



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

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

なお、今後の本資料のアップデートは、毎期本決算後の12月を目途に実施する予定です

当社概要

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 東京都中央区銀座6-10-1 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 ⁽¹⁾ 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



様々な強みを持つ経営陣が当社を経営

取締役及びCxO



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。楽天市場事業におけるマーケティングやウェブディレクション等を担当
- 2011年 当社を創業



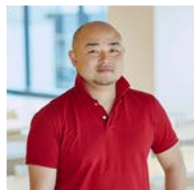
牧野 祐己 / 執行役員CTO

- 2009年 東京大学工学系研究科（修士）修了
- 2009年 IBMソフトウェア開発研究所に入社。分散データベースの開発、並列プログラミング言語処理系の研究、テキスト分析システムの開発、知識グラフの研究開発を担当
- 2015年 当社に参画。CTOとしてプロダクトの開発を担当



平野 正雄 / 社外取締役

- 1980年 東京大学工学系研究科（修士）修了
- 1980年 日揮株式会社に入社
- 1987年 マッキンゼー・アンド・カンパニー・インクに入社。その後、ディレクター・日本支社長に就任
- 2007年 カーライル・ジャパン・エルエルシーに入社。マネージングディレクター・日本共同代表に就任
- 2012年 早稲田大学商学学術教授に就任
- 2019年 社外取締役として当社に参画
- 2019年 株式会社ユーザベース社外取締役就任



柴山 直樹 / 取締役兼務執行役員CPO

- 2009年 未踏本体採択
- 2011年 株式会社エスキュービズムに入社
- 2013年 東京大学情報理工学系研究科（博士）退学。同大学では分散環境における機械学習の研究に従事
- 2013年 共同創業者として当社に参画。CPOとしてプロダクトの企画、開発を担当



武藤 健太郎 / 執行役員CFO

- 1995年 東京大学工学部卒業
- 1995年 日本長期信用銀行に入行
- 1998年 ドイツ銀行グループに入社。資金調達やM&A等の投資銀行業務を行う
- 2018年 執行役員CFOとして当社に参画



高柳 慶太郎 / 取締役兼務執行役員

- 2005年 明治大学政治経済学部卒業
- 2005年 楽天株式会社に入社
- 2008年 アジャイルメディア・ネットワーク株式会社に参加。取締役副社長COOとして基幹システムのプロデューサー業務等を担当
- 2018年 取締役として当社に参画



鈴木 健一 / 執行役員CDO

- 2006年 株式会社FICCに入社。ブランドサイト制作やアートディレクションを担当
- 2014年 株式会社スタンダードを創業。スマホアプリやWebサービスのUIデザインのコンサルティングを担当
- 2018年 当社に参画。CDOとしてプロダクトのUI/UXデザインを担当

様々な強みを持つ経営陣が当社を経営

執行役員

梅村 和彦 / 執行役員

- 2014年 当社参画
- 2021年 Operations担当として執行役員に就任

大畑 充史 / 執行役員

- 2019年 当社参画
- 2021年 Customer Success担当として執行役員に就任

阪 茉紘 / 執行役員

- 2018年 当社参画
- 2021年 Brand担当として執行役員に就任

竹村 尚彦 / 執行役員

- 2014年 当社参画
- Ecosystem Development担当として執行役員に就任

棚橋 寛文 / 執行役員

- 2017年 当社参画
- 2021年 Product担当として執行役員に就任

三浦 裕大 / 執行役員

- 2018年 当社参画
- 2021年 Sales担当として執行役員に就任

宮原 忍 / 執行役員

- 2017年 当社参画
- 2021年 Business Development担当として執行役員に就任

監査役

後藤 圭史 / 常勤監査役

- 2015年 当社参画
- 2020年 常勤監査役に就任

中町 昭人 / 社外監査役

- 1993年 弁護士登録・森綜合法律事務所（現 森・濱田松本法律事務所）入所
- 2003年 米国Kirkland & Ellis LLP入所。その後、パートナーに就任
- 2009年 アンダーソン・毛利・友常法律事務所パートナー就任
- 2016年 神戸大学大学院科学技術イノベーション研究科特命教授就任
- 2018年 社外監査役として当社に参画

山並 憲司 / 社外監査役

- 1997年 通商産業省（現経済産業省）入省
- 2006年 マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク入社
- 2009年 楽天株式会社入社
- 2013年 Rakuten USA Inc. Head of Strategy, Senior Vice President, Strategy & Corporate Development就任
- 2018年 社外監査役として当社に参画
- 2021年 アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社社外取締役就任

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。

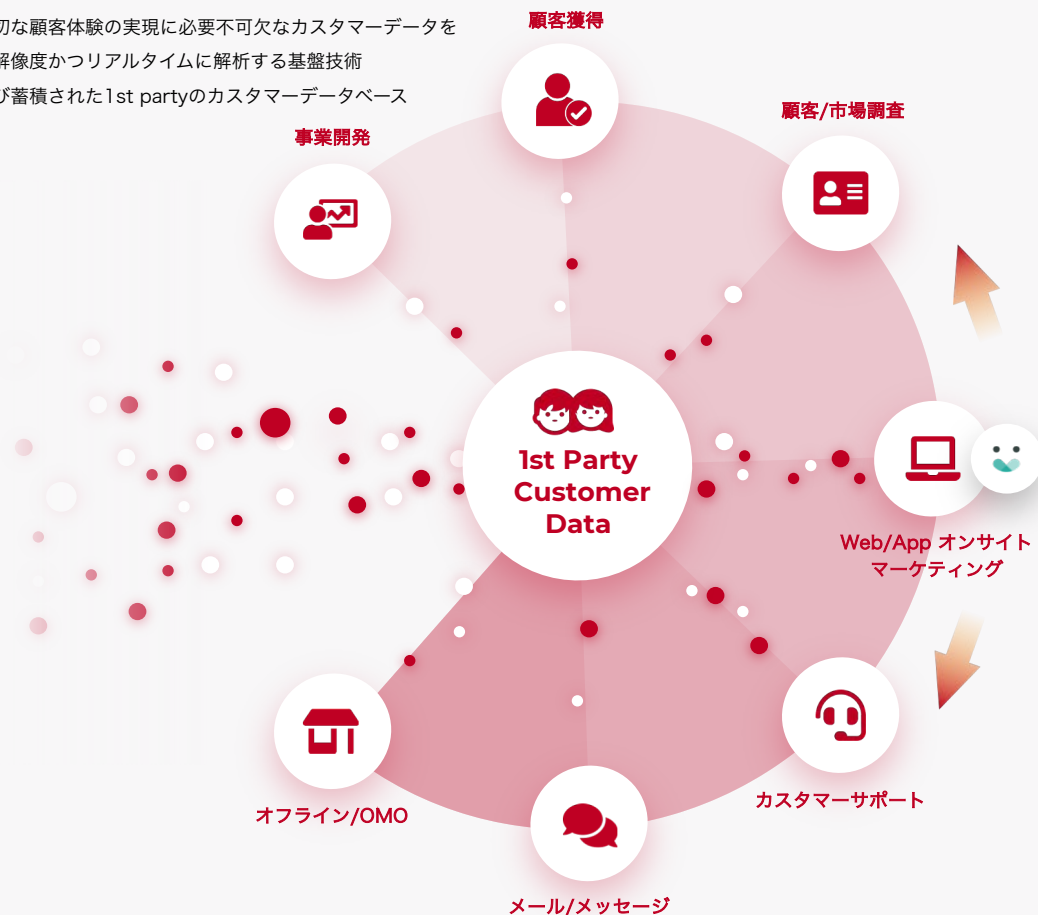
顧客中心の企業活動を カスタマーデータの 活用支援を通じて実現する

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1st partyの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

