株式会社プレイド

2026年12月期第4四半期決算説明会

2026年11月12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4四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。画面上の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。

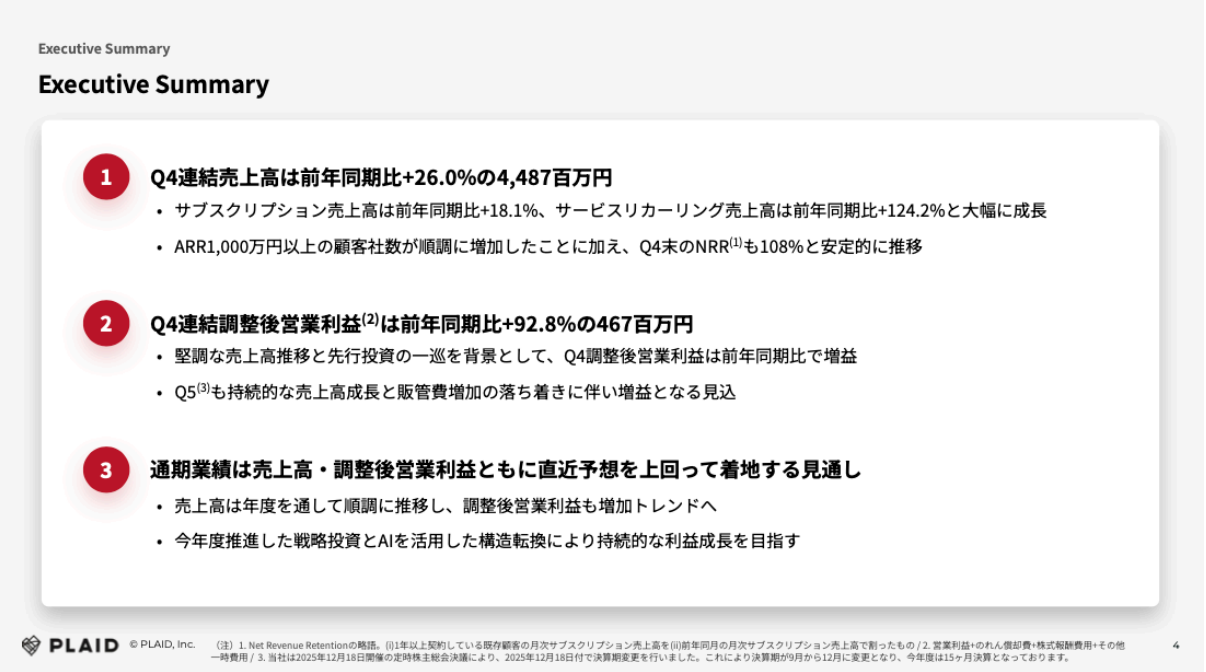
本日の出席者は、執行役員VP of Financeの高橋です。それでは開始いたします。高橋さんよろしくお願いいたします。

高橋：はい。高橋でございます。それでは私より、2026年12月期第4四半期の実績についてご説明申し上げます。

当社、今期から決算期を9月から12月決算へ変更したことに伴いまして、今期は15ヶ月の変則決算となっております。従いまして年度末の決算は2027年2月にご報告させていただきます。

それでは第4四半期の実績について、内容に入ってまいります。

まずサマリーでございます。



事業の状態、業績ともに非常に良好に推移しております。Q4の連結売上高は前年同期比26%成長の44億8,700万円で着地いたしました。サブスクリプション売上高はARR1,000万円以上の顧客社数が着実に増加したことに加えまして、NRRも108%と安定的に推移した結果、前年同期比18.1%成長と順調に伸びております。

サービスリカーリング売上高もPLAID ALPHAにおいて堅調な需要が続いていること、そしてCloudFit社の連結効果もございまして、前年同期比プラス124%の大幅な増加となっております。

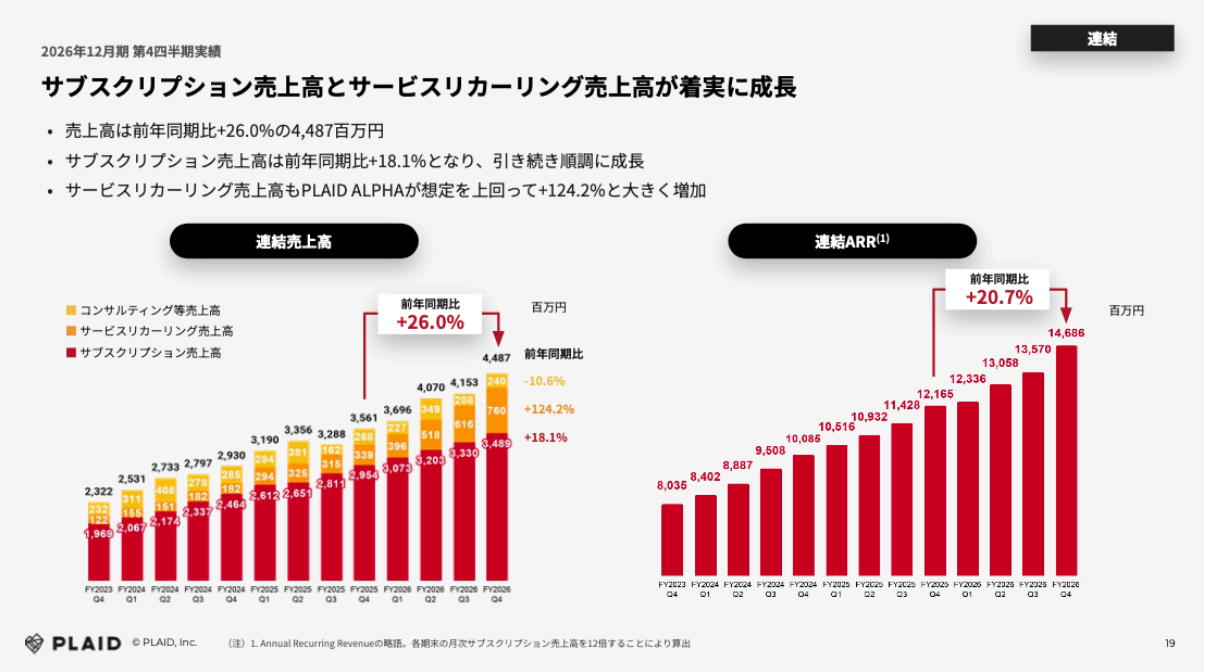
Q4の調整後営業利益は堅調な売上高の成長に加えまして、Q3で先行投資がピークアウトしたことに伴い、前年同期比92.8%増加の4億6,700万円と大幅な増益で着地しております。

