PLAID

2026年12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） | 2026年8月

PLAID © PLAID, Inc.

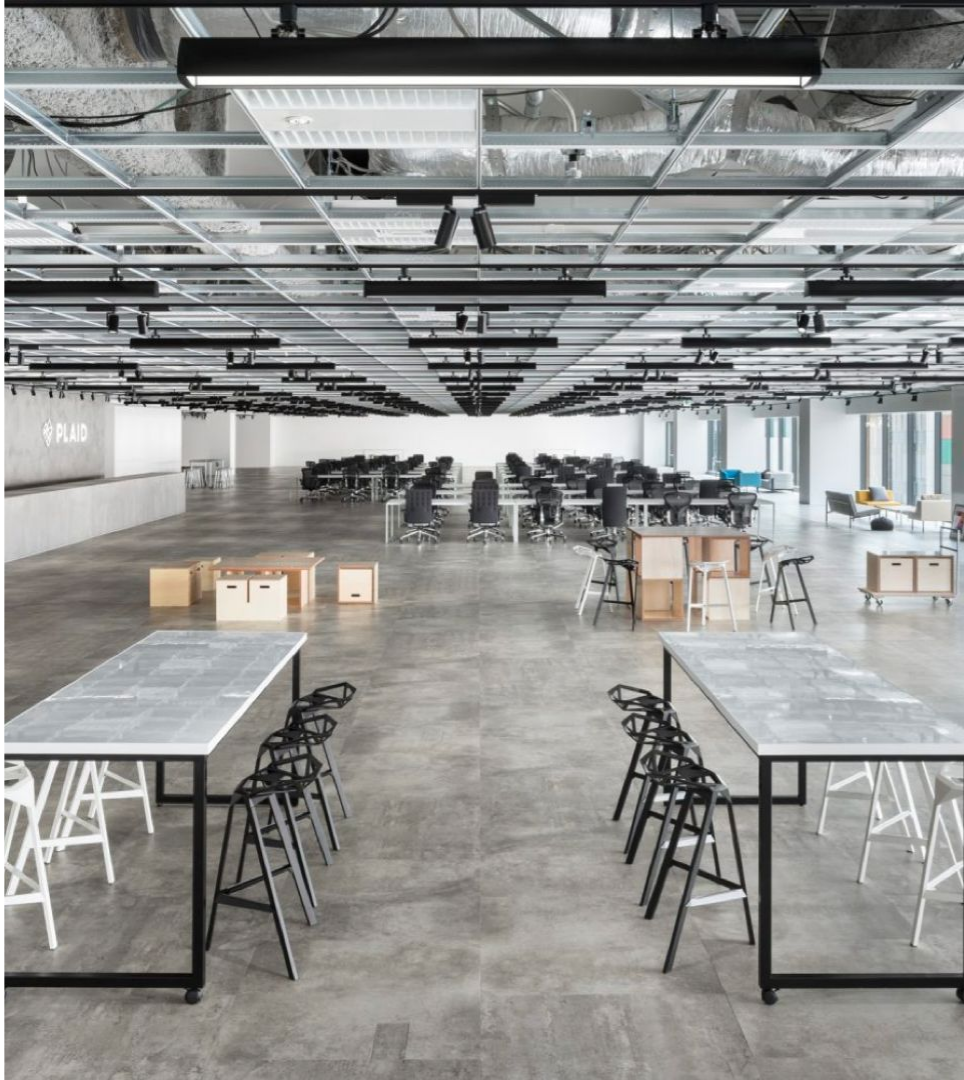
本資料の取り扱いについて

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, Inc.

目次

1. Executive Summary
2. 成長戦略
3. ビジネスアップデート
4. 2026年12月期 第3四半期実績
5. 2026年12月期 通期業績予想
6. Appendix



 © PLAID, Inc.

新任執行役員のご紹介



辻 高宏 / 執行役員CFO

- 株式会社日本長期信用銀行・ソニー株式会社を経て、2006年にエムスリー株式会社に入社し、取締役として経営管理・財務・IR・人事等を管掌
- 2020年に株式会社LITALICOに執行役員CFOとして入社し、M&Aや組織拡大を主導、2023年からは取締役副社長CFOを務めた
- 2026年7月プレイドに入社し、執行役員CFOに就任。財務領域をはじめ、リーガル・人事・経営企画などコーポレート機能を横断的に管掌

PLAID © PLAID, Inc.

Executive Summary

1 Q3連結売上高は前年同期比+26.3%の4,153百万円、Q3累計は前年同期比+21.2%の11,919百万円

- サブスクリプション売上高は前年同期比+18.4%、サービスリカーリング売上高は前年同期比+95.6%と大幅に成長
- ARR1,000万円以上の顧客社数が順調に増加したことに加え、Q3末のNRR(1)も108%と良好な水準で推移

2 Q3連結調整後営業利益は307百万円、Q3累計では1,053百万円

- 成長投資を強化する中でも安定した利益を創出
- 投資強化はQ3で一巡、持続的な売上高成長と販管費増加の落ち着きに伴い、Q4以降は増益トレンドに転じる見込み

3 顧客中心経営への企業変革を支援するプラットフォーマーへ事業ポジションを進化

- 成長投資の進捗により、Customer Data基盤×AIエージェント×プロフェッショナルサービスを統合的に提供できる状態に
- 従来のマーケティングSaaSの枠組みを超えて、顧客中心経営への企業変革を支援するプラットフォーマーへ事業ポジションを進化させていく

© PLAID, Inc.
（注）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

目次

1. Executive Summary
2. 成長戦略
3. ビジネスアップデート
4. 2026年12月期 第3四半期実績
5. 2026年12月期 通期業績予想
6. Appendix



© PLAID, Inc.

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, Inc.

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

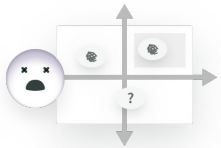


© PLAID, Inc.

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

顧客



市場飽和と技術進化による
顧客ニーズおよび
顧客行動の変化

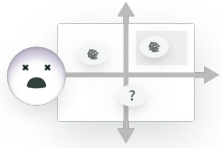
企業

顧客に選ばれるための
顧客理解・市場理解

有効なクローズドデータ
「1st Party Customer Data」
を生成/収集できる
継続的な仕組みが必要

市場

（AI・技術）

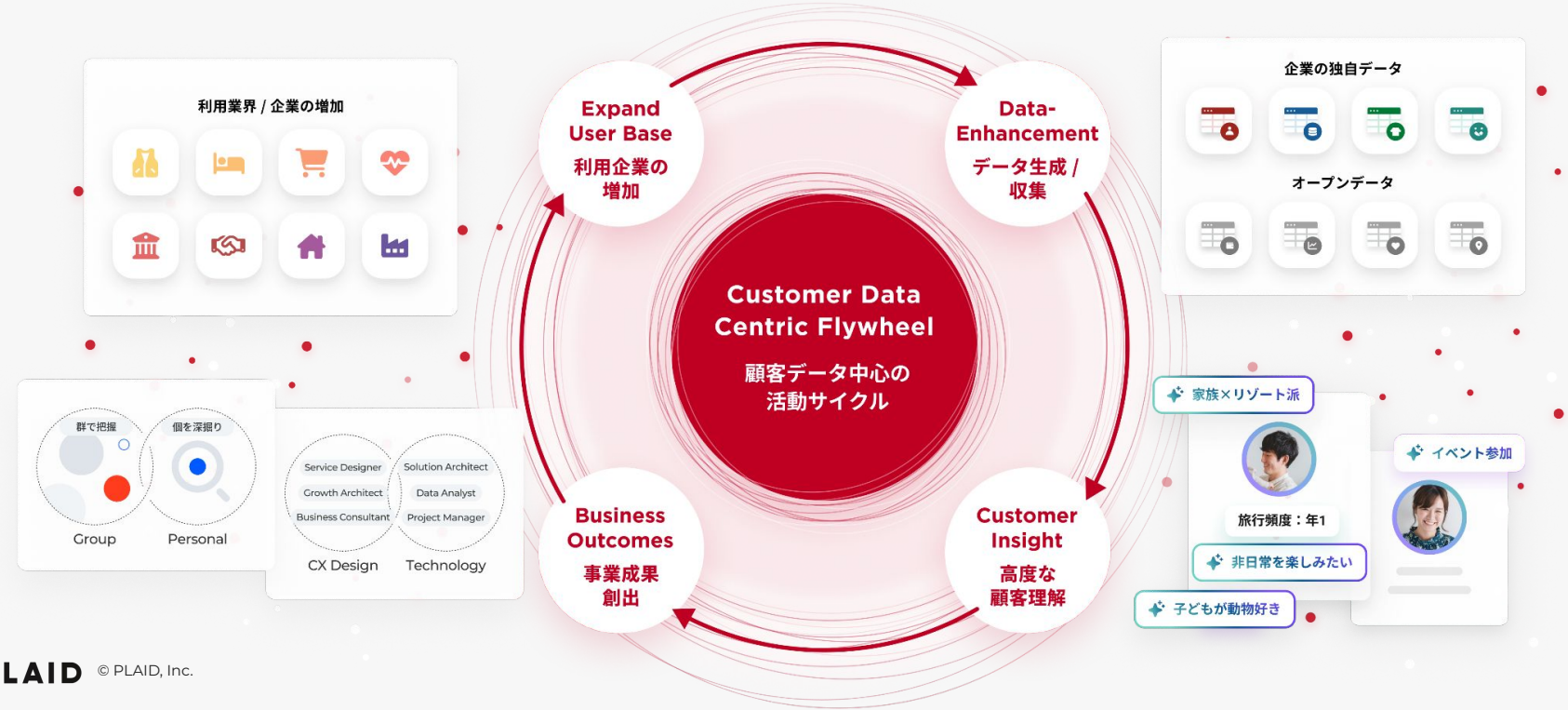


AIによる同質化の加速
効率化偏重による企業停滞
学習データ枯渇

PLAID © PLAID, Inc.

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



© PLAID, Inc.

