



## PSLT - Real-Time Customer Data Platform Collaboration (2025v2)

1. **Customer Responsibilities.** Customer is solely responsible for:
  - 1.1 Ensuring applicable Collaboration Data is formatted into hashed identifiers for Adobe to perform Overlap Analysis in Real-Time CDP Collaboration;
  - 1.2 Providing Adobe with appropriate read or write access to Collaboration Data, as applicable, and ensuring appropriate access and restrictions to Collaboration Data have been implemented, within Collaboration Datastores;
  - 1.3 Ensuring appropriate connection access to Publisher(s) and Advertiser(s), as applicable, has been implemented within Real-Time CDP Collaboration; and
  - 1.4 Ensuring it has the appropriate agreements in place with Collaboration Datastores.

Adobe will not be responsible for (a) any failure in the operation of Real-Time CDP Collaboration, or (b) any compromise to the security of Real-Time CDP Collaboration, that is caused by Customer's failure to meet the obligations outlined in sections 1.1 to 1.4 above.
2. **Data Retention.** Collaboration Data will be deleted within seven days after Customer makes Collaboration Data available to Real-Time CDP Collaboration, unless such data is refreshed within those seven days.
3. **Overlap Analysis, Audience Insights, and Measurement Reports.** By making Collaboration Data available in Real-Time CDP Collaboration, Customer acknowledges and agrees that it is instructing Adobe to perform Overlap Analysis and Measurement and generate related Audience Insights and Measurement Reports.
4. **Collaboration Data.** Customer may use Real-Time CDP Collaboration to give Adobe access to Collaboration Data in Collaboration Datastores. Customer represents and warrants that any use or combination of Collaboration Data by Customer, Advertiser, Publisher, or Collaboration Datastores (as applicable) complies with all applicable laws, guidelines, regulations, codes, rules, and established industry best practices for data usage and privacy (such as the Digital Advertising Alliance Self-Regulatory Principles and National Advertising Initiative Self-Regulatory Framework, as applicable). Customer acknowledges and agrees that any dispute regarding Collaboration Data in Real-Time CDP Collaboration is solely between Customer and the Advertiser, Publisher, or Collaboration Datastore, as applicable.
5. **Use of a Collaboration Datastore.** The transfer or receipt of Collaboration Data to a Collaboration Datastore does not grant to such Collaboration Datastore the right to (i) access Adobe's online reporting interface or tools, or (ii) receive Reports. Adobe does not control, or have responsibility for, either the use of the Collaboration Data by Customer through the Collaboration Datastore or for Customer's combination of the Collaboration Data with any other data through the Collaboration Datastore's technology or services.
6. **Identity Vendors.** Upon Customer's direction, Adobe may share Collaboration Data, including Customer's unique identifiers assigned by a third party identity vendor, with such third party identity vendor. Customer acknowledges and agrees that (i) such third party identity vendor may transcode Customer's unique identifier to a different identifier to align with a Publisher for purposes of performing the Overlap Analysis and (ii) Customer must provide such third party identity vendor with express written permission to perform such transcoding. Customer agrees to comply with such third party identity vendor's applicable requirements for Adobe to perform the Overlap Analysis.
7. **Customer Matchmaking.** Adobe may identify Customer's name, role within Real-Time CDP Collaboration (as a Publisher or Advertiser), and (upon Customer's written consent) contact information with other existing and prospective Real-Time CDP Collaboration customers to facilitate matchmaking within Real-Time CDP Collaboration.

