

Chapter 7

text 吉居 遥香

Facebookの基本ルール

エンゲージメント総量を高めるために、キャンペーンはとても重要です。個人での利用はもちろん、企業・ブランドでFacebookページを立ち上げたり、Facebookの機能を利用したキャンペーンを行うにあたり、Facebookの思想や概念、ルールを理解するのは大切なことです。

しかし、Facebook利用規約およびポリシーなどの関連ページ量は膨大なため、理解するには相当な時間を要するだけでなく、規約違反によって運用が困難になる場合があります。

このChapterではFacebookをビジネスで利用する方へ、Facebookの思想や概念、ルールを簡単にポイントを絞って説明します。

7

7-1 Facebookの考え方と個人情報の扱い

7-2 Facebookに関する表記ルール

7-3 シーン別・上手なFacebookの利用

Facebookの考え方と 個人情報の扱い

最初の節では、Facebookの思想や概念について、解説します。

Facebookの考え方

Facebookは、私たちが暮らす現実の世界のように「1つの世界」そのものです。従来、ネット上のコミュニケーションは匿名性が高く、閉鎖的な傾向があるといわれています。しかし、Facebookはオープンかつ透明性を重視することを原則としています。

Facebookは実名主義のSNSといわれていますが、それだけでなく、いつでもどこでも自分の行動を共有・発信するユーザー主張の強いメディアといったほうが正しいかも知れません。

Facebookの特徴でもある、友達間のつながりを可視化したオープングラフや、記事・コメントについての「いいね！」ボタンも、オープンかつ透明性を重視した機能の一部です。

Facebookは、プラットフォームを提供するにあたり、以下を保証しています。

- 世界中のあらゆる人に平等であること
- 権利・自由・責任をもつこと
- 利用規約等の内容以外の理由で他の人が制限する権利がないこと

これは、個人だけでなく企業を含むすべてのユーザーが対象です。

この3つの中で、特に注意しなければならないのが、「**利用規約等の内容以外の理由で他の人が制限する権利がないこと**」という点です。

例えば、Facebook上で個人情報が盗まれたり、事故が発生した場合、基本的にFacebookは一切の責任を負いません。

すべては利用する人の判断にゆだねられています。

reference

Facebookの原則
(<https://www.Facebook.com/principles.php>)

1. 情報を共有し、つながりになる自由
2. 情報の所有と管理
3. 情報の自由な流れ
4. 基本的平等
5. 社会的価値
6. オープンなプラットフォームと標準
7. 基本的サービス
8. 公共の福利
9. 透明性のあるプロセス
10. 1つの世界

個人情報について

Facebookの最大の魅力であり、脅威でもある「実名登録」において心配される**個人情報**の取り扱いについては、2011年に入って公開制限の設定が厳密化されたり、同年10月よりHTTPS常時接続に完全移行するなど、セキュリティが強化され、進化し続けています（TRUSTeに準拠）。

実際に、Facebookが主にユーザーから受け取る情報とその用途は以下になっています。

- 登録情報：名前や、メールアドレス、生年月日、性別
- 共有情報：近況アップデートや写真のアップロード、友達の投稿へのコメントなど（ユーザーが意図的に共有した情報のみ）

ユーザーから受け取った情報は、事前にユーザーへの許可を得て、各ユーザーの名前や個人特定情報を削除するか、複数のユーザーのデータを集計し、各ユーザーのものとはわからない形で、広告パートナーや顧客に渡されます。

同様に、広告パートナーや顧客からユーザーに関するデータを受け取った場合、Facebookはそれを180日間保管します。その後、そのデータは他のユーザーのデータと統合され、各ユーザーとの関連付けはなくなります。

個人情報については上記以外での利用をFacebookでは行わないため、Facebookページおよびアプリケーションで情報を収集する場合、情報収集元がFacebookではないということを明確にする必要があります。

Facebookはあくまでもプラットフォームを提供している「だけ」なので、データの保管・取扱のルールは企業側で制定してください。

Point

ユーザーの氏名、プロフィール写真、ネットワーク、ユーザーネーム、ユーザーIDは、すべてのユーザーに公開することを選択した情報と同様に扱われます。また、生年月日は、コンテンツや広告の年齢制限を適用するために使用されます。

