

ピンク・レディー事件 最高裁判決の検討

平成24年5月9日

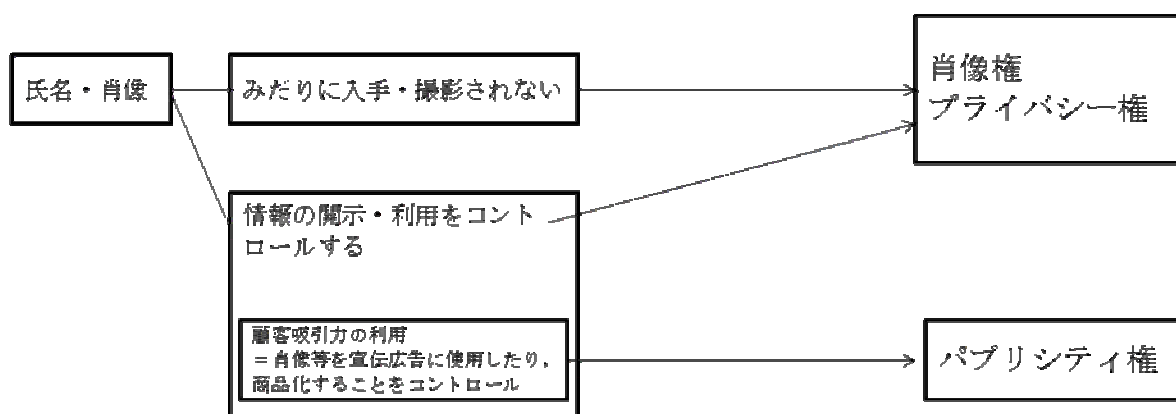
小松法律特許事務所
弁護士 山崎道雄

第1 はじめに

1 パブリシティ権の概略

「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」という（本判決による定義）。

【イメージ¹】



2 沿革

プライバシーの権利から派生してきたもので、20世紀に入り、アメリカのコモン・ロー上、生成されたものとされる。1953年（昭和28年）の「Healan Laboratories, Inc. v s Topps Chewing Gum, Inc.」, 202 F.2d 866」がパブリシティ権を承認²。

プライバシー権（19世紀後半）＝私的領域の情報が中心。

著名人の肖像等を商業的に利用されることを阻止できない。

パブリシティ権

¹ あくまでイメージ図であり、正確なものではない。

² 阿部浩二ほか「パブリシティの権利をめぐる諸問題 肖像権委員会」1頁以下（社団法人著作権情報センター 2009年3月）。

3 日本での展開

- ・ 肖像の保護は、旧著作権法25条（明治32年施行。「他人ノ囑託ニ依リ著作シタル写真肖像ノ著作権ハ其ノ囑託者ニ属ス」）まで遡るとされる³。

そのほか「宴のあと」事件（東京地裁昭和39年9月28日判決・判タ165号184頁）、京都府学連事件（最高裁昭和44年12月24日判決・刑集23巻12号1625頁）。

- ・ 肖像等の顧客吸引力という点については、マーク・レスター事件判決（東京地判昭和51年6月29日・判時817号23頁）がある。同判決は、「パブリシティ権」という表現を用いていないものの、イギリスの著名な子役俳優である原告が主演した映画の出演場面无断でテレビCMに利用されたという事案で、不法行為の成立を肯定して損害賠償を認めた。

その後、光GENJI事件判決（東京地判平成1年9月27日判決・判時1326号137頁）において、「パブリシティ権」という言葉が用いられた。

- ・ 現在まで、40を超える判決あり（詳細は、判タ1346号25頁以下）。

4 パブリシティ権侵害が問題となる典型例

(1) 広告等への使用⁴

Yは、有名俳優Xとの広告出演契約が失効しているのにも関わらず、Xの氏名・肖像を利用して、衣料品店の新聞広告、折り込みチラシ、テレビCMを行った。

(2) 肖像等を商品化して販売⁵

Yは、アイドルグループXらないしその関係者に無断で、Xらの肖像写真と氏名入りのカレンダーを販売した。

³ 大家重夫「肖像権 改訂新版」（株式会社光邦 2011年8月）1頁以下では、さらに、明治20年の写真著作権条例にまで遡るとされている。

⁴ 藤岡弘事件（富山地裁昭和61年10月31日判決・判時1218号128頁）を参考にした。

⁵ おニャン子クラブ事件（東京高裁平成3年9月26日判決・判時1500号3頁）を参考にした。

(3) 伝記書籍の出版⁶

Yは、著名なプロサッカー選手Xの出生からワールドカップ本大会出場直前までの半生につき、サッカーとの関わりを中心に、数々の私生活上のエピソードを交えながら書いた書籍を発行出版した。

