

インターネットのさまざまなコーディネーションを総覧する APRICOT2006・APNIC21参加報告

社団法人日本ネットワークインフォメーションセンター (JPNIC) IP分野担当理事 /
Asia Pacific Network Information Centre (APNIC) 理事会議長 前村昌紀

APRICOT2006が2月22日(水)から3月3日(金)の会期で開催された。APRICOT⁽¹⁾はInternetWeek⁽²⁾のアジア太平洋地域(以下AP地域)版と言ったところであろう。1年に1回、AP*(APスター)⁽³⁾と呼ばれるようなアジア太平洋地域のさまざまなインターネット関連団体が集結して会議やチュートリアルを催す非営利の会合で、AP地域随一のインターネットイベントである。

APRICOTの会期は9日間に及び、初日の水曜日から日曜日まではワークショップと呼ばれるセッションが5日間連続で行われ、ベンダーから持ち込まれた機材を使って、第一線で世界をリードする技術者と一緒に、実際にネットワークを組み上げながら知識の習得ができるようになっている。月曜日と火曜日は座学形式のチュートリアル、水曜日と木曜日は事例を議論するカンファレンスという形で、毎年最新のテーマが選ばれる。

APNIC⁽⁴⁾は年2回Open Policy Meeting(以下APOP M)と呼ばれる会合を開いている。APNICは会員組織であるため、APOP Mでは総会が開催されるほか、SIG(Special Interest Group)と呼ばれるセッションがメインに据えられる。Open Policy Meetingという名前が示すように、IPアドレス管理に関するルール・アドレスポリシーはこのSIGを通じてオープンなプロセス⁽⁵⁾で決められる。

ポリシー提案は、アドレスポリシーSIGで発表されてコンセンサスに至ったものが

一定のプロセスを経て、ポリシーとして施行される運びとなる。APOP Mは8月末あるいは9月初めに単独で開催し、2月末あるいは3月初めにもう一度行われる際は、APRICOTとの併催という形になる。今回のAPOP Mは21回目を数えるため、APNIC21とも表記される。

APRICOT2006/APNIC21はオーストラリアのパーズで行われた。会場となったのはPerth Convention Exhibition Centre(PCEC)で、ダウンタウンの湾に面しているので、窓からは湾の対岸のヨットハーバーやセーリングを楽しむディンギーの姿も見え、なかなかの眺めであった。南半球なので季節は逆となり、夏空の開放的な雰囲気の下、とても広々とした会場の中で会は進んでいった。

APRICOT2006の見どころ

APRICOTで常連となっているテーマはルーティング、ピアリング、DNS、セキュリティといったところだが、最近はMPLS、SPAM、VoIP、ブロードバンドアクセス、ワイヤレス技術といったものが加わってきている。IPv6に関してはIPv6サミットの一環としてプログラム編成がなされる。

APRICOTのプログラムからはISOC-AU APJA Joint Forumとキーノートスピーチについて触れていく。

ISOC-AU APJA Joint Forumは、ISOC⁽⁶⁾オーストラリア支部とAPJA⁽⁷⁾の合同セッションで、ISOC-AUのWebペ

ージでプログラムを参照できる⁽⁸⁾。技術標準化、ネットワーク運用技術、ISOC支部やAP*の活動、政府や政策との関連など、インターネットのさまざまなコーディネーションを総覧する内容であった。これは4/27に東京で開催されたIETFフォーラム⁽⁹⁾と方向性を同じくし、このようなコーディネーションに対する要請の高まりが伺える。

キーノートスピーチでは、BBN社のチーフサイエンティストSteve Kent氏から、BGPに対するPKIの利用をテーマとした内容が、APNICのリサーチサイエンティストGeoff Huston氏からは、自身が書いた論文「Convergence?」の内容が発表された。

BGPによるインターネットのルーティングに関するセキュリティ懸念が高まる中、それを解決する策としてPKIを構築、証明書を使って安全性を高める技術が注目を集めている。S-BGPやsoBGP、IRRを利用した方法など複数のアプローチがあるが、その中からどのような技術が広く使われるようになるのかはインターネットのネットワーク技術者の注目を集めるものである。

Geoff Hustonの発表は、電話やデータ通信を含んだ通信サービス全体に関して、IPへの統合を含む今までの歩みを概説したうえで、アプリケーションまで含めた今後のインターネットや通信サービスの未来を展望するものである。彼はIABやISOCの役職を歴任してきたインターネットのフロンティアで、現在はAPNICのリサーチサ

