

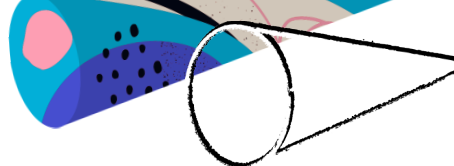


ADOBE EXPERIENCE CLOUD

顧客に信頼される データプライバシー戦略

アドビ CXM (顧客体験管理) ガイド





概要

今日、情報とテクノロジーは、世界がつながるための基本的な要素であり、あらゆる企業において、顧客データを責任ある形で、透明性を維持しながら使用することが重要な課題となっています。また、プライバシーに関する法律や規制、テクノロジー、人々の個人情報保護への期待が、世界中で劇的に変化しています。そのため企業にとって、プライバシーに配慮した顧客体験の提供は、もはや欠かすことのできない取り組みとなっています。それを怠ると、顧客の信頼とブランドの評判の両方を損なう可能性があります。一方、顧客の信頼を維持できれば、継続的に関係を深めることができます。そして、顧客は、そうした自らの価値観に合ったブランドとのやり取りや購入を進んでおこなうのです。

「信頼を得ることが最も重要です。今の時代、世の中には非常に多くの選択肢があります。もし、顧客が、当社を信頼できず、自身のデータを開示したくないと考えるなら、当社と取引してくれないでしょう」と、分析管理とタグガバナンスの分野でアドビのパートナーであるObservePointのシニアテクニカルプロダクトマネージャー、Clint Eagar氏は述べています。

プライバシーに配慮した体験を提供することは、組織内の多くの部門にとって重要な責務となっています。これはひとつの部門でできることではありません。また、変化し続ける法規制への遵守要件、人々の期待、ビジネスニーズに対応する

ための万能のアプローチありません。つまり、経営陣や法務部門、IT部門、マーケティング部門、データセキュリティ部門など、顧客データを管理するあらゆる部門と関係者が一丸となって取り組む必要があるのです。

3rdパーティCookieが廃止される日が近づいています。また人々は企業に、開示したデータを何に利用するのか、自分の意思を反映して欲しいと考えています。そのため、顧客を中心に据えたプライバシーに関する取り組みと、柔軟性の高いデータガバナンスの仕組みが、ますます不可欠となります。それにより、業界の規制に対応しながら、個人情報情報を適切に取得、管理し、顧客からの信頼を保ちながら、適切な体験を創出することができます。

アドビでは、プライバシーとセキュリティを重視し、深く考慮した上で、エンタープライズツールやサービスを設計しています。このガイドでは、自社のプライバシーに関する取り組みを見直し、さらなる進化に適合させるために、アドビ製品がどのように役立つのかを解説します。プライバシーに関しては、より技術的な情報も提供していますが、本ガイドではどのように取り組むべきか、その方向性を定めることを目的としています。アドビの知見が、あらゆる企業のプライバシーへの取り組みに適合するとは限りません。ただ、データプライバシーとガバナンスの効果化を図る取り組みの中で、何か参考になるかもしれません。





企業におけるプライバシー

アドビは、顧客の期待に即した、責任ある、プライバシー重視、顧客中心の体験を提供するためのツールやテクノロジーを提供しています。ただ、適用される規制を遵守できるかは、それぞれの企業の取り組み次第です。

企業が顧客データをどのように扱うのかは、データを使用する目的、使用状況を顧客に開示する方法、対応すべき規制等の特徴によって異なります。自社におけるプライバシーのニーズと価値観を定義する際には、セールスや法務、セキュリティ、製品開発など、主要部門の関係者が必ず参加するようにします。

成功を収めている企業では、データを収集する理由と、顧客にとっての利益について綿密に検討しています。収集しているデータが本当に必要であるのか、収集することで自社と顧客の双方に価値を生みだしているのか、といったことについて考えることが重要です。正しい価値観を持つことで、新たな規制にも対応できるようになります。

規制があるから対応する、という言葉をよく耳にします。しかし、それは完全に誤った考え方です。規制には、どのようにすべきかということは必ずしも書かれておらず、しなければならないと書いてあるだけです。規制に対応する過程において、いくつかの決断をしなければなりません」と、アドビでAdobe Experience Platformのシニアプロダクトマネージャーを務めるElizabeth Sextonは述べています。

アドビでは、一般データ保護規則 (GDPR) やカリフォルニア消費者プライバシー法 (CCPA) などの規制にもとづく個人の権利要求に対応するために、[Adobe Experience Platform Privacy Service](#)

を開発しました。Privacy Serviceは、RESTful APIとユーザーインターフェイスを提供し、法的および組織的なプライバシー規制に従って、Adobe Experience Cloudアプリケーションからの個人データへのアクセスや削除など、顧客から受け取ったデータ要求を管理するのに役立ちます。アドビでは、新たなプライバシー規制が施行された場合、その要件に適合するための追加のサービスを引き続き評価していきます。

