

プラットフォーム事業者における利用者情報の取扱いについて

社名	Facebook Japan 株式会社
1. 利用者情報の取扱いの状況	
1-1.	利用者情報取得の場面・取得する情報の内容 弊社は、個人データを収集し使用する方法について、利用者に明確で有意義かつ容易にアクセスできる情報を提供しています。また、弊社は、意義ある透明性の促進に努めており、可能な限り多くの人々が情報にアクセスできるよう、平易な言葉遣い、レイアウト、色調及びアイコンを主に使用するデザイン方針を採用しております。 個人データの収集 人々は、友人や家族とつながりを保ち続けるために、世界で起きていることを知るために、また、利用者にとって重要なことを共有・表現するために、弊社のサービスを利用します。弊社は、こうした使用者の興味・関心に合わせたサービスを提供するために、個人データを収集する必要があります。 弊社は、Facebook、Instagram 及び Messenger の各サービスを提供する際、(i)利用者等が実行および提供するもの（誰と繋がっているかを含む）、(ii)利用者が弊社サービスを利用するに当たって使用するデバイスの情報、及び(iii)広告主、パブリッシャー、広告エージェンシーなど、第三者パートナーから受領する情報、という3つの基本カテゴリーの利用者に関する情報を受領します。それぞれについて、Facebook のサービス、Instagram 及び Messenger に適用される弊社のデータに関するポリシーに概説されています。利用者は、Facebook または Instagram のア

	アカウントを最初に作成する際に、データに関するポリシーに同意して頂いています。 弊社が提供するサービスの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日のみです。Instagramの利用に際して提供を求められる情報は、メールアドレス又は電話番号、及び生年月日のみです。また、利用者は、自らの選択により、自身の住所、言語、学歴、仕事、趣味及び好きな映画や本、音楽に関する情報等、プロフィールの追加情報を弊社に提供することもできます。さらに、利用者の弊社サービスとのエンゲージメントに関する情報も収集されます。この利用者のエンゲージメントに関する情報には、例えば、利用者が「いいね！」ボタンを押したFacebook ページ、利用者が参加している Facebook グループ、利用者が使用している他のアカウント、利用者が閲覧するコンテンツ、プラットフォームにアップロードするコンテンツ（投稿、写真、動画、ストーリー等）及び任意で行うフィードバック（広告が不適切であること又は興味がないこと等）が含まれます。 弊社は、利用者が弊社のサービスを利用するのに使用するデバイスからの情報、及び当該デバイスに関する情報を収集します。弊社のデータに関するポリシーで説明するとおり、弊社が収集するデバイス情報には、以下のようなものがあります。 ●デバイスの特質：オペレーティングシステム、ハードウェアとソフトウェアのバージョン、電池レベル、信号強度、ストレージの空き容量、ブラウザの種類、アプリとファイルの名称と種類、プラグインなどの情報。
--	--

		●デバイスの信号:Bluetooth シグナル、および近くの Wi-Fi アクセスポイント、ビーコン、セルタワーに関する情報。 ●ネットワークおよび接続: 携帯電話会社名、インターネットサービスプロバイダー名、言語、タイムゾーン、携帯電話番号、IP アドレス、接続速度、場合によっては近くにあるまたはネットワーク上にある他のデバイスに関する情報など、弊社が利用者の利用を手助けするための情報（動画を携帯電話からテレビにストリーミングするなど）。 第3者から受領するデータには、他の利用者から共有されたデータ（例えば利用者が他の利用者の写真を共有した場合）、広告主、アプリ開発業社、パブリッシャーからの情報（例えば、広告主がハッシュ化されたカスタマーデータを用いて広告のオーディエンスを構築する場合など）が含まれます。
1-2	取得情報の加工・分析・利用状況	個人データの利用 弊社のデータに関するポリシーには、利用者による選択に服することを条件として、弊社が弊社の有する情報をどのように利用するのかが明記されています。例えば、弊社は、下記の目的のために受領したデータを利用します。 ● 利用者のための弊社の製品及びサービスの提供、パーソナライズ化及び改善: 弊社は、(i) 機能及びコンテンツ（フィード及び広告など）のパーソナライズ化並びに、利用者に合わせたコンテンツの推奨、(ii) よりパーソナライズ化され、広告支援サービス（Facebook のサービス、Instagram 及び Messenger を含む。）において整合的な体験を提供するために情報の連結、(iii) それらのサービスの開発、検証及び改善、と

		いった弊社のサービスを提供及び改善するために受領した情報を利用します。 ● 測定、分析及びその他のビジネスサービスの提供：弊社は、保有する情報（訪問したウェブサイトや閲覧した広告など、利用者の弊社製品外におけるアクティビティを含む）を、広告主などのパートナーが広告効果やサービス利用状況を測定し、そのパートナーのウェブサイト、アプリ、サービスをどのようなタイプの人々が利用し、どのように反応しているかを分析できるようにする目的で使用します。これにより、広告主は、高度な透明性及び測定にかかる知見を得られるとともに、より効果的な広告予算の活用方法に関する十分な情報に基づく意思決定が可能となります。 ● 安全性、健全性及びセキュリティの促進：弊社は、保有する情報を、アカウントとアクティビティの認証、悪質な行為への対処、スパムなどの問題の検知と防止、弊社製品の保全維持、弊社製品の内外における安全とセキュリティの推進のために利用します。 ● 公益目的のための研究及びイノベーション：弊社は、一般社会福祉、技術進歩、公共の利益及び健康と福祉といったトピックに関する研究及びイノベーションの実施及び支援を目的として、受領した情報（弊社と協働する選り抜かれた研究パートナーからの情報など）を利用します。例えば、弊社は救助活動を支援するために、災害発生時の避難行動パターンに関する情報を分析します。
1-3.	利用者情報の第三者提供の状況	弊社は、弊社製品の提供と改善をサポートするサードパーティパートナー、または Facebook のビジネスツールを使って自社ビジネスを拡大するサードパーティパートナーと連携することによって、弊社のサービスを運営し世界中の人々に無料でサービスを提供しています。弊社は、利用

者の情報を他者に販売していませんし、今後も決していたしません。また、パートナーに対しては、弊社が提供するデータの利用と開示方法について厳しい制約を課しています。情報を共有する外部パートナーの種類は次のとおりです。

弊社の分析サービスを利用するパートナー

弊社は、個人または事業者が自身の投稿、リスティング、ページ、動画、その他 Facebook 製品内外のコンテンツに対する人々の反応を把握できるように、集約した統計やインサイトを提供します。

広告主

弊社は、広告を見た人のタイプや広告の効果についてのレポートを広告主に提供していますが、利用者が許可する場合を除き、利用者を特定する情報(利用者への連絡や特定につながる利用者名やメールアドレスなど)は共有しません。例えば、利用者のデモグラフィック情報や趣味・関心に関する一般的な情報(例えば、広告を見た利用者は、マドリッドに住んでいる 25～34 歳の女性で、ソフトウェアエンジニアリングに関心があるといった情報)を、ターゲット層を把握するために役立たせる目的で広告主に提供しています。また、どの Facebook 広告が購入やアクションにつながったかを確認し、広告主に知らせます。

