

第2版はしがき

インターネット上の名誉毀損に関する実体法に関する研究、特に裁判例分析に基づく研究が少なかった2016年当時の状況を踏まえ、主に平成20年代の最新裁判例の分析を元に、裁判所の具体的判断基準とその理論的根拠を明らかにし、理論と実務に貢献しようと2016年2月に松尾が出版した本書初版（以下「初版」という。）は、望外のご好評を頂いた。初版は多くの実務家にご利用頂き、比較的早期に増刷することもできた。その後約3年を経て、大きく3つの状況が変わったように感じられる。

まずは裁判例と実務であり、松尾が初版出版後も引き続き代理人等として様々な種類の事件に、かつ、表現者側・対象者側・プロバイダ側という様々な立場¹⁾で関与させて頂く中で、東京地裁民事9部を含む実務の変化を肌で感じた。この約3年の期間には、その実務を反映した大量の裁判例も公表されている。例えばハンドルネームと同定についての#281018（177頁）、掲示板への投稿と共同不法行為に関する#281216E（188頁）等、（その先例的意義については議論があるとしても）興味深い新たな裁判例が積み重なっており、このような裁判例の展開を速やかにフォローしなければ、本書はあっという間にアウトオブデートになってしまう。

次に、関連の研究や出版が続き、名著『名誉毀損の法律実務』が改訂された²⁾他、関連する多数の良書が出版されている³⁾。

更に、松尾にとっては、初版出版を契機に勉強会等に参加させて頂くことが増え、その中で様々な意見に触れたり、相互に知見のやり取りをさせて頂くこ

1) 当然ながら、別々の案件において、という意味である。

2) 佃克彦『名誉毀損の法律実務』（弘文堂、第3版、2017）。

3) 例えば、田中辰雄・山口真一『ネット炎上の研究』（勁草書房、2016）、プロバイダ責任制限法実務研究会編『最新 プロバイダ責任制限法判例集』（LABO、2016）、電子商取引問題研究会『発信者情報開示請求の手引』（民事法研究会、2016）、関原秀行『基本講義 プロバイダ責任制限法』（日本加除出版、2016）、岡田理樹他『発信者情報開示・削除請求の実務』（商事法務、2016）、中澤佑一『インターネットにおける誹謗中傷法的対策マニュアル』（中央経済社、第2版、2016）、清水陽平著『サイト別 ネット中傷・炎上対応マニュアル』（弘文堂、第2版、2016）、清水陽平・神田知宏・中澤祐一『ケース・スタディ ネット権利侵害対応の実務』（新日本法規、2017）、清水陽平『企業を守るネット炎上対応の実務』（学陽書房、2017）、総務省総合通信基盤局消費者行政第二課『プロバイダ責任制限法』（第一法規、改訂増補第2版、2018）、関述之・小川直人『インターネット関係仮処分の実務』（きんざい、2018）他。

とで、大変勉強になると共に、初版の記述の修正の必要性を感じた。

今回の改訂では、初版の構成を基本的に維持しながらも最新の裁判例や実務に対応し、また、最新の研究成果や書籍の内容を可能な限り取り込むとともに、これらの勉強会の一つでご一緒させて頂いている山田悠一郎弁護士（職務経験中判事補）に、中立的な観点から事例へのアプローチについてご執筆頂いた（詳細は「おわりに」参照）。初版で取り上げた分野の新たな裁判例を取り込む他、ルーメン（197頁）晒し、（168頁）、サジェスト汚染（92頁）等の新たな問題を検討している。本書が、初版と同様、実務家のために少しでもお役に立てれば幸甚である⁴⁾。

2019年2月

共著者を代表して 松尾剛行

4) 本書は、2018年12月24日時点のWestlaw、第一法規、TKC、判例秘書（50音順）に掲載されている名誉毀損に関する裁判例のうち、インターネット上の名誉毀損実務において参考になると考えたものを厳選して掲載している。なお、一部その後には報道ベースで知得した裁判例や情報提供を受けた裁判例を追加で紹介している。

初版はしがき*

情報通信技術の発展、とりわけインターネットの普及によって、法理論はどのように変容したのだろうか。そしてもし変容したのであれば、その理論の変容に、実務はどのように対応すべきなのだろうか。

著者は1984年生まれである。小学生の頃からパソコン、インターネットを日常的に使ってきた。その中で自然と情報法に対して興味をもった。

1990年代以降のインターネットの普及により多くの法分野における理論と実務が変容を迫られているように思われる。例えば、名誉毀損法、プライバシー法、肖像権法、知的財産権等々である。

その中でも、インターネット上の名誉毀損の問題は特筆に値する。インターネットの普及した現在、SNSやブログ等を通じてすべての人が「表現者」となり、その表現が名誉毀損となり得る。同時に、すべての人が、「第三者が自分について（批判的ないしは中傷的な）表現をする可能性¹⁾がある」という意味での「（表現の）対象者」ともなり得る時代が到来した。インターネットの普及に伴い、単純な表現者の表現の自由の保護でもなく、単純な対象者の名誉権の保護でもない、バランスの取れた名誉毀損法の解釈論を探ることの重要性は、ますます高まっている。

このように重要な名誉毀損法に関しては、既に多くの研究及び著作が積み重ねられているが、これらの文献は、基本的には2種類に分類できるだろう。まず1つ目は、主にインターネット²⁾以外の名誉毀損に重点を置いた文献である。次に2つ目は、インターネット上の名誉毀損が発生した場合において、従来型の名誉毀損と手続法が大きく異なることから、その手続に重点を置いた文献³⁾である。確かに、従来型の名誉毀損の議論はインターネット上の名誉毀損⁴⁾においても参考になる。また、インターネット上の名誉毀損においては、固有の手続

* 2019年2月注記：なお、本「初版はしがき」は2016年1月時点のものそのままであり、例えば佃著は3版、清水著は2版が出ているものの、原文どおりとしていることに留意されたい。

- 1) 「加害者」「被害者」との文言が用いられることもあるが、本書は表現者の表現の自由にも配慮し、中立性を高めるため、あえて「表現者」「対象者」という用語を用いる。
- 2) 本書では、「インターネット以外における名誉毀損は、「従来型（の）名誉毀損」という表現を用いることとする。
- 3) 例えば、佃克彦『名誉毀損の法律実務』（弘文堂、第2版、2008）。その他、岡村久道・坂本団編『Q&A 名誉毀損の法律実務——実社会とインターネット』（民事法研究会、初版、2014）

が問題となることも多い。そこで、上記の2種類の文献はいずれも価値が高い。

しかし、インターネット上の名誉毀損法には、固有の実体法解釈論上の問題は無いのだろうか。インターネット上の表現には、誰がどのように判断しても名誉毀損となるものも少なくはない。しかし、口コミサイトやレビューブログ、SNS⁵⁾の発達により、批判的なレビュー、被害を告発する投稿等を簡単に発信・拡散できるようになったところ、その名誉毀損法上の扱いは容易でない。このような事案においては、対象者側はこれを「名誉毀損」等として削除等の措置を強く求める一方、表現者側は「表現の自由」を主張するという激しい対立が生じ得る。このような場合において、どこまでが「セーフ」で、どこからが「アウト」なのかという線引きは難しい問題であり、理論的に興味深いだけでなく、実務上の悩みの種でもある。その意味で、名誉毀損実体法の解釈論、特にこのような限界ラインの線引きに関する法理論を研究し、そこから得られる実務的な示唆をまとめることには大きな意味があるだろう。

著者は、弁護士(2007年登録)・情報セキュリティスペシャリストとして、インターネット上の名誉毀損を含む多くの情報法関係の案件に携わるとともに、留学中に「インターネット上の名誉毀損の日中比較研究」という修士論文を著した。その執筆過程でインターネット上の名誉毀損に関する裁判例を大量に収集・分類した。

本書では、このような実務経験及び研究成果を踏まえ、従来型の名誉毀損法に関する理論の蓄積という「巨人の肩」に乗りながら、インターネット上の名誉毀損のうち、実務で問題となりやすい事例とそれらに関する最新の裁判所の見解を解明するとともに、そこから実務上のメルクマール(分岐点)を読み解き、これを実務家と研究者の皆様へ提供することを目的としている。

まず、総論として、インターネット上の名誉毀損問題を考える前提となる基礎知識を要約した(第1編)。次に、主に2008年以降(平成20年代)の大量かつ最新の裁判例の蓄積を踏まえ⁶⁾、各論点について裁判所の考えを解明し、その理論的位置づけと、実務上の留意点について説明した(第2編)。

