



# 会社説明資料

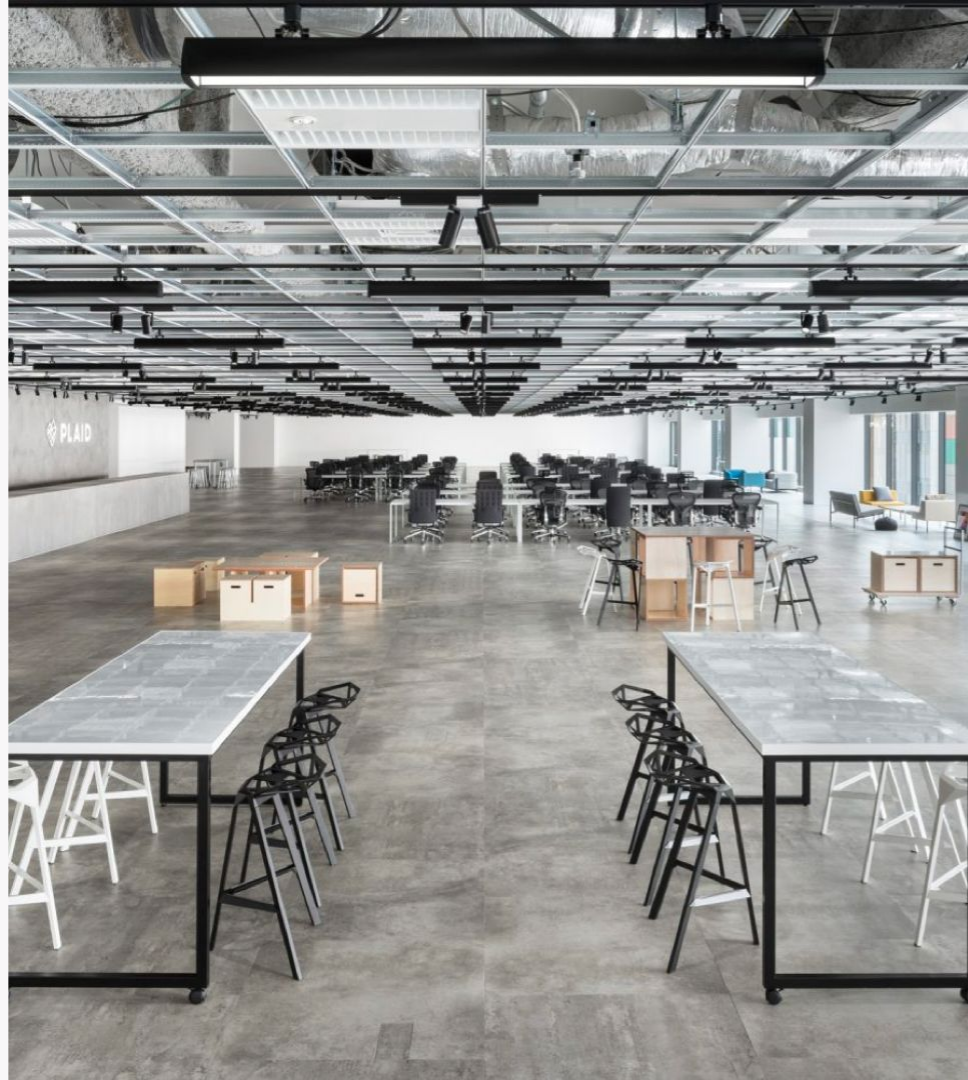
株式会社プレイド(グロース:4165) | 2022年7月

## 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&成長戦略**
2. 2022年9月期 第2四半期実績
3. 2022年9月期 通期業績予想
4. ビジネスアップデート
5. 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 <sup>(連結)</sup> | 326名(2022年3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



## 提供プロダクト



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  
解析結果に応じた自由自在な  
アクション(顧客体験設計)を実現



## 主なプロダクト / サービスラインナップ -1

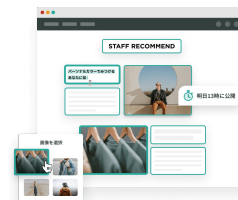
### プロダクト / サービス



KARTE /  
KARTE for App



KARTE Datahub



KARTE Blocks

### 概要

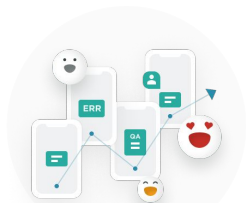
独自のリアルタイム解析エンジンにより、顧客一人ひとりの「今」を可視化。解析結果に応じたアクション(体験)の自由自在な設計が可能

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

## 主なプロダクト / サービスラインナップ -2

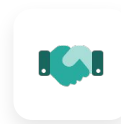
### プロダクト / サービス



KARTE Entry Series



EmotionTech CX/EX



TEAM /  
STUDIO ZERO

### 概要

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活用した各種の目的別パッケージソリューション。第1弾として、EC事業者向けにカート体験を改善する「Cart Package」の提供を開始

NPS<sup>®</sup><sup>(1)</sup>や顧客満足度をはじめとした、顧客の声(感情データ)を収集・計測・分析するシステム及びコンサルティングサービス。2021年9月よりグループ参画したEmotion Tech社が提供

KARTEの活用支援やCX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。2021年4月、事業開発フェーズにおけるデータ活用に特化した事業開発組織「STUDIO ZERO」を立ち上げ

## 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

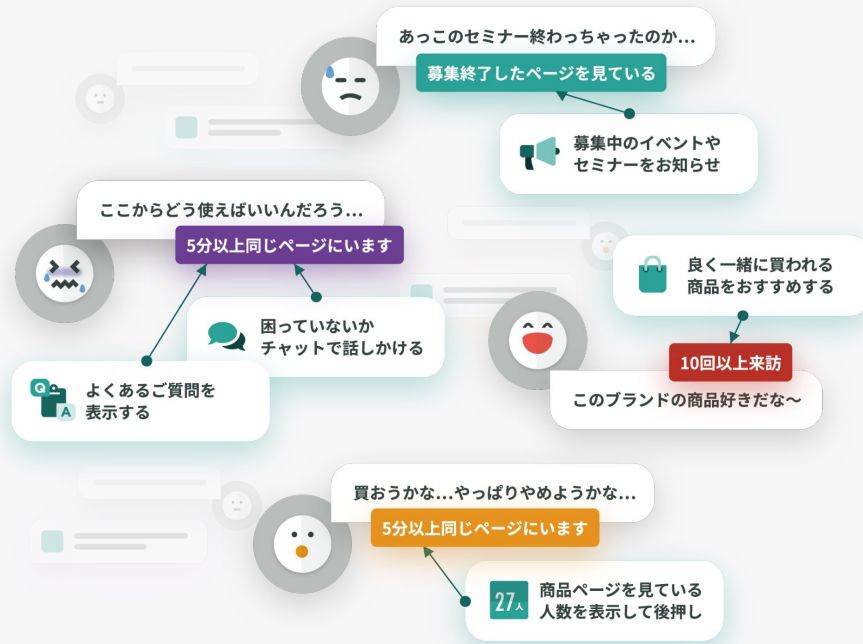
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



## 特徴2

### リアルタイム解析基盤

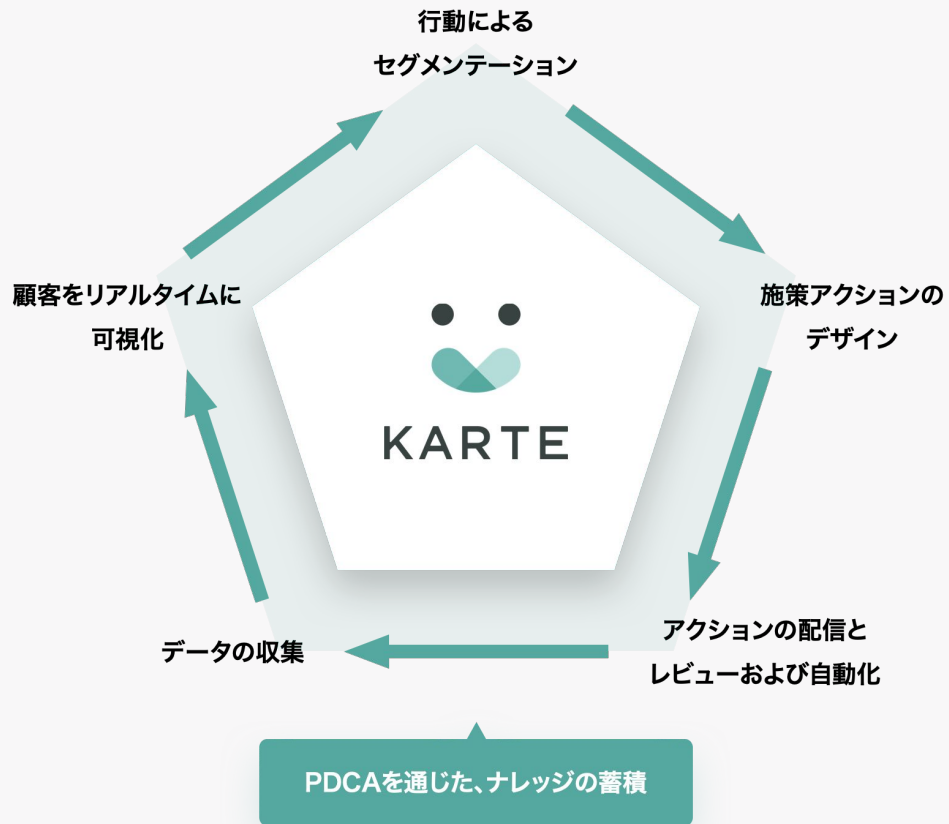
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



