

スマートフォン時代における
安心・安全な利用環境の在り方に関するWG 最終とりまとめ(案)

スマートフォン安心安全強化戦略(案)

平成 25 年 9 月 4 日

スマートフォン時代における
安心・安全な利用環境の在り方に関するWG 最終とりまとめ(案)

スマートフォン安心安全強化戦略(案)

第 I 部 スマートフォンにおける利用者情報に関する課題への対応

スマートフォン プライバシー イニシアティブII

～ アプリケーションの第三者検証の在り方 ～

第1章 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を踏まえた対応

- ① 業界団体等におけるガイドラインの検討
- ② スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会
- ③ スマートフォンの普及の進展と利用者情報をめぐる問題

第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題

- ① アプリケーションのプライバシーポリシーへの対応状況
- ② アプリケーションのプライバシーポリシーに関する課題と対応
- ③ 情報収集モジュールに関する課題
- ④ 関係事業者における取組
- ⑤ アプリケーション提供サイト等における連絡通報窓口

第3章 アプリケーションの第三者検証の在り方

- ① 概要
- ② アプリケーションの検証・透明性向上等を通じた安心強化の取組
- ③ 利用者情報に関する第三者検証
- ④ 今後の具体的措置

第4章 利用者及びアプリケーション提供者のリテラシーの向上

- ① 基本的考え方
- ② 一般利用者向けの情報提供・周知啓発
- ③ アプリケーション提供者向けの周知啓発

第5章 国際協調に向けて

- ① 米国
- ② 欧州
- ③ 韓国における検討の動き
- ④ 国際連携の推進に向けて

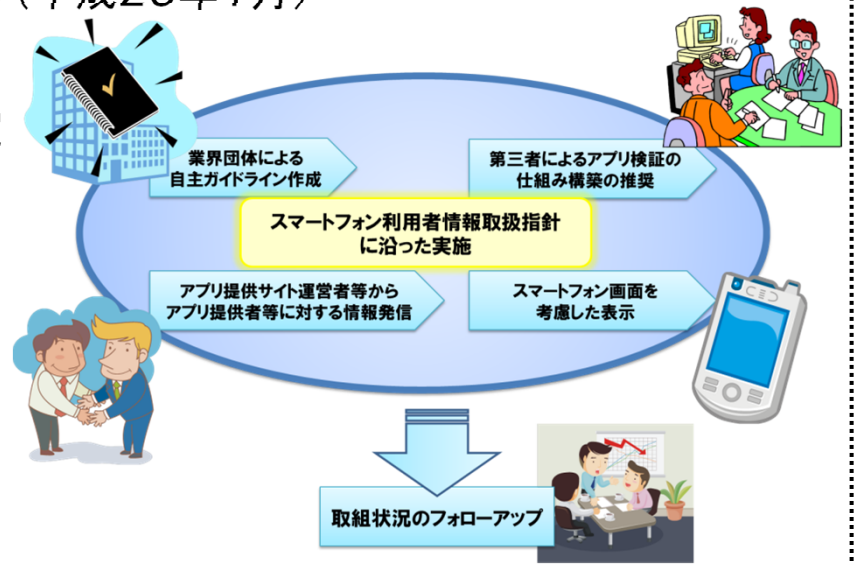
- 平成24年8月に諸問題研究会報告書として「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」が発表され、スマートフォンの利用者情報の取扱いの在り方として「スマートフォン利用者情報取扱指針」が示され、安心安全な利用環境の確保に向けて各事業主体による取組が提言された。
- 指針の実効性を上げるために、業界団体等における自主ガイドラインの策定、第三者によるアプリ検証の仕組みの検討、アプリ提供サイトからアプリ提供者等に対する情報発信、スマートフォン画面を考慮した表示等が提言された。
- 業界団体等における自主ガイドライン作成は進みつつある。

- ✓ 業界団体等におけるガイドラインの検討
 - ・タオソフトウェア:アンドロイドスマートフォンプライバシーガイドライン（平成24年10月、平成25年1月改定）
 - ・モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF):スマートフォンのアプリケーション・プライバシーポリシーに関するガイドライン(アプリケーション・プライバシーポリシーのモデル案等を含む)(平成24年11月)
 - ・電気通信事業者協会(TCA)(平成25年3月)
 - ・日本オンラインゲーム協会(JOGA)(平成25年4月)
 - ・インターネット広告推進協会(JIAA)(検討中)
 - ・京都市:京都市スマートフォンアプリケーション活用ガイドライン(平成25年1月)

- ✓ スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会
 - ・スマートフォンのプライバシーに関する業界ガイドラインの策定を促進することを目的として平成24年10月に設置。35以上の業界団体や企業・団体等が参加。

①業界ガイドライン及びモデルプライバシーポリシーに関する情報交換、②プライバシーポリシーの表示方法等に関する情報交換、③推奨事例及び問題事例の検討・共有、④国際的動向に関する情報交換、⑤情報発信等を実施

- ✓ スマートフォンの普及の進展と利用者情報をめぐる問題
 - ・スマートフォンの普及率:2012年度末約38%
 - ・利用者情報の取得を目的としたマルウェアの増加



第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題

- 「スマートフォン利用者情報取扱指針」を踏まえ、利用者情報の取扱いに関する透明性を確保するために、アプリケーション提供者はアプリケーションのプライバシーポリシーをあらかじめ作成・公表し、利用者が容易に参照できる場所に掲示又はハイパーリンクを掲載することが期待される。
- また、プライバシーポリシーの分かりやすい概要を作成し、利用者が容易に参照できる場所に公表することが望ましい。

- ✓ **アプリケーションのプライバシーポリシーの作成・掲載状況**
 - ・アプリケーションのプライバシーポリシーの普及率は必ずしも高くない。今後作成を更に強力に推進する必要。
(例: アプリケーション提供サイトへの掲示率は約2割(KDDI研究所調査、産業技術総合研究所調査))
 - ・アプリケーションのプライバシーポリシーをあらかじめ作成し、公表している事例(日本総合研究所調査)
 - ①アプリケーション内に表示: 米国が約5割弱、日本が約4割弱
 - ②アプリケーション提供サイトへ掲示: 米国は高く約5割強、一方日本は約2.5割
 双方において、米国の方が日本より比率が高い。
- ✓ **記載内容**
 - ・アプリケーションのプライバシーポリシーが作成されていた場合は、「スマートフォン利用者情報取扱指針」の8項目の多くについて何らかの記載がある。ただし、利用者関与の方法、情報収集モジュールの有無等については、記載そのものが少ない状況である。
- ✓ **概要版**
 - ・業界ガイドラインや先行事例を参考にして概要版作成を進めることが期待される。国際的議論の動向も考慮。

場所	日本(計40アプリ)		米国(計36アプリ)	
	対象アプリ数	比率	対象アプリ数	比率
アプリ内	14	35.0%	17	47.2%
Google Play 紹介ページ	10	25.0%	19	52.8%
開発者ホームページ	32	80.0%	25	69.4%

(出典: 株式会社日本総合研究所調査(2013年1月))

第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題

■ アプリケーションのプライバシーポリシー等に関する課題と対応
 アプリケーションのプライバシーポリシーの作成を促進し、利用者が容易に見られるようにする必要がある。

- ①アプリケーション等のプライバシーポリシー作成促進(移行計画の作成、アプリ作成当初からの作成。)
 - ・アプリケーションのプライバシーポリシーの作成・公表を促進する。
 ⇒既存のアプリケーションで対応が未了のものについては、早急に移行計画を検討し対応を推進。
 ⇒今後作成されるアプリケーションについては、予めアプリケーションのプライバシーポリシーを作成。
- ②分かりやすい掲載・表示方法
 - ・アプリケーションのプライバシーポリシーの掲載場所:アプリケーション提供サイト(ハイパーリンク等)、アプリケーション内の場合アプリケーションの初回起動時等に表示等。
 - ・重要な情報についてポップアップ等で表示し必ず読める仕組みが必要。
- ③標準的な様式・形式
 - ・利用者が本当に知りたいことを、分かりやすい表示で示す。
 - ・スマートフォン利用者情報取扱指針や業界ガイドライン等に基づき、記載が期待される8項目等を記載。(企業全体のプライバシーポリシーとの整合性を保ちつつ、当該アプリケーションについて作成。)
- ④概要版の作成:スマートフォンの画面で一覧できるように簡潔に記載した概要版の作成。
- ⑤利用者に対する周知・啓発
 - ・利用者情報の取扱いがアプリケーションのプライバシーポリシーで説明されていること、電話帳等プライバシー性の高い情報についてはポップアップ等で同意が求められ確認が重要であること等を周知啓発。
 - ・スマートフォン プライバシー ガイドを改定し公表。
- ⑥青少年に関する情報の取扱い:青少年の特性を考慮、国際的動向等も踏まえ検討を深める。
- ⑦定期的なアプリケーション調査の実施とフォローアップ

■ 情報収集モジュール提供者は、プライバシーポリシーの作成・公表し、当該モジュールを組込むアプリケーション提供者へ①取得情報の項目、②利用目的、③第三者提供の有無等を通知することが期待される。

- ・情報収集モジュールの多くは、契約者・端末固有ID等を送付、また位置情報等を送付するものもみられる。情報収集モジュールごとに分かりやすいプライバシーポリシーの作成を促すことが必要。
- ・情報収集モジュールについてのリストを作成し、共有していくことが共通の基盤として有用。

第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題

■ 関係事業者における取組

✓ 移動体通信事業者・端末提供事業者

① アプリケーション提供サイトの運営者としての活動: アプリケーション提供者等に対する支援

- ・「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に沿った掲載ガイドラインを作成しアプリケーション提供者にあらかじめ提示。アプリケーション提供者等から事前申請を受けて検査を実施(配信型)
- ・アプリケーション提供者が作成したプライバシーポリシーへのハイパーリンクを設ける。
- ・アプリケーション提供者への啓発活動を実施。

② アプリケーション利用者に対する周知啓発

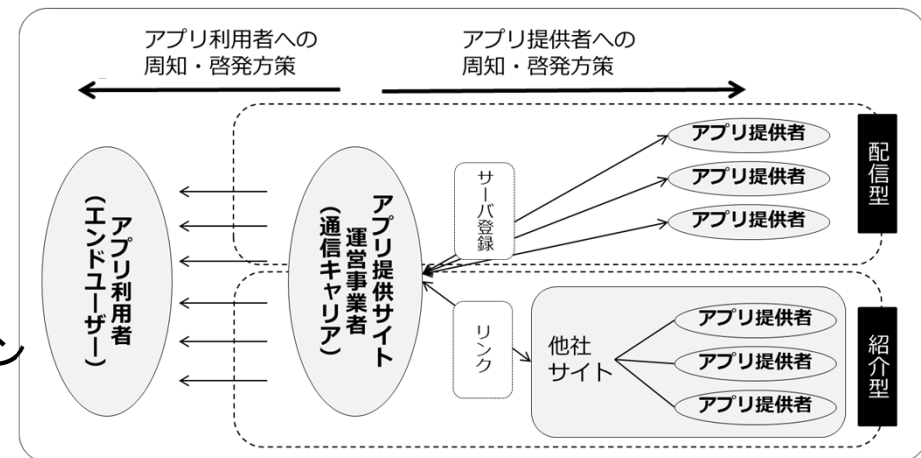
- ・契約時等における利用者に対する周知啓発。
- ・様々なリテラシーの消費者への対応。

✓ アプリケーション提供サイト運営事業者・OS事業者

- ・アプリケーション提供者が作成したプライバシーポリシーへのハイパーリンクを設けている。
- ・アプリケーションの掲載基準についてアプリケーション提供者に事前に一定の説明がされている。

✓ その他関係し得る事業者

- ・独自の基準に基づきアプリケーションの推薦等をしているアプリケーション紹介サイトがある。(パーミッションの正当性、ウイルススキャンについて利用者へ検証結果を情報提供。)