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

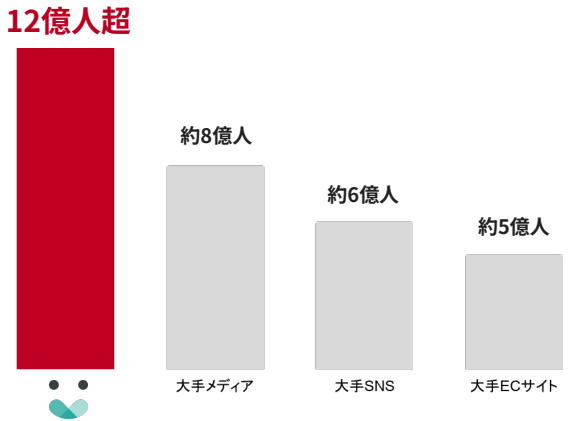


© PLAID, Inc.

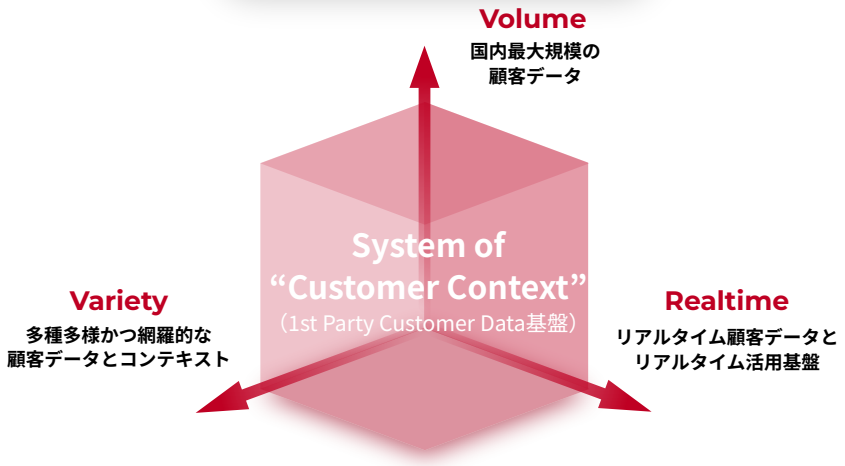
国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- KARTEによる解析MAU[(1)(2)(3)]数は12億人を超え、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



当社が提供するデータ環境



 © 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.KARTEが導入されている全ウェブサイト・アプリの閲覧イベントを対象として集計 / 3. SimilarWeb社のデータに基づき当社作成。比較サイト数値は2026年6月の月間合計訪問者数

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



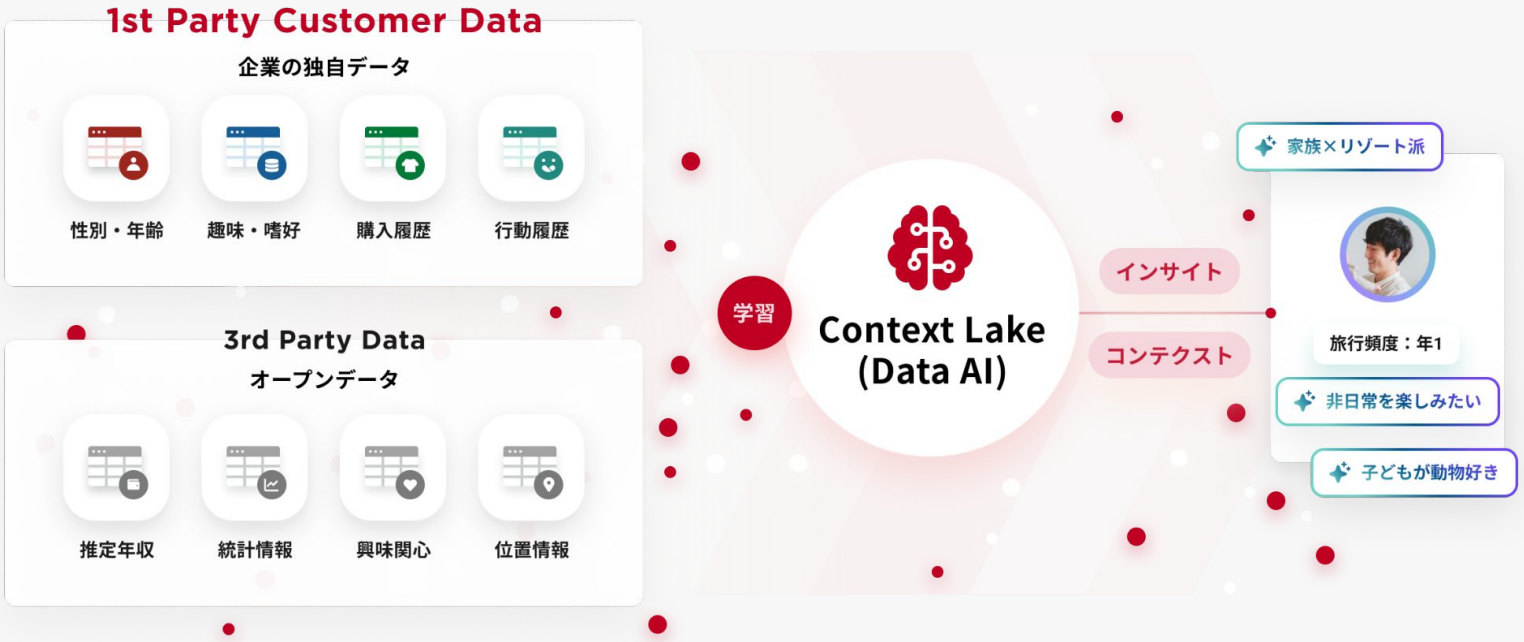
ツールがあっても
顧客群・顧客接点を網羅した
施策設計・開発が難しい

1. データから顧客コンテクストの分析・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

© PLAID, Inc.

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“コンテクスト”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



© PLAID, Inc.

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力

- 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

プレイド内外の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



© PLAID, Inc.

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** 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

© PLAID, Inc.

目次

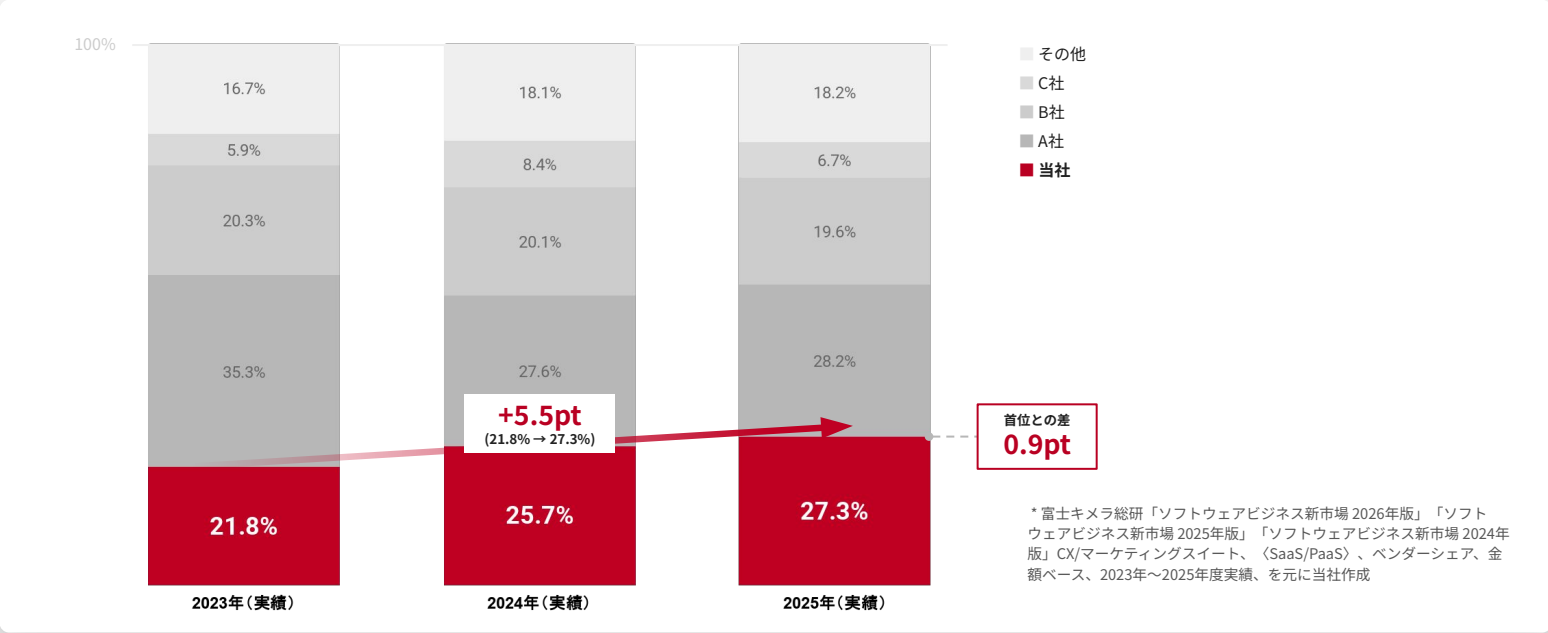
1. Executive Summary
2. 成長戦略
3. ビジネスアップデート
4. 2026年12月期 第3四半期実績
5. 2026年12月期 通期業績予想
6. Appendix



© PLAID, Inc.

市場シェアを継続的に拡大、2025年には首位との差を大きく縮小

- CX/マーケティングスイート市場(1)における当社の市場シェアは、2023年の21.8%から2025年には27.3%へ継続的に上昇
- 首位との差は2023年の13.5ptから2025年には0.9ptまで縮小



＊富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2026年版」「ソフトウェアビジネス新市場 2025年版」「ソフトウェアビジネス新市場 2024年版」CX/マーケティングスイート、〈SaaS/PaaS〉、ベンダーシェア、金額ベース、2023年～2025年度実績、を元に当社作成

© PLAID, Inc.

