

検索結果とプライバシーに関する  
有識者会議 報告書

2015 年 3 月 30 日

検索結果とプライバシーに関する有識者会議



## 目次

本会議の位置づけ	1
第1 はじめに	3
第2 検索サービスの社会的意義及び不可欠性	5
1 インターネットがもたらした「表現の自由」の実質的な実現	5
2 「表現の自由」を支える情報流通のインフラの重要性	6
3 情報流通における検索サービスの役割	7
4 情報流通の「インフラ」に関する法的議論	10
第3 検索結果表示に関する法的諸問題	14
1 はじめに	14
2 検索（ウェブ検索）サービスの仕組み	14
3 検索結果に関する法的な問題	17
第4 検索結果の非表示措置に関する基本的な考え方	17
1 検討にあたっての論点	17
2 検索結果の表示内容自体によるプライバシー侵害に関する基本的な考え方	19
3 検索結果にプライバシー侵害サイトへのリンクが掲載されていることによるプライバシー侵害に関する基本的な考え方	22
4 結論	25
第5 いわゆる「忘れられる権利」の位置づけ	25
1 「忘れられる権利」とは	25
2 「忘れられる権利」が問題となる場面	26
3 日本における「忘れられる権利」の考え方	27
第6 おわりに（今後の課題等）	28

## 第1 はじめに

インターネットの普及から20年あまりが過ぎ、現在、誰もが広く世界に向けて情報を発信することが当たり前の社会となった。その結果、インターネット上には、あらゆる言語で、学術やビジネスから趣味の話題まで、世界中の人々が発信する膨大な情報があふれている。

こうした無数の情報のなかから、インターネットのユーザー一人ひとりが、自分が必要とする情報を見つけ出すことは、本来、非常に難しいことである。だが、インターネット検索サービス（以下「検索サービス」という。）は、この難問を解決し、素早く、簡単に、かつ的確に目的の情報を見つけ出すことを可能とすることで、瞬く間に人々の支持を獲得し生活に浸透した。検索の対象となる情報は思想・信条の表明、国内外の政治・経済情勢、社会的な事件・事故、科学・技術に関する知識等、あらゆる分野に及んでいる。また、日常生活においても、たとえば、帰省や旅行の計画を立てるとき、テレビで話題のお店や気になるアーティストについてもっと知りたいとき、友人への誕生日プレゼントを選ぶとき、レポートの調べものをするとき、風邪を引いた子どもを連れて行く病院を探すとき、災害時に必要な避難情報や行政情報を探すときなど、日常の数えきれない場面で検索サービスは利用されている。実際、1996年にサービスを開始したヤフーの検索サービスだけでも、今や月間平均ページビュー（PV）が58億件に迫る、巨大なサービスとなっている。

また、情報社会における検索サービスの社会的役割を俯瞰してみれば、検索サービスは、無数の情報発信者に対して自らの発した情報が他者に認識される機会を提供するという意味で「表現の自由」を実質化するものであり、同時に、検索サービスの利用者にとっての「知る権利」の実現にも大きく貢献している。すなわち、検索サービスは、一企業のサービスという枠を越えて、情報社会を支える基盤としての役割を果たしているといえる。

もっとも、人々の日常的な情報探索手段となった検索サービスについては、誰もが簡便に情報を掲載できるほどにソーシャルメディアの利用が一般化したこともあり、他人に知られたくない自分の情報が意図せず多くの人に知られてしまうことに不安を覚える人がいるのも事実である。実際、これまでも、ヤフーの検索サービスに対して、検索結果から自分の情報を削除してほしいとの要望が寄せられており、ヤフーはその一部について対応を行っているとのことである。

人々が検索サービスに表示されないよう求める情報の内容は、プライバシー侵害、名誉毀損、誹謗中傷、業務妨害等、多岐に渡るが、今回の検討にあたっては、プライバシー侵害に焦点を当てた。これは、ヤフーに寄せられる削除の要望や同社が当事者となってきた裁判において、プライバシー侵害情報の取り扱いに関して検討すべき課題が多かったことを踏まえ、現時点においては、特

に検索サービスにおける「表現の自由」とプライバシーの関係について一定の整理を試みることが、社会的な要請が高いと判断したためである。

「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーのバランスをどのように図るかという問題については、インターネットの普及以前から、主に小説や雑誌等の出版物における表現に関して日本の裁判所においても判断が積み重ねられてきた。また、インターネットが日本で普及し始めた1990年代半ば以降、高度に発達する情報ネットワーク上でプライバシー侵害等の権利侵害情報も流通するようになるなか、一義的には発信者本人の責任を問いつつも、インターネットサービスプロバイダや電子掲示板管理者等の情報の媒介者の責任を問う訴訟が提起されてきた。2001年には「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」（以下「プロバイダ責任制限法」という。）が制定され、その後、通信関連団体等で構成されるプロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会において「プロバイダ責任制限法 名誉毀損・プライバシー関係ガイドライン」<sup>1</sup>や「プロバイダ責任制限法 発信者情報開示関係ガイドライン」<sup>2</sup>等の関連ガイドラインが整備された。これらは、プライバシー侵害をはじめとしたインターネット上の権利侵害情報に対する救済手段を定める一方、プロバイダの責任を制限することで、「表現の自由」や「知る権利」とプライバシー等とのバランスを図っており、情報の媒介者であるプロバイダ等によって広く活用されてきている。また、通信関連団体で構成される違法情報等対応連絡会において、「違法・有害情報への対応等に関する契約約款モデル条項」<sup>3</sup>も公表され、プロバイダ等の各社が権利侵害情報の削除を求められた場合に契約等に基づいて効果的に対応できるよう、各社の約款・利用規約等の整備支援策も実施されてきた。

こうした一連の官民の取り組みによって、現在は、個人が自身のプライバシーを侵害する情報の削除を行うにあたって発信者本人に削除等を直接求めるだけでなく、情報を媒介するプロバイダ等に対して利用規約等に抵触する情報の削除を求めたり、発信者の連絡先が分からない場合には発信者情報の開示を請求し、その情報をもとに発信者本人に削除を求めることが可能となっている。

現在、裁判所はインターネット上の情報や検索サービスに表示される情報についても、「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーのバランスに配慮した上で削除の適否の判断を行ってきている。最近では、特に検索サービスに表示される情報の削除の是非に関し、その判断に注目が集まっている。

---

<sup>1</sup> プロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会「プロバイダ責任制限法 名誉毀損・プライバシー関係ガイドライン」

[http://www.telesa.or.jp/consortium/provider/pdf/provider\\_mguideline\\_20141226.pdf](http://www.telesa.or.jp/consortium/provider/pdf/provider_mguideline_20141226.pdf)

<sup>2</sup> 同「プロバイダ責任制限法 発信者情報開示関係ガイドライン」

[http://www.telesa.or.jp/consortium/provider/pdf/provider\\_hguideline\\_20110921\\_1.pdf](http://www.telesa.or.jp/consortium/provider/pdf/provider_hguideline_20110921_1.pdf)

<sup>3</sup> 違法情報等対応連絡会「違法・有害情報への対応等に関する契約約款モデル条項」

[http://www.telesa.or.jp/consortium/illegal\\_info/pdf/The\\_contract\\_article\\_model\\_Ver10.pdf](http://www.telesa.or.jp/consortium/illegal_info/pdf/The_contract_article_model_Ver10.pdf)

このような現状を踏まえて、本会議では、「表現の自由」や「知る権利」の実現への貢献という検索サービスの社会的役割をいかに守りつつ、他方で、自らの情報を消してほしいという個人のプライバシー保護の要望にどう応えていくか、そのバランスのあり方について議論を深めた。

また、近年欧州で話題となっているいわゆる「忘れられる権利」を日本においてどのように位置付けるかについても議論を行った。

本報告書は、本会議の議論の結果についてまとめるとともに、検索サービス提供者のあるべき対応について一つの指針を示すものである。

## 第2 検索サービスの社会的意義及び不可欠性

### 1 インターネットがもたらした「表現の自由」の実質的な実現

PC やスマートフォン等が多くの人々に普及し、メッセージアプリ、ソーシャルメディア、ニュースサイトへのコメント、ブログ、Q&A サイト等のサービスが日常的に利用されるようになってきている。今や、誰でも時間や場所の制約なしに自分の考えや意見をインターネットを通じて広く表明し、知人や友人と共有し、議論を交わすことができる社会になった。特に、情報を発信する主体の多様化、それに伴う流通する情報量の増加と内容の多様化は、社会における情報流通、人々の表現活動に大きな変化をもたらした。

