

生成 AI 時代における人間の声・肖像等の保護に関する国際比較と新たな立法提案

代表研究者 上 野 達 弘 早稲田大学法学学術院教授

1 はじめに ―― 本調査研究の目的

生成 AI 技術の急速な発展は、声・肖像など自然人の「人格要素」に関しても数多くの問題を生じさせている。例えば、生成 AI で著名人の肖像を再現したディープフェイク画像・動画による「なりすまし広告」、歌手や声優の声を無断利用した AI カバー動画、著名人の声・肖像を悪用したディープフェイクポルノ、SNS による偽情報の拡散と選挙への影響など、深刻な問題が急増している。

しかし、日本では、「AI と著作権」については盛んな議論が行われてきたのに対して、こうした人格要素の法的保護に関する議論は大きく立ち後れている。一方、諸外国では、本問題に関する訴訟や新たな立法などダイナミックな展開が見られるが、こうした諸外国の最新状況は日本において十分に知られていない。このままでは、生成 AI 技術がさらに発展する中で、人の声・肖像等に対する深刻な問題が多発し、ひいては適切な情報通信環境を著しく毀損する事態になりかねないと思われる。

そこで、本研究調査は、生成 AI 時代における声・肖像等の人格要素の法的保護について、諸外国の最新状況を幅広く分析し、日本法の問題点を明らかにした上で、新たな立法提案を行い、将来における望ましい情報通信環境の構築に貢献することを目的とするものである。

2 従来の議論とその問題点

2-1 前提状況

生成 AI による人の声・肖像等の不適切な利用——すなわち、ディープフェイク画像・動画の作成と悪用、AI カバー動画の配信、不当な投資勧誘などネット上のなりすまし広告、ディープフェイクポルノ、SNS による偽情報の拡散と選挙への影響等——は、すべてインターネットを中心とする情報通信において行われており、その規模は近時急激に拡大している。しかしながら、現時点では、本問題に対処するための技術も法制度もまったく十分ではない。

この状況が放置されれば、ディープフェイク等の不適切なコンテンツがインターネット上にますます蔓延して、われわれの社会に深刻な影響を与えてしまうばかりか、これが進展すれば、いずれ“ネット上の情報はすべて信用できない”という形で、情報通信それ自体に対する国民の信頼を毀損し、さらには適切な言論環境によって成立する民主主義の基盤を揺るがす事態にさえ発展しかねないと思われる。

2-2 日本における従来の議論

生成 AI がもたらす諸課題については、これまで日本では「AI と著作権」に関する問題を中心として議論が展開されており、本研究調査代表者も、政府の審議会等（文化審議会著作権分科会法制度小委員会、知的財産戦略本部）の委員等として最新の議論に関与し、書籍『AI と著作権』（共編著、勁草書房、2024 年）や論文等も公表してきた。しかしながら、その一方で、ディープフェイク等の本研究調査が取り組む問題が多発しているにもかかわらず、日本では、声・肖像を中心とする人格要素に関する議論が大いに立ち後れていると言わざるを得ない。

2-3 諸外国の状況

一方、諸外国に目を向けると、例えば、米国においては、アーティストや俳優の声や演技を AI で模倣したディープフェイク動画や AI カバーの公開が大きな問題になり、2024 年 3 月にはテネシー州でディープフェイク等に関する法案（通称「エルヴィス法」）が可決されるなど、パブリシティ権を定める一部の州法をめぐって盛んな議論が展開されるほか、同年 7 月には、米国著作権局が個人の声・肖像等に関する連邦法上の権利の創設を議会に提案する「デジタルレプリカ」(Digital replicas)と題する報告書を発表するなどしている。

また、中国においては、肖像等の保護を定めた新しい民法典（2022 年）の下で、声優の声を AI 音声に利用したことについて権利侵害を認める裁判例（北京インターネット裁判所 2024 年 4 月 23 日判決）が登場するなどしている。

さらに、韓国においても、氏名・肖像等を保護するための不正競争防止法改正（2020 年）が行われている。このように、諸外国では、生成 AI による声・肖像等の利用について法制度による対応が進められているところである。

2-4 日本における動向

日本においても、2024 年 5 月に著名人（前澤友作氏）の肖像を用いた「なりすまし広告」をめぐる訴訟が提起され、同年 10 月には声優 26 名が「NOMORE 無断生成 AI」という動画を公開して生成 AI による声の無断利用に反対するなど、関連する問題が多発している。

