



2026年12月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2026年5月

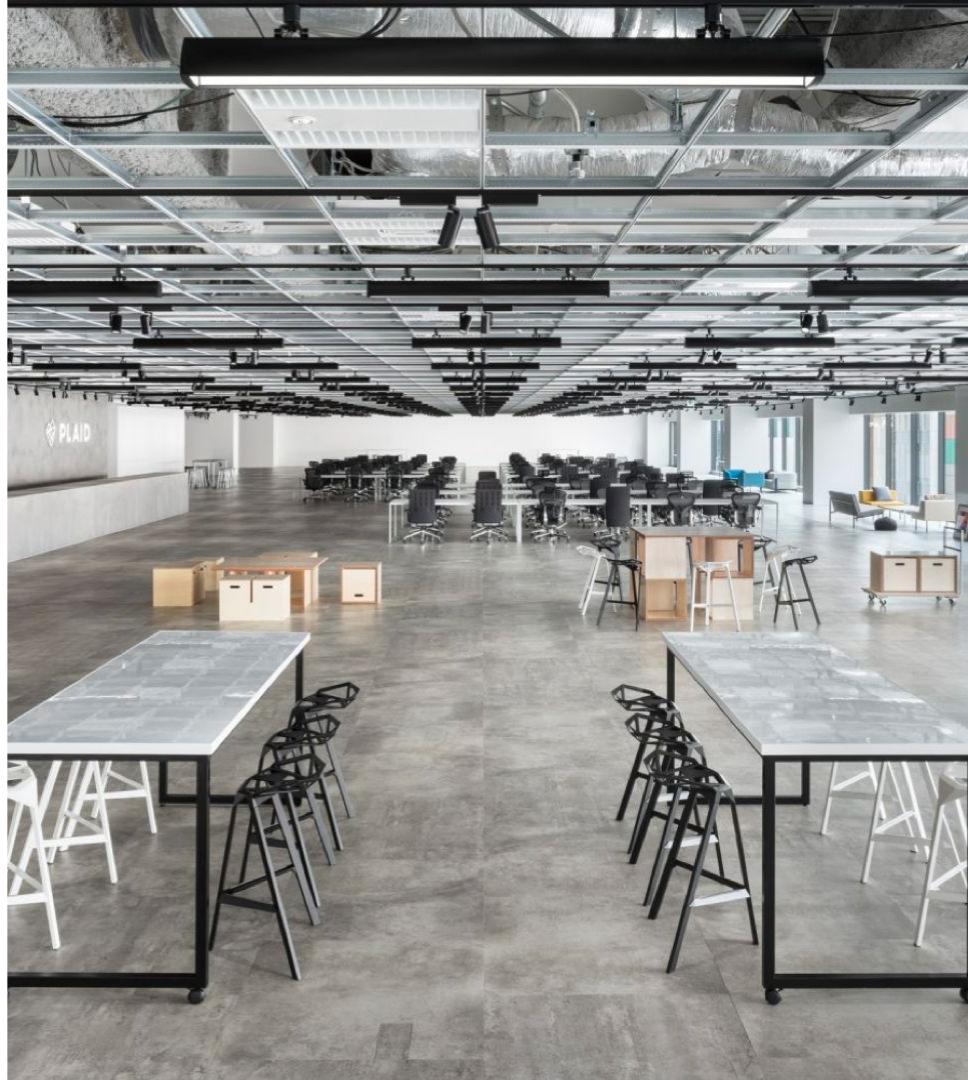
本資料の取り扱いについて

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. **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2四半期実績
5. 業績見通し
6. Appendix



Executive Summary

1

Q2連結売上高は前年同期比+21.2%の4,070百万円、Q2累計では前年同期比+18.6%の7,766百万円

- サブスクリプション売上高は前年同期比+20.8%、サービスリカーリング売上高は前年同期比+59.3%と順調に推移
- ARR1,000万円以上の顧客社数が順調に増加したことに加え、Q2末のNRR⁽¹⁾も前四半期比+2ptの109%と着実に成長

2

Q2連結調整後営業利益は394百万円、Q2累計では746百万円

- Q2の連結調整後営業利益率は9.7%であり、成長投資を強化する中でも安定した収益性を維持
- Q2の連結従業員数は前四半期比+26名の593名と採用が前倒しで好調に進捗

3

今期は成長投資期の位置付けであり、将来の成長基盤構築を進める

- 採用を中心に成長投資が順調に進捗しており、下期および来期以降の売上高成長に向けた体制強化が進んでいる
- 今期は引き続き投資活動を最優先に行うが、同時に組織力強化やAI活用による業務刷新による運用効率化も図る

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2四半期実績
5. 業績見通し
6. Appendix



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。

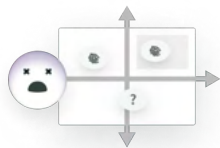
人が自ら考え
創造する楽しさの先に
新しい価値が生まれることを
データとテクノロジーで支援し、
心が高鳴る機会を提供していきます。

データによって 人の価値を最大化する

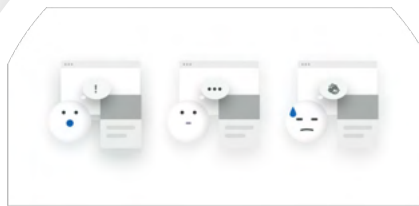
人の発想や直感を生かし、
その創造性をテクノロジーで拡張することで次の社会を拓く

企業の競争力における顧客理解の重要性の高まり_注目している課題

- 企業と生活者・受益者の関係性において、各市場の需給バランスは供給過多の状況に
- 顧客の期待は変化し、企業は、従来の製品中心の競争力に加え、顧客理解・市場理解による差別化が求められる
- 一方で、顧客行動は多様化、分散化、高速化し、大きな変化が続く。すなわち、必要となる差別化の実現難度が高まっている



需給バランスの変化



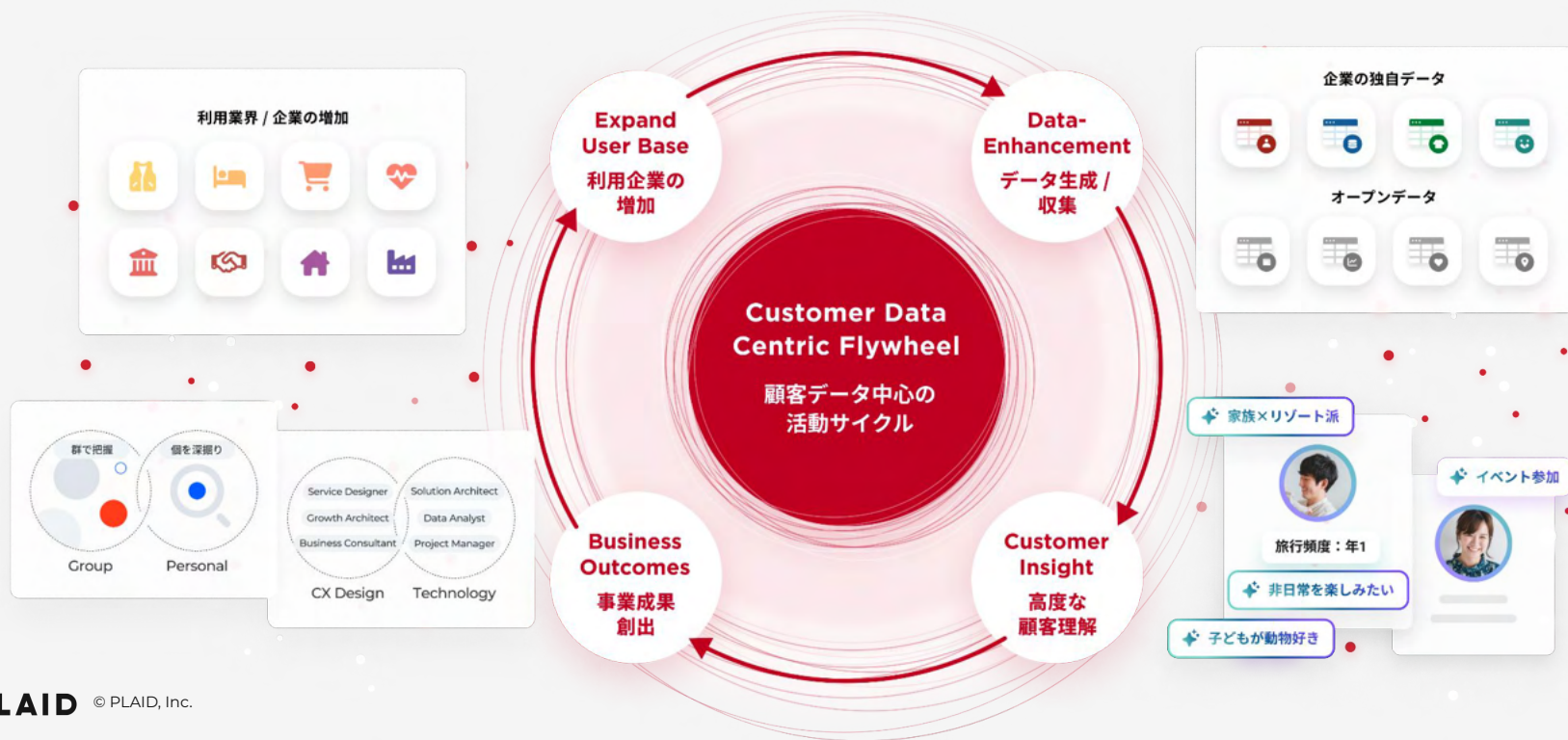
顧客期待の変化



顧客行動の変化

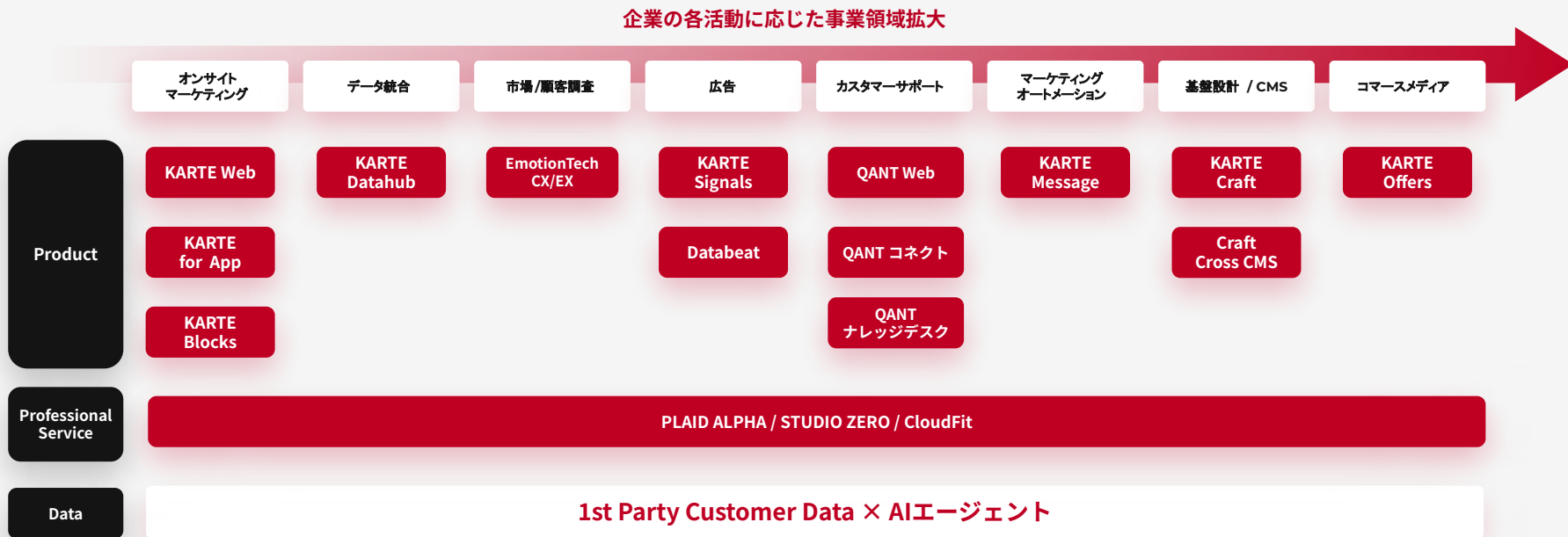
基本戦略

- 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、それに基づくハイパーパーソナライゼーション、活動プロセス全体のAIXが競争力を左右