#### 変化1：情報発信主体の多様化

(従来) マスメディア、出版社等の限られた主体のみが情報を発信していた

(現在) 上述の主体に加えて、これまで単に情報の受け手に止まっていた大多数の個人が活発に情報発信を行うようになった

#### 変化2：情報量の爆発的増加、内容の多様化

(従来) マスメディア、出版社等によって選別され、編集された情報のみが流通していた

(現在) 多様な個人が情報発信するようになり、従来のマスメディアや出版において流通していた情報だけでなく、高度に専門的な情報、細かな趣味嗜好に関する情報、多様な価値観に根ざした意見や論評が流通するようになった。その一方、真偽不明な情報、不注意で公開された情報、差別表現や個人のプライバシーを侵害する情報等も流通しやすくなった。

従来、日本をはじめ多くの国で憲法上「表現の自由」が保障されてきたものの、実際には情報発信の主要な担い手は、マスメディアや出版社等に限定されており、大多数の人々はこうしたマスメディアや出版社等が発信し、流通させる情報を一方的に受け取るにとどまり、自ら情報を発信し、受け取った情報を共有し、それに対する自分の考えや意見を表明してコミュニケーションを図ることは難しかった。このような状況では、憲法上の権利である「表現の自由」がもたらす本来の価値を、個々人が十分に享受していたとは言いがたかったのではないだろうか。

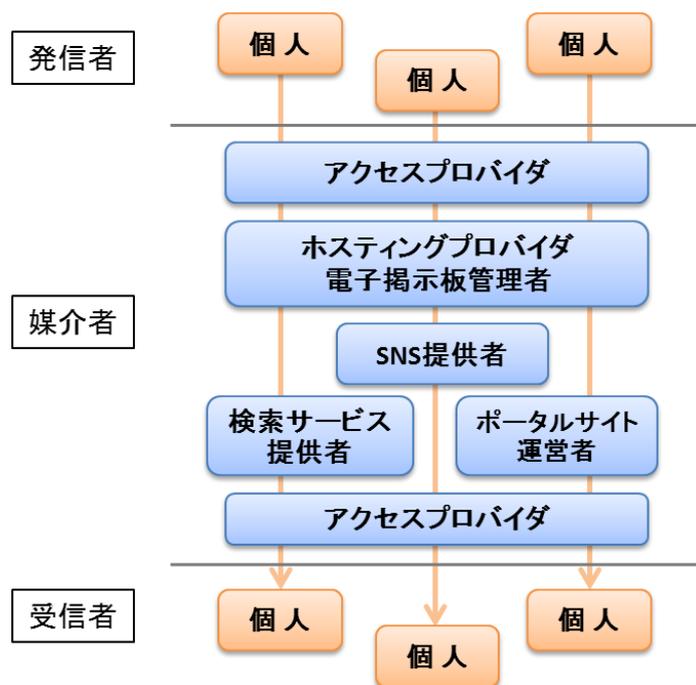
また、情報の受け手の立場を考えてみても、新聞・雑誌や書籍の購入には費用が伴うことから、ある個人が取得できる情報の量や範囲には限界があった。こうした限界を緩和するために整備された図書館等の公共施設についても、利用にあたっては場所、時間等の制約が必然的に存在していた。

インターネットの登場によって、誰もが、コスト、時間、場所の制約を越えて、簡単に、安価に、広く、情報を発信し、また情報を受け取り、相互に考えや意見を交わして深めることができるようになった。このことによって、個人がさまざまな考え方や価値観に触れながら自己の人格を形成又は発展させるという点において、また、多様な価値観を抱く人々が相互に議論を重ねることを通じて民主的な審議と決定のプロセスが機能するという点においても、インターネットを通じたコミュニケーションの発達によって、「表現の自由」の価値を、より多くの人々が実質的に享受できる時代になったと評価できる。

## 2 「表現の自由」を支える情報流通のインフラの重要性

もともと、こうしてインターネット上で多くの人々が情報を受発信できるようになったのは、単にPCやスマートフォンという情報通信機器が個人に普及したからだけではなく、世界中に張り巡らされた多層的な情報網の中で、情報流通を支えるさまざまなインフラが整ったことによるところも大きい。このインフラを支える存在としては、レジストリ、レジストラ、アクセスプロバイダ、ホスティング事業者、電子掲示板管理者、SNS事業者、ポータルサイト運営事業者等が挙げられるが、今日のインターネットの利用シーンを振り返れば、検索サービス事業者も情報流通のインフラを支える主体といえ、流通する情報が増加し続ける今日、その重要性はさらに増している。

## インターネット上の情報流通を支える媒介者



(ヤフー株式会社作成)

### 3 情報流通における検索サービスの役割

それでは、検索サービスは、情報流通のインフラとして、どのような機能を担っているのだろうか。

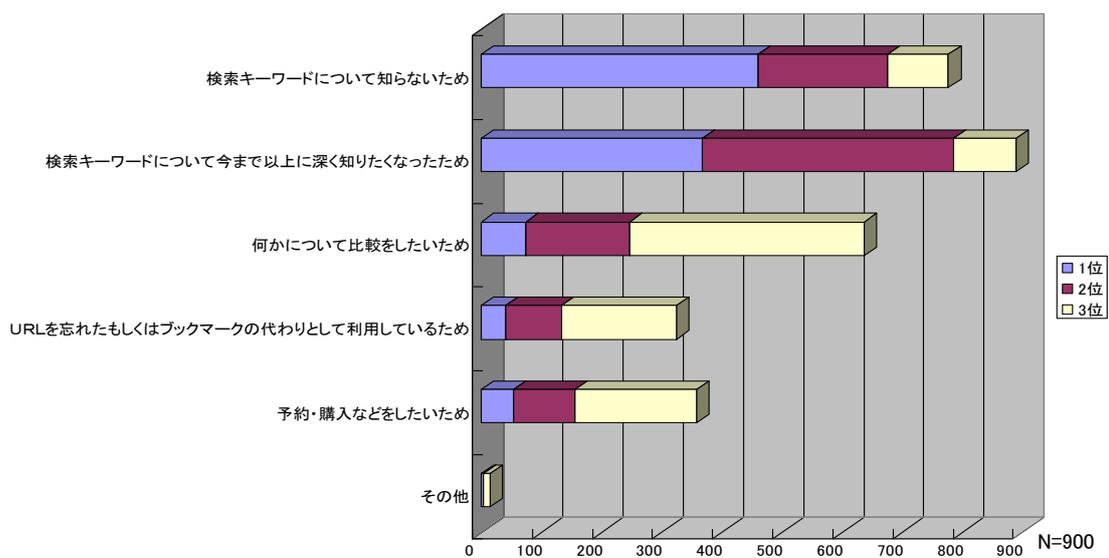
誰もが情報発信者となることでインターネット上に膨大かつ多種多様な情報が溢れるようになると、情報の発信者と受信者を効率的、的確に結び付けることが難しくなる。すなわち、情報の受信者にとっては、自分が必要とする情報を膨大かつ多様な情報群の中から見つけ出すのが困難になる一方、情報の発信者の側から見れば、自らの発信した情報が本来届けたい人に受信してもらえなかったり、誰からも発見されなかったりする可能性が高まることになる。そのような状況下では、誰もがあえて情報発信を積極的に行おうとする意欲を持つことは難しくなり、結果として活発な情報流通が実現しているとはいえなくなる。

現在、多くの人々が活発に情報を発信、受信、共有し、有益な情報を短時間で見つけ、多様な考えや価値観に触れることが可能となっているのは、流通する膨大な情報の中から、情報の発信者と受信者を効率的、的確に結び付ける情報媒介サービスが提供されているからにほかならない。検索サービスは、膨大な情報の中から、すばやく、簡単に、かつ的確に目的の情報を見つ

け出すことを可能にすることで、この情報媒介サービスの中核的な役割を果たしているといえる。したがって、検索サービスはインターネットによる情報流通を前提とした現代の情報社会において不可欠な存在となっている。

ここで、実際の検索サービスの利用状況を確認してみたい。検索サービスの利用状況に関して定量的な把握を試みた調査は少ないものの、2009年に総務省 情報通信政策研究所が検索サービスの現状、利用動向、市場規模等について調査報告書を公表している<sup>4</sup>。この報告書では、検索サービスの利用回数、利用シーン、利用動機等についてのアンケート調査<sup>5</sup>も紹介されており、検索サービスを利用する動機として、「検索キーワードについて知らないため」「検索キーワードについて今まで以上に深く知りたくなったため」の2つの動機に特に多くの回答が集まっている。検索サービスは、能動的に「何かを知りたい」「何かを調べたい」という利用シーンで多く利用されていることが窺われる。

