

子どもと保護者に対する携帯電話販売説明の訪問調査 ～フィルタリング・メール受信拒否と店員の問題意識～

Research which visited and investigated to know the situation of explanation when mobile-phone shop sells mobile-phone to children and protector

大谷 良光*・加川 志保**・本間 史祥**
Yoshimitsu OTANI・Shiho KAGAWA・Fumiaki HONMA

論文要旨

ケータイ被害から子どもを守るため、青少年インターネット環境整備法施行後6ヶ月経過した時点で、フィルタリング設定、メール受信拒否設定、ネットいじめの方法や有害情報に対する携帯電話販売員の知識・理解と説明度を調べるため、青森県内携帯電話ショップの3割を目標に訪問調査した。その結果、自社のフィルタリングサービスの種類と加入の必要性について理解し、ユーザーに説明した販売員は約5割、各社サービスと対象年齢との関わり、方式の違い、カテゴリー分類等の内容になるとその理解も説明の割合も大幅に減じ、本法を説明した販売員は0%であった。また、メール受信拒否設定の説明は1割、有害情報やネットいじめ方法等の認識は低かった。これらの結果を踏まえ、販売会社へ要請書を手渡し、至急の改善を求めた。

キーワード：携帯電話販売店、ケータイ、フィルタリング、メール受信拒否設定、ケータイ被害

1. はじめに

今日、急速に進む情報化社会において、小・中・高校生の携帯電話所持率が年々増加傾向にある。2008年11、12月に文部科学省が行った「子どもの携帯電話等の利用に関する調査」¹⁾(以下『文科省調査2008』)によると小学校六年生で24.7%、中学校二年生で45.9%、高校二年生で95.9%であった。また青森県においても小学校六年生8.7%、中学校二年生で25.8%、高校二年生で96.3%²⁾となっており、小・中学校では地域間格差がまだあるものの、高校生になると100%近い所持率になる。この結果から分かるように子どもたちの実生活に携帯電話(以下「ケータイ」と「携帯電話」を使い分ける)³⁾が確実に普及しつつある。

携帯電話は緊急連絡先の確保、GPS搭載機能など防犯として一定の効果をあげている。しかしネットいじめ、アダルト・出会い系・ワンクリック詐欺などの有害情報サイトからの犯罪の誘発、ケータイ依存症など様々な弊害が生じてきた。周知のようにこのような弊害はマスメディアで報道され、「ネット・ケータイ

問題」に悩む子ども・保護者も年々増加している。これらの問題に対し、文科省は小・中・学校への携帯電話の持ち込みの原則禁止、全教職員へ「ネット上のいじめに関する対応マニュアル・事例集」の配布などの対策を講じた。また青森県では「ネットいじめ対応推進事業」を2009年度の新規重点事業として掲げ、保護者や教職員への研修を行っている。また2009年4月に「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」⁴⁾(以下、「青少年インターネット環境整備法」)が施行され、フィルタリング⁵⁾の提供義務化など法的環境整備も進んだ。このような社会背景からして携帯電話を販売する会社が担うべき社会的責任は大きくなってきている。携帯電話を子どもたちに売る側の販売員は、ただサービス内容を説明するだけでなく、子どもを「ケータイ被害から守る」という考えを持ち、ネットいじめ・有害情報サイトに関する実態把握、関連する知識や危機意識を高め、購入時に子どもたちと保護者へケータイのリスクを説明する必要がある。

* 弘前大学教育学部技術教育講座

Department of Technology Education, Faculty of Education, Hirosaki University

** 弘前大学教育学部学生 弘大ネットパトロール隊

A Undergraduate Student of Faculty of Education, Hirosaki University. Hirosaki University Internet-patrol Party

このような社会情勢を鑑み、弘前大学教育学部「ネット・ケータイ問題」研究プロジェクト（代表一 大谷良光）は、青森県内でどのような対応が行われているかの実情を探るべく各携帯販売会社において販売員の対応方法を調査する目的で聞き取りを行った。

2. 調査方法

本調査は、青少年インターネット環境整備法が施行されてから半年後の2009年9月に実施した。子どもをケータイ被害から守るため、売側の販売員の知識として必要であろう事柄を考慮し、同研究プロジェクトが開発した約30項目のチェックポイントに基づき聞き取り調査をした。調査対象は青森県内の携帯電話販売店（ショップ）、家電量販店内の携帯電話販売コーナーで、青森県内の携帯電話販売店舗（携帯電話会社4社総数66店舗）の約3割を目標とした。また、偏りを防ぐため、主に青森県内の三大都市に調査店舗を分散させた。訪問数と調査回収率は表1のようである。