効果測定を行うパートナー企業

弊社は、利用者に関する情報を、弊社のパートナーに分析や測定のレポートを提供する目的で、データ集計を行う企業と共有します。

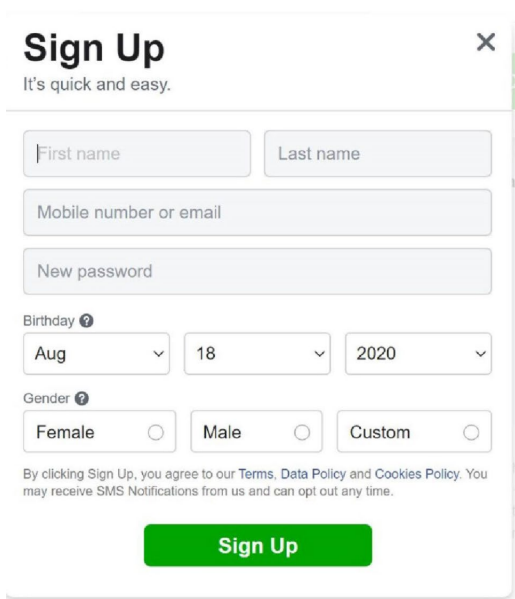
弊社製品で商品およびサービスを販売するパートナー

利用者が有料コンテンツの受信を申し込むか、弊社製品内で販売されるものを購入する場合、当該コンテンツのクリエイターや販売者は、利用

		者の公開情報や他の共有情報、および取引完了に必要な情報(配送先や連絡先情報など)を受信します。 ベンダーとサービスプロバイダー 弊社は、技術インフラサービスの提供、弊社製品の利用状況の分析、カスタマーサービスの提供、決済の代行、アンケートの実施などにより弊社の事業を補助するベンダーとサービスプロバイダーに、情報とコンテンツを提供します。 研究機関や教育機関 また弊社は、自社の事業やミッションを支える学問やイノベーションを推進し、広く社会の福祉、技術の発展、および公共の利益、健康、福利に関する発見とイノベーションに資する調査を実施するために、調査パートナーおよび学術機関に情報とコンテンツを提供します。 法執行機関や法的要請 弊社は、一定の状況において、法執行機関に対し、または捜査令状、裁判所による命令、召喚状といった法的要請に応じて、適用法令に遵守するべく情報を共有します。
1-4.	広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況	弊社は、広告やクーポンなどの利用者に表示するスポンサーコンテンツを選定およびパーソナライズする目的で、利用者に関して弊社が保有する、利用者の趣味・関心、アクション、つながりなどの情報を利用します。 弊社が利用者の個人データを広告主に販売することはありません。また、利用者の明確な許可を得ずに、利用者を直接特定できる情報(氏名、

		メールアドレスまたは他の連絡先情報など)を広告主と共有することはありません。 その代わり、広告主は自社の広告の配信を希望するオーディエンスの類型などを弊社に知らせることができ、弊社は興味を持ちそうな人にその広告を配信します。
1-5	利用者のプロファイリング・セグメント化状況	弊社は保有する情報を、機能とコンテンツのパーソナライズ、弊社製品の内外における利用者へのおすすめの表示を含め、弊社製品を提供するために利用します。 弊社は、利用者に合わせて関連性の高いパーソナライズ製品を作成するために、利用者などから取得および認識したデータに基づく利用者のつながり、嗜好、関心、およびアクティビティを利用します。また、利用者の弊社製品の利用状況ならびに弊社製品に対する反応、および利用者が弊社製品の内外でつながりを持ち関心を抱いている人、場所、物についても同様に利用します。
2. 利用規約・プライバシーポリシー		
プライバシーポリシー等		
2-1.	利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーの内容、掲載場所	弊社のデータポリシーにおいて、弊社製品（Facebook、Instagram、Messenger その他）を運営するに当たって使用する情報について、「弊社が取得する情報の種類」、「弊社が取得した情報の利用目的」、「情報の共有方法」、「ポリシー変更の際の通知方法」等の項目により説明しています。 詳しくは、下記 URL をご覧ください。

		https://www.facebook.com/privacy/explanation
2-2.	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（導線等）	弊社は、弊社のサービスの利用者が自らの個人データがどのように利用されているかに関する十分な情報を確実に受領し、また、弊社と共有する情報を精査及び管理するための権限を確実に付与されるようにするための多くの方法を利用しています。これにより、利用者は、弊社のサービスへの登録及びエンゲージメントの選択において、十分な情報に基づいた意思決定が可能となります。 弊社による個人データの収集及び利用に関するすべての利用者への十分な通知を担保するために、利用者になるかもしれない人には全て、最初の登録前に弊社のデータに関するポリシーが提示されます。利用者は、登録時に、関連するサービス利用規約、データに関するポリシー及びCookieに関するポリシーを確認及び同意するよう求められます。登録が完了した利用者は、ほぼすべてのFacebookのサービスウェブページから、Instagramウェブサイト並びにFacebookのサービス及びInstagram上のアプリ内メニュー経由で、データに関するポリシーへ容易にアクセス可能となります。

		 
2-3.	変更の際しての通知/同意取得の方法	データポリシーに変更を加える場合、弊社は事前に利用者へ通知し、利用者が改訂後のポリシーを確認し、今後製品の利用を続けるかどうかを検討できる機会を設けます。
2-4.	利用開始後（最初の同意・通知後）における、定期的な通知等の工夫	弊社は、利用者に対してプライバシー関連の設定に関する情報を提供し、利用者が自らのプライバシー関連の設定を管理するのに支援するための様々な啓発ツール及び機能を利用しています。Facebook のサービスの実例を以下に記載しています。 ● プライバシーツアー：新規及び既存利用者は、自らの情報がどのように共有されるかを管理するために、自らが使用することのできる機能及び設定を段階的に学べるツアーに参加することができます。新たな利用者は全員、プライバシーツアーに参加するよう促されます。

