



**PLAID**

# 会社説明資料

株式会社プレイド(マザーズ:4165) | 2021年12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

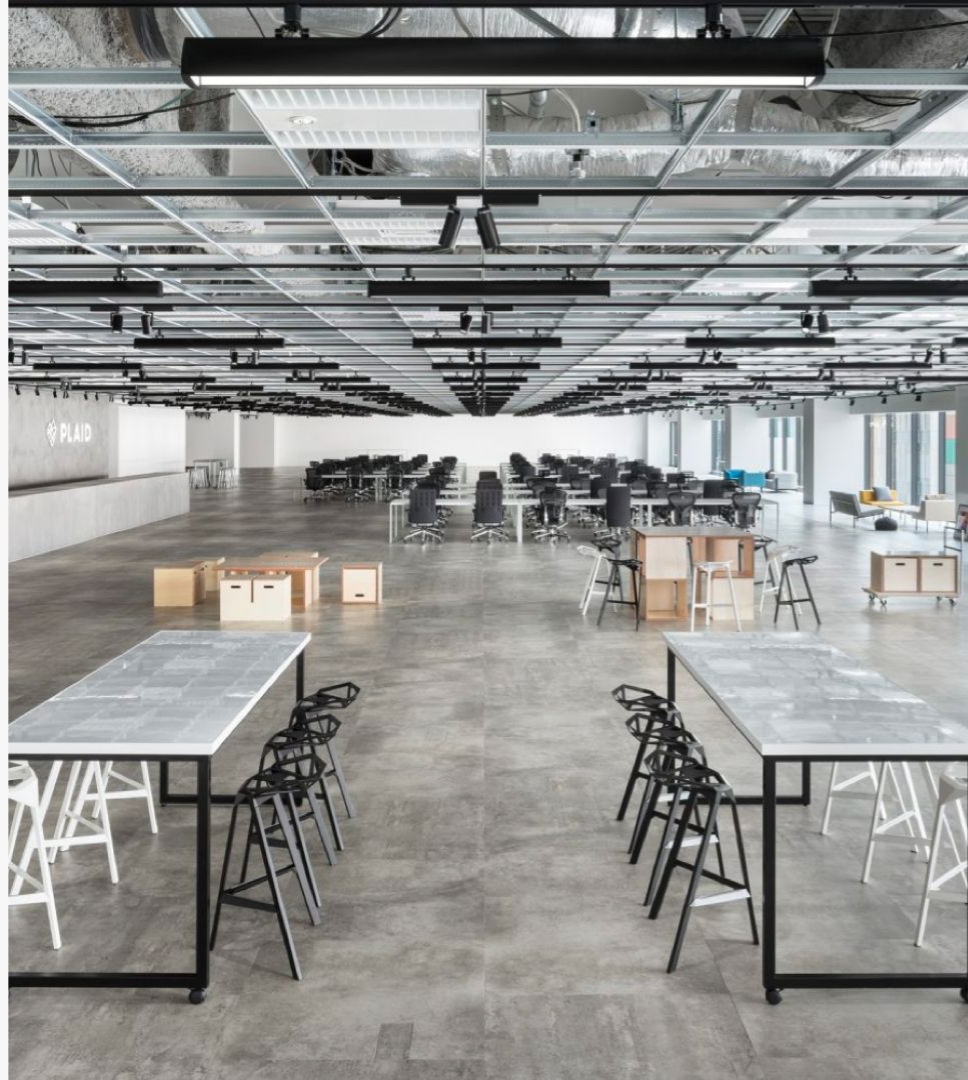
上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません

1. 会社概要 / サービス概要

2. 成長戦略

3. 財務情報

4. Appendix



# 会社概要



## 会社概要

# プレイドについて

|      |                                              |
|------|----------------------------------------------|
| 社名   | 株式会社プレイド(英語表記 PLAID, Inc.)                   |
| 設立   | 2011年10月                                     |
| 所在地  | 〒104-0061<br>東京都中央区銀座6-10-1<br>GINZA SIX 10F |
| 代表者  | 倉橋 健太                                        |
| 従業員数 | 218名(2021年9月末時点)                             |
| 事業内容 | CX <sup>(1)</sup> プラットフォーム「KARTE」の提供         |

(注) 1.Customer Experience(カスタマーエクスペリエンス)の略語であり、一般的に「顧客体験」と訳されるが、顧客がよいと感じられる体験、つまり「顧客が体験して得られる価値」までも含めて定義



## 倉橋 健太 / 代表取締役CEO

- 2005年 同志社大学法学部卒業
- 2005年 楽天株式会社に入社。楽天市場におけるWebディレクション、マーケティング、モバイル戦略、広告戦略など多岐にわたる領域を担当
- 2011年 当社創業



## 主なプロダクト / サービスラインナップ

### プロダクト / サービス



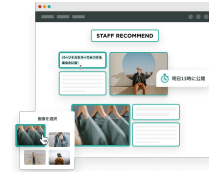
KARTE /  
KARTE for App

(2015年3月～ / 2018年3月～)



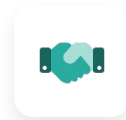
KARTE Datahub

(2018年12月～)



KARTE Blocks

(2021年9月～)



TEAM

(2021年1月～)

### 概要

独自のリアルタイム解析エンジンにより、顧客一人ひとりの「今」を可視化。解析結果に応じたアクション(体験)の自由自在な設計が可能

顧客データや行動データなど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。Google BigQueryとシームレスに連携

サイトのあらゆる要素をBlockに分解し、効果測定、ノーコードで編集、ローコードでカスタマイズなど、エンジニアなしのサイトマネジメントが可能

KARTEの活用支援やCXIに関するコンサルティングを始めとしたプロフェッショナルサービス

# サービス概要

# データによって 人の価値を 最大化する

人の発想力や柔軟性に敵うアルゴリズムはまだ存在しない。  
だからこそ、人の創造性を引き出すテクノロジーで世界を変えていく。

## 現在のインターネットが抱える課題

### 顧客目線

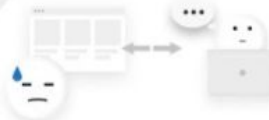


ウェブサイトが複雑化し、  
必要な情報にたどり着きづらく  
なっている



ウェブサイトから送られてくる  
大量のメッセージが煩わしく  
なっている

### 企業目線



ウェブサイト上のリアルタイムな  
顧客行動を知ること、それに基づき  
働きかけることができない



ウェブサイトに来ている顧客ごとに  
パーソナライズされたアクション・  
コミュニケーションができない

顧客を理解しないまま企業が行っているインターネット上の活動は  
**必ずしもユーザーの体験価値向上に寄与していない** ことが問題となっている

## CXプラットフォーム「KARTE」によるユーザー・顧客体験の向上

CXプラットフォーム「KARTE」の提供を通じて、企業がデジタルマーケティングやそれ以外の顧客接点において、サービス利用ユーザーや顧客によりよい体験を提供することを支援



## KARTEの特徴

### 特徴1

顧客一人ひとりを  
可視化

### 特徴2

リアルタイム  
解析基盤

### 特徴3

ワンストップで  
施策実行



## 特徴1

### 顧客一人ひとりを可視化

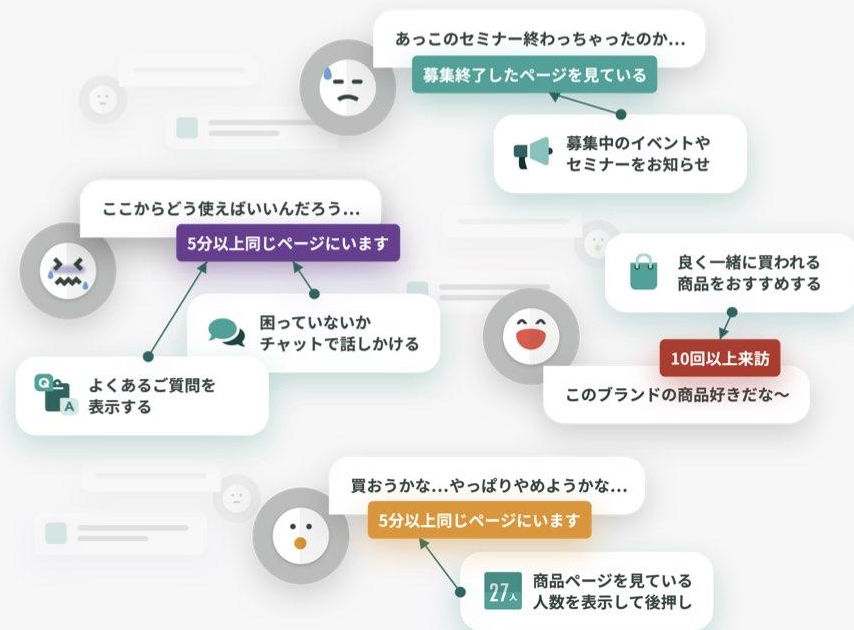
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



## 特徴2

### リアルタイム解析基盤

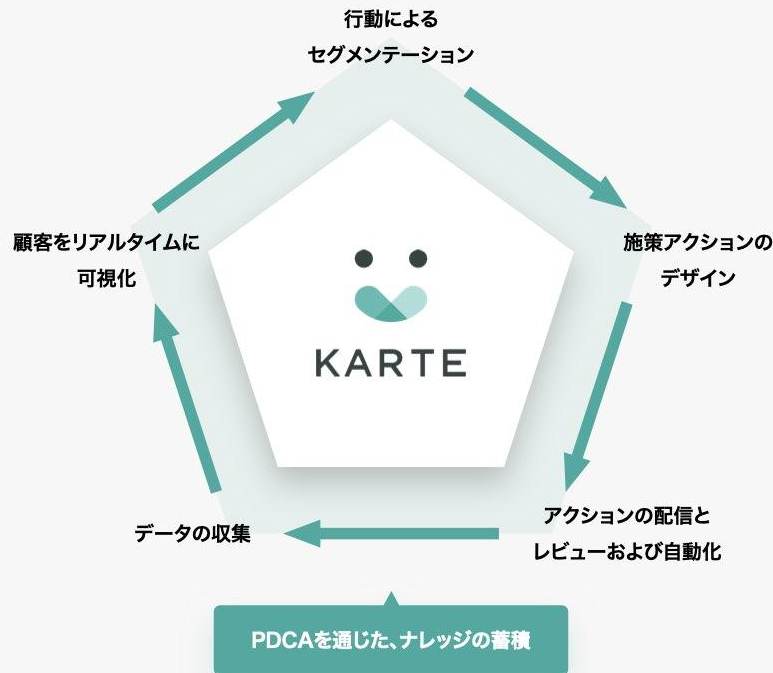
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に来訪する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意向の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



### 特徴3

## ワンストップで施策実行

顧客分析やメール配信、ウェブチャットやSMS配信などの各機能に特化したマーケティングツールと異なり、KARTEは顧客分析から施策配信の自動化にいたるまで、あらゆる顧客中心の業務をワンストップで実行可能

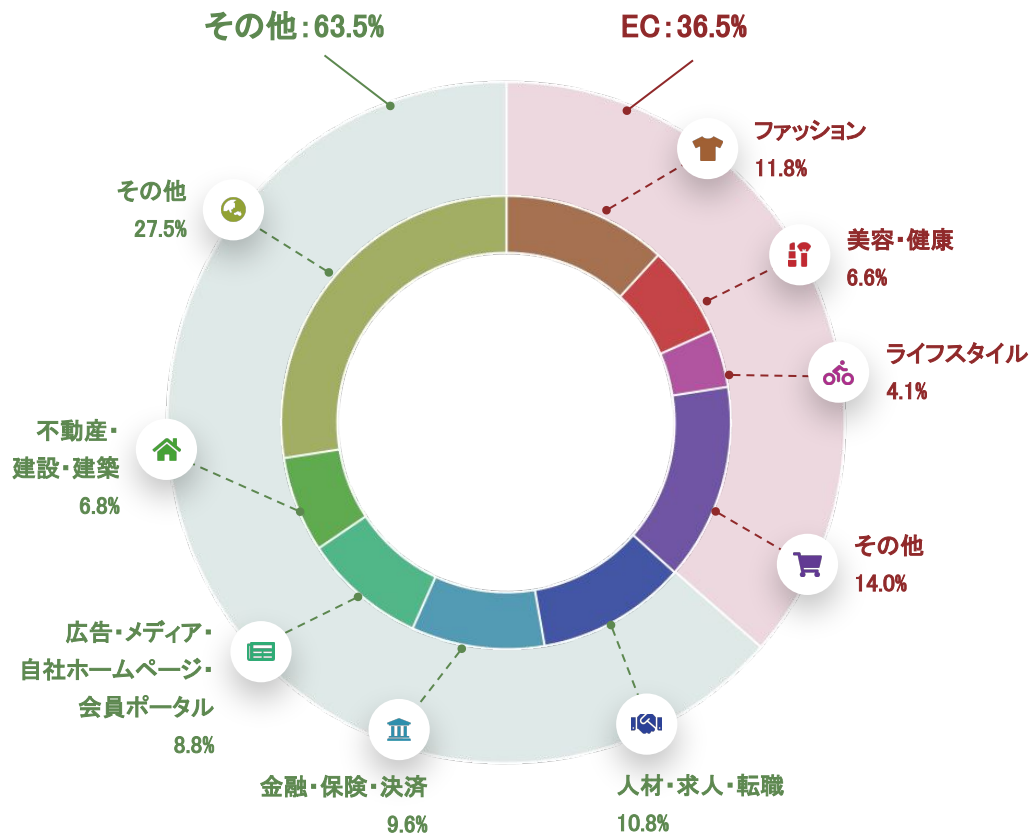


## ビジネスモデル

導入対象となるウェブサイトやスマートフォンアプリの規模に応じて課金するサブスクリプションモデル(年間契約)



