

スマートフォンの代表的な利用における課題

～(3)スマートフォンのアプリ利用における新たな課題への対応～

平成25年1月22日
事務局

1 ソーシャルメディア等全般

- ① スマートフォンは様々な事業者が関わっており、利用者が必要なサポートを受けられにくい。利用者側が困ったときにサポートできるようなエージェント機能が必要ではないか。
- ② アプリの利用規約を利用者に分かりやすくすべきではないか。
- ③ サービス提供事業者のモラル向上策も強化すべく、モラル向上ポリシーを作成すべきではないか。多くのアプリ事業者が消費者保護や青少年保護等の知識の習得に向けた啓発が必要ではないか。
- ④ スマートフォンを安心・安全に使用方法の周知啓発活動を強化すべきではないか。プライバシーに配慮し、年齢・性別等に応じた対策(フィルタリング等を含む)が必要ではないか。

2 コミュニケーションサービス等の青少年利用に関する課題

- ① 出会い目的での悪用を防止するために対策を強化すべきではないか。
- ② コミュニケーションアプリのプラットフォーム化により、個人の様々な情報と連絡手段の結びつきが強くなっているが、それによる課題は生じていないか。
- ③ アプリ等の様々なサービスが提供されることにより、リテラシーの多様化が進むのではないか。

3 従来のネット利用の課題のスマートフォン環境下における対応

- ① 特に青少年において、スマートフォンへの依存傾向(アプリ、ゲーム、メール等)が問題となっていないか。PCの前に座り続ける弊害は減少しているかもしれないが、逆に「ながら歩き」事故が多発しているのではないか。
- ② 情報の伝搬力を飛躍的に高めるツールであり、利用者の行動が集団で同期化したり、知り合い同士の利用者では善意のデマも生じてしまう。炎上リスクも高まっているのではないか。

(参考資料)

- 「ソーシャルメディア」は、「インターネットアクセス」「情報発信」「情報交換」「拡張性ある技術・サービス」等を共通の要素として、様々に定義されている。

【聖心女子大学】(聖心女子大学におけるソーシャルメディア扱いのガイドライン)

ソーシャルメディアとは、インターネットにアクセス可能で、情報交換が可能なあらゆる情報手段のことを指します。具体的には、Web ページ、その応用としてのブログ、プロフ、Wiki など。SNSに利用できるmixi、Facebook など。Twitter とその連携ソフト、情報投稿サイトであるYouTube、ニコニコ動画 など、を総称します。

【追手門学院大学】(追手門学院 ソーシャルメディアガイドライン)

インターネットにおいてウェブ技術を利用して、個人の発信をもとに不特定多数のユーザーがコミュニケーションを行うことが可能なメディア(twitter、facebook、mixi、blog など)をいいます。

【千葉市】(千葉市職員のソーシャルネットメディアの利用に関するガイドライン)

ブログ、ツイッター、電子掲示板、ホームページ等に代表される、インターネットを利用してユーザーが情報を発信し、あるいは相互に情報をやりとりする情報の伝達手段をいいます。

【米国ハンプトン市】(ハンプトン市ソーシャルメディアポリシー)

Social media is content created by individuals using accessible and scalable technologies through the Internet. Examples of social media include Facebook, blogs, MySpace, RSS, UTube, Second Life, Twitter, LinkedIn, Delicious, Flickr, etc.

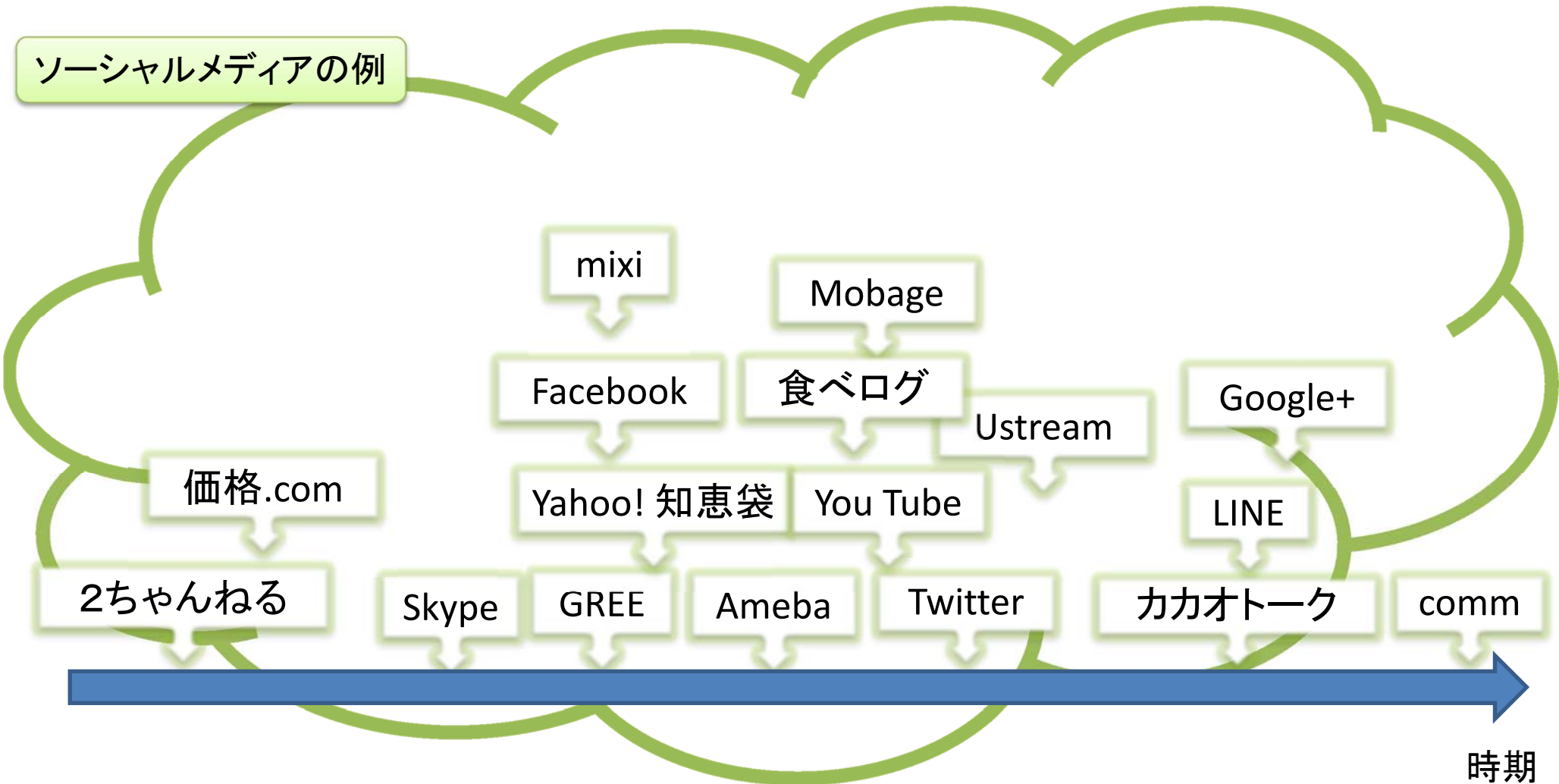
(仮訳)ソーシャルメディアとは、インターネットを通じた身近で拡張性のある技術を利用して、個人により育成されたコンテンツ。主な例は、フェイスブック(Facebook)、ブログ、マイスペース(MySpace)、RSS、ユーチューブ(YouTube)、セカンドライフ(SecondLife)、ツイッター(Twitter)、リンクトイン(LinkedIn)、デリーシャス(Delicious)、フリッカー(Flickr)など。

【総務省】(平成24年情報通信に関する現状報告)

