PLAID

2026年12月期 第4四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（グロース：4165） | 2026年11月

PLAID © PLAID, Inc.

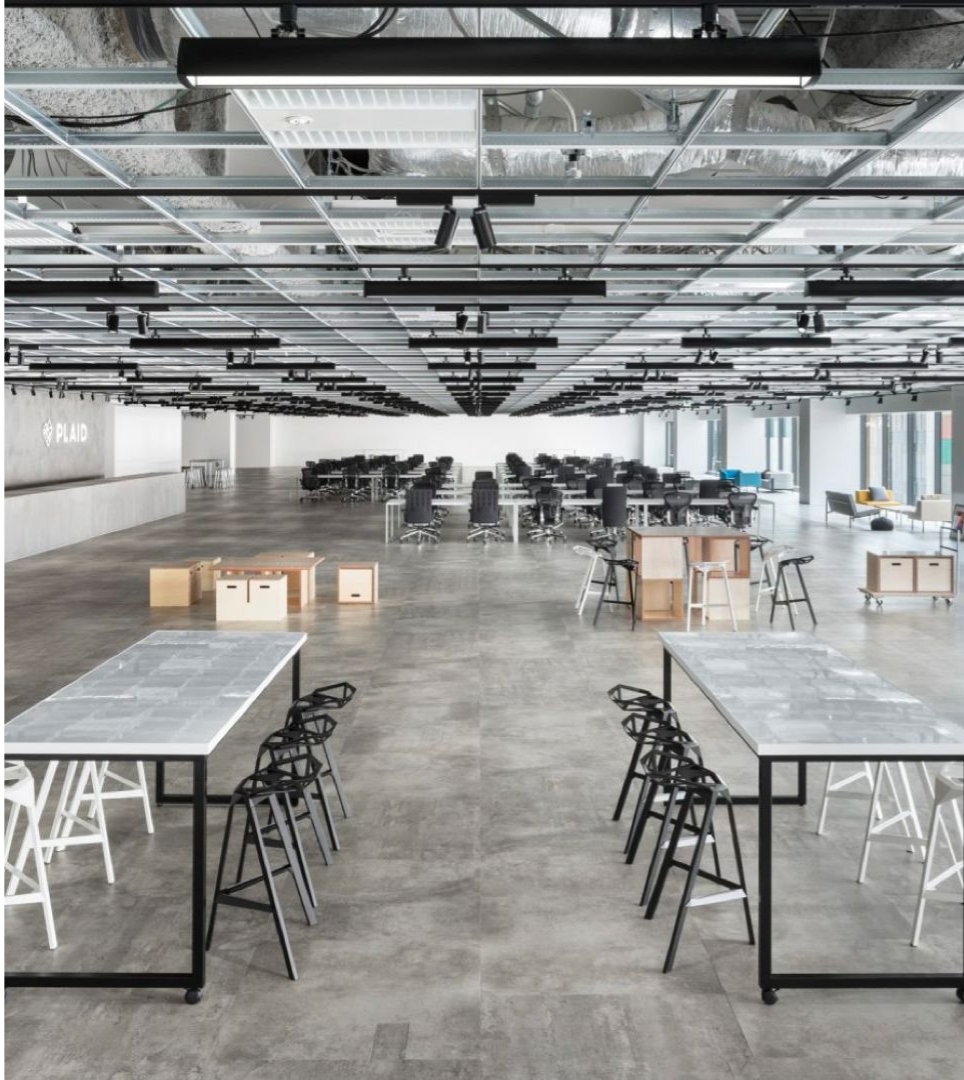
本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください
上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません
本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません

© PLAID, Inc.

目次

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



 © PLAID, Inc.

Executive Summary

1 Q4連結売上高は前年同期比+26.0%の4,487百万円

- サブスクリプション売上高は前年同期比+18.1%、サービスリカーリング売上高は前年同期比+124.2%と大幅に成長
- ARR1,000万円以上の顧客社数が順調に増加したことに加え、Q4末のNRR(1)も108%と安定的に推移

2 Q4連結調整後営業利益(2)は前年同期比+92.8%の467百万円

- 堅調な売上高推移と先行投資の一巡を背景として、Q4調整後営業利益は前年同期比で増益
- Q5(3)も持続的な売上高成長と販管費増加の落ち着きに伴い増益となる見込

3 通期業績は売上高・調整後営業利益ともに直近予想を上回って着地する見通し

- 売上高は年度を通して順調に推移し、調整後営業利益も増加トレンドへ
- 今年度推進した戦略投資とAIを活用した構造転換により持続的な利益成長を目指す

PLAID © PLAID, Inc.

（注）1. Net Revenue Retentionの略語。(i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったもの / 2. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費用+その他一時費用 / 3. 当社は2025年12月18日開催の定時株主総会決議により、2025年12月18日付で決算期変更を行いました。これにより決算期が9月から12月に変更となり、今年度は15ヶ月決算となっております。

目次

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



PLAID © PLAID, Inc.

Purpose

PLAY&AID

一人ひとりの人生において、何かに全力でのめり込むことや自身の能力を発揮すること、
何より楽しむことを大切に、事業を通じてそれらを積極的に支援したいという思いから、
プレイドという会社は生まれました。



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

 © PLAID, Inc.

Mission

データによって
人の価値を
最大化する

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

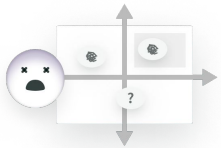


© PLAID, Inc.

企業の競争力における顧客理解・市場理解の重要性の高まり_重要な仮説

- 顧客のニーズや行動が変化する一方、AIによる各社サービスの同質化、効率化偏重による事業停滞、学習データの枯渇といった課題が生じている
- 変化の激しい環境下、企業が顧客に選ばれ続けるためには深い「顧客理解」と「市場理解」が不可欠であり、その実現にはクローズドデータ=「1st Party Customer Data」が鍵