■ アプリケーション提供サイト等における連絡通報窓口

✓ 移動体通信事業者のアプリケーション提供サイト

✓ OS事業者等のアプリケーション提供サイト

連絡通報窓口が設置されている

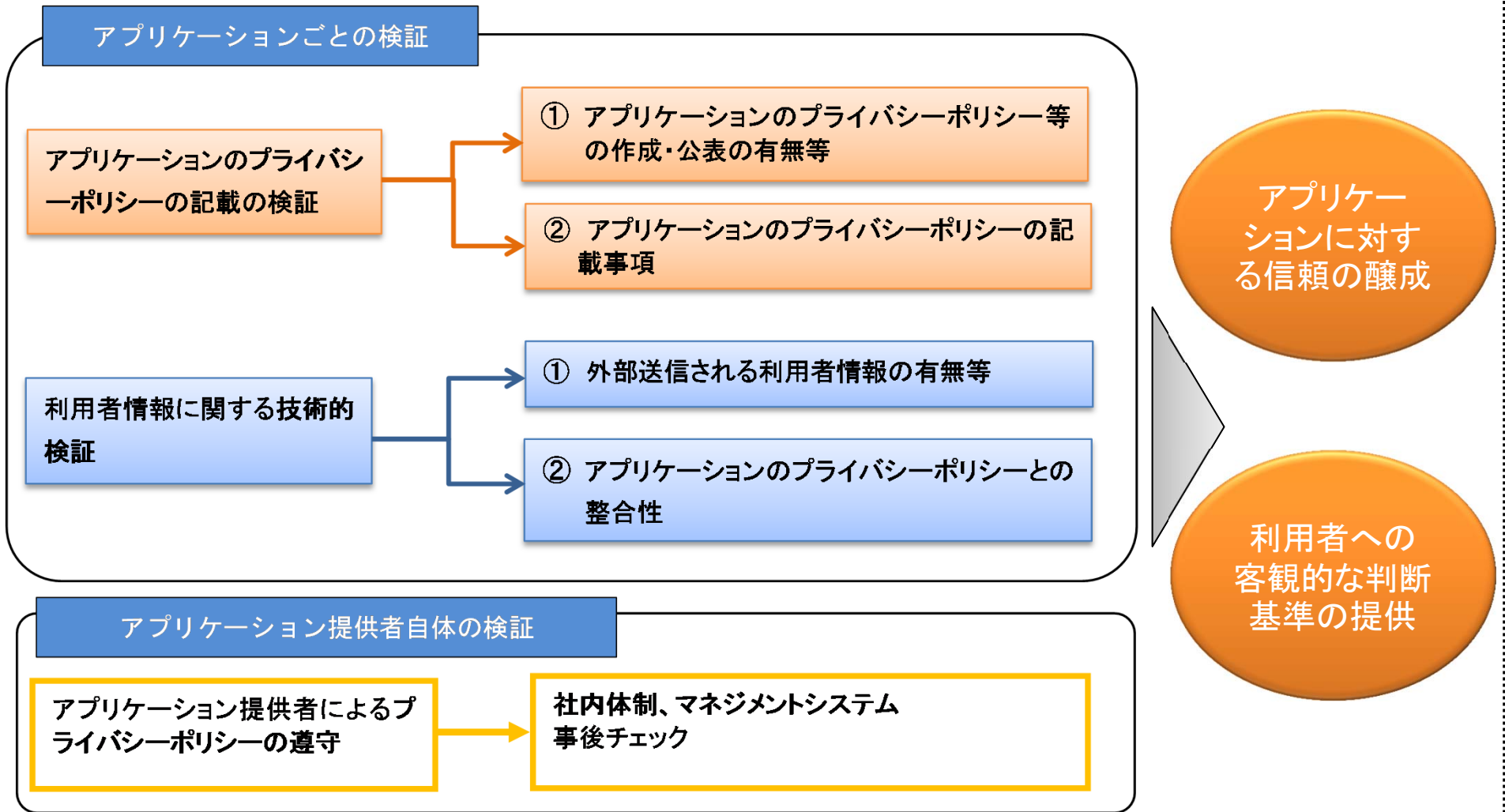


① 利用者情報の取扱いに関する掲載基準の明確化⇒適切なアプリケーション作成の促進、透明性の向上が期待される

② 連絡通報窓口間の連携推進を推進⇒問題のあるアプリケーション等に関する連携・情報共有を推進

第3章 アプリケーションの第三者検証の在り方

- 「スマートフォン利用者情報取扱指針」の実効性を高める観点から、個々のアプリケーション等について、利用者情報の適切な取扱いが行われているかどうか等を運用面・技術面から第三者が検証する仕組みが民間主導により整えられることが望ましい。
- 第三者検証を行うための機能・能力を複数又は多数の主体が分散的に保持・提供することを許容。それらの機能・能力に応じて検証を行う。共通的に必要な検証基準等を作成し、運用する。



■アプリケーションの検証・透明性向上を通じた安心強化の取組の事例

- ①アプリケーション提供サイト運営者(OS提供事業者、移動体通信事業者等)
- ②スマートフォンOS提供事業者、端末提供事業者
- ③セキュリティ関係事業者、レビューサイト運営事業者
- ④認証機関

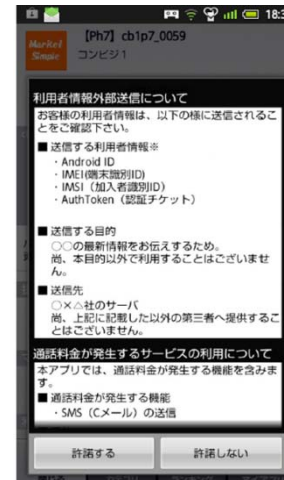
等の様々な主体が、利用者情報の取扱いに関する様々な検証や透明性向上のための取組を実施

OS提供事業者

- ①情報取得時の同意：
電話帳や位置情報等プライバシー性の高い利用者情報取得前に、個別に同意取得
- ②ダッシュボード：
利用者情報へのアクセス許可状況をワンストップで一覧
- ③情報アクセス時の通知
- ④マーケット審査を受けたアプリケーションに対するアクセス権限付与

移動体通信事業者

- ①アプリケーション審査：
申請を受付け、アプリケーション掲載前に技術的検証等を実施
- ②利用者向け説明画面：
外部送信される利用者情報に関する簡易な説明画面を提供



端末提供事業者

- ・電話帳アクセスモニター：
アプリケーションがどのタイミングで電話帳情報へアクセスするか可視化

レビューサイト運営事業者

- ・審査済のアプリケーションのみをサイトに提供
- ・企業等に情報提供

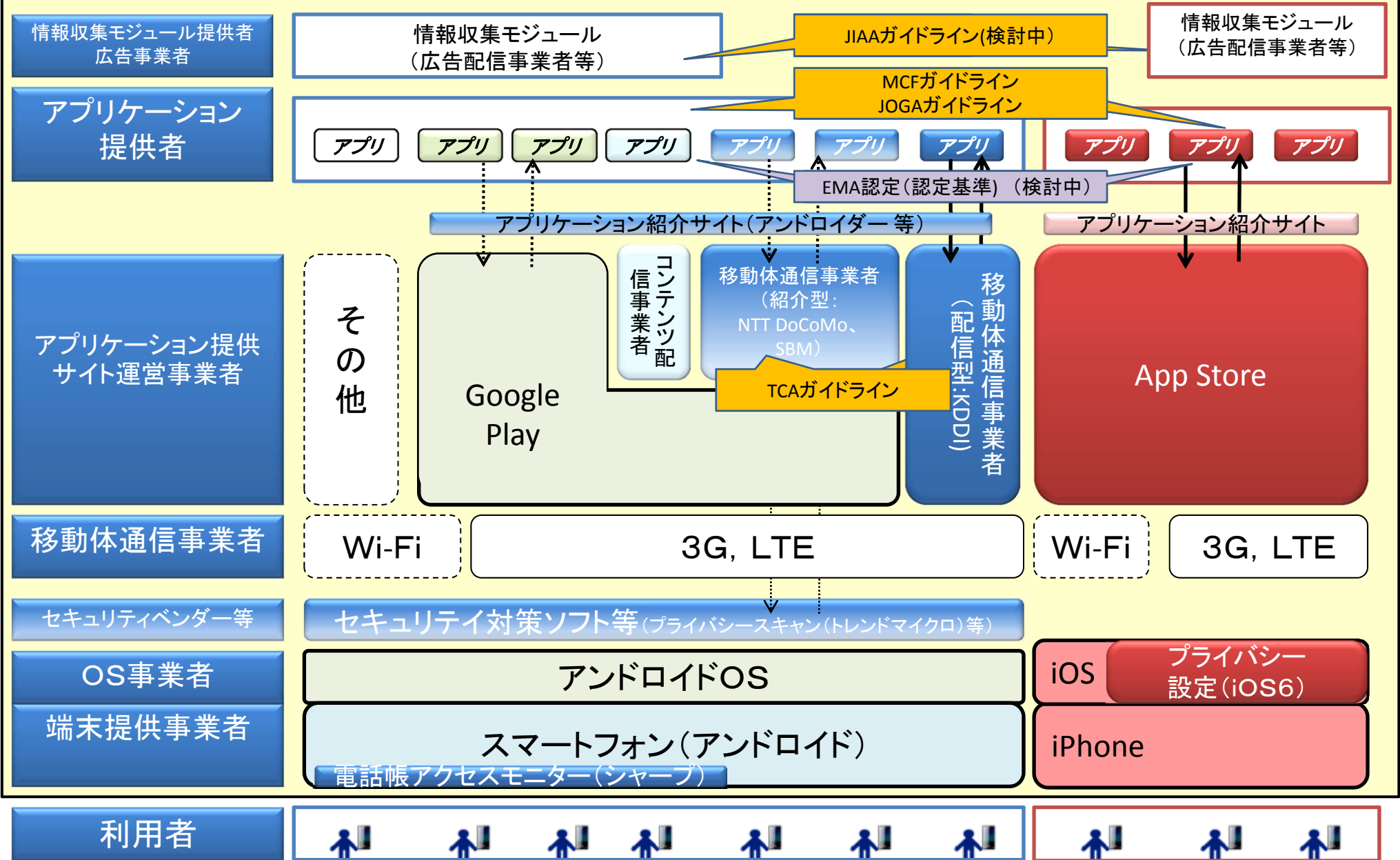
セキュリティ関係事業者

- ・セキュリティ対策ソフトを通じた表示
プライバシーリスクをデータベース化し、セキュリティ対策ソフトを通じて検証結果を利用者端末に表示
- ・分析結果のサイト等への公表
- ・事業者向けに詳細な分析結果を提供

認証機関

- ・透明性の観点等から充足すべき水準を示す
- ・組織単位のマネジメント等について確認

スマートフォン プライバシー イニシアティブ (スマートフォン利用者情報取扱指針)



(参考)実線矢印は、事前審査を行っているもの。点線矢印は事前又は事後に一定の検証を行っているもの

第3章 アプリケーションの第三者検証の在り方

■アプリケーションの第三者検証の在り方

・アプリケーションごとの検証: 利用者情報の適切な取扱いが行われているかどうかについて検証。

①アプリケーションのプライバシーポリシーの記載の検証

②利用者情報に関する技術的検証

⇒①、②の一方又は双方について専門家や検証・認定機関などが客観的視点からこれを検証・審査

・アプリケーション提供者自体の検証

③アプリケーション提供体制の確認: 所在確認・マネジメントシステムにおける指針の位置付け等

アプリケーションのプライバシーポリシーの記載の検証の基準

①アプリケーションのプライバシーポリシー(APP)等の作成・公表の有無等

- APPを作成している
- APPを利用者が容易に参照可能な場所に掲載している、アプリケーション内で容易に参照可能であること
- ・概要版を作成・公表していること、APPと整合性があること

②アプリケーションのプライバシーポリシーの記載事項

- スマートフォン利用者情報取扱指針の8つの事項について必要な内容を記載していること
- 取得される利用者情報とサービス内容・目的等の関係
- 情報収集モジュールの名称、提供者等

③同意取得に関する事項

- プライバシー性の高い情報を取得するアプリケーションの場合、個別に同意を取得
- 第三者提供を行う場合、あらかじめ本人の同意取得

利用者情報に関する技術的検証の基準

①外部送信される利用者情報の有無等

- アプリケーションにより外部送信される利用者情報
- 外部送信される利用者情報の項目、内容
 - ※静的解析のみに基づく場合には、実際には外部送信されない利用者情報も幅広く指摘し得ることに十分留意し検証。
- 外部送信される利用者情報の送信先

②アプリケーションのプライバシーポリシーとの整合性

- APPに記載される利用者情報の項目と、実際に外部送信される利用者情報の項目が合致
- 外部送信される利用者情報の利用目的が明示されている
- アプリケーションの内容と提供サービス・目的に一定の整合性
- 情報収集モジュールの名前、提供者、送信情報等が合致

