株式会社プレイド

2023年9月期第3四半期決算説明会

2023年8月8日

登壇

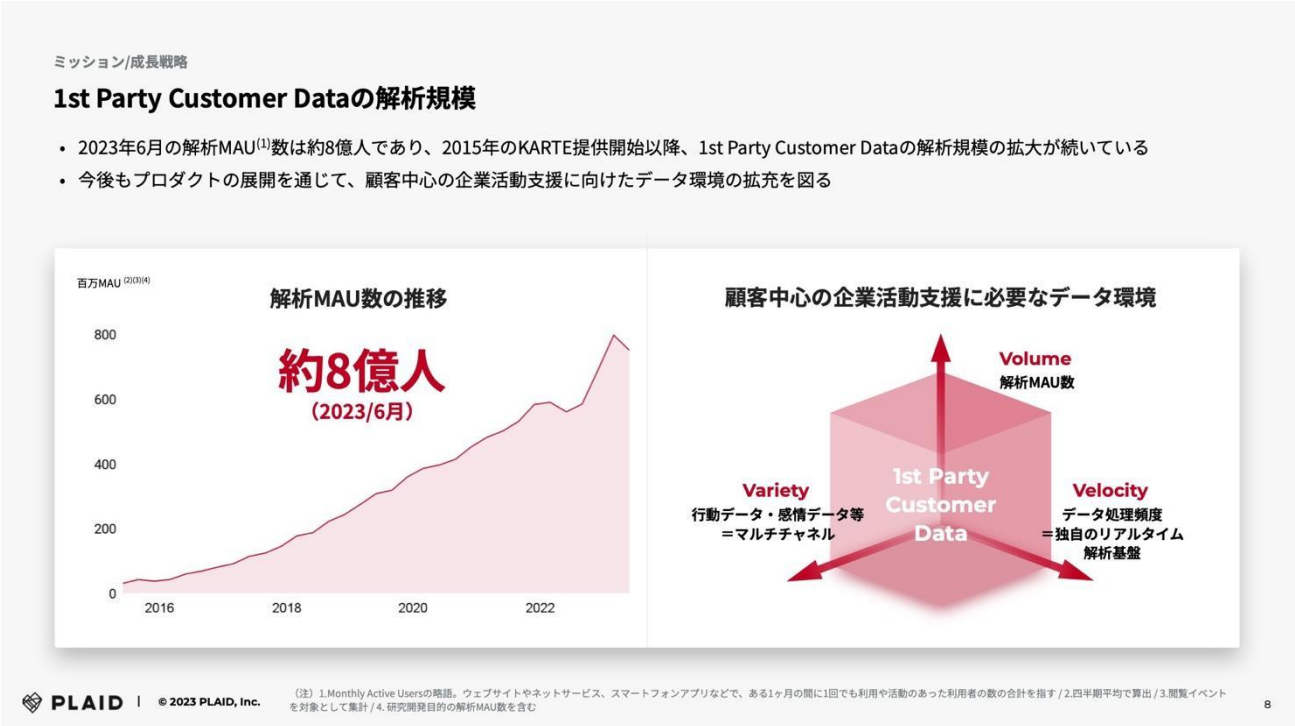
司会：お集まりいただき、ありがとうございます。これより、株式会社プレイド2023年9月期第3四半期決算説明会を行います。

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。本日は、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。

武藤さん、よろしくお願いいたします。

武藤：はい、ありがとうございます。皆さん、お集まりいただきまして、ありがとうございます。では、第3四半期の決算発表を始めたいと思います。



8ページの前段部分のミッションや成長戦略については、従前通りと変わっていないので、説明は割愛させていただきます。

まず、解析MAUの推移をご覧ください。約8億MAUぐらいの水準を維持しております。直近、若干、下げているところがもしかしたら気になられるかもしれませんが、これは大型の解約があった影響であります。ただ、金額に比べてMAUの大きい解約だったので、その1件の影響が大きく出ている状況です。

後段で詳しくご説明しますが、解約／ダウンセルは、計画を金額としても下回る水準で、契約継続率に関しては、計画を上回る良好な水準でしたので、総じてダウンサイドはうまくコントロールされており、MRRも順調に成長しています。ただ、このMAUの部分はそういった影響で若干、下げているように見えているものになります。



それでは3Qの数字面のお話をしていきます。

まず、今回の決算のハイライトを4点お伝えいたします。

1点目、売上高は順調に成長を続けております。連結、単体ともに計画を上回って着地しております。

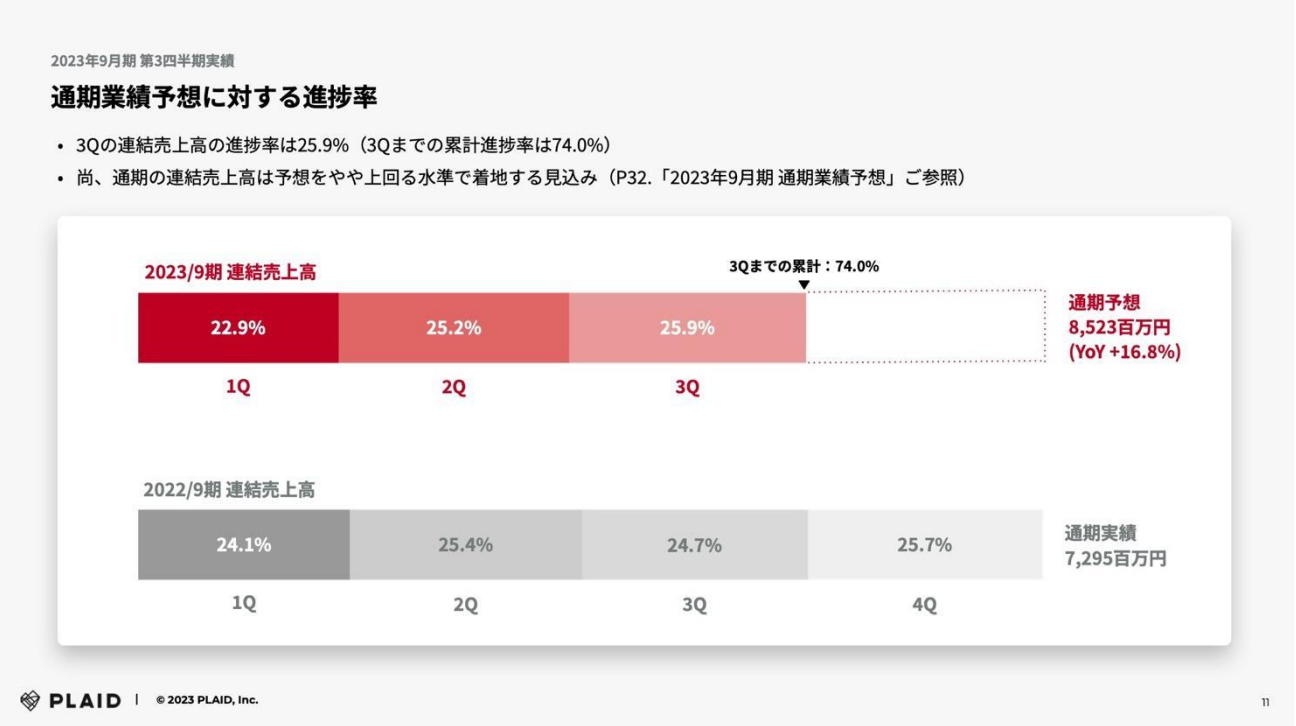
2点目、売上総利益率ですが、こちらは安定的に推移しております。為替の影響が大きいのですが、為替も安定しており状況に大きな変化はございません。

3点目、販管費は、概ね年初の計画通りです。こちら実は非常にポジティブな面がございます。今年度の頭に2億9,000万円のサーバーコミットメント枠を使い切れない未消化部分が生じるというお話をしましたが、これは新解析エンジンの導入による結果です。

それに合わせて、1Q、2Q、3Qで、定期的に消費していく予定でしたが、1Q、2Qでは消費ができなかったので、1Q、2Qは販管費が想定より小さく、調整後営業利益もプラスに振れていたというのがあります。それに対して、3Qで大きく消費しなければならなかったのですが、結果としてここをあまり大きく消費せずに済んだということがございます。