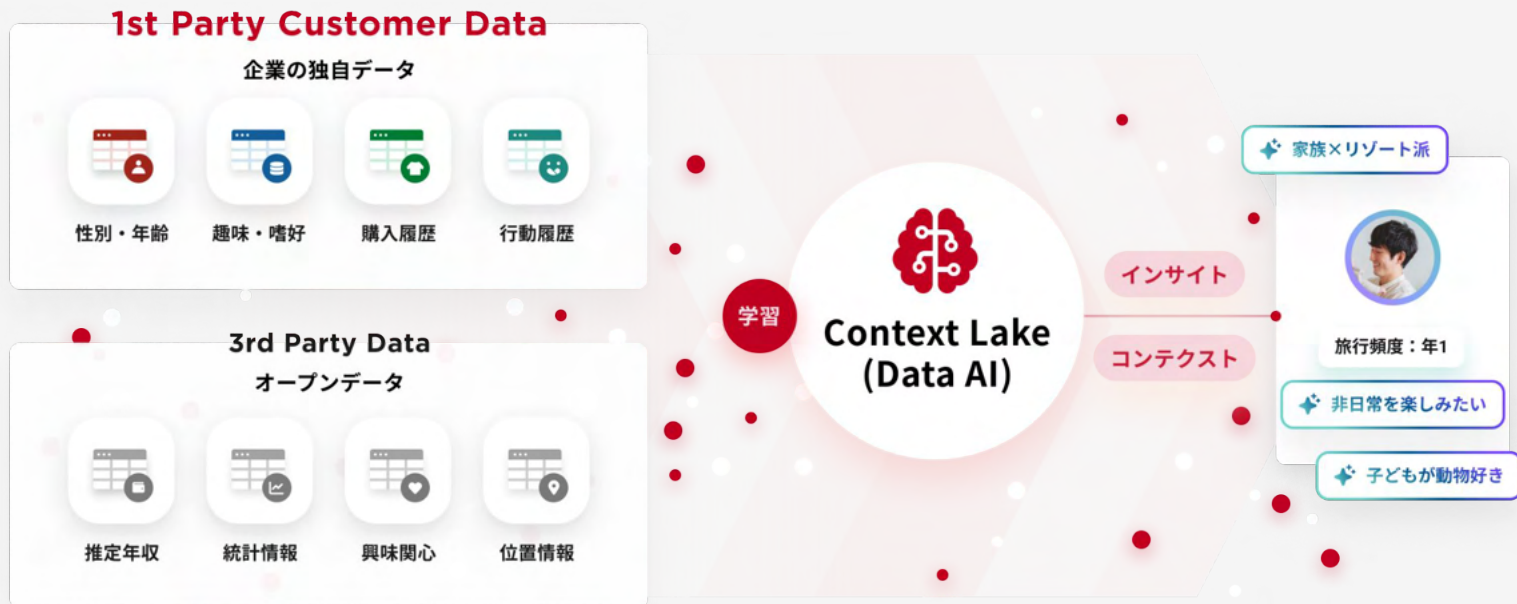
主な展開事業

- ・ マーケティングやカスタマーサポートなど、顧客接点を有する企業活動毎に最適化されたプロダクトを提供し、多様な顧客データを生成/収集
- ・ 同時に、戦略策定から運用まで一気通貫で伴走するプロフェッショナル・サービスも提供し、企業の成果創出を支援



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



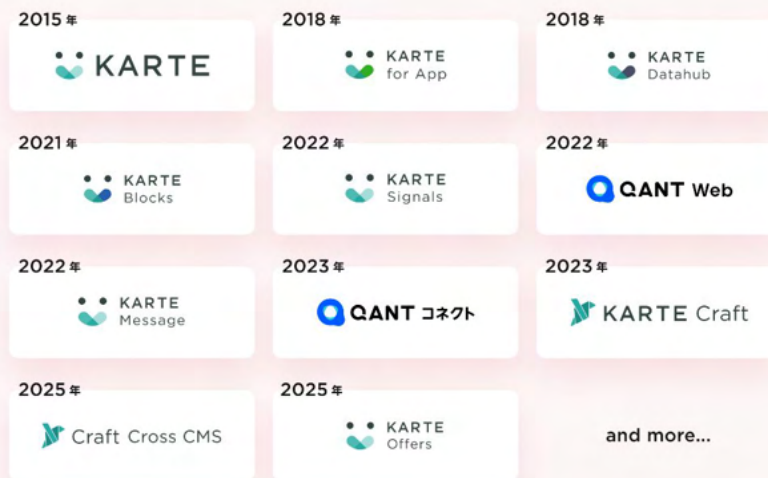
当社の強み(1)_希少性が高い1st Party Customer Dataを常時生成する独自のシステム

- 顧客一人ひとりのリアルタイムの行動を可視化する独自の解析基盤を開発
- その上で、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を常時生成している
- AI実装加速により、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加速

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



当社の強み(2)_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/リアルタイムを合わせ持つ良質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



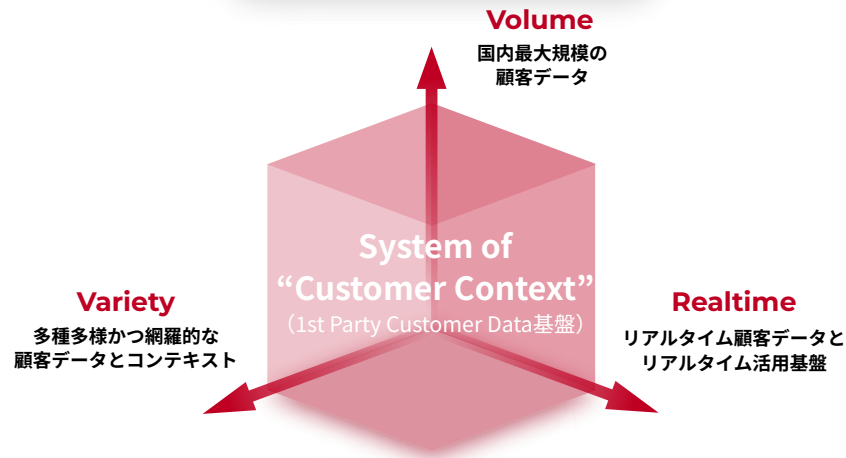
約6億人



約5億人



当社が提供するデータ環境



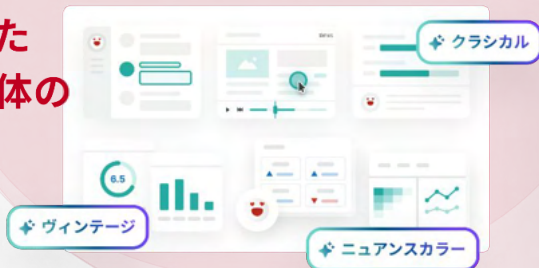
当社の強み(3)_企業活動を包括的に支援しアウトカムを生み出すソリューション力

- 独自性の高い1st Party Customer Data基盤とAIエージェントスタジオに加えて、企業内でそれらを実装し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し、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

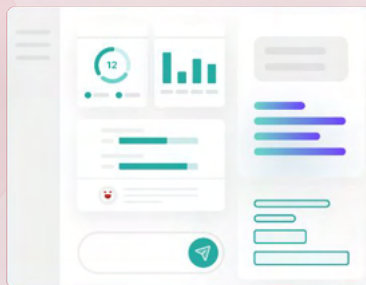
1st Party Customer Data基盤

リアルタイム解析・統合基盤、
自動的な顧客コンテキストの予測



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



当社の強み(4)_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

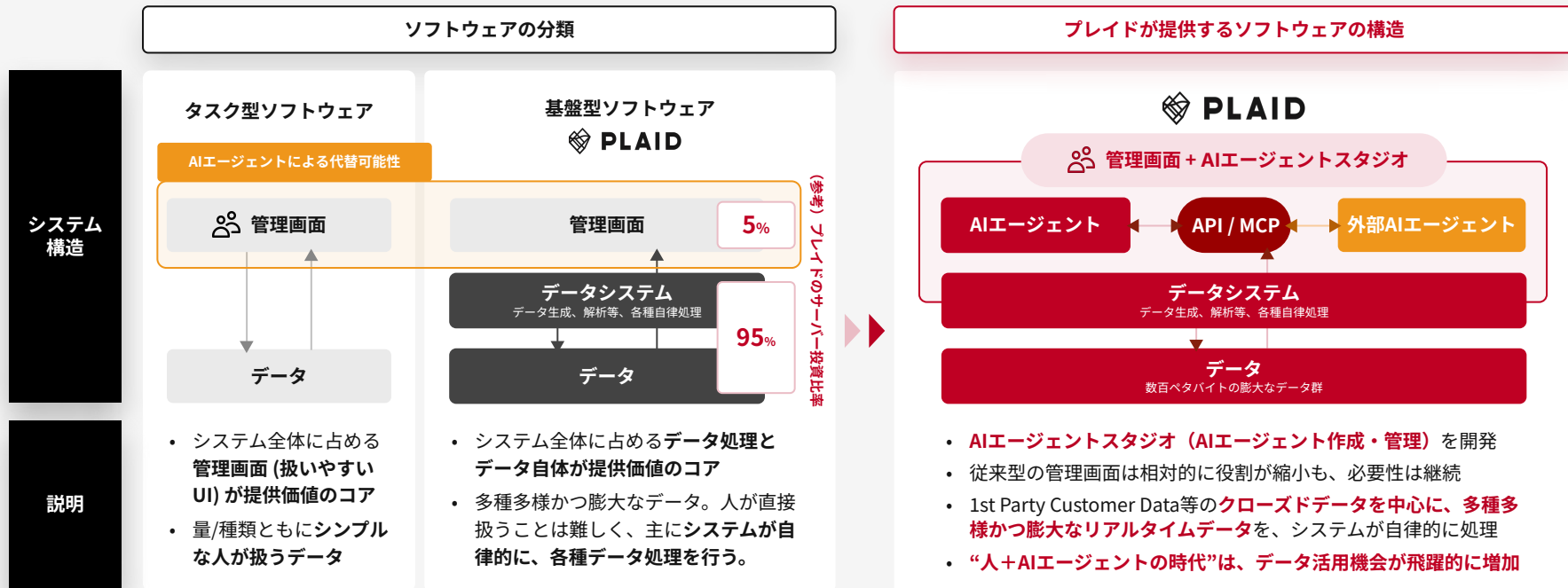
3社

/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。

AIを生かす(1)_AI時代のセンターピンは“データ基盤”レイヤーに移行

- ソフトウェアは、タスク型と基盤型に大別できる。タスク型は、人中心の設計で、人がデータを直接扱う。基盤型は、システム中心の設計で、システムが自律的に各種データ処理を行う。プレイドの提供価値は後者、基盤型ソフトウェアが中核
- 人、AIエージェントを問わず、付加価値/パフォーマンス向上の源泉は“データ基盤”に移行する



AIを生かす(2)_当社が提供する顧客コンテキストを自動理解するAI

Context Lake

- あらゆる種類の構造化/非構造化データから顧客コンテキストを自動で理解する独自のAIエンジン

Context Cube

- LTV⁽¹⁾が高い顧客層に見られる趣向や行動などの顧客コンテキストと経営指標を掛け合わせた詳細な分析結果を可視化。「事業の真の成長ドライバー」を解明し、戦略策定や意思決定を支援

