



第31回会合における追加質問に対する 事業者からの回答

2025年9月29日
事 務 局

LINEヤフーへの質問

Q1 【3-5.第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集を行っている旨、自社のプライバシーポリシー等で利用者に対して説明しているか。】

ご説明がわりと抽象的な気がしますが、これらのページのアクセス数などは把握されていますでしょうか。【上沼構成員】

LINEヤフー

LINEヤフープライバシーポリシー等に関しましては、ページビューやユニークユーザー数等の基本指標を取得することはできますが、それらの基本指標や行動履歴から定性的な理解度を把握することは難しいため、測定や分析などの取組を行っておりません。

他方で、当社ではユーザーの皆様にとってわかりやすく、読みやすく工夫すべく、PIAプロセス等の案件検討の中で、文言やUI/UX等についても議論しており、また、当該PIAプロセスには、日頃から社外からの問い合わせに対応しているCS部門や広報部門も関与しています。

また、少しでもユーザーの皆様がプライバシーポリシーに関心を持ち、読んでいただけるよう、コーポレートサイトでの啓発コンテンツの掲出なども実施しております。

(URL) <https://www.lycorp.co.jp/ja/story/20250422/privacypolicy.html>

Q2 【6-1.AI の活用による利用者のターゲティング方法の変化と対応】

LINE公式アカウントですと、トーク内容も御社が利用することになっていますが、この中にはセンシティブ情報は含まれないという前提でしょうか。もし、使わないという場合、それはどこを見れば確認できますか。

https://terms2.line.me/usage_of_information_jp 【上沼構成員】

LINEヤフー

公式アカウントのうち、当社が特に機微な情報を扱う可能性があるとして指定したアカウントについてはコンテンツの内容を利用することはありません。対象アカウントは、官公庁、自治体、政党、金融、病院、宗教に関連するアカウントがありますがこれらに限られません。

この内容につきましては、「サービス向上のための情報利用に関するお願い」において以下のとおり記載されております。

「※2 公式アカウントのうち、当社が特に機微な情報を扱う可能性があるとして指定したアカウントについてはコンテンツの内容を利用することはありません。対象アカウントは、官公庁、自治体、政党、金融、病院、宗教に関連するアカウントがありますがこれらに限られません。」

(URL) https://terms.line.me/line_communication_privacy?lang=ja

Q3 【2-4.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）】

8月19日に開始した「広告表示に利用するデータの設定」について、説明資料には「Yahoo!広告の広告配信システムを利用してLINEプラットフォーム上で広告を表示させる場合に適用される「広告表示に利用するデータの設定」の提供」と説明があるので、Yahoo!JAPAN側のセグメント情報を使い、LINEの枠に広告を配信するときに使用されるデータの設定という理解をしたのですが、これはYahoo!JAPAN側のアドパーソナライズセンターで表示される広告トピックと今回追加されたLINE側の「広告表示に利用するデータの設定」の広告トピックは同じになるという理解で正しいでしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

広告トピックの区分は同一です。ただし、LINE ID、Yahoo! JAPAN IDそれぞれに紐づくデータに基づいて表示されるため、実際にユーザーには違う広告トピックが表示されることがあります。

Q4 【5-3.ダークパターンをはじめ、利用者情報の取得、ユーザインターフェースに関する利用者から指摘や問合せ、対応状況】

インフォメーションアイコンについては、JIAAが以前より取り組まれている中で、LINE広告においてはインフォメーションアイコンが使用されておらず、過去に使用しないという判断をされたと推察される。貴社においてこういった判断事情があったのか教えていただきたい。【太田構成員】

LINEヤフー

機能開発の関係上、LINE広告では現状導入せず、連携するYahoo!広告での導入を優先している状態になります。なお、広告プラットフォーム統合後の仕様については検討が進行中になります。



Q5 【6-2.サードパーティクッキーの代替技術】

「ソフトバンク端末の IP アドレスを利用したリターゲティング機能拡張」について、LINEのタグを設置したWEBサイトに訪れたユーザーの端末からソフトバンクに対して外部送信が行われ、その際にソフトバンク側でIPアドレスが分かるので、そのIPアドレスからソフトバンク側でユーザーを識別し、その識別した情報をLINEヤフー側に送信を行い、LINEヤフー側でユーザーを特定して広告を配信するという仕組みの理解で良いでしょうか。

