

平成18年4月18日
経済産業省

青少年の健全な育成のためのコンテンツ流通研究会報告書

経済産業省では、業界関係者及び学識経験者等からなる「青少年の健全な育成のためのコンテンツ流通研究会」（座長：佐々木輝美国際基督教大学教授）を開催し、コンテンツに対するレーティング制度の運用など、これまでのコンテンツ事業者等における自主的取組の現状と課題を整理するとともに、今後の対応の方向性についての提言を含めた報告書を取りまとめました。

報告書では、

○既存レーティングの客観性の向上・「18歳未満販売禁止」区分の明確化

コンテンツのレーティングは、現在種類毎にレーティング機関が存在するが、審査への外部有識者の参画等により、客観性を向上させるとともに、少なくとも18歳未満販売禁止コンテンツか否かを、明確化すべきである。

○流通・販売段階における自主規制の実効性確保

流通業者は、商品の区分陳列、販売時の年齢確認等を徹底するとともに、定期的にモニタリングを行うなど、18歳未満禁止のコンテンツなどが青少年に提供されないよう努める。また、インターネット流通においても、同様にウェブサイトの構築にあたっての配慮を含め、18歳未満禁止コンテンツを利用させ、又は販売する際の年齢確認の徹底等を図るべきである。

○全国知事会等を活用した地方自治体と事業者との連携強化

地方自治体は、全国知事会や地方ブロック毎の連絡会などを活用し、定期的・広域的に事業者との連携・協力を図る枠組みの構築を目指す。

○フォローアップの実施

事業者は、「映像コンテンツ倫理連絡会議」（仮称）を設置し、本報告書の進捗状況のフォローアップを実施するとともに、各コンテンツのレーティング資産基準の調和など業界横断的な課題について検討する。

などを、内容とする提言をとりまとめました。

(本発表資料のお問い合わせ先)

商務情報政策局 文化情報関連産業課

担当者：小糸、樋口、火口

電 話：03-3501-9537 (内線 4061~5)

青少年の健全な育成のための
コンテンツ流通研究会
報告書

平成18年4月18日

—目次—

I. はじめに	1
II. 我が国における有害情報対策に関する現状と課題	
1. 国による規制	2
2. 地方自治体による規制	2
3. コンテンツの制作に携わる各業界の自主的な取組	3
4. 課題	6
III. 海外における取組の現状	
1. 米国	8
2. 英国	9
3. 韓国	10
4. 国際的な動き（ICRA）	11
IV. 提言	
1. 事業者における自主的な取組の強化	13
2. インターネット流通において特に対応すべき事項	14
3. 地方自治体による取組	15
4. 国による取組	16
5. フォローアップの実施	16
V. おわりに	17

I. はじめに

インターネットの普及により、誰もが、いつでも、どこでもインターネットを介して簡単に情報を入手する環境が整備されつつある。特に、ブロードバンド環境の整備により、いわゆるインターネット配信ビジネスが拡大し、映像コンテンツが製作者から利用者に直接提供される流通形態が増加してきている。インターネット上のコンテンツには、経済、社会、文化に関する情報など我々が生活する上で有用なものも多いが、その一方で性や暴力に関する表現を含む情報など、青少年¹の健全な育成にとって好ましくないものも多く存在する。このように、情報の受け手に与える影響について考慮されないまま、インターネット上のコンテンツが誰でも入手できる状況にあることが社会的に問題となっている。政府においては、「IT安心会議」（インターネット上の違法・有害情報等に関する関係省庁連絡会議）において、表現の自由や通信の秘密などに配慮しつつインターネット上の違法・有害情報対策を検討し、昨年6月30日に関係府省が連携して対策を取りまとめたところであり、コンテンツ事業者等による自主的措置等を検討することが求められている。

DVDなどのパッケージ形態のコンテンツや、劇場で上映される映画などについては、各業界において、レーティングなどの青少年の保護に資する自主的取組が行われてきている。しかしながら、近時、地方自治体において一部のゲームソフトが有害図書類に指定され、レーティングのあり方について問題提起がなされるなど、青少年の健全育成の観点から好ましくないコンテンツに対する国民の意識も高まってきている。

以上のような状況を踏まえ、本研究会では、コンテンツ事業者がパッケージ等のコンテンツを中心にこれまで行ってきた自主的取組の現状と課題を整理するとともに、急速に拡大しつつあるインターネットを通じたコンテンツの流通における新たな取組の必要性などについて検討を行い、今後の対応の方向性について提言を行うこととした。

¹ 「青少年」の定義

子供の権利条約（児童の権利に関する条約）

第1条 この条約の適用上、児童とは、18歳未満のすべての者をいう。ただし、当該児童で、その者に適用される法律によりより早く成年に達したものを除く。

第17条 締約国は、大衆媒体（マス・メディア）の果たす重要な機能を認め、児童が国の内外の多様な情報源からの情報及び資料、特に児童の社会面、精神面及び道徳面の福祉並びに心身の健康の促進を目的とした情報及び資料を利用することができることを確保する。このため、締約国は、

(a) から (d) (略)