イエンティストとして、これ以外にも定期的に論文を発表しており⁽¹⁰⁾、どれも興味深い。

APNIC Open Policy Meeting

今回のAOPMでアドレスポリシーSIGに提出されたポリシー提案は、4バイトAS番号の割り当て開始に関するスケジュール案で、あまり複雑な問題ではなく、スムーズにコンセンサスに至った。

今回のAOPMで最も大きな話題は料金改定であろう。料金改定に関して議論するためのオープンセッションが設けられ、そこで事務局の素案が披露された。

動機としては、均衡している収支を安定化するための10%から15%の収入増、会員の規模によってホストアドレスあたりの年会費の開きが大きすぎる問題の是正、JPNICを初めとするNIR（国別インターネットレジストリー）に対して課している、いびつな料金体系を改めることが挙げられた⁽¹¹⁾。素案はあくまでたたき台にすぎないことが強調されたが、動機を満たすためには特に大規模会員において、会費増額は避けられない。私自身理事会の議長としてこの問題に取り組んでいるが、IAjapan会員の中のAPNIC会員の皆さんにおかれて、お気づきの点があれば是非ともお聞かせいただきたい。

私を含め3名の現任理事が再選された。私は2000年10月の臨時選挙を初として4選目となる。APNICも料金改定の着手や

ガバナンスなど、正念場に差し掛かっているため、気を引き締めて務めを全うしたいと思う。皆様のご支援に感謝したい。

終わりに

これらのプログラムの詳細はAPRICOTやAPNICのWebサイト⁽¹²⁾をご参照いただきたい。いずれも発表に使われたスライドを見ることができ、APNICの場合は主な会議の速記録やビデオも公開されている。

今回のAPRICOT2006/APNIC21は、アジア各地域から満遍なく参加者していただいで盛況となった。テーブルイクだけではなく、昼食もメインホールの前のロビーで提供され、これが出席者相互の交流に大きく寄与したように思う。日本からも、ここ数年では最大規模の20名を超える参加者があった。

去年京都で開催し、私が初めて関わったAPRICOT2005は、10回目のAPRICOT、かつ初の日本開催ということで、日中韓などの先進事例を盛り込もうと工夫した。しかしながら、欧米の大手ベンダーは喜んで発表者を送り込むものの、公用語の英語が障壁となって、非英語圏からの発表がなかなか集められないのが実態である。今やブロードバンド先進地域となり、いくつかの領域では世界をリードする



APNICのOpen Policy Meetingの様子

立場となったアジア諸国からの発表を、より多く共有できるようになればと思う。

次回のAOPM、APNIC22は9月5～8日に台湾・高雄で、次回のAPRICOT2007は2007年2月21日～3月2日にパリで開催される。いずれも魅力的な開催地なので、日本からも多数ご参加いただきたい。

- (1) Asia Pacific Regional Internet Conference on Operational Technologies - <http://www.apricot.net/>
- (2) <http://internetweek.jp/>
- (3) <http://www.apstar.org/>
- (4) Asia Pacific Network Information Centre - <http://www.apnic.net/>
- (5) <http://www.apnic.net/docs/policy/dev/process.html>
- (6) Internet Society <http://www.isoc.org/>
- (7) Asia Pacific Internet Association <http://www.apia.org/>
- (8) <http://www.isoc-au.org.au/aiof/>
- (9) <http://ietf-forum.jp/>
- (10) <http://www.potaroo.net/>から彼のあらゆる論文や投影資料が入手可能
- (11) <http://www.apnic.net/meetings/21/programme/signs/fees.html>
- (12) <http://www.apricot2006.net/index.php/fuseaction/home.program>
<http://www.apnic.net/meetings/21/>

多くの問題点を抱えて本放送を開始 「ワンセグ放送」の動向と課題

放送・IT技術ジャーナリスト兼コンサルタント 隅倉正隆

4月に開始したワンセグ放送の現状

携帯電話やカーナビ、ノートPCなどを受信端末とした、モバイル向け地上デジタルテレビ放送「ワンセグ放送」の本放送が2006年4月1日に開始された。

このワンセグ放送は、東名阪を中心に民放30社（関東エリア7社、中京エリア6社、近畿エリア6社、東海エリア4社と他地域7社）とNHKが29都府県にて視聴できる。そのほかの地域では、2006年末までに順次サービスが開始される予定である。