また、知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2024」（2024 年 6 月）においても、「生成 AI における俳優や声優等の肖像や声等の利用・生成に関し、不正競争防止法との関係について、考え方の整理を行い、必要に応じ、見直しの検討を行う」と記載され、同年 10 月には、経産省に「不正競争防止法におけるパブリシティ価値の保護に関する研究会」が設置され、「不正競争防止法におけるパブリシティ価値の保護に関する調査研究報告書」（2025 年 3 月）にまとめられた（なお、本研究調査代表者も委員を務めた）。

その後、知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2025」（2025 年 6 月）においても、「生成 AI における俳優や声優等の肖像や声の保護に関し、不正競争防止法等の関連法や裁判例における考え方について整理した内容について、周知を行うとともに、契約による対価還元策の検討や侵害行為に関するプラットフォームとの連携体制の構築等について検討する」と記載されている。

このように、日本においても、本問題の重要性に対する認識が高まってきたものの、具体的な議論は緒に就いたばかりであり、特に、諸外国の最新状況を幅広く調査して、これを今後の立法論に生かすには、民間における適切な調査研究が必要不可欠である。

本研究調査は、以上のような経緯を踏まえて、AI 時代における声・肖像等の人格要素の法的保護について、国際シンポジウムの開催等により諸外国の最新状況を幅広く分析し、日本法の問題点を明らかにした上で、日本にとって望ましい新しい立法提案を行うものである。

3 研究調査の進め方

3-1 日本法の現状と限界を明らかにすること

第一に、本研究調査は、声・肖像を中心とする人格要素の保護に関する日本法上の現状を明らかにすることである。すでに、最高裁は「氏名、肖像等…をみだりに利用されない権利」を承認しているが、これをめぐっては実に多数の未解決問題がある（例：権利の対象、主体〔譲渡性・相続性・保護期間等を含む〕、侵害判断）。そこで、この点について、様々な具体的事例を想定した解釈論を分析する。

3-2 諸外国における最新状況を明らかにすること

第二に、本研究調査は、多様な立法例および裁判例等が見られる諸外国の最新動向を総合的に分析し、これを通じて、本問題に関する理論的背景を明らかにして、日本における立法論の重要な参考資料とする。当初は、英国、中国、韓国を対象とする予定であったが、その後、デンマークなどでも興味深い動向があり、この点についても調査を行った。

3-3 立法提案を構想すること

第三に、本研究調査は、上記の検討を踏まえて、声を・肖像を中心とする人格要素の保護に関する日本法の不備を明らかにし、新たに立法提案を行うものである。具体的には、不正競争防止法改正、パブリシティ権独自立法、著作権法改正といった立法手法についても検討した。

4 調査結果

4-1 日本法の現状と限界

日本においては、声・肖像等の人格要素の法的保護について、法令上に明文の規定があるわけではないが、最高裁が承認した「パブリシティ権」が大きな役割を果たしている。

（１）最高裁判決（ピンクレディ事件）

最高裁は、2012 年、過去の下級審裁判例を踏まえて、「パブリシティ権」を初めて承認した（最一小判平成 24 年 2 月 2 日民集 66 卷 2 号 89 頁〔ピンク・レディー事件：上告審〕）。

同判決は、事案の当てはめとしてはパブリシティ権の侵害を否定したものの、一般論として、「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（氏名につき、最高裁昭和58年（オ）第1311号同63年2月16日第三小法廷判決・民集42巻2号27頁、肖像につき、最高裁昭和40年（あ）第1187号同44年12月24日大法廷判決・刑集23巻12号1625頁、最高裁平成15年（受）第281号同17年11月10日第一小法廷判決・民集59巻9号2428頁各参照）。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、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えるべきである。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」と判示した。

（２）現在地

同判決をめぐっては、パブリシティ権の法的性質、排他性・譲渡性、主体、客体、存続期間、侵害判断など、多数の論点が残されているが（上野達弘「人のパブリシティ権」吉田克己・片山直也編『財の多様化と民法学』〔商事法務、2014年〕399頁参照）、客体に関していうと、同判決が「人の氏名、肖像等」と呼んでいるものの中には、「肖像」が含まれることは明らかであり、また、同判決が「肖像等」について「個人の人格の象徴である」とも述べていることから、ここにいう「等」の中に、氏名・肖像と同様に個人の人格と分離できない人格要素と考えられる人の声が含まれるものと解される（同判決の調査官解説である中島基至「判解〔最判平成24年2月2日〕『最高裁判所判例解説民事篇（平成24年度上）』〔法曹会、2015年〕41頁も同旨）。したがって、例えば、著名な芸能人の仕草や声色をまねたもの（例：ものまねCM、A Iカバー）も、その態様が「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」であれば、パブリシティ権侵害に当たることになる。

