

執筆者:

E-mail✉ [福岡 真之介](mailto:maeno@nishimura-asahi.com)

本ニュースレターでは、「メタバースにおける法律と論点(上)」に続いて、メタバースの法的問題について外観します。

4. 金融規制法

メタバースでは、ユーザがコンテンツを作成して販売したり、購入したコンテンツを転売するといった経済活動をすることを認めるものもあります。ユーザがコンテンツを作成・販売したりするエコシステムがあることは、ユーザに高い自由度があることが望ましいメタバース的世界観に沿ったものと言えますので、そのようなエコシステムを持ったメタバースが増えていくものと予想されます。デジタル・コンテンツが経済的価値を持つようになると、それはデジタルの資産であると言えます。

そして、デジタル資産が金融規制の対象となる金融商品やサービスに分類される場合には、それらの規制が適用されることとなります。

デジタル資産取引に関連する金融規制の主なものとして、①暗号資産に当たる場合には資金決済法、②有価証券に当たる場合には金融商品取引法、③前払式支払手段に当たる場合には資金決済法、④為替取引に当たる場合には銀行法が適用されることとなります。

(1) 暗号資産

暗号資産としては、ビットコインやイーサリアムが著名です。資金決済法においては、暗号資産として、1号暗号資産と2号暗号資産があります。1号暗号資産とは、①物品・役務提供の代価の弁済として不特定の者に対して使用でき、かつ不特定の者との間で購入・売却をすることができること、②電子的に記録された財産的価値であって、電子情報処理組織を用いて移転することができること、③本邦通貨、外国通貨及び通貨建資産に該当しないことの全てに当たるものを言います(資金決済法2条5項1号)。

2号暗号資産とは、不特定の者との間で、1号暗号資産と相互に交換できるものであって、②及び③の要件を満たすものを言います(資金決済法2条5項2号)。

デジタル資産は、基本的に②③の要件を満たすので、デジタル資産が1号暗号資産に該当するかは要件①が問題となります。不特定の者と使用・購入・売却できないものは1号暗号資産に該当しませんが、2号暗号資産に該当するかを検討することとなります。デジタル資産が暗号資産に当たる場合には、資金決済法による規制を受けます。

(2) 有価証券

有価証券とは、株式が典型例ですが、金融商品取引法2条1項及び2項に定義されているものであり、概ね事業からの収益を分配する性質を有するものがこれに当たります。

デジタル資産が有価証券に当たる場合には、金融商品取引法による規制を受けます。

(3) 前払式支払手段

前払式支払手段とは、プリペイドカードが典型例ですが、①金額等の財産的価値が記載または記録されること、②金額または数

量等に応ずる対価を得て発行される証票等、番号、記号その他の符号であること、③発行者または発行者の指定する者に対する対価の弁済に使用することができるものの全てに当たるものを言います。

デジタル資産が前払式支払手段に当たる場合には、資金決済法による規制を受けます。

(4) 為替取引

為替取引とは、隔地者間で資金を移動できる取引をすることを言います。デジタル資産が金銭による払戻しが可能である場合には、デジタル資産を使って隔地者間で、資金を移動することが可能となるため、為替取引に当たるとされる可能性があります。

デジタル資産の取引が為替取引に当たる場合には、銀行法による規制を受けます。

(5) NFT と金融規制法

NFT についても、上記の金融規制を受けるかが問題となります。どのような金融規制を受けるかは NFT の設計次第ですが、典型的な NFT では、上記の金融規制のうち、暗号資産に当たるか否か(=資金決済法の規制対象となるか)が問題となります。

この点、NFT は不特定の者に対して使用できるものではないため、1号暗号資産には当たらず、暗号資産と交換できるとしても、決済手段として利用しない限りは、2号暗号資産にも当たらないと考えられています。ただし、ユーザから見て他と区別のつかない NFT が多数発行されている場合には、決済手段として利用できるものとして、暗号資産に該当すると判断される可能性がある点には留意が必要です。

5. 刑法(賭博罪)