現在発売されているワンセグ放送受信端末のメインターゲットである携帯電話は、ポータフォン⁽¹⁾を除く2通信事業者からP901iTV（NTT Docomo）、W33SA、W41H（au）の3機種が発売されている。

アナログテレビ放送チューナーを搭載した携帯電話では画面の乱れが激しく、電車などで移動しながら見るのが厳しかったが、ワンセグ放送の画質はそれより向上しているため、携帯電話での視聴には十分と言える。

ワンセグ放送サービスの特徴は、縦型の携帯電話を考慮し、映像（テレビ映像）の下に文字情報（データ放送）の表示エリアがあらかじめ用意され、ワンセグ放送の受信時は、はじめから映像と一緒にデータ放送部分が表示されるため、よりアクティブに放送局が用意したデータ放送を同時に視聴できる。

このデータ放送では、ニュースや天気予報、交通情報などリアルタイムな情報がブ

ッシュ型で提供されており、必要なときにチェックできる。そして、これらのサービスが無料ということが、利用者からするととても良いサービスである。

ワンセグ放送で期待されている番組連動型サービスに関しては、試験的な要素を多く含みながらも、現在数局で、野球やドラマなどの番組と連動したデータ放送を提供している。特に野球などのスポーツ番組は、電車の中で音声を消さなくてはならないような場面での視聴が可能になったり、選手の状況などの欲しい情報が提供されるといった点で、非常に便利である。

普及とビジネス拡大のための課題

利用者の視点で見た場合、ワンセグ放送サービスは、従来家にいないと見ることができなかったテレビ番組を時間と場所の制約を受けずに視聴できる魅力を秘めているが、現時点ではその魅力的なサービスをまだ十分に享受できていない。また、放送事業者についても、収益を上げる有効なビジネスモデルを見つけることができていないため、本放送が開始されたとはいえ、試験放送的な要素はまだ残っているように思われる。

今後ワンセグ放送の普及とビジネス拡大のための課題は、以下の3つが考えられる。

- (1) 視聴エリアの拡大
- (2) ワンセグ対応携帯電話の課題
- (3) ワンセグ向け番組編成

視聴エリアの拡大

墨田区の600m級の第2東京タワー設立の決定や、地下鉄での実験など、視聴エリア拡大に向けて対応は進んでいるが、現時点で鉄道やバスなどの主要な通勤路線での視聴が完璧ではない。つまり、ワンセグの1つの魅力である「通勤・通学時間帯」での暇つぶし視聴が可能な環境が十分に整備されていないのである。

ギャップフィルター⁽²⁾設置などの対策や地下鉄・トンネル内での再送信など、視聴エリア拡大に向けた早期環境整備に期待したい。ワンセグ対応携帯電話の課題

現在販売されているワンセグ対応携帯電話は、連続視聴時間が2時間～3.5時間と短く、視聴時間帯が朝夕の通勤・通学時間帯とお昼休み時間であるため、1日の使用量としては問題ないと考えられるが、通話やパケット通信も併用することを考えると、さらに利用時間が短くなることが予想できる。

さらに、災害時などバッテリー充電ができなくなる環境では十分ではないように思われる。今後、更なるLISの省電力化とバッテリー性能の向上が必要であろう。

また、電車内やバスの中での視聴を考えたとき、ヘッドセットが欠かせない。ヘッドセットの接続を簡易化するために、Bluetooth対応が重要であると考えられる。現在発売されているワンセグ対応携帯電話はBluetooth未対応なため、次期バージョンではBluetoothヘッドセットの標準搭載に期待する。