Context Agent

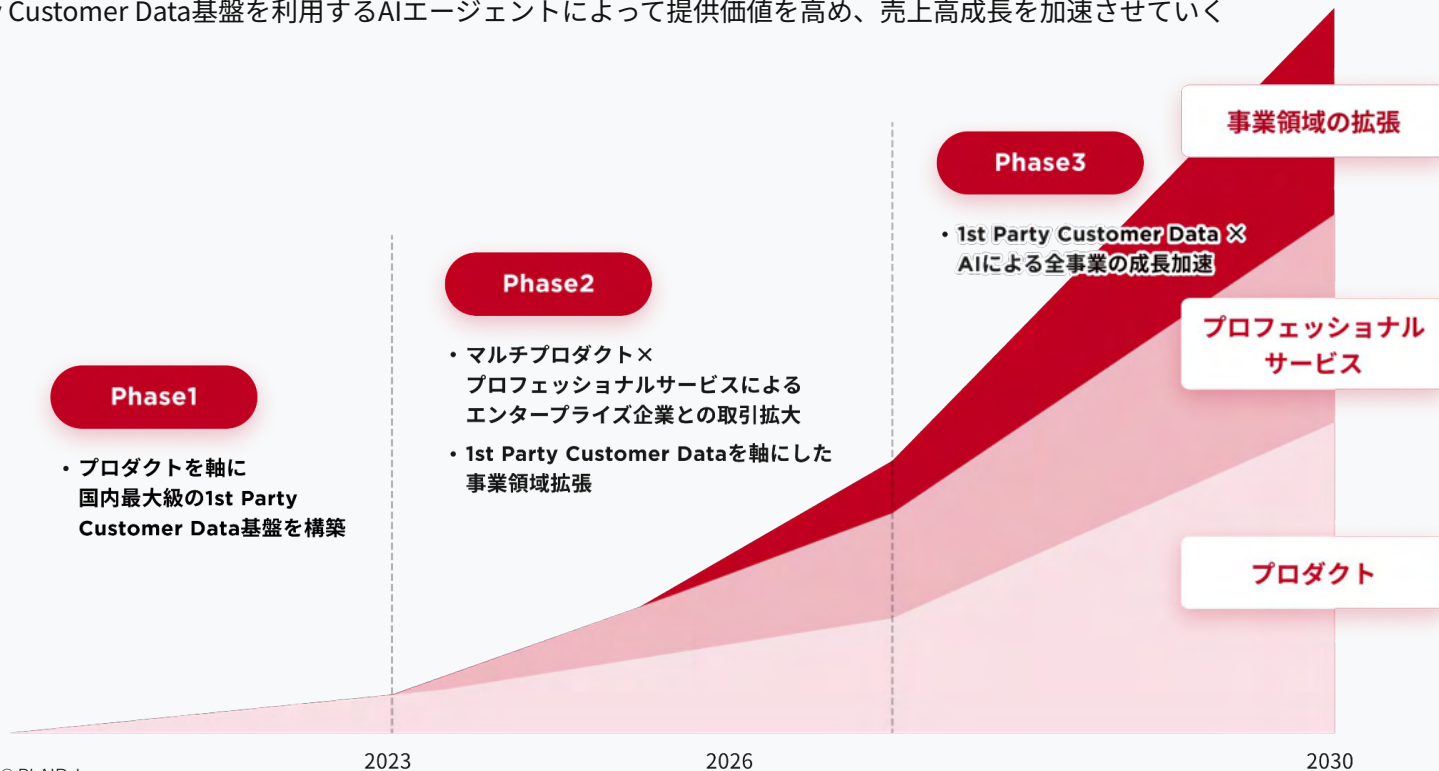
- 顧客コンテキストを深く理解したAIエージェントを、経営支援から接客に至るまでの企業のあらゆる活動に実装し、人との共創をもって企業の生産性向上や付加価値創出を実現

(注) 1. Life Time Value。顧客が企業と取引を始めてから終了するまでの期間にもたらす利益の総額



成長戦略の方向性

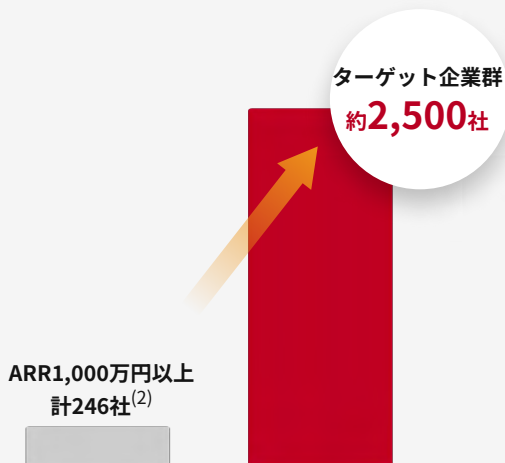
- 成長余地が大きいエンタープライズ企業との取引拡大に注力
- 1st Party Customer Data基盤を利用するAIエージェントによって提供価値を高め、売上高成長を加速させていく



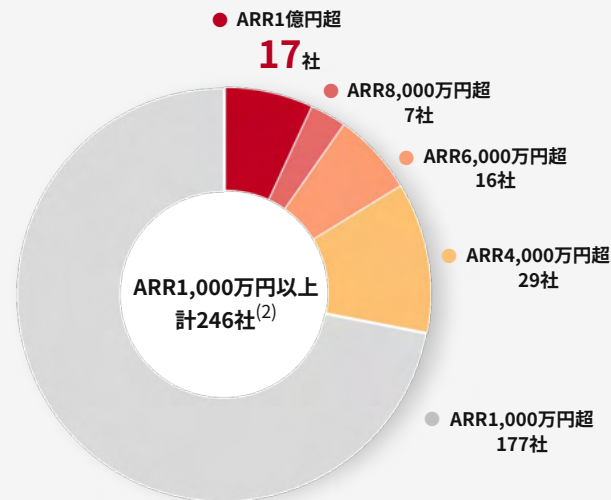
中期的な成長ポテンシャル

- 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⁾



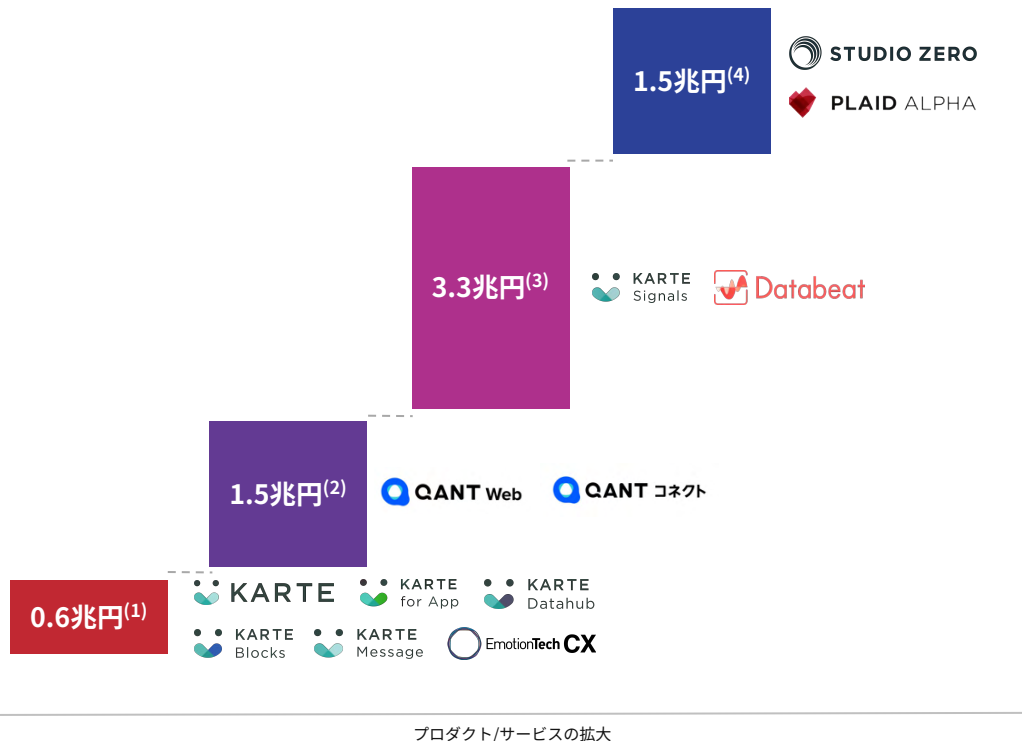
グループ全体の潜在市場規模

プロダクト/サービスラインナップの拡大により、潜在市場規模は事業開始当初の0.6兆円から6.9兆円まで拡大しており、大きな成長余地が存在

各市場においてAIエージェントが入り込むことが想定されるため、各市場へアクセスしやすくなる大きな機会

(注) 1.富士キメラ総研「顧客接点・CX変革ソリューション市場分析 2023年版」プロダクト市場規模（2027年度予測）をもとに当社作成 / 2. 2025年度予測のコールセンターサービス市場規模と同年度のコンタクトセンターソリューション市場規模の合算値、株式会社矢野経済研究所「コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場調査（2025年）」（2025年11月11日発表）をもとに当社算出・作成 / 3. 株式会社電通「2025年日本の広告費」をもとに当社作成 / 4. IDC Japan「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2023年～2027年」をもとに当社作成 / 5. 主に当社グループ事業領域におけるオンサイトマーケティング、データ統合、市場/顧客調査、マーケティングオートメーションに対応 / 6. 主に当社グループ事業領域における事業・組織開発、戦略策定/導入・運用に対応

- ビジネス及びITコンサルティング⁽⁶⁾
- インターネット広告
- カスタマーサポート
- CX関連ソリューション⁽⁵⁾



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2四半期実績
5. 業績見通し
6. Appendix



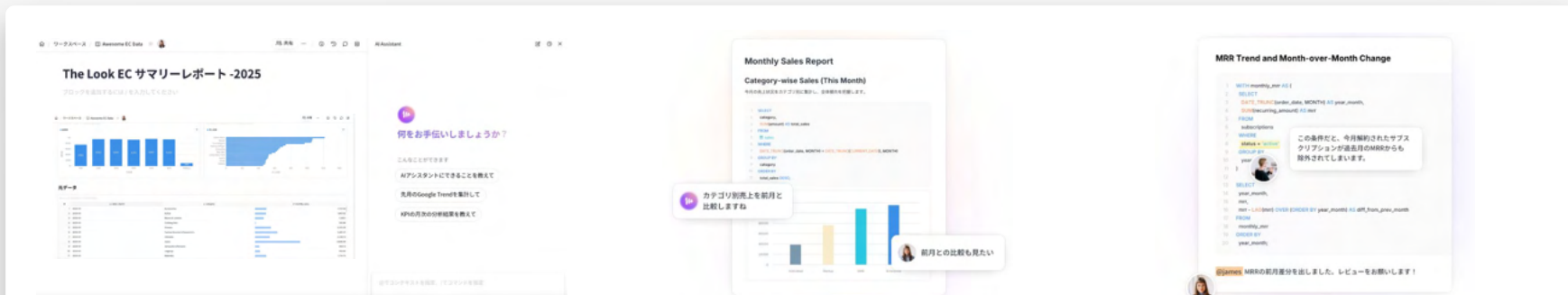
支援事例：株式会社大戸屋様

- データドリブンな顧客エンゲージメント強化を支援
- 「KARTE」と次世代BIツール「Codatum」の活用によってロイヤルカスタマーを可視化し、LTV⁽¹⁾を最大化する体制を構築



株式会社CODATUMについて

- 2023年10月に設立した100%子会社であり、AI Agentによる伴走型データ分析プロダクトを開発
- AIとの対話による分析によって、マネージャーから現場担当者まで、ユーザーの役割に応じた最適なアウトプットを提供



The image displays three screenshots of the Codatum Agent interface. The first screenshot, titled 'The Look EC サマリーレポート -2025', shows a dashboard with bar and line charts and a table of data. The second screenshot, titled 'Monthly Sales Report', shows a category-wise sales chart and a code snippet for SQL. The third screenshot, titled 'MRR Trend and Month-over-Month Change', shows a line chart and a code snippet for SQL. Each screenshot includes a callout box with a user icon and text explaining the analysis or code.