この増収増益のトレンドはQ5も続く見通しでございまして、かつQ5はプロダクト、プロフェッショナルサービスともに、大型案件の受注がいくつかございましたので、売上高成長率、増益額ともにQ4対比で大きく増加する見通しでございます。

それに伴いまして通期業績は売上高、調整後営業利益ともに直近の弊社予想を相当程度上回って着地する見込みでございまして、来期の成長にしっかりと繋げていきたいというふうに考えております。

それでは第4四半期の実績詳細についてご説明申し上げます。

トップラインでございます。



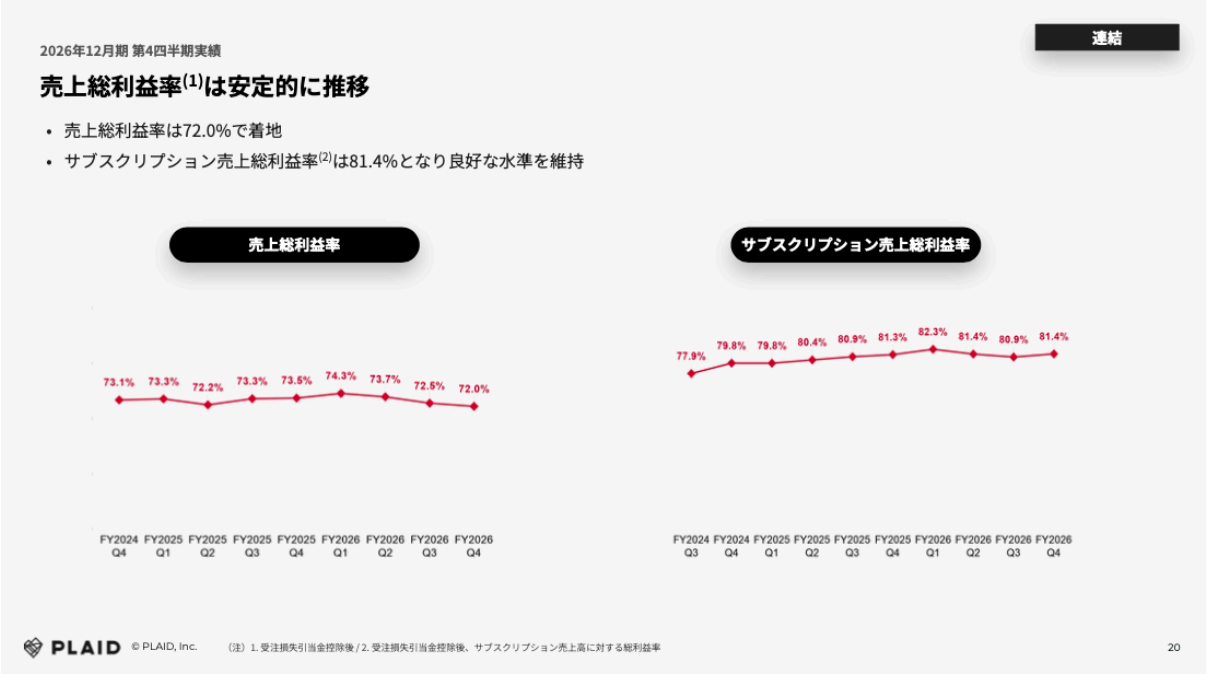
今しがたサマリーでも申し上げた通り、売上高は前年同期比26%成長の44億8,700万円でございました。ARRも前年同期比20.7%の成長となり、こちらも良好に推移してございます。

また後ほどビジネスアップデートでも触れさせていただきますが、AIの進化を背景として当社の最大の強みでありますリアルタイムの行動ログといった様々な顧客データを活用した、いわゆるハイパーパーソナライゼーション、これを実現しようとする企業の動きが一層活発になってきております。

実際、足元の当社パイプラインそして受注案件を見ましても、各種データの統合、その活用に向けた要件定義や運用などをフルセットでご支援させていただくような案件が非常に増えてきております。

この顧客データを生成、蓄積し活用するというトレンドは今後もますます加速していくというふうに考えておりますので、案件単価が大きくなるということもそうですが、案件件数自体もより増えていくと考えておりますので、この時流をしっかりつかむことで、一層のトップライン成長を実現してまいりたいというふうに思っております。

