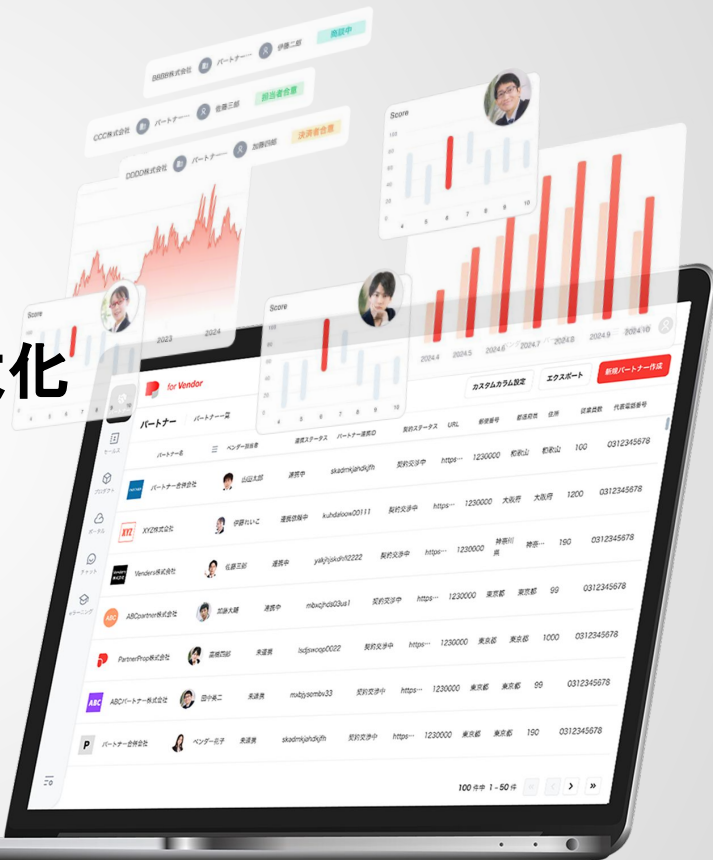




パートナーの営業支援を仕組みで最大化 「PartnerProp」PRM

国内唯一のパートナーマーケティング SaaS
PartnerProp (パートナープロップ) のご紹介



基本情報

会社名	株式会社パートナープロップ
代表者	代表取締役 CEO 井上拓海
資本金	9.0億円（資本準備金含む）
事業内容	PRMツール「PartnerProp」の開発・販売
所在地	〒102-0093 東京都千代田区平河町2丁目5-3 MIDORI.so NAGATACHO 3階
適格請求書番号	T8011101102882

セキュリティ



MSCB-113



GIJP-1384-IC
ISO/IEC 27001:2022

大手銀行をはじめとするエンタープライズ水準を満たしたセキュリティ対策を実施
第三者認証機関より ISO 27001:2022 を取得済。監査ログ提供 / 入力制御 / 暗号化などに対応。みずほ銀行様なども導入済。

資金調達

国内 PRM 業界唯一である
総額10億円以上調達

導入企業の大幅増加を金融機関や VC が高く評価
世界 No.1 に向けた更なる製品開発・海外展開を加速



delight ventures

Angel Bridge

JAFCO



giftee*

メディア掲載



PIVOT で累計27万再生を突破

日本経済新聞 毎日新聞 Forbes

SalesZine 宣伝会議 ITmedia ASCII

BRIDGE NEWS PICKS c|net Japan テレ東プラス*

業界最多の資金調達をもとに製品開発に注力、No.1 のユーザー評価を受賞
 ITreview で「満足度」「使いやすさ」「導入・管理のしやすさ」の全部門で最高評価を受賞 (2026年2月時点)

国内
PRM市場
資金調達
額 No.1 ※1



ITreview
LEADER
2025
Spring

最高位
LEADER
受賞 ※3

※1) スピーダ 資金調達リサーチ

※2,3) 2025 Spring Leader 代理店管理システム部門 2025年4月時点

パートナービジネスの立ち上げから効率化まで、幅広いフェーズで続々導入中



ベンダー企業として導入している企業様の一部抜粋

PRMとは代理店の営業活動を支援する仕組みです

代理店の活動実績をデータで

見える化



ダッシュボード



共通案件管理



問い合わせ管理

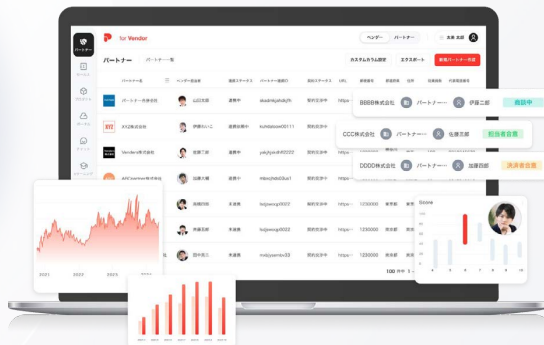


代理店情報の一
限化



パートナーマーケティングといえば

PartnerProp



主要CRM
自動連携

代理店の営業支援を

仕組み化



代理店向け
情報ポータル



e-ラーニング



自動メールによる
キャンペーン配信



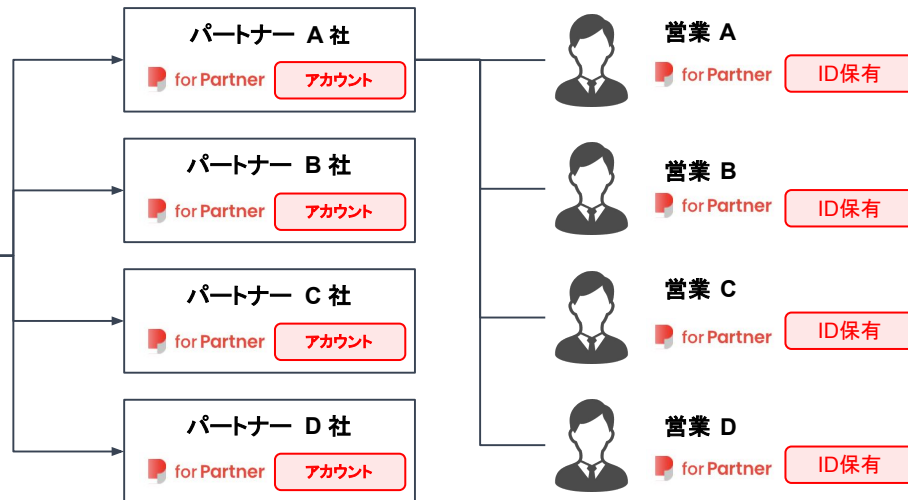
チャット

営業支援のための基盤として、PartnerProp の ID を個人単位で**無料**配布が可能
パートナーは配布されたアカウントから必要な事例資料や商材の訴求点など確認が可能に

利用者: 貴社(ベンダー)