表1 訪問数と調査回収率

携帯電話会社	訪問予定数		実際の訪問数		調査回収率
	ショップ	コーナー	ショップ	コーナー	
A社	6	2	5	1	75.0%
B社	6	2	5	1	75.0%
C社	5	2	4	1	71.4%
D社	2	2	2	0	50.0%
全体	27		19		70.4%

調査内容は、(1)フィルタリングについての認識と説明状況、(2)メール受信拒否設定についての認識と説明状況、(3)ネットいじめ・有害情報に関する認識・意識について、(4)その他販売員の業務に関する4項目である。(1)(2)の聞き取り方法は、調査員が未成年の購入者と保護者となり店員と対面し説明を受け、さらに何点か質問し、これら「説明」と質問の応答から「理解しているか」を判断した。(3)(4)の聞き取り方法は、質問しその応答から判断した。

3. 調査結果と考察

(1) フィルタリングについての認識と説明状況

①各社フィルタリングサービスの種類と内容、加入の重要性の説明と知識理解の比較

表2 サービスの種類と内容・加入の重要性の説明と知識・理解の比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	10	52.6	10	52.6
2	8	42.1	9	47.4
1	1	5.3	0	0.0

*説明：3－サービスの名前と内容を説明し、加入の重要性を説明している
2－サービスの名前と内容、加入の重要性のうち、いずれかの説明が欠けている
1－説明されていない
理解：3－サービスの名前と内容、加入の重要性を理解している
2－サービスの名前と内容、加入の重要性のうち、理解していないものがある
1－理解していない、間違っている

表2のように、説明内容と知識・理解の割合はほぼ変化なく、知識・理解の程度が説明に反映されていることが伺える。フィルタリングサービスの名称と内容、加入の重要性を欠けることなく説明していた販売員は52.6%で、理解・知識についても同じく52.6%と約半数止まりである。

表3 各サービスの対象年齢の説明と知識・理解の比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	6	31.6	13	68.4
2	5	26.3	4	21.1
1	8	42.1	2	10.5

*説明：3－各携帯電話会社のHP・カタログ等に書かれているサービスと対象年齢を説明している
2－サービスの内対象年齢を説明していないものがある
1－全く説明していない
理解：3－各携帯電話会社のHP・カタログ等に書かれているサービスと対象年齢を理解している
2－サービスの内対象年齢を理解していないものがある
1－理解していない、間違っている

②各フィルタリングサービスの対象年齢の説明と知識理解の比較

表3のように、フィルタリングサービスの対象年齢を理解していた販売員は68.4%と7割弱である。しか

し、「サービスと対象年齢の関係を説明していない」販売員が26.3%、「全く説明していない」が42.1%と、合わせて6割を超えており、知識・理解と説明状況に差がある。これは、販売員が携帯電話を売り込むことを優先するため、商品の説明に時間をかけ、フィルタリングの説明には時間を省くという販売店の現状が浮き彫りにされたと思われる。

③ホワイトリスト方式・ブラックリスト方式⁶⁾についての説明と知識理解の比較

表4のように、方式の違いについて「説明していない」が84.2%もある。これは販売員が、「理解していない、間違っている」で78.9%、約8割が知識を有していないための当然の帰結といえる。方式の違いが理解されていなければ、表3の各サービスと対象年齢の関係もわかりづらい。

表4 ホワイトリスト・ブラックリスト方式についての説明知識・理解の比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	3	15.8	4	21.1
1	16	84.2	15	78.9

*説明：3－それぞれのサービスがどの方式に当てはまるのかを説明している
1－説明していない
理解：3－それぞれのサービスがどの方式に当てはまるのかを理解している
1－理解していない、間違っている

表5 カテゴリ分類についての説明と知識・理解の比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	3	15.8	5	26.3
2	9	47.4	9	47.4
1	7	36.8	5	26.3

*説明：3－ネットスター株式会社の名前を出し、分類によって見れるサイトと見れないサイトがあることを説明している
2－分類説明の際に、ネットスター株式会社の名前を出していない
1－説明されていない
理解：3－ネットスター株式会社の名前を出し、分類によって見れるサイトと見れないサイトがあることを理解している
2－見れるサイトと見れないサイトのカテゴリ分類は理解されているが、それがネットスター株式会社によるものだということが理解されていない
1－理解していない、間違っている

