資料42－1

利用者情報の取扱いに関するモニタリング（2026年度）
事業者回答概要

2026年８月19日

事　　務　　局

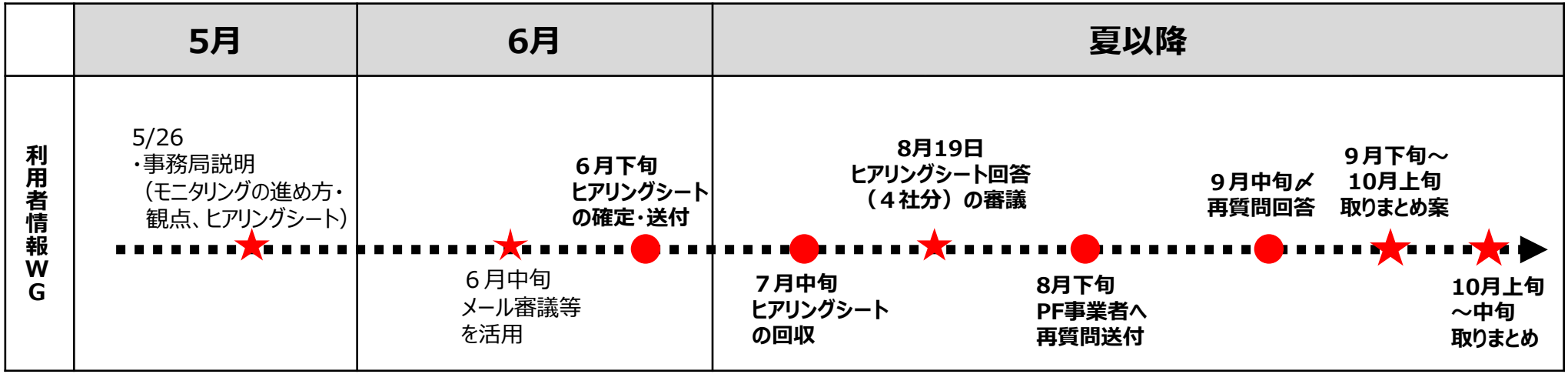
2026年度のモニタリングの進め方（案）

○2026年モニタリングは、**原則として書面による確認とし、必要に応じてヒアリング**を実施。
○各社のヒアリングシートの回答をもとに議論を行った上で、**回答内容の確認・追加質問を書面にて実施**する。
○追加質問の回答を入手後、モニタリング結果取りまとめを行い、10月下旬までに経済産業省へ提出。

モニタリング対象事業者

Google LLC、LINEヤフー株式会社、Meta Platforms, Inc、TikTok Pte. Ltd の４事業者　　※アルファベット順

スケジュール案



2026年度モニタリングの観点① 透明化法に係る観点

透明化法に係る確認項目	2025年度モニタリングの主な結果の概要	2026年度モニタリングの観点
1．取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示	**【利用者によるプライバシーポリシーの閲覧状況、理解度】** ・Meta以外の既存2社は把握していないため、引き続き動向を注視していく必要がある。	a．プライバシーポリシー等が利用者にどの程度読まれ理解されているかを把握しているか。また、理解の向上に資する取組を行っているか。
	【利用者情報を収集している第３者やウェブサイトによる利用者への説明や同意取得】 ・既存３社ともに規約等で義務付けしているものの、一部を除き、実際の対応状況の把握はされていないため、第三者において適切に実施されているか、主要なパートナー企業への調査などを求めていく。	b．第三者による利用者への同意取得や通知・公表の履行状況について、プラットフォーム事業者が、第三者への確認・指導などを行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。
	【第３者や第３者が運営するウェブサイトによる利用者情報の収集や利用】 ・**既存３社全て、自社のプライバシーポリシーで利用者に説明していることを確認**。	c．プラットフォーム事業者が、第三者や第三者の運営するウェブサイトを通じて利用者の情報を取得・利用していることについて、自社のプライバシーポリシー等で利用者に説明しているか。 **【既存3社は対応確認済、TikTok社に対して確認実施】**
2．ターゲティング広告を実施する旨及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示	**【アカウント作成時のオプトアウト機会の提供】** ・Google以外の既存２社は提供しておらず、引き続き動向を注視していく必要がある。	・ アカウント作成時にターゲティング広告の同意を拒否する選択肢が設けられているか。
3．消費者がデータの取得・利用を拒否した場合の、サービスを利用するオプション提供の可否の開示	**【オプトアウトした場合の利用者情報の取扱い】** ・広告以外の用途に使用される場合があることから、引き続き動向を注視していく必要がある。	・ オプトアウトしても広告以外の用途で利用者情報が使用される場合があるか
4．データ・ポータビリティの可否・方法の開示	**【利用者から直接取得した情報を元に生成した情報のポータビリティ】** ・データ・ポータビリティの機能を提供しているものの、既存３社ともに提供していないところ、引き続き動向を注視していく必要がある。	・ 利用者から直接取得した情報を元に生成した情報のポータビリティは可能か

※この他、定点観測として確認している項目がある。
※TikTok社に対しては、2025年度までのモニタリングにおいて既存３社が対応済みとなった項目についても確認を行うこととする（詳細は６頁目参照）。

2026年度モニタリングの観点② その他の観点

その他の観点①【外部送信】

タグや情報収集モジュール等の外部送信ツールの提供者として、望ましい対応が講じられているか（アカウント非保有者向けのオプトアウト手段の提供等）。

【参考】 SPSI 抜粋

1．2．2．情報収集モジュール提供者の取組

≪期待される役割≫

●情報収集モジュール提供者は、利用者情報を取得する場合、自身の利用者情報の取扱いに責任を負うことが強く求められる【基本的事項】。

●加えて、情報収集モジュール提供者は、情報収集モジュールの挙動や取得した情報の利用に一義的に関与していることから、情報収集モジュールの利用者情報の取扱いに関する透明性等が確保されるようアプリケーション提供者を支援することが望ましい【望ましい事項】。

その他の観点②【広告配信におけるAI等の活用】

AIの活用等の新たな技術による利用者のターゲティングについて、利用者への透明性の確保や利用者情報の取扱いの観点から懸念等はないか（有効活用ケースも含む）。

【参考】 SPSI 抜粋

② センシティブ情報[38] 不当な差別や偏見その他の不利益が生じないようにその取扱いに特に配慮を要する情報を収集する場合については、取得する情報の項目を明示した上で、個別の情報に関する同意取得を行うことが強く求められる[39]【基本的事項】。また、プロファイリングによりセンシティブ情報を予測・生成する行為は、センシティブ情報の取得につながるおそれも否定できないと考えられることから、原則として実施しないこととし、実施する場合には、利用者本人に対して個別の同意取得を行うことが望ましい【望ましい事項】

その他の観点③【体制整備】

日本拠点におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための体制整備、人材育成が実施されているか。

【参考】

日本におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための専門人材の配置

2026年度ヒアリングシート

○以下の各項目について、プラットフォーム事業者各社の取組について記載（赤字は昨年度からの追加分）

〇透明化法に係る確認項目に対応する質問事項

1．利用者情報の取扱いの状況について
- 1-1 取得する利用者情報の内容と取得場面
- 1-2 取得した利用者情報の加工・分析・利用の目的
- 1-3 利用者情報の第三者提供の状況
- 1-4 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況
- 1-5 非ログイン時に取得した利用者情報のアカウントへの紐付けの有無、利用者への説明

2．利用規約・プライバシーポリシーについて

（1）利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
- 2-1 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーでの記載箇所【TikTok社のみ】
- 2-2 サービス開始前の利用者への通知・同意取得（導線等）
- 2-3 プライバシーポリシー等に関する利用者の理解度の把握状況及び理解の向上に資する取組（情報提供、周知・啓発活動等）の状況【確認項目1-a】

（2）透明性確保のための工夫
- 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等）

（3）オプトアウト
- 2-5-1 オプトアウト手段の設置状況（方法、対象範囲等）
- 2-5-2 オプトアウト設定に関する利用者に対する支援（簡便な設定手段等）
- 2-5-3 アカウント登録時におけるオプトアウト手段の提示【確認項目2】
- 2-6-1 オプトアウトした場合のサービス利用継続の可否【TikTok社のみ】
- 2-6-2 オプトアウトした場合の利用者情報の取扱い（広告以外の目的での利用の状況等）【確認項目3】
- 2-7 オプトアウトに関する通知事項、導線、ステップ数。特に、利用者が認知しやすくする工夫

（4）データポータビリティ
- 2-9-1 データポータビリティに関する取組（方法・対象範囲）
- 2-9-2 利用者から取得した情報を元に生成したデータのポータビリティ【確認項目4】

3．第三者や第三者の運営するウェブサイト・アプリを経由した情報収集の状況
- 3-1 第三者や第三者のウェブサイト等による同意取得や通知、説明等について、第三者への具体的な実施状況の確認や改善指導、確認結果を踏まえた対応を行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。【確認項目1-b】
- 3-2 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【TikTok社のみ】【確認項目1-c】

4．サードパーティによる情報収集への対応
- 4-1 自社サービスにおける外部送信規律への対応状況

〇その他の観点に対応する質問事項

5．タグや情報収集モジュール等の外部送信ツールの提供者として、望ましい対応が講じられているか（アカウント非保有者向けのオプトアウト手段の提供等）【その他の観点①】
- 5-1 第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集の状況
- 5-2 第三者や第三者のウェブサイト等の基準、条件
- 5-3 第三者へ提供しているタグ・情報収集モジュールに関する情報の提供状況（タグ・情報収集モジュールの仕様、第三者向けの外部送信規律への対応方法の公表・通知）
- 5-4 タグ・情報収集モジュール等の外部送信ツールに関するオプトアウト手段の提供状況
- 3-1 第三者や第三者のウェブサイト等による同意取得や通知、説明等について、第三者への具体的な実施状況の確認や改善指導、確認結果を踏まえた対応を行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。【確認項目1-b】（再掲）
- 3-2 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【TikTok社のみ】【確認項目1-c】（再掲）

6．AIの活用等の新たな技術による利用者のターゲティングについて、利用者への透明性の確保や利用者情報の取扱いの観点から懸念等はないか。【その他の観点②】
- 6-1 AI技術を活用したプロファイリングの状況
- 6-2 AI技術を活用したプロファイリングの利用に際してプライバシー保護その他利用者の利益の保護の観点から留意している取組
- 6-3 AI技術による不適切なターゲティング広告の排除の状況・実績
- 6-4 サードパーティークッキーの代替技術に関する取組、利用者への説明の状況

7．日本における体制整備【その他の観点③】
- 7-1 日本におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための体制整備、人材育成（専門人材の配置等）の状況【LINEヤフーは日本本社のため、人材育成のみ確認】

2026年度ヒアリングシート
事業者からの回答概要

※詳細は各社回答を参照。

※会合後修正 事業者回答概要（1 自ら取得する利用者情報の取扱い、2 利用規約・プライバシーポリシー：取得情報、利用目的等）

設問1-1　利用者情報の取扱取得の場面、取得情報、利用目的　※定点観測事項
設問1-2-1　取得情報の加工、分析、利用状況　※外部サイトからの取得情報は設問3、4、5参照
設問1-5　非ログイン時に取得した情報のアカウント情報への紐付けの有無、プライバシーポリシー等での記載状況
設問2-1　利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーでの記載箇所

