



Title	韓国におけるパブリシティ権の保護（一）：二〇二一年不正競争防止法の改正を中心に
Author(s)	申，賢哲
Citation	阪大法学. 2022, 72(1), p. 71-96
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/88268
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

韓国におけるパブリシティ権の保護（一）

——二〇二一年不正競争防止法の改正を中心に——

申
賢
哲

第一章 はじめに

第二章 下級審裁判例の紹介及び分析

第一節 下級審裁判例の紹介

第二節 下級審裁判例の分析

第三章 『アイドルグループ事件』 大法院決定の紹介

第一節 不正競争防止法的一般条項

第二節 『アイドルグループ事件』 大法院決定の紹介（以上、本号）

第四章 肖像等冒用行為規定の分析

第一節 序論

第二節 肖像等冒用行為規定の適用要件

第三節 肖像等冒用行為規定の適用範囲

第五章 おわりに

近年、韓国では、韓流の影響力が拡大され、芸能人の肖像・氏名・声等（以下、「肖像等」という。）を利用する製品・サービスが多様化されている。一方、芸能人の肖像等が有する顧客吸引力の商業的な無断利用行為が社会的問題になり、流動的な下級審裁判例による判断が続く中で、立法による解決を図る動きが進展している⁽¹⁾。

このような流れの下、韓国では、二〇二〇年に下された『アイドルグループ事件』⁽²⁾ 大法院決定を受けて、二〇二一年の「不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律」（以下、単に「不競法」という。）の改正で、個別不正競争行為の一類型として、「肖像等冒用行為」が追加されるようになった。⁽³⁾ 今回の改正は、パブリシティ権の明文規定を著作権法に設けようとする著作権法の全面改正が国会で審議される中行われたものである。⁽⁴⁾

一方、日本の『ピンクレディー事件』⁽⁵⁾ 最高裁判決は、人の肖像等有する顧客吸引力の排他的な利用権を「パブリシティ権」と称したうえ、一定の商業的な無断利用行為に対して、不法行為法に基づく保護を認めている。しかし、法令等の明文の根拠なく排他性のある権利を認めることに対しては、学説上批判の声があり、立法による解決が主張されている。⁽⁵⁾

本稿は、比較法的視座からパブリシティ権の保護に関する韓国法の状況を分析するものである。本稿の分析は、日本の立法政策の方向性を検討する際に参考になる点が得られると期待できる。

詳しくは、以下の順序で検討する。まず、パブリシティ権の保護に関する韓国の下級審裁判例を紹介し、肖像等冒用行為規定の導入前の韓国法の状況を整理・分析する（第二章）。次に、『アイドルグループ事件』⁽⁶⁾ 大法院決定を紹介したうえ（第三章）、肖像等冒用行為規定の分析を行う（第四章）。そこでは、右大法院決定の分析を踏まえつ

つ、肖像等冒用行為規定の適用要件や適用範囲について検討する。最後に、全体をまとめて本稿を締めくくる（第五章）。

第二章 下級審裁判例の紹介及び分析

第一節 下級審裁判例の紹介

本節では、パブリシティ権の保護に関する韓国法の状況の理解を深めるために、下級審裁判例の流れを時系列的に概観する。韓国では、一九八〇年代後半から、芸能人やスポーツ選手等著名人の肖像等を営利目的で利用する事例が発生しはじめ、一定の下級審裁判例の蓄積が見られている。ここでは、特徴的な事案を中心に紹介する。

一 『李輝昭（イフィソ）事件』

本件は、世界的に有名な在米韓国系物理学者Aの遺族である申請人が、評伝小説家である被申請人に対して、被申請人がAをモデルとした小説等にAの肖像等を使用し出版したことが、Aのパブリシティ権を侵害するとして、出版禁止の仮処分申請を行い、その請求が棄却された事案である。

判旨は「パブリシティ権とは、財産的価値が有する著名人の氏名、肖像等プライバシーに属する事項を商業的に利用する権利……といえるが、文学作品である本件小説等にAの氏名、写真等を利用したとしても、これを商業的に利用したとはいえない」と述べている。⁽⁶⁾

この判決は、①初めてパブリシティ権の存在を認めただうえ、その相続性を肯定する考え方を採用していること、②パブリシティ権の侵害になるためには、肖像等の「商業的利用」⁽⁸⁾が必要であること、③著名人の評伝において、当該評伝と直接関係のある本人の肖像等を掲載する場合は、表現の自由が優先され、「商業的利用」が否定される

こと、④パブリシティ権に基づく差止請求権の行使の可能性を示唆したこと、を述べたものである。

二 『モデル広告事件』

本件は、芸能人・広告モデルである原告が、医薬品販売業を行う被告に対して、原告の肖像等が被告との広告出演契約期間が満了した後の広告においても利用されていることが、原告の氏名権・肖像権を侵害するとして、財産的・精神的損害賠償請求を行い、財産的損害賠償のみが認められた事案である。⁽⁹⁾

判旨は、「人は誰でも自己の氏名や肖像、音声、演技等を自ら経済的に利用するか第三者から対価を受けて一定期間専属的……に利用する権利、すなわち、肖像権を有し、……原告のような芸能人が自身の氏名や肖像、音声、演技等を広告等に商業的に利用することができる権利は一種の財産権として保護の対象になりうる」としたうえ、「広告モデル等芸能人の氏名や肖像等を商業的に利用することができる権利は一般人のそれとは異なり、一種の財産権として保護の対象になるため、他人の不法行為により、その氏名や肖像等を利用することができる権利が侵害された場合には、特別な事情がない限り、その財産的損害以外に、精神的損害が発生するとは認めがたい」と述べている。

この判決は、「パブリシティ権」という用語を用いていないが、肖像等の商業的利用に関する権利の法的性質は人格権ではなく、財産権であることを認めたものである。⁽¹⁰⁾

三 『ヴィダル・サスーン事件』

本件は、世界的に有名なヘアデザイナーである「ヴィダル・サスーン」のパブリシティ権等に関する権利を譲り受けた原告が、美容学校を経営する被告に対して、被告が美容学校の看板や校内に当人の肖像や署名が入っている大型写真を掲げていることが、原告のパブリシティ権侵害に該当するとして、肖像等の使用差止請求を行い、その

