

知財アレルギーへの レクイエム

the requiem for people with an allergy to intellectual property



Lesson 4 : パブリシティ権(4)

中川 淨宗

1. はじめに♪

皆さんこんにちは。3月に入り日増しに春らしくなってきました。知的財産の「永遠の^{ジョングルー}吟遊詩人(!)」こと弁理士の中川^{きよむね}淨宗です。

2013年5、7、9月号の本稿では、「パブリシティ権」をめぐる生じた紛争について、最高裁判所の平成24年2月2日の判決「ピンク・レディー事件」が示したこの権利を侵害する3つの類型に基づいてお話ししました。

初めて本稿をご覧になる方のために簡単に説明しておきましょう。俳優、歌手、タレント、スポーツ選手といったいわゆる有名人の氏名・肖像などは、それを付けた商品の売り上げなどを促進できます。つまり、有名人の肖像などは、お客を惹き付ける力を発揮することがあり、これを「顧客吸引力」と呼んでいます。

パブリシティ権とは、この有名人の肖像などが持っている顧客吸引力にタダ乗りしようとする他人を排除して、自らが独占的にその力を利用できる権利のことです。

 本稿は個人レッスン形式で進めていきます。久しぶりなので簡単に自己紹介をお願いします。

 お家も学校も大好きだけど、知財も大好き、「知財大好きお嬢さん」、女子高生の^{ちあき}知明です。

 お家にも会社にも居場所がないけど、知財には居場所がある(と^{のりお}いいな)、「知財大好きお父さん」、メーカー知財部長の^{のりお}法雄です。

2. パブリシティ権の特徴♪

 中川先生、まず確認しておきたいんですけど、パブリシティ権は、日本では特許権や著作権、その他の知的財産権のように法律上の明確な規定によって定められている権利ではないんですよ。

 さすが知明さん、よく復習されていますね。

パブリシティ権は、各種の知的財産権のような「成文法上の権利」ではなく、先ほどの「ピンク・レディー事件」をはじめとする判例によって形成されてきた「不文法上の権利」です。

 そうすると、前回中川先生に説明していただいたように、どのような行為がパブリシティ権の侵害になるのかをハッキリさせることも大事ですが、この権利が売買や相続で他人に移転できるかといった問題も明確にする必要がありますな。

 今回の法雄さんは前回と違ってキレがありますね。いえ、別にイヤミじゃないんですよ。

私、確認してみたんですけど、例えば著作権法61条1項では「著作権は、その全部又は一部を譲渡することができる」と明確に規定していますから、著作権が他人に移転できる権利であることは規定上ハッキリしています。

 そのとおりです。成文法上の権利であれば、他人にその権利を移転できるかどうかといった問題についても法律上明確にされています。

一方、不文法上の権利であるパブリシティ権は、この権利自体が法律上の明確な規定によるものではないので、他人に移転できるかどうかといった問題も法律上明確ではありません。

そうすると、特にパブリシティ権の場合、この権利が一体どんな性質を持っているのかという議論が、他人に移転できるのかどうかといった問題も含めてパブリシティ権をめぐるさまざまな問題に影響を与えるわけです。

3. パブリシティ権の性質



それでは、ここからはパブリシティ権の性質について簡単に説明していきましょう。

これまでのパブリシティ権をめぐる判例・学説を大きく2つに分けるならば、この権利が「財産権」に由来する権利であると説明する考え方（財産権説）と、「人格権」に由来する権利であると説明する考え方（人格権説）に分けることができます。

まず、財産権とは、一般に権利の内容に経済的な価値があって、その権利を持つ者から切り離して取引の対象にすることができる権利のことです。知的財産権でいえば、先ほどの特許権や著作権などはいずれも財産権です。



そうすると、財産権説によるならば、原則としてパブリシティ権は自由に他人に移転できるということになりますね。



それなら、もし私にパブリシティ権があるとすれば、この権利を売ってあと20年残っている住宅ローンも完済できるってことですか？

財産権なら万々歳ですな！



まあ法雄さん、もう一つの人格権の内容も聞いてください。

人格権とは、一般に人の生命・名誉・肖像などに関する利益であって、その権利を持つ者から切り離して取引の対象にすることができない権利のことです。知的財産権でいえば、著作者だけが自分の作品を公表するかどうかを決定できる公表権をはじめとする著作者人格権があります。