ブログ、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)、動画共有サイトなど、利用者が情報を発信し、形成していくメディア。利用者同士のつながりを促進する様々な仕掛けが用意されており、互いの関係を視覚的に把握できるのが特徴。

様々なソーシャルメディアのサービス

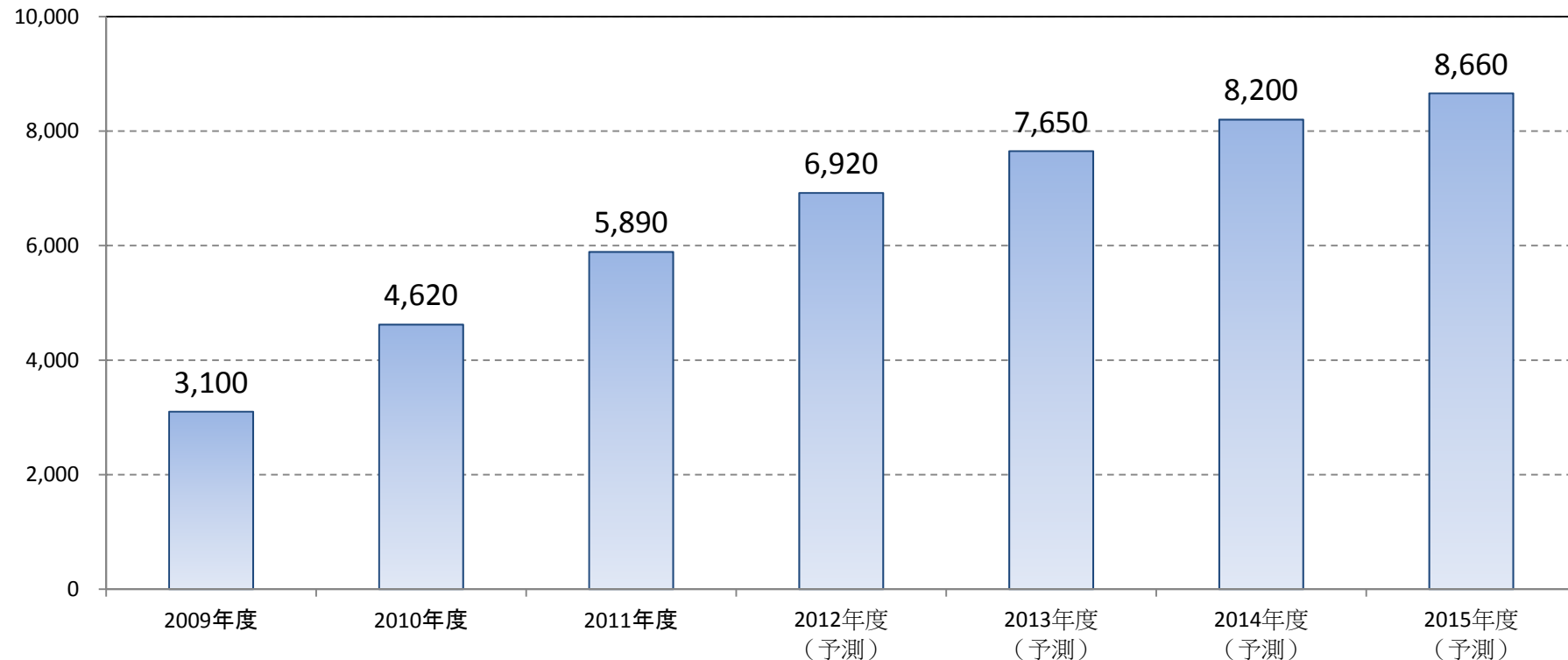
○ 「ソーシャルメディア」では、利用者が情報を発信し、形成していくことにより、利用者同士のつながりを促進する様々な仕掛けが用意されており、互いも関係を視覚的に把握できるのが特徴。ブログ、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、動画共有サイト等多岐にわたる。



ソーシャルメディアの市場規模

○ 2011年度のソーシャルメディア(マーケティングサービス)の市場規模は59億円に拡大。ソーシャルメディアリスニングからソーシャルメディアコミュニケーションへ進化し、今後も引き続き市場は堅調に成長。2015年度には87億円に達するとの予測。

(百万円)



注1: 事業者売上高ベース

注2: (予測)は予測値

注3: ソーシャルメディアマーケティング支援とは、ソーシャルメディアにおける分析ツールの提供、ポリシー策定や効果測定・分析、戦略立案などのコンサルティング、専用ページや専用アプリの構築支援・運営代行などのサービスをさす。

(出典)ソーシャルメディアマーケティング支援市場に関する調査結果2012(株式会社矢野経済研究所)

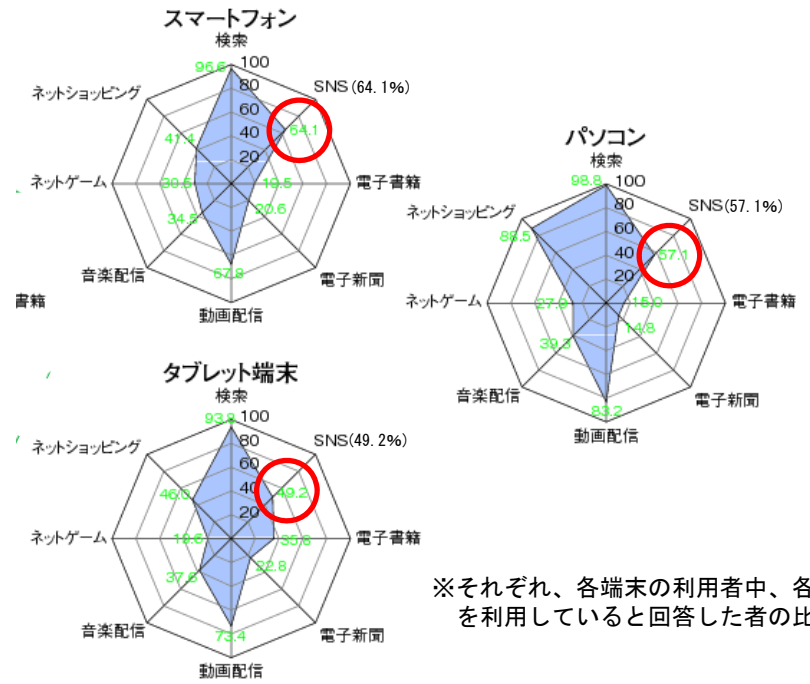
ソーシャルメディアに関する利用動向①

- 平成23年度総務省通信利用動向調査によると、ソーシャルメディアサービスの利用目的として、「知りたいことについて情報を探す」、「従来からの知人とのコミュニケーション」を挙げる利用者が多い。
- スマートフォンの普及が拡大する中、スマートフォンへの移行に伴うSNSの利用率は大幅に拡大。また、スマートフォンにおけるSNSの利用動向を見ると、タブレット端末やPCにおける利用率を上回る状況。

①スマートフォン移行前後における利用率の変化

	利用率	
	スマートフォン移行前	スマートフォン移行後
SNS	37.9%	62.6% (↑24.7%)
オンラインゲーム	21.7%	30.7% (↑9.0%)
動画配信サービス	20.8%	66.3% (↑45.5%)

②サービス別利用動向の端末別比較



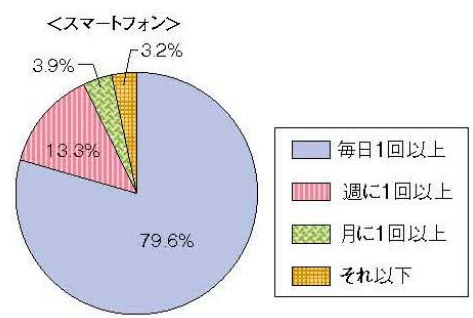
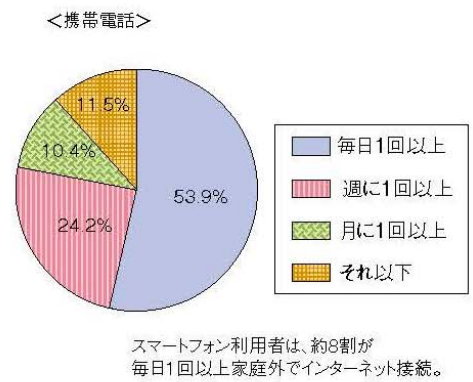
※それぞれ、各端末の利用者中、各サービスを利用して回答した者の比率 (%)

