



個人投資家向け説明会

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2026年6月

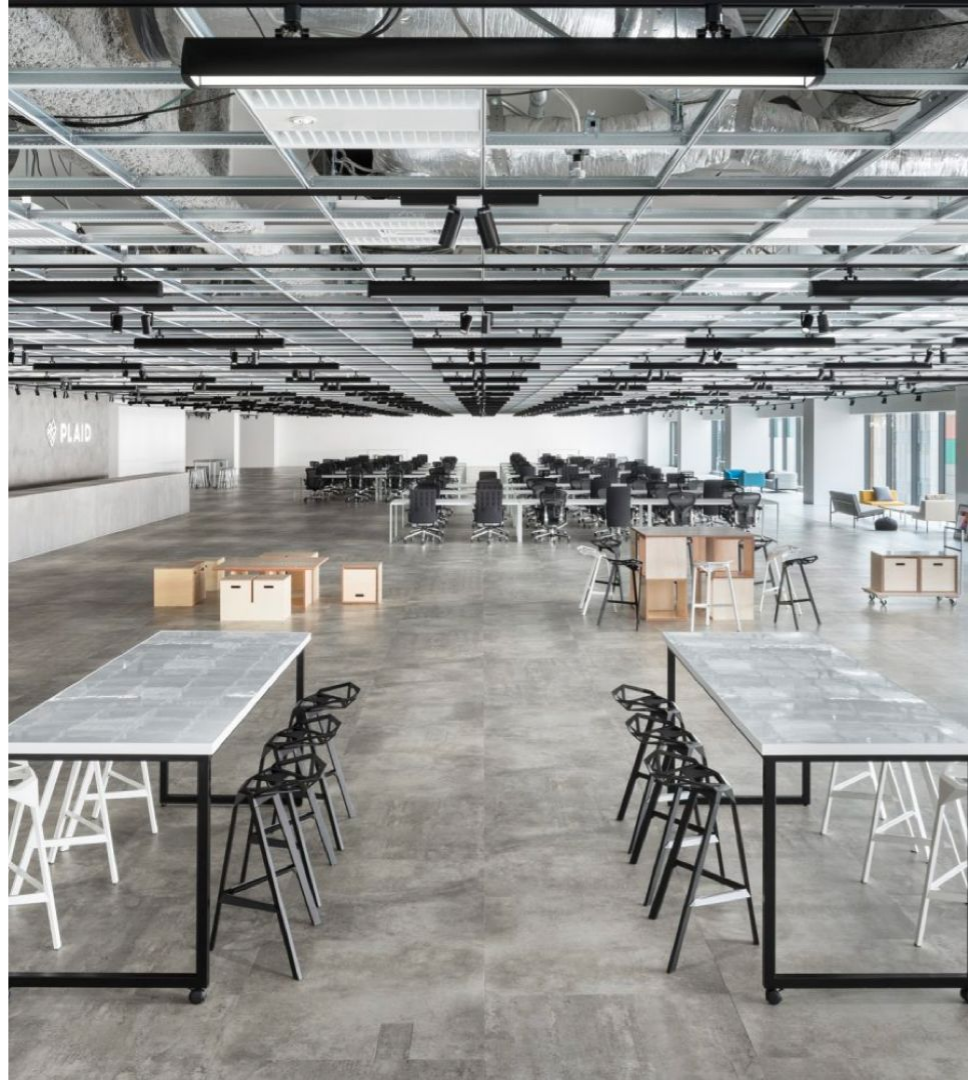
本資料の取り扱いについて

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. 会社概要
2. 成長戦略
3. 財務情報



倉橋 健太 / 代表取締役CEO

- 2005年 同志社大学法学部卒業
- 2005年 楽天株式会社に入社。楽天市場におけるマーケティング、サイト・アプリ構築等を担当
- 2011年 当社を創業し、代表取締役CEOに就任



高橋 雄佑 / 執行役員 VP of Finance

- 2008年 みずほ銀行入社後、同証券の情報通信セクターカバレッジとしてM&Aや各種ファイナンス業務に従事し、プレイドIPOを支援
- 2021年 プレイド入社
- 2024年 執行役員 VP of Financeに就任





PLAID

株式会社プレイド

東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX 10F

設立：2011年10月

従業員（連結/単体）：593/447人（2026年3月末時点）

沿革

- | | |
|----------|---|
| 2011年10月 | 創業 |
| 2015年3月 | CXプラットフォーム「KARTE」正式版を提供開始 |
| 2018年4月 | 既存投資家を中心に7社から総額27億円の資金調達を実施 |
| 2018年7月 | GINZA SIXにオフィス移転 |
| 2019年11月 | Googleからの資金調達を実施 |
| 2020年12月 | 東証マザーズ上場 |
| 2021年9月 | 顧客/市場調査事業を展開するエモーションテックのグループ参画 |
| 2021年12月 | RightTouchを設立し、カスタマーサポート領域を本格化 |
| 2022年10月 | インターネット広告領域のアジトがグループ参画 |
| 2023年10月 | プロフェッショナルサービス「PLAID ALPHA」を開始 |
| 2024年10月 | プレイドグループがARR100億円を突破 |
| 2025年11月 | 顧客コンテキストを自動理解するAI「Context Lake」を開発
コマースメディア事業の開始を発表
CX/DX支援事業を展開するCloudFitのグループ参画 |