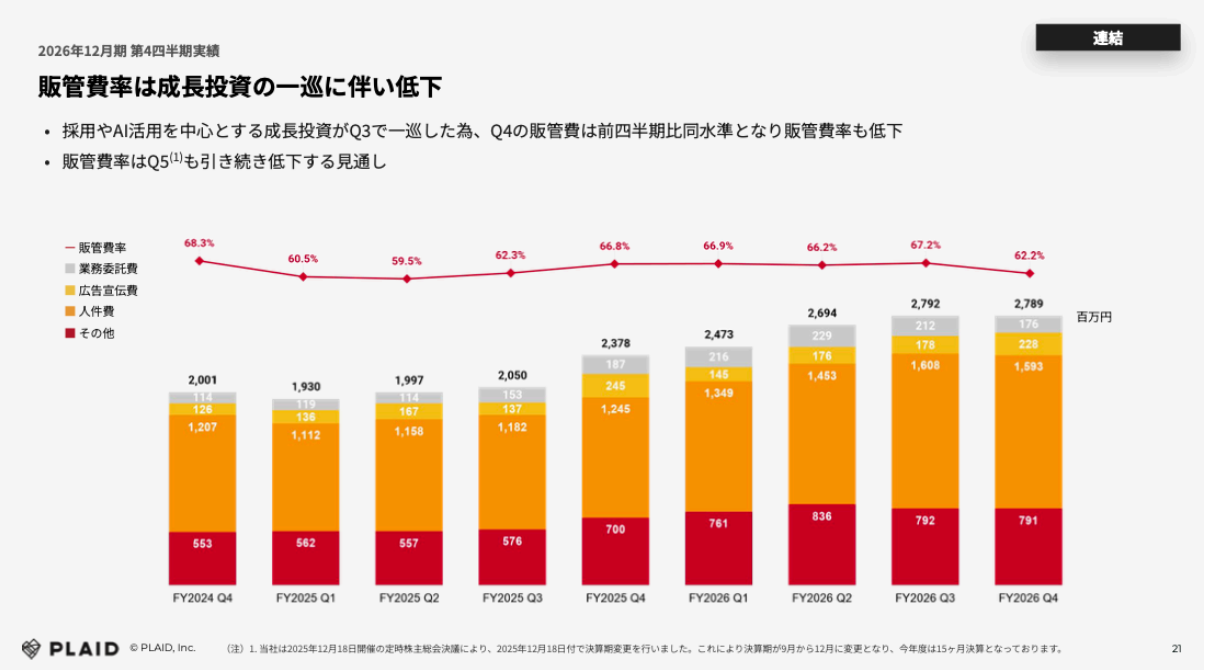
売上総利益でございます。



Q4の連結売上総利益率は72%で着地し、引き続き安定的に推移しております。サブスクリプション売上総利益率も81.4%と引き続き高い水準を維持しております。

昨年度に比べますと足元、円安の環境が続いておりますが、その中でもサブスクリプション売上総利益率が高い水準を維持できておりまして、サーバー原価の抑制に向けた各種の全社的な取り組みが奏功している状況でございます。

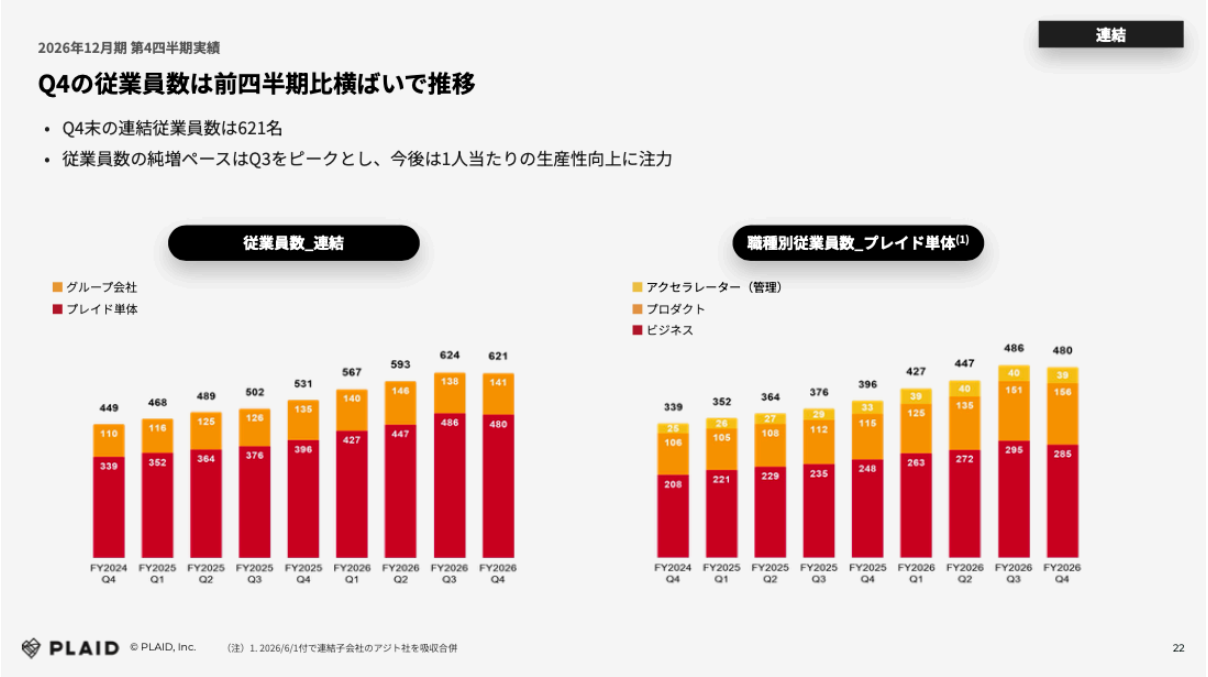
販管費でございます。



Q4の販管費は、大型のマーケティングイベントの開催に伴いまして前四半期比で広告宣伝費が約5,000万円ほど増加しておりますが、一方でQ3まで続けて参りました積極的な人材採用、そしてAI関連投資が落ち着いてきたということもございまして、販管費全体ではQ3対比で概ね横ばいで着地し、結果販管費率も62.2%まで低下しております。

