



第10回会合における追加質問に対する 事業者からの回答

2024年9月30日
事 務 局



Metaへの質問

未成年者以外の、高齢者や精神疾患などの脆弱性のある利用者の情報の取り扱いについて、特別な措置を取っているでしょうか。
【生員構成員】

Meta

はい。Metaは、高齢者や精神病患者を含む脆弱なユーザーの情報を取り扱うために特別な措置を講じています。弊社は、これらのユーザーのプライバシーとセキュリティを保護するために、さまざまなポリシーやツールを導入しております。例えば、MVA（Minimum Viable Accessibility）プログラムを通じて、障害を持つユーザーを含む脆弱なユーザーに対して、良好な透明性とアクセシビリティを確保するための対策を実施しています。MVAプログラムは、標準化された要件を満たす基礎的なレベルのアクセシビリティを提供するように設計されており、Metaの製品とポリシーを障害者にとって理解しやすく機能的なものにしています。これには、MVAのレビューを実施し、Meta製品内のユーザーフローのアクセシビリティを評価・改善し、W3Cウェブコンテンツアクセシビリティガイドライン（WCAG）バージョン2.1「AA」基準を満たしていることを確認することが含まれます。またMetaは、ユーザーの個人情報を不必要に、またはユーザーの同意なしに第三者と共有しない方針をとっています。これは、脆弱なユーザーが詐欺師やその他の悪意のある行為者に狙われるのを防ぐのに役立ちます。さらに、Metaは、ユーザーが自分のプライバシー設定を確認し、調整することができる「プライバシー・チェックアップ」や、ユーザー・アカウントに追加のセキュリティを追加する「二段階認証」などのツールを実装しています。



Metaへの質問

フェイスブック上での投資詐欺広告の問題がありましたが、プロファイリングを利用して投資詐欺のターゲット広告を行うなど、利用者情報の悪用のリスクはあると認識されているでしょうか、認識されていればどのような対策を取っているでしょうか。【生貝構成員】

Meta

Metaのコンテンツモデレーションでは、「ABCフレームワーク」と言う3つの観点からのアプローチを採用しており、その3つは、上流から、行為者（Actor）、行為（Behaviour）、コンテンツ（Content）です。一方、ご質問になっているのは、配信（Distribution）という、さらに下流の段階で起きる事象に関連するものとお見受けします。Metaの詐欺対策の取り組みは、上流の側面（特に行為主体、行為）に注力しています。それは、上流での取り組みに注力する方がより効率的であることによります。特に、行為主体のレベルで悪意のある者を排除できれば、これらの者が一切の詐欺広告を掲載するのを防ぐことができます。こうして、広告掲載前の審査を通じて、悪質な広告が弊社のサービス上に顕出するのを防ぐことができたケースは多くあります。

詐欺対策として配信アルゴリズムを変更することは、正当な投資広告の配信に悪影響を及ぼす可能性が高いため、望ましくありません。投資詐欺対策の最大の課題は多くの場合、詐欺広告と正当な広告を正確に区別することです。悪質な広告を排除する作業は、配信の段階ではなく、上流の段階での対策により、より適切に対応できると考えます。

Metaへの質問

3-2. 情報収集する第三者や第三者のウェブサイト等の基準、条件において、“ビジネスツール規約の第1条(e)は、サードパーティのアプリおよびウェブサイトに対し、以下を含む一定の義務を課しています。” “利用者は、自身(およびそのデータプロバイダー)がビジネスツールデータを開示および利用するための必要な権利および許可ならびに適法な根拠を(適用される法律、規制および業界指針すべてに従って)有していることを表明し、保証するものとします。” と説明していますが、広告主が、ハッシュ化されたメールアドレスをカスタムオーディエンスとしてMeta社にアップロードする場合、「必要な権利および許可ならびに適法な根拠」というのは、日本においては、個人情報保護法に基づいた「個人データの第三者提供に関する同意」および「外国にある第三者への提供に関する同意」を広告主が利用者から取得するべき、ということでしょうか。【太田構成員】