●Metaは更新されたプライバシーポリシーで、対話型AIでのやり取り内容を収集、活用している旨を明記。
●TikTokはアカウント保有、ログイン有無による利用者情報の取扱いについてプライバシーポリシーでの記載が不明瞭。

※各社回答から抜粋または概要を事務局にて作成（他のページも同様）、昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※大きな変更なし	(取得情報) 利用するアプリ、ブラウザ、デバイスの情報（固有ID、ブラウザやデバイスの種類・設定、携帯電話事業者、電話番号、IPアドレス等）、利用者のアクティビティ情報（検索ワード、再生動画、コンテンツ・広告の表示、購入アクティビティ等）、現在地情報（GPS、IPアドレス、基地局情報等）、公開情報からの取得情報　等 (取得方法) Cookie、ピクセルタグ、ローカルストレージ、データベース、サーバーログによる (利用目的) サービスの維持・向上、新しいサービスの開発、コンテンツや広告などカスタマイズしたサービスの提供、パフォーマンス測定、利用者とのコミュニケーション、利用者等の保護　等 (アカウント保有、ログイン有無による差異) **非ログイン時及びアカウント非保有者は、端末等に紐付く固有IDにより情報収集される。** (プライバシーポリシーでの記載) **記載あり**
LINEヤフー ※変更なし	(取得情報) 電話番号、プロフィール情報（アイコン画像、表示名等）、氏名、住所、生年月日、メールアドレス、サービス利用履歴 等 (利用目的) サービスの提供・維持、開発・改善、セキュリティ及び不正利用の防止・対応、最適化されたコンテンツの提供　等 (アカウント保有、ログイン有無による差異) **非ログイン時及びアカウント非保有者も情報収集され、非ログイン時はCookie ID、広告識別子等と紐付けされる。** (プライバシーポリシーでの記載) **記載あり（ただし、アカウントやログイン有無による違いの詳細は記載なし）**
Meta ※更新あり	(取得情報) 利用者の登録情報（メールアドレス、電話番号又は年齢等）、利用者のアクティビティ情報（クリック又はいいね!の対象、投稿及び写真、Meta AIとのやり取り内容、送信メッセージを含む）、友達・フォロワーその他のつながり（連絡先等）、他者のアクティビティに基づき収集又は推測する情報、アプリ、ブラウザ、デバイスの情報（デバイスID、位置情報、IPアドレス、Cookie及び類似の技術から得られる情報を含む）等 (利用目的) Meta製品の提供・向上、パーソナライズ、広告等の表示、安全、セキュリティ、保全の推進、効果測定・分析、ビジネスサービスの提供、利用者とのコミュニケーション、公益目的の調査　等 (アカウント保有、ログイン有無による差異) **非ログイン時及びアカウント非保有者も情報収集される**（ブラウザ、デバイスモデル、OSの情報など）。**ユーザーIDとの照合は試みられるが、アカウント非保有者のプロファイルは作成されない。** (プライバシーポリシーでの記載) **記載あり（ただし、非ログイン時の情報の取扱いについては明示的に示されていない）**

事業者回答概要（1 自ら取得する利用者情報の取扱い、2 利用規約・プライバシーポリシー：取得情報、利用目的等）

TikTok	(収集情報) アカウント登録時：ユーザー名、パスワード、生年月日、メールアドレス、電話番号、プロフィール画像 等 TikiTok利用時：投稿コンテンツ・メッセージ、購入情報、電話帳・連絡先、年齢証明、各種イベント時の収集情報 等 自動的に収集：利用情報、推測情報、技術情報(IPアドレス、ユーザーエージェント、携帯電話事業者、広告識別子、デバイス情報 等)、位置情報、画像・音声情報、クッキー情報(類似技術含む) (利用目的) サービスの提供や改善、製品開発、表示コンテンツのパーソナライズ、広告やコンテンツ等の効果測定、TikTokの利用方法の把握、広告等配信、ユーザーの年齢確認、違法有害活動の検出、**機械学習モデル等の技術改善**、その他多数 (アカウント保有、ログインの有無による差異）**非ログイン時、アカウント非保有者は、自動収集する情報を取得する場合がある。非ログインは登録済みアカウントと紐付けはされず、データは別保管される。** (プライバシーポリシーでの記載）**非ログイン時、アカウント非保有者についての情報収集、情報の取扱いについて、明示的な記載がされていないように見受けられる。** 【TikTok社回答】 TikTok のプライバシーポリシーでは、ログインしているか否かにかかわらず、ユーザー情報がどのように収集・利用されるかが説明されています。ログインしていない場合であっても、一定の情報に基づいて情報の照合や広告のパーソナライズが行われることがあります。 TikTok社プライバシーポリシー（抜粋） （お客様が提供する情報） ・ユーザーコンテンツ。（略） お客様がユーザーでない場合も、本プラットフォーム上でユーザーが作成または公開したユーザーコンテンツにお客様に関する情報が表示されることがあります。

追加確認事項（案）

(全社)アカウント非保有だった利用者がアカウント登録を行った場合、当該利用者についてこれまで端末固有IDやCookie ID等を通じて収集されていた情報は、アカウント登録時に紐付けされるのか。その場合、プライバシーポリシーでその旨を記載しているか。

（LINEヤフー）アカウント非保有者はどのような識別子を用いて情報収集しているのか。また、プライバシーポリシーで記載しているか。

（Meta）非ログイン時、アカウント非保有者についてどのような識別子を用いて情報収集しているのか。また、プライバシーポリシーで記載しているか。

（TikTok）非ログイン時、アカウント非保有者の情報取扱いについて、プラバシーポリシー（日本語版）上のどこで、どのように記載されているのか。また、情報収集時はそれぞれどのような識別子を用いて情報収集しているのか。

※会合後修正 事業者回答概要（1 自ら取得する利用者情報の取扱い状況：青少年・高齢者への配慮）

設問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　　※定点観測事項

●各社とも青少年の利用者情報について、特別な保護措置を講じており、利用者年齢を13歳以上とし、広告配信では18歳未満に対するターゲティングを制限

※昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※変更なし	・未成年者（18歳未満）に特別な保護措置を適用 ・子どもと13歳以上の未成年者を対象する広告ポリシーにおいて、**広告のパーソナライズを無効、デリケートな広告カテゴリの広告配信を制限。** **・広告主に対し、13歳未満の顧客情報、13歳未満向けのウェブサイト等から収集した情報の使用（アップロード）を禁止。**
LINEヤフー ※変更なし	・プライバシーセンターで青少年向けのガイダンスコンテンツを提供 ・年齢確認は携帯キャリアから情報入手 **・広告配信では、13歳未満のユーザーデータの使用、18歳未満への年齢ターゲティング、行動ターゲティングを禁止**
Meta ※更新あり	・Facebook、Instagramの最低年齢は13歳、**18歳未満には制限を設けたトピックスについてターゲティングは行わない（ただし、年齢と地域のみに基づいた広告表示は可）** ・10代向けのガイド、保護者の監視ツールを提供 **・13歳から17歳までを対象にした「ティーンアカウント」をグローバルに展開し、より厳格なプライバシー設定ほかが適用** （Instagram、Facebook、Messenger） ・センシティブな画像送信する際に注意を促など、ヌードコンテンツ保護を強化（Instagram）
TikTok	**・13歳未満はサービス対象外とし、15歳未満は親権者等がプライバシーポリシーに同意することが必要。** 同意しない場合は、アクセスの中止を求める。 **・未成年（18歳未満）は規制業種またはセンシティブな業種についてターゲティングの対象外** ・保護者向けのガイドを用意

※事業者からの回答には、プライバシー情報以外の青少年保護に係る取組も記載されている。

事業者回答概要（1 自ら取得する利用者情報の取扱い状況：第三者提供）

設問1-3　利用者情報の第三者提供の状況

※定点観測事項

●各社とも、原則としてプライバシーポリシーへの同意を以て第三者提供が行われているが、秘匿性の高い情報は明示的な同意が取られているケースがある（Google、LINEヤフー）。
●Metaは、AIの機能強化のために第三者提供している旨が明記された。
●TikTokでは、アカウント保有、ログイン有無による取扱いの違いがあるのかが不明瞭。

※昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※更新あり	・**利用者はプライバシーポリシーに同意の上で利用を開始**する。 ・第三者提供の場面：**利用者の同意を得た場合**（機密性の高い情報は明示的な同意取得）、**ドメイン管理者の場合、外部処理する場合（データセンターの運用やサービス配信等の委託）、法律上の理由の場合　など** ・**個人を特定出来ない情報を公開、パートナー（広告主等）へ共有することがある。** ・**アカウント保有、ログイン有無による差異はない。**
LINEヤフー ※更新あり	・第三者提供の要件：利用者から同意を取得して、第三者提供する場合がある。 ・**利用者から取得する同意は、プライバシーポリシーへの同意（サービス利用開始時の同意を含む）による場合、個別に取得する同意による場合**（他社アプリでLINEのプロフィール情報を利用する場合）がある。 ・ログインの有無による差異はない。**アカウント非保有者については、広告クリック識別子などを第三者提供する場合がある。**
Meta ※更新あり	・**プライバシーポリシーに基づき第三者提供**される。 ・第三者提供先：広告主及びそのベンダー、Meta分析サービスの利用者、マーケティングベンダー、サービス提供や調査の委託先、外部研究者、**Meta AIの機能強化のために連携する外部パートナーや外部サービス等**、法的な要請による場合 ・**非ログイン時でアカウントが照合されなかった場合・アカウント非保有者は、セキュリティ、安全性・保全性、広告、パフォーマンスの目的のため**、第三者提供される場合がある。
TikTok	・**利用者はプライバシーポリシーへの同意によって、第三者への共有を同意することとなり、**同意している場合に限り、第三者へ提供。 ・第三者提供先：ビジネスパートナー(他のSNSサービスと連携させている場合)、サービスプロバイダ(決済代行者等、アナリティクスプロバイダ）、広告主、広告ネットワーク、出版社、測定パートナー、独立リサーチャー、グループ企業、法的な要請 ・**アカウント保有、ログイン有無による違い：未回答**

追加確認事項（案）

（LINEヤフー）明示的な同意取得は、新たに実施された措置なのか（昨年までの回答の明確化をしたものか）
（TikTok）個別(明示の)同意を取得する場合は無いのか、アカウント保有、ログイン有無による取扱いの差異はないのか

事業者回答概要（1 自ら取得する利用者情報の取扱い状況：広告ビジネスへの活用）

設問1-4　広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況（利用する情報、利用方法）　※定点観測事項

●パーソナライズド広告、ターゲティング広告のために利用者情報が活用されている。
●Metaでは、対話型AIでのやり取り内容を広告配信に活用することを2025年12月のプライバシーポリシー改正で明記。
●アカウント非保有者はデバイス情報等をもとに各社のビジネスツールを利用する他サイト等で広告表示されることがある(Meta、TikTok)。