利用者: パートナー



Current Situation

収益チャネルの現状

収益向上を実現する上で、直販営業では3つの問題が顕在化

営業の採用が困難

職種全体の有効求人倍率

1.26 倍

営業職の有効求人倍率

2.09 倍

出典:厚生労働省「職業安定業務統計」2024年4月

戦力化の課題も深刻

営業組織の運営課題

72%

「非常に深刻・ある程度深刻」と回答

具体的に変えている課題

1 位

「新人教育ができていない」

出典:Mer「営業組織の急成長期における課題に関する実態調査」

広告予算も限界

日本の総広告費

7.6 兆円

3年連続で過去最高を更新中

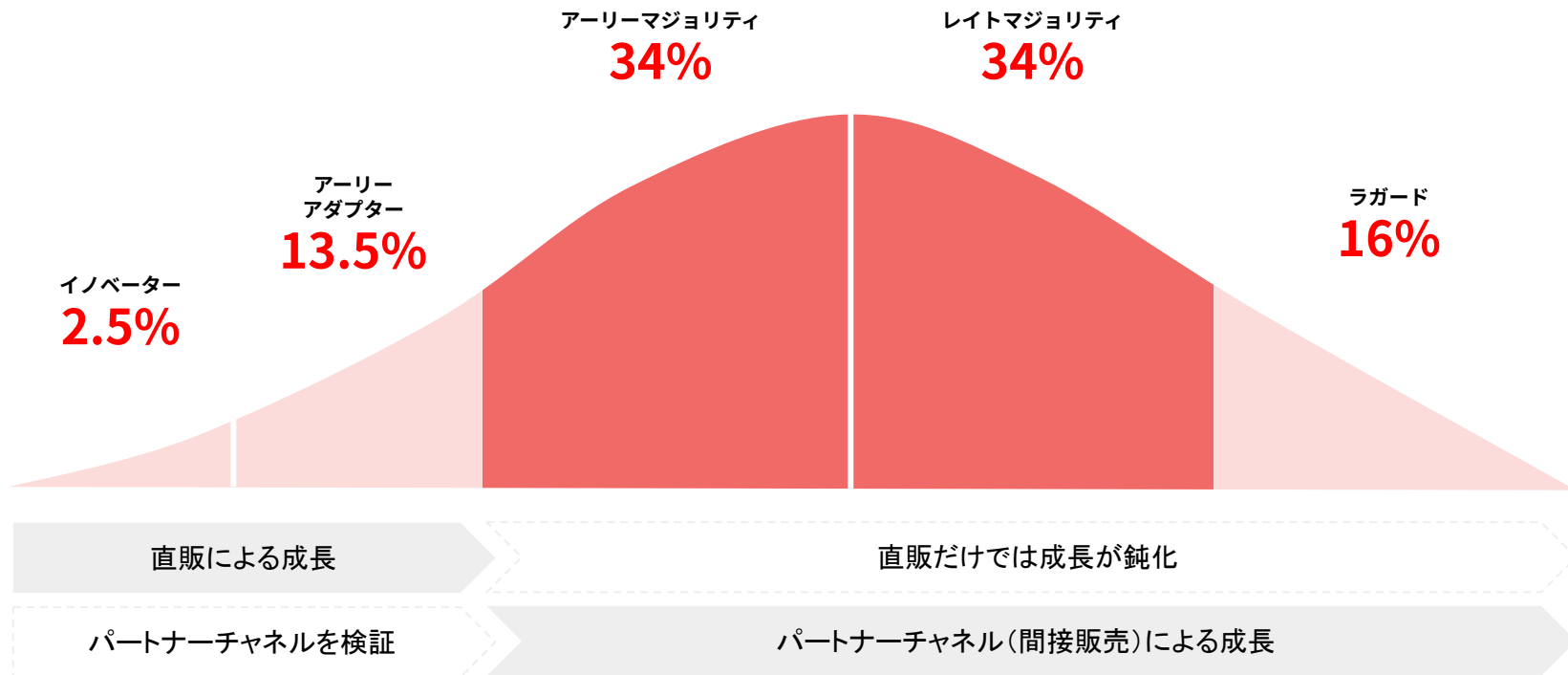
リード獲得単価

44.5%

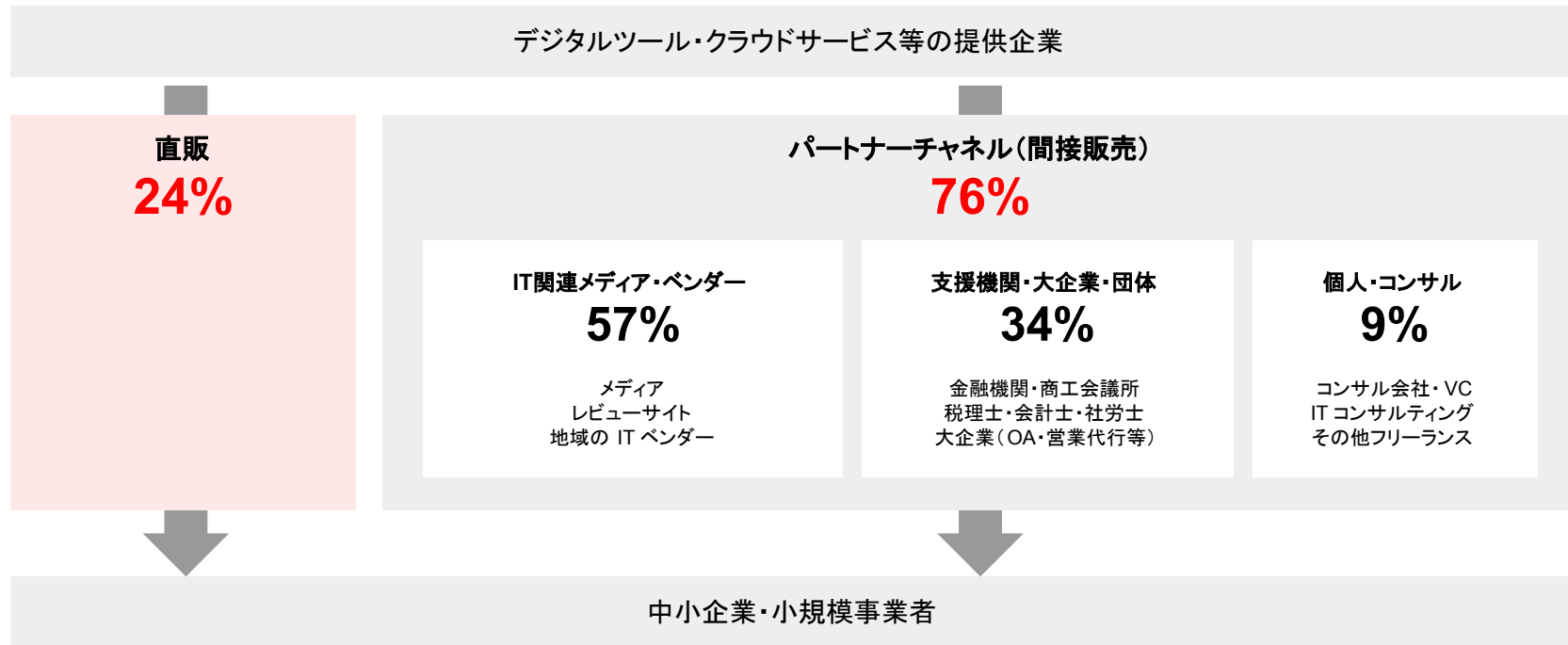
「高騰している」と回答

出典:電通「2024年 日本の広告費」
出典:iDEATECH 2025「BtoBマーケティングの施策別CPA実態調査」

直販だけではシェア拡大(特にマジョリティ層の開拓)に限界が生じる



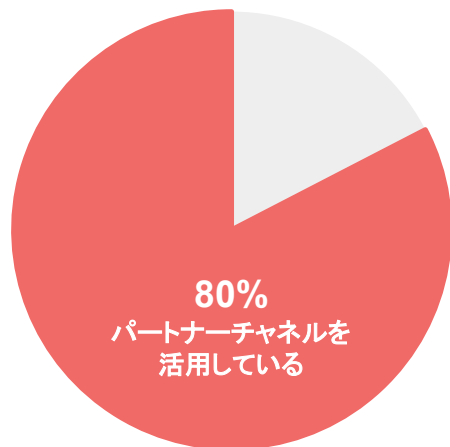
マジョリティ開拓において、直販はマイナーチャネルであることが明らかに



中小企業庁『中小企業の身の丈に応じた ITツールの普及促進について』(令和元年)

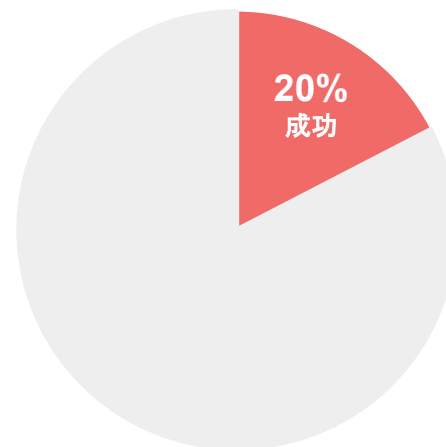
8割の企業がパートナーチャネルを活用しているが、成功率は2割にとどまる

企業間取引における「パートナー活用率」



B2BCX「企業間取引における顧客体験調査 2017」

パートナーチャネルを「成功」と答える企業



才流「SaaS企業のパートナービジネス失敗体験」

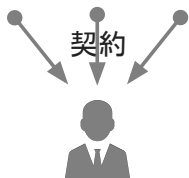
パートナーチャネルに悩む8割の企業は「二極化」「ブラックボックス」に直面

①まず契約してみる

多くのパートナーと契約



契約パートナー企業各社



ベンダー企業

②パートナー稼働率が2極化

動く企業・動かない企業に分かれる



申込件数



稼働する企業

2極化



稼働しない企業

③なぜ稼働しないか見えない

育成状況や稼働状況がわからない



パートナー企業の営業担当



ベンダー企業

課題の放置によって「機会損失・工数増加、コスト肥大化」などの弊害に

売上の機会損失

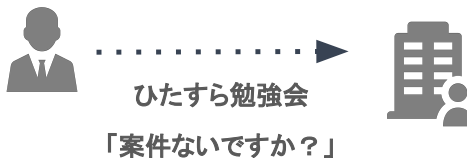
パートナー契約数が増えても
案件・受注が伸びない



一部のパートナーに依存、
関係が崩れると売上も大きく減少

やみくもな活動の増加

キーマンや課題を特定できず
やみくもなフォローに追われる



「数字は伸びないのに忙しい」が
部門で常態化してしまう

コストの肥大化

非効率により人件費が増えて
コストが肥大化する



利益率悪化によって撤退、
主要パートナーが競合に乗り換え

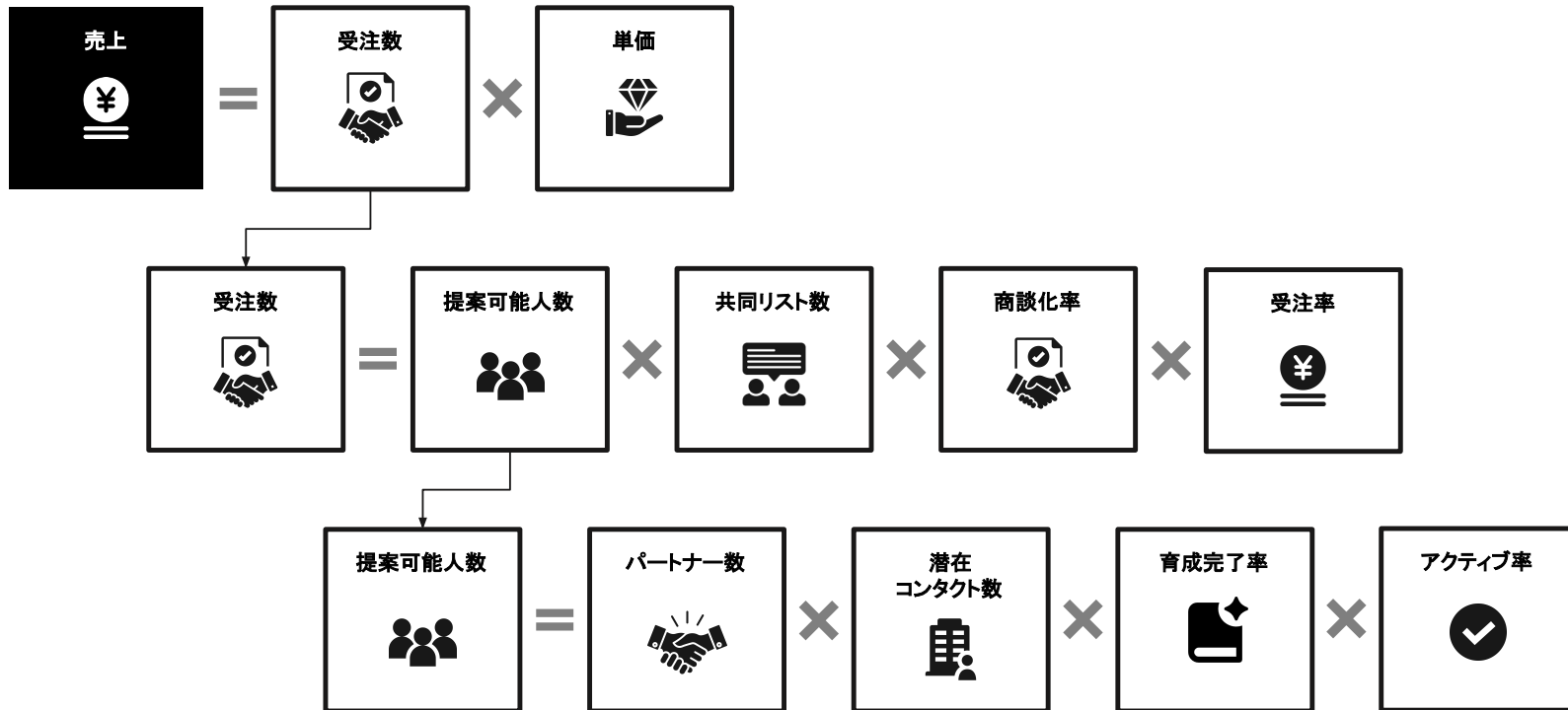
パートナーチャネルの根本的な課題は「ナレッジ・仕組み」が存在していないこと

	ナレッジ	ツール
直販	<p>THE MODEL (ザ・モデル)</p>	
パートナーチャネル	<p>ベストプラクティスがわからない ... 個社ごとに関係性をつくるしかない ...</p>	<p>仕組み化・効率化のツールがない ... 大変だけど人海戦術で頑張らないと ...</p>

