



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 1 0 月 9 日
事 務 局

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）

1

設問1-1 利用者情報の取扱い取得の場面、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。
- アカウント非保有者がアカウント登録を行った際、過去収集されていた情報と紐付けされないよう配慮されている。
- 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やフー ※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、<u>Meta AIとのやり取り内容</u>、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)。<u>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ィールは作成されない。</u> (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。
--------	---

更問：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。

TikTok	・プライバシーポリシーの「当社が収集する情報」内の「自動的に収集する情報」セクション（特に「お客様に関する技術情報」および「Cookie 等」）に記載。当該箇所において、アカウントの有無やログイン状態にかかわらず、利用者がプラットフォームを利用する際に、端末情報、IP アドレス、Cookie などの技術情報やサービスの利用状況に関する情報が自動的に収集される旨を説明。 (※事務局注：アカウントの有無やログイン状態にかかわらず、という記載はない) ・使用する識別子： 非ログイン時およびアカウント非保有者の情報収集においては、アカウントに紐づく識別子（ユーザー ID 等）は使用しない。 主に以下の識別子を用いて情報を収集している。 ・端末に自動的に割り当てられる「デバイス ID」 ・ウェブブラウザ等で利用される「Cookie ID」 ・OS が提供する「広告目的の識別子（IDFA、AAID 等）
--------	---

更問：アカウント非保有の利用者がアカウント登録を行う場合、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。

Google	ユーザーがログインしている時に収集している情報と、ログインしていない時に収集した情報を別々に保持している。 ユーザーの同意のない限り、既存のログインしていない状態でのアクティビティが、後に作成されたアカウントに統合されたり、過去のユーザーアクティビティを個人として特定するような方法で紐付けられない。 プライバシーポリシーではログイン時と非ログイン時に収集される情報の取扱いを明確に区別している。 （アカウントへの情報統合については記載なし）
LINEやフー	アカウント登録前に端末固有IDやCookie ID等を通じて収集した情報をアカウント登録時に紐付けることはない。 ただし、アカウント登録後に当社施策の範囲内で、当社サービスの利用履歴を紐づけて使うことはあり得る。
Meta	（非公表）
TikTok	未登録のユーザーが新たにアカウントを登録した場合、 デバイス固有のID、Cookie ID、または類似の手段を通じてそれまで収集されていたデータは、当該新登録時にその新しいアカウントと紐付けられることはない。 登録ユーザーと関連付けることのできないユーザーデータは、登録ユーザーに関するデータとは別に管理される。

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
- 青少年以外の属性への配慮を行う場合は、脆弱な個人を特定する行為にプライバシー侵害のおそれが生じさせる可能性、難しさがある。**

※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 ・<u>子どもと13歳以上の未成年者を対象する広告ポリシー</u>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やフー ※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） ※事務局調べ ・10代向けのガイド、保護者の監視ツールを提供 ・<u>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</u>（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

更問：青少年以外の属性情報を抽出する際の難しさや課題、配慮している点等はあるか。

Google	主な配慮事項は、ユーザーのプライバシーを尊重し、センシティブなカテゴリを厳格に避けること（例：広告のパーソナライズにおける、健康状態、人種、宗教、性的指向などの使用関し）
LINEやフー	青少年への配慮事項以外に、ユーザーの年齢に基づき何らかの配慮をする取組は実施していない。
Meta	未成年者以外の層は、データの最小化と比例性に関わる困難が存在。脆弱な利用者を確実に特定するには、追加的な機微な属性情報を収集/推測する必要が生じ、比例性を欠きプライバシーを侵害する。成人の利用者を脆弱性に基づいて分類するのではなく、一貫した基本的な保護措置等を提供した上で、未成年に対して年齢に応じた保護措置を適用。
TikTok	青少年以外の属性情報の抽出にあたり、特段の困難や課題は認識していない。

更問：未成年者の年齢情報を広告配信において使用することを禁止しているか。

Google	全世界で18歳未満に対する広告のパーソナライズを禁止。年齢情報は使用されない。 年齢確認技術を使用してユーザーの推定年齢を特定し、広告のパーソナライズを無効にしている。
LINEやフー	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	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（年齢と地域のみに基づいた広告表示は可）
TikTok	規制業種またはセンシティブな業種について未成年者を配信対象から除外している。

更問：TikTok広告のウェブサイト（ターゲティングに関する年齢規制）では、13～17歳のユーザーに対する詳細ターゲティングの禁止に関して、日本は対象となっていないように見受けられる。日本国内の未成年者への広告配信ルール（ターゲティング制限の有無）の実態を確認したい。

TikTok	規制業種またはセンシティブな業種について年齢制限を適用しており、未成年者はターゲティングの対象とならない。 例えば、金融サービス広告は18歳以上のオーディエンスに制限。 分野別の例（金融サービス広告）： https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-financial-services （※事務局注：規制業種はアルコールやギャンブル、成人向けコンテンツ、暴力、政治・宗教、ヘルスケアなど12項目ある。 https://ads.tiktok.com/resources/help/article/protecting-minors-on-tiktok-advertising-initiatives）	Japan Ads for financial services and products may be allowed if the following requirements are met: • Comply with relevant laws and regulations • Be licensed by local and regional authorities • The ad must be restricted to audiences aged 18 years and older
--------	---	---