④カテゴリ分類⁷⁾(ネットスター株式会社⁸⁾についての説明と知識・理解との比較

表5はフィルタリングサービスの詳しい中身についての項目である。ネットスター株式会社の名前まで出して説明していない、また理解していない段階「1」「2」が、説明では84.2%、有する知識では73.7%である。

⑤EMAによって例外的に許可されるサイトがあることについての説明と知識・理解との比較

表6のように、ブラックリスト方式で規制されるカテゴリの中でEMA(一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用機構)⁹⁾によって例外的に許可されているサイトがあるという、フィルタリングについての詳細の項目である。

「説明している」がたった1割であり、また、知識・理解の面においても、「理解していない、間違っている」が57.9%と約6割が全く無理解であった。カスタマイズサービスの説明には避けて通れない内容であり、今後の販売会社の研修課題となろう。

表6 EMAによって例外的に許可されるサイトがあることについての説明と知識・理解との比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	2	10.5	5	26.3
2	2	10.5	3	15.8
1	15	78.9	11	57.9

*説明：3－EMAの名前を出し、例外的に許可されるサイトの名前を挙げて説明している
2－説明の際に、EMAの名前を出していない
1－説明していない
理解：3－EMAの名前と例外的に許可されるサイトがあることを理解している
2－例外的なサイトの認定はEMAによって行われているということが理解されていない
1－理解していない、間違っている

⑥設定方法についての説明と知識・理解との比較

表7は、携帯電話の新規購入時以外でのフィルタリングの設定方法についてである。知識・理解の面では段階「3」が68.4%であるが、それが説明には反映されておらず、段階「3」は26.3%である。法律が施行された後の調査時期であるから、購入後、フィルタリングサービスを利用しようとする生徒、保護者が想定されるため、説明しておくべきと思われる。

表7 設定方法の説明と知識・理解の比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	5	26.3	13	68.4
2	8	42.1	5	26.3
1	6	31.6	1	5.3

*説明：3－設定の手順（ケータイ、パソコンで申し込む時）が説明されている
2－欠けている部分がある
1－説明していない
理解：3 設定の手順（ケータイ、パソコンで申し込む時）が理解されている
2－理解に欠けている部分がある
1－理解していない

⑦設定後の解除方法の説明と知識・理解との比較

表8は、フィルタリングを設定後に解除することを想定した、解除の方法（手続き）についてである。「説明していない」が57.9%と約6割であった。解除方法ということもあり、顧客から申し出がない限り説明していないことが推測される。一方知識・理解の面では、段階「3」が63.2%と、きちんとした知識・理解があるのは約6割であった。

表8 解除方法の説明と知識・理解との比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	3	15.8	12	63.2
2	5	26.3	6	31.6
1	11	57.9	1	5.3

*説明：3－ショップでしか出来ないことや同意書（親権者の許可）が必要であることを説明している
2－欠けている部分がある
1－説明していない、
理解：3－ショップでしか出来ないことや同意書（親権者の許可）が必要であることを理解している
2－理解に欠けている部分がある
1－理解していない

⑧青少年インターネット環境整備法についての説明と知識・理解との比較

表9のように、「法律の名前を出し、内容まで説明している」は0%である。理解の面では、21.1%が名前と内容を理解しているが、「理解していない」が68.4%と約7割を占めている。法律施行後6ヶ月が経っているこの時期でこの数値であるということは、

各販売会社がこの法律を遵守しているか疑問である。

表9 青少年インターネット環境整備法についての説明と知識・理解との比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	0	0.0	4	21.1
2	2	10.5	2	10.5
1	17	89.5	13	68.4

*説明：3－法律の名前を出し、内容まで説明している
2－名前は出しているが、内容を説明していない
1－説明していない
理解：3－法律の名前と内容を理解している
2－どちらかが理解されていない
1－理解していない

(2) メール受信拒否設定について

①各サービス内容についての説明と知識・理解との比較

メール受信拒否設定の各社のサービス内容の知識・理解の面は、段階の「3」「2」がそれぞれ52.6%、47.4%と全割合を占めている。しかし、あまり説明には反映されておらず、「説明していない」は57.9%と約6割である。メール受信拒否設定は、青少年インターネット環境整備法で取り上げられていないため、その説明がたった1割という残念な結果である。ネット

表10 各サービス内容についての説明と知識・理解との比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	2	10.5	10	52.6
2	6	31.6	9	47.4
1	11	57.9	0	0.0