4) 例えば、清水陽平『サイト別 ネット中傷・炎上対応マニュアル』(弘文堂、初版、2015)。なお、手続に関する文献ではないが、一般向けの新書としては、鳥飼重和・神田芳明・香西駿一郎・前田恵美・深澤論史『その「つぶやき」は犯罪です』(文藝春秋社、初版、2013)が、インターネット上の名誉毀損についても分かりやすく説明している。

5) ソーシャルネットワーキングサービス。Facebook、LINE、Twitter等のオンラインにおける交流サービス。

加えて、インターネット上の名誉毀損案件を受任したり、今後担当することを考えている弁護士（及びインターネット企業の法務担当者）にとって本書が特に有益なものとなるよう、実務で問題となりそうな10の仮想事例を作成した。その上で、依頼者が表現者の場合と対象者の場合とで場合分けを行い、どのようなアドバイスが考えられるかを説明している（第3編）。

本書が皆様のお役に立てれば幸いである。

2016年1月

松尾 剛行

6) 本書で引用していないものや、従来型の名誉毀損に関する裁判例を含め、計1000件以上の裁判例を収集した。2015年12月24日にwestlaw、第一法規及び判例秘書データベース上に掲載された裁判例の最終確認を行った。本文では、基本的には最高裁判例→インターネット上の名誉毀損に関する裁判例→2008年以降の従来型の名誉毀損に関する裁判例→それ以前の従来型の名誉毀損に関する裁判例という優先順位を付けて裁判所の考えを説明した。なお、本書が2008年を重要なメルクマールにしているのは、佃・前掲書が#200411以外はすべて平成10年代以前の判決を引用しているところ、平成20年代に#220315、#220408、#220413、#240323等のインターネット上の名誉毀損に関する重要な最高裁判例が相次いで下されたことを踏まえている。

目次

はじめに	1
1 インターネット時代の名誉毀損法	1
2 インターネットの特徴毎の留意点	5
(1) はじめに	5
(2) 一般人による公衆への発信（双方向性）と読者数（層）の激変可能性	5
(3) 匿名性	7
(4) リンク・転載の容易性	7
(5) 時間・空間の超越	8
(6) インフラ化（多様化）	8
3 本書の構成	10

第1編 総論

序章 はじめに	13
第1章 インターネット上の名誉毀損の見取り図	14
1 相談事例	14
2 問題点	14
第2章 名誉毀損法の法構造	17
1 はじめに	17
2 3種類の「名誉」	18
(1) はじめに	18
(2) 外部的名誉	18
(3) 名誉感情	18
(4) 内部的名誉	18

目次

(5) 判例	18
3 刑事名誉毀損の法構造 (図2)	19
(1) 名誉毀損罪の構成要件	19
(2) 違法性・責任阻却	20
(3) 告訴	21
(4) 侮辱罪	21
4 民事名誉毀損の法構造 (図3)	22
(1) 主要条文	22
(2) 名誉毀損を理由とした損害賠償請求の要件	23
(3) 民事名誉毀損の効果	24
(4) 名誉感情侵害	25
5 民事名誉毀損と刑事名誉毀損の相違	25
(1) はじめに	25
(2) 意見論評による名誉毀損	25
(3) 過失による名誉毀損	25
(4) 公然性	26
(5) まとめ	26
第3章 サービス毎の特徴	27
1 はじめに	27
2 ウェブサイト	27
(1) 検索サイト	27
(2) 個人のウェブサイト	28
(3) 会社・組織のウェブサイト	28
(4) 行政機関のウェブサイト	28
(5) 会員制サイト	29
3 ブログ	29
4 User Generated Contents (UGC)	29
(1) 総論	29
(2) 口コミ・レビュー	30
(3) 口コミサイトからの削除に関する問題	30
(4) ランキングサイト	30

(5) 投稿サイトの性質	31
(6) 動画共有・配信サイト	31
(7) wiki	32
(8) 掲示板	32
(9) チャット	32
(10) ファイル交換ソフト	32
5 メール	33
(1) はじめに	33
(2) 公然性	33
(3) 誰が送信者か	33
(4) メールマガジン・メーリングリスト	33
(5) 改ざん	33
6 SNS	33
(1) はじめに	33
(2) 「いいね！」やリツイート	34
(3) 公開範囲	34
(4) まとめサイトと転載	34
(5) 字数制限	34
7 リンク・転載	34
8 インフラ化	35
第4章 インターネット上の名誉毀損に関する手続法	
概観	37
1 はじめに	37
(1) 従来型の名誉毀損との共通点	37
(2) インターネット上の名誉毀損の特殊性	37
2 プロ責法	38
3 削除請求(表1)	40
4 開示請求・ログ保存請求(図4)	41
5 損害賠償請求・名誉回復請求	42
6 プロバイダの責任	42
7 刑事告訴	43

第5章 関連する諸権利・諸法令	44
1 はじめに	44
2 プライバシー	44
3 肖像権	45
4 その他の人格権・人格的利益	46
5 不正競争防止法	46
6 リベンジポルノ	47
7 ストーカー規制法	47
8 刑法犯	47
9 営業権侵害・業務妨害	48
10 知的財産権侵害	48
11 その他	49
12 労働等	49
13 その他のインターネット上の行為	50
14 名誉毀損が成立しない場合の不法行為の成否	50
15 債権的名誉毀損	51
第6章 国際名誉毀損	53
1 はじめに	53
2 裁判管轄	53
3 準拠法	55
4 国際SLAPP訴訟への対応	56
5 刑事関係	56

第2編 理論編

序章 はじめに	59
---------	----

PART 1 事実摘示による名誉毀損の積極要件

第1章 摘示内容の特定	61
1 はじめに	61
2 一般読者基準	63
(1) はじめに	63
(2) 一般読者基準	63
(3) 「一般」読者は誰か	65
(4) 表現者の「意図する」読者層か	65
(5) インターネット上の名誉毀損における「一般読者」とは	65
(6) 反応からの一般読者の読み方の推認	67
3 具体的な問題	68
(1) はじめに	68
(2) 疑惑・可能性・方針	68
(3) 疑問・質問	70
(4) 逮捕等	71
(5) 風評や噂	72
(6) 伝聞	73
(7) 一方的な主張	74
(8) 願望	75
(9) 比喩・暗示	75
(10) 抽象的表現	76
(11) 文脈による意味の変化	76
(12) 方言	78
(13) インターネット上に特有の表現	78
(a) ネットスラング 78 / (b) 縦読み 80 / (c) もじり 80 / (d) 伏せ字 80 /	
(e) 誤記 81 / (f) (ハッシュ) タグ 81	
(14) 意味が確定できない場合	81
(15) その他	82
4 複数の文章の関係	82
(1) はじめに	82
(2) 新聞・週刊誌の見出し	83
(3) 広告と記事本文	85

目次

(4) 複数の報道	85
(a) はじめに	85
(b) 時系列	85
(c) 他誌の報道を考慮すべきか	86
(d) 同一の新聞・雑誌の複数の報道の関係	86
(e) 報道のインターネット上の名誉毀損に及ぼす影響	87
(5) 掲示板	87
(a) はじめに	87
(b) 掲示板のタイトル	88
(c) 他の投稿との関係	88
他のスレッドとの関係	90
(6) ウェブサイト・ブログ	91
(7) SNS	92
(8) 口コミサイト	93
(9) サジェスト汚染	93
5 1文、1フレーズを取り出すべき場合	94
第2章 摘示内容が社会的評価を低下させるか	96
1 はじめに	96
(1) 一般読者基準説	96
(2) 最近の最高裁判決	96
(3) 一般読者基準の適用の難しさ	97
2 社会的評価の低下の程度	98
3 社会的評価を低下させたとの認定が比較的容易な場合	100
(1) はじめに	100
(2) 犯罪	100
(3) 反社会的勢力との関係	100
(4) 不倫	101
(5) セクシャルハラスメント等	102
(6) 情報漏洩	102
(7) 職業人としての信頼を根本的に揺るがす事項	103
(8) その他	103
4 人格的価値に関する社会的評価の低下に限られるか	104
5 媒体の信頼性と社会的評価の低下の判断	105
(1) はじめに	105
(2) スポーツ新聞（東スポの抗弁）	105