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とられているケースがある（Google、LINEやフー）。
- 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以外は、アカウント非保有者についても第三者提供される場合がある。

※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）、<u>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</u> 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やフー ※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、<u>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</u>（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。<u>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。</u>
Meta ※更新あり	・<u>プライバシーポリシーに基づき第三者提供される。</u> ・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、<u>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</u> ・<u>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・保全本性、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。</u>
TikTok	・利用者はプライバシーポリシーへの同意によって、<u>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。</u> ・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

更問：第三者提供に関し、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。

TikTok	第三者への情報の共有はプライバシーポリシーの範囲内で行われ、<u>利用者がアカウント登録時にプライバシーポリシーに同意することをもって同意を取得している。</u>プライバシーポリシーに同意した場合に限り情報を第三者に共有し、<u>アカウント非保有者から収集された情報は、第三者に共有されない。</u>
--------	---

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）

7

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。
- 各社ともアカウント非保有者の情報は一定期間保持され、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。
- アカウントを持たない者への広告表示は、広告に付されたインフォメーションアイコンなどを通じて表示された理由等を説明されている。

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やフー ※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やフー社のサービス、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Metaが考えるトピックなど）、友人、フォロワー、<u>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）</u>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。 ※（更問回答）自動的に割り当てられるデバイスIDなど

更問：アカウント保有、非ログイン時の広告配信についてプライバシーポリシーに記載しているか。

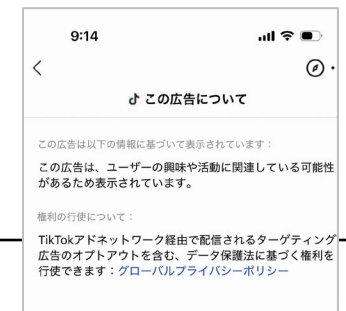
TikTok	アカウント保有者の非ログイン時の広告配信に限定した情報は、プライバシーポリシー上は明示していない。
--------	---

更問：アカウント非保有者について、端末情報その他の識別子を用いて、当該利用者のデータを蓄積しているか、或いは、プロファイルしているか。その旨をプライバシーポリシー等で説明しているか。

Google	ブラウザ、アプリケーション、またはデバイスに紐付けられた 固有のID を使用して情報を保存する。 言語などの設定維持、ユーザーのブラウザ設定やプライバシー管理設定に応じたコンテキスト広告やパーソナライズド広告を表示するために使用されることがあり、プライバシーポリシーで説明している。
LINEヤフー	アカウント非保有者に対しても弊社Cookie IDや端末情報に紐付ける形で利用データを蓄積し、広告配信最適化等の目的のためデモグラ情報や興味関心情報をプロファイルしている。 プライバシーポリシーで説明している（※事務局注：明示的な説明にはなっていない）
Meta	（一部非公表） 非保有者の情報は、スクレイピングの防止などのセキュリティ確保、サービスの保護及び改善のために使用。
TikTok	アカウント非保有者について、長期的にデータを蓄積していない。登録済みユーザーと紐付けられなかったユーザーデータは一定期間で削除され、当該データは登録済みユーザーのデータとは別で保管される。 プライバシーポリシーには、「お客様の情報の保有期間」という項目がある。

更問：アカウントを持たないユーザーに対してオーディエンスデータを通じて広告表示がされる際に、アカウントを持たないユーザーがこのような仕組みを容易に知りうる手段はあるのか。何らかの措置を講じているか。

Google	Googleの広告サービスを利用する第三者のウェブサイトやアプリに対し、プライバシーポリシーでGoogleのサービスの使用について明確に開示し、適切なユーザーの同意を取得することを義務付けている。 アカウント非保有者は、広告に直接表示されている「広告について」または「AdChoices」などのアイコンをクリックすることで、特定の広告が表示された理由を確認し、広告設定を介してパーソナライズド広告をオプトアウトするための管理機能にアクセスできる。
LINEやフー	広告に表示されるインフォメーションアイコンから行動ターゲティング広告に利用されるデータの説明ページやプライバシーポリシーに遷移することができる。
Meta	（一部非公表） Metaのプライバシーポリシーは公開文書であり、アカウントを保有せずにMeta製品とやり取りする方を対象とした専用のセクションも含まれている。
TikTok	配信広告の「広告」の文字をタップすると、表示された広告に関する説明が表示され、プライバシーポリシーを閲覧することができる。

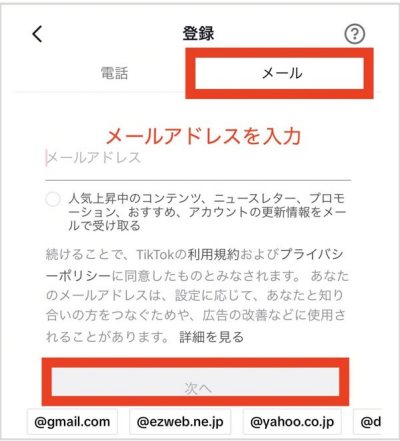


設問2-2 プライバシーポリシー、利用規約のサービス利用開始前の利用者への示し方、通知・同意取得の方法

※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。 

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、分かりやすい解説に努めている。
- 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。LINEヤフーでは、プライバシー影響評価（PIA）の中で文言やUI/UX等について検討されている。

