

フィルタリングに関する実態調査

平成20年3月

東京都青少年・治安対策本部

目 次

調査実施の概要

1 調査の目的	1
2 調査項目	1
3 調査設計	1
4 回収結果	1
5 報告書を読む際の注意	2
6 調査回答者の属性	2

調査結果の概要	3
---------------	---

調査結果の詳細

1 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況	4
1 - 1 利用者確認をしていない理由	6
2 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度	7
3 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度	8
4 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況	10
4 - 1 フィルタリングサービスの告知・勧奨の方法	12
4 - 2 青少年のフィルタリングサービスへの加入状況	13
4 - 3 フィルタリングサービスを告知・勧奨していない理由	14
5 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して	15
5 - 1 通知等を受けた方法	16
5 - 2 受けた通知等の内容	17
6 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか	18
6 - 1 徹底されないと思う理由	19
7 フィルタリングに関する自由意見	21

使用した調査票	26
---------------	----

巻末集計表	30
-------------	----

調査実施の概要

1 調査の目的

携帯電話の販売店等におけるフィルタリングサービスの告知・勧奨の状況を把握することにより、平成 19 年 7 月 1 日に施行された東京都青少年の健全な育成に関する条例第 18 条の 7 第 3 項に規定するフィルタリングサービスの普及と、更なる周知・徹底に資する目的で実施。

2 調査項目

- (1) 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況
 - (1-1) 利用者確認をしていない理由
- (2) 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度
- (3) フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度
- (4) フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況
 - (4-1) フィルタリングサービスの告知・勧奨の方法
 - (4-2) 青少年のフィルタリングサービスへの加入状況
 - (4-3) フィルタリングサービスを告知・勧奨していない理由
- (5) 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して
 - (5-1) 通知等を受けた方法
 - (5-2) 受けた通知等の内容
- (6) 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか
 - (6-1) 徹底されないと思う理由
- (7) フィルタリングに関する自由意見

3 調査設計

- (1) 調査対象 東京都全域（島しょ部を除く）に所在する
携帯電話機器販売専門店及び携帯電話機器を販売する家電量販店
- (2) 調査対象店舗数 1,047 店
- (3) 抽出方法 地区のばらつきを考慮しながら、都内の携帯電話機器販売店を抽出
- (4) 調査方法 調査員が各店舗を訪問し、販売員もしくは店舗の売場・店舗責任者に対して調査票を留置し、後日再び店舗を訪問して調査票を回収した。
- (5) 調査期間 平成 20 年 2 月 7 日～ 2 月 18 日
- (6) 調査実施機関 株式会社エスピー研

4 回収結果

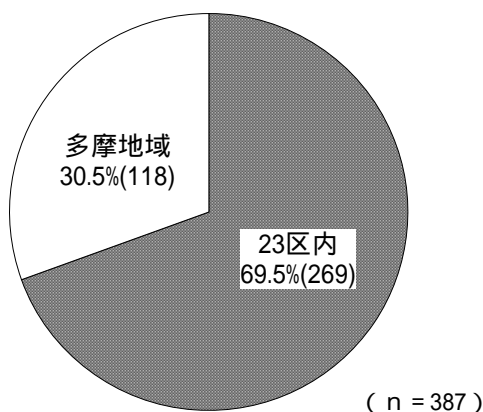
	合計	携帯電話専門店	家電量販店
調査対象数	1,047	649	398
有効回収数	387	279	108
回収率	37.0%	43.0%	27.1%

5 報告書を読む際の注意

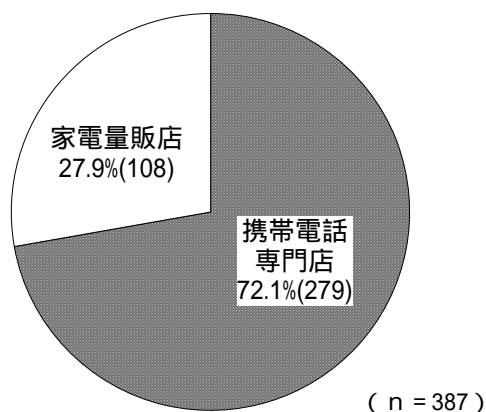
- (1) n (Number of case の略) は質問に対する回答者数で、比率算出の基礎を示す。
- (2) 結果数値は、カッコ内に回答件数を表示するとともに、回答件数をもとに百分率で比率表示し、小数第2位を四捨五入している。したがって、比率を合計しても、全体の計に一致しないことがある。
- (3) 複数回答(はいくつでも)の質問では、内訳の合計は通常100%を超える。
- (4) 質問によっては、平成18年2月に実施した「フィルタリングに関する実態調査」のうち、携帯電話機器を販売している店舗の集計結果との経年比較を行い、また、類似している質問の集計結果を参考として掲載した。

6 調査回答者の属性

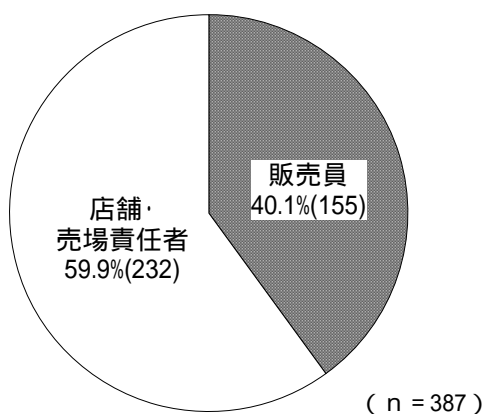
(1) 地域別



(2) 店舗形態別



(3) 回答者別



調査結果の概要

1 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況

「誰が使うのかを必ず聞く」は6割近く(57.9%)になっている。店舗形態別では、家電量販店では6割を超え(63.0%)、携帯電話専門店(55.9%)を上回っている。回答者別では、店舗・売場責任者では6割を超えて(62.1%)いるのに対し、販売員では51.6%にとどまっている。

「確認しない」は1割(10.3%)で、その理由は「契約者に聞きにくい(個人情報に関わるから)」が45.0%、「フィルタリングの意思確認をすれば手続き上問題ないから」が37.5%となっている。

2 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度

「知っている」が4割(40.3%)、「聞いたことはある」が5割(49.6%)で、「知らない、聞いたことがない」は1割(10.1%)になっている。回答者別では、店舗・売場責任者では「知っている」が5割(49.6%)であるのに対し、販売員では26.5%にとどまっている。

3 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度

「知っている」は6割半ば(64.1%)になっている。「聞いたことはある」は2割半ば(25.3%)、「知らない、聞いたことがない」はほぼ1割(10.6%)である。

4 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況

「告知・勧奨している」は8割半ば(85.5%)である。フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度との関係でみると、条例の規定を知っている店舗ではほとんど(97.2%)の店舗で告知・勧奨が行われているのに対し、条例の規定を聞いたことがある店舗では68.4%、条例の規定を知らない、聞いたことがない店舗では56.1%にとどまっている。

告知・勧奨の方法については、「説明用のパンフレット等を見せる」が54.1%、「契約書のフィルタリングの項目の中で説明する」が53.8%となっている。

調査時点から過去半年位の間、青少年が利用する携帯電話等の契約者のうち、フィルタリングサービスに加入した人の割合については、「ほとんどが利用している」は1割(9.5%)である。「多く(概ね半数以上)が利用している」は3割半ば(34.0%)で、「あまり利用されていない」は5割を超えて(52.4%)いる。

告知・勧奨しない(できない)理由については、「告知・勧奨すると手続き時間が長引くから」(25.0%)、「しなくても自動的に加入となるから」(21.4%)などが多くなっている。

5 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して

昨年12月、総務省が携帯電話会社等に要請した未成年者のフィルタリング原則加入について、関連携帯電話会社等から通知等を「受けている」店舗は8割を超えて(82.4%)いる。

通知等を受けた方法については、「文書による通知等」が9割近く(87.1%)になっている。

6 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか

「徹底されると思う」は43.9%、「徹底されないとと思う」は41.3%で、意見は分かれている。

「徹底されないとと思う」と答えた理由については、<子どもが、ゲームサイト等にアクセスできなくなり、自由に使えないことで反発するから>で「そう思う」が7割を超えて(72.5%)いる。次いで<フィルタリングの仕組みがまだ十分でなく、きめ細かい設定ができないから>が6割近く(58.8%)になっている。

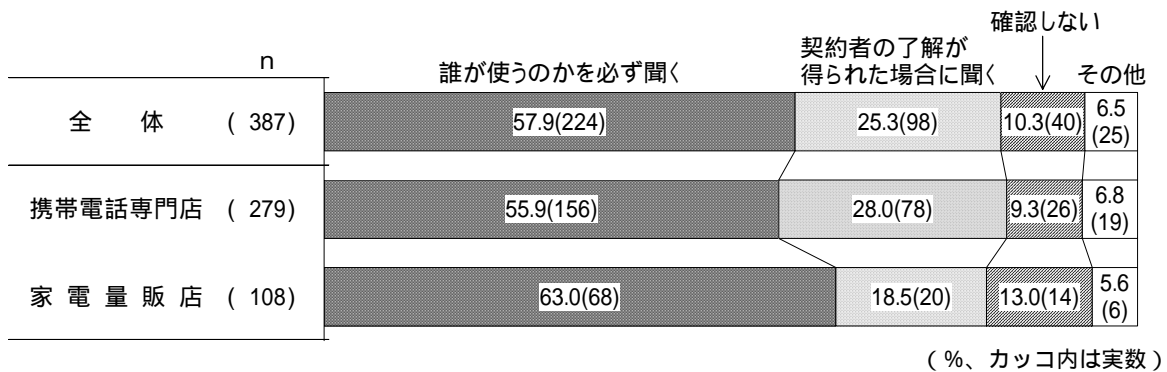
調査結果の詳細

1 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況

(全員の方へ)

問1 新規の携帯電話等契約者に対し、青少年が使うかどうかなど、利用者の確認をどのように行っていますか。(は1つだけ)

図1 - 1 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況

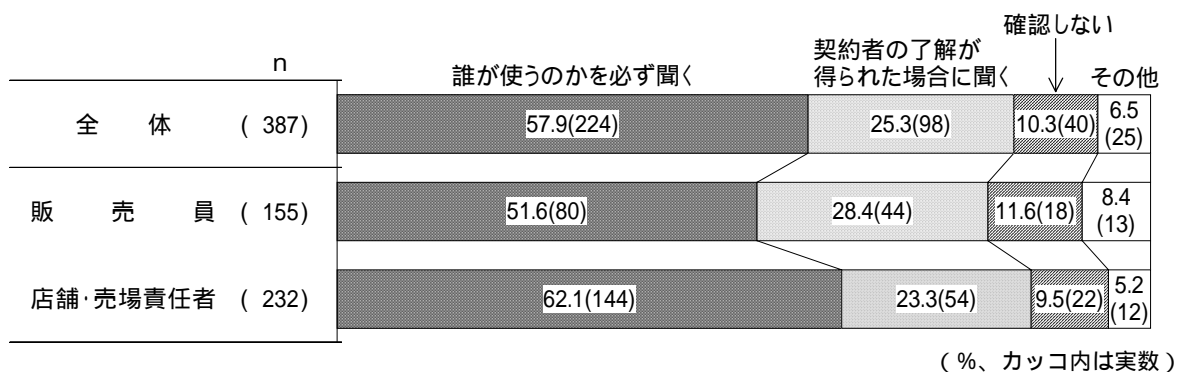


新規の携帯電話等の契約者に対して、青少年が使うかどうかなどの利用者の確認をどのように行っているか聞いたところ、「誰が使うのかを必ず聞く」は57.9% (224店)と6割近くになっている。「契約者の了解が得られた場合に聞く」は25.3% (98店)、「確認しない」は10.3% (40店)である。

