

改正個人情報保護法(22年4月) 施行から約3ヶ月

企業の取組状況や最新動向を知る！

株式会社インフォネット
Priv Tech株式会社

2022.07.06

本日のスケジュール

■ 開催概要

日時：2022年7月6日(水) 14:00～14:40

内容：改正個人情報保護法施行(22年4月)から約3か月、企業の取組状況や最新動向を知る！

主催：株式会社インフォネット

協力：Priv Tech株式会社

■ タイムスケジュール

- ・ 14 : 00～14 : 05 はじめに
GDPR施行～改正個人情報保護法施行までの流れ
- ・ 14 : 05～14 : 30 改正個人情報保護法施行(22年4月)から約3か月、
企業の取組状況や最新動向を知る！
- ・ 14 : 30～14 : 40 質疑応答

Contents

目次

- **GDPR施行～改正個人情報保護法施行までの流れ**
- **改正個人情報保護法施行(22年4月)から約3か月、
企業の取組状況や最新動向を知る！**
- **質疑応答**

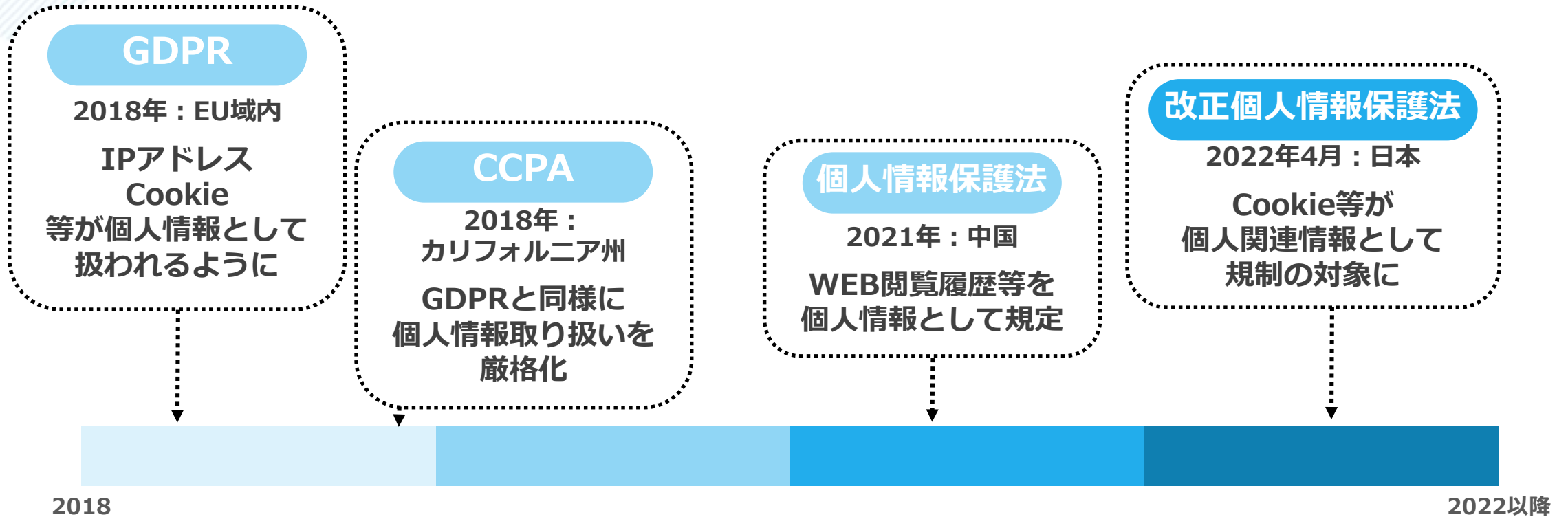
Contents

目次

- **GDPR施行～改正個人情報保護法施行までの流れ**
- 改正個人情報保護法施行(22年4月)から約3か月、
企業の取組状況や最新動向を知る！
- 質疑応答

