

## プレイド (4165)

カバレッジ開始：KARTE CX のポテンシャル

2025年2月7日

株価：¥851

時価総額：347億円

黒字化を達成したこと、プレイドの CX プラットフォーム KARTE と関連製品・サービス群によって長期的に大きな収益の実現が期待できると考えている。

## 業種

情報・通信業

## 株式データ

株価(円)	851
時価総額(億円) / (\$m)	347 / 2,283
52週レンジ(円)	595 - 1,647
発行済株式数(百万)	40.8
一日平均売買代金(\$m)	7.1
浮動株比率(%)	39.5
海外保有比率(%)	10.9
コード	4165
市場	東証グロース
純負債/資本(倍率)	-106.9



出典: Bloomberg

## ビジネス概要

プレイドは、CX プラットフォーム「KARTE」等の SaaS 開発、提供及びプロフェショナルサービスによる企業や組織、自治体の DX 支援をしている。

## 次回の IR イベント

2025年2月13日に9月期第1四半期決算発表

Storm Corporate : +44 (0) 121 318 2940

[info@stormresearch.co.uk](mailto:info@stormresearch.co.uk)[Storm corporate プロフィールページ](#)

プレイドは、*Storm Research* の  
リサーチクライアントです

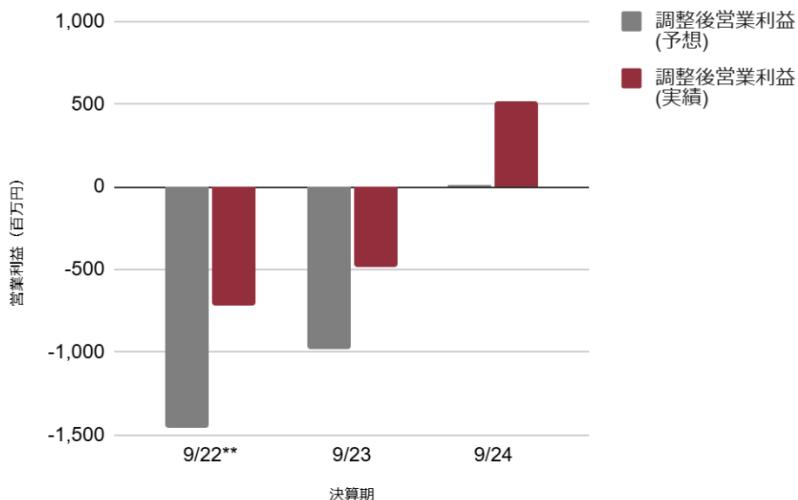
- プレイドの中核製品は、KARTE という CX (顧客体験) プラットフォームである。KARTE は、プレイドが独自に開発した「リアルタイム解析エンジン」を搭載しており、顧客企業のウェブサイトやアプリ、その他のエンドユーザーとの接点における個々のユーザーの行動をシームレスに追跡・解析し、それに基づいたセグメンテーションや施策を実行することができる。
- KARTE シリーズは、10 年近くにわたる運営を通じて、2024 年 9 月時点で約 10 億人の月間アクティブユーザー (MAU) を解析する日本最大クラスの 1st Party Customer Data 基盤を有しており、エンドユーザーの行動を予測および提案する能力が高い。
- たとえば、KARTE はエンドユーザーがアクセスしたページ、ユーザーが各ページに滞在した時間、表示された販促キャンペーン、購入した商品などを追跡することができる。KARTE は、このデータを集計して、特定のユーザーセグメントの行動を可視化し、リアルタイムで特定の条件を満たす一人ひとりのユーザーに対して施策を実行することができる。たとえば、あるページに長時間留まっているユーザーに対して、サポートを提供するチャットメッセージを送ったり、定期的にサイトを訪れるユーザーに対して、ブランドへの興味に基づいて、よく購入される商品を推奨したりできる。この解析は、購買に至ったユーザーだけでなく、ウェブサイトやアプリを訪れる全てのユーザーを対象としており、ユーザーがページを離れた理由や次にアクセスするであろうページに関するインサイトなどを提供する。顧客企業は、KARTE を通じてエンドユーザーの状態やニーズを直感的に理解することで、サービス運営の質を改善できる。
- プレイドは、KARTE の提供開始以降、その対象領域を、広告・マーケティング、カスタマーサポートなどの分野に拡大した。その結果、プレイドのサービスは 1,000 個を超えるウェブサイトとアプリに導入されている。プレイドは、KARTE シリーズのクロスセルとアップセルに加え、新たに開始したプロフェッショナルサービス、STUDIO ZERO と PLAID ALPHA の提供も通じて、大企業顧客との取引をますます拡大させている。
- 2024 年 9 月期は、2021 年 9 月期以来の営業利益黒字となった。ARR の堅調な伸びと効果的なコスト管理により、当初の見通しを上回り、予定より 1 年早く黒字化を達成した。
- プレイドは 2025 年 9 月期も堅調な成長が続くと予想しているが、この業績予想には 2025 年 1 月 1 日からの値上げによるプラスの影響や、製品間およびプレイドグループ内でのシナジーの拡大による成長は織り込まれていない。長期的には市場浸透率の上昇などによるサブスクリプションビジネスの拡大が、売上高と営業利益の力強い成長を牽引すると予想している。投資家の皆さんには、長期的な成長の可能性について経営陣と議論する機会を設けることを推奨する。(予約は[こちらから](#))