(3) 広告	106
6 インターネット上の表現の信頼性と社会的評価の低下の判断	107
(1) はじめに	107
(2) 判断要素	110
(a) はじめに	110
(b) サービスの性質	110
(c) 投稿の主体	111
(d) 反応	111
(e) 反復継続	111
(f) 投稿内容	112
7 類型別の検討	112
(1) はじめに	112
(2) 具体性・抽象性ないしは「理由づけ」の影響	112
(a) はじめに	112
(b) 辞任・解任・退任	114
(c) 取引上のトラブル	114
(d) 無罪	115
(e) お金を持っていて羽振りが良いこと、お金が好きであること	等
(f) 多義語	117
(3) 表現方法	118
(a) はじめに	118
(b) 疑惑・假定	118
(c) 伝聞	119
(d) 一方的主張	120
(e) 名誉毀損を避ける配慮	121
(f) 固有名詞化・呼称	123
(g) アスキーアート	123
(4) 表現の対象事項	124
(a) はじめに	124
(b) プライベートな事柄	124
(c) 性的事項	125
(d) 労働・職業	126
(e) 権利行使	130
(f) 社会生活上あり得る事柄（ミス、不手際、商売の方法等）	130
(g) ネット上の行動	132
(h) 荒唐無稽	134
(5) 前提知識	135
(6) その他	135
(a) 対象者の社会的評価が高いこと	135
(b) 過去の事実	136
(c) ポジティブな記載	137
(d) その他	137
第3章 公然性	139
1 はじめに	139
2 民事名誉毀損において公然性が必要か	140
(1) はじめに	140
(2) 公然性を不要とする大審院判決	140
(3) 実務－公然性必要説	140
3 対象者のみへの伝達	141

目次

4	伝播性の理論とその広範な応用	142
(1)	伝播性の理論とは	142
(2)	抽象的閲覧／受信の可能性から公然性を認める見解	142
(3)	伝播性の理論への批判（伝播「結果」を要求する見解）	143
(4)	伝播性の有無の具体的判断	144
5	不特定・多数	145
(1)	はじめに	145
(2)	多数	145
(a)	はじめに 145／(b) 比較的大人数での肯定例 146／(c) 少人数での否定例 146／(d) 比較的大人数での否定例 146／(e) 比較的小人数での肯定例 146／(f) まとめ 146	
(3)	不特定	147
(a)	不特定の意義 147／(b) 伝播性がなく特定範囲にとどまっていること 147	
6	インターネットと公然性	148
(1)	原則	148
(2)	公開範囲の限定	149
(3)	会員制サイトその他	150
(4)	メール	150
(5)	チャット	151
第4章 「対象者の」名誉が毀損されること		152
1	はじめに	152
2	漠然と何らかの集団全般を対象とする表現	152
(1)	はじめに	152
(2)	否定例	152
(3)	肯定例	153
(4)	検討	154
3	組織関係	155
(1)	はじめに	155
(2)	法人に対する名誉毀損	155
(3)	組織への名誉毀損が個人への名誉毀損になるか	156
(4)	個人への名誉毀損が組織への名誉毀損になるか	157

(5) グループ会社	160
(6) 取引の相手方	161
(7) 国・地方公共団体	161
4 対象者本人に言及しているにもかかわらず対象者に対する 名誉毀損が否定される場合	162
5 本人そのものに直接言及しない場合	163
(1) はじめに	163
(2) 対象者に関係の深い物への言及が対象者の名誉を毀損する場合	163
(3) ある者に対する言及が、別の者の名誉を毀損する場合(他人への言及)	164
6 なりすまし	165
7 死者に対する名誉毀損	166
(1) 名誉毀損後の死亡	166
(2) 死後の名誉毀損	166
(3) 遺族自身の名誉毀損	167
(4) 敬愛追慕の情	167
(5) 法人の解散	168
8 晒し	168
 第5章 匿名・仮名による言及と対象者の特定	 169
1 はじめに	169
2 伝播性の理論の匿名・仮名表現への応用	169
3 本人を示唆する情報から本人のことだと推測できる場合	172
(1) 文脈や本人を示唆する情報による特定	172
(2) 特定の程度	173
(3) 対象者の実名が分かる必要はあるか？	174
4 社会生活との関連性がある仮名	175
5 インターネット上の人格の社会的評価が毀損されたにすぎない 場合	176
6 フィクションによる名誉毀損	178
(1) はじめに	178
(2) フィクションと特定	178

目次

(3) フィクションと社会的評価の低下	179
(4) フィクションと抗弁	180
(5) フィクションだとの主張	181
7 基準時	181
8 その他	182
(1) 写真による特定	182
(2) 社会生活上の地位と結びつかない実名	182
(3) 検索・調査	183
第6章 「表現者が」名誉を毀損したこと	184
1 はじめに	184
2 表現者の特定	184
(1) はじめに	184
(2) プロ責法では特定できない部分	184
(3) 証拠による表現者の認定	186
3 共同不法行為	186
4 表現者が組織の場合	190
(1) 組織の責任	190
(a) はじめに 190／(b) 従業員の行為—使用者責任 190／(c) 代表者の行為 190／(d) 権利能力なき社団 191／(e) 国又は地方自治体の責任 191	
(2) 個人の責任	191
(a) 原則 191／(b) 部下の免責 192	
(3) 役員の責任	193
5 情報提供者の責任	195
(1) はじめに	195
(2) マスメディアへの情報提供	195
(3) インターネット上の名誉毀損の場合	196
(4) ブログへのコメント	197
6 ルーメン	198

PART 2 真実性・相当性の法理

1 はじめに	199
--------	-----

2	刑法 230 条の 2	199
3	真実性・相当性の抗弁	202
4	留意点	202
5	本 PART の構成	203
第 7 章 公共性（公共の利害に関する事実）		204
1	はじめに	204
2	プライバシー・私生活上の行状	205
(1)	はじめに	205
(2)	例外的に公共性が認められる場合	206
(3)	「社会的活動の性質及びこれを通じて社会に及ぼす影響力の程度」	206
(a)	最高裁の判断	206
(b)	政治家	207
(c)	社会的影響力のある団体の幹部等	208
(d)	芸能人等	208
(e)	被疑者・被告人	209
(f)	その他	209
3	対象者の類型と公共性	210
(1)	はじめに	210
(2)	公職者・公的団体とその関係者	210
(3)	芸能人	211
(4)	私企業・私的団体	211
4	表現の対象事項の類型と公共性	212
(1)	はじめに	212
(2)	犯罪行為等	212
(3)	組織内部・部分社会内部に関する事項	213
(4)	裁判	214
5	その他	215
第 8 章 公益性（専ら公益を図る目的に出た場合）		216
1	はじめに	216
2	公共性のある事項に関する表現であること	216
3	公益以外の目的の具体的内容	217
(1)	嫌がらせ・復讐・攻撃	217
(2)	権利行使目的	218
(3)	営利目的	218

目次

(4) 拡散希望	219
(5) 説得指導	220
4 表現方法その他の客観的な事情	220
(1) はじめに	220
(2) 誹謗・中傷・揶揄	220
(3) 中立性・客観性	222
(4) 具体性・抽象性	223
(5) 投稿先等	223
(6) 社会的責務	224
(7) 必要性等	224
(8) 虚偽性	225
(9) 限られた社会	226
5 その他	226

第9章 真実性（真実であることの証明があったとき）

.....	227
1 はじめに	227
2 個別の記載と「印象」の違い	227
3 一般読者基準	228
4 重要部分の真実性	228
(1) はじめに	228
(2) 重要部分の判断基準	229
(3) 社会的評価の低下との関係	230
(4) 具体的な判断	232
(a) 数量 232／(b) 厳密な意味としては相違する表現 233／(c) 「業界では有名」 233／(d) その他 234	
5 摘示事実類型毎の特徴	235
(1) はじめに	235
(2) 実質的同一性・実質的経営者	235
(3) 不良品	236
(4) 反社	237
(5) その他	237

6	真実性の証明の程度	238
7	真実性の判断基準時	239
8	証拠・立証に関する類型別の分析	241
	(1) はじめに	241
	(2) 判決	241
	(3) インターネット上の情報	242
	(4) 噂	242
	(5) アンケート	243
	(6) 情報源	243
	(7) 証拠能力	243
	(8) 証明力・証拠の方法	243
	(9) その他	244
9	発信者情報開示の構造	244
第10章 相当性（その事実を真実と信ずるについで相当の理由があるとき）		
	1 はじめに	247
	2 相当性判断の基準時	249
	3 相当性の判断要素	250
	(1) はじめに	250
	(2) 最高裁判例からみる判断要素	250
	(3) 判決	251
	(4) 捜査機関からの情報提供	252
	(5) 他の報道機関の報道	253
	(6) 取材	254
	(a) はじめに 254 / (b) 疑義の確認 255 / (c) 伝聞 255 / (d) 信頼のできる情報源 256 / (e) 対象者への取材 256	
	(7) インターネット上の情報	257
	(8) その他	258
第11章 真実性・相当性の法理を乗り越える試み		
	1 はじめに	259