Meta

2 当事者間の契約における標準的な規定として、Metaビジネスツール利用規約では、相手方当事者が、Metaビジネスツールを使用するために適用されるすべての法的義務を遵守するように求めています。具体的には、1(e)項において、相手方が「自身(およびそのデータプロバイダー)がビジネスツールデータを開示および利用するための必要な権利および許可ならびに適法な根拠を(適用される法律、規制および業界指針すべてに従って)有していることを表明し、保証する」ことを求めています。具体的な「必要な権利および許可ならびに適法な根拠」は、それぞれの相手方が所在する法域やそのデータ処理活動などの要因により、相手方ごとに異なる場合があります。これらの要因によっては、相手方が同意を得ることが必要となる場合もあり、この場合、Metaビジネスツールの条項に基づき、相手方は適用されるすべての法律、規制および業界指針に従って同意を得る必要があります。



Metaへの質問

さらに、3-2で回答いただいた"デバイスにクッキーまたはその他の情報を保存し、アクセスできるようにするためのビジネスツールの使用に関して" "少なくとも以下の事項を記載した、十分に目立つ明確な通知をユーザーに提示していること" としているが、実際に、サードパーティが適切な対応を行っていることを確認しているでしょうか。【太田構成員】

Meta

Metaは、ユーザーのデバイスにクッキーやその他の情報を保存し、アクセスできるようにするビジネスツールの使用について、顧客に通知することを企業に求めています。これには、これらのビジネスツールによるデータの収集、共有、利用が含まれます。具体的には、Metaは相手方企業に対し、Metaを含む第三者がCookie、ウェブビーコン、その他の保存技術を使用してそのウェブサイトやアプリから情報を収集する可能性があること、そしてこれら情報は測定サービスやターゲット広告に使用される可能性があることをユーザーに通知することを義務付けております。Metaの役割は、こういったガイドラインと要求事項を確立することですが、これらの通知と同意を実施し、確実に遵守する責任は、Metaのビジネスツールを使用する個々の企業にあります。Metaは広告主と協力し、その責任を定期的に再認識させ、適切な情報開示の内容を義務付けています。

Metaへの質問

若年層であるかどうかについて、本人からの申告以外で、どのように判断しているかという質問に対して、他のユーザーからの申告など他のシグナルを利用しているとお答えがありましたが、本人のアクティビティ等によるプロファイリングによって若年層であるかどうか推定することはありうるのでしょうか。【寺田構成員】

Meta

Metaは、ユーザーの年齢を理解するために多くのことを行い、ユーザーのオンラインの活動全体を通じて年齢の理解を精緻化するために、継続的で多層的なアプローチを採用しています。例えば、弊社の成人分類モデルは、ユーザーが成人（18歳以上）かティーン（13～17歳）かを判断するのに役立つシグナルを使用することができます。成人分類モデルを開発するには、まず、ユーザーのアカウントが作成された時期や、他のプロフィールやコンテンツとのインタラクションなどといったプロフィール情報などのシグナルをもとにAIモデルをトレーニングします。例えば、同じ年齢層の人々は、特定のタイプのコンテンツで同じようなやり取りをする傾向があります。これらのシグナルから、モデルは誰かが大人かティーンかについて計算することができるようになります。

モデルのパフォーマンスを評価するために、弊社は「評価データセット」を開発しています。そのデータセットは、誕生日の投稿など、年齢を示唆する強いシグナルと思われる特定のデータポイントをチームに手動でレビューさせることで作成されます。これらの投稿からは、投稿した人の年齢を判断するためにチームと共有される前に個人を識別する情報が削除されます。チームが判断を下すと、その投稿が大人によるものなのか、ティーンによるものなのかを示すメモでデータにラベルを付けます。そして、これらのラベル付けされたデータ・ポイントが評価データセットとなります。

次に、国ごとに分類モデルを評価します。新しい国に分類モデルを適用する前に、全体的な精度や異なるグループの人々の精度など、いくつかの基準でそのパフォーマンスを調べます。例えば、弊社はコンテンツとのインタラクションをシグナルとして使っているので、弊社のプラットフォームをあまり長く利用しておらず、したがってまだコンテンツとあまりインタラクションしていない人々に対して、弊社のモデルがどのように機能するかを調べます。