(e) 第13条及び次条の規定に留意して、児童の福祉に有害な情報及び資料から児童を保護するための適当な指針を発展させることを奨励する。

Ⅱ. 我が国における有害情報対策に関する現状と課題

我が国における有害情報対策としては、刑法などによる国の規制があるほか、地方自治体においても、青少年保護の観点から、条例による規制が行われている。また、コンテンツ事業者においては、業界団体等がコンテンツの表現内容の審査、格付を行い、これを表示する、いわゆる「レーティング」の実施などによる、自主的な取組を行ってきている。

国、地方自治体及びコンテンツ事業者における取組の現状と課題について、以下のとおり整理を行った。

1. 国による規制

我が国における有害情報対策は、青少年の保護に限らず、社会の健全な風俗の確保等の観点から、性表現を中心に規制が行われている。

(1) 刑法

刑法175条（わいせつ物頒布等）では、特に性表現に関し、「わいせつな文書、図画その他の物を頒布し、販売し、または公然と陳列した者は、二年以下の懲役又は二百五十万円以下の罰金若しくは科料に処する。販売の目的でこれらのものを所持した者も、同様とする」と規定している。

(2) 風俗営業等の規制及び適正化等に関する法律（風営法）

風営法では、「専ら、性的好奇心をそそるため性的な行為を表す場面又は衣服を脱いだ人の姿態の映像を見せる営業で、電気通信技術を用いてその客に当該映像を伝達すること（放送又は有線放送に該当するものを除く）により営むもの」を映像送信型性風俗特殊営業と位置づけ、届出制を導入している。

(3) 児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律

児童ポルノを頒布し、販売し、業として貸与し、又は公然として陳列した者は、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金に処する旨を規定している。

2. 地方自治体による規制

地方自治体においては、青少年の健全な育成のために46の都道府県で条例を制定しており、条例に基づき、有害と思われる情報対象物（図書類など）を指定し、指定物品の販売や陳列方法などについて一定の規制を行っている。主な指定の方法は以下のとおりとなっている。

(1) 個別指定

審議会などの場で、有害（不健全）指定の適否を1点1点検討し、その結果に従って知事が指定する制度。性表現のみならず、暴力や犯罪、自殺に関する表現なども有害（不健全）指定の対象としており、また、写真や絵だけでなく文章も「有害（不健全）」指定の対象となる。「有害（不健全）」

指定された図書類は、公報で告示され、販売店などにも通知される。「有害（不健全）」指定された図書類は、青少年への販売などが禁止されるほか、区分陳列義務や包装義務が課される場合もある。

（２）包括指定

性表現のみを有害指定の対象としており、写真又は描写した絵が全体の3分の1、5分の1あるいは20ページ以上、10ページ以上といった一定の基準に基づき、審議会で審査することなく、自動的に「有害（不健全）」指定の対象とする制度。「有害」図書類とみなされた図書類は公報で告示されず、販売店などへも通知されない。ただし、包括指定に該当するか否かの判断を助けるため、書店・コンビニなどに基準となる図書類を通知する自治体もある。「有害」図書類とみなされた図書類は、青少年への販売などが禁止されるほか、区分陳列義務や自販機への収納禁止義務などが課される場合もある。

（３）団体指定

知事の指定した業界団体が青少年に適切でないとした図書類を、「有害図書類」とみなす制度。審査基準や方法、判定結果の表示方法などは指定団体の定めるところによる。販売店はメーカーが表示した指定団体の審査結果を目安に、青少年への販売制限、区分陳列などを行う。

3. コンテンツの制作に携わる各業界の自主的な取組

（１）映画について

①自主規制の仕組み

映画は、一般的に劇場公開を経て、消費者に届けられる。映画表現については、映倫管理委員会²（以下、映倫）が、劇場公開予定の映像を審査・レーティングし、観客への情報提供を行っている。実際に映画の興行を担う全国興行生活衛生同業組合連合会³（以下、全興連）加盟企業が、上記審査を経たもののみ上映することで、事実上の業界自主規制として、機能している。

②具体的なレーティングの方法

映倫の審査は、劇場公開映像を対象とし、審査・レーティングを行っている。審査は、シナリオ、ラッシュ（撮影後の編集段階）、完成（本審査）の各段階から行っており、結果として、4段階のレーティング（一般、R-18、R-15、PG-12⁴）を行っている。なお、そもそも劇場公開に相応しくない作品

² 映倫管理委員会

1956年、管理委員を外部の有識者に委嘱し、映画界以外の第三者によって運営される自主規制機関として発足。詳細は、ホームページ（<http://www.eirin.jp/>）参照。

³ 全国興行生活衛生同業組合連合会

興行者により組織される唯一の公的な団体の連合体組織。全興連の業界カバー率は9割以上と高く、非加盟企業は都内では数カ所。詳細は、ホームページ（<http://www.zenkoren.or.jp/index2.html>）参照。

⁴ 映倫実施のレーティング基準の種類

一般・・・あらゆる年齢の人が鑑賞可能。性描写・暴力シーンもストーリーに不可欠と判断されるもの。

(ないし企画)は、レーティングを付さず(審査対象外)、全興連に加盟している劇場では公開されない形になっている。

(2) ビデオ・DVD等の映像ソフトについて

①自主規制の仕組み

ビデオ・DVDソフトは、店舗や自動販売機などの小売、インターネットを經由して消費者に届けられる。業界では、日本ビデオ倫理協会⁵(以下、ビデ倫)など、複数の倫理団体⁶が映像ソフトの表現を審査し、レーティングを実施している。ソフトの流通事業者との協力関係により、流通側はレーティングに沿った販売や陳列方法を行っているが、実効性の担保といった観点からは、映画における全興連とのつながり程、強い流通側の協力を得ているものではない。

