PLAID

# 2023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） | 2023年8月

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

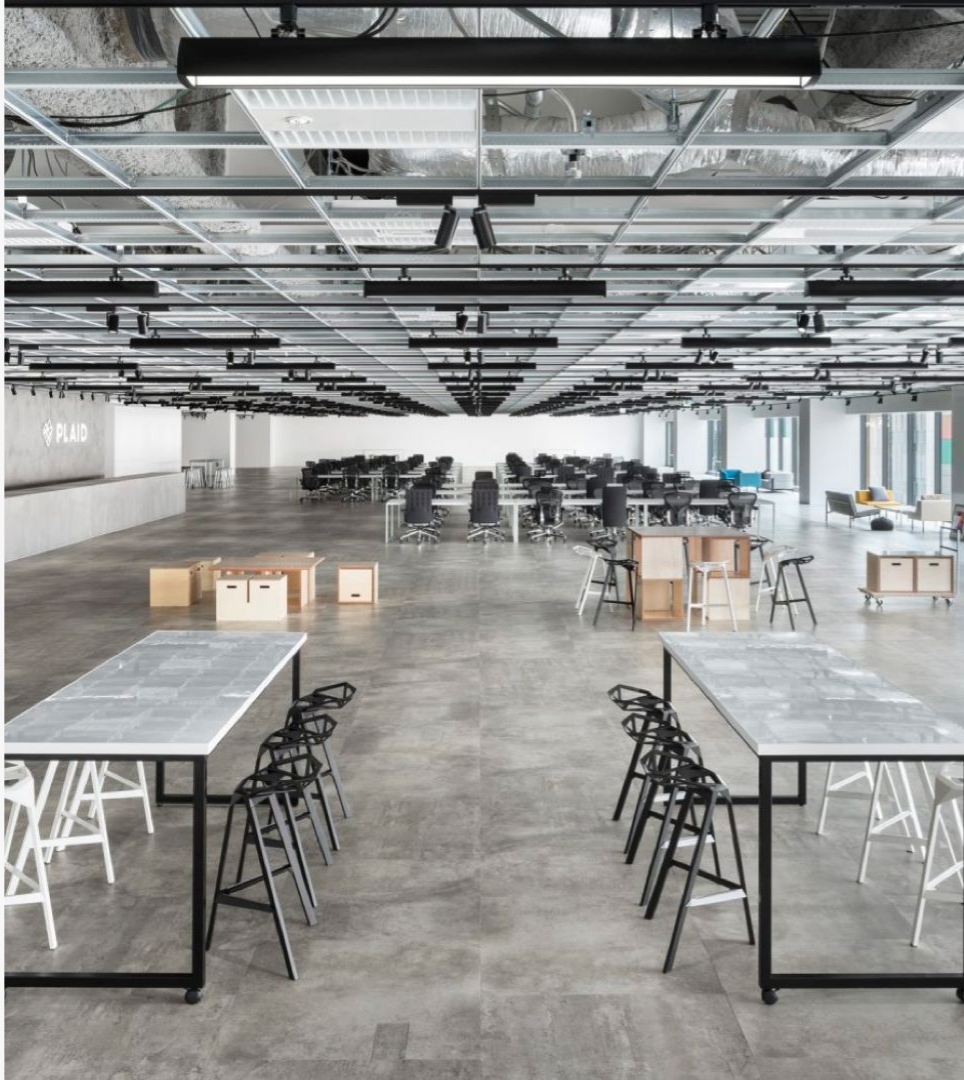
# 本資料の取り扱いについて

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すぎません。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らず、またこれを保証するものではありません

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

目次

1. ミッション/成長戦略
2. 2023年9月期 第3四半期実績
3. 2023年9月期 通期業績予想
4. Appendix





© 2023 PLAID, Inc.

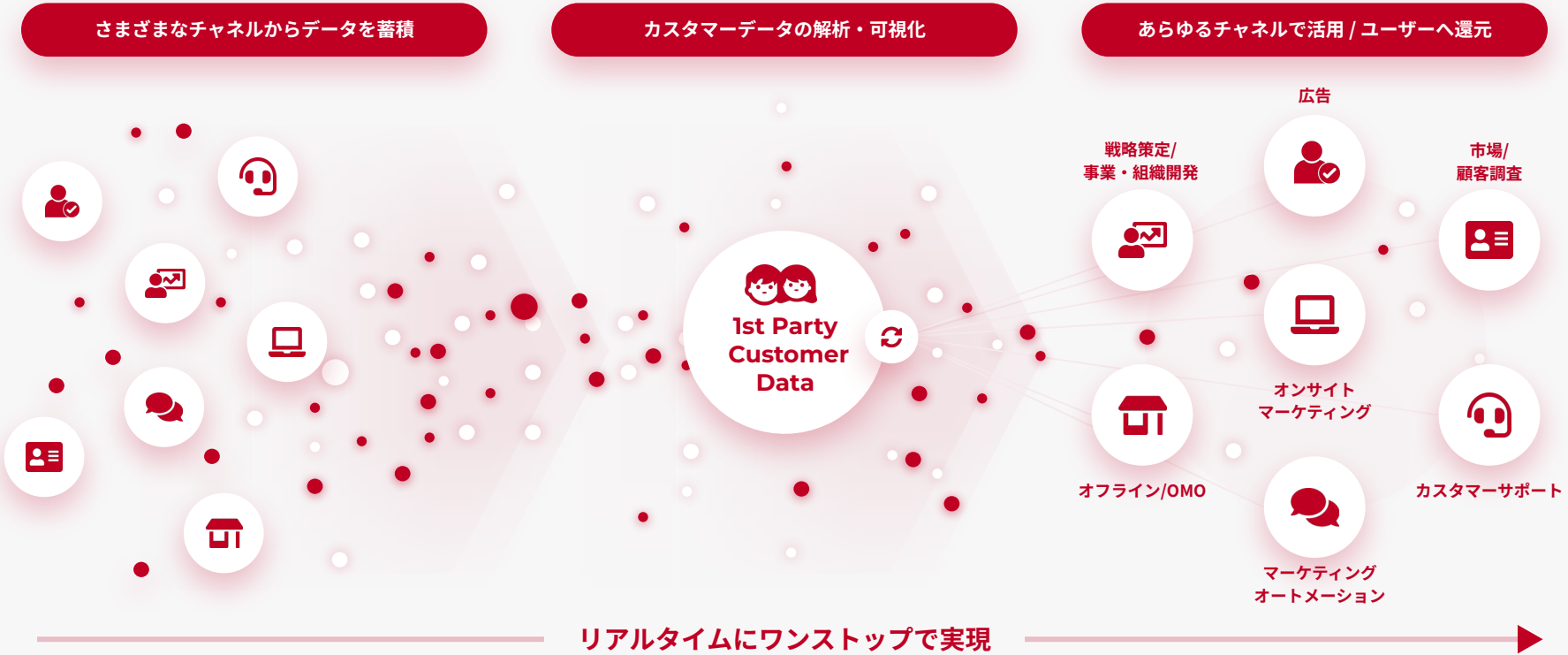
# データによって
# 人の価値を最大化する

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


© 2023 PLAID, Inc.

# プレイドグループが目指す姿

- ”マルチチャネル × 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




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

# 今後迎える時代：
## 断片的なユーザーデータを統合し、正しい顧客理解を経て、適切な顧客体験が還元される時代







× データが分断されている、統合したとしてもユーザー軸での整形が困難

× 必ずしも適切ではないユーザー体験の還元

○ ユーザー軸で整形/統合された企業が扱いやすいデータ

○ 適切なユーザー体験の還元

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

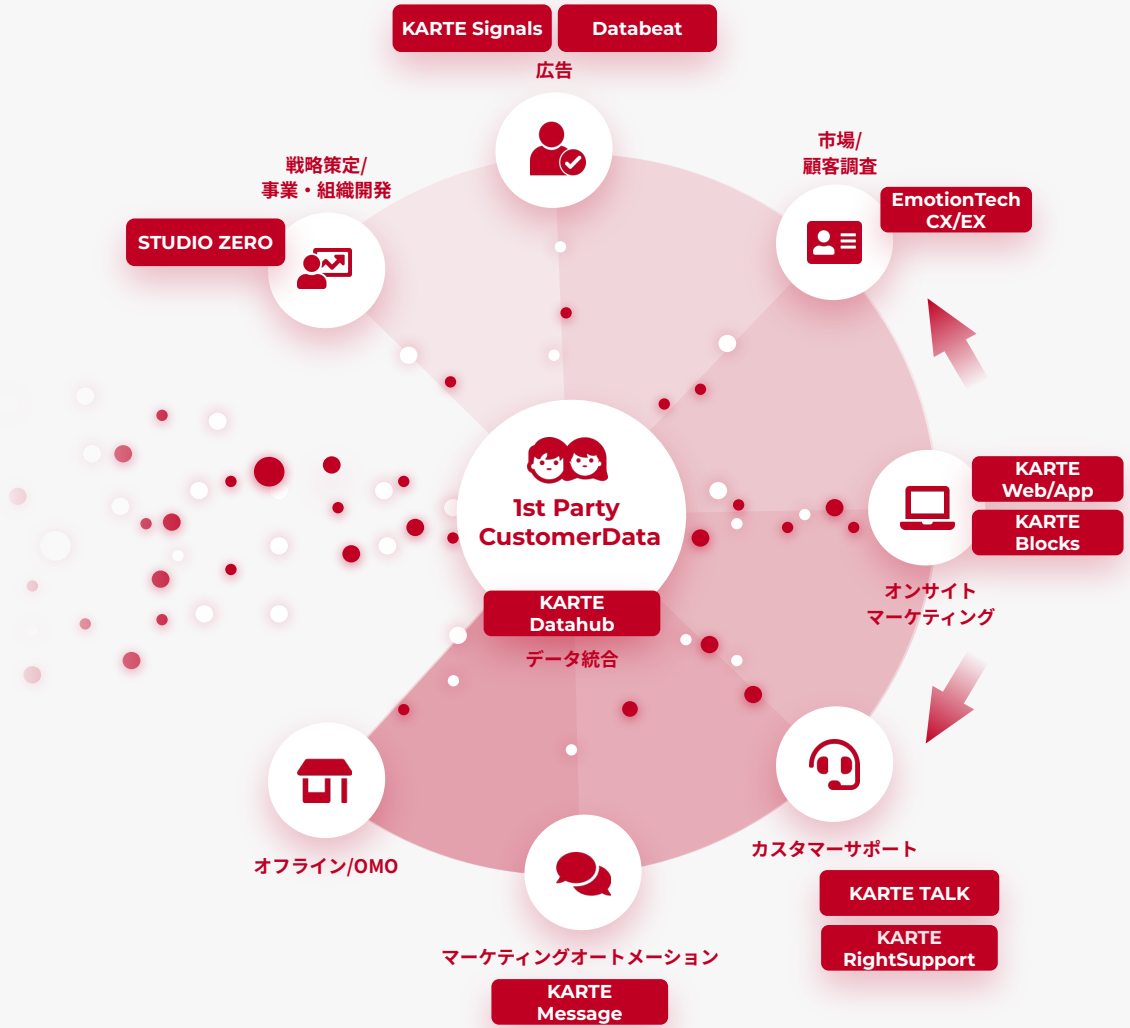
ミッション/成長戦略

# プレイドグループの全体戦略

ユーザー軸によるリアルタイムのデータ可視化/アクションを強みとするKARTE Web/Appの提供を通じて、オンサイトマーケティング領域より事業を開始

以降、カスタマーサポートや市場/顧客調査等、各領域に最適化したプロダクト/サービスの提供によってマルチチャネル化を推進

”マルチチャネル × 1st Party Customer Data × リアルタイム” をワンストップで提供するプラットフォーム実現に向けた基盤が構築されつつある