【太田構成員】

LINEヤフー

後日回答予定

Q6 【6-2.サードパーティクッキーの代替技術】

LINEヤフーが「ユーザーのオプトアウト用リンク」として案内しているソフトバンク側のプライバシーセンターでは、「ソフトバンクが広告の配信と管理を行っているため、お客さま個人の特定につながる情報が、パートナー企業などの第三者に知られる様なことはございません。ご安心ください。」と記載があります。しかし今回の対応では、IPアドレスによって識別されたユーザーの情報がLINEヤフーに渡り、LINEヤフーが広告配信を行うことになります。

ソフトバンク側でのユーザーへの説明と、LINEヤフー側での広告主やメディア等への説明に齟齬があるように感じますが、考え方について教えていただきたい。【太田構成員】

LINEヤフー

後日回答予定

Q7 【6-2.サードパーティクッキーの代替技術】

貴社の整理として、コンバージョンAPIを利用する際に、電話番号やメールアドレスを貴社に送信する場合、広告主側で利用者に同意を取得する必要があるという理解で正しいでしょうか。また、LINEのオーディエンスマッチも同様の考え方でしょうか。加えて、Advanced matchingはサーバー間で送信するのではなく、LINEのタグに電話番号やメールアドレスをそのまま記載し、送信する方式だと思いますが、この場合は貴社による直接取得という整理で正しいでしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

コンバージョンAPIによって送信される場合の利用者の同意については、広告主側で個人データであれば広告主側で同意取得いただく想定になります（オーディエンスマッチについても同様になります）。
LINE tagにおけるAdvanced matchingについても、法的には当社による直接取得ではなく、広告主から当社への第三者提供を想定しております。

Q8 【2-3.プライバシーポリシー等に関する利用者の理解度等の把握状況】

プライバシーポリシー等に関する利用者の理解度等の把握に関する取組は実施していないとのことですが、アカウント開設時にプライバシーポリシーページを閲覧する割合や滞在時間等の計測も行っていないということでしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

LINEヤフープライバシーポリシー等に関しましては、ページビューやユニークユーザー数等の基本指標を取得することはできますが、それらの基本指標や行動履歴から定性的な理解度を把握することは難しいため、測定や分析などの取組を行っておりません。
他方で、当社ではユーザーの皆様にとってわかりやすく、読みやすく工夫すべく、PIAプロセス等の案件検討の中で、文言やUI/UX等についても議論しており、また、当該PIAプロセスには、日頃から社外からの問い合わせに対応しているCS部門や広報部門も関与しています。
また、少しでもユーザーの皆様がプライバシーポリシーに関心を持ち、読んでいただけるよう、コーポレートサイトでの啓発コンテンツの掲出なども実施しております。

(URL) <https://www.lycorp.co.jp/ja/story/20250422/privacypolicy.html>

Q9 【2-5-1.利用者情報の提供・利用を希望しない意思を示すオプトアウト手段の設置状況（方法、対象範囲等含む）】
最近ターゲティング広告に利用可能なオーディエンスのセグメントが104セグメント追加されたとのことですが、利用者自身が自分が対象となっているセグメントを確認したり削除したりする方法はありますか。【太田構成員】

LINEヤフー

LINEアプリの「広告表示に利用するデータの設定」を通じて自分が対象となっているセグメントの一部を確認することができます。また、特定のセグメントに基づく広告配信を減らすことが可能です。

（URL） <https://guide.line.me/ja/update/0012.html>

Q10 【2-8.オプトアウト方式からオプトイン方式への変更の検討】

これまでLINEとヤフーの統合において、統合後のプライバシーポリシーについて同意の留保が可能でしたが、2025年5月以降は、既存のユーザーも同意が必須化され、同意しないとサービスが利用できなくなったという認識です。この変更にはどのような経緯がありますでしょうか。