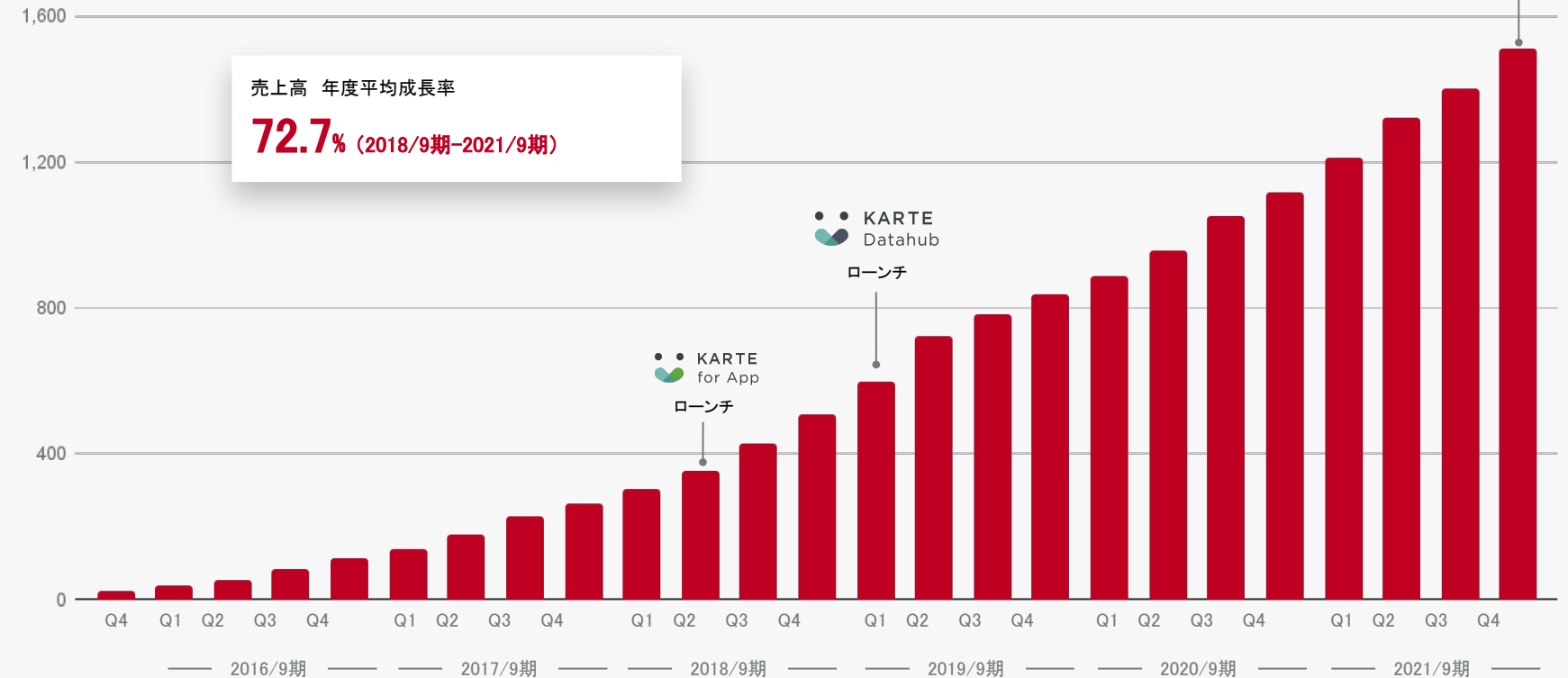
## 契約件数の業界別割合<sup>(1)</sup>



(注) 1. 2021年9月末時点における各業界の導入ウェブサイト及びスマートフォンアプリ数の合計を全ての導入ウェブサイト及びスマートフォンアプリ数の合計で除して算出

## 売上高推移

(百万円)



1. 会社概要 / サービス概要
2. **成長戦略**
3. 財務情報
4. Appendix



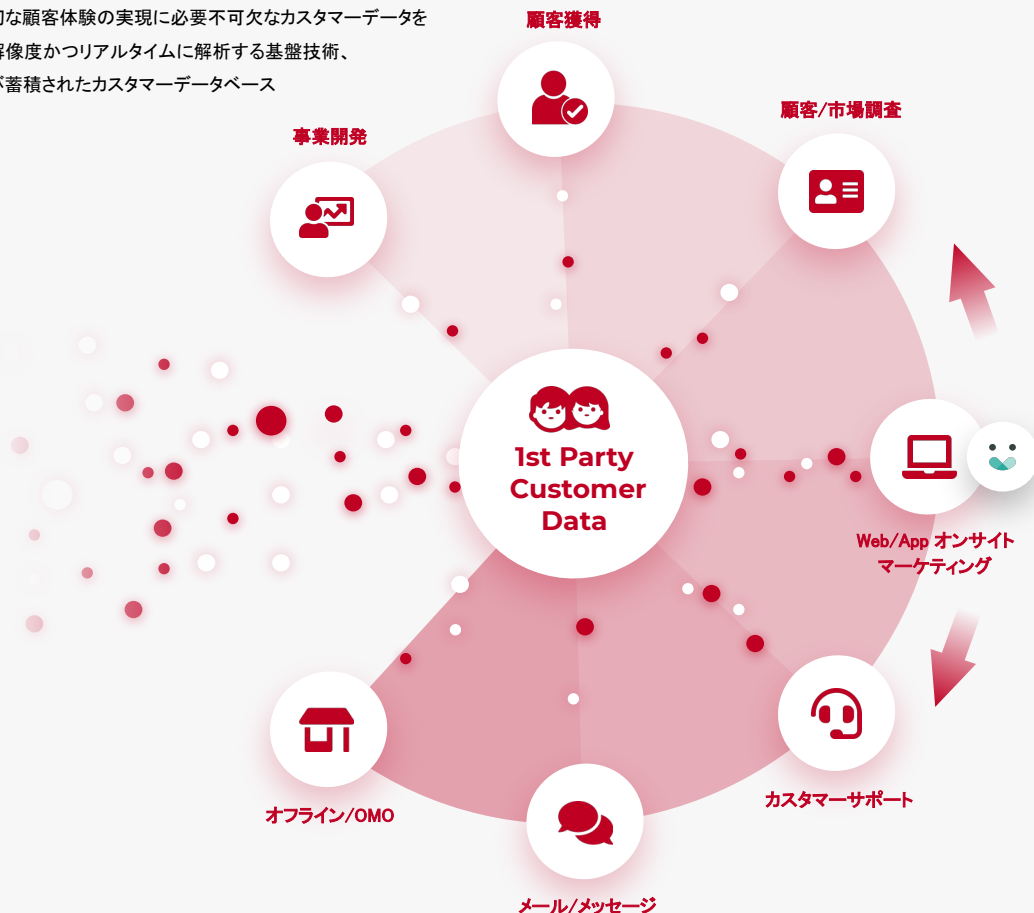
## 顧客中心の企業活動を カスタマーデータの 活用支援を通じて実現する

適切な顧客体験の実現には、カスタマーデータをを用いた解像度の高い顧客理解が必要不可欠と考えている

プレイドは、コア・バリューである解像度の高い顧客理解を可能とする独自のリアルタイム解析基盤及び蓄積されたカスタマーデータベースを軸に、顧客中心の企業活動を支援していく

### プレイドのコア・バリュー

適切な顧客体験の実現に必要な不可欠なカスタマーデータを  
高解像度かつリアルタイムに解析する基盤技術、  
及び蓄積されたカスタマーデータベース





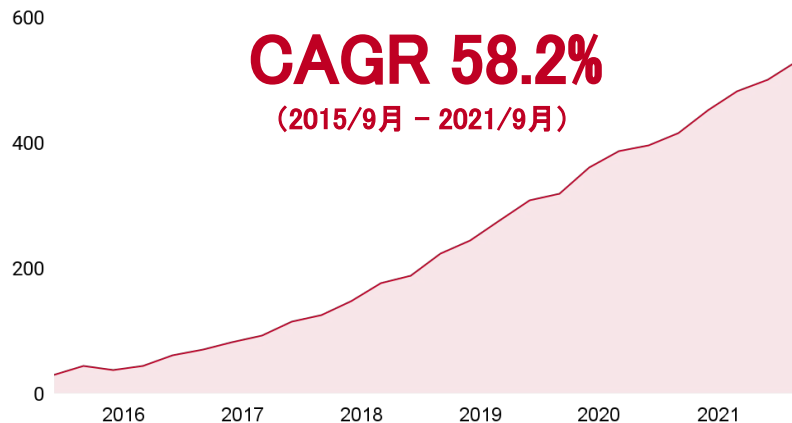
## カスタマーデータの解析規模

- ・ 2015年のKARTE提供開始以降、カスタマーデータの解析規模の拡大が続いている
- ・ 今後もプロダクトの展開を通じて、顧客中心の企業活動支援に向けたデータ環境の拡充を図る

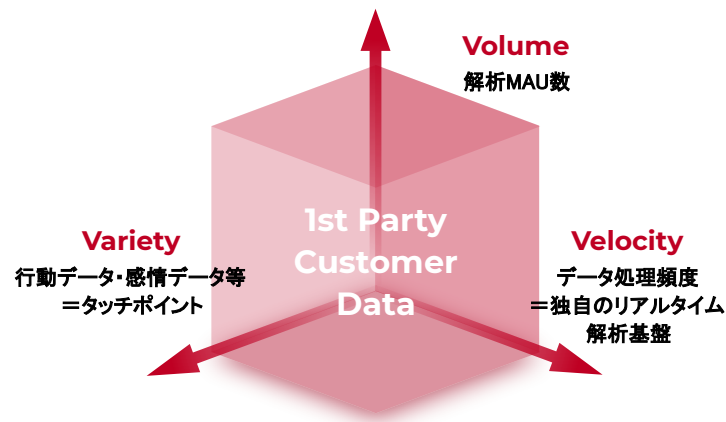
百万MAU (2)(3)

### 解析MAU<sup>(1)</sup>数の推移

**CAGR 58.2%**  
(2015/9月 - 2021/9月)

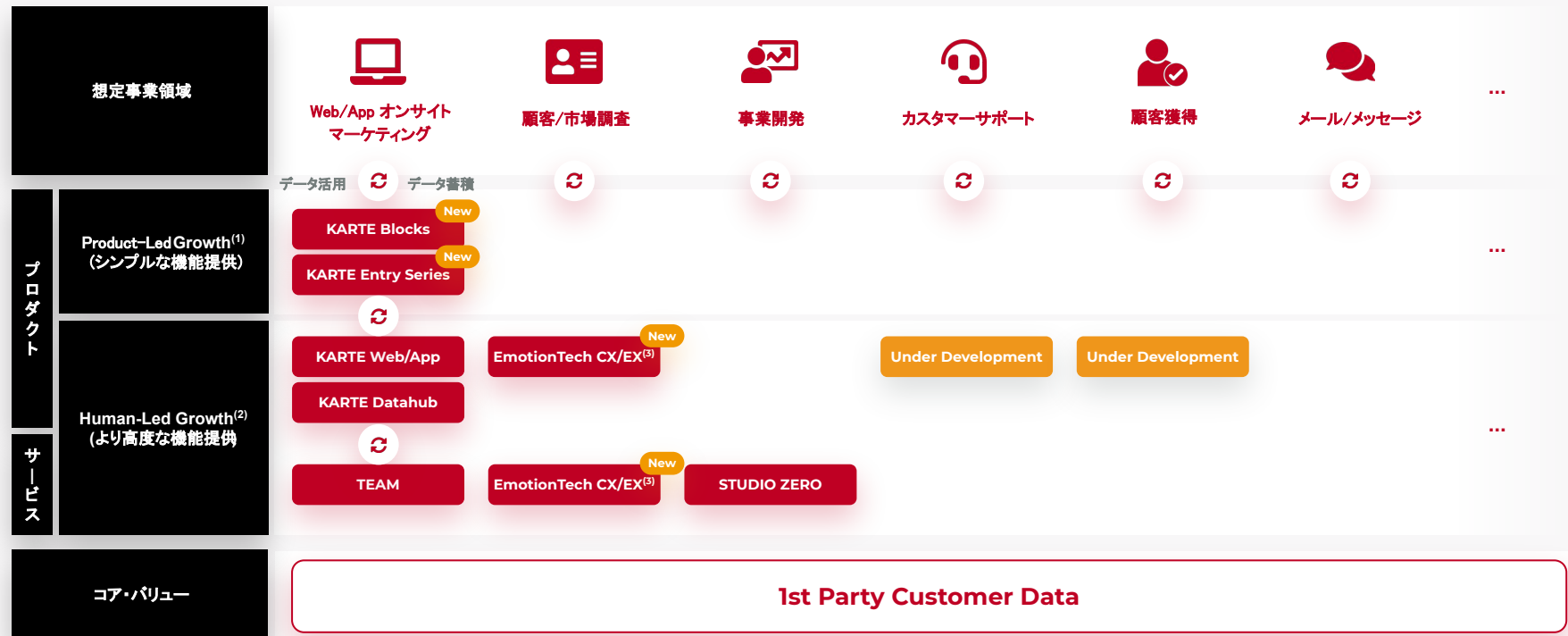


### 顧客中心の企業活動支援に必要なデータ環境



## カスタマーデータを軸とするプレイドの事業領域

- 顧客接点を有し、カスタマーデータ活用がKey Success Factorとなる事業領域に対して、プロダクト/サービスを順次提供



(注)1.事業の拡大・展開を「プロダクト」が主導するモデル。顧客が抱える比較的シンプルかつ汎用的な課題解決のためのアプローチ / 2.事業の拡大・展開を「人」が主導するモデル。顧客が抱える複雑・高度かつ個社事情を含んだ課題解決のためのアプローチ / 3.プロダクト単体又はプロダクト+コンサルティングの提供

