



株式会社プレイド

2026年12月期第2四半期決算説明会

2026年5月14日

登壇

司会：皆様、本日はお忙しい中お集まりいただき、誠にありがとうございます。

ただいまより、株式会社プレイド 2026年12月期第2四半期決算説明会を開催いたします。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。免責事項を併せてご確認ください。

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CEOの倉橋と、執行役員 VP of Financeの高橋より説明いたします。

それでは開始いたします。倉橋さん、よろしく願いいたします。

倉橋：株式会社プレイド代表の倉橋でございます。今回の決算説明会へご参加、もしくはご視聴いただきありがとうございます。まず冒頭、私からエグゼクティブサマリー、成長戦略、そしてビジネスアップデートをお話してまいります。

総論として、非常に成長加速に向けて手応えが生まれ始めているタイミングに入っております。では、エグゼクティブサマリーへ入ってまいります。

Executive Summary

Executive Summary

- 1 Q2連結売上高は前年同期比+21.2%の4,070百万円、Q2累計では前年同期比+18.6%の7,766百万円**
 - サブスクリプション売上高は前年同期比+20.8%、サービスリカーリング売上高は前年同期比+59.3%と順調に推移
 - ARR1,000万円以上の顧客社数が順調に増加したことに加え、Q2末のNRR⁽¹⁾も前四半期比+2ptの109%と着実に成長
- 2 Q2連結調整後営業利益は394百万円、Q2累計では746百万円**
 - Q2の連結調整後営業利益率は9.7%であり、成長投資を強化する中でも安定した収益性を維持
 - Q2の連結従業員数は前四半期比+26名の593名と採用が前倒しで好調に進捗
- 3 今期は成長投資期の位置付けであり、将来の成長基盤構築を進める**
 - 採用を中心に成長投資が順調に進捗しており、下期および来期以降の売上高成長に向けた体制強化が進んでいる
 - 今期は引き続き投資活動を最優先に行うが、同時に組織力強化やAI活用による業務刷新による運用効率化も図る

 **PLAID** © PLAID, Inc. 1. Net Revenue Retentionの略語。 (i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を (ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったもの

4

3点、お持ちしております。

一つ目は、Q2連結売上高が前年同期比プラス21.2%の40億7,000万円、Q2累計では前年同期比プラス18.6%の77億6,600万円という結果でございます。サブスクリプション売上高は、前年同期比でプラス20.8%、サービスリカーリング売上高は前年同期比プラス59.3%と、非常に順調に推移しております。

従前の説明会でも開示していますARR1,000万円以上の顧客者数も非常に順調に増加しています。それに加えて、Q2末のNRRも前四半期比でプラス2ポイントの109%と、着実に成長しております。

二つ目は、Q2連結調整後営業利益は3億9,400万円、Q2累計では7億4,600万円という結果でございます。Q2の連結調整後営業利益率は9.7%と、成長投資を強化すると銘打って今期は進めてきておりますが、その中でも非常に安定して収益性を維持していると言えるかと思えます。

Q2の連結従業員数も、前四半期と比べてプラス26名と、採用が前倒しで好調に進捗しております。

3つ目は、あらためて今期は成長投資期の位置付けであるということでございます。将来成長の基盤をしっかりと構築していくということで、今期は進めております。

先ほど2点目でお話ししたように、成長投資、特に人材の部分の進捗が非常に良いところもございます。すなわち、下期および27年期である来期以降の売上高成長に向けても、非常に良い準備が進んでいます。

こういった投資活動をしっかり行ってまいります。同時に組織力強化、AI活用による業務刷新、運用効率、生産性改善なども同時並行で進めてまいりますので、しっかりとこの辺りも皆様に見ていただけるといいかなと考えております。

今お伝えしたように、この資料の最後の方にあるように、Q3に向けても売上成長は非常に良く、加速していく見通しでございます。昨今、さまざまな状況がございますが、事業成長の持続もしくは加速の手応えが生まれていることは何より重要なインサイトだとわれわれは考えておりますので、しっかりと自信を持って、この先も事業を仕掛け、進めてまいります。

次に、成長戦略のパートに入ります。まず、われわれのパーパスでございます。

Purpose

PLAY&AID

一人ひとりの人生において、何かに全力でのめり込むことや自身の能力を発揮すること、何より楽しむことを大切に、事業を通じてそれらを積極的に支援したいという思いから、プレイドという会社は生まれました。

人が自ら考え
創造する楽しさの先に
新しい価値が生まれることを
データとテクノロジーで支援し、
心が高鳴る機会を提供していきます。

PLAID | © PLAID, Inc.

プレイドの社名の由来となっている「PLAY&AID」というキーワードをもとに、われわれは事業を進めております。

創業来、この価値基準をベースに活動してきております。特に、この「人が自ら考え想像する楽しさの先に新しい価値が生まれる、それをデータとテクノロジーで支援していく」ということを宣言しています。

すなわち、どういうことか。単純な効率化であったり、例えばマイナスや課題の解消に留まらない事業をすることを、創業来一貫して掲げながら活動しております。その中でも、このテクノロジー、データ、そして昨今のAIといった環境変化の先では、最終的にはやはり違いを生むのは人であろうと考えています。

そこに、世の中に供給される価値の幅や多様性などが育まれると信じておりますので、このようなデータとテクノロジーで人を支援することで、企業活動の違い、そして世の中に提供される価値の多様性を創出していきたいということでございます。

ミッションについても、あらためて触れてまいります。「データによって人の価値を最大化する」ことです。これも創業以来、一貫してうたってきた言葉でございます。

Mission

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.

AI時代がどんどん本格化しています。一方で、例えば人の削減であったり業務効率であったりといった何かを不要にするという話ばかりで、とてもつまらないなと考えています。

では、効率化されたその先はどうなるのでしょうか。その世界での違いは何によって生まれるのか。こういった議論がまだスキップされている状態だと思っています。

将来的に、その効率化の先というのは、間違いなく世の中の目が向くポイントであると思いますので、ここはぶれずに引き続きフォーカスしてまいりたいと思います。

あたためまして、創業以来、注目すべきは人の可能性とその役割だと考え、ここまで事業を進めてまいりました。効率化は当然やります。ただ、価値を生み出すことで、われわれはビジネスをしてきています。

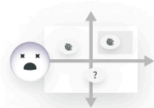
いずれ事業成果や価値を創出できる取り組みに、資金や世の中の優秀な人材が集中する流れが間違いなく来ると考えていますので、こういった長期的な大局観を失わずに、しっかりと今の時代も戦っていきたいということでございます。

では、次に基本戦略の方に入ってまいります。基本的には今お話ししたことを実現するものです。

成長戦略

企業の競争力における顧客理解の重要性の高まり_注目している課題

- 企業と生活者・受益者の関係性において、各市場の需給バランスは供給過多の状況に
- 顧客の期待は変化し、企業は、従来の製品中心の競争力に加え、顧客理解・市場理解による差別化が求められる
- 一方で、顧客行動は多様化、分散化、高速化し、大きな変化が続く。すなわち、必要となる差別化の実現難度が高まっている



需給バランスの変化



顧客期待の変化



顧客行動の変化

PLAID © PLAID, Inc.

8

顧客理解において、AIがさらにパフォーマンスを上げる上でも、とにかくデータが重要であろうと考えているわけですが、そのデータを持って何を実現するのか。

一番注目すべきは、やはりここに掲げているような世の中の課題感、もしくは変化であろうと掲げているわけです。これはAI時代であろうとなかろうと変わらない大きな変化だと捉えています。

この中で、全ての企業は事業を営んでいくということ。われわれは顧客理解、そして市場理解に最も注目していますし、それを今後も続けていくということでございます。

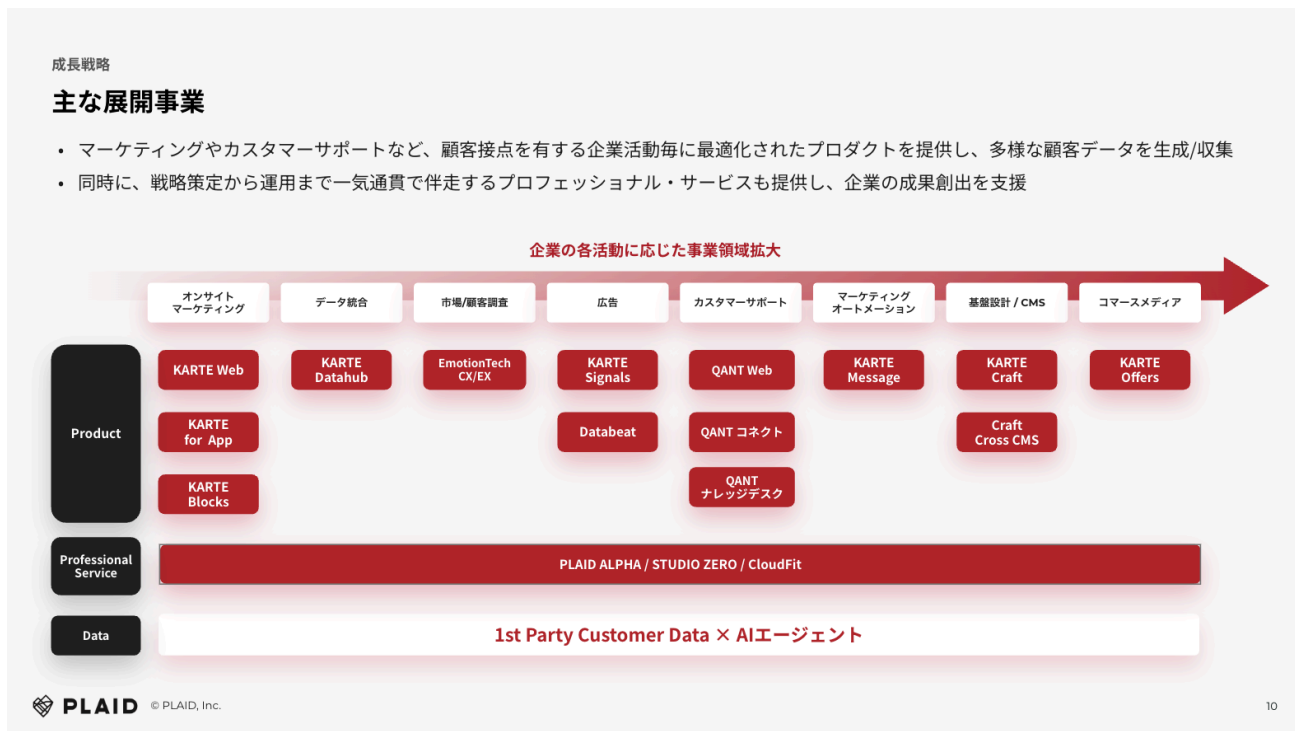
その成長戦略を支える基本戦略をブレイクダウンしたものが次でございます。



顧客理解をするために、いかにデータを生成し、そこから理解を育み、事業成果として創出し、その結果、よりそこに集まる企業、もしくはユーザーを増やしていくということでございます。

これまで、データを生成するプロダクトを本当に幅広く提供してきております。結果、さまざまな企業様の課題、ニーズを捉え、非常に大きな事業に成長してきていると考えております。今後も、この基本的な成長のサイクルは変わらないということでございます。