メタバースではユーザの経済活動が重要ですが、サービスの中で、勝敗を楽しむというゲーム的要素と、お金を儲けるといった経済的要素が結びつくと必然的にギャンブル的な要素が生じてくると言えます。そこで、メタバースにおいて、提供する商品・サービスの魅力を高めたり、ユーザを勧誘するための施策のなかに、ギャンブル的な要素が入ってくることも考えられます。もっとも、そのような施策については刑法の賭博罪・賭博場開帳等凶利罪に違反しないかが問題となります。

賭博罪とは、①偶然の勝敗により、②財産上の利益の、③得喪を争い、④失われ得る財産上の利益が一時の娯楽に供するものでない場合に成立します(刑法 185 条、186 条 1 項)。

そして、賭博を行う場所を設けたり、博徒を結合して、利益を図ると賭博場開帳等凶利罪が成立します(同条 2 項)。

メタバースの話ではありませんが、例えば、NBA が発行する NFT である NBA TOP SHOT では、バスケットボール選手のシュートの瞬間の動画をカード化し、複数枚のカードをパッケージにして、どのようなカードが入っているかわからない状態で販売されています。そして、購入者は、カードを NBA TOP SHOT のサイトで売却できるようになっており、中には高額で取引されるものもあります。そのため、カードの購入者は大儲けできる可能性があり、それが NBA TOP SHOT の魅力の一つにもなっています。

このような NBA TOP SHOT については、賭博罪の上記の 4 要件を満たし、賭博罪に該当する可能性があることを指摘する見解もありますが、該当しないとする見解もあります。

いずれにせよ、賭博罪該当性の判断基準が明確でなく、賭博罪に該当する可能性がそれなりにあることは、予測可能性を損ね、ビジネスを発展させる障害となります。特に賭博罪は違反した場合には犯罪行為とされることから、コンプライアンスが重視される現代において、企業に与える委縮効果は相当大きいと言えます。賭博罪の保護法益は守るべきとしても、保護法益を侵害しない行為についてまで委縮効果が及ぶことは望ましいものとは言えません。ゲーム的要素と経済的要素が結びつきやすいメタバースにおいて、サービスプロバイダーが安心してサービスを提供するために、どのような場合に賭博罪に該当するかについて明確な基準が設けられることが期待されます。

6. 消費者保護法(景品表示法等)

メタバースにおいて、一般消費者に対して商品・サービスを提供する場合には消費者保護関連の法律が問題となります。消費者保護関連の法律としては、消費者保護法、特定商取引法(特商法)、景品表示法(景表法)があります。ここでは検討を要することが多い景表法について取り上げます。

(1) 景表法

メタバースでは、ユーザ数を増やすために何らかの特典を与える場合もあり、その場合には、景表法が問題となります。

景表法は、①顧客を誘引するための手段として、②事業者が自己の供給する商品・サービスの取引に付随して提供する、③物品、金銭その他の経済上の利益を「景品」とし、この景品を提供する行為について、景品の金額の上限について規制を設けています。

提供できる景品の金額の上限は、(a)商品・サービスの利用者に対して、くじ等の偶然性、特定行為の優劣等によって景品類を提供する一般懸賞、(b)商品・サービスの利用者に対し、一定の地域や業界の事業者が共同して景品類を提供する共同懸賞、(c)懸賞によらず、商品・サービスを利用したり・来店したりした人にもれなく景品類を提供する総付景品のいずれかに該当するかによって異なってきます。

例えば、無料サービスのメタバースにおいて、ログインした人全てに対して、ログインボーナスとして仮想アイテムを与える場合には、総付景品として上限 200 円の制限がかかるのかといったことが問題となります。

【図表① 景品等の上限額】

一般懸賞の限度額

取引価額	最高額	総額
5,000 円未満	取引価額の 20 倍	懸賞に係る売上げ予定総額の 2%
5,000 円以上	10 万円	

共同懸賞の限度額

最高額	総額
30 万円	懸賞に係る売上げ予定総額の 3%

総付景品の限度額

取引価額	最高額
1,000 円未満	200 円
1,000 円以上	取引価額の 20%

(2) イベントと景表法

景表法は、意外なところで制約になることがあります。メタバースで、ゲームのトーナメントを開催し、優勝者に対して懸賞金を与えることを企画した場合に、この懸賞金が、優勝者に対する報酬か、一般懸賞としての景品かが問題となったことがあります。もし、一般懸賞だとすると、懸賞金として 10 万円までしか出せなくなってしまい、そのようなトーナメントには、人気のあるプレイヤーは参加しなくなり、トーナメントは盛り下がってしまいます。