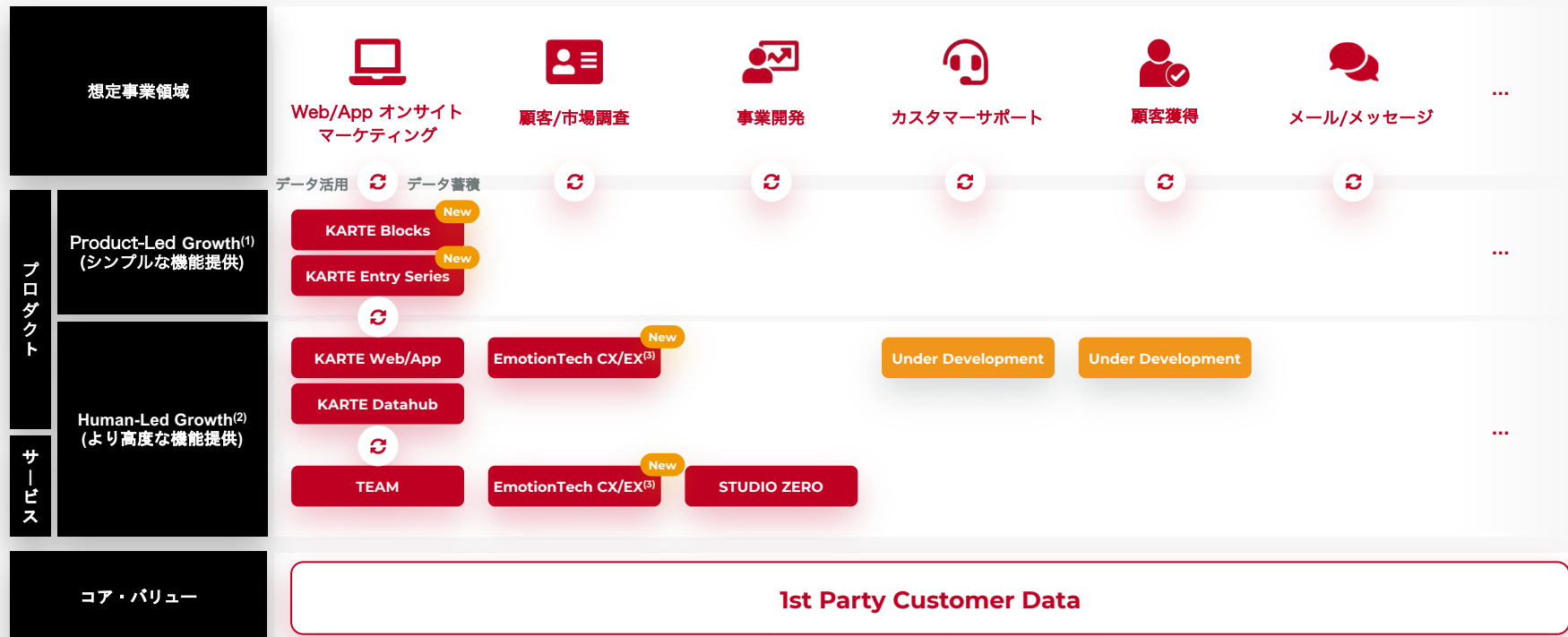
プレイドのコア・バリュー

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1st partyのカスタマーデータベース



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



主なプロダクト / サービスラインナップ -1

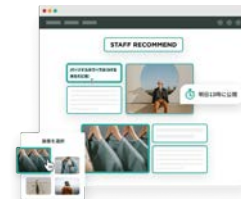
プロダクト / サービス



KARTE /
KARTE for App



KARTE Datahub



KARTE Blocks

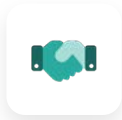
概要

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

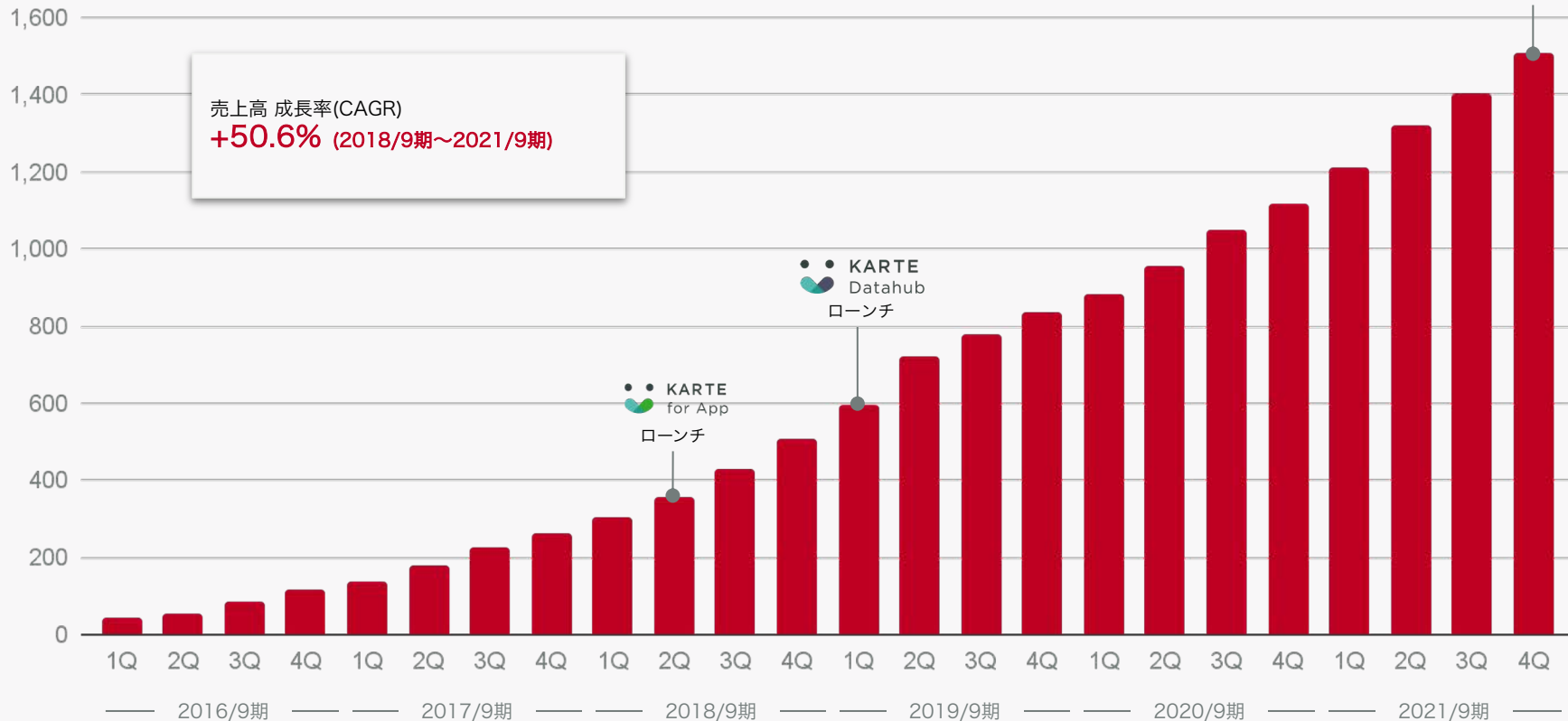
サイトのあらゆる要素をBlockに分解し、効果測定、ノーコードで編集、ローコードでカスタマイズなど、エンジニアなしのサイトマネジメントが可能

