株式会社プレイド

2023年9月期第2四半期決算説明会

2023年5月11日

登壇

司会：定刻になりましたので、開始させていただきます。お集まりいただきありがとうございます。これより、株式会社プレイド2023年9月期第2四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。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、代表の倉橋とCFOの武藤によるご説明となります。

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：プレイド代表の倉橋でございます。本日はお集まりいただき、ありがとうございます。

これより私から、まず弊社のミッション/成長戦略についてあらためて簡単にお話しした上で、CFOの武藤より第2四半期実績のご報告。そしてまた私からビジネスアップデートと総括という形で進めていきたいなと思っております。よろしくお願いいたします。



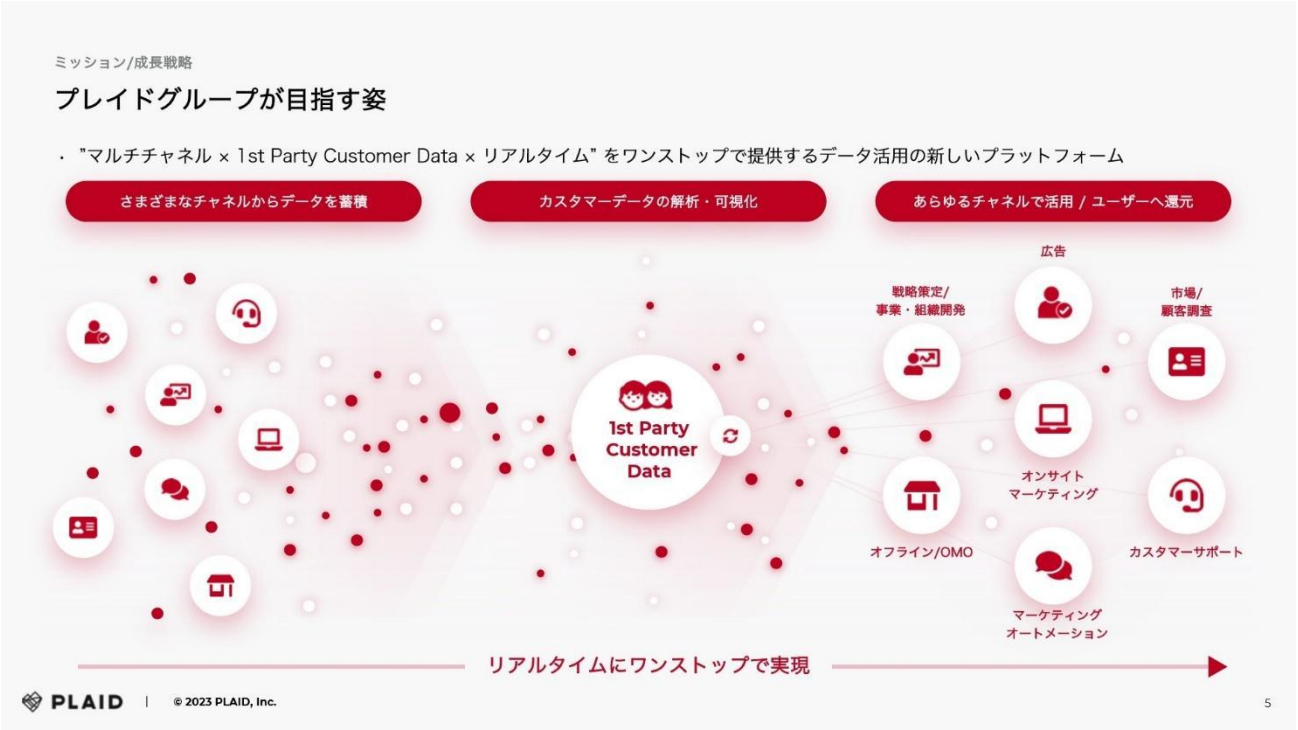
我々のミッションでございます。「データによって人の価値を最大化する」と、記載してございます。

あらためてですが、これまでIT、テクノロジー、プロダクトの投資というのは、比較的この企業活動における守りの部分、つまりいかに生産性、業務効率を上げていくのかというところにフォーカスをして、投資をされてきたという印象が強くございます。

我々は攻めの、つまりプロダクト、テクノロジーの活用というところで、今後、ますます重要になってくる人の可能性だったり創造性を、いかにテクノロジー、プロダクト、そしてデータを引き出していくのか。そういったことで、より豊かな未来を作っていくのかにフォーカスをしながら、ここまで事業を進めてきております。

昨今、AIの文脈で、世界的に一つの大きなトレンドが来ているのかなと思っております。その中でも、我々がフォーカスする、データを使っていかに人の可能性を引き出していくのか、それこそが未来の企業の競争の源泉になる、かつその企業である所以になる。

そういうふうに我々は考えており、いよいよ我々が描いていたような世界への足がかりが作られ始めたかなと感じております。



我々プレイドグループが目指す未来は、記載の図のような形で表現できるかなと思います。

デジタル化がどんどん進む中で、さまざまな顧客と企業、サービスのタッチポイントで、その活動だったりコミュニケーションが、データ化されていく世界になってきております。

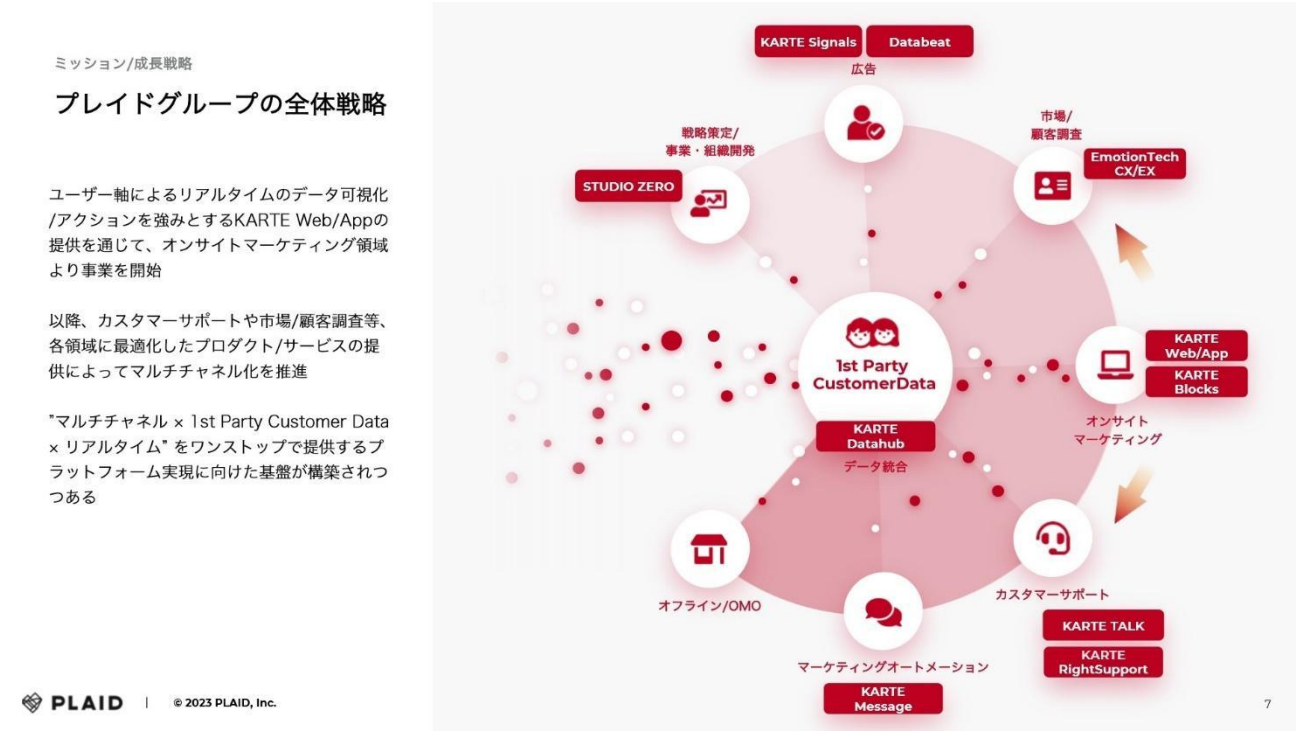
我々は、その多接点におけるカスタマー軸のデータを、一つのユーザーデータベースに1st Party Customer Dataという形で統合・整理、活用可能な状態にし、それを企業のさまざまな活動で利活用できる、分析できる。そういった環境を、プロダクトとしてもサービスとしても、整えてきた背景がございます。

このカスタマーデータやマルチタッチポイントのデータをユーザー軸で統合する。そして、多接点でそれを活用し、ユーザーからの反応やフィードバック、それをまたデータベースに格納し、こういったデータ活用を通じた一つのPDCAサイクルが、全て蓄積している。

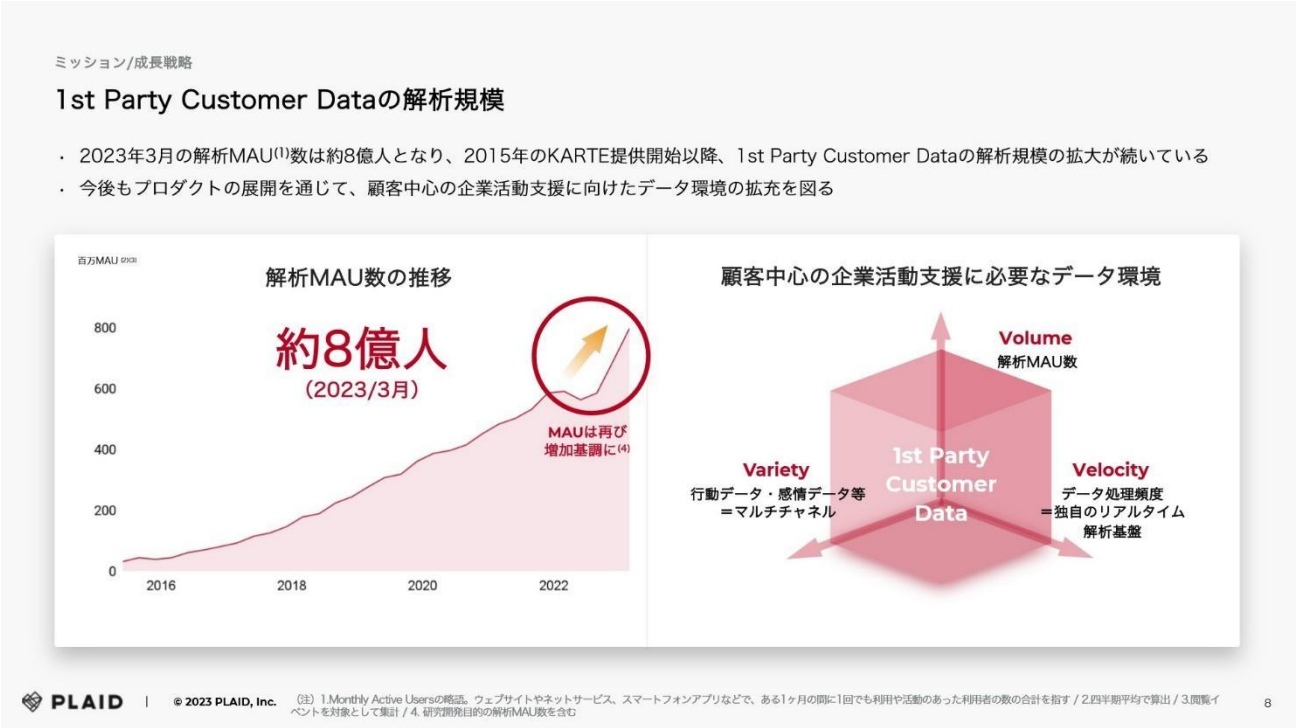
このような環境というのは、今後の未来を見据えた上での各企業の戦略の基盤としても、重要なものになってくるのではないかなと考えている次第でございます。