ブランドとして、どのようなデータが必要で、どのようなプライバシー規制を遵守する必要があるのかを最もよく理解しているのはマーケターです。プライバシー規制および個人の権利要求に対して、アドビ製品がどのように対応しているのかを把握するために、Privacy Serviceと統合されている[アプリケーションのリスト](#)を用意しました。



製品開発における プライバシー



アドビでは、データプライバシーをエンタープライズ製品の根本的な設計原則として扱っています。また、認定を受けたセキュリティ制御機能とツールを製品開発に積極的に取り入れています。これにより企業は、アドビのツールやサービスを利用する過程で、主体的にデータを管理し、規制対応への柔軟さを保ち、自社のプライバシー基準を遵守することができます。

“ 現在注力しているのは、企業が自分たちに合った方法でプライバシー機能を実装できるよう、エンドツーエンドの体験に柔軟性を持たせることです。なぜなら、企業では、さまざまなデータを収集し、管理しているからです。

Elizabeth Sexton

アドビ、Adobe Experience Platform シニアプロダクトマネージャー



米調査会社のレポート「Forrester Wave™: データ管理プラットフォーム (2019年第2四半期)」では、アドビの製品について、プライバシーバイデザインの原則にもとづいて構築されており、医療や金融サービスなどの規制の厳しい業界で顧客データを取り扱うことができるように、多数の業種別セキュリティ認証を取得している点で競合製品を大きくリードしている、と評価しています。

Adobe Experience Platformを利用すれば、あらゆるデータを、リアルタイムに更新される堅牢な顧客プロファイルとして統合できます。この顧客プロファイルは、Adobe Experience Cloud製品の基盤となり、あらゆるチャネルをまたいで適切な体験を提供するのに役立ちます。また、独自の製品やテクノロジーを構築、統合する際には、アドビのテクノロジーパートナーやソリューションパートナーからの支援を受けることができます。さらに、顧客のデータを管理し、アドビのアプリケーションをまたいで、データ規制、各種制限、ポリシーに対するコンプライアンスを確保するために必要な管理機能を提供するように構築されています。

企業としての責務と顧客の期待に応えられるようにデータを管理するには、各個人を識別するための方法が必要となります。そのひとつの方法が、Experience Cloud Identity Service (ECID) の利用です。ECIDは、Adobe Experience Platformアプリケーションをまたいで訪問者をつなぎ合わせるための、ユニバーサルかつ永続的なIDを提供します各訪問者に対して、Adobe Experience Platform内で共通の識別子を持つことで、パートナー（各利用企業自身のパートナーおよびAdobe Experience Platformと統合したアドビのパートナー）とのデータの同期や、オフラインのような、他のIDとの接続をより簡素化できます。

顧客からのデータへのアクセス、削除、オプトイン、オプトアウトなどの要求への対応を簡略化するには、一人ひとりが固有の識別子を持つ必要があります。固有の識別子がなければ、複数のチャネルをまたいだ企業とのさまざまなインタラクションを整合させることが難しくなります。ECIDは、顧客データがアドビのアプリケーションをまたいで意図された目的のために使用されるよう維持する優れた方法であり、企業は、顧客から受け取ったデータの使用許可をより正確に追跡できるようになります。ECIDについて詳しくは、[ECIDの概要](#)をご覧ください。

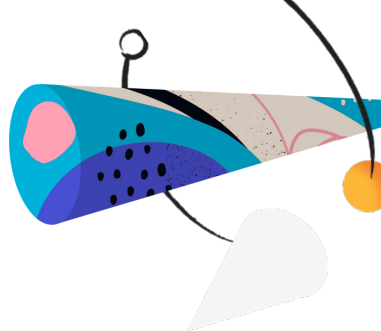
また、顧客を的確に把握したうえで適切にエンゲージメントするには、アドビの次世代CDPである[Real-time Customer Data Platform](#)も役立ちます。こちらも同様に、プライバシーを念頭に

置き、設計されています。Real-Time Customer Data Platform は、IABのTransparency & Consent Framework (TCF) の登録ベンダーです。TCF 2.0の要件に準拠して、顧客の同意のもとに、TC String (TCF同意文字列) の一部である詳細な顧客データを収集し、保存されている顧客プロフィールと統合できます。これにより、エクスポートされたオーディエンスセグメントに特定のプロフィールが含まれているかどうかを調べることができます。

また、アドビでは、新しいツールを精査し、業界の問題を議論するために、Privacy Customer Advisory Boardを設置しています。アドビでは、企業の顧客を重視し、顧客のプライバシーニーズに応えるアプリケーションを継続的に開発していきたいと考えています。