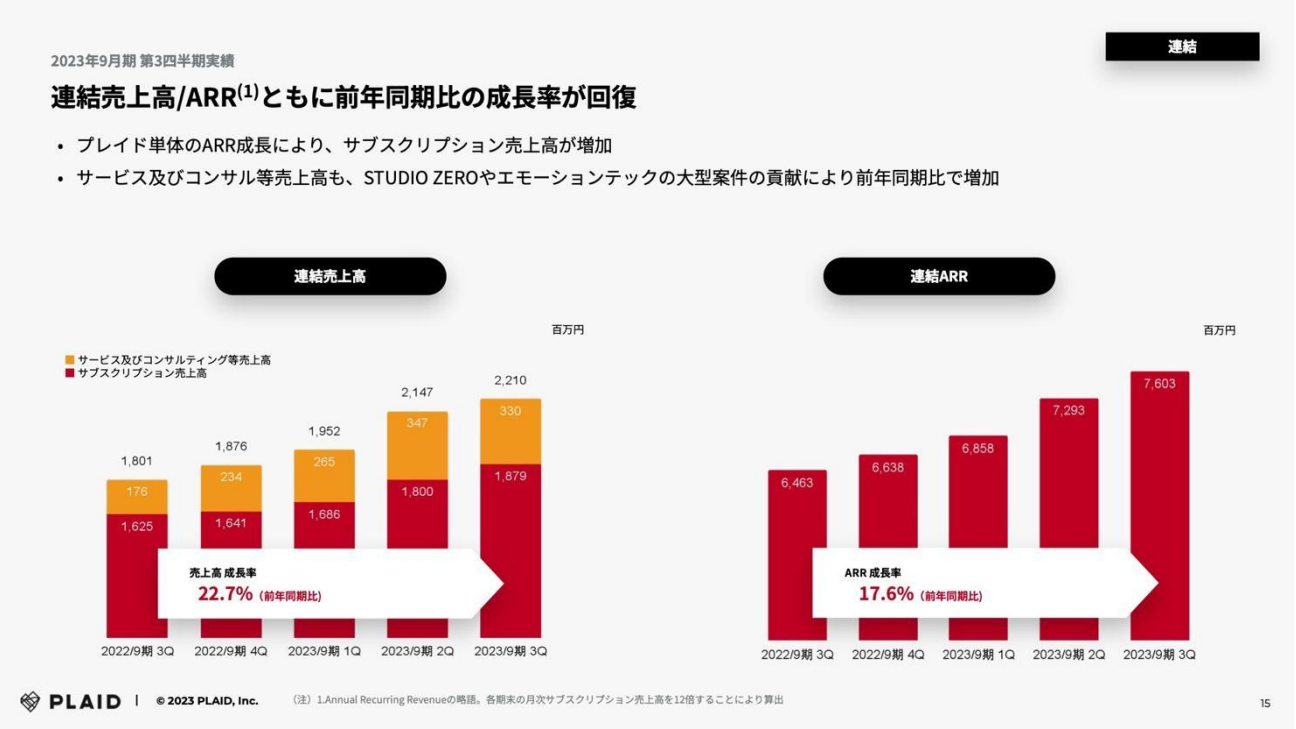
一つ要因としては、既存のいろいろなサーバー関連費用をコミットメント枠の未消化部分に充てることができたので、未消費枠自体を小さくすることができました。残りの部分は無駄にせず、R&Dに活用することで対応できております。なので、3Q自体も、もともとの1Q、2Qの期ずれがあったにもかかわらず、販管費が結果的に当初の想定通りに収まったというポジティブな状況であります。

4点目、調整後営業利益に関しては、3Qも想定を上回っている状況ですので、後段で通期予想の上方修正をしております。



では、次のページです。

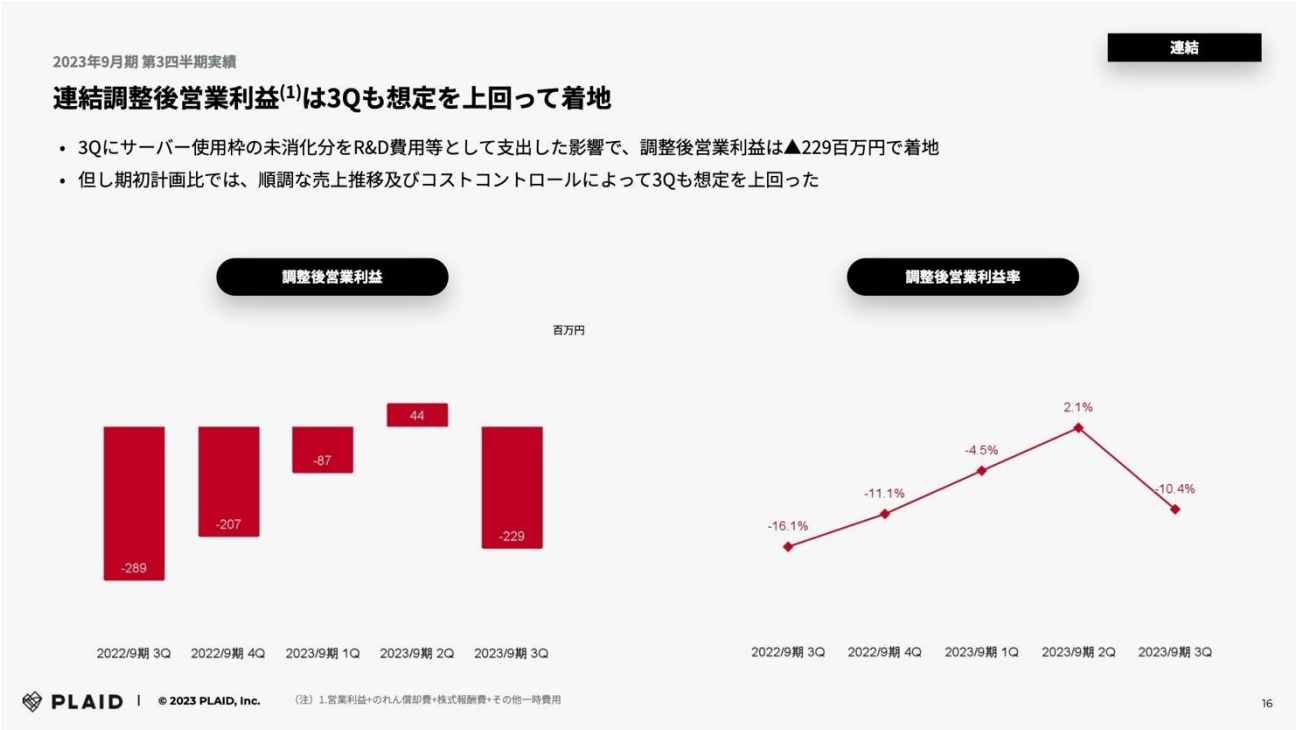
通期の業績予想売上の業績予想に対する進捗率ですが、3Qの進捗率は25.9%、累積の進捗率が74%ですので、通期業績予想の達成可能性はかなり高いと考えております。



15ページ目。ここから連結の業績、そこから単体、最後に事業領域別の説明に入っていきます。

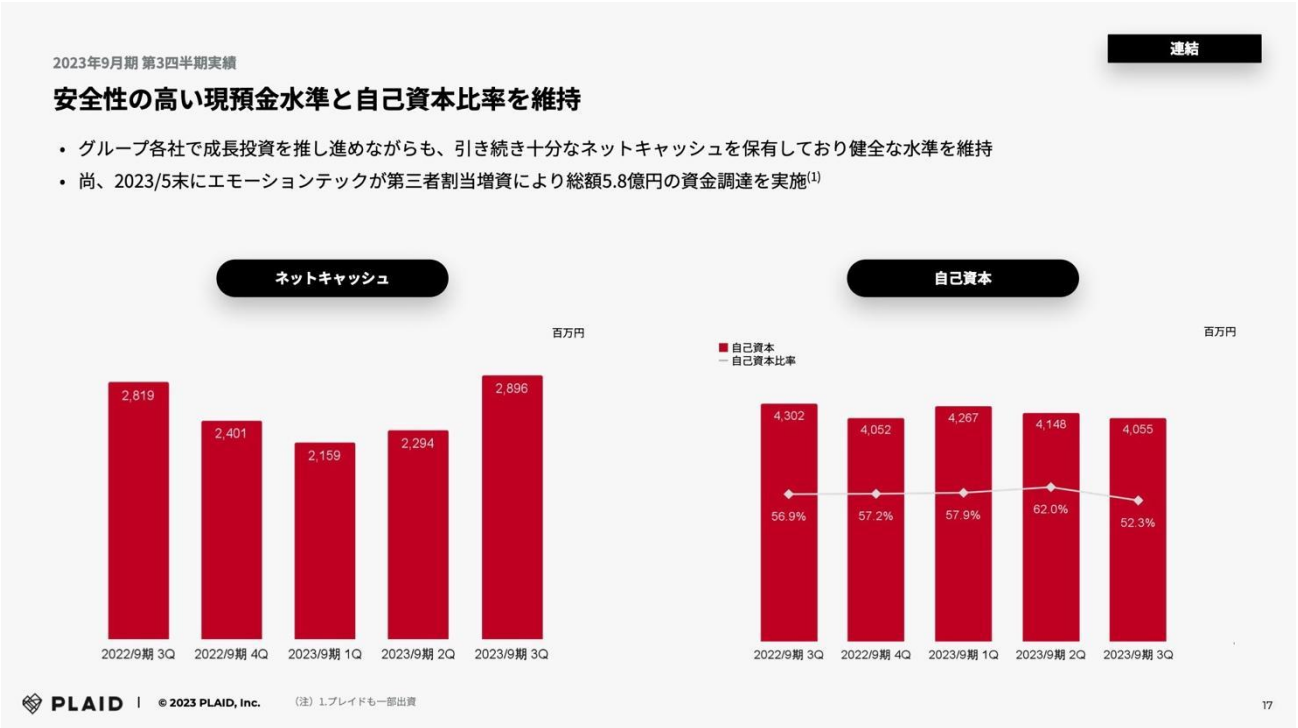
まず、連結の売上高ですが、こちらの前年同期比での成長率が22.7%となっております。2Qでは15.7%でしたので、2Qから3QにかけてYoYの成長率が大きく増加しております。

3Qが当然、適切に成長したという要因もありますが、テクニカルな要因もございまして、もともとYoYの成長率を計算するベースが、今回、3Qになりました。昨年度の3Qは大型の解約が多くあったため、ARRがへこむという状況があり、そこがボトムになっています。今回、2Qから1期ずれて、YoYの計算の発射台が昨年度の3Qになったので、結果的にわれわれの今の正しい実力値の売上成長率をお見せすることができる数字になりました。それが22.7%で、ARRは17.6%です。これも2Qでは9.9%でしたので、YoYの成長率というのが大きく増加しております。



