

法務省検討会の「肖像・声の無断利用」報告書案

声優・実演家のための やさしい解説ドキュメント

～生成 AI による無断利用から「声の仕事」と「人格」をどう守るか～

この資料で分かること

- ① 声がどのような場合に法的に守られ得るか ② AI カバー、キャラクター声、性的な偽音声などをどう考えるか ③ 削除・差止め・損害賠償を求める際の基本 ④ まだ法律上の答えが固まっていない点

最初に知っておいてほしいこと

- 声は、顔や氏名と同じように、その人を識別し、人格を表す情報として保護され得ます。
- AI で新しく作られた音声でも、利用の仕方によっては権利侵害となる可能性があります。
- ただし「本人の許可がない＝必ず違法」ではありません。目的・文脈・営利性・被害の深刻さなどを個別に見ます。

位置付け

本資料は、法務省の検討会が公表した「取りまとめ報告書（案）」と照合して、日俳連組合員向けに教育用として平易化した解説です。新しい法律や法務省の公式解説ではありません。作成基準日：2026 年 7 月 28 日

01 最初に押さえる結論

3 分で分かる結論

声は、主に「仕事としての経済的価値」「本人の人格・尊厳」「公式・公認だと誤解させないための表示」の 3 方向から守られ得ます。AI で作られた声が録音そのものと同一でなくても、声質、話し方・歌い方、本人名、役名、タイトル、画像、投稿文などを合わせて本人だと分かれば、保護の対象となり得ます。

参照：報告書案 9 頁、26～29 頁、50～60 頁、67～77 頁

この報告書案は「新法」ではありません

法務省の検討会は、肖像や声の無断利用が問題になっていることを受け、現在の民法上の不法行為、パブリシティ権、不正競争防止法などを、生成 AI の事例にどう当てはめるかを整理しました。参照した公式 PDF の表紙は「取りまとめ報告書（案）」です。裁判所を拘束する法律や判決ではありません。

参照：報告書案 7 頁、135 頁

読み方の注意

本資料では、「問題になる」「侵害となる可能性がある」「侵害と評価される可能性が高い」と表現します。結論は利用目的、識別のされ方、表現上の必要性、被害の程度、契約などで変わるため、「無断なら必ず違法」「AI なら必ず違法」とは言い切れません。

この資料の対象

声優、ナレーター、俳優、歌手、配信者など、声を仕事または表現活動に使う人を主な対象にしています。

この資料の構成

最初から読むほか、知りたい場面から参照できます。各章の「参照」には、法務省報告書案の該当頁を記載しています。

01	最初に押さえる結論	2	07	事務所・団体・ライセンス	10
02	声を守る 3 つの法的ルート	4	08	亡くなった実演家の声	11
03	「本人の声」と分かるか	5	09	よくある誤解	12
04	よくある 6 つの利用場面	6	10	被害を見つけたときの実務メモ	13
05	請求できる可能性があるもの	8	11	未解決の論点と用語集	14
06	AI 提供者・データ・学習段階	9			

読み方の目安

全体像は 01～04、救済方法は 05、AI サービスや学習データは 06、被害を見つけた直後の行動は 10 を先に読むと、必要な情報へ早くたどり着けます。

02 声を守る 3 つの法的ルート

同じ無断利用でも、何が傷ついたかによって使う法的な考え方が変わります。複数が同時に問題になることもあります。

守るもの	主な考え方	声優向けの言い換え	典型例
仕事上の価値	パブリシティ権	その人の名前・顔・声が、人を引き付け、商品やサービスの売上につながる価値	AI カバーの収益化、広告、商品販売
人格・尊厳	「声をみだりに利用されない権利」	本人が望まない形で声を使われず、尊厳や自己決定を守る利益	性的・侮辱的な偽音声、非営利の無断投稿
公式性・ブランド	不正競争防止法	本人や事務所の公式・公認・提携だと誤解させる表示を防ぐ考え方	公認商品に見せる表示、なりすまし広告