(出典)平成24年情報通信に関する現状報告(総務省)

ソーシャルメディアに関する利用動向②

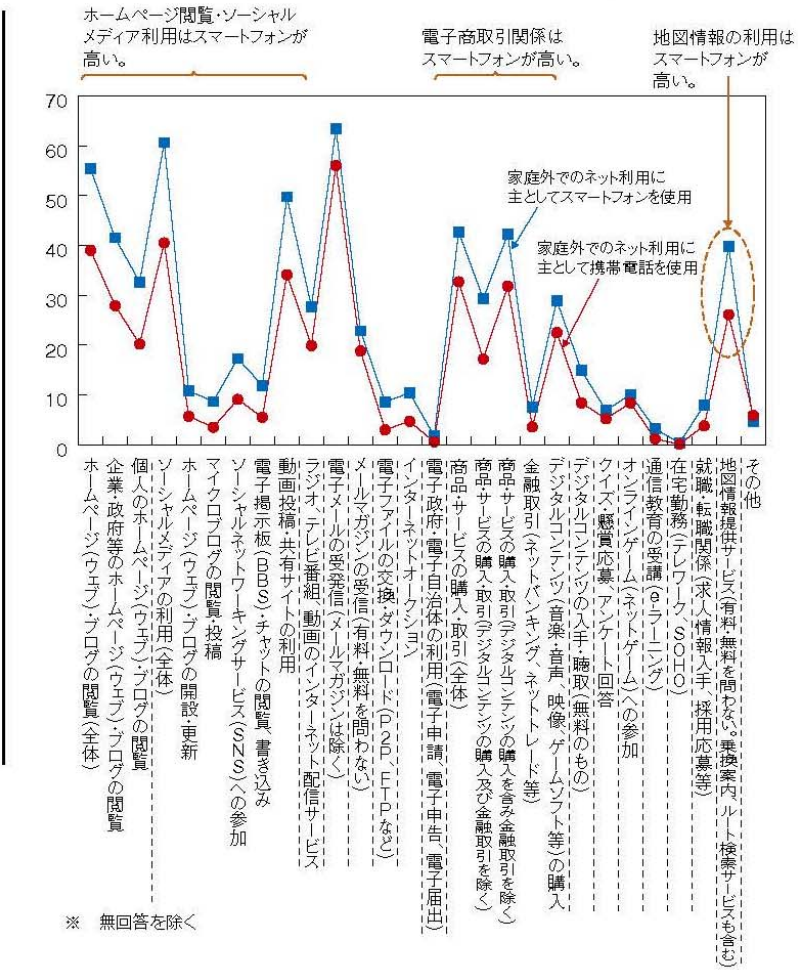
- 家庭外でのインターネット利用について、従来型携帯電話に比べ、スマートフォン利用では約8割が毎日利用しており、スマートフォンの普及に伴い、インターネットの利用が拡大。
- 目的別の利用状況では、全般的にスマートフォン利用が従来型携帯電話利用を上回り、特にホームページ閲覧、ソーシャルメディア利用、電子商取引、地図情報の利用について顕著に違いがでている。

家庭外でのインターネット利用頻度



※ 家庭外のインターネット接続について、主としてスマートフォンないし携帯電話を使用する個人の利用状況の比率を示す(無回答を除く)。

家庭外での目的別利用率



ソーシャルメディア 就活生の3人に1人が活用

産経新聞(平成24年12月6日)(抄)

来春の入社に向けて就職活動を行った大学生・大学院生の3人に1人が、ソーシャルメディアを活用していたことが民間調査で明らかとなった。

調査対象者全体の内定率(調査時)は63・7%。ソーシャルメディア活用者は67・1%、非活用者は57・6%と約10ポイントの差があった。同社は「企業の情報をより早く、深く知ることによって就活を有利に進めているのでは」と分析。同時に「さまざまな情報の中から、自身の責任で選び出す必要がある」としている。

交流サイトでキャリア教育

朝日新聞(平成24年11月11日)(抄)

交流サイトのフェイスブック(FB)を活用し、さまざまな職種の社会人の職業観や人生経験を直接聞くキャリア教育の授業が、埼玉県内の中学校で始まっている。「具体的なアドバイスが得られるので参考になる」とデジタル世代の中学生に評判だ。

陸前高田市、フェイスブック活用

日本経済新聞(平成24年11月26日)(抄)

東日本大震災の津波で大きな被害が出た岩手県陸前高田市が、インターネット交流サイトのフェイスブックを被災者支援や震災の風化防止に活用し、成果を上げている。職員に「業務」と位置付け、書き込みの内容判断も任せる思い切った取り組みで、他の被災自治体も関心を寄せている。

ソーシャルメディアを巡る最近の報道事例②

フェイスブックで誤招待 少女誕生日会に4000人殺到

読売新聞(平成24年9月23日)(抄)

オランダのメディアによると、同国北部ハーレンで21日夜、16歳の少女の誕生日会が開かれることを知った約4000人が、少女の自宅周辺に殺到、一部が暴徒化し逮捕者まで出た。少女が、会員制交流サイト・フェイスブックに掲載した招待状を誤って、一般公開にしたのが騒動のきっかけ。友人だけに送ったつもりだったが、約3万人が招待状を見ることになったという。

SNSと職場悩む線引き 上司から「友達」申請

日本経済新聞(平成24年9月14日)(抄)

ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の利用で、職場の同僚との付き合い方に悩むケースが最近、目立っている。上司から私的な日記を読むことができる「友達」としての登録を求められたり、投稿内容の閲覧などでストレスを感じる利用者も。SNS利用を巡る職場とプライベートの線引きは難しく、関係者は「私的な利用をしている同僚には一定の距離を置くことが必要」と呼びかける。

フェイスブックに「迷惑メール」

日本経済新聞(平成24年7月7日)(抄)

交流サイト(SNS)フェイスブックで「迷惑メール」が広がっている。友人からのメッセージに答えると、自分の意思とは無関係に複数の友人に同じメッセージを送ったり、個人の登録情報を抜き取られたりする。利用者の善意に任せるといふフェイスブックの運営方針を悪用したアプリが原因で、開発者団体などが注意を呼びかけている。