Google	・ユーザーによるプライバシー管理によってパーソナライズされたコンテンツ、広告を含めたサービス提供をするために利用者情報を利用。 ・収集している情報は回答1-1参照。**広告配信に利用されている情報は、ユーザーごとに「マイアドセンター」で確認することができる。**
LINEヤフー ※変更なし	・より最適化した広告を配信するために利用者情報を利用 ・スタンプの購入履歴、良く利用するLINEヤフー社のサービス、検索情報等を利用 **・アカウント保有、ログインの有無による差異はなく活用される。**
Meta ※更新あり ※昨年度からの更新は赤字下線部分	・利用者情報を使用し、利用者にとって最も関連性の高い広告の興味・関心を判断 ・プロフィール情報、Meta製品上でのアクティビティ、FacebookおよびInstagramで作成またはやり取りするコンテンツ、 利用者について推測される事項（利用者が興味を持つ可能性があるとMetaが考えるトピックなど）、友人、フォロワー、**AI at Metaとのやり取り（例：AI at Metaと共有されたプロンプト、メッセージ、およびメディア）**等（プライバシーポリシーに明記（2025年12月16日付）） **・非ログイン時は、アカウントと一致した場合は、アカウント保有者と同様の情報収集がされる。** **アカウント非保有者は、ブラウザまたはアプリのログ、デバイスの基本情報が収集**され、**Meta Audience Networkを通じて他社サイト・アプリの使用時に、Meta社製品の広告が表示される可能性がある**(※プライバシーポリシーに記載あり)。
TikTok	**・全ての広告に使用：位置情報（IPアドレスに基づく）、言語情報、利用者が提供する属性情報（アカウント登録時の年齢等）** ・パーソナライズド広告に使用：推測する属性情報（性別等）、興味・行動情報（TikTok上のアクティビティのほか、広告主等から共有された他社アプリ、ウェブサイト、店舗での行動情報） **・非ログイン時はアカウントに紐付けた広告配信は行われないが、一定の情報に基づいて情報の照合や広告のパーソナライズが行われる場合がある（ただし、アカウントとの紐付けはされない）。アカウント非保有者も同様。**

追加確認事項（案）

（Google、LINEヤフーTikTok）アカウント非保有者は、収集されるデバイス情報（端末固有ID等）や閲覧情報をもとに、自社のビジネス用ツール（オーディエンスデータなど）を利用する他サイトで広告表示されることはあるか。その旨をプライバシーポリシーに記載しているか。

（TikTok）・アカウント保有、非ログイン時の広告配信にプライバシーポリシーについて記載しているか。
・「一定の情報に基づく情報の照合」とは具体的にどのような場合か（端末に紐付くIDなどか）。

事業者回答概要（2 利用規約・プライバシーポリシー：利用者への提示、同意取得）

設問2-2　プライバシーポリシー、利用規約の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　※定点観測事項

●各社、アカウント登録時に明示的に、プライバシーポリシーへの同意を求めている。

アカウント登録時のプライバシーポリシーに関する説明

Google ※変更なし	LINEヤフー ※変更なし	Meta ※変更なし	TikTok
Google アカウントを作成する際、プライバシーポリシーへのリンクとプライバシーに関する選択肢に関する明確な説明が示されます。ユーザーはアカウント作成前後いつでもプライバシーポリシーにアクセスしたり、設定を変更することができます。（中略） アカウント作成の流れの最後に、ユーザーは、利用規約への同意とは別の、「上述のユーザー情報の処理」に対する同意を示すチェックボックスにチェックすることを求められ、アカウント作成プロセス終了前にさらにプライバシーポリシーの説明が示されます。 	LINE アカウント開設時に利用規約とプライバシーポリシーを掲載し、お客様にご同意いただいた上、アカウントを開設することとしております。 また、弊社 Web サイト又は LINE アプリ等のアプリ内からプライバシーポリシーの内容を確認することができます。 LINEアカウント登録時（2ステップ目） 	Metaは登録ユーザーがMetaのサービスにサインアップする際に通知を行います。これには①および②のユーザーが含まれます。さらに後述するように、登録されていない③のユーザーについては、Metaのプライバシーポリシーは一般に公開されており、アカウントを持たないユーザーに対してどのような情報がどのような目的で収集される可能性があるかを通知する特定のセクションが含まれています。 アカウント登録時（7ステップ目） 	TikTokアカウントを作成する際、利用者にはプライバシーポリシーへのリンクが提示されます。その際、「本サービスを利用することにより、お客様は当社のプライバシー・ポリシーに同意したものとします。」とのメッセージが表示され、利用者はアカウント登録またはサービスの利用を開始することにより、プライバシーポリシーに同意することになります。 利用者は、アカウント作成後いつでもプライバシーポリシーにアクセスし、設定を変更することができます。

事業者回答概要（2 利用規約･プライバシーポリシー：理解度向上に向けた取組）

設問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情報及び理解の向上に資する取組状況　【2026年度モニタリング項目】
設問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

●各社ウェブサイトでプライバシーに関する専用ページを設け、分かりやすい解説がされている。
●Metaは2022年にプライバシーポリシーについて利用者アンケート調査（対面）を実施し、包括的な見直しを行っている。
●その他３社は効果測定は行われておらず、Google社では事後測定よりも予め理解しやすい内容にすることに注力。

※昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※変更なし	･**プライバシーポリシー等に関する利用者の理解度を追跡するためのシステムは存在しない**（それ自体が不本意にプライバシー問題を起こす可能性があるため） ･**理解度を事後測定するよりも最初からポリシーが理解しやすいようにする努力を注いでおり**、分かりやすいトピックスごとにポリシーを整理。 ･短い動画、特定のポリシーや専門用語に関するより詳細な説明を提供。 ･利用者がプライバシー設定を容易にカスタマイズできるよう、「マイアドセンター」、「プライバシー診断」などのツールを提供。 ･様々な情報や資料を集約した「セーフティセンター」において、データセキュリティやプライバシー管理、オンライン上の安全等に係る学習機会を提供。
LINEヤフー ※変更なし	･**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。** ･「LINEヤフープライバシーセンター」の公表のほか、コーポレートサイトでの啓発コンテンツ掲出等を実施。 ･プライバシーセンターでは、パーソナルデータの取扱いについて詳細説明するとともに、プライバシー設定を可能にしている。 ･**2025年8月19日にLINE/Yahoo!JAPANそれぞれのプライバシー設定に関して全ユーザーへ周知**
Meta ※更新あり (情報追加)	･**プライバシーポリシーへのアクセス率、閲覧時間、利用者が閲覧したセクション等の利用者の行動を追跡。** ･**ポリシーの好感度及び明確性に関する利用者のフィードバックを収集するためのアンケート調査を実施（2022年）し**、プライバシーポリシーの包括的な書き直しとデザインの刷新を実施。 ･ポリシー更新を行う際、テキストの明確性や読みやすさを評価し、高い水準を満たしていることを確認している。 ･**サードパーティのデータ収集メカニズムに関する部分を含めた測定アプローチが採られている。** ･ニュースルーム内の専用の「プライバシー」セクションを通じた情報提供等を実施。
TikTok	･**理解度に関する効果測定は行われていない。** ･「プライバシーセンター」を通じて、データセキュリティ、プライバシーツール、オンライン上の安全性に関する情報を提供。

追加確認事項（案）

（全社）青少年を除くリテラシーが低い利用者（高齢者など）に配慮した取組はあるか。
（Meta）・効果測定について「サードパーティの収集メカニズムを含めた測定アプローチ」とは具体的に何を実施しているのか。
・アンケート調査後に改訂したプライバシーポリシーへの利用者反応は以前とどのように変化したか。
（LINEヤフー、TikTok）利用者の理解度調査を実施しない理由は何か。

事業者回答概要（2.利用規約・プライバシーポリシー：オプトアウト手段）

設問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
設問2-5-2　オプトアウト設定に関する利用者に対する支援
設問2-5-3　アカウント登録時のオプトアウト手段の表示 **【2026年度モニタリング項目】**
設問2-6-1　オプトアウトした場合のサービス利用可否
設問2-6-2　広告への利用をオプトアウトした場合の利用者情報の取扱い **【2026年度モニタリング項目】**
設問2-7　オプトアウトに関する通知事項、導線、ステップ数、利用者が認知しやすくするための工夫

●各社とも、広告利用される情報等のオプトアウトが可能となっており、容易に設定可能なダッシュボード等を提供している。
●Google社はアカウント登録時にオプトアウト可能、LINEヤフー社、TikTokは一部の情報がオプトアウト可能。
●オプトアウトしてもサービスは継続利用出来るが、情報は自動削除されず、プライバシーポリシーの範囲内で広告以外の目的で活用される場合がある。

※サードパーティで収集した情報のオプトアウトは問5-4

Google ※変更なし	・**プライバシー設定が可能なダッシュボードを提供し、Googleと共有する情報のオプトアウトが可能（検索、広告のカスタマイズ、YouTubeの検索・視聴履歴の設定など）**。ログイン時は詳細設定が可能。 ・**非ログイン時、アカウント非保有者も、「データとプライバシー」において、検索、YouTube、広告の設定が可能**。また、「プライバシー診断」はアカウント非保有者も実施可能。 ・**アカウント登録時に、Googleと共有する情報を選択可能（オプトアウト可能）。** ・オプトアウトをしてもサービスは継続利用可。 ・**広告カスタマイズが無効の場合、広告プロファイルの作成や広告カスタマイズを目的とした利用者情報の収集・利用はされないが**（ただし、使用しているウェブサイトやアプリのトピック、現在の検索ワード、大まかな現在地に基づく広告は表示される）、**広告効果の測定や不正使用の防止等の目的においては利用される。Googleサービスを利用する他サイトでもパーソナライズド広告が表示されない場合がある。**
LINEヤフー ※変更なし	・**利用者情報の第三者提供、位置情報の取得等、ターゲティング広告を含む広告の最適化についてオプトアウトが可能。** ・LINEサービスはログイン時のみ設定可。**Yahoo!JAPANサービスは、非ログイン時、アカウント非保有者も行動ターゲティング広告の無効化が可能。** ・**広告関連はアカウント登録時のオプトアウトは出来ない。ただし、LINEサービスでは通信の秘密に関する情報の取得・利用、位置情報の取得・利用に関する同意はアカウント登録時にオプトアウトが可能。** ・オプトアウトをしてもサービスは継続利用可。 ・**広告への利用をオプトアウトした場合も、原則として利用者情報は削除されず、プラバシーポリシーの利用目的の範囲内で広告目的以外に利用される場合がある。** ・「LINEヤフープライバシーセンター」の「パーソナルデータの活用」においてオプトアウト機能について説明。同サイト、LINEアプリ内の「設定」、配信されている広告上にあるインフォメーションアイコンからオプトアウトが可能。