顧客



市場飽和と技術進化による
顧客ニーズおよび
顧客行動の変化

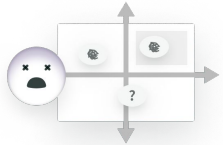
企業

顧客に選ばれるための
顧客理解・市場理解

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

市場

（AI・技術）

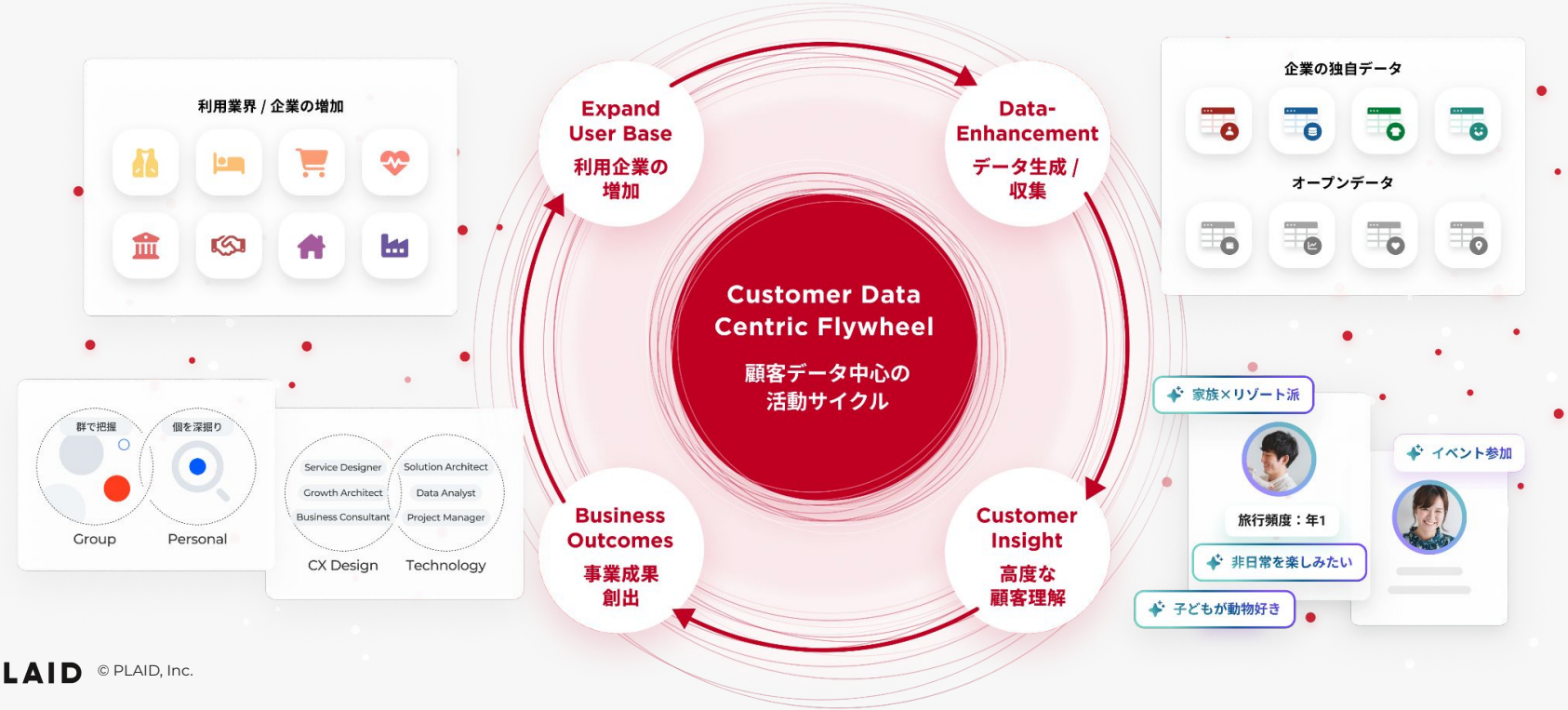


AIによる同質化の加速
効率化偏重による企業停滞
学習データ枯渇

PLAID © PLAID, Inc.

基本戦略

- 1st Party Customer Dataを中心とする価値提供のサイクルが基本戦略
- AI時代においては、データによる顧客理解・市場理解、それに基づく企業活動およびそのプロセス全体のAIXが競争力を左右



© PLAID, Inc.

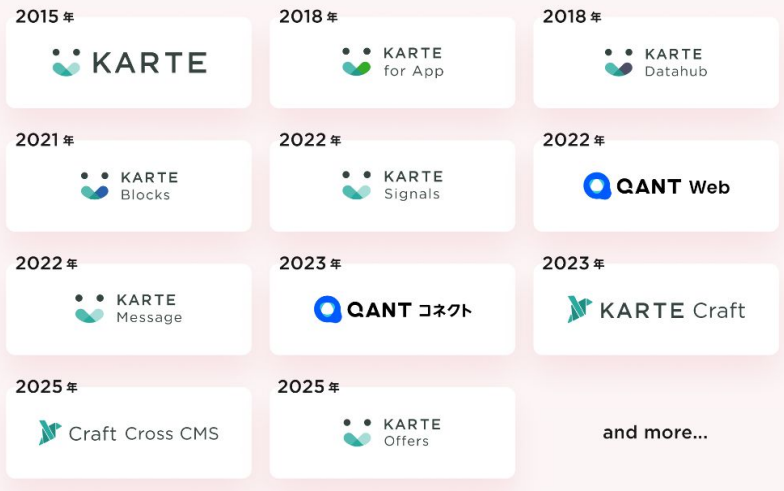
1st Party Customer Dataを常時生成/収集する独自の解析基盤とプロダクト

- 顧客一人ひとりの行動をリアルタイムに可視化する独自の解析基盤をもとに、顧客接点を有する企業活動毎にプロダクトを提供し、高精細かつ多様な1st Party Customer Dataを常時生成/収集
- AI実装の加速により、顧客理解・市場理解のハードルを下げ、人とAIの協働やAIエージェントによる自動化を促進

リアルタイム解析基盤



さまざまなプロダクトを継続的にリリース

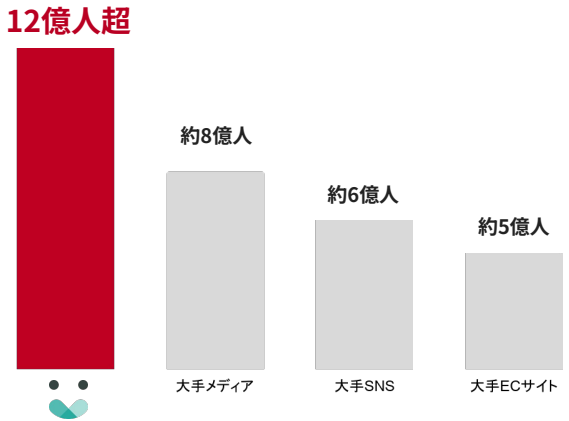


© PLAID, Inc.

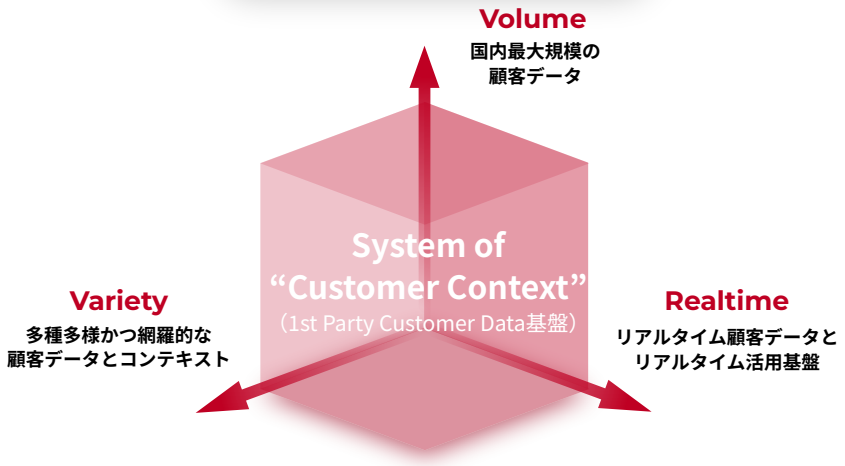
国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- KARTEによる解析MAU[(1)(2)(3)]数は12億人を超え、国内最大級の1st Party Customer Data基盤にまで拡大
- 大規模/多種多様/リアルタイムという特性を持ったデータ基盤が育まれており、量と質を兼ね備えた優良なデータ環境を企業に提供

KARTEの解析MAU数



当社が提供するデータ環境



（注）1.Monthly Active Usersの略語。ウェブサイトやネットサービス、スマートフォンアプリなどで、ある1ヶ月の間に1回でも利用や活動のあった利用者の数の合計を指す /2.KARTEが導入されている全ウェブサイト・アプリの閲覧イベントを対象として集計 / 3. SimilarWeb社のデータに基づき当社作成。比較サイト数値は2026年9月の月間合計訪問者数

© PLAID, Inc.