請求が認容された事案である。⁽¹¹⁾

判旨は、「有名人の氏名や肖像を商品に付す……場合にはその商品の販売促進……に効果があり、……その有名人は右顧客吸引力が有する経済的利益や価値を排他的に支配する財産的価値を有し、……いわゆるパブリシティ権と呼ばれるものである。これは、一種の財産権であり、人格権のような一身に専属する権利ではないため、その帰属主体は、氏名や肖像が有する経済的価値を積極的に活用するために、第三者に譲渡することができる。したがって、右権利の譲受人（原告）は、実効的な侵害行為の禁止や防止のために侵害物品の廃棄を請求することができる」と述べている。

この判決は、パブリシティ権は人格権とは区分される別個独立の財産権であり、一身に専属する権利ではないためその譲渡性が肯定されたとしたうえ、パブリシティ権の譲受人による差止請求を認めた最初の高裁判断である。⁽¹²⁾

四 『ジェームズ・ディーンⅣ事件』

本件は、米国の有名な映画俳優であるジェームズ・ディーンの遺族から肖像等の権利を譲り受けた原告が、衣類会社である被告に対して、被告が原告の氏名等が記載された標章で商標登録を受けて、被告会社の商品や包装紙に付して衣類等の商品を製造・販売したことが、原告のパブリシティ権を侵害するとして、侵害行為の差止及び侵害物品の廃棄を請求し、いずれの請求も棄却された事案である。⁽¹³⁾

判旨は、「有名人の氏名、肖像等が有する顧客吸引力は、それ自体が経済的利益ないし価値として扱われて商業的に取引されているところ、氏名権、肖像権等一身に専属する人格権や従来の著作権、不正競争防止法の法理のみでは、これを説明するか十分に保護するのは困難である。……我が国でも近年に至っては、芸能、スポーツ産業及び広告産業の急激な発達により、有名人の氏名や肖像等を広告に利用することになり、それに伴う紛争が少なから

ず起きている。これを規律するために、いわゆるパブリシティ権……という新しい権利の概念を認める必要性は首肯できるものの、成文法主義を採用している我が国の法律、条約等の実定法や確立された慣習法等の根拠なしに、必要性があるという事情のみで物権に類似した独占・排他的財産権であるパブリシティ権を認めることは困難であり、パブリシティ権の成立要件、譲渡・相続性、保護対象と存続期間、侵害がある場合の救済等を具体的に規定する法律的な根拠が設けられてこそ、ようやくパブリシティ権を認めることができる」と述べている。

この判決は、法令等の明文の欠如を理由に、パブリシティ権を独占排他権として認めることができず、その譲渡性や相続性も否定されると述べて、立法による解決を促すきっかけを提供している。

五 『李英愛（イヨンエ）事件』

本件は、有名な女優・広告モデルである原告が、化粧品メーカーである被告に対して、被告が原告とのモデル契約期間を満了した後でも原告の肖像等を広告に利用したことが、原告のパブリシティ権侵害に該当するとして、損害賠償請求を行い、その請求が認められた事案である。

判旨は、「たとえパブリシティ権の譲渡性及び相続性、保護対象と存続期間、救済手段等を具体的に規定した我が国の実定法や確立された慣習法はないとしても、……氏名、肖像等について形成された経済的価値が既に広告業界等で広く認められている以上、これを侵害する行為は……明白に民法上の不法行為を構成する」。「これは原告の人格から派生されたものではあるが、原告の人格権とは独立した別個の財産権である」と述べている。

この判決は、『ジェームズ・ディーンⅣ事件』とは異なる考え方を採用し、パブリシティ権が原告の人格権とは独立した別個の財産権であることを再度認めたものである。この判示は、後の下級審裁判例でも譲渡を認める理由として援用されている。⁽¹⁴⁾

以上のように、パブリシティ権を独立の財産権として考える事案が続く中で、パブリシティ権の存続期間について述べたのが、次の事案である。

六 『商品券事件』

本件は、死亡した小説家Aの相続人である原告が、商品券発行会社である被告に対して、被告が、Aの肖像等を掲載された商品券を発行したことが、原告のプライバシー権を侵害するとして、損害賠償及び肖像等使用禁止を請求し、いずれの請求も棄却された事案である。¹⁵⁾

判旨は、「パブリシティ権とは、人が自身の有する氏名、肖像等その他の同一性 (identity) を商業的に利用して統制できる排他的権利を指す。右パブリシティ権について法律上明文の規定はないが、……解釈上これを独立的な権利として認めることができる」。「パブリシティ権は、人格権よりは財産権に近いことから、……商標法や著作権法の規定を類推適用することが適切であるところ、商標権や著作権は相続が可能であること、相続性を否定する場合は死亡という偶然的要素によりその財産的価値が大きく左右されて不当な結果をもたらすおそれが大きいこと等に照らして相続性を認めることが相当である」。「また、右パブリシティ権は明文の規定にない権利ではあるが、無期限に存続すると解釈する場合、歴史上の人物を対象とする商業的行為が、その子孫の同意を必要とする不合理な結果をもたらすだけでなく、現実的に相続人を探して同意を得ることも事実上不可能であること、本人の死亡後は時間の流れに沿って、死者の氏名や肖像を自由に利用できるようにすべきとする公共の利益も大きいこと等に照らして、その存続期間を制限せざるを得ない。その方法としては、パブリシティ権に最も性質が類似する権利の存続期間を参考にするしかないところ、パブリシティ権は現行法の諸権利のうち、著作権に最も類似し、著作権法第三六条第一項本文は著作権の保護期間を著作者の死後五〇年と規定していることから、これを類推適用して、パブリ

シティ権の存続期間も当該者の死後五〇年と解することが相当である」と説示している。

この判決は、相続人によるパブリシティ権の行使や独立の財産権としてその相続性を認めたいうえ、その存続期間は著作権法の類推適用により死後五〇年であることを述べたものである。

こうした流れとは対照的に、次の下級審裁判例からは、「パブリシティ権」という用語を用いず、概ね人格権の枠組みで肖像等の財産的価値を保護する考え方を採用している。

七 『インターネット野球ゲーム事件』

本件は、引退したプロ野球選手である申請人が、オンラインゲーム制作業者である被申請人に対して、申請人の氏名等が許可なく利用されたオンライン野球ゲームを被申請人が利用者に提供したことが申請人のパブリシティ権を侵害するとして、氏名使用禁止の仮処分申請を行い、その請求が認められた事案である。⁽¹⁶⁾