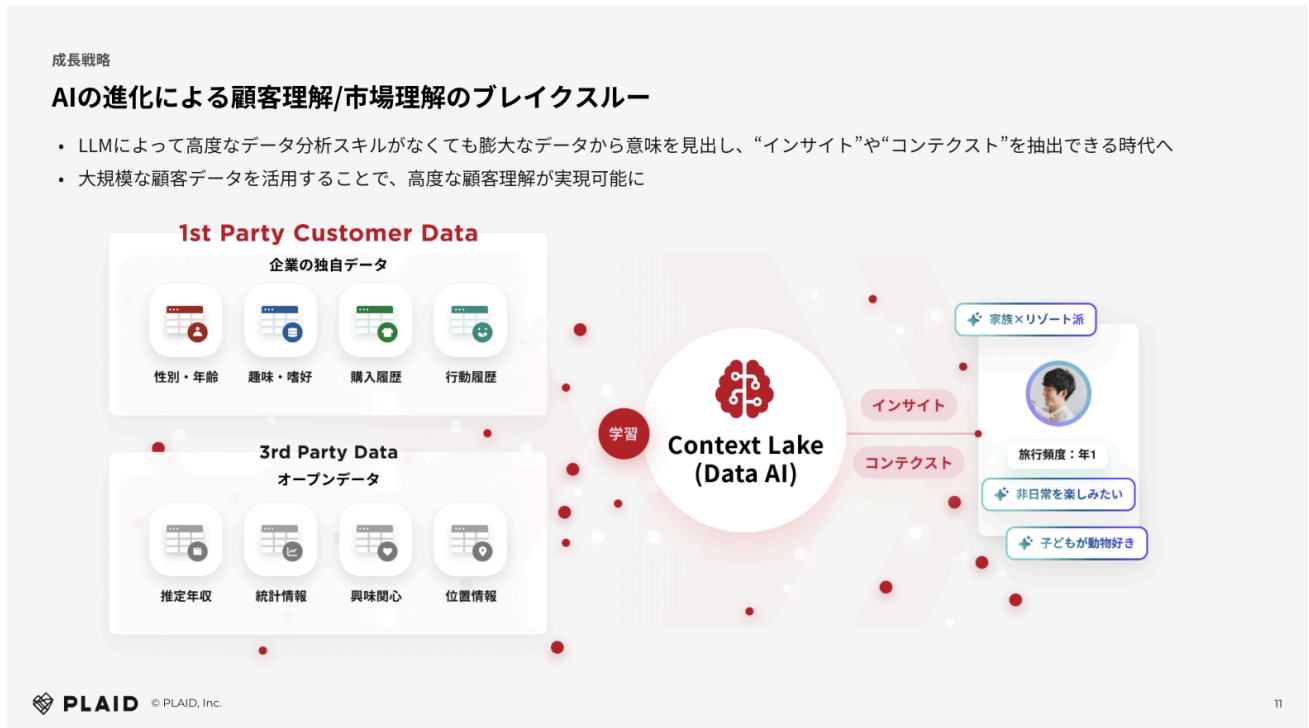
今触れましたように、非常に多様なデータを生成する、もしくは同時にそこで成果を生み出すプロダクトをわれわれはこれまで開発し、顧客企業の皆様にご提供してまいりました。データを生成し、同時に顧客企業の収益を生み出しています。



この中では、当然ながら効率化の文脈も含まれています。ただ、われわれのプロダクト、サービスを利用することで、発生していなかった収益が発生しているということは、非常に重要なポイントだと考えています。

あらためて、この活動全てが、世の中に流通していないデータを生成していると考えられていますし、同時に、そのデータを用いて顧客企業の収益、そしてわれわれプレイドの収益を生んでいるということもございます。

昨今、そこに本格的にAIが組み込まれていっているということです。これも従前のIRでもお話してきたことですが、このAIの登場は、われわれの取り組みにおいて難しかった二つのポイントを解決してくれています。



その一つが今ここに表示しているものですが、極めて膨大かつ網羅的なデータがございます。そこから顧客の意図やインサイトを抽出することは、ビフォーAI時代では非常に難しいことでした。

AIがパフォーマンスを上げるにしても、そこに良質なデータがあるからこそ可能になります。まず、このデータから重要なインサイトを抽出する。ここは非常にAIにとっても有益な場になる、そして有効な取り組みになるということがございます。

2点目の難しかったポイントは次になります。

成長戦略

当社の強み(1)_希少性が高い1st Party Customer Dataを常時生成する独自のシステム

- 顧客一人ひとりのリアルタイムの行動を可視化する独自の解析基盤を開発
- その上で、顧客接点を有する企業活動毎にプロダクトを提供し、高精細かつ多様な1st Party Customer Dataを常時生成している
- AI実装加速により、顧客理解・市場理解のハードルを下げ、人とAIの協働や、AIエージェントによる自動化を加速

リアルタイム解析基盤 **さまざまなプロダクトを継続的にリリース**

PLAID © PLAID, Inc. 12

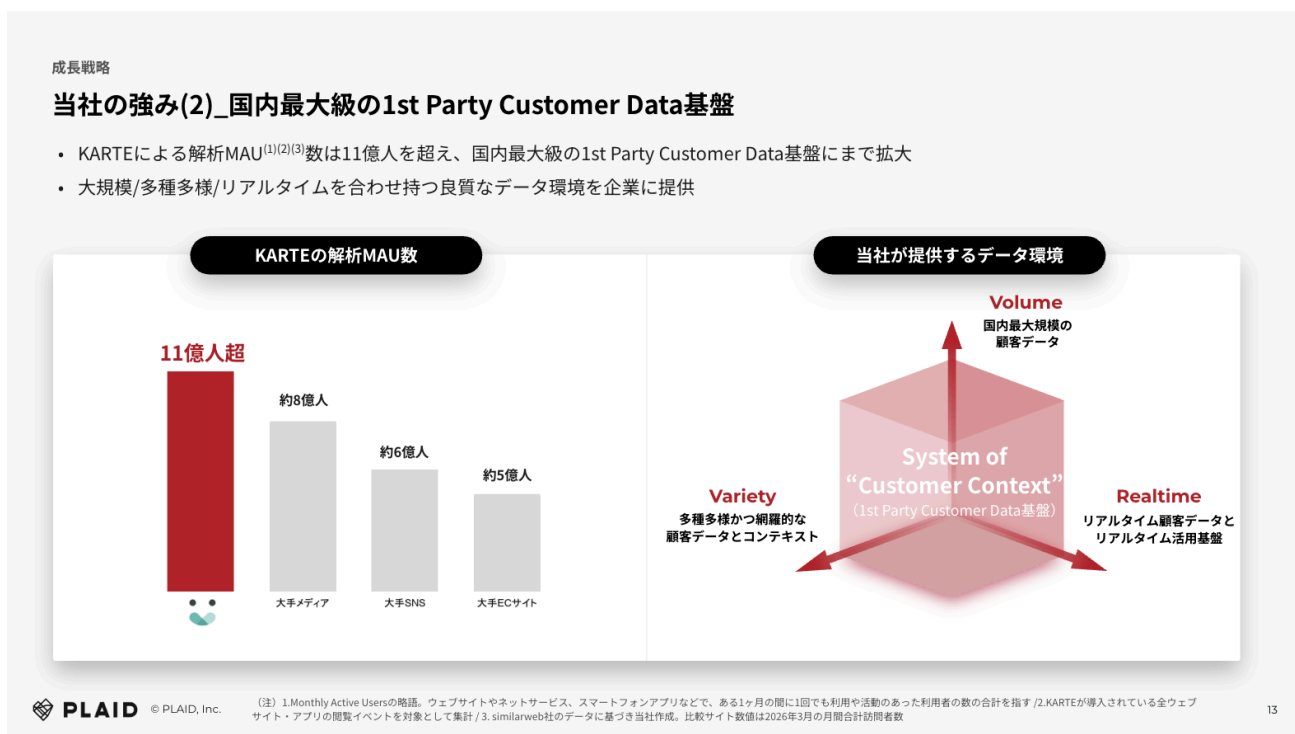
データを生成するだけでなく、われわれはそのデータを利活用していくことで、企業収益を向上させることを行ってまいりました。

すなわち、このデータ、インサイト、意図から顧客へ働きかける、もしくは何かしらをプランする。ここに対して、しっかりとインパクトを生むためです。

何かしら分析をしたり、アクションを生成したりしていくわけですが、ここも企業のリテラシーであったり、リソースに依存する部分でありました。例えばHTML、もしくは何かしらのスクリプトやコードを書くといったところも、なかなか属人的な状況があったわけですが、AIが最も得意とするのはその部分でございます。

ですので、前のページと、このページでお伝えしたいのは、データから何かしらの意図やインサイトを抽出すること、そして、そのデータを利活用し、顧客サイドに対して収益、そしてインパクトを生むための活動、この両面をAIが強く支えてくれる構造になっています。

次に、データを生成してアクションすること。これは、これまで繰り返し行い、拡大してまいりました。結果的に、日本で最大級のリアルタイムカスタマーデータ基盤が構築されております。



昨今、いわゆるGen AIは世の中の全てのオープンデータを学習시켰と言われております。そういったAIにおいても、彼らのパフォーマンスを今以上に引き出すには、未学習の優良なデータを膨大に、かつ日々生成できる環境が非常に重要になってくるということでございます。

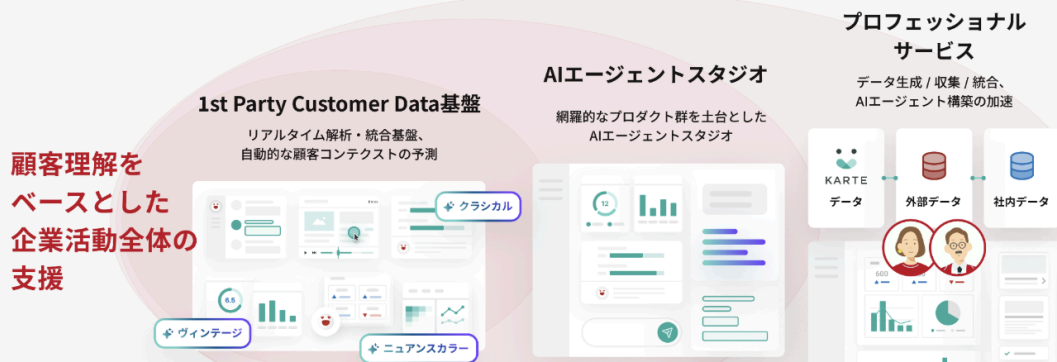
ですので、AIそのものにとっての課題にも、われわれはしっかりと対応できるポジションにあると考えております。

データを基にした成果、アウトカムを生むためのプロダクトは、今後もどんどん強化していくというところでございます。

成長戦略

当社の強み(3)_企業活動を包括的に支援しアウトカムを生み出すソリューションカ

- 独自性の高い1st Party Customer Data基盤とAIエージェントスタジオに加えて、企業内でそれらを実装し成果創出を加速させるプロフェッショナルサービスも合わせて提供し、企業活動を包括的に支援



PLAID © PLAID, Inc.

14

時代の変遷とともに、ここはさらに幅も出てくるかと思いますが、何よりここでお伝えしたいのは、われわれはデータを分析するだけでなく、しっかりとその出口を持っているということでございます。ここも今後の世界においては、効率化のその先である出口パフォーマンス、収益を生むという点においては、非常に重要なポイントになってくると考えております。

これまでの取り組みでも、非常に多くの優良な企業様との取り組みを重ねてまいりました。今後は、これら顧客資産を土台に、顧客企業の皆様とともに、AI時代のあるべきビジネスや、あるべき本質的な変革を協働しながら実現していきたいと考えております。

成長戦略

当社の強み(4)_各業界を牽引するトップ企業との取引実績⁽¹⁾

- ・ 国内を代表する多くの業界トップ企業と取引中
- ・ 当該企業群との取引実績が、今後の新規顧客獲得や既存取引拡大のドライバーに

主な業界トップ企業との取引実績

					
銀行	生命/損害保険	人材サービス	総合小売/GMS	不動産	化粧品
4社 /上位5社中 ⁽²⁾	4社 /上位5社中 ⁽²⁾	4社 /上位5社中 ⁽²⁾	4社 /上位5社中 ⁽²⁾	4社 /上位5社中 ⁽²⁾	3社 /上位5社中 ⁽²⁾

あらためまして、それが企業様とどのような形・構造で今後取り組んでいくのか。そこに提供する環境を整理してまいりたいと思います。

成長戦略

AIを生かす(1)_AI時代のセンターピンは“データ基盤”レイヤーに移行

- ソフトウェアは、タスク型と基盤型に大別できる。タスク型は、人中心の設計で、人がデータを直接扱う。基盤型は、システム中心の設計で、システムが自律的に各種データ処理を行う。プレイドの提供価値は後者、基盤型ソフトウェアが中核
- 人、AIエージェントを問わず、付加価値/パフォーマンス向上の源泉は“データ基盤”に移行する

ソフトウェアの分類

タスク型ソフトウェア	基盤型ソフトウェア PLAID
AIエージェントによる代替可能性	
管理画面	管理画面 5%
データ	データシステム データ生成、解析等、各種自律処理 95%
データ	データ

(備考) フロントのユーザー投資比率

システム構造

説明

- システム全体に占める管理画面(扱いやすいUI)が提供価値のコア
- 量/種類ともにシンプルな人が扱うデータ
- システム全体に占めるデータ処理とデータ自体が提供価値のコア
- 多種多様かつ膨大なデータ。人が直接扱うことは難しく、主にシステムが自律的に、各種データ処理を行う。

プレイドが提供するソフトウェアの構造

PLAID

管理画面 + AIエージェントスタジオ

AIエージェント ↔ API / MCP ↔ 外部AIエージェント

データシステム
データ生成、解析等、各種自律処理

データ
数百ペタバイトの膨大なデータ群

- AIエージェントスタジオ (AIエージェント作成・管理)を開発
- 従来型の管理画面は相対的に役割が縮小も、必要性は継続
- 1st Party Customer Data等のクローズドデータを中心に、多種多様かつ膨大なリアルタイムデータを、システムが自律的に処理
- “人+AIエージェントの時代”は、データ活用機会が飛躍的に増加

