

モバイルコンテンツのレイティング 動向

2003年12月17日

財団法人インターネット協会

目次

1. モバイルコンテンツにおける問題点の整理
2. モバイルコンテンツに対する取り組み
3. モバイルコンテンツのレイティング方法と課題

1. モバイルコンテンツにおける問題 点の整理

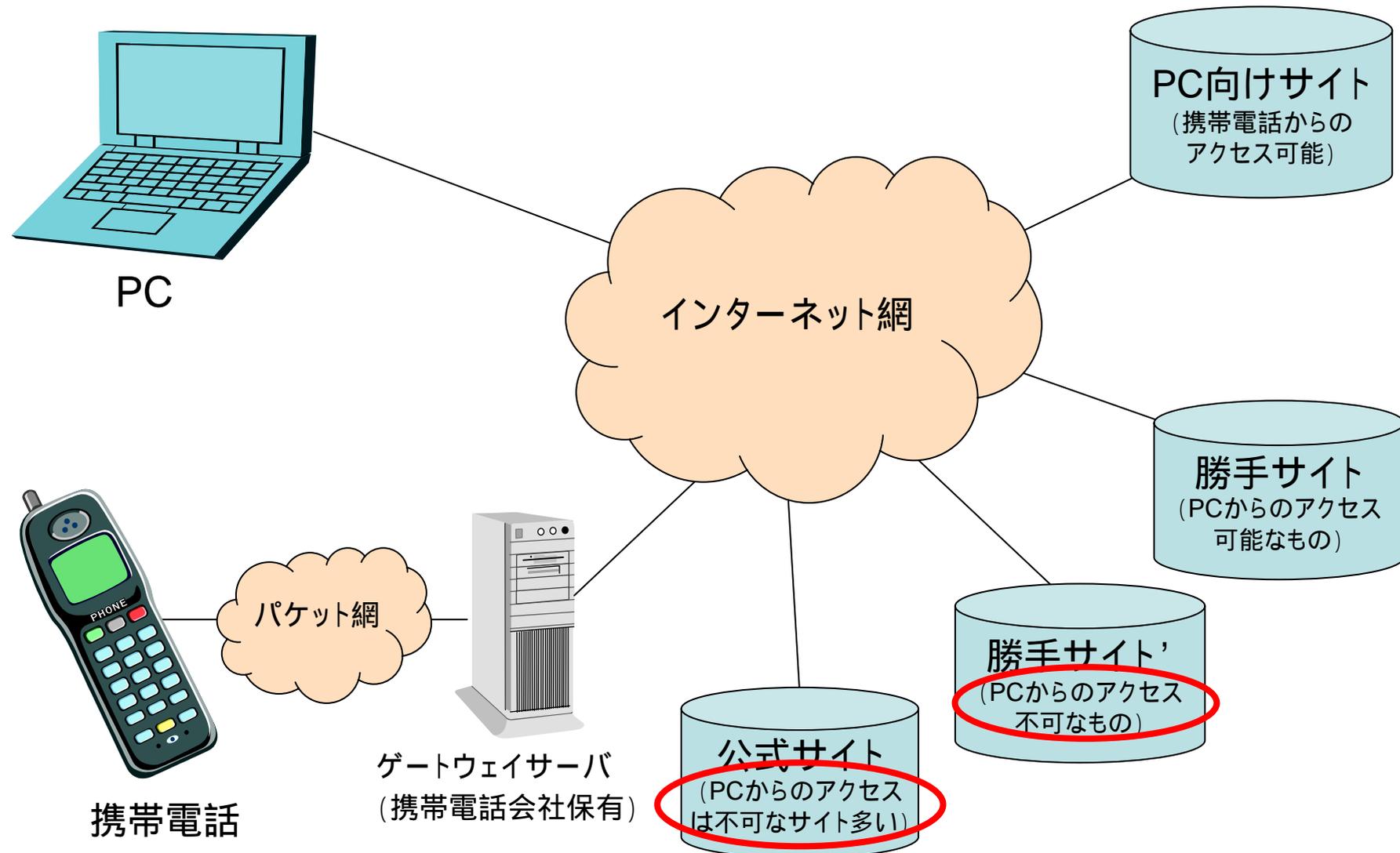
- **モバイルインターネットの利用形態**
 - － モバイルインターネットの接続概念図
 - － モバイル端末の特性
 - － モバイルインターネットの利用者数
 - － モバイルインターネットの利用(年齢別)
 - － モバイルコンテンツの利用傾向
- **モバイルコンテンツの有害性**
- **出会い系サイトについて**
 - － 出会い系サイトの種別
 - － 出会い系サイトに関連した事件
 - － 出会い系サイトの利用傾向
 - － 出会い系サイト規制法

モバイルインターネットの利用形態

- モバイルインターネットの利用形態
 - 携帯電話(2G、3G)
 - PHS
 - データ通信カード(ノートPC)
 - 無線LAN 等
- モバイルインターネットの主な接続回線(出典:『インターネット白書2003』)

携帯電話に接続	28.1%
PHSに接続	16.1%
NTTドコモのデータ通信カードを利用	13.6%
DDIポケットのデータ通信カードを利用	17.1%
その他第三者のデータ通信カードを利用	2.8%
ポケットFaxモデムを外出先の電話回線につないで利用	1.7%
利用機器内臓のFaxモデムを外出先の電話回線につないで利用	10.7%
公衆無線LANアクセスポイント	4.4%
その他	5.5%

