

Family Online Safety Institute¹⁷⁷

Family Online Safety Institute(以下、FOSI)は、ワシントンを拠点とする国際的な組織で、家庭におけるインターネットの安全な利用促進を目的に活動しており、インターネット、SNS、電話会社などの業界メンバーで構成されている。

インターネットのコンテンツ・レイティングを提供している the Internet Content Rating Association¹⁷⁸(以下、ICRA)は、同機関の一部である。ICRA は、デジタル・コンテンツが自由に普及すると同時に、青少年保護を推進するためには業界の自己規制が必要であるという理念の下、1994年に設立された組織である。

FOSI は、表現の自由を尊重しつつ、安全管理を促すことで、インターネット上における子どもと家族の安全を守る活動を行っている。FOSI の活動内容には、一般市民の理解を促進するために、公共政策、技術、教育に関するイベントを展開している。FOSI は、政府、産業界、非営利団体等と協力し、ウェブ 2.0 を子どもが安全に利用できる技術的な解決策を考案している。また、同団体は、ウェブサイトの運営者向けのガイドラインを設けており、ラベリングやコンテンツに関するアドバイスも行っている。ただ、最近、そのサービスは中止されており、詳細のガイドラインは閲覧できない状態となっている。

CTIAとワイアレス協会

CTIAは、モバイル環境における責任あるワイアレス技術の使用について、子ども、保護者、教師を教育するために、ワイアレス財団(The Wireless Foundation)とともに、最近、「Be Smart. Be Fair. Be Safe: Responsible Wireless Use¹⁷⁹」という情報サイトを設立した。

同サイトは、子どもが安全に携帯電話を使用できるように、保護者等に対して必要な素材とツールを提供している。さらに、CTIAと同プログラムに参加している携帯電話プロバイダとベンダーは、消費者、特に青少年保護を目的として、自主ガイドラインを開発している。また、2010年4月にCTIAは、その自主ガイドラインにおいて顧客の位置情報に関するガイドラインを設け、Best Practices and Guidelines for Location-Based Services(以下、位置情報のガイドライン¹⁸⁰)を発表した。このガイドラインの他にCTIAは、Guidelines

¹⁷⁷ FOSI トップページ、<http://www.fosi.org/>
<http://www.fosi.org/aboutfosi.html>

¹⁷⁸ FOSI About ICRA、<http://www.fosi.org/icra/>

FOSI News 「FOSI and Facebook Encourage Responsible Digital Citizenship, Provide Tips for Maximizing Online Privacy」、<http://www.fosi.org/pr2010/57-pr-2010/569-january-28-2010.html>

¹⁷⁹ Be Smart - Be Fair - Be Safe: Responsible Wireless Use トップページ、<http://www.besmartwireless.com/>

¹⁸⁰ 電気通信情報局の OSTWG の報告書「Youth Safety on a Living Internet」、http://www.ntia.doc.gov/reports/2010/OSTWG_Final_Report_060410.pdf PA21-145/148

CTIA Wireless Content Guidelines、<http://www.ctia.org/content/index.cfm/AID/10394>

Be Smart - Be Fair - Be Safe: Responsible Wireless Use トップページ、<http://www.besmartwireless.com/>
電気通信情報局の OSTWG の報告書「Youth Safety on a Living Internet」、

for Carrier Content Classification and Internet Access (以下、コンテンツのガイドライン)や、Best Practices and Guidelines for Mobile Financial Services (以下、携帯電話での金融サービスガイドライン)等を発表している。

なお、コンテンツに関するガイドラインには、以下の項目が含まれ、青少年にとっての有害情報への対応について、消費者への情報提供と指導を定めている。

- 18歳未満にふさわしくない性的虐待などの暴力を表現しているインターネットの情報に関して、アクセスをコントロールする旨を記載する。
- 青少年保護の目的で、有害情報とされる情報への対策については、それに対応する合衆国法典、州法等に準ずることを明記する。
- CTIAと参加している携帯電話会社は、コンテンツの管理をするために、顧客へ情報とツールを提供して教育する義務がある。
- 各携帯電話会社はコンテンツのレーティング規準を設定する必要があることを明記する。

