

「パブリシティの権利」再考

弁護士 坂田 均

1 はじめに

パブリシティの権利は、スポーツ選手や俳優等の有名人がその氏名・肖像などの顧客吸引力が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であると定義されている¹。ハリウッド映画の勃興とともにアメリカで生成された権利であり、氏名・肖像など人の属性の財産的価値に着眼した権利であるといわれている。1953年、米国Haelan 事件判決で初めてこの名称が使用された²。著作権法の大家であるMelville B. Nimmerは翌1954年「パブリシティの権利」と題する論文を発表し、この権利が、人格的権利とは別個の財産的権利であることを明言した³。労働の成果は労働を行った者に帰属させるべきであるとの思想に基づく⁴。

パブリシティの権利が生成してから55年が経過したわけであるが、現在でもこの権利を財産的権利と理解する考え方が有力である⁵。

しかし、翻って考えてみると、もともと氏名・肖像等は、人格権の一内容として保護されてきたものであるから⁶、有名人の氏名・肖像等は財産的価値としての側面と人格的価値としての側面を併有しているともいえる⁷。では、この両者の関係はどのように理解すればよいのであろうか。

かつて、William L. Prosser 教授は、プライバシーの権利を詳細に分析し、①私事へ立ち入ること、②本人を当惑させる私的事実を暴露すること、③公衆に誤解を与える公表を行うこと、そして、④人の氏名や肖像を利用することの四類型に分類した。この四番目の類型がパブリシティの権利を認めたものであるが、Prosser 教授は、これをプライバシーの権利の一侵害類型として位置づけた⁸。ただし、その性質に関しては、人格的価値よりもむしろ財産的価値を保護するものであることを指摘している⁹。

しかし、その後の学説の展開は、四番目の類型は他の三つの類型と異質のものであると批判し、パブリシティの権利をプライバシーの権利から分離独立させた別個の財産的権利と考えるのが一般的になった¹⁰。

果たして、人の属性である氏名や肖像に関する権利を財産的権利として割り切ることは可能であろうか。むしろ、このProsser 教授の分類にこそ、パブリシティの権利の本質を理解するうえで重要な視点を含んでいるのではなかろうか。

2 人格的価値の新たな局面—自律的自己定義の利益 (The Interest of Autonomous Self-Definition)

米国の有名なシンガソング・ライターであるトム・ウェイツや、歌手であり女優であるベット・ミドラーは、商品コマーシャルに出演しないことで知られている¹¹。彼らは、氏名・肖像等の人の属性の商業的利用に関して相当な報酬が支払われないことを問題にしているわけではない。財産的権利としてのパブリシティの権利は問題になっていない。また、彼らのプライバシーの権利が害されたわけではない。彼らが商品コマーシャルに出演しなかったのは、出演することで彼らの芸術家としての本来の姿 (integrity) が傷つけられると考えたからである。特定の商品との関連付け (associations) を回避することは、彼らの芸術家としての同一性 (identities) を保持するのに重要だったからである。米国では、このような新しい視点でパブリシティの権利をとらえる動きがみられる。パブリシティの権利を、自己の属性に関する情報をコントロールする利益若しくは自己の属性を自律的に自己定義する利益を保護する権利と理解する見解である¹²。

自律的自己定義の権利を理解するには、次の説明が分かりやすい。

” …unauthorized use of her identity interferes with her autonomy because the third party takes at least partial control over the meaning associated with her.¹³”

情報化社会において個人の属性に関する情報をコントロールする利益を保護しようとする提案であり、示唆にとんでいる¹⁴。

3 権利の性質論についての混乱／一個説対二個説

商品コマーシャルへの出演拒否の事例は、わが国では、人格権としての氏名権、肖像権の侵害が問題になる。

わが国において、人格権としての肖像権は、まず、デモ行進中の容貌、姿態をみだりに承諾なく撮影されない自由として認められた。個人の私生活上の自由のひとつとして憲法13条の幸福追求権を根拠にした権利である¹⁵。私法上の氏名権・肖像権としては、家庭用サウナの宣伝広告に、無名の消費者の顔写真

