



第47回会合及び第48回会合における追加質問に対する 事業者からの回答

2023年10月31日
事 務 局

ヤフー株式会社

ユーザへの説明文サンプルやその掲載場所の説明など、広告主にわかりやすい基準が示されていると思う。利用基準に合致しない広告主を検知するモニタリングの仕組みがあるか、あるとすればどのような方法なのか、利用基準違反に対してはどのような対応を講じているか教えてほしい。【大谷先生】

ヤフー株式会社

- 遵守されているかどうかに関する確認については、定期的なサンプリングチェックの形でのモニタリングの試みを行っており、あわせてユーザー説明に対する啓発についても定期的に行っている。

第47回会合でも質問が多く、ヤフーにとっても試行錯誤中だと思うが、データ連携には、「共同利用」「第三者提供」「外国法人への提供」がそれぞれ含まれているところ、それらの区別や個人情報法の要件への適合性についてご教示いただきたい。【大谷先生】

ヤフー株式会社

- 当社は共同利用による提供を行っておらず、「データ連携」に共同利用は含まない。第三者提供には、外国にある第三者への提供も含む場合があり、いずれも個人情報法を遵守している。

第47回会合の資料2-2（11頁）によれば、一定の利用目的のために「氏名や住所など特定の個人を直接識別できる情報を除外したパーソナルデータ」を第三者提供しているとのことだが、これらは第三者提供の同意を得ているのか、あるいは匿名加工情報として同意を不要としているのかが文面からわかりにくいので、ご教示いただきたい。【大谷先生】

ヤフー株式会社

- プライバシーポリシーに同意をいただくことで同ポリシー3条1項の範囲での第三者提供の同意をいただいている。

ヤフーID登録をしていないユーザーの位置情報を取得している場合、その期間や位置精度によっては、個人情報に相当する場合もあるのではないか。ヤフーID登録をしていないユーザーの位置情報の取得にあたって、期間や位置精度に配慮をしているのか。【小林先生】

ヤフー株式会社

- パーソナルデータとして当社が取得する位置情報については、個人情報であるか否かに関わらず、個人情報と同等以上の安全管理措置を社内的に講じており、社内ガイドラインにおいて利用について配慮する事項を定めて遵守を求めており、仮に個人情報となる場合でもあっても、個人情報保護法に抵触しないよう配慮している。

Google LLCへの質問

「個別ユーザーに関するデータを共有したり秘密裏に追跡したりする、不透明もしくはユーザーから見えない技術から、人々を保護する技術を開発する」と回答していますが、一方で、Googleシグナルでは、不透明でユーザーから見えない技術によってユーザーをトラッキングしているように感じる。Googleシグナルでは具体的にどのようにクロスデバイス等でのユーザーの特定を行っているのか。

(https://support.google.com/analytics/answer/9445345?hl=ja&utm_id=ad#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9)

こちらに以下の記載があり、デフォルトの設定ではGoogleアカウントのログイン情報を用いることは行っていない認識である。

「Google シグナルで収集されたデータは、データ共有設定を有効にするか、他の Google サービスとリンクすることを選択しない限り、Google アナリティクス以外のサービスで使用されたり、共有されたりすることはありません。」【太田先生】

Google LLC

- Googleシグナルは、顧客がGoogleアナリティクスの管理画面から自由に設定できる設定の一つである。顧客はこの設定を有効にすることで、プロパティで利用者のユーザー属性の統計データやインタレストカテゴリの統計データを取得できる。また、リマーケティング広告を配信するためのオーディエンスリストを作成してリンクされた広告アカウントと共有したり、専用レポートやコンバージョンリストおよびオーディエンスリストをエクスポートしてクロスデバイスの情報を取得することができる。ログインし同意が得られている Googleユーザーに関連するGoogleアナリティクスの各イベントは、Googleのログインしているユーザー識別子にも関連付けられる。つまり、Googleアナリティクス内で二重に記録され、ログアウトしたスペースにあるデータからは切り離されている。Googleアナリティクスはログインデータとログアウトデータを切り離しているため、CIDやデバイス識別子といったGoogleアナリティクスの顧客の仮名化されたファーストパーティ識別子が当社自身のログイン識別子と関連付けられることはない。Googleアナリティクスの顧客のファーストパーティ識別子が関連付けられるのはDoubleClick ID のみで、広告レポート機能とリマーケティングに使用されるが、マッピングはGoogleアナリティクスの所有であり、仮名化されたGoogleアナリティクス識別子がGoogleアナリティクスの外に出ることはない。

3-1 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況について「Google は、ユーザーが同意した場合、Google のサービスへのアクセスに使用したアプリ、ブラウザ、およびデバイスに関する情報を収集します。」とあるが、Googleのアカウントを持っていないユーザーからはどのように同意を取得しているのか、二つの例で確認したい。

1. 広告主がカスタマーマッチリストを作成するために、Googleに対して個人情報をアップロードした場合、個人情報の処理に対する同意等の取得はどのように行っているのか。
2. 例えばNewYorkTimesに組み込まれているGoogle広告のタグからGoogleはNewYorkTimes閲覧者のデータを収集しているが、この閲覧者に対して、Googleはどのように同意を得ているのか。【太田先生】

Google LLC

- 広告主がカスタマーマッチを使用する際には、自社で直接収集した顧客情報（広告主のウェブサイト、アプリ、実店舗などを通して顧客が直接広告主に提供した情報）のアップロードのみが許可されている。
- 広告主のポリシーは、法律上必要な場合、またはパーソナライズド広告に適用される当社のポリシーで求められる場合は、そのような共有について同意を得ることが求められる。

(<https://support.google.com/adspolicy/answer/6299717?hl=en&sjid=15636742535869335632-NA>)

昨年から今年にかけてターゲット未設定のカスタマーマッチリストが自動入札の広告キャンペーンに自動追加されるように変更されたが、広告主の意思に反してカスタマーマッチリストを広告キャンペーンで使う意思決定をGoogleが行うことは、広告主およびそのユーザーの意志に反しているのではないか。このような決定を行った経緯をご教示いただきたい。【太田先生】

Google LLC

- カスタマーリストは、スマート自動入札に自動的に組み込まれ、カスタマーがキャンペーンのパフォーマンスを向上できるようにしている。カスタマーは、次の手順に従って、アカウントにアクセスできる未適用のカスタマーマッチリストの自動組み込みをオプトアウトできる。

<https://support.google.com/google-ads/answer/10550383?hl=jp>

ヒアリングシートの1-3では、「特定のパートナーに、広告および測定の目的でパートナー自身のCookieや類似の技術を使用してユーザーのブラウザまたはデバイスから情報を収集することを許可しています」と記されており、パートナーが数百万にのぼることが以下のページでも説明されているが、ユーザーから取得される情報の種類やパートナーがユーザーに利用目的を示して同意を得る告知方法についてのご説明が掲載されていないように見えるため、その点を補足説明いただきたい。

<https://policies.google.com/privacy/google-partners?hl=ja>【大谷構成員】

Google LLC

- 同じページにあるリンク(<https://policies.google.com/privacy?hl=ja>)からプライバシーポリシーをご覧いただけるが、ユーザーから収集される情報の種類についてはこちらで説明している。
- ご質問は、外部処理や統計情報または非個人情報を提供する場合に該当することが多いと思われるが、そうではない場合であっても、当社が個人データを第三者に提供する場合にはプライバシーポリシーへの同意等を通じて法律上必要な同意を取得している。また、当社からの個人関連情報を受領者が個人データとして利用する場合には、受領者がユーザーからの同意を取得していることを当社は確認している。
(<https://support.google.com/policies/troubleshooter/9009584?hl=ja&sjid=5484743437294498011-AP#ts=11913201>)。
- さらに、いわゆる電気通信事業法における外部送信規律については、日本のユーザーへの法定表示事項にて必要な開示を行なっている。

IDがない利用者や既にIDを持っている利用者が、新たにIDを作成した場合、使用端末が同一である等の情報をもとに、同一人物として情報が統合・紐付けされて蓄積されるのか。【木村構成員】

Google LLC

- Google アカウントを「統合」することはできないが、あるアカウントから別のアカウントに移行することはできる。いくつか制限があり、すべてを移行することはできない。

利用者が必要に応じていろいろと設定ができることはよいが、利用者はそこまで見ない場合も多い。デフォルトとして設定していると思うが、設定が変更できることなどについて、利用者にわかりやすく通知したり、設定を促したりする工夫についてご教示いただきたい。【木村構成員】