## 2022年9月期は新規事業領域へ参入



### 2022年9月期における、事業領域拡大への取り組み

#### 顧客/市場調査領域

Emotion Techのグループ参画を受けて、更なる連携強化。  
1st party domainでの顧客/市場調査領域に共同ソリューションを展開

#### カスタマーサポート領域

顧客の行動データや声をベースに、「問い合わせ前」のサイレントカスタマーを含めて、適切な顧客体験の設計を可能にするプロダクトの開発・ローンチ

#### 顧客獲得領域

1st party dataを活用し、サイト内外を含めて一貫した顧客コミュニケーションを可能にするプロダクトの開発・ローンチ

アンケートご協力のお願い

本日の説明会に関するアンケートへのご協力をお願い致します



<https://emotion-tech.net/JVzX3Kta>

イベント開催のご案内

# Hello, PLAID

## 2021.12.21(火) 15:00 Start

ブレイドって一体何をしている会社なの？

Hello, PLAIDはブレイドのことを正しく知ってもらうためのオンラインイベントです。

事前に[PLAID Event Members](#)へ  
ご登録いただきますと、視聴までがスムーズです

<https://event.plaid.co.jp/sign-up>

※ 当日ログイン不要での配信も実施予定

1. 会社概要 / サービス概要
2. 成長戦略
- 3. 財務情報**
4. Appendix



# 2021年9月期 通期実績

## 2021年9月期 通期ハイライト

- 1 コロナ禍を踏まえた新規顧客獲得から既存取引拡大へのシフトが奏功し、通期売上高は前期比35.9%増加
- 2 サーバー利用効率化により売上総利益率は前期比2.1pt改善
- 3 コロナ禍を踏まえた各種投資抑制の結果、営業利益は通期黒字で着地
- 4 2021年9月期通期業績は、公表済の業績予想に対してほぼ同水準で着地

ARR<sup>(1)</sup>

**5,807百万円**<sub>(2021/9月末時点)</sub>

サブスクリプション売上高比率<sup>(2)</sup>

**95.3%**<sub>(2021/9期 通期)</sub>

売上高 / 前期比成長率

**5,444百万円**<sub>(2021/9期 通期)</sub> / **35.9%**

NRR<sup>(3)</sup>

**110.7%**<sub>(直近12ヶ月平均)</sub>

売上総利益率

**73.3%**<sub>(2021/9期 通期)</sub>

従業員数

**218人**<sub>(2021/9月末時点)</sub>

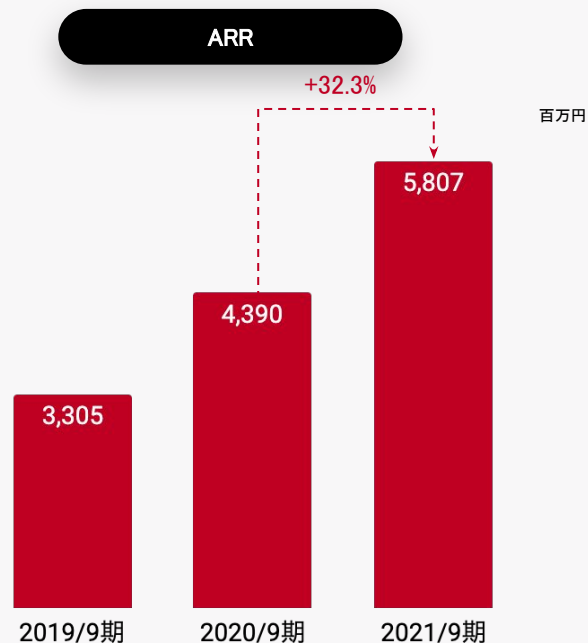
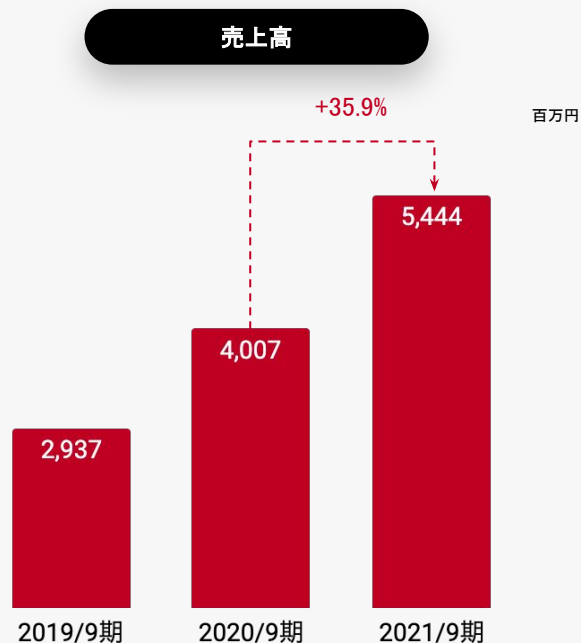
(注) 1. Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出。既存の契約が更新のタイミングで全て更新される前提で、既存の契約のみから、期末月の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標 / 2. 売上高のうち、経常的に得られるKARTEの月額利用料の合計額が占める割合 / 3. Net Revenue Retention (Rate)の略語。(i) 1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii) 前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったものとして算出





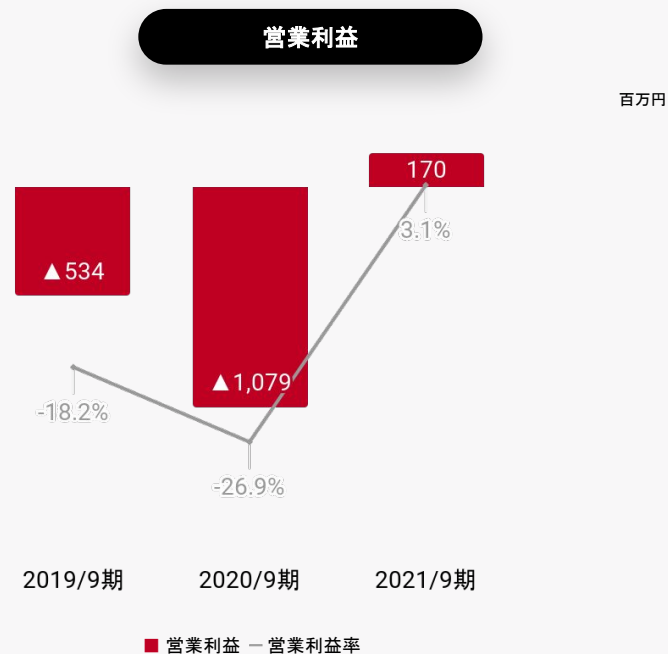
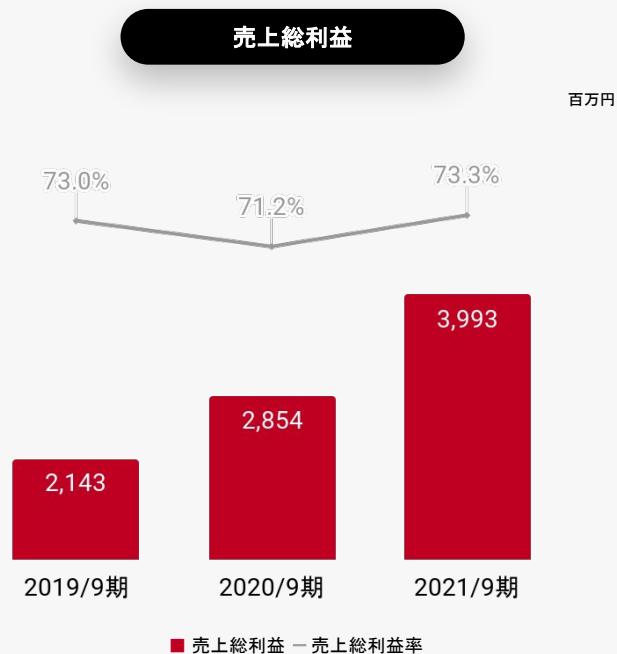
## 売上高・ARRともに高い成長率が継続

- ・ 売上高・ARRともに前期比で30%超の成長を継続
- ・ コロナ禍を踏まえた新規顧客獲得から既存取引拡大へのシフトが奏功



## 売上総利益率が向上。営業利益はコロナ禍を踏まえた投資抑制等により黒字化

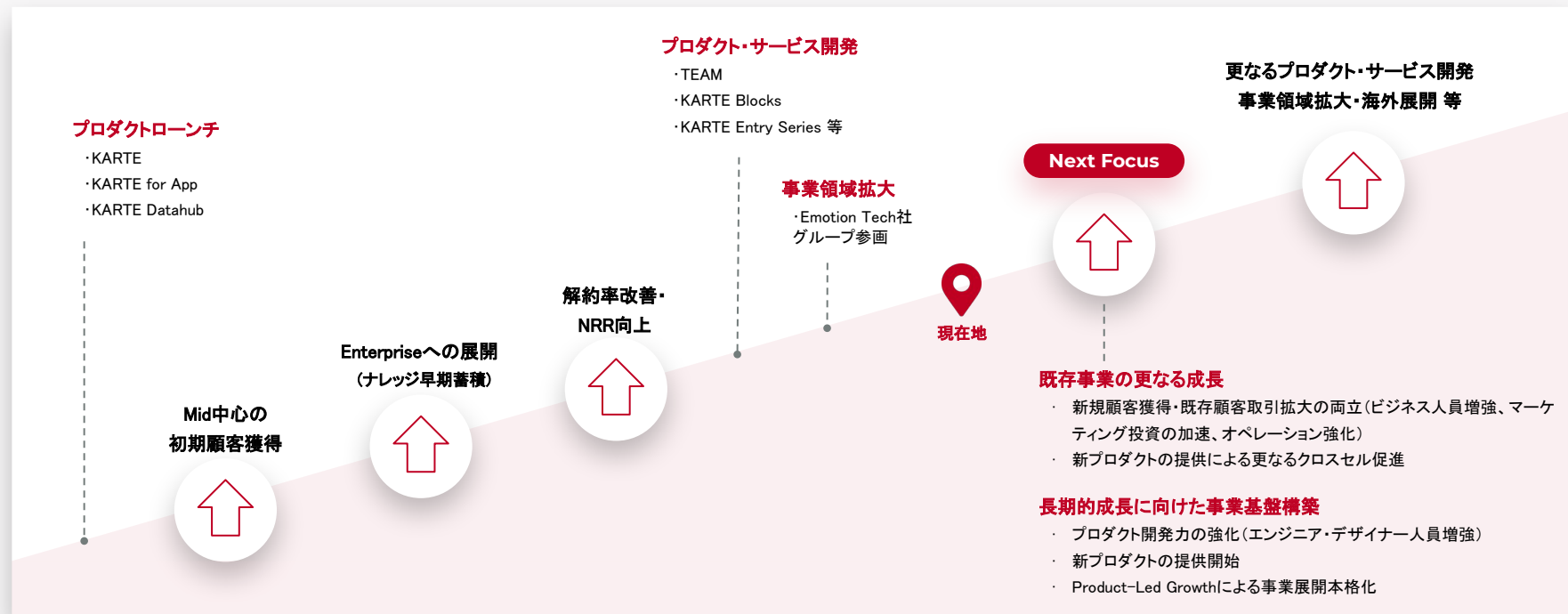
- ・ 売上総利益率はサーバー利用効率化が進み、前期比2.1pt増加し、継続的な収益性が向上
- ・ コロナ禍を踏まえた各種投資抑制もあり、通期営業利益は170百万円で着地



