

2026年度 利用者情報WG ヒアリングシート（更問）

事業者名：Google LLC

ご回答にあたっての留意事項

各事業者における考え方や対応状況を比較・整理するため、回答内容の明確性及び具体性を重視しています。設問の趣旨を踏まえ、結論が分かる形で簡潔に記載いただくとともに、必要に応じてその理由や判断根拠も併せてご記載ください。

●回答方法等について

- ・回答は、MSゴシック、11ポイントで記載してください。
- ・回答は、設問に対する結論及び概要が分かる形で記載してください。
- ・各設問への回答は、原則としてA4用紙1ページ以内（Word換算）を目安として記載してください。
- ・やむを得ず1ページを超える場合は、冒頭に回答の概要（要点）を記載した上で、詳細を記載してください。
- ・プライバシーポリシー等のURLのみを記載する回答や、URL先の記載内容をそのまま転載するのみの回答はお控えください。
- ・回答に当たりプライバシーポリシー等の関連箇所を示す場合は、掲載箇所の抜粋版を記載し、当該設問への回答の根拠となる部分に下線を付してください。
- ・回答に関連する参考資料がある場合は、回答欄とは別に設けた「参考URL」欄に記載してください。

●留意事項

- ・回答内容は、比較及び公表を予定しているため、第三者が読んでも理解できるよう、簡潔かつ具体的に記載してください。なお、ご提出いただいた回答は総務省ホームページにおいて参考資料として公表することを予定しているため、公表に支障がある情報を含む場合には、当該箇所をマスキング等した公表用の回答（PDF）を併せてご提出ください。

設問	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 設問1-2-1 取得情報の加工、分析、利用状況 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
更問	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。
回答	原則として、Googleは、ユーザーがログインしていない時に収集した情報と、ログインしている時に収集した情報を別々に保持しています。ログインしていない時に収集した情報はブラウザやデバイスの 固有のID に紐付けられますが、ログインしている時に収集した情報はGoogle アカウントにリンクされた個人情報として取り扱われます。ユーザーの同意がない限り、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たりすることはありません。Google の プライバシーポリシー は、ログインしている時としていない時に収集される情報の取り扱いを明確に区別しています。
参考URL	• プライバシーポリシー

設問	設問1-2-2 青少年等脆弱な個人の利用者情報の取扱いに係る配慮
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。
回答	主な配慮事項は、ユーザーの属性情報の抽出において、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です。一例として、Googleは、広告のパーソナライズにおいて、健康状態、人種、宗教、性的指向などのセンシティブな個人情報の使用を禁止する厳格なポリシーを定めています。
参考URL	● 制限付きターゲティング（パーソナライズド広告の場合）

設問	設問1-2-2 青少年等脆弱な個人の利用者情報の取扱いに係る配慮
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。（趣旨確認）
回答	Googleは、世界全体で18歳未満のユーザーに対する広告のパーソナライズを禁止しています。年齢情報は、未成年者への広告のターゲット設定やパーソナライズには使用されません。代わりに、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することで、より若いユーザーが適切な保護を受けられるようにしています。これにより、Googleは、アルコール、ギャンブル、成人向けコンテンツなどのセンシティブな広告カテゴリを制限するなど、子どもに対する追加の広告配信保護策を適用することができます。
参考URL	• 広告配信における 13 歳以上の未成年者の保護対策 • Google がユーザーの年齢を推定している間に制限されるカテゴリ

設問	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）
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。
回答	アカウント非保有者（またはログインしていないユーザー）について、Googleは、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します。これは、言語などの設定を維持するために行われ、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て、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ます。この仕組みは、Googleのプライバシー ポリシーの「Googleが収集する情報」及び固有IDがどのように使用されているかに関するセクションで明確に説明されています。
参考URL	• プライバシーポリシー: Google が収集する情報 • プライバシーポリシー: 固有の ID

設問	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）
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、各社のサービスを直接的に利用していない利用者は、各社のプライバシーポリシーに触れる機会はない。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。
回答	Googleは、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、それぞれのプライバシー ポリシーにおいて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ます。さらに、アカウント非保有者は、表示される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ます。
参考URL	● Google のサービスを使用するサイトやアプリから収集した情報の Google による使用