自律性：対話型分析

探索から可視化まで、AIが自動で。

自然言語で依頼するだけで、Codatum Agentがテーブルを探し、SQLを組み立て、チャートを生成します。失敗しても自動修正し、最後までタスクを完遂します。

資産化・ノートブック連動

話しながら、レポートが組み上がる

会話しながら、SQLが動き、チャートが作成されます。そのまま他のメンバーで共有、パラメータを使って深掘りすることもできます。

透明性・コードファースト

プロがレビュー、だから信頼できる

SQLもチャートもコードで残るので、Codatum Agentと何をしたかが全て見えます。コードを見て、プロフェッショナルがレビュー・修正できるので、信頼できる分析ができます。

ビジネスカンファレンス「PLAID AI DAY」を開催

- 当社グループのAIに関わる取り組みやソリューションの全体像を伝えることを目的として「PLAID AI DAY」を開催
- 約500名のお申し込みを頂き、多くのステークホルダーの皆様にAI時代における当社グループのビジョンと戦略を伝播

- **申込人数：約500名**
- **アンケート回答（推奨度）：4.2/5段階中**



SESSION | 01

これからの時代に競争力を生むためのビジョン
効率化の先にある独自価値をどう創るか

SESSION | 02

AIエージェントが変える、人とテクノロジーの関係
人とデータの価値を高める、ブレイドの製品の進化

SESSION | 03

企業の競争力を生み出すAI活用
データの分断は、なぜ「顧客コンテキストデータ」で解消すべきなのか？

SESSION | 04

顧客接点から生まれる「リアルデータ」が経営を変える
コンタクトセンターに眠ったデータを価値に転換する
AIコンタクトセンター構想

SESSION | 05

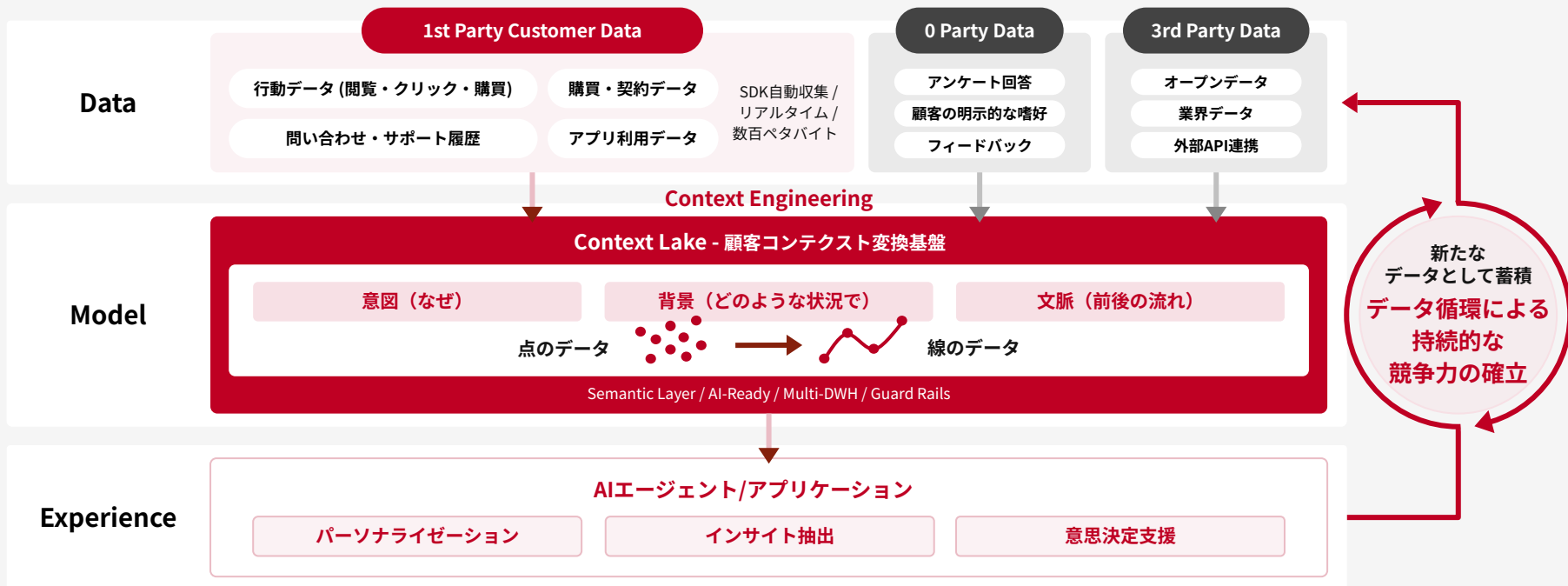
データ戦略の変わる点/変わらない点
AI活用を支えるデータ戦略と基盤の役割とは？

SESSION | 06

利便性を超え、顧客の迷いに寄り添う体験をつくる
そのAI活用は価値を生むのか？自社の独自アセットで描く
これからのCX

Context Lakeにより1st Party Customer Dataを競争力に転換

- リアルタイムで高品質な1st Party Customer Data を中核にあらゆるデータを統合し顧客コンテキストをモデル化
- アウトカム創出のための幅広い業務にデータを生かし、循環サイクルによる持続的な競争力を確立



Context Lakeの提供価値

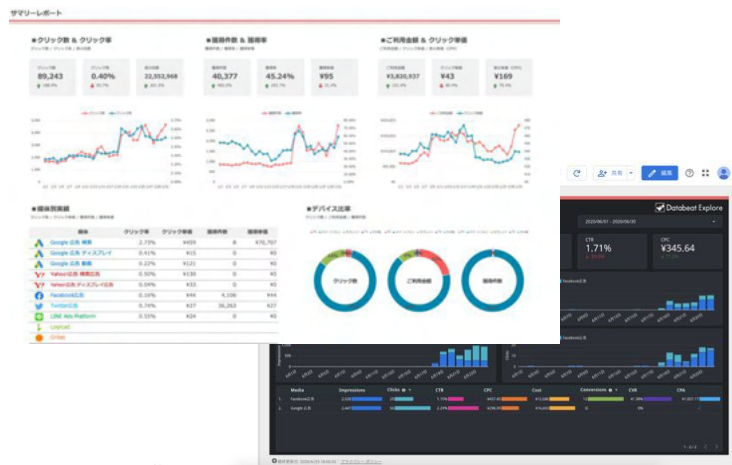
- 企業の有する様々なデータを顧客コンテキストデータへ昇華させ、企業の競争力強化を実現
- 企業のあらゆるレイヤーに対し深いインサイトと価値を提供

| ターゲットユーザー | 提供価値 |
|------------|--|
| 経営層 | <p>戦略的意思決定の精度と速度の向上</p> <ul style="list-style-type: none">• 事業全体を「顧客軸」で俯瞰し、LTV⁽¹⁾を最大化する成長ドライバーを発見• AIエージェントとの対話で、会議中に即座に深掘りし、迅速な意思決定を実現 |
| 商品企画・MD担当者 | <p>データに基づく顧客理解と商品開発</p> <ul style="list-style-type: none">• 「どの商品が、どの価値を持つ顧客層に、なぜ売れているのか」を購買の意図・文脈レベルで深く理解• 顧客インサイトを起点とした商品開発が可能に |
| マーケティング担当者 | <p>施策の最適化と効果測定の高度化</p> <ul style="list-style-type: none">• 担当施策の成果を、売上だけでなくLTV⁽¹⁾への貢献度という本質的な視点で評価• セルフサービスで迅速に仮説検証を実行 |
| データアナリスト | <p>分析業務の効率化と高度化</p> <ul style="list-style-type: none">• 定型的な集計作業をAIに任せ、より戦略的なインサイト発見に集中• 独自の「顧客コンテキストデータ」という新たな分析軸を獲得 |

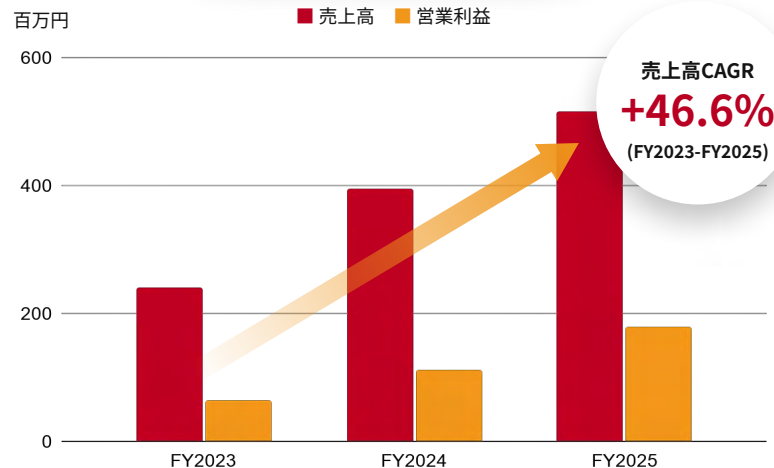
広告事業の拡大に向けたアジト社の吸収合併(1)

- 広告データのレポート自動化ツール「Databeat」と広告運用事業を展開する連結子会社のアジト社を吸収合併
- 2022年10月の当社グループ参画以降も順調に事業を拡大し、「Databeat」は業界最大手の一角になるまで成長

Databeat概要

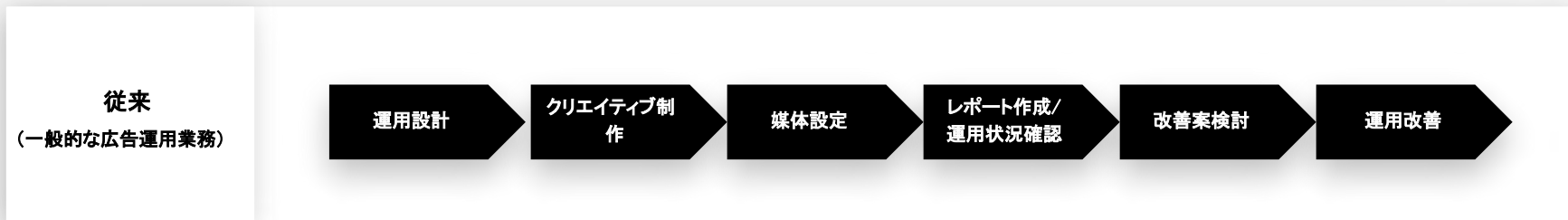


グループ参画後の業績推移



広告事業の拡大に向けたアジト社の吸収合併(2)

- KARTE/Databeatのデータ連携を更に進め、AI Agentによって従来のデジタル広告運用業務を自動化
- エンタープライズを中心とする顧客企業のデジタル広告予算の獲得を目指す



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2四半期実績**
5. 業績見通し
6. Appendix

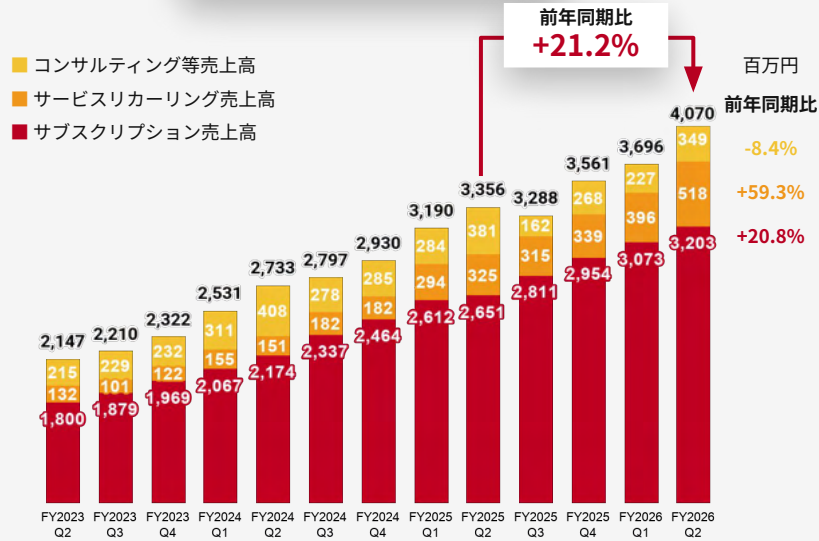


連結業績

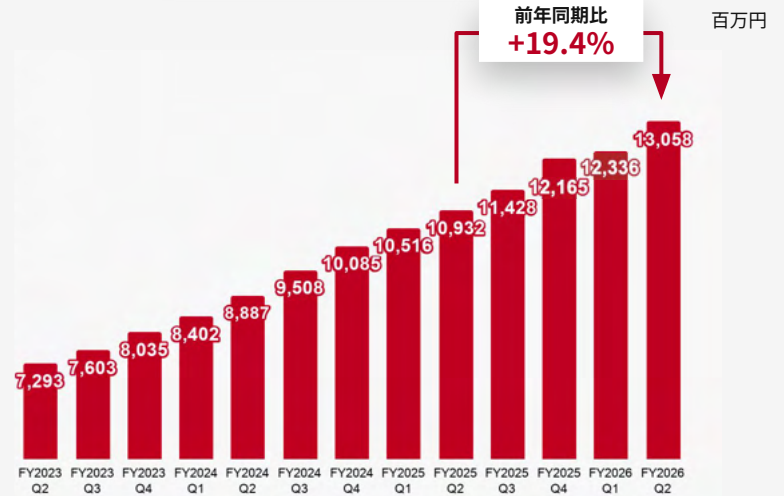
サブスクリプション売上高とサービスリカーリング売上高が着実に成長

- 売上高は前年同期比+21.2%の4,070百万円
- サブスクリプション売上高が順調に成長した他、サービスリカーリング売上高はCloudFit連結の影響もあり前年同期比+59.3%の高成長を実現
- ARR⁽¹⁾は前年同期比+19.4%となり、概ね想定通りの着地

