



2021年9月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社プレイド（マザーズ：4165） | 2021年5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

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません

また、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

2021年9月期 第2四半期業績

- ・ 売上高は前年同期比+38.4%の1,322百万円
- ・ 販売費及び一般管理費は同▲15.8%の861百万円
- ・ 営業利益は120百万円の着地
- ・ 当期純利益は88百万円の着地

(百万円)	2021/9期 2Q	2020/9期 2Q	YoY	2021/9期 1Q	QoQ
売上高	1,322	955	+38.4%	1,209	+9.4%
売上原価	340	264	+28.7%	348	▲2.3%
売上総利益	982	691	+42.1%	861	+14.1%
売上総利益率	74.3%	72.3%	+1.9pt	71.2%	+3.1pt
販売費及び一般管理費	861	1,023	▲15.8%	848	+1.6%
対売上高比率	65.1%	107.1%	▲42.0pt	70.1%	▲5.0pt
営業利益	120	▲332	-	12	+846.6%
営業利益率	9.1%	▲34.8%	+43.9pt	1.1%	+8.1pt
営業外収益	3	0	+658.3%	1	+237.5%
営業外費用	34	26	+32.3%	175	▲80.3%
上場関連費用	29	24	+22.6%	170	▲82.8%
その他	5	2	+147.1%	4	+24.8%
経常利益	89	▲358	-	▲161	-
特別損失	-	-	-	70	▲100.0%
投資有価証券評価損	-	-	-	70	▲100.0%
当期純利益	88	▲358	-	▲232	-

通期業績予想に対する進捗率

- ・ 通期業績予想⁽¹⁾に対する進捗率は前年同期を上回る

2021年9月期 2Q累計実績 売上高

2,532百万円

48.6%

通期業績予想
5,211百万円

2020年9月期 2Q累計実績 売上高

1,841百万円

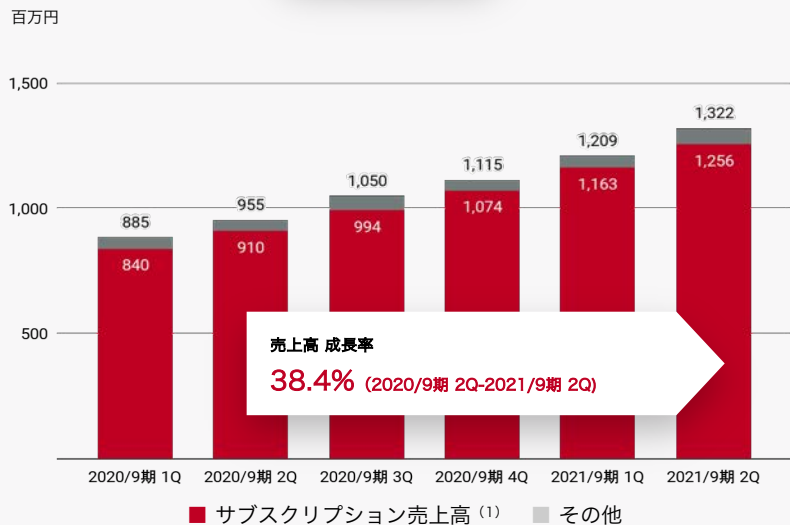
45.9%

通期実績
4,007百万円

売上高及びARR

- 売上高は前年同期比+38.4%の1,322百万円、ARRは同+39.2%の5,169百万円

売上高



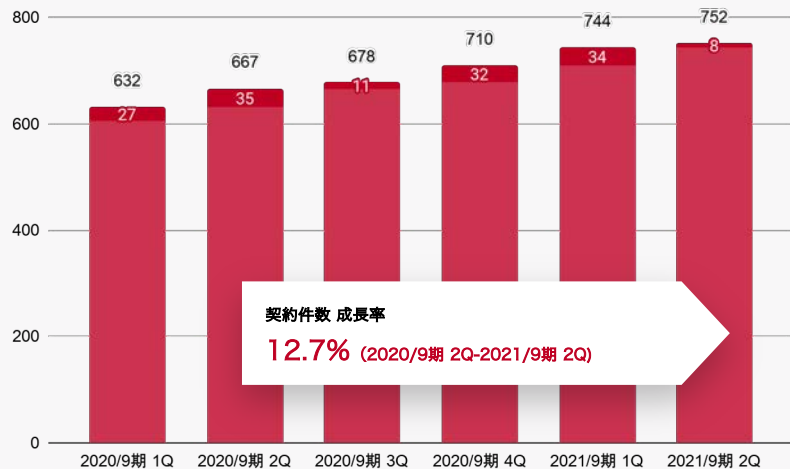
ARR (2)



契約件数及び契約単価

- ・ 契約件数は当四半期で8件増加し752件。前年同期比で新規件数が減少、解約件数が増加
- ・ 契約単価（月次）は前四半期末比38千円増加し572千円

契約件数 (1)

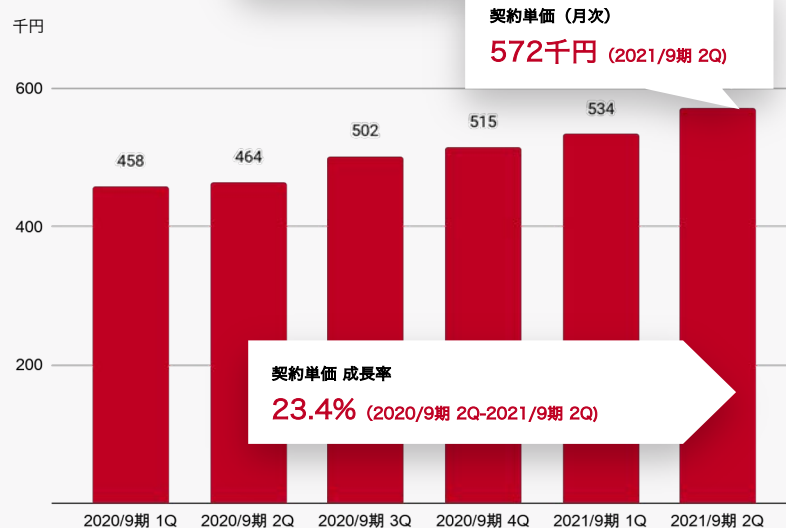


契約件数 成長率

12.7% (2020/9期 2Q-2021/9期 2Q)

■ 契約件数：四半期増減

契約単価 (2)



契約単価 (月次)