設問	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 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
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。
回答	Googleは「プライバシー バイ デザイン」を重視しており、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ます。詳細なモニタリングを行うこと自体がプライバシー上の懸念を引き起こす可能性があるためです。
参考URL	● Google セーフティセンター: プライバシー保護の取り組み

設問	設問2-5-1 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、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 設問2-7 オプトアウトに関して利用者が認知しやすくするための工夫
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。
回答	Google アカウントの作成プロセスにおいて、ユーザーにはインタラクティブなプライバシー設定（「ウェブとアプリのアクティビティ」、「YouTube の履歴」、「広告のカスタマイズ」など）が提示されます。ユーザーはこれらの選択肢につい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す。以下がスクリーンショットを参照ください： 設定は自分で管理できます アカウント設定に応じて、このデータの一部は Google アカウントに履歴として保存されることがあります。このデータは個人情報として取り扱われます。アカウントを作成すると、検索サービス、YouTube、Google 広告、Google Play、ウェブとアプリのアクティビティに対してパーソナライズ設定と履歴設定がオンになります。これらの設定は、下の [その他の設定] を選択して変更できます。また、これらの設定やその他のプライバシー設定は、後から account.google.com にアクセスしていつでも変更できます。 その他の設定 ▼

	パーソナライズ設定と履歴設定を確認して、Google のさまざまな機能をカスタマイズしましょう。 設定の詳細確認、オンとオフの切り替え、アクティビティの確認と削除、自動削除オプションの変更は、Google アカウント（account.google.com）でいつでも行えます。 設定は Google アカウント（account.google.com）でいつでも変更できます。 設定がオフの場合でも、Google によるデータの収集、使用、処理には、常に Google プライバシー ポリシーが適用されます。 キャンセル 同意する
参考 URL	• https://myaccount.google.com/data-and-privacy

設問	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
更問	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。（趣旨確認）
回答	Google データエクスポート(Google Takeout)およびデータポータビリティの目的は、ユーザーがGoogleに直接提供したコンテンツ、またはユーザーが生成してGoogleに提供した特定のアクティビティ情報を、バックアップしたり移動したりできるようにすることです。一方、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します。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しています。
参考URL	• https://takeout.google.com/

設問	設問3-1 第三者のウェブサイト等による利用者への同意取得や通知、説明等について、第三者等に対する実施状況の確認 や改善指導、対応を行っているか 設問3-2 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）
更問	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。（趣旨確認） また、是正頻度はどの程度か。
回答	Googleは、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ます。具体的な是正頻度は機密のコンプライアンス指標ですが、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ます。
参考URL	• ユーザーの同意の管理について

設問	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）
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。
回答	現在、当社の電気通信事業法に関する事業者向けサイトで公表している参考情報は、日本のウェブサイト事業者およびアプリ事業者が自社サービスに組み込んでおり、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およびタグ/SDKに焦点を当てています。具体的には、Googleの主要なアナリティクスおよび広告・収益化ツール（Google アド マネージャー、Google アナリティクス、AdSense、AdMob）が対象となります。Googleは、規制ガイドラインの進展や、市場への新しい主要ツールの導入に応じて、コンプライアンスを支援するために、提供サービスの評価を継続し、参考資料や開示情報の更新を行っています。
参考URL	• 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)

設問	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） ①第三者から収集する情報の内容、利用目的、収集場面
更問	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。
回答	企業方針として、Googleは、Google 広告の顧客が、標準の広告タグを介して、個人を直接的に特定、連絡、または正確に位置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しています。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について、Google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います。このハッシュ化されたデータは厳格に隔離され、その特定のGoogle 広告顧客のキャンペーンとのみマッチングされ、他のGoogle 広告顧客と共有されることはありません。最終的に、具体的なユースケースや制限事項は、対象となる製品やサービス、収集されるデータ項目、および収集目的によって異なります。
参考URL	● 顧客データに関するポリシー ● データの収集および使用

設問	設問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
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。（趣旨確認）
回答	パーソナライズド広告をオプトアウトすると、Googleは、ユーザーのプロファイリングや、推測された興味・関心に基づく広告のターゲット設定のためにユーザーのデータを使用することを停止します。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ります。ユーザーがブラウザのCookieブロッカーなどの他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（ページの内容や大まかな位置情報に基づく広告）を配信するために使用されることがあります。Googleのプライバシー ポリシー（ Google がデータを収集する目的 ）では、パーソナライズ以外の目的でGoogleがどのようにユーザー データを使用するかを明確に説明しています。
参考URL	• https://myadcenter.google.com/ • プライバシーポリシー: Google がデータを収集する目的