他方で、同判決は、パブリシティ権の侵害判断として、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とする」場合に、パブリシティ権侵害になるとした上で（＝「専ら」基準）、3類型を例示している。これはいずれも例示であるため、当該3類型以外であっても、「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」に当たる場合があることになる。たとえば、「商品等」でないもの（例：ファンサイト〔広告なし〕、無料配布物）でも、「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」には、パブリシティ権侵害が肯定されよう。

では、「専ら」とはどういう意味かが問題となる。まず、たとえ「顧客吸引力の利用」以外の目的があっても、パブリシティ権侵害に当たり得ることには異論ない。この点は、同判決の補足意見（金築誠志判事）が、「原判決は、顧客吸引力の利用以外の目的がわずかでもあれば、『専ら』利用する目的ではないことになる」という問題点を指摘しているが、例えば肖像写真と記事が同一出版物に掲載されている場合、写真の大きさ、取り扱われ方等と、記事の内容等を比較検討し、記事は添え物で独立した意義を認め難いようなものであったり、記事と関連なく写真が大きく扱われていたりする場合には、『専ら』といってよく、この文言を過度に厳密に解することは相当でないと考える」と述べていることから分かる。

その上で、従来の議論においては、「主として」の場合も「専ら」に当たり、侵害に当たるとする見解と、「主として」の場合は「専ら」に当たらず、侵害に当たらないとする見解が見られる。ただ、同判決の調査官解説は、「本判決も……『専ら』を『only』、『exclusively』の意味に限られるものとして使用するのではなく、『mainly』の意味を含み得るものとして使用するものと思われる」と述べている（中島・前掲40頁）。

そして、同判決によれば、「専ら」要件の根拠は、「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」という点にあることからすれば、「専ら」と言えるかどうかは、①自己の表現行為と②他人の肖像等の利用を調整するものとして判断することになると解される。例えば、出版物等（例：書籍、雑誌、週刊誌、放送番組）に芸能人等の肖像を掲載する場合は、自己の記事等と他人の肖像写真等の分量・質、内容、目的等を比較衡量することになる。

実際のところ、同判決も事案の当てはめにおいて、最終的にパブリシティ権侵害を否定するに当たって、

①記事の内容・目的等と②肖像写真の分量・質の事情を考慮している。本判決がパブリシティ権侵害を否定する根拠（例：雑誌全体の分量〔約200頁〕との比較）については検討の余地が残るようにも思われるが、侵害を否定した結論についてはおおむね支持があるようにも思われる。ただ、いずれにしても、同判決は、「本件各写真は、……を解説し、これに付随して……を紹介するに当たって、読者の記憶を喚起するなど、本件記事の内容を補足する目的で使用されたものというべきである」ことを理由に、「専らXらの肖像の有する顧客吸引力の利用を目的とするものとはいえない」と結論づけているように見える。だとすれば、何らかの解説・紹介記事において、記事の内容を補足する（例：読者の注意喚起）目的で肖像等を使用する場合は、一般に「専ら」基準を満たさないということになるだろう。

（３）残された課題

以上を踏まえて、近時問題となっている声・肖像等の利用について考えると、例えば、著名な芸能人の声色を用いた広告（例：ものまねCM）や商品（例：目覚まし時計の販売）は、個人の人格の象徴である声の利用であり、それが営利目的であることからすれば、その態様は「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」に当たると考えられ、パブリシティ権侵害に当たることになるだろう。

他方、著名な歌手や声優の声質をまねて歌わせたりしゃべらせたりした動画（いわゆるAIカバー）を作成し、これをYouTube等の動画投稿サイトに掲載する行為は、それが「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」に当たるとかが問題となる。特に、当該投稿が個人的な趣味として行われ、広告料等の収益を得ていないような場合、営利目的とはいえないこと、また、投稿者の表現の自由も関わり得ると考えれば、これを「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」に当たると言えるかどうかは大きな問題となる。