PLAID © PLAID, Inc. 16

先ほど、データを生成し、インサイトを抽出し、アクションを行うということをお話しましたが、その基本構造に関しては今後も変わらないと思っております。

一方で、このデータを、人がプロダクトを使うことでパフォーマンスに変えるだけでなく、AIにとっても非常に有益な資産になりますから、AIのパフォーマンスを上げる上でも、このデータを活用していきたい。

日本最大級のこの基盤を持っているということは、われわれ自身が提供するプロダクトを通じた人のパフォーマンス、そしてわれわれ自身が提供するAIエージェントのパフォーマンス。それだけではなく、われわれの外側、協業する企業様がお持ちのプロダクトやAIエージェントのパフォーマンスも、今後改善するスコープに入れていくということでございます。広く、その需要が拡大していくと見込んでおります。

やはり、フロントのAIエージェントだけでは、おそらく違いを生み出せない。どのように活動するかは、何を学習したかによって規定されますので、われわれのこのデータ基盤を世の中のために広く活用できるように、しっかりと構築していくということでございます。

また、その際、このデータ基盤があるからこそそのイノベーションが可能であると考えております。それが、このスライドで示している顧客コンテキストの自動理解ということでございます。

成長戦略

AIを生かす(2)_当社が提供する顧客コンテキストを自動理解するAI

Context Lake

- あらゆる種類の構造化/非構造化データから顧客コンテキストを自動で理解する独自のAIエンジン

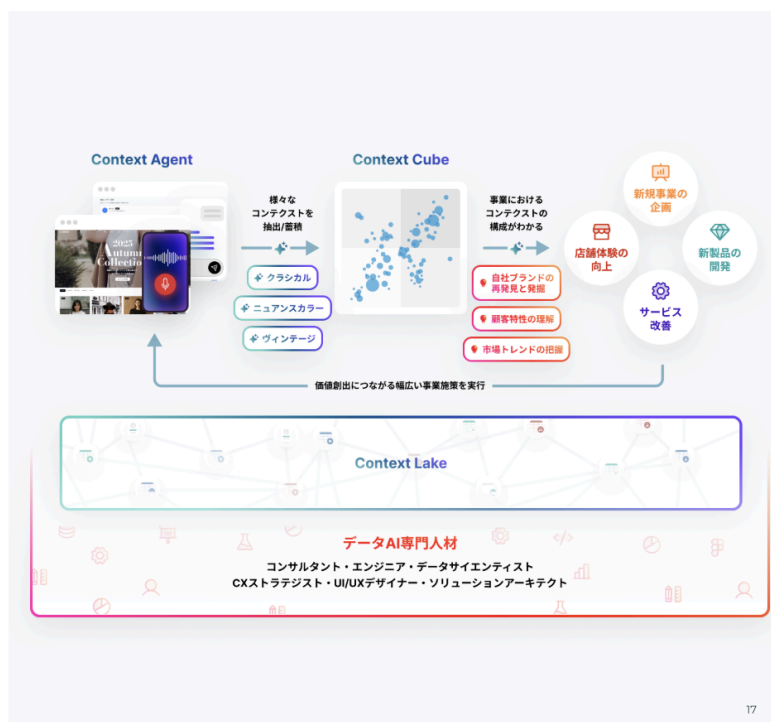
Context Cube

- LTV⁽¹⁾が高い顧客層に見られる趣向や行動などの顧客コンテキストと経営指標を掛け合わせた詳細な分析結果を可視化。「事業の真の成長ドライバー」を解明し、戦略策定や意思決定を支援

Context Agent

- 顧客コンテキストを深く理解したAIエージェントを、経営支援から接客に至るまでの企業のあらゆる活動に実装し、人との共創をもって企業の生産性向上や付加価値創出を実現

(注) 1. Life Time Value. 顧客が企業と取引を始めてから終了するまでの期間にもたらす利益の総額



先ほど、意図や目的といったお話しをしましたが、そこに当たるもので、まさにAIをフル活用し構築しているものです。

われわれの私見ではございますが、ほぼ全ての企業様が、顧客コンテキストをこれまでなかなか扱えていなかったと理解しております。売上として、何が売れたかは持っている、そしてそれが誰に売れたかも持っている。ただ、売上というのは結果です。

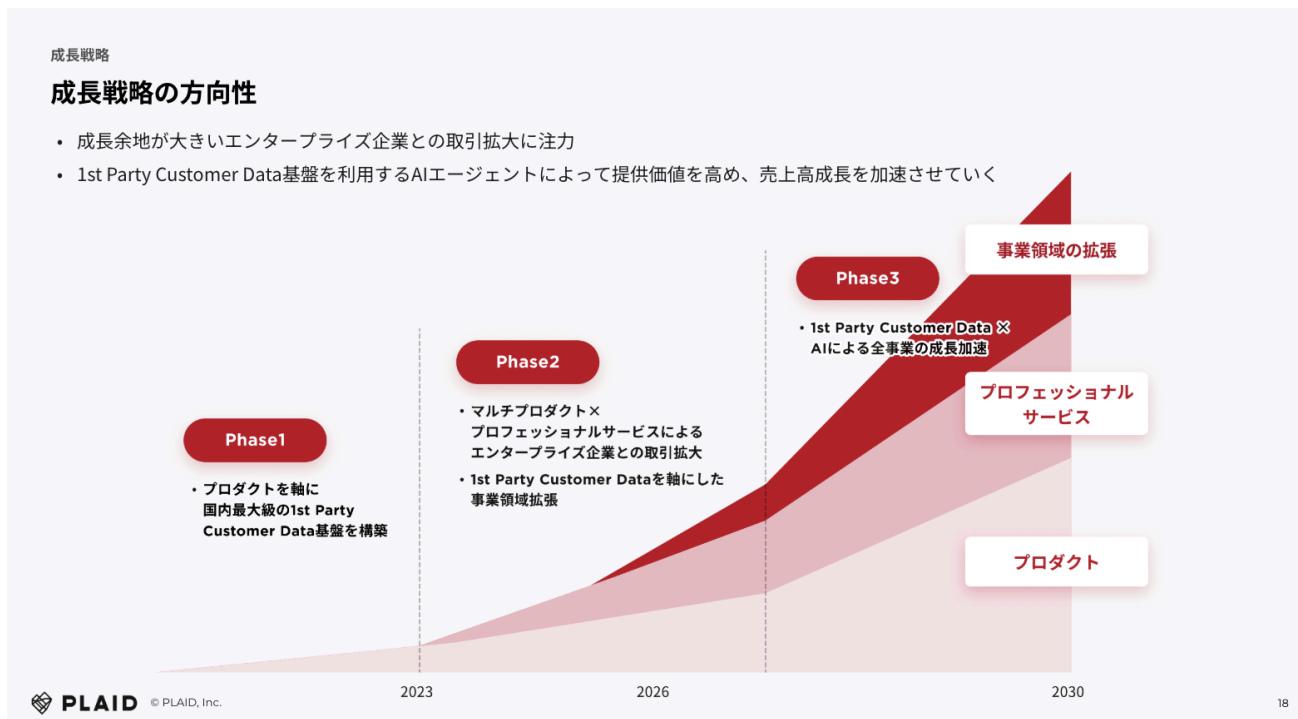
われわれが言っているこの顧客コンテキスト、顧客意図というのは、売上につながらなかったものも含まれます。すなわち、売上は結果、顧客の意図は未来ということでございます。顧客の意図や目的は、これまでなかった新たな企業収益を生みます。

少し引いて考えてみると、顧客の意図に答えられたものが売上であり、答えられなかったものは計測できていなかったわけです。ただわれわれのこのエンジンは、顧客の意図を可視化する、すなわち売上につながっているものも、そうでないものも把握することが可能ということです。

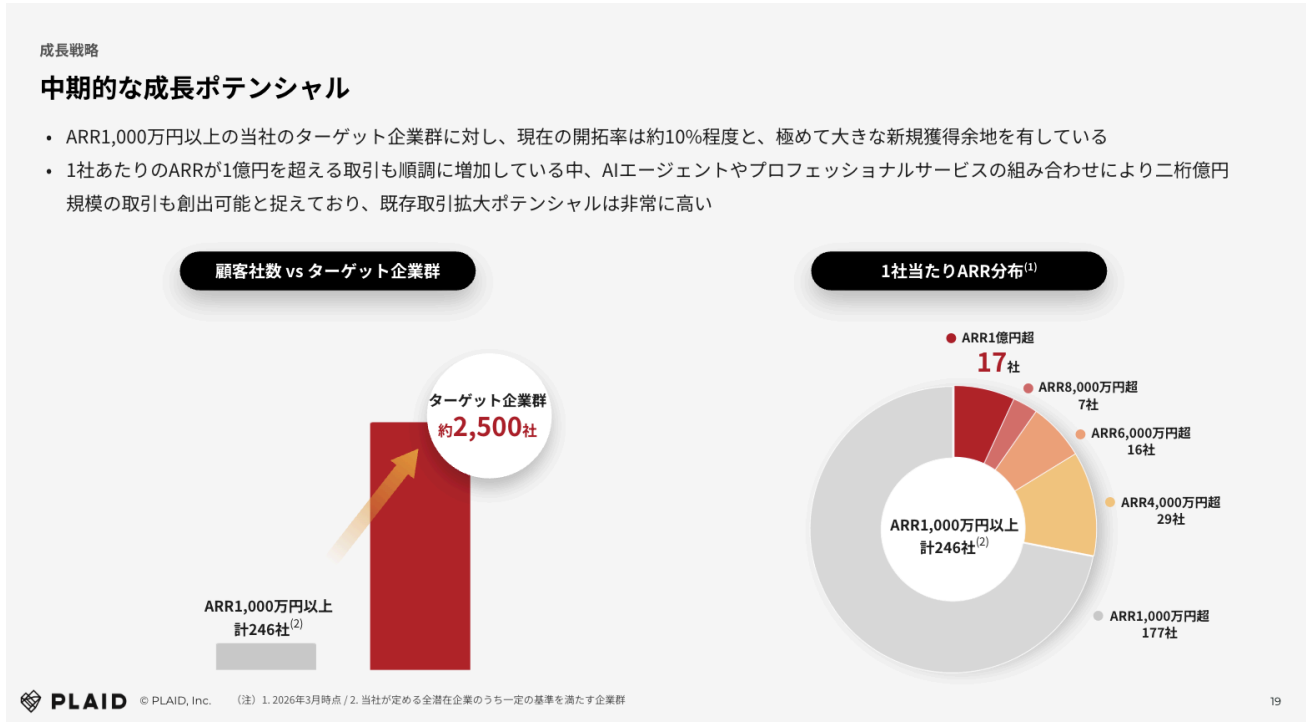
これは非常に大きくて、誰に対してマーケティングをするかを変えるだけでなく、どんな商品を開発・提供、もしくは調達する必要があるのか。ここも前提が大きく変わってまいります。

満たせてない顧客意図の方に遥かに大きな収益可能性があると考えております。ここをしっかりと事業化してまいります。

成長戦略をもう少し大きく捉えたスライドがこちらでございますが、プレイドの野心はデータ、そして顧客コンテキスト、全ての企業活動、すなわち全ての役割、そして現場にも経営にも、データを前提とした活動環境を提供していくということ。これがわれわれの非常に大きな野心であり、AI時代のあるべき企業変革ではないかと考えております。



今後の時代、おそらく重要な資源を有する企業に市場機会が集中してくるだろうと考えております。われわれは現状、特にARR1,000万円以上に当たるようなメインターゲットとする顧客企業群、この市場にある2,500社のうち、まだまだ10%程度の開拓率、契約率ということでございます。



もちろん、そのお取引いただいている企業様との取り組みのサイズ、すなわちこの右側の1社当たりのARRはどんどん大きく成長しておりますが、先ほどのお話を踏まえると、より広くさまざまな企業様とのお取り組み機会が出てきますし、お取り組み自体のサイズもどんどん大きくなっていく。

部門ごとではなく、会社ごととして、お取り組みをしていく流れにございますので、この社数と単価というのは、非常に大きなポテンシャルを両軸ともに持っていると理解しています。

このスライドにあるように、今の市場区分で見ても非常に大きなオポチュニティがあるということ
 でございます。

成長戦略

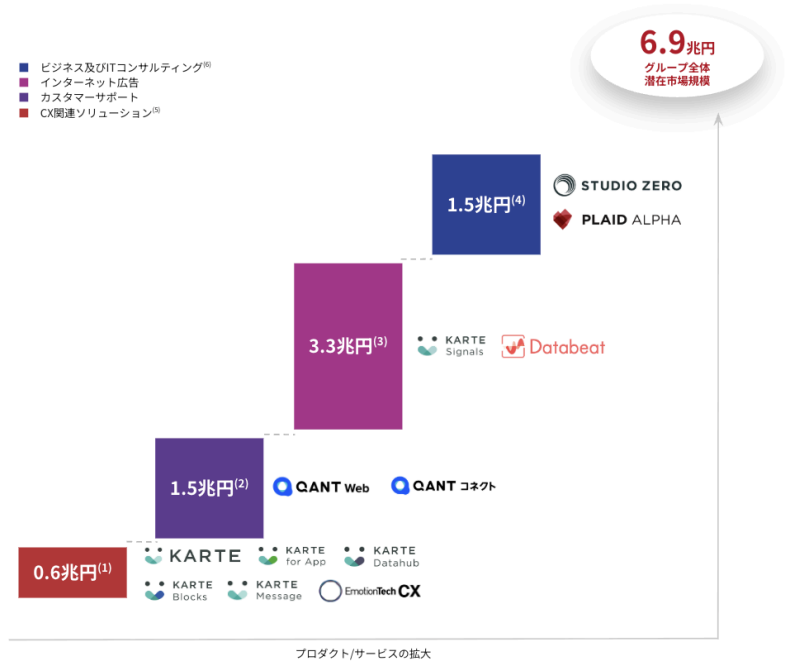
グループ全体の潜在市場規模

プロダクト/サービスラインナップの拡大により、潜在市場規模は事業開始当初の0.6兆円から6.9兆円まで拡大しており、大きな成長余地が存在

各市場においてAIエージェントが入り込むことが想定されるため、各市場へアクセスしやすくなる大きな機会

(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. 2025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 (2025年)」 (2025年11月11日発表) をもとに当社算出・作成 / 3. 株式会社電通「2025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

PLAID © PLAID, Inc.