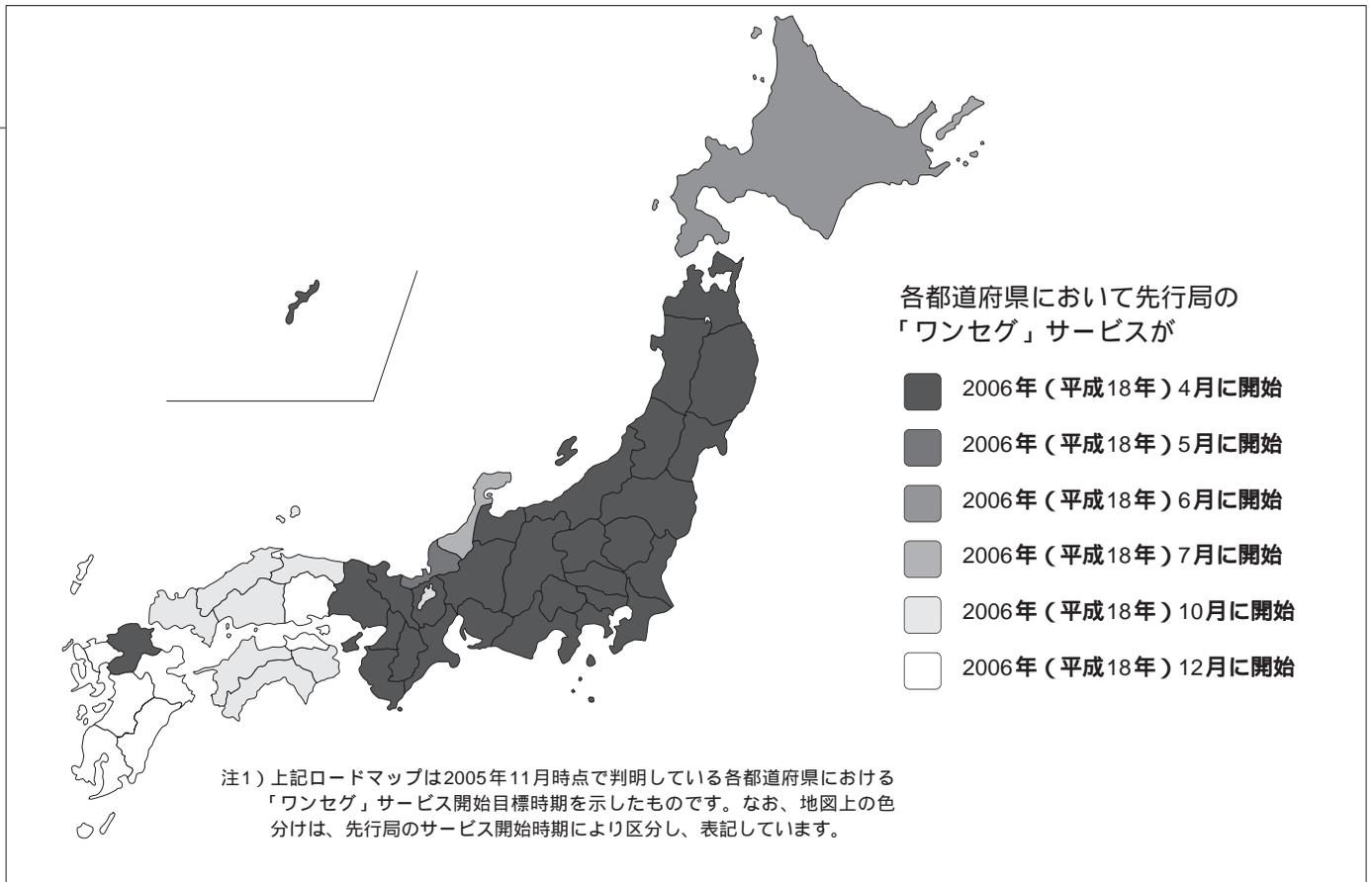


図1 「ワンセグ」サービス開始ロードマップ（全国版）

出典：総務省

ワンセグ向け番組編成

現在のワンセグ放送は、放送免許の関係から、固定型テレビ向けに放送している番組と同じ番組を同一時間に放送（サイマル放送）することが義務付けられている。さらに、ワンセグ放送サービスは、補完放送として定義付けられているために、固定型テレビ向けに放送されているのと異なる音声や映像をマルチメディアコンテンツファイルとして伝送することが許されていない。また、テレビ番組に関係しないデータ放送コンテンツを同時表示させることができないため、ワンセグ独自の広告ビジネスに結び付けることができない。

よって、放送免許の更新タイミングである2008年以降に、現行のサイマル放送で

はなく、たとえば前日放送のドラマやバラエティ番組の再放送やニュースなどの固定型テレビ向け番組と異なる編成でワンセグ放送が行われれば、利用者も増え、広告ビジネスを展開することも可能になると考えられる。

