

オンラインゲーミングと子どもの権利

# オンラインゲーム業界への提言

子どもへの影響をどう評価するか



# 謝辞

この文書は、Threefold Sustainability Servicesのディレクターであり独立コンサルタントであるMilka Pietikainen氏、ユニセフ子どもの権利とビジネスユニットのErik Nyman、ユニセフ・イノチェンティ研究所のDaniel Kardefelt-Wintherによって作成されたものである。公的セクター、民間セクター、市民社会、学界の幅広い関係者の方々からご意見をいただいている。ユニセフは特に以下の人々に感謝の意を表す。ユニセフ子どもの権利とビジネスユニットのJosianne Galea Baron、ユニセフ米国委員会のSarah Jacobstein、ユニセフスウェーデン委員会のLulu Li、ユニセフ民間協力渉外局(PFP)のAndrew Mawson、ユニセフ東アジア太平洋地域事務所のEmma Day、そして、業界から特にModern Times GroupのChristin Hertzberg氏、MTG AB、LEGO GroupのDieter Carstensen氏、European Games Developer Federation (EGDF)からもご意見をいただいている。

**出版デザインとレイアウト**：Big Yellow Taxi, Inc.

**表紙写真とクレジット**(上から下へ、左から右へ)：© UNICEF/UN014979/Estey;  
© UNICEF/UN046033/Gilbertson VII Photo; © UNICEF/UNI304647/Ma;  
© UNICEF/UN0345667/LeMoyne; © UNICEF/UNI220247/Pancic

この文書のすべての権利は、国連児童基金(ユニセフ)に帰属します。

この文書のいかなる部分も無断転載・複製はお断りします。

転載をご希望の方は、(公財)日本ユニセフ協会 広報・アドボカシー推進室(jcuinfo@unicef.or.jp)までお問合せください。

ユニセフ以外のサイトへのリンクは、そこに含まれる情報または表明された見解の正確性をユニセフが承認していることを意味するものではありません。

オンラインゲーム業界への提言～子どもへの影響をどう評価するか

英語版：2020年6月

日本語版：2020年11月

著：ユニセフ(国連児童基金)

訳：公益財団法人 日本ユニセフ協会 広報・アドボカシー推進室

© United Nations Children's Fund (UNICEF), April 2020

オンラインゲーミングと子どもの権利

# オンラインゲーム業界への提言

子どもへの影響をどう評価するか

# 目次

謝辞	2	2.5 グルーミング及び性的虐待からの保護	18
まえがき	3	一般的提言	18
序文	4	グルーミング及び子どもの性的搾取・性的虐待物の共有の防止	18
はじめに	5	法執行当局その他関係者との連携	19
提言の活用方法	5	2.6 商業モデルとその影響	19
1. 基本原則	7	一般的提言	20
2. 業界への提言	8	ゲーム内課金	21
2.1 健康的なゲームプレイ(ゲーム時間)	8	広告	21
親と子どもに対するガイダンスの提供	9	プレイヤーデータの使用	22
健康的なゲームプレイ設計	9	プライバシーポリシー	23
eスポーツのプロチーム及びイベント主催者が配慮すべきこと	10	eスポーツチーム、イベント、ストリーミングプラットフォーム並びにeスポーツ及びストリーマーのスポンサーが配慮すべきこと	23
2.2 インクルージョンと描写	10	3. より包括的かつ系統的なアプローチ	24
一般的提言	11	3.1 方針	24
企業方針	11	主な配慮事項	24
eスポーツのプロチーム及びイベント主催者が配慮すべきこと	12	3.2 ガバナンス	25
2.3 有害な環境	13	主な配慮事項	25
一般的提言	13	3.3 デュー・ディリジェンスと是正プロセス	25
コミュニティガイドラインと行動規範	13	3.4 報告と透明性	25
不適切な行動の管理	14	付録A ー 子どもの権利に関する国際的枠組み	26
ストリーミングサービスプロバイダー及びeスポーツチームが配慮すべきこと	15	付録B ー 参考資料	27
2.4 年齢制限と年齢確認	15		
一般的提言	16		
年齢別レーティングと年齢制限	16		
年齢確認と親の同意	17		
ストリーミングサービス及びeスポーツ関係者が配慮すべきこと	17		

# まえがき

オンラインゲーミングは成長産業であり、ゲーム事業に携わる人々は、ほとんどの人々にはできないような方法で、世界中の子どもたちの関心を集めるデジタル環境を作り出している。

オンラインゲームは子どもたちに、他人と協力することを学び、世界中の友だちとつながり、新しいことを学び、そして純粋に楽しむ機会を提供している。しかしながら、インターネット上の子どもの活動の多くがそうであるように、ゲームを遊ぶ中で有害な体験をすることもある。そのため、オンラインゲーム企業には、子どもたちに対する正の影響を最大化し、負の影響を最小限に抑えるような形で、プラットフォームを整備する責任がある。

本書は、新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) 蔓延の初期段階で、世界中でフィジカルディスタンス (物理的距離) を保つための対策がとられている時期に書きあげられた。それらの対策によって、オンラインゲーミングは (あらゆる年齢層で) 爆発的に広がり、ゲーミングは 21 世紀の余暇と娯楽の中心的要素であることが示された。

ユニセフは、産業界のさまざまなセクターとの関わりを通し、子どもへの影響に関する意識向上と行動を促して

いる。事業の社会的影響力と広がりに応じた責任は、多くの産業セクター (及び規制当局) において認識されるようになっており、それは COVID-19 の蔓延によってさらに浮き彫りになった。

オンラインゲーム企業が配慮すべき子どもの権利に関する事項には、健康的なゲーム時間の確立、インクルージョンと描写、有害な環境の回避、年齢制限や年齢確認に関する配慮、グルーミングや性的虐待の撲滅、商業的誘導の管理といった課題がある。

本書の提言は、事業活動に一貫して子どもの権利への配慮を組み入れるプロセスを通して、ゲーム企業に指針を示し、サポートすることを目的としている。これらの提言は、業界内ですでに採用されている有望な実践例の調査を基に、さまざまな業界関係者との協議と対話を通して作成されたものである。

本書は、オンラインゲーミングの価値と、それに関連する潜在的なリスクの双方にスポットを当てている。オンラインゲーミングを楽しもうとするすべての子どもたちに可能な限り最高の体験を提供できるよう、オンラインゲーム業界による、子どもの権利に対する影響の評価と理解のための指針となることを意図している。



ウィビナ・ベルモンテ

ユニセフ民間協力渉外局

パートナーシップ担当プリンシパル・アドバイザー



© UNICEF/UNI209795/KARIMOVA

## 序文

子どものオンラインゲーミングの正の側面と潜在的な負の側面を探るため、ユニセフ・イノチェンティ研究所とユニセフ子どもの権利とビジネスユニットは2019年8月、デジタル業界における子どもの権利問題に関する類似報告書シリーズの一環として、ディスカッションペーパー「子どもの権利とオンラインゲーミング」を発表した。その作成中はもちろん、発表以降も、ユニセフは、子どもの権利に関するリスクと機会を理解、確認し、良い実践例やこの分野のリーダーを特定し、また最終的には、オンラインゲーム業界が子どもへの影響を理解して管理できるように権利に基づく枠組みを提示するため、オンラインゲーム業界と幅広く関わり続けている。

子どもの権利に対するアプローチをさらに改善するため、日常的なビジネス慣行において検討できる、より実践レベルの提言が欲しいと望む企業は多い。この提言作成に際し、ペアレンタルコントロール（保護者による使用制限）や年齢別レーティング、コミュニティモデレーションツールや報告ツールなど、複数の企業による有望な取り組みが見つかった。有望な実践例をより広く普及させ、一貫した実践につなげるため、本書の提言ではそうした事例の多くを反映している。



**ディスカッションペーパー「子どもの権利とオンラインゲーミング」**は、子どもの権利の枠組みをオンラインゲーミングに適用するとともに、さまざまな関係者の議論や協力を促すためのディスカッショントピックを紹介している。特にオンラインゲーム企業を対象としたこのディスカッションペーパーでは、業界の良い実践例の概要や業界エコシステムの紹介に加え、本書にも含まれるさまざまな課題が幅広く網羅されている。

# はじめに

オンラインゲーム業界<sup>1</sup>はインタラクティブな体験を生み出すデジタル産業であることから、他のインターネットサービス業界と共通する課題や機会も多いが、収益モデルなどに関して独自の課題や機会も抱えている。本書は、デジタル業界との関連性が高い子どもの権利の課題に関する既存のより詳細なガイダンスがあり、オンラインゲーム企業にも適用可能な場合には、それらに言及しつつ、オンラインゲーム企業特有の課題や業界との関連性が最も高い共通課題に焦点を当てた提言を行っている。

オンラインゲーム業界は、多国籍の大企業から非常に小さなスタートアップ企業まで、さまざまな規模の企業が混在している。また、業界のエコシステムは、デベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター、ストリーミングサービス、eスポーツの主催者やチームなど、多様なプレイヤーから形成されている。ゲームOSのデベロッパーも大きな影響力を持っている。

本書は、質問形式で提言をまとめることによって、業界エコシステムの幅広い役割に適応し、規模もリソースレベルも異なるさまざまな企業が活用できる実用的な内容に仕上げている。これは、すべてのゲーム企業が自らの具体的な役割や状況に応じて質問を検討できるように意図したものである。なお、企業ごとに状況が異なるため、すべての設問がすべての企業に当てはまるとは限らない。

各セクションの冒頭において課題を概観するとともに、子どもの権利条約(以下「条約」という)の関連条項を紹介している。提言は、一般的なものから始まり、その後トピックごとにグループ化したものが続いている。各サブセクションでは、子どもの権利の観点から、特別な配慮を必要とする理由について、トピックごとに状況を説明する。

本書の提言は、ユニセフ ディスカッションペーパー「子どもの権利とオンラインゲーミング」に合わせた構成とすることで、同ペーパーが明らかにした業界との関連性が高い子どもの権利の課題を扱っている。セクション2とセクション3では、事業活動において子どもの権利に関するリスクと機会に配慮するため、どうすれば企業がより正式で一貫した対策を講じられるかについて、包括的なガイダンスを示している。これらの提言はすべて、国際人権枠組みの他、子どもの権利の尊重において果た

すべき役割の検討を企業に呼び掛ける各種文書に基づいて策定されている。これらの文書については、付属書Aに概要がまとめられている。また、付属書Bにはその他の参考資料や情報源がまとめられている。

なお、個々の企業の具体的な実践例については、各イニシアティブを詳細に評価しなければ詳述できないため、本書では敢えて取り上げていない。

本書の提言は、あらゆる種類のオンラインゲーム企業(ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター、プラットフォーム、eスポーツ企業、ストリーミングサービスなど)に向けたものである。

## 提言の活用方法

本書の提言は、取り組みの現状を評価して子どもの権利に関する改善点や改良点を特定するため、あらゆる種類のオンラインゲーム企業(ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター、プラットフォーム、eスポーツ企業、ストリーミングサービスなど)に向けたものである。

各企業は、すべての設問に答えることでアプローチを包括的に見直し、その中で特定された最大の課題又は機会を踏まえて優先順位を設定することもできるし、事業において最も緊急、関連がある又は重要と考える特定のセクションやトピックに焦点を絞って対策を始めることもできる。

比較的大きな企業であれば、特定の部門/チーム(デザイナーやコミュニティ管理者、安全管理者、パブリックポリシーなど)にそれぞれ最も関連する設問を検討させることもできる。それらの部門/チームは、提言を実践に移す方法、影響を受けるプロセス、実施に必要なリソースなどを検討することが可能である。

<sup>1</sup> 本書では、デジタル技術を用いてビデオゲームを制作・配信する業界を「オンラインゲーム業界」と言う。「ゲーミング」とは、ビデオゲームをプレイすることを意味する。「ゲーミング」という単語は賭け事に関する意味で用いられることもあるが、本書では明確に区別して用いている。