店舗形態別にみると、「誰が使うのかを必ず聞く」は家電量販店では63.0% (68店)で、携帯電話専門店の55.9% (156店)を上回っている。(図1 - 1)

回答者別にみると、「誰が使うのか必ず聞く」は店舗・売場責任者では62.1% (144店)であるのに対し、販売員では51.6% (80店)にとどまっている。(図1 - 2)

図1 - 2 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況 - 回答者別

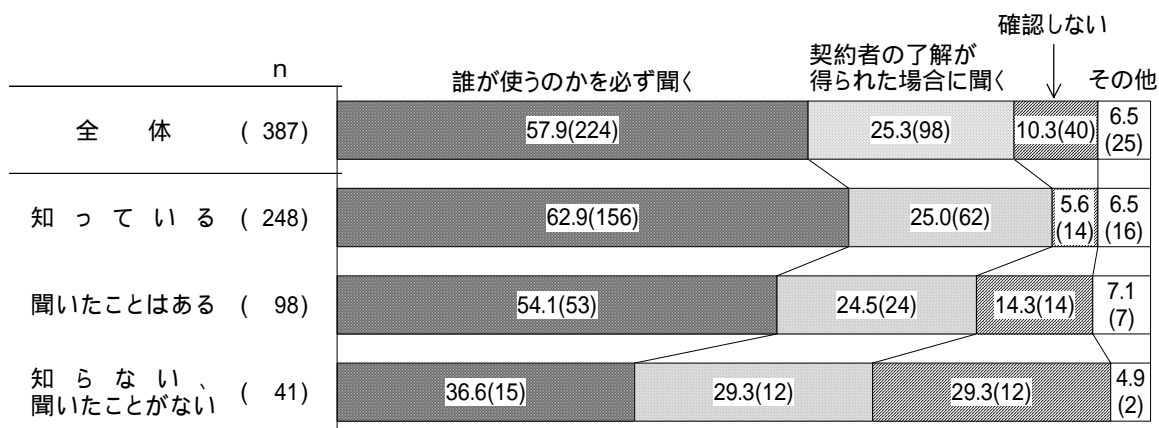


フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度（問3 8頁）との関係で見ると、「誰が使うのかを必ず聞く」は、条例の規定を知っている店舗では62.9%（156店）であるのに対し、条例の規定を知らない、聞いたことがない店舗では36.6%（15店）にとどまっている。逆に「確認しない」は、条例の規定を知っている店舗では5.6%（14店）であるのに対し、条例の規定を知らない、聞いたことがない店舗では29.3%（12店）に達している。（図1-3）

フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況（問4 10頁）との関係で見ると、「誰が使うのかを必ず聞く」は、フィルタリングサービスを告知・勧奨している店舗では61.9%（205店）であるのに対し、告知・勧奨する時としない時がある店舗では27.0%（10店）、告知・勧奨していない店舗では47.4%（9店）にとどまっている。逆に「確認しない」は、告知・勧奨していない店舗で31.6%（6店）と多くなっている。（図1-4）

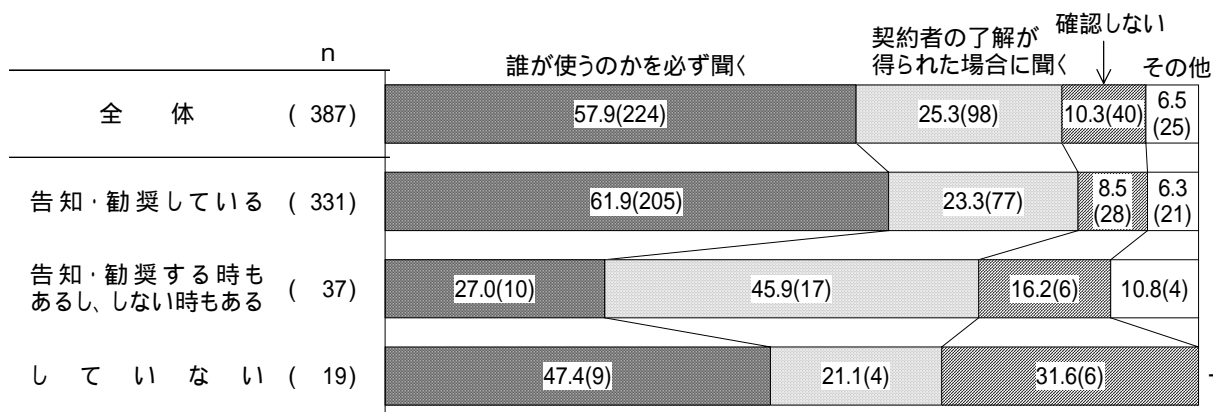
図1-3 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況 -

フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度別



(%、カッコ内は実数)

図1-4 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況 - フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況別



(%、カッコ内は実数)

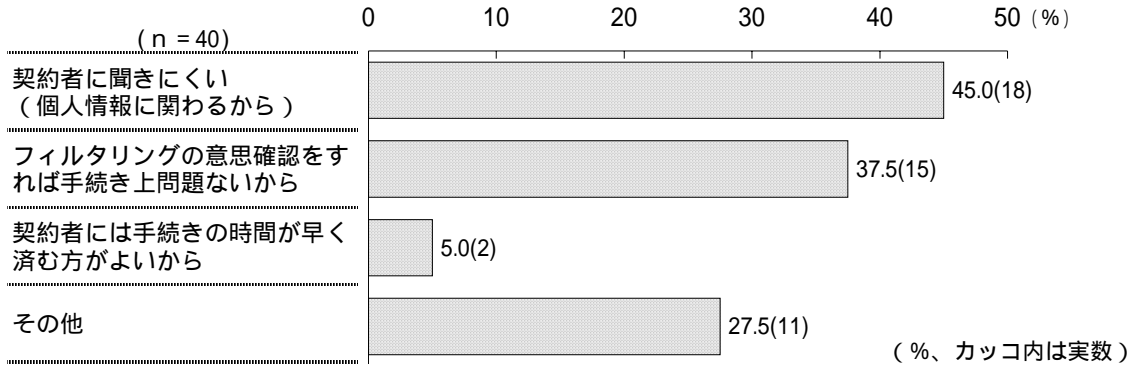
1 - 1 利用者確認をしていない理由

(問1で「確認しない」と答えた方に)

問1 - 1 利用者が青少年であるかどうかの確認をしない(できない)のはなぜですか。

(はいくつでも)

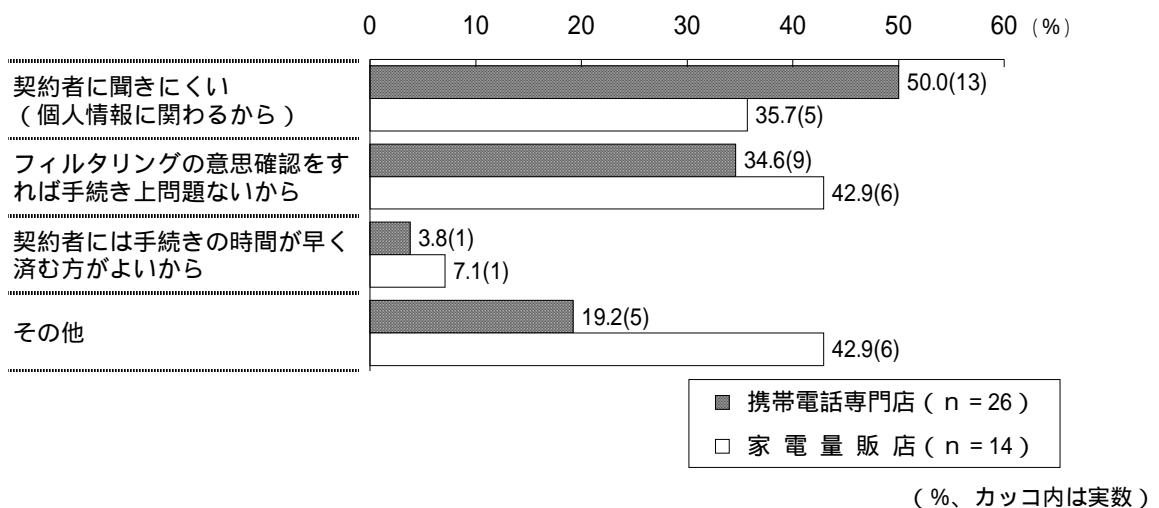
図1 - 5 利用者確認をしていない理由



新規の携帯電話等の契約者に対して、青少年が使うかどうかなどの利用者の確認をしないと答えた店舗(40店)に対して、その理由を聞いたところ、「契約者に聞きにくい(個人情報に関わるから)」が45.0%(18店)、「フィルタリングの意思確認をすれば手続き上問題ないから」が37.5%(15店)で多くなっている。(図1 - 5)

店舗形態別にみると、店舗形態による大きな傾向の違いはみられない。(図1 - 6)

図1 - 6 利用者確認をしていない理由 - 店舗形態別

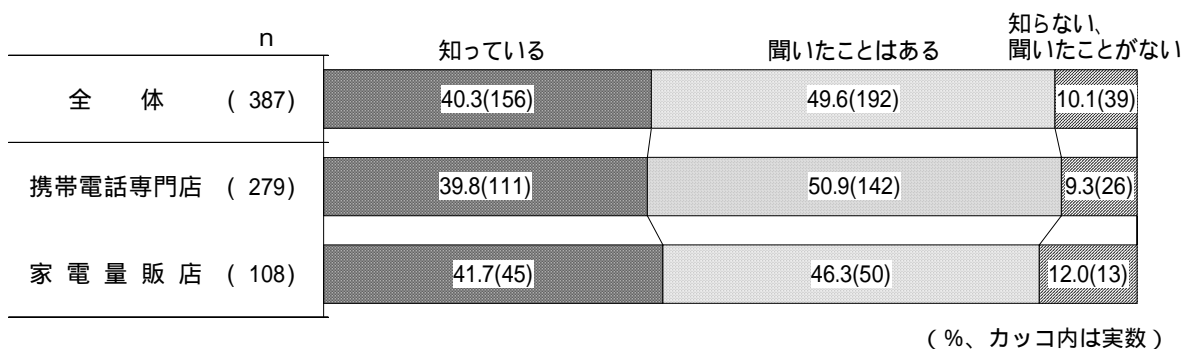


2 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度

(全員の方へ)

問2 東京都青少年の健全な育成に関する条例(以下「条例」という)を知っていますか。
(は1つだけ)

図2-1 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度



東京都青少年の健全な育成に関する条例(以下「条例」という)を知っているか聞いたところ、「知っている」が40.3%(156店)、「聞いたことはある」が49.6%(192店)で、「知らない、聞いたことがない」は10.1%(39店)になっている。

店舗形態別にみると、携帯電話専門店、家電量販店ともほぼ同じ傾向になっている。(図2-1)
回答者別にみると、「知っている」は店舗・売場責任者では49.6%(115店)であるのに対し、販売員では26.5%(41店)にとどまっている。(図2-2)

平成18年調査の結果と比較すると、「知っている」は前回調査より15.6ポイント増加し、逆に「知らない、聞いたことがない」は前回調査より19.8ポイント減少している。(図2-3)

