

印刷会社 のための 知的財産

連載
第12回

裁判例紹介

事件名： おニャン子クラブ事件

・・タレントの肖像、氏名を無断でカレンダーに使用し販売した業者に対して、カレンダーの製造販売の差止・廃棄と損害賠償請求が認められた事件・・

平成2年(ネ)4794号 損害賠償請求控訴事件
東京高裁平成3年9月26日判決
(第一審 東京地裁平成2年12月1日判決)

◆実務上のポイント

著名人の氏名・肖像を無断で使用すると、肖像権上のトラブルを生じるおそれがあります。
印刷物の企画提案を行う印刷会社としては、氏名・肖像の使用に際し、未然にトラブルを防ぐ意識を持ちたいものです。

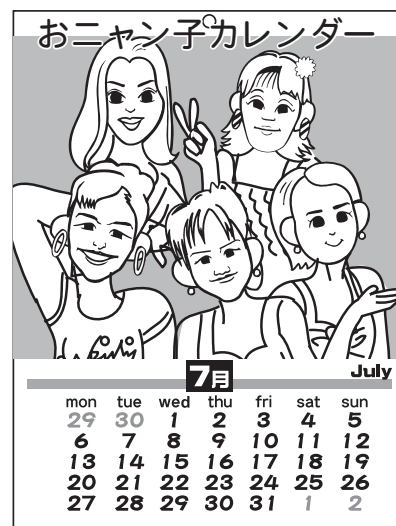
◆本件を取り上げた理由・趣旨

本件は、「パブリシティ権」なる用語は用いなかったものの、実質的にパブリシティ権に基づく差止めを容認した点で特徴的な事件です。著名人の氏名・肖像が有するパブリシティ（顧客吸引力）について理解し、著名人の氏名・肖像を掲載した印刷物を制作するうえで、参考となる判決とされます。

また、この事件を端緒に、肖像権について確認してみたいと思います。

◆事件の概要

「おニャン子クラブ」は、昭和60年4月からテレビ放送された「夕やけニャンニャン」を通じて広く人気を獲得したタレントグループです。「おニャン子クラブ」のメンバーは、その氏名・肖像についてテ



レビ局に対して独占的に使用許諾をしており、他の業者へはその氏名・肖像の使用を許諾していませんでした。ところが、昭和61年9月頃から、カレンダーの販売業者がおニャン子クラブのメンバーの氏名・肖像（写真）を掲載したカレンダーを無断で製造販売しました。そこでおニャン子クラブのメンバー5人は、人格権としてまたは財産権としての氏名権・肖像権の侵害に基づき、氏名・肖像を無断で使用したカレンダーの製造販売行為の差止め、カレンダーの廃棄、および損害賠償の請求を行いました。

◆第一審・東京地裁判決要旨

第一審判決では、「人は自己の氏名・肖像を、自己の意思に反してみだりに使用されないことについて、法律上保護される人格的利益を有している。……かかる人格的利益は、原告ら各自固有の排他的なものである。……」とし、人格的利益に基づき差止め請求と破棄請求を認め、又、「原告らの氏名、肖像は、それ自体が経済的利益を生じさせる財産的な価値を含む」とし、こうした財産的価値を無断で使用する行為は、民法上の不法行為を構成するとして損害賠償請求を認めました。

◆控訴審・東京高裁判決要旨

財産権としての氏名・肖像利用権に基づく商品の製造販売の禁止・廃棄、および損害賠償請求を認め、人格的利益に基づく請求については一審判決を取り消しました。

財産権としての氏名・肖像利用権に基づく請求についての判断

「芸能人の氏名・肖像がもつかかる顧客吸引力は、当該芸能人の獲得した名声、社会的評価、知名度等から生ずる独立した経済的な利益ないし価値として把握することが可能である。……当該芸能人は、かかる顧客吸引力の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を有するものと認めるのが相当である。」

「右カレンダーは、年月日の記載以外は殆どタレントらの氏名・肖像で占められており、他にこれといった特徴も有していないことが認められることからすると、その顧客吸引力は専らタレントらの氏名・肖像のもつ顧客吸引力に依存しているものと解するのが相当である」として、財産的権利に基づき、カレンダーの製造販売行為の差止め、カレンダーの廃棄、および損害賠償の請求を認めました。

人格的利益に基づく請求についての判断

「氏名・肖像を利用して自己の存在を広く大衆に訴えることを望むいわゆる芸能人にとって、私事性を中核とする人格的利益の享受の面においては、一般私人とは異なる制約を受けざるを得ない。……当該芸能人の社会的評価の低下をもたらすような使用行為はともかくとして、社会的に許容される方法、態

