

**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
取りまとめ報告書**

**—生成AIによるパブリシティ権侵害等に関する解釈指針—
【概要資料】**

令和8年8月 法務省民事局

「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」の開催経過等について

【開催趣旨】

- 生成AIの普及等による肖像、声等の無断利用の事案が深刻化している一方、パブリシティ権等の侵害となる範囲が不明確である等の指摘
(無断利用の例) 生成AIを用いて特定の声優の声に酷似した音声を生じ、歌を歌わせたり、文章を朗読させたりする。
生成AIを用いて特定の俳優の肖像に酷似した動画を生成し、役を演じさせる。
- 上記指摘等に鑑み、パブリシティ権等の侵害に関する不法行為法の解釈適用等について、現行法及び判例法理を踏まえた法的整理を検討するため、「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」を設置・開催

【委員構成】

〔座長〕 田村善之・東京大学大学院法学政治学研究科教授

- * 委員：知的財産法研究者、民法研究者、法曹実務家の7名
- * 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室
- * 事務局：法務省民事局

【開催経過】

- 第1回 令和8年4月24日 肖像、声等の無断利用に関する一般論の検討
- 第2回 令和8年5月28日 関係者ヒアリング、事例検討①
- 第3回 令和8年6月25日 事例検討②
- 第4回 令和8年7月13日 取りまとめ報告書案の検討①
- 第5回 令和8年7月27日 取りまとめ報告書案の検討②

【取りまとめ報告書の公表と構成】

- 令和8年8月、取りまとめ報告書ー生成AIによるパブリシティ権侵害等に関する解釈指針ーを公表
(構成) 第1章 パブリシティ権、肖像権等による肖像、声等の法的保護に関する一般論
第2章 肖像・声の無断利用に関する事例検討
※ 不正競争防止法の適用について、パブリシティ権との適用範囲の比較の観点から必要に応じて検討

【参考】知的財産推進計画2026

「俳優や声優等の声を模倣した音声コンテンツの無断生成・公開等が一定の場合にはパブリシティ権等の侵害に該当し得ることを踏まえ、これらの侵害に関する不法行為法の解釈・適用等について、現行法及び判例法理を踏まえた法的整理の検討を行い、ガイドライン等を作成するとともに、その結果を周知し、より確実な権利保護に向け、ハードロー整備（不正競争防止法改正を含む）の必要性も含め引き続き議論を継続する。」

パブリシティ権及び肖像等をみだりに利用されない権利について

パブリシティ権

- **人の氏名、肖像等が有する顧客吸引力を排他的に利用する権利（パブリシティ権）**
- 肖像等それ自体の**商業的価値に基づく**ものであり、人格権に由来する権利の一内容を構成する。
- 保護の対象となる「肖像等」には、人格の象徴である**人の「声」も含まれる**。

【ピンク・レディー事件最高裁判決】（最判平成24年2月2日民集66巻2号89頁）

「人の氏名、肖像等（以下、併せて「肖像等」という。）は、個人の人格の象徴であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される……そして、肖像等は、商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する場合があります、このような顧客吸引力を排他的に利用する権利（以下「パブリシティ権」という。）は、肖像等それ自体の商業的価値に基づくものであるから、上記の人格権に由来する権利の一内容を構成するものといえることができる。他方、肖像等に顧客吸引力を有する者は、社会の耳目を集めるなどして、その肖像等を時事報道、論説、創作物等に使

用されることもあるのであって、その使用を正当な表現行為等として受忍すべき場合もあるといふべきである。そうすると、肖像等を無断で使用する行為は、
① 肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用し、
② 商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、
③ 肖像等を商品等の広告として使用する
など、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合に、パブリシティ権を侵害するものとして、不法行為法上違法となると解するのが相当である。」 ※ ①＝第1類型、②＝第2類型、③＝第3類型 と呼称されている

肖像等をみだりに利用されない権利

- 人格権に由来する権利であり、**肖像等の精神的価値を保護**
- 保護の対象である「肖像等」には、人格の象徴である**人の「声」も含まれる（＝「声をみだりに利用されない権利」）**

【法廷内写真撮影事件】（最判平成17年11月10日民集59巻9号2428頁）

「人は、みだりに自己の容ぼう等を撮影されないということについて法律上保護されるべき人格的利益を有する。」「人は、自己の容ぼう等を描写したイラスト画についても、これをみだりに公表されない人格的利益を有すると解するのが相当である。」

【ピンク・レディー事件最高裁判決】

「人の氏名、肖像等（以下、併せて「肖像等」という。）は、個人の人格の象徴であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される。」

