

Zalando、アカウントの不正使用や取引の障壁を軽減

ファッションおよびライフスタイル系企業が、Akamai の Account Protector やインテリジェンスを活用してサイバーセキュリティを強化し、買い物客を不正使用から保護



脅威検知の
向上



カスタムの
セキュリティ対策



フリクションレスな
ショッピングを実現

ショッピング体験の継続的なイノベーション

Zalando は、ヨーロッパのオンライン小売の大手企業として、25 か国以上の数百万人に及ぶ顧客、ブランド、パートナーを繋いでいます。2008 年、ベルリンを拠点に靴のオンラインショップとして誕生して以来、ヨーロッパのファッションおよびライフスタイル向けプラットフォームへと進化し、5,000 万人以上のアクティブユーザーがサービスを利用しています。しかし、この大躍進が攻撃者からも大きな注目を集めてしまいました。進化し続ける脅威の情勢において、顧客体験を中断することなく、**サイバー攻撃**を効果的に特定し、防御するため、信頼できるパートナーとして Akamai が選ばれました。

アカウントの不正使用と戦う

アカウントの不正使用など、攻撃が高度化してますます複雑になり、検知が困難になっています。そのため、正規の Zalando 顧客やショッピング体験にも影響が及ぶおそれがありました。これらの高度な手口は、限定商品の販売時などで大きな脅威となるため、同社は防御をさらに強化する必要がありました。インフラやツールをマーケットソリューションと統合させる広範な戦略に従って、インフラのエキスパートチームに潜在的なテクノロジーを評価し、企業のニーズに最適なテクノロジーを実装するタスクを課しました。



所在地

ドイツ、ベルリン
[zalando.com](https://www.zalando.com)

業種

小売、旅行、ホテル

ソリューション

Account Protector



顧客体験とセキュリティのバランスを取る

これらの課題に対処するため、Zalando は Account Protector をセキュリティエコシステムに組み込んで Akamai とのパートナーシップを強化する必要があるとチームは判断しました。「私たちは独自のツールの構築を考えましたが、信頼できるパートナーの実証済みソリューションを活用できるのであれば、そのようなツールを構築する必要もないでしょう」と、Zalando の主任エンジニアは述べています。

Account Protector は、50 個以上の指標とセキュリティに対するきめ細やかなアプローチに基づいて、ユーザーのリスクを評価します。Zalando は Akamai のソリューションと既存のインフラを統合することで、包括的なリスクスコアリングと現行のボット検知対策を利用できるようになりました。

同社は、Akamai Account Protector を活用することで、最高のショッピング体験を確保しながら、防御を強化しました。そして、この実装により、素晴らしい結果がもたらされました。Zalando の脅威検知が向上し、攻撃者と本物の顧客をより正確に区別できるようになりました。これは Zalando にとって win-win の結果でした。本物の顧客にはフリクションレスなショッピング体験を提供し、悪性ボットには強力な防壁を作ることができたのです。

“

Zalando では、日頃から、さまざまなソースのデータに基づいた意思決定を促進することに重きを置いています。これに加え、サイバーセキュリティを進化させ、優れたショッピング体験を実現するうえで、Akamai のインテリジェンスも欠かせないものとなっています。

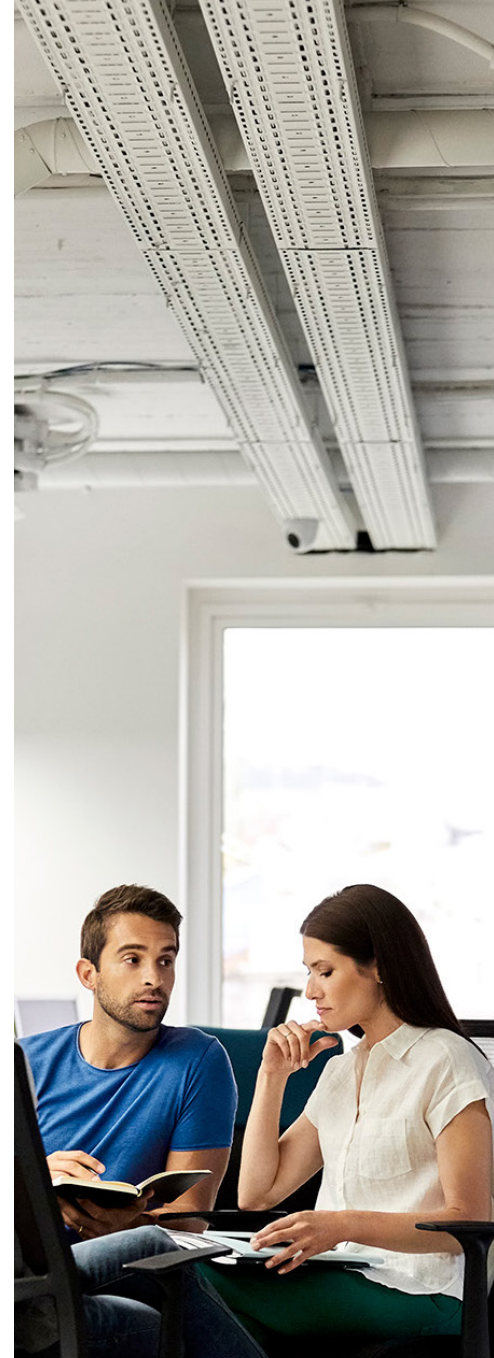
— Zalando エンジニアリングマネージャー



データ主導の戦略を強化する

Account Protector は検知機能の向上だけでなく、ユーザーの行動パターンに関する詳細な知見を Zalando にもたらししました。こうした知見により、より多くの情報に基づいてセキュリティ判断をし、より良いソリューションを各顧客に提供できるようになりました。また、ソリューションの柔軟性のおかげで、Zalando では、許可か却下のバイナリ的な判断に囚われることなく包括的なリスク評価に基づいてセキュリティ対策をカスタマイズできるようになりました。

ヨーロッパ最大のデータ主導型企業として、Zalando はスマートな知見の価値を知っています。「当社では日頃から、さまざまなソースのデータに基づいた意思決定を促進することに重きを置いています。これに加え、サイバーセキュリティを進化させ、優れたショッピング体験を実現するうえで、Akamai のインテリジェンスは欠かせないものとなっています」と Zalando のエンジニアリングマネージャーはコメントしています。



2008 年にベルリンを拠点に設立された Zalando は、消費者向け（B2C）と企業間向け（B2B）の 2 つの成長ベクトルを軸に、ヨーロッパ全域をリードする、ファッションとライフスタイルに関する e コマースのエコシステムを構築しています。B2C では、市場数は 25 か所、顧客数は約 5,000 万人に上り、ファッションおよびライフスタイル製品において、購買意欲を刺激する質の高いマルチブランドのショッピング体験を実現しています。B2B では、物流インフラ、ソフトウェア、サービスの機能を活用して、ブランドや小売企業が Zalando 内外で e コマース事業全体を運営および拡張できるようサポートしています。Zalando はエコシステムとして、ファッションおよびライフスタイル業界にプラスの変化をもたらすことを目指しています。