Q5もこのトレンドは変わりませんで、販管費の金額はQ4の同水準からやや増える程度となっておりまして、販管費率もさらに低下する見通しでございます。

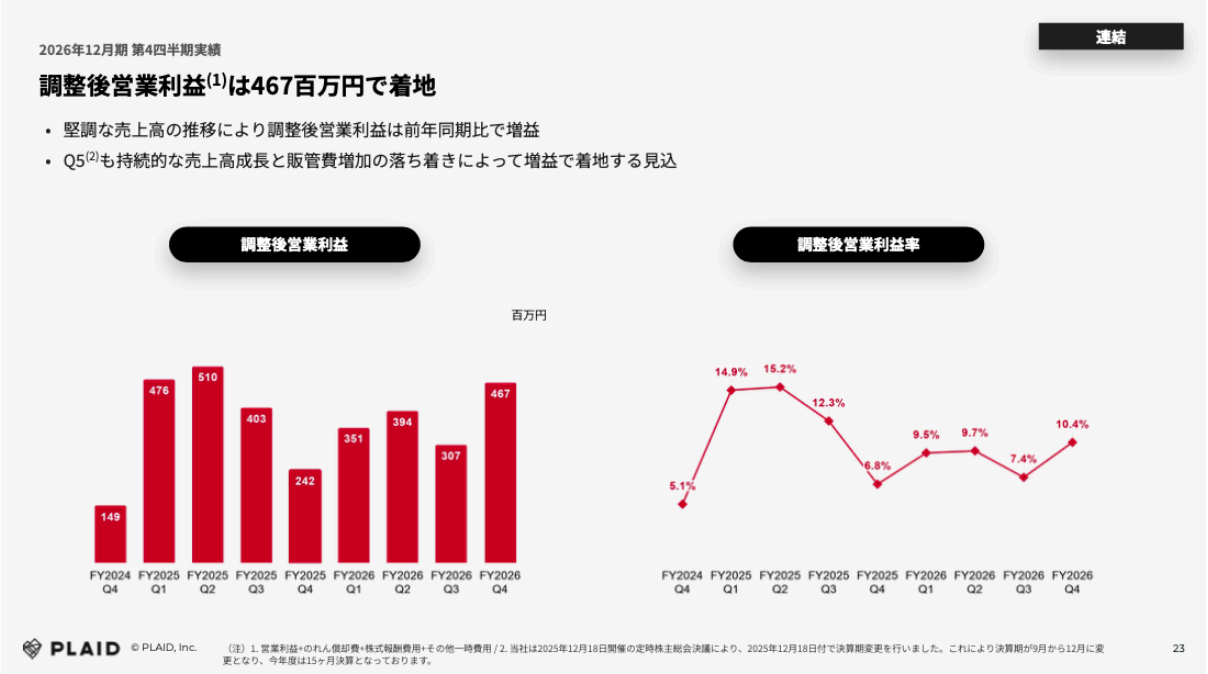
従業員数でございます。



Q4の連結従業員数は621名で着地いたしました。前年同期が531名でございましたので、今年度はここまでで90名の増加と、過去に比べても大幅な増員を行っております。

既に採用のペースはコントロールできておりますので、今後はむしろAIの活用あるいは人材育成など、既存人員をベースにした組織力の強化に注力いたしまして、1人当たりの生産性向上を実現していきたいというふうに考えております。

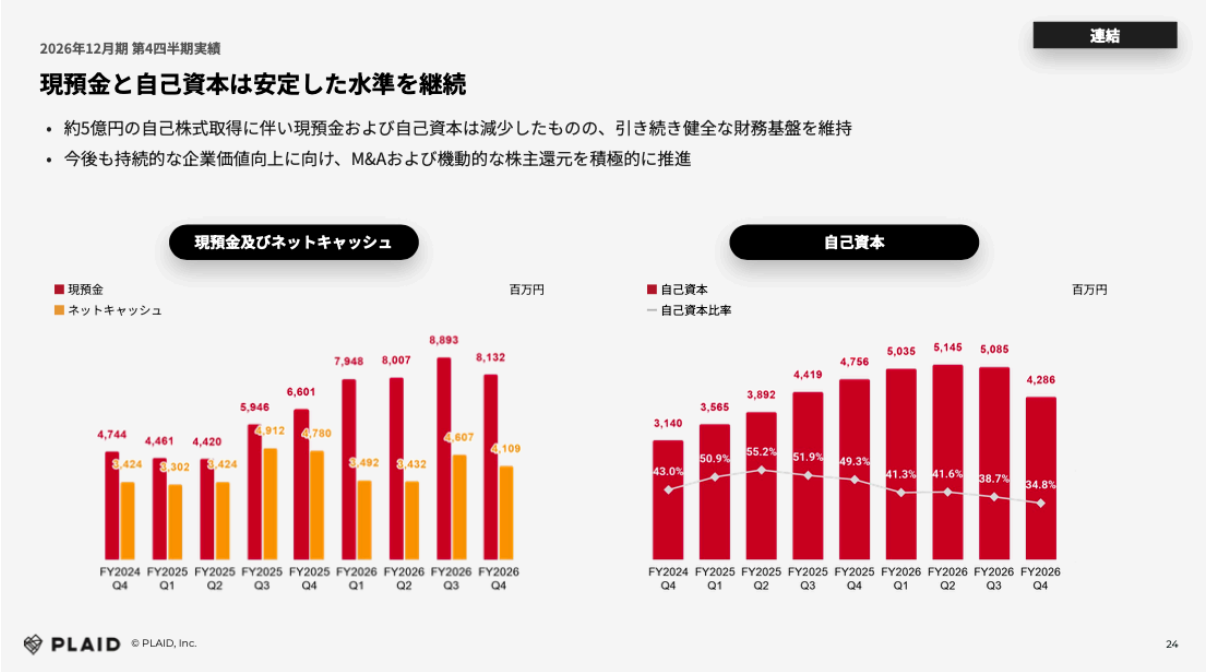
調整後営業利益でございます。



Q4の調整後営業利益は4億6,700万円で着地いたしました。調整後営業利益率、こちらも10.4%と改善を見せております。

サマリーで申し上げた通りになりますがQ5の調整後営業利益は、複数の大型案件の受注があったこと、そして販管費の増加が一服していることなどを背景といたしまして、Q4に比べて大幅に増益となる見通しでございます。