そうすると、人格権説によるならば、原則としてパブリシティ権は他人に移転できないということになりますね。



それじゃあ、もし私にパブリシティ権があっても、この権利を売ることができないので、8万円/月の住宅ローンをあと20年返済し続けないといけないってことですか？

人格権なら残念無念ですな。ハァ。



アレッ、本来の法雄さんの姿に戻ってきましたね……。

ところで先生、財産権説と人格権説のどちらの考え方を採るかで他に何か大きな違いがあるんですか？



少し専門的な話になりますが、人格権説から財産権説に対して次のような指摘があります。

つまり、人を誹謗中傷する書籍を出版するなどの人格権の侵害に対する救済手段としては、従来そのような書籍の出版の差し止めなどを求める差止請求が認められてきました。

これ対して、民法上の不法行為に対する救済手段としては、損害賠償請求のみが認められており、差止請求は一般に認められていません。

つまり、財産権説によると、パブリシティ権の侵害は専ら不法行為となるため、その侵害に対する救済として差止請求を認めるには、法律上の根拠が弱いということなのです。



以前、パブリシティ権に基づく差止請求を判決で初めて認めた事例として、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」を紹介していただきました。

ナルホド、この判決も財産権説に基づいていたと思いますが、そういえば差止請求を認めるにあたって、特に理由づけはありませんでしたなあ。



ふ～ん、財産権説によるか人格権説によるかでそういった大きな違いが出てくるんですね。

ところで先生、先ほどの「ピンク・レディー事件」では、確かパブリシティ権の性質について、「この権利は人格権に由来するものですよ」と述べていたと思います。



そのとおりです。つまり、最高裁判所はどちらかといえば人格権説を採っているわけですね。

ですから、今後はパブリシティ権が人格権に由来する権利として、この権利をめぐるさまざまな議論が進展していくことになるでしょう。

4. パブリシティ権の主体

 それではパブリシティ権の性質を押さえたところで、ここからはこの権利が成立する主体について説明していきましょう。

最初に説明したように、パブリシティ権は、自らの肖像などが持つ顧客吸引力を排他的に利用する権利であって、肖像などそれ自体の商業的な価値に基づくものです。

したがって、俳優、歌手、タレント、スポーツ選手などのいわゆる「有名人」にパブリシティ権が成立することは明らかです。

 いや先生、この点は疑問に思っていたことがあります。

本当に有名人にしかパブリシティ権は成立しないのでしょうか？

 う～ん、パブリシティ権は肖像などが有する顧客吸引力を保護するための権利ですから、有名人ではない一般人の肖像などはおよそ顧客吸引力を有しませんので、一般人にパブリシティ権は成立しないとする意見は確かにありますね。

 でも先生、「一般人」の肖像とでも実際には商業的に使用されている場面があると思います。

例えば、私のクラスの学級委員的場さんは、カッコ良くてファッション雑誌の読者モデルになってるんです。そうすると、的場さんの肖像には顧客吸引力があると考えられますよね。

 知明さんの言うとおりに、その学級委員の女の子が着ている洋服だからこそ、洋服の売り上げなどを促進できるということですか。

そうでないと読者モデルにはなれないわけですから、学級委員の女の子の肖像だってお客を惹き付ける力が発揮されることもあると思います。

 そうですね。有名人と一般人ではその肖像などが有する顧客吸引力に強弱の違いはあるものの、一般人の肖像などであっても商業的に使用されるからには何らかの顧客吸引力を発揮しているのだから、一般人にもパブリシティ権が成立する余地はあるはずだとする意見もあります。

 それに、芸能界へのスカウトまたはタレントや歌手のオーディションとかで一般人が有名人になることも実際よくありますなあ。

 反対に、芸能界やスポーツ界から引退するとかで有名人が一般人になるってことも現実にはよくありますよね。

 まさに法雄さんや知明さんのおっしゃるとおりですね。

つまり、パブリシティ権の成立する主体を考える際に、有名人と一般人を明確に切り分けて考えることは難しいのです。本来その肖像などが顧客吸引力を有するか否かが問題ですから、そもそも有名人と一般人を切り分ける必要がないのかもしれませんが。

少し逆説めいた言い方かもしれませんが、仮にパブリシティ権が有名人に特有の権利であるとしても、その肖像などに顧客吸引力があれば有名人、それがなければ一般人であると整理すれば十分でしょう。