また、最近では、ビデ倫以外にもいわゆるインディーズ系の複数の倫理団体ができ、それぞれ独自の基準で審査を行っている。

②具体的なレーティングの方法

ビデ倫の審査は、映像ソフト(ビデオテープ、ビデオCD、CD-ROM、DVD作品等)を対象とし、3段階のレーティング(一般、R指定、成人指定⁷)を行っている。審査合格作品については、「NEVA」マークを貼付し、販売店、レンタル店向けに販売されている。

(3) ゲームについて

①自主規制の仕組み

日本のゲーム業界は、その出口が家庭用ゲーム機その他、パソコンや携帯電話といった複数の流通網が確立しつつある。

家庭用ゲーム機のゲームソフトについては、ゲーム機の各ハードメーカーが、ソフトメーカーに対し、審査機関であるコンピュータエンターテインメントレーティング機構⁸(CERO)の審査を受けるよう求めていることから、

R-18・・・18才未満入場禁止。

R-15・・・15才未満入場禁止。

PG-12・・・12才未満鑑賞の際には、親・保護者の同伴が望ましいもの。

⁵ 日本ビデオ倫理協会

法人会員からなる会員制の自主規制機関として、1972年に設立。詳細は、ホームページ(<http://www.viderin.jp/>)参照。

⁶ 複数の倫理団体

(1) ビデ倫と共同審査又は覚え書きにより協調関係にある審査機関

コンピュータソフトウェア倫理機構(覚書、相互に尊重)、CS放送成人番組倫理委員会(覚書、相互に尊重)、映像倫理協議会(共同審査)

(2) いわゆるインディーズ系審査機関

コンテンツ・ソフト協同組合、全日本ビデオ倫理審査会、ビジュアルソフト・コンテンツ産業協同組合、ビデオ映画業協会、日本倫理審査協会、日本映像ソフト制作・販売倫理機構

⁷ ビデ倫のレーティング区分

「一般」・・・特に規制はない

「R指定」・・・15才未満、映示、貸出、販売規制

⁸ コンピュータエンターテインメントレーティング機構

国内ゲームソフト95%は審査を受けており、その実効性が担保されている。また、ゲームソフト販売店においても、陳列棚の工夫や対象年齢未満の者への該当コンテンツの販売自粛に取り組んでいる。

また、パソコン用ゲームソフトについては、コンピュータソフトウェア倫理機構⁹（ソフ倫）がレーティングを行っており、ソフ倫の流通顧問会社となっている流通事業者においてこのレーティング結果に基づいた販売自主規制が行われている。

なお、携帯電話用ゲームについては、国内審査機関は存在していない。

②自主規制の対象と内容

CEROの審査は、CERO倫理規定に基づき、四段階のレーティング（全年齢対象、12才以上対象、15才以上対象、18才以上対象）を行い、レーティングを決定した根拠となる表現を9種類のアイコンで表示するものであり、対象表現は、暴力、犯罪、恋愛、セクシャル、飲酒／喫煙、ギャンブル、麻薬、恐怖、言葉／その他の9種類である。ただし、レーティングは、表示された年齢未満の購入を制限するものではなく、パッケージに表示をすることで、消費者への商品情報の提供を目的に行っている。また、販売店においては、レーティング結果の分かりやすい陳列方法を行うなど、従来から協力を得てきたが、昨今はこれに加え、レーティング対象年齢に満たない者に対しては、販売を自粛するよう、販売店に協力依頼¹⁰を行っている。

ソフ倫の審査は、ソフ倫の倫理規程に基づき、3区分のレーティング（一般（全年齢対象）、R指定（15歳以上対象）、18禁（18歳以上対象））を行い、該当区分のマークをパッケージに表示している。流通顧問会社とは、ソフ倫の審査を経たコンピュータソフト以外は扱わないこと、販売店とは、レーティング結果の分かりやすい陳列方法を行うなどの協力体制を維持している。

（４）広告について

①自主規制の仕組み

広告は、広告主が自ら看板等で行うほか、広告会社等を介し、メディア（TVや雑誌など）を通して行う形態などがある。

②具体的なレーティングの方法

広告に関する審査は、主には事実と異なる情報や誇大な表現をした情報な

2002年に、設立。詳細は、ホームページ（<http://www.cero.gr.jp/>）参照。

⁹ コンピュータソフトウェア倫理機構

全国で初めてゲームソフトがわいせつ物として摘発された事件が起きたことに起因し、平成4年設立（当時、（社）日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会）。詳細は、ホームページ（<http://www.sofurin.org/>）参照。

¹⁰ 個別店舗ごとをお願いをしており、95%程度の店舗からは協力の感触あり。実施時期は店舗により異なるが、POSシステム導入店舗では即日対応のところもあり。

どから消費者を保護するため、各団体（日本広告業協会¹¹、日本広告主協会¹²、日本雑誌広告協会¹³）で倫理規定¹⁴を作成している他、各媒体¹⁵の業界団体による掲載基準、各社独自の基準が定められており、これに風紀についての事項も含まれている。また、事後処理として、日本広告審査機構¹⁶（JARO）が消費者からの苦情・問い合わせを受け付け、悪質な場合には広告主に警告等を発するシステムになっている。