【肖像等が有する顧客吸引力の利用】

顧客吸引力

- 顧客吸引力とは、商品の販売等を促進する効力をいい、知名度のある芸能人であれば、通常は、その肖像等は顧客吸引力を有する（特定の分野や一部の地域における顧客に対してその効力を持つ場合でも、顧客吸引力がある。）。
- 顧客吸引力は、利用者によって肖像等が商品等に付されたり商品等の広告に利用されたりするなど、商業的に利用された事実によって実質的に裏付けられる場合も多いと考えられる。

「肖像等」 の使用

- 顧客において、その使用された肖像等が、本人の肖像等であると識別することができるものであることを要する。
- 本人に類似する肖像等が使用された場合には、本人の肖像等との類似性の程度に加え、使用されるに当たって付加された本人の肖像等を想起させる情報等を総合的に考慮する。

【パブリシティ権侵害の類型】

第1類型

「肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用」する場合

＜典型例＞ 肖像そのものを商品化したブロマイドやポスター、肖像を用いた雑誌のグラビア写真等

- ➡ パロディー等、鑑賞の対象の中心が肖像等に付加して新たに創作された笑い等である場合には、肖像等「それ自体」を鑑賞の対象とするとはいえない。
- ➡ 雑誌等の一部に肖像等が用いられている場合（グラビア写真等）には、使用された肖像の大きさ、肖像等にコメント等の文章が付されているときは当該文章の分量、肖像と文章の関係性等を考慮し、肖像等を「独立して鑑賞の対象」としているかを判断する。
- ➡ 「商品等」とは、商品又はサービスとして商品化されたものをいい、私的な使用にとどまる場合を含まない。

第2類型

「商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付す」場合

＜典型例＞ 肖像等を用いたTシャツ、マグカップ等のキャラクター商品等

第3類型

「肖像等を商品等の広告として使用」する場合

＜典型例＞ テレビやウェブサイトの広告への肖像等の掲載、SNS等における肖像等を用いたなりすまし広告

「など」

3類型以外で、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合

- 3類型に準ずる場合に限定すべきことがピンク・レディー事件の補足意見において示唆

パブリシティ権侵害の判断基準 – 声のパブリシティ権侵害の判断基準 –

「声」の顧客吸引力

- 人の声についても、商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する場合がある。
- 特定のキャラクターを演じる声優の声自体に商品の販売等を促進する効力がある場合には、その声に顧客吸引力が認められる。

本人の「声」の使用

- 声そのものは、氏名や肖像と比べて識別性が低い側面があるが、肖像等の使用と同様に、声の類似性の程度に加え、使用されるに当たって付加されたその他の情報等を総合的に考慮する。
- 物まねや声まねは、通常、芸をする者自身の肖像等を使用するものであるといえ、また、芸の力を用いて人の目を引くものであるため専ら本人の肖像等が有する顧客吸引力を利用を目的とするともいえないから、パブリシティ権侵害には該当しない。ただし、顧客によって本人を示すものとして誤解されるような場合には、パブリシティ権侵害となる余地がある。

【各類型の典型例】

第1類型

第2類型

第3類型

ボイスメッセージ、ボイススタンプ、オーディオブック、AIカバー、ナレーション、声を聞くことのできる目覚まし時計、カーナビゲーション、スマートスピーカー等 ※ 第2類型の理解により、第2類型に含まれる典型例の内容は異なる。

広告等のナレーションへの利用、SNS等における声を用いたなりすまし広告

パブリシティ権侵害による損害賠償請求・差止請求

損害の範囲

- パブリシティ権侵害による損害は、財産的損害、特に逸失利益が中心
- 逸失利益については、裁判例上、使用料相当額が認められることが多い。

差止請求

- パブリシティ権の侵害に対しては、差止請求をすることができると解される。
(例：書籍の販売の差止め、ウェブサイトからの肖像等の削除等)
- 差止請求は、「現に行われている侵害行為を排除し、又は将来生ずべき侵害を予防するため」の差止めの必要性がある場合に認められる。

請求主体

- 請求主体は、原則として、パブリシティ権が帰属する本人である。
※ パブリシティ権を譲渡することができるか否かについては見解が分かれており、現時点で一致した見解を導き出すことは困難
- パブリシティ権の独占的利用許諾がされている場合には、ライセンシーには、債権侵害を理由とする損害賠償請求権が認められる場合があり得る。※パブリシティ権の独占的利用許諾は有効と解されている。
- ライセンサーがライセンシーに対して侵害排除義務を負う例外的な場合には、ライセンサーの侵害者に対する差止請求権をライセンシーが代位行使することができる可能性が相応にある。

肖像等をみだりに利用されない権利の侵害の判断基準等

判断基準

- 具体的な事例ごとに、肖像権による実質的な保護の対象となる権利利益を検討し、その性質を踏まえて、本人の社会的地位・活動内容、肖像の利用の目的・態様・必要性等の各要素を総合考慮し、肖像権の侵害が生活上受忍の限度を超えるか否かという観点から侵害の有無を判断する。
- 声をみだりに利用されない権利の侵害の判断基準も、肖像権侵害の判断基準と異なるものと解される。

