

# スポーツ選手の肖像権・パブリシティ権

宮田義晃 スポーツ法政策研究会、京橋法律事務所、弁護士

## 1. はじめに

本連載ではこれまで、スポーツ事故をはじめとしてスポーツ選手の健康に関わりのある法的問題を多く取りあげてきました。今回は、少々趣を変えて、スポーツ選手の「肖像」に関わる法的問題を扱ってみたいと思います。

## 2. 伝統的な「肖像権」概念

### (1) 肖像権とは

読者の皆さんは、「肖像権」というとどのような場面を思い描くでしょうか。古くから用いられている「肖像権」とは、端的に言うと「自己を無断で撮影されない権利」であり、アメリカでは19世紀から議論されてきました。読者の皆さんの頭に浮かぶ「肖像権」も、この無断撮影にかかわるものではないかと思います。

日本では、今から40年前の最高裁判例<sup>1</sup>において、「肖像権」という表現こそ用いられてはいませんが、「何人も、その承諾なしに、みだりにその容ぼう・姿態を撮影されない自由を有する」として、憲法上保障された権利であると認められています。

そして、無断撮影が違法として不法行為に基づく損害賠償請求<sup>2</sup>（民法709条）の対象になるかどうかの判断基準については、近時の最高裁判例<sup>3</sup>が、撮影された者の社会的地位、撮影された活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性などを総合考慮して、撮影された者の「人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超える」かどうかを判断して決める

べきであるとの判断を示しています。

### (2) スポーツ選手と肖像権

これをスポーツ選手が被写体となる場合にあってはめるとどうなるでしょう。一般的には、公開のスポーツの試合・大会で選手を撮影することは、選手のプレーの妨げとされない形で行われるのであれば、選手にとっても想定範囲内であり、受忍限度を超えず、許されることになると考えられます。他方、たとえ有名スポーツ選手であっても、その完全な私生活領域を撮影することは、受忍限度の範囲を超える可能性が高くなっていくでしょう。

ところが、最近では、一部の競技で女性選手に対する不適切な撮影行為があるとして、公開の試合であっても、主催者が「選手の肖像権の保護」を理由に観客の写真撮影を一切禁止するという事態も生じています。日本ビーチバレー連盟、日本体操協会では主催大会での観客の撮影を原則として一切禁止としています。

このような禁止措置にもかかわらず、ビーチバレーではしばしば盗撮が問題となっていることは、読者の皆さんも報道等で聞きしことがあろうと思います。このような不適切な撮影が許されないことはもちろんですが、「肖像権の保護」に過敏になりすぎるあまり、スポーツ選手の輝いている瞬間が写真や映像に残らず、人々の目に触れる機会が失われてしまうのは残念なことです。スポーツ競技の主催者には難しい判断が迫られるところですが、競技や大会

の性質を踏まえ、バランスのとれた措置をとることが望まれます。

## 3. 肖像の経済的価値権 ——パブリシティ権

ここまでは、「自己を無断で撮影されない権利」としての肖像権について述べてきましたが、ここからは、肖像の経済的側面に着目した、「パブリシティ権」と呼ばれる権利について説明していきたいと思います。

### (1) パブリシティ権とは

「パブリシティ権」は比較的新しい概念で、アメリカでも20世紀後半になって議論が深まってきたものです。日本の下級審裁判例では昭和50年代から「パブリシティ権」に言及するものが現れてきており、現在では「著名人が、その氏名、肖像その他の顧客吸引力のある個人識別情報の有する経済的利益ないし価値を排他的に支配する権利」という定義が定着しています。非常に難しい表現ですが、噛み砕いて言えば、「著名人の氏名や肖像にはビジネスを生む価値があるのであり、それを利用する権利は著名人本人が持つべきで、他人が勝手に著名人の氏名や肖像でビジネスをすることは認めるべきではない」ということです。

つまり、先に説明した「肖像権」はあらゆるスポーツ選手が持っているものであるのに対し、「パブリシティ権」は名前や肖像でビジネスをすることができる有名スポーツ選手のみが持っている（あるいはその権利について議論する意味がある）という