実際に、さまざまな接点から計測・統合をかけていくデータを、このような形で、ユーザー軸で整理をしていく。そして、今企業が本来向き合うべきユーザーとしての体験を、徹底的に磨き上げることができる。そういったプロダクトを、これまでも提供してまいりました。



2015年にWebサイトでの、ウェブ接客と当時は言っておりましたが、そこに向けたプロダクトの展開を開始して以降、今年で9年目に入っておりますが、記載のような形で、この1st Party Customer Dataを軸にして、本当にさまざまな企業活動において活用できるアプリケーション、そしてサービスのご提供をしております。



このような活動を継続する中で、MAU数の解析、ユニークユーザー数が、8億人を超えてきたということで、非常に大規模なデータを日々計測し、解析し、そして企業の皆様にお使いいただいている、比較的大きな基盤になってまいりました。

今後、冒頭に申し上げたようなAIの文脈が進むにせよ、なかなか自動化しにくい部分というのは、ユーザーの理解、そこへの働きかけという部分になろうかと思います。

そこに関して、我々のようなプロダクト、そしてデータを計測する基盤としての、この右側にございますボリュームだったりとか、データのバラエティーだったりと、この辺りは未来を見据えた上で、我々プレイドの非常に重要な競争優位になってくるだろうと捉えてございます。

ここからCFOの武藤に、第2四半期実績の報告に入ってもらいます。

昨年度、プレイドとしては事業全体で大きな活動の改善、修正に手をつけたところがございます。

そこから約1年経ちまして、非常に良い進捗、成果、そして強い組織、リーダーシップ、基盤ができてきているかなと感じておりますので、ぜひその観点も含めて、今期の実績およびこの後のビジネスアップデートをお聞きいただければと思っております。

では、武藤のほうからよろしくお願いします。



武藤：皆様、お集まりいただきありがとうございます。CFOの武藤です。では私から、Q2の結果についてご説明していきたいと思います。

こちらがQ2の実績ハイライトです。

一言で申し上げると、かなりQ2は強い、良い結果だったと思っています。それは、このトップラインのグロース、売上高の成長の観点もそうですし、営業利益、要はボトムラインの収益性に関してもそうです。この4つのポイントをそれぞれ見ていきたいと思います。

まず連結売上高ですが、計画を上回っています。2Qの連結売上高が21億4,700万円、前年同月比15.7%の成長となっています。

この連結売上高において、プレイド単体においてもそうですし、グループ会社両方とも売上高を伸ばしていますし、プレイド単体でいきますと、KARTE領域というコアの領域だけではなくて、新規領域全ての領域が計画を超えて成長しているのが、この2Qになります。

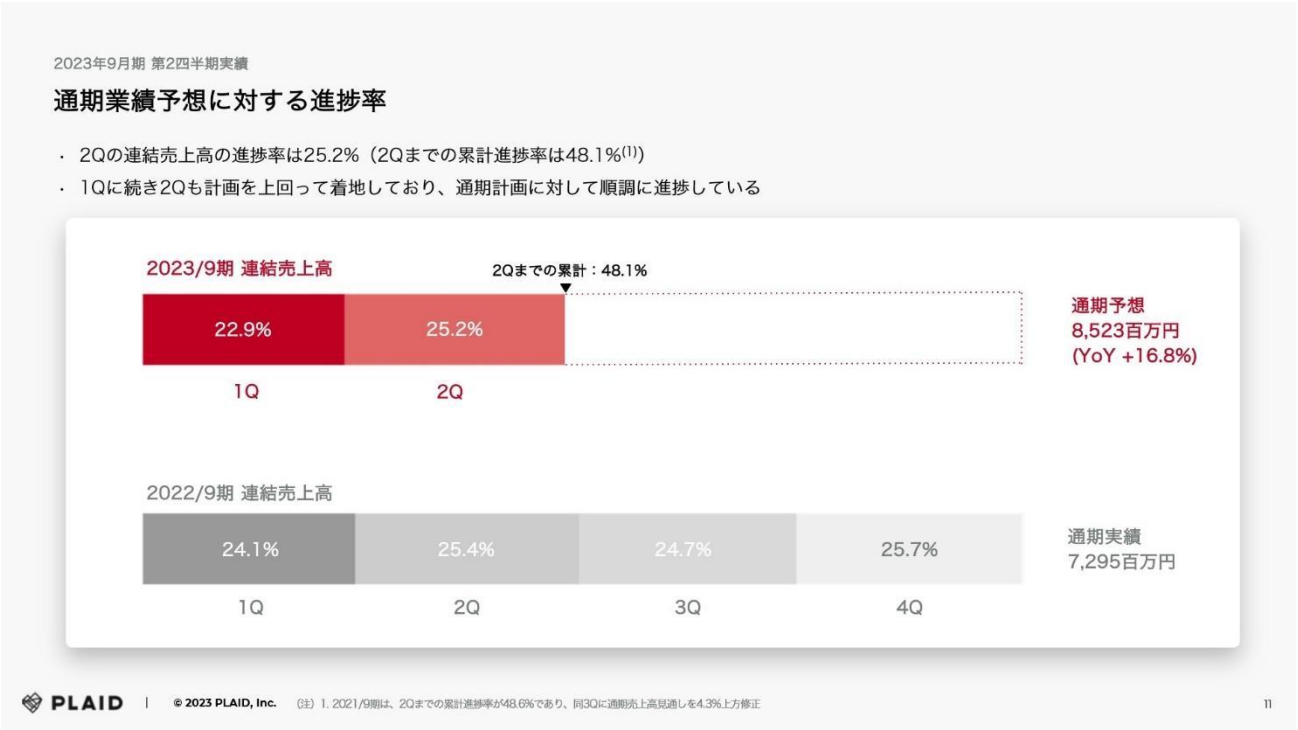
15.7%の売上高成長は、数字としては十分ではないと思っております。一方で、皆様にご案内の通り、昨年の3Qに我々のARRが下がったわけですけど、その3Qから9カ月の成長率を年率換算すると、26.4%まで伸びてきています。すなわち、30%に近い成長率まで回復してきているのが、我々のトップラインの状況です。

2点目。総利益率ですが、これは安定した水準を維持しています。連結の総利益率は73.7%で、前四半期から0.4%増えています。

3点目。想定以上の販管費の低下。サーバー費用に関して、固定額で、年額でコミットメントしている部分で、消費しきれていない部分があるというお話を、過去の決算説明会でさせていただいていると思います。そこの部分を使っていく予定ですけど、その使う予定が期ズレしてしまっていることはあります。

その期ズレの影響はあるので、想定以上に販管費が落ちている部分があるのですが、それを除いても、年間の販管費の計画に比べて、少なくコントロールできています。

結果的に、調整後営業利益は、2Qで黒字になっております。黒字かどうか以上に、収益性が無理をせず自然体で回復してきている、良くなってきているのが、この決算のポイントだと思っています。



こちらが、通期の業績予想に対する進捗率になります。

通期の業績予想の85億2,300万円、これは達成できる可能性がかなり高いと思っております。3Qのタイミングでの上方修正という可能性も、十分あるんじゃないかと思っています。

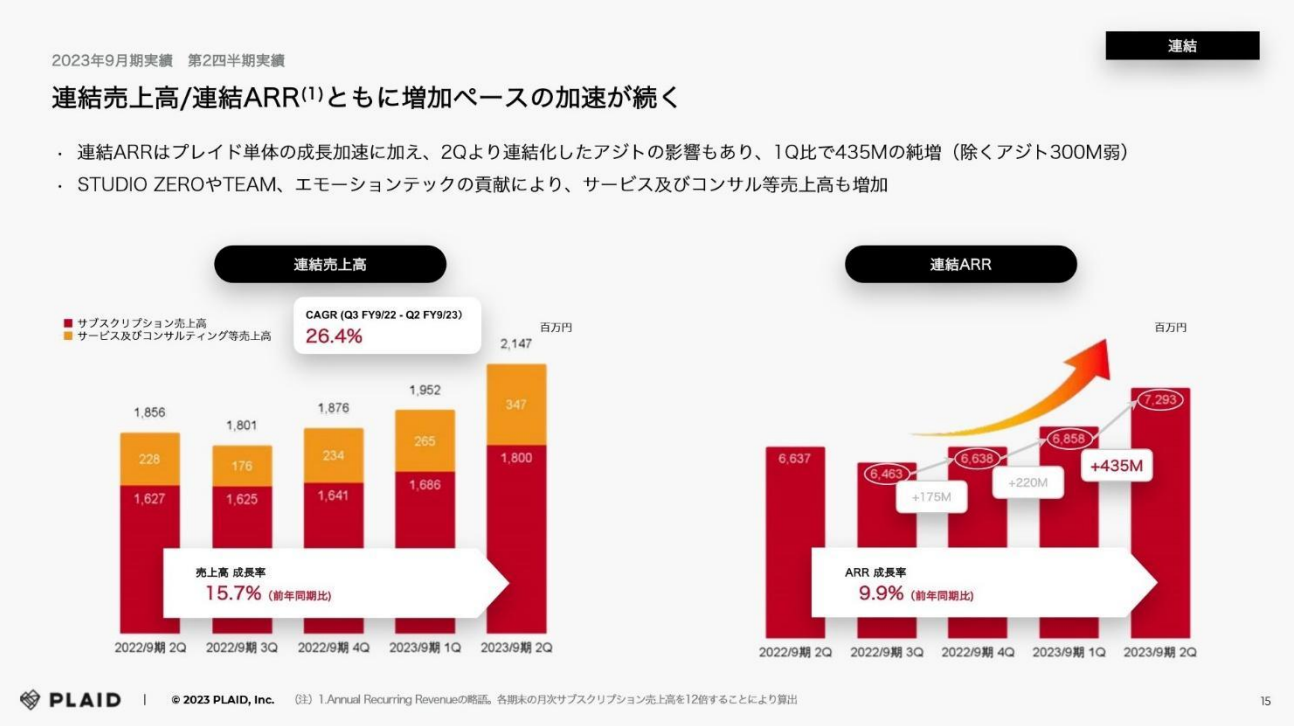
まず、2Qまでの累積の進捗率を見ていただきますと、48.1%となっています。昨年度は、先ほどもお話した通り、3Qに落ち込んでしまったので、比較対象として必ずしも適切ではないと思っていまして、下に注記で小さく書いてあるんですけど、一昨年度の2021年9月期の2Qと比較すると、2021年9月期は48.6%の進捗率でした。

ほとんどその2021年9月期と、同程度の進捗率になっています。2021年9月期に何が起こったかというと、3Qに上方修正をしています。すなわち、その2Qまでの売上の進捗率で3Qに行って、上振れが確認されたので上方修正する。それとほぼ同じペースで、この2023年度は進捗しているということでございます。

皆さんが、また昨年度のQ3と同じようなことが起こるんじゃないかとご懸念されている可能性はございます。

これに関して言うと、後ほど総括のところでまた触れますけど、3月末の契約のリニューアルは計画通り、それなりの契約更新率でできていますので、少なくとも昨年度に起きたような、3QでARRが低減することは、まったくあり得ないと思っております。

その辺を加味すると、今期の業績予想に対してかなり順調にきているのが、2Qまでの状況です。



ここから連結と単体、KARTE領域とその他、あとはグループ企業ごとに状況を見ていきたいと思います。

まず連結の売上高の推移ですが、成長軌道への回帰が進んでいることが確認できると思います。実際に、増加額のペースが加速しているのもわかると思いますし、先ほど申し上げた、3Qからの9カ月の成長率を年率換算したCAGRは26.4%と、30%に近づいてきています。