(4) 雑誌記事への掲載⁷

Yが出版する雑誌に、秘蔵写真としてアイドルXのデビュー前の写真、通学中の写真等を掲載した。

* (1)(2)の類型は、パブリシティ権侵害が認められやすい傾向にある。

(3)(4)の類型は、表現の自由との調整の問題がある。

⁶ 中田英寿事件（東京高裁平成12年12月25日判決・判時1743号130頁）を参考にした。

⁷ ブブカスペシャル事件（東京高裁平成18年4月26日判決・判タ1214号91頁）を参考にした。

第2 本判決の概略

1 事案の概要

本件は、女性デュオ「ピンク・レディー」を結成していた著名な芸能人であるX1・X2（原告・控訴人・上告人）が、Xらの肖像写真（本件写真）がY（被告・被控訴人・被上告人）発行の週刊誌「女性自身」掲載の記事に無断掲載されたことがパブリシティ権を侵害する不法行為にあたるとして損害賠償金186万円（写真1枚あたり9万円＋弁護士費用60万円）の支払を求めた事案である。

（HP掲載にあたり 中略）

(1) 本件記事の内容

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の解説。
子供の頃にピンク・レディーをまねていたタレントの思い出等を紹介するもの。

(2) 本件記事の構成

見出し部分（16頁右端）

写真1

5つの楽曲についての各説明（16頁上下，17頁上下，18頁上下）

写真2～写真5，写真7

見出し，解説，写真，4コマ解説のパターン。

ナイスバディ記事（17頁左端上半分）

写真6

前田健の語る思い出（17頁左端下半分）

本紙秘蔵写真で綴るピンク・レディーの思い出（18頁下部分）

写真8～写真14

KABA．ちゃんの語る思い出（18頁下端）

(3) 本件写真の使用態様等

- ・ 約200頁ある本件雑誌の16頁から18頁までの3頁に掲載。
- ・ 写真は、計14枚。過去にXらの承諾を得て撮影したもの。

- ・ 縦 2 . 8 cm × 横 8 cm ~ 縦 8 cm × 横 1 0 cm 程度のもの。白黒で掲載。
- ・ 本件写真が紙面に占める割合は、16頁で約25%、17頁で約21%、18頁で約48%で3頁平均で約31%。

(4) 宣伝広告等

ア 雑誌表紙

- ・「まえけん解説！ストレス発散“やせる”5曲」
- ・「『ピンク・レディー』ダイエット」
- ・「奇跡のボディを作る！」

イ 目次

「踊って脂肪を燃焼！『ピンク・レディーdeダイエット』」

ウ 新聞の広告記事

- ・「『ピンク・レディー』ダイエット」
- ・「まえけん解説“ストレス発散”振りつけマスターやせる5曲」
- ・Xらの写真1枚。

エ 電車等の中吊り広告

- ・「奇跡のボディ作る」
- ・「まえけん解説！ストレス解消“ヤせる”5曲」
- ・「『ピンク・レディー』ダイエット」

2 第1審・東京地裁平成20年7月4日判決(平成19年(ワ)第20986号・判タ1280号) - 請求棄却

(1) パブリシティ権侵害の基準

パブリシティ権を認める。他方、芸能人等の特殊性を強調。専ら基準を採用。

【判決引用】

「人は、著名人であるか否かにかかわらず、人格権の一部として、自己の氏名、肖像を他人に冒用されない権利を有する。人の氏名や肖像は、商品の販売において有益な効果、すなわち顧客吸引力を有し、財産的価値を有することがある。このことは、芸能人等の著名人の場合に顕著である。この財産的価値を冒用されない権利は、パブリシティ権と呼ばれることがある。