目次

2	真実性・相当性の法理への批判	259
3	真実性の法理・相当性の法理を乗り越える試み	261
	(1) 立証責任の転換	261
	(2) 非マスメディア型事件	261
	(3) 現実の悪意	262
4	国又は地方公共団体による名誉毀損	262
	(1) はじめに	262
	(2) 公表の行政法上の位置付け	263
	(3) 国家賠償法	264
	(4) 過去の先例	265
	(5) 近時の裁判例	266
	(6) 最高裁判決	268
	(7) 最近の高裁判決	268
	(8) 検討	269
	(a) はじめに 269 / (b) 想定外の者の不利益 269 / (c) 行政目的との均衡 269 / (d) 法的根拠 270 / (e) 時の裁量 270 / (f) 実名を公表すべきか 270	
	(9) 行政機関による公表に対する削除請求	271
	(10) 議会について	272
	(11) 取材・情報提供	273
5	SLAPP	274
	(1) はじめに	274
	(2) 訴訟提起が不法行為となる場合	274
	(a) 最高裁 274 / (b) 損害賠償が認容された事案 275 / (c) 否定例 276	
	(3) 訴権の濫用	277
	(4) 立法的解決?	277

PART 3 意見・論評による名誉毀損

第12章	意見・論評による名誉毀損総論	279
	1 はじめに	279
	2 事実言明と論評の区別の意味	279
	3 表現が「意見」か「事実」か	280

4	意見と事実の判断に関する具体的問題	281
(1)	一般読者基準による判断	281
(2)	黙示の事実表明の具体例	282
(3)	法的見解の表明	282
5	インターネット上の名誉毀損において頻繁に問題となる類型	284
(1)	感想	284
(2)	推測	285
(3)	評価	285
(4)	その他	285
第13章 意見・論評が社会的評価を低下させるか		287
1	はじめに	287
2	個人の感想・愚痴	287
(1)	はじめに	287
(2)	客観的判断基準がないこと	288
(3)	一般人の投稿に関する留意点	289
(4)	単なる感想に関する裁判例	290
(5)	感想が具体的根拠をもつ場合	292
(6)	感想の中でも表現が強い場合	295
(7)	推測	295
3	反対意見・批判と名誉毀損	296
4	一方的主張	297
5	問題提起等	298
6	定型的な評価	299
7	誹謗中傷	300
第14章 公正な論評の法理		302
1	法理の内容	302
2	法理への疑問	304
3	前提事実が存在しない場合（裸の意見表明）	304
4	前提事実の一部に真実性・相当性がない場合	305
5	人身攻撃に及ぶ等意見ないし論評としての域を逸脱したもので	

目次

ないこと	306
(1) 意義	306
(2) 判断要素	307
(3) 執拗性、揶揄・愚弄・嘲笑・蔑視	307
(4) 対象者側の事情	309
(a) 対象者が誰であるか 309／(b) 対象者の行為 310	
(5) 論評の対象の内容などとの相関関係	312
(6) 配慮	313
(7) 具体例	313
6 感想・口コミとの関係	314

PART 4 その他の諸問題

第15章 正当防衛・対抗言論 316

1 はじめに	316
2 先行する対象者の言動がある場合	316
(1) 正当防衛	316
(2) 昭和38年判決	317
(3) 最近の裁判例	318
(4) 応酬的言論（やりとりの応酬）	321
3 (対象者による事後的な) 対抗言論	322
(1) はじめに	322
(2) 平成22年決定	323
(3) (対象者の事後的な) 対抗言論の機会	324
(a) 対抗言論に否定的な裁判例 324／(b) 対抗言論を重視した裁判例 325／(c) 対抗言論の機会がないとされた場合 326	
(4) 対象者が現実に対抗言論を行ったこと	326

第16章 正当な言論 328

1 はじめに	328
2 解雇等事実の公表	328
3 オークションの評価欄	330

4	その他	331
	(1) 団体の内部手続	331
	(2) 業務上の行為	332
	(3) 行政への説明	333
	(4) 弁護士業務	333
	(5) その他	333
第17章 その他の抗弁事由		334
1	はじめに	334
2	名誉毀損後の事由	334
	(1) はじめに	334
	(2) 犯人視報道後の有罪判決	334
	(3) 訂正記事・削除・謝罪等	335
	(4) 宥恕	336
3	配信サービスの抗弁	337
4	訴訟行為	338
5	故意・過失の欠缺	341
6	その他	342
第18章 転載・リンクに関する諸問題		343
1	はじめに	343
2	摘示内容の特定	344
	(1) 転載・引用	344
	(2) リンク等	346
	(a) リンク 346／(b) リンクと特定 348	
	(3) いいね！	349
	(4) リツイート	349
3	既に社会的評価が低下していることの影響	350
	(1) はじめに	350
	(2) 転載と損害	352
4	対象者自身による情報公開の影響	353
	(1) はじめに	353

目次

(2) 一般論	353
(3) 同意・承諾	355
(4) まとめサイト	356
(5) 真実性・相当性の抗弁の適否	357
第19章 救済	358
1 はじめに	358
(1) 対象者にとっての救済手段	358
(2) 「不法行為」を前提とするものとししないもの	358
(3) 救済手段相互の関係	359
2 損害賠償	359
(1) 慰謝料	359
(a) はじめに 359 / (b) 慰謝料算定の考慮要素 360 / (c) 慰謝料高額化・定型化の提言 361 / (d) インターネット上の名誉毀損であることは加減いずれの要素か 363 / (e) 実損害(具体的損害) 367	
(2) 対応費用(弁護士費用・調査費用等)	369
(a) はじめに 369 / (b) 認定される弁護士費用の少なさ 370 / (c) 調査費用等 371	
(3) 反論費用	374
(4) 過失相殺	375
(5) 表現者以外の責任	376
(6) その他	376
3 謝罪広告	376
(1) はじめに	376
(2) 「適当」な場合	377
(a) 「適当」性の一般論 377 / (b) 従来型名誉毀損 378 / (c) インターネット上の名誉毀損 379 / (d) 真実による名誉毀損 379 / (e) 匿名による名誉毀損 380	
(3) 謝罪広告の内容	380
(4) 謝罪広告の条件	381
(5) 謝罪文の交付請求	382
(6) 国又は公共団体と謝罪広告	383
(7) その他	384

4	削除請求	384
(1)	総論	384
(2)	対象者に対する本訴手続における削除請求	384
	(a) 人格権 384 / (b) 民法 723 条 385 / (c) 削除請求の範囲 385	
(3)	第三者への削除請求	387
	(a) 削除権限 387 / (b) コンテンツプロバイダに対する削除請求 387 / (c) 検索エンジンへの削除請求 387	
(4)	削除済みとの主張	388
5	事前差止	388
(1)	はじめに	388
(2)	仮処分	389
(3)	本訴	390
(4)	アカウント削除	392
6	時効	392
(1)	はじめに	392
(2)	損害を知った時	392
(3)	「加害者を知った」	394
(4)	中断	394
(5)	民法改正	394
7	強制執行	395
8	遅延損害金	395
9	その他	396
	(1) 擬制自白	396
	(2) 訴訟費用	396
	(3) 弁済の充当	396
第 20 章 名誉感情侵害（侮辱）		397
1	はじめに	397
(1)	名誉感情とは	397
(2)	名誉感情の侵害方法	398
	(a) はじめに 398 / (b) 侮辱 398 / (c) 写真・図画による名誉感情侵害 398 / (d) 動作による名誉感情侵害 399 / (e) その他 399	

