

第2 「出会い系サイト」の概況

1 対策の対象となる「出会い系サイト」

いわゆる「出会い系サイト」とは、先述のように「見知らぬ者同士がインターネット上の掲示板や、電子メールでのやり取りを通じて、容易に知り合うことのできるサイト」であると言える。しかし、中には趣味仲間や相談相手を探すためのサイト等、社会問題となっていないものは対策の対象から外すことが適切と考えられる。

ここで、対策の対象として考えられる「出会い系サイト」としては、「専ら、面識のない異性との一時的性的好奇心を満たすための交際を希望する者に対し、インターネットを利用して送信された電子情報による交際の申し込みを電気通信設備を用いて他の者に取り次ぐことによって交際の機会を提供し、又は電子情報による交際の申し込みを電気通信設備を用いて他の者の閲覧に供することによって交際の機会を提供するもので業として行われているもの」が考えられる。

2 「出会い系サイト」数の調査（推定）

(1) パソコン用検索エンジンを用いた調査（平成14年9月調査）

ア 調査方法

検索エンジン Alltheweb のアドバンスサーチにより、条件＝（出会い、女、男）not（検索、E-Magazine、ロリータ、ランキング集）で検索したところ、23,979件が該当し、このうち最初の4,000件中の200件について「出会い系サイト」であるかどうかを調査した。

なお、この条件は「出会い」、「女」、「男」という語が、この語順で、かつ「検索」、「E-Magazine」、「ロリータ」、「ランキング集」を含まないという意味である。

イ 調査結果

200件のうち、いわゆる「出会い系サイト」と思われるものは17件であった。全体では

$$23,979 \times 17/200 \doteq 2,038 \text{ 件}$$

と推定される。

(2) iモード用検索エンジンを用いた調査（平成14年9月調査）

ア 調査方法

iモード用検索エンジン「Oh!New!」で、キーワードを「出会い」として検索したところ、7,103件が該当し、このうち71件について「出会い系サイト」であるか否かを調査した。

イ 調査結果

71件のうち、いわゆる「出会い系サイト」と思われるものは34件であった。全体では

$$7,103 \times 34/71 \doteq 3,401 \text{ 件}$$

と推定される。

なおこの調査は、平成13年度の研究でも同条件の調査を9月に実施し、その結果では2,549件であった。平成14年の調査と比べると、推定値ではあるが、

この1年間で「出会い系サイト」数が852件増加したことになる。

【「出会い系サイト」の推定数】

	13年9月 調 査	14年9月 調 査	増 減
パソコンから利用できる出会い系サイト	884	2,038	+ 1,154
携帯電話から利用できる出会い系サイト	2,549	3,401	+ 852

注：平成13年の「パソコンから利用できるサイト」数の調査は、検索エンジン Lycos のスーパーサーチにより、条件=(出会い onear 女)not (検索 or E-Magazine)で検索し、19,643件がヒットした。このうち最初の1万件中の200件について「出会い系サイト」であるかどうかを調査したものであった。そのうち、男女の出会いに係ると思われるものは9件で、全体では

$$19,643 \times 9 / 200 \doteq 884 \text{ 件}$$

と推定された。

しかし、平成14年9月の調査時点では、Lycos のスーパーサーチがサービス停止中であったため、上記(1)アの方法で調査した。

3 「出会い系サイト」の分類

「出会い系サイト」の形態は、まずインターネットのホームページ上から、知り合いたい相手方の情報（プロフィールなど）を得る「WEB ページ利用型」と、電子メール機能からこうした情報を得る「電子メール利用型」とに大別できる。さらにそこから細かく5つの類型に分類できる。

① 「WEB ページ利用型」

～ メッセージ取次型、単純 BBS 型、ツーショットチャット型

② 「電子メール利用型」

～ メールマガジン型、メーリングリスト型

なお、これらは仮称であるが、順次説明していくこととする。

(1) WEB ページ利用型

ア メッセージ取次型

ホームページの掲示板に、自分のプロフィールやコメント、メッセージ等を書き込んで掲載し、不特定多数の者が見られるようにしておき、見た者からのメールを受けたり、あるいは掲示板に掲載された相手方のプロフィール等から相手を選び、自分のメッセージを記載したメールを送信することで、連絡を取り合う型式である。

無料と有料のサイトがあるが、無料のものは相手と知り合うきっかけを提供した後、それぞれの持つパソコンや携帯電話のメール機能で連絡を取り合うなどの方式をとっているものが多く、相手に自分のメールアドレスが知られてしまう場合が多いと考えられる。

一方、有料のものは、掲示板を通じて知り合った後も、中継メールのやり取りでは相手方に自分のメールアドレスが知られないものが多い。なお、主に携帯電話で利用する出会い系サイトは、この形態を取っているものが多く、その際に男性の利用のみに課金するものが目立つ。