他方、芸能人等の仕事を選択した者は、芸能人等としての活動やそれに関連する事項が大衆の正当な関心事となり、雑誌、新聞、テレビ等のマスメディアによって批判、論評、紹介等の対象となることや、そのような紹介記事等の一部として自らの写真が掲載されること自体は容認せざるを得ない立場にある。そして、そのような紹介記事等に、必然的に当該芸能人等の顧客吸引力が反映することがあるが、それらの影響を紹介記事等から遮断することは困難であることがある。

以上の点を考慮すると、芸能人等の氏名、肖像の使用行為がそのパブリシティ権を侵害する不法行為を構成するか否かは、その使用行為の目的、方法及び態様を全体的かつ客観的に考察して、その使用行為が当該芸能人等の顧客吸引力に着目し、専らその利用を目的とするものであるといえるか否かによって判断すべきである。」

(2) あてはめ

写真使用の目的

- ・ 振り付けの説明又は読者に振り付け等を思い出させるため使用(1～5,7)
- ・ ダイエットの目標を実感させるために使用(6)
- ・ ダイエットを行うという記事に付随して、原告らの過去の芸能活動を紹介(8～14)

方法及び態様

さほど大きくはない白黒写真。各楽曲あるいは1頁の3分の1程度。

宣伝広告等

宣伝広告、表紙の見出し、目次は、殊更原告らの肖像を強調しているものでない。

3 控訴審・知財高裁平成21年8月27日判決(平成20年(ネ)第10063号・判タ第1311号210頁) - 控訴棄却

(1) パブリシティ権侵害の判断基準

- ・ パブリシティ権は認める。表現の自由，芸能人等の特殊性。
利益較量基準を採用。
- ・ 商業的利用基準，専ら基準のいずれも一面的に過ぎるとして批判。

【判決引用】

「 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，その氏名・肖像を使用する目的，方法，態様，肖像写真についてはその入手方法，著名人の属性，その著名性の程度，当該著名人の自らの氏名・肖像に対する使用・管理の態様等を総合的に観察して判断されるべきものということができる。そして，一般に，著名人の肖像写真をグラビア写真やカレンダーに無断で使用する場合には，肖像自体を商品化するものであり，その使用は違法性を帯びるものといわなければならない。一方，著名人の肖像写真が当該著名人の承諾の下に頒布されたものであった場合には，その頒布を受けた肖像写真を利用するに際して，著名人の承諾を改めて得なかったとして，その意味では無断の使用に当たるといえるときであっても，なおパブリシティ権の侵害の有無といった見地からは，その侵害が否定される場合もあるというべきである。」

(2) あてはめ

- ・ 本件記事の内容 ダイエット法の解説，思い出の紹介
- ・ 写真の大きさ 各頁との比較でさほど大きくない。
グラビア写真と同視できない。
- ・ 記事の構成 本件写真は中心となっているとみれない。
- ・ 広告の態様 ダイエット記事が掲載されていることを告知するもの
- ・ 写真入手経緯等 許可を得て撮影。再利用も記憶喚起の手段に過ぎない。

以上を総合して考慮すると，本件記事における本件写真の使用は，控訴人らが社会的に顕著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を超えて，控訴人らが自らの氏名・肖像を排他的に支配する権利が害されているものということはできない。

4 本判決（最高裁平成24年2月2日判決・裁判所HP）

別紙判決文参照。

(1) パブリシティ権の性質

「人格権に由来する権利の一内容を構成するもの」

(2) 判断基準

専ら基準（専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするか否か）を採用。侵害となる場合の例示あり。

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

商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し

肖像等を商品等の広告として使用するなど

(3) あてはめ

第1審判決，控訴審判決とほぼ同じ。但し，入手経過，広告宣伝等については考慮されていないように見える。

5 補足意見の概要

(1) 専ら基準を採用する理由

パブリシティ権 = 顧客吸引力の排他的な利用権だから，顧客吸引力の無断利用を侵害の中核的要素と捉えるべき。

- ・ 著名人等の特殊性。その人物像，活動状況等の紹介，報道，論評等を不当に制約するようなことがあってはならない。
- ・ 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。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。