### 特徴3

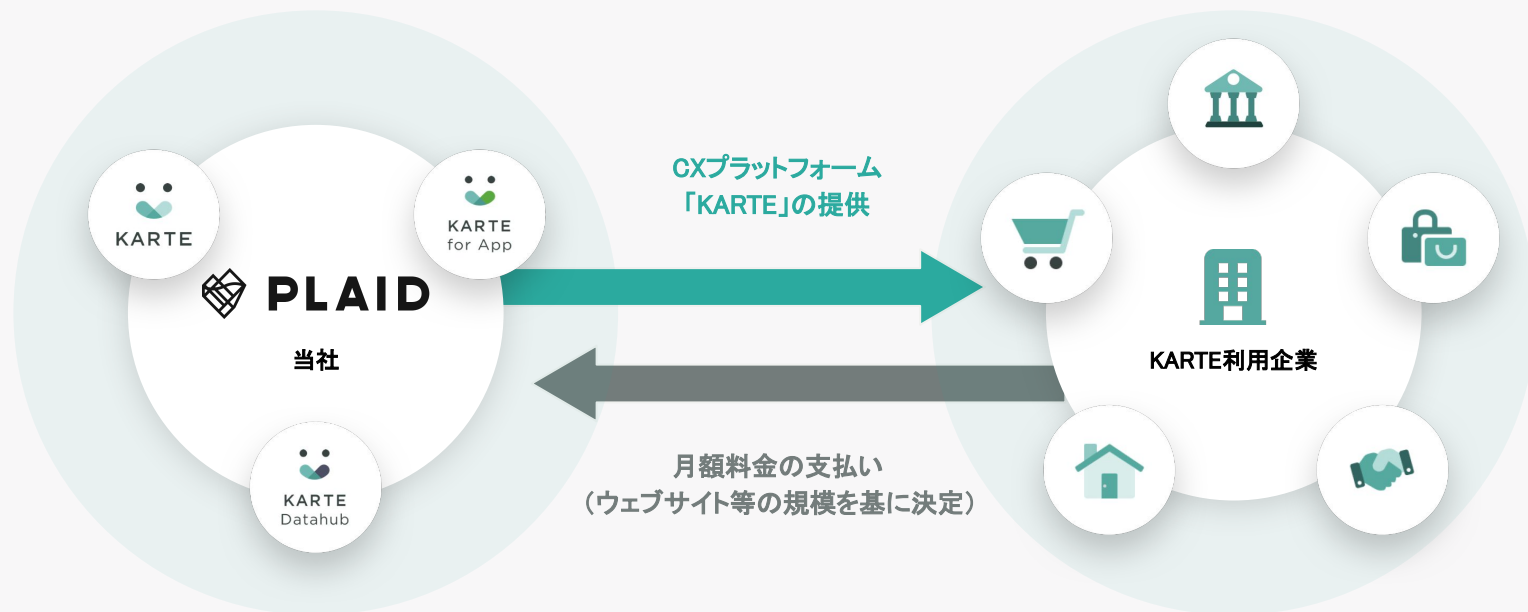
## ワンストップで施策実行

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

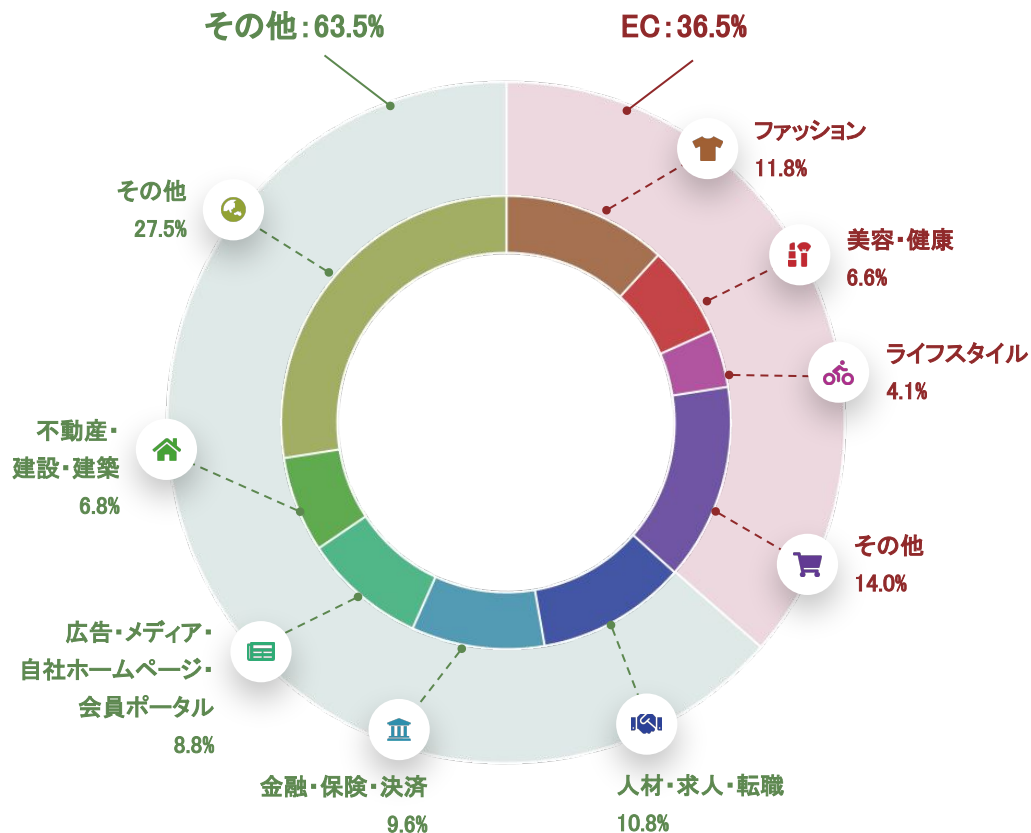


## ビジネスモデル

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>



# 成長戦略

# 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。

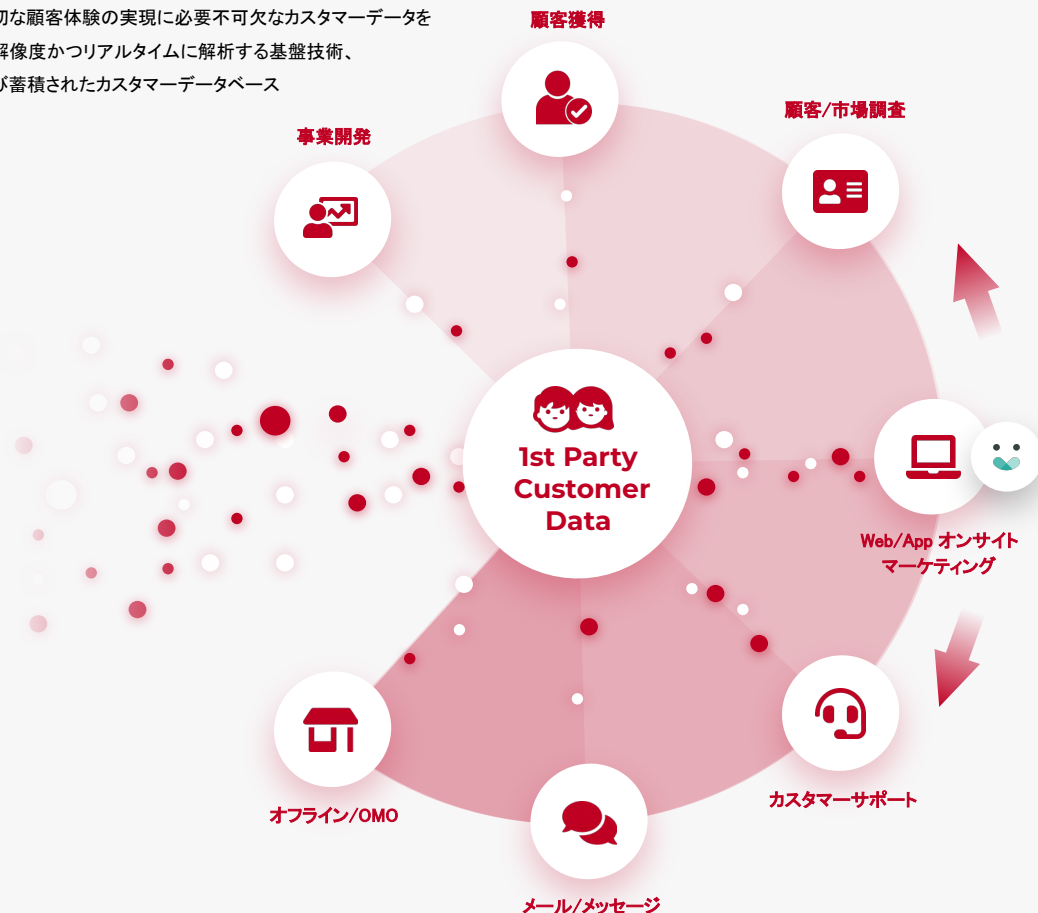
## 顧客中心の企業活動を カスタマーデータの 活用支援を通じて実現する

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



## カスタマーデータ解析規模

- ・ 2022年3月の解析MAU<sup>(1)</sup>数は6億人を超え、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