	●ヘルプセンター： 弊社は、広範囲にわたるトピックを検索可能なヘルプセンターを公開しています。ここでは、弊社のサービスの流れや利用者による管理に関する詳細情報が提供されています。 ● アカウント設定： 全ての利用者は、「設定とプライバシー」内の「設定」からプライバシー関連の設定及び管理に容易にアクセスすることができます。 ●プライバシー設定の確認： プライバシー設定の確認ツールでは、利用者はデータ共有範囲に関する自身の選択を確認することができます。このツールは利用者の重要なプライバシー関連の設定に関するリマインダーの役割を果たし、利用者に自身が選択した内容を維持するか又は更新するかについて評価するよう促します。 ● 全体公開投稿リマインダー： 利用者が友達のみとの共有ではなくコンテンツを一般公開する意図があるかを確認するために、弊社は、利用者がコンテンツを一般公開するという選択を行う前に、短い通知を利用者に送ります。 ● Facebook ヒント： さらに、弊社は、利用者に対して、ヒントを通じて Facebook のサービス上での管理の活用や個人情報の保護に関する啓発を定期的に行っています。ヒントは利用者のフィードに表示され、世界中の利用者が自身に合ったかたちで Facebook のサービスを利用できるようにするためにパーソナライズされるものとして製品内に組み込まれているものです。ヒントは利用者のアカウントを安全に保つ方法から Facebook のサービス上での個人情報の管理及び保護、そして友達との交流の新たな方法まで広範なトピックを扱っています。 ●プライバシーセンター： 最近、新しいグローバルなプライバシーセンターの立ち上げを発表しました。プライバシーセンターは、弊社のアプリやテクノロジーにおけるプライバシーに対する弊社のアプローチについて、利用者の皆様に知っていただくための、使いやすく、集
--	--

		中的な教育ハブです。プライバシーセンターでは、利用者情報の収集と使用に関する弊社のアプローチについて、最新で透明性の高い、理解しやすい情報を提供しています。プライバシーセンターには、共有、セキュリティ、データ収集、データ使用、広告という5つの共通のプライバシーピックに関するモジュール、利用者のプライバシーオプションとプライバシーツールに関する教育、およびプライバシーの更新に関する内容が含まれています。また、利用者がすぐに行動を起こせるように、関連する規約やポリシーなどの資料や、関連するプライバシー設定へのダイレクトリンクも提供しています。
透明性確保のための工夫		
2-5.	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、ユーザーテストの実施等）	自分の個人情報を理解し、管理できるようにするためには、関連するデータ取り扱い方法について利用者に通知することが不可欠です。しかし、その通知は意味のあるものでなければ効果的であるとは言えません。日本人が日々接する組織やサービスの数が多いことを考えると、「通知疲れ」を起こさずに十分な情報を提供するにはどうすればよいか、という点が課題となります。利用者は情報を得る必要がありますが、単に伝える情報の量を増やすだけでは十分ではありません。弊社としては、事業者に対して長くて複雑な、あるいは法律用語を多用した事前の通知するよう求める事細かなルールを適用することは、消費者の利益にならないと考えています。むしろ事業者は、人々に情報を提供すると同時に、人々が自分にとって意味のあるプライバシーの選択ができるようにする新しい方法を見つける必要があります。 その出発点として、「人」に焦点を当て、プライバシー情報をどのように理解し、異なるタイプのプライバシー通知とどのように関わり合いを持って行くのかを考えることが重要です。プライバシーに関する効果的なコミュニケーションとは、デジタルサービスを利用する人々

の多様性や、コネクテッドデバイスや人工知能などの進化するテクノロジーを人々がどのように理解し、どのように作用するかを認識し、それに合わせて設計することでもあります。「人」を中心に据えることによってのみ、利用者とのコミュニケーションのためのより良いアプローチを開発することができます。要するに、プライバシーに関する通知をデザインしたり、プライバシーについて利用者とコミュニケーションをとるのに、画一的なアプローチはないということです。むしろ、様々なコンテキスト、利用者、サービスを考慮した上で、最適なソリューションを提供する必要があります。

弊社は、2020年7月にホワイトペーパー「Communicating About Privacy」を発表して以来、消費者にプライバシーに関する情報を提示するためのより良いアプローチを模索するために、世界中のステークホルダーと協議を重ねながら、この課題を深く追求してきました。ホワイトペーパーでは、自分の情報がどのように使用されているかを人々に知らせるための、最良と思われるデザイン手法を幅広く紹介しています。その中で明らかになったのは、すべての消費者にとって有効な、唯一の「正しい」プライバシー通知の方法はないということです。

<https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Privacy-Transparency-White-Paper.pdf>

他の多くの事業者と同様に、弊社もすでに、消費者がより詳細な情報を見つけられるようにリンクを張ったり、階層状のプライバシー通知を採用しています。しかし、階層化された通知をナビゲートすることは複雑であると批判する声もあります。事業者は、提供する情報が多すぎると批判される一方で、少なすぎるとも批判され、板挟みにあっ

	てしまいます。これは、何らかの規律によって、通知の基準やデザインを一つに規定しようとすることの限界を示しています。 法的枠組みは、様々な状況で適切なデザインを可能にし、実際にそれを奨励するための十分な柔軟性を提供する必要があります。すべての事業者及び利用者にとって唯一の解決策がないことを考えると、規制の課題は、1つのアプローチを義務付けることなく、また利用者が読みそうもない長くて内容が凝縮した事前通知を奨励することなく、どのようにして企業に高い基準の要求を課すかということです。弊社は、検討の指針となる重要な原則がいくつかあると考えています。 すなわち、企業は、長々とした事前通知を示すべきではなく。また、消費者と企業との関係が開始する時に潜在的に関連する情報のすべてが、一度にすべて消費者に提供される必要ありません。このようなアプローチは、その時点では消費者に関係のない可能性のある多くの情報を消費者に過剰に提供する危険性があります。長い通知は、消費者が自分のプライバシーについて熟慮して決定するのに役立ちません。むしろ、消費者と事業者との関係の中で、文脈の中で、また時間をかけてプライバシー情報を提供することに重点を置くべきです。 また、ホワイトペーパーでは、より質の高い通知の開発を促進するために、業界と規制当局が協力して通知の基準を策定することや、説明責任の手段を再設計して、単に結果だけではなく、適切なプライバシー設計プロセスの遵守を求めることなどの提案も行っています。弊社は、この分野での先進的な考え方に貢献する役割を果たしたいと考えています。 また弊社では、プライバシー保護の取組を詳細に説明したデータポリシーや、上記の質問 2-4 の回答で述べたデータプライバシー保護の取組みを人々に伝える方法を数多く用意しています。
--	--