パブリシティ権との関係性

- 肖像等の精神的価値を保護する肖像等をみだりに利用されない権利と、肖像等の商業的価値を保護するパブリシティ権は、保護の対象や権利侵害の要件を異にしており、肖像等をみだりに利用されない権利の侵害とパブリシティ権侵害の両方が成立する場合もあると考えられる。

肖像権侵害による損害賠償請求、差止請求

損害の範囲

- 肖像等をみだりに利用されない権利の侵害による損害は、原則として、慰謝料の範囲で認められる。

差止請求

- 肖像等をみだりに利用されない権利の侵害に対しては、一定の場合には、差止請求をすることができると解される。（例：書籍の販売の差止めや、ウェブサイトからの肖像等の削除等）
- 肖像等をみだりに利用されない権利を侵害するインターネット上のコンテンツについては、裁判例上、不法行為法上違法と認められる場合には、差止めの必要性を欠いていない限り、削除請求が認められている。

死後の肖像等の無断利用

パブリシティ権

- パブリシティ権が相続されるか否かについては見解が分かれており、現時点で一致した見解を導き出すことは困難である。

肖像権

- 肖像等をみだりに利用されない権利は、死亡とともに消滅し、相続されないと考えられる。

肖像等利用と敬愛追慕の情

- 故人の肖像の利用により、遺族の故人に対する敬愛追慕の情を侵害する可能性がある。故人の声の利用によっても、遺族の敬愛追慕の情を侵害する可能性があると考えられる。
- 敬愛追慕の情を生活上受忍の限度を超えて侵害するか否かの判断に当たっては、故人が生存していた場合にその人格的利益が侵害されるか否かという観点を軸として、生者（存命の者）の肖像権侵害の判断と同様に、各要素を総合的に（ただし、死亡後の期間や遺族と死者との関係性等も追加的に）考慮する。

不正競争防止法

不正競争

周知表示混同惹起行為（不競法第2条第1項第1号）

- 肖像等が商品等表示（商品の出所又は営業の主体を表す表示）として需要者に広く認識されている場合において、当該肖像等と同一又は類似のものを無断で使用し、他人の商品又は営業と混同を生じさせ又は生じさせるおそれがあるときは、これに該当する。
- 無断利用者が肖像本人とは無関係であることを付記するなどの措置が採られている場合には、混同要件を満たさない可能性がある。

著名表示冒用行為（不競法第2条第1項第2号）

- 肖像等が商品等表示として著名となっている場合において、当該肖像等と同一又は類似のものを無断で使用了ときは、これに該当する。
- 周知表示混同惹起行為とは異なり、混同を生じさせる行為であることは不要である（打消し表示があっても該当性は否定されない。）。

効果

損害賠償請求（不競法第4条）

- 故意又は過失により不正競争を行って他人の営業上の利益を侵害した者は、損害賠償責任を負う。
- 他の知的財産法と同様、損害の額の推定等に関する規定がある（不競法第5条）。

差止請求等（不競法第3条）

- 不正競争によって営業上の利益を侵害され、又はそのおそれがある場合には、差止請求や廃棄請求等が可能となる。

パブリシティ権との比較

適用範囲

- 肖像等が商品等表示として認められる場合には、当該肖像等は、通常は、顧客吸引力があると考えられ、肖像等を商品等の出所を表示するものとして使用したときは、パブリシティ権による保護と不競法による保護は、重なり合う場面がある。
- 他方で、有名人の肖像等を広告に使用する行為については、パブリシティ権の場合は第3類型に該当するとして侵害となる可能性があるが、広告に使用された肖像等は、通常は、商品等の出所を表示するものとして機能しないから、周知表示混同惹起行為及び著名表示冒用行為には該当しない場合が多いと考えられる。

※ ただし、誤認惹起行為（不競法第2条第1項第20号）や信用毀損行為（不競法第2条第1項第21号）に該当する余地がある。

請求主体

- パブリシティ権侵害があった場合における請求主体は、原則として本人である。
- 不競法に基づく請求主体は、当該商品等表示について営業上の利益を有する者であり、必ずしも肖像等に係る本人に限定されない。商品等表示の主体であると認められる限り、プロダクション等であっても請求主体となる場合がある。このことは、本人が死亡したことによって直ちに影響を受けるものではない。

想定事例一覧

- 1 Yが、俳優Xに無断で、生成AIアプリにより、Xによく似た顔の者がアクションシーンを演じている動画（本件動画1）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



- 2-1 Yが、歌手Xに無断で、生成AIアプリにより、Aの楽曲を歌手Xによく似た歌声で歌っている音源（本件音源2-1）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例