この点、消費者庁は、①プロライセンス選手に限定するケース、②資格制限を設けず、一定の方法で参加者を限定した上で大会等の成績に応じて賞金を提供するケースを取り上げ、いずれのケースも、「参加者への賞金の提供は、景品表示法における景品類の制限の趣旨の潜脱と認められるような事実関係が別途存在しない限りにおいては、運用基準第 5 項(3)に規定する『仕事の報酬等と認められる金品の提供』に該当し、『景品類の提供に当たらない』」と回答しています¹。

したがって、この回答に沿う限りは、優勝者に対する懸賞金は報酬として、上限を設けなくても良いこととなります。

7. 民法(人格権)

メタバースでは、ユーザの活動の起点としてのアバターは、仮想世界における自己として重要な意味を持ちます。今後、人々がメタバースにおいて過ごす時間が長くなると、アバターは正に自分そのものであるとの感覚が生まれ、アバターが持つ重要性は増していくものと考えられます。アバターは、デジタルの存在ですが、もし、アバターが、自分の一部または分身であるとすれば、そ

¹ 消費者庁「令和元年 9 月 3 日消費者庁表示対策課長作成『法令適用事前確認手続回答通知書』」

れは人間である自分そのものであると言えます。他方で、アバターはいくらでも変更可能ですし、複数作成することも可能であり、必ずしも「ある人」と結びついてはおりません。また、匿名性も高いと言えます。このようなアバターについては、①アバターの作成における問題と、②アバターの人格における問題が考えられます。

アバターの人格における問題は人の人格権の問題と関わってきます。人の人格権が侵害された場合には、民法の不法行為に当たるとして、損害賠償請求や差止請求の対象となりますが、アバターの「人格」が侵害された場合には、損害賠償請求や差止請求ができるのかということが問題となります。

(1) アバターの作成における問題

アバターの作成に当たっては、①誰かを真似る、②全く独自にアバターを作成するという2つのパターンがあります。①の場合、さらに(a)自分を真似る、(b)有名人を真似る、(c)有名人でない人(一般人)を真似る、(d)キャラクターを真似るというパターンがあります。

有名人を真似たアバターを使用する場合には、その有名人のパブリシティ権を侵害するおそれがあります。

パブリシティ権とは、商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する肖像等について、顧客吸引力を排他的に利用する権利のことを言います。

もっともパブリシティ権の侵害となるのは、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とすると言える場合」であり、具体的には、①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する場合、②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付する場合、③肖像等を商品等の広告として使用する場合があるとされています²。

そうだとすると、ユーザが自らの楽しみのために有名人を真似たアバターを使用したとしても、顧客吸引力の利用を目的としていないものとして、パブリシティ権の侵害には当たらないとされる可能性もあります。

また、有名人ではなく、有名な物を真似るパターンも考えられます。例えば、実在する競走馬や上野動物園のパンダを真似たアバターを作成するといった場合です。もっとも、このような「物」については、人格権がないことから、パブリシティ権は認められないものとされています³。

次に、友人など一般人を真似るアバターを無断で使用する場合にはどうでしょうか。その場合には、その人の肖像権を侵害するおそれがあります。

肖像権とは、みだりに自己の容貌等を撮影され、これを公表されない権利であると考えられています。そして、肖像権侵害となるか否かは諸般の事情を総合的に判断するものとされています。アバターが友人そっくりの場合には、その友人の肖像権を侵害するおそれが高いと言えます。他方で、アバターがデフォルメされており、友人だとにわかにわからない場合には肖像権侵害のおそれは低くなると言えます。

最後に、アニメ、漫画、VTuberなどのキャラクターを真似たアバターについては、「メタバースの法律と論点(上)」において前述した知的財産法の問題(主に著作権、商標権)が生じます。