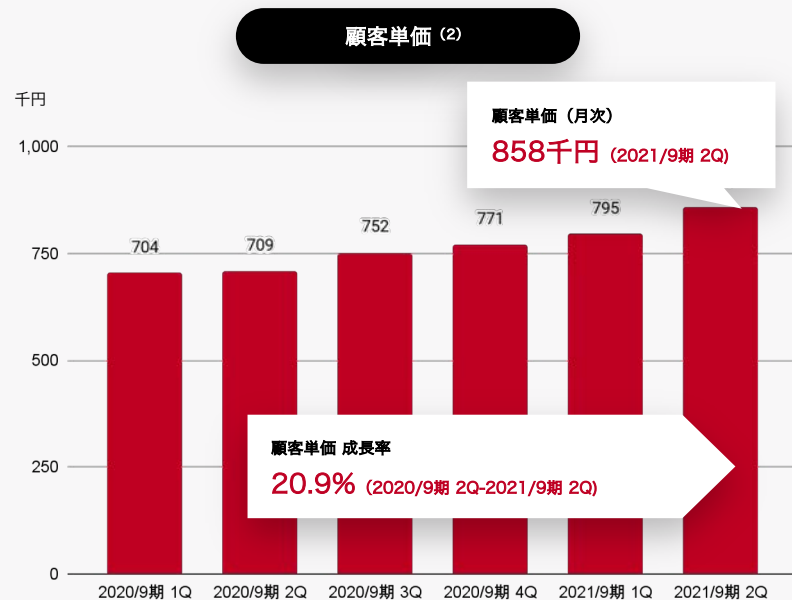
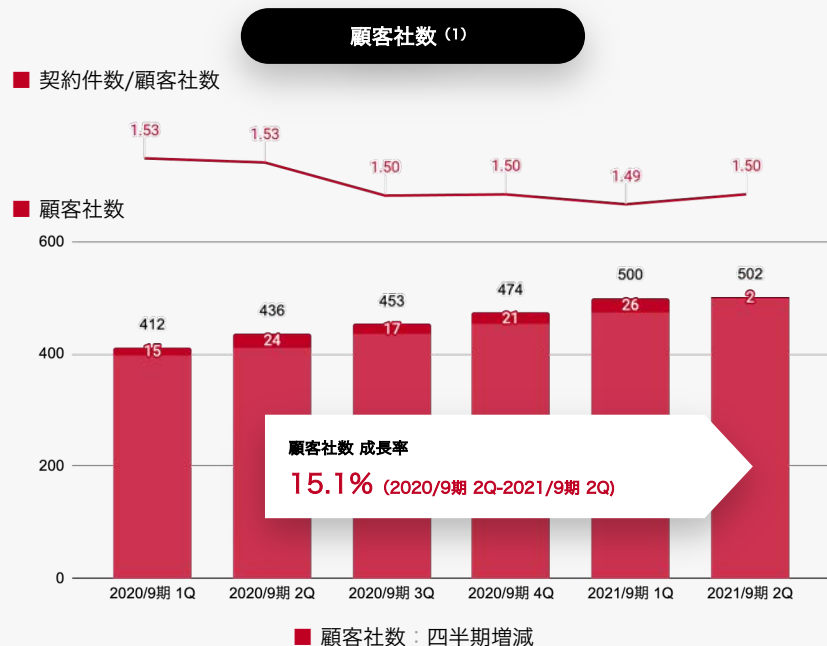
572千円 (2021/9期 2Q)

契約単価 成長率

23.4% (2020/9期 2Q-2021/9期 2Q)

顧客社数及び顧客単価

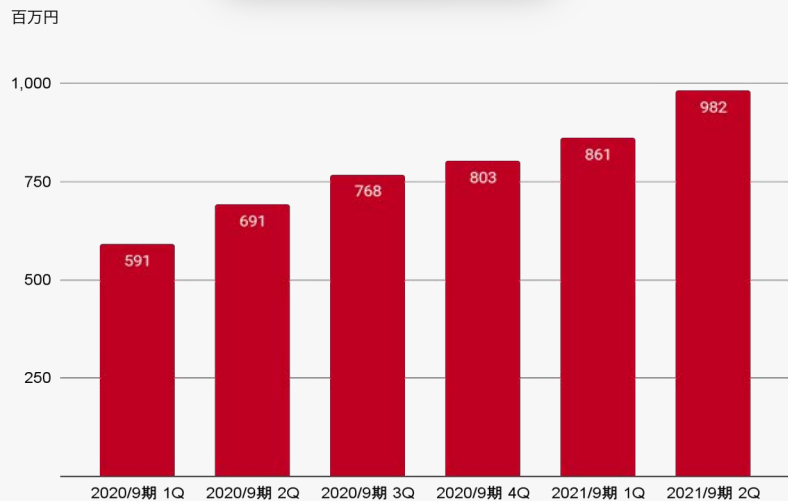
- 顧客社数は当四半期で2社増加し502社。前年同期比では新規社数が減少、解約社数が増加
- 顧客単価（月次）は前四半期末比62千円増加し858千円