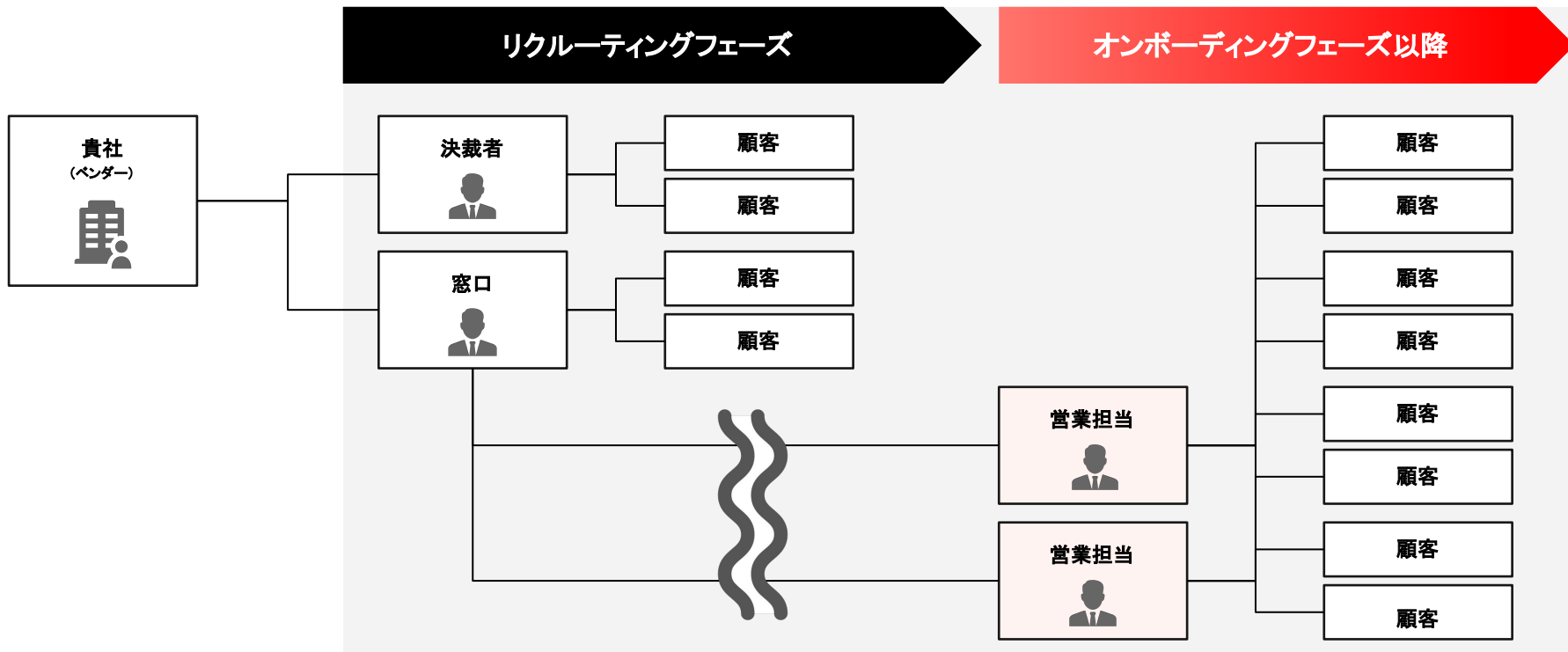
Our Approach

解決のための正しい考え方

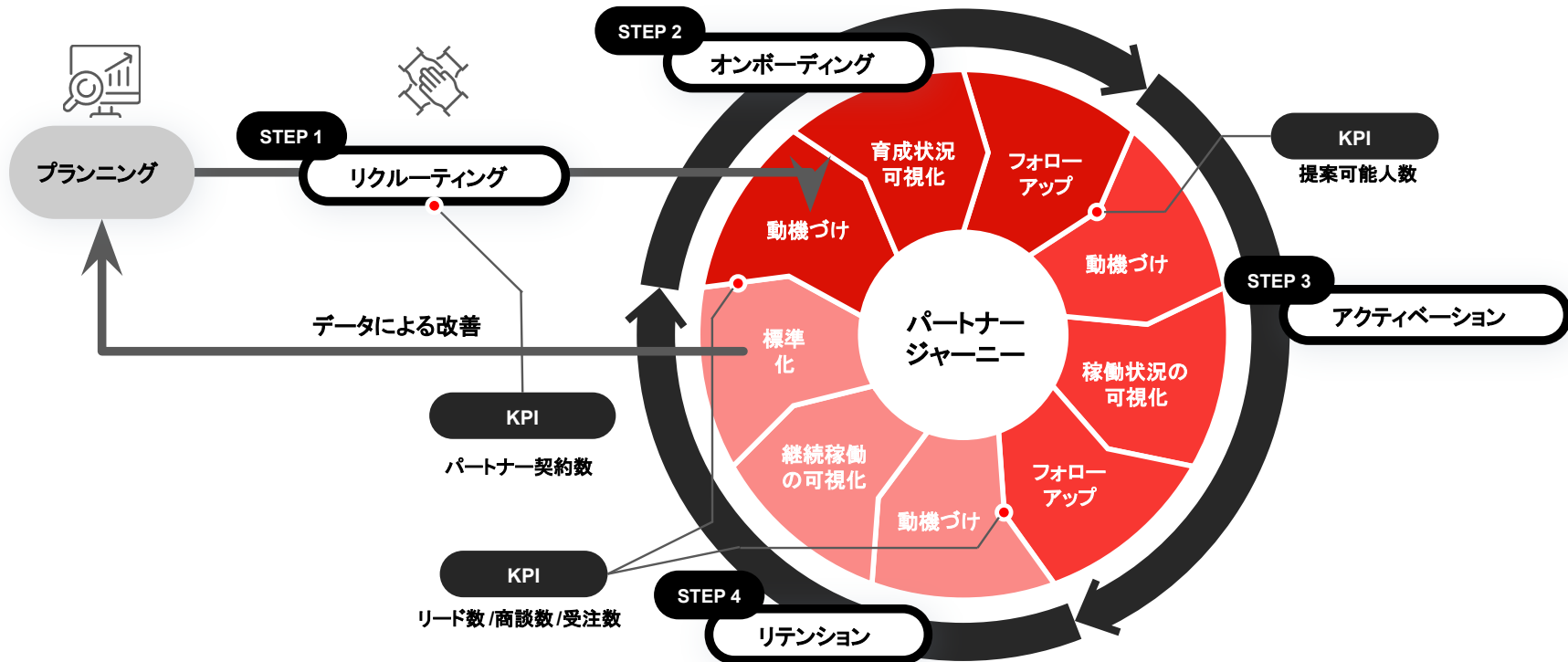
売上に影響する指標 (KPI) を理解して、課題を特定することが第一歩



成果を出すためには決裁者・窓口だけでなく、営業担当者までアクティブにする



各ステップで「動機付け・可視化・フォロー」を行い、パートナーが自走する状態に



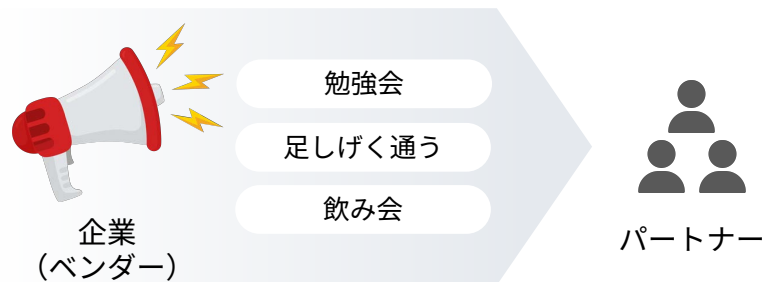
プロセスごとに KPI を把握して、適切な課題設定を行えるようにする



「お願い」で売ってもらうのではなく、パートナーが自走する **仕組み**をつくる

パートナーセールス

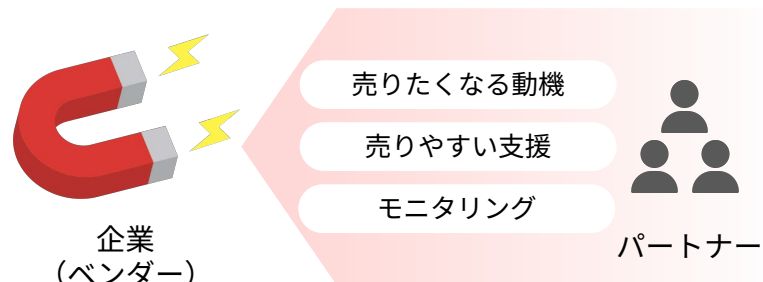
パートナーに**関係性**で売ってもらう状態



関係を築き **「お願い」** する

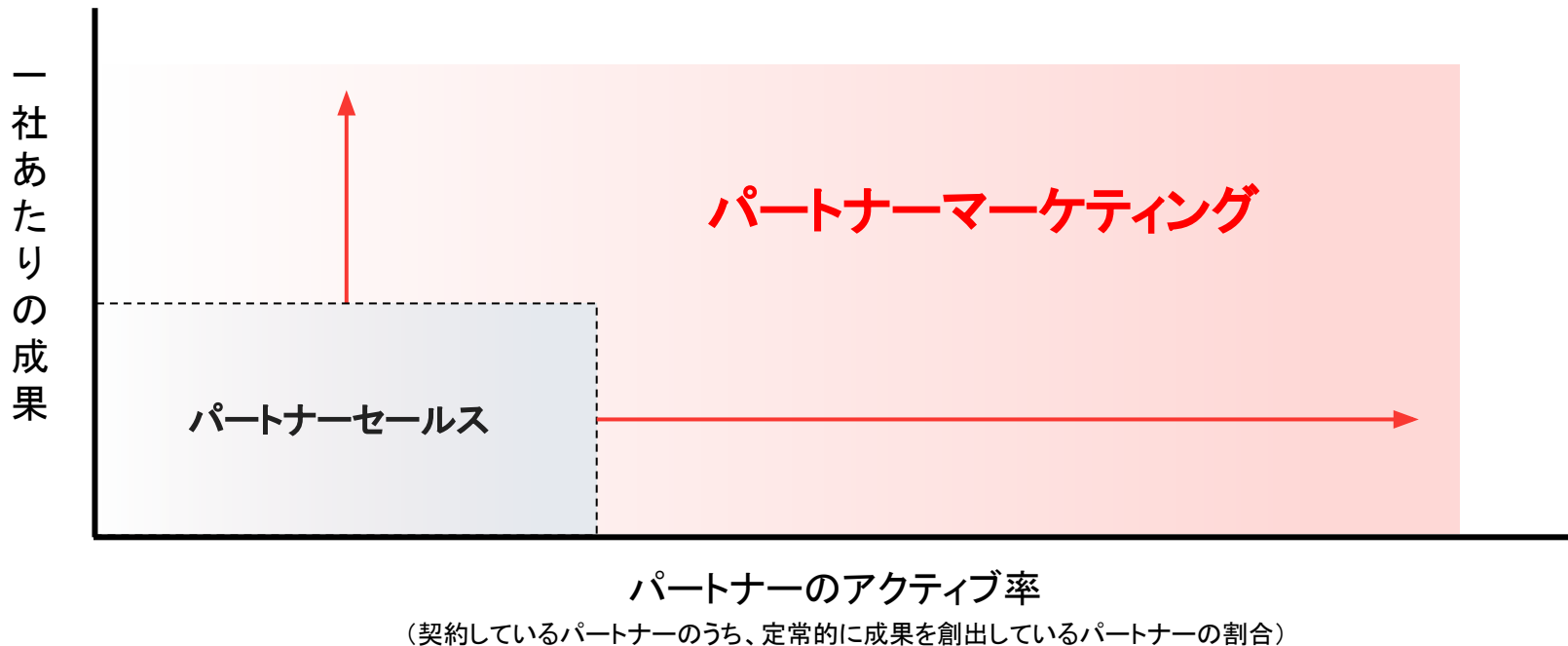
パートナーマーケティング

パートナーが**自発的**に売っていただく状態



「売りたいなる」 仕組みをつくる

工数がかかる「パートナーセールス」に依存するより
「パートナーマーケティング」を通じて多くの売上創出を可能に



Solution Overview

ソリューション概要

皆さまの迷い・手間・不安をなくすために、さまざまな支援を **ポータルサイト** に集約

よくある悩み

最新の製品資料が
どれなのかわからない

メーカーへの
問い合わせ窓口が不明

製品概要がわからないので
お客様に紹介しづらい

展示会出展や広告出稿を
メーカーから補助されたい

〇〇社に対して
提案していいのかわかりたい

メーカーごとに
仕組みが違うと覚えづらい

提供する支援の例

最新資料がすぐ確認できる
AI 資料ポータル

メーカー担当者に相談しやすい
専用問い合わせ窓口

知識をつけて受注率が高まる
E ラーニング

マーケティング支援金を申請する
MDF 申請フォーム

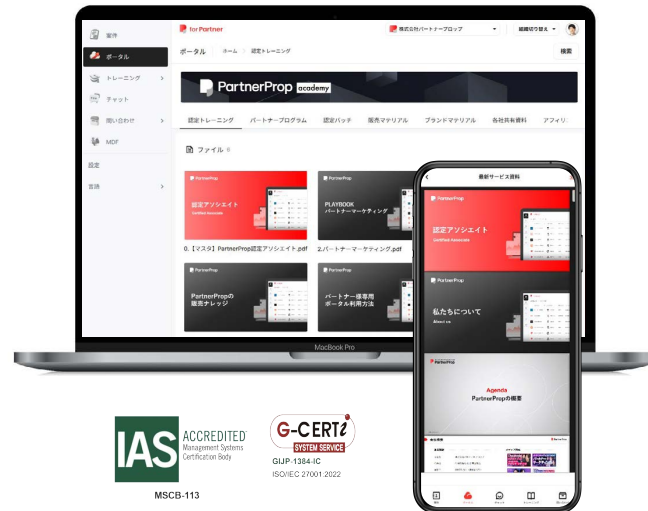
提案可否がすぐわかる
案件登録・重複判定

もう各社のポータルは覚えなくていい
共通ログイン ID / 共通 UI

メーカーによって支援内容は異なることがあります

パートナー向けポータルサイト | 無料

PartnerProp



MSCB-113



GJP-1384-IC
ISO/IEC 27001:2022

メーカーからアカウントを発行させていただくと