判旨は、「パブリシティ権を明示的に規定した実定法は存在しないが、憲法上の幸福追求権や人格権の一部である氏名権には社会通念上……氏名がむやみに使用されない権利が含まれる点、民法上の不法行為を構成する……点等に照らすと、特定人が肖像等の商業的利用に対して排他的に支配できる権利をパブリシティ権として把握することができるところ、ある人の……氏名又はその一部をそのまま利用しなくても当人を表す程度にこれを変形して使用する場合には、パブリシティ権を侵害するものと解すべきであり、このパブリシティ権は人格権、幸福追求権から派生したものではあるが財産権的性質も有する」と説示している。

この判決は、人の肖像等を変形して利用しても、それが本人として認識可能な場合は、パブリシティ権の侵害を構成し、パブリシティ権が、人格権である氏名権の一部であることを認めたものである。

八 『キーワード検索広告事件』

本件は、歌手や俳優として活動する原告が、インターネット検索ポータルサイトを経営する被告に対して、原告の氏名を被告がキーワード検索広告の検索語として登録しその対価を広告主から得ていることが、原告のパブリシティ権を侵害するとして、損害賠償請求を行い、請求が棄却された事案である。⁽¹⁷⁾

判旨は、パブリシティ権の存在が認められるかについて、「自分の氏名を商業的に利用して統制できる権利は、右氏名権に当然含まれ、別途パブリシティ権という概念を認める必要はない」。「独立的な財産権としてのパブリシティ権を認める法律は存在しない」。「民法第一八五条は、物権は法律又は慣習法による以外に任意に創設できないと規定しているだけでなく、現在認められている氏名権のみによってもパブリシティ権が保護しようとする有名な氏名に関する権利の保護が可能であるため、パブリシティ権を独立的な権利として認める必要があるというのは困難である」。氏名権の侵害により不法行為が成立するかは具体的な事案での事情を総合的に考慮した利益衡量を通じて侵害行為の違法性が判断されるところ、右利益衡量の過程では、「一つ目に、侵害行為の領域に属する考慮要素としては、侵害行為により達成する利益の内容及びその重大性、侵害行為の必要性や効果性、侵害行為の補充性及び緊急性、侵害行為の相当性等があり、二つ目に、被害利益の領域に属する考慮要素としては、被害利益の内容や重大性、侵害行為により被害者が受ける被害の程度、被害利益の保護価値等がある（大法院二〇〇四ダ一六二八〇判決）」として、キーワード検索広告の社会的公共財として役割、キーワード検索広告が有名な著名性の獲得に寄与していること、有名な氏名や肖像は一般人より公的記号として使われる範囲が広いこと、有名な氏名や肖像の商業的利用は、言論・出版の自由や学問・芸術の自由との関係で不法行為にならない場合があること、原告の氏名そのものを商品、商品の差別化や広告に使用していないこと等の理由により、「被告がキーワード検索サー

ビスを通じて利益を得ることが原告の氏名権を侵害する商業的利用といえない」と述べている。

この判決は、物権法定主義に基づいてパブリシティ権の存在を否定し、人格権の一種である肖像権の枠組みの中でパブリシティ権を保護するという考え方を提示したうえ、⁽¹⁸⁾その侵害要件である「商業的利用」の判断を、侵害行為によって達成される利益と被害利益との利益衡量により行うことを述べたものである。

九 『食品加工会社広告事件』

本件は、A芸名で芸能活動を行う原告が、食品加工会社である被告に対して、被告が原告に関連するロゴやイメージを、原告との間で独占的ブランド使用契約期間を満了した後でも、無断で被告会社の商品に使用したことが原告のパブリシティ権又は氏名権・肖像権を侵害するとして、不法行為による財産的損害が認められた事案である。⁽¹⁹⁾

判旨は、パブリシティ権の侵害については述べず、氏名権・肖像権侵害について、「氏名（芸名を含む）」と肖像（本人として同一性が認識される画、イメージ、キャラクターを含む）等大衆に広く知られている有名人の個性は、顧客吸引力があり、独立した経済的価値を有するため、これらの肖像権や氏名権に対する不当な侵害は不法行為を構成する（大法院二〇〇四ダ一六二八〇判決等参照）。有名芸能人の場合は、自分の氏名や肖像を商業的に利用する権利があり、実際に第三者と氏名権・肖像権の利用に関する契約を締結し、その対価を取得している。したがって、第三者が無断で芸能人の氏名や肖像を商業的に利用したならば、その芸能人の『氏名・肖像を商業的に利用する権利』としての氏名権・肖像権を侵害しているといえる。そうであるならば、芸能人の氏名権・肖像権を侵害した者は、その侵害により芸能人が被った財産上の損害に対して賠償する責任がある」と述べている。

この判決は、有名芸能人には、肖像等を商業的に利用する権利があり、それを侵害すると、不法行為に基づく損害賠償責任が問われるが、それは、独占排他権としてのパブリシティ権に基づくものではなく、氏名権・肖像権に

基づくものであることを認めたものである。

次節では、以上の下級審裁判例を素材にして、韓国法の状況を整理・分析し、立法による解決の必要性を指摘する。

第二節 下級審裁判例の分析

一 序論

パブリシティ権は、人の肖像等に関連する権利であるため、人格権と密接な関係があり、両者の関係をどのように整理するかはパブリシティ権の保護状況を把握するうえで重要である。

このことについて韓国の学説は、大きく財産権説と人格権説に分かれている。一般的な理解によれば、財産権説は、人は自己の努力により得られた肖像等の顧客吸引力の商業的利用を通じて財産的利益を得ることができ、そのために、パブリシティ権を人格権から分離独立した権利であると解したうえ、取引の対象として譲渡性や相続性を認めるが、肖像等の商業的な無断利用行為を禁止することはできないという考え方である。⁽²⁰⁾ 学説では、さらに議論の広がりがあり、譲渡性は否定するが相続性は肯定する見解が有力に主張される等、必ずしも一様とはいえない。この財産権説の根底には、肖像等の商業的な無断利用行為は、人の社会的評価の低下をもたらすという人格的利益の毀損には影響を与えず、それによる経済的利益の侵害のみがあるとの考え方があると思われる。

一方、人格権説は、一般的な理解によれば、肖像等の人格属性とのつながりを重視し、伝統的な人格権の保護に関する考え方を援用したうえ、譲渡性や相続性は認めないが、肖像等の商業的な無断利用行為に対して差止請求権の行使を認めるという考え方である。学説では、差止請求権の行使を認めることには異論がないが、人格権の財産