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。 ・<u>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。</u> ・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。

更問：プライバシーポリシーの現在の説明内容や利用者への説明手法について、ユーザーに対する効果や理解度をどのように把握し、どのように評価・判断しているのか。

Google	「 プライバシー バイ デザイン 」を重視し、理解度を測定するために詳細なユーザー行動（ページでの滞在時間など）をモニタリングするのではなく、 最初からポリシーをわかりやすくすることに焦点を当てている。
LINEやフー	ユーザーにとってわかりやすく、読みやすく工夫すべく、 PIA（プライバシー影響評価）プロセス等の案件検討の中で、文言やUI/UX等について議論しており、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る。
Meta	更問：ユーザー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。
	（非公表）
TikTok	利用者に対し、プライバシーポリシーおよび関連する情報の提供をアプリ内および当社ウェブサイト上で行っており、加えて、プライバシーセンター（ https://www.tiktok.com/privacy/overview/ja ）でも情報を提供。プライバシーセンターでは、多数の情報およびリソースを集約しており、利用者は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検索することができる。

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が、**Google以外の3社は事後的に設定変更できる旨をアカウント登録時に明示的に説明していない。**
- Googleはアカウント登録時にオプトアウト可能、LINEやフー、~~TikTok~~は一部の情報がオプトアウト可能。
- TikTokは自社サービスで取得している利用者情報の広告利用について、容易なオプトアウト手段が提供されていない。**
- 各社ともオプトアウトしても、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。

Google ※変更なし	・<u>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）。</u>ログイン時は詳細設定が可能。 ・<u>非ログイン時、アカウント非所有者も、「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。</u>また、「プライバシー診断」はアカウント非所有者も実施可能。 ・<u>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）。</u> ・オプトアウトをしてもサービスは継続利用可。 ・<u>広告カスタマイズが無効の場合、広告プロフィー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。</u>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やフー ※変更なし	・<u>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。</u> ・LINEサービスはログイン時のみ設定可。<u>Yahoo!JAPANサービスは、非ログイン時、アカウント非所有者も行動ターゲティング広告の無効化が可能。</u> ・<u>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。</u> ・オプトアウトをしてもサービスは継続利用可。 ・<u>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、プライ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。</u> ・「LINEや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。

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、<u>広告表示に利用する情報</u>(他サイトでの行動情報を含む)、<u>広告を表示させる広告主等</u>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。 ・<u>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。</u> ・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。 ・<u>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）。</u> ・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、プライバ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）。

更問：アカウント登録時に、登録後であっても利用者情報の収集・利用についてオプトアウト可能である旨を、プライバシーポリシーでの説明以外で分かりやすく利用者へ通知・説明しているか。

Google	アカウントの作成プロセスにおいて、プライバシー設定が提示されて明示的に案内され、 これらの設定は将来いつでもGoogle アカウントのダッシュボードを介してアクセス、変更、またはオン/オフの切り替えが可能であることが通知される。
LINEやフー	アカウント登録時において、通知・説明は行っていない。
Meta	プライバシーポリシーとは別に、Cookieポリシーで説明を行っており、利用者は、アカウント作成の直後に、目的に応じた専用の画面で選択肢が提示され、同意するか否かを確認される。 プライバシーポリシーのみならず、プライバシーセンターやヘルプセンターでプライバシーに関する取扱いや利用可能なコントロールの公使方法について説明している。
TikTok	プライバシーセンター（https://www.tiktok.com/privacy/ads-and-your-data/ja）において設定の変更方法を説明し、ユーザーによる広告に関する情報提供のオプトアウトについての理解を容易にするように工夫している。 トップページからは、「設定及びプライバシー」「広告」の順にページを2回遷移することで、オプトアウト設定画面にたどり着くことが可能。

更問：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。

TikTok	プライバシーポリシーにおいて、パーソナライズド広告への利用について、ユーザーの同意が必要な行動データの二次的な利用目的として定めており、ユーザーは、<u>プライバシーリクエストポータルを通じ、一般的なデータ保護上の権利を行使出来る。</u> また、ユーザーは、アプリ内設定から、アカウント管理およびコンテンツの公開範囲を制御することができる。 TikTokは、広告利用目的でのデータ利用について、ユーザーに一層の透明性と選択肢を提供するため、データ管理のメカニズムを継続的に評価し、改善している。 （※事務局注：容易にオプトアウトは出来ない仕組みになっている）
--------	--

更問：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。

TikTok	アカウント登録時にオプトアウト可能とする機能は提供していない。 ユーザーは、アカウント登録後、TikTokによる広告利用目的でのデータ利用の方法を管理及び制御することができる。
--------	---

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）

【2026年度モニタリング項目】

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

- 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、Metaは一部可能、他3社は対応していない。この理由として、国際的枠組みでは、ポータビリティの対象は利用者から提供された情報に限定され、生成情報は事業者側の専有資産であることなどが挙げられている。

