辺りのある種、自信とこの先の展望みたいなところをお伝えできればいいのかなと考えております。

あらためて、冒頭でございますが、総じて良い決算になっておりますので、この先のプレイドに何がしかご期待を期待いただけるような、そんな説明会にしたいと考えております。

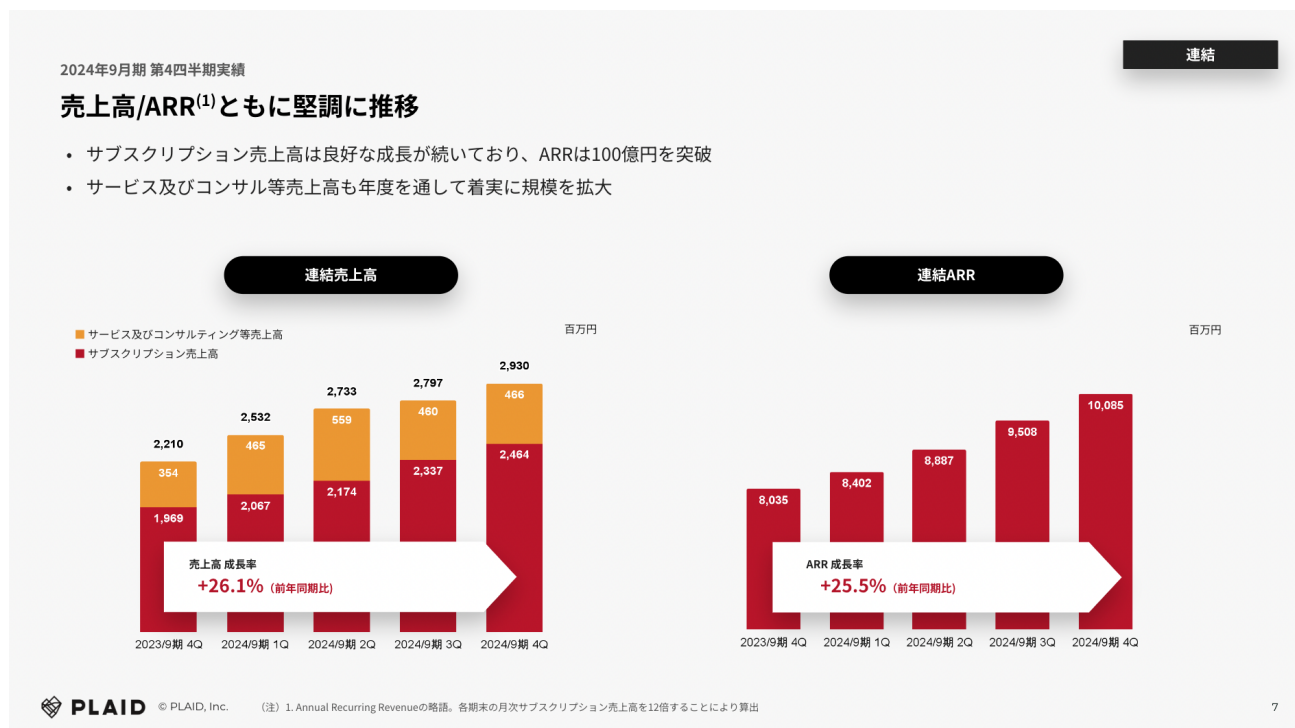
先ほどお話ししましたとおり、2024年9月期第4四半期の実績については、このあとVP of Financeの高橋からご説明いたします。及び2025年度の業績予想に関しても、同様に高橋よりお話しさせていただきます。

その後、VP of Salesの桑野より、われわれが推進している、また今後進めていく成長戦略及びその現在地についてお話ししてまいります。

では、高橋のほうにバトンを渡してまいります。よろしくお願いします。

高橋: 高橋でございます。それでは私より、第4四半期実績についてご説明申し上げます。

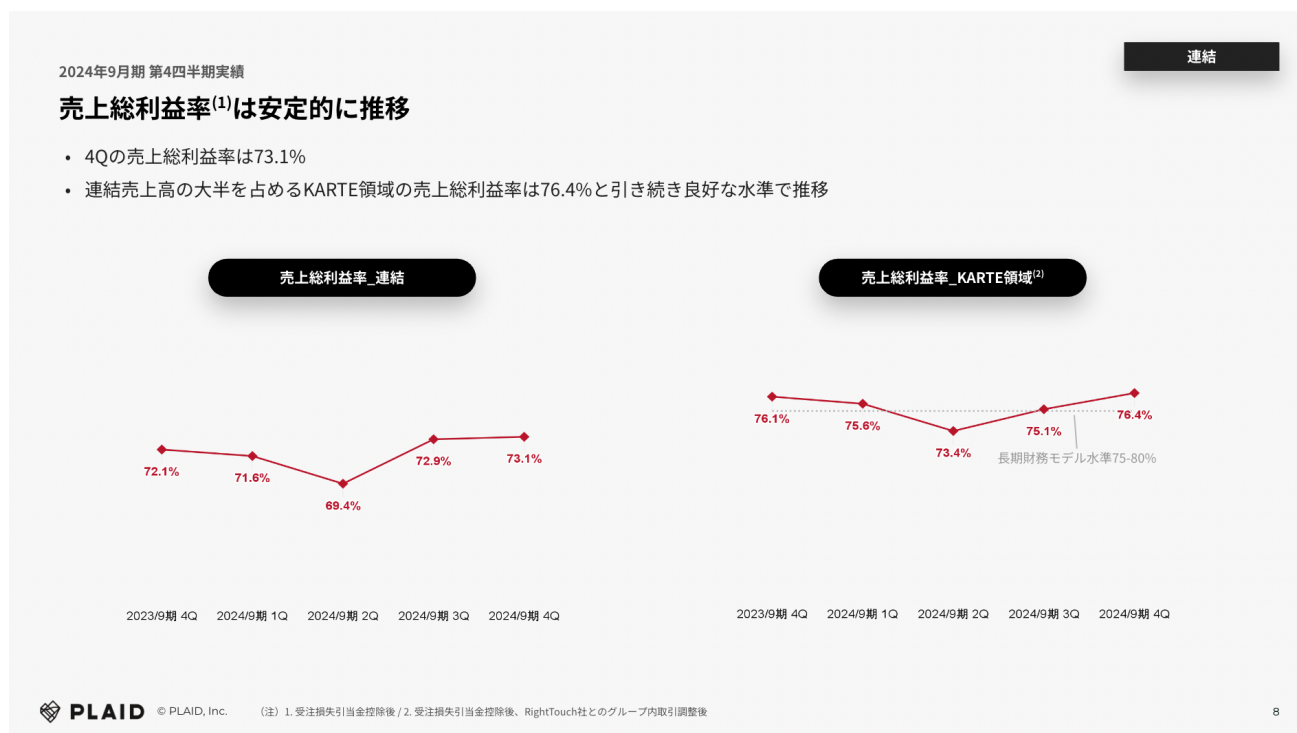
連結のパートでございます。まずトップラインでございます。



第4四半期の連結売上高は、前年同期比26.1%成長の、29億3,000万円となりました。特にARRの成長が好調でございまして、ARRは前年同期比25.5%の成長となり、連結で100億円を突破いたしました。

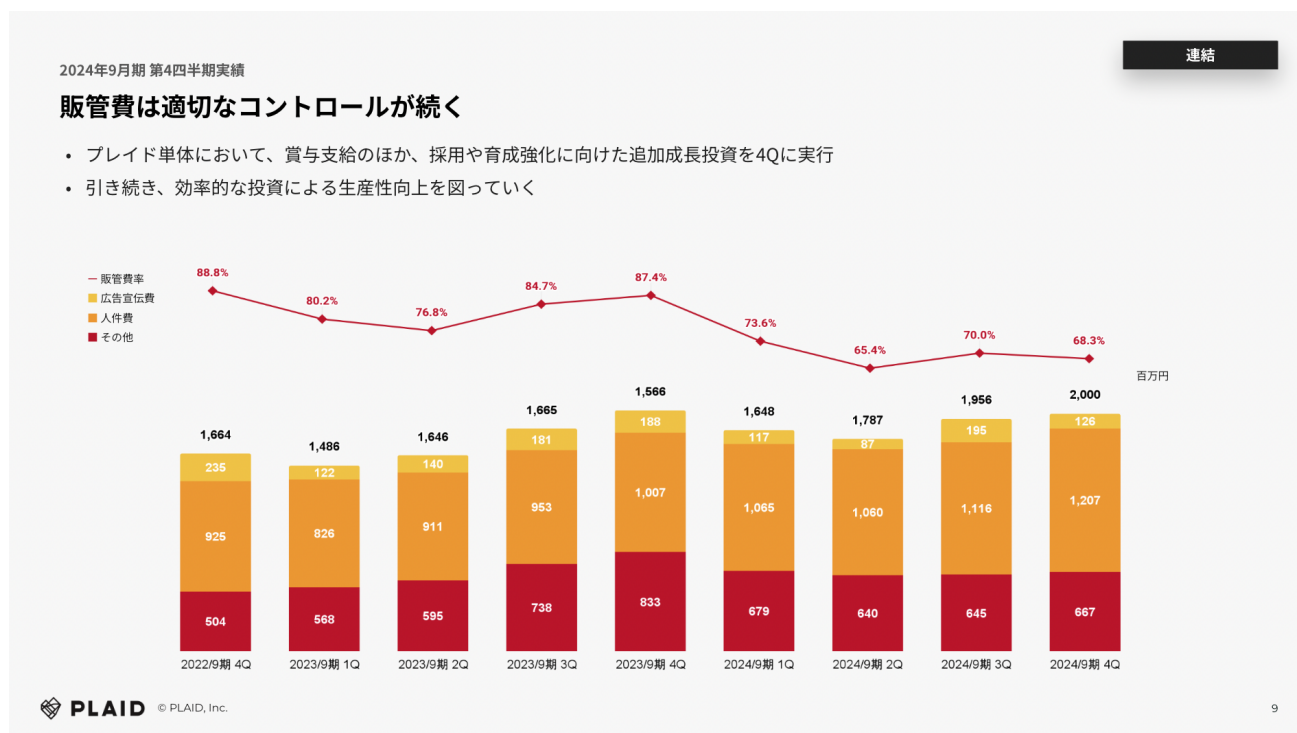
サービス、コンサル売上高につきましても、主にPLAID ALPHA、STUDIO ZEROが好調でございまして、年度を通して売上規模を拡大させております。

こちらが売上総利益率でございます。



第4四半期の連結売上総利益率は73.1%となりました。連結売上高の約8割を占めておりますKARTE領域、つまりプロダクトとPLAID ALPHAの合計の売上総利益率は、76.4%と引き続き良好な水準で推移しております。