事業者回答概要（2.利用規約・プライバシーポリシー：オプトアウト手段）

Meta ※大きな 変更なし	・**アカウント保有者は設定メニュー(ログインが必要)において、プライバシー設定、セキュリティ、ログイン情報、広告設定等の設定変更(オプトアウト)が可能。** ・**アカウント登録時にオプトアウトは出来ない。** ・「広告表示の設定」では、**広告表示に利用する情報**（他サイトでの行動情報を含む）、**広告を表示させる広告主等を選択可能**。 ・「広告トピック」では、「表示を減らす」機能により、関連づけされているトピックについて、対応するターゲティングセグメントからの削除や、広告配信で選択したトピックに関連する広告コンテンツのフィルタリングが可能。 ・オプトアウトをしてもサービスは継続利用可。 ・**利用者がアクティビティ情報を使用させないを選択した場合は、当該情報を使用した広告表示は行われない。また、広告トピックの「表示を減らす」を選択したトピックに関連する広告コンテンツを配信から除外することを目指す。また、第三者がオプトアウトを尊重することが契約上求められている。** ・**オプトアウトした情報は自動削除されない。利用者が情報を閲覧、管理、ダウンロード、削除するためのツール（プライバシーセンター）を提供している。** ・アカウント非保有者は、デバイスレベルでクロスサイトトラッキング防止機能を活用することで、Cookieその他類似技術の管理が可能。 ・「プライバシーセンター」において、「情報を管理・削除する方法、権利を行使する方法」が解説されている。
TikTok	・**利用者は常にTikTok上の行動に基づく広告を受け取るが、ログイン時はTikTok外でのアクティビティの消去(24時間ごと)、広告配信に利用されるデータの管理(カスタマイズ)が可能。** ・アカウント保有、ログイン有無にかかわらず、デバイスレベルの設定（iOSのトラッキング拒否、Androidの広告ID削除・リセット）により他社アプリやウェブサイトの行動追跡を拒否することが可能。 ・**アカウント登録時に、プライバシー設定に関する選択肢が提示される場合もあれば、その後のアカウント設定内で利用可能になるものもある（その場合、設定画面やジャストインタイム通知等によりアクセス可能）。** ・オプトアウトしてもサービスは継続利用可。 ・**TikTok外での行動に基づくパーソナライズド広告をオプトアウトした場合、パーソナライズド広告には利用されないが、プライシーポリシーに記載される広告配信以外の目的で利用される場合がある（社内業務、安全・セキュリティの確保、法的要請の遵守、一般的な広告配信）。** ・**オプトアウトした情報は自動削除はされない。TikTok以外から収集された情報は設定画面から削除が可能。** ・トップページから２回遷移で設定画面に到達可（「設定及びプライバシー」→「広告」） ・「プライバシーセンター」において、オプトアウト設定やデバイスレベルの設定方法を説明（非ログイン、アカウント非保有者向けも含む）。

追加確認事項（案）

（TikTok）：

・「利用者は常にTikTok上の行動に基づく広告を受け取る」（問2-5-1）とある一方で、「TikTok外での行動に基づくパーソナライズド広告をオプトアウトした場合、広告配信に利用することを停止する」（問2-6-2）となっているが、TikTok上での行動に基づくターゲティング広告からのオプトアウトは出来ないということか。

・アカウント登録時にオプトアウト可能な情報は具体的には何か。

事業者回答概要（2.利用規約・プライバシーポリシー：データポータビリティ）

設問2-8-1　データポータビリティに関する取組（方法、対象範囲）
設問2-8-2　利用者から収集した情報をもとに行うプロファイリング等により生成したデータのポータビリティに関する取組

【2026年度モニタリング項目】

●TikTok以外の３社は昨年度から対応状況の変化はない。
●各社ともデータポータビリティを一部の情報について可能にしているが、収集情報から生成されたデータの持ち出しは行われていない。

Google ※変更なし	・**「Googleデータエクスポート」により、利用者はGoogleに保存した自身のデータの最新版コピーを自身のコンピュータにダウンロードしたり、サードパティのプロバイダーのサイトに直接ポーティングすること出来る。** ・エクスポート可能な情報（事務局調べ）：メール、ドキュメント、カレンダー、フォト、YouTube動画等 ・アカウント保有者及びログイン時のみ可能。 ・**利用者に関して推測されたデータまたは生成されたデータは含まれない。**
LINEヤフー ※変更なし	・**LINEサービスでは、「トーク履歴の送信」機能を利用してTextファイルでトーク履歴をダウンロード送信出来る。**また、**利用者の同意を前提として、LINEアプリで利用する利用者に関する情報（プロフィール等）を他社アプリと連携する機能を用意している。** ・**Yahoo!JAPANサービスでは、「登録情報」の「パーソナルデータの管理」において、各履歴（サービス利用履歴、位置情報の履歴、アクセス履歴）や登録情報の閲覧、ダウンロードデータの作成、ダウンロードが可能。** ・アカウント保有者及びログイン時のみ可能。 ・**利用者から直接生成した情報を元に生成した情報について直接的な回答はない。**
Meta ※大きな変更なし	・**「Export Your Information(情報の移管）」ツールにより、利用者は自身の情報のコピーを外部サービスにエクスポートするか、デバイスにエクスポートすることが出来る。** ・エクスポート可能な情報（Facebookの場合）：Facebookでの活動、個人情報、つながり(友達やフォロワー等)、ログ情報、セキュリティとログイン情報、設定、広告情報、データログ ・アカウント保有者及びログイン時のみ可能。アカウント非保有者は、「Privacy Rights request portal」を通じて情報のコピーをリクエストすることが出来る。 ・**利用者から直接生成した情報を元に生成した情報について直接的な回答はない。**
TikTok	・**「Download Your Data」ツールを利用してデータポータビリティの権利を行使することができる。利用者自身のデータパッケージをダウンロードできるセルフサービス型の機能**で、他のプラットフォームへのデータ移行を容易にする形式でデータパッケージを受領できるよう、**JSONファイル形式を選択するよう案内される。** ・アカウント保有者及びログイン時のみ可能 ・**直接取得した情報をもとに生成された情報は、現時点でデータパッケージには含まれず、独立した形式でのデータポータビリティの対象となっていない。**

追加確認事項（案）

（全社）収集情報からの生成情報を持ち出し可能としていないのは何故か。
エクスポートされたデータを他社アプリで活用されている例として把握しているものを具体的に示されたい。
（TikTok）具体的にどのようなデータがエクスポート可能なのか。

※会合後修正 事業者回答概要（３.第三者のウェブサイト等からの情報収集の状況）

設問3-1【新規】 第三者や第三者のウェブサイト等による利用者に対する同意取得や通知、説明等について、第三者等に対する具体的な実施状況の確認や改善指導、確認結果を踏まえた対応を行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。 **【2026年度モニタリング項目】**

設問3-2 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説明しているか。（TikTok社のみ） **【2026年度モニタリング項目】**

●第三者向け利用規約等において同意取得や通知を含む法令遵守を求め、不適切事例に対し是正措置等を講じている。
●各社とも第三者のウェブサイト等を経由した情報収集について、プライバシーポリシーで説明されている。

Google	**・ヘルプページ（Google広告、Adsense、Googleアナリティクス）を通じて顧客に通知することで、同意が適切に取得されていることを確認する（※） とともに、プライバシーに関する通知を提供している。** ・関連法律を遵守することに加えて、**欺瞞的なデザインを禁止するポリシーを長年有しており、これらのポリシーの遵守状態をいつでも審査でき、必要であればアカウントの強制停止をすることもある。** ※補足回答：Googleが第三者（広告主やサイト運営者等）に対し、利用者からの適切な同意取得をサービス利用の契約上の条件として義務付けた上で、その義務を履行するための具体的な手段（ガイダンス及び技術的ツール）を提供することで、エコシステム全体で適切な同意取得がなされる体制を構築・維持している。
LINEヤフー	**・LINE広告では、当該第三者との利用規約において、当該第三者側において対応が必要なユーザー同意/通知対応（当社オプトアウトページへのリンクの提示を含む）を行うように定めている。** （利用規約例：LINE Tag利用ガイドライン、Conversion API利用規約）。 **・LINEヤフー広告では、利用者への通知、同意対応等を定めている。**（計測タグ利用規約、広告データ利用基準）また、**確認ポイント及びユーザーへの説明例を記載した解説集を作成し、広告主に知らせている。** （広告データ利用基準～当社にデータを送信する場合編～）
Meta	**・第三者による同意取得、通知及び説明の確認について、契約上の要件として、法令等への遵守を求めるとともに、「サードパーティアセスメントプロセス（TPA）プロセス」によりデータ取得背景を評価する。** **・第三者に対し同意取得・通知方法の改善を促すための継続的な取組として、公開ドキュメント及びガイダンスにおいて、適切な同意フローの実装に関するガイダンスを提供している。**まだ「Metaビジネスヘルプセンター」で適用法令の遵守のガイダンスがある。 **・不適切な対応が確認された場合は、「監視及び監査の権利」、「自動検知及び通知」、「執行措置」、「契約上の救済措置」のメカニズムを利用し、改善や是正の要請、Metaビジネスツールへのアクセスの停止または制限、パートナー関係の終了、不適切に共有されたデータの削除または拒否を行う場合がある。** **・第三者のユーザーフローにおけるダークパターンに関する確認として、ビジネス規約では、第三者のインターフェースについて適用法令等を遵守することを求め、欺瞞的デザイン慣行に関する適用要件が含まれる。** また、適切かつ透明性のある同意メカニズムの実装に関するガイダンスを提供するCookieの同意に関するリソースや開発者向けドキュメントを提供している。

事業者回答概要（３.第三者のウェブサイト等からの情報収集の状況）

TikTok	**・契約条項、技術上の要件、ポリシーおよび／またはオンボーディング資料を通じて、当該第三者に対し、必要となる通知を行い、必要となる同意またはその他の有効な法的根拠を取得したうえで、当該情報を収集および共有していることを確保するよう求めている。**また、**パートナーに対し、適用される法的要件およびプラットフォームポリシーに整合する形で、利用者向けの開示および選択の仕組みを提供することを求めている。** **・不適切な実装または法令に準拠しないデータ共有慣行の可能性を認識した場合は、必要に応じて是正措置を講じることがある。** （外部サイトからの情報収集についてのプライバシーポリシー等での記載） ・プライバシーポリシーに明記されている。

TikTokのプライバシーポリシーでの記載（一部抜粋）

他の情報源からの情報

当社は、本プライバシーポリシーに記載された情報を、以下のような他の情報源から受領することがあります。

・お客様が第三者のソーシャルネットワークアカウント情報（例えば、Apple、Facebook または Google）またはログインサービスを利用して本プラットフォームに登録し、または本プラットフォームを利用することを選択した場合、お客様は、お客様のユーザー名、公開プロフィールおよび当該アカウントに関連するその他の情報を、当社に提供し、または当社に提供することを許可することになります。（中略）お客様が TikTok アカウントを他のサービスに連携する場合、当社は、当該サービスの利用に関する情報を受領することがあります。

・広告主、パブリッシャー、測定パートナーおよびその他のパートナーは、お客様に関する情報、ならびにお客様が本プラットフォーム外で行った行動（例えば、他のウェブサイト、アプリもしくは店舗における活動、またはオンラインもしくは対面で購入した商品もしくはサービスを含みます）を当社と共有します。これらのパートナーは、広告用のモバイル識別子、デバイス情報、ハッシュ化されたEメールアドレスおよび電話番号、クッキー識別子、広告およびコンバージョンイベントとの相互作用に関する情報、ならびにお客様の嗜好および特性に関連する推論情報などの情報も当社と共有します。当社は、これらの情報を用いて、お客様およびお客様による本プラットフォーム外での行動をお客様の TikTok アカウントと照合し、本プラットフォーム上および本プラットフォーム外でお客様に表示される広告をパーソナライズするために利用します。当社の一部の広告主およびその他のパートナーは、TikTok広告ツールを統合することにより、それらのウェブサイトまたはアプリから当社が同様の情報を直接収集できるようにしています。

・当社は、当社の企業グループ内の一定の関連会社から、それらのプラットフォーム上におけるお客様の活動に関する情報を含め、お客様に関する情報を取得することがあります。

