

知財アレルギーへの レクイエム♪

the requiem for people with an allergy to intellectual property



Lesson2 : パブリシティ権(2)

中川 浄宗

6. 平成前期に生じた紛争♪

 皆さんこんにちは。いよいよ夏本番の暑さですね。知的財産の「永遠の吟遊詩人(!)」こと弁理士の中川^{きよむね}浄宗です。

2013年5月号の本稿では、「パブリシティ権」について、そのリーディング・ケースおよび昭和期に生じた紛争までをお話ししました。

今回は、平成期に生じた紛争を紹介して、パブリシティ権が、いつ権利として判例に登場し、判例上どのように確立され、そして発展してきたのかについてレッスンしていきます。

 アレ？ 中川先生、法雄^{のりお}さんが来てないみたいです……。

もう、前回レッスンの最後に先生が法雄さんには「顧客吸引力」がないみたいなこと言っちゃうからですよ！

①「光GENJI事件」

 まあ、そのうちひょっこり現れるでしょう。

さあ、まずは、東京地方裁判所の平成元年9月27日の判決「光GENJI事件」を紹介していきます。

 (ローラースケートを履いて颯爽と登場)「よ・う・こ・そ〜、ここへ〜♪」ホラホラ中川先生、私、実はバック転もできるんですよ。

 そうですか、今度ぜひ見せてください (ムカッ)。

本件は、光GENJIに所属するタレントAさんらの肖像および氏名を無断で表示したB社のタレントグッズについて、Aさんらの申し立てにより、その販売を禁止する仮処分決定がなされたところ、B社がこの仮処分決定の取り消しを申し立てた事件です。

本判決は、「パブリシティ権の帰属主体は、氏名・肖像の有する独立した財産的価値を積極的に活用するため、自己の氏名・肖像につき、第三者に対し、対価を得て情報伝達手段に使用することを許諾する権利を有すると解される」と述べています。

そして、B社による販売を認めた場合、Aさんらの被る損害額が肖像などの使用許諾料にとどまるとは速断できず、その算定も困難であるとして、B社の申し立てを認めませんでした。

 それなら、本件はタレントの肖像などを無断でタレントグッズに使用した事件なので、商品などの差別化を図る目的で肖像などを商品などに付けた場合 (例: キャラクター商品) の第2類型に該当しますね。

 そのとおりです。さて、この「光GENJI事件」は、パブリシティ権という言葉が判決で初めて用いたことに意義があります。その意味で、本件はパブリシティ権の大きなメルクマールであると考えられます。

②「おニャン子クラブ事件」

 次に、もう一つのメルクマールである東京高等裁判所の平成3年9月26日の判決「おニャン子クラブ事件」を紹介しましょう。

本件は、テレビ番組「夕やけニャンニャン」で募集したタレント集団「おニャン子クラブ」に所属するCさんら5名が原告であり、もっぱらCさんらの氏名および肖像を表示したカレンダーを販売する被告D社に対して、被告カレンダーの販売差止めと廃棄ならびに損害賠償を求めた事件です。

 いやあ、先生、私も見ましたよ、「夕やけニャンニャン」。今、私が連日劇場に通い詰めているナントカ48に負けないぐらいの人気でした。

 (25年前からやっていることが変わらないんですね……)

本判決は、「当該芸能人は、かかる顧客吸引力のもつ経済的な利益ないし価値を排他的に支配する財産的権利を有するものと認めるのが相当である。したがって、右権利に基づきその侵害行為に対しては差止め及び侵害の防止を実効あらしめるために侵害物件の廃棄を求めることができる」と述べて、被告カレンダーの販売差止めと廃棄ならびにCさんら各自に民法上の不法行為に基づく損害賠償として10万円の支払いを認めています。

 ふ〜ん、本件も、タレントの肖像などを無断でカレンダーに使用した事件ですから、第2類型に該当すると考えられますね。

ところで、先生、この判決のどこがメルクマールなんですか？

 パブリシティ権による差止請求は、これまで「決定」では認められていましたが、初めて「判決」で認められた点に意義があります。

判決とは、簡単にいうと、訴えに対する裁判所の応答として最も重要な裁判であって、決定とは違い、裁判所が原則として必ず口頭弁論を開かなければならない裁判のことです。

③ まとめ

 さて、パブリシティ権をめぐる平成前期の判例を簡単にまとめると、パブリシティ権が「権利」として認識され始めたということ、そして差止請求を認める判決が現れたという特徴があります。