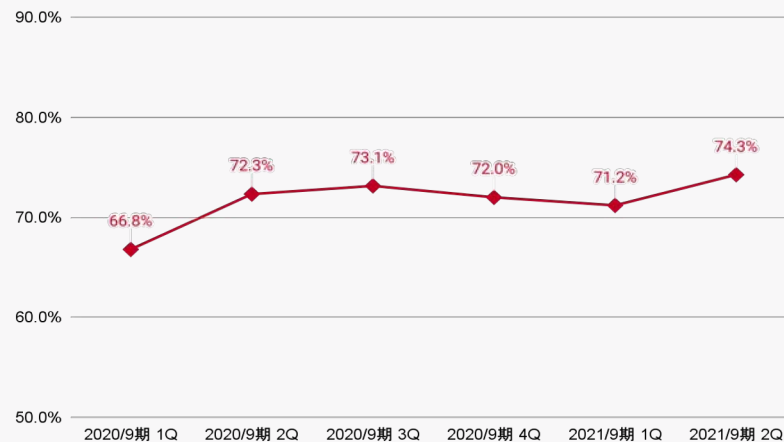
売上総利益

- ・ 売上総利益は982百万円、売上総利益率は74.3%
- ・ 効率的なサーバー利用やアップセルによって売上総利益率が上昇

売上総利益

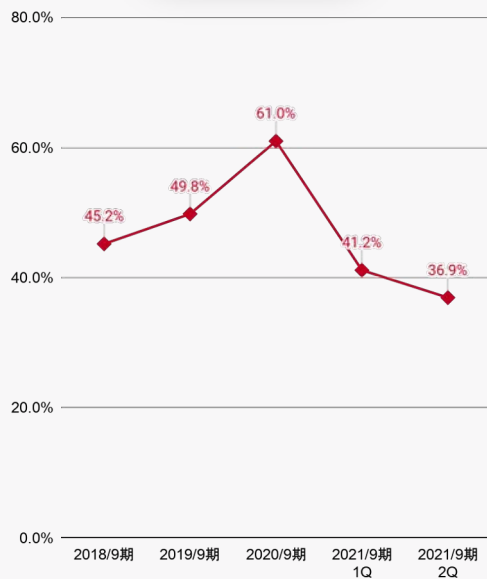


売上総利益率

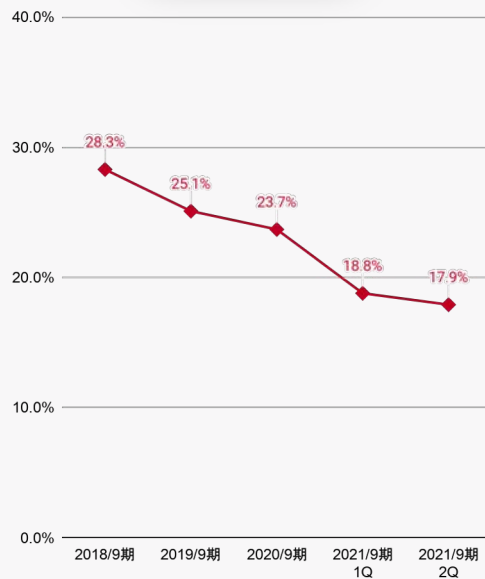


販売費及び一般管理費の対売上高比率

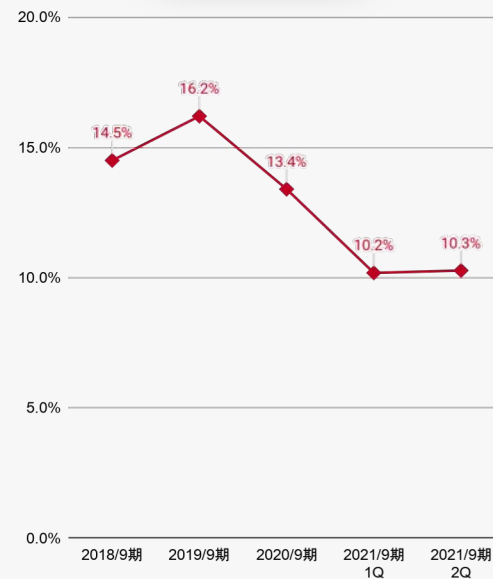
S&M比率 (1)



R&D比率 (2)



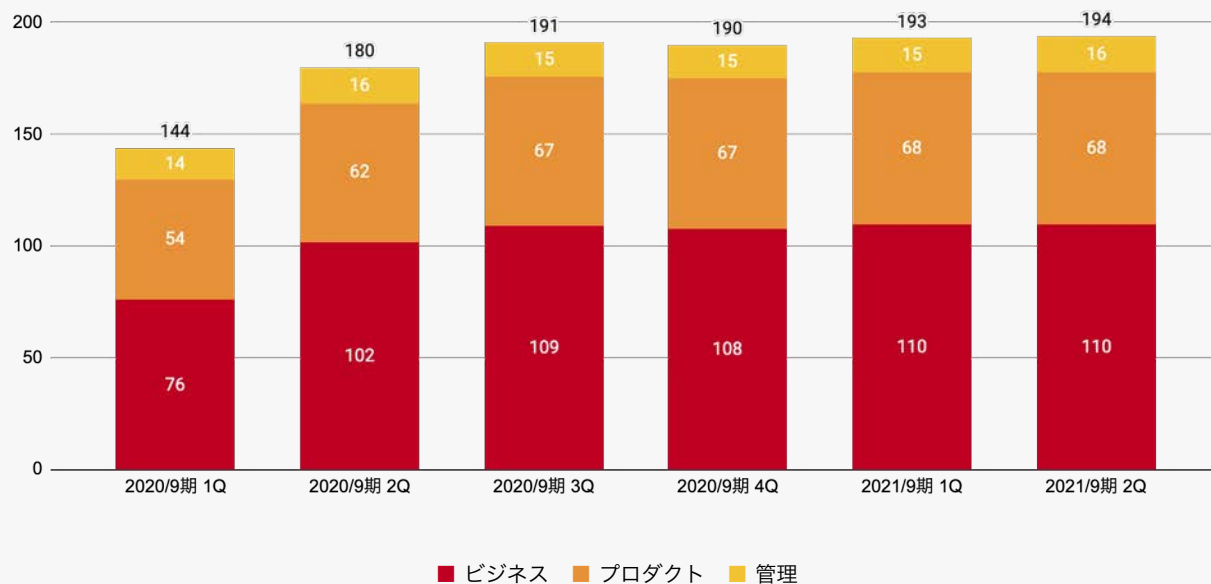
G&A比率 (3)



(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

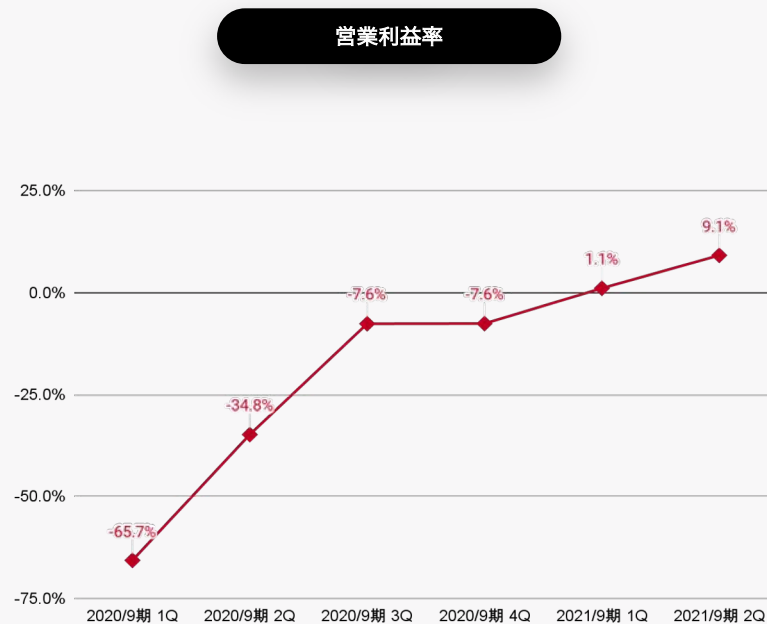
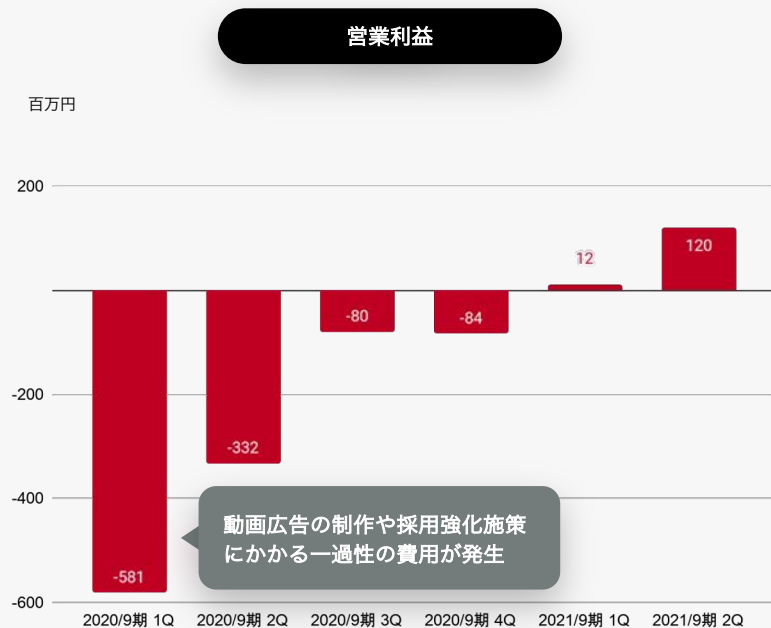
従業員数 (1)