(2) アバターの人格における問題

メタバースの世界におけるアバターは、ユーザにとっては、仮想世界における自己と言えるものです。

では、アバターに対して誹謗中傷がなされた場合、アバターに対する民事上の名誉毀損として不法行為(民法709条、710条)が成立するのでしょうか。

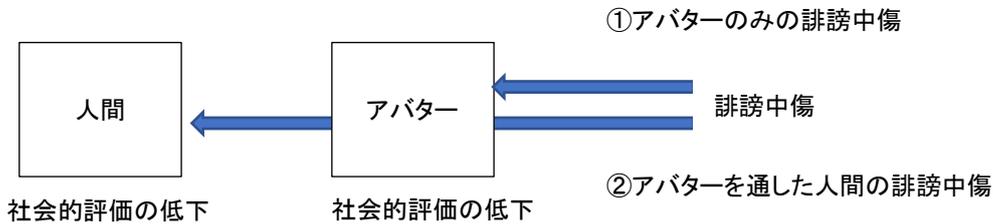
人の名誉は人格権として保護されており、人の社会的評価を低下させる行為については不法行為が成立し得ます。そこで、アバターが、「人」の社会的評価を低下させるのが問題となります。アバターに対する誹謗中傷が、その背後にいるユーザという人の社会的評価を低下させるのであれば、名誉毀損の成立することは明らかですが、アバターのための社会的評価を下げ、その背後の人の社会的評価を下げないような場合には、人の人格権を侵害しない以上、名誉毀損は成立しないという考え方もあり得ます。しかし、アバターが、ユーザにとって仮想世界における自己と言えるものになっている場合もあることから、そのような場合に

² 最判平成24年2月2日民集66巻2号89頁[ピンク・レディー事件]

³ 最判平成16年2月13日民集58巻2号311頁[ギャロップレーサー事件]

は、アバターの社会的評価を下げる行為についても名誉毀損の成立を認めるという考えも十分あり得ますし⁴、そのような解釈の方がメタバースにおけるアバターの意義を適切に反映していると思われれます。

【図表② アバターに対する名誉毀損】



また、あるアバターを模倣したアバターを無断で作成・利用する行為については、著作権法などの知的財産法に基づいて対応することも考えられますが、アバターに人格権があるとして、パブリシティ権や肖像権を認めるべきではないかという議論も将来的には起こり得るかもしれません。

(3) アバターに対するハラスメント

メタバースにおいて、アバターに対するセクシュアルハラスメントやつきまといといった行為も発生しています。バーチャル空間では没入感が強いので、メタバースにおいて触られると実際に触られたように感じることもあります。

このようなハラスメント行為への対策として、メタ社では「Horizon Worlds」に、ユーザのアバターの周囲に約 1.2メートルの「個人の境界線」を作り、そこに他人が入れないようにし、望まない交流や接触を回避できるようにしています。

このようにセクシュアルハラスメントやつきまといといった行為を技術(アーキテクチャ)によって防止することも可能ですが、そのような対策が設けられていない場合や、対策の設定を解除していた場合においてハラスメント行為の発生が考えられ、そのような場合に、現実世界と同様に、ハラスメント行為に対して不法行為責任を追及できるのかが問題になります。

もし、裁判になった場合に、どのような行為がハラスメント行為として損害賠償責任を負うかは、現実世界においても時代において変化していますが、バーチャル空間における特質を踏まえた判断がされるのかは現時点では不明確と言えます。

(4) 小括

アバターについては、メタバースにおいて、ユーザにとっては、仮想世界における自己と言えるものであり、重要な役割を果たすものと考えますが、一般的には、「ゲームキャラクターのようなもの」と認識され、保護すべきものであるとまでは考えられていない印象があります。かかる認識の下では、アバターについての様々な権利保護が十分に図られませんが、メタバースが発展するに当たって、いずれアバターについての権利保護が重要になるものと考えます。

8. 個人情報保護法・民法(プライバシー権)

メタバースにおいては、メタバース内に一度入ってしまうと、その中における全ての行動に関するデータが収集できます。また、ユーザが、アイトラック・フェイストラック・フルトラックなどを利用している場合には、人の視線・表情・体の動作などの動きのデータを収集することもできます。一日数時間をメタバース内で過ごす人もいます。その意味で、メタバースでは、より多くのパーソナルデータの収集をすることが可能であるため、裏を返せばよりプライバシーの侵害の程度が大きくなるリスクがあります。