決算期	2023.9	2024.9	2025.9 予
売上高(億円)	86	110	136
調整後営業利益*(億円)	-5	5	9
純利益(億円)	-21	3	n/a
EPS(円)	-53.9	8.0	n/a
DPS(円)	n/a	n/a	n/a
売上高伸び率(前年比%)	18.3	27.3	23.5
調整後営業利益伸び率(前年比%)	n/a	n/a	70.9
純利益伸び率(前年比%)	n/a	n/a	n/a
EPS 伸び率(前年比%)	n/a	n/a	n/a
PER(倍率)	n/a	114.9	49.2
EV/EBITDA(倍率)	n/a	94.7	37.3
PBR(倍率)	11.0	11.8	9.0
ROE(%)	n/a	11.2	n/a
ROIC(%)	n/a	9.2	n/a
FCF 利回り(%)	n/a	2.3	n/a
配当利回り(%)	n/a	n/a	n/a

出典: 企業・Bloomberg

\*営業利益+のれん償却費+株式報酬費+その他一時費用

## 業績対予想履歴



\* 2020年12月に上場

\*\* 2022年9月の調整後営業利益の会社予測は△1,565~△1,343円を使用

## 会社概要

- 沿革：プレイドは、2011年10月に設立され、2015年3月に中核製品であるCX（顧客体験）プラットフォーム「KARTE」をリリースした。

プレイドは、KARTEのリリース後、そのデータ収集・解析能力を活用して、広告、マーケティングオートメーション、カスタマーサポートなどの分野に向けて顧客業務を支援するKARTEシリーズ製品を順次リリースした。

KARTEシリーズには、以下のような製品がある。

- KARTE Blocks：ウェブサイトの迅速な修正と改善
- KARTE Datahub：基幹システムおよび外部システムデータの統合、分析、および可視化
- KARTE Signals：KARTEによって収集されたデータと広告媒体データの連携
- KARTE Message：マーケティングオートメーション
- RightConnect by KARTE：カスタマーサポート

2021年から、以下のものを含むコンサルティングおよびプロフェッショナルサービスの形で、顧客企業にさらなるサポートの提供を開始した。

- STUDIO ZERO（2021年7月ローンチ）：事業開発および組織改革コンサルティングの提供。
- PLAID ALPHA（2023年10月ローンチ）：顧客体験戦略の設計、実行、運営。

プレイドは、2020年12月17日に東証マザーズ指数（現グロース指数）銘柄となった。

- KARTE :

-背景：デジタル化へのシフトが世界的に進む中、プレイドは、消費者向けビジネスを展開する企業間における差別化がますます難しくなってきていると考えている。消費者は簡単に検索し、リーズナブルな価格で購入し、最短で1日以内にほとんどの製品とサービスを受け取ることができる。したがって、企業はユーザーに自社製品を選んでもらうために付加価値を提供する必要がある。

1st Party Customer Data を活用することで、企業がアプローチすべき顧客セグメントを明確にし、その具体的なニーズに応え、サービスを差別化して、製品をアピールすることができる。

- KARTE が提供するソリューション：顧客データの活用における課題の1つは、デジタル化に伴い、顧客とのコミュニケーションがウェブサイト、アプリ、メール、メッセージングアプリ（LINEなど）、電話、カスタマーコンタクトセンターとのオンラインチャットなど、さまざまなチャネルで発生することである。企業がこのデータを収集できたとしても、チャネル毎に分断されたそれらのデータを組み合わせ、関連付けることは難しい場合がある。

KARTE は、プレイド独自の「リアルタイム解析エンジン」（詳細は後述）を使用してウェブサイトやアプリに訪れる1人ひとりのユーザーを追跡することによって、この複雑さを軽減する。たとえば、KARTE はエンドユーザーがアクセスしたページ、ユーザーがこれらのページに滞在した時間、表示された販促キャンペーン、購入した商品などを追跡することができる。そして、一定の条件を満たしたユーザーには1秒以内に施策を実行することができる。これには、あるページに長時間留まっているユーザーに対して、サポートを提供するチャットメッセージを送ったり、定期的にサイトを訪れるユーザーに対して、ブランドへの一般的な興味に基づいて、よく購入される商品を推薦したりすることが含まれる。この解析は購買ユーザーだけでなく、ウェブサイトやアプリに訪れる全てのユーザーを対象にできる。KARTE は、ユーザーがページを離れた理由や次にアクセスするであろうページに関するインサイトを提供することで、顧客企業のサービス品質向上を可能にする。