### 検索を行う主な動機



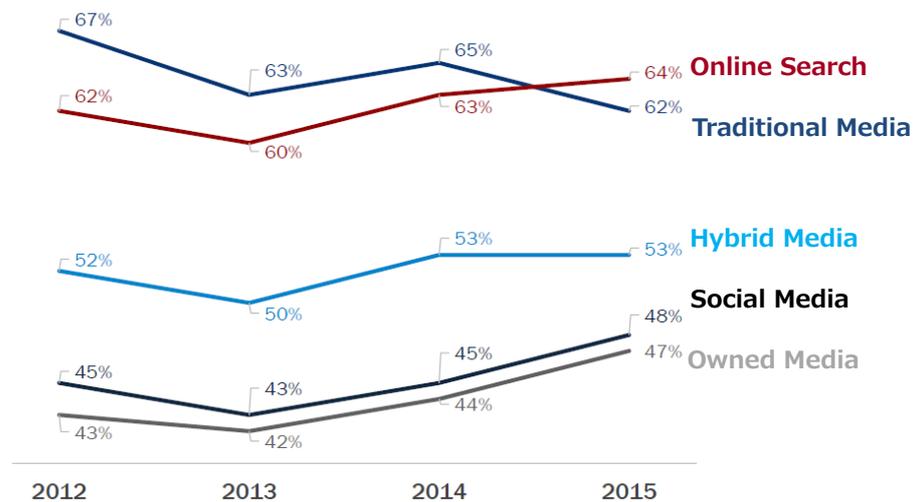
京都大学 田中克己研究室 「情報爆発に対応する新 IT 基盤研究支援プラットフォームの構築」

<sup>4</sup> 総務省 情報通信政策研究所「インターネット検索エンジンの現状と市場規模等に関する調査研究」(2009年9月) <http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2009/2009-I-14.pdf>

<sup>5</sup> 京都大学 田中克己研究室 「情報爆発に対応する新 IT 基盤研究支援プラットフォームの構築」

また、国際PR会社Edelmanが世界20カ国で行った信頼度調査<sup>6</sup>によれば、一般的なニュースや情報源別の信頼度の調査において、伝統的なメディアを凌いで、インターネット検索サービスが最も信頼度が高いという回答を得ている。

### 一般的なニュースや情報に関する情報源としての信頼度の比較

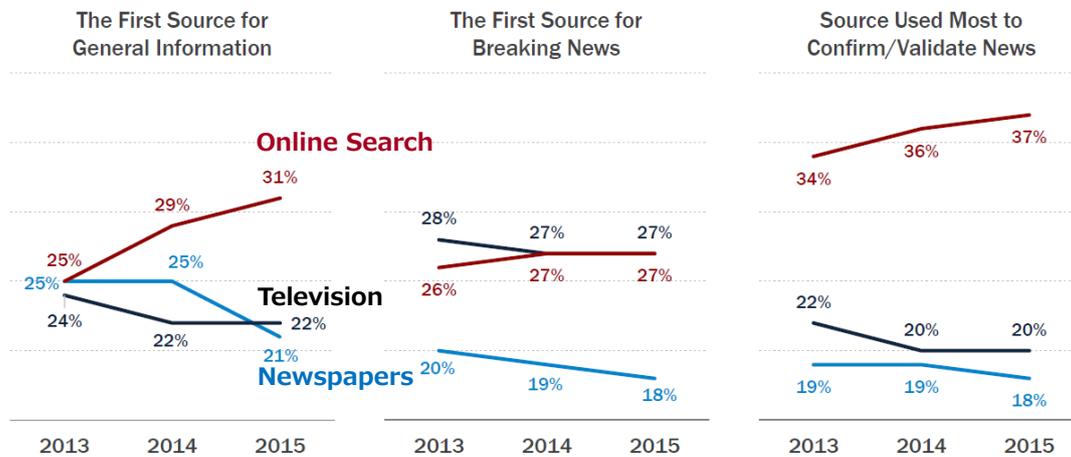


(Edelman, 2015 EDELMAN TRUST BAROMETER GLOBAL RESULTS, p10 を元にヤフー株式会社作成。Edelman 社の定義によれば、Traditional Media は出版・放送、Hybrid Media はオンラインのニュースサイト等、Owned Media は企業の公式サイト等を指す)

さらに、同調査では、ビジネスに関する情報についても、検索サービス、テレビ、新聞という3つの情報源について、利用シーンに応じた比較を行っており、ここでも検索サービスの信頼度は最初の情報源としても、情報の妥当性を確認する手段としても、他の選択肢より高くなっている。

<sup>6</sup> Edelman, 2015 EDELMAN TRUST BAROMETER GLOBAL RESULTS, <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2015-edelman-trust-barometer/trust-and-innovation-edelman-trust-barometer/global-results/>

## ビジネスに関する情報源としての信頼度の比較



(Edelman, 2015 EDELMAN TRUST BAROMETER GLOBAL RESULTS, p11 を元にヤフー株式会社作成)

情報の入手手段としては、インターネット以外にも多くの選択肢が存在し、インターネット上のサービスとしても SNS や各種キュレーションサービスのユーザーが拡大しているものの、以上の調査結果を踏まえれば、「何かを調べたい」「もっと詳しく調べたい」という場面では、依然として検索サービスが重要な手段として利用されている様子が窺える。

#### 4 情報流通の「インフラ」に関する法的議論

検索サービスの情報流通に果たす役割については、民間企業が提供しているものであること、比較的新しいテーマであることなどから、憲法学の観点から直接に扱った論考や裁判例は現時点では限られている。

もっとも、「表現の自由」に関する憲法学や判例において、過去に積み重ねられてきた議論を踏まえれば、検索サービス等の情報流通に欠かすことのできない機能が「表現の自由」の実現に果たす社会的役割の重要性は支持されるものと考えられる。

すなわち、憲法学における「表現の自由」が保護する対象は、人々が各自の内面的な意見や考えを外部に向けて表す行為のみならず、「情報の送り手の自由」と「情報の受け手の自由」の双方<sup>7</sup>、「思想・情報を発表し伝達する自由」<sup>8</sup>、「情報をコミュニケーションする自由」<sup>9</sup>、「思想・信条・意見・知識・

<sup>7</sup> 長谷部恭男『憲法（第6版）』200-202頁（新世社, 2014）

<sup>8</sup> 芦部信喜 著・高橋和之 補訂『憲法（第六版）』175-176頁（岩波書店, 2015）

<sup>9</sup> 前掲注8）176頁

事実・感情など人の精神活動にかかわる一切のものの伝達に関する活動の自由」<sup>10</sup>、「情報流通の自由一般、すなわち情報の自由」<sup>11</sup>を保障していると解されている。ここで言及されているコミュニケーションや情報流通は、情報を発信する者だけでは成り立たず、その情報を媒介する者、受領する者をも前提としており、「表現の自由」が保護する対象は、情報の発信者、媒介者、受領者すべての活動を含むものと考えられる。検索サービスが情報の発信者にとっても受領者にとっても重要な役割を果たしているのは先に述べたとおりである<sup>12</sup>。

また、「よど号」ハイジャック記事抹消事件において最高裁は、「およそ各人が、自由に、さまざまな意見、知識、情報に接し、これを摂取する機会をもつことは、その者が個人として自己の思想及び人格を形成・発展させ、社会生活の中にこれを反映させていくうえにおいて欠くことのできないものであり、また、民主主義社会における思想及び情報の自由な伝達、交流の確保という基本的原理を真に実効あるものたらしめるためにも、必要なところである。それゆえ、これらの意見、知識、情報の伝達の媒体である新聞紙、図書等の閲読の自由が憲法上保障されるべきことは、思想及び良心の自由の不可侵を定めた憲法一九条の規定や、表現の自由を保障した憲法二一条の規定の趣旨、目的から、いわばその派生原理として当然に導かれるところであり、また、すべて国民は個人として尊重される旨を定めた憲法一三条の規定の趣旨に沿うゆえんでもあると考えられる」（下線は本会議加筆）としている<sup>13 14</sup>。

以上で見てきたような憲法学や判例<sup>15</sup>における基本的な考え方は、憲法上

<sup>10</sup> 佐藤幸治『日本国憲法論』249頁（成文堂、2011）

<sup>11</sup> 渋谷秀樹『憲法（第二版）』353頁（有斐閣、2013）

<sup>12</sup> 前掲注10)250頁では、情報流通を、情報収集—情報提供—情報受領に分解し、各過程における「表現の自由」の性格と内容について論じている。この分類に従った場合でも、検索サービスは、情報収集（自ら情報を獲得しようとする積極的行動）、情報提供、情報受領の各過程において大きく貢献しているといえる。