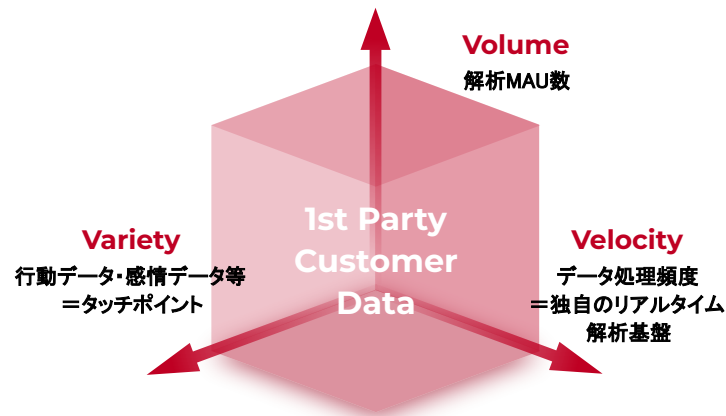
百万MAU <sup>(2)(3)</sup>

### 解析MAU数の推移

**6億人超**  
(2022/3月)

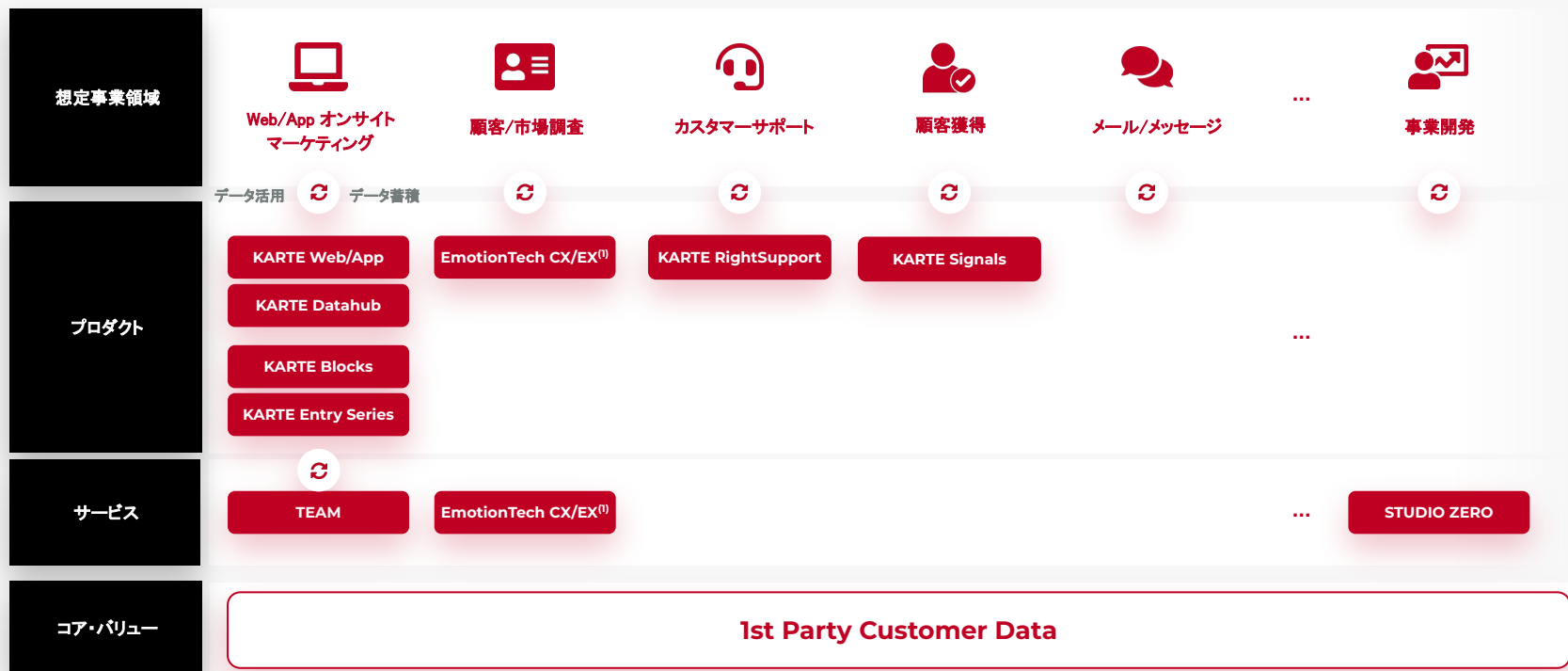


### 顧客中心の企業活動支援に必要なデータ環境



## 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
- カスタマーサポート領域、顧客獲得領域において、 $\beta$  版プロダクトでの検証を開始



1. 会社概要&成長戦略
2. **2022年9月期 第2四半期実績**
3. 2022年9月期 通期業績予想
4. ビジネスアップデート
5. Appendix



## 2022年9月期 第2四半期連結実績ハイライト

- 1 売上高は、第1四半期から続く非リカーリング収益の貢献もあり、前年同期比40.3%の高成長を達成
- 2 売上総利益率は、新解析基盤への移行等により通期業績予想の水準を大幅に上回って推移
- 3 売上成長及び売上総利益率向上の一方で、販管費が微増に留まったため、営業赤字幅は前四半期比で抑制

売上高 / 前年同期比成長率:連結

**1,856百万円** (2022/9期 2Q) / **40.3%**

顧客社数<sup>(2)</sup>:連結

**699** (2022/3月末時点)

ARR<sup>(1)</sup> / 前年同期比成長率:連結

**6,637百万円** (2022/3月末時点) / **28.4%**

NRR<sup>(3)</sup>:単体

**107.6%** (直近3ヶ月平均)

売上総利益率:連結 / 単体

**73.5% / 73.6%** (2022/9期 2Q)

従業員数:連結 / 単体

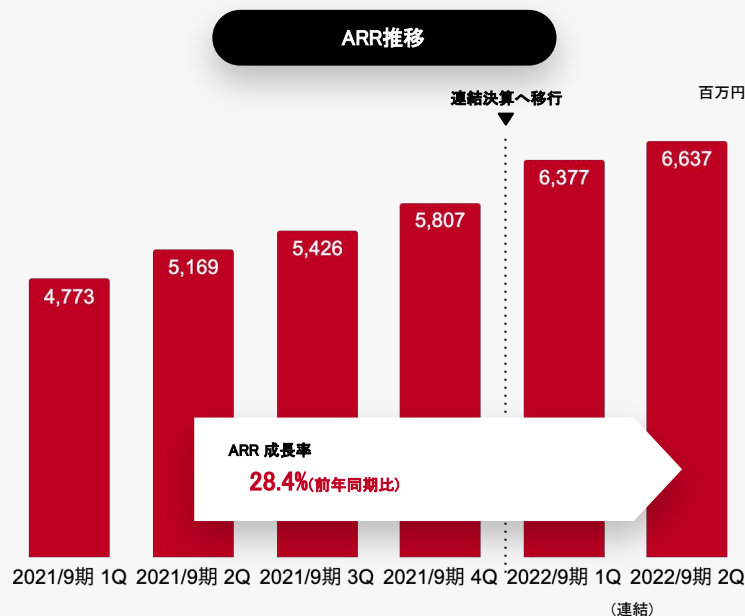
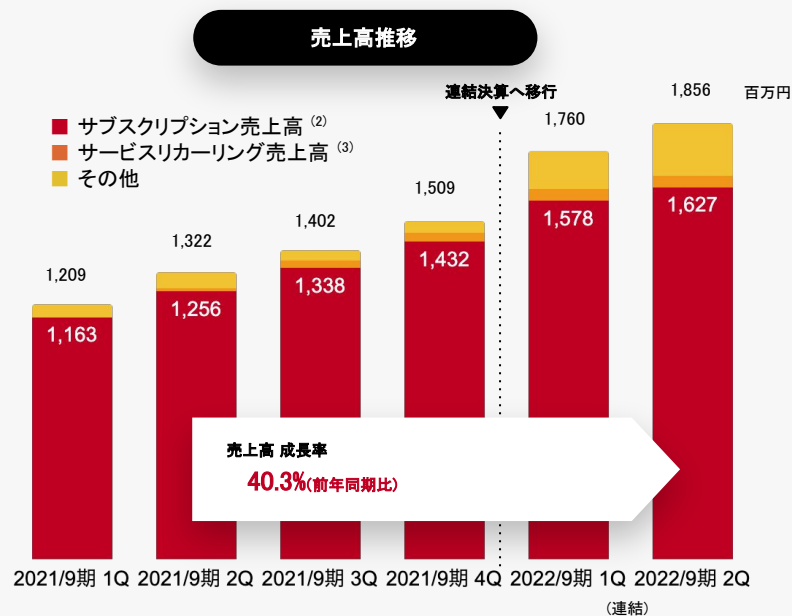
**326人 / 269人** (2022/3月末時点)



# 財務実績 - 連結 -

## 売上高・ARRともに高成長を継続

- ・ リカーリング収益の積み上げに加えて、非リカーリング収益の貢献もあり、売上高は連結ベースで前年同期比40.3%成長
- ・ 連結ベースのARR(1)は前四半期末比2.6億円を積み上げ、66億円の着地