© UNICEF/JUN170297/MAWA

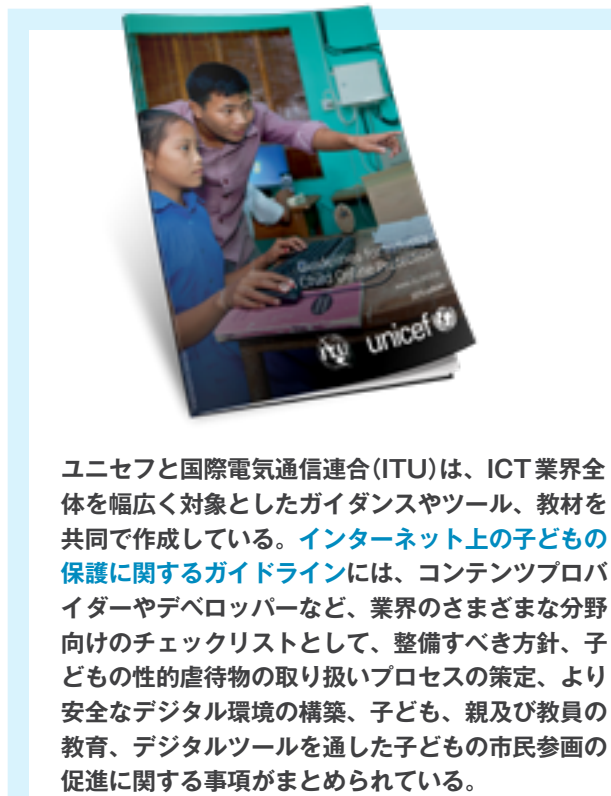
すべての企業にとって、中でも比較的小規模な企業や若い企業およびゲーム開発関連の教育機関にとって、本書の提言は、各企業のビジネス慣行やデザインプロセスに最初から（「セーフティ／プライバシー・バイ・デザイン」アプローチの一環として）組み入れることを検討すべき課題をまとめている。

ただし、すべての課題が網羅されているわけではなく、そのため合否が判定できる「コンプライアンスチェックリスト」として利用できるわけではないことに注意が必要である。

また、地域によっては、本書の提言以上の要件が現地の法律によって定められていることもある。同様に、現行法により、提言の実施がその地域では制限されていると判断されることもあり得る。こうした状況に関しては、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」<sup>2</sup>に指針が示されている。

本業界には、オンラインゲームが子どもに及ぼす影響を事前に理解し、その危険から子どもを守るとともに、オンラインゲームで遊ぶことの正の効果を高めるソリューションを特定する好機がある。これらの提言を検討する際は、自社の慣行を管理・変更する能力だけでなく、より広く課題に作用する力や業界他社の変化を促す影響力も検討することが重要となる。例えば、被許諾者（知的財産権保有者）の他、配給やゲーミングデバイス、デベロッパープラットフォームに対しても

影響力があり、その連携相手やプラットフォームを提供している企業に権利を尊重するアプローチを要求することもできる。



ユニセフと国際電気通信連合(ITU)は、ICT業界全体を幅広く対象としたガイダンスやツール、教材を共同で作成している。**インターネット上の子どもの保護に関するガイドライン**には、コンテンツプロバイダーやデベロッパーなど、業界のさまざまな分野向けのチェックリストとして、整備すべき方針、子どもの性的虐待物の取り扱いプロセスの策定、より安全なデジタル環境の構築、子ども、親及び教員の教育、デジタルツールを通じた子どもの市民参画の促進に関する事項がまとめられている。

2 [https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr\\_en.pdf](https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_en.pdf)



# 1. 基本原則

本書のすべての提言の土台となる基本原則が存在する。

1. 法制度に関わらず、18歳未満の子どもは固有の権利を有している。どのような同意の内容であれ、デジタル同意年齢に達したからと言って成人扱いされるべきではない<sup>3</sup>。そのため本提言では、国際規範及び国際基準に従って18歳未満のすべての子どもに特別な配慮と保護を与えるよう企業に求めている。
2. 本書の提言は、子ども向けオンラインゲームを扱う企業のみに関わるものではない。子どもたちは年齢に関わらず、成人向けゲームも含むあらゆるゲームをプレイしている。現在の年齢確認プロセスが十分機能していないことを鑑みれば、どの企業も子どもがゲームで遊んでいる可能性を認め、そうした子どもに対するリスクを考慮する必要がある。

本提言では、国際規範及び国際基準に従って18歳未満のすべての子どもに特別な配慮と保護を与えるよう企業に求めている。

3. 子どもの権利は、子どもの発達しつつある能力も考慮して配慮されなければならない<sup>5</sup>。成長・成熟し、オンラインでもオフラインでも権利をより行使できるようになるまでは、子どもは特別な配慮を必要とする。すなわち、企業は単純に一律の対象年齢制限を設けるだけでなく、子

あらゆる人権がそうであるように、子どもの権利も普遍的であり、譲渡不可能かつ不可分なもので、相互に依存し、相互に関連している。これは、特定の権利を保護するためのアプローチによって他の権利が侵害されてはならないことを意味する。

どもの成長と能力の成熟度に対応できるソリューションを探し求める必要がある。これはまた、親や保護者など、子どもを世話する者の関与を引き出す工夫も必要であることを意味する。

4. あらゆる人権がそうであるように、子どもの権利も普遍的であり、譲渡不可能かつ不可分なもので、相互に依存し、相互に関連している。これは、特定の権利を保護するための措置によって他の権利が侵害されてはならないことを意味する。いかにして、有害なコンテンツから子どもを守るために年齢確認システムを改善しつつ、プライバシーの権利が侵害されないようにするかという課題などがその例である。子どもの権利に対して包括的なアプローチを取るには、子どものリスクや保護に配慮するだけでなく、自由な利用や表現の自由を通して子どものエンパワメントを図る必要があり、さらにはオンラインゲーム業界とも非常に関連性が高い「遊びと文化の享受」に関する権利にも配慮しなければならないことを意味する<sup>6</sup>。
5. 本書の提言は、子どもの最善の利益の原則(子どもに影響を及ぼす決定においては必ず、その子どもにとっての最善の利益を第一に考慮し、特に子ども自身の意見や希望なども尊重するとの原則)を指針としている<sup>7</sup>。

3 子どもの権利条約第1条では、当該国の法律で別途規定されていない限り、18歳未満のすべての者を子どもと定義している。

4 例えば、以下を参照。<<https://www.internetmatters.org/hub/research/parenting-generation-game-report/>>及び<<https://statensmedierad.se/download/18.7b0391dc15c38fbccd9a238/1496243409783/Ungar+och+medier+2017.pdf>> (p. 45)

5 子どもの権利条約第5条において、「児童がこの条約において認められる権利を行使するに当たり、(中略)その児童の発達しつつある能力に適合する方法で適当な指示及び指導を与える」と規定されている。

6 ユニセフ ディスカッションペーパー「子どもの権利とオンラインゲーミング」において、業界との関連性が最も高い子どもの権利条約の条項がまとめられている。以下からダウンロード可能。<[https://www.unicef-irc.org/files/upload/documents/UNICEF\\_CRBDigitalWorldSeriesOnline\\_Gaming.pdf](https://www.unicef-irc.org/files/upload/documents/UNICEF_CRBDigitalWorldSeriesOnline_Gaming.pdf)>

7 子どもの権利条約第3条では、「児童に関するすべての措置をとるに当たっては、(中略)児童の最善の利益が主として考慮されるものとする」とされている。

## 2. 業界への提言

### 2.1 健康的なゲームプレイ (ゲーム時間)

余暇、遊び及び文化に関する子どもの権利(第31条)は、オンラインゲーム業界と深い関わりがある。子どもがデジタル世界で過ごす余暇時間の長さについてはますます議論が過熱しており、一部では過剰な使用や競争的なシナリオによる過度の訓練が子どもの健康(第24条)に及ぼす影響について懸念が高まっている。

ゲーミングに関する親子の対話を促すイニシアティブや親が子どものゲームをする趣味を理解するよう促す取り組みは、本提言に提示されたさまざまな分野においてすべての関係者により良い成果をもたらす可能性がある。

当然ながら、ゲームデザイナーやパブリッシャーなら誰しも魅力的なコンテンツでプレイヤーの定着を図ることに第一の主眼を置くものである。その体験が楽しめた顧客は再び戻ってきて新製品を購入してくれる。また、ゲーム内でお金を使う可能性も高まる。魅力的な体験の提供と収益化の適切なバランスを見つけることは、オンラインゲーム企業の重要な考慮事項である。このバランスを見つけるため、各企業はコミュニティからのフィードバックに大きく依存しており、フィードバックに合わせてアプローチを調整することも多い。この分野こそ、自制することを学ぶ過程にある子どもが特別な配慮を必要としていることを鑑みれば、企業が年齢に相応しい方法で子どもと対話し、その子どもの最善の利益が何かを理解しようとすることは非常に重要である。なお、子どもとの対話に関する企業向けのより詳細な情報は、ユニセフの「子どもの権利に関するステークホルダーのエンゲージメント(Engaging stakeholders on Children's Rights)」ツールにまとめられている<sup>8</sup>。

条約では、子どもが自らに影響を及ぼす事項について自己の意見を表明する権利を有すること(第12条)、こうした意見はその子どもの年齢と成熟度に従って相応に考慮されるべきであることが規定されている。ゲーミングに関する親子の対話を促すイニシアティブや親が子どものゲームをする趣味を理解するよう促す取り組みは、本提言に提示されたさまざまな分野においてすべての関係者により良い成果をもたらす可能性がある。

以下の設問は、ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター及びプラットフォームの観点から回答することを想定したものである(場合によっては、パブリッシャー、ディストリビューター又はプラットフォームが上市・販売して収益を得るゲームに課す要件という観点から回答することも可能)。



このツールは、企業レベル及びサイトレベルで基準や慣行を強化する一環として、子どもの権利に関するステークホルダーのエンゲージメントについて、企業にガイダンスを提供している。子どもの権利に関するステークホルダーのエンゲージメントは、企業方針の策定、人権デュー・ディリジェンスプロセス(実際の／潜在的な人権への影響を評価し、その結果を取り入れそれに対処し、対処の結果を追跡検証し、どのように影響に対処したかを伝えるプロセス)、苦情処理・改善メカニズムの開発を方向付ける。ステークホルダーのエンゲージメントは、企業の持続可能戦略や長期目標にも幅広く影響を与える可能性がある。

8 [https://www.unicef.org/csr/css/Stakeholder\\_Engagement\\_on\\_Childrens\\_Rights\\_021014.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/Stakeholder_Engagement_on_Childrens_Rights_021014.pdf)

## 親と子どもに対するガイダンスの提供

親は、子どもに成熟度に応じて自主性を与えつつ、子どもの活動のバランスを取る一義的な責任を有している。ゲーム企業は、親が子どものゲームをする趣味に関与し、ゲームコンテンツが子どもに適しているか、ゲームがどのような作用をもたらすかを理解し、子どもとともにゲーム時間制限を設定するよう働きかけることができる。そうすることで、親は子どものゲームをする趣味をより肯定的に捉えられるようになり、子どもも嫌な体験をした場合に親に話しやすくなる。

- 2.1.1. 親や保護者が子どもと一緒に健康的なゲームプレイの適正なルールや範囲を設定できるようにガイダンスの提供(又は業界内の既存ガイダンスの紹介)を行っているか?特に自社のゲームに関して、健康的なゲームプレイがどんなものかを検討したことがあるか?
- 2.1.2. 自社のガイダンス(又は紹介している既存ガイダンス)は、ゲームやゲーム時間に関する適切なルールについて子どもと対話することを親に促しているか?そのガイダンスは、個々の子どもの成長と成熟度を考慮することを親に促しているか(厳しい時間制限は設けず、ゲーム時間を自分で管理するよう子どもを指導するか、プレイするセッション/レベルの数について合意するなど)?
- 2.1.3. 子どもの年齢層ごとに調整できて、親が子どもと一緒にプレイ時間を管理できるペアレンタルコントロールソリューションを整備するか、プラットフォームレベルのそのようなソリューションに自社のゲームを対応させているか?
- 2.1.4. 自社が提供するペアレンタルコントロール又はゲームが対応しているプラットフォームレベルのペアレンタルコントロールは、子どもの成長と成熟にしたがい変化していく子どものニーズや能力を考慮して段階的に調整又はカスタマイズできるアプローチになっているか?<sup>9</sup>
- 2.1.5. 自社又は自社が所属する組織は、ペアレンタルコントロールが健康的なゲーム時間の問題にどの程度対処できているか、自社のゲームが子

もの過度な利用をどの程度助長しているかを含め、サービスに対するフィードバックを得るため、顧客リサーチ又は親や子どもとの話し合いを行っているか?