5. 成立主体に関する判例

 残念ながら、一般人にパブリシティ権が成立するかどうかの問題について明確に述べた判例は、現在までのところ見当たりません。

①「土井晩翠事件」

 ただ、参考になる事例として、まず横浜地方裁判所の平成4年6月4日の判決「土井晩翠事件」を紹介しましょう。

この事件は、被告であるA市が詩人であるCさん（故人）の名前を付けたバス停などを設置していたところ、Cさんの相続人である原告Bさんがパブリシティ権の侵害に基づいてこのバス停などからCさんの名前を抹消することなどを請求した事案です。

 先生、読者から「法雄さんが食い付き過ぎ」という指摘があったので、私が説明しますね。

土井晩翠先生は、明治から昭和にかけて活躍した詩人であり英文学者です。また、数多くの校歌や寮歌を作詞したことで知られていますが、特に滝廉太郎先生の作曲した「荒城の月」の作詞者として有名です。

 本判決は、詩人はその肖像などが有する顧客吸引力によって経済的利益を得ることを目的に活動するものではなく、また詩人の肖像などが直ちに顧客吸引力を有するものではないから、そもそもパブリシティ権は生じていないとして、Bさんによる請求を棄却しています。

 しかし、先ほどの話のように、いわゆる一般人の肖像などであっても顧客吸引力を獲得することは十分に考えられます。

そうすると、本判決のように、詩人だからというだけで、その肖像などは顧客吸引力を有しないとまで言い切ってしまうとなると、ちょっと納得できないですね。

 法雄さんのおっしゃるとおり、確かに詩人は、芸能人などは違って、本来は自らの氏名などを付けた商品を販売するといったことを職業とするわけではないでしょう。

しかし、例えば有名な詩人の氏名などを付けた筆記具は、同じ筆記具でもノペラボウのものよりずっと売れるはずですよ。そうすると、詩人だって顧客吸引力を持つ場合があると考えるのが自然かもしれないですね。

②「サニーベット事件」

 ということは先生、判例は一般人についてパブリシティ権の成立を認めるのに消極的であるということなのでしょうか？

 う～ん、仮にそうだとすると、人の肖像などを無断で商業的に使用していいはずがありません。

それではここで、東京地方裁判所の平成元年8月29日の判決「サニーベット事件」を紹介しておきます。

この事件は、原告であるDさんが被告E社から家庭用サウナを購入したところ、E社がDさんのことを記載した広告をDさんの許可を得ていないかたちで新聞紙上に掲載した行為について、DさんがE社に対して慰謝料を請求した事件です。

 先生、特にDさんから掲載の中止を要請された5件の新聞広告ですが、Dさんの顔写真が単独で約10cm²というかなりの大きさで使用されていて、Dさんが言ってもいないことを勝手にDさんによる商品の感想として記載しています。

いくら目立ちたがり屋の私でも、これはちょっと怒っちゃいますよ。

 本判決は、人がその意思に反して氏名を使用されず、また、肖像を他人の目にさらされずにいる自由は、法的保護に値する利益であるとして、Dさんに精神的損害に基づく慰謝料150万円の支払いを認めています。

③ まとめ

 よかった～、正義は必ず勝つんですね。日曜の朝にテレビで放送してる何とかレンジャーみたいでちょっと泣けちゃいました。

 (そういえば確か戦隊モノがお好きなんですよ……)

一般人にパブリシティ権が成立するかどうかは置いておくとしても、一般人の肖像などを無断で商業的に使用した場合には、通常、プライバシーの侵害による「不法行為」を構成することになるので、このような損害賠償請求の対象には十分になり得ます。

 さて、次回はパブリシティ権を他人に移転できるかについて詳しく説明していただけるんですね。

他人に売れる場合に備えて、私も今から顧客吸引力を獲得するため、当面は社内アイドルを目指しますよ。

 でも法雄さん、会社に居場所がないのに、どうやって社内アイドルになるんですか？

ってアレ？ レッスン終わってないのに何で帰っちゃうのかな？

 知明さん、何とかレンジャーみたいな正義の味方は、絶対にそんな満面の笑みでハートのないことを言わないと思います(知明……おそろしい子!)。(次回に続く)

中川 淨宗 (Kiyomune Nakagawa)

中川特許事務所 所長/弁理士

2006年に弁理士試験合格後、特許事務所を開業。特許・実用新案・意匠・商標の実務に携わりながら、専修大学の講師も務める。プラムスの室内楽曲では、円熟期に作曲された弦楽五重奏曲第1番をお勧めする。広がりのある第1楽章のメロディーは必聴。

〒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 TEL.045-651-0236
URL : <http://www.ipagent.jp/index.html>
E-mail : customer@ipagent.jp