<https://partner.app-prop.com/login> から利用できます

パートナーマーケティングを成功させるには3つのポイントを抑えること

Step 1

可視化

課題を特定する

Step 2

動機付け

売りたいくなる設計をする

Step 3

営業支援

売しやすい環境を作る

パートナーマーケティングを成功させるには3つのポイントを抑えること

Step 1

可視化

課題を特定する

Step 2

動機付け

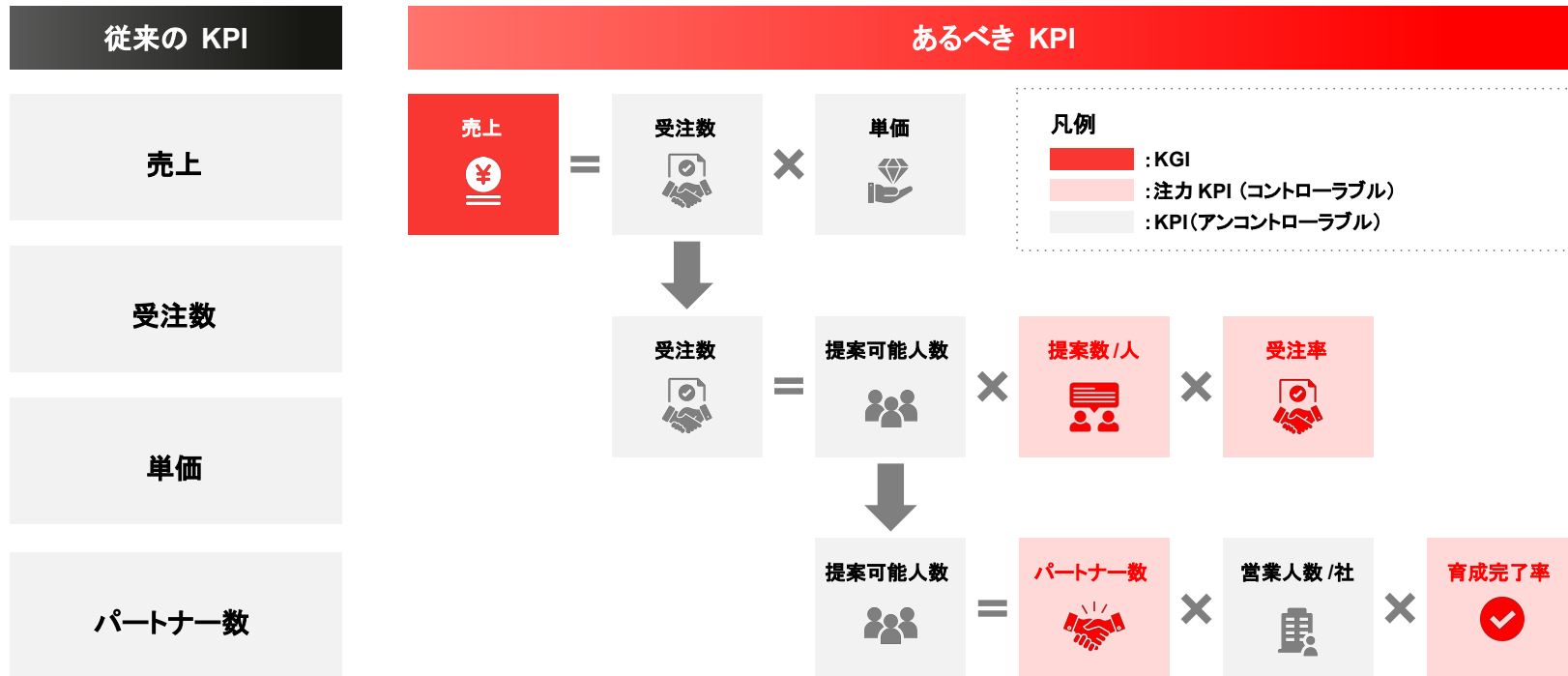
売りたいくなる設計をする

Step 3

営業支援

売しやすい環境を作る

結果指標だけでなく、先行指標を把握することで早期の打ち手を講じられる



適切な課題特定ができるよう、パートナー・案件の状況をリアルタイムに可視化



ダッシュボード

重点支援先を即時に特定
成果やKPIをリアルタイムで可視化
商談数・受注率等の改善のきっかけに

The partner management screen shows a list of partners with columns for '名前' (Name), 'ステータス' (Status), 'ID', 'URL', and '操作' (Action). The list includes entries for '株式会社Zeeリンク', '株式会社Zeeリンク', '株式会社Zeeリンク', '株式会社Zeeリンク', and '株式会社Zeeリンク'. The interface includes a sidebar with navigation icons and a top navigation bar with the text 'for Vendor'.

パートナー管理

契約書や活動記録などを一元化
パートナー社内の組織図も自動生成
パートナー管理に関する属人化を解消

The case management screen shows a list of cases with columns for '名前' (Name), 'ステータス' (Status), 'ID', 'URL', and '操作' (Action). The list includes entries for '株式会社Zeeリンク', '株式会社Zeeリンク', '株式会社Zeeリンク', '株式会社Zeeリンク', and '株式会社Zeeリンク'. The interface includes a sidebar with navigation icons and a top navigation bar with the text 'for Vendor'.