主なプロダクト / サービスラインナップ -2

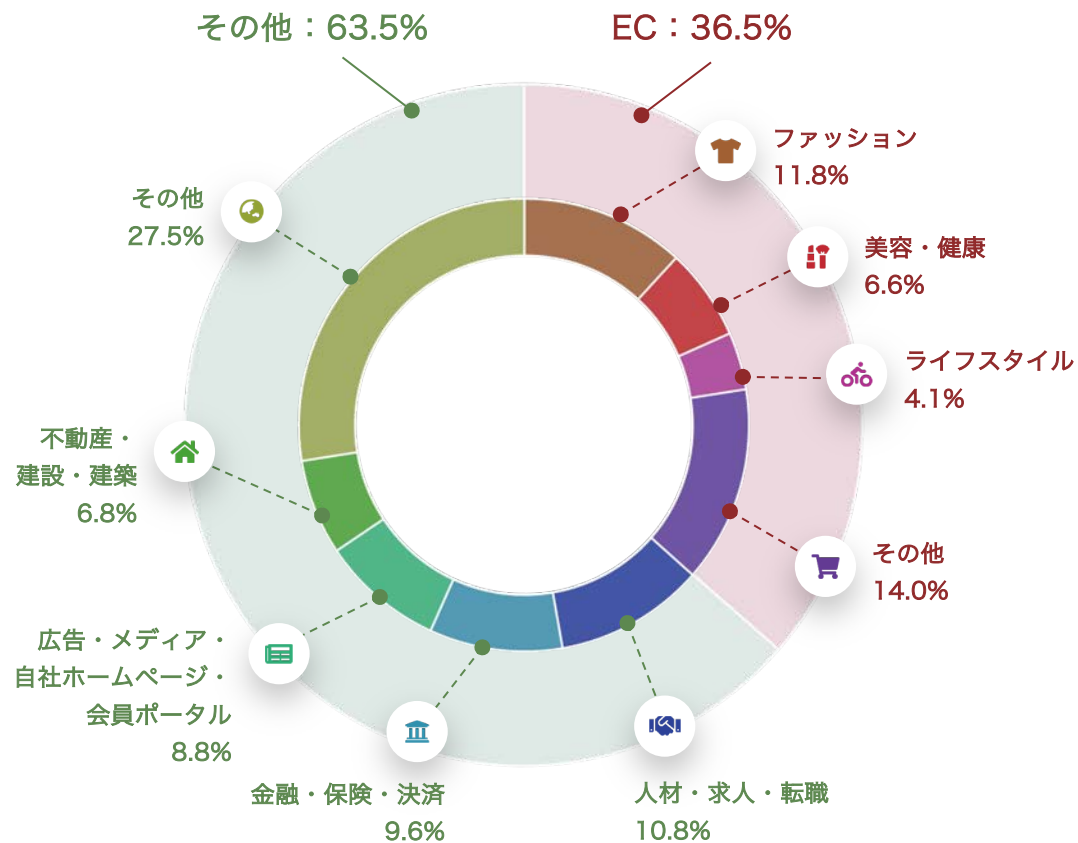
プロダクト / サービス	 KARTE Entry Series	 EmotionTech CX/EX	 TEAM / STUDIO ZERO
概要	<p>KARTEの提供を通じて蓄積されたユースケースとナレッジを活用した各種の目的別パッケージソリューション。第1弾として、EC事業者向けにカート体験を改善する「Cart Package」の提供を開始</p>	<p>NPS^{®(1)}や顧客満足度をはじめとした、顧客の声（感情データ）を収集・計測・分析するシステム及びコンサルティングサービス。2021年9月よりグループ参画したEmotion Tech社が提供</p>	<p>KARTEの活用支援やCX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</p>

売上高の推移

(百万円)



幅広い業界での利用実績



(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

1. CXが注目される理由
2. サービス概要
3. 潜在的な市場規模
4. 成長戦略とポテンシャル
5. 財務モデル
6. リスク情報

1 CXが注目される理由

Customer Experienceの 重要性が 高まっている

82%

のトップパフォーマンス企業では、デジタルとテクノロジーを取り巻くヒューマンエクスペリエンスに細心の注意を払っているという報告がある

73%

の人が、購買前の顧客体験が購買決定の重要な要素であると回答している

65%

の米国の顧客は、ブランドでのポジティブな体験は、優れた広告よりも影響力があると回答している

59%

の米国の顧客は、その会社や製品を好んでいても、何度か悪い体験をした後は次の購買に移さないと回答している

出所：PwCが12カ国の対象の15,000人にオンラインと現地でのインタビューを実施。回答者は米国から4,000人、残りの11,000人は各国（アルゼンチン、オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、コロンビア、ドイツ、日本、メキシコ、シンガポール、英国）からのサンプリング

