

プラットフォーム事業者における利用者情報の取扱いについて

以下の各項目について、デジタル広告の観点における貴社の取組・状況をご記載ください。

社名	Meta Platforms, Inc.株式会社	
1. 利用者情報の取扱いの状況		
1-1.	利用者情報取得の場面・取得する情報の内容	<p>弊社は、個人データを収集し使用方法について、利用者に明確で有意義かつ容易にアクセスできる情報を提供しています。また、弊社は、意義ある透明性の促進に努めており、可能な限り多くの人々が情報にアクセスできるよう、平易な言葉遣い、レイアウト、色調及びアイコンを主に使用するデザイン方針を採用しております。</p> <p>個人データの収集</p> <p>人々は、友人や家族とつながりを保ち続けるために、世界で起きていることを知るために、また、利用者にとって重要なことを共有・表現するために、弊社のサービスを利用します。弊社は、こうした使用者の興味・関心に合わせたサービスを提供するために、個人データを収集する必要があります。</p> <p>弊社は、Facebook、Instagram 及び Messenger の各サービスを提供する際、(i)利用者等が実行および提供するもの（誰と繋がっているかを含む）、(ii)利用者が弊社サービスを利用するに当たって使用するデバイスの情報、及び、(iii)広告主、パブリッシャー、広告エージェンシーなど、第三者パートナーから受領する情報、という 3 つの基本カテゴリーの利用者に関する情報を受領します。それぞれについて Facebook のサービス、Instagram 及び Messenger に適用される弊社のデータに関するポリシーに概説されています。利用者には、Facebook</p>

	<p>または Instagram のアカウントを最初に作成する際に、データに関するポリシーに同意して頂いています。</p> <p>弊社が提供するサービスの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日のみです。Instagram の利用に際して提供を求められる情報は、メールアドレス又は電話番号、及び生年月日のみです。また、利用者は、自らの選択により、自身の住所、言語、学歴、仕事、趣味及び好きな映画や本、音楽に関する情報等、プロフィールの追加情報を弊社に提供することもできます。さらに、利用者の弊社サービスとのエンゲージメントに関する情報も収集されます。この利用者のエンゲージメントに関する情報には、例えば、利用者が「いいね！」ボタンを押した Facebook ページ、利用者が参加している Facebook グループ、利用者が使用している他のアカウント、利用者が閲覧するコンテンツ、プラットフォームにアップロードするコンテンツ(投稿、写真、動画、ストーリー等)及び任意で行うフィードバック(広告が不適切であること又は興味がないこと等)が含まれます。</p> <p>弊社は、利用者が弊社のサービスを利用するのに使用するデバイスからの情報、及び当該デバイスに関する情報を収集します。弊社のプライバシーポリシーで説明するとおり、弊社が収集するデバイス情報には、以下のようなものがあります。</p> <ul style="list-style-type: none">● デバイスの特質: オペレーティングシステム、ハードウェアとソフトウェアのバージョン、電池レベル、信号強度、ストレージの空き容量、ブラウザの種類、アプリとファイルの名称と種類、プラグインなどの 情報。● デバイスの信号:Bluetooth シグナル、および近くの Wi-Fi アクセスポイント、ビーコン、セルタワーに関する情報。● ネットワークおよび接続: 携帯電話会社名、インターネットサービスプロバイダ名、言語、タイムゾーン、携帯電話番号、IP アドレス、接続速度、場合によっては近くにあるまたはネットワーク上にある他のデバイスに関する情報など、
--	---

		<p>弊社が利用者の利用を手助けするための情報（動画を携帯電話からテレビにストリーミングするなど）。</p> <p>第3者から受領するデータには、他の利用者から共有されたデータ（例えば利用者が他の利用者の写真を共有した場合）、広告主、アプリ開発業社、パブリッシャーからの情報（例えば、広告主がハッシュ化されたカスタマーデータを用いて広告のオーディエンスを構築する場合など）が含まれます。</p>
1-2	取得情報の加工・分析・利用状況	<p>弊社のデータに関するポリシーには、利用者による選択に服することを条件として、弊社が弊社の有する情報をどのように利用するのかが明記されています。例えば、弊社は、下記の目的のために受領したデータを利用します。</p> <p>弊社製品の提供、パーソナライズ、向上 弊社は、弊社製品の提供と向上のために、保有している情報を使用します。これには、Facebook フィード、Instagram フィード、ストーリーズ、広告などの機能やコンテンツ、おすすめのパーソナライズが含まれます。自らの判断でご提供いただいた特別保護対象の情報については、こうした目的のために使用しますが、広告の表示目的では使用しません。</p> <p>広告やその他のスポンサードコンテンツ・商業コンテンツの表示方法 弊社製品をご利用の際、利用者には広告や、ショップの商品リストなどのスポンサードコンテンツ・商業コンテンツが表示されます。また、ほかのアプリにアクセスする際に、Meta Audience Network を通じて広告が表示されます。利用者に表示されるすべてのコンテンツを、利用者にとって興味のある、役に立つ内容にしたいと弊社は考えています。 利用者やほかの利用者に表示されるコンテンツを決定するに当たって、弊社は利用者に関する以下のような情報を使用しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> • プロフィール情報

- Cookie などの技術を通じて弊社が受け取る情報など、弊社製品の内外でのアクティビティ(利用者の設定に従う)
- Facebook と Instagram 全体で作成したりアクションを実行したりするコンテンツ
- 利用者が興味を持ちそうだと弊社が考えるトピックなど、利用者に関する推察
- 友達、フォロワー、その他のつながりに関する情報(これらの人のアクティビティや興味・関心を含む)

弊社製品の向上を目的とした情報の使用方法

弊社は常に製品の改善と、利用者が望む機能を備えた新製品の開発に努めています。利用者から取得する情報は、それをどう実現するかを知るのに役立ちます。

弊社は、取得する情報を以下の目的で使用します。

- 製品が正常に機能しているかどうかの確認
- 正常に機能していない場合には、その解決と回復
- 新製品や新機能が機能するか確認するためのテスト
- 製品や機能に関するアイデアについてのフィードバックの受け取り
- 弊社製品、ブランドの気に入っている点や改善方法に関するアンケートなどの調査の実施

位置関連情報の使用方法

位置情報サービスのデバイス設定がオンになっている場合には、受け取りが許可されている位置関連情報を使用します。これには、GPS 位置情報やその他の[デバイスの信号](#)(ご利用のオペレーティングシステムに応じる)などがあります。

また、位置情報サービスがオフになっていても、一定の位置関連情報を受け取って使用します。例えば次のようなものがあります。

- [IP アドレス](#)(概略位置情報を推定するのに使用)。利用者やほかの人の安全やセキュリティを保護するのに必要な場合、具体的な位置情報を推定するために IP アドレスを使用することがあります。
- チェックインやイベントなど、弊社製品での利用者やほかの利用者のアクティビティ
- プロフィールに現在の居住地を入力した場合や、Marketplace で住所を提供した場合など、利用者が弊社に直接提供する情報

弊社は、以下の目的など、[本ポリシーの「利用者の情報の使用方法」のセクション](#)に記載する事項を行う目的で、利用者の現在位置、住所、好んで行く場所、付近の事業者や人々などの位置関連情報を利用します。