連結売上高



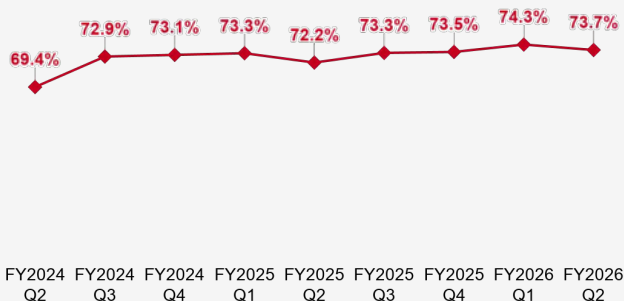
連結ARR



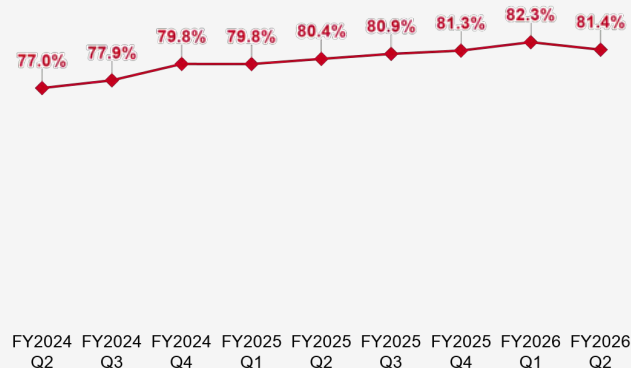
売上総利益率⁽¹⁾は安定的に推移

- 売上総利益率は73.7%、サブスクリプション売上総利益率⁽²⁾は81.4%で着地
- サブスクリプション売上総利益率は、効率的なサーバー運用により安定的な水準を維持

売上総利益率

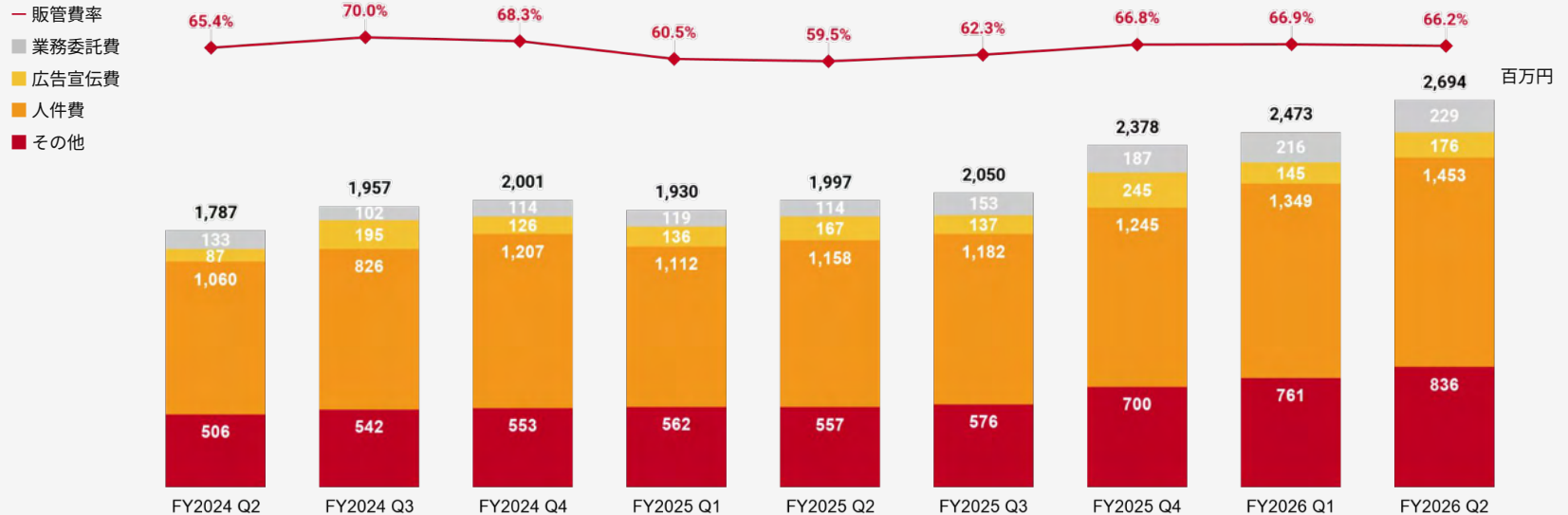


サブスクリプション売上総利益率



販管費は継続的な成長投資に伴い増加

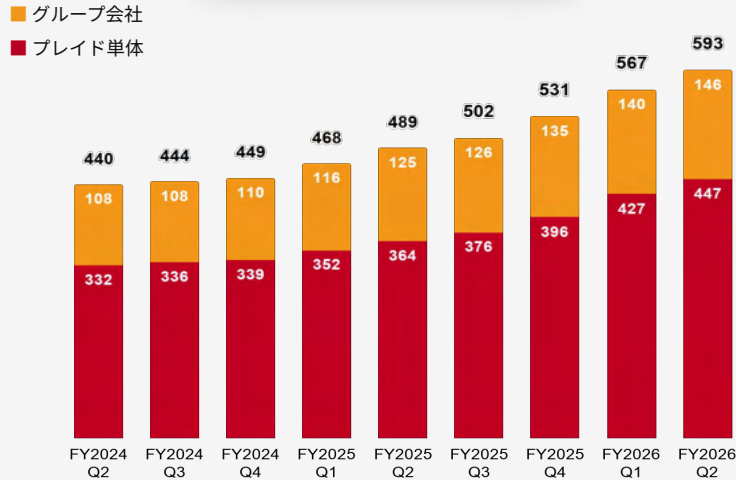
- ・ 人材採用やAI活用など将来に向けた成長投資に注力しているほかCloudFitの連結影響によりQ2の販管費は増加
- ・ 今期は引き続き成長戦略の着実な実行に向けた投資を最優先に運営



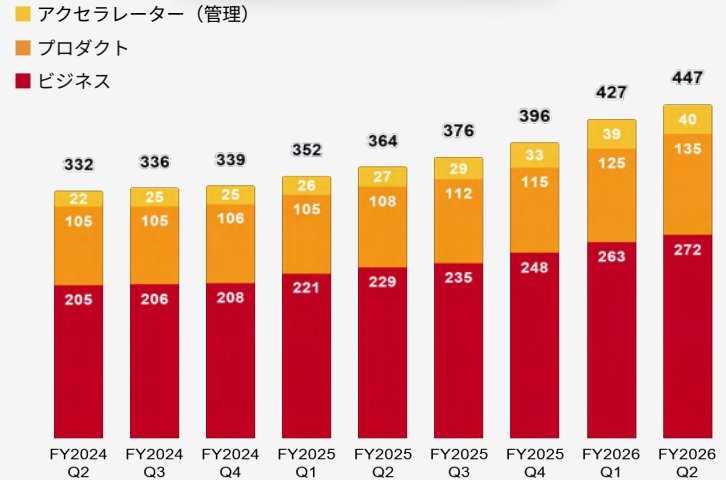
従業員数は順調に増加

- ・ 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



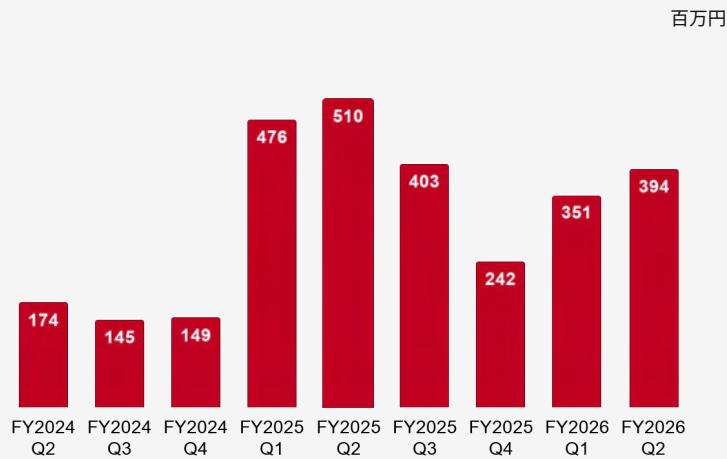
職種別従業員数_プレイド単体



調整後営業利益⁽¹⁾は394百万円で着地

- 成長投資の遅れにより大幅増益となった前年度上期に対し、当期は投資を強化しているため調整後営業利益は394百万円で着地
- 投資強化を進める中においても調整後営業利益率は安定水準を維持

調整後営業利益



調整後営業利益率



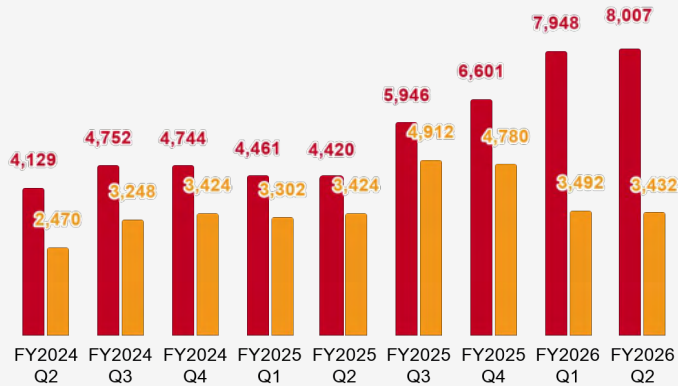
現預金と自己資本は安定した水準を継続

- 収益力の向上を背景に、現預金/自己資本ともに増加傾向
- 今後も財務健全性を意識しながら、持続的な企業価値向上に向けたM&Aや機動的な株主還元を検討/実行していく