※ 本件音源2-1に「AI歌手XにAの曲を歌わせてみた」とのタイトルが付されていた場合はどうか

- 2-2 Yが、声優Xに無断で、生成AIアプリにより、Bの楽曲を声優Xの演じるアニメキャラクターCの声によく似た歌声で歌っている音源（本件音源2-2）を生成し、「CにBの曲を歌わせてみた」とのタイトルを付し、SNS上に公開して収益を得た事例



- 3-1 Yが、俳優Xに無断で、画像生成AIアプリに俳優Xの肖像とAの裸の画像とを入力した上で、Xの顔とAの裸を合成する指示をして、Xが裸になっているかのような画像（本件画像3-1）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



- 3-2 Yが、生成AIアプリにより、声優Xの声を合成し、Xがわいせつなテキストを読み上げているかのような音源（本件音源3-2）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



- 4-1 Yが、収益を得る目的がなく、興味本位で、俳優Xに無断で、生成AIアプリにより、Xによく似た顔の者がアクションシーンを演じている動画（本件動画4-1）を生成し、これをSNS上に公開した事例（想定事例1から収益目的を外した事例）

- 4-2 Yが、収益を得る目的がなく、興味本位で、歌手Xに無断で、生成AIアプリにより、Aの楽曲を歌手Xによく似た歌声で歌っている音源（本件音源4-2）を生成し、これをSNS上に公開した事例（想定事例2-1から収益目的を外した事例）

- 5 想定事例1及び想定事例2-1において、Xが、芸能事務所である株式会社Zとの間で、以下の内容の約断をしていた事例

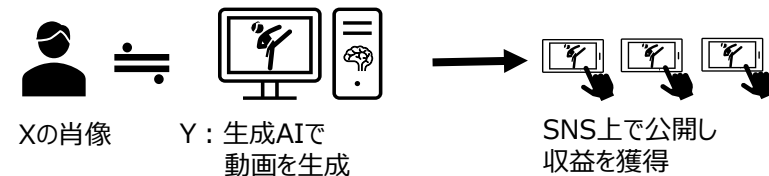
5-1 Xが、Zに対し、Xが有するパブリシティ権の独占的な利用を許諾する旨の約断

5-2 Xが、Zに対し、Xが有するパブリシティ権を譲渡する旨の約断

- 6 Yが、生成AIアプリにより、故人である俳優Xによく似た顔の者がアクションシーンを演じている動画を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例（想定事例1でXが故人となっている事例）

- 7 Yが、画像生成AIアプリに故人である俳優Xの肖像とAの裸の画像とを入力した上で、Xの顔とAの裸を合成する指示をして、Xが裸になっているかのような画像（本件画像7）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例（想定事例3-1でXが故人となっている事例）

- 1 Yが、俳優Xに無断で、生成AIアプリにより、Xによく似た顔の者がアクションシーンを演じている動画（本件動画1）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



パブリシティ権侵害

顧客吸引力

- Xが著名・有名であり、商品広告にも多数出演しているといった事情があれば、Xの肖像には問題なく顧客吸引力が認められる。
- 本件動画1が専らアクションシーン部分で構成され、Yが収益を得た場合には、その利用態様自体からXの肖像の顧客吸引力が実質的に裏付けられる。

「肖像等」の使用

- 生成AIで出力された人物の肖像は、通常、本人の肖像と完全に同一であることはなく、類似性があるにとどまる。
- 生成された人物とXとの身体的な特徴の類似性に加え、Xのイメージに沿う服装、言動、Xが出演していることを示唆する情報等の付加的情報を総合して、Xの肖像の使用の有無を判断する。

3類型該当性

- SNS上に公開し広告収入等を得た場合には、商品等に該当する。
- アクションシーン部分のみで構成され、これに特段の表現が付加されていない動画の場合には、第1類型に該当すると評価することができる（立場によっては、第2類型に該当すると評価することができる。）。
- アクションシーン以外の表現が付加されている動画の場合には、Xに類似した者の映像内の位置付け、当該表現の独立した意義の有無等によっては、第1類型と第2類型に該当するとはいえないことがある。

損害賠償請求

- Yの行為によってYが利益を受け、それによってXに損害が発生したといえる場合（競合するX動画配信の収益が下がった場合等）には、Yが本件動画1の公開により得た利益の額をもって自己の損害額と推定される旨主張することが考えられる（著作権法第114条第2項類推）。
- また、Yとの間で当該肖像の利用の対価について事後的に合意をすると仮定した場合に定められる使用料率を基準として損害額を算定することが考えられる（著作権法第114条第3項類推）。

差止請求

- 本件動画1がSNS上で公開されたままの状態になっている場合には、Yや当該SNSを管理運営する事業者に対して本件動画1の投稿の削除請求をすることができると考えられる。

