

Googleストリートビューの社会的影響と法的問題について

Social Influences and Legal Issues of Google Street View

2009年 9月

高田 寛 **Hiroshi Takada**

Googleストリートビューの社会的影響と法的問題について
Social Influences and Legal Issues of Google Street View

高田 寛
Hiroshi Takada

Abstract

In this paper, I present some social influences and legal issues of Google Street View. Google Street View was launched on Aug 5th, 2008 in Japan as a function of Google Map. We are able to see and enjoy landscapes and street views of public roads in the main cities on our own PCs.

However, privacy problems and other legal issues on Street View are indicated by some public authorities and local governments, for example, the Machida City Council, the Tokyo Information Disclosure and Protection of Individual Information Council, etc. In terms of these issues, Google Inc. insists that the image of Street View is a view from public roads, therefore, there is no privacy issue with it. However, if a privacy issue is reported, they delete the images which the user reports.

I verify the social influence and judicial problems of Street View, and discuss how to resolve these issues from legal stand points of view.

1. はじめに

Googleストリートビュー (Street View) は、地図表示機能である「Googleマップ」の新機能のひとつであり、公道から360度パノラマカメラで撮影した主要都市の街路の詳細な画像情報をネットから閲覧できるGoogleの無料サービスである。自分が道路に立っている状態で周りの風景を全方位表示でき、道路沿いの風景を静止画像で眺めることができる^①。

ストリートビューは、2007年5月30日、カリフォルニア州サンノゼで開かれた「Where 2.0」会議で発表された。このストリートビューの利用できる地域は当初、サンフランシスコのベイエリア、ニューヨーク、ラスベガス、デンバー、マイアミの米国内5地域に限られていたが^②、その後、利用できる地域を徐々に増やしている。

わが国では、米国より約1年遅い2008年8月5日に公開された。利用できる地域は、札幌、小樽、函館、仙台、東京、さいたま、千葉、横浜、鎌倉、京都、大阪、神戸の12都市で、Googleは、今後サービスの拡大を目指している^③。また、2008年9月からは、携帯電話のGoogle Map Mobileがストリートビューに対応し、携帯電話からもストリートビューがアクセスできるようになった^④。

ストリートビューの風景画像はパソコン画面上に表示され、居ながらにして、あたかもそこに居るかのように風景画像を楽しむことができる。しかし、そこには住宅の表札まで写っており、道を歩く人や車のナンバーが写っていることも少なくない。また、カメラの高さは地上2.5メートルほどあり、人の目線より高いため、民家の塀の中が見えてしまうこともあって、住人のプライバシーの侵害が指摘されている^⑤。

このように、ストリートビューのサービスは高い利便性を持つものである一方で、住民の中には、自分の知らないうちに自宅や生活状況の画像が世界中に公開されることについての不快感や抵抗感あるいは戸惑いが生じ、さらに防犯上の懸念の声が上がっている。

実際に、東京都町田市の「地域安全に関する意見書」^⑥、東京都杉並区のGoogleに対する申入れ^⑦、衆議院総務委員会での質疑^⑧、東京都情報公開・個人情報保護審議会^⑨、弁護士会^⑩など、ストリートビューの風景画像が、その住人のプライバシーや肖像権を侵害しているのではないか、これらの風景画像が個人情報に該当するのではないか、またはストリートビューが犯罪に悪用され、地域の安全に影響を与えるのではないかという問題が指摘されている。

また、Googleは問題のある画像を利用者の依頼によって削除しているが、利用者にとっては、自分の問題画像を探す時間と労力がかかり負担となる可能性がある。また、ネットを利用しない人はどのように探し報告するかという問題も生じる。

現時点では、ストリートビューのようなサービスを直接的に規制する法律はない。しかし、プライバシー及び肖像権は、わが国では憲法13条の幸福追求権に基礎を置く人格権であり、

多くの判例で認められている権利である⁽¹¹⁾。プライバシーとは、私生活をみだりに妨害されないという法的権利である⁽¹²⁾。

このような問題に対し、現行法でどのように対応すればよいのか、また立法政策上どのような解決のためのアプローチが考えられるのか、本稿では、これら問題の解決のために、Googleのストリートビューの機能について概観し (2)、次いで、ストリートビューが社会に与えている影響・問題点を整理し (3)、ストリートビューの法的な問題を現行法でどう捉えるのか、及び今後の立法政策を考える場合のアプローチの方法、さらにGoogleのビジネス上の法的な問題点について検討を加えたい (4)。

2. ストリートビュー

2.1 ストリートビューの機能

ストリートビューは、自分が道路に立っている状態で周りの風景を360度表示できる機能であり、Googleマップ上の地図を最大限に拡大すると「ストリートビュー」が自動的に起動され、その場所の風景画像がGoogleマップ上に表示される。画像左上には操作のための矢印のボタンがあり、これら进行操作することによって見る位置の方角が自由に変えられる。また、風景画像の道路上には矢印のアイコンが表示されており、アイコンをクリックすることで道路を進むことができる。そのほか、マウスドラッグすることによりその場所で360度回転させることも可能で、拡大表示にも対応しており、視点を上下にも変えることができる。

このように、公道から見ることもできる道路脇の建物や周りの街路風景をパソコンの画面上で自由に見ることができる⁽¹³⁾。その画像の解像度は高く、拡大機能を使うと、街頭にあるレストランの看板や駐車場の料金、交通標識などを十分識別することができることもある。その他、ストリートビューは、随時、機能アップされており新しい機能が追加されている。

なお、ストリートビューの利用用途は、①写真を自在に動かして、バーチャル散歩を体験する、②都市の景観、ランドマーク、観光地を探索すること、③お店やレストランなどを探索する、等であり、現時点での利用者の主たる目的は娯楽であるといえる⁽¹⁴⁾。しかし、待ち合わせ場所の確認などの実質的な用途にも利用可能である。さらには、不動産関係ビジネスへの活用、地域コミュニティーへの活用、商店街の広告宣伝等の活用等色々な用途が考えられる。

2.2 不適切な画像の報告と削除

Googleのストリートビューに表示される画像の中には、公開に適さないものが含まれている可能性がある。そのため、Googleは、不適切、慎重に扱うべきと思われる画像を、利用者が簡単に報告できるツールを提供している⁽¹⁵⁾。