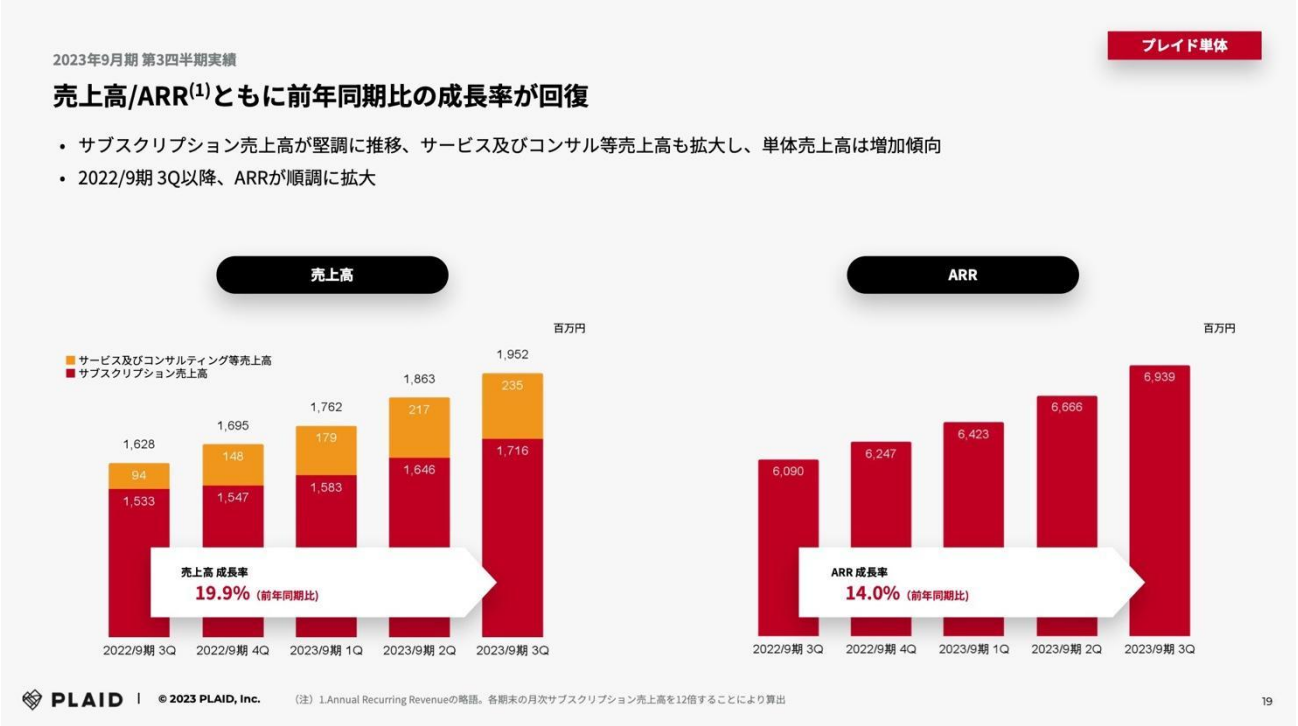
連結の調整後営業赤字は想定を下回って着地している状況です。

2Q自体は黒字化していることもございますし、1Q自体の赤字も想定より小さかったので、この1Q、2Q、3Qまでの結果を見て、後段で連結調整後営業赤字の水準を上方修正しております。



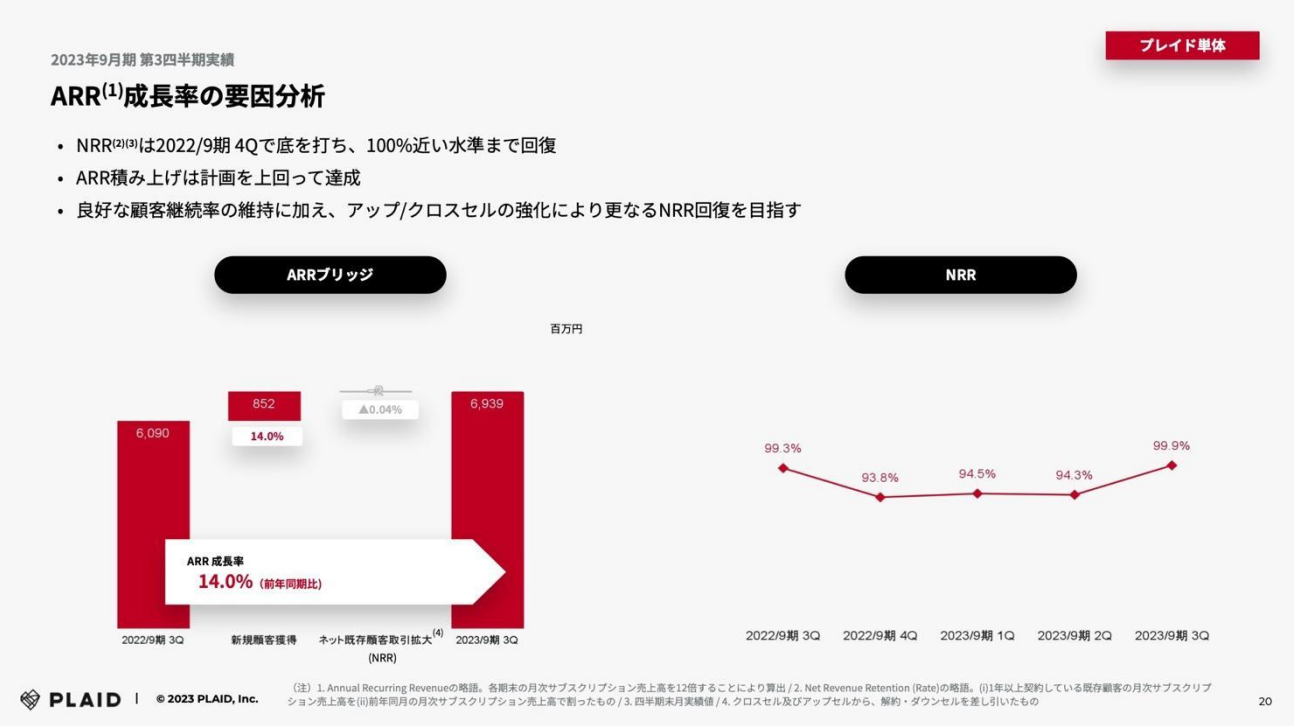
こちらが連結最後のページです。ネットキャッシュが大きく増えていることがお分かりいただけるかと思います。こちらは、子会社のエモーションテックが第三者割当増資で5.8億円を調達した影響です。

プレイドも一部出資をしているので、それが全部ネットキャッシュの増分にはなっていませんが、外部調達もございましたので、そこが連結ベースのネットキャッシュの増分になっております。自己資本比率は、50%を上回る水準を維持しておりますので総じて、健全なバランスシートを保っております。



ここから単体で見ていきたいと思います。

プレイド単体の売上高の前年同期比の成長率は19.9%になっております。前四半期では13.6%でしたので、かなり大きく成長率を上げています。ARRは、成長率14%になっています。前四半期は5.2%でしたので、ここもかなり大きく増加しています。

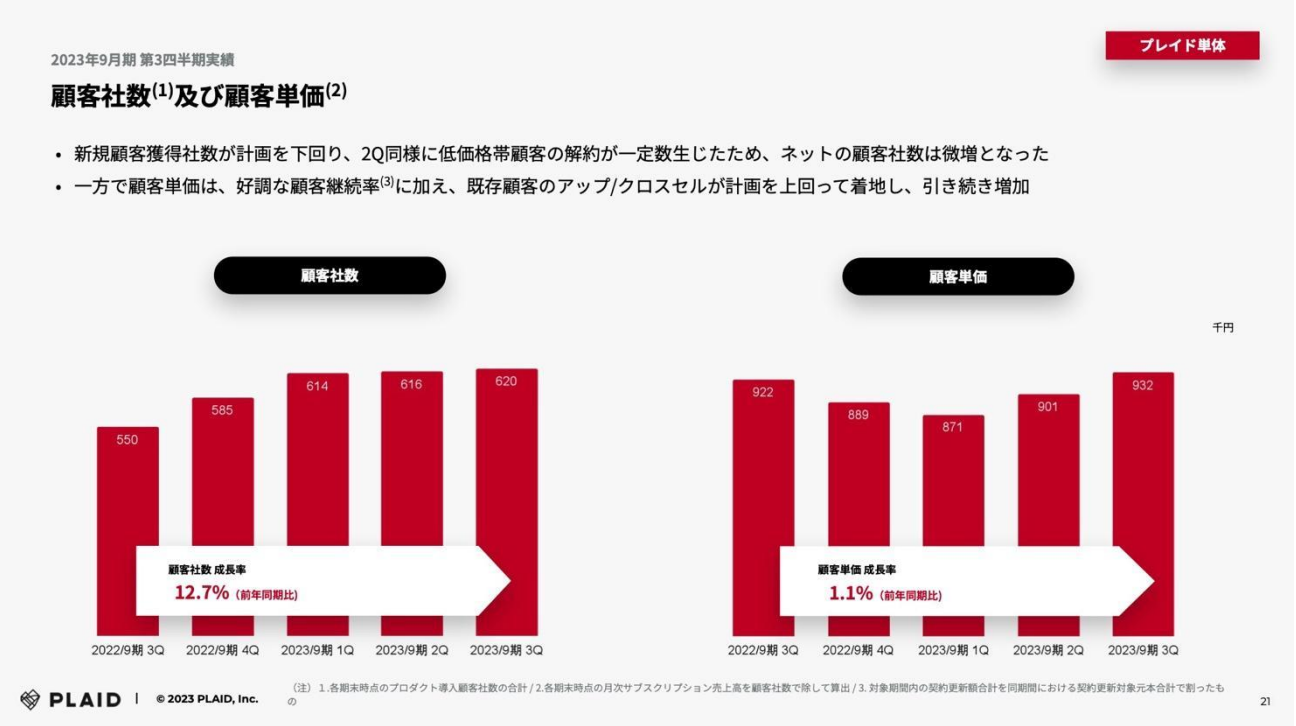


このARRのYoYの成長率14%というのを新規と既存で分解しております。

ARRブリッジにございますとおり、この14%のYoYでの成長は、全て新規の要因によるものです。既存に関しては、アップサイドとダウンサイドがあって、ネットすると、ほとんど、とんとんの影響になっています。