ただ、われわれは従前の取り組みから見たこの市場規模に対して、新しい前提を持ち込んで、この全ての市場に対してアプローチしていきたいと考えておりますので、非常にここから先も楽しい市場が広がっていると考えております。

では、ビジネスのアップデートに入っております。

まず、お取り組みの支援事例です。株式会社大戸屋様のケースをお持ちしております。



記載している通り、アプリを起点としたユーザー属性や行動のデータ化による体験改善はもちろんながら、KARTE、もしくはプレイドのシステムの外側にあるPOSのデータやプログラムなどと連動し、より深く精緻にユーザーを捕捉し、理解していくというところでございます。

そこに非常に柔軟なAIベースの分析基盤を持ち込み、データ活用、もしくは顧客インサイト活用の民主化を進めているということです。

これまで、われわれの取り組みで中心的であったオンライン専業や、オンライン側面に閉じた活動やご支援から、このケースのレストランや飲食のような、このオンラインとはある種で逆側の世界にも、データ活用の機会が広がっているという重要な事例だと考えております。

こういったオフラインを主戦場とした企業様においても、その戦略の中心に顧客データが置かれているというところでございます。

次のスライドでは、このスライドで初めて触れたAIによるデータ分析基盤、このCODATUMというプロダクトについても簡単にご説明いたします。

ビジネスアップデート

株式会社CODATUMについて

- 2023年10月に設立した100%子会社であり、AI Agentによる伴走型データ分析プロダクトを開発
- AIとの対話による分析によって、マネージャーから現場担当者まで、ユーザーの役割に応じた最適なアウトプットを提供



自律性：対話型分析
探索から可視化まで、AIが自動で。
自然言語で依頼するだけで、Codatum Agentがテーブルを探し、SQLを組み立て、チャートを生成します。失敗しても自動修正し、最後までタスクを完了します。

資産化：ノートブック連動
話しながら、レポートが組み上がる
会話しながら、SQLが動き、チャートが作成されます。そのままのメンバーで共有、パラメータを使って深掘りすることもできます。

透明性：コードファースト
プロがレビュー、だから信頼できる
SQLもチャートもコードで残るので、Codatum Agentと何をしたかが全て見えます。コードを見て、プロフェッショナルがレビュー・修正できるので、信頼できる分析ができます。

PLAID © PLAID, Inc. 23

2023年10月に設立したプレイド100%の子会社でございます。AIエージェントによる伴走型データ分析プロダクトを開発・提供しています。下にポイントを三つほど載せていますが、動画を見ていただいた方が、感覚がつかめるかなと思いますので、そちらをご覧くださいいただければと思います。

こちらはCODATUMの紹介ムービーでございます。今見ていただいたように、平文のテキストを打ち込み、会話するようにデータ分析が可能となっており、それにAIがリアクションし、データ分析がどんどん進むということでございます。

データ分析をすると、往々にして非常に複雑な壁にぶち当たります。データの所在が違う、分析手法が違うなどいろいろとございます。こういったものをAIと会話をしながら、データをサーチし、統合し、分析していくことが可能でございます。何か間違いを起こしても、自動的に修復してやり直すという機能も持っています。

面白いのが、このAIとのやり取り、そしてCODATUMのAI側が行う分析や探索というのが、全てデータやコードとして残っているというのは非常に大きなポイントです。AI活用がブラックボックスにならないということもございます。

すなわち、知見がある人がレビューし、よりAIエージェントの性能を上げたり、より正しい分析・探索に切り替えていくことも可能ということです。

また、分析した後のチャートなどはURLを共有するだけで、どんな部門にでも簡単に共有することも可能になります。そういったデータ分析およびデータコラボレーションの新世代の基盤として、AIベースのプロダクトを開発しております。

ローンチからまだ間もないですが、非常に良いお客様に恵まれて、日々魅力的なアップデートが続いておりますので、今後の企業のデータ活用において、非常に重要な役割を果たしていくと考えております。

では、次のトピックです。今の取り組みもそうですが、われわれプレイド、およびプレイドグループにおけるAIを軸とした活動は、非常に幅広くなってまいりました。

AIを軸としたオンラインカンファレンスも初開催いたしまして、約500名のお申し込みをいただき、非常に有用なイベントになったと考えております。

ビジネスアップデート

ビジネスカンファレンス「PLAID AI DAY」を開催

- 当社グループのAIに関する取り組みやソリューションの全体像を伝えることを目的として「PLAID AI DAY」を開催
- 約500名のお申し込みを頂き、多くのステークホルダーの皆様にAI時代における当社グループのビジョンと戦略を伝播

- 申込人数：約500名
- アンケート回答（推奨度）：4.2/5段階中

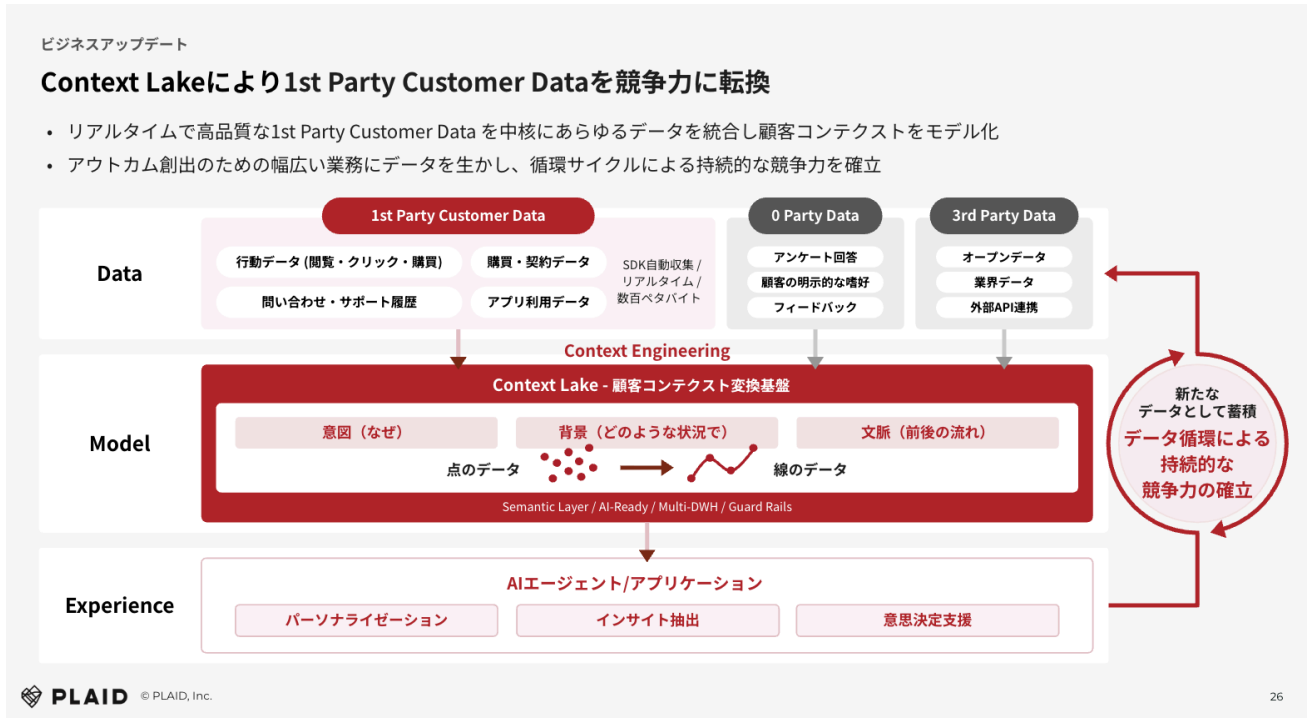


- SESSION | 01 これからの時代に競争力を生むためのビジョン
効率化の先にある独自価値をどう創るか
- SESSION | 02 AIエージェントが変える、人とテクノロジーの関係
人とデータの価値を高める、プレイドのプロダクトの進化
- SESSION | 03 企業の競争力を生み出すAI活用
データの分断は、なぜ「顧客コンテキストデータ」で解消すべきなのか？
- SESSION | 04 顧客接点から生まれる「リアルデータ」が経営を変える
コンタクトセンターに眠ったデータを価値に転換する
AIコンタクトセンター構想
- SESSION | 05 データ戦略の変わる点/変わらない点
AI活用を支えるデータ戦略と基盤の役割とは？
- SESSION | 06 利便性を超え、顧客の迷いに寄り添う体験をつくる
そのAI活用は価値を生むのか？自社の独自アセットで描く
これからのCX

プロダクトや事業を軸とした情報発信や、このようなカンファレンスの開催のみならず、AIやデータなど、より広いゼネラルなポイントから、こういった場を今後も作っていきたいと考えています。

成長戦略のパートでもお話しした、顧客コンテキストを自動抽出するプロダクトについても、非常に重要な進捗がございます。まだ、具体事例を皆様にご案内できていないのは心苦しい部分ではございますが、非常に優良な、かつ大規模な取り組みが始まっています。

ここの図で示しておりますのは、データ活用からパフォーマンス創出までのサイクルをマッピングしているわけですが、日本最大級の1st Party Customer Data群が、われわれの基盤にはあるということ。すなわち、これらのデータは、この右隣にあるような0 Party Dataや、3rd Party Dataといったものを誘引する力がございます。



より広く、こういったデータを巻き込みながら、より良い顧客インサイト、顧客コンテキストを抽出し、事業成果、顧客体験の改善につなげていくということ。

このサイクルが回るというのは、データがたまっているからこそできる、アウトカムを創出するからこそできる。その上に、こういったAIによってデータが誘引されてくる、非常に強い独自性の強化につながっていくと考えております。

さまざまな役割に対しての影響が想定されております。断片の数字だけではなく、顧客意図をベースとして顧客へのアプローチが可能ということ。経営層、もしくはさまざまな企業で今行われている議論は、製品ポートフォリオへの投資が中心かと思えます。

ビジネスアップデート

Context Lakeの提供価値

- 企業の有する様々なデータを顧客コンテキストデータへ昇華させ、企業の競争力強化を実現
- 企業のあらゆるレイヤーに対し深いインサイトと価値を提供

ターゲットユーザー	提供価値
経営層	戦略的意思決定の精度と速度の向上 <ul style="list-style-type: none"> 事業全体を「顧客軸」で俯瞰し、LTV⁽¹⁾を最大化する成長ドライバーを発見 AIエージェントとの対話で、会議中に即座に深掘りし、迅速な意思決定を実現
商品企画・MD担当者	データに基づく顧客理解と商品開発 <ul style="list-style-type: none"> 「どの商品が、どの価値を持つ顧客層に、なぜ売れているのか」を購買の意図・文脈レベルで深く理解 顧客インサイトを起点とした商品開発が可能に
マーケティング担当者	施策の最適化と効果測定の高度化 <ul style="list-style-type: none"> 担当施策の成果を、売上だけでなくLTV⁽¹⁾への貢献度という本質的な視点で評価 セルフサービスで迅速に仮説検証を実行
データアナリスト	分析業務の効率化と高度化 <ul style="list-style-type: none"> 定型的な集計作業をAIに任せ、より戦略的なインサイト発見に集中 独自の「顧客コンテキストデータ」という新たな分析軸を獲得

PLAID © PLAID, Inc. (注) 1. Life Time Value. 顧客が企業と取引を始めてから終了するまでの期間にもたらす利益の総額

ただ、われわれのこのデータ基盤を活用していくと、顧客ポートフォリオへの投資が変わってくるということがございます。これをもって、経営から現場まで、初めて顧客データを軸とした活動としてつながってくるということがございます。

売り上げを達成するためだけではなく、どの顧客を将来に向けて育てていくのか、その顧客は何を求めているのか、それに応えられているのかいないのか、どのようなアプローチをそこに対して行うべきか、アプローチした結果どのような反応が取れているのか。

これらが一つのデータから全て表現され、われわれのプラットフォーム上でご提供できるということで、非常に野心的なPoCがたくさん走っているということがございます。

もう少しで、非常に大きな魅力的なケースも、皆様にお届けできるかなと思っておりますので、お楽しみにお待ちいただければと考えております。

次に、プレイドグループにいましたアジト社を吸収合併いたしました。

ビジネスアップデート

広告事業の拡大に向けたアジト社の吸収合併(1)

- 広告データのレポート自動化ツール「Databeat」と広告運用事業を展開する連結子会社のアジト社を吸収合併
- 2022年10月の当社グループ参画以降も順調に事業を拡大し、「Databeat」は業界最大手の一角になるまで成長



PLAID © PLAID, Inc.