- ・ コロナ禍で世界経済が先行き不透明ななか、新規採用の抑制を行っていた影響で横ばい
- ・ 今後は新規採用の強化により、以降の従業員数は増加見込み



営業利益

- ・ 売上総利益の拡大及び販管費投資の一部未実行により、営業利益は120百万円の着地



貸借対照表

- ・ オーバーアロットメントの行使により現金及び預金が増加し、5,186百万円の現預金を保有

(百万円)	2018/9期	2019/9期	2020/9期	2021/9期 2Q
流動資産合計	2,463	1,892	2,642	5,787
現金及び預金	2,161	1,374	2,091	5,186
受取手形及び売掛金	232	368	475	537
その他	69	149	75	63
固定資産合計	494	309	426	354
流動負債合計	519	615	1,084	1,110
固定負債合計	508	397	380	224
純資産合計	1,929	1,188	1,604	4,806

ARR (1)

5,169百万円 (2021/3月末時点)

契約件数 (3)

752件 (2021/3月末時点)

売上高 / 前年同期比成長率

1,322百万円 (2021/9期 2Q) / **38.4%** (2021/9期 2Q)

契約単価 (4)

572千円 (2021/3月末時点)

売上総利益 / 売上総利益率

982百万円 (2021/9期 2Q) / **74.3%** (2021/9期 2Q)

NRR (5)

105.3% (直近12ヶ月平均)

サブスクリプション売上高比率 (2)

95.0% (2021/9期 2Q)

従業員 (6)

194人 (2021/3月末時点)

(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. 2021年3月末時点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 / 4. 2021年3月の月次サブスクリプション売上高を2021年3月末の契約件数で除して算出 / 5. 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 / 6. 2021年3月末時点の従業員数

2021年9月期第2四半期のハイライト

- 1 売上高は堅調に推移
- 2 契約件数の増加ペースが前年同期比で鈍化するも、契約単価が継続して上昇し、ARRは堅調に推移
- 3 直近のクロスセル・アップセルの進捗により、NRRは上昇
- 4 効率的なサーバー利用やアップセルによって売上総利益率が上昇
- 5 売上総利益の拡大及び販管費投資の一部未実行により、営業利益は120百万円の着地

当社が認識する市場環境と提供する価値の拡がり

デジタルマーケティングのパラダイムシフト

サービス構築や集客最大化のフェーズから、顧客に価値を伝えるフェーズへのシフトが始まりつつある



ブレイドが提供する価値の拡がり

顧客企業における、より早く、より大きな価値創造（成功体験の獲得）を支援する

TEAM

"いま"のフェーズにおいても企業が自立的に活用できるプロダクトを提供する

KARTE Blocks

KARTEが目指す世界観を事業とは異なる側面から伝える

KARTE GATHER

TEAMの提供開始⁽¹⁾

- ・ TEAMは、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
- ・ TEAMの提供を通じて、顧客企業が抱えるリソースやケイパビリティにおける課題を解決し、顧客企業の価値創造を支援する
- ・ TEAMについては当社が開示するKPIであるサブスクリプション売上高及びARRには含まない

サービス概要

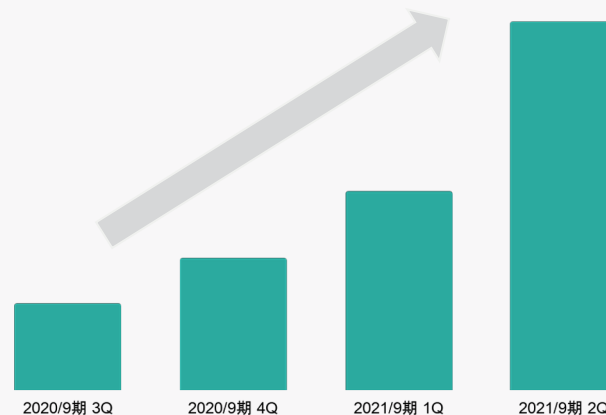
目的

- ・ KARTEの利用価値実感
- ・ 顧客企業の成長機会の探索
- ・ 顧客企業のビジネスモデル変革

提供内容

- ・ KARTEの活用・設計の支援
- ・ CXに関するコンサルティング
- ・ 顧客企業でのワークショップ実施 等

TEAM契約件数



KARTE Blocks (1) とは

- ・ サイトをBlockの集合体として捉え直し、Blockごとに管理・更新・評価できる新しいサイト管理システム
- ・ タグを1行貼るだけで、サイトの構成要素をノーコードで管理・編集することが可能
- ・ オープンβ版を2020年11月18日より提供開始