参照：報告書案 9～10 頁、50～60 頁、67～77 頁

A パブリシティ権：声の「仕事としての価値」

有名人などの氏名・肖像・声には、人の関心を引き、商品やサービスの販売を促す力（顧客吸引力）が生じます。報告書案は、声もパブリシティ権の対象となる「肖像等」に含まれ得ると整理しています。

参照：報告書案 9～10 頁

裁判例上、侵害が問題になりやすい利用は、次の 3 型です。

1. 声そのものを、独立して鑑賞・消費する商品として使う
2. 商品やサービスを他と区別するため、声を付けて販売する
3. 広告や宣伝に声を使う

大切な限定

パブリシティ権は、声のあらゆる使用を独占する権利ではありません。報道、批評、研究、創作表現など、表現としての必要性が強い利用は、許可がなくても直ちに侵害とはならない場合があります。

参照：報告書案 10～29 頁

B 人格的な権利：声を勝手に使われない利益

声は、本人を識別する情報であると同時に、その人の人格を表すものです。報告書案は、既存の肖像権に関する考え方を参考に、「声をみだりに利用されない権利」を人格権の一内容として認め得ると整理しています。この呼び方自体が法律に明記された確定名称という意味ではありません。

参照：報告書案 50～60 頁

営利目的でなくても、利用の目的・方法・場所、本人に与える不利益などを総合して、社会生活上受け入れる限度を超えれば、侵害となる可能性があります。

C 不正競争防止法：公式・公認だと誤解させない

声や名前が、本人・所属事務所・公認商品を示す表示として広く知られている場合、第三者の利用が「公式」「本人が関与」「公認」と誤解させるなら、不正競争防止法が問題になることがあります。ただし、投稿に「AI」「非公式」と明示して誤解が生じにくいほど、このルートは使いにくくなる場合があります。

参照：報告書案 67～77 頁、92～101 頁

03 「本人の声」と分かるか

録音と完全に同じである必要はありません

AI 音声は本人の録音をそのままコピーしていなくても、聞き手が本人の声だと認識できるなら、法的保護の対象となり得ます。逆に、似ていると感じるだけで、誰の声か特定できない場合は、保護を主張しにくくなります。

参照：報告書案 26～29 頁

判断に使われる手掛かり

- 声質：高さ、響き、かすれ方、癖
- 話し方・歌い方：テンポ、抑揚、発音、語尾、歌唱スタイル
- 声紋などの技術的な類似性：重要な手掛かりですが、それだけで決まるわけではありません
- 本人名・芸名：「声優 X が歌う」「AI 歌手 X」などの表示
- 役名・作品名：そのキャラクターの声が特定の声優と強く結び付いている場合
- 画像・サムネイル・説明文・ハッシュタグ・投稿アカウントなど、音声の周辺情報

参照：報告書案 26～29 頁、92～101 頁

キャラクターの声でも本人が分かることがあります

本人名が書かれていなくても、役名や作品名、特徴的な話し方、画像などから、一般の聞き手が特定の声優を思い浮かべる場合があります。その場合、「名前を書いていないから安全」とは限りません。

参照：報告書案 92～101 頁

物まね・声まねとの違い

別の実演家が自分の声で物まねをし、聞き手も物まねだと理解している場合、通常は直ちに本人のパブリシティ権侵害とはなりません。一方、本人が実際に話した・歌ったと誤解させて商業利用する場合は、評価が変わり得ます。

参照：報告書案 26～29 頁

04 よくある 6 つの利用場面

以下は結論の「目安」です

「高い」「低い」は、個別事情で変わります。本人が特定できるか、何のために使ったか、収益・広告との結び付き、表現上の必要性、本人に生じる不利益を確認してください。

1 収益化された AI カバー

特定の声優・歌手の声だと分かる AI カバーを、広告収入、投げ銭、有料配信、販売などに使う場合、声の顧客吸引力を利用しているとして、パブリシティ権侵害となる可能性があります。本人名や画像を付けるほど、本人との結び付きが強くなります。

