

フィルタリングの普及啓発アクションプラン（携帯電話・PHS事業者）

2006年3月17日

社団法人電気通信事業者協会

1. モバイルインターネットの現状

携帯電話・PHSの契約者数は9000万を超え、今や日常生活に欠かせない通信インフラとなっており、未成年者への普及も急速に進んでいるものと考えられる。2005年3月にモバイル社会研究所が実施したアンケート調査においては、小学生で24.1%、中学生で66.7%、高校生では96%が携帯電話・PHSを保有しているという調査結果が出ている。

携帯電話・PHSは、いつでもどこでも通信が行えるパーソナルなコミュニケーションツールとして利便性が高く、保護者にとっては、子供に携帯電話・PHSを持たせることで、緊急時に連絡をしたり連絡を受けたり、どこにいても連絡が取れるという安心感が得られる。

しかしながらその一方で、パーソナルなコミュニケーションツールであるが故に、親の目の届かないところで、インターネット上の有害情報サイトにアクセスできてしまうという危険性も持ち合わせている。携帯電話・PHSには通話機能のほかに様々な機能が付加されており、最近の端末の大半はインターネットへのアクセスが可能となっている（携帯電話の87%がインターネット接続可能端末）。従って、子供たちが携帯電話・PHSを利用することで、インターネット上の有害情報に接触する機会が増える危険性もはらんでいる。中でも、出会い系サイトを利用して青少年がトラブルに巻き込まれるケースが発生しており、04年に起こった出会い系サイトに関連した事件の96%が携帯電話・PHSからのアクセスであり、被害者の84%が18歳未満の児童だったという報告もある。

従って、幅広い年齢層に浸透している携帯電話・PHSについては、ユニバーサルなコミュニケーションツールとして、利便性や可能性の拡大を追求していく一方で、青少年に対する悪影響にも十分配慮していくことが求められている。

2. 事業者における取組み状況

携帯電話・PHS事業者は、青少年がモバイルインターネット上の有害情報サイトにアクセスすることを防ぐため、これまでも以下のとおり様々な取組みを行ってきた。

- (1) 携帯電話・PHS事業者は、事業者の提供するインターネットサービスのポータル（メニューページ）からアクセスできるサイト（公式サイト）を設けて、ユーザーが安心してインターネットを楽しめるよう環境整備を図っている。公式サイトは、サイト開設に係る特定の契約を事業者と締結したコンテンツプロバイダーのみが提供し、事業者が独自に定めた掲載基準を満たしたサイトであ

って、その後も継続的に事業者が内容を確認しているため、いわゆる有害情報サイトは基本的に排除されている。

- (2) 公式サイト以外のサイト（一般サイト）は、携帯インターネット上に誰でも自由に開設できるため、そのすべてを事業者が把握するのは不可能であり、有害情報サイトも存在する。そうした有害サイトへのアクセスをブロックするために、事業者は以下のとおり各種のフィルタリングサービスを提供している。
 - ・ 公式サイトにのみアクセスを許容するサービス。
 - ・ 一部の公式サイトにのみアクセスを許容するサービス。
 - ・ 一般サイトのうち特定のカテゴリのサイトへのアクセスを制限するサービス。
 - ・ 夜間から早朝までの間、すべての公式サイトおよび一般サイトへのアクセスを制限するサービス。
 - ・ 特定のカテゴリのサイトの URL が記載された E メールを受信拒否するサービス。
- (3) フィルタリングサービスの利用に当たって、保護者が簡便に申し込めるようオンラインの申し込みを受付けている事業者もある。その一方で、未成年者によるフィルタリングサービスの解除・変更については、原則として所定の解除・変更届けを携帯ショップにおいて提出しなくてはならないなど、親の申し込んだ契約を子供が勝手に解除することを防ぐ措置を講じている（郵送で解除・変更届けを受付けている事業者もある）。
- (4) フィルタリングサービスを提供している各事業者は、事業者自らがサービスを提供していることから、パンフレット、ホームページ等の自社媒体やショップにおける案内、新聞等のマス広告を通じてユーザー周知に努めると共に、保護者・小中学生・高校生向けセミナーなどを開催して対象ユーザーへの啓蒙に力を入れている。
- (5) また、携帯電話・PHS 事業者は、インターネット利用等で多額の通信料が発生しないように、月々の通信利用額の上限を設定するサービス、一定額を超えるとメールで通知するサービスを提供している。

3. 今後に向けたアクションプラン

モバイルインターネット上の有害情報サイトに青少年がアクセスするのを防止するためには、PC インターネットと同様にフィルタリングサービスが効果的である。しかしながら、総務省が 04 年 2 月に実施したアンケート調査（男女 1 千名を対象にした郵送調査）によれば、携帯電話のフィルタリングサービスを認知している割合は 37.7%に過ぎず、認知度はまだ低い状況にある。

こうした状況において、以下の施策を推進することによって、携帯電話・PHS におけるフィルタリングサービスの認知度の向上を目指していくことを目標とする。また合せて、フィルタリングサービスをまだ提供していない事業者においては、出来る限り早期にサービスを開始するように努め、06 年度末までに全事業者がフィ

フィルタリングサービスを提供するものとする。

(1) 周知・告知活動の一層の推進

事業者が作成・配布する総合カタログや利用ガイド、携帯電話・PHS 利用時のマナーや注意事項等を紹介した専用冊子、請求書同封冊子やホームページなどの自社媒体を活用すると共に、ショップ店頭における新規申込み受け付け時に案内するなど、直接ユーザーに届くよう周知活動を一層推進する。また、新聞・雑誌広告やラジオ CM などのマス媒体も活用して幅広いユーザー周知にも可能な限り努める。

(2) 事業者共同キャンペーンの実施

訴求効果の一層の向上を目指して、各事業者単体の普及啓発活動に加えて、携帯電話・PHS 業界として PR していくこととする。例えば、入学シーズンなど、就学生層のユーザーが端末を新規に購入したり機種変更するタイミングを狙って、全事業者がキャンペーンを実施することなどが考えられる。業界として共同キャンペーンを展開することにより、すべての携帯電話・PHS 保有者が対象となるため、普及啓発イベントの開催などにおける自治体、行政の協力が得やすくなるものとする。

(3) 自治体や行政との連携によるセミナー等での啓発

自治体や行政との連携を強め、自治体等が主催するセミナーやイベントにおいて青少年の保護者に対する啓発活動を展開する。総務省等の推進する e-ネットキャラバンなどの場も積極的に活用していく。また合せて、小中学校や高校に出張して携帯電話・PHS の正しい使い方を教える安全教室を開催するなど、子供たちにも直接指導を行っていく。

(4) ユーザーニーズに応じたフィルタリングサービスの改善

フィルタリングサービスに対する認知度の向上を図ると共に、ユーザーのニーズに応じたサービスを導入し、サービスの選択肢を広げていくように努める。例えば、一般サイトにおいても有用なサイトにはアクセスできるようなサービスを提供するなど、ユーザーの利便性を阻害することのないように努める。フィルタリングサービスの改善に当たっては、総務省が中心となって推進する「モバイルフィルタリング技術研究会」における技術的な成果等も踏まえて検討を進めていく。

以 上