弊社の判断が最新であることを確認するために、弊社は定期的に分類モデルを再実行し、最新の情報を取り込みます。モデルを再トレーニングするたびに、ラベル付けされた評価データセットに対して年齢検出をチェックし、モデルの精度を測定します。弊社は、評価データセットが弊社のサービスを利用する人々を代表するものであり、モデルの精度測定基準が弊社のサービスを利用する人々の集団に対して一般化可能であることを保証するための洗練されたフレームワークを持っています。成人分類モデルの詳細については、[こちら](#)をご覧ください。

Metaへの質問

ヒアリングシート1-1（5頁）ご回答「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、Cookieや同様の技術(Meta 픽셀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。」について、ご回答中の「本ポリシー」「cookieポリシー」の部分がハイパーリンクになっており、クリックして拝見しましたが、どこが対応しているのかわかりませんでした。該当部分を特定して頂くことは可能でしょうか。【森構成員】

Meta

最初のハイパーリンクは、Metaプライバシーポリシーのセクション「第三者との情報の共有方法」へのリンクです。このセクション全体が回答に関係していますが、「パートナー」及び「ベンダー」の項目の情報が特に関連性の高い部分です。

The screenshot shows the Meta Privacy Center interface. On the left is a navigation menu with links like 'Privacy Center Home', 'Topics related to Privacy', 'Privacy Policy', and 'Information we collect'. The main content area is titled 'Third-party information sharing methods' and includes a dropdown menu for 'Highlights'. Below this, there are several cards or sections detailing how information is shared with third parties, including 'Advertisers and Audience Network', 'Partners using our analytics services', and 'Partners providing services on our platform'. At the bottom, there is a section for 'Partners' with links to 'Effect measurement with partners' and 'Marketing with partners'.

2つ目のハイパーリンクは、MetaのCookiesポリシーへのリンクです。「Cookieを使用する理由」及び「Cookieの利用場面」という項目が関連する部分です。

Cookieを使用する理由

Cookieを使用することで、Metaは、コンテンツのパーソナライズ、広告のカスタマイズや効果測定、より安全な使用環境の提供などを通じて、Meta製品を提供、保護、改善することができます。弊社が使用するCookieには、ブラウザを開くと削除されるセッションCookieと、期限が切れるか削除されるまでブラウザに残るパーシステントCookieがあります。使用するCookieとその使用方法はMeta製品の改善とアップデートに伴って変わることがありますが、Metaは通常、Cookieを以下の目的で使用しています。

認証	>
セキュリティ、サイトや製品の整合性	>
広告、おすす、インサイトおよび効果測定	>
サイトの機能とサービス	>
パフォーマンス	>
分析と調査	>
サードパーティのウェブサイトおよびアプリ	>

Cookieの利用場面

Metaは、利用者が次のサービスの利用やアクセスを行ったときに、利用者のコンピューターやデバイスにCookieを配置し、Cookieに保存された情報を取得することがあります。

- [Meta製品](#)
- [Metaグループ企業](#)に属する他の企業が提供する製品
- 自社のウェブサイトやアプリにMetaのテクノロジーを統合している企業など、Meta製品が利用されている他の企業が提供するウェブサイトやアプリ。MetaはCookieを使用して、利用者がこれらのサイトやアプリにアクセスしたときに、利用者によるアクションがなくても、[デバイス情報](#)や利用者のアクティビティに関する情報などを受け取ります。利用者にFacebookアカウントまたはInstagramアカウントがあるかどうか、または利用者のログイン状態にかかわらず、情報を受け取ることができます。