目次

(3) 名誉感情を侵害が不法行為となる要件	400
(a) はじめに	400
(b) 社会通念上許される限度	400
(c) 故意・過失	401
(d) 因果関係ある損害	401
2 名誉感情侵害と名誉毀損の違い	401
(1) 両者が異なる対象に対する侵害を内容とすること	401
(2) 公然性は不要	402
(3) 法人	402
(4) 名誉感情侵害と謝罪広告	402
(5) 民事訴訟法上の問題	402
3 刑事と民事	403
(1) 侮辱罪	403
(2) 民法と刑法の違い	403
(3) 侮辱罪と混同する裁判例	404
4 対象者本人と「一般読者」	404
(1) 対象者本人の重要性	404
(2) 公然性は不要	405
(3) 一般読者基準・同定	405
(a) 意味内容の特定	405
(b) 同定	406
5 社会通念上許容される限度	406
(1) はじめに	406
(2) その他の表現	408
(a) はじめに	408
(b) 受忍限度	408
(c) 業務の適正な範囲・指導としての 範ちゅう	408
(d) その他	409
(e) まとめ	409
(3) 判断方法	409
(a) 客観的判断	409
(b) 判断要素総論	410
(4) 判断要素各論	411
(a) はじめに	411
(b) 表現内容	411
(i) はじめに	411
(ii) 用いられる文言そのものの侮蔑性	411
(iii) 具体 性・根拠	412
(iv) 回数	413
(v) 意味の不明確性	414
(vi) 摘示される 事実が社会的評価を低下させるか否か	414
(c) 周囲の状況	415

(i) はじめに	415	(ii) 表現の場における状況	415	(iii) 場所の特質	415
(iv) テーマにまつわる状況	415				
(d) 当事者の客観的属性・行為等	416				
(i) はじめに	416	(ii) 対象者の属性	416	(iii) 対象者側の行為	417
対象者側と表現者側の従前の関係	418	(v) 当事者の客観的なコミュニケーションのシチュエーション	418	(vi) 対抗言論・反論可能性	418
(e) 当事者の主観的意図・目的等	419				
(i) はじめに	419	(ii) 具体的な判断	419		
(5) 具体的な判断	421				
(a) はじめに	421				
(b) 表現の内容に関する事案	421				
(i) はじめに	421	(ii) 容姿・外見等に関する事案	421	(iii) 年齢に関する事案	423
(iv) 性的事案	424	(v) 能力・判断力等に関する事案	425	(vi) 性格に関する事案	426
(vii) 状況・行為に関する事案	427	(viii) 脅迫的事案	428	(ix) 他の否定的表現	428
(x) その他	430				
(c) シチュエーションに関する事案	431				
(i) はじめに	431	(ii) ストーキング	431	(iii) ハラスメント	431
顧客対応	432	(v) 叱責	433	(vi) 退職勧奨	433
(d) 限界事例	433				
5 抗弁	433				
(1) はじめに	433				
(2) 正当業務行為	434				
(3) 合理的指導	434				
(4) 必要性・相当性	435				
(5) 訴訟行為	435				
(6) 真実性・相当性	435				
(7) その他	436				
6 救済	436				
(1) はじめに	436				
(2) 慰謝料	436				
(a) 概観	436	(b) 考慮要素	437		
(3) 慰謝料以外の賠償	438				

目次

(4) 削除等	438
(5) 謝罪広告	438
(6) その他	438

第3編 実務編

はじめに

1 基本的な対処方法	441
(1) はじめに	441
(2) 対象者にとっての基本的な対応方法	441
(3) 表現者にとっての基本的な対応方法	443
(4) 名誉毀損成否の可能性の重要性	445
2 本編の構成	445

ケース1 公然性事案

1 問題の所在	449
2 実務上の判断のポイント	449
(1) 摘示内容の特定 (第2編第1章)	449
(2) 事実摘示による社会的評価の低下 (第2編第2章)	450
(a) 一般論 450 / (b) インターネット上の表現の信頼性 450	
(3) 公然性 (第2編第3章)	451
(4) 真実性・相当性 (第2編第7章～11章)	451
(5) 名誉感情侵害 (第2編第20章)	452
(6) その他	452
3 表現者 (A) に対するアドバイス	453
4 対象者 (B) に対するアドバイス	453
5 中立的立場から	453

ケース2 仮名・匿名事案

1 問題の所在	455
2 実務上の判断のポイント	456

(1) 摘示内容の特定（第2編第1章）	456
(2) 事実摘示による社会的評価の低下（第2編第2章）	456
(a) 一般論 456／(b) インターネット上の表現の信頼性 456	
(3) 匿名・仮名（第2編第5章）	457
(4) 真実性・相当性（第2編第7章～11章）	458
3 対象者（B）に対するアドバイス	459
4 表現者（A）に対するアドバイス	460
5 中立的立場から	460
ケース3 会社事案	
1 問題の所在	463
2 実務上の判断のポイント	463
(1) 摘示内容の特定（第2編第1章）	463
(2) 事実摘示による社会的評価の低下（第2編第2章）	464
(a) 一般論 464／(b) インターネット上の表現の信頼性 464	
(3) 「表現者が」名誉を毀損したこと（第2編第6章）	465
(4) 真実性・相当性（第2編第7章～11章）	465
(5) 正当な言論（第2編第16章）	467
3 表現者（A1～A3）に対するアドバイス	468
4 対象者（B）に対するアドバイス	469
5 中立的立場から	470
ケース4 口コミ事案	
1 問題の所在	472
2 実務上の判断のポイント	473
(1) 摘示内容の特定（第2編第1章）	473
(2) 事実摘示か意見・論評か（第2編第12章）	474
(3) 事実摘示による社会的評価の低下（第2編第2章）	474
(a) 一般論 474／(b) インターネット上の表現の信頼性 474	
(4) 意見・論評による社会的評価の低下（第2編第13章）	475
(5) 真実性・相当性（第2編第7章～11章）	476
(6) 公正な論評の法理（第2編第14章）	478

目次

3 表現者 (A) に対するアドバイス	478
4 対象者 (B) に対するアドバイス	479
5 中立的立場から	479

ケース5 論争事案

1 問題の所在	482
2 実務上の判断のポイント	482
(1) 摘示内容の特定 (第2編第1章)	482
(2) 事実摘示か意見・論評か (第2編第12章)	483
(3) 事実摘示による社会的評価の低下 (第2編第2章)	483
(a) 一般論 483 / (b) インターネット上の表現の信頼性 484	
(4) 意見・論評による社会的評価の低下 (第2編第13章)	484
(5) 真実性・相当性 (第2編第7章~11章)	485
(6) 公正な論評の法理 (第2編第14章)	486
(7) 正当防衛・対抗言論 (第2編第15章)	486
3 表現者 (A) に対するアドバイス	487
4 対象者 (B) に対するアドバイス	489
5 中立的立場から	489

ケース6 転載事案

1 問題の所在	492
2 実務上の判断のポイント	492
(1) 摘示内容の特定 (第2編第1章・第18章)	492
(2) 事実摘示か意見・論評か (第2編第12章)	493
(3) 事実摘示による社会的評価の低下 (第2編第2章)	493
(a) 一般論 493 / (b) インターネット上の表現の信頼性 494	
(4) 既に類似の報道がされていることの影響 (第2編第18章)	494
(5) 意見・論評による社会的評価の低下 (第2編第13章)	495
(6) 真実性・相当性 (第2編第7章~11章)	495
(7) 公正な論評の法理 (第2編第14章)	497
(8) A2による表現か (第2編第18章)	497
(a) 「いいね!」の評価 497 / (b) リツイートの評価 498	

(9) 転載行為における相当性	498
3 表現者 (A1 及び A2) に対するアドバイス	499
4 対象者 (B) に対するアドバイス	500
5 中立的立場から	500
ケース 7 総合事案 1	
1 問題の所在	503
2 実務上の判断のポイント	503
(1) 摘示内容の特定 (第 2 編第 1 章)	503
(2) 「対象者の」名誉が毀損されること (第 2 編第 4 章)	504
(3) 事実摘示か意見・論評か (第 2 編第 12 章)	505
(4) 事実摘示による社会的評価の低下 (第 2 編第 2 章)	506
(a) 一般論 506 / (b) インターネット上の表現の信頼性 506	
(5) 意見・論評による社会的評価の低下 (第 2 編第 13 章)	507
(6) 真実性・相当性 (第 2 編第 7 章～11 章)	507
(7) 名誉感情侵害 (第 2 編第 20 章)	509
(8) 情報提供者の責任 (第 2 編第 6 章)	509
3 対象者 (B1 及び B2) に対するアドバイス	510
4 表現者 (A1 及び A2) に対するアドバイス	511
5 中立的立場から	511
ケース 8 総合事案 2	
1 問題の所在	513
2 実務上の判断のポイント	514
(1) 摘示内容の特定 (第 2 編第 1 章)	514
(2) 事実摘示による社会的評価の低下 (第 2 編第 2 章)	514
(a) 一般論 514 / (b) インターネット上の表現の信頼性 514	
(3) 匿名・仮名 (第 2 編第 5 章)	515
(4) 真実性・相当性 (第 2 編第 7 章～11 章)	515
(5) その他	516
3 表現者 (A) に対するアドバイス	517
4 対象者 (B) に対するアドバイス	517