これ以外にも、利用者のワンセグ放送の視聴形態を意識したデータ放送コンテンツの充実や、各局が開始している通信を利用した映像配信（VODサービス）などと組み合わせサービスの提供が必要となるだろう。

HDD搭載携帯電話と家庭のレコーダー

HDDの小型化により、携帯電話にも大

容量のHDDを搭載することが可能になってきた。そこで期待したいのは、ワンセグ放送の録画機能と家庭のHDD/DVDレコーダーに録画されているコンテンツを携帯電話からアクセスし、視聴できる機能である。前者については、HDD搭載およびバッテリー性能向上と、待ち受け状態での録画機能の搭載が求められる。後者については、現行の地上デジタル放送のコピー・ワンスルーが見直されることが求められるであろう。

(1) ボーダフォンは、ワンセグの受信に対応したシャープ製の3G端末「905SH」を、6月をめどに発売する予定

(2) ギャップ・フィラー（Gap Filler）とは、電波の届きにくい地域の受信特性を改善する再送信装置のこと

モバイルをサポートした拡張ガイドラインが公開 共有可能なコンテンツを拡大するDLNA最新動向

株式会社インプレスR&D インターネット生活研究所 青山祐輔

家庭でデジタルコンテンツを共有

今年3月にDLNA設計ガイドラインが拡張された。2004年6月にVer1.0が公開されてから、約2年を経てのバージョンアップとなった。

DLNAとは、デジタル・リビング・ネットワーク・アライアンス（Digital Living Network Alliance）の頭文字を取ったもので、家庭内においてネットワークを利用して映像や写真、音楽などを簡単に共有できるような環境を作ることを目的に設立された組織だ。2006年3月時点で参加企業は280社を超え、DLNAに対応した家電製品もテレビやハードディスクレコーダーなど、続々と登場している。

家電製品のデジタル化が進んだことで、一般家庭でもデジタルコンテンツが大量に蓄積されてきている。デジタルカメラ、HDDレコーダー、デジタルオーディオプレイヤー、パソコンなどが急速に普及し、手軽にデジタルコンテンツをハンドリングできるようになってきたからだ。

デジタルであることのメリットは、保存コストが低いこと、ネットワーク経由で送受信が容易なことなどがある。しかし、これはあくまでもパソコン中心の考え方だ。デジタルとはいえ、家電というジャンルの製品だけでは難しい。保存メディアが異なったり、メディアフォーマットが異なったり、そもそもデバイスから外部へ出力する手段がなかったりすることが多い。その障壁を取り除こうというのがDLNAの目的だ。

DLNAは汎用的な技術を組み合わせることで、家庭内で簡単にコンテンツを共有できる。メディアフォーマットはJPEG、リニアPCM、MPEG2。ネットワークはイーサネットかWi-Fiで、IPv4によって接続し、お互いのデバイスはUPnPによって認識してHTTPで通信する。どれも広く利用されている技術だ。

最初に公開されたDLNA設計ガイドラインVer1.0では、デジタル・メディア・サーバー（DMS）とデジタル・メディア・クライアント（DMC）という2つのデバイスクラスが定義されていた。その名の通り、コンテンツを蓄積するサーバーと、それを再生するプレイヤーの2種類だけで構成されており、非常にシンプルだ。

利用するときのイメージも、クライアント側のメニューからサーバーを選択し、その中からコンテンツを選んで再生するというもので、ネットワーク越しにファイルを引っ張ってくる、という感覚だ。

DMSに相当する製品としては、TVチューナーを内蔵したパソコンやハードディスクレコーダー、ネットワーク接続可能なストレージ（NAS）などの製品が発売されている。DMCのほうも、無線LAN内蔵ノートパソコンやネットワークメディアプレイヤーといったパソコン関連製品が主流であったが、最近は大画面テレビの上位機種にはネットワーク機能が搭載されているものも増えてきており、DLNAの本格的な普及の兆しが見えてきた。

DLNAを変える大規模な拡張

今回リリースされたガイドラインは、Ver1.0を拡張したもので、当初はVer1.5になると言われていた。実際には新たなバージョン番号は付けられず、あくまでもVer1.0を拡張したものであるという扱いになっている。しかし、この拡張された内容は、かなり大規模なものだ。