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。

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

1. 会社概要
2. 成長戦略
3. 財務情報



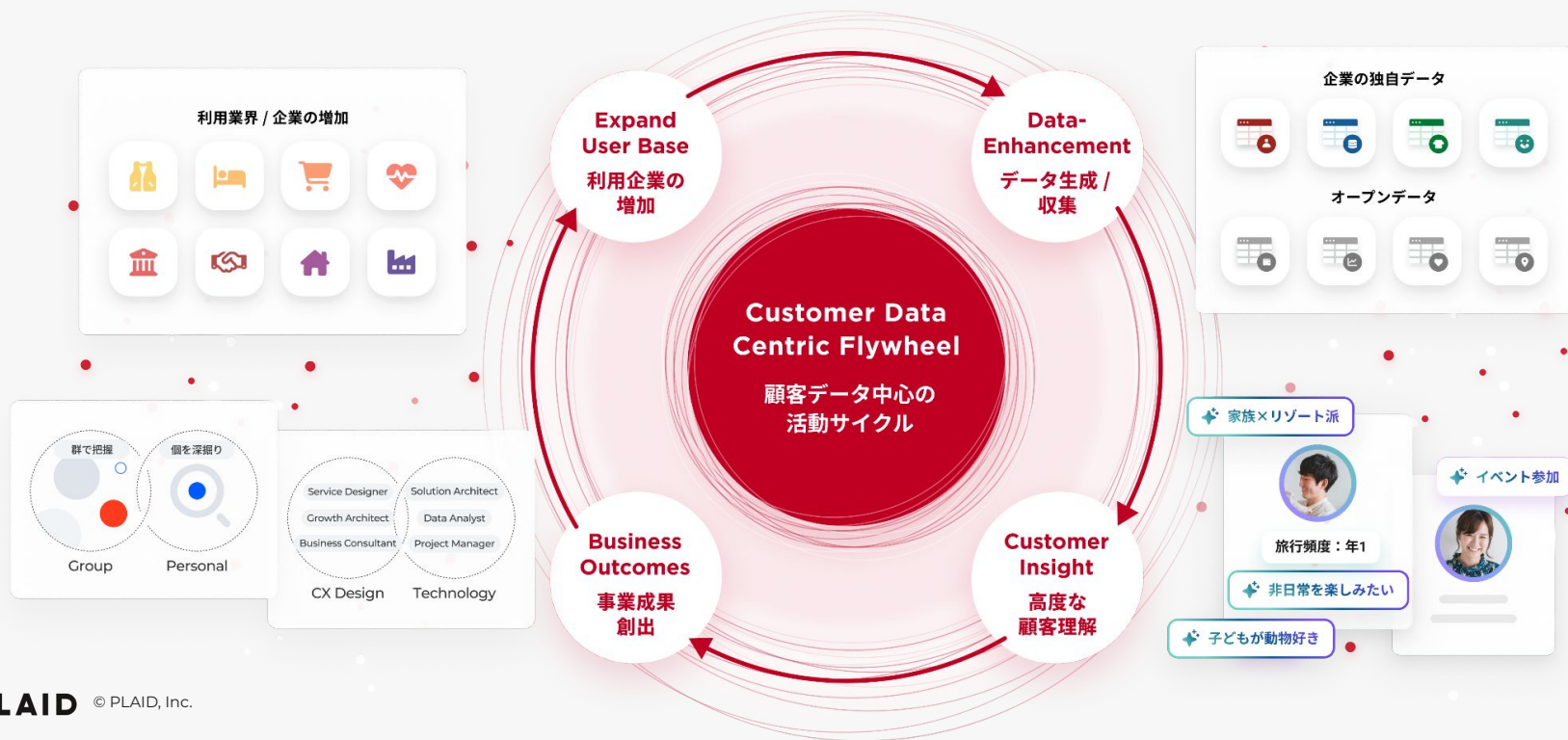
企業の競争力における顧客理解・市場理解の重要性の高まり_重要な仮説

- 顧客のニーズや行動が変化する一方、AIによる各社サービスの同質化、効率化偏重による事業停滞、学習データの枯渇といった課題が生じている
- 変化の激しい環境下、企業が顧客に選ばれ続けるためには深い「顧客理解」と「市場理解」が不可欠であり、その実現にはクローズドデータ=「1st Party Customer Data」が鍵



基本戦略

- 1st Party Customer Dataを中心とする価値提供のサイクルが基本戦略
- AI時代においては、データによる顧客理解・市場理解、それに基づく企業活動およびそのプロセス全体のAIXが競争力を左右



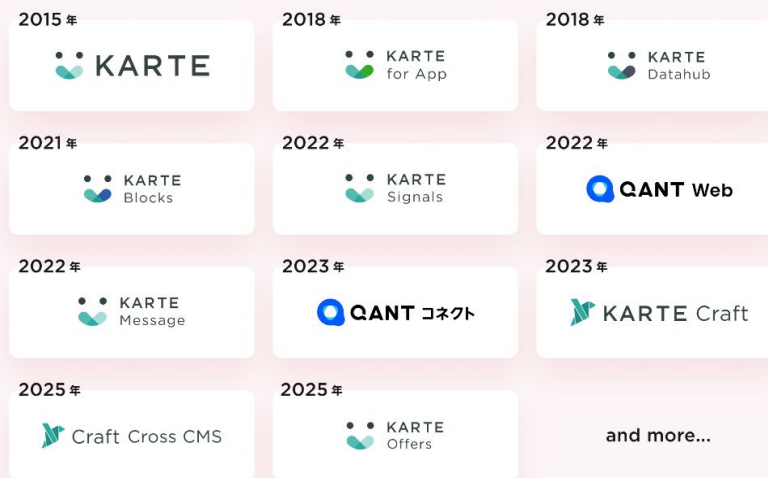
1st Party Customer Dataを常時生成/収集する独自の解析基盤とプロダクト

- 顧客一人ひとりの行動をリアルタイムに可視化する独自の解析基盤をもとに、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/収集
- AI実装の加速により、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促進

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



国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- KARTEによる解析MAU⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾数は11億人を超え、国内最大級の1st Party Customer Data基盤にまで拡大
- 大規模/多種多様/リアルタイムという特性を持ったデータ基盤が育まれており、量と質を兼ね備えた優良なデータ環境を企業に提供