<sup>13</sup> 最大判昭和58年6月22日民集37巻5号793頁

<sup>14</sup> 法廷メモ事件（最大判平成元年3月8日民集43巻2号89頁）も、「憲法二一条一項の規定は、表現の自由を保障している。そうして、各人が自由にさまざまな意見、知識、情報に接し、これを摂取する機会をもつことは、その者が個人として自己の思想及び人格を形成、発展させ、社会生活の中にこれを反映させていく上において欠くことのできないものであり、民主主義社会における思想及び情報の自由な伝達、交流の確保という基本的原理を真に実効あるものたらしめるためにも必要であつて、このような情報等に接し、これを摂取する自由は、右規定の趣旨、目的から、いわばその派生原理として当然に導かれるところである」としている。

<sup>15</sup> このほか、船橋市西図書館事件（最判平成17年7月14日民集59巻6号1569頁）において最高裁は、「公立図書館の図書館職員が閲覧に供されている図書を著作者の思想や信条を理由とするなど不公正な取り扱いによって廃棄することは、当該著作者が著作物によってその思想、意見等を公衆に伝達する利益を不当に損なうもの」としている。すなわち本判決は、閲覧に供されている図書の廃棄について、図書館職員が独断的な評価等によって不公正な取り扱いをすることは当該図書の著作者の人格的利益を侵害するものと認めたものと考えられる。これは公立図書館に関する判決であり、検索サービスにそのまま当てはまるわけではないが、情報流通に重要な役割を担う公的機関が恣意的に情報流通に介入することの発信者側への弊害を認めたものといえる。

の「表現の自由」は単に自らが情報を発信する自由だけではなく、情報に接する（受領する）自由、コミュニケーションの自由を保障していると捉えているといえる。現代のインターネット上の情報流通において、検索サービスそのものが直接に表現活動を行っているわけではないが、検索サービスが、インターネット上で発信された多様な情報を、その情報を欲する人に効率的、的確に届けることを可能としているという点、すなわち情報の発信者にとっても受信者にとってもコミュニケーションに重要な役割を果たしている点を踏まえれば、検索サービスは憲法が保障する「表現の自由」の実現に大きく貢献していると評価できる。

また、米国では、インターネット上の「表現の自由」や「言論の自由」を考える上で、政府による表現者への直接的な規制だけでなく、情報流通のインフラを提供する企業への規制や圧力を通じた間接的な表現・言論規制の影響についても早くから論じられてきた。

たとえば、ハーバード大学のレッシング教授<sup>16</sup>は、1999年の段階で、人々の行動への規制は、法、規範、市場、アーキテクチャ<sup>17</sup>の総体によって機能すると考え、特にサイバー空間においてはアーキテクチャによる規制のあり方が大きな影響を持つことを指摘した。その上で、アーキテクチャを介した表現・言論規制に対抗し、いかにサイバー空間の自由を確保していくかを論じている。この時点でレッシング教授が検索サービスを主眼にしていたわけではないと考えられるが、検索サービスのあり方もサイバー空間の「表現の自由」のあり方に大きな影響を及ぼすアーキテクチャの一つである。

近年の議論に目を向けても、同様の論点への関心は高く、イェール大学のバルキン教授は、インターネット時代に「表現の自由」を実現するために発達した各種の情報流通のインフラ（検索エンジン、ホスティングサービス、レジストリ、レジストラ、プロバイダ等）が、必然的に表現活動、言論活動を規制するための強力なインフラとしても機能することに警鐘を鳴らしている<sup>18</sup>。日本においても、インターネット上の情報流通において情報媒介者が担う役割の大きさを重視し、情報媒介者への法的規制がインターネット上の「表現の自由」を広汎かつ強力に制約する「劇薬」となりうるということが指摘されている<sup>19</sup>。このように、検索サービスをはじめとしたイン

---

<sup>16</sup> See Lawrence Lessig, *Code and Other Laws of Cyberspace* (1999)

<sup>17</sup> レッシング教授によれば、アーキテクチャは人間の行動を物理的にコントロールする手段とされている。たとえば、実空間においては侵入者を防ぐ施錠付き扉や線路への転落を防ぐホームドア等の物理的な制約を指し、サイバー空間においては各種プログラミング言語、TCP/IP等の通信プロトコル、ハードウェアやソフトウェアの設計仕様、各種サービスの設計仕様等の技術的な制約を指すものが該当すると考えられる。

<sup>18</sup> See Jack M. Balkin, *Old-School/New-School Speech Regulation*, 127 Harv. L. Rev. 2296 (2014)

<sup>19</sup> 宍戸常寿「表現の自由」岡村久道編著『インターネットの法律問題：理論と実務』114-115頁（新日本

ターネット上の情報流通を支えるサービスに対して政府が規制を課すことは、実質的に表現規制、言論規制として強力な手段となる可能性があるという点には細心の注意を払うべきである。

なお、検索サービスに関連する国内法制度の検討にあたって、検索サービスの社会的な役割に着目した議論がなされた例として、2007年から2009年にかけての文化庁文化審議会著作権分科会における議論が挙げられる。同分科会では、検索エンジンがウェブページの収集及び複製等を行うことの著作権法上の取り扱いについて検討を行っている。

一連の検討を踏まえて2009年1月に公表された文化審議会著作権分科会報告書<sup>20</sup>では、検索エンジンの社会的な役割を「利用者にとっては、インターネット上に無数に存在するウェブページの中から求める情報の所在を容易に探索する手段であり、インターネット上の情報の提供者にとっては、より多くの人にその存在を知らせる手段として有効に活用されているなど、デジタル・ネットワーク社会におけるインフラとして、知的創造サイクルの活性化に大きな役割を果たしている」（同報告書 54 頁、下線は本会議加筆）として、検索サービスが情報の発信者、受信者の双方に有益な社会インフラとなっていると評価した。これを踏まえて、同報告書では、現行の著作権法下において「著作権者の権利との調和と安定的な制度運用に慎重に配慮」（同報告書 66 頁）することなどを前提に、著作権者の権利を制限し、検索エンジンがウェブページの収集及び複製等を行うことを可能とすることが適切であると結論付けた。

このような議論を踏まえれば、検索サービスに特定の情報が表示されないよう非表示措置を講じるなど、その機能に何らかの制約を課す場合には、単に検索サービス事業者と削除を求める者の二者間の立場を考慮するだけでは不十分であり、検索サービスを介して情報を発信・伝達する主体や必要な情報を受信する主体等の多岐に渡る個人、団体又は企業等への影響、ひいては個人の人格の形成・発展や民主主義社会への奉仕という「表現の自由」の価値に及ぼす影響をも考慮する必要がある。検索サービスを提供する事業者は少数であり、その制約の影響が広範囲に及んでしまうという現状をも踏まえれば、検索サービスの機能に何らかの制約を課す際には、極めて慎重な検討が必要であるといえる。

---

法規出版, 2013)。情報流通の媒介者が「表現の自由」を支える基盤としての側面と表現規制を担うゲートキーパーとしての側面を有することを踏まえ媒介者規制に対する規律を分析したものとして、成原慧「情報流通の媒介者と表現の自由」Nextcom Vol.21 60 頁（2015）も参照。

<sup>20</sup> 文化審議会著作権分科会 「文化審議会著作権分科会報告書」（平成 21 年 1 月）

[http://www.bunka.go.jp/chosakuken/pdf/21\\_houkaisei\\_houkokusho.pdf](http://www.bunka.go.jp/chosakuken/pdf/21_houkaisei_houkokusho.pdf)

### 第3 検索結果表示に関する法的諸問題

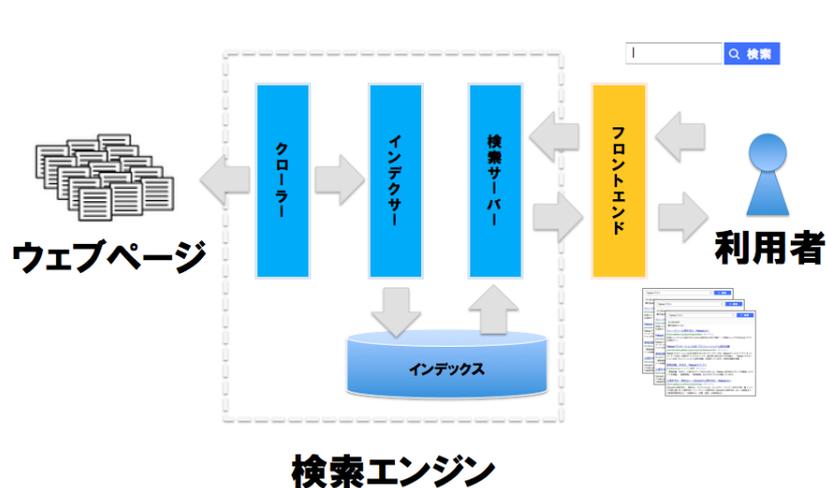
#### 1 はじめに

検索サービスは、上述のとおりインターネット社会におけるインフラとして重要な社会的役割を担っているが、それと同時に新たな法的な問題を生み出している。本会議は、これらの法的諸問題の検討を任務としているが、その検討の前提として、検索サービスの仕組みについての理解が不可欠であるため、検索サービスの仕組み及びそこに表示される情報についての認識を整理した上で、法的側面について検討を行った<sup>21</sup>。なお、以下の検討は、検索結果表示に関する基本的な考え方を示すものであり、ここに記載されている考え方に反した場合に、直ちに法的責任が生じるものではないことについては留意が必要である。

