

名称：「ピンク・レディー de ダイエット」事件  
平成21年(受)第2056号 パブリシティ権侵害損害賠償請求事件  
平成24年2月2日 最高裁判所第一小法廷  
判決：棄却  
キーワード：パブリシティ権、顧客吸引力

[概要]

出版社は、週刊誌中のピンク・レディーの曲の振り付けを利用したダイエット法を解説する「ピンク・レディー de ダイエット」と題する記事にピンク・レディーの写真が無断で掲載した。出版社の上記行為がピンク・レディーのパブリシティ権の侵害にあたるか否かが争われた事案。

地裁、高裁はいずれもピンク・レディー側の請求を棄却したため、ピンク・レディー側が上告した。

[争点]

出版社の行為がピンク・レディーのパブリシティ権の侵害にあたるかどうか。

[裁判所の判断]

(1) 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(例：ブロマイド、グラビア写真)、

②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し(例：いわゆるキャラクター商品)、

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。

(2) これを本件についてみると、上告人らは、昭和50年代に子供から大人に至るまで幅広く支持を受け、その当時、その曲の振り付けをまねることが全国的に流行したというのであるから、本件各写真の上告人らの肖像は、顧客吸引力を有するものといえる。

しかしながら、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えるべきである。

したがって、被上告人が本件各写真を上告人らに無断で本件雑誌に掲載する行為は、「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ず、不法行為法上違法である  
ということとはできない。

[金築裁判官の補足意見要約]

パブリシティ権の侵害となる場合をどのような基準で認めるかについては、パブリシティ権が人の肖像等の持つ顧客吸引力の排他的な利用権である以上、顧客吸引力の無断利用を侵害の中核的要素と考えるべきであろう。

もっとも、顧客吸引力を有する著名人は、様々な意味において社会の正当な関心の対象となり得る存在であって、その活動状況等の紹介、報道等を不当に制約するようなことがあってはならない。そして、ほとんどの報道等は商業活動として行われており、そうした活動の一環として著名人の肖像等を掲載等した場合には、それが顧客吸引の効果を持つことは十分あり得る。したがって、肖像等の商業的利用一般をパブリシティ権の侵害とすることは適当でなく、侵害を構成する範囲は、できるだけ明確に限定されなければならないと考える。

また、我が国にはパブリシティ権について規定した法令が存在せず、人格権に由来する権利として認め得るものであること、パブリシティ権の侵害による損害は経済的なものであり、氏名、肖像等を使用する行為が名誉毀損やプライバシーの侵害を構成するに至れば別個の救済がなされ得ることも、侵害を構成する範囲を限定的に解すべき理由としてよいであろう。

肖像等の無断使用が不法行為法上違法となる場合として、本判決が例示しているのは上記①～③の三つの類型であるが、これらはいずれも専ら顧客吸引力を利用する目的と認めるべき典型的な類型であるとともに、パブリシティ権の侵害と認めてよい場合の大部分をカバーできるものとなっているのではないと思われる。これら三類型以外のものについても、これらに準ずる程度に顧客吸引力を利用する目的が認められる場合に限定することになれば、パブリシティ権の侵害となる範囲は、かなり明確になるのではないだろうか。

なお、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、記事と関連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る。

※該当部分(知財高裁 平成20年(ネ)第10063号 13頁13行目以降)

『しかしながら、このうち、その使用行為が専ら当該芸能人等の顧客吸引力の利用を目的とするか否かによるべきとする点は、出版等につき、顧客吸引力の利用以外の目的がわずかでもあれば、そのほとんどの目的が著名人の氏名・肖像による顧客吸引力を利用しようとするものであったとしても「専ら」に当たらないとしてパブリシティ権侵害とされることがないという意味のものであるとすると、被控訴人の主張もまた、一面的に過ぎ、採用し得ないというべきである。』

[コメント]

従来、「パブリシティ権」という文言は下級審では用いられていたが最高裁では用いられていなかった。物のパブリシティ権については、最高裁の判例として「ギャロップレーサー事件」があるが、当該事件の判決文には「パブリシティ権」という文言は記載されていない。最高裁が「パブリシティ権」という明文の規定が無い権利を認め、定義し、「専ら顧客吸引力を利用する目的と認めるべき3つの類型」を示した上で結論を出したのは注目に値するといえる。

[参考] 本件原審判示内容(知財高裁 平成20年(ネ)第10063号 12頁6行目以降)

『著名人の氏名・肖像の使用が違法性を有するか否かは、著名人が自らの氏名・肖像を排他的に支配する権利と、表現の自由の保障ないしその社会的に著名な存在に至る過程で許容することが

予定されていた負担との利益較量の問題として相関関係的にとらえる必要があるのであって、その肖像等を使用する目的、方法、態様、その著名性の程度等を総合的に観察して判断されるべきものといえることができる。』

[参考]「ギャロップレーサー事件」要旨

『競走馬の名称等が顧客吸引力を有するとしても、物の無体物としての面の利用の一態様である競走馬の名称等の使用につき、法令等の根拠もなく競走馬の所有者に対し排他的な使用権等を認めることは相当ではなく、また、競走馬の名称等の無断利用行為に関する不法行為の成否については、違法とされる行為の範囲、態様等が法令等により明確になっているとはいえない現時点において、これを肯定することはできないものといえるべきである。』