（略）

追加確認事項（案）

（全社）同意取得や通知を行っていない場合、是正措置を要求したケースとして具体的にどのような場合があるか。
また、是正頻度はどの程度か。

事業者回答概要（4及び5 外部送信規律関係）

設問4-1　自社サービスにおける外部送信規律への対応状況
設問5-3　第三者へ提供しているタグ、情報収集モジュールに関する情報の提供状況（仕様、第三者向けの外部送信規律への対応方法の通知・公表等）

【2026年度モニタリング項目】

●自社における外部送信規律への対応について、Metaにおいて一部不十分な点がある。
●外部サイトによる外部送信規律への対応に関し、Googleは法令遵守に必要な情報を一覧にして提供。LINEヤフー社は仕様変更を行った場合に注意喚起を行っている。Meta、TikTokは情報提供しているのかは不明。

※昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※変更なし	・日本のユーザーへの法定表示事項　「電気通信事業法27条の12に基づく開示事項等」 ・外部サービス別に記載あり **・Googleのタグを使用する日本のユーザーに対し、電気通信事業法の要件に準拠するためのヘルプページを提供。** **・仕様変更時の事業者への通知については回答がない。**
LINEヤフー ※更新あり	・「利用者情報の外部送信に関する公表事項」 ・外部サービス別に記載あり **・送信される情報のデータ項目や利用目的、オプトアウトページ等を規約・ガイド上で明示。規約に記載されているデータ項目や利用目的の変更が発生する場合には、提携事業者に事前に通知等を行っている。**
Meta ※一部更新あり	・日本居住者向けのプライバシー通知　「ユーザーに関する情報の外部移転」 ・「移転する情報の内容」、「情報の移転先」、「情報を移転する理由」について記載があるが、法で求めている**外部サービスの別に説明がされていない。** **・「ビジネスツール規約」においてMetaが受領するデータ、広告、マッチング、測定及び分析に関連する利用を規定し、ツール（イベントマネージャー、Metaピクセル、コンバージョンAPI)の使用方法をビジネス向けヘルプセンターや開発者向けドキュメントで公開。** **・仕様変更の際は、個別通知されているが、外部新規律遵守のための情報提供がされているのかは回答がない。**
TikTok	・プライバシーポリシー補足条項（日本）2. 電気通信事業法に基づく情報開示　「利用者に関する情報の外部送信」 ・外部サービス別に記載あり **・「TikTok広告マネージャー ビジネスヘルプセンター」において、各ツールの仕様、送信先、利用目的について表示。仕様変更があった場合は、ビジネスヘルプセンターの該当ページで示すとともに、第三者（広告主）に通知。また、これらの情報は、TikTok社による「電気通信事業法に基づく情報開示」においても開示している。**

追加確認事項（案）

（Google）仕様変更があった場合の第三者への通知方法はどのようになっているか（未記載のため）。
（Meta）外部送信規律に係る「手引き」を提示しつつ、外部サービス別に整理をして記載するよう求める必要がある。
（Google以外）ツール使用者が外部送信規律に容易に対応出来るような情報提供を行っているか（例：Google）。

(参考情報)

Googleの例

電気通信事業法27条の12に基づく通知・公表のための参考情報（事業者向け）

免責

- 本ページは、事業者が電気通信事業法27条の12（いわゆる外部送信規律）に基づく通知又は公表を行うにあたって、参考となる情報を提供するためのものです。法的アドバイスの提供を目的としたものではありません。
- 情報の内容については注意を払っておりますが、その完全性、正確性、妥当性を保証するものではありません。
- Googleは、本ページに依拠して行われる電気通信事業法上の通知、公表その他一切の行為について、何ら責任を負いません。
- 本ページの内容は、予告なく変更または削除される場合があります。
- 本ページの内容は2023年6月16日時点の情報に基づいています。
- 本ページの内容は今後弊社ウェブサイトで公開予定です。弊社ウェブサイトには最新の情報が反映されますので、公開後は弊社ウェブサイトをご覧いただきますようお願いいたします。

一般的な利用目的

Google は、Google のサービスから収集した情報をどのような目的で利用するのかについて、プライバシーポリシーで広く公開しています。Googleに送信された利用者に関する情報は、下記の各サービスの利用目的に加え、これらのプライバシーポリシー記載の目的で使用される場合があります。なお、Google のすべてのサービスがプライバシーポリシー記載の目的でデータの利用をしているわけではなく、いくつかのサービスには該当しない利用目的もあります。各サービスでの利用目的に関する詳しい情報は、各サービスのヘルプセンターなどでご確認いただけます。

Google がデータを収集する目的（プライバシーポリシー記載の目的）

- サービスの提供
- サービスの維持、向上
- 新しいサービスの開発
- コンテンツや広告など、カスタマイズしたサービスの提供
- パフォーマンスの測定
- お客様とのコミュニケーション
- Google、Google のユーザー、一般の人々の保護

Googleに送信される情報の内容及び利用目的

Googleが提供する主要なタグや情報収集モジュールがウェブサイトやアプリに使用されている場合に、利用者の端末からGoogleに送信される利用者に関する情報（送信される可能性がある情報を含みます。）の内容やGoogleの主な利用目的は、以下の表のとおりです。

なお、サービス利用者の設定次第では、下記に記載されていない情報も送信される場合があります。そのような情報の有無及び内容については、自社の設定をご確認ください。

サービス名	情報の送信先	送信される情報の内容	利用目的
Google アナリティクス	Google LLC及びその関係会社	• インターネット通信に通常用いられるシステム、デバイス、ネットワーク、通信に関する情報 • 位置情報 • サイト・アプリ上での行動に関するデータ • 閲覧ページに関するデータ • ユーザー識別子（cookie、端末識別子等）	利用者による閲覧の傾向や履歴の分析のため
Google アドマネージャー	Google LLC及びその関係会社	• インターネット通信に通常用いられるシステム、デバイス、ネットワーク、通信に関する情報 • 広告イベントデータ（インプレッション、クリック等） • 閲覧ページに関するデータ • ユーザー識別子（cookie、端末識別子等）	広告、各種情報の配信
		• インターネット通信に通常用いられるシステム、デバイス、ネッ	

LINEヤフー（LINEヤフー for Business）の例

外部送信規律（電気通信事業法）への影響について

本機能により、サイトリターゲティングタグを通して、ソフトバンク株式会社へ広告主様のウェブサイト利用者のデータが送信されます。このため、電気通信事業法における外部送信規律の対象となる企業は、ウェブサイトに本件について記載する必要があります。
詳細は以下「注意事項」に記載の資料をダウンロードしてご確認ください。

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-1　第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集・活用の状況（収集する情報、利用目的、収集場面）

※自社収集の場合と同様に、各種のケース（アカウント、ログインの有無含む）における対応状況を新たに聴取。

【2026年度モニタリング項目】

① 第三者から収集する情報の内容、利用目的、収集場面

●各社とも広告主等のパートナーのウェブサイト等へ提供する広告や分析のためのツール等を通じて、利用者のデバイス情報や行動情報等を収集。
●TikTokではアカウント保有やログイン有無により情報収集していない情報がある。他の３社は差異なく収集。

Google	・広告サービス（AdSense、Google 広告など）や分析ツール（Google アナリティクスなど）を利用しているウェブサイトや、YouTubeの動画コンテンツを埋め込んでいるウェブサイトの閲覧時に、ウェブブラウザから Googleに特定の情報が自動的に送信。 **・収集情報：（ウェブサイト）アクセスしたページURL、ユーザーのIPアドレス、Cookie情報** **（アプリ）アプリの名前、広告配信用の個別識別子** ・利用目的：サービスの提供・維持・改善、新サービスの開発、広告の効果測定、不正行為の防止、コンテンツ及び広告のカスタマイズ、ユーザーのおおよその位置の特定、広告効果の測定、設定に応じて表示される広告の関連性を高めるため　等 **・プライバシーポリシーで説明あり** **・アカウント保有、ログイン有無による違いはない。（※全てのユーザーが収集される）**
LINEヤフー	・提携事業者が運営する他アプリや Web サイトにLINEヤフー社の広告配信等のためのツールが設置され、それらを利用者が訪問・利用した際に、**デバイス情報、各種識別子、ブラウザ情報、操作情報、閲覧情報等の情報**が当社に対して送信される。 **・アカウント保有、ログイン有無による差異はなく、ブラウザまたはアプリに付与された識別子(Cookie ID、広告識別子等）を単位として収集。**
Meta	**・収集情報：** **(Metaピクセル)：**Metaのパートナーの**ウェブサイト訪問者及びウェブサイト上で行ったアクションに関するデータ**（※トラッキングデータ）を収集。 **(コンバージョンAPI)：**Metaのパートナーが自社サーバーからMetaに**イベントデータ**を直接送信（広告ターゲティングの最適化、結果当たりのコストの削減、成果の測定支援のため） **(Facebook SDK for App Events)：**アプリ開発者がモバイルアプリからMetaに**イベントデータ**（アプリのインストール、アプリ内購入データ、アプリ内でのその他のユーザーアクション）を送信。 **(カスタマーリストカスタムオーディエンス)：**Metaのパートナーから**ハッシュ化された顧客情報（メールアドレス、電話番号等）**が共有され、Metaのユーザーベースと照合して広告用のオーディエンスを作成（共有された情報は照合プロセス完了後（48時間以内）に速やかに削除） **・利用目的(共通)：効果測定・分析、広告のターゲティング、広告配信の改善、機能・コンテンツのパーソナライズ、製品の改善・保護** **・アカウント保有、ログイン有無による差異は回答なし。**

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

TikTok	**（広告主、パブリッシャー、測定パートナーその他パートナーからの情報共有）** 取得情報：**広告用の識別子、デバイス情報、ハッシュ化されたメールアドレス・電話番号、クッキー識別子、広告及びコンバージョンイベントに係る情報、嗜好・特性の推論、他のウェサイトやアプリ、店舗等での利用者行動情報** 利用目的：広告のパーソナライズ、広告効果の測定 収集場面：広告主・パートナーが契約条件に同意し、情報をTikTokに共有する場合 ※**非ログイン時は収集されるがアカウントと照合されない。アカウント非保有者は収集される場合もあるがマッチングされない。** **（TikTok広告主ツールを通じた直接収集）** 取得情報：**広告主サイト・アプリでの利用者行動** 利用目的：広告の効果測定、広告のパーソナライズ、TikTokアカウントとの照合。 収集場面：広告主がウェブサイト・アプリにTikTok PixelまたがEvents APIを統合している場合 **※非ログイン時は収集されるがアカウントと照合されない。アカウント非保有者については回答なし**（収集されるがマッチングはされないと推察） **（オーディエンスファイルのアップロード）** 取得情報：**デバイス識別子またはハッシュ化された連絡先情報（メールアドレス、電話番号等）** 利用目的：広告主がターティングを行うためのオーディエンスを作成するため 収集場面：広告主がオーディエンスファイルをTikTokにアップロードした場合 ※**非ログイン時はマッチングが成立しない限り利用されない。アカウント非保有者はマッチングが成立しないためデータ保持されない。** **（第三者ソーシャルネットワークのアカウント情報）** 取得情報：**ユーザー名、公開プロフィール、その他関連情報** 利用目的：アカウント登録、ログインの円滑化 収集場面：第三者のソーチャルネットワークアカウントを使用して登録、ログインする場合 **※非ログイン時は収集されない。アカウント非保有者は該当しない。** **（その他の情報源）**グループ企業からの情報（行動情報を含む）、他の利用者によるコンテンツ、ダイレクトメッセージ等に含まれる情報等