Google LLC

- 当社は、(i)ユーザーが設定の変更を「プライバシーとパーソナライズ」で行えるようにし、(ii)メールでの通知を(a)ユーザーがアカウントを作成した直後、(b)定期的にリマインダーとして、(c) (ユーザーが新しいデスクトップから Google アカウントにログインした時などに) 随時行い、ユーザーが設定を確認し変更できるようにしている。
- 上記(i)については、画面右上のアカウントアイコンをクリックし、「Googleアカウントを管理」メニューにアクセスすると、ユーザーはいつでも簡単に設定を確認することができる。ユーザーは、「ウェブとアプリのアクティビティ」の設定および「パーソナライズド広告 - パートナー広告の設定」のサブオプションをオフにすることができる。この場合、サードパーティのサイトやアプリから転送された行動データは、パーソナライズド広告を目的としてユーザーのGoogleアカウントと統合されることがなくなる。
- 上記(ii)については、当社はメールでの通知を(a)ユーザーがアカウントを作成した直後に行い、ユーザーがGoogleアカウントのプライバシー設定を確認できるようにしている。この通知メールには「Googleアカウントを管理」メニューへのリンクがあり、ユーザーはこのリンクから「ウェブとアプリのアクティビティ」や「パーソナライズド広告 - パートナー広告の設定」を確認し変更することができる。
- 最後に、当社はメールでの通知を(c)随時行い、ユーザーがプライバシー設定を確認するよう促している。例えば、ユーザーが新しいデスクトップから初めてGoogleアカウントにログインすると、当社はメールでの通知を行ってユーザーがGoogleアカウントの設定を確認するよう促しており、これにはプライバシー設定へのリンクが記載されている。

データの移行ができることについて、データに紐づいた情報を消去したり選択したりできるのか。例えば、写真を他のSNSに移行する際、紐づいている位置情報やタグを削除することを選択できるのか。【木村構成員】

Google LLC

- Googleデータエクスポートを利用する場合、特定のフォトアルバムは別のサービスに移動させたいが、それ以外のフォトアルバムは移動させたくないなど、ユーザーはどの種類のデータを別のサービスに移動させるか選択できる。

「ヒアリングシート6 – 2 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」について、プライバシーリスクへの措置が十分に行えているかを判断するために、監督機関に相談しているか。

GDPR第36条では、高いリスクがある場合に監督機関に事前相談（Prior Consultation）することが求められており、そうした制度がわが国でも必要かどうかについてご見解を伺いたい。【小林先生】

Google LLC

- 日本に同様の制度が必要かどうかについて、当社がお答えすることは難しいと思う。当社としては、これからも皆様とこのような機会を通じて意見交換を行わせていただければと考えている。

ヒアリングシート2-10で、ユーザーが自身の情報を管理できることが示されている。その管理は重要だが、ここで伺いたいのはユーザーが自身の情報を操作した場合、Googleはその削除対象の情報から得た二次的な情報、例えばその情報に基づいたユーザーの分類結果、その情報から推察した情報、プロファイリング情報は削除されるのか。仮にそうした二次的な情報が削除されない場合、元となった情報（一次的情報）を削除したとしても、実質的に、削除した情報は残っているのに等しいのではないか。【佐藤先生】

Google LLC

- 当社が収集したデータを保持する期間は、その内容、当社での使用方法、ユーザーがどのように設定したかによって異なる。個人情報や、写真そして文書のようなユーザーが作成した、またはアップロードしたコンテンツなどのデータは、ユーザーが好きなときに削除できる。ユーザーはまた、アカウントに保存されているアクティビティ情報を削除したり、一定期間後に自動的に削除することもできる。このデータは、ユーザーが削除するか、削除を選択するまで、Googleアカウントに保存される。サーバーログ内の広告データのようなその他のデータは、一定期間後に自動的に削除または匿名化される。ユーザーが当社のサービスを利用する頻度に関する情報などの一部のデータは、ユーザーがGoogleアカウントを削除するまで当社が保持する。また、セキュリティ、詐欺および不正行為の防止、財務記録の保持のように正当な事業目的や法的な目的で必要とされる場合に当社がより長期間にわたって保持するデータもある。ユーザーがデータを削除する場合、当社は削除プロセスに従って、ユーザーのデータが当社のサーバーから安全かつ完全に削除されるか、匿名化された形式でのみ保持されるようにする。当社は、情報が偶発的に削除されたり悪意によって削除されないよう当社のサービスで保護するよう努めている。このため、ユーザーが何かを削除してから、コピーが当社のアクティブシステムとバックアップシステムから削除されるまでには、時間差が生じることがある。

ヒアリングシート5-2に関して、フィンガープリントなどへの考え方の中に、プライバシーサンドボックスに言及されているが、プライバシーサンドボックスに関わるであろう、FLoCの後継として、Googleがコホートと呼んでいた取組はどのようになっているのか。【佐藤先生】

Google LLC

- Topics APIの提案では、FLoCと同様のユースケースに対応することを目指しているが、Topics APIの仕様と機能性はFLoCとは大きく異なる。FLoCはChromeが最初に提案したプライバシー保護案であり、当社を含むあらゆる外部当事者にユーザーが閲覧したサイトを明かさことなく、企業がユーザーのWeb閲覧アクティビティに基づいて関連性の高い広告を表示できるようにするものである。Chromeは2021年にFLoCの実験を行い、規制当局、プライバシー擁護団体、開発者、業界から貴重なフィードバックを受け取った。Topics APIの提案は、FLoCと同じ一般的なユースケースに対応するが、アプローチは異なる。ChromeはもうFLoCを開発していない。Topics APIでは、サイト間で多数のユーザーの再同定を困難にすることを目指している。これを実現するため、Web横断的な個人の再識別に使える情報の返送は微量に留めるほか、以下のメカニズムを使ってデータにレート制限をかける。
 - 通常、サイトが異なれば、同じ週の同じユーザーでも戻されるトピックは異なる。あるユーザーのサイトAのトピックがサイトBのトピックと同じとは限らないため、同一ユーザーであると判断することは難しくなる。
 - トピックは週1回のペースで更新されるため、そのユーザーについての情報を取得できる時間が制限される。
 - 低頻度でランダム（ダミーの）トピックが返される。
- また、Topics APIによって取得されるトピックは、Cookieやその他の「ユーザーが気づかない所で密かにトラッキングする技術」を使用して取得した情報よりも、センシティブな個人情報が含まれる可能性は大幅に低減される。トピックの分類リストは人間（プログラムではなく）によって慎重に選別されているため、一般的にセンシティブなトピックは除外されている。たとえば、健康、人種、性別に関するトピックは認められていない。その他の規制対象のトピックについては現在協議中だが、これを標準化できれば理想的である。

ヒアリングシート3-1において「Googleは、ユーザーが同意した場合、Googleのサービスへのアクセスに使用したアプリ、ブラウザ、およびデバイスに関する情報を収集します。」と記載がある。仮にGoogleがユーザーと呼んでいる対象が、Googleのサービスにアカウントを持っている者だけだとすると、アカウントを持っていない方の情報は同意なく、情報を収集しているとも読めるが、その理解でよいか。【佐藤先生】

Google LLC

- ユーザーがログアウトした状態で当社のサービスを利用する場合に当社が収集するデータは、ログインしたユーザーから収集するデータに関するものと同様のプライバシーポリシーに準拠して処理される。同意を得るには、同意の記録や取り消しの承認などを実現する仕組みが必要になる。このような観点から、当社が識別できないユーザーから同意を得ることは現実的ではないと考えている。

ヒアリングシート1-5のプロファイリングの質問に対するGoogleの回答の中で「ユーザーは、人種、宗教、性的指向、健康のようなセンシティブな情報に基づいてパーソナライズド広告が表示されることはありません。」という記載がある。そのような広告が表示されないことはよいが、Googleの広告以外のサービスでも利用されていないと理解してよいか。

また、Google内部ではユーザーの人種、宗教、性的指向、健康に関するプロファイリングはされることがあるという理解でよいか。【佐藤先生】

Google LLC

- 当社は、ユーザーが当社に情報を提供する目的に合わせて、機密性の高い情報を収集および処理することがある。例えば、ある人が診断を受けた病気に関する情報を検索する際に、健康に関する情報をGoogle検索に提供することがある。当社は検索結果を処理するが、この情報やその他の機密性の高い情報に基づいて広告を配信することはない。