- 利用者やほかの利用者のために行う、弊社製品(広告を含む)の提供、パーソナライズ、向上。
- 不審なアクティビティの検知や、アカウントの安全確保

安全、セキュリティ、保全の推進

弊社は、人々を危害から守り、安全でセキュアな製品を提供するのに役立つために、取得する情報を使用します。

効果測定、分析、ビジネスサービスの提供

		<p>多くの事業者がビジネスの運営、宣伝に弊社製品を使用しています。弊社は、こうした事業者が広告などのコンテンツ、製品、サービスの効果を測定するのをサポートします。</p> <p>利用者とのコミュニケーション プロフィールに入力いただいた連絡先情報など、ご提供いただいた情報を用いて、利用者に連絡を取ります。</p> <p>公益目的での調査とイノベーション 調査の実施およびサポートを目的として、弊社が有する情報やリサーチャーから得た情報のほか、公開されているソース、専門家団体、非営利団体から得たデータセットを使用します。</p>
1-3.	利用者情報の第三者提供の状況	<p>弊社は以下の者と一定の情報を共有します</p> <ul style="list-style-type: none"> • 弊社製品で広告を表示する広告主 • 弊社製品のマーケティングの目的で弊社が起用する事業者 • カスタマーサービスの提供やアンケートの実施などの目的で弊社が起用する事業者 • イノベーション、テクノロジーの進歩、安全向上などの目的で情報を利用するリサーチ専門家 <p>現在、将来にわたって、弊社が利用者の情報を他者に販売することはありません。また、弊社が提供する情報の使用方法や開示方法、使用禁止に関するルールに従うよう、パートナーやその他の第三者に求めています。情報の共有先の詳細は以下のとおりです。</p> <p>広告主 弊社は、広告を見て、それに対してアクションを実行する人の数および種類に関するレポートを広告主に提供しています。こうしたレポートには、広告主の広告に対してアクションを実行した利用者の一般的な利用者層データや興味・関</p>

心に関する情報が盛り込まれています。これにより、広告主はオーディエンスについて理解を深めることができます

Audience Network のパブリッシャーやそのベンダー

Meta Audience Network を利用すると、広告主は弊社に掲載する広告を Meta 外の他のアプリやウェブサイトで公開することができます。

こうしたアプリやウェブサイトで利用者に広告が表示されるよう、弊社は Audience Network を使用するパブリッシャー、およびその使用を促進するベンダーと情報を共有します。

弊社の分析サービスを利用するパートナー

利用者は、ビジネスの運営、促進を目的としたビジネスアカウント、プロフェッショナルツール、Facebook ページなどの弊社製品を使っています。事業者は弊社の分析サービスを利用し、自社のコンテンツ、機能、製品、サービスの利用状況について理解を深めるのに役立てています。

このようなサービスを提供するため、弊社は利用者に関して取得した情報を使用します。パートナーが自社のコンテンツ、機能、製品、サービスの効果について知り、そのようなコンテンツ、製品、サービスでの利用者のエクスペリエンスなどを理解できるよう、このような情報はレポートに集計されます。

弊社製品やコマースサービスプラットフォーム上で商品やサービスを提供するパートナー

利用者が販売者、クリエイター、募金キャンペーン、慈善団体、決済サービスプロバイダー、[コマースサービスプラットフォームと取引する](#)か、あるいは別の形で情報を共有することを選択した場合、弊社は当該者や、当該者を代理するプロバイダーと情報を共有します。

統合パートナー

統合パートナーの製品やサービスを利用することとした場合、そのパートナーは利用者とそのアクティビティに関する情報を受け取る可能性があります

効果測定を行うベンダー

弊社は、自社ですべての効果測定・分析レポートを作成しているわけではありません。

弊社は、[効果測定を行うベンダー](#)と情報(利用者が広告を見たかどうか、広告に対しアクションを実行したかどうかなど)を共有し、これらの企業がその情報を集計し、レポートを提供します。

マーケティングを行うベンダー

弊社は利用者に関する情報を、[マーケティングを行うベンダー](#)と共有します。例えば、利用者の興味・関心に最も関連度の高い広告を配信できるよう、利用者のデバイス識別情報やその他の識別情報を、マーケティングを行うベンダーと共有します。

サービスプロバイダー

サービスプロバイダーは、弊社製品を利用者に提供するのをサポートするサービスを提供しています。こうしたサービスを受けるため、弊社は利用者について有する情報を共有します。これには以下のようなサービスが含まれます。

- 不審なアクティビティの調査
- 弊社の職員や財産に対する脅威の検出および阻止
- 決済の円滑化
- カスタマーサポートの提供
- 弊社製品の機能向上
- 技術面でのインフラストラクチャサービスの提供
- 弊社製品の使用状況に関する分析
- 調査やアンケートの実施
- 弊社製品のマーケティングおよび宣伝

外部のリサーチャー

弊社は外部のリサーチャーに情報を提供します。これらのパートナーは、研究やイノベーションを進展させるような調査を実施し、安全、セキュリティ、保全を推進するためにその情報を使用します。

その他の第三者

		また、法的要請への対応、適用法の遵守、または危害の防止のため、その他の 第三者 と情報を共有します。
1-4.	広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況	弊社は、広告やクーポンなどの利用者に表示するスポンサーコンテンツを選定およびパーソナライズする目的で、利用者に関して弊社が保有する、利用者の趣味・関心、アクション、つながりなどの情報を利用します。弊社が利用者の個人データを広告主に販売することはありません。また、利用者の明確な許可を得ずに、利用者を直接特定できる情報(氏名、メールアドレスまたは他の連絡先情報など)を広告主と共有することはありません。その代わりに、広告主は自社の広告の配信を希望するオーディエンスのタイプなどを弊社に知らせることができ、弊社は興味を持ちそうな人にその 広告を配信します。
1-5	利用者のプロファイリング・セグメント化状況	弊社は保有する情報を、機能とコンテンツのパーソナライズ、弊社製品の内外における利用者へのおすすめの表示を含め、弊社製品を提供するために利用します。弊社は、利用者に合わせて関連性の高いパーソナライズ製品を作成するために、利用者などから取得および認識したデータに基づく利用者のつながり、嗜好、関心、およびアクティビティを利用します。また、利用者の弊社製品の利用状況ならびに弊社製品に対する反応、および利用者が弊社製品の内外でつながりを持ち関心を抱いている人、場所、物についても同様に利用します。
2. 利用規約・プライバシーポリシー		
プライバシーポリシー等		
2-1.	利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーの内容、掲載場所	弊社のプライバシーポリシーにおいて、弊社製品 (Facebook、Instagram、Messenger その他) を運営するに当たって使用する情報について、「弊社が取得する情報の種類」、「弊社が取得した情報の利用目的」、「情報の共有方法」、「ポリシー変更の際の通知方法」等の項目により説明しています。Meta のプライバシーポリシーは、下記 URL よりご覧いただけます。 https://www.facebook.com/privacy/policy/

