

## Google マップにおける名誉毀損 ・プライバシー侵害の動向

田中 宏和

福山平成大学  
(福祉健康学部こども学科)

E-mail : htanka@heisei-u.ac.jp

### 【要旨】

地図情報サービスである Google マップがクチコミ機能を搭載するようになったが、インターネットの世界において利用者に何かしらの記事を投稿・掲載させることは、他者の名誉権やプライバシー権を侵害する可能性を生じさせるということでもある。実際に、日本でも他のインターネットサービスと同じように、Google マップのクチコミをめぐる幾つかの訴訟が提起され、単なる地図を表示するというだけの決して平和的な側面だけをもつサービスであるとは言えなくなっている。

本稿はこの Google マップの裁判例の結果の動向を追うことを議論の中心に据え、Google マップなどの地図情報サービスが名誉毀損やプライバシー権侵害を構成するとなった場合に、裁判所が他のインターネットサービスの訴訟とは異なる判断傾向を持つのかどうかを明らかにしようとするものである。

キーワード : Google マップ、名誉毀損、プライバシー権

## はじめに

サイバー空間としてのインターネットが日常生活にかかせない存在となって約四半世紀が経過し、実社会との連環が円熟味を増している。通信速度やサービス利用者数などがボトルネックとなっていた黎明の時代は既に過ぎ去り、今やラジオやテレビといったメディアに置き換わるような有線・無線通信網としての地位を確立した感すらある。現在のインターネットは社会のIT・ICT化への口火を切った存在というだけでなく、IoT化を支えるユビキタスコンピューティング実現のためのライフラインとなったと言えよう。世界中の多くの人々がスマートフォン端末やパソコン端末を用い、世界中の情報の受け手としてその恩恵を受けている。

しかし、人々が手元で簡易に情報を受信できる環境を構築したということは、裏を返せば人々が簡易に情報を発信できる環境が整ったということと同義である。インターネットが大衆化すると同時に、その特徴でもあった匿名性を悪用した個人から他者への侵害行為が発生し始めたが、そういった人間社会の負の部分は現状でも尽きることはない。実社会ではなかなか実行までには至らない他者への誹謗中傷やプライバシー権の侵害につながる行為も、相手の顔色を伺えないサイバー空間上であれば完遂出来るというところが、人間の本質の残酷さでもあり愚かさといったところであろう。しかも悲劇的なことに、これまでは“表現の自由”や“通信の秘密”といった至極もっともらしい憲法上の価値観に守られていたように見える個人のサイバー空間上の書き込みなどの表現行為であったが、あまりにも目に余る行為が増えてきたことの反動なのか、今や当たり前のように違法な書き込みに対する情報開示請求が各種プロバイダになされるようになった。私企業であるこれらプロバイダが当該請求に応じざるをえない機会が増えたことで“インターネットにおける匿名性”はもはや幻想と化したと言っても過言ではない。しかし、インターネットの匿名性を過信する者は後を絶たず、同空間上での名誉毀損・プライバシー権侵害といった行為が減少している様子もない<sup>1</sup>。結果として、インターネット利用者の情報リテラシーの向上には今しばらく時間がかかるということは間違いないであろう。

さて、サイバー空間における名誉毀損・プライバシー権侵害といった違法行為は初期のインターネットの世界でも日常的に行われていた行為であり<sup>2</sup>、インターネット上の法的リスクという点においては前世紀からも議論

がある古典的な問題に属する。無論、この古典的問題は様々なインターネット上のサービスの勃興が日常的に起きる中で、手を替え品を替え継続されてきた傾向はある<sup>3</sup>が、その問題の本質的な部分はあまり変化がないように思える。しかし、侵害方法については通信速度の発達や通信料の低廉化の影響からなのか、単に文字列の書き込みによる名誉毀損・プライバシー権侵害の形から、徐々に画像や動画といった別のリソースを付加させて実行されることが多くなっている実態がある。この種の問題について、筆者が近時着目しているのは、Google マップなどに代表される地図情報サービスと連動した店舗や病院などの「クチコミ評価」を用いた名誉毀損・プライバシー権侵害の実態であり、ここ数年の訴訟傾向を見た場合に多発している違法行為の形態である。一般的に考えて、地図サービス上の位置情報に付加された状態で行われる名誉毀損・プライバシー権侵害というのは、従来のサイバー空間における同様の行為と比べても質が悪そうな印象を持ち、何故そう推測されるのかの直感的理由を分析する価値は十分にあるように思える。

そこで本稿は、近時増加傾向と推測される Google マップを中心とした地図情報サービス上でのクチコミによる名誉毀損・プライバシー権侵害の裁判例等を概観し、通常のインターネット上での名誉毀損・プライバシー権侵害との差異の有無について検証を行おうと考える。

## 1. Google マップと訴訟との関わりについて

誤解がないよう最初に言及しておくが、本稿は何も地図情報サービスである Google マップを敵視する論考をしようというわけではない。むしろ Google マップと法律の世界との関係に限って言えば、各種判例データベースで「Google マップ」と検索する限りにおいて、訴訟における証拠としても活用されている実績を持つ。その意味で、当該サービスは人類社会に資する立派な情報資源であることに違いはなく、その使用例は刑事訴訟、民事訴訟関係なく全ての訴訟形態に及び、地図情報として極めて広範かつ公共的に使用されていたものである。

ところがインターネットの地図情報サービスであるが故に、害意のある書き込みと組み合わせられると途端に有害性を帯び始めるのがこの手のサービスの悩ましいところである。初期の段階においては Google マップ上のクチコミという形ではなく、ブログなどの個人サイトや mixi などの初期の SNS などに害意ある書き込み共に関連する位置情報として Google マップを引用する形