*説明：3－「かんたん設定」と「個別設定」⁹⁾それぞれについて、どんなメールを拒否することができる機能があるのか、また、「かんたん設定」、「個別設定」以外にも種類があればそれも説明している
2－拒否できるメールの機能をすべては説明していない
1－説明していない
理解：3－「かんたん設定」と「個別設定」それぞれについて、どんなメールを拒否することができる機能があるのか、また、「かんたん設定」、「個別設定」以外にも種類があればそれも理解している
2－拒否できるメールの種類すべては理解していない
1－理解していない

トはじめ等の対策には一定の効果が期待される対処法のため、ネットはじめの方法と対応させたサービスの内容の理解と説明が必要といえる。

②設定方法についての説明と知識・理解との比較

表11のように、「説明していない」は63.2%と6割を超えているが、一方知識・理解の面では、理解しているにあたる段階「3」が78.9%と約8割である。前項目の表10と同じように、迷惑メール対策であるため、購入時にあえて説明せず、被害やその恐れを感じたときに自ら設定しなさいという販売店の姿勢がうかがえる。

表11 設定方法の説明、知識・理解の比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	2	10.5	15	78.9
2	5	26.3	4	21.1
1	12	63.2	0	0.0

*説明：3—サンプルのケータイを使い、設定の手順、パスワードや暗証番号、パソコンからも申し込みができることを説明している
2—欠けている説明がある
1—説明していない
理解：3—設定の手順、パスワードや暗証番号、パソコンからも申し込みができることを理解している
2—一部理解が欠けている
1—理解していない

③解除方法についての説明と知識・理解との比較

本項目は表12のように、メール受信拒否設定の項目②の設定方法と同じ傾向である。「説明していない」が63.2%、また、知識・理解の面では「理解していない

表12 解除方法の説明と知識・理解との比較

段階	説明		知識・理解	
	件	%	件	%
3	1	5.3	13	68.4
2	6	31.6	6	31.6
1	12	63.2	0	0.0

*説明：3—解除の手順、パスワードや暗証番号について説明している
2—欠けている説明がある
1—説明していない
理解：3—解除の手順、パスワードや暗証番号について理解している
2—一部理解が欠けている
1—理解していない

い」が0%で、「理解している」が68.4%であるにも関わらず、やはり、フィルタリングサービス同様、解除方法はあえて説明しないようである。

(3) ネットはじめ・有害情報に関して

①ネットはじめの方法の種類について

ネットはじめの方法の種類について、つまり「メール（なりすましメール¹¹⁾、チェーンメール）、学校裏サイト（掲示板）、SNS¹²⁾、プロフ¹³⁾、ブログのすべてでネットはじめが行われていることを知っている」が0%、「一つ以上知っている」が78.9%、「知らない」が21.1%である。昨今、いろいろなところで取り上げられ話題になっていることから、全部は知らないが、一つぐらいなら知っているという傾向である。

②学校裏サイト（掲示板）や有害サイトを実際に見たことがあるかについて

学校裏サイト（掲示板）や有害サイトを「問題意識を持ち、自主的に見たことがある」が10.5%、「契約者の携帯電話等で見たことがある」が31.6%、「見たことがない」が57.9%である。学校裏サイト（掲示板）や、有害サイトへの問題意識は低いようである。

③なりすましメールのシステムを理解しているかについて

なりすましメールのシステムについて「匿名ソフト¹⁴⁾、サブアドレスの両方の仕組みを理解している」が5.3%、「どちらかだけ一方だけ理解している」が31.6%、「理解していない」が63.3%である。迷惑メール受信拒否設定で、なりすましメールの拒否は可能であるが、なぜなりすましメールが送られるのか、どういった仕組みであるのかなどのシステムについてまで理解しているものは約6割である。メール受信拒否設定サービスについては、その被害がわからないと設定の意味がわからないため、販売会社の研修ではその背景まで踏み込んだ内容が盛り込まれることが求められると思われる。

(4) その他 販売者の業務に関して

①各店舗において、勤務するスタッフ全員が同じ知識（携帯電話を販売するうえで必要なもの全般）を有しているかについて

携帯電話を販売するうえで必要な知識全般を「全員が有している」が73.3%、「全員は有していない」が26.3%、「誰も有していない」が0%である。派遣社

員やアルバイト、または新入社員の場合、ベテランのスタッフと同じように幅広く深い知識を共有することは難しいということが推測される。

②販売業務などについての店員用のマニュアルはあるのかについて

「マニュアルやそれに代わるものがある」が73.7%、「マニュアルなどがない」が26.3%であった。断定はできないが、店舗や会社によって違いがある。

③購入者の年齢確認はしているかについて

未成年だと思われる顧客が新規で購入する場合や、フィルタリングを外したいと申しでた場合に、「身分証を提示させ確認している」が100%で、「口頭のみで確認している」「確認していない」が0%である。これらの場合、親権者の同意が必須となるので、年齢確認はしっかりと行われている。