Mobile Marketing Association

Mobile Marketing Association (以下、MMA)は、世界40カ国以上750社のメンバー会員を持つ携帯電話サービスの非営利団体で、携帯電話市場とその関連技術の成長を推進する目的で設立された。

MMAでも、「Consumer Best Practices Guidelines for Carrier Content Classification and Internet Access (以下、消費者へのガイドライン)」を作成しており、青少年をターゲットとしたマーケティングに関して幅広いガイドラインを定めている。このガイドラインの最新改定版が、2010年6月に発表された。

特に「13歳未満の子どもに対してのショート・メッセージ・サービス(SMS)や、マルチメディア・メッセージ・サービス(MMS/画像)などを含むコンテンツに関しては、業界が責任を持たないといけない」、とガイドラインでは説明をしている。

CTIAのコンテンツ・ガイドラインと同様に、「合衆国法典、州法などに関するキャリアの義務」や「消費者のプライバシーの保護」の他に、「業者が発信するShortCode、MMA Global Codeを正しく使用する」、などが定められている。

(http://www.ntia.doc.gov/reports/2010/OSTWG_Final_Report_060410.pdf)
http://www.wiredsafety.org/miscdocs/OSTWG_Final_Report_060410.pdf
連邦通信委員会(FCC) Electronic Filing & Public Access Systems、
<http://fjallfoss.fcc.gov/ecfs/document/view?id=7020390790>

Facebook¹⁸¹

FaceBook ではサイトの各ページの下部にプライバシー・リンクを貼っている。また、現在、6人の民間非営利組織の代表者で構成されている安全諮問委員会(Safety Advisory Board)の援助を受け、安全センター(Safety Center)を設立する過程にある。また、FaceBook は、同委員会が実施する消費者向け教育プログラムの支援のために基金も提供している。

電気通信情報局の報告書によると、2009年にFaceBookは新たなプライバシー規定を発表し、メンバー全員にプライバシー設定をするよう義務付けている。この初期設定に対してユーザーの反応は、多少の抵抗感を感じていたようだが、現在は、世界中の3億人以上のユーザーが同設定を実施している。

インターネットの安全な利用についての教育を促すページに加えて、同社はサイトに Contextual messaging を設置している。例えば、新規ユーザーが登録手続を行う際にユーザーは、プライバシー・オプションを問われるようになっている。また、自身のステータス情報を変更する際に、現在の内容に関するプライバシー設定を表示する小さな鍵型アイコンがあり、そこでユーザーが設定を変更することもできるようになっている。

その他、ユーザー登録が18歳未満の未成年者である場合には各種機能が制限される設定を用意している。例えば、未成年者がチェックしたものはその友人だけが見ることが出来る。また、未成年者に対しては、友人の輪を広げていくオプションは設定されていない。もし誰かが未成年者がいる場所にタグをした場合は、未成年者の名前は友人にのみ表示される。また、未成年者の名前が「ヒア・ナウ(Here Now)」というページにある場合は、未成年者の友人以外は表示されないようになっている。

他方、FaceBookは情報プライバシーの普及活動をしている Data Privacy Day と共同で、2010年1月、プライバシーに関するガイドラインを発表している。このガイドラインは、特にFaceBookのユーザーに対してのもので、その内容は例えば、「絶対にユーザー・アカウントやパスワードを他人に教えないこと」、「プライバシーの設定では、自分にとって何が一番適しているのかを判断すること」、「誰もが自分の記事にアクセスできるという点に気をつけ、その詳細をプライバシー・コントロールで設定すること」、などが記載してある。

MySpace や Yahoo! の対応¹⁸²

¹⁸¹ 電気通信情報局の OSTWG の報告書「Youth Safety on a Living Internet」、http://www.ntia.doc.gov/reports/2010/OSTWG_Final_Report_060410.pdf P51
フェイスブック(Facebook) トップページ、<http://www.facebook.com/>
フェイスブック(Facebook) Controlling How You Share Privacy Controls、<http://www.facebook.com/privacy/explanation.php>
Safekids.com トップページ、<http://www.safekids.com/>