BMSで実現する新しいサイト管理とは



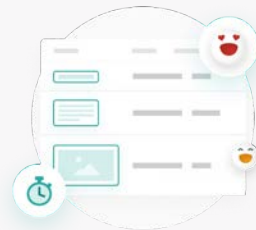
タグを貼る

スクラッチ開発でもパッケージ開発でも、サイトにタグを1行入れるだけでセットアップが完了



Blockに分解する

KARTE BlocksがサイトをBlock単位に分解し、管理画面から選択できるようになる



Blockを管理する

Blockをノーコードで自由に編集・更新管理。スケジュール設定も可能

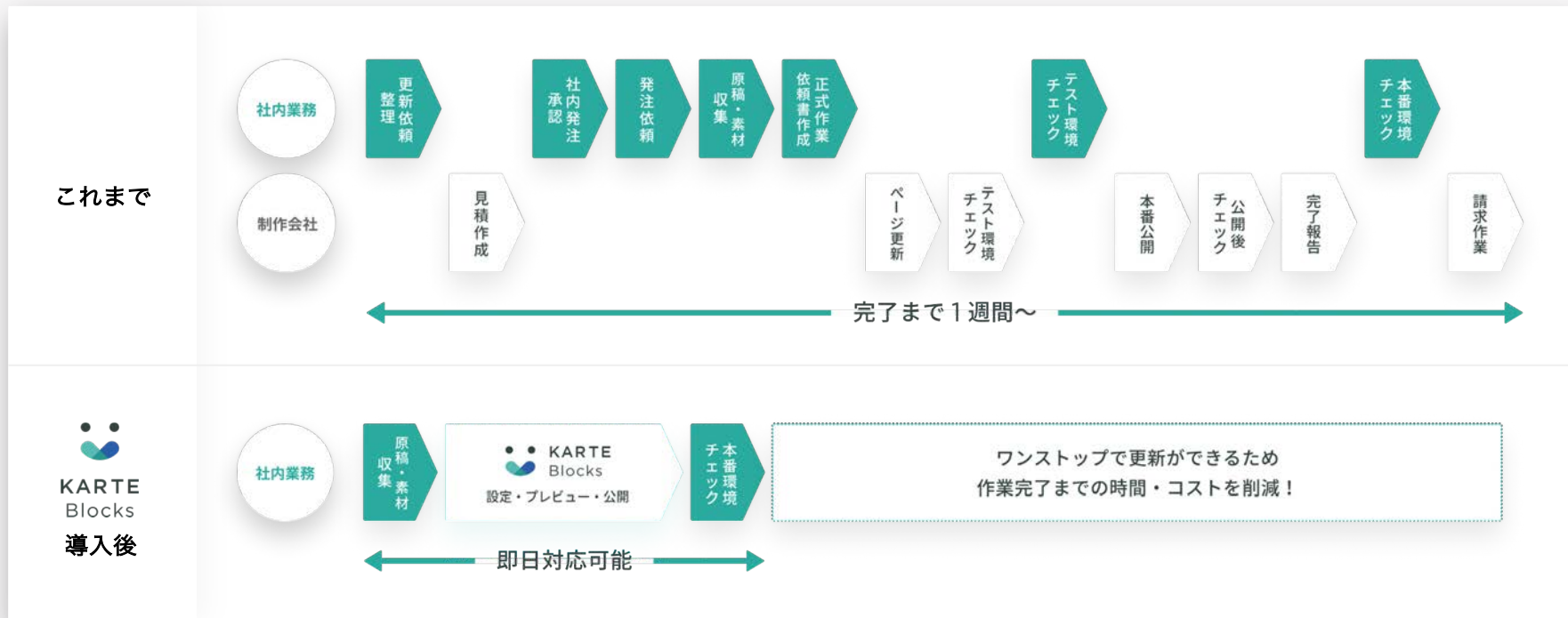


効果測定する

Blockの効果を数値で可視化。パフォーマンスの向上に継続的に取り組むことができる

KARTE Blocksでの活用イメージ

- ・ アウトソースしていたサイト更新業務が社内で完結し、スピード感を持った対応が可能に



KARTE Blocksのユーザーからいただいた声



佐瀬 綾奈 様

株式会社ストライブデパートメント プロダクトマネジメント部

自分たちの手で"Do先行型"のPDCAを回すことができるようになり、スピード感が変わった

これまで、サイト改善施策は外部のエンジニアに依頼していたため、立て込んでいると実行までに時間がかかっていました。KARTE Blocksを利用してからは、要件定義や資料作成に追われることなく、自分たちの手で思いついた施策をすぐに実行でき、「とりあえずやってみよう」とまず動かしてみることで改善サイクルのスピード感が変わりました。チャレンジしやすくなったことで、チームの連携も密になり以前より議論も活発になりました。