例えば、Googleマップの「ヘルプ」をクリックすると、「Googleマップの誤りを修正する」が表示される。これをクリックし「不適切な画像を報告する」をクリックし、フォームに必要事項を記入後、送信する。不適切な画像は、ヌード、本人が掲載を希望しない自分の画像、場所の特定などが含まれる。報告された画像は、Googleが確認・検討を行い、好ましくない画像は削除するとしている。

実際に、路上での男女の高校生同士のキスシーンが撮影され、一時ストリートビュー上に公開されたが、好ましくない画像として報告されGoogleはそれを削除した。しかしながら、いったん公開されたこの画像は、興味本位のオモシロサイト⁽¹⁶⁾に無断複製され、依然として別のサイトで公開されているという事例もあり、このように不適切な画像の報告によるアウト方式⁽¹⁷⁾による削除だけでは、十分な対応ができていないのが現状である。

3. ストリートビューの社会的影響

3.1 社会的な反響

ストリートビューの問題に関しては、インターネットユーザー協会をはじめ、市民グループや地方公共団体、弁護士会等で活発に議論されているが、ここでは東京都情報公開・個人情報保護審議会の議論、および東京都町田市の法規制を求める意見書を取り上げてみたい。

3.1.1 東京都情報公開・個人情報保護審議会

東京都情報公開・個人情報保護審議会⁽¹⁸⁾は、平成20年11月25日の第38回審議会および平成21年2月3日の第39回審議会において、ストリートビューの問題について集中的に議論した。特に、第39回審議会においては、Googleの広報部長およびポリシーカウンスルを呼んで、活発な質疑応答が行われた⁽¹⁹⁾。

同審議会でのストリートビューに関する議論は、東京都町田市議会の「地域安全に関する意見書」、狛江市の「生活安全に関する意見書」をはじめ東京都に対しストリートビューに対する多数の要望あるいは意見・苦情が寄せられたことが背景にある。

3.1.1.1 第38回審議会の議論

第38回審議会では、ストリートビューのプライバシーに関する問題は、現行法や条例での規制は現段階では難しく、企業の自主的なプライバシーへの配慮が求められるという意見があった。

具体的な意見は次のとおりである。①サービス提供の目的として、利便性や娯楽性が挙げられるが、わが国のような住宅事情や生活環境では公道から撮影されたものであったとしても、プライバシー侵害を引き起こしやすい。②本人が知らないうちに、そのような映像がインターネットに公開されることの必要性が、サービス提供の目的と比較衡量した場合に、不

十分である（公開の社会的な公益性が明確ではない）。③個人情報保護法との関係が整理されても、肖像権の侵害などプライバシー侵害については、民事の損害賠償の問題として個々に判断されることになる。④Googleは、「私道からの撮影は行わない。」「削除の申し出があれば画像削除する。」などの対応は行っている。⑤「規制か企業の自由か」と対立的に捉えるのではなく、社会的な合意形成が望まれる。そのためには、利便性とプライバシー保護との比較衡量に立った、企業の自主的なプライバシーへの配慮が求められる。

プライバシー配慮の具体策として、①撮影の事前通知・公表を行ってはどうか、②インターネット公開の時点での事前通知・公表を行ってはどうか、③撮影カメラ位置の高さ（2.5メートル）を再検討してはどうか、④商業地、観光地と住居専用地域の線引きはできないか、などの意見が出された。

3.1.1.2 第38回審議会の議論

第39回審議会では、Google担当者を交えた率直な意見交換が行われた。その中で、Google担当者は、Googleの使命は、世界中の情報を整理して、世界中の人がアクセスできて使えるようにすることであることを強調し、Googleマップは地図の進化の一過程であると言及した。その後、具体的にストリートビューの利便性・公益性についての説明があり、①救急の際の場所の事前調査、②都市計画策定の参考情報、③障害者のための情報提供、④環境保護のための利用、⑤国立公園の視覚情報、⑥その他不動産関連ビジネス等の活用、などの具体的な説明があった。

プライバシーに対する配慮では、上述の「不適切な画像を報告する」機能によって、問題のある画像の削除や顔面の「ぼかし」を行っていること、また、撮影された元画像の顔面の自動認識技術により、自動的に顔面に対し「ぼかし」を行って誰か特定することができない処理をしていることなどを述べた。ただし、自動車のナンバープレートは、わが国のストリートビューの画像の解像度はヨーロッパのそれに比べ劣っているので「ぼかし」は取り入れていないという。

削除依頼を受けた後、Google内で、プライバシーを侵害するという正当性・合理性の内容があるかどうか判断し、削除依頼の内容が正当性・合理性がある、間違いなくプライバシー等に触れると考えれば、画像がいかなるものでも本人からの依頼に基づいて画像を削除するとしている。

Googleの説明に対し委員から、Googleストリートビューの社会に与える影響が大きいことに対する事前影響評価手続きがなかったのか、サービスに関連する個々の個人が嫌なものは嫌、あるいは異議を申し立てる権利を事前に表明するということを考えなかったのかどうか、プライバシー侵害の正当性の判断をGoogleが行うのであれば判断基準はオープンにすべき、プライバシー問題について内部の過程でどういうことを検討したのか等の質問・意見があっ

た。

これに対しGoogleは、わが国でのストリートビューの公開前に、関係者に事前の説明をしていなかったと答え、その理由のひとつとして、わが国ではプライバシーと専門に扱う政府機関がないことを挙げた。しかし、今後新しくサービスを展開する地方公共団体には事前に通知するとしている。その上で、Googleとしてのコミュニケーションや説明責任の不足を認め、住宅地の画像情報に対する住人の反応については、十分は推測ができていなかったと回答した。その他、個人情報保護法との関連についても活発な意見が交わされた。

3.1.2 地方公共団体の法規制を求める意見書

地方公共団体の中でも、いち早くストリートビューの問題に対し議論し法規制を求める意見書を提出したのが東京都町田市議会である。このほか、幾つもの地方公共団体に意見書が提出されている⁽²⁰⁾が、以下、町田市の意見書を紹介しよう。

ストリートビューが、わが国で公開されてから2ヶ月後の2008年10月9日、東京都町田市議会は、Googleストリートビューなど地図情報と写真を組合せ、その地域の画像を誰でも閲覧できるネットサービスについて、現状把握や事業者に対する指導及び法規制の検討を求める「地域安全に関する意見書」を賛成多数で採択し、政府や関係機関に提出した。