いってみれば、平成前期の判例は、パブリシティ権の「^{ようらん}揺籃期」に当たるといえるでしょう。

7. 平成後期に生じた紛争

 それじゃあ、先生、いよいよ平成後期に生じた紛争を紹介してください。平成後期に生じた紛争にはどんな特徴があるんですか？

 そうですね、平成前期までのパブリシティ権をめぐる紛争は、いわゆるタレントグッズに関する単純なトラブルが比較的多いといえます。

一方、平成後期の紛争は、広告出演契約に関するトラブルや有名人に関する出版物をめぐる複雑なトラブルが目立ってきます。

 確かに、これまで見てきた紛争は、有名人の顧客吸引力に露骨にタダ乗りするようなトラブルが多かったですなあ。

①「長嶋一茂事件」

 まず、東京地方裁判所の平成17年3月31日の判決「長嶋一茂事件」以下、広告出演契約に関する紛争2件を紹介しましょう。

本件は、著名な元プロ野球選手でタレントのEさんからパブリシティ権を譲り受けた原告F社が、Eさんの写真と氏名を健康器具のポスターに限りて使用することを被告G社に認めたにもかかわらず、G社がH社を通じてF社が許諾していない広告にEさんの写真などを使用したために、G社に対してパブリシティ権の侵害による損害賠償請求を行った事件です。

本判決は、「G社は、権限もないのに、H社に対し、本件商品の広告宣伝のためにEの肖像等を雑誌に掲載することを許諾し、その結果として、本件雑誌にEの肖像などを計4回にわたり掲載させ、これにより、F社の所有、管理するところのEの肖像等から生じる顧客吸引力の持つ経済的利益ないし価値、いわゆるパブリシティ権を侵害したといえる」と述べました。

そして、F社の被った損害額は、F社が雑誌などの紙媒体における広告にEさんの肖像などの使用を許諾する場合の金額であると述べ、パブリシティ権の侵害による損害賠償として1000万円の支払いを認めています。

 パブリシティ権という言葉が判決にだいぶ定着してきたようですなあ。あと、本件は、許諾していない広告について、タレントの肖像などを使用した事件なので、肖像などを商品などの広告として使用する場合の第3類型に該当しますね。

②「中山真理事件」



続いて紹介するのは、知的財産高等裁判所の平成21年6月29日の判決「中山真理事件」です。

女優・タレントである原告Iさんは、J病院の広告宣伝業務を行っていたK社との間で広告出演契約を締結し、K社はIさんの肖像などをJ病院の広告として使用しました。

その後、K社からJ病院のウェブサイトの運営を承継した被告L社は、広告出演契約が終了したにもかかわらず、Iさんの肖像などを引き続きJ病院の広告として使用しました。



先生、J病院のウェブサイトには、Iさんの顔写真とコメント、Iさんが今もJ病院で治療中ですといった文章が掲載されていますね。



そこで、IさんがL社に対して、パブリシティ権などの侵害による損害賠償請求を行いました。

本判決は、「原告は、女優、タレントとして、広告に出演すること……を許諾していた場合には、出演料として相当の対価を受けることができた……のであるから、自己の氏名、顔写真等を本件広告に無断使用されたことによって原告が受けた財産的損害は、原告が、本件広告に出演することを許諾するとすれば受けることができる対価相当額である」として、先ほどの広告出演契約料を基準に、173万円余りの支払いを認めています。



ナルホド。この事件は、契約が終了したにもかかわらず、女優の肖像などを広告に使用した事件なので、第3類型に該当しますね。



さらに、本判決は、「無断でその氏名、肖像等を広告に使用された場合には、自らの自由な意思に基づいてこのような判断・決定をすることができるとする主観的利益が侵害されたものであり、これによる精神的な苦痛は、財産的損害が賠償されたからといって回復されるものではなく、慰謝料によって慰謝されるべきものと認められる」としています。

そのうえで、Iさんが、今はJ病院で治療を受けていないにもかかわらず、いまだに治療を受けているかのような誤解を与える広告になっていることから、Iさんに対する慰謝料として50万円の支払いを認めています。



氏名や肖像の無断利用は、経済的な損害（おカネの問題）だけでなく、精神的な損害（心の問題）も引き起こすということです。

確かに、私も自分がしてもいけないことについて、誰かが私の感想を勝手に公表したらいい気はしないです。

③「ブブカスペシャル7事件」



次に、東京高等裁判所の平成18年4月26日の判決「ブブカスペシャル7事件」以下、有名人に関する出版物をめぐる紛争2件を紹介しましょう。

本件は、いずれも著名な芸能人であるMさんら14名の原告が、掲載を拒否したにもかかわらず、自らの写真などを掲載した雑誌を出版したN社などを被告として、プライバシー権およびパブリシティ権の侵害による損害賠償請求を行った事件です。



先生、一例として、Mさんに関する被告雑誌における取り扱いですが、被告雑誌の1ページ目に、「初公開！ロリータ時代のM」などの大きな文字のタイトルで、Mさんの小学校時代の身長、性格、運動、成績を紹介する文章と、芸能人になったMさんを撮影した約5cm四方の大きさの写真1枚と、小学校の修学旅行時のMさんを撮影した約10cm四方の大きさの写真4枚が掲載されていますね。