参照：報告書案 92～101 頁

2 キャラクター名を付けた AI 音声

役名だけでも、その声が特定の声優と結び付いて認識されるなら、本人の声の利用と評価され得ます。作品・キャラクター側の著作権や商標権の問題とは別に、声優本人の権利も検討対象になります。

参照：報告書案 92～101 頁

3 趣味・ファン活動・無料投稿

無償・非営利だから自動的に適法になるわけではありません。パブリシティ権の問題は弱くなる場合がありますが、人格的な権利は別です。投稿の内容、広がり、本人への不利益、創作・批評としての必要性などを総合して判断します。

参照：報告書案 117～122 頁

4 性的・わいせつ・侮辱的な偽音声

本人が性的・わいせつな内容を発言したように聞こえる偽音声、尊厳を傷つける内容、社会的評価を大きく損なう使い方は、人格的な権利の侵害と評価される可能性が高いと考えられます。ただし、報告書案も個別事情による判断を前提にしており、「必ず違法」と機械的に決めるものではありません。

参照：報告書案 111～116 頁

5 本人が公認したように見せる広告

声、本人名、写真、ロゴなどを組み合わせ、本人または事務所が商品を推奨・公認しているように見せる広告は、パブリシティ権に加え、不正競争防止法上の混同や、表示内容によっては別の法的問題も生じ得ます。

参照：報告書案 67～77 頁、92～101 頁

6 「AI」「非公式」と表示した投稿

AI 生成・非公式と明記すれば、公式性の誤解が弱まり、不正競争防止法上の混同は否定されやすくなる可能性があります。しかし、本人の名前や声の人気を商業的に利用する問題、本人の尊厳を傷つける問題まで消えるわけではありません。

参照：報告書案 92～101 頁

05 請求できる可能性があるもの

侵害が認められても、すべての救済が自動的に認められるわけではありません。それぞれの要件と必要性を示す必要があります。

求めるもの	簡単な意味	注意点
損害賠償	ライセンス料相当額、失った利益、精神的苦痛への慰謝料など	何の権利が侵害されたかで、認められやすい損害が異なります。二重取りはできません。
利用の差止め	今後の投稿・販売・配信などを止める	侵害のおそれや差止めの必要性が必要です。
削除・廃棄	音声、動画、販売物、場合により関連データを消す	対象と必要性を具体的に示します。
プラットフォーム対応	投稿削除、送信防止、発信者情報の確認など	事業者への請求が常に認められるわけではありません。制度ごとの要件があります。

参照：報告書案 30～39 頁、50～60 頁

損害賠償の考え方

- パブリシティ権：通常のライセンス料、失った利益など、経済的損害が中心になります。
- 人格的な権利：精神的苦痛に対する慰謝料が問題になります。
- 同じ出来事で両方の権利が侵害されることはありますが、同じ損害を重ねて受け取ることはできません。

参照：報告書案 30～36 頁、50～60 頁

削除や差止めは「当然」ではありません

裁判所やプラットフォームに削除を求める場合、何が侵害物か、侵害が続いているか、再発のおそれがあるか、削除が必要で相当かなどが検討されます。元の投稿者に加え、一定の場合にはプラットフォーム側への対応要求が考えられますが、必ず削除されるとは限りません。

参照：報告書案 37～39 頁

06 AI 提供者・データ・学習段階

AI サービス提供者は自動的に責任を負うわけではありません

利用者が第三者の声を侵害する音声を作ったからといって、AI モデルやサービスの提供者が常に共同責任を負うわけではありません。侵害が起こる可能性と深刻さ、提供者が予測できたか、本人の声を再現する機能を商品として強調したか、安全策を取ったか、通知後にどう対応したかなどが関係します。

参照：報告書案 95～99 頁

「特定の人の声を作れること」を商品にしている場合

特定の声優・歌手の声を再現できること自体を売りにし、その声の顧客吸引力を使ってサービスを販売する場合、提供者自身のパブリシティ権侵害が問題になり得ます。

参照：報告書案 95～99 頁

音声データセットの販売・提供

特定の人物の声を再現するために整理された音声データを販売・提供し、その人の声の人気や価値を利用している場合は、単なる技術提供とは異なり、権利侵害となる可能性があります。