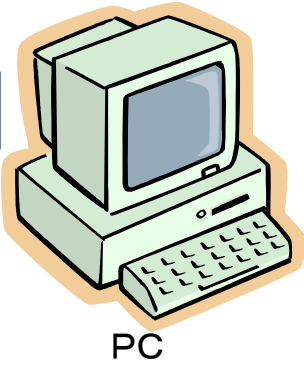
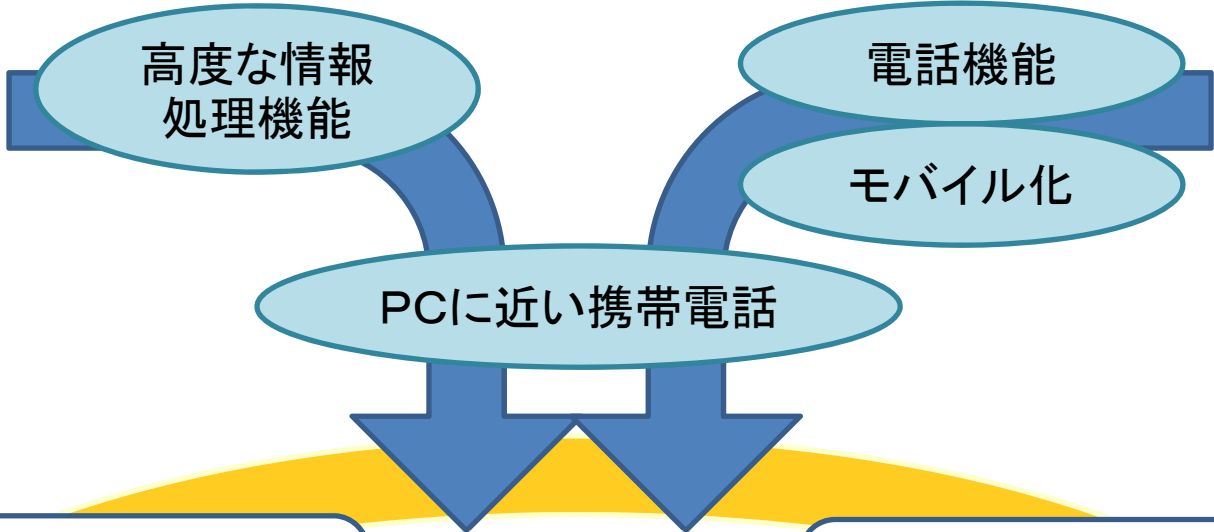
スマートフォンの特性

スマートフォンは、インターネットの利用を前提とした高機能携帯電話。アプリケーションを自由にダウンロードして利用する場面が多く、様々な側面において従来の携帯電話と異なる特性を有する。

※「スマートフォン」について、統一した定義はない



従来の携帯電話



PC



スマートフォン

アプリをインストールして
様々なサービスの利用や
自分好みの機能カスタマイズが可能

直感的なタッチパネル操作で
PC向けウェブサイト
大画面で閲覧可能

携帯電話網だけでなく
無線LANやWiMAX等を通じて
インターネットに接続可能

携帯事業者のみならず
プラットフォーム事業者、アプリケー
ション開発者等が相互に連携した
多様なアプリ・サービスを展開

スマートフォンによるモバイル利用形態の変化

- スマートフォンの登場により、従来の携帯電話と比較しモバイルの活用範囲が飛躍的に拡大。
- ユーザーのネット接続時間も長くなる傾向にあり、情報接触や日々の購買行動等、ユーザーのライフスタイルも大きく変化していく可能性がある。



青少年のインターネットリテラシーの現状①

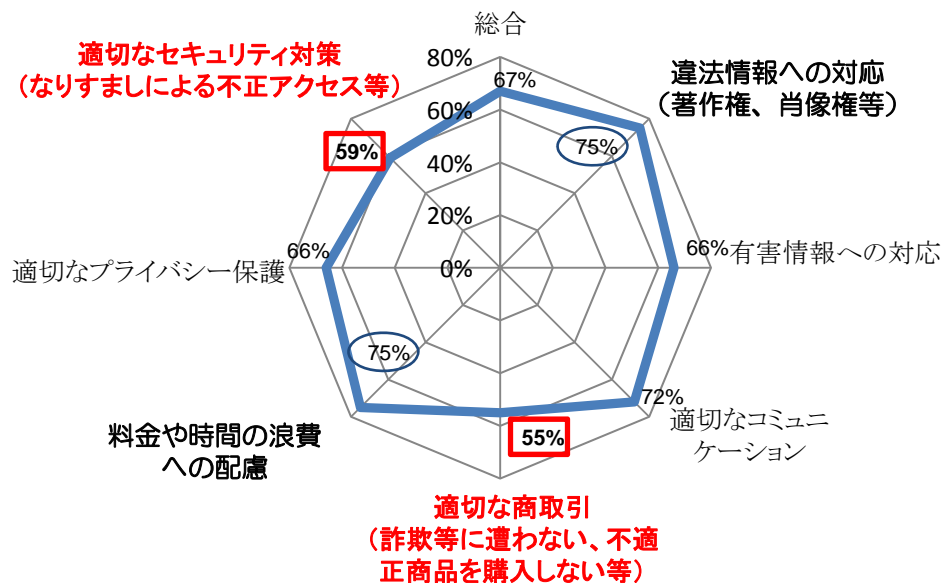
○ 総務省では、青少年がインターネットを安心・安全に利用できるべく、インターネット上の危険・脅威に対応するための能力とその現状を可視化するため、これらの能力を数値化するテスト(「青少年がインターネットを安全に安心して活用するためのリテラシー指標(ILAS※:アイラス)」)を開発。 ※Internet Literacy Assessment indicator for Students

【テストの実施】 時期:平成24年6月～7月 対象:全国23の公立・私立の高等学校等(高校1年生相当 約2,500名)



【テストの結果】

(1) インターネット上の危険・脅威への対応に必要な能力
(有識者検討会で以下の項目に整理。OECDのリスク分類を参照し作成)

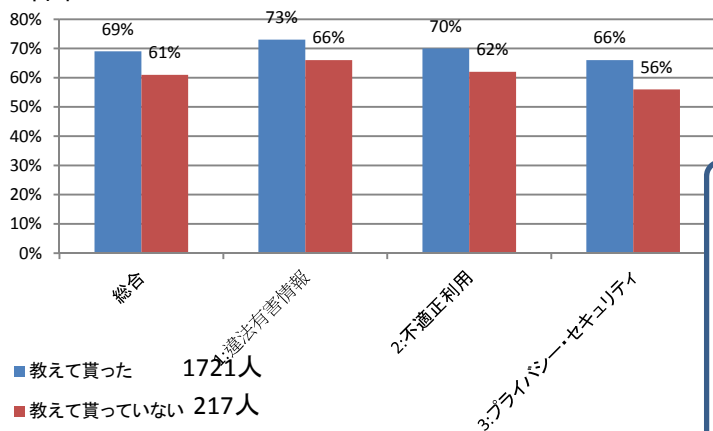


(2) テストによる主なクロス集計結果

- ① 都市部のリテラシーが相対的に高い(市(30万超) 73% > 市(30万未満) 59%)
→ 地域における周知啓発が重要
- ② インターネット上の危険について学習経験がある青少年のリテラシーが高い(経験あり 69% > 経験無し 61%)
→ 引き続きリスクに関する学習機会の提供が重要
- ③ PCをよく利用する青少年のリテラシーが高い(PC 72% > スマホ 67%)
→ PC同様、プライバシー・セキュリティ等の意識向上が重要
- ④ トラブルに遭遇した経験のある青少年のリテラシーが高い(経験あり 71% > 経験無し 65%)
→ インターネットを利用しながらリテラシーの向上が重要
- ⑤ 家庭で話合いをしている青少年のリテラシーが(やや)高い(話合いあり 70% > 話合い無し 68%)
→ 家庭で話合いを勧めるとともに、保護者への啓発が重要