データセキュリティと 業界標準



データプライバシーとデータセキュリティは密接に関係しています。簡単に言えば、プライバシーはデータ基準の確立と維持に役立ち、セキュリティはその基準の実施と強化に役立ちます。アドビでは、セキュリティを念頭において製品を設計しています。セキュリティは、製品ライフサイクルの早い段階で組み込まれており、アドビでの取り組みや製品には欠かせないものとなっています。

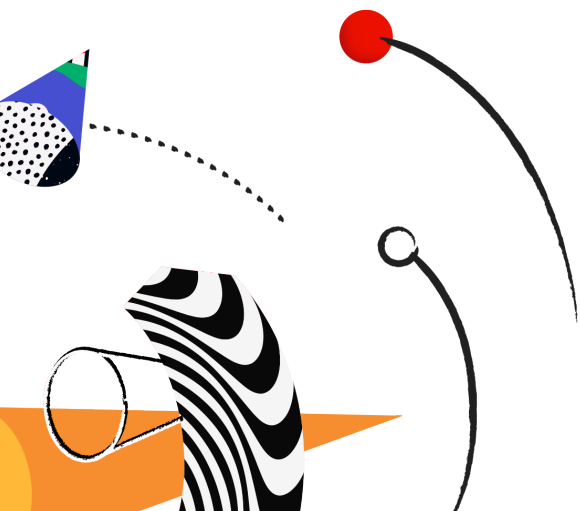
アドビでは、絶え間なく変化する規格や規制に対応するために、オープンソースの柔軟なセキュリティおよびコンプライアンスのフレームワークを構築しました。その[Common Controls Framework](#) (CCF) は、アドビのさまざまな製品やサービスをまたいでコンプライアンスを継続的に確保するために、セキュリティ維持とコンプライアンス対応を組み合わせたものです。これは、アドビのセキュリティ戦略およびコンプライアンス戦略のバックボーンとなるものです。

「アドビでは、特にCCF、プライバシー、セキュリティの観点から、セキュリティバイデザインを取り入れることで、以前とは異なるスタンスで取り組んできました。2012年当時は、クラウドサブスクリプションビジネスに移行する上で、良い転機となりました。アドビはすでに大企業の一員でしたが、クラウドの分野にはまだ取り組み始めたばかりでした。私たちは、クラウドセキュリティを先取りしなければならぬと最初から考えていました」と、アドビのテクノロジー&リスクコンプライアンス部門のマネージャーであるRahat Sethiは述べています。

CCFは、SOC 2-Type 2、ISO 27001、FedRAMP、PCI DSS、HIPPA、GLBA、21CFRなど、データプライバシーには欠かせないさまざまな認定、標準、規制に適合するのに役立ちます。アドビが取得済みの認定や資格に関しては、こちらの[リスト](#)でご確認ください。

認証以外にも、法務、セキュリティ、製品エンジニアリングなどの部門の専門家が、世界中の業界標準や規制に影響を持つさまざまな組織に参加し、アドバイスをおこなっています。こうした活動を通じて、最新の情報を入手するだけでなく、策定に至るまでの議論に参加することもできるのです。そのような組織や団体は、次の通りです。

- Interactive Advertising Bureau (IAB)
- Interactive Advertising Bureau – Europe (IAB, Europe)
- Digital Advertising Alliance (DAA)
- Digital Analytics Association (DAA)
- Network Advertising Initiative (NAI)
- International Association of Privacy Professionals (IAPP)
- SAFECODE



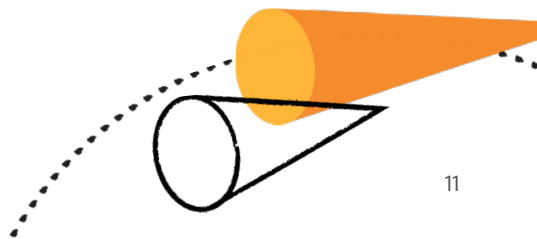
プライバシーは 組織として取り組むもの

プライバシーに関わる部門は、データガバナンスの方針や手順を実践する個人や部門との間に、オープンなコミュニケーションの場を形成する必要があります。その最たるものが、情報セキュリティ部門とIT部門です。各部門が自分たちの役割を理解し、プライバシーに関する責任感を共有することが重要です。

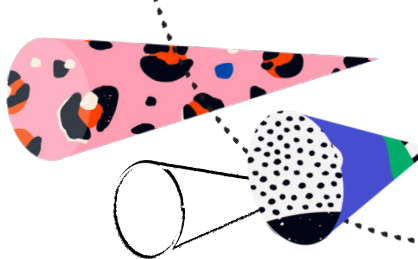
アドビの場合、組織的には、チーフプライバシーオフィサー（CPO）、チーフセキュリティオフィサー（CSO）、チーフインフォメーションオフィサー（CIO）がおり、それぞれの部門が緊密に連携して、世界中の最新のプライバシー動向を把握し、自社テクノロジーが準拠できるようにしています。こうした部門は、ソリューション志向のパートナーとして手を取り合い、外部の監査法人とも密接に連携して、次の時代を見据えて活動しています。