右側をご覧いただきますと、まさにとんとんの影響ということでNRRがほぼ100%になっています。これは過去4四半期にわたって100%を下回ってきた水準から、100%まで回帰しているということで、ポジティブな状況ではあります。

ただ、過去のNRRにて130%を超える水準というのもございましたし、それ自体はかなりポジティブな状態であるとしても、100%という水準が満足いくものだとは全く思っていません。少なくとも、この辺が110%ぐらいになってきて、健全な水準に回帰していると考えられると思うので、まだNRRというのは上がっていかなければいけないと思っております。



顧客の社数と単価の動きでございます。

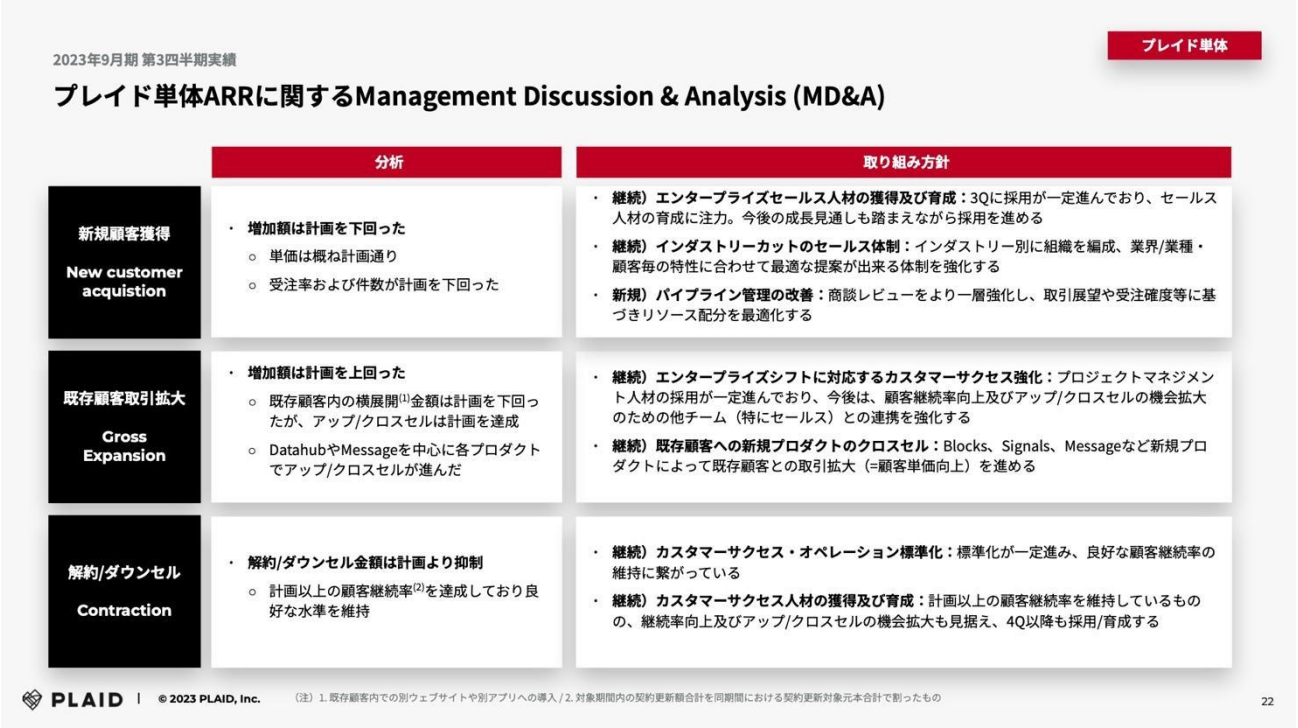
顧客社数は、ネットで4社の増加となっております。これはもちろん、新規の件数が4社ということではなく、実際この3Qでの新規の件数は50社以上獲得しています。では、裏を返すと何かと言いますと、その数の顧客が解約しており、ネットで4社の増加となっております。

これは、数字で申し上げますと比較的単価の小さい顧客の解約になっております。われわれの全体の顧客の平均単価は右の図のとおり、93万2,000円ほどございます。それに対して、解約顧客の平均単価は50万円弱ですので、平均顧客単価を下回る水準になっております。

結論といたしましては、これはわれわれの戦略的なフォーカスの結果であると思っております。もちろん、小口のお客様の解約に対して構わないと思っているわけではございません。それらのお客様にKARTEの価値を感じてもらってないのは、残念であります。

ただ一方で、われわれの限られたカスタマーサクセスのリソースを、エンタープライズフォーカスということで、エンタープライズ企業にアロケートし、そこでの顧客満足度や価値実感を高めるということに、徹底的にフォーカスした結果、エンタープライズの顧客が、比較的に利用継続をして、小さめのお客様の解約がどうしても多くなってしまっている状況でございます。数ベースで見ると、この結果というのは今の時点では受け入れざるを得ず、われわれの方向性に合致したものであるとは考えています。

実際に、顧客単価はこの2四半期連続で上げてきています。これはアップセル/クロスセルがうまくいっているということもございますし、やはり顧客がエンタープライズに寄ってきており、全体としてもわれわれの戦略的な方向性が、この顧客単価にも表れていると思っています。



3QのARRの増分の要因分析になります。

新規顧客獲得と、既存顧客の取引拡大によるアップサイドと、解約／ダウンセルの三つに分けています。まず新規に関しては、計画をやや下回っております。ここに関しては今エンタープライズ向けに、業界別のチームを作ったり、セールスの人材の獲得を進めている状況なので、まだまだ時間が掛かるとは思っています。

一方で、セールス人材の獲得は、3Qで進みましたので、4Q以降は、当然採用も進めながら、オンボーディングによる教育を進めていきたいと思っております。

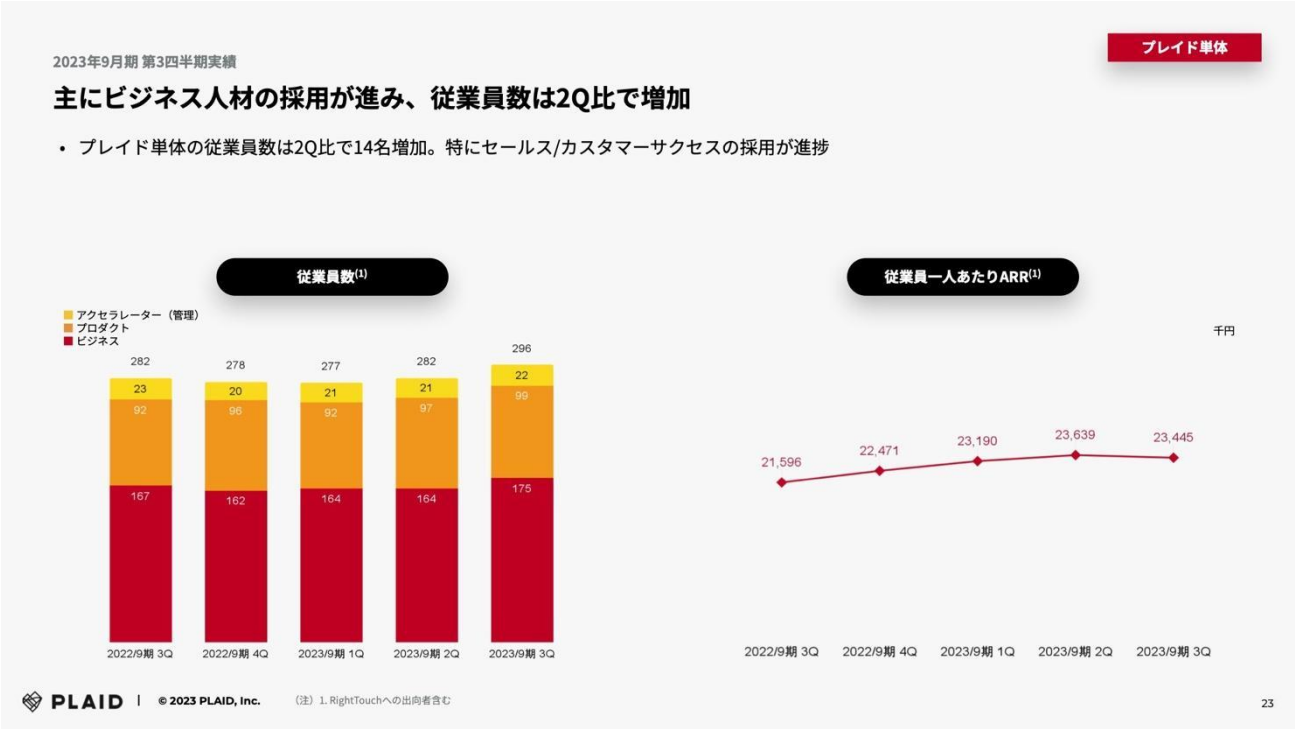
このインダストリーチームというのも、実際により機能していってもらいたいと思っておりますし、新たな取り組みとしてパイプライン管理を強めてきております。これによって、われわれのフォーキャストや、より適切なパイプラインや、商談に人員を配置できるようになってくると思っています。それによって新規顧客獲得は今後さらに伸びてくることを期待しています。