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。

(2) 3類型について

- ・ プロマイド，グラビア写真は 類型，キャラクター商品は 類型。
- ・ 下級審で問題となった事例に大部分をカバーできる。

(3) 「専ら」について

この文言を過度に厳密に解することは相当でない。

第3 パブリシティ権についての議論，裁判例

1 パブリシティ権の性格付け⁸

(1) 財産権説(ギャロップレーサー事件控訴審判決 名古屋高裁平成17年6月14日判決・判タ1217号310頁)

芸能人やスポーツ選手等の著名人がその氏名，肖像等について有する顧客吸引力は，独立した経済的利益であり，パブリシティ権は，当該顧客吸引力のもつ経済的利益を排他的に支配する財産的権利であるとする見解。

(2) 人格権説(ダービースタリオン事件控訴審判決 東京高裁平成14年9月12日判決・判タ1114号187頁)

人は，その氏名，肖像等を自己の意思に反してみだりに使用されない人格的権利を有しており，自己の氏名，肖像等を無断で広告に利用されたり，商品化されたりしないということについても，法的に保護されるべき人格的利益を有しているという考え方。

(3) 補足

- ・ 性質論は，譲渡性，相続性，物のパブリシティ権，差止め請求の可否等の議論に影響するとされる。
- ・ 一般に人格権説が有力であるとされる。財産権説が批判される点は，概ね以下のとおりとされる⁹。
 - ・ 著名人の肖像等の商業的使用は，社会的評価等を低下させない限り，人格権侵害とはなり得ないという考え方が前提にあるが，そのように言い切れるか疑問。
 - ・ 差止請求権を認めることが困難となり，救済として不十分。
- ・ 人格権説といっても，パブリシティ権の財産的価値そのものを否定するものではないと考えられる。また，財産権説といっても，パブリシティ権が人格権から派生したものであることは認める見解がある¹⁰。
- ・ パブリシティ権には，人格的利益と財産的利益の両面があるが，財産的利益の部分を権利として評価できるか(二元説)，それとも両者は不可分一体のものか

⁸ 法的性格付けについては，論文の多くが採用するまとめ方による。例えば，升本喜郎「知的財産法の理論と実務 4」(新日本法規出版 平成19年6月)220頁以下。

⁹ 上掲8升本221頁以下参照。

¹⁰ 上掲3大家189頁は，「人格権から生成されたが，半独立的な存在である。そういう限定をつけたうえで，二元的なものとする。水面下でつながっているが，水面上では肖像権と別の(肖像)パブリシティ権が存在する。このパブリシティ権は，人格と離れた完全なる財産権とは，観念できないが，氏名・肖像のもつ経済的利益を内容とするものである。財産権であるから，貸与，譲渡対象となる。」とする。

(一元説), といった整理の仕方もある¹¹。

2 パブリシティ権侵害の基準

付加的要件基準¹²

単に著名人の氏名・肖像等を使用しただけではなく、名誉毀損、侮辱、プライバシー権侵害等の違法行為、または、キャラクターの商品化や広告使用等の人格権侵害のような付加的要件を必要とする。

専ら基準

芸能人等の氏名・肖像等の持つ顧客吸引力に着目し、専らその利用を目的とするものであるか否かで判断する。

商業的利用基準¹³

顧客吸引力を有する氏名・肖像等を商業的な方法で無断利用したか否かで判断する。

総合利益衡量基準¹⁴

氏名・肖像等の使用目的、態様、与える損害などを総合的に利益衡量する手法。

* 田村教授は、専ら基準の曖昧さが萎縮効果を招くとの問題意識から、自然人の氏名や肖像が「宣伝広告に利用される場合か、商品化される場合でなければ侵害にならない」とし、上記付加的要件基準説()の後半部分に近い立場を採用する。

3 その他の問題点

(1) 権利主体性(著名人限定説VS非限定説)

- ・ 一般に財産権説 著名人限定説、人格権説 著名人非限定説とされる。
- ・ 但し、限定説だからといって、一般人の肖像の商業的利用が全く保護されないかというところではない、一般の人格権で処理可能であり¹⁵、そうだとすると、当該争点は、請求原因の選択の問題に過ぎないとも考えられる。

¹¹ 田村善之「不正競争法概説【第2版】」(有斐閣 2003年9月)506頁以下は、パブリシティ権には、人格的利益の側面のほか、インセンティブを保持するために保護が認められる財産的利益の側面があるとしつつ、両者の峻別は困難であるとしたうえ、二元説ではなく、一元説を支持している。