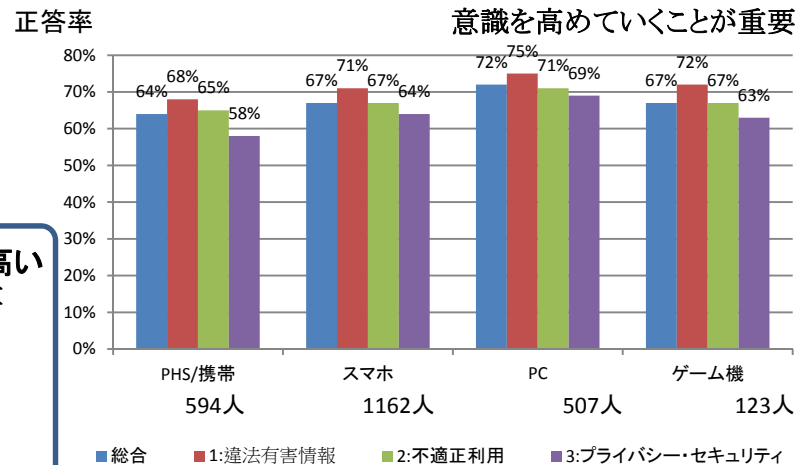
② インターネット上の危険について学習経験がある青少年のリテラシーが高い

→今後もインターネット上の危険に関する学習の機会を提供することが重要
正答率



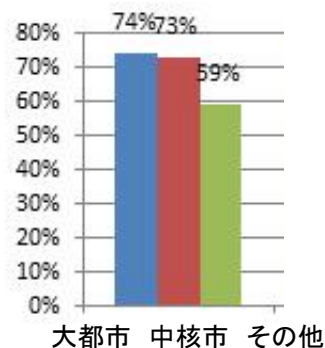
③ PCをよく利用する青少年のリテラシーが高い

→PC利用者のようにプライバシー・セキュリティ等の意識を高めていくことが重要
正答率



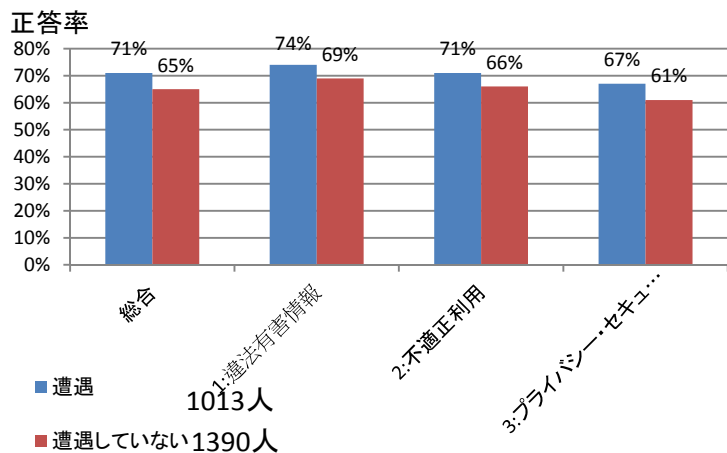
① 都市部のリテラシーが相対的に高い

→ 地域における周知啓発が重要



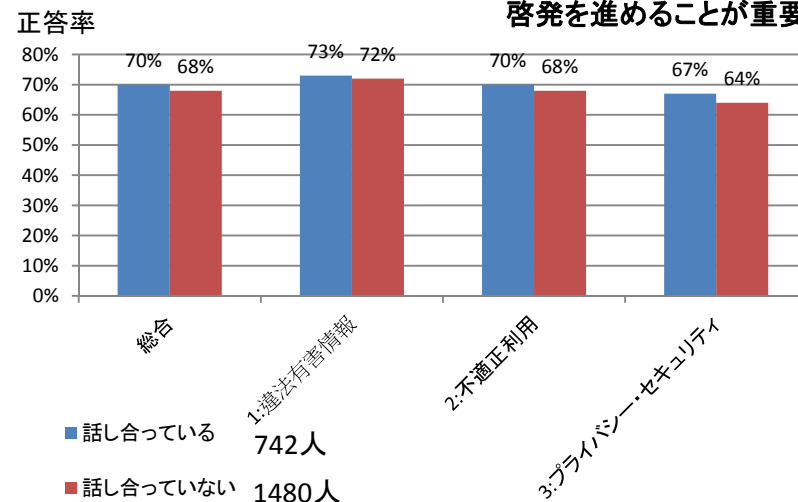
④ トラブルに遭遇した経験のある青少年のリテラシーが高い

→インターネットを利用させながらリテラシーを高めることが重要
正答率



⑤ 家庭で話し合いをしている青少年のリテラシーが(やや)高い

→家庭での話し合いを勧めると共に、保護者への啓発を進めることが重要
正答率



スマートフォンにおけるフィルタリングの課題

- ① 無線LAN接続においてフィルタリングがかからない場合があること
- ② アプリを利用する際に、カテゴリ分類によるフィルタリングを利用できない場合があること

【従来型携帯電話端末】 (フィーチャーフォン)



iモード、Ezweb、Yahoo!ケータイ、
PCサイトブラウザ

【スマートフォン】



Internet Explorer等の汎用ブラウザ

Androidマーケット等の**アプリケーション**

無線LAN

携帯キャリアのネットワーク
(3G等)

携帯電話
事業者網

フィルタリング
サーバー

インターネット

【フィルタリングの改善】

○KDDI(平成24年10月16日公表。11月1日提供開始)「安心アクセス for Android™」

- ・アンドロイドのスマートフォン向けに、**アプリフィルタリング機能**(アプリケーションの起動を制限)、**ウェブフィルタリング機能**(無線LAN等経由を含む不適切なWEBページへのアクセスを制限)を**段階別に提供**(小学生・中学生・高校生の3段階から選択)

○NTTドコモ(平成24年10月31日公表。平成24年度内に提供開始予定)

- ・青少年の安心・安全なコンテンツ利用に配慮したサービス、**アプリを安心して利用できるための機能**の提供(詳細未定)

○ソフトバンクモバイル(平成24年12月10日公表。平成25年2月以降提供予定)

- ・アンドロイドのスマートフォン向けに、**学齢に応じたアプリフィルタリング機能**(アプリケーションの起動を制限)・**ウェブフィルタリング機能**(すべての通信経路に一括対応)の提供

- 2009年2月27日、これまで普及啓発活動等に各々取り組んできた利用者・産業界・教育関係者等が相互に連携するため、安心ネットづくり促進協議会が設立された。（2012年3月、事務局機能を一般社団法人化）
- 設立総会で採択された活動キャッチフレーズ「1億人のネット宣言 もっとグッドネット」に基づき、これまで、全国各地での普及啓発イベントを開催してきたほか、コミュニティサイトやスマートフォンに関する課題を検討し提言を行うなど、民間主導により様々な活動を実施。

<会員> (2012年9月末現在 186会員)

- **通信事業者**
(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモ、KDDI(株)、ソフトバンクモバイル(株) 他
- **通信機器メーカー**
富士通(株)、シャープ(株)、(株)東芝、(株)日立製作所 他
- **コンテンツ企業等**
ヤフー(株)、グーグル(株)、(株)ディー・エヌ・エー、(株)ミクシィ、グリー(株)、マイクロソフト(株)、エイベックス・マーケティング(株) 他
- **一般企業**
東京海上日動火災保険(株)、東日本旅客鉄道(株)、(株)日本マクドナルド、日本コカ・コーラ(株)、(株)内田洋行、日本郵政(株) 他
- **学識経験者及び団体等**
西垣通(東京大学教授)、清水康敬(東京工業大学名誉教授)、金子郁容(慶應義塾大学教授)、中村伊知哉(慶應義塾大学教授)、坂元章(お茶の水女子大学教授)、全国高等学校PTA連合会、日本PTA全国協議会、全国高等学校長協会、三鷹市、主婦連合会、全国銀行協会、全国市長会、全国町村会、日本レコード協会、映倫、全国地方新聞社連合会、関西経済連合会 他

<組織体制等>

役員

- 会 長： 堀部 政男 (一橋大学名誉教授)
- 副会長： 曾我 邦彦 (元日本PTA連合会会長)、高橋 正夫 (全国高等学校PTA連合会顧問)
- 清原 慶子 (三鷹市長)、村井 純 (慶應義塾大学教授)
- 吉澤 和弘 (NTTドコモ取締役常務執行役員経営企画部長)

普及啓発広報委員会

- 委員 長： 中村 伊知哉 (慶應義塾大学教授)
- 副委員 長： 石戸 奈々子 (CANVAS理事長)
- 上 沼 紫野 (弁護士)
- 尾花 紀子 (ネット教育アナリスト)
- 藤川 大祐 (千葉大学教授)