KARTEの解析MAU数

11億人超

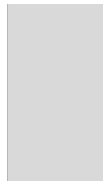


約8億人



大手メディア

約6億人



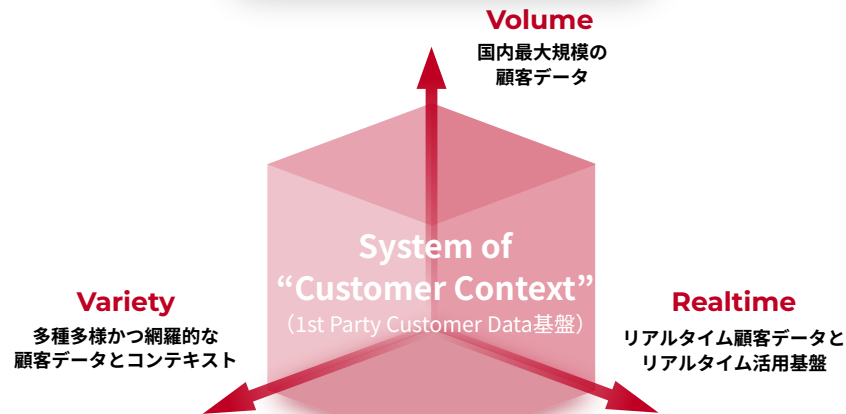
大手SNS

約5億人



大手ECサイト

当社が提供するデータ環境



企業活動を阻む2つの壁をいかに解くか？

- データ活用においては、企業活動を阻む分析・開発の壁が存在。
- 1st Party Customer Dataに裏打ちされた「AI（自動化）」×「人（プロフェッショナルサービス）」の力で解決に導く

1つ目の壁



データがあっても
顧客理解につながる
有効な分析が難しい

2つ目の壁



ツールがあっても
顧客群・顧客接点を網羅した
施策設計・開発が難しい



1

データから顧客コンテキストの
分析・抽出を自動化するAI

2

AIエージェントスタジオによる
分析や施策開発の自動化

3

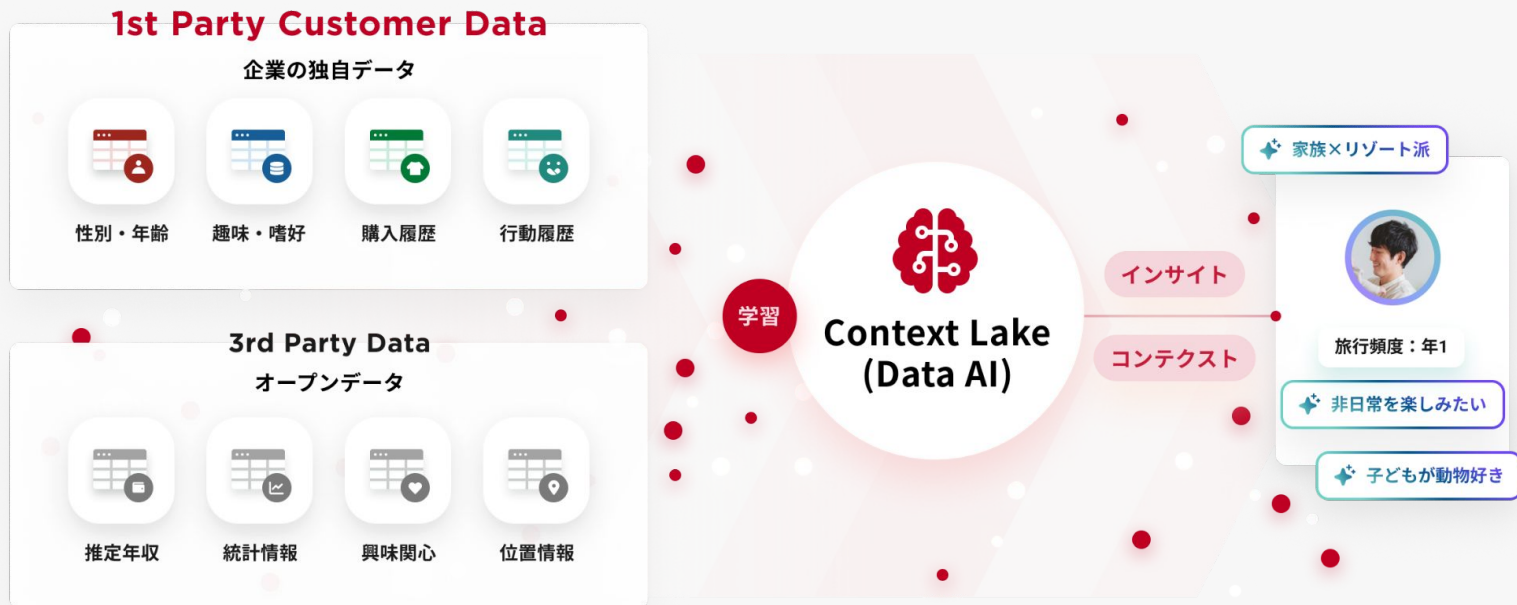
プロフェッショナルサービス
による戦略策定や施策支援等

4

確実かつ安心の運用を実現する
管理画面とAIによるサポート

AIの進化による顧客理解/市場理解のブレイクスルー

- LLMによって高度なデータ分析スキルがなくても膨大なデータから意味を見出し、“インサイト”や“コンテキスト”を抽出できる時代へ
- 大規模な顧客データを活用することで、高度な顧客理解が実現可能に



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

- 1st Party Customer Dataを軸に、当社プロダクトやAIエージェントは勿論、それに限らない様々な環境とAIエージェントスタジオ等を通じ接続
- 実装と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することで、企業活動を包括的に支援

顧客理解を
ベースとした
企業活動全体の
支援

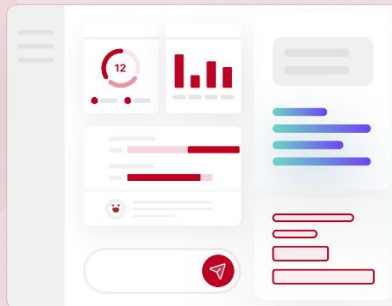
AI Agent SaaS Application

ブレイド内外のAI Agentや
SaaS Application



AIエージェントスタジオ

網羅的なプロダクト群を土台とした
AIエージェントスタジオ



プロフェッショナル サービス

データ生成 / 収集 / 統合、
AIエージェント構築の加速



持続的な成長と競争力を生み出す、プロフェッショナルサービスの新しいモデル

- 顧客データ、業界ナレッジ、そしてITの専門性、それらがあることで、実効性のあるAIエージェントの開発が可能
- 当社は全ての要素を自グループで抱えており、より競争力と実効性あるプロフェッショナルサービスとして展開していく