それぞれの部門とそのメンバーは、独自のスキルと視点を持っており、あらゆる面でプライバシーに関する取り組みに貢献しています。各部門では、担当者の強みを考慮して、指針や優先順位を決めます。たとえば、企業全体の課題に対処するためにテクノロジーを活用することは、セキュリティやITの担当者にとっては当たり前のことです。

データプライバシーの保護は、もはや法務部門やテクノロジー部門だけの責任ではありません。適切な顧客体験を提供することは、あらゆる部門にとって重要です。そして、影響を受けるあらゆる関係者を巻き込み、情報を提供するためには、オープンな対話が不可欠です。



今すぐ、 取り組むべきこと



プライバシーは、あらゆる面で個人に関わることです。自らの組織や顧客にとっては正しいことでも、他の組織にとっては正しいことではないかもしれません。プライバシーに関する取り組みを始めるにあたっては、次のベストプラクティスを検討しましょう。

- 主要関係部門の担当者を集め、ビジネスや顧客体験、マーケティング、コンプライアンスのニーズについて考える
- プライバシーとセキュリティのプロセスを早い段階で標準化するための投資をおこない、企業のDNAとして定着させ、適切なユーザーエクスペリエンスの一部として積極的に活用する
- 業界のベストプラクティスを評価し、自社や関係者にとって最適な方法で取り入れる
- あらゆる行動にあたって、まずプライバシーについて考え、自社の製品とITインフラの両方にどのように組み込むかを考える
- パーソナライズされた適切な顧客体験を実現する適切なテクノロジーを確立するために、IT部門とマーケティング部門の共創環境を構築する
- 継続的に研究する

参考資料：[Privacy Serviceの概要](#)、[アドビのコンプライアンス認定、標準規格、規則](#)、[Common Controls Framework](#)、[ECIDの概要](#)

顧客のプライバシーを確保し、信頼関係を構築するためには、さまざまな方法があります。そして、それらは常に進化を続けています。アドビは、業界を問わず、あらゆる企業がその進化に適應するのを支援します。



アドビがお役に立ちます

アドビでは、さまざまなインタラクションやチャネルから顧客データを収集するために必要なツールを提供するだけでなく、業界や組織の基準に準拠した適切な顧客体験を提供するために必要な柔軟性を提供することに取り組んでいます。[Adobe Trust Center](#)を利用して、自社に役立つリソースを見つけ、プライバシーやセキュリティ、ガバナンスに関してどのように取り組むべきかを学びましょう。

詳細を見る

出典

[アドビのコンプライアンス認定、標準規格、規則、アドビ](#)

[Adobe Experience Platform 概要、アドビ](#)

[Privacy ServiceとExperience Cloudアプリケーション、アドビ](#)

[Privacy Service の概要、アドビ](#)

[Adobe Experience Cloudプライバシー、アドビ](#)

[アドビプライバシーセンター、アドビ](#)

[Adobe Trust Center、アドビ](#)

「[Privacy Fatigue and How to Combat It \(プライバシーに関する疲労とその対処法\)](#)」、IAPP、Amy de La Lama (2021年1月4日)

[Best Practices for Data Privacy Programs \(データプライバシープログラムのベストプラクティス\)](#)、Ionic

Clint Eagar (ObservePoint、シニアテクニカルプロダクトマネージャー、個人インタビュー (2020年10月))

[Common Controls Framework、アドビ](#)

[Customer Journey Analytics のプライバシーの概要、アドビ](#)

Elizabeth Sexton、アドビ、Adobe Experience Platform シニアプロダクトマネージャー、個人インタビュー (2020年10月)

「[Make Privacy A Competitive Differentiator \(プライバシーを競争上の差別化要因に\)](#)」、Forrester、Fatemeh Khatibloo (2020年11月12日)

「[How CIOs and CMOs Will ‘Co-Create’ in 2020 \(2021年、CIOとCMOが「共創」する方法\)](#)」、アドビ、Giselle Abramovich (2020年12月18日)

「[リアルタイム顧客データプラットフォームでのプライバシー、アドビ](#)

「[Forrester Wave™: Data Management Platforms, Q2 2019 \(The Forrester Wave™: データ管理基盤、2019年第2四半期\)](#)」、Forrester、Tina Moffett他 (2019年6月13日)



Copyright © 2021 Adobe. All rights reserved.
Adobe and the Adobe logo are either
registered trademarks or trademarks of
Adobe in the United States and/or other
countries.