（注）1. 企業のマーケティング活動の中で、メールなどのメッセージングツール、自社 Web サイト・スマートフォンアプリケーションなどのデジタル上での顧客接点や、店舗などオフラインでの顧客接点において幅広く顧客データを収集し、データに基づく最適なマーケティング施策を自動実行する製品を対象とした市場（富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2026年版」より抜粋）

ビジネスカンファレンス「X DIVE」を開催

- AI時代におけるデータ戦略と企業経営の在り方を探索するカンファレンスを開催し、デジタル部門を中心に約700名の企業関係者が来場
- 当社のテクノロジービジョンやパートナーアライアンス、顧客企業との価値共創事例などを紹介



SESSION | 01	Vポイントマーケティング株式会社	**1.3億人のV会員の生活を豊かにするデータ活用とは？ Vポイントで描く「顧客理解」を起点としたCX構想**
SESSION | 02	データブリックス・ジャパン株式会社	**データをどう顧客体験に活かせるか？ Databricks×プレイドで実現するAI時代のデータ基盤とは**
SESSION | 03	株式会社プレイド	**眠れるデータを独自の価値に変えるには？ 競争力を生む顧客コンテクストデータとAI時代の実行基盤**
SESSION | 04	東宝株式会社、アクセンチュア株式会社	**東宝×アクセンチュアが共創する変革の最前線とは？ TOHO-ONEが切り拓く総合エンタメプラットフォームへの挑戦**
SESSION | 05	株式会社エイチ・アイ・エス	**価値を創るためのシステムのあり方とは？ HISが挑む、CX変革のためのDX　　etc**

© PLAID, Inc.

「1st Party Customer Data」を企業の競争力に繋げるために必要な土台

- 顧客との接点から生成される1st Party Customer Dataを顧客コンテクストに変換
- AIが使える形で蓄積し、組織全体で活用できる基盤を持つ企業が、真の競争優位を築ける

Apps & Agents



顧客コンテクストデータ

散らばるデータを
「顧客の意図」へ変換する



統合開発/データ基盤

価値あるデータとAIを
組織全体で活用する



AIエージェント基盤

人の意図を、分析から実行まで
一気通貫でAIが形にする

1st Party Customer Data

PLAID © PLAID, Inc.

当社のAI技術スタック/プロダクト

- 顧客コンテクストデータの蓄積からセキュアで高アジリティな開発基盤、AIエージェントの提供まで、企業の競争力向上を包括的に支援

	顧客コンテクストデータ **Context Lake**	統合開発/データ基盤 WIP **Obel**	AIエージェント基盤 New **Agent Studio**
概要	• KARTEデータや各種データを統合して顧客の文脈（コンテクスト）を読み解き、**企業独自の深い顧客理解を可能とするデータ環境**	• データ及びアプリケーションの**高アジリティ且つセキュアな取り扱いを可能とする統合開発/データ基盤**	• 顧客コンテクストデータを活用し、**自然言語の指示のみで、施策立案から実行までを完結するAIエージェント**
企業課題/ニーズ	• AIの普及に伴う提供価値の同質化 • 顧客に自社が選ばれ続ける理由（文脈）の不透明化	• ユーザーおよびAI各々にとって扱いやすいインターフェースが異なるため共創的な開発が困難 • データの不正利用やメンテナンス困難なシステムが乱立するリスクの増大	• 複雑なUIやツール分断による業務の非効率化 • 専門知識やシステム操作習得にかかる高いハードル
当社の提供価値	• 高解像度な顧客理解に基づく、企業活動の高度化支援および、持続的な事業成長の仕組み構築 • データ環境構築に留まらない事業戦略立案/実行までの一気通貫の伴走支援	• ユーザーおよびAI双方にとって扱いやすいインターフェースの開発/データ基盤提供 • テナント分離環境による安全かつ柔軟なデータ統合/外部連携	• ツール横断のAIエージェント提供による業務の劇的な効率化 • 自然言語の指示のみによるユーザーの意図の実現

© PLAID, Inc.

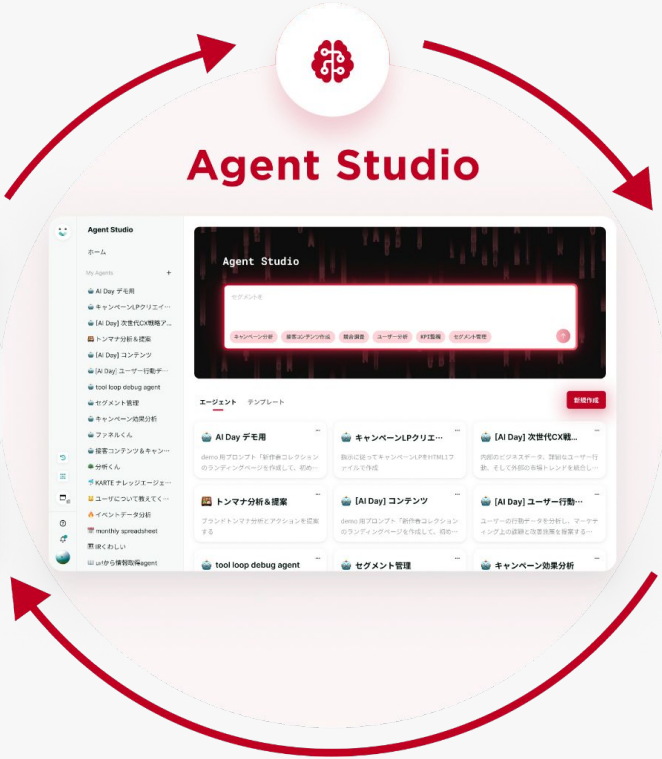
Agent Studioの強みと特徴(1)

1. 圧倒的な顧客理解（インプット）

「顧客コンテクストデータ」という
圧倒的な解像度を持つ顧客理解を
同じ基盤の上で保持

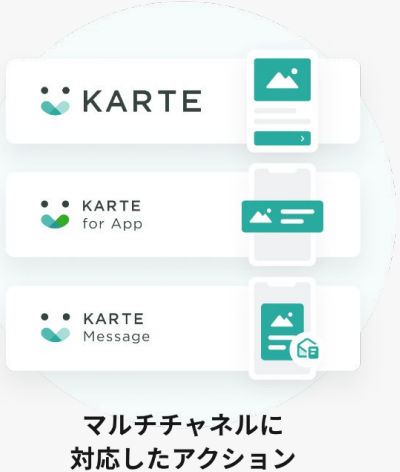


1st Party Customer Data



2. 強力なアクション（アウトプット）

KARTEの11年間の実績に基づく
マルチチャネルのアクション機
能がシームレスに接続

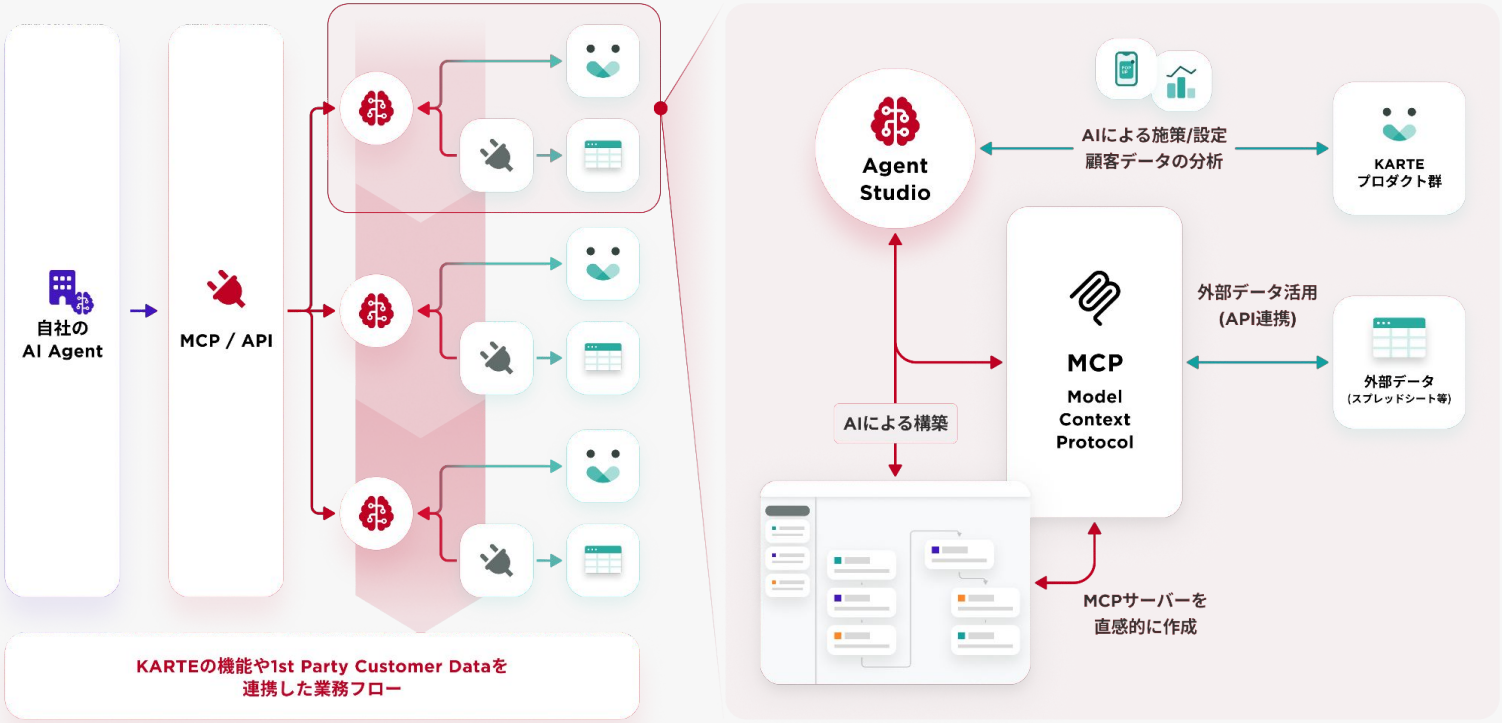


マルチチャネルに
対応したアクション

© PLAID, Inc.