個人情報保護に関する法律の変遷について

EU圏に端を発する個人データ保護の流れにならい、世界的に個人情報の取り扱いが厳格化

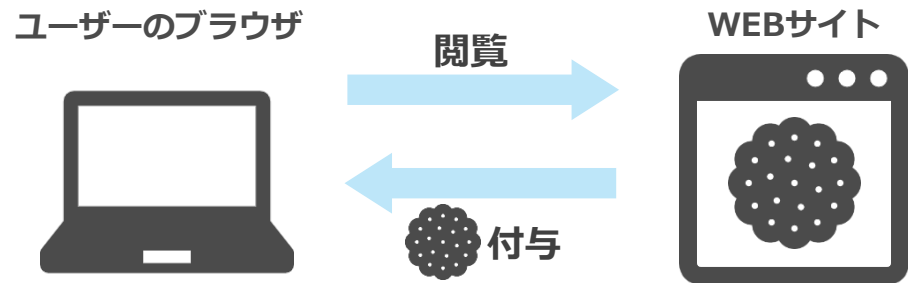


IPアドレス・WEB閲覧履歴・Cookie等が保護すべき個人情報に
→WEB閲覧時の個人情報取得を管理する必要性

Cookieとは？

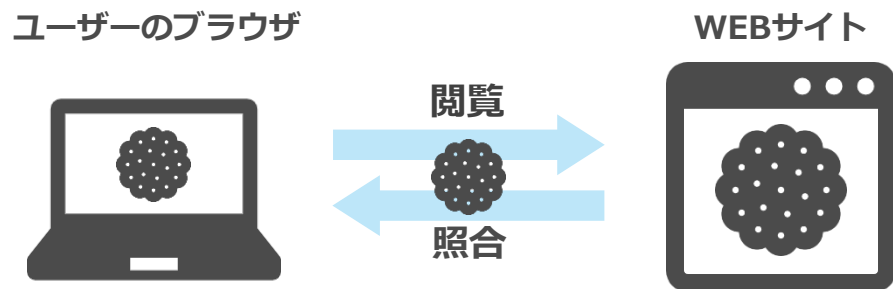
WEBサイトを閲覧したユーザーのブラウザに残されるデータのこと

初回訪問



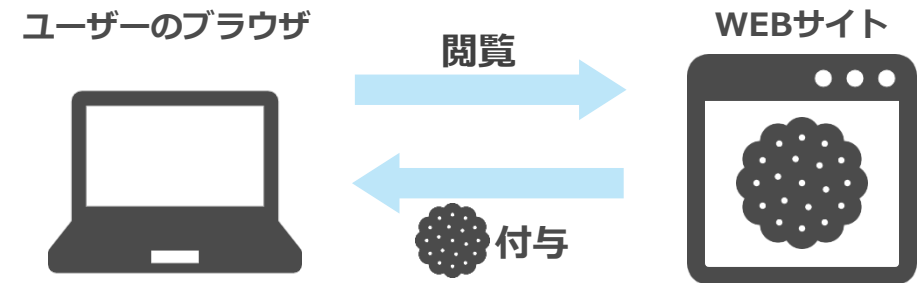
アクセスしたブラウザに識別できるコードを付与
= Cookie

2回目以降



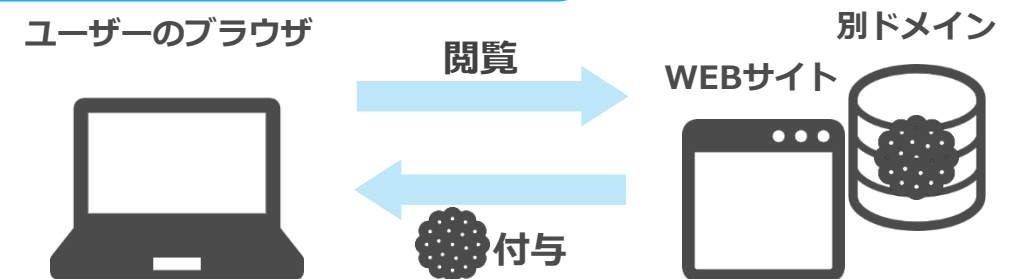
付与したCookieを照合して同一ブラウザかを判別

ファーストパーティCookie



サイトと同ドメインからCookieを付与

サードパーティCookie



別ドメインからCookieを付与(広告・MAツールなど)

Contents

目次

- GDPR施行～改正個人情報保護法施行までの流れ
- **改正個人情報保護法施行(22年4月)から約3か月、
企業の取組状況や最新動向を知る！**
- 質疑応答

はじめに

- ▶ 本資料の内容は、弊社の独自調査による現時点での法概要、法解釈、それに伴うデジタルマーケティングへの影響を提示したものです
- ▶ 今後の法改正や実際の判例等によって、法解釈の変更等が発生する可能性がありますので予めご了承くださいますようお願いいたします

目次

- ▶ 会社概要
- ▶ デジタルマーケティング/個人情報保護にまつわる社会状況
- ▶ 改正個人情報保護法について
- ▶ CMP（コンセント・マネジメント・プラットフォーム）とは
- ▶ Trust 360 概要
- ▶ プライバシーコンサルティングサービス 概要
- ▶ 3rd Party Cookie 規制対応
- ▶ 実績・事例
- ▶ 他社状況

Priv Tech株式会社 会社概要



PrivTech

会社名	Priv Tech株式会社 (Priv Tech, Inc)
資本金	1億円 株主：中道 大輔、株式会社インティメートマージャー
設立年月日	2020年 3月 2日
所在地	東京都新宿区西新宿7-22-3 BPビル ANEX 202
役員	代表取締役 中道 大輔

代表プロフィール

中道 大輔

Priv Tech株式会社 代表取締役

■キャリアサマリ

キャリアを通じて、データビジネス領域の新規事業立ち上げを複数経験。

主な業務領域は、ストラテジーからプロダクト企画、アライアンスやM&Aなどのビジネスディベロップメント、マーケティング、コンサル営業等。

■主な職歴

- ソフトバンク株式会社 2018年～2020年
新規事業戦略室
ヤフーPMIプロジェクト PMO、
兼 CDO室、兼 ヤフー 新規事業本部
- 株式会社ジーニー 2016年～
プロダクトマネージャー
- ヤフー株式会社 2014年～
データビジネス ストラテジー、 兼 経営戦略室