企業活動を阻む2つの壁をいかに解くか？

- データ活用においては、企業活動を阻む分析・開発の壁が存在
- 1st Party Customer Dataに裏打ちされた「AI（自動化）」×「人（プロフェッショナルサービス）」の力で解決に導く

1つ目の壁



データがあっても
顧客理解につながる
有効な分析が難しい

2つ目の壁



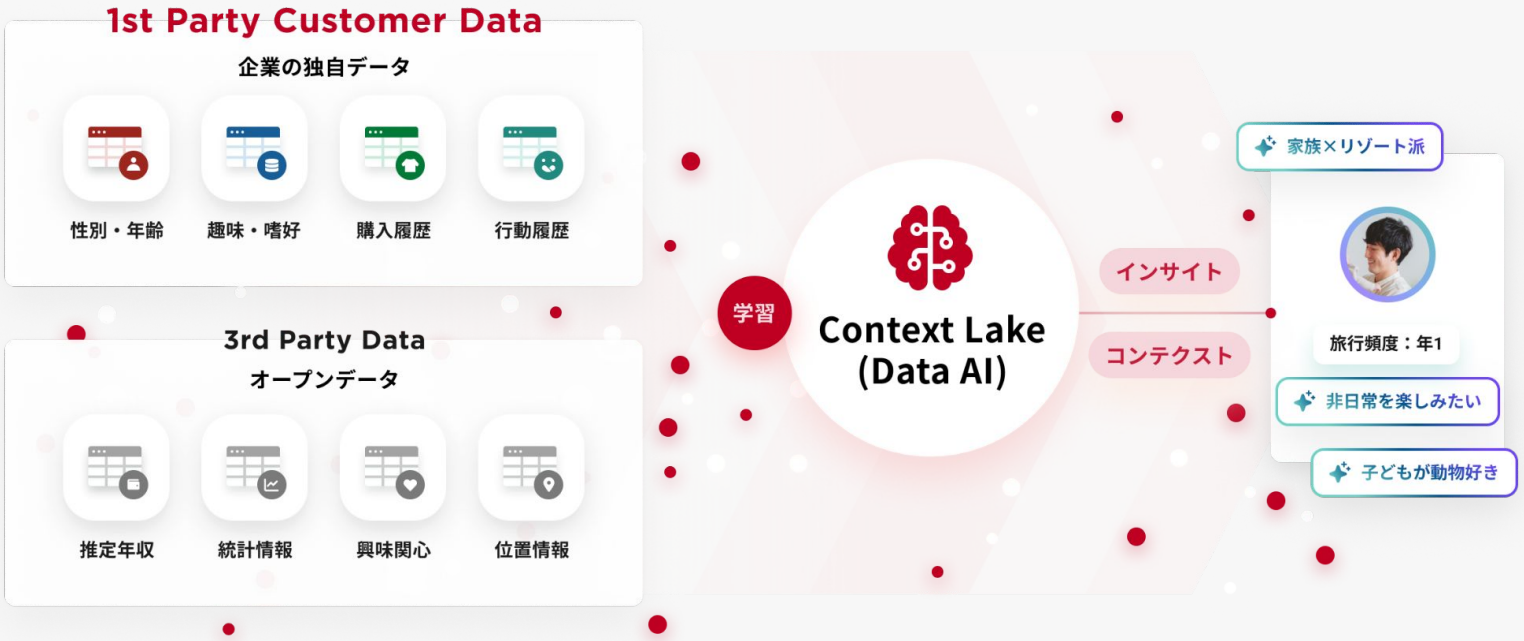
ツールがあっても
顧客群・顧客接点を網羅した
施策設計・開発が難しい

1. データから顧客コンテクストの分析・抽出を自動化するAI
2. AIエージェントスタジオによる分析や施策開発の自動化
3. プロフェッショナルサービスによる戦略策定や施策支援等
4. 確実かつ安心の運用を実現する管理画面とAIによるサポート

© PLAID, Inc.

AIの進化による顧客理解/市場理解のブレイクスルー

- LLMによって高度なデータ分析スキルがなくても膨大なデータから意味を見出し、“インサイト”や“コンテクスト”を抽出できる時代へ
- 大規模な顧客データを活用することで、高度な顧客理解が実現可能に



© PLAID, Inc.

企業活動を包括的に支援しアウトカムを生み出すソリューション力

- 1st Party Customer Dataを軸に、当社プロダクトやAIエージェントは勿論、それに限らない様々な環境とAIエージェントスタジオ等を通じ接続
- 実装と成果創出を加速させるプロフェッショナルサービスも合わせて提供することで、企業活動を包括的に支援

顧客理解をベースとした企業活動全体の支援

AI Agent SaaS Application

プレイド内外のAI Agentや
SaaS Application



AIエージェントスタジオ

網羅的なプロダクト群を土台とした
AIエージェントスタジオ



プロフェッショナルサービス

データ生成 / 収集 / 統合、
AIエージェント構築の加速



© PLAID, Inc.

持続的な成長と競争力を生み出す、プロフェッショナルサービスの新しいモデル

- 顧客データ、業界ナレッジ、そしてITの専門性、それらがあることで、実効性のあるAIエージェントの開発が可能
- 当社は全ての要素を自グループで抱えており、より競争力と実効性あるプロフェッショナルサービスとして展開していく

03. 今後 **プロフェッショナル サービスの新しいモデル**	**顧客データ×業界ナレッジ×IT専門性 = 良質なAIエージェント** 希少性の高い顧客データ、高い業界ナレッジ、高度なITの専門性を掛け合わせ、実効性あるAIエージェントを提供する、新しいプロフェッショナルサービスを実現。
02. 現在 **提供価値向上の推進**	**提供プロセス全体におけるAIの活用徹底** CloudFit社の子会社化によりDX領域支援のナレッジも獲得し、上流～下流を問わず提供価値を拡大。またAI環境をフル導入し、提供プロセス全体の生産性を向上。
01. これまで **各業界のナレッジ蓄積**	**トップ企業向けのCX/DX支援事例積み上げ** 業界のトップ企業向けのプロダクト活用支援やデータ基盤構築など、CX領域支援に注力しナレッジを蓄積。支援内容の高度化・深化を進める。

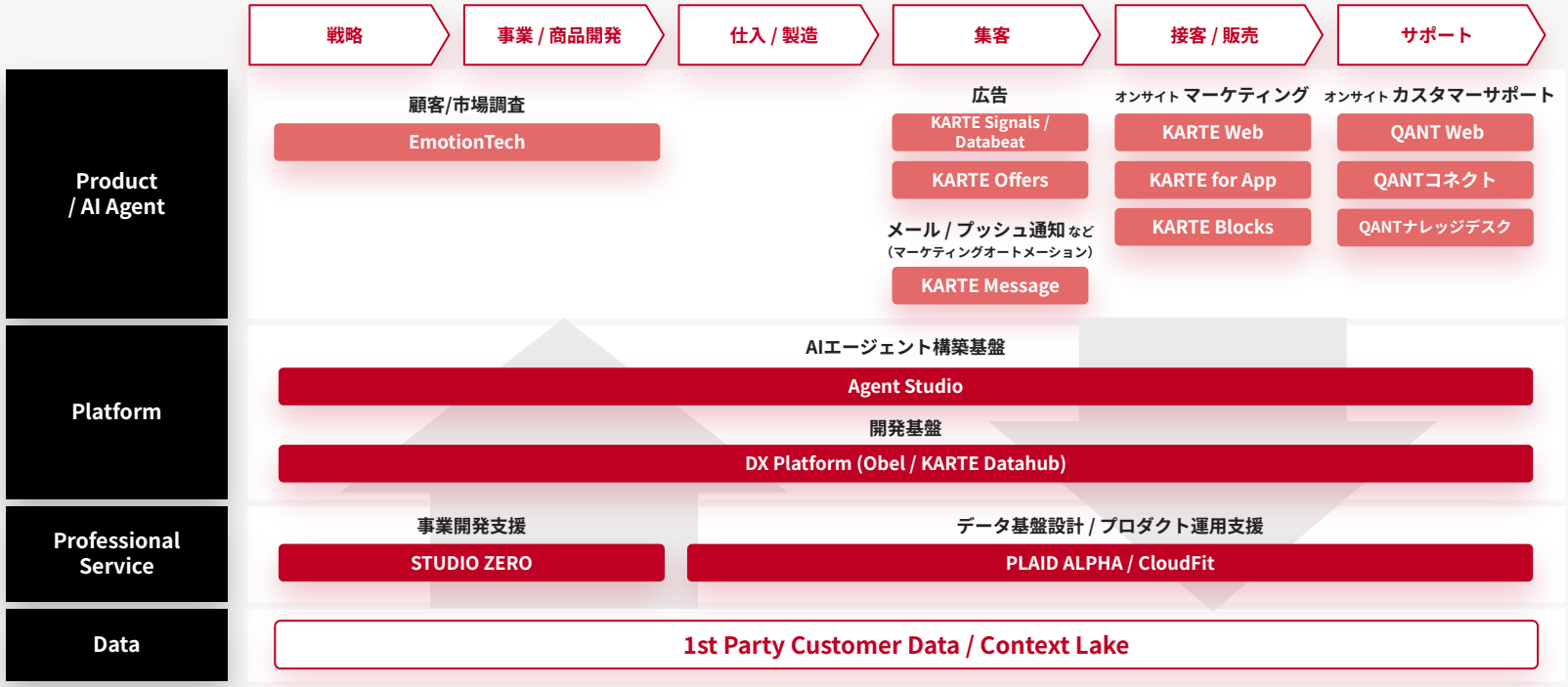


持続的で高い事業成長

© PLAID, Inc.

