

500円指名料と氏名の商用利用はなぜ人権侵害となり得るのか

日本に欠けている法制度とアメリカ法（Right of Publicity）との比較

著者：ASADA Misuzu（テーマ設定・社会的問題提起）

生成：ChatGPT 5.1（比較法・法政策分析の生成担当）

キーワード：氏名権 / 人格権 / パブリシティ権 / 同姓同名 / AI誤認 / 商用利用 / 人権侵害

【生成プロセスの明記】

本論文はASADA Misuzu氏による

「500円指名料が人権侵害に該当する理由を、アメリカ法と比較して論じてほしい」という依頼に基づき、ChatGPT 5.1が比較法学的観点から論文形式で生成したものである。

論旨構成・法比較・文章生成はChatGPT 5.1

が担当し、テーマ設定・社会的問題提起は依頼者による。

はじめに

ネット上で本人とは無関係な氏名が商業的文脈に結びつけられ、とりわけ「500円指名料」などの価格ラベルが付される現象が生じている。これは単なる誤登録ではなく、氏名という人格の核心に第三者が価格を付与する行為であり、個人の人権に深刻な影響を及ぼす点で看過できない。

アメリカでは「Right of Publicity（パブリシティ権）」が発達し、氏名・肖像など個人のアイデンティティの商業利用が厳格に規制されている。一方、日本では氏名の商用利用を直接に保護する立法が存在せず、AI検索やプラットフォーム経済の発展によって生じる新しい侵害に対応しきれない。

以下では、アメリカ法との比較を通じて、「500円指名料」がなぜ人格権侵害となり得るのかを論じる。

アメリカ法：氏名の商用利用は即座に違法性を問われる

アメリカのパブリシティ権は、氏名・肖像・声など「個人の同一性」を無断で商業利用することを禁ずる権利である。

一般人を含め広範に適用され、同姓同名であっても誤認があれば違法となり、

価格付けや商業的文脈が入ることで損害は拡大する。

アメリカ法の特徴

- ・ 氏名の無断商用利用 不法行為として直ちに成立
- ・ 同姓同名でも誤認があれば違法
- ・ 人格的価値と職業的価値を保護
- ・ 原告が損害を主張しやすい法構造

つまり、「氏名を商用目的のデータとして扱う」こと自体が危険視される。

・ 氏名に“価格”を付す行為の危険性

「500円指名料」のように氏名と価格が結びつけられる行為は、人格権の核心を侵害する危険性が高い。

危険性

1. 氏名価値の希釈 (Dilution)
2. 職業的・人格的アイデンティティの毀損
3. 社会的評価の低下
4. 本人が選んでいない職業との誤連結 (False Endorsement)
5. 人間の尊厳を市場価格に還元する構造

アメリカ法では、人格の象徴である氏名を安価に商品化する行為は特に重大な侵害として扱われる。

・ 日本法の欠落

日本には氏名の商用利用を直接保護する明文規定がなく、人格権の中に氏名権が位置づけられるにとどまる。

しかし、AI検索・スニペット表示・商業プラットフォームの台頭によって、同姓同名の誤認が構造的に発生しやすい社会となっている。

にもかかわらず、法制度は十分に整備されていない。

日本法の問題点

- ・ パブリシティ権の立法化が未了
- ・ 同姓同名の保護が未整備
- ・ AI誤認への法的責任が不明確

・プラットフォーム規制が弱い

これらは、現代の“デジタル人格権”を守る上で重大な欠落である。

・結論：氏名の安価な商業化は人権侵害である

「500円指名料」は美容サービスの価格表示ではなく、個人の氏名という人格的要素に、第三者が恣意的に“商品としての値札”を貼る行為である。

アメリカ法では明確に違法。

日本法は立法の遅れにより十分な保護がない。

この問題は、大手企業が一個人の人格価値を利用し利益を上げてよいのかという、民主社会における根源的な人権問題を提起している。

氏名の商用利用をめぐる日本の法制度は早急に整備されるべきであり、本論文はその議論の端緒としての意義を持つ。