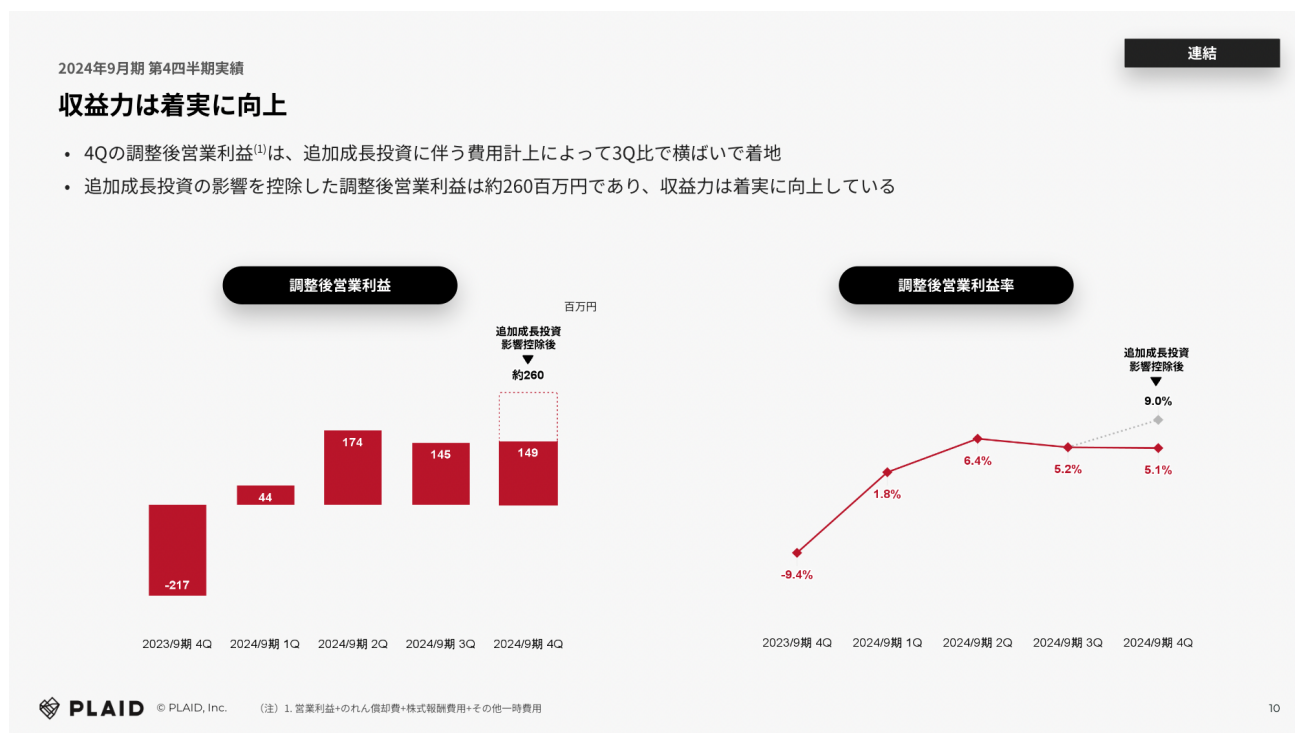
販管費でございます。



販管費は適切なコントロールが続いております。第3四半期の決算でお伝えしておりましたが、この4Qで賞与の支給ですとか、採用あるいは育成強化に向けた追加の成長投資を1億円強、行っております。

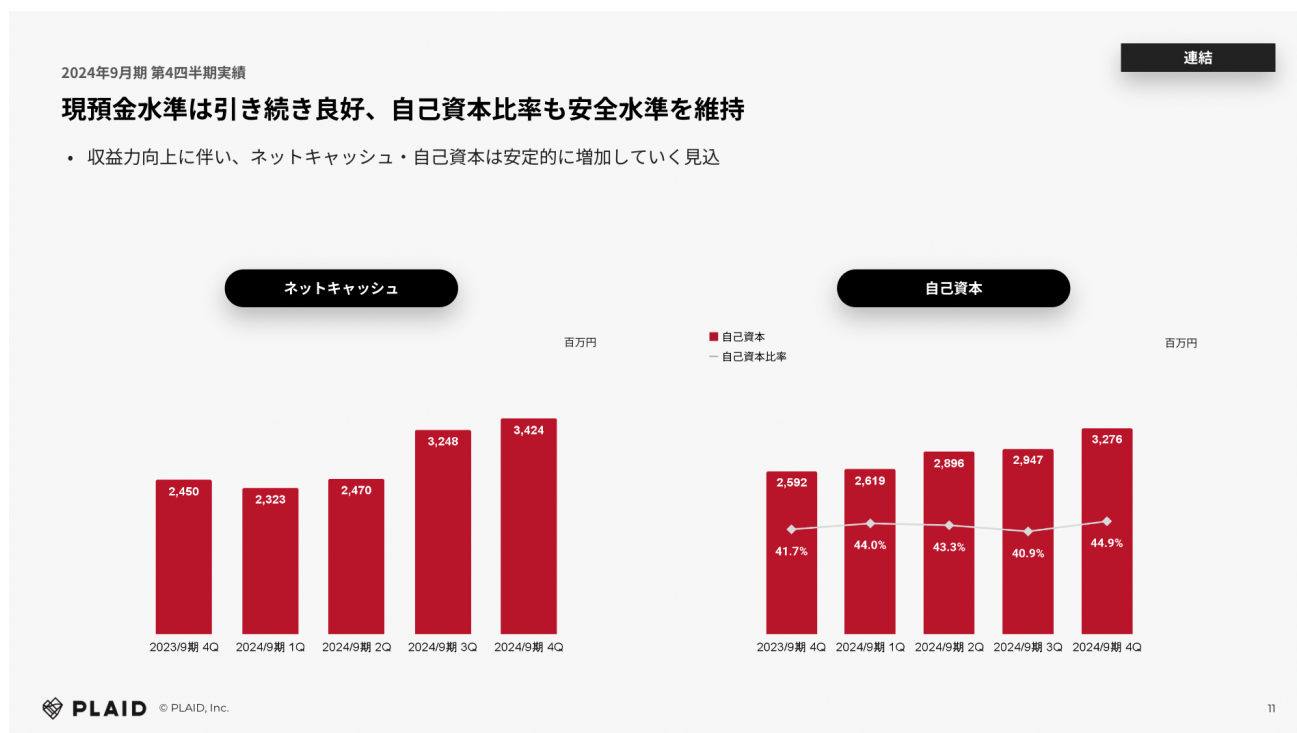
3Q対比で人件費が約9,000万円、その他費用が約6,000万円増えておりますが、その大半が追加の成長投資でございます。引き続き効率的な投資活動を重視いたしまして、持続的な利益率の向上を図ってまいりたいというふうに考えております。

こちらが調整後営業利益でございます。



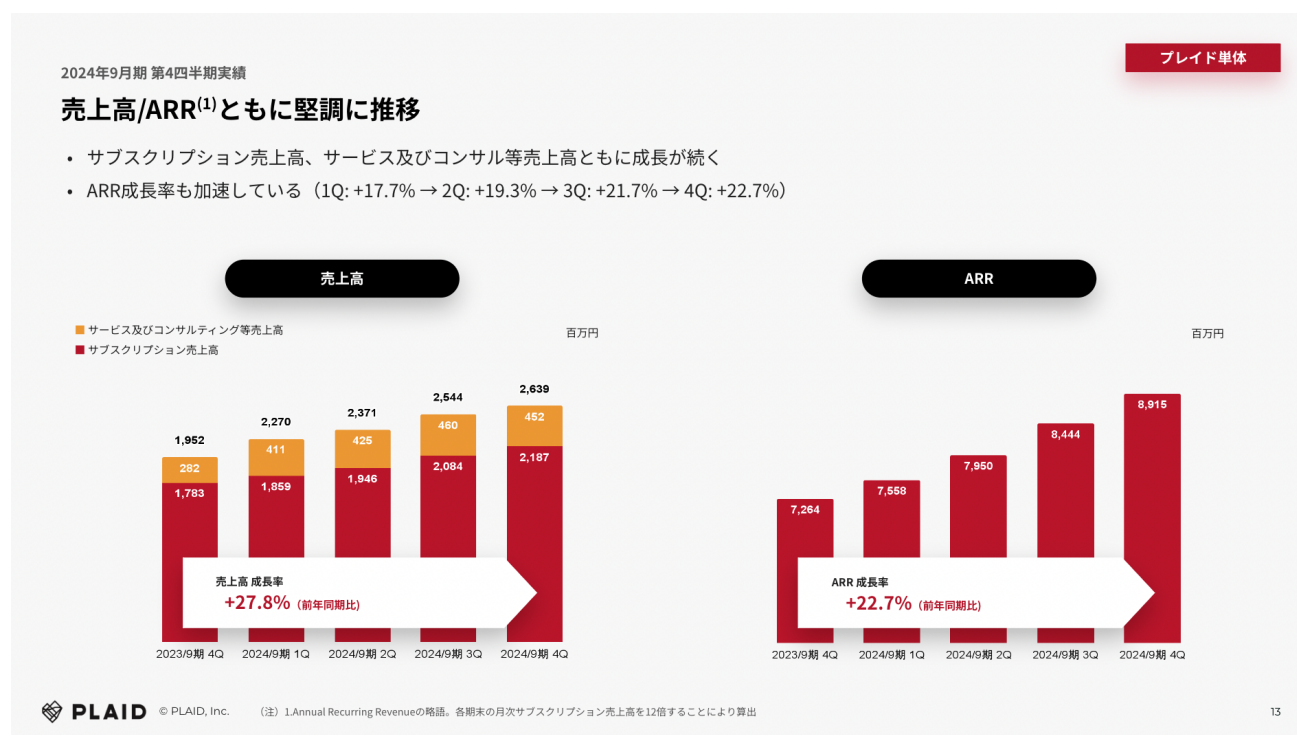
4Qの調整後営業利益は、3Q対比で横ばいの1億4,900万円で着地しております。先ほど申し上げた追加の費用、1億円強を控除した調整後営業利益は2億6,000万円でございまして、その収益力は順調に向上しております。

こちらがバランスシートでございます。



現預金、自己資本比率ともに、安全な水準を維持しております。加えまして、2024年の9月期で連結の黒字化を果たしまして、今後はその利益率を着実に高めていくフェーズに入ってますので、バランスシートは、より今後、厚みのある良好な状態になっていくことを想定しております。