Metaへの質問

ヒアリングシート1-1（6頁）ご回答「なお、Metaは、Metaのビジネスツールを通じてパートナーから受け取った情報を登録されたユーザーと照合することはありませんが、照合されなかったデータを処理してアカウントのないユーザーのプロファイルを作成することはありません。」について、ご趣旨が分かりませんでした。この部分のみ読むと、アカウントのないユーザー（カテゴリ③）についてのデータベースが作成されないという趣旨にも読めますが、4頁では、「②及び③ユーザーがアカウントにログインしていないにもかかわらず当社のサービスを利用したりコンテンツを閲覧したりする場合、当社はプライバシーポリシーに記載されている情報を収集することがあります」と書かれていますので、そういう趣旨ではないと思います。【森構成員】

Meta

明確にさせていただくと、弊社は、第三者が非ユーザーのデータを含む可能性のある情報を弊社に送ることを止めることはできず、したがって、弊社はそれを「収集」したとみなされる可能性があります。一方、そのようなデータを弊社がどのように処理するかも詳らかにいたしますと、第三者からデータを弊社が受領し、弊社がそのデータを照合できない場合であっても、弊社はMetaアカウントを持たないその個人の情報を用いてプロファイルを作成するということはいたしません。

Metaへの質問

ヒアリングシート1-2-2（12頁）ご回答「広告主がティーンエイジャーにリーチするために使用できるのは、年齢と位置情報のみであり、興味や活動、性別などの追加情報がターゲットになる可能性がある成人向けとは異なります。」について、年齢と位置情報以外の情報が、ティーンエイジャーに対する広告に利用されないのは非常にいいことだと思います。広告に利用されないことは分かりましたが、レコメンドについても同じように他の情報は利用されないのでしょうか？また、ティーンエイジャーについては登録情報以外には年齢と位置情報以外のものは保有されないのでしょうか。保有はするけれども利用はしないということでしょうか。【森構成員】

Meta

前述のように、広告主は、年齢と位置情報によってのみ、18歳未満のティーンエイジャーをターゲットにすることができます。Metaは、年齢と地域を使用することで、それらのティーンエイジャーの年齢に適した広告や、ユーザーの居住地で利用可能な製品およびサービスを表示することができます。コンテンツのおすすめに関しては、Metaは、ユーザー（若者を含む）の、弊社のサービスとのやり取りに関する情報を使用して、ユーザーが新しいコミュニティやコンテンツを発見できるようにおすすめを行います。Metaでは、ユーザーにおすすめするコンテンツに関するガイドラインがあり、これらの[ガイドライン](#)を通じて、質の低いおすすめや不快なおすすめ、特別な配慮を要するおすすめを表示するのを避け、若いユーザーに不適切なおすすめを表示しないようにしています。Metaは、10代の若者には、弊社のアプリ上で、安全で年齢に適した体験を提供したいと考えており、10代の若者により適切な体験を提供するために、[新しい保護対策](#)を継続的に繰り返し策定し、講じています。Metaは、プライバシーポリシーの記載されている通りに情報を保持しています。



Metaへの質問

ヒアリングシート2-2（40頁以降）ご回答「サインアップフロー 1. Facebook（日本）」と記載されていますが、41頁以降は英語になっています。日本語のものがあればそれを頂きたいと思います。【森構成員】

Meta 1/2

<Meta回答>

10:43 4G

<

名前を入力してください
実名を入力してください。

姓 名

次へ

→ あ か さ 空白
← た な は
ABC ま や ら 完了
😊 ^^ わ_ .o?!
🌐 🎤

10:43 4G

<

生年月日を入力してください
生年月日を選択してください。これは後からいつでも非公開にすることができます。生年月日を入力していただく理由

誕生日(0歳)
2024年10月12日

次へ

2020年 6月 8日
2021年 7月 9日
2022年 8月 10日
2023年 9月 11日
2024年 10月 12日
2025年 11月 13日
2026年 12月 14日
2027年 1月 15日
2028年 2月 16日