¹² @BUBUKA事件判決(東京地裁判決平成17年8月31日判決・判タ1208号247頁)

¹³ ブブカスペシャル7事件(東京高裁判決平成18年4月26日判決・判時1954号47頁)。

¹⁴ 矢沢永吉パチンコ事件(東京地裁判決平成17年6月14日判決・判時1917号135頁)。

¹⁵ サウナ風呂広告事件(東京地判平成元年8月29日判決・判時1338号119頁)。

(2) 譲渡性

- ・ 一般に財産権説 譲渡肯定説，人格権説 譲渡否定説とされる。
- ・ 但し，人格権説（一元説）でも，パブリシティ権の経済的側面や契約自治等を重視，プロダクション/タレント間の契約実態等を根拠として，肯定する見解がある¹⁶。
- ・ 譲渡否定説でもライセンスまで否定するものではない。
- ・ 裁判例は，譲渡を肯定するものもあるが，争いのない事実として認定されたにすぎず¹⁷，譲渡が許されるか否かについて明確に判断したものはないとされる¹⁸。

(3) 相続，存続期間の問題

- ・ 一般的に財産権説 相続肯定説，人格権説 相続否定説とされる。
- ・ 財産権説でも，実体法の不備を理由として，相続否定説がある。
- ・ 相続否定説でも，遺族固有の人格権侵害を観念する¹⁹，遺言として差止請求権の行使者が指定されていれば積極説を採用する余地があるとする，死者の氏名・肖像等が商品等表示として確立していれば不正競争防止法の問題とはなりうる²⁰とするものがある。
- ・ 相続肯定説の場合は，存続期間が問題となる。この点については，10年説，50年説，無限定説などがあるとされる。
- ・ 裁判例はなし。

(4) 差止請求の可否

人格権説からは，差止請求を説明しやすいが，財産権説では困難とされる。

¹⁶ 内藤篤ほか「パブリシティ権概説 第2版」305頁以下。

¹⁷ 長島一茂事件判決（東京地裁平成17年3月31日判決・判タ1189号267頁）は，「パブリシティ権の譲渡」を争いのない事実として認定した。

¹⁸ 菊地浩明「パブリシティ権についての裁判例の分析（上）」判タ1346号33頁。

¹⁹ 上掲8升本225頁。

²⁰ 上掲11田村540頁以下。

第4 検討

1 本判決の位置づけ

- ・ 「パブリシティ権」という用語の下に、この種の権利を容認し、併せて侵害基準を定立した最初の最高裁判例である。
- ・ パブリシティ権の性格について、「人格権に由来する権利の一内容を構成する」とした。
- ・ パブリシティ権侵害のパターンとして3類型を例示。専ら基準を採用。

2 専ら基準について

(1) 評価

- ・ 主体が著名人であること以外に特に限定はなく、今後、多くの事例用いられる。
- ・ 従来、裁判例で採用されていた基準。但し、明確性の観点から、3類型。
- ・ 専ら基準 + 3類型論により、商品化、広告化の類型はパブリシティ権侵害となることが明確となった。
他方、雑誌記事で肖像写真を掲載するような場合は、表現の自由を重視する観点からのハードルが設定されることまではわかるが、境界線は微妙。

(2) 射程の検討 - 同じ雑誌関係の事例から

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
商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、
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

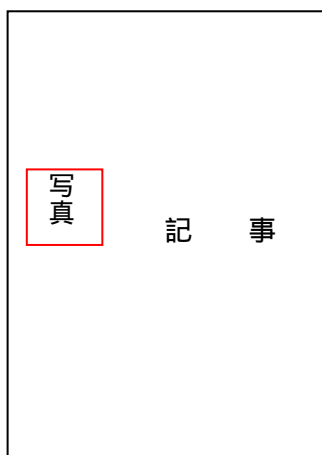
ア @BUBUKA事件・原告西上パターン

【検討対象記事】

- ・ 本件雑誌は、A4判サイズ、全132頁。
- ・ 雑誌55頁に本件記事。ADらの芸能人らのうわさ話をおもしろおかしく記載した企画記事。
- ・ 中段左端に本件写真。5cm×5cm。
- ・ 写真には、「疑惑の写真が次々と流出。マルメンがお気に入りな西上子」とのコメントあり。