案件管理(共有 CRM)

リストや停滞案件を早期把握
ベンダーによる報告工数を削減
既存 CRM との連携で転記工数もゼロ

貴社のご要望に合わせた簡易～複雑な集計が可能です。プロジェクト開始時に、ご利用方法のレクチャーや見るべき指標 /KPIの考え方などカスタマーコンサル TMがサポートしながら、ダッシュボード構築をご一緒させていただきます。

パートナーチャンネルに関する様々な分析が可能

ダッシュボードのスクリーンショット。左側には「パートナー」に関するメニューがあり、右側には「アクティベーション」に関する分析が示されています。

共同リード数	有効リード数	アプローチ数	商談数	受注数
79	73	56	29	8

売上げ目標進捗: 80% (¥200,000)

平均単価	受注数	受注率	商談化率	有効リード率
¥17,143	8	10.5%	41.4%	92.1%

「ドラッグ&ドロップ」で集計が可能

“複雑な集計が必要な場合”には、関数/テーブル結合を組み合わせることも可能 (シンプルな集計時には不要)

ダッシュボードのスクリーンショット。複雑な集計が必要な場合、関数/テーブル結合を組み合わせることも可能であることを示しています。

```
distinct_count({lead_id})
distinct_count1({lead_id},{lead_status}="未対応")
distinct_count2({lead_id},{lead_status}="アプロード")
distinct_count3({lead_id},{lead_status}="アロケーション")
```

計算フィールド

結合設定

結合句: training_table_80 = vendor_managed_partner_user...

結合タイプ: Full

パートナーマーケティングを成功させるには3つのポイントを抑えること

Step 1

可視化

課題を特定する

Step 2

動機付け

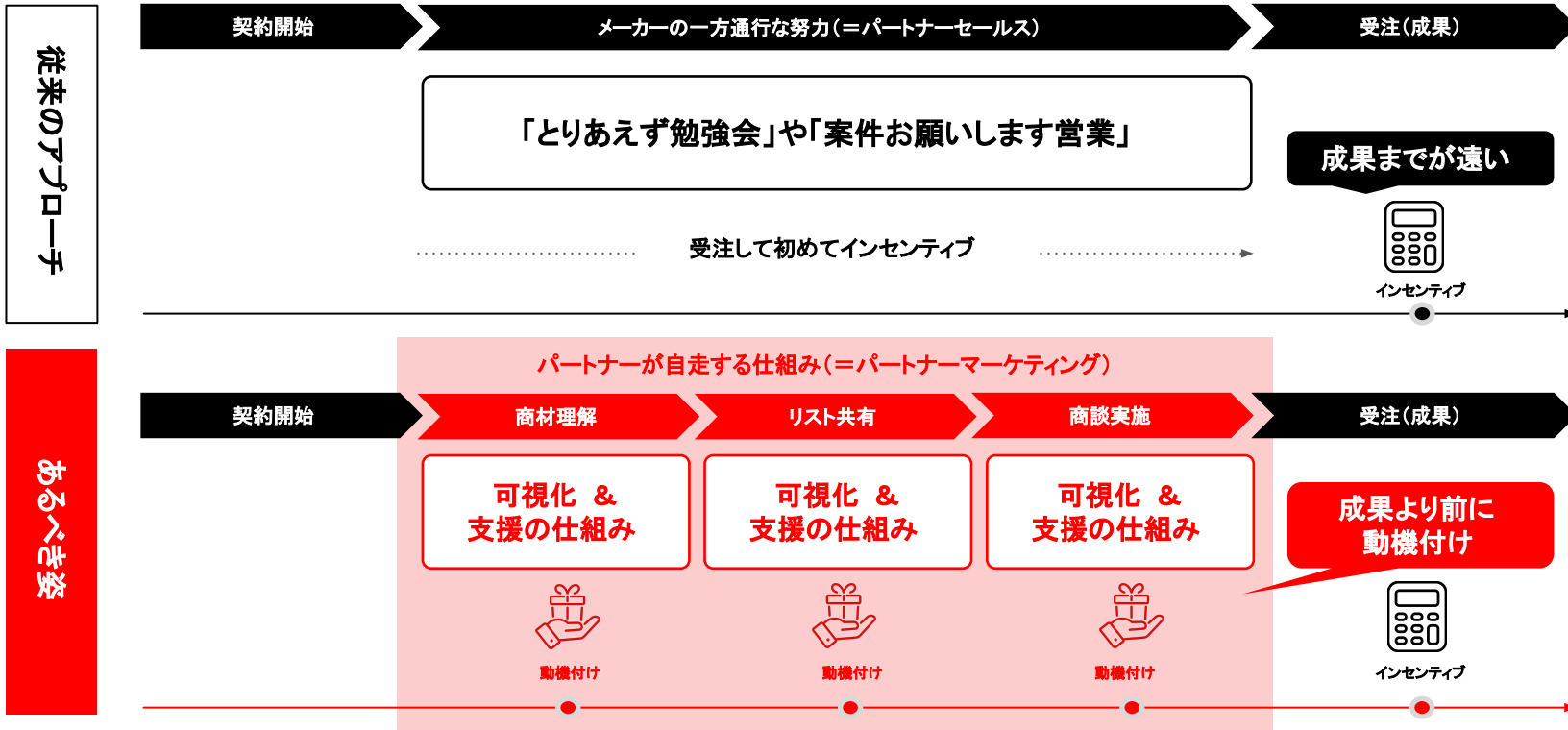
売りたいくなる設計をする

Step 3

営業支援

売しやすい環境を作る

パートナーが自走するためには「段階的な意味付け・動機」があることが大切



パートナーの状態に応じた「段階的なインセンティブ」で動機付けをする

ランク	ブロンズ	シルバー	ゴールド	プラチナ
状態	契約締結のみ	製品理解が進んでいる	初期成果が出ている	継続的に成果を創出
報酬	手数料5% ポータル利用権	手数料10% リード提供	手数料15% 共催イベント カスタム資料の提供	手数料20% MDF の提供 ホットリード提供
条件	パートナー契約	受講完了3名以上 リード10件以上	商談 2件以上	受注1件以上 商談10件以上 年間リード15件以上

金銭的インセンティブ だけでなく 非金銭的インセンティブ という選択肢も活用する

金銭的インセンティブ

行動の初速を上げる

代表例

成果報酬・個人ギフトなど

リスク

金額競争になりやすい

非金銭的インセンティブ

優先順位を上げる

代表例

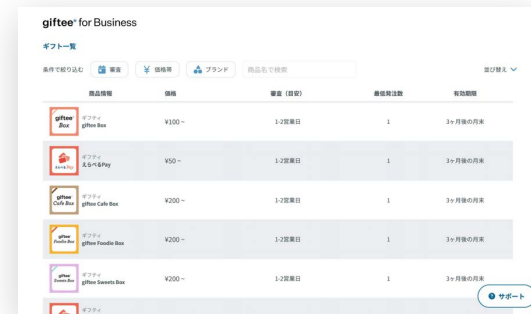
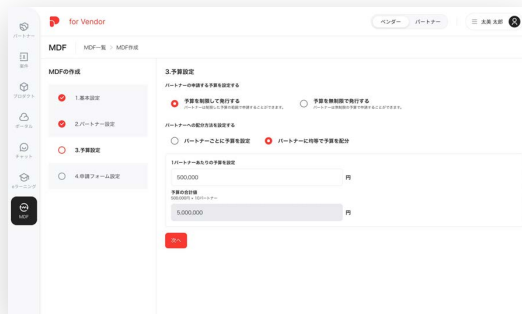
リード提供・共同マーケティングなど

リスク

効果測定できていないと効かない

ランク制度・成果連動型インセンティブで代理店のアクティブ率 UP

	ブロンズ	シルバー	ゴールド
特典	手数料 UP ポータル利用権	手数料 UP ホットリード共有 共同イベント	手数料 UP MDF 提供 専任担当
条件	E ラーニング受講 リスト登録 X件	売上 XX万円 商談数 X件	売上 XX万円 継続的な リスト登録数 X件



ランク制度設計

弊社 CS がランク制度設計を支援
成果に応じた動機付け(特典)の付与
自走するパートナーを効率的に創出

MDF (Marketing Development Fund)

代理店に対する広告宣伝費の支援
予算申請から効果測定まで一元化
管理コストや報告漏れを削減

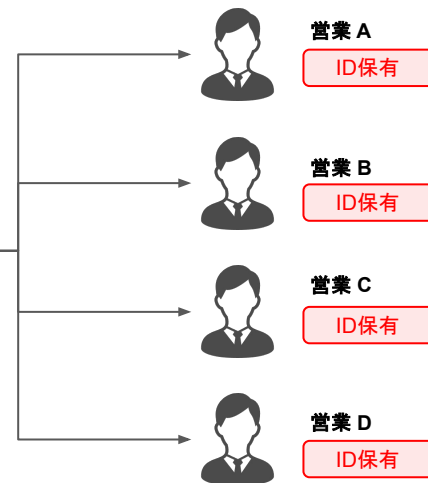
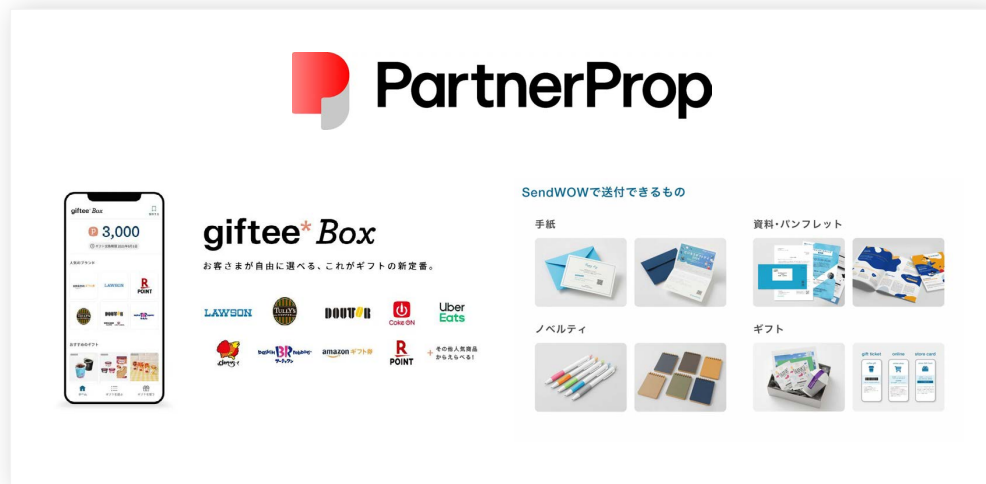
ギフトینگ