# 2022年9月期 連結業績予想

## 2022年9月期連結業績予想の前提となる戦略のフォーカス

- ・ 人員増強やマーケティング投資の加速、新プロダクト提供等を通じて、既存事業の更なる成長を推進すると共に、長期的成長に向けた新たな事業基盤構築にもフォーカス



2022年9月期連結<sup>(1)</sup>業績予想

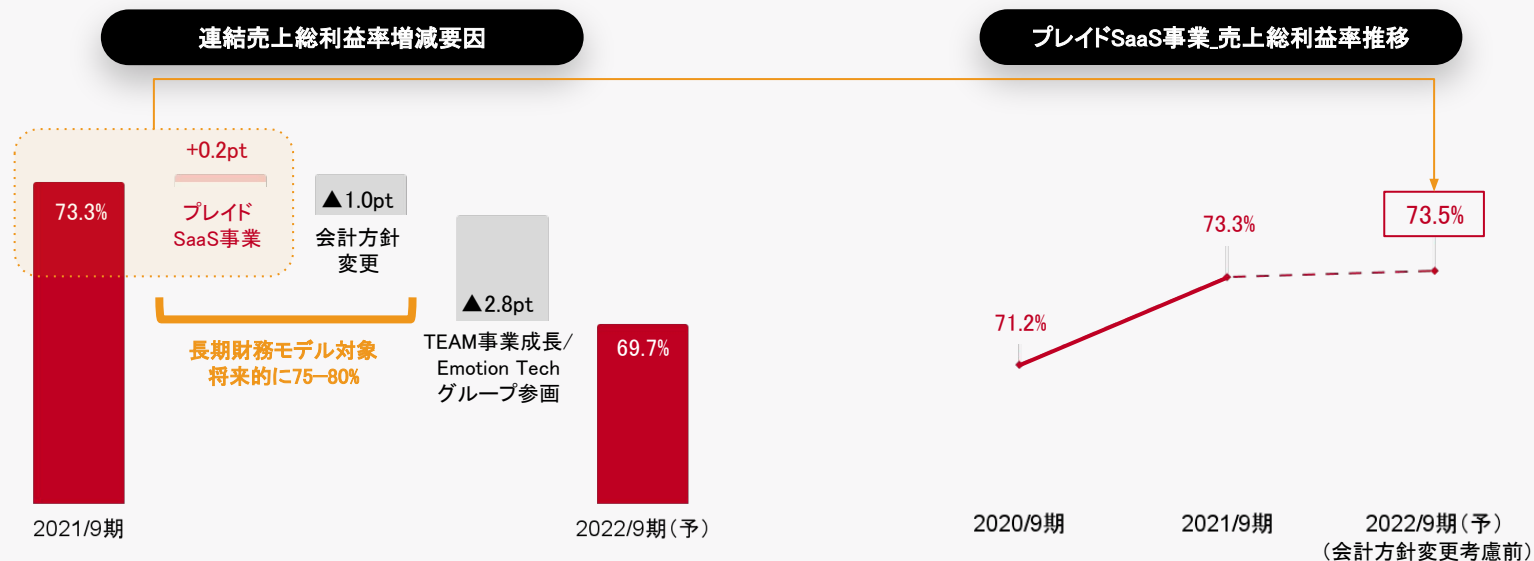
- ・ 既存事業の成長可能性や各種新規事業の立ち上がりを考慮し、レンジによる業績予想開示を採用
- ・ 売上高は前期比+36.3%～43.8%を見込む
- ・ プレイドSaaS事業<sup>(2)</sup>は、2022年9月期30.0%以上のARR成長を目指す
- ・ 売上総利益以下の詳細は次ページ以降ご参照

(注) 1.2021/9/28にEmotion Tech社の議決権の64%を取得、2022/9期より損益計算書連結対象 / 2.TEAM事業等を除いたプレイド単体のSaaS事業

| (百万円)  | 2021/9期 | 2022/9期予想         | 前期比               |
|--------|---------|-------------------|-------------------|
| 売上高    | 5,444   | 7,419<br>～7,828   | +36.3%<br>～+43.8% |
| 売上総利益  | 3,993   | 5,169<br>～5,454   | +29.4%<br>～+36.6% |
| 売上総利益率 | 73.3%   | 69.7%             | ▲3.6pt            |
| 販管費    | 3,822   | 6,734<br>～6,797   | +76.2%<br>～+77.8% |
| 営業利益   | 170     | ▲1,565<br>～▲1,343 | —                 |

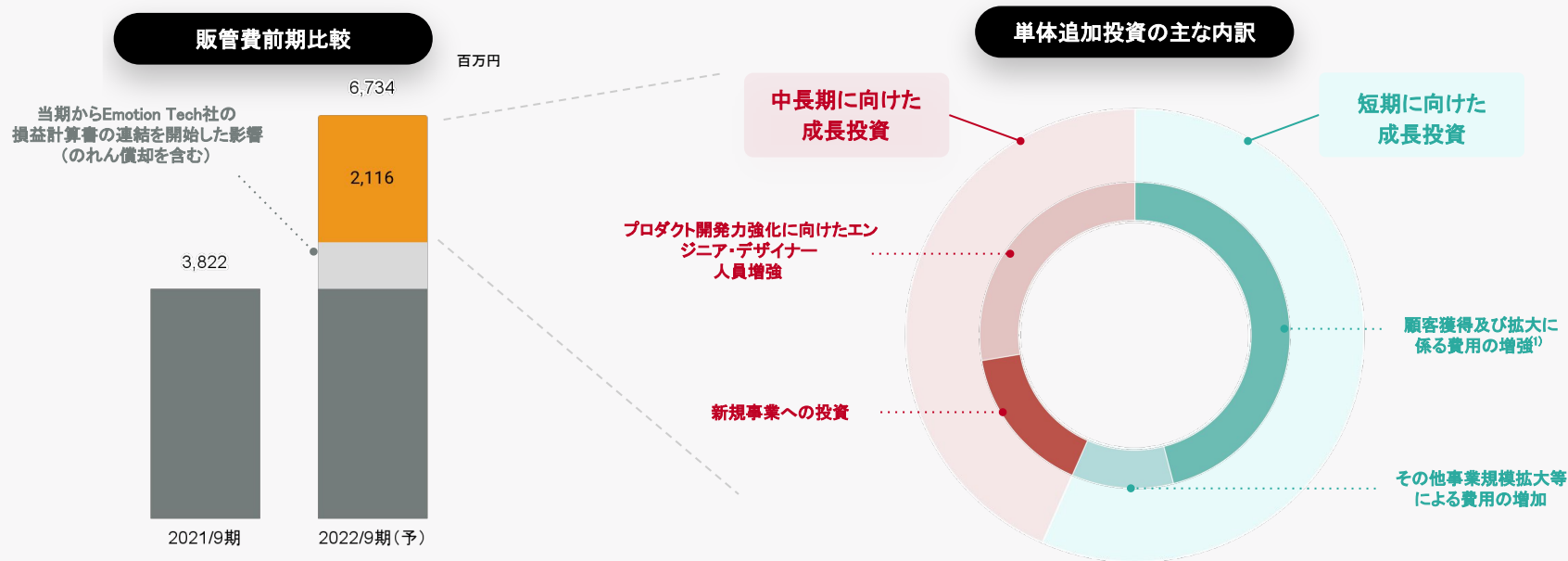
## プレイドSaaS事業の売上総利益率は良好な水準を維持

- ・ 2022年9月期の連結売上総利益率は、サーバー利用効率化による更なる改善が見込まれる一方で、プレイドSaaS事業における会計方針変更やTEAM事業の成長、Emotion Tech社のグループ参画によって69.7%となる見込
- ・ 会計方針変更は、従来販管費で計上していた主にカスタマーサポート、オンボーディング業務に係る人件費を2022年9月期より売上原価に振替
- ・ プレイドSaaS事業の売上総利益率は、会計方針変更考慮前でYoYでの改善が継続しており順調な傾向



## 短期及び中長期に向けた成長投資の加速

- 業績予想における連結ベースの販管費増加率が76.2%であるのに対して、プレイド単体かつ既存事業に係る販管費(短期に向けた成長投資)の増加率は30%程度と適切にコントロールされた水準であり、健全なユニットエコノミクスを維持している
- プロダクト開発力強化に向けたエンジニア・デザイナーの人員増強など中長期に向けた成長投資も積極的に行う方針
- Emotion Tech社もグループ参画に併せて積極的な投資を実施

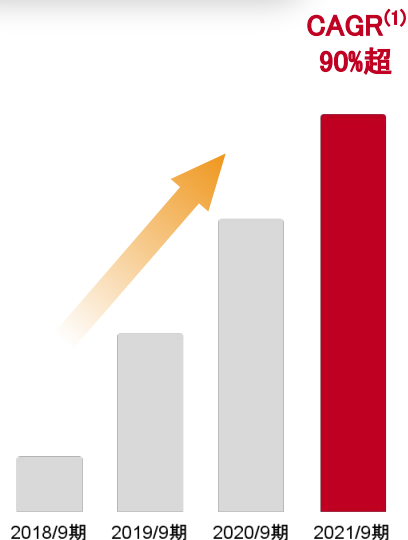


(注)1. 主に営業・マーケティング・カスタマーサクセスに従事する従業員の人件費及び広告費、販売手数料、採用関連費用、従業員数等により配賦される間接費と償却費等の営業活動に係る費用の前期比増加分

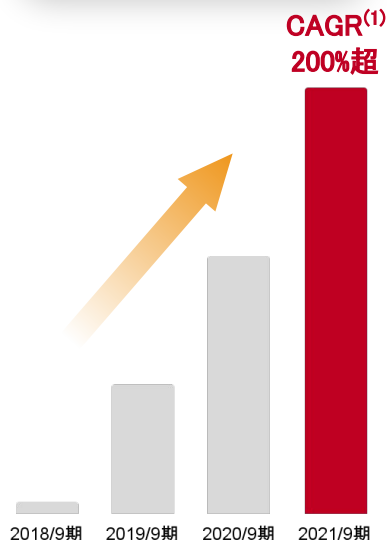
## 中長期的な成長を生み出すプロダクト開発力の更なる強化

- ・ 2022年9月期以降も、多数の新規プロダクトのローンチ・本格化を計画しており、それらの実現に向けた開発力を先行的に強化
- ・ 2018年にローンチしたKARTE for App・KARTE Datahubは足許も力強くARRを拡大させており、当社全体の成長を大幅に押し上げた好例

KARTE for App  
ARR成長率



KARTE Datahub  
ARR成長率



新たな取り組み



KARTE Blocks

2021年9月14日 正式ローンチ



KARTE Entry Series for EC

2021年9月30日 正式ローンチ



カスタマーサポート領域

2022年9月期中に新規参入予定



顧客獲得領域

2022年9月期中に新規参入予定

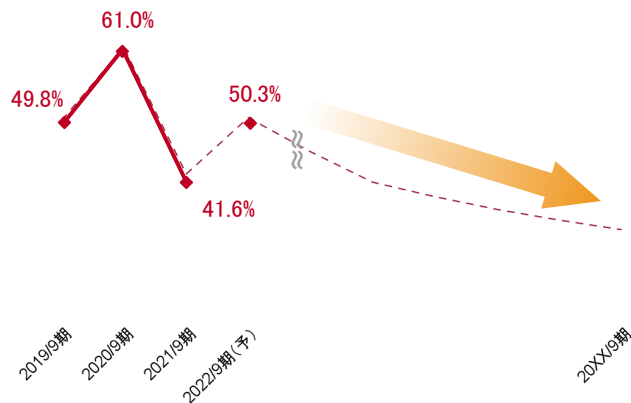
:



## 足許の成長率を踏まえたS&M水準まで回帰

- ・ 2021年9月期は、コロナ禍等を背景として顧客獲得及び拡大に係る費用を抑制した過少投資年度
- ・ 引き続き、プレイドSaaS事業ARR成長率前期比30.0%以上を目指し、2022年9月期は当該成長率を踏まえたS&M水準まで回帰させる方針
- ・ なお、プレイドSaaS事業を対象とする長期財務モデルに変更はなく、売上高対比S&M比率は徐々に低下していく見通し

売上高対比S&amp;M比率

プレイドSaaS事業\_長期財務モデル<sup>(1)</sup>

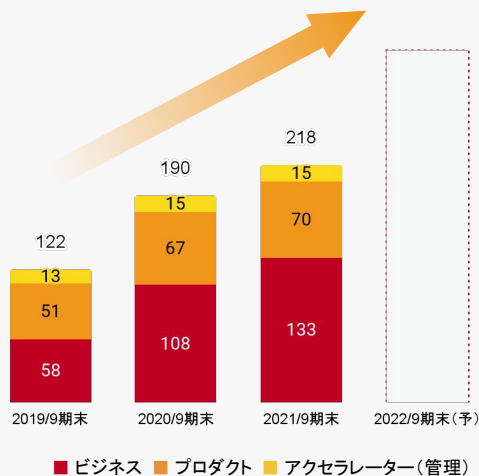
|        | 2020/9期 | 2021/9期 | 長期財務<br>モデル |
|--------|---------|---------|-------------|
| 売上総利益率 | 71.2%   | 73.3%   | 75-80%      |
| S&M    | 61.0%   | 41.6%   | 25-30%      |
| R&D    | 23.7%   | 18.7%   | 18-20%      |
| G&A    | 13.4%   | 9.8%    | 8-10%       |
| 営業利益率  | ▲26.9%  | 3.1%    | 20-25%      |

(注) 1. 長期財務モデルは将来の決定事項に関する仮定に基づいた将来の見通しであることから、今後変わる可能性があり、また当社がコントロールすることができない事業・経済・規制・競争環境に関する不確実性とリスクを内包する。実際の業績は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の事項を含む様々な要因により、見通しとは大きく異なる可能性がある。本プレゼンテーションの内容は長期財務モデルの達成を保証するものではなく、当社はいかなる状況の変化によっても本長期財務モデルについて更新・改訂を行う義務を負うものではない

## 全職種で採用を加速

- ・ 2021年9期第3四半期より加速させていた採用を一層強化
- ・ なお、全社の採用人数は従業員一人当たりの売上高を踏まえながら、成長力と生産性の両立を意識した運営を実施