④携帯電話販売に関する各社の販売員が資格を有しているかについて

調査した4社の販売会社では、ショップスタッフ認定制度が設けられている。販売に関するそれらの資格を「全員が有している」が78.9%、「全員ではないが有している人がいる」が0%、「誰も有していない」が21.4%である。しかし、家電量販店の携帯電話販売コーナーの販売員は派遣会社からの派遣社員であり、一部資格を有していないと推測される。

4. 結論と提言

携帯電話販売店の未成年者に対する販売対応聞き取り調査の結果と考察を整理すると以下ようになる。

第1に、青少年インターネット環境整備法について「法律の名前と内容を理解している」が21.1%、「どちらかが理解されていない」が10.5%、「どちらも理解していない」が68.4%であった。携帯電話の販売に関して直接的に関係する法律について、確かな知識を持ち合わせていたのは約2割だった。同法は2009年4月に施行された現行法である。利用者が18歳未満の青少年である場合には、保護者が利用しない旨を申し出ない限り、「青少年有害情報フィルタリングサービスを適用することを義務付ける（17条）」などのように携帯電話購入時の説明に大きく関係がある法律である。しかし、フィルタリングサービスについての説明として基本事項である「サービスの名前と内容を説明し、加入の重要性を説いている」は52.6%と約半数に

止まっている。よって販売員が、同法の内容を正しく理解していなければ、フィルタリングサービスを説明し、顧客に設定してもらおうという意識は生まれず、説明状況にも反映されないと考えられる。

また、青少年インターネット環境整備法について「法律の名前を出し、内容まで説明している」は0%であったという結果から、法律の名前まで出して説明すると難しくなり、顧客がサービス内容の理解に苦しむのではと考え、説明はしないという販売員がほとんどであると推測される。しかし、青少年インターネット環境整備法には、保護者は使用者が青少年であることを携帯電話・PHSの契約時に申し出る義務がある（17条2項）という規定が含まれているため、販売会社は同法について説明をする道義的責任がある。このことは、近年、携帯電話の所持率が高まってきてはいるものの、携帯電話を持つことでの危険性や注意すべきことなどといった情報モラルを学ぶ機会がまだまだ少ないのが現状であり、保護者が同法の内容を知っているとは考えにくい。そのため、携帯電話販売時に、青少年インターネット環境整備法の名前や内容を説明することで、身近なところから、保護者が学ぶ機会を増やすことが必要である。

第2に、ブラックリスト方式で規制されるカテゴリの中でもEMA（一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用機構）によって例外的に許可されるサイトがあることについて、「EMAの名前と、例外的に許可されるサイトがあることを理解している」は26.3%、「例外的なサイトの認定はEMAによって行われているということが理解されていない」は15.8%、「理解していない、間違っている」は57.9%であった。同様に、「説明していない」も78.9%と高い割合であった。フィルタリングサービスは、有害情報に接する危険性を下げることができるサービスである。それでも、一部の生徒はフィルタリングサービスを利用することに対して否定的である。同研究プロジェクトが2009年9月に行った「高校一年生対象『ケータイ被害』に関するアンケート調査」¹⁵⁾では、フィルタリングを利用していない理由として80.7%が「不便だから」を挙げていた。具体的な意見として、「曲がダウンロードできなくなるから」「見たい画像や動画が見られなくなるから」などの意見があった。こういった意見を持つ生徒の中には、携帯電話購入後にフィルタリングサービスの解約を保護者に申し出る場合もある。

しかし、これらの意見はフィルタリングの内容を理解していないための誤解が含まれていると思われる。

確かに、違法性のある音楽サイトや動画配信サイト、コミュニティサイト等にアクセスすることはできなくなる。だが、EMA（モバイルコンテンツ審査・運用監視機構）が策定した基準を満たし、認定されたサイトであれば音楽をダウンロードすることも、コミュニティサイトにアクセスすることもできる。現在は蔑ろにされているこれらの知識を販売員全員が共有し、青少年ユーザーに正しく説明することがフィルタリングサービスを嫌がる生徒の誤解を解き、フィルタリングサービスの普及ならびに購入後のサービス解約を防ぐことにつながるといえる。