10:43 4G

<

性別を選択してください
プロフィールで性別を誰に表示するかは後で変更できます。

女性 ☐
男性 ☐
その他のオプション
別の性別を選択する場合や、性別を表示しない場合は[その他のオプション]を選択してください。 ☐

次へ

すでにアカウントを持っている



Meta 2/2

10:44

携帯電話番号を入力してください

連絡が取れる携帯電話番号を入力してください。この情報はプロフィールで他の人には表示されません。

携帯電話番号

MetaからWhatsAppとSMSの通知が届くことがあります。
詳しくはこちら

次へ

メールアドレスで登録

1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
+ * #	0	<

10:44

パスワードを作成

パスワードは6文字以上の文字または数字で作成し、他の人が推測できないものにしてください。

パスワード

次へ

すでにアカウントを持っている

10:45

ログイン情報を保存しますか？

奥月 日向さんのログイン情報が保存され、次回ログイン時に入力する手順が省けます。

保存

後で

すでにアカウントを持っている

10:45

認証コードを入力してください

アカウントを認証するには、+8190-8105-0241に送信された5桁のコードを入力してください。

認証コード

次へ

コードが画がなかった

1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
0	<	

10:45

Facebookの利用規約とポリシーに同意する

サービスの利用者があなたの連絡先情報をFacebookにアップロードしている場合があります。詳しくはこちら

[同意する]をタップすることで、アカウントの作成とFacebookの利用規約、プライバシーポリシー、Cookieポリシーに同意するものとします。

プライバシーポリシーに、アカウントが作成された際にMetaが取得する情報の利用方法が記載されています。この情報は例えば、Meta製品の提供、パーソナライズ、改善などに利用され、これには広告も含まれます。

同意する

すでにアカウントを持っている

10:46

プロフィール写真を追加

プロフィール写真を追加して、友達があなを見つけてやすくしよう。この写真はすべての人に公開されます。

写真を追加

スキップ



Metaへの質問

ヒアリングシート2-8-1（86頁）ご回答「他のウェブサイト、アプリ、またはオフラインでの活動に基づいてパーソナライズされた広告を表示するかどうかを選択できます。」について、ここでいう「他のウェブサイト、アプリ、またはオフラインでの活動」には、御社のタグ等が設置されたパートナーのウェブサイトの閲覧履歴が含まれると考えていいでしょうか。また、広告を表示しないことを選択した場合、パートナーのウェブサイト等からの情報収集も止まるのでしょうか。それとも情報収集は引き続き行われるが広告は表示されなくなる、ということでしょうか。なお、この質問はヒアリングシート2-9-2と同じですが、そちらにも2-8-1と同様、広告が表示されなくなることのみ書かれていましたので、重ねておたずねする次第です。【森構成員】

Meta

前半について。ご理解の通りです。弊社は、企業が広告を表示するためにウェブサイトやアプリに弊社のビジネスツールのいずれかを展開することを選択した場合に、弊社が受け取る個人データをMetaが使用するかどうかをコントロールする能力をユーザーに提供します。ここで言及されているのは、弊社のビジネスツールを使用する企業が設定する、そのウェブサイトやアプリ上でのユーザーの活動やインタラクションです。

後半について。企業がMeta's Business Toolsを使用および設定した結果として弊社が受信した情報は、弊社のBusiness Tools Termsに記載されている目的を達成するために使用されます。弊社がユーザーに提供するパーソナライズ広告に関連するコントロールは、そのユーザーに表示される広告を選択するためにデータを使用することを制限するコントロールです。したがって、ユーザーが上記のコントロールを使用して、広告パートナーから受け取った自分の活動に関するデータに基づいた広告の表示をパーソナライズしないようMetaに依頼した場合、広告は表示され続けますが、広告パートナーから受け取った自分の情報を含まない情報に基づいて広告が表示されるため、異なる広告になる可能性があります。

パーソナライズされた広告を表示するために情報を使用するかどうかを制御する能力に加え、弊社は、より広範な同じ方法で受信した情報の保存に関する制御をユーザーに提供します。これによりユーザーは、以下のことが可能です。i) 以前のアクティビティを消去して、以前に受信した情報をアカウントから切り離す、ii) 特定の第三者から受信したアクティビティを切り離す、iii) Metaが将来的に第三者から受信したアクティビティ情報をアカウントに関連付けて方法で保存するかどうかを管理する。