2-2.	サービス利用開始前の利用者への示し方、通知/同意取得の方法(導線等)	<p>弊社は、弊社のサービスの利用者が自らの個人データがどのように利用されているかに関する十分な情報を確実に受領し、また、弊社と共有する情報を精査及び管理するための権限を確実に付与されるようにするための多くの方法を利用しています。これにより、利用者は、弊社のサービスへの登録及びエンゲージメントの選択において、十分な情報に基づいた意思決定が可能となります。</p> <p>弊社による個人データの収集及び利用に関するすべての利用者への十分な通知ができるようにするために、利用者になるかもしれない人には全て、最初の登録前に弊社のデータに関するポリシーが提示されます。利用者は、登録時に、関連するサービス利用規約、データに関するポリシー及びCookieに関するポリシーを確認及び同意するよう求められます。登録が完了した利用者は、Facebookのサービスウェブページから、Instagramウェブサイト並びにFacebookのサービス及びInstagram上のアプリ内メニュー経由で、データに関するポリシーへ容易にアクセス可能となります。</p>
2-3.	変更の際しての通知/同意取得の方法	データポリシーに変更を加える場合、弊社は事前に利用者へ通知し、利用者が改訂後のポリシーを確認し、今後製品の利用を続けるかどうかを検討する機会を設けます。
2-4.	利用開始後(最初の同意・通知後)における、定期的な通知等の工夫	<p>弊社は、利用者に対してプライバシー関連の設定に関する情報を提供し、利用者が自らのプライバシー関連の設定を管理するのを支援するための様々な啓発ツール及び機能を利用しています。Facebookのサービスの実例を以下に記載しています。</p> <p>● プライバシーツアー：新規及び既存利用者は、自らの情報がどのように共有されるかを管理するために、自らが使用することのできる機能及び設定を段階的に学べるツアーに参加することができます。新たな利用者は全員、プライバシーツアーに参加するよう促されます。</p>

- ヘルプセンター: 弊社は、広範囲にわたるトピックを検索可能なヘルプセンターを公開しています。ここでは、弊社のサービスの流れや利用者による管理に関する詳細情報が提供されています。
- アカウント設定: 全ての利用者は、「設定とプライバシー」内の「設定」からプライバシー関連の設定及び管理に容易にアクセスすることができます。
- プライバシー設定の確認: プライバシー設定の確認ツールでは、利用者はデータ共有範囲に関する自身の選択を確認することができます。このツールは利用者の重要なプライバシー関連の設定に関するリマインダーの役割を果たし、利用者に自身が選択した内容を維持するか又は更新するかについて評価するよう促します。
- 全体公開投稿リマインダー: 利用者が友達のみとの共有ではなくコンテンツを一般公開する意図があるかを確認するために、弊社は、利用者がコンテンツを一般公開するという選択を行う前に、短い通知を利用者に送ります。
- Facebook ヒント: さらに、弊社は、利用者に対して、ヒントを通じて Facebook のサービス上での管理の活用や個人情報の保護に関する啓発を定期的に行っています。ヒントは利用者のフィードに表示され、世界中の利用者が自身に合ったかたちで Facebook のサービスを利用できるようにするためにパーソナライズされるものとして製品内に組み込まれているものです。ヒントは利用者のアカウントを安全に保つ方法から Facebook のサービス上での個人情報の管理及び保護、そして友達との交流の新たな方法まで広範なトピックを扱っています。
- プライバシーセンター: プライバシーセンターは、弊社のアプリやテクノロジーにおけるプライバシーに対する弊社のアプローチについて、利用者の皆様に知っていただくための、使いやすい、集中的な教育ハブです。プライバシーセンターでは、利用者情報の収集と使用に関する弊社のアプローチについて、最新で透明性の高い、理解しやすい情報を提供しています。プライバシーセンターには、共有、安全性、セキュリティ、位置情報、データ収集、データ使用、広告、ティーン、などの共通のプライバシートピックに関するモジュール、利用者のプライバシーオプションとプライバシーツールに関する

		<p>教育、およびプライバシーの更新に関する内容が含まれています。また、利用者がすぐに行動を起こせるように、関連する規約やポリシーなどの資料や、関連するプライバシー設定へのダイレクトリンクも提供しています。</p>
<p>透明性確保のための工夫</p>		
<p>2-5.</p>	<p>利用者情報の取扱いを分かりやすくするための考え方、工夫や対処（利用者への働きかけや情報提供、ユーザテストの実施等）</p>	<p>自分の個人情報を理解し、管理できるようにするためには、関連するデータ取り扱い方法について利用者に通知することが不可欠です。しかし、その通知は意味のあるものでなければ効果的であるとは言えません。日本人が日々接する組織やサービスの数が多いことを考えると、「通知疲れ」を起こさずに十分な情報を提供するにはどうすればよいか、という点が課題となります。利用者は情報を得る必要がありますが、単に伝える情報の量を増やすだけでは十分ではありません。弊社としては、事業者に対して長くて複雑な、あるいは法律用語を多用した事前の通知するよう求める事細かなルールを適用することは、消費者の利益にならないと考えています。むしろ事業者は、人々に情報を提供すると同時に、人々が自分にとって意味のあるプライバシーの選択ができるようにする新しい方法を見つける必要があります。</p> <p>その出発点として、「人」に焦点を当て、プライバシー情報をどのように理解し、異なるタイプのプライバシー通知とどのように関わり合いを持って行くのかを考えることが重要です。プライバシーに関する効果的なコミュニケーションとは、デジタルサービスを利用する人々の多様性や、コネクテッドデバイスや人工知能などの進化するテクノロジーを人々がどのように理解し、どのように作用するかを認識し、それに合わせて設計することでもあります。「人」を中心に据えることによるのみ、利用者とのコミュニケーションのためのより良いアプローチを開発することができます。要するに、プライバシーに関する通知をデザインしたり、プライバシーについて利用者とのコミュニケーションをとるのに、画一的なアプローチはないということです。むしろ、様々なコンテ</p>

		<p>コスト、利用者、サービスを考慮した上で、最適なソリューションを提供する必要があります。</p> <p>この哲学に基づき、昨年、私たちはプライバシー・ポリシーを更新し、私たちのデータ慣行をより明確に、読みやすいレベルで記載しました。この方針には、私たちが第三者とどのように協力し、会社全体でデータをどのように共有し、データをどのように広告に使用し、私たちのセキュリティと完全性システムがどのように機能しているかを示す、より詳細な情報が含まれています。この更新は、一般的に利用者により高い透明性を提供し、基本となる基礎的なテキストで、より具体的に私たちの現在のプラクティスを説明しています。デザインは、利用者のエンゲージメントを最も促進し、関連する設定やより詳細な情報への直接アクセスを組み込むために刷新されました。弊社は社内調査を行い、これによりプライバシーについて利用者と効果的にコミュニケーションをとるための重要な要素があることがわかりました。すなわち、(1)明確で、シンプルで、利用者中心であること、(2)利用者の懸念を予測し、それを阻止すること、(3)私たちが言ったことを実行するという確信を強めること、(4)可能であれば、透明性とコントロールの感覚を組み合わせること、です。</p>
2-6.	<p>同意取得/通知に際しての、利用規約やプライバシーポリシーを理解しやすくするための工夫 (階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン、モバイル及びスマートデバイスの特徴の利用等)</p>	<p>弊社は日々新しいプライバシー管理機能の開発や、利用者に分かりやすい設計に取り組んでいます。そのための研究に注力し、社外のデザイナー、開発者、プライバシー専門家、規制当局などとも協力していきます。</p> <p>昨年、私たちはプライバシー・ポリシーを更新し、読みやすいレベルで私たちのデータプラクティスをより明確に示しました。これには、私たちがどのように第三者と協力しているか、私たちがどのように会社全体でデータを共有しているか、私たちがどのように広告のためにデータを使用しているか、私たちのセキュリティおよび完全性システムがどのように機能しているか、などを具体的に示す、より充実した情報が含まれています。この更新は、一般的に</p>