モバイルインターネットの接続概念図



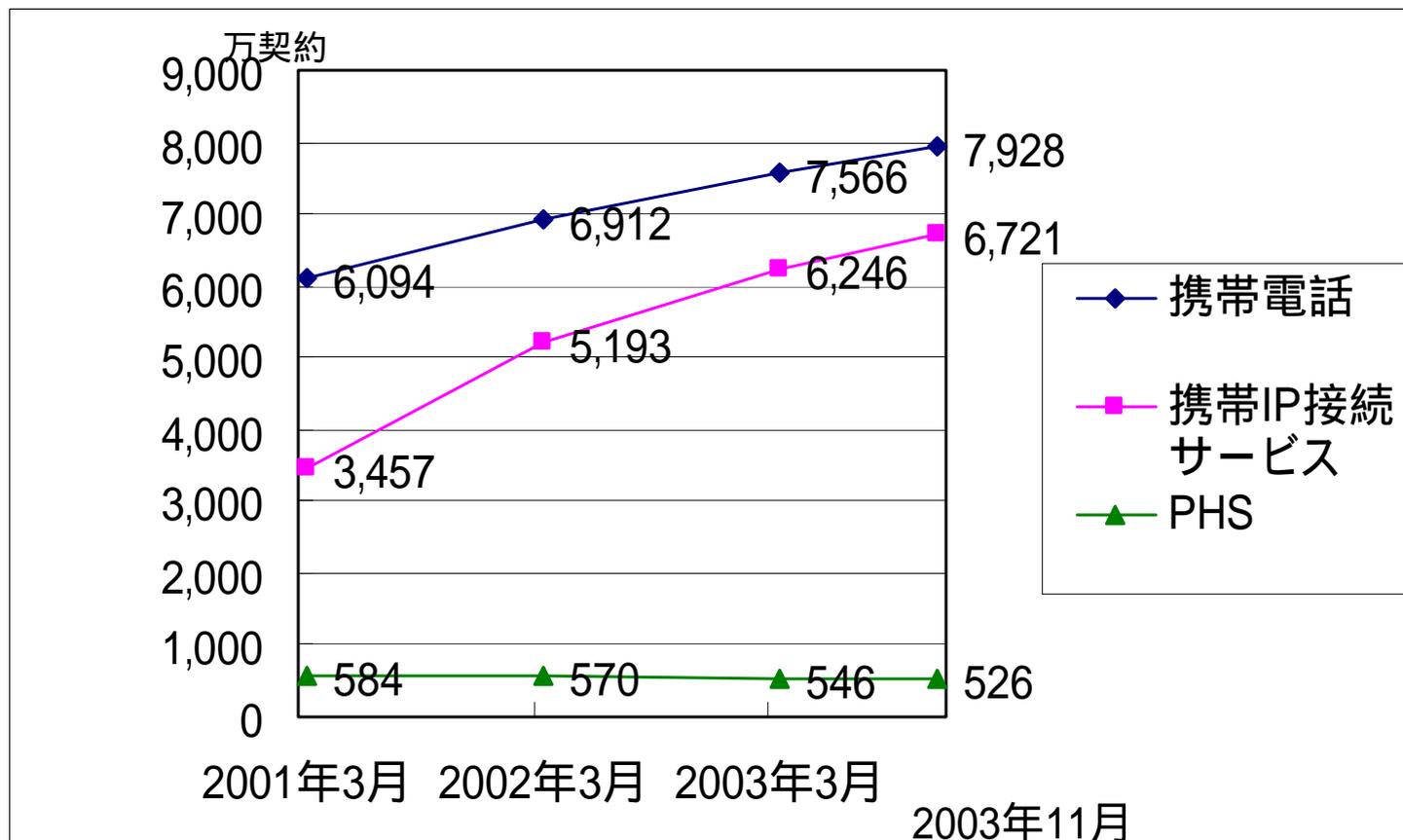
モバイル端末の特性

- **画面が小さい**
 - 文字主体のコンテンツ(画面文字数最大250字)
 - 他のサイトへのリンクが少ない
- **通信速度の制限**
 - 2G (mova) 受信時最大28.8kbps / 送信時最大9.6kbps
 - 3G (FOMA) 最大384kbps
- **メモリーの制限**

