

肖像、声等の無断利用による民事責任の在り方に関する検討会 第2回 議事要旨

1 日 時 令和8年5月28日(木) 午後1時01分～午後3時57分

2 会 場 法務省20階第1会議室(オンライン併用)

5 3 出席者 [構成員] 田村善之座長、安藤和宏委員、今村哲也委員(オンライン出席)、奥
邨弘司委員、櫛橋明香委員(オンライン出席)、澤田将史委員、柴野相雄委員、
米村滋人委員

[ヒアリング出席者] 佐々木優子氏(協同組合日本俳優連合常務理事、声優)、
南沢道義氏(株式会社81プロデュース代表取締役社長)、甲斐田裕子氏(声
10 優)、緒方恵美氏(声優)、伊瀬茉莉也氏(声優)、梶裕貴氏(声優・音声A
I事業CEO)、浪川大輔氏(声優)、福山潤氏(声優)

[オブザーバー] 内閣府知的財産戦略推進事務局、内閣府科学技術・イノベー
ション推進事務局人工知能政策推進室、経済産業省経済産業政策局知的財産政策
15 室

[法務省] 三谷英弘副大臣、竹林俊憲大臣官房審議官、笹井朋昭民事法制管理官、
伊賀和幸参事官、高木晶大局付ほか

4 議事要旨

(1) 事務局からの配布資料の説明

- 20
- ・ 資料5から7までは、検討会における議論の参考とするためのヒアリングの際の資料である。
 - ・ 資料8-1は、想定事例に基づく議論を実施する際に検討することが考えられる主な論点案、資料8-2は、議論の一助とするために事務局において作成した検討資料である。

(2) ヒアリング内容の要旨

別紙1のとおり

(3) 討議内容の要旨

30 別紙2のとおり

(4) 次回期日等

次回検討会は、令和8年6月25日(木) 午後1時から開催予定とすることとされた。

ヒアリング内容の要旨

(●は座長の発言を、○は委員の発言を、それぞれ示す。)

5

◇佐々木氏 私は、ふだんは声優をなりわいとしていますが、日本俳優連合（日俳連）の常務理事も務めさせていただいております。日俳連は、正式には協同組合日本俳優連合と申しまして、日本の俳優、声優の先輩方が約60年前に作ってくださった協同組合で、団体交渉を通して、実演家の現場の環境の向上や、音声業界のルール作りを担ってきました。現在では
10 2, 600名超えの組合員がおり、そのうち2, 100名ほどが声優さんで構成されていますので、声に関する活動が必然的に多くなっています。

ちなみに、声優を目指す人が私たちの組合に入るためにはどれぐらい時間がかかるのか。声優を目指してデビューすると、新人登録というのがあり、そこから最低でも組合員になるのに5年かかります。早めに入ってくる人もいらっしゃいますが、大体が、新人という期間
15 の5年以上を経て、そこまでお仕事を続けられてこられた人だけがランカーといわれる組合員となります。ですから、組合員の声優さんは皆プロフェッショナルであるということを御理解いただきたいと思います。

日俳連としては、今日いらしている有志の皆さんと思いは全く同じで、皆さんの作ってくださった資料に全面的に賛同しています。私からは、これまで日俳連が活動してきた具体例と、その中で私自身が感じたことをお話させていただけたらと思っております。
20

無断生成については、10年以上前から当組合の副理事長の池水氏が警鐘を鳴らしていました。でも、実際に動き始めたのは、やはり2023年のアメリカのSAG-AFTRAのストライキがきっかけになっています。そこから私たちは動き出しまして、アンケートをとったり、無断生成AIの啓発動画を作ったり、日本声優事業社協議会の方々、日本芸能マネージメント事業者協会の方々、業界の3団体で協力して、音声業界に対して私たちの主張を
25 発表してきました。でも、やはり突出しているのは、唯一の成功例になった削除依頼です。2025年7月に、学習済みの音声モデルの配布・販売を行っていたアメリカのAI音声生成サイトであるフィッシュオーディオに削除依頼を行いました。こちらは割と速やかに128件を取り下げてくださって、そのとき先方は、疑義コンテンツの通報窓口を設けて自発的に削除をしてくれるという約束をしてくれました。でも、現在でもまだ無断の疑いのあるものが出てきています。
30

そして、同年の9月に、国内のDMMグループの子会社がサービスをしていたにじボイスにも同様に削除依頼を行いました。コンテンツそのものは129件ありましたが、そのうち聴き取りの調査をしたのが60件、その中でも取下げ依頼をできたのが53件です。このときのやり方としては、市販のアプリを使って、まず声の同一性の可能性の高い疑義コンテンツをピックアップし、それを直接御本人に聞いていただいて判断していただくというものでした。その中で、自分の声そのものだと思うという回答が18名、酷似しているという回答が35名でした。このとき、許諾の有無も確認しまして、当該声優の99%は、企業から何ら連絡はなかったので、許諾はしていないと言っていました。残りの1%、つまり結局1人
35 になるのですが、その方は、連絡はあったけれども許諾はしていないとはっきりおっしゃっ
40

ていました。許諾していないという本人の意思表示も裏付けになると判断して、削除依頼に踏み切ったという流れになります。にじボイスは、今年の2月にサイトは閉じられたんですが、結局最後まで権利侵害はしていないと言い続けて、ネットでもちょっと話題にはなりました。私がこのとき最も深刻な問題を象徴しているなと思ったのが、「法律的には声には権利がないのだから全く問題はないはずだ」というはっきりとした書き込みをしたユーザーが何人もいたということです。つまり、知らないんですね。パブリシティ権や、声をみだりに使用されないという声の保護の周知の必要性というのをそのとき強く感じました。

実際の無断生成AIコンテンツの中には、著名な声優さんの声でわいせつなせりふを言わせるものがあり、はらわたが煮えくり返るような思いがあります。ただ、お断りしておきますが、決して18禁そのものを否定するつもりはありません。18禁のジャンルというものは、いつの時代でも、芸能とか文化の根源にあると思っています。なので、役者にはつきものですし、お仕事としてももちろんあります。ただ、やはり無断で勝手に使われるジャンルとしては一番嫌なジャンルではないかと思われます。そして、これがお仕事になった場合、需要があるのは若い子たちです。まだ駆け出しとか、まだ無名と言われる、売れるちょっと手前の子たち、立場も弱くて声を上げにくい人たちです。でも、れっきとしたプロフェッショナルです。先日20歳になったばかりの私の後輩が「すごく恥ずかしくて嫌なんだけれども、勉強になるから勇気を振り絞って頑張ってやってきます」と、とてもけげなことを言っていました。にじボイスでは、そういうお仕事として頑張った18禁のコンテンツの中から声が多数取られていたということもヒアリングで分かっています。つまり、本人は恥ずかしくて公には訴えることができないだろうという企業側の思惑が透けて見えてきます。

でも、このような対処法はたちごとであり、抜本的な解決とは言えず、限界があります。判例が必要なので、誰か比較的立場が強い人が訴えてくれないかなとずっと思っていたのですが、津田健次郎さんがT i k T o kを訴えてくれました。本当にこれは勇気のある行動だと思っています。津田さんでさえもとても勇気が要ったと思います。日俳連としても、この津田さんのアクションを全面的に応援して、支援して、支持していきたいと思っています。池水氏は「パブリシティ権を顧客吸引力とか有名か無名かで判断するのではなくて、商業的価値があれば認められると考えられるようになる」とおっしゃっていました。声に特化している裁判はもちろん初めてですし、日本だけではなく世界中からこれから注目されると思います。私たちもこの裁判の行方を見守っていきたいと思います。

皆様方には、声の保護の整理や周知を継続して御検討いただいて、私たち俳優、声優が安心して仕事に従事して、経済的にもすばらしい財産となっている日本の文化が不当に搾取されない未来となるように、声の権利を法律で明確に保護してくださいませよう、どうか引き続きよろしくお願ひしたいと思います。

◇南沢氏 日俳連からありましたように、本当に生成AIというのは、我々声優業界の未来を大きく左右する案件です。我々の会社は、若い声優さんを含めた人材の育成、技術者の育成、ディレクター、プロデューサー、全てのこの業種に関わるスタッフ、キャストの育成を日頃から取り組んできております。私自身はもう50年もこの業界に身を置かせていただいています。海外の映像作品の日本語版製作は、声優さんたちの力が大きいんだということに身染みて感じています。我々の会社は1981年に創立いたしました。今年で45周年というちょうど節目の年を迎えたときです。我々の会社が所属する団体は幾つかありますけ

れども、その中には、日本声優事業社協議会があり、こちらで声優プロダクションが集いまして様々な問題点を協議しております。私は、その会長を務めております。それから日本音声製作者連盟、これは外国映画やアニメーションの日本語版の制作や音響製作をする団体の集まりです。株式会社東北新社、グロービジョン株式会社などの会社は皆様なじみが深いか
5 と思います。弊社においてもディズニーグループの作品をたくさん手掛けてまいりました。本当に楽しい、面白い日本語版を仕上げていこうということを日々心掛けながらやっております。

昨今の特徴としては、声優さんだけではなく、芸人さん、タレントさん、歌手の方、様々な方がアフレコにお見えになります。我々も作品を作っていく中で、これからの時代は、
10 もう声優だけの世界ではなくなってきたことは痛切に感じます。生成A Iが登場する前に、例えば歌手さんやお笑いの芸人さんたちが担当することによって声優たちの仕事が失われるのではないかと、よくそんな質問を受けました。僕は逆だと思います。共存しながらお互いが発展していくんだということを常日頃考えていたからです。

日本の声優の世界での認知度というのは、話すまでもなく優れていて、北米を中心に、アジア、欧州、中南米、豪州、中近東、様々な国から、イベント出演のオファーが届いています。
15 弊社の声優さんたちも世界中を飛び回っているというのが現状でございます。

生成A Iによる被害の実態というものは、我々の資料のとおりです。私は、対応の困難さ、これを一番感じています。私たちが業界の問題を話し合うときは、大体その相手方が見え
20 ました。今回は全く見えません。生成A Iというものは誰と闘えばいいのか、誰とどうすればいいのか。津田健次郎さんの問題を、一人の問題ではなく、これを一人一人の声優さんたちが取り上げていけば、一体何百件、何千件の訴訟問題が起きるんだろうかと思っています。

それから、現状の認識ということで、大手ゲーム会社が無断で生成された声優さんの声を使って販売のルートに乗せていたということが、ファンの人たちからの問合せで分かった
25 ということがありました。その会社はすぐに取り下げて、生成A Iによる声優さんたちの権利をこれから守っていきますという判断を頂きました。そういう中で、問題点というのは日々たくさん生まれているというのが現状です。

実は世界には言語は7, 0 0 0もあるそうです。いかに生成A Iの力をもってしても、7, 0 0 0の言語全てに対応することは不可能だろうと思います。言語というのは、その国の文化そのものです。私たちの仕事は、日本語を駆使して、その日本語を演じながら作品を作り
30 上げるとい文化事業でもあります。最近、我々の仕事は、日本語がこれからも世界で大事に扱われていくように、日本語を守るための大事な仕事なんだということを痛切に感じています。創業した頃はそんなことは思わなかったんですが、今は認識も変わってきて、社内、それからスポンサーサイドも含めて、A I問題を議論するようになりました。スポンサー各社は、日本俳優連合、日本音声製作者連盟、日本声優事業社協議会、日本芸能マネージメント事業者協会といった団体の動向を大変気にしています。生成A Iによるせりふ、ナレーション等の表現の向上というのは計り知れないところにたどり着こうとしているという現状
35 です。少し前は笑って済ませたことを、生成A Iの技術が軽々突破してきました。ですから、何が何でも日本の声優さんを守るんだという話ではなくて、どうやったら共存できるかということ、これが今、我々のマネジメント、そして音声製作の現場の大きな課題となってき
40 ました。