また、これまで同意を留保していたユーザーのデータの取り扱いにおいて、具体的にどのような変更が行われますか。【太田構成員】

LINEヤフー

LINEヤフープライバシーポリシーの同意画面は、2023年10月の会社統合時から掲出しております。統合後の新しいプライバシーポリシーの内容をお客様へ丁寧にお知らせしたいという意図から、一定期間同意を保留できる仕様とし、一定期間を経過するとプライバシーポリシーへの同意を保留できなくなる旨を同意画面上で告知しておりました。

その後、2025年4月23日からLINEアプリ等で5月よりプライバシーポリシーへの同意を保留できなくなることの事前告知を行い、2025年5月19日からサービス利用にあたりプライバシーポリシーへの同意を必須といたしました。

Q11 【3-6.第三者の保有する利用者情報と自社の保有する利用者情報を突合することで、広告施策等を実施するサービス提供の状況】

LDCRを用いてLINEヤフー側のデータと突合した結果を用いた広告配信はできない、という認識で正しいでしょうか（例えば、広告主がアップロードしたファーストパーティーデータから過去に広告をクリックしたユーザーにのみLINE広告から広告を配信するなど）。また、Yahoo! Data Xrossも同様でしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

現在、LDCRを用いてLINEヤフー側のデータと突合した結果を用いた広告配信を行うことはできません。
Yahoo! Data Xrossにつきましては、Yahoo! Audience Discovery/Yahoo!広告と連携することで可能です。

Q12 【5-1.ダークパターンを回避するための体制・ルールの整備等】

ユーザーの行動を阻害したり、意図しないクリックを誘発する広告実装を禁止しているとのことですが、広告以外にも適用される、ダークパターンに関する社内ルールはありますでしょうか。

①紛らわしいボタン表示、②オプトアウトしにくい設計、③オプトアウトの実施内容や効果の説明を意図的に誤認させる、の3つがダークパターンに該当するとのことですが、その他、ダークパターンに該当しているものはないのでしょうか。

例えば、①紛らわしいボタン表示について、同意ボタンだけが目立っている場合はダークパターンと考えていますか、そうではない場合、具体的にどのような表示が紛らわしいボタン表示でしょうか。②や③に関しても、具体的にどのような設計や説明がダークパターンに該当するとお考えでしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

ダークパターンに特化したものではありませんが、包括的なUIルールがLINEサービス、Yahoo! JAPANサービスのそれぞれにあります。UIにおける品質水準に関する遵守事項を定めており、各サービスは同ガイドラインを遵守する必要があります。

Q13 【5-2.ターゲティング広告に係る事前の設定の機会や、オプトアウト機会の利用者への提供について、ダークパターンを回避するための取組】

位置情報の利用に関してはアカウント作成時にオプトアウトが可能であるという認識ですが正しいでしょうか。一方でターゲティング広告に関してはアカウント作成時にオプトアウトができないのはなぜでしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

LINEサービスにおける位置情報の利用に関してはアカウント作成時にオプトアウトすることが可能です。基本的にはアカウント作成後に各種設定を行えるようにしておりますが、アカウント作成時に特別に同意のON・OFFを設定できるようにしているものとしては、通信の秘密に関する同意と位置情報に関する同意があり、これらは「電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン」においても本人の同意を取得する上で特に配慮を求められている情報であるため、特別にそのような仕様としております。なお、通信の秘密や位置情報と同じようにアカウント作成時に同意を求めるものを今後増やしていくかどうかについては、プライバシー保護とユーザー利便等のバランスを見つつ、必要に応じ継続的に見直しを検討していければと考えています。

Yahoo! JAPANサービスにおける位置情報の利用に関しては、各サービス利用時にオプトインが必要になります。また、登録情報またはプライバシーセンターからアクセスできる「プライバシー設定」で各種設定を行えるようにしております。

Q14 【6-1.AI の活用による利用者のターゲティング方法の変化と対応】

設定＞プライバシー設定＞情報の提供に「LINE公式アカウントAI機能での情報利用」が追加されていますが、これはターゲティングとは無関係ということでしょうか。【太田構成員】