これを見ていただくと、黄色い部分が大きいのがわかると思いますけれども、サービス・コンサルティングの売上高が伸びてきています。これは運用支援であったり、STUDIO ZEROであったり、エモーションテックのコンサルティングの部分が寄与しています。

まさに、我々が進めてきた、エンタープライズ企業に対するプロダクトとサービスをセットで提供していくという、ハイブリッドの取り組みが奏功しているのが、ここで確認できると思います。

連結ARR、右側ですけれども、こちらは9.9%。この水準自体はそんなに高くないんですが、先ほどと同じように、CAGRで見ると、3Qから17.4%の年率の成長率なので、まあまあの水準かなと思っています。

見ていただきたいのは、積み上げ額が前四半期ごとに増えてきております。1億7,500万円、2億2,000万円、4億3,500万円。当然、アジトの連結開始があった影響ですけど、それを除いても3億円なので、順調に積み上げ額が増えてきています。

十分回復したかというと、まったくそんなことは思っていなくて。非常にいい状態にはなりつつありますけれども、まだまだ回復途上。例えば、月に1,000万円の純増のMRRを積み上げていくと、ARRで1億2,000万円。それで、3カ月ですから3億6,000万円ぐらい。

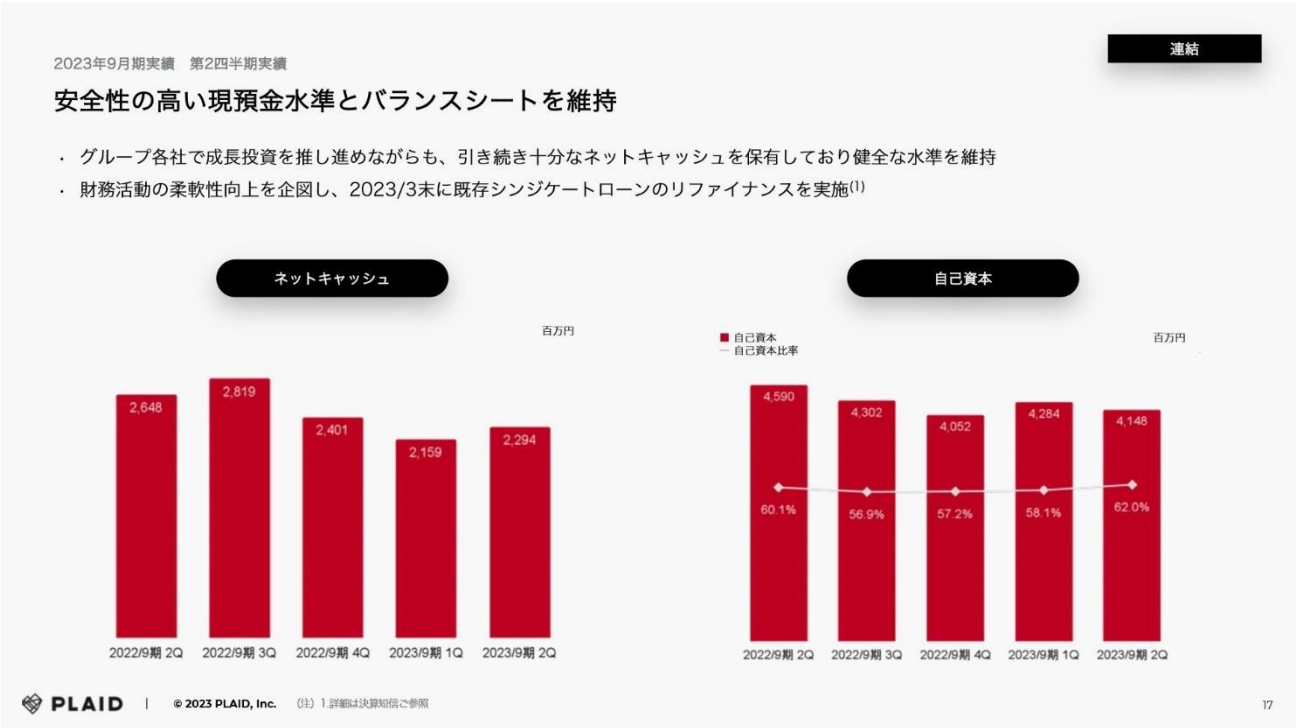
純増MRRを毎月続けていけば、ARRで3億6,000万円積み上がるので、それぐらいの水準感は過去達成していたわけですから、戻っていくことを個人的には期待していますので、ここからさらに積み上げのペースを上げていきたいと思っています。



こちらが、連結調整後の営業利益ですけれども、3,500万円の黒字になっています。

正直、これは行き過ぎていると思っています。なぜかと申し上げますと、先ほど話した、サーバー費用の固定部分の超過額があるので、そこを消費していかなければいけないわけですが、この消費がちょっと遅れている。なので、その調整は3Qに出てくるので、この3,500万円のプラスは行き過ぎている。

一方で、収益性は確実に改善してきていまして、未消化分を除いても、期初の想定よりも調整後営業利益は改善しています。

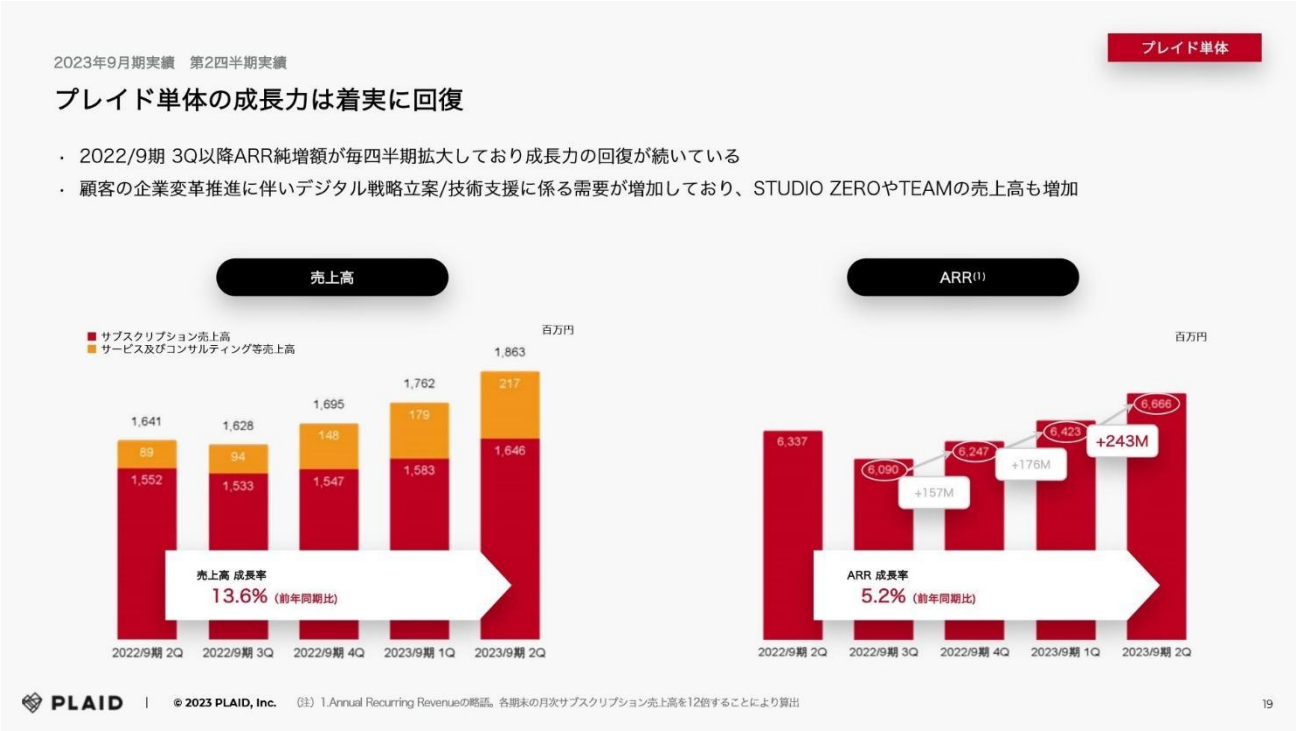


バランスシートの状況、今見ていただいている17ページ。

一言で申し上げると、資金的にはまったく問題ないと思っています。

今回、シンジケートローンを、バイラテのローンでリファイナンスしております。結果的に調達額が落ちているので、グロスのキャッシュは減ったように見えるんですが、ネットキャッシュに関しては、ほぼこの20億円近辺を維持しております。

基本的に、2025年9月期に連結ベースで黒字化することを申し上げておりますが、そこまでオペレーション上資金調達をしないで、手元の現金と我々が生み出すキャッシュフローで成長していける前提で進めていますので、我々のバランスシートあるいはキャッシュの状況は、まったく問題がない健全な状態が維持されているということです。

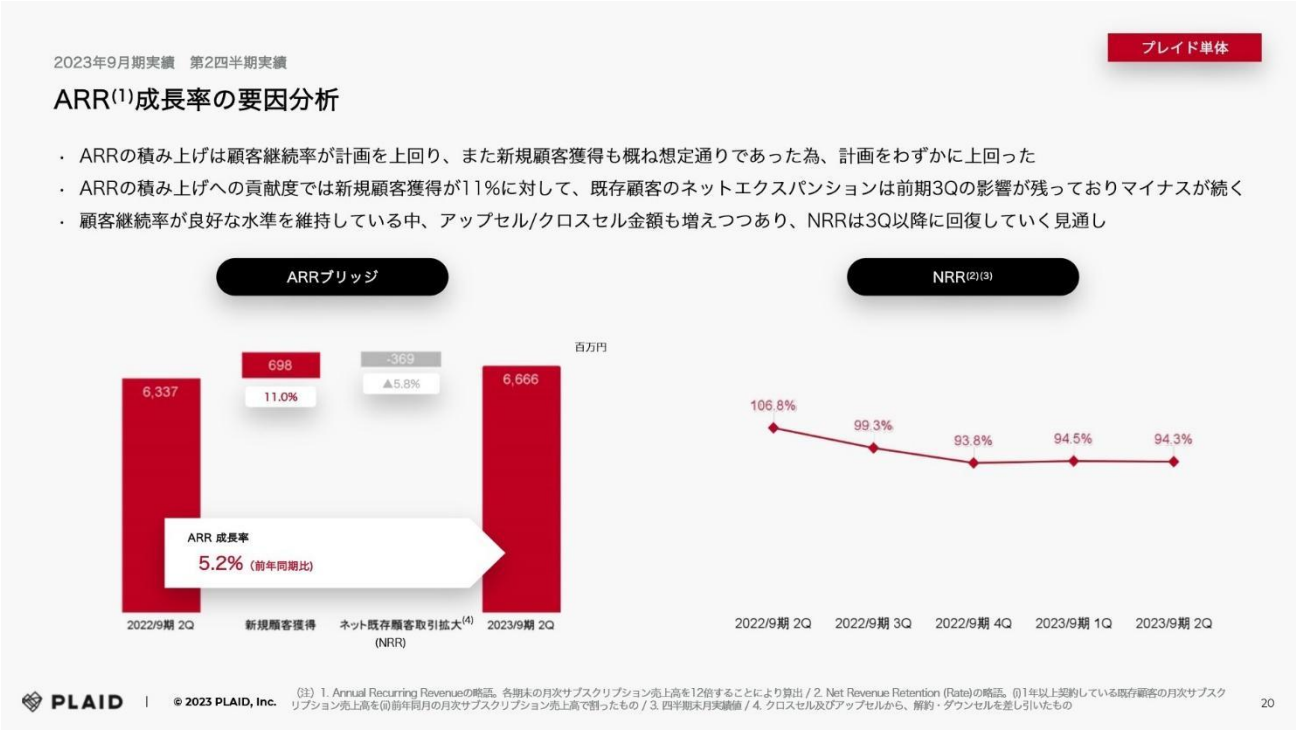


それでは、単体に移ります。

まず単体の売上高ですが、先ほど申し上げました通り、売上高が成長している。特に、サービス・コンサルティング等の売上が増えてきているのが、我々のハイブリッドモデルが、うまくいっている証左であるとお伝えしたと思います。