その中での主な課題としては、まず、似ている声が本当の違法行為かを判断する技術であったり、声紋の問題であったりに対応中です。その中で、日本声優事業社協議会が、8月頃より、ホームページにて無断生成AI違法サイト報告のフォームを新設して、ファンの声を拾い上げていこうということを考えているそうです。何よりも私たちの業界を本当に育ててくれたファンの人たち、それから、応援してくれている一般の方たち、その人たちにこれからも一緒に歩んでいこうという思いも含めて、このようなページの開設をやっていこうとの判断です。

今日は法務省の会議です。法務省というのはもちろん法律をつかさどるところですから大いなる期待ができる場所ですけれども、声優とAIに関する法律を作るというのは大変なことだと思います。北米では州法によってガイドラインというものを作っています。日本の声優さんの権利をどうやったら守れるのかということ、北米に見習って、ガイドラインを作りながら、円滑に出演ができること、そして音声製作や日本語版製作等の産業を絶やさないこと、これを切に思うところです。ガイドラインの作成は限られた時間では難しいですが、お願いをしたいと思います。声優さん一人一人の問題がそこにありますので、ガイドラインの必要性というものをこれからも問い掛けていきたいというふうに思います。生成AIの技術の進歩、それからスポンサーサイドの発展の仕方、解釈の仕方、多種多様であります。それが新しいビジネスを生み出すんだということになれば、本当に我々では乗り越えられない大きな壁になろうとしています。

国の指針によれば、今、アニメコンテンツは世界で20兆円のマーケットを持っているそうです。もっと大きいかもしれません。私は、声優さんたち、アニメーションの未来を考えると、声優の分野だけでも、かなり大きな数字を持つと思います。

私たちの願いとしては、ガイドラインの作成です。私どもの経験を伝えながら、ガイドラインに向かって我々も協力していきたいと考えています。

声優というのは権利がないんだという認識の中から、パブリシティ権に声優の声が含まれるということがようやく言われ始めました。長い間、声優というのは全く権利のない存在の中で仕事をしているという認識を持っていました。私たちは、生成AIが登場するまでは、それも致し方ないという思いがありました。業界4団体が力を合わせて一生懸命頑張っていればきっと報われるんだという思いがあったんだろうと思います。しかし、一部のスーパースターの声優さんだけではなくて、ジュニアの人たち、ほんの僅かしか関わらない声優さんたちにもその権利はあるんだということを訴えるチャンスが来たということは、大変有り難く思います。

私は鉄腕アトムを小学校1年生か2年生の頃に初めて見て衝撃を受けました。日本のテレビにまだアニメーションというものがなかった時代です。子供心に、すごい時代が来たんだという思いがしました。初代アトムの清水マリさんは大ベテランになりましたが、いまだに朗読会等の仕事をしています。この方々をマネジメントする責任というものを、私の幼少の頃の思いも含めまして、大きな責任と喜びを持ってやっています。日本語を守ること、声優を守ること、これは日本の文化を守っているんだということをお分かりいただけたらうれしいです。

世界中、日本中の若者から「生成AIの登場によって声優業界はどうなるんだ、声優は将来どうなるんだ」という質問を私もよく受けます。生成AIの登場によって声優の仕事は奪

われるのではなく、若者たちが安心して声優になりたいという夢を持つこと、そして自分の置き場所を声優に見いだすこと、それをこれからも育成・指導していきたいと思います。大好きな声優の芝居に憧れて、作品に憧れて、声優を目指す子たちがたくさんおります。そういう子たちの道を生成A Iで断ってはいけないと思います。生成A Iからの声優の保護だけではなくて、諸先輩が50年を超えて育ててきたアフレコの文化というもの、これを守って
5 していきたいと思います。今もっと切なる問題は、生成A Iによる翻訳家の問題もあります。脚本家の問題もあります。アニメーションを支えていただく様々なスタッフの問題が生成A Iの中には隠れています。若者たちの夢を奪わないためにも、諸問題を解決し、明快に答えてあげたいという思いがあります。どうかガイドライン作成に関してお力をお借りできれば大変うれしく思います。アフレコから生まれる日本語は世界の文化です。7,000もある言語のうち、少ない話者で言えば200名しか話せない話者の言語もあるそうです。中には数十億人が話す言語もあります。日本語はたった1億数千万人です。しかし、世界の若者が支持してくれています。世界の若者が支持してくれる大きな根っこにあるものが声優たちの存在です。世界の若者たちに対して感謝をするところでもありますし、我々が日々の中で責任
10 を持って頑張ってやってやらなければいけない大きなテーマの一つであります。

◇甲斐田氏 声優有志一同を代表いたしまして、これまでのお二人と話す方向性は一緒ですの
で、駆け足で資料の要点について話していきたいと思います。まず、資料2ページ。私たちは生成A I自体を否定したいとは思っていません。私たちが問題視しているのは無断生成A I、すなわち声を無断で学習したA Iモデルからその声に酷似した音声が生産され、その音
20 声が大量に公開されてしまっているという問題です。A I技術は日々進化し、被害は爆発的に増え、手口は巧妙化しています。A Iと健全に共存していくためにも、委員の皆様には、この問題を抜本的に解決するための議論、整理をお願いいたします。コンテンツ産業は日本の基幹産業の一つと位置付けられました。声優の声も日本のコンテンツ産業を支える重要な要素です。その意味では、日本の文化競争力、国益に関わる問題であると言えます。日本が
25 ただの学習素材供給国になってしまわないよう、文化の基盤を失わないように、未来も見据えて御検討ください。

次に、声の無断利用の状況について。私たちの声は、資料5ページで示した五つのパターンで使われています。歌わせる、朗読させる、せりふをしゃべらせるなどは、キャラクターに扮した音源もあれば、特定のキャラクター名が付されていないもの、また、特定の声優の
30 声に特化したモデル自体を公開されてしまっている場合もあります。

今この瞬間も私たちの声は無断で学習素材にされ、モデルを公開され、音源が拡散されています。一つ一つの音源に個別に対応するのはきりがなく、限界があります。プラットフォームにおいて無断学習モデルの拡散を止めなければ対処は困難であり、削除対応などの仕組みがより重要となってきたのではないのでしょうか。また、商業化、収益化されているものもあり、本人の発言と誤認されるものがあるという点で、声を持つ商業的価値はもちろん、人格的な価値との関係においても、問題となる状況が既に生じていると思っています。

このような無断生成A I問題について、声優が訴訟を提起すればよいではないかという感覚をお持ちの委員もいらっしゃるかと思います。しかしながら、声優はキャラクターとひも
40 づいて声が利用された場合において、製作委員会などに断りなく個人で勝手に権利行使することには事実上の難しさがあります。関係者の意向や、自身の行動がキャラクターに与える

影響も気にしなければなりません。また、被害が声のみの場合、現状では声に明確な権利がないために、製作委員会側も大きく動けないでいます。

先日、声優が訴訟提起をしていた件が話題になりましたが、声優業界全体を見たときに、個人で矢面に立って訴訟に踏み切れる声優は決して多くありません。そのため、私たちとしては、所属事務所が権利行使できる選択肢があること、その選択肢には、損害賠償請求はもちろん、削除申請や差止請求なども含まれることなど、個人で矢面に立たなくても、事務所と協力して無断生成AI問題に現実的に対処できる状況を作っていただきたいです。また、

17ページに整理いただきたい事項をまとめました。まず、パブリシティ権侵害の要件についてです。例えば、顧客吸引力の有無の考慮要素や、どのように判断されるのかという点、声優といっても名前のない役で出演しただけの声優など、様々な者がいます。明確な線引きは難しいと思いますが、判断の要素をお示しいただきたいです。また、自分の声が利用されていることは声紋等の一致まで必要なのか、顧客の認識で足りるのかといった点もお示しいただきたいです。

続いて、具体的な事例について。例えば個人のSNSで特定の声優の声で好きな文章を読ませたものをアップロードされた場合はどうか。収益化の有無で違いは生じるかといった点。そして、本人の思想と違う政治的思想を表明させたり、性的な言葉を言わせたものをアップロードされた場合はどうか。キャラクターを演じているときの声とふだんの会話の声とで違いはあるか。具体的な事例に即して御整理をお願いします。

続いて、音声AIモデルの開発者やサービスの提供者は侵害の主体となるかという点。特定の声優に特化した学習済みモデルやサービスは、ユーザーが入力すれば、その声優の声で音声が出力されるわけですから、モデルが公開された時点で対処できれば、最も直接的かつ適切な解決ができるはずです。なお、被害の状況に鑑みれば、モデル公開よりも前の行為、すなわち声を無断で学習させる行為を、コンテンツ大国をうたう日本として許容するのか、ということについても、いま一度立ち返って御検討いただくべき状況ではないでしょうか。

最後に、所属事務所による権利行使について。事務所が差止請求や損害賠償請求をできるようにするためには、どのような契約書上の文言が必要なのか、パブリシティ権の譲渡まで必要なのかといった点についても整理が必要と考えております。

以上がパブリシティ権に関する部分ですが、声をみだりに利用されない権利についても、その要件や、モデルやサービスの提供者に対しても権利行使できるのか、という点を御議論いただきたいです。

最後に、まず、本検討会ではパブリシティ権、声をみだりに利用されない権利の整理を行っていただき、これを周知いただけるものと理解しています。そして、現実的な無断生成AI問題の解決のためにはプラットフォーマーの動きが重要になるはずです。ですから、今回の整理を前提に、プラットフォーマー等が削除要請に迅速に対応しやすい制度設計や既存制度との接続をお願いしたいです。それでも現状の法的枠組みの中では対処が困難なケースもあるかと思いますが、これについては、必要に応じて諸外国の事例を参考にするなどして、デジタルレプリカ規制など別軸での検討も含め、法制化の御検討をお願いできればと思います。

◇梶氏 我々としては、今、甲斐田さんがお話ししてくださったような問題点を感じておりま

す。ここからは一人一人がリアルに感じているところをお話しさせていただければと思います。

既に御存じの方もいらっしゃるかもしれませんが、私は声優でありながら、つまりは無断生成の被害者の一人でありながら、自ら音声A Iのプロジェクトを立ち上げて、今、
5 展開しております。それは、A I というものに皆様と同じように大きな可能性と未来を感じ
ているからであります。ぜひ共存していけたらいいなと考えて、今も活動を行っているわけ
ですけれども、約3年間そのプロジェクトを運営してきました分かってきたのが、広く一般
の皆様、とりわけクリエイターやアーティストの方々の漠然としたA I に対するネガティブ
なイメージ、これが物すごく大きいなと感じています。