DATA WITH TRUST

データをユーザーの手に取り戻し、
情報のフェアユースを実現する



法律や規制に対する「**守り**」と、
3rd Party Cookie規制以降のプライバシーを順守した「**攻め**」のマーケティング

提供サービス一覧

Trust 360

–CMP（同意管理プラットフォーム）–

各国法規制により、Cookieやデジタルマーケティングで利用するデータに関して、同意取得が求められている。

「Trust 360」は、同意の取得から管理、他システムとの連携までをワンストップで実現する同意管理プラットフォーム。



Trust 360

コンサルティング・エージェンシー

■改正個人情報保護法・海外法対応
コンサルティング

■プライバシー顧問

各国法規制に対して、対応状況のアセスメントからシステム導入までをワンストップで提供。

海外法における、CMP以外に必要な対応に関しては、海外ベンダーと提携。

その他海外法対応

OneTrust
PRIVACY, SECURITY & GOVERNANCE



3rd Party Cookie規制対応コンサル
ティング

法規制だけではなく、プラットフォーム主導の
3rd Party Cookie規制への対応コンサルティングも提供。

プライバシーを遵守した次世代のマーケティングを提案。

Post Cookie ソリューション



コンテキストチュアル
ターゲティング



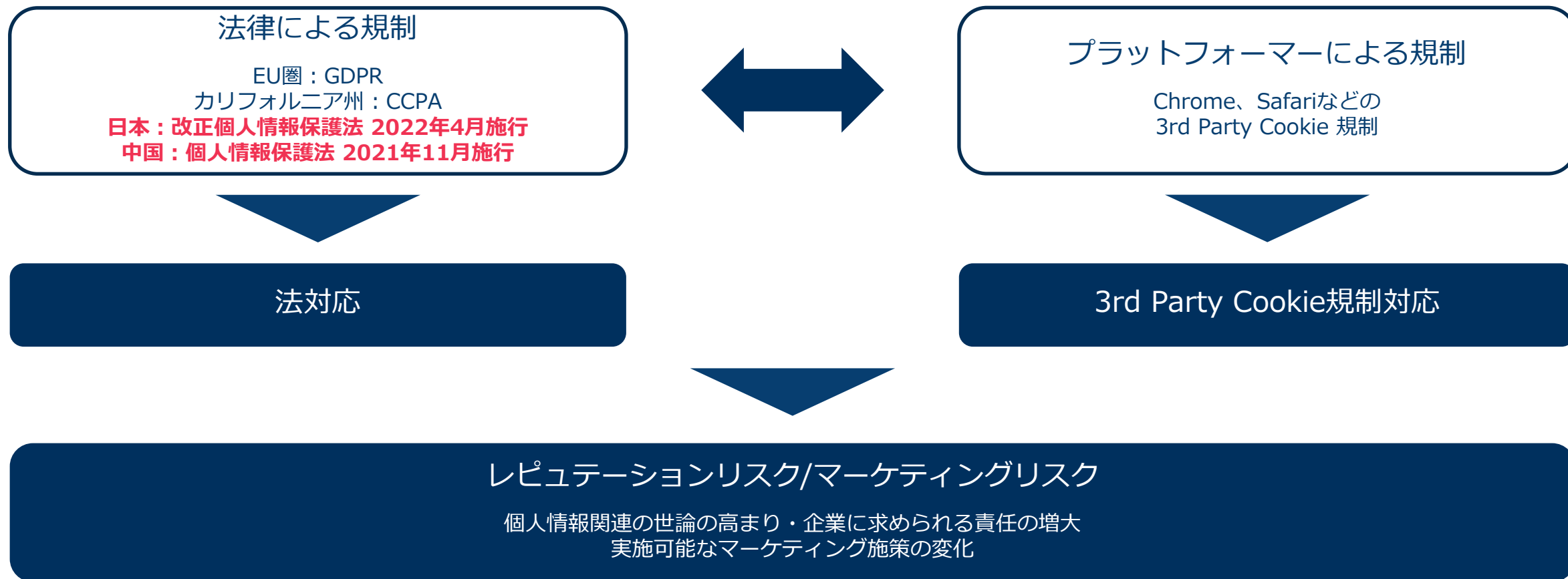
IM-POST COOKIE
AD NETWORK

Post Cookie ID
ソリューション

デジタルマーケティング/個人情報保護 にまつわる社会状況

個人情報保護に関する規制

個人情報保護に関する規制には、法律による規制とプラットフォームによる規制の2種類があり、それら規制を受けて、個人情報の適切な取得・管理が企業に求められる時代に



プライバシーガバナンスに関するアンケート結果（経産省、総務省）

▶ 消費者に関して

- ▶ 消費者の73.6%は、プライバシー保護に関して、高い関心を示している。
- ▶ 消費者の70.4%は、金銭的利益やポイントの有無に関わらず、個人に関する情報の提供に関して、慎重である。
- ▶ 消費者の88.5%は、類似商品の選択の際に、企業のプライバシーへの取組を考慮している。
- ▶ 類似商品選択の際に企業のプライバシーへの取組を考慮するかについて、29才以下の若者層の「非常に考慮する」の回答比率が高く、プライバシーに関する感度が高いことが伺える。

▶ 企業に関して

- ▶ 企業の58.7%は、企業自身がプライバシーへの取組を発信することで、少なからず消費者の消費行動に影響を与えることができると考えている。
- ▶ プライバシーに関する姿勢の明文化・保護責任者・保護組織に関しては、約半数の企業が現在取り組んでいる一方、「外部の有識者などの第三者に意見を聞く」「ルールの策定」「社内研修」に関しては、取組が進んでいない。
- ▶ 消費者とのコミュニケーションは、まだ多くの企業が道半ばであることが伺える。

法令順守は、企業責任においてマスト事項。
一方、プライバシー対応は、ブランディング観点も今後のカギとなる。

引用元：経済産業省「プライバシーガバナンスに関するアンケート結果（速報版）を公開しました」（2021/10/18）
<https://www.meti.go.jp/press/2021/10/20211018002/20211018002.html>

GDPRとその影響

GDPRについて考慮が必要なケース

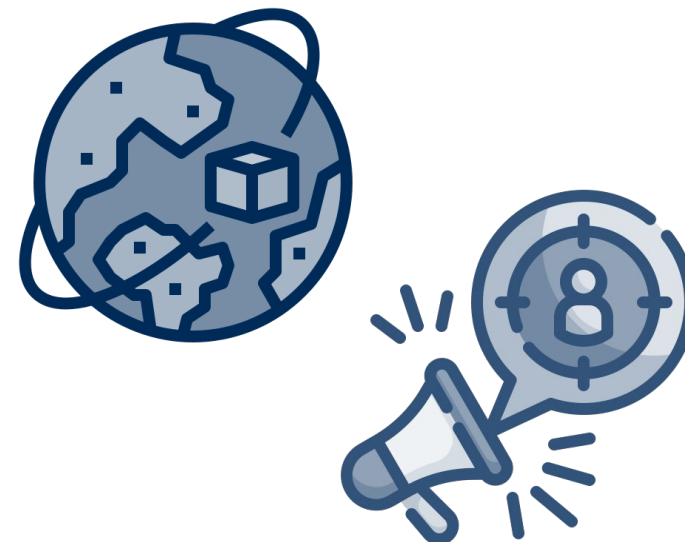
個人データの保護に対する権利を保障するため、2018年にGDPRが施行され、EU域内の個人データに厳格な扱いが求められるようになった

GDPRにおける「個人データ」とは？

- ・ 個人を特定・識別できるあらゆるデータ
- ・ IPアドレスやCookieのようなオンライン識別子も個人データに含まれる

GDPRについて考慮が必要なユースケース

- ・ EU域内に拠点や子会社がある場合
- ・ EU域内に商品・サービスを提供している場合
(例：越境EC)
- ・ EU在住者をモニタリングしている場合
(例：オンライン識別子を用いたターゲティング広告)



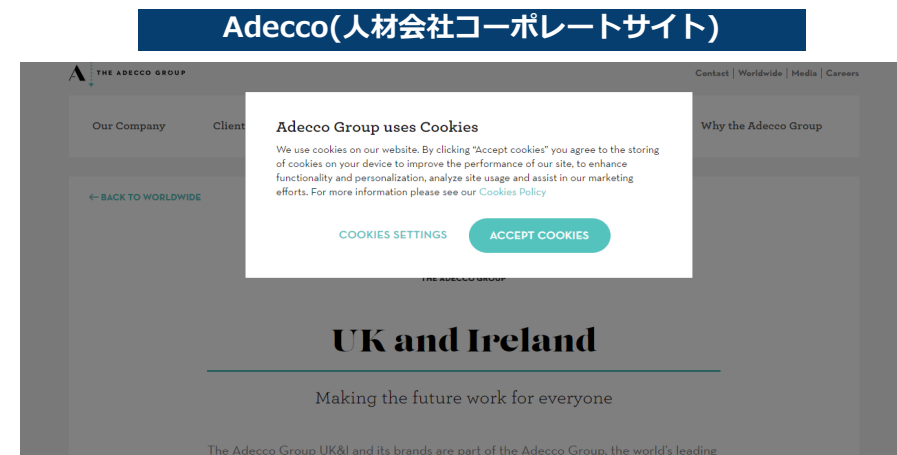
Cookie規制に伴う同意管理ツールの出現

GDPR上ではCookieが個人データとみなされるため、Cookieについて同意管理を行うツールが現れた

Cookieとは？

- Webサイトを閲覧したユーザーのブラウザに残されていくデータのこと
- IDやログイン情報として保存され、GDPRによる規制で同意が求められるように
- その結果、Cookie単位でユーザーの同意情報を管理するツールが出現

海外企業の同意バナー一例



改正個人情報保護法について

個人情報保護法の改正ポイント

①罰金刑の最高額の引き上げ

個人情報保護委員会による命令への違反・委員会に対する虚偽報告等が行われた場合、法人に対する罰金刑の**最高額が30万円から1億円**に(83~88条)

②個人関連情報の創設

提供先において個人データとなることが想定される場合、提供先で本人の同意が得られていることを提供元が確認することが義務化される(26条の2)

③情報漏洩時の国への報告、本人への通知の義務化

事業者において個人データの漏洩等が発生し、個人の権利利益を害するおそれ大きい場合に、個人情報保護委員会への報告と本人への通知が義務化(22条の2)

④オプトアウトによる第三者提供が一部制限

不正の手段により取得した個人データと他の事業者からオプトアウトにより提供された個人データについてオプトアウトによる第三者提供ができなくなる(23条2項ただし書)

⑤仮名加工情報の新設

個人情報に含まれる記述を一部削除するなどして、他の情報と照合しない限り特定の個人を識別できないように加工した情報として新設(2条9,10項/35条の2,3)