モバイルインターネットの利用者数

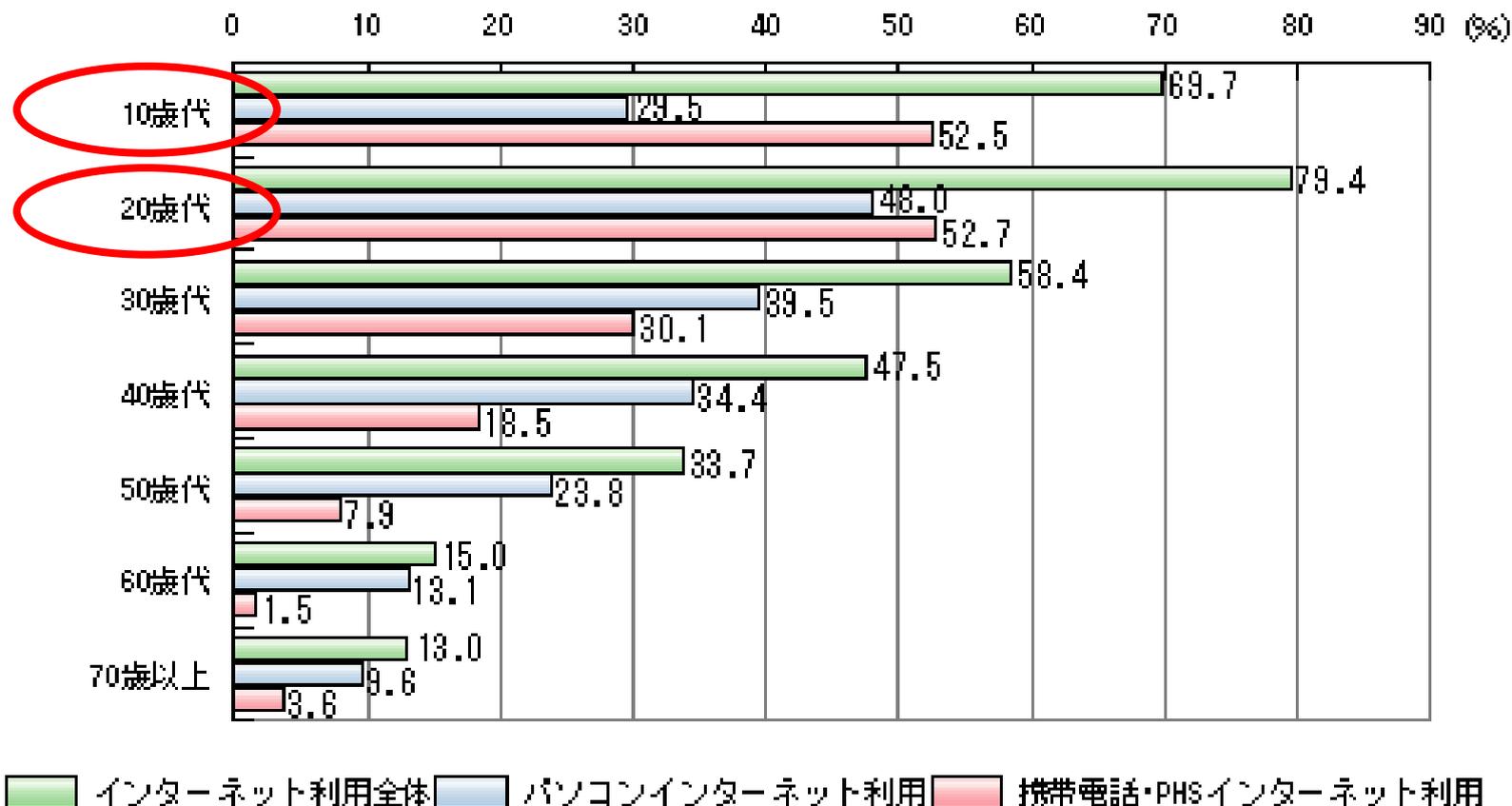
- 携帯電話、PHS及び携帯IP接続サービス契約数の推移

(出典：(社)電気通信事業者協会 <http://www.tca.or.jp/>)



モバイルインターネットの利用(年齢別)

年齢別にみたインターネット利用全体 / パソコンインターネット利用 / 携帯電話・PHSインターネット利用の比率(出典:平成13年版情報通信白書)



(出典) インターネット利用格差に関する調査

モバイルコンテンツの利用傾向

- 自主調査「携帯電話サイトについて」(サーベイリサーチセンター、2002年12月)

質問項目	回答項目	%
公式サイトと非公式サイトどちらの利用が多いか	公式サイト	38.3%
	非公式サイト	34.0%
	同じくらい利用する	24.8%
	どちらもほとんど利用しない	3.0%
携帯サイトでよく利用するジャンルは？ (複数回答)	着メロ	65.0%
	待受画面	35.0%
	ニュース・天気	34.0%
	お得サイト	31.3%
	ゲーム・占い	26.3%
	芸能・音楽・スポーツ	24.3%
	ショッピング	14.0%
	銀行・証券	12.0%
	グルメ	5.8%
	その他	12.5%
携帯電話の検索サイトを利用しているか	よく利用している	13.0%
	たまに利用する	60.0%
	利用したことはない	27.0%
新しい携帯サイトは主に何から知るか	携帯の検索サイトで検索して	30.1%
	公式サイトから	23.3%
	友人・知人から	16.1%
	パソコンで検索して	11.3%
	携帯のメルマガで	8.2%
	雑誌で	2.4%
	駅、電車・バス内広告で	1.4%
	TV・ラジオで	0.3%
	その他	1.0%
	特になし	5.8%

ただし、出会い系サイト・アダルトサイト等の選択肢はない。

(回答数:400人)