そこにはいろいろな理由があると思うんですけれども、一番基礎的な部分としては、A I
10 に対する知識不足だったり、それを訴える周知の不足が要因かなと思うのですが、中でも一
番大きいのが、今回のテーマでもある無断生成というものに対する嫌悪感なのかなと思いま
す。今、日本のアニメ、そして声優という文化は、世界に誇るべき、通用する武器の一つだ
と思います。そこに今後、A I というものを組み込んでいくのだとすれば、今お話ししたよ
15 うなアーティスト、そしてクリエイターの皆様からの信頼や理解、そして協力というものは
必要不可欠ではないのかなと考えております。ぜひリスペクトを持った御対応をしていただ
ければと考えております。

同時に、最近クロードミュトスという、新しい、優秀過ぎるがゆえに脅威となっているA
I も誕生しましたがけれども、その迅速な対応が求められているのは当然のことなんですが、
20 攻めるA I の活用には守るA I の存在、そして、その使い方というものが、我々の中で確立
していなければいけないのかなと感じています。私はクリーンなA I、その活用を日本国に
求めていますし、私たちとしては変わらず無断生成というものには断固として反対してい
きたいと思っています。

◇伊瀬氏 私も約20年、声優として日本のアニメ文化と共に歩んでまいりました。声優とし
て活動する中で、昨年からワールドA I フィルムフェスティバルをはじめ、A I に特化し
た映画祭などにも参加させていただき、国内外のトップクリエイターの方々との関わりを通
じて、A I が急速に我々の業界にも大きな影響を及ぼしていることを日々実感しております。
今、許諾なく声を学習され、本人の知らないところで音声が生産・利用されている現状には、
大変大きな危機感を抱いております。我々の声は単なる素材ではございません。キャラクタ
30 ーの感情や人格、作品の世界観を支えてきた、日本の大切な文化表現の一部だと自負してお
ります。また、声による表現をなりわいとする我々声優の芝居や技術は、アニメ、漫画、吹
替の草創期から、先人たちが長い年月をかけて築き上げ、脈々と受け継いできてくださった
ものです。だからこそ私は、そうした文脈や積み重ねを無視した形で行われる無断学習や無
断利用には反対します。A I 時代は既に到来している今だからこそ、声の権利をどう守るの
35 か、そして世界に誇る日本のすばらしいアニメーション文化をどう未来へつないでいくのか、
そのためのルール形成や法整備を今こそ進めていく必要があると考えています。

そして、ちょうど今朝公表された情報なのですが、ハリウッドの俳優組合であるSAG-A
FTRAが、A I 時代を前提とした新たな労働契約を締結したと伺っております。これは
映画会社や配信会社側との間で、2030年までを見据えた俳優・声優の働き方の土台とな
40 る大きな契約です。A I は止められません。だからこそ、「どう共存していくのか」という

ルール作りが重要であり、アメリカでもその議論が本格化しています。一方で、現時点では主に契約や利用条件、スキャン許可などの労働ルールの整備が中心であり、我々が議論している「声は単なる素材ではなく、文化であり、人格や表現と深く結びついている」という論点は、むしろ非常に先進的な議論なのではないかなと感じております。だからこそ、私たちが
5 が申し上げている「声は単なる素材ではない」という考え方が広く共有され、必要なルール形成や法整備が進んでいくことを願っております。

◇福山氏 私も声優ではあるのですが、やはり一人の人間です。その観点から、この問題に関して感じることを短く述べさせていただきます。

自分の声が自由に他人に使われてしまう、そして、自分が話していないことを生成されて
10 ネットなどで公開されてしまう。これは権利以前に、この社会に生きる一人の人間として、純粋な恐怖です。それを止めるためにも、取下げや防御につながる行動をとるためにも、現状ではとても大きな時間がかかってしまいます。その間にA Iは更に進化を遂げて、より高度な生成を可能にしていきます。声をなりわいとしている声優たちだけではなく、この先にはこの社会に生きる全ての人に関係する問題に発展していく可能性があるはずです。人間の
15 声というのは、ただの音声情報ではありません。個人のアイデンティティが内包されています。それを無断で生成される。それを生成される側からすれば、アイデンティティを破壊されるに等しい苦痛を感じる場合も伴います。ですので、法の判断に、ぜひとも迅速かつ柔軟な判断をお願いいたします。その第一歩として、今回検討している問題に寄り添いと、そして御理解を頂けますと幸いです。

◇浪川氏 ほかの声優の有志たちも、今回参加されている南沢さんも日俳連も含めて、僕も同じ方向を向いています。無断生成の問題というのは全国民に共通する問題なのかなと思います。

例えば、皆様が持っている名刺とかもそうだと思うんですけども、名刺が無断で生成されて、それが更にビジネスでどこかでお金を稼いでいるみたいになると、やはりいい
25 気持ちはしないと思うんです。我々声優にとっては、声というのが皆さんにとっての名刺みたいなものなのです。声優が今回声を上げていますけれども、ほかの分野でも声を上げているところはたくさんあります。無断生成はしてはいけないというものをどうかひとつ、形を作っていければいいなと思いますので、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

◇緒方氏 一人一人の声優が個々で思っているものは、いろいろ違う部分もあるとは思いますが。A Iに対しての向き合い方も個々によって考え方が違います。ただ1点だけ、無断生成A Iだけはノーだということは全員一致の考え方であるというところでございます。

無断生成A Iの問題は、私たち声優がということではなくて、一般の皆さんがそもそも既にいろいろ引っ掛かっていることかと。お子さんの写真を使ったディープフェイクであつたりとか、お孫さんの声を使ったオレオレ詐欺であつたりとか、そういうことが既に起こっているという状態の中で、それを許諾する人なんているのでしょうか。無断で使っていていい
35 いうことを今法律的に止めなければ、ということは、私たちだけではなくて全ての人が関わってくる問題ではないかと思います。

私たちが特に職業人として一番危惧しているのは、私たちの声には、多少はお金になる価値があるということ。おとしドイツの方がブラッドピットさんのフェイク動画で6億円の詐欺に遭ったというお話がありました。私たちの声に対して、自分の好きな言葉を言ってく
40

ればお金を幾らでも出すというファンがいます。実際、私たちの声を使ってそういう人
たちを相手に詐欺をされてしまったり、宗教の勧誘に使われてしまったり、そういうことが発
覚したときに一体誰が責任をとるのか。私たちがしゃべっている声で、その人たちがすくい
取られてしまうというようなことがあったときに、どういうふうを考えるのか。まず、とて
5 も悲しいし、とてもつらいです。そこに、さらに倫理的な問題で、アダルトなどいろいろな
ものが入ってくると、もうそこは止めようがありません。無断生成A Iで作られた映像・音
声使用物・イラスト・漫画等合わせ、一説では1日1万件ほどのものがアップロードされて
いると言われている昨今、1件1件個々に対応するのはほぼ不可能。そのためにはやはり根
本的に法律的な部分で、まず発信する側、作る側に対する何らかのアプローチをしていただ
10 かない限り、私たちはもちろんですが一般の皆さんも全て関わるような問題に発展していき
ます。日に日により精度が高まるA Iに準じて、日に日に加速度的に被害状況が悪くなって
いき、止められなくなっていく。

その辺を踏まえて、まずは細かい問題ではなく、人としての尊厳の問題という部分でお考
えただけならと思います。津田健次郎さんの訴訟が、二、三日前に取り上げられました。
15 彼の訴訟はもちろん去年からですけれども、表立って出たのがついおとといぐらいの話です。
ちなみに弊社のスタッフが調べたところによると、私も全く同じサイトを通して、津田健次
郎さんと同じような金額の被害が上がっているということをスタッフに聞きました。津田さ
んと違って、小さな事務所である弊社で、その全てに対応するのは、正直、時間もないし、
難しい。

私たちもそうですが、全ての国民の皆様の権利を守っていただくため、私は今回のレポ
ートの中でとても嫌な言葉ですが、あえて強調させていただきます。日本のアニメーション業
界は学習素材供給国になりつつあります。全てピックアップされて、いろいろな国で使われ
ています。私たちは学習素材として扱われつつあります。コンテンツ大国と政府の皆様が思
20 ってください。それは有り難いですが、そうであるならば、私たちが創造したものを
守っていただきたいと思いますし、まして私たちの声が学習素材の供給国というように海外
から揶揄されないよう、ぜひコンテンツ大国の日本から発信をしていただきたいと思います
25 おります。恐らくこの辺に関してはみんな総意と思いますが、改めましてまとめて受け取っ
ていただけたらと思います。

○ アニメの世界だと多くは製作委員会方式で作られていて、しかも2社、3社だったらまだ
30 しも4社、5社、大きいと10社とかということで、そこを気遣わなければいけないという
お話があったと思うんです。例えばちょっとキャラクターにひもづいたように声優さんの声
を使われるときに、事務所にとっては、どのぐらい、気を遣わなければいけないというハー
ドルがありますか。私は現場感覚がよく分からないので、もし、事務所が訴えることができ
るとしたところで、そのハードルがまだかなりあるのかというのを伺いたいです。

◇南沢氏 音声というのは、日本動画協会、要するにアニメーションを作る会社と情報を共有
しながらやっていくべきものと考えています。要するに、キャラクターを離れば声優個人
の問題となっていくますが、そのキャラクターの中で発生するせりふや作られた文脈とい
ったものは、声優本人というよりも作品の中にひもづいているというふうに考えます。です
35 から、なかなか一方通行だけでやるわけにはいかないというふうな気がします。特定のキャ
ラクターの特定のせりふに関して生成された場合は、動画会社や製作委員会なりで一緒にやら
40

なければならぬと思います。

○ 一応合意というかコンセンサスを得た上でやりましょうと、そういうことですね。

◇〔検討会終了後に声優有志から提出された補足回答〕 いずれの声優事務所も、製作委員会や原作の権利者等の作品ごとに必要な関係者への共有は最低限行う必要があると考えています。一般論として関係者からの了解がなければ訴訟提起できない、と考えるか明確な反対がない限りは訴訟提起してもよい、と考えるかは、各事務所の置かれた資金的、時間的、人的状況次第です。ただし、製作委員会等の関係者から明確に反対されている場合に、その制止を振り切って権利行使に踏み切る声優事務所はごく少数であろうと考えます。これは、声優事務所としても、製作委員会等に所属声優を選んでもらわなければならない立場にあるという関係が根底にあるためです。これまでは事務所がどのような形で訴訟等の手続に関与できるのか、声についてパブリシティ権が及ぶのかといった基礎的な点について不透明な部分が多くありました。今回の検討会を通じてこれらの点が整理されるのであれば、事務所として訴訟に向けた動きは取りやすくなります。個人での訴訟よりも、事務所という法人が対応することで、製作委員会や原作の権利者等の関係者との調整はしやすくなりますし、代理人との時間調整等もしやすくなるなど、実務上の権利行使のハードルは下がると考えています。

● にじボイスに対して50件ほどの取下げを依頼したということでしたが、そのときは、演じている方のキャラクターのひもづく形で利用されているのが多いという理解でよろしいのでしょうか。それは、50件のうち何件くらいなのか割合を教えてください。また、この50件に限らず、全体としてひもづき型の方が多いのか、それとも、同じアニメの違うキャラクターとして使われたり、あるいはもう全然違うキャラクターに使われたりなど、そのあたりの割合を教えてください。

◇佐々木氏 サイトに上げられているものは、キャラクターっぽい映像で出ていますが、実際にそのタレントさんが演じたキャラクターではないんです。それっぽい絵になっていて、ちょっと違う名前で、その人の声で上げられています。ちょっとひわいに聞こえる音声は、そのときに出した声を使われている場合もありますが、細工している部分もあったようです。いわゆるサンプルボイスとして並べられているときには、例えば、かわいい顔をしているけれどもちょっと大人っぽい等の性格みたいなものも与えられていて、キャラクターにはひもづかないけれどもキャラクターに近い感じというふうに上げられていたようです。