03. 今後
プロフェッショナルサービスの新しいモデル

顧客データ×業界ナレッジ×IT専門性 = 良質なAIエージェント

希少性の高い顧客データ、高い業界ナレッジ、高度なITの専門性を掛け合わせ、実効性あるAIエージェントを提供する、新しいプロフェッショナルサービスを実現。

02. 現在
提供価値向上の推進

提供プロセス全体におけるAIの活用徹底

CloudFit社の子会社化によりDX領域支援のナレッジも獲得し、上流～下流を問わず提供価値を拡大。またAI環境をフル導入し、提供プロセス全体の生産性を向上。

01. これまで
各業界のナレッジ蓄積

トップ企業向けのCX/DX支援事例積み上げ

各業界のトップ企業向けのプロダクト活用支援やデータ基盤構築など、CX領域支援に注力しナレッジを蓄積。支援内容の高度化・深化を進める。

持続的で高い事業成長

支援事例：株式会社コーセー様（1）

- 店舗・ECの体験の分断を解決。横断した顧客分析を実現し「DECORTÉ（コスメデコルテ）」EC売上前年比二桁増⁽¹⁾を達成
- 企業活動の重心が「お客様主導」に変化し、よりお客様に寄り添ったサービス展開へ



課題

- ブランドやチャネル（店舗・EC）間で顧客体験が分断されがちな状況にあり、蓄積されたデータの横断的な分析・活用が未浸透

施策

- 共通メンバーシップ「KOSÉ ID」のデータを2023年より本格的な分析と活用を開始
- 「KARTE」を導入し、業界に精通したブレイドのチームによる伴走体制で施策を改善
 - 「KOSÉ ID」の購買データ×「KARTE」で取得したオンライン上の行動データによる顧客理解向上の支援
 - ブランドのクレド（信条）に基づく「Web接客のアセスメント」作成の支援

成果

- OMO⁽²⁾の推進を見据えた全部門での「共通の顧客理解」形成
- 「DECORTÉ（コスメデコルテ）」EC売上前年比二桁成長⁽¹⁾ & 国内売上過去最高を達成
- 企業活動の重心を「お客様主導」へシフト

支援事例：株式会社コーセー様（2）

- 各サイトで点在していたWeb接客、CRMシステムと顧客データ基盤をワンプラットフォームに統合
- 店舗やEC、そしてブランドを横断して顧客インサイトを理解し、顧客中心の一貫した活動をKARTEシリーズとPLAID ALPHAで支援



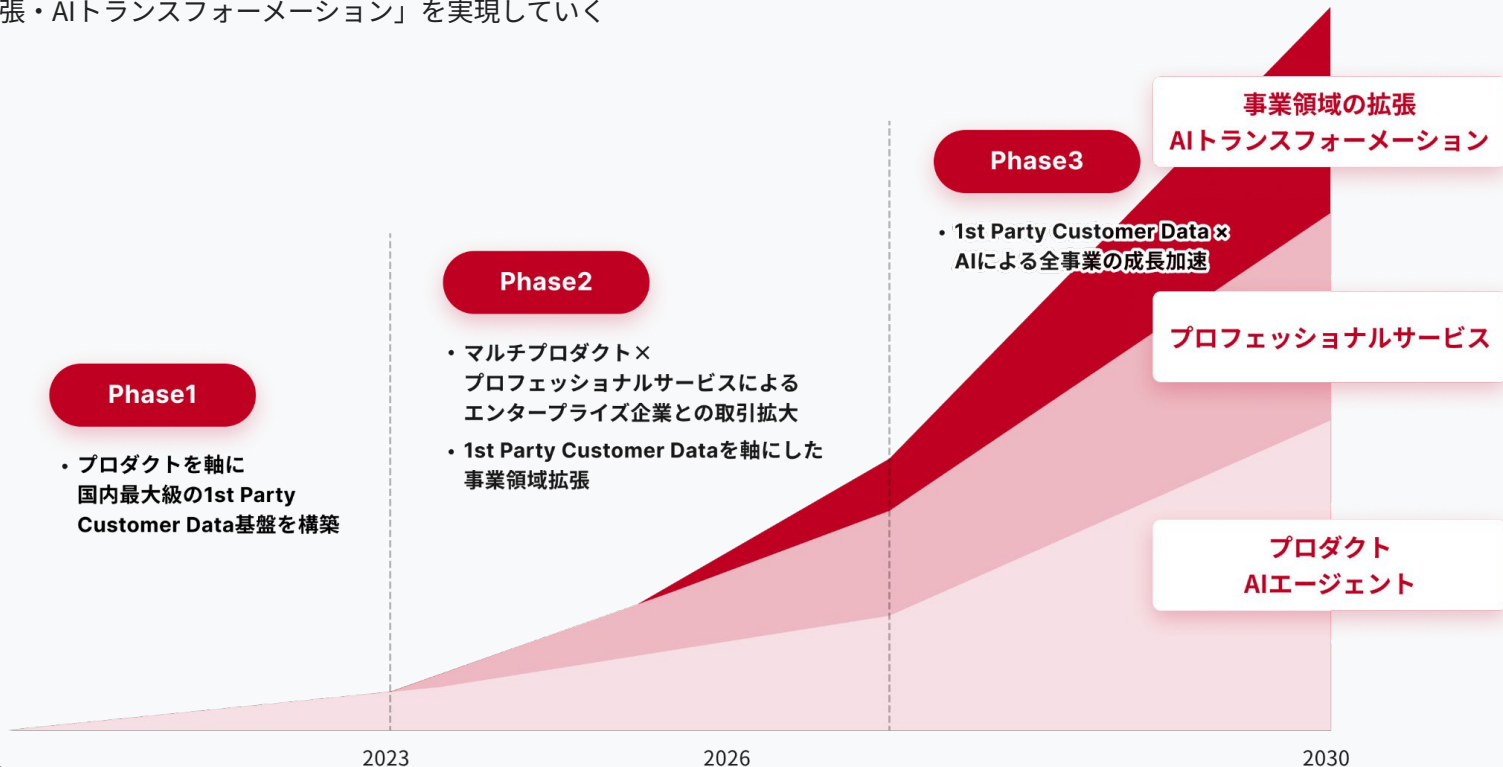
開発事例：AIを活用した対面接客領域における業務支援AIアシスタント

- Google Chrome™のBuilt-in AIを活用した対面業務支援AIアシスタントを開発、Google I/O⁽¹⁾ 2026にて先進事例として紹介
- 会話分析と要約をデバイス上で完結させることで、プライバシー保護と高度なAI活用を両立しながら接客品質向上を支援