ヒアリングシート4-2は、利用者情報・位置情報の取扱いなどに関する質問だが、Googleの回答は個人情報に関するものになっている。Googleは利用者情報・位置情報もすべからく個人情報として扱うということを意図した回答なのかということについて、念のため確認したい。【佐藤先生】

Google LLC

- 当社は、位置情報をその他の種類の個人情報とは異なる方法で取り扱っている。また当社は、当社のサービスがどのように利用されているか把握するため、分析および効果測定に位置情報を使用することがある。例えば、ユーザーがロケーション履歴をオンにするよう選択した場合、当社はこのデータを使用して、オンライン広告をきっかけに人々が店舗を訪れている可能性が高いかどうかを広告主が推定できるよう支援する。個人情報ではなく、匿名の推定値のみが広告主に共有される。そのため当社は、ユーザーがオンラインで行なった広告のクリックなどのアクティビティに関するデータを、広告主の店舗に関連するロケーション履歴データと紐付ける。ユーザーのロケーション履歴が広告主に共有されることはない。

ヒアリングシート5-1では、サードパーティによる情報取得について、ウェブブラウザだけでなく、アプリ経由等のケースも伺っているが、回答ではウェブブラウザとアプリを分けていないようである。ウェブブラウザとアプリは同じ方針という理解でよいか。【佐藤先生】

Google LLC

- モバイルにおけるプライバシー サンドボックス ポリシーについてはまだ策定中となっている。追加情報があり次第、適宜共有させていただく。

Googleの場合、Google独自のウェブブラウザ、例えばChromeを提供している。Chrome独自の機能、つまり他のウェブブラウザでは実装されていない方法で、GoogleとChromeの間で情報交換することも技術的には不可能ではないはずである。Googleは、Google独自のウェブブラウザの独自機能を用いて、Googleと当該ブラウザ間での情報交換はしていないという理解でよいか。【佐藤先生】

Google LLC

- 当社はChromeブラウザにオプションを提供しており、ユーザーは「Chrome の履歴」をGoogleアカウントと同期することができる。ユーザーがGoogleアカウントと同期することを選択した閲覧履歴がChromeの履歴である。Chromeの履歴の同期はオプションとなっている。当社がこのデータを収集するのは、ユーザーが (i) Chromeブラウザ上でGoogleアカウントにログインすることを選択し、さらに (ii) Chromeの同期設定を有効にすることを選択した場合である。ユーザーがChromeの同期を有効にする前に、当社はGoogle検索や当社のその他のサービスをパーソナライズするためにユーザーの履歴を使用する可能性がある旨をユーザーに示し、ユーザーは「設定」をクリックして同期をカスタマイズすることができる。
- 当社がChromeの履歴を使用するのは、(i) Chromeの同期機能を提供するため（ユーザーの利便性の向上のため）、(ii) 一部Googleサービスをユーザーによる選択に準じてパーソナライズするため、および (iii) （匿名および集計された形式でのみ）以下に示すとおり、当社製品を開発・改善するためである。当社はChromeの履歴をパーソナライズド広告に使用していない。
- デバイス間のChromeの同期：ユーザーがChromeの同期を選択すると、ユーザーのウェブ閲覧情報がGoogleアカウントに保存され、ユーザーがChromeにログインして同期しているデバイス全体で閲覧体験をカスタマイズできるようになる。これによりユーザーは、ブックマーク、履歴、パスワード、その他の設定といった同期された情報を他のデバイスで閲覧し、更新することができる。ユーザーがデバイスを変更または紛失したり、新しいデバイスを手に入れた場合に、同期された情報にアクセスすることもできる。

【次ページに続く】

Google LLC

- 製品間のパーソナライズ：Chromeユーザーは、同期されたChromeの履歴をGoogleアカウントのウェブとアプリのアクティビティに含めるかどうかを選択できる。履歴を使用するのは、検索速度を速めたり、アプリやコンテンツのおすすめをより役立つ内容にするなど、Googleサービスをよりパーソナライズされた形でユーザーに提供するためである。Chromeの履歴がパーソナライズド広告のために使用されることはない。
- 製品のメンテナンスと改善：当社は製品の開発および改善を目的として、当社のプライバシーポリシーのもと、Chromeの履歴を匿名および集計された形式で使用することもある。たとえばChromeは、Google製品をより包括的なものにするため、集計された年齢や性別の情報を利用統計情報と統合し、あらゆるユーザー属性により適した製品の開発に役立てることがある。

ユーザーとしては、自分で情報をコントロールできることはありがたいが、利用者がすべてを理解して管理するのはやはり大変である。ユーザー側のエージェントとして、利用者のあいまいなリクエストをGoogle上で実現してくれるようなAIを開発される予定はないか（例えば「コンテンツを邪魔する形で出てくる広告は全て非表示にして欲しい」など）。【沢田先生】

Google LLC

- 当社は、ユーザー自身がさまざまな当社製品における自身のデータの使われ方をより適切に管理できるようにするため、ユーザーコントロールの透明性を高める取り組みを継続的に行っている。しかし、ご説明いただいているような製品については、まだ提供できていない。

アカウントを保有していないユーザからもデータを取得し利用しているかについてご教示いただきたい。

(アカウントを保有していないユーザからも取得している場合)

- ・アカウントあり・なしの比をご教示いただきたい (正確な値は必要ないが、全体の問題を理解するために伺う)
- ・主な取得データとその利用目的についてご教示いただきたい
- ・どのような時に情報を取得しているかについてご教示いただきたい (例えば、アカウントを作成せずに自社サービスを利用したときや、第三者のサイトを閲覧しているときに、データを取得されることはあるのか、等)
- ・アカウントを保有していないユーザへの周知はどのようにされているのか。また、その周知は十分と考えているか 【高橋先生】

Google LLC

- ユーザーが当社以外のサードパーティが運営するウェブサイトやアプリ (以下「サードパーティのサイトやアプリ」) にアクセスすると、そのウェブサイトやアプリにおけるユーザーのオンライン行動は行動データとして記録される。このような行動データは、(i)広告識別子などのデバイス識別子に基づいて収集されることも、(ii)ユーザー識別子に基づいて収集されることもある (Googleアカウントにログインしているユーザーの場合)。いずれの場合においても、結果として収集される行動データは、(i)ユーザーがサードパーティのサイトやアプリにアクセスしてオンラインサービスを利用する際に生成および収集され、(ii)いずれも当該サードパーティのサイトやアプリにおけるユーザーのアクセス / 行動記録から構成される。例えば、ユーザーがサードパーティのサイトやアプリ内にあるリンクをクリックして特定のウェブページにアクセスした場合、その行動データポイントは、ユーザーがGoogleアカウントにログインしているかどうかにかかわらず、どちらの場合も当社に送信される。
- 前述の行動データは、サードパーティのサイトやアプリから収集され、主にサードパーティのサイトやアプリでパーソナライズド広告をユーザーに表示するために使用される。このことは、(i) Googleアカウントを持っていない (またはログインしていない) ユーザー (デバイス識別子を使用して収集)、および(ii) Googleアカウントにログインしており、Googleアカウント内で関連する設定をオンにしているユーザー (ユーザー識別子を使用して収集) の両方に当てはまる。唯一の違いは、ユーザー識別子を介した収集 (つまりユーザーがGoogleアカウントにログインした後) により、広告のパーソナライズに使用されるデータの範囲に違いが生じる可能性があることである (すなわち、サードパーティにおける行動データがユーザー識別子を介して収集される場合、サードパーティにおける行動データはユーザーのGoogleアカウントと統合され、パーソナライズド広告に使用することができる) 。

【次ページに続く】

Google LLC

- 言い換えると、ユーザーがGoogleアカウントにログインせずにサードパーティのサイトやアプリにアクセスした場合、行動データはデバイス識別子を介して収集され、当該ユーザーのGoogleアカウントと統合されることなく使用される。一方、ユーザーがGoogleアカウントにログインした状態でサードパーティのサイトやアプリにアクセスした場合、ユーザー識別子に基づく行動データは（ユーザーの関連設定が有効になっていれば）ユーザーのGoogleアカウントと統合させることが可能である。これにより、サードパーティのサイトやアプリ上でユーザーにパーソナライズド広告をより多く表示することができる。