⑥本人から開示請求できる範囲の広がり

6か月以内に消去する短期保存データと個人データの授受に関する第三者提供記録も開示請求や利用停止請求の対象に(30条1,5,6項/28条5項/2条7項/政令8条)

⑦個人情報の不適正な方法での利用が禁止される

違法または不当な行為を助長し、または誘発するおそれがある方法により個人情報を利用することが禁止される(16条の2)

⑧法の域外適用の範囲拡大

日本国内在住の個人情報等を扱う外国事業者が、罰則によって担保された報告徴収や命令の対象に(75条)

⑨外国にある第三者への個人データの提供制限

外国にある第三者に個人データを提供する際に、当該外国における個人情報保護制度などの情報を、本人に提供する義務が課される(24条2,3項)

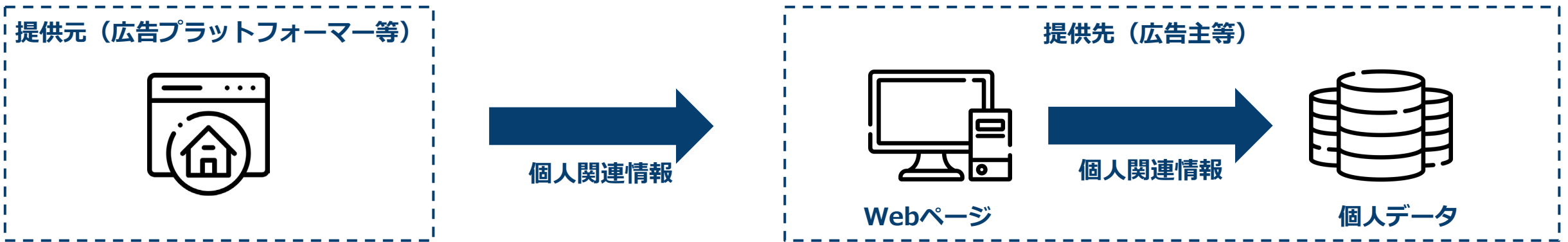
参考 : <https://www.gojo-partners.com/column-ps/3646/> <https://thefinance.jp/law/200616>

同意管理の必要性

Q. 同意が必要なケースは？

必要なパターン

- ・ 第三者提供を受けた**個人関連情報**を、自社で保有する個人データと紐づけて利用する場合



個人関連情報の例

- ・ DMP
 - ・ 属性情報、興味関心データ、Cookie ID等
- ・ デジタル広告
 - ・ 流入元、ターゲティング情報、URLパラメータID等
- ・ Googleなどからの検索広告
 - ・ KW、キャンペーン情報等、URLパラメータID等
- ・ アフィリエイトサービス
 - ・ 流入元、ID等

個人関連情報を媒介するもの

- ・ Cookie
- ・ API
- ・ IPアドレス
- ・ URL パラメータ

個人関連情報と個人データを紐づけているシステムの例

- ・ MA、CRM
- ・ CDP
- ・ GAなどのアクセス解析で会員IDなどの個人データを取得している場合

同意取得が必要な可能性のあるケース（弊社見解）

※ケースバイケースで個別判断は必要だが、
下記パターンが同意が必要なケースに該当する可能性あり

提供元ツール分類	個人関連情報？	媒介手段	提供先で紐づけるツール例
DMP	属性データ、興味関心データ、etc	Cookie	MA、CRM CDP GAなどのアクセス解析ツール (会員IDなど個人データを格納している場合)
広告	流入元情報、属性データ、興味関心データ、検索kw、etc	URLパラメータ、API	
位置情報	位置情報	IPアドレス	
ASP（アフィリエイト）	アフィリエイトID、サイトID、閲覧アフィリエイトサイトデータ、etc	Cookie、URLパラメータ	

GDPRと改正個人情報保護法の違い

▶ Cookieの扱い

- ▶ GDPR→個人データ
- ▶ 日本法→個人データではない

▶ 同意が必要なケース

- ▶ GDPR→Cookieを利用している場合はCookieの利用に対する同意取得が必要
- ▶ 日本法→第三者提供された個人関連情報を個人データと紐づけて利用する場合に同意が必要

▶ CMPに求められるシステム要件

- ▶ GDPR→Cookie制御
- ▶ 日本法→個人関連情報と個人データが紐づけられるタッチポイント、経路になりえるCookie、API、IPアドレス、URLパラメータなどを制御する必要があり、GDPRがCMPに求めるシステム要件よりも複雑

カスタマーマッチに関して

- ▶ カスタマーマッチ（※）は、個人データの第三者提供に該当する
- ▶ そのため、本人同意を取得したデータのみ利用となる

※カスタマーマッチとは：

顧客から取得したメールアドレス等の個人データを、広告プラットフォーム側にアップロードし、広告プラットフォームが独自に取得したメールアドレス等とマッチングさせて、ターゲティング広告やCV計測に利用する手法のこと。

※上記には、「CV API」などCV計測時に、メールアドレスをプラットフォーム側に送信し、CV計測を行う仕組みも同様のもと考えられる。

参考：「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン」に関するQ & A
Q.7-41

https://www.ppc.go.jp/files/pdf/2205_APPI_QA.pdf

▶ 改正電気通信事業法が成立（2022年6月13日）

※詳細は、今後総務省からアナウンス予定

▶ 対象：

- ▶ 「電気通信事業（※）」を営む者

※「電気通信事業」とは、
「電気通信役務」を他人の需要に応ずるために提供する事業を意味する

※オンラインサービス/情報提供サイト等を含み、
自社情報発信サイト/小売業者等が実店舗等で提供するサービスのネット提供等を含まない

▶ 内容：

- ▶ Web上などにおけるCookieや通信先等について以下いずれかの対応が求められる
 - ▶ 関連情報を事前に公表する
 - ▶ 事前に利用者の同意を得る
 - ▶ 事前にその方法を公表しオプトアウトを受け付ける

最新情報に随時キャッチアップしていく必要あり

CMP（コンセンスト・マネジメント・プラットフォーム）とは

CMP（同意管理プラットフォーム）とは

Webサイト訪問者に対して同意を取得し、同意取得状況を管理するツール

The image shows a screenshot of the PrivTech website. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, SERVICE, COMPANY, EVENT, NEWS, and Priv Lab. The main content area features the text "DATA WITH TRUST" in large, blue, stylized letters, followed by the PrivTech logo. A red-bordered callout box on the right side of the page highlights the "同意管理ツール" (Consent Management Tool) section, which includes the Trust 360 logo and a list of main functions. At the bottom of the page, a red-bordered banner contains a consent message and two buttons: "Cookieを無効化" (Disable Cookies) and "同意する" (Accept).

