

2012年2月15日

ピンク・レディー事件で認められたパブリシティ権という概念について

1 今月2日、最高裁判所は、パブリシティ権という概念について、重要な判断を含む判決を言い渡しました。みなさんもよく御存知のピンク・レディー事件です。この事件は、女性週刊誌が、「ペッパー警部」「U F O」などの楽曲における振り付けをダイエット法として紹介し、ピンク・レディーの両名が写っている写真14枚を許可なく使用して掲載したところ、ピンク・レディーの両名が、同女性週刊誌の出版社を訴えたという事件です。

あの有名なピンク・レディーの事件というのも、興味を引くかもしれませんが、私たち法律家にとっては、何と言っても、最高裁がパブリシティ権の内容と当該権利違反が成立しうる要件等について初めて判断が下したというのが注目すべきポイントです。

2 パブリシティ権は、著名人が自分の氏名や肖像から生じる経済的利益を独占できる権利といわれていますが、どの法律にも明記されておらず、その概念を肯定すべきかどうか、肯定するとしても権利の内容や保護の範囲をどう考えるかについて争いがありました。

下級審レベルにおいては、以前からパブリシティ権の概念を認める判決は出ていました。マーク・レスター事件（東京地裁昭和51年6月29日判決・判例タイムズ339号136頁）、おニャン子クラブ事件（東京高裁平成3年9月26日判決・判例タイムズ772号246頁）、中田英寿事件（東京地裁平成12年2月29日判決・判例タイムズ1028号232頁、ブブカスペシャル7事件第一審判決（東京地裁平成16年7月14日判決・判例タイムズ1180号232頁）、同事件控訴審判決（東京高判平成18年4月26日判決・判例タイムズ1214号91頁）などがその代表的なものです。

しかし最高裁においては、ギャロップレーサー事件（最高裁平成16年2月13日判決・民集58巻2号311頁）において、「物」についてのパブリシティ権の概念を否定したものの、今回のような「人」についてのパブリシティ権については未だ判断が下されていませんでした。

3 今回の判決では、以下のような判断がなされました。

「人の氏名、肖像等（以下、併せて「肖像等」という。）は、個人の人格の象徴であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される。そして、肖像等は、商品の販売等を促進する顧客吸

引力を有する場合があります、このような顧客吸引力を排他的に利用する権利（以下「パブリシティ権」という。）は、肖像等それ自体の商業的価値に基づくものであるから、上記の人格権に由来する権利の一内容を構成するものといえることができる。他方、肖像等に顧客吸引力を有する者は、社会の耳目を集めるなどして、その肖像等を時事報道、論説、創作物等に使用されることもあるのであって、その使用を正当な表現行為等として受忍すべき場合もあるというべきである。そうすると、肖像等を無断で使用する行為は、①肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用し、②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、③肖像等を商品等の広告として使用するなど、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合に、パブリシティ権を侵害するものとして、不法行為法上違法となると解するのが相当である。」

このように判断した上で、今回の写真掲載行為は、専ら上告人らの肖像の有する顧客吸引力の利用を目的とするものとはいえないため、不法行為法上違法であるということとはできないとし、ピンク・レディー側の上告を棄却しました。

4 最高裁の下した判断を分析すると、まず、パブリシティ権を「顧客吸引力を排他的に利用する権利」と定義付けました。これは今までの下級審判例における定義付けとさほど変わるものではありませんが、最高裁が判断を示したことが重要です。

次に、どのような場合に、パブリシティ権侵害によって不法行為が成立するかの判断基準として、最高裁は、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合」かどうか、という基準を定立しました。そして、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的」に該当する場合として、「①肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用し、②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、③肖像等を商品等の広告として使用するなど」という例示をしました。この基準についても、いくつかの下級審で見られたものです。「専ら」などというと、少しでも顧客吸引力の利用以外の目的があれば「専ら」とはいえないのだから、パブリシティ権侵害が成立する場面がほとんどなくなってしまうのでは？という批判も聞こえてきそうです。しかし、今回の判決には補足意見がありまして、その中で、「原判決は、顧客吸引力の利用以外の目的がわずかでもあれば、「専ら」利用する目的ではないことになるという問題点を指摘しているが、例えば肖像写真と記事が同一出版物に掲載されている場合、写真の大きさ、取り扱われ方等と、記事の内容等を比較検討し、記事は添え物で独立した意義を認め難いようなものであったり、記事と関係なく写真が大きく扱われていたりする場合には、「専ら」といってよく、この文言を過度に厳密に解することは相当でないと考え」と言及されているので、「専ら」という言葉にあまり引っ張られるべきではないでしょう。

5 さて、今回の判決では、「本件記事の内容は、ピンク・レディーそのものを紹介するものではなく、前年秋頃に流行していたピンク・レディーの曲の振り付けを利用したダイエット法につき、その効果を見出しに掲げ、イラストと文字によって、これを解説するとともに、子供の頃にピンク・レディーの曲の振り付けをまねていたタレントの思い出等を紹介するというものである。そして、本件記事に使用された本件各写真は、約200頁の本件雑誌全体の3頁の中で使用されたにすぎない上、いずれも白黒写真であって、その大きさも、縦2.8cm、横3.6cmないし縦8cm、横10cm程度のものであったというのである。これらの事情に照らせば、本件各写真は、上記振り付けを利用したダイエット法を解説し、これに付随して子供の頃に上記振り付けをまねていたタレントの思い出等を紹介するに当たって、読者の記憶を喚起するなど、本件記事の内容を補足する目的で使用されたものというべきである。」という認定がされ、専ら肖像の有する顧客吸引力の利用を目的とするものとはいえないとされました。

この判断は、女性自身という雑誌の大きさからすると、縦8cm、横10cmという写真は、相当に目を引く大きさであると考えられること、掲載されたのは3頁と少ないですが、3頁で写真が14枚使用されているというのはかえって目立つのではないかと思われることからすると、少し厳しいかなという気がしています。先ほど「専ら」という言葉に引っ張られるべきではないと言いましたが、やはり言葉通り、この要件は少し厳しいのかもしれませんが。

ただ、まだ最初の最高裁判決が出たというだけであって、今後はどのような判例が積み重ねられるかはわかりません。せっかく認められたパブリシティ権が、今回のように厳格な要件判断がされ続ければあまり意味のないものになってしまうかもしれないですし、かといって、あまりにも簡単に認められてしまうのであれば、今度は出版社等の表現の自由が脅かされることにもつながってきます。今後、今回の判決で示された「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合」の判断がどの程度認められていくのか、私も一人の法律家としてじっくりと見ていきたいと思っています。（会田）