第3に、フィルタリングの設定方法・解除方法についてである。新規購入の場合は、販売者側で設定するため、設定の手順まで説明する必要はないが、青少年インターネット環境整備法により、「携帯電話の利用者が18歳未満の青少年である場合でも、保護者が利用しない旨を申し出ると、フィルタリングを設定しなくてもよい（17条）」と定めている。よって、新規購入時に設定しなくても、その後使用していくうちに必要だと感じ、設定したい申し出る顧客もいるのではないかと考えられる。本調査では、「設定の手順（ケータイ、パソコンで申し込む時）が説明されている」が26.3%、「欠けている部分がある」が42.1%、「説明していない」が31.6%と、説明状況にばらつきが見られた。今一度、知識・理解の面からも見直し、説明する必要性について検討していく必要がある。また、フィルタリングの解除方法では、「説明していない」が57.9%であった。解除方法ということで、説明する必要性は確かに低い。しかし、「ショップでしか出来ないことや同意書（親権者の許可）が必要であることを理解している」は63.2%に止まっており、18歳以下の青少年ユーザーがフィルタリングを外したいと申し出てきた場合に、親権者の同意なしにフィルタリングを解除してしまうスタッフがいるという可能性も考えられる。よって、この点の知識をより一層十分に販売者側が共有する必要がある。

第4に、各店舗において、勤務するスタッフ全員が同じ知識（携帯電話を販売するうえで必要なもの全般）を有しているかについて、「全員が有している」が78.9%、「全員は有していない」が26.3%、「誰も有していない」が0%であった。本調査は、各店舗の一スタッフへの聞き取り調査であり、本当に全員と言い切れるのかなど、データ上不確実な部分もある。しかし、表5からも明らかであるが、カテゴリ分類について、「ネットスター株式会社の名前を出し、分類に

よって見れるサイトと見れないサイトがありことを理解している」が26.3%、「見れるサイトと見れないサイトのカテゴリ分類は理解されているが、それがネットスター株式会社によるものだということが理解されていない」が47.4%、「理解していない、間違っている」が26.3%であり、知識・理解にばらつきが見られる。このことから、各店舗においても、スタッフによって知識にばらつきがあり、担当するスタッフによっては顧客に十分な説明がされていないと推測される。また、派遣社員やアルバイト、新入社員の場合、ベテランのスタッフと同じように幅広く深い知識を共有することは難しいと思われる。しかしながら、顧客にとっては、どのスタッフも同等である。よって、勤務するスタッフ全員が確かな知識を確実に共有する必要がある。

第5に、メール受信拒否設定についてである。サービス内容については、設定方法、解除方法共通して、「理解していない」は0%であった。しかし、説明については、それぞれ42.1%、36.8%、36.9%と、説明していた割合が半分にも満たなかった。このことから、メール受信拒否設定について、販売する上で一定程度の知識・理解は持ち合わせているが、迷惑メール等対策であるので、あえて購入時には説明しないことがうかがえる。文科省調査によると、メールの1日の送受信件数は、10件以上が中学校2年生で61.3%、高校2年生で58.2%であり、そのうち、100件以上の割合もそれぞれ7.3%、4.7%と子どもの間で、よくメールの機能が使われていることがわかる。したがって子どもは、メールにおけるトラブルといつも隣り合わせで生活している。フィルタリングサービスとは違い説明義務がない分、顧客からの要望があったときや、実際にトラブルが起きてからの対処として説明しているのが現状のようである。しかし、トラブルが起きてから対処するのは遅い。予防措置の意味も兼ねて携帯電話購入時に、メール受信拒否設定についての簡潔で正確な説明の実施を実現すべきである。また購入時に、安心して携帯電話を使うためのサポートやサービスについて掲載した冊子を配布している会社もあるが、配布したものが、必ず読まれているとは限らない。子どもが被害者にならないために、フィルタリングサービスと合わせて、説明を徹底すべきである。

第6に、ネットいじめ、有害情報の知識についてである。ネットいじめの方法の種類について「メール（なりすましメール、チェーンメール）、学校裏サイト（掲示板）、SNS、プロフ、ブログのすべてでネットい