違いがあります。

## (2) 裁判例

それでは、これまでスポーツ選手のパブリシティ権が問題になった裁判例を2つほど紹介したいと思います。

### ①東京地裁昭和53年10月2日決定・判例タイムズ372号97頁掲載

プロ野球の王貞治選手が800号本塁打記録を達成したのを記念して、業者が本人の承諾を得ることなく記念メダルを製造・販売しようとしたため、選手本人が、プロスポーツ選手はその肖像等を対価を得て第三者に専属的に利用させ得る権利（パブリシティの権利）を有していると主張して、その差止めの仮処分を求めた事案で、裁判所は王選手の申立てを認め、業者に製造販売の禁止を命じました。

### ②東京地裁平成12年2月29日・判例時報1715号76頁掲載

これは、本人の承諾なく、サッカー日本代表の中田英寿選手の生い立ちや言動について写真やサイン等をまじえて記述した書籍を出版したことがパブリシティ権、プライバシー権等の侵害にあたるとして、選手本人が出版社に対して発行差止めと損害賠償を請求した事案です。

判決において裁判所は、パブリシティ権が法的保護の対象となりうることを示唆しつつも、本件書籍は、関係者に対するインタビュー等の取材活動に基づいてその生い立ちや言動を記述した文章が中心であり、全体としてみて、中田選手の氏名、肖像等の持つ「顧客吸引力」に専ら依存しているとは言えないとして、パブリシティ権侵害を認めませんでした。プライバシー権侵害については請求の一部を認めました。

②の判例が「専ら依存」という基準を用いていることからすると、プロマイドやメダル（①の判例）のように、選手の氏名や肖像があつて初めて商品たり得るものを製造販売することはパブリシティ権侵害になる可能性が高いと考えられます。他方、選

手の写真が一部に使用されていてもそれが書籍の文章を補足する程度にとどまる場合には、パブリシティ権侵害を主張するのは難しいということになりそうです。

### (3) プロスポーツ選手・オリンピック日本代表選手のパブリシティ権の帰属

プロスポーツ選手やオリンピック日本代表選手は、団体に属して活動を行うことが多く、その場合、団体が所属選手のパブリシティ権を管理し、この利用により発生する収入を得て、それを選手に還元するシステムが採用されていることがあります。以下、いくつか具体例をあげてみます（下記の規定には、「肖像権」という用語が用いられていますが、宣伝広告目的、商品化目的で肖像が利用されることに関する規定です。本稿で言う「パブリシティ権」を指すものと考えられます）。

#### ①プロ野球

プロ野球統一契約書第16条1項には、「球団が指示する場合、選手は写真、映画、テレビジョンに撮影されることを承諾する。なお、選手はこのような写真出演等にかんする肖像権、著作権等のすべてが球団に属し、また球団が宣伝目的のためにいかなる方法でそれらを利用しても、異議を申し立てないことを承認する。」

という規定があります。

#### ②Jリーグ

Jリーグ規約第97条1項には、「選手は、第88条の義務履行に関する選手の肖像、映像、氏名等（以下「選手の肖像等」という）が報道、放送されることおよび当該報道、放送に関する選手の肖像等につき何ら権利を有するものでない。」

という規定があります。

また、第136条には、

「①Jリーグは、Jクラブ所属の選手、監督、コーチ等（以下「選手等」という）の肖像、氏名、略歴等（以下「肖像等」という）を包括的に用いる場合に限り、これを無償で使用することができるものとする。ただし、特定の選手等の肖像等のみを使用

する場合には、その都度、事前にJクラブと協議し、その承認を得るものとする。

②Jリーグは、前項の権利を第三者に許諾することができる。」

という規定もあります。

#### ③JOC（日本オリンピック委員会）

JOCでは、「選手強化キャンペーン」として、JOCが加盟団体所属選手のパブリシティ権を一括して管理し、JOCが指定したオフィシャルスポンサー企業にのみ代理店を介しての選手のCM出演を認め、スポンサー企業がJOCに支払う協賛金を選手の強化資金にあてるシステムが採用されています。

