

# 基礎研 レポート

## ネットと肖像権・パブリシティ権 投稿削除と損害賠償

保険研究部 研究理事 松澤 登  
(03)3512-1866 matuzawa@nli-research.co.jp

### 1—はじめに

今回はネット上における肖像権・パブリシティ権侵害に基づく投稿の削除および損害賠償に関して述べる。これまでネット上での誹謗中傷、ネット上でのプライバシー侵害と述べてきたシリーズの3回目である。

本稿でも裁判例と情報流通プラットフォーム対処法「名誉毀損・プライバシー関係ガイドライン」（以下、「ガイドライン」）を参考にしつつ論じる。

肖像権とは典型的には人物の写真を撮影し、あるいは公開されることについての本人の権利である。肖像権に隣接する概念としてパブリシティ権があり、これも併せて検討したい（パブリシティ権については後述）。

肖像権に関して考えるにあたって、参考となるのがガイドラインのp18の記載である。ここには、以下のようにある。

「写真は、被写体本人が公然見せている容姿や行動をそのまま撮影した場合であっても一瞬を固定することから現実と異なる印象を与える場合もあり、またそうでなくても見る者に強い印象を与えるため、被写体側では掲載について不快感や困惑を覚えることがしばしばある。顔写真については襲撃や誘拐等の犯罪に利用されるおそれもあり、一定の行動・状態を撮影した写真はその内容によりプライバシーを侵害しあるいは名誉を毀損する可能性があり、かつ、写真の掲載によってその程度が高くなることがしばしばある。他方において、報道や特定の人物やその行動に対する批評においてはその写真を掲載する必要性ないし有用性が相当程度あり、その調整が必要となる。」

これを要約すると、たとえば公道のような公の場所であっても写真に撮られることは①被写体にとって不快・困惑を感じるものであること、②犯罪に利用されること、また③プライバシーおよび名誉を侵害するものであること、他方で写真を撮影・掲載する側にとって、④報道等で利用する必要があることである。

ガイドラインに抵触する投稿については削除が行われることがある。また別途、被写体側（被害者

側) が投稿者に対して損害賠償責任を追及する可能性がある。

なお、少なくとも最高裁は肖像権という「権利」が存在するとまでは認定しておらず、肖像に関する人格的利益とだけしている(後述)。他方、下級審判決では権利としての肖像権を認めるものもある。本稿で用いる肖像権という用語は、これら両方を含む広い意味において使用する。

## 2——肖像権とは

### 1 | 刑事手続にて肖像権が認定された最高裁判例(最判昭和 44 年 12 月 24 日)

いわゆる肖像権と称されるものを最初に認めた(ただし、肖像権であると断定していない)判決が最判昭和 44 年 12 月 24 日である<sup>1</sup>。同判決の事案として、デモ活動に関する京都市条例において、公安委員会の許可を受けることが必要とされ、かつ許可にあたって条件を付けることができるとされていた。本事案のデモ活動が行われた際に、警察がデモ隊の写真を撮影したことについてその適法性について争われたものである。同判決の中で、「個人の私生活上の自由の一つとして、何人も、その承諾なしに、みだりにその容ぼう・姿態(以下「容ぼう等」)を撮影されない自由を有する」とし、「これを肖像権と称するかどうかは別として、少なくとも、警察官が、正当な理由もないのに、個人の容ぼう等を撮影することは憲法 13 条の趣旨に反し、許されない」とした。

しかし、「警察官が犯罪捜査の必要上写真を撮影する際、その対象の中に犯人のみならず第三者である個人の容ぼう等が含まれても、これが許容される場合がある」とする。

そして本事案においては「現に犯罪が行なわれていると認められる場合になされたものであって、しかも多数の者が参加し刻々と状況が変化する集団行動の性質からいって、証拠保全の必要性および緊急性が認められ、その方法も一般的に許容される限度をこえない相当なものであったと認められる」として、本人同意がなくとも写真撮影は認められるとした。

本件は写真を撮られたデモ隊の参加者が公務執行妨害及び傷害罪で起訴されたことに対して、その被告側が捜査は肖像権の侵害といった違法なものであったからこれら罪が成立しないと争った中での判断である。刑事手続の中で主張されたものに対する判断であり、警察による撮影が認められる場合として厳格な基準を示したものとして特色を有する。