PrivTech


HOME SERVICE COMPANY EVENT NEWS Priv Lab

DATA WITH TRUST

PrivTech

お問い合わせ

同意管理ツール



Trust 360

■ 主な機能

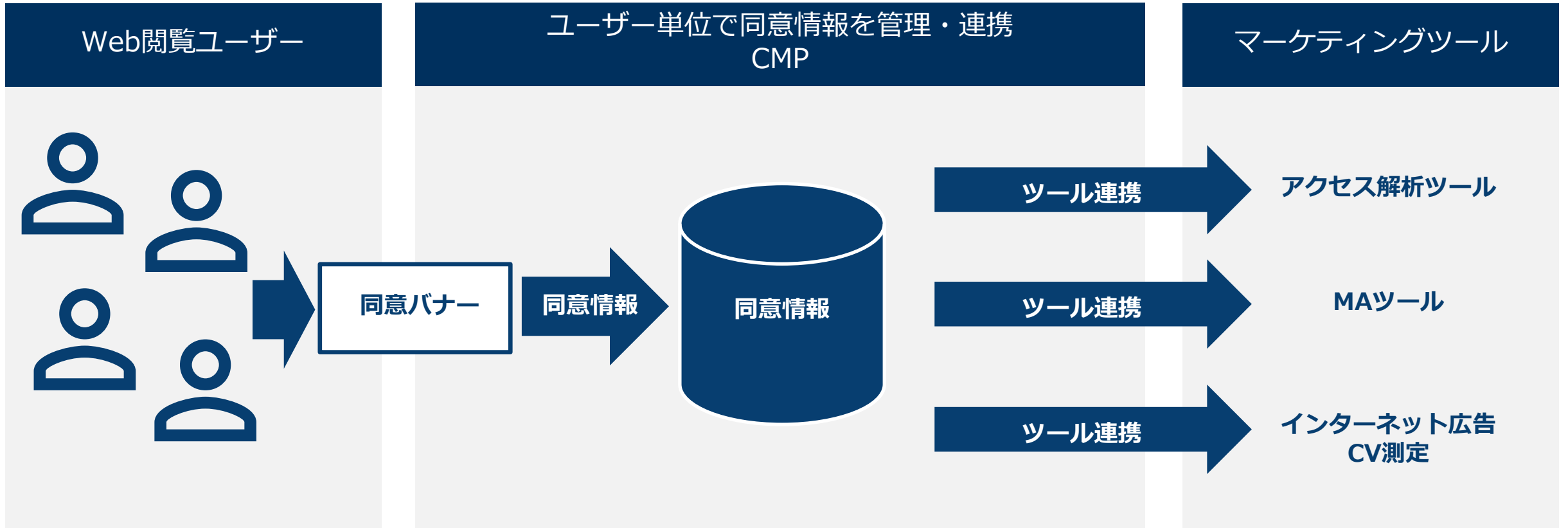
- 簡単に同意バナー生成
- 同意情報の管理
- 同意情報に基づいた広告/ツール連携

私たちがより良い情報を提供できるように、クッキーポリシーに基づいたデータの利用に同意をお願いいたします。

Cookieを無効化 同意する

CMP利用による同意情報一括管理の重要性

CMP（コンセント・マネジメント・プラットフォーム）を導入することにより、同意情報の一括取得・管理が可能になることで、ユーザビリティの低下を防ぎ、さらにマーケティングツールへの連携も容易になる



日本における同意バナー表示率が圧倒的に低い

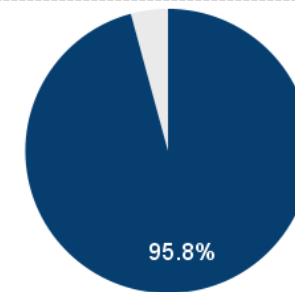
■ リサーチ対象：各企業のコーポレートサイト

▶ UK

▶ リサーチ対象企業数：FTSE350掲載の350社

※FTSE：
ロンドン証券取引所が発表する時価総額上位350のリスト

2020年9月	2021年3月	2022年6月
81.6% (266社)	88.0% (300社)	95.8% (319社)

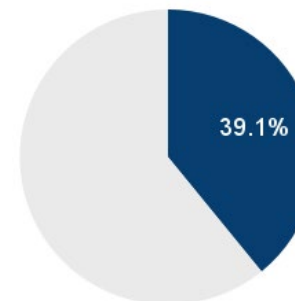


▶ US

▶ リサーチ対象企業数：Fortune500掲載の500社

※Fortune500：
米フォーチュン誌が年に一度総収入に基づいて発表するリスト

2020年9月	2021年3月	2022年6月
26.7% (125社)	38.3% (179社)	39.1% (189社)

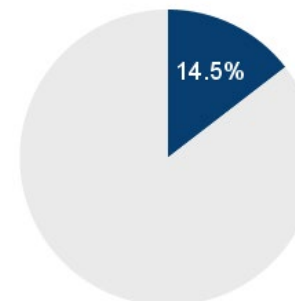


▶ 国内

▶ リサーチ対象企業数：
Ullet業種別売上高上位100位までの2,001社

※Ullet：
上場企業約4,000社の決算書（財務諸表）や
ニュース、大株主などの情報をワンクリックで分析できる
企業価値検索サービス

2020年9月	2021年3月	2022年6月
4.75% (95社)	7.0% (140社)	14.5% (287社)



傾向分析：UK

- ▶ 元々高い表示率だったため、満遍なく伸びている印象
 - ▶ 2020年→2022年の伸び率が大きかった業種
 - ▶ 「Telecommunications（電気通信産業）」
57.1%（2020）→83.3%（2022）
 - ▶ 2020年→2022年にかけて平均に追いついた業種
 - ▶ 「Financials（金融）」
72.7%（2020）→95.6%（2022）
 - ▶ 「Real Estate（不動産）」
79.2（2020）→100%（2022）

UK	2020/9	2021/3	2022/6
Consumer Stapl	83.3%	89.5%	100.0%
Energy	100.0%	100.0%	100.0%
Real Estate	79.2%	88.9%	100.0%
Utilities	100.0%	100.0%	100.0%
Consumer Discr	85.2%	89.5%	96.2%
Industrials	91.2%	93.2%	96.2%
平均表示率	81.6%	88.0%	95.8%
Financials	72.7%	84.7%	95.6%
Basic Materials	77.8%	85.7%	94.1%
Health Care	81.8%	81.8%	91.7%
Technology	100.0%	92.3%	90.0%
Telecommunicat	57.1%	57.1%	83.3%

傾向分析：US

- ▶ 全体的に、海外取引のありそうな業種において表示率が高い
 - ▶ 平均：39.1%

表示率が平均より高い業種

US	2020/9	2021/3	2022/6
Aerospace&Defence	45.5%	63.6%	75.0%
HouseholdProducts	54.6%	63.6%	72.7%
Industrials	68.8%	68.8%	63.2%
Materials	52.6%	57.9%	60.0%
MotorVehicles&Parts	36.4%	63.6%	60.0%
BusinessServices	38.9%	72.2%	57.9%
Chemicals	41.7%	66.7%	53.8%
Food,Beverages&Toba	26.9%	50.0%	52.0%
Transportation	26.7%	26.7%	50.0%
HealthCare	34.2%	42.1%	46.5%
Engineering&Construc	36.4%	54.5%	43.8%
Technology	25.6%	38.1%	40.8%