		- ニュースルームのプライバシーに関するセクションで、プライバシーにどのように対処したかについて、特定の機能または論点を踏まえた上で、より詳細な情報を提供し、人々とコミュニケーションをとっております。 - また、弊社のデータ処理活動や、利用者のデータをどのように利用しているかについて、よりよく理解してもらうために、プロダクト内での通知や文脈を踏まえながら説明するページを通じて、弊社のプライバシー管理に関する情報を提供することもあります。 - さらに、ヘルプセンターおよびプライバシーセンター（上記 2-4 を参照）を利用して、弊社のプライバシー慣行に関して利用者が抱く可能性のある質問に対する回答を提供しています。 - プライバシーや個人情報の取り扱いに関する利用者からの問い合わせに対応するための専門チームを設置しています。
2-6.	同意取得/通知に際しての、利用規約やプライバシーポリシーを理解しやすくするための工夫 （階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン、モバイル及びスマートデバイスの特徴の利用等）	弊社は日々新しいプライバシー管理機能の開発や、利用者に分かりやすい設計に取り組んでいます。そのための研究に注力し、社外のデザイナー、開発者、プライバシー専門家、規制当局などとも協力していきます。 上述のとおり、2020 年 7 月、弊社は、事業者はプライバシー設計の決定において「人」を中心に据えることで、プライバシー情報をよりよく伝える必要性を強調したホワイトペーパー（同上）を発表しました。うまくいけば、リテラシーレベルやテクノロジーへの精通度にかかわらず、すべての人が、自分のデータをいつ、どのように共有するかについて、十分な情報を得た上で選択できるようになります。しかし、データとプライバシーに関する選択を人々に理解してもらうという課題は、個々の事業者だけによっても、一方で、政府だけでもま

		た、解決できないことです。そのため、ホワイトペーパーでは、事業者、政策立案者、その他の専門家が協力し合うことの重要性も強調しています。 弊社が設立し支援する業界横断的な取り組みである TTC ラボを通じて、私たちはさまざまな専門家や企業と協力し、データやプライバシーの選択について人々によりよく知らせるためのクリエイティブなデザインソリューションを開発しています。 https://www.ttclabs.net/ 弊社は長年にわたり、プライバシー情報を利用者と共有するための新しい方法を常に模索してきました。例えば、データポリシーのデザインを変更し、より読みやすく、透明性高く、適切なものにしたり、「プライバシー設定の確認」のような製品内プロンプトの追加を行ったり、さらには「この広告が表示されている理由」や「Facebook 外のアクティビティ」などの機能を展開しています。
オプトアウト		
2-7.	利用者情報の提供を希望しない意思を示すオプトアウトの設置状況（方法、対象範囲等含む）	弊社が提供するサービスの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日のみです。Instagram の利用に際して利用者が提供を求められる情報は、メールアドレス又は電話番号、及び生年月日のみです。また、利用者は、自らの選択により、自身の住所、言語、学歴、仕事、趣味及び好きな映画や本、音楽に関する情報等、プロフィールの追加情報を弊社に提供することもできます。この追加情報の提供は完全に利用者の任

	意で、これらの追加情報を提供しなくて利用者は弊社のサービスを利用し続けることができます 利用者がより自身のプライバシーを管理することができるように、弊社は既存の管理方法を改善し、新しい管理方法を構築してきました。 設定や管理するためのページを見つけやすくするために、「設定」メニューを再設計しました。ダッシュボードを通じて、利用者はプライバシー設定、セキュリティとログイン情報、広告設定、その他の設定にアクセスし、変更することができます。 Facebook 外のアクティビティでは、利用者がウェブサイトやアプリを利用した際に弊社が受け取った情報を確認し、その情報をアカウントから消去したり、今後弊社がアカウントに関連付けた情報を保存する機能をオフにすることができるツールも用意されています。 「広告表示の設定」では、広告の仕組みや広告に関するすべての設定をまとめて確認できます。 また、広告コンテンツをより調整しやすくするために、Ad Topics と Interest Categories を Ad Topics Control に統合し、1つのサーフェイスで広告コンテンツを調整できるようにしました。統合された Ad Topics Control は、より広範な広告トピックをカバーし、トピックの透明性と制御機能を拡張しています。「広告トピックを管理」では、引き続き利用者に選択したトピックに係る広告の表示を減らす機能を提供し、利用者が関連付けられた場合、対応するターゲティングセグメントから削除し、広告配信において選択したトピックに関連する広告コンテンツをフィルタリングすることを目的としています。これらの機能により、利用者は広告体験に対する主体性を持つことができます。
--	---

		また、日本を含め、定期的に利用者にプライバシー設定の見直しを促しています。
2-8.	オプトアウトをした場合のサービス利用継続の可否	2-7 参照
2-9.	利用者情報の提供について個別に選択できるダッシュボード等の設置状況（方法、対象範囲等含む）	弊社は、利用者が弊社の提供するサービスでの体験をカスタマイズして管理するための一連のツールや機能を提供しています。 「この広告が表示される理由」ツールにより、利用者は広告主のパーソナライズにマッチした要素を理解し、今後このデータがどのように使用されるかを管理することができます。このツールは、例えば、Facebook 上のどの広告からでも、右上の3つの点をクリックすることでアクセスでき、これまでに数百万人の日本人に利用されてきました。「この広告が表示される理由」から、利用者は簡単に広告設定にアクセスし、調整することができます（上記 2.-7 参照）。 広告コントロールツールは、広告のパーソナライゼーションに特定の種類のデータが使用されないようにするなど、パーソナライズ広告の配信に特定の種類のデータがどのように使用されるかについて、利用者が具体的かつ細かな調整を行えるようにしています。 2020 年、弊社は「Facebook 外のアクティビティ」機能という、かつてなかった機能を導入しました。この機能により、利用者は事業者や組織が自社アプリ又はウェブサイトの訪問、コンテンツの閲覧、及びショッピングカートへのアイテムの追加などの利用者のインタラクションに関して弊社と共有しているアクティビティの概要の確認や、各自

		の Facebook のアカウントと当該アクティビティとの関連付けを解除することができます。
2-10	オプトアウトに関する通知事項、 導線	2-7 参照 利用者は、「設定とプライバシー」から、プライバシー設定、セキュリティおよびログインに係る情報、広告の表示の設定、その他の設定にアクセスし、変更することができます。また、ヘルプセンターでは、プライバシー設定やツールについてのわかりやすい説明や、よくある質問に対する回答などを提供しています。
データポータビリティ		
2-11.	データポータビリティに関する取組（データポータビリティを求める方法、対象範囲）	弊社は、あるサービスとデータを共有する場合、そのデータを別のサービスに移動できるようにすべきであると考えています。データのポータビリティは、利用者に管理権限と選択肢を与えるとともに、イノベーションを促進します。弊社には、2010 年に Facebook の「Download Your Information」ツールをリリースするなど、データポータビリティへの取り組みに長い歴史があります。2010 年以降、弊社は、利用者がサービス間を容易に移動できるようにし、利用者に選択肢を与え、開発者がイノベーションを起こし競争できるようにするために、新しいデータポータビリティツールに投資を続けてきました。2019 年以降、弊社の創業者兼 CEO のマーク・ザッカーバーグは、“規制はデータポータビリティの原則を保証すべき”と、データポータビリティに関する規制を繰り返し求めています。 データポータビリティに対する弊社のコミットメントは、GDPR などのデータ保護法案でデータポータビリティが法的要件とならずずっと以前