具体的に同意見書で求める事項は、以下の5点である⁽²¹⁾。①当該サービスにつき国に寄せられた意見の実態調査をはじめ、現状把握に努めること。②インターネットを利用しない国民に、必要な広報活動を行うこと。③住居専用地域の公開の適否につき、国民の意見聴取の上、事業者に対する指導を行うこと。④個人や自宅等を無許可で撮影し、無断で公開する行為につき、都道府県迷惑防止条例上の迷惑行為として加えることを検討すること。⑤必要に応じて法整備を行うこと。

同意見書は、ストリートビューの画像について、Googleが事前の告知をせずに民家などを撮影し、画像を無断で公開していると指摘している。また、Googleが人の顔は顔認識技術でぼかしていると説明しているにもかかわらず、人の顔が判別できるものや、車のナンバー、表札の文字が読み取れるものも少なくないとしている。

ストリートビューの不適切な画像についても、Googleは、利用者が申し出れば、Googleは画像の削除に応じるとしているが、当意見書では、そもそもインターネットを利用しない人に対し、自宅などが世界に公開されている現状が十分に行き渡っていないと問題点を指摘している。また、プライバシー上や防犯上の問題も懸念を示している。さらに、空き巣や振り込め詐欺など犯罪に悪用される危険性、児童生徒の通学路や教育施設などに防犯上の不安を生むという意見を紹介している⁽²²⁾。

3.2 Google法務担当者の見解

東京都情報公開・個人情報保護審議会ではGoogle日本法人から直接意見を聞く機会を得たが、それに先立ち、2008年9月29日、Googleは、報道関係者向けの定例会見を開催し、米国本社の法務担当者⁽²³⁾が、Googleのプライバシーに対する考え方について説明した。以下、その概要を紹介する。

3.2.1 公道からの撮影

米国とは違い、わが国に住宅事情では住宅が公道に面している場合が多く、表札などが撮影されている事例も報告されている。しかしながら、Googleは公道をパブリックな空間ととらえ、ストリートビューの写真は、公道から撮影したため問題ないとしている⁽²⁴⁾。

3.2.2 法律や文化の尊重

既存の法規制に合わない新サービスには法的リスクやクレームがつきものだが、Googleは世界中の法律や文化を尊重しているとしたうえで、米国以外でサービスを展開するにあたっては技術的な対応を行ったと説明した。

3.2.3 顔面のぼかし

Googleは、画像認識技術を使って人の顔と車のナンバーにぼかしが自動的にかかるような仕組みを取り入れたが⁽²⁵⁾、Googleは社会的な問題を、技術で解決しようとしていると強調しつつも、技術は必ずしも完璧ではないとして、問題のある画像については利用者からの通知によって削除する形で、利用者にコントロールを委ねていると語った。

ストリートビューで、画像にぼかしを入れる処理の対象となるものについては、現時点では車のナンバープレートと人の顔だけで、日本では表札についても意見を貰っているが、現在検討中と説明した。

3.2.4 許諾を得ない撮影

勝手に撮影されることに反発を覚える利用者のために、車に撮影中であることがわかるような表示をするといった対処は取れないのかという質問には、通知方法については検討中だが、通知を受けて画像を削除する体制を整えておく方が重要だと考えていると答えた。

3.2.5 カメラの位置の高さ

日本ではストリートビューの撮影に使用しているカメラの位置が高すぎるのではないかという問いには⁽²⁶⁾、カメラの位置を下げると、逆に歩いている人を写してしまうリスクが高ま

るとし、利用者からのフィードバックを受け止め、どのような形が日本ではベストかということを検討していると説明した。

3.2.6 新しいサービスの考え方

新しいサービスについては、リスクやクレームは付きものだが、それらがすべて事前にわかるわけでもないと言明し、100年前に航空機が飛び始めた際には、住宅の上を飛ぶことが不法侵入にあたるのかということが問題になったが、ルートの下にある家からすべて許可を貰うということは現実的ではないとして考え直されたという例を挙げた。また、利用者にコントロールを渡すという方法をとっているが、新しい技術を導入する方法としては、何がベストかということを中心に考えていると説明した。

Googleは「法務的に問題ないと判断した上でサービスを始めているが、既存の法規制にあわない新しいサービスにはいろいろなクレームが付くもの。すべてを事前に想定できるわけではない。」と言及している。このように、Googleは法的なリスクを負いながらも、テクノロジーの最大限利用して世界中の情報をデジタル化して提供していくことに重点を置き、多くの問題は技術で解決しようとする傾向があるように見える。

3.3 不適切な画像の削除の問題

3.3.1 オモシロサイト

Googleは依頼に応じて画像を削除しているが、いったんインターネット上に公開された画像が削除されるまでの期間に不法コピーされ別のサイトに掲載されるという危険性がある。

あるブログのサイトでは、ストリートビューの面白い画像を集めて掲載している。いわゆる「オモシロサイト」である。例えば、女子に殴られる男の子の画像がストリートビューに公開されたが、不適切な画像であるとして削除された。しかし、依然としてオモシロサイトとして元の画像が公開されている。

男女の高校生同士が路上で仲むつまじくキスをしている画像もストリートビューに公開されたが、これも不適切な画像であるとして削除された。しかし、この画像は、ストリートビューへの掲載から削除までの時間内にオモシロサイトにコピーされ、依然として公開されている。顔などから個人を特定できないような処理が施されているものの、高校の制服の柄などから本人を知っている者から見れば、ある程度個人を特定することができ、それが噂となって流れる可能性も否定できない⁽⁷⁾。

このような事情があるにも拘らず、Googleは、問題がある画像については報告して欲しいと呼びかけている。しかし、オモシロサイトのように、公開から削除までの間に画像がコピ

一され、別のサイトで閲覧が可能となる場合もあり、事後に報告があれば迅速に削除措置を行うからといって、肖像権やプライバシーの侵害を完全に免責されるべきものではなく、また、時間をさかのぼって治癒されるものではない。つまり、Googleの事後での報告による削除行為は、このサービスの本質的な問題を解消するものではないと言えよう⁽²⁸⁾。

3.3.2 利用者の負担

Googleはプライバシーへの配慮の一環として、不適切な画像の削除を利用者の依頼により行っている。このため利用者は、不適切な画像を自分自身で見つけなければならず、いちいちGoogleに通報しなければならない。

インターネットを利用しておらず、ストリートビューの存在を知らないような人の権利についてはどのように考えているのかという質問には、知人や近所の人などが代理で依頼する方法があるが、電話でも削除依頼を受け付けていると説明した。しかし、実際にはストリートビューのページには現時点では受付の電話番号は見あたらず、利用者にも電話で削除依頼を受け付けていることは説明されていない。