追加確認事項（案）

（全社）

・ビジネス用の規約と個人向けのプライバシーポリシーにおいて、利用者情報の取扱い説明についての差異はないか（収集している情報の説明の違いなど）。プライバシーポリシーで詳細記載していない場合、その理由は。【太田】

・メールアドレス、電話番号という個人由来の情報と、クッキーやデバイスIDといったサービスや端末由来の情報の使用方法について、取扱いに違いはあるか。例えば、メールアドレス、電話番号は、提携するパートナー個社との間でのみマッチングさせているが、タグから収集した情報はパートナー企業横断的に使用している、など。【太田】

（Google、LINEヤフー）

外部サイトから収集している情報に、メールアドレスや電話番号は含まれないのか。【太田】

（Meta）

利用者のアカウント保有、ログイン有無により外部送信ツールによる情報収集の違いがあるかを確認。

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-1　第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集・活用の状況（収集する情報、利用目的、収集場面）

② 第三者から収集した情報をどのように加工、分析、利用（広告への活用等）しているか【新規】　【2026年度モニタリング項目】

●各社とも、広告のパーソナライズ、広告の効果測定用いられており、Metaでは機会学習モデルに使用される場合がある。
●アカウント非保有、非ログイン時は、端末固有のID（広告識別子等）に紐付けた利用者情報を収集されている。

Google	・問1-2-1（自社サイトでの取得情報の加工、分析、利用状況）および問1-4（広告ビジネスモデルへの活用）の回答参照。 ・**サービスの維持・向上、新しいサービスの開発、コンテンツや広告などカスタマイズしたサービスの提供、パフォーマンス測定、利用者とのコミュニケーション、利用者等の保護等の目的**で利用。（※問1-2-1の回答） ・問1-4の回答が不十分であるため、把握できない。
LINEヤフー	・問1-2-1（自社サイトでの取得情報の加工、分析、利用状況）および問1-4（広告ビジネスモデルへの活用）の回答参照。 ・**広告配信、広告効果測定、サービス改善その他当社プライバシーポリシーに記載の範囲内の目的**で利用。 ・**利用目的、用途は、アカウント保有、ログイン有無による差異はない。** ・**アカウント保有者は、Yahoo! JAPAN IDに紐付けて利用する場合があり、アカウント非保有者は、Cookie ID、広告識別子等の単位で紐付けして利用。**
Meta	・問1-2-1（自社サイトでの取得情報の加工、分析、利用状況）および問1-4（広告ビジネスモデルへの活用）の回答参照。 ・**Metaの「ユーザーIDとの照合及び関連付け」のため、連絡先情報（ハッシュ化されたメールアドレスなど）やその他の識別子（Cookie識別子やモバイル広告IDなど）を使用。ログイン有無を問わず照合できなかったイベントデータは、Metaの機械学習モデルに使用される場合があるが、登録ユーザーと照合できないビジネスツールから受領した情報を使用して、非ユーザーのプロファイルは作成されない。** ・その他、**広告サービスへの利用（問1-4回答参照：アカウント非保有者もサードパーティアプリ上で広告表示される場合がある）。**
TikTok	・**（ア）広告のパーソナライズ、（イ）広告効果の測定、（ウ）オーディエンスの作成・分析、（エ）TikTokプラットフォームの改善・開発及び製品開発**のために利用。 ・**非ログイン時は、アカウントとの照合が行われないため、パーソナライズド広告配信には利用されない。** ・**アカウント非保有者は**、（ア）～（ウ）の個人を特定した利用は行われない。**（エ）の集計、匿名化分析に利用される可能性がある。**

追加確認事項（案）

（全社）外部サイトから収集して活用している情報やその利用目的について、詳細をプライバシーポリシーで説明しているか。【太田】
（Google、LINEヤフー、TikTok）アカウント非保有者について、収集したデータを固有ID、広告識別子等に紐付けてプロファイルを作成しているか。【森】
（Google、TikTok）アカウント非保有者は、端末固有ID（広告識別子等）で紐付けているのかを確認。

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-1　第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集・活用の状況（収集する情報、利用目的、収集場面）

③ 第三者から収集した情報について、青少年・子どもや高齢者等の脆弱な個人が含まれる場合の配慮等 【新規】【2026年度モニタリング項目】

●Google、Meta、LINEヤフーは、サードパーティに対し、子どもの情報収集について一定の制限を設けている。
●LINEヤフーは、外部サイトによる情報収集には制約を設けていない（ただし、ターゲティングは行っていない）。

Google ※更新あり	・問1-2-2の回答を参照。 ・未成年者（18歳未満）に特別な保護措置を適用 **・「子どもと13歳以上の未成年者を対象する広告ポリシー」において、広告のパーソナライズを無効、デリケートな広告カテゴリの広告配信を制限。** **・広告主に対し、13歳未満の顧客情報、13歳未満向けのウェブサイト等から収集した情報の使用（アップロード）を禁止。**
LINEヤフー	**・第三者からの情報収集において、現時点では脆弱な個人に関する情報収集に関する特別な配慮は行われてない。** ・広告配信における未成年者保護の取組は問1-2-2の回答のとおり。
Meta	・問1-2-2の回答を参照。 **・第三者による情報収集において、13歳未満のユーザーに関する情報をMeta側に共有しないよう求めている。（※問5-2の回答から）** ・広告配信における未成年社保護の取組は問1-2-2の回答のとおり。
TikTok	**・第三者による情報収集において、児童からの情報または児童に関する情報をTikTok側に共有しないよう求めている。（※問5-2の回答から）** ・広告配信における未成年社保護の取組は問1-2-2の回答のとおり。

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-1　第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集・活用の状況（収集する情報、利用目的、収集場面）

④　第三者から収集した情報を第三者提供（再提供）している場合、誰に、何の目的で、どのような情報を提供しているか。また、どのように同意を取得しているか。【新規】

【2026年度モニタリング項目】

●各社ともプライバシーポリシーの範囲内で、自社が収集した情報と同様の取扱いにより第三者へ再提供されている。

Google ※更新あり	・問1-3の回答を参照。 【再掲】 **・利用者はプライバシーポリシーに同意**の上で利用を開始する。 **・第三者提供の場面：利用者の同意を得た場合（機密性の高い情報は明示的な同意）、ドメイン管理者の場合、外部処理する場合（データセンターの運用やサービス配信等の委託）、法律上の理由の場合　など** ・個人を特定出来ない情報を公開、パートナー（広告主等）へ共有することがある。 ・アカウント保有、ログイン有無を問わない。
LINEヤフー	**・ユーザーが同意したプライバシーポリシーに記載の範囲内で、提携する事業者（外部DSP等）に対して広告配信等の目的でデバイス情報、各種識別子、ブラウザ情報、操作情報、閲覧情報等を第三者提供する場合がある。**
Meta	・問1-3の回答を参照。 【再掲】 ・プライバシーポリシーに基づき第三者提供される。 ・第三者提供先：**広告主及びそのベンダー、マーケティングベンダー、サービス提供や調査委託先、技術革新や安全性向上を行う外部研究者、Meta AIの機能強化のために連携する外部パートナーや外部サービス等、その他法的な要請による場合。** ・非ログイン者、アカウント非保有者の情報もプライバシーポリシーに基づき、第三者提供される場合がある。
TikTok	**・（ア）広告効果の測定パートナー、（イ）サービスプロバイダ（クラウドサービスプロバイダ、コンテンツモデレーションサービスプロバイダ等）、（ウ）企業グループ内、（エ）法的要請に基づく場合**、に第三者提供する。 ・第三者提供はプライバシーポリシーに記載された目的の範囲内で行われ、**利用者はアカウント作成時にプライバシーポリシーに同意する。** **・非ログイン時、アカウント非保有者は、第三者への共有は行われない。**

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-1　第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集・活用の状況（収集する情報、利用目的、収集場面）

⑤　第三者から収集した情報について、利用者本人のアカウントと紐付けを行っているか。　【2026年度モニタリング項目】

●各社とも第三者から取得した情報を利用者アカウントと紐付けをして保存していることをプライバシーポリシーで記載している。

Google	・問1-5の回答参照。 **・アカウントと紐付けて取得していること、非ログイン時は、ブラウザ、アプリケーションまたはデバイスに関連付けられた固有IDによって収集した情報を保存している旨をプライバシーポリシーで説明している。**
LINEヤフー	・パートナーや第三者から取得した情報が**利用者本人の識別子と紐づけされる場合がある**旨をプライバシーポリシーで説明。
Meta	・問1-5の回答参照。 **・ビジネスツールを通じて受け取った行動情報を登録ユーザーに結び付けるが、ビジネスツールから受け取った情報を使用して非ユーザーのプロファイルを作成することはない。** **・パートナーから取得し利用者に紐付けた情報を広告のパーソナライズに使用（利用者がログインしているかどうかにかかわらず取得）。** ・いずれもプライバシーポリシーで説明されている。
TikTok	**・第三者から収集した情報（広告用モバイル識別子、ハッシュ化されたEメールアドレス・電話番号、クッキー識別子等）を、利用者のTikTokアカウントと照合（マッチング）し、広告のパーソナライズに利用する旨、プライバシーポリシーで説明。** ・照合ができなかったデータは、登録済みユーザーのデータとは別に保管され一定期間内に（※非公表情報）削除する。 **・非ログイン時、アカウント非保有時は紐付けは行われない。**

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-2　情報収集する第三者や第三者のウェブサイト等の基準

【2026年度モニタリング項目】

●各社ともビジネス規約等において、外部サイト事業者に対して、提供情報（特にセンシティブ情報）の制限を設けている。
●LINEヤフーでは、ツール設置禁止の対象とする外部サイトの要件を規約等で定めている。

※昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※更新あり	・「顧客データに関するポリシー」、「カスタマーマッチのポリシー」、「データの収集及び仕様」、「パーソナライズド広告でのデータの使用（Google検索、Gmail、YouTube）」、「制限付きターゲティング（パーソナライズド広告の場合）」、「Googleタグについて」で条件を定めている。
LINEヤフー	**・LINEサービスでは、提携事業者がツールを設置するに当たり、過激な暴力的表現や差別的表現を含むような外部サイトといった一定の基準を満たす場合は、規約・ガイドライン等でツールの設置禁止、配信停止の旨を定めている。** **・Yahoo!JAPANサービスでは、広告主がLINEヤフーにデータ送信する場合に、送信を禁止するデータを定めている。** （例：ターゲティング利用することをユーザーに説明していないデータ、ターゲティングによる利用を禁止しているデータ（慎重に扱うべき個人に関するデータなど）等）
Meta	・関連する製品規約（ビジネスツール規約等）を通じ、Metaに情報を提供する第三者に対する要件を概説しており、 **①Metaにセンシティブな情報**（例：13歳未満のユーザー、健康情報、金融情報等）**を提供しない、** **②ビジネスツールデータの開示・仕様に関して全ての必要な権利および許可、適法な根拠を有している、** **③ビジネスツールデータの収集・共有・仕様に関して、ユーザーに対し確実かつ目立つ通知を提供したことを表明・保証する、** **④Cookieの保存に関してエンドユーザーが必要な同意を行っていることを検証可能な方法で確保する　　ことが必要。** ・センシティブな可能性のある情報のうち検知可能なものを、Metaの広告システムで使用される前にフィルタリングするよう設計。
TikTok	**・広告主、測定パートナー等がTikTokのプライバシー保護に関する契約条件（TikTokビジネス製品（データ）規約等）に同意している場合にのみ、当該情報を利用。** **・広告主がTikTokにセンシティブ情報を送信していはならない旨を定めている。**（児童からの情報または児童に関する情報、健康情報、財務情報その他の機密情報等）