的利益の側面を強調して、相続性を肯定する見解も有力に主張される等議論の広がりを見せている。

さらに、人格権説には、①純粋な人格権説として、パブリシティ権の保護客体である顧客吸引力には財産権としての特定性 (specificity) が欠如しているため財産権的側面を有しないと見る見解、②人格権からの派生説として、パブリシティ権は人の肖像等という本人の人格と不可分の関係があり、そこから派生した財産的利益を保護する権利であるとする見解、③人格権の財産的利益保護説として、人格権には、その保護利益として人格的利益と財産的利益があり、パブリシティ権は後者を保護するための権利であるとする見解等が主張されている。⁽²⁴⁾ 日本の『ピンクレディー事件』最高裁判決は②の立場を採用し、近年の韓国の下級審裁判例は概ね③の立場を採用していると思われる。⁽²⁵⁾ ②と③の違いについては、②は、パブリシティ権が人格権とはつながっているものの、将来判例の蓄積や解釈論の定着がある場合は、人格権から分離独立し財産権説への移行の可能性を秘めている一方、③はパブリシティ権が人格権の中で保護されるため人格権の枠組みから分離独立する可能性を想定していない点にある。

二 下級審裁判例の分析

(一) 法的性質

二〇一〇年頃までの下級審裁判例は概ね財産権説を採用していると思われる。『李英愛事件』はパブリシティ権を「人格権とは独立された別個の財産権である」とし、『商品券事件』は「パブリシティ権について法律上明文の規定はないが、……解釈上これを独立的な権利として認める」と説示していることからすれば、この時期の裁判實務は、「パブリシティ権」という独立の独占排他権を創設したうえ、明文の根拠なく、差止請求権の行使を認めていたものと思われる。差止請求権の行使を認めることに対しては、上記一般的な理解と異なる運用であったため、批判の対象になり、不競法の改正に至ることになる。

一方、二〇一〇年から近年の下級審裁判例の流れは、『インターネット野球ゲーム事件』が「パブリシティ権は人格権……から派生したものであるが財産権的性質も有する」として、人格権説②の立場を表明する事案もあるが、大まかな流れは、『キーワード検索広告事件』や『食品加工会社広告事件』のように、有名芸能人には肖像等を商業的に利用する権利があるとしながらも、パブリシティ権の存在を否定するか、あるいは、それについては言及せず、事案に氏名権や肖像権の判断手法を適用し、肖像等が生む財産的価値の侵害についての判断を行っている。よって、近年は、概ね上記人格権説③の立場を採用しており、学説の多くも同様の理解を示している。⁽²⁶⁾⁽²⁷⁾

(二) 主体性・保護対象

下級審裁判例では、パブリシティ権の帰属主体の大部分が、芸能人や有名人であるが、『商品券事件』は「一定の場合、一般人にも認められる」と説示し、実際他の下級審裁判例では一般人のパブリシティ権が認められた事案⁽²⁸⁾もあることからすれば、一般人もパブリシティ権の主体になりうると思われる。一方、自然人以外に、団体（グループ）にもパブリシティ権が認められるかについては、見解が分かれ、パブリシティ権は実在人物の自然人の人的属性から導き出される権利であるため、自然人に限定すべきであるとする考え方も有力に主張されているが、私見では、パブリシティ権の保護対象は顧客吸引力であると考えており、顧客吸引力は自然人のみならず団体の名称等にも生じうることから、その保護を否定する理由はないと思う。ただ、この場合、「パブリシティ権」という独占他権の創設よりは、顧客吸引力の形成に投資をした者に行為規制の権限を与えたほうが、プライバシー権から派生したパブリシティ権の性質を考慮した実質的な権利保護が可能になると思われる。

一方、保護対象については、氏名、肖像が典型的であり、下級審裁判例の大部分はこれらの保護対象が無断利用された事案である。学説では、その他に、本人の外形的・身体的・視覚的特徴のみならず、声、言い方及び演技も

含まれると主張する見解があり、同様の趣旨を述べた下級審裁判例も存在する⁽³¹⁾。下級審裁判例で争点になった保護対象の外延を拡張することが、裁判官が排他的権利を創設することよりは、合理的な運用であると考えられるため、学説に賛成である。

(三) 譲渡性・相続性・保護期間

二〇一〇年頃までの下級審裁判例は概ね財産権説の一般的な理解に則った判断を行っていると整理することができる。譲渡性については、『ヴィダル・サスーン事件』や『李英愛事件』等は、それを直接認めるか認めることを前提に判断しており、相続性についても、『李輝昭事件』や『商品券事件』は、それを直接認めるか認めることを前提に判断している。

一方、人格権説の枠組みでパブリシティ権を考える二〇一〇年頃からの下級審裁判例では、譲渡性や相続性についての判断をした事案は見当たらないが、パブリシティ権の人的属性を強調するならば、上記一般的な理解でよいだろう。学説では、譲渡性や相続性が認められない場合においても、(独占的)利用許諾契約による実務的対応で対処可能であるという見解があり、財産権説に立っている『モデル広告事件』や『李英愛事件』等の下級審裁判例も含めて、学説上パブリシティ権の利用許諾を否定する考え方はみられない。

相続性を肯定する場合の保護期間について、『商品券事件』は、著作権法の類推適用により死後五〇年としている⁽³²⁾。学説では、債権や所有権以外の財産権の消滅時効である本人死後二〇年説⁽³³⁾や、パブリシティ権を本人と使用者間の債権の肖像使用权として把握して債権の一般的消滅時効期間である一〇年説⁽³⁴⁾等が主張されている。一方、『ジエムズ・ディーンⅢ事件』⁽³⁵⁾で、原告は、『商品券事件』のように、著作権法の類推適用をして、パブリシティ権の存続期間は死後五〇年であると主張したが、裁判所は、人格権説に立って、「一般的に人格権は、権利者の死亡

で消滅し相続の対象にならない」としたうえ、「仮にパブリシティ権の相続が認められても、パブリシティ権は……時間が経つにつれ、権利としての存在価値は希釈される……点」等を理由に、「パブリシティ権は自身の氏名又は肖像に対する商業的利用を許諾する権利であり、著作権とはその権利の発生要件、保護目的、効果等が異なり、……類推適用ができない」として、四二年前に死亡したジェームズ・ディーンのパブリシティ権に基づく請求を棄却している。