プライバシーポリシーには日本の法律に合わせてまとめられたページもあり、ここは親切でありがたいと思う。匿名加工情報や仮名加工情報の条項がないが、これらの情報は使用していないということか（全体のポリシーを読むと利用しているようにも思われる）。【寺田構成員】

Google LLC

- 統計情報や非個人情報の取り扱いはあるが、個人情報保護法上、匿名加工情報や仮名加工情報に該当する情報は取り扱っていない。

第三者提供に関して、機微な情報については「明示的な同意を取得する」とされているが、それ以外の第三者提供の同意は「明示的でない」場合があるということか。【寺田構成員】

Google LLC

- この回答は、当社が収集した情報を共有する際の根拠と関連性がある。一部の例外を除き、当社がユーザーの個人情報を当社以外の企業、組織、または個人と共有することはない。ただし、機密情報、ドメイン管理者との共有、外部処理、法的な理由に対する明確な同意など、ユーザーの承諾を得た場合は、例外となる。

「ユーザーの個人情報を販売しません」という方針に対して、消費者はなんとなく信用しきれない、という疑いを持っているのではないか。それは、Googleが広告主に対して、広告のパーソナライズに役立つためのデータを提供しているためである。データ提供は、消費者にとっては「販売」と変わりがないのではないか。Googleは広告主と何らかの有償の契約をしており、それは言い換えれば消費者の情報を結局販売していることと変わりはないのではないか、との印象を受ける。広告主との契約やその内容を示し、個人情報の販売との違いを明確にすべきではないか。【古谷先生】

Google LLC

- 当社は、ユーザーの個人情報を広告主や第三者に販売していない。当社は広告サービスの提供をダッシュボードやユーザーインターフェースを通じて行っており、これにより広告主は、統計によって導き出された、特定の特性を持つオーディエンスに対して広告を表示することができる。当社は、ユーザーの情報を安全に保ち、ユーザーが自分の情報を簡単に確認し管理できるようにしている。
- ユーザーの情報を当社が安全に扱っていることにユーザーが信頼を置くことで、当社の事業は成り立っている。当社が次のことを行うのは、このためである。
 - ・収集するデータとその使用方法について明確に伝えている
 - ・当社がどのデータを収集し使用しているかを簡単に管理できるツールを提供している
 - ・当社は、ユーザーが信頼して提供した情報について、自身で把握し管理できるように取り組んでおり、サービス（myaccount.google.com など）を構築している
 - ・世界で最も高水準のセキュリティインフラでユーザーの情報を保護している
 - ・ユーザーの情報をどのように収集し、使用するかについて、できる限り明確にお知らせしている（当社のプライバシーポリシーは、Center for Plain Language で 1 位にランクされている）
 - ・ユーザーの個人情報は、ユーザーがオプトインの意思を示さない限り、誰とも共有しない（法律に基づき求められた場合を除く）

「広告によって誰でもインターネット上の質の高い情報、つまりパーソナライズされた情報にアクセスできるようになります。」とのことだが、それは言い過ぎではないか。消費者にとって「質の高い情報」というのは、「パーソナライズされた情報」というよりは、「正確な情報」や「適切な情報」ではないか。「パーソナライズされた情報」は、あくまで「ニーズにあった情報」ということに過ぎない。この認識のギャップが Google の取組の信頼性に影響しているように思うが、どう考えるか。【古谷先生】

Google LLC

- パーソナライズされた広告がもたらす収益によって、パブリッシャーやクリエイターはユーザーの役に立つコンテンツを制作することができ、これが安全で健全なウェブの原動力となっていると考えている。このようなウェブサイトが無料または低コストで利用できるからである。パーソナライズされた広告は効果が高いため、広告主はより多くの広告費をかける。その結果、パブリッシャーの収益が増加し、無料または低コストのコンテンツを支える資金となる。パーソナライズド広告はユーザーとの関連性がより高いため、広告主はエンゲージメント率とコンバージョン率を向上させることができ、またパブリッシャーにとっては収益の拡大につながる。当社は質の高いユーザーエクスペリエンスを提供するために、すべての広告、アセット、配信先 URL が当社の広告ポリシーに準拠することを求めている。Google 広告ポリシーの「編集」ページをご覧ください。

Meta Platforms, Inc.への追加質問

ヒアリングシート 2-2の回答において「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」と回答があるが、アカウント作成時の同意の取得方法を確認したところ、「登録した場合、これらの規約に同意したとみなされます。」という趣旨の表記しかなく、明示的な同意チェックボックスもなく、拒否できるものに関しても拒否のオプションが示されていないことを確認した。これらはGDPRにおける同意の有効性において、有効な同意であると考えているのか。あるいは、日本からのアクセスにおいては、簡易的な会員登録フローになるといった制御がなされているのか。なお、先日、イギリスのICOからも会員登録時の包括的な同意や拒否オプションを示さない同意は無効であるという見解が公表されている。【太田先生】

https://www.drcf.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/266226/Harmful-Design-in-Digital-Markets-ICO-CMA-joint-position-paper.pdf

Meta Platforms, Inc.

- 一般データ保護規則（GDPR）は、日本国内ではなく、EU域内の個人に関するデータを処理するすべての企業に適用される。当社のユーザー・インターフェースは、関係のあるユーザーに適用される法律に準拠するように設計されている。

3-1の回答において「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」と記載があるが、回答にある「共有」は日本の個人情報保護法における、同意が必要な第三者提供と認識すれば良いか。【太田先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社は、広告主が当社へのデータを転送することを日本の法律上どのように解釈すべきかについて意見を述べる立場にはないが、当社では一般的にパートナーに対し、関連する法律に基づきユーザー情報を収集、使用、共有する権利を有することを当社に利用者情報を提供する前にご確認いただくようお願いしている。この義務の詳細については、こちらで公開されているMeta Business Toolsの規約をご覧ください（条項1(e)と3(d)が最も関連性がある）。

「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」と回答があるが、本当にパートナーが適切にユーザーから同意等を得ていることの確認を行っているのか。【太田先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社のプライバシー保護に関する活動は、プライバシー保護とデータ利用の基準を全社のオペレーションに浸透させる内部ガバナンス構造によって支えられている。社外的には、独立したガバナンス機関が当社のプライバシープログラムのその実践を監督している。
- 内部監査は、当社のプライバシープログラムとそれを支える管理フレームワークの全体的な健全性について独立した立場から信頼性を提供している。

会議の場で以下の質問を行った。

【「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」と回答がありますが、一方で1-3の回答では、利用者情報を第三者に提供していると回答しています。例えば、広告測定を行うベンダーやマーケティングを行うベンダーに対しては統計情報ではなく、識別情報の提供を行っており、技術的にもビジネスツールデータを用いないと、第三者がマーケティングや効果測定などが行えないと思うのですが、どちらが回答が正しいのでしょうか。】

上記質問に対して、リストは第三者に提供されないが、イベントデータについてはマーケティングや広告の効果測定等のための第三者に提供する場合があるとの回答があったという認識は正しいか。

「Metaビジネスツール利用規約」や「顧客リストのカスタムオーディエンス利用規約」を読んでも、どこまでが広告主の管理下であり、どこからがFacebookの管理下になり、どこからが第三者へも提供される範囲なのかがわからない。また、エンドユーザー向けのプライバシーポリシーを読んでも同様である。【太田先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社が広告主からイベントデータを受け取った後、イベントデータを広告主と共有することはない。広告主と共有されるのは、イベントデータの分析結果である。
- また、「Metaビジネスツール利用規約」は当社と広告主との間で締結される契約であるため、同規約における「利用者」とは広告主を意味している。ビジネスツールデータは、広告主がメタビジネスツールのサービスを利用するために、広告主からメタに共有される。ビジネスツール利用規約の第1項には、ビジネスツールを通じて当社と共有されるデータに付随する条件が記載されており、ビジネスツール利用規約の第2項には、当社がビジネスツールデータをどのように処理するかが記載されている。例えば、広告主は、第2a(ii)項に定めるとおり、当社に対し、広告主に測定・分析サービスを提供しレポートを作成するべくイベントデータを処理するよう指示することができる。
- 一方、プライバシーポリシーの対象者は、当社サービスの利用者である。従って、プライバシーポリシーで言及される「利用者」とは、広告主を含む可能性のある当社サービスの実際の利用者となる。プライバシーポリシーで議論される利用者データには、当社が利用者から受け取るデータが含まれる。

「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」と回答されているが、Chromeに実装されているPrivacy SandboxのAttribution Reporting APIと似たような仕組みを検討しているのか。
また、Chromeに実装されているFirst Party SetsやCHIPS等、その他のPrivacy Sandbox機能を用いた広告手法の検討などは行っているか。【太田先生】

Meta Platforms, Inc.