一方で、ARRの成長は、YoYで見て5.2%。これは3Qから見ても、まだそんな高い数字にはなっていない。ただ、増加額が積み上がっているのが、先ほど連結でお話したのと同じような傾向が、見てとれるかと思います。

このARRのところ、次のページでより詳細に見ていきたいと思います。



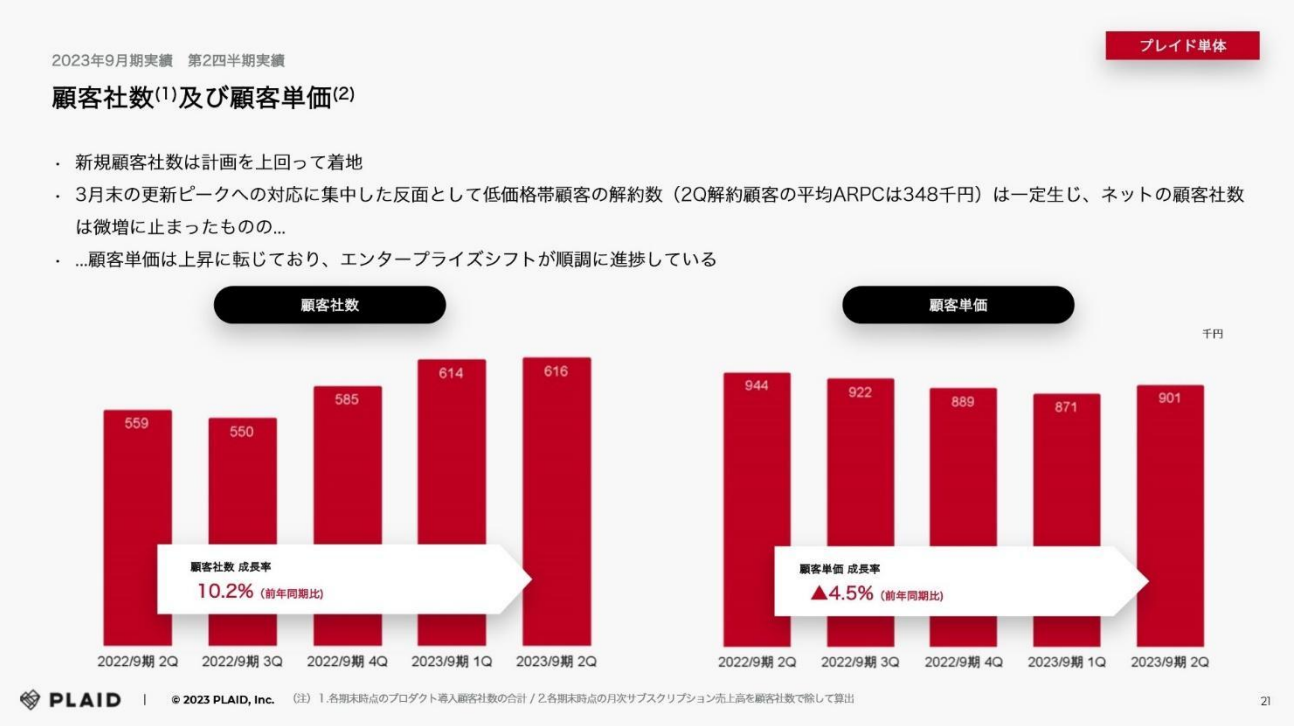
ARRの2億4,300万円の積み上げを、既存と新規に分けると、新規で6億9,800万円プラス、既存で3億6,900万円マイナス。

これがマイナスになっているのは、まだ昨年の3Qの凹みを反映しているからで、来Qにその影響がなくなると、ここは大きく変わってくる。すなわち、NRRが94.3%、あるいはARRのブリッジで既存がマイナス5.8%になっている部分が、このQでボトムアウトして、次のQから上がっていきます。

さらに既存で、アップセル/クロスセルというプラス側と、ダウンセルのマイナスがあるんですけれども、全体を通して言えることは、カスタマーサクセスによる既存顧客の契約更新率が計画を上回っている。これは、カスタマーサクセスが昨年の3Qからかなり回復してきて、ビジネスのオペレーションだとか、顧客に対する価値実感の向上に努めてきた結果だと思っています。

同時に、新規の部分もほぼ計画通り。アップセル/クロスセルもほぼ計画通りに来ています。

一方で、ブリッジで見ると、先ほど申し上げた3Qの影響があるので、その辺が見えにくくなっていますけれども、今の状況は、そういった形になっております。



こちらが、顧客社数と単価の推移でございます。

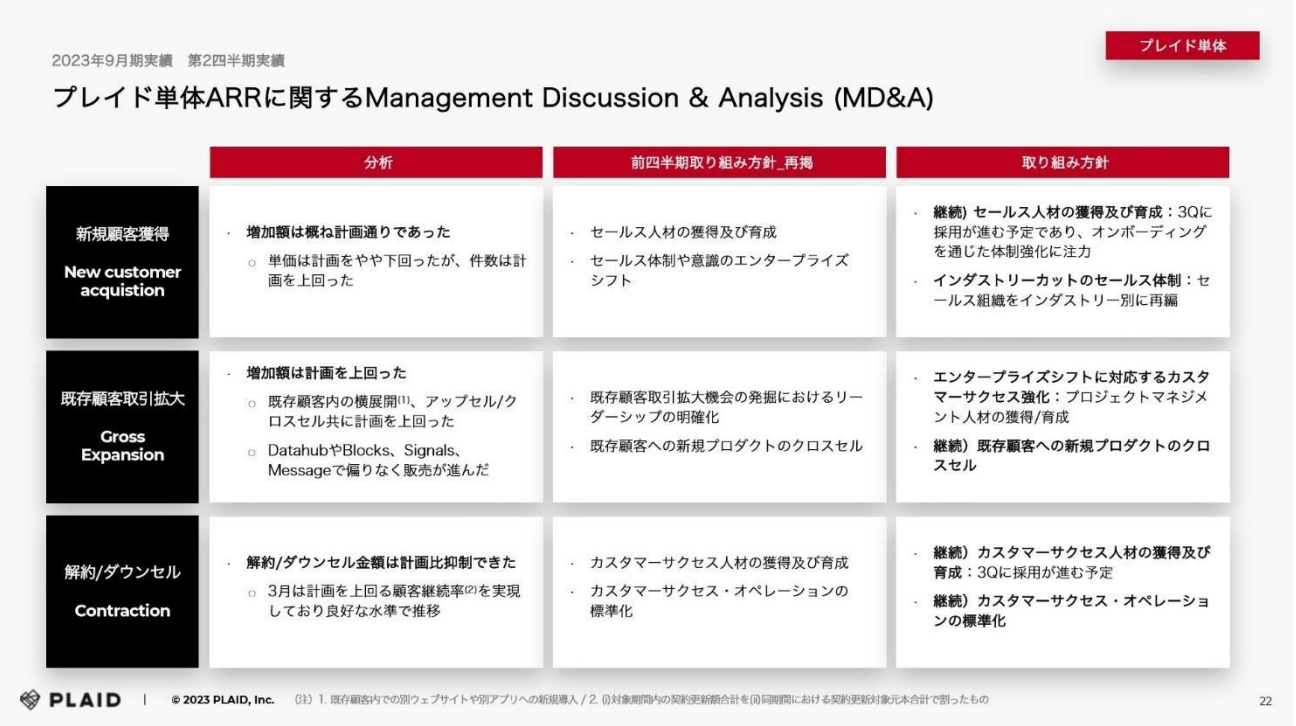
社数があまり伸びていないように見えるかと思います。614から616社。これは件数ベースで見ると、一定の解約は数としては生じている。ただし、この2Qに解約にあった平均顧客単価は34万8,000円です。

小さいから解約になっていいとは、まったく思っていないのですが、この右側にある顧客単価と比較していただくと、平均の半分以下の顧客規模になっている。

我々の限られたカスタマーサクセスのリソースを、比較的大規模の3月末更新のお客様に、そこに集中的に当てていた部分も影響していると思いますし、金額と価値実感が比例するので、数としては解約は出ていますが、これ自体は問題がない。

今後、カスタマーサクセスの人員が増えてくることによって、こういった中堅のお客様の価値実感も上げていける。それによって、数ベースの解約も下がっていくものと思っております。

右側の顧客単価を見ていただくと、こちらが上昇していることからも、エンタープライズへのシフトが進んでいることを確認いただけると思います。



このARRの変動をまとめると、こちらの通りでございます。

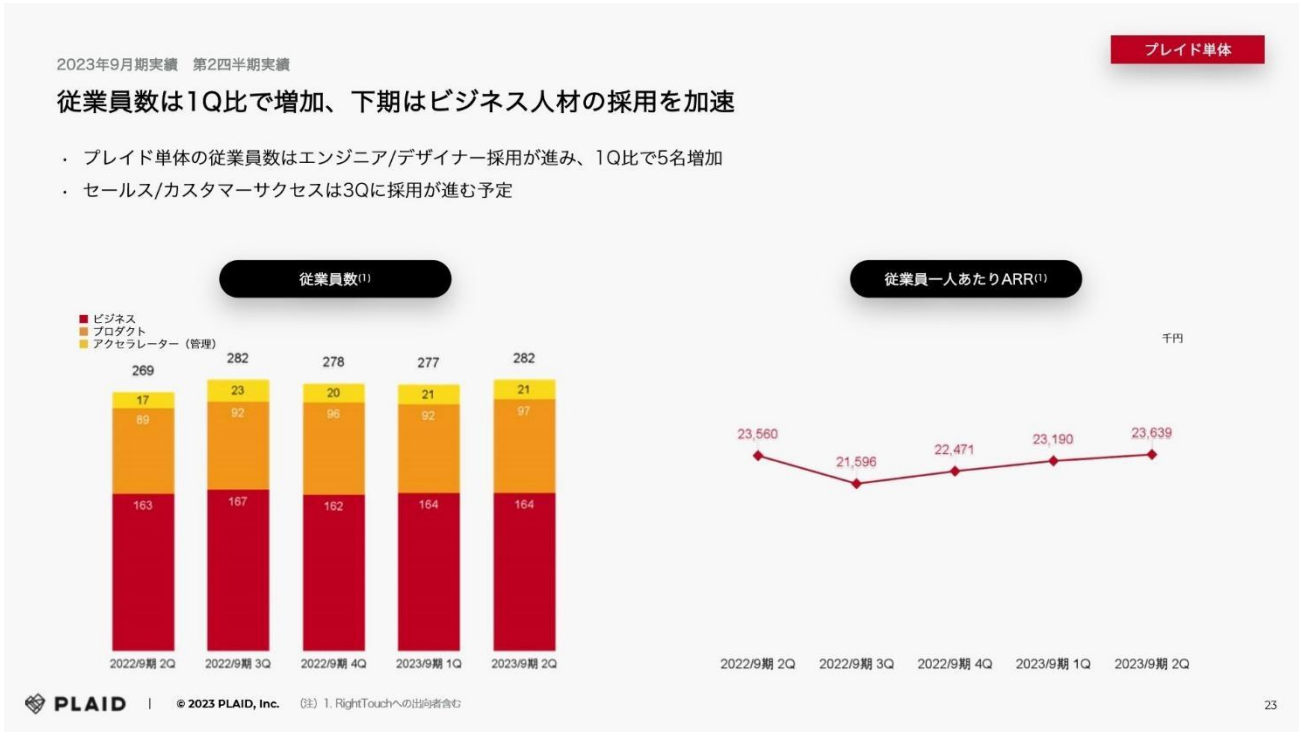
新規獲得は計画通りで、既存のお客さんのアップセル/クロスセルの増加分は、若干計画を上回っています。解約/ダウンセルは計画を下回っている。要は、更新率を高められています。