インターネットの安全な利用を目指し、MySpace と複数の SNS サイトが 2008 年に結成した「Internet Safety Technical Task Force(以下、ISTTF)」による、「子どもの安全とオンライン・テクノロジーの強化(Enhancing Child Safety & Online Technologies)」の最終報告によると、例えば、MySpace では不適切な領域へのアクセスに関しては、18 歳未満のユーザーに対して閲覧の制限や拒否をしている。また、アルコール、喫煙、飲酒に関連する広告へのアクセスもブロックしている。同サイトでは、安全な利用への助言(SafetyTips)のページで、サイトの安全な設定の方法についてのガイドラインを設けている¹⁸³。

このガイドラインには、MySpace Forum は公共のスペースだということを常に念頭に入れて、公表されたくない自身の情報は控えることを促している。また、自分のグループに見知らぬ者を追加する際には、その者の名前が必ずしも本名ではないことに注意するなどが挙げられている¹⁸⁴。

また、Yahoo!は未成年者に対する成人向けコンテンツの表示を防止する検索機能を設置している。さらに、サイト画面の下部には安全利用についてのリンクを貼っており、インターネットの安全な利用についてのガイドラインを設定している¹⁸⁵。このガイドラインでは、Yahoo!が児童オンライン・プライバシー保護法(COPPA)に基づいていることを明記し、ウェブサイトを利用する前に保護者が行うこととして、まず、子どもが閲覧しようとするウェブサイトについて理解し、子ども用のコンピューターの設置場所への配慮や、ペアレンタル・コントロールのソフトウェアの利用、あるいは、家庭におけるインターネットの安全な利用に関してのルールを設定すること、などが指示されている。

また、実際に子どもがインターネットを利用する際には、パスワードを絶対に公開しないことや、個人情報の保護、チャット・ルーム等での全く知らないユーザーには気をつけること、あるいは、個人的に会うことをリクエストされないように気をつけたり、ネットいじめにも気を配るなどのガイドラインが紹介されている。

¹⁸² Harvard University Law School, Cyber Law, <http://cyber.law.harvard.edu/pubrelease/isttf/>
Harvard University Law School, Cyber Law Enhancing Child Safety and Online Technologies,
http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/ISTTF_Final_Report.pdf P25

¹⁸³ マイスペース(MySpace)トップページ、<http://www.myspace.com/>
MySpace Help, <http://www.myspace.com/help>

¹⁸⁴ マイスペース(MySpace) Help, Privacy & Security, Safety Tips, <http://www.myspace.com/help>

¹⁸⁵ Yahoo! トップページ, <http://www.yahoo.com/>
Yahoo! Safely, <http://safely.yahoo.com/>

1.4.3 インターネット上の情報の分類（レイティング、ゾーニングなど）

■連邦

上述の CTIA ワイヤレス協会では、具体的なレイティングの分類には触れていないものの、「各電話会社がコンテンツのレイティング規準を設定するべき」だとしている。

例えば CTIA では、レイティングが実践的に利用できるように、携帯電話会社とは利害関係のない第三者が（ペアレンタル・コントロールを行っている「Content Patrol™」等）、コンテンツのレイティング規準を作成し、維持し、適時修正することを勧めている¹⁸⁶。

Verizon 社のレイティング

これを踏まえ、例えば、インターネット及び携帯電話のプロバイダである Verizon 社では、同社のサイト、「ペアレンタル・コントロール・センター(Parental Control Center)」で、コンテンツの内容を、適齢別に、C7+、T13+、YA17+というレイティングを設定している¹⁸⁷。これは、同社が提供しているオプションで、フィルタリング機能を使用した場合に有効であり、この機能を利用しない場合は、レイティングの表示はされない。

青少年にとってふさわしくない情報については、ゲームや着信音の変化、チャット・プログラムの全てにおいて、レイティングの表示がされる Short code という設定があり、また、フィルタリング機能（無料）を設定できるサービスを提供している。これら Short code プログラムには、C7+（7 歳以上）、T13+（13 歳以上）、YA17+（17 歳以上）や、M18+（18 歳以上）等のレイティングを設定している。