KARTE シリーズは、共通の ID を通じてこれらさまざまなチャネルにまたがる一人ひとりのユーザーデータを解析、可視化し、顧客企業がユーザー行動を解像度高く理解できるよう支援する。

- 料金体系：プレイドはサブスクリプションベースのビジネスを展開しており、顧客企業は年間契約を結び、各製品の月額使用料を支払う。KARTE シリーズの料金体系は、提供される各製品の構造に合わせて設計されており、製品の使用量に応じて上昇する。たとえば、KARTE Web & App のような製品の料金は、ウェブサイトやアプリの月間アクティブユーザー数 (MAU) によって決定される。一方、KARTE Message は月間配信通数などによって料金が決まる。

- グループ構成：プレイドグループは、親会社であるプレイドと以下4つの連結子会社で構成されている。

- Emotion Tech (2021 年 8 月買収) : 顧客調査と Voice of Customer 分析の提供
- Right Touch (2021 年 12 月設立) : KARTE シリーズのカスタマーサポートソリューションの提供
- agito (2022 年 10 月買収) : 広告媒体の評価レポートの提供
- CODATUM (2023 年 10 月設立) : 開発者向けのデータ分析製品の提供

グループ従業員 449 人のうち 339 人は親会社であるプレイドの従業員である。

- ミッション：プレイドのミッションは「データによって人の価値を最大化する」である。多くの企業が、自動化や生産性向上を目的としてテクノロジーやデータを活用しているが、人の能力を引き出し、価値を最大化するためにそれらを活用している企業は少ないと考えている。

プレイドは製品の提供を通じて、顧客企業の従業員の価値を高め、その価値をユーザーに還元できるようにすることを目指している。そうすることが、他のデータ活用製品やコンサルティング会社との差別化に繋がると考えている。

## 業績

- 2024 年 9 月期上方修正：プレイドは 2024 年 9 月期に業績予想を 2 度上方修正した。この上方修正は、既存の製品の顧客に対するアップセルとクロスセルが好調であること、およびプロフェッショナルサービスの販売が予想以上の成果を上げたことに起因する。

- 収益性：2024 年 9 月期に、プレイドは 2021 年以来初となる黒字を達成し、当初の予想より 1 年早く目標に達している。プレイドは、コロナ禍に収益性向上のため投資を抑制した企業とは異なり、長期的な成長を実現するための投資を継続した。その結果、成長の勢いが加速し、2024 年 9 月期には損益分岐点を超えるまで売上を伸ばした。

また、製品のアップセルとクロスセルを中心に積極的に大企業との契約を拡大することで、平均顧客単価を増加させた結果、人員効率が向上した。効果的なコスト管理と相まって、2024 年 9 月期の売上高販管費比率は前年期比 13.2pt 減の 69.2% となった。

- 2025 年 9 月期の業績予想：親会社であるプレイドが 2024 年 9 月期と同程度の売上成長を達成することを前提としているが、これには 2025 年 1 月 1 日から KARTE Web、KARTE for App、および KARTE Datahub における 10% の値上げ（2018 年以来初の値上げ）の影響は含まれていない。プレイドは、多くの新規契約と契約更新が行われる 3 月から 4 月にかけて状況をモニタリングした後、情報をアップデートする予定である。

プロフェッショナルサービスの売上高は、2025 年 9 月期も成長が続くと予想される。その業績予想には、製品間およびプレイドグループ内のシナジーの拡大による潜在的な利益や、将来の新製

品リリースによる売上高貢献は織り込まれていないが、そのような利益がある可能性は高いと考えている。

- 2025年1月値上げ：値上げは、継続的な機能開発や製品の提供価値向上、そして提供コストの上昇を反映している。2022年3月の一時的な解約増加を受け、プレイドはカスタマーサクセス体制を強化し、社内CSチームメンバーの教育、パートナーとの連携の強化、製品導入後のオンボーディングプログラムの改善などを進め、その結果、顧客継続率の向上、アップセル、クロスセルの拡大が進んだ。また、大きな解約影響なく値上げが可能であると判断できるところまで、顧客に対する提供価値を高めた。

値上げは会計年度半ばから行われ、契約期間と更新タイミングがさまざまであるため、値上げによる影響は2025年9月期から2026年9月期まで続く可能性が高い。

- 中期：同社は中期的な重点分野をAI、マルチプロダクト、エンタープライズ、プロフェッショナルサービスに定義している。

- AI：プレイドは、AI技術にはデータ解析と製品の使いやすさを向上させるポテンシャルがあると考え、製品ラインナップへのAI技術の導入に取り組んでいる。第一に、自動化によって各種の作業時間を短縮することで、より幅広く顧客をサポートすることを目指している。第二に、AIを活用して、蓄積された膨大なユーザー行動のデータベースを解析し、人間には特定が難しいユーザー行動に関するインサイトを提供することを目指している。