利用者により高い透明性を提供し、この基本となる基礎的なテキストで、より具体的に私たちの現在のプラクティスを説明しています。デザインは、利用者のエンゲージメントを最適に促進し、関連する設定やより詳細な情報への直接アクセスを組み込むために刷新されました。弊社は社内調査を行い、これによりプライバシーについて利用者と効果的にコミュニケーションをとるための重要な要素があることがわかりました。すなわち、(1)明確で、シンプルで、利用者中心であること、(2) 利用者の懸念を予測し、それを阻止すること、(3)私たちが言ったことを実行するという確信を強めること、(4)可能であれば、透明性とコントロールの感覚を組み合わせること、です。

フェイスブックが設立・支援する業界横断的な取り組みである TTC Labs を通じて、私たちはさまざまな専門家や企業と協力し、データとプライバシーの選択についてよりよく人々に知らせるための創造的なデザイン・ソリューションを開発しています。例えば、私たちは2021年に「若者のための信頼、透明性、管理のあるデザイン方法」と言う報告書を発表しました。この報告書で強調する主要な原則とデザイン上の考慮点は、2018年2月から2019年9月にかけて専門家と若者を集めたデザイン・ジャムと呼ばれる共創ワークショップの成果から着想を得たものです。世界中の TTC Labs デザイン・ジャムで共創されたデジタル・プロトタイプに基づき、3つの重要な原則が浮かび上がりました。各原則には、政策立案者と製品メーカー双方の意思決定の指針となる、プライバシーとデザインに関する考慮事項が添えられています。(1)さまざまな成熟度と進化するアイデンティティに対応したデザイン、(2)意味のある透明性、コントロール、自律性を備えたエンパワーメント、(3)時間をかけたデータ教育の提供。製品クリエイターをサポートするために、役立つ質問のチェックリストを作成しました。さらに、3つの原則の間には生産的な相互作用があることを反映し、設計上の考慮事項を有用なクラスターに分類した。私たちの目標は、若者が自分自身のデータとそれが生活に与える影響を可視化し、複雑な親や保護者との関係のためのデザインを提供することです。

オプトアウト

2-7.

利用者情報の提供を希望しない意思を示すオプトアウトの設置状況
(方法、対象範囲等含む)

弊社が提供するサービスの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日のみです。Instagram の利用に際して利用者が提供を求められる情報は、メールアドレス又は電話番号、及び生年月日のみです。また、利用者は、自らの選択により、自身の住所、言語、学歴、仕事、趣味及び好きな映画や本、音楽に関する情報等、プロフィールの追加情報を弊社に提供することもできます。この追加情報の提供は完全に利用者の任意で、これらの追加情報を提供しなくて利用者は弊社のサービスを利用し続けることができます。

利用者がより自身のプライバシーを管理することができるように、弊社は既存の管理方法を改善し、新しい管理方法を構築してきました。

- 設定や管理するためのページを見つけやすくするために、「設定」メニューを再設計しました。ダッシュボードを通じて、利用者はプライバシー設定、セキュリティとログイン情報、広告設定、その他の設定にアクセスし、変更することができます。
- Facebook 外のアクティビティでは、利用者がウェブサイトやアプリを利用した際に弊社が受け取った情報を確認し、その情報をアカウントから消去したり、今後弊社がアカウントに関連付けた情報を保存する機能をオフにすることができるツールも用意されています。
- 「広告表示の設定」では、広告の仕組みや広告に関するすべての設定をまとめて確認できます。
- また、広告コンテンツをより調整しやすくするために、Ad Topics と Interest Categories を Ad Topics Control に統合し、1 つのサーフェスで広告コンテンツを調整できるようにしました。統合された Ad Topics Control は、より広範な広告トピックをカバーし、トピックの透明性と制御機能を拡張しています。「広告トピックを管理」では、引き続き利用者に選択したトピックに係る広告の表示を減らす機能を提

		<p>供し、利用者が関連付けられた場合、対応するターゲティングセグメントから削除し、広告配信において選択したトピックに関連する広告コンテンツをフィルタリングすることを目的としています。これらの機能により、利用者は広告体験に対する主体性を持つことができます。</p> <ul style="list-style-type: none"> • また、日本を含め、定期的に利用者にプライバシー設定の見直しを促しています。
2-8.	オプトアウトをした場合のサービス利用継続の可否	2-7 参照。
2-9.	利用者情報の提供について個別に選択できるダッシュボード等の設置状況(方法、対象範囲等含む)	<p>弊社は、利用者が弊社の提供するサービスでの体験をカスタマイズして管理するための一連のツールや機能を提供しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 「この広告が表示される理由」ツールにより、利用者は広告主のパーソナライズにマッチした要素を理解し、今後このデータがどのように使用されるかを管理することができます。このツールは、例えば、Facebook 上のどの広告からでも、右上の 3 つの点をクリックすることでアクセスでき、これまでに数百万人の日本人に利用されてきました。「この広告が表示される理由」から、利用者は簡単に広告設定にアクセスし、調整することができます(上記 2-7 参照)。広告コントロールツールは、広告のパーソナライゼーションに特定の種類のデータが使用されないようにするなど、パーソナライズ広告の配信に特定の種類のデータがどのように使用されるかについて、利用者が具体的かつ細かな調整を行えるようにしています。 • 2020 年、弊社は「Facebook 外のアクティビティ」機能という、かつてなかった機能を導入しました。この機能により、利用者は事業者や組織が自社アプリ又はウェブサイトの訪問、コンテンツの閲覧、及びショッピングカートへのアイテムの追加などの利用者のインタラクションに関して弊社と共有しているアクティビティの概要の確認や、各自の

		Facebook のアカウントと当該アクティビティとの関連付けを解除することができます。
2-10	オプトアウトに関する通知事項、導線	2-7 参照。 利用者は、「設定とプライバシー」から、プライバシー設定、セキュリティおよびログインに係る情報、広告の表示の設定、その他の設定にアクセスし、変更することができます。また、ヘルプセンターでは、プライバシー設定やツールについてのわかりやすい説明や、よくある質問に対する回答などを提供しています。
データポータビリティ		
2-11.	データポータビリティに関する取組（データポータビリティを求める方法、対象範囲）	<p>弊社は、あるサービスとデータを共有する場合、そのデータを別のサービスに移動できるようにすべきであると考えています。データのポータビリティは、利用者に管理権限と選択肢を与えるとともに、イノベーションを促進します。弊社には、2010 年に Facebook の「Download Your Information」ツールをリリースするなど、データポータビリティへの取り組みに長い歴史があります。2010 年以降、弊社は、利用者がサービス間を容易に移動できるようにし、利用者に選択肢を与え、開発者がイノベーションを起こし競争できるようにするために、新しいデータポータビリティツールに投資を続けてきました。2019 年以降、弊社の創業者兼 CEO のマーク・ザッカーバーグは、“規制はデータポータビリティの原則を保証すべき”と、データポータビリティに関する規制を繰り返し求めています。</p> <p>データポータビリティに対する弊社のコミットメントは、GDPR などのデータ保護法案でデータポータビリティが法的要件となるずっと以前 19 から、さまざまなツールを開発してきたことでも証明されています。弊社のポータビリティツールによって、利用者は弊社のアプリで共有したデータを簡単に閲覧したりダウンロードしたりすることができます。弊社が提供する主なポータビリテ</p>

ツールには、「Download Your Information (DYI)」と「Transfer Your Information (TYI)」の 2 つがあります。