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、サードパー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やフー ※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。

更問：具体的にどのようなデータがエクスポート可能なのか。

TikTok	TikTokのデータ（ユーザー名、動画視聴履歴、コメント履歴、プライバシー設定などを含むが、これらに限定されない）のコピーをリクエストできる。
--------	--

更問：データポータビリティに関し、収集情報から生成した情報を持ち出し可能としていないのは何故か。

Google	推測されたデータや内部的に生成されたデータは、ユーザーによって提供された「ユーザーデータ」ではなく、Google独自のアルゴリズムを通じて導き出された専有資産に該当する。これは、欧州GDPRの規定において、データポータビリティの権利（第20条）が、個人が「管理者に提供した」個人データに厳格に制限されていることとも整合する。
LINEやフー	ユーザーは、「アドパーソナライズセンター」を利用することにより、自身の興味・関心に関連する広告トピック等を確認することが可能（LINE アプリ上の「広告表示に利用するデータの設定」でも一部広告トピックの確認が可能）となっており、更なる施策の検討については現時点では未定。
Meta	主要な国際的データポータビリティの枠組みは、当該権利の対象を利用者から提供された情報に限定しており、例えば推測情報及び派生情報をポータビリティの範囲から除外している。そういった中で、Metaでは生成情報についても相当程度の範囲を利用者が取得できるようにしている。 （例：推測された広告のトピック及び嗜好、サードパーティのウェブサイト及びアプリから受領したアクティビティ情報、利用者に関連付けられた追加の詳細情報）
TikTok	TikTok におけるデータのダウンロード（データポータビリティ）の対応は、各国の適用される法令に基づき、グローバルで一貫した枠組みのもと行っている。

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、**Google、Metaは不適切事例の是正等を行っている。**
- 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。

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）

更問：第三者のウェブサイト等において同意取得や通知が行われていない場合、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。是正頻度はどの程度か。

Google	パートナーに対して同意の取得を義務付ける厳格なポリシーを設けている。是正措置には、パブリッシャーサイトの監査、同意フローや開示情報の表現を修正するための警告の通知、および不遵守が継続する場合におけるパートナーのGoogle 広告またはAdSense アカウントの一時停止などが含まれる（是正頻度は対外秘）。
LINEやフー	現状、是正措置を要求したケースはない。広告主から通知、同意が必要かといった問い合わせがあった際には必要である旨伝えられている。
Meta	（一部非公表） ・Metaのプラットフォーム規約、開発者ポリシー及びビジネスツール規約では、当該第三者に対し、法令上必要とされるすべての通知を行い、かつ、法令上必要とされるすべての同意（利用者の端末からの情報の送信に関するものを含む）を取得することを求めている。 ・第三者がこれらの義務を履行していないことをMetaが把握した場合、問題の重大性、継続期間及び是正可能性に応じて、段階的に厳格化する一連の是正措置を適用する。
TikTok	現時点で具体的な事例は発生しておらず、ユーザーからのフィードバックも受けておりません。

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（ただし、主要ツールのみ）。
他3社は、広告ツールの利用規約やビジネス向けのヘルプセンターにおいて情報提供されている。LINEや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。

※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やフー ※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。<u>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。</u>
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<u>外部サービスの別に説明がされていない。</u> ・「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 픽셀、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。

(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、本ページに掲載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ください。

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ください。

[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実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（送信される可能性の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、自ら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連関利用されるシステム、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経路の分析のため
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連関利用されるシステム、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連関利用されるシステム、デバイス、ネット	

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。

更問：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）

Google	－
LINEやフー	ツール使用者に適用される規約・ガイドにおいて、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明示し情報提供。またも、ヘルプページや広告管理ツール内の設定画面などでも情報提供。
Meta	（一部非公表） ビジネスツール（Metaピクセル、コンバージョンAPI、Facebook SDK等）がMetaに対し送信する情報、送信先となる事業者、及び利用目的について説明した公開された開発者向けドキュメント及びビジネスヘルプセンターの資料を公表。また、ツールを利用する事業者には、法令上必要とされる通知を行い、利用者から同意を取得することを求めている。
TikTok	以下において情報提供を行っている。 ア) TikTok Pixel 参照資料：「TikTok Pixelについて」（TikTok 広告マネージャー ビジネスヘルプセンター、最終更新：2026 年 6 月） https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-pixel?lang=ja （イ） Events API 参照資料：「イベント API について」（TikTok 広告マネージャー ビジネスヘルプセンター、最終更新：2025 年 4 月） https://ads.tiktok.com/help/article/events-api?lang=ja

更問：外部送信規律遵守のためにツールを利用する事業者向けに公表している情報について、現在、4 種類のツールのみの情報提供となっているが、4 種に限った情報提供としている理由は何か。他のサービスについても公表する予定はあるか。

Google	・電気通信事業法第27条の12の対象となる外部送信を行う、Googleが提供する主要なツール及びタグ/SDK（計4種）に焦点を当て、事業者向けの参考情報を公表。 ・規制ガイドラインの進展や市場への新しい主要ルーツの導入に応じたコンプライアンスを支援するため、提供サービスの評価を継続し、参考資料や開示情報を更新している。
--------	--