また、ストリートビューの削除依頼の電話対応については、現在はgoogleの代表番号で受け付けており、そこから担当の部署につながるようになっているが、そうした点も今後改善していくとしている⁽²⁹⁾。

3.4 海外の動向

3.4.1 米国・カナダ

ペンシルベニア州ピッツバーグの夫妻が2008年4月4日、ストリートビューに自宅に居る模様を顔写真入りで自宅の画像が公開されているのはプライバシーの侵害であるとして、Googleを相手取ってペンシルベニア州西部地区連邦地方裁判所に訴訟を提起した⁽³⁰⁾。

夫妻は「私道」と明示された行き止まりの道沿いに住んでおり、Googleは安住とプライバシーを意図的に著しく侵害したと主張している。訴状によれば、夫妻はオークリッジ通り沿いの住宅を、2006年の年末、かなりの額を費やして購入したが、この家の購入を決断した主な動機はプライバシーの確保であったとしている。

しかし2007年10月、ピッツバーグがストリートビューの対象区域に追加され、「個人的な情報が公の知るところとなり」、「精神的被害」を受けるとともに、家の資産価値⁽³¹⁾が下がったと主張した。夫妻は損害額として2万5千ドルを要求し、裁判所からグーグルに自宅の画像を削除するよう命令するよう求めている。ただし、現在は夫妻の住宅は削除されている⁽³²⁾。

これに対しGoogleは、「現代社会にプライバシーなどは存在しない。」とする反論を行った。裁判の中でGoogleは、「衛星技術の進歩を受けて、現代では砂漠の真ん中に居たとしても完全

なプライバシーなどは存在しない。」と述べ、原告らの主張に対して反論を行った⁽³³⁾。本訴訟を最初に報じたサイトのThe Smoking Gunでは、夫妻が訴訟を起こすことで、皮肉にも、より世間の注目を集めるようになってしまったと述べている⁽³⁴⁾。最終的には、2009年2月17日、同裁判所は訴訟を棄却した⁽³⁵⁾。

また、カナダでは「個人情報保護および電子文書法（Personal Information Protection and Electronic Documents Act：PIPEDA）」⁽³⁶⁾に抵触するおそれがあるとし、行政の中止命令が出され、サービス開始直後に公開停止に追い込まれてサービスが停止したこともある。

3.4.2 EU

2008年5月16日、EUのデータ保護機関が、Googleのストリートビューがヨーロッパでも提供されることになれば、問題になるかもしれないとの見解を表明した⁽³⁷⁾。EUのデータ保護スーパーバイザーは、年次報告書発表の席で、ところ構わず写真を撮るという行為は、確かに問題になるだろうと述べたという。実際、Googleは、このプライバシー懸念の声に対応すべく、ストリートビューに映った人物の顔をぼかす技術のテストを開始し、現在は実用化されている。また、ドイツのシュレースヴィヒ＝ホルシュタイン州では、ストリートビューは違法であると明確に宣言している。

フランスとイタリアはプライバシー保護の観点から、公開しているのは両国を通過する人気の自転車競技「ツール・ド・フランス」のルートに限っており、一般の住宅地などは公開していない⁽³⁸⁾。イギリスやフランスでは、顔にぼかしを入れるなどプライバシー対策を表明したことで公開にこぎ着けたものの、フランスでは、大通りや観光地のみ限定し、住宅街の撮影は許可されていない⁽³⁹⁾。

このように、現在のところプライバシーに対する考え方の違いにより各国で対応が異なっているのが現状である。

4. ストリートビューの法的問題

4.1 プライバシー侵害

偶発的に撮影された個人の顔や表札、自動車のナンバープレート、キスや抱き合う男女の姿など、ぼかしが入らないで明瞭に判別できる画像として公開された場合、これがプライバシーの侵害にあたるかどうかの問題となる。また、顔などにぼかしを入れた場合でも、年恰好や服装から地域住民から個人を特定できる可能性が高い場合もプライバシーの侵害となり得るかが問題となる。

わが国では、プライバシーを保護する特定の法令は存在しないが、一般に憲法13条の幸福追求権に法的な解釈の基礎を置くと考えられている。プライバシーと、みだりに私生活を他

人に見られたくないという人の不快感を基礎とする人格権であり、基本的に個々の人の持つ固有の感性に左右されるものである。また、各国や地域の文化や歴史にも密接に関係を持つものでもある。しかしながら、プライバシーという言葉は一般によく用いられ、また訴訟上も頻繁に権利として主張されているにも拘らず、プライバシーの概念につき、判例も学説も見解が多岐に渡っており、未だに見解が定まっているとは言いがたい⁽⁴⁰⁾。

近時、現代の積極国家化と技術の進歩により、行政や企業が膨大な情報を収集・保有・利用するシステムを構築している状態がプライバシーに対する脅威であるとする情報コントロール権説⁽⁴¹⁾が有力である⁽⁴²⁾。これは、まさしくGoogleのような巨大なグローバル企業が、国境を越えて情報を収集・保有・利用するビジネスにおけるプライバシーに対する新たな脅威ともいえるであろう。

ただし、情報コントロール権説に基づくコントロールすべき情報は、人に関するあらゆる情報がプライバシーの対象となるのではなく、人の精神過程や内部的な身体状況等にかかわる高度にコンフィデンシャルな性質の情報（プライバシー固有情報）に限られるというのが原則である。しかし、個々の情報それ自体センシティブ性の低いものと思われるものであっても、それが集積され効率的利用の対象とされるとき、個人の生活様式を裸にし、道徳的自律の存在としての個人を脅かす契機をはらんでいることから、この種のセンシティブ性の低い情報（プライバシー外延情報）も一定の場合にはプライバシーの権利の保護の対象にもなり得る⁽⁴³⁾。

情報コントロール権説に立てば、ストリートビューで問題となる画像に関して、プライバシー固有情報は当然のことながら、プライバシー外延情報としてコントロールされる権利の侵害があるかどうか問われることになり、その範囲の基準をどこに置くかが議論すべき最初の問題であろう⁽⁴⁴⁾。