前四半期の取り組み方針。セールス人材の獲得は、2Q中はあまり進まなかったです。一定の採用もできたのですが、そこの入れ替え等もあって人数としては増えていない。3Qから増えてくる見通しになっています。裏を返すと、人数が増えていない中で、新規の獲得が進んでいるのは、ポジティブな側面だと思っています。

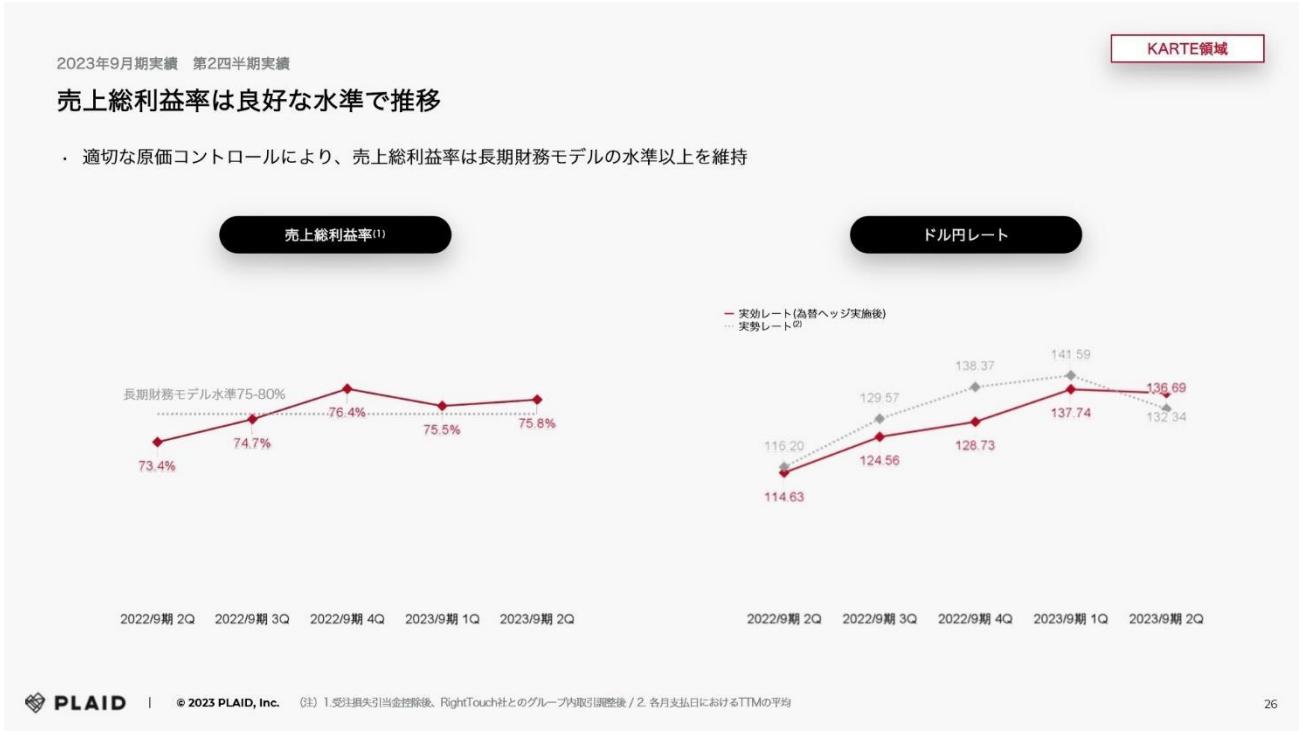
もう一つの動きとしては、インダストリーカットのセールス体制を築くことによって、よりエンタープライズのお客様のニーズにフィットした、セールスのサービスを提供できると思っています。

あと、解約/ダウンセルと既存顧客のところも同じですが、カスタマーサクセスの人員を、さらに強化していかなければいけない。この課題は依然としてございますし、カスタマーサクセスのオペレーションを標準化して、生産性を高めていく。この辺は、継続してやっていく方針です。

あと、これも後ほど出てきますけれども、真ん中の既存取引拡大のところで、周辺プロダクトの成長が著しいので、その結果、Gross Expansionは計画を上回っているというのもございます。