5 中立的立場から	518
ケース9 総合事案3	
1 問題の所在	519
2 実務上の判断のポイント	520
(1) 摘示内容の特定(第2編第1章)	520
(2) 転載・リンクに関する諸問題(第2編第18章)	520
(3) 事実摘示か意見・論評か(第2編第12章)	521
(4) 事実摘示による社会的評価の低下(第2編第2章)	521
(a) 一般論 521/(b) インターネット上の表現の信頼性 521	
(5) 意見・論評による社会的評価の低下(第2編第13章)	522
(6) 真実性・相当性(第2編第7章~11章)	523
(7) 公正な論評の法理(第2編第14章)	523
3 B(対象者)に対するアドバイス	524
4 A(表現者)に対するアドバイス	524
5 中立的立場から	525
ケース10 総合事案4	
1 問題の所在	527
2 実務上の判断のポイント	528
(1) 摘示内容の特定(第2編第1章)	528
(2) 転載・リンクに関する諸問題(第2編第18章)	529
(3) 事実摘示か意見・論評か(第2編第12章)	529
(4) 事実摘示による社会的評価の低下(第2編第2章)	530
(a) 一般論 530/(b) インターネット上の表現の信頼性 530	
(5) 意見・論評による社会的評価の低下(第2編第13章)	531
(6) 真実性・相当性(第2編第7章~11章)	531
(7) その他の抗弁事由(第2編第17章)	533
(8) その他の問題	534
3 表現者(A)に対するアドバイス	534
4 対象者(B1)に対するアドバイス	535
5 中立的立場から	536

判例索引	539
事項索引	605
おわりに	611

はじめに

1 インターネット時代の名誉毀損法

インターネットは既に社会に不可欠のインフラとなっているが、インターネット上で行われる多種多様なコミュニケーションの中には、他人の権利を侵害するものが存在する。そのうち、名誉権が侵害される、いわゆる「インターネット上の名誉毀損」も数多くみられる。

インターネット技術の急速な発展と変化に伴い、人々のオンライン上のコミュニケーション方式も急速に変化している。そのようなコミュニケーション方式の変化に伴い、インターネット上の名誉毀損もまた変化している。

かつては、パソコン通信¹⁾上の名誉毀損が問題となっていた。

その後、5ちゃんねるのような匿名掲示板²⁾における名誉毀損が重大な社会問題となり、2001年にはプロ責法も制定された。近年ではその比重が相対的に落ちてきているものの、掲示板³⁾上の投稿をまとめたいわゆる「まとめサイト」⁴⁾等による名誉毀損や、まとめサイトへの転載による被害拡大も問題となっている。

また、ブログ⁵⁾時代の到来につれ、ウェブサイト上の名誉毀損から、ブログ上の名誉毀損へと問題の焦点が移るという歴史的展開が存在した。

さらに、近年のSNS⁶⁾の隆盛により、SNSにおける名誉毀損が重要な焦点と

1) ニフティサーブ等の特定のネットワーク内でユーザー同士が会議室、掲示板、チャットルーム等で交流する通信サービス。パソコン通信は厳密な意味での「インターネット」とはやや異なるが、本書では、パソコン通信上の名誉毀損についてもインターネット上の名誉毀損として扱う。

2) インターネット上で誰でも匿名で投稿ができる掲示板であり、個別のテーマ毎にスレッドといわれる個別の掲示板が作成される。なお、本書初版時代は「2ch」であったが、「5ch」になった（当該掲示板は途中で複数に分かれており、2019年2月時点でも「2ch」も残っている）。

3) 本書で「掲示板」というのはインターネット上の（匿名）掲示板のことを指す。

4) 他のウェブサイト等のインターネット上の情報を編集しまとめたウェブサイト。掲示板だけではなく、最近ではSNS上の投稿をまとめたまとめサイト等も出現している（後述#300628（#301211で上告不受理）等参照）。

5) 日記作成機能をもったオンラインサービスのうち、SNSを除くもの（総務省調査15頁）。

6) 人と人のつながりを促進サポートする機能を持ち、ユーザー間のコミュニケーションがサービスの価値の源泉となっている会員専用のウェブサービス（総務省調査16頁）。

はじめに

なっている。SNSにおいては、自分の友人と会話をするつもりで気軽に投稿するユーザーも少なくないことから、不注意で他人の名誉等を傷つける事例がより多くみられるだけではなく、特に、気軽に情報を転載・共有できることから、(少数の)「友達 (Facebook の場合)」や「フォロワー (Twitter の場合)」等と会話し、ないしは愚痴を述べただけのつもりが、瞬く間に「祭り」「炎上」という形で多くの人の目に触れることになり、対象者の名誉を大きく傷つけることになる可能性がある⁷⁾。そこで、近年では少なからぬ企業が SNS 規程等を作成したり、従業員に対して研修を行う等によって、(勤務時間外についても)従業員が SNS を利用する際に注意すべきことを明確化し、企業の信頼を失墜する事態を回避しようとしている⁸⁾。

本書は、このようなインターネットの急速な変化に伴い、急速に変化を遂げつつあるインターネット上の名誉毀損の実情を踏まえ、インターネット上の名誉毀損に関する法理論と法実務がどのように変化したのかを考察する。

特に、インターネットの発達により、これまで発信手段をもたなかった一般私人が発信の機会を得たことは重要である。もちろん、発信の機会があるといっても個別の投稿が多くの人に「読まれる」とは限らない。しかし、多種多様な事実や意見が公開され、それが公的な討論の対象になり得るといふことの意義は決して小さくないだろう。インターネット時代には、マスメディアによって濾過された後の意見のみが公開されていた時代よりも、「質の低い」⁹⁾情報の数が必然的に増えることにはなるものの、(上記のような、意図せず「炎上する」事案とは異なり)無名の一般私人の調査結果や意見が、その内容のよさからスポットライトを浴び、多くの人の意思決定に影響を与えることも場合によってはあり得るといふ意味で、一種の「思想の自由市場」が出現したことの意義は否定できないだろう¹⁰⁾。

このような背景を踏まえ、インターネット上の名誉毀損においては特に表現

7) そればかりではなく、炎上の結果として、表現者自身やその所属先が大きな批判を浴びる可能性もある。

8) 松尾剛行『AI・HR テック対応 人事労務情報管理の法律実務』(弘文堂、初版、2018) 333 頁も参照。

9) そもそも何をもって質が高いかという問題があるが、結果的に名誉毀損・名誉感情侵害と判断される違法な投稿は少なくとも「質の低い」といってもよからう。

10) もっとも、筆者(松尾)が関与した案件では、一般私人である表現者が、SNS 上で何万ものフォロワーを獲得して、誹謗中傷を大量に拡散する事例もあり、問題はその「使い方」であって、必ずしも伝達・拡散の可能性の広がりそのものをもって諸手を挙げて賞賛すべきとは限らない。

の自由の保障と名誉権の保障との間の微妙なバランスをいかにとるかが特に重要な問題となってくるであろう。そのバランスのとり方によっては、極端な場合には、インターネットが誹謗中傷も野放しの「無法地帯」になるかもしれないし、逆に、名誉毀損と指弾されることによる萎縮効果のため、思っていることを自由に表現できなくなり、「思想の自由市場」が消滅するかもしれない。その意味で、双方のバランスを探る営為は非常に重要である。

本書は、このような問題意識を踏まえ、インターネット上の名誉毀損における諸問題について、従前の理論と実務の蓄積を踏まえながら、この理論と実務がどのように変わったか、変わるべきかを裁判例分析の手法を中心に検討する。

ここで、法実務という意味では、手続法（37頁）は確かに重要である。インターネットの匿名性により簡単に表現者を特定できず、また投稿が原則としてそのままインターネット上に残ることから、プロバイダ¹²⁾に対し表現者の情報の開示を請求したり、表現の削除（送信防止措置）を請求するといった手続が新たに必要となった。実務においては、プロ責法や関係ガイドライン（38頁）に基づき従来型の名誉毀損とは異なる、固有の手続が運用されている。そこで、このような手続に関する情報は、インターネット上の名誉毀損に関する法実務を考察する上で一定の重要性があることは否定できない。

もっとも、このような手続については、既に類書が出ている（例えば関小川、清水及び清水神田中澤）ばかりではなく、ウェブサイト毎に実務が異なり、同じウェブサイトでも比較的短期間に実務が変わるばかりか、被害が多発する重要なウェブサイト・サービスも比較的短期間のうちに新規に登場する、書籍と¹³⁾いう媒体で情報を提供する場合には相当高頻度での改訂が必要で、さもなければ急速に情報が陳腐化しかねないという問題が指摘できる。¹⁴⁾