参照：報告書案 95～99 頁

学習させただけで直ちに侵害か

まだ明確な答えは固まっていません

モデル学習の段階だけでパブリシティ権侵害が成立するかは、報告書案でも未解決の論点です。ただし、特定人の声による侵害音声作られる具体的な危険が高く、その防止が必要な場合には、将来の侵害を防ぐ請求が検討される余地があります。著作権法上の学習の扱いは別の問題です。

参照：報告書案 95～99 頁

07 事務所・団体・ライセンス

原則として、本人の権利は本人が主張します

パブリシティ権や人格的な権利は本人に由来します。専属契約や利用許諾を受けた事務所が、本人と同じ権利を当然に直接行使できるかは、報告書案でも限定的・未確定とされています。

参照：報告書案 40～49 頁、123～126 頁

事務所が対応できる可能性

- 本人から委任を受け、本人の代理として交渉・請求する
- 事務所やレーベルの公式表示・事業上の信用が害されたとして、不正競争防止法を検討する
- 契約上の権利や、独自に受けた損害を根拠に対応する

参照：報告書案 40～49 頁、67～77 頁、123～126 頁

契約を確認してください

実務では、声の録音、AI 学習、音声合成、二次利用、利用期間、媒体、地域、再許諾、削除対応、本人への連絡方法が契約にどう書かれているかが重要です。これは報告書案の法的結論を超える実務上の参考です。

団体・組合の役割

団体・組合は、証拠整理、プラットフォームとの窓口、専門家の紹介、契約雛形や相談体制の整備に役立ちます。ただし、団体が本人に代わって法的請求できるかは、委任や制度上の根拠を確認する必要があります。

08 亡くなった実演家の声

人格的な権利

人格権は、原則として本人の死亡により消滅すると考えられています。そのため、亡くなった本人の「声をみだりに利用されない権利」を、相続人がそのまま受け継ぐとは通常考えられていません。

参照：報告書案 61～65 頁、131～134 頁

パブリシティ権

パブリシティ権が相続できるか、どの期間続くかは、確立した結論がありません。報告書案は、保護の必要性がある一方で、相続・譲渡を当然に認めることには課題があると整理しています。

参照：報告書案 61～65 頁、127～130 頁

不正競争防止法

所属事務所などが、亡くなった実演家の名前・声・公式ブランドを継続して事業上管理しており、第三者が公式・公認と誤解させる場合は、不正競争防止法による対応が検討できます。

参照：報告書案 127～130 頁

遺族自身の利益

性的・侮辱的な偽音声などが、遺族の故人を敬愛する感情を社会生活上受け入れられる限度を超えて傷つけた場合、遺族自身の損害賠償が認められる可能性があります。ただし、削除・差止めまで認められる範囲は、なお明確ではありません。

参照：報告書案 131～134 頁

結論

「亡くなったら自由に使える」わけではありません。しかし、生前と同じ権利が自動的に続くわけでもありません。誰が何を管理しているか、公式性の誤解があるか、遺族自身がどのような被害を受けたかを分けて考えます。