## 通期業績予想に対する売上高の進捗率は、前年同期と同水準で推移

### 2022年9月期 2Q実績 売上高

3,616百万円

46.2%  
～48.7%

通期業績予想<sup>(1)</sup>  
(上限) 7,828百万円  
(下限) 7,419百万円

### 2021年9月期 2Q実績 売上高

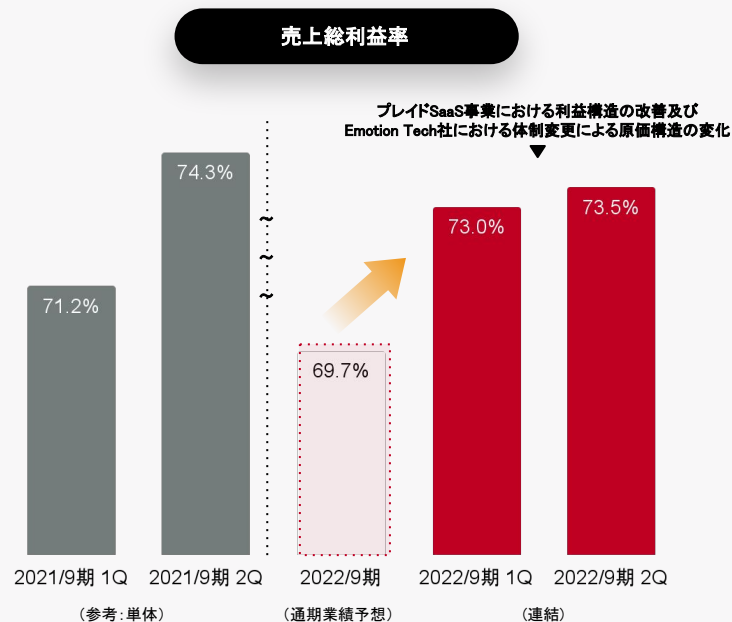
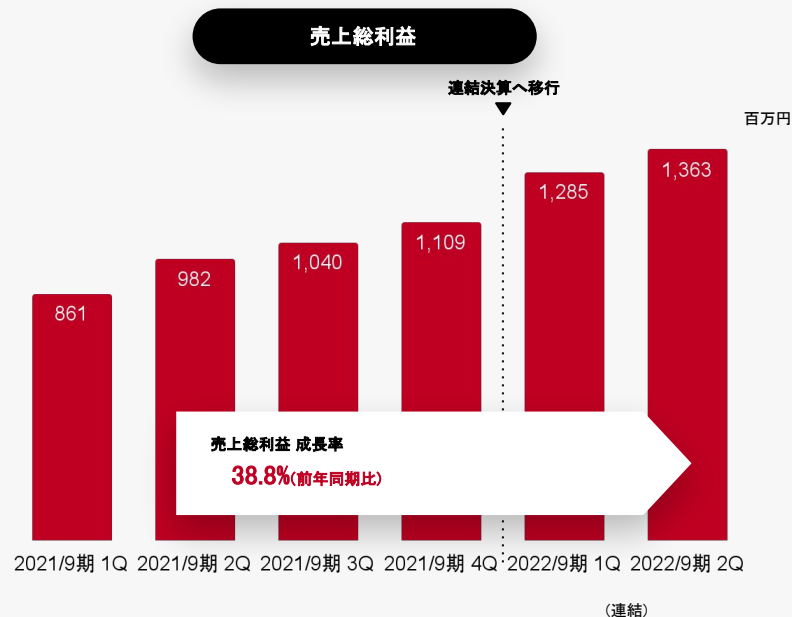
2,532百万円

46.5%

通期実績  
5,444百万円

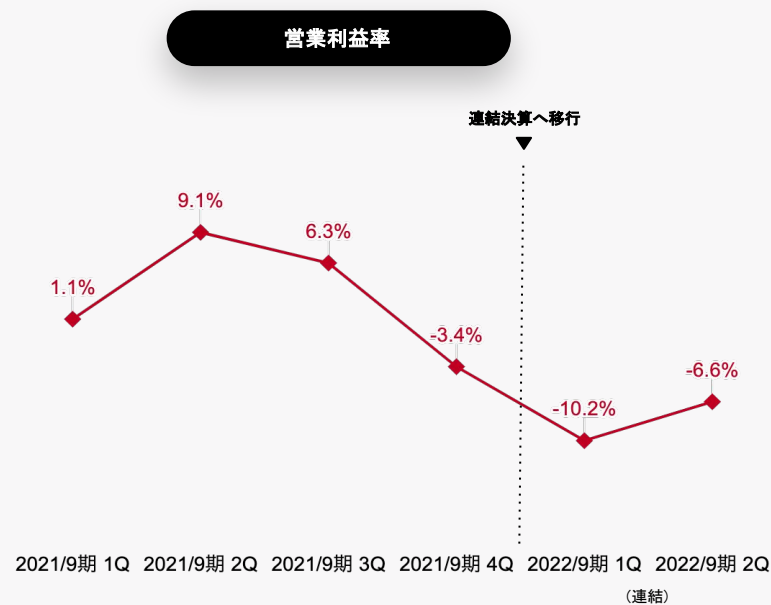
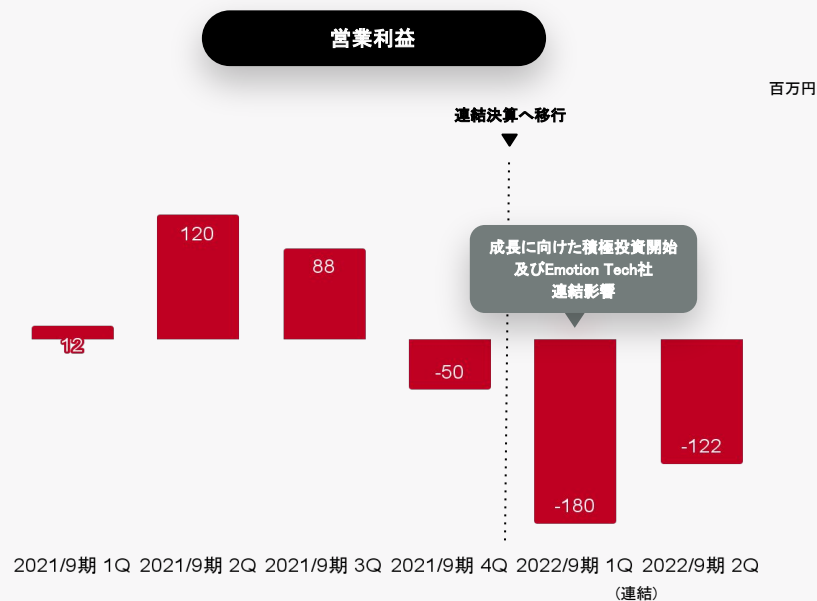
## 売上総利益は高い成長率を継続

- ・ 売上総利益は前期比38.8%で成長
- ・ 当四半期の売上総利益率は73.5%であり、通期業績予想の水準である69.7%を大幅に上回る



## 営業赤字幅は前四半期比で抑制

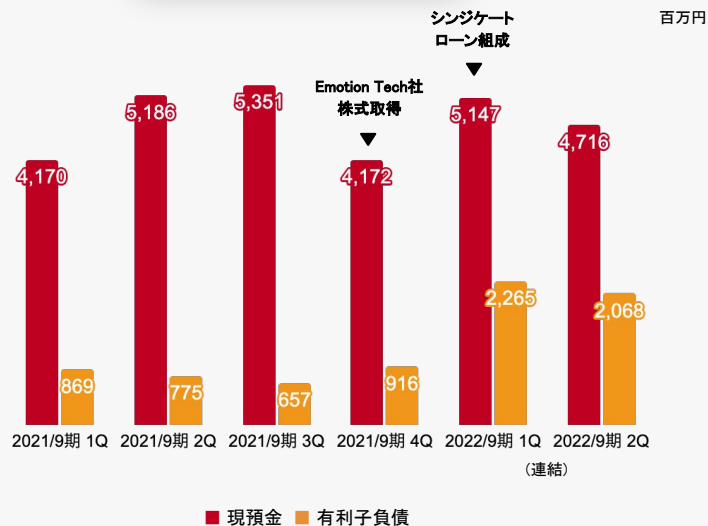
- 売上成長及び売上総利益率向上の一方で、販管費が微増に留まったため、営業赤字幅は前四半期比で抑制