バランスシートでございます。

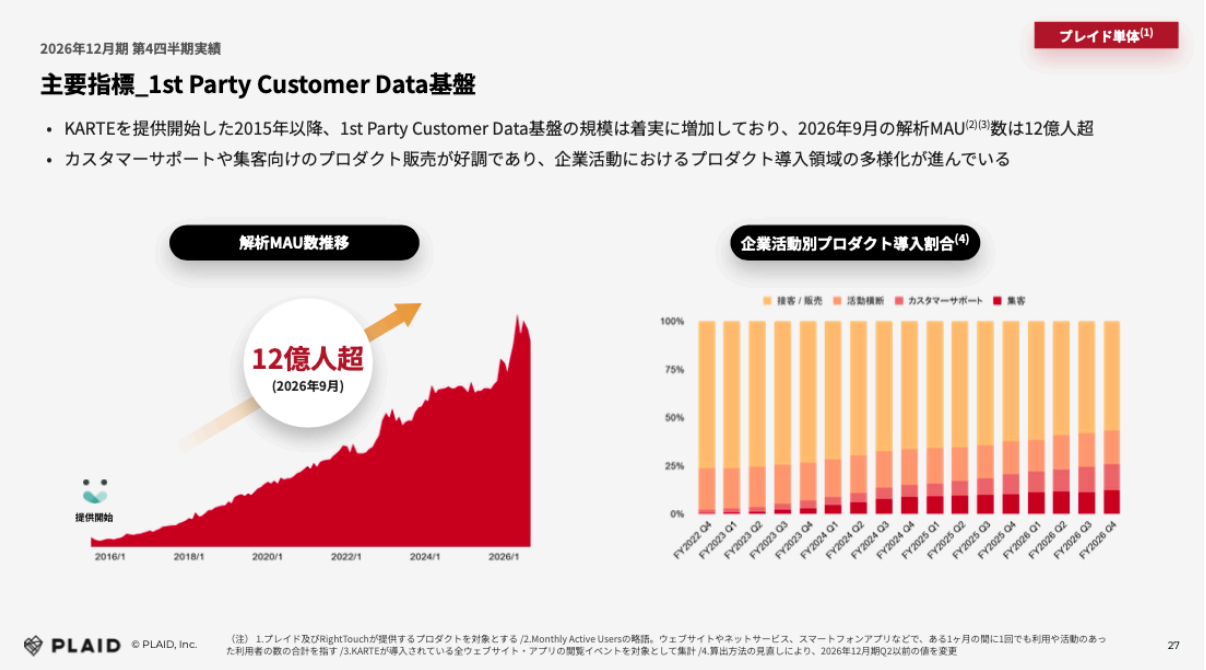


Q4は約5億円の自己株取得を実施いたしましたので、その分現預金と自己資本は減少しておりますが、引き続き健全な財務基盤を維持しております。

当社の利益創出力は今後もさらに高まっていくと思っておりますので、株主還元、あるいはM&Aなどの事業投資を適時適切に実行し、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。

連結業績は以上でございまして、主要のKPIに入ってまいります。

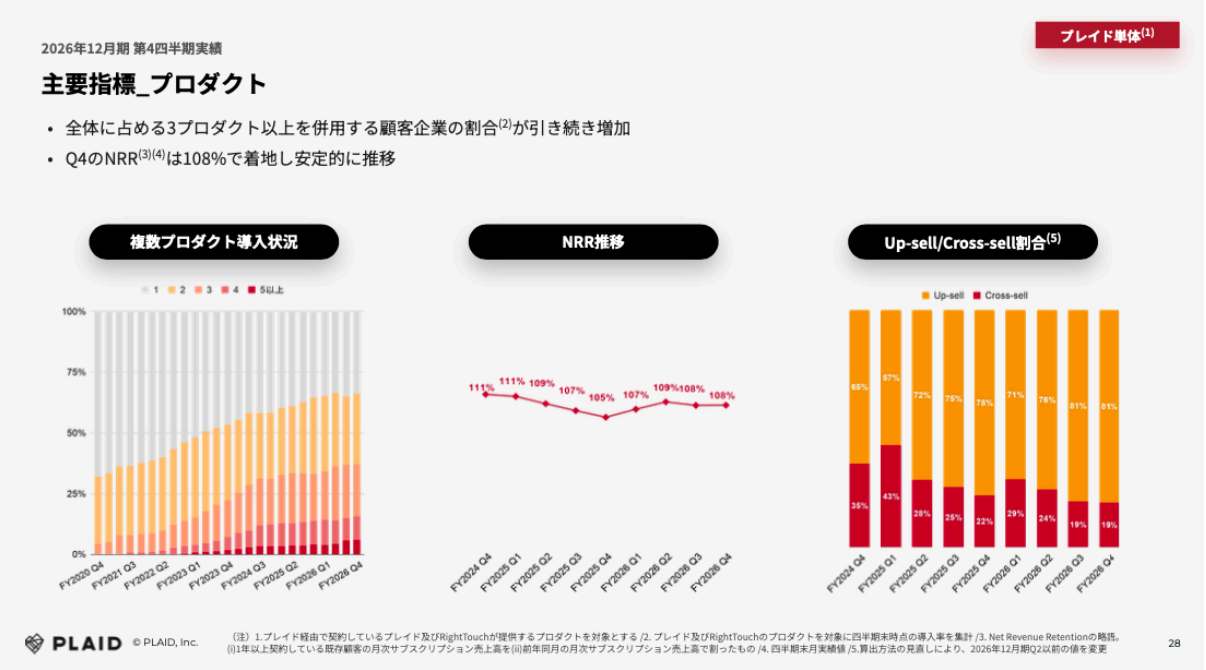
まずはデータ基盤のKPIでございます。



KARTEを通じた解析MAU数は、2026年9月末時点で12億人を超えております。約13億人に近い水準まできており、引き続き膨大なデータボリュームを有しております。

データの種類につきましても右側のグラフ、カスタマーサポートあるいは集客、つまりマーケティングオートメーションのプロダクト販売が好調でございまして、立体的にエンドユーザーを捉えられるデータ基盤の構築が進んでいるということでございます。