4. 課題

上記のように、コンテンツ事業者は、従来から、コンテンツの種類毎にレーティング機関等が存在し、それぞれ自主規制を行ってきたが、審査基準や審査方法が必ずしも十分に公開されていないため、利用者から見てわかりにくいのではないかと、レーティングがコンテンツの種類や審査団体ごとに異なっているため、インターネット流通が進むことも踏まえ、審査基準が将来的に一元化され、よりわかりやすいものにしていくべきではないか、という指摘もあった。これらについては、業界側のレーティング基準が国民、利用者の意識と乖離していないか不断の見直しを行うとともに、これら取組を利用者側に認知してもらうための積極的な行動が必要である。同時に、販売段階での実効性の確保も重要な課題である。

一方、インターネット流通を前提としたコンテンツに関しては、不特定多数の制作者・利用者が存在する中、必ずしも十分な対応がなされていないとの指摘もあった。このため、レーティングの結果の分かりやすい表示や、コンテンツ購入にあたっての年齢確認、利用者の多様性に配慮したウェブサイトの構築や配信事業者との連携なども課題である。

¹¹ 日本広告業協会

広告業の健全な発達と広告活動の改善向上を図り、もって我が国経済の発展と国民生活の向上に寄与することを目的に、1950年に設立された。詳細は、ホームページ（<http://www.jaaa.ne.jp/>）参照。

¹² 日本広告主協会

広告主の広告活動の質的向上と合理化を図り、我が国経済の健全な発展に寄与することを目的として1957年、設立された。詳細は、ホームページ（http://www.jaa.or.jp/html/index_jp.html）参照。

¹³ 日本雑誌広告協会

雑誌社と広告会社により、1945年設立。詳細は、ホームページ（<http://zakko.or.jp/jpn/index.html>）参照。

¹⁴ 例えば、日本広告業協会広告倫理綱領では、有害情報に関しクリエイティブ・コードとして、「広告は、品位を保ち、不快な印象を与える表現をしない」「広告は、幼少年の健全な成育の妨げにならないように配慮しよう」といった規定がなされている。

¹⁵ 各媒体の業界団体

放送、新聞、雑誌、屋外、インターネットなど、媒体ごとに業界団体が存在する。例えば、インターネット広告に関しては、1999年、インターネット広告推進協議会が設立。2005年には、インターネット広告に関する倫理綱領や掲載基準などのガイドライン集をまとめた。詳細は、ホームページ（<http://www.jiaa.org/release/guideline/index.html>）参照。

¹⁶ 日本広告審査機構

1974年に設立された民間の自主規制機関。広告主から広告会社、新聞、出版、放送など、広告に関係する企業が集まり、消費者に迷惑や被害を及ぼす嘘や大げさ、誤解を招く広告を無くし、良い広告を育む活動を行う。具体的には、消費者からの相談などをもとに、公平な立場から広告を審査し、問題のある場合は広告主へ広告の改善を促している。詳細は、ホームページ（<http://www.jaro.or.jp/>）参照。

また、コンテンツの製作者に対するモラル向上や、利用者に対するリテラシー教育などの啓発を十分に行う必要があるとの指摘もあった。

今後、事業者及び事業者団体が地方自治体、国と十分に連携し、こうした諸課題に具体的に取り組んでいくことが必要である。

(国内のレーティング比較)

	映画	ビデオ	家庭用ゲーム	コンピュータソフトウェア	広告
審査機関	映倫	ビデ倫	CERO	ソフ倫	各社の自主規制 (日本広告業協会)
レーティングの種類	R-18、 R-15、 PG-12、 一般	成人指定(18歳未満禁止)、 R指定(15歳未満禁止)、 一般	18歳以上対象、 15歳以上対象、 12歳以上対象、 全年齢対象	18禁、 R15、 一般	※全年齢の消費者の存在を前提としているため、一般に見てもらえる内容以外は、自主規制。
18歳未満販売禁止区分の有無	○	○	×(2006年5月から実施)	○	—
審査方法の開示	HPにて公開	HPにて公開	HPにて公開	HPにて公開	—
審査過程の業界外の人の関与	○ (有識者)	○ (有識者)	○ (一般者)	○ (有識者)	—
審査基準の一般への開示	研究目的等であれば、請求により開示	HPにて公開	HPにて公開	非公開	—
審査結果一覧の一般への開示	自治体・図書館等に対し公開	HPにて公開	HPにて公開	HPにて公開	—
流通との連携 ①パッケージ流通 ②ネット流通	①全興連と連携あり ②特になし	①CDVjと連携あり ※但し、ビデ倫以外の審査団体のビデオも取り扱いあり ②特になし	①ハードメーカーとの連携あり ②特になし	①流通顧問会社4社と連携あり ②賛助会員(ネット流通各社)との連携あり	①民放連、放送各社も自主規制あり ②特になし
ネット環境での配慮(ネット販売をする際の年齢確認を徹底している業者にのみ、作品を提供する旨の協力呼びかけ)	—	—	—	○	—