モバイルコンテンツの有害性

- アダルトサイト
- ギャンブルサイト(パチンコ・パチスロ情報、競馬・競輪・競艇情報)
- ゲーム(iアプリ)
- 出会い系サイト
 - 誰でも低コストで容易に開設できる
 - 開設者の把握が容易でない
 - 無料サイトが多く、有料でないため規制をしにくい
 - 通信相手の身元がわからない
 - 出会い系サイトに係る広告宣伝が無差別の電子メールで行われている
 - ティーン向けファッション誌等の中にも出会い系サイトの広告が載っており、子どもは免疫もなく出会い系サイトに間接的に慣らされてしまう
 - 掲示板コンテンツの特殊性
 - コンテンツが固定的でなく、ユーザの書き込みによって変化する
 - 健全な「出会い」のサイトでも、1つの書き込みによって「有害」になりうる
 - 掲示板の「目的」や「テーマ」が明確であれば、それを判断基準にすればよいか
- 携帯電話独自の問題性
 - PCに比べて、保護者(親、先生)の目が行き届かない
(子どもは携帯電話のパーソナル性/プライベート性に惹かれる)
 - 常時接続性(24時間いつでも、どこでも誰かとつながる可能性)

出会い系サイトについて

● 出会い系サイトとは

- 「知らない人と知り合ったり出会ったりすることを支援するサイト」(内閣府「児童の性的搾取に関する世論調査」2002年8月より) 出会い系サイトと表記
- 出会い系サイト規制法における「インターネット異性紹介事業」はより狭義「出会い系サイト」と表記

● 「出会い系サイト」の数

- 警察庁のサンプル調査に基づく推定(平成14年9月)では、以下の調査結果となっている。

	平成13年9月調査	平成14年9月調査
パソコンから利用できる出会い系サイト	884	2,038
携帯電話(iモード)から利用できる出会い系サイト	2,569	3,401

調査方法:

パソコン・・・検索エンジンLycosのスーパーサーチで検索して表示されたサイトのうち一定件数について実際に「出会い系サイト」であるかどうかを調査し、その割合から全体の件数を推定した。

iモード・・・iモード用検索エンジンOH!NEWでキーワードを「出会い」として検索して表示されたサイトのうち一定件数について実際に「出会い系サイト」であるかを調査し、その割合から全体の件数を推定した。

出会い系サイトの種別

- **出会い系サイトの種別：サービス内容別**

- 面識のない異性との交際のきっかけを提供するもの
- 性別を問わず友達を探すもの
- 趣味仲間を探すもの
- 相談相手を探すもの

(警察庁「「出会い系サイト」に係る児童の犯罪被害防止に向けた対策についての提言」を参考にした。ただし、同資料に上記の種別が明記されている訳ではない。)

- **「出会い系サイト」の種別：サービス形態別**

- **Webページ利用型**

(Webページから相手方の情報を得る)

- メッセージ取次型
- 単純BBS型
- ツーショット・チャット型

- **電子メール利用型**

(電子メールから相手方の情報を得る)

- メールマガジン型
- メールリングリスト型

PC(2001年9月調査)

- ・掲示板形式 76%
- ・チャット形式 58%
- ・メールマガジン形式 2%

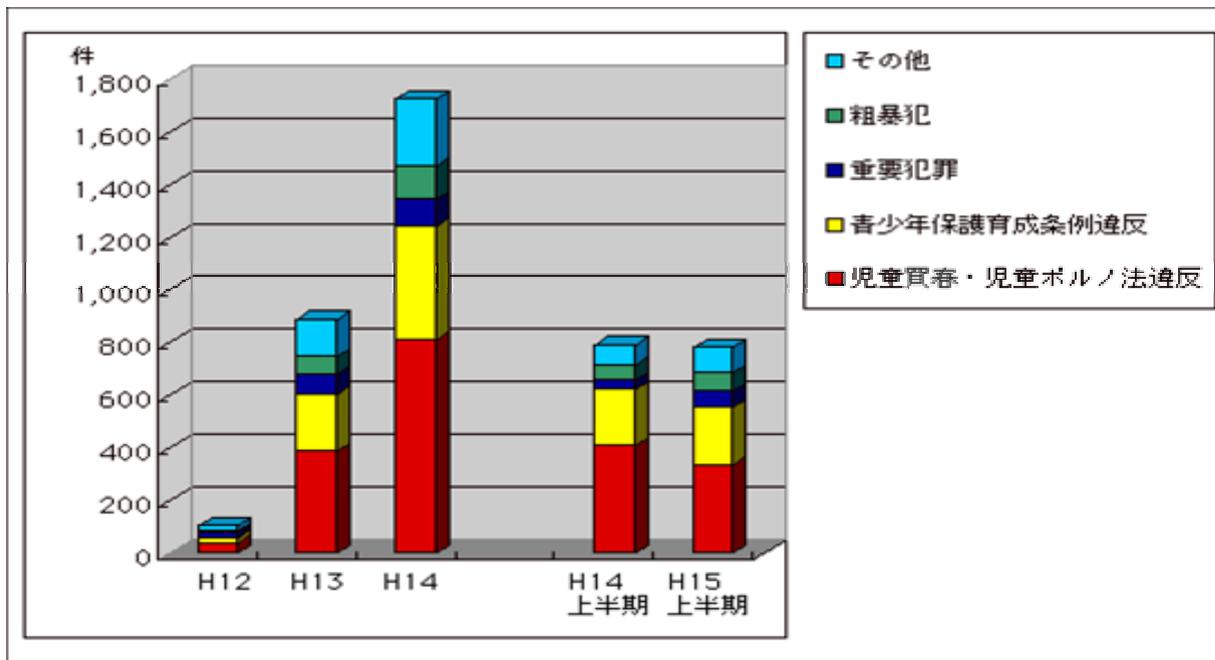
iモード(2001年9月調査)