- 2.1.6. ペアレンタルコントロールの他に、子どもを含め、プレイヤーが時間/セッション制限を設定する手段を用意しているか?それらを積極的に推進しているか?

## 健康的なゲームプレイ設計

ゲーム設計段階でさまざまな手段を用いることで、企業は過度のゲームプレイの促進を控え、健康的なゲームプレイを奨励することができる。商業的影響(セクション2.6参照)に関しては、子どもはおとなに比べて行動を操作しようとする手法の影響を受けやすいことから、特別な配慮が必要となる。

- 2.1.7. ユーザーが健康的なプレイ習慣を身に付け、ゲーム時間を管理できるようになるよう支援する技術をゲーム設計段階で検討しているか?
- 2.1.8. プレイヤーに継続的又は頻繁なプレイを促す報酬その他の「ナッジ手法」を利用しているか?その継続時間や間隔は合理的か?利用している手法は、子どもが簡単に認識し、抵抗できるものか?
- 2.1.9. 合理的なセッション時間を保てるようにゲームを設計しているか?
- 2.1.10. プレイを中断したことで不利にならないようにゲームを設計しているか?
- 2.1.11. プレイヤーに休憩を促すようにゲームを設計しているか(警告や報酬など)?
- 2.1.12. ゲーム中に何もしない時間がとれるようになっているか?
- 2.1.13. ゲームにバーチャルリアリティ(VR)要素が含まれているか?VRが含まれている場合、VRが子どもに与える影響に関する研究がほとんどないことを鑑み、子ども及びその発達に関する具体的なリスクや影響を考慮しているか?

<sup>9</sup> 「ペアレンタルコントロールは、オンラインで自分の行動を管理・調整する能力が低い幼い子どもにはおそらく適しているが、そうしたコントロールは、セクシャリティや政治、宗教といった課題を探ろうとする青少年にとっては正当化することが難しい。(中略)重要なことに、ペアレンタルコントロールは、家庭内の問題について外部に支援又は助言を求める子どもの能力を阻害する可能性もある」(ユニセフ ディスカッションペーパー「プライバシー、個人情報保護及びレピュテーション」P.17参照。リンク<[https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF\\_CRB\\_Digital\\_World\\_Series\\_PRIVACY.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_PRIVACY.pdf)>)

## eスポーツのプロチーム及びイベント主催者が配慮すべきこと

自社のeスポーツチーム、リーグ又はイベントに18歳未満のプレイヤーや参加者を受け入れる場合は、子どもたちが自分の権利を理解するとともに、教育ニーズや心身のニーズを満たせるように特別な要件を設定する必要がある。

2.1.14. 子ども（18歳未満）のeスポーツプレイヤーに関し、一日の練習時間又はストリーム時間について特別な配慮をしているか？

2.1.15. 社内方針や18歳未満のプレイヤーとの契約には、教育ニーズ、心身の健康、家族の支援及び虐待からの未成年者の保護のための具体的な配慮が含まれているか？<sup>10</sup>



スポーツをする子どもの権利に関し、スポーツ団体、スポンサー、成人アスリート及び親や保護者に期待される10の原則をまとめた「**子どもの権利とスポーツの原則**」が日本ユニセフ協会から発表されている。搾取からの子どもの保護、子どもと関わるおとなの研修の徹底と子どもに特有のニーズの理解、子どもの活動とその他の要素のバランスを取った健康的なライフスタイルの確保、子どものための特別な配慮を組み込んだスポンサー契約など、カバーされたトピックの多くがeスポーツ業界とも関連している。

2.1.16. オンラインイベントか物理的イベントに関わら

ず、18歳未満の未成年者がプレイヤー又は観客として関与する競技大会に関し、時間制限又はその他の制限／規制が課されているか？

2.1.17. イベントを計画するときに、未成年者（18歳未満）がイベント観戦中に（物理的観客及びオンラインの観客として）目にする可能性のあるコンテンツの種類に関する問題をどのように考慮しているか？

## 2.2 インクルージョンと描写

差別を受けない子どもの権利（第2条）において、子どもは人種、性、言語又は宗教を含むどんな理由であれ、区別、排除、制限又は優遇を受けないことが規定されている。

オンラインゲームは男子しか遊ばないと一般に思われがちだが、実際はそうではない。それでもやはり、ジェンダーの観点からオンラインゲームの世界や描写を誰もが受け入れられるインクルーシブなものとするには、改善すべき点が数多く残っている。ゲームデベロッパーに占める女性とマイノリティの割合も非常に少ない<sup>11</sup>。これは、ほとんどの主要キャラクターが白人男性であること、女性や女子が魅力的に思えるコンテンツを見つけるのに苦労することの理由でもある<sup>12</sup>。

多様性に対処し、より幅広い社会をゲーム体験に反映させる取り組みは、ゲーム企業にとっても大きなビジネスチャンスとなる<sup>13</sup>。さまざまな観点や経験が提示され、取り入れられるようにするため、ゲーム開発の現場や決定の場に誰が携わっているかという点にゲーム企業が目を向けることが重要である。そうすることで、企業はさまざまな形態の差別が存在し得ることを十分に認識できるようになる上、多様な顧客層に幅広く訴求するコンテンツや体験を生み出すことにもつながる。

差別をなくすことは、女性や女子の方が、安全でなく不親切或いは危険さえ感じる環境に晒されることが多く、こうしたことが、オンラインゲームコミュニティや成長著しいeスポーツ分野において女性及び女子の参加を妨

10 最低年齢及び児童労働に関するILO条約第138号及び第182号は、子どもの心身の健康に有害となる恐れがある慣行や基礎教育へのアクセスを妨げる慣行に注意を喚起している。

11 ヨーロッパのゲームデベロッパー団体によれば、ヨーロッパにおける女性ゲームデベロッパーの割合は、国によって異なるものの、10%から30%になっており、ほとんどの国は10%から20%となっている。

12 Lynch, Teresa & Tompkins, Jessica & Driel, Irene & Fritz, Niki. (2016). Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years: Female Game Characters across 31 Years. Journal of Communication. 66. 10.1111/jcom.12237.

13 Change the Game: Driving Inclusivity and Belonging in Games (流れを変える：ゲームにおける包摂性の促進と帰属)参照。リンク <<https://static.googleusercontent.com/media/play.google.com/en/about/changethegame/assets/static/pdf/white-paper-2019.pdf>>

げる要因ともなっているというような課題も含む(有害な環境の対処については、セクション2.3で詳述する)。

以下の設問は、ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター及びプラットフォームの観点から回答することを想定したものである(場合によっては、パブリッシャー、ディストリビューター又はプラットフォームが上市・販売して収益を得るゲームに課す要件という観点から回答することも可能)。

多様性への対処は、ゲーム企業にとっても大きなビジネスチャンスとなる。ゲーム開発の現場や決定の場に誰が携わっているかという点にゲーム企業が目を向けることが重要である。(中略)そうすることで、多様な顧客層に幅広く訴求するコンテンツや体験を生み出すことにもつながる。

### 一般的提言

**子どもはゲームをより楽しくするキャラクターに共感するものである。ゲームからプラスの体験や学びを得るには、さまざまな役割を果たすさまざまなキャラクターと出会えるようにするとともに、ゲームをインクルーシブな方法でマーケティングすることが重要である。そして、すべての段階において、子どもや若者がゲーム内の描写からどんなメッセージを受け取るか(どう見えるべきか、何ができるか、どんな役割を果たせるかについて、ゲームが何を伝えるのか)という点を企業が常に意識しておくことが必要不可欠である。**

- 2.2.1. 多様なキャラクター(主要キャラクターも含む)を登場させるとともに、ゲームキャラクターにおけるステレオタイプの描写や男女の役割分担を避けるため、意識的な努力をしているか？
- 2.2.2. 女子にも男子にも訴求するようにゲームやソーシャル機能を設計する意識的な努力をしているか？
- 2.2.3. デベロッパー又はコミュニティに対し、多様な対象者に訴求するゲームをデザインするよう奨励しているか？これに関し、ゲーム設計段階での検討又はプラットフォームへの組み込みに際しての要件にするなどの正式な方針があるか？

- 2.2.4. キャラクター、プロット、ソーシャル機能、収益化及びマーケティングに関する決定を行う際、これらの決定を行うために多様な人々に意見を求めているか？決定の際も彼らの意見を考慮・尊重することを徹底しているか？
- 2.2.5. 開発又は配給してきたすべてのゲームについて、多様性の観点からゲームキャラクターの一斉調査を行ったことがあるか？
- 2.2.6. ゲームに登場するキャラクターは、プレイヤーがキャラクターの外見を選べるようにカスタマイズできるか(ジェンダーや肌の色を適宜選択するなど)？
- 2.2.7. マーケティング資料やプロモーション資料において、マーケティングセグメントを絞らず、さまざまな潜在的新規対象者に訴求する新たな方法を検討しているか？
- 2.2.8. おとなも子どもも含め、すべてのプレイヤーグループにとって好ましい、インクルーシブで安全な環境を作ることに取り組んでいる業界その他のイニシアティブに関与しているか？
- 2.2.9. 女子又はマイノリティグループの子どもに業界に入ることを促す取り組みを行っているか(学校や大学との連携、研修奨学金、奨学金又は放課後のクラブや活動など)？
- 2.2.10. ゲーム内で子どもがキャラクターになっている場合、キャラクターデザインが子どもの性別を強調しないよう措置を講じているか？

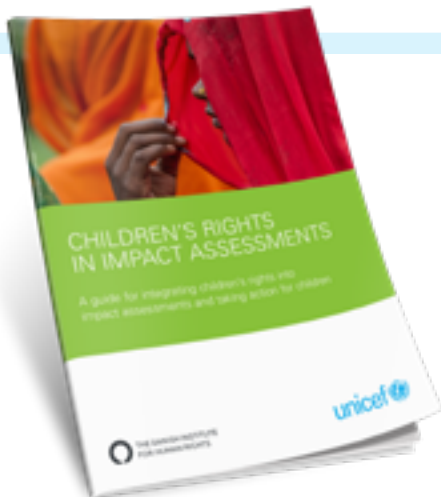
### 企業方針

**子どもたちがゲームキャラクターだけでなく、業界で働く人々の中にもロールモデルを見つけられるようにすることが重要である。多様な労働力は、多様な顧客基盤が直面するニーズや課題に対する企業の理解を促進する一助となる。労働力を多様化するには、多様性を評価して問題点を特定し、働く人々に自分たちのニーズが理解され、違いが尊重されていると感じさせるインクルーシブな職場作りをどう進めるかを理解する必要がある。また、子どもを持つスタッフをはじめとする社員の扱いも、社員の子どもの権利に大きな影響を与える。**

- 2.2.11. 機会の均等及び差別の禁止に関する方針が整備されているか？これには従業員が懸念事項を報告できるメカニズムが伴っているか？



2.2.12. (a) 従業員全体、(b) 経営層、(c) 各職責 (特に技術職又は開発者などの多様性に重要な職責) のジェンダーバランスの確認を行っているか? その他、各国に応じた適切な多様性指標を測定しているか?