成果や活動に基づくギフト送付
giftee (ギフトイ) 連携による工数削減
個人に対する動機付けによる成果促進

動機づけを「法人」だけでなく、「個人」に対して直接実施できる **ギフトイング** に対応

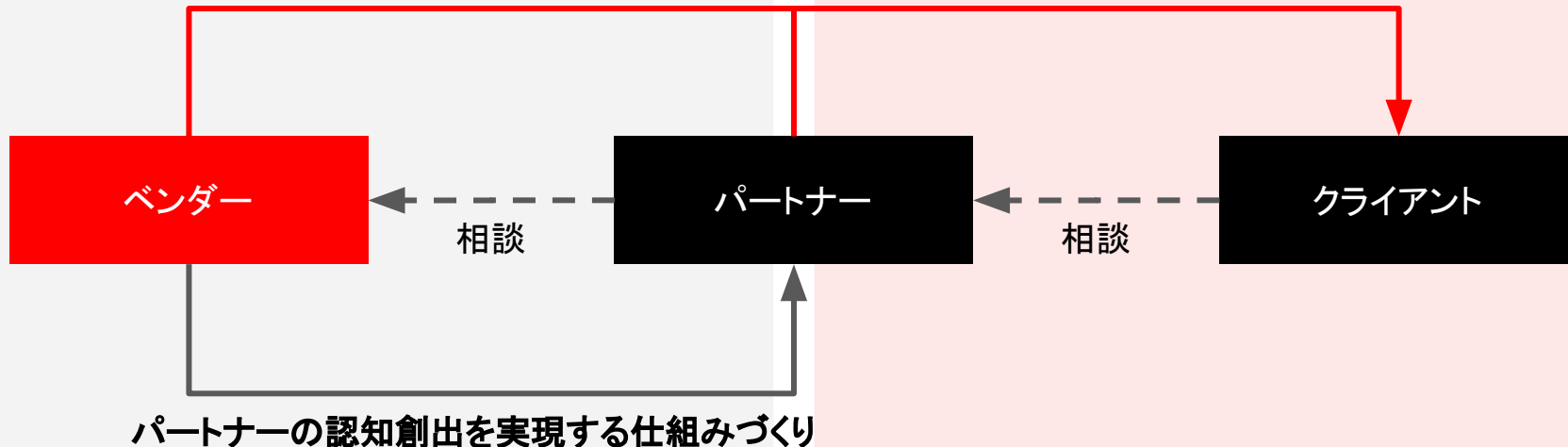
利用者: ベンダー

利用者: パートナー



パートナーと共同で認知施策を行い、パートナーに対する反響(問い合わせ等)を創出

パートナーと共同でクライアントの認知創出を実現する仕組みづくり



パートナープロップは 電通社 と共同マーケティングを行い、認知創出を行っている

眠っている売上チャンス、
可視化しませんか？

販売パートナーのポテンシャルを100%引き出す！

専用LP

パートナーマーケティングは
新しいステージへ
代理店マネジメントの最適解

代理店経由の
売上最大化

dentsu 電通 B2B イニシアティブ
広告

売れない理由、把握できていますか？
販売代理店マネジメントの最適解/
電通グループのB2B特化型横断組織「電通B2Bイニシアティブ」が
販売パートナー経由の売上最大化をご支援！

- 誰が、どこで、どう売っているかが一目瞭然
- パートナービジネスを支援するオールインワンプラットフォーム
- パートナーマーケティングの仕組み化・見える化を徹底サポート
- 戦略立案から施策実行まで、一貫してご支援

パートナー SNS広告運用
代理店マネ

dentsu b2b initiative × PartnerProp

販売代理店マネジメント
売上が上がる
マーケティングの新常識

PRMツール
PartnerPropサービス紹介_v1

売上
チャンスを
可視化

dentsu b2b initiative

販売代理店マネジメント
売れない理由、
全部見える。

HPのトップに専用パナー

高人化も、手間も、ブラックボックスも。

メールマガジン購読
ここでしか手に入らない
独自情報と資料をお届けします

dentsu b2b initiative
メールマガジン購読
メールマガジンを購読する [無料]
[Email magazine subscription (Free)]

PICK UP

最新資料ダウンロード

dentsu b2b initiative

• 全てのお役立ち資料一覧

tag: WEBマーケティング, 施策, インサイドセールス, PRM, RPA, パナーチャリング, 調査

多数のホワイトペーパー

「BtoBマーケティング成功の鍵は“ベストミックス”にあり」ダウンロード

PRMツール
PartnerPropサービス紹介_v1

PRMツール選定 究極ガイド

「PRMツール選定 究極ガイド」ダウンロード

パートナーマーケティングを成功させるには3つのポイントを抑えること

Step 1

可視化

課題を特定する

Step 2

動機付け

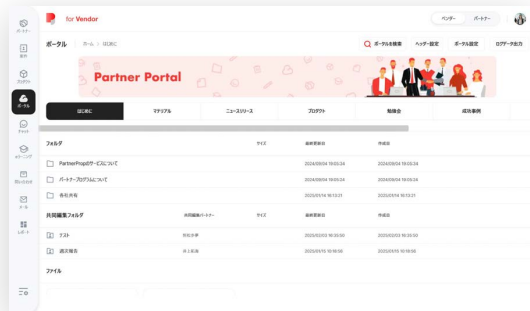
売りたいくなる設計をする

Step 3

営業支援

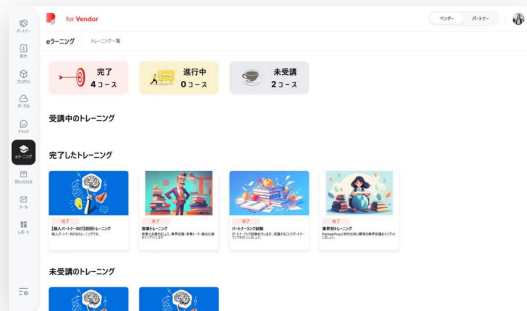
売しやすい環境を作る

パートナーの営業力が高まるよう、ポータルや Eラーニングの環境を提供



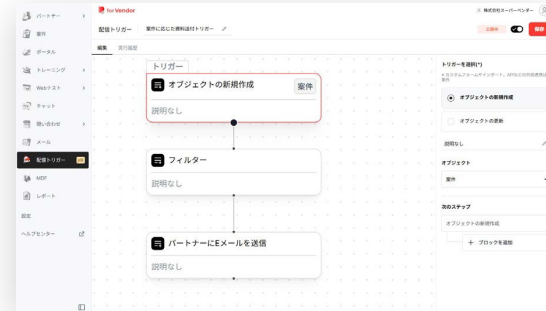
パートナーポータル

サービス資料・事例資料等を一元化
パートナー・個人単位で権限仕分け
閲覧ログの可視化に基づく支援



Eラーニング

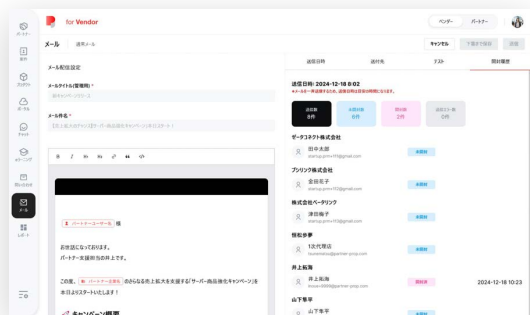
代理店の育成スピードを加速
勉強会の DX による受講率改善
早期の即戦力化と教育コストの削減



配信トリガー

特定の行動(案件登録等)に応じた
資料送付メールの自動化
フォローアップ工数を削減

営業担当のみなさまに対するメール配信やコミュニケーションが可能に



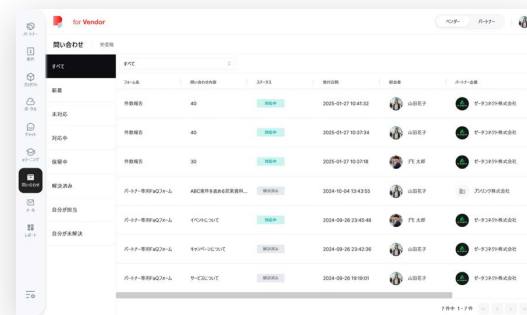
メール配信

代理店に対する迅速な情報共有
開封データに基づくPDCAの実現
新事例・新製品等の認知を最大化



チャット

リアルタイムでコミュニケーション
代理店担当者の賞賛などでも活用可能
チャットツールを不要に(コスト削減)



問い合わせ管理

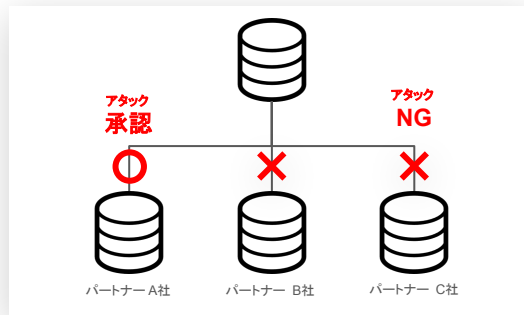
問い合わせをチケット形式で管理
対応状況の可視化で対応漏れを防止
サポート品質向上で満足度向上

バッティングチェックの自動化などにより、ベンダー・パートナーの生産性を向上



案件情報の相互連携

CRM との二重入力を排除
リアルタイムのデータ同期・可視化
入力エラーや工数の大幅な削減



バッティング制御

CRM における重複アプローチを検知
ターゲットリストのバッティングによる
機会損失や信頼低下を防止

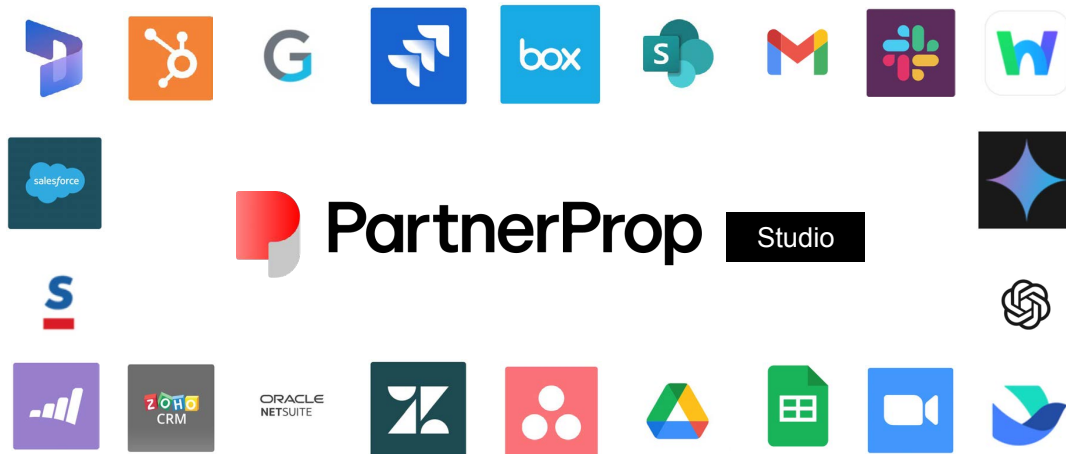


3社日程調整(オプション)