現預金及びネットキャッシュ

■ 現預金
■ ネットキャッシュ

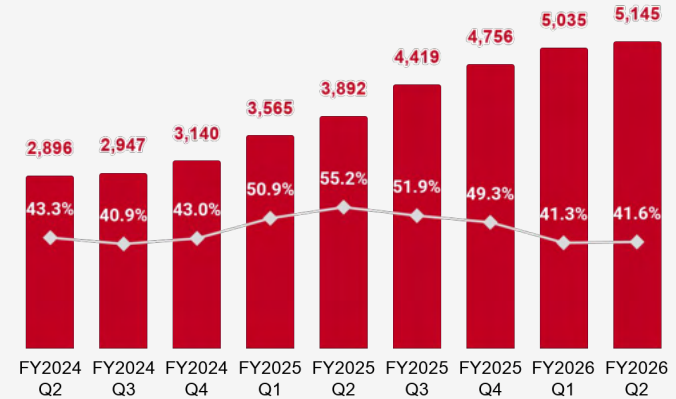
百万円



自己資本

■ 自己資本
— 自己資本比率

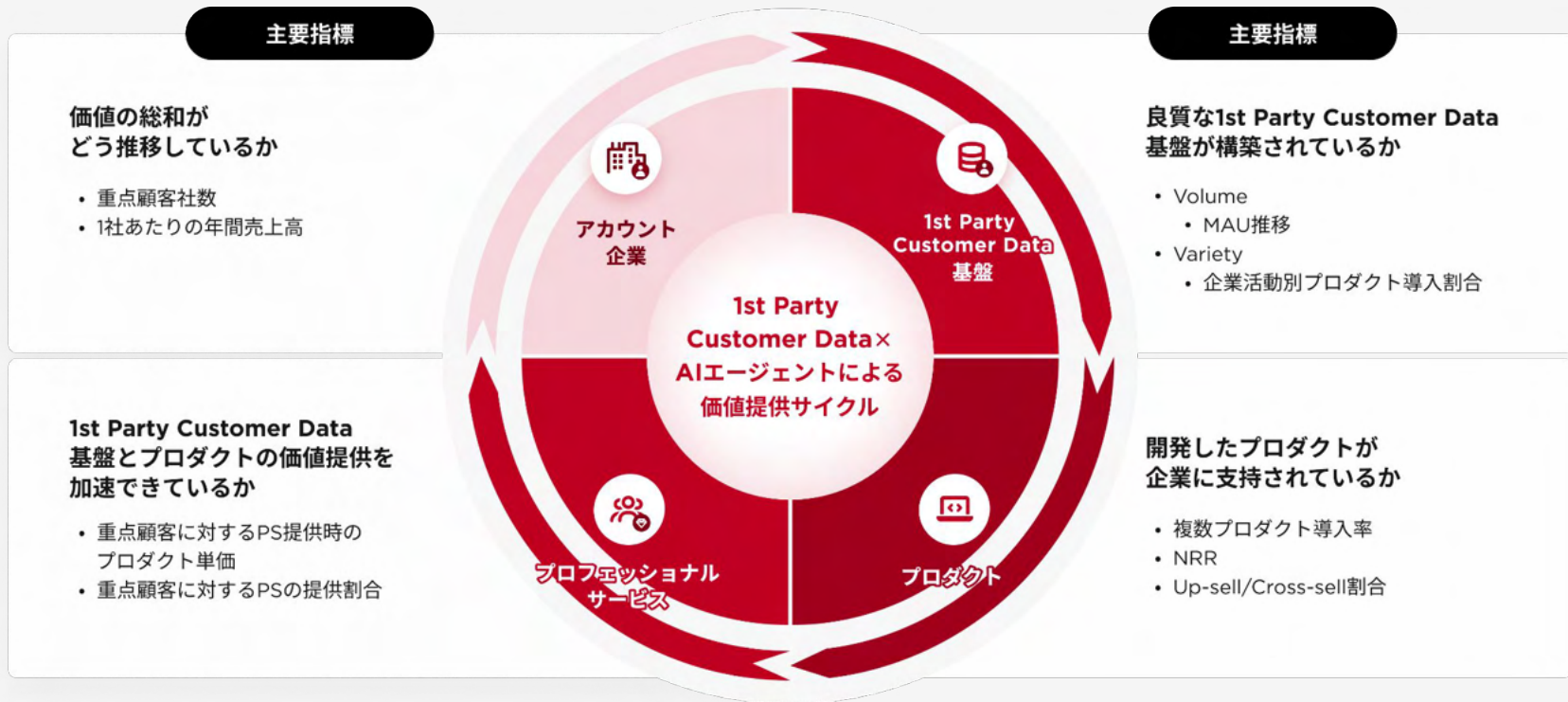
百万円



主要指標_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



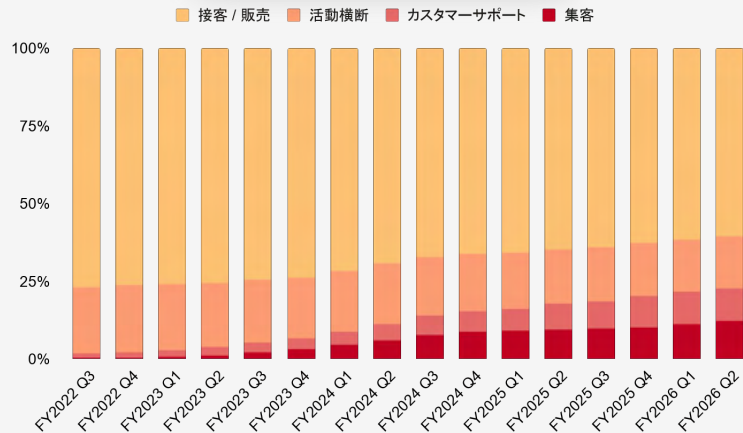
主要指標_1st Party Customer Data基盤

- 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3月の解析MAU⁽¹⁾⁽²⁾数は11億人超
- 従来の接客/販売に加えて、近年はカスタマーサポートや集客向けのプロダクト販売が好調であり、データの多様化が進んでいる

解析MAU数推移



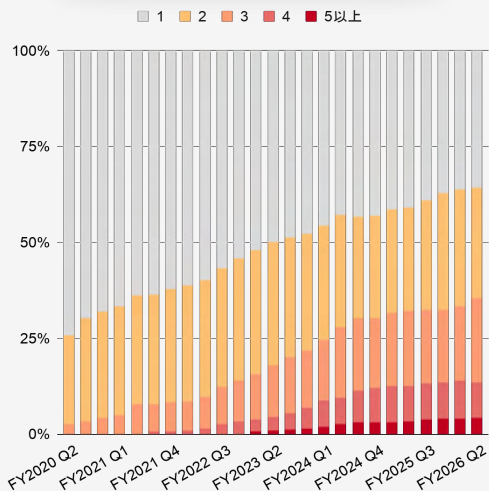
企業活動別プロダクト導入割合



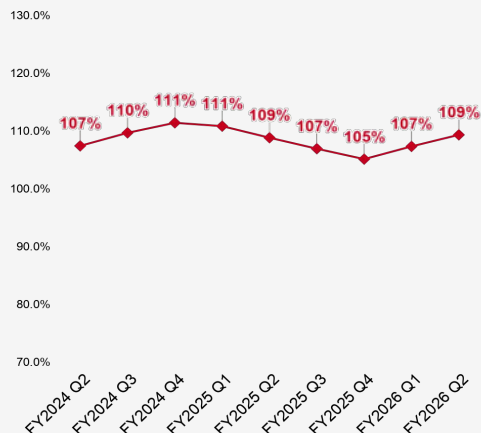
主要指標_プロダクト

- 全体に占める複数プロダクト導入割合⁽¹⁾は60%を超え、顧客基盤へのマルチプロダクト浸透が進展
- FY2026 Q2のNRR⁽²⁾⁽³⁾は109%で着地し前四半期比で改善
- 今後も戦略的なUp-sell/Cross-sellを推進し、さらなるNRRの向上を図る

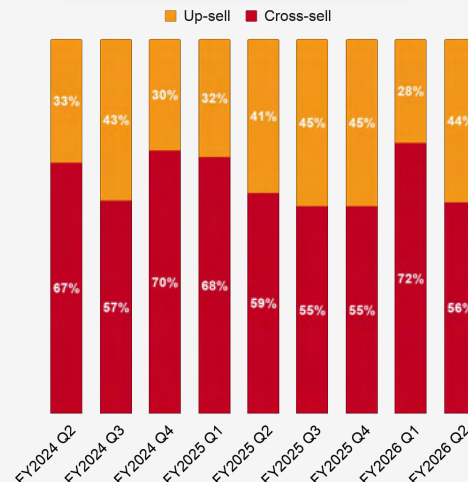
複数プロダクト導入状況



NRR推移



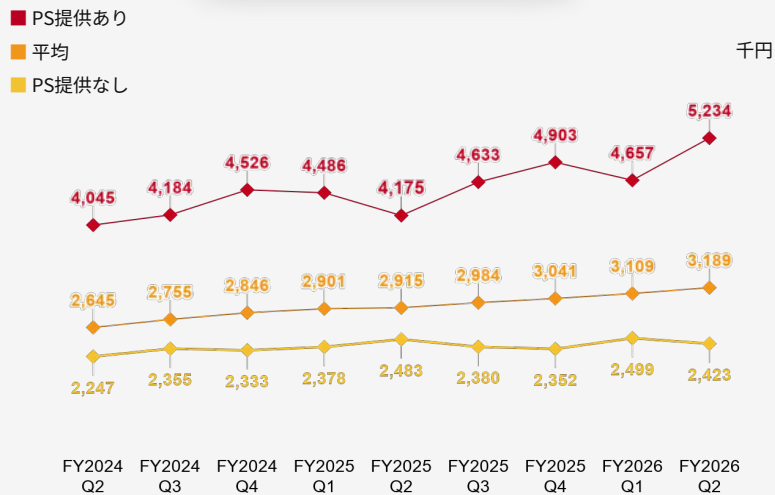
Up-sell/Cross-sell割合



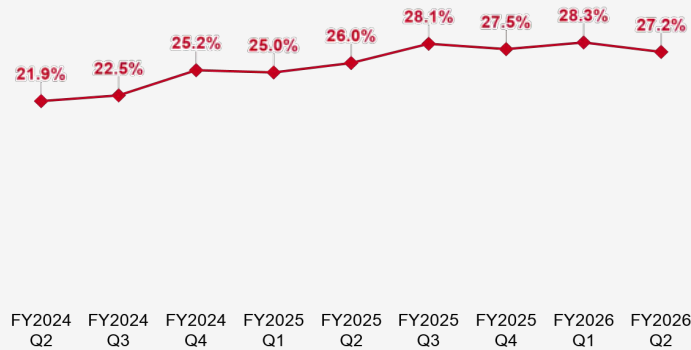
主要指標_プロフェッショナルサービス(1)

- 当社の重点顧客層であるARR1,000万円以上の顧客は、プロフェッショナルサービスの提供によってプロダクト単価の向上が続いている
- 引き続き、マルチプロダクト×プロフェッショナルサービスの提供に注力し、売上高成長を加速させていく

ARR1,000万円以上顧客の プロダクト単価_月額



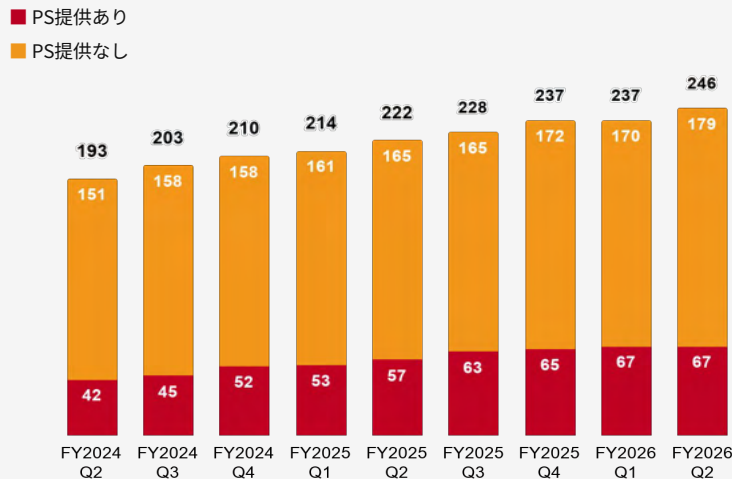
ARR1,000万円以上顧客に 対するPS提供割合(2)



主要指標_顧客社数⁽¹⁾及び1社あたり年間売上高

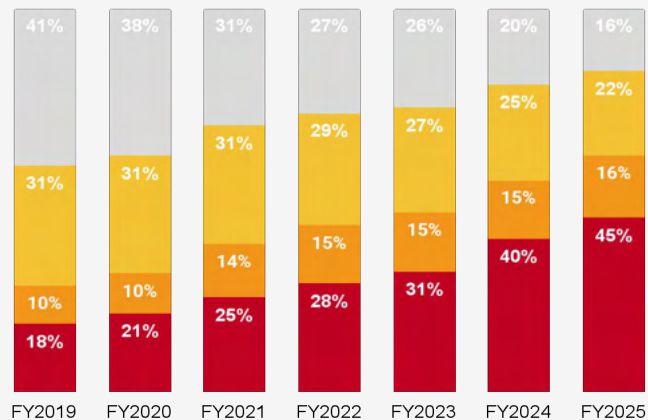
- FY2026 Q2のARR1,000万円以上の顧客社数は前四半期比+9社の246社となり、エンタープライズフォーカスの戦略が順調に進捗
- 1社あたりの年間売上高は毎年度増加しており、1st Party Customer Dataを軸とする価値提供サイクルが着実に機能