	から、さまざまなツールを開発してきたことでも証明されています。弊社のポータビリティツールによって、利用者は弊社のアプリで共有したデータを簡単に閲覧したりダウンロードしたりすることができます。弊社が提供する主なポータビリティツールには、「Download Your Information (DYI)」と「Transfer Your Information (TYI)」の2つがあります。 Facebook と Instagramにおいて利用可能な「Download Your Information」ツールには、2つの情報が含まれています。1) プロフィール情報、投稿、「いいね!」、コメントなど、リクエストする利用者がFacebook 上で入力、アップロード、共有した情報、2) リクエストする利用者のFacebook アカウントに関連する情報（Facebook へのログイン、使用デバイス、フィード、ウォッチ、ニュースの推奨に使用する情報など）です。利用者は、「設定とプライバシー」内の「設定」下、「あなたの情報」における「個人データをダウンロード」を選択することで、リクエストを開始することができます。そのページから、利用者は、リクエストのデータのカテゴリの追加や削除、ダウンロードリクエストのフォーマットの選択、写真、ビデオ、その他のメディアの画質の調整、情報の特定の日付範囲の指定ができます。利用者がFacebook に参加した時期によっては、100 以上のカテゴリからデータを選択することができます。Instagram の利用者も同様のカテゴリの情報をダウンロードすることができます。Instagram の利用者は、自分のプロフィールにアクセスし、「三」をクリックし、「アクティビティ」下の「個人データをダウンロード」を選択することで、Instagram のデータをダウンロードするリクエストを開始することができます。 2020 年、弊社は、Facebook 利用者がFacebook の写真やビデオを BackBlaze、Dropbox、Koofr、Google フォトに直接転送できる
--	---

		「Transfer Your Information」ツールを開始しました。また、それ以降も、新しいデータタイプ（ノート、投稿、イベントなど）と新しい転送先（Photobucket、Google カレンダー、Google ドキュメント、Blogger、WordPress など）を追加し続けています。利用者は、設定とプライバシー」内の「設定」下、「あなたの情報」における「個人データを転送」を選択して、写真やビデオの転送要求を開始することができます。そこから、利用者は転送先を選択し、その転送先に適したデータ（例：投稿日の範囲や特定のフォトアルバム）を選択することができます。今後、新しいデータの種類や転送先を追加していく予定です。
2-12.	データポータビリティが可能である場合 ・提供されるデータのフォーマット ・提供先の要件 ・インターオペラビリティ確保に関する考慮状況	「DYI」ツールを使って、利用者はいつでもデータファイルをリクエストでき、HTML ファイルまたは機械読み取り可能な JSON フォーマットでダウンロードすることを選択できます。HTML は、Facebook で一般的に使用されている、見やすいデータ形式です。ダウンロードをリクエストすると、利用者は、ZIP ファイルへのリンクを受け取ります。このファイルをダウンロードして取り出すと、「index」という名前の HTML ファイルが含まれ、ウェブブラウザでウェブページのように開くことができるようになります。ZIP ファイルには、リクエストされた画像や動画を含むファイルの入ったフォルダが含まれています。JSON は機械が読めるデータ形式なので、JSON データのインポートをサポートする他のサービスにデータをアップロードすることができます。 弊社は、利用者が情報のダウンロードを要求したときに、アカウントを安全に保ち、情報を保護するために、多くのセキュリティ対策を行っています。情報のコピーのダウンロードを開始する前に、まず、パスワードの再入力をお願いしています。また、ダウンロードを開始する前に、追加の認証ステップを完了するようお願いすることもあります。

	す。アカウント保護のため、ダウンロードのリクエストは数日後に期限切れとなりますが、利用者はいつでも新しいリクエストをすることができます。 また、「TYI」ツールを使って、サービス間で直接データの転送をリクエストすることもできます。このツールは、オープンソースの「Data Transfer Project」を利用しています。弊社は2018年にオープンソースのDTP（Data Transfer Project）に参加し、業界のパートナーと協力して、サービス間の直接転送を可能にするデータポータビリティを構築しています。DTPは、任意の2つのオンラインサービスを接続できるオープンソースコードによる共通のフレームワークの構築に取り組む組織（現在はMeta、Apple、Google、Microsoft、Twitter、Smugmug）の協力によるものであり、利用者の主導でプラットフォーム間のデータを合法的かつ安全で信頼できる方法でシームレスにポータビリティできるようにすることを目的としています。オープンソースプロジェクトの動機は、各企業が独自のデータポータビリティシステムを一から構築するのではなく、アダプターやデータモデルを共有することで、より多くの企業がデータのインポートやエクスポートを容易に行えるようにすることです。 DTPは、あるシステムから別のシステムへシームレスにデータを移動させるために、さまざまな相互運用可能なサービスに依存しています。例えば、DTPはOAuthと呼ばれるオープンスタンダードの認証システムを使用しており、転送元と転送先が互いに通信し、転送が許可されていることを確認することが可能です。同様に、利用者が転送を承認すると、DTPは、異なるシステム間でデータがシームレスに移動できるように、共通のデータ型を使用して、非常に異なるシステムの相互運用を可能にするフレームワークを提供します。 プライバシーとセキュリティは最優先事項です。そのため、利用者がデータのコピーを転送するよう要求した場合、アカウントの安全を確
--	--

		保するためのセキュリティ対策を多数実施しています。すべてのデータは転送中に暗号化され、転送を開始する前にパスワードの入力が求められ、転送が完了するとアクセストークンが削除されます。 現在のサービス間データポータビリティのソリューションでは、転送を行うために2つの異なるサービス間を直通させる必要があります。TYIを実現するDTPフレームワークは、企業がポータビリティツールを構築するたびに一から作り直す必要がないよう、サービス間の直接ポータビリティを容易に提供できるようにします。どのような企業でも、オープンソースのDTPフレームワークを利用して統合したシステムを構築することができます。TYIツールは、セキュリティレビューを受け、転送されるデータを適切に保護することを義務づける特定の業界標準のセキュリティ要件に同意した転送先への転送をサポートしています。さらに多くの企業がDTPフレームワークを採用し、弊社のサービスの利用者にさらなるコントロールを提供できるようになることを期待しています。
2-13.	個人情報保護法に基づく開示請求への対応状況（電磁的な開示の実施状況、開示請求の方法、提供フォーマット等）	弊社は、個人情報にアクセスするための使いやすいセルフヘルプツールを利用者に提供しています。「DYI」「TYI」ツールについては、上記質問2-11 および2-12 に対する回答をご覧ください。 また、弊社は、消費者がプライバシーに関する質問又は弊社のプライバシー慣行に関する質問を行えるように様々な連絡窓口を提供しています。 例えば、Facebook のサービスについては、利用者及び利用者以外の方々も専用の問い合わせ用フォーム（下記 URL 参照）を使用して Facebook のデータに関するポリシーについての質問、利用者の情報に関する質問、苦情、リクエストを弊社まで問い合わせることができます。また、弊社のデータに関するポリシーの末尾にある TRUSTe（外部