各レイティングは、年齢にふさわしいコンテンツを表示することで、保護者によるペアレンタル・コントロールを促している。

インターネット・コンテンツ・レイティング・システム¹⁸⁸

ピュー・インターネットの報告書によると、いくつかのフィルタリングのソフトウェア会社が、ウェブサイトのレイティング・システムに協力している。例えば ICRA は、インターネット・コンテンツの基盤となる「Platform for Internet Content Selection（以下、

¹⁸⁶ 電気通信情報局の OSTWG の報告書「Youth Safety on a Living Internet」、
http://www.ntia.doc.gov/reports/2010/OSTWG_Final_Report_060410.pdf
CTIA Wireless Content Guidelines、<http://www.ctia.org/content/index.cfm/AID/10394>
CTIA' s Carrier Content Classification and Internet Access Guidelines、P1~2
http://files.ctia.org/pdf/CTIA_Content_Classification_Guidelines.pdf
連邦通信委員会(FCC) Electronic Filing & Public Access Systems、
<http://fjallfoss.fcc.gov/ecfs/document/view?id=7020390790>

¹⁸⁷ Verizon、The Low Down on “Short Codes、
<http://parentalcontrolcenter.com/the-low-down-on-short-codes>

¹⁸⁸ ピュー・インターネット「オンラインの 10 代保護(Protecting Teens Online)」、
http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP_Filters_Report.pdf P13 より

PICS)」を作成し、技術的な面での支援を行っているが、具体的には、ウェブコンテンツの管理者が自発的に HTML や XML のウェブサイトのコード内に、通常スニペットと呼ばれる短い概略が表示される紹介文を埋め込むことで、閲覧者がサイトのコンテンツの内容を直ぐに判断できるように働きかけている。

レイティングとラベリング計画¹⁸⁹

前述の「インターネット上での生活における青少年の安全性」の報告書によると、インターネットの安全な利用は、現時点では、レイティングとラベリングを利用したフィルタリングに依存している。

フィルタリングに適用されるレイティングの基準については、コンテンツの選別やブロッキングが容易にできるため、既に確立されている「全米映画協会(the Motion Picture Association of America(以下、MPAA)や、「エンターテインメント・ソフトウェア・レイティング委員(Entertainment Software Rating Board 以下、ESRB)、「アメリカレコード産業協会 (Recording Industry Association of America Recording(以下、RIAA))等のレイティング・システムがインターネット業界にも導入されている。

一方で、一般のユーザーが作成するようなサイトでは、ユーザーがコンテンツを作成しサイトに上げているため、コンテンツも幅広い内容となり、ラベリングを行うのは困難である。そこで多くのウェブサイトでは、コミュニティー警備(community policing)を呼びかけ、ユーザー自らが他者の掲示したコンテンツへ「タグとフラグ」をつけるラベリングを各サイトでは推奨している。

また、サイト提供者やツール開発業者は、「クラウド・ソーシング」を利用したコンテンツのラベリングを行っている。もちろん、これにはサイト側が、リアルタイムでポルノ画像の検出やコンテンツのテキスト・タグを見直すなど、マニュアルで「コンテンツの見直し」作業をすることが補助的作業として必要となる。

エンターテインメント・ソフト・レイティング委員会¹⁹⁰

エンターテインメント・ソフト・レイティング委員会(The Entertainment Software Rating Board、ESRB)は、インタラクティブなエンターテインメント・ソフト産業において、独自のレイティング・システムを設け、広告のガイドラインを実施し、オンライン・プライバシーの保護を支援する自主規制機関である。

エンターテインメント・ソフト・レイティング委員会によるレイティング・シンボルは以下の図表 22 のとおりである。

¹⁸⁹ 電気通信情報局の OSTWG の報告書「Youth Safety on a Living Internet」、http://www.ntia.doc.gov/reports/2010/OSTWG_Final_Report_060410.pdf P60 より

¹⁹⁰ The Entertainment Software Rating Board、ESRB SEARCH FOR VIDEO GAME RATINGS、<http://www.esrb.org/index-js.jsp>