

## コアマガジン社発行「ブブカスペシャル7」に関する最高裁決定について

平成20年10月16日

村上・外山法律事務所

弁護士 村上 重俊

1 平成14年発行の雑誌「ブブカスペシャル7」に無断で顔写真を掲載された女性アーティスト14名（別紙1のとおり）が、発行元のコアマガジン社に対し損害賠償を請求した事件で、最高裁判所は15日、パブリシティ権の侵害などを理由に同社に合計848万円の損害賠償を命じた平成18年4月26日の東京高裁判決を支持し、コアマガジン側の上告を棄却する決定を下しました。

### 2 本決定の意義

#### (1) 出版物によるパブリシティ権侵害の基準を変更し救済範囲を拡大したこと

パブリシティ権とは、著名人の氏名・肖像等を無断で商業的に利用されない権利のことをいいます。

出版物によるパブリシティ権侵害に関する従来<sup>1</sup>の判断基準は、「専ら著名人の顧客吸引力に着目しその経済的利益ないし価値を利用する」場合に限ってパブリシティ権侵害が成立し、単に顧客吸引力を承知の上で紹介をただけでは侵害とはならないとして、パブリシティ権の成立範囲を狭く解するものでした（東京高裁平成11年2月24日判決－「キング・クリムゾン事件」）。

本事件の地裁判決も、これに倣い、グラビア写真としての利用に匹敵するものでなければパブリシティ権侵害にはならないとしておりました。

しかし、この基準では、小さな写真であれば使い放題ということになりますし、大きな写真であっても、そこに簡単な紹介文さえつけば、「専ら」顧客吸引力の価値を利用したものではなく、単なる「紹介」に該当するとして、パブリシテ

イ権侵害が認められないことになってしまいます。このような脱法行為が許されるならば、無制限の肖像利用によってアーティストのイメージが悪くなり、その結果、パブリシティ権を生み出す源となる名声それ自体が失われることにもつながりかねません。

本事件の東京高裁判決は、アーティストが常日頃蒙っている被害の実情をふまえ、「専ら」顧客吸引力に着目した場合でなくとも、無断で商業的に利用しさえすれば、パブリシティ権侵害に該当するとして、パブリシティ権侵害の基準を変更し、その救済範囲を大幅に拡大したものです。そして、今般の最高裁の上告棄却決定は、この東京高裁判決を支持したところに大きな意義があります。

## (2) 最高裁がパブリシティ権侵害を認めた初のケースであること

また、今回の最高裁決定は、パブリシティ権には法律の根拠がないと主張したコアマガジン社側の上告理由を退けてパブリシティ権侵害を認めた高裁判決を支持した初の判断であり、最高裁判所として初めてパブリシティ権を承認したと評価できる画期的な判断です。

## 3 今後の展望

今回の最高裁決定により、まず第一に、明文規定はなくてもパブリシティ権は認められることが明らかになりました。したがって、今後は、明文の規定がないことを理由にパブリシティ権の存在自体を否定するような不当な判決（例えば、東京地判平成17年8月31日（野山宏裁判長）－別紙2に抜粋）は根絶されるものと期待されます。

そして第二に、今回の最高裁決定により、今後、著名人の肖像等を無断で出版物に使用した場合、それが名誉毀損やプライバシー権侵害などに当たらなくても、無断の商業使用という事実があればそれだけで、パブリシティ権の侵害を理由に出版社に対し損害賠償請求の訴えを起すことが可能となります。

以上

## 当事者一覧

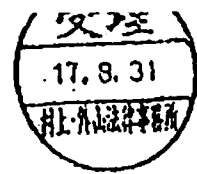
損害賠償を求めた女性アーティスト(判決文掲載順。但し控訴しなかった者を除く)

- 1 佐藤江梨子
- 2 藤原紀香
- 3 川村亜紀
- 4 平山あや
- 5 新山千春
- 6 堀越のり
- 7 後藤真希
- 8 安倍なつみ
- 9 中澤裕子
- 10 飯田圭織
- 11 矢口真里
- 12 保田圭
- 13 深田恭子
- 14 優香