Facebook と Instagram において利用可能な「Download Your Information」ツールには、2 つの情報が含まれています。1) プロフィール情報、投稿、「いいね!」、コメントなど、リクエストする利用者が Facebook 上で入力、アップロード、共有した情報、2) リクエストする利用者の Facebook アカウントに関連する情報 (Facebook へのログイン、使用デバイス、フィード、ウォッチ、ニュースの推奨に使用する情報など) です。利用者は、「設定とプライバシー」内の「設定」下、「あなたの情報」における「個人データをダウンロード」を選択することで、リクエストを開始することができます。

2020 年、弊社は、Facebook 利用者が Facebook の写真やビデオを BackBlaze、Dropbox、Koofr、Google フォトに直接転送できる「Transfer Your Information」ツールを開始しました。また、それ以降も、新しいデータタイプ (ノート、投稿、イベントなど) と新しい転送先 (Photobucket、Google カレンダー、Google ドキュメント、Blogger、WordPress など) を追加し続けています。利用者は、プライバシーセンターの設定とプライバシー → アクティビティとアカウント全体の情報を管理設定 → あなたの Facebook 情報 にアクセスし、情報の転送を選択することで、写真、ビデオ、メモ、投稿の転送リクエストを開始できます。そこから、利用者は転送先を選択し、その転送先に適したデータ (例: 投稿日の範囲や特定のフォトアルバム) を選択することができます。今後、新しいデータの種類や転送先を追加していく予定です。Instagram 利用者は、プライバシーセンターを通じて写真を転送することができます。

<p>2-12.</p>	<p>データポータビリティが可能である場合</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提供されるデータのフォーマット ・提供先の要件 ・インターオペラビリティ確保に関する考慮状況 	<p>フェイスブックとインスタグラムで利用できる「あなたの情報をダウンロード」ツールには、2つの情報が含まれています：1)リクエストした個人が Facebook 上で入力、アップロード、共有した情報(プロフィール情報、投稿、「いいね!」、コメントなど)、2)リクエストした個人の Facebook アカウントに関連する情報(Facebook へのログイン、使用しているデバイス、Feed、Watch、News のレコメンデーションに使用される情報など)。インスタグラムの利用者也同様のカテゴリの情報をダウンロードできます。</p> <p>利用者は、「設定とプライバシー」→「設定」→「あなたの Facebook 情報」の順に進み、「あなたの情報をダウンロード」を選択することで、リクエストを開始できます。そのページから、利用者はリクエストからデータのカテゴリを追加または削除し、ダウンロードリクエストのフォーマットを選択し、写真、ビデオ、その他のメディアの品質を調整し、情報の特定の日付範囲を指定することができます。利用者がフェイスブックに入会した時期にもよりますが、100 以上のカテゴリからデータを選択することができます。インスタグラムの利用者也同様のカテゴリの情報をダウンロードできる。インスタグラムの利用者は、自分のプロフィールに行き、メニュー→自分のアクティビティ→自分の情報をダウンロードを選択することで、インスタグラムのデータをダウンロードするリクエストを開始することができます。</p> <p>Download Your Information ツールを使って、利用者はいつでもデータファイルをリクエストし、HTML ファイルまたは機械可読の JSON フォーマットでダウンロードすることを選択できます。HTML は、Facebook で一般的に使用されている、見やすいデータ形式です。利用者がダウンロードを要求すると、ZIP ファイルへのリンクが送られ、ダウンロードされて展開されると、“index ”という名前の HTML ファイルが含まれ、ウェブブラウザでウェブページのように開くことができます。ZIP ファイルには、要求された画像や動画を含むファイルが入ったフォルダが含まれます。JSON は、JSON データのイン</p>
--------------	---	--

ポートをサポートする他のサービスにデータをアップロードすることを可能にする、機械可読のデータ形式です。

弊社は、利用者が情報のダウンロードを要求したときに、アカウントを安全に保ち、情報を保護するために、多くのセキュリティ対策を行っています。情報のコピーのダウンロードを開始する前に、まず、パスワードの再入力をお願いしています。また、ダウンロードを開始する前に、追加の認証ステップを完了するようお願いすることもあります。アカウント保護のため、ダウンロードのリクエストは数日後に期限切れとなりますが、利用者はいつでも新しいリクエストをすることができます。

また、「TYI」ツールを使って、サービス間で直接データの転送をリクエストすることもできます。このツールは、オープンソースの「Data Transfer Project」を利用しています。弊社は 2018 年にオープンソースの DTP (Data Transfer Project) に参加し、業界のパートナーと協力して、2 つのオンラインサービス間の直接転送を可能にするデータポータビリティを構築しています。2023 年、Meta、アップル、グーグルの 3 社は、あるサービスから別のサービスへデータを移行できるようにすることで、テクノロジー・ユーザーのエンパワーメントを図ることを使命とする非営利団体、データ・トランスファー・イニシアティブ (Data Transfer Initiative) を発足させました。DTI は、DTP に関する過去数年間の活動を基礎とし、それを拡張するものです。DTI は、あらゆる 2 つのオンラインサービスを接続できる DTP オープンソースフレームワークの構築と強化に取り組んでおり、合法的で安全かつ信頼できる方法で、プラットフォーム間の利用者主導によるデータのシームレスなポータビリティを可能にしています。オープンソースプロジェクトの動機は、各企業が独自のデータポータビリティシステムを一から構築するのではなく、アダプターやデータモデルを共有することで、より多くの企業がデータのインポートやエクスポートを容易に行えるようにすることです。

DTP は、あるシステムから別のシステムへシームレスにデータを移動させるために、さまざまな相互運用可能なサービスに依存しています。例えば、DTP は OAuth と呼ばれるオープンスタンダードの認証システムを使用しており、転送元と転送先が互いに通信し、転送が許可されていることを確認することが可能です。同様に、利用者が転送を承認すると、DTP は、異なるシステム間でデータがシームレスに移動できるように、共通のデータ型を使用して、非常に異なるシステムの相互運用を可能にするフレームワークを提供します。

プライバシーとセキュリティは最優先事項です。そのため、利用者がデータのコピーを転送するよう要求した場合、アカウントの安全を確保するためのセキュリティ対策を多数実施しています。すべてのデータは転送中に暗号化され、転送を開始する前にパスワードの入力が求められ、転送が完了するとアクセストークンが削除されます。

現在のサービス間データポータビリティのソリューションでは、転送を行うために 2 つの異なるサービス間を直通させる必要があります。TYI を実現する DTP フレームワークは、企業がポータビリティツールを構築するたびに一から作り直す必要がないよう、サービス間の直接ポータビリティを容易に提供できるようにします。どのような企業でも、オープンソースの DTP フレームワークを利用して統合したシステムを構築することができます。TYI ツールは、セキュリティレビューを受け、転送されるデータを適切に保護することを義務づける特定の業界標準のセキュリティ要件に同意した転送先への転送をサポートしています。さらに多くの企業が DTP フレームワークを採用し、弊社のサービスの利用者にさらなるコントロールを提供できるようになることを期待しています。

2-13.