で用いられるようになり、名誉毀損・プライバシー権侵害訴訟の客体として登場するインターネットサービスとなっていた。

## 2. Google マップのクチコミ機能と名誉毀損・プライバシー権侵害訴訟の傾向と分析

平成25年ないし平成27年頃からGoogleマップが“クチコミ機能”を当該サービス本体に実装し始めると、その書き込み機能が名誉毀損・プライバシー権侵害を構成するとして裁判上での訴訟が発生し始めた。確認できる限りにおいて、朝日新聞ならびに千葉日報の平成27年4月14日記事によると、同年4月7日付けで千葉地方裁判所松戸支部がGoogle社に対しGoogleマップ上のクチコミの削除を指示する仮処分決定を下したことが報じられており<sup>4</sup>、実際にクチコミ機能実装初期の段階からインターネット社会における摩擦要因となっていたと言える。

### (1) 発信者情報開示請求

判例データベース等で筆者が調べる限りにおいて、Googleマップのクチコミ機能に対する初期からこれまでの訴訟の傾向として、“名誉毀損ないしプライバシー権侵害に当たるとされる書き込みを行った発信者情報の公開をSNSプロバイダやアクセスプロバイダに要求する情報開示請求”が中心となっているように思える。これは、インターネットにおける名誉毀損・プライバシー権侵害訴訟の前提として、表見上は匿名であることが多い権利侵害情報の書き込み者を特定することから訴訟を開始しなければならず、そのため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」とする）5条1項（旧4条1項）に基づき、SNSプロバイダやアクセスプロバイダに「当該開示の請求に係る侵害情報の流通によって当該開示の請求をする者の権利が侵害されたことが明らかである」ことを証明して、発信者情報の開示を要求するものである。

そして、この種の訴訟において初出となるのが①αクリニック発信者情報開示請求事件（東京地判平成28年9月9日LEX/DB25537398）である。この事件で問題となったのはαクリニックに対するGoogleマップ上のクチコミであり、この記載内容が名誉毀損に当たるとしてプロバイダ責任制限法旧4条1項に基づき、アクセスプロバイダである通信会社に対して投稿者情報の開示請

求がなされ認容されたものである。さらに翌年にも②β歯科クリニック情報開示仮処分命令申立事件（東京地決平成29年8月30日ジュリ1532号115頁）も発生している。当該事件も①事件と同じく名誉毀損を理由としてプロバイダ責任制限法旧4条1項に基づき、Googleマップを運営するGoogle社を相手取った発信者情報開示の仮処分命令の申立てが提起されたが、こちらについては「本件について権利侵害の明白性（プロ責法4条1項）の要件を一応認めることはできない」として、却下の決定が下されている。また同様に③γ医療機関情報開示仮処分命令申立事件（神戸地尼崎支決平成30年5月25日LEX/DB25560846）でも「債権者の権利が侵害されたことが明らかであるとの疎明があったとはいえない」として却下され、④δ歯科医院情報開示仮処分命令事件（東京地決平成30年6月12日LEX/DB25560844）においても「本件記事によって、原告人の権利が侵害されたことが明らかとは認められない」として却下されている。通常の裁判の形で発信者情報の開示を求め認められた①事件と仮処分申立てをしたが認容されなかった②、③、④事件を比較すると、Googleマップ上でのクチコミに関する発信者情報開示への仮処分は疎明の問題故に認められにくい傾向が見て取れる。

近時になればなるほど、Googleマップのクチコミに対する発信者情報開示仮処分の申立ての実例が減少する傾向が見て取れる。一方で、この頃から実務上の訴訟戦略がある程度確立した感があるのか、上記①事件と同じように、通常の情報開示請求訴訟を行い、SNSプロバイダに当たるGoogle社やアクセスプロバイダから情報開示を勝ち取る裁判例が頻出するようになる。⑤ε歯科医院発信者情報開示請求事件（東京地判平成31年4月18日LEX/DB25581369）、⑥ζクリニック発信者情報開示請求事件（東京地判令和1年11月29日LEX/DB25583250）、⑦ηクリニック発信者情報開示請求事件（東京地判令和2年12月4日LEX/DB25586631）、⑧θ動物病院発信者情報開示請求事件（東京地判令和3年4月27日LEX/DB25589173）、⑨ιクリニック発信者情報開示請求事件（東京地判令和3年9月10日LEX/DB25601597）、⑩κ病院発信者情報開示請求事件（東京地判令和3年11月16日LEX/DB25603161）、⑪λ株式会社発信者情報開示請求事件（東京地判令和4年5月20日LEX/DB255605732）、⑫なりすまし投稿発信者情報開示請求事件（東京地判令和4年5月24日LEX/DB25605715）、⑬μ株式会社発信者情報開示請求

事件（東京地判令和4年5月25日LEX/DB25605887）では⑫事件での一部認容の事案も含めて発信者情報開示請求が認容されている。

## (2) 投稿記事削除請求

なお、本節冒頭で説明した千葉地裁松戸支部の事件の例にもあるように、Google マップのクチコミに対しては発信者情報開示請求とは異なり、直接的に名誉毀損にあたるクチコミそのものの削除を Google 社に要請する裁判も散見される。但し、これについては、クチコミ情報を裁判所が根本的に削除させてしまうという命令を発するという効果の点から、表現の自由といった憲法的価値観と比して容易に認めるべきではないといった議論が避けられず、裁判所も安易には認めない結論であると思われる。