LINEヤフー

ターゲティングとは無関係です。

これは公式アカウントの「AIチャットボット」という機能に関連する設定であり、「AIチャットボット」機能は、LINEユーザーがトークルームで公式アカウントに話しかけた場合に

- ・公式アカウントの運営者が事前に登録したFAQデータ
- ・公式アカウントとLINEユーザー間のそれまでのトーク履歴

を当社がOpenAI社のChatGPTに提供して適切な回答を自動生成し、公式アカウントからの返答としてユーザーに回答する機能です。

Q15 【6-2.サードパーティクッキーの代替技術】

Conversion APIとAdvanced matchingでは、電話番号やメールアドレスを送信していますが、3-2でご回答の「送信を禁止するデータ」では「単体で特定の個人を識別できるデータ」は禁止されています。これはどういうことでしょうか。【太田構成員】

LINEやフー

ご指摘いただいた広告データ利用基準（<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-datausage?language=ja>）はYahoo!広告に適用される基準であり、LINEのConversion APIとAdvanced matchingは適用外になります。

Q16 【5-1.ダークパターンを回避するための体制・ルールの整備等】

クリエイティブ関連で不適切な広告は減らず、さらに同じ事業者が繰り返しているという傾向もございます。これらの事業者に対して何らかの対応、例えば、取引停止するといった強い罰則による抑止は行っているのでしょうか。また、そのようなことを検討する体制というのは存在するのでしょうか。【寺田構成員】

LINEやフー

LINE広告・Yahoo!広告のいずれも、不正の広告出稿があった場合には取引停止措置を行うことがあります。また、悪質性が高いケースでは、繰り返しに限らず、一度の不正行為で取引停止とする場合もあります。

Q17 【1-2-2.青少年や高齢者等の脆弱な個人の利用者情報の取扱いに係る配慮】

LINEの場合、各キャリアの契約者による当該スマホ利用者の年齢情報を利用していると理解していますが、親のスマホをこどもが使っている場合など、必ずしも正確だとは限らないと考えられています。このような場合に備えた対応は行っているのでしょうか。（例えば、トークの内容や閲覧内容から判断するなど）【寺田構成員】

LINEやフー

取得した年齢情報を利用してID検索の制限などユーザーに直接的な影響を及ぼす制御を行っているため、仮に推定した年齢情報などの情報により是正する場合には、不正確な情報により誤って制御が行われてしまうリスクが懸念されます。そのため、現時点では特別な対応は行っておりません。



Q18 【1-2-2.青少年や高齢者等の脆弱な個人の利用者情報の取扱いに係る配慮】

Yahoo!広告において、「ユーザーの年齢はデータの内容やYahoo! JAPAN IDの登録情報で判断しています。」とありますが、これは閲覧履歴、検索履歴、位置情報履歴、購買履歴などによる推測と考えてよいのでしょうか。その他、推測のために行っていることはありますでしょうか。【寺田構成員】

LINEヤフー

「13歳未満の子どものデータの利用禁止」は、13歳未満と推測されるデータ（例：「小学生向け学習サイト」のウェブサイト閲覧データ）の利用を禁止しています。

「18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティング」は、ユーザーの登録情報をもとに年齢を判断し、年齢ターゲティング、行動ターゲティングに含まないようにしています。

Q19 【6-1.AI の活用による利用者のターゲティング方法の変化と対応】

AIを活用したターゲティング広告における「特徴量」の利用について、具体的なイメージについて確認させていただきたい。個人の行動履歴に基づく「特徴量」をもとに、例えば「アウトドアに興味がある人は、こういう特徴量の傾向がある」といったパターンを学習し、同じような特徴量を持つ別のユーザーに対して、たとえその人がアウトドア関連の商品を購入していなくても、「この人もアウトドアに興味があるかもしれない」と行動パターンからAIはユーザーの関心を推測することが可能になる。このようなイメージで合っていますでしょうか。【森構成員】