アプリケーション提供体制の確認の基準

①アプリケーション提供者の所在確認・信用度確認

・アプリケーション提供者の連絡先等が把握できること、アプリケーション提供者の提供実績など

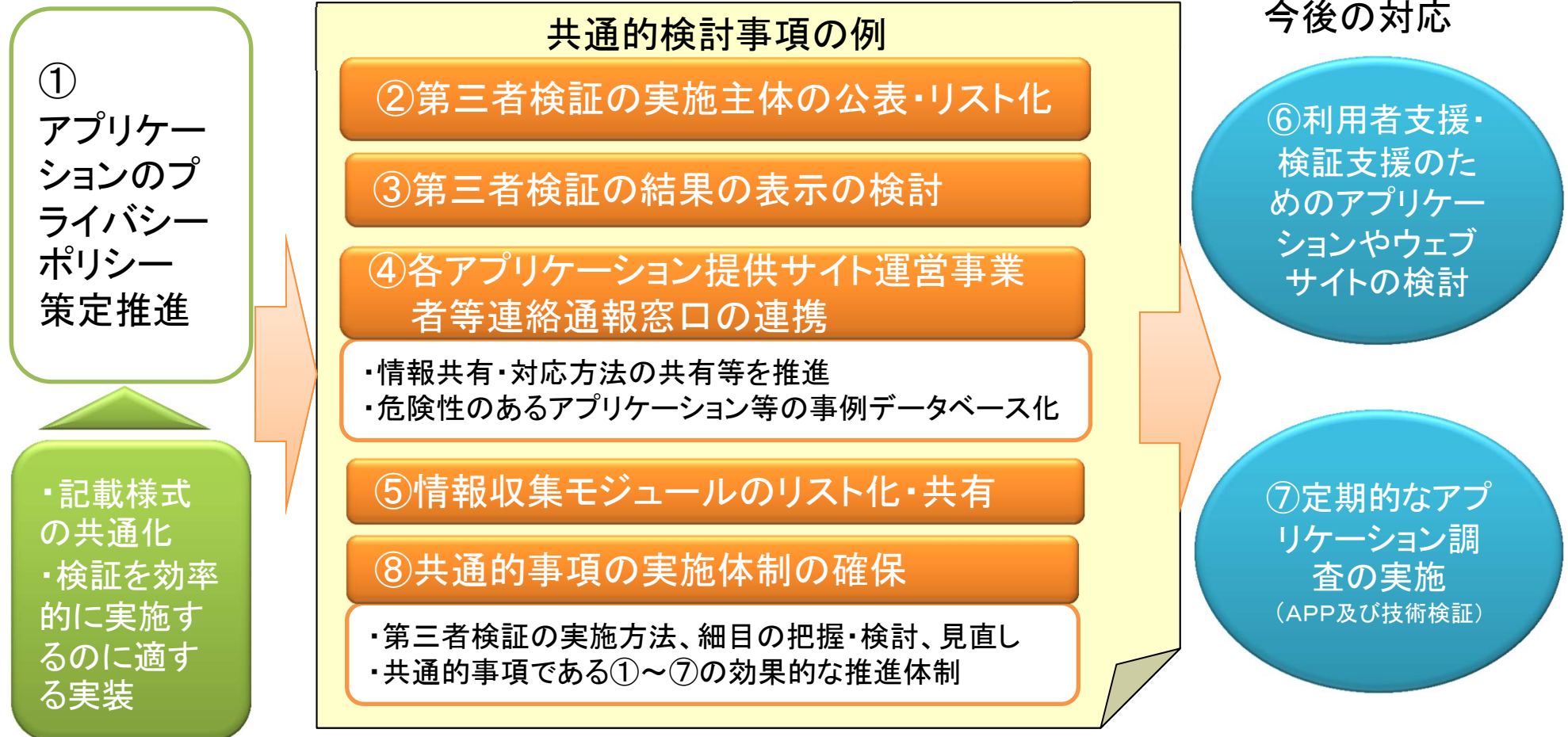
②指針を踏まえた利用者情報の取扱い体制

・アプリケーションのプライバシーポリシーを策定・公表する体制があること、事実上即しAPPを策定し、これを遵守する体制があること

・他の検証や認証などにおいて、上記②が確認されていること(※他の認証機関(EMA等)において確認されている場合には、その結果を援用)

■今後の具体的措置

- アプリケーションのプライバシー策定を推進：記載様式を共通化し、検証を効率的に実施できる体制に
 - 共通の検討事項として、第三者検証の実施主体の公表・リスト化、第三者検証の結果の表示方法、各アプリケーション提供サイト運営事業者等連絡通報窓口の連携、情報収集モジュールのリスト化を実施
 - 今後、利用者支援・検証支援のためのアプリケーションやウェブサイトの検討、定期的なアプリケーション調査の実施、共通的事項の実施体制の確保等を実施
- ⇒当面の間、半年に一回程度フォローアップのために報告を行うこととする。



- スマートフォンは、青少年から高齢者まで、誰もが安心して使いやすいものであるべき
 - ・ 関係事業者等は、利用者への情報提供・周知啓発により、利用者のリテラシー向上を図ることが重要
 - ・ スマートフォン画面を考慮した表示(概要版)、プライバシー性の高い情報の取得時におけるポップアップによる同意取得等、第三者検証の実施について分かりやすく説明し認知度と理解を向上させる必要
- スマートフォンのアプリケーション提供者への情報発信・周知啓発を充実
(アプリケーション提供サイト、OS提供事業者、業界団体、研究機関等)

一般利用者向けの情報提供・周知啓発

- 1 情報提供・周知啓発の内容
 - (1) スマートフォンと従来型携帯電話の違い
 - (2) 利用者情報の取扱いの注意点
 - (3) 情報セキュリティ対策
 - (4) 青少年・高齢者に必要な情報
- 2 利用者のリテラシーに応じた取組の実施
 - (1) 端末・サービス開発時の取組
(例: 青少年・高齢者向けスマートフォンの提供等)
 - (2) サービス利用時の取組
(例: 自主セミナーの開催)
- 3 本提言を踏まえた周知啓発
 - (1) スマートフォン プライバシー ガイド
 - (2) 利用者情報取得時の同意取得、概要版、第三者検証の活用方法等に関する周知 等

アプリケーション提供者向けの周知啓発

- 1 アプリケーション提供サイト運営事業者、OS提供事業者による周知啓発
 - (1) アプリケーション提供サイト掲載ガイドライン等
 - (2) 適切なプライバシーポリシーの作成・公表の促進
 - (3) アプリケーション提供者への啓発活動
- 2 業界団体等による周知啓発
 - (1) アプリケーション提供者向けのガイドライン作成、情報発信
 - (2) スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会(SPSC)等の業界横断的な場を通じた情報発信
(例)・各業界団体の作成しているガイドライン
・アプリケーション提供サイト掲載ガイドライン等を含めワンストップで分かり易く情報提供

スマートフォン プライバシー ガイドの改定～最近の注意すべき事項～

安心してアプリを利用するために スマートフォンプライバシーガイド

1 スマートフォンのサービス構造を知りましょう

- ✓ スマートフォンは多くの事業者がそれぞれの役割を持ってサービスを提供しています。
- ✓ スマートフォンには様々な利用者情報が蓄積されています。
- ✓ 利用者情報はアプリの機能に使用されるほか、広告配信事業者等へ送信され、利用者の趣味・嗜好に応じた広告の表示等に使用される場合もあり、アプリによっては広告の収入によって無料で提供されています。



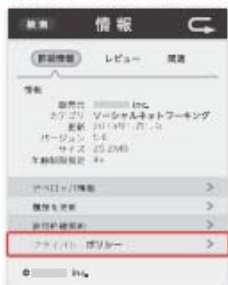
2 利用者情報の許諾画面等を確認しましょう

- ✓ スマートフォンでは、自由にアプリをダウンロードして利用できますが、その分自己責任が求められます。アプリの信頼性を確認するように努めましょう。
- ✓ アプリの信頼性を確認するためには、利用者情報がどのような目的で取得され、必要以上の取得となっていないかなどもヒントになります。
- ✓ アプリのダウンロードや利用(起動)時等に、アプリの利用規約やプライバシーポリシー等を読み、取得される利用者情報の範囲等をよく確認し、内容を理解した上で、同意・利用するよう努めましょう。

●許諾の表示例



●アプリ提供サイト上での表示例



許諾画面等では内容を「よく確認」しよう!



最近の注意!!

1 不正アプリの増加と多様化

- ① スマートフォンの急速な普及に伴い、不正アプリも増加、多様化しています。
- ② 動画を再生するアプリに見せかけ、インストールするとメールアドレス・電話番号等の個人情報を取得し、架空の料金請求画面を出す、金銭搾取を目的としたワンクリックウェアが報告されています。
- ③ スマホの機能改善ツールを装い、電話帳情報等の詐取等を目的としたアプリも増加しています。
- ④ 人気ゲームを動画で紹介するといったアプリが利用者の電話帳情報を外部に送信していた事例もありました。



- ワンクリックウェアをインストールしてしまった場合、慌てず端末から削除しましょう。
- 身に覚えのない請求の場合、決して支払わないようにしましょう。
- 機能改善をうたうアプリをインストールすると、電話帳情報が外部へ送信される可能性があります。



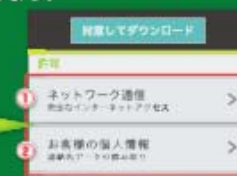
2 不審なメールやSNSの投稿等に記載されたURLからアプリをダウンロードしないように注意しましょう

- ① 機能改善ツールを装ったアプリなどには、利用者に対して送られた不審なメールやSNSの投稿を通じて、不正アプリ配布サイトに誘導するものが多くあります。
- ② 不審なメールやSNSの投稿で紹介されたURLを安易にクリックしてアプリをダウンロードしないように注意しましょう。

3 電話帳情報を外部に送信し得る利用許諾(パーミッション)を求めるアプリには注意しましょう

- ① アプリの提供する機能には明らかに不要にもかかわらず、電話帳情報を外部に送信し得るパーミッションを求めるアプリがあった場合は十分注意しましょう。

- ①ネットワーク通信-完全なインターネットアクセス
 - ②個人情報-遠隔先データの読み取り
- 上記2つのパーミッションを取得するアプリは電話帳に記載された情報(氏名、電話番号、メールアドレス、住所等)を外部に送信する可能性があります。



■ 米国

(1) インターネットエコノミーに関する日米政策協力対話(2012年10月:米国ワシントンD. C.)

- ・日本側より「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」について紹介。ホワイトハウスの政策大綱を踏まえたモバイルアプリの透明性向上のための行動規範に関するマルチステークホルダー会合等について米国商務省(NTIA)より説明。
- ・スマートフォンの利用者のプライバシーに関するスマートフォンのアプリケーションの透明性の重要性とリテラシー向上について議論を行い、消費者のデータ保護に関するベストプラクティスとアップデートを共有していくことで一致。

(2) 米国内における検討の動き

① 商務省NTIAによるマルチステークホルダー会合

- ・2013年6月までに15回開催。モバイルアプリケーションの透明性に関する行動規範の討議ドラフト、簡略な告知について議論。

② FTCスタッフレポート「モバイル・プライバシー・ディスクロージャーズ:透明性の確保による信頼の構築」(2013年2月)

- ・プラットフォーム事業者、アプリ開発者、広告ネットワーク事業者、業界団体等の果たすべき役割を提言。

③ カルフォルニア州の司法長官「モバイル端末におけるプライバシーに関する提言」(2013年1月)

④ FTC「児童のオンラインプライバシー保護法(COPPA)」規則改正案(2012年12月)

■ 欧州

(1) 日EU・ICT政策対話(2012年11月:東京)、日仏ICT政策協議(2013年2月:パリ)、日フィンランドICT政策協議(2013年6月:東京)

- ・「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」について総務省から紹介。先方からeプライバシー指令やEUデータ保護規則等について説明し情報交換・意見交換を実施。今後も引き続き情報交換・意見交換を実施する。

(2) EU域内における検討の動き

- ・GSM Association(GSMA)が携帯端末向けのプライバシー原則、ガイドライン等を発表(2012年1月)

■ 韓国における検討の動き

- ・韓国情報保護振興院(KISA)は「アプリ開発者向けプライバシーガイド」を公表(2012年3月)。国内通信事業者を通じ、同ガイドの周知・啓発を実施。KISAはスマートフォンの中でモニター機能を果たすようなアプリ(SSチェッカー)を開発・公開。