そこで、本書においては、インターネット上の名誉毀損の問題に関する実体

11) 特に実務を踏まえた論点の頭出しとそれに関する従来型名誉毀損に関する判例の分析という意味では佃の貢献が大きいと考えており、本書でも必然的に同書を引用することが多くなっている。

12) インターネットに関するサービスを提供する業者（40頁）。

13) 今回は、勤草書房様のご厚意で、初版から3年後という比較的早期の改訂が可能となったが、この間にも、例えば、ログイン情報問題（関小川163頁）等手続については様々な変遷が極めて速いスピードで発生しており、これらにリアルタイムでキャッチアップをすることは容易ではない。

14) その意味では、例えば電子書籍やウェブサイト等の迅速な更新が可能な媒体で情報提供するのが望ましいかもしれない。

はじめに

法の解釈及びその適用に焦点を当てて検討したい。実体法というのは、民事でいえば主に、ある表現が名誉毀損として不法行為（民法709条）や人格権侵害が成立するのかという問題である。刑事でいえば主に、それが名誉毀損罪（刑法230条）の構成要件に該当する違法で有責な行為であり、公共の利害に関する場合の特例（刑法230条の2）にも該当しないものであるかという問題である。

なお、インターネットのインフラ化（35頁）に伴い、マスメディアもインターネットを活用するようになってきている。例えば、ニュースサイトや大手新聞社や雑誌社のウェブサイトには、新聞記事や雑誌記事等が掲載されている。そこで、新聞記事や雑誌記事による名誉毀損という従来型の名誉毀損が中心的な問題となっているものの、それと同時に当該記事がインターネット上にアップロードされていることから、インターネット上でも名誉が毀損されるという事例がままみられる（#280428A（#281109Bで上告不受理）等多数）。

このような事例では、実体法上の論点が従来型の名誉毀損とほとんど変わらないことも多い。そのような事例を含めてしまえば、従来型の名誉毀損固有の問題も含めすべての論点を検討しなければならなくなってしまふ。

本書の趣旨は、「インターネットによって、従前の法理論はどのように変容したのだろうか」という問題意識からの、インターネット上の名誉毀損法の研究である。そこで、本書は、従来型名誉毀損における議論はあくまでも、インターネット上の名誉毀損を検討する上で必要な限りで参照することとした。その結果、従来手厚く検討されていた論点のうち、メディアスクラムの問題等¹⁵⁾についてはあえて記載していない。もちろん、表現内容の特定、社会的評価低下の有無、真実性・相当性の法理、公正な論評の法理等、従来型でもインターネット上の名誉毀損でも共通して重要な論点については、従来型の名誉毀損に関する理論と実務について触れている。ただし、同様のことを述べる裁判例が複数存在する場合には、最高裁判例がある場合を除き、2008年以降の比較的新しい裁判例を中心に引用した。もちろん、従来型名誉毀損においては必ずしも重要な論点ではなかったものの、インターネット上の名誉毀損で頻繁に問題となる対抗言論の法理、転載・リンクに関する問題等についてはこれを厚く論じることとしている。

15) 例えば、佃は本文633頁のうち、メディアスクラムを中心とする名誉毀損の報道に関する諸問題について27頁を費やしている。

2 インターネットの特徴毎の留意点

(1) はじめに

上記のような目的をもってインターネット上の名誉毀損法を検討する上では、インターネットの特徴と、その特徴毎の名誉毀損法に関する論点を最初に頭出ししておくことは有益であろう。

ここで、インターネットの特徴及びインターネット上の名誉毀損の特徴というものについては、それぞれの論者毎に異なる議論がされている。例えば、佃170～171頁は双方向性、匿名性、損害拡大の容易性、表現者と管理者の分離を挙げる。堀部9頁は、プロ責任法の文脈で、個人の情報発信、匿名性、コピーの容易性、国際性、複数のプロバイダを渡り歩くことの容易性等を指摘する。松井名誉毀損373頁は、相当性の理論のインターネット上の名誉毀損への適用という文脈であるが、信頼性が確かとはいえないこと、ジャーナリスト以外による発信、反論の可能性、言論市場の個人への開放等を指摘している¹⁶⁾。

これらの多様な見解のうちの、どれかが正しく、どれかが間違っているということではなく、まとめ方や説明の問題という点が大きいと思われるので、説明の便宜上、一般私人による公衆への発信と読者数（層）の激変可能性、匿名性、リンク・転載の容易性、時間・空間の超越、そしてインフラ化（多様化）という切り口で、インターネットの特徴がそれぞれ名誉毀損法のどの論点と関連するののかについて、主に実体法の観点から、簡単に触れたい。

なお、名誉毀損の要件については、59頁以下で詳述するが、結論からいえば、民事でも刑事でも、公然と対象者の社会的評価を低下させた場合（ただし刑事では事実の摘示によるものに限る）に原則として名誉毀損が成立するが、表現の自由との調和のための重要な例外があり、対象者の社会的評価が低下した場合でも、事実を摘示することによる名誉毀損については真实性・相当性といわれる法理により、意見・論評による名誉毀損（ただし民事に限る）については公正な論評の法理といわれる法理により、表現者を救済している。

(2) 一般人による公衆への発信（双方向性）と読者数（層）の激変可能性

事実上マスメディアのみが公衆に対して発信できたにすぎない時代と異なり、

16) その他、岡村坂本117頁、関小川4～5頁等も参照。

はじめに

インターネットの発達によって、一般私人が公衆に向けて発信することができるようになった。

しかし、「公開の場」での発信であっても、一般私人が行う大量の「発信」のうち、多くの読者に受信されるものは極一部であり、大多数は、友人等の限定的な範囲の人に読んでもらえるにすぎない。特に SNS 時代においては、SNS でつながっている友人（・知人）が主な読者であることを念頭に置いて¹⁷⁾、投稿がされることも少なくない。従来、少数人しかいない密室で行われる「居酒屋談義」において類似の表現がなされた場合には、公然性がない等として名誉毀損の問題にされることはほとんどなかった。インターネットで公開された表現について公然性を否定するのは容易ではない（139 頁）ものの、一般私人による投稿の場合、「公開」されているとはいえ、通常は読者数は少ない。しかし一旦「炎上」して「祭り」となると、多数の人がそれを読み、拡散していくことから、それまでとは全く異なる桁の人数、全く異なる層の人がその投稿を読むことになる¹⁸⁾。

これを名誉毀損の文脈でいえば、まずは、公然性（139 頁）の有無が問題となる。例えば SNS では公開範囲を制限できるが、友人限定や友人の友人に限定して公開した情報が名誉毀損となるのかが問題となり得る。

次に、友人等の自分の意図が通じる人を読者として念頭に置いている表現が少なくないため、その表現の趣旨が明らかではないことも多い。そこで、その意味をどのように理解すべきか、例えば、どのような事実を摘示したものか（61 頁）、どのような意見を表明したものか（279 頁）等が問題となり得る。

さらに、このように一般人の投稿であり、事前に慎重な調査や検討が必ずしもなされていないことや、あくまでも「一個人の感想・意見」というレベルの内容にすぎないことも少なくないことから、当該摘示された事実（96 頁）や意見（287 頁）が社会的評価を低下させ、名誉毀損として不法行為や犯罪が成立するというべきかが問題となる。

そして、仮に当該表現が対象者の社会的評価を低下させるものであった場合

17) 場合によっては、世界中の誰でもが「見ようと思えば」見ることができることを完全に忘れて投稿がなされることもある。

18) なお、匿名掲示板と SNS との間では、大きく分けて、テーマ・トピックへの関心でつながるという特徴のある匿名掲示板と、表現者への関心でつながるという特徴のある SNS という違いがあり、炎上した場合の予想外の人への拡散の問題は、特に SNS においてあてはまりやすいと思われる。

には、いわゆる真実性・相当性の法理（199頁）や公正な論評の法理（302頁）といった抗弁事由（違法・責任阻却事由）が問題となるが、これまでのマスメディアによる名誉毀損について採用されてきた、内容が公共の利害に関するか、表現の目的が公益を図るためか、取材を十分に行っていたかといった判断基準をそのまま用いることが果たして合理的かも問題となり得る。

さらに、一般私人が発信できるということは、表現者だけではなく対象者も発信、反論ができるということである。そこで、対象者の不当な投稿に誘発されて表現者が投稿を行った場合や、対象者が事後的な対抗言論によりその社会的評価を回復できる可能性をどのように考えるか等が問題となる（316頁）。