実際に Google マップのクチコミの削除を要求した⑬ v 有限会社投稿記事削除仮処分命令申立事件（山口地決令和2年9月1日LEX/DB25569172）ないし同事件抗告（即時抗告）審（広島高決令和2年12月15日LEX/DB25569170）では記事削除の仮処分の申立てがそれぞれ却下・棄却されている。また、同様に⑭と動物病院投稿記事削除仮処分命令申立事件（東京地立川支決令和5年1月20日LEX/DB25595691）では投稿記事内容の一部仮削除を認容する仮処分が判じられたものの、その後、同決定に保全異議申立て（東京地立川支決令和5年3月30日LEX/DB25595692）がなされた結果として同仮処分が取り消され、その後の抗告審（東京高決令和5年7月31日LEX/DB25595693）でも棄却された事案もある。これらを見る限り、結局のところ Google マップのクチコミに対する投稿記事削除という結論に至ることは相当に難しいと言わざるを得ない。

## (3) 小括 ～裁判例の傾向と分析～

本節で示したように Google マップのクチコミをめぐる訴訟の帰結を概観すると、それらには少し傾向が見てとれる。

本節（1）で見てきたように、プロバイダ責任制限法5条1項（旧4条1項）に基づき、発信者情報開示の仮処分命令を申し立てることについては認容されないケースがほとんどだが、これを通常の訴訟の形で行った場合には逆に認容されるケースが多くなるという点である。おそらくこの傾向の背景には、事態の早期の打開・妥結を目指して裁判所に仮処分を申し立てるといった被害

者側の裁判手続と、発信者情報開示を裁判所が SNS プロバイダやアクセスプロバイダに命じるための要件であるプロバイダ責任制限法5条1項の「侵害情報の流通によって当該開示の請求をする者の権利が侵害されたことが明らかである」という「明らか」の「疎明の程度」が噛み合っていないことに起因すると考えられる。

発信者情報開示請求にあたってよく言われることではあるが、時間との勝負になることが多い。特に改正プロバイダ責任制限法施行前の令和4年9月30日以前においては、発信者情報を開示するだけで（a）まず SNS プロバイダに IP アドレスやメールアドレスなどの開示請求を行い、そこで得られた情報を元に（b）通信事業者などのアクセスプロバイダに該当する IP アドレス等を当時使用していた契約者の氏名や住所などの情報を開示するように求めるという2段階の訴訟が必要であった。当然、（a）ないし（b）でもって情報開示を各プロバイダから引き出そうとしても、時間の経過と共にそれらのログ情報は機械的に失われていく確率が高くなる<sup>5</sup>。そうすると元も子もないため、被害者側は通常の裁判手続に比して、より発信者情報開示が迅速に行える仮処分命令を申し立てることになるが、この仮処分は裁判所の目線で考えれば、通信の秘密や表現の自由の価値観などに重きをおくと、おいそれと発するわけにもいかず、プロバイダ責任制限法に基づいて「侵害情報の流通によって当該開示の請求をする者の権利が侵害されたことが明らかである」という要件の審査を極めて厳格に判断する必要性に迫られることとなる。本節（1）で紹介した⑫事件の「本件について権利侵害の明白性（プロ責法4条1項）の要件を“一応”認めることはできない（“”は筆者による）」という表現、⑬事件の「債権者の権利が侵害されたことが“明らかである”との疎明があったとはいえない（“”は筆者による）」という表現、⑭事件の「本件記事によって、原告人の権利が侵害されたことが“明らか”とは認められない（“”は筆者による）」という決定文中の表現からもそれらは明らかであろう。おそらく、仮処分という迅速性が求められる判断の中で、「債権者の権利が侵害されたことが明らか」の疎明のハードルを満たすことが、裁判所にとっても被害者にとっても各々の理由で難しくなる負のドグマに陥っているのではないだろうか。また、仮処分であるとはいえ、一旦請求者側に発信者情報を開示してしまうと、その仮処分を後に取り消すことになった場合においても発信者情報自体は請求者が知りえることになる<sup>6</sup>ため、この仮処分による発

信者情報開示の実際の効果の部分を考えても裁判所はその判断に慎重になるということは想像に難くない。

対して、どうしても手続き的に時間がかかってしまう通常の裁判手続きを経た発信者情報開示請求は本節(2)の①ないし⑤～⑬事件の結果を見る限りでも、認容されやすいとの印象を受けるが、果たして開示請求をした後の次の裁判に至れるまでの情報を最終的に得ることが出来たかどうかは判別が難しい。

本節(2)で示したクチコミなどの投稿記事削除請求については、被害者の救済という目線だけに立てばこれ以上に簡便な手続きはないと言える。しかしながら、仮処分とはいえ投稿記事を一つ削除する命令を裁判所が出すことは表現の自由という憲法上の価値観とは相反するものであり、その判断の可否には相応の慎重さが必要となってくる。また、⑭事件の決定本文をはじめ、幾つかの事件でも同様の趣旨のことが述べられているように、クチコミというのは悪いクチコミもあれば良いクチコミもあるというのが通常であり、良いクチコミと悪いクチコミをサイト利用者が比較して考えることで当該施設等の利用を判断するという性質を持っている。その意味で、単に主観的にネガティブな評価をしているクチコミがあるというだけでは削除請求が容認されることはおそらくなく、名誉毀損・プライバシー権侵害として認められるには、その中でもより質の悪い致命的なものでなければ認容ないとの推測が成り立つ。

### 3. 実社会とインターネット上の名誉毀損・プライバシー権侵害の差異はあるか

本稿2ではGoogleマップのクチコミ機能に関する裁判例の動向を見てきたが、ここで原点に却ってインターネット上における名誉毀損・プライバシー侵害がどのような枠組みで判断されてきたのかを分析したい。