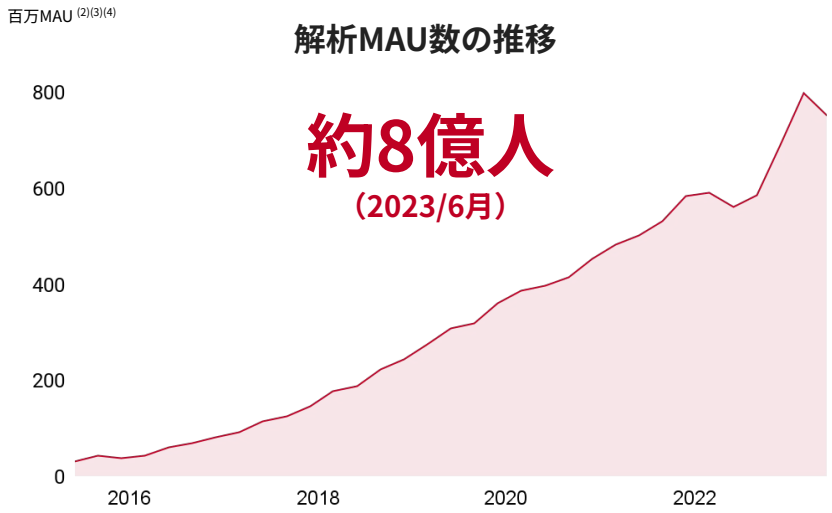


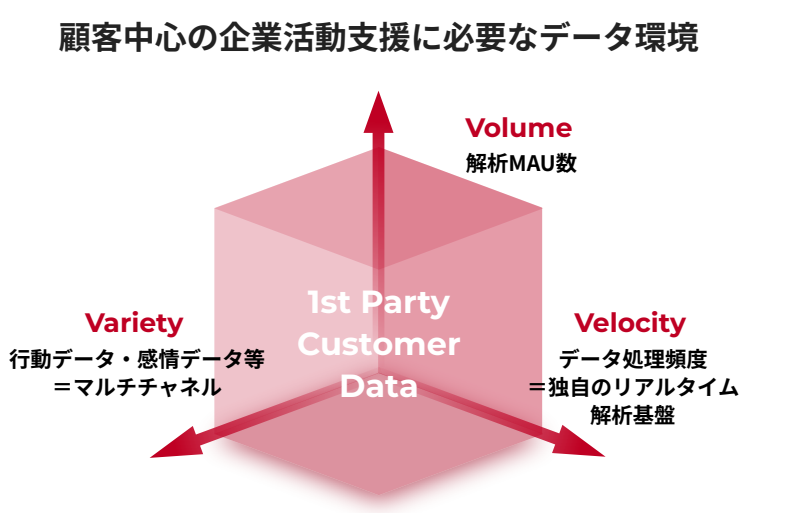


© 2023 PLAID, Inc.

# 1st Party Customer Dataの解析規模

- 2023年6月の解析MAU(1)数は約8億人であり、2015年のKARTE提供開始以降、1st Party Customer Dataの解析規模の拡大が続いている
- 今後もプロダクトの展開を通じて、顧客中心の企業活動支援に向けたデータ環境の拡充を図る





© 2023 PLAID, Inc.

（注）1.Monthly Active Usersの略語。ウェブサイトやネットサービス、スマートフォンアプリなどで、ある1ヶ月の間に1回でも利用や活動のあった利用者の数の合計を指す / 2.四半期平均で算出 / 3.閲覧イベントを対象として集計 / 4. 研究開発目的の解析MAU数を含む

目次

1. ミッション/成長戦略
2. 2023年9月期 第3四半期実績
3. 2023年9月期 通期業績予想
4. Appendix



PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

# 2023/9期 3Q実績ハイライト

## 1 売上高は順調な成長が続く

- 連結/プレイド単体ともに、3Qも計画を上回って着地

## 2 売上総利益率は安定的に推移

- 適切な原価コントロールにより、良好な水準を維持した

## 3 販管費も適切なコントロールが継続

- 3Qにサーバー使用枠の未消化分をR&D費用として支出したが、販管費全体では効率的な費用投下により概ね計画通りに着地した

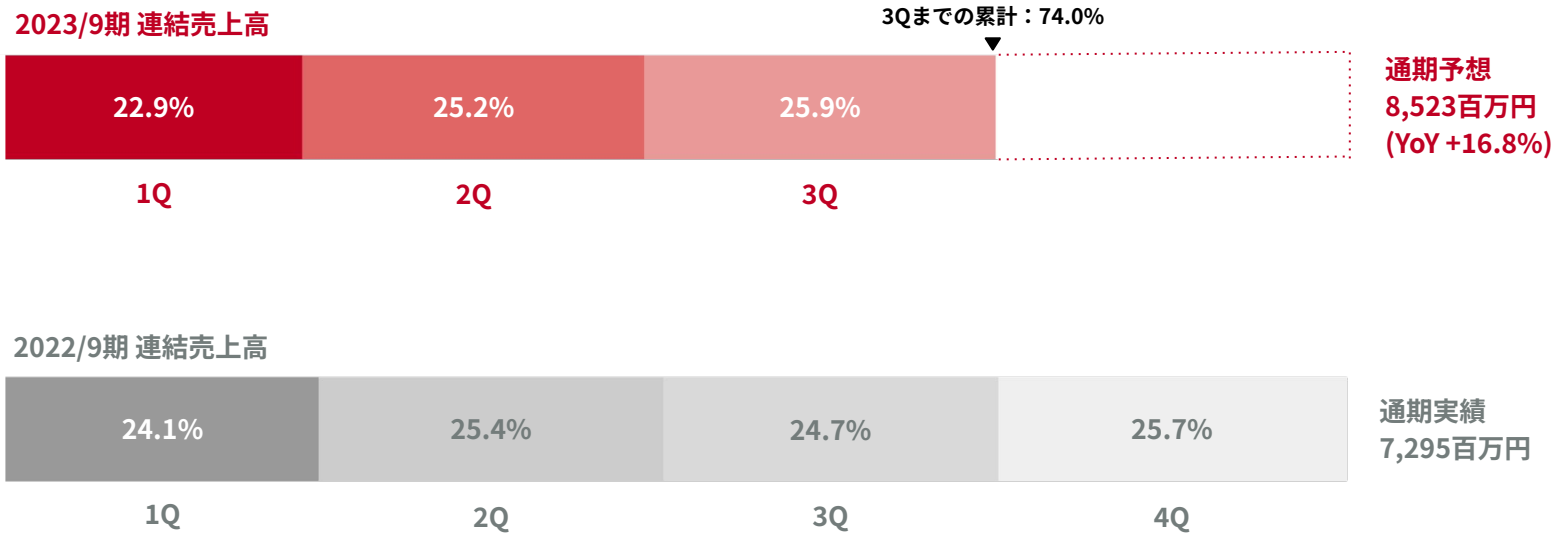
## 4 調整後営業利益は上期に続き3Qも想定を上回った

- 上記等を踏まえ、2023年9月期 通期業績予想の上方修正を実施


© 2023 PLAID, Inc.

# 通期業績予想に対する進捗率

- 3Qの連結売上高の進捗率は25.9%（3Qまでの累計進捗率は74.0%）
- 尚、通期の連結売上高は予想をやや上回る水準で着地する見込み（P32.「2023年9月期 通期業績予想」ご参照）





© 2023 PLAID, Inc.

# 財務実績サマリー

| 百万円 | | 2022/9期_3Q[1] | 2023/9期_3Q[1] | 増減額 | 増減率 |
|---|---|---|---|---|---|
| **売上高** | **連結** | **1,801** | **2,210** | **409** | **+22.7%** |
| | プレイド単体 | 1,628 | 1,952 | 324 | +19.9% |
| | KARTE領域 | 1,608 | 1,864 | 256 | +15.9% |
| | 新規領域 | 20 | 88 | 68 | +339.7% |
| | グループ各社 | 183 | 366 | 183 | +100.2% |
| **サブスクリプション売上高[2]** | **連結** | **1,625** | **1,879** | **254** | **+15.6%** |
| | プレイド単体 | 1,533 | 1,716 | 183 | +11.9% |
| | KARTE領域 | 1,533 | 1,709 | 176 | +11.4% |
| | グループ各社 | 92 | 163 | 71 | +77.4% |
| **売上総利益率[3]** | **連結** | **73.0%** | **72.0%** | **-** | **▲1.0pt** |
| | プレイド単体 | 75.0% | 73.4% | - | ▲1.6pt |
| | KARTE領域[4] | 74.7% | 76.3% | - | +1.6pt |
| **調整後営業利益[5]** | **連結** | **▲289** | **▲229** | **60** | **-** |
| | プレイド単体 | ▲176 | ▲152 | 24 | - |
| | KARTE領域 | ▲162 | ▲60 | 102 | - |
| | 新規領域 | ▲14 | ▲92 | ▲78 | - |
| | グループ各社 | ▲116 | ▲84 | 32 | - |
| **ARR[6]** | **連結** | **6,463** | **7,603** | **1,140** | **+17.6%** |
| | プレイド単体 | 6,090 | 6,939 | 849 | +14.0% |
| | KARTE領域 | 6,090 | 6,907 | 817 | +13.4% |

（注）1. 連結金額とプレイド単体及びグループ各社合計額との差分は連結調整 / 2. 経常的に得られるプロダクトの月額利用料の合計 / 3. 受注損失引当金控除後 / 4. 受注損失引当金控除後、RightTouch社とのグループ内取引調整後 / 5. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用 / 6.Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出


© 2023 PLAID, Inc.

# KPI実績サマリー

**売上高 / 前年同期比成長率：連結**

**2,210百万円**（2023/9期 3Q）**/ 22.7%**

**顧客社数(3)：連結**

**1,011**（2023/6月末時点）

**ARR(1)/ 前年同期比成長率：連結**

**7,603百万円**（2023/6月末時点）**/ 17.6%**

**顧客単価(4)：連結**

**626千円**（2023/6月末時点）

**売上総利益率(2)：連結**

**72.0%**（2023/9期 3Q）

**従業員数：連結 / 単体**

**370人 / 296人**（2023/6月末時点）

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

（注）1.Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出 / 2. 受注損失引当金控除後 / 3.各期末時点のプロダクト導入顧客社数の合計 / 4.各期末時点の月次サブスクリプション売上高を顧客社数で除して算出

# 連結

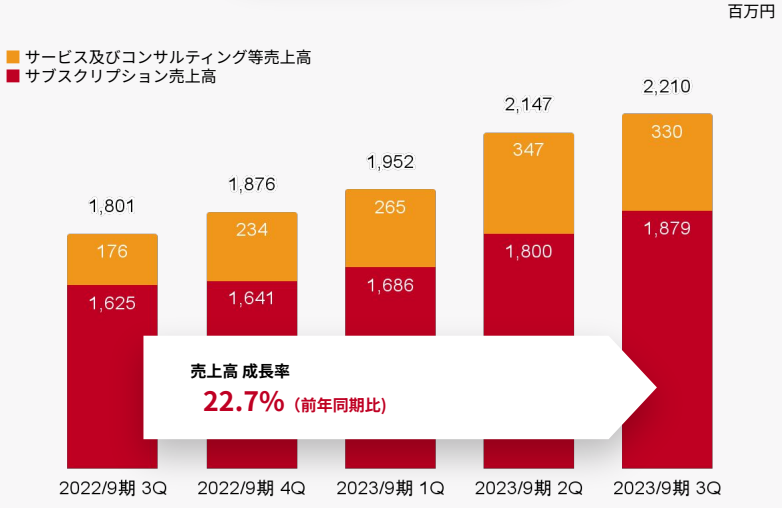
 © 2023 PLAID, Inc.