ユニセフは、**子どもの権利とビジネス原則に関する影響評価のためのガイダンス**を提供している。その中には、**家族にやさしい職場作り(原則3)のための方針やプロセスの実践方法**に関し、育児休業、母性保護、柔軟な働き方、適正賃金など、働く親と職場の多様性をサポートし、社員の子どもの生活に大きな影響を与える配慮事項もカバーされている。

2.2.13. 採用、昇進、インクルーシブな職場作りに関する方針から偏見を排除し、職場の多様性の改善を促進する努力をしているか(例えば、採用の

最終候補者に必ず男女両方を残すことを要件としているか?)?

2.2.14. 従業員が集まって経験を共有したり(女性、LGBTコミュニティ、マイノリティなど)、問題をマネジメント層に報告したりできるようなネットワークを運用しているか?

### eスポーツのプロチーム及びイベント主催者が配慮すべきこと

eスポーツプレイヤーは、オンラインゲームコミュニティで最も露出の多い代表者である。そのため、どんなプレイヤーがいるかを見れば、ゲームが誰のために作られているかがよく分かる。またeスポーツプレイヤーは、多くの若者のロールモデルであり、アイドルである。現在、eスポーツ競技大会の多くは、格闘ゲームなど、競争やプレイの面白さが際立つゲームに焦点を当てているが、こうしたゲームは伝統的に男性を主なターゲットとしており、遊戯人口も男性が主流となっている。誰もが参加しやすいイベントにしてマーケティングもそのように行えば、新たな観客の獲得に繋がり、結果的により良い競技大会になると考えられる。

2.2.15. 自社のリーグ/チーム/競技大会のeスポーツプレイヤーに関し、多様性指標が設定されているか?

2.2.16. 競技大会中のハラスメント又は差別的な行動があった場合に報告・調査するプロセスが整備されているか?

2.2.17. eスポーツにおいて多様性を促進するために積極的な措置を講じているか?

2.2.18. 女性のeスポーツリーグ、チーム又はプレイヤーの運営、スポンサー又は支援を行っているか?

2.2.19. 伝統的に女性が遊ぶことの多い、女性向けゲームのeスポーツイベントを検討したことがあるか?

2.2.20. イベント用プロモーション資料は、女性やマイノリティの写真や一般的に多様な観客が写っている写真を掲載し、誰でも歓迎するインクルーシブなメッセージを伝えているか?

2.2.21. プレイヤーやチームのプロモーションにおいて、女性プレイヤーのプロモーションも行うようにしているか?

2.2.22. eスポーツ競技大会の運営チームは多様性が確保されているか?

## 2.3 有害な環境

若者の余暇におけるインターネット利用時間が増加する中、デジタルの遊び場は、子どもが消費する文化的コンテンツとともに、子ども同士の付き合いや交流においてますます重要な役割を担うようになってきている。米国の研究によれば、オンラインゲームは、若者の友達作りの場として、デジタルの手段ではソーシャルメディアに次ぐ第2位の地位を占めている<sup>14</sup>。同様に、eスポーツの人気プレイヤーや人気ストリーマーは、10代の子どもたちのアイドル、ロールモデルとして影響力を高めており、その分責任も大きくなってきている。

オンラインゲームへの参加は、子どもの表現の自由(第13条)並びに結社及び集会の自由(第15条)についての権利の享受を促進し、子どもたちの創造性や異文化間の絆の形成、分かち合いや学び合いを後押しする。

オンラインゲーム世界には、多くのオンライン環境と同様、有害行動や問題行動(不適切、性差別的又は人種差別的なコンテンツなど)も存在する。

一方、オンラインゲーム世界には、多くのオンライン環境と同様有害行動や問題行動(不適切、性差別的又は人種差別的なコンテンツなど)も存在し、子どもたちはそのような世界に晒され、ターゲットとなり、参加している。こうした安全でなく敵対的な環境に晒されることは、参加意欲の減退につながるだけでなく、差別の被害者になり得るという意味でも、子どもたちが不適切な言動を見聞きして真似るリスクが生まれるという意味でも、差別を受けない子どもの権利(第2条)に影響を与えることになる(インクルージョンと描写については、[セクション2.2](#)で詳述)。

オンラインゲームのソーシャル機能が収益を大幅に増大させる可能性があることを鑑み<sup>15</sup>、ゲーム企業の多くが、ユーザーを惹きつける建設的で健全なオンラインゲームコミュニティの形成を進めている。しかし、オンラインゲームやプラットフォームにおいて行動規範をしっかりと着実に伝えて実践するという点でも、正しい行動を奨励してモデル化する方法を特定するという点でも改善の余地が残されている。

以下の設問は、ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター及びプラットフォームの観点から回答することを想定したものである(場合によっては、パブリッシャー、ディストリビューター又はプラットフォームが上市・販売して収益を得るゲームに課す要件という観点から回答することも可能)。

### 一般的提言

- 2.3.1. ソーシャル機能が付いていないバージョンのゲーム/サービスを提供しているか?若しくはオプトイン方式になっているか?それは子どもに特化しているか、全ユーザーのオプションとして提供しているか?
- 2.3.2. ユーザーは、個人プロファイルで潜在的「友達」リストを管理し、簡単に削除、ブロック又はミュートすることができるか?
- 2.3.3. 子どもたちが、サポートやカウンセリングを求め、いじめに遭った場合の報告を行うために利用できるヘルプサービスとの連携又は紹介を行っているか?その情報は簡単に見つかるようになっているか?
- 2.3.4. 有害行動又はネットいじめと闘う業界横断的又は多様な関係者が参加するイニシアティブに参加しているか?

### コミュニティガイドラインと行動規範

**子どもたちが前向きな行動を学び、真似るようになるには、前向きな行動を促進しようとするおとなのコミットメントが非常に重要となる。この際に重要なことは、すべての年齢層のユーザーに訴求する方法で、事前に着実にコミュニティガイドラインを伝えて促進することである。**

- 2.3.5. ゲーム又はサービスにおいて歓迎されない行動を明確にまとめたコミュニティガイドライン又は行動規範があるか?
- 2.3.6. コミュニティガイドラインの目的、コミュニティの理想像とその理由を説明しているか?
- 2.3.7. コミュニティガイドラインはコミュニティの行動を促すように、また、子どもにも理解しやすいように、簡潔な言葉で書かれているか?子どもも含めて誰でも読み通せるように短くまとめられているか?

<sup>14</sup>Lenhart, Amanda, et al., 'Teens, Technology & Friendships', Pew Research Center, Washington, D.C., August 2015, p. 2参照。リンク [www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/](http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/)。

<sup>15</sup>10本のモバイルゲームを対象としたTwoHatの研究では、チャット機能がユーザーのライフタイムバリュー(LTV)を20倍増加させることが分かった。研究内容は、<https://venturebeat.com/2018/12/13/how-a-top-10-mobile-game-uses-chat-and-moderation-to-drive-20x-ltv/>

- 2.3.8. コミュニティガイドラインはどのようにユーザーに通知されているか?簡単にアクセスできて何度でも表示できるようになっているか(初めてサインアップするとき、購入するとき、初めてチャットする前にユーザーに確認を求めるなど)?
- 2.3.9. プレイヤーが確実にコミュニティガイドラインを確認するよう、何らかの方法でインセンティブを与えているか(チュートリアル終了時にゲーム内通貨を提供するなど)?
- 2.3.10. 子どもが簡単に理解でき、使えるように、コミュニティガイドラインの表示形式を工夫しているか(動画、マンガ、アイコンなど)?
- 2.3.11. コミュニティガイドラインを確認するよう定期的にユーザーにリマインドしているか?
- 2.3.12. ユーザーのコミュニティガイドラインの理解状況や遵守状況について確認を試みているか?
- 2.3.13. スタッフ全員がコミュニティガイドラインに関する研修を受けているか?
- 2.3.14. コミュニティガイドラインに基づいて健全かつ無害なプレイヤーコミュニティ作りを担当する専門のコミュニティ管理者を雇用しているか?

© UNICEF/UNI209842/KARIMOVA



## 不適切な行動の管理

**有害行動にリアルタイムで対処するためのモニタリングの実施、適切な時間内におけるフラグ通報への対応と結果の通知、前向きな行動の奨励のいずれもが、すべての人の安全を守る、信頼に足る事業者であることを示す証となる。**

- 2.3.15. 不適切な行動やコミュニティガイドライン違反について、ユーザーが匿名で安全に通報できるメカニズムが整備されているか?こうしたメカニズムは(子どもも含めて)簡単に発見し、使用できるようになっているか?
- 2.3.16. 通報に対する対応プロセスをモニタリングし、通報対応時間や対応に関わるリソースが適切であることを確認しているか?
- 2.3.17. 通報メカニズムがいじめに悪用されないように対策を講じているか?
- 2.3.18. プレイヤーからの通報に対して迅速に対応しているか(調査結果、決定に対する不服申立て機能、規則を遵守しないプレイヤーに対する対応など)?
- 2.3.19. 通報以外にも、ゲーム内コミュニケーションやストーリーミングサービスにおける問題行動や不適切な行動を積極的に管理するモニタリングメカニズムを整備しているか(AIや人による、安定したチャットモデレーション機能など)?
- 2.3.20. コミュニティ管理者は、コミュニティ内の問題に子どもが巻き込まれた場合の対処や子どもが問題を引き起こした場合の対応に関する訓練を受けているか?
- 2.3.21. テキストチャットのフィルタリングツールは、ユーザー及び/又は親がフィルタリングレベルを選択できるようになっているか(わいせつな言葉やヘイトスピーチの削除、下品な言葉の削除など)?
- 2.3.22. チャットフィルタリングツールは、各ゲームの年齢別レーティング又はサービスの年齢制限に応じてフィルタリングレベルを調整しているか?
- 2.3.23. コミュニティメンバーの正しい行動にインセンティブを与えたり、前向きな行動による報酬獲得を可能とする手段を導入しているか(フラグ通知されていないことに対する報酬など)?
- 2.3.24. 前向きなコミュニティ行動を促進し、後押しするようなゲーム内でのリアルタイムの教育コンテンツを試しているか?



2.3.25. 問題を起こしたユーザーのアカウント停止措置以外にどんな措置を講じているか(オンライン学習コース受講の義務付け/コミュニティガイドラインのビデオ視聴など)?

### ストリーミングサービスプロバイダー及びeスポーツチームが配慮すべきこと

人気カルチャーや人気スポーツのスターが誰でもそうであるように、ゲームストリーマーやeスポーツプレイヤーの言動は、彼らに憧れる若者に影響を与える可能性がある。前向きな行動を促進するロールモデルとしての彼らの役割と責任を過小評価してはならない。むしろ、コントロールする必要さえある。ストリーマーはストリーミングプラットフォームと直接雇用関係も契約関係も結んでいない場合があるが、プラットフォーム側は自社のチャンネルを通してストリーミングを行う者にコミュニティガイドラインを遵守させるため、影響力の行使を考慮するべきである。

2.3.26. ストリーマーは、ストリーミングを行う前にコミュニティガイドラインを確認し、プラットフォーム内で歓迎されない行動を確実に理解するよう義務付けられているか?

2.3.27. プラットフォーム内の人気ストリーマーに働きかけ、人種差別、同性愛差別、性差別、ヘイトスピーチその他のいじめに対して公然と反対の声をあげるよう推奨しているか?

2.3.28. プラットフォーム内のストリーマーがコミュニティガイドラインに反する有害行動を取った場合、その状況に対する明確な対応措置を取り、コミュニティに通知しているか?

2.3.29. eスポーツイベントの参加プレイヤーは、参加する前にイベント(及び参加ゲーム)の行動規範を確認するよう正式に義務付けられているか?

2.3.30. eスポーツイベントは、運営者、デベロッパー若しくはプレイヤーのいずれか(又はその全員)により、建設的で健全なゲームコミュニティの促進に活用されているか?