プロダクトのKPIでございます。

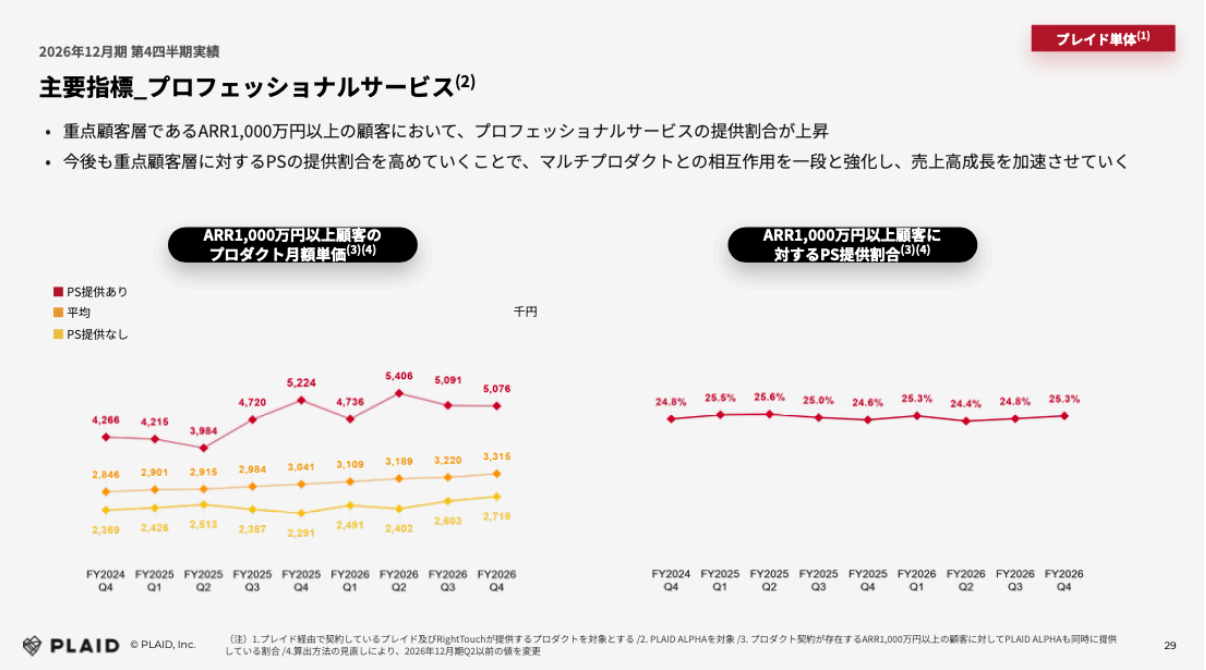


左側のグラフ、こちらは複数プロダクトが導入されている企業の割合をお示ししておりますが、三つ以上のプロダクトを導入いただいている顧客企業の割合が引き続き増加しております。

とりわけ最も濃い赤のグラフ、五つ以上のプロダクトが導入されている顧客割合が足元増えておりますので、エンタープライズフォーカスの戦略が非常に上手く機能していると捉えております。

全社のNRRも108%と安定的に推移しておりますので、今後もUp-sell/Cross-sell双方の推進によって持続的なトップライン成長を図ってまいりたいというふうに考えております。

プロフェッショナルサービスのKPIでございます。



プロフェッショナルサービスを同時提供しております、ARR1,000万円以上の顧客のプロダクト単価、こちらは赤いグラフの通り月額約510万円で着地しております。

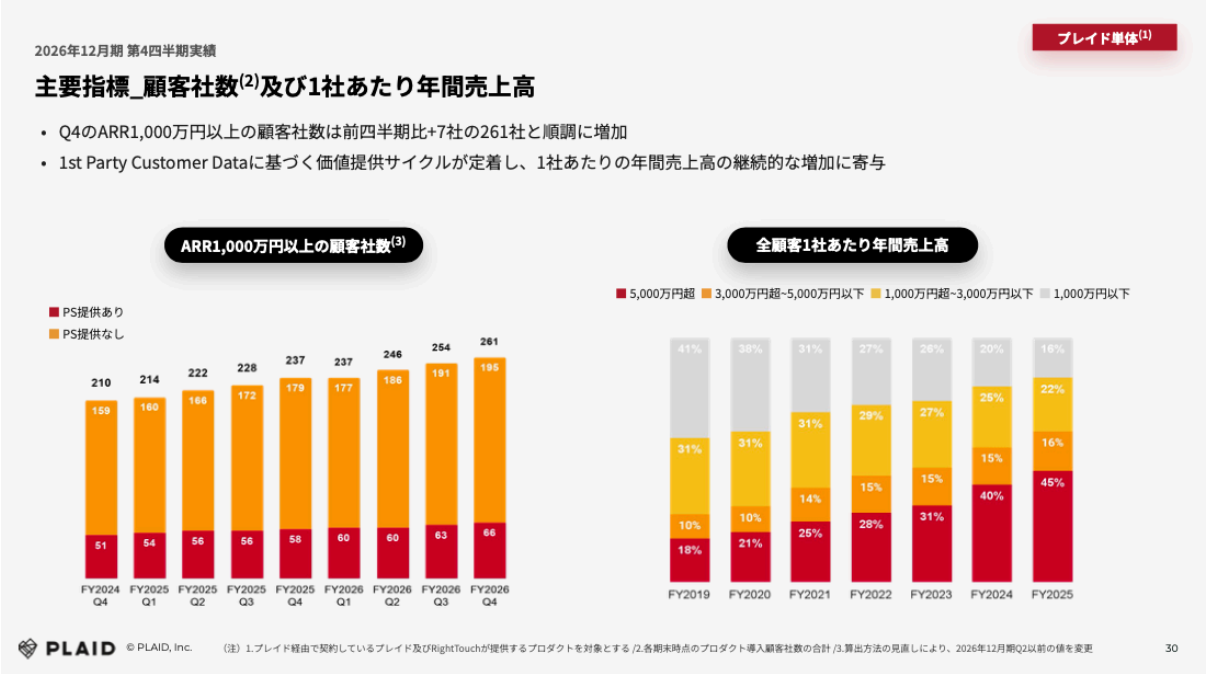
反対にプロフェッショナルサービスを提供していないARR1,000万円以上の顧客のプロダクト単価は一番下黄色のグラフの通り月額270万円でございますので、プロフェッショナルサービスを提供しながらプロダクト単価も引き上げていく、この戦略の効果がしっかり出ているかと思っております。

また、このプロフェッショナルサービスを同時提供している顧客のプロダクト単価510万円が足元、やや横ばいに推移しているように見えるかと思いますが、これは右側のグラフをご覧いただければと思いますが、プロフェッショナルサービスの提供割合が徐々に上昇しています。顧客社数、提供社数が増えているということがこの横ばいになっている一義的な要因であると当社で分析しております。

プロダクトの活用の促進に向けて、伴走支援をする顧客社数が先に増加をいたしまして、伴走期間を経て、価値実感を高めた後にUp-sell/Cross-sellへ繋げていくサイクルになりますので、社数が増加いたしまして、単価の伸びが少しタイムラグがあるということでございます。

言い換えますと、左側のグラフ、今年度は500万円程度のレンジということでございますが、昨年度は400万円前後のレンジということでございますので、単価レンジを引き上げながら、将来的なUp-sell/Cross-sellを繋げられる顧客の裾野も拡大できているということだと思いますので、プロフェッショナルサービスの提供戦略自体も非常にうまく機能していると思っております。

重点顧客社数と、1社当たりの売上高でございます。



Q4のARR1,000万円以上の顧客社数は前四半期比プラス7社の261社と引き続き増加しております。1社当たりの年間売上高も毎年度着実に成長しております。

独自性の高い顧客データを生成してそのデータ基盤を軸に据えながら取引規模を拡大させていく、という当社の価値提供サイクルがうまく機能している結果であると捉えておりますので、引き続き現行戦略の推進並びにブラッシュアップに努めてまいります。