連結

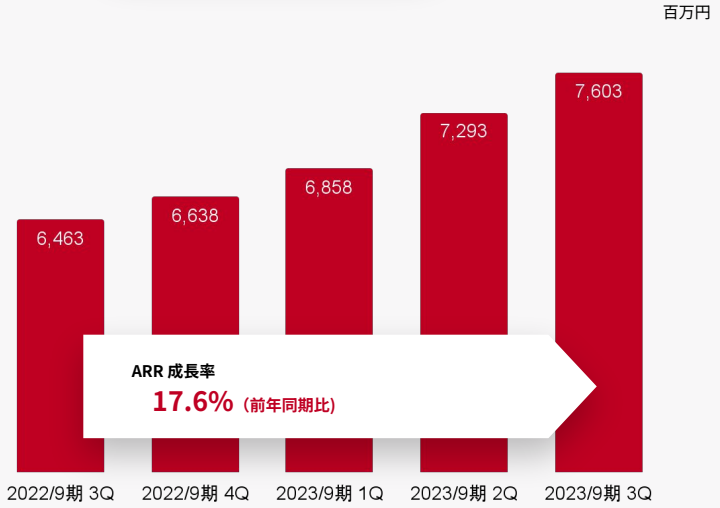
# 連結売上高/ARR(1)ともに前年同期比の成長率が回復

- プレイド単体のARR成長により、サブスクリプション売上高が増加
- サービス及びコンサル等売上高も、STUDIO ZEROやエモーションテックの大型案件の貢献により前年同期比で増加

## 連結売上高




## 連結ARR





© 2023 PLAID, Inc.

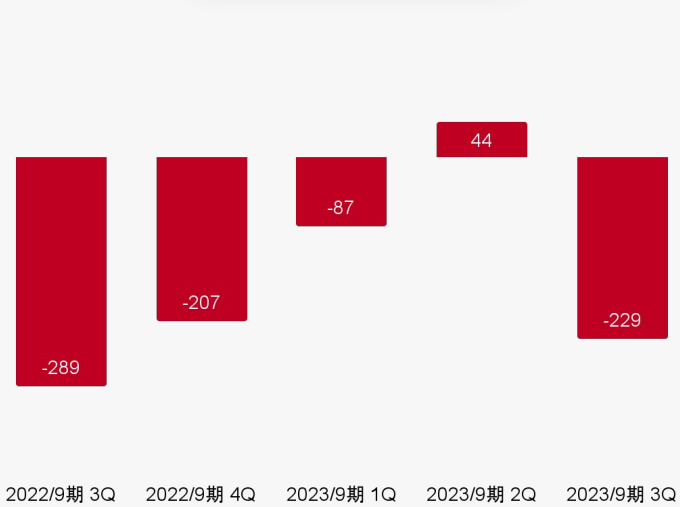
（注）1.Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出

連結

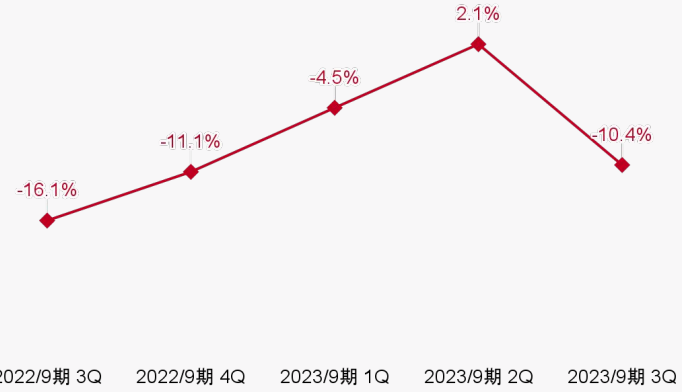
# 連結調整後営業利益(1)は3Qも想定を上回って着地

- 3Qにサーバー使用枠の未消化分をR&D費用等として支出した影響で、調整後営業利益は▲229百万円で着地
- 但し期初計画比では、順調な売上推移及びコストコントロールによって3Qも想定を上回った

## 調整後営業利益




## 調整後営業利益率




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

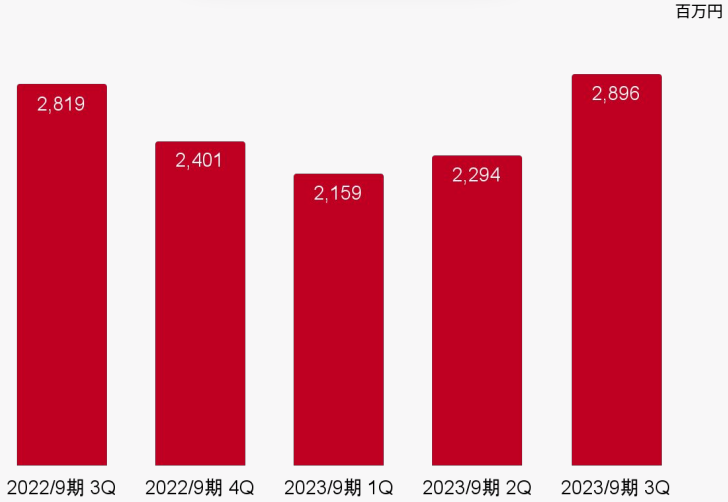
（注）1.営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用

連結

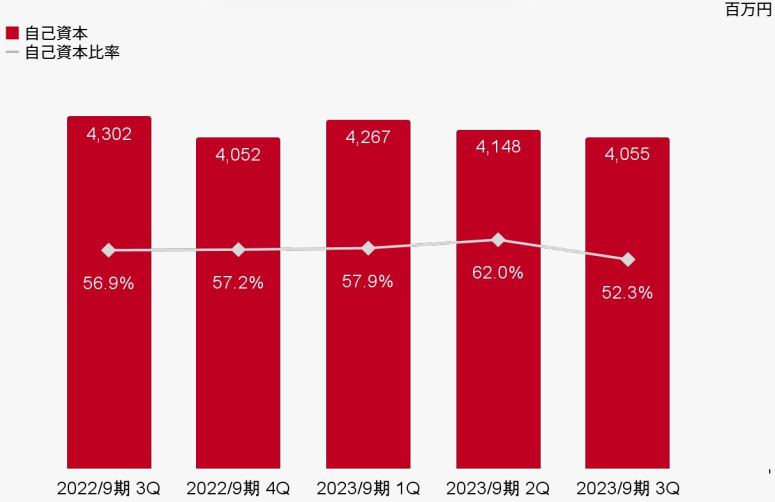
# 安全性の高い現預金水準と自己資本比率を維持

- グループ各社で成長投資を推し進めながらも、引き続き十分なネットキャッシュを保有しており健全な水準を維持
- 尚、2023/5末にエモーションテックが第三者割当増資により総額5.8億円の資金調達を実施(1)

## ネットキャッシュ




## 自己資本





© 2023 PLAID, Inc.

（注）1.プレイドも一部出資

# プレイド単体

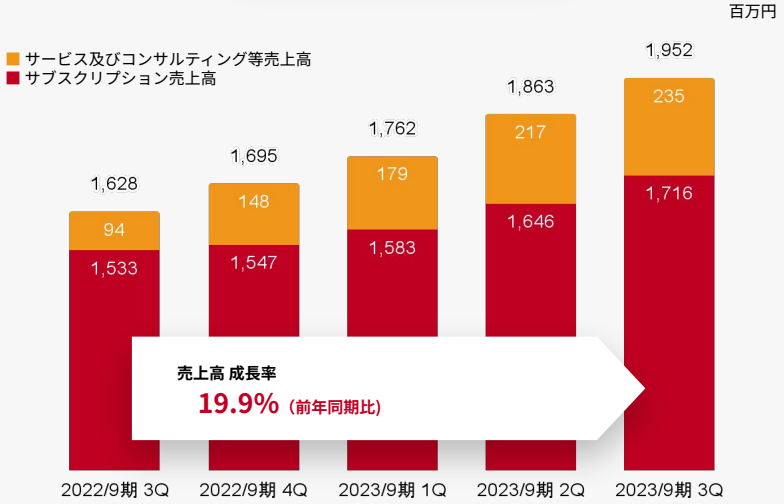
 © 2023 PLAID, Inc.

プレイド単体

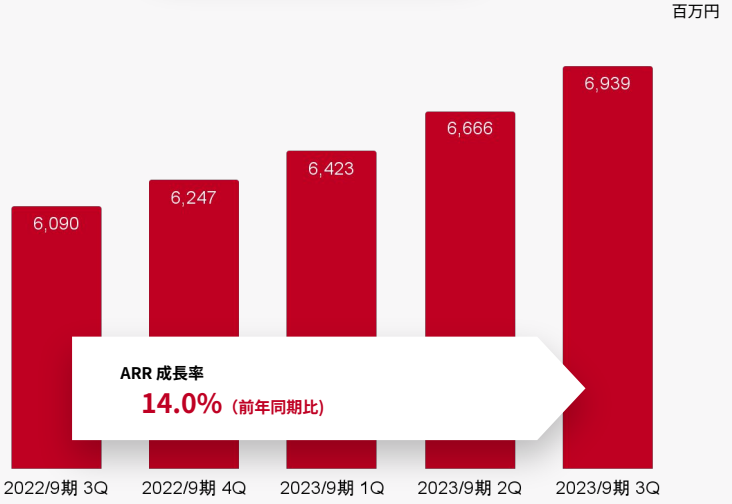
# 売上高/ARR(1)ともに前年同期比の成長率が回復

- サブスクリプション売上高が堅調に推移、サービス及びコンサル等売上高も拡大し、単体売上高は増加傾向
- 2022/9期 3Q以降、ARRが順調に拡大

## 売上高




## ARR




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

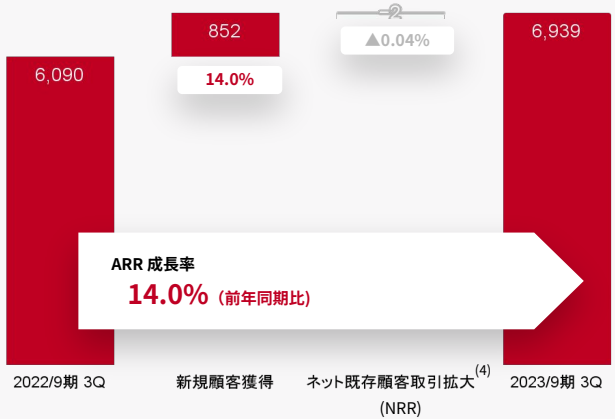
（注）1.Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出