### 2 | 肖像権侵害を理由とする不法行為を認めた最高裁判例(最判平成 17 年 11 月 10 日)

民事訴訟において、肖像権侵害を理由とする不法行為による損害賠償責任を認めた最初の最高裁の判決として、最判平成 17 年 11 月 10 日<sup>2</sup>がある。ただし、後述の通り、肖像権(肖像に関する人格的利益)は法的利益であるものの、権利とまでは認定していない。本件ではいわゆるカレーライス毒物混入事件の被告を、法廷内で裁判所の許可を得ることなく、写真撮影し、記事として掲載した。このことが肖像権侵害を理由とする不法行為に該当し、損害賠償責任を負うかが争われた。

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べ

<sup>1</sup> [https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei\\_jp/765/051765\\_hanrei.pdf](https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/765/051765_hanrei.pdf) 参照。

<sup>2</sup> [https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei\\_jp/388/052388\\_hanrei.pdf](https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/388/052388_hanrei.pdf) 参照。

き人格的利益を有する」として、肖像に関する法的利益の存在を認めた。

そして「ある者の容ぼう等をその承諾なく撮影することが不法行為法上違法となるかどうかは、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべきである」とする。

また、撮影された写真について「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り、人の容ぼう等の撮影が違法と評価される場合には、その容ぼう等が撮影された写真を公表する行為は、被撮影者の上記人格的利益を侵害するものとして、違法性を有する」とする。

本件においては「裁判所の許可を受けることなく、小型カメラを法廷に持ち込み、被上告人の動静を隠し撮りしたというのであり、その撮影の態様は相当なものとはいえない。また、被上告人は、手錠をされ、腰縄を付けられた状態の容ぼう等を撮影されたものであり、このような被上告人の様子をあえて撮影することの必要性も認め難い」などとした。結果として、「本件写真の撮影行為は、社会生活上受忍すべき限度を超えて、被上告人の人格的利益を侵害する」そして、「このように違法に撮影された本件写真を写真週刊誌に掲載して公表する行為も、被上告人の人格的利益を侵害するものとして、違法性を有する」と判断した。

### 3 | 小括

人に対する許可のない撮影行為については、大陸法系の国（ドイツ・フランス）では制定法により肖像権という権利がみとめられている一方、英米法系の国（イギリス・アメリカ）では肖像権の概念がなく、プライバシーの一類型として保護されている<sup>3</sup>。日本には肖像権を規定した法律がないが、平成17年最判では、肖像に関する人格的利益それ自体を法的に保護に値する利益として承認した。独立した法的利益であるとした点で大陸法系に近い考え方ではある。ただ、権利としての肖像権を認めたわけではない。権利ではないという意味とは、許可のない撮影・公表行為が直ちに権利侵害とは判断されないということである。そして、法的利益であることの意味とは、撮影・公表行為が違法かどうかについては、諸事情を総合考慮したうえで判断されるということである<sup>4</sup>。

たとえば学校の運動会などの写真をとることは、他のこどもが写りこんでいただけで違法となるものではない。撮影の態様や目的に社会的に相当性が認められるからである。他方、不当な目的による隠し撮りのような行為は肖像権を侵害するおそれがある。

また、平成17年最判では報道のための撮影がなされたものであり、報道の自由と肖像に関する人格的利益との関係が問題とされたケースである。したがって問題とされる報道が違法となるかどうかは、被写体となった人物にとって「社会生活上受忍の限度を超えるもの」であるかどうか判断基準である。言い換えると報道の自由が制約されるのは、受忍限度を超える場合である。

<sup>3</sup> 太田晃祥「時の判例」（ジュリスト1323号、2026年11月）p172参照。

<sup>4</sup> 同上。

### 3—肖像権に係る論点

#### 1 | 私人と肖像権

私人を路上で撮影し、ネット上で公開したことに関する裁判例として、東京地裁判決平成17年9月27日<sup>5</sup>がある。本件では衣料品のネット販売業者等が繁華街の路上の歩行者を許可なく撮影し、無断で自社HPに掲載したものである。大写しとなった写真では刺激的な言葉が歩行者の衣服に大きく記載されていた。そして匿名掲示板（当時の2チャンネル）では誹謗中傷が多数行われた。ネット販売業者等は歩行者からの抗議を受け、そのHPから写真を削除した。しかし、匿名掲示板には写真が残っており、誹謗中傷が繰り返された。