◇緒方氏 ぱっと調べるだけでも、平気で1日に100件、200件、新しいものが上がっているという状態でございます。その中にはキャラクターの名前を実際に書いているものもたくさんありますし、私たち本人の声優の名前を書き込んでいるものもたくさんあります。毎日物すごい数のものが上がっているという状態です。その声優の名前やキャラクターの名前で上がっているものが既に1日単位で大量発生しているという状態でございます。そこだけ御認識いただければと思います。

● 先ほどのにじボイスのお話ですと、必ずしも同じキャラクターではないものも含めて、似たようなものとか、あるいはもしかしたら似ていないものを含めても50件の削除依頼をされたということでしょうか。

◇佐々木氏 そうです、53件です。

◇〔検討会終了後に声優有志から提出された補足回答〕 にじボイスでは、音声に対して特定のキャラクターの絵柄や名前などの情報が付加されていましたが、これらは既存のアニメやゲ

ームに登場するキャラクターではなく、にじボイス側が独自に付加したキャラクター設定に過ぎないため、ユーザーがにじボイスを利用したとしても、実際に演じている声優のキャラクターとひもづく形で利用されることはありませんし、同一作品内でクロスして用いられることもありません。声の無断利用と言っても、生成AIサービスによって既存のキャラクター名や実在の声優の氏名の両方又は一方が情報として付加されていたり、新規キャラクター名が情報として付加されている場合もありますし、動画生成AIのようにキャラクター画像や映像が付加されている場合もあります。また何らの情報も付加されていないか、「渋い男性の声」など特定性の極めて低い情報のみと共に声だけが用いられている場合などもあります。このような様々な場合において、既存の法制度や判例法理において対応できるかという点も、是非検討課題としていただけますと幸いです。

◇〔検討会終了後に日俳連から提出された補足回答〕にじボイスに格納されていたキャラクターの声に該当すると思われる声優本人とその所属事務所スタッフにヒアリングをしたところ、当該サイトに格納されていたキャラクターの声について、（A）「自分が以前に担当したキャライメージである」が13.2%、（B）「自分が以前に担当したキャライメージに酷似している」が33.96%、（C）「自分に関係のないキャライメージである」が43.40%であり、47.16%（A+B）が、自分が以前に担当したことがあるキャラクターボイスである、あるいは酷似していると回答したという結果が出ました。すなわち、にじボイスに格納されていたキャラクターの声に該当すると思われる声優本人や所属事務所の約半数が、にじボイスに格納されていたキャラクターの声は、過去に実演したキャラクターそのものである、あるいは酷似していると回答したということです。

また、にじボイスで表記されていたキャラクターネームについて、そのキャラクターネームで使用されている声に該当すると思われる声優本人・所属事務所スタッフにヒアリングをしたところ、（A）「自分が以前に担当したキャラクターネームである」が0%、（B）「自分が以前に担当したキャラクターネームに酷似している」が20.75%、（C）「自分に関係のないキャラクターネームである」が64.15%でした。すなわち、にじボイスで表記されていたキャラクターネームのうち、実際に声優が演じたキャラクターを想起させる可能性が高かったものが全体の2割に上るという結果でした。

○ 先ほど佐々木様からのお話の中で、組合員になるのに5年かかるとおっしゃったと思います。その間、皆さんどのようになりわいが立っているのか、すなわち、個人で皆さん契約をしてそれで頑張っていらっしゃるのかなど、組合員になるまでの5年間というのはどういった形でやっているのでしょうか。

◇佐々木氏 事務所に所属をして、デビューをして、事務所によってデビューした段階ですぐに新人登録をするかは人によって違ったりもするんですけども、新人登録というものを日本声優事業社協議会、日本芸能マネージメント事業者協会の方からしていただきます。そうすると、基本的には5年間の新人期間というのがありまして、その間、きちんとその事務所でお仕事を頂いて、お仕事をします。その期間中に全く仕事がないとか、そういうことになると難しくなってくるということになりますけれども、5年の間にある程度仕事をして経験を積んでいって、そして組合員になるという業界のルール、システムになっております。

○ 必ず最初にどこかの事務所に所属するというのは、大体皆さんそうなんですか。

◇佐々木氏 今は、事務所はいろいろな小さなところも出てきていると思いますし、もちろん

フリーランスもいますし、必ず事務所に入って新人登録ということではないです。必ずではないんですけれども、そういう業界ルールというものがあります。

◇〔検討会終了後に声優有志から提出された補足回答〕前提として、ほとんどの声優は個人事業主です。その上で、日本俳優連合の組合員となるまでの5年間は、業界では新人登録期間と呼ばれ、この期間中はどのアニメ作品に出演しても、声を充てる文字数の多寡にかかわらず、1話あたり1万6000円の定額料金しか得られないため、通常はアルバイトなどをしながら生活を成り立たせています。日本俳優連合の組合員は必ず声優事務所に所属しなければならないわけではありませんし、声優は必ず日本俳優連合の組合員にならなければいけないわけでもありません。

○ 先ほど、似ている音声かどうかというのは御本人に確認してもらったというお話があったんですが、それだけではなくて、例えば一般の方に聞いてもらって確認するということはされましたか。御本人が一番自分の声をよく分かっておられると思いますが、一般の方とで差があったとか、ほとんど差がなかったとか、何か参考になるような事例があったら、教えてほしいと思いました。

◇佐々木氏 にじボイスとフィッシュオーディオのときは、全てではないですが、一般のファンの方から指摘されたものを集めた部分があります。そして、それ以外はうちの優秀な方が頑張って調べて、この声はこの人の声だとかでピックアップし、その後、当該声優ご本人に確認していただいたという流れでやっていました。

◇〔検討会終了後に声優有志から提出された補足回答〕本人と一般の方との間での判断差については、声優本人よりも、一般の方が「似ている」と判断する確率の方が高いと考えます。むしろ、声優本人であれば、基本的に自分の声の中に含まれる芝居意図を汲み取れるため、一般の方よりも「似ていない」と判断することが多いと感じます。

● 本日皆様から頂いた御意見、御発言は、この後の議論にとって非常に参考となるものだったと考えております。どうもありがとうございました。改めて、本日ヒアリングにお越しいただいた皆様、本当にありがとうございました。

(●は座長の発言を、○は委員の発言を、◆は事務局の発言をそれぞれ示す。)

5

【資料 8－2・想定事例 1 について】

● 顧客吸引力について、「俳優といってもその知名度は様々であると考えられる」との資料 8－2 の 4 頁目における整理に対しては、特に反対はない。もっとも、商業的価値を検討するに当たっては、肖像の本人についてのみ着目しがちであるが、近時、商業的に顧客吸引力が利用されているかという要件なのであるから、重要なのは、むしろ利用されているところ
10 で商業的価値を発揮しているかどうかではないかとの見解が示されている。無名だった者が一夜にして有名になった場合であれば、肖像の本人に着目するのではなく、利用されたときに商業的価値があるかどうかに着目するという見解であって、商業的に肖像等が利用されている場合には、多くの事例で、少なくとも利用者本人は商業的価値があるからこそ肖像等を利用している以上、顧客吸引力を利用しているといえるのではないかという見解である。一
15 つの考えとして紹介したい。

○ ついつい、顧客吸引力という言葉に引きずられて、本人の人気や知名度に目が行ってしまうが、最高裁は、顧客吸引力を「商品等の販売を促進する力」と位置付けているのであるから、そこに焦点を当てることが重要なのではないかというのが発想の基本にある。

20 米国の場合、パブリシティ権は州法なので、州ごとに違いがあるが、例えばニューヨーク州法では、有名無名を問わず肖像等の商業的利用がされていればパブリシティ権の問題となるが、これは裏返せば、商業的に利用されていれば商業的な価値があることが前提なのであり、むしろ、商業的な価値がないことについては利用者側が証明すべきという議論になってくる。

25 話を戻すと、自分が人気者であるということを証明すべきというよりは、どのような利用がされているか、そのことによって肖像等の財産的価値が侵害されているかということを問題にすべきだと考える。その結果、本人が有名人かどうかというのは必須ではないことになるし、教室事例として言えば、過去、非常に有名だった人であっても、現時点ではその人の肖像なり声を使っても全く商品の販売が促進されないということであれば、パブリシティ権
30 侵害は認められないということもあり得ると考えられる。

○ 私もその見解に賛成であり、利用されたということから商業的価値があるのだろうと考えられる。委員が述べた、顧客吸引力がないことは利用者側で証明すべきということについて、例えば、艦これ事件では、本人の肖像を商品の販売のために利用している以上は、商業的価値があり、顧客吸引力がないことは利用者側で証明すべきであるとなりそうである。他方、
35 サウナ風呂広告事件は、小さく掲載するとの合意に反して顔写真が大きく掲載されてしまったという事例であるが、この事例でも、利用した以上は顧客吸引力がないことを利用者側において証明せよということになるのだろうか。

○ 入り口論としては、委員が述べたような形で議論をスタートさせてよいと思うが、サウナ風呂広告事件では、厳密に考えると、よく知らない一般人が並んでいるだけでは商品の販売
40 が促進されたとはいえないのではないかという議論があってもよいと思う。全く無名の人の

場合、ぱっと目を引くとまではいえないという部分があるのだらうと思う。そこは中身の問題なので、判断が分かれるかもしれない。

○ 委員が述べる購入動機の問題だらうか。一般男性の顔があるからといって、サウナの購入動機にはならないだろう。

○ サウナ風呂広告事件は第3類型、宣伝類型であり、直接の購入動機というよりは、宣伝自体に目を留めるかという間接的なものになると思う。第3類型における顧客吸引力は、顧客に対して商品の宣伝に目を留めさせるという、少し遠いところになるので、その次元で考えていくのではないかと思う。サウナ風呂広告事件では、そこが少し弱いだろう。

● 私自身は、広告に利用される場合だと、パブリシティ権侵害に当たらなくとも、みだりに肖像等を利用されない権利の侵害に当たってよいという立場である。それはともかくとして、サウナ風呂広告事件までパブリシティ権侵害であると言ってしまうと、何のために要件を定めたのかが分からなくなる。基本的には、やはり委員も述べたように、その一般男性の顔が販売を促進するのか、別にその人の顔でなくてもよいのではないかということになるかもしれない。そこがやはり、無名の人が一夜にして有名になったような例とは違う。こうした観点からは、パブリシティ権侵害というには適切でない事案まで取り込むということはないのではないか。

○ 商業的に利用していれば顧客吸引力があるという見解には賛成である。原告として訴える場合も、商業的に利用していることに関する証拠を出すものと思われ、顧客吸引力の有無に焦点を当てられてしまうと、どのような証拠を出せばよいのかが悩ましくなる。まさに需要者において欲しいと思うニーズがあるからこそ商品を販売したりサービスを提供したりしていると思うので、商業的に利用していれば顧客吸引力があるというのはそのとおりだと思う。これはおそらく、商品等表示として使用するものかという話にも関連するのかもしれないが、やはりそれを使ってお金もうけをしているというところにウエートが置かれるべきであろう。