2.3.31. eスポーツイベントでは、コミュニティガイドライン/行動規範がイベントプログラムに記載されているか? イベント自体の開催において推進されているか?

2.3.32. イベントを利用し、建設的で協力的なコミュニティ及び行動を推進しているか?

## 2.4 年齢制限と年齢確認

企業には子どもの権利を尊重する責任があるが、条約では子どもの発達しつつある能力に応じた親の指導も規定されており(第5条)、子どもの養育及び発達に対する親の第一義的な責任も定められている(第18条)。すなわち、親は監督責任を有しているだけでなく、自らに影響を及ぼす問題に関する子どもの意見を考慮する必要がある。この点に関し、親は子どもが遊ぶゲームの制作会社又は販売会社の見識やサポートに大いに頼ることができる。

こうしたプロセスで役立つのが年齢別レーティングであり、オンラインゲーム業界はさまざまな国別または国際的な自主規制イニシアティブを確立させている。年齢別レーティングや年齢制限は、子どもの年齢に照らして不適切と思われるコンテンツに対し、子どもや親に警告できるように作られている。年齢別レーティングは、ゲームの表現内容だけでなく、ゲーム内課金機能や射幸心を煽る機能などの商業的機能についても注意を促すことができる。子どもの方が商業的誘導の影響を受けやすいことを鑑みれば、年齢別レーティングにおいて年齢層別にさまざまな商業コンテンツの適切性を検討することは妥当だと言える。また、ゲーム内の商業手法に関する明確かつ詳細な説明などの情報もパブリッシャーから提供されることが望まれる。

企業は、データを収集しない子ども向けバージョンのゲームに投資することで、子どもの遊ぶ権利やアクセスする権利を守りつつ、プライバシー規制も引き続き遵守することができる。

このように年齢別レーティングは、特定のゲームについて(自らプレイするか他人のプレイを見ているだけかに関わらず)子どもに適切か否かを親が判断する一助となる。これは、個々の子どものために情報に基づいた決断を下す親の役割を果たす上でも役に立つ。こうした理解は、ゲームを評価する基準の透明性や完全性が高まれば、さらに改善されるものと思われる。

ゲームの年齢別レーティングとは関係なく、デジタル同意年齢に達しない子どもは、そのことが判明し、親の同意も得られない場合、オンラインゲームの利用を拒否されることが多い。すなわち、子どもを保護することを目的としたプライバシー規制が実際には遊びたいゲームにアクセスするために年齢を偽る要因となっているのである。プライバシー規制を遵守しつつ、子どもの遊ぶ権利やアクセスする権利を守るには、デジタル同意年齢未満の子どものためにデータを収集しないバージョンを制作すれば良い。

一般に、年齢確認方法については、強固でかつ子どもの発達しつつある能力とプライバシーを尊重するものにするため、刷新する余地が大いに残っている。広く使われている年齢確認方法は非効率な上、親の知らない間に子どもが簡単に回避できてしまう。顧客の顔が見えず、子どもかどうか企業側で判断できない場合、追加的な保護の提供もさらに難しくなる。

以下の設問は、ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター及びプラットフォームの観点から回答することを想定したものである(場合によっては、パブリッシャー、ディストリビューター又はプラットフォームが上市・販売して収益を得るゲームに課す要件という観点から回答することも可能)。

## 一般的提言

**ゲームの年齢制限やサービス利用規約に関わらず、強固な年齢確認システムが整備されていない限り、常にユーザー層に子どもが含まれていると想定して保護措置を講じる必要がある。**

- 2.4.1. ゲームの設計・運営・収益化に際して、18歳未満のプレイヤーが晒される環境(コンテンツに限らず、コミュニティでの交流、データ収集、ゲーム内課金、その他消費者保護関連の慣行も含む)から受ける影響や保護手段を検討しているか?
- 2.4.2. デフォルト設定は、子どもがサービス/ゲームにアクセスしている可能性を考慮しているか?
- 2.4.3. 自社又は自社のゲームが遊べるプラットフォームは、インストールや無効化が簡単で、親によ

るゲーム機能(課金機能やソーシャル機能など)の無効化又は有効化、子どもの発達しつつある能力に応じたコントロールレベル又はフィルタリングレベルの変更ができるペアレンタルコントロールメカニズムを提供しているか?

## 年齢別レーティングと年齢制限

**地域別及び国別の既存のゲーム用年齢別レーティング制度は、展開している国や地域の文化的センシティブティを考慮している。しかし、あまりに多くの年齢別レーティングが存在し、それらが簡単に入手できないことや、さまざまなサービス利用規約又はプライバシーポリシー、ゲーム、ゲームの購入・配信プラットフォーム、各国の法的ガイダンスにおいて統一されていないことが、親や子どもにとっては混乱やフラストレーションの原因になっていることもある。**

- 2.4.4. 事業展開している各市場の現地公認レーティング機関の年齢別レーティングを入手しているか?
- 2.4.5. 採用している年齢別レーティングは、関連する国際的なレーティングや現地の法定要件に合致しているか?
- 2.4.6. ゲームのダウンロード又は購入のためのデジタルショップを運営している場合、提供しているサービス/ゲームのすべてに年齢別レーティングがはっきりと目立つように表示されているか? さまざまな年齢別レーティングの情報源から得た情報を提供しているか?
- 2.4.7. 購入の際又は初めてゲームにアクセスする際に年齢別レーティングの意味と考慮事項を明確に説明しているか(特定のレーティングがゲームに適用されている理由、ゲーム/サービスの年齢制限を決定する際に使用した基準、複数の基準の比重を開示するなど)? ゲーム自体だけでなく、ゲーム内の機能についても明確に説明しているか?
- 2.4.8. さまざまなゲーム配信プラットフォーム間の年齢別レーティングの整合性と一貫性を高める活動に企業として参加しているか?
- 2.4.9. ユーザー(子どもと親を含む)がゲーム/サービスの年齢制限の適切性について意見を表明し、他人と共有できるようにしているか?

**2.4.10.** 採用している年齢別レーティング制度は、ゲーム内のさまざまな収益手法やソーシャル機能を考慮しているか？若しくは18歳未満をターゲットとするゲームから特定の収益手法又はソーシャル機能を削除することを企業として検討しているか？

### 年齢確認と親の同意

**子どもごとに異なる成熟度や発達しつつある能力に対応するため、子どもの成熟度に応じて子どもがアクセスできる機能やコンテンツを追加し、子どものプライバシーに関する権利とともに遊ぶ権利や情報へのアクセスの権利を慎重に検討できるよう、ペアレンタルコントロールメカニズムを通して親や保護者を関与させるプロセス作りを検討する必要がある。しかしながら、これは、より高いレベルの保護とサポートを提供するために、企業が子どものプレイヤーを特定できる必要があることを意味する。**

**2.4.11.** 年齢確認メカニズムの有効性に関する最低限の基準及び必要条件があるか(少なくとも、「このゲームを遊ぶには16歳以上でなければなりません。あなたは16歳に達していますか?」といった誘導的な質問によって、影響を受ける可能性のあるプレイヤーが年齢を偽ることがないようにするなど)?

**2.4.12.** 現在の年齢別レーティングや親の同意プロセスは、子どもを守るのに十分だと思うか?どのよう改善できるか??

**2.4.13.** ゲーム内の支払いに関し、年齢確認や親の同意が必要になっているか?

**2.4.14.** 現在の年齢確認方法はデータのプライバシーと安全性を尊重しているか?

**2.4.15.** 年齢確認のためにどのようなデータを要求しているか?そのデータは年齢確認のみに使用され、確認終了後に消去されているか?採用されている方法は、必要とされる書類又はデータを持たない、より脆弱な子どもでも利用できるか?

**2.4.16.** 対象年齢未満であることが分かったプレイヤーまたはそうした報告を受けたプレイヤーに対処し、最終的に除外するプロセスが整備されているか?

**2.4.17.** デジタル同意年齢に達していないと判明した子

どもでも、それ以外の点はゲーム/サービスの内容が子どもに適している場合は参加を拒否せず、親の同意を要求するプロセスが整備されているか?

**2.4.18.** 成人のみを対象としたコンテンツがあるか?その表示方法やアクセスの限定はどうなっているか(PINコードなど)

**2.4.19.** ソーシャルメディアサイトなど、第三者を通してゲームにアクセスする場合、ゲームの年齢制限やプロフィール年齢に照らして年齢確認しているか?

**2.4.20.** より強固でかつプライバシーに関する子どもの権利の侵害又は不必要な個人データの収集をしない新たな年齢確認方法に関する研究開発に関与しているか?

**子どもごとに異なる成熟度や発達しつつある能力に対応するため、ペアレンタルコントロールメカニズムを通して親や保護者を関与させるプロセス作りを検討する必要がある。**

### ストリーミングサービス及びeスポーツ関係者が配慮すべきこと

**2.4.21.** eスポーツ競技大会/リーグ/ストリーミングサービスの参加者や観客に年齢制限を設けているか?

**2.4.22.** 年齢制限は、プレイ又はストリーミングするゲームの年齢別レーティングと整合しているか?

**2.4.23.** こうした年齢制限の決定方法に関し、一貫した方針があるか(例えば、プレイするゲームの年齢制限、現地の法令或いは賞金又はその他の報酬の有無に基づいて決定するなど)?

**2.4.24.** eスポーツイベントを開催する際、イベント会場で参加者(観客)の年齢を確認するため、イベント全体に一貫して適用される正式なプロセスがあるか?

**2.4.25.** ストリーミングサービスにおいて、成人向けコンテンツが明確に指定されているか?こうしたコンテンツへのアクセスを成人に限定するために追加的なコントロール措置を導入しているか?

## 2.5 グルーミング及び性的虐待からの保護

条約において性的虐待から子どもを保護することが定められている(第34条)。子どもが集まる場所には、子どもに害をもたらそうとする者も集まってくる。

包括的な研究や統計は未だ不足しているが、ゲーミングプラットフォームや関連コミュニティは、オンラインやそれに続くオフラインの子どもの性的搾取を目的に子どもを見つけてコネクション作りやグルーミングを行うおとなに悪用されていることを示すエビデンスが見つかっている。また、子どもの性的搾取や性的虐待に関する違法なコンテンツを共有するためにオンラインゲームやプラットフォーム、ストリーミングサービスのソーシャル機能が利用されることもある。逆に、こうした機能を使って子どもが実生活で経験している虐待を報告することもある。

オンラインゲームやプラットフォームを含むオンラインサービスプロバイダーは、グルーミングや子どもの性的虐待コンテンツの共有を防止するメカニズムの整備、違法性が疑われる行為の特定と法執行当局への通報を通して、オンライン(及びオフライン)の子どもの性的搾取や性的虐待との闘いに多大な貢献をすることができる。

以下の設問は、ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター及びプラットフォームの観点から回答することを想定したものである(場合によっては、パブリッシャー、ディストリビューター又はプラットフォームが上市・販売して収益を得るゲームに課す要件という観点から回答することも可能)。

### 一般的提言

- 2.5.1. サービス利用規約や行動規範において、子どもの性的搾取や性的虐待に関する違法なコンテンツの共有を明確に禁止しているか?
- 2.5.2. ゲーム、プラットフォーム又はサービスにソーシャル機能を実装する前に、子どものグルーミングや違法コンテンツの共有に悪用される可能性を検討しているか?その結果に基づき、こうした悪用又は違法コンテンツから自らを守る方法や通報先について、すべてのユーザー(親と子どもを含む)に情報を提供しているか?
- 2.5.3. 不適切又は普通でない接触があった場合に子どもが親に話ができるよう親がサポートする方法につ

いて、ガイダンスの提供又は他社のガイダンスの紹介を行っているか?