カスタマーデータを中心に据え、顧客中心経営への変革を支援

- 顧客接点で生成されたデータを、統合カスタマーデータ基盤として設計し、企業の上流工程に還元
- 広範な企業活動において、一貫性のある顧客中心の企業経営実現を支援。当社の事業機会は未だ多く、今後更にその領域の拡大と深耕を進める



PLAID © PLAID, Inc.

目次

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



PLAID © PLAID, Inc.

連結業績

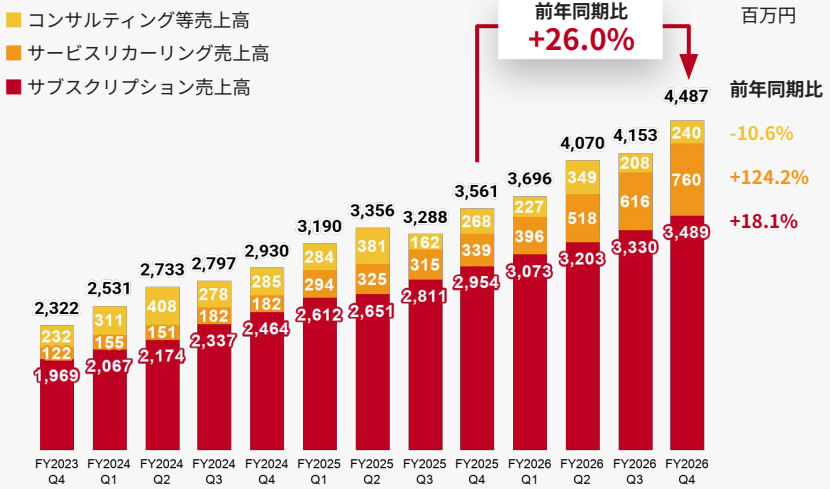
PLAID © PLAID, Inc.

連結

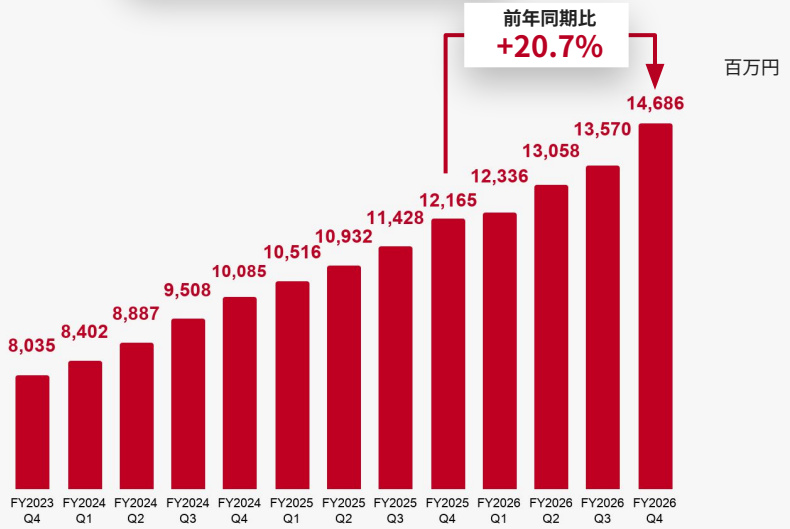
サブスクリプション売上高とサービスリカーリング売上高が着実に成長

- 売上高は前年同期比+26.0%の4,487百万円
- サブスクリプション売上高は前年同期比+18.1%となり、引き続き順調に成長
- サービスリカーリング売上高もPLAID ALPHAが想定を上回って+124.2%と大きく増加

連結売上高



連結ARR(1)



© PLAID, Inc.

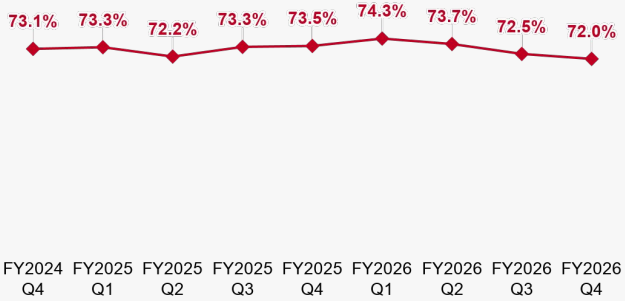
（注）1. Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出

連結

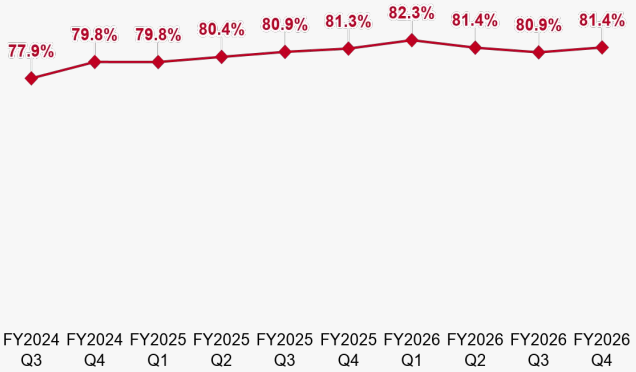
売上総利益率(1)は安定的に推移

- 売上総利益率は72.0%で着地
- サブスクリプション売上総利益率(2)は81.4%となり良好な水準を維持

売上総利益率



サブスクリプション売上総利益率



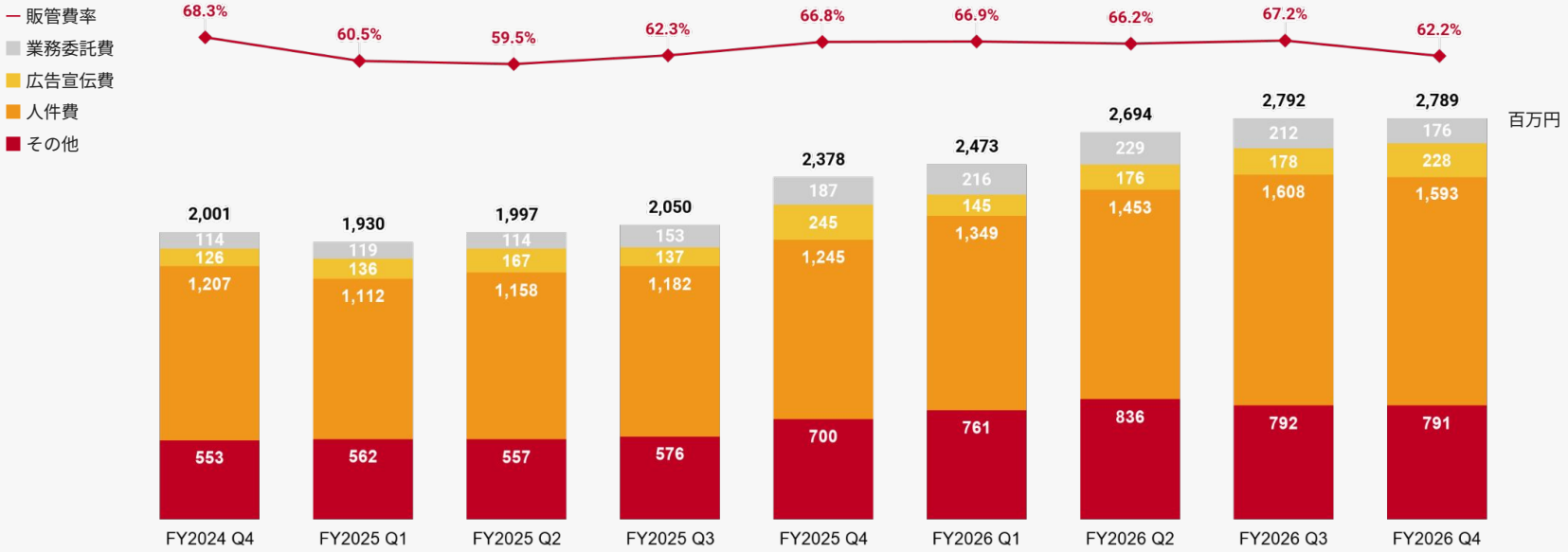
© PLAID, Inc.