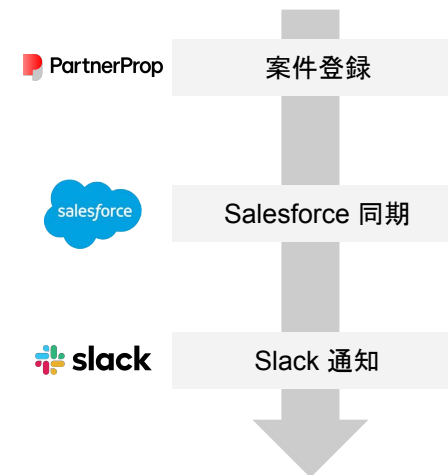
ベンダー・パートナー・顧客の
3社間日程調整が円滑に可能
日程の重複リスクなども払拭

1,000 種類を超える国内外のツールとのノーコード連携を実現(オプション)

連携できるツール例



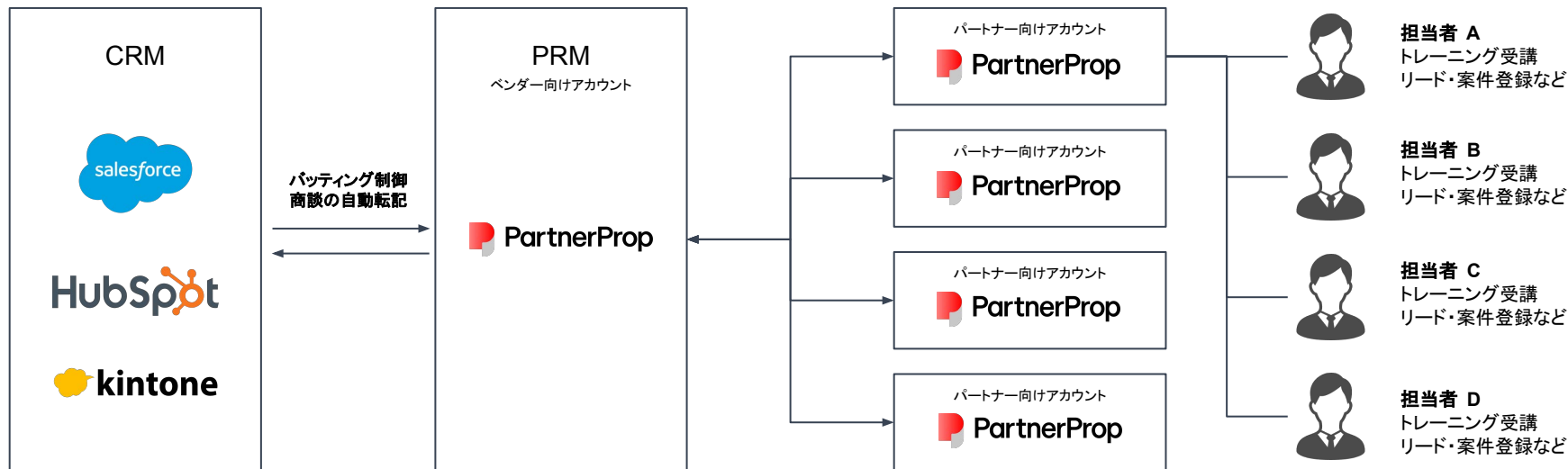
設計できるレシピ例



CRM と PRM で相互連携、パートナーには個人単位で PartnerProp を付与可能

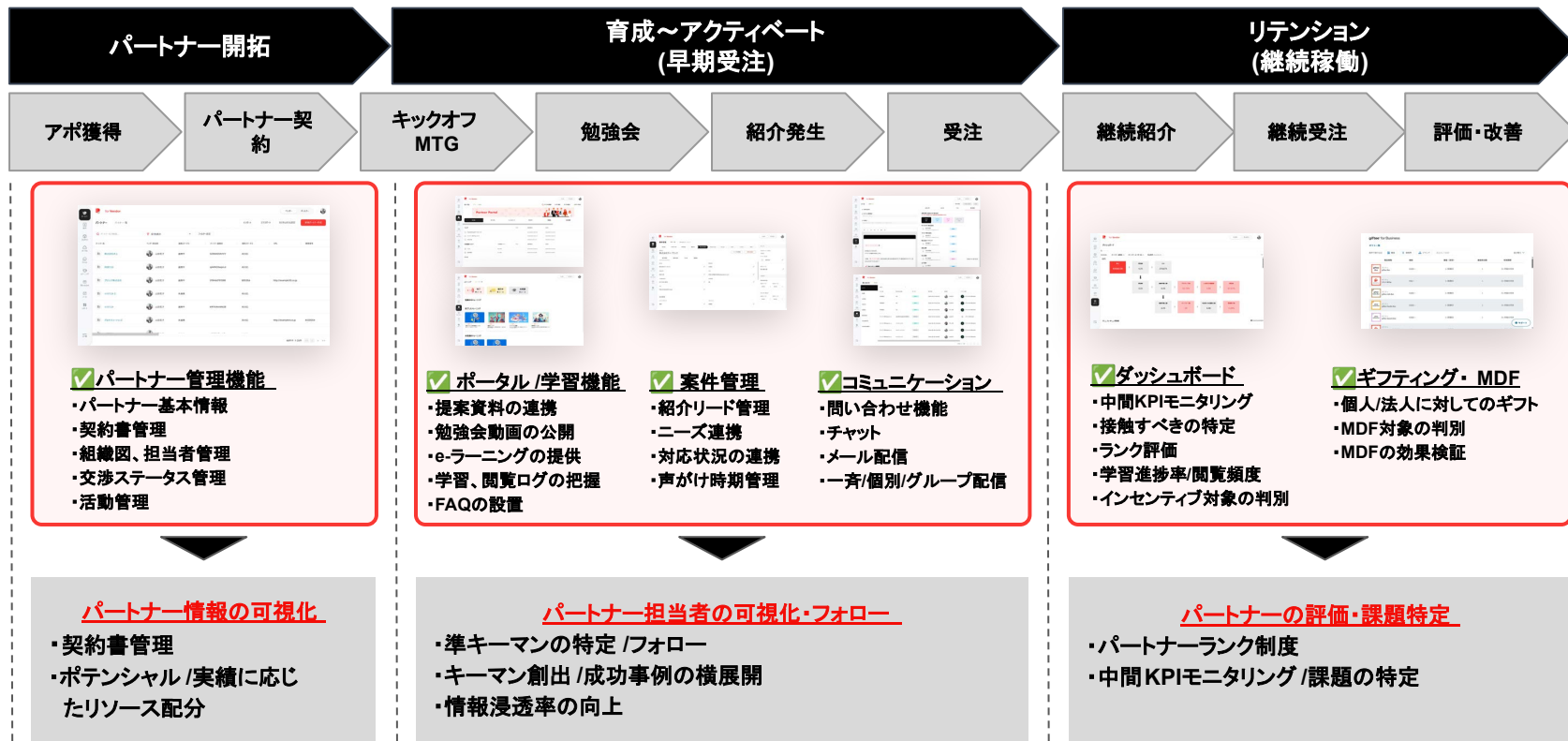
利用者:ベンダー

利用者:パートナー



ベンダーは自社の CRM と PartnerProp を相互連携することが可能。
ただし、連携は必須ではなく、PartnerProp 単体での活用ケースも多数。

パートナーは PartnerProp を無料で利用することが可能。
案件登録・トレーニング受講・ベンダーとのコミュニケーションが可能。



Customer Story

導入事例

日証協の新たな上場ガイドラインにおける『取引の実態把握』に対応

背景

2025年、オルツ社の循環取引問題を受けて
日本証券業協会がガイドラインの見直し予定

証券会社のIPO審査、販売実態の把握義務に オルツ不正向け
新指針

2026年3月17日 18:00 [会員限定記事]

日本経済新聞

日本証券業協会は新規株式公開（IPO）を目指す企業を証券会社が審査する際の新たなガイドライン（指針）を近く示す。販売などの取引実態について、不審な点がある場合は取引先に証券会社が直接確認する。上場後に粉飾が発覚したオルツの問題を受けた対応で、これまで以上に注意深い上場審査を証券会社に求める。

人工知能（AI）開発のオルツは2025年に循環取引が発覚し、IPO後1年足らずで上場廃止となった。同社を...

