各位

2026 年 11 月 17 日(火)
スターティアホールディングス株式会社

個人情報に頼らない顧客理解で一人ひとりに合ったマーケティングを。
Metabadge、「プライバシーファーストモード」の提供を開始

～プライバシーファーストマーケティングを実践する新たな運用方法。会員 ID や LINE ログインだけで導入可能。外部ツールの導入審査の負担も軽減～



BtoC 企業向けマーケティングツール「Metabadge」を提供するクラウドサーカス株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：金井章浩、以下「当社」）は、「プライバシーファーストマーケティング」の考え方に沿って、顧客（エンドユーザー）の氏名や連絡先などの個人情報ではなく、クエストや診断、投票への参加履歴といった「ブランドとの関わり方」から顧客の関心や愛着の深さを理解し、一人ひとりに合ったマーケティングに生かせる運用方法「プライバシーファーストモード」を本日より提供します。ログインには導入企業の会員 ID や LINE を使い、当社は氏名や連絡先を受け取らず、当社だけでは個人を特定できない識別子と参加履歴のみを扱います。
本モードは、これまでの運用に加えて、導入企業が自社の方針やブランドごとに選べる新たな運用方法です。個人情報を持たない企業や、施策のために持つ必要がない企業は、氏名や連絡先を一度も集めないまま、顧客を高い解像度で理解したマーケティングを始められます。すでに会員の個人情報を持つ企業は、施策のために個人情報を扱う場所を増やさず、外部ツールの導入審査の負担も抑えられます。

《 クラウドサーカス株式会社は、スターティアホールディングス株式会社（本社:東京都、代表取締役社長:北村健一、証券コード:3393）の連結子会社です。 》

■背景：顧客理解に欠かせないデータ活用と、持つほど増えるリスク

個人情報保護委員会の年次報告によると、民間事業者における個人データの漏えい等事案は、令和 6 年度に過去最多の 1 万 9,056 件にのぼり、令和 7 年度も 1 万 7,139 件と、高い水準が続いています。

漏えいは自社のシステムだけでなく、業務を委託した外部の事業者やツールを経由して起きることもあります。情報処理推進機構（IPA）の「情報セキュリティ 10 大脅威 2026」でも、「サプライチェーンや委託先を狙った攻撃」が組織向けの脅威の 2 位に挙げられています。

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
スターティアホールディングス株式会社広報 IR 部　MAIL：release@startiaholdings.com

（出典：独立行政法人情報処理推進機構「情報セキュリティ 10 大脅威 2026」
https://www.ipa.go.jp/security/10threats/10threats2026.html）

マーケティングの現場では、顧客を深く理解するためにデータの活用が欠かせません。一方で、キャンペーンや会員向けの施策のたびに氏名やメールアドレスを集めれば、個人情報を持つ場所はその分だけ増え、管理の負担と漏えい時の影響も大きくなります。外部ツールを使う場合は、委託先としてのセキュリティ審査や契約の確認も必要になります。大規模な漏えいを機に、保有していた個人情報を削除し、必要以上に持たない運用へと見直す企業も出ています。顧客理解と個人情報のリスク管理をどう両立するかが、企業の課題となっています。

こうした中で注目されているのが、「プライバシーファーストマーケティング」という考え方です。サイトをまたいだ追跡などに頼らず、顧客が自ら企業に伝えてくれたデータをもとに、プライバシーを尊重しながら顧客理解を深めるマーケティングを指します。なかでも、診断やアンケートへの回答のように、顧客が意図して企業に提供するデータは、米調査会社フォレスター・リサーチが提唱した「ゼロパーティデータ」と呼ばれ、重視されています。

■当社の提案：名前ではなく、関わり方から顧客を理解する

これまでのマーケティングでは、顧客を理解する手がかりとして、氏名やメールアドレスなどの個人情報を集めることが前提とされてきました。しかし、顧客の愛着を捉えるうえで重要なのは、名前よりも「何が好きで、どのようにブランドと関わっているか」だと当社は考えています。

Metabadge では、氏名や連絡先がなくても、クエストや診断、投票などへの参加履歴から、顧客が何に関心を持ち、どれだけ愛着を寄せているかが分かります。特典の配送など個人の特定が必要な場面は導入企業側で対応し、当社は当社だけでは個人を特定できない識別子にひもづくデータのみを扱います。名前を知る必要がない施策であれば、個人情報を一度も集めずに、顧客一人ひとりの関わり方に応じた体験を届けることもできます。