ビジネスアップデートでございます。



売上スライドにて少し触れさせていただきましたが、顧客データを活用して、パーソナライズされたコミュニケーションを一層強化していくと。そのプロジェクトの上流から下流までを当社グループが一気通貫で支援させていただくという事例が増えておりますので、本日二つほどご紹介させていただければと思っております。

一つ目はタワーレコード様でございます。タワーレコード様は全国に71の実店舗をお持ちでございまして、店舗イベントとの連動など実店舗とタワーレコードオンラインの融合による顧客体験の向上を重視されております。

背景といたしまして、近年においてはCDあるいは映像作品が従来の音源メディアとしての役割にとどまらず、所有することそのものに価値がある、いわゆるファンアイテムとしての役割も伸びてきていると。加えて、推し活に代表されるような体験型の消費が増えてきているということで、顧客ニーズの細分化が非常に進んでいるということがございます。

そうした消費行動の変化があるために、従来の画一的な情報配信から個人の購買意欲、あるいは趣味嗜好、タイミングに合わせた1 to 1のコミュニケーションがより重要になってきているということでございます。

もちろんタワーレコード様もこれまでこうした変化に対応する情報発信、施策の展開に注力されてはおられましたが、より柔軟でスピーディーな対応を実現するという観点で、弊社の各種ソリューションを採用いただいたということでございます。

少し具体的に申し上げますと、KARTEがウェブサイト上の顧客行動をリアルタイムに解析をし、マーケティングオートメーションを経て当社プロダクトであるKARTE Messageが、LINEあるいはメールなどのマルチチャンネルの配信を実現して一元管理できるようにすると。

そしてデータ統合のプラットフォームであるKARTE Datahubが購買データ、会員データなどを統合いたしまして、そうしたKARTEシリーズと外部システムとのシームレスな連携を実現するKARTE Craftという、また別のプロダクトがLINE IDなどとの連携などですね、機能拡張を担っているということでございます。

そして今申し上げた、それら全てにおける要件定義から運用までをPLAID ALPHAが伴走させていただいているという事例になります。まさに五つ、四つほどのプロダクトが同時に入り、それをPLAID ALPHAが支援しているという事案になります。

顧客データを生成、解析、実行そして顧客反応とともに他の社内データと統合して高度化を進めていくという、それ全てを弊社で支援させていただいているということでございます。

二つ目の事例が約20ほどのブランドを展開しております総合アパレルメーカーのITOKIN様でございます。ITOKIN様は従前からグループアプリの展開そしてその大幅な刷新などデジタルを活用した顧客コミュニケーションを強化されておりましたが、タワーレコード様と同様、顧客ニーズの変化に対するスピーディーで柔軟なコミュニケーションを重視されておられるということでございます。

加えて自社でデータを活用して施策を回せる体制整備を推進されていたとともに、足元の環境を踏まえまして中長期的なAIの活用を見据えたデータ基盤の構築、業務効率化というのも、重点的なテーマとして掲げられているということでございます。

そうした背景からITOKIN様もKARTEの各種プロダクトとPLAID ALPHAの支援というのを採用いただいているということでございます。

本件における特徴的なポイントの一つはこのPLAID ALPHAの役割でございまして、このスライドに記載の通りKARTEの伴走支援だけではなく、GoogleのBigQueryを用いた新しい顧客データの基盤、設計そして構築までも担っております。

従来のシステム制約に縛られることなく、Web、アプリ、実店舗といったデータを統合して、安定的なデータ環境を整える役割までをPLAID ALPHAが担っているということでございます。

ソリューションの幅が飛躍的に広がっているということをお伝えできる事例でございまして、つまりKARTEの伴走支援だけではなく、いわゆるシステムインテグレーション、クラウドインテグレーションの領域もPLAIDにて支援できる状態が整ってきているということでございます。

今ご紹介させていただいた二つの事例の通り、AIが進化する中で、顧客のデータ、様々なデータを活用したいとする企業の皆様の動き、それに対してリアルタイムで高精細な顧客データを生成できる当社の広範なプロダクトラインナップ、そしてそれを使った上で実現したい事業状態に向けて戦略策定、施策の実行、運用、あるいはシステムインテグレーションまでを一気通貫で支援できるプロフェッショナルサービス、こういった外部環境と内部環境がうまくかみ合う状態になってきているというふうに思っておりますので、引き続きこのような事例を持って、持続的な成長を果たしてまいりたいというふうに思っております。

ビジネスアップデートの二つ目がKARTE Offersでございます。



KARTE Offersは当社の顧客データ基盤を生かしまして、AIがリアルタイムに顧客コンテクストを解析し、マッチング精度の高いすなわち、投資効果が高い広告表示を行うというサービスになります。

2025年11月に事業開始をアナウンスさせていただきまして、先行企業様との実証実験を経て、今回のβ版の提供に至っております。

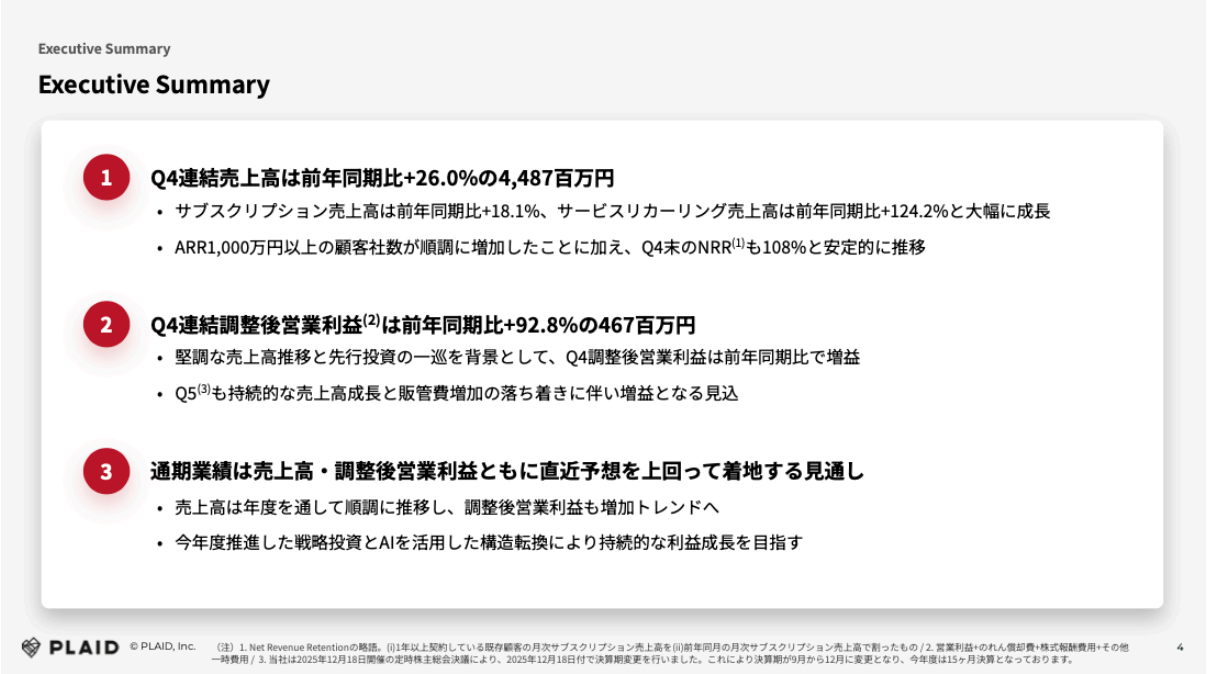
対象とする市場はリテールメディアと一般的には呼ばれておりまして、自社のウェブサイトないしアプリをメディア化して広告による新たな収益源を確保しにいくという企業の皆様の取り組みということでございます。