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

連結

販管費率は成長投資の一巡に伴い低下

- 採用やAI活用を中心とする成長投資がQ3で一巡した為、Q4の販管費は前四半期比同水準となり販管費率も低下
- 販管費率はQ5[(1)]も引き続き低下する見通し



© PLAID, Inc.

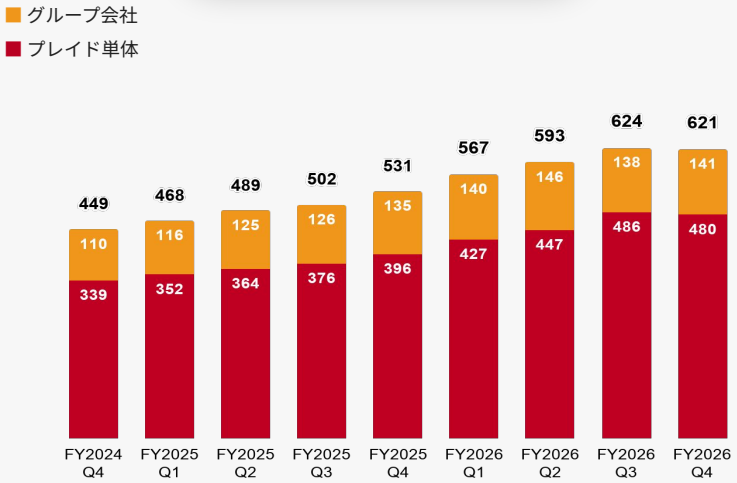
（注）1. 当社は2025年12月18日開催の定時株主総会決議により、2025年12月18日付で決算期変更を行いました。これにより決算期が9月から12月に変更となり、今年度は15ヶ月決算となっております。

連結

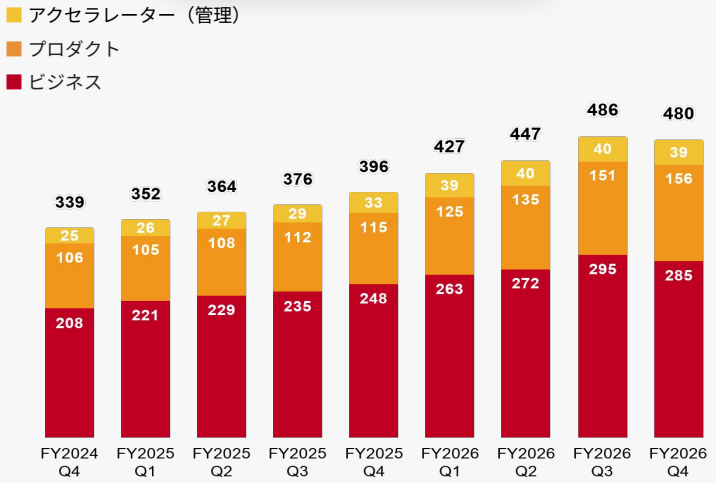
Q4の従業員数は前四半期比横ばいで推移

- Q4末の連結従業員数は621名
- 従業員数の純増ペースはQ3をピークとし、今後は1人当たりの生産性向上に注力

従業員数_連結



職種別従業員数_プレイド単体(1)



© PLAID, Inc.

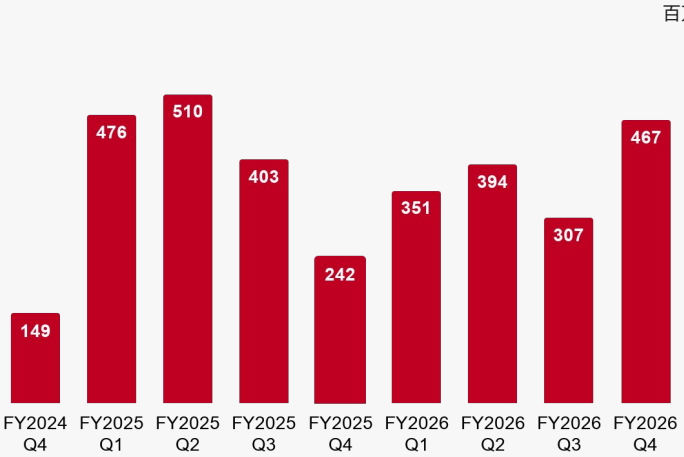
（注）1. 2026/6/1付で連結子会社のアジト社を吸収合併

連結

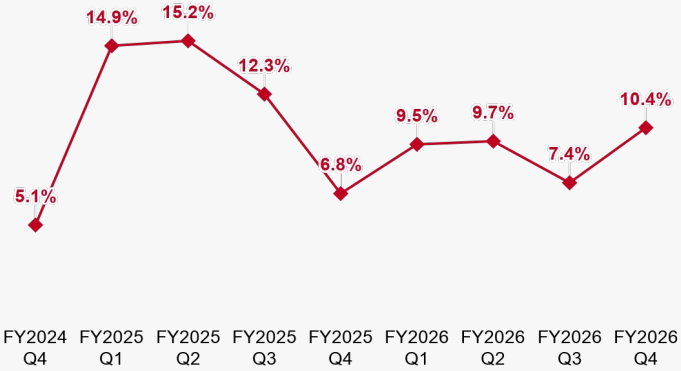
調整後営業利益(1)は467百万円で着地

- 堅調な売上高の推移により調整後営業利益は前年同期比で増益
- Q5(2)も持続的な売上高成長と販管費増加の落ち着きによって増益で着地する見込

調整後営業利益



調整後営業利益率



© PLAID, Inc.

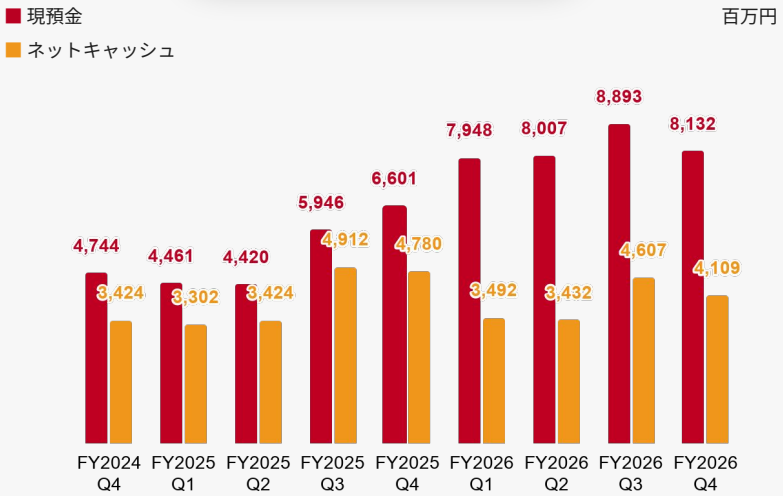
（注）1. 営業利益+のれん償却費+株式報酬費用+その他一時費用 / 2. 当社は2025年12月18日開催の定時株主総会決議により、2025年12月18日付で決算期変更を行いました。これにより決算期が9月から12月に変更となり、今年度は15ヶ月決算となっております。

連結

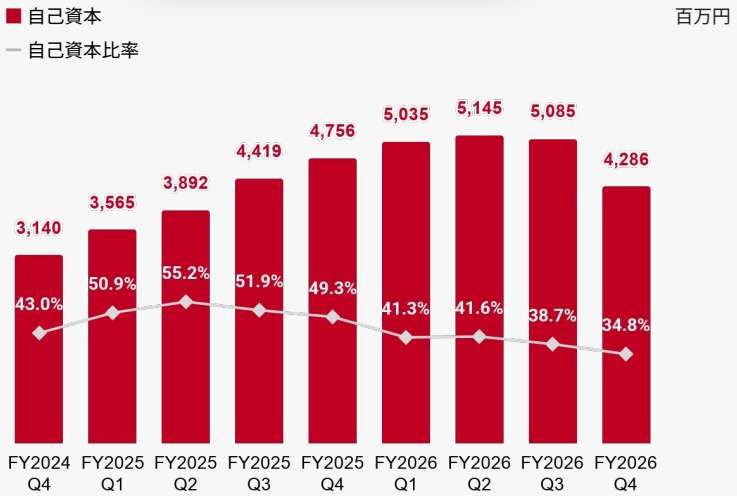
現預金と自己資本は安定した水準を継続

- 約5億円の自己株式取得に伴い現預金および自己資本は減少したものの、引き続き健全な財務基盤を維持
- 今後も持続的な企業価値向上に向け、M&Aおよび機動的な株主還元を積極的に推進

現預金及びネットキャッシュ



自己資本



© PLAID, Inc.