現在のインターネットが抱える課題

顧客目線

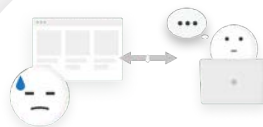


ウェブサイトが複雑化し、
必要な情報にたどり着きづらく
なっている



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

1. CXが注目される理由
2. サービス概要
3. 潜在的な市場規模
4. 成長戦略とポテンシャル
5. 財務モデル
6. リスク情報

2 サービス概要

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



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

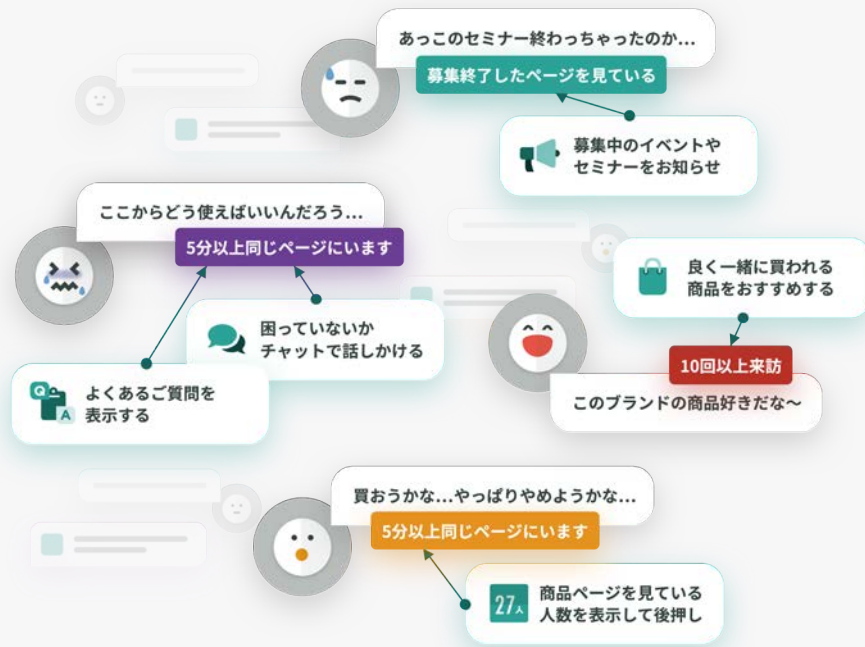
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



特徴2

リアルタイム解析基盤

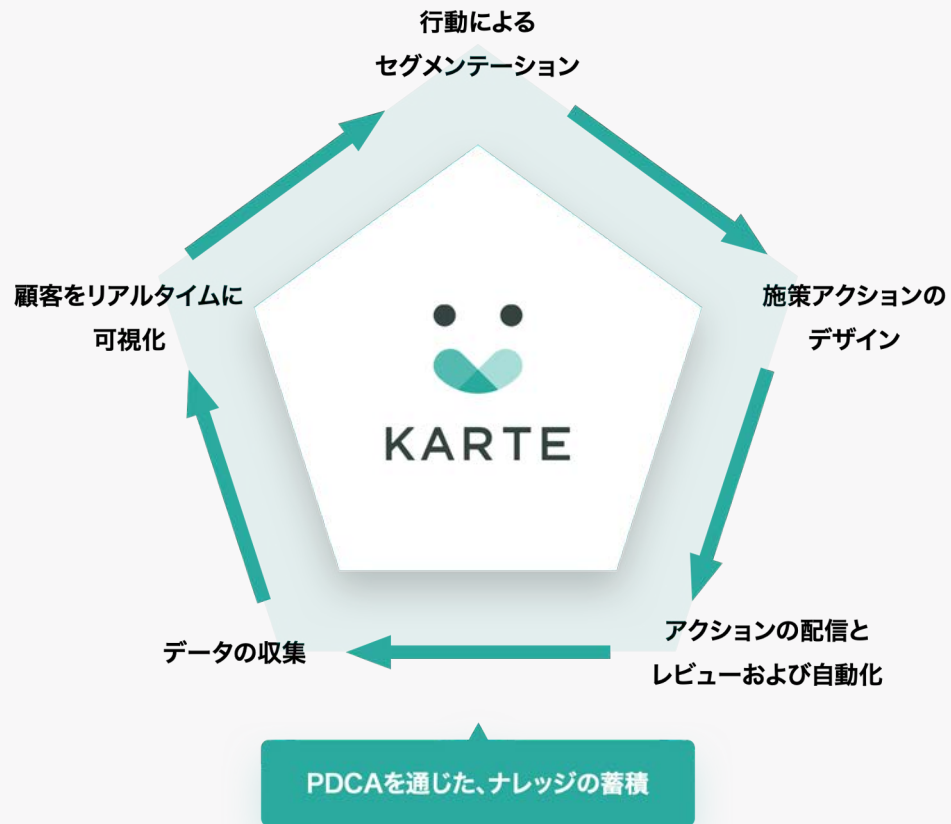
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に訪問する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意欲の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