09 よくある誤解

誤解 1 「AI と書けば安全」

公式性の誤解は弱まっても、商業的な価値の利用や人格侵害の問題は残り得ます。

誤解 2 「無料なら安全」

非営利でも、性的・侮辱的な利用などは人格的な権利を侵害し得ます。

誤解 3 「名前を書かなければ安全」

役名、作品名、画像、声質、話し方などから本人が分かる場合があります。

誤解 4 「録音をコピーしていないから安全」

AI で新しく作った音声でも、本人の声として認識され、利用態様が要件を満たせば問題になります。

誤解 5 「似ていれば必ず侵害」

誰の声か特定できるか、何のために使われたか、表現上の必要性なども見ます。

誤解 6 「削除は必ず認められる」

削除・差止めには、それぞれ要件と必要性があります。

10 被害を見つけたときの実務メモ

以下は実務上の参考です

この章は、法務省報告書案の法的結論そのものではありません。証拠の消失を防ぎ、事務所・団体・弁護士に相談しやすくするための一般的な整理です。

最初に保存するもの

- 投稿・販売ページの URL と、確認した日時
- 画面全体のスクリーンショット。投稿者名、説明文、再生数、広告、価格が分かる状態
- 可能な範囲で音声・動画ファイル。無理に規約違反の取得はしない
- 本人名、役名、画像、ハッシュタグ、「AI」「非公式」表示など、本人との結び付きを示す情報
- 収益化の手掛かり。価格、広告、投げ銭、会員限定、販売数など
- 拡散の範囲。再生数、共有数、転載先
- 本人への影響。仕事への問い合わせ、誤解した人の反応、精神的負担、医療記録など

対応の順序

1. 証拠を保存する。削除申請を先にすると、証拠が消えることがあります。
2. 所属事務所、団体・組合、作品権利者など、関係する窓口 zu 共有する。
3. プラットフォームのなりすまし、プライバシー、性的コンテンツ、権利侵害など、該当する申告窓口を確認する。
4. 削除要求、損害賠償、投稿者の特定、公開反論、和解などを行う前に、必要に応じて弁護士へ相談する。

相談時に伝える 6 点

- 誰の声として認識されるか
- どの音声・投稿・商品が問題か
- 本人との結び付きを示す表示は何か
- 営利・広告・販売との関係はあるか
- どのような不利益が生じたか
- 何を求めたいか：削除、停止、謝罪、損害賠償、再発防止など

緊急性が高い例

性的な偽音声、詐欺広告、本人や第三者への脅迫、短期間で急速に拡散している投稿、仕事上の信用に重大な影響が出ている場合は、早めに専門家や関係窓口へ相談してください。

11 未解決の論点と用語集

報告書案でも答えが固まっていない主な点

- パブリシティ権を相続・譲渡できるか
- 専属的な利用許諾を受けた事務所などが、本人とは別にどこまで直接請求できるか
- AI モデルの学習段階だけでパブリシティ権侵害となる範囲

- プラットフォームや AI 提供者が、どの条件で責任を負うか
- 亡くなった実演家について、遺族が削除・差止めを求められる範囲
- 表現の自由・創作・報道との境界を、個別事例でどこに引くか

参照：報告書案 40～49 頁、61～65 頁、95～99 頁、127～135 頁

用語集

不法行為 故意・過失によって他人の権利または法律上保護される利益を侵害し、損害を与えた場合に、賠償責任などが問題となる民法上の仕組み。

パブリシティ権 氏名・肖像・声などが持つ、人を引き付ける経済的な価値を守る権利。人格に由来する権利と理解されています。

人格権 生命、身体、名誉、プライバシー、肖像など、人格そのものに関わる利益を守る権利の総称。

差止め 侵害行為を止め、または今後しないよう求めること。

損害賠償 侵害によって生じた経済的損害や精神的損害について、金銭で埋め合わせを求めること。

顧客吸引力 その人の人気・知名度・魅力によって、商品やサービスに人を引き付ける力。

混同 商品・サービスが本人、事務所、公式ブランドによるもの、または公認・提携されたものだと誤解すること。

参照資料

法務省・検討会資料

- 検討会ページ：[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](#)
- 報告書案：[取りまとめ報告書（案）－生成 AI によるパブリシティ権侵害等に関する解釈指針－](#)

最終メッセージ

声は、単なる音のデータではありません。仕事を支える価値であり、その人らしさと尊厳の一部です。一方で、無断利用のすべてが同じ法的評価になるわけではありません。「誰の声と分かるか」「何のために、どのように使われたか」「どのような被害が生じたか」を分けて整理することが、適切な対応の第一歩です。

本資料は教育目的の一般的な解説です。個別案件では、契約・証拠・利用状況を確認し、必要に応じて専門家へ相談してください。