これまで2つだったデバイスクラスが、モバイル機器やプリンターなどが追加されて合計12個に増え、ネットワークもBluetoothに対応し、メディアフォーマットもMPEG4が追加されるなど、モバイル機器を重視した内容となっている。

デジタルカメラや携帯電話、デジタルオーディオプレイヤーなど、モバイル機器は再生するだけでなく、コンテンツを新たに作り出すことのできるデバイスが広く普及している。特にカメラ付き携帯電話の普及によって、気軽に写真や動画を撮影できるようになっており、それを家庭内で共有したいという需要が増えるのは当然の流れだろう。

モバイル機器のサポートに伴って、DLNAガイドラインに大きな変更点がある。Ver1.0においてはDMSとDMCの間でコンテンツを送信するときは、必ずストリーミングで行われていた。しかし、モバイル機器の場合、必ずしもストリーミングに対応できるとは限らないため、ファイル単位でのバースト転送によるアップロードとダウンロードができるようになった。

Digital Media Renderer	(DMR)
Digital Media Controller	(DMC)
Digital Media Printer	(DMPr)
Mobile Digital Media Server	(M-DMS)
Mobile Digital Media Player	(M-DMP)
Mobile Digital Media Uploader	(M-DMU)
Mobile Digital Media Downloader	(M-DMD)
Mobile Digital Media Controller	(M-DMC)
Mobile Network Connectivity Function	(M-NCF)
Media Interoperability Unit	(MIU)

表1 新たに追加された10のクラス

もう1つのポイントとしては、デジタル・メディア・コントローラ（DMC）という、ネットワーク内のDLNAデバイスを操作できるリモコンに相当するクラスが追加されたことがある。Ver1.0の場合は、デバイスはサーバーとクライアントの2種類だけだったため、コントローラ機能は再生するクライアントが持っていることが前提だった。しかし、コントローラ機能を独立させることで、Aという機器に保存されているコンテンツを、Bという機器で再生するように、Cという機器から操作する、といったことが可能になったのだ。

このほかにも、Bluetoothとイーサネット、Wi-Fiをブリッジするためのモバイル・ネットワーク・コネクティビティ・ファンクション、MPEG2とMPEG4のようにメディアフォーマットのコンテンツを変換するメディア・インターオペラビリティ・ユニット、自分自身ではコントローラの機能を持たずにコンテンツを再生する機能だけを持つデジタル・メディア・レンダラーなどのクラスが新たに設けられた。

拡張ガイドラインが実現する世界

これらの拡張は、モバイル機器やプリンターの追加という、ユーザーの需要を見据えてのものだが、DLNAが目指している世界は単なるデバイスの追加にとどまらないものだ。

従来は、パソコンに保存した音楽や、ハードディスクレコーダーで録画したテレビ

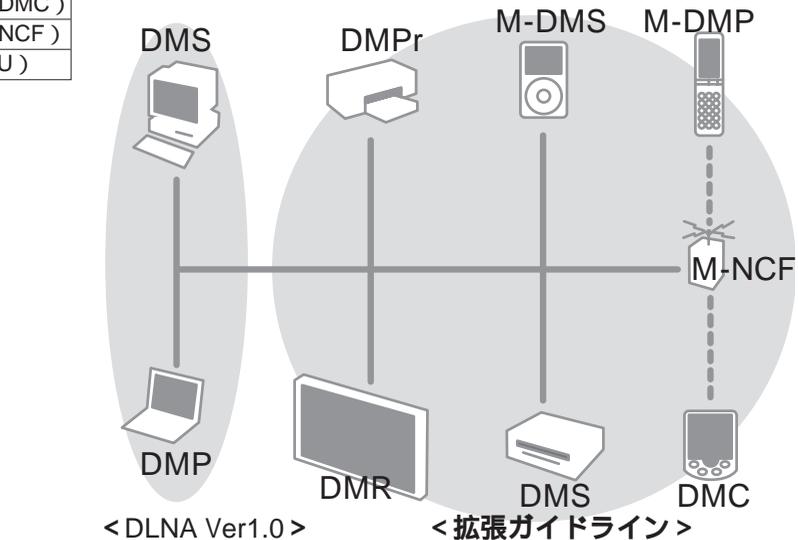


図1 DLNA設計ガイドラインVer1.0と拡張ガイドライン

番組という風に、コンテンツはそれぞれの機器の中に閉じ込められていた。そしてそれを楽しむためには、どこに保存した、どんな種類のファイルを、どうやって再生するか、ということ意識しなければならなかった。