	対面業務における従来の課題	当社が開発したソリューション
<p>スタッフの接客をサポート “来店後はどういう接客トークをしたら良いか”</p>  <p>ツアー Agent</p>	<p>顧客理解</p> <ul style="list-style-type: none">• 対面での会話が記録・活用されにくい	<ul style="list-style-type: none">• 会話内容をAIがリアルタイムに分析/要約、顧客理解を支援
<p>商品の提供をサポート</p> 	<p>接客プロセス</p> <ul style="list-style-type: none">• ヒアリング項目や提案内容がスタッフの経験/スキルに依存	<ul style="list-style-type: none">• AIが次に確認すべき質問を提示、接客プロセス標準化を支援
<p>ダッシュボードやAI Agent上の行動をデータとして自動保存</p>	<p>データ活用</p> <ul style="list-style-type: none">• 対面接点で得た情報が、記録・共有・活用されにくい	<ul style="list-style-type: none">• 会話内容を構造化し、接客後の記録・共有・活用につなげる
	<p>プライバシー対応</p> <ul style="list-style-type: none">• 個人情報含む会話データのAI活用は、外部送信・管理面で懸念	<ul style="list-style-type: none">• デバイス上で処理を完結、プライバシーに配慮した形で活用可

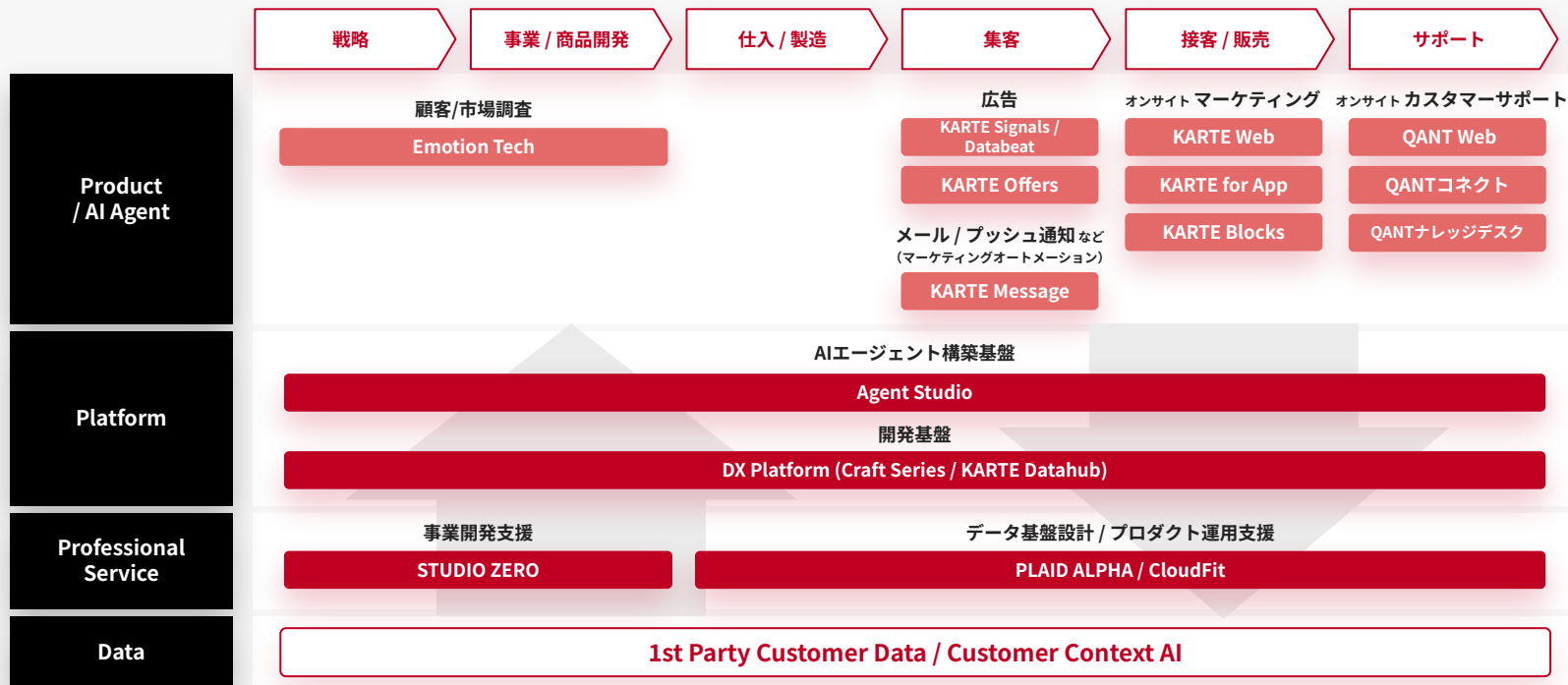
成長戦略の方向性

- 1st Party Customer Data基盤を軸に、AIとの協働により「マルチプロダクト・AIエージェント」×「プロフェッショナルサービス」×「事業領域の拡張・AIトランスフォーメーション」を実現していく



展開事業のマッピング

- 顧客接点で生成されたデータを、統合カスタマーデータ基盤として設計し、企業の上流工程に還元
- 広範な企業活動において、一貫性のある顧客中心の企業経営実現を支援。当社の事業機会は未だ多く、今後更にその領域の拡大と深耕を進める



『カスタマーセントリシティ「正しい顧客」に集中する経営戦略』を企画・監訳 - 2026年6月16日発売

- ・ 「カスタマーセントリシティ（顧客中心主義）」は、顧客の将来価値を起点に経営判断を行う理論的フレームワーク
- ・ プレイドの活動とこの経営理論が目指す企業経営の在り方は重なっており、日本企業に「顧客中心」の経営を実装することが、本活動の目的



Why PLAID?