8. **Publisher Catalog.** If Customer designates itself as a Publisher, Adobe may list Customer’s company name and logo in the Real-Time CDP Collaboration Publisher Catalog. Adobe, in its sole discretion, may reject Customer from being published in the Publisher Catalog.
9. **Product Description.** The description of Real-Time CDP Collaboration, including entitlements, scoping parameters, and limits, is detailed in the applicable Product Description found here: <https://helpx.adobe.com/legal/product-descriptions.html>.
10. **Definitions.**
  - 10.1 **“Advertiser”** means an Adobe customer that has designated its role as “Advertiser” in Real-Time CDP Collaboration. Customer may be an Advertiser.
  - 10.2 **“Audience Insights”** means the report with the insights from Overlap Analysis that Real-Time CDP Collaboration makes available to Customer.
  - 10.3 **“Collaboration Data”** means data that Customer makes available for use in Real-Time CDP Collaboration. Collaboration Data is a subset of Customer Data.
  - 10.4 **“Collaboration Datastore”** means any third-party cloud-based storage, database, or other external platform that Customer has authorized Adobe to read Collaboration Data from or write Collaboration Data to.
  - 10.5 **“Data Sharing Agreement”** means an agreement between an Advertiser and a Publisher that defines what data will be shared between the parties and how it may be used in Real-Time CDP Collaboration.
  - 10.6 **“Measurement”** means executing Collaboration Activities in Real-Time CDP Collaboration to generate campaign performance reports and insights.
  - 10.7 **“Measurement Reports”** means the campaign performance reports and insights derived from Collaboration Data in Real-Time CDP Collaboration.
  - 10.8 **“Overlap Analysis”** means the analysis that Adobe conducts to identify the intersection between Adobe customers’ Collaboration Data.
  - 10.9 **“Publisher”** means an Adobe customer that has designated its role as “Publisher” in Real-Time CDP Collaboration. Customer may be a Publisher.



## PSLT - Real-Time Customer Data Platform Collaboration (2025v2)

1. **お客様の責任。**お客様は以下について単独で責任を負います：
  - 1.1 アドビがReal-Time CDP Collaborationでオーバーラップ分析を実行するために、該当するコラボレーションデータがハッシュ化された識別子にフォーマットされていることを確保すること；
  - 1.2 コラボレーションデータに対する適切な読み取りまたは書き込みアクセスをアドビに提供し、コラボレーションデータストア内でコラボレーションデータへの適切なアクセスおよび制限が実装されていることを確保すること；
  - 1.3 Real-Time CDP Collaboration内で、該当するパブリッシャーおよび広告主への適切な接続アクセスが実装されていることを確保すること；および
  - 1.4 コラボレーションデータストアとの適切な本契約を締結していることを確保すること。  
アドビは、上記第1.1項から第1.4項に概説されているお客様の義務の不履行に起因する (a) Real-Time CDP Collaborationの動作の障害、または (b) Real-Time CDP Collaborationのセキュリティ侵害について責任を負いません。
2. **データ保持。**コラボレーションデータは、お客様がReal-Time CDP Collaborationでコラボレーションデータを利用可能にしてから7日以内に削除されます。ただし、その7日以内にデータが更新された場合を除きます。
3. **オーバーラップ分析、オーディエンスInsight、および測定するレポート。**Real-Time CDP Collaborationでコラボレーションデータを利用可能にすることにより、お客様は、アドビにオーバーラップ分析および測定するを実行し、関連するオーディエンスInsightおよび測定するレポートを生成するよう指示していることを認識し、同意します。
4. **コラボレーションデータ。**お客様はReal-Time CDP Collaborationを使用して、コラボレーションデータストア内のコラボレーションデータへのアクセスをアドビに提供することができます。お客様は、お客様、広告主、パブリッシャー、またはコラボレーションデータストア（該当する場合）によるコラボレーションデータの使用または組み合わせが、データ使用およびプライバシーに関するすべての適用法、ガイドライン、規制、コード、規則、および確立された業界のベストプラクティス（Digital Advertising Alliance自主規制原則およびNational Advertising Initiative自主規制フレームワークなど、該当する場合）に準拠していることを表明し、保証します。お客様は、Real-Time CDP Collaborationにおけるコラボレーションデータに関する紛争は、お客様と広告主、パブリッシャー、またはコラボレーションデータストア（該当する場合）との間でのみ発生することを認識し、同意します。
5. **コラボレーションデータストアの使用。**コラボレーションデータストアへのコラボレーションデータの転送または受信は、当該コラボレーションデータストアに (i) アドビのオンラインレポートインターフェイスまたはツールへのアクセス、または (ii) レポートの受信の権利を付与するものではありません。アドビは、コラボレーションデータストアを通じたお客様によるコラボレーションデータの使用、またはコラボレーションデータストアのテクノロジーまたはサービスを通じたお客様によるコラボレーションデータと他のデータとの組み合わせについて、制御または責任を負いません。
6. **アイデンティティベンダー。**お客様の指示により、アドビは、第三者アイデンティティベンダーによって割り当てられたお客様の固有識別子を含むコラボレーションデータを、当該第三者アイデンティティベンダーと共有することがあります。お客様は、(i) 当該第三者アイデンティティベンダーが、オーバーラップ分析を実行する目的でパブリッシャーと整合させるために、お客様の固有識別子