プレイド単体

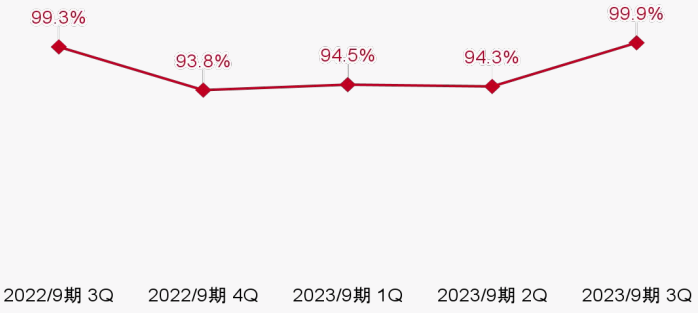
# ARR(1)成長率の要因分析

- NRR(2)(3)は2022/9期 4Qで底を打ち、100%近い水準まで回復
- ARR積み上げは計画を上回って達成
- 良好な顧客継続率の維持に加え、アップ/クロスセルの強化により更なるNRR回復を目指す

## ARRブリッジ




## NRR




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

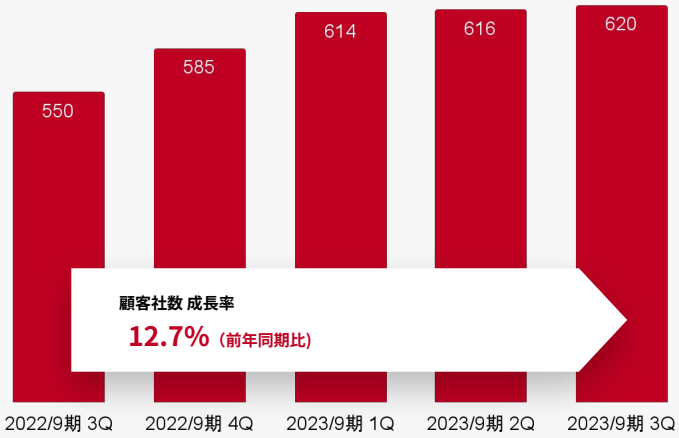
（注）1. Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出 / 2. Net Revenue Retention (Rate)の略語。(i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったもの / 3. 四半期末月実績値 / 4. クロスセル及びアップセルから、解約・ダウンセルを差し引いたもの

プレイド単体

# 顧客社数(1)及び顧客単価(2)

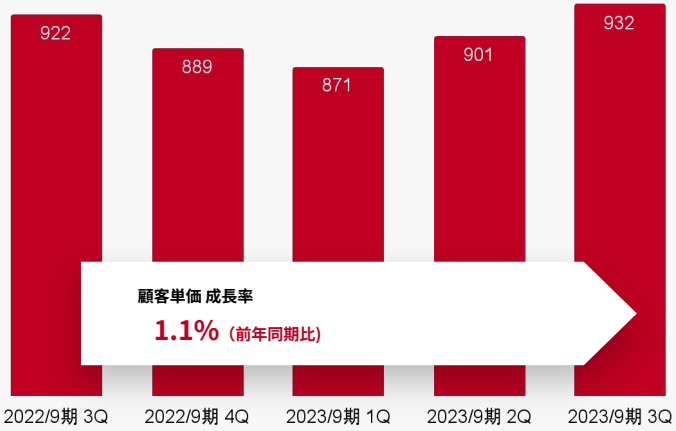
- 新規顧客獲得社数が計画を下回り、2Q同様に低価格帯顧客の解約が一定数生じたため、ネットの顧客社数は微増となった
- 一方で顧客単価は、好調な顧客継続率(3)に加え、既存顧客のアップ/クロスセルが計画を上回って着地し、引き続き増加

## 顧客社数




## 顧客単価

千円




（注）1.各期末時点のプロダクト導入顧客社数の合計 / 2.各期末時点の月次サブスクリプション売上高を顧客社数で除して算出 / 3. 対象期間内の契約更新額合計を同期間における契約更新対象元本合計で割ったもの

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

プレイド単体

# プレイド単体ARRに関するManagement Discussion & Analysis (MD&A)

| | 分析 | 取り組み方針 |
|---|---|---|
| **新規顧客獲得**<br><br>**New customer acquistion** | ・ **増加額は計画を下回った**<br>　○ 単価は概ね計画通り<br>　○ 受注率および件数が計画を下回った | ・ **継続）エンタープライズセールス人材の獲得及び育成：**3Qに採用が一定進んでおり、セールス人材の育成に注力。今後の成長見通しも踏まえながら採用を進める<br>・ **継続）インダストリーカットのセールス体制：**インダストリー別に組織を編成、業界/業種・顧客毎の特性に合わせて最適な提案が出来る体制を強化する<br>・ **新規）パイプライン管理の改善：**商談レビューをより一層強化し、取引展望や受注確度等に基づきリソース配分を最適化する |
| **既存顧客取引拡大**<br><br>**Gross Expansion** | ・ **増加額は計画を上回った**<br>　○ 既存顧客内の横展開(1)金額は計画を下回ったが、アップ/クロスセルは計画を達成<br>　○ DatahubやMessageを中心に各プロダクトでアップ/クロスセルが進んだ | ・ **継続）エンタープライズシフトに対応するカスタマーサクセス強化：**プロジェクトマネジメント人材の採用が一定進んでおり、今後は、顧客継続率向上及びアップ/クロスセルの機会拡大のための他チーム（特にセールス）との連携を強化する<br>・ **継続）既存顧客への新規プロダクトのクロスセル：**Blocks、Signals、Messageなど新規プロダクトによって既存顧客との取引拡大（=顧客単価向上）を進める |
| **解約/ダウンセル**<br><br>**Contraction** | ・ **解約/ダウンセル金額は計画より抑制**<br>　○ 計画以上の顧客継続率(2)を達成しており良好な水準を維持 | ・ **継続）カスタマーサクセス・オペレーション標準化：**標準化が一定進み、良好な顧客継続率の維持に繋がっている<br>・ **継続）カスタマーサクセス人材の獲得及び育成：**計画以上の顧客継続率を維持しているものの、継続率向上及びアップ/クロスセルの機会拡大も見据え、4Q以降も採用/育成する |


© 2023 PLAID, Inc.

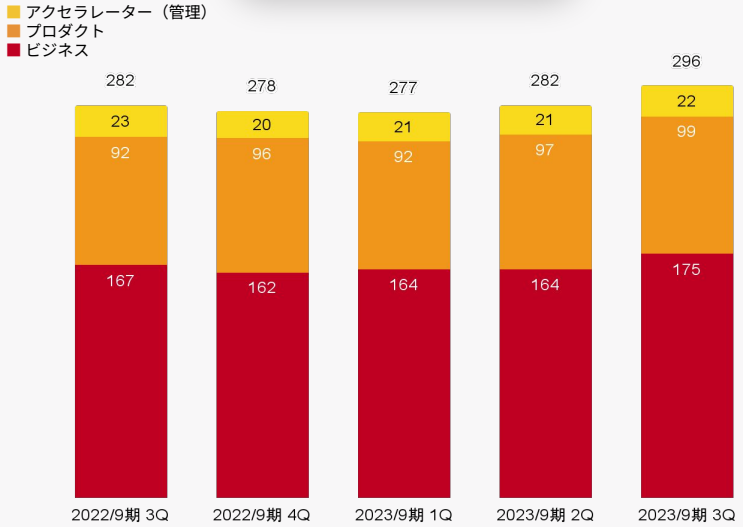
（注）1. 既存顧客内での別ウェブサイトや別アプリへの導入 / 2. 対象期間内の契約更新額合計を同期間における契約更新対象元本合計で割ったもの

プレイド単体

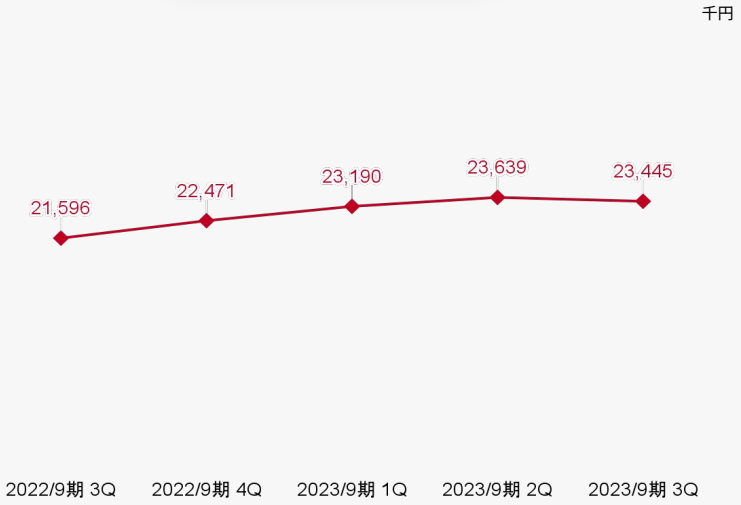
# 主にビジネス人材の採用が進み、従業員数は2Q比で増加

- プレイド単体の従業員数は2Q比で14名増加。特にセールス/カスタマーサクセスの採用が進捗

## 従業員数(1)




## 従業員一人あたりARR(1)




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

（注）1. RightTouchへの出向者含む

# 事業領域別

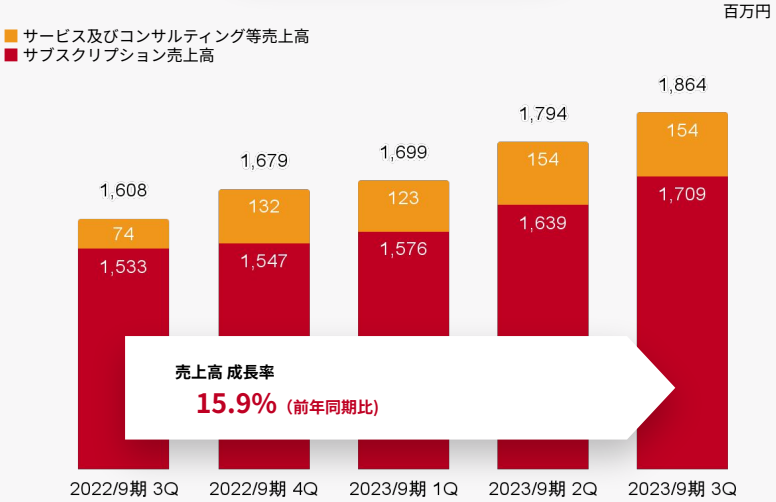
 © 2023 PLAID, Inc.