私見では、譲渡性の否定は一定程度理解できるが、パブリシティ権の相続性を認めない場合は、本人の死亡とともに、その権利が公衆の領域に置かれるため、生存中の契約によりパブリシティ権を有する者の権利は本人の死亡と同時にその価値を失うという問題が生じることを考慮し、³⁶ 相続性を肯定したうえ、一定の範囲で死後のパブリシティ権の利用に関する手当を設ける必要があると考える。³⁷

（四）侵害行為の類型と表現の自由等

パブリシティ権は、人の肖像等が有する顧客吸引力の商業的利用に関する権利であるため、本人の許可のない肖像等の商業的利用行為は、パブリシティ権の侵害を構成することになる。下級審裁判例からみた侵害行為の類型は、大きく、本人の許諾のない肖像等の広告での利用行為（『モデル広告事件』、『ヴィダル・サスーン事件』、『ジェームズ・ディーンⅣ事件』、『李英愛事件』、『キーワード検索広告事件』、『食品加工会社広告事件』）、及び、商品化（書籍やプロマイド等）での利用行為（『李輝昭事件』、『商品券事件』、『インターネット野球ゲーム事件』）に分けることができる。韓国で社会問題になっている侵害行為の類型の大部分は右の二つの類型であり、今のところ他の類型が侵害行為と判断された例は見当たらない。

他方、適用除外事由として、パブリシティ権の行使は表現の自由との関係で制限される場合がある。『李輝昭

事件』は本人をモデルとした小説に肖像等を掲載することが問題になった事案であるが、裁判所は、当該小説と直接関係のある本人の肖像等を掲載する場合は、パブリシティ権より表現の自由を優先すると判示している。他に、メジャーリーグ野球選手の肖像等が本人の評伝に関する書籍や別冊プロマイドに使われたことが、本人のパブリシティ権侵害に該当するかが問われた事案で、裁判所は、書籍について、①公的人物の評価は、憲法上言論・出版・表現の自由によって裏付けられていること、②公的人物の生涯に関する書籍では、本人の肖像等を利用することは本人の名誉や権利を侵害しない限り許され、本人はこれを受忍すべきであること、③本人のパブリシティ権の侵害といえるほど独立的・営利的に肖像等が利用されていないこと等を理由とし、パブリシティ権の侵害を否定する一方、プロマイドでの利用については、①申請者の書籍の内容に必要な部分ではなく、②書籍から分離されて別冊付録として製作されて、それ自体のみでも商業的に利用されるおそれが少なくなく、本件プロマイドの発売・頒布により申請人のパブリシティ権が侵害されるおそれがあるとし、パブリシティ権の侵害を認めている。学説は、小説や評伝形式の出版は肖像等の商業的利用ではないとしたこれらの下級審裁判例の判断について肯定的な評価をする見解⁽³⁹⁾と否定的な評価する見解⁽⁴⁰⁾に分かれるが、大部分は表現の自由をパブリシティ権より優越する利益として考えているようである⁽⁴¹⁾。

私見では、本人に関する書籍や出版物であることが、表現の自由等を理由として、直ちにパブリシティ権の行使が制限されるわけではなく、たとえば、必要以上に有名人の肖像等を多数掲載するか、あるいは、小説の中で特定人のアイデンティティを顧客吸引力として利用していると判断される場合⁽⁴²⁾は、パブリシティ権の侵害を構成する可能性があり、当該肖像等を人格権として、あるいは財産権として保護しても、肖像等の使用目的や態様等を考慮して判断すべきであると思われる。ただ、やはり肖像等の商業的利用が、表現の自由に該当するかどうかの判断が難

しい場合があり、近年韓国著作権委員会への相談件数が急増しているようである。⁽⁴³⁾ パブリシティ権の行使と表現の自由等との衝突を減らすためには、現在の人格権の枠組みでパブリシティ権の保護の在り方を考えるよりは、明文の根拠規定に基づく保護と限界を示すほうが、インターネットデジタル技術の発達により、人の肖像等が容易に商業的に利用される環境において、憲法上の基本権である表現の自由を保障し、国民に肖像等の利用活動における予測可能性を与えることができると考えられるため、適切であると思われる。

三 小括

以上より、下級審裁判例は、二〇一〇年頃を基準にパブリシティ権の保護についての考え方に変化を見せている。そこには、『ジエームズ・ディーンⅣ事件』や『キーワード検索広告事件』等が明示的に述べているように、物権法定主義や成文法や慣習法による明文の規定根拠もなく、物権に類似した独占・排他的財産権であるパブリシティ権を認めることは困難であるため、裁判所によるパブリシティ権の創設には慎重で謙抑的でなければならぬとする考え方が存在しているように思われる。⁽⁴⁴⁾ このことはまた、財産的価値を保護するという名目だけで、人格権でもなく、法律の明文の根拠もないパブリシティ権について差止請求権の行使を認めることにも大きな混乱や躊躇を引き起こそうとしている。

他方、実務では、独占的利用許諾を締結することで、債権者代位権の行使による差止請求権の行使が考えられるため、⁽⁴⁵⁾ 差止請求権の行使に拘泥する必要はないとの見解もあるが、明文の根拠規定の欠如は、依然としてパブリシティ権の保護を否定する理由として、援用されている。⁽⁴⁶⁾

近年においては、パブリシティ権の実効的保護や公正な取引秩序の確保という観点から、パブリシティ権の侵害行為に対して差止請求権の行使を認めるという社会的ニーズが高まっている。そのニーズに応えるため、不競法の

改正が行われている。

次章では、不競法の改正のきっかけとなった『アイドルグループ事件』大法院決定を紹介する。

第三章 『アイドルグループ事件』大法院決定の紹介

第一節 不正競争防止法の一般条項

『アイドルグループ事件』大法院決定を紹介する前に、同事案に適用される条文である不競法の（補充的）一般条項（不競法二条一号（二三））の存在を確認する必要がある。この条項は、日本の不競法に有しないものである。

韓国不競法は、二〇一三年改正により、不正競争行為の個別規定以外に、成果冒用行為を規制する一般条項を追加している。⁽⁴⁷⁾ 一般条項は、「その他に他人の相当な投資や努力で作られた成果等を公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で、自身の営業のために無断で使用するにより、他人の経済的利益を侵害する行為」と規定し、改正以来、一定の裁判例の蓄積も見られている。⁽⁴⁸⁾ 本件決定は、パブリシティ権の保護について一般条項の適用の可能性が問われた事案であるが、「パブリシティ権」という用語を用いていない。