特徴3

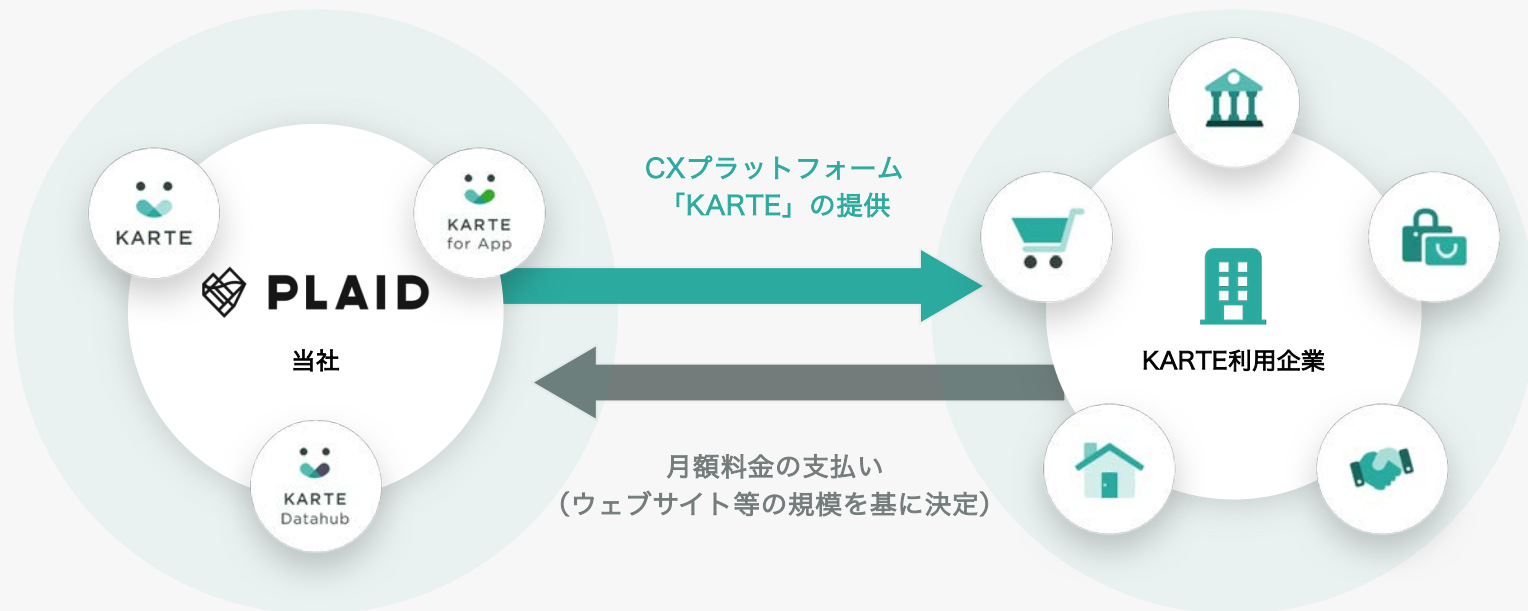
ワンストップで施策実行

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）



1. CXが注目される理由
2. サービス概要
3. 潜在的な市場規模
4. 成長戦略とポテンシャル
5. 財務モデル
6. リスク情報

潜在的な市場規模

CXプラットフォームが持つ潜在的な市場規模

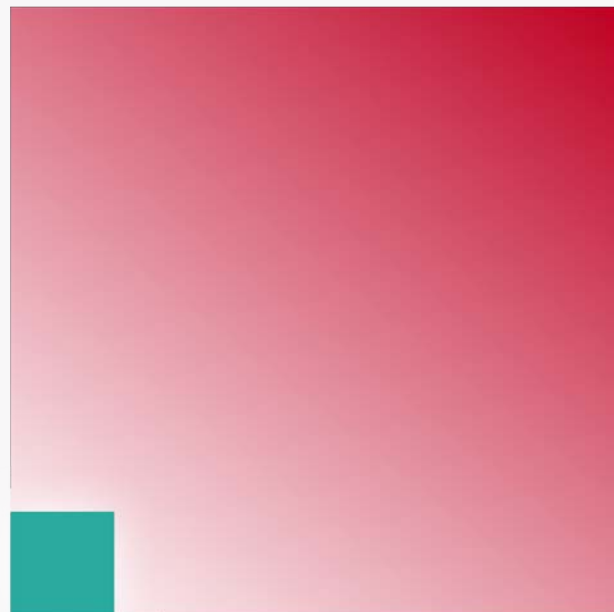
日本のウェブサイトのうち、現在の価格・サービス体系において特にKARTEの導入可能性がある

30,000UU以上のウェブサイトは約19,100件⁽¹⁾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

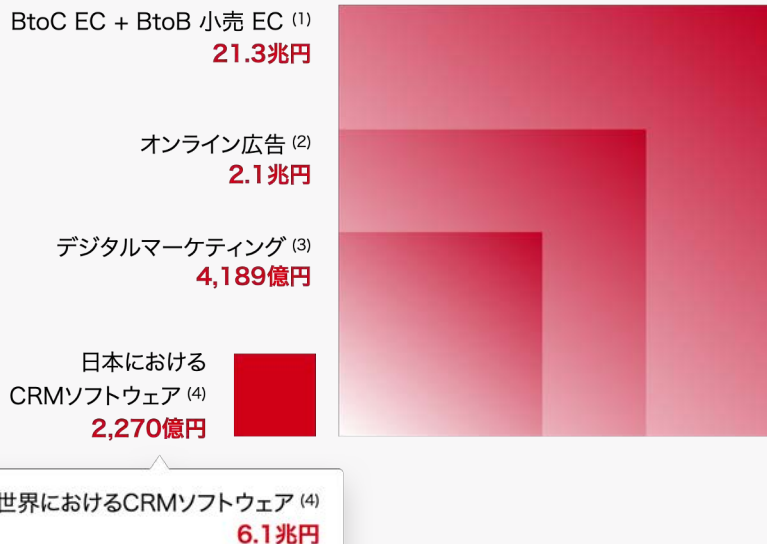
(注) 1. 2019年2月時点のSimilar Web社のデータに基づく、30,000UU以上の日本のウェブサイト数であり、30,000UU以上のウェブサイトを現在の価格・サービス体系においてKARTEの導入可能性のあるウェブサイトとして定義

**30,000UU以上の
ウェブサイト**
ウェブサイト数: 19.1千件

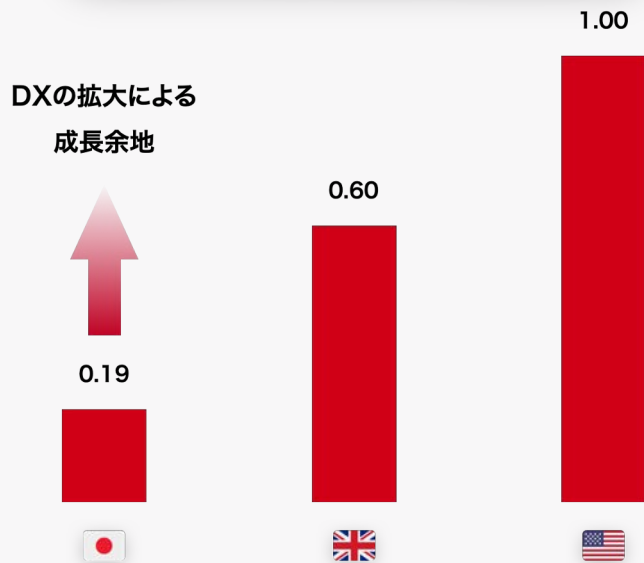


対象・関連市場の規模とポテンシャル

当社が属する市場と関連市場の規模



各国のクラウドCRM Softwareへの投資額比較(2)



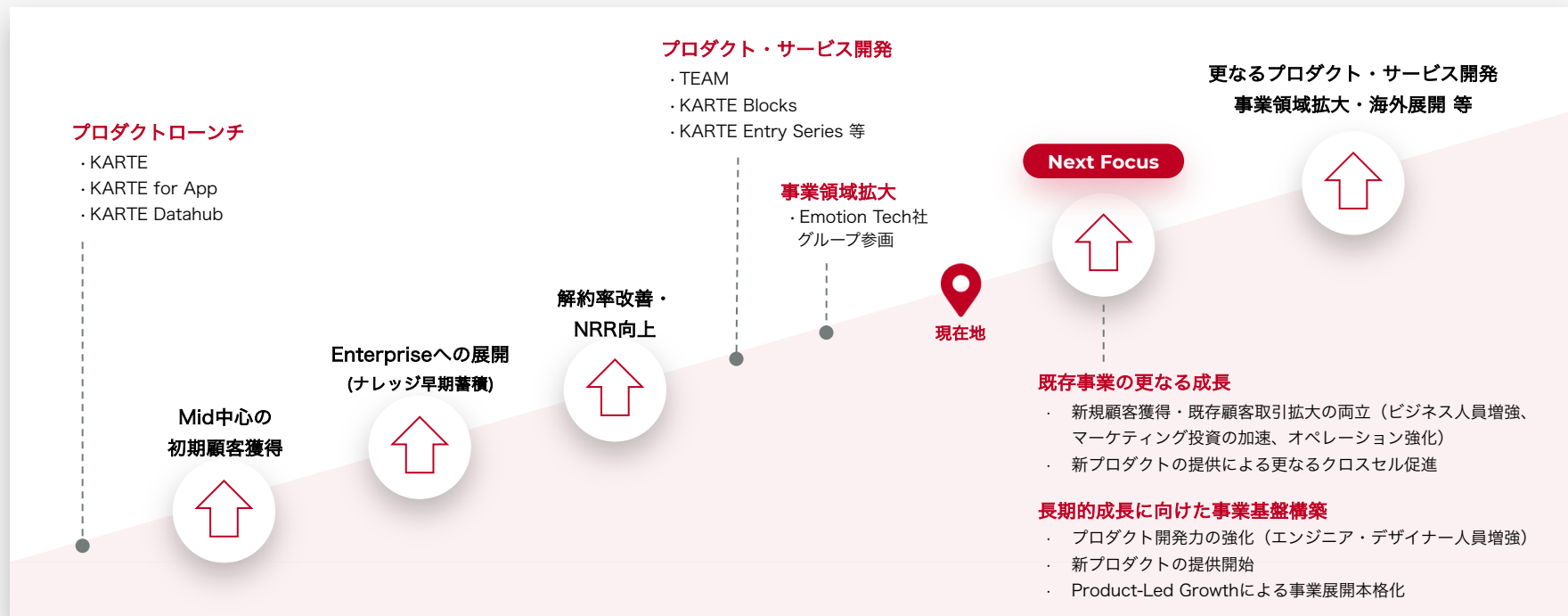
(注) 為替レートはUSD/JPY=109.02を利用 1. 経済産業省「令和元年度電子商取引市場調査結果」/ 2. 電通「2019年 日本の広告費」/ 3. IDC「国内デジタルマーケティング関連サービス市場 セグメント別/産業分野別、2020年~2024年」/ 4. 上図はGartnerリサーチを基にブレイド社が作成。Gartner, "Forecast: Enterprise Application Software, Worldwide, 2018-2024, 3Q20 Update" 30 Sep 2020. Market Size of customer and relationship 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) / 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