同判決は「何人も、個人の私生活上の自由として、みだりに自己の容貌や姿態を撮影されたり、撮影された肖像写真を公表されないという人格的利益を有しており、これは肖像権として法的に保護されるものと解される」として肖像権の存在を認めた。そして「一般人であれば、自己がかかる写真を撮影されることを知れば心理的な負担を覚え、このような写真を撮影されたり、これをウェブサイトに掲載されることを望まない」とした。

ネット販売業者等は公共の場で撮影したものであるから、肖像権を侵害するものではないと主張した。この点、同判決は「(周囲の人という)限られた範囲を超えて人々に知られることになる」とし、本件のような撮影は「撮影した写真の一部にたまたま特定の個人が写り込んだ場合や不特定多数の者の姿を全体的に撮影した場合とは異なり、被写体となった原告(歩行者)に強い心理的負担を覚えさせる」とした。結論としてネット販売業者等の損害賠償責任を認めた。

なお、ガイドライン(p23)では「一般私人については、同意を得ずに顔写真等を撮影・掲載することが正当化される余地は、犯罪報道の場合を除けば、かなり狭いと考えられる」とし、同意を得ない写真の公表は原則として肖像権の侵害となるとしている。

#### 2 | 公人と肖像権

昭和末期のいわゆるバブル期においては、消費者金融各社が急成長を果たした。他方で消費者金融の過剰貸し付けや高金利、強引な取り立てが社会問題化し、貸金業法等の改正などにつながった(後述判決の事実認定による)。

本事案は、消費者金融A社の大株主であり会長であるBが入院していたが、Bが車いすで廊下を移動中の写真を撮られ、写真週刊誌に掲載されたことが肖像権あるいはプライバシーを侵害するかどうか争われた裁判の地裁判決である(東京地裁判決平成2年5月22日)。

同判決では「多数の一般大衆を相手とする大規模な貸金業を営む企業のオーナー経営者として…事業活動に関する事柄だけではなく、その資質・挙動や個人生活について強い社会の関心や興味が寄せられるのは、当然のことであり…正当な公共の関心事であるというべきである」とする。

肖像権に関しては「何人も自己の容貌や姿態を無断で撮影され、公表されない人格的な権利、すなわち肖像権を有して」と判示したうえで、「写真の撮影・頒布が違法となるかどうかは、それによ

<sup>5</sup> <https://jucc.sakura.ne.jp/precedent/precedent-2005-09-27.html> 参照。

る肖像権ないしプライバシーの侵害の程度がどの位か、撮影対象事項とその者の社会的活動との関係がどの程度か、その写真撮影の場所・態様がどのようなものであるか、その写真が当該表現行為に必要不可欠なものかどうか等を併せ考慮し、肖像権及びプライバシー保護の必要性と表現の自由保護の必要性とを比較衡量して、その侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものかどうかを判断してこれを決すべきである。」

「病院の中における患者の生活自体は…他から侵害されてはならないものというべきである。そして、患者の肖像権についても同様というべきである。これを要するに、一般に、病院内は、完全な私生活が保証されてしかるべき私宅と同様に考えるべきである。」

そして「本件であえてBの写真を撮影し掲載しなければならない必要性までは認めがたい」として、病院内での写真撮影・掲載については違法であるとの判断を行った。

同判決では肖像権侵害を認めたが、ガイドライン（p23）では、「肖像権は、名誉毀損の判断と類似した基準のもとに判断されることが多く、公共の利害に関する事実であり、公益を図る目的で掲載され、かつ、公表された内容が相当であれば、掲載について違法性が否定され、損害賠償責任を負わないとすることが多い」とし、一般的な報道においては肖像権侵害とはならない場合が多いとする。

### 3 | イラストと肖像権

上述、最判平成17年11月10日では、写真週刊誌に法廷での被告の肖像を描いたイラスト画が掲載されたことについても争われた。同判決では「人の容ぼう等を描写したイラスト画は、その描写に作者の主観や技術が反映するものであり、それが公表された場合も、作者の主観や技術を反映したものであることを前提とした受け取り方をされる」ため、「社会生活上受忍の限度を超えて不法行為法上違法と評価されるか否かの判断に当たっては、写真とは異なるイラスト画の上記特質が参酌されなければならない」とする。