それに対して、既存顧客の取引拡大は計画を上回るアップセル/クロスセスというのが生じております。アップセルは単価の上昇でありますし、クロスセルという観点で見ますと、DatahubやMessageがございます。KARTEはどうしてもウェブ接客というリアルタイムのWebサイトに入れて

もらうイメージが強いのですが、顧客のデータマネジメントであったり、そのデータ活用をしたメッセージであったり、よりデータマネジメントのツールとしての側面がお客様に伝わり始め、そのようなツールがクロスセルされていることが、既存顧客の取引拡大に寄与しています。

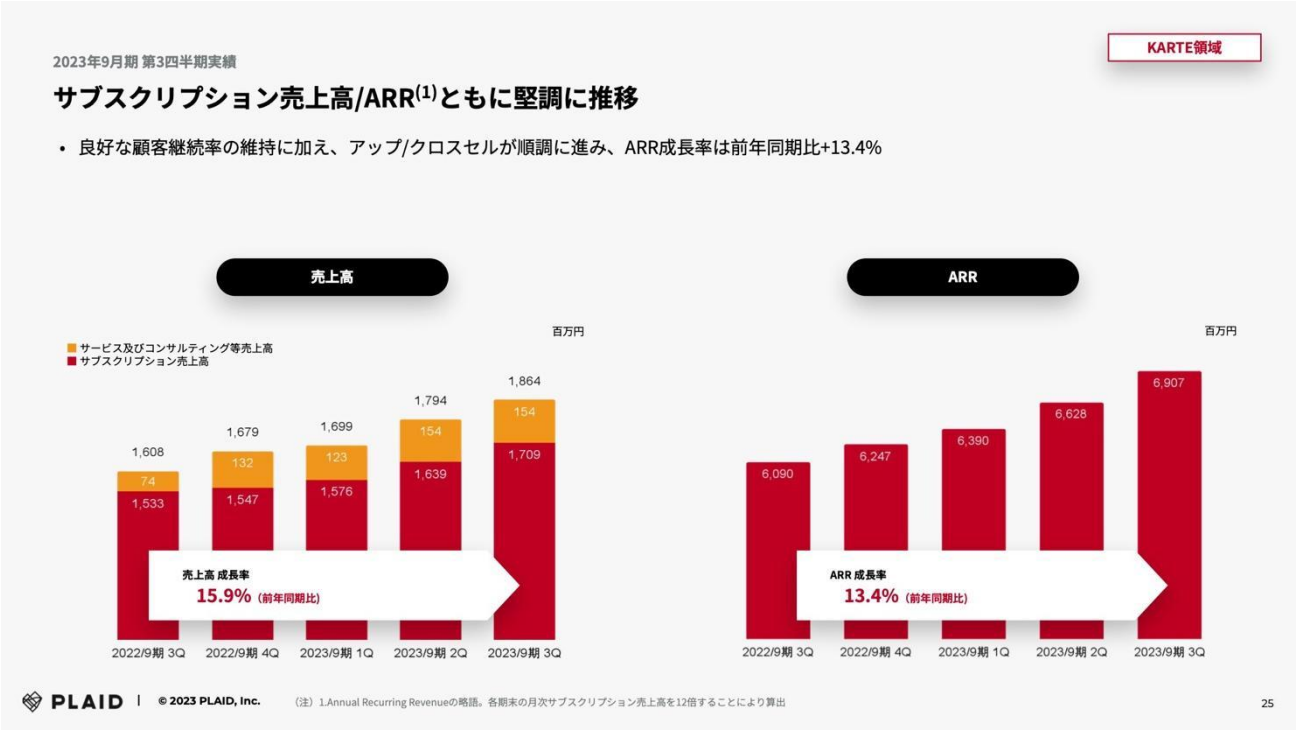
解約／ダウンセルについては、MAUのところでも少し触れましたが、計画よりも抑制できております。昨年3月末に、大型解約が相次いだ状況とは180度異なる結果になっております。この結果には大変満足している状況であり、これを実現してもらったカスタマーサクセスを中心としたビジネスチームには、非常に感謝している結果になっております。

取り組みの方針としては、継続してカスタマーサクセスのオペレーションをさらに標準化していき、さらに生産性を高めていく。同時に人材も獲得していき、チームであったり、オペレーションにさらに投資をしていくことによって、解約／ダウンセルの観点や、その手前のお客様の価値実感を徹底的に高めていくことに力を入れていきたいと思ってます。