普及啓発活動作業部会

調査研究委員会

- 委員 長： 森 亮二 (弁護士)
- 副委員 長： 桑子 博行 (テレサ協)
- 曾我部 真裕 (京都大学准教授)

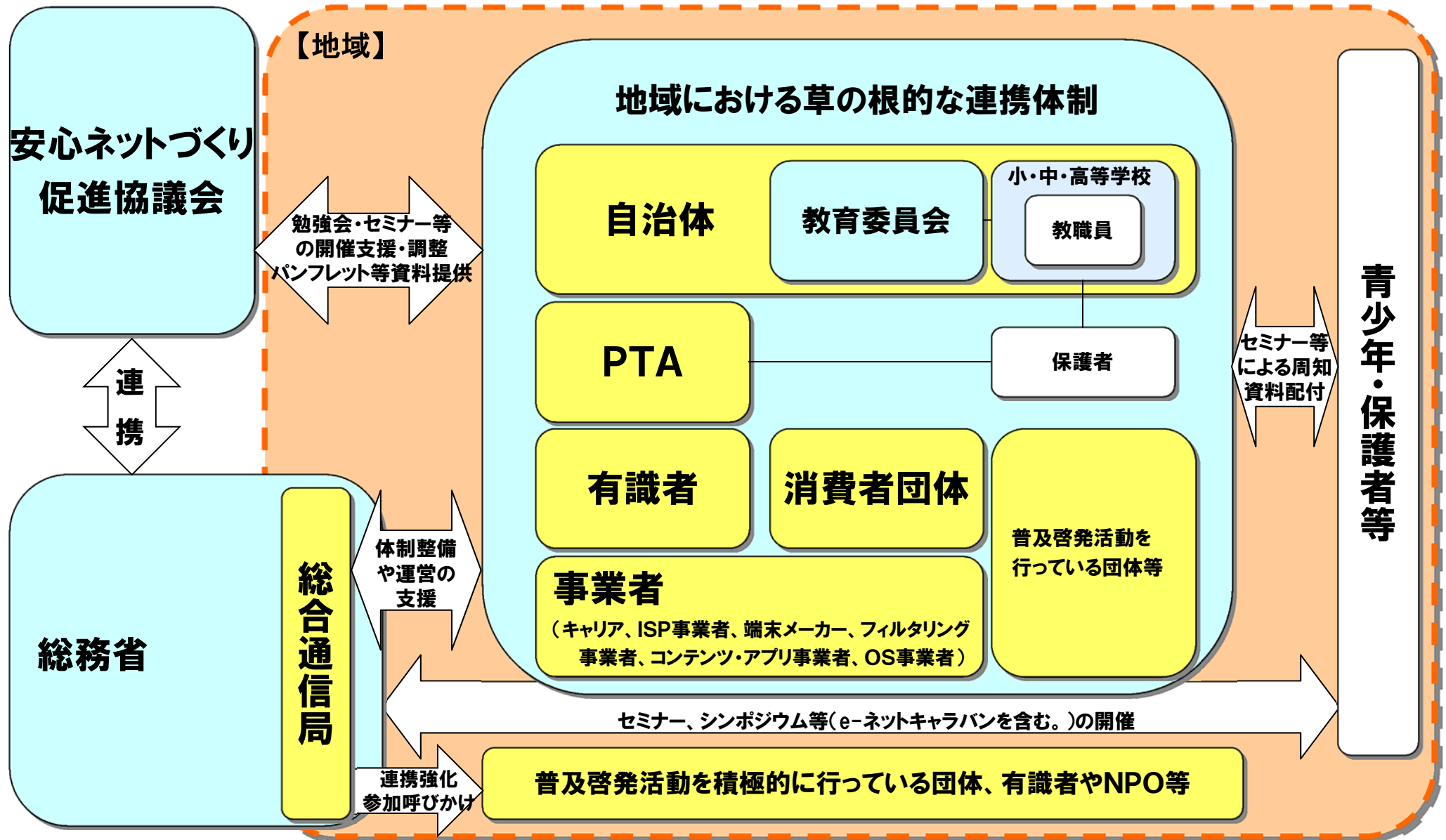
調査検証作業部会

児童ポルノ対策作業部会

コミュニティサイト検証作業部会

スマートフォン利用作業部会

ソーシャルゲーム事業適正化検証作業部会



青少年による携帯電話からのインターネット利用が進む一方、青少年のCGM※サービス利用に伴う被害も増加

※CGM(Consumer Generated Media):消費者生成メディア。代表的なものとして、mixi等に代表されるSNS

平成22年5月 本研究会第2次提言(青少年関係抜粋)

(1)「ミニメール」の内容確認

SNSサイト内でのメッセージ交換である、いわゆる「ミニメール」を監視することが、青少年保護の観点からは有効。しかし、通信の秘密を侵害するか法的関係が整理されておらず、法的関係を明確化し、実施することが望ましい。

- 「ミニメール」の内容は、通信の秘密に該当する。よって、「ミニメール」の内容を確認することは、通信の秘密を侵害する。
- しかし、利用者から有効な同意を取得することにより、実施することができる。
- サービス提供に先立ってCGM運営者が通信当事者として加わることについて利用者から明確な同意が得られている場合も、内容確認を行うことができる。

(2) 利用者の年齢認証の確実化

CGM事業者による機能制限等の前提となる利用者の年齢認証については、悪意のある成年が青少年と偽り、又は青少年が成年と偽ることにより機能制限等を免れるといった年齢認証に伴う弊害が指摘されており、年齢認証の確実化に向けた取組の強化が必要。

携帯電話事業者等が取得した年齢情報をCGM運営者が活用する方策を検討すべき。その際、個人情報保護法との関係について整理した上で、青少年保護に向けた民間による自主的取組として実施されることが望ましい。

- (1)平成23年4月 安心ネットづくり促進協議会 コミュニティサイト検証作業部会報告書
民間事業者、保護者等の関係者が取り組む現状と今後の課題について整理。
- (2)各事業者において、ミニメールの内容確認を実施。

青少年のフィルタリング利用状況等の推移

○ フィルタリングの普及やミニメール監視等の取組の結果、被害児童者数(出会い系サイト)とともに、被害児童者数(出会い系サイト以外)も低下傾向。



※フィルタリング利用者数：(社)電気通信事業者協会の報道資料をもとに総務省作成

※出会い系サイト等被害児童者数：警察庁「平成23年中の出会い系サイト等に起因する事犯の検挙状況について」(H24.2.23)

青少年インターネットWGの提言(概要)(平成23年10月)

■ 「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」(平成21年4月1日施行)

【基本理念】

- ① 青少年の適切なインターネット活用能力の習得(インターネット利用に係るリテラシー向上)
- ② 青少年の有害情報の閲覧機会の最小化(フィルタリングの機能向上・普及、関係事業者による取組み)
- ③ **民間による自主的・主体的取組**、国等による尊重・支援
(上記を踏まえ、携帯電話会社、プロバイダ、パソコンメーカー等にフィルタリングの提供義務、啓発等努力義務等あり)

■ 青少年インターネットWGの主な提言(上記法律の「3年以内見直し」に対応するため、環境変化を踏まえ検討)