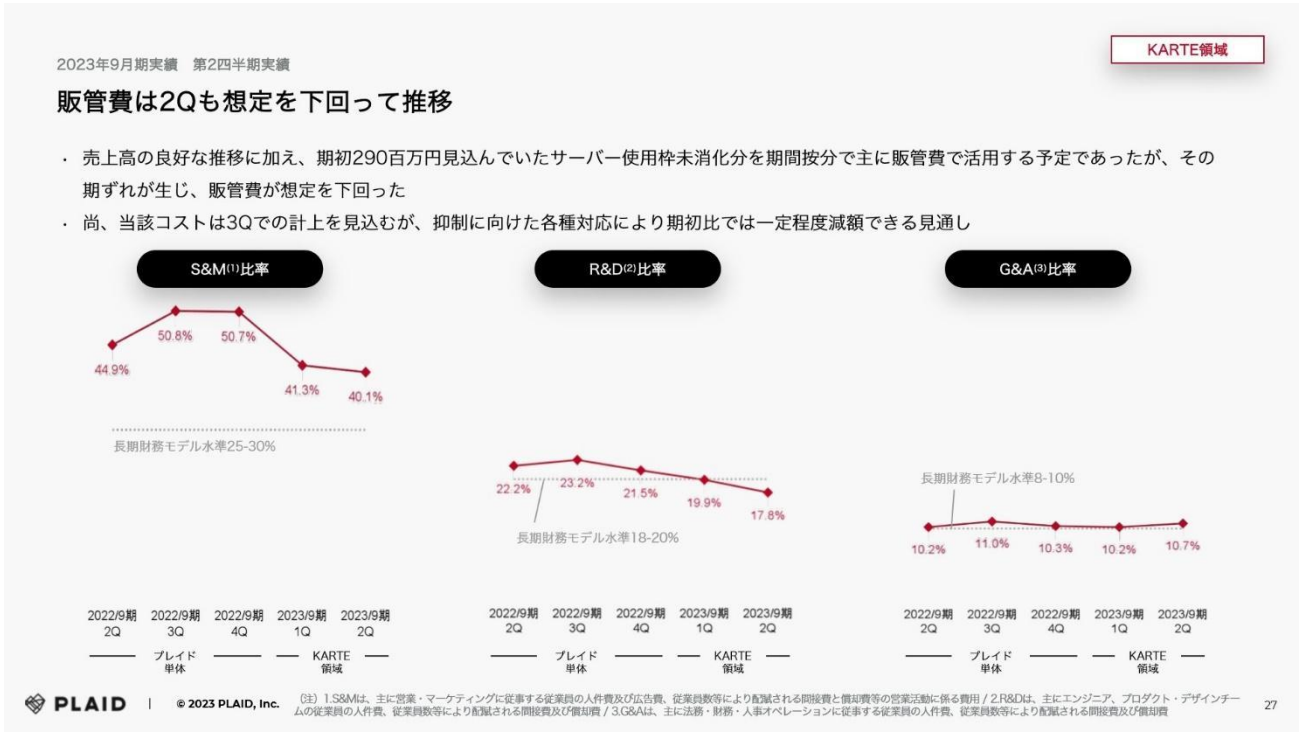


採用は順次進めておりまして、3Q以降さらに加速していく方針です。

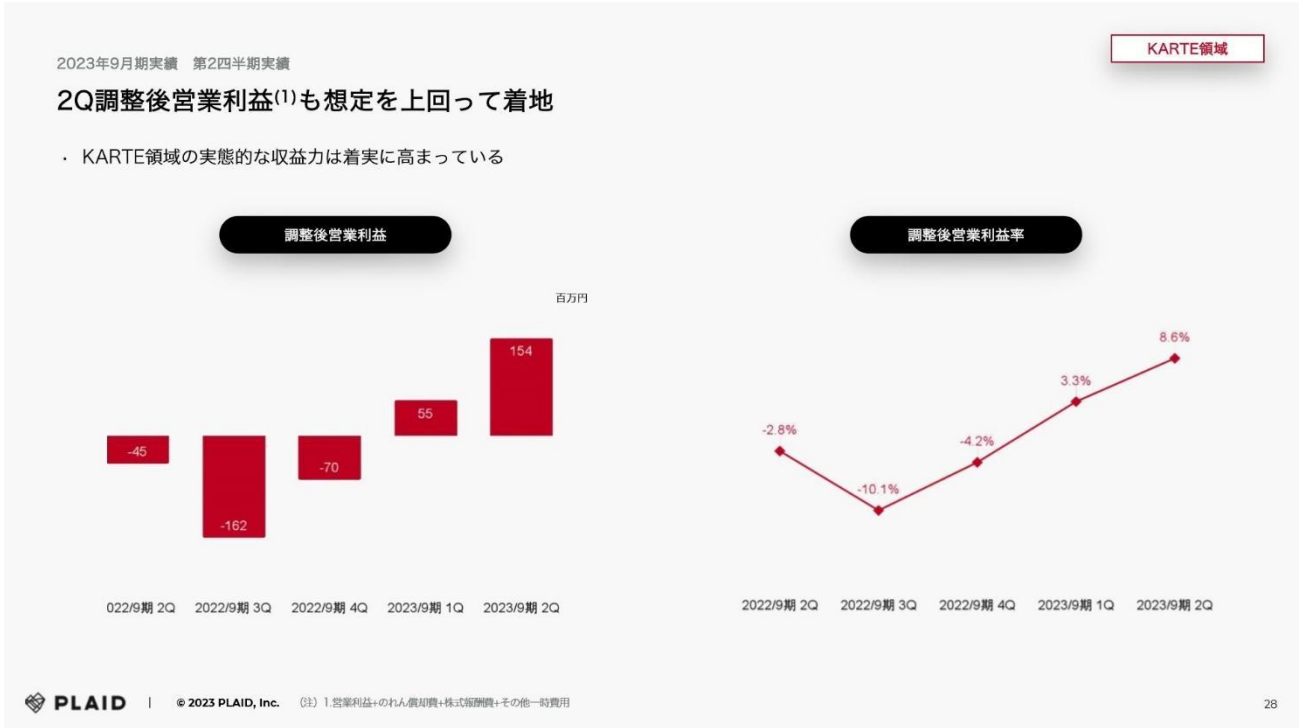


最後に、事業領域別に見ていきたいと思います。

KARTE領域のGross Profit Margin、総利益率は、長期財務モデルを超えて75.8%で維持されています。

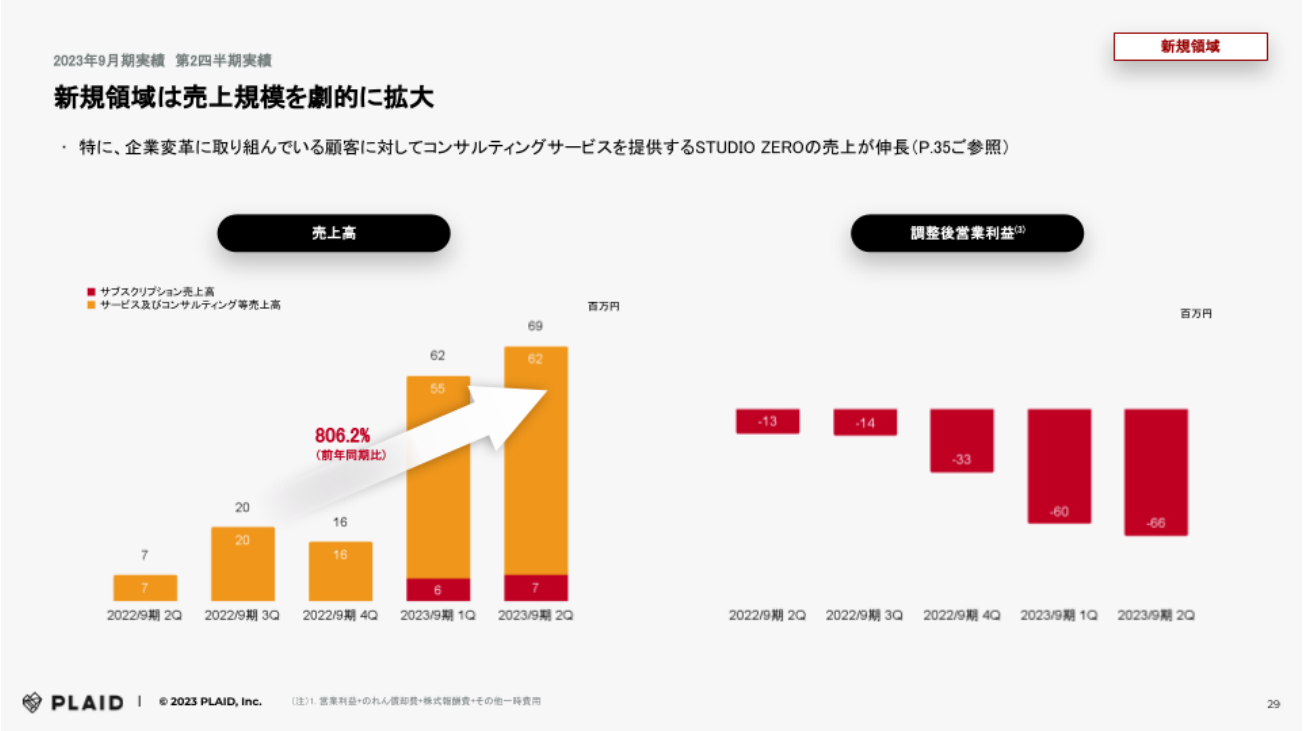


販管費も、R&D、G&Aは長期財務モデルの水準で、セールス&マーケティングの水準も、かなり下がってきているというかピークアウトして落ち着いてきていて、中長期的にこの長期財務モデルに向かっていく。これはでも、短期的に下げるのではなくて、我々の売上高なりが伸びていくことによって、この水準は自然に達成するものと思っています。



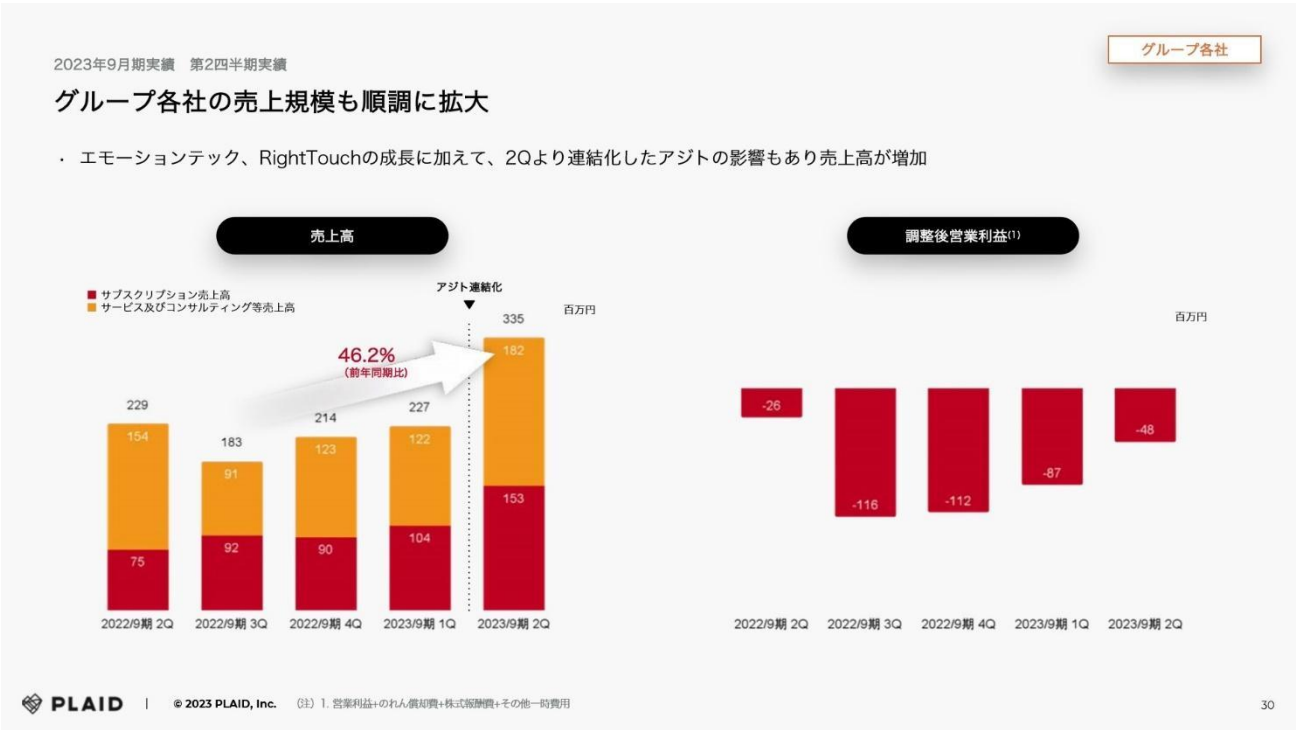
調整後営業利益。このProfitable Growthを目指しているKARTE領域に関して言えば、1億5,400万円の調整後営業利益が、四半期で出るようになっています。

これも、先ほど申し上げたコミットメントの影響があるので、若干出すぎている感じなので3Qで調整されますが、ここは十分、良い収益性という意味では、良い傾向になっています。



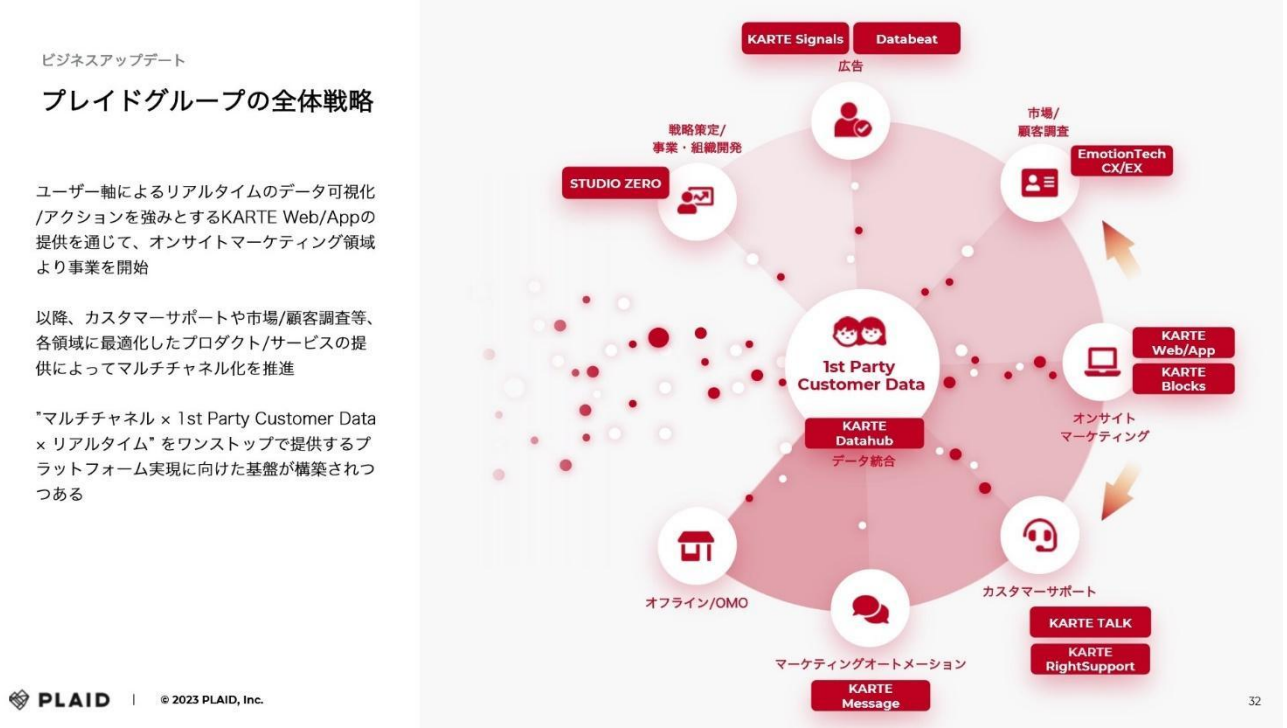
新規領域です。かなり伸びているのが、このグラフでわかると思います。

このコンサルティングのサービスは、市場でのニーズはかなり高い。それも、KARTEとの組み合わせが非常に良いのが、この数字に表れていると思います。



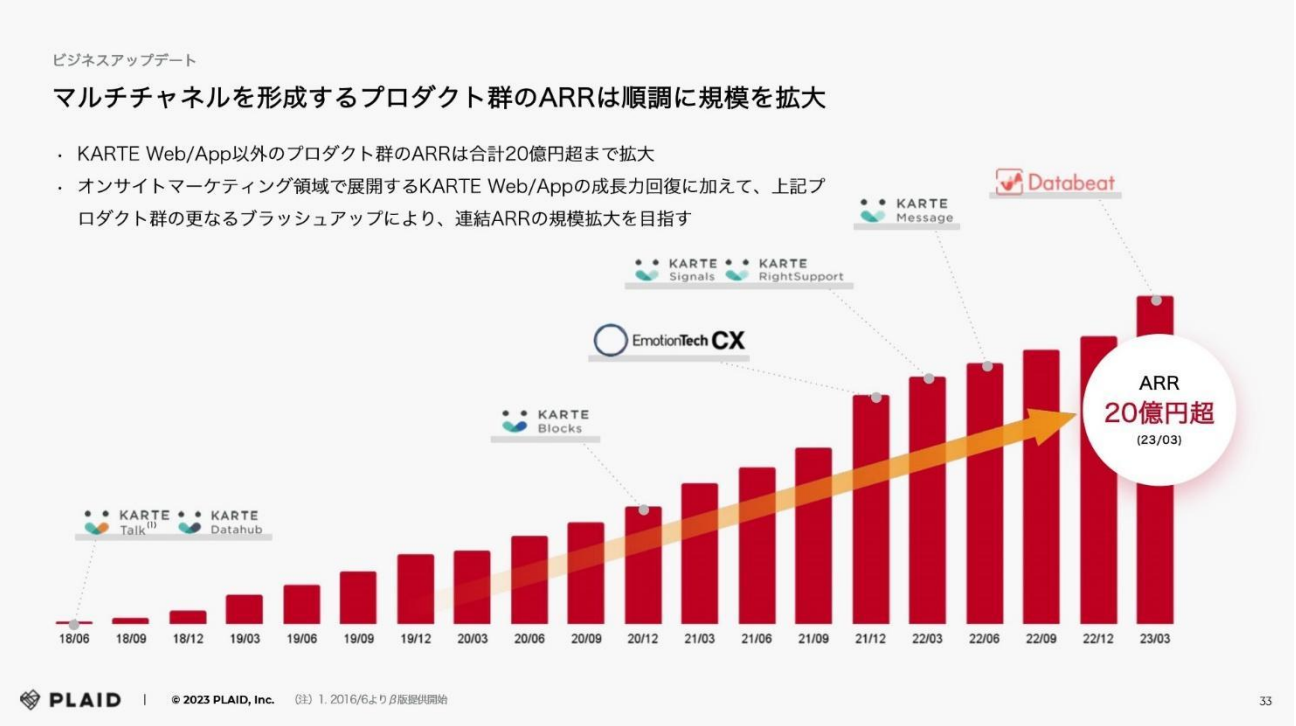
グループ各社、特にエモーションテックも成長していますし、今回からアジトさんが連結されているので、そういった影響でプラスになっています。以上です。