#### 2 検索（ウェブ検索）サービスの仕組み

検索サービスは、世界に向けて公開されているウェブページの情報を集め、ユーザーの要求に応じて情報を整理してその所在等を提示するサービスである。検索サービスの仕組みを分解すると、大きく分けて①クローラー、②インデクサー、③検索サーバーによって構成されている。

#### 検索エンジンの主要なシステム構成



(ヤフー株式会社作成)

<sup>21</sup> 裁判例をもとに検索結果の表示に対する削除請求を検討したものとして、森亮二「検索とプライバシー侵害・名誉毀損に関する近時の判例」法律のひろば 2015年3月号 51-54頁参照。

検索サービスでは、まず、①クローラーが、ウェブページ内のリンク（ハイパーリンク）を辿ることにより、ウェブページを巡回し、情報の収集を行う。②インデクサーは、クローラーによって収集されたウェブページの情報について、URL や内容の特徴を抽出し、キーワード検索を可能とするデータベースの一種であるインデックスの作成を行う。なお、クローラーが巡回・収集したウェブページの情報からインデックスの作成を行う際、さまざまな条件でウェブページの選別、分類が行われる。このため、ウェブページがクローラーによって巡回されインデックスに登録されたとしても、検索結果に表示されない場合も生じる。③検索サーバーには、インデックスに登録されたウェブページの情報に加え、検索結果ページ上での表示順序等の情報が追加される。インターネットで検索を行った際に表示される検索結果ページは、利用者が入力したキーワードを検索サーバーに問い合わせ、検索サーバーから返ってきた結果を整形し、表示するフロントエンドによって作成されている<sup>22</sup>。検索に関するこれら一連の作業は、一定のアルゴリズムに基づき自動的・機械的に行われている。なお、検索の対象となるのはインターネット上に公開されているウェブページであり、インターネット上に公開されていないページは検索対象とはならない。したがって、あるウェブページが存在しなくなった場合には上記①のクローラーによる再巡回の結果、当該ページは検索結果に表示されなくなる。また、情報発信者はサイトやページ側の記述（robots.txt、META タグ等）により、公開している情報でも、意図的に検索結果に表示させない対策をとることが可能である。

ヤフーの検索結果ページの画面には、検索キーワードを入力する検索窓がページ上部に表示され、その下に検索キーワードに関連するキーワードが表示される関連検索ワードが並び、以下順に、検索窓に入力された検索キーワードに適合するウェブページのタイトル、URL、検索キーワードを含んだウェブページの抜粋であるスニペットが表示される（以下タイトル、URL、スニペットの表示をあわせて「検索結果」という。）。このウェブページのタイトル、URL、スニペットが表示される検索結果は、オーガニック検索結果と呼ばれている。ウェブページのタイトル部分にはリンク機能が付されており、タイトル部分をクリックすると、タイトル・スニペット情報を含むウェブページ（以下「リンク先ページ」という。）に移動する仕組みとなっている。

なお、検索サービスは、基本的に利用者が入力したキーワードを含むウェブページを表示するものであるため、検索結果ページ上に表示されたからといって、当該ウェブページが利用者の望む情報を掲載しているとは限らない。

したがって、利用者にとって、検索結果ページ上に表示された各ウェブペ

---

<sup>22</sup> 検索サービスの仕組みについては、Yahoo! JAPAN ホームページを参照。  
<http://info.search.yahoo.co.jp/archives/002835.php>

ページがどのようなウェブページであるか、利用者が入力したキーワードが当該ウェブページ内でどのような文脈で用いられているかを端的に示すタイトル・スニペット情報は、検索サービスの利便性を向上させる上で大きな役割を果たしている。

## Yahoo!検索の検索結果画面

The screenshot shows the Yahoo! search interface. At the top, there are navigation tabs: ウェブ, 画像, 動画, 辞書, 知恵袋, 地図, リアルタイム, 一覧. Below these is a search bar containing the text "Yahoo!". A red arrow points to this text with the label "検索キーワード". To the right of the search bar is a blue button with a magnifying glass icon and the text "検索". Below the search bar, it says "約103,000,000件" and "絞り込みツール". A red bracket groups the search bar and the "約103,000,000件" text with the label "関連検索ワード". Below this, there are search filters: "Yahoo japan", "ヤフーメール", "ヤフーブックストア", "Yahoo USA", and "で検索". A red arrow points to the "Yahoo! JAPAN" result with the label "タイトル (クリックするとリンク先ページへ移動)". Below the title is the URL "www.yahoo.co.jp/" and the text "- キャッシュ". A red bracket groups the URL and the text with the label "スニペット". Below the URL and text are several links: "Yahoo!メール", "Yahoo!ショッピング", "Yahoo!ニュース", "スポーツナビ", "ヤフオク!", and "Yahoo!ファイナンス". A red bracket groups these links with the label "スニペット". Below the links is the text "オフィス版Yahoo! JAPANトップページ" and the URL "office.yahoo.co.jp/" and the text "- キャッシュ". A red bracket groups the URL and the text with the label "スニペット". On the left side of the screenshot, there is a vertical red label "オーガニック検索" with a red bracket pointing to the search results.

ウェブ 画像 動画 辞書 知恵袋 地図 リアルタイム 一覧 ▾

Yahoo! × 🔍 検索

約103,000,000件

絞り込みツール ▾

🔍 [Yahoo japan](#) [ヤフーメール](#) [ヤフーブックストア](#) [Yahoo USA](#) で検索

**Yahoo! JAPAN** ← タイトル (クリックするとリンク先ページへ移動)

[www.yahoo.co.jp/](#) - キャッシュ

日本最大級のポータルサイト。検索、オークション、ニュース、天気、スポーツ、メール、ショッピングなど多数のサービスを展開。あなたの生活をより豊かにする「課題解決 エンジン」を目指していきます。

[Yahoo!メール](#) [Yahoo!ショッピング](#)

[Yahoo!ニュース](#) [スポーツナビ](#)

[ヤフオク!](#) [Yahoo!ファイナンス](#)

**オフィス版Yahoo! JAPANトップページ**

[office.yahoo.co.jp/](#) - キャッシュ

ビジネスニュースや仕事に役立つ機能を集めた、オフィスでの利用に最適なもう一つの Yahoo! JAPANトップページ。

オーガニック検索

(ヤフー株式会社作成)

このように、検索結果ページに表示される情報は、ヤフーが独自に作成したコンテンツではなく、既に世界に向けて公開されているウェブページの情報の一部である。そのため、検索結果からあるウェブページ情報を非表示にしたとしても、そのウェブページ自体は存続しており、SNS等の他のサービスを利用する又はブラウザに直接 URL を入力することでアクセス可能であることに変わりはない。

### 3 検索結果に関する法的な問題

まず、議論の前提として、インターネット上に自己のプライバシーに関する情報が掲載されているとして非表示措置を求める者（以下「被害申告者」という。）が検索結果の非表示を求める法的根拠について確認が必要である。

次に、一定のアルゴリズムに基づいて自動的・機械的に作成される検索結果について、検索サービス提供者が非表示措置を講じる義務があるのかという問題がある。

さらに、検索サービスのいずれの側面がプライバシー侵害になりうるのかという問題がある。すなわち、検索結果の表示内容自体（検索結果に表示されるタイトル、スニペット等の記載自体）をプライバシー侵害と考えるのか、それとも、侵害サイトに移動できるリンク（以下「リンク情報」という。）が検索結果に掲載されている状態（検索結果に表示される情報の記載自体には必ずしも権利侵害性はない）をプライバシー侵害と考えるのか、そのいずれもプライバシー侵害たりうるのかという問題である。加えて、非表示措置基準と非表示範囲をどのように考えるべきかについても検討が必要となる。

本会議では、これらの問題について検討を行い、第4にその結果をまとめた。

## 第4 検索結果の非表示措置に関する基本的な考え方

### 1 検討にあたっての論点

#### (1) 非表示措置の法的根拠

非表示措置に関する法的根拠については、民法上の不法行為の効果として認められるのか、それとも人格権に基づいて認められるのかといった議論が存在する。両者の違いは、主観的要件の違いに現れ、前者は非表示措置について故意・過失といった主観的要件が必要となるのに対し、後者では必要とされない。