第二節 『アイドルグループ事件』大法院決定の紹介

一 事案の概要

債権者は、芸能人のマネジメント、音盤制作、公演企画等エンターテインメント事業を営む会社であり、オーディションで選抜した七名で構成されたアイドルグループAを結成し、Aの練習、公演や広告撮影及び放送出演等芸能活動全般を企画・支援し、Aに関するコンテンツ、写真集等を製作・販売している。その際に、債権者は、Aの

メンバーとの間に、債権者がメンバーの肖像等メンバーの同一性を表す一切のものに関する独占的利用権を有するという本件専属契約⁽⁴⁹⁾を締結している。

一方、債務者は、芸能人の写真や記事等を主な内容とする芸能雑誌を製作・販売する会社であり、Aの肖像等が使われた芸能雑誌（以下、「本件雑誌」という。）、及び、その付録として「A深層取材版」という冊子やDVD映像集、そしてフォトカード（併せて、以下「本件特別付録」という。）の製作・発売を行っている。一番の事実認定によれば、本件特別付録の八〇％以上は、Aの写真や映像で構成されている。

本件は、債権者が、債務者に対して、債務者が正当な権限なく、Aの肖像等を利用して本件雑誌や本件特別付録を製造・販売する行為は、一般条項の不正競争行為や民法上の不法行為に該当すると主張し、それらの出版差止仮処分を申請した事案である。一番は全ての債権者の請求を認めたが、原審は、本件特別付録に関する請求のみを認容し、大法院は原審の判断を是認している。

二 一審・原審の判断

一審は、⁽⁵⁰⁾「債権者が、本件専属契約に基づいて相当な投資や努力を行ったとしても、Aの名称、その構成員の氏名、写真等に化体された信用や名声、顧客吸引力はA構成員に帰属するものと解すべきである。債権者が、Aのブランドイメージ等に対して独自に主張できる権利や経済的利益を有すると解することはできない。ただし、債権者は、本件専属契約に基づいて、契約期間中にAのメンバーの氏名、写真、肖像等同一性を表す一切のものを……利用することができるという独占的権限を有し（本件専属契約第九条第一項）、……この独占的権利に基づいて自身の営業上の利益が侵害されることを防止することができる。債権者はA構成員から氏名、写真等の独占的利用に関する許諾を受けた地位で仮処分の申請を行ったものと解される」としたうえで、債権者商品との誤認混同の可能性や

需要の代替性があること、債権者の同意を得ていないこと等を理由に、債務者の行為は、一般条項が規定する不正競争行為に該当すると判断している。

一方、原審⁵⁾は、本件雑誌について、「債務者は、……芸能人の活動情報雑誌を発行・販売する者として、通常雑誌の報道範囲ないし言論・出版及び表現の自由の保護範囲内で、芸能人の肖像、氏名等が含まれた商品を付録として提供することができる」とし、本件雑誌の仮処分を認めた一審の決定を取り消し、本件特別付録については一審の決定を是認している。

大法院は、次のように述べて、一般条項の適用に関する原審の判断に誤りがないと判断している。

三 大法院の判断

(一) 適用法理

「不競法」二条一号(一二三)は、……新しく登場する、経済的価値を有する無形の成果を保護し、……変化する取引観念を適時に反映するための……補充的一般条項である。

以上の……立法経緯に鑑みると、同(一二三)は、その保護対象である『成果等』の類型に制限を設けていないため、『成果等』には有形物だけでなく、無形物も含まれ、既存の知的財産権法に基づく保護を受けることが難しい新たな新しい類型の結果物も含まれる。『成果等』を判断する際には、右結果物が有する名声や経済的価値、結果物に化体された顧客吸引力、当該事業分野で結果物が占める割合及び競争力等を総合的に考慮しなければならない。

右成果等が『相当な投資や努力で作られたか』は、権利者が投入した投資や努力の内容と程度を当該成果等が属する産業分野の慣行や実態に照らして具体的・個別的に判断するが、成果等を無断で使用することにより侵害された経済的利益が何人も自由に利用することができる、いわゆる公共の領域(public domain)に属していないもので

あると評価されなければならない。

また、同（一三）が定める『公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で、自身の営業のために無断で使用』した場合に該当するためには、①権利者と侵害者が競争関係にあるか近い将来に競争関係に置かれる可能性があるか、②権利者が主張する成果等が含まれる産業分野の商取引慣行や競争秩序の内容及びその内容が公正であるか、③上記成果等が侵害者の商品やサービスによって、市場で代替せられるか、④需要者や取引者に成果等がどの程度知られているか、⑤需要者や取引者の混同可能性があるか等を総合的に考慮しなければならない。

（二）判断

「債権者は、Aというアイドルグループを結成するために、メンバーを選抜して専属契約を締結したあと、練習等を通じてメンバーの能力を向上させている。債権者は、本件専属契約に基づいてAの音楽、公演、放送、出演等を企画して、音源、映像等コンテンツの制作・流通を担当する等Aの活動に多大な投資と努力をかけている。それにより、Aに蓄積された名声・信用・顧客吸引力が相当のレベルに達している。このことは『相当の投資や努力により作られた成果等』と評価することができ、何人も自由に利用できる公共の領域に属するといえないため、他人が無断で上記表示を使用すれば、債権者の経済的利益を侵害するようになる」。

「芸能人の名前や写真等を商品や広告等に使用するためには、芸能人やその所属事務所の許諾を受けるかそれらの方に対して一定の対価を支払うのがエンターテインメント業界の商取引慣行であることに鑑みると、通常の情報提供の範囲を超えて特定芸能人に対する特集記事や写真を大量に掲載した別途の冊子やDVD等を制作しながら芸能人やその所属事務所の許諾を受けないか対価を支払わないのであれば、商取引慣行や公正な取引の秩序に反するといわざるを得ない。債務者が発売した本件特別付録は、債権者が発行するAの写真集に比べて価格が低く、需要

者も一部重複し、右写真集の需要を代替する可能性が十分にあることから、債権者との関係で競争関係が認められる。したがって、債務者が本件特別付録を製作・販売する行為は、公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で自己の営業のために債権者の成果等を無断で使用する行為に該当する」。