ARR1,000万円以上の顧客社数

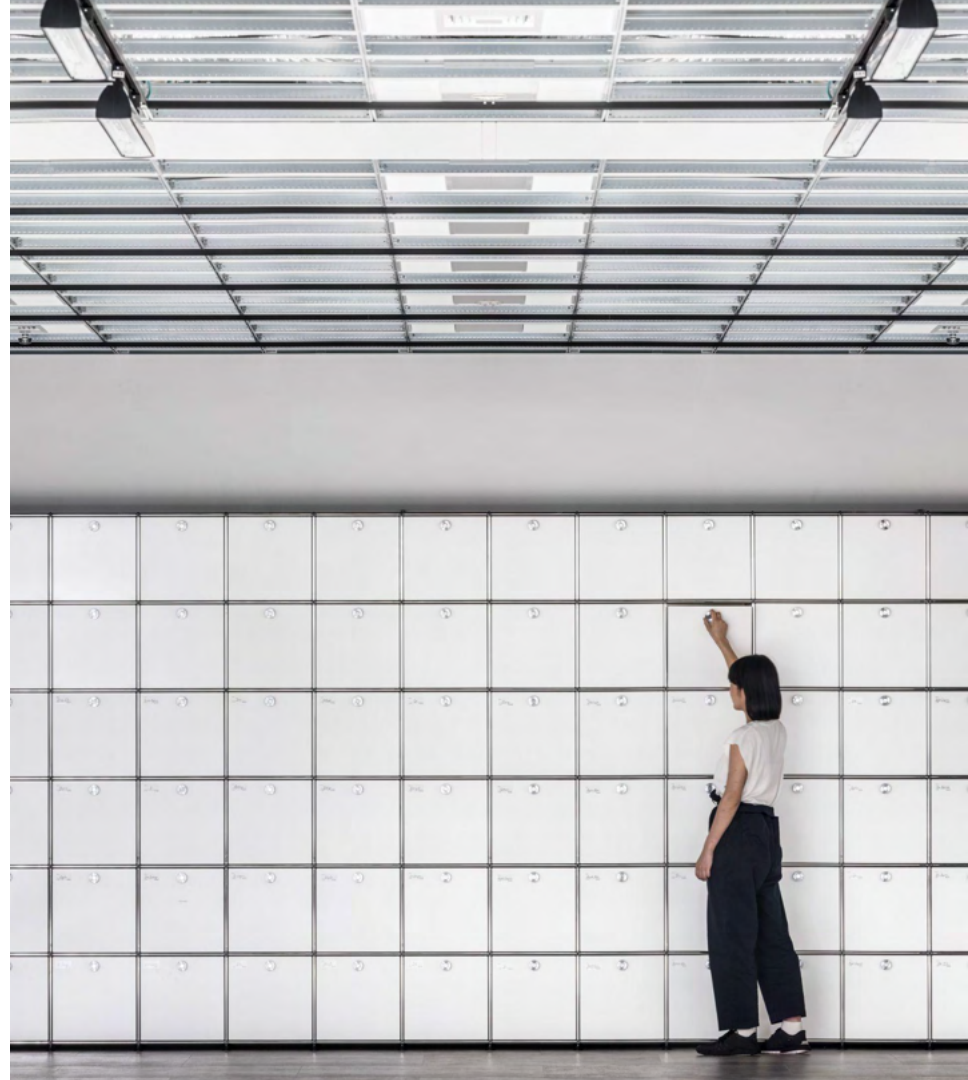


1社あたり年間売上高

■ 5,000万円超 ■ 3,000万円超 ■ 1,000万円超 ■ 1,000万円以下



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2四半期実績
5. **業績見通し**
6. Appendix



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

2026年12月期の投資領域

- ・ 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 |

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2四半期実績
5. 業績見通し
6. **Appendix**



個人投資家説明会の開催

- 個人投資家の皆様に当社への理解を深めて頂くことを目的に、当社初となる「個人投資家説明会」を開催予定

- 開催日時 2026年6月4日（木）19:00-20:00
- 登壇者 代表取締役 執行役員 CEO 倉橋 健太
 執行役員 VP of Finance 高橋 雄佑
- 内容 会社概要及び決算概況、成長戦略についてのご説明、Q&A等を予定
- 参加方法 ZOOM形式での開催
 事前登録は[こちら](#)

プロダクト/サービス情報

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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 |

主なプロダクト/サービス一覧 -1

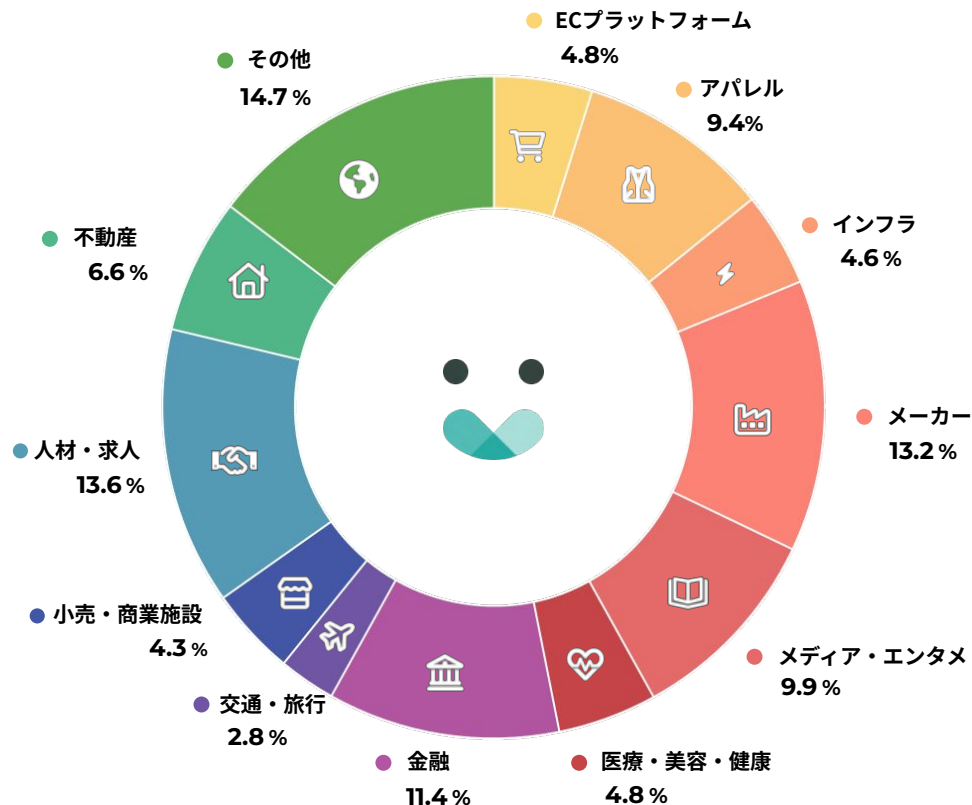
| 提供内容 | プロダクト/サービス名 | 概要 |
|-------------------------|---|--|
| オンサイトマーケティング |   | オンライン上の顧客一人ひとりの「今」を可視化。解析結果に応じた自由自在なアクション設計により企業のマーケティング業務を支援 |
| サイト改善 |  | ウェブサイトのあらゆる要素をBlockに分解、スピーディーな改修/仮説検証/効果測定を可能にすることで、継続的なパフォーマンス向上とリッチなサイト運営を実現 |
| データ統合 |  | 企業が持つデータをKARTEに繋げ、社内外に点在するデータをビッグデータのまま統合/分析/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 |  | 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 |   | 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 |

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ン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、電話応対時の要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ティングの運用工数削減とデータ活用の環境構築を支援 |

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



成長戦略_既存事業の強化

プロダクトの価値向上

- 各プロダクトの一層の連携強化に向けた開発を進め、集客/接客/販売/サポートなど企業の全体活動が有する多様な顧客接点をシームレスに接続・可視化、当社のプロダクト群を軸に企業の顧客接点活動のPDCAが回っている状態を目指す
- 加えて、AIネイティブなUI/UXの実現に向けた開発も行い、使いやすさの大幅な向上や新機能の実装も進める



プロダクトの価値向上 / KARTE AI

KARTEが目指す人とAIの在り方

CO-CREATING WITH AI

人の創造性に、AIの力を。

- Our Value

データが人の創造性を 引き出し、AIの出力に 違いを生み出す

既存の生成AIが提供する低コストで「一定の水準」の出力だけで、顧客の支持は得られるでしょうか。

AI時代の成長の鍵を握るのは、その先にある「独自性」です。

独自性を担保するのは「人」の創造性であり、その源泉となる1st Party Customer Dataです。

KARTEシリーズは、この独自データを活かす「KARTE AI」を投入し、データ処理・自動化を強化。一般的なAI出力を超え、カスタマーデータに基づく「その企業・顧客ならではの」独自文脈を伴うアウトプットを実現します。

プロダクトの価値向上 / KARTE AI



KARTE Insight

自然言語で顧客理解を支え、使う人の豊かな解釈と閃きを引き出す

顧客理解を可能にするKARTEのインサイト機能にAIを実装。AIが膨大な顧客データから特徴的な行動パターンや傾向を自動で分析・抽出し、「なぜこの顧客セグメントは購入率が高いのか」といった問いに対するインサイトを自然言語で提示します。これにより、データ分析の専門家だけでなく、顧客の“コンテキスト”を直感的に理解し、次の施策に繋がる深い洞察を得ることが可能になります。



KARTE Action

つくりたい体験のアイデアが広がる、AIがアイデアの実現を強力に支援する

チャット形式で指示するだけで、AIがポップアップの文言生成やレイアウト生成を行います。生成された施策をカスタマイズして効率よく配信することができます。AIのサポートにより、アイデアをすばやく、スムーズに、品質高く、そのブランドらしい最適な体験へと還元できるようになります。



Remote MCP

顧客コミュニケーションのあらゆる領域で、AIワークフロー化を実現する

「Remote MCP」を活用すれば、KARTEで担う顧客分析、パーソナライズ施策の実行、コンテンツ制作、効果測定といった顧客コミュニケーションにかかわる一連の業務を、その企業の環境に合わせてAIワークフロー化することが可能です。

プロフェッショナルサービスの価値向上

- CXコンサルティングやKARTE導入・グロース支援等の既存サービスに加え、今後はクリエイティブ戦略策定やAI Agentソリューション、Web/App開発、データ基盤構築支援などの周辺領域まで提供範囲を拡張する



成長戦略_事業領域の拡張

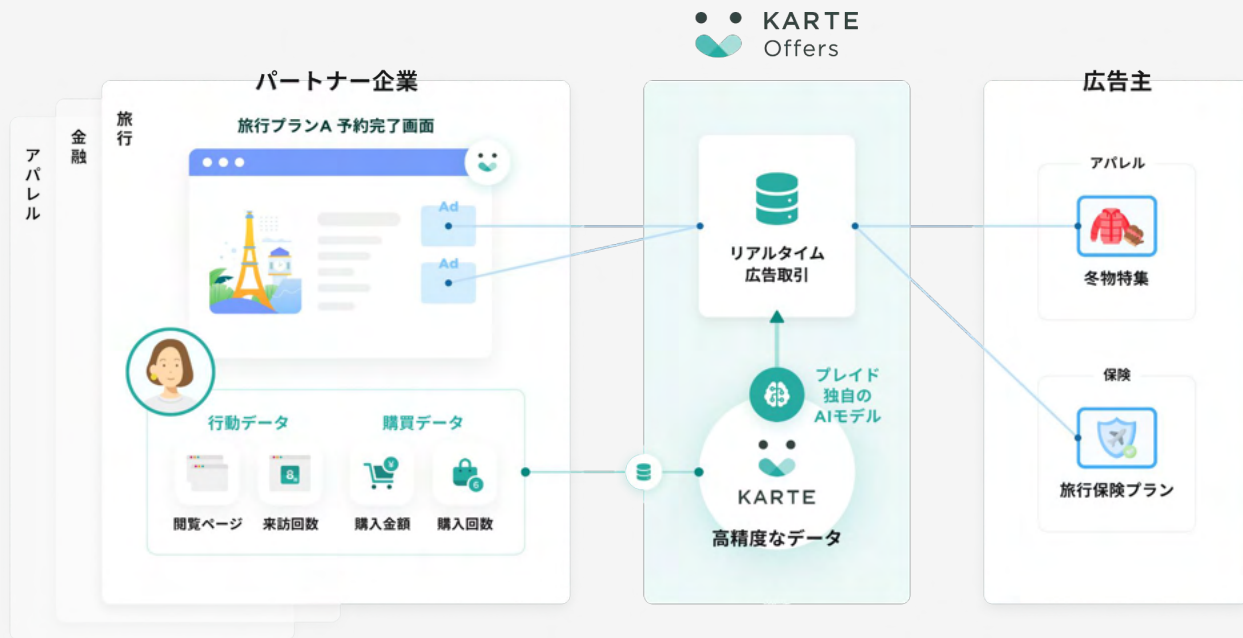
AIネイティブな「Craft Cross CMS」によりコンテンツ管理システム（CMS）市場に参入

- 2024年12月取得のNewt社の技術資産⁽¹⁾をもとに、KARTEプロダクト群で利用されるコンテンツを一元管理するヘッドレスCMS⁽²⁾を開発/提供開始
- 1st Party Customer Dataとコンテンツデータの掛け合わせにより、マルチチャンネルでパーソナライズされたコンテンツ配信を実現



「KARTE Offers」によるコマースメディア⁽¹⁾市場への参入

- 企業が自社のサービスサイトやアプリ内等で広告を表示することで新たな収益源を得ることを可能にするコマースメディア事業を開始
- 1st Party Customer Dataを活用し、プレイド独自のAIモデルで自動的に解析することでマッチング精度の高い広告を配信