- 他社が導入している特定のテクノロジーについてコメントすることは差し控えるが、当社はプライバシーを強化するテクノロジー(PET)が次世代のデジタル広告をサポートすると信じており、そのため当社は、ソリューションとベストプラクティスを構築するために、学者、グローバル組織、開発者とともに複数年にわたる取り組みに投資している。こちらの記事では、当社が探求しているテクノロジーのいくつかについて、さらに詳しく説明されているのでご参照いただきたい。
<https://about.fb.com/news/2021/08/privacy-enhancing-technologies-and-ads/>

ヒアリングシートの1-3では、「弊社は以下の者と一定の情報を共有します」と述べられているが、「一定の情報（1-2に含まれる情報とは思われる）」の内容、外延及び範囲について、述べられていないように思うので、ご説明いただきたい。共有されることについてオプトアウトしたいユーザーがどのように行動すればよいのかについても併せてご説明いただきたい。【大谷構成員・佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社のプライバシーポリシーは、各カテゴリーごとにどのような情報が提供されるかを開示している。これらの情報は、プライバシーポリシーにおいて集約された形で提供される。具体的には、以下のようなものである。

広告主:

- 利用者がアクションを実行した広告
- 利用者が広告に対していつアクションを実行したか
- 広告の表示場所(Instagram上、あるいはFacebook上など)

Audience Network のパブリッシャーやそのベンダー:

- パブリッシャーのアプリで広告を見て、アクションを実行する利用者数
- アプリで広告を配信するためのパブリッシャーからのリクエストに関連した情報、またはこれに応えるための情報。

弊社の分析サービスを利用するパートナー:

- パートナーのコンテンツ、製品、サービスでアクションを実行した利用者の数
- アクションを実行した利用者に関する一般的な利用者層データや興味・関心
- パートナーの製品やサービスを利用したMeta製品への接続状況、その接続やネットワークのパフォーマンス

【次ページに続く】

Meta Platforms, Inc.**弊社製品やコマースサービスプラットフォームサービス上で商品やサービスを提供するパートナー：**

- 注文や支払い、連絡先、配送に関する情報など、取引を完了するための情報
- デバイスや接続に関する情報など、取引のセキュリティを確保するための情報
- 適用規制で求められる情報
- 利用者が自身の選択により共有するその他の情報

統合パートナー：

- 利用者が当該製品・サービスで投稿または共有した内容
- パートナーのサービスを利用して行う内容
- ご利用のデバイスからの情報、そのデバイスに関する情報
- 弊社製品で選択されている言語設定

効果測定を行うベンダー：

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。

【次ページに続く】

Meta Platforms, Inc.**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。調査の目標には、以下のサポートなどが含まれます。

- 弊社のビジネスやミッション
- 公益活動
- 技術の進歩
- 弊社製品における安全とセキュリティ
- 公共の利益
- 心身の健康

データの移行ができることについて、データに紐づいた情報を消去したり選択したりできるのか。例えば、写真を他のSNSに移行する際、紐づいている位置情報やタグを削除することを選択できるのかをご教示いただきたい。【木村先生】

Meta Platforms, Inc.

- 利用者は、Transfer Your Informationツールで「アカウントセンター」→「お客様の情報と権限」→「お客様の情報を転送」を選択することで、写真、ビデオ、メモ、投稿を転送することができる。そこから、利用者はカスタム転送を作成するを選択し、転送したいデータに適した転送先を選択することができる。写真の場合、利用者はすべての写真、特定のデータ範囲内のすべての写真、または特定のアルバムを転送できる。ビデオの場合、利用者はすべてのビデオ、特定の日付範囲内のすべてのビデオ、または特定のビデオを選択できる。画像を転送すると、画像のメタデータの一部が削除される。利用者は、転送中に削除されるメタデータを選択することはできない。

IDがない利用者や既にIDを持っている利用者が、新たにIDを作成した場合、使用端末が同一である等の情報をもとに、同一人物として情報が統合・紐付けされて蓄積されるのか。【木村先生】

Meta Platforms, Inc.

- これらのIDに関連する情報（デバイスIDなど）は、利用者がアカウントセンターで自主的にIDをリンクしない限り、自動的にリンクされない。

利用者が必要に応じていろいろと設定ができるのはよいことだが、利用者はそこまで見ない場合も多いと思われる。デフォルトとして設定していることと思うが、設定が変更できることなどについて、利用者にわかりやすく通知したり、設定を促したりする工夫についてご教示いただきたい。【木村先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社のテクノロジーをご利用いただいている皆様や、プライバシーの専門家からのご意見に基づき、当社は昨年、プライバシーポリシーをより分かりやすく、当社が提供する最新の製品を反映させるために書き直した。当社の目標は、当社のデータ慣行についてより明確にすることであり、コントロールにアクセスする方法を増やした。また、2022年初頭には、当社のアプリやテクノロジー全体にわたるプライバシーに対する当社のアプローチについて、人々がより詳しく知ることができる場所として、プライバシーセンターの展開を開始した。プライバシーセンターでは、共有、セキュリティ、データ収集、データ使用、広告の5つの一般的なプライバシートピックについて役立つ情報を提供している。より詳しい情報はプライバシーセンターをご覧ください。

「ヒアリングシート6 – 2 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」について、プライバシーリスクへの措置が十分に行えているかを判断するために、監督機関に相談しているか。GDPR36条では、高いリスクがある場合に監督機関に事前相談（Prior Consultation）することが求められており、そうした制度がわが国でも必要かどうかについて見解を伺いたい。【小林先生】

Meta Platforms, Inc.

- 2018年5月25日に施行された一般データ保護規則（GDPR）は、欧州全域で一貫したデータ保護規則を策定するものです。これは、EU域内の個人に関する個人データを処理するすべての企業にのみ適用されます。
- 内部監査や個人情報保護委員会による審査など、Metaの個人情報保護審査プロセスの詳細については、質問2に対する当社の回答およびこのウェブサイト（<https://about.meta.com/privacy-progress/>）をご覧ください。

スライド及びヒアリングシートにおいて、Metaが「利用者」と呼んでいるのは、Metaのサービスのアカウントを持っている者だけか。第48回会合の質疑では、Metaはアカウントを持っていない者の情報も収集・利用することを表明していた。アカウントを持っていない者は、Metaが情報を収集していることを認識できるのか。また、認識したとして、その利用者はオプトインやオプトアウトなどで、自己の情報を制御・管理できるのか。つまり、ヒアリングシート2-2では利用者に対する通知や同意取得の説明に関する記載があるが、Metaのサービスのアカウントを持っていない者には、どのように通知や同意取得をするのか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 多くの企業と同様、当社のプライバシーポリシーとクッキーポリシーでは、お客様が当社にアカウントを持っているかどうかにかかわらず、情報が収集されることを明確にしている。当社の製品の中には、RoomやPageなど、Facebookアカウントに登録しなくても利用できるものがある。これらの製品は、登録したユーザーでなくても利用することができ、当社は、デバイス情報や実行されたアクションに関する情報など、特定の情報を収集している。なぜならこれら商品をお使いいただくためには、このような情報が必要なためである。
- また、広告主のウェブサイトやアプリでの活動に関する情報など、Facebookアカウントを持たない人に関する情報を、ビジネスツールを介して広告主やパートナーから受け取っている。このことをより明確にするために、昨年プライバシーポリシーを更新しており、またクッキーポリシーに直接リンクされるようになっている。自分のデータが広告主のウェブサイトから当社と共有されることを望まない場合、その人はそのページでクッキーの受け入れを拒否することができる。当社のクッキーポリシーには、当社の利用者と非登録利用者の両方について、クッキーのオプトアウトに関する情報が掲載されている。
- 当社は、プライバシーに関するブログなど、他の場所でもこの情報を共有している。昨年の更新では、プライバシーポリシーの中でこれを明確にすることを目的として、非ユーザーに関するデータ収集と使用目的について説明する基本的な文言を追加した。この点において、当社の慣行に変更はない。
- 当社は、当社にアカウントを登録していない可能性のある個人のデータを処理する方法について透明性を確保している。例えば、当社の製品ウェブサイトを訪れる非ユーザーは、クッキーポリシーで多くのコントロールを行使することができる。

【次ページへ続く】

Meta Platforms, Inc.