イ 単純 BBS 型

複数の者が掲示板に書込みを行って、自分の考えを表現する、いわゆる「掲示板サイト」と呼ばれるもののうち、その掲示板の利用目的として、あらかじめ見知らぬ者と知り合うこととしているものである。このようなサイトでは、例えば「恋人を募集してます」といった書込みをした場合、それを見た複数人が、その内容に対する返答（一般に「レス」と呼ばれる。）を書き込んでいき、交際相手を探していく形態である。なお、書込み内容は参加者全員が閲覧できる。

またこの掲示板に、リアルタイムに複数人で書込みをし合って、あたかも会議室で会話をしているような、いわゆる「会議室チャット」も、見知らぬ者と知り合うことを目的としたものはこの形態に分類できる。

ウ ツーショット・チャット型

2 人までしか利用できない電子上の掲示板に、互いにリアルタイムで書込みをし合うことで、あたかも会話をしているかのように、互いの意思を伝達できるようなサイトである。具体的には 1 人が先にチャットルームに入り、自分のプロフィールや、どのような会話をしたいかを掲げ、別の入室者を待ち受けるものである。上記の会議室チャットと異なるのは、原則としてその書込み内容が他人に知られないように利用できる点で、「密室チャット」とも呼ばれる。しかしその秘密性のゆえ、性的な書込みになったり、実際に会うことを希望する書込みになることがある。

(2) 電子メール利用型

ア メールマガジン型

電子メールで届くメールマガジンのうち、見知らぬ相手の情報を定期的に送信してくるサービスがあるが、受信した出会い情報に返信することで、互いに連絡を取りあうことができるものである。

イ メーリングリスト型

インターネットのホームページ上には、メーリングリストというサービスがある。ここには様々なテーマ（例 「関東のメル友募集」「推理小説愛好家集まれ」等）と、そのテーマの簡単な解説が付されており、自分に合ったテーマを選び、登録することで利用できる。登録者のうちの 1 人が自分の考えやプロフィール等を電子メールで送信すると、他の登録者全員にそのメールが自動的に配信される仕組みになっており、受信した出会い情報に返信することで、互いに連絡を取り合うことができるものである。

4 「出会い系サイト」の営業性

「出会い系サイト」は、その営業性でみると、利用者から会費等の名目で何らかの利用料を徴収する有料のサイトと、利用者からはこれら利用料を徴収していない無料のサイトに大別できるが、「出会い系サイト」の特徴としては、無料の「出会い系サイト」の存在を含め無料で利用できるものが数多くあることがあげられる。

警察庁によると、平成 14 年上半期に検挙された児童買春事件における「出会い系サイト」の有料・無料別状況をみると、無料のものは 129 件であり、有料・無料が判

明したもののの中では 36.5%と約 3 分の 1 を占めている。また、男女ともに有料であるものは 29 件で、全体の 7.3%（判明分の中では 8.2%）と少ない状況になっている。

「出会い系サイト」に無料で利用できるものが数多くある理由としては、バナー広告収入や「出会い系サイト」利用者の E メールアドレス情報の他の者（インターネットでダイレクトメール等を行う者等）への販売等、利用者以外からの収入の存在が考えられ、「出会い系サイト」のランニングコストがわずかで済むことから、これらの収入でも十分に利益が上がる状況になっていると考えられる。

【サイトの有料・無料別状況】

		件数	割合%	
合 計		400	100.0	(100.0)
有 料		224	56.0	(63.5)
	男女とも有料	29	7.3	(8.2)
	男のみ有料	174	43.5	(49.3)
	不明その他	21	5.3	(5.9)
	無 料	129	32.3	(36.5)
不 明		47	11.7	—

※（）内は、不明のものを除いた割合

5 「出会い系サイト」の特性上の問題点

(1) インターネット特性

面前での直接のやり取りでは言いにくい児童買春の勧誘も、出会い系サイトを利用したメッセージのやり取りを通じて、ストレートな表現で伝えることができ（匿名性・仮想性）、かつ携帯電話から周囲の目を気にせずに、気軽にどこからでも利用できるといった心理的抵抗感のなさ（利便性）がある。さらには不特定多数の者に対して一斉に勧誘行為ができる（瞬時性・大量性）ため、勧誘行為のコストパフォーマンスの高さが、「出会い系サイト」を利用した児童に対する勧誘及び児童からの応答に拍車をかけている。

また、特別な技術や知識を必要とせず、低コストで誰でも出会い系サイトを開設し、運営できる（容易性）ため、このような場が、インターネットに数多く提供されることになっている。