◆ 顧客吸引力について、実際に商業利用していることをもって裏付けられるのではないかという委員の見解については、事務局内でも賛成意見があったため、資料8-2の注43に付している。委員のコンセンサスが得られれば、本文の方に記載したい。他方で、有名人や芸能人であれば基本的には顧客吸引力があると認められるというのが裁判実務であると思うので、そのことも一つの考慮要素として記載してもよいと思っている。

● 裁判例ではそのようになっているが、艦これ事件では、艦これのプロデューサーを知っているであろう者が集まるゲームの即売会における肖像の利用事案であったにもかかわらず、それと無関係な形で知名度が認定されており、こうした認定の妥当性については議論があり得るだろう。知名度等を見る場合も、要するに相手方次第、相手方である需要者の範囲内であるといった形でコンセンサスが得られるのであれば、取りまとめに入れた方がよいのではないか。

○ 商品等の販売を促進する力であるから、商品の顧客や潜在顧客とは全く言えないような人の中でどれだけ有名かというのは、本来的には関係がない。もちろん商品と全く関係がない人も呼び込むという効果もあるが、商品の直接の需要者がはっきりしている場合は、まずは、その中でどうかということをやはり見るということができないのではないか。

● その関係で、資料8-2の4頁のイの最後の記述についても、特定の分野というのは正しいと思うが、少し補足した方がよい。顧客吸引力が認められる場合があるという記載だと、

どのような場合なのかということになる。要するに重要なのは、誰を相手とするサービスや商品であり、その相手との関係で商業的価値があればよい、そういった形で記述をした方がよい。また、資料８－２の２１頁の注４３について、事務局としては想定事例１では顧客吸引力は問題にならないとしている一方で４頁のイの記載があるので、議論がしたくなる。だから、４頁のイを残すのであれば、注４３は、注のままなのか本文なのかはこれから検討してもらおうこととして、前半の方に記載してもよいのではないかと思う。

- 顧客吸引力の解釈に関しては、先ほどの委員の見解ですっきりと整理されていると思うし、それで問題はないと思う。

ただ、そもそもこの顧客吸引力の要件というのは、「専ら」基準の中核的要件として挙げられているものである。専ら顧客吸引力を利用する目的で肖像等を使用することが侵害要件となっていて、そのうち顧客吸引力の範囲は広げてよいと思うが、「専ら」のところで落とされるものがかかり出てこないだろうか。

想定事例１に関しても、資料８－２の７頁で、そのアクションシーンが象徴的シーンで、多くの視聴者がそのシーンを視聴することを目的に当該動画を閲覧したものと認められるときは独立要件を満たしうるという書き方をしているが、これに当たる場合は相当限られるのではないか。ここまで言えなければならぬのだとすると、パブリシティ権侵害に当たる場合がかなり少なくなってしまうのではないかがやや気になる。ピンク・レディー事件の最高裁の個別判断もそうだが、雑誌媒体等は、幾つかある記事の一つである場合、それだけを目当てに買わないだろうと言われやすい。想定事例１の動画についても、たくさんのシーンの中のワンシーンにすぎないとなると、その部分のためだけに全体を買わないだろうと言われやすくなってしまうのではないかと思う。この「専ら」基準の運用の在り方というのをもう少し考えた方がよいという気がした。

- 「専ら」要件は、そもそも歴史的にはピンク・レディー事件の前から下級審で磨かれてきたもので、中田英寿事件といった伝記のような事例をセーフにするために、ある意味ではフェアユースの代わりに入っているような利益衡量要件である。伝記等をセーフにするというのは、キング・クリムゾン事件といった過去の時点はともかくとして、現在はコンセンサスがあると思うが、動画の一部にすぎない場合にまで「専ら」要件を満たすかは難しい。ショート動画等の比較的短い動画の場合であれば「専ら」要件を満たせる場合が多いと思うが、映画全部となった場合、大事なシーンだからといって、もちろんその大事さの程度にもよるが、１００人とか２００人とか、多数の登場人物を含めて全員の権利というわけにはいかないと思う。ここは非常に難しく、どう処理してよいのかは悩ましいところである。

- 他の表現行為をあまり制約しないようにするという配慮は必要だと思う。ただ、そのために「専ら」と言ってしまうと、権利保護の必要な場面がかなり落ちてしまうのではないか。例えば、名誉毀損などの場合において対抗利益との比較衡量をする場合、本来の権利侵害要件をここまで厳しくすることはあまりしないと思う。曖昧であるなどの批判はあるが、比較衡量の上で違法性が認められる、受忍限度を超える侵害がある場合に違法となる、といった言い方をするのが名誉毀損や環境訴訟などの一般的な定式であり、パブリシティ権においては、侵害行為をそもそも絞って対抗利益の保護を図っているのが、通常不法行為の判断の仕方よりも、権利保護を犠牲にしているように見えてしまうので、もう少しどうにかならないのだろうかと思っている。

○ 私も全く同じ意見で、「専ら」という要件は厳格に解釈すると厳しすぎると思う。ピンク・レディー事件最判の調査官解説でも「専ら」は「only」「exclusively」の意味に限られるものではなく、「mainly」の意味を含みうるとしている。「専ら」という要件については、委員が述べるような危惧はおそらく皆が持っていると思う。金築判事
5 補足意見は、おそらくそのような懸念を踏まえてのものだったと思う。とはいえ、2時間の映画の一部のシーンについて、「専ら」と言うのは難しいのではないか。それでは、どこで区別なり判断をするのかということになるが、見所だとかメインシーンだとかというのは見る人の価値判断であり、結構微妙であると思う。

● 裁判例で蓄積があるのは、グラビア写真だけである。ペ・ヨンジュン事件のように8割方がペ・ヨンジュンの写真で、写真集と同視できるようなものであれば止めていいのは当然だが、ブブカ事件やENJOY MAX事件など、100頁か200頁くらいの本の中に1枚の大きなカラーのグラビア写真、2頁にわたっている写真、あるいは1頁内に四、五枚の写真があるうちの1枚など、それくらいでも侵害を認めている裁判例がある。それらの裁判例が中心と考えざるを得ないとすると、アクションシーンや映画の一部であっても、おそらく
15 資料8-2のまとめ方辺りになると思う。委員としては、それでもまだハードルが高いと感じるかもしれない、様々な意見があるかもしれないが、今までのグラビア写真の事例を踏まえると、その辺りが、商業的価値があるといえるひとまずのコンセンサスではないかという気がしなくもない。

○ 趣旨はよく分かり、また、そうせざるを得ないという肌感覚のようなものも理解できた。

ここから先はおそらく、今後の運用にも関わるのではないかと思うが、結局パブリシティ権侵害を、何を対象として判断するのかという問題も併せて考える必要があると思っている。サイト上に動画が上がっている場合を例に挙げているが、動画一本一本を単体で見ると、それともサイト全体の構成なども含めて考えるのかということも基準になると思う。多数の動画をまとめて掲載しているサイトに、1本だけでもすごく魅力的な動画が上がっていると、そのサイト全体について、有料登録して定期的に動画がダウンロードできるようなプレミアム会員のような機能を得ようと思う人が出てくるかもしれない。例えば、そのサイト全体が単一の商品として位置付けられた場合、従来の「専ら」基準ではそのうちのごく一部がパブリシティ権侵害の内容を含んでいるという状況ではパブリシティ権侵害が否定されることになりそうだが、そのような場合でも、その動画自体がパブリシティ権侵害にあたるということをもって、全体をパブリシティ権侵害として認定していくといった認定の仕方はあり得るのではないか。そのため、どこを一部分を切り出して評価対象にするかというところで、もう少し柔軟化できる余地がないかと思った次第である。

● その意味では、ウェブの方が本などよりも柔軟にできるかもしれない。一番の心配は、とりわけ差止請求について、不可分一体であるとして、特に問題がないところまで差し止められてしまうことだろう。本の場合などは、全部が一蓮托生になってしまうが、ウェブの場合には区切りがある。1本2時間の動画が上がっているときには、ひとまとめに考えざるを得ないし、今委員が述べた事例でも、おそらく動画単位になってくる。ENJOY MAX事件を引いた上でそれとの対比で論じるのはよいことだと思うが、さらにインターネットの特性、つまり、差し止められてもほかのところには影響を与えないような、区切られている部分
40 に関しては、差止めの範囲に含めてはならないといった趣旨を述べてもよいかもしれない。

その意味では、SNS次第だが、短い動画も多いので、この要件の下でも、インターネットではパブリシティ権を何とか活用できる例は多いかもしれない。

○ 今の関係で、FEST VAINQUEUR事件では、ウェブサイトについて、会員登録した者に向けた特別の写真及び画像等を掲載した部分は第1類型、メンバーのグッズを販売した部分は第2類型、ウェブサイト全体は第3類型にそれぞれ当たると言っており、インターネットの事例では、この事例が今のところは前提となるかと思う。それを更に踏み込んで、様々な動画がある中で、ある動画のうち有名人が短時間出演していることからチャンネル登録する場合まで商品等の販売を促進しているというのは、少なくとも裁判例からはかなり遠い気がする。感覚的には、FEST VAINQUEUR事件をもう少し緩く解するとか、もう少し広げるくらいであれば十分コンセンサスがとれると思う。

● 今の観点は、差止めの範囲の話ではなく、顧客吸引力を利用しているかという枠組みの話であるように思われるが、委員のスタンスからすると、今のような例であっても一部とはいえ全体に寄与しているので、例えば出演者が多数であるためにそれぞれの出演者が僅かしか寄与していない場合には、侵害がおよそ認められないことになりかねないような気がする。

○ 先ほどの発言は、顧客吸引力ではなく「専ら」の侵害類型に関するものであった。

● 私は、「専ら」について、可分でありそこだけを差し止められるかどうかで考えていたが、委員は、たとえ可分なものが多数あっても、全体の商業的利用には専ら役立っていないのであれば、個々の動画について差し止めることはできないと述べたように聞こえたのだが、そのような趣旨だろうか。

○ そうすると、例えばピンク・レディー事件がウェブ雑誌だった場合は差し止められるというのが座長の考えということか。

● 内容的には結局侵害にならないと思うが、少なくとも雑誌のごく一部に止まるという理由で侵害が否定されることはないと思う。

○ そうすると、意見が異なるかもしれない。私は、ピンク・レディー事件がウェブ雑誌であっても、全体の中でどうかというのはやはり見ると考える。

● ウェブ雑誌であっても、ピンク・レディー事件の場合は、あの記事がそのままウェブに載っていたら、3頁であるということを理由に侵害は否定されないと思う。

○ ピンク・レディー事件ではパブリシティ権侵害は否定されたが、仮に、あの事案で200頁の雑誌全部がウェブ雑誌として存在した場合、問題となった3頁部分について侵害が成立するということか。

● そのようには思っていない。ウェブ雑誌の定義次第だが、紙媒体のものがそのまま掲載されている場合には、やはり紙媒体の単位で考えるということもありうるかもしれない。しかし、ウェブサイトにはいろいろな記事があり、まとまりが観念しにくい。そのため、あるウェブ雑誌といっても、可分だといえることもあるかと思う。もっとも、私は、ピンク・レディー事件の場合は、問題とされた3頁のうちにもいろいろな説明が加わっていたり、白黒であったりするから、ピンク・レディー事件において専ら顧客吸引力を利用する目的があったとは言わない。