### グルーミング及び子どもの性的搾取・性的虐待物の共有の防止

**オンラインゲーム企業は、さまざまな措置を通してゲーム内やプラットフォーム上の好ましくない出会いから子どもを保護したり、犯罪者がサービスの悪用をしにくくすることができる。オンラインコミュニティでの好ましくないコンテンツや行動の管理に利用できる技術的ソリューションは、すでに知られている子どもの性的搾取・性的虐待物のアップロードの防止であれ、グルーミングの試みの識別であれ、ますます高度化している。また、各種ソーシャル機能をオプトアウトではなくオプトイン方式にするなど、接触してくる者や共有されるコンテンツに対するユーザーのコントロールを強める手段も検討するべきである。**

- 2.5.4. ゲーム内コミュニケーション、チャットその他のメッセージ機能において、子どもに対する潜在的違法コンテンツや行為(グルーミングなど)を事前に特定する(技術的又は人的)メカニズムが整備されているか?
- 2.5.5. グルーミング行為が疑われる場合にユーザーが通報する機能があるか?
- 2.5.6. コミュニティ管理者は、グルーミング行為の特定や対処について特別な訓練を受けているか?
- 2.5.7. 子どもの性的搾取・性的虐待物を確認し、サービス上にアップロードされる前にブロックするため、画像ハッシュリスト、PhotoDNA、CSAI Match又はURLブラックリストその他のフィルタリングソリューションを利用しているか?
- 2.5.8. 製品及びサービスの安全機能を刷新するために専用リソース(人的・資金的リソース)を割り当てているか?
- 2.5.9. ユーザーに個人プロフィールの作成を許可しているか?プロフィールはデフォルトでプライベート設定になっているか?
- 2.5.10. ユーザーが好ましくない人物を簡単に削除またはブロックできるメカニズムが整備されているか?
- 2.5.11. ユーザー間でプライベートメッセージ機能が使える場合、ユーザーはメッセージの送信者をコントロールすることができるか(送信者をフレンドリスト登録者に限定する、フレンドリスト以外から送ら



れるメッセージをユーザーがスクリーニングして受信／拒否できるようにするなど)?

**2.5.12.** 個人情報 (Eメールアドレス又は電話番号など) は他のユーザーに見えないようにしているか?

**2.5.13.** 自社のペアレンタルコントロールシステム又は自社のゲームが対応しているプラットフォームレベルのペアレンタルコントロールは、ソーシャル機能の一部又はすべてを無効化できるか?

### 法執行当局その他関係者との連携

**グルーミング行為並びに子どもの性的搾取及び性的虐待は非常にセンシティブな問題であり、スピードが鍵となる。また、こうした状況に直面した場合に企業に認められる対応や義務が法律で明確に定められている場合もある。そのため、現地法の要件を理解した上で、対応方法、担当者や報告先などの内部プロセスを文書で明確に定義し、周知することが重要となる。**

**2.5.14.** 発見又は通報されたコンテンツのブロックや削除 (最終的な調査のための保存)、当局又は全米行方不明・被搾取児童センター (NCMEC) 若しくは類似の児童保護団体への報告に関し、正式な文書化された内部プロセスがあるか?

**2.5.15.** コミュニティ管理者は、こうしたプロセスに関する訓練を受けているか? また、ユーザーが危険に陥るかもしれない状況についての情報を共有した場合に対処・報告できるか?

**2.5.16.** オンライン上の子どもの性的搾取・性的虐待物との闘いに関し、ユーザーの意識向上又は法執行機関との連携を目的とした業界横断的イニシ

アティブに企業として参加しているか?

## 2.6 商業モデルとその影響

条約において、商業的搾取を含む、あらゆる種類の搾取から子どもを保護することが定められている (第36条)。現在人気を集めている「無料プレイ」のビジネスモデル (ゲーム内のマイクロトランザクションが主な収益源) は、元のコンテンツが無料であるが故に、より多くの子どもが高品質のゲームにアクセスし、そのコミュニティに参加できるようになるという点で、子どもの権利の観点から利点があると言える。

しかし、オンラインゲーム企業が無料プレイゲームの新たな収益化戦略を見出したことで、子どもの権利の観点から課題となる可能性も生じている。子どもはおとなに比べ、行動や感情を操作しようとする商業手法の影響を受けやすく、有料コンテンツや商業的誘導の区別ができない可能性も高い。オンラインゲーミングにおける強引、不適切、誘導的な収益方法や、子どもに認識や回避が難しい収益方法などは、経済的搾取である可能性がある。例えば、ユーザーから特定の反応を引き出す「ナッジ手法」、ステルス広告、プロダクトプレイスメント、ストリーマーその他のインフルエンサーの後援、ブロックできない広告、ゲーム内報酬やゲーム内通貨を獲得するために購入の代替オプションとして提案される広告などがそれに該当する。

特に懸念すべきは、プライバシーに関する子どもの権利を侵害したり、子どもの個人情報を第三者に販売又は共有したりする収益手法だ<sup>16</sup>。年齢確認の課題 (セクション2.4参照) を鑑みれば、こうした手法により、多くの

<sup>16</sup>本セクションでは、商業目的のデータの収集・保存・共有を意味しており、法執行などの目的のために企業に法的に義務付けられているデータの収集・保存・共有は除外される。企業による子どものデータの収集と使用の問題のより詳細な内容については、ユニセフ ディスカッションペーパー「プライバシー、個人情報保護及びレピュテーション」を参照。リンク <[https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF\\_CRB\\_Digital\\_World\\_Series\\_PRIVACY.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_PRIVACY.pdf)>

子どものデータが知らないうちに処理されていると推測できる。プライバシー及び個人情報の保護（第16条）に関し、子どもは「その私生活、家族、住居若しくは通信に対する干渉又は名誉及び信用に対する不法な攻撃に対する保護を受ける権利」があると規定されている。

子どもは、おとなほどは商業的誘導を認識することができず、行動や感情を操作しようとする商業的メッセージや商業手法の影響を受けやすい。また、有料コンテンツを認識できない可能性もおとなより子どもの方が高い。

また、オンラインゲームにおいて射幸性を煽るカジノ的機能も規制当局を中心に注目を集めている。最も懸念されるのは、子どもの方がこうした機能に抵抗しづらく、本物のお金がかかっていることを認識できないことがある点である。特にルートボックス<sup>17</sup>は、ゲームを進めやすくなるコンテンツを含む場合や本物のお金で換金できる場合もあり、着目されている。そもそも、ゲーム内通貨自体がカジノのトークンに例えられている<sup>18</sup>。ゲーム内で「現金化」はできないものの<sup>19</sup>、実際にお金を払っているという感覚が弱くなるためだ。

個別のゲーム企業の収入源ごとの収入の大きさについても、データ収集をはじめとする商業手法と収益化の関係性についても、公開されている情報がほとんどないが、オンラインゲーム企業が自らの商業的動機をもっと明らかにすれば、誤解を解くことに繋がり、顧客側も情報に基づいた選択がしやすくなると考えられる。

以下の設問は、ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター及びプラットフォームの観点から回答することを想定したものである（場合によっては、パブリッシャー、ディストリビューター又はプラットフォームが上市・販売して収益を得るゲームに課す要件という観点から回答することも可能）。

## 一般的提言

子どもはおとなに比べ、商業的誘導を認識しづらく、行動や感情を操作しようとする商業的メッセージや商業手法の影響を受けやすい。また、有料コンテンツを認識できない可能性もおとなより子どもの方が高い。そのため、どんな収益手法が子どもには不公正と思われるか、誤解を招く恐れがあるかを検討することが重要である。また、商業コンテンツ、プロダクトプレイスメント、プロモーション、広告については、すべてそれと分かるよう明確に表示することも重要である。自社のプラットフォームで公開しているゲームのゲーム内課金の収益の一部を受け取っているゲーミングプラットフォームも、プラットフォーム内で許容される収益手法について大きな発言力があることから、同様の配慮を行う必要がある。

- 2.6.1. ゲーム内のマイクロトランザクションや広告を含むゲーム内収益手法を利用しているか？全体の収益に対するそれぞれの割合を外部に説明しているか？
- 2.6.2. ゲーム内収益手法（ゲーム内課金、広告を含む）の設計と運営に際し、（18歳までの）子どもがその手法をどう認識するか、又はその手法にどう影響されるかを年齢層ごとに検討しているか？
- 2.6.3. 企業として許容できないゲーム内収益方法について規定する方針又はガイドラインを策定しているか？こうした方針やガイドラインは、子どものために許容できないこと（「ナッジ手法」又はユーザーにアイテムの購入を促すゲームキャラクターなど）を考慮しているか？これらの方針は、連携している第三者に共有されているか？
- 2.6.4. 自社のゲーム内収益手法について、親や子どもに明確で分かりやすいよう開示、説明をしているか？
- 2.6.5. プレイヤー（親又は子ども自身を含む）にゲーム内課金や広告を制限するオプション（課金を制限又はブロックするペアレンタルコントロールが使える、親の同意を必要とするなど）を提供しているか？

17 ルートボックス（ガチャ）とは、さまざまな仮想アイテム（ゲーム内通貨、コスメティック要素の他、ゲームを有利に動めることができるツールなども）が入っている「宝箱」。ユーザーは課金して箱を開けるか回転盤を回すことでランダムに与えられた仮想アイテムを1つ以上入手することができる。2019年以降、大型ゲームプラットフォームのほとんどがゲームパブリッシャーに当選確率又はレアリティ度の開示を義務付けており、現在もこうした慣行が広まっている。

18 例えば、スウェーデン・メディア委員会の報告書「Ungar & medier（若者とメディア）」（2017年）を参照。リンク  
<https://statensmedierad.se/download/18.7b0391dc15c38ffb0cd9a238/1496243409783/Ungar+och+medier+2017.pdf>

19 しかしながら、ゲーム内の通貨やアイテムを売買って換金する転売市場も存在し、それらはゲーム企業のサービス利用規約に違反している場合もある。

- 2.6.6. デジタル同意年齢に達していないと判明した子どもでも、それ以外の点は子どもに適している場合はゲームから排除せず、データを収集しないバージョンのゲーム／サービスを提供しているか？
- 2.6.7. 子どもであることが判明した場合、子どもに適したバージョンのゲーム／サービスを提供しているか（ソーシャル機能、広告、ゲーム内課金のないゲーム又はオフラインバージョンなど）？これらの子ども向け機能を無効化すると大きく影響するか？

### ゲーム内課金

**子どもはおとなのようにゲーム内課金の実際の金銭価値を理解できない可能性があり、親の同意を得ずに知らず知らずに浪費してしまう可能性も高い。これに対して企業は、子どもがゲーム内通貨の価値を理解できるようにサポートしたり、意図せず購入した場合や情報に基づかずに購入した場合、これに気付いてキャンセルできるメカニズムを整備したりすることができる。**

- 2.6.8. ゲームに1日当たりや1カ月当たりの課金上限を設定するか、プラットフォームレベルのペアレンタルコントロール又はプレイヤーが支出管理できるその他の機能を使えるようにしているか？
- 2.6.9. 異常な支出パターンを特定して対処するメカニズムが整備されているか？
- 2.6.10. 親の同意なく子どもが購入した場合などに備え、払い戻しポリシーを整備しているか？そのポリシーは簡単に見つかり、明確に説明されているか？子どもが親の同意なく購入した件数を記録しているか？
- 2.6.11. ゲーム設計上、一部のアイテムの配布期間が制限されたり、期間限定の特別オファーが提供されたりすることがあるか？
- 2.6.12. ゲーム内マイクロトランザクションが可能なゲームに関し、プレイヤーは課金せずにプレイしても類似アイテムを獲得できるか？その場合、仮想アイテムを購入して時間を節約するようプレイヤーに促す設計になっているか？
- 2.6.13. ゲーム内にルートボックス又は類似機能が実装されているか？当選報酬や当選確率について分かりやすく開示されているか？