KARTE領域

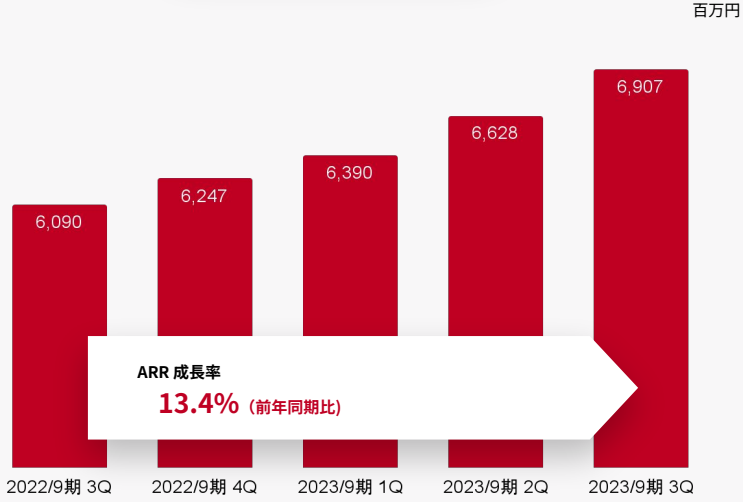
# サブスクリプション売上高/ARR(1)ともに堅調に推移

- 良好な顧客継続率の維持に加え、アップ/クロスセルが順調に進み、ARR成長率は前年同期比+13.4%

## 売上高




## ARR




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

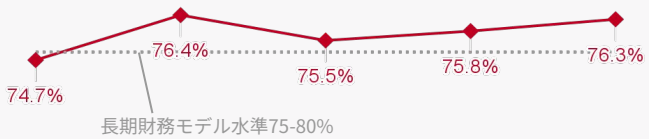
（注）1.Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出

KARTE領域

# 売上総利益率(1)は良好な水準を維持

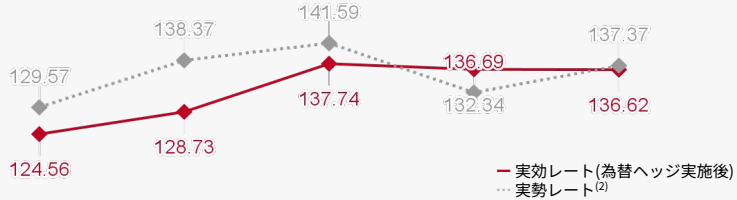
- 適切な原価コントロールにより、売上総利益率は長期財務モデルの水準以上を維持

## 売上総利益率




2022/9期 3Q　2022/9期 4Q　2023/9期 1Q　2023/9期 2Q　2023/9期 3Q

## ドル円レート




2022/9期 3Q　2022/9期 4Q　2023/9期 1Q　2023/9期 2Q　2023/9期 3Q

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

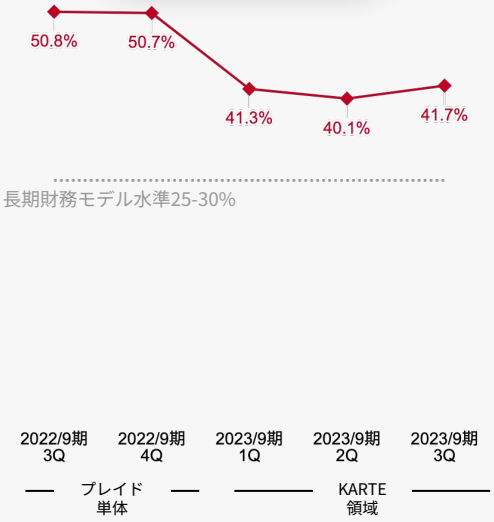
（注）1.受注損失引当金控除後、RightTouch社とのグループ内取引調整後 / 2. 各月支払日におけるTTMの平均

KARTE領域

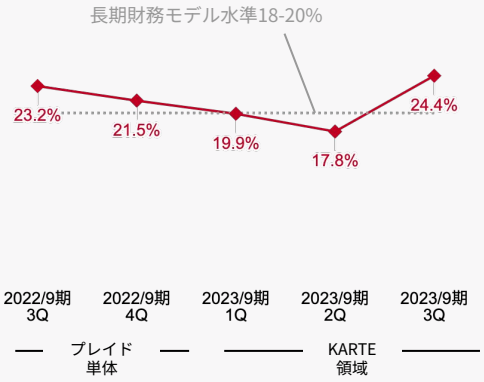
# 販管費は想定よりやや膨らんで着地

- 期初より見込んでいたサーバー使用枠未消化コストを3QにR&D費用等として計上した影響で、R&D比率が上昇
- 尚、当該コストは期初290百万円見込んでいたが、抑制に向けた各種施策などが奏功し、一定程度減額された

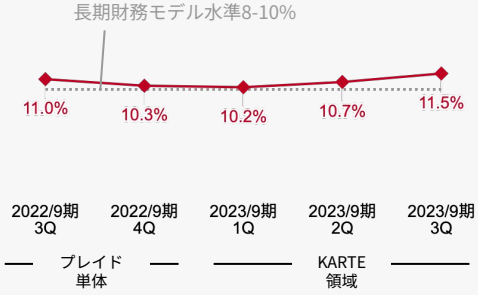
## S&M[1]比率




## R&D[2]比率




## G&A[3]比率




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

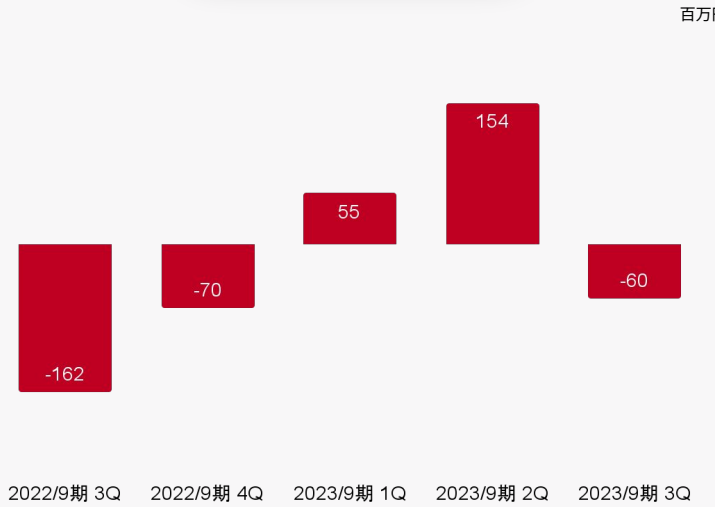
（注）1.S&Mは、主に営業・マーケティングに従事する従業員の人件費及び広告費、従業員数等により配賦される間接費と償却費等の営業活動に係る費用 / 2.R&Dは、主にエンジニア、プロダクト・デザインチームの従業員の人件費、従業員数等により配賦される間接費及び償却費 / 3.G&Aは、主に法務・財務・人事オペレーションに従事する従業員の人件費、従業員数等により配賦される間接費及び償却費

KARTE領域

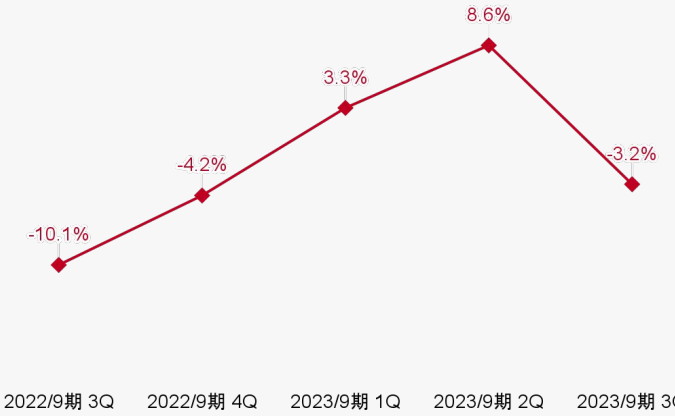
# 3Q調整後営業利益(1)は概ね想定通りの水準で着地

- 売上高/売上総利益とも計画を上回ったため、サーバー使用枠未消化分のコストを加味しても調整後営業利益は概ね計画通りに着地

**調整後営業利益**




**調整後営業利益率**



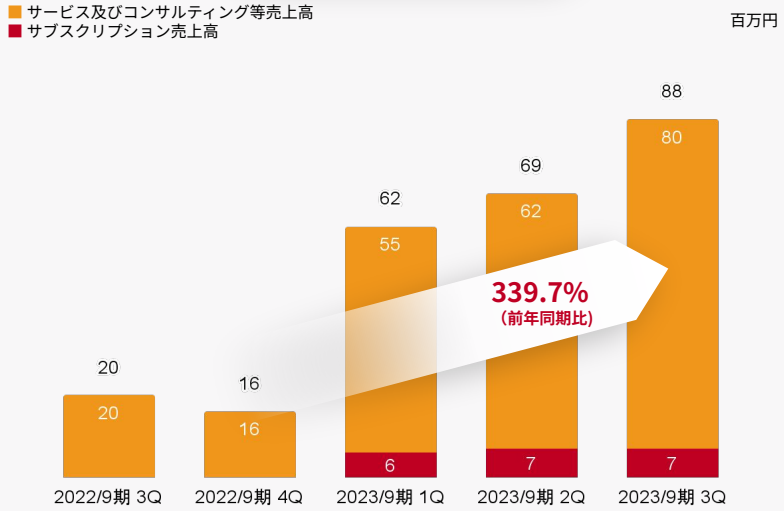

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

（注）1.営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用

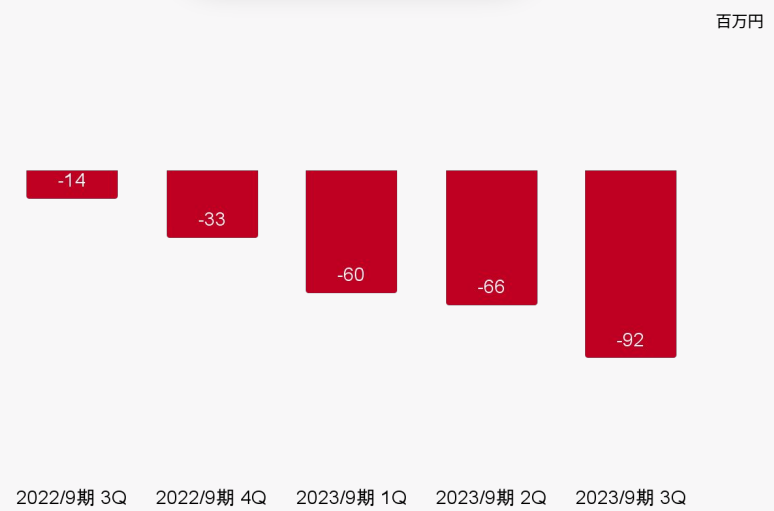
# 新規領域の売上規模は着実に拡大

- デジタル戦略支援等に対するニーズは引き続き強く、STUDIO ZEROを中心にサービス及びコンサル等売上高が増加
- 他社とのプロダクト連携を推進するEcosystemの売上高は計画を下回って着地

## 売上高




## 調整後営業利益(1)





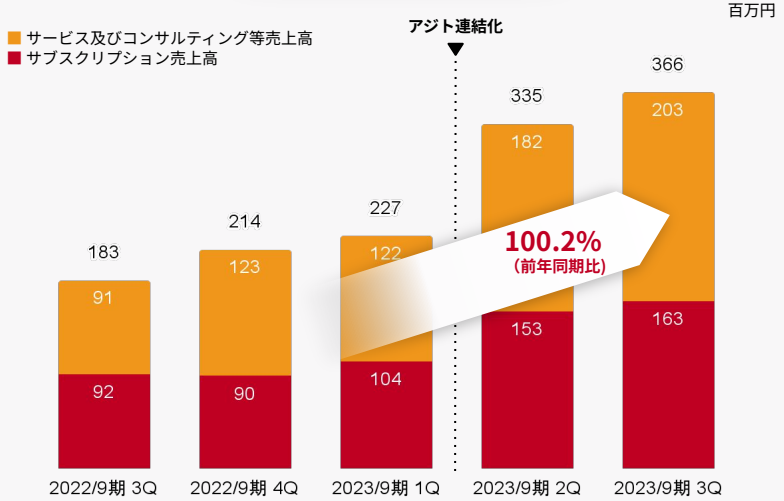
© 2023 PLAID, Inc.