現在の裁判実務は、プライバシー侵害、名誉毀損に基づく非表示（削除）命令については人格権侵害を根拠としており、本会議においても、非表示措置は、プライバシー権、名誉権といった人格権を根拠に求めることができるという考えについて特段異論は出なかった。このため、本会議では、人格権侵害を前提に検討を行った。

#### (2) 申告がない場合の検索サービス提供者の対応

第3の2で述べたとおり、検索結果の表示は一定のアルゴリズムに基づ

いて自動的・機械的に作成されるものであり、検索サービス提供者が主観的に権利侵害の意図を有しているものではないことや、無数に存在し、現在も増加し続ける世界中のウェブページについて対応することは現実的ではないことなどから、権利侵害の申告がない状態で検索サービス提供者が非表示措置を行う義務を負うものでないことについては、異論は見られなかった。

### (3) 非表示措置の申告先

プライバシー侵害情報が検索結果に表示される又はプライバシー侵害情報が掲載されたウェブページへのリンクが検索結果に表示される場合、被害申告者は、検索サービス提供者に非表示措置を求める以前に、リンク先ページの表現者やリンク先ページの管理者（プロバイダ等）に対し、情報の削除を求めることができる。また、検索サービス提供者は、プロバイダ等と比較してリンク先ページの表現に対する関与の度合いが極めて低く、権利侵害の有無について判断するのは困難である。そのため、リンク先ページの表現者や当該情報を掲載しているリンク先ページ管理者（プロバイダ）の責任を飛び越して、検索サービス提供者に対して安易に非表示措置を求めることについては慎重であるべきとの見解が大勢であった。

もっとも、検索サービス提供者が申告を受けた場合に何らかの対応をすべき場合が存在するという点でも見解の一致がみられたため、具体的にどのような場合に検索サービス提供者の対応が求められるかについて検討を進めた。

### (4) 検索サービスのどの側面がプライバシー侵害となりうるか

検索サービス提供者が申告を受けた場合の対応を考えるにあたって、改めて検索サービスの仕組みを確認すると、第3の2でみたとおり、検索サービスとは入力した検索キーワードを含む検索結果（タイトル、スニペット等）を表示し、その検索結果のタイトル部分をクリックするとリンク先ページに移動する仕組みである。すなわち、検索サービスは、検索結果ページにリンク先ページの一部を表示するという側面とリンク先ページに移動するためのリンク情報を表示するという側面の2つの側面をもっている。そのため、検索サービスによるプライバシー侵害が問題となる場合に、検索サービスのどの側面がプライバシー侵害になりうるのかにつき、下記①、②に分類しそれぞれ検討を進めた。

- ①検索結果の表示内容自体（検索結果に表示されるタイトル、スニペット等の記載自体）がプライバシー侵害になりうるのか

②リンク先ページに移動するためのリンク情報が検索結果に表示されている状態（検索結果に表示される情報の記載自体には必ずしも権利侵害性はない）がプライバシー侵害になりうるのか

①については、検索結果はリンク先ページの一部が自動的・機械的に表示されているだけであり、検索結果の表示内容自体は権利を侵害するものではなく、EU データ保護指令のような個別法がない限り非表示措置の義務は認められないのではないかとの意見も述べられたが、検索結果の表示内容自体に客観的にプライバシー侵害となるような情報が含まれるのであれば、検索サービス提供者が相応の対応をすべきという見解が有力であった。

②については、検索結果の表示内容自体にプライバシー侵害となる情報はないことなどから、リンク先ページの表現者や管理者に対して措置を求めるべきものであり、検索結果上のリンクやリンク先の表示が権利を侵害するものではないとの考え方もありうるとの意見も述べられた。もともと、①の場合よりもさらに限定的ではあるものの、対応をすべき場合があることまでは否定できないのではないかとの見解が有力であった。

#### (5) 本会議での検討方針

検索結果の表示内容自体がプライバシー侵害となるのか、それとも、リンク情報の検索結果への掲載がプライバシー侵害となりうるのかについては、現在の裁判実務においても、必ずしも確定した考えは存在していない。このため、本会議では、いずれの考えも成り立ちうることを前提に、第4の2で検索結果の表示内容自体によるプライバシー侵害について、第4の3でリンク情報の検索結果への掲載によるプライバシー侵害について、それぞれ具体的な措置基準について検討を行うこととした。検討内容の詳細は、以下のとおりである。

## 2 検索結果の表示内容自体によるプライバシー侵害に関する基本的な考え方

### (1) プライバシー侵害に関する判断基準

プライバシー侵害の判断手法は、検索サービスに特有の問題ではなく、従来から日本の裁判実務において積み重ねられてきた判断基準が参考になる。ノンフィクション「逆転」事件<sup>23</sup>や長良川リンチ殺人事件報道訴訟<sup>24</sup>、

<sup>23</sup> 最判平成6年2月8日民集48巻2号149頁

<sup>24</sup> 最判平成15年3月14日民集57巻3号229頁

法廷内隠し撮り事件<sup>25</sup>において、最高裁判所は、「表現の自由」と人格的利益が衝突する場面の判断手法として、その事実を公表されない法的利益と公表する理由とを比較衡量するアプローチを採用している。これらの判例で示された考慮要素は小説や週刊誌等の直接の表現者に係るものであるが、検索サービスにおいてもこの判断手法を基礎とすることが妥当であると考えられる。検索サービスにおける検索結果の表示内容自体によるプライバシー侵害の成否についてこの判断手法を用いる場合、検索サービスの特性も踏まえると、比較衡量される諸事情としては、①当該表示の目的・性格、②当該記載を用いる意義・必要性・態様、③対象者の社会的地位・影響力・生活状況、④事件の歴史的意義・社会的意義、⑤時の経過、⑥プライバシーに属する情報が伝達される範囲と被る具体的被害の程度等が考えられる。

## (2) 検索結果の表示内容自体を非表示とするための判断基準

それでは、どのような検索結果が表示されているときに、検索サービス提供者は非表示措置を講じるべきであろうか。

本会議では、①検索結果の表示自体から権利侵害が明白な場合に非表示とすべきという意見、②検索結果の表示自体から権利侵害が明白でない場合でも、他の証拠等によって権利侵害が明白な場合には非表示とすべきという意見等について議論がなされた。本会議では、①を採用するのが相当であると考え、検索結果の表示自体から権利侵害が明白な場合に限って検索サービス提供者が非表示措置を講じるべきであるとの結論に至った。以下、その理由を述べる。

まず、第2で確認したように、検索サービスは、現在の情報社会において情報の発信者、受信者の双方に有益な社会インフラとなっている。そして、検索結果は、当該キーワードを含むウェブページの存在・所在及び当該ウェブページ（リンク先ページ）がどのようなものかを端的に示す役割を担っており、インターネットにおける情報収集に寄与している。このような検索サービスの利便性は、大量の情報について、一定のアルゴリズムに基づいて自動的・機械的に処理することにより実現されている。検索サービス提供者に対し、大量の情報一つひとつについて内容の精査を要求することは現実的ではなく、検索サービスの利便性、ひいてはその社会的意義を損なう危険がある。

次に、プライバシー侵害の判断については、(1)で述べたとおり、精

<sup>25</sup> 最判平成17年11月10日民集59巻9号2428頁 肖像権侵害の成否が争われている点でその他の事件とは性質が異なる面があるものの、その判断基準についてはプライバシー侵害の成否に関する判断基準を検討するに際して参考に値する。

緻な比較衡量が必要であるが、検索サービス提供者は、リンク先ページの表現者やリンク先ページ管理者ではなく、司法機関でもないため、プライバシー侵害の有無を判断することは極めて困難である。

また、検索結果の非表示措置は、被害申告者のプライバシー侵害の救済の側面を有するが、その一方で、検索サービス提供者は、リンク先ページ管理者と異なり、書き込みを行った表現者に対してプロバイダ責任制限法に基づく意見照会手続を執ることができないため、表現者の主張への配慮が必ずしも図られていないという問題がある。このような状況の中で、被害申告者の一方的申告に基づき非表示措置を行うことは、偏った情報による判断を強えられる恐れがあり、結果的に情報の偏在を助長し、検索サービスの根幹である中立性への信頼を揺るがす危険がある。

そもそも、検索結果はリンク先ページの内容に依拠しているものである。以上で述べたような弊害を回避し、「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーのバランスを図る観点からは、本来的には、被害申告者はリンク先ページの表現者又はリンク先ページ管理者に対し、削除の申請をすべきである。

以上のことから、本会議では、検索サービス提供者が、検索結果の表示内容自体によるプライバシー侵害を理由に非表示措置を講じるべき場合は、「検索結果の表示内容自体から権利侵害が明白な場合」に限られるべきとの結論に至った。