#### (1) 名誉毀損の要件

周知の通り、名誉毀損とは、いわゆる個人などがそれぞれに有する名誉権を侵害した場合に生じる刑事・民事上の行為の総称である。

##### <刑法上の名誉毀損>

刑法第230条では「(i)公然と(ii)事実を摘示し、(iii)人の名誉を毀損した者は、(iv)その事実の有無にかかわらず、3年以下の懲役若しくは禁錮又は50万円以下の罰金に処する。(筆者注：記号は筆者による)」とし、名誉毀損罪として規定されている。その

ため、この構成要件をインターネット上における名誉毀損行為に当てはめると、(i)「公然と」という要件からは、1名対1名の通信における名誉の毀損では成立せず、複数人の眼に触れる場で相手方の名誉を毀損する行為を行った場合にこの要件を満たすことになる。それ故、我が国でSNSとして浸透しているLINEのグループ内での発言等についても当該要件を満たすという解釈となる。

次に(ii)「事実を適示し」という要件は、一般的には人の評価を低下させるために「具体的な事実」を挙げることを指し、その真実については問わないものと理解される。すなわち、インターネット上の名誉毀損行為にこれを当てはめると、「虚偽の情報」や「真実の情報であっても人の評価を下げるもの」については当該要件に合致するということになる。ただ「具体的に」という部分の理解が肝要であり、「料理がまずい」や「接客が最悪だった」というような単なる個人の主観的な感想を超えないレベルの書き込み等は当該要件を充足しないと考えるのが通常である。また、真実であっても人の評判を下げるようなものについても、刑法第230条の2第1項に「前条(筆者注：刑法第230条のこと)第一項の行為が公共の利害に関する事実に係り、かつ、その目的が専ら公益を図ることにあったと認める場合には、事実の真否を判断し、真実であることの証明があったときは、これを罰しない。」とあり、名誉毀損に当たるとされた事実を適示した書き込み等に公益性があったと判断された場合には、同条が適用され罰されない。

また、(iii)「人の名誉を毀損した」という要件に登場する「名誉」とは、いわゆる外部的名誉というように解されており、インターネット上での関わりで言えば、単に記事や投稿などを見て「傷ついた」、「ショックだった」という内部的名誉の毀損だけでは成立しないこととなる。むしろ、「〇〇さんは不倫をしている」とか「〇〇さんは実は犯罪者だった」というような、明らかに当該人物の社会的評価を下げる類の事実の適示である場合には当該要件が充足されると考えるべきである。なお、「誰の名誉を棄損したか」という点については、対象となる個人を特定さえできれば良いので、芸名や伏字、当て字を用いて名誉毀損した場合であっても要件の充足を妨げないという解釈になる。

最後に(iv)「その事実の有無にかかわらず」とは、内容の真偽は問わないという意味であり、(ii)の要件

ともおおよそ関連するものである。要するに「事実を適示し」た内容事実が真実であろうとなかろうと各要件の成立には影響をしないという解釈が導出でき、本当のことでも嘘であっても、具体的な事実をインターネット上に書き込んだような場合には、それらは名誉毀損になりうる可能性があるということになる。

以上、刑法上の名誉毀損はこれらの要件を満たした場合に成立するというのが基本的な考えであり、インターネット上においてもこの考え方が実社会と同様に適用される。なお、要件が充足せず、名誉毀損罪が成立せずとも刑法 231 条に「事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した者は、一年以下の懲役若しくは禁錮若しくは三十万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。」と規定される侮辱罪に当たる可能性は残されており、インターネット上における記事・投稿の書き込みについては細心の注意を払うべきであることは言うまでもない。

#### ＜民法上の名誉毀損＞

民法上の名誉毀損は不法行為の一種として扱われ、個人に対する責任を負うものとして損害賠償の対象となる。

要件については、すでに説明した刑法上の名誉毀損罪の要件と似通っているところがあり、(i) 事実の適示、(ii) 当該事実の適示によって人の社会的評価が低下したこと、(iii) 公然性、(iv) 違法性阻却事由の有無、といった判断基準で取り扱われる。ただ、各種要件を総合的・複合的に解釈すると、刑法上の要件とほぼ同じであると概ね理解することができる<sup>7</sup>。

#### (2) プライバシー権侵害

言うまでもなく、プライバシー権侵害については刑事上の責任はせず、民法上の不法行為として民事上の損害賠償責任が発生するに留まることとなる。条文上の明確な要件はないが、かつて『宴のあと』事件（東京地判昭和 39 年 9 月 28 日判時 385 号 12 頁）で東京地裁が示したプライバシー 3 要件である (i) 私生活上の事実または事実らしく受け取られるおそれがある事柄であること（私事性）、(ii) 一般人の感受性をして公開を欲しない事柄であること（秘匿性）、(iii) 一般人の人々にまだ知られていない事柄であること（非公知性）、と満たせば成立すると考えられている。その上で、すでに説明した名誉毀損と大きく異なる点は、まずは真実かどうかには依拠せず、単に公にして欲し

くない情報を公開された場合に成立をするということにある。

さらに、プライバシー権侵害が行われる場合には名誉毀損行為も併合して行われている場合が多く、インターネット上で想定されるような事案としては「〇〇県××市在住の△△さんは、ギャンブルの資金に充てるために会社の金を使い込んでいる」という書き込みの場合に、前段はプライバシー侵害、後段は名誉毀損（罪）を構成するというような理解をする必要がある。