DLNAが目指すところは、そういったユーザーの手間を廃して、一度ユーザーの手の中に入ったコンテンツは、保存場所やメディアフォーマットといった点に煩わされることなく、手軽に楽しめるようにすることにある。

ホームネットワーク内にあるコンテンツを自動的にリスト化し、自分がそのとき使っているデバイスにあわせて自動的にフォーマットを変換したり、モバイル機器ならばダウンロードしたり、その時々ユーザーのコンテキストによって再生環境をダイナミックにコントロールする。そんな有機的で便利な環境の実現が、DLNAの最終

的な目的地なのだ。

DLNAが目指す理想への障壁はまだ多い。課題の1つは、著作権保護が施された商用コンテンツの取り扱いだ。現在のDLNAの仕様では、DRMで保護されたコンテンツを再生できない。これを解消するために、DLNAではそれぞれの機器の間の通信を暗号化するリンクプロテクションの仕様を策定している最中だ。2006年内に公開される予定だが、これによって複数あるDRMをDLNAの中では意識せずに利用できるようになる予定だ。

DRMの問題が解決すれば、DLNAで共有できるコンテンツがさらに拡大することは間違いなく、さらにユーザー体験が高まるだろう。そこから新たなサービスや製品の可能性も生まれてくる。規格やデバイスを意識せずに、自由にコンテンツを楽しめる時代が着実に近づいている。

インターネット上の有害情報から青少年を守る 「フィルタリング」の普及啓発アクションプラン概要

財団法人インターネット協会 大久保貴世

家庭におけるインターネットの普及とともに、青少年がインターネットを利用する機会が増えているが、インターネット上には青少年の成長にとって有害とされる情報も存在し、最近ではこれら有害情報に起因した重大事件が多く発生しており、青少年が被害者・加害者となるケースも少なくない。

「フィルタリング」の普及啓発

このような状況を受け、政府のIT安心会議（インターネット上の違法・有害情報等に関する関係省庁連絡会議）では、昨年6月30日に「インターネット上における違法・有害情報対策について」をとりまとめ、推進しているところである。また、東京都をはじめとする各都道府県の青少年健全育成条例においても、インターネット上の有害情報への対策に関する条項を設けるところが増えている。

そして、インターネット上の有害情報から青少年を守る有効な対策の1つが、「インターネット上における違法・有害情報対策について」にも挙げられている「フィルタリング」である。しかしながら、現状では、家庭における「フィルタリング」の認知率・利用率はそれぞれ4割・1割程度となっている。

この度、インターネット接続における「フィルタリング」の普及啓発を行うためのアクションプランを6団体⁽¹⁾が策定した⁽²⁾。6団体では、家庭でのフィルタリ

ングの認知率・利用率向上を目標とする自発的な取り組みをアクションプランとしてまとめたところである。アクションプランは、活動の概要を記した総論と各団体の具体的な取り組み内容を記した各編から構成され、今後この内容に沿った活動を積極的に推進していく。

アクションプラン概要

1. フィルタリングの普及啓発

各団体、または各団体所属の各事業者は、単独または連携して、フィルタリングに関する冊子・ガイドブックの作成、教育・広報・広告の実施など下記のような活動を利用者に対して行うことにより、フィルタリングの認知度や利用度向上に努める。

1.1 冊子・ガイドブックなどの作成

各団体、または各団体所属の各事業者は、単独または連携して、フィルタリングについての情報を正しく伝達するための冊子や利用に関するガイドブックなどを作成し、インターネットや紙媒体にて配布を行うことに努める。

1.2 教育・セミナー・講演など

各団体、または各団体所属の各事業者は、単独または連携して、利用者に対し、フィルタリングの概要や必要性、使い方などに関する講習会、セミナー、シンジウムなどを開催することに努める。

1.3 広報・広告

各団体、または各団体所属の各事業者は、単独または連携して、インターネットや新聞・雑誌などのマスメディアなどによるフィルタリングの概要や必要性などに関する広報活動や取材対応などを実施し、フィルタリングの周知に努める。

2. フィルタリング製品の利用促進

2.1 フィルタリング製品の提供

各団体は、家庭向けフィルタリング製品を各業界の事業形態に応じて、できるだけ多くの事業者が提供することに努める。自社での提供が難しい場合には、他事業者のフィルタリング製品の活用や紹介など、利用者が利用可能なフィルタリング製品に関する情報を提供することに努める。