1

日本最大級の1st Party Customer Data基盤

- ・ 顧客理解・市場理解を可能とする膨大なクローズドデータ=1st Party Customer Dataを生成/収集
- ・ 11億人超の大規模な解析MAUを有し、企業活動毎の多種多様なデータをリアルタイムで提供可能

2

高度な技術力とそれを育む環境から創出された多様なプロダクトとプラットフォーム

- ・ 「データによって人の価値を最大化する」というミッションに共鳴し、それを実現する優秀なエンジニア群
- ・ そこから創出されたマルチプロダクトやAIネイティブな機能実装、エージェントスタジオ等の広範な提供価値

3

企業活動の上流から下流まで、実装・成果へと導くサービスとそれを実現する高度なビジネス人材

- ・ プロダクト提供に留まらず、戦略策定から実装・運用まで一気通貫で伴走するプロフェッショナルサービスの提供
- ・ 「マルチプロダクト」×「プロフェッショナルサービス」×「AI」による企業の包括的な支援を実現

4

本質的な問題と向き合い続ける胆力

- ・ AI・技術進化に伴うサービスの同質化といった市場変化に対し、表面的な効率化ではない深い顧客理解こそ競争力の源泉
- ・ AIだけではなく、「人」の力と創造性を活かし、その深い顧客理解と向かい続けることで更なる提供価値を広げていく