・プライバシー保護に係る法規制は、各国・各地域により違いはあるものの、スマートフォンの利用者情報の取扱いに関する検討は、主要先進国において透明性を高める方向で検討や取組が進んでおり、方向性はほぼ合致。

・今後も積極的に、二国間の枠組み及び多国間の枠組み(OECD,ITU,APT,APEC,ASEANなど国際的機関や地域連合等)の場において我が国における取組を説明し、連携しつつ対応を推進。

スマートフォン時代における
安心・安全な利用環境の在り方に関するWG 最終とりまとめ(案)

スマートフォン安心安全強化戦略(案)

第Ⅱ部 スマートフォンサービス等の適正な提供に係る課題への対応

CS適正化イニシアティブ

～スマートフォン時代の電気通信サービスの適正な提供を通じた消費者保護～

第1章 電気通信サービスの普及と苦情・相談の状況

- 1 サービス環境の変化
- 2 苦情・相談の状況
- 3 サービスごとの苦情・相談の傾向分析

第2章 電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に向けた取組の現状

- 1 「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言」及び取組の進展
- 2 業界団体による自主的取組の進捗状況
- 3 苦情・相談の低減に向けた直近の状況

第3章 サービスごとの現状と課題

- 1 携帯電話サービスに係る現状と課題
- 2 モバイルデータ通信に係る現状と課題
- 3 光ファイバーに係る現状と課題

第4章 今後の方向性

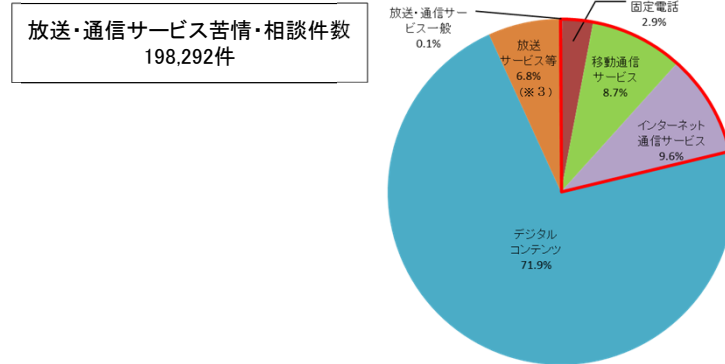
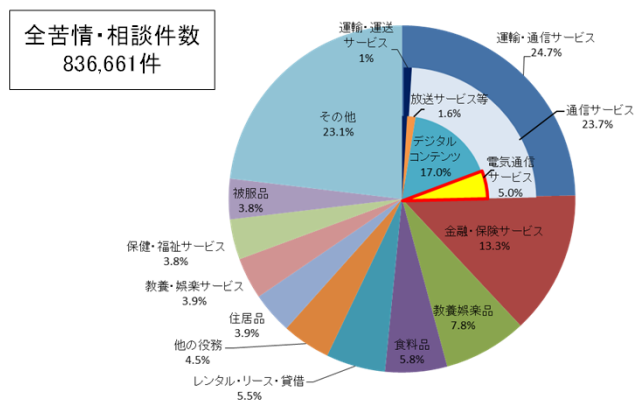
- 1 利用者視点を踏まえたサービス品質・エリア等の表示
- 2 利用者のニーズに応えるサービス設計等の検討
- 3 販売勧誘の在り方の自己点検・確認
- 4 事業者による代理店状況把握と指導の徹底
- 5 適合性の原則の考え方への配慮
- 6 代理店連絡会等の設置
- 7 業界団体としてのコールセンターの設置
- 8 消費生活センターとの連携
- 9 利用者リテラシーの向上
- 10 制度的な対応の検討
- 11 新たな取組と自主基準等の継続的な見直し

2 苦情・相談の状況(1)

- 全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET※1)における電気通信サービス(※2)に係る苦情・相談は、2012年度(平成24年度)は、41,982件であり、前年度と比べ6,789件(19.3%)増加。
- このうち、「移動通信サービス」(※3)は、前年度と比べ3,115件(22.1%)、「インターネット通信サービス」(※4)は3,100件(19.4%)増加。

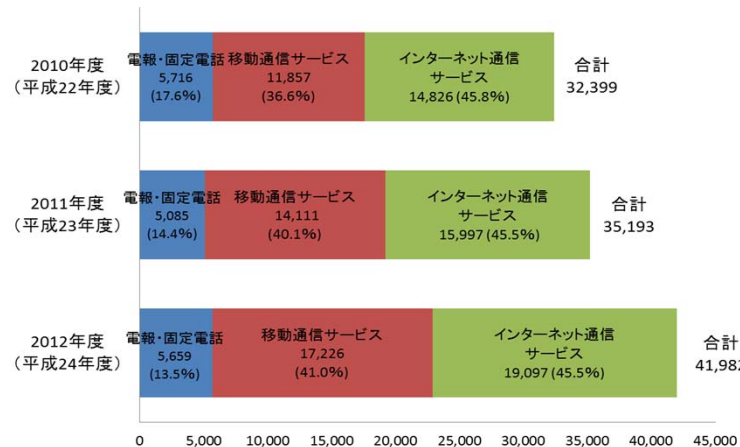
(※1) 国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム。
 (※2) 「電報・固定電話」と「移動通信サービス」と「インターネット通信サービス」を合わせたもの。
 (※3) 「携帯電話サービス」及び「モバイルデータ通信」を含む。
 (※4) 「インターネット通信サービス」には、「インターネット接続回線」が含まれ、さらに「インターネット接続回線」に「光ファイバー」が含まれる。

2012年度(平成24年度)PIO-NETにおける苦情・相談の内訳

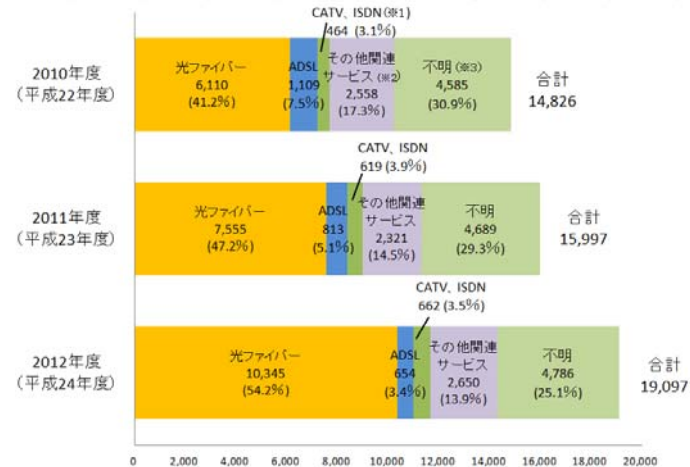


(※3) PIO-NETの「放送・コンテンツ等」のうち、「テレビ放送サービス」、「有線テレビ放送」等放送に関連する相談及び「電話音声情報」を合わせたもの。

2012年度(平成24年度)-2010年度(平成22年度) 電気通信サービスに係る苦情・相談



2012年度(平成24年度)-2010年度(平成22年度) インターネット通信サービスに係る苦情・相談



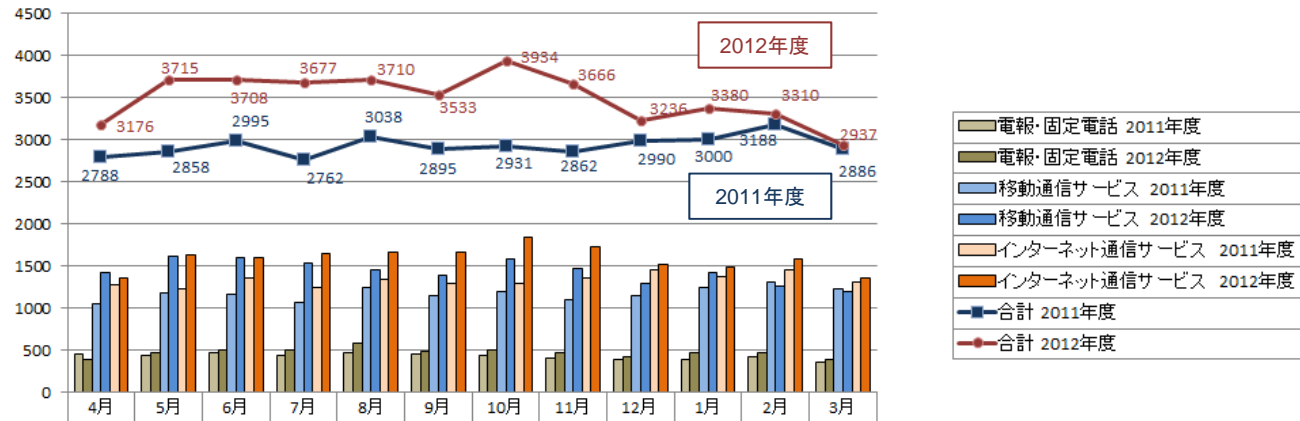
(※1) PIO-NETの「他のネット接続回線」
 (※2) PIO-NETの「インターネット通信サービス(全般)」と「他のネット通信関連サービス」を合わせたもの。
 (※3) PIO-NETの「インターネット接続回線(全般)」

2 苦情・相談の状況(2)

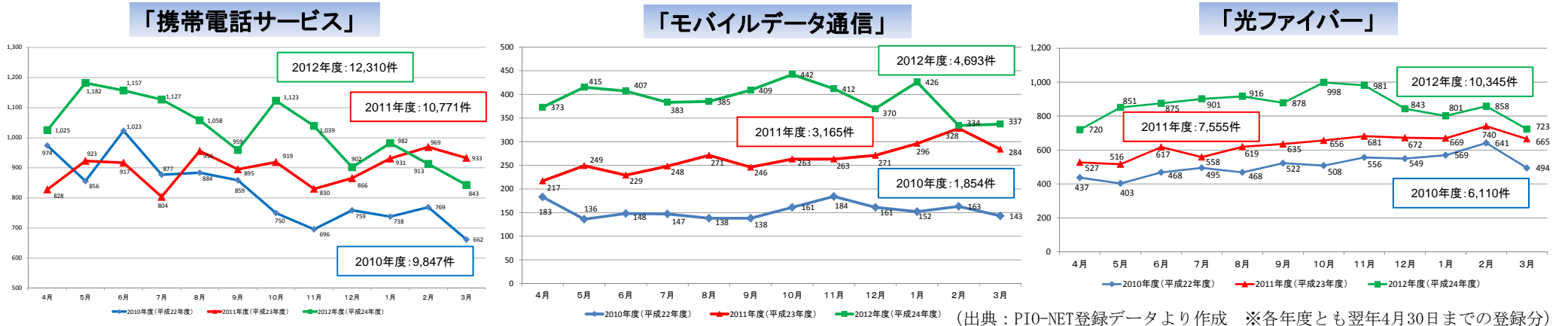
- 2012年度(平成24年度)の電気通信サービスに係る苦情・相談件数は、年度初めに増加した後、ほぼ横ばいとなり、その後下降傾向となり、年度末時点では、前年度からの増加幅が最も少ない状態。
- 「携帯電話サービス」は、2012年度(平成24年度)後半に減少傾向となり、2月には前年度の件数を下回り改善傾向が見られる状況。
- 「モバイルデータ通信」は、2012年度(平成24年度)は1月までの間は前年度を大きく上回った水準で推移したものの、1月以降はやや減少傾向が見られ、3月時点では前年度をやや上回った水準。
- 「光ファイバー」は、2012年度(平成24年度)は10月まで増加傾向にあり、その後減少傾向。

(注) 各年度とも翌年4月30日までのPIO-NET登録データに基づく。苦情・相談の件数は、今後未入力分が登録され、変動する可能性がある。

2012年度(平成24年度)－2011年度(平成23年度)における電気通信サービスに係る苦情・相談件数の推移



2012年度(平成24年度)－2011年度(平成23年度)におけるサービスごとの苦情・相談件数の推移

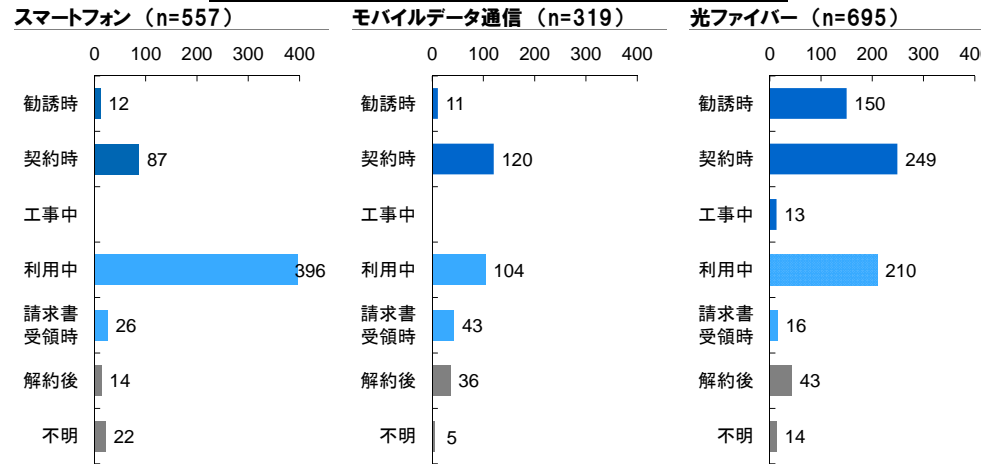


(出典：PIO-NET登録データより作成 ※各年度とも翌年4月30日までの登録分)