期末時点従業員数推移



従業員一人当たり売上高推移



1. 会社概要 / サービス概要
2. 成長戦略
3. 財務情報
4. **Appendix**



## 戦略的M&A・出資についての考え方とエコシステム投資

- ・ 以下の方向性で今後も戦略的M&A・出資を実施する
- ・ それとは別にエコシステム投資を行う

### 戦略的M&A・出資

#### 目的・主な戦略的意義

- ・ 既存事業領域での更なるプレゼンス拡大
- ・ 新たな事業領域への進出
- ・ 提供価値の強化・補完的な機能やサービスの獲得

#### 実施する上での前提条件

- ・ 戦略的意義への合致
- ・ プレイドグループとのシナジー
- ・ 適切なバリュエーションとストラクチャー

#### ストラクチャーについての考え方

- ・ マジョリティ取得でグループ参画
- ・ 将来のマジョリティを見据えたマイノリティ出資
- ・ 戦略的意義の高いマイノリティ出資

### エコシステム投資

#### 目的

- ・ 主にKARTEのプロダクト連携やパートナー拡大によるエコシステム構築

#### 実施する上での前提条件

- ・ プロダクト連携等

#### ストラクチャーについての考え方

- ・ 比較的少額でのマイノリティ出資
- ・ 年度の金額枠内で実施

# 株式会社Emotion Techのグループ参画について

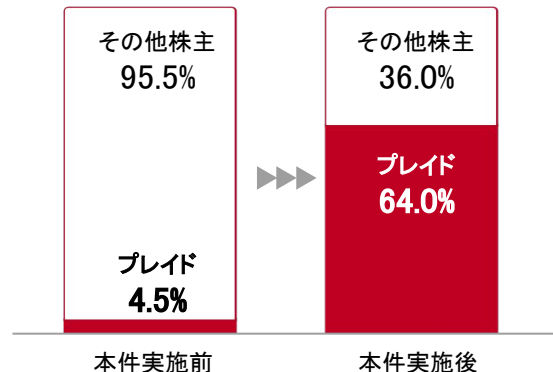
## 株式会社Emotion Techのグループ参画サマリー

- ・ 現在、当社が議決権4.5%を保有する株式会社Emotion Techの株式を、既存株主からの株式譲渡及び第三者割当増資の引き受けにより、59.5%分追加取得
- ・ 当社が同社議決権64.0%を保有し、2022年9月期第1四半期より損益計算書の連結対象へ

### 本件概要

|          |                                                                                                               |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 株式取得実行日  | 2021年9月28日                                                                                                    |
| みなし取得日   | 2021年9月30日                                                                                                    |
| 株式取得価額   | 16.7億円                                                                                                        |
| 取得資金     | 手元現預金及び金融機関からの借入金                                                                                             |
| 連結業績への影響 | 2021年9月期においては、貸借対照表のみを連結対象とする予定。なお、連結損益計算書上では、段階取得差益等の調整が発生 <sup>(1)</sup><br>2022年9月期第1四半期より、損益計算書の連結対象となる予定 |

### 本件実施前後の議決権比率



## 会社概要

- ・ NPS®<sup>(1)</sup>をはじめとする感情データの独自解析技術を用いたプロダクトの提供により、企業の顧客体験(CX)及び従業員体験(EX)の向上をサポート

### 会社概要

|      |                                                                               |
|------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名  | 株式会社Emotion Tech(エモーションテック)                                                   |
| 所在地  | 東京都千代田区                                                                       |
| 設立   | 2013年3月                                                                       |
| 資本金  | 2,500万円 <sup>(2)</sup>                                                        |
| 事業内容 | 顧客体験マネジメントクラウド「EmotionTech CX」及び<br>従業員体験マネジメントクラウド<br>「EmotionTech EX」の開発・運営 |

### 代表者紹介

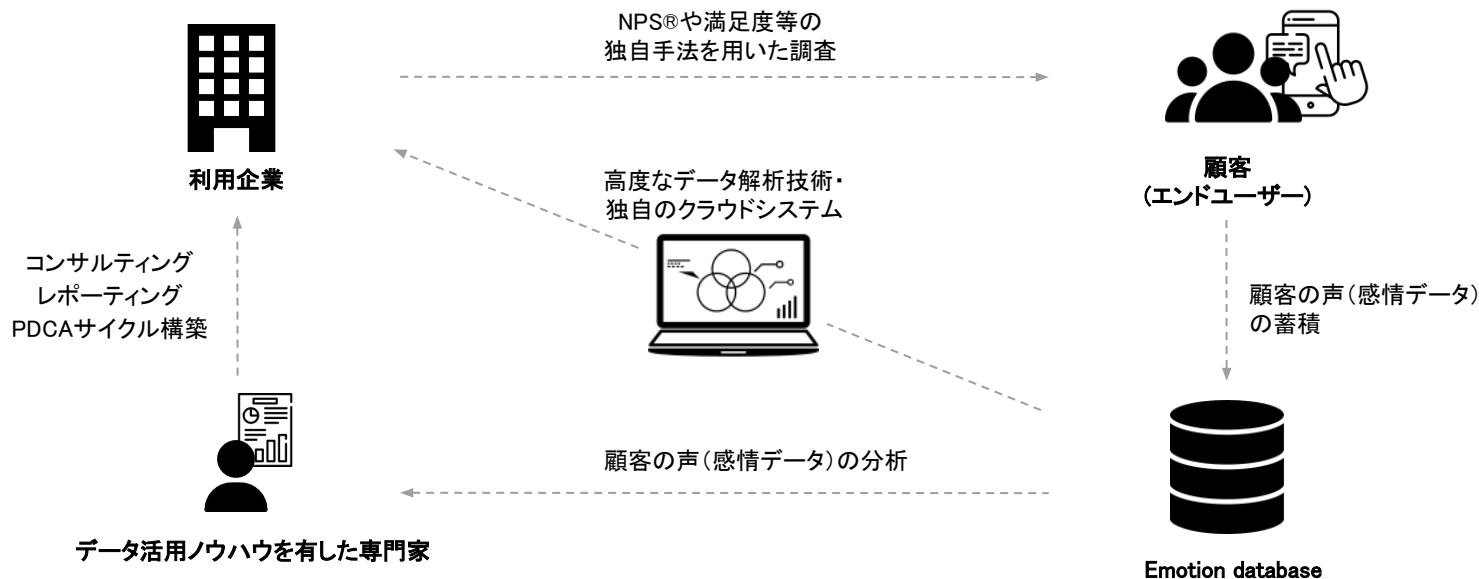


今西 良光  
創業者・代表取締役CEO

新卒で日立製作所に入社しITシステムの営業に従事した後、ユニクロに入社。店舗マネジメント業務の経験の中でサービスの現場におけるマネジメントの課題を痛感。課題解決の為、早稲田大学大学院に入学。在学中に海外のCX・EXに関する事例や論文を研究し2013年に株式会社wizpra(現Emotion Tech)を創業。CX・EXの分析に関する独自の手法を開発し特許を取得。著書『実践的 CXM(カスタマー・エクスペリエンス・マネジメント)』(日経BP 2019年)

## 「EmotionTech CX」サービスイメージ

- 企業からエンドユーザーに対する働きかけによって初めて得られる、顧客の声(感情データ)を収集・計測・分析することで、企業の顧客体験価値向上を支援





## NPS®について

- 企業の将来業績との相関性が強い新たな顧客体験指標として高い注目を集めている

### NPS®とは

あなたは〇〇を親しい友人や家族に  
どの程度お勧めしたいと思いますか？  
(お客様と同様の価値観のご友人や知人がいたとしてお答え下さい)

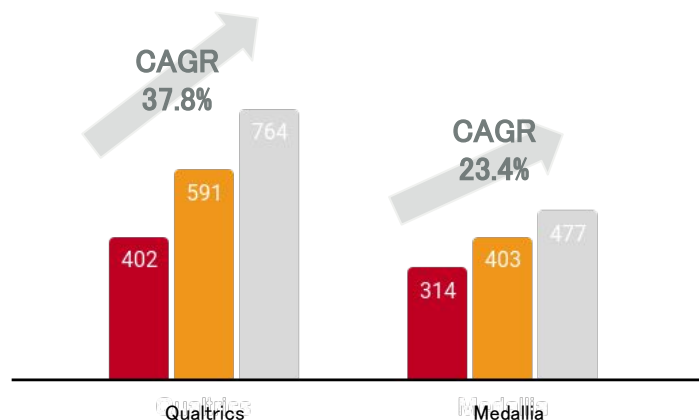


推奨者の割合(%) - 批判者の割合(%) = NPS®

- Net Promoter Score®の略で、顧客ロイヤルティ(企業やブランドに対する愛着・信頼の度合い)を数値化する指標
- あらゆる業種のグローバル企業が導入している指標であり、P&GやJohnson&Johnson、American Express、Facebook、Microsoft、Sony等が活用<sup>(1)</sup>

### NPS®・サーベイ関連の グローバルSaaS企業 売上高成長率<sup>(2)</sup>

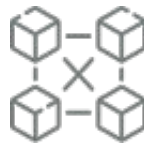
■ FY2018 ■ FY2019 ■ FY2020



## 本件の目的:さらなる連携強化による事業領域の本格拡大、提供価値の向上及びシナジー強化

### 01 事業領域 の拡大

NPS®をはじめとするサーベイ領域へ事業を本格的に拡大し、マーケティング領域以外の企業活動における顧客体験価値向上を支援



### 02 提供価値 の向上

KARTEに集積されるリアルタイムの行動データに、実際の顧客の声(感情データ)、さらにはそのデータを読み解くノウハウが加わることで、企業に対する提供価値が大きく向上



### 03 シナジー強化

セールスプロセスのみならず、プロダクト/サービスにおける両社のさらなる連携強化により、レベニューシナジーを追求



# 2021年9月期 第4四半期ビジネスアップデート

## KARTE Blocks正式版を提供開始

- ・ β 版で提供していたKARTE Blocksを2021年9月14日から正式版として提供開始
- ・ 企業規模に関わらずWebサイトの更新・改善に携わる人であれば誰でも利用できる無料プランの提供を開始し、フリーミアムモデル化



### 特徴1

#### BMS

(Block Management System)

Webサイトをブロックの集合体と捉え、ブロックごとに更新・評価・改善できる新しいサイト管理システム



### 特徴2

#### ノーコードでサイト管理

タグを1行貼るだけでWebサイトのあらゆる構成要素をノーコードで更新・評価・改善



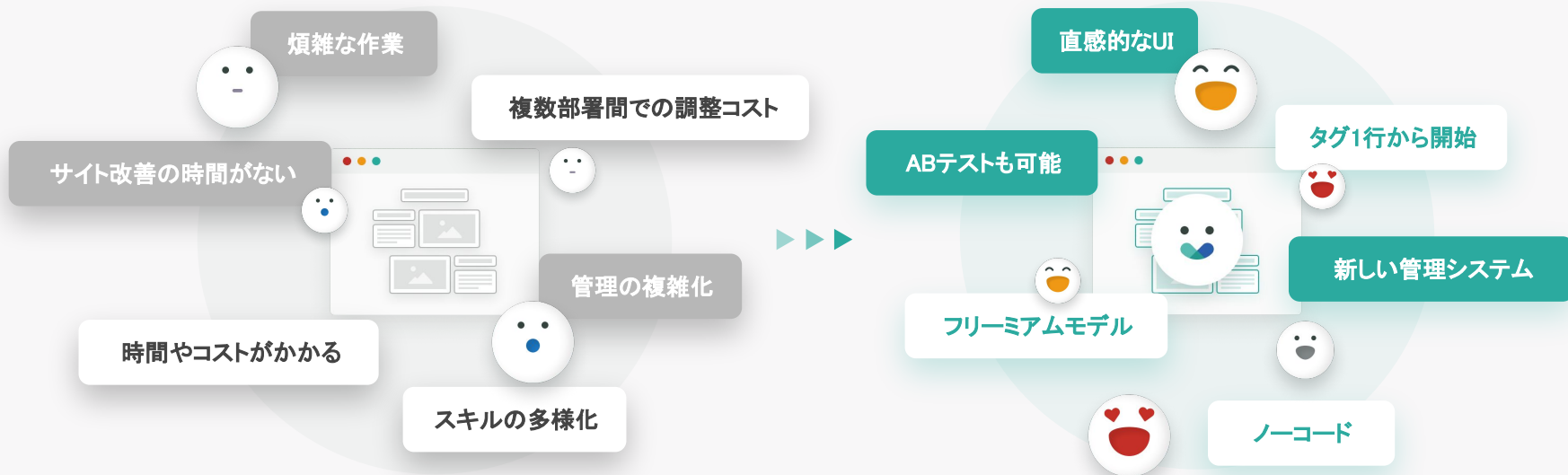
### 特徴3

#### 無料プランから利用可能

無料プランを提供。さらに、サインアップや契約プラン変更、オンボーディングなど全ての手続きがオンラインで完結

## KARTE Blocksの狙い

- ・ あらゆるサイトにおける運営の「負」の解消に貢献
- ・ ローンチから1.5ヶ月<sup>(1)</sup>で、約700サイトがサインアップ



あらゆるサイト運営者の手間やコストの解消に貢献

ローンチから1.5ヶ月で、約700サイトがサインアップ

## KARTE Entry Series for ECを提供開始

- ・ KARTEの提供を通じて蓄積されたユースケースとナレッジをもとに業界の共通課題を抽出し、「明確な成果を素早く得ること」を目的とする各種のパッケージソリューション開発を推進中
- ・ 第一弾として、EC向けにカゴ落ちなどの“鉄板”シナリオと運用代行をセットにしたCart Packageを提供開始