2024年4月には、プレイドはAIを活用したコードおよび画像生成ツールであるKARTE Craftを公開した。これは、顧客企業のアプリケーション開発を支援するツールである。現在、プレイドは、効率改善以外の分野でもAI製品の開発を進めている。

- マルチプロダクト：既存顧客へのKARTEシリーズのアップセルとクロスセルによって平均顧客単価が拡大している。2024年9月期時点で約60%の顧客が複数のKARTE製品を導入済みである。

- エンタープライズ：プレイドは、マルチプロダクトとプロフェッショナルサービスのハイブリッド提供によって、大企業に積極的にアプローチしている。これらの顧客は、社会的に大きなプレセンスを保持しているだけでなく、プレイドがこれらの顧客の業務をサポートする上で複数のプレイド製品およびサービスの利用が見込まれる。そのため、大きなARRを生み出す可能性がある。

2024年9月期第4四半期の顧客数は前年比21社増の659社であり、そのうちARR1,000万円超の顧客数は前年比30社増の210社となった。ARR 1,000万円超の顧客の割合は、2020年9月期第4四半期の23.6%から31.8%に上昇しており、ARR全体の約80%を占めている。

- プロフェッショナルサービス：2021年にプロフェッショナルサービスを開始した後、2024年9月期から収益の成長に大きく貢献し始めた。丸井グループとのプロジェクトがその一例である。このプロジェクトは、KARTE シリーズと PLAID ALPHA による顧客コミュニケーション基盤構築とその後の成長サポートを組み合わせている。プレイドは他の大企業でも同様のプロジェクトに着手している。

- 長期的なガイダンス：プレイドは中期経営計画を開示していないが、中長期的には KARTE 領域の売上総利益率を 75～80%（2024年9月期は 75.2%）、営業利益率を 20～25%（2024年9月期は 14.3%）とすることを掲げている。プレイドは、サブスクリプションモデルで運営されており、新規顧客獲得、アップセルとクロスセルによって売上を伸ばしていく予想である。製品ラインナップの拡大につれ、広告費と人件費がさらに効率化され、営業利益率は着実に改善される可能性が高い。

また、プレイド単体は2024年9月期に7億7,700万円の営業利益を計上したが、グループ会社の営業赤字により（調整前）連結営業利益は2億6,000万円に減少した。これらの営業赤字は主に、連結子会社である Right Touch の成長投資と子会社である Emotion Tech の経営改革に関係している。両社の収益性は中期的に改善し、連結営業利益率にプラスの影響を与えると予想している。

- 40%ルール：プレイドは、SaaS 企業の評価でよく使用される「40%ルール」という指標を認識している。これは、売上高成長率と利益率の合計が 40% を超えるべきであるという指標である。プレイドは 2025 年 9 月期に 30% を達成する可能性が高いと思われ、その後、売上高成長と利益率のバランスを取りながら、40%を達成するための戦略を積極的に推進している。

- 売上原価：

プレイドの売上原価は、以下の通りである。

a. KARTE の解析に関するサーバー費用が売上高の約 20%を占める。

b. コンサルティングサービス提供に関する人件費が売上高の約 2～5%を占める。

海外ベンダーのサーバーを利用しているため、為替の影響を多少受ける。

- 販管費：プレイドは、クロスセルとアップセルによる顧客単価拡大を推し進めるために大企業顧客へのアプローチに注力している。売上高に占める人件費の割合の低下により、**売上高販管費比率**は3年後には約 70% から約 60% まで下がると予想している。

- 採用：プレイドは2024年9月期に約50人の従業員を採用し、2025年9月期には約70人の採用を予定している。プレイドがエンジニアを採用できている要因は、エンジニアにと

って魅力的な製品開発の機会があることと、良好な職場環境である。プレイドは、これまでの製品開発における品質と技術的実績によって、エンジニアの間で強いブランドイメージが確立されていると考えている。

- 広告：プレイドは、オフラインイベントやオンライン広告のほか、ビデオ制作、雑誌への掲載、その他のブランディングを活用している。

- **調整後営業利益**：プレイドは、営業利益に、のれん償却費と株式報酬費を加えた調整後営業利益を指標として見ている。

2024年9月期は、2023年9月期末に Emotion Tech で減損損失 11 億円を計上したため、のれん償却費は前年比 70.9% 減の 54 百万円となった。減損損失は、今後の計画を見直した結果、当初想定した収益の獲得が見込めなくなったことに起因している。

## 市場環境

- 競合：プレイドの競合は、Salesforce、Adobe、Braze などである。

第三者機関の日本国内市場調査によると、1位の Salesforce に次いで、プレイドは CX プラットフォームとして 2 位であり、3 位は Adobe、4 位は Braze となっている。KARTE は、その製品の対象範囲が広いため市場の境界線を決めるのが難しいため、推定は調査提供者によって異なる場合がある。