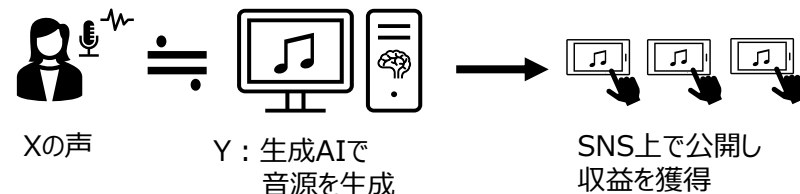
不正競争防止法

- Xの肖像が周知又は著名な商品等表示となっている場合には、Yの行為は不正競争に当たるとして、損害賠償請求及び差止請求が認められることがある。

2-1 Yが、歌手Xに無断で、生成AIアプリにより、Aの楽曲を歌手Xによく似た歌声で歌っている音源（本件音源2-1）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例

※本件音源2-1に「AI歌手XにAの曲を歌わせてみた」とのタイトルが付されていた場合はどうか。

2-2 Yが、声優Xに無断で、生成AIアプリにより、Bの楽曲を声優Xの演じるアニメキャラクターCの声によく似た歌声で歌っている音源（本件音源2-2）を生成し、「CにBの曲を歌わせてみた」とのタイトルを付し、SNS上に公開して収益を得た事例



パブリシティ権侵害

顧客吸引力

- Xが著名・有名であれば、その声には問題なく顧客吸引力がある。
- Xの声によく似た歌声を用いて生成された各音源をSNS上に公開して収益を得た場合には、その利用態様自体から、Xの声の顧客吸引力が実質的に裏付けられる。

「肖像等」の利用

- 生成AIによって出力された人の声は、通常、本人の声と完全に同一であることはなく、類似性があるにとどまる。
- 生成された歌声とXの声質や歌い方の特徴といった歌声それ自体の類似性に加え、音源に付された説明、本件各音源が公開された文脈といった各音源外における付加的情報を総合して判断する。
- 「AI歌手X」、アニメキャラクターCといった本人と結び付く情報の表示は、声自体の類似性ともあいまって、Xの声の使用を認める要素となる。

3類型該当性

- SNS上に公開し広告収入等を得た場合には、商品等に該当する。
- 視聴者は、Xの歌声を主要な目的として各音源を聞くものといえ、第1類型に該当すると評価することができる（立場によっては、第2類型に該当すると評価することができる。）。

損害賠償請求、差止請求

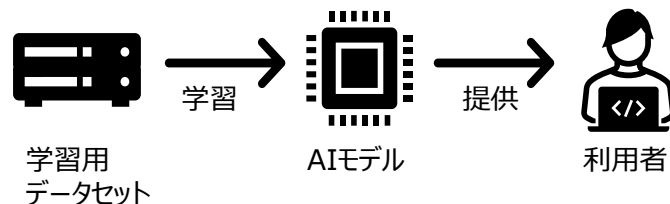
- Xは、Yに対して損害賠償請求及び差止請求を、各音源が投稿されたSNSを管理運営する事業者に対しては当該投稿の削除請求を、それぞれすることができると考えられることは、想定事例1と同様である。

不正競争防止法

- Xの声が周知又は著名な商品等表示となっている場合には、Yの行為は不正競争に当たるとして、損害賠償請求及び差止請求が認められることがある。なお、声とセリフの組み合わせ、又は声とキャラクターの組み合わせによって識別性が生じ、商品等表示該当性が認められることが一定程度あるのではないかと整理されている。

【問題の所在】

生成AIに関しては、利用者による権利侵害のコンテンツの投稿等について個別に責任追及することには限界があるとの指摘がある。生成AIの開発・学習・提供の段階において、パブリシティ権を侵害する可能性があるか。



【生成AIの提供行為】

- 生成AIのモデル・サービスそれ自体は「肖像等」とはいえず、その提供行為はパブリシティ権の3類型には直接該当しない。
- もっとも、顧客吸引力を有する実在の著名人と同一又は類似の肖像・声を生成することが容易な生成AIを、当該容易性をセールスポイントとして有償提供するような場合には、第1類型や第2類型に近似し、専ら肖像等の有する顧客吸引力を利用することを目的とした3類型に準ずる行為として「など」に含まれると評価され、パブリシティ権を侵害するものと考えられる。この場合には、パブリシティ権侵害に基づき差止請求をすることができると考えられる。