主要指標_プレイド単体

PLAID © PLAID, Inc.

プレイド単体

主要指標の考え方

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

主要指標

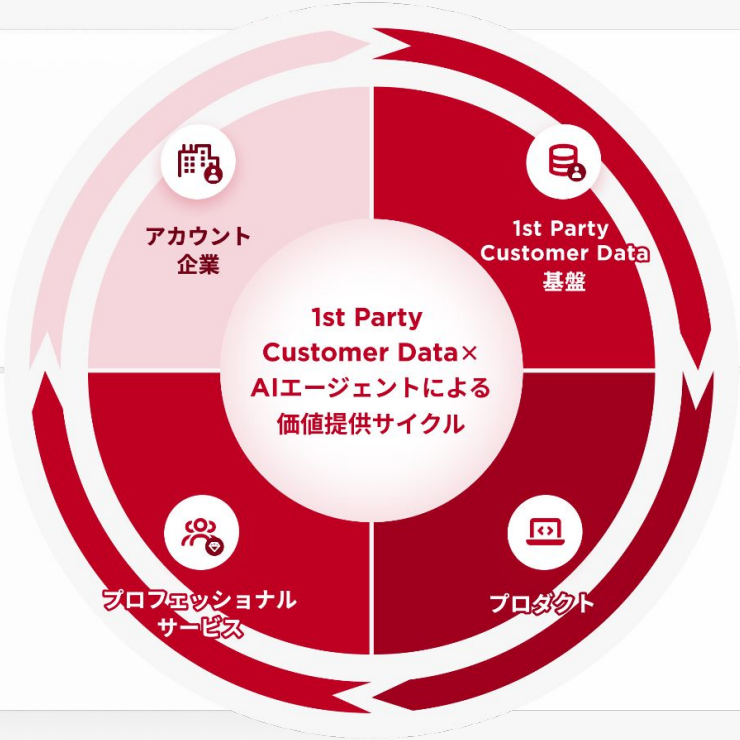
価値の総和が
どう推移しているか

- 重点顧客社数
- 1社あたりの年間売上高

主要指標

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

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



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

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

開発したプロダクトが
企業に支持されているか

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

© PLAID, Inc.

プレイド単体(1)

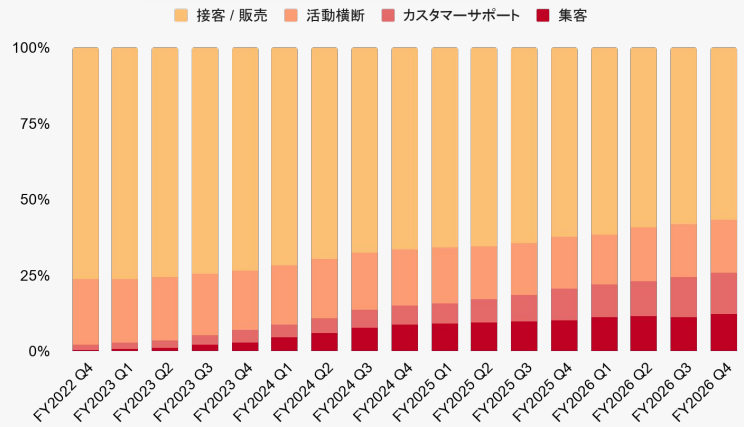
主要指標_1st Party Customer Data基盤

- KARTEを提供開始した2015年以降、1st Party Customer Data基盤の規模は着実に増加しており、2026年9月の解析MAU(2)(3)数は12億人超
- 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、企業活動におけるプロダクト導入領域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(4)



© PLAID, Inc.

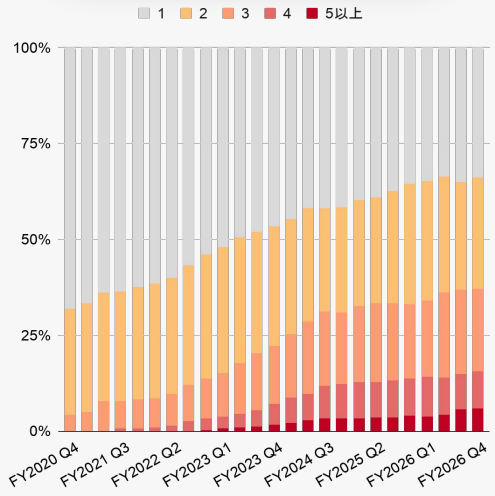
（注） 1.プレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2.Monthly Active Usersの略語。ウェブサイトやネットサービス、スマートフォンアプリなどで、ある1ヶ月の間に1回でも利用や活動のあった利用者の数の合計を指す /3.KARTEが導入されている全ウェブサイト・アプリの閲覧イベントを対象として集計 /4.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

プレイド単体(1)

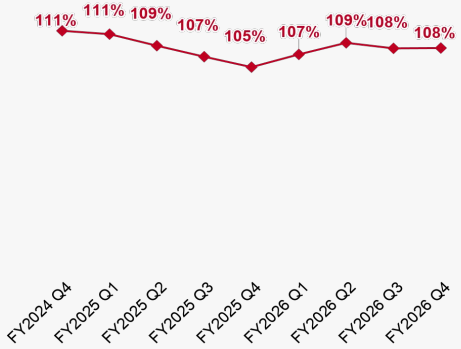
主要指標_プロダクト

- 全体に占める3プロダクト以上を併用する顧客企業の割合(2)が引き続き増加
- Q4のNRR(3)(4)は108%で着地し安定的に推移

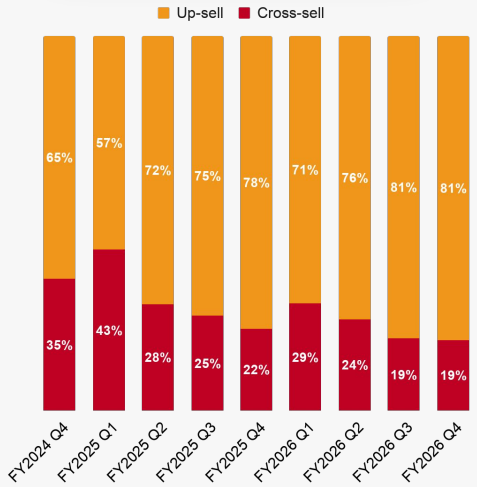
複数プロダクト導入状況



NRR推移



Up-sell/Cross-sell割合(5)



PLAID © PLAID, Inc.