また、世上、著名な政治家の肖像や声を用いたパロディ動画のようなコンテンツも、昨今インターネット上に多数見受けられるところ、そうした動画を作成して公開することについてが「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」に当たるとかが問題となる。この場合も、当該投稿が営利目的とはいえないこと、また、投稿者の表現の自由も大きく関わることからすれば、「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」としてパブリシティ権の侵害に当たると言えるのは、限られた場合になるのではなかろうか。

さらに、人間が生存する場合はパブリシティ権を有すると言えるが、たとえ著名な芸能人等であっても、その死後においてパブリシティ権が存続するかどうか、誰に帰属するか、といった問題は、現状においてまったく不明確な状況にあると言わざるを得ない。この点、パブリシティ権を人格権に由来する権利として、本人の死後は消滅するとも考えるとしても、いかなる行為でも許容されると考えるのは妥当でないように思われる（著作権法上、著作権が存しなくなった後も著作権人格権の侵害となるような行為を禁じる同法60条も参照）。もっとも、明文の規定を欠く現状においては、こうしたパブリシティ権の存続期間、本人死後の帰属等については、どうしても不明確にならざるを得ないところである。

4-2 諸外国における最新状況

（１）米国

米国においては、従来、人格権の概念が認められておらず、肖像等の人格要素については、州ごとに定められるパブリシティ権による保護を受けうるという状態であったが、米国著作権局は、2024年7月31日、「[Copyright and Artificial Intelligence, Part 1: Digital Replicas](#)」を発表し、個人の声・肖像等に関する連邦法上の権利の創設を議会に提案した。

同報告書は「デジタルレプリカ」を「ある個人を現実的に、しかし虚偽の形で描写するようデジタル的に作成または加工された映像・画像・音声記録」と定義した上で、「我々は、議会に対し、すべての個人が存命中に、無断で作成されたデジタル複製物の故意の頒布から保護される連邦法上の権利（a federal right）を確立することを推奨する。この権利は、一定の制限の下でライセンス供与可能とするべきであるが、譲渡は不可とし、金銭的損害賠償や差止命令などの実効性のある救済措置を伴うべきである。従来の二次的責任に関する規則を適用すべきであるが、オンラインサービスプロバイダー（OSP）に対しては、適切な条件を付したセーフハーバーを設けるべきである。また、この法律には、合衆国憲法修正第1条（言論の自由）への配慮が明示的に盛り込まれるべきである。最後に、各州において十分に確立されたパブリシティ権を認識し、州法の完全な優先排除には反対することを推奨する」（57頁）としている。

（２）中国

中国においては、肖像等の保護を定めた新しい民法典（2021年1月1日施行）1018条以下に、肖像等に関

する権利を定めている。具体的には、民法典第4章（肖像権）において、第1018条（肖像権）は「自然人は肖像権を有し、法に従い作成・使用・公開し、又は他人による自己の肖像の使用を許可する権利を有する。2 肖像とは、映像・彫刻・絵画等の方式により、一定の媒体上に反映させた特定の自然人を識別できる外在的形象である」と定め、また、第1019条（肖像権の保護）は、「いかなる組織又は個人も醜悪化、汚損又は情報技術の手段による偽造等の方式によって他人の肖像権を侵害してはならない。肖像権者の同意を得なければ、肖像権者の肖像を作成・使用・公開をしてはならない。但し、法律に別段の定めがある場合を除く。肖像権者の同意を得なければ、肖像作品の権利者は発表、複製、発行、賃貸、展示等の方式によって肖像権者の肖像を使用又は公開してはならない」と規定した上で、第1023条（氏名等の使用許諾や音声の保護）は、「氏名等の使用許諾については、肖像使用許諾の関連規定を参照し適用する。2 自然人の音声の保護については、肖像権保護の関連規定を参照し適用する」と規定している（和訳は[小田美佐子・朱曄訳](#)による）。

そして、声優の声をAI音声に利用したことについて権利侵害を認める裁判例（北京インターネット裁判所2024年4月23日判決）が登場した（[\(2023\)京0491民初12142号](#)）。原告はナレーター・声優であり、2019年に、被告会社2から委託を受けて小説のナレーションを録音したところ、同社は当該録音データを被告会社3にライセンス提供し、同社は原告の声のみを素材としてAI音声合成技術によりテキスト読み上げ製品「曉萱」を開発・販売し、被告会社4は「魔小璇」という商品として販売した結果、当該AI音声を使った動画が多数作成された。原告は、自己の声を無断でAI化された製品が抖音（TikTok 中国版）等で広く流通していることを発見して、被告らに対して、差止、損害賠償、謝罪等を請求した。これに対して、裁判所は、中国民法典1023条2項を根拠に、声にも肖像権と同様「識別可能性」を保護の前提条件とすべきとした上で、「AI技術処理後の音声について、一般社会公衆または一定範囲の公衆が音色・語調・発音スタイルから特定の自然人を識別できる場合、当該音声は自然人の声の権利の保護範囲に属する。自然人の許諾を得ずにAI処理された声を利用することは、当該自然人の声の権利侵害を構成する」と判示した（[「不正競争防止法におけるパブリシティ価値の保護に関する調査研究報告書」令和6年度産業経済研究委託事業\[2025年3月\]](#)16頁以下も参照）。