Agent Studioの強みと特徴(2)

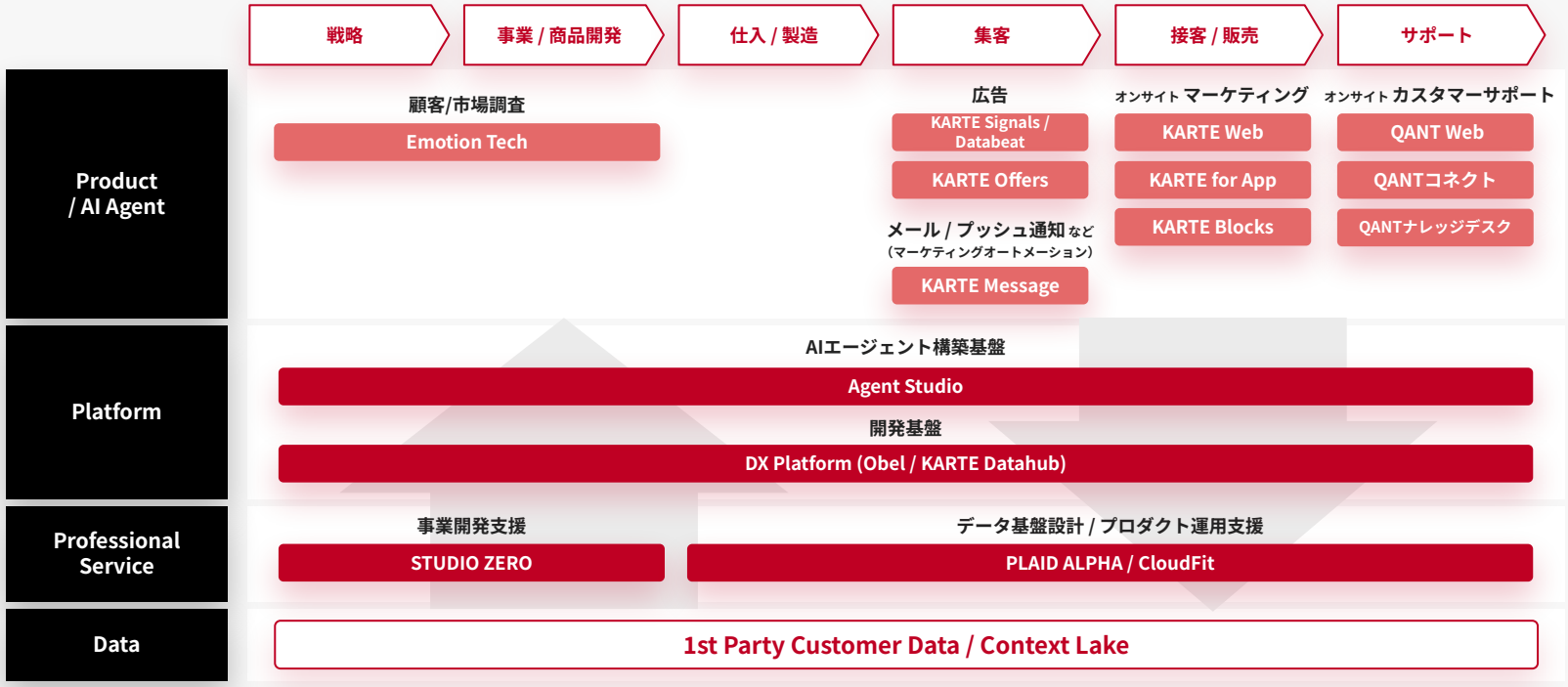
- 当社が提供するマルチプロダクトのオーケストレーションを担い、外部データ/外部AIエージェントとの相互も接続可能



© PLAID, Inc.

カスタマーデータを中心に据え、顧客中心経営への変革を支援

- 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



PLAID © PLAID, Inc.

『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
- 当社の事業思想と整合する本理論の普及を通じ、日本企業における「顧客中心経営」の実装と市場開拓を推進



 © PLAID, Inc. （注）詳細は以下プレスリリースご参照（https://plaid.co.jp/news/20260604-2/）

データ保護と利活用の両立に向けた法改正が成立

- 改正個人情報保護法では、統計作成等を行う第三者への個人データ提供について、一定の条件下で本人同意を不要とする新たな枠組みなどを導入
- 法改正の方向性は、データを活用して顧客・事業理解を深める当社の目指す世界観と整合
- 今後のガイドライン等を注視し、事業機会への転換に向けた活用方法・体制を検討

現行



委託範囲内でのデータ活用
第三者提供は原則本人同意が必要

法改正

法改正による変更（一部）



データ提供先で
統計作成等にのみ利用する場合
一定の条件下で本人同意不要

活用方法・
体制の構築

当社にとっての可能性



データ分析・AI活用における
事業機会の拡大

出所：個人情報保護委員会公表資料を元に当社作成

© PLAID, Inc.

まとめ - 外部環境変化と当社が目指す姿

外部環境変化

- AIの普及による1st Party Customer Data（クローズドデータ）の重要性増加
- 法改正によるデータ活用の柔軟性向上の兆し



当社の強み

- 国内最大級の1st Party Customer Data基盤
- 膨大なデータを企業の競争力に変える高度な技術スタック/プロダクト
- 企業の成果創出を加速させるプロフェッショナルサービス



当社が目指す姿

- Customer Data基盤×AIエージェント×プロフェッショナルサービスの統合的な提供を通じ、従来のマーケティングSaaSの枠組みを超え、顧客中心経営への企業変革を支援するプラットフォーマーへ事業ポジションを進化させていく



© PLAID, Inc.

目次

1. Executive Summary
2. 成長戦略
3. ビジネスアップデート
4. **2026年12月期 第3四半期実績**
5. 2026年12月期 通期業績予想
6. Appendix



PLAID © PLAID, Inc.

連結業績

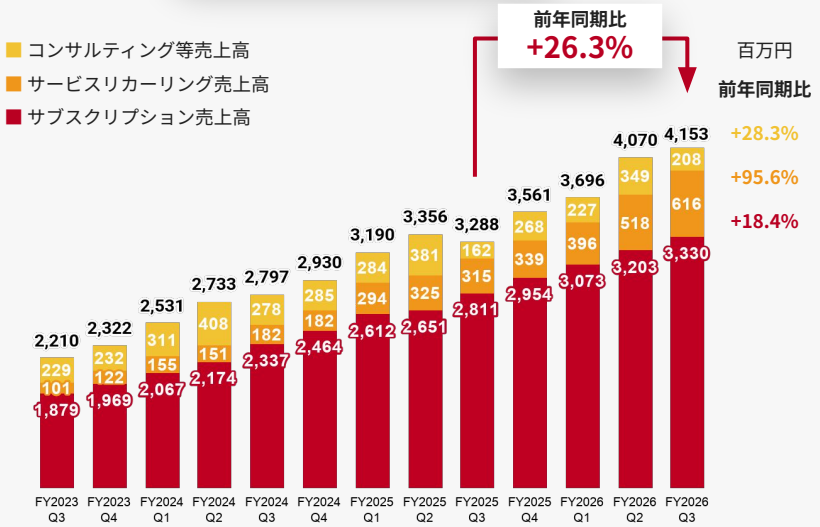
PLAID © PLAID, Inc.

連結

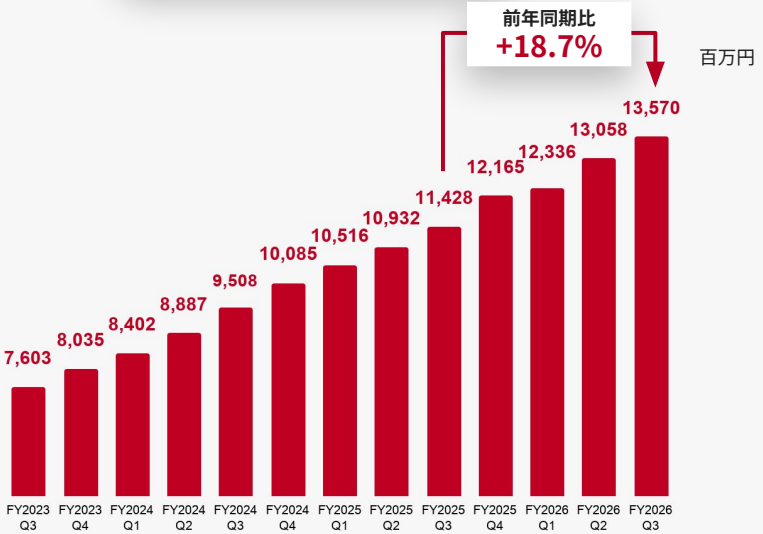
サブスクリプション売上高とサービスリカーリング売上高が着実に成長

- 売上高は前年同期比+26.3%の4,153百万円
- サブスクリプション売上高は前年同期比+18.4%となり、引き続き順調に成長
- サービスリカーリング売上高もPLAID ALPHAの好調な推移や、CloudFit社の連結影響によって前年同期比+95.6%と大きく増加

連結売上高



連結ARR(1)



© PLAID, Inc.

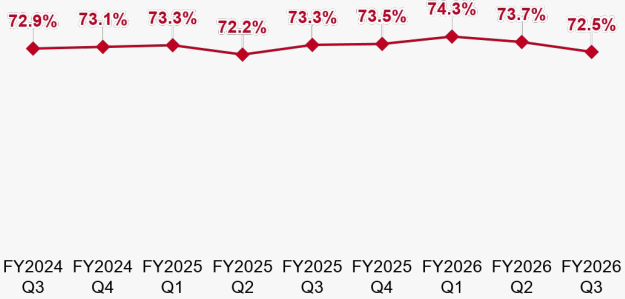
（注）1. Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出