表示率が平均より低い業種

US	2020/9	2021/3	2022/6
Financials	13.5%	27.0%	31.5%
Energy	14.6%	20.0%	31.4%
Food&DrugStores	50.0%	25.0%	25.0%
Media	25.0%	50.0%	22.2%
Wholesalers	21.1%	26.3%	21.1%
Apparel	14.3%	42.9%	20.0%
Retailing	17.1%	20.0%	16.3%
Hotels,Restaurants&L	11.1%	33.3%	14.3%
Telecommunications	14.3%	14.3%	14.3%

- ▶ 2021→2022調査にかけて伸び率が大きかった業種
 - ▶ 「Transportation（交通）」
 - ▶ 26.7%（2021）→50.0%（2022）
 - ▶ 公共機関や物流関連会社での対応が進んだか

傾向分析：日本

- ▶ 全体的に、海外取引のありそうな業種において表示率が高い
 - ▶ 平均：14.7%

表示率が平均より高い業種

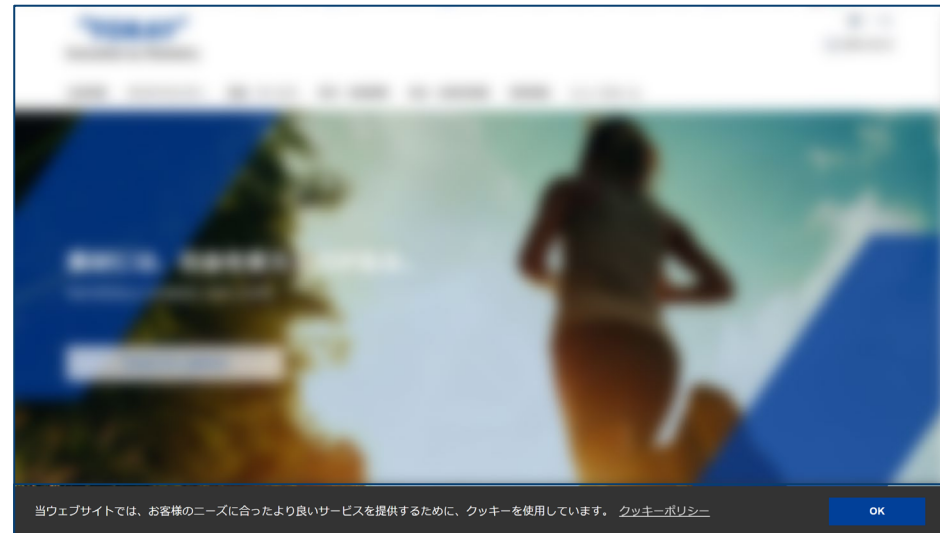
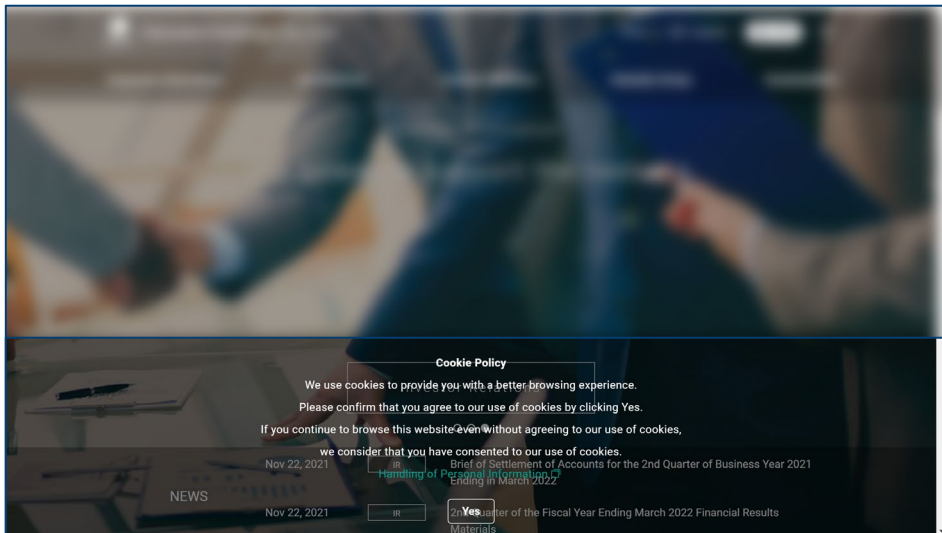
日本	2020/09	2021/03	2022/05
非鉄金属	17.6%	29.4%	37.1%
石油・石炭製品	18.2%	18.2%	36.4%
鉱業	0.0%	0.0%	33.3%
機械	11.0%	13.0%	32.0%
電気機器	11.0%	13.0%	28.3%
化学	9.9%	14.9%	23.0%
鉄鋼	8.7%	10.9%	22.7%
精密機器	3.8%	5.8%	22.4%
医薬品	10.3%	17.6%	20.8%
情報・通信業	7.0%	12.0%	19.2%
食品業	2.0%	5.0%	17.0%
ゴム製品	5.3%	10.5%	15.8%
繊維製品	5.5%	7.3%	15.7%
保険業	7.1%	7.1%	15.4%
卸売業	4.0%	7.0%	15.3%

表示率が平均より低い業種

日本	2020/09	2021/03	2022/05
輸送用機器	3.2%	4.2%	14.4%
ガラス・土石製品	5.1%	6.8%	10.3%
その他製品	1.0%	3.0%	10.0%
建設業	1.0%	2.0%	10.0%
その他金融業	5.7%	5.7%	8.8%
金属製品	4.3%	4.3%	8.6%
水産・農林業	0.0%	0.0%	8.3%
パルプ・紙	0.0%	0.0%	8.0%
電気・ガス業	8.3%	8.3%	8.0%
海運業	0.0%	0.0%	7.7%
サービス業	3.0%	7.0%	7.1%
小売業	3.0%	3.0%	6.1%
不動産業	2.0%	2.0%	6.0%
証券業	0.0%	2.6%	5.3%
銀行業	0.0%	1.1%	4.8%
陸運業	0.0%	1.5%	4.5%
倉庫・運輸関連業	0.0%	0.0%	2.6%
空運業	0.0%	0.0%	0.0%

法律違反の事例と、違反リスク

- ▶ なんちゃって同意バナー例
 - ▶ Cookie制御が紐づいていない



- ▶ 違反リスク
 - ▶ 日本法：最大で**罰則金1億円**
 - ▶ GDPR：最大で**2,000万ユーロ or 全世界売上の4%**のどちらか高い方

GDPR違反 4年間で1,200件超

- ▶ 2018年の施行から、違反と罰則金を課した事例が1,200件を超える。





tracked by 

GDPR Enforcement Tracker

The CMS.Law GDPR Enforcement Tracker is an overview of fines and penalties which data protection authorities within the EU have imposed under the EU General Data Protection Regulation (GDPR, DSGVO). Our aim is to keep this list as up-to-date as possible. Since not all fines are made public, this list can of course never be complete, which is why we appreciate any [indication of further GDPR fines and penalties](#). Please note that we do not list any fines imposed under national / non-European laws, under non-data protection laws (e.g. competition laws / electronic communication laws) and under "old" pre-GDPR-laws.