検討項目	主な提言の概要
1. 5つの基本方針	① リテラシー向上と閲覧機会最小化のバランス ② 閲覧機会最小化方策は、受信者側のアプローチが基本 ③ 一義的監護・教育の役割と権利を持つ保護者を関係者が補助すべき ④ 民間主導と行政による支援 ⑤ 青少年有害情報は民間が判断すべきであり、行政は干渉してはならない の5つの基本方針を確立
2. 関係者に求められる役割等	■ 携帯電話インターネット接続役務提供事業者・契約代理店は、保護者に対して、青少年有害情報閲覧等に一定のリスクがあること等の説明が求められる。また、年齢段階に応じた適切な方式を推奨することが望ましい。 ■ 行政は、青少年のインターネットリテラシーに関する指標を、国際的に比較可能な形で整備し定期的に公表することが求められる。
3. 多様なインターネット接続可能機器(スマートフォン等)	■ スマートフォンから無線LANを通じてインターネットに接続するサービスについて 携帯電話事業者・販売代理店等は、①無線LAN接続機能の有無、②無線LAN接続時でのフィルタリング利用の可否、③無線LAN機能の制限の可否について、端末販売時に保護者等に説明することが求められると考えられる。 ■ スマートフォン上のアプリケーションソフトについて 携帯電話事業者・販売代理店は、閲覧制限機能の利用の可否及び利用できる場合はその方法について、端末販売時に保護者・利用者に説明することが求められると考えられる。 携帯電話事業者、端末製造事業者、プラットフォーム事業者は、アプリを一定の基準で選別する青少年有害情報閲覧制限機能の利用を容易にする措置を講じることが求められると考えられる。
4. 青少年保護・バイ・デザイン(青少年保護 by Design)の提唱	■ 新たな機器やサービスを提供する場合、設計段階から青少年が利用することを想定し、実効的な青少年保護措置を組み込むべきことを示す概念として「青少年保護・バイ・デザイン」を提唱する。

安心協 スマートフォン利用作業部会の概要

1 作業部会設置の目的

総務省ICT諸問題研究会・青少年WGが提唱する「青少年保護・バイ・デザイン※」を推進する観点から、今後のスマートフォン等の普及を前提に、現状について情報共有を図るとともにスマートフォンに係る課題を整理し明らかにする。

※新たなサービス提供の計画段階から、青少年の利用を前提に保護対策を組み込んでおく考え方

2 検討体制

主 査： 藤川 大祐(千葉大学教育学部教授) 副主査： (社)電気通信事業者協会、グリー株式会社、シャープ株式会社

3 検討項目

- (1) スマートフォンによるインターネット利用に係る事業者の取組みに関する現状と課題
- (2) 無線LANを通じたスマートフォンでのインターネット利用に係るフィルタリング
- (3) アプリケーションに関するフィルタリング

4 報告書の概要

<基本的な考え方>

- フィーチャーフォンとスマートフォンとの異同を踏まえつつ、関係者の連携協力によるリテラシー向上とフィルタリングの両面について対策が必要。
- 青少年保護・バイ・デザインの考え方に沿って、リテラシーの向上とフィルタリング改善とがバランスよく、迅速に進められることが必要。
- 今後新たに携帯電話サービスに関わる関係者も青少年保護・バイ・デザイン※の発想で新たなサービスを提供することを期待。

※端末やソフトウェア等を提供しようとする事業者が、あらかじめ青少年の利用を想定し、必要な策を組み込むことを求める考え方

<関係者による取組みの状況>

- スマートフォン上において、無線LAN・アプリ利用時のフィルタリング環境に関し、携帯キャリアによる無線LAN接続やアプリの制限機能(on/off、ダウンロード/起動制限)、OSレベルでのペアレンタルコントロール機能により、一定のフィルタリング環境を提供。
- ⇒フィーチャーフォンにおける対策に鑑みれば、利用者・保護者に必ずしも十分理解されているとは言えず、さらなる機能強化が早急に必要。
- ⇒利用者・保護者も、自らが学び、解決する能力を身につけるためのリテラシー向上に向けた取組みが必要。

<今後に向けて>

- スマートフォンに関する利用者への説明
- 関係事業者及び利用者・保護者の連携によるフィルタリング改善
- 利用者リテラシーの向上

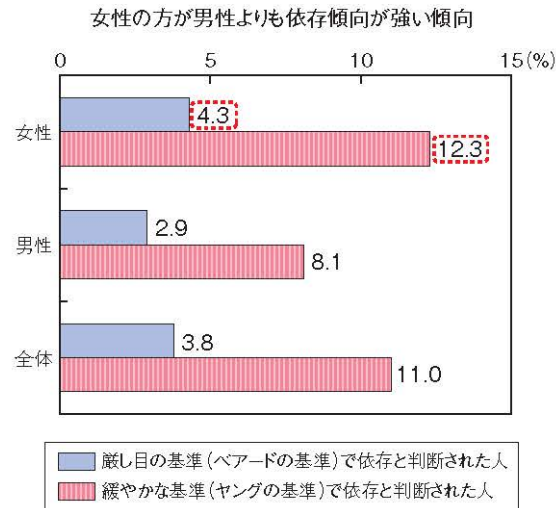
※スマートフォンにおいても利用者のリテラシー向上に向けたさらなる取組みを関係者(事業者・利用者・保護者)が一体となって対応する必要

 地域での連携体制の必要性

従来のインターネット利用における「ネット依存」の調査結果

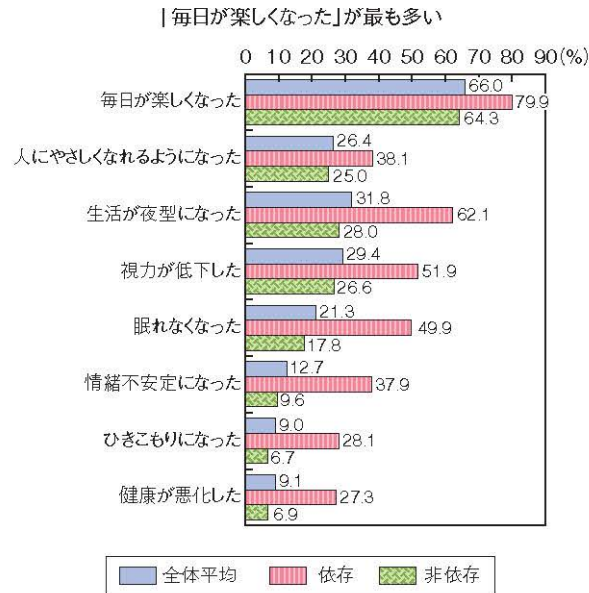
- 従来のパソコンインターネットと依存との関係について、携帯電話向けSNSサービスの利用者を対象に依存傾向について、調査を実施(2010年調査)。
- 従来のパソコンインターネットが青少年に与える影響は、必ずしも多いとは言えないが、情報モラルを身につけさせるなどの対策は必要。
 - ① SNSへの依存傾向がある人は、緩やかな基準で11.0%。厳しめの基準で3.8%。
 - ②③ SNSへの依存による影響について、睡眠時間や視力低下を犠牲にした等のネガティブな面だけでなく、毎日が楽しくなった、人に優しくなれるようになった等のポジティブな面もあり

①携帯電話SNS利用者の依存状況



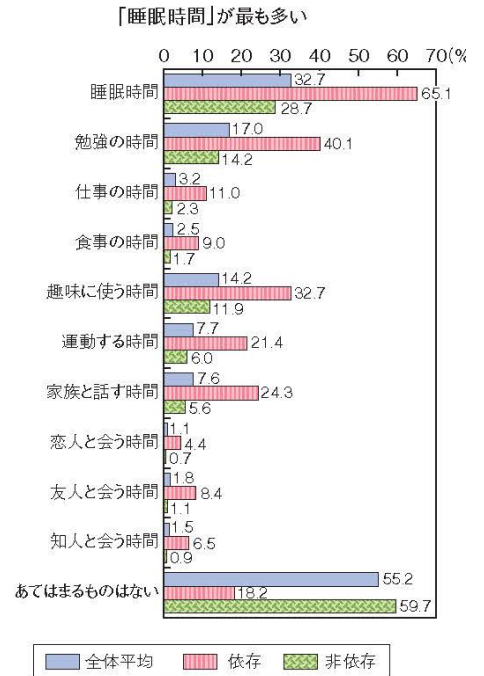
(出典) 橋元良明編「ネット依存の現状—2010年調査」(平成23年)
 (総務省・安心ネットづくり促進協議会「インターネット上の有害情報による青少年等の社会性への影響に関する調査研究」(平成23年)より)