2.2 フィルタリング製品の改善

各団体、または各団体所属の各事業者は、単独または連携して、提供するフィルタリング製品について、利用者のニーズを調査しながら、利用者の利便性・使いやすさの向上のため、フィルタリング製品の改善に努める。

2.3 フィルタリング製品の案内・推奨

各団体所属の各事業者は、ホームページ、メールマガジン、パンフレット、ガイドブックなどにおいて、自社のフィルタリング製品の案内、あるいは他事業者のフィルタリング製品の紹介などを継続的に行うことにより、フィルタリングの存在を利用者に認知させるとともに利用を推奨する。また、店頭販売においては、フィルタリ

グ製品について利用料金や利用方法などに関する案内を行い、利用の推奨に努める。

3. 国や地方公共団体との連携

各団体、または各団体所属の各事業者は、国や地方公共団体が行うフィルタリング普及啓発活動と連携し、フィルタリングの普及に関する活動提言を行うとともに、国や地方公共団体が実施する会議やセミナー、講演会への参加など、国や地方公共団体からの委託や依頼内容への対応を行うことに努める。

(1)

- 社団法人電気通信事業者協会
- 社団法人テレコムサービス協会
- 社団法人日本インターネットプロバイダー協会
- 社団法人日本ケーブルテレビ連盟
- 社団法人電子情報技術産業協会
- 財団法人インターネット協会

(2) 2006年3月17日報道発表

<http://www.iajapan.org/rating/press/20060317-press.html>

ニフティ	方法	PCにソフトウェアをインストールし、アクセスの際にフィルタリング会社のリストを照会するようにする
	ソフトウェア	i-フィルター（デジタルアーツ）
	概要 料金	カテゴリ、フィルタリングレベル、利用時間帯制限、閲覧履歴 月額210円
NEC（Biglobe）	方法	PCにソフトウェアをインストールし、アクセスの際にフィルタリング会社のリストを照会するようにする
	ソフトウェア	i-フィルター（デジタルアーツ）
	概要 料金	カテゴリ、フィルタリングレベル、利用時間帯制限、閲覧履歴 月額210円
NTTコミュニケーションズ（OCN）	方法	PCにソフトウェアをインストールし、アクセスの際にフィルタリング会社のリストを照会するようにする
	ソフトウェア	独自ブランド（エンジンはネットスター）
	概要 料金	カテゴリ、フィルタリングレベル、利用時間帯制限、閲覧履歴 月額210円
KDDI（DION）	方法	Webブラウザのプロキシの設定を変更し、特定のプロキシを経由する
	ソフトウェア	i-フィルター（デジタルアーツ）
	概要 料金	カテゴリなどは固定 無料（申し込みも不要）
日本テレコム（ODN）	方法	Webブラウザのプロキシの設定を変更し、特定のプロキシを経由する
	ソフトウェア	InterSafe（アルプスシステムインテグレーション）
	概要 料金	カテゴリなどは固定 月額315円
ぶららネットワークス（Plala）	方法	ネットワーク側で特定のアクセスを遮断する 一部の接続プランの利用者に対し、デフォルトで実施
	ソフトウェア	不明
	概要 料金	カテゴリ等は固定 無料

表1 フィルタリングの普及啓発アクションプラン（ISP）より

『主なISP事業者のフィルタリングサービスの実施状況』（2005年12月調査）

フィルタリングの普及啓発アクションプラン構成

アクションプラン総論

フィルタリング普及啓発のための活動テーマ（フィルタリングの提供とフィルタリングの普及啓発）を総論的に記述する。

各論

アクションプラン総論で挙げた活動テーマについて、各業界ごとの具体的な取り組み内容を記述する。

- ISP
- 携帯電話・PHS事業者
- パソコン
- フィルタリングソフトメーカー

図1 アクションプラン一覧

フィルタリングの方法

- パソコンでフィルタリング
- プロバイダーでフィルタリング
- 携帯電話でフィルタリング
- サーバーでフィルタリング
- 子ども向けの検索エンジン

アクションプラン総論で挙げた活動テーマについて、各業界ごとの具体的な取り組み内容を記述する。

図2 フィルタリングの方法（セミナー資料より）