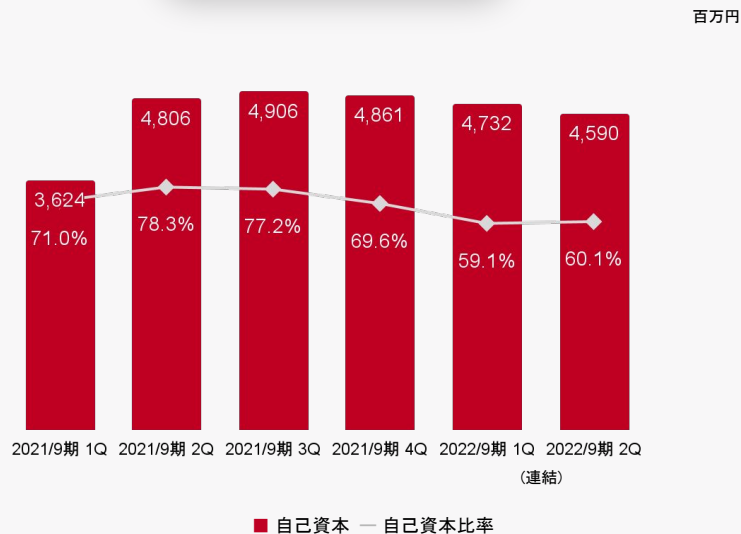
## 安全性の高いバランスシート

- 当四半期末時点でネットキャッシュ約25億円と5億円のコミットメント枠を保有しており、引き続き健全な水準

現預金及び有利子負債



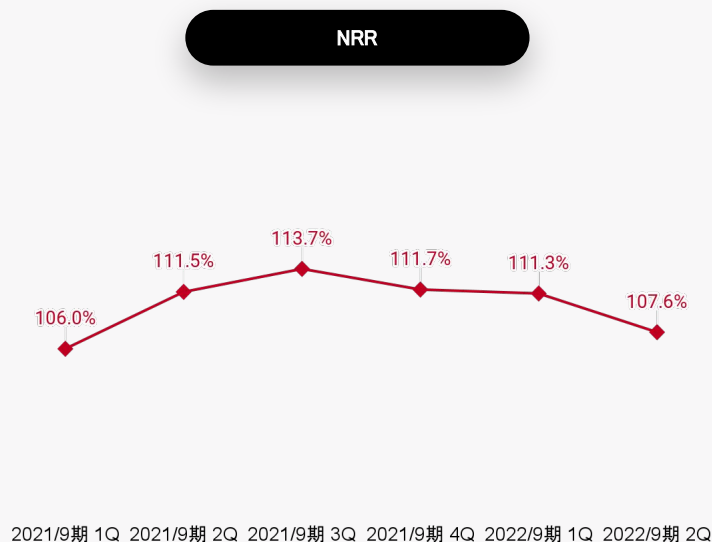
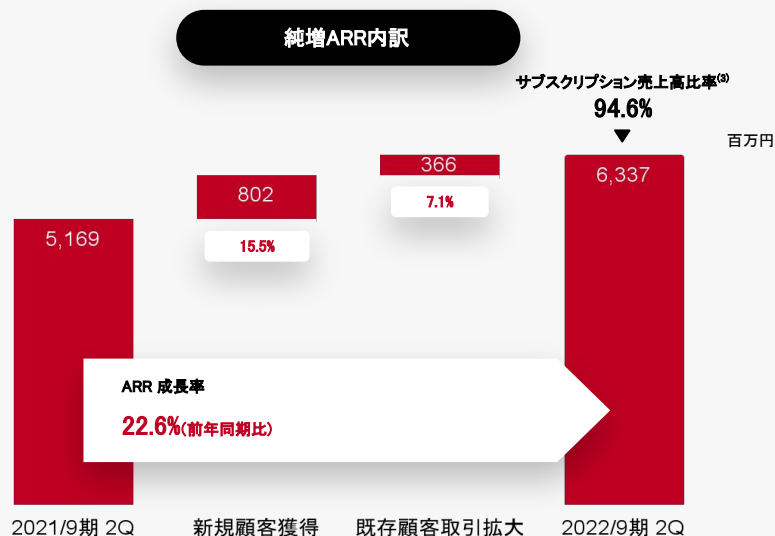
ご参考: 自己資本



# 財務実績 – プレイド単体 –

## ARR成長率・NRRが前四半期比で鈍化

- 新規顧客獲得と既存顧客取引拡大ともにARR<sup>(1)</sup>成長を牽引しているが、前四半期比で両指標ともに鈍化（背景はP.26以降ご参照）
- NRR<sup>(2)</sup>は107.6%であり、前四半期比では低い水準となっている

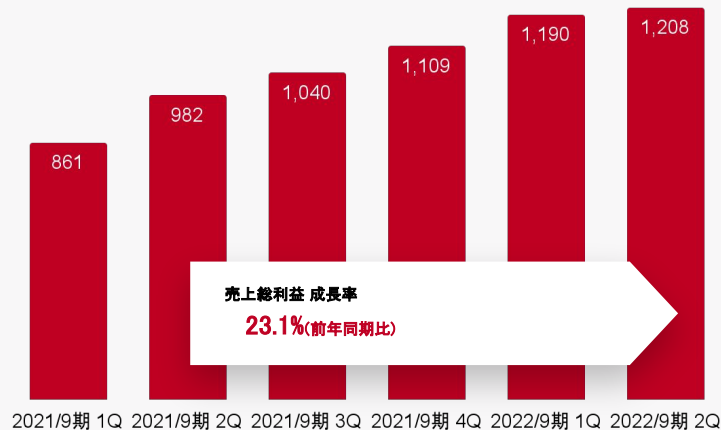


## 売上総利益率は前四半期比低下も、引き続き高水準を維持

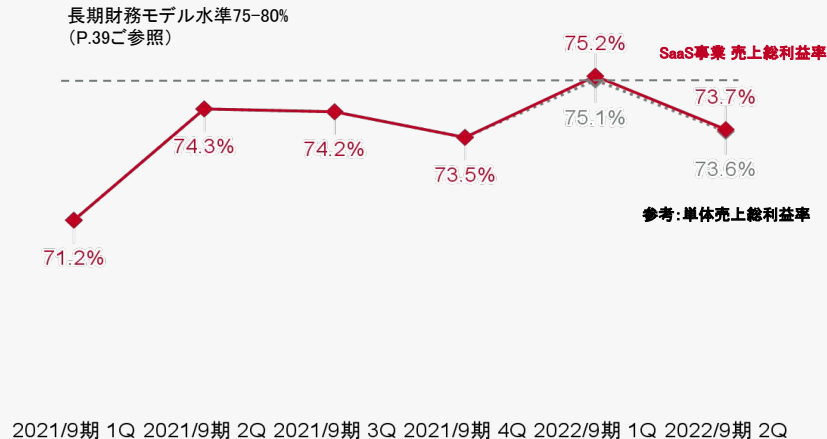
- ・ SaaS事業の売上総利益率は73.7%
- ・ 前四半期比1.5pt低下のうち約0.5ptが円安に伴うサーバーコスト増加である他、新解析基盤への移行に伴う一時的なサーバー利用増加も影響
- ・ 新解析基盤への移行は2022年9月期第3四半期までに概ね完了の見込

売上総利益

百万円



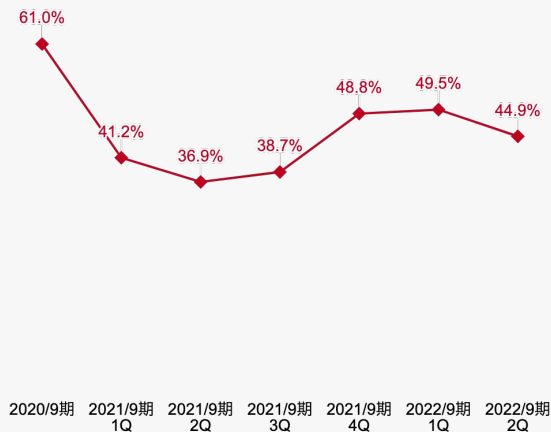
SaaS事業 売上総利益率



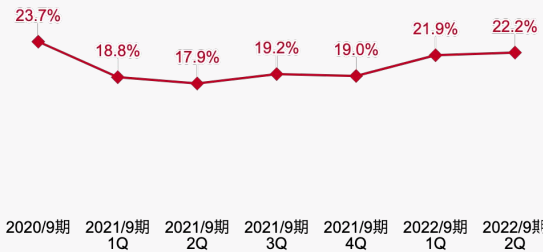
## 人材獲得を中心とする成長投資を実施

- ・ ビジネスメンバーの採用が加速した一方、前四半期比マーケティングに係るコンテンツ制作等が減少し、S&M比率は下落
- ・ エンジニア・デザイナーの採用も順調に進んでおり、R&D比率は遡増

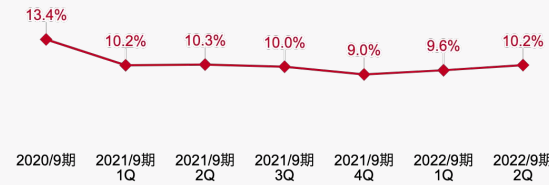
S&M<sup>(1)</sup>比率



R&D<sup>(2)</sup>比率

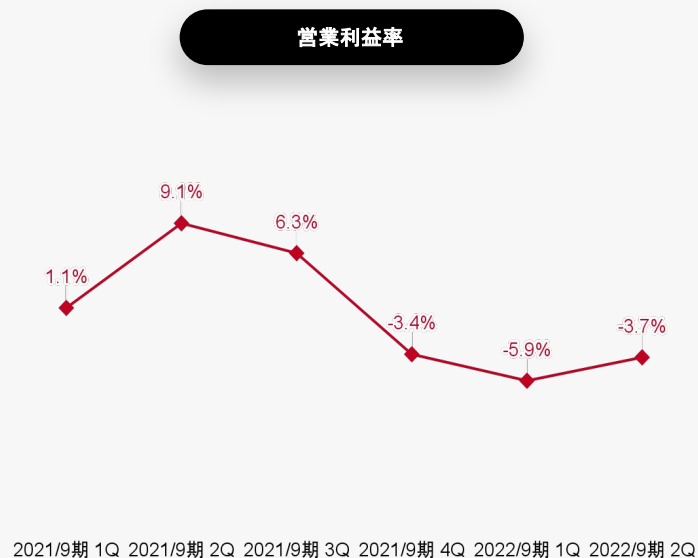
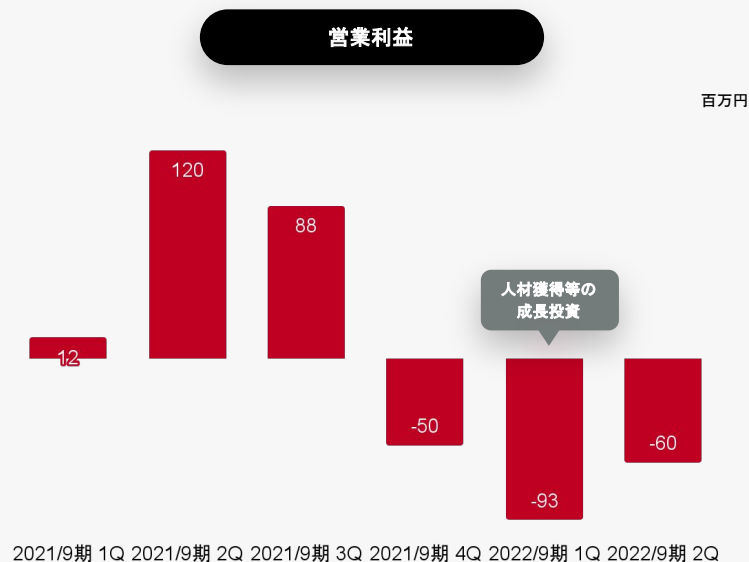