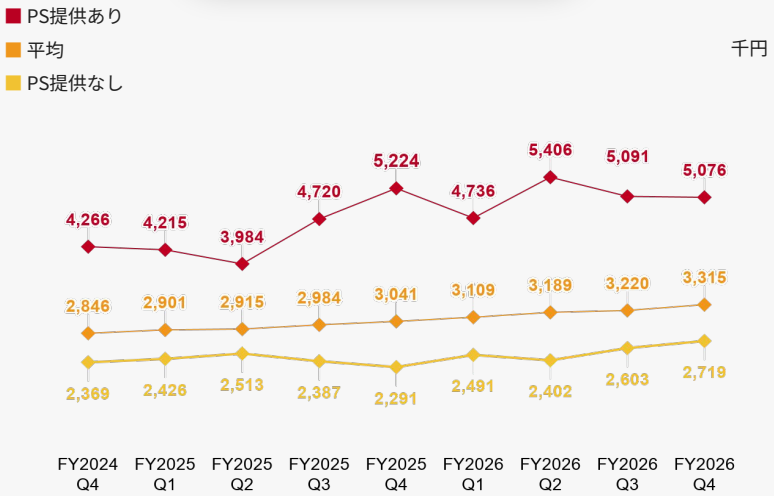
（注）1.プレイド経由で契約しているプレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2. プレイド及びRightTouchのプロダクトを対象に四半期末時点の導入率を集計 /3. Net Revenue Retentionの略語。(i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったもの /4. 四半期末月実績値 /5.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

プレイド単体(1)

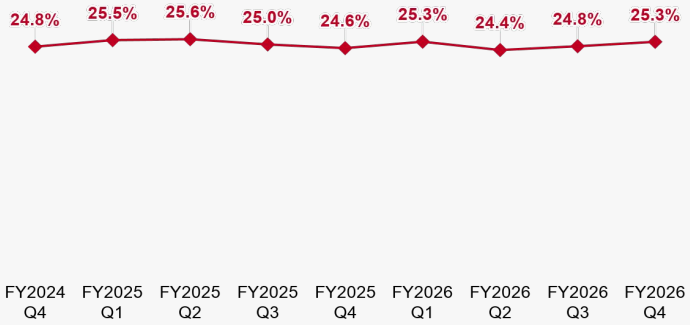
主要指標_プロフェッショナルサービス(2)

- 重点顧客層であるARR1,000万円以上の顧客において、プロフェッショナルサービスの提供割合が上昇
- 今後も重点顧客層に対するPSの提供割合を高めていくことで、マルチプロダクトとの相互作用を一段と強化し、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月額単価(3)(4)



ARR1,000万円以上顧客に対するPS提供割合(3)(4)



PLAID © PLAID, Inc.

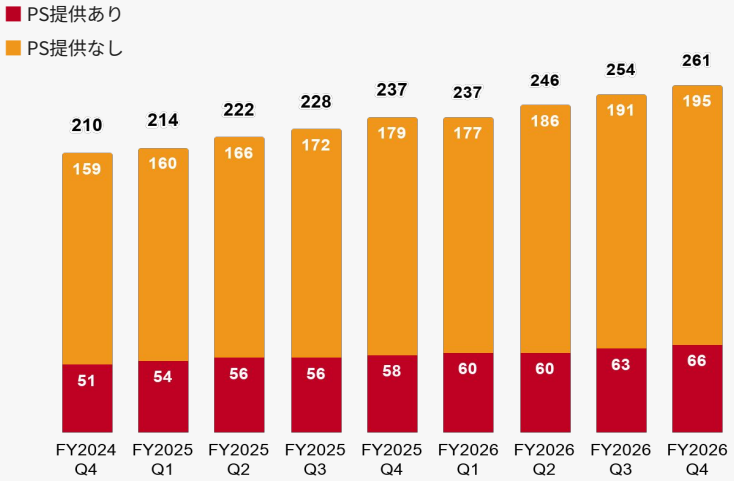
（注）1.プレイド経由で契約しているプレイド及びRightTouchが提供するプロダクトを対象とする /2. PLAID ALPHAを対象 /3. プロダクト契約が存在するARR1,000万円以上の顧客に対してPLAID ALPHAも同時に提供している割合 /4.算出方法の見直しにより、2026年12月期Q2以前の値を変更

プレイド単体(1)

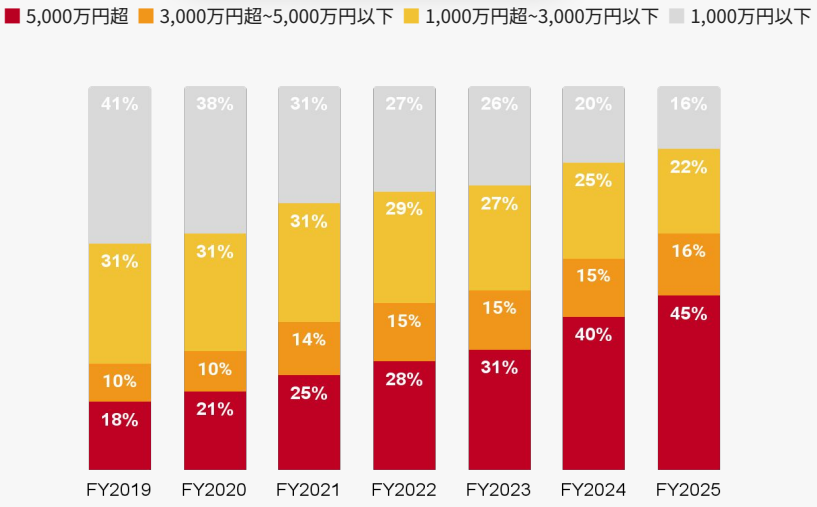
主要指標_顧客社数(2)及び1社あたり年間売上高

- Q4のARR1,000万円以上の顧客社数は前四半期比+7社の261社と順調に増加
- 1st Party Customer Dataに基づく価値提供サイクルが定着し、1社あたりの年間売上高の継続的な増加に寄与

ARR1,000万円以上の顧客社数(3)



全顧客1社あたり年間売上高



© PLAID, Inc.

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

目次

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



PLAID © PLAID, Inc.

支援事例：タワーレコード株式会社様 / イトキン株式会社様

- マルチプロダクト×プロフェッショナルサービスによるデータ分析・構築から運用体制の構築までワンストップでの支援を開始

TOWER RECORDS ONLINE

「タワーレコード オンライン」における
オムニチャネルCXの高度化を支援

課題 / 支援背景

・体験型消費へのニーズ多様化に伴う、パーソナライズドコミュニケーションへの移行が不可欠に
・エンタメ体験の変化への柔軟な対応、施策のスピード向上、LINE等マルチチャネル活用の推進

支援内容

・顧客行動をリアルタイムに解析
・メール、LINEなどのマルチチャネル配信を一元化
・購買や会員データを統合
・LINEとのID連携などの拡張機能実現

PLAID ALPHA

要件定義から運用フロー整備、運用定着までを一貫して伴走支援

成果 / 展望

専門スキルを持つ人材・組織に過度に依存しない運用体制へ刷新し、現場でデータの可視化・分析から施策の公開・検証までを一気通貫で実行できる環境を構築

ITOKIN Styling the Next

AI・データ活用の内製化に向けた
顧客データ基盤構築を支援

課題 / 支援背景

・顧客一人ひとりの状況に合わせた機敏なコミュニケーションの実現
・自社でデータを活用して施策を回せる「自走できる組織」への体制整備
・中長期的なAI活用を見据えたデータ基盤構築による業務効率化