- ① 「匿名性」「仮想性」～ 顔も合わせず、声も聞かずに匿名で会える。また年齢や性別、目的等を欺いてアクセスすることもできる
- ② 「瞬時性」「大量性」～ 不特定多数の者を相手に、一瞬にして勧誘ができる
- ③ 「利便性」～ 携帯電話からいつでも、どこからでもアクセスできる
- ④ 「容易性」～ サイト開設が容易に、安価にできる

(2) 効率的「出会い」の危険性

インターネット上の様々なサイトの中でも、特に「出会い系サイト」が問題となるのは、先で触れたインターネット特性に加え、出会い系サイトが面識のない者の間の、いわゆる「出会い」を効率よく仲介する機能を有していることから、この機能を悪用しようとする者にとっても当然効率が良いことになる。結果として出会い系サイトにアクセスした児童が、児童買春等の犯罪の被害者になる可能性があり、

他のサイトに比べて危険性が特に高いといえる。

(3) 児童を性欲の対象とする風潮助長と規範意識の低下

インターネットを伝達手段としている「出会い系サイト」において、児童に対する児童買春の勧誘行為等の氾濫は、児童を性欲の対象とする風潮の助長と、児童を含めた規範意識の低下につながりやすい。こうしたことから犯罪抑止力の低下を引き起こし、結果として児童が児童買春等の被害者となっている。

(4) 自主的措置の限界

「出会い系サイト」運営者等の自主規制による犯罪防止効果には限界があり、それのみでは、「出会い系サイト」に関する問題の抜本的な解決とはならない。

○ 「出会い系サイト」運営者等については、個々にサイトを通じて利用者に自制を呼びかけたり、自主的な防止策を講じているサイトも多数あるが、直接的にはサイト利用者による利用（書込みの内容等）そのものが問題となることから、これら運営者による措置には限界がある。

○ 「出会い系サイト」が、個人のホームページを利用して簡単に開設できることから、すべての「出会い系サイト」運営者に、自主的措置を求めることは不可能である。

6 「出会い系サイト」の実際の利用方法

出会い系サイトの分類の中で、最も多いと考えられるプロフィール一覧型を見ても、有料のもの、男性のみ有料のもの、携帯電話からのみアクセス可能なものなど、様々である。研究会では、そのうち幾つかの仕組みを調査した。

7 サイト名称、コーナー名称について

インターネット上には、「出会い系サイト」が多数存在しているわけであるが、その中からサイト自体の性格を表すものとして、サイト名称やコーナー名称がある。つまりそれらの名称の中に「趣味」という語句が含まれていれば、趣味に関する書込みが存在するサイトであろうという判断材料になり、利用するサイトを選ぶ際の重要な手がかりになりうる。これはまた、児童買春等に関するような不正勧誘を、書きこもうとする者、見ようとする者にとっても同様と考えられる。

(1) サイト名称

サイトの名称は実に様々であるが、大きく分けると次のようになる。

○ 一般向けのサイト名称

「出会いの…」、「アイ…クラブ」、「メール…友」や、特に意味がなく語呂のよい語句をもじっただけの名称まで実に様々であり、趣味の仲間や、いわゆる「メル友」を探すこと等を指向していると考えられるもの、あるいは単にその名称だけでは、サイトそのものの性格が分からないもの。

○ 性交交際勧誘を指向していると思われる名称

「エッチな…」、「淫靡な…」、「セクシー…」等の語句が、サイト名称の一部に含まれ、その名称からある程度そのサイトの利用目的として、「性交交際」目的により利用されることを指向していると考えられるもの。

○ 対償交際勧誘を指向していると思われるサイト

「ワリキリ…」、「援助交際…」等の語句が、サイト名称の一部に含まれ、その名称からある程度そのサイトの利用目的として、いわゆる「援助交際」と呼ばれる、「対償交際」目的により利用されることを指向していると考えられるもの。

(2) コーナー名称

出会い系サイトには、単一の掲示板しかなく、コーナー名称もないものから、「メル友募集」と「Hな関係」等を併設するなど、1つのサイトに2つ以上のコーナーを設け、それぞれにコーナー名称を付し、その利用目的に差別化を図っていると思われるものがある。

また、サイト名称が一般向けのものであっても、次に述べるように、設置されているコーナー名称から、「性交交際勧誘」や「対償交際勧誘」により利用されることを指向していると考えられるものがある。

(例)

○ 一般向けのコーナー名称

「メル友募集」、「恋人募集」、「まじめな出会い」、「ピュア」等、特に性交交際勧誘や対償交際勧誘を想起させない名称

○ 「性交交際勧誘」を指向していると思われるコーナー名称

「エッチな募集」「アダルト」「不倫」「SM」など、性交交際を想起させるコーナー名称

○ 「対償交際勧誘」を指向していると思われるコーナー名称

「割切り」「援助」「あしなが」など、対償交際を想起させるコーナー名称