### KARTE Entry Series for ECの特徴



#### 実績に裏打ちされたシナリオ

これまで数百社に提供してきたユースケースとナレッジをもとにしたシナリオを用意



#### 初期設定・運用はプレイドが対応

施策の設定や改善・レポートはプレイドが対応。  
企業側の追加リソースやツール知識の学習等は不要



#### 導入しやすい料金プラン

ECサイトの課題や目的単位でパッケージ化。  
導入しやすい新しい料金プランで提供

## Cart Packageの狙い

カゴ落ちは多くのEC事業者にとって深刻な課題となっている

カゴ落ち率 約70%<sup>(1)</sup> = 機会損失推計 月商の約2.3倍

### ECサイト利用時の顧客の主な悩み



#### 時間・機会の損失

購入プロセスが長すぎる・購入したいが在庫切れ



#### 情報の不足

知りたい情報がすぐにわからない

### EC事業者の主な悩み



#### 時間・リソースの損失

アイデアを考えて実行するまでの時間とリソースがない



#### ノウハウの不足

成果を改善させるノウハウがない

## Cart Packageの概要

- ・ KARTEで取得したデータから、カゴ落ち結果とその理由を把握でき、一人ひとりの顧客体験向上に活用
- ・ 今後は、カゴ落ち以外のEC向けパッケージを提供すると共に、EC以外のさまざまな業界向けにもKARTE Entry Seriesを順次提供予定

 KARTE Entry Series

### Cart Package

顧客一人ひとりの  
カート体験にあわせた接客を

カート体験を可視化し、かご落ち対策に効果的な各種機能(カゴ落ち分析、A/Bテスト、ステップメール配信等)



Cart

### パッケージの概要

|                          |                                        |
|--------------------------|----------------------------------------|
| 設定・運用                    | プレイドが受託                                |
| 料金体系                     | 月額固定 + 変動                              |
| 利用料 + 手数料 <sup>(1)</sup> | 10,000円/月 + 施策経由売上 <sup>(2)</sup> × 3% |
| 契約期間                     | 12ヶ月                                   |

### 顧客企業の声

Cart Packageを活用し、さまざまな施策を実施しました。その結果、カゴ落ち率は導入前と比べて約10%も改善しました。実際に使ってみて、その効果の高さを実感しています。

大手アパレル企業 A社



# 財務情報

# 2021年9月期 第4四半期実績

## 2021年9月期 第4四半期ハイライト

1

新規顧客獲得・既存顧客拡大ともに順調にARRの積み上げに寄与

2

効率的なサーバー利用やアップセル・クロスセルにより、売上総利益率は引続き前期比高い水準で推移

3

2022年9月期以降の成長に向けた投資加速により販管費が増加し、第4四半期は営業赤字

ARR<sup>(1)</sup> / 前年同期比成長率

**5,807百万円** (2021/9月末時点) / **32.3%**

サブスクリプション売上高比率<sup>(2)</sup>

**94.9%** (2021/9期 4Q)

売上高 / 前年同期比成長率

**1,509百万円** (2021/9期 4Q) / **35.3%**

NRR<sup>(3)</sup>

**110.7%** (直近12ヶ月平均) / **111.7%** (直近3ヶ月平均)

売上総利益率

**73.5%** (2021/9期 4Q)

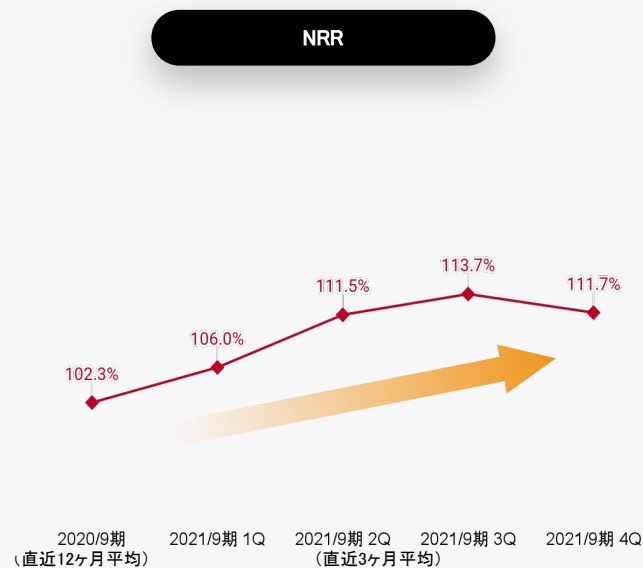
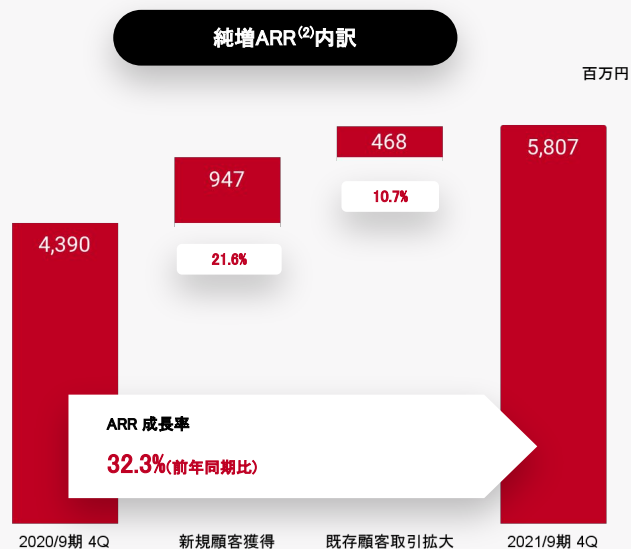
従業員数

**218人** (2021/9月末時点)



## ARR成長率及びNRRは良好な水準が継続

- ・ ARRの成長を新規顧客獲得と既存顧客取引拡大がともに牽引
- ・ NRR<sup>(1)</sup>は111.7%であり、良好な水準を維持

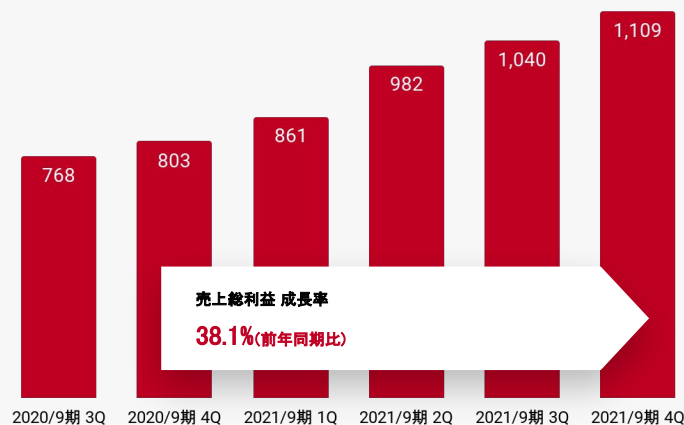


## 売上総利益率は引き続き前年同期水準を上回る

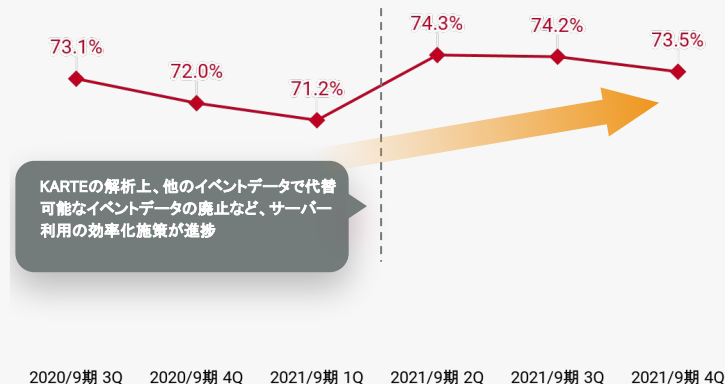
- 売上総利益率は、サーバー利用効率化の継続やアップセル・クロスセルの進捗により、引き続き前期比高い水準で推移

売上総利益

百万円



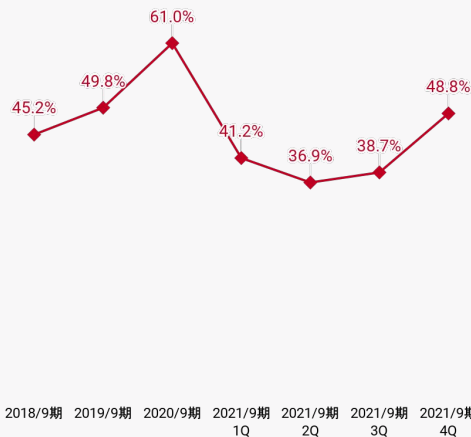
売上総利益率



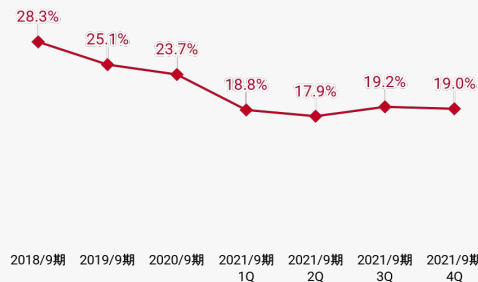
## 人員採用、マーケティング投資等の加速により、S&Mの対売上高比率が上昇

- 2022年9月期以降の成長に向けて人員採用、マーケティング投資等を加速させたことにより、第4四半期はS&Mが増加

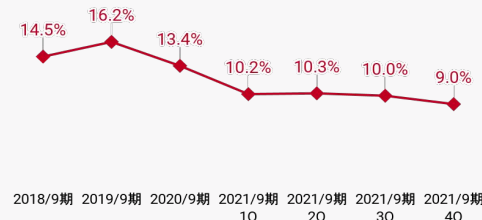
S&M<sup>(1)</sup>比率



R&D<sup>(2)</sup>比率



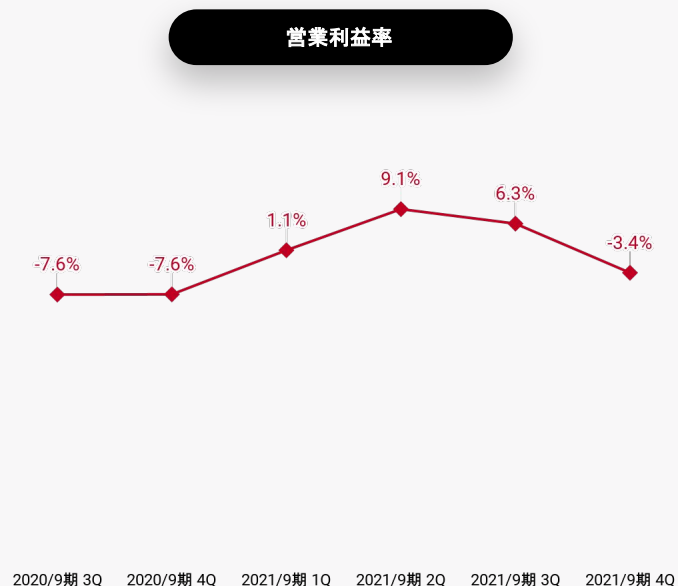
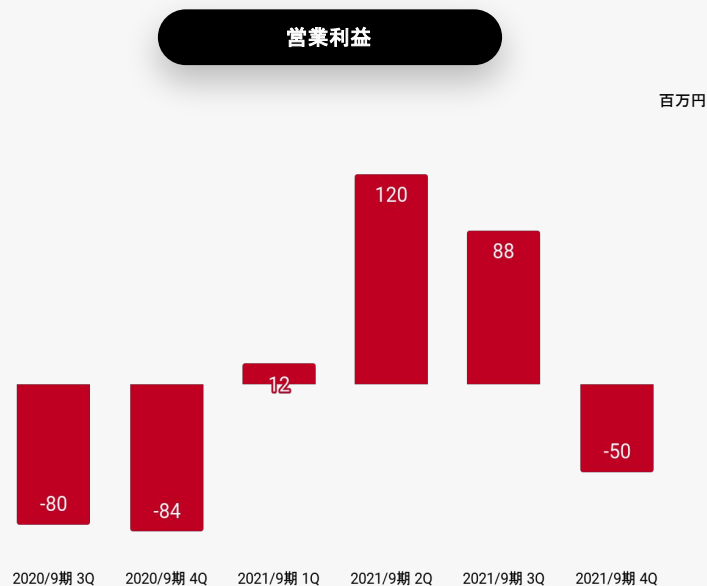
G&A<sup>(3)</sup>比率



(注) 1.S&Mは、主に営業・マーケティングに従事する従業員の人件費及び広告費、従業員数等により配賦される間接費と償却費等の営業活動に係る費用 / 2.R&Dは、主にエンジニア、プロダクト・デザインチームの従業員の人件費、従業員数等により配賦される間接費及び償却費 / 3.G&Aは、主に法務・財務・人事オペレーションに従事する従業員の人件費、従業員数等により配賦される間接費及び償却費