支援内容

Web・アプリ・LINEといった複数の顧客接点におけるデータをKARTEシリーズで統合

PLAID ALPHA

・BigQueryを用いた新たな顧客データ基盤の設計・構築
・担当者がデータ活用し、中長期的な戦略立案から施策実行まで自律的に回せる体制づくりの伴走支援

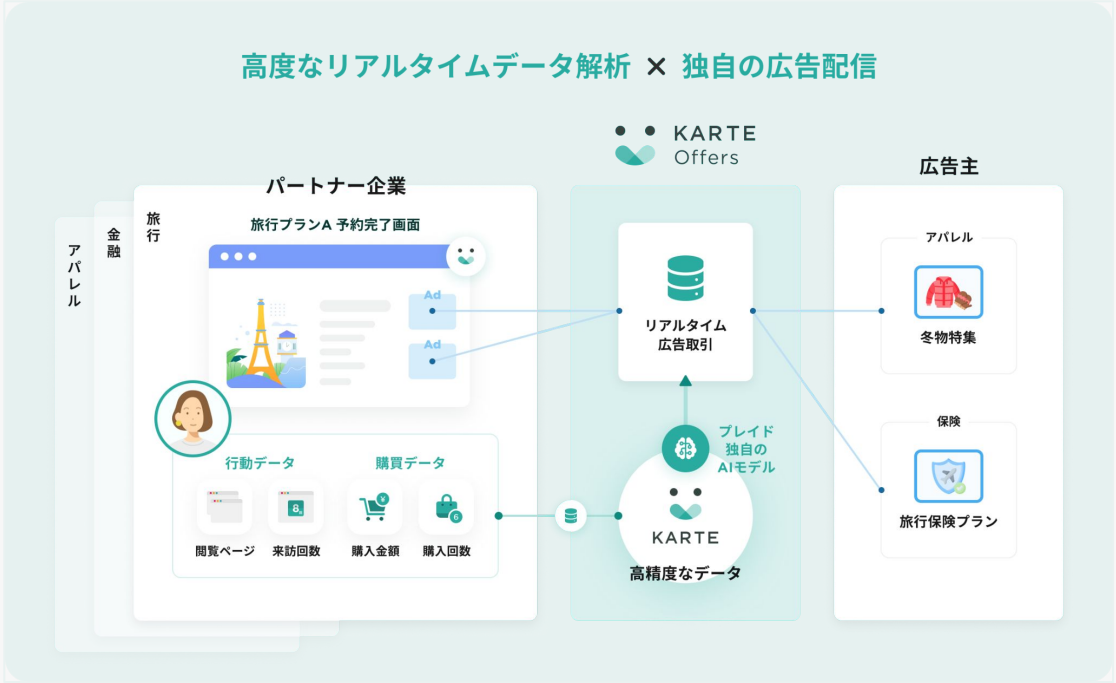
成果 / 展望

・構築した顧客データ基盤を活用し、顧客起点のマーケティング活動を加速
・今後はAIの本格的な活用と、実店舗とデジタルをシームレスに繋ぐOMO施策への展開を予定

© PLAID, Inc.

顧客体験と収益化の両立を目指す「KARTE Offers」の事業化が進展

- KARTEで培った顧客データ活用の技術・知見を生かし、顧客体験とメディアの収益化を両立する新たな広告配信モデルを展開



事業進捗

- 2026年8月にβ版を提供開始
- メディア・広告主双方の開拓が進展し、広告配信を通じた初期的な成果を確認
- 広告取引の実績を積み上げ、取引規模が徐々に拡大

今後の展望

- メディア・広告主双方のさらなる拡大を通じて、広告取引規模の成長を目指す
- 2027年中の正式版提供を目指し、開発・事業基盤の整備を推進

© PLAID, Inc.

目次

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



PLAID © PLAID, Inc.

売上区分の定義

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

© PLAID, Inc.

主なプロダクト/サービス一覧 -1

提供内容	プロダクト/サービス名	概要
オンサイトマーケティング	KARTE / KARTE for App	オンライン上の顧客一人ひとりの「今」を可視化。解析結果に応じた自由自在なアクション設計により企業のマーケティング業務を支援
サイト改善	KARTE Blocks	ウェブサイトのあらゆる要素をBlockに分解、スピーディーな改修/仮説検証/効果測定を可能にすることで、継続的なパフォーマンス向上とリーンなサイト運営を実現
データ統合	KARTE Datahub	企業が持つデータをKARTEに繋げ、社内外に点在するデータをビッグデータのまま統合/分析/可視化することで、より高度なセグメンテーションやアクションを実現
広告配信最適化	KARTE Signals	KARTEで蓄積されたデータの各種広告媒体との連携を通じて、サイト内外一貫した顧客コミュニケーションを実現
マーケティングオートメーション	KARTE Message	独自開発したカスタマージャーニー機能を用いて、メールやSMS等によりサイト外にいる顧客コミュニケーションを実現するKARTE版マーケティングオートメーション
データ基盤設計 プロダクト導入/運用支援	PLAID ALPHA CloudFit	顧客データ基盤設計から、プロダクト導入/運用支援まで一気通貫で提供するプロフェッショナルサービス

© PLAID, Inc.

主なプロダクト/サービス一覧 -2

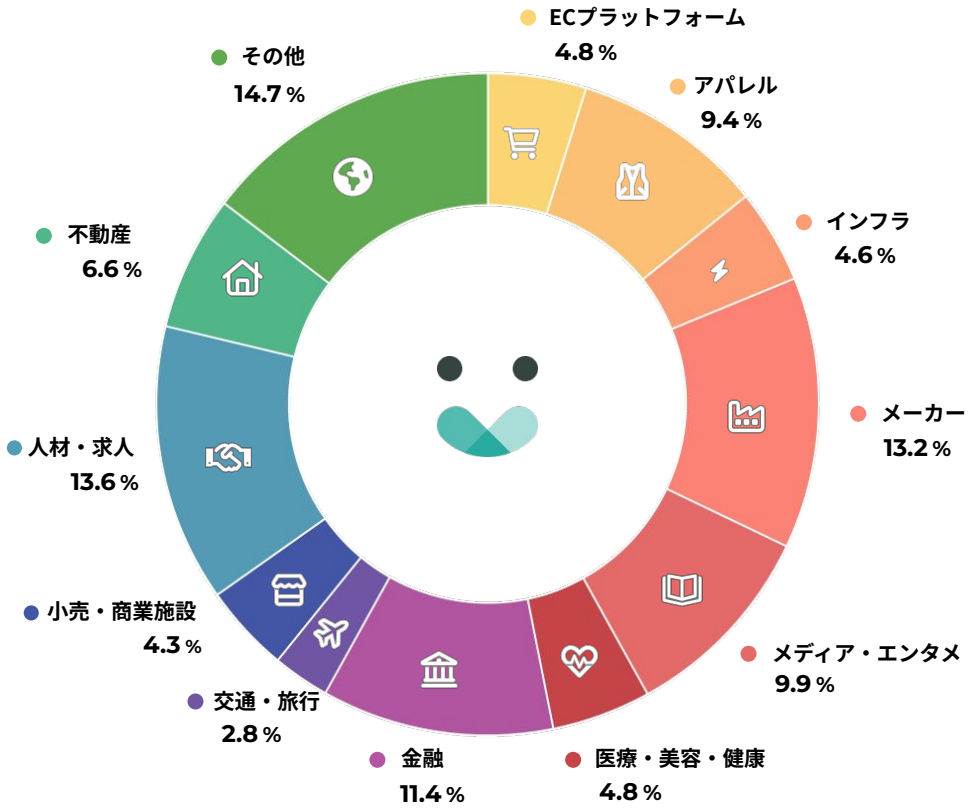
提供内容	プロダクト/サービス名	概要
戦略策定 伴走型開発支援	STUDIO ZERO	「産業と社会の変革を加速させる」をミッションに掲げ、企業や行政/公的機関と並走し、新たな価値創出や事業開発を伴走型で支援するプロフェッショナルサービス
オンサイト カスタマーサポート	QANT Web (1)	オンライン上でサポートを必要とする顧客一人ひとりの課題を可視化。FAQ等の適切なサポートチャネルにマッチングさせることで、課題の早期解決を実現
オンサイト カスタマーサポート	QANT コネクト (1)	顧客一人ひとりの問い合わせ前データが、企業のオペレータに還元され、電話応対時の用件をスムーズに把握できるようになり、応対品質・応対時間を大きく改善
顧客リサーチ Voice of Customer	EmotionTech CX	NPS®(2)をはじめとする顧客の感情データを収集/分析するプロダクト及びコンサルティングサービス
広告配信最適化	Databeat	広告関連データの自動収集/蓄積から分析、柔軟なデータ出力まで対応可能なMarketing Data Platformを提供。顧客企業におけるマーケターの運用工数削減とデータ活用の環境構築を支援

PLAID © PLAID, Inc.

（注）1. 2025年8月より「RightSupport by KARTE」を「QANT Web」に、「RightConnect by KARTE」を「QANT コネクト」に名称変更 / 2. ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、NPS、そしてNPS関連で使用されている顔文字は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標又はサービスマーク

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



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

© PLAID, Inc.


PLAID