図2-2 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度 - 回答者別

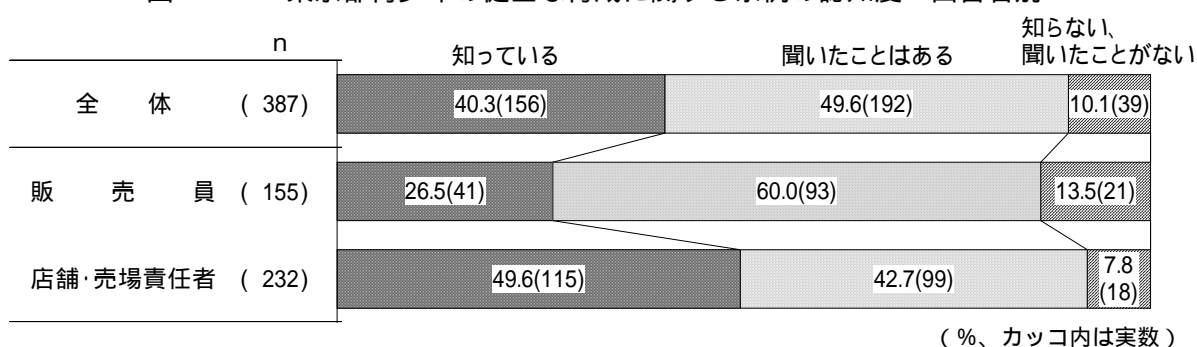
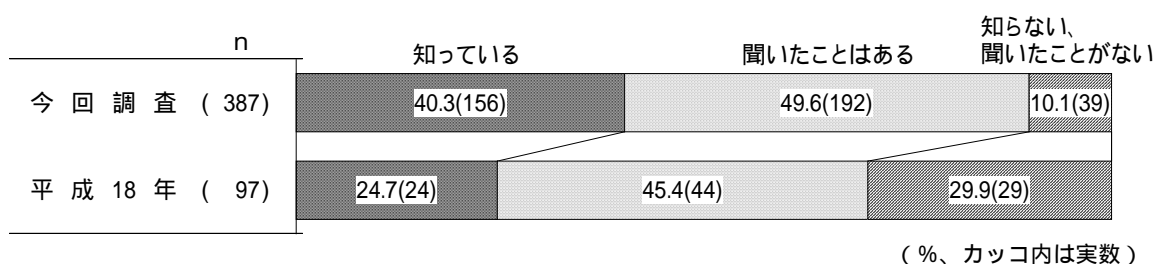


図2-3 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度 - 経年変化



3 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度

(全員の方へ)

問3 この条例の中で、インターネット接続機器を販売する事業者は、青少年が利用するかどうかを確認し、契約の手続きを行う際にフィルタリングサービスを告知・勧奨するよう努めるという規定があることを知っていますか。(は1つだけ)

図3 - 1 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度

n	知っている	聞いたことはある	知らない、聞いたことがない
全 体 (387)	64.1(248)	25.3(98)	10.6(41)
携帯電話専門店 (279)	65.6(183)	23.7(66)	10.8(30)
家電量販店 (108)	60.2(65)	29.6(32)	10.2(11)

(%、カッコ内は実数)

条例の中で、インターネット接続機器を販売する事業者は、青少年が利用するかどうかを確認し、契約の手続きを行う際にフィルタリングサービスを告知・勧奨するよう努めるという規定があることを知っているか聞いたところ、「知っている」は64.1%(248店)で6割半ばになっている。「聞いたことはある」は25.3%(98店)、「知らない、聞いたことがない」は10.6%(41店)である。

店舗形態別にみると、店舗形態による大きな傾向の違いはみられない。(図3 - 1)

回答者別にみると、「知っている」は店舗・売場責任者では67.2%（156店）で、販売員の59.4%（92店）を上回っている。（図3 - 2）

平成18年調査の結果と比較すると、「知っている」は前回調査より46.6ポイントと大きく増加しており、認知度は大きく向上している。（図3 - 3）

図3 - 2 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度 - 回答者別

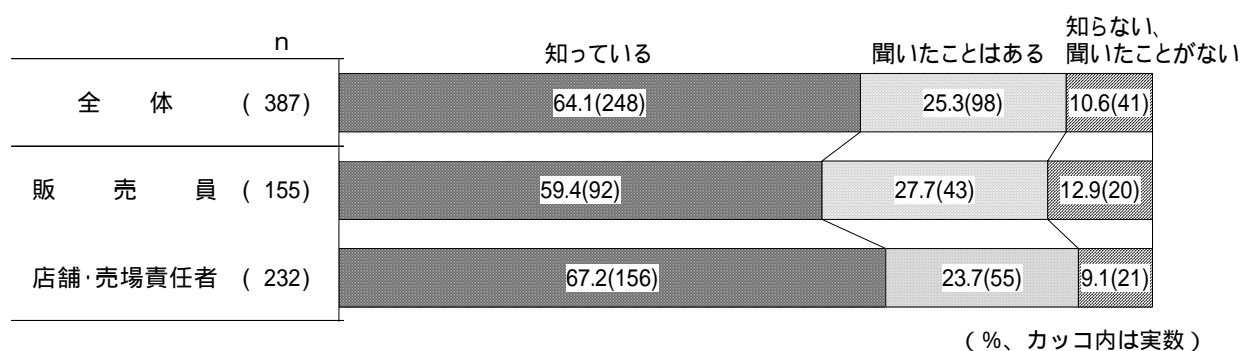
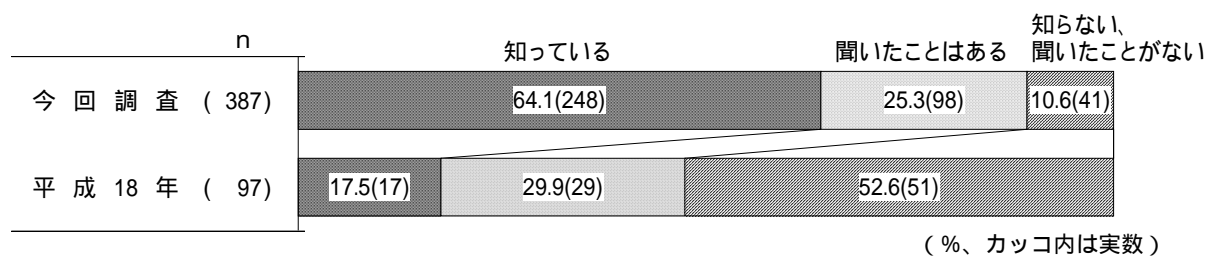


図3 - 3 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度 - 経年変化

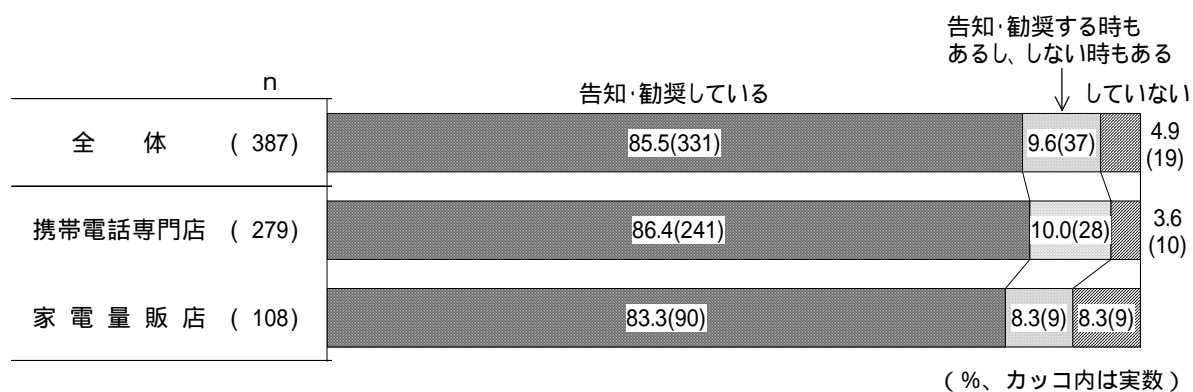


4 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況

(全員の方へ)

問4 現在あなたは、携帯電話等を青少年が利用することを確認できた場合、条例の規定どおり、インターネット接続契約の手続きをする際にフィルタリングサービスを告知・勧奨していますか。(は1つだけ)

図4 - 1 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況



携帯電話等を青少年が利用することを確認できた場合、インターネット接続契約の手続きをする際にフィルタリングサービスを告知・勧奨しているか聞いたところ、「告知・勧奨している」は85.5% (331店)で、8割半ばの店舗で告知・勧奨が行われている。「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」は9.6% (37店)で、「していない」は4.9% (19店)である。

店舗形態別にみると、携帯電話専門店、家電量販店ともほぼ同じ傾向になっている。(図4 - 1)

回答者別にみると、販売員と店舗・売場責任者との間で大きな差はみられない。(図4-2)

フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度(問3 8頁)との関係で見ると、「告知・勧奨している」は、条例の規定を知っている店舗では97.2%(241店)と、ほとんど全ての店舗で告知・勧奨が行われているのに対して、条例の規定を聞いたことがある店舗では68.4%(67店)、条例の規定を知らない、聞いたことがない店舗では56.1%(23店)にとどまっている。(図4-3)

なお、平成18年調査では、青少年が携帯電話等のインターネット接続機器を購入する際、フィルタリングサービスを告知・勧奨し、または提供しているか聞いている。その結果を参考に掲載する。

(図4-4)

図4-2 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況 - 回答者別

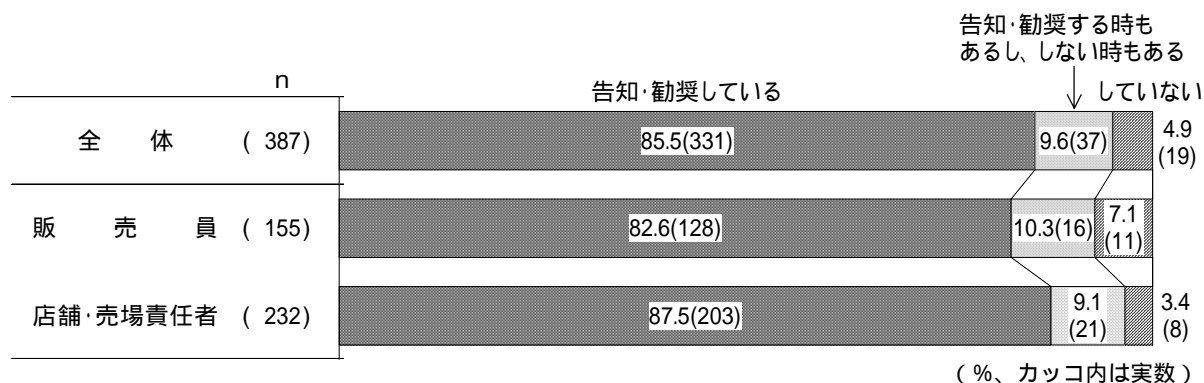


図4-3 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況 -

フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度別

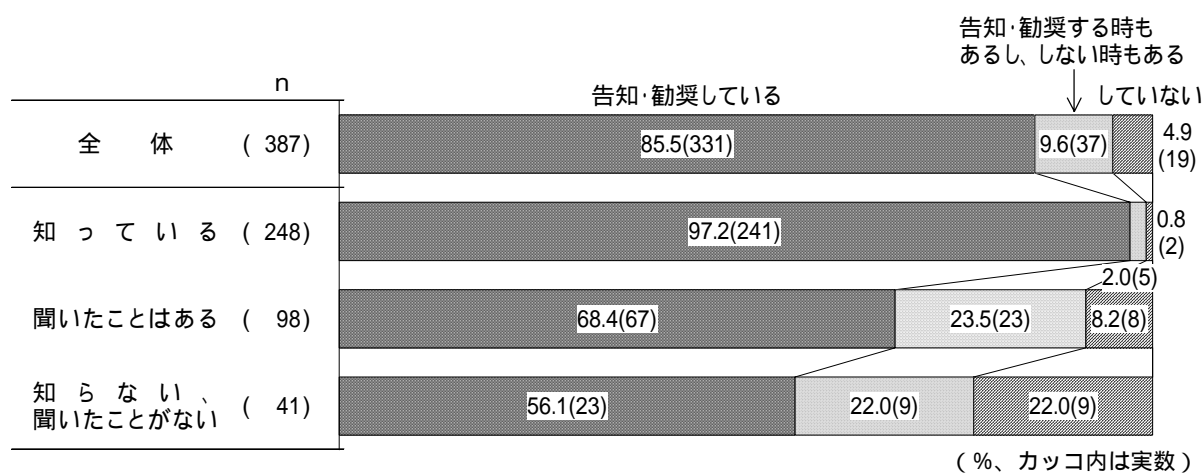
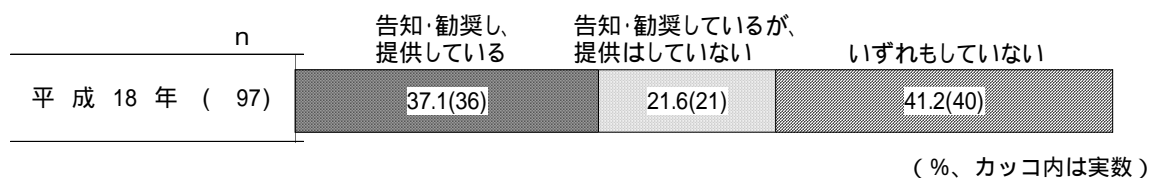