- ・掲示板形式 96%
- ・チャット形式 48%
- ・メールマガジン形式 2%

(「インターネット上の少年に有害なコンテンツ対策研究報告書」)

(出典：庄司隆「出会い系サイトの現状と対策」(『警察公論』2002年12月号))

出会い系サイトに関連した事件



・平成15年上半期では、全事件のうち、携帯電話を使用したものが751件(約96%) (加害者側が使用)
 ・被害者653人のうち、18歳未満の児童が530人(約81%)で大半を占める。
 (平成14年上半期のデータでは児童被害者595人中571人(96.0%)が携帯電話を使用)

(出典:警察庁資料)

	H12	H13	H14		H15
				上半期	上半期
児童買春・児童ポルノ法違反	41	387	813	410	338
青少年保護育成条例違反	20	221	435	213	216
重要犯罪(殺人・強盗・強姦等)	15	73	100	34	63
粗暴犯(暴行・傷害・脅迫・恐喝)	7	66	128	58	68
その他	21	141	255	78	96
計	104	888	1,731	793	781

出会い系サイトの利用傾向

● 児童の性的搾取に関する世論調査(内閣府、2002年8月)

質問項目	回答項目	全体	15歳～17歳
出会い系サイトの利用	「見たことはない」	87.2%	74.1%
	「見たことがあるが実際に利用したことはない」	10.3%	19.4%
	「実際に利用したことがある」	2.5%	6.5%
出会い系サイトの男女間の取扱い	「性別によって分けられているサイト」	47.6%	46.4%
	「性別によって分けられていないサイト」	28.7%	35.7%
出会い系サイトの種類 (複数回答)	「メールの交換などだけの友人を作るためのサイト」	59.7%	71.4%
	「交際相手を探すためのサイト」	29.7%	35.7%
	「メールの交換などだけでなく直接会う友人を作るためのサイト」	20.3%	28.6%
	「結婚相手を探すためのサイト」	4.3%	7.1%
出会い系サイトにアクセスしたきっかけ (複数回答)	「携帯電話に入ってきた広告メール」	49.0%	60.7%
	「インターネット上のネットワーフィン等でたまたま見た」	26.8%	21.4%
	「知り合いの紹介」	12.1%	25.0%
	「雑誌にサイトのURLが掲載されていた」	6.5%	7.1%
出会い系サイトへの課金方法	「男女とも無料のサイト」	41.3%	57.1%
	「男性のみ有料のサイト」	23.4%	17.8%
	「女性のみ有料のサイト」	1.4%	-
	「男女とも有料のサイト」	6.0%	3.6%
出会い系サイトへの書き込みや返信の回数	「1回だけ」	7.5%	-
	「2回以上10回未満」	45.0%	42.9%
	「10回以上20回未満」	20.0%	14.3%
	「20回以上50回未満」	3.8%	-
	「50回以上」	11.3%	28.6%
出会い系サイトを通じた、面識のない人との接触	「実際に会ったり、メールや電話のやり取りをしたことはない」	30.0%	14.3%
	「同性とも異性とも実際に会ったり、メールや電話のやり取りをしたことがある」	30.0%	-
	「同性の人とだけ実際に会ったり、メールや電話のやり取りをしたことがある」	6.3%	28.6%
	「異性の人とだけ実際に会ったり、メールや電話のやり取りをしたことがある」	18.8%	28.6%
出会い系サイトで知り合った人と、直接会った後の状況 (複数回答)	「実際に会ったことはない」	27.3%	25.0%
	「実際に会った後、それきり連絡を取っていない」	36.4%	75.0%
	「実際に会った後、メールや電話などのやり取りだけで会っていない」	25.0%	50.0%
	「実際に会った後、相手と交際した、あるいは交際している」	22.7%	25.0%

・出会い系サイトの定義:「知らない人と知り合ったり出会ったりすることを支援するサイト」

・回答数は全体で3247人だが、質問項目によって異なる。

出会い系サイト規制法

- 出会い系サイト規制法

- 2003年6月6日成立、9月13日施行
- 正式名称は「インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律」
- インターネット異性紹介事業者に対して、利用者への児童(18歳未満)の利用禁止の伝達、利用者が児童でないことの確認を義務付ける(第7条、第8条)。公安委員会の是正命令に違反した場合は6ヶ月以下の懲役または100万円以下の罰金刑。
- 児童を性交等の相手方となるように誘引すること、対償を供与することを示して児童を異性交際の相手方となるように誘引することの禁止(第6条)。違反した場合は100万円以下の罰金刑。

- 検挙事例:

- 9月19日、神奈川県警は出会い系サイト規制法違反容疑で無職の男(34)を逮捕。
- 全国初の検挙事例。
- 容疑者は携帯電話経由で出会い系サイトにアクセス。
- 「13歳以下援2で会える子いませんか。内容によっては高額だします」と書き込んで、児童に対して金銭を渡すことを示し、交際の相手になるよう勧誘した。
- 「援2」は「2万円の援助交際費」の意味。
- 同容疑者は6月にこのサイトの有料会員となり、これまでに約10回、同様の勧誘を行っていた。