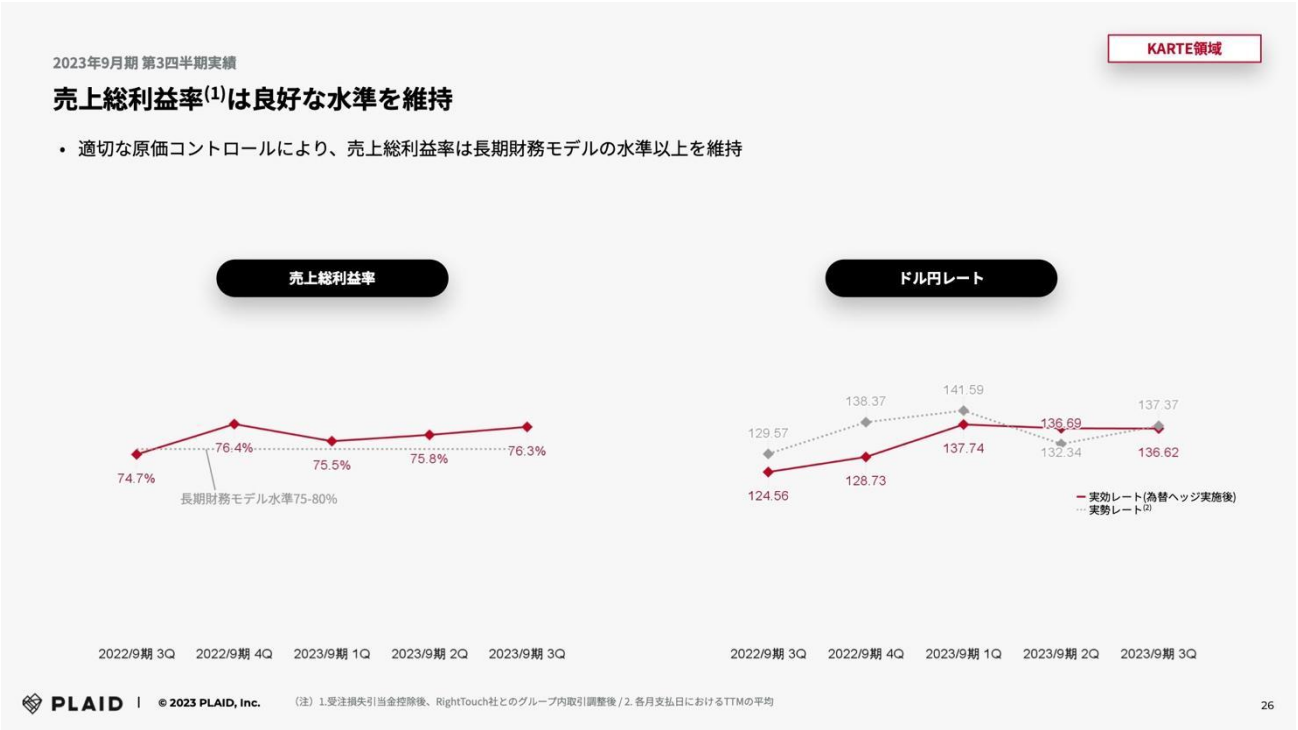
単体の最後のページです。

人員数に関して、この3Qはビジネスサイド、特にカスタマーサポート、セールスの人員が増えております。

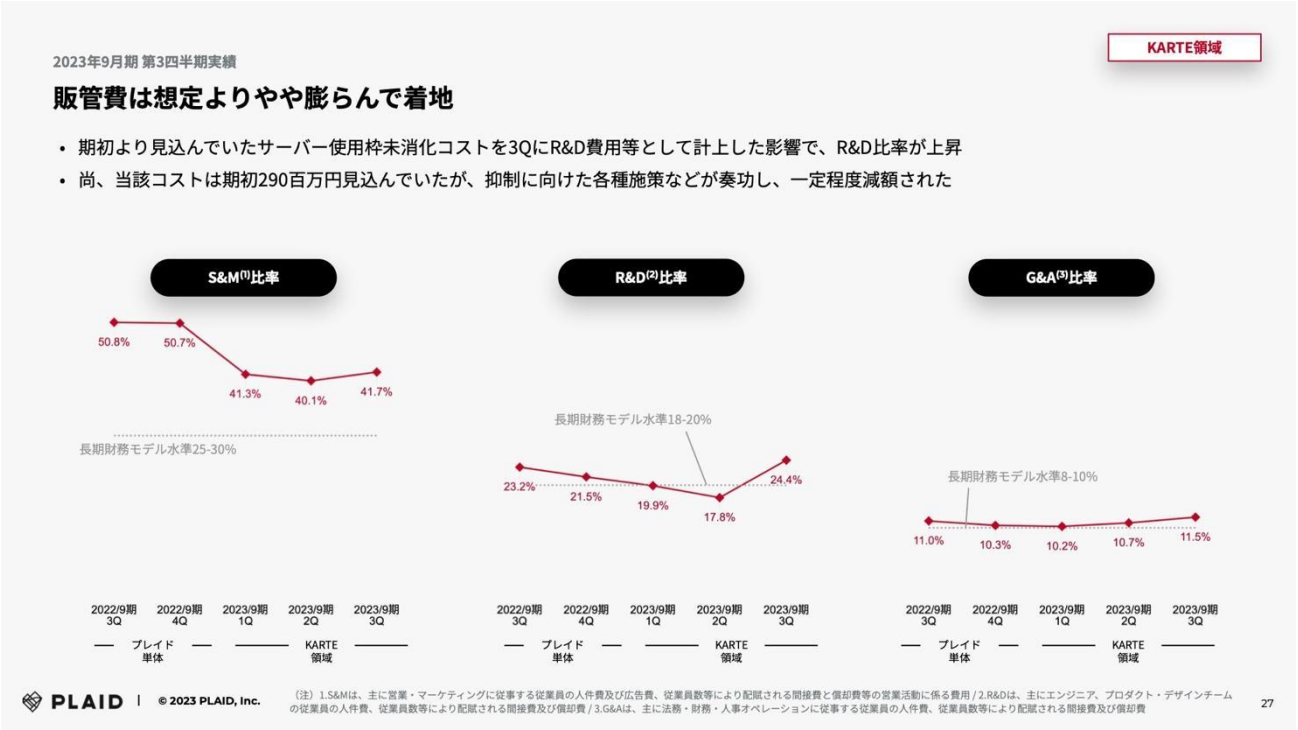


では最後に、事業領域別の数字を見ていきたいと思います。

KARTE領域の売上高成長率は15.9%、ARRの成長率は13.4%、前四半期の同じ数字がそれぞれ9.8%と4.6%でしたので、連結プレイド単体と同様に、KARTE領域の成長率も改善しています。

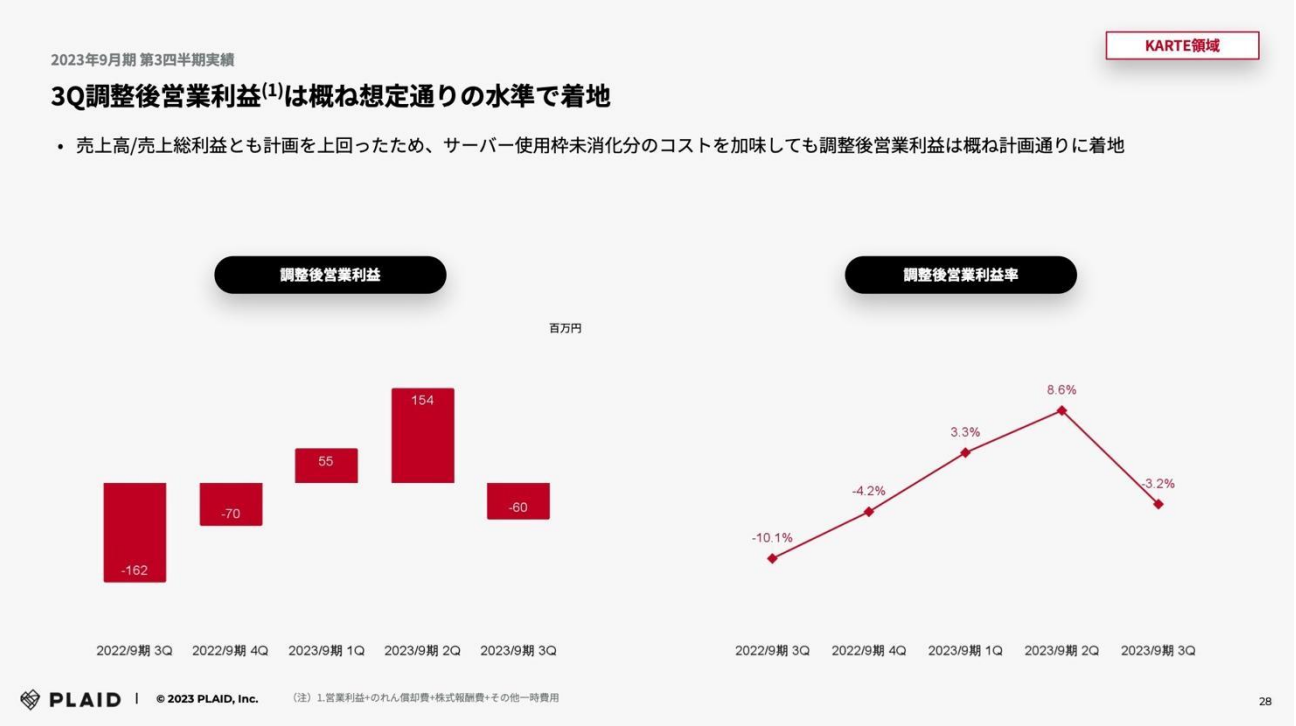


売上総利益率は良好な水準を維持とタイトルにございますとおり、長期財務モデルの水準を上回る水準で維持されており、為替も安定しています。



セールス&マーケティングの比率と、R&Dの比率が販管費において上がっているのが、分かるかと思います。セールス&マーケティング部分は先ほどお話したとおり、人員を増強しておりますので、その費用が上がってきており、一部マーケティング費用等もあります。

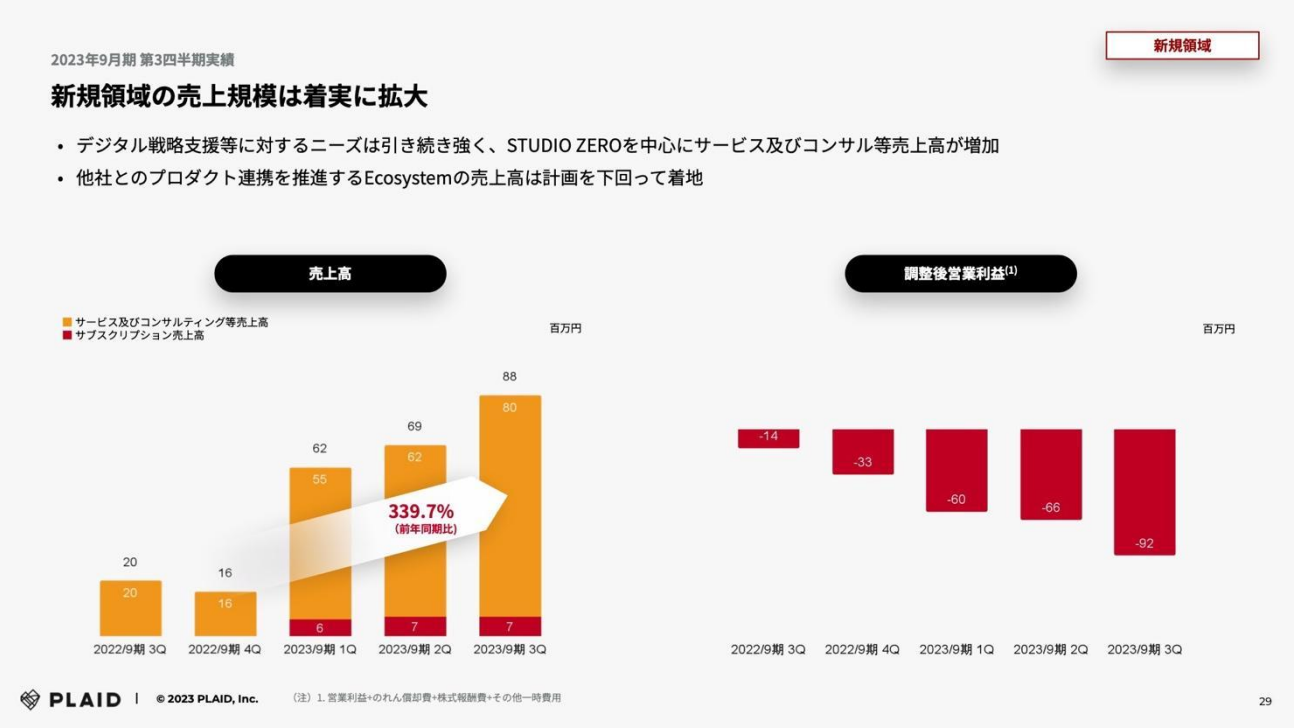
R&Dに関しては、一時的にサーバーのコミットメント未使用枠をR&Dに振り替えた影響で上がっておりますが、今後この水準が維持されるというよりは、より落ち着いてくるので一時的な影響になると思っております。



3Qの調整後営業利益、赤字にはなっていますが、概ね想定通りという、KARTE領域の水準になっています。サーバーコミットメント未使用枠の、R&Dの使用がなければ、3Qも黒字になってもおかしくなかったと思っています。また、今のこの赤字の3Qに、2Q、1Qを合算すると累積で黒字になっています。

昨年度末に宣言した通り、コアのKARTE領域に関しては、グロースだけではなくプロフィタビリティグロース、クオリティグロースというのを、このコアの領域で実現していくことを宣言させていただいており、その通りになりつつあると思っています。KARTEのコアの領域は、成長率を維持しつつ収益性のある事業になってきています。

一方で、今からご説明する新規領域や、グループ事業は大きな成長を遂げており、グループとしてバランスの取れた、事業やプロダクトのポートフォリオが構築されつつあると感じております。まさにこのコアのプロフィタブルグロースと、成長領域が実際に成長してきているということは、この3Qの決算の一番のハイライトだと思っております。