Ⅲ. 海外における取組の現状

海外においても、青少年を有害情報から保護するため、レーティングなどの取組が行われているが、我が国における取組について検討するにあたっては、海外における取組状況を把握しておくことが必要である。

国により、政府による法的規制、業界による自主規制など取組の手法は様々であるが、ここでは、本研究会において取り上げられた米国、英国及び韓国における映画、ビデオソフト及びゲームソフトに関する取組について紹介するとともに、インターネットコンテンツに関する国際的機関である I C R A の取組について紹介する。

1. 米国における取組

米国においては、青少年保護のための法的規制は行われておらず、映画業界やゲーム業界において、業界による自主規制が行われている。

(1) 映画業界等における自主的取組

米国の劇場用映画については、映画業界主導により設立されたレーティング機関である C A R A (The Classification and Rating Administration) が審査を行い、5区分 (G、PG、PG-13、R、NC-17)¹⁷にレーティングを行っている。

C A R A のレーティング制度は自主規制であり、映画制作者がレーティングを受けることが義務づけられているわけではないが、映画制作者の業界団体である米国映画協会 (M P A A) と劇場主の業界団体である全米劇場主協会 (N A T O) により運用されているため、エンターテインメントや信頼できる内容の映画を製作しているプロデューサーのほとんどが C A R A のレーティングを受け、ほとんどの劇場においてレーティングに沿った措置がとられていると言われている。

さらに、C A R A のレーティング結果はビデオや D V D のパッケージにも表示されており、ビデオソフト小売業者の業界団体であるビデオソフト販売者協会 (V S D A) においても C A R A のレーティングを遵守する方針が採られている。

¹⁷ C A R A のレーティング区分

- ・「G」・・・・・・一般視聴者（全年齢視聴可）
- ・「PG」・・・・・・親のガイダンスを勧める（子どもに適切でない内容を含む）
- ・「PG-13」・・・・親の強い注意が必要（13歳未満の子どもに不適切な内容を含む）
- ・「R」・・・・・・制限あり（17歳未満は親又は成人の保護者の同伴が必要）
- ・「NC-17」・・・・18歳以上のみ視聴可

(2) ゲーム業界における自主的取組

米国のゲームについては、ゲーム制作会社の業界団体であるエンターテインメントソフトウェア協会（E S A）によって設立されたE S R B（Entertainment Software Ratings Board）が審査を行い、6区分（E C、E、E 1 0 +、T、M、A O）¹⁸にレーティングを行っている。

E S R Bのレーティング制度は自主規制であり、ゲーム制作会社がレーティングを受けることが義務づけられているわけではないが、小売店で販売されるほとんど全てのゲームソフトはE S R Bのレーティングを受けていると言われている。

また、レーティング結果の表示にあたっては、区分以外にもレーティングの根拠となった要因（流血描写、薬物描写等）が併せて表示されており、ビデオソフト小売業者の業界団体であるビデオソフト販売者協会（V S D A）においてもE S R Bのレーティングを遵守する方針が採られている。

2. 英国における取組

英国においては、1984年に制定されたビデオレコーディング法により、映画及びビデオ・DVDのレーティングが行われている。ゲームは原則として同法の対象外となっているが、性的描写を含むなど一定のものについては同法に基づくレーティングが行われており、また、同法の対象にならないゲームについても業界による自主規制が行われている。

(1) 映画及びビデオに関する取組

英国においては、映画及びビデオ・DVDについては、1984年に制定されたビデオレコーディング法により、レーティングを受けることとされており、独立の非政府組織である英国フィルム審査機構（B B F C）が審査機関の指定を受けている。

B B F Cでは、審査の上、8区分（U c、U、P G、1 2 A、1 2、1 5、1 8、R 1 8）¹⁹にレーティングを行っている。

¹⁸ E S R Bのレーティング区分

- ・「E C」・・・3歳以上の者に適している
- ・「E」・・・6歳以上の者に適している
- ・「E 1 0 +」・・・10歳以上の者に適している
- ・「T」・・・13歳以上の者に適している
- ・「M」・・・17歳以上の者に適している
- ・「A O」・・・18歳以上の者のみがプレイすべき

¹⁹ B B F Cのレーティング区分

- ・「U c」・・・就学前の子どもの視聴に特に適している。【ビデオ・DVD】
- ・「U」・・・4歳以上の子どもの視聴に適している。【映画】
- ・「P G」・・・一般向けだが年少の子どもの不適切な内容を含んでいる。あらゆる年齢の子どもは成人の同伴なしで視聴不可。【映画】

(2) ゲームに関する業界の自主的取組

英国においては、ビデオレコーディング法に基づきBBFCにより実施されるレーティング以外にも、業界による自主的なレーティングが行われている。具体的には、BBFCによるレーティングの対象となるゲーム（性的描写を含むものなど）以外のゲーム²⁰について、業界による自主的な取組として、欧州域内の国際的なシステムであるPEGI（Pan-European Game Information）²¹システムによるレーティングが行われている。PEGIシステムでは、5区分（3+、7+、12+、16+、18+）にレーティングが行われている。

PEGIは、欧州のゲーム会社等の団体である欧州インタラクティブソフトウェア連盟（ISFE）によって開発されたシステムであり、ISFEが加入者にPEGIを定めたISFE規則を遵守する義務を課すことにより、実効性の確保を図っている。