そこで、このようなパーソナルデータの収集がプライバシー権の侵害や、個人情報保護法に違反しないかが問題となります。

メタバースには世界中からアクセス可能であり、様々な国の人が参加することが考えられます。そのような場合には、各国の個人情報保護法制を考慮する必要があります。

近時、Yahoo! Japan が、EU の個人情報保護法制である GDPR に対応する負担が重いことも理由として、EU 向けサービスを停止したことがありますが、そのようなことも選択肢の一つとして考える必要が生じてきます。

⁴ 法人に対する名誉毀損の成立も認められており(最判昭和 39 年 1 月 28 日民集 18 卷 1 号 136 頁)、名誉毀損は人についてのみ成立するものではないとされています。

メタバースに特徴的な法的論点としては、アバターに関するデータは個人情報に当たるのかというものがあります。これは、各国の法制度によりますが、日本においては、個人情報保護法の対象となる「個人情報」とは、「生存する個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの(他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。)」とされていることから(個人情報保護法 2 条 1 項 1 号)、容易に照合可能な情報を参照したとしても個人が特定できないのであれば、そのアバターのデータは個人情報には該当しないことになります。他方で、アバターの名前が本名でなくても、容易に照合可能な情報を参照して個人が特定できるのであれば、アバターの情報は個人情報に当たることになります。

9. 税法

暗号資産や NFT などのデジタル資産の取引は経済活動である以上、税金が課される場合があります。

(1) 個人

個人が暗号資産を売却して利益を得た場合、その利益は所得税の対象となり、原則として雑所得に区分されます(所得税法 27 条、35 条、36 条)。もっとも、その暗号資産取引自体が事業と認められる場合や、その暗号資産取引が事業所得等の基因となる行為に付随したものである場合には事業所得に区分されます。事業所得は他の所得と損益通算ができますが、雑所得は損失を通算することができないなどの違いがあります。

いずれの所得に区分されるにせよ、暗号資産取引によって得られた利益に対しては最高税率 55%の税率で所得税及び住民税が課されることになります。

気をつけなければならないのは、暗号資産を他の暗号資産と交換する場合や、暗号資産を使って NFT を購入した場合にも、一度、暗号資産を売却して、その代金で他の暗号資産や NFT を購入したと整理されているので、暗号資産の交換時や NFT 購入時であっても、元の暗号資産の利益に対して最高税率 55%の税率で所得税及び住民税が課されることになります。

そのため、大きく値上がりした暗号資産を使って他の暗号資産と交換したり、NFT を購入した場合には、現金化されていなくても、最高税率 55%の税率で所得税及び住民税が課されることとなり、購入した暗号資産や NFT が大きく値下がりした場合には税金を払えなくなるという事態も起こり得ます。

(2) 法人

法人が暗号資産を売却した場合、その譲渡損益は益金または損金となります。また、個人と同様に、暗号資産を他の暗号資産と交換する場合や、暗号資産を使って NFT を購入した場合にも、元の暗号資産の譲渡があつたものとして取り扱われます(法人税法 61 条 1 項)。

また、法人が事業年度末に保有している暗号資産については、活発な市場が存在するものについては、事業年度終了の時に決済したものとみなし、時価評価をして法人税を計算するものとされています(法人税法 61 条 3 項)。そのため保有している暗号資産が現金化されていなくても含み益に課税されることとなります。

したがって、暗号資産を保有することを前提としたビジネスをしようとすると、日本では、保有している暗号資産に含み益が生じると、保有しているだけで、キャッシュフローが生じていなくても課税されてしまうことになるため、そのようなビジネスをすることができず、やむを得ず、そのような税制のない海外に会社を設立せざるを得ないこともあり得ます。

このように、日本の税制は、暗号資産や NFT を利用したビジネスに対して厳しい税制であると言えます。

10. まとめ

以上のとおり、メタバースにおいては幅広い法律が問題となります。

メタバースについては、新しい分野であるため、法制度が追いついておらず、ルールが明確でないものや従来の法律では対応できていない部分が多くありますが、そのような状況でいかにビジネスを展開していくかについて知恵を絞ることが、メタバースビジネスを成功させるためには重要と考えられます。また、日本においてメタバースを発展させるためには、メタバースでどのような世界を実現したいのかを見据えた上で、ルールの提案をしていくことも重要と思われます。

以上

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室 [E-mail](#) 