それでは、プレイド単体及びグループ会社についてお伝えいたします。

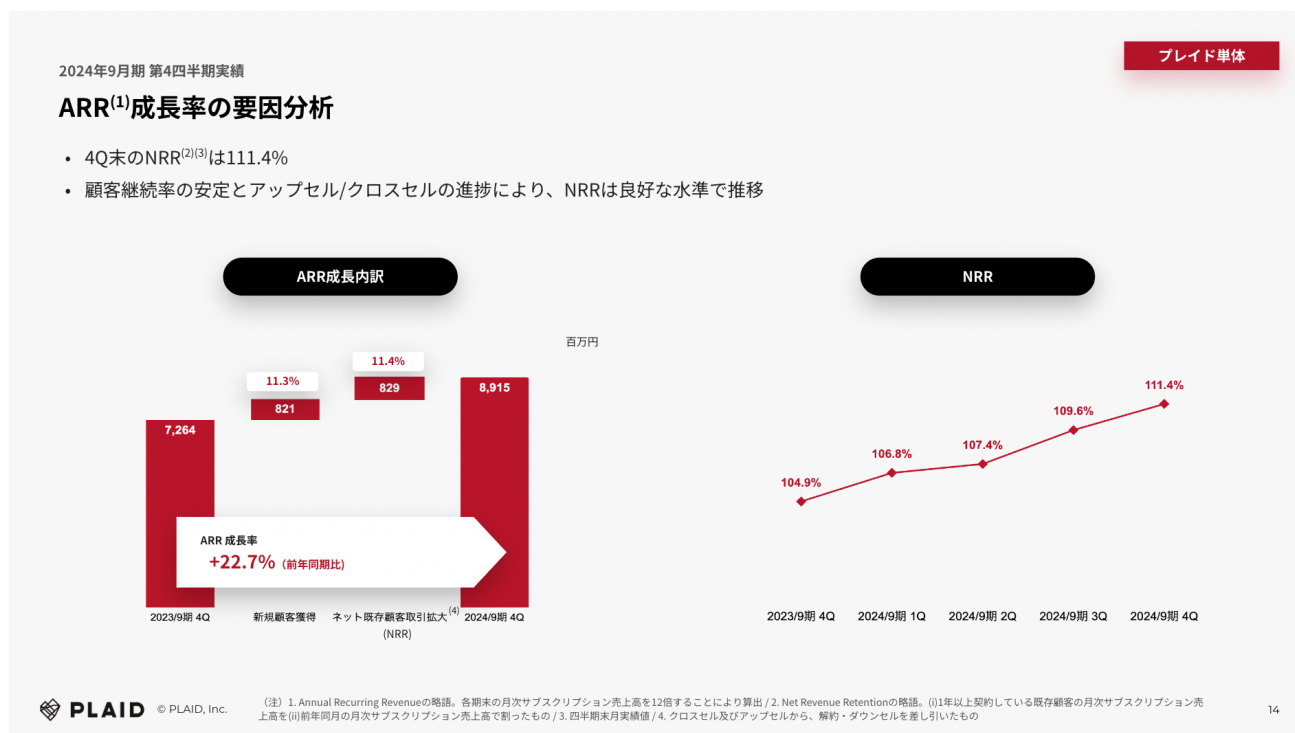


プレイド単体は、引き続きサブスクリプション売上、サービス及びコンサル売上ともに極めて好調に推移しておりまして、売上高は前年同期比27.8%成長の、26億3,900万円となりました。

ARRは四半期ごとに成長率を加速させておりまして、1Qで前年同期比17.7%であった成長率は、4Qで前年同期比22.7%成長まで向上しております。

連結のパートでも申し上げましたが、サービス及びコンサルにつきましては、PLAID ALPHA、STUDIO ZEROともに着実に増加している状況でございます。

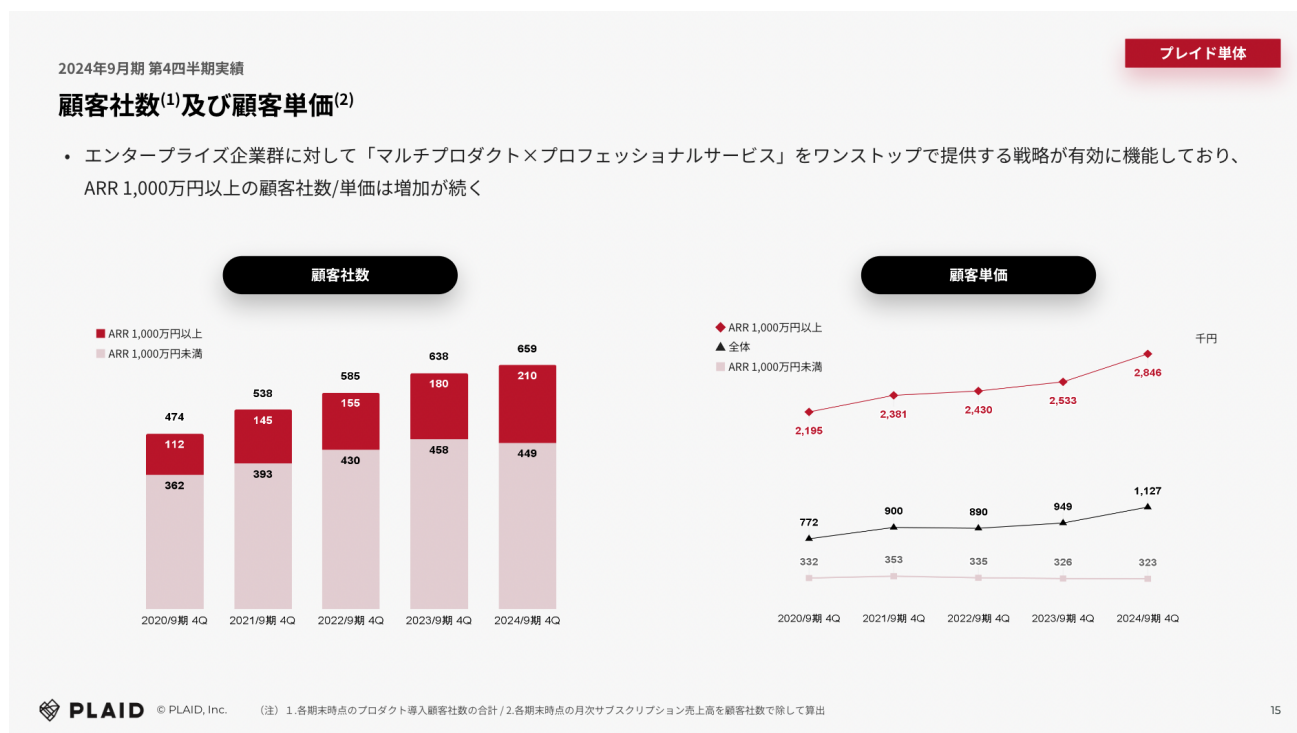
こちらがARR成長の分解でございます。



新規の顧客獲得ならびに既存顧客との取引拡大が、バランスよく成長しております。特にNRRは4Q末で111.4%と、110%を超えてまいりました。顧客継続率が良好な水準で推移しておりまして、そこにマルチプロダクトとプロフェッショナルサービスの掛け合わせによって、アップセル、ないしクロスセルが進展する。

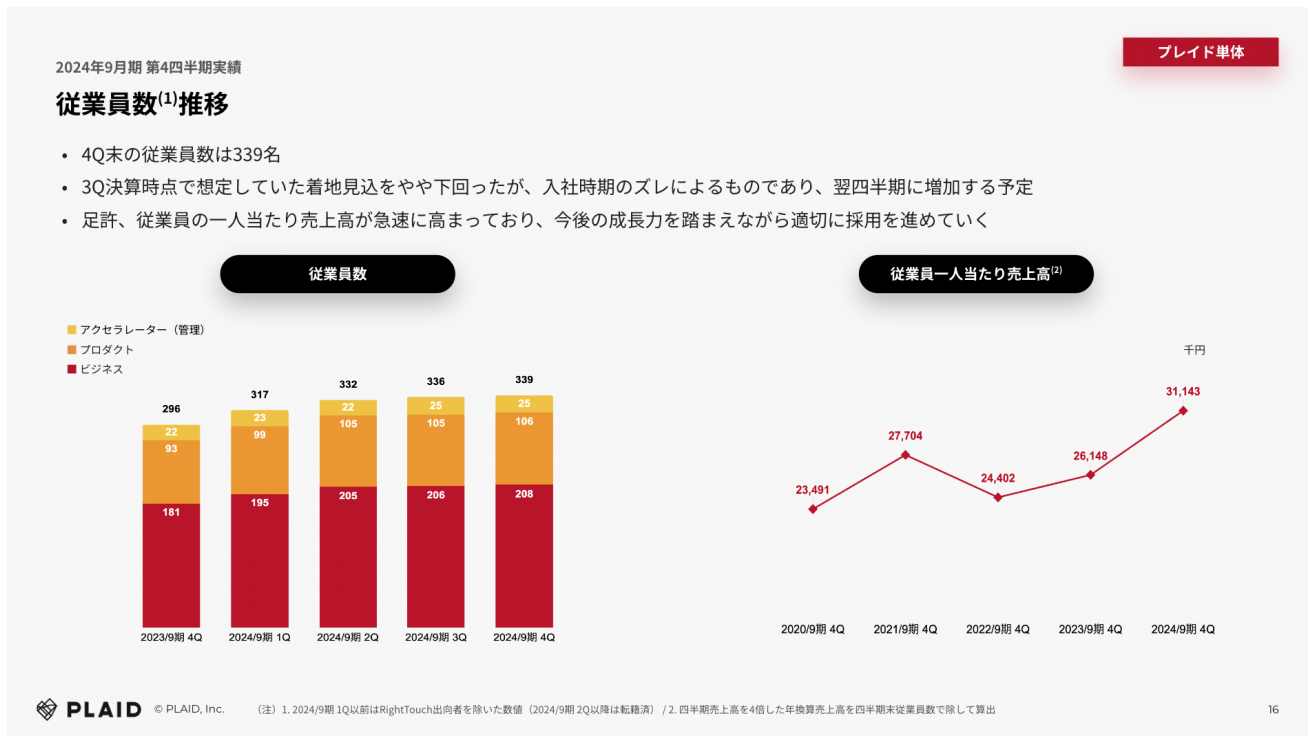
それによって取引がさらに深くなり、継続率がより安定するという良好な循環になってきておりますので、引き続き現在の戦略のブラッシュアップに努めていきたいというふうに思っております。

こちらが、顧客社数と単価の分解でございます。



濃い赤の部分ですね。ARR1,000万円以上の顧客社数、単価ともに順調に伸びております。引き続きプロダクト別で申し上げます、KARTE for App、Blocks、Datahub、Signals、それぞれまんべんなく販売できておりまして、良好な状態が続いております。