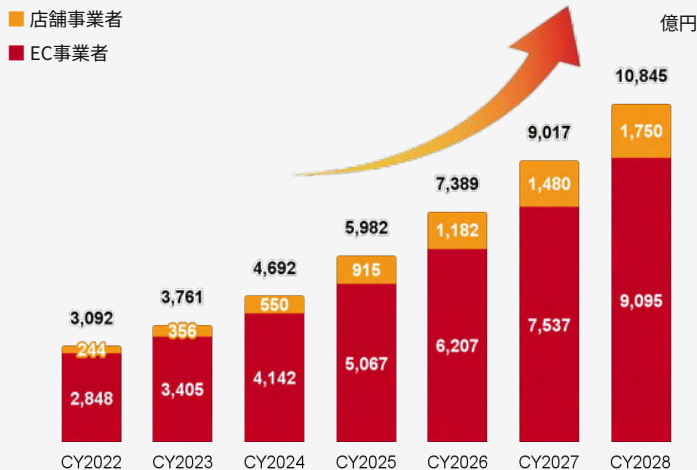


(注) 1. インターネット広告におけるリテール（小売）メディア市場が急成長し、小売に限らず他業種の参入が相次いでいることからリテールメディアを内包するより広域な概念としてコマースメディアとしています。当社事業では、業種を問わずサイトやアプリで購入や申し込みなどのトランザクションが発生するサービス全てを対象としています。

コマースメディア市場について

- 既存のリテールメディアを内包するコマースメディアには既に大きな市場が存在。今後も拡大が見込まれる
- 当社の強みである高精細な1st Party Customer Dataの価値を最大限発揮できるコマースメディアにフォーカスして参入

リテールメディア市場規模⁽¹⁾

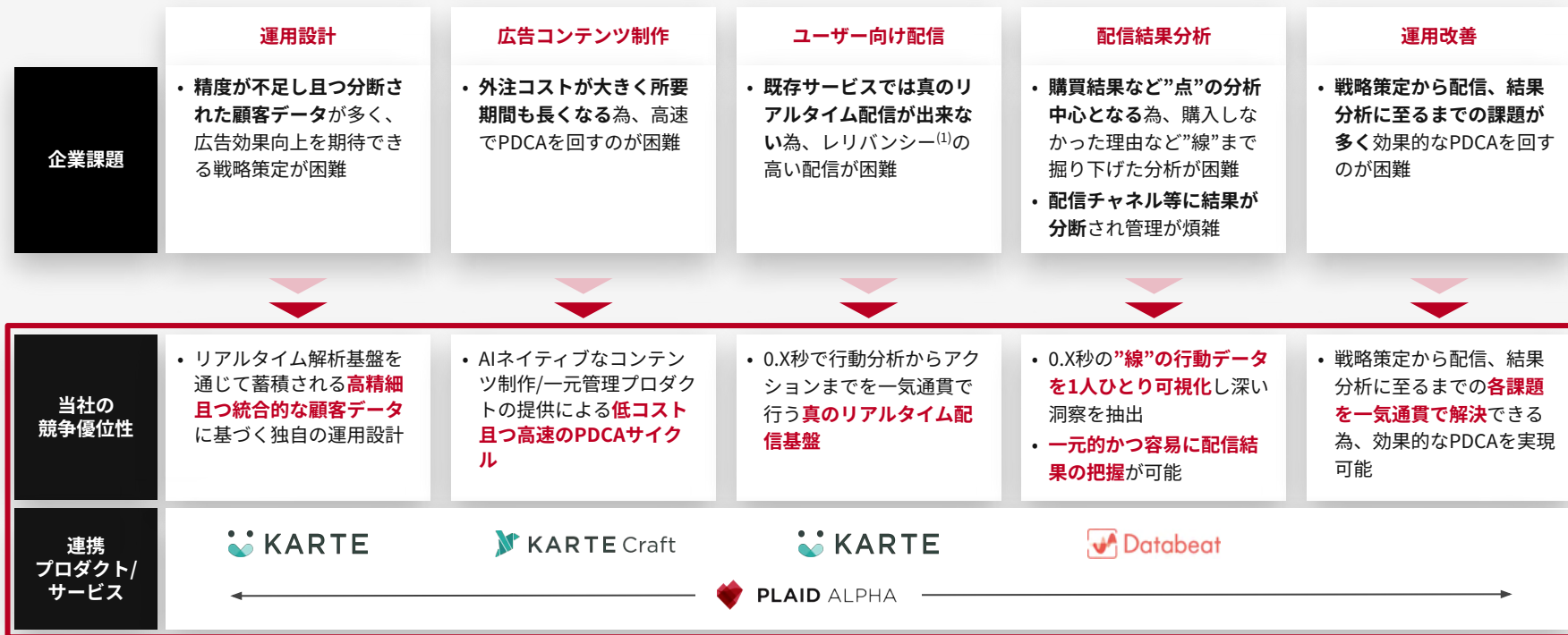


コマースメディアの特徴

| | コマースメディア | 従来のデジタル広告 |
|-------|--|---|
| 活用データ | <ul style="list-style-type: none"> • 購買履歴、利用履歴などの1st Party Data | <ul style="list-style-type: none"> • 閲覧履歴や3rd Party Cookieデータ |
| 掲載場所 | <ul style="list-style-type: none"> • 店舗事業者やEC事業者の自社サイトおよびアプリ | <ul style="list-style-type: none"> • 第三者サイトおよびアプリ、SNS、検索結果等 |
| 効果測定 | <ul style="list-style-type: none"> • 配信後の購買行動等による測定 | <ul style="list-style-type: none"> • サイト訪問、クリック、インプレッション等による測定 |

広告領域における企業課題を解決する当社の競争優位性

- ・ 圧倒的に高いROIを実現し、コマースメディア市場における早期のトップシェア獲得を目指す



成長戦略_AIによる成長加速



AI時代のデータドリブン経営を実現

顧客のコンテキスト(意図や背景、価値観、前後関係)をデータ化。

経営と現場の分断を解き、顧客理解を戦略に変換。

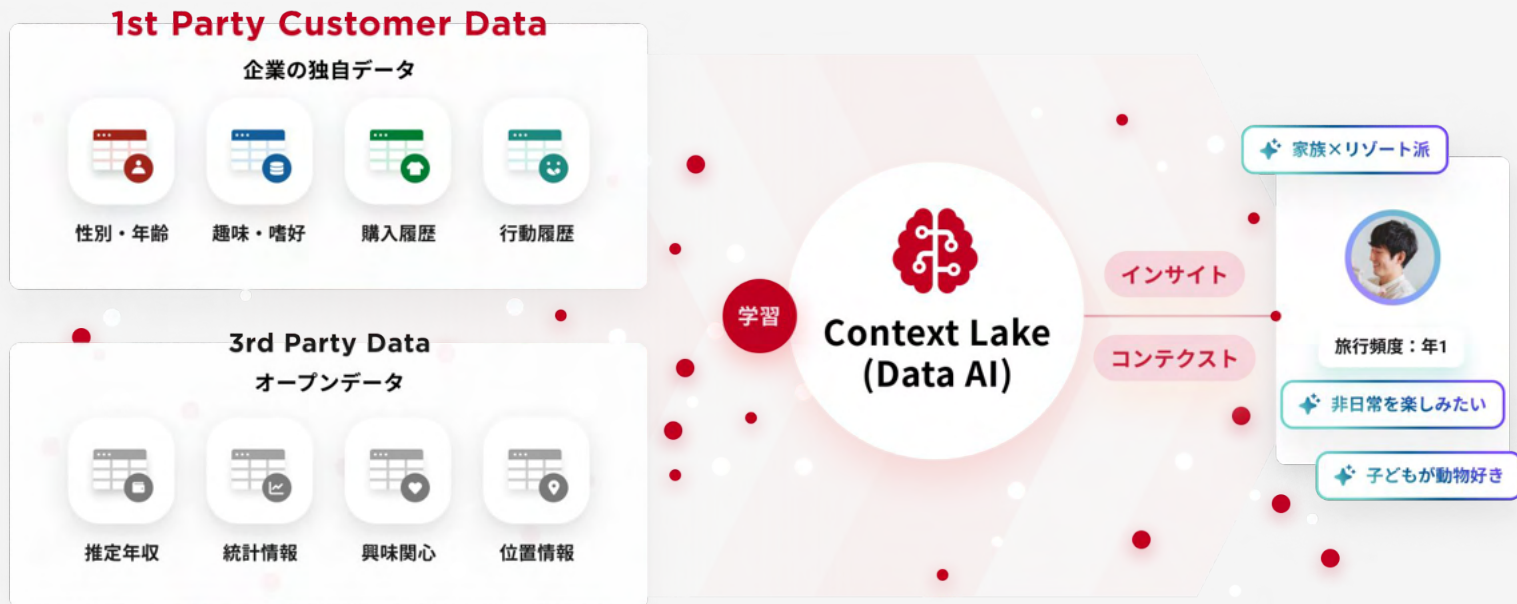
データプランニング技術の提供と

専属のプロフェッショナルチームによるデータ統合・分析により、

企業の持続的な成長と価値創造を支援します。

顧客コンテキストが企業にとってなぜ重要なのか

- AIによって誰もが低コストで一定水準のアウトプットを享受できるようになった一方、企業視点では提供価値の同質化が進むリスクも内包
- あらゆるデータから顧客コンテキストを深く理解し、顧客一人ひとりに合った最適な体験を提供することが、企業の競争力に















当社が注目する顧客コンテキストとは

- 顧客コンテキストとは、画一的な基準では捉えきれない「顧客一人ひとりの意図や背景、行動の前後関係」
- 購入や閲覧といったイベントの蓄積では見えない、その行動の裏にある「目的・意図（Why）」を、膨大なデータとAIを掛け合わせることで「顧客コンテキスト」として抽出する

| | | | | |
|---|----------------|----------------|----------|-----|
|  意図 | 購入意思の有無 | 探している商品 | 好きなブランド | ... |
|  背景/理由 | なぜその商品を探しているのか | なぜそのブランドが好きなのか | ... | |
|  過去の行動 | 過去の閲覧情報 | 過去の購入商品 | 直前の滞在時間 | ... |
|  現在の状況 | 緊急度の高さ | 興味関心の高さ | 欲しい情報の深度 | ... |

顧客コンテキストの想定用途と企業にもたらす事業メリット

- 顧客コンテキストは全ての企業活動に対して応用可能であり、売上増加/コスト減少の事業メリットを創出
- プレイドグループが提供する全てのプロダクト/サービスの価値を高め、売上高成長加速のドライバーに

| 企業活動 | 想定用途の一例 | 事業メリット | 提供中の 主なプロダクト/サービス |
|-----------|--|------------------|---|
| 戦略策定 | <ul style="list-style-type: none"> 顧客起点の共通データ基盤に基づく経営と現場の円滑な接続 自社の顧客理解および、市場における自社のポジショニングの高精度な把握 | 売上高/コスト 全体に影響 |  PLAID ALPHA  STUDIO ZERO |
| 商品開発 | <ul style="list-style-type: none"> 既存商品の成長ドライバーの解明による高い再現性に基づく持続的な売上創出 顧客期待と自社提供価値のギャップ把握による新商品の開発 | 売上増加 ↑ |  PLAID ALPHA  STUDIO ZERO |
| 仕入/製造 | <ul style="list-style-type: none"> 高精度and/orリアルタイムな需要予測による仕入/製造コストとサイクルの最適化 | コスト減少 ↓ |  KARTE Databus  KARTE Craft |
| 集客 | <ul style="list-style-type: none"> 広告配信の最適化による費用対効果の大幅改善 広告配信によるブランド毀損リスクの最小化 | コスト減少 ↓ |  KARTE Signals  KARTE Message |
| 接客/販売 | <ul style="list-style-type: none"> 顧客の商品購入額増加によるウェブサイト/アプリのLTV⁽¹⁾向上 商談相手に応じた提案や効果的な接触時期の設計など営業活動の質的向上 | 売上増加 ↑ |  KARTE  PLAID ALPHA |
| カスタマーサポート | <ul style="list-style-type: none"> 顧客の困りごとを的確に捉えたサポートによる顧客満足度の向上 カスタマーサポートの的確な自動化による生産性の向上 | コスト減少 ↓ |  QANT Web  QANT コネクト |



PLAID