

特集



# 親子で考える ネットの上手な利用法

特集

1

藤川 大祐 千葉大学教育学部 教授

Fujikawa Daisuke

2010年より現職。メディアリテラシーをはじめさまざまな領域の授業づくりを研究。著書『学校・家庭でできるメディアリテラシー教育』（金子書房）他多数。



## スマートフォン時代の メディアリテラシー



### スマートフォンの普及と課題

街の中や電車の中で、タッチパネル型のスマートフォン（以下、スマホ）を使う人が多く見られるようになってきました。

日本でも世界でも、スマホの本格的な普及が始まったのは、アップル社のiPhoneの発売からと言えます。日本でiPhone 3Gが発売されたのは2008年。その後、新機種が毎年発売され、グーグル社の基本ソフト（OS）であるAndroidが搭載されている端末が数多く登場し、さらにはマイクロソフト社が基本ソフトを提供するWindows Phoneも発売され、2012年現在、携帯電話各社の主力商品は完全にスマホに移行しています。

スマホと従来型の携帯電話（以下、フィーチャーフォン）との違いは何でしょうか。

大きな違いは、フィーチャーフォンが電話機から発展したものであるのに対して、スマホがパソコンから発展したものであるという点にあります。両者とも、電話に加えてメール、インターネットサイトの閲覧、音楽再生、カメラ、各種アプリ（アプリケーションソフト）等の機

能が使えます。しかし、フィーチャーフォンが電話にいろいろな機能が加わったものであるのに対し、スマホでは通話も含めてあらゆる機能がアプリとして提供されています。

2011年の内閣府による調査では、スマホを利用している中学生は5.4%、高校生は7.2%でしたが、2012年になってスマホを利用している中高生は激増していると考えられます。

2005年頃から、青少年の携帯電話利用をめぐる問題が注目されるようになり、政府、学校、携帯電話事業者、サイト運営事業者等が、互いに連携協力してさまざまな対策に取り組んできました。対策の方向性は、青少年が有害な情報に触れないようにする保護策と、青少年の利用能力（メディアリテラシー）を高める教育・啓発との2つに分けられます。

保護策として、有害とされるサイトへの接続をブロックするフィルタリング機能の普及推進がなされ、2009年4月に青少年インターネット環境整備法が施行されました。同法では、18歳未満の者が利用する携帯電話サービスには保護者から不要という申し出がない限り、フィルタリングに加入した状態で提供することが事業者



に義務づけられ、フィルタリングの加入率が上昇しています。

また、双方向の交流が可能なコミュニティサイトでは、青少年が利用する場合には淫行や児童買春といった犯罪に巻き込まれないよう、「出会い」につながる投稿を禁止して監視を徹底する等の措置が取られています。

教育・啓発としては、学習指導要領で情報モラル教育の充実が定められ、各学校で携帯電話に対応した情報モラル指導が行われるようになったことをはじめ、携帯電話事業者やサイト運営事業者等による青少年や保護者を対象とした啓発活動も活発に進められています。

しかし、スマホに関しては、こうしたこれまでの取り組みが十分に機能しない可能性があります。

保護策に関しては、無線LAN環境やアプリ利用の際にフィルタリングが機能しない場合があります。例えば、メッセージの交換や無料通話が可能なアプリに関して、アプリマーケット\*1の評価欄に連絡先を書いて出会い系サイトのように利用する人が続出しており、こうしたアプリが淫行事件につながったという報道もなされています。

また、スマホ内に保存されている電話番号やメールアドレスといった個人情報を利用者がよく理解しないままに流出させているアプリがあることも問題となっています。パソコンと同様に、ウイルス被害や詐欺被害も生じています。

教育・啓発に関しては、スマホがあまりにも急速に普及したためにスマホに対応した教材やプログラムの開発が追いついておらず、スマホの特徴の理解につながる取り組みが進んでいません。

事業者、第三者機関、研究者等関係者の間では、スマホの青少年利用に関する問題について議論を始めており、連携協力して問題解決に取り組もうとしているところです。

## ゲーム課金に関して

スマホの普及と並行して、ソーシャルゲーム\*2という携帯電話等で遊ぶゲームの人気の高まっています。大手のソーシャルゲームサイトの利用者は数千万人とされ、10代から30代くらいを中心に多くの人がこうしたゲームを利用しています。