28

広告データのレポート自動化ツール Databeatと、広告運用事業を展開する連結子会社のアジト社を吸収合併ということでございます。

記載にあります通り、このDatabeatは、広告データ、広告効果のレポートを自動化するツールでございます。さまざまなところに分散している広告効果・レポートのデータを1箇所に自動的に収集し、表現してくれるというものでございます。

現在、このプロダクトは、このドメインにおいて日本トップの導入数ということでございます。この基盤をさらに有効活用していくために、プレイドへの吸収合併を進めてまいります。

広告面の日本一と、先ほどお話をしました。それはすなわち、広告面のユーザー行動が日本で一番たまっているデータベース環境であるということでもございます。



そういった日本一の広告側面のデータベースと、日本トップクラス、最大級の1st Party Customer Dataの基盤を真に融合していくということもございます。

その上で、今このスライドに表示しております通り、広告を中心とした活動を自動化していこうということもございます。当然ながら、運用して、人のナレッジもこの中には組み込んでいきますが、基本的には、この広告運用業務を全自動していくことを目指して、この両者を融合しながら進めていきます。

非常に広告領域にとっては大きな一手となりますので、ここもご期待いただければと考えております。

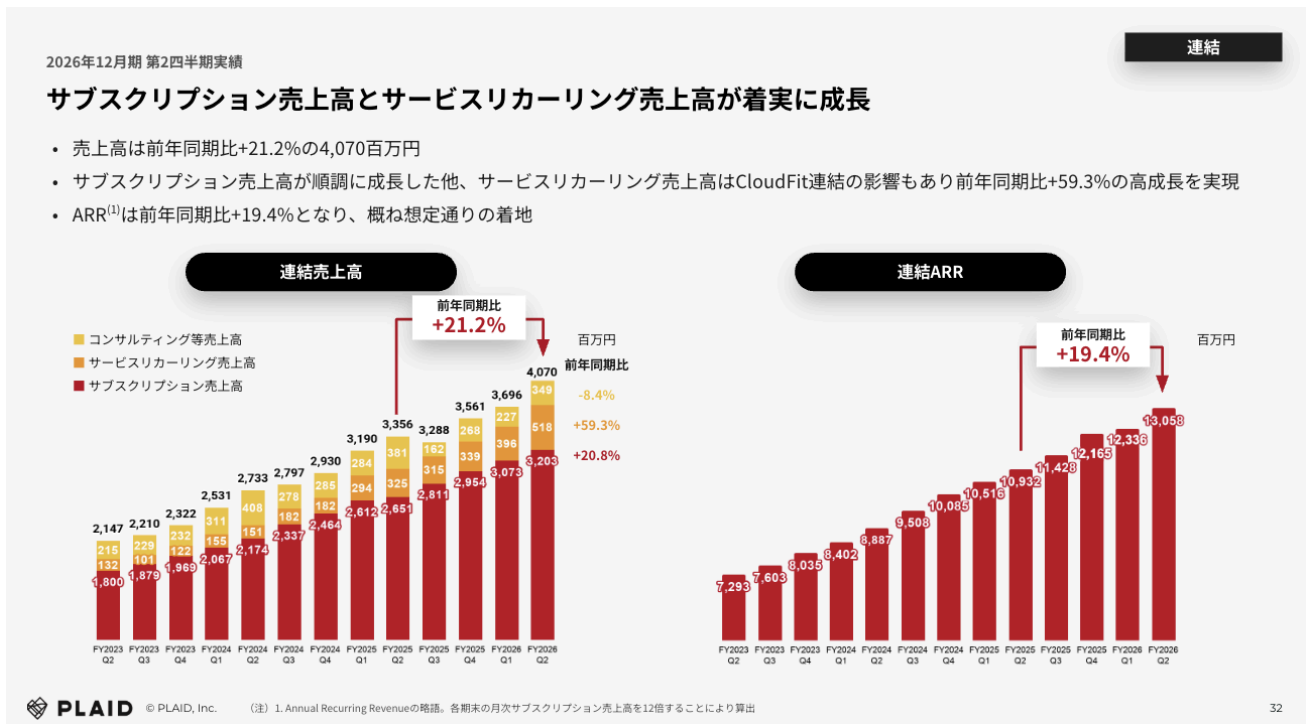
では次に、ここから先は実績、数値の方に入っております。今回、ビジネスアップデートのトピックとしては、比較的断片のお話をさせていただきました。全てのポイントにおいて、非常に優位な環境に進んでいるということが、少しでもお伝えできればと考えております。

今後、これらを束ねた、より大きな一つの戦略および方針として、皆様には会話できる機会を作りたいと考えておりますので、ご期待いただければと考えております。

では、実績の方にまいります。

高橋：それでは、私より第2四半期実績についてご報告申し上げます。

まず連結でございます。

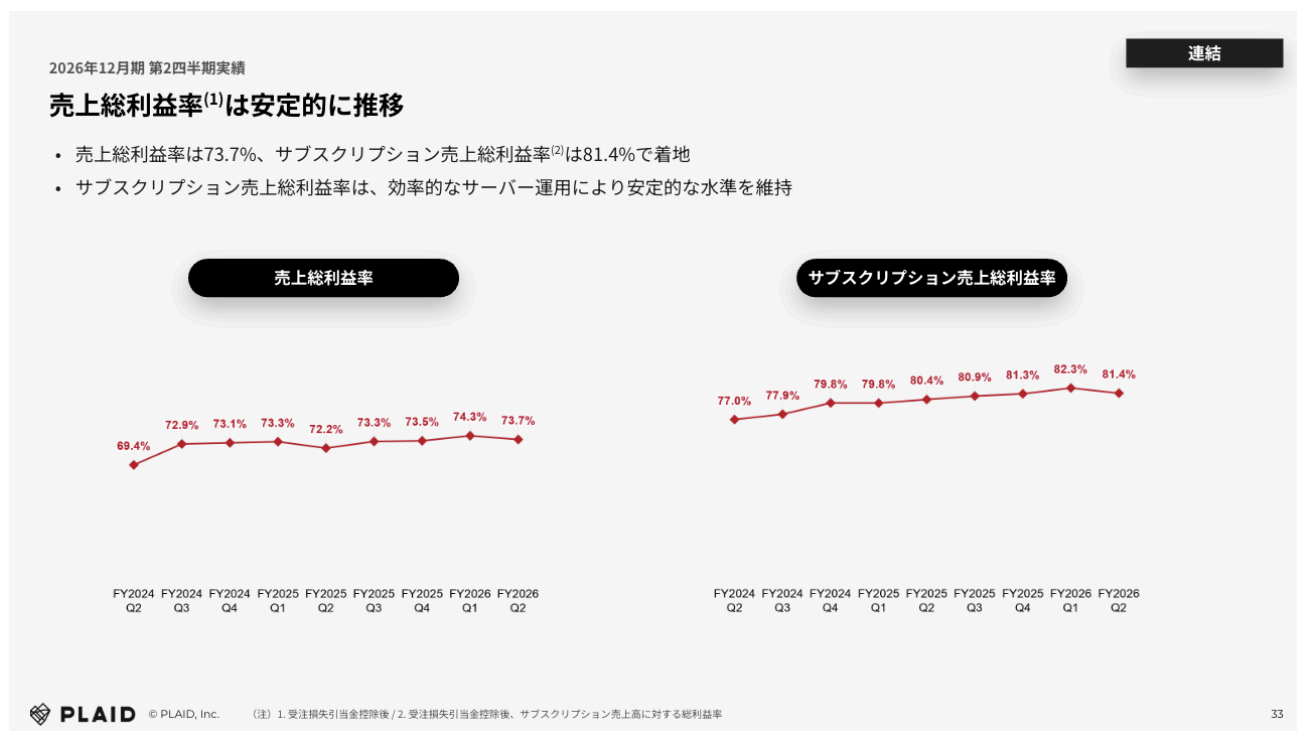


連結の売上高は、前年同期比21.2%成長の40億7,000万円を着地しております。サブスクリプション売上は前年同期比20.8%の成長となり、順調に推移しております。ARRも前年同期比約20%の成長となり、想定通りに着地しております。

また、サービスリカーリング売上高は、CloudFit社を連結した影響もあって、前年同期比59.3%と高い成長を見せております。

YoYでご覧いただきますと、約2億円の増額となっておりますが、このうち約1億円がCloudFitの連結影響ですので、PLAID ALPHAを中心とするオーガニックのサービスリカーリングの売上高成長も、非常に高い水準を保っております。

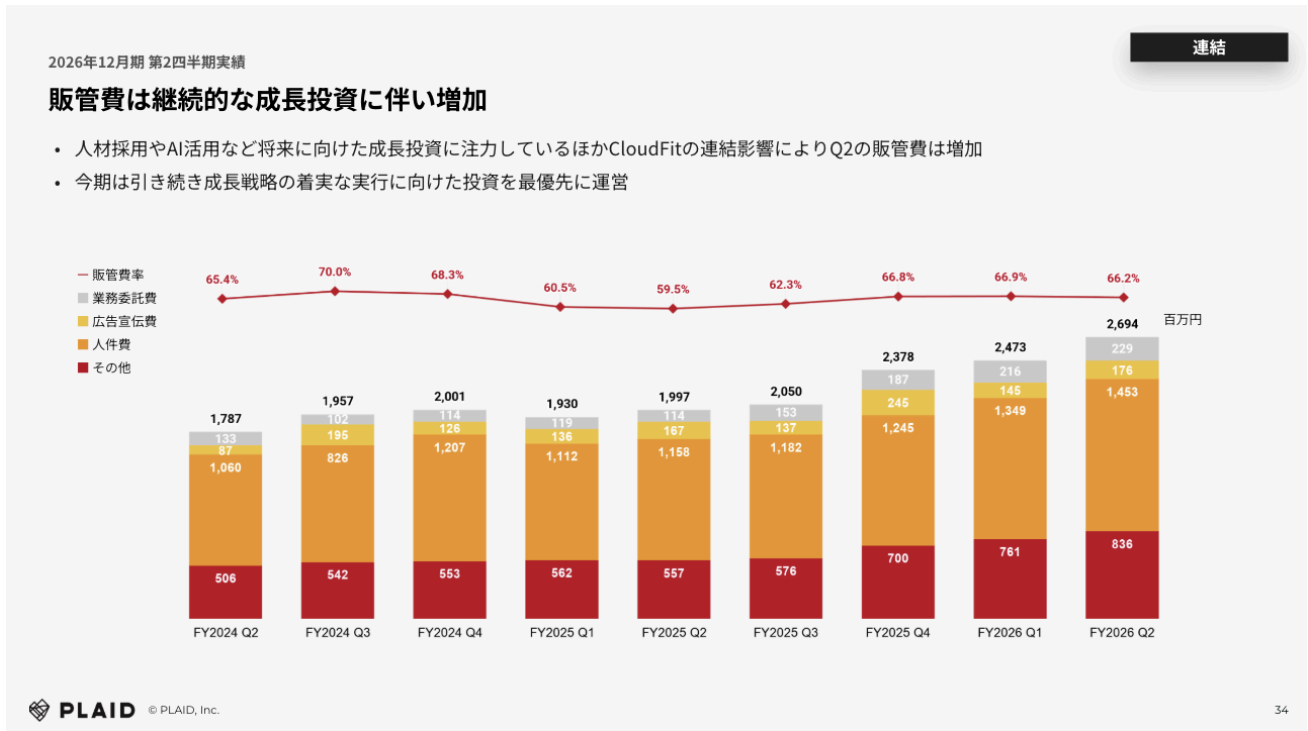
こちらは売上総利益でございます。



売上総利益率は73.7%で着地しておりまして、引き続き安定的に推移しております。右側のサブスクリプション売上総利益率も、80%超の高い水準を維持しております。

昨今、円安が非常に進んでおりますが、その中でも安定した利益率を維持していることで、私どものサーバーの効率化、サーバー運用の高いレベルというのをお示しできているかなと思っております。