連結

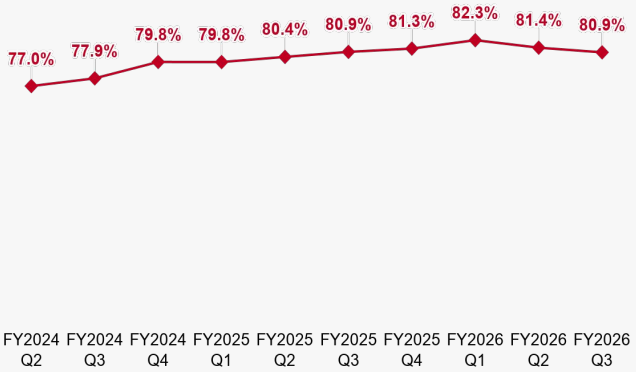
売上総利益率(1)は安定的に推移

- 売上総利益率は72.5%で着地
- サブスクリプション売上総利益率(2)は80.9%となり引き続き安定的に推移

売上総利益率



サブスクリプション売上総利益率



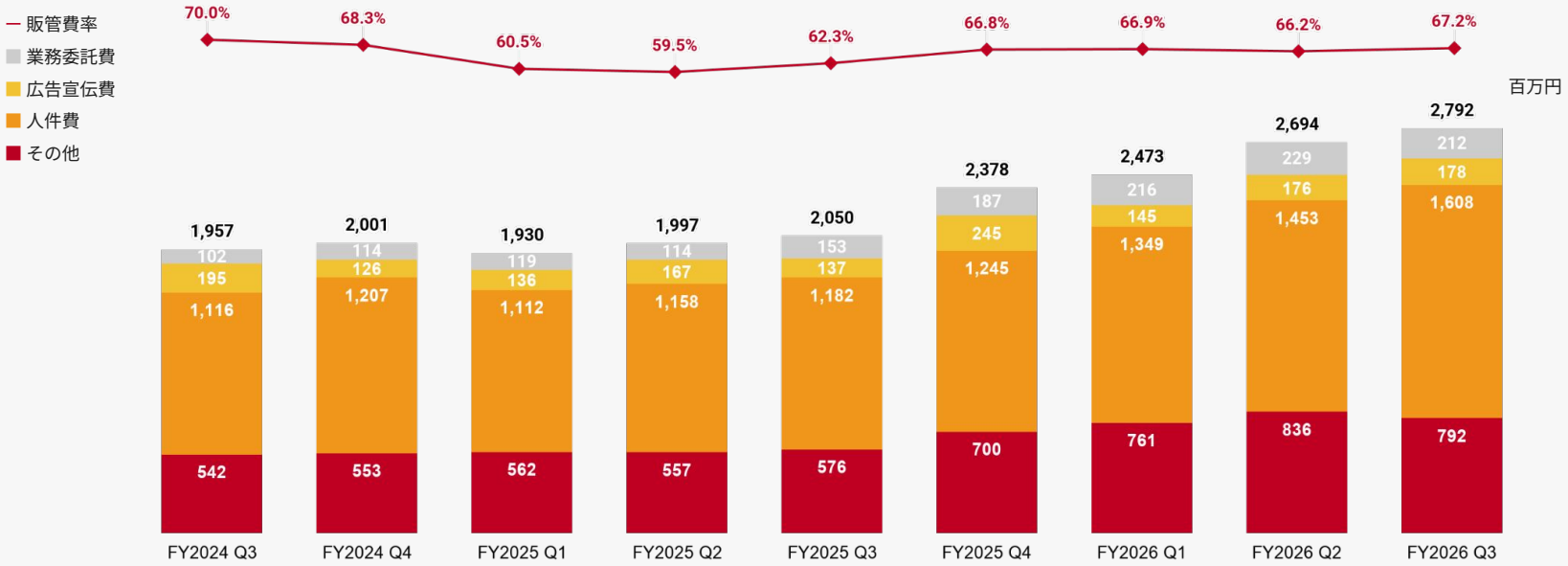
PLAID © PLAID, Inc.

（注）1. 受注損失引当金控除後 / 2. 受注損失引当金控除後、サブスクリプション売上高に対する総利益率

連結

成長投資はQ3で一巡、Q4以降の販管費率は徐々に低下する見通し

- 期初から積極的な人材採用やAI関連投資等を継続しており、販管費の増加はQ3がピーク
- Q4以降の販管費は成長投資の一巡に伴い増加ペースが落ち着く為、販管費率も徐々に低下する見通し



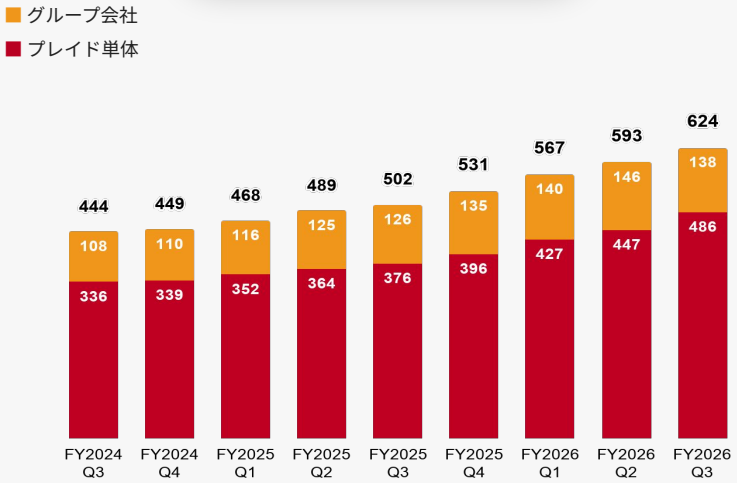
 © PLAID, Inc.

連結

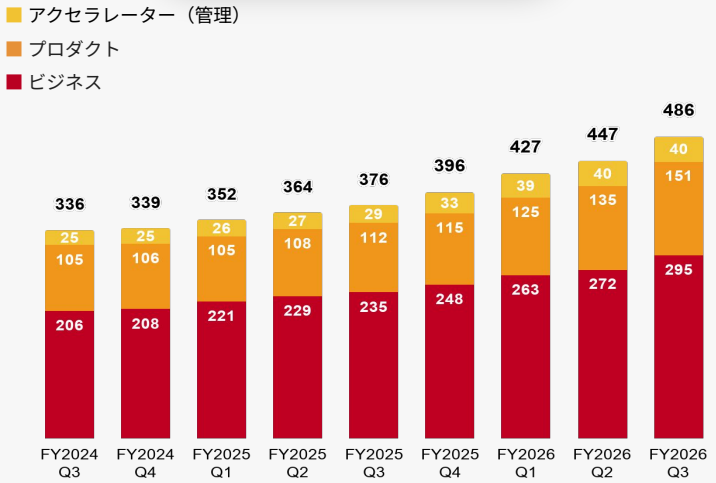
従業員数は順調に増加

- Q3末の連結従業員数は前四半期比+31名の624名
- Q3で今年度の採用計画に概ね目処が付いたため、Q4以降の従業員数の純増ペースは緩やかになる見込み

従業員数_連結



職種別従業員数_プレイド単体(1)



© PLAID, Inc.

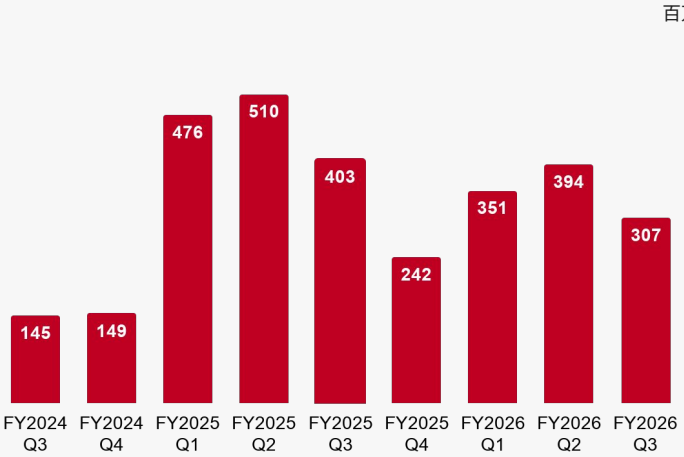
（注）1. 2026/6/1付で連結子会社のアジト社を吸収合併

連結

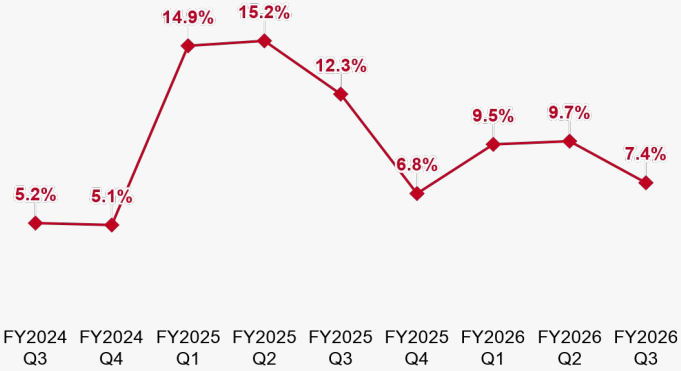
調整後営業利益(1)は307百万円で着地

- 積極的な成長投資を行う中においても着実に利益を創出
- Q4以降は持続的な売上高成長と販管費の落ち着きに伴って増益トレンドに転じる見込み

調整後営業利益



調整後営業利益率



PLAID © PLAID, Inc.

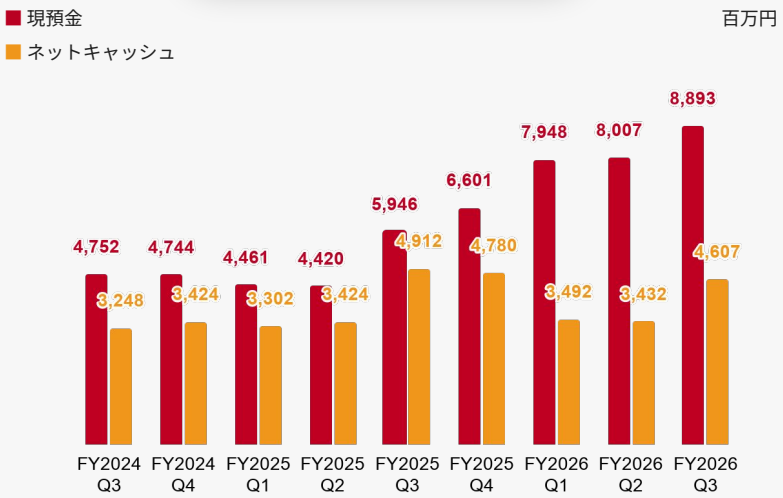
（注）1. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費用+その他一時費用

連結

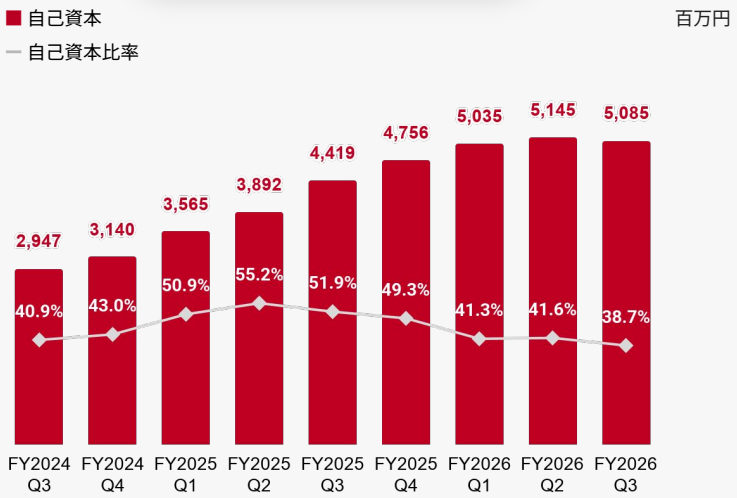
現預金と自己資本は安定した水準を継続

- Q3は契約更新が集中するため、年額一括払等によりネットキャッシュが増加
- 今後も財務健全性を確保しながら、株主還元やM&Aの実行を通じて持続的な企業価値向上を推進

現預金及びネットキャッシュ



自己資本



© PLAID, Inc.