※生成AIを提供した事業者は、損害賠償について、肖像等を無断利用してパブリシティ権を侵害した利用者と連帯して共同不法行為責任を負う可能性がある。

【学習用データセットの販売行為】

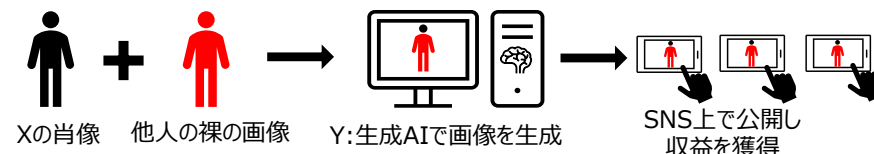
- 多数の肖像や声のデータが含まれる学習用データセットの販売は、一般論としては、パブリシティ権の3類型に当たるとすることは困難
※データの中に特定の俳優の肖像や声優の声等が含まれていることを明らかにするなどして当該学習用データセットを販売した場合には、第2類型や第3類型への該当性はなお問題となり得る。
- 他方で、特定の俳優の肖像や声優の声等を学習することを目的として、当該俳優の肖像や声優の声等に特化した学習用データセットを販売した場合には、第1類型に該当し、又は第1類型に近似するものとして「など」に該当し得る。また、当該学習用データセットにより当該俳優の肖像や声優の声等を学習することができる旨を宣伝する場合には、第3類型に該当し得る。この場合には、差止めの必要性が認められるときは、当該販売行為の差止請求をすることができると考えられる。

【学習行為】

- 特定の俳優の肖像や声優の声等を出力させることを目的として生成AIを開発する過程における肖像・声の学習行為について、全体として顧客吸引力を利用する目的があると見て、パブリシティ権侵害と評価することができるのではないかと意見と、このような行為がパブリシティ権の3類型又はそれと同程度の権利侵害行為に該当すると考えることは困難ではないかとの意見があり、一致に至らなかった。

※ただし、上記のような生成AIの開発過程において、特定の俳優の肖像や声優の声等を出力させることを目的として、これらを学習させている事情があり、当該生成AIの提供行為等の侵害行為を予防するための必要性があると認められる場合には、パブリシティ権侵害のおそれがあるとして、侵害予防請求をすることができると考えられる。

3-1 Yが、俳優Xに無断で、画像生成AIアプリに俳優Xの肖像とAの裸の画像とを入力した上で、Xの顔とAの裸を合成する指示をして、Xが裸になっているかのような画像（本件画像3-1）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



肖像権侵害

肖像権による実質的な保護の対象となる権利利益・侵害の有無

- 想定事例3-1では、肖像権による実質的な保護の対象となる権利利益として、Xの名誉感情又は私生活の平穏を想定することができる。この場合には、生成AIで出力された画像について、対象者本人が自分を対象としたものと認識することができれば足りる（ただし、他の資料等を基礎としても、およそ対象者本人を対象としたものとはいえない場合には、侵害を認めることは困難である。）。
- ※投稿した画像が偶然に他人の肖像に類似していたという事情は、故意過失の判断や受忍限度の判断に影響を与えることがあると考えられる。
- 本件画像3-1の公開は、Xに強い羞恥心や不快感を抱かせ、自尊心を傷つけるものといえ、社会通念上受忍すべき限度を超えてXの名誉感情及び私生活の平穏を不当に侵害するものとして肖像権を侵害すると評価される可能性が高い。
- なお、Yに収益目的がない場合であっても、肖像権侵害の成否に直ちに影響はない。また、Xが一般人の場合であっても、Xが俳優である場合と比べて肖像権侵害の有無等に大きな差異が生ずる可能性は低い。

損害賠償請求、差止請求

- 生成AIにより精巧な画像が生成されていることや、本件画像3-1のSNS上の拡散の程度等は慰謝料の考慮要素となり得る。
- 本件画像3-1の公開が継続している場合など、差止めの必要性が認められる限り、Y及びSNSを管理運営する事業者に対し、その投稿の削除を求めることができると考えられる。

パブリシティ権侵害

- Xの肖像に顧客吸引力がある場合には、本件画像3-1が画像単体として投稿されていること等から、第1類型に該当すると評価することができる（また、立場によっては、第2類型に該当すると評価することができる。）。
- 損害賠償請求として、逸失利益のほか、パブリシティ権の毀損（イメージ毀損）の損害を請求することができる。差止請求は想定事例1と同様である。
- パブリシティ権侵害による上記損害と肖像権侵害による慰謝料とは別の損害であり、両立すると考えられる。

3-2 Yが、生成AIアプリにより、声優Xの声を合成し、Xがわいせつなテキストを読み上げているかのような音源（本件音源3-2）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