（3）韓国

韓国においては、氏名・肖像等を保護するための不正競争防止法改正（2020年）が行われている。

具体的には、韓国不正競争防止法第2条1項に「ヲ、国内に広く認識され、経済的価値を有する他人の氏名、肖像、音声、署名等、その他人を識別できる標識を公正な商取引の慣行や競争秩序に反する方法で自身の営業のために無断で使用することで他人の経済的利益を侵害する行為」が追加された。この規定の対象は、「肖像」や「音声」を含む広範なものとなっているが、他方で、「国内に広く認識され、経済的価値を有する」ことが必要となるため、その点で限界もあると考えられる。

その他、韓国では、ディープフェイクポルノや選挙に伴う政治家のディープフェイクも深刻な課題になっており、公職選挙法改正（2023年）や性暴力犯罪の処罰等に関する特例法改正（2024年）等の法的対応も見られる（以上について、前掲・[「不正競争防止法におけるパブリシティ価値の保護に関する調査研究報告書」](#)7頁以下、張睿暎「生成AIによるディープフェイクの諸問題——韓国における法改正による対応を中心に」[獨協法学127号105頁\[2023年\]](#)、[同「各国が動く『ディープフェイク』規制」RCLIPコラム](#)（2025年）、[同「韓国における知財の動き」高林龍・三村量一・上野達弘編『年報知的財産法2025-2026』\[日本評論社、2026年\]](#)も参照）。

（4）デンマーク

デンマークにおいては、2025年、文化省が、肖像や声等の利用に関する保護を著作権法の改正によって実現する改正案を起草して、意見公募を行ったとして、注目を集めている。具体的には、デンマーク著作権法に、新たに73a条を新設し、すべての自然人に対し、自らの身体的特徴（顔、声、身体）の商業的・的利用に関する排他権（本人の死後50年間存続）を認めるものである。これによって、本人の同意なく、現実の肖像等と似たデジタル模倣の公表が禁止される。一方、著作物と同様に、パロディ・パステーション・カリカチュアは許容される。このように肖像等の保護を著作権法の内部に定めることは、ドイツにおいて現在も効力を有する旧著作権法（KUG）上の肖像に関する規定に近いところもあるが、かような方向性については学説上、批判も強いようである（以上について、[Sofia Karttunen, The Danish approach to copyright and deepfakes: A model for the EU?, European Parliamentary Research Service, PE 782.611 \(January 2026\)](#)）。

4-3 立法提案の構想

肖像や声などの人の人格要素の法的保護については、国際的な立法例が実に多様である。日本では、判例上のパブリシティ権、米国では州法上のパブリシティ権、ドイツ等では人格権に基づく肖像権や旧著作権法上の規定に基づく肖像権、韓国では不正競争防止法、中国では民法典、英国では Passing off など、実に様々である。これは人格権という概念を認めるかどうかについて、大陸法系諸国と英米法系諸国との間で根本的な相違があること、そのこともあって国際条約がないことによるものと言えよう。

他方、日本においては、判例上のパブリシティ権が大きな役割を果たしているものの、明文の規定がないために、パブリシティ権の主体、客体、存続期間、譲渡性等の諸点において不明確な点を残しているのも事実である。

そこで、日本においても、立法論の検討が始まっている。具体的には、知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2024」（2024 年 6 月）においても、「生成 AI における俳優や声優等の肖像や声等の利用・生成に関し、不正競争防止法との関係について、考え方の整理を行い、必要に応じ、見直しの検討を行う」と記載され、同年 10 月には、経産省に「不正競争防止法におけるパブリシティ価値の保護に関する研究会」が設置され、本研究調査代表者も委員を務めた。その後、「不正競争防止法におけるパブリシティ価値の保護に関する調査研究報告書」（2025 年 3 月）にまとめられたが、具体的な法改正につながることはなかった。