こちらは、従業員数の推移でございます。

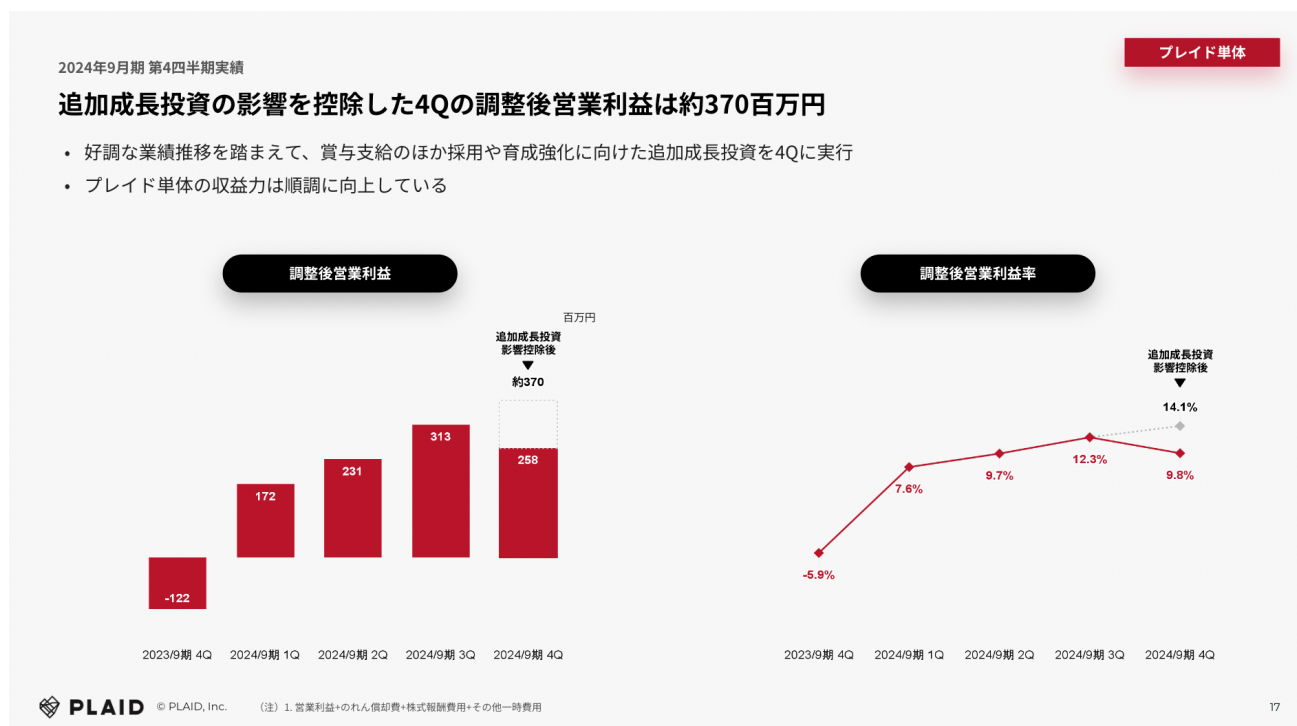


4Q末のプレイド単体の従業員数は、339名で着地いたしました。3Qの決算の時点では340名を超えるくらいの着地を想定しておりましたので、ここからはやや下回っておりますが、こちらは主に入社タイミングのずれが原因でございますので、次の四半期に増加する予定でございます。

他方で、こちらのスライドの右側のグラフにございますとおり、足元、急速に従業員一人当たりの売上高が上昇しております。利益率の向上という観点では、ポジティブに捉えておりますが、やや想定よりも早いペースで上昇しているという状況でございます。

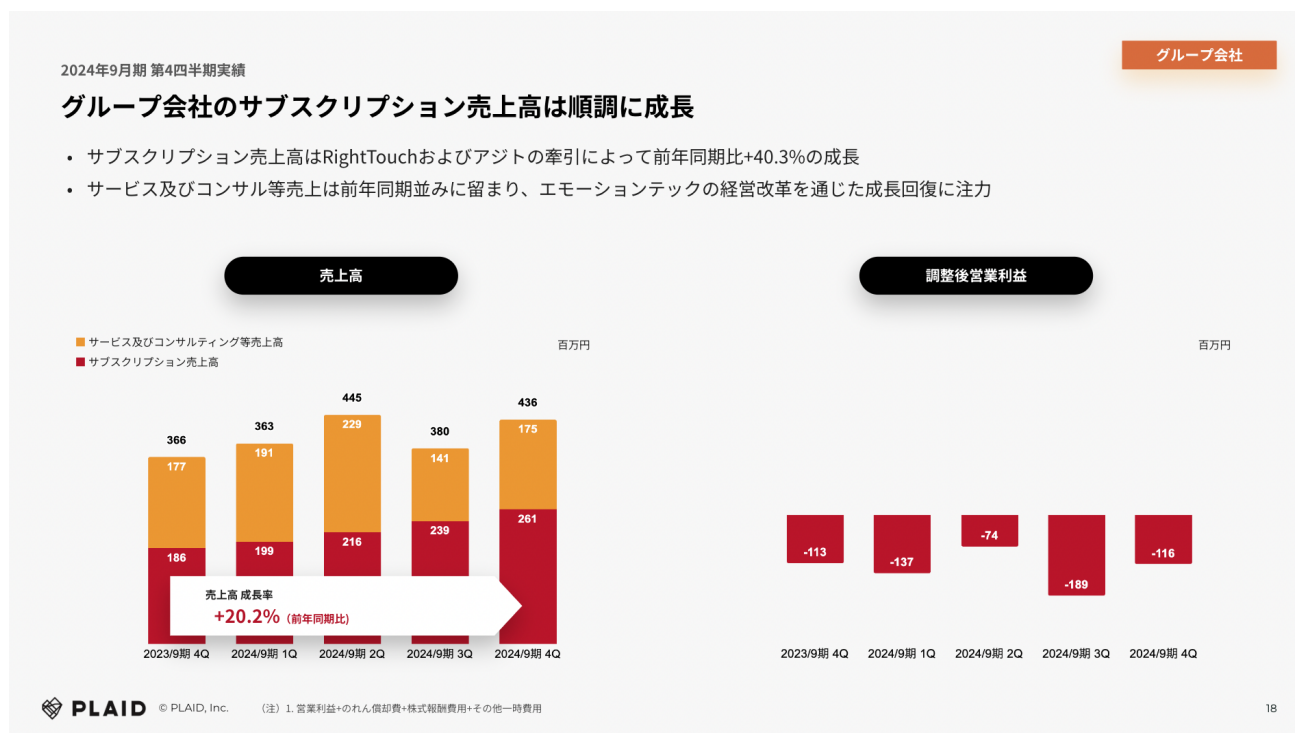
今後、持続的に高い利益成長を実現していく上では、短期的な数字を作っていく人材に加えまして、オペレーションを構築していくような人材、あるいは戦略をアップデートしたり、M&Aも含めて、中長期的な種を仕込んでいく人材、それぞれが適切なバランスで必要であると考えておりますので、今後は売上の成長率、あるいは利益率を意識しながら適切に採用を進めていきたいというふうに考えております。

こちらが調整後の営業利益でございます。



プレイド単体の4Qの調整後営業利益は2億5,800万円となりました。連結同様、1億円強の追加の成長投資を控除した調整後営業利益は、3億7,000万。調整後営業利益率で申し上げますと14.1%でございます、順調に収益力が向上しております。

最後に、グループ会社の実績でございます。



売上高は前年同期比20.2%成長の、4億3,600万円でございます。サブスクリプション売上高は、RightTouchならびにアジトが順調に成長しておりまして、前年同期比40.3%で成長しています。

サービス及びコンサル売上は、前年同期比で横ばいとなっておりますが、この大半をエモーションテックが占めておりまして、同社の経営改革を通じて早期に成長力を回復させてまいりたいと思っております。

ここまでが第4四半期の実績でございます、今期の業績予想についてご説明申し上げます。

2025年9月期 通期業績予想

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⁽¹⁾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



© PLAID, Inc.

(注) 1. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費用+その他一時費用

20

2025年9月期の連結売上高は、前年同期比23.5%成長の135億7,500万円。調整後営業利益は8億7,600万円。調整後営業利益率は前年同期比1.8ポイントプラスした、6.5%を見込んでおります。マルチプロダクトとプロフェッショナルサービスを併せて提供していくという、この現在の戦略をブラッシュアップしながら、各業界の開拓、深掘りを進めてまいります。

トップラインの成長に合わせまして、今後はグループ経営の高度化ですとか、オペレーションの強化も行っていきたいと考えておりまして、それぞれに向けて適切にリソースを配分し、持続的かつ高い利益成長を実現してまいりたいと考えております。

また、次のページで詳細をご説明させていただきますが、2025年1月1日より、プレイドが提供しております一部のサービスについて、約+10%の料金改定を予定しております。現在、ご覧いただいております業績予想に、この改定の影響はほとんど織り込んでおりませんで、新規の契約締結ならびに既存契約の更新が集中しております3月、そして4月の動向を踏まえた上で、必要に応じて業績の情報をアップデートさせていただければと考えております。

こちらが料金改定の概要でございます。

2025年9月期 通期業績予想

ブ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%

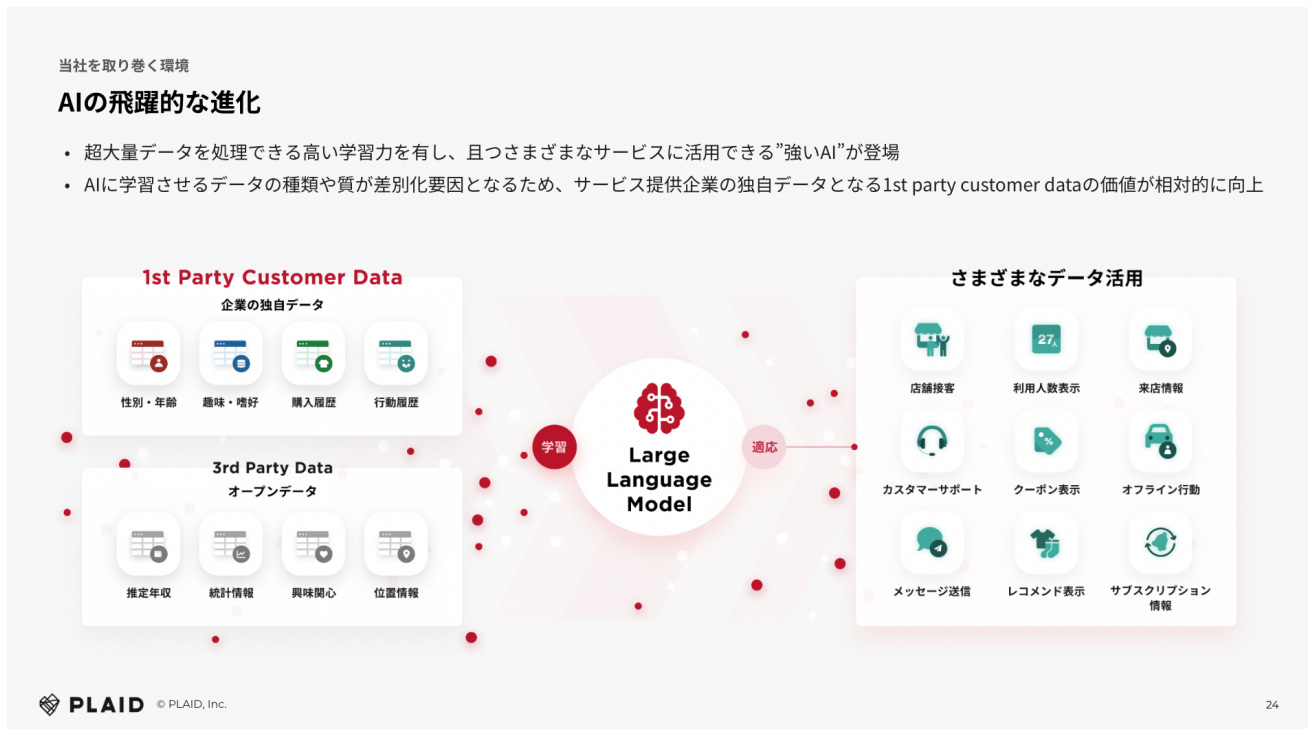
前回料金改定を行ったのが約6年前でして、それ以降、リアルタイム解析基盤の刷新であったり、各プロダクトの機能拡充によるお客様へのご提供価値の向上を踏まえまして、今回改定するものでございます。