## 販管費の増加により、第4四半期は営業赤字

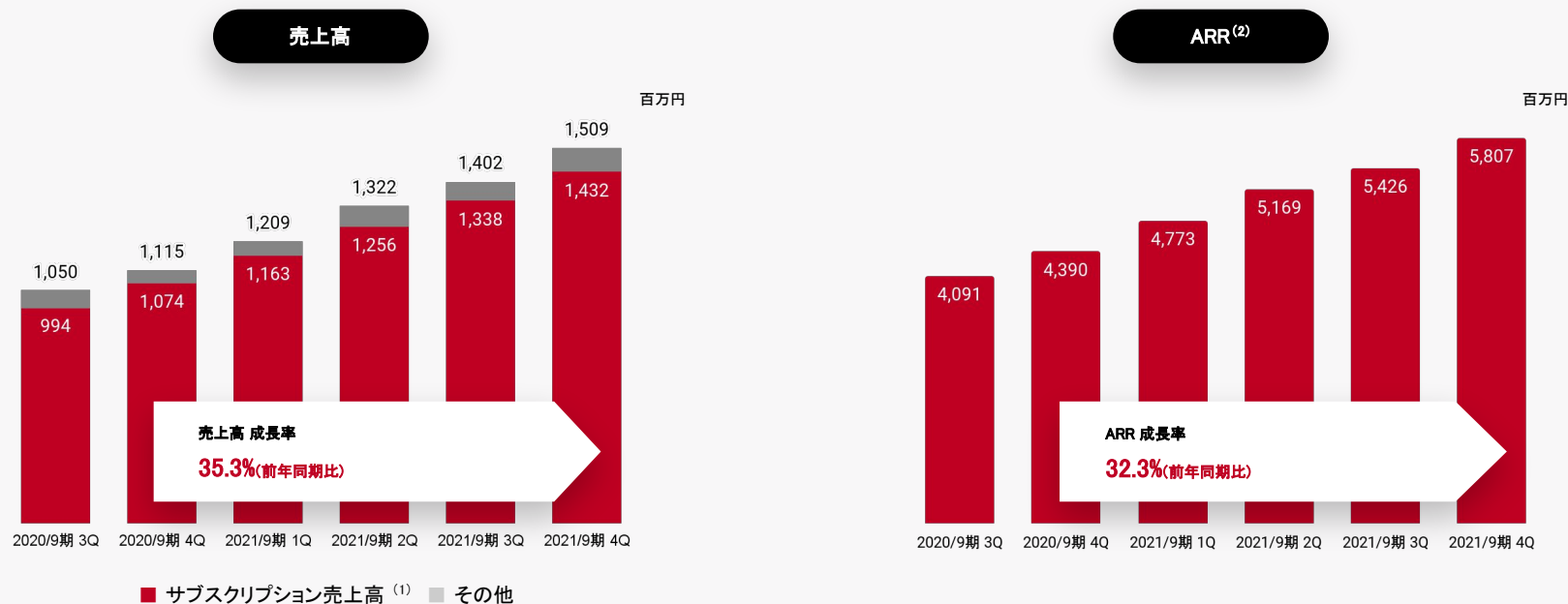
- ・ 売上総利益が増加した一方、販管費の増加により、第4四半期は営業赤字





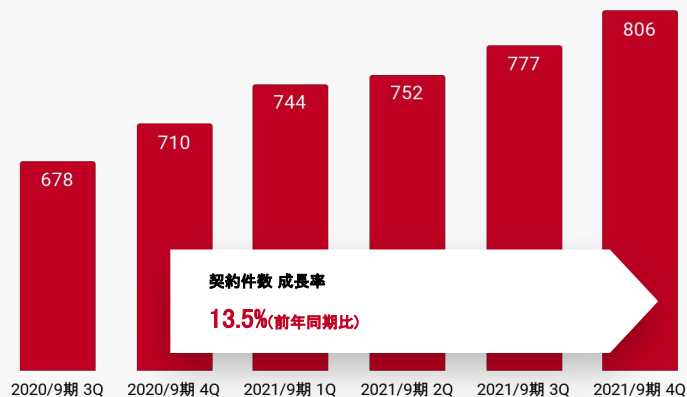
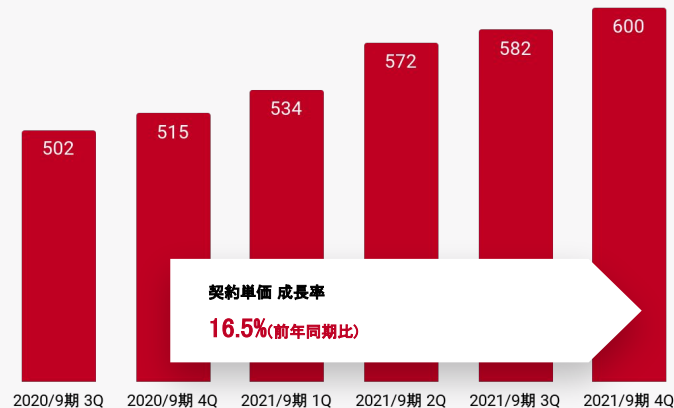
## 売上高及びARR

- ・ コロナ禍における、新規顧客獲得から既存顧客への戦略的シフトによりアップセル・クロスセルが拡大し、継続率も良好に推移



## 契約件数及び契約単価

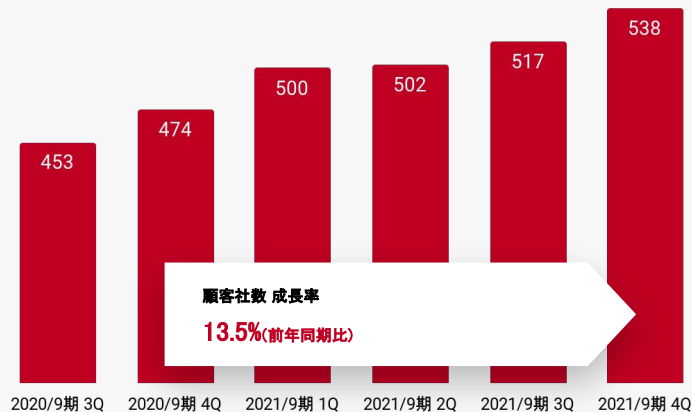
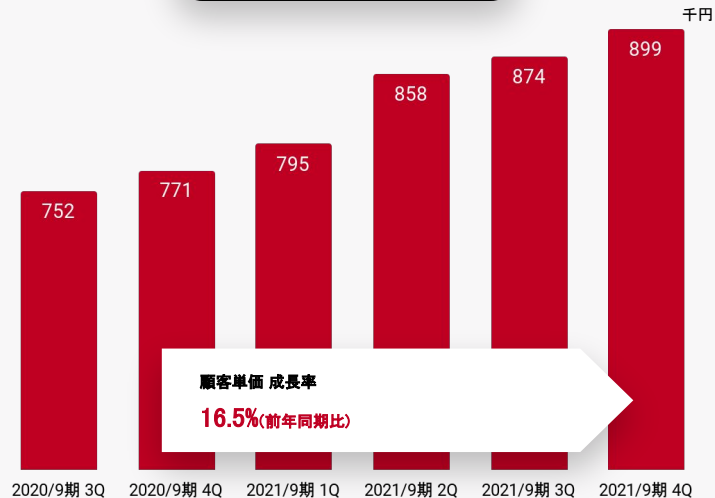
- ・ 契約件数・契約単価ともに順調に進捗
- ・ なお、KARTE Blocksのフリーミアムプランについては、契約件数に含まない

契約件数<sup>(1)</sup>契約単価<sup>(2)</sup>

千円

## 顧客社数及び顧客単価

- ・ 顧客社数・顧客単価ともに順調に進捗
- ・ なお、KARTE Blocksのフリーミアムプランについては、顧客社数に含まない

顧客社数<sup>(1)</sup>顧客単価<sup>(2)</sup>

損益計算書<sup>(1)</sup>(四半期)

(注) 1. 2021/9/28にEmotion Tech社の議決権の64%を取得。2021/9期においては、貸借対照表のみが連結対象となるが、2021/9期4Q会計期間において、損益計算書上でも段階取得差益等の連結調整が一部発生

| (百万円)        | 2021/9期 4Q | 2020/9期 4Q | YoY     | 2021/9期 3Q | QoQ     |
|--------------|------------|------------|---------|------------|---------|
| 売上高          | 1,509      | 1,115      | +35.3%  | 1,402      | +7.7%   |
| サブスクリプション売上高 | 1,432      | 1,074      | +33.3%  | 1,338      | +7.0%   |
| その他          | 77         | 40         | +88.7%  | 63         | +21.2%  |
| 売上原価         | 400        | 312        | +28.2%  | 362        | +10.6%  |
| 売上総利益        | 1,109      | 803        | +38.1%  | 1,040      | +6.6%   |
| 売上総利益率       | 73.5%      | 72.0%      | +1.5pt  | 74.2%      | ▲0.7pt  |
| 販売費及び一般管理費   | 1,160      | 888        | +30.6%  | 952        | +21.8%  |
| 対売上高比率       | 76.8%      | 79.6%      | ▲2.8pt  | 67.9%      | +8.9pt  |
| 広告宣伝費        | 208        | 113        | +84.4%  | 88         | +135.4% |
| 対売上高比率       | 13.8%      | 10.1%      | +3.7pt  | 6.3%       | +7.5pt  |
| 人件費          | 611        | 519        | +17.9%  | 568        | +7.6%   |
| 対売上高比率       | 40.5%      | 46.5%      | ▲6.0pt  | 40.5%      | ▲0.0pt  |
| 地代家賃         | 77         | 77         | -       | 77         | -       |
| 対売上高比率       | 5.1%       | 7.0%       | ▲1.8pt  | 5.5%       | ▲0.4pt  |
| 販売手数料        | 32         | 27         | +17.7%  | 30         | +6.9%   |
| 対売上高比率       | 2.1%       | 2.5%       | ▲0.3pt  | 2.2%       | ▲0.0pt  |
| その他          | 229        | 151        | +52.2%  | 187        | +22.7%  |
| 対売上高比率       | 15.2%      | +13.5%     | +1.7pt  | 13.4%      | +1.9pt  |
| 営業利益         | ▲50        | ▲84        | -       | 88         | -       |
| 営業利益率        | ▲3.4%      | ▲7.6%      | +4.2pt  | 6.3%       | ▲9.6pt  |
| 営業外収益        | 0          | 0          | +51.6%  | 1          | ▲30.2%  |
| 営業外費用        | 69         | 6          | +988.3% | 3          | -       |
| 上場関連費用       | -          | 2          | ▲100.0% | -          | -       |
| その他          | 69         | 4          | -       | 3          | -       |
| 経常利益         | ▲119       | ▲90        | -       | 85         | -       |
| 特別利益         | 75         | -          | -       | -          | -       |
| 段階取得に係る差益    | 75         | -          | -       | -          | -       |
| 当期純利益        | ▲47        | ▲91        | -       | 84         | -       |

損益計算書<sup>(1)</sup>(累計)

(注) 1. 2021/9/28にEmotion Tech社の議決権の64%を取得。2021/9期においては、貸借対照表のみが連結対象となるが、2021/9期4Q会計期間において、損益計算書上でも段階取得差益等の連結調整が一部発生

| (百万円)        | 2021/9期 | 2020/9期 | YoY     |
|--------------|---------|---------|---------|
| 売上高          | 5,444   | 4,007   | +35.9%  |
| サブスクリプション売上高 | 5,191   | 3,819   | +35.9%  |
| その他          | 253     | 188     | +34.7%  |
| 売上原価         | 1,451   | 1,153   | +25.9%  |
| 売上総利益        | 3,993   | 2,854   | +39.9%  |
| 売上総利益率       | 73.3%   | 71.2%   | +2.1pt  |
| 販売費及び一般管理費   | 3,822   | 3,934   | ▲2.8%   |
| 対売上高比率       | 70.2%   | 98.2%   | ▲27.9pt |
| 広告宣伝費        | 467     | 831     | ▲43.8%  |
| 対売上高比率       | 8.6%    | 20.7%   | ▲12.2pt |
| 人件費          | 2,240   | 1,895   | +18.2%  |
| 対売上高比率       | 41.2%   | 47.3%   | ▲6.1pt  |
| 地代家賃         | 310     | 310     | ▲0.1%   |
| 対売上高比率       | 5.7%    | 7.8%    | ▲2.1pt  |
| 販売手数料        | 116     | 98      | +18.6%  |
| 対売上高比率       | 2.1%    | 2.5%    | ▲0.3pt  |
| その他          | 687     | 797     | ▲13.9%  |
| 対売上高比率       | 12.6%   | 19.9%   | ▲7.3pt  |
| 営業利益         | 170     | ▲1,079  | -       |
| 営業利益率        | 3.1%    | ▲26.9%  | +30.1pt |
| 営業外収益        | 6       | 1       | +261.8% |
| 営業外費用        | 283     | 127     | +121.8% |
| 上場関連費用       | 200     | 107     | +85.9%  |
| その他          | 82      | 19      | +317.3% |
| 経常利益         | ▲105    | ▲1,205  | -       |
| 特別利益         | 75      | -       | -       |
| 段階取得に係る差益    | 75      | -       | -       |
| 特別損失         | 70      | -       | -       |
| 投資有価証券評価損    | 70      | -       | -       |
| 当期純利益        | ▲106    | ▲1,207  | -       |