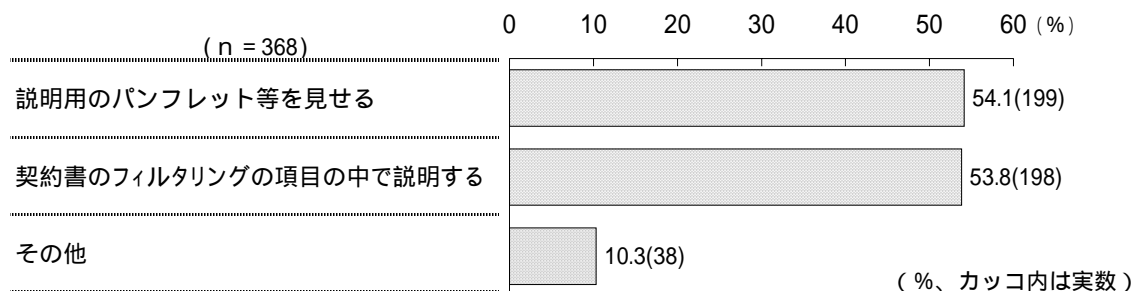
図4-4 (参考) フィルタリングサービスの告知・勧奨、または提供の状況 (平成18年調査)



4 - 1 フィルタリングサービスの告知・勧奨の方法

(問4で「告知・勧奨している」「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」と答えた方に)
 問4 - 1 それは、どのような方法で、内容を告知・勧奨していますか。(はいくつでも)

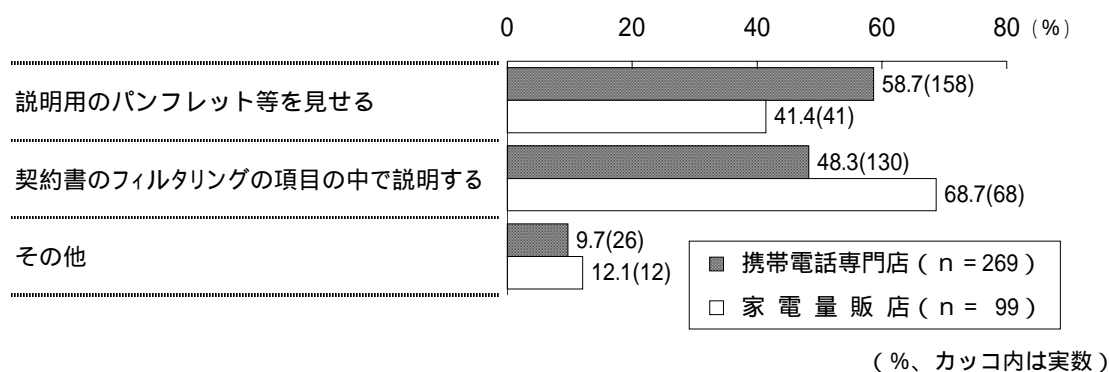
図4 - 5 フィルタリングサービスの告知・勧奨の方法



フィルタリングサービスを「告知・勧奨している」または「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」と答えた店舗(368店)に、どのような方法で告知・勧奨しているか聞いたところ、「説明用のパンフレット等を見せる」が54.1%(199店)、「契約書のフィルタリングの項目の中で説明する」が53.8%(198店)となっており、告知・勧奨の方法はほぼ二分されている。また、その他の具体的記述をみると、「口頭で説明している」が19店と多くなっている。(図4 - 5)

店舗形態別にみると、携帯電話専門店では「説明用のパンフレット等を見せる」が58.7%(158店)で、「契約書のフィルタリングの項目の中で説明する」の48.3%(130店)を上回っているのに対し、家電量販店では、「契約書のフィルタリングの項目の中で説明する」が68.7%(68店)で、「説明用のパンフレット等を見せる」の41.4%(41店)を上回っている。(図4 - 6)

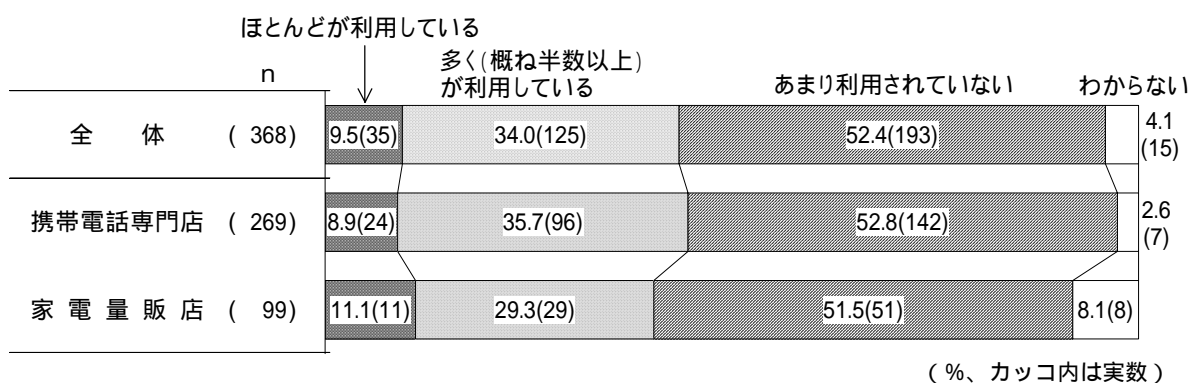
図4 - 6 フィルタリングサービスの告知・勧奨の方法 - 店舗形態別



4 - 2 青少年のフィルタリングサービスへの加入状況

(問4で「告知・勧奨している」「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」と答えた方に)
 問4 - 2 最近半年位の間、青少年が利用する携帯電話等の契約者のうち、フィルタリングサービスに加入した人は、およそどの位いますか。(は1つだけ)

図4 - 7 青少年のフィルタリングサービスへの加入状況

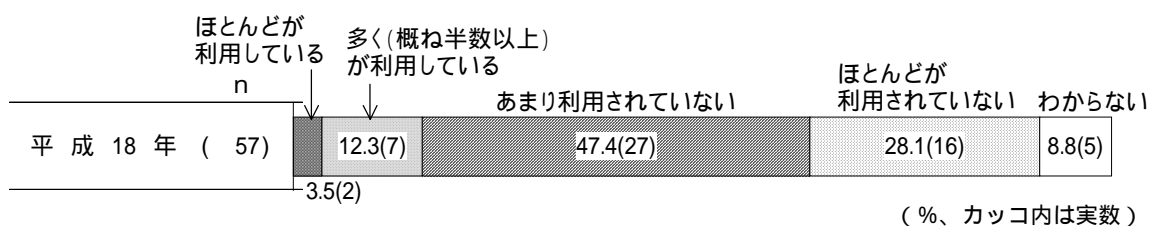


フィルタリングサービスを「告知・勧奨している」または「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」と答えた店舗(368店)に、調査時点から過去半年位の間、青少年が利用する携帯電話等の契約者のうち、フィルタリングサービスに加入した人がどのくらいいるか聞いたところ、「ほとんどが利用している」は9.5%(35店)と1割にとどまっている。「多く(概ね半数以上)が利用している」は34.0%(125店)で、「あまり利用されていない」は52.4%(193店)と5割を超えている。

店舗形態別にみると、店舗形態による大きな傾向の違いはみられない。(図4 - 7)

なお、平成18年調査でも同様の質問を聞いている。選択肢が今回調査と異なるため直接の比較はできないが、その結果を参考に掲載する。(図4 - 8)

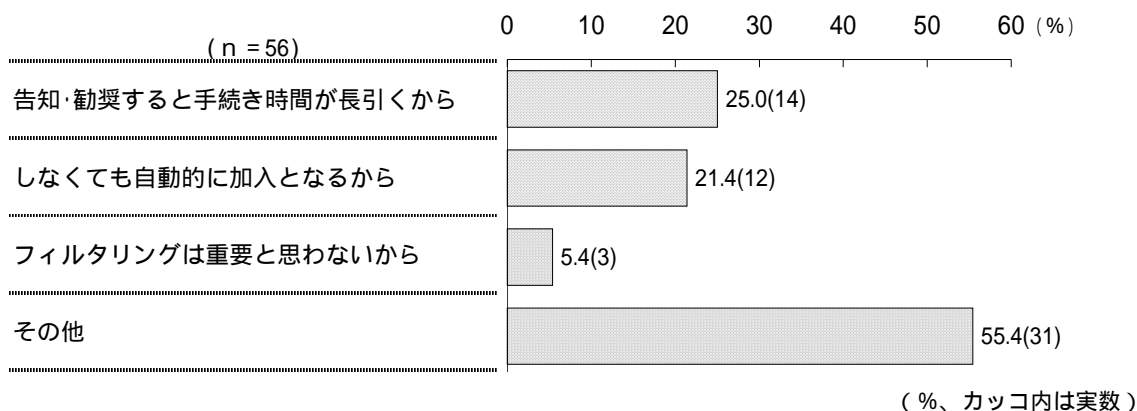
図4 - 8 (参考) 青少年のフィルタリングサービスへの加入状況(平成18年調査)



4 - 3 フィルタリングサービスを告知・勧奨していない理由

(問4で「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」「していない」と答えた方に)
問4 - 3 告知・勧奨しない(できない)のはなぜですか。(はいくつでも)