個人情報保護法に基づく開示請求への対応状況(電磁的な開示の実施状況、開示請求の方法、提供フォーマット等)

弊社は、個人情報にアクセスするための使いやすいセルフヘルプツールを利用者に提供しています。「DIY」「TYI」ツールについては、上記質問 2-11 および 2-12 に対する回答をご覧ください。

また、弊社は、消費者がプライバシーに関する質問又は弊社のプライバシー慣行に関する質問を行えるように様々な連絡窓口を提供しています。

例えば、Facebook のサービスについては、利用者及び利用者以外の方々も専用の問い合わせ用フォーム(下記 URL 参照)を使用して Facebook のデータに関するポリシーについての質問、利用者の情報に関する質問、苦情、リクエストを弊社まで問い合わせることができます。また、弊社に関するポリシーの末尾にある TRUSTe(外部の第三者紛争解決プロバイダー)のウェブサイトへのリンクを通じて、同社と連携することもできます。

弊社のデータに関するポリシーには、弊社に郵送のメールで連絡することを希望する利用者向けの宛名及び住所も記載されています。また、プライバシーや個人情報の取り扱いに関する利用者からの問い合わせに対応するための専門チームを設置しています。利用者は、弊社のサービスに投稿されたコンテンツについて肖像に係るプライバシーに関する苦情を申し立てることもできます。弊社のプライバシーに関する運営の専門家チームによって受領された質問に対しては、速やかに回答がなされます。

<https://www.facebook.com/help/contact/861937627253138>

また、弊社は、弊社のヘルプセンターにおいて、プライバシー設定とツールに関する分かり易い説明、問い合わせ用フォームへのリンク、及びよくあるご質問への回答を提供しています。

3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況

<p>3-1.</p>	<p>他アプリやサイトを経由した情報収集の状況</p>	<p>Meta 社のプライバシーポリシーは、当社がどのような情報を収集し、受け取るかを定めています(「当社が収集する情報とは」を参照)。</p> <p>弊社は、パートナー(弊社のプロダクトを使用または統合して自社の製品やサービスの広告、マーケティング、サポートを行う企業や人々)、測定ベンダー(広告主がコンテンツや広告のパフォーマンスを把握するためのレポートを作成する第三者企業)、その他第三者(弊社と情報を共有しているが弊社の製品を必ずしも使用していない組織や団体)から、弊社のプロダクト上およびプロダクト外の利用者の活動に関する様々な情報を収集および受領しています。弊社が受け取る情報の例としては、デバイス情報、利用者が訪問したウェブサイトとクッキーデータ、利用者が行った購入、利用者が見た広告、利用者がパートナーの製品やサービスをどのように利用しているか、などがあります。</p> <p>パートナーは、利用者の電子メールアドレス、クッキー、広告デバイス ID などの情報を弊社と共有します。これは、利用者がアカウントを持っている場合、その活動とアカウントをマッチさせるのに役立ちます。弊社は、利用者が弊社のプロダクトにログインしているか、アカウントを持っているかにかかわらず、この情報を受け取ります。</p> <p>また、パートナーがコミュニケーションの管理支援などのサービスを提供するよう弊社に指示した場合、利用者とのコミュニケーションを弊社と共有することがあります。</p>
<p>3-2.</p>	<p>他アプリ提供者やサイト運営者に対し、どのような同意取得や通知を促しているか</p>	<p>1-3 参照。また、Meta のプライバシーポリシー(「Meta 製品または統合パートナーとお客様の情報はどのように共有されますか」、「第三者とどのように情報を共有しますか」)をご覧ください。</p>

		<p>パートナーは、利用者がパートナーのサービスを訪問、利用した場合、またはパートナーが連携する外部パートナーを通して、利用者のデータを受け取ります。弊社は、これらのパートナーが弊社にデータを提供する前に、パートナーが利用者のデータを取得、利用、共有する正当な権利を有していることを当該パートナーに要求します。</p>
3-3.	<p>情報収集モジュールや JavaScript の他アプリ提供者やサイト運営者への提供による利用者情報の外部送信の状況</p>	<p>これらのパートナーは、利用者がサイトやアプリを訪問したり、サービスを利用したりする際に、あるいは、パートナーが協力する他の企業や組織を通じて、利用者の情報を収集します。これらのツールがどのように機能するかについての一般的な説明は、ヘルプセンター (https://www.facebook.com/help/331509497253087) にあります。これらのツールは、Meta による外部送信を伴わず、むしろ企業がサイト、アプリ、またはサーバーから Meta にデータを共有することを可能にします。</p> <p>Meta の Pixel は、JavaScript を使用したビジネスツールで、パートナーがパートナーのウェブサイト訪問者やウェブサイト上で行った行動に関するデータを共有できるようにするものです。弊社は、パートナーが利用者の情報を提供する前に、その情報を収集、使用、共有する権利を持っていることを当該パートナーに要求します。</p>
3-4.	<p>3-3 に該当する場合の、他アプリ提供者やサイト運営者への情報提供状況</p>	<p>Meta は、広告主が当社に提供するビジネスツールデータを、第三者(他の広告主を含む)と共有することはありません。</p> <p>Meta はまた、広告キャンペーンやビジネスツールを使用して共有されたデータに関するレポートや分析を提供するインターフェイスを企業に提供します。例えば、Events Manager や Ads Manager です。当社のビジネスツール利用規約に記載されているとおり、これらのレポートおよび分析は、集計および匿名ベースで提供されます(ビジネスツール利用規約のセクション 2.a.ii. を参照してください)。</p>

		<p>これらのインターフェースの使用方法については、ヘルプセンターで説明して い ま す。 https://www.facebook.com/business/help/898185560232180?id=1205376682832142 https://www.facebook.com/business/help/200000840044554?id=802745156580214.</p>
3-5	<p>情報収集モジュールや JavaScript について、送信される情報の内容や送信先等の変更等</p>	<p>Java script ピクセルを使用して共有されるデータは、ビジネスツール規約に従い、「ビジネスツールデータ」として扱われます。ビジネスツール利用規約のセクション 1b に規定されているように、弊社は、利用者が弊社に提供したビジネスツールデータを第三者(広告主を含む)と共有することはありません(ただし、弊社がかかる提供を認められることを利用者が弊社に通知した場合、またはかかる提供が法律により義務付けられている場合は、この限りではありません。)</p>
3-6.	<p>複数の他アプリやサイトから利用者情報を収集している場合の、情報管理状況</p>	<p>第三者のアプリやウェブサイトから収集した情報は、以下のとおり、弊社のデータポリシーに基づいて管理／保存されています。</p> <p>弊社のプライバシーポリシーには、当社がどのように情報を転送するかについての詳細が記載されています(「情報の転送方法」を参照)。これには、国際的なデータ転送に関する情報の保護方法も含まれます。</p> <p>弊社は、社内のオフィスやデータセンターと、また、社外の弊社 <u>パートナー</u>、<u>効果測定を行うベンダー</u>、<u>サービスプロバイダー</u>、その他の <u>第三者</u>と、<u>取得する情報</u>を世界規模で共有しています。Meta は利用者、パートナー、社員を全世界にもつグローバルな企業であるため、移転はさまざまな理由により必要となります。この理由には以下のようなものがあります。</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ご利用の Meta 製品 の規約および本ポリシーに定めるサービスを運営し、提供するため。これには、利用者が世界中にいる家族や友達と情報を共有し、つながることができるようにすることが含まれます。 弊社製品の修復、分析、向上を可能とするため。 <p>また上記のとおり、ビジネスツールを使用して Meta と共有される情報は、Meta Business Tools Terms、Meta Data Security Terms、および Meta Data Processing Terms) に記載されているとおりに管理されます。</p>
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況		
4-1.	他社に対する、取得した利用者情報・位置情報に基づくデータ提供の内容、提供に関する留意点(ユーザへの説明、他社の監督、安全管理など)	1-3 参照。
4-2.	利用者情報・位置情報の取得・活用に関する、他社との連携状況、連携に関する留意点(ユーザへの説明、他社の監督、安全管理等)	<p>ここ数年間、弊社はデータの扱い方を変更し、データへのアクセスとデータの管理に関するパートナーの責任の持ち方を変えてきました。API へのアクセスを制限し、アプリレビューを拡張し、アプリ開発者の調査を開始しました。開発者が Facebook のプラットフォームを責任を持って使用し続けるために必要なツールと情報を確実に持てるようにするため、弊社は次の 4 つの分野で改善を図ってきました。</p> <ul style="list-style-type: none"> 開発者にデータの使用とシェアに関するさらに明確になったガイダンスを提供します。 開発者に責任を持たせるための新しいツールとコントロールをビルドします。その中には、年ごとのデータの使用状況の確認プロセスが