販売代理店を利用している海外の競合他社とは異なり、プレイドは日本国内の企業であることから、顧客ニーズへの迅速かつ直接的な対応が可能であり、顧客からの信頼を獲得していると考えられる。また、プレイドの製品は、競合他社に比べて最新の技術に適合しており、リアルタイムのデータ収集をフルに活用している。

- **TAM(対応可能な全体の市場規模)**：プレイドは、当初のマーケティング SaaS から、カスタマーサポート、広告、コンサルティングサービスなどの領域に拡大してきた。その結果、プレイドの TAM は当初の 6,000 億円（2027 年の CX 製品市場予測）から、カスタマーサポート、広告、ビジネス・IT コンサルティング市場を含む総額 5.7 兆円まで増加したと推定している。

プレイドは、KARTE シリーズの製品群と、それらによってリアルタイムで解析される日本最大級の 1st Party Customer Data 基盤を有しており、それらを元に、顧客企業が属する各業界の課題に対する理解を深め、新しい製品やソリューション開発に繋げることによって TAM をさらに拡大できるポテンシャルを持っていると考えられる。

たとえば、顧客金融機関のウェブサイトにおけるユーザー行動に関するインサイトによって、金融サービスの共同開発が実現する可能性がある。プレイドは、既存の製品・サービス群の企業向け販

壳に重点を置く一方で、将来的な技術シフトや注力すべき主要分野についても積極的に検討している。

- プレイドの強み:

- 日本最大級の 1st Party Customer Data プラットフォーム：プレイドは、2015 年の KARTE のリリースから膨大な顧客データを蓄積しており、2024 年 9 月単月で月間約 10 億のユニークユーザーの行動を解析している。これによって、ユーザー行動を効果的に解析および予測する高い能力を有していると考えられる。

- 製品アーキテクチャ：プレイドは、KARTE のアーキテクチャも大きな強みと認識している。ユーザーのデータは複数のチャネルにまたがっており、形式と構造も多様であるため、特定の個人に関するデータを収集および集計することは困難な場合がある。KARTE のアーキテクチャは、この情報を収集および統合し、効果的に利用できるように設計されている。

KARTE は、規制が強化されてきている 3rd Party Cookie に依存せず、個人の許可を得て実装された 1st Party Cookie によってユーザーを追跡している。そのため、今後 3rd Party Cookie に関する規制が変更された場合でも、1st Party Cookie を利用している KARTE の有効性は保たれる。

- リアルタイム 解析エンジン：KARTE はプレイドが独自開発した「リアルタイム解析エンジン」を活用して構築されており、極めて迅速にデータを処理および解析できる。2022 年、プレイドは当初のエンジンをさらに改良し、より速いエンジン「Blitz」を発表した。

これにより、KARTE は顧客企業のウェブサイトやアプリにおけるユーザーの行動（ユーザーがアクセスしたページおよびアクセスに使用したデバイスの種類含む）を追跡し、それをリアルタイムで統合および解析することで、顧客企業に最新のインサイトを提供できる。顧客企業は、ユーザーがウェブサイトやアプリを離れた後に最適な時間にメールを送るなど、ユーザーに対するアクションやその内容を決定する上で情報としてこれを活用できる。

KARTE はウェブサイトやアプリデータを処理した上で 1 秒未満で、メッセージの送信など、ユーザーに対する独自のアクションを開始することもできる。

- マルチプロダクト：プレイドはこの独自エンジンを活用し、企業が広告・マーケティング、カスタマーサポートなど複数の分野でデータを収集、統合、活用できるマルチプロダクト群を形成している。KARTE シリーズの対象領域が広がることによって、顧客企業に対する KARTE シリーズの提供価値は高まっていくものと考えられる。

- プロフェッショナルサービス：2021 年以降、プレイドは、STUDIO ZERO と PLAID ALPHA のコンサルティングおよび戦略策定・運用支援等のサービス提供を開始し、製品開発からプロフェッショナルサービスまで提供範囲を拡大した。

プレイドは従来、自社製品でカバーしきれない分野で顧客企業をサポートするためにパートナーとのアライアンスを活用してきたが、現在では自らのプロフェッショナルサービスによって、これまで手つかずであった分野への拡大と他のデータベースの製品提供者からの差別化を図っている。コンサルティングサービスの提供も、製品の導入スピードの向上につながる。また、プレイドはプロフェッショナルサービスを通じて構築した関係を活用して、顧客ニーズの理解を深め、より良い製品開発を行うことができる。

**顧客**：2024年9月期第4四半期時点で、親会社の顧客数は659社（前年比21社増）であり、うち30～35%がEC企業、その他がさまざまな業種のサービスプロバイダーである。その結果、KARTEは1,000個を超えるウェブサイトとアプリに導入されている。