(出典: Mainichi INTERACTIVE <http://www.mainichi.co.jp/digital/network/archive/200309/19/2.html>)

2. モバイルコンテンツに対する 取り組み

- 日本：携帯電話事業者による自主規制
- EU：3Gモバイル業界の自主規制の動き
- 英国：携帯電話事業者による自主規制
- ドイツ：法律に基づく「自主規制」

日本：携帯電話事業者による自主規制

- NTTドコモ：iモードのアクセス制限機能

- 2003年8月より提供。

- iモード契約者本人の申込により無料で提供。「公式サイト」以外へのアクセスを制限する。

契約者が未成年の場合は親権者による機能利用および機能解約の申込も可能。未成年の契約者が機能解約の申込みを行う場合は、親権者の同意書が必要。

- 「公式サイト」には独自の掲載基準（コンテンツ基本方針、公式サイト倫理綱領、コンテンツ掲載基準から成る）があり、出会い系サイトは登録されていない。

- 公式サイト倫理綱領

- 青少年の健全な育成を妨げないという条件も含まれている。

- (<http://www.nttdocomo.co.jp/new/contents/03/whatnew0821b.html>)

日本：携帯電話事業者による自主規制

- KDDI: EZweb利用制限の導入

- 2003年11月4日より提供。
- 契約者本人の申込により無料で提供。限られたEZwebサイトのみにアクセスを制限する。

契約者が未成年の場合は親権者による機能利用および機能解約の申込も可能。未成年の契約者が機能解約の申込みを行う場合は、親権者の同伴または同意書が必要。

- アクセスが可能なEZwebサイトはKDDI(または沖縄セルラー)が管理し、提供内容に責任を持ち得るサイト。
- 具体的には、以下を含む19サイト。
 - auホームページ
 - auショップ検索
 - 料金照会
 - 各種申込
 - Eメールアドレスの変更
 - 自動転送先

(http://www.kddi.com/corporate/news_release/2003/1027/index.html)

欧州：3Gモバイル業界の自主規制の動き

- EU委員会のSafer Internet Action Plan下のIAPCODEプロジェクトによる提言
(出典: "European 3G Mobile Industry Self-Regulation: IAPCODE Background Paper"
World Telemedia Conference(2003年11月3-5日、於プラハ)向けのIAPCODE selfregulation.infoプロジェクトの発表資料)
- モバイルインターネット自主規制のための方策
 - コンテンツレイティング
 - 自主規制の一環としてコンテンツレイティングを行う場合は、行動規範において年齢区分を定義する必要がある
 - 成人と18歳未満の区別はシンプル。多くの規制(たばこの販売、ポルノ雑誌の販売、アダルトサイトへのアクセス等)で採用されている
 - 既存の多くのメディアでは、親や保護者が子どもの年齢に合わせてどのようなコンテンツが適切かを判断できるように、より多くの年齢区分が用意されている
 - 国ごとに自主規制を行うか、EUで共通のものとするか
 - セックス・ポルノ以外のどのようなコンテンツを成人向けコンテンツとみなすべきか(暴力画像、薬物使用、不適切な言語等)
 - フィルタリング・ブロッキング
 - 3つの懸念
 - ソフト導入に当たっての親のメディアリテラシーの欠如
 - 商用ソフトのブロックリストの不透明さ(どんなWebサイトがブロックされるか)
 - コンテンツプロバイダ側の責任がほとんど無く、自主規制の負荷が利用者側にかかる
 - フィルタリング・ブロッキングソフトは自主規制の枠組みのほんの一部にすぎない

欧州：3Gモバイル業界の自主規制の動き

- ノーティス・アンド・テークダウン
 - 違法コンテンツを知らずにホスティングしていたプロバイダは、利用者から通知があった場合には違法コンテンツを削除する義務
 - ホスティングプロバイダに負担がかかる
- 普及啓発
 - 自主規制アプローチの成功のためには、利用者への十分な情報提供が必要
 - コンテンツレイティングでは、親や保護者が年齢区分の存在を知らなければならない
 - フィルタリングソフトでは、親や保護者のメディアリテラシーが必要
 - ノーティス・アンド・テークダウンでは、利用者へのコンタクト先や手順等の周知が必要
- 政府との協力
 - 欧州の政府関係者は概して、以下の理由から自主規制の推進に積極的
 - 通信市場を競争的にする
 - 政府の時間的・金銭的コストを削減する
 - オーストラリア等では、政府の監督の下に自主規制を行う共同規制 (co-regulation)
 - 英国のゲーム・ビデオ業界では、自主規制により「成人向け」カテゴリに属すると判断されたコンテンツを政府の諮問委員会が審査している
 - 児童ポルノのような違法コンテンツ取締りでは、ホットラインやISPが政府と協力している
 - 少なくとも違法行為があった場合の政府との協力を念頭に置くべき