あります。このプロセスでは、開発者は Meta プラットフォーム API 経由で自分たちがアクセスするデータのタイプをレビューし、データの利用方法が Meta の規約とポリシーに準拠していることを確認できます。

- 開発者のエクスペリエンスを改善する。開発プロセスとアプリレビュープロセスをカスタマイズして多種多様な開発者をより良くサポートできるようにし、アプリダッシュボードを更新して必要なすべてのアクションをさらに容易に確認できるようにしてきました。
- 利用者のエクスペリエンスを改善し、アプリで利用者にポジティブなエクスペリエンスを提供するための追加のポリシーガイダンスを提供しています。

最初の分野での取り組みの一環として、弊社は2020年7月、弊社のプラットフォームとツールを使用する際、データを保護し、利用者のプライバシーを尊重するという責任を~事業者と開発者が明確に理解できるよう、新しいプラットフォーム規約と開発者ポリシーを導入しました。

プラットフォーム規約:プラットフォーム規約は更新され、データ利用の制限、データセキュリティ要件、規定の実施、利用規約と保証(知的財産権など)に焦点が当てられています。これは、Facebook プラットフォームで製品とソリューションをビルドする際の、開発者の権利と責任をより良く概説するのに役立ちます。

- プラットフォームデータの利用とシェア:更新されたプラットフォーム規約では、Facebook のプラットフォームから開発者が受け取るデータの二層構造を定義し、各層のデータをどのように利用しシェアするかに関する明確なガイダンスが提供されています。プラットフォームデータと制限プラットフォームデータというこの新しい区分は、情報開発

		<p>者が利用者の明示的な同意なしに第三者とシェアできるものを制限し、利用者データのセキュリティ保護を強化します。</p> <ul style="list-style-type: none"> データの削除: データ削除に関するポリシーの要件も明確化していません。開発者は、正当なビジネス上の目的のためのデータ利用の必要がなくなった場合、開発者が製品やサービスの運営を中止した場合、弊社 Facebook 社が削除を要請した場合、または開発者がデータを間違っって受け取った場合、開発者はデータを削除することが求められます。 施行&監督: 本規約では、開発者に対する弊社のデータセキュリティ要件の規定が強化されています。データ漏えいが発生した場合には、弊社に通知し、すぐに問題の修復を始め、妥当な範囲で弊社と協働することが求められています。また、監査、停止、施行に関する弊社の規定も明確化しています。 開発者ポリシー: 統合、品質コントロール、ユーザーエクスペリエンス、コンテンツ、美的、機能に関するポリシーが、開発者ポリシーというドキュメントで網羅されています。 <p>1-4 及び 3-1 参照。</p>
--	--	--

5. サードパーティによる情報取得への対応方針

5-1.	<p>ウェブブラウザやアプリ経由等でサードパーティが情報取得することについての方針 (Third Party Cookie や広告 ID 等の取扱い) ウェブとアプリで方針は同じか異なるか。</p>	<p>弊社は、人々の公開データおよびプライベートデータを収集するために設計された自動化されたアクティビティが、あらゆるウェブサイトやサービスを標的にしていることを承知しています。また、スクレイパー(悪意のあるアプリ、ウェブサイト、スクリプト)は、弊社が構築し、そして改善する防御に対応して、検出を回避するために絶えず戦術を適応させており、非常に敵対的な領域であることも承知しています。</p>
------	---	--

		<p>攻撃者にとってスクレイピングをより難しく、より高い代償を必要とするための大規模なセキュリティ戦略の一環として、弊社は 2011 年からバグ発見報奨金プログラムを運用しています。このプログラムは、外部の研究者が潜在的なセキュリティ脆弱性を報告することによって、弊社の製品とシステムのセキュリティとプライバシーの向上に貢献するものです。このプログラムは、コミュニティをより良く保護するために問題をより早く検出・修正するのに役立っており、また、資格のある参加者に報酬を授与することによって、より質の高いセキュリティ研究が促進されています。2021 年だけでも、46 カ国以上の研究者に 230 万米ドル以上を授与し、合計で約 25,000 件の報告を受け、800 件以上に対して報奨金を授与しています。2021 年 12 月には、弊社はバグ発見報奨金プログラムの拡大を発表しました。拡大されたプログラムでは、弊社は以下のような報酬を提供しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 個人情報または機密情報(例: 電子メール、電話番号、住所、宗教 または政治的所属)を含む、少なくとも 10 万件のユニークな Facebook 利用者レコードを含む保護されていないまたは公開されているデータベースに関する報告 • 弊社のプラットフォームにおけるスクレイピングバグに関する有効な報告
5-2.	フィンガープリント、Unified ID 2.0 等のクッキーの代替手段での情報取得の動きについての考え方	<p>オンライン広告業界では、以前から、異なるウェブサイト間で収集されるデータの収集と使用を制限する方向で動いています。Apple は数年前から Safari ブラウザでクッキーを使用する機能を制限しています。Google も 2023 年後半にサードパーティ製クッキーを段階的に廃止する予定です。</p> <p>弊社のアプローチは、プライバシーを保護しながらパーソナライズされた広告を可能にするテクノロジーを構築すると同時に、自由でオープンなウェブをサポートすることです。</p>

弊社は今後もプライバシーに係る透明性と利用者による管理を確保するべく投資していきます。また、業界における他の事業者もこうした原則をプライバシーに対するアプローチの基礎に据えるでしょうし、またそうすべきだと考えています。しかし、まだまだやるべきことがあることも認識しています。

ここ数年、私たちが取り組んできた方法のひとつであり、今後も優先的に取り組んでいくものが、プライバシー保護技術(PETs)への投資です。これは、処理する個人情報を最小限にしながらいパーソナライズされた広告を提供し、個人情報の保護に貢献することを目的としています。PETs は、暗号技術や統計学などの高度な技術を駆使しています。これらの技術は、広告の測定やパーソナライゼーションなどの重要な機能を維持しながら、処理するデータを最小限にするのに役立ちます。例えば、購入した商品やメールアドレスなどの個人情報を遠隔地のサーバーやクラウドに送信することなく、利用者のデバイスに残っているデータを使ってアルゴリズムを学習する方法を検討しています。また、例えば、MPC (Secure Multi-Party Computation) は、2 つ以上の組織が、互いに情報を知ることを行わずながらも協働することができるシステムのように、プライバシーに配慮した広告測定システムの構築に向けた業界の取り組みをリードしています。