参照：

Facebookが受け取る情報とその用途

(<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>)

Facebookに関する表記ルール

Facebookについて言及する際、オンライン上もしくはオフラインでの表記ルールが制定されています。この節を読んだ後で、お持ちのFacebookページを一度チェックしてみてください。規約を反した使用をしているかもしれません。

「Facebook」の表記について

Facebookやウェブサイト、店頭で「Facebook」について言及する場合（例えば、バナーを作るなど外部告知する）、**商標ロゴ**等の表記や使用について、「FacebookはFacebookの商標です」とわかるよう、以下のルールを守る必要があります。

- 「Facebook」と表記する場合、「F」は必ず大文字



A企業の**F**acebookページが
できました!



A企業の**f**acebookページが
できました!

- Facebookとの提携やFacebookによる後援・支持を暗示してはいけません。

Facebookのブランド素材と企業名（あるいは標章など）を組み合わせることはできません。また、Facebookのブランド素材と類似した商標・ロゴの制作はNGです。



本キャンペーンは
Facebookとは一切関係
ありません。



A企業 × Facebook
キャンペーン企画

その他、Facebook商標（「Facebook」や「いいね」など）は動詞・複数形での使用が禁止されています。また、「Facebook」表記のフォント指定はありませんので、他コンテンツと同じスタイルを使用してください。

ロゴや商標の使用

ロゴや商標の使用は、オフライン（テレビ放映や製品の商品化を除く）では基本的に使用可能です。

オンラインでは以下を使用してください。

● 「f」ロゴ

Facebookロゴの使用は、一切認められていません。よく企業ウェブサイトに「Facebook始めました」と本ロゴを使用しているページがありますが、規約上NGとなります。



Facebookページやアプリへリンクするバナーを作成する際は、ブランドリソースセンター（<https://www.facebook.com/brandpermissions/logos.php>）で支給されている「f」ロゴを使用してください。類似した「f」ロゴを作成・使用することは認められていません。



また、「f」ロゴのリンクは、あなたが管理しているFacebookページやアプリのみとし、管理外のページへのリンク設定はしないでください（Facebookのログインページなど）。

● Facebookの「いいね！」ボタン

「いいね！」ボタンは、「いいね！」ボタンのソーシャルプラグイン機能に関してのみ使用できます。

広告には「いいね！」ボタンは使用せず、広告には「f」ロゴを使用してください。



また、ボタンではなく、「Facebookで『いいね!』してね!」などテキストをクリックするだけで自動的にFacebookページに「いいね!」できる仕組みはNGです。

Facebookページやウェブサイトへ誘導することは問題ありません。

● 親指ロゴ

「f」ロゴとの組み合わせでの使用は可能ですが、単独使用はできません。



Facebookページできました!
「いいね!」してくださいね!



Facebookページできました!
「いいね!」してくださいね!

● スクリーンショット

Facebookページのスクリーンショットを使用する場合、以下の「Reference」に記載されているリンクへ申請・許可を得る必要があります。英語以外のスクリーンショットを申請する場合は、英語の翻訳が必要になりますので注意してください。

Reference

使用許可申請

(<http://www.Facebook.com/brandpermissions/requests.php>)

申請前に、誤ったロゴや商標が使用されていないかや、英語以外のコンテンツを申請する場合に英語の翻訳を添付していることを再度確認してください。

5. 利用規約

このフォームを送信することにより、あなたは利用ガイドラインとFacebookのブランド素材の利用規約にしたがうものとします。

主な却下理由には次のようなものがあります。

1. 間違ったFacebook商標またはアイコンが使用されていました。
2. スクリーンショットが不正確であり、Facebookサイトを忠実に表現していませんでした。
3. 「FacebookはFacebookの商標です」が必要な箇所に表示されていませんでした。
4. Facebook以外のコンテンツ(個人情報を含む)の使用許可が取得されていませんでした。
5. 英語以外のコンテンツに英語の翻訳が添付されていませんでした。

シーン別・ 上手なFacebookの利用

それでは実際に、「Facebookページを作る」「Facebookを活用したキャンペーンを行う」の2パターンにおいての注意するポイントはどこなのか、まとめましたので参考にしてください。

Facebookページを作成する

Facebookページを作成する際、ページ名やページ内文言の表現に配慮してください。規約上、禁止されている表現は以下の通りです。

● 大文字表記

英字表記でページ名やページ内文言を表現する場合、すべてを大文字にすることはできません。過度な表現と判断され、ページ名の場合は自動的にブロックされ登録できません。



ABC Bookstore



ABC **BOOKSTORE**

すべてが大文字はNG

● 記号の連続反復

ページ名には、記号の使用はできません。ページ内の文言は文法的に正確である必要があります。そのため、記号を反復して使用することはできません。



ABC Bookstore



ABC Bookstore!!