じめが行われていることを知っている」が0%、「一つ以上知っている」が78.9%、「知らない」が21.1%であった。また、学校裏サイト（掲示板）や有害サイトを「問題意識を持ち、自主的に見たことがある」が10.5%、各社迷惑メール受信拒否設定で拒否可能であるなりすましメールのシステムを「理解していない」が63.3%であった。携帯電話の販売事業とネットいじめは関係が薄いものとして認識されているようである。しかし、今や、子どもにとってケータイは、パソコンよりも身近なインターネット利用ツールである。文科省調査では、高校2年生のインターネット利用目的として、メールのやり取りをする94.7%の子どものうち90.5%が、学校裏サイトを見る14.3%の子どものうち11.7%が、学校裏サイトに書き込みをする4.7%の子どものうち3.7%が、コミュニティサイト（SNS）に参加する27.7%の子どものうち22.6%、自分のプロフを公開する44.2%のうち40.1%が、自分のブログを公開する41.6%の子どものうち35.5%が、主にケータイを利用すると答えていた。実際に、2009年1月には、中学3年の女子生徒がプロフのコメント欄に自分を中傷する書き込みをされるなどのネットいじめを受け自殺し、また青森県においても、2008年7月、女子高生3名が、学校裏サイトに誹謗中傷の書き込みや下着姿の写真が貼られるなどのネットいじめを受けるという事件が起こっている。このように、いじめ現象を助長させるツールとしての危険性をケータイは孕んでいる。ならば、そのケータイを子どもたちに売る側の販売員は、ネットいじめに関する知識を持ち常に危機感を持つ必要がある。だが、本調査結果から、こうしたノーガードのケータイの危険性についての認識がまだまだ弱いことが明らかになった。危険性を認識していなければ、十分なフィルタリングサービスや、迷惑メール受信拒否設定の説明に反映されないの至極当然である。

これまで、全体的に問題となった傾向について述べてきたが、各携帯会社、各販売員によってそれぞれ抱えている問題点は異なっていると思われる。各会社での販売体制の見直しはもちろんであるが、各販売員が携帯電話という機器に関して、そこに内包されている問題を意識していく必要がある。

ケータイに関するネットの危険性や子どもへの教育は、教育現場や講座、講演のみで行えばよいというものではない。携帯電話購入時、子どもや保護者にネットの危険性とフィルタリングサービス、迷惑メール受信拒否設定について十分な説明がなされるかどうか

が、その後の携帯電話使用環境を決定づけるといえる。

本県においては、特に、中学卒業の3月から高校入学の4月上旬までの約1ヶ月間に4割（青森県内推定で約5,500人）が携帯電話を購入し、急激に所持率が増加する¹⁶⁾。だからこそ、販売者側にとって、売り時で忙しいこの時期に、子どもをケータイ被害から守るための機能の説明を疎かにすることは、大変危険である。今後、ますます子どもの生活にケータイは介入してくるであろう。携帯電話会社が担う社会的責任は決して軽いものではない。これからは携帯電話会社と教育現場、家庭が互いに協力体制を敷き、子どものケータイを使った悲しい事件を防いでいくべきである。

上記の結論を踏まえ、青森県内でショップをもつ携帯電話販売会社に資料¹⁷⁾のような「要請書」を提出した。2010.12時点で、この要望書に返答を寄せた会社は、2社のみである。

さて、本調査は、携帯電話販売店（ショップ）が主であり、家電量販店は1店舗3コーナーのみに止まった。値段の面から携帯電話の多くは、家電量販店の携帯電話販売コーナーで売られていると予想される。また、コーナーの販売員の多くは、派遣会社の派遣社員であるため、一層の「売ればよい」という姿勢が危惧される。従って、今後、家電量販店の店舗数を増やした調査が求められる。

最後に、販売業務でお忙しい中、調査にご協力いただいた販売店と販売員の皆様に深く感謝申し上げます。尚、この調査は、同研究プロジェクト、フィルタリング調査チームの調査員7名で実施した。調査員の皆さんに感謝します。また、本調査は、弘前大学教育学部学部長裁量経費により実施した。学部当局の配慮に感謝申し上げます。

引用・参考文献

- 1) 文部科学省：「子どもの携帯電話等の利用に関する調査」2009年5月報道発表。
- 2) 青森県教育委員会学校教育課：「携帯電話等に関する調査」2009年1月。
- 3) 携帯電話は現在、電話機能よりWeb機能として利用されていることが多い。特にこれらに関する問題はWeb機能で起きているため、電話と区別し、Webの端末機器として「ケータイ」として表現する。
- 4) 第1章—総則、第2章—インターネット青少年有害情報対策・環境整備推進会議等、第3章—インターネットの適切な利用に関する教育及び啓発活動の推進等、