Metaへの質問

御社は、ユーザーデータのプロファイリング（推知）をすることに関して、何らかの内部的な制限やルールを設定されているでしょうか。たとえば、ウェブの閲覧履歴 からそのユーザーの年齢を推知することは、一般的に行われていると思います。しかしながらユーザーの脆弱性（たとえば「騙されやすい」）などを推知することは問題 があるようにも思われます。このような観点から、「ユーザーの脆弱性に関する情報を推知しない」「ユーザーの要配慮個人情報情報を推知しない」等の内部ルールを設けることが考えられます。御社はそのような内部ルールを設けておられますか。設けておられる場合、それはどのようなものですか。【森構成員】

Meta

Metaは、ユーザーにとってセンシティブな特性に関する推論をし広告のパーソナライズするものではありません。ユーザーの情報とアクティビティに関するシグナルに基づき、ユーザーの特性ではなくユーザーが最も興味を持ちそうなもののタイプについて推論をします。さらにMetaは、ユーザーに関連付けることができる広告主および広告の興味に関する特定のターゲティングカテゴリーのうち、健康、人種または民族、政治的所属、宗教、性的指向、および個人的な損失や財政的脆弱性など、ユーザーがセンシティブと考える主題を削除するために、重要な取り組みを実施しました。Metaはこんな後も、ターゲティングカテゴリーを定期的に見直し、更新し、廃止します。



Metaへの質問

アカウントなしのユーザーに関するプライバシーポリシーの記載（ポップアウト画面：

[https://www.facebook.com/privacy/policy?annotations\[0\]=1.ex.41-InformationWeCollectIf](https://www.facebook.com/privacy/policy?annotations[0]=1.ex.41-InformationWeCollectIf)）について、アカウントなしのユーザーについても、しっかりとわかりやすくこのような記載をご用意されていて、素晴らしい取組だと思いました。ただ、アカウントなしのユーザーの場合、アカウント作成時の手順を踏まないため、貴社からユーザーに対してプライバシーポリシーを積極的に示す動線はない（すなわち、当該ユーザー自身が能動的にプライバシーポリシーにアクセスしない限り、上記記載は確認できない）ということで合っていますでしょうか。【呂構成員】

Meta

Metaのプライバシーポリシーは、ご質問にあるポップアウト画面を含め、アカウントの保有の有無に関係なく、誰でもアクセスすることができます。つまり、非ユーザーでも<https://www.facebook.com/privacy/policy/>のウェブサイトアクセスして、プライバシーポリシーの全文を読むことが可能です。



Metaへの質問

「別のトピックに切り替えるためのナッジ」について、プライバシーの観点からだけでなく、健康的な情報摂取を促すという観点からも、大変興味深い、望ましい取組だと思いました。下記1番目、2番目の記事によると、ローンチ当初はUS、UK、アイルランド、カナダ、オーストラリア、ニュージーランドで提供されていた機能のようで、下記3番目の記事でも、“Teens in certain countries will see...”とされているようですが、日本のユーザーにも提供されているという理解で正しかったですでしょうか。

<https://about.fb.com/news/2021/12/new-teen-safety-tools-on-instagram/>

<https://about.instagram.com/ja-jp/blog/announcements/raising-the-standard-for-protecting-teens-and-supporting-parents-online>

<https://about.instagram.com/blog/announcements/tools-and-resources-for-parents-and-teens-in-vr-and-on-instagram>

その他、> Metaの年齢に応じたセーフガードとしてP13に記載されている10代の若者向けの特別措置は、いずれも日本のユーザーにも提供されているものでしょうか。【呂構成員】

Meta

年齢ベースのセーフガードとしてP13に記載されているティーンエイジャー向けの特別措置はすべて日本で利用可能ですが、「別のトピックに切り替えるよう促す」機能は現在テスト中であり、日本での展開時期については今後確認いたします。