#### (3) 実社会とインターネット上の名誉毀損・プライバシー権の判断基準の差異

本節 (1)、(2) で見てきたように実世界における名誉毀損・プライバシー権侵害とインターネット上における同侵害の裁判上の基準というのは同じ延長線上にある。すなわち、実社会であろうとインターネット上であろうと、刑事・民事上の名誉毀損や民事上のプライバシー権侵害の基準の枠組みについては従来からの判例・裁判例の蓄積の上に立ったものが使用されており、サイバー空間としてのインターネット上での問題だからと言って特殊な基準を用いるといったようなことは行われていないわけである。本稿 2 で紹介した判例の各々もインターネット登場以前の伝統的な名誉毀損・プライバシー権侵害の枠組みに則った判断基準が用いられ、それぞれが個別具体的に判断されているのは言うまでもない。

ところが、我々がインターネット上での名誉毀損・プライバシー権侵害に“インターネット故の特殊性”の幻想を抱きやすいのは、やはりメディアとしてのインターネットの特徴に目が行くことにあると思われる。要するに、(ア) 通信網が繋がっている限りで全世界への発信ができるという極端なまでの広範性の形質や、(イ) 匿名の体裁を保ちつつも即時かつ大量にデータ発信ができるという形質、(ウ) 新聞メディアやラジオ・テレビのような放送メディアのように情報の送り手から受け手への一方通行の情報発信ではなく、双方向での情報発信ができるという形質である。それぞれ (ア) 広範（広域）性、(イ) 即時性・匿名性・大量性、(ウ) 双方向性とも呼称されるインターネットの情報伝達の顕著な特徴ではあるが、この特徴が「インターネット上の名誉毀損・プライバシー権は今までとは違う」という先入観を抱かせるわけである。

ただ、(ア) 広範性の問題は全世界に及ぶという極端

な規模の問題はともかく、日本という国家の領域全てに及ぶという程度の範囲の話であれば、全国紙や各種出版物を通じた名誉毀損・プライバシー権侵害などでインターネット普及以前から起きていたわけであり、(イ) 即時性・匿名性・大量性という問題も情報チェックの行程数の問題こそあれ新聞やラジオ・テレビ等の放送でも起こり得た問題である。(ウ) の双方向性の問題にしても、いわゆる新聞メディアの時代に反論権の議論が憲法学の中で伝統的に語られていたように、むしろ情報の双方向性を確保することこそが表現の自由の観点からは望ましいと考えられていたのも事実であり、これをインターネット上の情報流通の特徴としてセンセーショナルに考えるのは妥当でないと思われる。以上のように考えれば、インターネット上における名誉毀損・プライバシー権侵害の判断基準は、その認定の程度に濃淡こそあれ、インターネット登場以前の名誉毀損・プライバシー権侵害の延長線上に存在する、あるいは存在すべきもの、と改めて理解すべきであろう。

#### (4) インターネット利用者が名誉毀損・プライバシー権侵害を引き起こす容易さ

一方で、実社会とインターネットの差異にとして着目すべきはインターネットの利用者が容易に名誉毀損・プライバシー権侵害を引き起こすという問題である。サイバー空間としてのインターネットはその簡便さ故にわずか十数年というスパンで人間社会の奥底にまで浸透した新たなライフラインである。結果、多くの人にとってインターネットは“(自分にとって都合が良く居心地の良い) 外の世界と簡単に繋がれる便利なツール”程度の認識を抱きやすく、自己視点の独善的な世界観を形成しやすいメディアに昇華すると考えられる。これが類似の思想グループの中で自己の主義主張を強化するというエコーチェンバー現象と呼ばれるものの温床ともなっているのであるが、それ故に己の行動が外の世界からは評価される、あるいは役に立つと思いをこめる安易な思考の土壌環境がインターネットには存在していると言えよう。

この安易な思考の土壌環境で育ったユーザーらが本節(1)でも述べた(ア) 広範性、(イ) 即時性・匿名性・大量性、(ウ) 双方向性といったインターネットの特性を纏いながら自己の意見表明という名の“報道”をするわけであるから<sup>8</sup>、インターネット上においては他

者への配慮という想像力に欠けた名誉毀損・プライバシー権侵害を引き起こされやすくなるのは想像に難くない。無論、従来のオールドメディアがそれらと比較できる程度に紳士的であったのかという議論はさておき、少なくとも記者とデスクというような複数の眼が介在した上で発信情報とあくまで個人に依拠して無濾過で発せられる情報とでは、明らかに名誉毀損・プライバシー権侵害を引き起こす容易さに満ち溢れていると言えるであろう。

#### 4. Google マップのクチコミ機能から考える位置情報と名誉毀損・プライバシー権侵害の特徴と課題

インターネットにおける名誉毀損・プライバシー権侵害の判定基準が実社会の同様の侵害行為の判定基準とあまり異ならないということはすでに説明をしたが、次の段階として検討を行うべきは Google マップのクチコミによって行われた名誉毀損・プライバシー権侵害と他のインターネット・サービスで行われた同様の行為に特徴や差異があるかという点である。この点につき本節では、名誉毀損・プライバシー権侵害をこれまで構成してきた他の SNS や BBS 等の特徴についても触れながら比較・検討してみたい。