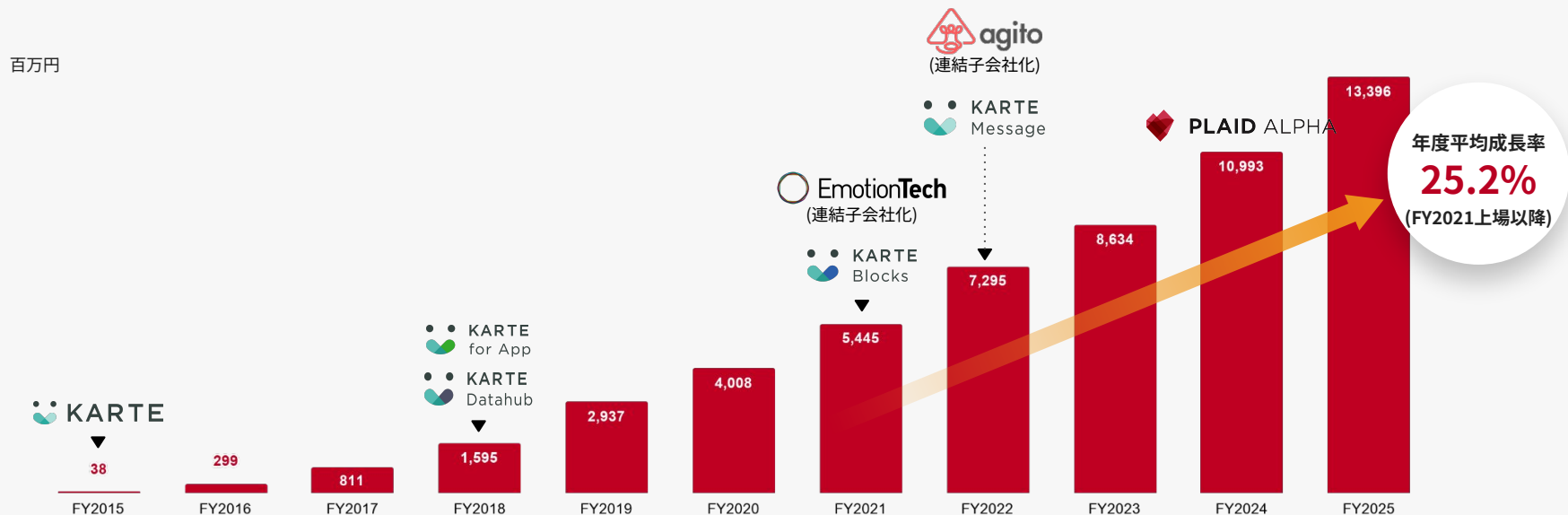
1. 会社概要
2. 成長戦略
- 3. 財務情報**



実績

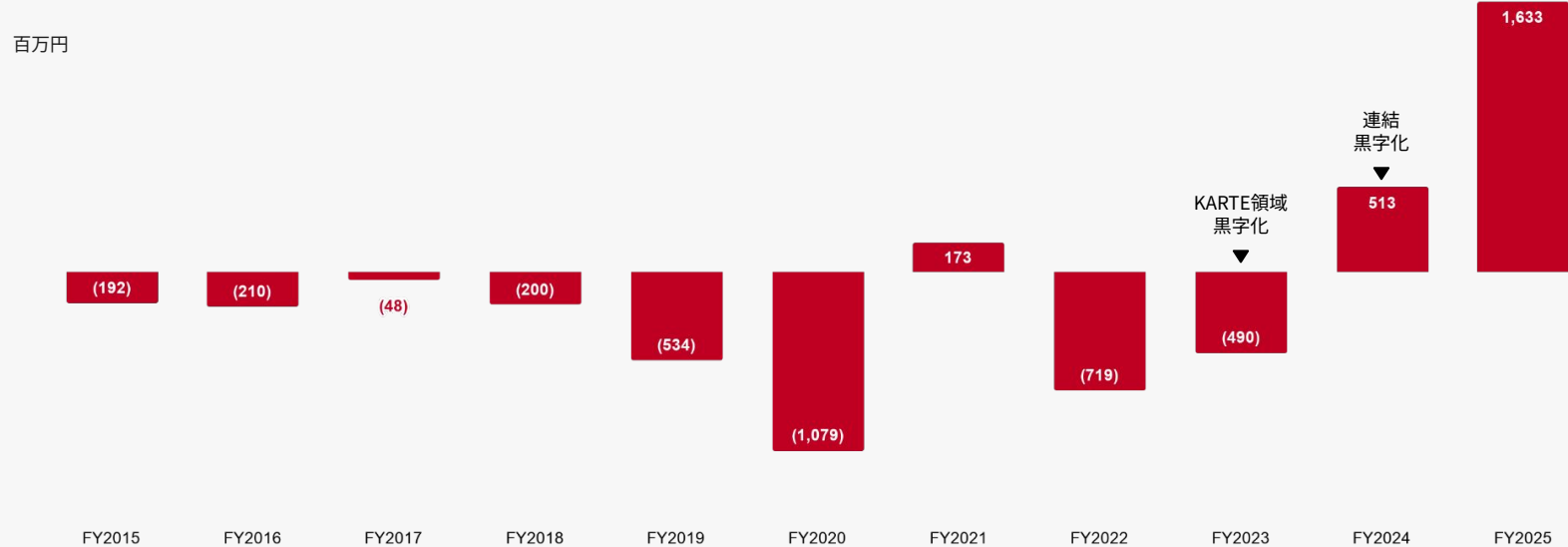
売上高推移

- KARTEのリリース以降、マルチプロダクト×プロフェッショナルサービス展開やM&Aを通じて持続的に成長



調整後営業利益⁽¹⁾推移

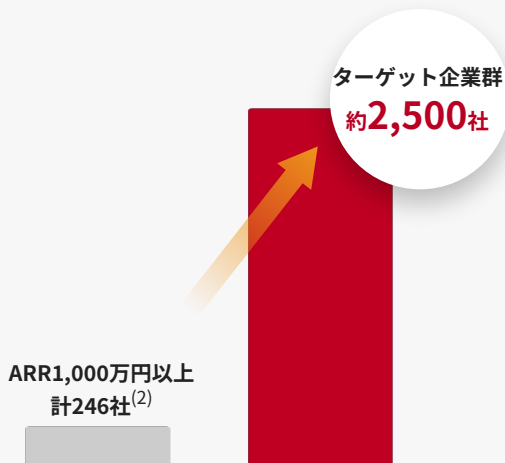
- 持続的なトップライン成長に伴い、収益力が大きく向上
- KARTEを中心にリカーリング性の高いプロダクト/サービスを提供している為、今後も基本的には増益トレンドが続く



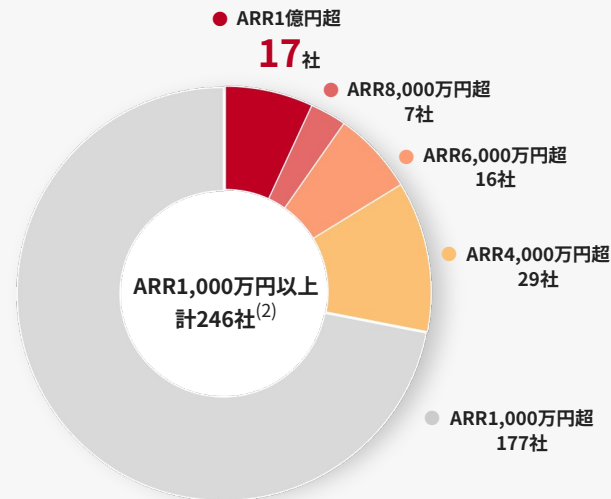
新規顧客獲得/既存取引拡大双方の高い成長ポテンシャル

- ARR1,000万円以上の当社のターゲット企業群に対し、現在の開拓率は約10%程度と、極めて大きな新規獲得余地を有している
- 1社あたりのARRが1億円を超える取引も順調に増加している中、AIエージェントやプロフェッショナルサービスの組み合わせにより二桁億円規模の取引も創出可能と捉えており、既存取引拡大ポテンシャルは非常に高い

顧客社数 vs ターゲット企業群



1社当たりARR分布⁽¹⁾



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

4社

/上位5社中⁽²⁾



生命/損害保険

4社

/上位5社中⁽²⁾



人材サービス

4社

/上位5社中⁽²⁾



総合小売/GMS

4社

/上位5社中⁽²⁾



不動産

4社

/上位5社中⁽²⁾



化粧品

3社

/上位5社中⁽²⁾

(注) 1. 2025年9月期におけるブレイド単体の取引実績 / 2. 当社調べに基づく直前年度の売上高上位企業。銀行：(株)ゆうちょ銀行/(株)三菱UFJ銀行/(株)三井住友銀行/(株)みずほ銀行/(株)りそな銀行。生命/損害保険：第一生命保険(株)/東京海上日動火災保険(株)/三井住友海上火災保険(株)/日本生命保険相互会社/(株)かんぽ生命保険。人材サービス：(株)リクルートホールディングス/(株)パーソルホールディングス(株)/(株)パソナグループ/(株)マイナビ/(株)オープンアップグループ。総合小売/GMS：(株)セブン&アイ・ホールディングス/イオン(株)/(株)パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス/(株)トライアルホールディングス/イオン九州(株)。不動産：三井不動産(株)/大東建託(株)/三菱地所(株)/飯田グループホールディングス(株)/(株)オープンハウスグループ。化粧品：花王(株)/(株)資生堂/(株)コーセー/(株)ポーラ・オルビスホールディングス/(株)マンダム。

業績見通し

2026年12月期の投資領域

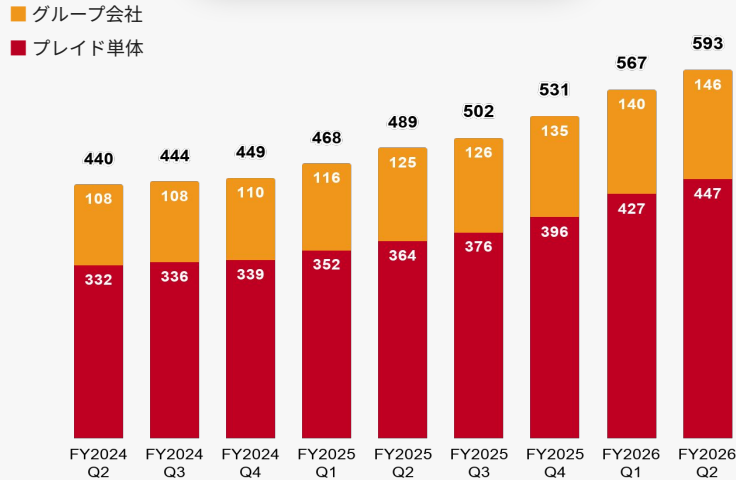
- AIの進化が続く足許の外部環境は当社にとって大きな機会であり、成長に向けた人材採用を積極的に進める