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。

① 第三者から収集する情報の内容、利用目的、収集場面 【2026年度モニタリング項目】

- 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。
- メールアドレスや電話番号などの個人由来の利用者情報は第三者から提供された情報とのマッチングに使用されるが、一部事業者では暗号化やマッチング後の削除、第三者提供しないなどの配慮がされている。TikTokでは、取扱いに不明瞭な点がある。

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やフー	・提携事業者が運営する他アプリや Web サイトにLINEや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。

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、他のウェブサイトやアプリ、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または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：第三者のソーシ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

更問：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（未記載のため）

Meta

（一部非公表）

・登録アカウント保有者と照合することができる場合、プライバシーポリシーに沿って、広告の効果測定、最適化及びパーソナライズのために使用されることがある。

（※事務局注：収集自体は差異なく行っている）

更問：メールアドレス、電話番号など個人由来の情報と、クッキーやデバイスIDなど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。

Google	・企業方針として、Google 広告の顧客が、標準の広告タグを介し、個人を特定、連絡、または正確に位置を特定するために使用できる情報（電子メールアドレス、電話番号など）を共有することを厳格に禁止。 ・カスタマーマッチや拡張コンバージョンなどのファーストパーティデータ機能は、ユーザーのプライバシーを保護するために、送信前に顧客の連絡先データをハッシュ化することを義務付けており、ハッシュ化されたデータは厳格に隔離され、特定のGoogle 広告顧客のキャンペーンとのみマッチングされ、他の顧客と共有されることはない。 具体的なユースケースや制限事項は、対象製品やサービス、収集されるデータ項目、収集目的によって異なる。
LINEやフー	（LINE広告） いずれの情報も受領後に社内識別子または広告識別子に置き換えて利用する。 広告識別子や社内識別子は、広告配信や広告効果計測の目的で第三者提供する場合がある。 ツールにより取得したメールアドレスや電話番号は当社側のデータとのマッチング後に削除し、第三者提供はしていない。 （LINEやフー広告） いずれの情報も弊社ユーザID（YahooIDなど）または広告用Cookieに変換した上で利用するため、使用方法に大きな違いはない。ただし広告主から受領したエンドユーザーのメールアドレス、電話番号はユーザIDとのマッチング終了後に削除する。
Meta	（非公表）
TikTok	・永続的識別子（メールアドレスや電話番号など）は、ユーザーの紐付け及び本人識別を行うための主要な手段として使用。 ・同一のメールアドレス又は電話番号に関連付けられたその他の情報（端末又はサービスから取得される情報を含む）を統合し、相互に関連付けることがある。統合された情報は、モデルの最適化その他の目的のために使用され、この目的はプライバシーポリシーにおいて開示している。 ・これらのデータ及び情報は、当社のプライバシーに関する方針及び適用されるデータ保護法令に従って取り扱われる。

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、広告の効果測定に用いており、MetaではAIの機械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が収集されている。

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やフー	・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ます、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。

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やフーは、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やフーは、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、<u>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。</u> ・広告主に対し、<u>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。</u>
LINEやフー	・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。

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。

● TikTok以外の3社は、アカウント、ログインの有無によらず第三者提供されている場合がある。

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やフー	・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。

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。

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）」、「 <u>制限付きターゲティング</u> （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）

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。
- 各社ともオプトアウトにより情報の送信自体は停止されず（LINEヤフーでは位置情報の収集はオプトアウトにより送信が停止）、**広告以外の目的で使用される場合がある。**

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ィー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。

更問：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。

Google	オプトアウトにより、ユーザーのプロファイリングや広告のターゲット設定のためにユーザーデータを使用することを停止する。 ただし、 広告測定、セキュリティ、不正防止などの他の主要な機能のために、情報が引き続き収集される場合があるほか、ユーザーがブラウザのCookieブロッカーなどのツールを使用するか、履歴設定を無効にしない限り、大まかな位置情報や最近の検索履歴などの情報は、コンテキスト広告の配信のために使用されることがある。
LINEヤフー	広告配信時の利用停止となり、収集が停止されるものではない。 ただし、 LINEアプリで取得する位置情報は、収集の停止が可能 。また、一部のデータはターゲティング広告オプトアウトとは別に、情報収集自体のオプトアウトを設けているものもある。
Meta	（一部非公表） ・サードパーティの情報：パーソナライズド広告への使用を「認めない」選択をした場合は、当該情報を広告配信には使用しない。 ・アカウントと照合されない情報：プロフィールの作成のためには使用しないが、効果測定やサービスの安全性、完全性の確保のために限定的に使用する。 ・Meta自身のサービス上の広告： サービス上のアクティビティを用いたパーソナライズを一括して無効化する単一の設定は提供していないが、利用者は広告トピックのコントロールなどが可能な機能を通じて管理が出来る。
TikTok	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。

【2026年度モニタリング項目】

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

- **各社とも**、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、安全性や信頼性を担保。
- **プロファイリングにAIを活用している場合、非センシティブ情報からセンシティブ情報が生成されないよう配慮されている。**
- **AIで検知、制御されるセンシティブ情報の一例として、健康状態、人種、信教、性的指向、政治的指向がある。**
- **通信の秘密に該当する情報を活用する場合、初回の利用開始時に明示的に同意取得している（Google、LINEやフー）。**