また、レーティング結果の表示にあたっては、ゲーム表現の種類（犯罪、薬物、性等）が併せて表示されている。

3. 韓国における取組

韓国においては、映画、ビデオ及びゲームについては、音盤、ビデオ及びゲームに関する法律に基づいて設立された映像物等級委員会（KMRB）

-
- ・「12A」、「12」・・・「12A」の映画は12歳以上の視聴に適しており、12歳未満の者は成人の同伴なしでは視聴不可。【映画】また、「12」のビデオ・DVDは12歳未満の子どもによるレンタル及び購入を禁止。【ビデオ・DVD】
 - ・「15」・・・15歳以上の者のみが視聴することが適当。15歳未満の者は映画館での視聴不可。15歳未満の者によるビデオ・DVDのレンタル及び購入を禁止。【映画、ビデオ・DVD】
 - ・「18」・・・18歳以上の者のみが視聴することが適当。18歳未満の者は映画館での視聴不可。18歳未満の者によるビデオ・DVDのレンタル及び購入を禁止。【映画、ビデオ・DVD】
 - ・「R18」・・・認可を受けた映画館における18歳以上の成人への上映以外は禁止。また、認可を受けたセックスショップでのビデオ・DVDの18歳以上の成人への販売以外は禁止。ビデオ・DVDの通信販売は禁止。【映画、ビデオ・DVD】

²⁰ BBFCの対象範囲

市場に提供されるゲームタイトルの90%はBBFCのレーティングの対象から除外されているといわれている。（英国のゲーム業界団体であるELSPA（Entertainment & Leisure Software Publishers Association）のHPより）

²¹ PEGIの適用範囲

PEGIは、オーストリア、ベルギー、デンマーク、フィンランド、フランス、ギリシャ、アイルランド、イタリア、ルクセンブルク、オランダ、ノルウェー、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、英国における販売に適用されている。なお、英国の業界の自主的なレーティングにおいては、従来、VSC（Video Standards Council）の運用するELSPAシステムが採用されていたが、2003年4月にPEGIシステムに移行された。

による等級分類を受けることが、法律上義務づけられている。なお、これらのコンテンツがインターネットにより提供される場合には、情報通信網の利用促進及び情報保護等に関する法律に基づき、情報倫理委員会（ICEC）の等級分類を受けるとされており、韓国においてはこれらの二重規制の見直しが課題であると言われている。

（１）映画に関する取組

映画については、映画振興法において、映画の上映前にKMRBによる上映等級分類を受けることが義務づけられており、同法に定める5区分（全体、12歳以上、15歳以上、18歳以上、制限上映）²²に分類される。

同法においては、上映等級分類を受けていない映画を上映することや上映等級に基づき観覧できない者を入場させることは禁止されており、これに違反した場合の罰則も設けられている。²³

（２）ビデオ及びゲームに関する取組

ビデオ及びゲームについては、音盤、ビデオ及びゲームに関する法律において、KMRBによる等級分類を受けることが義務づけられており、同法に定めるとおり、ビデオについては4区分（全体、12歳以上、15歳以上、18歳以上）、ゲームについては2区分（全体、18歳以上）²⁴に分類されている。

同法においては、等級分類を受けていないビデオやゲームの製作、流通等を行うことや等級分類に反して視聴・利用させることは禁止されている。また、製作者等に対しては、等級を表示する義務が課せられている。同法においては、これらの規定に違反した場合の罰則が設けられている。²⁵

4. 国際的な動き（ICRA）

インターネット上のコンテンツについては、潜在的に有害な素材から子どもを守るとともに、インターネット上の自由な発言を守ることを目的として、国際的な独立した団体として設立されたインターネットコンテンツレーティング協会（ICRA）²⁶により、「ラベリングシステム」が提供されている。

²² 「12歳以上」又は「15歳以上」に等級分類されている場合であっても、保護者又はこれに準ずる者の同伴があれば観覧することができる。また、「制限上映」に分類されている映画は、登録を受けた制限上映館以外での上映が禁止されている。

²³ 上映等級分類を受けていない映画を上映した者については3年以下の懲役又は3千万ウォン以下の罰金に、上映等級に基づき観覧できない者を入場させた者については5千万ウォン以下の過料（但し、制限上映館に青少年を入場させた者については、3年以下の懲役又は3千万ウォン以下の罰金）に処されることとされている。

²⁴ ゲームについては、申請者の意向により、ビデオと同じ4区分に分類することもできる。

²⁵ 等級分類を受けていないビデオやゲームの製作、流通等を行った場合には2年以下の懲役又は2千万ウォン以下の罰金に、等級分類に違反して視聴・利用させた場合については5千万ウォン以下の過料に、製作者等が等級を表示する義務に違反した場合には5千万ウォン以下の過料に処されることとされている。

²⁶ 日本においても、電子ネットワーク協議会（インターネット協会の前身）がICRAの創設メンバーとなっていた。

インターネット上のコンテンツは、国境を越えて利用される可能性があるが、このラベリングシステムの利用・参照により、国際的な調和が図られることが期待されている。

ICRAのラベリングシステムでは、コンテンツの内容についての審査や格付は行わず、女性の胸部の表現を含むか、殺人表現を含むか等の事実関係についてのチェックシート「ICRA クエスチョネア」にコンテンツ提供者自らが記入し、これに基づいてICRAのラベル（ウェブサイトに添付するメタタグ）が発行される。