### (3) 非表示措置対象

非表示措置を講じる際の対象としては、非表示とすべき根拠がプライバシー侵害にあることと、検索サービス提供者が「表現の自由」や「知る権利」の保護の要請とのバランスに配慮すべき立場にあることを踏まえて、当該プライバシー侵害をもたらしている情報のみを非表示とすべきである。すなわち、検索結果のタイトル部分にプライバシー侵害情報がある場合にはタイトル部分を非表示措置とし、スニペット部分にプライバシー侵害情報がある場合にはスニペット部分を非表示措置とし、タイトル部分・スニペット部分の双方にプライバシー侵害情報がある場合には双方を非表示措置とする。なお、このうち、最も具体的な情報が表示される可能性が高いのはスニペットであるため、現実的には、スニペットのみを非表示措置とする事例が多くなるものと考えられる。

また、検索結果の表示は入力される検索キーワードによって変化するものであり、非表示措置は被害申告者のプライバシー保護のためのものであるから、非表示措置の範囲は、被害申告者から申告を受けた、当該申告者と合理的な関連性を有する検索キーワード（被害申告者の名前等）に限定

されるべきである。

### 3 検索結果にプライバシー侵害サイトへのリンクが掲載されていることによるプライバシー侵害に関する基本的な考え方

#### (1) プライバシー侵害に関する判断基準

プライバシー侵害サイトに移動するためのリンク情報が検索結果に表示されていることがプライバシー侵害になるとして非表示措置（以下「リンク情報の非表示措置」という。）を求める場合、プライバシー侵害の有無は、検索結果の表示内容をもとに判断するのではなく、リンク先ページの表現内容をもとに判断することとなる。

リンク先ページの表現によるプライバシー侵害の有無については、検索結果の表示内容自体によるプライバシー侵害の場合（第4の2の（1））と同様に、関連する諸要素の比較衡量によって判断することになる。

#### (2) リンク情報を非表示とするための判断基準

しかしながら、リンク先ページにプライバシー侵害情報がある（又はあると思われる）場合に、検索サービス提供者がリンク情報の非表示措置を必ず講じなければならないかについては、更なる慎重な検討を要する。

リンク情報の非表示措置を講じる場合にも、第4の2の（2）で挙げられた、検索サービスの社会的意義の大きさ、検索サービス提供者にとってのプライバシー侵害の判断の困難性、情報の偏在による検索サービスの中立性に対する信頼の毀損等の問題が存在し、これらの弊害を回避し、「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーのバランスを図る観点からは、本来的には、表現者又はリンク先ページ管理者に対して削除の申請をすべきという点に変わりはない。

これに加えて、プライバシー侵害サイトへのリンクを非表示とする場合には、以下に挙げるような事情も考慮する必要がある。

まず、検索結果の表示内容自体にプライバシー侵害情報が表示される場合と異なり、検索結果にリンク情報を掲載することは検索サービス提供者がプライバシー侵害情報を検索結果に表示するものではない。このため、検索結果にリンク情報を掲載することによるプライバシー侵害への関与の度合いは、検索結果の表示内容自体にプライバシー侵害情報が表示される場合と比べて相対的に低いものである<sup>26</sup>。

<sup>26</sup> 大阪高判平成21年10月23日判時2166号142頁は、児童ポルノのURLを明らかにする情報を他のウェブページに掲載する行為が児童ポルノの公然陳列に該当するか争われた事例において、検索エンジンについても触れ、「検索エンジンが児童ポルノへのハイパーリンクを設定することがあることについては、そのような児童ポルノへのハイパーリンクは、検索エンジンの利用者が児童ポルノに関連する検索語句を入力して実行することなどによって初めて設定されるものであるから、検索エンジンを開設・運営す

次に、リンク先ページの内容は、検索結果の表示内容自体に比べて、情報量が膨大となり、その内容についても多岐にわたることが多くなるため、プライバシー侵害の判断がより困難となる。

さらに、あるリンク先ページの一部の記載にのみ問題がある場合において、当該ページに対して非表示措置を講じると、当該ページ全体が検索結果に表示されなくなるため、侵害情報のみならず、当該ページ内の他の適法な情報への到達も事実上困難となり、非表示措置がインターネット上の表現者及びその受領者が有する権利に与える負の影響は大きい。

以上のことから、本会議では、被害申告者がリンク先ページの内容をもとに検索サービス提供者に対してリンク情報の非表示措置を求める場合には、検索結果の表示内容自体に非表示措置を講じる場合よりも厳しい基準に基づくべきであり、まずリンク先ページの表現者やリンク先ページ管理者に対し削除を求めるべきである（「補充性の要件」を置くべきである）という見解が多くを占めた。併せて、被害申告者が一定の補充性の要件（下記（3）で詳述）を満たした上で検索サービス提供者にリンク情報の非表示措置を求める場合には、検索サービス提供者は非表示措置を講じるべきであるという点でも見解の一致を見た。

また、補充性の要件を満たさない場合でも、プライバシー侵害の被害救済の観点から、例外的に、権利侵害がリンク先ページの表現内容自体から明白で、かつ、権利侵害の重大性又は非表示とする緊急性が認められる場合（下記（4）で詳述）に限っては、検索サービス提供者が独自に非表示措置を行うことが望まれるという考えで概ね一致した。

### （3）補充性の要件が満たされる場合

被害申告者がリンク先ページの表現者や管理者に対してリンク先ページの削除を命じる確定判決（ただし、仮処分決定の場合も含む）を取得している場合は、補充性の要件が満たされており、検索サービス提供者が当該検索結果について非表示の措置を講じるべきことについては、異論を見なかった。

なお、被害申告者がリンク先ページ管理者に対してプロバイダ責任制限法に基づいた手続を執った場合も、検索サービス提供者は当該検索結果の非表示措置を検討すべきであるとの意見が見られた。また、取得した判決（決定を含む）と類似の記述のウェブページについて非表示措置の依頼があった場合の対応についての議論もなされたが、同一性・類似性の判断が

---

るなどの行為が児童ポルノ公然陳列の正犯に該当することはなく、幫助に該当するかが問題になるにすぎないが、通常は、上記の積極的な誘引性を欠くと考えられるから、幫助にも該当しない。」と判示している。

難しく、いかなる場合に同一性を認めて非表示措置を講じるかについては、更なる検討が必要であることが確認された。

#### (4) 権利侵害の重大性又は非表示とする緊急性が認められる場合

権利侵害の重大性又は非表示とする緊急性が認められる場合として、児童ポルノ、リベンジポルノ等、性的な動画像の掲載によるプライバシー侵害のケースが挙げられた。なお、重大性・緊急性は個別判断が要求されるため、検索サービス提供者において一定の自主基準を設け、柔軟な対応をすることが望ましいとの見解で概ね一致した。

#### (5) 非表示措置の対象

プライバシー侵害サイトに移動することを可能とするリンク情報を検索結果に表示することが問題となるため、検索結果上のリンク情報及びURLを非表示とすることになる。この場合、検索サービス利用者はリンク先ページに移動できず、当該ページの情報の一部(タイトル・スニペット)を検索結果に表示することに検索サービスとしての価値はないため、結果として、検索結果上の全ての情報について非表示措置を講じることになる。

なお、非表示措置を講じる際に、被害申告者から申告を受けた、当該申告者と合理的な関連性を有する検索キーワードに限定するかについては、リンク先ページの内容はスニペットと異なり検索キーワードの内容によって影響を受けないことや、非表示措置を講じるほどに権利侵害の重大性又は非表示とする緊急性が認められる場合とはプライバシー保護の要請が極めて高い例外的な場合でもあることを考慮すると、いかなる検索キーワードによっても当該ページを検索結果から非表示とすべきとの見解が多かった<sup>27</sup>。

#### (6) 非表示措置を講じた際の検索結果の表記

非表示措置を講じる場合に検索結果にどのような表記をするのかについても議論がなされた。これについては、検索の中立性の観点から被害申告者の申告により非表示した旨の表記をするのが望ましいという意見や、被害申告者保護の観点から控えた方が良いという意見が見られた。

---

<sup>27</sup> 検索結果の表示は、一定の検索キーワードに基づき表示されるものであり、当該表示の非表示措置も当該キーワードに限定した範囲内で行えば足りるが、プライバシー侵害サイトを検索結果から非表示にすることを求められた場合、具体的な検索キーワードは必ずしも問題とならないため、検索キーワードでの限定は不要と考えられる。ただし、この場合でも、一定の検索キーワードに限定すべきではないかという考えも見られた。