主要指標_プレイド単体

PLAID © PLAID, Inc.

プレイド単体

主要指標の考え方

- 1st Party Customer Data×AIエージェントによる価値提供サイクルの進捗を示すKPI

主要指標

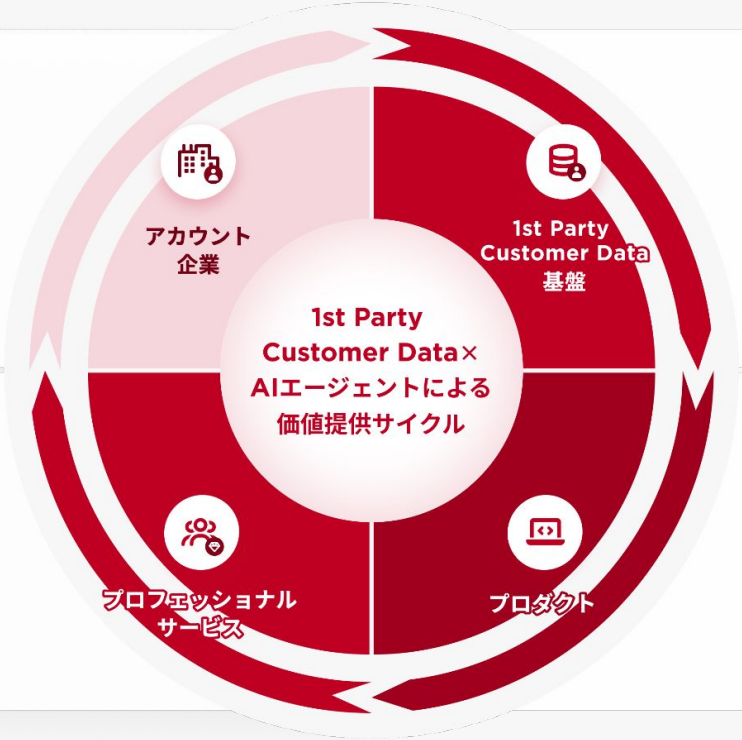
価値の総和が
どう推移しているか

- 重点顧客社数
- 1社あたりの年間売上高

主要指標

良質な1st Party Customer Data
基盤が構築されているか

- Volume
  - MAU推移
- Variety
  - 企業活動別プロダクト導入割合



1st Party Customer Data
基盤とプロダクトの価値提供を
加速できているか

- 重点顧客に対するPS提供時の
  プロダクト単価
- 重点顧客に対するPSの提供割合

開発したプロダクトが
企業に支持されているか

- 複数プロダクト導入率
- NRR
- Up-sell/Cross-sell割合

© PLAID, Inc.

プレイド単体(1)

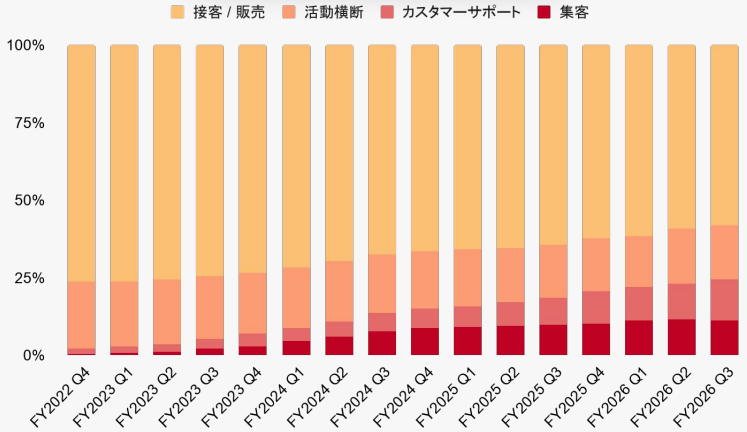
主要指標_1st Party Customer Data基盤

- KARTEを提供開始した2015年以降、1st Party Customer Data基盤の規模は着実に増加しており、2026年6月の解析MAU(2)(3)数は12億人超
- プロダクトラインナップの拡充に伴い、企業活動別プロダクトの導入領域が多様化

解析MAU数推移



企業活動別プロダクト導入割合(4)



PLAID © PLAID, Inc.

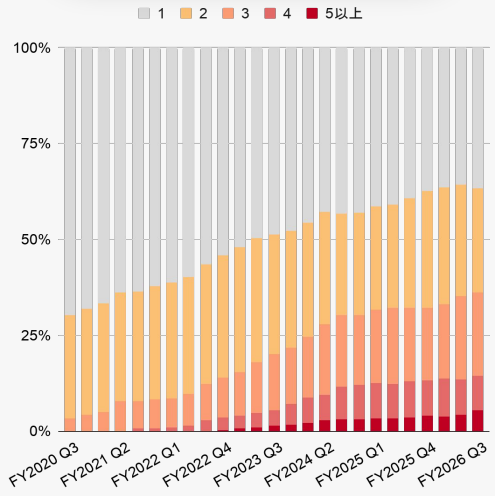
（注） 1.プレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2.Monthly Active Usersの略語。ウェブサイトやネットサービス、スマートフォンアプリなどで、ある1ヶ月の間に1回でも利用や活動のあった利用者の数の合計を指す /3.KARTEが導入されている全ウェブサイト・アプリの閲覧イベントを対象として集計 /4.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

プレイド単体(1)

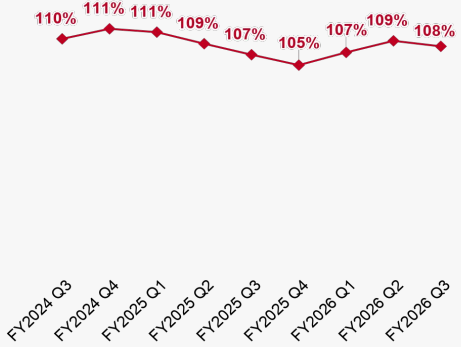
主要指標_プロダクト

- 全体に占める複数プロダクト導入割合(2)は60%を超え、3プロダクト以上を併用する顧客企業の割合が増加
- FY2026 Q3のNRR(3)(4)は108%で着地し安定的に推移

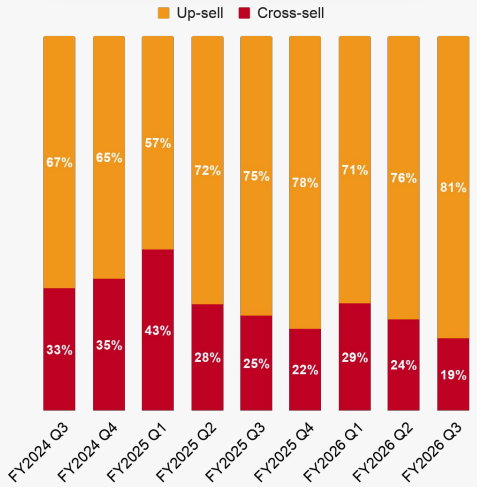
複数プロダクト導入状況



NRR推移



Up-sell/Cross-sell割合(5)



PLAID © PLAID, Inc.

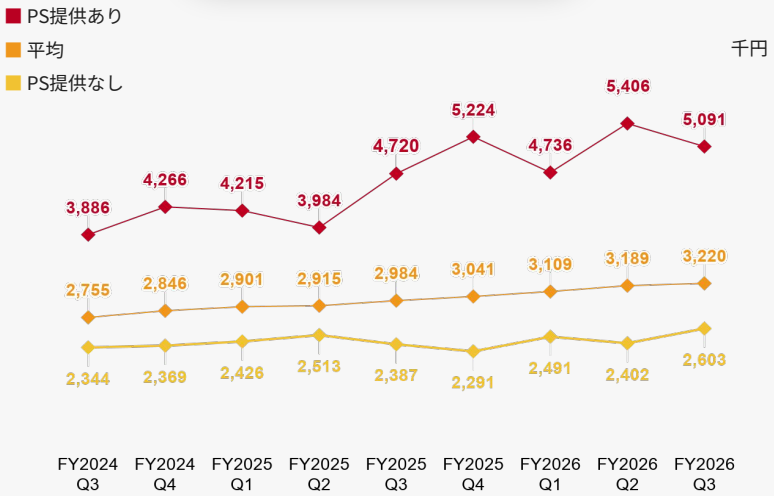
（注）1.プレイド経由で契約しているプレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2. プレイド及びRightTouchのプロダクトを対象に四半期末時点の導入率を集計 /3. Net Revenue Retentionの略語。(i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったもの /4. 四半期末月実績値 /5.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

プレイド単体(1)

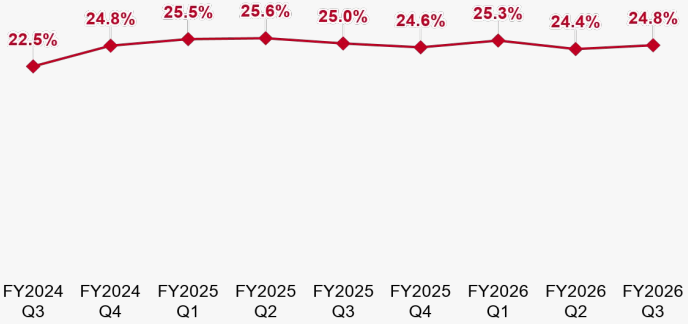
主要指標_プロフェッショナルサービス(2)

- 重点顧客層であるARR1,000万円以上の顧客において、プロフェッショナルサービスの活用促進に伴うプロダクト単価の上昇トレンドが定着
- マルチプロダクト×プロフェッショナルサービスの相互作用を一段と強化し、持続的な売上高成長を目指す

ARR1,000万円以上顧客のプロダクト月額単価(3)(4)



ARR1,000万円以上顧客に対するPS提供割合(3)(4)



© PLAID, Inc.