Google ※更新あり	・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、<u>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。</u> ・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）。 ・<u>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</u>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。
-------------------------	--

※昨年度からの更新は赤字下線部分

LINEやフー ※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。
Meta ※更新あり	・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。 ・<u>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。</u> ・<u>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。</u> ・<u>「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。</u> ・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。
※昨年度からの更新は赤字下線部分	
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。
更問：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。	
TikTok	広告の最適化のために、機械学習モデルなどの AI システムを導入している。 Smart+キャンペーン(https://ads.tiktok.com/resources/help/article/about-smart-plus-campaign?)は、TikTokがAI技術を活用し、広告主の広告運用の最適化を支援する取り組みの一例となる。

更問：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。

Google	明示的に提供されたものであるか、他の非センシティブ データから推測されたものであるかを問わず、パーソナライズド広告においてセンシティブな個人の属性情報を使用することを厳格に禁止している。 AIシステムが非センシティブな入力情報からセンシティブな推測を生成することを防ぐため、技術的な対策の導入に積極的に取り組んでいる。
LINEヤフー	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。
Meta	(非公表)
TikTok	プロファイリングにAI機能を使用していないため、本質問は該当しない。

更問：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。

Google	・GoogleのAIシステムは、センシティブな情報に基づいて個人をターゲットにしようとする広告を検出するようにトレーニングされており、自動化及び手動による検出方法を組み合わせて連携し、健康状態、人種、信教、または性的指向に関連するセンシティブな情報に基づいて、個人のグループをターゲットに設定する行為を特定し、無効化する。 ・政治的な所属や傾向もセンシティブな情報として扱われ、パーソナライズにおける特定の制限または完全な禁止の対象となる。
LINEヤフー	広告データ利用基準で定める慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止に記載している内容に抵触する恐れのあるユーザ行動履歴（例：宗教、信条に関連する検索クエリや広告クリック情報など）が該当し、政治的傾向も含まれる。
Meta	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。
TikTok	プロファイリングにAI機能を使用していないため、本質問は該当しない。

更問：電子メール、メッセージングアプリ、メッセージ機能付きSNSサービスに組み込まれているAIツールにおいて、メッセージの内容そのものをAIに読み込ませて処理させているか。また、通信の秘密に該当する情報を活用している場合、利用者の同意を含めてどのように対応しているか。

Google	・広告のカスタマイズや配信のために、電子メールやメッセージの内容を読み取ったりスキャンすることはない。 ・AIを活用した生産性機能（Gmailのスマート返信など）は、要求された機能を提供することのみを目的として、コンテンツはローカルまたはサーバー上で安全に処理され、厳格な暗号化プロトコルによって管理。 ・ユーザーには明確な通知が提供され、これらの「スマート機能」を有効にするには同意を必要とすることで、通信の秘密が<u>確実に尊重されるようにしている</u>。※日本では、スマート機能はデフォルトでオフに設定。 （※事務局注：初回利用時も同意取得画面は提示されない）
LINEやフー	（AI下書き生成）返信文作成の際に、返信元のメール本文をOpenAI社提供のAIに読み込ませている。 （AIなりすまし判定）なりすまし判定を行うメール本文、メールヘッダをOpenAI社提供のAIに読み込ませている。 （トークルームのAgent i）ユーザーのメッセージの内容をOpenAI社提供のAIに読み込ませている。 機能利用にあたってOpenAI社に対してメールデータやメッセージの内容を送信することは、通信の秘密に該当する情報の提供に該当するが、機能利用開始時の初回に個別同意を取得するため、通信の秘密の侵害には該当しないと判断している。
Meta	（非公表）
TikTok	—

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】

- 各社とも広告審査において自動化技術を活用し、不適切広告の事前検出を実施。
- 詐欺広告のほか、各社の広告基準に違反する広告がAIを活用して排除されている。
- 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、スキャンおよび欺瞞的行為」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。

更問：AI技術を活用した不適切ターゲティング広告の排除について、詐欺広告以外の排除例にはどのようなものがあるか。

Google	AIは、Googleの広告ポリシーを包括的に執行するために使用されており、様々なポリシー違反を含む広告を自動的に検出し、除外する。日本におけるポリシー違反の上位5項目は、性的コンテンツ、マッチングとコンパニオンサービス、広告ネットワークの不正利用、不適切なコンテンツ、制限付きターゲティングに関する違反。
LINEヤフー	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おり、検索キーワードを利用したターゲティングにおいて、病名のキーワードを設定した場合には利用不可にするなどの例がある。
Meta	自動化技術によりエンフォースメントされるポリシーは、Metaのコミュニティ規定および広告基準の全体にわたり、「詐欺、スキャンおよび欺瞞的行為」「容認できないビジネス慣行」に対する禁止規定に加え、健康・金融・価格に関する誤解を招く表示、薬物・武器・タバコなどの規制対象商品、禁止されている画像表現およびターゲティング、危険な組織および個人、ヘイトスピーチ、児童の安全といった最も深刻な危害の領域が含まれる。
TikTok	当社の広告ポリシーに違反する広告を検出し、排除している。 https://ads.tiktok.com/resources/help/article/tiktok-advertising-policies?lang=ja&open_in_browser=true&redirected=2