- **業界に関するインサイト**：2024年9月現在、KARTEを導入しているウェブサイトとアプリの10.5%がアパレル関連であった。プレイドは、KARTEを導入するアパレル顧客企業が日本のオンラインアパレルGMV全体のかなりの割合を占めていると考えている。この圧倒的なシェアによって、プレイドはアパレルサイトでのユーザー行動の膨大なデータベースを確立し、ユーザー行動を予測する高い能力を獲得した。

長期的には、他の業界への浸透を拡大し、データを蓄積して、データに付加価値を加える業界固有のインサイトとユーザー行動モデルを改善することを目指している。プレイドは、AIによって業界に特化した行動予測を提供する能力がさらに向上すると予想している。

- **エンタープライズ**：日本には、プレイドがエンタープライズ企業の基準を満たすと考えている、1社あたりのARRが1,000万円を超える可能性が高い企業が約2,000～3,000社ある。プレイドの基準を満たす企業のうち、210社がすでにKARTEの顧客であり、浸透率は約10%である。プレイドは、この分野でのさらなる顧客の拡大を積極的に目指している。

#### 売上高、調整後営業利益および調整後営業利益伸び率の推移

(百万円)	2023.9	前年比	2024.9	前年比
- サブスクリプション売上高	7,335	13.3%	9,041	23.3%
- サービス及びコンサルティング売上高	1,298	57.9%	1,951	50.3%
<b>売上高</b>	<b>8,634</b>	<b>18.3%</b>	<b>10,993</b>	<b>27.3%</b>
<b>調整後営業利益</b>	<b>-490</b>	<b>n/a</b>	<b>513</b>	<b>n/a</b>
<b>調整後営業利益伸び率</b>	<b>-6.7%</b>	<b>4.4%</b>	<b>5.7%</b>	<b>16.8%</b>

#### マネジメント

倉橋健太CEO（41歳）は、2005年に新卒で楽天に入社したが、長期的にはスタートアップを設立することを目指していた。2011年に、スマートフォンとソーシャルネットワークの普及によりデジタルに特化したビジネスが市場で注目される中、楽天で得た知識を活かしてプレイドを設立した。

倉橋 CEO は、ユーザーデータを活用しきれていない状況や、クリック率などの指標を重視しユーザー体験を置き去りにしてしまうようなマーケティング活動に課題を感じ、これらの課題を解決し、企業活動が適切にユーザー体験に還元される世界観の実現を目指した。

## M&A

プレイドは、これまでに以下の 2 社を買収している。Emotion Tech (2021 年 8 月買収) および agito (2022 年 10 月買収)。プレイドは Emotion Tech の株式 63.2% と agito の株式 66.8% を保有しており、残りは主に各社の経営陣が保有している。プレイドは、既存の製品の強化や更なる機能性の実装のため、更なる M&A を検討する可能性が高い。

- *Newt* : 2024 年 12 月、プレイドはヘッドレス CMS (コンテンツ管理システム) の Newt からソースコードを含む技術資産と知的財産権を買収したことを発表した。ヘッドレス CMS は、コンテンツ管理のバックエンド機能に特化した CMS で、コンテンツの表示を担うフロントエンド機能を持たず、コンテンツレイヤーを API 経由でアクセス可能にし、複数のプラットフォーム間でのコンテンツ編集と再利用の効率を高める。

KARTE は、個別のユーザー行動を可視化し、たとえば、特定の広告の表示や特定の製品の推奨に使用できる。プレイドは、ヘッドレス CMS が管理するさまざまなコンテンツデータとユーザーデータを組み合わせることで、より正確な推奨を提供できると考えている。Newt の藤川淳史 CEO はプレイドの元社員であるため、プレイドが Newt から取得した資産の PMI はスムーズに進むと思われる。