（3）匿名性

次に、インターネット上においては、匿名・仮名でも投稿することができ、ハンドルネーム等を使ってインターネット上で活動する人も少なくない。

表現者の匿名性という点を捉えれば、対象者が自分の名誉を毀損されたとして権利を行使する場合に、誰が表現者か分からないことから、その権利行使が容易ではないという点が挙げられる。この問題の解決のために、プロ責法に基づく開示請求等、表現者を明らかにする方法の検討が必要となる（37頁）。

また、対象者の匿名性という点では、果たして当該表現により「対象者」の名誉が侵害されたのかという問題が生じる。従来型の名誉毀損においても、いわゆる匿名報道等の場合にはこの問題が生じていたが、インターネット上の名誉毀損においては、例えば、ハンドルネームを用いてインターネット上で活動する対象者について、そのハンドルネームを摘示して名誉を毀損する表現がなされた場合の問題も生じ得る（169頁）。

（4）リンク・転載の容易性

インターネット上では、リンク・転載が容易である。表現者が、例えば第三者の作成したウェブサイトリンクを貼って、それに対するコメントを記載したり、場合によっては第三者の投稿のURLだけを発信することもある。また、第三者の作成した情報を転載することもでき、SNS時代には、「いいね！」やリツイート等の形で非常に簡単に転載することができる。もちろん、新聞記事や雑誌記事を転載するといったこともあり得るため、従来型名誉毀損でも転載の問題はあったものの、その容易性は大きく異なる。

表現者のリンク転載行為が名誉毀損とされるか否かを判断する際には、表現者の表現内容の特定（344頁）や、その表現が対象者の社会的評価を低下させ

はじめに

るかに関して、リンク先の内容がどのように影響するかが問題となる（348頁）。

また、このような既に公表されている内容へのリンク・転載が対象者の名誉を独自に毀損するか検討が必要だろう（351頁）。

加えて、転載等が繰り返されると、情報の削除が困難となり、また、被害が甚大なものになりかねない。この点は損害の算定で考慮されるだろう（359頁）¹⁹⁾

なお、「第三者」が表現にリンクを貼り、ないしはこれを転載してしまい、「祭り」ないし「炎上」する可能性があるという点は既に述べた。

(5) 時間・空間の超越

インターネットは時間と空間を超越する。インターネット上の表現は日本国内だけではなく、世界中から閲覧することができる。また、表現者の投稿後、いつでも閲覧することができることも多い。²⁰⁾

空間の超越という面は、国際名誉毀損と関係する（53頁）。日本国内であれば最終的には不法行為の成否や名誉毀損罪で有罪となるか否かは日本の裁判所で日本法に基づき判断されるということになる。しかし、例えば外国企業が日本企業の名誉を毀損するプレスリリースを出した場合には、これがどこの国（地域）の裁判所で争われるべきかという国際裁判管轄（53頁）や、²¹⁾どこの国（地域）の法律に従い争われるかという準拠法（55頁）の問題が生じ得る。²²⁾

時間の超越により削除されるまでは名誉毀損結果が継続するので削除請求（40頁）を必要とする。また、時効の起算点（392頁）や損害算定の際の考慮事由にもなる（359頁）。逆に、アーカイブの問題も生じる（239頁）。

(6) インフラ化（多様化）

最後に、インターネット上の名誉毀損法の理論と実務を考える上で意外と重要なのが、インターネットがインフラ化したということである。

19) 情報がインターネット上に流出すると、その伝播性・波及性から全世界に情報が広がる可能性があり、情報を完全に削除することは困難とした #260115（#270414 が引用。また #241015 等も同旨）やインターネット上の電子掲示板に投稿された情報が容易に転載等により伝播し得るもので、現に、記事が少なくとも 600 ものサイト（いわゆるミラーサイト）に転載されたことが認められるとした #260424B 等参照。

20) もちろん言語の問題があるので現実的には日本語の記事は日本で読まれることがほとんどであろう。

21) #280310A、道垣内正人・古田啓昌編『実務に効く国際ビジネス判例精選』（ジュリ増刊、有斐閣、初版、2015）148 頁〔内藤順也・松尾剛行〕。

22) 筆者（松尾）も、シンガポール法が適用されるかそれとも日本法が適用されるかといった点が問題となったインターネット上の国際名誉毀損事件を取り扱った経験があるが、外国弁護士との協力が必要である等、固有の問題が多いと感じている。

「インフラ化」というのは、インターネットが私的にも公的にも、あらゆる場所におけるコミュニケーションの不可欠なインフラとして活用されるということである（清水1頁）。

インターネットが一部の人が使うものであった時代には、インターネットが利用されるシチュエーションは限定されており、そのような限定された場合に関する「インターネットの名誉毀損の特徴」を考えればそれがほぼすべての場合にあてはまるといっても差支えなかった。しかし、既に、インターネットの利用形態が多様化した。従来型の名誉毀損法において、マスメディアにも新聞・雑誌・テレビ・ラジオ等多種多様なものがあることから、それぞれの特色を検討する必要があるように（例えば、佃145頁以下）、インターネット上の名誉毀損法においても、インターネット上の各サービス（媒体）やそれが用いられるシチュエーション（紛争類型）毎に検討しなければならない。

例えば、公然性（139頁）に関する、インターネットは世界に公開されているから、インターネット上の言論には原則として公然性があるという議論は、²³⁾ウェブサイト等では基本的に首肯し得る議論である。しかし、1人の相手にメールを送る場面や、SNSのメッセージ機能を使って2人で相互にメッセージを送りあう場面等、従来型の名誉毀損における電話や手紙のアナロジーで公然性を否定すべき場合も少なくない。さらに、公開範囲を友人に限定して行われたSNSの投稿等の場面では、単純な従来型の名誉毀損におけるアナロジーを適用しにくい。

このように、インターネットの各サービスの多様性を考慮せず、一律に「インターネットだから〇〇すべきだ」という理論は説得力を欠くだろう。例えばインターネット上の名誉毀損に関する有名な最高裁決定である#220315は、個人利用者がインターネット上に掲載したものであるからといって、おしなべて、閲覧者において信頼性の低い情報として受け取るには限らないのであって、相当の理由の存否を判断するに際し、これを一律に、個人が他の表現手段を利用した場合と区別して考えるべき根拠はないと判示しているが、これは、このことを示唆している。²⁴⁾インターネット上の名誉毀損の成否を検討する際に、各サービスの多様性に鑑みて判断することは、最高裁の考え方とも整合的である。

23) 不特定多数人が容易に閲覧することのできるインターネット上でなされたものであるから、公然性のある表現行為であることは明らかであるとした上記#220315の原々審である#200229等も参照。

はじめに

このような各サービス、シチュエーション（紛争類型）毎の検討については、第1編総論において「サービス毎の特徴」（27頁）として、裁判例で取り上げられている各サービスに関する特徴の抽出を行った上で、第3編実務編において、最近のインターネットの実情に鑑み実務で発生することが多そうなシチュエーションの具体的事例について検討することとしている。

3 本書の構成

以上のような特徴に鑑み、インターネット上の名誉毀損を理解する上では、

- ・サービス毎の特徴
- ・法律上の要件
- ・シチュエーション（紛争類型）毎の相違

等を理解することが必要である。また、いくら実体法を重点的に検討するといっても、インターネット上の名誉毀損を理解する上で最低限触れておくべき手続法の問題も存在する。

以上のような点に鑑み、本書の構成は、3編構成とすることとした。

第1編では総論として、各サービスの特徴や、手続法の基礎的な内容を含む前提となる事項を説明する。

第2編では名誉毀損の法律要件及び効果に関して問題となる各論点について、従来型の名誉毀損に関する議論の蓄積を簡単に紹介した上で、インターネット上の名誉毀損に関してその法理論は変容したのか、どのように変容したのか、そのような変容でよいのかを検討する。

第3編は実務編として、第1編と第2編での検討結果を踏まえ、インターネット上でよくみられる名誉毀損のシチュエーションを紛争類型毎に分類し、具体的な相談事例において弁護士が表現者・対象者にそれぞれどのようなアドバイスをするべきかを説明することとする。その上で、山田が、中立的立場からのコメントを付している。

24) また、同決定の調査官解説も（対抗言論の成否の文脈において）「インターネットには、無数の掲示板、ホームページ、メーリングリスト等、分散した多種多様な表現手段があ」としている（平成22年度調査官解説）。