インターネットウェブサイトの利用者は、フィルタリングシステムを利用することにより、このラベルに沿って閲覧するか否かを自ら選択することができるようになっている。また、ICRA自らも、ラベルに沿ったフィルタリングを行うためのソフトである「ICRA plus フィルター」を提供している。

IV. 提言

有害なコンテンツから青少年を保護するためには、特定の一つの対策を取ることのみでは不十分であり、コンテンツの制作、流通・配信及び利用の各段階においてこれに関わる者がそれぞれの役割を果たすことを前提とした総合的なシステムを構築することが必要である。制作段階においては、コンテンツ制作者が高いモラルをもって利用者を想定した制作を行うとともに、レーティング機関の活用等によりコンテンツがどのような者に利用されることが適当であるかが検討され、その結果が表示されることが求められる。流通・配信段階においては、販売店等における区分陳列や年齢確認等により、青少年の発達段階に応じたコンテンツが提供されるようにすることが求められる。利用段階においては、利用者自身やその保護者がフィルタリングソフト等の技術的手段も活用しつつ、利用すべきコンテンツを適切に選択していくことが求められる。また、各段階における取組が連携して行われることにより、それぞれの取組が効果的に機能することが必要である。

また、コンテンツをインターネットにより流通させる場合においては、パッケージにより流通させる場合とは異なり、流通・配信段階での自主規制の実効性が確保しにくいことや情報を発信する側や受信する側が多様であることを踏まえた対応が必要である。

以上を踏まえ、事業者、地方自治体及び国は、相互に連携しつつ、以下のような取組を進めることが必要である。なお、個々の企業が取り組むべき事項については、制作事業者、流通事業者、配信事業者等に係る業界団体から、会員企業に対して働きかけを行うことにより、取組が行われるようにすべきである。

1. 事業者における自主的取組の強化

(1) コンテンツ制作者の意識向上等

制作事業者は、コンテンツ制作に携わる者としての社会的責任への自覚を強め、青少年の健全育成の観点から、レーティング制度の活用に積極的に取り組むなど、社内研修の実施等により、意識の啓発に努めるべきである。

(2) レーティングの審査過程における客観性等の向上

レーティング機関は、レーティングの審査方法や審査基準の公表に努めるとともに、審査過程における業界外の者の参画等により、可能な限り審査過程における透明性及び客観性を向上させるべきである。また、レーティングのあり方について、少なくとも18歳未満禁止のコンテンツであるか否かが明確になるようにすべきである。なお、本年5月に実施されるCEROの新レーティング制度（「18歳以上のみ対象」区分の創設等）は、この方向性に沿うものとして評価できる。

(3) レーティング結果の表示の徹底と表示方法の改善

制作事業者やレーティング機関は、レーティング結果の商品への表示を徹底することにより、利用者が利用するコンテンツを適切に選択するための基礎となる情報を提供するものとする。また、商品が陳列されたときに消費者がレーティング表示を容易に確認できるよう表示方法を改善すべきである。

(4) 流通段階における販売自主規制等の徹底

流通事業者は、商品の区分陳列、販売時の年齢確認等を徹底することによりレーティング表示に沿った販売等を行うとともに、18歳未満禁止のコンテンツなどが青少年に提供されないよう販売自主規制等を徹底すべきである。

また、制作事業者やレーティング機関は、規制を行う地方自治体等とも連携・協力しつつ、流通事業者による販売自主規制等の実施状況について、定期的にモニタリング（監視）を行うものとする。

(5) 国民に対する情報発信の強化

制作事業者、レーティング機関及び流通事業者は、地方の教育関係者の集まる場等を活用するとともに、国、地方自治体等と協力して自らも全国的なシンポジウムを開催し、レーティングの仕組みや販売自主規制等の自主的取組について、積極的に国民に対して情報発信を行うべきである。

2. インターネット流通において特に対応すべき事項

(1) 各種コンテンツのレーティングの審査基準の調和

制作事業者及びレーティング機関は、インターネットにおいては一つのウェブサイト上で複数の種類のコンテンツが提供されること等に鑑み、各種コンテンツのレーティングの審査基準の調和に向けて検討を行うべきである。そのため、「倫理6団体連絡会議」²⁷を拡充するなど事業者の主導により業界横断的な検討を行うことのできる会議「映像コンテンツ倫理連絡会議」（仮称）を設置すべきである。

(2) レーティングの審査基準の国際的な調和

制作事業者及びレーティング機関は、(1)におけるレーティングの審査基準の検討にあたっては、諸外国やICRAにおける取組も参考にし、国際的な調和にも配慮することが望ましい。

(3) 流通・配信段階における自主規制の実効性確保

制作事業者及びレーティング機関は、流通・配信事業者に対し、各コンテンツのレーティングに関する情報を積極的に提供すべきである。また、流通・配信事業者は、ウェブサイトにも各コンテンツのレーティング結果をわかりやすく表示する、ウェブサイトへの掲載の可否の判断においてレーティング結