その後、知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2025」（2025 年 6 月）においても、「生成 AI における俳優や声優等の肖像や声の保護に関し、不正競争防止法等の関連法や裁判例における考え方について整理した内容について、周知を行うとともに、契約による対価還元策の検討や侵害行為に関するプラットフォームとの連携体制の構築等について検討する」と記載されている。

さらに、知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2026」（2026 年 6 月）においては、「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」と記載されるに至っている。

これに関連して、2026 年 4 月には、法務省に「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」が設置されている。同検討会は、「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等との指摘があることに鑑み、パブリシティ権等の権利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、その結果を取りまとめる」とのことである。

研究代表者は、上記の議論の一部に参加する一方、国際的な状況も踏まえつつ、声・肖像を中心とする人格要素の保護に関する新たな立法提案の検討を行ってきた。具体的には、選択肢として、不正競争防止法改正、パブリシティ権独自立法、著作権法改正といった立法手法が考えられる。まず、不正競争防止法の改正については、一定の明文規定を作ることとは可能としても、パブリシティ権を人格権に由来する権利をして位置づける我が国の考え方からして、現在の判例上のパブリシティ権が保護しているすべてのケースをカバーするような規定を設けることができるかどうかについては疑問が残るところであり、同法改正という手法はこの問題の十分な解決につながらないものではないと考えている。次に、著作権法改正については、従来の議論においても、パブリシティ権が「隣接権制度に隣接するもの」と言われることもあったほどに近接性があり、実質的にも、保護期間の明確化、詳細な権利制限規定の準用、救済手段の準用といったメリットがあると考えられ、また、デンマーク等の諸外国においても著作権法改正の検討が見られるものの、一方で、現実問題として、同法を所管する文化庁においてこの問題に関する積極的なモメンタムを期待することは当面現実的ではないかもしれない。そうすると、パブリシティ権の独自立法を法務省が所管して進めることが期待されるが、どの省庁が所管するとしても、従来の議論動向を踏まえると、肖像や声等に関する法的保護について明文の規定を設けることについては、メディア等の一定のステイクホルダーからの否定的な立場が見受けられるようである。たしかに、一般論として、明文の規定によって権利が定められることについては、抽象的な懸念が向けられるのは通常のことかもしれないが、すでに判例によって承認されている排他権としてパブリシティ権が存在する以上、むしろ明文の規定を設けることによってこそ、その限界を明らかにすることが可能になると考えられる。したがって、今後もこの問題に関する立法的検討は意義を有すると思われる。実際のところ、ここ数年で、米国、中国、韓国、デンマーク等においても、この問題に関する法改正やその検討が進められていることからしても、その重要性は国際的に共有されるものと言えるのではないかと思わ

れる。

5 今後の展望

2025年度は、さしあたり2026年3月までの1年間を研究期間としていたが、人の声・氏名等の人格要素の保護に関する新たな事件や議論は国際的にもますます盛んに行われており、さらに、昨今の生成AI技術の発展を踏まえると、この問題は世界中における極めて重要な課題になっている。したがって、2026年度以降も本問題が議論されるべきことは間違いない。研究代表者も、英国ボーンマウス大学および英国アバディーン大学の教授らと共に2026年9月にも東京でディープフェイクに関するセミナーを開催する予定で、共同研究を進めている。このように、引き続き本研究課題についてより幅広い世界の最新動向の調査を継続することは重要と考えられ、研究代表者としても一層の研究発展に貢献する所存である。

【参考文献】

(上記に引用したものその他)

- ・ 荒岡草馬・篠田詩織・藤村明子・成原慧「声の人格権に関する検討」情報ネットワーク・ローレビュー22号24頁(2023年)
- ・ 室谷光一郎・腰田将也「生成AIと肖像権・パブリシティ権」NBL1269号61頁(2024年)
- ・ 柿沼太一「生成AIと肖像権侵害」法とコンピュータ42号13頁(2024年)
- ・ 石井夏生利「芸能人のAIアバターとプライバシー・肖像権」ジュリスト1594号41頁(2024年)

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
The Right of Publicity in Japan	WIPO-CIPPM Summer School in IP Law	2025/05/07
AI・ディープフェイク時代の知財問題～肖像・声を中心とする法的課題の最新動向～	SSK（新社会システム総合研究所）	2025/04/24
The Right of Publicity in Japan	英国アバディーン大学 (Aberdeen University)	2025/04/14