#### 4 結論

以上が、検索結果の非表示措置に関する、本会議における検討の結論である。非表示措置に関する本会議の見解を再説すると、その要旨は以下のとおりである。

- (1) 検索結果の表示自体によるプライバシー侵害に関する基本的な考え方  
検索結果の表示内容自体(検索結果に表示されるタイトル、スニペット、等の記載自体)から権利侵害が明白な場合に限って非表示措置を講じる。非表示措置は、プライバシー侵害情報が掲載されている部分について講じる。
- (2) 検索結果にプライバシー侵害サイトへのリンクが掲載されていることによるプライバシー侵害に関する基本的な考え方  
原則として、リンク先ページに対して対応を求めるべきであるから、リンク先ページの削除を認める裁判所の判断がある場合に限って検索結果の非表示措置を講じる。プライバシー侵害の被害救済の観点から、例外として、①権利侵害がリンク先ページの表示自体から明白で、かつ、②権利侵害に重大性又は非表示とする緊急性が認められる場合にも非表示措置を講じる。

なお、第3の2で述べたとおり、検索結果からあるウェブページの情報非表示にしたとしても、そのウェブページ自体は存続しており、SNS等の他のサービスを利用する又はブラウザに直接URLを入力するなどしてアクセス可能であることに、変わりはない。また、あるウェブページに対して非表示措置を講じたとして、同一内容の情報が別のURLのウェブページに掲載されている場合にも、非表示措置の効果は及ばない。したがって、インターネット上でのプライバシーの保護にあたっては、検索サービスにおける非表示措置にも一定の限界があることを十分に踏まえる必要がある。

### 第5 いわゆる「忘れられる権利」の位置づけ

#### 1 「忘れられる権利」とは

昨今、「忘れられる権利」という言葉がメディアでも大きく取り上げられ、多くの人々の関心を集めている。もっとも、現時点では「忘れられる権利」という言葉が何を指すかは必ずしも明確ではなく、また、人々の間で共通の理解が存在しているわけでもないと言える。そこでまず、いわゆる「忘れられる権利」が社会の関心を集めるに至った経緯を概観する。

現在、「忘れられる権利」という場合、国内外のメディアで大きく報じら

れたこともあり、2014年5月の欧州司法裁判所の先行判決<sup>28</sup>で認められた権利が想起される場合が多いと考えられる。この判決では、個人が一定の場合に、検索サービス提供者に対し、個人に関する情報へのリンクの削除を請求する権利を有することが認められた。もっとも、当該判決を確認してみると、欧州司法裁判所自体は、「忘れられる権利」という表現を用いているわけではない。また、この先行判決に先立つ2012年1月、「忘れられる権利」(right to be forgotten)という言葉は、欧州委員会によって公表されたEUデータ保護規則案<sup>29</sup>の17条に盛り込まれた際にも話題となった<sup>30 31</sup>。ただし、このEUデータ保護規則案はその後の審議プロセスにおいて修正がなされ、現在では欧州委員会による提案段階で明記されていた「忘れられる権利」という言葉が削除され、「消去権」(right to erasure)という言葉が使用されるようになってきている。ここでは欧州司法裁判所の判決やEUデータ保護規則案の詳細な分析は行わないが、いずれにせよ、いわゆる「忘れられる権利」は基本的に欧州の法制度に関する議論の文脈において語られてきたものであること、また、その言葉の意味するところは論者によって異なりうることに留意が必要である。

こうしたなか、日本においても検索結果から自分の情報を削除するよう求める訴訟等への社会的な関心が高まってきた。もっとも、日本の事案と欧州の事案とを単純に比較することは難しく、削除を求める情報の内容が異なっていること、削除の請求根拠となる法制度が異なることなどに留意する必要がある。それでは、日本の法制度を前提にした場合、「忘れられる権利」をどのように捉えることができるのだろうか。本会議では、いくつかの仮想的な事案を設定し、考察を試みた。

## 2 「忘れられる権利」が問題となる場面

本会議の検討にあたっては、以下の仮想的な事案を前提に議論を進めることとした。

<sup>28</sup> Case C-131/12, Google Spain SL, Google Inc. v Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mario Costeja González, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152065&pageIndex=0&doclang=en&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=156601>

<sup>29</sup> EUROPEAN COMMISSION, Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation), Jan. 25, 2012, [http://ec.europa.eu/justice/data-protection/document/review2012/com\\_2012\\_11\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/data-protection/document/review2012/com_2012_11_en.pdf)

<sup>30</sup> 「忘れられる権利」自体は、これより以前から欧州において提唱されており、2009年にフランス上院に提出された法案の解説において「忘れられる権利」の意義が明記されたとされている(宮下紘「忘れられる権利」をめぐる攻防」比較法雑誌47巻4号29頁, 32-35頁(2014))。

<sup>31</sup> 2014年5月の欧州司法裁判所の判決は、現在検討が進められているEUデータ保護規則案について論じたものではなく、1995年に採択されたEUデータ保護指令の12条(b)の解釈について論じたものである。欧州においては、個人データの保護に係る制度としてEUデータ保護指令が存在するが、現在、この指令を改定し、EUデータ保護規則とするための作業が進められている。

- ・不動産の競売情報や逮捕情報が官報や新聞に掲載（掲載時には適法なものを対象とする）され、同様の情報がインターネット上のあるウェブページにも掲載された（この時点で掲載された情報に違法性はない）
- ・その結果、当該官報や新聞記事の対象となった人の名前を検索キーワードとして検索すると、検索結果に当該競売情報や逮捕情報に関するタイトル（リンク）・スニペットが表示される
- ・このケースにおいて、当該ウェブページへの情報掲載から一定期間が経過した場合、検索サービス提供者は申告に応じて非表示措置を講じなければならないか

### 3 日本における「忘れられる権利」の考え方

本会議は、上記検討事案を前提に、日本の法制度や判例を踏まえて、いわゆる「忘れられる権利」を日本でどのように考えるべきかについて、次の点を議論した。

- ①掲載時に適法だったウェブページの情報で、一定期間の経過により、ある時点から違法な情報になりうるのか
- ②一定期間経過後に当該ウェブページの掲載情報が違法になるという考えに立った場合、いわゆる「忘れられる権利」についても、日本における既存のプライバシー侵害の枠組みで考えることができるのではないのか
- ③掲載情報が適法な時点で、既存のプライバシー侵害の枠組みとは異なる観点から検索結果を非表示にすべきケースがありうるのか

①については、プライバシー侵害が問題となったノンフィクション「逆転」事件判決の考え方等も踏まえれば、インターネットに掲載した時点で適法であった情報であっても、その情報の内容によっては時の経過により違法となりうるという見解が多く見られた。このため、②に関しても、日本においては、既存のプライバシー侵害の枠組みで判断できる場合が多いのではないかという見解が多く示された。この見解に立てば、日本においても、時の経過により違法となった情報に対しては、申告者が人格権侵害を根拠に、プライバシー侵害情報を掲載しているウェブページに対して当該情報の削除を請求することができるし、一定の場合には検索サービス提供者に対しても検索結果の削除を請求することができることとなる。以上を踏まえ、本会議では、一定期間を経過して違法となった情報に対しては、これらの既存のプライバシー侵害の枠組みに基づいて判断していくことが適切であるという点で一致した。

③については、今後の議論に委ねられるところであるが、現状では、一定期間を経過しても違法とされないような適法情報について検索サービスが非表示措置を講じなければならないという立論は難しいという見解が多く見られた。同時に、本会議では、いわゆる「忘れられる権利」については現時点で確定的な解釈を与えることは難しく、今後も議論と検討を重ねていくことが必要だという見解で一致した。

## 第6 おわりに（今後の課題等）

本会議では、検索結果とプライバシー侵害の問題について、検索サービスの情報社会における社会的意義と仕組みを踏まえつつ、法的諸問題に関する基本的な考え方、非表示措置に関する基本的な考え方等の整理を試みた。

「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーのバランスをいかに図るかについては、それぞれの事案ごとに事情が異なり、その内容も多岐に渡るため、最終的には個別の判断によらざるを得ない問題である。また、検索サービス提供者が把握できる被害申告者の事情、問題となっている情報の詳細や社会的有用性に関する評価等の判断材料は限定的であり、その個別の判断には困難がつきまとうことも多い。

したがって、判断が困難な事例については検索サービスの社会的意義を損なうことのないよう裁判所の判断に委ねてきたこれまでのヤフーの対応は妥当であったと評価できる。今後も、検索サービスにおいて「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーのバランスが問題になった際には、引き続き一義的にはヤフーが本会議の検討結果を踏まえた自主基準に基づく判断を行い、判断が困難な事例については司法の判断に委ねられるべきであるというのが本会議の結論である。それらの判断に、本会議の検討結果が少しでも寄与することができれば幸いである。

以上