主な投資目的	概要/期待効果
既存事業の強化	<ul style="list-style-type: none">企業の事業成長に向けて伴走し続けるSolution-Sellingを推進するビジネス人材の獲得1社当たりのARR拡大、プロフェッショナルサービス導入促進を企図
既存事業の強化	<ul style="list-style-type: none">シームレスなプロダクト連携やAIネイティブなUI/UXの実現に向けたエンジニアの獲得“使いやすさ”の向上や新機能の実装による新規獲得促進やNRR向上を企図
既存事業の強化	<ul style="list-style-type: none">AI Agentソリューションなどプロフェッショナルサービスの提供範囲拡張に向けたカスタマーエンジニアおよびビジネス人材の獲得プロダクトとのシナジー効果による1社当たりの取引規模拡大を企図
事業領域の拡張	<ul style="list-style-type: none">KARTE Offersの早期立ち上げに向けたエンジニアおよびビジネス人材の獲得プロダクト、プロフェッショナルサービスに次ぐ、新たな収益基盤構築を企図
AIによる成長加速	<ul style="list-style-type: none">高度な顧客理解に向けたAIエンジニアの獲得KARTEの導入効果向上やKARTE Offersの広告効果向上、高品質なプロフェッショナルサービスなど、全事業における競争優位性を創出
事業インフラ整備	<ul style="list-style-type: none">オペレーション高度化や事業活動のPDCA高速化に向けて社内環境を整備する管理部門人材の獲得

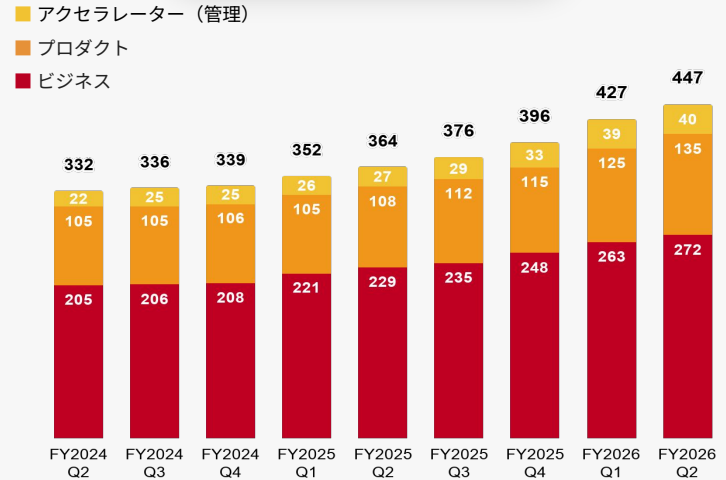
従業員数は順調に増加

- ・ 人材採用は順調に進捗しており、Q2末の連結従業員数は前四半期比+26名の593名
- ・ プレイド単体の職種別内訳がビジネス・プロダクトが着実に増加

従業員数_連結



職種別従業員数_プレイド単体



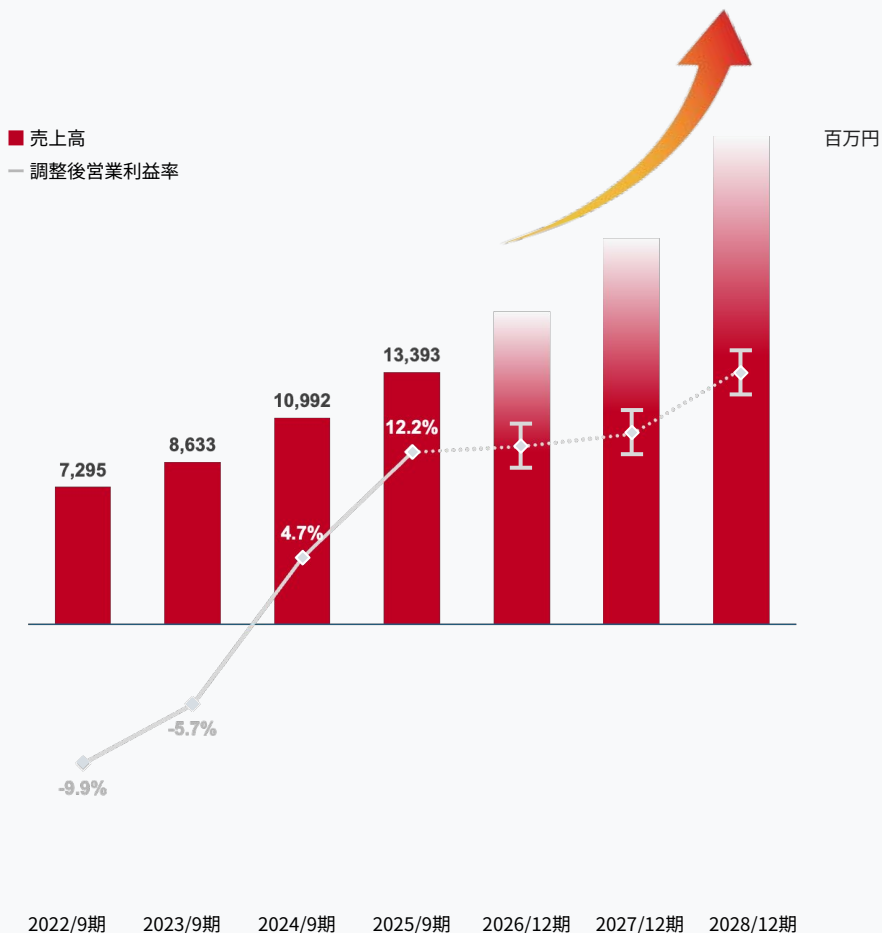
2026年12月期⁽¹⁾ 業績予想

- 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⁽²⁾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%	-

中期業績見通し

- 2026/12期⁽¹⁾は将来に向けた成長投資期の位置づけ
- 積極的な人材採用を中心とする成長投資を通じて、2027/12期からの売上高成長加速を目指す
- 上記に伴い2026/12期および2027/12期は、調整後営業利益⁽²⁾率の上昇が過去比落ち着く見込みであるが、2028/12期以降は、売上高の増加と成長投資の一巡により着実に上昇していく見通し



(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
2. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費用+その他一時費用



PLAID