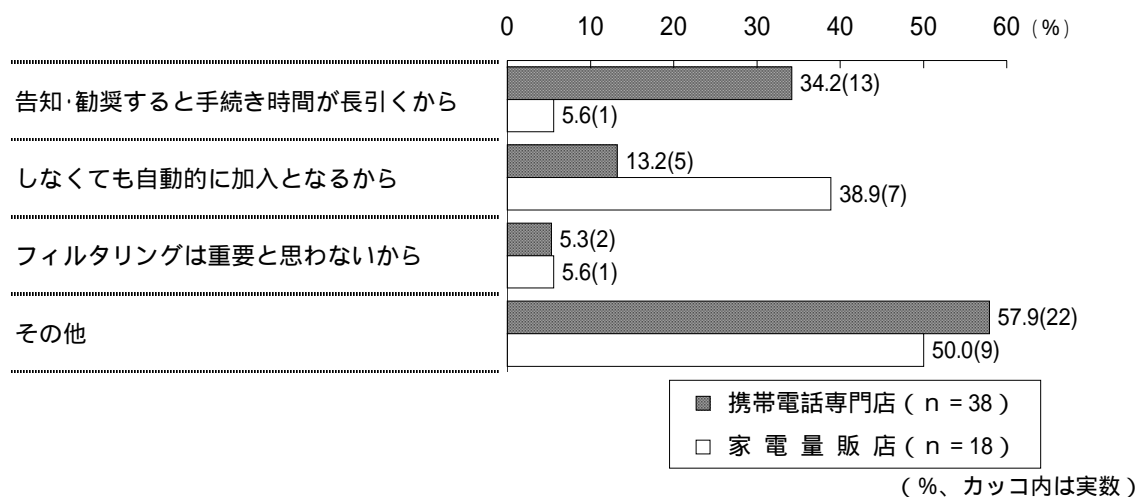
図4 - 9 フィルタリングサービスを告知・勧奨していない理由



フィルタリングサービスを「告知・勧奨する時もあるし、しない時もある」または「していない」と答えた店舗(56店)に、告知・勧奨しない(できない)理由を聞いたところ、「告知・勧奨すると手続き時間が長引くから」の25.0%(14店)、「しなくても自動的に加入となるから」の21.4%(12店)などが多くなっている。また、その他の具体的記述をみると、「利用者が希望する通常のインターネットへの接続に支障が生じるから」(8店)、「利用者や保護者からフィルタリングサービスに加入しないと言われるときがあるから」(4店)、「フィルタリングサービスは知らない、わからない」(4店)が多くなっている。(図4 - 9)

店舗形態別にみると、「告知・勧奨すると手続き時間が長引くから」は携帯電話専門店が34.2%(13店)と多く、「しなくても自動的に加入となるから」は家電量販店で38.9%(7店)と多くなっている。(図4 - 10)

図4 - 10 フィルタリングサービスを告知・勧奨していない理由 - 店舗形態別

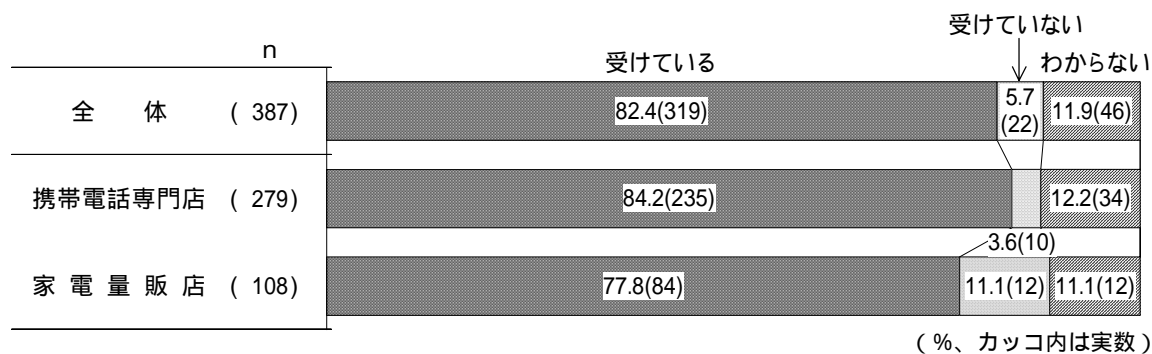


5 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して

(全員の方へ)

問5 昨年12月、総務省が携帯電話会社等に要請した未成年者のフィルタリング原則加入について、関連携帯電話会社等から通知等を受けていますか。(は1つだけ)

図5 - 1 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して

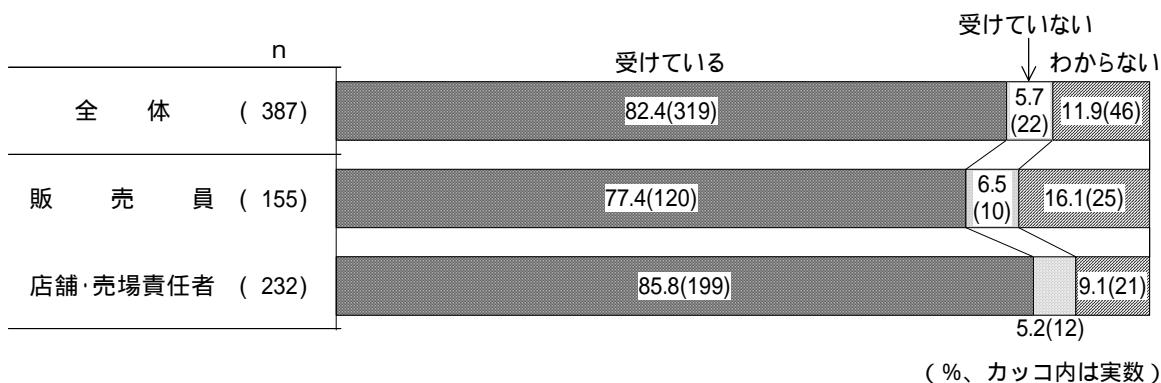


昨年12月に総務省が携帯電話会社等に要請した未成年者のフィルタリング原則加入について、関連携帯電話会社等から通知等を受けているか聞いたところ、「受けている」は82.4%(319店)と8割を超えている。「受けていない」は5.7%(22店)である。

店舗形態別にみると、「受けている」は携帯電話専門店で84.2%(235店)であり、家電量販店の77.8%(84店)に比べて多くなっている。(図5 - 1)

回答者別にみると、「受けている」は店舗・売場責任者では85.8%(199店)であり、販売員の77.4%(120店)に比べて多くなっている。(図5 - 2)

図5 - 2 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して - 回答者別



5 - 1 通知等を受けた方法

(問5で「受けている」と答えた方に)

問5 - 1 通知等をどのような方法で受けましたか。(は1つだけ)

図5 - 3 通知等を受けた方法

n	文書による通知等	口頭による通知等	
		↓	その他
全 体 (319)	87.1(278)	6.3 (20)	6.6 (21)
携帯電話専門店 (235)	87.7(206)	5.5 (13)	6.8 (16)
家電量販店 (84)	85.7(72)	8.3(7)	6.0 (5)

(%、カッコ内は実数)

昨年12月に総務省が携帯電話会社等に要請した未成年者のフィルタリング原則加入について、関連携帯電話会社等から通知等を「受けている」と答えた店舗(319店)に、通知等をどのような方法で受けたか聞いたところ、「文書による通知等」が87.1%(278店)と多くなっている。「口頭による通知等」は6.3%(20店)である。

店舗形態別にみると、携帯電話専門店、家電量販店ともにほぼ同じ傾向になっている。

(図5 - 3)

5 - 2 受けた通知等の内容

(問5 - 1で「文書による通知等」「口頭による通知等」と答えた方に)

問5 - 2 受けた通知等の内容を具体的にご記入ください。

昨年12月に総務省が携帯電話会社等に要請した未成年者のフィルタリング原則加入について、関連携帯電話会社等から「文書による通知等」または「口頭による通知等」を受けたと答えた店舗(298店)に、受けた通知等の内容について聞いたところ、287店(96.3%)から345件の回答があった。このうち、通知等を受けた手段についての記入にすぎない30件を除いて、その内容をまとめた結果は、以下のとおりである。

- ・利用者が青少年であるときは、親権者がフィルタリングサービスを不要と申告したり、その意思表示をしない限り、フィルタリングサービスに加入しなければならない…… 115件
- ・利用者が青少年であるときは、フィルタリングサービスの説明を全員に行い、加入を勧める …………… 114件
- ・2007年12月の総務大臣からの要請により、利用者が青少年のときは、フィルタリングサービスに原則加入することの告知・勧奨を徹底することになった …………… 31件
- ・フィルタリングサービスがどのように適用されるのかについての具体的な説明 …………… 17件
- ・フィルタリングサービスの原則加入について、店頭で文書やポスター、POP広告などを掲示する …………… 11件
- ・フィルタリングサービスの目的 …………… 10件
- ・具体的には覚えていない、わからない …………… 17件

6 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか

(全員の方へ)

問6 未成年者のフィルタリング原則加入により、未成年者の加入が今後徹底されると思いますか。販売の現状を踏まえてお答えください。(は1つだけ)

図6 - 1 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか

n	徹底されると思う	徹底されないと思う	わからない
全 体 (387)	43.9(170)	41.3(160)	14.7(57)
携帯電話専門店 (279)	42.7(119)	42.7(119)	14.7(41)
家電量販店 (108)	47.2(51)	38.0(41)	14.8(16)

(%、カッコ内は実数)

未成年者のフィルタリング原則加入により、未成年者への加入が今後徹底されると思うか聞いたところ、「徹底されると思う」は43.9% (170店)、「徹底されないと思う」は41.3% (160店)で、意見はほぼ二分している。

店舗形態別にみると、携帯電話専門店では「徹底されると思う」と「徹底されないと思う」はともに42.7% (119店)であるが、家電量販店では「徹底されると思う」が47.2% (51店)で、「徹底されないと思う」の38.0% (41店)を上回っている。(図6 - 1)

フィルタリングサービスの告知・勧奨の実施状況(問4 10頁)との関係でみると、「徹底されると思う」は、フィルタリングサービスを告知・勧奨している店舗では46.2% (153店)であるのに対し、告知・勧奨する時としない時がある店舗では32.4% (12店)、告知・勧奨していない店舗では26.3% (5店)にとどまっている。(図6 - 2)

図6 - 2 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか -

フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況別

n	徹底されると思う	徹底されないと思う	わからない
全 体 (387)	43.9(170)	41.3(160)	14.7(57)
告知・勧奨している (331)	46.2(153)	39.9(132)	13.9(46)
告知・勧奨する時もあるし、しない時もある (37)	32.4(12)	48.6(18)	18.9(7)
していない (19)	26.3(5)	52.6(10)	21.1(4)

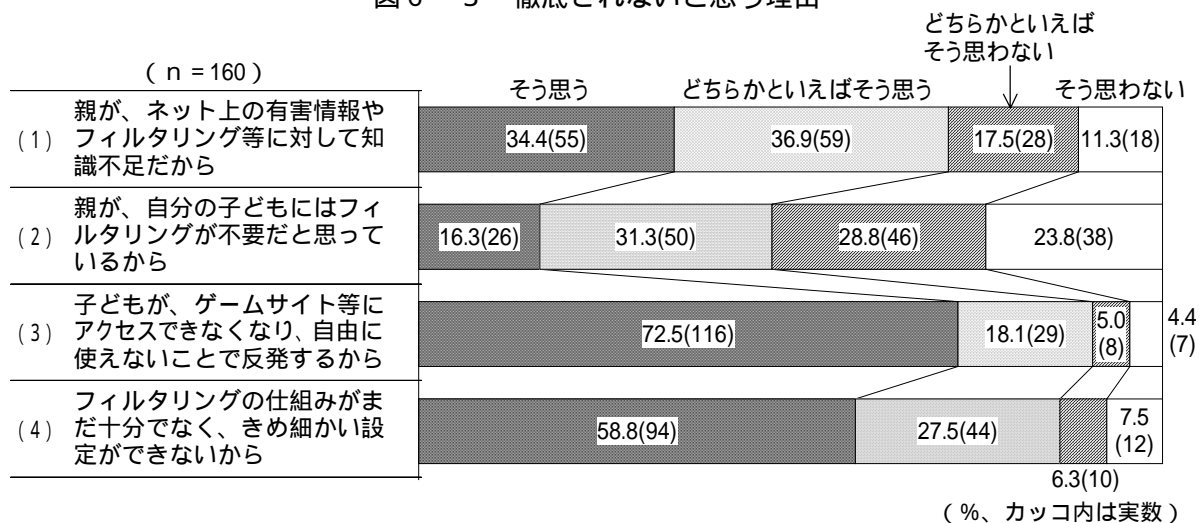
(%、カッコ内は実数)