必要な取り組み

販売先情報の可視化

案件登録時にエンドユーザー情報を入力
メーカー側がリアルタイムに把握可能

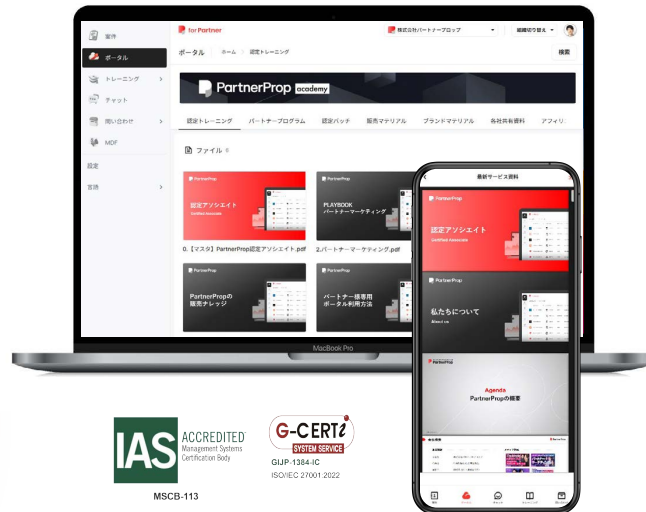
取引プロセスのログ管理

更新履歴（更新者・日時・内容）を自動記録
案件の進捗・変更履歴を管理、監査ログも対応

案件バッティングの検知

同一エンドユーザーへの重複登録を検知
競合・不自然な取引を早期に把握

PartnerProp なら全て対応



MSCB-113





パートナーマーケティングで**案件創出600%増！** コミュニケーションを増やして**稼働率向上を実現**

ポータルその他、案件管理機能・育成機能・チャット機能をフル活用。
パートナーとのコミュニケーションの量・質が高まったことで、
案件創出が前月比600%増加。

初月から3件受注をする代理店が生まれる、各代理店の受注・有望案件
が増えるなど、パートナーマーケティングを通じて、代理店自身の成功
体験を増やすことに成功

- 導入後3か月での案件数

数件程度



案件数6倍の成果

- 契約したばかりの代理店

数か月経っても受注0



初月から3件受注





新規パートナー契約率20%アップを実現。
業務効率も高まり、パートナー営業戦略の精度が向上。

手作業で行っていたパートナー管理が自動化され、業務負荷が軽減しました。手動で行っていた作業が自動化されたことで、業務の効率が30%向上しました。

パートナーの成果を可視化したことで、成果を出したパートナーに適切なインセンティブを提供し、新規のパートナーの契約率が20%改善。

■ 新規パートナー契約率

成果を可視化できず



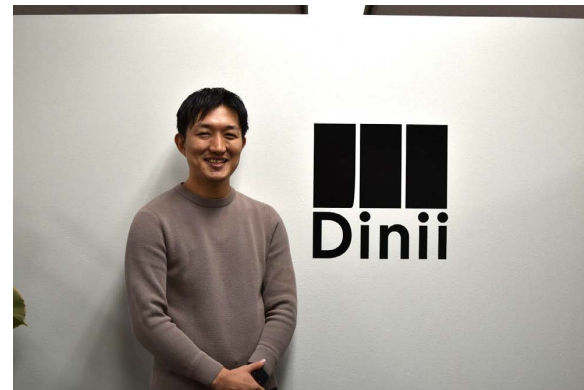
成果を可視化し、
前年比20%UP

■ 業務効率

手作業の業務工数過多



業務の効率が30%向上





少人数営業でもパートナービジネスを効率化し、 資料共有工数の大幅削減と稼働率向上を実現

少人数の営業体制で複数のパートナー企業を管理・育成するためにPartner Propを導入。ポータルやe-Learning機能を活用して資料共有・教育工数を削減し、稼働率向上を実現。

さらにチャット機能でコミュニケーションを効率化し、情報一元管理と販売活動のスピードアップにも成功した。

■ 資料共有工数

1社あたり15分



ほぼ0分

■ パートナー情報管理

Excel・メール運用



ツール一元化で即時把握





少人数でもパートナー数拡大を実現し、
対等な関係で“売りたいなる仕組み”を構築

複数のSaaSプロダクトを展開する上で、少人数体制ながら多くのパートナー企業を効率的に育成・稼働させることが課題。

PartnerProp導入により、eラーニングやポータルで“売りたいなる仕組み”を提供し、対面研修に頼らず知識浸透を図ることで、最少人数でもスピーディーにパートナーセールスを拡大できる体制を実現している。

- 担当1名あたり対応可能数

20社上限



100社以上対応を視野に

- 初回勉強会

支店訪問で数時間



Eラーニング活用で時間を
大幅削減





分散していた **パートナー情報を一元化** し、 営業1名単位の数値分析で **パートナー戦略の精度を大幅に向上**

複数部門に分散していた 170社以上のパートナー情報を集約するため、Partner Propを導入。営業 1名単位の数値管理で属人性を排除し、戦略立案の精度が大幅に向上。

また、キントーンとの API連携により既存データを効率的に活用し、売上アップを目指す基盤づくりを進めている。

■ 情報管理

1法人1アカウントで
ログ取得が限定的



**営業1名単位で
モニタリング可能**

■ パートナー契約数

部門別にバラバラ管理



**170社分を一部署に集約し
戦略を一本化**



Timee

パートナー育成 × データ分析で **全国拡大を効率化** し、
“スキマバイト”の **新市場をさらに加速**

自社営業リソースだけでは拡大が難しい全国展開をパートナー経由で推進するため、Partner Propを導入。受注前の渉外活動をデータで可視化し、課題特定や育成施策を強化することで、効率的にパートナー数を増やしリード獲得を拡大。

全国47都道府県への迅速な事業展開と ROI向上が期待されている。

■ 稼働エリア

7県



今後は全国 47都道府県へ展開

■ パートナー管理

属人的な定性情報



個別データ可視化で
戦略的な稼働・育成が可能



FAQ

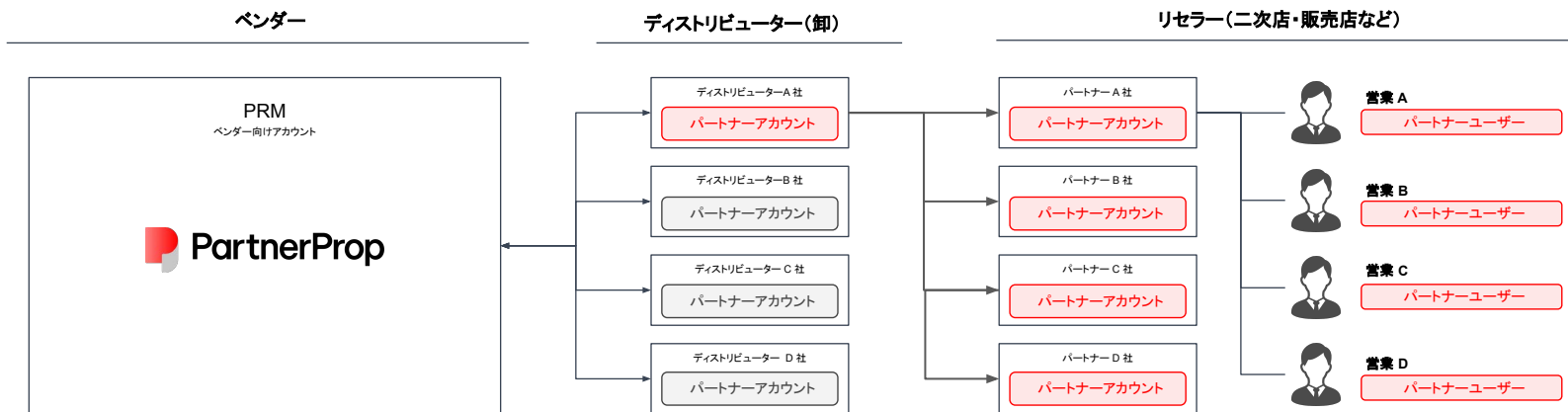
よくある質問

Question

多段商流の場合も使えますか？

Answer

はい、利用可能です。**多段商流に対応した機能**を揃えています。



Question

PartnerProp を導入すべきタイミングはいつですか？

Answer

立ち上げ(代理店0社)から効率化(代理店数千社)まで、豊富な事例があります。

パートナーチャネルの立ち上げの事例

- ・課題: 知見もリソースも限られている
- ・施策: 制度設計 + 代理店開拓 + 仕組み
- ・成果: 3カ月で商談創出がスタート

パートナーチャネルの活性化の事例

- ・課題: パートナーの成果が伸び悩んでいる
- ・施策: 可視化 + 代理店教育 + 案件管理 等
- ・成果: アクティブ率向上、受注増加

Question

専任担当者がいません。問題なく導入できるでしょうか？

Answer

問題ございません。設定箇所は少なく、CS 担当も導入をサポートいたします。



Question

CRM との棲み分けはどう考えるべきでしょうか？

Answer

直販は CRM、代理店は PartnerProp の棲み分けです。

	CRM	相互連携	PartnerProp
目的	直販による売上最大化		間接販売による売上最大化
管理対象	顧客		パートナー(代理店)
機能	顧客管理・商談管理など		パートナー管理・代理店教育・問い合わせ管理 商談管理・バッティング判定・手数料計算など

Question

CRM で構築する場合と比較して、コストは安くなる？

Answer

基本的にコストをおさえることができます。

CRM

- ・代理店(①): 100社
- ・代理店あたりの人数(②): 10ID
- ・合計 ID 数(① x ②): 1,000 ID
- ・ID あたりのコスト: 月1万円
- ・**合計コスト: 月 1,000万円(年 1.2億円)**

PartnerProp

- ・代理店(①): 100社
- ・代理店あたりの人数(②): 10ID
- ・合計 ID 数(① x ②): 1,000 ID
- ・ID あたりのコスト: 代理店 ID は無料
- ・**合計コスト: CRM の10分の1以下**

Question

セキュリティ対策は問題ないでしょうか？

Answer

第三者機関より ISO27001 を取得済、メガバンクでも導入実績がございます。

ISMS 認証取得

国際基準 (ISO/IEC 27001) に準拠した
情報セキュリティ管理体制を整備し、
組織全体でデータ保護を徹底

IT監査・内部統制の実施

外部機関による IT監査を定期的に受け
ガバナンスと運用の適正性を
継続的にチェック

脆弱性診断

脆弱性診断を行っており、
最新のサイバー脅威にも迅速に対応。
リスクをおさえたデータ運用を可能に。

情報セキュリティポリシーの策定

情報セキュリティポリシーを策定して
社内の全社員に遵守を徹底
https://partner-prop.com/security_policy/

厳格なアクセス制限

ユーザーごとにアクセス権限を設定し
重要なデータや設定画面への
不要なアクセスを防止

通信の暗号化と操作ログ管理

通信の暗号化 および
ログの記録・監査体制により
外部・内部からのリスクを抑止

Question

パートナープロップはカスタマイズすることはできますか？

Answer

ポータル・カラム・権限などをカスタマイズすることができます。

パートナー情報・案件情報などの項目はノーコードで自由に設定可能

資料もグループ・企業単位・個人等で出し分け

カスタムカラムを追加

カスタムカラム名 日本語・英数字・記号などが使用できます

カスタムカラムID 英数字が使用できます

カスタムカラム型

▼

閲覧可能ユーザー

- ベンダー-管理者
- ベンダー-一般
- パートナー-管理者
- パートナー-一般

入力可能ユーザー

- ベンダー-管理者
- ベンダー-一般
- パートナー-管理者
- パートナー-一般

パートナーグループ

パートナー ユーザー

<input checked="" type="checkbox"/>	株式会社井上	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	ゼータコネクト株式会社	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	株式会社ワンチーム	<input checked="" type="checkbox"/>