そして、資料を見せられているだけのような肖像画は「一般に、法廷内における被告人の動静を報道するためにその容ぼう等をイラスト画により描写し、これを新聞、雑誌等に掲載することは社会的に是認された行為であると解するのが相当」とした一方で、被告が「手錠、腰縄により身体の拘束を受けている状態が描かれたものであり、そのような表現内容のイラスト画を公表する行為は、被上告人を侮辱し、被上告人の名誉感情を侵害する」とした。結論として、写真週刊誌側に損害賠償責任を認めた。

### 4 | 防犯ビデオと肖像権

著名人である亡Aが万引きしたとするコンビニの監視カメラ映像を、テレビ放映したことや監視カメラを販売する株式会社BがDVDに映像を収録して配布したことなどがプライバシーや肖像権侵害に該当するかどうか争われた事案に係る東京地裁判決平成22年9月27日がある。

同判決では、コンビニが店舗内に監視カメラを設置し、店内を撮影することは、万引き防止のためという必要性がある。したがって、監視カメラがあることを明示し、データの管理方法も適切である場合には、肖像権を侵害するとは言えないとした。また、亡Aが逮捕された後、当該映像が報道に利用されたことについては「社会通念上受忍限度を超えるものではなく、亡Aの肖像に係る人格的利益

及びプライバシー権を侵害するものとして不法行為上違法であるということとはできない」とした。しかしBが監視カメラ映像をDVD化し、監視カメラ製品の営業目的で配布したことに関しては、「亡Aが万引きしたとの印象を与えるものであり、亡Aの肖像に係る人格的利益及びプライバシー権を侵害した」と判断した。

## 5 | 小括

一般私人の写真はそれだけでは注目されるものではないことから、肖像権が問題となるのは何らかの事情で社会の耳目を集める場合である。上記で挙げた例では、突飛な衣装を着ている事例と、刑事手続の裁判における様子である。前者は撮影し、公表する側に何らの必要性がないため、物議をかもしかねない、あるいは炎上が予想される人物写真を公表することは肖像権を侵害するおそれがあると認識すべきであろう。後者については特に報道機関においては報道の自由との関連がある。刑事手続においては、一般社会通念上認容されるような内容の写真に限り、開示は許容されると考えられる。したがって私人においては、原則として他人による人物写真の公表は公共空間のものであっても肖像権の侵害となるが、例外的に許容される場合があるものと考えられる。

次に、公人についてはその動静が公共の関心事であることから、私人の場合と逆に、肖像権の侵害となる場合は限られる。上記で適示した判例では病院の廊下における画像について肖像権の侵害に該当するとされた。防犯ビデオのケースでは撮影と報道については受忍限度を超えるものではないとした。他方、亡Aの犯罪行為を収録したDVDを営利目的で利用したことは亡Aの肖像権を侵害するとした。著名人の犯罪行為に関する映像であっても利用目的によっては肖像権を侵害するものであるとしたことが注目される。なお、著名人の肖像にはパブリシティ権が認められる点については次項参照。

## 4——パブリシティ権

### 1 | 権利としてのパブリシティ権を認めた最高裁判決

著名人（主に芸能人）の肖像権の利用については、パブリシティ権が問題となる場合がある。パブリシティ権とは著名人の画像等に商品の販売を促進する力があり、これを本人が排他的に利用できるとする権利のことである。

最高裁判決で最初にパブリシティ権を認めたのが、最判平成24年2月2日<sup>6</sup>である。本事案では週刊誌にあるダイエット法が解説されているところ、無断で歌手を被写体とする写真が数多く掲載されていた。

同判決では「人の氏名、肖像等（以下、肖像等）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」とし、「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」として人格権由来の権利としてのパブリシティ権を認めた。

<sup>6</sup> [https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei\\_jp/957/081957\\_hanrei.pdf](https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/957/081957_hanrei.pdf) 参照。

肖像権が法的利益とされている一方で、パブリシティ権は明確な「権利」として認められている。

ただし、「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」であることから、「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」とパブリシティ権侵害に該当する場合を列挙した。