また、World Federation of Advertisers (世界広告主連盟) のクロスメディア測定イニシアチブなど、業界のイニシアチブに参加し、高度な広告ユースケースを可能にするプライバシー重視の測定システムの構築を支援しています。

これらの技術はソリューションの一部ですが、同時に、データの最小化などプライバシーに関する基本的な原則を守りながら、当社の製品がデータを収集・使用する方法を検討し続ける必要があります。そして、人々のプライバシーを尊重しつつ、パーソナライズされた広告のメリットを維持できると信じています。

		<p>また、業界やパートナー企業、政策立案者などと協力して、人々のプライバシーを確保しつつ、自由でオープンなインターネットをサポートし、あらゆる規模の企業が広告を通じて顧客にリーチできるようにする方法を模索することにも注力しています。当社は、Cookie やデータ収集に関するポリシーや慣行の変化に合わせて、この活動を継続していきます。</p>
<p>6. PIA・アウトカムについての考え方</p>		
<p>6-1.</p>	<p>PIA の導入状況 (GDPR の DPIA の具体的な実施方法や、その他の実施事例)</p>	<p>弊社のプライバシーレビューのプロセスは、Meta の新しい製品、サービス、プラクティスを開発する際の中心的な部分です。このプロセスを通じて、新規または更新された製品、サービス、慣行の一部としてデータがどのように使用され、保護されるかを評価します。私たちは、個人情報の収集、使用、共有に関わる潜在的なプライバシーリスクを特定し、それらのリスクに対する軽減策を策定します。このプロセスの目標は、私たちのコミュニティにとって私たちの製品とサービスの利点を最大化する一方で、潜在的なリスクを特定し軽減するために前もって取り組むことです。このプロセスは、製品、エンジニアリング、法的規制、セキュリティ、ポリシーのバックグラウンドを持つ、法務、ポリシー、その他のクロスファンクショナルなチームにまたがる社内のプライバシー専門家の専門家グループと、プライバシーレビューチームが主導する、協力的でクロスファンクショナルなプロセスです。このグループは、プライバシーレビューの決定と推奨を行う責任を負っています。</p> <p>このプロセスの一環として、機能横断的なチームはプロジェクトに関連する潜在的なプライバシーリスクを評価し、それらのリスクをコントロールするためにプロジェクト開始前に必要な変更があるかどうかを判断します。何が必要なかについて部門横断チームのメンバー間で合意が得られない場合、チームは中央のリーダーシップ・レビューにエスカレーションし、さらに必要であれば CEO にエスカレーションして解決を図ります。</p>

		<p>プロダクトや機能の開発、新規または変更された慣行の見直しは、プライバシーに関する以下のような観点から行われます。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 目的の限定: 人々に価値を提供する、限定された明確な目的のためのみデータを処理する。 2. データの最小化: 明確な目的を達成するために必要な最小限のデータを収集・作成する。 3. データの保持: 明確に示された目的を遂行するために実際に必要とされる期間のみ、データを保持する。 4. 外部によるデータ誤用: データの乱用、偶発的な損失、および権限のない第三者によるアクセスからデータを保護する。 5. 透明性と管理: プロダクトの動作やデータの取り扱いについて、積極的に、明確に、正直に伝える。可能な限り、また適切な場合には、人々が管理できるようにする。 6. データへのアクセスと管理: 弊社が収集または作成したデータに人々がアクセスし、管理できるようにする。 7. 公正さ: 弱い立場にある人々のリスクを特定して軽減し、人々のために価値が創造されるようなプロダクトを構築する。 8. 説明責任: 弊社の意思決定、プロダクト、業務に関わる内部プロセスおよび技術的コントロールを維持する。
6-2.	<p>利用者情報の取扱いに関するアウトカムについての検討状況(検討している場合、どのような考え方に基つき判断しているか)</p>	<p>弊社は、プライバシーリスク管理プログラムを作成し、利用者データの収集、使用、共有、保存方法に関するプライバシーリスクを評価しています。これを活用してリスクテーマを特定し、プライバシー・プログラムを強化し、将来のコンプライアンス・イニシアチブに備えます。</p> <p>弊社は、プライバシーリスクに対処し、プライバシーに関する期待に応え、規制上の義務を果たすために、プロセスおよび技術的管理を含む保護措置を設計しています。</p>

		<p>弊社は、潜在的なプライバシーリスクを特定するために、プロセスやテクノロジーを積極的にテストするプライバシーレッドチームを設立しました。プライバシーレッドチームは、メタ社のプライバシーに対するアプローチに更なる信頼を提供するために、当社のプライバシーコントロールとセーフガードを回避して機密データを盗み出そうとする外部の当事者の役割を引き受けます。</p>
6-3.	利用者に対する、PIA の結果やアウトカムの説明の取組状況	<p>プライバシーに関する決定は、私たちが利用者とのようにコミュニケーションをとるかという DNA に組み込まれています。</p> <p>弊社は、ニュースルームの投稿、プライバシーポリシー、透明性レポート、利用者へのグローバルな通知 と更新、Facebook ヘルプセンター(利用者がプライバシーや共有の設定 行う際に利用できる「プライバシーチェックアップ」などを含む)を通じて、プライバシーに関する決定事項を明らかにしています。</p>
7. 個人情報保護管理者の設置状況		
7-1	設置状況	製品担当の CPO (最高プライバシー責任者)とポリシー担当 CPO を任命しています。
7-2	名称等	製品担当 CPO Michel Protti バイスプレジデント兼ポリシー担当 CPO Erin Egan
7-3	業務内容	<p>製品担当 CPO の Michel Protti が率いるプライバシーチームは、技術部門と非技術部門の多数のチームから成り、それぞれが経験豊富なリーダーの下でプライバシーに集中して取り組んでいます。</p> <p>プライバシーチームは、包括的なプライバシープログラムの構築にあたって中心的な役割を果たしています。チームのミッションは「Meta のあらゆる活動において利用者のプライバシーを尊重すること」であり、これが取り組みの指針となっています。</p>

しかし、プライバシーチームはプライバシーに関する責任を担う数多くの組織のひとつに過ぎません。Meta では、さまざまな組織でさまざまな役割を担う何千人もの社員が、パブリックポリシーやプライバシー戦略、法務といったビジネスのあらゆる側面にプライバシーへの配慮を浸透させるために努力しています。プライバシーを適切に取り扱うには、部門を越えた深いレベルでの連携が必要です。私たちは、Meta の全社員がその責任を担っていると考えています。

バイスプレジデント兼ポリシー担当 CPO の Erin Egan が率いるプライバシー関連公共政策チームは、新しい規制のフレームワークなど、プライバシーに関するグローバルな議論に Meta が参加できるよう指揮を執っています。また、世界各国の政府や専門家から受けた指摘が、Meta の製品 デザインやデータの使用方法に反映されていることを、プライバシー審査プロセスなどで確認しています。

プライバシー委員会は、Meta の取締役会から独立した委員会です。四半期ごとに会合を開き、プライバシーに関する取り組みについて評価を行います。同様の分野の監督職の経験が豊富な社外取締役で構成されています。委員会メンバーは、Meta のプライバシープログラムの現状や、FTC 命令の遵守状況に関して、プライバシープログラムの継続的な審査と報告を職務とする社外の評価者から定期的に報告を受けます。

さらに内部監査チームは、プライバシープログラムとそれを支えるコントロールフレームワークの全体的な健全性を、独立した立場から保証します。