現在小売、ECだけではなく例えば金融、旅行、そしてエンターテイメントなど幅広い業種の企業が自社のウェブサイト、アプリのメディア化を進めておりまして、国内の市場規模は2025年で約6,000億円、2029年には1兆3,000億円の規模への高い成長が見込まれている市場ということでございます。

当社のリアルタイム行動データ、かつそれが顧客一人一人の粒度で解析できているという点は、マッチング精度が求められるデジタル広告、配信において、非常に強力な差別化要素であるというふうに考えておりますので、私ども自身、大変期待している事業ということでございます。

売上そして利益のいわゆる数字として本件が効いてくるのは、来年度以降になるかと思っておりますが、当社のデータ基盤とAIを掛け合わせた新しい事業展開でございまして、今後の成長ドライバーの一つとしてしっかりと事業規模を拡大させていきたいと考えております。

まとめでございます。



エグゼクティブサマリーに戻っておりますが、業績は想定通り順調に推移しております。ここまで申し上げてきた通り、事業状態としてもプロダクトとプロフェッショナルサービスを組み合わせながら、それらをAIでドライブさせていくという当社が推進したい戦略が着々とできており、良い状態かなと思っております。

本日繰り返し何度か申し上げましたが、やはり圧倒的な規模でかつ細かい粒度の独自性の高い顧客データ基盤を既に構築できていると。さらにそれが今この瞬間におきましてリアルタイムで常に更新され続けているというのは、AIが進化すればするほど、より強いアドバンテージになっていくであろうというふうに確信しておりますので、引き続き、着実で持続的な売上そして利益成長を実現していきたいと思っております。

本日の、私からの第4四半期の実績説明は以上でございます。ご清聴誠にありがとうございました。

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す。2点よろしくお願いいたします。

まず1点目はですね、先行投資の部分です。費用投下が一巡してきたということでしたけども、投資効果の発現に向けた取り組みの進捗はどうなっているのか。増やした人員などの本格稼働というのはいつごろ見込まれているのか、こちらを教えていただきたいです。

2点目につきましては、ご説明でAIなどの普及によって御社プロダクトの需要が増えてきているというお話があったと思いますが、これは何か御社のプロダクト改善が効いているのか、もしくは顧客側のAI活用やデータ活用への理解が深まってきたことで、御社データの価値などを訴求させやすくなっているのか、このあたり少しご解説いただけますでしょうか。

以上2点でございます。よろしくお願いいたします。

高橋：ご質問ありがとうございます。まず1点目のご質問、人員採用効果の発現時期並びに状況はいかがでしょうか、というご質問だったかと理解しております。

結論から申し上げると、既に出てきていること、これから現れること両方あると思っておりますし、感触は非常にいいなと思っております。

既に出てきていることで申し上げますと、一番大きいのはプロダクトサイドかなというふうに思っております。本日、KARTE Offersの話をさせていただきましたが、やはりこのAIを活用したソリューションの提供、これを進めるために、いわゆるAIエンジニアなる方々を採用していたわけですけれども、その効果があり当社プロダクトのAIXが推進できているというのは非常に大きいかなというふうに思っております。

今後の発現という観点はよりビジネスサイドかなと思っております。これも本日少し触れさせていただきましたが、まず2点目の質問にも関係してまいりますが、非常に案件が大型化しております。

案件は大型化いたしますと当然オリジネーションする人材もそうですし、より大型化するがゆえに、商談もより重く、長期化しやすいということになりますけれども、その中で、足元、足が速いような案件もしっかり追っかけていく両方が必要になってきますので、今後効果が発現していくという観点で申し上げると、よりハイレイヤーのこの大型案件をよりパイプライン増やしていく人材と、もう一つ足の速い案件をより回していく人材と双方いるわけですけれども、1人立ちする期間を踏まえると、より効いてくるのは来期あたりかなというふうに思っております。

そして二つ目のご質問ですね、状態が良くなってきているプロダクト単価のところの話というのは、当社のプロダクト改善によるものか、あるいは顧客の変化によるものかというご質問だったと理解しておりますが、これも両方あります。

やはりAIを活用することによって当社のプロダクトがより訴求しやすくなっているということも当然ありますし、大きなトレンドとしては後者の方がやはり大きいかなと思っております。

2020年あたり、コロナのタイミングのDXと言われて、いろんなSaaSのプロダクトが入ったときにやはり近いような感覚がありまして、こういった大きなAIの進化があると、今あるデータをより活用できないか、それを収益に繋げられないか、そもそも貯めるにはどうすればいいかというと当然、やはり企業の経営者の思考としてこういった考え方が広がりますので、それに我々のソリューションが今、マッチしてきている、それが外部環境と内部環境が合ってきているということかなというふうに思っております。

お答えになってますでしょうか。

質問1：はい、クリアです。ありがとうございました。

司会：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4四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。

高橋 ：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。