柳 恵理 様

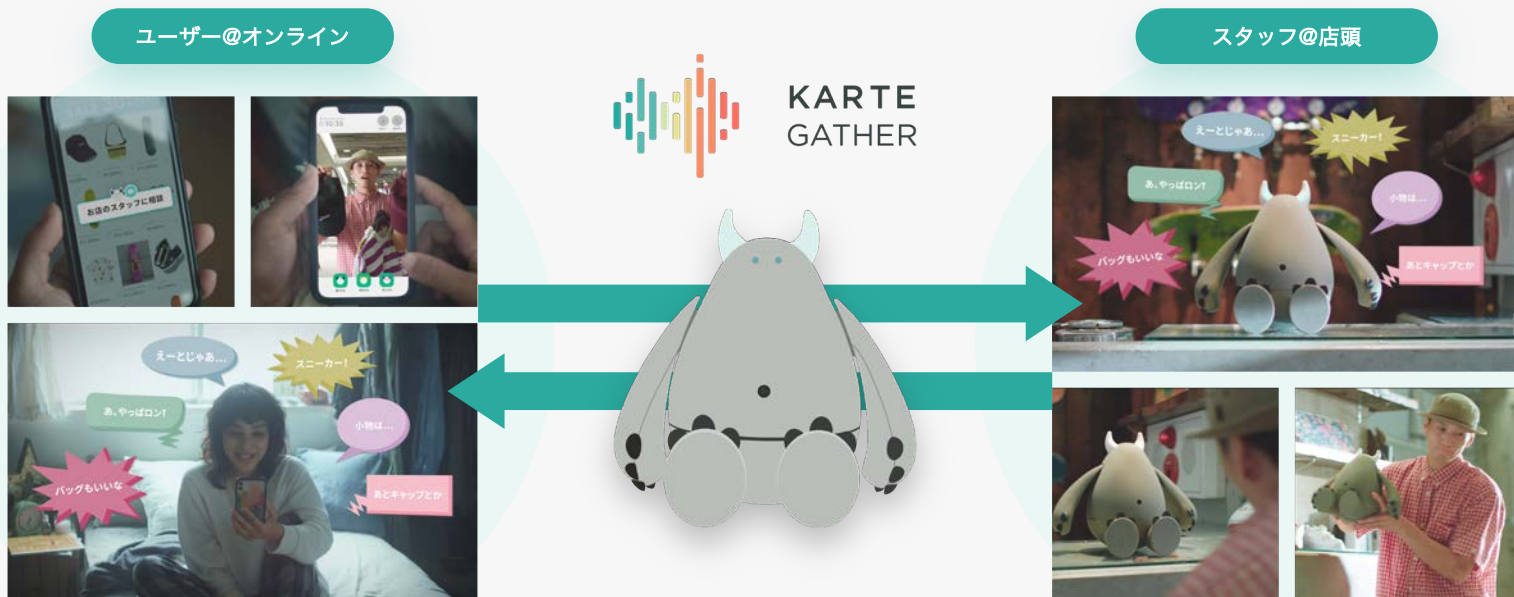
株式会社ナカジツ 経営戦略部 マーケティング・広報課

BMS (Block Management System) で、顧客にとって使いやすいサイトに育てていきたい

弊社ではWebサイトの制作は基本的にアウトソースしています。先日、キャンペーンのリリース日に合わせてページを準備する必要があり、アウトソースすると期日に間に合わないということがありました。その際にもKARTE Blocksで素早くページを更新し、自部門だけで間に合わせることができました。KARTE Blocksは直感的に操作でき、誰でも気軽に施策を実施することができるため、今後は顧客の要望を素早く察知し学習しながら、顧客にとって使いやすいサイトに育てていきたいと思っています。

KARTE GATHER (1) の活用が開始

- ・ 家にいながら、オフラインの店舗スタッフから接客を受けられるサービス「KARTE GATHER」を開発
- ・ ザ・ノース・フェイス キッズ原宿など、ゴールドウィンが展開する全国13店舗で活用開始



Appendix

損益計算書（会計期間）

(百万円)	2021/9期 2Q	2020/9期 2Q	YoY	2021/9期 1Q	QoQ
売上高	1,322	955	+38.4%	1,209	+9.4%
サブスクリプション売上高	1,256	910	+38.0%	1,163	+8.0%
その他	66	45	+46.5%	46	+44.3%
売上原価	340	264	+28.7%	348	▲2.3%
売上総利益	982	691	+42.1%	861	+14.1%
売上総利益率	74.3%	72.3%	+1.9pt	71.2%	+3.1pt
販売費及び一般管理費	861	1,023	▲15.8%	848	+1.6%
対売上高比率	65.1%	107.1%	▲42.0pt	70.1%	▲5.0pt
広告宣伝費	79	219	▲63.6%	90	▲11.7%
対売上高比率	6.0%	23.0%	▲17.0pt	7.5%	▲1.4pt
人件費	529	468	+13.1%	530	▲0.2%
対売上高比率	40.0%	49.0%	▲9.0pt	43.9%	▲3.8pt
地代家賃	77	77	▲0.2%	77	-
対売上高比率	5.9%	8.1%	▲2.3pt	6.4%	▲0.5pt
販売手数料	26	24	+10.8%	27	▲1.8%
対売上高比率	2.0%	2.5%	▲0.5pt	2.3%	▲0.2pt
その他	147	233	▲36.8%	122	+20.7%
対売上高比率	11.2%	24.5%	▲13.3pt	10.1%	+1.1pt
営業利益	120	▲332	-	12	+846.6%
営業利益率	9.1%	▲34.8%	+43.9pt	1.1%	+8.1pt
営業外収益	3	0	+658.3%	1	+237.5%
営業外費用	34	26	+32.3%	175	▲80.3%
上場関連費用	29	24	+22.6%	170	▲82.8%
その他	5	2	+147.1%	4	+24.8%
経常利益	89	▲358	-	▲161	-
特別損失	-	-	-	70	▲100.0%
投資有価証券評価損	-	-	-	70	▲100.0%
当期純利益	88	▲358	-	▲232	-

損益計算書（累計期間）

(百万円)	2021/9期 2Q累計	2020/9期 2Q累計	YoY
売上高	2,532	1,841	+37.5%
サブスクリプション売上高	2,419	1,750	+38.2%
その他	112	90	+24.3%
売上原価	688	558	+23.3%
売上総利益	1,843	1,282	+43.7%
売上総利益率	72.8%	69.7%	+3.1pt
販売費及び一般管理費	1,710	2,196	▲22.2%
対売上高比率	67.5%	119.3%	▲51.8pt
広告宣伝費	170	649	▲73.7%
対売上高比率	6.7%	35.3%	▲28.5pt
人件費	1,060	854	+24.0%
対売上高比率	41.9%	46.4%	▲4.6pt
地代家賃	155	155	▲0.2%
対売上高比率	6.1%	8.4%	▲2.3pt
販売手数料	54	46	+17.2%
対売上高比率	2.1%	2.5%	▲0.4pt
その他	269	490	▲45.0%
対売上高比率	10.7%	26.7%	▲16.0pt
営業利益	133	▲914	-
営業利益率	5.3%	▲49.6%	+54.9pt
営業外収益	4	1	+254.0%
営業外費用	209	36	+471.0%
上場関連費用	200	24	+735.1%
その他	9	12	▲28.7%
経常利益	▲71	▲949	-
特別損失	70	-	-
投資有価証券評価損	70	-	-
当期純利益	▲143	▲950	-

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 1Q	2021/9期 2Q	2021/9期 2Q累計
S&M	720	1,463	2,443	497	488	986
対売上高比率	45.2%	49.8%	61.0%	41.2%	36.9%	39.0%
R&D	451	738	951	227	237	464
対売上高比率	28.3%	25.1%	23.7%	18.8%	17.9%	18.3%
G&A	230	475	538	123	135	259
対売上高比率	14.5%	16.2%	13.4%	10.2%	10.3%	10.2%

キャッシュ・フロー内訳

(百万円)	2018/9期	2019/9期	2020/9期	2021/9期 2Q累計
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲80	▲623	▲1,012	78
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲490	19	▲167	▲3
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,498	▲183	1,897	3,020
現金及び現金同等物の増減額	1,927	▲787	717	3,095
現金及び現金同等物の期末残高	2,161	1,374	2,091	5,186

長期財務モデル (Long Term Model) (1)

	2018/9期	2019/9期	2020/9期	2021/9期 2Q累計	長期財務 モデル
売上高総利益率	75.4%	73.0%	71.2%	72.8%	75-80%
S&M	45.2%	49.8%	61.0%	39.0%	25-30%
R&D	28.3%	25.1%	23.7%	18.3%	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%	5.3%	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

Maximize the value of people

データによって人の価値を最大化する

データの民主化を進めることで、価値の創出とその流通にイノベーションを起こす

with the power of data

KARTE (2015年3月～)