New features: "ETid" and "Direct URL"!
We have assigned a unique and permanent ID to each fine in our database, which makes it possible to precisely address fines, e.g. in publications. Once an "ETid" has been assigned to a fine, it remains the same, even if the fine is overturned or amended by courts at a later date, or if we add fines that were issued chronologically before. The "Direct URL" (click "+" or on a specific ETid to view details of a fine) can be used to share fines online, e.g. on Twitter or other media.

Show entries Search:

ETid	Country	Date of Decision	Fine [€]	Controller/Processor	Quoted Art.	Type	Source
<input type="text" value="Filter Column"/>	<input type="text" value="Filter Column"/>		<input type="text" value="Filter Column"/>	<input type="text" value="Filter Column"/>		<input type="text" value="Filter Column"/>	
 ETid-1248	 ROMANIA	2022-06-30	2,000	Continental Automotive Romania SRL	Art. 24 GDPR, Art. 32 (1) d) GDPR	Insufficient technical and organisational measures to ensure information security	link
 ETid-1249	 SPAIN	2022-06-28	3,000	FLY FUT, S.L.	Art. 6 (1) GDPR	Insufficient legal basis for data processing	link
 ETid-1245	 SPAIN	2022-06-28	1,000	Company	Art. 13 GDPR	Insufficient fulfilment of information obligations	link
 ETid-1240	 SPAIN	2022-06-24	180	Store owner	Art. 13 GDPR	Insufficient fulfilment of information obligations	link
 ETid-1247	 SPAIN	2022-06-23	30,000	RADIO TELEVISION MADRID, S.A.	Art. 5 (1) c) GDPR	Non-compliance with general data processing principles	link

GDPR Enforcement Tracker
<https://www.enforcementtracker.com/>

Trust 360 概要



Trust 360

Trust 360の特徴

①同意バナー

ツールの利用目的ごとに、ユーザーから同意を取得

②タグマネージャー型の制御

ユーザーの同意情報に基づいて、各種ツールの発火のオン/オフをコントロール

③ゼロクッキーロード対応

ユーザーの同意が得られる前にタグを発火させない
=ゼロクッキーロードに対応可能

④TCF非準拠ツールの制御

TCF※に準拠していないツールでも制御可能

※TCF : グローバルの広告業界団体IABが推奨する同意管理の共通レギュレーション

⑤ダッシュボード

ユーザーの同意取得状況を可視化

⑥初期設定から運用までPriv Techが全面サポート

CMPの設定・運用には、法的なノウハウや、マーケティングが必要だが、全てをPriv Techがサポート

料金テーブル

現在のマーケティングツールの利用状況をお伺いした上で、適切なカテゴリ分けをご提案、
ツール設定までを代行いたします

詳しくは営業担当までお問合せください

月額利用料

50,000円～

初期設定費用

100,000円～

※既存タグマネージャー内の設定が複雑である、設定時に特殊なJavaScriptを記述する必要がある、
などで初期費用が追加で必要となる場合がございます。

※月額費用はPV数に応じた金額となります。詳しくはお問合せください。

※ドメイン単位でのご契約となります。

競合比較

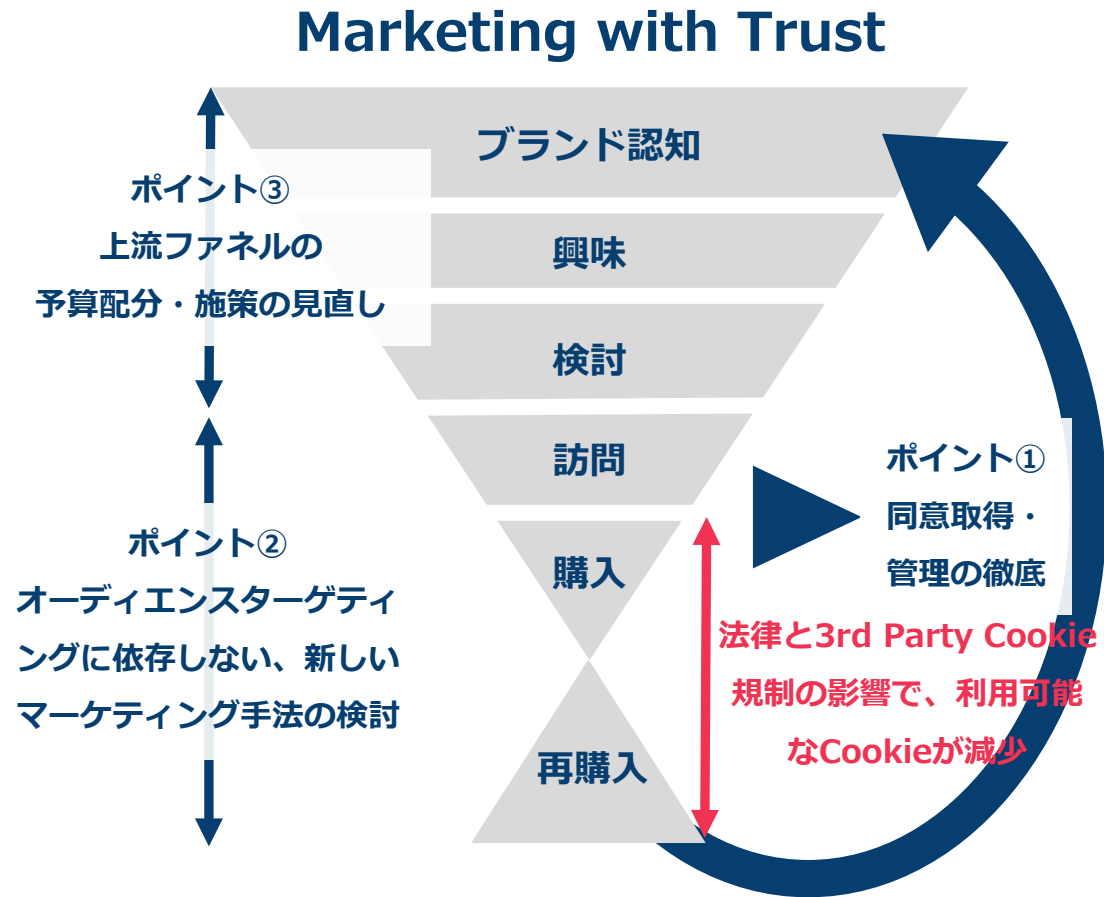
- ▶ 日本法に厳密に対応できているのはTrust 360のみで競合優位性がある
- ▶ パートナー各社からも評価され、大手企業とのアライアンスを締結
 - ▶ ソフトバンク C&S、電通デジタル、GMO NIKKO、ソウルドアウト、NECグループ、etc

	Trust 360	OneTrust	Cookiebot	webtru
日本法対応	○	△	×	×
GDPR対応	○	○	○	○
制御方式	タグ マネージャー	Cookie	Cookie	通信遮断
国内導入数	100	250~300	不明	不明