## 販売費及び一般管理費内訳

| (百万円)  | 2018/9期 | 2019/9期 | 2020/9期 | 2021/9期<br>1Q | 2021/9期<br>2Q | 2021/9期<br>3Q | 2021/9期<br>4Q | 2021/9期 |
|--------|---------|---------|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------|
| S&M    | 720     | 1,463   | 2,443   | 497           | 488           | 542           | 737           | 2,266   |
| 対売上高比率 | 45.2%   | 49.8%   | 61.0%   | 41.2%         | 36.9%         | 38.7%         | 48.8%         | 41.6%   |
| R&D    | 451     | 738     | 951     | 227           | 237           | 269           | 286           | 1,020   |
| 対売上高比率 | 28.3%   | 25.1%   | 23.7%   | 18.8%         | 17.9%         | 19.2%         | 19.0%         | 18.7%   |
| G&A    | 230     | 475     | 538     | 123           | 135           | 140           | 136           | 535     |
| 対売上高比率 | 14.5%   | 16.2%   | 13.4%   | 10.2%         | 10.3%         | 10.0%         | 9.0%          | 9.8%    |

キャッシュ・フロー内訳<sup>(1)</sup>

| (百万円)            | 2018/9期 | 2019/9期 | 2020/9期 | 2021/9期 |
|------------------|---------|---------|---------|---------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▲80     | ▲623    | ▲1,012  | 410     |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲490    | 19      | ▲167    | ▲1,330  |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 2,498   | ▲183    | 1,897   | 2,999   |
| 現金及び現金同等物の増減額    | 1,927   | ▲787    | 717     | 2,080   |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 2,161   | 1,374   | 2,091   | 4,172   |

(注) 1. 2021/9/28にEmotion Tech社の議決権の64%を取得。右表については、2020/9期以前は単体、2021/9期のみ連結

貸借対照表<sup>(1)</sup>

| (百万円)     | 2018/9期 | 2019/9期 | 2020/9期 | 2021/9期 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|
| 流動資産合計    | 2,463   | 1,892   | 2,642   | 4,956   |
| 現金及び預金    | 2,161   | 1,374   | 2,091   | 4,172   |
| 受取手形及び売掛金 | 232     | 368     | 475     | 645     |
| その他       | 69      | 149     | 75      | 138     |
| 固定資産合計    | 494     | 309     | 426     | 2,027   |
| 流動負債合計    | 519     | 615     | 1,084   | 1,640   |
| 固定負債合計    | 508     | 397     | 380     | 390     |
| 純資産合計     | 1,929   | 1,188   | 1,604   | 4,953   |

(注) 1. 2021/9/28にEmotion Tech社の議決権の64%を取得。右表については、2020/9期以前は単体、2021/9期のみ連結

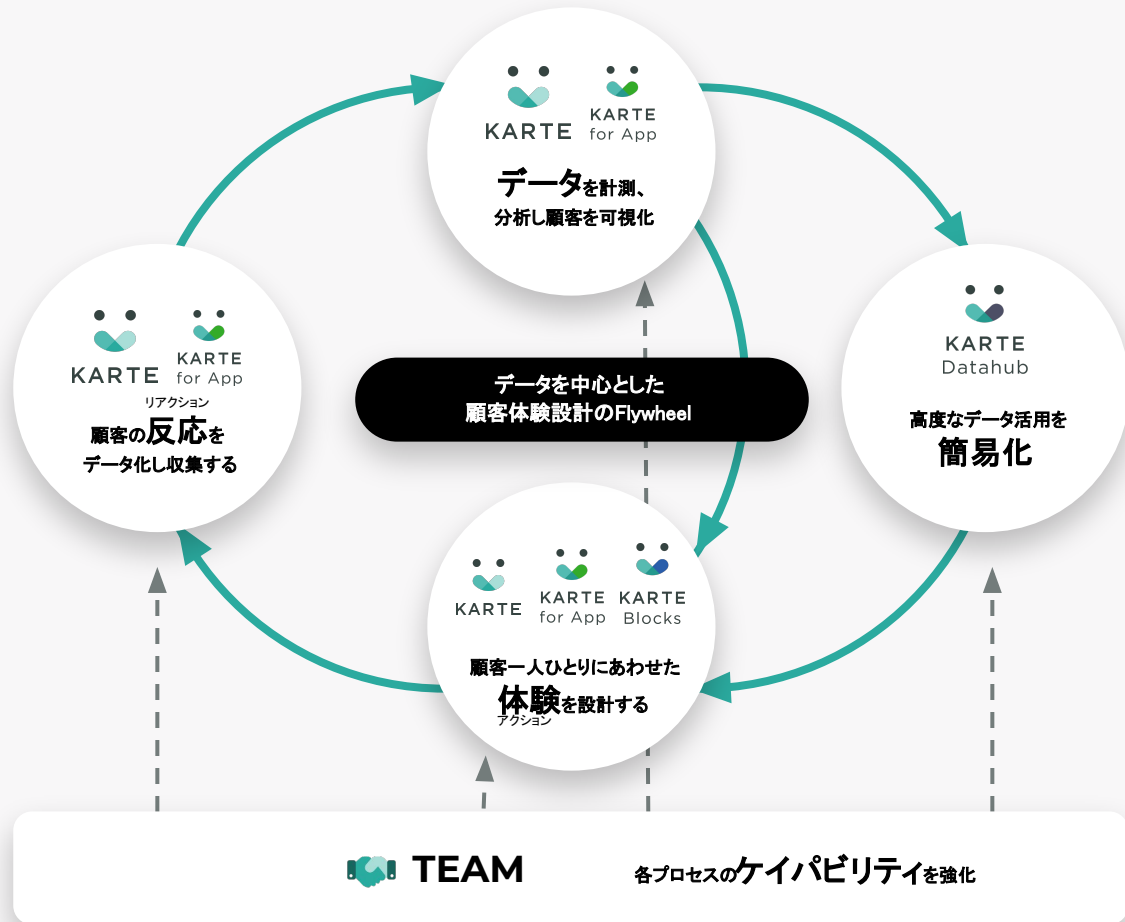


# 会社概要

## カスタマーデータを中心とした 顧客体験設計支援に注力

顧客体験価値向上は、データの計測・統合・分析と、分析を通じた顧客の可視化・解像度向上、顧客一人ひとりに合わせた体験設計、リアクション収集の循環により実現する

プレイドは各プロセスに対してプロダクトやサービスを提供している



## CXプラットフォームが持つ潜在的な市場規模

日本のウェブサイトのうち、現在の価格・サービス体系において特にKARTEの導入可能性がある30,000UU以上のウェブサイトは約19,100件<sup>(1)</sup>あり、今後も顧客基盤の拡大余地があるものと考えている

また、スマートフォンアプリ市場におけるKARTE for Appの拡大余地はこれに含まれていないため、KARTE for Appを含む潜在的な市場規模はさらに大きいと考えている

30,000UU以上の

ウェブサイト

ウェブサイト数: 19.1千件



(注) 1. 2019年2月時点のSimilar Web社のデータに基づく、30,000UU以上の日本のウェブサイト数であり、30,000UU以上のウェブサイトを現在の価格・サービス体系においてKARTEの導入可能性のあるウェブサイトとして定義

## 対象・関連市場の規模とポテンシャル

### 当社が属する市場と関連市場の規模

BtoC EC + BtoB 小売 EC (1)

21.3兆円

オンライン広告 (2)

2.1兆円

デジタルマーケティング (3)

4,189億円

日本における  
CRMソフトウェア (4)

2,270億円

世界におけるCRMソフトウェア (4)

6.1兆円

### 各国のクラウドCRM Softwareへの投資額比較(5)

DXの拡大による  
成長余地

0.19

0.60

1.00

(注) 為替レートはUSD/JPY=109.02を利用 1. 経済産業省「令和元年度電子商取引市場調査結果」/ 2. 電通「2019年 日本の広告費」/ 3. IDC「国内デジタルマーケティング関連サービス市場 セグメント別/産業分野別予測、2020年～2024年」/ 4. 上図はGartnerリサーチを基にブレイド社にて作成。Gartner, "Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update " 30 Sep 2020. Market size of customer experience and relationship management excluding digital commerce market in 2019. / 5. 上図のグラフはGartnerリサーチを基にブレイド社にて作成。Source: Gartner, "Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update", Neha Gupta, et al., 30 Sep 2020, CRMソフトウェアの市場規模 (Gartner)/上場企業の広告宣伝費の総額 (Capital IQで取得できる数字)にて算出。なお、CRMソフトウェアの市場規模には上場企業と未上場企業の両方の市場が含まれているが広告宣伝費には未上場企業の数字を含まない。また、各国のクラウド投資額比較については米国を1.00として各国の数値を標準化して算出

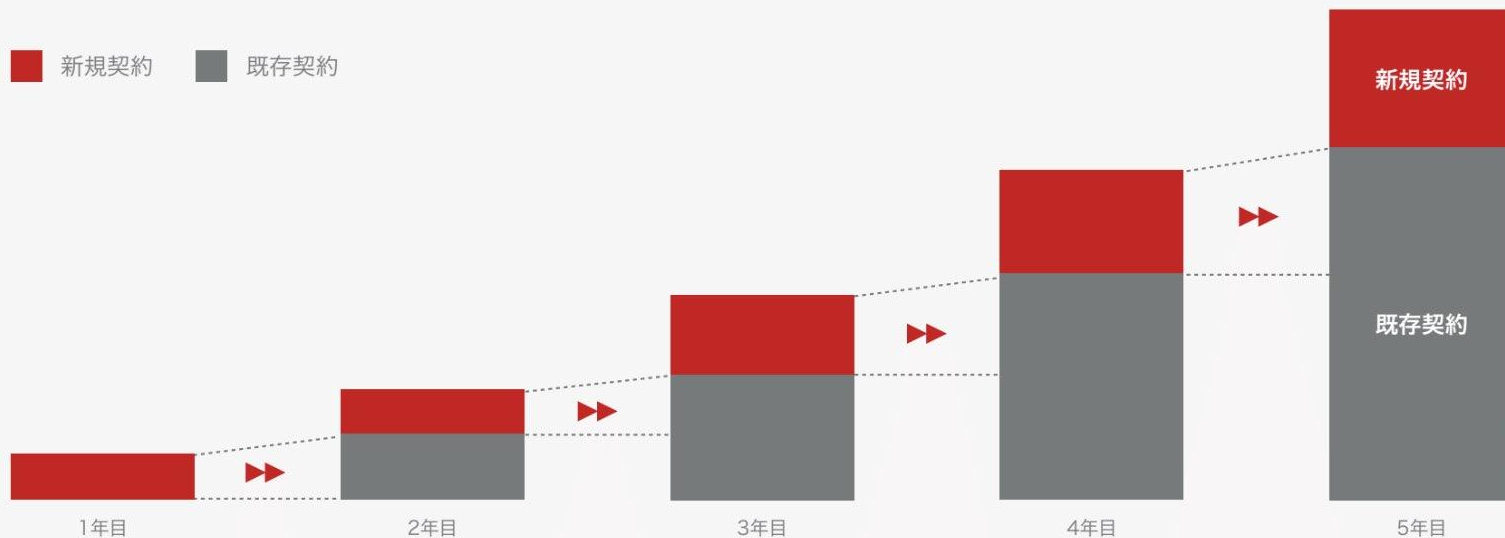
## デジタルマーケティングのパラダイムシフト



サービスの構築や集客のフェーズから、**顧客に価値を伝える**フェーズにシフトしている

## 契約高が積み上がるサブスクリプションモデル

- 新規契約が翌年度の売上高拡大に貢献し、継続契約が蓄積することで収益が安定
- 継続契約の場合にもオプションの追加販売などで継続契約の単価に貢献可能



## セキュリティ・プライバシー保護等

当社が事業で扱う情報資産は企業の貴重な情報であり、これを保護するためのセキュリティ及びプライバシー・個人情報保護等への取り組みは極めて重要であるとの認識の下、当社では各種対応を行っている。現在では大手金融機関等をはじめとした多くの企業に当社サービスをご利用いただいている

### セキュリティ

#### 認証

ISMS (ISO27001)、クラウドセキュリティ認証 (ISO27017) 等、複数の認証を取得

#### 暗号化

KARTEとの通信はhttps (TLS1.3)を用いており、全て暗号化

#### 権限設定

KARTEではユーザーごとに細かく権限設定を行うことが可能

#### SLA

KARTEでは99.5%の稼働率をSLAとして設定

#### 自動テスト

マルチブラウザテストを含む数時間以上の自動テストに加え、人の目によるマニュアルテストも実施

#### オートスケーल

負荷に応じて自動でサーバー数が追加され、常に安定した状態で稼働



CLOUD 688345 / ISO 27017



IS 923929 / ISO 27001

#### 冗長化

原則として全てのサーバーを冗長化し、耐障害性を高めている

#### オペレーション

デプロイ・サーバー操作など日々のオペレーションをコマンド等により自動化することで、ヒューマンエラーを排除

#### 監視

クラウドを含めたインスタンス・データベースなどのコンポーネントは全て監視され、異常があれば即時に対応できるフローを用意

### プライバシー・個人情報保護



17002437(01)

#### 認証

プライバシーマークを取得済み

#### パーミッションの自由度

KARTEへ送信するデータはお客様のプライバシーポリシーに合わせた自由な設計が可能

#### お客様への注意喚起等

お客様に対して、プライバシー・個人情報保護への取り組みについて注意喚起し、ご同意いただく等、法律の要請を超えた対応を行っている

#### オプトアウト

トラッキングの停止を希望するエンドユーザー向けにオプトアウトのページを設け、周知に努めている

**サービスとユーザーの関係性に最も通ずるプロダクトを作り、  
世界中の創造性と生産性を向上させる**

