

《WLJ 判例コラム 特報》第 385 号

声のパブリシティ権が認められた事案

～東京地裁令和 8 年 9 月 30 日判決¹～

文献番号 2026WLJCC023

桃尾・松尾・難波法律事務所 パートナー弁護士

松尾 剛行²

I はじめに

本件は、有名声優である原告が、AI を利用して原告の声を真似た音声を利用された動画が被告の運営する SNS プラットフォーム上に掲載されたことが違法であるとして、その削除を求めて提訴したものである。裁判所は、原告の請求を棄却したものの、その中で、声のパブリシティ権に関する重要な判断を行った。

以下では、本判決の概要を紹介した上で簡単にコメントしたい。

II 事案の概要と判決要旨

1. 事案の概要

本件は、テレビアニメ「呪術廻戦」及び劇場版アニメ「劇場版 呪術廻戦 0」において「七海建人」役で出演していた声優である原告が、被告の運営する SNS プラットフォーム上に掲載された、映像・字幕とナレーションを組み合わせた動画（以下「本件動画」という。）のナレーションが、原告の声に類似しているとして、その削除を求める事案である。

原告は、本件動画を投稿した行為は、①不正競争防止法（以下「不競法」という。）上の周知表示混同惹起行為（同法 2 条 1 項 1 号）及び著名表示冒用行為（同項 2 号）という不正競争行為である、並びに、②原告の顧客吸引力を利用したパブリシティ権侵害であるという理由で本件動画の削除を求めた。なお、損害賠償等は請求されていない。

2. 判決要旨

裁判所は、既に本件動画は削除済みであるとして、原告の請求を棄却した。

Ⅲ 評釈—パブリシティ権による声の保護にフォーカスして

1. はじめに

本件では、声優である原告が本件動画の削除を請求したところ、既にこれを削除済みだという理由で原告の請求は棄却されている。そこで、原告は「裁判の結果」という形式的な観点からは敗訴している。しかし、この判決中で裁判所は重要な判断をしており、そのような判断を引き出した、という意味では、十分にこの裁判には意味があると評することができる³。なお、不競法については本判決で判断がされていないことから、詳述しない。

2. パブリシティ権

パブリシティ権とは、肖像等の顧客吸引力を排他的に利用する権利をいう。ピンクレディ事件最高裁判決⁴は、「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うことができる」として、パブリシティ権を認めた。

ここで、調査官解説は同判決にいう「『肖像等』とは、本人の人物識別情報をいうものであり、例えば、サイン、署名、声、ペンネーム、芸名等を含むものである。」とした⁵。つまり、声が顧客吸引力を有する場合には、当該顧客吸引力を排他的に利用する権利がパブリシティ権として保護される旨は10年以上前から既に指摘されていた⁶。

3. 声の権利⁷

声の権利については、荒岡⁸らが、「声の人格権に関する検討」⁹において、前記ピンクレディ事件最高裁判決を引いて、肖像や氏名は、ある人物の人格を表す象徴（シンボル）であるから、これらがみだりに使用等されることは、本人の人格的価値を損ねるおそれが生じ得るところ、「人の声」もまたそのような「個人の人格の象徴」であり、人格権による保護の対象となるところが知られている¹⁰。当該論稿は、肖像権を参照し、声の人格権には、録音行為を拒絶する権利、公開した音声データを音声合成モデルに入力することを拒絶する権利、そしてモデルによって出力された音声の使用や公開を拒絶する権利も含まれるとした¹¹。

その後、中島は「人声権（Right of Human Voice）の生成と展開」において、人の声の商業的価値はパブリシティ権で保護されるとした上で、人の声の精神的価値は、写真技術の発展により生じた肖像権と同様に、人格権に由来する権利として保護されるとし、その権利の主体と対象に着目し、人声権（Right of Human Voice）と呼んだ¹²。ここでいう人声権は3種類に分類され、人の声を無断で録音、合成、公表等する行為は、その人の私的領域において録音された音声が公共の利害に関する事項ではないとき（第1類型）、その人の声を合成した音声が社会通念上受忍す

べき限度を超えてその人を侮辱するとき（第2類型）、上記音声が社会通念上受忍すべき限度を超えて平穩に日常生活を送るその人の利益を害するおそれがあるとき（第3類型）等、その人の被る精神的苦痛が社会通念上受忍すべき限度を超える場合に限り、人声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されている¹³。