##### (1) X (旧 Twitter)

今やインターネットにおける一大 SNS となった X (旧 Twitter) も名誉毀損・プライバシー権侵害が行われることの多い場である。実際に総務省受託事業として行われている違法・有害情報相談センターが発行する「令和 4 年度インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書(概要版)」が示す相談(作業)件数でも全体の 15.3%と SNS プロバイダとしてはトップクラスである<sup>9</sup>。無論、この全体の 15.3%の数字全てが名誉毀損・プライバシー権侵害に関わる相談であると断ずるのは適切ではないが、ただセンターが受けた年度の相談件数全体が 5,745 件であったうち、2,702 件が名誉毀損・信用毀損に関わることであったことや 3,357 件が何らかのプライバシー権侵害であったことなど(当然、これらは複合的な相談であることを加味した数字である)を考慮すると、15.3%のうち最低でも 6 割弱が名誉毀損・プライバシー権侵害に関わる問題を訴えていたものと推測される。また、判例データベースである LEX/DB (以下、「LEX/DB」とする。)においても後掲の電子掲示板として長い歴史を持つ 5

ちゃんねる（旧2ちゃんねる）を差し置いて検索件数はトップである<sup>10</sup>。

Xにおいて行われる名誉毀損・プライバシー権侵害の特徴は、口頭でのコミュニケーションの延長線上として行われる傾向があるが故に、被害者に対して名指ししないしそれに類似する形での名誉毀損・プライバシー権侵害が行なわれやすいという点である。また単に投稿（ツイート）した文字列が名誉毀損・プライバシー侵害を構成するだけでなく、当該記事を引用し名誉毀損・プライバシー侵害に該当する言動・情報を拡散させるような“リツイート”と呼ばれる行為についても名誉毀損を構成すると裁判例の幾つかは判じている。さらに進んで、他者を中傷するような投稿に対し“いいね”押すだけでもその中傷に加担したと判断されることがあり<sup>11</sup>、今後はそういった非言語的な行為に対する訴訟も増えていくものと思われる。

## (2) Facebook・Instagram

Facebook、Instagramも近時において多くの利用者を獲得しているMeta社のSNSである。「令和4年度インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書（概要版）」が示す相談（作業）件数では2つのサービスを合計しても全体の4.1%程度であり<sup>12</sup>、本節（1）のXと比較した場合には影響が少ない印象を受ける。LEX/DBでFacebook・Instagram関連事案を検索した場合も同様の傾向を示し、Xと比較すると3分の1から4分の1程度の検索数となる<sup>13</sup>。おそらくその要因はXと比較して利用ユーザーが少ないという点になるだろう。実際に世界全体でのユーザー数はFacebookのユーザー数の方がXのユーザー数よりも圧倒的に多いが、日本の市場だけで見た場合にはこれが大きく反転するという現象が起きており、関連事案の少なさはこれに起因すると考えられる。

FacebookもXと同じようにリツイートに該当するシェアという機能がある。また、“いいね”に該当する機能も有しているため、Xで起きている“いいね”による非言語的な名誉毀損問題と同じようなことが起きる蓋然性は高いものと思われる。また、LEX/DBで見る限り、Instagramにおける事案は検索数において名誉毀損よりもプライバシー権侵害の方が多くなるという特徴がある。これはInstagramというサービスが文字ではなく写真を中心に成立していることから、名誉毀損よりもプライバシー権侵害を構成しやすいのであ

ろうと思われる。

## (3) 5ちゃんねる（旧2ちゃんねる）

ここまで取り上げたインターネット上のサービスの中で最も古く、前世紀から存在するBBS（電子掲示板）であり、SNSではない。2000年代後半からSNSが一般化するまでの間に隆盛を誇り、現在でも紆余曲折を経ながらもサービスが続けられている。BBSという性質から投稿者目線では匿名性が高く、当初はインターネットのアンダーグラウンド的な側面も見え隠れしていたため、単に独善的な投稿だけでなく、いわゆる“荒らし”行為によって無秩序な言動を招きやすく、インターネットの普及初期の段階では名誉毀損・プライバシー権侵害を構成する書き込みの温床となっていた。

現在では利用者もかつてほどではなくなったが、それでも「令和4年度インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書（概要版）」が示す相談（作業）件数では全体の2.9%を有している<sup>14</sup>。更に、上述したように前世紀から続くサービスであるためLEX/DBによる関連事案数はXに次ぐ検索数となる<sup>15</sup>。

また掲示板であることから文字中心による偏狭なコミュニケーションを構築させやすく、結果的に名誉毀損的な書き込みが生じやすくなる。数字にもこれが現れており、事案としてもプライバシー権侵害よりは名誉毀損侵害に関連する事案が若干多い傾向を持っている。

## (4) Google マップ

当初は地図情報サービスとして開始したGoogleマップもクチコミ機能を実装したことにより、サービスそれ自体が名誉毀損やプライバシー権侵害を引き起こすサービスとなったことは本稿1でもすでに説明した。地図と連動した各種施設のクチコミを集め、当該施設を利用しようとする第三者の参考にしようというシステムの設計自体は全体の理に適ったものであると言えるが、あくまでユーザーの主観的な投稿となりがちになることから、名誉毀損・プライバシー権侵害を構成しやすい投稿が生じざるを得ない結果となり、「令和4年度インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書（概要版）」で算出すると前述の5ちゃんねる並みの件数（2.9%）となっている。少なくとも昨年度よりは増加していることは確実であり、動向には注視が必要であると思われる<sup>16</sup>。

Googleマップのクチコミ機能は街のガイドとして、



これまでにユーザーが実際に使用した事のある施設を紹介するというところから始まったという特徴がある。またその紹介をしてもらおうと施設利用者に対し Google 側から通知機能でもってクチコミへの投稿を要請している実態もあるため、各書き込みに対する SNS プロバイダの関与という観点について議論の余地があると思われる。クチコミが飲食店、病院、会社などの施設を対象にするものであることから、個人に対する名誉毀損・プライバシー侵害と言うよりは法人に対する名誉毀損が争われる傾向が強く、本稿 2 でも見たように法人としての医療機関や会社等に対する名誉毀損的表現が問題となるような事例が多くを占めるという点が特徴的である。