ウェブサイト上でサイト訪問顧客のリアルタイム解析・
セグメンテーションを行い、それに応じたアクションや
コミュニケーションを実現するための
クラウド上のソフトウェア(SaaS)

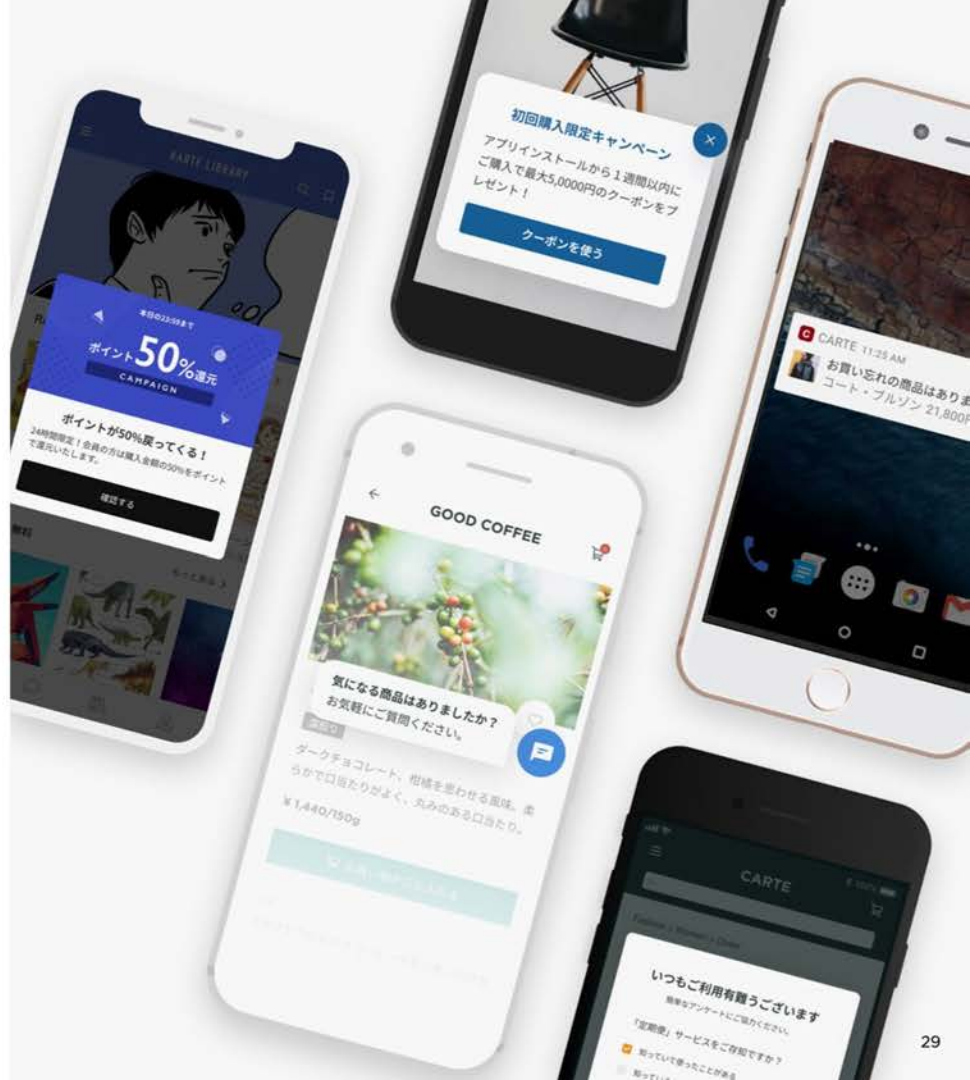


KARTE for App (2018年3月~)



KARTE for App

KARTEと同等な機能をそのままに、
リリース作業なしで施策を実装できるなど
アプリ事業者が欲しい機能をプラスで実現



KARTE Datahub (2018年12月～)



事業者が持つデータをKARTEにつなげ、より高度なセグメンテーションやアクションを行うための追加オプション



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

現状のデジタルマーケティングの課題

顧客目線



マーケター目線



顧客を理解しないまま企業が行っているデジタルマーケティングの取り組みは
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

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

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)



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

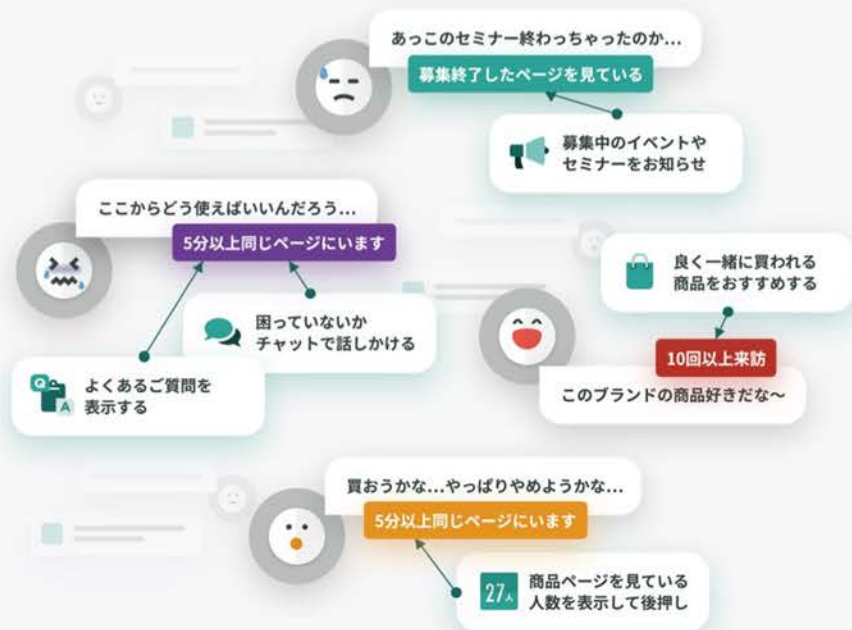
ウェブサイト等に来訪する顧客の行動データを顧客ごとに蓄積し、一人ひとりの顧客の行動を可視化することにより、事業者が顧客の状態やニーズを直感的に理解し、顧客がより良い体験を得られるような様々な施策を実行・検証することが可能