6 - 1 徹底されないと考える理由

(問6で「徹底されないと考える」と答えた方に)

問6 - 1 そう思うのはなぜですか。(1)～(4)のそれぞれについて「そう思う」「そう
思わない」でお答えください。

図6 - 3 徹底されないと考える理由



未成年者へのフィルタリングが原則加入となっても、未成年者の加入が今後「徹底されないと考える」と答えた店舗(160店)に、その理由として考えられることを4項目列挙し、それぞれ理由として妥当だと思うか4段階評価で聞いた。

「そう思う」が最も多いのは、<(3)子どもが、ゲームサイト等にアクセスできなくなり、自由に使えないことで反発するから>で72.5%(116店)になっている。次いで<(4)フィルタリングの仕組みがまだ十分でなく、きめ細かい設定ができないから>の58.8%(94店)、<(1)親が、ネット上の有害情報やフィルタリング等に対して知識不足だから>の34.4%(55店)などの順になっている。

一方、<(2)親が、自分の子どもにはフィルタリングが不要だと思っているから>では、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の2つを合わせた『思う(計)』の47.5%(76店)より、「そう思わない」と「どちらかといえばそう思わない」の2つを合わせた『思わない(計)』の52.5%(84店)の方が多くなっている。(図6 - 3)

(問6で「徹底されないと思う」と答えた方に)

問6 - 2 上記の(1)～(4)以外の理由がある方は、具体的にご記入ください。

未成年者へのフィルタリングが原則加入となっても、未成年者の加入が今後「徹底されないと思う」と答えた店舗(160店)に、問6 - 1(19頁)で挙げた4つの理由以外に考えられる理由を聞いたところ、35店(21.9%)から37件の回答があった。その内容をまとめた結果は、以下のとおりである。

- ・フィルタリングサービスにより閲覧を制限されているサイトに接続することが契約の目的になっている利用者があるから …………… 9件
- ・新規契約時にフィルタリングサービスを申し込んでいても、後日、サービス解除の申し込みで来店する利用者があるから …………… 8件
- ・利用者にフィルタリングサービスに加入しないよう強く言われて、サービスに加入しない保護者がいるから …………… 6件
- ・フィルタリングによって閲覧が制限されるサイトの範囲が明確でないから …………… 4件
- ・利用者が青少年であっても、利用者の意思は尊重されるべきだから …………… 3件
- ・ホームページのサービスはとても多様化しているから …………… 1件
- ・フィルタリングが行きすぎると、インターネット関連業界に損失を与えるから …………… 1件
- ・フィルタリングサービスについてきちんと説明できない販売担当者があるから …………… 1件
- ・フィルタリングサービスの社会的認知度が低く、サービスの内容を説明しても理解してもらえないことがあって、販売店の負担が大きいから …………… 1件
- ・保護者が記入することになっている契約同意書が、本当に保護者が記入したものなのか確認できないから …………… 1件
- ・利用者の利用目的に口をはさむようなことになるから …………… 1件
- ・フィルタリングを利用している利用者と、フィルタリングを利用していない利用者との間でいじめが起こる原因になる可能性があるから …………… 1件

7 フィルタリングに関する自由意見

(全員の方へ)

問7 フィルタリングに関することについて、ご意見等ご自由にご記入ください。

フィルタリングに関することについて、意見等を自由に記入してもらったところ、153店(39.5%)から153件の回答があった。

その主な内容としては、以下のとおりである。

- ・フィルタリングサービスに対する親の認識が足りない。
- ・親子間での話し合いが必要。
- ・フィルタリングサービスは有効であるものの、使い勝手が悪い(健全サイトまでブロックされる)ので、改善が必要。
- ・有害サイトを発信する側に対しての規制強化が必要。
- ・青少年に対する教育や、都民に対する広報が必要。

なお、各項目ごとに、代表的な意見をまとめた結果は、以下のとおりである。

1. 家庭に関すること

(1) 親の認識 13件

- ・親がまだ、フィルタリングサービスについて知識が少ないため、おすすめしても、必要なしと断られることが多い。
- ・親が契約者になって子どもに持たせるという場合が多いので、親にもっと意識づけをすることが必要だと思う。
- ・フィルタリングに加入しても、お子様が親にネットが使えないなどと報告し、後日2人で来店され、フィルタリングを解除される方もいます。親の方の認識がやや低いように感じます。
- ・フィルタリングを付ける付けないは親権者が決定することであって、販売員が案内して促進することはできるとは思いますが、実際は親権者が知識を持つことが一番だと思います。

(2) 親子・家庭の問題 12件

- ・親子間での認識の差や、フィルタリングに対してコミュニケーションが不足しているように感じます。先日、親子で新規契約に来店された方は、「無料だし、とりあえず付けて下さい」という意見だったのに対し、未成年者の方は「なんで申し込んだの?」と疑問に感じている様子でした。現場レベルとしては始まっていても、各家庭での認知度が高まらない限りは自発的な普及には至らないと思う。
- ・親権者の中でも、必要とする方とそう考えない方とがあり、その差は大きい。親子の間でも大きく認識が違う。

- ・現状のシステムでは、フィルタリングをかけることで、ほとんどのホームページの閲覧が制限されてしまうので、契約して数日で廃止の手続きをされることが多い。また、親の知識も乏しく、知ろうともしない、事業者まかせにしすぎな気がします。そもそも無限な媒体であるインターネットなので規制をしてもいたちごっこになりがちだと思ふ。それであればもっと家庭内でしっかり教育することが一番の対策だと思ふ。わからないのであればもっと販売店などにきて、どんどん質問してほしい。

2. フィルタリングサービスに関すること

(1) フィルタリングの必要性等 …………… 22 件

- ・販売店側から申し上げればフィルタリングの件以上に重要説明事項が多く、18才未満の契約であれば、原則加入するのではなく絶対にしてしまえばよいと思ふ。
- ・未成年の犯罪などを減らすにはフィルタリングは大切なことだと思います。100%は無理ですが、少しでも青少年犯罪被害者が減るように自分ができることからきちんとやりたいと思ふ。
- ・いろいろ難しいことは言わずに未成年者はフィルタリングを100%強制にした方がよいと思ふ。また、現状フィルタリングの契約を安易に外すことができるようなので、そのあたりも改正した方がよいと思ふ。
- ・未成年というのは、大人よりも好奇心が強く、悪い遊びとわかっている方が盛りあがるので、抑止のためには、ぜひ、つけた方がよいと思ふ。

(2) フィルタリングの問題点等 …………… 12 件

- ・現在まではほとんどの人が新規契約時、買い替え時にフィルタリングをかけるが、高校生、中学生上級の年齢になると1ヶ月、2ヶ月ぐらいで解除したがる。
- ・今は未成年のお客様本人はインターネットに制限をつけられることは嫌がるし、親権者は子どもが好きのように使えるように制限等気にせず契約していて、今後も変わらないと思ふ。
- ・フィルタリングが厳しすぎるとのご指摘をお客様から受けることがあります。

(3) フィルタリングの充実・工夫 …………… 26 件

- ・各社、フィルタリングの仕組みを統一してほしい。
- ・きめ細かい設定は難しいと思ふますが、サービスの充実を望みます。学校関係のサイトにつなげないという苦情がありました。
- ・フィルタリングをかけた時の閲覧できるサイト、できないサイトを明確に線引きしていただきたい。膨大な数のサイトがあるのは承知していますが、できるかぎり具体的な線引きがほしい。
- ・現在の制限されるメニューが広すぎて、有害でないもので高校生などが興味のある音楽関係の情報まで制限されてしまうために解除したり、初めから加入を断る人もいる。この点を改善されれば、もっと有効なフィルタリングができると思ふ。
- ・学校等の機関は連絡等で専用ホームページ等を使用するので、行政に届出て、フィルタリング機能を使用しても閲覧できるようなシステムが必要になってくると思ふ。

- ・利用者（親権者）側でフィルタリングのレベルをある程度選択できるようにするなどの改善が必要かと思う。
- ・契約時にフィルタリングの申込みを行っても一般サイトの閲覧がかなり制限されるため、使い勝手が悪く、フィルタリングを廃止してしまうケースが多く見られます。もう少し細かく設定できるようなシステムの構築が必要と思います。
- ・フィルタリングの強度などの調整は今後必要であると考えます。「有害」という言葉自体をもっと明確にしていかなければ、いくら青少年のためとはいえ、反発が起こると思う。
- ・もっと細かい設定が出来ると加入者が増えると思われまます。実際、加入してからのクレームも散見されます。加入者は、利用料金（基本料など）が安くなるとよいと思う。
- ・小、中学生のようなお子様には、いわゆるフィルタリングサービスの原則加入で良いと思いますが、人気のmixiやモバゲータウン等のコミュニティサイトもフィルタリングの規制になっている現状なので、割と高学年の高校生以上の人には線引きが難しいと思う。利用している人や利用したい人がたくさんいるので、本当に有害なものとの区別の折り合いが問われると思います。
- ・学生さんは着うたフルをよく利用されているようで、そういうサイトには悪質な広告は載せないでほしい。そうすれば、もっとフィルタリングサービスに入ってくれる人が増えると思います。

3. 有害サイトに関すること

(1) 有害サイトの規制強化・接続制限 …………… 9件

- ・ひとくくりではなく、個別に設定可能にする。そもそも有害サイトを野放しにしすぎである。入口を閉じてしまえば、こんな法律や条例はいらない。事が起こってからでは遅いはず。いつものことであるので、期待はしていない。
- ・悪質なサイト業者の取締を行政はもっと強化する必要があると思う。
- ・フィルタリングをかけるより、サイト作成業者にもっと厳しく制限をかけた方がいいのではないか。
- ・そもそも、フィルタリングによる制限を付けなくてはいけないようなホームページを提供しているところの監視や規制をもっと強化できればよいと思います。サーバー等でそういった有害性のあるホームページを削除できるシステムができればもっとよいかと思います。

(2) 新たな規制・対策の必要性 …………… 6件

- ・青少年育成条例等と連動してフィルタリングを徹底するのであれば、現存するすべてのサイト及び、これから新設されるサイトに対し各地方自治体から期限付きのライセンスを与えて、業者管理を行うべきである。
- ・「お酒は20歳から」のように、年齢認証によるウェブ、インターネットの制限をする必要があると、販売していて切に思います。
- ・親権者の方から、サイトを指定してもらい、指定したサイト以外はアクセスできないようなサービスはどうだろうか。

4．普及啓発に関すること

(1) 教育の必要性 …………… 5件

・学校教育の中で言った方がよい。

・実際に販売店側としては、未成年に対し、説明はしますが、利用者本人や親の認知が低いと思います。直接接する学校等でもっと内容を説明する場を増やした方がよいのではないのでしょうか。

(2) 広報の必要性 …………… 16件

・もっとわかりやすくテレビ、電車広告、雑誌等でCMなどして世間に広めたらよいと思う。

・インターネット関連における、未成年のトラブルにどのようなものがあるのかを、あまり知らない人が多い。パケット通信費による高額請求などには敏感だが、犯罪にどのようにつながるかを知らない。

・現状では世間的に認知度がまだ低いので、官公庁だけではなく、自治体・企業がより一層告知し続け、一般的なサービスとして認められる努力が必要と感じます。

5．現状と今後に関すること

(1) 販売店の現状・姿勢 …………… 12件

・昨今の青少年の被害を考えると地道に一件一件のお客様への告知、勧奨をすすめることが大切と考えます。これからも協力をしていければと考えます。社会全体での被害縮小に努めたい。