○ 私は、ピンク・レディー事件で問題となったような週刊誌全体が電子化されて、例えば1まとまりのPDFでウェブサイトに掲載されており、それをダウンロードして読むという場合は、商品は電子雑誌なのだから、電子雑誌として見るべきであると考え。

さきほどの議論は、商品としての動画をどこまで切り込めるかという議論だと思っており、ウェブサイト全体を商品としてみるとか、その販売促進とか考えるのは遠いというイメージである。商品として成立する限り、1個1個の動画を見ていけばよいのではないかと思う。

● 商品として成立するための要件はどの程度なのだろうか。例えば、様々な人のアクションシーンの動画が多数掲載されているが、個々の動画が販売されているわけではなく、ウェブ全体で広告収入を得ているという場合には、それぞれの動画がパブリシティ権を侵害しているとしてよいと思う。

○ 座長が言及されたような状況の場合、個々の動画を販売する毎に対価を受け取っていないとしても、ウェブ全体が、例えばアフィリエイトのようなものでもうけている場合であれば、個別の動画を商品としているとして侵害が成立すると思う。そのサイトを、動画配信のサブスクのようなものと見て、動画が加入動機となっているとすると、第2類型又は第3類型に当たると思う。エンリケ事件に近いように思われ、特定の人の動画があるからそれに加入するということなので、ほかの動画配信サービスに比べてその価値を高めているといえると思う。

● 第1類型で柔軟に考えると思っていたが、第2類型又は第3類型もあるということだろうか。

○ 私は第2類型だと思っている。第3類型もあるかもしれないが、第2類型は使い勝手がよいのではないかと考えている。

● 逆に、第2類型は差別化とあるから、ハードルが高くなるのではないか。第2類型については、多数の人の動画がある場合、その中で著名な人についてのみパブリシティ権侵害になるのではないか。

○ 私は、第2類型については、他と違えばよいと緩やかに考えているので、むしろ第2類型は第1類型が駄目でも第2類型で拾えるという感覚であり、第1類型の方が第2類型よりもハードルが高いというイメージである。

○ 同じ感覚で、「独立鑑賞」要件があるから、第1類型は非常にハードルが高い。第2類型は差別化だが、エンリケ事件においては差別化要件が緩やかに判断されていると思われ、差別化というのは、ほかと違うというラベルが付いているというレベルでよいのではないかと思う。

○ 独立鑑賞が認められるハードルは非常に高いが、差別化要件については、この商品にはAという人物が載っており、別の商品にはBという人物が載っている場合には、それだけで違うのだと思う。

● それは大分弱いではなかろうか。

○ 個人的には、その程度でも差別化要件を満たすとすれば、ハードルが下がり、パブリシティ権侵害として拾えるのではないかと考えている。

● 差別化と聞くと不競法のことを頭に思い浮かんでしまう。不競法では多数の商品等表示があるということはあるので、少し自分の中で検討したい。そのほかに意見はあるか。

○ 資料8-2では、よく似た顔の者が生成された場合を想定した上で、肖像の類似性について記載されているが、その際には、ファンなど、一定の需要者層が見ることを想定することでよいと思う。他方、顔自体はとてもよく似ているとはいいい難いが、そのほかの特徴的な要素、例えば、木枯し紋次郎のように三度笠をかぶり、長い楊枝をくわえて、道中合羽を身に

着け、長脇差を携えている姿など、そういったものを認識させて、需要者に誰かを認識させる場合もある。こういう場合はどう考えるのだろうか。

● 本日の議論を踏まえると、ある程度の近似度でも、商業的な価値を失っていないか、顧客から見て認識できるかどうか重要ではないか。

○ 同一性や類似性の判断の在り方は難しい問題で、声の場合はなおさらである。全く同じであれば立証しやすいが、少し似ているというとき、例えば、10人の判断者がいた場合、そのうち6人は似ていると言うが、残りの4人は似ていないと言う場合もある。この場合、原告としては、目、鼻、口、耳、頭部など、様々な部位に焦点を当てて、類似である旨を個別に議論をするのだと思う。著作権侵害であれば、著作物の創作性のある部分を特定した上で類似性の議論ができるのだが、肖像権侵害の場合、似ているか否かとなると、その判断は難しく、一定の基準はなかなか作りづらいと思う。いずれにせよ、訴状等を書く際には、どのようにして人の顔が似ていると判断するのかを考えるという難しい作業をする必要があると思っている。

● 難しい問題であるが、基本は商業的価値を増しているか否かであろう。ある程度参考になると思われるのが、不競法の周知性で、これは予測可能性の確保のために役立つ基準であるとともに、違法にすべき場面をも表すものとして、法律に定められているものであり、この周知性については、私は1割程度でよいと考えるが、二、三割程度あれば認められるものという人も多く、その流れで行くと、全員、あるいは6割程度に知られている必要まではないと思う。

○ 元の肖像に顧客吸引力があるかを議論した上で、元の肖像に似たものを用いることで、元の肖像の顧客吸引力を利用しているかを検討するという問題なのだと思う。商業的に利用されていれば顧客吸引力があるということよく、元の肖像と似ていれば似ているほど元の肖像が持つ顧客吸引力を利用していると認定されやすくなり、逆に、似ていなければ似ていないほど顧客吸引力を利用しているとは認定されにくくなるという議論である。顧客吸引力の話は、権利対象かという議論と行為の議論とが全部セットになってしまうので、行ったり来たりせざるを得ないと思う。著作権のように、最初に著作物かを決めてから侵害態様を決めるというわけにはいかず、実際の侵害態様のところを見ながら、顧客吸引力が利用されているかを考えていく必要がある。利用態様を見る必要があり、結果的に掛け離れたものであっても利用されていたらとりあえず顧客吸引力があるということではないはずである。

○ 議論が進んでしまったが、生成AIで生成した肖像というのは、端的に言うと、架空の人物である。それがある程度の類似性を持ってくると、本人と識別させるような標識として認識されるようになってくる。

最高裁の判決は、肖像等とは言っているが、同一性や類似性とは言っていない。似顔絵などの例は別にして、グラビア写真などでは、本人の写真を使っている以上、写し方によっては、確実に同一であるし、確実に類似している。だから、特に生成AIの文脈では、その肖像自体が同一か類似かというのは本質的な要素ではなく、本人識別性を判断するための一つの手掛かりにすぎないというように基本的には捉えるべきだと思う。

そうはいつても、単に、肖像を見たり声を聞いたりすると本人をほうふつとさせる、雰囲気似ているというだけでは足りないだろう。ただ、そのような場合も含めて、利用されている文脈において、付されているタイトルやタグ、商業的な利用態様、顧客吸引力の利用の

仕方、意図、視聴者側の反応、収益化の有無等を含め、全体的に様々な要素を考慮して、生成した声や肖像が本人を識別するものとして機能しているのであれば、肖像等の使用として評価してよい気がする。そのため、肖像等が類似している、あるいは、ほぼ同一であるということ、非常に重要な要素ではあると思うが、そこだけではなく、様々な要件を行ったり来たりというところも含めて、総合的に判断せざるを得ないのがこの生成AIの問題の特質なのではないかなと思う。

○ 肖像等の利用というところはやはり問題となると思っている。委員が述べたのは、総合的に考え、肖像そのものを使っていなかったとしても、その人の顧客吸引力が使われていれば保護対象になる可能性も示唆するものと感じたが、少なくとも最高裁判決からすると、やはり人格の象徴である肖像が使われていることは前提になっており、それは顧客吸引力の使用とは独立した要件と考えざるを得ないのではないかと考えている。そのため、どうしても肖像等の同一性とか類似性という議論からは離れられないとは思っている。その判断基準としては、本日議論があったように、需要者の認識で判断するというところでよいと思っている。また、個人的には、肖像等の利用といえるためには、依拠性も必要ではないかと思っている。

● 私も今の委員の意見と同じ感想を持った。「専ら」という要件の下で柔軟に判断されていた中、ピンク・レディー最判は3類型を打ち出したのであり、3類型が意味するところは、定義付け衡量などと言われているが、憲法の表現の自由に関わる部分について、何とか要件化をしようとしたというものである。そのため、肖像自体が同一か類似かというのは本質的な要素ではないという方向性に向かうことはできないのではと感じた。

○ もちろん、最高裁は、肖像等と言った上で3類型によって自由な表現行為とのバランスを図っている部分もあるから、肖像等の同一性とか類似性というのは最も重要な考慮要素、判断要素であることは事実だと思う。もっとも、基本的には生成AIは架空の人物を生成するもので、依拠性についてはその意味内容を含め様々な捉え方があるが、肖像や声について本人の識別性を判断していくに当たっては、利用された文脈、需要者の認識も含めた様々な要素を考慮していくことになるという趣旨であって、肖像が似ているか否かというところから完全に独立して識別性を判定するという趣旨ではない。

○ パブリシティ権の分野の依拠について、AIにおいては、学習されているか否かという意味での依拠は関係ないのではないかと思っている。依拠をピンク・レディー事件最高裁判決の中に読み込むのだとすれば、目的というところではないかと思う。AIを用いてアイドル風の人物を生成しある商品のCM動画を作成したところ、生成した人物がたまたま地方アイドルとか地下アイドルに似てしまった、そういう実在のアイドルの存在を全く知らなかったという場合には、やはり専ら顧客吸引力を利用する「目的」がないといえるのではないか。著作権法の分野における依拠は、AIによる依拠と人間による依拠の2段階があるが、パブリシティ権については、AIが学習してさえいなければ、すなわちAIによる依拠がなければ、対象となる人物を知っていても自由に肖像等を生成してよいという議論になることは避けたい。

● 確かに著作権における依拠とは全く異なる話になる。AIが学習していなくとも、たまたま類似した肖像が生成され、それを使ったときにもパブリシティ権侵害になり得るということであるから、著作権とは別の言葉を使った方がよいのかもしれない。

損害額について、著作権法114条1項は、個人が訴える場合を想定すると使いにくいと

ということなのかもしれないが、まずは著作権法114条を類推していいのかという点について、いろいろな意見があるかもしれない。ただ、差止請求権も認められるような排他権であることからすれば、類推の基礎はあるのではないかと思う。

その上で、著作権法114条2項について、個人的には、少数説ではあるが、利益吐出しのように考えている。もちろん、裁判例は、同項を逸失利益の推定規定と捉えており、おそらく多数説の理解では、侵害者と同じような収益を上げていなければ、推定すべき損害がないとして推定が認められないということになると思う。また、資料8-2には限界利益と書いてあるが、同項を利益吐出しと理解する立場からは、侵害者が当該行為をするときにどのような費用を使っているのかと考える。逸失利益の推定規定ととらえる立場からは権利者側の限界利益になりそうでもあるが、裁判例は侵害者側の限界利益と言っている。そこでの限界利益については、ここ10年位、かなり侵害者に対して厳しくなっており、侵害者自身は当該利用に使ったつもりであるとして会計的には経費として認められそうなものであっても、侵害をしなかったとしてもいずれにせよ使う費用は、全部を経費として控除しなかったりするため、推定される損害額はかなりの金額になる。逆に、同じような損害を受けていないときにはそもそも損害額を推定しないとすることでバランスをとっているのが今の裁判例ではないかと思う。

そのため、著作権法114条2項は、使えるような同種の損害があると推定できるときは有効であるが、逆に、使えない場合もかなり出てくるため、著作権法114条3項も非常に重要になってくる。パブリシティ権は人格的利益に由来するが、財産的なものだと言われてるところが効いてきて、人格権侵害でライセンス料を請求するというのはあり得ないという意見については、クリアしていけるのではないかと考えている。