		の第三者紛争解決プロバイダー)のウェブサイトへのリンクを通じて、同社と連携することもできます。 弊社のデータに関するポリシーには、弊社に郵送のメールで連絡することを希望する利用者向けの宛名及び住所も記載されています。また、プライバシーや個人情報の取り扱いに関する利用者からの問い合わせに対応するための専門チームを設置しています。利用者は、弊社のサービスに投稿されたコンテンツについて肖像に係るプライバシーに関する苦情を申し立てることもできます。弊社のプライバシーに関する運営の専門家チームによって受領された質問に対しては、速やかに回答がなされます。 https://www.facebook.com/help/contact/861937627253138 また、弊社は、弊社のヘルプセンターにおいて、プライバシー設定とツールに関する分かり易い説明、問い合わせ用フォームへのリンク、及びよくあるご質問への回答を提供しています。
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況		
3-1.	他アプリやサイトを経由した情報収集の状況	弊社は、パートナー（弊社のプロダクトを使用して自社の製品やサービスの広告、マーケティング、サポートを行う企業や人々）、測定ベンダー（弊社やその広告主にマーケティング関連のサポートを行う企業）、第三者（弊社と情報を共有しているが弊社の製品を使用していない組織や団体）から、弊社のプロダクト上およびプロダクト外の利用者の活動に関する様々な情報を収集および受領しています。弊社が受け取る情報の例としては、デバイス情報、利用者が訪問したウェブサイトとクッキーデータ、利用者が行った購入、利用者が見た広告、利用者がパートナーの製品やサービスをどのように利用しているか、などがあります。

		パートナーは、利用者の電子メールアドレス、クッキー、広告デバイス ID などの情報を弊社と共有します。これは、利用者がアカウントを持っている場合、その活動とアカウントをマッチさせるのに役立ちます。弊社は、利用者が弊社のプロダクトにログインしているか、アカウントを持っているかにかかわらず、この情報を受け取ります。 また、パートナーがコミュニケーションの管理支援などのサービスを提供するよう弊社に指示した場合、利用者とのコミュニケーションを弊社と共有することがあります。
3-2.	他アプリ提供者やサイト運営者に対し、どのような同意取得や通知を促しているか	1-3 参照 パートナーは、利用者がパートナーのサービスを訪問、利用した場合、またはパートナーが連携する外部パートナーを通して、利用者のデータを受け取ります。弊社は、これらのパートナーが弊社にデータを提供する前に、パートナーが利用者のデータを取得、利用、共有する正当な権利を有していることを当該パートナーに要求します。
3-3.	情報収集モジュールや JavaScript の他アプリ提供者やサイト運営者への提供による利用者情報の外部送信の状況	パートナーは、弊社のビジネスツール、統合、および Meta Audience Network の技術を使用して、弊社と情報を共有します。 これらのパートナーは、利用者がサイトやアプリを訪問したり、サービスを利用したりする際に、あるいは、パートナーが協力する他の企業や組織を通じて、利用者の情報を収集します。Meta の Pixel は、JavaScript を使用したビジネスツールで、パートナーがパートナーのウェブサイト訪問者やウェブサイト上で行った行動に関するデータを共有できるようにするものです。弊社は、パートナーが利用者の情報を提供する前に、その情報を収集、使用、共有する権利を持っていることを当該パートナーに要求します。

3-4.	3-3 に該当する場合の、他アプリ提供者やサイト運営者への情報提供状況	ビジネスツール利用規約は、広告、マッチング、測定、分析に関連して、パートナーがFacebook 広告製品を使用した結果、弊社が受け取ったデータの使用について規定しています。 弊社は、さまざまなオンラインマーケティングおよび開発者リソース、弊社の担当者と広告主/代理店との営業およびマーケティングのやり取り、製品およびデータ処理規約（Facebook ビジネスツール利用規約およびFacebook データ処理規約など）を通じてビジネスツール（JavaScript ベースの Pixel を含む）に関する情報を提供します。 オンラインリソースの例としては、以下が挙げられます。 - 顧客との再エンゲージメントとリターゲティングの方法 Meta for Business https://www.facebook.com/business/goals/reengage-customers - Facebook ピクセルの設定とインストール方法 Meta Business ヘルプセンター https://www.facebook.com/business/help/952192354843755?id=1205376682832142&ref=fbb_retargeting - Meta ピクセル https://developers.facebook.com/docs/meta-pixel - プライバシーとデータ使用に関するビジネスハブ https://www.facebook.com/business/m/privacy-and-data
3-5	情報収集モジュールや JavaScript について、送信される情報の内容や送信先等の変更等	Java script ピクセルを使用して共有されるデータは、ビジネスツール規約に従い、「ビジネスツールデータ」として扱われます。ビジネスツール利用規約のセクション 1b に規定されているように、弊社は、利用者が弊社に提供したビジネスツールデータを第三者（広告主を含む）と共有することはありません（ただし、弊社がかかる提供を認めら

		れることを利用者が弊社に通知した場合、またはかかる提供が法律により義務付けられている場合は、この限りではありません。)
3-6.	複数の他アプリやサイトから利用者情報を収集している場合の、情報管理状況	第三者のアプリやウェブサイトから収集した情報は、以下のとおり、弊社のデータポリシーに基づいて管理／保存されています。 弊社のグローバルなサービスとしてのデータの運用と移転方法 弊社では、グループ企業内だけでなく、弊社のパートナーや利用者が世界中でつながる共有者などの外部者とも、本ポリシーに従って情報を世界規模で共有しています。利用者の情報は、本ポリシーに記載される目的で、米国やその他利用者の居住地以外の国に移転、転送、保存、処理される場合があります。このようなデータの移転は、Facebook 利用規約および Instagram 利用規約に明記されるサービスの提供や、弊社製品のグローバルな運用と利用者への提供のために必要です。弊社は、標準契約条項を活用するほか、該当する場合には特定国に関する欧州委員会の十分性認定に依拠し、米国や米国以外の国へのこのようなデータの移転について利用者の同意を取得しています。
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況		
4-1.	他社に対する、取得した利用者情報・位置情報に基づくデータ提供の内容、提供に関する留意点（ユーザーへの説明、他社の監督、安全管理など）	1-3 参照