・本来有害でない情報掲示板やコミュニケーションサイトが閲覧できないなど、親子ともに犯罪被害の未然防止よりも“不便”ということから加入に否定的なお客様も多くいらっしゃる現状です。

・親権者からの不要の申し込みなどが必要だということは納得いかない人達もいるのではないかと思います。お客様側の反応が気になる。

・携帯電話事業者の専売店においては、フィルタリングに関する説明が日常的、業務的となっているが、家電量販店や、街中の販売代理店では、そのような意識がまったくないように思われる。

・利用料金が高額であったり、登録をしてしまったサイトに関して、お客様からご意見を頂くことが多く、私どもは、徹底した案内を心がけてはいますが、そういったご意見を頂いても対応に困ります。

・親子で一緒に来られているお客様はわりと加入率が低い。販売店が背景（事件など）を説明したのち、フィルタリングサービスを提案します。親権者様は納得するが、お子様は、フィルタリングをつけてしまうと、自分が見たいサイトや掲示板が見れないので反発します。結局、お子様の意見を優先してフィルタリングを申し込まない形になってしまう。販売員はそれ以上強く言うのは難しいので結果的に申し込まないで開通に到る。

・フィルタリングの加入に関しては、加入者本人の意思のため、販売店としては、条例に従い、告知を徹底していくしか今のところないと思う。

(2) 販売員の意見・要望 15件

- ・現在、大人の方でも、雑誌等にあるバーコードを読みとった後、大量のメールが入って来て、困っていると相談を受けることがたまにあります。フィルタリングの徹底も必要ですが、バーコードの印刷の下に、なにかコメント（東京都承認済みとか）が必要ではないでしょうか。
- ・現場スタッフとしては、販売時にどこまで案内すべきかわからない部分もあります。各自利用用途は違うため、その案内を現場スタッフに一任されている気がします。
- ・フィルタリングに関しては、まだまだ発展途上。これから数年かけて徹底していく必要があると思う。昨今はサイトの数も膨大になっていることから、本格的な国の機関を立ち上げるべきだと考える。その機関への登録制度を設け、登録サイトはホワイトリスト、それ以外をブラックリストとし、18歳未満はホワイトリストのみ閲覧可能とすれば健全なインターネット環境が築かれると思う。
- ・犯罪の温床となるサイトを制限する必要があると思いますが、端末販売を著しく妨げるようだと困ります。政府、総務省、キャリア共によく考えた上で、制度を構築し、よい結果を出して頂きたい。

(3) 条例の効果 2件

- ・原則加入ではあるが、親権者によっては特に不要とされるケースも現実として存在するので、注意喚起を告知するものとしては効果は期待できるのではないかと。
- ・我々、販売店にとっても、未成年のお客様に対するフィルタリングはかなり心配ごとの一つです。特に家族連れのお客様が多い我々のお店にとってはありがたい条例の一つだと考えています。

6. その他の意見

- ・毎日のように新しいサイトができていて、公式サイトにもCMバナーが付いていたり知らないうちに違うサイトに入ってしまう作りになっているので、サイト側の指導、規制、罰則も厳しくしないと、どうしようもない。儲かる商売にしてしまった分、規制はなかなか期待できない。当店で説明確認後フィルタリング加入しても、後日親同伴で解除に来るユーザーも多く、うまく機能していないのがわかる。
- ・携帯電話からどんな情報でも入手できる時代ですので、このようなサービスがあると、犯罪や、いじめ、詐欺等減らすことができると思いますので、よいと思います。しかし、やるな、見るなと言われるとやりたくなるのが人間で、しかも子どもはなおさらだと思いますので、フィルタリング以前にそのようなサイトをなくす努力が必要だと思います。あと、携帯電話を扱う店員、スタッフに徹底させるとともにフィルタリングサービスの重要性をもっともっと全ての人に理解してもらう必要があると思います。

使用した調査票

「フィルタリングに関するアンケート」調査票

< 調査票のご記入にあたって >

- 1 ご記入は、実際に携帯電話等の販売に従事している方で、店舗における販売員の方どなたか1名、もしくはそれに代わる方（店舗・売場責任者）をお願いします。
- 2 本アンケート票にある「青少年」とは18歳未満のことをいいます。
- 3 質問によっては、回答していただく方が限られる場合がありますので、矢印やことわり書きなど、次にお答えいただく質問番号の案内にご注意ください。

Q 本アンケート票にご回答いただく方は、次のどなたですか。

1 販売員

2 店舗・売場責任者

ご回答いただきました調査票は、後日、下記調査委託先の調査員が受け取りにお伺いいたします。

【調査主体】東京都 青少年・治安対策本部 総合対策部 青少年課 健全育成係
電話番号 03-5321-1111（内線 21749）

【調査委託先】株式会社 エスピー研 調査事業部 担当 安原
（お問合せ先）千代田区飯田橋3丁目11-20
電話番号 03-3239-0085（直通） F A X 03-3239-0356（直通）



(全員の方へ)

問1 新規の携帯電話等契約者に対し、青少年が使うかどうかなど、利用者の確認をどのように行っていますか。(は1つだけ)

- | | |
|--------------------------|-------|
| 1 誰が使うのかを必ず聞く | 4 その他 |
| 2 契約者の了解が得られた場合に聞く (具体的に |) |
| 3 確認しない | |

(問1で「3」と答えた方に)

→ 問1-1 利用者が青少年であるかどうかの確認をしない(できない)のはなぜですか。

(はいくつでも)

- | | |
|------------------------------|---|
| 1 契約者に聞きにくい(個人情報に関わるから) | |
| 2 フィルタリングの意思確認をすれば手続き上問題ないから | |
| 3 契約者には手続きの時間が早く済む方がよいから | |
| 4 その他(具体的に |) |

(全員の方へ)

問2 東京都青少年の健全な育成に関する条例(以下「条例」という)を知っていますか。

(は1つだけ)

- | | | |
|---------|------------|-----------------|
| 1 知っている | 2 聞いたことはある | 3 知らない、聞いたことがない |
|---------|------------|-----------------|

(全員の方へ)

問3 この条例の中で、インターネット接続機器を販売する事業者は、青少年が利用するかどうかを確認し、契約の手続きを行う際にフィルタリングサービスを告知・勧奨するよう努めるという規定があることを知っていますか。(は1つだけ)

- | | | |
|---------|------------|-----------------|
| 1 知っている | 2 聞いたことはある | 3 知らない、聞いたことがない |
|---------|------------|-----------------|

(全員の方へ)

問4 現在あなたは、携帯電話等を青少年が利用することを確認できた場合、条例の規定どおり、インターネット接続契約の手続きをする際にフィルタリングサービスを告知・勧奨していますか。(は1つだけ)

- | | |
|------------------------|-----------------|
| 1 告知・勧奨している | Q4-1・Q4-2へ |
| 2 告知・勧奨する時もあるし、しない時もある | Q4-1・Q4-2・Q4-3へ |
| 3 していない | Q4-3へ |

(問4で「1」「2」と答えた方に)

問4-1 それは、どのような方法で、内容を告知・勧奨していますか。(はいくつでも)

- | | |
|-------------------------|-------|
| 1 契約書のフィルタリングの項目の中で説明する | 3 その他 |
| 2 説明用のパンフレット等を見せる | (具体的に |
| |) |

(問4で「1」「2」と答えた方に)

問4-2 最近半年位の間に、青少年が利用する携帯電話等の契約者のうち、フィルタリングサービスに加入した人は、およそどの位いますか。(は1つだけ)

- | | |
|---------------------|---------------|
| 1 ほとんどが利用している | 3 あまり利用されていない |
| 2 多く(概ね半数以上)が利用している | 4 わからない |

(問4で「2」「3」と答えた方に)

問4 - 3 告知・勧奨しない(できない)のはなぜですか。(はいくつでも)

1 フィルタリングは重要と思わないから	4 その他
2 告知・勧奨すると手続き時間が長引くから	(具体的に)
3 しなくても自動的に加入となるから	

(全員の方へ)

問5 昨年12月、総務省が携帯電話会社等に要請した未成年者のフィルタリング原則加入について、関連携帯電話会社等から通知等を受けていますか。(は1つだけ)

1 受けている	2 受けていない	3 わからない
---------	----------	---------

(問5で「1」と答えた方に)

→ 問5 - 1 通知等をどのような方法で受けましたか。(は1つだけ)

1 文書による通知等	3 その他
2 口頭による通知等	(具体的に)

(問5 - 1で「1」「2」と答えた方に)

→ 問5 - 2 受けた通知等の内容を具体的にご記入ください。

(全員の方へ)

問6 未成年者のフィルタリング原則加入により、未成年者の加入が今後徹底されると思いますか。販売の現状を踏まえてお答えください。(は1つだけ)

1 徹底されると思う	2 徹底されないと思う	3 わからない
------------	-------------	---------

(問6で「2」と答えた方に) ←

問6 - 1 そう思うのはなぜですか。(1)~(4)のそれぞれについて「そう思う」「そう思わない」でお答えください。

	そう 思う	ど ち ら か と い え ば	ど ち ら か と い え ば	そ う 思 わ な い
(1) 親が、ネット上の有害情報やフィルタリング等に対して知識不足だから	1	2	3	4
(2) 親が、自分の子どもにはフィルタリングが不要だと思っているから	1	2	3	4
(3) 子どもが、ゲームサイト等にアクセスできなくなり、自由に使えないことで反発するから	1	2	3	4
(4) フィルタリングの仕組みがまだ十分でなく、きめ細かい設定ができないから	1	2	3	4

(問6で「2」と答えた方に)

問6 - 2 上記の(1)～(4)以外の理由がある方は、具体的にご記入ください。

(全員の方へ)

問7 フィルタリングに関することについて、ご意見等ご自由にご記入ください。

以上で質問は終わりです。ご協力ありがとうございました。

巻末集計表

回答者

問1 新規の携帯電話等契約者に対する利用者確認の状況

問1-1 利用者確認をしていない理由

	全 体	販 売 員	店 舗 ・ 売 場 責 任 者
全 体	387 100.0	155 40.1	232 59.9
【地域別】			
23区内	269 100.0	108 40.1	161 59.9
多摩地域	118 100.0	47 39.8	71 60.2
【店舗種別】			
携帯電話専門店	279 100.0	114 40.9	165 59.1
家電量販店	108 100.0	41 38.0	67 62.0
【回答者別】			
販売員	155 100.0	155 100.0	- -
店舗・売場責任者	232 100.0	- -	232 100.0

	全 体	誰 が 使 う の か を 必 ず 聞 く	契 約 者 の 了 解 が 得 ら れ た 場 合 に 聞 く	確 認 し な い	そ の 他
全 体	387 100.0	224 57.9	98 25.3	40 10.3	25 6.5
23区内	269 100.0	148 55.0	75 27.9	29 10.8	17 6.3
多摩地域	118 100.0	76 64.4	23 19.5	11 9.3	8 6.8
携帯電話専門店	279 100.0	156 55.9	78 28.0	26 9.3	19 6.8
家電量販店	108 100.0	68 63.0	20 18.5	14 13.0	6 5.6
販売員	155 100.0	80 51.6	44 28.4	18 11.6	13 8.4
店舗・売場責任者	232 100.0	144 62.1	54 23.3	22 9.5	12 5.2