Metaへの質問

カスタムオーディエンスについて、下記ページにて簡潔でわかりやすい説明を提供されているものと思いました。
<https://www.facebook.com/help/794535777607370#lookalike>「ビジネスからのリスト」の説明中で、「Facebookが利用者を特定できる情報を取得 することはありません。」という記載があり気になったのですが、広告主から提供されるメールアドレスなどの情報は、ハッシュ化されているとはいえ、提供元である広告主においては特定の個人と紐付く個人データであり、また、提供先である貴社においては、（当該情報が貴社に登録されている場合には）貴社が保有する特定のユーザーの情報と照合可能という理解で正しいでしょうか。【呂構成員】

Meta

広告主と弊社とで共通のユーザーを特定する、プライバシーに配慮したプロセスがございます。もっとも、ユーザーに関する新たな個人情報を、Metaが取得するわけではありません。カスタムオーディエンスは、広告主が自社のビジネスとすでにやり取りしている可能性のある人々に広告を表示する方法です。企業が顧客リストをアップロードすると、リストからのユーザーの連絡先情報は、ハッシュ化と呼ばれる暗号化セキュリティ手法を使用して暗号化されます。これにより、識別子がランダム化されたコードに変換され、情報が確実に保護されるようになります。このセキュリティ機能により、カスタマーリストから実際の連絡先情報を弊社が確実に受け取らないようにできます。

情報がランダム化されたコードに変換されると、マッチングプロセスが開始されます。

Metaのシステムは、すでに持っている連絡先情報を取り出し、これをランダム化されたコードに変換します。その後、このコードは企業がアップロードしたコードと照合され、コードが一致した場合、Metaは関連する広告を表示する可能性があります。

照合プロセスが完了するとMetaは上記のハッシュ化された連絡先情報を削除します。

Metaへの質問

また、個人情報保護委員会Q&A7-41 (https://www.ppc.go.jp/all_faq_index/faq1-q7-41/) によれば、カスタムオーディエンスのようなデータの取扱い（同Q&Aの事例1）については、第三者提供と整理する場合と委託と整理する場合の両方があり得るものの、いずれにしても原則として利用者からの同意取得が必要になるとされていますが、この点、アカウント作成時等に貴社プライバシーポリシーに同意してもらうこと によって、貴社が同意を取得しているということになるのでしょうか。「顧客リストのカスタムオーディエンス利用規約」

(https://www.facebook.com/legal/terms/customaudience?paipv=0&eav=AfZN8I-9z6QWiXO5x0tsl4fHER4tPN4umBH53meixFsRQHLjWW6VSQQYJLCM6dKhIJ4&_rdr) 3条でオプトアウトの尊重については定められていますが、（カスタムオーディエンスの）利用者においてオプトインの同意取得を行うことまでは求められていないようにお見受けしました。【呂構成員】

Meta

Metaは、ユーザーがFacebookまたはInstagramでアカウントを作成し、Metaプライバシーポリシーに記載されている処理に同意する際に、カスタムオーディエンスに関連する処理について同意を取得します。プライバシーポリシーでは、Metaは「パートナー、ベンダー、その他の第三者からの」データを処理し、特に「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)。」と説明されています。さらに、必要に応じて広告主も同意を得る必要がある場合があります。顧客リストカスタムオーディエンスツールの使用を希望する企業は、顧客リストのカスタムオーディエンス利用規約に同意する必要があります。これにより、企業はカスタムオーディエンスの作成のために提供した情報について、「開示に必要な」「あらゆる権利、許可、および適法な根拠を」「有している」ことを弊社に対し表明し、保証します。完全を期すために、規約では広告主に対して、顧客が選択したオプトアウトを尊重することも求めています。さらに、ユーザー自身が表示される広告をコントロールできるようにするために、ユーザーが自分が見た広告がどの企業のものか、また、自分がどのようにしてその企業の広告を見るに至ったのかを正確に確認する機能を提供しています。アカウントセンターにあるこのコントロールでは、企業がユーザーにリーチするためにリストをアップロードまたは使用したタイミングがユーザーに通知されます。ユーザーは、特定の企業の掲載する一切の広告を非表示にすることを選択したり、1つまたはそれ以上の企業の広告を表示する元となった特定のリストから自らを削除することも選択できます。