4-2.	利用者情報・位置情報の取得・活用に関する、他社との連携状況、連携に関する留意点（ユーザーへの説明、他社の監督、安全管理等）	ここ数年間、弊社はデータの扱い方を変更し、データへのアクセスとデータの管理に関するパートナーの責任の持ち方を変えてきました。API へのアクセスを制限し、アプリレビューを拡張し、アプリ開発者の調査を開始しました。開発者が Facebook のプラットフォームを責任を持って使用し続けるために必要なツールと情報を確実に持てるようにするため、弊社は次の 4 つの分野で改善を図ってきました。 ・ 開発者にデータの使用とシェアに関するさらに明確になったガイダンスを提供します。 ・ 開発者に責任を持たせるための新しいツールとコントロールをビルドする。その中には、年ごとのデータの使用状況の確認プロセスがあります。このプロセスでは、開発者は Facebook プラットフォーム API 経由で自分たちがアクセスするデータのタイプをレビューし、データの利用方法が Facebook の規約とポリシーに準拠していることを確認できます。 ・ 開発者のエクスペリエンスを改善する。開発プロセスとアプリレビュープロセスをカスタマイズして多種多様な開発者をより良くサポートできるようにし、アプリダッシュボードを更新して必要なすべてのアクションをさらに容易に確認できるようにしてきました。 ・ 利用者のエクスペリエンスを改善する。アプリで利用者にポジティブなエクスペリエンスを提供するための追加のポリシーガイダンスを提供しています。 最初の分野での取り組みの一環として、弊社は 2020 年 7 月、弊社のプラットフォームとツールを使用する際、データを保護し、利用者のプライバシーを尊重するという責任を~事業者と開発者が明確に理解できるよう、新しいプラットフォーム規約と開発者ポリシーを導入しました。
------	--	--

新たなプラットフォーム規約と開発者ポリシーは、既存の Facebook プラットフォームポリシー (Messenger プラットフォームを含む)、Instagram プラットフォームポリシー、拡張プラットフォーム製品に関する補足規約、技術提供者修正条項を簡素化し置き換えるものです。

プラットフォーム規約: プラットフォーム規約は更新され、データ利用の制限、データセキュリティ要件、規定の実施、利用規約と保証 (知的財産権など) に焦点が当てられています。これは、Facebook プラットフォームで製品とソリューションをビルドする際の、開発者の権利と責任をより良く概説するのに役立ちます。

- ・プラットフォームデータの利用とシェア: 更新されたプラットフォーム規約では、Facebook のプラットフォームから開発者が受け取るデータの二層構造を定義し、各層のデータをどのように利用しシェアするかに関する明確なガイダンスが提供されています。プラットフォームデータと制限プラットフォームデータというこの新しい区分は、情報開発者が利用者の明示的な同意なしに第三者とシェアできるものを制限し、利用者データのセキュリティ保護を強化します。

- ・データの削除: データ削除に関するポリシーの要件も明確化しています。開発者は、正当なビジネス上の目的のためのデータ利用の必要がなくなった場合、開発者が製品やサービスの運営を中止した場合、弊社 Facebook 社が削除を要請した場合、または開発者がデータを間違って受け取った場合、開発者はデータを削除することが求められます。

- ・施行&監督: 更新された規約では、開発者に対する弊社のデータセキュリティ要件の規定が強化されています。データ漏えいが発生した場合には、弊社に通知し、すぐに問題の修復を始め、妥当な範

		囲で弊社と協働することが求められています。また、監査、停止、施行に関する弊社の規定も明確化しています。 ・ 開発者ポリシー:統合、品質コントロール、ユーザーエクスペリエンス、コンテンツ、美的、機能に関する要件をそれぞれ分け、開発者ポリシーという単一のドキュメントにまとめました。 1-4 及び 3-1 参照
--	--	---

5. サードパーティによる情報取得への対応方針

5-1.	ウェブブラウザやアプリ経由等でサードパーティが情報取得することについての方針 (Third Party Cookie や広告 ID 等の取扱い) ウェブとアプリで方針は同じか異なるか。	弊社は、人々の公開データおよびプライベートデータを収集するために設計された自動化されたアクティビティが、あらゆるウェブサイトやサービスを標的にしていることを承知しています。また、スクレイパー（悪意のあるアプリ、ウェブサイト、スクリプト）は、弊社が構築し、そして改善する防御に対応して、検出を回避するために絶えず戦術を適応させており、非常に敵対的な領域であることも承知しています。 攻撃者にとってスクレイピングをより難しく、より高い代償を必要とするための大規模なセキュリティ戦略の一環として、弊社は 2011 年からバグ発見報奨金プログラムを運用しています。このプログラムは、外部の研究者が潜在的なセキュリティ脆弱性を報告することによって、弊社の製品とシステムのセキュリティとプライバシーの向上に貢献するものです。このプログラムは、コミュニティをより良く保護するために問題をより早く検出・修正するのに役立っており、また、資格のある参加者に報酬を授与することによって、より質の高いセキュリティ研究が促進されています。2021 年だけでも、46 カ国以上の研究者に 230 万米ドル以上を授与し、合計で約 25,000 件の報告を受け、800 件以上に対して報奨金を授与しています。
------	---	--

		2021 年 12 月には、弊社はバグ発見報奨金プログラムの拡大を発表しました。拡大されたプログラムでは、弊社は以下のような報酬を提供しています。 - 個人情報または機密情報（例：電子メール、電話番号、住所、宗教または政治的所属）を含む、少なくとも 10 万件のユニークな Facebook 利用者レコードを含む保護されていないまたは公開されているデータベースに関する報告 - 弊社のプラットフォームにおけるスクレイピングバグに関する有効な報告
5-2.	フィンガープリント、Unified ID 2.0 等のクッキーの代替手段での情報取得の動きについての考え方	オンライン広告業界では、以前から、異なるウェブサイト間で収集されるデータの収集と使用を制限する方向で動いています。Apple は数年前から Safari ブラウザでクッキーを使用する機能を制限しています。Google も 2023 年後半にサードパーティ製クッキーを段階的に廃止する予定です。 弊社のアプローチは、プライバシーを保護しながらパーソナライズされた広告を可能にするテクノロジーを構築すると同時に、自由でオープンなウェブをサポートすることです。 弊社は今後もプライバシーに係る透明性と利用者による管理を確保するべく投資していきます。また、業界における他の事業者もこうした原則をプライバシーに対するアプローチの基礎に据えるでしょうし、またそうすべきだと考えています。しかし、まだまだやるべきことがあることも認識しています。 ここ数年、私たちが取り組んできた方法のひとつであり、今後も優先的に取り組んでいくものが、プライバシー保護技術（PETs）への投資です。これは、処理する個人情報を最小限にしながらパーソナライズされた広告を提供し、個人情報の保護に貢献することを目的としています。PETs は、暗号技術や統計学などの高度な技術を駆使しています。これらの技術は、広

告の測定やパーソナライゼーションなどの重要な機能を維持しながら、処理するデータを最小限にするのに役立ちます。例えば、購入した商品やメールアドレスなどの個人情報を遠隔地のサーバーやクラウドに送信することなく、利用者のデバイスに残っているデータを使ってアルゴリズムを学習する方法を検討しています。また、例えば、MPC (Secure Multi-Party Computation) は、2 つ以上の組織が、互いに情報を知ることができなくしながらも協同することができるシステムのように、プライバシーに配慮した広告測定システムの構築に向けた業界の取り組みをリードしています。

また、World Federation of Advertisers (世界広告主連盟) のクロスメディア測定イニシアチブなど、業界のイニシアチブに参加し、高度な広告ユースケースを可能にするプライバシー重視の測定システムの構築を支援しています。