ではもう一度、倉橋から、ビジネスアップデートに移りたいと思います。



倉橋:ビジネスアップデートの、お話をしていきたいと思います。

これは、冒頭の私のパートでもお話をしましたが、我々のこの事業の展開図です。1st Party Customer Dataを軸にしながら、さまざまな企業・事業活動の側面において、データ活用できるアプリケーションを展開していくことを、ここまでやってまいりました。



Webサイト向けのKARTEから入ったものが、次にアプリビジネス向けのKARTEに展開し、その後、KARTE Talk以降、右端のDatabeatに至るまで、非常に幅広いプロダクトラインナップの展開を、進めてきております。

これまで中心にあった、KARTEのWeb/App以外のARRでも、20億円を超えてくる規模まで拡大しております。今後、これらのプロダクトをお使いの企業様における、プロダクトのクロスユースであったりだとか、特定のプロダクトからKARTEのマルチプロダクトにエントリーいただくとか、さまざまな側面で、このマルチプロダクト、ワンプラットフォームであることが効いてくるだろうと捉えております。

武藤のパートであったように、我々の業績もしくは組織、人材から生み出せる生産性は、この1年で大きく改善できてきたかなと考えており、その先に、こういったプロダクトラインナップ、もしくはサービスラインナップが、しっかりとそこから先のレバーとして乗ってくる流れで、我々は想定しております。



主要プロダクトのアップデートをさせていただきます。今回は、3点持ってきております。KARTE Blocks、KARTE Signals、KARTE Messageでございます。

KARTE Blocksは、Webサイトの編集を担うプロダクトでございます。リリース当初は、比較的規模感の小さな企業様から、フリーミアムでお使いいただける流れでメインに事業展開しておりましたが、昨今、このKARTE Blocksにおいても、KARTEのベースのお客様と近い、比較的エンタープライズなお客様にフォーカスを移しながら、事業展開、マーケティング活動を行ってきております。

そのピボットというか、シフトが非常に良い結果をもたらしており、このKARTE Blocks単体で見た業績を含めて、非常に良い進捗を見せているのが、直近のアップデートでございます。

類似機能を提供しているGoogleオプティマイズというプロダクト、これは世界的に有名なプロダクトでございますが、ここも今年秋に向けたプロダクトのクローズドが進んでまいりますので、そこに対しての代替のソリューション、もしくはそれに限らないプロダクトの普及という観点で、今後、非常に強い成長が期待できる部分かなと考えております。

その下、KARTE Signalsでございますが、ここは広告領域に対してKARTE、もしくはそこに蓄積する1st Party Customer Dataの活用を促していくプロダクト群でございます。

ここも、現状はまだKARTEの顧客がメインの展開になっておりますが、今後、グループジョインしたアジトとともに、より広く、激変する広告市場を取り込んでいきたいと考えております。

今、広告市場では、この2023年、2024年というタイミングをもって、この1st Party Customer Dataをいかに広告側面でも、ユーザーセントリックに活用していくのかは、もう無視できないイシューとして上がっております。このデファクトとなるべく、しっかりと推進していきたい。

その上では、KARTE Signals単体の魅力もそうですが、ここまでお話ししてきたような、KARTEというプロダクト群によるイニシアティブを、しっかりと発揮していきたいと考えております。ここも非常に順調な進捗を見せております。

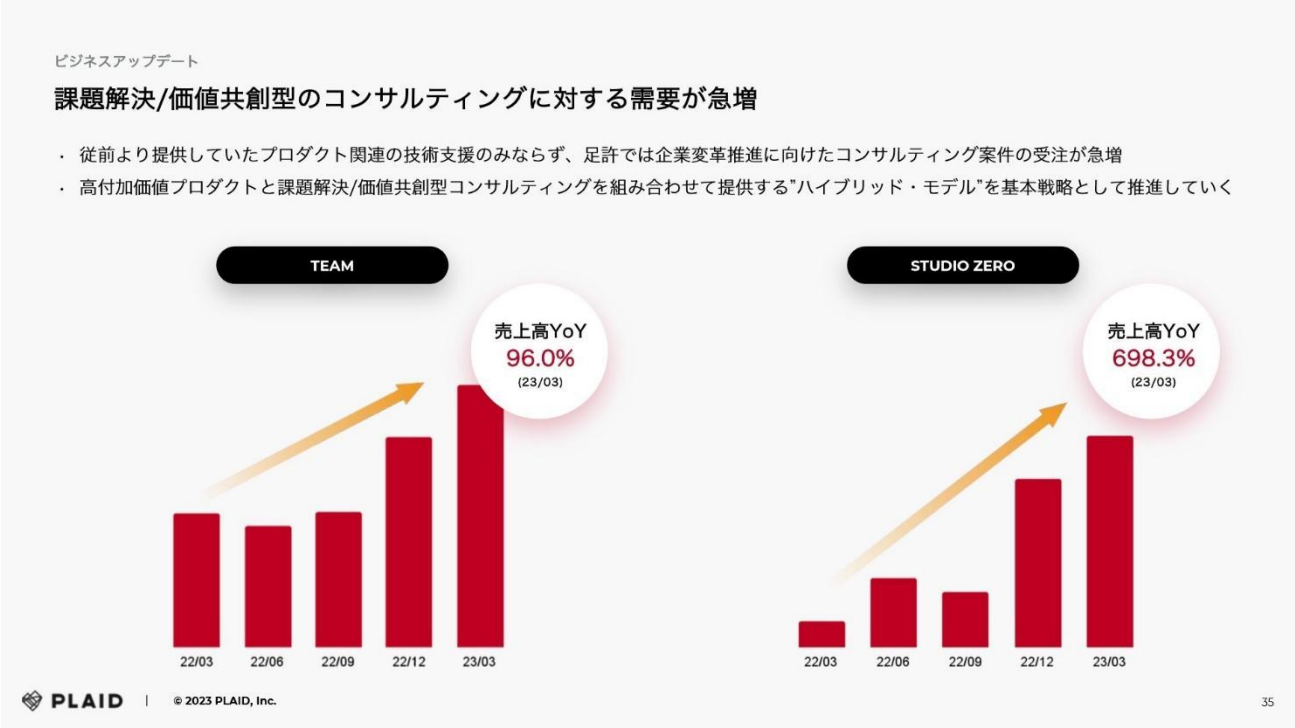
あるお客様では、顧客の獲得コストが半減するような、非常に強いパフォーマンスも見られておりますので、より広くご提供できるように、プロダクトのブラッシュアップ含めて進めているところでございます。

次にKARTE Message、マーケティングオートメーション領域、メールだったり、LINEだったり、そういったメッセージング。Webサイトだったりアプリだったり、外で行うマーケティング部分を担う、マーケティングオートメーションプロダクトでございます。

ここもβローンチ以降、非常に良い進捗を見せております。最近ですと、非常に良い重要な契約を含めて、進捗している側面が増えてきております。

我々は、ここまで比較的成熟している、前述のこの広告市場もそうですけど、マーケティングオートメーションの市場。我々がフォーカスしていた市場よりは、先に市場として立ち上がり、一定成熟している市場でございますが、ここの非常に魅力的な、かつ成熟した市場に対して、新しい選択肢として、切り込んでいけるということでございます。

ここもしっかりと時間をかけながら、良いプロダクトを、良い認知を作りながら、しっかりとこのマーケティングオートメーション市場においてもイニシアティブを取るべく、動いていきたいと考えておりますし、そこに向けての進捗が非常に良いということでございます。



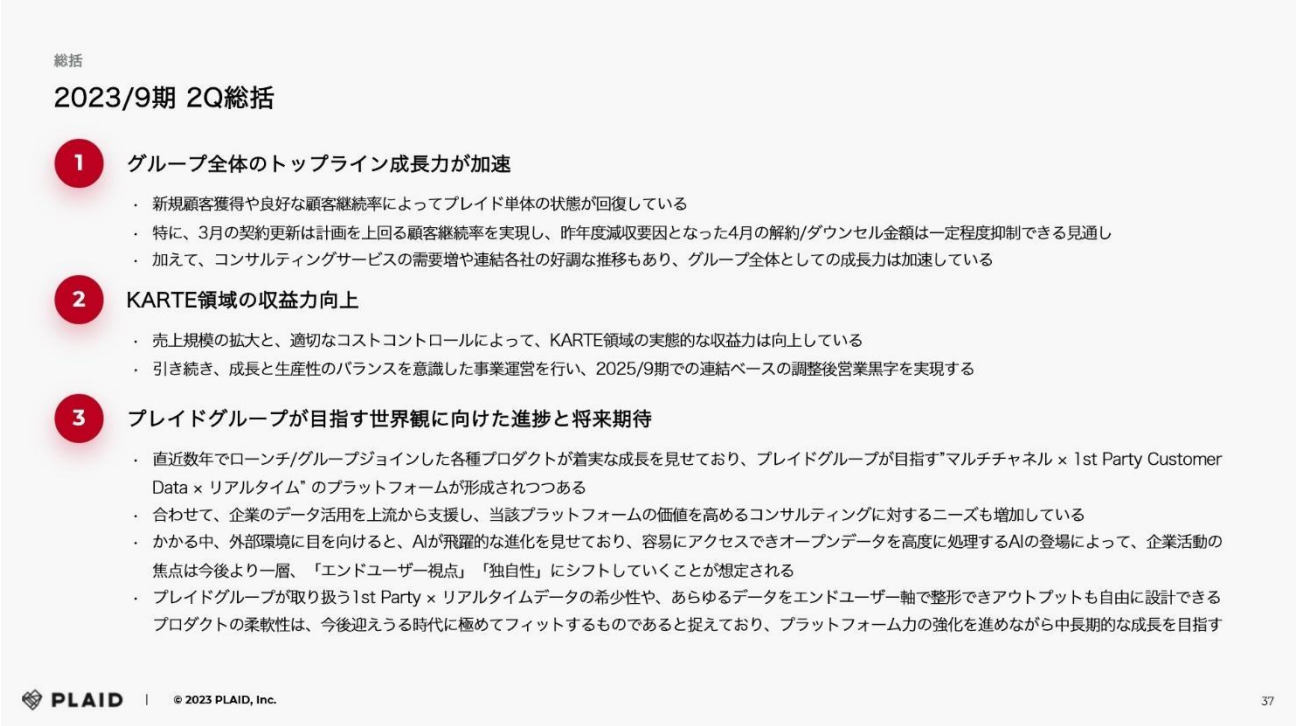
次に、プロダクトではなくサービス、人による価値提供でございます。課題解決および価値共創型のコンサルティングに対する需要が非常に高く、反響をいただいているということでございます。