英国：携帯電話事業者による自主規制

- 自主規制のための行動規範
 - 英国の携帯電話事業者6社 (Orange, O2, T-Mobile, Virgin Mobile, Vodafone, 3) が策定。
 - 以下の項目から成る。
 - 商用コンテンツ向けの分類フレームワークの策定
 - コンテンツを「18歳以上」と「一般」とに分類する
 - 商用コンテンツの分類
 - ペアレンタルコントロール
 - 「公式サイト」に対するコントロール・・・入室管理
 - その他のサイトに対するコントロール・・・フィルタリング
 - 迷惑通信・悪意ある通信への対処
 - スпамメールに対する対処
 - 情報提供とアドバイス
 - 「18歳以上」のコンテンツを提供する携帯電話事業者は行動規範を遵守する必要がある。
 - スケジュール
 - 分類フレームワークの策定：2003年12月末まで
 - 行動規範の適用：2004年7月末までには開始

(出典：“Code of Practice for the Self-Regulation of New Forms of Content and Experiences on Mobiles: A consultation by O2, Orange, T-Mobile, Virgin Mobile, Vodafone and 3” 10 July 2003)

ドイツ：法律に基づく「自主規制」

- 「メディアにおける青少年保護州際協定」
 - ドイツでは2003年4月1日より「メディアにおける青少年保護州際協定」が施行。
 - 同州際協定はテレサービス／メディアサービスのコンテンツプロバイダを規制。これらのプロバイダは青少年の成長を阻害すると思われるコンテンツを、そのメディアプラットフォームに関わらず、青少年の年齢に応じてアクセスできないように保証しなければならない。
 - 3Gモバイル事業者・コンテンツプロバイダにも適用される。
 - また、青少年メディア保護委員会 (KJM) を設立。放送、インターネット、その他のデジタルメディア (3G含む) における青少年保護を監督する国家機関。12人の専門家から構成される。
 - 同委員会の役割は、青少年保護の規範の遵守の保証、自主規制機関の認可、コンテンツレイティング／フィルタリングシステム等の技術的手段の承認である。
- 携帯電話利用者向けの年齢認証システム
 - Vodafone社とCoolspot社：異なる方法で実現。
 - 青少年メディア保護委員会から認可。
 - Vodafone社：端末販売の時点で利用者の年齢を確認し、利用者が児童の場合はアダルトコンテンツ、出会いサービス、ギャンブル、暴力ゲーム等をブロックするようにする。
 - Coolspot社：X-Checkを提供。

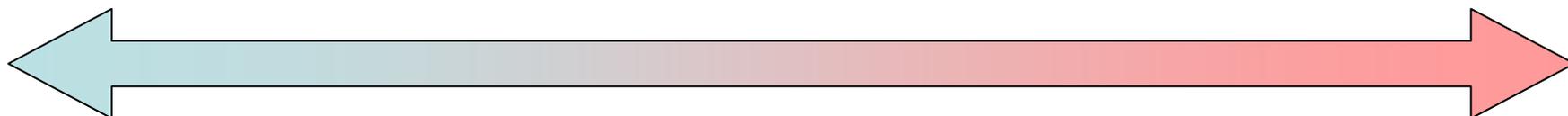
3 . モバイルコンテンツのレイティング 方法と課題

- モバイルコンテンツのレイティングの方向性
- モバイルコンテンツのレイティングの課題

モバイルコンテンツのレーティングの方向性

PCインターネットと共有の問題

携帯電話に固有の問題



問題・
課題

・暴力表現
・性表現 等

・出会い系サイト
・文字主体のコンテンツ

・プライバシー
・モビリティ

解決
策

・SafetyOnline2によるレー
ティング

- ・年齢区分によるレーティング (ex.18歳未満利用禁)
- ・メディア種別によるレーティング (ex.掲示板、チャット)
- ・ジャンルによるレーティング (ex.出会い)
- ・メールフィルタリング (サイトを知るきっかけを防止)
- ・**技術以外**の対応も必要
 - ・広報啓発 (児童、保護者、サイト運営者向け)
 - ・自主規制 (サイト側での有害な言葉のブロック、
有人監視等)

モバイルコンテンツのレーティングの方向性

• SafetyOnline3 (未策定) のイメージ

ジャンル(レーティング段階で有害か否かの判断はしない)

- ・ゲーム
- ・出会い
- ・アダルトサイト
- ・有料サイト 等

コンテンツ記述子(省略可)

- ・性行為の描写を含む
- ・出血の描写を含む
- ・自殺の描写を含む
- ・性器の描写を含む
- ・暴力の描写を含む
- ・差別の描写を含む 等

年齢別(レーティング段階で有害か否かの判断を行う)

- ・「18禁」等の表示あり(入り口で年齢確認を行うサイトの場合)
- ・18歳以上閲覧可(他の審査基準によるレーティング結果を適用)
- ・15歳以上閲覧可(他の審査基準によるレーティング結果を適用)

メディア種別(レーティング段階で有害か否かの判断はしない)