2 苦情・相談の状況(3)

○ 苦情・相談の発生時期については、「スマートフォン」(※1)の場合、サービスの利用中に寄せられるものが多く、「モバイルデータ通信」は、契約時・利用中のもの、「光ファイバー」は、勧誘時から契約時にかけて寄せられるものが多い。

(※1) PIO-NET分類上の「電話機・電話機用品」のうち「携帯電話」におけるスマートフォンと、「移動通信サービス」のうち「携帯電話サービス」におけるスマートフォンを合計したもの
契約・利用ステータスごとの苦情・相談分析(※2)

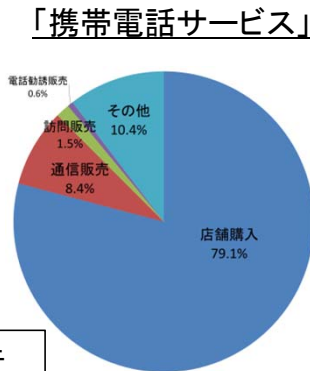


(※2)
 第9回WG株式会社野村総合研究所作成資料（構成員限り）から抜粋。PIO-NETに登録された苦情・相談のうち、2013年3月1日から29日までに受け付けられたもので、2013年4月25日までに登録された以下に関するものを分析。
 ・スマートフォン 557件
 ・モバイルデータ通信 319件
 ・光ファイバ 695件
 「契約・利用ステータス」及び「キーワード」の集計結果は、本検討のために独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定。

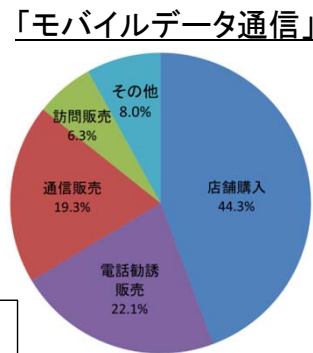
3 サービスごとの苦情・相談の傾向分析(1)

○ 販売購入形態別の内訳としては、前年度と同様の傾向であり、「携帯電話サービス」は店舗購入が最多(79.1%)、「モバイルデータ通信」は、店舗購入(44.3%)に続き、電話勧誘販売(22.1%)、通信販売(19.3%)が多く、「光ファイバー」の場合は、電話勧誘販売(45.9%)、訪問販売(25.6%)となっている。

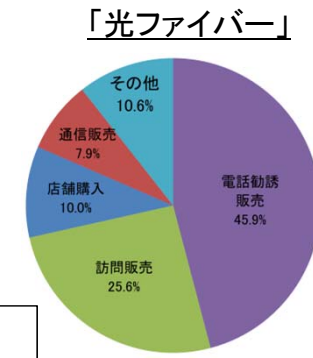
2012年度(平成24年度)販売購入形態別内訳



合計 12,310件



合計 4,693件



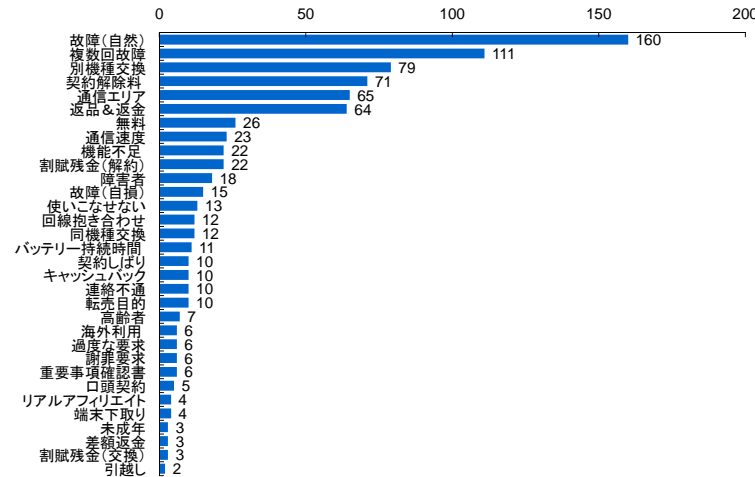
合計 10,345件

※その他は、「マルチ取引」、「ネガティブ・オプション」、「その他無店舗」、「不明・無関係」、「訪問購入」（平成24年度）を合わせたもの
 (出典：PIO-NET登録データより作成 ※各年度とも翌年4月30日までの登録分)

3 サービスごとの苦情・相談の傾向分析(2)

○「スマートフォン」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析では、通信サービスに関する苦情・相談としては、「契約解除料」、「通信エリア」、「返品&返金」、「無料」、「通信速度」、「機能不足」、「割賦残金(解約)」等が上位に出現。

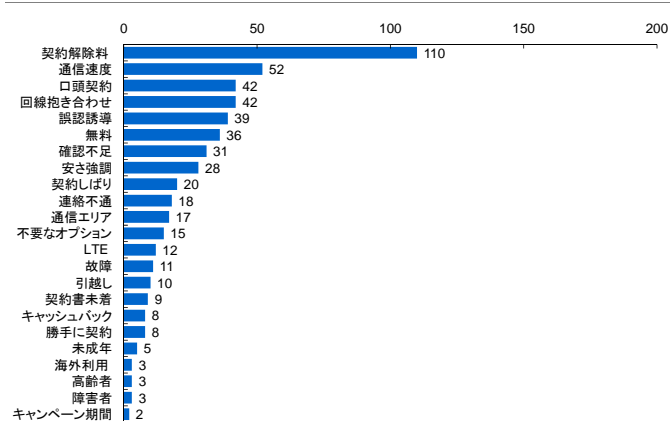
「スマートフォン」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析(※)
キーワード別の苦情・相談件数 (n=557)



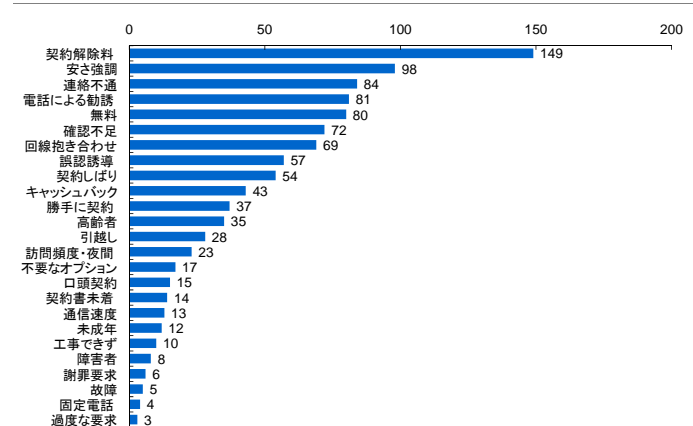
(※) 本ページのグラフは第9回WG株式会社野村総合研究所作成資料(構成員限り)から抜粋。PIO-NETに登録された苦情・相談のうち、2013年3月1日から29日までに受け付けられたもので、2013年4月25日までに登録された以下に関するものを分析。
 ・スマートフォン 557件
 ・モバイルデータ通信 319件
 ・光ファイバ 695件
 「契約・利用ステータス」及び「キーワード」の集計結果は、本検討のために独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定。なお、一つの苦情・相談に対して、複数のキーワードを独自に付与。

- 「モバイルデータ通信」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析では、「契約解除料」、「通信速度」、「契約時の口約束」(主として電話勧誘・訪問販売に関するもの)、「抱き合わせ販売」(いわゆるセット販売)等が上位に出現。
- 「光ファイバー」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析では、「契約解除料」に関する苦情・相談が多いほか、勧誘の方法に伴うものも多く、「契約解除料」、「安さ強調」、「連絡不通」、「電話による勧誘」、「無料」等が上位に出現。

「モバイルデータ通信」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析(※)
キーワード別の苦情・相談件数 (n=319)



「光ファイバー」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析(※)
キーワード別の苦情・相談件数 (n=695)



1 「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言」及び取組の進展

- 2011年(平成23年)12月、「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」(座長：堀部 政男 一橋大学名誉教授)において、電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に関する検討が行われ、提言を取りまとめ・公表。
- 提言においては、広告表示、勧誘、重要事項説明、適合性の原則、契約解除に係る問題及び契約解除の手続き面の課題等について方向性が示され、これを受け、総務省や業界団体、各電気通信事業者等において、各種の取組を実施。

2 業界団体（電気通信サービス向上推進協議会（※））による自主的取組の進捗状況（1）

広告表示の改善に係る取組

- 2012年(平成24年)4月16日、「広告表示自主基準(7版)」を改定し報道発表・事業者へ周知。主な改定点は次のとおり。
 - ① 電気通信サービスの利用状況や習熟度、年齢等を踏まえた「適合性の原則」に配慮した上で、より分かりやすい説明を行う旨の条文を新設（4条）
 - ② 強調表示に関する条文及び解説を追加（6条）
 - ③ 比較表示に関する解説の盛り込み（7条）
 - ④ 2段階パケット定額プランに関する解説を追加（20条）
 - ⑤ 自主基準の対象とする契約代理店には、家電量販店も含まれることを明記（23条）
- 2013年(平成25年)4月には、特に、移動体通信サービスに関する広告の中に、データ通信サービスの通信速度等に関して、利用者に誤認を与えるおそれがあるとして指摘されていること等を受け、次のような改定が行われたところである。
 - ① 通信速度(特に移動体通信)の表示に関し、サービス提供エリアにより最大通信速度が異なる場合その旨を記載し、**最大通信速度の該当エリアを何らかの方法で消費者にわかるよう記載**（19条）
 - ② 人口カバー率の算出方式等(特に移動体通信)の表示に関し、**算出方法を明記するとともに、将来に渡る人口カバー率(サービスエリア)予定を記載する場合、同一サービスでの現時点での人口カバー率(サービスエリア)を併記**（19条）
 - ③ 端末の通信速度(特に移動体通信)の表示に関し、特にルーター類においてネットワーク側とデバイス側の速度が顕著に異なる場合、**高い通信速度のみを記載しない**（別表9）

(※) 電気通信サービス向上推進協議会：一般社団法人電気通信事業者協会、一般社団法人テレコムサービス協会、一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟の電気通信4団体で構成され、利用者の利益確保に向けて、広告表示の改善や消費生活相談員への研修、営業活動に関するルール作り等を実施。

2 業界団体（電気通信サービス向上推進協議会）による自主的取組の進捗状況(2)

勧誘・契約解除の適正化に係る取組

○ 2012年(平成24年)4月16日、電気通信サービス向上推進協議会において、「**電気通信事業者の営業活動に関する自主基準**」を作成

第1章 総則

第1条(目的)

本自主基準は、電気通信事業者の適切かつ健全な事業活動を維持しつつ、利用者の利益を不当に害する勧誘及び契約の締結を防止することにより、利用者の利益の増進及び電気通信事業の健全な発展に寄与することを目的とする。

第2条(定義)

第2章 事業者等

第3条(氏名等の明示) **勧誘の際は氏名等を明示 事業者名(代理店名)・氏名・勧誘目的を明示**

第4条(利用者への説明) **契約締結時の説明 事業者(代理店)の名称・連絡先・料金・契約変更(解除)の条件等**

第5条(適合性を考慮した説明)

事業者又は代理店は、勧誘や契約の締結にあたり、その電気通信サービスの内容・必要性が理解されるよう、利用者の知識や経験等に配慮した説明を行わなければならない。特に、高齢者や未成年の利用者への説明に際しては、利用者の意向や状況を考慮した分かり易い説明に努めなければならない。