1. CXが注目される理由
2. サービス概要
3. 潜在的な市場規模
4. 成長戦略とポテンシャル
5. 財務モデル
6. リスク情報

成長戦略とポテンシャル

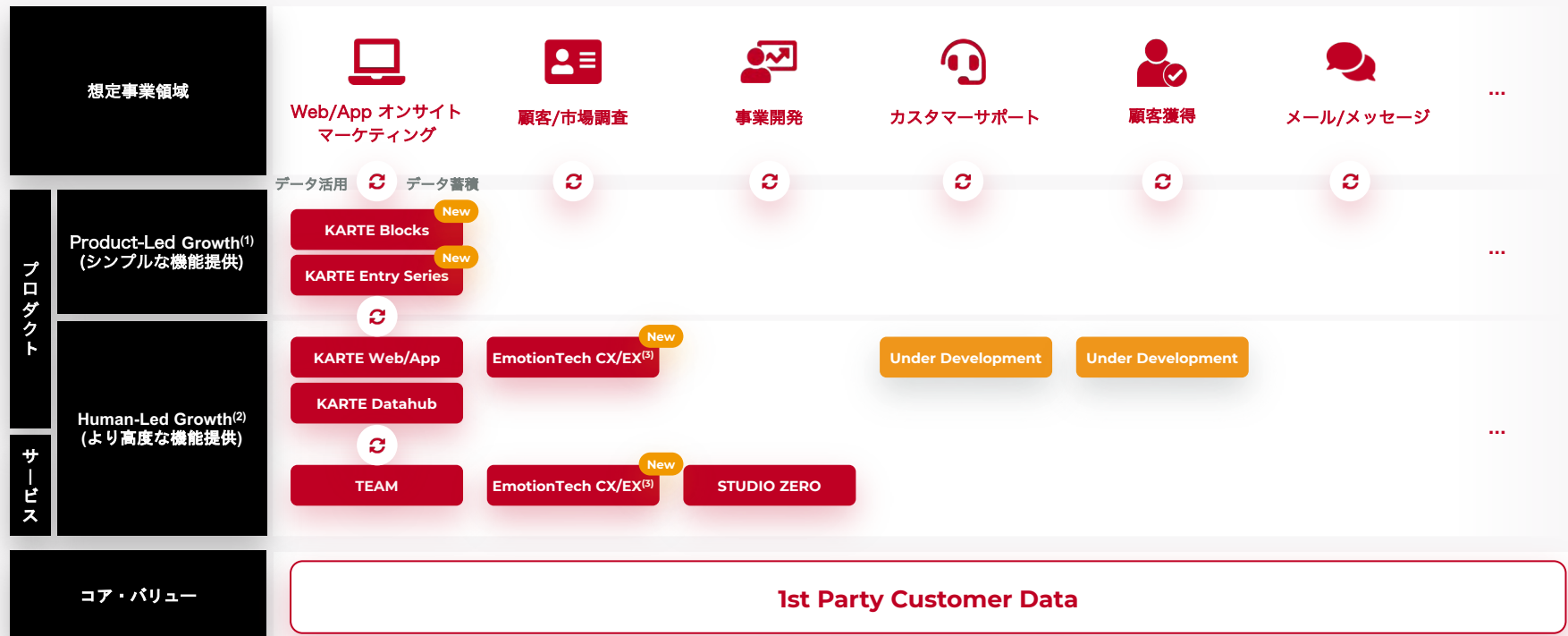
4

成長戦略におけるFocusの遷移



カスタマーデータを軸とするプレイドの事業領域（再掲）

- 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

売上高の成長継続に向けた戦略



「広げる」施策

体制の強化
新規プロダクトの販売
PLGモデルの展開



「深める」施策

体制の強化
事業領域の拡大

「広げる」施策

体制の強化

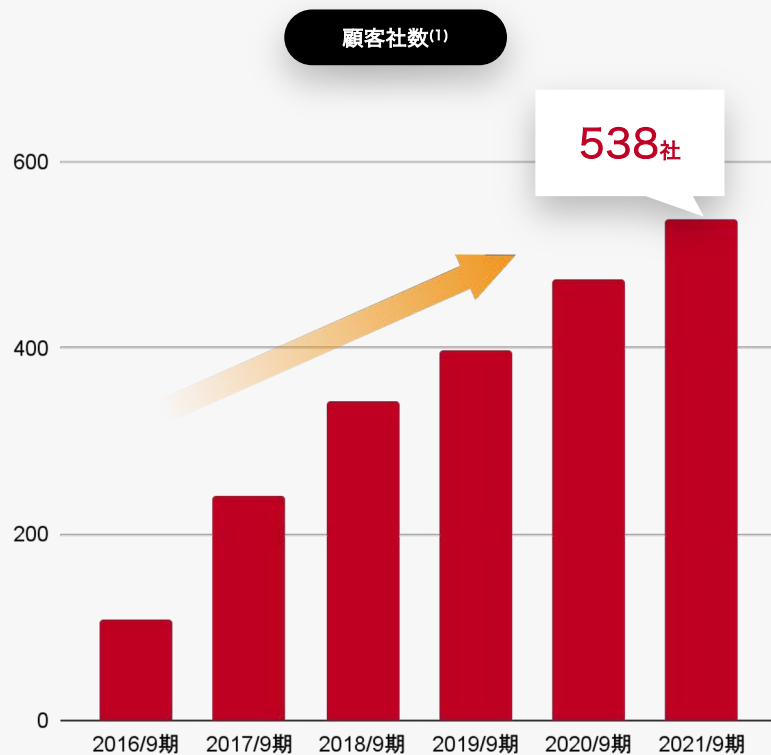
- マーケティング投資の加速に加え、主にセールス人員を増強
- オペレーション効率化