本件においてはダイエツ法で紹介に「付随して子供の頃に上記振り付けをまねていたタレントの思い出等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」であり、「被上告人（出版社）が本件各写真を上告人（歌手）らに無断で本件雑誌に掲載する行為は、専ら上告人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」とした。

## 2 | パブリシティ権侵害による賠償責任を最初に認めた地裁判決

ここではパブリシティ権の侵害による損害賠償を初めて認めた地裁判決として、東京地判昭和 51 年 6 月 29 日を挙げる。本事案は英国籍の子役俳優である A の肖像について、その出演映画の一シーンを切り取って菓子メーカー B の CM に転用したものである。

「俳優等の氏名や肖像を商品等の宣伝に利用することにより、俳優等の社会的評価、名声、印象等が、その商品等の宣伝、販売促進に望ましい効果を収め得る場合があるのであって、これを俳優等の側からみれば、俳優等は、自らかち得た名声の故に、自己の氏名や肖像を対価を得て第三者に専属的に利用させうる利益を有しているのである。ここでは、氏名や肖像が、（プライバシー権といった）人格的利益とは異質の、独立した経済的利益を有することになり（右利益は、当然に不法行為法によって保護されるべき利益である。）、俳優等は、その氏名や肖像の権限なき使用によって精神的苦痛を被らない場合でも、右経済的利益の侵害を理由として法的救済を受けられることが多い」とした。

そして「本件コマーシャルの放映は、「原告 A の承諾の範囲を超えて、違法に同原告の氏名及び肖像を被告 A の製品の宣伝に利用した」たものであって、CM 放映に至った行為が「一個の不法行為を構成する」として損害賠償責任を認めた。

同判決ではパブリシティ権という用語は用いていないが、経済的利益を認めたという側面において、パブリシティ権を認めたものと解される<sup>7</sup>。

なお、ガイドライン（p24）では、「有名人の顧客吸引力を利用しているといえる場合には、パブリシティ権が認められ、損害賠償が認められることがありうる」としている。

## 3 | 小括

著名人はプライバシー権の範囲が限定される<sup>8</sup>。同時に上記 3 の 2 の通り、肖像権も制限されてい

<sup>7</sup> 菊池浩明「パブリシティ権についての裁判例の分析(上)」(判例タイムズ 1346 号、2011 年 7 月) p 26 参照。

<sup>8</sup> 本文で述べた東京地判では俳優等において「(プライバシー侵害による) 損害賠償を求め得るのは、その使用の方法、態様、目的等からみて、彼の俳優等としての評価、名声、印象等を毀損若しくは低下させるような場合、その他特段の事情が存する場合（例えば、自己の氏名や肖像を商品宣伝に利用させないことを信念としているような場合）に限定される」とする。

る。他方で、自身の氏名や肖像を商業的に利用することについて排他的な権利を有する。これがパブリシティ権である。最判では肖像権が人格的利益とされてたのに対して、パブリシティ権は権利と認められている。すなわち、著名人は自己の氏名や肖像に関して、タレントカードやポスターといった肖像そのものを楽しむ写真等、あるいは肖像を広告として利用する場合における排他的権利を有するとされている。

パブリシティ権に関する上記最判では「顧客吸引力」という用語を用いている。逆に言うと、顧客吸引力を利用しないような使い方、すなわち、同判決ではダイエット法の紹介の際の参考として利用することはパブリシティ権を侵害しないとされた。この意味では、たとえば一般に公開されている著名人の肖像画像を単に添付しただけの SNS 投稿は原則としてパブリシティ権を侵害するものとはいえない。ただ、著名人の名誉を著しく傷つけるような内容である場合には、精神的苦痛を受けるがゆえに人格的利益を毀損し違法となるおそれがある。

## 5— 検討

### 1 | 私人の肖像権

「インスタ映え」という言葉があるように、現在、写真を中心としたスマートフォンによる情報交換プラットフォームが盛んに利用されている。一般に自身の休暇の様子などを切り取った写真を SNS 上にアップロードすること自体には当然だが何ら問題がない。自分の写真を写す際に、他人が写りこんでもそれだけでは違法にはならない。ただし、繁華街や観光地の写真に写りこんだ人が勤務中である場合など不快に感じることはあるだろうから、肖像権を侵害するかどうかにかかわらず、他人の顔が映らないようにする、あるいはモザイクを付すなどの配慮は必要と思われる。