G&A<sup>(3)</sup>比率



## 営業赤字幅は前四半期比で抑制

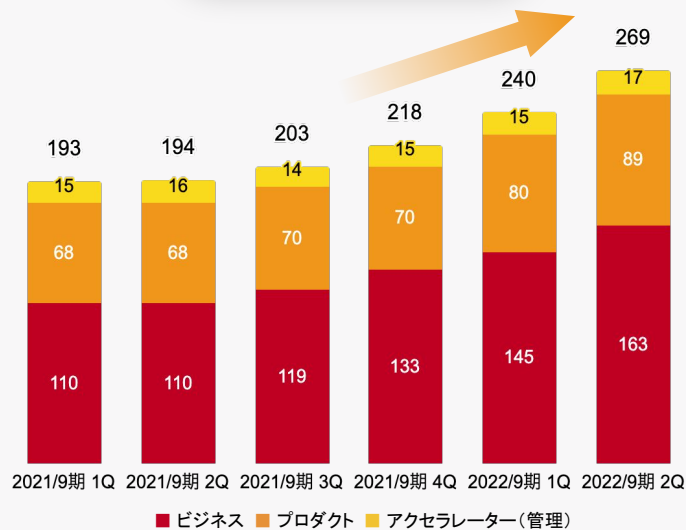
- ・ 売上総利益増加の一方、マーケティング投資の再プランニング等に伴う販管費減少により、営業赤字幅は前四半期比で抑制



## 人材獲得は期初計画通り順調に進捗

- ・ 2021年9月期第3四半期から再開した人材獲得は概ね順調に進捗
- ・ 従業員一人あたりARRは徐々に低下

従業員数推移



従業員一人あたりARR



1. 会社概要&成長戦略
2. 2022年9月期 第2四半期実績
3. **2022年9月期 通期業績予想**
4. ビジネスアップデート
5. Appendix



## 2022年9月期通期連結業績予想を下方修正

- ・新規顧客の獲得並びに既存顧客の取引拡大及び継続率が期初の想定を下回る水準となり、当社単体のサブスクリプション売上高を中心に、当初計画を下回る見込み(単体状況に関する詳細説明はP26ご参照)
- ・上記の一方で、新解析基盤への移行等による売上総利益率の改善や、マーケティング投資等の再プランニングによる販管費の減少により、営業利益は当初の計画を上回る見込み

| (百万円)  | 前回発表          | 今回発表   | 増減額       | 増減率         | 前期実績  |
|--------|---------------|--------|-----------|-------------|-------|
| 売上高    | 7,419～7,828   | 7,186  | ▲641～▲232 | ▲8.2%～▲3.1% | 5,444 |
| 対前期増減率 | +36.3%～+43.8% | 32.0%  | —         | —           | —     |
| 売上総利益  | 5,169～5,454   | 5,233  | ▲220～+64  | ▲4.0%～+1.2% | 3,993 |
| 売上総利益率 | 69.7%         | 72.8%  | +3.1pt    | —           | 73.3% |
| 販管費    | 6,734～6,797   | 6,477  | ▲257～▲320 | ▲4.7%～▲3.8% | 3,822 |
| 営業利益   | ▲1,565～▲1,343 | ▲1,213 | +130～+351 | —           | 170   |

1. 会社概要&成長戦略
2. 2022年9月期 第2四半期実績
3. 2022年9月期 通期業績予想
4. **ビジネスアップデート**
5. Appendix



## プレイド単体業績に関する課題と対応方針

- ・ 各種対応の推進を通じて、早期の成長力強化を目指す

|          | 課題                                                                                                                                                | 主な対応方針                                                                                                                                                                       |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 新規顧客獲得   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 顧客成熟度の多様化に伴う、プロダクト提供に留まらない導入/運用支援を含めた統合的サービスの必要性向上</li> <li>・ CXマーケティング分野におけるプラットフォームやサービスの増加</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 顧客成熟度に応じたセールス・マーケティング活動や、プロダクト機能強化/ローンチ等によるKARTE・KARTE for AppのSOM約3,800社の開拓</li> <li>・ RightSupport等の事業領域拡大による新たな顧客層の開拓</li> </ul> |
| 既存顧客取引拡大 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新型コロナ感染拡大を追い風とするアップセルの落ち着き</li> <li>・ Datahubの潜在ニーズ顧客への提供（顕在ニーズ顧客への提供は順調に進捗）</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ローンチ済み新プロダクト（Signals等）の本格展開や、新プロダクト機能強化/ローンチ等によるアップセル・クロスセル推進</li> </ul>                                                            |
| 解約・ダウンセル | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ CS<sup>(1)</sup>人材不足等に伴う既存顧客との接点希薄化</li> <li>・ CXマーケティング分野におけるプラットフォームやサービスの増加</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ パートナー連携強化及び内部人材の育成による人的支援サービス（TEAM・CS）強化</li> <li>・ オンボーディングプロセスおよび商品設計の改善</li> </ul>                                               |

## KARTE / KARTE for Appの潜在市場規模

現在のKARTE / KARTE for Appの機能やプライシングに鑑みて導入可能性が高いと見込まれる国内企業数は約3,800社存在し、潜在市場規模は大きい

ご参考:

2022/9期2Q時点顧客社数 559社

30,000UU以上の  
ウェブサイト運営企業  
及びアプリ運営企業数<sup>(1)</sup>

TAM<sup>(2)</sup>:  
約16,000社

SAM<sup>(3)</sup>:  
約8,200社

SOM<sup>(4)</sup>:  
約3,800社



(KARTE / KARTE for Appのみ)

(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Webサイト運営企業、及び2021年6月時点のAppannie社のデータに基づく、365日以内にupdate履歴があり且つ5,000ダウンロードされたスマートフォンアプリの国内の運営企業をKARTE・KARTE for Appの導入可能性のある企業と定義 / 2. TAM = Total Addressable Marketの略であり、(注1)に記載の基準により算出した、ウェブサイト並びにスマートフォンアプリの国内の運営企業数の総和 / 3. SAM = Service Addressable Marketの略であり、機能強化やプライシング変更などによりKARTE・KARTE for Appの導入可能性が高まると見込まれる企業数 / 4. SOM = Service Obtainable Marketの略であり、SAM(注3)のうち、業界や事業モデル等に鑑みて、現在のKARTE・KARTE for Appの導入可能性が特に高いと見込まれる企業数

## KARTE Signals / KARTE RightSupportの状況

- ・ 両プロダクトともに有償契約による導入が順調に進展
- ・ アプローチ先の拡大やプロダクトのブラッシュアップを進め、更なる成長を目指す

### 足許の進捗



- ・ 2月にβ版をローンチ
- ・ KARTE及びKARTE Datahubを導入している既存顧客を中心にクロスセルをアプローチ
- ・ 数社で有償契約済み



### Next Step

- ・ 広告媒体との連携強化
- ・ KARTE Datahub未導入の既存顧客へのアプローチ拡大
- ・ プロダクトのブラッシュアップ



- ・ 3月にβ版をローンチ
- ・ Amazon Connect、Zendesk等とのプロダクト連携を開始
- ・ 新規/既存顧客問わず、10社程度が有償契約済み

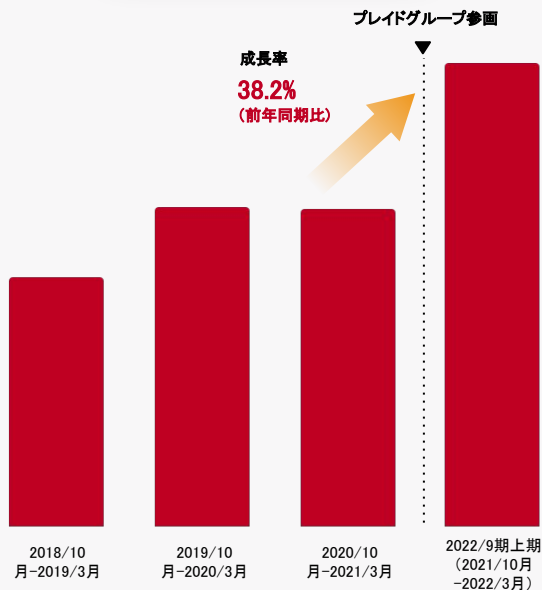


- ・ プロダクトのブラッシュアップ
- ・ 顧客層の拡大
- ・ 顧客における運用を効率化するための機能拡充

## Emotion Tech社の状況

- ・ グループ参画後、加速度的な成長を実現

### 売上高推移



### 主な取り組み

#### 足元の進捗

- ・ 組織変更とリソースの再配分により体制を強化
- ・ グループ間のビジネス連携による、相互の顧客紹介
- ・ 大手企業からの高単価案件の受注が加速
- ・ Salesforceとのプロダクト連携を開始