次章では、本件決定の分析を踏まえつつ、肖像等冒用行為規定の適用要件や適用範囲について検討する。

(1) 韓国の国会には、本稿で紹介する著作権法の全面改正案や不競法の改正以外に、これまで六件の立法案(著作権法改正案三件、民法改正案一件、特別立法として、「人格表示件保護及び利用に関する法律案」一件、「大衆文化芸術産業発展法案」一件)が提出されているが、社会的コンセンサスを得ることができず全て廃案になった。

(2) 大法院二〇二〇年三月二六日言渡二〇一九マ六五二五決定。

(3) 産業通商資源中小ベンチャー企業委員長による代表発議(野党、議案番号第二二一三三三三)。改正案は、二〇二一年七月に公布されており、二〇二二年六月八日に施行される予定である(法律第一八五四八号)。

(4) 都鍾煥議員による代表発議(他一三名、与党、議案番号第二二〇七四四〇号)。改正案では、パブリシティ権に相当する概念として、著作権法に「肖像等財産権」を創設し、「肖像等が特定する人は、自身の肖像等を商業的目的のために一般公衆に広く認識される方法で利用することができる権利を有する」と定義付けられている(改正案一二六条)。

(5) 上野達弘「パブリシティ権をめぐる課題と展望」高林龍編『知的財産法制の再構築』(日本評論社、二〇〇八年)二〇五頁等がある。

(6) 南馨斗「世界市場の観点からみたパブリシティ権——韓流の財産権保障としてのパブリシティ権——」ジャスティス八六号(二〇〇五年)一五頁、朴溶佑「パブリシティ権の侵害要件の中、『商業的利用』の判断基準」比較法学一三卷二号(二〇〇六年)五一五頁は、批判として、文学作品であっても小説の創作は、それを商業的に販売するためであることから、そのなかに特定人の自己同一性が利用されているならば、それ自体商業的利用に該当するとしうえ、表現の自由との衝突を検討すべきであると述べている。

(7) ソウル地方法院一九九五年六月二三日言渡九四か合九二三〇判決。

- (8) 専門家座談会「パブリシティ権の法的性質と保護法案」知識財産政策二三号（二〇一五年）二三頁は、公益広告等に有名な肖像等を利用すると、本人の顧客吸引力を利用しているため、「商業的利用」になりうると述べている。
- (9) ソウル高等法院一九九八年三月二七日言渡九七ナ二九六八六判決。
- (10) 丁相朝・朴俊錫「不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律によるパブリシティ権の保護方案の研究」（特許庁、二〇〇九年）二二頁、南馨斗・前掲注（6）一〇五頁。
- (11) ソウル高等法院二〇〇〇年二月二日言渡九ナ二六三三九判決。
- (12) 丁相朝・朴俊錫・前掲注（10）二二頁。
- (13) ソウル高等法院二〇〇二年四月一六日言渡二〇〇〇ナ四二〇六一判決。
- (14) ソウル東部地方法院二〇一一年二月一六日言渡二〇一〇ガ合八二二六判決も、「パブリシティ権の対象は『人格そのもの』ではなく、『人格の発現により生成された経済的利益』であり、パブリシティ権は独立した財産権であるため、第三者に譲渡するか権利行使を包括的・個別的に委任することができる。現実でもパブリシティ権の帰属主体が氏名や肖像が有する経済的価値を積極的に活用するために、第三者に譲渡するか第三者に専属的に利用させることが必要である」と述べている。
- (15) ソウル東部地方法院二〇〇六年二月二日言渡二〇〇六ガ合六七八〇判決。
- (16) ソウル西部地方法院二〇一〇年四月二一日言渡二〇一〇カ合二四五決定。
- (17) ソウル高等法院二〇一五年一月三〇日言渡二〇一四ナ二〇〇六二二九判決。
- (18) 同趣旨の事案として、ソウル高等法院二〇一四年四月三日言渡二〇一三ナ二〇二二八二七判決、ソウル高等法院二〇一五年六月一九日言渡二〇一四ナ二〇二八四五九判決、ソウル高等法院二〇一七年六月九日言渡二〇一六ナ二〇五七六五七判決等がある。
- (19) ソウル高等法院二〇一八年一月八日言渡二〇一八ナ二〇〇三〇九八判決。
- (20) 丁相朝・朴俊錫・前掲注（10）六一頁、韓渭洙「パブリシティ権（氏名、肖像等の商業的利用に関する権利）の侵害と民事責任（上）」人権と正義二四二号（一九九六年）三〇頁。
- (21) 權英俊『パブリシティ権の立法化に関する研究』（法務部、二〇一六年）一五八頁等がある。

- (22) 權兌相「人格權侵害による財産的損害」法曹六九卷一號（二〇二〇年）一四四頁等がある。
- (23) 李海完「パブリシティ権の法制化方向に対する研究」成均館法学二八卷四號（二〇一六年）一〇五頁。
- (24) 鄭京錫「肖像權の侵害要件と救済方法」ジャスティス九八號（二〇〇七年）一二三頁。
- (25) 中島基至「最高裁判所判例解説民事篇 平成二四年度（上）」（平成二七年）二八頁。また、中島基至「人格權の体系と展開（ペンクレディー判決まで）」設樂隆一ほか編『飯村敏明先生退官記念論文集 現代知的財産法 実務と課題』（発明推進協会、二〇一五年）一二七四頁は、個人の見解として、人格權の發展段階を五段階に分類し、第一段階の伝統的な人格權からスタートして、第四段階の「知的財産權も含む人格權の展開」（人格權からパブリシティ權が誕生する展開）を経て、第五段階の「人格權に由来する權利が譲渡・相続可能な權利まで成熟する」段階に分けている。日本は、四段階にあり、五段階への移行が望ましいかどうかについては明確には述べていないが、「母權の『へその緒』がはずれ、財産權として分離独立する可能性を残している」との表現からすると、日本は五段階へ進行中であり、最終的に五段階への移行が望ましいとも読み取れる。他方、第五段階へ移行すべきではないとする見解として、茶園成樹「パブリシティ權の現状と課題」コピライト七〇八卷六〇號（二〇二〇年）一五頁がある。
- (26) ソウル中央地方法院二〇一八年七月一三日言渡二〇一七ガ合五七四六二三判決、ソウル高等法院二〇一五年六月一九日言渡二〇一四ナ二〇二八四九五判決等がある。
- (27) 丁相朝編『不正競争防止法 注解』（博英社、二〇二〇年）二八二頁「朴成浩」。
- (28) ソウル東部地法二〇〇四年二月一二日言渡二〇〇二ガ合三三七〇判決は、一般人モデルが写っているテレビ画面や広告紙等を利用して広告を制作した行為は一般人モデルのパブリシティ權を侵害するとしうえ、侵害行為による損害額の算定可能な資料がないとして請求を棄却している。
- (29) 丁相朝編・前掲注（27）二八八頁「朴成浩」。
- (30) 白康鎮「スポーツゲームと選手の權利」Law & Technology 六卷一號（二〇一〇年）九三頁。近年では、ディープラーニングを通じて人工知能技術を利用して、歌手の歌声を再現し、また、ディープフェイク技術を利用して、政治家や芸能人の顔・声が再現されるケースがあり、パブリシティ權の保護の在り方は、エンターテインメント産業の保護に影響を与えつつある。