と氏名が無断で掲載された事件がある。100名程度の他の消費者とともに掲載するという条件だったのに違う形で掲載されたという事案であったが、裁判所は、「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られる自由は法的保護に値する」として慰謝料請求を認容している¹⁶。そうすると、わが国では、商品コマーシャルへの出演を欲しない芸術家の例は、人格権としての氏名権・肖像権を侵害しているということになりそうである。

権利の個数に関しては、まず、財産的権利としてパブリシティの権利と人格権としての氏名権・肖像権という二つの権利が並存するという見解(二個説)がある。

しかし、財産的権利としての人格権と独立別個の権利を認めると、財産的権利としてのパブリシティの権利に差止請求を認める理由をうまく説明できなくなってしまう¹⁷。また、財産的権利として譲渡性を認めるとしても、「氏名・肖像の財産価値を本人からどう分離できるのか。果たして氏名・肖像利用権(財産的権利)は人格的要素を払拭できるのか¹⁸」という疑問も残る。

他方で、「財産権といっても完全な財産権ではなく、人格権の色彩も色濃く残した財産権であり、この人格権的色彩の部分により、差止めが可能とも解せられる」として一個説を主張する見解がある¹⁹。

ただ、人格権的色彩が残存することで、財産的権利としてのパブリシティの権利の譲渡性が不当に制限されるのではないかという疑問を抱えてしまう。

4 包括的権利としての構成

情報化社会においては、コンピュータ、インターネットにより容易に個人情報第三者に公表され、集約され、利用され、侵害されるおそれがある。このような社会においては、氏名・肖像その他の人の属性の利用に関しても、その財産的価値への配慮だけでなく、自己の属性に関する情報をコントロールする利益若しくはその属性の意味を自律的に定義する利益にも配慮しなければならない。

また、人の属性の無断利用の態様は千差万別で、財産的権利と人格的権利のいずれが侵害されたかを概念的に区別するのは困難であるし、あまり意味のあることでもない。むしろ、これらの権利を包括する権利として、自己の属性に関する情報をコントロールする権利若しくは自律的自己定義の権利として一元的にとらえるべきではないか²⁰。

この権利は、憲法上の幸福追求権から導き出された権利ととらえることができる。憲法13条が保障する幸福追求権は、個別の基本権を包括する基本権であり、個人の人格的生存に不可欠な利益を内容とする権利の総体といわれている²¹。自己の属性に関する情報をコントロールする権利若しくは自律的自己定義の権利は、この憲法上の幸福追求権が私法分野に意味充填されて形成された権利といえることができる。権利の内容として、人格的生存に不可欠な利益とはいえない財産的価値の保護を含む点は、判例法により保護されるべき利益が追加的に形成されたものと理解することができる。

このような構成をとった場合、例えば、ある歌手とそっくりの歌声が本人に無断で自動車コマーシャルに利用された事案の場合、彼女としては、その歌声が無断で利用されたのであるから、不法行為に基づいて損害賠償を請求する場合は、この包括的な権利(パブリシティの権利と呼ぶとして)を被侵害利益と構成すれば足りる。権利の性質が財産的権利であるか、人格権の権利であるかに関わりなく、利用の対価が支払われていない場合は財産的損害を賠償請求すればよいし、コントロールを失ったことで精神的苦痛を被った場合は精神的損害を賠償請求すればよいのではなかろうか。

5 差止請求について

この権利は、包括的権利として自己の属性に関する情報をコントロールする権利若しくは自律的自己定義の権利であるから、その侵害については、人格権に準じて、差止請求を認めるべきである。ただし、財産的権利の部分のみを譲り受けた者には差止請求を認める必要はない。

6 譲渡性について

包括的権利全体については一身専属性を根拠に譲渡は認めるべきではないが、財産的権利に関する部分については、譲渡性を認めるべきである。

7 権利の主体について

譲渡性の議論と同様に、包括的権利全体については、法人帰属を認めるべきではないが、財産的権利に関する部分については、球団、プロダクション等の法人による保有を認めてよい。ただし、球団、プロダクションは、財産的権利の利用に関しては、残存する部分の権利を有する本人の人格的権利を侵害してはならない。