買収金額は公表されていないが、数千万円程度と考えられる。また、新たに取得した資産が収益に寄与するまでは時間がかかると予想する。

## 株主還元

プレイドは、最近黒字化したばかりであるため、現在のところ配当の支払いは検討していない。その代わりに、事業価値と株価の向上に注力している。

Alphabet は IPO 前にプレイドに投資しており、プレイドはバックエンド機能の 1 つとして Google Cloud を利用している。

## 企業情報

## 沿革

2011年10月	創業
2014年7月	KARTE のクローズドβ版と 1.5 億円の資金調達を発表
2015年3月	KARTE の正式版を提供開始
2015年8月	ウェブ接客「KARTE」を提供するブレイドが 5 億円を調達
2015年10月	恵比寿から五反田にオフィス移転
2016年3月	「KARTE Talk」を提供開始
2018年3月	「KARTE for App」を提供開始
2018年5月	CX プラットフォーム「KARTE」を提供するブレイドが約 27 億円を調達
2018年7月	五反田から銀座にオフィス移転
2019年11月	Google からの資金調達を発表
2020年5月	Emotion Tech への出資と戦略的パートナーシップの締結を発表
2020年7月	「KARTE Blocks」のクローズドβ版を提供開始
2020年12月	東京証券取引所マザーズに上場（証券コード:4165）
2021年7月	「STUDIO ZERO」を開始
	ブレイド、三井物産と新会社「.me」（ドットミー）を設立
2021年8月	ブレイド、エモーションテック社の過半数株式を取得し、NPS などサーベイ分野におけるサービス提供を本格化
2021年12月	ブレイドが新会社を設立し、カスタマーサポート領域に正式参入
2022年3月	「KARTE RightSupport」β版の提供開始
2022年10月	ブレイド、アジト株式会社の過半数株式を取得し、インターネット広告領域におけるサービスを拡充
2023年7月	「KARTE Craft」を提供開始
2023年10月	「PLAID ALPHA」を開始 株式会社 CODATUM を設立
2024年9月	「Wicle」β版を提供開始
2024年10月	ブレイドグループの合計 ARR が 100 億円を突破
2024年12月	Newt 株式会社とヘッドレス CMS「Newt」の資産譲渡契約を締結

出典: 企業

## 本社住所・連絡先

〒104-0061 東京都中央区銀座 6-10-1 GINZA SIX 10F

ウェブサイト: <https://plaid.co.jp>

TEL: +81-50-5434-8563

株主名	所有株式数の割合 (%)
倉橋 健太	27.07
柴山 直樹	17.44
田畠 正吾	7.55
Google International LLC (常任代理人 みずほ証券株式会社)	3.50
株式会社日本カストディ銀行	3.12
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	2.26
INTESA SANPAOLO SPA(EX BANCA INTESA)CLIENTS	1.78
OMNIBUS ACCOUNT (常任代理人 株式会社三菱UFJ銀行)	
東京短資株式会社	1.49
清水 博之	1.42
牧野 祐己	1.16

出典: 企業

## マネジメント

倉橋 健太	代表取締役 CEO (Chief Executive Officer)
-------	-------------------------------------

2005 年	同志社大学を卒業後、新卒で楽天に入社
--------	--------------------

2011 年	プレイドを創業し、代表取締役 CEO に就任
--------	------------------------

柴山 直樹	取締役
-------	-----

2013 年	CTO としてプレイドに参画
--------	----------------

2019 年	当社取締役に就任
--------	----------

2023 年	プレイドのグループ会社である CODATUM を創業
--------	----------------------------

高柳 慶太郎	取締役
--------	-----

2005 年	楽天入社
--------	------

2008 年	アジャイルメディア・ネットワークに入社
--------	---------------------

2011 年	取締役 COO としてアンバサダーマーケティング事業の立ち上げに従事
--------	------------------------------------

2019 年	社外取締役としてプレイドに参画
--------	-----------------

2023 年	当社取締役に就任
--------	----------

	KARTE 事業を管掌
--	-------------

松澤 香	社外取締役
------	-------

2002 年	森・濱田松本法律事務所に入所
--------	----------------

2019 年	企業法務を中心として三浦法律事務所を共同パートナーと設立
--------	------------------------------

2021 年	Board Diversity を推進する OnBoard 株式会社の Co-founder/共同代表に就任
--------	--

2022 年	プレイドの外取締役に就任
--------	--------------

三村 真宗	社外取締役
-------	-------

1993 年	日本法人の創業メンバーとして SAP ジャパン株式会社に入社
--------	--------------------------------

	社長室長、戦略製品事業バイスプレジデントを歴任
--	-------------------------

2006 年	マッキンゼー・アンド・カンパニーに入社
--------	---------------------

2011 年	株式会社コンカーの日本進出に伴い代表取締役社長に就任
--------	----------------------------

2023 年	株式会社インテグリティ・ヘルスケアの社外取締役に就任
--------	----------------------------

2024 年	株式会社 U-ZERO を創業し代表取締役 CEO に就任
--------	-------------------------------

2024 年	プレイドの社外取締役就任
--------	--------------

出典: 企業

## J GAAP 財務諸表

損益計算書			
(億円)	2022.3	2023.3	2024.3
売上高	7.3	8.6	11.0
売上原価	1.9	2.4	3.1
<b>売上総利益</b>	<b>5.4</b>	<b>6.2</b>	<b>7.9</b>
総利益率(%)	73.6	72.2	71.6
販売費及び一般管理費	6.2	7.1	7.6
<b>営業利益</b>	<b>-0.9</b>	<b>-0.9</b>	<b>0.3</b>
営業利益率(%)	-12.1	-10.2	2.4
営業外収益/(損益)	0.1	1.2	0.2
<b>税金調整前純利益</b>	<b>-1.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>0.0</b>
法人税等合計	0.0	0.0	-0.2
実質税率(%)	0.0	0.0	n/a
<b>純利益</b>	<b>-0.9</b>	<b>-2.1</b>	<b>0.3</b>