2025年1月1日を効力発生日といたしまして、ブレイド単体のサブスクリプション売上の大半を占めておりますKARTE Web、KARTE for App、KARTE Datahubの三つを利用する全ての契約を対象としております。

1月1日以降に新たに契約を締結する、あるいは契約を更新するものにつきまして、順次お客様とのコミュニケーションを進めてまいります。私からのご説明は以上でございまして、戦略・事業のアップデートについて倉橋、桑野よりご説明させていただきます。

倉橋:ここからは成長戦略についてお話ししていきたいというふうに思います。

まず、当社を取り巻く環境と市場の前提となる環境確認から入っていきたいと思っております。二つ、従前から載せておるスライドを掲載しております。一つはAIの飛躍的な進化ということでございます。



AIが話題になってきたと感じておりますが、本当のAI活用に関してはこれから始まるのかなと捉えております。業務効率を押し進めるAI、そこと人による価値の創造を支援するAI、大きくこの二つあると考えておりますが、われわれとして重視しているのは、この後者、人の価値創造を支援するAI、ここまでを目的として含め事業化していくということでございます。

AIの学習教材としてのデータのユニークネスも非常に重要となってくる。このAIの時代においてどのようなポジションで事業化、プロダクト化、価値開発を行っていくのかというのが非常に重要という視点でございます。

次のスライドですね。



デジタル人材確保に向けた企業ニーズの向上ということでございます。今お話ししたようなAIをはじめとした技術進化によって、企業が必要とする人材像は、より先鋭化してくるというふうに捉えております。

前提環境の変化をしっかりと価値まで繋ぎ込んでいくことが非常に重要ということでございます。

24ページ目、25ページ目、この二つのスライド、このAI×データの側面、そして人材側面、それぞれに共通するのは、効率化でとどまらないこと。その先の価値創出までをいかにスコープに入れて、こういった技術、AIやデータの活用だったり人材の活用及びその育成を行っていくのかということが、われわれのような企業もそうですし、広く顧客企業全てに要求されてくることなのかなというふうに考えております。

では、27スライド目まで進んでもらって。

当社のミッション

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

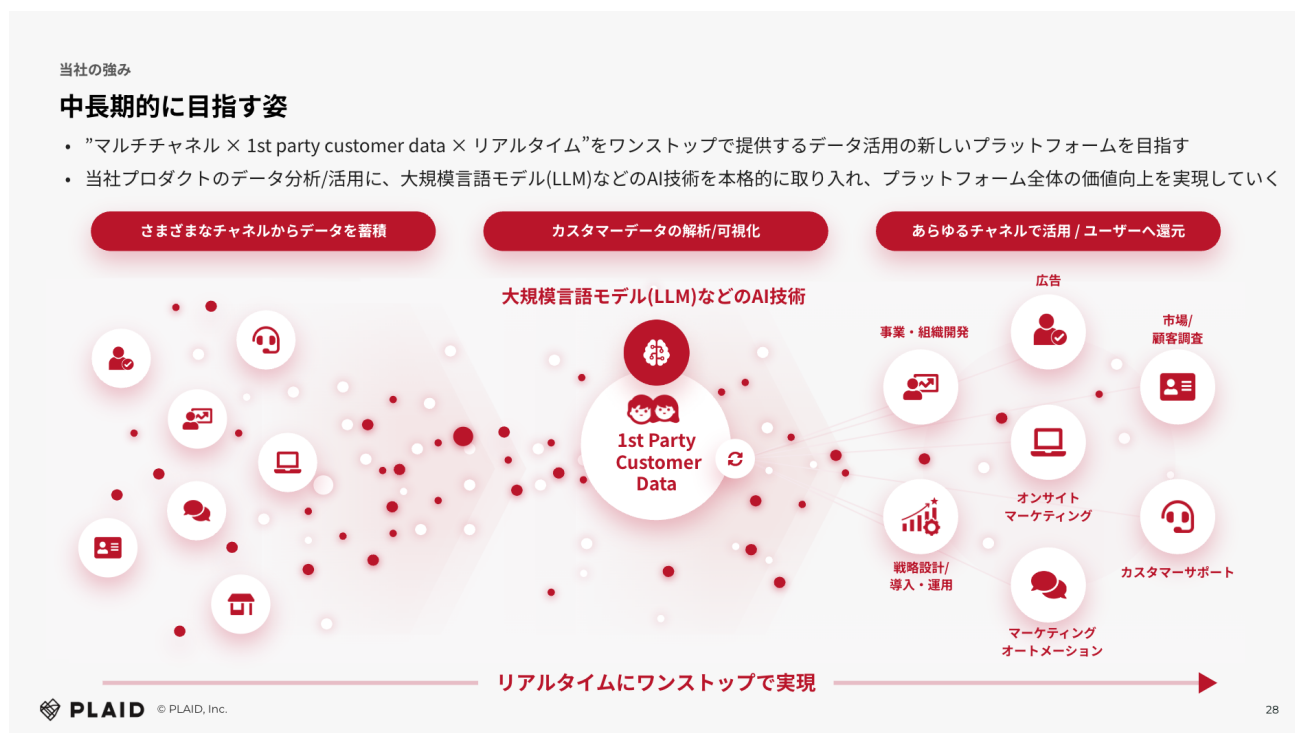
 **PLAID** © PLAID, Inc.

27

今お話ししたようなポイントは、まさにわれわれプレイドがミッションとして掲げてきたことでもあります。活動の目的は、まさにそこであるということ。企業にとって効率化というのは、競争のスタートラインに立ったにすぎないということかなと考えております。

あくまでその先、価値創出こそが競争に違いをもたらすということでございますので、われわれはこのテクノロジー、人、データ、ここから今お話ししたようなポイントに向けて全力を注いでまいったし、これからもそれをぶらさずに進めていきたいというふうに考えております。

28スライド目ですね。



ここまでのわれわれは、まず企業と生活者、この間に存在するデータですね。これが顧客接点の分散によって分断され、それぞれ統合的に管理されていない状態。まずここに着目してきたということでございます。

分散化した接点をしっかりと、まずデータ化していく。それを顧客軸で統合していくことにフォーカスをしてまいりました。事業ドメインとしては、いわゆるマーケティング領域で、SaaSを展開するということにフォーカスをしてきたわけでございます。

その結果、圧倒的な1st party customer dataの土台を構築することができてきました。今後さらにその活動範囲を広げていく必要があると考えております。

例えば、既にわれわれ事業展開しておりますが、カスタマーサポートの領域、そしてプランニングだったりセールスだったり、カスタマーデータを活用するあらゆる業務範囲に対して、われわれの価値提供の範囲を広げていくということでございます。その価値提供において、このプロダクト、プロフェッショナルサービス、データ、これらの軸を掛け合わせて提供価値の構築をしてまいりたいというふうに考えています。

次のスライドですね。

当社の強み

当社の強み

The diagram is divided into two main sections: Technology and Business. The Technology section lists three strengths: 1. Domestic largest 1st Party Customer Data base, 2. Product architecture enabling data accumulation by user, and 3. Real-time analysis engine maintaining the latest data freshness. The Business section lists two strengths: 4. Seamless multi-product group realizing business activities based on high-resolution user understanding, and 5. Professional services supporting corporate business transformation.

Category	Strength
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

PLAID © PLAID, Inc. 29

このスライドから34スライド目までは、今私がお話したことを丁寧に記載したものになりますので、また追ってご確認いただければというふうに思います。

では36スライド目。

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

The diagram shows four overlapping circles representing key initiatives: AI, Multi-Product, Professional Service, and Enterprise. The central area where all four overlap is labeled 'Key Initiatives' with the subtitle '戦略の方向性' (Strategic Direction). To the left, a list of five strengths is provided, which are the same as in the previous slide.

Strength
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

PLAID © PLAID, Inc. 36

今お話ししたような市場変化、そしてわれわれが設定しているミッション、この上で、われわれがどのような中長期成長に向けた戦略を有しているのかについて、あらためてお話ししたいというふうに思います。

まず、この右側、赤い丸いバブルのポイントが、われわれが注目している戦略軸にはなりますが、まずはこのAIでございます。本日は、このAIにおける取り組み、詳細は触れませんが、非常に面白い進捗が出てきております。

データ、AIを軸とした経営変革であったり、現場業務を含めた生産性の大幅な改善。このトップとボトム両側面に対して、われわれが蓄積してきた1st party customer dataとAI、この先の可能性が見えてきたということでございます。

プレイドの独自性として、あらためて投資家の皆様には機会を設けてお話ししたいというふうに考えております。

本日はその他の三つ、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、この三つについてお話ししたいと考えております。

2024年9月期は、この成長戦略を推進してきた結果、明らかなこの戦略と市場のフィット。戦略の合理性を、われわれは確信に変えることができたというふうに考えております。取り組みにおける、われわれ自身の生産性改善余地は、まだまだ大きいと考えておりますし、そもそもこのわれわれの取り組みにおける獲得可能な市場は、まだまだほんの一部しかわれわれ獲得していない現在地だというふうに考えております。

当面、この観点からも、お話ししているマルチプロダクト、プロフェッショナルサービスそしてそれをエンタープライズ向けにということが、最も重要な戦略軸であると考えておりますので、本日はそちらの進捗ポイントをこのあとお話しできればと思っております。