声をみだりに利用されない権利の侵害

声をみだりに利用されない権利による実質的な保護の対象となる権利利益・侵害の有無

- 想定事例3-2では、声をみだりに利用されない権利による実質的な保護の対象となる権利利益として、Xの名誉感情又は私生活の平穩を想定することができる。この場合には、生成AIで出力された音声について、対象者本人が自分を対象としたものと認識することができれば足りる（ただし、他の資料等を基礎としても、およそ対象者本人を対象としたものとはいえない場合には、侵害を認めることは困難である。）。
- ※投稿した音源が偶然に他人の声に類似していたという事情は、故意過失の判断や受忍限度の判断に影響を与えることがあると考えられる。
- 本件音源3-2の公開は、一般的には、Xに強い羞恥心や不快感を抱かせ、自尊心を傷つけるものといえ、社会通念上受忍すべき限度を超えてXの名誉感情及び私生活の平穩を不当に侵害するものとして、声をみだりに利用されない権利を侵害すると評価される可能性が高い。
- なお、Yに収益目的がない場合であっても、権利の侵害の成否に直ちに影響はない。また、Xが一般人の場合であっても、Xが声優等である場合と比べて権利の侵害の有無等に大きな差異が生ずる可能性は低い。

損害賠償請求、差止請求

- 損害賠償請求、差止請求は想定事例3-1と同様である。

パブリシティ権侵害

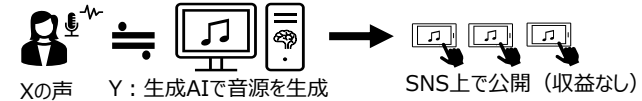
- Xの声に顧客吸引力がある場合には、本件音源3-2において、視聴者は声優Xの声を対象として視聴するものとして、第1類型に該当すると評価することができる（また、立場によっては、第2類型に該当すると評価することができる。）。
- 損害賠償請求及び差止請求については、想定事例3-1と同様である。

想定事例1及び想定事例2-1において、Yに収益を得る目的がなく、興味本位で動画や音源をSNS上に公開した事例

4-1 Yが、俳優Xに無断で、生成AIアプリにより、Xによく似た顔の者がアクションシーンを演じている動画（本件動画4-1）を生成し、これをSNS上に公開



4-2 Yが、歌手Xに無断で、生成AIアプリにより、Aの楽曲を歌手Xによく似た歌声で歌っている音源（本件音源4-2）を生成し、これをSNS上に公開



パブリシティ権侵害

「など」への該当性

- Yに収益の目的がないため、本件動画4-1又は本件音源4-2は、「商品等」であるとはいえず、3類型には該当しない。
 - しかし、Yがフォロワー数や閲覧数を獲得する意図を有している場合において、その肖像等に関するコンテンツをSNS上に投稿して多数の閲覧数・再生数を獲得し、これによってXに営業上の不利益を現に生じさせたと認められるときは、3類型に準ずる（「など」に該当する）ものとしてパブリシティ権侵害と評価することができると考えられる。
- ※ただし、商品等に肖像等を使用しない場合には「など」には該当せず、営業上の利益の侵害による一般不法行為の成否を検討すべきとの立場もある。

肖像権、声をみだりに利用されない権利の侵害

肖像権等による実質的な保護の対象となる権利利益

- プライバシー、名誉感情、私生活の平穏といった権利利益に直ちに引き付けることはできないが、想定事例4で実質的に保護されるべき利益として、①自分の肖像等を他人の管理下に置かれたくないという精神的利益や、②自己像の同一性に対する利益が挙げられる。

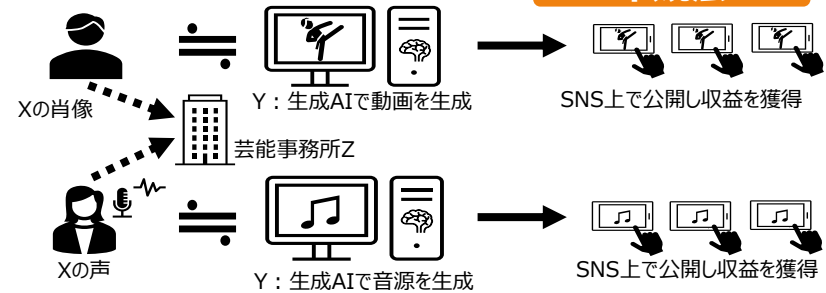
侵害の有無

- 本人の社会的地位・活動内容、肖像の利用の目的・態様・必要性等の各要素を総合考慮し、肖像権等の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるか否かという観点から判断される。
 - 本件動画4-1、本件音源4-2は、Xが、自身のあずかり知らないところで、その肖像や声が加工され、自分が今まで演じたことのないシーンを演じていたり、歌唱したことのない歌を歌っていたりするような高い再現性のある動画や音声がインターネット上に流通し、拡散していくことによって、Xの上記①②利益を害するものとして、肖像権等を侵害する可能性がある。
 - 収益目的がないことは、権利侵害が社会生活上受忍の限度を超えたとの判断を否定する要素となるとはいえない。
- なお、収益目的がある場合も、そのことが、権利侵害を否定する方向には作用しないと考えられる。