第6条(再勧誘の禁止) **再勧誘の停止 拒否要望があった場合に再勧誘を停止**

事業者又は代理店は、電話による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときは、当面の間、当該利用者に対し電話による勧誘をしてはならない。又、訪問による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときも、当面の間、勧誘を行わないよう努めなければならない。

第7条(禁止行為)

事業者又は代理店は、勧誘に際し、利用者に不実のことを告げ、又は故意に事実を告げない行為をしてはならない。

2 事業者又は代理店は、勧誘に際し、利用者を威迫して困惑させてはならない。

第8条(申込みの撤回) **工事前無償契約解除 FTTH・CATVの回線サービスの工事前無償契約解除を実施**

事業者は、利用者からの申込みの撤回等(契約の解除を含む。)の申出を受け付けるものとする。

2 訪問又は電話による勧誘の誤認防止を目的として、事業者は、当該申出に係る電気通信サービスが回線敷設工事前の場合は、原則その利用者に係る料金及び経費の支払いを求めないものとする。なお、本条に規定する電気通信サービスは、FTTH サービス及びCATVインターネット接続サービスをいう。

第9条(問合せ及び苦情の処理)

第10条(代理店指導) **代理店監督 勧誘状況の把握・管理、勧誘適正化に向けた指導推進**

第3章 協議会

第11条(自主基準の遵守)

本自主基準の遵守に資するため、電気通信サービス向上推進協議会は、自主基準実施状況を、電気通信関連4団体に対して適宜調査を行う。

第12条(本自主基準の改定)

3 苦情・相談の低減に向けた直近の状況

- 総務省における対応 -

業界団体及び主な電気通信事業者への要請

- 電気通信サービス向上推進協議会及び4団体に対し、それぞれ書面により、会員企業に対し、自主基準の周知及び遵守の徹底、販売勧誘適正化に向けた取組の推進を促すよう要請
- 主な移動通信サービス提供事業者に対し、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘適正化及び期間拘束のある契約の契約解除期間に関する分かりやすい通知導入の検討等を書面により要請
- 主なFTTHサービス提供事業者に対し、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘適正化を書面により要請

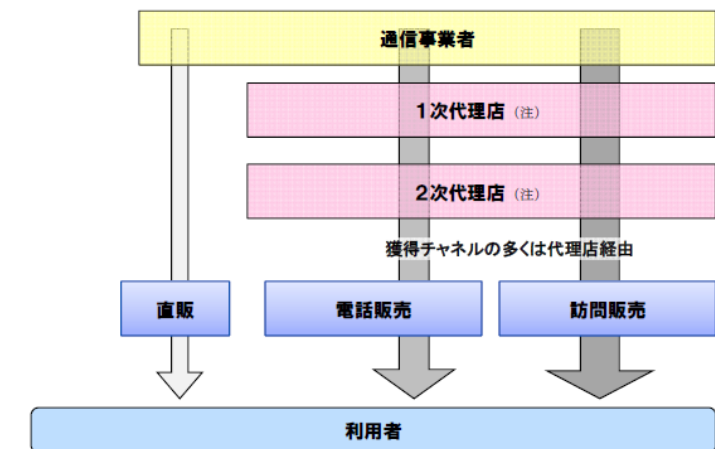
主な大手販売代理店等への要請

- 特に電話勧誘販売等で苦情・相談事例の多い大手販売代理店等に対し、書面等により、傘下の二次代理店の指導徹底や書面交付等の業務プロセスの見直し等の改善を要請

- 事業者における対応 -

- 代理店からサンキューレターの送付・改善等の取組が進展。
- 取組を利用者利益の確保に着実につなげるためには、利用者の苦情・相談を随時分析した上で、取組状況の進捗状況や新たな課題について現状を把握し、今後の対応を検討していくことが不可欠（PDCAサイクル）

（参考）一般的な代理店の構造（例）



（注）代理店となっているのは、ISP、量販店のほか、専門の電話販売代理店、訪問販売代理店など
 ※ 株式会社野村総合研究所作成資料による。

1. 「携帯電話サービス」

● サービス品質・提供エリア等の表示について

（通信速度）

- ・データ通信サービスの最大通信速度と実効速度の乖離については、カタログやホームページ上にて、最大通信速度（ベストエフォート）とは実際の通信速度を示すものではなく、「ベストエフォート型サービス」のため、回線の混雑状況や通信環境などにより、通信速度が低下、または通信できなくなる等、案内が行われている。
- ・他方で、一定の条件下で民間事業者が計測した実測値や、会員や利用者が参加した通信速度の実測値などによれば、多くの利用者が最大通信速度（ベストエフォート）と実測値の間に一定の乖離がある状況が指摘されている。

（人口カバー率）

- ・広告表示自主基準等においては、計測手法を説明することや、将来に渡る予定を記載する場合、現時点での人口カバー率を併記することとされている。現状、実際には人口カバー率は、事業者によって異なる算出方法が用いられている。
- ・一方、いずれがより実感に近い算出方法なのか、利用者視点からは容易に判別することができない上、異なる事業者のサービスを、同じ基準で比較することが困難とも指摘されている。

● 料金プランについて

- ・事業者において、多様なニーズへ対応する一方で、分かりやすさとバランスを取る工夫も行われている。他方で、ベースとなる料金プランに加え、一定期間の契約継続を条件とする割引サービス等のオプションとの組み合わせとなっているため、依然として複雑で理解が難しいとも指摘される。
- ・加えて、端末購入と通信サービスの契約の区別が不明瞭となっており、支払うべき料金の全体像が分かりづらく、端末購入に相当する割賦代金と通信サービス両方を含む請求額が、認識以上に高額となってしまう、苦情・相談につながる事例も指摘されている。

● 期間拘束・自動更新付契約について

- ・「解約月があるなら事前に通知してほしい」「自動更新は聞いていない」との苦情・相談も寄せられている。
- ・携帯電話事業者各社が、申込制、あるいは全員あてに送付する月々の請求額のお知らせにおいて、利用者に対するプッシュ型の通知として、更新時期のお知らせの実施を開始、あるいはお知らせをする方向で対応が進められている。
- ・他方、プッシュ型の通知の文面を、より分かりやすい記載とすべきとの指摘があるほか、幅広く希望者に届くよう対応することが課題となっている。

● 高額請求等に関する注意喚起

- ・海外渡航や、3G回線とWi-Fiの切替に関するもの等の思わぬ高額請求に関する注意喚起は、契約時の重要事項説明時にも注意喚起が行われているが、一層効果的な注意喚起の方策等を実施していくことが課題となっている。

2. 「モバイルデータ通信」

● **サービス品質・提供エリア等の表示について**（「携帯電話サービス」と同様の現状と課題が指摘されている）

● **料金プランについて**（「携帯電話サービス」と同様の現状と課題が指摘されている）

・セット販売について、契約内容全体を分かりやすく説明し、利用者が正しく理解できるための取組強化の必要性が指摘されている。

● **不適切な話法の是正について**

・事業者において、代理店監査の強化等を通じた、不適切な話法の是正が行われる一方、依然、「光ファイバーよりも必ず速くなる」等の不適切な話法による勧誘に起因する苦情・相談も寄せられている。指導の徹底及び適合性の原則に沿った対応の強化の必要性が指摘されている。

● **解約に関するルール**

・電波が入りづらい等、ワイヤレスサービスの特性に係る理由で解約を希望する場合等があることから、購入後、短期間での解約に係るルールを設け、利用者に明確に案内するなどの取組強化の必要性も指摘されている。

3. 「光ファイバー」

● **販売・勧誘方法**

（執拗な電話勧誘・訪問販売の禁止）

・同一のサービスについて、複数の異なる代理店等から執拗に電話勧誘が行われる、といった事例が指摘される。「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」において再勧誘の禁止がうたわれているが、末端の代理店までを含めた取組状況の確認・徹底が求められる。

（不適切な話法の是正）

・勧誘目的であることを伝えない等の事例が依然として多く寄せられており、法令及び業界自主基準の遵守の徹底の必要性が指摘されている。

（書面交付の徹底）

・電話勧誘時には、①申込み内容の確認、②連絡先の伝達、③工事前無償解約等の必要事項を確認した上で、サンキューレターを送付するよう業務プロセスの見直しが行われ、運用されている。

（高齢者勧誘）

・事業者によっては、高齢者の勧誘にあたっては、同居する家族等の承諾も得ることや勧誘チェックシートを用いて漏れのない確認・必要事項の伝達を行う等の取組も行われている。他方で、適合性の原則への配慮を欠いた事例も寄せられており、更なる取組の必要性が指摘されている。

● **期間拘束・自動更新付契約について**（「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信」と類似の苦情・相談も寄せられている）

● **料金プランとその説明について**（初期工事費の分割払いについて、「携帯電話サービス」と類似の苦情・相談が、セット販売について、「モバイルデータ通信」と類似の苦情・相談も寄せられている）

1 利用者視点を踏まえたサービス品質・エリア等の表示

- 主要各国の動向も踏まえ、広告や営業勧誘の際に示されるサービス品質・エリア等の表示が必ずしも実態を踏まえている現状ではなく、また事業者あるいはメディア等により、独自の調査結果が公表される等しており、利用者が適切にサービスを選択しづらく、利用者利便を損なうおそれも高まっている。

2 利用者のニーズに応えるサービス設計等の検討

（料金プラン）

- 分かりやすさ・選びやすさを重視しシンプル化した料金プランの提供も行われている一方、依然としてオプション・端末割賦の代金との区別等、分かり易い説明が求められている。

（期間拘束・自動更新付契約）

- 更新時期を認識しないまま、自動更新され、解約トラブルとなった事例が多く寄せられている。

（利用者に分かりやすいサービス設計）

- 高度化・多様化・複雑化する通信サービス・料金プラン等を背景とし、誰でも利用できるようなシンプルな端末やサービスメニューの検討等、利用者の声・実情を踏まえたサービス設計を望む声がある。

3 販売勧誘の在り方の自己点検・確認

- 電気通信サービスが高度化・多様化・複雑化し、様々な新規サービスの投入による顧客獲得を目指した競争が激化するとともに、ワイヤレス・ブロードバンドの進展に伴う有線サービスと無線サービスの競合等も進展している。

4 事業者による代理店状況把握と指導の徹底

- 特に「光ファイバー」の電話勧誘関連の苦情・相談が多いことから、傘下の代理店の状況把握と指導の徹底について、「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信」を含め、業界全体として引き続き対策の強化を行う必要がある。

5 適合性の原則の考え方への配慮

- 電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化に伴い、利用者が十分に理解しないまま契約を行い、トラブルとなる事例が高齢者等を対象に多く見られる。

- 広告表示や販売勧誘において、利用者が正確な情報に基づき契約が可能となる環境を整備する。
- 具体的には、実効速度の計測及び広告表示への活用が行われている諸外国等の国際動向を参照しつつ、利用者に分かりやすく情報提供する方策について、**広告表示等において実測値を表示・併記することも含め、所要の検討を進める。**

（料金プラン）

- 契約割賦代金やオプション料金を明確に区別した上で、月額利用料見込みを示す取組の推進等、**分かりやすい料金プランの説明の実施を徹底する。**

（期間拘束・自動更新付契約）

- 契約段階で分かりやすい説明を尽くすとともに、更新時期をお知らせする**プッシュ型通知の導入及び普及を推進するとともに、幅広く希望者に届く方策を検討する。**

（利用者に分かりやすいサービス設計）

- 消費者の意見を聞きつつ、高齢者をはじめ、様々なリテラシーの利用者にとって**容易に分かりやすいシンプルなサービスメニュー等**についても検討していくことが望まれる。

- 市場動向の変化を踏まえ、電気通信事業者において、**営業・販売目標値が高すぎることで無理な販売勧誘活動を招いていないか確認する。**また、市場の動向と顧客ニーズの実情を踏まえ、**望ましい販売勧誘の在り方を自己点検する。**

- 二次以下の代理店も電気通信事業者と一次代理店が一体となって指導を徹底するとともに、**対応が行き届かないことがないよう、適正な代理店以外とは契約せず、インセンティブも支払わないこと等を徹底する体制を推進することが求められる。**
- **書面交付の徹底、サービス内容等を分かりやすく説明し、利用者の意思を確実に確認する仕組みを構築する。**

- 利用者利益の保護のために常に踏まえるべきものであり、利用者の①知識・経験等に基づく判断能力、②経済的負担及び③サービス利用の目的あるいは意向を考慮することが必要である。
- サービス提供のあらゆるフェーズにおける実効性確保が必要である。