記号はNG

● 不要な装飾語句

キャッチフレーズや過剰な説明、不要な修飾語句は使用しないでください。例えば「公式ページ」は過剰な表現にあたります。



ABC Bookstore

公式はNG



ABC Bookstore公式ページ
綺麗で安心ABC Bookstore

不要な装飾語句

● 一般的なカテゴリ名の使用

「カメラ」や「ビール」のように、一般的なカテゴリをページ名に使用することができません。



ABCカメラ(メーカー名)
ABCビール(製品名)



カメラ ビール

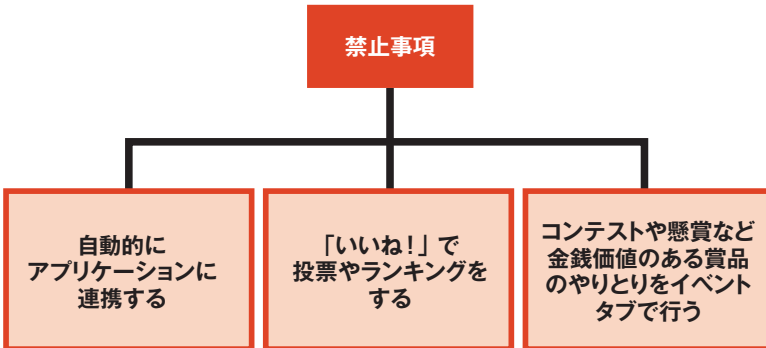
Facebookを活用したキャンペーンを行う

Facebookを活用したキャンペーンを、ここでは「ユーザーの個人情報を取り出し、インセンティブ付与するもの」を指すことにします。例えば商品券が当たる懸賞や、プレゼントを贈呈するコンテストです。

キャンペーンを実施する際、以下の項目は禁止とされていますので注意してください。

● キャンペーンの仕組み

1. ユーザーの承認を得ず、自動的にキャンペーンに参加させること
2. キャンペーンの内容や参加結果を自動的にニュースフィードにシェアさせること
3. Facebookの既存機能を使用させること
4. 「いいね!」ボタンを投票ボタンとして利用すること



● キャンペーンの参加条件

ユーザーに参加条件として提示できるもの・できないものがあります。

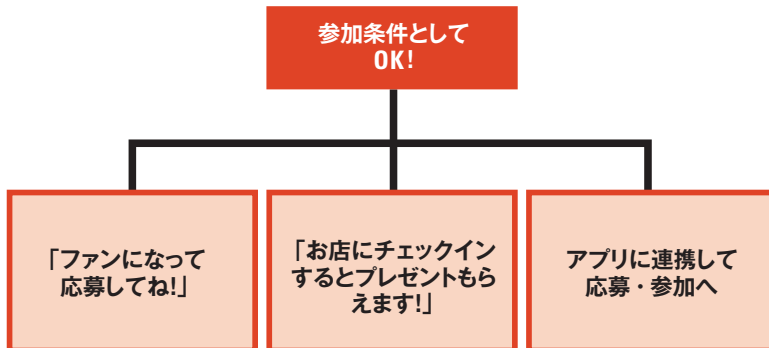
(できること)

1. Facebookページのファンになること
2. 指定場所にチェックインさせること
3. アプリに連携すること

(できないこと)

- Facebookの既存機能を使用させること

例えば、ウォールの記事に「いいね!」することやコメントを書くこと



まとめ

このChapterでは、Facebookの基本ルールとして、概念や原則、規約に基づいた表記ルールを紹介しました。

規約に反した運用は、Facebookページアカウントが停止したり、キャンペーンが削除される恐れがあります。円滑に運用を継続するためにも、Facebook利用規約を確認し、運用することをお勧めします。