（注）1. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用

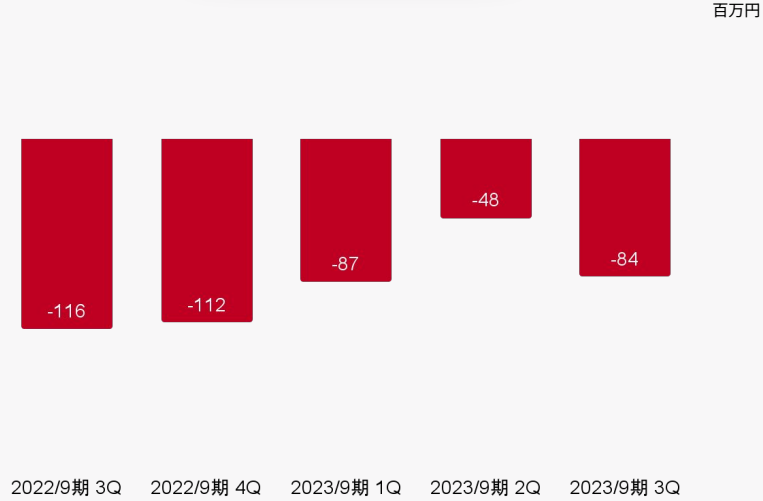
# グループ各社の売上高も順調に拡大

- 各社が順調な成長を見せており、売上高・調整後営業利益(1)ともに計画を上回って推移

## 売上高




## 調整後営業利益




PLAID | © 2023 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

目次

1. ミッション/成長戦略
2. 2023年9月期 第3四半期実績
3. 2023年9月期 通期業績予想
4. Appendix




© 2023 PLAID, Inc.

# 2023年9月期 通期業績予想

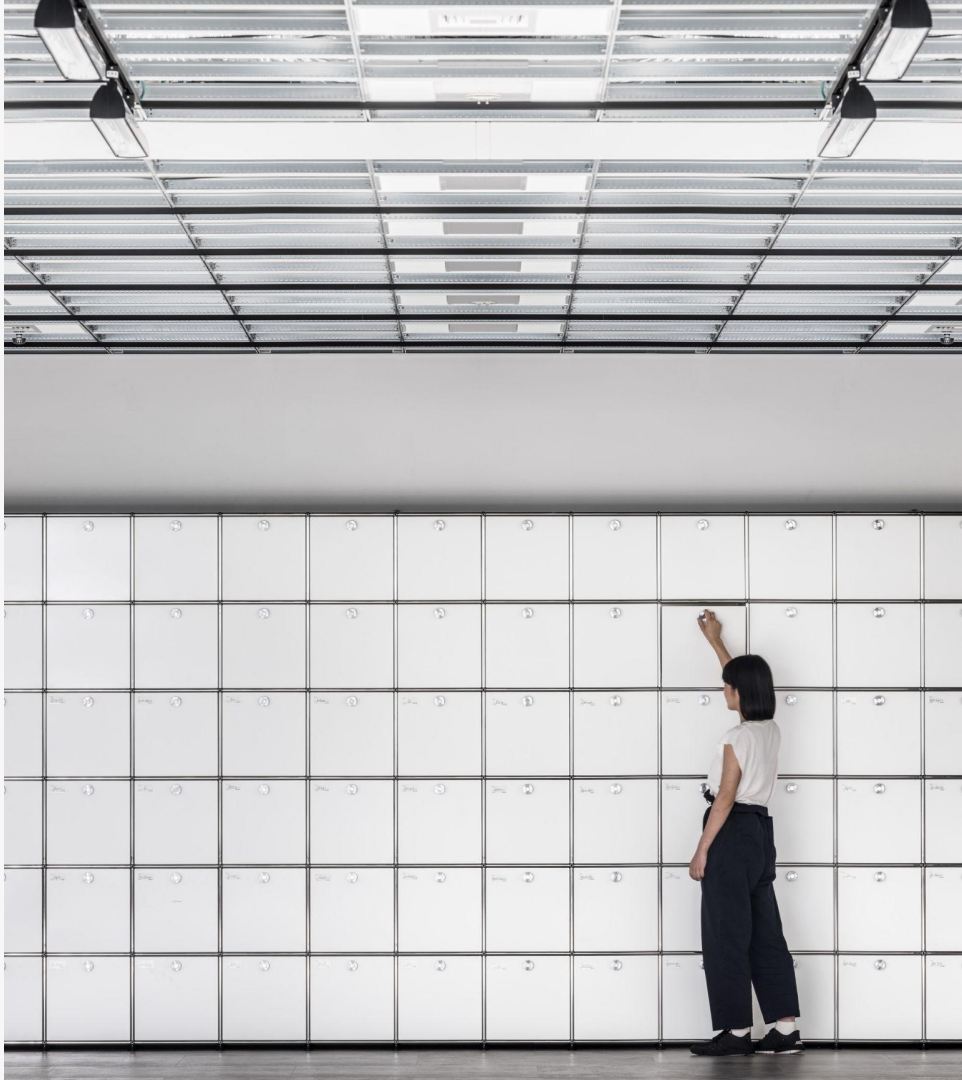
- 売上高は前回発表予想をやや上回る水準で着地する見込み（予想値は据え置き）
- 一方で、調整後営業利益が、期初想定比、為替実効レートが円高で推移していることに加え、グループ全体での適切なコストコントロールによって赤字幅縮小が見込まれるため、業績予想の修正を実施

| | 2022/9期 | 2023/9期 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| （百万円） | 実績 | 前回発表 | 今回発表 | 増減額 | 増減率 |
| **売上高** | **7,295** | **8,523** | **8,523** | **0** | **0.0%** |
| 前年同期比 | - | 16.8% | 16.8% | - | - |
| **調整後営業利益** | **▲718** | **▲979** | **▲630** | **348** | **-** |


© 2023 PLAID, Inc.

目次

1. ミッション/成長戦略
2. 2023年9月期 第3四半期実績
3. 2023年9月期 通期業績予想
4. Appendix




© 2023 PLAID, Inc.

# 財務情報

 © 2023 PLAID, Inc.

# 売上高の開示区分

| 2022/9期 | 2023/9期 | 定義 |
|---|---|---|
| **サブスクリプション売上高** | **サブスクリプション売上高** | 経常的に得られるプロダクトの月額利用料合計 |
| **サービスリカーリング売上高** | **サービス及び<br>コンサルティング等売上高** | 経常的に得られるサービスの月額利用料合計 |
| **その他** | | 非経常的に得られるサービスに関連する売上高、コンサルティング売上高やプロダクト初期費用など上記に含まれない売上高 |

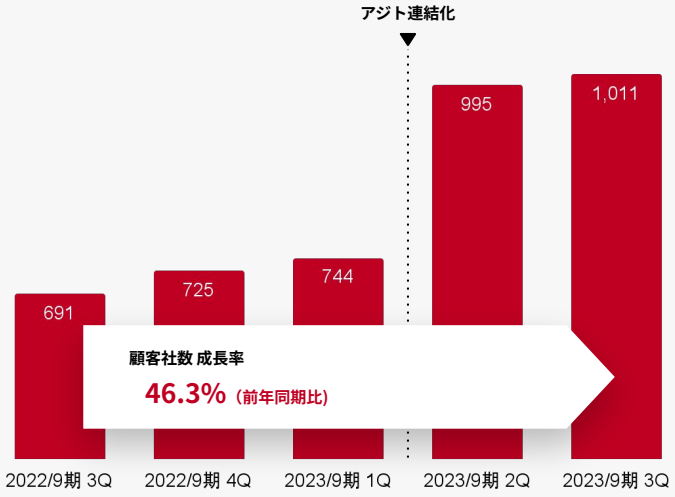
 © 2023 PLAID, Inc.

連結

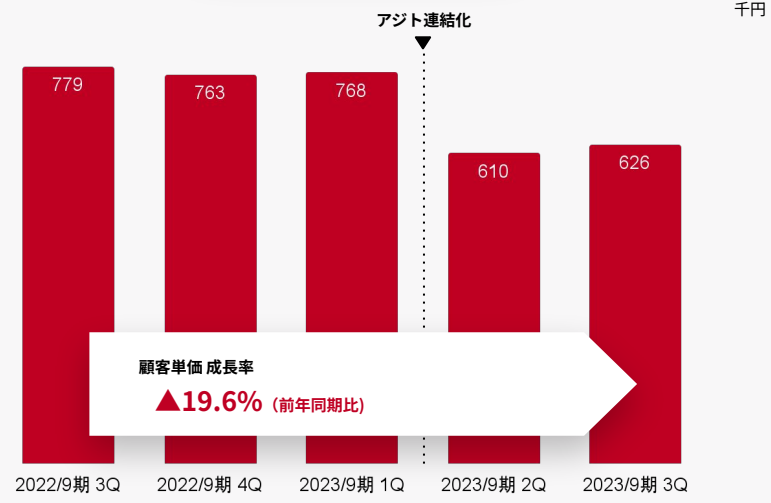
# 顧客社数(1)(2)及び顧客単価(3)

・ プレイド単体での顧客継続率、アップ/クロスセルが好調に推移したことで連結ベースの顧客社数、顧客単価ともに前四半期比増加

## 顧客社数




## 顧客単価




（注）1.プレイド、エモーションテック、アジトの3社いずれかで重複する顧客は1社として集計 / 2.各期末時点のプロダクト導入顧客社数の合計 / 3.各期末時点の月次サブスクリプション売上高を顧客社数で除して算出

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

Appendix

# 損益計算書（会計期間）

| （百万円） | 2023/9期 3Q | 2022/9期 3Q | YoY | 2023/9期 2Q | QoQ |
|---|---|---|---|---|---|
| **売上高** | **2,210** | **1,801** | **＋22.7%** | **2,147** | **＋2.9%** |
| サブスクリプション売上高 | 1,879 | 1,625 | ＋15.6% | 1,800 | ＋4.4% |
| サービス及びコンサル等売上高 | 330 | 176 | ＋87.5% | 347 | ▲4.9% |
| **売上総利益(1)** | **1,535** | **1,300** | **＋18.0%** | **1,586** | **▲3.2%** |
| 売上総利益率 | 69.4% | 72.2% | ▲2.8pt | 73.8% | ▲4.4pt |
| **販売費及び一般管理費** | **1,873** | **1,631** | **＋14.8%** | **1,648** | **＋13.6%** |
| 対売上高比率 | 84.7% | 90.5% | ▲5.8pt | 76.8% | ＋8.0pt |
| 人件費 | 953 | 907 | ＋5.1% | 911 | ＋4.6% |
| 対売上高比率 | 43.1% | 50.3% | ▲7.2pt | 42.5% | ＋0.7pt |
| 広告宣伝費 | 181 | 168 | ＋8.0% | 140 | ＋28.9% |
| 対売上高比率 | 8.2% | 9.3% | ▲1.1pt | 6.6% | ＋1.7pt |
| その他 | 738 | 556 | ＋32.7% | 595 | ＋23.9% |
| 対売上高比率 | 33.4% | 30.9% | ＋2.5pt | 27.7% | ＋5.6pt |
| 営業利益 | ▲338 | ▲330 | ＋2.3% | ▲62 | ＋442.5% |
| 営業利益率 | ▲15.3% | ▲18.3% | ＋3.1pt | ▲2.9% | ▲12.4pt |
| 調整項目 | 109 | 40 | ＋166.3% | 106 | ＋2.6% |
| のれん償却額 | 48 | 40 | ＋21.0% | 48 | - |
| 株式報酬費用 | 60 | 0 | ＋6961.0% | 57 | ＋4.8% |
| その他一時費用 | - | - | - | - | - |
| **調整後営業利益** | **▲229** | **▲289** | **▲20.9%** | **44** | **▲620.0%** |
| 調整後営業利益率 | ▲10.4% | ▲16.1% | ＋5.7pt | 2.1% | ▲12.4pt |

（注）1.受注損失引当金控除前


© 2023 PLAID, Inc.