#### Next Step

- ・ ビジネスモデルのチューニングにより非リカーリング収益のリカーリング収益化を推進
- ・ プロダクトのアップデート(データ連携の強化等)を実施

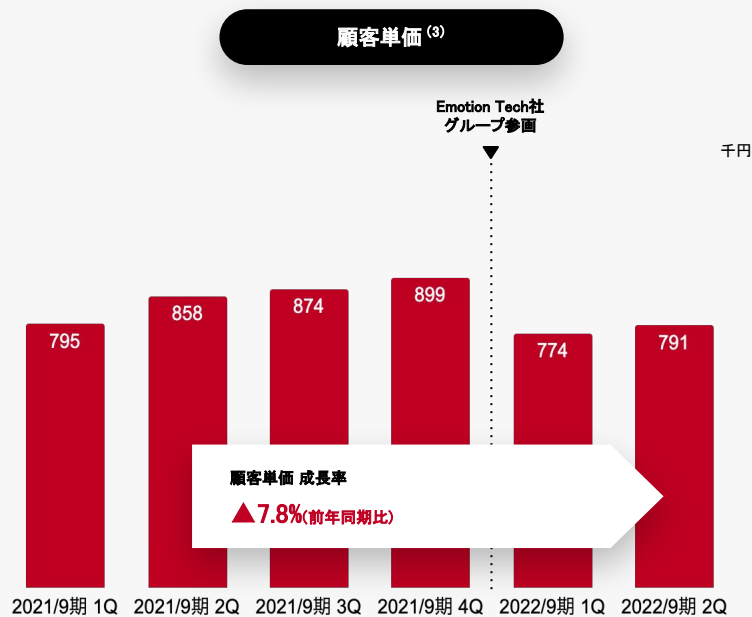
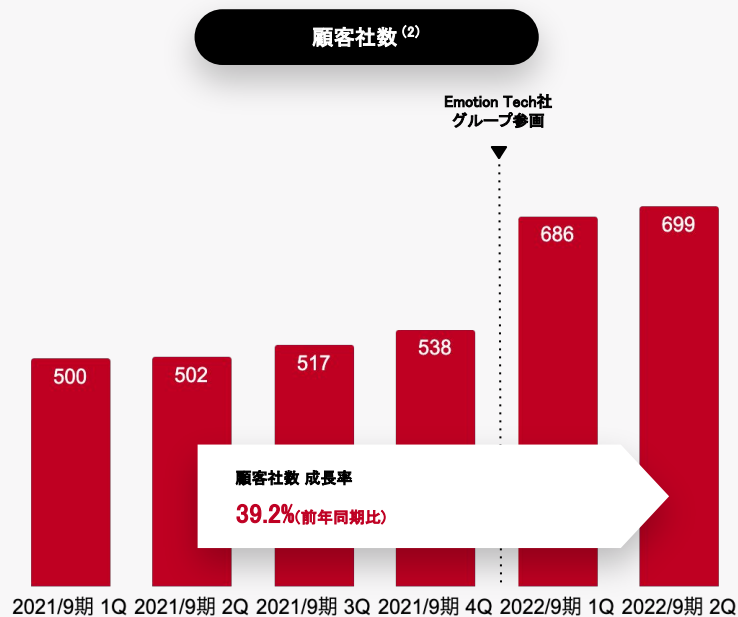
1. 会社概要&成長戦略
2. 2022年9月期 第2四半期実績
3. 2022年9月期 通期業績予想
4. ビジネスアップデート
5. **Appendix**



# 財務情報

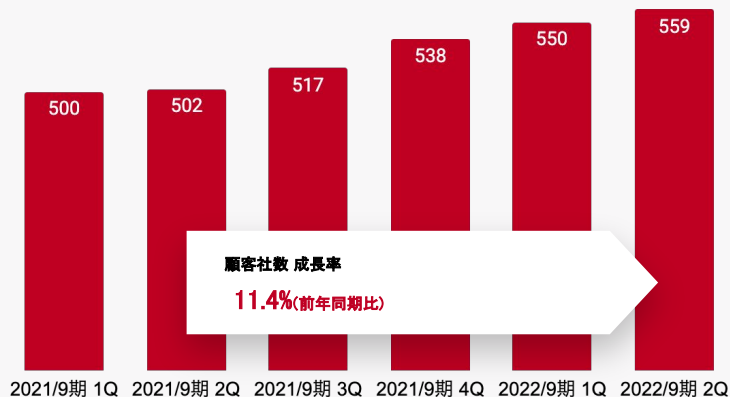
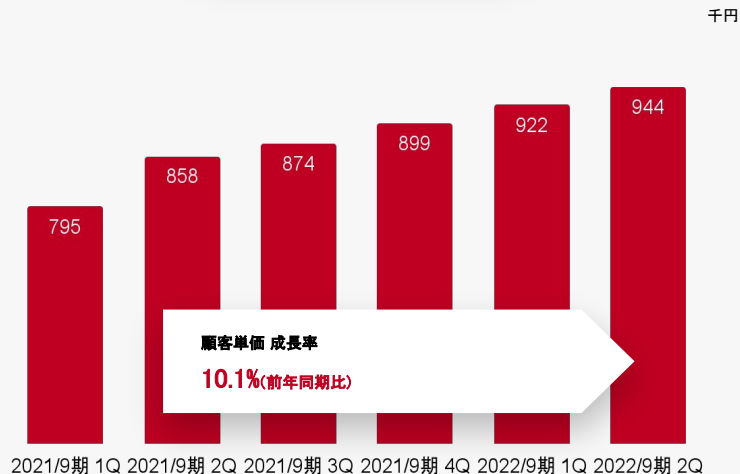
## 顧客社数及び顧客単価

- ・ Emotion Tech社のグループ参画に伴い顧客社数が大幅に増加
- ・ プロダクトの有償顧客社数を対象としている



## 顧客社数及び顧客単価

- ・ 顧客社数・顧客単価ともに引き続き増加傾向
- ・ プロダクトの有償顧客社数を対象としている

顧客社数<sup>(1)</sup>顧客単価<sup>(2)</sup>

## 損益計算書(会計期間) (1)

(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)                  | 2022/9期 2Q | 2021/9期 2Q | YoY     | 2022/9期 1Q | QoQ    |
|------------------------|------------|------------|---------|------------|--------|
| 売上高                    | 1,856      | 1,322      | +40.3%  | 1,760      | +5.4%  |
| サブスクリプション売上高(ブレイドSaaS) | 1,551      | 1,256      | +23.6%  | 1,507      | +2.9%  |
| サブスクリプション売上高(その他)      | 75         | -          | -       | 70         | +6.4%  |
| その他                    | 228        | 66         | +243.4% | 182        | +25.6% |
| 売上総利益                  | 1,363      | 982        | +38.8%  | 1,285      | +6.1%  |
| 売上総利益率                 | 73.5%      | 74.3%      | ▲0.8pt  | 73.0%      | +0.4pt |
| 販売費及び一般管理費             | 1,486      | 861        | +72.5%  | 1,465      | +1.4%  |
| 対売上高比率                 | 80.1%      | 65.1%      | +14.9pt | 83.3%      | ▲3.2pt |
| 広告宣伝費                  | 90         | 79         | +13.3%  | 185        | ▲51.1% |
| 対売上高比率                 | 4.9%       | 6.0%       | ▲1.2pt  | 10.5%      | ▲5.6pt |
| 人件費                    | 826        | 529        | +56.1%  | 734        | +12.6% |
| 対売上高比率                 | 44.6%      | 40.0%      | +4.5pt  | 41.7%      | +2.8pt |
| 地代家賃                   | 82         | 77         | +6.6%   | 81         | +1.2%  |
| 対売上高比率                 | 4.5%       | 5.9%       | ▲1.4pt  | 4.6%       | ▲0.2pt |
| 販売手数料                  | 32         | 26         | +22.6%  | 33         | ▲1.9%  |
| 対売上高比率                 | 1.8%       | 2.0%       | ▲0.3pt  | 1.9%       | ▲0.1pt |
| その他                    | 453        | 147        | +207.0% | 430        | +5.2%  |
| 対売上高比率                 | 24.4%      | 11.2%      | +13.3pt | 24.5%      | ▲0.1pt |
| 営業利益                   | ▲122       | 120        | -       | ▲180       | -      |
| 営業利益率                  | ▲6.6%      | 9.1%       | ▲15.7pt | ▲10.2%     | +3.6pt |
| 営業外収益                  | 0          | 3          | ▲73.3%  | 0          | +51.5% |
| 営業外費用                  | 32         | 34         | ▲4.6%   | 16         | +98.3% |
| 経常利益                   | ▲154       | 89         | -       | ▲196       | -      |
| 特別利益                   | -          | -          | -       | -          | -      |
| 特別損失                   | -          | -          | -       | -          | -      |
| 親会社株主に帰属する当期純利益        | ▲155       | 88         | -       | ▲184       | -      |



損益計算書(累計期間)<sup>(1)</sup>

(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)             | 2022/9期 2Q | 2021/9期 2Q | YoY     |
|-------------------|------------|------------|---------|
| 売上高               | 3,616      | 2,532      | +42.8%  |
| サブスクリプション売上高      | 3,059      | 2,419      | +26.5%  |
| サブスクリプション売上高(その他) | 146        | -          | -       |
| その他               | 411        | 112        | +264.3% |
| 売上総利益             | 2,648      | 1,843      | +43.7%  |
| 売上総利益率            | 73.2%      | 72.8%      | +0.4pt  |
| 販売費及び一般管理費        | 2,952      | 1,710      | +72.6%  |
| 対売上高比率            | 81.6%      | 67.5%      | +14.1pt |
| 広告宣伝費             | 275        | 170        | +61.8%  |
| 対売上高比率            | 7.6%       | 6.7%       | +0.9pt  |
| 人件費               | 1,561      | 1,060      | +47.3%  |
| 対売上高比率            | 43.2%      | 41.9%      | +1.3pt  |
| 地代家賃              | 164        | 155        | +6.0%   |
| 対売上高比率            | 4.5%       | 6.1%       | ▲1.6pt  |
| 販売手数料             | 66         | 54         | +22.7%  |
| 対売上高比率            | 1.8%       | 2.1%       | ▲0.3pt  |
| その他               | 884        | 269        | +227.6% |
| 対売上高比率            | 24.4%      | 10.7%      | +13.8pt |
| 営業利益              | ▲303       | 133        | -       |
| 営業利益率             | ▲8.4%      | 5.3%       | ▲13.7pt |
| 営業外収益             | 1          | 4          | ▲65.8%  |
| 営業外費用             | 49         | 209        | ▲76.4%  |
| 経常利益              | ▲351       | ▲71        | -       |
| 特別利益              | -          | -          | -       |
| 特別損失              | -          | 70         | ▲100.0% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益   | ▲340       | ▲143       | -       |