#### (5) 地図情報サービスとクチコミによる名誉毀損

Google マップで見たように地図情報サービスにクチコミを付与するという効果は施設に対する名誉毀損・プライバシー侵害を助長する側面はある。

一方で、書き込まれる実際の内容を考えた場合に「このお店のご飯はおいしくない」、「売っているものが高すぎると思う」といった主観的な感想は本稿 3 でも見たように名誉毀損を構成するにはならず、「単なる投稿者の感想に過ぎない」と裁判所には一蹴されるであろう。また、1つの施設にクチコミが複数集まり、クチコミの内容自体をそのクチコミを見た第三者が斟酌できるような状況となっている場合に、少なくとも特定のネガティブなクチコミだけを取り上げて名誉毀損の認定や投稿削除の認定などは得にくいものと思われる。この点、本稿 2 の⑭事件で「本件サイトには債権者に好意的な投稿が複数掲載されており」、名誉毀損に当たると原告が主張している投稿の「異質さが、むしろ際立っている。」と判じ、クチコミ単体の内容だけで判断するのではなく、クチコミ全体の様相が名誉毀損に当たるのかどうかを決定すると裁判所は考えている点は大変興味深い。

但し、病院などの医療施設でそのような書き込みを招きやすい「診療費を水増ししている」や「医療過誤があった」などの事実の適示は、本稿 3 で示した要件等に照らし、単体の書き込みであっても客観的に虚偽の内容であるならば、名誉毀損に当たるものと判断されていることは言うまでもない。

なお、Google マップにおけるプライバシー権侵害について特徴的なものはまだ見当たらないが、クチコミ

機能に写真等を投稿する機能も備わっていることから、Twitter、Facebook、Instagram のように文章による書き込みでの侵害行為だけでなく、写真や動画の映り込みなどによる顧客間のプライバシー権侵害などが発生する可能性もある。

#### おわりに

ここまで Google マップのクチコミ機能に着目しながら当該サービスにおける名誉毀損・プライバシー権侵害の傾向等を見てきたが、少なくとも既存のインターネット上のサービスにおける名誉毀損・プライバシー権侵害との大きな差は見受けられないというのがひとまずの結論となろう。その意味で、Google マップのクチコミ機能への名誉毀損・プライバシー権侵害も現状の法的枠組みで対応することが現状は可能であると言える。

しかしながら、様々な事象やデータを見る上で、疑念を抱かないことが全くないわけではない。例えば、本稿 2 や 4 でも見てきたように、クチコミ機能に関し裁判所は、良いクチコミも悪いクチコミもあることを理由に、名誉毀損の要件を満たさず、あくまで投稿者の主観的な感想であるといった評価に落とし込む傾向がある。もちろんこれは総合的な判断としては当然であるのだが、逆を言えば、その条件が揃わなかった場合に——すなわち、ある施設のクチコミが 1 件のネガティブな投稿しかない状態で、さらにクチコミの影響が営業などに甚大であると考えられる場合に——同様の判断基準を持ち出すのかという点は気にかかる。

また、Google マップには X などと同じく、“いいね”の機能も実装されている。これが本節 4 (1) の X の段でも言及した非言語的な表現行為として名誉毀損を構成することも今後はありうるかも知れない。

さらに Google マップはクチコミ機能に関して非言語的機能として星評価を導入しているが、これは名誉毀損には当たらない主観的評価から導出された手法の最たるものであると評価できる一方で、飲食店や各種施設にとっては看過できない影響力を有していることは間違いない。現状、Google マップの星評価は Google 社自体が評価基準を公示していることから、ある程度は透明性が高いと思われるが、この星評価の作業手順（アルゴリズム）を Google 社がユーザーに不透明な形でいじりだすと、世間を賑わせた食ベログ事件（東京地判令和 4 年 6 月 16 日ジュリ 1581 号 6 頁）の再来

ともなりかねない。つまり SNS プロバイダは名誉毀損やプライバシー権侵害の問題だけではなく、独占禁止法上の問題にも配慮をする必要が出てくるわけである。

Google マップのように、地図情報サービスにクチコミという名の各ユーザーのレビュー投稿を流し込むという手法は、データの効果的かつ効率的な利用法として多くの人々がその手軽さの恩恵に預かる場所である。ただ、本稿でも見てきたように、このクチコミ機能に必要以上に振り回される人々も少なからず存在するわけであり、単に SNS プロバイダから投稿を促されたというような場合であってもユーザーには「これは報道に当たる」というような慎重な意識を持った対応が求められるということは言うまでもないであろう。

**【注】**

- 1) 総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第二課（受託株式会社メディア開発総研）が提供する「令和4年度インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書（概要版）」では、インターネット上の違法・有害な書き込み等に関するインターネット違法・有害相談センターへの相談件数について、平成22年度から平成29年度にかけて約4倍と比例的に相談件数が増加しており、その後も微増・微減を繰り返しながら令和3年度には平成22年度の約5倍となった。その後もほぼ横ばいであり、高止まりの状態は今も続いている（総務省HP「令和4年度 インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書（概要版）」（2023年）[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000881624.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000881624.pdf)（2023年9月7日アクセス））。
- 2) サイバー空間における名誉毀損・プライバシー侵害の問題というものは必ずしもインターネットというものに限った話ではないことに留意する必要がある。電子ネットワークを用いた名誉毀損等が問題となった古典的事件としてニフティサーブ事件（東京高判平成13年9月5日判時1786号80頁）が挙げられるが、これはインターネット上で起きた事案ではなく、パソコン通信において生じた事案であった。
- 3) 本稿4でも述べているように、かつてインターネット上における名誉毀損やプライバシー侵害の問題というのは、いわゆる2ちゃんねる（現5ちゃん