Appendix

# 損益計算書（累計期間）

| （百万円） | 2023/9期 3Q | 2022/9期 3Q | YoY |
|---|---|---|---|
| **売上高** | **6,310** | **5,418** | **＋16.5%** |
| サブスクリプション売上高 | 5,366 | 4,831 | ＋11.1% |
| サービス及びコンサル等売上高 | 944 | 587 | ＋60.8% |
| **売上総利益(1)** | **4,539** | **3,949** | **＋14.9%** |
| 売上総利益率 | 71.9% | 72.9% | ▲1.0pt |
| **販売費及び一般管理費** | **5,088** | **4,583** | **＋11.0%** |
| 対売上高比率 | 80.6% | 84.6% | ▲4.0pt |
| 人件費 | 2,770 | 2,468 | ＋12.2% |
| 対売上高比率 | 43.9% | 45.6% | ▲1.7pt |
| 広告宣伝費 | 444 | 443 | ＋0.2% |
| 対売上高比率 | 7.1% | 8.2% | ▲1.1pt |
| その他 | 1,872 | 1,671 | ＋12.1% |
| 対売上高比率 | 29.7% | 30.8% | ▲1.2pt |
| 営業利益 | ▲548 | ▲633 | - |
| 営業利益率 | ▲8.7% | ▲11.7% | ＋3.0pt |
| 調整項目 | 275 | 122 | ＋124.1% |
| のれん償却額 | 137 | 120 | ＋14.0% |
| 株式報酬費用 | 138 | 2 | - |
| その他一時費用 | - | - | - |
| **調整後営業利益** | **▲272** | **▲510** | **-** |
| 調整後営業利益率 | ▲4.3% | ▲9.4% | ＋5.1pt |

（注）1.受注損失引当金控除前

 © 2023 PLAID, Inc.

Appendix

# 貸借対照表(1)

| （百万円） | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期 | 2023/9期 1Q | 2023/9期 2Q | 2023/9期 3Q |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 流動資産合計 | 2,642 | 4,956 | 5,148 | 5,125 | 4,570 | 5,621 |
| 現金及び預金 | 2,091 | 4,172 | 4,240 | 3,935 | 3,386 | 4,127 |
| 受取手形及び売掛金 | 475 | 645 | 710 | 804 | 816 | 974 |
| その他 | 75 | 138 | 197 | 385 | 367 | 519 |
| 固定資産合計 | 426 | 2,027 | 1,942 | 2,247 | 2,121 | 2,127 |
| 流動負債合計 | 1,084 | 1,640 | 1,881 | 1,990 | 1,668 | 2,544 |
| 固定負債合計 | 380 | 390 | 1,139 | 1,097 | 851 | 962 |
| 純資産合計 | 1,604 | 4,953 | 4,070 | 4,285 | 4,171 | 4,242 |

（注）1.右表については、2020年9月期は単体、2021年9月期以降は連結

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

Appendix

# 長期財務モデル(1)(2)
## （KARTE領域）

| | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期 | 2023/9期 1Q | 2023/9期 2Q | 2023/9期 3Q | 長期財務モデル |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 売上総利益率 | 71.2% | 73.3% | 74.8% | 75.5% | 75.8% | 76.3% | 75-80% |
| S&M | 61.0% | 41.6% | 49.0% | 41.3% | 40.1% | 41.7% | 25-30% |
| R&D | 23.7% | 18.7% | 22.2% | 19.9% | 17.8% | 24.4% | 18-20% |
| G&A | 13.4% | 9.8% | 10.3% | 10.2% | 10.7% | 11.5% | 8-10% |
| 営業利益率 | ▲26.9% | 3.1% | ▲6.6% | 4.1% | 7.2% | ▲1.3% | 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無く、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期まではプ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


© 2023 PLAID, Inc.

# 会社情報

 © 2023 PLAID, Inc.

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**<br>**東京都中央区銀座6-10-1**<br>**GINZA SIX 10F** |
| 代表者 | **倉橋 健太** |
| 従業員数（連結） | **370名**（2023年6月末時点） |




 © 2023 PLAID, Inc.

# グループ事業概要

| 領域 | | 概要 | 主なプロダクト/サービス |
|---|---|---|---|
| プレイド | KARTE領域 | ・ 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 | KARTE / KARTE for App / KARTE Datahub / KARTE Blocks / KARTE Signals / TEAM |
| | 新規領域 | ・ プレイドの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 | PLAID Ecosystem / STUDIO ZERO |
| RT/ET/アジト | グループ各社 | ・ 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 | KARTE RightSupport / EmotionTech CX / Databeat |

 © 2023 PLAID, Inc.

# 主な提供プロダクト/サービス一覧 -1

| 提供領域 | 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 |
| オンサイトマーケティング | 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ーンなサイト運営を実現 |
| データ統合 | KARTE Datahub | 顧客が持つデータを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 |
| カスタマーサポート | KARTE RightSupport | 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 |
| 広告 | KARTE Signals | KARTEで蓄積されたデータ等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 |


© 2023 PLAID, Inc.

# 主な提供プロダクト/サービス一覧 -2

| 提供領域 | プロダクト/サービス名 | 概要 |
|---|---|---|
| プロダクト活用/技術支援 | TEAM | KARTEの活用支援やCXに関するコンサルティングを始めとしたプロフェッショナルサービス。顧客企業が抱えるリソースやケイパビリティにおける課題を解決し顧客企業の価値創造を支援 |
| 戦略策定/事業・組織開発 | STUDIO ZERO | 「データであらゆる産業を振興する」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を開発する組織 |
| 市場調査/顧客調査 | EmotionTech CX | NPS®(1)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。2021年9月よりグループ参画したエモーションテック社が提供 |
| 広告 | Databeat | 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 |

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

（注）1. ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、NPS、そしてNPS関連で使用されている顔文字は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標又はサービスマーク

Appendix

# 提供プロダクト

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





© 2023 PLAID, Inc.

# KARTEの特徴

特徴1

**顧客一人ひとりを可視化**

特徴2

**リアルタイム解析基盤**

特徴3

**ワンストップで施策実行**

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

## 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



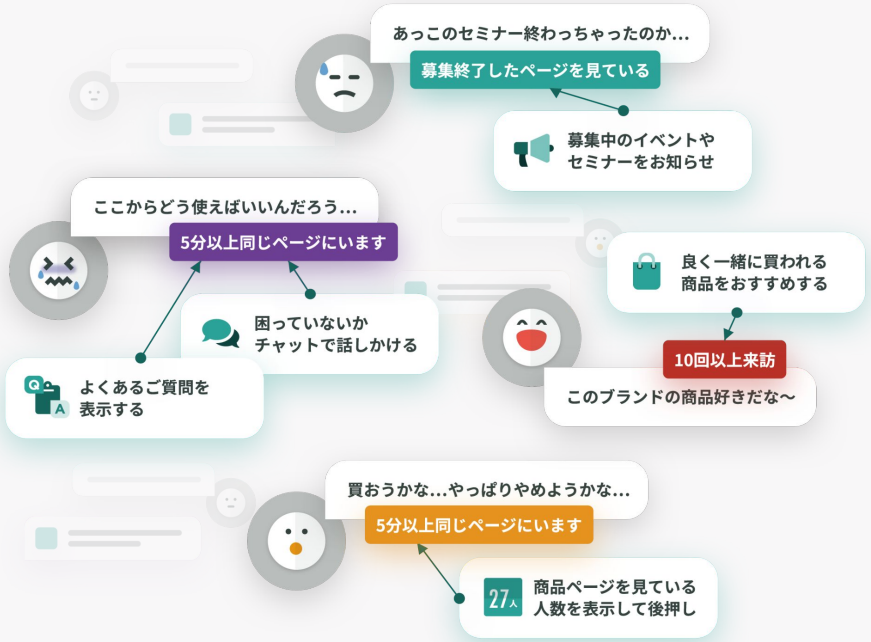


© 2023 PLAID, Inc.

## 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



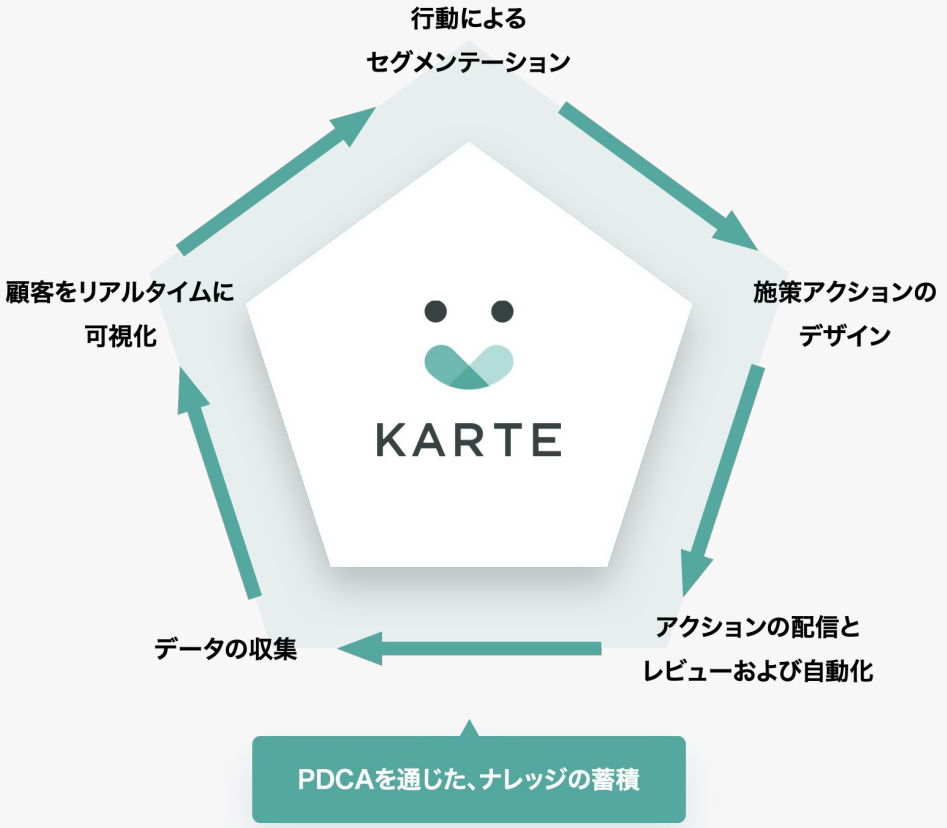


© 2023 PLAID, Inc.

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





© 2023 PLAID, Inc.

# KARTEの独自性 (オンサイトマーケティング領域における比較)

| | KARTE | 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 | ✔✔✔<br>蓄積/分析/アクションの<br>一貫したリアルタイム性 | ✔ - ✔✔<br>リアルタイム性なし/<br>一部のみリアルタイム（機能限定等） | ✔ - ✔✔<br>リアルタイム性なし/<br>一部のみリアルタイム（機能限定等） |
| データ蓄積/活用チャネル | ✔✔✔<br>マルチチャネル<br>（ウェブ/アプリ/メール/SMS等） | ✔✔✔<br>マルチチャネル<br>（ウェブ/アプリ/メール/SMS等） | ✔<br>シングルチャネル |
| 顧客理解の深さ | ✔✔✔<br>属性(1)/行動データ双方が蓄積され且つ<br>ユーザー単位の柔軟な可視化が出来る | ✔<br>属性データ中心であり、<br>ユーザー単位の可視化も困難 | ✔<br>属性データ中心であり、<br>ユーザー単位の可視化も困難 |

 © 2023 PLAID, Inc.