3rd Party Cookie 規制対応

購買ファネル上流施策の強化（Marketing with Trust）

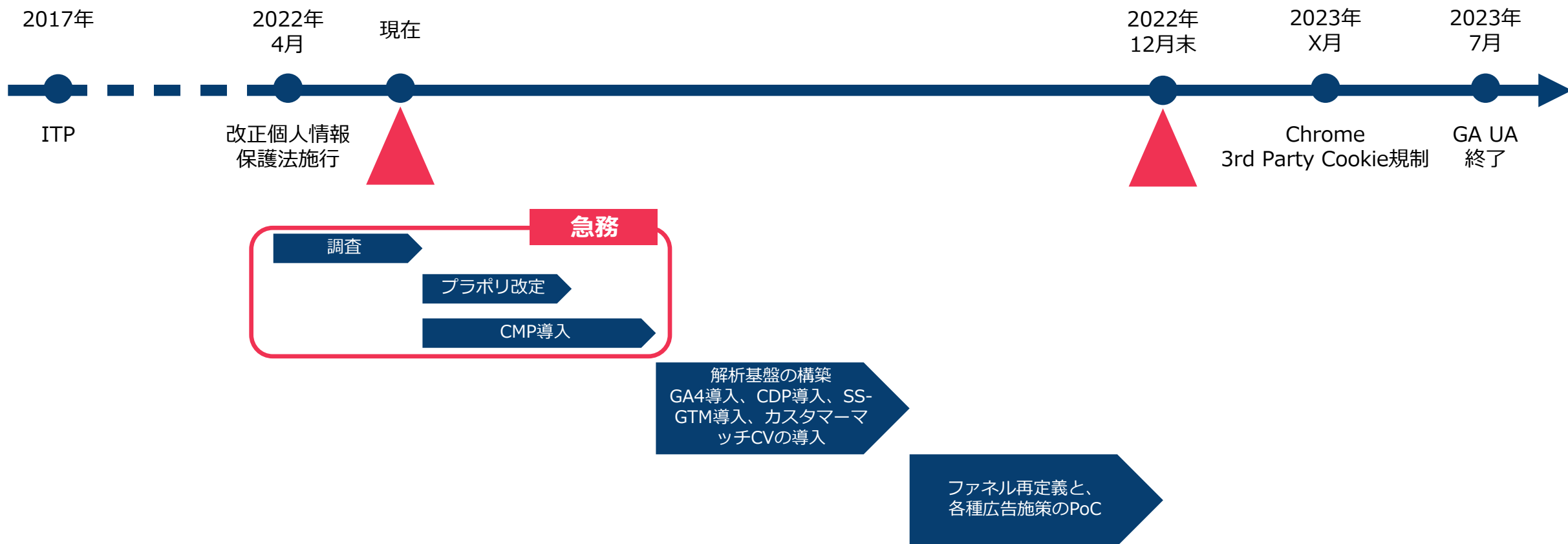
- ▶ 「ターゲティング」が困難になっていくのを踏まえ、ファネルの更に上流から、ブランディングや認知拡大・SEO等の施策を強化していくというアプローチ。



- **ポイント①**
 - 法規制の影響で、同意取得が必要となる。また、3rd Party Cookie規制の影響も重なり、利用可能なCookieが激減する。
- **ポイント②**
 - 人に対するオーディエンスターゲティングは、規制の影響を受け、精度やボリュームが激減する。今後は、コンテキストターゲティングのようなプライバシーに配慮したターゲティング広告が主流となる。
- **ポイント③**
 - ポイント②の対策は、従来広告に比べるとどうしても制度が落ちるため、トップファネルの施策や予算感を改め、ファネル全体の設計を再度検討する必要がある。

ロードマップ

▶ 2023年に向けて、対応が必要なこと



ロードマップ (タスク一覧)

推奨タイミング	タスク	必須/任意	備考
今すぐ	調査	必須	改正法の影響、リスク、必要ポイントの調査
	プライバシーポリシー改定	必須	ガイドラインに則ったポリシーへ改定
	CMP導入	任意	同意が必要な場合に要検討
～2022年9月	GA4導入	必須	2023年7月に現バージョンが終了
	サーバーサイドGTM導入	任意	1st Party Cookieに及ぶITPへの対策
	CDP導入	任意	1st Party Dataの強化
	カスタマーマッチCV導入	任意	3rd Party Cookie規制によるCV欠損の補完
～年内	PostCookie施策のPoC	必須	3rd Party Cookie規制に向けた新しい施策へのチャレンジ

プライバシーコンサルティング サービス概要

プライバシーコンサルティングメニュー

- ▶ ご状況や、課題に合わせて、3のコンサルティングメニューをご用意しております。

プライバシー関連

改正個人情報保護法・海外法対応 (ショットメニュー)

2022年4月施行の改正個人情報保護法や海外法において、対応が必要なポイントの洗い出しや、プライバシーポリシー改定などに関するアドバイザリー。

プライバシー顧問 (サブスクリプションメニュー)

改正個人情報保護法対応や、デジタルマーケティングへの影響や運用に関するプライバシーへの配慮、対応に関して、継続したアドバイザリーを実施。

3rd Party Cookie 規制対応 コンサルティング

各種3rd Party Cookie規制への対策として、戦略立案から、実行までをサポート。

グローバル法に関して

- ▶ グローバルのローファーム「iuro」と、そのグループの事業会社「Prighter」との提携により、日本法以外のグローバル法の対応も可能。



- ▶ グローバル法対応
 - ▶ GDPR、CCPA、中国法、etc
- ▶ 代理人サービス
- ▶ DSR（データ主体要求）に関する、SaaS製品の提供

実績・事例

Trust 360

100アカウント

内訳（対応法律別 × 業種別）

- ・ GDPR + その他海外法対応：2割
 - ・ B2Bメーカー企業
 - ・ 地方自治体
- ・ 国内法対応：7割
 - ・ 旅行系
 - ・ EC
 - ・ B2B
- ・ 国内法 + GDPR + その他海外法対応：1割
 - ・ B2B

コンサル案件

40社

内訳（業種別）

- ・ EC
- ・ 金融系
- ・ 不動産

コメント：
CMP導入がデジマに影響あるため、CMP導入の前段階として、同意取得要否の調査に関する案件が多い。

WEBサイトに関する オンライン個別相談会

WEBサイトに関する「お悩み」ありませんか？

- ✓ 改正個人情報保護法への対応に課題がある
- ✓ 同意管理ツールに興味がある
- ✓ GA4の設定について詳しく聞きたい
- ✓ infoCMSの使い方について詳しく教えてほしい
- ✓ サイト改善を行いたいですが、何から始めればいいのかわからない

上記のような課題をお持ちでしたらぜひ一度ご相談ください！
アンケートよりお申し込みいただけます。



次回、infoCMS徹底解説は7月12日（火）に開催予定です
エディタの使い方・活用方法についてご紹介します！

アンケートにてセミナーに関するご要望やご意見も
ぜひお待ちしております！