第4章－青少年有害情報フィルタリングサービスの提供義務等、第5章－インターネットの適切な利用に関する活動を行う民間団体等、第6章－雑則と附則とで構成されている。尚、罰則規定は設けられていない。

- 5) 有害サイトアクセス制限サービス。インターネット上の青少年に望ましくないサイトにアクセスできないようにする機能。
- 6) フィルタリングの方式。
ホワイトリスト方式：一定の掲載基準を満たした公式サイトのみアクセス可能で、それ以外のサイトへのアクセスを制限。
ブラックリスト方式：出会い系サイトやギャンブル系サイトなど特定のカテゴリに属する一般サイトへのアクセスを制限。
- 7) インターネット上の様々なサイトやコンテンツを分野別に取りまとめたもの。
- 8) インターネット上のサイトをカテゴリ別に分類する、フィルタリングリスト提供会社。
- 9) 携帯電話・PHSのフィルタリングで一律にアクセス制限されてしまうサイトについて、青少年を違法・有害情報から保護する観点から、青少年にとって有害でないサイトを認定・監視するための有識者等からなる機関。2009年11月30日現在、38サイトが認定されている。
- 10) 設定方法の種類。
「かんたん設定」：メールフィルターのレベル別に分かれており、その中から1つを選択し、各種迷惑メールブロックを一括で設定。
「個別設定」：各迷惑メールフィルターを個々に設定。
- 11) 他人のアドレスになりすましたメール、または、複数人や見知らぬアドレスになりすましたメール。
- 12) 会員制の総合サイト。プロフィール、ブログ、メッセージ送受信などの機能を備え、インターネット上での他者との交流の場を提供する。コミュニティ機能、検索機能の利用によって自分の趣味など共通の話題について、顔を知らない相手と交流することもできる。
- 13) 「プロフィール」の略で、携帯電話やパソコンを使って簡単に自己紹介ができるサイトを指す。
- 14) 自分のアドレスからではなく、他人のメールアドレスを使ってメールを送るソフト。
- 15) 弘前大学教育学部「ネット・ケータイ問題」研究プロジェクト：「高校一年生対象『ケータイ被害』防御状況に関するアンケート調査報告書」、調査期間は、2009年9月10日～25日で、調査結果についての記者会見を、同年10月26日に行った。
- 16) 「註15」調査結果より。青森県高校1年生生徒数が約13,650人であるため、1ヶ月で約5,500人が購入してい

ると考えられる。

17) 資料 携帯販売会社に対する要望書

平成21年10月13日（火）

〇〇会社 青森支店長

〇〇 〇〇 様

弘前大学教育学部「ネットケータイ問題」研究
プロジェクト 代表 大谷良光
弘大ネットパトロール隊 隊長 本間史祥

未成年者に対する携帯電話販売に関する要望書

青森県内4社の携帯電話販売店舗に対し、販売員の説明とこれらの問題に対しての認識について聞き取り調査を行いました。その結果に基づき、子ども（18才未満）を「ケータイ被害」から守るため貴社に次の点についてさらなる努力をして頂きたく要望書をお届けします

- (1) ネットいじめ・有害情報サイト等について、また「青少年インターネット環境整備法」についての研修を強化して頂きたい
- (2) ネットいじめの手段である「なりすましメール」等のしくみの研修を行い、全販売員がこれらへの対応ができ、説明できるようにして頂きたい
- (3) 全販売員がフィルタリングサービスの内容について熟知し、ユーザーの年齢に対応したサービスを提供できるようにして頂きたい
- (4) 全店舗で販売時には、フィルタリングについてのみでなく、メール受信拒否設定についても説明をして頂きたい
- (5) フィルタリング設定後に、子どもの要求により保護者が「解除」に来店した場合は、「青少年インターネット環境整備法」の理念に基づき懇切丁寧に説明して頂きたい
- (6) 青少年ユーザーの要望に対応できる、フィルタリングサービスのさらなる改善を早急に行なって頂きたい
- (7) 貴社が青少年の「ケータイ被害」に対する社会的責任を果たすため、子ども・保護者・教育関係者への啓蒙活動をさらに強化して頂きたい
- (8) 上記の要望事項を本社にも伝え、会社としての取り組みを強化して頂きたい。要望の根拠については、別紙「＝子どもをケータイ被害から守るため＝携帯電話販売の未成年者に対する販売対応聞き取り調査報告書」、同「報告書（概要）」を参照してください。

(2010. 2. 1. 受理)