この権利の帰属は有名人に限定する必要はなく、無名人にも認められる。ただし、無名人のパブリシ

ティの価値には財産的価値が存在しない場合が多いであろう。

- 1 おニャン子クラブ事件(東京高裁平成3年9月26日判決 判例時報1400号3頁)。マーク・レスター事件判決(東京地裁昭和51年6月29日判決 判例時報817-23)では、パブリシティの権利という名称は使われていないが、「俳優等は、自らかち得た名声の故に、自己の氏名や肖像の対価を得て第三者に専属的に利用せしめる利益を有しているのである。ここでは、氏名や肖像が、…人格的利益とは異質の、独立した経済的利益を有している。」として経済的利益の保護の必要性に着眼している。
- 2 Haelan Laboratories, Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc. (202 F.2d 866, 2nd Cir. 1953)
- 3 Melville B. Nimmer, The Right of Publicity, Law and Contemporary Problems 203p (1954)では、“The right of publicity must be recognized as a property (not a personal) right”としている。
- 4 Nimmer上掲 p 244。
- 5 J. Thomas McCarthy, the Rights of Publicity and Privacy (2d ed. 2000).阿部浩二「パブリシティの権利と不当利得」(注釈民法18巻554頁,561頁 有斐閣)は、パブリシティの権利を「一種の財産権」とし、「パブリシティの権利においては、“right to be let alone”というよりは“right to be free from commercial exploitation”が重要になる。」というH. Gordonの見解を引用したうえで、「パブリシティの価値が問題にされるときは、人の精神・感情に対する侵害(injury to feelings)は二次的な考察の対象になるに過ぎない」としている。また、牛木理一「キャラクターの法的保護について」(著作権研究55号35頁)は、「氏名や肖像の営利的使用について、これを純粋な私事への介入という人格権侵害の面から考えるよりも、むしろ第一義的にはその商品的価値を見て財産権侵害であると考えた方が適当となります。」としている。
- 6 氏名権については、NHK日本語読み事件(福岡地裁小倉支部昭和52年7月11日判決 判例時報858号48頁)が、肖像権については、最高裁大法廷昭和44年12月24日判決(刑集23-12-1625)が、保護すべき人格的利益であることを認めている。
- 7 齊藤博「氏名・肖像の商業的利用に関する権利」(特許研究15 1993年)25頁。
- 8 William L. Prosser, Privacy, California Law Review (1960)
- 9 Prosser上掲 p406 “The interest protected is not so much a mental as a proprietary one, in the exclusive use of plaintiff’s name and likeness as an aspect of his identity. It seems quite pointless to dispute over whether such a right is to be classified as “property.” If it is not, it is at least, once it is protected by the law, a right of value upon which the plaintiff can capitalize by selling license.”
- 10 McCarthy、前掲。
- 11 Waits v. Frito-Lay, Inc., 978 F.2d. 1093 (9th Cir.1992).Bette Midler v. Ford Motor Company, 849 F.2d 460(9th Cir. 1988)
- 12 Mark P. McKenna, The Right of Publicity and Autonomous Self-Definition, University of Pittsburgh Law Review Vol.67 282 (2005)は、パブリシティの権利を財産的権利としながらも、人格的権利(Moral Rights)としての側面に着眼する。
- 13 McKenna前掲p282。
- 14 大家重夫「人格権とパブリシティ権」(特許研究 1990年10月) p10は、「肖像・氏名は、人格との結びつきが深いから、その有名人が嫌いな商品の広告にも、一定の金額を支払えば使用できるという結論は容認しがたい。」として同様の問題意識を有している。
- 15 京都府学連事件(最高裁昭和44年12月24日判決 刑集23-12-1625)。
- 16 家庭用サウナ新聞広告事件(東京地裁平成元年8月29日判決 判例時報1338-119)。
- 17 齊藤博、前掲p24。
- 18 齊藤博、同頁。
- 19 大家重夫、前掲p9。
- 20 Mark P. McKenna, 前掲 p280”Thus, while it makes some sense to conceptualize a right to prevent unauthorized uses of one’s identity as “independent” of the right to privacy, a better distinction would have been between all identity appropriation claims, whether by celebrities or private citizens, on the one hand, and traditional privacy claims on the other hand.”
- 21 芦部信喜・高橋和之補訂「憲法第4版」岩波書店2007年 p116。