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やフー以外はAIモデルの学習データに活用され、**Google、TikTokはオプトアウト可、Metaは履歴削除すれば使用されない。**
- 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、TikTokはAIサービス以外で収集している情報をトレーニングデータとして利用しているが、Googleは不明。**

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。同様に、Gemini以外で収集しているGoogleのアカウントデータも、Googleアカウントの「マイアクティビティ」の設定がオンになっている場合、モデルのトレーニングに使用されることがある。
LINEやフー	・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。

「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

TikTok	先の回答のとおり、当社は、コンテンツモデレーションを目的としてユーザー生成コンテンツ（UGC）を利用する場合がある。UGCは、当社のポリシーに準拠するコンテンツと準拠しないコンテンツをモデルが識別できるよう学習・改善するための、主要な学習データとして使用される。
--------	--

更問：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（第三者から提供されたものも含む）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。

Google	・Geminiなどの対話型AIサービスでは、ユーザーがアクティビティ設定を有効にしている場合、モデルを向上させるためにユーザーのプロンプトやインタラクションが使用されることがある。 ・ユーザーには明確な管理機能が提供されており、アクティビティ履歴（「Gemini アプリ アクティビティ」など）をオフにすることでオプトアウトでき、モデルのトレーニングに使用されるのを停止できる。 ・第三者から提供されるデータは、プライバシーポリシーに基づき、AIモデルのトレーニングを含め、サービスの向上・維持・開発の目的で使用する可能性がある。ただし、顧客データや個人の機密情報は、使用されないよう厳格な隔離措置・保護措置を講じている。
LINEヤフー	AIサービス以外で収集されている利用者データ（第三者から提供されたものも含む）は活用していない。
Meta	・AI at Metaとのやり取りに加えて、利用者がMeta製品上で作成、共有、「いいね！」、投稿またはコメントした公開コンテンツ、インターネット上で利用可能な情報、およびコンテンツを提供する第三者からの情報を使用している。 ・この点は、プライバシーポリシーの「お客様の情報を処理する理由と方法」－「AI at Metaの開発および改善」において、第三者からの提供情報をトレーニングに使用している旨を説明している。
TikTok	・ユーザー体験および顧客満足度の向上のため、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り、例えば、コンテンツモデレーション機能がこれに該当する。 ・データの匿名化、データ最小化および仮名化を含むがこれらに限られない措置を講じることにより、ユーザー情報の保護に最大限努めており、適切なユーザー通知を行うとともに、ユーザーがオプトアウトできるよう、必要なコントロールを提供。

更問：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。

Google	アクティビティ履歴（「Gemini アプリ アクティビティ」など）をオフにすることでオプトアウトでき、モデルのトレーニングに使用されるのを停止できる。
LINEヤフー	AIサービスで収集された利用者データ、AIサービス以外で収集された利用者データともにAIのトレーニングデータとして活用していないため、オプトアウトは特に設けていない。
Meta	・利用者がMeta AIとの会話履歴を削除した場合、当該会話はMetaのシステムから削除され、それ以降、AI at Metaの開発および改善のために使用されることはない。 ・利用者が特定のコンテンツを削除または公開範囲の設定を公開から非公開に変更した場合も、それ以降、当該コンテンツをAI at Metaの開発および改善のために使用しない。
TikTok	－

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は提供しているAIツール自体は広告のパーソナライズには活用していないが、当該ツールで生成されたコンテンツへのリアクションは広告に活用する場合がある。
- 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。
- MetaはMeta AIでのやりとり内容の活用についてオプトアウト手段は提供されていない。LINEヤフーでは今後予定されているAgent aiの過去のやり取り内容の広告利用においてはオプトアウト手段を提供予定。

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。 ・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。

更問：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。

Google	－
LINEヤフー	・（今後リリース予定の）Agent iでの過去やり取りに基づき生成される長期メモリデータの広告利用については、広告オプトアウトも提供予定。 ・ユーザがいまAgent iでやり取りしている内容に基づいた広告配信においてはオプトアウトの提供予定はない。
Meta	Meta AIは任意の（利用者の選択による）サービスであり、 利用者が自身のやり取りをパーソナライゼーションに使用されることを望まない場合は、Meta AIを使用しないという選択が可能。
TikTok	－

更問：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。

TikTok	当該コンテンツ自体を広告のパーソナライズのために利用していない。もっとも、当社のプライバシーポリシーに基づき、ユーザーによる当該コンテンツとのインタラクション（閲覧、いいね、共有等）は、広告のパーソナライズに利用する場合がある。
--------	---

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。
- 代替技術について、各社とも収集されたデータを用いたパーソナライズやトラッキングからのオプトアウト手段が提供されているが（第三者の対応に委ねられている場合もある）、対応にばらつきがある。
- 利用者保護として、暗号化、データ削除、ツール利用者に対する法的対応の義務化などが行われているが、対応にばらつきがある。