新規プロダクトの販売

- プロダクトラインナップの増加により、新規顧客獲得機会を拡大

PLGモデルの展開

- 導入のハードルを相対的に低く設計することにより、潜在顧客層を拡大



「深める」施策

体制の強化

- 主にカスタマーサクセス人員の増強
- オペレーション強化

事業領域の拡大

- オンサイトマーケティングに留まらない事業領域へのプロダクト展開により、同一顧客内におけるプロダクト/サービスの利用幅を拡大

NRR⁽¹⁾

110.5%

顧客単価⁽²⁾

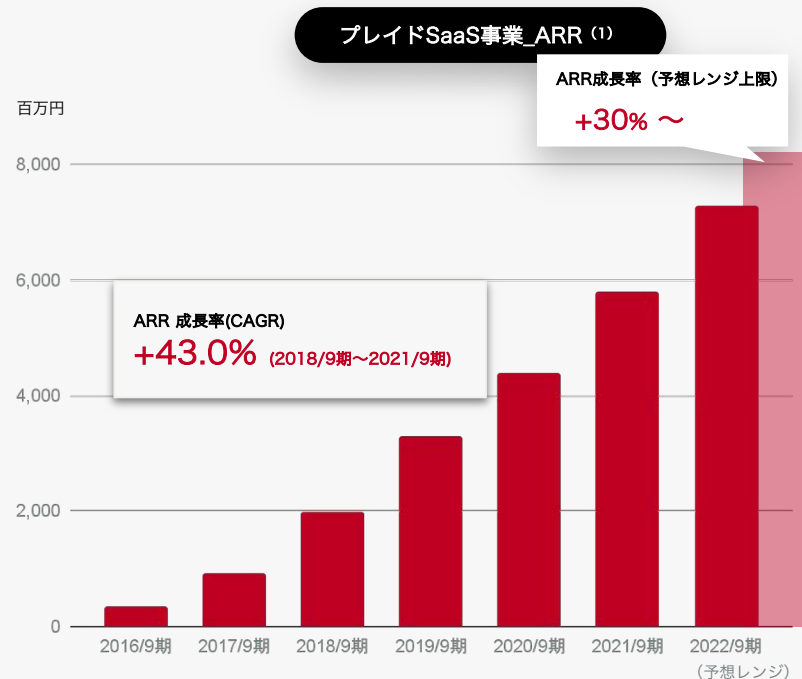
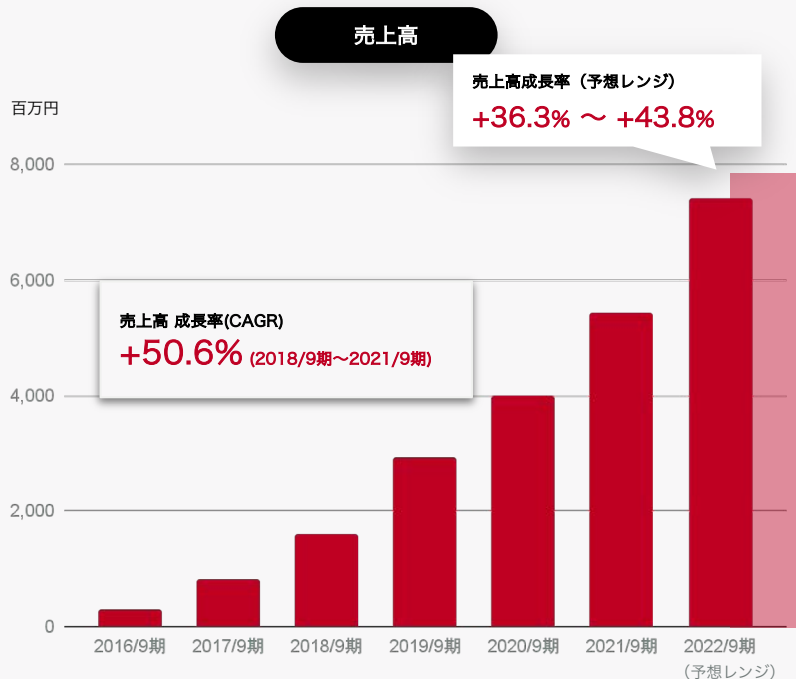


(注) 1.Net Revenue Retention (Rate)の略語。(i)1年以上契約している既存顧客の月次サブスクリプション売上高を(ii)前年同月の月次サブスクリプション売上高で割ったものとして算出 / 2.各期末時点の月次サブスクリプション売上高を顧客社数で除して算出

1. CXが注目される理由
2. サービス概要
3. 潜在的な市場規模
4. 成長戦略とポテンシャル
5. 財務モデル
6. リスク情報

5 財務モデル

売上高・ARRの着実な成長

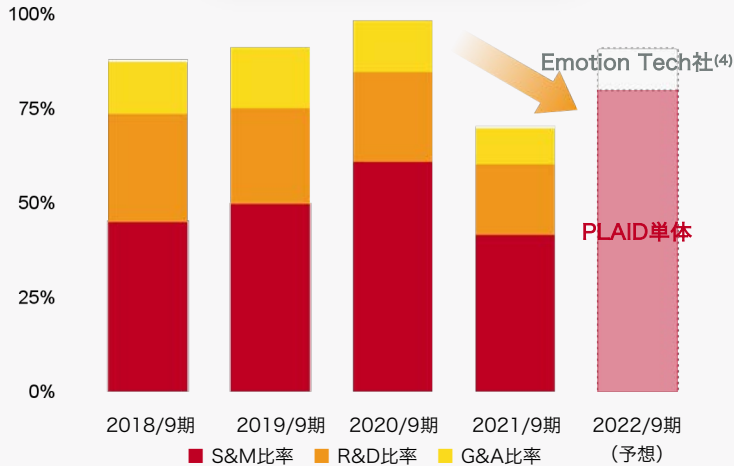


(注) 1..Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出。既存の契約が更新のタイミングで全て更新される前提で、既存の契約のみから、期末月の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標

規律あるコストコントロール

- ・ 当面は、中長期的な成長に向けて、マーケティング強化や人員増強を中心に積極投資の方針
- ・ 投資水準は、販管費の売上高比率や各区分（S&M⁽¹⁾ / R&D⁽²⁾ / G&A⁽³⁾）ごとの比率等を勘案して、適切にコントロール

販管費の売上高比率



営業利益率



(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 / 4.のれん償却費を含む

長期財務モデル (Long Term Model) (1)