- 以下は、非登録利用者のデータに関連するプライバシーポリシーの抜粋である。

【利用者がアカウントなしで弊社製品を利用し、または弊社製品でアクションを実行する場合に弊社が取得し受け取る情報

アカウントがなくても、Meta製品でアクションを実行したりMeta製品を利用したりすることは可能です。その場合、弊社は以下のような情報を取得します。

- ・Facebookページ、動画、ルームなど、公開コンテンツへのアクセスに関するブラウザとアプリの記録
- ・デバイスのモデルやOSなど、弊社のアプリをダウンロードしたデバイスに関する基本情報

また、ビジネスツールやその他のMeta製品を利用する他のウェブサイトやアプリへのアクセスがあった場合には、クッキーや同様の技術(Metaピクセルやソーシャルプラグイン等)を利用して情報を受け取ります。パートナーやベンダーなどのサードパーティから弊社が受け取る情報について詳しくは、本ポリシーおよびクッキーポリシーをご確認ください。

弊社が情報を取得し受け取る理由の例**弊社製品のセキュリティ**

例えば、弊社は、トラフィックで弊社のサーバーに過大な負荷をかけるといったシステムへの攻撃の試みをモニタリングするために情報を取得します。また、アカウントのない者が多量のページを読み込もうとしている場合、弊社の規約に違反した形でサイトをしようとしている可能性があります。この場合、弊社はそれを阻止するために措置を講じることができます。

安全と保全性

例えば、アカウントのない者がルームに参加し、有害な動画をシェアしていたら、弊社はコミュニティ規定に従って措置を講じることができます。また、弊社の規約やポリシーに違反するコンテンツを削除することができ、死亡や差し迫った身体的危害が生じる真の危険があると考えられる場合には法執行機関に情報を共有することができます。

広告

例えば、Meta製品の登録ユーザーであることを弊社が認識できないと、別のアプリにアクセスした際に、Meta Audience Networkを通じたMetaの製品の広告が表示される場合もあります。

パフォーマンス

例えば、さまざまな国における弊社ページの読み込み速度や、それがうまく動作しているかどうかを測定することなどを目的として、アカウントを持たずに弊社製品を利用する人についての情報も取得します。これにより、ローカルネットワークの問題を特定し、修復しやすくなります。】

ヒアリングシート1-3によると、利用者の情報を外部リサーチャーに提供して、「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」とあるが、「安全、セキュリティ、保全」のためだけなのか。例えばマーケティングなどでの利用のために外部リサーチャーに提供することはないと理解してよいか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社は外部の研究者に情報を提供している。外部の研究者は、学術とイノベーションを前進させる研究を実施し、安全、セキュリティ、完全性を促進するために情報を使用する。
- 当社はFacebook Open Research and Transparency (FORT)を擁しており、研究目的のためにプライバシー保護されたデータセットを開発し、独立した研究者とプライバシー保護されたデータを共有することに専念している。FORTは、研究目的でプライバシー保護されたデータセットを開発し、独立した研究者とデータを共有することで、当社が社会に与える影響を研究している。当社は、何十億ものデータポイントを研究者と共有する複雑さと、当社のプラットフォームを利用する人々のプライバシーを維持することのバランスをとっている。今日、FORTはプライバシー保護された環境で世界中の研究者とMetaプラットフォームデータを共有しています。当社の焦点は、社会現象を研究し説明するために、大規模な人間の行動データに計算論的アプローチを適用する社会科学者を支援することである。FORTについての詳細は、こちら(<https://fort.fb.com/>)とこのブログ記事(<https://research.facebook.com/blog/2022/1/introducing-the-researcher-platform-empowering-independent-research-analyzing-largescale-data-from-meta/>)をご覧ください。

ヒアリングシート 1 - 4 におけるMetaの回答では、広告主には利用者を直接特定できる情報は提供しないとの記載がある。逆に言うと、Metaと第三者の間で利用者を間接的に特定できる情報、例えば何らかの識別子や、ユニークな行動履歴のような情報は、広告主に提供するという事を表明していると考えてよいか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社のプライバシーポリシー（以下に抜粋コピー）で説明されているように、当社は、広告を見て広告に関与した人の数と種類に関するレポートを広告主に対して提供している。これらのレポートには、広告主の広告に関与した人々の一般的な属性や興味に関する情報が含まれる。ただし、利用者から許可されない限り、それ自体で利用者を特定できる情報を提供することはない。

【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。例についてはこちら。

また、Metaは広告主やそのベンダーに対して以下に関する情報も提供しています。

- 利用者がアクションを実行した広告
- 利用者が広告に対していつアクションを実行したか
- 広告の表示場所(Instagram上、あるいはFacebook上など)

また、利用者が見た広告であって、広告主のアプリのダウンロードなど、広告主に対するアクションの実行につながったものの確認も行います。ただし、利用者の許可がない限り、氏名やメールアドレスなど、単体で利用者への連絡や利用者の特定に利用できる情報を、こうした広告主やそのベンダーとは共有しません。】

- 場合によっては、当社製品上および製品外でのアクティビティなど、利用者に関連付けられた情報を当社が匿名化し、その結果得られた情報を、広告を含む当社製品の提供および改善に使用することがある。
- 利用者が誰であるかを広告主に知らせることなく利用者に広告を表示するためにデータがどのように使用されるかについての詳細は、「Facebook広告について」(<https://www.facebook.com/about/ads>) をご覧いただきたい。

ヒアリングシートの説明では「利用者の情報」と「利用者に関して取得した情報」という二つの表現を使い分けているように見える。例えば、ヒアリングシート1-3ではMetaの分析サービスを利用するパートナーについて、Metaが利用者に関して取得した情報を使用するとあるが、これはMetaが利用者から直接的に取得した情報という意味でよいか。例えば1-2ではMetaが利用する個人の情報として、プロフィール情報や利用者に関する推察といった情報を挙げているが、分析に関わるパートナーとの共有に、こうした二次的な情報は含まれないという理解でよいか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- ヒアリングシート1-3の回答において、当社の分析サービスを利用するパートナーとのデータの共有についての説明で言及した、「利用者に関して取得した情報」とは、当社のプライバシーポリシーで説明している内容を指し、以下の情報が含まれる。詳細については、プライバシーポリシーの該当箇所をご参照いただきたい。（下記抜粋）
 - 【・弊社製品への登録時やプロフィールの作成時に利用者が弊社に提供する情報(メールアドレスや電話番号など)
 - ・弊社製品における利用者のアクティビティ。これには、利用者がクリックまたは「いいね！」するコンテンツ、利用者の投稿、利用者が送信する写真やメッセージが含まれます。エンドツーエンド暗号化されたメッセージを使用する場合、弊社は、利用者から審査を求める報告が行われない限り、それらのメッセージを読むことはできません。
 - ・利用者の友達またはフォロワー、および弊社製品における友達またはフォロワーのアクティビティ
 - ・利用者が弊社製品で使用している携帯電話、コンピューター、タブレットからの情報(それらの種類、使用しているアプリのバージョンなど)
 - ・弊社製品内外における利用者のアクティビティに関してパートナーから取得する情報。これには、利用者がアクセスする他のウェブサイト、使用するアプリ、プレイしたオンラインゲームが含まれます。】

ヒアリングシート2-2について、通知・同意取得の対象は、利用者から直接取得した情報だけでなく、プロファイリングなどの情報も含まれていると考えてよいか。仮に利用者がその利用者から取得した情報を削除できても、その削除対象の情報から作られた二次的な情報、例えばその情報に基づいたユーザーの分類結果、その情報から推察した情報、プロファイリング情報が残っていれば、削除しても仕方がないことになるのではないか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社のプライバシーポリシーとヘルプセンターは、利用者がMetaアカウントを削除する方法と、削除した場合にどのようなデータが削除されるかを明確に説明している。また、日本の利用者のために、当社は、利用者がアップロードして共有したデータの削除を要求できるコンタクトフォームを作成した。

ヒアリングシート2-1でも紹介されているMetaのプライバシーポリシーについて、Metaが利用者から直接取得する情報は、冒頭に列挙する形でわかりやすく書かれているが、利用者から直接取得していない情報、例えばプロファイリングなどによる情報は、ポリシーの後半の表の中にしか出てこない状態である。プロファイリングなどのプライバシーに関わる情報は、Metaが利用者から直接取得する情報以外についても、プライバシーポリシーに目立つように書くべきではないか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 貴重なご意見として、今後のプライバシーポリシー改訂の参考にさせていただきたい。