○ 今の意見には賛成だが、一般論として、推定規定というのは著作権法だけにあるわけではなく、知的財産法それぞれにある。そのことを考えたときに、例えば第1類型は、肖像等を独立して鑑賞する、つまりコンテンツ的に利用するわけであるから著作物の場合と実態も似ていると思うが、第2類型の商品等を差別化をしているというときに、著作権法の過去の裁判例を見ても余り参考にならず、むしろ、商標法や不競法などを議論の参考にすべきだろう。第3類型も、宣伝なのでやや微妙ではあるが、やはり著作権法でよいのかということがある。知財法の条文を参考にするのはよいと思うが、パブリシティ権の場合、どこを参照するか、何を考慮に入れるかというような議論をしたときに、コンテンツ的な利用をする場合とマークを付ける場合など、いろいろと話が違ってくるころもあると思うので、個人的には、そこは見ていってもよいのではないかという気がする。

● 確かに裁判例の傾向を言うと、特許では、特に特許法102条1項や2項については同種の損害がありそうな場合には、推定の覆滅はなかなか認められないのだが、商標だと、商品全体に関わっていないという意識があり、推定の覆滅を認めて相当額が控除されたりする。だから、著作権法だけではなくて商標法とか意匠法、あるいは、特に不競法も引用していただきたい。

【資料8-2・想定事例2について】

● 声優の場合は絵柄と一緒にということが多いように思う。特徴のあるせりふといった整理はそのとおりだが、絵柄で判断ということがあり得る。また、ある程度似ているとか、その辺

りまでヒントになれば識別が可能となる例はおそらく多くあるのだろう。肖像に関する先ほどの議論とほぼ同じだが、結局、需要者の方から見て識別できるかどうかというところで、それがイコール商業的価値を利用したことになるのではないかと、その辺りが基準なのではないかと思う。

- 5 ○ タイムリーに、ある有名な声優による訴訟のニュースが世間をにぎわせている。その事例では、その声優が演じているキャラクターをにおわせるような名称や画像が利用されているようである。そういった情報がなければ分からない人もいないかもしれないが、その声優のファンであれば、すぐにその声優であると分かるようである。また、報道によれば、月に数十万円の収入があったということであり、商業的に利用している典型的な事例といえる。ただ、
- 10 キャラクター名をにおわせていることが結構意味を持っており、そうしたにおわせの情報がないとそこまで収益が上がらなかったのではないかとも思う。やはり、利用者は、収益を上げたいから、何らかのにおわせをしようと思っている。そのキャラクターの名称そのものを使用すると様々なクレームが来るので、そのようなことをしたりはしないと思うが、例えば、名前を少し変えたりするなど、そういうにおわせも含めて、付随情報として個人識別能力を
- 15 高めるとするのは、現場ではやられていると思う。
- 大事なのは顧客に向けて商業的価値があるかどうかであるという先ほどの議論と組み合わせると、ただの声であれば売上はないだろうと思われる状況下において多額の売上げがあるのは、顧客吸引力を利用しているからこそであると思われ、このことは、有力な間接事実にはなりそうな気がする。
- 20 ○ 賛成である。それでもう十分で、あとは逆に顧客吸引力がないことを利用者側において証明せよということになるのではないか。
- 考え方としてはよいが、におわせについてひとくくりにするのはやや広すぎ、より丁寧に議論をした方がよいと思う。例えば、声優本人の名前をにおわせる場合と、その人が演じるキャラクターの名称をにおわせる場合とをひとくくりににはできないと思う。個人の名前は直
- 25 接的な結びつきがあるが、役については、結びつきの程度が様々であり、これをにおわせということで全部くくってしまうと、ちょっと広すぎるという気がする。ただ、一步一步積み上げて行くケースがあることには全く反対しない。
- 例えば、キャラクターは有名で識別できる一方、声優の名前までは思い付かないという中で、絵柄によるにおわせがあることによってそのキャラクターの声だと分かる場合には、侵害を認めてよいだろうか。
- 30 ○ それはよいと思う。
- ただ、注意しなければならないのは、声で売れているのか、それとも、アニメで売れているのかという問題である。キャラクターの声だと分からずに、アニメを動機として購入している人もいるから、先ほどの、多額の売上げがあるのは顧客吸引力を利用しているからであるというのは、少し言いすぎだったかもしれない。今は声の方の話をしているから、その声
- 35 が識別されている必要がある。
- キャラクターと声優の名前まで結び付けて覚えている人は相当なファンであろう。ある声を聞いた際には普通はアニメの役柄が頭に思い浮かぶだろう。先ほどのケースも、あえてキャラクターの名前をにおわせ、声優の名前をにおわせなかったのは、キャラクターの方が有名だからだろう。
- 40

- 今は声を不正に利用されているようなケースを念頭に置いているように思うが、例えば、海外の映画製作会社が生成AIを使って一から日本語の吹き替えのアニメの声を作るというときに、日本人であればある有名な俳優を想起するような声を生成AIに作らせて吹替版を作ったとする。その映画を日本で上映した場合には、一応類似といえ、顧客吸引力はあるの
5 だと思うが、海外の映画製作会社としては当該俳優のことを知らず、声もたまたま似てしまったというときに、パブリシティ権侵害になるのだろうか。先ほどの依拠性というところも関係するのかもしれないが、海外の映画製作会社は当該俳優をイメージしておらず、また、当該俳優の声に依拠しているつもりもないが、たまたま声としてはぎりぎり類似と言えるような場合に、どう考えるべきなのだろうか。
- 10 ● 感覚的には、行為者に着目して考えた方がよいと思う。今の例であれば、製作の段階ではなく、配給の段階で見れば、明らかに日本を狙って配給しているので、配給会社についてはパブリシティ権を侵害しているといえると思う。あとはどこまでの者に及ぶかは、過失判断で処理するのではないかと思う。
- そうすると、日本では配給会社を訴えることになるのか。
- 15 ● そのように思う。あとは共同不法行為等で過失判断をすることになるのか。場合によっては準拠法が問題になるかもしれない。
- 異なる話題となるが、人間は、純粋に音声学的な特徴だけで声が似ているかどうかを判断しているのだろうか。アニメのキャラクターについては、もちろんキャラクターにもよるが、例えば口調や決めせりふの発声の仕方などをトータルで見て、似ているとか似ていないとかを認識しているのではないか。しかし、声質が全く似ていない人が同じ口調で話した場合に
20 声のパブリシティ権の侵害に当たるかについては、かなり懐疑的に見ている。例えば、人間が物まねをする分には基本的には問題がないが、バーチャルキャラクターが物まねをしたという場合、形式上は、声は全然違うけれども口調その他を再現しているとして、パブリシティ権侵害になるとする余地もありそうな気がする。しかし、人間がまねた場合と、バーチャルキャラクターがまねた場合で、違う扱いにしてよいのだろうか。類似性の判断のときに、
25 声だけを本当に純粋に取り出して、似ているかどうかと判断できるのかどうかがよく分からず、そこをどう考えたらよいのかも含めて、意見を聞きたい。
- 今までの意見は、やはり声だけではなかなか判断できないだろうということ、様々な事情を考慮するということだと思う。他方、そうは言っても声質が全く似ていないのであれば、
30 それは声の話ではなくて、むしろアニメの著作権の話とか、そちらの話ではなかろうか。それから人間がやった場合にも、物まねだと言わずに本人であるという形で物まねして、それを物まねと言わなかったときには、パブリシティ権侵害となり得ると言ってよいのではないかと思う。だから、声が似ていることももちろん重要であるが、ほかの要素も重要であると、そのような答えになるのではないかと思う。今、委員からはうなずきで賛意が示されている。
- 35 ○ 今の意見に近い。先ほどから出ているケースにおいて、おそらく、全然似ていない声の人であつても、しゃべり方が似ているというだけで、アクセス数が集まったりすることはあり得ると思う。しかし、そういう場合にまでパブリシティ権侵害の対象にするのかというと、やはりその本人の声を使っているとはいえないものまで対象にすべきではなく、物のパブリシティに近いのかもしれないが、キャラクターのパブリシティの問題とか、そういう話にな
40 ってくるのだろうかとは思っている。そういった意味では、やはり声が似ているという要素

自体は外せないのではないかと考えている。

○ 今の意見と同じで、さっき出していた例とも組み合わせて言うと、例えば、顔かたちがある程度似ている人が、似ていることをより利用するため、似たような服装をするという場合はパブリシティ権侵害の問題に取り込んで判断してもいいと思うが、顔かたちが全く似ていない人が似た服装をしても、それはパブリシティ権侵害の問題ではなく、コスチュームが似ているというだけの話であろう。声に限らず、同様のことが言えるのではないかと考える。顔かたちが似ていることを強調する方向に行くと、メイクするというのも当然スタートだが、声だけの話ではなく、容姿についても同様の議論ができるのではないかと考える。

○ 同じ意見だが、資料8-2にも、補足情報、周りの情報という書き方がされている。委員が述べるように、もともと似ていないと駄目だろうが、それだけでは少し弱い場合、あるいは敢えて責任を逃れようとして弱くしているような場合に、付随情報を拾い上げて確度を高めるといったニュアンスを感じているが、それでもやはり元の声と似ていなければいけない。声の場合は、顔とは違って、そもそも識別力が弱い個人情報であるから、そこは少し拾い上げていかないと、厳しいのではないかと感じる。

○ 私も同意見で、似ているか否かの議論の場面で、補足情報というのも含めて利用態様で評価するということが自体は全く異論がない。補足情報があっても、それでもやはり似ていないという場合までは保護の対象にはならないだろう。

○ 声について、今日も少しあったが、声紋という議論がよく出る。しかし、声紋が似ているということを必須化すると、AIによる物まねの場合は良くて、人間による物まねの場合、声紋が違うという問題が生じるのではないかと考える。技術的なことは分からないが、可能性としてAIについては声紋まで似せることはあり得るが、人間の場合は難しいのでは。そうすると、例えば、物まねだと明示しないまま、人間による有名人の物まねを宣伝に使ったというようなケースでは、声紋が違う以上侵害にならないということになりかねない。補足情報としては考慮することは当然よいと思うが、声紋が似ているというのが決め手になるわけではないということは整理をしておくべきではないかと思った。

● 確かにガイドラインは法律に詳しくない人も読むものであって、やはり声紋はつい思いついてしまうものであることからすると、委員の述べるとおりではないかと思う。

○ もう1点。私は、先ほどの補足情報については、「専ら目的」としているかの認定に当たって、そういう補足情報を考慮していくのではないかと考えている。ここでは、架空の歌手に歌わせてみたと表示してある場合はどうかという例が出ている。確かにその表示は、マイナスの補足情報の一つとしては考慮対象ではあると思うが、そのような打消し表示を一つすれば一切侵害ではなくなるということにはならず、全体からすると、誰しものが責任を免れるために書いてあるだけと理解する場合など、消極方向へにおわせるような情報を追加しても打ち消しできないというケースは十分あると認識している。