■実装第一弾：「プライバシーファーストモード」

プライバシーファーストモードは、プライバシーファーストマーケティングの考え方を、Metabadge の運用で実践するための新たな運用方法です。本モードにおける「プライバシーファースト」とは、当社が受け取る情報を必要最小限にとどめ、顧客（エンドユーザー）の氏名や連絡先と切り離した形でデータを扱う設計を指します。

導入企業は、これまでの運用と本モードのどちらかを、自社の方針やブランドごとに選べます。会員の個人情報を持たない企業や、施策のために持つ必要がない企業は、氏名や連絡先を一度も集めないまま、顧客を高い解像度で理解したマーケティングを始められます。すでに会員の個人情報を持つ企業は、施策のために氏名や連絡先を扱う場所を増やさずに済み、外部ツールに氏名や連絡先を預ける必要もありません。

	従来の運用	プライバシーファーストモード
ログイン方法	メールアドレスなど	導入企業の会員サイトとの連携、または LINE ログイン
当社が扱う情報	メールアドレスなどの会員情報と、参加履歴などの関わり方のデータ	当社だけでは個人を特定できない識別子と、参加履歴などの関わり方のデータのみ（氏名・連絡先は受け取らない）

プライバシーファーストモードでは、データは次のように流れます。

1. エンドユーザーは、導入企業の会員 ID または LINE で Metabadge にログインします。メールアドレスなどの入力は不要です。

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
スターティアホールディングス株式会社広報 IR 部　MAIL：release@startiaholdings.com

2. 当社が受け取るのは、ログインに使われた識別子と、クエストや診断、投票などへの参加履歴です。氏名や連絡先は受け取りません。
3. 当社は識別子単位で分析結果を導入企業に返します。会員データを持つ企業は、識別子を自社の会員データと照合して施策に活用できます。会員データを持たない企業も、Metabadge 上で、参加履歴に応じたクエストや特典などの体験を届けられます。

本モードでは、次の 3 つを基本とします。

1. **氏名や連絡先を、預からない：**個人情報（氏名、メールアドレス、電話番号、住所などの個人情報）は導入企業の手元にとどめ、当社では保持しません。
2. **当社だけでは、個人をたどれない：**当社が受け取る識別子は、当社単独では個人を特定できないものに限ります。
3. **利用目的を、分かりやすく示す：**エンドユーザーから預かる情報が何に使われるのかを、分かりやすく伝えます。

なお、どちらの運用を選んだ場合も、当社は個人情報保護法をはじめとする関係法令に沿って、エンドユーザーの情報を適切に管理・保護します。

■導入企業にとってのメリット

1. **氏名や連絡先を集めずに、顧客を高い解像度で理解できる** 氏名や連絡先がなくても、クエストや診断、投票への参加履歴から、顧客の関心や愛着の深さを捉えられます。施策のために氏名や連絡先を新たに集める必要がないため、氏名や連絡先の取得や管理を理由に見送っていた施策にも取り組めます。
2. **氏名や連絡先を扱う場所を増やさずに済む** 施策のために氏名や連絡先を新たに集める必要がなく、本モードでは当社も氏名や連絡先を保持しません。氏名や連絡先を持つ場所を導入企業の手元に限ることで、万一の漏えい時の影響を抑えることにつながります。
3. **社内への説明がしやすい** 氏名や連絡先を外部ツールに預けない運用のため、導入にあたって情報システム部門や法務部門へ説明しやすくなります。
4. **愛着の深さに応じた施策を打てる** 参加履歴から分かる関わりの深さに応じて、Metabadge 上でクエストや特典の内容を出し分けられます。会員データを持つ企業は、識別子単位の分析結果を自社のデータと照合し、ほかの施策にも活用できます。
5. **顧客が安心して参加できる** 顧客は、いつもの会員 ID や LINE でそのまま参加でき、メールアドレスなどを新たに入力する必要がありません。

■今後の展開

当社は、プライバシーファーストマーケティングをさらに広げるため、次の機能の追加を予定しています。

データ分析機能（2027 年 2 月予定） 施策の分析、アクティブユーザーの分析、ペルソナ作成などの機能を、プライバシーファーストモードでも利用できるよう開発を進めています。