ヒアリングシート3-1にクッキーデータの記載があるが、このクッキーデータとはMetaが発行したクッキーデータなのか、パートナーが発行したクッキーなのか、ご教示いただきたい。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- ヒアリングシート3-1の回答文にある「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。」（強調は追加）に言及されているものと理解している。ここでいうクッキーは、パートナーのウェブサイト上の、当社が発行するクッキーデータのことである。

ヒアリングシート1-3において、Metaが情報を共有する第三者の範囲を挙げている。ここでいう情報には、ヒアリングシート1-2にあるプロフィール情報や利用者に関する推察といった情報は含まれているか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- P22～24の回答を参照いただきたい。

ヒアリングシート3-6の最後にある「移転はさまざまな理由により」と記載があるが、「さまざま」を具体的にご説明いただきたい。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- ヒアリングシート3-6に対する当社の回答に記載したとおり、当社がデータをグローバルに移転する必要がある理由の例は、以下のとおり。
 - ・ご利用の当社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る。
 - ・当社製品の修復、分析、向上を可能とするため。

ヒアリングシート3-4について、Metaは広告主がMetaに提供するビジネスツールデータを第三者に提供しないとあるが、ヒアリングシート3-1に記載があるように、広告主が第三者に作成を求めたレポートについても、Metaは第三者に提供しないという理解でよいか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- ビジネスツール利用規約の1.b.項には、1(d)項を条件として、当社はビジネスツール利用規約の利用者から提供されたビジネスツールデータを第三者と共有しないと明記されている。
- ここで、「ビジネスツール・データ」という場合、以下のような意味であることにご留意いただきたい：
 - 「連絡先情報」とは、名前、メールアドレス、住所、電話番号などの個人識別情報をいう。当社は、マッチングを行う目的でのみこれらを使用する。マッチングを目的として、Meta JavaScriptピクセルを介して送信される連絡先情報については、送信前に当社がハッシュ化する。Meta画像ピクセルまたはその他のMetaビジネスツールを利用する場合には、利用者またはそのサービスプロバイダーが、当社が規定する方法で、送信前に連絡先情報をハッシュ化する必要がある。
 - 「イベントデータ」とは、利用者がユーザーに関して共有するその他の情報、および、利用者のウェブサイト、アプリ、ショップにおいてユーザーが行ったアクション(サイトの訪問、アプリのインストール、商品の購入など)に関して利用者が共有するその他の情報をいう。イベントデータには、ユーザーがFacebookログインやソーシャルプラグイン(いいね！ボタンなど)を使用してウェブサイトやアプリにアクセスする際に取得および送信される情報が含まれるが、個々のユーザーがFacebookログインやソーシャルプラグインを介するなどして(例えば、ログインしたり、記事や曲に「いいね！」したり、それを共有したりすることによって)当社プラットフォームとやり取りをする際に生成される情報は含まれない。個々のユーザーがFacebookログインやソーシャルプラグインを介するなどして当社プラットフォームとやり取りをする際に生成される情報には、プラットフォーム利用規約が適用される。

ヒアリングシート1-1において、Metaの収集データのうち、電池レベルや信号強度は具体的に何のために使うのか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社が提出したヒアリングシート1-1に対する回答は、旧バージョンのプライバシーポリシーに基づくものであったことをお詫び申し上げます。現在のポリシーに基づき、当社が収集する情報を以下のようにご説明する。古い情報を提供してしまったことをお詫び申し上げます。
- 当社が取得する情報は以下のとおり。

利用者のアクティビティや利用者自身が提供する情報

弊社製品では、メッセージを送信したり、写真や動画を撮ったり、物品の売買をしたり、ほかにも多くの活動を行うことができます。弊社製品で行うことのできる活動すべてを「アクティビティ」と呼んでいます。弊社製品全般にわたるアクティビティやご提供いただく情報を弊社は取得します。これには以下のようなものがあります。

- ・投稿やコメント、音声など、利用者が作成するコンテンツ
- ・カメラ機能やカメラロールの設定、または音声対応機能を通じて利用者が提供するコンテンツ。
- ・送受信するメッセージ(その内容を含む)(適用法に従う)。利用者から審査を求める報告が行われない限り、弊社はエンド・ツー・エンド暗号化メッセージのコンテンツを見ることはできません。
- ・コンテンツやメッセージに関するメタデータ(適用法に従う)
- ・表示したりアクションを実行したりするコンテンツの種類(広告を含む)、およびアクションの内容
- ・ご利用のアプリと機能、およびその中で実行したアクション。
- ・Metaのチェックアウト機能などを通じて行う購入やその他の取引(クレジットカード情報を含む)
- ・ご利用のハッシュタグ
- ・弊社製品上でのアクティビティの時刻、頻度、継続時間

【次ページに続く】

Meta Platforms, Inc.**友達、フォロワーなどのつながり****友達、フォロワーなどのつながりについて取得する情報**

友達、フォロワー、グループ、アカウント、Facebookページ、またはつながっていてやり取りのあるその他の利用者やコミュニティに関する情報を取得します。これには、弊社製品全般にわたってやり取りしている状況や、最も多くやり取りしている相手に関する情報が含まれます。

連絡先について取得する情報

アドレス帳の同期などにより、連絡先情報をデバイスからアップロードまたはインポートすることを選択している場合、氏名やメールアドレス、電話番号などの連絡先情報も取得します。

Meta製品を利用していない場合、またはアカウントを作成することなく製品を利用している場合であっても、情報が取得されることがあります。

ほかの利用者のアクティビティに基づいて弊社があなたについて取得・推察する情報

ほかの利用者のアクティビティに基づいて、弊社はあなたに関する情報を取得します。

また、ほかの利用者のアクティビティに基づいて、あなたに関する推測も行います。以下に例を示します。

- ・誰かがアップロードする連絡先リストにあなたが載っている場合、そのリストにある別の人を、Facebookの「知り合いかも」の機能を通じて友達として紹介することがあります。
- ・また、グループへの参加を提案する際には、あなたの友達がそのグループのメンバーであるかどうかを考慮します。

【次ページに続く】

Meta Platforms, Inc.**アプリ、ブラウザーおよびデバイスに関する情報**

ご利用の各種デバイスやその使用方法に関する情報を取得し受け取ります。

弊社が取得し、受け取るデバイス情報には以下のようなものがあります。

- ご利用のデバイスとソフトウェアの種類、その他のデバイスの特質。
- 弊社のアプリがフォアグラウンドにあるかどうか、マウスが動いているかどうかといった、ご利用のデバイス上の行為(人間とボットを区別するのに役立つ)
- ファミリーデバイスIDなど、ご利用のデバイスとほかの利用者のデバイスを識別する識別情報。
- デバイスからのシグナル。
- GPS位置情報、カメラアクセス、写真、関連するメタデータなど、デバイスの設定を通じて弊社と共有した情報
- IPアドレスなど、ご利用のデバイスが接続しているネットワークや接続に関する情報。
- 一定の一関連情報(デバイス設定で位置情報サービスがオフになっている場合も情報を受け取ります)。これには利用者の概略位置情報を推定するためのIPアドレスが含まれます。
- ご利用のデバイスでの弊社製品のパフォーマンスに関する情報
- Cookieなどの技術を通じた情報。

【次ページに続く】

Meta Platforms, Inc.