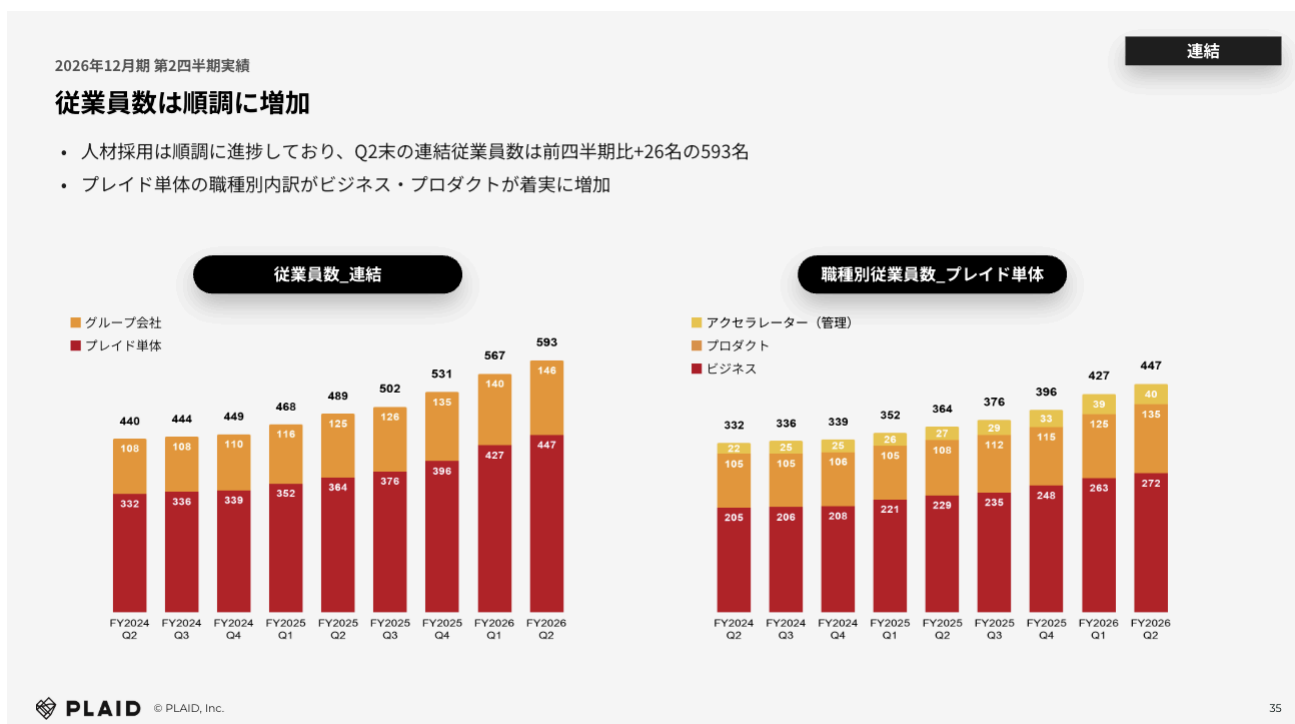
こちらが販管費で、Q2の販管費は26億9,400万円となっております。1Qに比べて約2億円増加しておりますが、このうち約1億円程度が、のれんを含めてCloudFitの連結化の影響でございます。



したがって、残りのほぼ約1億円分の増加につきましては、主に採用、あるいはこのAIの活用を中心とする成長投資によるものでございまして、これが冒頭に倉橋からもお話がありました通り、非常に順調に進んでいる状況でございます。

今期は、引き続き必要な成長投資を最優先で行う方針でございますので、Q3も、このQonQで見ますと約1億円程度、販管費が増加するのではなかろうかと考えております。

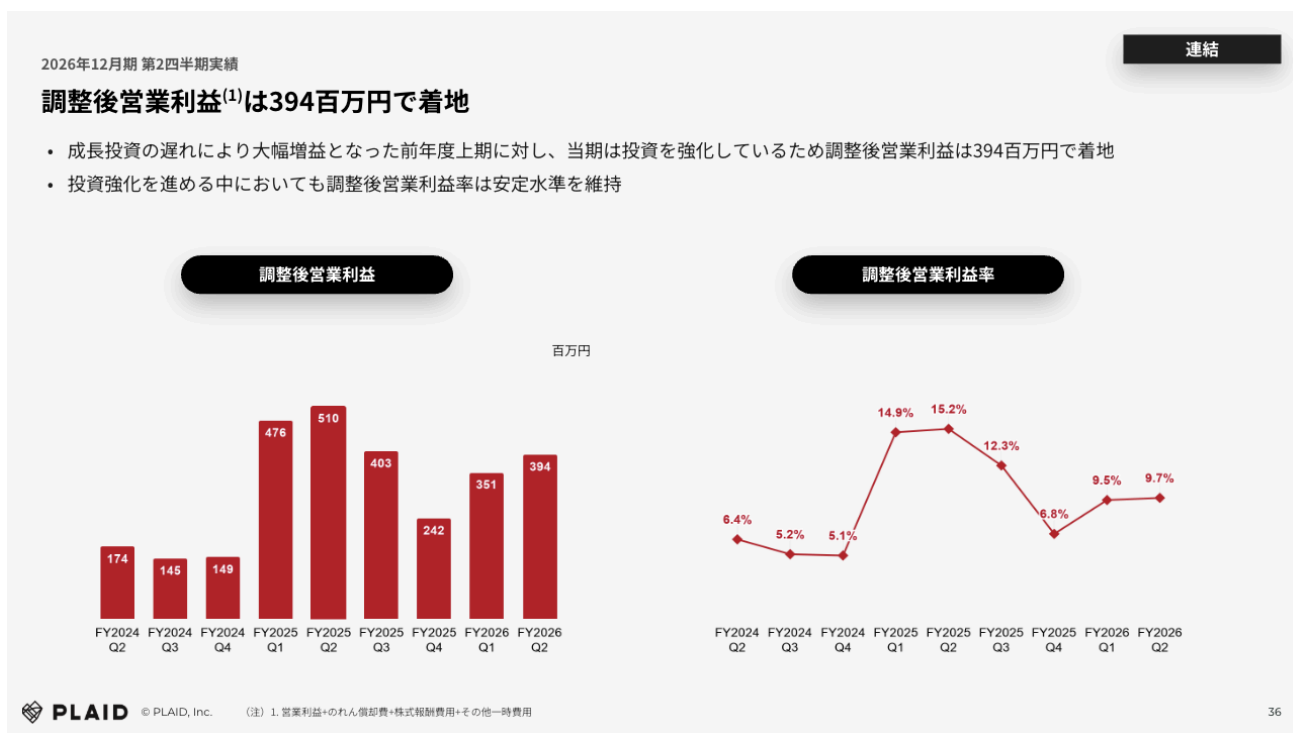
従業員数でございます。



連結の従業員数は、前四半期比26名増加の593名となりました。右側にブレイド単体の従業員数を載せておりますが、ビジネス、プロダクトを中心に約20名増加しております。

採用がしっかりと前倒しで順調に進んでおりまして、特にビジネス人材におきましては、即戦力人材も相当程度を獲得できている状況でございますので、下期の売上高成長率の加速、そして来期のトップラインの成長に向けて、非常に期待できる体制強化が進んでいると考えております。

連結の調整後営業利益でございます。



Q2の調整後営業利益は3億9,400百万円で着地いたしました。調整後営業利益率は約10%と安定した水準を維持しておりまして、規律を持って成長投資ができていると捉えております。

来期からこの投資を成長につなげて、結果的に利益率を向上させていくという方針ですので、先ほど従業員が前倒しでしっかり確保できていると申し上げましたが、この採用した人材のオンボーディング、あるいは育成による組織の強化、そしてAI活用による既存コストの見直しなどを同時並行でしっかりと進めて、収益力を高めていきたいと考えております。

バランスシートでございます。

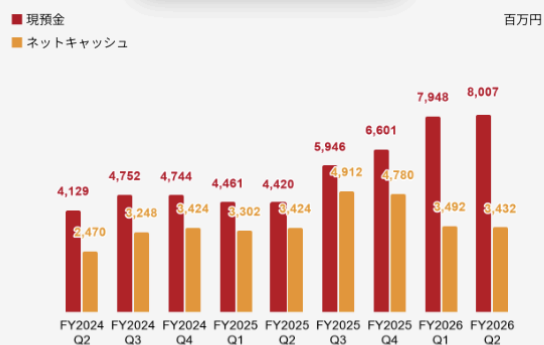
連結

2026年12月期 第2四半期実績

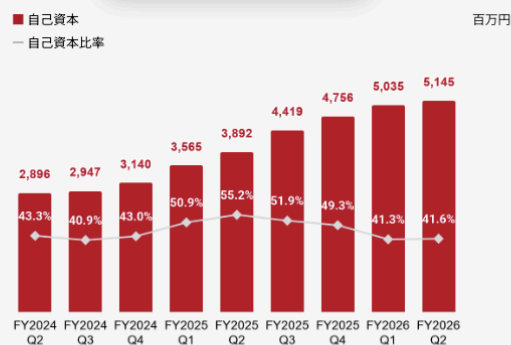
現預金と自己資本は安定した水準を継続

- 収益力の向上を背景に、現預金/自己資本ともに増加傾向
- 今後も財務健全性を意識しながら、持続的な企業価値向上に向けたM&Aや機動的な株主還元を検討/実行していく

現預金及びネットキャッシュ



自己資本

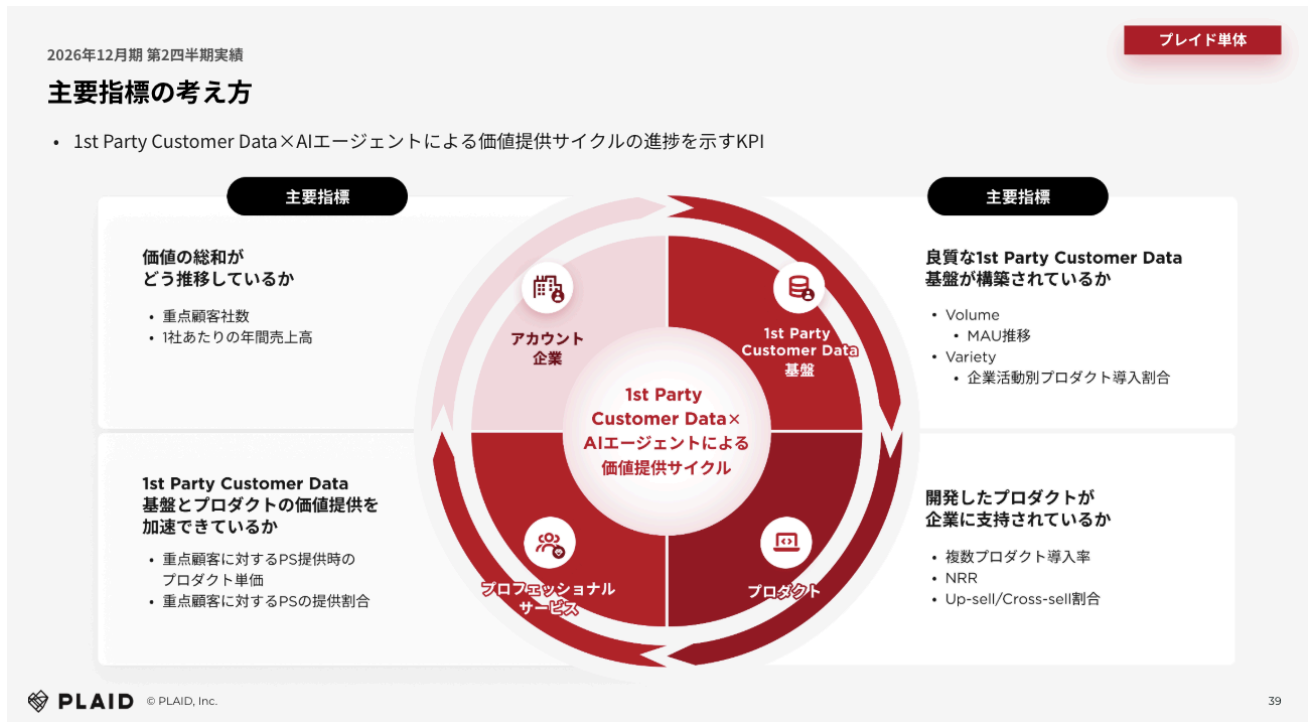


PLAID © PLAID, Inc.