設問	設問6-1 AI技術を活用した利用者のプロファイリング、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
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。（趣旨確認）
回答	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、Googleは、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ます。さらに、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ます。
参考URL	● 制限付きターゲティング（パーソナライズド広告の場合）

設問	設問6-1 AI技術を活用した利用者のプロファイリング、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
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。（趣旨確認）
回答	GoogleのAIシステムは、センシティブな情報を使用したターゲット設定を禁止する広告ポリシーへの準拠を確保するため、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キャンペーンを検出するようにトレーニングされています。これらのAIシステムは、自動化された検出方法と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、無効化します。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、公平性を確保しバイアスを防止するために、地域の規制やGoogleのグローバルポリシーに応じて、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ります。一例として、Googleのシステムは、広告主が政治に関連する広告を配信しようとする状況を検出し、その広告主が個人に関するセンシティブな情報に基づいて特定の個人をターゲットにすることを防止するように設計されています。
参考URL	制限付きターゲティング（パーソナライズド広告の場合）

設問	設問6-1 AI技術を活用した利用者のプロファイリング、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
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の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。
回答	前提として、Googleは、広告をカスタマイズまたは配信するために、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したりすることはありません。AIを活用した生産性機能（Gmailのスマート返信など）については、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ます。このような処理は、厳格な暗号化プロトコルによって管理されています。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、通信の秘密が確実に尊重されるようにしています。なお、日本のユーザーについては、スマート機能はデフォルトでオフに設定されています。
参考URL	● Google Workspace とその他の Google サービスのスマート機能と設定について

設問	設問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
更問	詐欺広告以外の排除例にはどのようなものがあるか。
回答	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います。詐欺広告以外に、AIは様々なポリシー違反を含む広告を自動的に検出し、除外します。 Google Ads Safety Report 2025 で報告されているように、日本において広告の削除およびアカウント停止につながった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、および制限付きターゲティングに関する違反でした。
参考URL	• Google Ads Safety Report 2025 年版のハイライト • 日本語版 Google Ads Safety Report 2025

設問	設問6-4 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）
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。（趣旨確認）
回答	当社の プライバシーポリシー で説明されているように、Googleは、新しいサービスの開発を含め、サービスの提供、維持、向上を図るために情報を使用します。Geminiなどの対話型AIサービスでは、 <u>ユーザーがアクティビティ設定を有効にしている場合</u> 、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ります。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簡単にオプトアウトでき、将来のインタラクションがモデルのトレーニングに使用されるのを停止できます。
参考URL	• Gemini アプリのプライバシー ハブ

設問	設問6-4 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）
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。（趣旨確認）
回答	当社の プライバシーポリシー で説明されているように、Googleは、新しいサービスの開発を含め、サービスの提供、維持、向上を図るために情報を使用します。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ります。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簡単にオプトアウトでき、将来のインタラクションがモデルのトレーニングに使用されるのを停止できます。
参考URL	• Gemini アプリのプライバシー ハブ • アプリ連携によるパーソナライズについて:私のデータを AI モデルのトレーニングに使用してほしくない場合はどうすればよいですか？

設問	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
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。 （事務局補足） 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、フィンガープリンティングなどによる利用者プロファイリングは、現時点では利用者側で情報遮断やオプトアウトの対策が取れないが、このような技術（例示した以外の技術を含む）を活用して利用者情報を収集しているか。使用している具体的な手法、技術をご提示いただきたい。
回答	Googleは、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ません。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ます。
参考URL	• プライバシーとパーソナライズド広告（旧インタレスト ベース広告）について

設問	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
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。
回答	Googleは、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）を考慮しています。Googleは、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います。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ます。
参考URL	• https://privacysandbox.com/proposals/ • Simpler data privacy for advertisers with confidential matching

設問	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
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。
回答	Googleは、 CHIPs (Cookies Having Independent Partitioned State)、 FedCM (Federated Credential Management)、および Storage Access API など、プライバシー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ます。
参考URL	• CHIPs • FedCM • Storage Access API

設問	設問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、人材育成の状況
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。（趣旨確認）
回答	Googleは、[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] 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ます。
参考URL	