を異なる識別子にトランスコードする場合があること、および (ii) お客様は当該第三者アイデンティティベンダーに対し、そのようなトランスコードを実行するための明示的な書面による許可を提供しなければならないことを認識し、同意します。お客様は、アドビがオーバーラップ分析を実行するために、当該第三者アイデンティティベンダーの適用要件を遵守することに同意します。

7. **お客様のマッチメイキング。**アドビは、Real-Time CDP Collaboration内でのマッチメイキングを促進するために、お客様の名前、Real-Time CDP Collaboration内での役割（パブリッシャーまたは広告主として）、および（お客様の書面による同意に基づいて）連絡先情報を、他の既存および見込みのReal-Time CDP Collaborationのお客様に特定することがあります。
8. **パブリッシャーカタログ。**お客様が自身をパブリッシャーとして指定した場合、アドビはReal-Time CDP Collaborationパブリッシャーカタログにお客様の会社名およびロゴを掲載することがあります。アドビは、独自の裁量により、お客様をパブリッシャーカタログに掲載することを拒否することがあります。
9. **製品説明。**Real-Time CDP Collaborationの説明（権利、スコープパラメーター、および制限を含む）は、こちらで確認できる該当する製品説明に詳述されています：<https://helpx.adobe.com/jp/legal/product-descriptions.html>。

## 10. 定義

- 10.1 「**広告主**」とは、Real-Time CDP Collaborationで自身の役割を「広告主」として指定したアドビの顧客を意味します。お客様は広告主である場合があります。
- 10.2 「**オーディエンスInsight**」とは、Real-Time CDP Collaborationがお客様に提供する、オーバーラップ分析からのInsightを含むレポートを意味します。
- 10.3 「**コラボレーションデータ**」とは、お客様がReal-Time CDP Collaborationでの使用のために利用可能にするデータを意味します。コラボレーションデータは、お客様データのサブセットです。
- 10.4 「**コラボレーションデータストア**」とは、お客様がアドビに対してコラボレーションデータの読み取りまたは書き込みを許可した、第三者のクラウドベースストレージ、データベース、またはその他の外部プラットフォームを意味します。
- 10.5 「**データ共有契約**」とは、広告主とパブリッシャーの間で、当事者間で共有されるデータおよびReal-Time CDP Collaborationでの使用方法を定義する契約を意味します。
- 10.6 「**測定する**」とは、Real-Time CDP Collaborationでコラボレーションアクティビティを実行してcampaignのパフォーマンスレポートおよびInsightを生成することを意味します。
- 10.7 「**測定レポート**」とは、Real-Time CDP共同作業におけるキャンペーンのパフォーマンスレポートおよび共同作業データから得られるInsightを意味します。
- 10.8 「**重複分析**」とは、アドビの顧客のコラボレーションデータ間の交差点を特定するためにアドビが実施する分析を意味します。
- 10.9 「**パブリッシャー**」とは、Real-Time CDPコラボレーションにおいて自身の役割を「パブリッシャー」として指定したアドビの顧客を意味します。お客様はパブリッシャーになることができます。