さすが、（このテの雑誌は）よく見えていますね、法雄さん。

本判決は、「著名な芸能人の有するパブリシティ権に対して、他の者が、当該芸能人に無断で、その顧客吸引力を表わす肖像等を商業的な方法で利用する場合には、当該芸能人に対する不法行為を構成する」としています。

そのうえで本判決は、N社らはMさんの顧客吸引力に着目して被告雑誌の販売による利益を得る目的でMさんを撮影した写真を利用したとして、プライバシー権およびパブリシティ権の侵害による損害賠償として60万円の支払いを認めています。

 それじゃあ、本件は、拒否されたのに、Mさんたちの写真を雑誌に掲載した事件ですから、第2類型に該当すると考えられますね。うーん、当然っていえば当然かなあ……。

④「ペ・ヨンジュン事件」

 でも、当然と考えられるのは判例の蓄積があるからこそです。

では、今回最後に紹介するのは、東京地方裁判所の平成22年10月21日の判決「ペ・ヨンジュン事件」です。

 ペ・ヨンジュン！ いやあ、うちのカミさんも「ヨン様♥」「冬ソナ♥」って相当熱を上げた時期がありましたよ。でも先生、私も眼鏡をかければ、結構イケてるでしょ？

 ええ、そっくりすぎてクレームが来るかもしれません（苦笑）。

さて、本件は、著名な韓国人俳優である原告Oさんが、自らの来日した時の模様などを紹介する雑誌を出版したP社などを被告として、パブリシティ権の侵害による損害賠償請求を行った事件です。

 先生、Oさんの被告雑誌における取り扱いですが、被告雑誌はA4判でカラーグラビア印刷ですね。被告雑誌は全52ページありますが、その内容のすべてをOさんの氏名、写真、記事、関連広告が占めていて、そのほとんどのページに合計74枚のOさんの写真が掲載されています。これじゃあ、ほぼOさんの写真集ですね。

 本判決は、「著名人の氏名、肖像は、顧客誘引力を有し、経済的利益、価値を生み出すものであるとすることができるのであり、著名人は、人格権に由来する権利として、このような経済的利益、価値を排他的に支配する権利……を有する」としたうえで、「著名人の氏名、肖像を使用する行為が当該著名人のパブリシティ権を侵害する不法行為を構成するか否かは、その使用行為の目的、方法及び態様を全体的かつ客観的に考察して、その使用行為が当該著名人の顧客吸引力に着目し、専らその利用を目的とするものであるといえるか否かによって判断する」と述べています。

そして、本判決は、被告雑誌のように表紙および本文の大部分において、Oさんの顔や上半身などの写真をページの全面に掲載するようなかたちで使用することは、Oさんの顧客吸引力に着目し、もっぱらその利用を目的とするものであるから、Oさんのパブリシティ権を侵害するとして、440万円の支払いを認めています。

 うーん、傍点の部分は、「ピンク・レディー事件」の判決にだいぶ近いですなあ。あと、本件は独立して観賞可能なOさんの写真を無断で雑誌に掲載した事件ですから、肖像などそれ自体を独立して観賞の対象となる商品として使用した場合（例：プロマイド）の第1類型に該当しますね。

⑤ まとめ

 さて、パブリシティ権をめぐる平成後期の判例を簡単にまとめると、パブリシティ権がよいよい「権利」として確立されてきたこと、そして権利の根拠や侵害の成否を判断する際に考慮すべき要素が徐々に明らかになってきたという特徴があります。

いってみれば、平成後期の判例は、パブリシティ権の「確立期」に当たるといえるでしょう。

 そういえば先生、紹介していただいたケースは全部パブリシティ権の侵害が認められていますよね。当然、侵害が認められなかったケースもあるんじゃないですか？

 モチロンです。今回は、侵害が認められなかったケースを中心にしてお話しして、さらにパブリシティ権の理解を深めていただきましょう。

あっ、法雄さん。そろそろ眼鏡を外さないと、もっぱら顧客吸引力の利用が目的であるとして、Oさんからパブリシティ権の侵害を主張されるかもしれませんよ（次回に続く）。

中川 淨宗 (Kiyomune Nakagawa)

鈴木・中川特許事務所 所長／弁理士

2006年に弁理士試験合格後、特許事務所を開設、知的財産の実務に携わりながら、専修大学・神奈川大学の講師も務める。

モーツァルト、ヴェルディ、フォーレのレクイエムが三大レクイエムと呼ばれるが、ブラームスの「ドイツ・レクイエム」も趣深くてよい。

〒231-0006 神奈川県横浜市中区南仲通3-35横浜エクセレントⅢ TEL045-651-0236
URL : <http://www.ipagent.jp/index.html>
E-mail : customer@ipagent.jp