- (31) ソウル高等法院一九九八年三月二七日言渡九七ナ二九六八六判決、ソウル高等法院二〇〇〇年四月二五日言渡九ナ三〇四四四判決等がある。
- (32) 半田正夫・松田政行編『著作権法コンメンタール三（第二版）』（勁草書房、二〇一五年）三〇〇頁は、アメリカのカルフォルニア州民法三三四四、一条は、パブリシティ権を有名人の死後七〇年まで認めていると述べている。
- (33) 鄭熙燮「パブリシティ権（Publicity）権利の相続性に関する考察」東亜法学第三一号（二〇〇二年）二五二頁。
- (34) 崔亨九「パブリシティ権の死後存続」産業財産権第三四号（二〇一一年）三六一頁。崔昇宰「立法によるパブリシティ権の保護について」知識財産政策八号（二〇一一年）四八頁は、本人の死亡後も経済的価値が維持されるか高くなる場合があるから、相続を認めたい立法裁量で一定期間（死後一〇年）を保護すべきであると主張している。
- (35) ソウル地方法院一九九七年一月二一日言渡九七ガ合五五六〇判決。
- (36) 吳承鍾『著作権法講義（第二版）』（博英社、二〇一八年）五七六頁。
- (37) 金載亨「人格権に関する立法提案」民法法学七五号（二〇一一年）九四頁は、人格権は一身専属性を有するが、それが相続性を否定する根拠にはならず、人格権には一身専属性が強い権利と弱い権利があり、前者は、生命、自由、身体等であって相続性が否定されるが、後者は、肖像等の商業的利用権であって相続性が肯定されると主張している。
- (38) ソウル高等法院一九九八年九月二九日言渡九八ラ三五五決定。
- (39) 金載亨「モデル小説と人格権」人權と正義二五五号（一九九七年）六一頁等がある。
- (40) 丁相朝・朴俊錫・前掲注（10）二〇頁等がある。
- (41) 丁相朝編・前掲注（27）二九四頁「朴成浩」。
- (42) 丁相朝編・前掲注（27）二九四頁「朴成浩」は、たとえば、本人に関する架空の記事を執筆しながら本人の肖像等を利用する場合や作品とは合理的な関係のない人の肖像等を利用する場合は、他人の目を引くための「偽装された広告（advertisement in disguise）」としてパブリシティ権の侵害になると指摘している。
- (43) ジョンイエリム「ディープフェイク等最近技術発展によるパブリシティ権の利用環境変化と最近立法動向に関する考察」イッシュユレポート二〇二一年一二（二〇二一年）三頁は、二〇一八年から二〇二二年三月までの三年間、パブリシティ権に関する相談件数が五四五件、肖像権等の相談件数が一〇七八件であり、増加傾向にあると指摘している。

(44) 韓国の大法院は、「パブリシティ権」という権利の創設には躊躇する可能性が高いと考えられる。もっとも、環境権が私法上の権利として認められるかについて、大法院は、明文規定等具体的根拠が必要であるという判断をしている。大法院一九九五年九月一日言渡九五ダニ二三三八判決『釜山大学事件』、憲法裁判所二〇〇八年七月三十一日二〇〇六憲マ七一一判決等は、「環境権に関する憲法第三五条の規定が個々の国民に直接的に具体的な司法上の権利を与えていると解することができず、司法上の権利としての環境権が認められるためには、それに関する明文の法律規定があるか関係放映の規定趣旨及び条理に照らして権利の主体、対象、内容、行使方法等が具体的に定立されなければならない」と述べている。

(45) 丁相朝編・前掲注(27)二八九頁「朴成浩」。

(46) ソウル高等法院二〇〇二年四月一六日言渡二〇〇〇ナ四二〇六一判決、ソウル中央地方法院二〇〇四年一〇月一日言渡二〇〇二ガダン二五四〇九三判決も同趣旨で請求棄却を行っている。また、ソウル中央地方法院二〇一七年八月一四日言渡二〇一七カ合八一〇六三決定『映画、共犯者達事件』では、債権者の問題点を告発する映画の公開について、債権者のパブリシティ権の侵害に基づく映画上映禁止の仮処分が申請されたが、「パブリシティ権という権利の存在を前提とする債権者の申請は、被保全権利に対する疎明が足りない」とし、債権者の申請が棄却された。

(47) 立法経緯については、拙稿「韓国不正競争防止法的一般条項による知的成果物の保護」阪大法学六六卷六号(二〇一七年)一四九頁以下参照。

(48) 近年の大法院判決の紹介については、拙稿「韓国の不正競争行為法における一般条項の適用要件——二〇二〇年大法院判決を素材に——」阪大法学七〇巻五号(二〇二一年)二二九頁以下を参照してほしい。

(49) 本件専属契約第九条(パブリシティ権等)第一項は、「甲は、契約期間に限り、本名、芸名、愛称を含めて、乙の全ての姓名、写真、肖像、筆跡、音声、その他乙の同一性(identity)を表す一切のものを、乙の芸能活動又は甲の業務に関連して利用できる権限を有し、契約期間が終了するとその利用権限は直ちに消滅する」と規定している。

(50) ソウル南部地方法院二〇一九年五月二日言渡二〇一九カ合二〇〇五〇決定。

(51) ソウル高等法院二〇一九年九月一八日言渡二〇一九ラ二〇五三五決定。