- 2.6.14. ひとつのゲームにおいて複数のゲーム内通貨が使われる場合、その種類を制限することで混乱を避けるとともに、各通貨の価値や差額を明確に説明しているか？
- 2.6.15. ゲーム設計上、プレイヤーがアイテム又はゲーム内通貨の購入オファーを簡単にオプトアウトできるようになっているか（ページを閉じるグラフィックス又はオファーを拒否するボタンと承諾ボタンの大きさを揃えるなど）？
- 2.6.16. ゲーム設計上、ステージクリアやレベルアップに成功又は失敗したときのプレイヤーの感情をゲームキャラクターに真似させたり煽ったりしているか？こうした手法を利用して収益化を推し進めているか？子どものための特別な配慮をしているか？
- 2.6.17. スキン交換ができる場合、スキン賭博<sup>20</sup>を防止するためにどのようなメカニズムを整備しているか？

### 広告

**ゲーム内広告は、子どもたちがそれらを目にする可能性が高いということを考慮する必要がある。例えば、より上の年齢層向けの他のゲームの広告又は子どもに適さない製品の広告などがその例である。**



**ユニセフディスカッションペーパー「子どもとデジタルマーケティング」は、子ども向けのデジタル広告の広告主、子ども向けの広告入りデジタルプラットフォームのクリエイターを主な対象としている。子どもの権利の観点から関連課題に対する意識向上を図ることに主眼を置いているが、最終セクションではプラスの変化をもたらすための提案や機会についてもまとめている。**

<sup>20</sup> スキン賭博とは、ゲーム内仮想アイテムを現金代わりに使って、プロのスポーツ試合、eスポーツの競技大会、カジノスタイルのゲーム（ルーレットやブラックジャックなど）の結果に賭けることを意味する。サービス利用規約違反になることも多い。

- 2.6.18. ゲーム／プラットフォーム／イベント／ストリーミングで広告できない製品及びサービスに関する方針があるか(酒、たばこ、武器、ギャンブルや賭博、その他の成人用コンテンツ(ポルノコンテンツなど)、不健康な食べ物及び飲み物など)? こうした方針は子どもに配慮し、子どもに適切なものと不適切なものを考慮しているか?
- 2.6.19. プロダクトプレイスメント、エンドースメント、その他の広告はすべてそれと分かるようになっているか?
- 2.6.20. ゲームレベルが変わる際に消すことができないインタースティシャル広告の表示を許可又は利用しているか? これらの広告の長さがゲームセッションよりも短くなるように配慮しているか?
- 2.6.21. ゲーム内広告は、想定されるゲーム対象者に合っているか?

### プレイヤーデータの使用

法制度によって個人情報の収集及び処理に子ども自身又はその親の同意を必要とする「デジタル同意年齢」を規定する事例が増えている。現在の規制では、一般的に13歳から18歳まで差があるが、いずれも18歳未満であることは共通している。こうした規制の多くが子どもの権利に関する国際規範に従い、特定の有効な同意が得られなければ、子どものデータの収集、共有、再販はできないと規定している。

しかし、個人情報処理に関する子どもによる同意についての年齢制限の設定は、参加と表現の自由についての子どもの権利(年齢設定が高すぎる場合は制限される可能性がある)と商業的搾取からの保護(年齢設定が低すぎる場合)のバランスを取る必要もあり、本来的に難しい。企業としては、少なくとも法律で設定された最低年齢を遵守しなければならないが、保護に対する懸念が高まった場合は基準の引き上げを検討するべきである。

データの性質と想定される用途も重要な要素である。ゲーム体験を向上するためのデータ収集は、的を絞った広告やデータ販売を目的としたデータ収集に比べ、子どもに対する有害な影響が潜在的に小さいと考えられる。責任ある企業は、子ども又は親が十分な情報に基づいて同意しその意味を理解できるよう、収集するデータ

の種類と用途を事前に通知することを検討すべきである。なお、法制度に関わらず、18歳未満の子どもは固有の権利を有しており、デジタル同意年齢に達したからと言って成人扱いすることはできない。

子ども又は親から意味のある、情報に基づいた同意を得ることについて潜在的に課題があることを鑑み、子どもの権利の尊重を確保したいと考える企業は、収集するデータの種類や用途の検討はもちろん、どこで同意を取り付けるかを検討する際にも、子どもの最善の利益を第一に考慮するべきである。この原則は同意を取得するプロセスにも適用できる(オプションを細かく設定することで重要なデータと重要でないデータの収集に関する一括同意取得を避けるなど)。

**責任ある企業は、子ども又は親が十分な情報に基づいて同意しその意味を理解できるよう、収集するデータの種類と用途を事前に通知することを検討すべきである。**

2.6.22. ゲーム内収益手法がどのように使われ、どのようにプレイヤーに提示されているかを検討するためにプレイヤーのデータを使っているか? どんなデータを使っているか(ゲーム時間、購入履歴、ゲーム段階、プレイヤースキル、属性など)? 集計データ、匿名化したデータ及び/又は個別データを使っているか?

2.6.23. 課金の促進又は収益機会の最適化のためにプレイヤーデータを収集し使っているか? その場合、そうした手法を子どものプレイヤーに利用しないようにしているか?

2.6.24. ゲーム内又はサービス内でプレイヤーデータを収集している場合、ゲームで遊んでいるデジタル同意年齢未満の子どもの行動の追跡を避けるため、どのような措置を講じているか? 子どものデータの使用に関してどのような制限を設けているか? その制限はどのように実施されているか?



- 2.6.25. 収集したユーザーデータを第三者と共有しているか(プラットフォームとゲームデベロッパーの間の共有など)?これらの第三者のデータ保護ポリシーは自社と一致しているか?データの使用を当初の目的のみに限定するよう措置を講じているか?
- 2.6.26. 収集しているデータの種類、用途、共有方法、共有先をユーザーに開示しているか?その情報は簡単に見つかるか?すべて揃っていて、子どもでも簡単に理解することができるか?
- 2.6.27. 「一括」許可にならないよう確保しているか?ユーザーに同意を求めるアクセスやデータ収集の内容がいつでも分かりやすく開示されるようになっているか?
- 2.6.28. ユーザーは、ゲーム又はプラットフォームにアクセスする前にデータ収集(クッキーを含む)に同意しなければならないか?オプトアウトすることができるか?オプトアウトの操作は簡単で分かりやすいものになっているか?

## プライバシーポリシー

一般に、ほとんどのプライバシーポリシーやサービス利用規約は、サービスプロバイダーの視点から、その法的なリスクや義務に対処することを主眼に策定されている。法律用語で書かれており、年齢の高い子どもでも一おとなでさえ一個人データ収集の許可の範囲や許可した影響を理解することが難しい。



ユニセフの業界向けツールキット「インターネット上の子どものプライバシーと表現の自由」は、子どもとインターネットに関する決断の基礎となるべき包括的な原則について、人権法に基づいて概説している。5つの原則をチェックリストに落とし込み、デジタル企業が提供する製品やサービスにおいて、子どものプライバシーと表現の自由をよりしっかりと守るために検討すべき課題を提示している。

- 2.6.29. 子どものデータ収集に関する方針や意図しない子どものデータ収集が行われた場合の連絡方法について具体的に説明するセクションがプライバシーポリシーに含まれているか?
- 2.6.30. プライバシーポリシーやサービス利用規約は簡単に見つかるか?これらの文書(又はそのうちのあるバージョン)は、親だけでなく子どもにも理解しやすいように書かれているか?
- 2.6.31. デフォルトのプライバシー設定はどうなっているか?デフォルトで収集・共有するデータ量を最低限に抑えるなど、プレイヤーに子どもがいることを考慮した設定になっているか?

## eスポーツチーム、イベント、ストリーミングプラットフォーム並びにeスポーツ及びストリーマーの スポンサーが配慮すべきこと

- 2.6.32. eスポーツチーム、イベント又はストリーミングプラットフォームで許可される広告又はスポンサーの種類について、規制を整備しているか?その規制は、何が子どもに適しているかを考慮しているか(酒、たばこ、ギャンブル、不健康な食べ物又は飲み物など、広告スポンサーになれる企業の種類を規制するなど)?こうした規制は、どのように広告主に通知されているか?
- 2.6.33. 規定年齢未満のeスポーツプレイヤーがいる場合、eスポーツチームとして、チーム自身、スポンサー又は親による商業的搾取から保護するための具体的な方針を定めているか?
- 2.6.34. eスポーツチーム又はイベント主催者として、eスポーツ賭博やギャンブルに関する方針を定めているか?子どもの賭博又はギャンブル行為への参加を防止する強固な年齢確認メカニズムを作り上げるため、どのような措置を講じているか?
- 2.6.35. eスポーツチーム、イベント又は個人ストリーマーのスポンサーとなる場合、スポンサー契約に支援の事実及びスポンサー名を開示する要件を含めているか(製品及びサービスの宣伝に対して報酬が支払われる場合を含む)?

## 3. より包括的かつ系統的なアプローチ

全盛期を誇るオンラインゲームコミュニティには協力的でインクルーシブな環境があり、業界で働く人の多くがこうした価値を自分たちの提供するサービスに組み込む重要性を認識し、熱心に取り組んでいる。このような前向きで友好的な文化は、ユニセフと業界の関わり合いでも明らかだ。オンラインゲーム企業が子どものためにより前向きで安全なゲーム環境を作ろうと事前措置を講じている例もある。しかしながら、こうした事例はまだばらばらに取り組みされており、子どもや子どもの権利に対する包括的なアプローチはほとんど見られない。また、良い実践例が業界横断的に一貫して適用されていることもほとんどない。

ゲーム企業が小規模スタートアップからより成熟したビジネスへと成長する中、企業内で同一基準の適用を徹底するため、より系統的で正式なアプローチが必要となっている。

本セクションでは、子どもの権利に対する包括的かつ系統的な企業アプローチにおいて実践すべき要素にスポットを当てている。より詳細なガイドラインは、本書で紹介している各資料を参照のこと。

### 3.1 方針

企業全体(又はゲーム若しくは事業活動ごと)の方針を設定することは、企業の責任、期待とコミットメントを組織内外の全員に伝える機会にもなる。小規模企業であっても、全員で共有する重要な原則について話し合い、合意を形成することは時間をかける価値がある。この提言で示している質問項目は、付録Aにまとめられた人権及び子どもの権利に関する国際的な基準と原則に基づいた優れた方針の基本要素となるものである。国際的な基準との整合性を図ることで、企業のアプローチと原則はその信頼性、一貫性、正当性を高めることができる。

以下に一部の例を示す通り、事業方針の多くは子どもの権利と関連があり、子どもの権利に具体的に言及することができる。

- 行動規範
- コミュニティ基準
- サービス利用規約
- プライバシーポリシー
- 年齢制限
- 放送ポリシー

#### 主な配慮事項：

- 3.1.1. 各方針は、自社のゲーム／サービス全体で統一されているか(されていない場合はその違いと理由は)?
- 3.1.2. 各方針は、安全な環境作り、親と子どもの教育、法執行当局との連携など、子どもに関連する問題に言及しているか?
- 3.1.3. 関連する国際基準(セクション3を参照)の遵守など、子どもの権利と関連する課題について、企業として対外的にコミットメントを掲げているか?
- 3.1.4. 方針策定後、どのようにスタッフに周知し、理解を図っているか?スタッフに方針への同意／署名を求めているか?
- 3.1.5. 各方針が子どもや子どもの権利に及ぼす影響について、何らかの評価又は測定を行っているか?
- 3.1.6. 方針に関して関連スタッフの研修を行っているか?
- 3.1.7. 方針の策定に際して子どもの意見を聞いているか?
- 3.1.8. 方針(又はそのうちのあるバージョン)は、子どもでも理解できるように書かれているか?