	全 体	契 約 者 に 報 告 し な い 理 由	確 認 す べ き 手 続 か ら ず に 手 続 し て い ない	契 約 者 に 手 続 が よ い 時 に は 手 続 が よ い 時	そ の 他
全 体	40 100.0	18 45.0	15 37.5	2 5.0	11 27.5
23区内	29 100.0	11 37.9	12 41.4	1 3.4	9 31.0
多摩地域	11 100.0	7 63.6	3 27.3	1 9.1	2 18.2
携帯電話専門店	26 100.0	13 50.0	9 34.6	1 3.8	5 19.2
家電量販店	14 100.0	5 35.7	6 42.9	1 7.1	6 42.9
販売員	18 100.0	8 44.4	8 44.4	- -	2 11.1
店舗・売場責任者	22 100.0	10 45.5	7 31.8	2 9.1	9 40.9

問2 東京都青少年の健全な育成に関する条例の認知度

問3 フィルタリングサービスの告知・勧奨に努める条例の規定の認知度

問4 フィルタリングサービスの告知・勧奨の状況

	全 体	知 っ て い る	聞 い た こ と は あ る	が 知 ら な い 、 聞 い た こ と
全 体	387 100.0	156 40.3	192 49.6	39 10.1
【地域別】				
23区内	269 100.0	114 42.4	127 47.2	28 10.4
多摩地域	118 100.0	42 35.6	65 55.1	11 9.3
【店舗種別】				
携帯電話専門店	279 100.0	111 39.8	142 50.9	26 9.3
家電量販店	108 100.0	45 41.7	50 46.3	13 12.0
【回答者別】				
販売員	155 100.0	41 26.5	93 60.0	21 13.5
店舗・売場責任者	232 100.0	115 49.6	99 42.7	18 7.8

	全 体	知 っ て い る	聞 い た こ と は あ る	が 知 ら な い 、 聞 い た こ と
全 体	387 100.0	248 64.1	98 25.3	41 10.6
23区内	269 100.0	175 65.1	66 24.5	28 10.4
多摩地域	118 100.0	73 61.9	32 27.1	13 11.0
携帯電話専門店	279 100.0	183 65.6	66 23.7	30 10.8
家電量販店	108 100.0	65 60.2	32 29.6	11 10.2
販売員	155 100.0	92 59.4	43 27.7	20 12.9
店舗・売場責任者	232 100.0	156 67.2	55 23.7	21 9.1

	全 体	告 知 ・ 勧 奨 し て い る	告 知 ・ 勧 奨 し な い 時 も あ る	し て い な い
全 体	387 100.0	331 85.5	37 9.6	19 4.9
23区内	269 100.0	233 86.6	23 8.6	13 4.8
多摩地域	118 100.0	98 83.1	14 11.9	6 5.1
携帯電話専門店	279 100.0	241 86.4	28 10.0	10 3.6
家電量販店	108 100.0	90 83.3	9 8.3	9 8.3
販売員	155 100.0	128 82.6	16 10.3	11 7.1
店舗・売場責任者	232 100.0	203 87.5	21 9.1	8 3.4

(上段 : 実数、下段 : %)

問4-1 フィルタリングサービスの告知・勧奨の方法

	全 体	契約の 項目の フィルタ リング の説明 パンフレ ット	説明用 のパン フレット	その他
全 体	368 100.0	198 53.8	199 54.1	38 10.3
【地域別】				
23区内	256 100.0	138 53.9	142 55.5	26 10.2
多摩地域	112 100.0	60 53.6	57 50.9	12 10.7
【店舗種別】				
携帯電話専門店	269 100.0	130 48.3	158 58.7	26 9.7
家電量販店	99 100.0	68 68.7	41 41.4	12 12.1
【回答者別】				
販売員	144 100.0	66 45.8	83 57.6	15 10.4
店舗・売場責任者	224 100.0	132 58.9	116 51.8	23 10.3

問4-2 青少年のフィルタリングサービスへの加入状況

	全 体	ほと んど が利 用し てい る	が多 く(概 ね半 数以 上)	いあ まり 利用 され てい ない	わ か ら な い
全 体	368 100.0	35 9.5	125 34.0	193 52.4	15 4.1
【地域別】					
23区内	256 100.0	22 8.6	89 34.8	139 54.3	6 2.3
多摩地域	112 100.0	13 11.6	36 32.1	54 48.2	9 8.0
【店舗種別】					
携帯電話専門店	269 100.0	24 8.9	96 35.7	142 52.8	7 2.6
家電量販店	99 100.0	11 11.1	29 29.3	51 51.5	8 8.1
【回答者別】					
販売員	144 100.0	18 12.5	47 32.6	72 50.0	7 4.9
店舗・売場責任者	224 100.0	17 7.6	78 34.8	121 54.0	8 3.6

問4-3 フィルタリングサービスを告知・勧奨していない理由

	全 体	とフ ィル タリ ング は重 要 と思 わな い から	告知 間・ 勧奨 引く ると 手続 が長 引く から	入し なく ても 自動 的に 加	そ の 他
全 体	56 100.0	3 5.4	14 25.0	12 21.4	31 55.4
【地域別】					
23区内	36 100.0	2 5.6	10 27.8	6 16.7	19 52.8
多摩地域	20 100.0	1 5.0	4 20.0	6 30.0	12 60.0
【店舗種別】					
携帯電話専門店	38 100.0	2 5.3	13 34.2	5 13.2	22 57.9
家電量販店	18 100.0	1 5.6	1 5.6	7 38.9	9 50.0
【回答者別】					
販売員	27 100.0	2 7.4	7 25.9	5 18.5	14 51.9
店舗・売場責任者	29 100.0	1 3.4	7 24.1	7 24.1	17 58.6

問5 未成年者のフィルタリングサービス原則加入についての通知等に関して

	全 体	受 け て い る	受 け て い な い	わ か ら な い
全 体	387 100.0	319 82.4	22 5.7	46 11.9
【地域別】				
23区内	269 100.0	231 85.9	10 3.7	28 10.4
多摩地域	118 100.0	88 74.6	12 10.2	18 15.3
【店舗種別】				
携帯電話専門店	279 100.0	235 84.2	10 3.6	34 12.2
家電量販店	108 100.0	84 77.8	12 11.1	12 11.1
【回答者別】				
販売員	155 100.0	120 77.4	10 6.5	25 16.1
店舗・売場責任者	232 100.0	199 85.8	12 5.2	21 9.1

問5-1 通知等を受けた方法

	全 体	文 書 に よ る 通 知 等	口 頭 に よ る 通 知 等	そ の 他
全 体	319 100.0	278 87.1	20 6.3	21 6.6
【地域別】				
23区内	231 100.0	195 84.4	17 7.4	19 8.2
多摩地域	88 100.0	83 94.3	3 3.4	2 2.3
【店舗種別】				
携帯電話専門店	235 100.0	206 87.7	13 5.5	16 6.8
家電量販店	84 100.0	72 85.7	7 8.3	5 6.0
【回答者別】				
販売員	120 100.0	103 85.8	9 7.5	8 6.7
店舗・売場責任者	199 100.0	175 87.9	11 5.5	13 6.5

問6 未成年者へのフィルタリングサービスが今後徹底されるか

	全 体	徹 底 さ れ る と 思 う	徹 底 さ れ な い と 思 う	わ か ら な い
全 体	387 100.0	170 43.9	160 41.3	57 14.7
【地域別】				
23区内	269 100.0	117 43.5	112 41.6	40 14.9
多摩地域	118 100.0	53 44.9	48 40.7	17 14.4
【店舗種別】				
携帯電話専門店	279 100.0	119 42.7	119 42.7	41 14.7
家電量販店	108 100.0	51 47.2	41 38.0	16 14.8
【回答者別】				
販売員	155 100.0	65 41.9	60 38.7	30 19.4
店舗・売場責任者	232 100.0	105 45.3	100 43.1	27 11.6

(上段：実数、下段：%)

問6-1 徹底されないと理由
 (1) 親が、ネット上の有害情報や
 フィルタリング等に対して知識不足だ
 から

(2) 親が、自分の子どもにはフィル
 タリングが不要だと思っているから

	全 体	そ う 思 う	思 う ど ち ら か と い え ば そ う	ど ち ら か と い え ば そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い
全 体	160 100.0	55 34.4	59 36.9	28 17.5	18 11.3
【地域別】					
23区内	112 100.0	40 35.7	38 33.9	20 17.9	14 12.5
多摩地域	48 100.0	15 31.3	21 43.8	8 16.7	4 8.3
【店舗種別】					
携帯電話専門店	119 100.0	36 30.3	43 36.1	24 20.2	16 13.4
家電量販店	41 100.0	19 46.3	16 39.0	4 9.8	2 4.9
【回答者別】					
販売員	60 100.0	23 38.3	21 35.0	11 18.3	5 8.3
店舗・売場責任者	100 100.0	32 32.0	38 38.0	17 17.0	13 13.0

	全 体	そ う 思 う	思 う ど ち ら か と い え ば そ う	ど ち ら か と い え ば そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い
全 体	160 100.0	26 16.3	50 31.3	46 28.8	38 23.8
【地域別】					
23区内	112 100.0	21 18.8	36 32.1	33 29.5	22 19.6
多摩地域	48 100.0	5 10.4	14 29.2	13 27.1	16 33.3
【店舗種別】					
携帯電話専門店	119 100.0	16 13.4	43 36.1	30 25.2	30 25.2
家電量販店	41 100.0	10 24.4	7 17.1	16 39.0	8 19.5
【回答者別】					
販売員	60 100.0	11 18.3	12 20.0	23 38.3	14 23.3
店舗・売場責任者	100 100.0	15 15.0	38 38.0	23 23.0	24 24.0

(3) 子どもが、ゲームサイト等にア
 クセスできなくなり、自由に使えない
 ことで反発するから

(4) フィルタリングの仕組みがまだ
 十分でなく、きめ細かい設定ができな
 いから

	全 体	そ う 思 う	思 う ど ち ら か と い え ば そ う	ど ち ら か と い え ば そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い
全 体	160 100.0	116 72.5	29 18.1	8 5.0	7 4.4
【地域別】					
23区内	112 100.0	79 70.5	23 20.5	6 5.4	4 3.6
多摩地域	48 100.0	37 77.1	6 12.5	2 4.2	3 6.3
【店舗種別】					
携帯電話専門店	119 100.0	91 76.5	21 17.6	4 3.4	3 2.5
家電量販店	41 100.0	25 61.0	8 19.5	4 9.8	4 9.8
【回答者別】					
販売員	60 100.0	43 71.7	13 21.7	3 5.0	1 1.7
店舗・売場責任者	100 100.0	73 73.0	16 16.0	5 5.0	6 6.0

	全 体	そ う 思 う	思 う ど ち ら か と い え ば そ う	ど ち ら か と い え ば そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い
全 体	160 100.0	94 58.8	44 27.5	10 6.3	12 7.5
【地域別】					
23区内	112 100.0	61 54.5	33 29.5	8 7.1	10 8.9
多摩地域	48 100.0	33 68.8	11 22.9	2 4.2	2 4.2
【店舗種別】					
携帯電話専門店	119 100.0	67 56.3	36 30.3	6 5.0	10 8.4
家電量販店	41 100.0	27 65.9	8 19.5	4 9.8	2 4.9
【回答者別】					
販売員	60 100.0	37 61.7	16 26.7	3 5.0	4 6.7
店舗・売場責任者	100 100.0	57 57.0	28 28.0	7 7.0	8 8.0

(上段：実数、下段：%)

フィルタリングに関する実態調査

平成 20 年 3 月発行

編集・発行 東京都 青少年・治安対策本部 総合対策部 青少年課
東京都新宿区西新宿二丁目 8 番 1 号
電 話 03(5388)3186 (直通)