様等による使用行為については、当該芸能人の周知性を高めるものではあっても、その人格的利益を毀損するものとは解し難い」として、人格的利益に基づいて差止め請求、廃棄請求を認めた一審判決を取り消しました。

◆解説

財産権としての氏名・肖像利用権 パブリシティ権について

芸能人やスポーツ選手などの著名人の氏名や肖像には、パブリシティ（顧客吸引力）と呼ばれる経済的価値が存在しています。本裁判例のように、芸能人の氏名、肖像を無断で使うことが許されないのは社会常識的にみても納得がいくところだと思われます。これまでも芸能人やスポーツ選手の氏名・肖像の広告や商品への無断使用が問題となった事案がいくつか存在します。「マーク・レスター事件」（東京地裁昭和51年6月29日判決）は、我が国ではじめてパブリシティに基づく利益存在を認めた裁判例といわれており、英国の子役俳優の出演映画のワンシーンがテレビコマーシャルに利用されたことについて不法行為による損害賠償請求を認めました。本件は、上記判決以降、パブリシティ権について考えが深まっていく過程で出された判決と言えるでしょう。最近でも、人気タレントの写真を無断で雑誌に掲載したとして、出版社に対する損害賠償請求を認めた事例「ブブカスペシャル7事件」（東京高裁平成18年4月26日判決）があります。

実は、我が国の法律には、パブリシティ権について定めたものはなく、上述のような裁判の蓄積によって確立された、比較的新しい考え方です。それ故、パブリシティ権について、考えがまだ確立していない点も多くあります。例えば、パブリシティ権は他人に譲渡できるのか？相続できるのか？できるとしたら、その権利期間は何年か？など、今後の裁判例の積み重ねを待たなければ判断できない問題も幾つもあります。著名人の氏名・肖像を利用する場合、パブリシティ権として認められた権利に含まれるか否か判断が難しい場合には、本人の許諾（エージェントが存在する場合にはその許諾）を得ることが無難でしょう。許諾が得られない場合には、残念ですが、使用を止める判断も必要です。

人格的利益を保護する人格権 プライバシー権について

それでは、著名人の氏名・肖像でなければ、本人の許諾を得ることなく、自由に使用しても問題はないでしょうか？

決してそうではありません。もう一つパブリシティ権とならんで所謂肖像権の一つとして認められている権利に「プライバシー権」があります。プライバシー権もパブリシティ権と同じく、我が国の法律には、明確に定めたものではありませんが、憲法によって保護され得る人格権を基礎とした裁判例の積み重ねから確立されてきた権利で、「自己の容貌、肖像をみだりに撮影、公表されない権利」と定義されます。

例えば、街を歩く女性の写真を無断で撮影し、インターネット上のファッションを紹介するサイトに掲載したことが肖像権の侵害となるとして問題となった事例があります（東京地裁平成16年（ワ）18202号、平成17年9月27日判決）。この場合、ファッションを紹介するためには本人が特定できる全身写真を掲載する必要はない、とし、被告に慰謝料の支払いを命じました。また、このように人物を主題として掲載する場合以外にも、例えば、パンフレットに使用した写真に、人物がたまたま写り込んでいる場合

であっても、その人物が誰か判別できる程度に写っていたら、無断で使用するとプライバシー権の侵害となるおそれがあり、本人の許諾なく使用することは避けなければなりません。

なお、本件判決では、芸能人のプライバシー権には一般人と比べると制約があるとし、プライバシー権に基づく請求は認めませんでした。著名人の氏名、肖像の利用に際して、プライバシー権の問題は考えなくても良い、という訳ではありません。著名人であってもプライバシー権は存在するものであり、上述の「プブカスペシャル7事件」では、タレントの肖像の無断使用に対して、プライバシー権（肖像）侵害も認めています。

近年では、法律で明文化され、印刷会社においても重要視されている著作権に加え、法律では明文化されていない氏名・肖像に関する権利についても権利意識が高まってきています。今後、このような氏名・肖像に関する権利についてのトラブルは、益々増えると予想されます。我々印刷会社は印刷のプロとして、印刷物に使用するコンテンツが著作権法上の問題がないことを確認するだけでなく、氏名・肖像に関する権利についても気を配りたいものです。

「2006年 9月印刷の月」開催のお知らせ

主催……(社)日本印刷産業連合会
開催期間……平成18年9月1日～9月30日

キャッチコピー

「We Love EARTH We Love PRINTING」

■記念式典

開催日……平成18年9月13日(水)
開催場所……ホテルニューオータニ「鶴の間」
実施行事

記念講演会

記念式典

- ・「9月印刷の月アピール」
- ・日印産連表彰式 印刷功労賞 印刷振興賞 特別賞
- ・第5回印刷産業環境優良工場表彰式

記念懇親会



「2005年9月印刷の月」記念式典の様相