²⁷映像表現に関する自主規制を行う機関相互の意見交換、情報交換を行うため、映倫及びビデ倫の呼びかけにより開催されている。現在の参加団体は、この2機関にソフ倫、CESA、CERO及び日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）を加えた6団体。

果を活用するなど、提供されたレーティング結果に関する情報を積極的に活用すべきである。また、制作事業者及び流通事業者は、インターネットにおける利用者の多様性に鑑み、ウェブサイト構築にあたっての配慮も含め、18歳未満禁止コンテンツを利用させ、又は販売する際の年齢確認の徹底等を図るべきである。

(4) フィルタリングソフト等の開発及び活用の促進等

制作事業者及びレーティング機関は、フィルタリングソフト事業者等に対し、各コンテンツのレーティングに関する情報を積極的に提供するとともに、フィルタリングソフト事業者等は、制作事業者及びレーティング機関との連携により、レーティングを踏まえたフィルタリングを行うことができるソフト等を開発・提供すべきである。

また、事業者は、1.(5)におけるシンポジウム等も活用しつつ、国民に対してフィルタリングソフト等の積極的な活用を促すべきである。

3. 地方自治体による取組

(1) 全国知事会等を活用した地方自治体と事業者との連携の強化

地方自治体は、条例に基づく有害図書類の指定にあたっては、引き続き、指定基準の明確化及び審査会の透明性の確保に努めるとともに、事業者と密接に情報交換を実施する、広報紙を活用して事業者の自主的取組に対する住民の理解促進を行うなど、事業者との連携・協力を強化すべきである。

また、地方自治体と事業者との連携・協力を進めるにあたっては、地方自治体間の連携にも留意しつつ、全国知事会や地方ブロック毎の連絡会などを活用し、定期的かつ全国的・広域的に事業者の自主的取組に関する理解促進のための連携・協力が図られる枠組みを構築することを目指すべきである。

(2) 住民のITリテラシーの向上に向けた取組

地方自治体は、1.(5)におけるシンポジウム等も活用しつつ、住民に対してフィルタリングソフト等の積極的な活用を促すとともに、セミナーの開催等により国民のITリテラシーの向上に向けた支援をすべきである。

4. 国による取組

(1) フィルタリングソフトの開発及び利用の促進

国は、1.(5)におけるシンポジウム等も活用しつつ、国民に対してフィルタリングソフト等の積極的な活用を促すべきである。また、必要に応じ、新たなフィルタリングソフトの基準開発や普及を支援するものとする。

(2) 国民のITリテラシーの向上への支援

国は、1.(5)におけるシンポジウム等も活用しつつ、国民のITリテラシーの向上に向けた情報発信に努めるべきである。

5. フォローアップの実施

以上の取組については、定期的にフォローアップを行うことが必要である。具体的には、2.(1)における「映像コンテンツ倫理連絡会議」(仮称)に国及び地方自治体も参画しつつ、年1回程度、進捗状況のフォローアップを行い、その結果を公表すべきである。

V. おわりに

コンテンツは人の感性に働きかけ、人格形成にも影響を与えうるものである。こうしたコンテンツの特性を踏まえ、とりわけ精神が発達途中にある青少年に対してコンテンツが提供される場合には、様々な配慮が必要であることは言うまでもない。また、情報経済社会が進展する中、コンテンツ産業は今後急速に市場規模が拡大していくことが予想され、多種多様なコンテンツがインターネット等を通じてこれまで以上に提供されるようになっていくものと思われる。コンテンツ産業に携わる事業者は、これまで以上に自らの社会的責任を認識し、様々な取組を自主的に進めていかなければならない。

また、本報告書においても述べたとおり、既に各業界においてコンテンツのレーティング等の様々な取組がなされてきている。こうした取組について国民に十分な情報が提供されているか、制度の運用が利用者の視点から乖離していないかどうか、また、インターネット流通の進展に代表されるような社会経済情勢の変化を踏まえたものになっているかどうか、などについては、事業者自らが国民との対話を通じて不断の見直しを行っていく必要がある。例えば、前述のCEROによる新レーティング制度の実施は本提言に沿ったものとして評価される。他のコンテンツも含め、今後とも本提言を踏まえた改革が加速していくことを強く期待するものである。

青少年の健全な育成のためのコンテンツ流通研究会
委員名簿

- ◎佐々木 輝美 国際基督教大学教養学部 教授
安部 潔 日本ビデオ倫理協会 事務局長
大島 邦彦 社団法人日本広告業協会 専務理事
久保田 裕 社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会 専務理事
国分 明男 財団法人インターネット協会 副理事長
児玉 昭義 社団法人映像ソフト協会 前専務理事
児玉 清俊 映倫管理委員会 事務局長
齋藤 ひろみ 千葉県 環境生活部県民生活課長
角田 周一 財団法人デジタルコンテンツ協会 専務理事
土井 孝弘 コンピュータソフトウェア倫理機構 専務理事
馬場 章 東京大学大学院情報学環 教授
福田 慶治 社団法人日本映画製作者連盟 専務理事
堀口 大典 社団法人コンピュータエンターテインメント協会 専務理事
松坂 規生 東京都 青少年・治安対策本部健全育成課長
若松 修 日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合 専務理事
渡邊 和也 NPO 法人コンピュータエンターテインメントレーティング機構
理事

※「◎」印は座長