長期的には主にS&M関連の投資の
効率化及び先行投資期間における
投資成果の享受により、利益率の
向上を目指す

	2018/9期	2019/9期	2020/9期	2021/9期 3Q累計	長期財務 モデル ⁽²⁾
売上総利益率	75.4%	73.0%	71.2%	73.3%	75-80%
S&M	45.2%	49.8%	61.0%	38.9%	25-30%
R&D	28.3%	25.1%	23.7%	18.7%	18-20%
G&A	14.5%	16.2%	13.4%	10.2%	8-10%
営業利益率	▲12.5%	▲18.2%	▲26.9%	5.6%	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 / 2.プレイド単体SaaS事業を前提とする

1. CXが注目される理由
2. サービス概要
3. 潜在的な市場規模
4. 成長戦略とポテンシャル
5. 財務モデル
6. リスク情報

6 リスク情報

事業遂行上の主要なリスク⁽¹⁾ - 1

	主要なリスクへの対応策
<p>CX（顧客体験）及びデジタルマーケティングの市場について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場の成長及び需要が当社の見込みを下回るリスク ・ターゲットとする市場規模が当社の見込みを下回るリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・CX（顧客体験）及びデジタルマーケティングの市場動向に関する継続的な情報収集 ・CX（顧客体験）やデジタルマーケティングに関するサービスの認知度向上のための事業拡大、積極的なマーケティング活動の実施
<p>市場における競争及び「KARTE」ブランドの確立と維持について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・類似サービスが開発され、それらが安価で又は無料で提供される等競合環境が激化するリスク ・競争環境の激化その他の要因により「KARTE」ブランドの確立及び維持を想定通りに出来ないリスク ・海外市場など競合環境等の異なる新たな市場への展開が想定通りに進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存サービスの機能強化や新機能開発等及び権利保全のための特許取得等を通じた付加価値の向上 ・ブランドの確立及び維持のためのマーケティング活動をはじめとした施策の実施 ・事業リスク等を慎重に検討し、実行の判断を行うための綿密な市場調査の実施
<p>インターネットアクセスについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ネットワーク事業者によるサービスの内容や価格の変更等による、サービスの制限及び費用が増加するリスク ・インターネットの利用者数、利用頻度、データ送信量の増加によってインターネットに障害等が発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスの定期的バックアップ、稼働状況の常時監視等によりトラブルの事前防止又は回避に努めております。
<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の収束時期やその他の状況の変化により、需要減少やマーケティング活動への支障などが発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインでの商談及びマーケティング施策のオンライン化等の継続的な検討 ・新型コロナウイルス感染症の収束時期やその他の状況の変化の注視
<p>当社サービスの競争力（取引先の支持及び技術革新）について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社サービスの競争力が減退するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・当社サービスが解約に至った理由のヒアリングや傾向分析等の結果を参考にした開発活動の実施

事業遂行上の主要なリスク - 2

主要なリスクの概要	主要なリスクへの対応策
<p>取引先の獲得・維持及び販売拡大について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取引先の獲得や既存取引先の維持、販売の拡大想定通りに進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先の獲得・維持及び販売拡大に大きく影響する事業計画及び経営戦略の達成状況や営業 ・マーケティングの活動状況について、KPIの設定とそのモニタリング体制の継続的な強化
<p>当社の価格決定モデル及びコストについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・価格決定モデルの特性により、売上総利益率が悪化するリスク ・価格決定モデルの改定が適時適切に行われないリスク ・新たなサービスの導入や既存サービスの強化等が計画どおりに進まない又は開発に係る人件費等の投資の回収が想定どおりに進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・価格決定モデル、利用料金の定期的な見直し及びコストの分析の継続的な実施 ・事業及び開発の進捗や計画との差異状況を適時適切に把握の上、投資判断を行うことに努める
<p>不正アクセスと情報流出について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社が保有する情報が流出するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・「ISO/IEC 27017:2015」に基づくISMSクラウドセキュリティ認証の取得 ・情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) の国際規格である「ISO/IEC 27001」の認証の取得 ・セキュリティインシデントの事例等を通じた情報セキュリティ対策の強化 ・クラウドサービスの提供元における情報セキュリティ対策のモニタリング
<p>当社プラットフォームのパフォーマンス及び第三者のデータセンターについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・種々の要因によりシステム障害が発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスの冗長化及びセキュリティ対策の実施 ・クラウドサービスの提供元を含めた当社プラットフォームの稼働状況の常時監視
<p>当社の事業パートナーとの関係について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パートナーシップが当社の想定どおりにCXプラットフォームの構築に寄与しないリスク ・パートナーとの関係が悪化するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・各パートナーシップをさらに深化させ、実効的なアライアンスを推進する人材の確保など、適切なリソース配置に努める

事業遂行上の主要なリスク - 3

	主要なリスクの概要	主要なリスクへの対応策
知的財産権について	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスに関する知的財産権を取得できず、競合他社が類似サービスを提供することで、事業及び業績に影響を生じるリスク ・サービスが第三者の知的財産権を侵害することで、損害賠償請求を受け、またサービスが継続できなくなるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・競合他社の技術動向の分析と知的財産権の調査を拡充し、適時適切な範囲での知的財産権の早期獲得を戦略的に推進
プライバシー、個人情報保護、情報セキュリティに係る規制その他の規制について	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報の流出、喪失等によるリスク ・法令等による規制強化、安全管理措置のコストの増加によりサービスが制限されるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティフレームワークによる審査や関連情報のアップデート、最新のインシデント事例等を通じた情報セキュリティ対策の継続強化 ・法令や技術革新の動向による事業活動の影響の早期把握、及び体制強化
当社経営陣及び従業員について	<ul style="list-style-type: none"> ・経営陣及び従業員人材が不足し、事業及び業績に影響を与えるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画に基づく計画的な採用や事業機会の創出による知見の向上や教育の推進 ・多様な人材を確保するため、ビジョンの一層の浸透、及びフレックスタイム、在宅勤務等の働きやすい環境整備の推進
内部管理体制について	<ul style="list-style-type: none"> ・急速な事業展開及び会社規模の拡大に内部管理体制の整備が追いつかず、業務運営に支障をきたすリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業環境の変化や法改正等の動向の早期把握、外部専門家の有効活用及び採用強化等により効率的な体制強化を実施
当社の限られた事業の歴史と事業規模の拡大について	<ul style="list-style-type: none"> ・販売・マーケティングやサービス開発への投資が想定どおりの成果に繋がらないリスク ・事業体制の構築に遅れが生じ、想定どおりの効果が得られないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・業績評価や投資の効果測定の実績や知見を蓄積し、また新たな獲得人材による見識を取り込むことで、当該業績評価や投資の効果測定の一層の精緻化と事業体制の強化を実施
自然災害等について	<ul style="list-style-type: none"> ・自然災害等によりインターネットや第三者が提供するクラウドサーバー等が被災するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業環境の変化や最新の災害事例を踏まえた事業継続計画の適時の見直しによるその実効性の確保

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	SLA KARTEでは99.5%の稼働率をSLAとして設定	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
暗号化 KARTEとの通信はhttps (TLS1.3) を用いており、全て暗号化	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
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	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	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



CLOUD 688345 / ISO 27017



IS 622929 / ISO 27001

プライバシー・個人情報保護



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*