貸借対照表<sup>(1)</sup>

| (百万円)     | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期 2Q |
|-----------|---------|---------|------------|
| 流動資産合計    | 2,642   | 4,956   | 5,613      |
| 現金及び預金    | 2,091   | 4,172   | 4,716      |
| 受取手形及び売掛金 | 475     | 645     | 769        |
| その他       | 75      | 138     | 127        |
| 固定資産合計    | 426     | 2,027   | 2,027      |
| 流動負債合計    | 1,084   | 1,640   | 1,705      |
| 固定負債合計    | 380     | 390     | 1,265      |
| 純資産合計     | 1,604   | 4,953   | 4,670      |

(注) 1.右表については、2020年9月期は単体、2021年9月期以降は連結

キャッシュ・フロー内訳<sup>(1)</sup>

| (百万円)            | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期<br>2Q累計 |
|------------------|---------|---------|-----------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▲1,012  | 410     | ▲583            |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲167    | ▲1,330  | ▲92             |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 1,897   | 2,999   | 1,220           |
| 現金及び現金同等物の増減額    | 717     | 2,080   | 544             |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 2,091   | 4,172   | 4,716           |

(注) 1.右表については、2020年9月期は単体、2021年9月期以降は連結

## 販売費及び一般管理費内訳 (ブレイド単体)

| (百万円)  | 2020/9期 | 2021/9期<br>1Q | 2021/9期<br>2Q | 2021/9期<br>3Q | 2021/9期<br>4Q | 2022/9期<br>1Q | 2022/9期<br>2Q |
|--------|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| S&M    | 2,443   | 497           | 488           | 542           | 737           | 785           | 736           |
| 対売上高比率 | 61.0%   | 41.2%         | 36.9%         | 38.7%         | 48.8%         | 49.5%         | 44.9%         |
| R&D    | 951     | 227           | 237           | 269           | 286           | 346           | 364           |
| 対売上高比率 | 23.7%   | 18.8%         | 17.9%         | 19.2%         | 19.0%         | 21.9%         | 22.2%         |
| G&A    | 538     | 123           | 135           | 140           | 136           | 151           | 167           |
| 対売上高比率 | 13.4%   | 10.2%         | 10.3%         | 10.0%         | 9.0%          | 9.6%          | 10.2%         |

## 長期財務モデル<sup>(1)</sup> (ブレイドSaaS事業)

|        | 2020/9期 | 2021/9期 | 2022/9期<br>2Q | 長期財務<br>モデル |
|--------|---------|---------|---------------|-------------|
| 売上総利益率 | 71.2%   | 73.3%   | 73.6%         | 75-80%      |
| S&M    | 61.0%   | 41.6%   | 44.9%         | 25-30%      |
| R&D    | 23.7%   | 18.7%   | 22.2%         | 18-20%      |
| G&A    | 13.4%   | 9.8%    | 10.2%         | 8-10%       |
| 営業利益率  | ▲26.9%  | 3.1%    | ▲3.7%         | 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证するものではなく、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

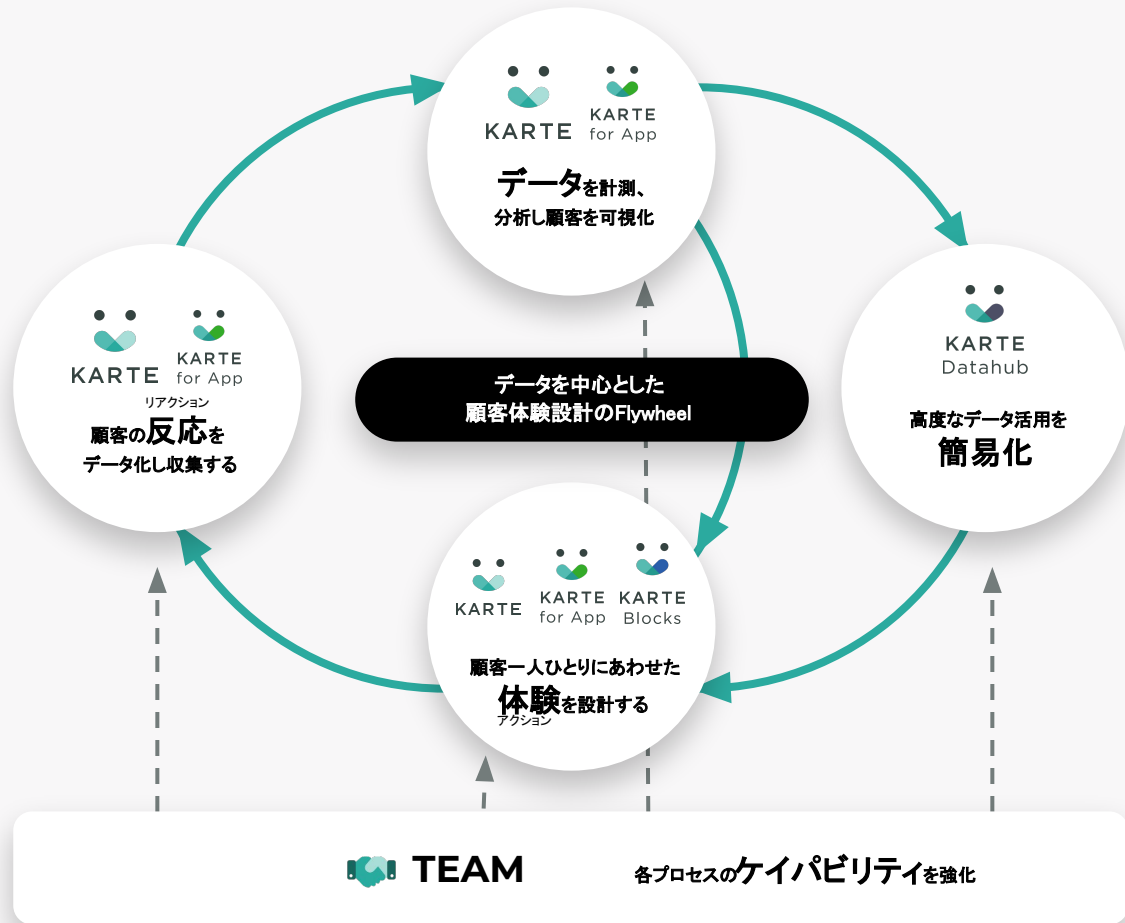


# 事業情報

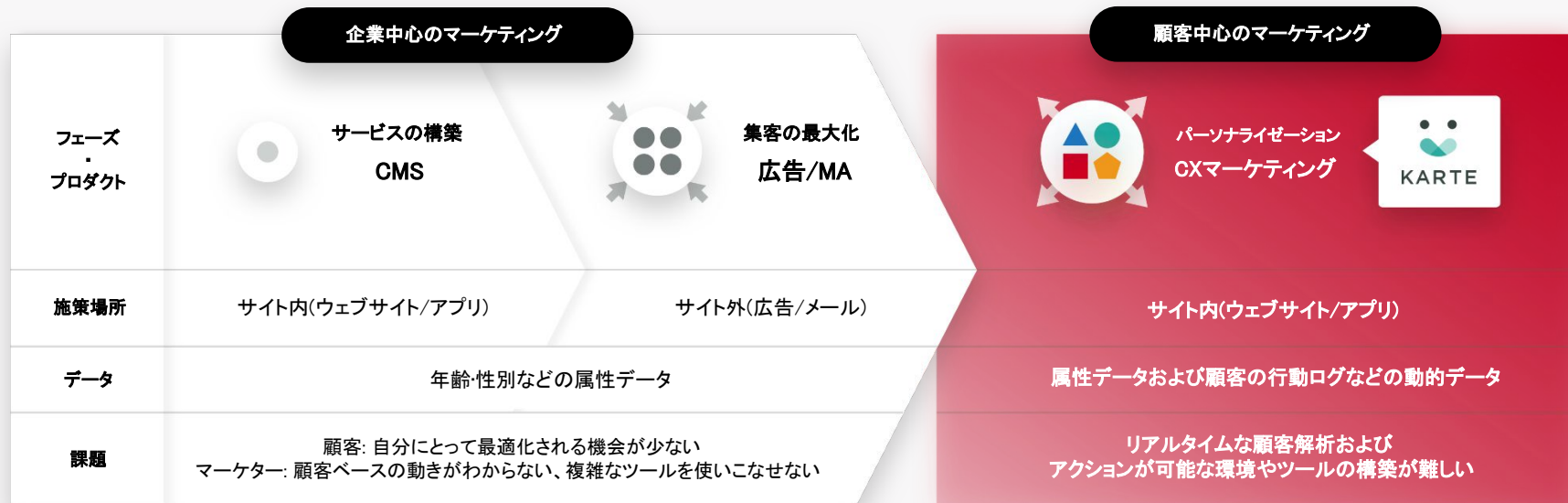
## カスタマーデータを中心とした顧客体験設計支援に注力

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



## 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

## 現状のデジタルマーケティングの課題

### 顧客目線

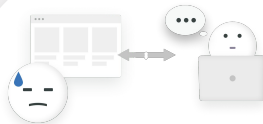


ウェブサイトが複雑化し、  
必要な情報にたどり着きづら  
くなっている



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体験設計は  
必ずしもユーザー・顧客の体験向上に寄与していない ことが問題となっている

## 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 <sup>(1)</sup>

21.3兆円

オンライン広告 <sup>(2)</sup>

2.1兆円

デジタルマーケティング <sup>(3)</sup>

4,189億円

日本における  
CRMソフトウェア <sup>(4)</sup>

2,270億円

世界におけるCRMソフトウェア <sup>(4)</sup>

6.1兆円

### 各国のクラウドCRM Softwareへの投資額比較 <sup>(6)</sup>

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、2020年～2024年」/ 4.上図はGartnerリサーチを基にブレイド社が作成。Gartner, "Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018–2024, 3Q20 Update" 30 Sep 2020. Market Size of customer 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) / 6.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は含まない。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

## セキュリティ・プライバシー保護

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

#### オートスケール

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 623929 / 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

*Maximize the value of people  
with the power of data*