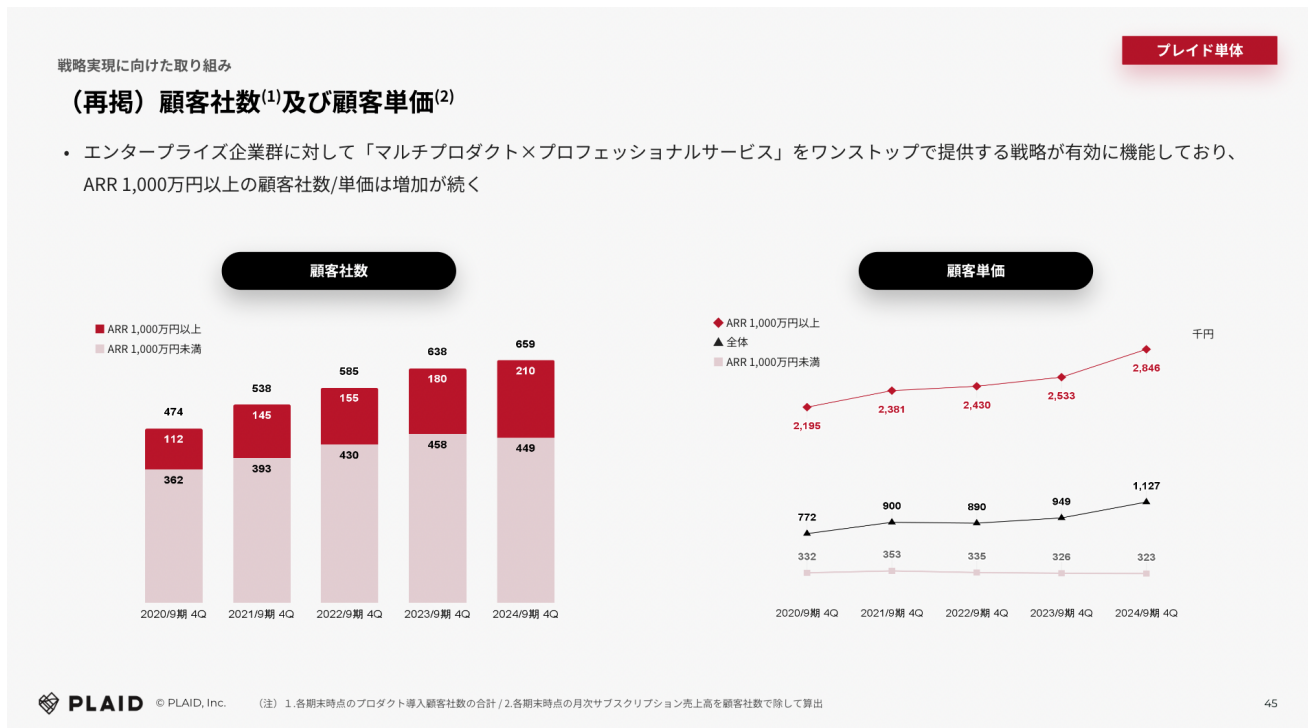
44スライド目まで飛んでいただいて。

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

ここからVP of Salesの桑野にボタンタッチしたいというふうに思っております。よろしくお願いします。

桑野: よろしくお願ひします。VP of Salesの桑野です。私のほうからは戦略実現に向けた取り組みをご説明させていただきたいと思ひます。



こちらの再掲になりますけれども、まず左側の図のほうなんですが、ARR1,000万以上のお客様群というのが着実に伸びていると。これは、エンタープライズ企業群に対して、先ほど倉橋が述べましたマルチプロダクト、あとプロフェッショナルサービスを掛け合わせた、いわゆる価値というものを着実に提供してきて、それが受け入れられている証拠かなというふうに思ってます。

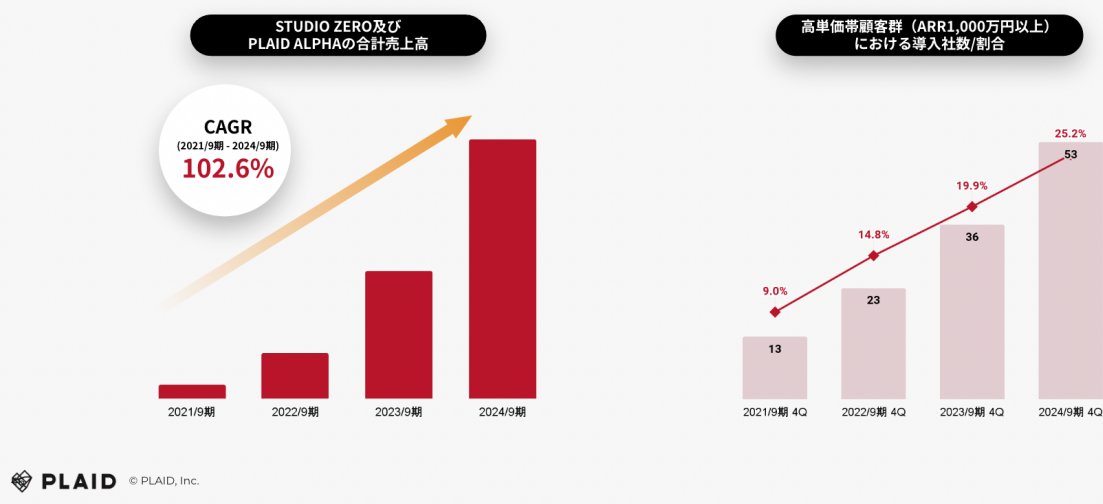
同時に、顧客の単価のほうも2024年9月期では、ARR1,000万円以上の会社群も増えてきていて、単価自体も向上しているといったことになります。

次、お願いします。

戦略実現に向けた取り組み

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



特に特筆すべきところとしては、プロフェッショナルサービス拡大によって高単価帯の顧客群が増加をしています。これは先ほどPLAID ALPHAの話もありましたが、STUDIO ZEROを含んで、このプロフェッショナルサービスというのが爆速成長しているということです。

ちなみに、ARR1,000万円以上の高単価帯の顧客群におけるプロフェッショナルサービスの付帯数というのは増えてきているんですけれども、まだまだわれわれの顧客群に対して、プロフェッショナルサービスの付帯する余地は、たくさんあると考えておりますので、この辺りも成長の伸びしろの因子になってくるのかなと考えてます。

こういったお客様群にわれわれがご採用いただいているかというのを一部、事例としてご紹介させていただきたいんですが。丸井様とWOWOW様になります。

戦略実現に向けた取り組み

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



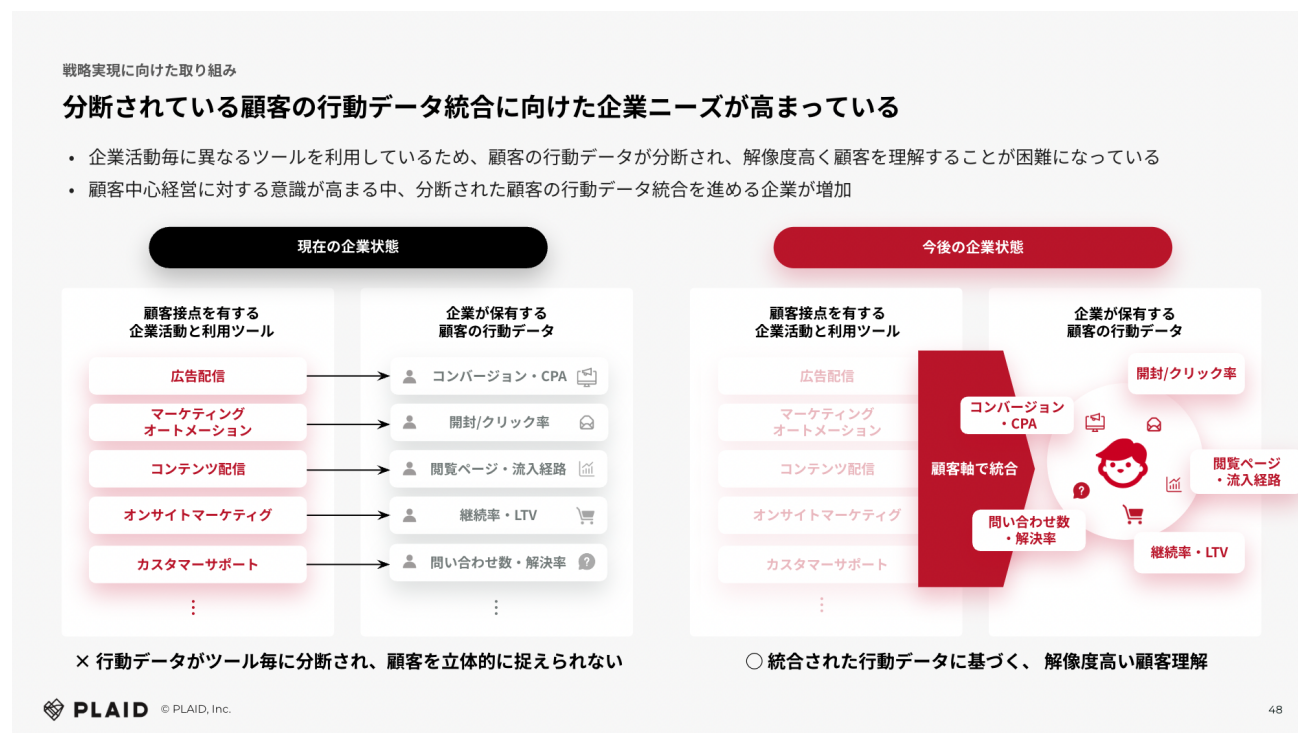
- ・ 丸井グループにおいて、顧客コミュニケーション基盤構築のため KARTE シリーズを採用、柔軟性に富んだデータ活用による顧客価値創出を目指す
- ・ 基盤刷新プロジェクトおよび導入後のグロース支援は、プロフェッショナルサービス「PLAID ALPHA」が担う



- ・ 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

詳しい詳細というのは割愛させていただきますが、どちらも既存の、いわゆる海外のベンダーさんだったり、国内のベンダーさんのツールというのを使っていて、マルチプロダクトというのを実現していました。こういった方々がわれわれのプロダクト、プロフェッショナルサービスというのを合わせて採用いただいている、包括的に支援する取り組みというのが増えてきています。

詳しい内容を次のページでご紹介させていただきたいんですけれども。



丸井様、WOWOW様、どちらも左側の図にあるような、いわゆる顧客接点というものを、例えば広告配信であったり、マーケティングオートメーションであったり、コンテンツ配信であったり、オンサイトマーケティングであったり、カスタマーサポート、これらを、いわゆるベスト・オブ・ブリードで、いわゆるアプリケーションのエコシステムというのを構築されていらっしゃいました。

実際に、このアプリケーション群を有機的に、行動データをうまく活用していこうとしたときに、いわゆるその統合という作業が発生すると。これは丸井様にしろWOWOW様にしろ、彼らだけではなくて、今、実際の事業会社さんでかなり大きな課題になっているのではないかなと思ってます。

今後の企業のあるべき状態として、そもそも統合された上で実際に顧客戦略を実現していく上で、どういった顧客体験であるとか、顧客価値というのを生活者に届けていくのかといったような辺りの、転用みたいなものというのが非常に重要になってくると。