他方、他人をアップして写し、公開することは、一般人が心理的な負担を覚え、撮影されることやウェブサイトに掲載されることを望まない性格を有するものであれば肖像権の侵害となるおそれがある。たとえば他人とトラブルになり、その他人を撮影して SNS に投稿することなどは、その他人が公表について不快感を覚えるものであろうから、肖像権の侵害とされるおそれがある。

### 2 | 公人の肖像権・パブリシティ権

公人の肖像について SNS に投稿すること自体あまり多くはないだろうが、ファンとして自身と一緒に撮影した写真を SNS に投稿しても、それだけでは問題にならない。公人は肖像権で保護される撮影・公表の範囲が狭いうえに、この場合は同意があることが多いであろう。

ネット上にアップされている公人の肖像を何らかの文章とともに SNS に投稿することはどうか。応援する文章や正当な批判の範疇における文章とともに投稿するのは肖像権の侵害とならないことが多いであろう。他方、誹謗中傷に相当するような文章とともに投稿するのは、名誉毀損に該当するおそれがあるとともに、肖像権の侵害となるおそれがある。

公人（特に芸能人）の画像を自身のビジネスに利用することはパブリシティ権侵害となるおそれがある。一般の個人が著名人の顧客吸引力を利用すると評価されるケースは、実際には多くないであろう。ただ、いわゆるユーチューバーの動画編集において、著名人の肖像画が専ら動画再生稼ぎのため

に利用されるような場合にはパブリシティ権を侵害するおそれがある。

近時では、AIによる画像生成が盛んである。中には、特定の著名人をモデルにしたであろう画像が投稿されているものも見かける。上記のユーチューバーの事例などにおいてAI画像を利用した場合を考える。投稿者が、AI画像が著名人に似ていることを認識（特にAIに著名人をモデルにするよう指示した場合など）したうえで、その顧客吸引力を利用したのであれば、パブリシティ権を侵害するおそれがあると思われる（肖像権に関するものであるが、上記3の3を参照）。

ところで、ユーチューバーが映画批評をするようなチャンネルでは、著名人を映画の一シーンとして映し出すことがある。この場合、映画の批評自体を目的として、かつ批評として正当な範囲にとどまる場合においては、上記最判で示す三つの方法により顧客吸引力を行使したとはいいがたく、したがってパブリシティ権を侵害しないと考えられる。

## 6—おわりに

ここでは本稿で述べたところのまとめで「おわりに」に代えたい。

肖像権、すなわち平成17年最判によると肖像に関する人格的利益は、法的に保護される利益として、憲法13条の人格権に基づいて認められている。私人の肖像をネット投稿する場合には、本人が自身で行うか、あるいは本人の同意を得て（黙示の同意も含む）行わなければならない。公人の肖像をネット投稿する場合には、本人同意まではいらぬものの、その撮影の態様や公表の手段などを総合考慮して本人の受忍限度を超えないことが必要である。

公人（特に著名人）は人格権の一つであるパブリシティ権を有する。こちらは権利であるために、パブリシティ権を侵害する利用は権利侵害になる。権利侵害かどうかの判断にあたり本人が不快に思うかどうかは関係がない（利用の態様によっては肖像権を侵害する場合はある）。ただ、パブリシティ権を侵害する行為は、著名人の肖像の「顧客吸引力」を利用するものである必要がある。最判では、肖像それ自体を楽しむことや肖像を商品の広告として利用するなどが「顧客吸引力」の利用に該当するとする。

これら法的利益あるいは権利を侵害しないように投稿を行う必要がある。SNS投稿は匿名で行われることが多く、また大勢のアカウントが大量の投稿を行うことでいわゆる「荒れる」ことがある。最初の投稿が無難な内容であっても、返信がつくことで個人の利益・権利を侵害することもある。

肖像権、パブリシティ権の侵害の効果は差止および損害賠償である。パブリシティ権の損害賠償例では1000万円を認容した判決もある<sup>9</sup>。ネットでは勢いに任せて投稿してしまい、損害賠償訴訟に巻き込まれるおそれもある。このあたり十分注意する必要がある。

<sup>9</sup> 東京地判平成17年3月31日