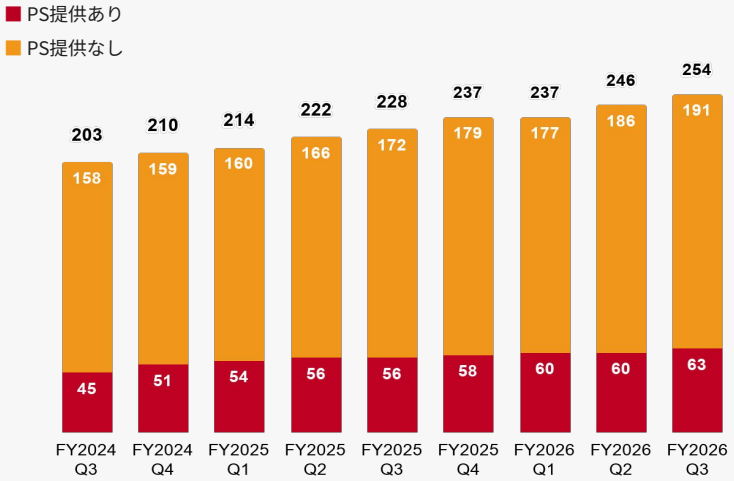
（注）1.プレイド経由で契約しているプレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2. PLAID ALPHAを対象 /3. プロダクト契約が存在するARR1,000万円以上の顧客に対してPLAID ALPHAも同時に提供している割合 /4.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

プレイド単体(1)

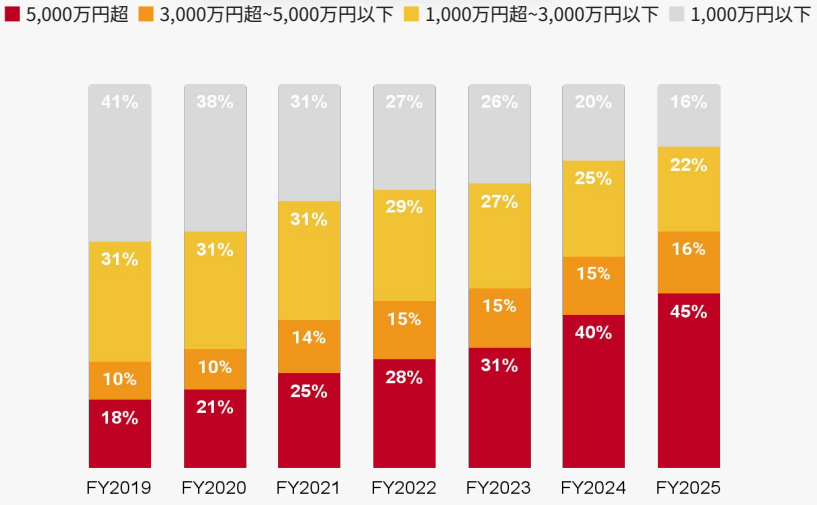
主要指標_顧客社数(2)及び1社あたり年間売上高

- FY2026 Q3のARR1,000万円以上の顧客社数は前四半期比+8社の254社と順調に増加
- 1st Party Customer Dataを軸とした価値提供サイクルの浸透により1社あたりの年間売上高も毎年度増加

ARR1,000万円以上の顧客社数(3)



全顧客1社あたり年間売上高

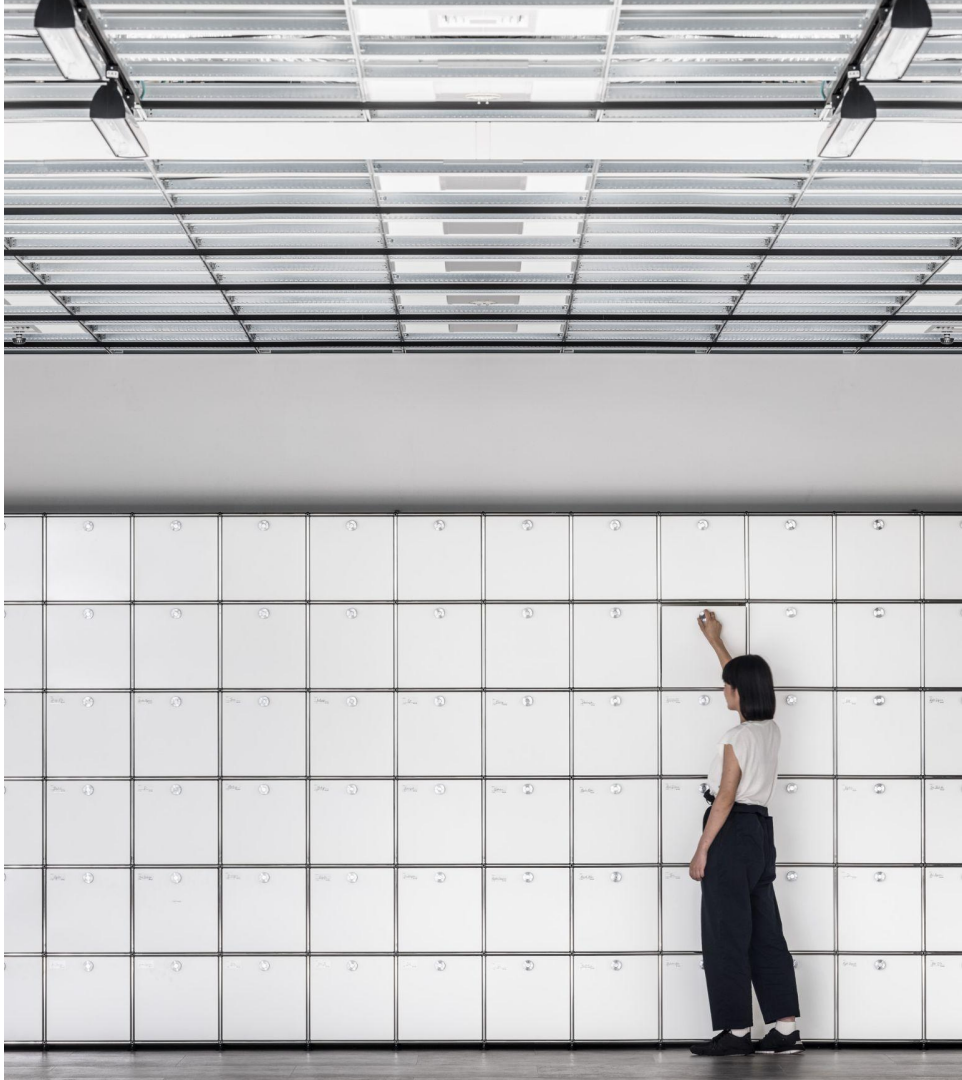


© PLAID, Inc.

（注）1.プレイド経由で契約しているプレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2.各期末時点のプロダクト導入顧客社数の合計 /3.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

目次

1. Executive Summary
2. 成長戦略
3. ビジネスアップデート
4. 2026年12月期 第3四半期実績
5. 2026年12月期 通期業績予想
6. Appendix



PLAID © PLAID, Inc.

2026年12月期(1) 業績予想

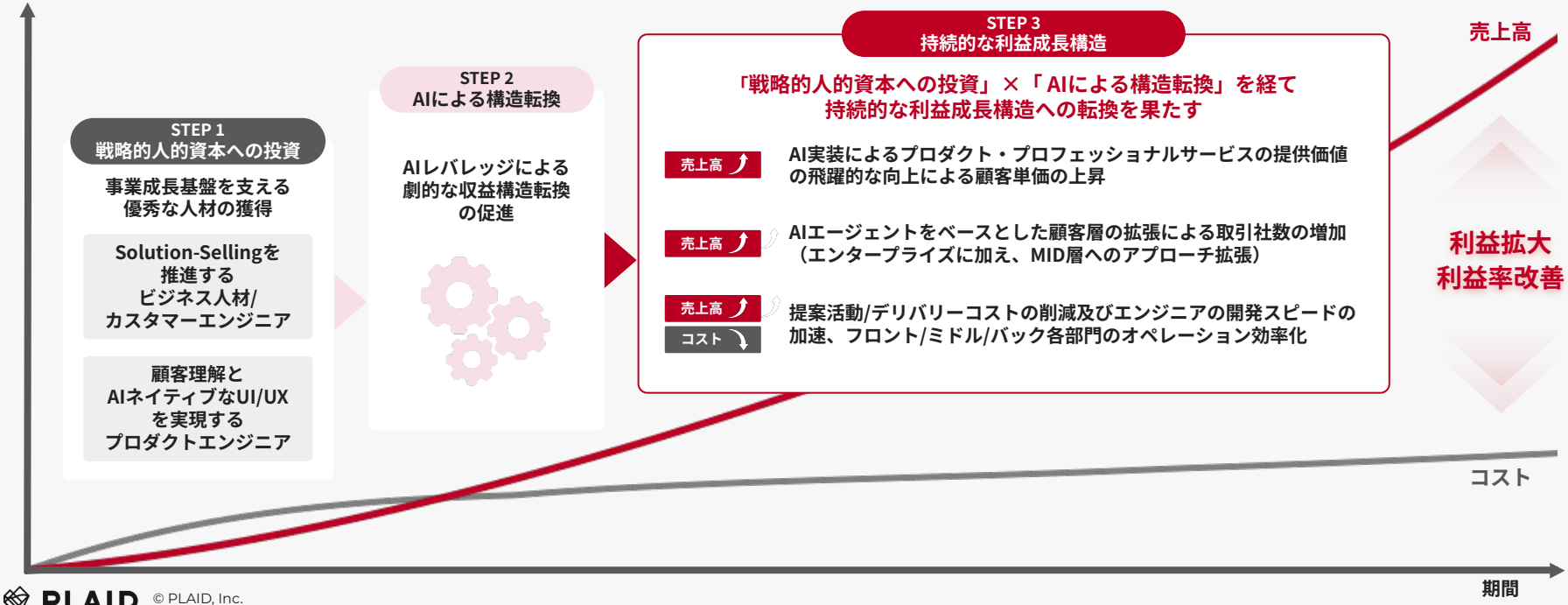
- マルチプロダクト×プロフェッショナルサービス戦略が順調に推移し、売上高予想を上方修正
- 一方で今期は成長投資期の位置づけであり、AI関連投資や人材採用を積極的に推進
- 人材採用が期初想定に比べて良好に進捗し人件費等の費用が先行発生したこと、今後発生し得る各種費用を保守的に織り込んだこと等から、各段階利益が期初予想を下回る見込みとなり修正

百万円		2026/12期 予想			通期_修正前（15ヶ月決算）	業績予想修正増減額	業績予想修正増減率
		第4四半期	第5四半期	通期_修正後（15ヶ月決算）			
売上高	**連結**	**4,386**	**4,493**	**20,800**	**20,577**	**222**	**1.1%**
	前年同期比	23.2%	-	-	-	-	-
調整後営業利益	**連結**	**368**	**478**	**1,900**	**2,387**	**△487**	**△20.4%**
	調整後営業利益率	8.4%	10.6%	9.1%	-	-	-
営業利益	**連結**	**305**	**452**	**1,600**	**2,183**	**△583**	**△26.7%**
	営業利益率	7.0%	10.1%	7.7%	-	-	-

© 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

持続的な利益成長への構造転換

- 今期の人材採用は持続的な利益成長への構造転換に向けた大きな一歩となる戦略的な人的資本の獲得であり、重要な先行投資の位置付け
- 投資強化はFY2026 Q3で一巡、Q4以降は増益トレンドに転じる見込み
- AIレバレッジによる構造転換を経て、持続的な利益拡大と利益率の改善を実現していく



© PLAID, Inc.