個人情報ガード（仮称） アンケートフォームなどで、氏名や電話番号、メールアドレスなど、個人を直接特定できる情報を取得する設定になっていないかを自動で確認できる機能です。プライバシーファーストモードを選んだ企業が、施策をつくる段階で意図せず氏名や連絡先を集めてしまうことを防ぎます。提供時期は決まり次第お知らせします。

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
スターティアホールディングス株式会社広報 IR 部　MAIL：release@startiaholdings.com

■Metabadge 事業責任者のコメント

クラウドサーカス株式会社 Metabadge 事業責任者 吉上 諒

今や顧客データの活用は、マーケティングにもブランド体験の向上にも欠かせません。一方で個人情報は、保有する量や場所が増えるほど、企業が抱えるリスクも大きくなります。

個人情報も顧客に還元されるかたちで使われるのであれば、今後も活用していく意義があります。しかし、取得しなくとも顧客を深く理解し、より良い体験やさらなる利便性を届けることは可能です。その鍵は、ブランドを信頼し、自ら好みや関心を教えてもらえる関係を顧客との間に築くことにあります。

名前を知らなくても、その人が何を好きで、どのようにブランドと関わりたいのかを知ることはできます。一人ひとりが安心して自分のことを伝えられ、企業がその声に応えられる。私たちの掲げる「愛着の資本化」という事業理念のもとに、そうした関係を築こうとする企業やブランドを支援してまいります。

■導入をご検討の企業さまへ

プライバシーファーストモードの導入をご検討の企業さまからのご相談を受け付けています。

導入のご相談・お問い合わせ：https://metabadge.cloudcircus.jp/contact/

■『Metabadge（メタバッジ）』について

Metabadge は、ブランドと顧客の双方向のコミュニケーションを促し、定期的な接点をつくることで愛着を育てるマーケティングツールです。クエスト（ミッション・スタンプカード）、活動スコア、診断・クイズ・投票、コミュニティなどの機能を備え、顧客が関わるほど特典や楽しさを得られる体験を提供します。2023 年 12 月より提供しています。

▼『Metabadge』について：https://metabadge.cloudcircus.jp/

▼『Metabadge』概要資料のダウンロードはこちらから：
https://saas.actibookone.com/content/detail?param=eyJjb250ZW50TnVtIjo3ODk5MDJ9&detailFlg=1&pNo=1

■クラウドサーカスについて

ミッションとして「働くに楽を。」を掲げるクラウドサーカスは、デジタルマーケティング SaaS である『Cloud CIRCUS』の開発・提供を主力事業として展開しています。中小企業を中心に 70,000 件以上導入いただき(2026 年 9 月末時点)、日本そしてアジアのサステナブルなビジネス環境を創造していきます。

【会社概要】
会社名：クラウドサーカス株式会社
代表者：代表取締役社長 金井章浩
所在地：東京都新宿区西新宿 2 - 3 - 1 新宿モノリス 21F
設立：2009 年 4 月 1 日
資本金：150,000 千円

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
スターティアホールディングス株式会社広報 IR 部 MAIL：release@startiaholdings.com

事業内容：デジタルマーケティング SaaS『Cloud CIRCUS』の開発・販売及び、デジタルマーケティングに関するコンサルティング・受託業務
HP：https://cloudcircus.jp/company/

■スターティアホールディングスについて

スターティアホールディングスグループは、DX ソリューション(事業会社:クラウドサーカス株式会社)と IT インフラ(事業会社:スターティア株式会社等)を通じ、中小企業のデジタルシフトを進めていきます。「最先端を、人間らしく。」をコーポレートスローガンに、デジタル技術やサービスを、分かりやすく寄り添って提供します。

【会社概要】
会社名：スターティアホールディングス株式会社
代表者：代表取締役社長　北村健一
所在地：東京都新宿区西新宿 2 - 3 - 1　新宿モノリス 19F
設立：1996 年 2 月 21 日
資本金：824,315 千円
上場取引所：東京証券取引所 プライム市場（証券コード：3393）
事業内容：グループ会社の経営管理等
HP：https://www.startiaholdings.com/

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
スターティアホールディングス株式会社広報 IR 部　MAIL：release@startiaholdings.com