

パブリシティ権の法的性質に関する考察

西村 恭佑

昨今、商品販売促進のために著名人を起用することは多くの場で見受けられる。著名人の肖像写真を本人に無断で利用し、その経済的利益を不正に得る者が登場した場合、本人に不利益をもたらすこととなるが、この行為は「パブリシティ権の侵害」に基づく不法行為を構成する。しかし「パブリシティ権」は、現行法上、明文規定で認められた権利ではなく、その法的性質は明確ではない。パブリシティ権の法的性質の位置づけは、侵害の成立要件、権利の譲渡可能性にも影響を与える。かかる問題意識から、本研究ではパブリシティ権の法的性質について検討する。具体的には、判例集や評釈を参照の上、パブリシティ権を扱った事件の概要や判決の争点及び裁判所の判断等を調査し、考察を行った。

検討の結果、諸判決から得られるパブリシティ権の法的性質は曖昧であり、根拠が不明瞭な点が見受けられた。最高裁が初めてパブリシティ権について正面から判断を下した平成24年2月2日のピンク・レディー事件判決もまた、パブリシティ権を「人格権に由来する権利の一内容を構成するもの」と示しているものの、明確に法的性質を決定づけるものではなかった。しかし、同判決は、本研究を行う上で重要な判示を残している。

パブリシティ権による保護が問題となるのは、肖像権やプライバシー権ではカバーできないような、著名人の肖像等が無断利用され、かかる経済的利益が侵害された場合である。本研究はかかる経済的利益の侵害に対する救済措置の観点から法的性質を考察した。具体的には、損害賠償および差止めの可否である。

損害賠償はパブリシティ権が人格権もしくは財産権のいずれに基づく場合でも、民法709条の適用により対応することが可能と考えられる。その一方、差止めについて、財産権に基づく場合は排他性を持たせることが困難であるため、法的根拠を示し難い。しかし、人格権は判例の積み重ねがあるため、差止めの法的根拠を持たせることができる。本研究では、ピンク・レディー事件を重視しつつ、救済措置から検討した結果、パブリシティ権の法的性質は人格権であると結論づけた。なお、財産権説に基づく差止めを認めた判決もあり、それによると、利益や価値の独立性、著名人に帰属する固有性、権利の排他性を理論的に根拠付けることができるのであれば、財産権説にも一考の余地はある。

本研究では救済措置の観点から人格権説と財産権説を比較検討したが、別の観点としてパブリシティ権保護の主体を検討することで保護範囲を明らかにする方法が考えられる。今後は主体に関する議論を深めれば、パブリシティ権でなければ保護できない領域を明らかにすることができ、パブリシティ権の存在意義を裏付けることにもつながることが期待される。

(指導教員 石井夏生利)