自己株式の取得

- 資本効率の向上と株主還元の拡充を図るとともに、機動的な資本政策を遂行するため、今回の自己株式の取得を決定
- 今後も株価水準や事業の状況等を総合的に勘案し、柔軟に株主還元施策の実施を検討

取得対象株式の種類	**当社普通株式**
取得し得る株式の総数	**1,100,000株（上限） （発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合約2.7%）**
株式の取得価格の総額	**500,000,000円（上限）**
取得期間	**2026年8月14日 ～ 2026年9月10日**
取得方法	**東京証券取引所における市場買付**

PLAID © PLAID, Inc.

目次

1. Executive Summary
2. 成長戦略
3. ビジネスアップデート
4. 2026年12月期 第3四半期実績
5. 2026年12月期 通期業績予想
6. Appendix



PLAID © PLAID, Inc.

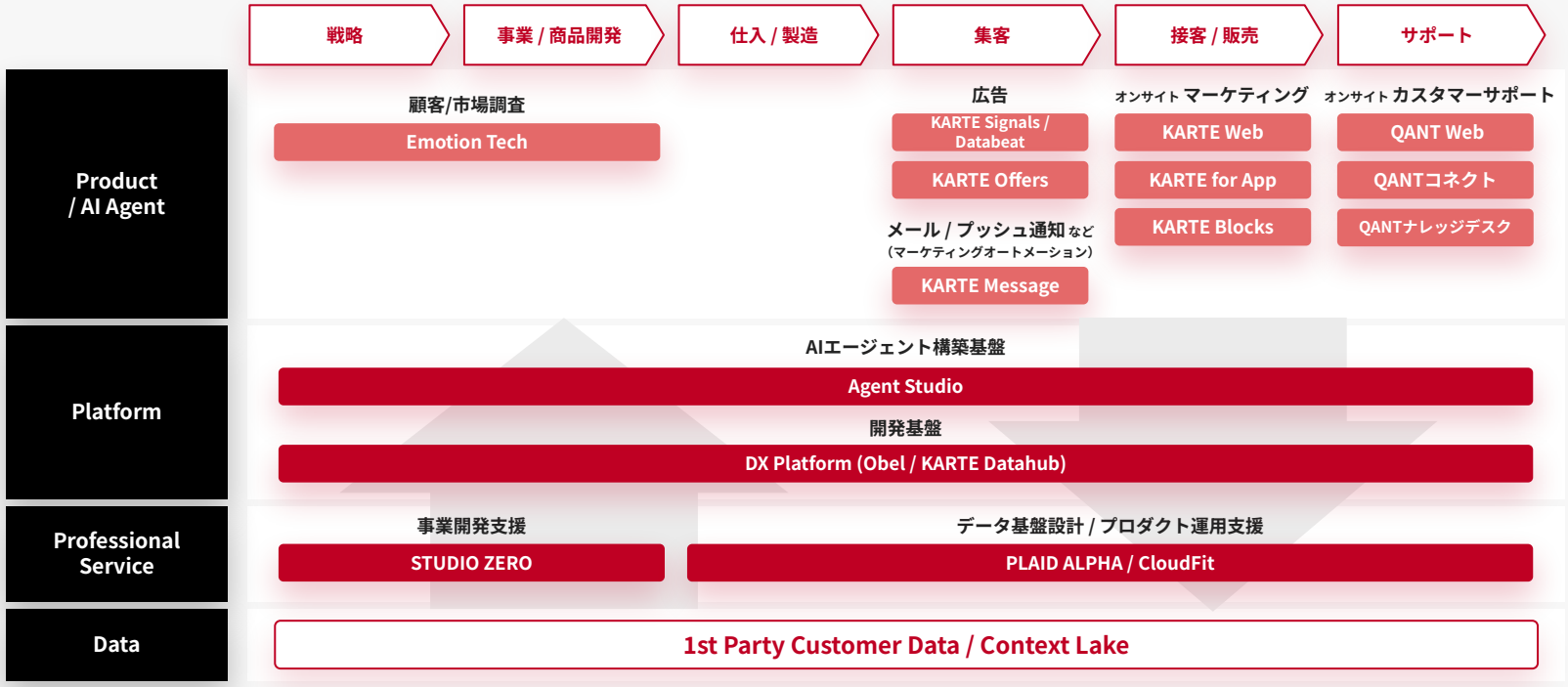
売上区分の定義

～FY25 Q4	FY26 Q1～	内容	主なプロダクト/サービス
サブスクリプション売上高	サブスクリプション売上高	• プロダクト販売の売上高	KARTE / KARTE for App / KARTE Datahub / KARTE Message / QANT Web / Databeat
サービスコンサル等売上高	サービスリカーリング売上高	• プロダクトのUp-sell/Cross-sellを推進する伴走支援型のプロフェッショナルサービス売上高	PLAID ALPHA / CloudFit (FY2026 Q2からPL連結)
	コンサルティング等売上高	• 戦略策定など上流工程のコンサルティングサービス売上高 • プロダクト販売にかかる初期費用などのその他売上高	STUDIO ZERO / EmotionTech CX

© PLAID, Inc.

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



PLAID © PLAID, Inc.

主なプロダクト/サービス一覧 -1

提供内容	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
サイト改善	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	企業が持つデータを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
広告配信最適化	KARTE Signals	KARTEで蓄積されたデータ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
データ基盤設計 プロダクト導入/運用支援	PLAID ALPHA CloudFit	顧客データ基盤設計から、プロダクト導入/運用支援まで一気通貫で提供するプロフェッショナルサービス

© PLAID, Inc.

主なプロダクト/サービス一覧 -2

提供内容	プロダクト/サービス名	概要
戦略策定 伴走型開発支援	STUDIO ZERO	「産業と社会の変革を加速させる」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開発を伴走型で支援するプロフェッショナルサービス
オンサイト カスタマーサポート	QANT Web (1)	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
オンサイト カスタマーサポート	QANT コネクト (1)	顧客一人ひとりの問い合わせ前データが、企業のオペレータに還元され、電話応対時の用件をスムーズに把握できるようになり、応対品質・応対時間を大きく改善
顧客リサーチ Voice of Customer	EmotionTech CX	NPS®(2)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
広告配信最適化	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

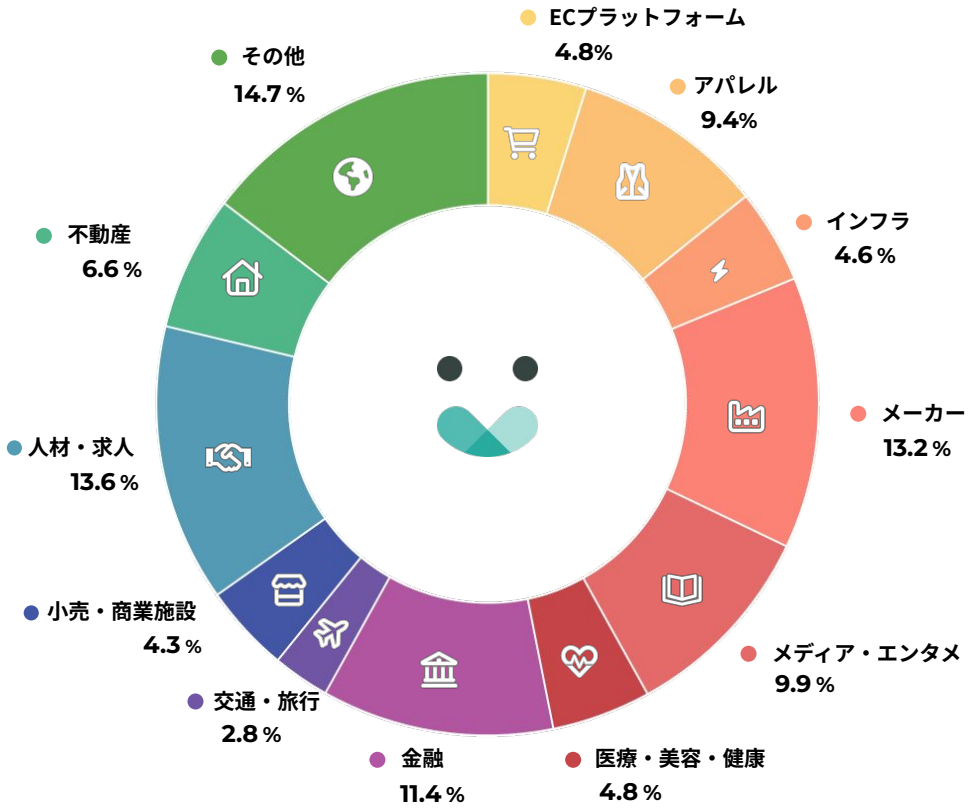
PLAID © PLAID, Inc.

（注）1. 2025年8月より「RightSupport by KARTE」を「QANT Web」に、「RightConnect by KARTE」を「QANT コネクト」に名称変更 / 2. 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

業界別プロダクト導入割合(1)（2025年9月時点）

- B2Cを中心とする幅広い業界でプロダクトの導入が進んでいる
- 業界特有の顧客行動特性や自社の独自性など、企業の戦略立案/実行に有用な顧客データベースを構築



© PLAID, Inc.

（注）1. Web/App/Datahub/Blocksなど単体提供を行っているプロダクトを対象として集計


PLAID