## 3.2 ガバナンス

ガバナンスとは、さまざまな方針や慣行に関する決断がどのレベルで(誰又はどのチームによって)行われるか、誰がその実施に関する最終的な責任を有するかを定義し、通知することである。これは企業責任の重要な基礎となる。

主な配慮事項：

- 3.2.1. 子どもの権利に関する方針及びプロセスはどこ又は誰が承認しているか？取締役会レベルか指導部レベルか？
- 3.2.2. 子どもの問題に関する全体的な責任を負う上級管理職及び／又は部門があるか？
- 3.2.3. 自社のアプローチに関し、(子ども諮問委員会又は専門ワークショップなどの形式で)子どもからフィードバック又は意見を得ているか？

## 3.3 デュー・ディリジェンスと是正プロセス

子どもに関する方針の実施プロセスは、詳細な見直しを行い、子どもの権利に関する問題、リスク、機会の特定と対処を行うこと(「デュー・ディリジェンス」という)から、事業判断又は事業プロセスにおける一連の方針の実施確認まで多岐にわたる。また是正措置とは、策定した方針の実施違反を特定、報告、対処するための方法を定めることである。

- 3.3.1. 子どもの権利を考慮したデュー・ディリジェンスプロセスがあるか(新製品／サービス開発の前や新たな事業関係の構築の前、合併や買収における、子どもの権利問題の考慮など)？
- 3.3.2. 方針の実施状況や遵守状況をモニタリングしているか？
- 3.3.3. 方針違反があった場合にスタッフ(又はその他関係者)が報告する手段があるか？

- 3.3.4. 違反疑いの調査を実施するプロセスが整備されているか？
- 3.3.5. 自社の方針やサービスに関して子どもからもフィードバックを受けるメカニズムが整備されているか？

## 3.4 報告と透明性

関係者に対する説明責任を果たし、コミットメントを実行していることを示すには、方針の実施についての進捗と改善状況についてオープンにそして正直に外部に伝えることが必要不可欠である。そうすることで、顧客から投資家まで、さまざまな関係者の信頼を得ることができる。

- 3.4.1. 子どもに関する自社の方針又は課題について、外部関係者にどのように情報発信しているか(例えば、ウェブサイト又はSNSで情報発信しているか)？
- 3.4.2. 年次企業責任報告書を発表しているか？若しくは年次報告書のいずれかに財務以外の情報を記載しているか？
- 3.4.3. 子どもの権利に関する方針の実施評価指標を設定しているか(方針を認知しているスタッフの割合、研修を受けたスタッフの割合、取り組みにより年間に受益した子どもの数、ユーザー通報件数、設定期間内に処理された通報の割合など)？
- 3.4.4. 子どもに関連したトピックに対処する企業責任に関し、業界全体又は関係者横断的なイニシアティブに参加しているか？
- 3.4.5. 子どもの権利に関する問題について、どんな関係者グループと協議して進めているか？子どもの権利団体と関わっているか？

# 付録A ー 子どもの権利に関する国際的枠組み

人権・子どもの権利を尊重するビジネスの責任の基礎となっている国際的な人権枠組みは数多くあり、本書でもそれらを引用している。

「世界人権宣言」は、1948年に採択され、ほとんどの人権基準の基本となっている。世界人権宣言と、これを条約化した「自由権規約(市民的及び政治的権利に関する国際規約)」および「社会権規約(経済的、社会的及び文化的権利に関する国際規約)」は、国際人権章典を構成している。

「子どもの権利条約(児童の権利に関する条約)」は、世界で最も広く批准されている人権条約であり、子どもは、身体的・精神的に成長過程にあるために法的保護を含む特別な保護を必要としているとする「児童の権利宣言」に基づいている。条約を批准した政府については、これらの権利を守る法的拘束力がある。条約はまた、保護者の権利と責任についても定めている。民間セクターへの期待は、[国連子どもの権利委員会による一般的意見](#)によってより詳細に規定されている。

国際労働機関(ILO)は、187の加盟国の政府、使用者と労働者が集まり、労働基準を定め、政策を策定し、すべての人に働きがいのある人間らしい仕事を促進するプログラムを立案している。ILO宣言の8つの基本条約の中には、「第138号条約(最低年齢)」と「第182号条約(最悪の形態の児童労働)」が含まれる。これらは、

児童労働を禁止し、子どもにとって不適切な労働の種類や時間について制限を課している。

2011年には、国連人権理事会が、ビジネスに特化した「ビジネスと人権に関する指導原則」を承認した。ビジネスを含む様々な関係者との広範な協議に基づいた同原則は、ビジネスに関係する人権侵害を予防し対処するための、グローバルに認められた基準である。ビジネスは企業活動、サプライチェーンにおいて人権を尊重する責任があるとの同原則の提言により、この責任がゲーム企業にも適用されることは明白である。

指導原則の公表を受け、ユニセフとセーブ・ザ・チルドレンと国連グローバル・コンパクトは、ビジネスが子どもの権利を尊重しその実現を推進するために取り組むべき10の事項を示す「[子どもの権利とビジネス原則\(CRBP\)](#)」を発表した。これには、児童労働の撲滅から製品・サービスの安全性の確保、マーケティングにおいて子どもの権利を尊重することなどが含まれる。ビジネスが子どもへの影響を調べ対処するために使うことができる、CRBPに基づいた様々なツールがある。その中のいくつかには本書の中で言及している。

# 付録B ー 参考資料

文中に引用または注に記載した資料の他にも、この提言作成に着想を与えた資料は数多くある。これらの資料は、さらなる取り組みを検討している企業に、さらなるインプットやガイダンスを提供する。

## ユニセフ資料：

'Access to the Internet, Education and Digital Literacy, Discussion Paper' (2017), available at <[https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF\\_CRB\\_Digital\\_World\\_Series\\_ACCESS.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_ACCESS.pdf)>

Child Online Safety Assessment Tool and Guidelines, available at <[https://www.unicef.org/csr/ict\\_tools.html](https://www.unicef.org/csr/ict_tools.html)>

'Children and Digital Marketing: Rights, risks and opportunities (2019)', available at <<https://www.unicef.org/csr/css/discussion-paper-digital-marketing-v2.pdf>>

Children Are Everyone's Business: Workbook 2.0 – A guide for integrating children's rights into policies, impact assessments and sustainability reporting (2014), available at <[https://www.unicef.org/csr/css/Workbook\\_2.0\\_Second\\_Edition\\_29092014\\_LR.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/Workbook_2.0_Second_Edition_29092014_LR.pdf)>

子どもの権利とビジネス原則 <<https://childrenandbusiness.org/>> (日本語サイト) <<https://www.unicef.or.jp/csr/>>

子どもの権利とスポーツの原則 <<https://childinsport.jp/>>

'Children's Online Privacy & Freedom of Expression: Industry Toolkit', available at <[https://www.unicef.org/csr/files/UNICEF\\_Childrens\\_Online\\_Privacy\\_and\\_Freedom\\_of\\_Expression\(1\).pdf](https://www.unicef.org/csr/files/UNICEF_Childrens_Online_Privacy_and_Freedom_of_Expression(1).pdf)>

Child Rights and Security Check List, available at <[https://www.unicef.org/csr/files/Child\\_rights\\_and\\_Security\\_Checklist\\_ENG.pdf](https://www.unicef.org/csr/files/Child_rights_and_Security_Checklist_ENG.pdf)>

'Freedom of Expression, Access to Information and Participation, Discussion Paper' (2017), available at <[https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF\\_CRB\\_Digital\\_World\\_Series\\_EXPRESSION.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_EXPRESSION.pdf)>

Global Kids Online, Comparative Report (Nov 2019), available at <<https://www.unicef-irc.org/publications/1059-global-kids-online-comparative-report.html>>

Privacy, Protection of Personal Information and Reputation, Discussion Paper (2017), available at <[https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF\\_CRB\\_Digital\\_World\\_Series\\_PRIVACY.pdf](https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_PRIVACY.pdf)>

世界子供白書2017：デジタル世界の子どもたち <<https://www.unicef.or.jp/sowc/2017/>>

## 業界資料：

AnyKey - Gender in esports tournaments, available at <<http://www.anykey.org/wp-content/uploads/Gender-best-practices.pdf>>

AnyKey - Live streaming moderation best practices for event organisers, available at <<https://www.anykey.org/wp-content/uploads/AnyKey-Moderator-Best-Practices-Sept-2018-1.pdf>>

DNA Finland: Lapset ja pelaaminen (Children and Gaming) (2018), available at <<https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00809/614884fd-c040-4d13-ac16-211075dd264e.pdf>>

Fair Play Alliance – FAQ, available at <<https://fairplayalliance.org/faq/>>

ISFE: GameTrack - In-Game Spending Study (November 2019), available at <<https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2019/12/GameTrack-In-Game-Spending-2019.pdf>>

Google: Change the Game – Driving inclusivity and belonging in gaming (2019), available at <https://static.googleusercontent.com/media/play.google.com/en//about/changethegame/assets/static/pdf/white-paper-2019.pdf>

PEGI Code of Conduct, available at <<https://pegi.info/pegi-code-of-conduct>>

Telia Company – What Adults Should Know About Gaming, Findings from the children's advisory panel (2019), report available at <<https://www.teliacompany.com/globalassets/telia-company/documents/sustainability/children-online/cap-2019-final-report-gaming.pdf>>

Twitch: How to Manage Harassment in Chat, available at <[https://help.twitch.tv/s/article/how-to-manage-harassment-in-chat?language=en\\_US](https://help.twitch.tv/s/article/how-to-manage-harassment-in-chat?language=en_US)>

Twitch: Guide to Building a Moderation Team, available at <[https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-building-a-moderation-team?language=en\\_US](https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-building-a-moderation-team?language=en_US)>

UKIE: Ask About Games, available at <<https://www.askaboutgames.com/>>

**NGO資料：**

**InternetMatters:** Parenting Generation Game (research), available at <<https://www.internetmatters.org/hub/research/parenting-generation-game-report/>>

**ParentZone:** The Rip-Off Games: How the new business model of online gaming exploits children, available at <<https://parentzone.org.uk/the-rip-off-games>>

**ParentZone:** Skin gambling: teenage Britain' s secret habit, available at <<https://parentzone.org.uk/skingambling>>

**各国政府関係資料**

Swedish Consumer Agency: Kartläggning av konsumentskyddet vid lotteri- eller kasinoliknande inslag i datorspel (Survey of consumer protection relating to lottery or casino-type features in computer games) (2019), available at <<https://www.konsumentverket.se/contentassets/83509d8dffff48559d44de6546ecc362/kartlaggning-av-konsumentskyddet-vid-lotteri--eller-kasinoliknande-inslag-i-datorspel-fi-2019-01630-ko.pdf>>

Swedish Media Council: Ungar & medier (Youth & Media) (2017), available at <<https://statensmedierad.se/download/18.7b0391dc15c38ffbccd9a238/1496243409783/Ungar+och+medier+2017.pdf>>

UK Digital, Culture, Media and Sport Committee - Immersive and addictive technologies inquiry (Sept 2019 report), available at <<https://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/digital-culture-media-and-sport-committee/inquiries/parliament-2017/immersive-technologies/>>

UK Government - Serious and Organised Crime Strategy (2018), available at <<https://www.gov.uk/government/publications/serious-and-organised-crime-strategy-2018>>

UK Information Commissioner' s Office - Age appropriate design code (January 2020), available at <<https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/key-data-protection-themes/age-appropriate-design-a-code-of-practice-for-online-services/>>

UK National Crime Agency, 'Asks for Industry' , available at <[https://nationalcrimeagency.gov.uk/images/News/II\\_CSA\\_Internet\\_Investigation\\_Phase\\_2\\_NCA\\_Closing\\_Submissions.pdf](https://nationalcrimeagency.gov.uk/images/News/II_CSA_Internet_Investigation_Phase_2_NCA_Closing_Submissions.pdf)>





ディスカッションペーパー「子どもの権利とオンラインゲーミング」発表以降も、オンラインゲーム業界と幅広く関わってきたユニセフは、あらゆる種類のオンラインゲーム企業(ゲームデベロッパー、パブリッシャー、ディストリビューター、プラットフォーム、eスポーツ企業、ストリーミングサービスなど)に向けた提言を発表する。

本書の提言は、全般的な方針やプロセスにおける課題を特定するためにも、また、健康的なゲームプレイ、有害な行動等の特定の課題への対応においても、活用が可能である。