

CCPA : 対策に役立つ5つのQ&A

2020年1月1日に施行されたカリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）は、データプライバシー法の転機となる法規制です。これは米国内で最も包括的なプライバシー法となるもので、カリフォルニア州民の個人情報に関する管理権を強化することを目的としています。そのCCPAについて、マーケターなら誰もが知っておくべき事項を以下にまとめています。



1. CCPAにおける個人情報の定義とは？

CCPAでは、「オンラインID」「IPアドレス」「閲覧履歴」「ウェブサイト、アプリケーション、広告に関する消費者のインタラクション」「位置情報」といったデータが、直接または間接的に特定の消費者／世帯に合理的にリンクされている場合、これらのデータが規制の対象となることを明示しています。

Criteoでは個人を特定できるような姓名や住所、さらにはプレーンテキストのEメールアドレスなどのデータを収集することはありませんが、Criteoのテクノロジーではユーザーのデバイスやブラウザを特定することが可能です。

したがって、すでにCriteoの収集するデータの大部分はGDPRにおいて個人データと見なされており、CCPAにおいても個人情報と見なされることとなります。

2. CCPAが消費者に保障する権利とは？

CCPAの扱う個人情報は広義にわたり、透明性に関する要件も規定されています。CCPAはカリフォルニア州内の消費者の権利を守るために、以下の保護を求めています。

- 知る権利：ユーザーは「事業者が収集したユーザーの個人情報の特定の要素」にアクセスできる必要がある。
- 削除する権利：ユーザーは企業が消費者から収集した個人情報の一部または全部を削除するよう企業に要請することができる。
- オプトアウトする権利：ユーザーは自身の個人情報をサードパーティに「売却」しないよう企業に指示することができる。

3. CCPAに備えるべき企業は？

CCPAの適用範囲・対象領域は複雑なため、法的アドバイスを求めることが重要です。

カリフォルニア州に商品を発送する広告主や小売業者、およびカリフォルニア州民を対象にしたウェブサイトやアプリを運営するパブリッシャーは、以下のいずれかの条件を満たす場合、CCPAに規定される「事業者」の定義に含まれる可能性があります。

- 1 年間売上総利益が2,500万ドル以上
- 2 カリフォルニア州からのユニーク訪問者が5万人以上
- 3 Criteoのディスプレイ広告による年間収益の50%以上を、カリフォルニア州民のユーザーに配信して得ている場合

また、支局や支社が上記の条件に当てはまる場合、少なくともある程度はCCPAの適用対象になるでしょう。

5. 広告主とパブリッシャーが取るべき次のステップ

- CCPAがどの程度まで適用されるかについて明らかにし、必要な場合は法的アドバイスを求める
- 個人情報保護方針の更新に備え、選択メカニズムを導入する

免責事項本資料はCCPAの求める主な要件の概要であり、詳細を完全に網羅するものではありません。本資料に記載される情報は法律上の助言には該当せず、またこれらの情報は弁護士と依頼人の関係の構築を意図するものではありません。必要に応じて、専門家による法的なアドバイスを受けてください。

4. CCPAにおけるCriteoの立ち位置は？

Criteoは「消費者の個人情報を扱う目的およびその手段を決定」しますが、通常はユーザーと直接やり取りをすることはないので、Criteoは「事業者」と「サードパーティ」の両方に当てはまると考えています。

Criteoテクノロジーの中核を成すのはAIドリブンのアルゴリズムとショッパーグラフであり、いずれも「ネットワーク効果」によって顧客とパートナーに共有価値がもたらされます。サービスプロバイダーとして活動した場合はこれらのテクノロジー運用能力に制限がかかるため、Criteoはサービスプロバイダーとして見なされることを理想としません。

プライバシー保護 = Criteoの中核となる原理

Criteoの製品チームは、プライバシー保護を常に念頭に開発を行っています。これはプライバシーバイデザインの土台となるものであり、以下の4つのアプローチを通じてマーケターと消費者の双方に最高レベルの安全性をお約束します。

情報力 Criteoのプライバシー基準は極めて厳格なものであり、消費者にCriteoの方針を理解してもらうことが信頼につながると考えています。

ユーザーの選択 Criteoはショッピング体験を強化するための努力を惜しまない一方で、広告配信をオプトアウトする消費者の選択も尊重しています。オプトアウトは数クリックの操作のみで行えるようにしています。

安全性 データの収集および保管面での安全性を常に重視しています。サーバーは自社管理し、専属のセキュリティチームを設けています。

プライバシー保護のスペシャリスト Criteoのプライバシー保護チームはリスク評価だけでなく、プライバシー保護の強化に向けたトレーニングも全社規模で行い、より良い製品開発の一助になるように取り組んでいます。

CriteoではCCPAのもたらす影響についての理解を深めながらそれに備えるとともに、クライアントやパブリッシャーパートナーの皆様がCriteoの製品やサービスの立ち位置を正しく理解していただけるように努めていきます。皆様との協力体制によってのみ、消費者は私たちをデータを適正かつ安全に取り扱う信頼の置ける事業者と考えてもらえるようになります。

詳細については、CCPAに関するレポートをダウンロードしてご確認ください。

criteo.