キャッシュ・フロー計算書			
(億円)	2022.3	2023.3	2024.3
純利益	-0.9	-2.1	0.3
減価償却費	0.2	0.2	0.1
その他の非現金品	0.0	1.5	0.1
<b>運転資本の変動</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.4</b>
非継続事業による純現金	0.0	0.0	0.0
<b>営業活動による</b>	<b>-0.8</b>	<b>-0.3</b>	<b>0.9</b>
<b>キャッシュ・フロー</b>			
固定資産および無形資産の変動	-0.1	0.0	-0.1
長期投資の変動	0.0	0.0	0.0
買収と売却による純現金	0.0	0.0	0.0
その他の投資活動による	0.0	0.0	0.0
<b>キャッシュ・フロー</b>			
非継続事業による純現金	0.0	0.0	0.0
<b>投資活動による</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.1</b>	<b>0.0</b>
<b>キャッシュ・フロー</b>			
配当金の支払額	0.0	0.0	0.0
長期借入金(又は返済)による	0.9	-0.6	-0.1
支出・収入			
自己株式の取得による支出	0.1	0.0	0.1
その他の財務活動	0.0	0.0	0.1
非継続事業による純現金	0.0	0.0	0.0
<b>財務活動による</b>	<b>1.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>
<b>キャッシュ・フロー</b>			
為替の影響	0.0	0.0	0.0
<b>純キャッシュ・フロー</b>	<b>0.1</b>	<b>-0.4</b>	<b>0.9</b>
<b>フリーキャッシュ・フロー</b>	<b>-0.9</b>	<b>-0.4</b>	<b>0.8</b>
<b>EBITDA</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>0.4</b>

貸借対照表			
(億円)	2022.3	2023.3	2024.3
現金及び預金	4.2	3.8	4.7
貿易債務	0.7	1.0	1.1
商品および製品	0.0	0.0	0.0
その他	0.2	0.5	0.4
<b>流動資産合計</b>	<b>5.1</b>	<b>5.3</b>	<b>6.2</b>
有形固定資産合計	0.1	0.1	0.1
長期投資および売掛金	0.1	0.1	0.0
その他の長期資産	1.8	0.8	0.9
<b>固定資産合計</b>	<b>1.9</b>	<b>0.9</b>	<b>1.1</b>
<b>資産合計</b>	<b>7.1</b>	<b>6.2</b>	<b>7.3</b>
支払手形及び買掛金など	0.5	0.8	0.9
短期借入金など	0.7	0.4	0.8
その他の短期負債	0.7	1.3	1.8
<b>流動負債合計</b>	<b>1.9</b>	<b>2.5</b>	<b>3.6</b>
長期借入金	1.1	1.0	0.5
その他の長期負債	0.0	0.0	0.0
<b>固定負債合計</b>	<b>1.1</b>	<b>1.0</b>	<b>0.5</b>
<b>負債合計</b>	<b>3.0</b>	<b>3.5</b>	<b>4.1</b>
資本金及び資本剰余金	7.3	8.0	8.3
自己株式	0.0	0.0	0.0
利益剰余金	-3.3	-5.4	-5.1
その他の包括利益累計額合計	0.0	0.0	0.0
<b>少数株主持分前の資本</b>	<b>4.1</b>	<b>2.6</b>	<b>3.1</b>
<b>純資産合計</b>	<b>4.1</b>	<b>2.7</b>	<b>3.2</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>7.1</b>	<b>6.2</b>	<b>7.3</b>

主な指標			
	2022.3	2023.3	2024.3
<b>利益率</b>			
総利益率(%)	73.6	72.2	71.6
営業利益率(%)	-12.1	-10.2	2.4
純利益率(%)	-12.8	-24.4	2.9
ROIC(%)	-15.6	-25.3	9.2
<b>流動性</b>			
流動比率(倍率)	2.7	2.2	1.7
当座比率(倍率)	2.6	2.0	1.6
<b>レバレッジ</b>			
DE レシオ(倍率)	45.3	53.0	42.0
ネット DE レシオ(倍率)	-59.0	-89.1	-106.9

#### 免責事項

本レポートは、当該企業の委託を受け、当該企業が支払う対価として Storm Corporate が作成・発行したものです。本レポートの発行に使用されたすべての情報は、信頼できると思われる各種情報、データに基づいて作成されていますが、当社は本レポートの正確性や完全性を保証または約束してはおりません。また、当該情報を独自に検証することは行っておりません。Storm Corporate は、法律で認められている最大限の範囲において、本レポートに含まれる情報へのアクセス、使用、または信頼に起因して生じた直接的、間接的または結果的な損失、利益の損失、損害、費用または経費について一切の責任を負わないものとします。当社が提供する情報は、いかなる形であれ、個人的なアドバイスとして解釈されるべきものではなく、また、Storm Corporate は読者または投資家に対し、証券取引の勧誘や推薦を目的としたものと解釈されるべきではありませんのでご了承ください。

本レポートは、Bloomberg、Factset、LSEG、S&P Capital にて自由に入手可能です。Storm Corporate のレポートを直接購読したい方は、[こちら](#)をご覧ください。