世の中には、こういった課題解決型のコンサルティングだったり、運用サポートというサービスメニューは、非常に多く流通しております。ただ、我々の場合は、そもそもこの課題解決、もしくはこのアップサイドの価値を創造するところに根ざした、プロダクトを開発している会社です。

そのプロダクトとそれをうまく活用した、未来を生み出すようなコンサルティング、価値を顧客企業と共創するようなコンサルティング。ここに非常に強いニーズをいただいているのが現状でございます。端的に申しますと、受け切れていないレベル感かなというところです。

今後、この領域も組織を含めてしっかりと強化をしながら、プロダクトと人の両輪で、魅力的な価値提供を実現できるよう、しっかりと進めてまいりたいなと考えております。

ここまでが、ビジネスのアップデートでございました。



最後に、私から総括でございます。大きくは、3点ございます。

今日繰り返しお伝えしてきています通り、グループ全体のトップライン成長力は加速してきております。新規・既存ともに、非常に良い状態だと言えようかと思います。グループの各サービスも、強く成長しております。

過去を振り返っても、プレイドとして、組織、オペレーション、リーダーシップ、この側面から一番良い状態が、この次の半年、1年で来るかなと。そういう体感を持ちながら、この1年、我々自身の改善・修正に努めてまいりました。非常に自信を持てる状態まで進んできたと言えます。

2番目、KARTE領域の収益力向上でございます。プロダクト群、もしくはコアプロダクトであるKARTE、ここのグロースが回復してきているというお話もありましたが、自然な形で収益性を向上させる、利益を出していく。こういったことが実現可能な状態になってきていることは、今日お伝えできたかなと考えております。

私のビジネスアップデートにもあったように、これまでのコアプロダクトに加えて、さまざまなプロダクト、コアプロダクトはまだまだここからグロースフェーズなわけですが、それ以外の新しく仕込んでいるプロダクトも含めて、ここから、我々が世の中に提供できるプロダクト価値というのは、非常にまだまだ大きい。そのフェーズにありながら、しっかりとした収益性を、この時点で示せてきていることに関しては、非常にポジティブなニュースなのかなと捉えております。

今後、よりこの新しいプロダクト、既存のプロダクトグループを含めて、マルチプロダクト、マルチバリューというところで、世の中への価値提供を推進していきたいと考えております。

3番目、目指す世界観に向けた進捗と将来期待でございますが、今私が少し触れた、マルチプロダクトもございます。プロダクトと人の、ハイブリッドで価値提供していくこともございます。非常に、描く世界に向けて順調に進捗できているかなと思っております。

ただ、この3番の後半に書いております通り、昨今世の中では、AIが飛躍的な進化を見せていると思っております。我々としても、当然ながら無視できない。または非常に重要な、我々にとってポジティブな変化が起きてきていると捉えております。

我々のミッション、冒頭にお話ししましたが、「データによって人の価値を最大化する」とお話をしております。人の価値が介在する必要がない路面から、ここのAIの猛威が振るわれるだろうということでございます。

我々はその観点に関して言えば、マルチチャネルでカスタマーデータを軸に、人の可能性だったり、創造性を引き出す。そこにプロダクト・サービスを、ここまでフォーカスして投資してきたという背景がございます。

世の中の企業が価値創出もしくは競争をしていく上で、何をもって違いを生み出すのか。その一つの中心点が、我々が描いてきた世界にあるだろうと考えている次第です。

我々自身、非常に楽しみにしておりますし、ここからまた半年、来期と、皆様に向けても非常に夢を持てるというか、未来を創造できるような発信ができるように進めてまいりたいなと思っておりますし、次の通期決算において、ここら辺のお話も含めて、しっかりと我々の大きな方向性について、あらためてお話する時間を取れたらいいなと思っております。

本日、我々がご用意したプレゼンテーションは、これで以上になります。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、株式会社プレイド2023年9月期第2四半期決算説明会における、我々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セッションを開始いたします。それでは、お願いいたします。

質問**1−1**：説明会資料でいうと、まず21ページの解約の状況。いったんご説明をいただいたんですけど、昨年の状況から、今回3Q注目していたんですが、お話の感じだと、次の4-6月についてはお客の数も伸びているし、単価も一応上がっているということで、昨年のようなことは、この4-6月にはないということでよろしいでしょうか、というのが1点目です。

2点目は23ページの人員の増減です。ビジネスは、3Qからまた採用開始という話があったんですけど、プロダクトが、いったん1Qで4人減って、また2Qで5人増えています。この辺の増減は、計画通りだったのか。それとも、減った人員を補充したのか。その人員の、プロダクトの動きもあわせて、ご説明をお願いします。

3点目は簡単ですけど、42ページのサービスおよびコンサルの中で3億4,700万円立っていますが、アジトの新規連結分は、どれぐらい入っているのかを教えていただければと思います。

武藤：1点目を私からご回答させていただきます。

解約については、ほぼご認識の通りだと思います。もう一度申し上げると、3Qに関しては、3月末の契約に対する金額ベースのリニューアルレートは健全な水準で来ていますので、昨年度のようにARRが2Qから3Qに落ち込むことは起こりません。

一方で、件数と単価がどうなるかは、今まさに動いている4-6月の話なので、何とも言いがたいところです。

少なくとも、金額ベースの3月末、4月開始のリニューアルは、健全な状態だったことは言えると思います。

倉橋：では、2点目、プロダクトのメンバーの採用周りというお話でございますが、元々、採用計画の大枠自体は、ビジネスを比較的中心に設計しているというのがございます。

他方、エンジニア、プロダクト系のメンバー、デザインを含めた、に関して言いますと、昨今の非常にポジティブなニュースとしては、一度退職するメンバーが戻ってくるところもございますし、あらためて強いエンジニアのチームを作る流れが、今生まれてきているところでございます。

ビジネス周りの採用と少し異なる側面についてお話をすると、我々のプロダクト開発は、デザインを含めて、非常に高度な部分もございます。かなり見極めた上で、このプロダクトチームのメンバーを厳選しながら拡大をしている方針にございますので、劇的に人数を増やす、計画的に人数を増やすよりは、しっかりと良いメンバーをもって、着実にチームを築いていくことが非常に重要かなと考えております。

ですので、少しビジネス周り、プロダクト周りで言うと、採用の経路というかトーンは違いますが、全体としては今一度、総数としても、増加の基調に入ってきていると考えております。

武藤：私から3点目の、アジトのコンサルビジネスについてです。基本的には、数字自体はまだ開示していないですけど、コンサルの売上は、広告ビジネスの部分が多くて、金額的には数千万円の前半です。広告ですけど、その数千万円前半は、ネットベースで計上しているので、広告枠の仕入れの提供分は除いて、純粋な取り分として数千万円前半があります。

質問**1−2**：ということは、この3億4,700万円のうち、2,000万円、3,000万円がアジトの貢献という、そういうイメージでしょうか。

武藤：はい。

質問**2**：1点目としては、STUDIO ZEROのところです。結構、売上がぐっと立ち上げられているかなというところですけれども、ここでの具体的な成功事例というか、何かここの部分のビジネスアップデートをしていただきたいなというところが、1点目の質問でございます。

2点目としては、今日全体的なご説明の中で、収益性の改善の言及が多かったかなという印象を持っているんですけれども、現時点での進捗として、2025年9期の黒字化目標に対しては、何かより前倒せそうだというイメージなのか。あくまで2025年9期というところの時間軸については、そんなに変わらないものなのかというところについて、ご整理いただければと思います。

倉橋：ご質問ありがとうございます。3Qの決算発表もしくは通期時点で、より詳しく魅力的なケースについてお話しようかなと社内では話しておりますが、かなり大手様の案件が増えてきております。

ホームページをご覧いただければ、STUDIO ZEROの概要であったりだとか、我々がどのような企業様とビジネスをさせていただいているか、その辺りはご覧いただけるかなと思っておりますので、現状の対外的に公開しているラインナップは、そこでご確認いただければなと思っておりますけど、大きく4つ、事業としてはSTUDIO ZERO内にございます。

一つは、既存事業の変革、支援、共創です。2点目は、新規事業の共同構築という部分になります。3点目が、人材周りです。4点目、行政向けの支援事業。今、この4つの軸で走っているということです。

ある大手企業様の、旅行会社様ですけど、そこの新規事業を共同で構想段階から入らせていただいて構築するだったりだとか。行政周りだと、これはホームページ上にも出ておりますけど、奈良市様であったりだとか、三田市様であったりとか、その辺りは、実際に市民向けのサービスを共創させていただくような形で、始まっていたりもいたします。

他にも、これは一つ、非常に我々にとっては重要なケースになっているのが、このグループで見たときに、我々はこれまで、このWebサイト・アプリ上でのマーケティングにフォーカスをしてやってきたわけですが、KARTE Signalsであったりだとか、アジトという広告領域に関しても、価値提供のラインナップの中に加えていっております。

その観点でいくと、広告まで含めたデジタル戦略全般を含む、大きなディールが取れているのも、このSTUDIO ZEROの取り組みの中で、ケースとして発生していることでございます。

この過程では、大手戦略コンサルティングファーム、もしくはITコンサルティングファームとの共同提案でも、我々が勝つという結果、そういった機会をいただいておりますので。しっかりとこの辺り、実態としても成果を上げながら、プロダクト、人、そしてビジョン、この辺りを統合的に持つ企業として、一つ注目される存在になっていきたいなと考えております。

今後、各具体的なケース、我々の戦略に基づくケース、この辺りをお伝えしていきたいなと思っております。

武藤：収益性に関してのご質問で、収益性を高めることによりコミットしているように聞こえると、おっしゃっていただいたのかなと思うんですけど、非常にいいご指摘をいただいたなと思っています。

基本的に、収益性を高めることにそんなにコミットしているわけではなくて、従前から申し上げている通り、成長が大切だと思う。ただ、それをむやみに、赤字を出して成長していくのではなくて、収益性のバランスを取りながら成長していくことなので、成長が大切だと思っています。

ただ、連結ベース、単体、あるいはKARTE領域でそれぞれ黒字化、あるいは総利益のポイントとかをお話したので、若干収益性にバランスが寄って聞こえてしまったのかなと思うんですが、基本的には成長も収益性もバランスを取ることが大切だと思っています。まだ、70億円、80億円って全然小さい企業だと思っていて、このレベルで利益を出しても、今の株主の皆様に十分な価値貢献ができないと思うので、圧倒的にもっと規模を増やしていかなければいけないという意識はあるので、そこは成長のほうが大切だと思っています。

2025年9月期の連結ベースの黒字化を前倒しできるかと言われると、やろうと思ったらできるんですけど、先ほども今も申し上げた通り、それをしてグロースを遅らせるよりも、適切に成長していくことは大切だと思っていますし、そのための投資は緩めずにやっていこうと思っています。

質問**3**：すみません、1点数字ですけど、12ページの連結財務サマリーのところ、この調整後営業利益の2Qの数字って正しいですか。

単体が8,800万円のその内訳として、KARTE領域と新規領域がありますけど、これを引いても8,800万円になりませんねというところと、団体とグループ各社を合計しても3,500万円にならないので、これは後ほど、IRの方からご確認いただいてよろしいでしょうか。

理解が間違っていなければ、KARTE領域と新規領域を加えると単体になると考えると、1億5,400万円とマイナス3,600万円ですから、8,800万円にならないはずですよね。単体とグループ各社と合計すると3,500万円になるかというと、微妙に違っていませんか。これは後ほどで良いので数字の確認、今難しければお願いします。

武藤：詳細は別途、ご案内させていただきます。

司会：それでは質問が終わりましたので、これにて、株式会社プレイド2023年9月期第2四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。