その中でたくさんの領域であったり、関連する部門であったり、そもそもどういった戦略を立案していくのかとか、人材を育成していく上で、ツールにとどまらないプロフェッショナルサービスっていうのを、活用支援のシーンっていうのが増えてきているというのが、この成長のけん引している理由になるのかなと考えています。

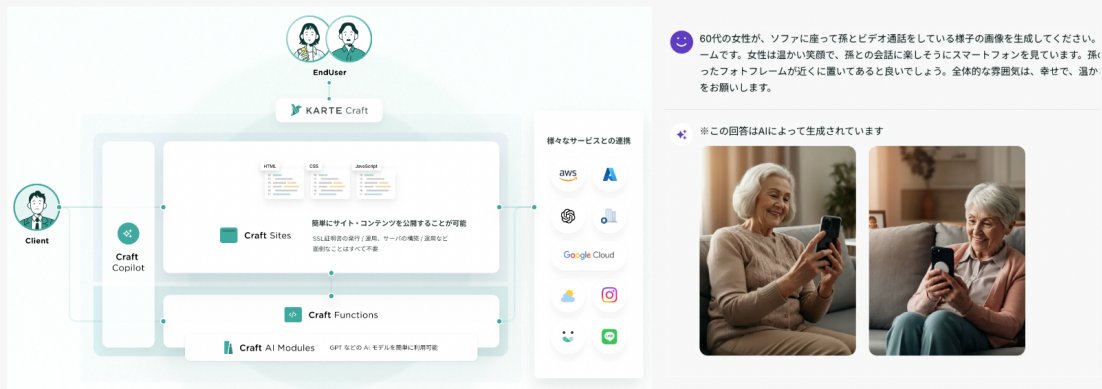
ですので、まだまだ成長の余地というのはあって、いろんな企業様に対してサービスを付帯していった通常の伴走支援から、顧客戦略の立案みたいなところまでを展開していくところを狙っていきたいというふうに考えています。

次のスライドのほうで、顧客データが統合されたときに、先ほど倉橋のほうからAI技術を活用したところを、詳細は次回にということだったんですが、もう既にわれわれはプロダクトとしてKARTE Craftというものの提供を開始しています。

戦略実現に向けた取り組み

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⁽¹⁾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



© PLAID, Inc.

(注) 1. Platform as a Serviceの略語。クラウドサービスの形態で、インフラの設計や保守管理を気にせず目的に応じて、開発者がアプリケーションを作成、実行するためのプラットフォームとツールを提供するサービス

49

これはKARTEの解析データを活用した、アプリケーション開発を効率化するPaaSという側面と、複数のAIモデルを用いたコードであったり、画像生成の機能を提供しているものです。

右側に、60代の女性がソファに横たわっている絵があるんですけども、実はこれは生成AIが作成したものになってます。普通に、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、というふうにリクエストをかけると、こういった図が生成されて提供されていくと。

これは、例えばマーケティング領域においていろんなABテストをしていくであとか、そういった領域の中でコンテンツを瞬時に生成をして、実際に使ってみて結果を評価してといったところのシーンでは、かなり役に立っていくのではないかなというふうに考えています。

ですので、マルチプロダクトでプロフェッショナルサービスを掛け合わせつつ、新しいプロダクトを提供しつつ、皆様の事業貢献に資することというのをしていきたいと考えてます。

倉橋:では、プレゼンテーションパート、最後まとめのスライドになります。

Key takeaways

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、戦略の深堀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

PLAID © PLAID, Inc.

51

大きく2点記載しております。FY24、2024年9月期については、あらためて非常によい1年になっているというふうに捉えております。戦略が有効に機能し、そしてそこに実績が伴ってきているということ。そして規律ある投資活動から、営業利益も大幅に増加改善してきているということでございます。

この流れをしっかりと汲みながら、よりチャレンジングな年にFY24、2025年9月期は設定していきたいというふうに考えております。

先ほど桑野からもお話ありましたとおり、われわれの事業ドメインにおける追い風というのは、間違いなく加速してくると捉えております。ですので、よりこれまで進めてきたこのマルチプロダクト、そしてプロフェッショナルサービスをエンタープライズにフォーカスして届けていく。これに関しては、よりフォーカスを強めながら、例えば業界ごとの提供進捗であったりだとか、実際にそれを展開していくわれわれメンバーのベースアップであったりだとか、もちろん採用も含めてその推進力をより構築していく必要があると考えております。

より中長期の視点から、よい状態を持続、さらに向上、成長加速を実現していく。こういった1年に今期を当てたいと考えておりますので、ぜひぜひご期待いただければと考えております。

こちらでわれわれからのプレゼンテーションパートは以上となります。ご清聴ありがとうございました。

司会:ご清聴ありがとうございました。以上をもちまして、株式会社ブレイド2024年9月期第4四半期決算説明会における、われわれからのご説明のセッションを終わります。

質疑応答

司会:これよりQ&Aセッションを開始します。

質問 1:2025年9月期の売上の予想、23.5%成長ということなんですけど、ここ1月から実施する値上げっていうのは織り込んでいるのかということで、もし織り込んでいる場合は、まずどの程度この成長に織り込んでるのかなと。というのも、もし織り込んでいるとしたら、ちょっと成長率が低くも見えてしまうので、どんなふうはこの値上げを考えたらいいかっていうところが1点です。

それと、もうしっかりと黒字出てきたので調整後営業利益ではなくて、営業利益で伺えればなということも思うんですけども。今期の営業利益の見通しとしては、6億程度と考えていいのか。今期の営業利益ですね。調整後ではなくて。そこについても一言いただければと思います。どうぞよろしくお願いします。

高橋:ありがとうございます。2点、私よりご回答申し上げます。

まず、料金改定の業績予想への織り込み具合でございますけども、わずかに織り込んでおまして、数千万前半、会社として理論的に想定されます最低ラインぐらいを織り込んでいるっていうのが今の状態でございます。売上に入ってるということ。

もう1点、営業利益ですけれども、決算短信のほうに調整後ではなくJGAAPの営業利益の予想を載せさせていただいておりますが、6億7,800万円を予定しております。

質問 2-1:まず価格改定のところ私も質問でして、対象がどれくらいあるのか。一部のプロジェクトだと思う、一部といいますか、ほとんどの方がサブスクライブしてるとは思うんですけども、大体どれくらいの割合があるのかっていう話と。あと1月1日以降という話だったので、1月1日以前に既存顧客で契約を迎える方っていうのは、ざっくりどれくらいいらっしゃるのかというのを教えていただけますか。

高橋:ありがとうございます。こちら私から回答させていただきます。

どれくらいが対象なんですかという点につきましては、ざっくりKARTE Web、App、Datahubで、ARR約8割のお客様がいらっしゃいますので、それらが対象ということになります。

また、1月1日以前ということですけども、ガッツフィーリングになりますが、約3割ぐらいの方々がこの10月、11月、12月、要するにひと月10%ぐらい更改を迎えてる認識でおりますので、そのぐらいのイメージですね。なので、今年度でいうと7割ぐらいが対象となるというイメージかなと思っています。お答えになっていますでしょうか。

質問 2-2:ありがとうございます。7割に対してARRの8割ぐらいが10%の値上げの対象になっているという算数で合ってますよね。

高橋:はい。既存お客様でいうとその認識でいいかなと思います。

質問 2-3:分かりました。ありがとうございます。

あと、先ほどの方とも重複するんですが、営業利益の短信で私、確認はしていたんですけども、そちらスライドに載せない理由って何かあるんですか。

高橋:ありがとうございます。会社としては、調整後営業利益と営業利益の差分はまさに、のれんならびに株式報酬費用と、あとは実際には発生してませんが、その他の一時の費用ということでございますけれども、特に今後につきましては、しっかりと黒字にもなりまして、キャッシュフローも出てくると思っております。

ので、M&Aもしっかり活用しながら成長させていきたいと思っておりますので、のれんの償却を引いた形で会社としては成長を考えてるというのが一番の趣旨になります。

ただ、業績予想という観点で言うと、調整前も出したほうがより分かりやすいだろうということで、短信にお出ししているという趣旨です。

質問 2-4:なるほど、分かりました。ありがとうございます。

最後に1点だけ。一部の投資家の方から株主還元みたいなお話が、おそらくIR取材の中で話題になっているんじゃないかなと思うんですけども。今回こういった形で黒字になりましたし、OPレベルで、キャッシュを生み出すという意味では株主還元についてもあらためて今、どういったお考えなのかというのを教えていただけますか。

高橋:ありがとうございます。これも私からご回答申し上げます。

まず社内で、事実として、株主還元についてはフラットに議論させていただいております。株主還元というと配当ないし自己株取得ということかもしれませんが、先ほどの調整後営業利益の話にも関係しますけれどもやはり、キャッシュの使い道という観点で、私どもが中長期的に目指す姿から逆算いたしますと、やはりオーガニックで得られ難いような、M&Aでないと得られないような機能もあるなというふうに思っておりますので、まずはやはりそこにしっかりと資金を投じていきたいと考えております。

一方で、M&Aはやはり縁があるものでございますので、M&Aの状況ですとか、あるいは自己株取得になりますと株式の流動性にも影響を与えますので、株式の流動性、日々の売買代金、こういったものを踏まえながら、自己株取得については機動的に検討する可能性はあるかなと思っております。

質問 3:グループ会社の状況なんですけども、前回の説明のときにエモーションテックの新製品の投入などがちょっと遅れてっていうお話あったと思うんですけど、この辺正常化といいますか、うまい具合に進んでいるのか。子会社の状況であのテコ入れしてる部分ですとか、あるいはこれからよくなっていく部分っていうのがあったら、ちょっとコメントいただきたいんですけども。

高橋:ありがとうございます。数字の観点と、経営という観点、倉橋からもコメントあるかもしれませんが、

エモーションテックにつきましては、今期と前期の比較でいいですと、売上としてはやや増えて、そしてコストサイドについてはしっかりと規律ある管理を行って、赤字幅という意味では下がる予定でございます。

ビジネス、経営観点で言うと倉橋からちょっとコメントがあるかなと思ってます。

倉橋:今、プレイドグループ全体ですと、プレイド以外に4社ある状態でございます。それぞれ非常によい状態というふうにわれわれ認識しております。ただ、FY24で業績をミートできなかったエモーションテックに関しては、プロダクトのローンチを当然ながら進めておりますが、より強固な経営体制、推進体制を構築するべく、一つ一つ丁寧にテコ入れ含めて今、設計をしているということでございます。

市場における彼らのプレゼンス及び新しいプロダクトを含めた市場における価値というのは、確信を持っておりますので、しっかりとそれがローンチされる、そしてデリバリーされる構造に持っていくということをエモーションテックに関してはそこにフォーカスをして、構築を進めているということでございます。