4. AI時代の声の権利

ここで、AIを利用することで、本人そっくりの声を容易に生成可能であることから、AI時代の声の権利について急速に議論が進んだ¹⁴。

まず、権利者側から、声の権利確立を求める声が上がった¹⁵。

次に、政府における議論が進んだ。例えば2024年5月の「AI時代の知的財産権検討会中間とりまとめ」¹⁶においては、パブリシティ権、著作隣接権¹⁷、商標権、詐欺罪（刑法246条）、偽計業務妨害罪（同法233条）等の刑事罰、名誉毀損、名誉感情侵害及び不競法での保護の可能性が議論されていた¹⁸。

そして、一度は不競法に声等の保護に関する規定を置くことも検討されていた。例えば、2024年に公表された政府の計画においては、「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。また、他人の肖像や声等の利用・生成に関し、その他の関連法についても、法的考え方の整理を行う」¹⁹とされていた。

しかし、結果として、少なくとも2025年の段階では不競法改正によって声の保護を明記することとはせず、「肖像と声のパブリシティ価値に係る現行の不正競争防止法における考え方の整理について」において、現行不競法のうちの主に周知表示混同惹起行為（同法2条1項1号）及び著名表示冒用行為（同項2号）に関するルールを活用可能性が整理されたに留まった²⁰。

その後、2026年には、「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」（以下「2026年検討会報告書」という。）²¹が、現行法に基づく声等の保護について、判例・学説を参照しながら7つの具体例への適用を詳細に論じている²²。

5. 本判決の意義

上記のとおり、声にパブリシティ権が認められるという学説や政府の報告書は既に存在した。もっとも、AI時代に声のパブリシティ権が注目される中、本判決において、改めて裁判所が「パブリシティ権に基づく削除請求の可否（争点2）に関し、人の声は、人の肖像と同様に個人の人格の象徴であるということができるところ、例えば実演家の声等を無断で使用する行為は、その声が商品の販売等を促進する顧客吸引力を有するといえる場合であって、その声を使用する行為が専らその声の有する顧客吸引力の利用を目的とするものといえるときは、パブリシティ権の侵害に当たると解するのが相当であるといえる。」として、声にパブリシティ権が認められることを明

言したことの意義は大きい。特に、2026 年検討会報告書はもちろん権威がある報告書ではあるものの、法的位置付けとしてはあくまでも政府の研究会の報告書であった。その中で、裁判所もこのような 2026 年検討会報告書と同様の方向性であることを打ち出したことには大きな意義がある。

6. 残された課題

(1) AI 生成というだけの理由で一切検討対象外とまではしないことも示唆されること

本判決は、上記のとおり本件動画が削除済みであることから、「その余の争点についてこれ以上の判断はしない」としている。その結果として上記Ⅲ5. で述べた声のパブリシティ権の一般論を超えた、AI 生成物（AI 生成の音声）に係るパブリシティ権及び不競法に関する具体的な判断はされていない。ただ、本判決は、本件動画（の声）が AI で生成されたものであるということを理由として一切検討対象外とするという処理を選択していない。その意味では、AI 生成というだけの理由で一切検討対象外とまではしないことも示唆されると評価する余地がある。

そして、このように、AI 生成の音声も一定の場合にパブリシティ権を侵害し得ると考えた場合、AI 生成の音声についてどのようにパブリシティ権侵害の有無を判断するかが極めて重要である。ここで、本判決では、本件動画の説明として、「原告の声を無断で使用して AI に学習させたものではなく、声真似が上手い友人の声を AI に学習させたデータを使用したものである旨」の記載があることが前提事実とされている。もちろん、この記載が真実かについては本判決において議論や判断はされていない²³。しかし、この要素は、まず、原告本人の音声を学習していないという意味で依拠性（下記Ⅲ6. (2)）と、そして、原告本人の本人識別情報ではなく、友人の本人識別情報ではないか、という意味で類似性（下記Ⅲ6. (3)）に密接に関連する。よって、以下、この 2 つの残された課題について検討していきたい。

なお、専ら顧客吸引力を利用する態様といえるかも問題となり得る。つまり、本件では、問題となったのが本件動画中のナレーションの音声であったところ、被告は音声を独立して鑑賞の対象とするものではないとか、音声を商品等の広告として使用したものともいえないと主張して争った。もっとも、2026 年検討会報告書は、AI 歌手に歌わせてみたという事案（事例 2）において、（その AI 歌手の）歌声に関心を抱き、これを主要な目的として本件各音源を聞くものと考えられ、本人の声それ自体を独立して鑑賞の対象とする商品等として使用したと評価することができる²⁴。そこで、具体的な音声利用の態様が、鑑賞者が、「ナレーターの声聞く」ことを主要な目的として本件動画を鑑賞するといえる限り、この点が肯定されるだろう²⁵。