パートナー、ベンダー、その他の第三者からの情報 弊社が取得する情報または受け取る情報の種類

当社は、弊社製品内外における利用者のさまざまな情報やアクティビティに関して、パートナー、効果測定を行うベンダー、マーケティングベンダー、その他の第三者から情報を取得し受け取ります。利用者に関して当社が受け取る情報の例は以下のとおりです。

- ・デバイス情報
- ・ソーシャルプラグインやMetaピクセルを通じたものなど、アクセスしているウェブサイトやCookieデータ
- ・利用しているアプリ
- ・プレイしているゲーム
- ・弊社製品外でMeta以外のチェックアウト機能を使用して行う購入や取引
- ・学歴などの利用者層データ
- ・見ている広告や、広告に対して実行するアクション
- ・弊社パートナーの商品やサービスの使用方法(オンラインなのか、それとも対面なのか)

パートナーは、利用者のメールアドレス、Cookie、広告デバイスIDなどの情報も弊社と共有します。これらの情報は、上記のアクティビティとアカウントをマッチさせるのに役立ちます(アカウントを持っている場合)。

あなたが弊社製品にログインしているかどうか、または弊社製品のアカウントを持っているかどうかにかかわらず、弊社はこうした情報を受け取ります。

連絡事項の管理サポートといったサービスを自社ビジネスに提供しようパートナーが弊社に指示する場合、パートナーはあなたとの連絡事項についても弊社と共有します。事業者があなたの情報を処理または共有する方法について、詳しくは当該事業者のプライバシーポリシーをお読みいただくか、当該事業者に直接ご連絡ください。

ヒアリングシート1-2の質問意図は取得情報の利用状況であり、位置情報サービスがオフでも取得できる情報として、IPアドレスやアクティビティに関わる情報が列挙されているが、Metaのサービスでは、それらの情報は位置の推測のために利用していると理解してよいか。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 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する。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)などがある。
- ヒアリングシート1-2に対する回答で説明したように、利用者が位置情報サービスをオフにしている場合でも、当社は、ユーザーが当社製品にどのように関与したかに基づいて、当社プラットフォーム上でのユーザーの活動から、またはネットワーク活動を通じて、いくつかの位置情報に関連する情報を受け取っている。例えば、これにはIPアドレスを使用してユーザーの一般的な位置を推定することが含まれる。
- お客様のデバイスのGPS信号のような特定の位置情報や、Wi-Fi接続やIPアドレス(インターネットプロトコルアドレス)のような接続情報は、お客様がどこにいるかを理解するのに役立つ。IPアドレスは、電話やコンピュータなどのデバイスに割り当てられた固有の番号で、インターネット上での通信を可能にする。番号は、標準的なガイドライン(プロトコル)に従って割り当てられる。友人から手紙を受け取るのに住所が必要なように、インターネット上で情報を受け取るにはデジタルアドレスが必要。
- 当社は、より適切でパーソナライズされた体験を提供し、お客様のアカウントを保護し、より良い広告を提供するためにこの情報を使用する。

ヒアリングシート5-1では、プライバシーへの攻撃手法について概要説明的な回答をいただいているが、5-1はサードパーティークッキーや広告IDに関わるMetaの方針への質問であり、質問意図に沿った回答をお願いしたい。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- ヒアリングシート5-1の質問は、第三者による情報収集について尋ねているかのような記載ぶりであったため、それに基づき回答をしたものである。しかし、質問が、当社のプライバシーポリシーが第三者のクッキーや広告IDを介した個人情報の収集に関連するものであるかどうかをお尋ねなのであれば、その通りである。なお、クッキーに関する追加情報は、クッキーポリシーの中で提供されている。

ヒアリングシート5-2の内容は、Metaのプライバシー技術への取り組みを説明されているが、5-2の質問はフィンガープリントやUnified IDなどのクッキーの代替手段に関するMetaの対応を伺っている。質問意図に沿った回答をお願いしたい。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社は、技術が何であるかに関わらず、透明性と適切な消費者の選択というプライバシーの原則が同様に適用されるべきだと考える。技術の種類によって、根底にあるプライバシー原則が変わることはない。当社はこの目標を達成するために、プライバシー強化技術に投資してきた。

ヒアリングシート1-5など、Metaの回答に「認識した」という表現があるが、「認識した」とは何を指すのか。具体的にご説明をお願いしたい。【佐藤先生】

Meta Platforms, Inc.

- ヒアリングシート1-5への回答の文脈では、「認識した」とは「受け取った」という意味である。

アカウントを保有していないユーザからもデータを取得し利用しているかについてご教示いただきたい。

(アカウントを保有していないユーザからも取得している場合)

- ・アカウントあり・なしの比をご教示いただきたい(正確な値は必要ないが、全体の問題を理解するためにお伺いしたい)
- ・主な取得データとその利用目的についてご教示いただきたい。
- ・どのような時に情報を取得しているかについてご教示いただきたい(例えば、アカウントを作成せずに自社サービスを利用したときや、第三者のサイトを閲覧しているときに、データを取得されることはあるのか、等)。
- ・アカウントを保有していないユーザへの周知はどのようにしているのか。また、その周知は十分と考えているか。【高橋先生】

Meta Platforms, Inc.

- 当社の個人情報保護方針では、「利用者がアカウントなしで弊社製品を利用し、または弊社製品でアクションを実行する場合に弊社が取得し受け取る情報」という見出しで、以下の抜粋のようにこの点を取り上げている。

【アカウントがなくても、Meta製品でアクションを実行したりMeta製品を利用したりすることは可能です。その場合、弊社は以下のような情報を取得します。

- Facebookページ、動画、など、公開コンテンツへのアクセスに関するブラウザとアプリの記録
- デバイスのモデルやOSなど、弊社のアプリをダウンロードしたデバイスに関する基本情報

また、Roomやその他のMeta製品を利用する他のウェブサイトやアプリへのアクセスがあった場合には、Cookieや同様の技術(Metaピクセルやソーシャルプラグイン等)を利用して情報を受け取ります。パートナーやベンダーなどのサードパーティから弊社が受け取る情報について詳しくは、本ポリシーおよびCookieポリシーをご確認ください。

弊社が情報を取得し受け取る理由の例

弊社製品のセキュリティ：

例えば、弊社は、トラフィックで弊社のサーバーに過大な負荷をかけるといったシステムへの攻撃の試みをモニタリングするために情報を取得します。また、アカウントのない者が多量のページを読み込もうとしている場合、弊社の規約に違反した形でサイトをしようとしている可能性があります。この場合、弊社はそれを阻止するために措置を講じることができます。

【次ページに続く】

Meta Platforms, Inc.**安全と保全性：**

例えば、アカウントのない者がグループに参加し、有害な動画をシェアしていたら、弊社はコミュニティ規定に従って措置を講じることができます。また、弊社の規約やポリシーに違反するコンテンツを削除することができ、死亡や差し迫った身体的危害が生じる真の危険があると考えられる場合には法執行機関に情報を共有することができます。

広告：

例えば、Meta製品の登録ユーザーであることを弊社が認識できないと、別のアプリにアクセスした際に、Meta Audience Networkを通じたMetaの製品の広告が表示される場合もあります。

パフォーマンス：

例えば、さまざまな国における弊社ページの読み込み速度や、それがうまく動作しているかどうかを測定することなどを目的として、アカウントを持たずに弊社製品を利用する人についての情報も取得します。これにより、ローカルネットワークの問題を特定し、修復しやすくなります。】

プライバシーに関して満たすべきと考える8つの期待のスライドで、プライバシー・レビュー・プロセスについてお話があったが、その取組は消費者が信頼を寄せる基礎になるものとする。問題はレビューの指標をどうするか、誰がその指標に基づいて是正するか、これらのプロセスの結果をどう開示するかが重要だと思われるが、それについてはどのような考え方で取り組んでいるか。【古谷先生】

Meta Platforms, Inc.

- プライバシーレビューのプロセスは、当社の新しい製品、サービス、慣行を開発する際の中心的な部分である。このプロセスを通じて、新規の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ている。当社は、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ている。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と同時に、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ある。このプロセスはプライバシーレビューチームが主導して、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ち、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所属する社内のプライバシー専門家と、協力して行うプロセスである。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る。
- このプロセスの一環として、機能横断的なチームが、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ている。何が必要なのかについて機能横断的な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に解決を求めていく。
- プライバシーに関する当社の取り組みは、プライバシーとデータ使用基準を会社の業務全体に組み込む内部ガバナンス構造によって支えられている。社外的には、独立したガバナンス機関が当社のプライバシー・プログラムと実践を監督している。
- プライバシー委員会の役割：プライバシー委員会は、当社の取締役会の独立委員会であり、四半期ごとに会合を開き、当社のプライバシーに関するコミットメントの遵守を確認している。この委員会は、同様の監視役としての豊富な経験を持つ独立取締役で構成されている。この委員会は、継続的に当社の個人情報保護プログラムを見直し、報告することを職務とする独立した個人情報保護評価者から、当社の個人情報保護プログラムの状況とFTC命令の遵守について定期的な説明を受けている。
- 内部監査の役割：内部監査は、当社のプライバシー・プログラムとそれを支える管理フレームワークの全体的な健全性について、独立した立場から信頼性を提供する。