その多くは、携帯電話等で隙間の時間を使い、他の利用者と緩やかにつながって遊ぶゲームです。基本的に操作は単純ですが、ゲームを進める中で体力ポイント等が減っていき、時間が経たないとポイントが回復しないので、それまで次のことができないなど、長時間集中して行うことが難しいものです。

この種のゲームは、「フリーミアム」と呼ばれるビジネスモデルで提供されています。フリーミアムとは「フリー」と「プレミアム」を組み合わせた造語で、多くの人が無料（フリー）で利用でき、一部の利用者が有料（プレミアム）で利用するというものです。ネットで提供されるサービスは無料の利用者が増えても提供者側のコストがあまり増えないので、ネットとフリーミアムとは相性がいいと言えます。大手ソーシャルゲームサイトでも、無料の利用者が圧倒的に多いと考えられます。

しかし、有料コンテンツ利用者の中に利用金額が数万円から数十万円と高額となる人が出てきて、問題となっています。特に問題となった

### 参考



- 安心ネットづくり促進協議会「スマートフォンにおける無線LAN及びアプリ経由のインターネット利用に関する作業部会報告書」  
[http://good-net.jp/press\\_sp\\_20120608.html](http://good-net.jp/press_sp_20120608.html)
- NPO法人企業教育研究会・ソフトバンクモバイルによる「考えよう、ケータイ・スマートフォン」  
<http://ace-npo.org/info/kangaeyou/kyouzai/smartphone.html>



のが、カードを抽選で購入し一定の種類のカードが集まると珍しいカード等が獲得できる「コンプガチャ」と言われるしくみでした（カプセルトイ販売機の「ガチャ」をイメージし、一定種類のカードを完全に揃えるという意味での「コンプリート」するということからこう呼ばれます）。

この「コンプガチャ」は過度に射幸心をあおるものであり、景品表示法が禁じている「絵合わせ」に当たるのではないかという指摘があり、ソーシャルゲーム各社は「コンプガチャ」を全廃することを決めました。ただし、「コンプガチャ」だけでなく、各社のソーシャルゲームが有料コンテンツ販売によって支えられている状況は変わりません。

高額利用者は成人が多いようですが、未成年の高額利用が問題になるケースも出てきています。大手ソーシャルゲームサイトの多くが携帯電話事業者標準のフィルタリングに加入してもアクセス可能な「EMA\*<sup>3</sup>認定サイト」であることから、保護者がフィルタリングに加入して安心していても高額課金が生じる場合があります。携帯電話事業者やソーシャルゲームサイト運営事業者は未成年の利用者の月額課金上限を定める措置を取るようになりましたが、それでも15歳未満は月額5,000円、18歳未満は月額1万円といった制限であり、子どもがネットのゲームに費やす額としては高いと感じる保護者が多いと考えられます。

ソーシャルゲームサイト運営事業者らは、業界団体を設立し、一定の基準を設けてサイト運営をしていく方向であり、さらなる状況の改善が求められます。他方、保護者の側には、携帯電話事業者との契約の際に有料コンテンツ利用

金額の上限を定める等の対応が必要でしょう。

## ソーシャルメディアの時代へ

スマホの普及によって、コミュニティサイトあるいはソーシャルメディアと呼ばれる双方向交流サービスの利用が広がっています。中高生の多くが、Twitter（ツイッター）、Facebook（フェイスブック）、mixi（ミクシィ）等を利用し、同級生等、比較的自分と近い相手と交流しているようです。さらに、自らの興味関心に応じて、各界の第一線の人々と交流している中高生も目立ち始めています。例えば、経済学に関心を持ち経済学の専門家と交流しながらブログを書く人、IT起業家等と交流しつつアプリ開発をしている人、デジタル教科書・教材に関心を持ち教育関係者等と交流している人等がいます。また、入学前から志望する大学の教員や学生と交流する等、進路決定に役立てている高校生も多いようです。

ソーシャルメディア普及前の中高生にとって、大学や企業はほぼブラックボックスであり、せいぜい書籍・雑誌やオープンキャンパス等の機会を通じてようすを想像する程度のことしかできませんでした。しかし、現在では多くの人々が日常から情報を発信しており、ほぼリアルタイムで大学や企業で起こっていることが一定程度見えるようになってきました。ソーシャルメディアは、中高生の進路決定やキャリア形成において今後重要な位置を占めるようになっていくでしょう。