37

利益率の安定化を背景といたしまして、現預金、そして自己資本ともに順調に増加してございます。引き続き、財務の健全性を意識しながら、M&Aや株主還元などを検討あるいは実行してまいりたいと考えております。

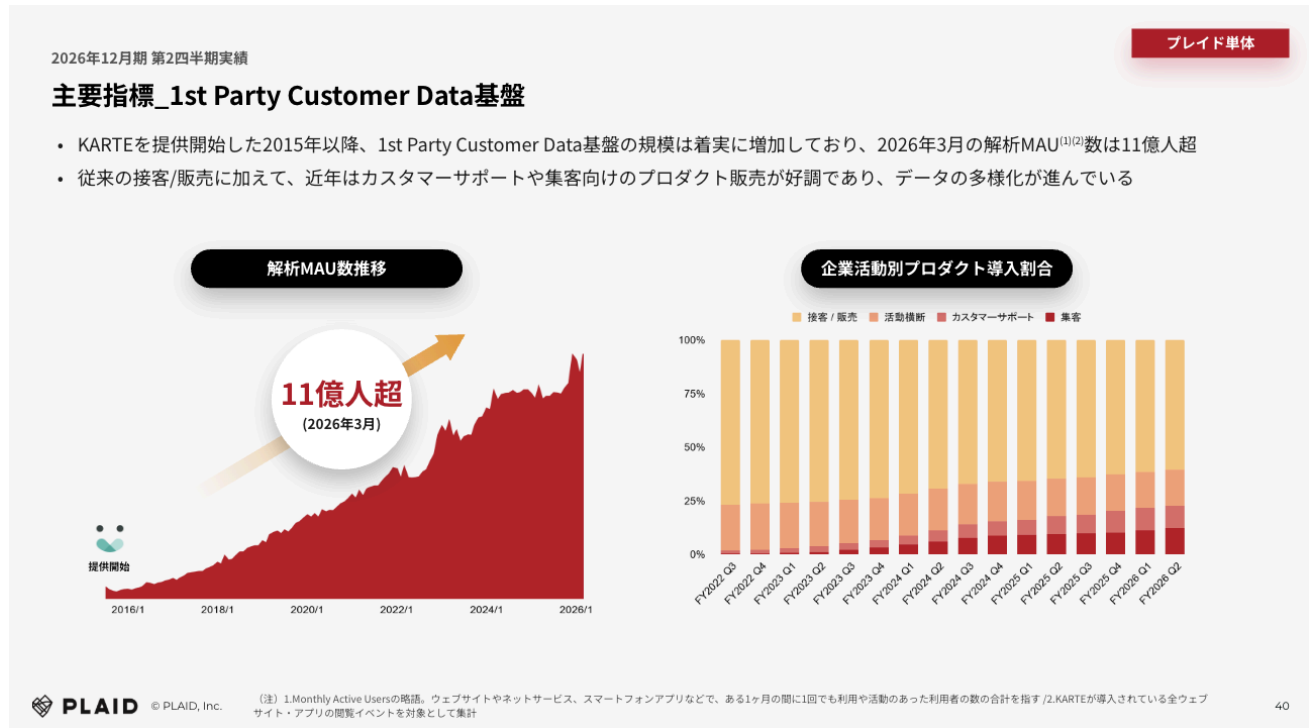
プレイド単体の主要KPIでございます。



1Qでも申し上げましたが、今期から1st Party Customer DataとAIエージェントによる、この価値の提供サイクルの進捗を表すという観点のKPIに変更させていただいております。

それぞれがどういった考え方に基づくKPIであるのか、このスライドに記載してございますので、お時間のある際にご覧いただければと思います。

それぞれのKPIのご説明をさせていただきます。まずは、サイクルの起点となる良質なデータ基盤を構築できているか否かという点でございます。



データの量、そして多様性を見るという観点で、MAUと企業活動別のプロダクトの割合を載せております。

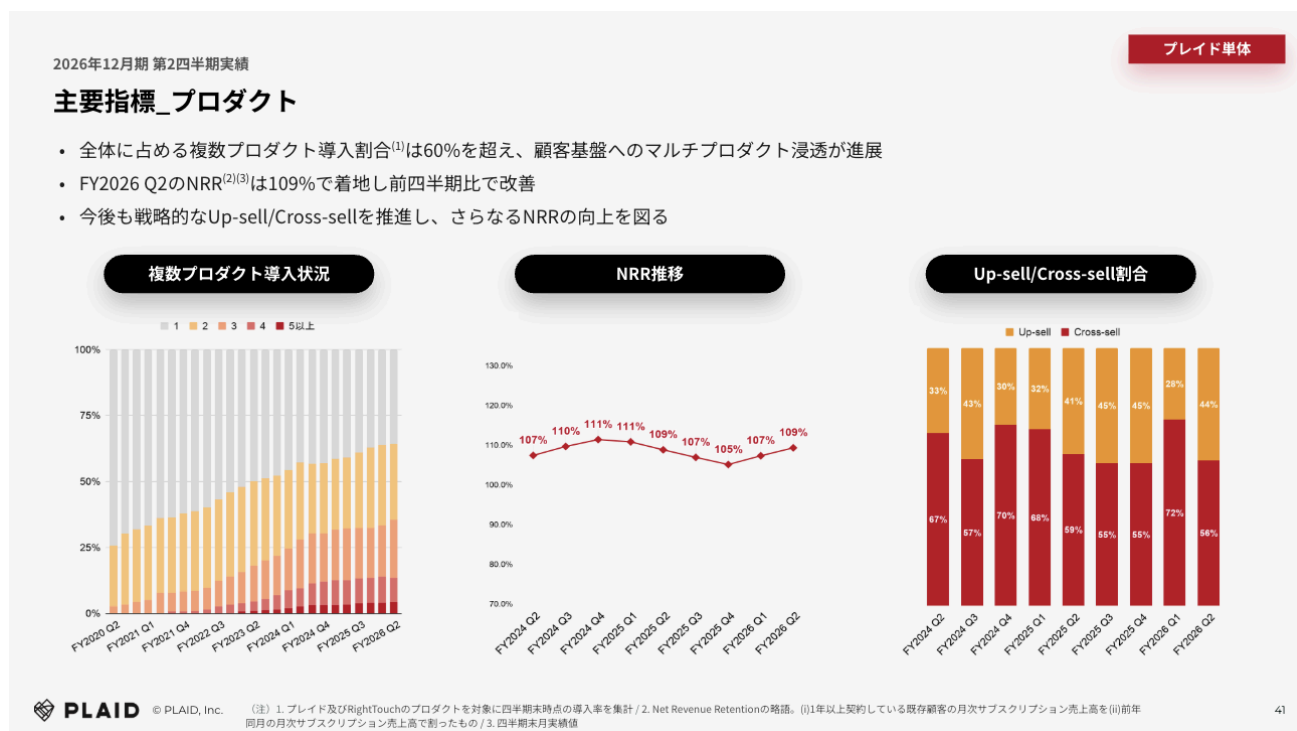
倉橋から申し上げた通り、データ量につきましては11億人を超える水準でございます、長期的に増加トレンドが続いており、かつ国内最大級の基盤がすでに出来上がっておりますので、今後も契約の増加に伴って増えていこうと考えております。

データの種類につきましても、右側のグラフの通り、マルチプロダクトの進展によって多様化が進んでおります。特にこの赤いグラフ、そしてオレンジのグラフの、集客とカスタマーサポートのデータが増えていることがご覧いただけるかなと思っております。

クロスセルが進んでいると申し上げた際に、何のクロスセルが上手くいっているのでしょうかというご質問をよく頂戴いたしますが、このグラフの通りでございます。

集客でいうと、マーケティングオートメーションのKARTE Message、カスタマーサポートで申し上げますと、グループ会社のRightTouch社が開発しているコンタクトセンター向けのプロダクトのクロスセルが、非常に好調に進んでいる状況でございます。

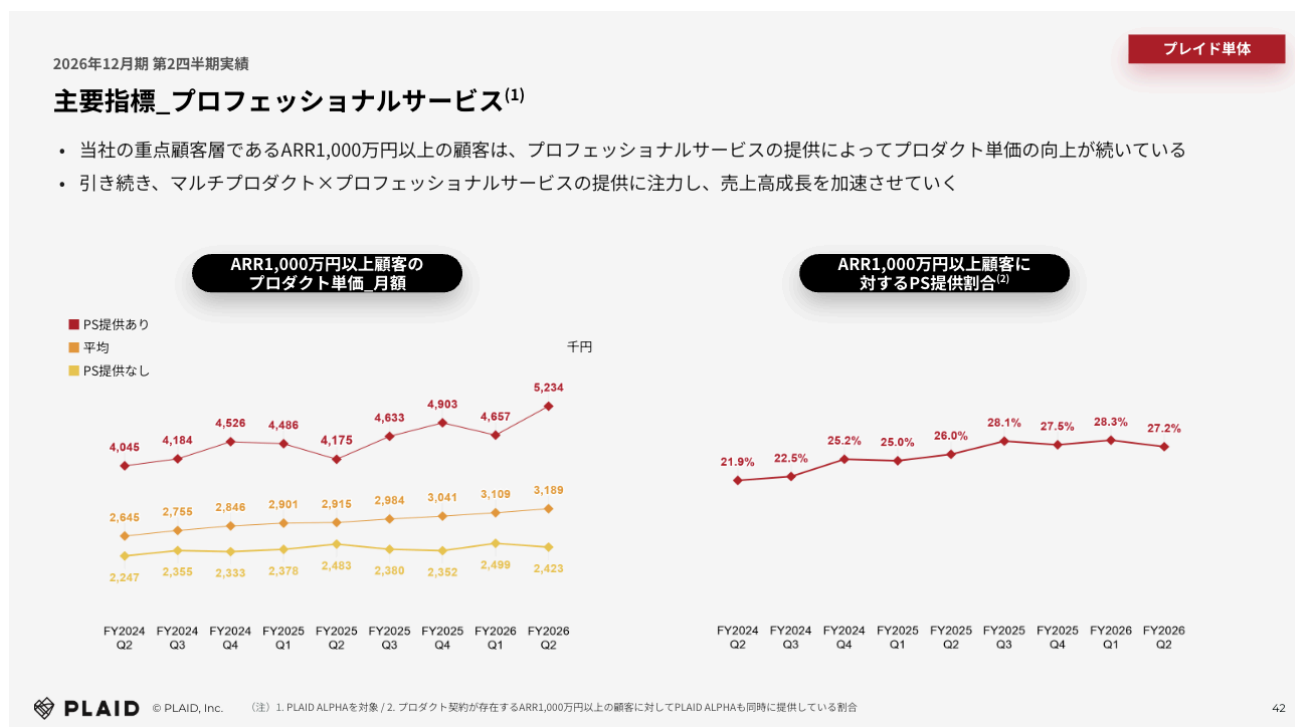
こちらはプロダクトの状況でございます。



一番左側のグラフで、複数のプロダクト導入割合も毎四半期で着実に増加しておりまして、足元は60%を超え、7割に近い水準まで向上しております。NRRも109%ということで、前四半期の107%から2ポイント向上しております。

Q3もサブスクリプション売上高の純増を見込んでおりますので、同じように110%程度のNRRで着地するのではないかと考えております。引き続き、クロスセルを行いながら、そのクロスセルした商材のアップセルをバランス良く推進し、NRRの向上を図ってまいりたいと考えております。

プロフェッショナルサービスでございます。



左側のグラフは、弊社が重点顧客層に位置付けておりますARR1,000万円以上の顧客における、プロフェッショナルサービスの有無に伴うプロダクトの月額単価の比較でございます。