損害賠償を命じられた者

- 1 株式会社コアマガジン (新宿区高田馬場1-33-6)
- 2 同社代表取締役
- 3 「ブブカスペシャル7」誌発行人
- 4 同誌編集人

以上



別紙ス

平成17年8月31日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

平成16年ワ第7252号損害賠償請求事件(第1事件)

平成16年ワ第25166号損害賠償請求事件(第2事件)

平成17年6月22日口頭弁論終結

判 決

当事者の表示

別紙当事者目録記載のとおり

主 文

- 1 原告株式会社アーティストハウスピラミッド, 同株式会社アクシヴ, 同株式会社アップフロントエージェンシー, 同株式会社イエローキャブ, 同株式会社サンズ, 同株式会社キャストコーポレーション, 同株式会社サンミュージックブレーン, 同株式会社ジャパン・ミュージックエンターテイメント及び同株式会社ホリプロの本件訴えを, いずれも却下する。
- 2 被告らは, 連帯して, 原告伊東美咲こと安斎智子, 同安倍麻美及び同名倉潤に対し, それぞれ11万円及びこれに対する平成16年4月14日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。
- 3 原告伊東美咲こと安斎智子, 同安倍麻美及び同名倉潤のその余の請求をいずれも棄却する。
- 4 原告広末涼子, 同押尾学, 同乙葉こと吉田和代, 同安西ひろこと安西紘子, 同熊田曜子, 同後藤真希, 同高橋愛, 同MEGUMIこと山野仁, 同根本はるみこと根本晴美, 同小池栄子, 同瀬戸早妃, 同雛形あきこと山本明子, 同辺見えみりこと逸見絵実理, 同小野真弓, 同矢沢心こと矢澤心, 同深田恭子, 同優香こと岡部広子の請求をいずれも棄却する。
- 5 訴訟費用は, 第1事件についてはこれを10分し, その1を被告らの負担とし, その余を第1事件原告らの負担とし, 第2事件については, 第2事件原告らの負担とする。

事実(当事者の申立)

る参加者の限定された市場（有償で著名人の情報発信の許可を得る市場）を形成しているだけのことである。すなわち、著名人との円滑な関係が確保できないことを覚悟の上で、前記有償の市場の外で、著名人に対する関係では無許可無償で、著名人に関する情報を取得するという自由市場も存在しているのであって、著名人の情報を使用したこと自体を根拠として、このような自由市場において取得した著名人情報を利用することを違法とするような制定法、慣習法、事実たる慣習は、現在のわが国には存在しない。著名人の情報発信の許可を有償で得るべき市場への参加を強制するような制定法、慣習法、事実たる慣習は、現在のわが国には存在しないのである。

著名人の著名度が一定レベルを上回っている状態になると著名人の情報発信の許可を得る市場が発生するが、そのような市場が発生したからといって、著名人に関する情報の発信に当たって当該市場に参加して当該市場から情報を取得することを強制されるものではなく（参加するかどうかは各人の自主的な判断に委ねられている。）、著名度が一定レベルを下回るに至れば当該市場は自然に消滅していくにすぎないのである。

(エ) 以上に説示したところをまとめると、制定法上の根拠もなく、慣習としても成立しているとはいえないパブリシティ権を認めるには慎重でなければならず、公法私法を通じた法の一般原則とみられる正義・公平の原則、信義則、比例原則等に照らしても、著名人としての顧客吸引力があることだけを根拠としては、著名人に関する情報発信を著名人自らが制限し、又はコントロールできる権利があるとはいえないというべきである。したがって、以下において説示する本件各記事の多くがそうであるように、著名人の芸能活動を伝える記事や著名人の噂話に関する記事に著名人の写真等が添付、使用されたとしても、そのことだけを理由に著名人の権利（パブリシティ権）が侵害されたということとはできないと

ては理由がないからこれらを棄却することとする。また、第2事件については、原告らの請求は理由がないからいずれも棄却することとする。そして、それぞれの事件につき、訴訟費用の負担につき民訴法61、64条、65条を適用して、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第13部

裁判長裁判官 野 山 宏

裁判官 出 口 亜 衣 子

裁判官酒井正史は転補のため署名押印することができない。

裁判長裁判官 野 山 宏