5 想定事例1及び想定事例2-1において、Xが、芸能事務所である株式会社Zとの間で、以下の内容の約定をしていた事例

5-1 Xが、Zに対し、Xが有するパブリシティ権の独占的な利用を許諾する旨の約定

5-2 Xが、Zに対し、Xが有するパブリシティ権を譲渡する旨の約定



パブリシティ権侵害

パブリシティ権の独占的な利用を許諾する旨の約定がある場合（5-1）

- Xのパブリシティ権に係る独占的ライセンシーであるZは、少なくとも現実に市場を独占している状況下において、警告等をしてまなおYが無断利用行為を継続している場合には、債権侵害を理由とする損害賠償請求権が認められる可能性がある。
- 少なくともXがZに対して侵害排除義務（※）を負う場合には、Zは、XのYに対する差止請求権を、転用型の債権者代位権の行使により代位行使することができる可能性が相応にある。もっとも、XがZに対して侵害排除義務を負うと解される場合は例外的であると考えられる。 ※ライセンサーがライセンシーに対して負う、パブリシティ権侵害をライセンサーが排除すべき義務

パブリシティ権を譲渡する旨の約定がある場合（5-2）

- パブリシティ権の譲渡性を肯定するか否かにより結論が異なる。本検討会では、パブリシティ権は人格権に由来するものであり、一身専属であるとして譲渡性を否定する立場と、パブリシティ権は財産的利益を保護するものであり、当然に一身専属権とまでいふべきではないとして一定の範囲で譲渡性を肯定する立場があり、本検討会においても見解は一致しなかった。
- パブリシティ権の譲渡性を否定する立場によれば、パブリシティ権を譲渡する旨の約定は、独占的利用許諾契約であると解釈した上で、Zは、損害賠償請求権や差止請求権について独占的ライセンシーと同様の権利行使ができるものと扱われることとなると考えられ、その場合の結論は、想定事例5-1と同様であると考えられる。

不正競争防止法

- Xの肖像又は声がZの周知又は著名な商品等表示となっている場合には、Zは、Yの行為は不正競争に当たるとして、自ら不競法に基づき損害賠償請求及び差止請求をすることができることがある。

6 Yが、生成AIアプリにより、故人である俳優Xによく似た顔の者がアクションシーンを演じている動画を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



パブリシティ権侵害

- パブリシティ権の相続性を肯定するか否かにより、結論が異なる。
- パブリシティ権の相続性を否定する立場によれば、Xの死亡によってXのパブリシティ権は消滅するから、損害賠償請求や差止請求は認められない。
- パブリシティ権の相続性を肯定する立場によれば、Xの相続人は、Yに対し、Xが生存していればXが行使することができたであろう損害賠償請求権及び差止請求権を行使することができるものと考えられる（ただし、相続人が行使することができる権利内容や権利行使可能な期間について制限される可能性はある。）。

不正競争防止法

- 不競法による場合には、損害賠償請求及び差止請求の請求主体は、必ずしも肖像等に係る本人に限定されない。
- 商品等表示の主体であると認められる限り、プロダクション等であっても、差止請求や損害賠償請求の請求主体となる場合があり、このことは、本人が死亡したことによって直ちに影響を受けるものではない。
- Xの肖像がプロダクション等の周知又は著名な商品等表示となっている場合には、そのプロダクション等は、自ら、不競法に基づき損害賠償請求及び差止請求をすることができる可能性がある。

7 Yが、画像生成AIアプリに故人である俳優Xの肖像とAの裸の画像とを入力した上で、Xの顔とAの裸を合成する指示をして、Xが裸になっているような画像（本件画像7）を生成し、これをSNS上に公開して収益を得た事例



肖像権、敬愛追慕の情（※パブリシティ権については想定事例6参照）

- 肖像権は、一身専属権として、譲渡や相続の対象とはならないものと解され、Xの遺族が、故人であるXの肖像権が侵害されたと主張し、その侵害を理由とする損害賠償請求及び差止請求をすることは困難である。
- 他方、本件画像7は、想定事例3-1と同様の判断枠組みにより、生前であれば肖像権を侵害すると評価される可能性が高いと考えられる内容であり、これがXの死後に公開された場合には、遺族のXに対する敬愛追慕の情を受忍限度を超えて侵害するものであると評価される可能性が高い（Xが一般人の場合であっても、敬愛追慕の情の侵害の有無等に大きな差異が生ずる可能性は低い。）。
- 敬愛追慕の情の侵害が認められる場合には、Xの遺族は、Yに対して損害賠償（原則として慰謝料）を請求することができる。Y又は本件画像7が投稿されたSNSを管理運営する事業者に対する当該投稿の削除請求が認められる余地もある。

本資料は、本検討会事務局の責任において、報告書の概要を示すために作成したものである。報告書の内容を網羅的に示すものではないため、詳細については報告書本体を確認されたい。

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 取りまとめ報告書
—生成AIによるパブリシティ権侵害等に関する解釈指針— 【概要資料】

令和8年8月 法務省民事局