また、「シンボルアスリート制度」として、スポンサーからの需要が高い有名選手を「シンボルアスリート」として指定してJOCがそのパブリシティ権を管理し、CM出演の窓口となり、その収入の窓口になる代わりに、協力金を選手に支払うシステムも採用されています（JOCのホームページによれば、平成21年～22年度は上村愛子選手（モーグル）、吉田沙保里選手（レスリング）、内柴正人選手（柔道）ら12名の選手が「シンボルアスリート」として指定されているとのこと）。

上記③の「シンボルアスリート制度」は選手が指定を辞退して選手自身が肖像を自由に管理することもできますが、①②のように全選手にルールが適用されるケースでは、選手の側から、肖像を自主的に管理できないことについて不満の声があがることもあり、以下のように裁判に至ったケースもあります。

プロ野球界では、ゲームソフトやプロ野球カードの製造販売業者に対し、各球団が、プロ野球機構を通じて、選手の氏名、肖像の利用許諾を行ってきました。平成17年、プロ野球選手会はこうした現状を不服とし、プロ野球選手数十名が、その所属球団を被告として、プロ野球ゲームソフトおよびプロ野球カードにつき、球団が選手の氏名及び肖像の許諾をする権限を有しないこ

との確認を求める訴訟を提起するに至りました。

この事件では上記①の統一契約書16条の解釈が一つの争点となりましたが、裁判所は「商業的使用ないし商品化使用の場合を含め、球団ないしプロ野球の知名度の向上に資する目的の下で、選手が球団にその氏名及び肖像を独占的に使用許諾することを定めたもの」であると判断し、結論として、選手らの請求を認めませんでした<sup>iv</sup>。その一方で同判決は、統一契約書16条が「時代に即して再検討する余地のあるもの」という付言もしており、プロスポーツ選手とその所属団体におけるパブリシティ権のあり方について改めて議論する時期に来ていることを示唆しています。

#### 4. おわりに

ここまでスポーツ選手の肖像権、パブリシティ権について概観してきました。概念としては理解するのが容易ではないもので

すが、最近ではこれらの権利の重要性が選手にも競技団体にも浸透しつつあります。権利意識の高まりから、プロスポーツ選手、日本代表選手が自己の肖像権やパブリシティ権の管理をマネジメント会社に任せる例も増えてきています。

上記の判決が示唆したように今後も議論が深まりいろいろなところで取りあげられる分野ですので、本稿をきっかけに関心を持っていただければ幸いです。

#### 〔参考文献〕

升本喜郎「スポーツ選手の肖像の商業的利用に関する現状と問題点」コピライト500号42頁  
安東奈穂子「スポーツ選手の肖像をめぐる一経済的価値ある肖像の保護と利用」九大法学94号1頁

#### 〔注釈〕

- i 最高裁昭和44年12月24日大法廷判決・最高裁判所刑事判例集23巻12号1625頁
- ii 「不法行為に基づく損害賠償請求」については、本連載第5回（本誌110号）、第7回（本誌112号）で説明されています。
- iii 最高裁平成17年11月10日判決・最高裁判所民

事判例集59巻9号2428頁

iv 東京地裁平成18年8月1日判決・判例タイムズ1265号212頁掲載。その後、選手らは控訴しましたが、第二審の知財高裁平成20年2月25日判決も、地裁の判決を支持し、選手らの請求を認めませんでした。選手らは最高裁判所に上告し、東京ヤクルトスワローズ所属の宮本慎也選手会長（当時）は、「将来、日本のプロ野球に入ってくる選手たちのためにも重要な問題だと思っていますので、最後まで、裁判所に対して、我々の思いを伝えていきたいと思います」とのコメントを出しています（日本プロ野球選手会公式ホームページより）。

#### スポーツ法政策研究会

##### ●入会方法

参加資格／幹事の承認を得たうえで参加していただきます。  
年会費／5,000円  
入会申し込み／会入会希望の旨を下記事務局まで、電話、FAX、E-mailにて申し込み、所定の申込書に必要事項を明記し返送する。

##### ●事務局

〒104-0031  
東京都中央区京橋1-3-3 柏原ビル2階  
京橋法律事務所内「スポーツ法政策研究会」  
事務局長／片岡理恵子  
TEL：03-3548-2073 FAX：03-3548-2071  
E-mail：kataokarie@aol.com  
<http://www.keystone-law.jp/sports/sports-index.htm>