また、ソーシャルメディアの普及は、大人の生活にも大きな影響を生じさせつつあります。社会問題の解決に取り組むソーシャルビジネス

### 参考



- 「ソーシャルゲーム利用環境整備協議会（仮称）設立に向けた準備委員会発足について」  
[http://www.gree.co.jp/news/press/2012/0622\\_02.html](http://www.gree.co.jp/news/press/2012/0622_02.html)
- 消費者庁「カード合わせ」に関する景品表示法（景品規制）の運用基準の公表について  
[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120628premiums\\_2.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120628premiums_2.pdf)



が注目されたり、固定した事務所に縛り付けられずに働く「ノマドワーキング\*4」や個人が緩やかに場所を共有して働く「コワーキング」といった働き方が珍しくなくなったりしていますが、この背景にはソーシャルメディアの普及があります。大きな組織に属していない無名の人でも、ソーシャルメディアでの継続的な発信をとおして信用を獲得し、やりがいのある仕事を続けることができるようになります。ソーシャルメディアでは（言語の壁さえ越えれば）世界とつながることができますから、国際的な活躍にもつながりやすくなっています。

他方で、ソーシャルメディアの利用における青少年の事件・トラブルは相変わらず発生しています。これまでも誹<sup>ひぼう</sup>謗中傷や「出会い」に関わる問題はありましたが、従来は匿名での発信から生じる問題が中心でした。しかし、最近では実名やそれに近いかたちでの発信から問題が生じています。

典型的な例に、高校生がソーシャルメディア上で飲酒や喫煙をしたことを写真入りで書いたり、性差別的な発言をしたりすることがあります。こうした場合、ソーシャルメディアをとおして発言が広く知られるようになり、多くの人から非難され、場合によっては本名、学校名、住所等が公開されてしまい、実生活にも被害が及ぶことがあります。ソーシャルメディア利用者は匿名が原則のサイト利用の場合を除き、Facebookのように実名公開が原則とされているサイトはもちろん、そうでない場合でも実生活での交流のために実名が特定されやすいかたちで情報を発信することが一般的です。このため、不用意に発信してしまうと、実生活にまで影響が及ぶ社会的制裁を受けることにつながります。いったんこうした状況になると、関連の発言がネット上でコピーされ、時間が経過しても情報は消えることなくネットに残ることとなります。高校生時代の発言がもとで、将来就職

に失敗するような事態も考えられます。

こうして見てきたように、ソーシャルメディアには大きな可能性と深刻なリスクとがあります。ソーシャルメディアを利用するのであれば、たとえ中高生であっても相応のメディアリテラシーが求められます。

ここで言うメディアリテラシーの基本は、メディアの向こう側の人たちへの想像力です。ソーシャルメディアの向こう側には、現在および未来の世界中の人があります。特定の相手にだけ向けたつもりでの発言でも、時には瞬時に拡散して、時空を越えて多くの人々の目に触れるかもしれません。そのときに何が起こるかを想像できるようにしなければ、ソーシャルメディアの利用は危険過ぎます。

もちろん、メディアリテラシーが高いはずの人でも、誤解を招く発言をする等の失敗をすることはあります。小さい失敗から学ぶことの積み重ねでメディアリテラシーを高めるという面も、あるでしょう。青少年も、相対的に安全なサービスで小さい失敗を経験し、失敗から学ぶことも必要と言えます。

結局は、冒頭でも述べたように、青少年に対する保護策とメディアリテラシー向上に向けた教育・啓発とがバランスよく進められる必要があります。スマホが急激に普及している現状では、スマホ時代に対応した保護策と教育・啓発とを確立し、強力に進めていくことが私たちすべての関係者に求められています。

- \*1 アップル、グーグルなどのプラットフォーム事業者や携帯電話事業者が提供しているアプリ配信サービス。利用者はこれを介してアプリをダウンロードする。有料と無料のものがある。
- \*2 ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）上で提供されるオンラインゲーム。他のユーザーとコミュニケーションを取りながらプレイする。
- \*3 一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用監視機構。モバイルコンテンツの健全な発展と、青少年を違法・有害情報から保護することを目的に設立された第三者機関。一定の基準に基づき認定したサイトはフィルタリングがかけられていても閲覧できるようになっている。
- \*4 「ノマド」(nomad)とは、「遊牧民」を指す言葉。オフィスに縛られることなく、喫茶店やファストフード店などを活用して、働く場所を自由に選択する働き方。