ねる）などのBBS（電子掲示板）主体で行われている傾向があり、訴訟自体もそのようなものが多かった。今日、名誉毀損やプライバシー侵害はX(旧Twitter) や Facebook、Instagram, などの SNS に主戦場を移している傾向がある。

- 4) 朝日新聞「口コミ投稿削除命令 地裁松戸仮処分 グーグルは反発」（2015年4月14日朝刊8面）、千葉日報「ネット「口コミ」削除命じる グーグルに千葉地裁松戸支部」（2015年4月14日記事 <https://www.chibanippo.co.jp/news/national/251155>（2023年9月13日アクセス））
- 5) この問題はよく知られたものであり、総務省主催で令和2年12月に取りまとめられた「発信者情報開示の在り方に関する研究会 最終とりまとめ」の中でも「コンテンツプロバイダにおける開示手続に一定の時間がかかるケースでは、アクセスプロバイダが保有する IP アドレスなどのログが請求前に消去されてしまう場合がある」と言及されている。（同書・4頁 [https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000724725.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000724725.pdf)（2023年9月13日アクセス））
- 6) なお、仮処分によって発信者情報開示が認められた後に原判決が取り消されたからと言って全く意味がないとは言えない。例えば、電子掲示板への書き込みについてプロバイダ責任制限法旧4条1項に基づき発信者情報の開示を認めた決定（東京地決平成17年1月21日判時1894号35頁）につき、坂本慶一のように「債務者が本件異議審の審理終結前に原決定に基づく強制執行（間接強制）を受けて、債権者に対し原判決が開示を命じた発信者情報を開示したことにより、原判決を取り消したとしても、原状回復すること自体は事柄の性質上不可能であるというほかないが、このことによって原判決の保全命令としての効力がすべて失われたとまではいえないとして、債務者はなお保全異議の申立てをする正当な利益を有している。」と評している（坂本慶一「発信者情報開示請求を被保全権利とする発信者情報の開示を命じる断行の仮処分が認められた事例」判例タイムズ1215号（平成17年度主要民事判例解説（2006年）239頁））。
- 7) 名誉毀損に関わる民法の真実性の免責基準については「刑法230条の2第1項の考え方が、判例によって民法に持ち込まれたものである。」とされる（潮

見佳男・中田邦博・松岡久和編（野々村和喜担当）『18歳からはじめる民法（第5版）』（法律文化社2023年）8頁）。

いう数字は「昨年度と比較して増えている」ということは言える。

- 8) 個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）第57条2項では「報道」とは、不特定かつ多数の者に対して客観的事実を事実として知らせること（これに基づいて意見又は見解を述べることを含む。）をいう。」と定義されており、この定義に従えば誰でも「報道」を行えるということになる。
- 9) 総務省 前掲注1) 9頁。
- 10) 全ての事案に目を通すことは物理的に困難であるため、正確な集計ではないが LEX/DB 上で(Twitter or ツイッター or ツイート) and (名誉毀損 or 名誉棄損) という条件式で検索をしたところ 469 件が算出され、(Twitter or ツイッター or ツイート) and プライバシーという条件で検索をしたところ 463 件が算出された（2023年9月12日時点）。
- 11) 東京高判令和4年10月20日裁判所ウェブサイト
- 12) 総務省 前掲注1) 9頁。
- 13) 前掲10)と同じく、LEX/DBで(Facebook or フェイスブック) and (名誉毀損 or 名誉棄損)で検索をしたところ152件が算出され、(Facebook or フェイスブック) and プライバシーで検索をしたところ104件であった。また、(Instagram or インスタグラム) and (名誉毀損 or 名誉棄損)で検索した場合は56件であり、(Instagram or インスタグラム) and プライバシーで検索をした場合に算出されたのは91件であった（2023年9月12日時点）。
- 14) 総務省 前掲注1) 9頁。
- 15) 前掲10)と同じく、LEX/DBで(2ちゃんねる or 2ちゃんねる or 5ちゃんねる or 5ちゃんねる) and (名誉毀損 or 名誉棄損)で検索したところ391件あり、(2ちゃんねる or 2ちゃんねる or 5ちゃんねる or 5ちゃんねる) and プライバシーで検索したところ276件であった（2023年9月12日時点）。
- 16) 前掲1)にあげた「インターネット上の違法・有害情報対応相談業務等請負業務報告書（概要版）」の各年度版を遡って見ると、Google マップの統計が算出可能な令和2年度版では1.9%、令和3年度版1.6%となっており、令和4年度の2.9%と

# Trends in Defamation and Privacy Infringement on Google Maps in Japan

TANAKA Hirokazu

Department of Childhood Education,  
Faculty of Welfare and Health Science,  
Fukuyama Heisei University

E-mail : htanaka@heisei-u.ac.jp

## **Abstract**

Google Maps, a map information service, has incorporated a review service. However, in the online world, allowing users to post and publish any kind of content can also pose a risk of infringing on the rights of others, such as their reputation and privacy. In fact, in Japan, like other internet services, there have been several lawsuits related to Google Maps reviews, and it can no longer be considered a service that only harmlessly displaying maps.

This article focuses on tracking the trends in the outcomes of these Google Maps legal cases and aims to clarify whether courts exhibit different judgment tendencies compared to lawsuits involving other internet services when it comes to establishing defamation or privacy rights infringement by map information services like Google Maps.

KEYWORD: Google Maps, Defamation, Right to Privacy