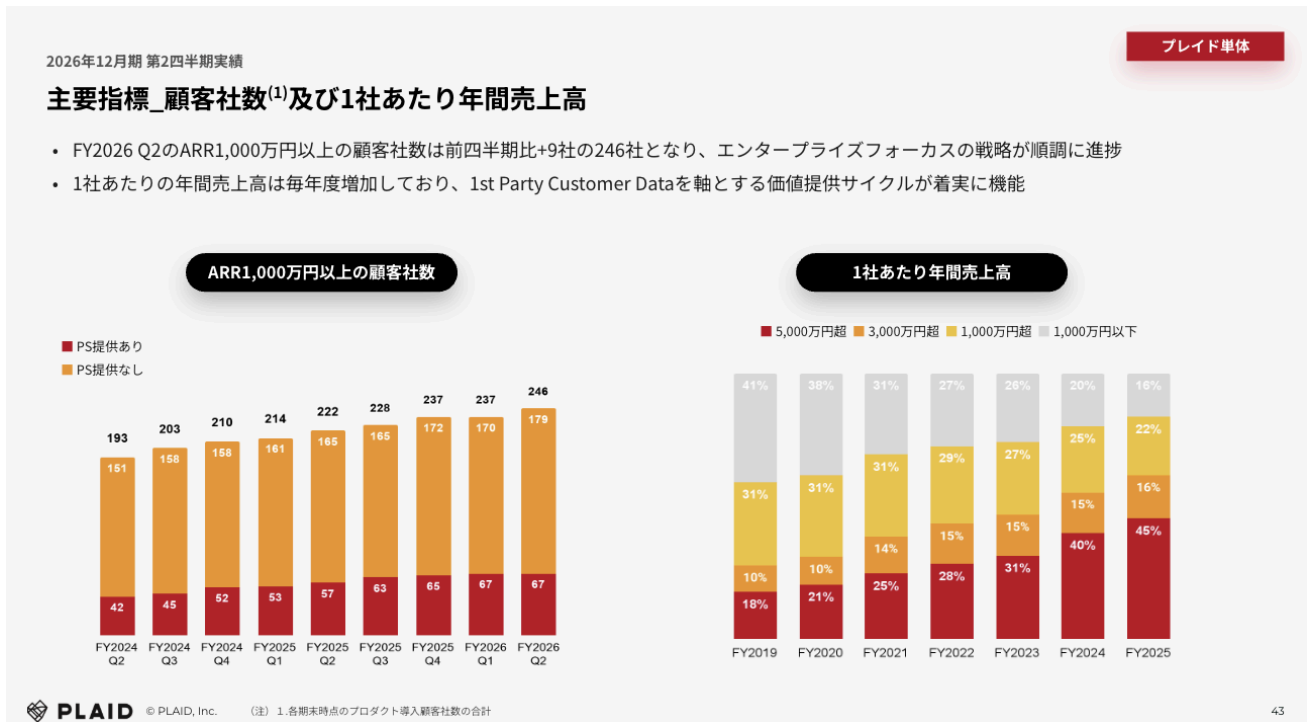
ご覧の通りでございますが、濃い赤のグラフで、プロフェッショナルサービスを同時に提供している顧客のプロダクト単価が着実に向上していることがご覧いただけるかなと思います。

プロフェッショナルサービスを通じて、このデータ基盤とプロダクトの価値をしっかりと加速できているということだと思っております。

右側のグラフは、ARR1,000万円以上の顧客に対するプロフェッショナルサービスの提供割合、付帯率と呼んでおりますが、こちらは現在30%弱の水準が続いておりますので、人員増強、そして組織力の強化を通じて、適切なペースでこの比率を高めていきたいと考えております。

この比率を高めていくことで、さらにこのプロダクトの月額単価も引き上げることが可能であると、NRRの向上も可能であると考えております。

ARR1,000万円以上の社数と、1社当たりの年間売上高でございます。



特に良かったのは社数の部分でございます。ARR1,000万円以上の顧客者数は前四半期比9社増加いたしまして、246社でございます。

1社当たりの年間売上高は、右側でございます通り、こちらも毎年度着実に増加しております。新規の獲得と、アップセル、クロスセルによるリフトアップにより、エンタープライズ企業の社数が増えている状況でございますので、こちらも引き続き注力してまいりたいと考えております。

業績の見通しでございます。

業績見通し

2026年12月期⁽¹⁾業績予想

- サブスクリプション売上高およびサービスリカーリング売上高が引き続き順調に増加
- Q3連結売上高は前年同期比+26.0%成長の4,142百万円、Q3累計では前年同期比+21.0%の11,908百万円となる見通し
- Q3調整後営業利益は345百万円、Q3累計では1,091百万円を見込む

百万円		2026/12期 予想	
		第3四半期累計	年度 (15ヶ月決算)
売上高	連結	11,908	20,577
	前年同期比	21.0%	-
調整後営業利益	連結	1,091	2,387
	調整後営業利益率	9.1%	-
営業利益	連結	880	2,183
	営業利益率	7.3%	-

PLAID © PLAID, Inc. (注) 1. 2025年12月18日開催の第14期定時株主総会にて、9月決算から12月決算への移行について決議済

45

Q1でもお伝えいたしましたが、今年度は採用を中心とする成長投資にフォーカスすると申し上げておりましたので、その進捗により、通期の業績見通しが変わる可能性があるということで、年度予想とともに、翌四半期の業績予想も開示してございます。

Q3四半期の連結売上高は、前年同期比26%成長の41億4,200万円を見込んでおまして、Q1、Q2よりも高い成長率で着地できる見通しでございます。Q3累計で申し上げますと、前年同期比21%成長の119億800万円となる見通しでございます。調整後営業利益はQ3で3億4,500万円、Q3累計で10億9,100万円の着地を見込んでおります。

ここまで申し上げてきた通り、従業員の採用もそうですし、AIの活用もそうですし、成長投資が想定よりも非常にいい形で上期は進捗してございますので、下期の売上成長率の加速、そして来期以降の力強い成長にしっかりとつなげてまいりたいと考えております。

業績の見通しに関する、私からのご説明は以上です。

最後に、一つだけ告知をさせていただきます。先日、弊社より適時開示を出させていただいておりますが、6月4日に個人投資家の皆様向けの説明会を開催させていただきます。

Appendix

個人投資家説明会の開催

- 個人投資家の皆様に当社への理解を深めて頂くことを目的に、当社初となる「個人投資家説明会」を開催予定

- **開催日時** 2026年6月4日（木）19:00-20:00
- **登壇者** 代表取締役 執行役員 CEO 倉橋 健太
執行役員 VP of Finance 高橋 雄佑
- **内容** 会社概要及び決算概況、成長戦略についてのご説明、Q&A等を予定
- **参加方法** ZOOM形式での開催
事前登録は[こちら](#)

もちろん、個人投資家の皆様に限らず、機関投資家の皆様もご参加いただくことは可能でございますので、ぜひお時間がよろしければ参加いただくと幸いです。本日の弊社からのご説明は以上となりますので、これよりQ&Aセッションに移りたいと思います。

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 2026年12月期第2四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セッションを開始いたします。

質問1：ご説明ありがとうございました。2点ほどよろしくお願ひいたします。

1点目ですが、大口顧客の利用が着実に広がっている印象を持っております。足元、AIを含めていろいろなサービスが登場する中で、株式市場は少し動揺していたりも思うのですが、実際の現場において、何か顧客のニーズに変化は出てきているのか。何か懸念すべき話、逆に収益機会として捉えている話などがあれば、ご共有いただきたいです。

2点目が、顧客の開拓動向についてです。昨年については、値上げ対応に少し開拓リソースを取られていたというご説明もあったように思うのですが、足元、開拓の進捗はどうか。開拓数が今後引き上がっていくと見ていいのか、パイプラインの動向などをご教示いただきたいです。

倉橋：ご質問ありがとうございます。1点目は私の方からお話したいと思います。

株式市場の反応と、顧客企業の反応は、やはり全く違うというか真逆の反応かなと考えております。AIの登場によって、途中われわれもお話をいたしました、企業活動におけるデータ活用のオポチュニティが非常に大きく広がっているという認識が、顧客市場側の大枠の反応です。

もちろん、このAIの波によるものだけではなく、われわれが多岐にわたるプロダクト、そして現場だけではなく経営および戦略からご提案し、伴走するということを繰り返してきているからだとは思っておりますが、経営、そして代表クラスと会話し、次世代の事業のあり方を議論して、全社にそのデータを軸とした戦略および環境を反映していくといった相談や提案機会というのが着実に増えています。

これは間違いのない、世の中の大きな流れと考えておりますので、われわれとしては、しっかりとそれを具体的なケースとしていくこと。やはり提供価値の幅の広さや、プロダクトの幅も含めて、昨今のこのAIの流れも含めると、かなり世の中の顧客企業・市場が、ぱっと理解するのが難しいフェーズに今、入っているのだらうと思っております。

だからこそ、ではプレイドが提供するこのデータ環境、データ基盤を活用すると、どのような企業のあり方、どのような事業のあり方が表現できるのかという具体的なケースを通じてしか、なかなか簡単にお伝えできないのではないかなと考えています。

ですので、よりその可能性を伝える、そういった企業さま、もしくは横の企業さまにも、そういった価値が伝わっていくように、われわれとしてはそういったケースの創出へと最大注力をかけて、具体的な価値を皆様にお届けできるように今進めてございます。

あらためてですが、非常に大きな機会が広がっていくということが、より加速的に起きてくるだろうと見ております。

高橋：2点目は、私から回答させていただきます。

今の倉橋の回答にも通じますが、このAIが強力になる中で顧客の開拓はどうなるのかというご質問だったかと思いますが、結論として、非常に強い自信もありますし、その裏付けとなるパイプラインも積み上がってきていると思っております。

件数もそうですが、やはり金額規模が大きくなってきております。やはり倉橋も申し上げていた通り、外部環境において、このAIの登場・進化によって、データをより使うという機運が高まっている、かつ、その状態が積もっているということも当然でございます。

ただ、やはりそこに対するわれわれの提供価値、ケイパビリティが揃ってきているというのが、非常に大きな点だと思っております。

例えば、先ほどアジト社を吸収するというのを申し上げましたが、やはりマーケティング一つを取ってみましても、KARTEはアプリ上、ないしウェブサイト上のユーザーの行動をリアルタイムに捕捉するものですが、企業の視点から見ますと、それはマーケティングのジャーニーの中の動きの

一つに過ぎません。

ビジネスアップデート

広告事業の拡大に向けたアジト社の吸収合併(2)

- KARTE/Databeatのデータ連携を更に進め、AI Agentによって従来のデジタル広告運用業務を自動化
- エンタープライズを中心とする顧客企業のデジタル広告予算の獲得を目指す



当然、その前にはサイトの中に入ってくる前の集客もありますし、それを実際に回すための広告運用のノウハウや活動も必要となってきますが、プレイドはこれらを一気に通貫で提供できます。

従来ですと、各部署や各人、各ツールごとに蓄積していたデータは完全に分断されておりましたので、これはどう使えばいいのかと思考が停止していたわけですが、それを統合的に活用できる時代がこのAIによって来ているので、それを活用して、かつアウトカムを出せるケイパビリティをプレイドは有しているということが、このパイプラインが非常に強く大きくなってきている理由かなと思っております。

ですので、外部環境と内部環境がマッチしてきているというのが、非常に大きいかなと思っております。

倉橋：私から、高橋の話を聞きながら、もう一つお伝えできることがあると思ったのですが、実際に顧客企業様、もしくは経営層へのご提案の中で、どういう反応があるかというのもインサイトとしてお伝えできるかなと思ってます。

一つは、今、高橋がお話ししたことでありますが、データ、特に顧客コンテキストや意図といったデータを持ち込むことで、各部門や横々の部署の活動が断片化せずに済むということが、非常に企業経営層から大きな期待を寄せられております。

数字を因数分解して、どちらかの数字を上げるとどちらかの数字が下がると。例えば、集客の数を上げるとコンバージョン率が下がるといったことはよくあるわけですが、そういった数字を分解した反応の蓄積ではなく、実際に顧客がどのように反応したのか、狙い通りに顧客が動いているのかということ、それらの活動の指標として持っていくことができます。そうすると、活動がしっかりと重なってくるということでございます。

これが企業活動の中で、横々の役割だけではなく、縦のレイヤー間でもしっかりと接続することができる、非常に大きな反応としていただいております。なので、組織の断片化を防ぐというところは非常に大きな可能性があるところですよ。

もう一つは、当然ながら、こういった大きな提案はコンペになることが非常に多いわけですが、そこでの一つのインサイトでございます。

効率化や、何かしらの戦略を実現するコストの低さといったところは、どの企業も提案してきます。ただ、プレイドが提案するのは、新しい事業のあり方、新しい業務のあり方、新しい収益をどこで作るのかといった、まだないものに対する提案になっています。これがなぜできるのかというと、顧客コンテキスト、およびデータ、プロダクトがあるからです。

ここは非常に大きな違いであり、プレイドとは未来を創出する提案をしてくれるパートナーであるというような認識は、今々の提案活動の中でもしっかりと捕捉できています。

ですので、われわれとしては、そういったプロポジションをしっかりと認識いただけるように活動していくということが、よりポイントになってくると考えております。

質問1：非常に詳細にありがとうございました。

司会：ありがとうございます。質問が終わりましたので、これにて株式会社プレイド 2026年12月期第2四半期決算説明会を閉会いたします。本日は最後までご参加いただき、誠にありがとうございました。

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。