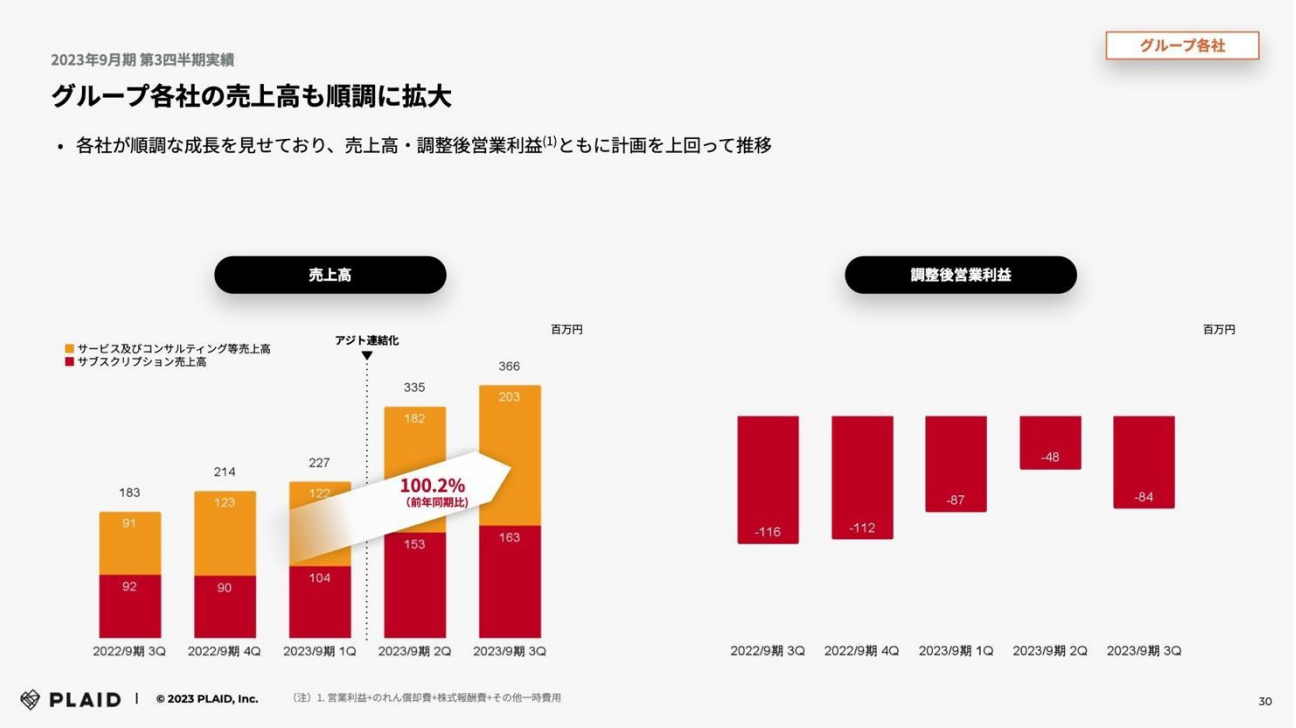


では、その新規領域やグループ領域がどうなってくるかというのを見ていきたいと思います。

まず、新規領域です。こちらはSTUDIO ZEROという、デジタルのコンサルティングやサポートをしている領域と、Ecosystemという、KARTEをより幅広い領域にエコシステムとして活用してもらう事業を行っている二つが含まれており、前年同期比339%とかなりの伸びになっております。

特に、STUDIO ZEROのコンサルティング周りの伸びが著しくなっております。やはり、デジタル戦略の支援に対するニーズは、非常に高いということが確認されます。加えて、単にコンサルティングを提供しているだけではなく、われわれ自身のプロダクトとそれを使いこなせる人材がいるので、提案するデジタル戦略の内容を実際にKARTE等のツールを使って、事業に変革をしていけるというのは、プレイド強みであるということが、まさにこの事業を成長させていく上でも生きています。逆にこのSTUDIO ZEROがあることによって、KARTEの利用が促進される相乗効果が生まれていると思っています。

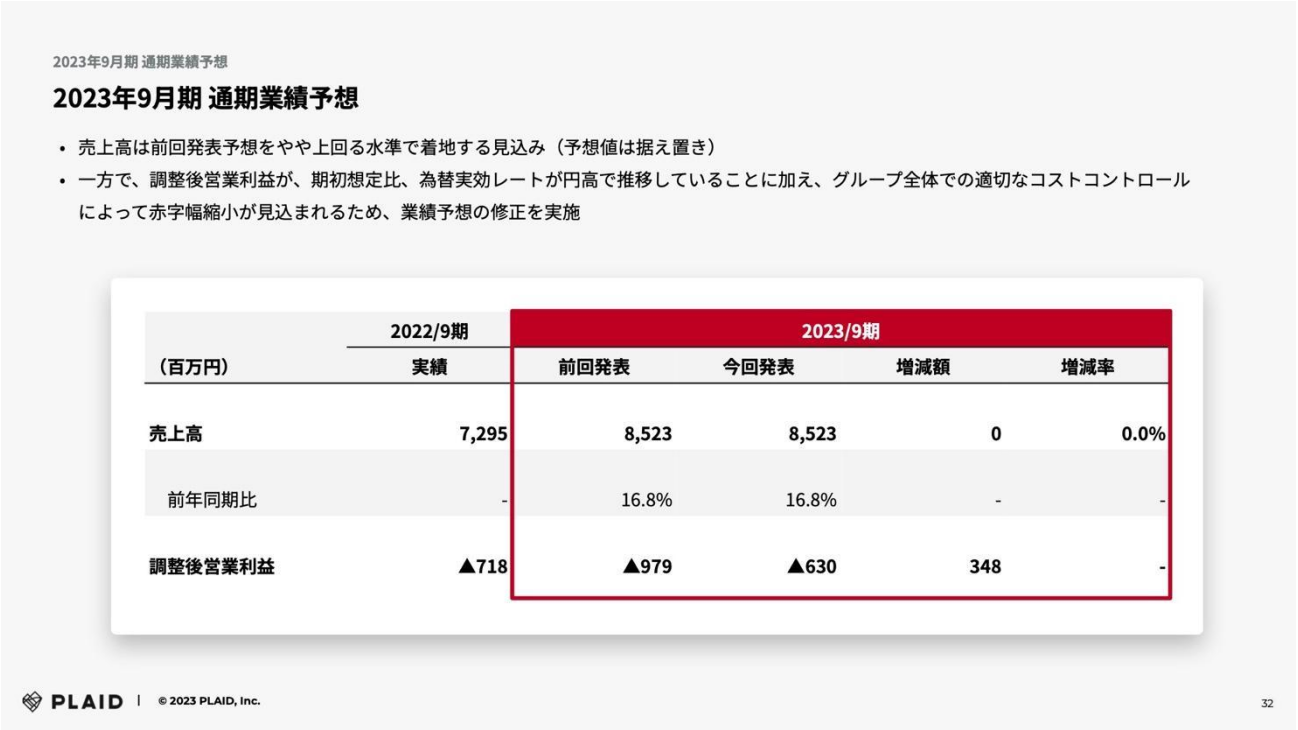
Ecosystem領域については、計画対比でビハインドにはなっていますが、新規領域ですので、そういった状況というのは起こり得ると思っております。以前、新しいプロダクトとして発表したKARTE Craftが、Ecosystem領域のゲームチェンジャー的なプロダクトになると思っておりますので、タイミングを見て、その魅力についてはまたご説明申し上げたいと思います。



最後にグループ各社についてですが順調に成長しております。当然、まだ投資ステージなので赤字ですが、十分コントロールされた赤字だと思っています。

グループ3社、広告領域のモニタリングシステムを提供しているアジト、カスタマーサポート領域でKARTEをコアとした派生プロダクトを提供しているRightTouch、NPSのプラットフォームを提供しているエモーションテック、3社とも、高い成長率を遂げており、YoYで見ると売上が倍増しているというのがグループの事業の状況でございます。

このような形でと、KARTEも含め、グループの成長はより加速されているのが現状でございます。



続いて、通期の業績予想です。

途中で何度か触れましたが、通期業績予想を修正しております。連結調整後営業利益が想定よりかなり縮小されているので、こ前回発表の調整後営業利益、マイナス979百万円から、マイナス630百万円まで縮小させております。トップラインについては、業績予想は上回ると思っていますが、現時点では据え置きにしております。

最後に、今回の決算のサマリーを三点お伝えしたいと思っております。

1点目は、グループでの成長率が20%を超えてきたことです。冒頭に申し上げた通り、テクニカルな要因もありますが、成長率の発射台が3Qになり、昨年度の大幅解約の状態から、この3月末の様々な更新がある中で、かなり良好な顧客のリテンションを達成したということが、本質的な差であると思っており、それによってこの成長率が回帰してきていると認識しております。

これは、単に結果が出たわけではなくて、エンタープライズフォーカスという戦略や、顧客の価値実感を重視することなど、単にプロダクトを提供するんじゃなくて、それらを重視する方針転換が功を奏していると思っております。

2点目は、KARTE領域がプロフィタブルグロースになっていることです。まだ赤字であると思われるかと思いますが、かなりのサーバー費用や、様々な一時的なコストも掛かっている反面、今後も成長していくことが見込まれる中、自然体での黒字化が見えつつあると思っております。KARTE領域の成長率は15.9%で、これが今後もサステナブルな成長率かというと、全くこれにも満足してお

りません。プロフィタブルグロースで15〜16%の成長率があればいいのかというと、そんなことはないと思っており、よりこの成長率も高めていかなければならないと思っております。