これらの技術はソリューションの一部ですが、同時に、データの最小化などプライバシーに関する基本的な原則を守りながら、当社の製品がデータを収集・使用する方法を検討し続ける必要があります。そして、人々のプライバシーを尊重しつつ、パーソナライズされた広告のメリットを維持できると信じています。

また、業界やパートナー企業、政策立案者などと協力して、人々のプライバシーを確保しつつ、自由でオープンなインターネットをサポートし、あらゆる規模の企業が広告を通じて顧客にリーチできるようにする方法を模索することにも注力しています。当社は、Cookie やデータ収集に関するポリシーや慣行の変化に合わせて、この活動を継続していきます。

6. PIA・アウトカムについての考え方

6-1.	PIA の導入状況 (GDPR の DPIA の具体的な実施方法や、その他の実施事例)	弊社は、プライバシー・レビュー・プロセス（以下、「プライバシー・レビュー」）を導入しています。このプロセスは、人々の情報の収集、使用、または共有及び、弊社のプライバシーおよびセキュリティ慣行に関する外部への説明に係るプライバシー・リスクを評価するプロセスです。また、このプロセスは、弊社が特定したプライバシーリスクを識別し、軽減するためのものでもあります。 プロダクトや機能の開発、新規または変更された慣行の見直しは、プライバシーに関する以下のような観点から行われます。 目的の限定：人々に価値を提供する、限定された明確な目的のためにのみデータを処理する。 データの最小化：明確な目的を達成するために必要な最小限のデータを収集・作成する。 データの保持：明確に示された目的を遂行するために実際に必要とされる期間のみ、データを保持する。 外部によるデータ誤用：データの乱用、偶発的な損失、および権限のない第三者によるアクセスからデータを保護する。 透明性と管理：プロダクトの動作やデータの取り扱いについて、積極的に、明確に、正直に伝える。可能な限り、また適切な場合には、人々が管理できるようにする。 データへのアクセスと管理：弊社が収集または作成したデータに人々がアクセスし、管理できるようにする。 公正さ：弱い立場にある人々のリスクを特定して軽減し、人々のために価値が創造されるようなプロダクトを構築する。 説明責任：弊社の意思決定、プロダクト、業務に関わる内部プロセスおよび技術的コントロールを維持する。
------	---	---

		プライバシー・レビューは、弊社のコンプライアンス義務を評価して遵守し、法的要件を超えた広範なプライバシーリスクを特定して軽減するために使用される、深く協力的で部門横断的なプロセスです。このプロセスは、プライバシーチームが主導し、プロダクト、エンジニアリング、法的規制、セキュリティ、ポリシーなどのバックグラウンドを持つ、法務、ポリシー、その他を含めた横断的なチームに所属する社内のプライバシー専門家の専門家グループが実施しています。このグループは、プライバシー審査の決定と提案を行う役割を担っています。 このプロセスの一環として、横断的なチームは、プロジェクトに関連するプライバシーリスクを評価し、それらのリスクをコントロールするために発売前に行う必要のある変更があるかどうかを判断します。横断的なチームのメンバー間で何をすべきかの合意が得られない場合、チームはより上層のリーダーシップに諮り、解決のために必要であればさらにCEOに諮ります。
6-2.	利用者情報の取扱いに関するアウトカムについての検討状況（検討している場合、どのような考え方にに基づき判断しているか）	弊社は、全社的なプライバシーリスクを特定、評価、対処するための年次評価を行うとともに、事故発生後にプライバシーリスクを評価するプロセスを実施するプライバシーリスク評価プログラムを設計しています。今後、時間をかけて評価しながら、プライバシーリスク評価プロセスを進化・成熟させていきます。 さらに、新しいプロダクトや機能にプライバシー・バイ・デザインを確実に組み込むための説明責任プロセス、セーフガード、技術的メカニズムを構築しました。私たちを取り巻く世界に即座に対応する必要がある中で、こうしたプロセスにより、新しいプロダクトや機能におけるプライバシー面での配慮を改善することができています。
6-3.	利用者に対する、PIAの結果やアウトカムの説明の取組状況	プライバシーに関する決定は、私たちが利用者とどのようにコミュニケーションをとるかというDNAに組み込まれています。

		ニュースルームの投稿（「データを安全に転送するための手順」など）、データポリシー、透明性レポート、利用者へのグローバルな通知と更新、Facebook ヘルプセンター（利用者がプライバシーや共有の設定を行う際に利用できる「プライバシーチェックアップ」など）を通じて、プライバシーに関する決定事項を明らかにしています。
7. 個人情報保護管理者の設置状況		
7-1	設置状況	製品担当の CPO（最高プライバシー責任者）とポリシー担当 CPO を任命しています。
7-2	名称等	製品担当 CPO Michel Protti バイスプレジデント兼ポリシー担当 CPO Erin Egan
7-3	業務内容	製品担当 CPO の Michel Protti が率いるプライバシーチームは、技術部門と非技術部門の多数のチームから成り、それぞれが経験豊富なリーダーの下でプライバシーに集中して取り組んでいます。 プライバシーチームは、包括的なプライバシープログラムの構築にあたって中心的な役割を果たしています。チームのミッションは「Meta のあらゆる活動において利用者のプライバシーを尊重すること」であり、これが取り組みの指針となっています。 プライバシーチームはプライバシーに関する責任を担う数多くの組織のひとつに過ぎません。Meta では、さまざまな組織でさまざまな役割を担っている何千人もの社員が、パブリックポリシーやプライバシー戦略、法務といったビジネスのあらゆる側面にプライバシーへの配慮を浸透させるために努力しています。プライバシーを適切に取り扱うには、部門

	を越えた深いレベルでの連携が必要です。私たちは、Meta の全社員がその責任を担っていると考えています。 バイスプレジデント兼ポリシー担当 CPO の Erin Egan が率いるプライバシー関連公共政策チームは、新しい規制のフレームワークなど、プライバシーに関するグローバルな議論に Meta が参加できるよう指揮を執っています。また、世界各国の政府や専門家から受けた指摘が、Meta の製品デザインやデータの使用方法に反映されていることを、プライバシー審査プロセスなどで確認しています。 プライバシー委員会は、Meta の取締役会から独立した委員会です。四半期ごとに会合を開き、プライバシーに関する取り組みについて評価を行います。類似分野の監督職の経験が豊富な社外取締役で構成されています。 委員会メンバーは、Meta のプライバシープログラムの現状や、FTC 命令の遵守状況に関して、プライバシープログラムの継続的な審査と報告を職務とする社外の評価者から定期的に報告を受けます。 内部監査チームは、プライバシープログラムとそれを支えるコントロールフレームワークの全体的な健全性を、独立した立場から保証します。 https://about.facebook.com/ja/actions/protecting-privacy-and-security/privacy-progress/
--	---