もう1点、各社というわけではないんですが、グループ全体での戦略ミーティング及び戦略構築を、FY24途中から正式に進めているということでございます。それまでは、極端に言ってしまうとどちらかというと、この各事業がしっかりといい価値を開発して、それを世の中にデリバリーしていくと。そういった活動の総和としてのプレイドグループ全体のパフォーマンスという色合いが強かったのかなと考えております。

が。そもそも、戦略子会社として切り出す、もしくはM&Aとしてグループに招く、ここには顧客の重なりであったりだとか、戦略を共有できるという見立てがあるからグループ化しているというわけでございます。

そのグループとしての戦略推進をしっかりとモニタリングしながら、グループ間のシナジー、これは顧客の共有という話だけではなくて、人材的な交流、行き来も含めましてグループアセットを真にグループで活用できる構造にシフトするべく、経営システムのアップデートを今図っているというふうにご理解いただければいいのかなということです。

ですので、比較的属人的な事業間のシナジーみたいなところから、組織立ったシナジーの創出ということに今後グループは向かっていくということです、ある意味で、ここはグループとしての成長として、真水として乗ってくる分と考えています。

質問 4-1: 終わった期の計画、今期もそうなんですけども、期初で106億6,600万、調整後営業利益で1,400万でしたと。修正をされて、結果的には109億9,200万、ほぼ110億でした。その伸びが約3億増えたんですけども、調整後営業利益が1,400万から5億7,400万円になりまして、この作り方というか、入り繰りというか。その1,400万の出し方、今回でいうと2億6,000万の出し方というんでしょうかね。8億7,600万か。その辺の作り方っていうところをあらためて整理していただければと思うんですけども。

それからもう一つは、人員計画ですね。この期末で単体、連結、何名ぐらいを見てらっしゃるのかということと、あと、調整後営業利益と営業利益の差でいうと、今回、エモーションテック減損されたので、多少のれん代がまた減ると思うんですけども、ちょっと2億円というのはやや大きいなという気もしてまして。何か今見えてる部分でどういうものが入ってるのかということで、以上3点お願いします。

高橋: ありがとうございます。いずれも、私から回答させていただければなと思っております。

まず一つ目、売上3億、利益5億、要するに要因というか、なぜこういう作り方になったんですかというご質問だと思いますけれども。トップラインの伸びにつきましては、ご案内申し上げたとおり、多くはサブスクリプション売上、そしてプラスアルファで、コンサルティングの売上ということでございます。

それに対して利益の金額が大きいというのは、一人当たりの売上高のところで申し上げましたが、当初想定していた従業員の伸びならびに売上の伸び。要するに、従業員の伸びよりも売上の伸びがかなり上回ったことによりまして、利益率が大きく改善したということでございます。

良く言うと生産性が大きく向上したということだと思いますし、ややコンサバに捉えると、一人当たりの負荷もそれなりに増しているということでございますので、しっかりとしたバランスをとっていこうと考えております。

二つ目のご質問でございますけれども、今期の従業員の計画、単体連結ということでございますが。まず、前期は単体で申し上げますと40名強の純増ということになっておりますが、今期につきましてはそれプラスアルファ、50名、それを超えるぐらいを今想定しております。

連結につきましては、前年度、そこまで大きく増えておりませんが、20名ぐらいの増加ができればいいかなと考えております。連結でいうと、70名強ぐらい増える可能性があるということです。

最後、調整後営業利益の調整分が2億円で大きいんじゃないかということになりますけれども。こちらは、今スライドをお見せした方がお分かりかと思っておりますけれども。この下の部分でございまして、年度で申し上げますと、株式報酬費用が大体1億5,000万強ほど前年度も積んでおりますし、引き続き会計処理の関係上、今年度も続くものでございますので、のれんの償却額で、エモーションテック減損後ののれんの償却額で3,000万ほど、株式報酬費用で1億5,000万強ということで、トータル2億ということでございます。

3点、回答になっていましたでしょうか。

質問 4-2: 1点、最初のところ、私の質問の趣旨もちょっとうまくなかったかもしれませんが。逆に言うと、御社の予想の精度という点でいうと、利益予想を大きく外しましたねって話になるんですよね。売上予想は積み上げですからほぼ当たりましたと。外したってということに対しての、今期、これが逆にすごく外れますと、6億ではなくて例えば10億とか。

だいぶ経営される側も、生産性等のノウハウ、ハイヤリングとか、大体こうなるだろうと。実際、人員も昨年プラス40名ということでしたけども、多分期初はもう少し多かったか少なかったか、ずれてきていると思うんですよね。

予想の精度という意味では、御社の中のノウハウも多分溜まってきているのかどうかと。逆にいうと去年は少しまだ精度が甘くて、とりあえず黒字。多分、環境で言うとマーケットでも黒字化がある意味、御社のようなビジネスモデルは結構必須で、黒字を出しますよというところで一応出しといて、結果的にはすごく生産性が上がったという言い方だと思うんですけども。予想の精度っていう意味では、よりやっぱり今期、高まっていると見ていいんでしょうか。そこまでまだっていう、その辺のイメージ感じがでしょうか。

高橋: ありがとうございます。そこで申し上げますと、高まっていますというのが答えになるわけですけども。

私どもにとってみても、今期はかなりポジティブに想定以上にいったなっていうのが感触でございまして。要するに、遡りますと2022年の3Qで会社として減収を受けながら、2023年で状態を立て直して、そこから飛躍に向けて2024年の9月期ということでございまして、飛躍に向けたときの実力値、これがどのくらいかっていうのもわれわれとして、精緻にまだ測りきれなかったという実態があるかなというふうに思っております。

その点で申し上げますと、倉橋からも説明させていただきましたが、私どもの戦略がしっかりと有効にワークするというのを結構確信できた期ではございますので、今期以降については、それを前提にしながら、諸々考えられるのかなというふうには思っております。

何かコメントありますか、倉橋。

倉橋: おおむねは高橋が今、お話ししたとおりにはなりますが。重要と捉えていた部分がやはり、期初想定よりもかなりハイパフォーマンスしているという現実はあるのかなと思います。

例えば、直接的に数値公表はしていませんが、既存のお客様のリニューアルレート、解約率ですね。ここに関しても非常によいパフォーマンスが出ていた。想定以上に早いタイミングからよいパフォーマンスが出ていたということもありますし。ALPHA事業、いわゆるプロフェッショナルサービスとプロダクトのミックスということに関しても、想定以上によいケースが、かつ比較的大きな規模で創出することができたというところもございます。

ですので、いくつかそういったものがやっぱり重なってきて、営業利益率に影響していると理解しているということです。

ただ、一応補足させていただきますと、生産性観点とかパフォーマンス自体が向上したというふうにも、もちろん捉える側面はありますが、内部的には、想定していたものがたとえ利益が上振れで出るにせよ、例えば、想定していたよりも早くそれが出てきたにせよ、荒木さんがおっしゃるように、想定を外しているということに変わりはありません。

なので、精度を上げていくということは非常に重要ではありますが、取り組みの一定正しさが重なった結果、それがいいほうに外しているということかなと思いますので、よりそのいいほうに外れるところまで含

めた、いわゆるそのアップサイドのところまで含めたずれを、投資家の皆さんとコミュニケーションできるように、非常に難しいポイントだとは思いますが、今後も努めていきたいというふうに捉えておりますので、ぜひぜひそういったフィードバック含めて、日々いただけますと幸いです。

質問 4-3: そういう意味では倉橋さん、高橋さん、もう重々いろいろお伝えしているつもりなんですけども、なかなか今まではスタートアップとしてブレも大きくて、結構中期の予想回りもなかなか上手く描けず、むしろ描くことによって足かせになるというお話もいただいたんですけども、ここまでだいぶ確証できたと、確信できたという実力値に対して、結果的には上に外れたっていう形になるんですけども、一つ中期的な目線というの、ある程度お示したほうが、一つのネタになるのかなと思ってますので。

やはり今回、売上成長率、若干落ちたところに対して値上げないしM&Aという、ある意味分かりやすい戦略だと思うんですけども、そこがどういうふうに中期的に描けるのかどうか。各社、SaaSさん出してるころ、出していないところあるもんですから、その辺また今後ご検討いただければという形で考えております。

倉橋: ありがとうございます。少しだけコメントさせていただくと、中計を出すべきか否かというお話であったりだとか、どの範囲でマテリアルとして準備していくべきかというのは、われわれも内部で議論しています。もちろん投資家の皆さんからご意見いただくこともありますし、その中で是々非々議論しているわけです。

もちろん、例えばFY24に関して言えば、プロフェッショナルサービスのPLAID ALPHA事業、ここも正式には1年目だったということもありますので、FY25、26と年数が重なるにつれてその予想精度というのは上がっていくと思いますので、より中長期のガイダンスというのは示しやすくなるのかなというふうには思っておりますが。

今日、成長戦略の中でも一部お話ししたように、プロダクトに関してもプロフェッショナルサービスに関しても、まだまだわれわれ展開していない範囲が非常に広いということがございます。ですので、現状、事業をしっかりと作っていきながら、それらのドメインに対してしっかり投資していかなくちゃいけない。

そうなると同時に、それぞれのドメインにおいては初年度ということになりますから、また予測精度が一部下がるゾーンが出てくるということになります。ですので、そういった大きな成長戦略の中で、どこまでを皆さんとしっかりと握りながらお伝えしていくべきかということは、また引き続き考えてまいりますので、ぜひぜひそこはご意見・アドバイスいただければ幸いです。

質問 5: 今期業績予想に織り込んでいる投資や費用の増加の内容と金額を教えてください。

高橋: ありがとうございます。私から回答させていただきます。

今期、主だったところ、可能な範囲で申し上げますと、広告宣伝費をYoYで2億5,000万ほど増やしております。これは主に二つございまして、一つはここまでご説明申し上げてきましたとおりで、私どもの提供しているKARTEというのが、いわゆる単純なマーケティングツールということだけでなく、企業の顧客の戦略を支えるような基盤に変化しつつある。そういった提供価値を実際、提供できる状態になってきておりますので、ブランディングをどんどん変えていくという、そのお金だと。

もう一つは、連結子会社であります、RightTouchが非常に成長著しく推移しておりますので、その増分が、今申し上げた広告宣伝費の増加になっているということでございます。

もう一つ主だった大きなところは人件費になるわけですが、人件費につきましては、先ほど人員数このぐらい増えますよということで申し上げたと思っておりますので、恐れ入りますが、金額につきましては非開示ということで、そちらで掲載いただければありがたいなと思っています。

以上でございます。

司会 **[M]**:ありがとうございました。質問が終わりましたので、これにて株式会社プレイド2024年9月期第4四半期決算説明会を閉会いたします。皆様、お忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございました。

[了]

免責事項

本書き起こしの一部には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績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。将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。

本書き起こしに関して、当社は細心の注意を払っておりますが、内容に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、事由の如何を問わずに一切責任を負うものではありません。また、本書き起こしに誤りが含まれている場合、通知なしに内容の変更を行うことがあります。