また、ストリートビューのプライバシー問題を考える際に、もうひとつの有力な手がかりを考えるとすれば、それは平穩のプライバシー権説である。これは、外部の刺激から心の平穩を守ることをプライバシーに含める見解であり、最高裁の伊藤正己裁判官は、最高裁判決の少数意見として、「現代社会において、他者から自己の欲しない刺激によって心を乱されない利益、いわば心の静穩の利益もまた、不法行為法上、被侵害利益となりうるものと認めてよい」と述べている⁽⁴⁵⁾。また、同様に最高裁は、「個人が他者から自己の欲しない刺激によって心の静穩を乱されない利益を有しており、これを広い意味でのプライバシーと呼ぶことができる」としている⁽⁴⁶⁾。

ストリートビューでは、個人の住宅が画像情報として住人の許可なくインターネットを経由して世界に公開されている。その中には、住宅だけでなく洗濯物も干してある画像も多くあり、それが恒常的に世界に公開されているという事実の不快感を持つ者も多い。つまり、

平穩のプライバシー権説に立てば、住宅画像を無断でインターネット経由で世界に公開するという自己の欲しないGoogleの行為によって、住人の心の静穩を乱しているとするれば、この行為はプライバシーの侵害であるということができよう。

4.2 肖像権侵害

被写体が人であり、画像により人を特定することができると肖像権侵害の可能性が出てくる。肖像権とは、人がみだりに他人から写真をとられたり、とられた写真がみだりに公表、利用されることのないよう対世的に主張しうる権利であり、人格権のひとつである⁽⁴⁷⁾。なお、肖像権もプライバシー権の一部でもある。

最高裁は「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人格的利益を有する。」「人は、自己の容ぼう等を撮影された写真をみだりに公表されない人格的利益も有すると解するのが相当である。」とした⁽⁴⁸⁾。

また、東京地裁は「何人もみだりに自己の容貌や姿態を撮影されず、撮影された肖像写真を公表されないという人格的利益は、プライバシー権（肖像）として法的に保護される。」とした⁽⁴⁹⁾。また、同裁判所は、「これらの写真は、私生活上の事実であって、一般人の感受性を規準として他人への公開を欲しない事柄であり、これが一般にまだ知られておらず、かつ、その公表により・・・原告らが不快、不安の念を覚えたことが認められるから、・・・プライバシー権（肖像）の侵害に当たる。」としている⁽⁵⁰⁾。このように、判例では、ストリートビューの画像により人を確定的に特定することができれば肖像権侵害の虞が高いことを示している。

Googleは、人の顔にぼかしを機械的に入れて、人物の特定を困難にしているので、プライバシーおよび肖像権の侵害はないとしているが、その被写体である人は、事前の承諾も得ずに無断でGoogleにより撮影されたものであり、たとえ顔にぼかしを入れたとしても、近所の住宅状況や服装、体つき、ヘアスタイルから人物を特定することは容易な場合が多く、顔にぼかしが入ったとしても肖像権侵害の疑問から免れるものではないであろう。ただし、肖像権侵害かどうかの判断基準は、本人が通常公開を欲しないであろうと思われる程度であり、不快、羞恥等の精神的苦痛を伴うかどうかが問題となる。

次に、被写体が自然人ではなく住宅などのような物を撮影しその写真を公開することは自由になし得るかという問題が残る。物自身が何らかの権利を有することはないので、物の所有者、つまり住人との関係が問題となる。すなわち、他人の所有物を撮影し公表することは当該物の所有者の許諾を得る必要があるかが問題となる。

これに対し、わが国では、東京地裁及びその控訴審である東京高裁は、気球の撮影による第三者の使用収益の権利を否定した例があるが、これはいずれも物の所有権に基づく第三者

の使用収益の権利を否定したものである⁽⁵¹⁾。類似の裁判例としては、尾長鶏絵葉書事件⁽⁵²⁾がある。

しかし、これらはいずれも基本的に第三者の使用収益についての否定であり、Googleのストリートビューのように、無料で一般に公開しているケースとは異なる。つまり、過去に訴訟になったケースは、物の所有権に基づく使用・収益をする権利（財産権）を侵害されたとして提訴された場合が多く、単に所有物を撮影し一般に公開しただけで、そこに財産権の侵害がない場合には、その物が所有者にとって、住宅のように私生活と直接関係の深いもので、それをみだりに撮影・公開されたことへの不快感に基づくプライバシー侵害と見るべきであろう。

現在、ストリートビューは無料で一般公開されているが、第39回東京都情報公開・個人情報保護審議会では、このサービスがどの程度Googleの利益に繋がっているのかという指摘があった。直接的に利益を上げていなくとも、ストリートビューがGoogleの他の収益源として機能しているとすれば、使用・収益をする権利の侵害と捉える可能性は否定できない。また、ストリートビューは、地域社会のビジネスの活性化に繋がる可能性を秘めている。すなわち、地域の商店の広告と連動すれば、今後、ストリートビューにこの機能を導入することによってGoogleは莫大な収入を得ることが可能である。なお、最高裁判例により、物のパブリシティー権は無いとされている⁽⁵³⁾。

4.3 個人情報

ストリートビューと個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）との関わりについて、東京都情報公開・個人情報保護審議会では、個人情報保護法について結論は出ておらず、直ちに同法違反といえる状況ではないという意見が出されている。

しかしながら、個人の顔や表札等は明瞭に判断できる画像について、これが意図的に取得され、かつ恒常的にインターネットで公開されており、本人や知人に識別される場合、これが個人情報保護法2条1項で定義する個人情報に該当するのではないかという疑念は否定できない。すなわち、これらの画像が、「生存する個人に関する情報であって、当該情報に含まれる氏名、青年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの（他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。）」に該当するかどうか問われる。

この定義によれば、ストリートビューの画像で顔面のぼかしを入れようと入れまいと、年恰好や服装、雰囲気から特定の個人を識別することが可能ならば、人物の写った画像は個人情報に該当する可能性が高いと思われる。

しかし、自宅や生活状況を写した画像は、公道からの撮影で、個々の家の表札等を意図的

に写したものでないので、これらが個人情報、保有個人データに該当するかどうかの判断は難しい。しかし、画像の中に個々の家が含まれており、それがデータベース化されており、住所録や苗字の入った地図と照合すると容易に特定の個人の住宅や生活状況が検索できるとなると、これらの画像は個人情報、保有個人データとして考えてもよいのではないだろうか。もし、これらの画像が個人情報、保有個人データに該当するとした場合、Googleは個人情報取扱事業者としての責務をまっとうする必要がある。

個人情報保護法16条1項は、個人情報取扱事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、前条の規定（利用目的の特定）により特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならないとし、同法17条では、個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならないとしている。このように、第三者提供を目的とした事業に関しては、その情報を違法に取得してはならず、プライバシー侵害行為も違法であることから、ストリートビューの画像情報は違法取得に該当する可能性もある。