「喫煙写真に援交疑惑、深夜に渋谷を徘徊しているのも目撃されてる」、「大人のオモチャ売場にガラの悪そうな男といたのを見たって、あるタレントミュージシャンの方が言ってました」とのADのうわさ話記事に添付されたものと認められる。

【想像図】



【裁判例 東京地裁平成17年8月31日判決・判タ1208号247頁】

「当該記事における原告西上の写真は、全体として、原告西上を含む芸能人らについて面白おかしく記載することが主眼である記事の一部として掲載されたものに過ぎず、その大きさも、記事における必要な範囲を超えるものではない。当該写真は、一体として掲載されている記事の内容が名誉毀損を構成するかどうかは別論として、同原告の顧客誘引力の利用を目的とするも

のとは認められず、情報の自由市場において許容される写真の利用にすぎないものであって、原告西上のパブリシティ権を侵害するものではないというべきである。」

【検討】

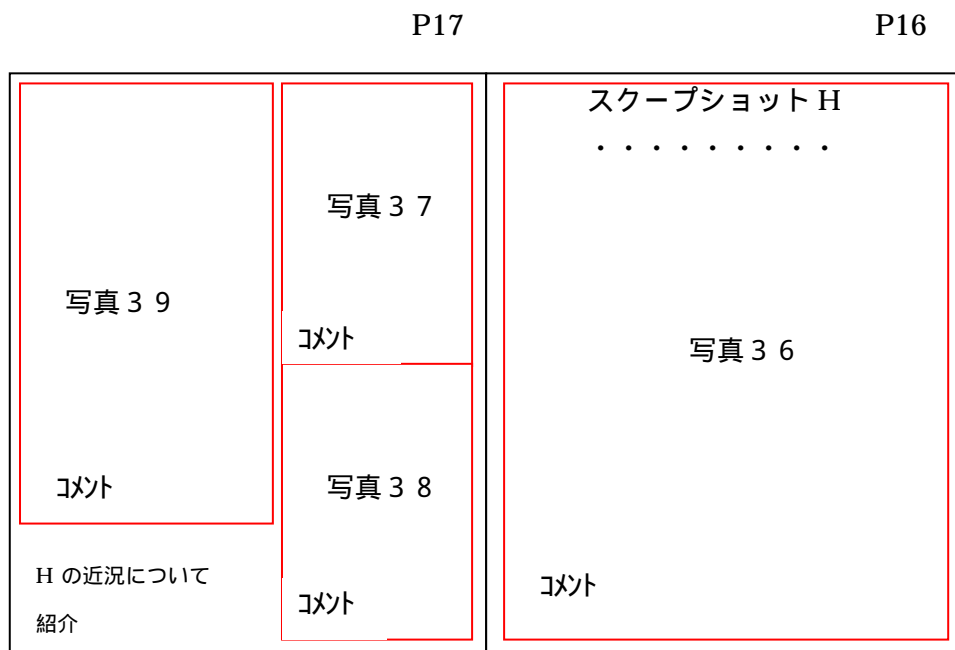
名誉毀損的な要素はあるとしても、本件事案とのバランスからするとパブリシティ権を侵害しないという結論でよいのではないか。

イ ブブカスペシャル7事件・原告Hパターン

【検討対象記事】

- ・ A B判サイズ、全116頁の雑誌、前ページ・フルカラー
- ・ 符合36～符合39の写真。通学中の原告Hの写真。雑誌16頁と17頁の見開き2頁の全面にわたって掲載。
- ・ 符合36 = 25.6 cm × 20.9 cm, 符合37 = 12.9 cm × 9 cm
符合38 = 12.6 cm × 9 cm, 符合39 = 19.4 cm × 11.6 cm
- ・ 「スクープショット H」, 「中学制服姿」という見出し
- ・ 見出し, 符号36～39の写真, 見出し部分の下の3行の説明部分, 各写真に付されたコメント部分, 17頁下の文章部分から構成されている。
- ・ コメントの一例として、符号39の写真には、「えーっ、Hちゃんに子どもがー!?」「うおー!!赤ちゃんを抱いたHちゃん,という貴重なショット。微笑ましいーコマ。」とのコメントが付されているがいずれも短いもの。
- ・ Hの芸能活動の紹介は、最後の4行の説明だけ。