6 代理店連絡会等の設置

- 代理店は、様々な事業者のサービスをセットで販売することも多い。事業者が悪質な代理店に対して、ペナルティを課しても、当該代理店が、他の大手代理店の傘下へ移動し、活動を継続する可能性も高い。

- 個別の事業者や代理店のみでは解決できない課題が顕在化していることから、事業者及び代理店間で情報共有ができる場を設け、自主基準の遵守徹底、具体的な苦情・相談の削減に向けた取組、悪質な代理店への対処等に係るルール作り等を行う。

7 業界団体としてのコールセンターの設置

- 電気通信事業は、市場規模が拡大し、国民の生活に密接に関わるとともに、サービスが高度化・複雑化し、苦情・相談も増加傾向にある中、業界を挙げての取組が要請されている。

- 業界としての責務を果たしていくとの姿勢で、直接的に利用者からの苦情・相談状況を把握し、透明性を確保しつつ、適切な対応を行い、業界全体としての消費者保護に係る取組の底上げをはかるため、業界共通の消費者対応窓口の設置を検討する。

8 消費生活センターとの連携

- 国民生活センターの電子掲示板等を通じた情報提供、消費生活センターの相談員向けの講習会への講師派遣等の取組を継続し、両者の連携が引き続き図られている。

- 引き続き、各種チャネルを通じて、密な情報交換・要望の交換等を行い、両者の連携強化を図ることが望ましい。

9 利用者リテラシーの向上

- 複雑化・多様化・高度化する電気通信サービスの現状に鑑み、利用者リテラシーの向上が期待される。また、利用者の側において注意すべきことについても留意が必要である。

- 抜本的なサービスメニューや対応を具体化し対応するほか、利用者への注意喚起やリテラシー向上に向けた周知啓発や教育機会の充実を図っていくことが必要である。
- 利用者においても、最低限必要な対応を行うことにより、契約内容等について自ら理解するよう努めることが必要である。

10 制度的な対応の検討

- 業界団体における自主基準等に基づく取組にも関わらず、苦情・相談が劇的な減少を見るには至らなかった。このため、利用者からの苦情・相談の件数が依然多い傾向にあり、従来の延長線上にある取組のみでは十分ではない。

- 利用者からの苦情・相談件数が高止まり傾向にあることから、従来の延長線上にある自主的な取組だけでは足りず、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に着手すべきである。

11 新たな取組と自主基準等の継続的な見直し

- 取組の効果について、継続的な検証を行い、所要の対応を行っていくことが必要である。

- 提言される具体的な取組を推進し、苦情・相談を減らす努力を継続する必要がある。
- 各社ごとに、苦情・相談件数等を把握し速やかにPDCAサイクルを通じて改善対応可能な体制を整えるとともに、業界全体の取組状況を定期的に把握し、自主基準の見直し等も含めて検討することが望ましい。

スマートフォン時代における
安心・安全な利用環境の在り方に関するWG 最終とりまとめ(案)

スマートフォン安心安全強化戦略(案)
第Ⅲ部 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

スマート ユース イニシアティブ

～ 青少年による安心・安全なソーシャルメディア等の利用のために ～

第Ⅲ部 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

第1章 スマートフォンのアプリケーション利用における現状と課題

- ① スマートフォンのアプリケーション利用における現状
- ② スマートフォンのアプリケーション利用における課題

第2章 スマートフォン時代に適応したフィルタリング環境の整備

- ① スマートフォンの普及に伴うフィルタリング環境
- ② スマートフォンのフィルタリング環境の一層の整備のために必要な対応

第3章 スマートフォン時代に適応したリテラシー向上の取組

- ① スマートフォン時代に適応したリテラシー向上に関する現状と課題
- ② 地域の自主的なリテラシー向上活動の展開

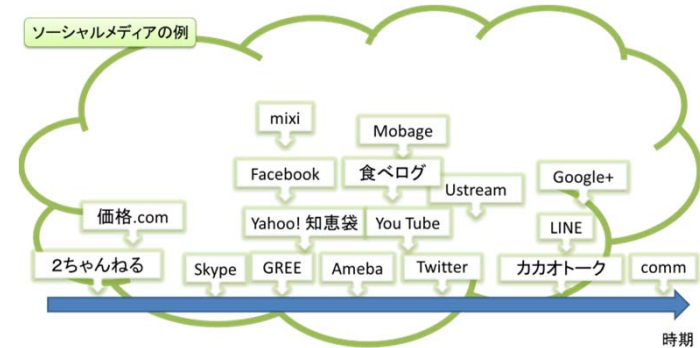
第4章 ソーシャルメディアガイドラインの普及促進

- ① ソーシャルメディアガイドラインの現状
- ② ソーシャルメディアガイドラインの普及促進に向けて

○ ソーシャルメディアは、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しかけが用意されており、互いの関係を視覚的に把握することができるのが特徴。

(ソーシャルメディアの例)

- ・コミュニケーション機能を有するアプリ等
- ・ゲームや動画投稿サイト

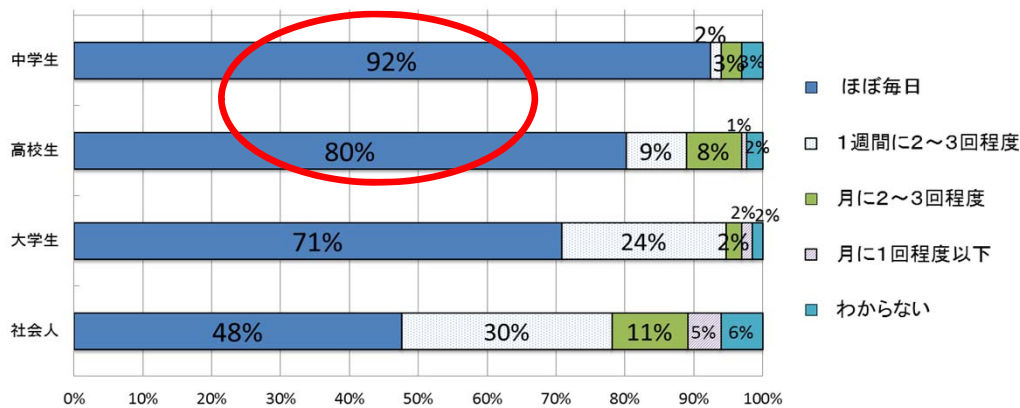


ソーシャルメディアの利用動向

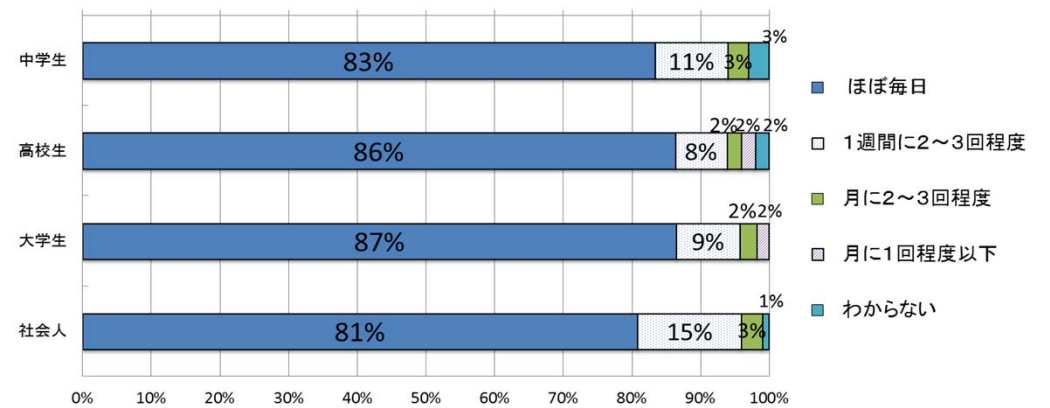
※アンケート調査結果

スマートフォンのアプリケーションとして特徴的に普及したコミュニケーションアプリは、従来のSNSにくらべ、中学生・高校生への普及が顕著。

【コミュニケーションアプリ】



【SNS】



「コミュニケーションアプリ」: スマートフォンのアプリケーションとして特徴的に普及したコミュニケーション機能を有するアプリ。利用者間の無料通話やメッセージのやりとりなどが可能となる。

「SNS」: PC等での利用を含むコミュニケーション機能を有するサービス。

【主な検討課題】

1 ソーシャルメディアの利用に当たっての課題

- 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。
- 情報の伝搬力を飛躍的に高めるツールであり、システム上の技術的な動作の同期化とともに、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や炎上のリスクも生じてしまうのではないか。
- アプリケーション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ため、プライバシーに配慮し、年齢・性別等に応じたリテラシー向上の取組が必要ではないか。
- 携帯電話事業者による従来の携帯電話とは異なり、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のではないか。
- サービス提供事業者のモラル向上策等の利用者への取組についてより一層の強化を図っていくべき。多くのアプリケーション事業者に対し、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。

2 ソーシャルメディアの利用に当たっての青少年特有の課題

- 青少年の利用の実態と保護者の意識の乖離をどう埋めるか。
- フィルタリング・年齢確認等、青少年の安心・安全な利用に向けた取組は一層重要。



- 青少年インターネット環境整備法※の基本理念である「フィルタリングの推進」と「リテラシーの向上」は、スマートフォン時代においても、青少年保護を図る上で引き続き重要な課題。

※ 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20年法律第79号)

- そのため、具体的な検討においては、青少年保護の観点から、
 - ① スマートフォンのフィルタリング環境の整備に関する課題と関係者の役割
 - ② インターネット・リテラシー指標を活用した利用者のリテラシーの向上のための課題と対応に加え、上記スマートフォンにおけるソーシャルメディアの利用に係る課題として、
 - ③ ソーシャルメディアガイドラインの活用によるソーシャルメディアの利用に係る課題と対応について検討。

スマートフォン時代に適応したフィルタリング環境の整備

【スマートフォンの普及に伴うフィルタリング環境】

（1）スマートフォンにおけるフィルタリングに対する現状と課題

- ・ 無線LAN経由の接続やアプリに対する端末でのフィルタリングは、事業者において仕組みを整えつつある
- ・ フィルタリングがかからない場合があることについて、その認識は青少年（6割）や保護者（4割）と低い一方で、低年齢層ほどその利用が広がる傾向にあり、青少年が様々なリスクに直面する可能性から、早期の対応が必要

（2）青少年に大きな影響を有するアプリのフィルタリングに関する課題

- ・ フィルタリングの推進とともに、第三者機関による認定によるフィルタリングサービスが反映されるべき
- ・ スマートフォンの普及により利用が伸張しているアプリにおいては、第三者機関の認定を受けていないものも存在

【スマートフォンのフィルタリング環境の一層の整備のために必要な対応】

（1）携帯電話インターネット接続役務提供事業者

- ・ 新規契約時の説明等の徹底（店頭におけるフィルタリングの現状やリスクとその対応、カスタマイズ機能の説明）
- ・ 既存契約者への周知の徹底（フィルタリングアプリの利用の周知と店頭でのサポート）
- ・ フィルタリングの利用者の把握（スマートフォンにおけるフィルタリングの実利用者数の把握）