また、Googleは不適切な画像を削除しているとするが、顔面のぼかしなどの処理を施さない元の画像をどう取り扱っているかが問題となる。すなわち、個人を完全に識別できる画像情報を別に保管しているかどうかについての質問に対し、Google担当者は元データを削除していると答えた。

ストリートビューのGoogleチームは地図業者に近いが、個人情報保護法で地図業者は一般企業より厳しい基準が課せられている。同様の基準で考えていくべきだろう。

4.4 法規制へのアプローチ

ストリートビューのプライバシー侵害に関する法規制を議論するには、個人情報保護法に定義される個人情報、およびプライバシーに関する情報コントロール説と平穏のプライバシー権説の双方からのアプローチに立った議論が有効ではないかと思われる。

ストリートビューの画像情報に、個人情報保護法に定義される個人情報が明確に含まれている場合には、個人情報保護法による法規制が可能である。しかし、プライバシー侵害を直接的に規律する現行法がないため、立法政策的な見地からの法規制へのアプローチが必要であろう。

情報コントロール説では、プライバシー侵害の範囲は、プライバシー固有情報とプライバシー外延情報に分けられる。特に、プライバシー外延情報としてコントロールされる権利の侵害があるかどうかの範囲の基準が重要であり、個人が他者から自己の欲しない刺戟によって心の静穏を乱されない利益を守る必要がある。また、その範囲は、道徳的自立の存在としての個人の生活様式を危うくするような形での収集・使用・提供は制限されるべきものである。

プライバシー外延情報としてコントロールされる権利の侵害があるかどうかの範囲の基準を平穩のプライバシー権に求めるとするならば、侵害があるかどうかの判断は、個々の人によって異なるので一律に決めることは難しい。しかし、立法政策的な見地から考えた場合、対象となるものの活用のメリット、及びそれによって損害を受けるデメリットの比較衡量によって決するのが妥当ではないだろうか。

例えば、ストリートビューの画像の中でも、公共施設、観光地、商業地など人の目が当然予想され公開されることが公共の利益や地域の観光の活性化に繋がる場所と、住宅画像のように一般に人から見られることを意識することなく、逆に平穩な生活の空間としての意味の大きな場所を一律に議論することは難しく、当然のことながら、これらを分けて考える必要がある。

つまり、住宅画像の場合には、住民の平穩のプライバシーを侵害する可能性が高く、プライバシー外延情報としての住宅画像が与えるプライバシー侵害を考慮する必要がある。確かに、メリットとしては、住宅地のストリートビューの画像は不動産ビジネスにとっては非常に有益であるかもしれない。現地に行くまでもなく、パソコン画面に不動産物件の周辺の様子を写し出すことができるからである。また、小学校の教師が生徒の登下校の道のりの様子をストリートビューで確認することもできるであろう。しかし、住宅地は、観光地や商業地と異なり、他人から見られることを意識するよりも、人が日常の生活を営む空間であり、そこには生活の安穩が大前提として存在する。そう考えると、住宅画像の公開はデメリットの方が大きいのではないか。なぜなら、これによって住民の平穩のプライバシー権を侵害する可能性が高いと判断されるからである。

多くの住人が、自己の住宅を世界中の不特定多数の者に見られることを前提にはしていないはずである。住宅の風景画像の場合、確かにその場所に行けば、その住宅を実際に見ることはできる。しかしながら、ストリートビューのように、ある特定時間の撮影した画像とはいえ、その場に出かけるコストと時間をかけないで、全世界から容易に住宅画像が見られることの公開性及び利便性に大きな違いがある。また、その公開が継続的に続くことも問題であり、社会的な影響の大きさを考慮すべきであろう。

これは、肖像権と似ている。世界の一部の地域を除き、自分の顔はベールなどで覆われてはいない。つまり、顔を隠していない以上、住宅と同じで他人から見え、顔も近隣にとっては公開されているのと同じである。しかし、ネット上に自分の顔が公に公開されているのと同じく、自宅もネット上に公開されているとしたら、顔であっても住宅であっても人の感性は同じように不快感を持つと考えられるであろう。

また、小学生のクラス名簿で住所を検索してストリートビューで照合すれば、容易に「あの子はこんな家に住んでいる。」とわかってしまう。ここに、道徳的自律の存在としての個人

の生活様式を危うくする可能性を否定することはできない。また、公開されて不快に思うという人間の精神上的の問題だけでなく、この公開が引き金となり新たないじめや犯罪を誘発するおそれも懸念される。

このようにプライバシー外延情報の範囲の一定の基準を設けるためには、ストリートビューの画像の種類ごとに、メリットとデメリットを比較衡量する他なく、観光地や商業地に比べて、ストリートビューによって住宅地を公開するデメリットの方が大きいことは明らかである。フランスやイタリアのように、住宅地に制限を加えるという判断は、このメリットとデメリットの比較衡量によるものであると思われる。

4.5 Googleのビジネスの特徴

Googleのビジネスの特徴は、オプトアウト方式に代表されると言ってもよいのではないだろうか。オプトアウト方式とは、AのBに対するある行為については原則自由であるが、もし、これを禁止したいBがいれば、そのBは「ノー」と言え、という手順である。一方、オプトイン方式とは、AのBに対するある行為については原則禁止であるが、もしBにその例外を認めて欲しいAがいれば、そのAは前もって言え、という手順である⁽⁵⁴⁾。例えば、著作権法は、米国法にせよベルヌ条約にせよ、オプトイン方式を原則とするので、オプトアウト方式を認める余地はない⁽⁵⁵⁾。

この考え方の背景には、アメリカ著作権法（Copyright Law of United States）⁽⁵⁶⁾のフェアユースの法理（U.S.C. § 107）がある。しかしながら、このフェアユースの法理は、著作物に限ったもので、プライバシーの対象となるものの撮影に関してまでも適用することは難しいのではないだろうか。

Googleのストリートビューは、事前の許諾を得ることなく、風景画像を撮影・公開した上で、もし何らかの不都合な画像があれば、Googleに報告し削除を求めるというやり方で、何のクレームもなければ黙示の許諾があったものとみなすという方式に立脚している。この黙示の許諾論の理論構成は、ストリートビューに限らず、Googleブックサーチのオプトアウト方式に共通している。