事業者回答概要（5. 外部送信ツールの提供者としての対策）

設問5-4【新規】 タグ・情報収集モジュール等の外部送信ツールに関するオプトアウト手段の提供状況 【2026年度モニタリング項目】

●各社とも外部送信ツールが収集した情報によるターゲティング広告をオプトアウト可能。
●Googleは、分析ツールによるユーザーデータを使用不可にするオプトアウトツールを提供している（ただしログインが必要）。
●Google及びLINEヤフー（Yahoo!JAPAN）ではアカウント非保有者向けにターゲティング広告のオプトアウトを提供。
●各社とも、ブラウザまたはOSの設定でトラッキング拒否等の設定をすることで、一定の利用者情報の管理は可能。

Google	・**「マイアドセンター」において、**Google広告・パーソナライズ広告の**広告タグ、Cookieのオプトアウトが可能。**（ログイン時） ・**「Googleアナリティクス オプトアウト アドオン」により、Googleアナリティクスが使用されているウェブサイトにおいてユーザーが自身のデータが使用されないように設定できる。**Chrome、Safari、Firefox、Microsoft Edgeと互換性あり。（ログイン時） ・**非ログイン時、アカウント非保有者は、「Google広告設定」を使用してオプトアウト可能（※Googleアナリティクスからのオプトアウトについては記載無し）。**
LINEヤフー	・LINE広告では、**外部送信ツール（タグ等）で取得したデータについて、行動ターゲティング広告への利用の停止、LINE内部識別子との紐づけの停止が可能。** ・LINEヤフー広告では、**タグで収集したデータについて「行動ターゲティング広告の設定」で、行動ターゲティング広告への利用の停止が可能。** ・**LINE広告はログイン時のみ、LINEヤフー広告はアカウント保有の有無にかかわらず設定可能。**
Meta	・（※設問2-5-1、2-5-2で回答）**「広告設定」において、他のウェブサイト等での活動に基づいてパーソナライズ広告を表示するかどうか選択可能であり、Meta製品以外で広告主がユーザーにリーチする方法を選択可能としている。（ログイン時）** ・外部送信ツールを通じて受信した情報のうち、**既存のアカウントと照合できないものは、アカウント非保有者の広告プロファイルの構築のために処理されることはないため、Meta固有のオプトアウト設定はアカウント非保有者には適用されない。** ・**アカウント非保有者は、ブラウザ又はOSの設定を通じ、外部送信ツールが使用するCookieおよび類似技術を管理可能。**
TikTok	・エンドユーザーが**TikTok Pixel及びEvents APIにより第三者（広告主）のウェブサイト・アプリ等から収集された情報の広告目的での利用を停止できるようオプトアウト手段を提供。（ログイン時）** ・広告以外の目的（本プラットフォームの提供・改善、安全性・セキュリティの確保、法令遵守等）での情報利用には影響しない。 ・**非ログイン時、アカウント非保有者は、iOS（トラッキング拒否）及びAndroid（広告IDの削除またはリセット）の設定によりオプトアウトが可能。**

追加確認事項（案）

（全社）広告配信、分析に使用されている各種ツールについて、情報収集自体をオプトアウトする機能はあるか。或いは提供予定はあるか。
（Googleは、Googleアナリティクス以外）
（TikTok以外）ターゲティング広告のオプトアウトは、情報収集自体が停止されることにはならず、広告配信時に活用されないだけか。

事業者回答概要（6.AI技術等の新技術活用による利用者ターゲティング）

設問6-1　AI技術を活用した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
設問6-2　AI技術を活用したプロファイリングの利用に関してプライバシー保護その他利用者利益の保護の観点から留意している事項

【2026年度モニタリング項目】

●TikTok以外は、広告の最適化、ターゲティングの精度向上、センシティブ情報の検知にAIが活用されている。
●Metaでは、Meta AIでのやり取り内容を広告の最適化に活用していることを明示（昨年からの変更）。
●AIによる自動化に対してプライバシー強化技術（PETs）や人間による審査を組み合わせて、安全性や信頼性を担保。

Google ※更新あり ※昨年度からの更新は赤字下線部分	・**広告のパーソナライゼーションは従前からAI技術に基づいており**、プライバシーポリシーや広告ポリシーで説明されている内容が当てはまる（※事務局による確認）。 ・**コンテンツや広告など、カスタマイズしたサービスの提供、特定の種類やカテゴリ、デリケートな情報に該当する商品やサービスへのターゲティングの制限を行う際に活用。** ・**プライバシー強化技術（PETs）をAIモデルに組み込み、個人情報を直接利用することなく、ユーザーの行動傾向やトレンドを学習できる仕組みを採用。**また、**「データ最小化」を徹底しており、健康情報、人種、宗教、性的指向などの機微な個人情報は広告ターゲティングに使用していない。** ・全てのAIベースのシステムは、不公平な偏見を防止し、Google社のAI原則に合致していることを確認するために、厳格な検証と人間による監視を受けている**（人間による監督と責任説明）。** ・**ユーザーへの説明方法については、技術的説明よりも透明性と具体的なコントロールを優先**することであり、マイアドセンター、プライバシーポリシー、セーフティセンター等を定期的に更新することで、ユーザーを教育し、必要なユーザーコントロールを提供。 ・**AIによるプライバシー保護への貢献には、不正行為及び悪意あるコンテンツの検出、PETsの原動力として匿名化データを利用した広告配信の実現、ユーザーのアクティビティ情報を一定期間後（３ヶ月後など）に自動削除する機能がある。**
LINEヤフー ※変更なし	（LINEサービス） ・**ターゲティング精度の向上のために、ユーザープロファイリング時に AI を利用している場合がある。** ・AI 利用有無に限らず、**センシティブなプロファイリング行為が行われないように、社内ガイドやチェックフローを用意。** （Yahoo!JAPANサービス） ・**広告の入稿情報やユーザーの行動ログを LLM （大規模言語モデル）でカテゴリ構造化・意味付けし、広告情報・ユーザープロファイルの双方を精緻化。** ・**AI から得られた情報により、センシティブなデータと判断された場合、AI を用いない従来手法と同等のプライバシー保護を適用。** そもそもセンシティブなデータをターゲティングに用いないよう、人手と自動チェックの複眼体制で確認している。 （共通） ・ユーザーから取得したデータについて、**人権を含むプライバシーをはじめとした権利利益に影響を与えるシステム、サービス、機能に対するPIAの実施体制を構築しており、AIの活用にあたっても事前評価を行っている。** ・**AI活用について対外的な説明は行っていない**が、ユーザープロファイリング全般を説明。

事業者回答概要（6.AI技術等の新技術活用による利用者ターゲティング）

Meta ※更新あり ※昨年度からの更新は赤字下線部分	・**Facebook、Instagramを含むプラットフォーム全体で広告配信を最適化するために、高度なAIおよび機械学習（ML）モデルを活用。**これらのAIシステムは、数十億件のデータポイントを分析し、各利用者にとって最も関連性の高い広告を予測する。 ・**利用者に表示するコンテンツおよび広告を決定するため、Meta AIの一部である機能とのやり取りを活用**。 ・健康、人種又は民族、所属政党、宗教、又は性的指向に関連する団体、組織、又は公人を参照するオプションなど、**機微と認識される可能性のあるトピックに関連する詳細ターゲティングオプションを削除。** ・**「広告表示の設定」において政治的・社会的な問題に関する広告をオフにすることが可能。また、利用者は広告がどのように選択されるかを確認できます。** ・**AIが広告に果たす役割に関する透明性を重視し、ユーザに明確に開示。** **（AIラベル付け機能（※）、「この広告が教示される理由」機能、FAQ及びヘルプセンター**を通じて情報提供） (※)広告主のマーケティングツールにおいて、Metaの生成AIクリエイティブ機能を使用して画像や動画を作成または大幅に変更した場合、ラベルが表示される。
TikTok	・**プロファイリングにAI機能を使用していない。** ※問6-4によれば、コンテンツモデーレーションにおいて生成AIを活用しているように見受けられる。

追加確認事項（案）

（全社）AI活用により非センシティブ情報からセンシティブ情報が生成されていることはないか。そのような場合が生じた際に利用者情報への保護措置を講じているか。
（Meta以外）AIで自動検知しているセンシティブ情報は具体的にどのようなものがあるか。政治的傾向は含まれているか。
（対TikTok）広告の最適化のために何らかのAIシステムは導入されているか。

事業者回答概要（6.AI技術等の新技術活用による利用者ターゲティング）

設問6-3【新規】 AI技術による不適切なターゲティング広告の排除の状況・実績

【2026年度モニタリング項目】

●各社とも広告審査の自動化技術を活用し、不適切広告の事前検出を実施（ただし、AI活用の明示的な回答があったのは、Google、LINEヤフー(Yahoo!JAPANのみ）、Meta）。
●Googleでは2025年の実績として、83億件超えの不適切広告を削除。

Google	・長年にわたり、**悪質な行為を検知・阻止する能力を向上させるために高度な技術を活用。2025年に、Gemini を搭載したAI技術を統合することで機能強化し、複雑な詐欺パターンを特定して悪質な広告をリアルタイムでブロック可能に**。 ・**2025年に世界でブロックまたは削除した不適切な広告は83億件超え**(Google広告安全性レポート（2025年版）。
LINEヤフー	・**LINEサービスでは、広告主のオーディエンスデータをAIによって審査する機能までは現在実装していない。** ・**Yahoo!JAPANサービスでは、詐欺広告や詐欺広告と思われるものは広告掲載基準（※）に則り掲載不許可とし、審査においてAI（機械判定）を利用**。また、**一部のターゲティング機能において、広告主がターゲティングに利用するデータをAI（機械判定）も利用して審査を行い、広告データ利用基準違反のデータは使われないようにしている**（品質を保つためのガイドラインと審査体制（データ））。 (※)著作権や商標権等の知的財産権を侵害し、またはそのおそれのあるもの、詐欺的なものまたはいわゆる悪質商法とみなされるもの　など
Meta ※一部構成員限り	・**自動化システムとインテグリティチームを活用し、広告基準に違反する広告やコンテンツを検出・削除。広告配信前に審査を行い、配信開始後も再審査を実施する場合がある。AIと機械学習を活用した事前検出技術に多大な投資を行い、有害なコンテンツや行為を特定し抑止。** ・**違反広告が特定された場合、当該広告の却下のほか、広告アカウントを無効化し、将来的な広告出稿の機能を停止**。適用されるポリシーには、コミュニティ規定および広告基準、**「詐欺、スキャムおよび欺瞞的行為」ならびに「容認できないビジネス慣行」に対するルールが含まれる**。ペイドストライクシステム（※警告システム）のもと、**違反が一定の閾値に達した広告アカウントは無効化される。** ・顔認証技術により50万人以上の著名人を保護。著名人を悪用した詐欺報告が22%減少。
TikTok	・**人為的審査と、自動的審査の両方を採用して、ポリシー違反を検出**している。