（2）第三者機関

- ・ 独立性・中立性を維持しつつ、社会情勢等の変化を踏まえ、多くの関係者の参加が得られる形での適正な運営

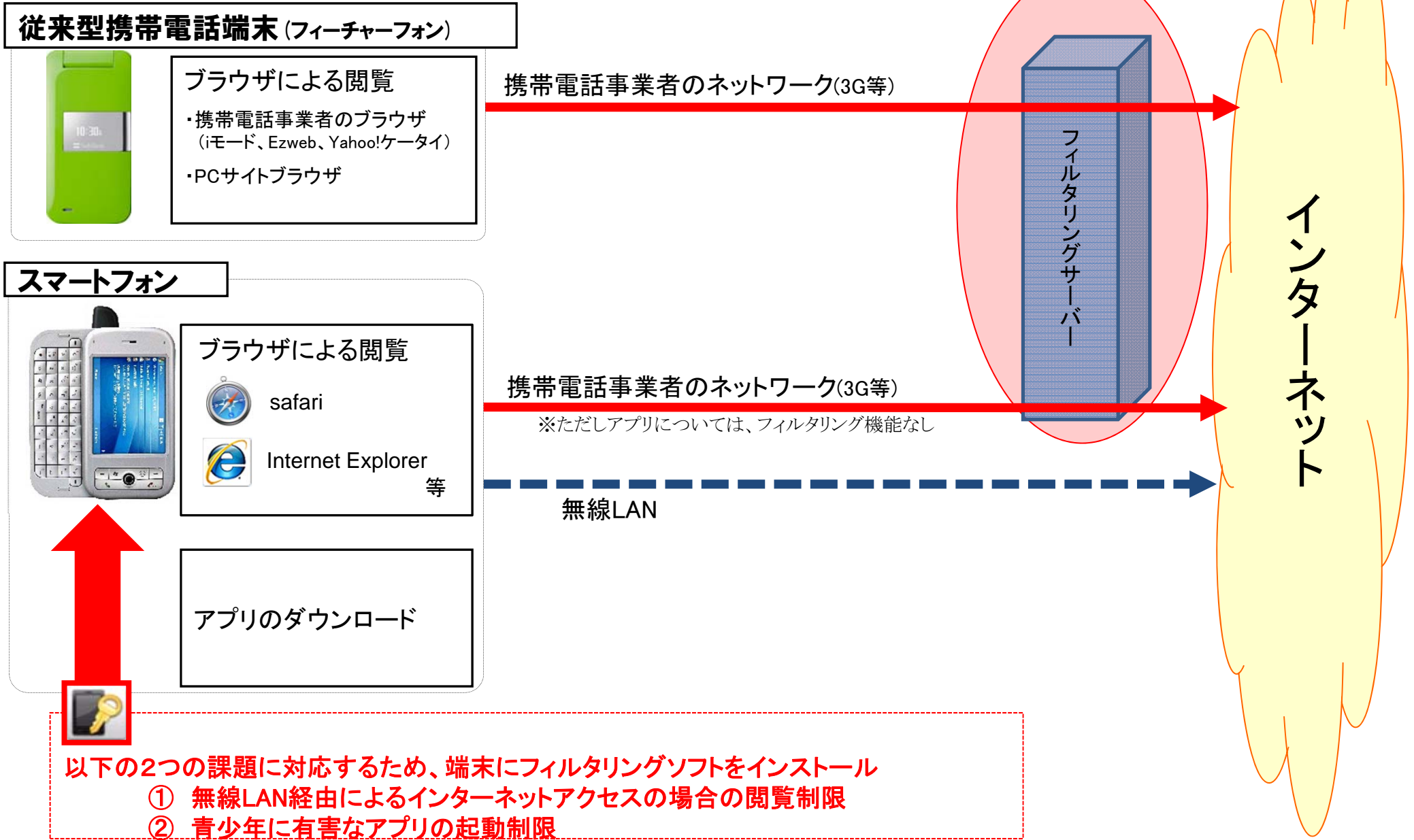
（3）アプリケーション提供事業者、コンテンツ配信事業者

- ・ フィルタリングに関する仕組みへの対応（フィルタリングと第三者の認定による閲覧制限対象を最小限に留める）
- ・ 利用者の年齢認証の取組
- ・ 個人間メッセージの内容確認

（4）保護者・青少年

- ・ フィルタリングに関する知識（フィルタリングがかからないリスクとその対応、カスタマイズ機能の活用）の正しい理解

【従来の携帯電話とスマートフォンにおけるフィルタリング】



【スマートフォン時代に適応したリテラシー向上に関する現状と課題】

- ・ スマートフォンでは様々な事業者が関わっているため、利用者が自ら情報を収集し、高いリテラシーの習得が必要
- ・ タブレット端末やゲーム端末等の新たなデバイスの普及を踏まえ、柔軟・効率的かつ機動的な展開が必要

(1) 青少年のインターネット・リテラシーの可視化 ～リテラシー指標の開発と活用～

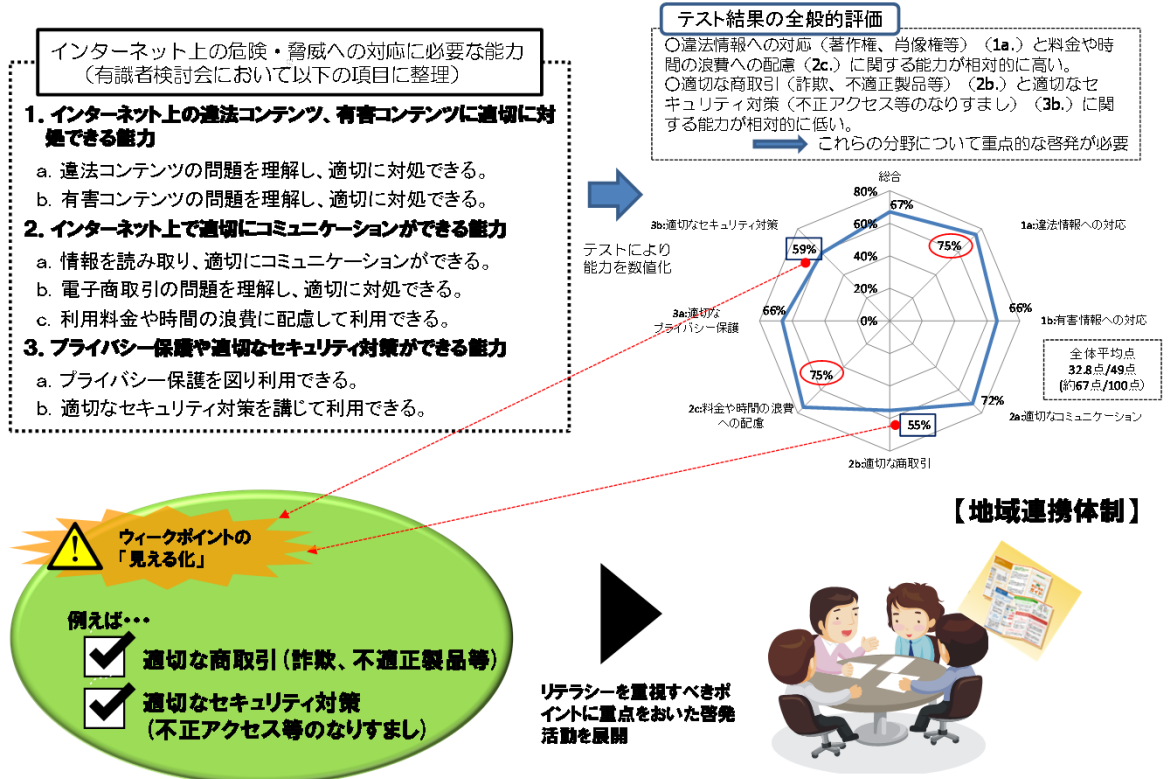
- ・ 青少年に求められるインターネット・リテラシーの的確な把握のための指標 (ILAS) を開発

(2) 関係事業者等によるリテラシー向上のための周知啓発活動

- ・ 携帯電話事業者(学校等においてリテラシー向上に向けた取組を実施)
- ・ サイト監視事業者(大学生から中高生を対象とした周知啓発活動を実施)

(3) 地域における自律的な周知啓発活動のための枠組みとその活動

- ・ 総務省では、総合通信局等が中心となり、地域の関係者と連携した周知啓発活動を実施



【地域の自主的なリテラシー向上活動の展開】

(1) インターネット・リテラシー指標(ILAS)の更なる展開

- ・ ICTサービスの登場や普及度合い等を踏まえたインターネット・リテラシー指標 (ILAS) の柔軟な見直し
- ・ インターネット・リテラシー指標 (ILAS) の多様な年齢層への展開

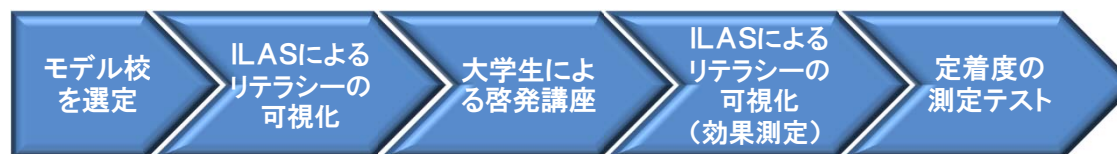
(2) 地域における自律的な周知啓発活動の展開

- ・ 地域における自律的・分散的な周知啓発の枠組みの構築(地域の核となり人材や組織を中心とし、地域の顕在的・潜在的なニーズに応じたリテラシー活動が展開できるための環境づくりが重要)
- ・ インターネット・リテラシー指標を核とした地域活動の展開

(3) リテラシーの向上に関する国際的な調和の推進

- ・ インターネット・リテラシー指標 (ILAS) の国際的展開
- ・ 民間団体等におけるリテラシー向上の取組の連携

【ILASモデル校における対応フローのイメージ】



ソーシャルメディアガイドラインの普及促進

- 青少年におけるソーシャルメディアの利用が拡大しているが、その利用の容易さや簡便さによって、その影響やリスクを考慮することなく、自分の行動や居場所、自分や他者のプライバシーに係る情報を安易に発信してしまい、犯罪被害やネット上の炎上に巻き込まれてしまう場合がある
 また、個人情報公表しないつもりでも、ソーシャルメディアに登録されている情報やその他の関連情報を組み合わせることで、個人が特定されてしまい、深刻な炎上被害につながる場合もある

【ソーシャルメディア上で炎上事例が発生しやすい背景】

- ソーシャルメディアとの接触機会や場面が増加(つぶやき)
- 検索ツールやまとめツールの充実(まとめサイト)
- 炎上までの時間は短縮傾向(伝達速度が加速化)
- 深く考えずに個人情報を公開してしまう

【ソーシャルメディアをめぐるトラブル】

- 自身の情報の公開によるリスク(個人情報の安易な公開)
- 他者への被害(他者への誹謗中傷)
 →トラブルの記録が永遠にネット上に残り、将来(進学・就職等)で自身が不利益を被るおそれ

- 現状では、**大学や企業において**、ソーシャルメディアの利用における留意事項をまとめた**ガイドラインの策定が進んでいる**

【大学におけるソーシャルメディアガイドラインのポイント】

- 法令遵守(他人の権利を侵害しない)
- 個人の尊重(相手の考えを尊重、自分の考えを押しつけない)
- 公序良俗に沿った発言(誹謗中傷や差別的発言をしない)
- 守秘義務・機密保持(発信前に機密性を確認する)
- 正確な情報の記載に心がけること
 (不正確な情報を発信しない、間違いは訂正・謝罪する)
- 自分や他者のプライバシーを保護する
 (本人の承諾なしに発信しない)
- 一度発信した内容は取り消せないことに留意

- 今後、特に、ソーシャルメディアの利用が進んでいる**高等学校以下のソーシャルメディアガイドラインの策定を促進していくことが必要**

- 本提言では、ソーシャルメディアガイドラインの普及を促進するに当たり、ソーシャルメディアガイドラインのひな型を提示するのではなく、高等学校等においてガイドラインを作成する場合に留意すべき事項を整理することによる支援によって、自ら考え、自ら理解できる、実効あるガイドラインとすることを支援することが重要。

【ソーシャルメディアガイドラインの留意すべき事項】

- 1 ソーシャルメディアで発言や情報発信をする場合は、発言や発信をする前に、自分の発言や発信がトラブルにつながる可能性がないか、誰かを傷つけたりする可能性がないか「もういちど考える」ことを心がけること。軽率な行為・行動が、自分又は他者の将来に重大な影響を及ぼす可能性があることを認識すること。
- 2 現実の社会において許されない行為・行動や好ましくない行為・行動は、ソーシャルメディア上においても許されないこと、同じ行動であっても、その影響は現実社会以上に大きい場合があることを認識すること。
- 3 トラブルに巻き込まれてしまった時、又はそのおそれがある時には、教師や保護者にすぐに相談すること。

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の利用における情報の扱い
 - ◎機密性の保持、◎プライバシーを保護、◎間違いを正し明記する、
 - ◎他者に敬意を払うこと、◎偽名を使わないこと
- ソーシャルメディアにおける安全性とプライバシーの保護について
- 大学名を明示してインターネット上に発信する場合の注意事項・遵守事項

日本大学第三中学校・高等学校のメディアポリシー

生徒のソーシャルメディアの利用は“自己責任”であると考えます。その利用に際し、学校としての基本的な考えを明確に示し、理解を求めるものとします。

- インターネットは世界中の人が見えています。
- 個人情報に関する書き込みはやめましょう。
- 学校の名誉や人を傷つける行為は絶対にしてはいけません！
- 利用しない、見ない、気にしないことも勇気だと知りましょう。
- 情報教育と保護者勉強会には参加しましょう！
- 携帯電話における保護者の三大責任を理解してください。
- 困ったときはみんなで話し合いましょう。
- 私たちが考える本当のコミュニケーションは“FACE to FACE”で！