(2) 依拠性

最初の問題は、依拠性である。つまり、学習データにおいて原告の音声データが利用されていない場合に、パブリシティ権侵害が成立しないのではないか、という問題である。

この点、2026 年検討会報告書は（画像生成 AI の文脈であるが）「画像生成過程で利用された情報（学習用データセット、画像プロンプト等）に本人の肖像が含まれていなかった場合であっても、プロンプトの調整等により本人の肖像に類似した画像等を出力することは可能であるところ、そのようにして得た画像を、専らその顧客吸引力を利用する目的に供する場合には、パブリシティ権侵害に該当し得る。」として依拠性不要説に立つ²⁶。

このような考えの背景には、パブリシティ権侵害について、重要なのは、声の顧客吸引力が利用されているかどうかであって、結果的に、声の顧客吸引力が利用されているのであれば、その声が本人の声を録音したものであったり、本人の声を学習させたものであったりする必要はない、というものがあるだろう²⁷。このように考えれば、そもそも依拠性は要件にならないという解釈が十分にあり得る。

（3）類似性

もう 1 つの問題は、類似性である。つまり、学習データにおいて原告の音声データが利用されていなくても良い（依拠性は不要）としても、果たして具体的事案において、その原告の声（の顧客吸引力）が利用されているか、という問題である。

既にこの点は、上記荒岡らが『声』の同定可能性判断」として①声紋、②録音物、③聞き手の認識という 3 つの要素を基準に声の同定可能性判断を行う方法について検討している²⁸。本判決の原告代理人である平野は、機械的に判定するアプローチとして Resemblyzer や SpeechBrain 等の方法を利用したとのことである²⁹。

ここで、2026 年検討会報告書は、パブリシティ権侵害には、本人の「声」が使用されたといえることが必要とした上で³⁰、「同一の声が使用された場合はもちろん、本人に類似する声が使用された場合も、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本人の声を想起させる情報等を総合的に考慮して、商品等の顧客において、その使用された声が、本人の声であると識別することができるものであるときは、本人の『声』を使用するものと認めることができる」とした³¹。その上で「声の類似性に関しては、声紋鑑定等の科学的な分析手法を用いることも考えられるが、問題となるのは、顧客に対して本人の声が有する顧客吸引力が利用されているか否かであり、声紋の類似性の程度に関する科学的分析は、考慮要素の一つとなり得るものの、決定的な要素にまでなるわけではない」とした³²。

このような類似性の判断の際、本件のように「生成 AI で合成された」と明記されていることは、決してそれだけで一律に類似性を否定するものではない。この点は、2026 年検討会報告書が、「AI 歌手 X に A の曲を歌わせてみた」として AI 生成であることを明確に表示する事例で、「歌手 X の氏名という識別性の高い情報が提示されることにより、視聴者は、歌声自体の類似性ともあいまって、（略）生成 AI を通じて出力された歌手 X の声を鑑賞することができるものである、つまり、（略）歌声を歌手 X の声として識別することとなるものと考えられる」としているとおり

である³³。

但し、本件で「友人の声（真似）」と明記されているところは、類似性に関する重要な問題を孕んでいる。いわゆる「そっくりさん」が使われた場合について、調査官解説は「物まね（そっくりさん）に係る肖像等は、『本人』を連想させるが、人物識別情報としては、「物まねをする人物」を示すものであるから、本判決にいう『肖像等』には該当しない」とし³⁴、2026年検討会報告書もこれを引く³⁵。つまり、「AさんのモノマネをするBの声」については、Bとの類似性は肯定されてもAとの類似性が否定される可能性がある。本件でいうと友人と類似するだけであって、原告との関係で類似性がないとされるおそれがある、ということである。

但し、調査官解説は、その直後に「ただし、人物識別情報として本人を示すものとして誤解されるような『肖像等』は、パブリシティ権侵害を構成する余地もあると思われる」³⁶としている。2026年検討会報告書もこれを引いて、「芸をする者自身の氏名等を明示せずに顧客吸引力を有する本人の肖像、声等と類似するものを使用し、顧客によってそれが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」とする³⁷。