個人情報保護法23条2項ではオプトアウト方式を採用している。ストリートビューの不適切な画像に対する対応は、これに類似している。すなわち、同法23条1項で、「あらかじめ本人の同意を得ないで、個人データを第三者に提供してはならない。」とするが、同条2項では、「第三者に提供される個人データについて、本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を中止することとしている場合であって、・・・あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置いているときは、・・・当該個人データを第三者に提供することができる。」としている。

個人情報保護法の規定は別として、オプトアウト方式を正当化するためには、新たな規範を持ち出さなければならない。考えられるのは経済的合理性であり、この論点としてはオプトイン方式のサーチ・コストと、オプトアウト方式のモニタリング・コストを比較するという案もある。しかし、この考え方は経済合理性に立脚しているので、プライバシー権や肖像権のような人格権を議論するにはそぐわない。プライバシー権や肖像権というセンシティブな問題に抵触することがあらかじめ予想がつくにも拘らず、事前に何の通知もせず、ほとんど盗撮に近い形で撮影しネット上に公開する行為は、非難されるべきものと感じる人も多い。

また、オプトアウト方式では、利用者はいちいちストリートビューの自宅近くの画像を確認しなくてはならず、問題のある画像の場合も、いちいちGoogleに報告するという時間と労力がかかる。オプトイン方式では、これらの利用者の労力は事前の許諾だけでよく、これらの負担は事業者が負うべきものである。オプトアウト方式は、Googleは一切これらの負担をせず、利用者の負担を転嫁させていることにはなるまいか。さらに、利用者は、問題となる画像を見つけるには、自宅周辺だけでなく外出先をもチェックする必要がある。

なお、今までから、地図と連動したユーザー投稿型の写真サイトなど、ストリートビューと似た機能を持つサービスは少なくない。しかし、Googleほどの社会的な影響力を持つ企業が運営しておらず、撮影者が利用者自身である、という点で異なり、これまであまり議論されてこなかった。ストリートビューに似たサービスは日本にもすでにあり、その中でも「ロケーションビュー」が代表例である。ここでは、開設してから今まで苦情は1件もないという。人の顔や車のナンバーを自動認識技術でぼかしているGoogleと異なり、ロケーションビューでは目視で削除している⁶⁷⁾。Googleもメディア企業としてより高い倫理観が求められてしかるべきであろう。オプトアウト方式に一定の厳しい要件を課さなければ、オプトアウト方式よるビジネスの弊害が今後ますます生じることになるだろう。

5. 結びにかえて

ストリートビューを一律に規制する現行法は、憲法13条と個人情報保護法がその法的な根拠と考えられるが、一律に規制する法律はない。また、規制の対象とする法益は個人のプライバシーに関する権利なので、一律に法規制することは困難である。しかし、ストリートビューの社会的影響および今後の新しい地図システムのあり方とそれを利用したビジネスの今後の展開を考えるならば、ストリートビューの問題を契機に、これらの法規制のあり方を考える時期に来ているのではなかろうか。

そのためには、ストリートビューの風景画像が個人情報保護法に定義する個人情報・個人保有データかどうかを吟味する必要があるであろう。これらが個人情報・個人保有データとするならば、Googleはこの法律の規制を受けることになる。しかしながら、これらが個人情報

報・個人保有データに該当しなくとも、プライバシー権および肖像権の侵害の疑いを免れることはできない。

ストリートビューのプライバシー侵害行為を立法政策的な見地から議論するには、情報コントロール説と平穏のプライバシー権説が有効であると考えられる。情報コントロール説では、プライバシー侵害の範囲は、プライバシー固有情報とプライバシー外延情報に分けられるが、ストリートビューの風景画像がプライバシー固有情報に該当すれば、明らかにプライバシー侵害行為となろう。しかし、風景画像の多くはプライバシー外延情報であり、この範囲の基準をどこに設定するかが大きな問題となる。

そのために必要な法理論に、平穏のプライバシー権説が有効であると思われる。現代社会において、他者から自己の欲しない刺激によって心を乱されない利益、すなわち、心の静穏の利益もまた、不法行為法上、被侵害利益となりうるものである。また、個人が他者から自己の欲しない刺激によって心の静穏を乱されない利益も有しており、これを広い意味でのプライバシーとすることは、ややもするとプライバシー侵害行為が日常茶飯事に行われている現代社会において、当然必要とされる人権とも言える。

しかしながら、生活における心の平穏の感じ方は、個人の感性によって大きく異なるものであり、プライバシー固有情報のように明確な場合はともかく、プライバシー外延情報の範囲の基準を、平穏のプライバシー権説を用いたとしても立法政策上一律に規律することは極めて難しい。そのために、ストリートビューの風景画像のメリットとデメリットを考えた比較衡量によって一定の基準を定めることが効果的ではないかと思われる。

例えば、ストリートビューの風景画像を観光地、商業地、公共施設、住宅地などに地域ごとに分けて、そのメリットとデメリットを比較衡量によって検討する方法である。当然の帰結として住宅地の風景画像が問題になろうが、これらの公開はデメリットの方が大きく、ストリートビューは住宅地を対象外とするか、現在のような解像度の高い画像ではなく、建物、構築物の輪郭だけにとどめておくべきだと考える。

また、オプトアウト方式を無条件にビジネスに適用するやり方は、現代社会のようにプライバシー侵害行為が行われやすい環境にあっては新たな脅威を生むものであり、オプトアウト方式には一定の厳しい要件を課すことが必要である。良心的なビジネスは、法に抵触しないかどうかを慎重に見極めようと努力を重ねる。しかし、一方で多少の訴訟リスクを採りながら直接規制する法律や行政庁がないからといってビジネスを拡大するやり方は、企業のビジネスチャンスの公平から言っても問題があるであろう。訴訟リスクを採りながらビジネスを拡大するのがGoogleのビジネスならば、その社会的影響を考えれば、現代社会の法秩序を大きく乱すことに繋がり、法的な規制をかけることは当然の帰結と考えても良いのではなかろうか。