【想像図】



【裁判例】

専ら基準の東京地裁判決，商業的利用基準の東京高裁いずれも侵害を肯定。

東京高裁平成18年4月26日判決・判タ1214号91頁

「符号36～39の写真は，一審原告Hのファンが見てみたいと思うような一審原告Hの制服姿の写真であり，25.6cm×20.9cmの大きさの符号36の写真を中心に4枚の写真を見開き2頁のほぼ全面に掲載しており，芸能活動の紹介記事は，最後の4行部分のみであること，写真の掲載方法も通常モデル料が支払われるべき週刊誌等におけるグラビア写真としての利用と同視できるものであり，一審被告らは，人気歌唱グループの一員として人気の高い一審原告Hの顧客吸引力を利用して本件雑誌販売による利益を得る目的で符号36から39の写真（肖像等）を掲載したものと認められる。」

【検討】

- ・ 田村「本判決が，雑誌全体の3頁のなかで利用されているに過ぎないことを侵害を否定する方向に斟酌した点を重視すれば，侵害が否定されることとなるが，他方で，白黒写真であることや，記事の補足に過ぎなかったことに言及していることを重視すれば違法となる場合がありえよう。最高裁が，「専ら」の例示として掲げた三類型には，雑誌内の数頁のグラビア写真への利用は入らないようにも読めるが，「など」と付されていることから明らかなように，三類型はあくまでも例示に過ぎない。」

但し，田村説は，商品化類型，広告類型以外の利用につき，パブリシティ権侵害の成立に消極的。

- ・ 雑誌全体頁と掲載頁の分量は，補足的なもの，重要なのは，当該記事の内容，写真との分量ではないか。
- ・ 補足意見は，グラビア写真を 類型の典型例として挙げている。
また，紹介記事が存在するが，「専ら」基準を柔軟に捉えており，補足意見ならこの点もクリアできそう。

ウ ブブカスペシャル7事件 - 原告Jのパターン

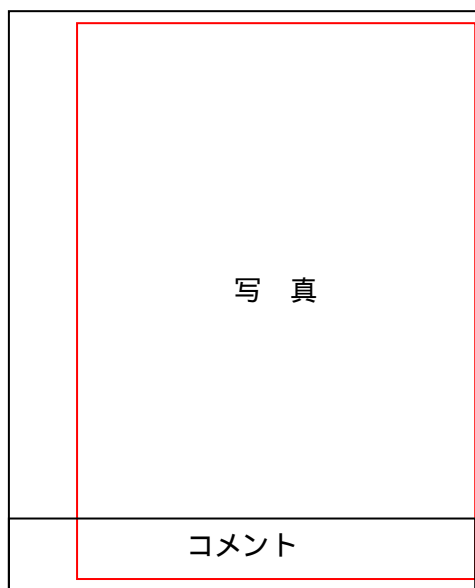
【検討対象記事】

- ・ A B判サイズ，全116頁の雑誌，前ページ・フルカラー
- ・ 写真は，デビュー後の中学校の卒業式の際に撮影された原告J写真。
- ・ 本件雑誌の25頁右側約6分の5にわたって掲載されており，25.6cm×18cm。
- ・ 写真は，「I，Hに迫る人気！売り出し中のJの超貴重セーラー服姿」とのコ

メントが付されている。

- ・ 同写真の下部には，1頁の8分の1程度の部分に，白抜き文字による文章部分があり，Hの容姿や芸能人としての活動について論評が記載されている。

【想像図】



【裁判例 東京地裁平成16年7月14日判決・判タ1180号232頁】

「 符号六四の写真は、同原告の芸能活動について論評する記事の一部として、ファンが関心を持つ出来事である卒業式の際の同原告の写真一枚を使用しているものであるから、その写真の大きさや本件雑誌の構成等を考慮しても、同原告の顧客吸引力に着目し、専らその利用を目的とするものであるとまで認めることはできない。」

3 法的性質論について

- ・ 「人格権に由来する権利の一内容を構成する」というのは，人格権説を採用したと考える良いのか。
- ・ そのように読まない場合，本判決が譲渡性等の議論に影響することはない。問題は，人格権説を採用したものと理解した場合の影響。

以上