そこで、仮に本件動画の音声は、本件動画作成者の友人による声真似を元にAIで生成したものであったとして、まさにそれが当該「友人」の人物識別情報なのか、それとも原告の人物識別情報なのか、という点こそが類似性に関する最も重要な問題の1つとなるだろう。例えば、元の友人の声そのものは、人物識別情報として友人を示すものとして原告との類似性が否定されとしても、それをAIで加工してより原告の声に近付けることで、その状況下においてはもはや、鑑賞者によって「それが本人を示すものとして誤解される」と判断され、原告との類似性が肯定されることもあるのではないか。この辺りがさらに検討されるべきである³⁸。

（掲載日 2026年10月20日）

¹ [WestlawJapan 文献番号 2026WLJPCA09309001](#)。

² 桃尾・松尾・難波法律事務所（<https://www.mmn-law.gr.jp/lawyers/600050.html>）。

³ なお、被告は削除済みであるから訴えの利益がないと主張しているが、本判決は訴えの利益の問題ではなく本案

（請求が認められるかどうか）の問題とした。この点は、（被告は、）「削除を求める訴えは、審理の必要性がなくなったので、却下されるべきである旨主張するが、原告の削除請求は給付を求める訴えであり、被告の抗弁が認められることによりその請求原因事実が消滅したものとして、請求を棄却するのが相当」とした大阪高判令和 8 年 7 月 29 日 [WestlawJapan 文献番号 2026WLJPCA07299003](#) 等に鑑みれば、本判決の立場が妥当であろう。

⁴ 最一小判平成 24 年 2 月 2 日民集 66 卷 2 号 89 頁、[WestlawJapan 文献番号 2012WLJPCA02029001](#)。

⁵ 中島基至「判解」最高裁判所判例解説 民事篇（平成 24 年度）（2015 年）41 頁。

⁶ それ以前の議論として豊田彰『パブリシティの権利』（日本評論社、2000 年）参照。なお、AI との関係で「人工知能の普及により、特定の個人による発声を素材とした音声の保護が議論されているが、少なくとも当該音声は人物の識別情報に該当する場合、パブリシティ権の保護は及ぶと解されている」とした松尾光舟＝齊藤邦史「人工知能の時代におけるパブリシティ権の主体と客体」〔研究ノート〕情報ネットワーク・ローレビュー 23 卷（2024 年）100 頁や、既にⅢ6. (3)で論じる問題等も議論している奥邨弘司「生成 AI 時代のパブリシティ権—序論（上）（下）」コピライト 64 卷 764 号・765 号（2024 年）33 頁・34 頁（特に（上）35-36 頁）参照。

⁷ 声の権利については、様々なアプローチがあり、下記のアプローチの他、著作隣接権（例えば佐藤豊「生成 AI による実演の学習、実演類似のものの生成および生成結果の利用に対する規律の一考察（1）（2）」コピライト 64 卷 760 号・761 号（2024 年）26 頁・44 頁や金子敏哉「AI 時代の肖像・声（あるいはそれらしきもの）の利用と実演家の権利」ジュリスト 1625 号（2026 年）34 頁以下

⁸ なお、同論文の共著者によるその後の論考に成原慧・荒岡草馬「AI と『声の権利』」Law & Technology 106 号（2025 年）13 頁がある

⁹ 荒岡草馬ほか「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 卷（2023 年）24 頁以下（https://www.jstage.jst.go.jp/article/inlaw/22/0/22_220002/_pdf-char/ja）。

¹⁰ 同上 37 頁。

¹¹ 同上 36 頁

¹² 中島基至「人声権（Right of Human Voice）の生成と展開」Law & Technology 106 号（2025 年）1 頁。

¹³ 同上 7 頁。

¹⁴ 今村哲也「音声の法的保護と知的財産法」〔講演録〕コピライト 64 卷 765 号（2025 年）2 頁、同「声の知的財産法による保護に関する一考察」特許研究 79 号（2025 年）8 頁、同「AI が再現する『声』と知的財産法の課題」知財管理 75 卷 9 号（2025 年）1150 頁、大塚理彦「声紋の法的保護について」パテント 78 卷 6 号（2025 年）99 頁、安藤和宏「音声の法的保護に関する一考察」『切り拓く 知財法の未来 三村量一先生古稀記念論集』（日本評論社、2024 年）701 頁、田邊幸太郎「生成 AI 時代における『声』の保護に関する検討」同 745 頁、関真也「エンタテインメント産業における生成 AI・ディープフェイクと声の権利（1）～（3）」コピライト 65 卷 772～774 号（2025 年）56、48、67 頁等も参照。