（注）1. 年齢・性別など

# ビジネスモデル

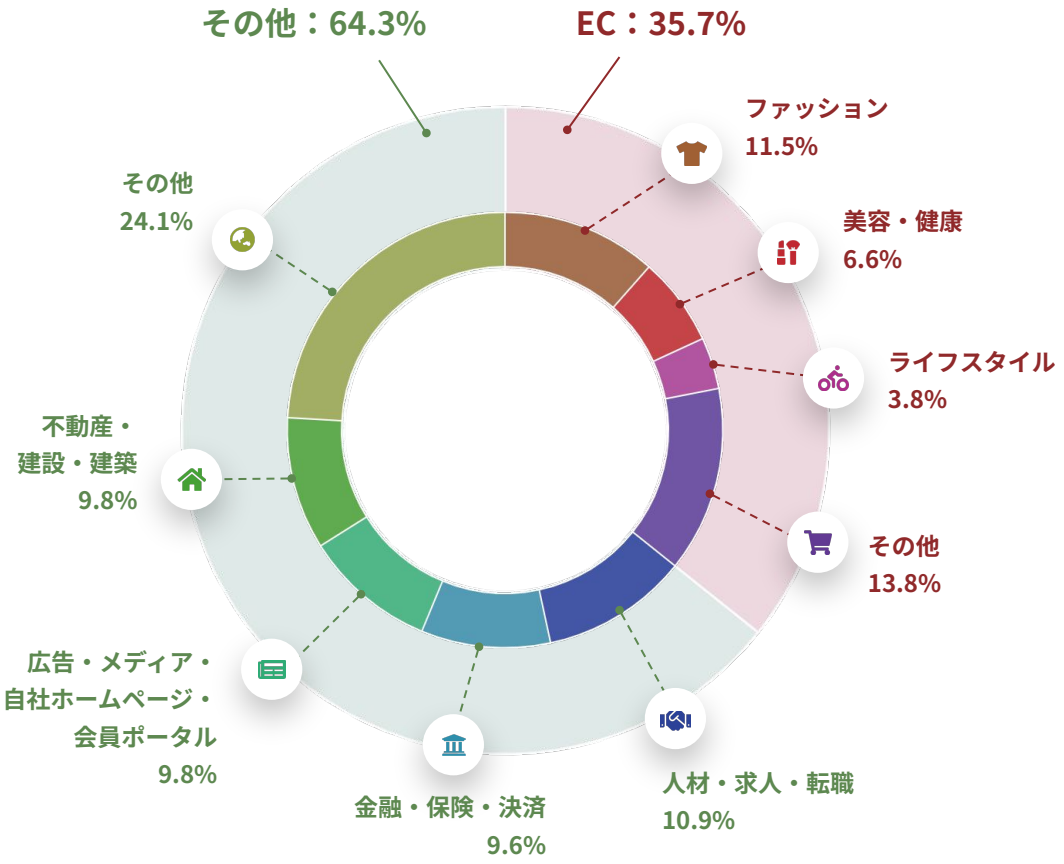
導入対象となるウェブサイトやスマートフォンアプリの規模に応じて課金するサブスクリプションモデル（年間契約）




PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

Appendix

# 契約件数の業界別割合（1）




（注）1.2022年9月末時点における各業界の導入ウェブサイト及びスマートフォンアプリ数の合計を全ての導入ウェブサイト及びスマートフォンアプリ数の合計で除して算出

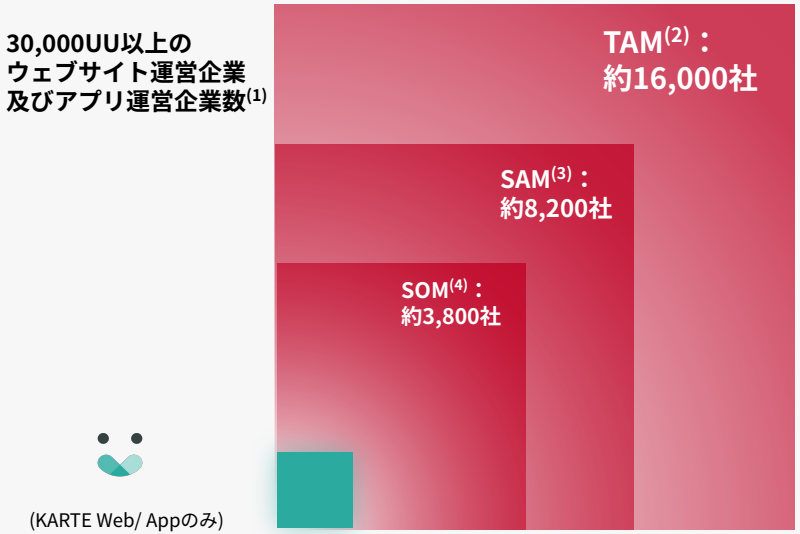

© 2023 PLAID, Inc.

Appendix

# KARTE / KARTE for Appの潜在市場規模

現在のKARTE / KARTE for Appの機能やプライシングに鑑みて導入可能性が高いと見込まれる国内企業数は約3,800社存在し、潜在市場規模は大きい

ご参考：
2023年9月期第3四半期末時点顧客社数 620社

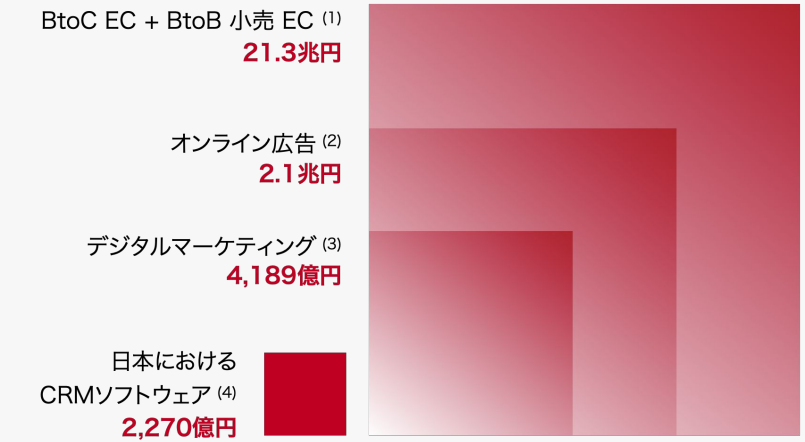



（注）1.2019年2月時点のSimilar Web社のデータに基づく、30,000UU以上の日本のWebサイト運営企業、及び2021年6月時点のAppannie社のデータに基づく、365日以内にupdate履歴があり且つ5,000ダウンロードされたスマートフォンアプリの国内の運営企業をKARTE・KARTE for Appの導入可能性のある企業と定義 / 2. TAM = Total Addressable Marketの略であり、（注1）に記載の基準により算出した、ウェブサイト並びにスマートフォンアプリの国内の運営企業数の総和 / 3. SAM = Service Addressable Marketの略であり、機能強化やプライシング変更などによりKARTE・KARTE for Appの導入可能性が高まると見込まれる企業数 / 4. SOM = Service Obtainable Marketの略であり、SAM（注3）のうち、業界や事業モデル等に鑑みて、現在のKARTE・KARTE for Appの導入可能性が特に高いと見込まれる企業数

PLAID | © 2023 PLAID, Inc.

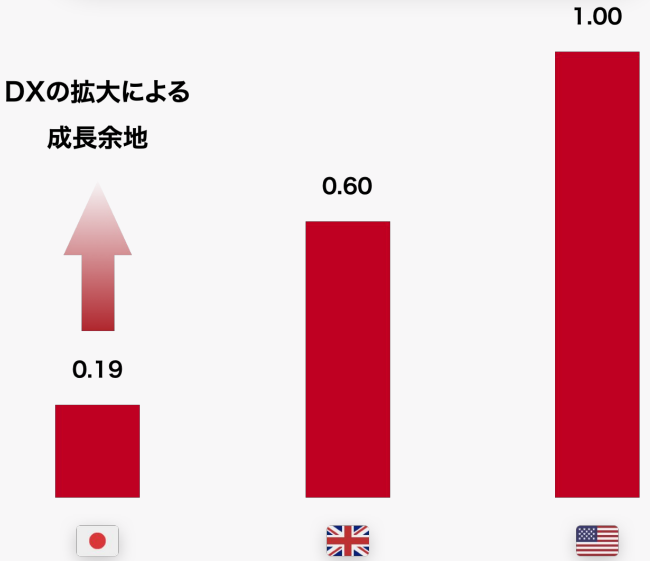
# 対象・関連市場の規模とポテンシャル

## 当社が属する市場と関連市場の規模




世界におけるCRMソフトウェア(5)
6.1兆円

## 各国のクラウドCRM Softwareへの投資額比較(6)




（注）為替レートはUSD/JPY=109.02を利用 / 1.経済産業省「令和元年度電子商取引市場調査結果」/ 2.電通「2019年 日本の広告費」/ 3.IDC「国内デジタルマーケティング関連サービス市場 セグメント別／産業分野別、2020年～2024年」 / 4.上図はGartnerリサーチを基にプレイド社が作成。Gartner, “Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update” 30 Sep 2020. Market Size of customer and relationship management excluding digital commerce market in 2019. / 5.上図のグラフはGartnerリサーチを基にプレイド社にて作成。Source: Gartner, “Forecast; Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update”, Neha Gupta, et al., 30 Sep 2020, CRMソフトウェアの市場規模（Gartner）/ 6,上場企業の広告宣伝費の総額（Capital IQで取得できる数字）にて算出。なお、CRMソフトウェアの市場規模には上場企業と未上場企業の両方の市場が含んでいるが広告宣伝費には未上場企業の数字は含まない。また、各国のクラウド投資額比較については米国を1,00として各国の数値を標準化して算出

 © 2023 PLAID, Inc.

# デジタルマーケティングのパラダイムシフト

| | 企業中心のマーケティング | | 顧客中心のマーケティング |
|---|---|---|---|
| フェーズ・プロダクト | サービスの構築<br>CMS | 集客の最大化<br>広告/MA | パーソナライゼーション<br>CXマーケティング<br>KARTE |
| 施策場所 | サイト内(ウェブサイト/アプリ) | サイト外(広告/メール) | サイト内(ウェブサイト/アプリ) |
| データ | 年齢•性別などの属性データ | | 属性データおよび顧客の行動ログなどの動的データ |
| 課題 | 顧客: 自分にとって最適化される機会が少ない<br>マーケター: 顧客ベースの動きがわからない、複雑なツールを使いこなせない | | リアルタイムな顧客解析および<br>アクションが可能な環境やツールの構築が難しい |

**サービスの構築や集客のフェーズから、顧客に価値を伝えるフェーズにシフトしている**

 © 2023 PLAID, Inc.

# 現状のデジタルマーケティングの課題

**顧客目線**

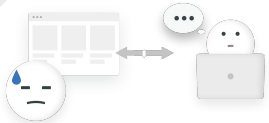


ウェブサイトが複雑化し、
必要な情報にたどり着きづらく
なっている



ウェブサイトから送られてくる
大量のメッセージが煩わしく
なっている

**企業目線**



ウェブサイト上のリアルタイムな
顧客行動を知ること、それに基づき
働きかけることができない



ウェブサイトに来ている顧客ごとに
パーソナライズされたアクション・
コミュニケーションができない

**顧客を理解しないまま企業が行っているインターネット上の体験設計は**

**必ずしもユーザー・顧客の体験向上に寄与していないことが問題となっている**

 © 2023 PLAID, Inc.

Maximize the value of people with the power of data

 © 2023 PLAID, Inc.