追加確認事項（案）　（全社）詐欺広告以外の排除例にはどのようなものがあるか。

事業者回答概要（6.AI技術等の新技術活用による利用者ターゲティング）

設問6-4【新規】 AI関連システム及び対話型AIサービスにおける利用者情報の利活用状況（AIシステムで学習データとしての活用、対話型AIサービスでのターゲティング広告の実施状況、利用する情報、利用者の説明方法・オプトアウト、今後の広告展開）

①AIの学習モデル（トレーニングデータ）に利用者情報を取り込んでいるか

●LINEヤフー以外は、AIモデルの学習データに活用されており、当該モデルがアカウントと紐付けているのかは不明瞭（Meta以外）
●Google、MetaはAIサービスから情報収集している旨を利用者へ説明している（Metaはプラバシーポリシー、GoogleはGeminiのプライバシーハブにて説明）。

Google	・対話型AIサービスである Gemini アプリは、**ユーザーが送信するプロンプト、共有するファイル、動画、録音、写真、提供するフィードバック、およびユーザーの連携アプリからの情報など**、ユーザーが提供する情報を収集。 ・**利用者がGeminiにおいて「アクティビティを保存する」設定がオンになっている場合**、**プライバシーポリシーに従い、モデルのトレーニングに使用されることがある。** ・**GoogleがGemini以外で収集している利用者情報をトレーニングデータとしているのかは不明。**
LINEヤフー	・Agent i は、ユーザーが**AIに質問や会話を行う機能、情報収集機能、画像生成機能等**を提供 ・**現時点において、AIモデルの学習データとして、Agent iでやり取りされているデータは活用していない。**
Meta	・**Meta製品上で共有された情報（投稿や写真とそのキャプション、MetaのAIの一部である機能とのやり取り）、サードパーティからの情報**をトレーニングデータとして活用。 ・**アカウント非保有者に関する情報についても、AI開発や改善のために処理される場合がある**（Meta利用者がシェアした画像に他人が写っている場合、利用者の投稿またはキャプションに他人に関する情報の言及が含まれている場合等）。 ・**利用者のプライベートメッセージの内容を使用されることはない。** ・**投稿者の名前、連絡先情報、個人の画像が含まれるデータをトレーニングデータとして取得した場合、このデータはアカウントに関連付けることはない。** ※全てMeta社ウェブサイトの公表資料から作成（一部の回答が非公表扱いとなっていたため）
TikTok	・**特定の機能において、ユーザー生成コンテンツをモデルのトレーニングに利用することがある（例：コンテンツモデレーション機能）。** ・**データの匿名化、最小化、仮名化等により、ユーザー情報の保護を図るとともに、ユーザーへの通知、当該処理活動をオプトアウトできるよう必要なコントロールを提供。**

追加確認事項（案） （TikTok以外）トレーニングデータとして利用者情報を活用している場合、オプトアウトは可能か。
（全社）自社が提供するAIシステムのトレーニングデータとして、AIサービス以外で収集されている利用者データ（サードパーティ由来のものも含む）は活用しているか。活用している場合は、プライバシーポリシー等で説明しているか。
（TikTok）「特定の機能」とは具体的にはどの機能か。またどのような情報を利用しているのか。

事業者回答概要（6.AI技術等の新技術活用による利用者ターゲティング）

設問6-4【新規】 AI関連システム及び対話型AIサービスにおける利用者情報の利活用状況（AIシステムで学習データとしての活用、対話型AIサービスでのターゲティング広告の実施状況、利用する情報、利用者の説明方法・オプトアウト、今後の広告展開）

②対話型AIサービス内での広告配信の有無、対話型AIサービスで収集した利用者情報を広告最適化に利用しているか

●対話型AIサービスにおいて、現在、広告配信を行っているのは、LINEヤフー(ただし検索連動型ショッピング広告）のみ。
●Metaは、対話型AIでのやり取り内容を当該利用者への広告のパーソナライズに活用。LINEは過去の会話履歴の活用を検討中。
●Googleは対話型AIとの会話内容をターゲティングには利用していない。TikTokは回答なし。
●AIサービスから得た情報をパーソナライズに活用している旨をプライバシーポリシーで明示的に説明しているのはMetaのみ。

Google	**・広告配信の実施有無について回答なし**（※事務局注：現時点でGemini内に広告は配信されていない） **・Geminiアプリとの会話内容をターゲティング広告に利用していない**
LINEヤフー	・Agent i内における広告について、**現状はプロンプト内容に即した検索連動型ショッピング広告（※）のみ実施。** **・今後、過去の会話履歴から生成されたメモリ情報などを活用したターゲティング広告の実施を検討中。** (利用する利用者情報の内容や利用者への説明方法、オプトアウト手段の設置などについて現在検討中)。 ・LINEトーク内で提供されているAgent iでやり取りされている内容は、サービス提供・維持、不正利用防止の目的で取得・利用する旨を利用規約及び情報利用に関するポリシーで説明。 ※事務局注：商品情報などを入力した際に広告表示されるもの。
Meta ※更新あり	**・広告配信の実施有無について回答なし**（※事務局注：現時点でMeta AI内で広告は配信されていない） **・18歳以上の利用者について、広告をパーソナライズするためにMeta AIとのやり取りを使用。** **・プライバシーポリシーの「弊社製品の提供、パーソナライズ、改善」「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」において説明されている。**（※事務局にて日本国内向けプライバシーポリシーの該当箇所を記載） **・Meta AIのやり取り内容を広告配信へ活用されることからのオプトアウト可否については回答がない。**
TikTok	**・いかなる対話型AIサービスにおいても広告を配信していない。**（※事務局注：現時点で自社提供の対話型AIサービスはない） **・TikTok内のAIツールで収集しているデータの利用状況については回答なし。**

追加確認事項（案）

（LINEヤフー、Meta）対話型AIにおけるやり取り内容について、広告配信での利用を拒否（オプトアウト）できるのか。
（TikTok）TikTokアプリ内で提供しているAIツール（AIエフェクト、AIボイスなど）を使用してアップロードされたコンテンツから得られた情報を広告のパーソナライズに活用していないのか。

事業者回答概要（6.AI技術等の新技術活用による利用者ターゲティング）

設問6-5　サードパーティクッキーの代替技術に関する取組、利用者への説明の状況

【2026年度モニタリング項目】

●各社ともサードパーティクッキー以外の技術を活用して情報収集が行われている。
●プライバシーポリシーでは、Cookie及び類似の技術により、第三者からの入手も含めて情報収集していることは記載があるが、具体規定なツールごとの説明を明示的に行っているのはMetaのみ。

※昨年度からの更新は赤字下線部分

Google ※更新あり	・2025年10月に、CHIPS （※Cookies Having Independent Partitioned State）などの **Cookie のプライバシーとセキュリティを向上させる技術の継続的なサポートを含む、プライバシーサンドボックスに関するアップデートブログを公開。** （※事務局注：サードパーティCookieの代替技術の開発計画が事実上終了） ・Google のプライバシーポリシーにもCookie及び類似の技術に関する情報が含まれている。
LINEヤフー ※更新あり	・LINEサービスでは、**「Conversion API」、「Advanced matching（詳細マッチング）」がある。**現時点において、このツール以外でサードパーティークッキーの代替技術を用いたターゲティング広告について説明したページはない。 ・Yahoo!JAPANサービスでは、**自社保有 ID ベースでのターゲティング、コンテキストターゲティング、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がある。** **・プライバシーポリシーにおいては、具体的な記載はない。**
Meta ※更新あり	・Cookie以外に、**Metaピクセル、ソーシャルプラグイン、モバイルSDK、コンバージョンAPI、メールアドレス、広告デバイスIDなどのハッシュ化された識別子を含む様々な技術を使用して、Meta製品外での利用者のアクティビティに関する情報をパートナーから受け取っている。** **・これらの技術は、Metaのプライバシーポリシー等のアクセスしやすいセクションに記載している。（2026年7月23日発効）** ・プライバシーポリシーでの記載項目； 「Cookie及び類似技術からの情報」、「パートナー、ベンダー及び第三者からの情報」、「アカウントなしで収集される情報」、「広告のパーソナライズのための第三者からの情報の使用」において、具体的ツールの掲示とともに詳細な記載がある。
TikTok	・TikTok Pixel（ウェブビーコン）をはじめとする広告・測定ツールとの関連で、**サードパーティ Cookie とは別の技術的手法やその他の識別子を使用する場合がある。**これらの使用の有無は、対象となるプロダクト、技術環境、適用法に応じて異なる。 ・TikTok のプライバシーポリシーには、Cookie の使用について記載。

追加確認事項（案）

（全社）利用者側による対策（オプトアウトツール、デバイス・ブラウザ設定など）が出来ないトラッキング技術としてどのようなツールを使用しているか。

（Google、TikTok）サードパーティCookieの代替技術、代替機能として、ターゲティング広告に活用される具体的サービスは何か。

事業者回答概要（7. 日本における体制整備）

設問7-1【新規】 日本におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための体制整備、人材育成の状況 【2026年度モニタリング項目】

●各社とも日本の関連法令の専門知識を有する専門人材が配置され、プライバシー及びデータガバナンスの取組へ一定の関与がなされているが、日本国内に配置されていない場合もある。
●社内研修や専門研修等を通じた能力強化が図られている。

Google ※ 一部回答は構成員限り	**・日本び法制度・実務に精通した専門人材を日本国内に配置。** **・専門性の維持・向上を図っている。**
LINEヤフー	**・CDO（Chief Data Officer）、DPO（Data Protection Officer）及びCISO（Chief Information Security Officer）を設置**するとともに、**各事業組織にデータ利活用およびデータガバナンスを推進するDD（Data　Director）を配置。DDはCDOと連携し、利用者情報を取り扱う案件について、データガバナンスおよび法令・社内ルールの観点から確認・推進**を行っている。 ・人材育成については、**全従業者向けのセキュリティ研修、入社者向け研修、管理職向け研修、データガバナンスに関する研修等を実施**し、継続的にプライバシー保護・法令遵守に関する知識・意識の向上を図っている。
Meta ※構成員限り	（非公表）
TikTok	・電気通信事業法および個人情報保護法を含む、**地域および国ごとの規制要件について助言を行う専門職が所属するグローバルな法務及びプライバシーチームを設置している。各地域の専門職は**、プロダクトレベルでのプライバシーに関する意思決定が、各市場におけるアーキテクチャの一貫性を維持しつつ各地域の法的要件を反映したものとなるよう、**グローバル本社の法務チーム及びプライバシー・エンジニアリングチームと継続的に連携している。** ・専門的な現地の知見又は独立した評価を必要とする事項については、実務経験を有する外部の弁護士に助言を求めている。 ・上述の専門職は、**プライバシーに関する基礎的な枠組みについての研修、各地域の規制に関する詳細な研修、広告技術のアーキテクチャに関する技術研修、具体的なシナリオに基づくコンプライアンスに関するワークショップ等から構成される体系的な研修を受ける場合があり、これらに加えて継続的な教育も行われている。**

追加確認事項（案） (Google,Meta,TikTok) 日本国内のプライバシー関連の方策実施に当たって日本国内の専門家の判断が尊重されるのか。