先ほど単体でお話しました通り、リテンションは良く、アップセル/クロスセスもまあまあ良いですが、新規領域がまだ投資ステージであるというお話をしたと思います。新規領域は逆に、われわれの成長率をさらに加速するための余白だと思っております。当然、さらにリテンションも上げていきたいですし、アップセル/クロスセルも伸ばしていきたいと思います。新規領域が金額ベースで伸びていくのであれば、今のKARTE領域の成長率15.9%というのは20%を超える成長率にしていくことも可能ではないかと思っております。

詳しい数字は、来期の事業計画や、ガイダンスでまたお話しできればと思っています。ここの成長率をさらに上げつつ、プロフィタブルグロースで収益性のバランスを取っていくことを目指していきたいと思っています。

最後に、3点目です。結果としてコアの事業も非常によいバランスの取れた事業になっていますが、やはり新規領域やグループの領域において、かなり成長機会、成長期待のある事業が出てきていること、単に期待ではなく、実際にそのトラクションが出てきていることが大きいと思っています。

STUDIO ZEROを含むそれらがKARTEと結びつくことによって、日本における新たなエンタープライズ向けのサービスとソフトウェアを融合したモデルというのを作っていけると思います。Ecosystemも、今、プロダクトが導入されたのでリブートするチャンスです。グループ3社が本当に想定以上の成長を遂げている中で、ここがさらに加速していくことで、グループ全体の成長率は、KARTE単体よりもさらに高まっていくことを期待しています。

以上、3点が今回の決算のサマリーです。グループでの成長率が20%を超えてきたこと、KARTE領域がプロフィタブルグロースに入ってきたこと、周辺に魅力的な成長事業がトラクションを出しながら立ち上がってきているということが、今回の決算で示せたと思っております。私からの説明は以上です。

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2023年9月期第3四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。それでは、よろしくお願いいたします。

質問1-1：NRRの今後の見通し、単体のところです。4Q、もう100%に戻りそうな水準で。ただこれ、もともと目線感としては、24年9期だったはずだと思いますが、100%近づいてきた水準に対しては、どうご評価されているのかをあらためてと。あと先ほど、110%には戻したいというお話があったと思うんですが、ここに戻しそうなタイミングはいつごろなのか教えてください。現状に対する認識と先行きに対する展望です。これ1点目お願いします。

武藤：ご質問、ありがとうございます。

130%のNRRになっているときから、この水準を維持することは難しいと思っていました。投資家の皆様にもこの130%水準は、高過ぎるというようなお話はさせていただいていたかと思っています。

ちょっと教科書的な話になってしまうんですけど、NRRはかなりローエントリーのSaaSだと上げやすい。例えば、アカウントベースの課金で、最初5アカウントから始めませんか、5アカウント1万円ですよって始めて、それが100アカウントになると、いつの間にか100万円、200万円になっているっていう、こういう売り方ができるSaaSだとNRR上げやすいんですけど。

KARTEって結構、新規でいきなり月額200～300万とか、結局お客さんのウェブサイトのMAUに依存するのでたまにあるんです。一部、新規事業だけとかっていうのはあるんですけど、入口かなり高いSaaSなので、ばんばんアップセル/クロスセスで単価が上がっていく商材ではない。

この前提で考えると、他社を見ながらいきなり高いNRRを設定するよりも、先ほど申し上げたとおり、クロスセルの商材が非常に多い。今回、Datahubっていう、データのCDPのツールであるとか、Messageって呼ばれるメールだとか、オフラインの顧客コミュニケーションツールだとか、こういうのが売れているんですけど、それ以外にも、KARTE BlocksだとかWeb/App、いろんなオプションがあるのでクロスセルでNRRを積み上げていく。

当然、リテンションとして、チャーンを抑えながらクロスセル、一部アップセルで積み上げていくというモデルだとすると、やっぱり100%は当然超えていきたいし、超えられる。以前から110%ぐらいっていうのを、一つの目安にしたいというようなお話をさせていただいておりました。

ちょっと今の足元の状況からすると、解約も安定しているので、アップセル/クロスセル次第というのはあるのでタイミングは申し上げにくいんですけど、私の目安としては110%を超えているというのが、ブレイドのKARTE領域のNRRとしては健全な水準だと思っています。

質問1-2：ほかの周辺ツールも売れ始めて、クロスセルっていったところで、じわじわと上げていきたいけれども、ただいきなり来期に110%っていうのは、ややちょっとアグレッシブな見方になるんですかね。

武藤：めちゃくちゃアグレッシブかというと全然そんなことは思っていなくて、もっと上がっていく可能性は十分あるので、110%が視野に入ってくる可能性はあると思っています。

質問1-3：またNRRに関連するところの質問です。まだサイズ感の小さいお客さんの解約は、一定数あるということなんですけど。なんかこういったサイズ感が小さくて、潜在的に解約しそうなお客さんって御社が抱えているボリュームの中で、あとどれくらいいらっしゃるのかという点について、ご分析されていらっしゃいますでしょうか。

武藤：どこでハードルを切るかにもよると思うんですけど、一定のとこで切ったときに、社数としては3分の2を占める一方で、NRRとしては3分の1みたいな、そんな水準感がどうしてもあります。

お客様の観点でいくと、別に小さいお客様には使ってもらわなくていいとは全く思っていなくてそこも価値提供、価値実感してもらいたい一方で、どうしても大口のお客さんのところにまずフォーカスする。その上位3分の1のところ、つまり金額でいけば3分の2ぐらいのところに一定、どうしても最初はフォーカスせざるを得ないのが今の状態です。

ここも今、仕組化を相当進めてきています。エンタープライズのお客様で作ったサクセスの形を、中堅だとか比較的スモールなお客さんにも適用していけるとすると、そこの価値実感も上げていけると思っています。昨年度の経験がありますし、われわれのKARTEがどういうお客さんにフィットするかっていうと、優先順位としてまずはエンタープライズだと思っていますので、そこに徹底的にフォーカスする戦略は取っています。

中長期的に、別にこれをこのままにしようとは思っていなくて、そこには宝の山があると思っているので、そういった中堅以下のお客様のリテンションもできる形にわれわれのビジネスなり、サクセスなり、あるいはプロダクト自体の進化でもカバーできると思うので、やっていけると思っています。

質問2：3Qの解約顧客の平均ARPU、ARPCが、先ほど確か50万とおっしゃっていた一方で、2Qに解約した顧客の平均ARPC、前の説明会の資料を見ると35万ぐらいってなっており、なんか解約顧

客の単価が上がっているように見えるんですけど、ここはなんか特段、懸念する必要等はございますか。

武藤：正確には50万円未満ですね。でもおっしゃる通りで、ちょっと前四半期に比べると上がっています。さっきのMAUのとこにも絡むんですけど、1件、結構大きな解約がございました。それがMAUが下がっているのに影響している。それも含めて見ても計画の中には収めているので、総論ちゃんとできているんですけど、そこは事業的にお客様の事業構造上、致し方ないところもあったんで、なかなか個別の話をお伝えしづらいんですが、なんかすごい構造的にわれわれが問題に直面しているとは思ってないです。

質問3-1：この通期業績予想の修正で、3億4,800万円赤字幅縮小しますということなんですけど、これの円高による影響と、適切なコストコントロールの腑分けがどのぐらいになっているかを知りたいのと、適切なコストコントロールとはどのような施策がうまく効いたかというあたりをちょっと、コメントいただければと思います。お願いします。

武藤：ありがとうございます。まず円高に関してはそんなに効いてないのが実状です。実は、ヘッジを入れているので、今回、円高になった割には、大して円高効果をリアルレートに対し、そんなに享受はできてないのかなとは思っています。

為替効果というよりは、コミットメントの使い方が非常に上手くいったのが大きいところです。あと、コストを削減しようぜっていうのは、社内で大々的にやっているってことは全くなくて、やっぱり成長投資っていうのは必要だよね、ただ、ワイズペンディング、これは僕しか言わないんですけど、適切に使うべきものなのかどうかをみんなでちゃんと考えようよという意識は一定持っています。

例えば採用に関して言うと、ダイレクト採用なのか、エージェント経由の採用なのかで、やっぱり後者だと年収の、例えば3割だとか、もっと取られてしまうのを、ダイレクトを増やすことによって採用費を適切化していたりだとか。

広告等に関しても当然、リードとかを獲得するために広告を打つんですけど、そこに関しては、むやみにお金を使えばいいというものではなくて、ちゃんと考えながらアロケートをしていったりだとかそういうもろもろの効果がこの上方修正に効いてきていると思っています。

あとは当然、計画としてもわれわれ絶対、必達だと思って作っていますので、一定の余白と申しますか、保守的に組んでいるというのはあるんで、そういうのがやっぱり大丈夫だったねっていう確認が取れてきているのも当然あります。

質問3-2：一方で、売上の上方修正はしないわけなんですけど、進捗率は3Qまでで63億あるので、上げてもいいのかなっていう感じがしないでもないんですけど、売上はだいたい想定線でいきそうだという理解でいいわけですか。それとも10%上がるっていうのが上方修正の1個の基準なので、上目には行っているけれども上方修正はしない程度かなっていうような、そのニュアンスをちょっと知りたいんです。

武藤：後者です。上目に行っているけど10%いかない程度っていうことです。でも正確に言うと、10%いかなくても一昨年度は上方修正したりしているんですけど、どれくらいを上方修正するべきなのかは会社に委ねられていると思っております。当然、10%はいかないんだけど一定、上が見えたとき、どこを上方修正のスレッショルドにするのかはわれわれの基準ではある。

今のタイミングでは、任意の上方修正をするほどではないなというのが、われわれの判断として今回、上げていないということになります。

司会：ご質問が終わったようですので、これにて、株式会社プレイド2023年9月期第3四半期決算説明会を閉会したいと思います。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。