②携帯電話SNS利用による影響



※ 依存については緩やかな基準(ヤングの基準)での判断

③携帯電話SNS利用による犠牲



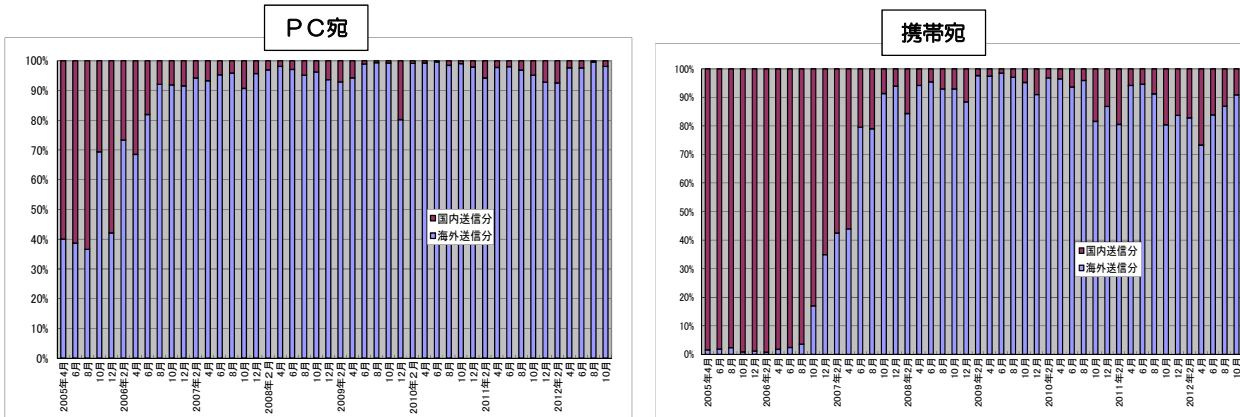
※ 依存については緩やかな基準(ヤングの基準)での判断

(出典)平成23年情報通信に関する現状報告(総務省)

迷惑メールの現状

- 我が国の電気通信事業者が受信した電子メールのうち、迷惑メールの占める割合は7割前後で推移。
- 我が国に到着した迷惑メールのうち、PC宛、携帯宛ともに9割以上が外国発。
- 発信国別に見ると、中国発のものが約4割。また、フィリピン、インド、韓国、ベトナム等アジアからの送信が多く見られる。
- 我が国着の迷惑メールでは、出会い系サイトの広告宣伝を内容とするものが約7割。

【日本着の迷惑メール発信状況の推移】

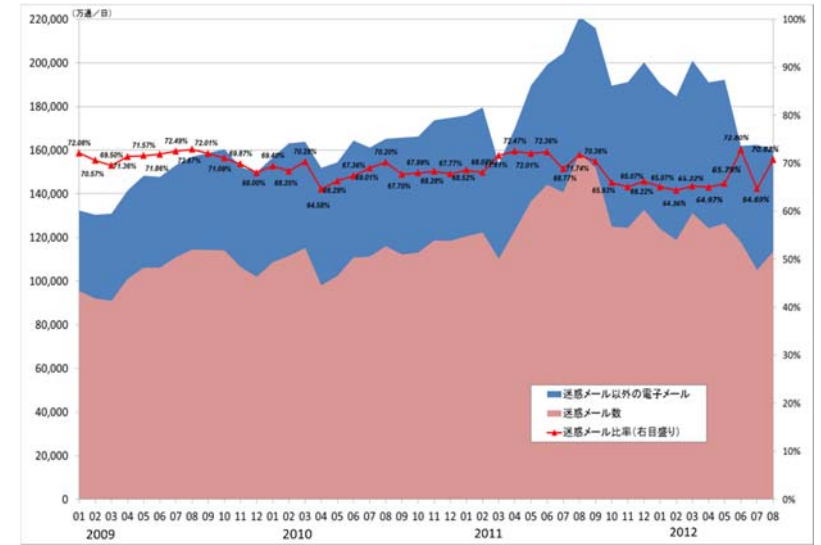


出典：一般財団法人日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（相談センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

迷惑メール対策の現状

法令による制度的な対策	特定電子メール法等によるオプトイン規制(受信者の同意を得ない広告宣伝メールの原則送信禁止)等
技術的な対策	なりすましメール対策としての「送信ドメイン認証技術」の導入促進 等
関係者による取組	携帯電話事業者、ISP等によるフィルタリングサービスの提供、啓発活動 等
国際的な取組	外国関係機関との送信者情報の交換、官民による国際連携

【国内ISPにおける迷惑メール数・割合の推移 (2012年8月時点)】



※ 電気通信事業者（13社）の協力により、総務省とりまとめ

【日本着の迷惑メールの内容 (2011年)】

出会い系サイト 70.7%	投資情報広告 10.4%	物販広告 10.4%	その他 8.5%
------------------	-----------------	---------------	-------------

出典：一般財団法人日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（相談センターに寄せられた遠反情報提供を分析したもの）

迷惑メッセージの送付事例

- PCや携帯電話のメールだけではなく、SNSやコミュニケーションアプリにおけるメッセージ機能等を利用して、サクラサイト^(※)や出会い系サイトへ誘導すること等を目的とする迷惑メッセージを送付する事例が発生。
- SNSのプロフィール等から利用者の趣味や嗜好に応じたメッセージが送付されている可能性もあり、注意が必要。

※ サクラサイトとは、サイト業者に雇われたサクラが異性、タレント、社長、弁護士、占い師などのキャラクターになりすまして、消費者の様々な気持ちを利用し、サイトに誘導し、メール交換等の有料サービスを利用させ、その度に支払いを続けさせるサイト（出会い系サイトに代表される。）を指す。

【事例1】

無料SNSサイトで、自分の好きなタレントのページにリンクを張って利用していた。すると、そのタレントから直接メッセージが届き、メール交換をするために、別のサイトに誘導された。1年以上、同じURLでやり取りを続けているが、途中でサイトの名前や振込先が変更されたが、タレントとはそのまま、やり取りをし続けることができた。タレントは事務所に内緒でメール交換しているので、サイト内でなければ続けられないと言う。すでにサイト業者に260万円も支払ってしまったが、だまされたのだろうか。

【事例2】

スマートフォンで、電話やメッセージ交換が無料で利用できる“コミュニケーションアプリ”を利用している。ある日、そのアプリに、「連絡がほしい」というメッセージが届いた。このアプリに連絡できるのは、自分の携帯電話番号かアプリ登録時に発行されるIDを知っている人だけだと思っていたので、返信した。すると「自分はマネジャーをしている。担当しているタレントの相談に乗ってほしい。連絡先を交換するまでの間、一時的にメール交換ができるサイトを用意する」と返事が届いた。不思議に思いながらも、無料だったので、案内されたサイトでタレントと何度かメール交換をした。ところが途中から、メール交換のためには、ポイントの購入が必要になることが分かった。さすがに、やめようと思っていたところ、芸能事務所の秘書や顧問だという人から、アプリに電話があり、「あなたには本当に感謝している。後でお礼をするので、費用を立て替えておいてほしい」等と何度も電話があった。その言葉を信じて、やり取りを続けたが、いつまで経ってもお礼が振り込まれない。合計約30万円も支払ってしまった。だまされたと思うので、返金してほしい。

【事例3】

SNSで「友達になりたい」というメッセージが来てやり取りしていたら、変な所から「芸能人と友達になれる」、「5千万円当選しました」という内容の迷惑メールが来るようになった。迷惑メールを止めてもらえないか。