注

- (1) http://maps.google.co.jp/maps?utm_source=ja-wh
- (2) Internet Watch
(<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2007/05/30/195877.html>)
- (3) Internet Watch
(<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2008/08/05/20489.html>)
- (4) Google Lat Long Blog
(<http://google-latlong.blogspot.com/2008/08/more-streets-in-more-places.html>)
- (5) Internet Watch
(<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2007/05/30/15877.html>)
- (6) 2008年10月9日、東京都町田市議会で賛成多数で採択し、政府や関係機関に提出した。
- (7) 東京都杉並区は、2008年8月と11月に、Google社にプライバシーへの配慮と画像削除対応を申し入れた。また、区民向けの広報紙や区のホームページでGoogle社にストリートビューの画像の削除をネットで申請する方法を紹介している。
- (8) 平成20年11月13日衆議院総務委員会議事録（第4号）
(http://www.shugiin.go.jp/index.nsf/html/index_kaigiroku.htm)。
- (9) 7人の委員で構成され、情報公開制度、個人情報保護制度に関する重要な事項について、実施機関の諮問を受けて審議し、又は実施機関に意見を述べるために設置している(<http://www.metro.tokyo.jp/POLICY/JOHO/JOKO/index.html>)。
- (10) 福岡県弁護士会や新潟市弁護士会のように、弁護士会でも意見書を出しているところもある。
- (11) 最判昭和44年12月24日刑集23巻12号1625頁（京都府学連デモ事件）、最判昭和61年2月14日刑集40巻1号48頁、最判平成17年11月10日民集59巻9号2428頁など数多くのプライバシーに関する裁判例がある。
- (12) 高田寛著：Web2.0インターネット法、文眞堂、2007年、p.18。
- (13) Internet Watch
(<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2008/08/05/20479.html>)；ストリートビューの技術は、Googleが最初ではなく、数年前からあった技術であると言われている。例えば、Quick Time RVという360度パノラマを実現する技術があった
(http://clockmaker.jp/blog/2008/08/google_street_view/)。
- (14) <http://google.co.jp/help/maps/streetview/>
- (15) http://maps.google.co.jp/maps?utm_source=ja-wh

- (16) 面白い画像ばかりを集めたサイト。不正コピーのものが多いいサイトもある。
- (17) 城所岩生：検索エンジンと米国著作権法、国際商事法務Vol.35, No.8, 2007, p.1086；もともとは、ユーザーの許諾無く一方的に広告メールを送りつけたりする方法を言うが、著作権者の事前の許諾を得ずに行う複製等の行為も総称している。厳密に言えば、違法行為にあたることが多い。
- (18) 会長は、堀部政男一橋大学名誉教授。
- (19) <http://www.metro.tokyo.jp/POLICY/JOHO/JOKO/gijiroku.htm>
- (20) 同様の対応を求める意見書を出している地方公共団体は、札幌市議会（2008年10月11日）、奈良県生駒市議会（同年12月11日）、大阪府茨木市議会（同年12月16日）、奈良県三郷町議会（同年12月17日）、大阪府高槻市議会（同年12月18日）、神奈川県相模原市議会（同年12月20日）、東京都狛江市議会（同年12月20日）、広島県福山市議会（同年12月22日）などがある
- (21) <http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2008/10/10/21144.html>
- (22) IT Media News,
(<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0810/10/news106.html>)
- (23) General Counsel法務担当Vice Presidentを務めるKent Walker氏。
- (24) あるピッツバーグのカップルは、4月にプライベートなドライブに出かけた時、写真を撮られてしまったとしてGoogleを訴えたが、米国では公道からの写真撮影は法的に認められている。
- (25) わが国のストリートビューは画像の解像度がヨーロッパに比べ劣っているので、車のナンバープレートに「ぼかし」は入っていない。
- (26) ストリートビューでは2.5メートルの高さから撮影されており、一般の人の視線の高さよりも1メートルも高く、その高さからの視線は一般には想定されていない。
- (27) <http://google-streetview.seesaa.net/article/104263575.html>
- (28) 高田寛：Googleマップ「ストリートビュー」の法的問題について、最先端技術関連法研究、8号、2009、p.112
- (29) Internet Watch
(<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2008/09/29/20988.html>)；IT Media News
(<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0809/29/news080.html>)
- (30) The Court of Common Pleas of Allegheny Country, Pennsylvania（アレゲーニー郡の一般訴訟裁判所）に訴訟を提起した
- (31) ボーリング夫妻の購入額は16万3千ドルであった。
- (32) The Smoking Gun

- (<http://www.thesmokinggun.com/archive/years/2008/0404081google1.html>)
- (33) <http://www.technobahn.com/cgi-bin/news/read2?f=200808051827>)
- (34) Aaron C. Boring; Christine Boring v. Google, Inc.;
http://i.i.com.com/cnwk.1d/i/ne/pg/fd_2009/boringvgoogledismissal.pdf
- (35) <http://japan.cnet.com/marketing/story/0,3800080523,20370880,00.htm>;
<http://www.thesmokinggun.com/archive/years/2008/0404081google1.html>)
- (36) Office of Privacy Commissioner of Canada
- (37) Reuters “EU says Google map images could be a problem”
(<http://www.reuters.com/article/internetNews/idUSL1593011920080515>)
(http://www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_e.asp)。2004年1月1日に発効された。
- (38) <http://mainichi.jp/life/electronics/news/20081008mog00m300021000c.html>
- (39) IT Media News, (<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0810/10/news106.html>)
- (40) 佃克彦著：プライバシー権・肖像権の法律実務、弘文堂、2006年、p.2。
- (41) 佐藤幸治：情報化社会の進展と現代立憲主義－プライバシー権を中心に－、ジュリスト、707号、pp.16-23
- (42) 佃・前掲注(40) p.3
- (43) 佃・前掲注(40) pp.13-14
- (44) 高田・前掲注(28) p.99
- (45) 最大判昭和63年6月1日（自衛官合祀事件）、判タ669号66頁、判時1277号34頁。
- (46) 最判昭和63年12月20日、判タ687号74頁、判時1302号94頁
- (47) 大家重夫著：肖像権、新日本法規、1979年、p.1；最大判昭44年12月24日。
- (48) 最判平成17年11月10日民集59卷9号2428頁。佃・前掲注(16) p.195。
- (49) 東京地判平成16年7月14日。
- (50) 高田・前掲注(28) p.100
- (51) 東京地判昭52年3月17日。東京高判昭53年9月28日。
- (52) 高知地判昭59年10月29日。
- (53) 高田・前掲注(12) pp.43-45
- (54) 名和小太郎：オプト・アウト対オプト・イン、情報管理Vol.51, No.2, 2008, p.145。
- (55) 佃・前掲注(40) p.14；佐藤幸治：第13条個人の尊重・幸福追求権『注釈日本国憲 法上巻、青林書院新社、1984年、p.295。
- (56) <http://www.copyright.gov/title17/>
- (57) IT Media News
(http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0808/28/news032_2.html)