特徴2

リアルタイム解析基盤

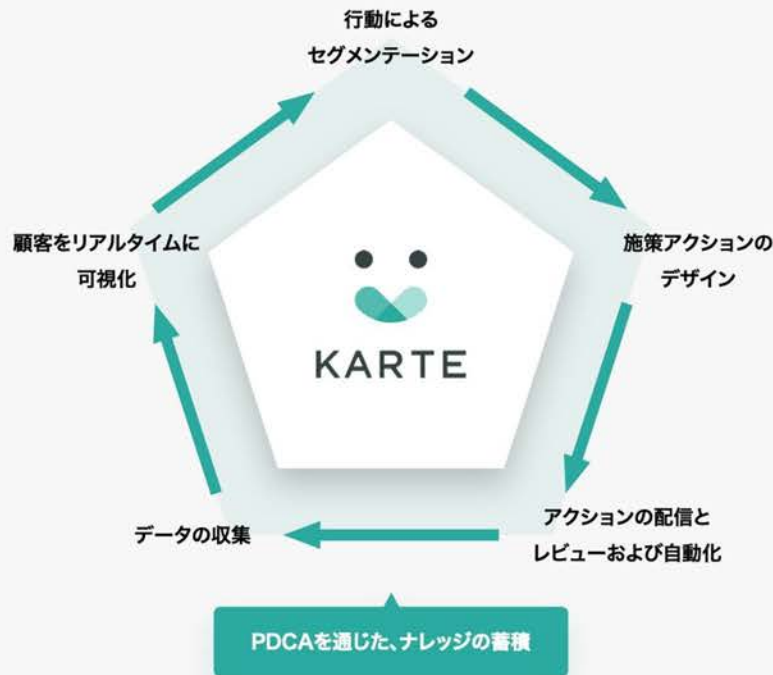
過去のデータと合わせて、「特定の商品で長時間悩んでいる」などウェブサイト等に来訪する顧客の「今」を解析することができるため、顧客の購入意向の高まりなどを見逃すことなく、適切なコミュニケーションが可能



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



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も現在の価格・サービス体系においてKARTEの導入可能性が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

 KARTE



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

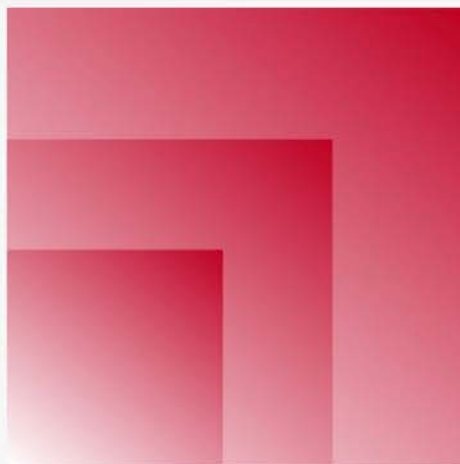
BtoC EC + BtoB 小売 EC (1)
21.3兆円

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

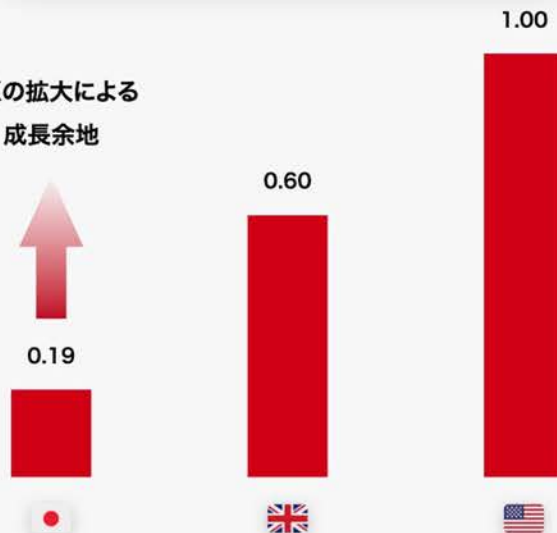
日本における
CRMソフトウェア (4)
2,270億円

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



(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

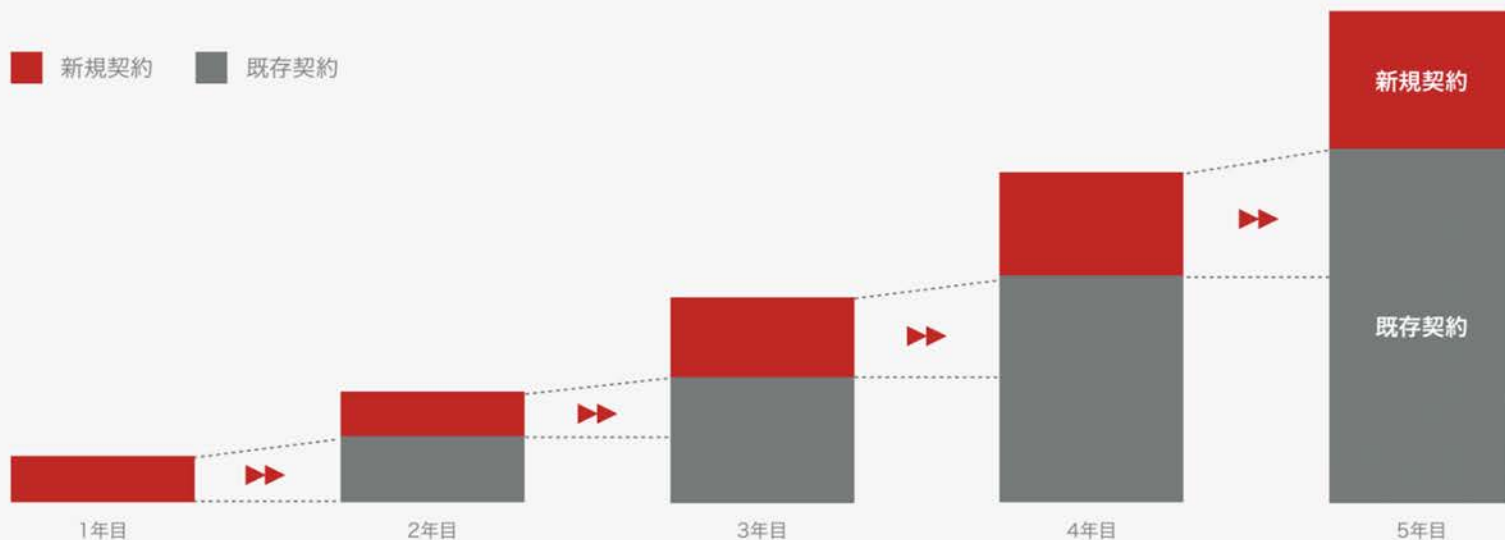
CXプラットフォームとしての可能性

マーケティングのみならず、様々な活動にKARTEを通じて見えるようになった顧客の存在や体験が、様々な部署の共通言語となることを目指す



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



CLCLOUD 588345 / 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

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