LINEヤフー

構成員限り

Q20 【6-1.AI の活用による利用者のターゲティング方法の変化と対応】

センシティブなカテゴリーを禁止しているとのことですが、貴社では政治的メッセージや政治広告の制約についてどのようにお考えか教えてください。観点は2つ想定されます。1つ目はユーザーカテゴリーについて、センシティブなためカテゴリー自体を設けていないのか。2つ目は広告内容について、政党や政治団体からの広告を受けていないのか、あるいは全面禁止ではないが18歳未満へのターゲティングを行わないのか等です。【森構成員】

LINEやフー1/2**【LINEサービス関連】**

「業種・サービスごとの注意点」として公表しておりますとおり、選挙・政党に関する基準を満たす必要があります。

●選挙

- 選挙管理委員会等による選挙開催の告知に関する広告であること
- 特定の政党や候補者への投票を呼び掛けるなどの、選挙運動に関わる表現でないこと

●政党

広告主が、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること ※([総務省都道府県選挙管理委員会HP](#)や市区町村HPで確認)

- 上記以外の団体や個人による広告でないこと
- 遷移先が広告主である政党の公式なサイトであること
- 訴求内容は政党で掲げている政策に留めていること
- 他者を攻撃したり、特定の候補者を落選させるための内容でないこと
- 選挙や投票を呼び掛ける表現でないこと
- クリエイティブ内に政党または政治団体名の表示があること
- その他当社が選挙運動性を有すると判断したもの

(URL) <https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/#guide12>

LINEやフー2/2

【Yahoo! JAPANサービス関連】

「広告掲載基準」において公表しておりますとおり、下記基準を満たす必要があります。

第7章 その他、個別の掲載基準があるもの

●選挙

下記の掲載基準を満たす必要があります。

○選挙管理委員会等による選挙開催の告知に関する広告は掲載可能とします。

●政党

下記の掲載基準を満たす必要があります。

1. 広告出稿元が、政治団体設立の届出が完了しており、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること
2. 公職選挙法およびそのガイドラインで規定されている内容を遵守していること
3. リンク先のサイトが政党等のサイトであること
4. 合理的な根拠なく一方的に主張を展開したり、他を攻撃したりしていないこと
5. ターゲティングを設定する場合は以下いずれかのターゲティングであること。ただし、特定の政治的意図をもって行うターゲティングではないこと

年齢、性別、地域（半径指定は除く）、曜日・時間帯、デバイス、プレイメント、サイトカテゴリー、コンテンツキーワード

第9章 広告表現規制

●選挙

選挙運動に関わる表現は掲載できません。

●政党

クリエイティブ内に政党または政治団体名の表示が必要です。

なお、選挙や投票の呼びかけ等の表現は掲載できません。

●官公庁、政府広告

クリエイティブ内に官公庁の名称または政府広告とわかる表示が必要です。

(URL) <https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-editorial?language=ja>

Q21 【1-3.利用者情報の第三者提供の状況】

ヒアリングシート1-3最終行に「③ アカウント未保持者のデータであっても、広告クリック識別子など第三者提供する場合があります。」とお書き頂きましたが、アカウント未保有者のデータで広告識別子以外のもの、たとえばウェブの閲覧履歴やその分析結果も第三者提供の対象となりますか。【森構成員】

LINEヤフー

ウェブの閲覧履歴やその分析結果は第三者提供の対象とはなりませんが、広告の効果測定の目的で、トラッキングパラメータとして下記サイトにおいて公表している広告ID、キャンペーンID等のデータを提供する場合があります。

(URL) <https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044463?language=ja>

Q22 【1-5.利用者のプロファイリング（目的、利用する情報等）・セグメント化状況】**1-5に**

①

お客様のご登録情報やサービス利用履歴等の情報を基に、お客様の興味関心や属性を推定・分類した上、コンテンツの推薦や広告配信に利用しております。

②③

差異なし

とお書き頂きましたが、ここにいう「サービス利用履歴等の情報」には、LINEヤフーのサービス以外の主体のサービス利用履歴も含まれるという理解で良いでしょうか。【森構成員】

LINEヤフー

ご認識のとおり、適正に取得したLINEヤフー以外の主体が提供するサービス利用履歴も含まれる場合があります。例えば、グループ会社が提供するサービスのサービス利用履歴がこれに含まれます。