¹⁵ 例えば「声の肖像権」確立等を目指す 2023 年 6 月 13 日の協同組合日本俳優連合「生成系 AI 技術の活用に関する提言」（<https://www.nippairen.com/about/post-14576.html>）。なお、2026 年 10 月 15 日に同連合は「音声に関する生成 AI 利用ガイドライン Ver 1.0」（<https://www.nippairen.com/wp-content/uploads/2026/10/4822a6ac69f21b4538064352be62abab.pdf>）を公開した。

¹⁶ https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/titeki2/chitekizaisan2024/0528_ai.pdf

¹⁷ 佐藤・前掲注 7・26 頁・44 頁や金子・前掲注 7・34 頁以下も参照。

¹⁸ 松尾剛行『生成 AI の法律実務』（弘文堂、2025 年）321 頁以下も参照。

-
- ¹⁹ 知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2024」（2024 年）（<https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryou2.pdf>）及び同「新たなクールジャパン戦略」（2024 年）（<https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryou4.pdf>）。
- ²⁰ 経済産業政策局知的財産政策室「肖像と声のパブリシティ価値に係る現行の不正競争防止法における考え方の整理について」（2025 年）（https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/shozo_koe.pdf）。
- ²¹ <https://www.moj.go.jp/content/001468288.pdf>
- ²² なお、本判決に相対的に類似するものとして、事例 2 に関する 2026 年検討会報告書・前掲注 21・94-95 頁参照。
- ²³ 被告は、このような記載があることを理由に、上記Ⅲ4. の周知表示混同惹起行為（不競法 2 条 1 項 1 号）の観点から、本件音声が原告の声を出力したものでないことが明示されており、誤認混同がないと主張していた。
- ²⁴ 2026 年検討会報告書・前掲注 21・96 頁。なお、第 2 類型については「付す」の解釈によって該当するかが変わる。
- ²⁵ また、3 類型のいずれに該当しない場合において、専ら顧客吸引力を利用する態様といえるかについては 2026 年検討会報告書・前掲注 21・23-24 頁を参照のこと。
- ²⁶ 2026 年検討会報告書・前掲注 21・83-84 頁注 194。なお、同 113 頁注 215 はパブリシティ権ではなく声をみだりに利用されない権利の文脈だが、「企図して本人の声に類似する音声を生成し、これを公表した場合には、学習用データセット等に本人の声が含まれているか否かにかかわらず、権利侵害となる可能性があるものと解される。」とする。
- ²⁷ なお、ピンクレディ事件判決につき「同判決の示すパブリシティ権侵害の判断基準は、本人の肖像等が顧客吸引力を有する場合において、当該肖像等を無断で使用する行為が、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするものといえるか否か」とする 2026 年検討会報告書・前掲注 21・11 頁も参照。
- ²⁸ 荒岡・前掲注 9・39 頁。
- ²⁹ 平野敬「音声の類似性をどう立証するか」2026 年 9 月 3 日 RCLIP。なお、本判決でも当事者の主張欄では「本件音声と原告の声は、独特の抑揚や低音の響きといった顕著な特徴が共通する類似のものであり、このことは広く採用されている科学的手法による音声比較分析（略）によって証明されている。」との原告の主張が引用されている。
- ³⁰ 2026 年検討会報告書・前掲注 21・27 頁。
- ³¹ 同上。
- ³² 同上・注 56。
- ³³ 2026 年検討会報告書・前掲注 21・95 頁。
- ³⁴ 中島・前掲注 5・42 頁。
- ³⁵ 2026 年検討会報告書・前掲注 21・27 頁。
- ³⁶ 中島・前掲注 5・42 頁。
- ³⁷ 2026 年検討会報告書・前掲注 21・27 頁。なお、「そっくりさん」が使われた場合には、本人の肖像等を利用してはいないものの、それでもその顧客吸引力を利用している場合には侵害になり得るとする TMI 総合法律事務所編『著作権の法律相談Ⅱ』（青林書院、2016 年）329 頁も参照。
- ³⁸ なお、上記 2026 年検討会報告書・前掲注 21・27 頁は「芸をする者自身の氏名等を明示せず」としているが、これはあくまでも例示と理解されるのであり、本件のように「友人」と明記されていても、なお「顧客によってそれが本人を示すものとして誤解される」と判断されることはあり得ると考える。