● そのとおりだと思う。次に、サービス提供者側の責任について何か意見はあるか。著作権の場合は、法定の利用行為があり、かつ、みなし侵害も全部定められているので、それらに当たらないものはやむを得ない。特許と違い、間接侵害ではないから、利用行為の主体について大きな議論がある。他方、パブリシティ権については、全く条文のない世界なので、積極的に定義された利用行為の中で考える必要がなく、最高裁が示したのは3類型に加えて「など」なので、柔軟に考えてもよいのではないかと考える。逆に柔軟に考えざるを得ないのではな

いかと思う。ここまでは差止めが認められて、ここからは認められないという、その尺度がない。だから、柔軟に考えてもよいという気がするが、他方で、むしろ侵害用途がないような汎用的なものを止めに行かないことの方が大事で、基本的には侵害に特化したようなサービスを止める、そういうことが大切であると思う。

○ 前回、この辺りの問題について発言したが、私自身は、この種のサービス提供行為について、3類型に厳密に当たらなかったとしても、実質的にパブリシティ権侵害に当たる行為だと言ってもよいと考えている。それが「など」に当たるとするのかどうかというのはおそらく議論になると思うが、私自身は、この「など」に当たるとするかどうかという議論の立て方が余りしっくり来ていない。前回も話したが、パブリシティ権侵害というものの実質は何かというのをきちんと精緻化して考えていって、何かしらの実質的な権利侵害があるとみられる場面であれば、ピンク・レディー事件の3類型に厳密に縛られることなく、パブリシティ権侵害であると評価してよいのではないかとと思っている。もちろん、3類型に当たるのであればそれでよいと思うが、「など」というのはそれ以外も含み得ることを表していて、「など」に当たるとするかどうかという問題の立て方が少ししっくり来ないと感じている。

● 確かに、もともとピンク・レディーの3類型というのは、専ら商業的な利用ということで大ざっぱに判断されていたのを限定するためであった。逆に言うと、そこで「など」に全部期待してしまうと、限定した意味がなくなるので、むしろ委員が述べるとおり、この3類型を基底に考え、3類型以外にほとんど実質的な用途がなさそうな行為について利益衡量で差止めしてよい、「など」というよりは、3類型を中心に、その支援をし、他用途がないという方が適切な考慮事項だという気は確かにした。余り議論されたことがなく、つい「など」に逃げてしまうが、「など」に逃げるのがピンク・レディー最判の意図に反しているような気がするので、可能であればその辺りのことも整理するとよいように思った。

○ 今の議論についてはそのとおりだと思うが、逆の方向で言うと、太田光事件やハンカチ事件など、形式としては第2類型や第3類型に当たるが、顧客吸引力を使っていないとして侵害が否定されている事例がある。そうすると、やはり3類型というのは、硬直的に、3類型に機械的に当てはまったら侵害で、当てはまらなかったら非侵害だというのは、今の裁判例の実務とは少し違うかと思う。だから、私は、「など」が拡大だけではなくて縮小の方向でも働くのではと思うのだが、いずれにしても、最高裁が言ったのは、ある程度例を出したというだけの話であって、その例を厳密に見なければいけないというものではないのだろうと思っている。

ただ一方で、3類型を出した心として、アメリカでも常に問題になる表現の自由との調整という部分を忘れてはならないことを一方では強調しなくてはならない。広げてしまうと、今度は何でも入ってしまうということになってしまって、アメリカでも問題になった伝記の類のものの場合にどうなるのだろうかという議論になってしまうと思うので、「など」を形式的に強調するという趣旨ではないが、その心は反映されなければいけないということは、重要なメッセージなのだろうと思う。

● 不競法についてはどうか。資料8-2ではあまり触れられていないが、不競法では、商品等表示としての使用に該当するかどうかというところが一番大事なところである。もっとも、想定事例2では、声について、キャラクターと同じだから商品等表示に該当し得るということで、おそらく、この例であれば、混同されているのであればよいのかもしれない。一般的には、

特に第3類型、宣伝広告のときには使えないが。

ただ、いずれにせよ周知性が認定されなければいけない。不競法においては、声に分かれ
ばよいという話ではないので、少し厳しいかもしれない。

- そのほか、A Iカバーなど、打ち消しがしやすいという違いがある。

5

【資料8-2・想定事例3について】

- 想定事例3について、パブリシティ権侵害を認めたいという気持ちがある。もちろん、
「など」であるから、謙抑的に考えなければならないのかもしれないが、私はこの事例では、
侵害にしてよいと思っている。というのは、アーティスト、タレントや声優もそうだが、通
常は、人気が出るまでどんどん出ていく。サイオンス効果というが、声や歌、俳優の顔は、
接する機会が多いほど人気が上がっていく。ただ、あるところで頂点に達すると、飽きられ
始めて人気下がりはじめるとするのは、心理学などでデータが出ている。要するに、アー
ティストは長くアーティスト活動するために露出をコントロールしたいというのがあり、それ
を一般の人たちによって大量にやられてしまうと、アーティストの寿命がものすごく短くな
る。よくあるのは、CMにどんどん出た場合、もうこのCMの人はいいよといった反応が生
じうる。それを専門用語で刺激飽和とか、心理的リアクタンスなどと言うのだが、結局それ
を野放しにやられてしまうと、アーティストとしては結構きつい。なので無償といえどもコ
ントロールさせてあげないと相当厳しいと思う。タレントの側から言うと、そういう意見は
出ると思う。
- 私も、収益を得る目的があるかどうかというのは本質的には関係がないのではと思ってい
る。顧客吸引力乗用に関しては、この肖像等を使うことでより多くの人に見てもらいやすく
するという目的で投稿するなど、そういった目的であっても、顧客吸引力を利用しているとい
うことになるのではないか。そういう目的であってもパブリシティ権の侵害にはなり、そ
こに収益が発生しているかどうかは本質的には関係がないと思う。
- 異なる意見を述べるものであるが、ピンク・レディー最判は、専ら商業的に利用する場合
ということで、3類型を設けて定型化する一方で、肖像等をみだりに利用されない権利とい
うのが包括権利としてあると述べている。私は、今の議論は、パブリシティ権ではなく、肖
像等をみだりに利用されない権利の話にした方がよいと思う。やはり収益を目的としないフ
ァンサイトの方が表現の自由の範囲は広くてよいと思う。もちろん、権利者の方から見れば
同じような使い方をされているから、そうは思わないという意見もあると思う。しかし、表
現の自由等の観点から行くと、ファンサイトについてあまり抑圧すべきではないと思うので、
まさに大量に掲載されているなどということを、3類型以外の肖像等をみだりに利用されな
い権利の方での受忍限度の話として総合衡量するという方が、ピンク・レディー最判の類型
化を前提にすると、適切なのではないかと思う。
- パブリシティ権侵害ではないという座長の意見に賛成である。例外がないとは言わないが、
顧客吸引力を専ら利用しているという状況は、前提として、商品等の販売を促進している3
類型のような状況があり、それと同一視できるような場合があることを否定しないのが「な
ど」であると思う。よって、自己の政治的な主張をより多くの人に聞いてもらいたいなど
というような、単により多くの人に見てもらいたいというだけの目的の場合には、パブリシ
ティ権ではなく、人格権の問題として処理するのが適切だと思う。有名な人の似顔絵だったか

40

ら多くの注目を集めたとしても、商品等の販売の促進という要素がない場合は、パブリシティ権侵害の文脈ではないのではないかと思います。次第である。

○ そうすると、ファンサイトに写真集のようなウェブページを作ったとしてもパブリシティ権侵害にはならないということになりはしないか。そうすると、権利者の財産的な利益に関してかなりの損害が生じる可能性があると思われる。人格権侵害とパブリシティ権侵害とでは損害額が全然違うのではないか。

● 損害額が違うかは、様々な考え方があるのではないか。相当因果関係が証明されれば、慰謝料でなくともよいという気がする。

○ 例えば、写真を自由に撮ってよいコンサートで写真を大量に撮って、ファンサイトでまるで写真集かのようなものを作った場合はどうか。アーティスト側から見たら、翌月そのライブの写真集を発売することを予定している場合等、厳しい状況になる場合がある。

● 今の例であれば、入場の際の約款でおそらく止めているであろうから、実際上の問題は生じないように思われる。その他、運営側でも一定の工夫はなしうるだろう。

○ 今の議論を聞いていて思い出したが、将棋の棋譜を無断で利用することが著作権侵害になるのかという議論がある。最近の裁判例で、著作権侵害にはならないけれども、ビジネスモデルとして将棋連盟や主催者が描いているビジネスモデルを侵害する形になるので、営業利益侵害の不法行為になるという判断がある。そうすると、何かしら直後に販売する予定があるような写真を事前に無償で出してしまうというのは、パブリシティ権侵害にはあたらなくても、有償で回収しようというビジネスモデルを侵害しているものとして、別の不法行為になると考えた方が、筋がよい気がする。

○ ただ、一般不法行為では差止めができないという問題があり、そこがなかなか悩ましい。

○ そうであれば、人格権侵害の方で差止めをしてもらって、損害賠償はビジネスモデル侵害という構成が考えられるか。

● それは複雑であろう。ただ、批判もあるところだが、棋譜の事件については事務局の資料において、ビジネスモデルの方で損害賠償を認めているものがあるということは言及した方がよいかもしれない。

○ 1点だけ、その部分は賛成だが、表現の自由との関係で言えば、ファンサイトのようなものについて差止めが認められるということ自体が、ちゅうちょを覚えさせるところがある。ファンサイトというのは、いろいろ、その人が好きだということを表現しているというところがあるから、差止めではなくて損害賠償で処理するというのが、落ち着き所ではないか。

○ その場合、損害賠償請求と差止めの双方を求め、人格権侵害と、ビジネスモデルについては法的保護に値する利益の侵害を両方請求原因として書いては駄目なのだろうか。

● 北朝鮮著作物最判事件は、ベルヌ条約上の保護に値しないからとして著作権侵害の請求を棄却しつつ、原告の請求に応える形で、営業上の利益が不当に侵害されたかどうかを検討しているから、同様の処理になると思う。人格権やパブリシティ権とはまた別の請求原因、一般不法行為として営業上の利益が害されたという話になると思う。

○ 想定事例3では、単なる興味本位でという前提があり、興味本位というのはいろいろなケースがあると思う。資料8-2の27頁目では、例として、多数のフォロワーがいて、再生数が多数に上って、営業の利益が低下していると認められるような場合には、「など」に該当し得るというような整理がされている。例えばファンが投稿するという話が出てきたが、

最初からA Iでこんな面白いものを作ってみたということで、いわゆるバズを狙ってフォロワーを増やすといった場合は、それにより営業の利益が低下するような状態が生じるというのは想定し得るから、「など」に該当し得るようにも思う。他方、最初はファンの投稿で、この役を演じたらどうなるのだろうといった形でファンが投稿したところ、それがその後たまたまバズって、フォロワーも増えていった場合のように、その行為の後になってしばらくしてからパブリシティ権の「など」に該当し得る状態になった、あるいは肖像等をみだりに使用されない権利という方でもよいが、時間の流れというのがあると思う。ファンによる投稿とは言っても、様々な状況があり得ると思った。

- 時間的な経過で結論が変わるのは本来、表現の自由という観点からは好ましくないが、フォロワーが増えた後に何かプラスアルファのものがあれば、安心感がある。

【今後の検討会の進行について】

- 本日の意見交換を踏まえて、事務局には取りまとめを見据え必要な加筆修正をしていただきたい。次回も想定事例に即して意見交換を行うことを予定し、第4回以降は取りまとめ案を議論する予定とする。

—了—