※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 <u>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。</u> （※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。 ・ <u>プライバシーポリシーにおいては、具体的な記載はない。</u>
Meta ※更新あり	・Cookie以外に、 <u>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。</u> ・ <u>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）</u> ・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、具体的ツールの揭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。

更問：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。

Google	CHIPs (Cookies Having Independent Partitioned State) 、FedCM (Federated Credential Management) 、およびStorage Access API など、プライバシーが保護されたサードパーティクッキーの代替技術を引き続き支援している。
LINEヤフー	－
Meta	－
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ります、使用の有無は、対象となるプロダクト、技術環境、および適用法令に応じて異なる。 ・ターゲティング広告および関連する測定においてサードパーティ Cookie のみに依存しておらず、使用される技術はサービス、デバイス／ブラウザの状況、ユーザー設定、および市場によって異なる場合がある。 ・TikTok のプライバシーポリシーには、Cookie の使用について記載している https://www.tiktok.com/legal/page/row/privacy-policy/ja

更問：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	ユーザーがオプトアウトできないトラッキング技術を使用していない。 ユーザーはいつでもパーソナライズド広告をオプトアウトするか、アクティビティ管理設定を調整してデータの使用方法を管理できる。
LINEヤフー	6-5に記載のツール（Conversion API、Advanced matching）およびアップロードオーディエンス（オーディエンスマッチ）が該当。 アドバンスドマッチングやメールアドレスによるマッチングは、広告主側から識別子やメールアドレスをアップロードしてマッチングを行うもので、 広告主側でLINEヤフーへの第三者提供同意をユーザから取得した上で送信されるため、利用者側で情報遮断やオプトアウトの対策が取れるかどうかは広告主側の対応状況に依存する。
Meta	（非公表）
TikTok	・ユーザーは、自身のアカウントとデータとの関連付け自体についてオプトアウトはできないが、当該データの利用は、一定の利用目的についてオプトアウトすることが可能。 ・広告技術ツール（TikTok Pixel）を通じてTikTokに送信され、ユーザーと照合されたデータについて（Advanced Matchingを通じて取得されたデータを含む）、ユーザーは、設定画面を通じて当該データがターゲティング広告への利用を制御できる。

更問：クッキーの代替技術を使用する際に、利用者情報の不適切な取扱いに繋がらないよう留意している点は何か。

Google	プライバシー・バイ・デザイン、データの最小化、およびアグリゲーション（集計化）を考慮している。 Trusted Execution Environments（TEE）、コンフィデンシャル マッチング、及びプライバシーサンドボックスで開発された技術など、広告におけるプライバシーを保護するための技術を使用しており、これにより、 個人の識別子やセンシティブなデータを第三者に公開することなく、関連性を維持することができる。
LINEヤフー	広告主による各種ユーザ識別子アップロードは、 広告主側でユーザ同意取得など必要な法対応を促すだけでなく、マッチング後は削除するなど不適切な取扱いにならないよう留意している。
Meta	（一部非公表） 利用目的の制限などの保護措置のほか、ビジネスツールを利用する事業者に対し、送信している情報について義務を課している。
TikTok	・ユーザー情報の不適切な取扱いを防止するため、個人データを送信する前にハッシュ化することを求めている。 ・広告主は、利用規約上、送信するデータについて適切な法的根拠を有していることを確保する責任を負っている。 ・ユーザーはこれらの技術を通じて収集されたデータについて、ターゲティング広告に利用されることを制御することができる。

更問：2026年2月に外部サイト用の「いいね！」ボタンの終了に伴い、利用者情報の収集に与える影響はあるか。

Meta	（一部非公表） 今回の提供終了により収集手段の一つがなくなるが、全体的な状況が実質的に変わるものではない（5-4の更問への回答、設問6-5更問①に対する回答参照）。
------	---

更問：ソフトバンク端末のIPアドレスを利用したターゲティング拡張機能に関し、プライバシーポリシーで具体的な記載を行っていないには何故か。

LINEヤフー	ポリシーでは、個々の広告機能・技術を列挙するのではなく、取得する情報の種類および利用目的を共通的に説明しているため。本機能に係る情報の取扱いは、プライバシーポリシーにおいて、パートナーから取得する情報として「識別子」や「IPアドレス」等を挙げるとともに、これらを当社が保有するパーソナルデータと紐づけ、広告配信に利用することを説明している。このため、本機能における情報の取得・利用も、当該記載に含まれるものと整理している。
---------	---

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**国内に配置され（弁護士の場合もある）**、**その者の助言や意見も尊重されながら**、プライバシー及びデータガバナンスの取組が実施されている。
- 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 構成員限り	・日本の法制度・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やフー	・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、全従業員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。

更問：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。

Google	（一部非公表） Googleのグローバルポリシーが日本の法律や規制上の要請を尊重し準拠するよう適切に適応されることを担保している。
LINEやフー	－
Meta	日本市場に関するプライバシー関連の方策を実施するに当たっては、 日本法に関する専門家の助言および意見が尊重される。これには、日本国内に所在する専門家および日本国外に所在する専門家の双方が含まれる。
TikTok	日本法に基づいて判断しているため、社内外の国内の専門家の判断を尊重している。