- ・掲示板
- ・インタラクティブ
- ・チャット
- ・動画・ストリーミング 等

上記の項目のうち、当該サイトに当てはまるものをすべてラベリングする。

モバイルコンテンツのレイティングの方向性

• SafetyOnline3 (未策定) のイメージ

- コンテンツの分類軸を「ジャンル」「コンテンツ記述子」「年齢別」「メディア種別」と複数用意する。
- 「ジャンル」「メディア種別」の分類軸によるレイティングにおいては、当該コンテンツが有害か否かの価値判断は行わない。
- 「コンテンツ記述子」は基本的に有害な記述子から構成。
(ただし、出血描写等を含んでも必ずしも有害情報であるわけではない(医学的コンテンツ等))
「コンテンツ記述子」はレイティングにおいて省略可能。
- 「年齢別」によるレイティングにおいては、当該コンテンツが有害であるとの価値判断を伴う。
「年齢別」によるレイティングにおいて、独自に年齢区分を行う場合は、当該コンテンツに該当するコンテンツ記述子に基づき行う。

モバイルコンテンツのレーティングの課題

• レーティング上の課題

- 携帯電話からしかアクセスできないサイトのレーティング
 - キャリアの「公式サイト」には一般のPCからはアクセスできないものが多い
 - 出会い系サイトなどでは、利用端末がモバイル環境であることを識別するために一般のPCからはアクセスできない
 - また、IPアドレスによるアクセス制限をかけている(ゲートウェイサーバのアドレス範囲からのみアクセスを受け付ける)サイトがある
- 出会い系サイト等の会員制サイトのレーティング
 - 会員制サイト:メールアドレス等を登録しないと先のページに進めないため、中身を自動収集できない

(参考) 出会い系サイトの例

• 出会い系サイトの例

- キャリア公式サイト: Iモード、J-Skyは公式サイトとして出会い系サイトを認めない。EZwebは公式サイトとして出会い系サイトを認める。
- 企業が運営する「勝手サイト」: 勝手サイトであるが、運営者が公開企業もしくはそれに準じ、管理運営をしっかりと行っているもの。
 - エキサイト(株)の「エキサイトフレンズ」
月額300円。有人監視による管理。
全登録会員数 303万人(PC、J-Sky、EZweb、Iモード)2003年12月6日現在
- 有料勝手サイト: 勝手サイトで、有料会員サービス、都度課金等の「出会い」を売りにしているもの。
 - 「出会い」を有料サービス。テレクラに類似する業態。
 - 男性有料、女性無料が大多数。
- 無料勝手サイト: 法人もしくは個人で運営している無料の勝手サイト。
 - ほとんどが個人による無料サイト。
 - 一個人が複数サイト運営。

(出典: アットホーム(株)河野真太郎氏資料)

(参考) 出会い系サイトの例

- エキサイト(株)の「エキサイトフレンズ」
 - － インターネット上で趣味や考えの共通する仲間を見つけ、メッセージをやり取りすることが出来る『コミュニティサービス』。18歳未満も利用可。
 - － 徹底した安全管理体制を整え、トラブルが起きないように努力
 - 自己PRの書き込みチェック
 - － 自己PRは利用者が登録してから24時間後に公開
 - － この間に、キーワードブロックによる公序良俗に反する言葉のブロックと、管理者の目によるエキサイトフレンズ審査基準に基づくチェックを行う
 - － 下記のようなエキサイトフレンズ審査基準に反する内容のPRは、削除し、登録者に対して警告
 - － 公序良俗に反する又はワイセツな記載(エッチ・不倫・援助交際・売春・買春・ナンパ等)
 - － 個人情報開示(実名・詳細住所・電話番号・携帯電話番号・メールアドレス等)
 - － 未成年を害するような事項 等
 - 特定の相手からのミニメールの着信拒否
 - 管理者への通報機能
 - － 不快・悪質な内容のメッセージを受け取った場合、エキサイトフレンズ管理者に通報できる
 - － 通報を受けたエキサイトフレンズ管理者は、直ちに事実確認を行い、相手にエキサイトフレンズ管理者名で警告を送信し、必要があれば強制退会処理

(参考) 出会い系サイトの例

- 出会い系サイト規制法に対応して、男女表示機能を削除。また一部プロフィール項目を変更(ex.「金持ち度」「頼りがい」「セクシー度」「甘えんぼ度」、「好みのタイプ」「理想のメル友」、「恋人に望むこと」「話したいこと」)
 - 法律における「インターネット異性紹介事業」と差別化
 - 18歳未満の利用者も引き続き利用できるようにする

(出典:エキサイトホームページ <http://friends.excite.co.jp/friends/>)

(参考) 出会い系サイトに関連した事件

- 「出会い系サイト」をきっかけとした児童買春等

- 携帯電話の出会い系サイトで知り合った女子高校生に対して、現金を与える約束をして性交した。(平成15年4月・静岡)
- 携帯電話の出会い系サイトで知り合った女子中学生に対し、現金を与える約束をして性交するとともに、その場面等をビデオ撮影して児童ポルノを製造した上、そのビデオを販売した。(平成15年6月・北海道)
- 携帯電話の出会い系サイトの掲示板に女性になりすまして「今日会える人はいない？」などと書き込み、誘い出した男性を脅して監禁した上、殴るけるなどの暴行を加え、現金などを奪った。(平成15年4月・警視庁)
- 少年2人は共謀の上、携帯電話の出会い系サイトを利用して女性に接触を図ってきた男性から金を脅し取ろうと企て、呼び出した男性に殴るけるの暴行を加えけがを負わせた。(平成15年4月・奈良)

(出典:警察庁資料)